

2019 (사)제주관광학회 추계학술대회

# 6차산업활성화를 위한 제주관광의 역할

일시 : 2019년 11월 8일(금) 13:00~18:00

장소 : 메종글래드 제주

주 관 :  (社) 濟州觀光學會

후 원 :  제주특별자치도  
Jeju Special Self-Governing Province

 제주특별자치도관광협회  
Jeju Special Self-Governing Provincial Tourism Association

 롯데면세점



# 2019년도 제주관광학회 추계학술대회

- 주 제 : 6차산업활성화를 위한 제주관광의 역할
- 일 시 : 2019년 11월 8일 (금) 13:00 ~ 18:00
- 장 소 : 메종글래드 제주
- 주 관 : 사단법인 제주관광학회
- 후 원 : 제주특별자치도, 제주특별자치도관광협회, 롯데면세점제주점

시 간	식 순
13:00~13:30	등 록
	개 회 (진행:송상섭 제주관광학회 총무이사)
13:30~13:50	<b>내빈소개</b> <b>개 회 사</b> 신왕근 제주관광학회장 <b>축 사</b> 원희룡 제주특별자치도지사 <b>축 사</b> 김태석 제주특별자치도의회 의장 <b>축 사</b> 제주특별자치도 관광협회장
	기 조 강 연
13:50~14:20	<b>주 제 : 제주관광의 현황과 대응방안</b> <b>기조강연자</b> - 허향진 (전) 제주대학교 총장
14:20~14:30	Coffee Break
	1부 발 제
14:30~14:50	<b>발표1 김화경 교수 (제주국제대학교)</b> <b>- 6차산업과 연계한 제주 MICE 산업 발전 방향 -</b>
14:50~15:10	<b>발표2 양성수 교수 (제주대학교)</b> <b>- 6차산업과 연계한 스마트 관광 활성화 방안 -</b>
	토 론
15:10~15:40	<b>좌 장</b> 김창식 제주국제대학교 명예교수 <b>토론자1</b> 고선영 센터장 (제주관광공사) <b>토론자2</b> 송왕철 교수 (제주대학교) <b>토론자3</b> 조진훈 팀장 (제주컨벤션뷰로) <b>토론자4</b> 최태영 대표 (인터컴, (전)한국MICE 협회장)
15:40~16:00	Coffee Break
	2부 관광전문기자 특별세션- 패널토론 - 6차 산업 활성화와 연계한 제주관광 차별화 방안 -
16:00~16:40	<b>좌 장</b> 조문수 교수 (제주대학교) <b>패 널1</b> 강경록 차장 (이데일리, 한국중앙일간지여행기자 협회장) <b>패 널2</b> 김철웅 ((전)제민일보 편집국장) <b>패 널3</b> 양성철 편집인 (제이누리) <b>패 널4</b> 최병일 부장 (한국경제신문)
	3부 관광사업자특별세션- 패널토론 - 6차 산업 활성화와 연계한 제주 관광사업체질 개선 방향-
16:50~17:30	<b>좌 장</b> 양창식 (전) 탐라대학교 총장 <b>패 널1</b> 강승진 이사장 ((사) 제주농업농촌6차산업화 지원센터) <b>패 널2</b> 부석현 실장 (제주도관광협회 조사연구실) <b>패 널3</b> 서인수 수석연구원 (제주 테크노파크) <b>패 널4</b> 성주엽 대표 (생각하는정원) <b>패 널5</b> 유영신 대표 (누리커뮤니케이션)
17:30~18:00	2019년 제주관광학회 정기총회
18:00~	폐 회 및 만찬

# 개회사

사단법인 제주 관광학회  
학회장 **신 왕 근**



안녕하십니까. 올 여름은 예년에 비해 짧았다는 느낌과 함께 지난 2~3개월 제주에 몰아친 태풍 및 폭우가 많이 생각납니다. 이로 인해 많은 피해들이 있었지만 그래도 제주도민들은 끈끈하게 지혜롭게 잘 극복하였습니다. 그러다보니 늦가을을 맞이하게 되고 이제 겨울로 들어가는 문턱에서 여러분들과 함께 제주관광학회 추계 학술대회를 개최하게 되어 진심으로 기쁩니다.

오늘의 제주 관광을 얘기 한다면 “잘 견디고 있다”라는 표현이 맞을 것 같습니다. 사드배치에 따른 중국인 단체 관광객 감소로 제주관광이 어려울 것이라 우려했지만 내국인 관광객들이 그 빈 공간을 채워주었고, 말레이시아, 베트남 등 동남아 도시들과의 항공 노선을 확대하고 새로운 해외 관광시장을 개척하면서 제주 관광은 힘든 시기를 그래도 잘 극복하고 있는 것 같습니다.

이러한 어려움이 언제 정리가 되고, 새로운 기회를 맞을지 확인하기는 어렵지만 한국관광공사에 따르면 올해 중국인들의 한국 방문객 수는 사드 배치 전 수준으로 회복되고 있다고 합니다. 하지만 제주도는 항공 및 크루즈를 이용한 단체관광의 의존도가 워낙 높았고, 단체 관광에 대해서는 중국 정부의 확실한 태도 변화가 보이지 않고 있기 때문에 중국인 관광 특수가 회복된다는 느낌은 크지 않는 것 같습니다.

그 동안 제주관광의 위기를 우려했던 관광 전문가들은 중국인 관광객 감소에 따른 제주 관광의 어려움을 양적 관광에서 질적 관광으로 제주 관광의 체질을 개선하는 기회로 삼아야 한다는 점을 강조해 왔습니다. 그 과제로 저가 관광에서 고부가가치 관광으로의 상품개발, 관광과 지역산업과의 연계성 강화를 통한 지역 주민의 소득 증대, 그리고 시장 다변화를 위한 관광 환경 개선 등을 들 수 있을 것입니다. 이러한 과제들은 가만히 보면 말은 다른 것 같지만 결국 1,2,3차 산업이 융복합 되는 6차 산업에서 제주관광의 역할을 확대하는 중요한 실천 과제들이며, 미래 제주 관광의 지향점이 되어야 한다고 생각합니다.

오늘 추계 학술대회는 6차 산업 활성화를 위한 제주 관광의 역할에 대하여 기초연설 및 주제 발표가 이루어지고, 국내·외 관광현장에서 관광의 빛과 그림자들을 취재하고 올바른 방향을 제시해 왔던 관광 전문기자들의 패넬토론이 진행됩니다. 그리고 관광 현장에서 많은 고민을 하고 계신 도내 관광사업체 리더들과 전문가들의 토론을 통해 6차 산업 활성화에 따른 제주 관광의 체질 개선 방향을 공유하고자 합니다.

마지막으로 오늘 바쁘신 와중에도 제주 관광학회 추계 학술대회 기초연설을 해주시는 허향진 전 제주대학교 총장님 그리고 주제 발표를 해주시는 김화경, 양성수 교수님, 더불어 세미나 좌장 및 토론을 해주시는 모든 분들에게 진심으로 감사드립니다. 그리고 오늘의 추계 학술대회가 성공적으로 개최될 수 있도록 협조해 주신 제주특별자치도 관광정책과, 제주특별자치도 관광협회, 롯데면세점 제주점 관계자분들께도 이 자리를 빌려 감사의 뜻을 전합니다.

오늘의 만남이 6차 산업 활성화를 위한 제주 관광의 역할이 뚜렷하게 제시되는 소중한 시간이 되었으면 하며, 여러분의 뜨거운 관심과 성원이 끝까지 함께하기를 기대합니다. 감사합니다.

2019. 11. 8.

# 축 사

제주특별자치도지사  
원 희 룡



제주관광학회 2019 추계 학술대회 개최를 축하합니다.

뜻깊은 자리를 마련해주신 (사)제주관광학회 신왕근 회장님을 비롯한 관계자 여러분께 감사드립니다. 기조강연에 나서시는 허향진 전 제주대학교 총장님, 주제발표와 토론에 참여하시는 전문가 여러분께 고마운 말씀을 전합니다.

이번 학술대회의 주제는 '6차 산업 활성화를 위한 제주관광의 역할'입니다.

6차 산업은 지역자원을 활용해 제조·가공의 2차 산업과 관광 등의 3차 산업을 연계해 새로운 부가가치와 일자리를 창출하는 선순환 산업생태계를 조성합니다.

유네스코 생물권보전지역, 세계자연유산, 세계지질공원, 람사르습지 등 국제보호지역을 복합적으로 품은 곳은 지구촌에서 제주가 유일합니다.

세계가 인정한 청정자연과 다양한 특산 자원을 품고 있는 국제관광지 제주는 6차 산업의 최적지입니다.

제주만의 특화된 6차 산업을 통해 경쟁력을 높이고, 고부가가치 산업으로 발전시켜야 지속가능한 미래가 열릴 것입니다. 이번 학술대회에서 제주의 6차 산업을 활성화시키고, 제주관광이 한 단계 도약하는 실천적 방안들이 제시되길 기대합니다.

제주도정은 여러분과 함께 핵심가치인 청정자연의 바탕 위에 건강한 경제생태계를 구축하기 위해 온 힘을 기울이겠습니다.

다시 한 번 제주관광학회 2019 추계 학술대회 개최를 축하하며, 함께하신 모든 분의 건승을 기원합니다.

감사합니다.

2019. 11. 8.

## 축 사



제주특별자치도의회  
의장 김 태 석

존경하는 신왕근 회장님을 비롯한 제주관광학회 회원 여러분, 그리고 내빈 여러분!  
대단히 반갑습니다.

제주특별자치도의회 의장 김태석입니다.

오늘 제주관광의 희망길을 열기 위한 “2019 제주관광학회 추계학술대회”가 ‘6차산업 활성화를 위한 제주관광의 역할’을 주제로 열리게 된 것을 진심으로 축하드립니다.

아울러 관광과 관련한 최고의 지성으로서 세계관광 추세에 부응하는 제주관광을 만들기 위해 다양한 연구 활동을 펴고 계신 신왕근 회장님과 회원 여러분의 노고에 깊은 감사를 드립니다.

제주관광의 질적 향상에 대한 관심이 높습니다.

급격한 관광객 증가와 인구유입은 지역경제 활성화와 안정된 내수시장 형성이란 편익을 가져왔지만, 주차난과 교통난, 넘쳐나는 생활쓰레기와 난개발의 원인이 되어 제주의 독특한 경관을 망치고 있는 현실이기에 우려가 큼니다.

관광객들이 제주에 오는 이유는 제주의 환경적 가치가 품고 있는 여유로움과 쾌적함일 것입니다.

제주관광시장 다변화·차별화가 절실히 필요합니다. 이러한 때에 6차산업에 대한 관심으로 관광의 현상도 달라지고 있습니다.

새로운 길을 모색하며 대안을 찾는 오늘의 학술대회가 실질적인 도움이 될 수 있기를 바라며, 제주관광의 희망찬 미래가 제시되는 소중한 시간이 되기를 기원합니다.

감사합니다.

2019. 11. 8.

## 축 사

제주특별자치도관광협회  
회장 **부 동 석**



존경하는 제주관광학회 가족 및 내외빈 여러분, 반갑습니다.  
제주특별자치도관광협회 회장 부동석입니다.  
2019 제주관광학회 추계 학술대회가 열리게 되어 무척 기쁩니다.

금일 “6차 산업 활성화를 위한 제주관광의 역할”이라는 주제로 열리는 추계학술세미나의 소중한 자리를 마련해 주신 신왕근 관광학회 회장님을 비롯한 관계자 여러분께 감사의 말씀을 드립니다. 또한 기초 강연을 맡아서 좋은 말씀을 해주실 제주대학교 허향진 전 총장님과 주제발표 및 토론에 참여해주시는 전문가 여러분께도 고마운 마음을 전합니다.

6차산업은 농·어·산촌의 어메니티를 활용하여 다양한 체험 프로그램이 개발되고 운영되는 것을 말합니다. 제주지역은 다양한 1차 생산물과 유·무형의 자원을 보유한 지역으로 6차 산업화 성공 가능성이 그만큼 높다고 판단됩니다. 특히, 1,500만 명에 가까운 제주 방문객을 중심으로 지역별로 특화된 6차 산업을 발전시킬 필요성이 있습니다.

제주는 1차 산업인 농업이 살아야 관광도 살수가 있습니다. 이와 관련하여 관광과 연계된 농촌체험형 마을을 조성하기 위해 마을 특화사업을 지속적으로 진행하고 있는 것으로 알고 있습니다. 특히, 로컬푸드 체험 등은 반응이 좋은 것으로 나타나고 있습니다. 계속해서 마을 특화사업을 일회성 지원이 아닌 지속적인 운영과 관리가 가능한 여건을 만들어 주길 바랍니다. 저희 제주관광협회에서도 관련된 사업을 충실히 이행하여 제주가 6차 산업의 성공적인 모델이 될 수 있도록 최선의 노력을 기울여 나가겠습니다.

다시 한번 2019 제주관광학회 추계 학술대회 개최를 축하드리며, 오늘 제시된 여러 방안들이 실질적으로 제주관광정책에 반영될 수 있는 뜻깊은 자리가 되기를 바라며, 여러분 모두의 건강과 행복을 기원합니다.

감사합니다.

2019. 11. 8.





기  
조  
강  
연

## 제주관광의 현황과 대응방안

발표 : 허향진 - (전) 제주대학교 총장



기조강연

2019년 제주관광학회

# 제주관광의 현황과 대응방안

허 향 진 (전)제주대학교 총장

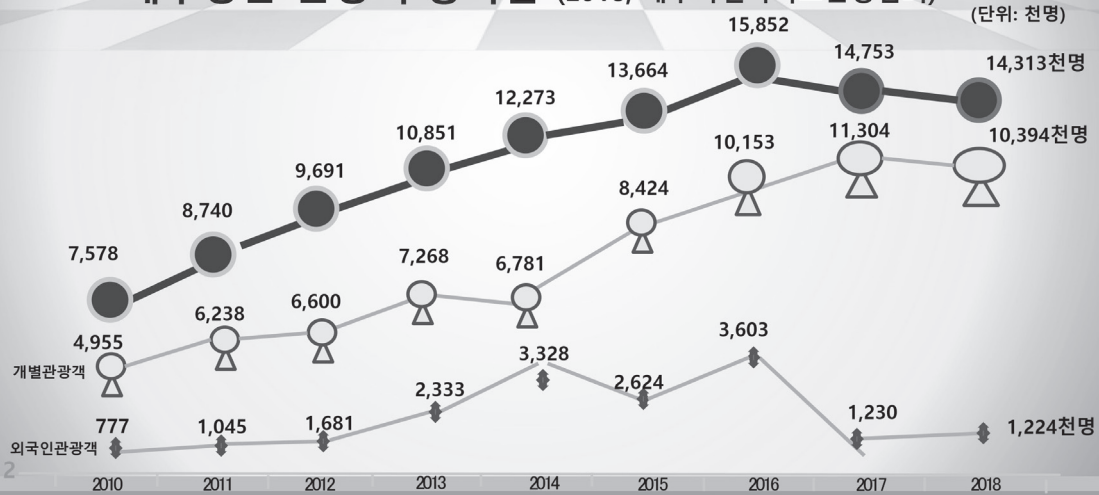
## 목 차

1. 제주관광의 현주소
2. 국내외 관광트렌드
3. 제주관광의 미래 대응방안
4. 맺음말

## 제주관광의 현주소

- 제주방문 관광객 1,500만명 시대를 맞아 개별관광객 지속 증가
  - '18년 관광객 수 : 14,313천명(개별관광객 10,394천명, 72.61%)
- 외부변인(사드, 질병, 사고 등)에 의해 안전한 관광수용태세 관심 증대
  - 사드(THAAD) 중국-제주 항공편 운항중단 또는 운항횟수 제한(중앙일보, 2017.3.9)

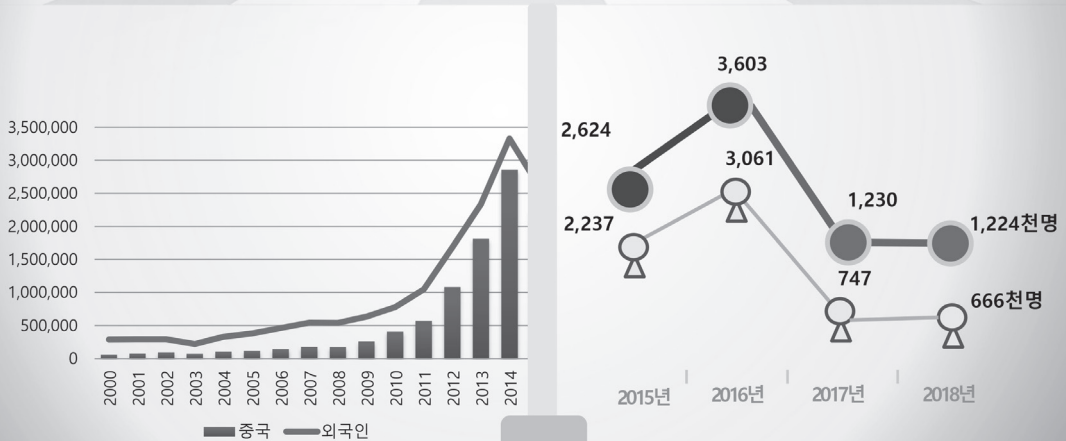
제주방문 관광객 증가율 (2018, 제주특별자치도관광협회)



## 제주관광의 현주소

- '18년 제주방문 외국 관광객 1,224천명(16년대비 -66%)로 감소 추세
  - 중국 관광객: 3,061천명(16년) -> 747천명(17년 -75.6%)
- 중국인 관광객 편중된 관광시장의 글로벌 시장 다변화가 시급
  - 제주관광 균형적 성장을 위해 다양한 국가별 관광객 유치 필요

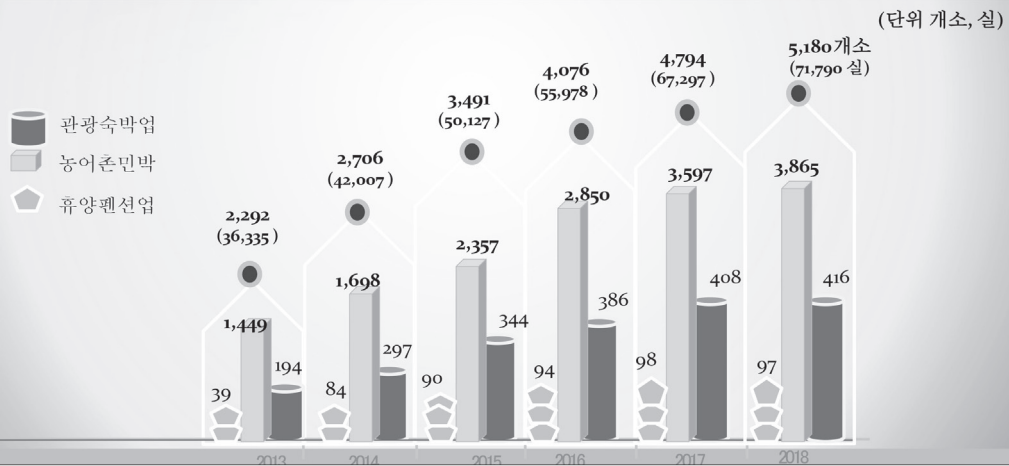
제주방문 외국 관광객 증가율 (2018, 제주특별자치도관광협회)



## 제주관광의 현주소

- '18년 도내 숙박시설 현황 5,180개소(71,790객실)로 증가 추세
  - 관광숙박업: '13년 194개(17,617객실) -> '18년 416개(32,195객실) 114% 증가
  - 휴양펜션업: '13년 39개(675객실) -> '18년 97개(857객실) 148% 증가
  - 농어촌민박: '13년 1,449개(5,610객실) -> '18년 3,865개(11,809객실) 166% 증가

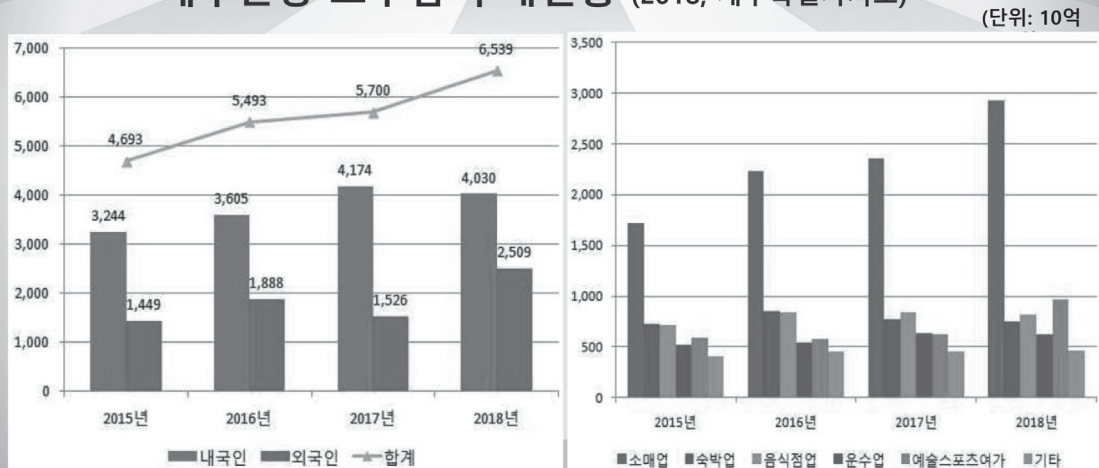
### 제주지역 관광숙박업 증가율 (2018, 제주특별자치도)



## 제주관광의 현주소

- '18년 제주관광 조수입 6조 5,390억원(잠정) 전년대비 증가
  - 총액: 5조 7,000억원(17년) -> 6조 5,390억원(18년 14.98% 증가)
  - 내국인: 4조 1,740억원(17년) -> 4조 300억원(18년 -3.44% 감소)
  - 외국인: 1조 5,260억원(17년) -> 2조 5,090억원(18년 64.41% 증가)

### 제주관광 조수입 추계현황 (2018, 제주특별자치도)

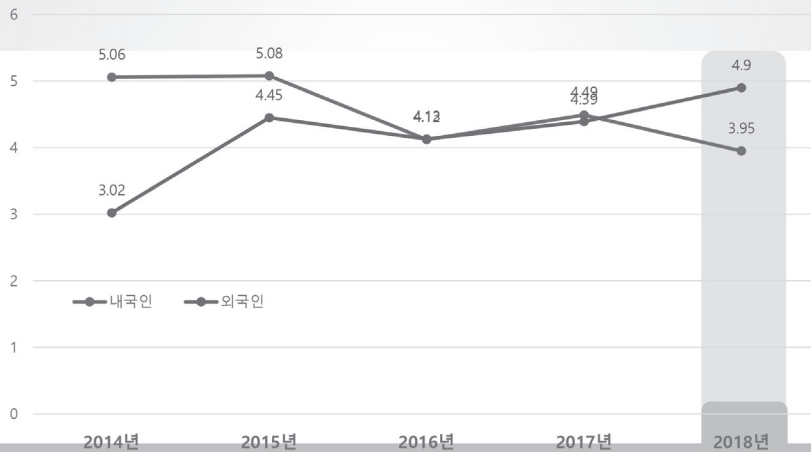


## 제주관광의 현주소

- '18년 제주방문 관광객 체류일수 평균 4.2일
  - 내국인 체류일수: 5.06일(14년) -> 3.95일(18년) 감소 추세
  - 외국인 체류일수: 3.02일(14년) -> 4.9일(18년) 증가 추세

제주방문 관광객 체류일수 (2018, 제주관광공사)

(단위: 일)



## 제주관광의 현주소

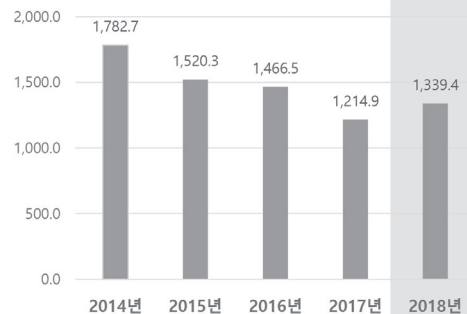
- '18년 관광객 1인당 평균 지출비용 51.1만원(내국인), 1,339\$(외국인)
  - 내국인 1인당 평균지출비용: 65.2만원(14년) -> 51.5만원(18년) 감소 추세
  - 외국인 1인당 평균지출비용: 1,782.7\$(14년) -> 1,339.4\$(18년) 감소 추세

제주방문 관광객 1인당 소비액 변화 (2018, 제주관광공사)

내국인 (단위: 만원)



외국인 (단위: 달러)



## 국내외 관광트렌드

2-1. 2019 세계관광 트렌드

2-2. 2018 한국관광 트렌드

2-3. 2019 한국관광 트렌드

2-4. 최근 10년간 제주관광산업의 흐름

## 2019 세계관광트렌드

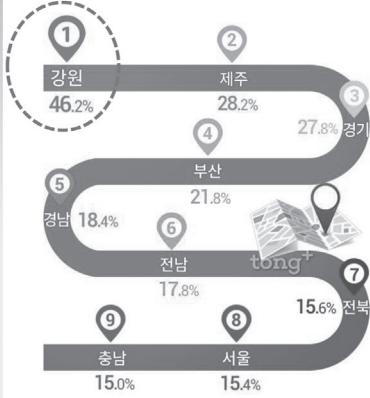
1. The Appren-trip (의미있는 여행)
2. Easy does it (쉽고 간편한 여행)
3. Watch this space – uncharted territories (미지의 세계에 대한 갈망)
4. Up close and personal (개인 맞춤형 여행)
5. Conscious travel (사회문제를 의식하는 여행)
6. Plastic not-so fantastic (에코 여행)
7. The experience curator (직접 체험하는 여행)
8. Maximizing the micro (짧지만 알찬 여행)



출처: 8 Travel Predictions for 2019, Booking.com,(전 세계 21,500명 대상 조사)

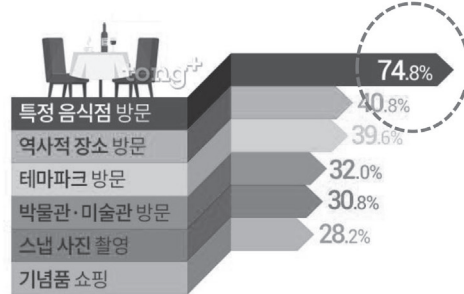
## 2018 한국관광 트렌드

Q 올해 가장 많이 방문한 국내 여행지는?



그래픽 tong+ 자료 오른서베이 대상 전국 성인 남녀 국내여행 경험자 500명/ 중복응답

Q 국내 여행지에서 주로 하는 활동은?



그래픽 tong+ 자료 오른서베이 대상 전국 성인 남녀 국내여행 경험자 500명/ 중복응답

- 2018년 내국인이 가장 많이 방문한 국내 여행지는 강원도
  - 2018년 2월 평창올림픽 특수와 KTX 강릉선, 제2영동고속도로로 개통으로 서울에서 2시간 이내로 동해안 방문 가능
- 2018년 여행의 대세는 '맛집 투어'
  - TV '먹방' 프로그램의 인기로 힘입어 '맛집투어'가 유행

## 2019 한국관광 트렌드



2019 국내여행 트렌드 전망



- 다세대 가족여행
- 레저 여행
- SNS 여행 콘텐츠
- 맛집 탐방(미식가 여행)
- 연중 여행
- 강원도여행

2019 국내여행 트렌드 키워드

**B R I D G E**

Break the Generation Gap | Recreational Activities | Influential Contents | Delicious Foods | Go Anytime | East Coast

"여행은 언제 어디로든 떠날 수 있도록 나와 연결되어 있는 모든 것!"

출처: 소셜 빅데이터로 살펴본 2019 국내여행 트렌드는 B.R.I.D.G.E., 한국관광공사 보도자료(2018.12.17)



## 최근 10년간 제주관광의 흐름



제주공항 수용능력 포화상태



메르스와 사드 등 외부요인에 취약

인바운드 저가 단체관광

중국에 편중된 인바운드 시장형태



쓰레기, 상하수도, 교통 혼잡 등 수용력 한계 문제  
관광사업체 공급과잉으로 경영의 어려움 및 종사원 복지 취약 등

## 제주관광의 미래대응방안

3-1. 4차산업 혁명과 관광일자리 창출

3-2. 온라인 개별관광객 시장분석

3-3. 고령층 관광활성화 방안

## 4차산업 혁명과 관광일자리 창출

### 지역관광 일자리 창출 단계별 특징

구분	일자리 창출분야	특징
관광 인프라 확충	관광관련 시설 건립 기반시설 등 SOC* 분야	시설 건립 등 초기단계에 집중적으로 일자리 수요 발생 일자리의 지속성은 낮음
관광서비스	교통, 숙박, 쇼핑, 음식 등 관광활동에 필요한 편의 서비스	관광사업체 단위로 일자리 수요 발생 일자리 창출 규모가 있으나 순증효과는 낮음
관광콘텐츠 기획 및 프로그램 운영	관광콘텐츠 발굴 및 기획, 프로그램 운영 관련 일자리	지역 밀착도가 높은 소규모 일자리 비즈니스 모델의 생명주기에 따라 일자리 지속성 확보

\*SOC (Social Overhead Capital) 자료 : 한국문화관광연구원 (2018)

## 4차산업 혁명과 관광일자리 창출

### 4차산업 혁명으로 인한 관광사업의 변화

구분	내용
공급자 측면	-디지털 플랫폼의 중요성이 강조되며 플랫폼 및 공유기반 신규 관광 비즈니스의 창출과 성장, 정보통신 기술 활용으로 인한 운영변화로 일자리 이동
관광객 측면	-초연결을 통해 오프라인과 온라인에서의 제한없는 경계로 관광상품 및 서비스 구매되며, 데이터 기반의 관광경험 증가, 관광 정보원천의 다양화
관광관련 기술측면	-관광객들의 의사소통, 구매, 여행하는 방식 등의 변화 -관광관련 기술: 와이파이 연결, 인공지능, 사물인터넷, 가상현실 및 증강현실, 웨어러블 기기, 음성인식 기술, 블록체인, 리뷰사이트, 통역서비스

자료: 한국문화관광연구원(2018)

● 제주관광의 현황과 대응방안 ●

4차산업 혁명의 기술과 관광산업 분야별 변화

구분	핵심기술	내용
여행업	가상 여행보조 서비스 제공	- 인공지능 기능을 탑재한 가상 컨시어지 모바일 여행사 Pana는 여행 옵션 및 효율적인 예약 방법으로 응답 - 향후 여행에 대한 가격알림, 자동 체크인 등의 추가 기능
	맞춤형 트립스앱 개발	- 200개가 넘는 관광목적지에 대한 가이드 및 개인별 구글 히스토리를 기반으로 레스토랑이나 행사지 등을 맞춤형으로 추천하는 구글 트립스 앱 개발
	챗봇 서비스	- 인공지능 기술을 활용한 챗봇 시스템의 웹사이트 구현으로 관광객 문의사항을 처리함
호텔업	VR 경험 객실 서비스	- 메리어트 호텔에서서는 객실 내 엔터테인먼트 옵션으로 VR 룸서비스 제공
	호텔용 IoT 전원 자동화	- CytexOne은 호텔시스템에 IoT 기술을 적용하여, 환기, 조명, 점유감지 및 엔터테인먼트, 미니바 등 서비스에 대한 진단 및 예측을 원격 모니터링에 의해 감시
	IoT 기반 플랫폼	- IoT 플랫폼 전문 기업과 사물인터넷(IoT)을 기반으로 하는 호텔 전용 플랫폼 '스마트 스테이(Smart Stay)' 공동 사업 추진
	인공지능 안내 서비스 로봇	- BM과 제휴해 미국 전역에 있는 호텔 체인에 인공지능을 갖춘 고객 안내 서비스 로봇 도입 추진
	인공지능 로봇	- Henn-Na Hotel은 인공지능 로봇을 직원으로 배치 - 기능성 드로이드를 호텔에 배치 수하물, 로커 운반 및 룸서비스 제공
유원시설업	VR 테마파크	- 중국 구이양에 VR 및 기타 기술을 활용한 테마파크를 개장하여 과학기반 VR 경험을 제공
	웨어러블 기기	- 디즈니는 웨어러블 기기인 매직밴드로 디즈니 호텔 체크인, 어트랙션 체크인, 음식 및 상품구입비 청구
카지노	로봇 딜러	- 여성 카지노 딜러 대신 카드의 용량을 제한하는 로봇 딜러 배치, 향후 인공지능 로봇 딜러 개발 발표
항공업	개인 맞춤형 데이터 허브	- Qantas 항공은 고객 데이터 플랫폼 기업인 Umbel과 협력을 통해 개인맞춤형 데이터 허브 구축
	안내 로봇	- 네덜란드 항공사 KLM은 암스테르담 공항에서 환승 승객을 게이트로 이동시키는 업무를 지원하는 로봇 가이드 배치
	3D 프린팅 기술	- 에어버스는 틀링, 프로토타입 제작, 항공기 부품 제작에 3D 프린팅 기술 적용
	IoT 이용 수화를 추적	- IoT 이용한 앱의 모바일 탑승권 링크를 통한 수화물 추적
	블록체인기반 로열티 프로그램	- 싱가포르 항공사는 블록체인 cryptocurrency기반의 로열티 프로그램을 위해 디지털 지갑 앱 출시 예정

4차산업 혁명과 관광일자리 창출

핵심 기술 우선순위

우선순위	1위	2위	3위	4위	5위	6위	7위	8위	9위
핵심 기술	빅 데이터	가상 현실 및 증강 현실	사물 인터넷	인공 지능	와이파이 연결	블록 체인	음성 인식 기술	웨어러블 기기	자율 주행 자동차



## 4차산업 혁명과 관광일자리 창출

### 주요 기업의 일자리 창출 사례

기업	구분	내용
우버 (Uber)	관광 핵심 서비스 (관광운수)	- 공유 차량 서비스 - 설립연도 / 매출액 : 2008년 / (2017) 111억 달러 - 고용 : (2008) 2명 -> (2017) 9,382명
에어비앤비 (Airbnb)	관광 핵심 서비스 (관광숙박 중개)	- 단기 숙박 임대 등 숙박 공유 서비스 - 설립연도 / 매출액 : 2008년 / (2017) 26억 달러 - 미국내 고용 : (2008) 3명 -> (2017) 2,379명 - 전세계 일자리 창출 : (2017) 730,000
옐프 (Yelp)	관광 연계 서비스 (관광편의시설 중개)	- 관광 음식점의 평가 및 배달 서비스, 지역 비즈니스 중개 서비스 - 설립연도 / 매출액 : 2004년 / (2017) 2억 1,800만 달러 - 고용 : (2012) 1,387명 -> (2016) 4,252명
익스피디아 (Expedia)	관광 핵심 서비스 (관광숙박 중개)	- 글로벌 온라인 여행사(OTA)로 숙박 예약 사이트 - 설립연도 / 매출액 : 1996년 / (2017) 100억달러 - 고용 : (2006) 6,500명 -> (2017) 22,615명
부킹 홀딩스 (Booking Holdings)	관광 핵심 서비스 (관광통합사이트)	- 기존 프라이스라인 그룹으로 메타서치 엔진을 기반으로 한 여행 사이트인 부킹닷컴, 프라이스라인닷컴, 아고다닷컴, 오픈테이블 등을 소유 - 설립연도 / 매출액 : 1997년 / (2017) 127억 달러 - 고용 : (2012) 5,000명 -> (2017) 22,900명
씨벤티 (Cvent)	관광 핵심 서비스 (국제회의업)	- 클라우드 기반 국제회의업 관련 서비스 제공 - 설립연도 : 1999년 - 고용 : (2012) 1,450명 -> (2018) 3,600명

## 온라인 개별관광상품 시장분석

온라인 방한 개별관광상품 시장 활성화를 위한 정책과제

구분	세부 내용
공공부문 온라인 관광플랫폼 역할 정립 및 개선	- 공공부문 온라인 관광플랫폼 역할 정립의 기본방향 설정 - 공공부문 온라인 관광플랫폼 역할 정립에 따른 개선 - 공공부문 온라인 관광플랫폼의 이용 제고를 위한 홍보 강화
지역 방문 개별관광 상품 개발 활성화	- 지역별 특색 있는 관광콘텐츠의 적극 발굴 및 홍보 강화 - 지역 방문 촉진을 위한 개별관광상품 개발 지원 - 개별관광 목적지로서 지역에 대한 인지도 제고
개별관광상품 시장 활성화를 위한 산업 기반 강화	- 지역단위 창업 지원 등 관광 공급업체 육성 - 관광플랫폼 육성을 위한 제도적 규제 완화
관련 주체들 간 정보 공유 및 협력 강화	- 개별관광 부문 중앙정부-지자체 간 정책협력 네트워크 구축 - 개별관광상품 시장 활성화를 위한 민-관 협력체계 구축 - 지역 방문 개별관광상품 육성을 위한 지역관광의 조직적 역량 강화

## 온라인 개별관광상품 시장분석

주요 시장별 외국인 한국여행 유형

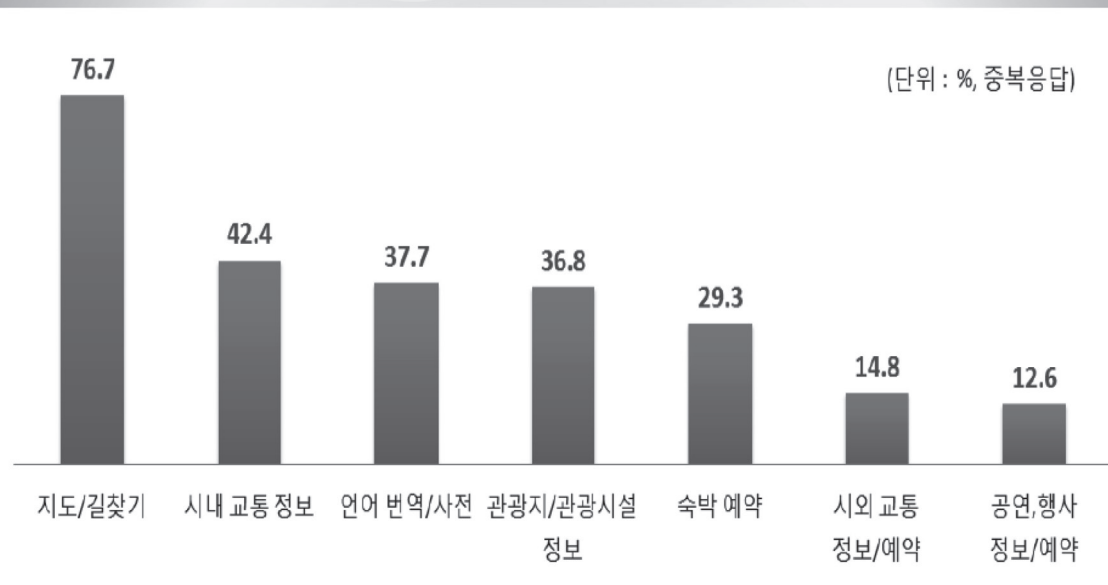
(단

구분	2011			2016			2017		
	개별여행	단체여행	Air-tel	개별여행	단체여행	Air-tel	개별여행	단체여행	Air-tel
전체	65.0	26.5	8.5	67.4	25.0	7.6	82.8	11.6	5.6
일본	56.6	2.5	20.0	62.6	9.7	27.7	66.0	9.1	24.9
중국	61.8	36.1	2.1	56.6	37.4	5.9	91.7	6.9	1.4
홍콩	51.0	46.5	2.5	88.7	5.9	5.4	89.4	8.8	1.7
싱가포르	66.2	33.0	0.7	91.8	5.9	2.3	90.8	8.7	0.5
대만	24.7	73.4	2.0	47.2	50.3	2.5	54.3	44.3	1.4
태국	13.6	85.5	0.9	63.6	35.6	0.8	71.9	27.0	1.1
말레이시아	62.8	36.0	1.2	83.0	15.6	1.3	74.3	25.4	0.2
호주	94.3	4.5	1.2	96.0	2.9	1.2	94.8	3.3	1.8
미국	97.8	2.1	0.1	98.5	0.9	0.6	99.0	0.5	0.5
캐나다	95.1	1.9	3.0	96.3	2.4	1.4	96.8	27.	0.5
영국	98.1	1.6	0.4	99.4	0.0	0.6	98.6	0.5	0.8
독일	96.8	2.6	0.6	98.3	1.7	0.0	96.6	3.4	0.0
프랑스	93.4	2.4	4.2	97.8	1.4	0.8	96.3	2.4	1.3
러시아	97.7	2.1	0.2	98.1	1.9	0.0	96.8	2.7	0.4
중동	95.8	4.0	0.3	98.6	1.1	0.3	98.9	1.1	0.0
인도	94.6	5.2	0.2	97.8	1.5	0.6	97.7	1.3	1.0

자료:문화체육관광부,2011/2016/2017외래관광객실태조사

## 온라인 개별관광상품 시장분석

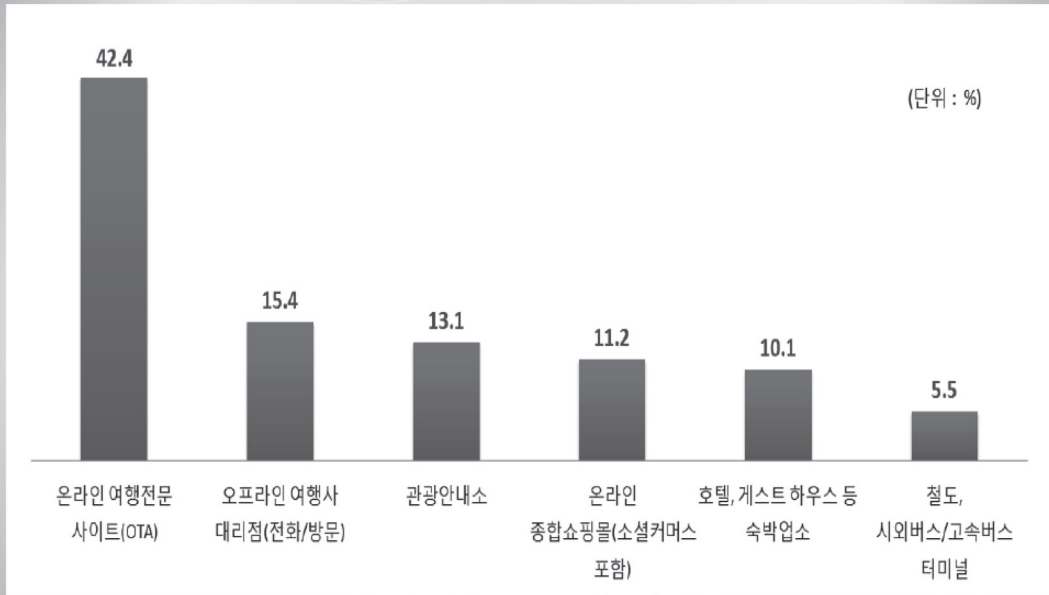
한국 자유여행 시 사용 관광 앱



자료: 한국문화관광연구원(2018).

## 온라인 개별관광상품 시장분석

### 한국 자유여행 시 선택관광 주요 예약처



자료: 한국관광공사의 방한 개별관광객 여행수요 관련 기초조사(2018).

## 고령층 관광활성화 방안

### 주요 국가별 고령 관광동기

연구자	대상지역	고령관광객 동기
Horneman et al. (2002)	호주	- 건강 - 가족, 친구들과 함께 하기 - 가고 싶었던 지역 방문 - 여가시간 활용
Acevedo (2003)	브라질	- 새로운 경험/체험 - 휴식과 휴양 - 일상생활로부터의 탈출 - 다른 사람들과의 상호작용
Hossain et al. (2003)	호주	- 휴가 - 가족 방문
Lee & Tideswell (2005)	한국	- 자연경관 감상

자료: 한국문화관광연구원(2018)

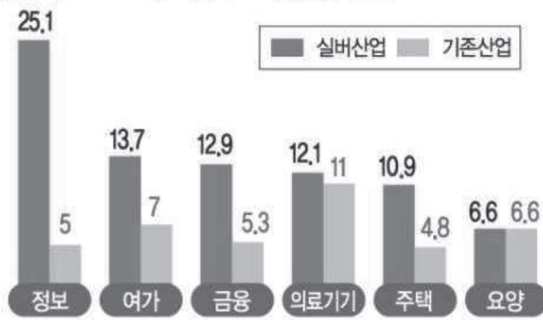
## 고령층 관광활성화 방안

### 실버층의 소비 전망

#### 실버산업 성장률 전망

##### 실버산업 연평균 성장률 전망

(단위: %, 2010~2020년 기준, 자료: 대한 상공회의소)

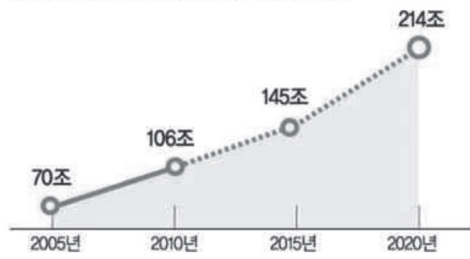


자료: 대한 상공회의소 자료 재인용

#### 60대 이상 소비 전망

##### 60세 이상 소비 금액 변화 및 전망

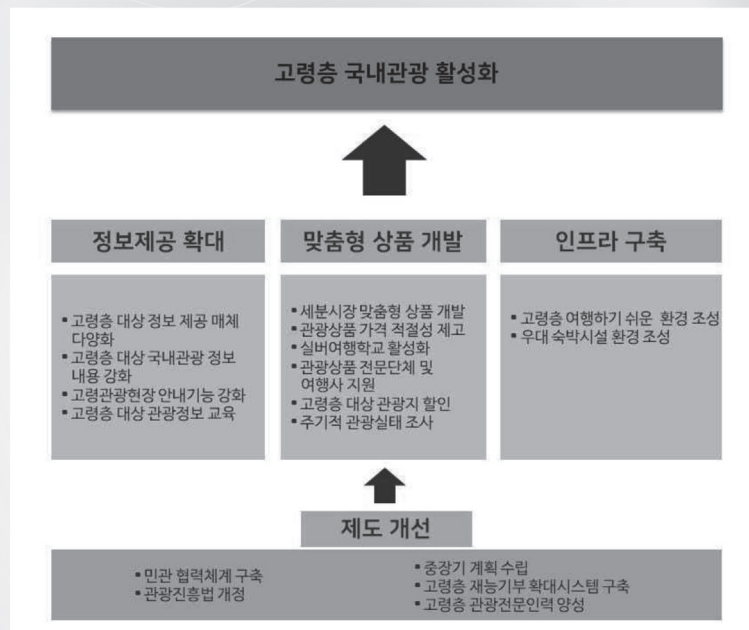
(단위: 원, 2015-2020년은 전망치, 자료: 통계청 SK(증권))



자료: 통계청 자료 재인용

## 고령층 관광활성화 방안

### 고령층 국내관광 활성화



자료: 한국문화관광연구원(2018)

## 고령층 관광활성화 방안

### 고령층 관광의 정책 대상 및 정책목표, 세부 방향

정책범위	주요정책대상	세부정책대상	세부방향
정보	고소득집단의 온라인 정보 강화, 저소득 집단의 노인전문기관 통한 정보 제공	(건강 & 고소득)	인터넷여행상품 등 맞춤형 온라인 여행정보 제공
		(건강 & 저소득)	노인복지관, 사회복지사 통해 정보 제공
		(비건강 & 고소득)	인터넷여행상품 등 맞춤형 온라인 여행정보 제공
		(비건강 & 저소득)	여행정보 제공
인프라	건강집단의 스마트관광환경 조성, 비건강집단의 무장애환경 조성	(건강 & 고소득)	자연, 음식 등 스마트폰 체험존 조성
		(건강 & 저소득)	자연, 음식 등 스마트폰 체험존 조성
		(비건강 & 고소득)	무장애 환경 조성(인력거지원, 관광지내 벤치설치)
		(비건강 & 저소득)	무장애 환경 조성(인력거지원, 관광지내 벤치설치)
상품	집단특성에 따른 맞춤형 상품 개발	(건강 & 고소득)	휴양형 상품 중심으로 개발
		(건강 & 저소득)	문화예술향유형 상품 중심으로 개발, 관광지 할인
		(비건강 & 고소득)	치유여행 상품 중심으로 개발
		(비건강 & 저소득)	관광지 할인
제도	고소득 집단의 재능기부, 저소득 집단의 복지관광	(건강 & 고소득)	고령층 재능기부 확대
		(건강 & 저소득)	문화누리카드 확대 등 복지관광 지원 정책
		(비건강 & 고소득)	전담가이드(여행인솔자)제도 등 전문인력 양성
		(비건강 & 저소득)	문화누리카드 확대 등 복지관광 지원 정책

## 맺음말

- ① 매력물(Attraction)
- ② 교통(Transportation)
- ③ 숙박(Accommodation)
- ④ 여행업(Intermediaries)
- ⑤ 엔터테인먼트(Entertainment)
- ⑥ 조직/기구(Organisation)





**1부  
주제발표 1**

## **6차산업과 연계한 제주 MICE 산업 발전 방향**

발표 : **김화경** - 제주국제대학교 교수



2019년도 제주관광학회 추계학술대회

# 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

제주국제대학교 김화경 교수



2019. 11. 8

## Contents

I. MICE 산업

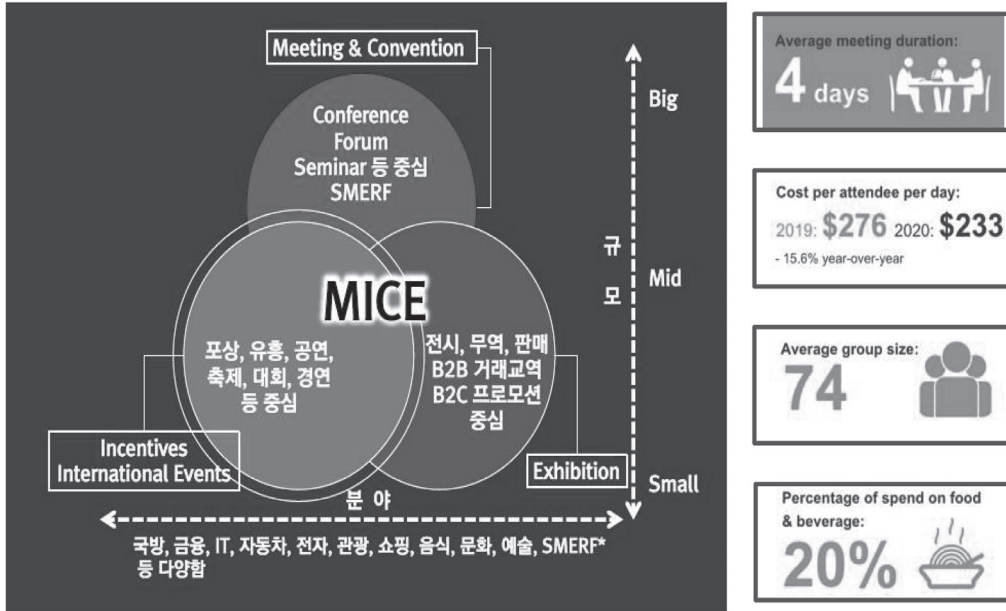
II. 6차 산업과 MICE 산업

III. 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

2

I. MICE 산업

■ MICE 산업은 종합 "Business Events"



\*출처 : 한국관광공사 "KOREA MICE Industry Outlook 2019 and Beyond" & "www.traveldailymedia.com"

I. MICE 산업

■ MICE 산업의 경제효과

- 2017년 MICE 글로벌시장 직접생산효과 1370조원 vs 국내 11조7천억원(세계14위)  
GDP 기여도 세계 726조원 vs 국내 8조 1천억원
- 국제회의 시장 향후 5년간 35% 성장 예측
- 국가 차원 적극적인 정책변경과 산업개발 육성과 지원
- 북미/유럽 유치 감소 대비 개발도상국의 빠른 성장과 아시아시장 확대로 지역 유치경쟁 치열
- 고부가가치 시장의 성장으로 인프라 대형화 및 복합화
- 특정분야, 전문주제 MICE 개최수요 증가 및 참석인당 평균 지출액 증가(글로벌 기준 1인당 82만원)

〈표〉 세계 MICE산업의 경제적 효과 및 가치

구분	주요 지표	결과
Direct Impacts	Direct spending (billions US\$)	\$1,071.2
	Direct GDP (billions US\$)	\$621.4
	Direct jobs (000s)	10,308
	Total Participants (millions)	1520.7
	Average spend per participants	\$704
Total Impacts	Total out impact (billions US\$)	\$2,526.7
	Total GDP impact (billions US\$)	\$1,495.7
	Total job impact (000s)	25,921

\* Source: EIC, Global Economic Significance of Business Events, 2018.

\*출처 : EIC (2018.11), Global Economics Significance of Business Events

## I. MICE 산업

### ■ 글로벌 MICE 동향

#### 경쟁심화

- 중국인센티브 시장에 대한 인근국가 및 미주, 유럽과의 경쟁 심화
- 북미, 유럽 회의 개최 비중 감소, 신흥시장 회의 개최 비중 지속 증가로 인한 기회 확대와 경쟁 심화



#### 융·복합

- MICE와 지역브랜드와의 연계
- 지역의 Contents를 상품화하여 지역 마케팅, 브랜드 확산에 활용
  - 관광, 음식, 문화(음악, 공연) 체험
- Incentive Tour 증가에 따른 기존 여행산업의 MICE산업 영역확대

#### 규모 확대

- MICE 산업 인프라 대형화, 복합화
- 산업의 세분화, 전문화 추세에 따른 특정분야의 전문적 주제를 다루는 중소회의 (50~500명) 개최수요 비약적 증가
- 참석자 1인당 평균 지출액 증가

※ 중국은 전시 면적 40만㎡의 상하이 국립 전시 컨벤션센터를 포함, 초대형 전시 컨벤션 시설 확충, 2017년 현재 세계 2위(575만㎡) 서울 역시 참실에 국제교류복합지구 민자사업(12만㎡) 추진 중. MICE 산업을 국가 및 시 정부 차원에서 적극 육성 중

\*출처 : Global Business Travel Association

5

## I. MICE 산업

### ■ MICE 산업에 대한 국가별 관심 고조

<p>싱가포르</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 디자인, 헬스케어 &amp; 바이오의학 등 10대 중점 MICE 유치분야 선정</li> <li>• 싱가포르 컨벤션뷰로 2년간('16~'17) 2천만불 이상 합작 투자</li> <li>• Resort World Sentosa와 Marina Bay Sands 조성(2010년)</li> </ul>
<p>일본</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MICE 분야 지원계획 발표(2015년)</li> <li>- MICE 개최 도시 지원 및 글로벌 MICE 강화 도시 선정</li> <li>- 과학·기술·의학 관련 국제회의 집중 유치</li> </ul>
<p>호주</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MICE 유치 시 집중육성 산업과 연관사업 우선 지원</li> <li>• 전역에서 컨벤션센터 인프라 확충(2015년)</li> <li>- Adelaide Convention Centre, ICC Sydney, MCEC 등</li> </ul>
<p>태국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경제회복 4대 주요산업, MICE 태국'16~'20년 성장 로드맵 발표</li> <li>• TCEB(Thailand Convention and Exhibition) 주요 시장 각국 교육기관과 MOU 체결(독일, 일본, 미국, 호주, 중국 등)</li> </ul>

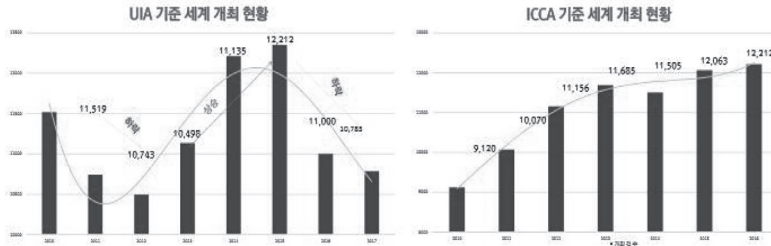
\*출처 : 문화체육관광부 "MICE 산업 발전방안"(2017)"

6

I. MICE 산업

■ 국제회의 등 MICE 산업 역할 증대

- 2015년 이후 UIA 기준 국제회의 개최 감소 추세, 한국 3년 연속 세계 1위, 세계시장 점유율 12.6%
- ICCA 기준의 협회 회의 2010년 이후 증가 추세, 한국 13위, 세계 시장 점유율 2.2%



국가별 독자 노선과 경제 불확실성, 그리고 사회 양극화의 확대로 이해관계자 간의 소통과 교류를 촉진하는 MICE 산업의 역할 증대 추세

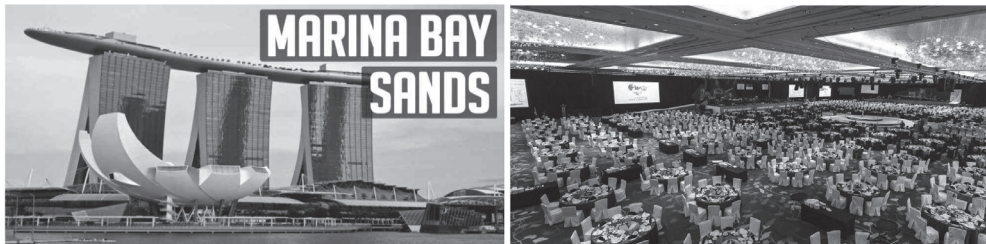
\*출처 : 한국관광공사 "KOREA MICE Industry Outlook 2019 and Beyond"

I. MICE 산업

■ 글로벌 사례(Integrated Resort, 복합 리조트)

싱가포르 : 마리나 베이 샌즈(Marina Bay Sands)

- 2010년 미국 샌지 그룹 6조원 투자, 개발 대형 복합 리조트 (호텔, 카지노, 컨벤션, 쇼핑몰, 공원 등)
- 컨벤션 중심의 사업형 리조트 (컨벤션센터 45,000명 인원 수용), 컨벤션 유치 연 2500건에 100만명 유치
- 관광객 57% 증가: 970만명(2009)→1,520만명(2016), 관광수입 64% 증가 : 11조원(2009)→18조원(2016)
- 지역기업(90%)을 통한 물품구매 2조4천억원(6년), 4만개 일자리 창출 등 GDP 1.25% 기여
- 작은 도시국가, 관광자원 부족, 높은 물가의 한계 극복 → 유관기관 '원스톱 시스템', 탁월한 스토리텔링 능력



I. MICE 산업

■ 글로벌 사례(복합화)

호주 : 시드니 MICE 복합단지 "ICC Sydney"

- 시드니를 대표하는 통합 컨벤션, 전시 및 행사복합단지, 15억 달러 규모
- Bayside, Darling Central, Haymarket 등 3개 구역 지역별 특성화 개발
- 환경, 사회, 경제적 지속가능성 실현 : 태양열, 재활용, 주민 의견 반영하는 협의체 운영, 성공적인 도시재생
- 연간 2억 달러 이상의 경제적 파급효과 창출 기대, 5000여명 이상 고용창출 효과

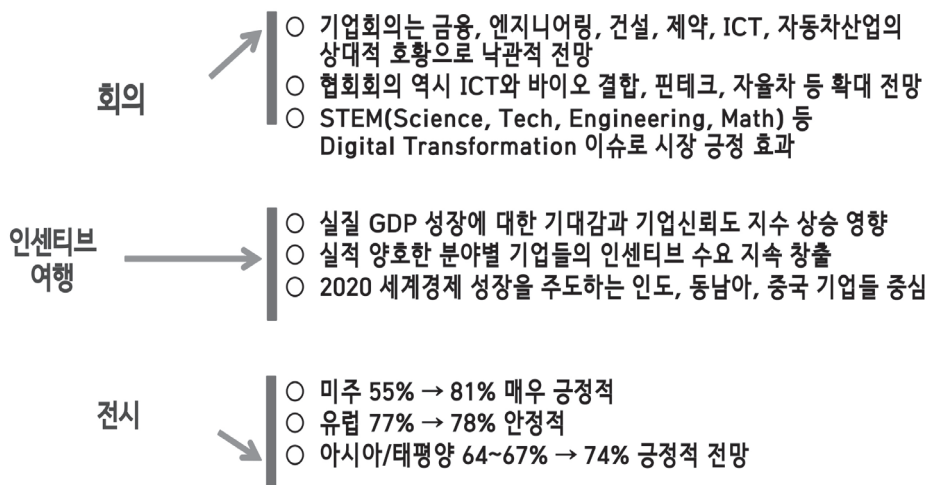


9

I. MICE 산업

■ MICE 산업 전망

- MICE 산업은 분야별로 전망이 밝음



\*출처 : 한국관광공사 "KOREA MICE Industry Outlook 2019 and Beyond"

10

I. MICE 산업

■ 제주 MICE 산업

- 제주 MICE 경쟁력은 2017년 기준 세계 15위, 아시아 6위, 국내 3위
- 2018년 글로벌 대형 MICE 포함 178건 유치 → 170건 목표 대비 초과 달성
- 최근 3년간 국제회의의 규모별 분석을 보면 100명 미만 소규모 국제회의의 증가로 경제적 효과 감소
- 제주관광 질적 성장의 핵심 역할을 하는 MICE 산업 특성 고려, 하드웨어와 소프트웨어 조화로운 성장 필요



구분	경제적효과(억원)		참가자수(명)		
	직접생산효과	경제파급효과	내국인	외국인	계
2015	2,076	3,752	49,216	32,78	82,001
2016	2,015	3,642	40,973	35,580	76,553
2017	2,263	4,091	54,429	35,320	89,749
2018	1,899	3,432	45,253	29,858	75,111

\*출처 : 제주특별자치도(2019)

I. MICE 산업

■ 제주 전시 인증 현황(2015~2019년)

연도	전시회명	전시면적 (㎡)	참가업체 (개사)			참관인원 (명)			인증 여부
			국내	해외	합계	국내	해외	합계	
2015	제주국제감귤박람회	21,780	87	19	212	10,186	1,266	11,452	국제인증
	제주천연향장산업대전	3,627	69	41	212	9,054	1,238	10,292	국제인증
2016	국제전기자동차엑스포	8,897	65	12	77	11,569	369	11,938	국제인증
	제주국제감귤박람회	6,761	69	50	229	8,085	651	8,736	국제인증
2017	제주 홀口테이블 Fair	2,395	73	0	73	6,595	22	6,617	인증
	제주천연화장품&Beauty박람회	2,503	54	2	56	1,611	53	1,664	인증
	제주국제감귤박람회	3,660	84	0	84	52,565	0	52,565	인증
2018	호텔쇼 in 제주	2,503	63	20	83	1,440	18	1,458	인증
	국제전기자동차엑스포	11,000	72	11	83	12,714	381	13,095	국제인증
	더골프쇼 in 제주	2,395	59	6	65	5,303	0	5,303	인증
	제주국제감귤박람회	8,639	116	15	131	57,179	0	57,179	국제인증
2019	제주카페스타	2,395	94	5	99	9,711	0	9,711	인증
	국제핸드메이드페어 in 제주	2,395	76	5	81	4,480	36	4,516	인증
	제주경향하우징페어	3,121	102	0	102	12,936	48	12,984	인증
	국제전기자동차엑스포	11,000	74	10	84	6,751	328	7,079	국제인증
	웨딩페스타	1,029	35	1	36	3,680	0	3,680	인증
	6차산업제주국제박람회	2,923						2,154	검증중
	제주국제감귤박람회								검증예정

\*출처 : 한국 전시산업 진흥회



## I. MICE 산업

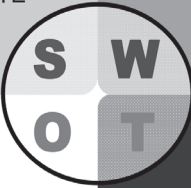
### ■ 제주 MICE 산업 경쟁력 분석

- 자연환경과 다양한 관광지, 여행과 관광의 공존
- 쾌적한 개최 환경 및 180개국 무비자 입국
- 독특한 문화적 매력
- 레포츠, 웰빙, 헬스케어, 카지노 등 각종 위락시설

#### Strength

- 전문 서비스 제공 및 인력 양성 프로그램 미흡
- 유관산업 연계 미흡
- 접근 수단 제약과 국제 항공노선 부족
- 전시장 및 전시산업 기반 부족

#### Weakness



- 글로벌 Wellbeing 여행지로 기대감 상승
- 중저가 항공사의 국내외 노선 증대
- 일본과의 경제 이슈로 대체 수요 증가
- 한류, K-Beauty 등 국가 인지도 향상

#### Opportunity

- 타 MICE 도시들의 성장 가속화(다자간 경쟁구도)
- 섬 특성상 기상변화(악천우, 이상기류 등)
- 환경문제와 부정적인 미디어 이슈에 대한 대응 미흡

#### Threat

13

## II. 6차 산업과 MICE 산업

### 위기의 제주 농어촌 산업!

"WTO 농업 개도국 지위 포기, 제주농업 큰 타격 우려"

**가을장마에 태풍 제주 농업현장 초토화 ... "참담"**

"움직이면 손해" 제주 1차 산업 '살 떨리는' 가을 난다

제주농가, 양배추 첫 자체 폐기 ... '눈물겨운 자구책'

제주 월동무 농가 "2018년산 월동무 7000톤 폐기"

제주도, 광어 '산지폐기' 35억원 이어 또 14억원 투입

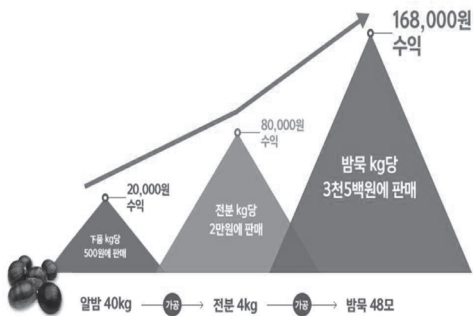
\*출처 : 제주 MBC, 제이누리, 제민일보, 농촌신문, 한국농어민신문, 제주소리

14

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 6차 산업

- 농촌의 무형 자원을 활용한 제조·가공의 2차 산업과, 관광·체험 등의 서비스 3차 산업의 융복합
- 새로운 부가가치와 지역의 일자리 창출을 통해 지역경제 활성화를 촉진
- 용어 자체는 1994년 일본 거품경제 속에서 유래되었지만 6차 산업은 글로벌 트렌드



일본

- 2011년 농림어업 활성화 전략 차원에서 6차 산업 지원
- 2020년 시장규모 10조엔(100조원) 목표
- 산교농원, 모쿠모쿠 팜, 히라타관농원 등 다수 성공사례

미국

- 제조업과 농업 부활을 통한 경제활성화 정책
- 최첨단 기술의 활용과 지역 허브 구상
- 나파밸리 와이너리, Farmer Dave's 직거래 농장 등

독일

- 농촌경영 다각화를 위한 농촌관광 확대
- 독일농민연맹과 독일농업협회 인증마크로 고객만족
- 슈베비쉬탈농장, 베룩호프 염소농장, 도텐벨더호프 등

\*출처 : 농림축산식품부 "농업농촌 6차 산업 혁신모델" & 제주농업농촌 6차 산업화 지원센터

15

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 글로벌 사례(6차 산업)

#### 프랑스 : 망통(Menton) 레몬 페스티벌

- 1929년 레몬을 이용한 전시회 처음 개최, 1934년 세계적 특산물 축제 명성 획득
- 지역 특산물 활용한 세계적인 축제장소로의 변신과 수익 산업화
- 인구 3만의 소도시, 축제기간 중 약 40만명 관광객 방문, 지역경제파급 효과 400억원 규모
- 성공요인 : 지역특산물 활용, 시정부의 적극 지원, 창의적인 아이디어, 관광상품화 성공



16

II . 6차 산업과 MICE 산업

■ 글로벌 사례(6차 산업)

일본 : 오무라 유메팍 슈슈

- 농업과 관광의 교류, 지역활성화, 지역공동체 활용, 마을활성화



■오무라 유메팍 슈슈의 성공 노하우 3

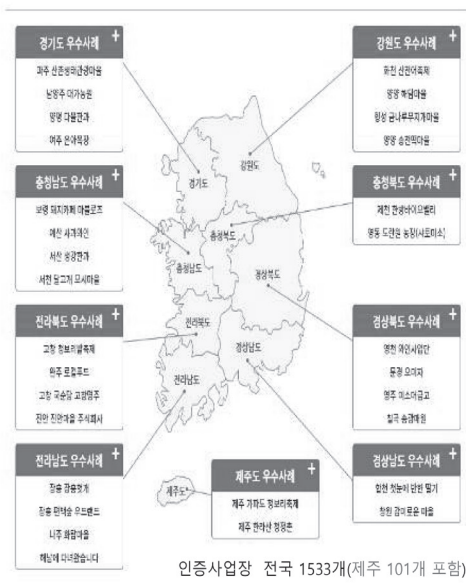
1. 농산물 직판 시스템 도입
2. 지역 산물을 활용한 상품 개발
3. 농원과 연계한 체험 프로그램 운영



\*출처 : <http://farmingplusjeju.com>

II . 6차 산업과 MICE 산업

■ 국내 사례(6차 산업)



	1차 중심형	2차 중심형	3차 중심형
농가	·경기 은이목장 ·강원 횡성어던양병원 ·전남 보성 우리원 농장	·제주 한라산 청명원 ·전남 해남에 다녀왔습니다 ·경기 양평 다들만다	·경기 남양주 대가농원 ·충북 영동 사토미소
마을	·강원 화천 토고미마을 ·강원 정원 감이로문마을 ·경기 파주 산촌생태관광마을	·충남 서천 달고개모시마을 ·전북 임실 치즈마을 ·강원 송천 쪽마을 ·전북 진안 와룡마을	·강원 횡성 금나루무지개 마을 ·전남 나주 화림마을 ·강원 양양 해담마을
법인	·경북 칠곡 송강마을	·경남 함천천에 변한들기 ·경북 영주 미스여고교 ·충남 서산 생강원과	·충남 예산 사과외인 ·충남 보령 패지마을로즈 ·전북 진안마을 주식회사
지역 (지자체)	·경북 문경 오미자 ·전북 고창 북분자 ·경북 영천 포도외인 ·전남 장흥 민백술 우드랜드	·전남 장흥 흥계 ·제천 한방 바이오밸리	·강원 화천 선천어축제 ·전북 원주 로컬푸드 ·전북 고창 청보리밭 축제 ·제주 가파도 청보리축제

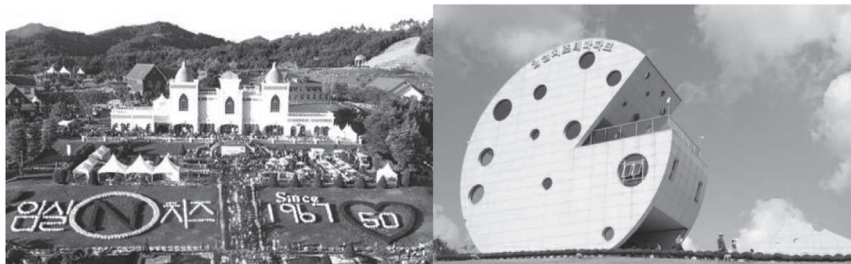
\*출처 : [www.6차 산업.com](http://www.6차 산업.com)

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 국내 사례(6차 산업)

#### 임실N치즈 축제

- 1967년 벨기에 신부가 시작, 2018년 4년 연속 대한민국 대표 축제브랜드 선정
- 다채로운 공연, 인형극, 치즈요리 경영대회, 낙농체험, 잔디썰매 등
- 2011년 최초 개방 시 방문객 4만명 → 2017년 400만명, 지역경제 파급효과 400억원
- 성공요인 : 주민들 자발적·주체적 참여, 지속가능 발전체계(차별화된 관광프로그램), 수익금 합리적 배분과 활용

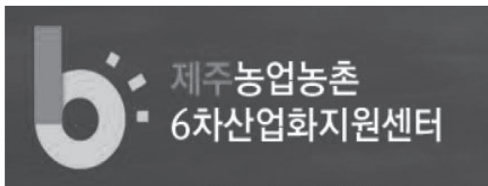


\*출처 : 임실 치즈 마을 지역관광 특화산업을 통한 일자리 창출 증대 효과에 관한 연구(2019년)

19

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 국내 사례(6차 산업)



- 2014년 설립, 제주 농어촌의 6차 산업화 사업 수행
- 농업의 6차 산업화 확산을 통한 미래성장산업으로 육성
- 우수경영체를 6차 산업화 확산 주체로 육성:  
101개 6차 산업 인증 사업자 선정 및  
인증사업자 매출액 매년 8% 이상 증가

행복한 젖소 그리고  
수제치즈와 요구르트를 만나는 곳  
아침미소목장



\*출처 : 제주농업농촌 6차 산업화 지원센터 홈페이지

20

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 국내 사례(6차 산업)

#### 가파도 청보리축제

- 2009년 1회 축제 시 1100명 → 현재 11만명 방문

- 성공요인 : 명확한 수익모델, 모든 주민 참여, 리더십과 공동체 정신, 섬 전체의 관광상품화



\*출처 : www.6차 산업.com

21

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 국내와 일본 사례 비교(6차 산업)



친환경방식 돼지사육 농장



G7 국가별 맞춤 소시지 판매



우유짜기, 소시지만들기 등 다양한 체험교육

### 6차 산업

1차 산업: 농,축,수산업  
2차 산업: 제조, 가공업  
3차 산업: 판매서비스업  
1,2,3차 산업과 4차 ICT 기술을 융합한 고부가 가치사업 성공사례

농장/설립연도	모쿠모쿠농장(1987)	부도노키농장(1984)	매일유업 상하농장(2016)
한국과 일본 농장 비교	일본 메이현 이가시	일본 후쿠오카현 도오카군	전라북도 고창군
방문객, 매출	45만명/580억원	30만명/320억원	15만명/117억*
특징	체험프로그램 80개	포도밭 웨딩	체험형 테마파크

\*출처 : 2019국제농업박람회 여성농업6차 산업, 모쿠모쿠 홈페이지, Dart 매일 홀딩스 2018년 사업보고서

22

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 글로벌 사례(6차 산업 유관 전시회)

#### 독일 : 킬른 국제식품 박람회(ANUGA Fair)

- 세계 최대 규모. 파리, 동경박람회와 함께 세계 3대 식품박람회. 전시면적 28만4천㎡
- 100년 전통으로 격년 개최. 2019년 198개국 16만5천명 방문
- 식재료, 육류, 낙농제품 등10가지 전문전시회와 슈퍼푸드, 기능식품, 할랄식품 등 11개의 테마존 운영
- 탁월한 국제성(해외 참가자 비율 90%, 방문객 비율 74%)과 다양한 언론 홍보(기자 1,400명, 130,000건 보도)



TASTE THE FUTURE

OCTOBER 5-9<sup>th</sup>, 2019  
KOELNMESSE  
COLOGNE, GERMANY



\*출처 : <http://www.anuga.com>

23

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 국내 6차 산업 유관 전시회 현황(2019년)

행사명	기간	장소	주최	품목
6차산업 제주국제박람회	10.12~10.14	제주국제컨벤션센터	제주특별자치도	농산물, 식품가공, 체험관광 등 6차산업 전반
대한민국도시농업박람회	5.23~26	청주시 농업기술센터	농림부, 충북도, 청주시 등	도시농업, 생활원예, 지식포럼 등
성공귀농 행복귀어	3. 21~23	aT센터	국민일보	귀농귀어 관련(6차산업 포함)
귀농귀촌체험학습박람회	8.1~8.3	코엑스	(주)월드전람	귀농귀촌 관련(6차산업 포함)
귀농귀촌 청년창업 박람회	4.26~4.28	aT센터	연합뉴스	귀농귀촌 관련(6차산업 포함)
귀여귀촌박람회	6.7~6.9	KINTEX	한국여촌어항협회	귀여귀촌 관련(6차산업 포함)
에이팜쇼 창농-귀농박람회	8.30~9.1	aT센터	동아일보	귀농귀촌 관련(6차산업 포함)
국제농업박람회	10.17~10.27	전라남도농업기술원 일원	전라남도	농업 전반 종합박람회
서울국제식품산업대전(SEOUL FOOD)	5. 21~24	킨텍스 1, 2 전시장	KOTRA, KINTEX, UBM	종합 식품박람회
서울국제식품산업전(FOOD WEEK)	11. 20~11.23	코엑스 전관	코엑스, 더바이어	종합 식품박람회
월드식품박람회	11.29~12.1	킨텍스 제2전시장	월드전람	종합 식품박람회
라이스쇼	5.21~24	킨텍스 1전시장 1홀	농림축산식품부	쌀 및 쌀가공식품류
서울국제수산식품박람회	4.22~4.24	코엑스	한국수산회	수산 관련 식품박람회
부산국제식품대전	6.19~6.22	BEXCO	한국보건산업진흥원, 한국식품안전관리인증원, 부산광역시	종합 식품박람회
친환경유기농무역박람회	8.1~8.3	코엑스	(주)월드전람	친환경 및 유기농 전문 식품박람회
인천국제식품박람회	8.22~8.25	송도컨벤시아	(주)메세코리아	농·수산물, 외식프렌차이즈, 축산물, 가공 및 유제품, 발효식품, 베이커리·커피, 주류 및 음료, 식품포장 및 주방기기, HMR 가정간편식품, 할랄식품
대한민국식품대전	10.23~10.25	aT센터	농림축산식품부	종합 식품박람회

24

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 국내 사례(6차 산업 유관 전시회)

#### 서울 국제식품 산업대전(SEOUL FOOD SHOW)

- 1983년 최초 개최 이후 36년 역사의 국내 최대, 최고 규모 식품산업전문전시회
- 40개국 1,559개사 참가, 참관객수 50,335명
- AKEI(한국전시산업진흥회) 인증 국제전문전시회, UFI(국제박람회연맹) 인증 국제전문전시회 획득
- 식품산업의 국제적인 비즈니스 네트워크 구축과 다양한 프로그램 통한 식품 산업 트렌드 및 인사이트 공유

구 분	32회	33회	34회	35회	36회	37회
개최년월	2014.5	2015.5	2016.5	2017.5	2018.5	2019.5
개최장소	KINTEX	KINTEX	KINTEX	KINTEX	KINTEX	KINTEX
전시면적(m <sup>2</sup> )	64,831	74,171	74,171	76,121	76,121	76,121
참가업체(개사)	1,336	1,487	1,520	1,402	1,472	1,559
부스규모(부스)	2,553	2,896	2,915	2,948	2,932	3,020
참관객수(명)	52,800	54,117	53,406	54,200	45,200	50,335
참가국(개국)	44	44	46	39	47	40



\*출처 : <http://seoulfood.or.kr>

25

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 국내 사례(6차 산업 유관 전시회)

#### 전남 국제농업박람회

- 2012년, 2015년, 2017년, 2019년 4회 연속 6차 산업 박람회 개최. KOTRA와 공동주관
- 미래농업을 VR(가상현실)·AR(증강현실) 실현한 첨단기술관 호평
- 11일간 행사 기간 중 52만명 참관, 18개국 46개사 바이어와 총 2400만 달러 업무협약, 농기자재/특산물 판매 수익 42억원, 국내외 구매 약정 2284억원
- 생산유발 효과 4,777억원, 취업유발 5320명 예상(한국 농촌경제연구소)



\*출처 : 전남 국제농업박람회 홈페이지

26

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 국내 사례(6차 산업 유관 전시회)

#### 고흥유자석류축제

- 2019년 제1회 축제 운영(10/30~11/03)
- 고흥 대표 특산물 활용한 축제(유자 전국생산량의 53%, 석류 68%)
- 고흥, 대청 유자 벽화마을 트릭 아트 등 관광객 유발 효과



\*출처 : 고흥유자석류축제 홈페이지

27

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 제주 사례(6차 산업 유관 전시회)

#### 제주국제감귤박람회

제주감귤사업 활성화와 감귤브랜드 이미지 제고를 위한  
사업지향적이며 문화지향적인 감귤박람회 개최



\*출처 : 제주국제감귤박람회 개최성과 평가보고서(2018)

#### 제주국제감귤박람회

- 2018년 전체 관람객 수 151,755명
- 25개국 170여개 업체/기관 참석
- 해외바이어 6개국 17개사 및  
국내바이어 12개사 통해  
해외수출계약, 국내 백화점 대형  
유통업체 판매계약(계약 및 추진  
16건 100억원 규모)
- 경제 파급효과 400억
- 국제박람회 수준에 걸 맞는 다양한  
콘텐츠 개발 및 홍보, 마케팅 전략 수립과  
행사운영 측면 보완 필요

28



## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 제주 사례(6차 산업 유관 전시회)

#### 제1회 2019 제주식품대전(JEJU FOOD SHOW)

- 77개 업체, 95개 부스, 12,500명 참석
- 제주 주류관, 디저트관, 지역식품관, 6차 산업관 등 운영
- 해외 11건 포함 38건 상담(10억원 규모), 13건 계약 추진 중
- 기대효과 : 제주기업 보유 제품 홍보 등 판로개척, 대형 유통매체와의 협력 및 시장 인지도 제고



\*출처 : 제주식품대전 홈페이지

29

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 제주 사례(6차 산업 유관 전시회)

#### 제주 음식박람회

- 11개 음식경연과 제주음식체험부스 40개 등 8만여명 참관
- 제주의 청정 식재료를 활용한 글로벌 음식존, 요리경연, 요리체험존, 요리기능장 무대쇼 등
- 제주천연기념물식재료(흑우, 흑돼지, 제주馬) 총집합, 제주로컬푸드 홍보



\*출처 : 제주 음식박람회 홈페이지

30

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 제주 사례(6차 산업 유관 전시회)

#### 로하스 박람회(2019년)

- 101개 기업 참가, 134개 부스, 5,634명 참관
- 해외바이어 19명 포함 27개 바이어 상담, 상담건수 5만3천여건
- 제주의 천혜자원, 건강자원, 생태자원을 지속화하고 소중한 자원의 가치 확산



\*출처 : 제주테크노파크

31

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 제주 사례(6차 산업 유관 전시회)

#### 제주 천연화장품 & 뷰티박람회(2018년)

- 59개 기업 참가, 79개 부스, 3,000명 참관
  - 해외바이어 20명 포함 22개 바이어 상담, 상담건수 148건
  - 전시, 수출상담회, 글로벌화장품 지식포럼, 미용기능대회 등
- 제주를 중심으로 국내·외 천연화장품의 트렌드 정보교류 및 비즈니스 매칭의 장



#### 2018 제주천연화장품&뷰티박람회



\*출처 : 제주테크노파크

32

## II . 6차 산업과 MICE 산업

### ■ 제주 사례(6차 산업 유관 전시회)

#### 제1회 6차 산업 제주국제박람회

- 국제자유도시 지향 제주형 지역특화 산업 개발, 청정 제주 6차 특화산업의 우수성 홍보
- 제주지역 경쟁력 제고 고부가가치 산업 발전
- 이탈리아, 캐나다, 홍콩, 일본 등 10개국 106개사 145개 부스 운영, 최소 30만 달러 이상의 수출 성과

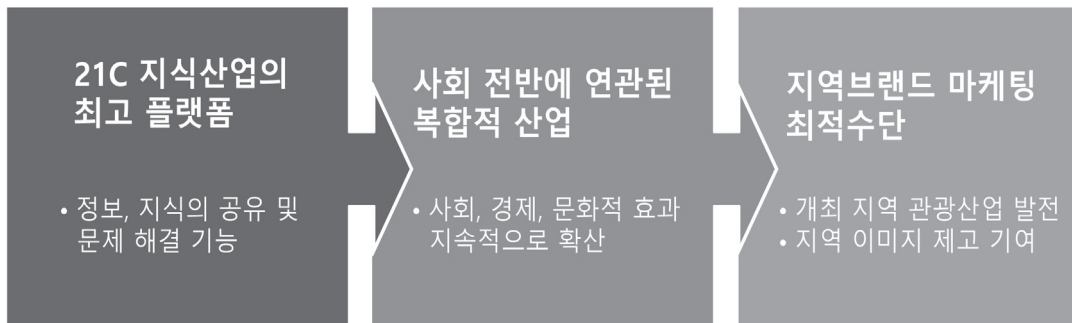


\*출처 : <http://farmingplusjeju.com>

33

## III . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

# MICE는 저비용, 고효율 아이디어산업 6차 산업 활성화 위한 최고 마케팅 플랫폼



34

Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

■ 제주 MICE 산업 경쟁력 분석

유치 경쟁력 확보, 관광 연계수입 개발, 전시역량 향상 필요

**전문인력 지속 양성**  
 · 대학 내 전문 MICE 프로그램 확대  
 지원과 고용 창출로 제주 개최  
 대규모 행사의 수도권 지역  
 PCO 대행 대체 필요

**전시산업 업그레이드**  
 · 국제회의와 관광 외 신모델 개발  
 · 무역, 기술전문전시회 연계필요

**다자간 경쟁 가속화**  
 · 서울, 수도권, 경남, 울산지역  
 Convention 시장 확대에 인한  
 경쟁에 철저한 준비 필요



**쇼핑 - Night Life 등  
 관광인프라 확충**  
 · 관광객 증가 대비  
 도시 관광 수익률 33%  
 · 단기 체류 → 체류 연장

**전시장 규모 및 접근성 문제 개선**  
 · 과거 시설 협소로 유치 실패 경험  
 → 확충시설 적극 이용 및 메뉴 개발  
 · 인천공항 국제선 이동경로 불편  
 (ICN-CJU) 개선

**MICE산업 유치경쟁력**  
 · 높은 체류비용 대비 상응 서비스 제공  
 · 도민참여, 대형행사 개최 유도 지원

Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

제안1) 제주형 전시산업 육성

- MICE 산업은 고부가가치 성장산업으로 국가별/지자체별 MICE 유치경쟁 치열  
 ☞ 국내 MICE 산업을 선도하는 서울, 부산, 인천 등 경쟁 도시들에 버금가는  
 제주형 전시산업의 장기 육성 계획 수립 추진

- 전시산업은 경제적 파급효과가 크고, 지역산업, 관광, 컨벤션 등과 연계된  
 플랫폼 기능 담당하며 홍보, 마케팅을 위한 실질적인 비즈니스 네트워크 구축이 가능.  
 결국 무역전시회의 KSF(성공요인)은 해외바이어 유치!!!

☞ 제주는 인프라 등 제반 여건상 국제회의, 관광 위주로 MICE 산업이 형성,  
 향후 규모나 해외 바이어 유치 등 국제화 측면에서 전시산업 경쟁력 강화 필요

Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

제안1) 제주형 전시산업 육성

- 섬 지역 한계(대규모 물류 이동, 경제적 부담, 접근성 등)로 전시분야 경쟁우위 확보 어려움.  
하지만 "시골 오지라도 콘텐츠가 좋으면 찾아온다"

☞ 경쟁력을 강화를 위해 지역산업과 연계된 전시산업 또는 소프트웨어 개선 필요성 대두.  
로하스박람회, 제주 천연향장산업대전, 제주식품대전 등  
전시품목이나 규모, 프로그램 등에서 좀더 차별화된 전략 마련 필요

- 2022년 완공 예정인 다목적 복합시설 완공에 맞춰  
센터의 흑자 구조화 추진

☞ 틈새시장을 겨냥한 소형, 특화전시 상품 등  
제주형 자체 전시상품 개발 필요



37

Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

제안2) 제주형 유니크베뉴 발굴

- 제주관광산업의 다양성 확장과 관광의 패턴변화 양상을 고려한  
웰니스관광, 농촌관광, 생태관광, 지역산업과 연관된 신규 핵심 콘텐츠 및 유니크베뉴 발굴



유네스코와 함께하는  
UNIQUE JEJU

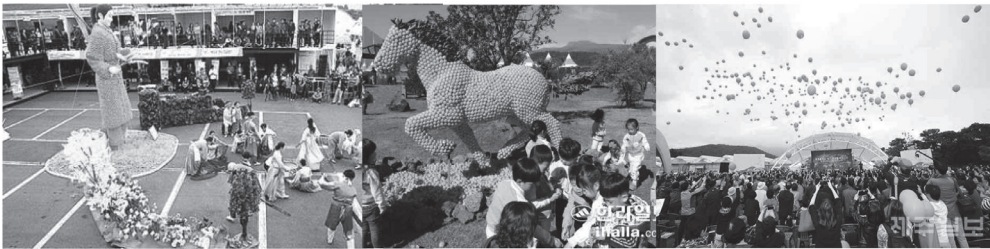


38

Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

제안3) 6차 산업 연계 축제형 MICE 사업 육성

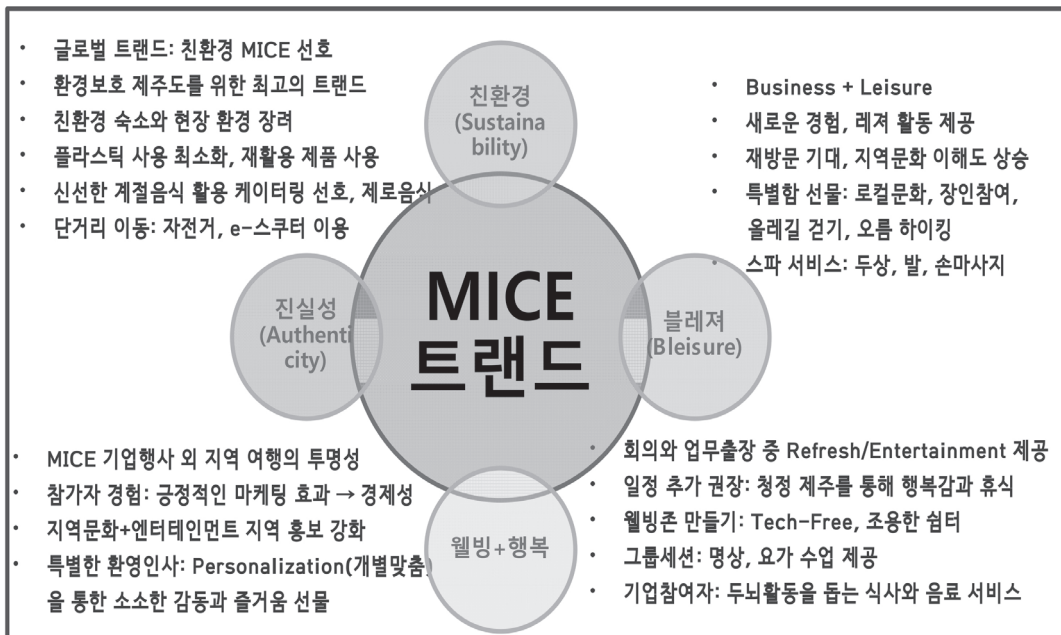
- 풍부한 산업자원과 지속적인 지역경제 활성화 기회
- 교류 및 체험을 강화한 축제형 행사 개최
- 제주 MICE를 활용한 6차 산업 판로 개척 및 효율적인 지역 산업 홍보수단으로 활용
- 6차 산업 관련 주체 및 적극적인 소비자 참여 장기 문화축제로 발전
- 국제 경쟁력을 갖춘 100년 지속 가능한 대표 전시회 육성



39

Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

제안4) MICE 트렌드와 청정 제주 시너지 효과 극대화



40

Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

제안5) 제주 6차 산업 활성화를 위한 2차 산업 개발

- 우수 제조상품 개발 중요 → 6차 산업과 MICE 산업 발전 → 소득 상승과 지역 기술 전문화
- 건강과 웰빙, 안티에이징 관련된 상품 개발과 유통 판로 개척
  - : 풍부한 제주 특산물 활용 건강식품, 웰빙 휴식센터, 특산물 테마파크, 로컬문화체험센터, 스포츠캠프, 외국인 유치 직업교육 및 워킹 프로그램 등의 개발, 국내외시장 타겟 유통 개척
- 산업발전으로 인한 환경 유지 2차 산업 개발 중요
  - : 수도, 오폐수 정화, 쓰레기처리, 탈-화학 미생물활용사업 개발
- 전문 일자리 창출 및 제주만의 고부가가치 상품개발을 위한 산업지원
  - : 지속적인 아이디어 공모 및 리뷰딩 서비스, 전문가 컨설팅 등 제공



41

Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

참고) 굴을 활용한 MICE 육성 산업(예)

- 제주도는 주요 1차 산업이 굴 산업 비중이 큼
- 농가들은 매년 비 상품 굴 처리에 고심하고 폐기 처리하는 상황
- 매년 호텔의 공급이 많아 지고 있음
- 호텔에서 칵테일 등에 사용되는 모든 주 재료(리큐어..)가 수입 상품을 사용 중

- 굴을 활용한 리큐어 개발을 통한 제조업-농협조합이든 협동조합, 일반인이 투자 개발
- 굴에 소비되는 폐기상품 지원비를 투자 개발에 지원정책(제주도 차원의 육성 TFT 구성)
- 다양한 굴로 부터 상품의 다양성 개발(청굴, 만생굴, 하굴, 금굴 등)
- 기존 제품과의 공통적이 맛 혹은 제주굴 만의 리큐어 개발.(벤치마켓 필요)

- 제주도내 호텔을 기본적으로 한 상품개발과 제품제공
- 리큐어 수출
- 세계 칵테일 축제 연계한 축제, 리큐어 혹은 주류관련 업체의 유치와 포럼
- 세계 리큐어 생산지역과 연계한 포럼, 전시, 축제. 굴 박람회와 연계한 행사 가능



42

Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

제안6) 국내외 홍보, 마케팅 활성화

- 국내외 국제회의/기관단체 대상 홍보, 마케팅 강화 :  
 제주 6차 산업 우수사례 홍보. 외국 기업대상 MICE와 6차 산업 연계 인센티브 및  
 기업회의 목적지 홍보
- 국내 방한 외국인 대상 홍보 : 인천과 서울 제주 오피스 운영, 고객 DB관리
- 국내외 대형 유통기업/단체 초대 및 지원 :  
 글로벌(월마트, 코스트코, 홈플러스, 아마존, 크로거) &  
 국내 유통사(SSG, 농협, 이마트, 롯데 등)
- 6차 및 MICE 산업 지원 전문 번역, 통역,  
 디자인 컨설팅(브랜드, 패키징,etc) 서비스 강화



43

Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

제안7) 6차 산업 연계된 MICE 산업 창업 지원

- 관광진흥기금을 활용 MICE 인프라 또는  
 MICE 상품개발에 필요한 자금을 저리 지원
- 단기적으로 3차 산업 중심의 6차 산업과  
 MICE 산업 활성화,  
 장기적으로는 1차 및 2차 산업에 투자
- 6차 산업 연계된 MICE 산업 스타트업 등  
 청년취업 지원



44



Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

제언8) MICE 산업의 Globalization

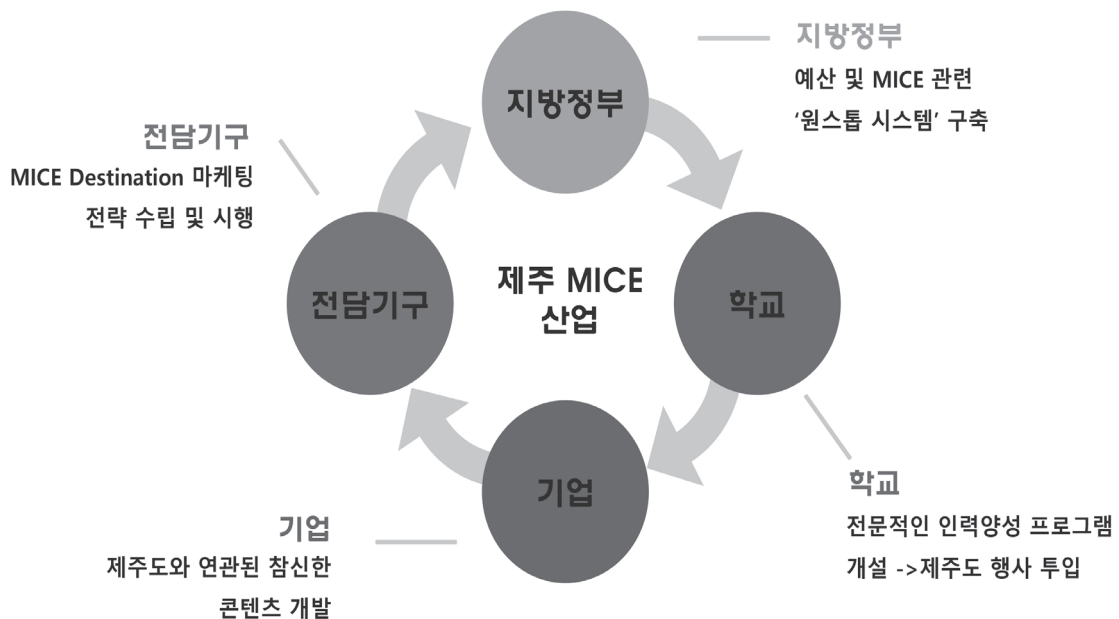
- 다국적 기업 유치
- 글로벌 네트워크 확대
- 글로벌 비즈니스 마인드 제고
- 글로벌 매너



45

Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

제언9) MICE 산업 관련 조직간의 콜라보(Collaboration)

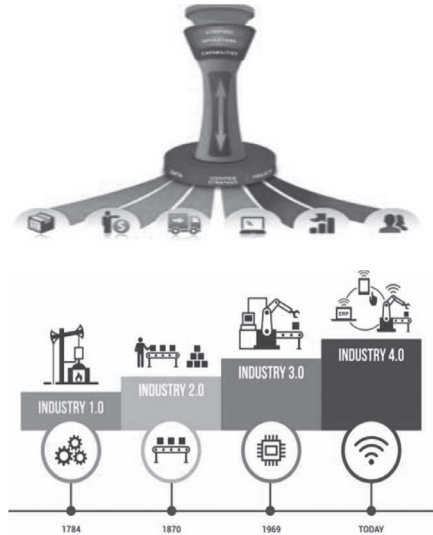


46

Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

제언10) 관광산업 융·복합화를 실현하는 컨트롤 타워 필요

- 예전엔 전문성 중요시되어 부서 세분화,  
최근 4차 산업, 초연결시대 진입으로  
관광산업의 융·복합화 중요
- 전체를 컨트롤 하는 통합부서로  
의사결정과 정책 추진에 강력한 효과 기대



Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

스위스 다보스포럼

- 해발 1540m의 최악의 입지조건 → 지역을 상징하는 랜드마크
- 과거의 결핵환자 요양소 → 양질의 국제회의 개최 장소
- 인구 1만 3천명의 시골 마을 → 연간 6억원 회의비, 1인당 2천만원 참가비



Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

스위스 제네바 모터쇼



- 자동차 공장이 없는 곳에서  
세계 5대 모터쇼를 개최 !!



49

Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

스페인 바르셀로나 포럼 (Edifici Forum)



위기의 순간을 기회로 활용

- 1992년 올림픽 유치
- 숙박시설 부족 -> 크루즈를 이용한 해상호텔(Floating Hotel)을 제공
- 이후 지중해 최고의 크루즈 기항지로 변모

50

Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

제주를 대표하는 6차 산업 연계된 전시산업 집중 육성

- ✓ 미국 라스베이거스 국제전자제품박람회(CES)
- ✓ 부산 국제게임전시회(G-STAR)
- ✓ 대구 국제그린에너지엑스포
- ✓ 일산킨텍스 서울국제생산제조기술전



51

Ⅲ . 6차 산업 연계 제주 MICE 산업 발전 방향

“위기를 기회로”

비전 : 6차 산업의 최적지인 제주를  
세계적 대표 전시회 메카로 육성!!!



52

**THANK  
YOU**

---







1부  
주제발표 2

## 6차산업과 연계한 스마트 관광 활성화 방안

발표 : 양성수 - 제주대학교 교수





**Future**  
**SMART TOURISM**  
**Customizing Travel & Tour**

[제주관광학회와 함께하는 더 재미있는 세상]

**스마트 관광**

2019.11.8(금) (15:00 ~15:30)

제주대학교 관광융복합학과 양성수 교수

## 목차

- ① 프롤로그
- ① 스마트관광의 이해
- ② 스마트관광객
- ③ 스마트관광 사례와 활성화 방안



SMART TOURISM

### 제1절 스마트관광의 개념

- 스마트 관광을 위한 소셜 기반의 수요파악 및 스마트 디바이스를 활용한 FIT 관광객을 위한 관광정보 전달의 효율성 제고 및 다국어 지원 등 관광안내서비스 고도화라고 정의함(제주미래비전, 2016)
- 스마트 기기를 활용한 관광상품의 서비스를 관광객들에게 맞춤형으로 제공하여 관광비즈니스의 집합체임 (제3차 제주특별자치도 관광진흥계획, 2018)

4 스마트관광

● 6차산업과 연계한 스마트 관광 활성화 방안 ●

SMART TOURISM

- IT 투어리즘(1970~1990): 컴퓨터 예약시스템(CRS), 통합예약시스템(GDS) 등 시스템 개발 및 활용
- e 투어리즘(1991~2005): 인터넷의 개발 및 활용을 통한 온-오프라인(On-Off Line) 관광산업 기반 구축
- 스마트관광 투어리즘(2006~2016): ICT기기를 활용한 정보습득과 공유를 통한 관광산업생태계 응용·확산

1970~1990 IT 투어리즘      1991~2005 e 투어리즘      2006~2016 스마트관광      2017~ 4차산업혁명 상황의 스마트관광

자료: 강원도 스마트관광발전방향(2017), 한국은행 강원본부

5 스마트관광

SMART TOURISM

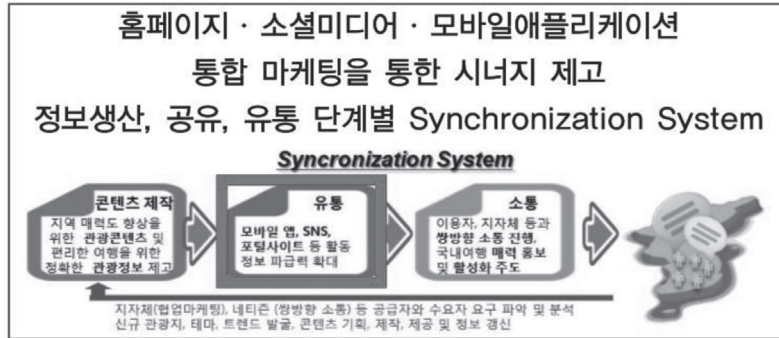
- 스마트관광산업생태계: 스마트 기기를 활용하여 관광정보 데이터의 DB구축과 활용을 통한 빅데이터 생태계

	<b>관광주체</b> · 관광객 · 관광수요
	<b>관광매체</b> · 교통, 예약, 안내 · 관광기업
	<b>관광객체</b> · 관광자원 / 시설 · 관광공급

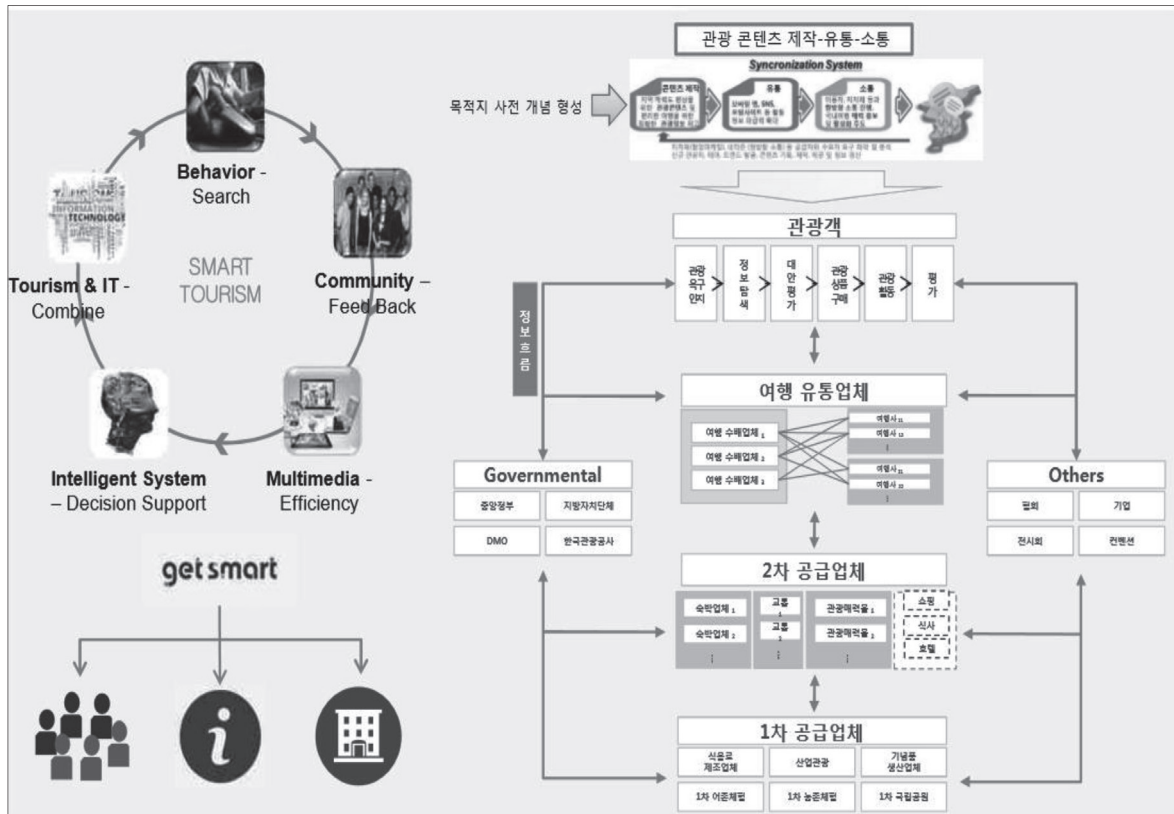
6 스마트관광      자료: Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism. *Computers in Human Behavior*, 50, 558-563

● 6차산업과 연계한 스마트 관광 활성화 방안 ●

- 스마트 관광산업은 정보통신기술(ICT: Information Communications Techology)기반 관광비지니스를 위한 관광정보를 맞춤형으로 서비스를 제공하는 것
- 맞춤형 관광정보: 관광정보의 제작, 유통, 소통 등의 과정을 거치는 콘텐츠로서 생성-분석-활용-환류 됨



자료: 구철모 · 신승훈 · 김기현 · 정남호 (2015), 스마트관광 발전을 위한 사례분석연구: 한국관광공사 사례. 한국콘텐츠학회논문지



자료: 구철모 · 정남호 (2013), Smart Tourism Ecosystems, 2013 한국경영정보학회 추계 학술대회

● 6차산업과 연계한 스마트 관광 활성화 방안 ●

**SMART TOURISM**

- 관광은 관광객, 관광발생지, 교통루트, 관광목적지, 그리고 관광산업 등 관광체계로 구성되며, 관광객이 관광발생지(일상생활권)와 관광목적지 상호작용에 의한 활동에 의해 관광산업생태계가 이루어 짐(Leiper, 1979)
- 관광객들에게 제공되는 맞춤형 서비스는 지자체, 대학, 연구원, 관광공사 등 공공영역에서 생성되는 정보서비스 & 관광사업체에서 생성되어 제공되는 서비스

**관광 발생지역**

- ✓ 예약 서비스
- ✓ 여행알선
- ✓ 여행사
- ✓ 마케팅과 판매촉진

**출발관광객 (Departing travelers)**

**귀향관광객 (Returning travelers)**

**관광 정보 서비스**

**관광 목적지**

- ✓ 숙박, 식음료산업
- ✓ 오락산업
- ✓ 관광매력물과 이벤트
- ✓ 쇼핑
- ✓ 관광서비스

**BUSINESS**  
융복합형 비즈니스  
창업/일자리 창출

**OPEN PLATFORM**  
자원 접근 및 서비스/비즈니스 개발을 위한 개방형 환경

**CONTENTS**  
위치 기반 다국어 콘텐츠  
다국어 지도

**BIGDATA**  
빅데이터 수집, 활용 체계  
빅데이터, 분석, 모델

**SHARING ECONOMY**  
자원 공유 및 확산 활용 모델

**CONNECTIVITY**  
무선 인터넷 접속 환경  
무선 위치정보 연계 활용

**RAW DATA**  
공공/민간 데이터  
질문, 설문, 카드, 촬영 데이터 등

**ECOSYSTEM GOVERNANCE**  
규제 및 데이터 통합, 개방, 공유, 관리

**PLATFORM INTERFACE**  
외부 플랫폼, 모바일 앱, 웹, 앱, 연동

9 **스마트관광** 자료: 4차 산업혁명시대 대비 제주의 미래유망산업 육성전략 연구(2017), 제주특별자치도

**SMART TOURISM**

**Traveller**

Heritage site, Transportation, Restaurant, Shopping, Entertainment, Accommodation

**Citizen**

Economy & Innovation, Community & Citizenship, Culture & Entertainment, Movement & Transport, Urban Places & Spaces

**Policy**

Structure, Procedure, Process  
Governance

**Platform Owner (Apps, cloud, open API)**

Platform Service

**Data Aggregator (heterogeneous data)**

Urban Data

**IT Infrastructure (network, sensor, chip, IoT)**

Ubiquitous City Network

관광 통계, 공공부문 관광지 운영·관리, 관광동향, 관광마케팅 등 공공서비스 관련

공공서비스

관광객 패턴, 관광가격, 비즈니스 모델, 관광객 트렌드(trends), 관광객 수 등 민간서비스 관련

민간서비스

10 **스마트관광** 자료: Smart tourism: Traveler, business, and organizational perspectives(2017), Information & Management, Vol.54



SMART TOURISM

### 제1절 스마트 관광객의 특성

- 스마트 관광객: ICT지능형 정보기술을 활용하여 관광활동을 하는 관광객
  - (민감성) 다양한 소비자 트렌드(Trends)에 민감하게 반응하는 관광활동 함
  - (고유성) 개별관광객으로서 여행자체의 특수&특화된 고유성이 내포되어 있음
  - (유용성) ICT정보기기를 사용하고 활용하는 능력이 높은 정보기기의 유용성이 높음
  - (탄력성) 관광선택의사결정의 정보습득과 학습에 의해서 탄력적으로 변동이 심함

12 스마트관광 출처: 정부3 0 제주스마트관광(2017), <https://www.youtube.com/watch?v=851ECwcYy-o>

● 6차산업과 연계한 스마트 관광 활성화 방안 ●

SMART TOURISM

관심분야 아이템은 어떤 소비자 Treads(트렌드)?

소비자 트렌드 파악

20대                  30·40대                  50대

13 스마트관광

SMART TOURISM

에릭슨이 밝힌 2017 소비자 트렌드 10

HOT CONSUMER TRENDS 2017

ERICSSON

10. Big Tech for All  
Most advanced internet users believe that in five years they will buy everything from the biggest five IT companies

9. The Privacy Divide  
Some people only want to use encrypted services, but others believe privacy no longer exists

8. Augmented Personal Reality  
Consumers want to use AR to customize the way the world looks around them

7. Social Silos  
People turn their social networks into silos, limiting their exposure to opposing ideas

6. The Smart Device Safety Paradox  
Phones help keep us safe, but consumers take more risks because they rely on smart devices

5. Bodies Out of Sync  
As autonomous cars and virtual and augmented reality become more common, consumers see motion sickness increasing

4. Merged Reality  
Advanced VR users think virtual, augmented and physical reality will fully merge in only three years' time

3. Pedestrians Drive Autonomous Cars  
Autonomous cars could replace drivers – and pedestrians say this would make them feel safer

2. Setting the Pace for IoT  
Consumers are increasingly using automated applications, influencing overall IoT adoption

1. AI Everywhere  
AI is spreading beyond assistants – actively influencing people's daily lives and workplaces

© Ericsson 2016. Source: Ericsson ConsumerLab | www.ericsson.com/consumerlab

출처: <http://www.techsuda.com/archives/8417>

14 스마트관광

● 6차산업과 연계한 스마트 관광 활성화 방안 ●

### 관광트렌드 20

<p><b>과시적 레저</b> Conspicuous Leisure</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>여행의 실제경험보다 SNS의 사회적 지위가 중요</li> </ul> <p><b>말레니엄세대</b> Millennials of Millennials</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>'다른 국가의 일상생활 경험하기'와 '직식 참가'가 가장 중요</li> </ul> <p><b>유무선</b> Vired and Wireless</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2017년 모바일 인터넷 접속 사용자 30억 명 육박할 것</li> <li>전세계 63% 여행자 호텔 예약 방법 보다 와이파이 중요</li> </ul> <p><b>고령화</b> Grip Gray</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2030년에는 전세계 65세 이상인구수 6억 명(2015년)에서 10억 명으로 증가</li> <li>현재 65세 이상의 인구는 유럽 인구의 17% 또는, 북미 인구의 10% 또는, 아시아 전체 인구의 7%와 같음</li> <li>68% 고령 여행자들에게 은퇴는 "새로운 곳을 탐험할 때"</li> <li>해외보다 집에서 가까운 여행지 선호</li> </ul> <p><b>거주 관광</b> Resident Tourism</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>휴가지의 집 소유권이나 리조트를 버리고 통근로별 도시로 이동 추세</li> <li>중국 무용출 47% 이민 계획</li> <li>번주버 시내의 5.8%의 혼도 외국인 소유</li> <li>외국인들의 도시에서 즐기는 lifestyle에 대한 욕구 때문에 부동산 가격을 상승시키고, 호텔 투자는 낮아지는 추이 보임</li> </ul>	<p><b>전세계적 성장</b> Global Growth</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>전세계적으로 매년 해외관광 여행객 수 증가 추세</li> <li>20년 안에 해외관광 여행객 수 10억 명에서 20억 명 정도, 현재의 두 배가 넘을 것</li> </ul> <p><b>완전 중요한 소셜</b> Socially Social</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>80% 말레니엄 세대 여행 선택시 리뷰에 의해 '자주' 또는 '때때로' 영향 받음</li> <li>시내 무료 WiFi와 여행자길 전체의 무선 연결 마케팅 채널로서 소셜 미디어의 잠재적 영향력을 향상시키면서 여행 경험 높이는 중요한 열쇠가 될 것</li> </ul> <p><b>접근 가능한 모험</b> Accessible Adventure</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>'신체 활동', '문화적 교류', '지역과 상호교류' 중 두 가지를 만족할 때 모험여행이 더 좋음</li> <li>미국 내 71% 말레니엄 세대는 휴가 때 편안한 길은 곳보다 Adventure 활동 선호</li> <li>자연과 결합된 여행은 미국 내 30대 여행객의 71%, 40대 여행객의 63%</li> </ul> <p><b>문화 3.0</b> Culture 3.0</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>유형문화유산 중심에서 무형문화유산 관심 증가</li> <li>수동적인 관광 보다 활동적, 창조적 문화참여 높은 관심</li> </ul> <p><b>Gay On The Go</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1년내 전세계 LGBT 여행소비액 2천억 추산</li> <li>2012년 NYC Company 자료에 따르면 1년 간 뉴욕시의 동성결혼 경제효과는 \$2,595</li> </ul>	<p><b>중국</b> China</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>3분의 2의 중국인 관광객은 개별여행을 선호</li> <li>중국인 해외 여행객은 세계에서 가장 큰 시장이지만 중국인 자국내 여행은 2013년 10% 감소</li> </ul> <p><b>공유 경제</b> Socially Social</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2014년 기준, Airbnb 목록 80만, 숙박 인원 천만 육박</li> <li>미국 내, 말레니엄 세대 40% Airbnb나 다른 Sharing Service를 이용하는 데 비해 전체 연령대 사용은 23%에 그침</li> </ul> <p><b>의료관광</b> Medical Tourism</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>국경을 넘는 환자 110만 명, 한화 50-70억 원 소비 예상</li> <li>전세계 의료관광시장 15-25% 증가 추이</li> <li>선호도 높은 지역은 코스타리카, 인도, 이스라엘, 말레시아, 멕시코, 싱가포르, 대한민국, 대만, 태</li> </ul> <p><b>수많은 백만장자</b> Millions of Millionaires</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>전세계 백만장자 3,480만 명</li> <li>아시아 지역 백만장자 560만 중 120만 명은 중국인이며 2019년 200만 명 예상</li> <li>향후 '먹고 관광하기', '새로운 것 배우기'가 그들에게 인기</li> </ul> <p><b>브랜드 명소</b> Brand Actions</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>'코카콜라 Experience', 'Ferrari World' 등 전세계 500여개 브랜드 명소 존재</li> <li>디블린 Guinness Storehouse 방문객 매년 100만 명 이상</li> </ul>	<p><b>쇼핑 사파리</b> Shopping Safari</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>가장 인기있는 쇼핑 여행지는 중국과 미국</li> <li>27%의 중국인 해외관광객 쇼핑에 가장 많은 지출</li> <li>브랜드의 글로벌 확장과 상업화로 지역 생산물 수요 증가</li> </ul> <p><b>운동경기</b> Active Events</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>미국 내, 53% 말레니엄 세대 여행객 휴가 때 경기적으로 운동경기 참가</li> <li>운동경기 참가를 가장 무용할 수족 높음</li> </ul> <p><b>블레저</b> Blazers</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>출장 일정에 여행 일정 추가 비율 78%</li> <li>향후 5년 사이, 94%의 젊은 여행자는 아마도 일반 여행보다 더 많거나 비슷한 정도로 블레저를 경험할 것</li> <li>업무일정에 정당한 도시, 여행 장소 잠재적인 경쟁성 있음</li> </ul> <p><b>개척주의</b> Pioneerism</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>미국 내 26% 여행자는 Galapagos 섬이나 북극 등 외딴 지역 선호, 54%는 관광희망</li> <li>북극 지역 관광객의 국적은 미국(33%)이 가장 많으며 호주(11%), 중국(9%), 영국(8%)독일 순</li> </ul> <p><b>지속가능성</b> Sustainability</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>향후 15년 안에 글로벌 관광 수요는 두 배가 넘고, 마케팅보다 지역주민과 관광객의 이해관계 조화가 강조 될 것</li> </ul>
--	--	--	---

\* 출처: TOURISM 2020, 2015Tourism and Travel Trends Reports(Tesonance consultancy)

15 스마트관광

SMART TOURISM

### 타킷 트렌드 "실버 여행자"

Trendis

**'꽃보다 할배' 방송 이후 여행지별 5060 세대 이용금액 증가율 순위**

1	필리핀	337%
2	스페인	217%
3	인도네시아	187%
4	대만	187%
5	베트남	181%

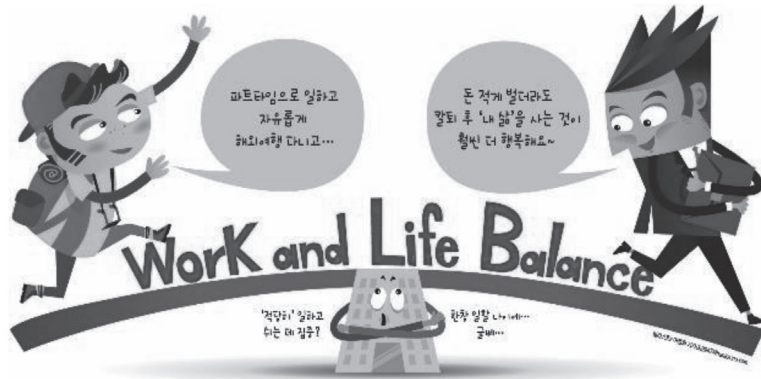
\*신한카드 데이터

출처: <http://www.shinhancardblog.com/338>

16 스마트관광



### 이슈1: 워라벨 세대



자료: <http://news.hankyung.com/article/2017091159191>

### 이슈2: 워라벨 세대



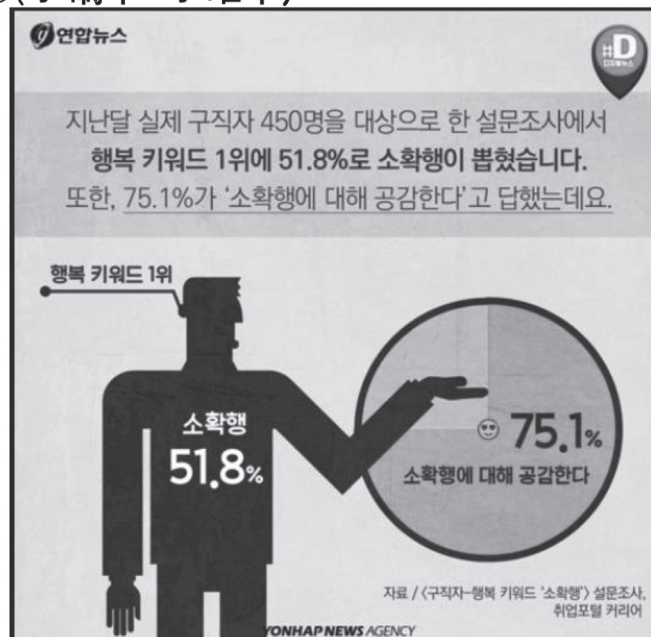
자료: <http://sisunnews.tistory.com/2592>

이슈3: 언택트(un-tact) 기술



자료: <http://news.samsungdisplay.com/13193>

이슈4: 소확행(小確幸-小確幸)



### 이슈5: 밀레니얼 세대(Millennial Generation)

# Millennials

## 밀레니얼 세대에 주목한다

1980년대 초(1980~1982년)부터  
2000년대 초(2000~2004년)까지  
출생한 세대를 일컫는다



21

자료: <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2018/03/09/0200000000AKR20180309095000797.HTML>

## 제2절 스마트 관광객과 스마트 기기

스마트  
관광

스마트 관광객은 지능형 정보기술을 매개로 언제 어디서나 실시간으로 온라인에 연결될 수 있고, 오프라인과 온라인 간 경계를 넘나들면서 관광상품 및 서비스를 구매하고 있음

스마트  
관광

스마트 관광객은 기술 발전으로 인해 관광객의 데이터 수집과 분석 기반이 확립되어 관광객의 습관과 취향에 맞는 관광 경험이 증가함

스마트  
관광

스마트관광객은 정보통신의 기술의 발달로 기존 정보 원천에서 인터넷, 검색 엔진, SNS(페이스북, 트위터, 블로그 등), 웹사이트(공공 웹사이트, 관광기업 웹사이트, 개인 웹사이트 등), 리뷰사이트(트립어드바이저, 옐프등) 등 관광 의사결정을 위해 이용하는 관광 정보원천은 다양해지고 확장됨

22

스마트관광

SMART TOURISM

## ICT 지능형 정보기술과 관광활동

**스마트 관광**

관광객(수요자)      관광관련 업체(기관) (예) 여행사, 항공사 등      관광자원(대상) (예) 유적지, 박물관 등

경계가 모호해짐

스마트 관광객들은 의사소통, 구매, 여행하는 방식 등과 관련한 변화를 이끌어내고 있으며, 관광기술과 관련한 기업들이 증가하고 있음

Wi-Fi 연결	웨어러블 기기
인공지능	음성인식 기술
사물인터넷	블록체인
가상현실 (VR)	리뷰사이트
증강현실 (AR)	통역서비스






23 스마트관광



SMART TOURISM

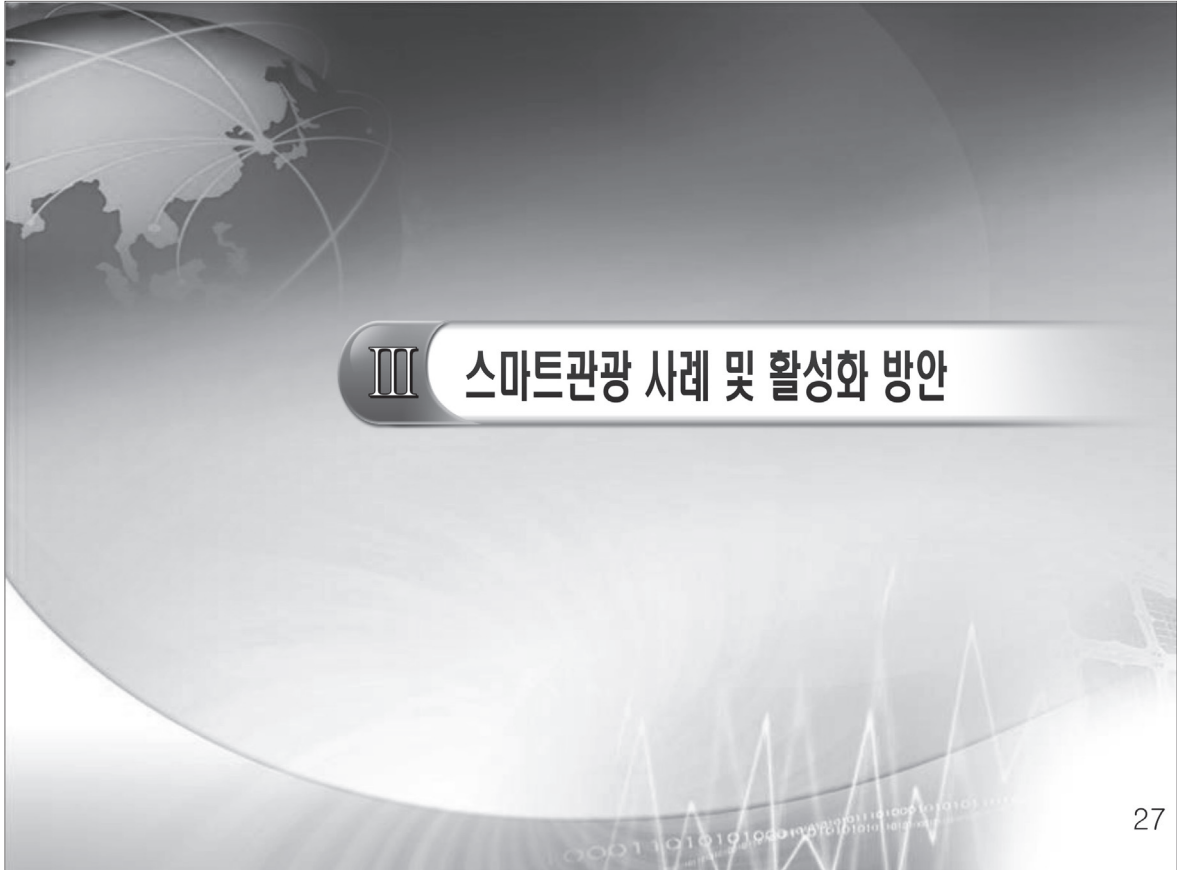
Wi-Fi 연결	푸켓의 스마트시티 스포트라이트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 푸켓을 스마트 도시로 추진하기 위한 방법 중 1,000개의 무료 WiFi 핫스팟을 사용하여 관광객 움직임 파악</li> </ul>	<p>(자료 : The Asean Post)</p>
인공지능	Chan Brothers Travel의 webchat	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱가포르 여행사 Chan Brothers는 챗봇 시스템을 웹사이트에 구현하여 핫라인의 혼잡도를 개선하고 관광객 문의사항의 65%까지 담당하고 있음</li> </ul>	<p>(자료 : Chan Brothers Travel)</p>
사물인터넷	루프트한자의 수화물 추적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 루프트한자 항공사는 IoT를 이용하여 승객이 앱의 모바일 탑승권의 링크를 통해 수화물을 추적 가능하게 함</li> </ul>	<p>(자료 : Lufthansa)</p>
	힐튼의 connected room	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 모바일 앱을 통해 객실의 조명, HVAC(냉난방, 환기), 엔터테인먼트 옵션 등 제어</li> </ul>	<p>(자료 : Hilton)</p>
가상현실	중국 구이양의 VR 테마파크	<ul style="list-style-type: none"> <li>- VR 및 기타 기술을 활용한 테마파크를 2017년 12월 오픈하여 과학기반 VR 경험을 제공</li> </ul>	<p>(자료 : Lonely Planet)</p>

24 스마트관광      자료: 4차 산업혁명에 따른 관광안내서 역할 재정립(2018), 한국문화관광연구원

● 6차산업과 연계한 스마트 관광 활성화 방안 ●

SMART TOURISM			
증강현실	런던박물관의 스트리트 뮤지엄	- 모바일기로 특정 건물 및 장소에 화면을 고정하면 주요 유적지의 옛 모습을 볼 수 있으며, 전문가의 해설도 들을 수 있음	 (자료 : dailymail)
	프랑스 루브르 박물관의 루브르-DNP 박물관랩	- 관람객들은 도자기나 조형물의 바닥이나 가려진 부분까지 3D 입체영상으로 확인 가능	 (자료 : museumlab.eu/)
웨어러블 기기	디즈니의 매직밴드	- 매직밴드로 디즈니 호텔 체크인, 어트랙션 체크인, 음식 및 상품구입비 청구	 (자료 : disney)
음성인식 기술	메리어트 호텔의 음성기술 이용	- 음성안내로 호텔 및 게스트 서비스 요청 온도·조명 제어 등 서비스 제공	 (자료 : Hotel Technology news)
블록체인	싱가포르항공사의 블록체인기반 로열티 프로그램	- 싱가포르항공사는 블록체인 cryptocurrency 기반의 로열티 프로그램을 위해 디지털 지갑 앱을 출시 예정임	 (자료 : brandchannel:)
25	스마트관광	자료: 4차 산업혁명에 따른 관광안내서 역할 재정립(2018), 한국문화관광연구원	

SMART TOURISM			
리뷰사이트	트립어드바이저	- 트립어드바이저는 여행 리스트에 대해 6억 3천만 건 이상의 리뷰 및 의견 등을 제공	 (자료 : 트립어드바이저)
통역서비스	파파고	- 텍스트 번역, 음성번역, 이미지 번역 등의 서비스를 제공	 (자료 : 매일경제)
스마트관광	스마트관광객은 ICT 지능형 기술 발전에 대한 이해와 관광객에게 필요하고, 관광객이 원하는 것이 무엇인지 파악해서, 그에 맞는 스마트관광정보 제공 필요		
26	스마트관광		



### III 스마트관광 사례 및 활성화 방안

27

SMART TOURISM

## 사례1 조이라이프(Joy Life) 스마트 관광(대만)

- 조이 라이프 관광시스템은 쉽고 편리한 맞춤형 e여행 서비스와 지역 특화 협업서비스 등이 포함된 뉴 투어리즘 서비스 플랫폼을 구성하였음 (제주의 미래유망산업 육성전략연구, 2017)
- 서비스 플랫폼은 어드밴텍(Advantech), 클라우드 서비스(Cloud Service), 웹 서비스(Web Service) 등을 활용하였음
- 대만 스마트 카드(TSC: Taiwan Smart Card)가 활용되어 관광객들에게 고부가가치의 서비스 제공이 가능하도록 구현되었음.

28
스마트관광

자료: Smart Living Technology & Service Program Office, Taiwan. (2009). i-236 project [Online]. Available: <http://www.i236.org.tw/> [Accessed: Dec. 30, 2010]

## 사례2 ICT 활용한 스마트 호텔의 고객편의 서비스

- 스타우드 호텔&리조트(Starwood Hotel and Resorts)그룹은 첨단기기를 활용한 고객서비스를 통해 이용편의를 도모
- 뉴욕에 있는 Yotel(객실 699)은 벨보이 대신 로봇을 활용하여 호텔 경영 비용 절감 및 고객 편의를 제공
- 디지털화 된 호텔로 주목받고 있는 ARIA 호텔(객실 4004)은 스마트폰을 활용한 객실의 자동화 시스템을 도입하여 스마트 객실서비스를 제공하고 고객들에게 호응

[뉴욕 Yotel 의 로봇 벨보이]



※출처: dezeen.com

[Starwood 의 스마트 도어]



※ 출처: engadget.com

[ARIA 호텔 객실 내 스마트 터치 스크린 및 커튼 자동화]



※출처: ARIA 호텔 웹사이트


## 사례3 제주특별자치도 개방형 스마트관광 플랫폼

개방형 스마트관광 플랫폼  
SMART PLATFORM



● 6차산업과 연계한 스마트 관광 활성화 방안 ●

Jeju datahub    데이터셋    리포트    팀    가이드    그룹    로그인    회원가입    Q

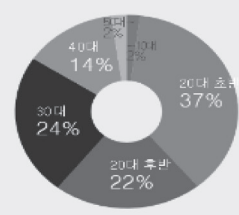


#럭셔리 #먹방 #인증샷

## 2017 여성들의 여행 '핫' 트렌드

20대 후반에서 30대 초반까지, 2635 여성 직장인이아말로 가장 활발하게 여행을 떠나는 부류라고 볼 수 있습니다.  
그렇다면 2635 여성 여행객들의 여행 트렌드는 무엇일까요?

**제주도를 찾는 여성 연령대 비율 그래프**



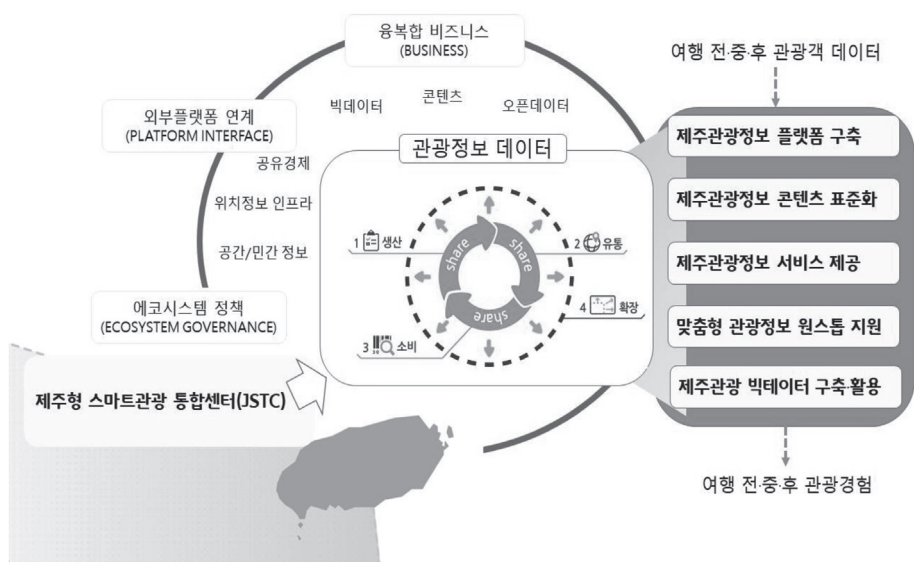
2017. 10. 22(일) - 2017. 11. 18(토) 까지 분석된 데이터입니다.

31 스마트관광    출처: <https://www.jejudatahub.net/data-report>

SMART TOURISM

### 제안 1 제주형 스마트관광 통합센터(JSTC)

- 제주형 ICT 관광정보 통합 플랫폼을 통해 콘텐츠 표준화, 유통체계를 구축하고 이를 통해 관광빅데이터 기반 원스톱 관광정보 서비스를 제공함



32 스마트관광    자료: 4차 산업혁명시대 대비 제주의 미래유망산업 육성전략 연구(2017), 제주특별자치도



## 제안2 제주관광정보의 빅데이터 구축·활용

- 급변하는 관광환경의 변화와 첨단기기를 활용한 관광활동으로 인한 신속하고 정확한 관광패턴 분석과 이에 대한 대응이 필요
- 국내외 관광객이 증가에 따른 다각적 분석이 필요하고 수많은 관광 데이터를 수집, 분석, 활용 등 빅데이터 활용 및 분석이 요구



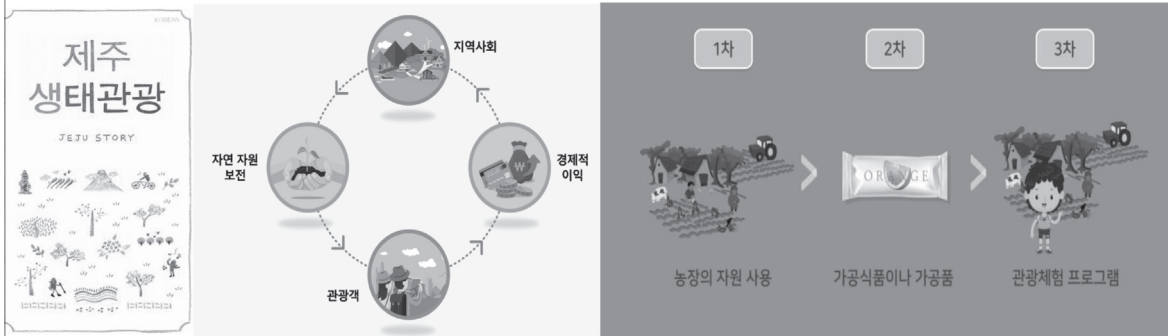
33

스마트관광

자료: 4차 산업혁명시대 대비 제주의 미래유망산업 육성전략 연구(2017), 제주특별자치도

## 제안3 제주관광체험형 6차산업화 플랫폼 구축

- 제주관광체험형 6차산업화는 생태관광(ECOTORISM)을 기초로 인근 주민의 삶을 풍요롭게 만들고, 지역에는 가능성을 제시하고, 관광객에게는 휴식이 공간을 제공하는 플랫폼이라고 볼 수 있음
- 1차(농어촌 자원)+2차(가공식품/가공품)+3차(관광체험프로그램) 등을 통합플랫폼으로 연계하여 관광체험중심 사업화 네트워크가 필요함
- 스마트관광객이 추구하는 뉴투어리즘 차원에서 제주관광체험형 6차산업 플랫폼 사업을 전략적으로 추진하고 성공사례들을 만들어서 육성해야 함



출처: 제주관광공사(<https://www.iito.or.kr/ebook/catImage/16/제주생태관광>)


34

스마트관광

“21세기 문맹자는  
학습할 수 없고 (cannot learn)  
쓸모 없는 지식을 버리지 못하고 (cannot unlearn)  
재학습 할 수 없는 (cannot relearn)  
사람이 될 것이다”

미래학자 Alvin Toffler의 『권력이동 (Powershift)』 중

감사합니다.



2부  
관광전문기자  
패널토론

## 6차 산업 활성화와 연계한 제주관광 차별화 방안

좌 장 조문수 교수 (제주대학교)

패 널1 강경록 차장 (이데일리, 한국중앙일간지여행기자 협회장)

패 널2 김철웅 ((전)제민일보 편집국장)

패 널3 양성철 편집인 (제이누리)

패 널4 최병일 부장 (한국경제신문)



성 명	강 경 록	소 속	이데일리차장, 한국중앙일간지여행기자 협회장
주 제	6차 산업 활성화와 연계한 제주관광 차별화 방안		

6차 산업 인증 경영체들의 가장 큰 어려움 중의 하나가 판로와 홍보마케팅 부분이다. 6차 산업이 현실화하기 위해서는 시장이 필요로 하는 제품을 만들어 낼 수 있는 능력, 즉 차별성을 확보해야 한다. 더불어 이러한 제품을 판매할 수 있는 판로를 확보해야 한다. 이를 위해 해당 지자체 등이 다양한 지원사업을 우선해야 한다. 하지만 이들은 ‘서포터’일 뿐이다. 가장 중요한 것은 사업자 본인, 즉 해당 업체가 직접 발로 뛰며 소비자가 필요로 하는 제품을 만들어야 하며, 직접 판매할 수 있는 판로를 개발해야 한다는 것이다.

2018년 7월 전국의 6차산업 인증경영체는 1512개소. 이들 경영체의 특성을 살펴보면 우선 연령대는 50대가 가장 많았고, 귀농자가 56%를 차지했다. 사업 운영 형태는 영농조합법인고 농업회사법인이 63.1%로 개별 농가보다는 법인 형태가 주를 이뤘다. 매출액은 5억 미만, 상시 종업원수 5명 미만이 절반을 넘어 아직 영세성을 벗어나지 못하고 있는 상황. 주요 가공품은 차류·음료(33.6%), 반찬류, 건강식품 등으로 판매처는 직거래로 가장 많았고, 홈쇼핑이나 온라인이 뒤를 이었다.

내실화를 위해 우선 추진할 사업으로는 홍보마케팅과 판로 지원을 꼽을 수 있다. 원하는 현장컨설팅에 대해서도 판로 확보와 판촉이 1순위로 나타났다. 농촌융복합산업지원센터 강덕기 센터장은 "앞으로 사업영역을 확대할 계획이라고 답한 경영체가 훨씬 많은 만큼 6차산업화에 대한 경영체의 의지는 높은 편이었지만, 여전히 많은 경영체들이 유통·판로에 대한 어려움을 호소하고 있었다"면서 "센터를 중심으로 판로를 다각화하고 인증경영체에 대한 사후 관리를 강화하는데 더 힘을 쏟을 계획"이라고 밝혔다.

전국에 있는 6차산업센터가 연간 유통부문에 쓰는 예산만해도 40억원이 넘지만, 그 효과는 의문이라고 지적했다. 정부가 6차산업 상품 브랜드로 '비욘드 팜'을 만들었지만 아무도 아는 사람이 없다. 농가도 왜 붙여야 하는지 모른다. 안테나숍도 제 기능을 못하고 있다. 상품에 대한 소비자들의 의견을 받아 피드백을 주고 개선하는 과정이 전혀 이뤄지지 않고 있다. 특히 유통은 데이터가 생명인데, 지난 3-4년간 이용고객에 나타나는 이유는 운영하는 사람이 전문가가 아니기 때문. 각 센터에 유통전문가를 두어야 책임있게 이 문제를 풀수 있다고 제안했다.

문재인 정부가 집중하고 있는 로컬푸드나 푸드플랜 등과 6차 산업을 어떻게 연계시킬 것이냐가 앞으로 판로 문제를 해결하는데 굉장히 중요한 열쇠다. 이를 위해서는 지역 내 혁신 주체를 육성하고 생산~가공~관광 경영체간 협력 네트워크를 구축하는데 힘을 기울여야 한다.

이웃나라인 일본은 농업농촌의 고용 개선과 소득증진 차원에서 2011년부터 정부 주도로 6차 산업화법을 시행하고 있으며, 이와 관련한 다양한 우수사례를 발굴하고 있다.

#일본 야마가타현에 있는 ‘후나가타 머쉬룸’

이 업체는 버섯으로 6차 산업에 나서고 있는 업체다. 올해로 설립 18년째를 맞은 후나가타 머쉬룸의 대표 상품은 일반 양송이버섯보다 10배 정도의 크기인 ‘점보 양송이버섯’이다

후나가타 머쉬룸은 연평균 1200~1400t 규모의 점보 양송이버섯을 안정적으로 생산·공급하고 있다. 양송이버섯의 품질 확보를 위해 일본농림규격(JAS) 인증 획득은 물론, 버섯 생산업계에서 드문 국제 위생관리인증재인 HACCP(해썹) 인증을 현재 준비 중이다.

단순히 품질 좋은 버섯 재배만 그치는 것이 아닌 식품가공시설을 조성해 버섯을 활용한 슬라이스 건

## ● 관광전문기자 패널 토론 ●

조버섯과 버섯 소스, 버섯장조림, 건버섯을 비롯한 다양한 가공식품을 제조·판매하면서 농가소득 창출에 나서고 있다. 식품전문 업체와 함께 버섯카레·버섯 햄버그스테이크 등의 레토르트식품까지 개발해 사업영역을 꾸준히 확장하고 있는 것이 특징이다.

후나가타의 양송이버섯은 인터넷과 직판장, 지역 특산물 판매장 등 다양한 루트를 통해 일본 전국에 판매망이 있다. 또한 지난해 버섯농장에 양송이버섯요리 전문식당인 ‘머쉬룸스탠드 후나가타’까지 열어 웰빙 레스토랑의 큰 주목을 받고 있다.

나가사와 후나가타 머쉬룸 사장은 “우리는 다른 농가와 차별화를 위해 새로운 판로를 발굴하는데 많은 노력과 투자를 하고 있다”면서 “평균 연매출은 10억엔(한화 약 100억원) 이상을 기록하고 있으며, 12동 규모로 시작한 버섯 재배시설도 현재 60동 이상으로 늘렸다. 종업원도 설립 초기에는 8명에 불과했지만, 지금은 105명으로 증가해 지역 고용창출에도 힘쓰고 있다”고 설명했다.

#생선회에 받치는 무채로 6차 산업의 성공사례를 거둔 업체도 있다. 이바라기현 나가타식품이다. 우리는 보통 생선회의 건조를 막고 외관을 좋게 꾸미기 위해 우뭇가사리로 만든 천사채를 받침으로 사용하지만, 일본은 주로 무채를 쓴다. 핏감 받침용 무채는 일본에서 식당과 수산물 시장을 중심으로 수요가 많은데, 이를 전문으로 생산업체는 드물다고 한다. 또한 받침용 무채는 한번 쓰고 주로 버리는 편이다.

1992년 설립한 나가타식품은 원래 농가와 계약재배를 통해 무를 생산하고, 도매시장 위주로 공급했던 업체다. 그러나 무채 수요는 많지만 공급업체가 거의 없어 새로운 틈새시장으로 충분한 가능성이 있다고 판단해, 2009년부터 생산한 무를 무채로 가공해 공급하는 사업을 시작했다. 아울러 버리는 무채를 재활용하는 차원에서 식품가공 업체와 공동으로 무채를 주원료로 한 드레싱 소스도 함께 개발했다.

이 결과, 독특한 아이디어의 무채 드레싱 소스는 기대 이상의 호응을 얻으면서 현재 일본의 80여개 유통기업과 외식업체에 납품하며 새롭게 부가가치를 만들고 있다. 또한 식자재용으로 일식에 많이 곁들이는 같은 무도 공급하고, 지난해부터는 무 수확을 직접 체험하고 구입할 수 있는 ‘무 농장체험 프로그램’까지 운영하면서, 무를 매개로 사업영역을 꾸준히 확장하고 있다.

나가타식품의 나가타 요시오 사장은 “무 원료의 안정적인 확보를 위해 이바라기현 외에도 다른 지역 무농장과 협업해 산지별로 출하시기를 조절하는 ‘릴레이 출하’를 하고 있다”며 “지난해 매출은 7억 5000만엔(약 75억원)으로 설립 초창기와 비교해 6배 이상 증가했고, 종업원도 5명에서 60명으로 늘었다”고 설명했다.

#시장에 판매하지 못하는 규격 외 농산물을 디저트로 가공한 ‘노코보초자’라는 업체도 주목할만한 6차 산업 성공사례다. 토야마현 소재의 노코보초자는 원래 쌀을 생산·판매한 기업이었는데, 2007년부터 농가와 계약을 맺고 신선복숭아를 생산하기 시작했다. 그러나 생산·유통과정에서 규격 외 복숭아 물량이 만만치 않아 처리 방법을 고민한 끝에, 복숭아 디저트 메뉴를 개발하게 됐다. 규격 외 농산물은 일반 상품과 맛과 품질 면에서 차이가 없지만, 시장이 요구하는 크기의 모양에 맞지 않아 출하할 수 없는 제품을 말한다. 노코보초자의 경우, 복숭아 생산·유통 과정에서 규격 외 복숭아 물량이 약 30% 정도 발생했다.

처음에는 규격에 복숭아 물량을 폐기처분했으나, 처리비용 부담이 커 주스나 파르페, 타르트 등으로 가공해 농장 내 직판장에서 판매하기 시작했다.

이들 제품이 SNS를 통해 입소문이 나면서, 복숭아 디저트를 맛보기 위해 일부러 농장까지 찾아오는 소비자들이 점점 늘어났다. 이에 노코보초자는 ‘농장에서 당일 수확한 신선한 과일로 만든 디저트’를 전면에 내세우면서 눈에 쉽게 띄는 화려한 자줏빛 색상의 외관으로 된 디저트 카페를 개설했고, 현재 일본의 여성 소비자를 중심으로 크게 인기를 끌고 있다.

노코보초자는 복숭아 외에도 블루베리와 무화과, 딸기 등 재배품목을 확대해 지역 식표품 기업들과 협업으로 다양한 디저트 상품을 개발, 판매하는 한편, 지역에서 유기농으로 재배한 쌀과 채소를 재료로 하는 런치 메뉴를 제공하는 등 부가소득 창출에 적극 나서고 있다.

노코보초자 관계자는 “설립 당시 3명의 농가로 시작했지만, 가공식품 제조와 외식업으로 확장하면서 지난해 기준 종업원은 22명으로 늘었고, 규격 외 농산물을 가공·판매하면서 농가소득 개선에 많은 도움을 주고 있다”고 전했다.

국내에도 6차산업과 관광활성화라는 두 마리 토끼를 다 잡은 곳이 있다. 바로 전북 고창이다. 고창에서는 매년 1개월 가량 청보리밭 축제를 개최한다. 축제에서는 농·특산물 판매, 체험 프로그램, 식당 등을 운영하는데, 이때 발생하는 매출액은 8억 원에 달한다. 여기에 2013년 150명의 일자리가 창출된 것으로 나타났다. 청보리밭 축제 입점부스는 학원농장 인근의 8개 마을-공음면-고창군 순으로 우선순위가 있다. 이에 인접 지역민들에게는 소득기회를, 군 단위 지역에는 경제효과를 제공하고 있다.

‘후나가타 머쉬룸’은 정보 양송이 버섯으로 식품가공시설을 조성해 차별화와 새로운 판로 개척을 통해 성공을 이뤘다. 생선회 받치는 ‘무채’ 재활용 드레싱 소스로 75억 배는 나가타식품은 시장에서 새로운 시장 가능성을 확인하고 뛰어 들었다. 시장에 판매하지 못하는 규격 외 농산물을 디저트로 가공한 ‘노코보초자’라는 업체도 부가가치를 창출하고 있다. 제주의 6차 산업은 시장의 가능성을 확인하고, 차별화할 수 있는 제품을 만들어야 한다. 시장의 수요를 파악하지 못하면 어느 회사의 제품도 성공할 수 없다. 더불어 판로 개척은 해당 지자체나 관광서의 몫이 아니다. 이들은 서포터다. 결국 자신이 할 수 밖에 없다. 노코보초자라는 업체처럼 SNS를 적극활용하거나, 개별 판매 루트 확보에 더욱 힘써야 한다.

대한민국 대표 경관농업 축제로 성장한 고창 청보리밭 축제는 2008년 농림축산식품부 최우수 축제에 선정됐다. 고창 경관농업 특구는 2007년 우수특구로 선정되는데 이어 2010년에는 우수특구로 재선정됐다. 경관농업 특구로 지정됨으로써 경관농업의 선두주자로 자리매김할 수 있었다. 그 결과 영화 <웰컴 투 동막골>을 촬영하는 등 영화, 드라마의 배경으로 활용되며 홍보효과를 누렸다. 이와 함께 농촌 활력화의 새로운 코드로써 지역주민들의 자긍심을 높이는 한편 도시민들의 휴양휴식과 자녀들의 학습 장소로써 가치를 높이고 있다. 고창 청보리밭축제는 1차 농업경관을 토대로 3차 산업으로 발전시켜 부가가치를 창출한 성공적인 축제이다. 하지만 보리의 경우 수확 후 2차 가공하지 않고 전량 원물로 판매하고 있는 실정이다. 맥주보리를 재배해 하우스 맥주를 생산하고 축제에서 판매하는 등의 농산물 2차 가공 노력이 필요하다.

결국, 6차산업 활성화와 관광활성화라는 두 마리 토끼를 다 잡기 위해서는 제주 농가의 경쟁력을 강화하는 게 가장 큰 숙제다. 이를 위해서는 제품의 차별화와 판로확보, 마케팅을 지원해야 한다. 하지만 지자체의 개입은 최소화해야 한다. 시장 논리에 의해 기업의 생사는 결정되어야 한다는 것이다.

결국, 제주의 6차산업활성화와 관광활성화를 위한 차별화 방안은 6차산업 자체가 여행객이나 소비자의 취향을 고려한 차별화를 가져가야 한다는 것이다. 제주가 가진 한라산이나 바다, 지질 등의 천연 자원과 굴, 보리, 메밀, 방어, 갈치 등등의 천연 자원, 그리고 이를 활용한 가공품과 체험상품들의 선택은 결국 소비자의 선택에 달려 있다. 이를 위한 선순환 환경을 만들기 위해서는 6차산업의 생산자와 가공업체, 체험업체들이 어떻게 제품을 차별화하고 판로루트를 개발할 것인지는 스스로가 고민해야 한다는 것이다.

성명	김철웅	소속	(전)제민일보 편집국장
주제	6차 산업 활성화와 연계한 제주관광 차별화 방안		

국내 관광 활성화에 역행하는 중앙매체의 보도행태를 지적하고 싶다. 일례로 지난 7월 일본의 우리나라 반도체 관련 핵심 소재 품목에 대한 수출규제라는 무역제재 이후 시작된 ‘NO 재팬’ 운동으로 제주도 등 국내 관광지에 찾아온 기회를 중앙 언론매체들의 부정적 보도로 제대로 살리지 못하고 있기 때문이다.

일본의 경제보복에 대해 우리 국민들은 ‘가지 않습니다. 사지 않습니다’라는 일본 제품 불매로 맞고 있다. 자발적으로 시작된 불매운동은 “독립운동은 못해봤어도 불매운동은 해보자”며 SNS와 인터넷 커뮤니티 등에서 전방위적으로 전개되고 있다.

실제로 일본맥주는 감소세가 가속화, 시장 퇴출 수준이다. 외국 맥주 부동의 1위였던 일본맥주는 불매운동 100일을 맞은 9월엔 수입량이 6000달러(700만원)로 전년 동기(674만 9000달러)에 비해 99.9%나 감소했다.

일본 여행업도 예외는 아니다. 아오모리·홋카이도·오사카·구마모토·벵부·유후인·규슈지방엔 치명타 수준이라고 한다. 오키나와와 홋카이도 지역은 관광객이 70~50%나 격감, 민심이 성났다는 현지 보도가 있다.

그런데 일본을 가지 않은 한국인 관광객들이 국내로 발길을 돌리기보다 외국 대체지로 떠나는 것으로 나타나고 있다. 한마디로 일본 대신 대만이나 태국을 가고 있다.

티몬 항공권 예약 데이터에 따르면 불매운동 영향이 본격화된 8·9월 일본 항공권 발권 건수는 지난해 동기 대비 78% 감소하면서 매출 비중이 3%로 전년 16%의 5분1 수준이하로 떨어졌다. 반면 동남아 지역은 전년 29%에서 39%로 10% 증가했다.

이러한 ‘NO 일본, Go 동남아’ 현상은 국내 관광지에 대한 중앙매체들의 부정적 보도가 적지 않은 영향을 끼쳤다고 본다. 제주도나 국내 여행지를 택할까 외국으로 가볼까 갈등하는 와중에 ‘제주도 갈치조림 6만원’ ‘강원도 닭백숙 20만원’ 등 국내 여행지가 바가지라는 내용의 보도를 보면 국내를 선택하기가 쉽지 않을 것이다.

## 경제

### [현장에서] 일본 대신 제주 갈까 했지만 갈치조림이 6만원

[중앙일보] 입력 2019.07.31 00:10   수정 2019.07.31 00:53   [종합 2면](#) [지면보기](#)



그림 “제주 가지 말라”는 내용으로 읽힌다(중앙일보 2019.07.31.).



언론이 이른바 감시견(watchdog)으로 표현되는 언론의 본령인 견제와 감시 역할 수행은 중요하다. 하지만 너무 한다는 생각이 드는 기사들이 있다. 특히 기사의 구성요소에서 정확성은 팩트의 전달이고, 공정성은 물리적 무게 중심의 이야기, 객관성은 시각적 중립이라고 볼 때 국내 관광지에 대한 부정적 기사들은 이러한 요소조차 제대로 갖추지도 못하고 있다.

중앙일보 2019년 7월31일자의 제목은 노골적으로 제주도를 가지 말라는 내용으로 읽힌다. 제목은 물론 기사 내용도 그러한 방향이다.

여기서 '갈치조림 2인분 6만원이 정말 비싼 것일까'도 생각해 볼 문제다. 재료인 큰 갈치 자체가 비싸다. 진짜 먹을 만한 갈치는 구이도 한 토막에 2만원 한다. 중요한 사실은 지역 특산 고급수산물 음식 좋은 거 1인당 3만원이면 저렴하지는 않더라도 합리적인 가격은 된다.

설령 관광지에서 요금이 비쌀 수도 있다. 장소성이 반영된 것이다. 즐기러왔으니 용인할 자세가 돼 있다. 나이트클럽 가서 맥주 먹으며 편의점 가격을 기대하는 사람은 없다. 따라서 여행객들도 그 정도의 상식에서 기분을 낼 수도 있는데 "언론이 바가지예요"하며 초를 치고 있는 격이 아닌가 한다.

기사내용이 정확하지도 않다. 기사엔 "문제는 밥값이었다. 갈치조림·고등어구이는 보통 5만~6만원이었다"라고 적었는데 제주도엔 그런 가격의 고등어구이는 없다.

이 기사는 갈치조림을 6만원 받아야 하는 당사자들의 '반론'을 담지 않아서 공정성을 상실했고, 저렴한 음식들도 적지 않음에도 일부 음식 가격만으로 제주도 음식은 비싸다는 식으로 일반화함으로써 객관적이지도 못했다고 본다.

## "닭백숙 20만원"...돈벌면 같게요 국내여행

머니투데이 | 유승목 기자

VIEW 7,910 | 2019.07.30 16:16



비싼 먹거리, 바가지 요금에 여행객 불만 높아...국내관광 활성화 위해 여행물  
가 잡아야 한다는 목소리 높아

그림 바가지 심각한 국내 여행을 하지 말라는 보도와 다름없다(머니투데이 2019.07.30.).

## 일본 안 가고 국내 여행 가려는데...닭백숙이 20만 원?

Posted : 2019-07-31 16:14



그림 머니투데이 보도와 사실상 제목도 똑같다

## ● 관광전문기자 패널 토론 ●

머니투데이와 YTN 보도도 별반 다르지 않다. 2019년 7월30일과 31일자 보도를 통해 ‘닭백숙 20만원’으로 국내 관광지 모두에 대해 ‘바가지 프레임’을 씌워버렸다. 이들 보도 역시 보도로 직접 피해가 예상되는 상인들의 입장이 전혀 반영되지 않았다.

머니투데이 기사는 “동해안 피서 모텔 숙박비 20만원…동남아 4성급 밥도 주고 5만원 이하, 제주도는 말할 것도 없고….(아이디 arck\*\*\*\*)” “돈 많이 벌면 제주도 같게. 워낙 비싸서 이젠 국내 여행이 사치고 해외여행이 실속 있다.”(neov\*\*\*\*)”라는 댓글로 시작한다. 그야말로 강원도와 제주도 관광업소들을 ‘강도’ 취급하는 듯하다.

여기도 정확성의 문제가 있다. 강원도 숙박비가 이처럼 비쌌는지는 모르지만 제주도는 아니었다. 중국인 관광객들이 쏟아져 들어올 때 호텔들을 엄청 짓기 시작했는데, 사드보복으로 중국인들의 입도가 끊기면서 공급과잉 현상이 초래되면서 호텔 객실 덤핑이 공공연히 이뤄졌다.

지난 여름에도 도내 4성급 호텔이 조식 포함해 3만~4만원에 나왔다. 호텔들의 덤핑으로 1박 2만원의 도내 게스트하우스는 고객을 빼앗기며 어려움이 가중되기도 했다.

음식도 비싼 것이 있는 반면 저렴한 것도 많다. 7000원·8000원짜리 실속 점심들도 적지 않았다. 흑돼지 비싸다는데 인터넷만 두드려보면 ‘흑돼지·한우 무한리필 1만8900원 등 2만원 미만짜리가 있고 1인분에 1만5000원 갈치조림도 있다.

중앙 매체들이 이런 블로그 등 긍정적인 인터넷 정보는 반영 않고 비싸다는 부정적인 것만 보도하곤 한다. ‘국내 관광지 바가지’라는 기사의 방향을 정해놓고 그것에 부합하는 것만 보고, 반대되는 것은 미필적 고의로 무시하는 것일 수도 있다.

“보이콧 일본, 품을 팔면 국내 관광도 실속 있어요”라는 기사는 왜 쓰지 못하는가. 비싼 곳도 있지만 저가항공으로 제주로 날아가 실속 있는 음식점과 합리적 가격의 숙박업소를 찾는 방법을 보도해주면 얼마나 좋은가. 가성비 높은 식당과 숙박시설 직접 찾아 소개해 주면 금상첨화다. 나아가 ‘치안 좋고 언어 100% 통하여 안심할 수 있는 관광지 제주’ 등을 강조해주면 소비자들의 선택에 도움이 될 수 있다.

어찌 보면 가격이 비싼 것도 논란거리가 아니다. 비싼 음식을 강매한다면 문제지만 관광객들이 선택할 수가 있다. 비싸면 먹지 않으면 된다. 선택의 문제인 6만원 갈치조림이 비싸다면 1박에 수십만원하는 호텔 숙박비도 바가지라고 보도해야 한다.

그리고 자본주의 사회에서 가격은 주인이 정하는 것이다. 바가지라며 억지로 낮추라는 것도 지양해야 되지 않나 생각한다. 좋은 제품, 아니면 목이 좋은 곳에 위치했다면 그것을 경쟁력으로 가격을 더 받을 수도 있다. 그래서 망하는 것도, 흥하는 것도 그들의 선택의 결과이고 그게 자본주의다. 중국 폰이 아니라 삼성 갤럭시나 아이폰이 비싸도 팔리는 이유가 그것이다.

언론의 지적이 좋은 것만은 아니다. 좋은 것을 알려주고 선도하는 게 국가와 국민들에게 득이 될 수도 있다. “제주도 비싸니 가지 마라, 동남아 간다”고 보도는 누구를 위한 것인가. 그렇지 않아도 위축된 경제에 관광객마저 해외로 빠지니 내수에 전혀 도움이 되지 않음은 물론 외화가 유출되는 결과로 이어진다.

이러한 부정적 보도 행태가 이어지고 있는 것은 지역 차원의 미흡한 대응이 원인일 수도 있다. 제주도관광협회나 행정기관 관련 부서에서 적극 항의해야 한다. 정확성이나 공정성·객관성이 결여된 기사에 대해선 가차 없이 언론중재위 등을 통해 시정을 요구해야 한다. 관광 관련 기관·단체의 적극적 대응과 중앙 언론인들의 인식 개선으로 지역과 대한국민에 이로운 보도가 많이 나오길 기대해 본다.

성 명	양 성 철	소 속	제이누리 편집인
주 제	6차 산업 활성화와 연계한 제주관광 차별화 방안		

## <2016년에 떠올린 제주관광의 단상>

어버이날이었던 8일 오랜만에 ‘오름’에 올랐다. 연휴의 마지막 날 산바람이나 쇠자는 마음이었다. 하지만 사실 주목적은 집안의 선묘를 합장(合葬)하기 위한 준비의 산행이었다.

다소 힘들게 장례지도사와 오른 ‘녹고뒀’ 정상은 장관이었다. 가는 빗방울 속에 서녘으로 펼쳐지는 풍경은 국내 어느 곳에서도 볼 수 없는 파노라마다. 절경이 따로 없다. “벌초 때지만 그래도 수시로 오 른 내가 이런 감동을 느끼는데 물 관광객들은 이런 광경에 가슴이 벅차리라.”

잠시 숨을 고르며 그 녹고뒀 정상에서 상념에 잠겼다. 내 고향 땅 제주의 가치는 어느 지점에서 가 장 빛나는가?

눈 앞에 제주의 오름 군락군이 펼쳐졌다. 제주가 그동안 유네스코(UNESCO)의 세계자연유산이자 지질공원으로 이름을 올린 그 한복판엔 어김 없이 기생화산, 즉 ‘오름’이 있다. 물론 제주 안에서 그 이 름은 오름으로 불리기도 하고 약(岳), 봉(峰), 뒀(岫) 등 제각각의 이름이 따로 있기도 하다. 기생화산 (parasitic volcano)이 아닌 측화산(側火山)이란 다른 지질학적 이름도 있다. 하지만 어찌됐건 제주 지 질자원의 명성은 오름에서 시작하고 오름에서 끝난다.

그렇듯 화산폭발로 형성된 지질자원, 즉 기생화산이 밀집된 한 공간에 368개가 집중적으로 분포한 곳은 전 세계에서 제주도가 유일하다. 그래서 유네스코가 인정한 세계자연유산이자 세계지질공원이다. 그 뒤를 잇는 게 이탈리아의 에트나섬 화산지대다. 160여개의 기생화산이 밀집돼 있지만 제주도와 비 견할 바가 못된다.

4월 총선판이 한창 달궈지던 지난달 4일 제주엔 낭보가 날아들었다.

제주관광공사가 3년여 전인 2013년부터 들이대기 시작한 ‘지오(Geo) 브랜드’가 ‘국가브랜드’ 부문 1위 자리에 올랐다는 것이다. ‘지오브랜드’는 산업통상자원부와 농림축산식품부가 후원한 ‘2016 국가 브랜드 대상’에서 이 명성을 얻었다.

제주도가 유네스코에 의해 세계지질공원(Geopark)으로 지정된 것에 착안, 탄생한 ‘지오브랜드’는 이미 지난해 말 문화체육관광부가 선정한 ‘한국관광의 별’ 시상에서도 창조관광자원 부문 1위로 그 명 성을 떨쳤다.

제주관광공사가 그 불씨를 피워 올린 지오브랜드 사업이 주안점은 우선 '지역자원 활용'과 '주민주도'다. 지역 자원을 활용, 주민 주도로 사업을 추진하는 것에 포커스를 맞추고 있다.

그리고 그동안 제주 대표 유네스코 브랜드인 '세계지질공원'을 활용해 지역의 명소화를 꾀했다. 지질자원과 역사·문화를 연계한 지오투레일(trail) 개발과 더불어, 마을회, 청년회 등 마을내 자생단체 및 지역 주민들이 직접 운영하는 지오액티비티(지질체험프로그램), 지오하우스(지질테마숙소) 등 지질관광상품을 개발하고 있다.

또 지역주민의 실질적인 소득창출을 위해 지오푸드(지질특성을 모티브로 한 음식), 지오판(마을 특산물을 활용한 소규모 가공식품), 지오기프트 등 특화상품을 브랜드화 하는 등 주민체감형 사업을 추진했다. 그동안 총 사업비 35억 원을 투입했다. 어느덧 1차+2차+3차산업이 시너지 효과를 내는 '6차산업'의 신모델로 부상한 것이다.

하지만 이렇듯 따분하게 말을 꺼내는 것보다 더 쉬운 설명이 있다.

제주 곳곳에 즐비한 그 기생화산의 모양과 단층, 색상이 그 기생화산이 산재한 마을의 농수축산물을 원료로 현지에서 가공돼 생태·지질관광의 현장에 등장한다는 것이다. 1, 2, 3차 산업이 공존하는 현장이자 들끓는 관광객들로 자연파괴와 공동체 문화파괴를 호소하던 주민들에게 새로운 소득사업을 안겨 줌과 더불어 새로운 자부심을 만들어준 것이 바로 이 '지오브랜드'다.

설립 때부터 참 말도 많았다. 진흥원으로 갈 것인지, 아니면 관광청으로 갈 것인지 등으로 갑론을박을 거듭하던 제주관광 중추기구는 결국 제주관광공사란 이름으로 2008년 6월 출범했다.

출범 후 제주도관광협회와 역할구분이 모호해 갈등을 빚었고, 딱히 마땅한 수입원이 없어 전전긍긍했던 게 그리 오래 전 일이 아니다.

게다가 출범 초대 사장을 어찌어찌 국내 관련인사로 영입, 갈 길을 가나 싶던 제주관광공사는 2011년 우근민 도정 체제에서 선거판 공신을 새로운 사장으로 맞아들이면서 정작 위기국면으로 치달았다. 금품 비리로 사장이 구속수감되면서 최대의 비운을 맞았고, 그 시절 추진했던 호텔임대 및 옥외전광판 사업인 아텐타워는 우여곡절 끝에 백지화됐다.

그러던 제주관광공사가 지난해 5월엔 지방공기업 경영혁신 10대 우수기관에 이름을 올렸고, 7월엔 기왕에 하던 면세점에 보태 새로운 시내면세점 사업자 자리도 꿰찼다. 그리고 11월엔 면세점 매출 첫 500억원도 달성했다.

오는 6월로 제주관광공사는 창립 8년이 된다. 하지만 최근 2~3년간의 성과를 빼곤 그 이전의 성과

는 사실 그저 중국인관광객이 몰려 오거나 관광객 성장세가 보태져, 그게 아니면 ‘올레걷기’ 열풍 등 새로운 관광트렌드에 맞춰 덩달아(?) 거둔 성과인 성격이 강하다.

그 반면 ‘지오브랜드’를 비롯해 최근 2~3년간 제주관광공사가 던지는 메시지는 다분히 공격적이다. 국내 어느 곳에서도 하지 않던 새로운 승부수란 점이 사실 눈길을 끈다. 그래서 제주는 더 매력적이란 새 얼굴도 얻고 있다. 애초부터 바로 그런 ‘진흥’(Promotion)을 염두에 두고 출범한 게 바로 제주관광공사다.

그저 경영의 성과만 따지고 비용 대비 수익을 요구할 대상이 관광공사가 아닌 셈이다. 가능하면 돈을 벌어서 제주의 관광산업 전분야에 그 이상의 수익·소득증대를 가져올 수 있는 무형의 인프라 투자를 전담해야 할 조직이 바로 관광공사다.

그래서 저 멀리 오름군락을 바라보는 제주민들은 제주관광공사의 추후 행보에 다시 눈을 돌린다. ‘지오브랜드’로 치고 갔으니 앞으로 또 어떤 간판으로 제주관광의 새 깃발을 들어 올릴까? 결국 제주관광이 살 길은 ‘선수치기’고, 그 주력군은 제주관광공사가 맡아야 한다. 그러려면 제주관광공사는 지금보다 더 야생마가 돼야 한다. 이것저것 눈치만 보다보면 그저 잘 해야 중간이다.

그나저나 오름을 비롯한 제주의 지질자원이 ‘세계지질공원’이란 이름을 얻을 정도로 유명세이건만 제주의 유일 국립대인 제주대는 물론 제주도내 그 어느 대학에도 ‘지질학과’는 없다. 우리 우리가 세계에 내세울 수 있는 자원에 대해 너무나 모르는 것 같다. 세계인들은 관심이건만 우리 무관심이다.

따지고 보면 그 오랜 세월 화산활동으로 탄생한 제주의 지층.지형.지질에 대한 탐색과 연구 없이 지금 제주가 쌓아 올린 ‘제주삼다수’ 신화가 가능했겠는가?

성 명	최 병 일	소 속	한국경제신문 부장
주 제	6차 산업 활성화와 연계한 제주관광 차별화 방안		

6차 산업이란 1차산업을 중심으로 하여 농산물 가공이나 특산품 개발 등 2차 산업과 직판장이나 음식점, 숙박업, 관광업 등 3차 산업을 통해 농촌에서 담당하면서 농촌경제활성화가 주목적이다. 이들 산업의 유기적이고 종합적인 융복합 산업을 말한다.

6차산업을 흔히들 농촌체험으로 오해하는 경향이 높다. 감귤수확 맨발걷기 야생화 관찰 등 농촌의 풍경과 농촌의 정서를 체험하는 것도 6차 산업의 일부이지만 이것이 다는 아니다.

6차산업이란 단순한 1차·2차·3차의 조합이라고 생각하기보다 진정한 의미의 #농업·농촌융복합산업으로 이해되어야 한다. 이는 일본 도쿄대학 이마무라 나라오미 명예교수가 제창한 개념이다.

6차산업의 발생지는 일본 야마구치현에 있는 후나가타 종합농장이다. 후나가타 종합농장은 일본 농업과 농촌에 엄청난 영향을 미쳤다. 이 지역은 도시로의 인구유출이 심한 낙후농촌으로, 농업의 6차산업화로 도시민 농촌재유입 효과를 거두고 있다. 후나가타 종합농장에는 농산물 생산을 주축으로 가공 및 판매 농장과 음식판매 및 농업 체험 교류사업을 연계해 실시하고 있다.

생산중심 농업에서 가공과 직접판매 및 체험관광 중점을 둔 농업으로 변화하면서 2017년 매출액도 10억엔 이상으로 크게 늘었다.

후나가타 머쉬룸에서는 점보 양송이버섯을 개발해서 일반 상품 대비 10배 크기의 제품으로 화제를 불러 일으켰다.

이바라기현의 나가타 푸드는 무를 활용해 다양한 제품을 만들었다. 사실 일본은 곳곳에서 6차 산업을 활용한 다양한 관광상품을 만들고 있다. 시즈오카 같은 곳에서는 녹차나 와사비 발 등이 사진 명소나 관광명소로 활용되고 다양한 관련 제품을 양산하고 있다.

이를 제주에 적용하기 위해서는 농촌관광 수요를 연계한 6차 산업화가 대안으로 떠올랐다. 기존 관광농원과 감귤농원, 관광목장, 관광어촌에 2차 가공 산업을 추가 도입하는 것이 그것. 오색농업 클러스터 구축, 감귤테마촌 조성, 건강식품에 대한 스토리마케팅, 마늘보리빵 등 제주특산품 제품화, 마필산업 조성, 흑돼지관광농장 조성 등이 일부 또는 전면 도입되어 꾸러지고 있지만

1. 타 지역의 6차 산업과 비교하여 차별성이 없고
2. 관광산업이라는 관점에 대한 이해가 부족하며
3. 높은 품질, 체계적 관리, 마케팅 연계 등 시스템을 정교화 할 필요가 높아지고 있다.

후나가타 등 일본의 6차 산업의 성공이 경영자의 리더십 자립형 농가의식, 차별화된 프로그램과 상품개발·판매 등에 기인하기에 제주지역인 경우, 풍부한 관광문화자원과 1000만명 이상의 방문 수요자, 근로시간 축소 등으로 가능성이 어떤 지역보다 높다.

이를 위해

신성장 동력산업 도입과 고용창출이라는 목표를 두고 1차 산업과 3차 산업에 2차 산업을 융합시켜야 하며 제주형 6차 산업화 클러스터 구축과 제주자치도내 6차 산업 전담부서 및 컨설팅조직 운영 등을 통해 6차 산업으로 농업경영의 다각화가 절실하다.

해녀의 식탁, 혹은 다양한 농촌체험형 프로그램이 확산되어 체험은 물론 질 좋은 제품을 구입할 수 있다는 인식이 확대되어야 한다.

3부  
관광사업자  
패널토론

## 6차 산업 활성화와 연계한 제주 관광사업체질 개선 방향

- 좌 장 양창식 (전) 탐라대학교 총장
- 패 널1 강승진 이사장 ((사) 제주농업농촌6차산업화 지원센터)
- 패 널2 부석현 실장 (제주도관광협회)
- 패 널3 서인수 수석연구원 (제주 테크노파크)
- 패 널4 성주엽 대표 (생각하는정원)
- 패 널5 유영신 대표 (누리커뮤니케이션)





성 명	강 승 진	소 속	(사)제주농업농촌6차산업화지원센터 이사장
주 제	6차 산업 활성화와 연계한 제주 관광사업체질 개선 방향		

- 6차 산업 활성화와 연계한 제주 관광사업 체질 개선 방향이라는 주제는 매우 의미가 있고 시의적절하다고 봄.
- 저는 6차산업에 관광을 활용시키는 내용을 중심으로 토론함.
- 이를 위해서는 6차산업의 개념과 도입 배경, 그리고 제주도에서의 장점과 이를 연계한 사례를 중심으로 논함.
- 6차산업 의미: 1차산업(농,수,축,고유자원)×2차산업(가공,제조)×3차산업(관광,판매,체험 등)
- 6차산업 도입배경: 일본농촌의 고령화, 과소화, 시장개방, 소비자 욕구변화 해결을 위한 방안으로 처음 도입됨.
- 6차산업은 제주도가 적지 이유: 무공해, 청정, 1차와 3차산업 중심의 산업구조와 1500만명 관광객인 잠재수요자를 소유함.
- 6차 산업 활성화와 연계한 제주 관광사업 체질 개선 방안: 기부애펀테이크(GIAE & TAKE) 관광마인드가 도입(예, 일본의 환대정신) 되어야 함. 즉, 관광객 행태는 1인당 GDP가 얼마냐에 따라, 즉 소득 수준에 따라 행태가 달라지는 것으로 알려져 있음에 따라 제주관광은 5감+1, 감성이 포함되어야 지속가능함.
- 사례: 검은오름을 예로 들면, 사전예약제, 블랙푸드 등 세계자연유산을 연계한 사례로 관광선진 사례지로 활용해야 하는 장소임.
- 제주도 이미지의 상위개념과 최고 브랜드 변화 필요: 무공해, 청정은 섬지역이면 홍보 가능한 브랜드임. 따라서 세계유산(유네스코 생물권보전지역, 세계자연유산, 세계지질공원, 제주칠머리당영등굿, 제주해녀 등 5개, FAO 세계중요농업유산 제주밭담 1개, 람사르습지 등) 보물섬으로 활용할 필요가 있음.
- 제주지역은 6차산업이 충분한 자원과 재능 소유: 2018년 말 현재 농식품부에서 인증해준 6차산업 인증사업자가 98개 경영체이며, 올해는 100개가 넘을 예정으로 충분한 자원과 재능을 가지고 있으며, 이마트에 안테나숍 입점 등 전국에서 최고의 매출액을 올리고 있기 때문에 이를 관광과 연계시킨다면 제주의 새로운 틈새산업으로 충분히 가능함
- 제주지역 틈새산업 방안: 일본의 일촌일품주의와 같이 읍면별로 6차산업을 특화시켜서, 특화상품인 경우는 그 지역에서만 팔 수 있도록 해야 함. 즉, 특화상품을 사기 위해 마을을 방문한다든가, 마을을 방문했을 경우 특화상품을 사고 가는 이런 관광이 되어야 마을에 실질적인 도움뿐만 아니라 지역경제에도 활성화가 됨.
- 이러한 기본배경으로 하여 제주도에 6차산업과 연계한 활용가능한 아이템을 제안: 제주도에 인증 및 등재된 세계유산을 가지고 연계, 활용할 필요가 있음.
- 예, 세계자연유산6차산업마을, 세계지질공원6차산업마을, 해녀6차산업마을, 제주밭담6차산업마을 등을 조성함.

성 명	부 석 현	소 속	제주도관광협회 조사연구실장
주 제	6차 산업 활성화와 연계한 제주 관광사업체질 개선 방향		

## ■ 6차 산업 개념

지역의 발전과 성장을 위하여 최근 6차 산업이 강조되고 있는데 6차 산업은 농업생산의 1차 산업을 중심으로 농산물 가공이나 특산물 개발 등 2차 산업과 직판장이나 음식점, 숙박업, 관광업 등 3차 산업이 농촌지역에서 이루어지는 것이다.

즉, 6차산업은 농업의 생산과 가공 서비스의 단순한 집합(1차+2차+3차)의 결합이 아니라 이들 산업의 유기적이고 종합적인 융합(1차산업×2차산업×3차산업)을 의미한다고 할 수 있다.

농어촌 관광마을의 1차적인 생산과 2차적인 가공이 이루어지면 이를 구매하고 경험하고 소비하는 소비자를 현지 농어촌관광마을로 유도하여 현지에서 생산과 가공, 소비가 동시에 이루어지는 것이 농어촌관광마을이라고 할 수 있다.

## ■ 제주관광협회 추진사업 현황

- 지역(마을) 융복합 콘텐츠 관광상품화 홍보

### ○ 추진배경

- 최근 4년간 전국 농어촌체험휴양마을 체험객 수는 연평균 12%의 지속적인 증가세이며, 제주의 경우 31개 마을이 농어촌 체험 휴양마을로 지정되어 있으나, 관광객 대상 관광명소 대비 인지도 및 체험 운영 활성화 필요

### ○ 추진사업

- 어촌 3개 마을, 농촌 3개 마을 상품 개발 운영

### ○ 문제점

- 자연 인프라를 활용한 체험 상품 위주로 기상악화(태풍 등)의 영향에 의한 불가피한 운영 취소로, 지속적인 관광객 모객, 상품 운영 어려움

## ■ 연구동향

강승진(2013)은 제주농업에 맞는 6차산업모델로 3차산업과의 연계를 위해 흥미로운 프로그램과 쾌적한 인프라의 숙식, 교통등 기본적인 인프라가 중요하다고 하였다.

이와 같이, 6차산업 농어촌 관광마을의 선택속성의 경우는 일반 관광지 선택속성보다 농어촌 고유의 특성인 농어촌의 자연환경, 전통적인 환경 등의 자연적 속성과 사회문화적인 속성이 중요하며 이로 인한 농어촌 체험과 관련된 프로그램이 잘 갖추어진 곳이 관광객들에게 목적지를 선택하는 중요매력속성으로 간주된다고 하였다.

동일 연구에서 평가영역 및 세부 평가별 가중치를 보면, 주민역량정도(농가 및 재배 규모, 지역주민 참여 의지, 사업주체의 조직화): 0.30, 적합 및 환경성(작물재배 접합지, 주변여건 조화, 환경 영향성):

0.25, 개발성 및 경제성(개발 가능 규모, 개발 가능 용이성, 개발 비용): 0.16, 접근성 및 주변 연계성(광역 및 지역 접근성, 농업 관련시설, 지역 유희자원, 문화 관광시설): 0.15, 지역개발 효과(균형적 발전, 파급효과, 주변지역 개발잠재력): 0.14로 나타났다.

세부평가 항목별로는 지역주민 참여 의지, 작물재배가 적합한 지, 사업주체화와 조직화, 농가 및 재배규모, 파급 효과, 주변여건 조화, 환경 영향성, 개발 가능 용이성, 광역 및 지역 접근성, 개발 가능 규모, 개발 비용, 농업 관련시설, 문화 관광시설, 균형적 발전, 주변지역 개발 잠재력, 지역 유희자원 순으로 필요하다고 나타났다.

## ■ 6차산업 정책과 지원에 대한 시사점

6차산업 정책과 지원에 대한 시사점과 향후 보완할 방안에 대해 종합적으로 정리하면, 우선 6차 산업에 대한 인식을 확대하여 소비자와 가치관계를 형성하고 농어촌의 경영 소득을 안정화하여 농어촌 사회의 활력을 증진하는 것이 중요하다. 그리고 이를 위해 6차 산업과 관련된 코디네이터 및 전문인력을 양성하고 성공사례전파 등을 활용하여 관련 교육기회를 확대한 전문 프로그램과 매니지먼트 체계를 구축하는 것이 필요하다. 또한 문화 등을 활용한 6차 산업의 영역 확대와 장기 비전을 수립하고 소비자 지향의 농식품 관리와 맞춤형 유통·마케팅 전략, 판매망 확충이 필요하다. 관련 법과 제도를 빠르게 정비하고 보완하여야 하며 현장밀착형 중간지원체계를 수립 및 운영하고 수행 총괄조직의 지정과 운영도 중요하다.

이 밖에도 1차·2차·3차 산업의 고른 육성과 함께 부문별 우선 집중할 사업을 선정하고 관련 정부 정책자금 지원을 확대하여 농어촌 경제의 다각화 지원을 활성화해야 한다. 또한 지역주권의 강화와 지역사회 간 연계성을 수립하고 자치단체, 지역주민, 그리고 사업주체간의 집합체를 구축하여 전문기관의 다자간 파트너십을 관리하는 것도 필요하다. 그리고 농어촌의 에너지 자립과 생태 친화적인 농어촌 공간을 정비하여 다양한 분야의 융복합화로 지역산업 구조를 다양화하는 것이 중요하다.

성 명	서 인 수	소 속	제주테크노파크 수석연구원
주 제	6차 산업 활성화와 연계한 제주 관광사업체질 개선 방향		

### 1. 제주 관광 패러다임 변화

- 기존 경관관광, 단체관광 등의 관광 패턴에서, 체험관광, 개별관광 등으로 트렌드 변화
- 삼다도와 신혼여행지의 종래의 이미지에서, 치유와 힐링의 섬으로 새롭게 부각 중임
- 밀레니얼 세대에게 제주는 여행, 휴식, 느낌, 자연의 이미지로 변화하고 있음

### 2. 제주 자연환경의 가치가 새롭게 부각

- 푸른 빛 바다와 해변, 꽃자왈과, 오름, 한라산, 올레길 등을 1시간 남짓이면 접근 가능
- 관광객의 선택에 따라 해양치유, 산림치유, 치유농업 등 치유와 힐링의 파라다이스 가능
- 지역산업과 연계한 치유·힐링산업, 웰니스 관광산업으로의 발전 방안 모색 필요

### 3. 지역특화자원 접목 및 지역공동체로의 저변 확대

- 제주특화 농산물을 활용한 주전부리(간식) 등 먹거리 개발 및 산업화
  - \* (예시) 빵튀기, 즉석감귤착즙주스, 기름과자 등
  - \* 에버랜드의 경우, 입장료 수입보다 매장내 지출에 따른 매출이 더 높음
- 지역마을별 공동민박, 공동세탁, 공동마케팅 및 운영 방안 모색
- 마을 주변 올레길, 오름 연계, 마을단위 사회적 기업, 협동조합 육성,
- 할머니, 할아버지 정성, 해설사 및 스토리텔링, 시니어 일자리 창출

### 4. 4차산업 혁명과 연계한 맞춤형 관광 플랫폼 구축

- 제주도민 및 관광객 대상 건강뷰티 정보 DB 구축
- 관광객 맞춤 화장품 및 뷰티 프로그램 제공
  - \* (예시) 골프 관광객에게 적합한 선크림 및 마유 화장품 제공
- 관광객 맞춤 향토 음식 및 먹거리 제안
  - \* (예시) 고혈압 환자에게, 좋은 제주 향토음식 제안(고사리 해장국 등)
- 관광객 맞춤 관광 및 체험 프로그램 제안
  - \* (예시) 관절염 환자에게 적합한 관광 프로그램 제안(해수사우나 등)

성 명	성 주 업	소 속	생각하는정원 대표
주 제	6차 산업 활성화와 연계한 제주 관광사업체질 개선 방향		

고객을 위하여 우리가 변해야 합니다.

제주관광이 생존하기위해 관광사업자와 관광유관기관 모두 변해야 합니다.

\*\*\*\*\*

제주관광에서 우리가 고객에게 줄 수 있는 것이 무엇인지 생각해야 합니다.

그것을 위해 우리가 무엇을 준비해야합니까?

제주의 6차산업은 원물과 장인정신입니다.

6차 산업과 연계하기위해서는 제주다움이 있어야 합니다.

### <관광지와 6차산업>

- 현실은 의외로 영세합니다.
- 제주다움이 있어야 합니다.
- 생존하는 길은 고객으로 부터의 좋은 평가만이 유일합니다  
: 차별화, 경쟁력, 가치추구가 있어야 합니다.
- 소통창구가 단일화 되고 시스템에 의한 협력체계를 만들어야 합니다.

고객중심이 아닌 것은 개선해야 합니다.

과당경쟁을 어떻게든 풀어야합니다 - 구조조정 및 업종전환등 대책이 필요합니다.

\*\*\*\*\*

### < 관광유관 기관 >

1. 컨트롤 타워의 역동성이 절실히 필요합니다.
2. 공항공사의 통합발권시스템이나 온라인 플랫폼과 같은 선제적 시스템이 구축해야 합니다.
3. 고객평가 - 정확하게 표현되어야 합니다.
4. 고객과 함께 하는 살아있는 홍보가 되어야 합니다.  
- 언론 & 플랫폼과 함께 해야 효율적입니다.
5. 공격적인 지원 : 6차산업지원센터와 같은 진취적 행동이 필요합니다.
6. 학회도 선진사례와 전략을 제안해주셔야 합니다.

위를 진행하기 위하여 흥내내더라도 어벤저스 같은 팀을 만들어 잘못된 부분을 도려내고 경쟁력을 키웠으면 좋겠습니다.

성 명	유 영 신	소 속	누리커뮤니케이션 대표
주 제	6차 산업 활성화와 연계한 제주 관광사업체질 개선 방향		

1. 최근 활발하게 논의되어 온 6차 산업화에 대해 큰 기대를 가졌으나 현재 추진되는 사업들은 대부분 농업의 부가가치를 높이는 정도 수준에 머무르는 듯 하다, 이것은 이전에 농어가 등에서 생산하는 1차 산물을 제품화하고 관광시장에서 판매하거나, 농어가 체험 프로그램화, 관광지화 등 기존에 추진 해오고 있던 사업에서 크게 벗어나지 않는다고 본다.
2. MICE 산업적 측면에서 6차 산업화 상품과 서비스는 인프라의 다양성과 품질의 측면에서 매우 정교 해야한다. MICE 고객은 글로벌 교류 경험이 많은 경우가 대다수이기에 이들의 만족도를 높이기 위해서는 상당한 수준의 물적, 인적 자원과 인프라가 갖추어져야 한다. 이들은 가격보다는 품질에 우선하는 소비 성향을 가진 증이기 때문이다.
3. 제주의 관광사업체질 개선을 위해서는 우선 제주를 찾는 관광객의 NEEDS와 WANTS, 관광객별 특성 분석에 기초하여 탄력적이면서도 맞춤형인 6차 산업 상품을 개발해야 하며 무엇보다도 장기적이고 지속적인 실행이 보장되어야 할 것으로 생각된다.
  - 과제 사업이 끝나면 해당 프로그램도 종료되는 사례 등은 지양
4. 따라서 현행의 사전 계획이나 아이디어에 기초한 지원 정책 공모 방식과 병행하여 기초시설이나 자원 등을 갖추고 자발적 노력을 하는 개인이나 기업, 단체를 찾아가 상담과 코칭을 먼저 제공하는 방식의 지원 정책의 변화, 그리고 성공 시까지 일정기간 유예를 하는 지원이 반드시 필요하다고 본다.

## 2018~2019 (사) 제주관광학회 회원 명단

2019. 3. 기준

직책 구분		성명	소속
전임회장	1대	김경호	전 제주대학교 교수
	2대	김응식	전 산업정보대학교 교수
	3대	허향진	전 제주대학교 총장
	4대	양창식	전 탐라대학교 총장
	5대	장성수	제주대학교 교수
	6대	김영진	전 제주국제대학교 교수
	7대	오상훈	제주대학교 교수
	8대	고승익	전 제주관광대학교 교수
	9대	신왕우	제주국제대학교 교수
	10대	김창식	전 제주국제대학교 교수
자문위원	학계	우기남	전 지역사업평가단장
		박호래	전 탐라대학교 교수
		송성진	전 제주 한라대학교 교수
		최원철	전 제주대학교 교수
		양일용	전 제주관광대학교 교수
		김동훈	제주대학교 연구교수
		강보식	전 제주관광대학교 교수
		진대식	전 한국ICLE 대표
	기관	강영돈	제주특별자치도 관광국장
		문대림	제주국제유도시개발센터
		박홍배	제주관광공사 사장
		김영진	제주특별자치도 관광협회장
	산업체	김용이	(주) 대국해저관광 회장
		김민열	롯데면세사업부 제주지점장
		김영훈	뽕치마이스 대표
	도의회	김태석	제주도의회 의장
		김희현	제주도의회 부의장

직 책 구 분		성 명	소 속	
학회장		신왕근	제주관광대학교 교수	
수석 부회장		홍성화	제주대학교 교수	
부회장		서용건	제주대학교 교수	
		고헌환	제주국제대학교 교수	
		이상태	제주관광대학교 교수	
감사		이흥규	제주관광대학교 교수	
		조창흥	제주국제대학교 특임 교수	
실무 이사	총무		송상섭	제주대학교 연구소 특별연구원
	재무		채정숙	제주관광대학교 겸임교수
	부설 연구소	소장	오상훈	제주대학교 교수
		부소장	장정훈	융복합관광연구소 이사장
	학술 편집	위원장	홍성화	제주대학교 교수
		부위원장	김영남	김녕미로공원대표
실무 이사	기획 정책	위원장	정승훈	제주연구원 선임연구위원
		부위원장	백정민	제주칼호텔
	산학 협력	위원장	서정모	제주한라대학교 교수
		부위원장	장 빈	장빈에듀컬처 소장
	국제 교류	위원장	구필모	제주관광대학교 교수
		부위원장	김화경	제주국제대학교 교수
	홍보 섭외	위원장	신정하	제주한라대학교 교수
		부위원장	홍순병	곶자왓 문화연구원장
	논문 윤리	위원장	고승익	전 제주관광학회 회장
		부위원장	고광희	제주대학교LINC 사업단 산학교수
	운영이사		강성일	제주대학교 강사
			강속영	경기대학교 교수
고계성			경남대학교 교수	
고미영			제주연구원	
김 호			제주대학교GIS센터선임연구원	
김남진			제주도 관광협회 상근이사	
김대호			리처치플러스 소장	
김덕희			제주국제대학교 교수	



직책구분	성명	소속
운영이사	김문찬	제주관광대학교 겸임교수
	김미정	제주국제대학교 교수
	김상명	제주국제대학교 교수
	김의근	제주국제대학교 교수
	김철웅	(전) 제민일보 편집국장
	김태관	제주아트센터
	류재광	춘강 기획실장
	문경호	JTO경영전략처 처장
	문성종	제주한라대학교 교수
	문현철	초콜릿모텔 대표
	박운정	제주대학교 교수
	박은경	제주관광대학교 겸임교수
	박정환	제주관광대학교 외래강사
	변영실	(주)변영실리더십&코칭센터
	서광용	제주도청
	서원석	경희대학교 교수
	성주엽	생각하는 정원 대표
	송동희	뉴크라운 호텔 사장
	송운강	강원대학교 교수
	신동일	제주연구원 연구위원
	양성수	제주대학교 교수
	양성우	제주도관광협회마케팅국장
	양진호	제주국제대학교 교수
	양필수	JTO해외마케팅처 처장
	오상운	창의연구소 선임연구원
	이성은	제주관광공사지정 면세점장
	이재민	제주국제대학교 연구교수
	이진희	제주대학교 교수
	임화순	제주대학교 교수
	장명선	사)서귀포시관광협의회 회장
장혜원	제주대학교 연구교수	

직책구분	성명	소속
운영이사	조문수	제주대학교 교수
	조승철	제주안실련 대표
	주현식	전 제주지역사업평가단장
	최광수	제주한라대학교 교수
	최화열	제주국제대학교 교수
	황경수	제주대학교 교수
	현계담	제주대학교 박사
	현성곤	제주대학교 연구교수
일반회원	강길봉	제주한라대학교 교수
	강덕윤	제주관광대학교 교수
	강은정	제주한라대학교 교수
	강종훈	해뜨는집 대표
	강태완	제주발전연구원 박사
	고민정	동흥초등학교 교사
	고복순	사)국내여행안내사협회
	고정언	전 산업정보대학교교수
	고창호	제주관광대학교 교수
	고택운	전 제주관광대학교 교수
	곽재우	제주한라대학교 교수
	김구	한국자치경제연구원
	김기현	제주대학교
	김문중	제주관광대학연구교수
	김민철	제주대학교 교수
	김보영	제주국제대학교 교수
	김봉	제주한라대학교 교수
	김석훈	제주대학교
	김신창	제주한라대학교 교수
	김영언	제주몰여행사 대표
	김영조	제주관광대학교 교수
	김영춘	제주대학교 교수
	김용각	흥익여행사 대표

직책구분	성명	소속
일반회원	김원순	문화관광해설사협회 회장
	김운정	제주국제대학교 교수
	김정국	제주관광대학교 교수
	김종문	사)호텔지배인협회회장
	김태구	경희대학교 교수
	김행철	리하오 어학원장
	김헌기	장흥해운
	김현미	제주한라대학교 교수
	김형길	전 제주대학교 교수
	김홍보	전 제주은행 부행장
	류웅걸	제주대학교 박사
	문성환	JTO전략기획처장
	박상수	제주관광대학교 교수
	박시사	제주대학교 교수
	변수녀	제주대학교 / 박사과정
	부동석	주) 중문덤장 대표이사
	서명운	제주승마공원
	성정화	제주관광대학교 외래강사
	송광배	제주관광대학교 외래강사
	송대화	제주한라대학교 연구교수
	송미영	대한피부미용 제주지회장
	송재호	제주대학교 교수
	송종환	대국해저관광부 사장
	신동진	제주조리사협회 회장
	양인실	한국관광통역안내사협회제주지부
	양태석	
	어수현	해비치호텔 대표이사
	오명철	제주국제대학교 교수
	오승협	제주관광대학 연구교수
	오영주	제주한라대학교 교수
	오창경	제주국제대학교 교수

직책구분	성명	소속
일반회원	오창현	JTO관광산업처 처장
	이기환	제주국제대학교 교수
	이보흠	제주대학교
	이용완	제주대학교 교수
	이유라	제주대학교 연구교수
	이종익	제주관광대학교 외래강사
	이종희	제주한라대학교 교수
	이창근	주)가금테크 대표이사
	임무현	임무현 법무사 대표
	장철후	제주MBC광고사업팀장
	조익준	주)영진경영법인대표
	조정인	제주대학교
	진순배	윤정서에 연구소장
	진영남	빈에듀컬처 원장
	진현식	한국테마레조트연구소 대표
	최병길	제주대학교 교수
	최영진	제주한라대학교 교수
	최종룡	21C 서강연구소장
	최주락	제주관광대학교 교수
	한상호	제주한라대학교 교수
	한승이	제주관광대학교 교수
	현홍준	엠제이(주)기획경영본부장
	홍성범	제주관광대학교 연구교수
	홍유식	제주하나투어 대표
황용철	제주대학교 교수	