

제8차 국가관광전략회의

동 자료는 2023년 12월 8일(금) 국가관광전략회의 종료 후(15:30 잠정) 보도하여 주시기 바랍니다.

※ 동 자료의 내용은 국가관광전략회의 종료 시까지 변경될 수 있습니다.

## 대한민국 관광수출 혁신 전략

2023. 12. 8.

관계부처 합동

# 순 서

I . 추진배경	1
II . 현황진단	2
III . 비전 및 목표	5
IV . 추진과제	6
1. 케이-컬처 연계 관광수출 플러스	6
2. 로컬 콘텐츠로 지역관광 플러스	15
3. 융합·고부가화 산업혁신 플러스	21
V . 추진일정	26

# I. 추진배경

## □ 관광객 유치 경쟁 심화 속 방한관광 트렌드 변화 대응

- '23년 말까지 세계관광객 수가 팬데믹 이전 수준의 약 90%까지 회복 전망(UNWTO, '23), 국제관광시장 내 주도권 경쟁 치열
  - \* (일본) 인바운드 활성화를 위한 액션플랜, (대만) 외래관광객 유치 확대 가속화 방안 발표
- K-컬처에 대한 호감을 한국관광 수요로 전환하기 위해 개별관광·체험형으로 변화된 트렌드에 부합하는 콘텐츠 발굴 및 마케팅 필요
  - \* 한국방문 선택 시 고려요인 '패션·유행 등 세련된 현대문화 체험' 15.8%(2022 외래관광객조사)
  - \* 2022년 기준 해외 한류동호회 회원 수 1억 7,883만 명(한국국제교류재단)

## □ 지역관광 활성화의 중요성 제고

- 국제관광 트렌드로 '로컬리즘 관광' 부상, 외국인 관광객 재방문을\* 제고를 위해서는 지역관광 활성화가 뒷받침되어야 함.
  - \* ('15) 46.1% → ('16) 38.6% → ('17) 53.3% → ('18) 57.8% → ('19) 58.3% (외래관광객조사)
- 우리나라 229개 시군구 가운데 38.9%(89개)가 인구감소지역으로, 지역소멸 대응 차원에서 관광인구 유치의 중요도 증대
  - \* 관광객 62명이 정주민구 1인의 소비 대체 가능(한국문화관광연구원, 2022)
  - \* 각 지자체는 지역관광 활성화를 위해 체류형·살아보기형 여행 등 중점 추진

## □ 코로나19 이후 관광산업 회복 및 혁신 요구

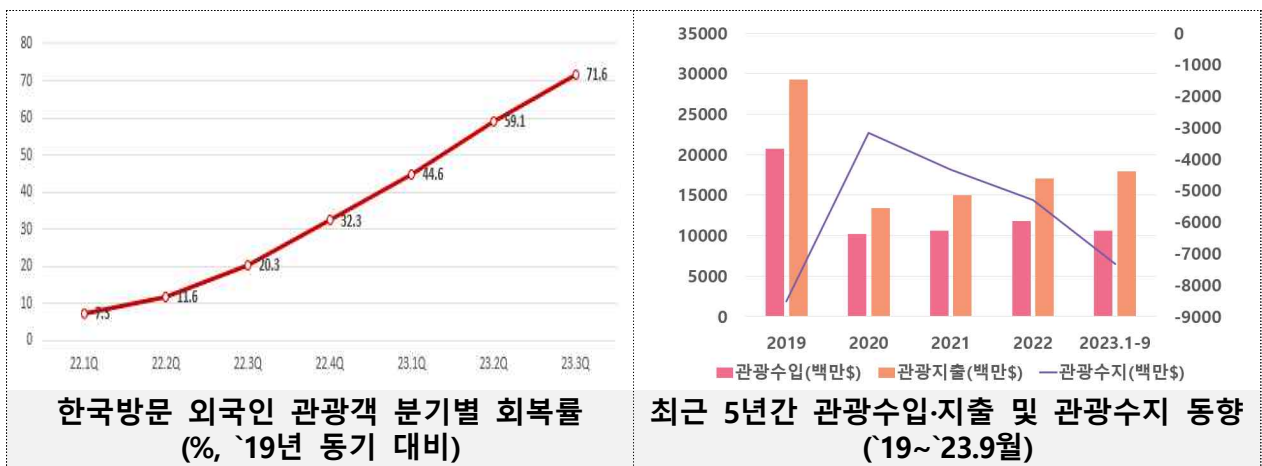
- 코로나19로 '20년 매출액, 종사자 수 급감 이후 인력난 심화
  - \* (매출액) ('19) 26.8조 원 → ('20) 8.2조 원 → ('21) 10.5조 원 → ('22) 17.9조 원(잠정치)  
(종사자 수) ('19) 27.6만 명 → ('20) 19.2만 명 → ('21) 19.5만 명 → ('22) 19.7만 명(잠정치)
- 플랫폼 중심 관광산업 생태계 변화 가속화로 산업의 디지털 전환과 새로운 비즈니스 모델 발굴 및 혁신이 복합적으로 요구\*
  - \* 예약, 전자결제 시스템을 구축한 관광사업체의 비중은 40% 이하(한국문화관광연구원, 2021)

## II. 현황 진단

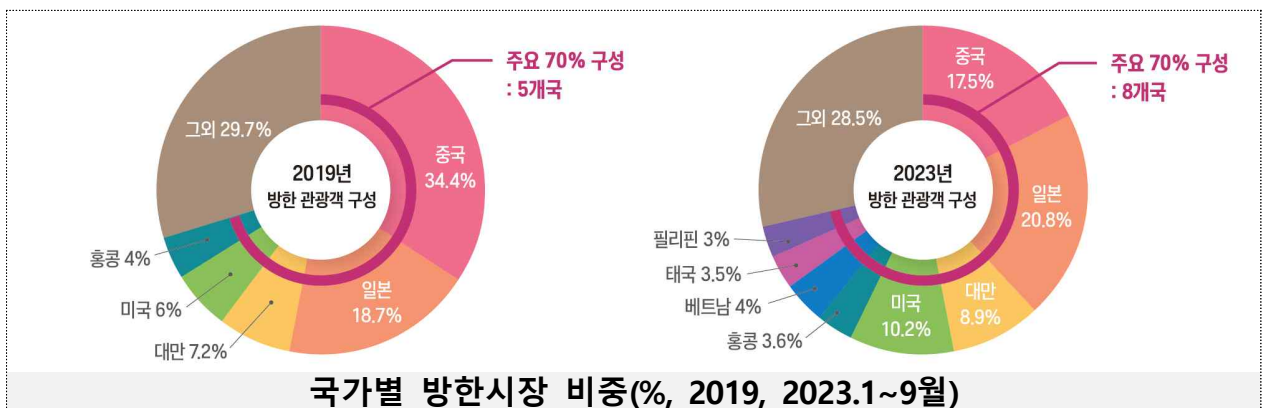
### 1 관광시장 현황

#### □ 외국인 관광객은 꾸준한 회복세, 방한 시장도 다변화

- (외래객 추이) '23년 10월까지 한국방문 외국인 총 888만 명으로 코로나19 이전의 60.9% 회복('19년 동기 1,459만 명), '19년 대비 월별 회복률\* 상승 추세  
\* '22.3월 6.3% → 7월 18.2% → 11월 31.6% → '23.1월 39.3% → 6월 65.1% → 10월 74.3%



- (시장 다변화) '19년 외래관광객의 70%가 5개국이었으나 '23년 8개국으로 확대되는 등 방한 국가 다변화 중



- (관광수지) 방한 회복률을 상회하는 국민 해외여행 급증으로 '23.1~9월 관광수지는 73.3억 불 적자

\* ('18) △131 → ('19) △85 → ('20) △32 → ('21) △43 → ('22) △53 → ('23.1~9월) △73.3억 불

## □ 일·중 방한관광 1·2위, 아중동·구미주 빠른 회복세

- (일본) '23.1~10월 일본인 184만 명 방문 및 '19년 대비 66.8% 회복('23.10월), '23년 7월 이후 매달 20만 명 이상 방문하는 등 회복세 지속 전망
- (중국) '23.1~10월 중국인 방한 관광객은 154만 명('19년 대비 30.8% 회복)으로 '23년 1월 회복률 6.4%에서 9월 48.8%로 단체 관광 재개(8.10) 계기 회복세  
- 다만, 과거 쇼핑 위주 단체관광보다 개별관광·체험 중심 수요 확대  
\* (월별 회복률) '23.1월 6.4% → 4월 21.5% → 7월 43.3% → 9월 48.8%
- (구미주·아중동) '23.1~10월 동남아·중동 등 214만 명 방문('19년 대비 79.9% 회복), 특히 구미주는 코로나19 이전 방문객을 넘어서는 등 빠른 회복세  
\* '19년 대비 ▲미국 103.4% ▲싱가포르 140% ▲네덜란드 128.3% ▲프랑스 119.5% 회복

## □ 국내관광 지표 개선, 외국인 관광객 일부지역 편중은 과제

- (국민 여행수요) '21년 대비 '22년 여행 일수, 지출액 등 국내관광 지표 개선  
\* ▲1인 평균 여행횟수 5.37회 → 6.21회, ▲1인 평균 여행 일수 7.99일 → 9.71일, ▲여행지출액 25.9조 원 → 34.5조 원 (2022 국민여행조사)
- (지역편중) 외국인 관광객 방문 일부지역 편중, 지역 간 불균형 발생

< 2022년 외국인 여행객 한국여행 중 방문 지역 (% , 중복응답) >

서울	부산	경기	제주	인천	강원	대구	경북	경남	대전	전북	광주	전남	울산	충남	충북	세종
82.4	20.3	14.1	11.4	8.4	6.4	4.5	3.9	3.4	2.8	2.7	2.3	2.0	2.0	1.7	1.4	0.8

※ 2022 외래관광객조사

## □ 코로나19 이후 관광업계 회복에 지속 노력 필요

- (관광사업체) 관광사업체 수\*는 증가하여 '22년 기준 최대 기록  
\* ('15) 23,874개소 → ('18) 33,452개소 → ('21) 33,553개소 → ('22) 35,007개소(잠정치)  
\*\* ('22년 업종별 비중(잠정치)) 여행업 51.0%, 관광객이용시설업 21.1%, 관광편의시설업 10.1%, 유원시설업 7.9%, 관광숙박업 6.2%, 국제회의업 3.8%, 카지노업 0.1%
- (관광인력) 관광숙박업의 구인 인력 대비 미충원을 23%, 구인 기간 1달 이상 60.4%('23.10월 기준, 약 400개 업체 조사/한국문화관광연구원)

## 2

# 한국 관광 경쟁력 및 관광 트렌드 변화

### ○ 외국인인 본 한국 관광의 경쟁력

'트렌디' 한국	편리한 인프라	안전한 거리
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ K-뷰티 제품부터 음악, 패션, 한식에 이르기까지 지금은 '한국적인 것'이 대세 (영국 The Times/'21.10)</li> <li>■ 서울은 거대한 트렌드 실험실, "몇 년 만에 한국은 새로운 세계의 진원지가 되었다" (프랑스 Le Figaro/'22.4)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 세계에서 가장 이용객 많은 도시 지하철 10개 대상 조사 서울 지하철 순위 1위 (런던 에센셜리빙 조사/'23.7)</li> <li>■ 한국은 세계에서 가장 연결성 높은 나라, 인프라의 96%에서 5G에 접근할 수 있음 (프랑스 Le Monde/'23.11)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 1인 여행객을 위한 안전 여행 목적지 Top 10에 한국 포함 (영국 Reader's Digest/'23.11)</li> <li>■ 여성과 밀레니얼 세대는 아이슬란드(1위)에 이어 한국, 태국을 가장 안전한 여행 목적지로 꼽았음. (미국 CNBC Travel/'22.4)</li> </ul>
맛있는 음식	K-뷰티·패션의 매력	풍부한 문화유산
<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 케이팝, K-드라마를 보고 들으며 자란 젊은 세대들은 이제 떡볶이, 김밥, 비빔밥, 핫도그 등 잘 알고 있음 (프랑스 Le Monde/'23.11)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 한국 스타일의 메이크업 체험, 한국 약재 조합 퍼스널케어, 개성적인 의류/잡화 셀렉트숍을 서울에서 즐길 수 있음 (일본 LEON/'23.12)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 수원화성, 종묘, 제주 화산섬과 용암동굴 등 유네스코 세계유산 16개</li> <li>□ 연등회, 탈춤, 판소리, 씨름 등 유네스코 무형문화유산 22개</li> </ul>

### ○ (국내관광 트렌드) 치유(웰니스) 관광, 개인 관광객 증대, 특별한 경험 추구 등 '24년 관광트렌드 전망에 주목하여 관광정책 추진 필요

\* 쉬고 비우는 여행, 개인별 관심사를 즐기는 여행, 특별한 경험 추구, 기술 활용 여행정보 획득, 여행동반자 범위 확대

### ○ (국제관광 트렌드) '23년 위케이션, 고급관광, 반려동물 동반여행 등 화두, '24년에는 '로컬리즘'에 기반한 지역관광\*, 캠핑관광 등 관심 증대 예상

\* 로컬리즘 관광 특성: ▲지역 고유의 장점 활용, ▲지속가능한 관광, ▲지역 시설 활용 관광수의 창출, ▲주민중심 관광서비스 제공 (글로벌 관광트렌드 다이제스트, 한국관광공사)

#### < 로컬리즘 지역관광 예시 >



**오스트리아 홀리데이 온더팜**  
(농장 휴가, 가족 단위 관광객 다수)



**조지아 와인 루트 프로젝트**  
(지역별 와이너리 정보제공, 와인 시음·생산체험 등)



**함양 온데이(on day)**  
(한옥마을 생활관광 프로그램, 다식 체험, 제례 체험 등)

### Ⅲ. 비전 및 목표

비전

대한민국 관광수출 혁신, 관광대국 도약

목표

관광시장 회복

외래관광객 수  
'24년 2천만 명  
(역대최고 1,750만 명)

관광객 지역 확산

외래객 지방 방문  
'24년 55%  
(코로나 전 50.9%)

관광 수입 확대

관광수입  
'24년 245억 달러  
('19년 207억 달러)

방향

- ① 여행 편의 개선, K-컬처 연계 강화로 외국인 관광객 유치 확대
- ② 지역관광 콘텐츠·인프라·거버넌스 혁신으로 지방관광시대 본격화
- ③ 융합·고부가화로 산업영역 확장, 질적 성장 기반 강화

전략

K-컬처 연계  
관광수출 플러스

1. K-관광 편의성 증진
2. 2024 한국방문의 해 집중 홍보
3. K-컬처 관광콘텐츠 확충

로컬 콘텐츠로  
지역관광 플러스

추진  
과제

1. 지역 특색 담긴 관광콘텐츠 발굴
2. 미래 대비 지역관광 인프라 확충
3. 지역관광 거버넌스 개선

융합·고부가화  
산업혁신 플러스

1. 고부가 치유관광·MICE 강국 도약
2. 인력 공급·디지털 혁신 촉진
3. 공정하고 건강한 산업 생태계 구축

## IV. 추진 과제

### 1 K-컬처 연계 관광수출 플러스+

◆ K-컬처에 대한 세계적 인지도·호감도를 살려 대한민국만의 관광 아이템 수출, 방한 관광객 확대로 수출과 내수진작에 기여

#### 1-1 K-관광 편의성 증진

- ✓ 외국인 관광객 만족도에서 '길 찾기', '여행경비', '언어소통'은 타 항목 대비 낮은 수치 기록(2022 외래관광객조사)
- ✓ 일본, 2013년 및 2015년도에 비자 편의 대규모 완화 이후 외래객 반등

#### □ 외국인 관광객 입국 편의 개선

- (비자 수수료 면제) 한국방문의 해 계기 비자 수수료 부담 완화(법무부)
  - 중국인 단체관광객에 한하여 시행 중인 단체전자비자 수수료 면제를 베트남, 필리핀, 인도네시아까지 확대 및 시한 연장\*(15달러→면제)
  - \* (現) 중국(~`23.12월) → (改) 중국·필리핀·인도네시아·베트남(~`24.12월)
- (정기노선 신설) '23년 동계시즌 32개의 정기노선 신설('23.10-11월)에 더해 추가 2개\*\* 노선 신설('23.12월/국토부)
  - \* (인천) 시엠립(캄보디아, 12.28~), 고마츠(일본, 12.28~)
  - 인바운드 유치를 위해 동아시아 노선의 증편을 추진하는 한편, 韓 지방공항 한정\* 운수권도 적극 협의하여 지역관광 활성화 촉진
  - \* (운수권 신설사례<sup>23년</sup>) 몽골(지방공항 3곳 각 주 3회), 쿠웨이트(부산 주 2회), 폴란드(부산 주 3회)
- (슬롯 확대) 운항시각(슬롯) 총량 확대, 항공기 증편 기반 마련\* ('23.9월~/국토부)
  - \* 인천 : ▲<sup>(04~23시)</sup>시간당 70→75회(+5) ▲<sup>(그 외)</sup>시간당 52→55회(+3)
  - 김해·청주/대구 : 시간당 각 1~2회 증대
- (전자여행허가제(K-ETA) 한시 면제) 2023-2024 한국방문의 해 계기 전자여행허가제(K-ETA) 면제 확대(법무부)



## □ 면세 한도 상향, 간편결제 확대로 쇼핑 편의 개선

- (사후면세) 즉시환급 사후면세 한도 상향(1회 50만 원 → 100만 원, 총 250만 원 → 500만 원) 및 절차 간소화 등 **이용편의 개선**(기재부)
  - 제로페이 활용 위챗·알리페이 연계 소상공인 사후면세점에서 즉시환급 서비스 제공 등 **면세절차 간소화**(중기부)
    - \* 부가세 즉시환급 서비스 제공 : 위챗페이(10월), 유니온페이(12월), 알리페이('24.上)
  - 출국장 세관 반출 확인 편의를 위한 **모바일 서비스 지원**('24.1월, 관세청)
    - \* 現 무인(키오스크 기기) 및 유인 창구 이용 시 장시간 줄서기 등 불편 발생
  - 사후 면세판매장 중 **즉시 환급 비율 확대**('23, 30%→'24, 40%/중기부 협업)
- (면세 인프라 확충) 인천항 출국장 면세점 신규 특허 사업자 선정 및 **재개장 추진**('24/ 관세청)
- (간편결제) 해외 현지 모바일페이 캠페인 및 국내 간편결제 지원
  - 춘절·국경절(중화권), 골든위크(일본) 등 주요 방한계기 현지 모바일페이·포인트앱 등 **사전홍보 캠페인**, 국내 예약·결제 시 할인쿠폰 제공
    - \* '23년 중국 모바일페이 시범 캠페인(7.27~9.18) 결과  
쿠폰 소지자의 71%가 실제 사용, 쿠폰가액 대비 72배 결제 등 방한소비 촉진 효과
  - 제로페이 활용 해외 자국 앱\* 이용 **간편결제 지원** 및 가맹점 수 확대(중기부)
    - \* 해외 결제사(중국(알리·위챗·유니온), 태국(Truemoney), 싱가포르(OCBC) 등 8개사)와의 제휴 앱을 통한 결제지원 / 가맹점수 : 176만 개('23.10월) → 180만 개('23.12월)
- (전국 쇼핑관광 홍보) 외국인 관광객에게 인기 있는 **쇼핑접점 100선·'머스트해브 아이템'** 선정·집중 프로모션('24~)으로 쇼핑관광 활성화
  - \* 지역의 여행상품 관광콘텐츠 발굴, 트래블라운지 구축 등 쇼핑관광 개선(매년 1개 지역)



반가사유상 미니어처(서울)



주령구빵(경북)



왕골공예품 티매트(인천)

## □ 외국인 관광객 이동 및 여행 편의성 제고

- (교통) 대중교통 예약·결제 서비스 확대 지원 등 추진
  - (모빌리티 앱) 철도, 버스, 택시 등 교통 편의를 위해 외국인 관광객 전용 모빌리티 앱 구축('24/민간업체 협업)
    - \* 택시 전용 앱 개시(~'24.1분기) 후 철도, 버스 등 단계적으로 교통수단 확대 예정
  - (공항버스) 공항버스 운영 주요 민간업체와 연계하여 운영 범위 및 예약·결제 편의성 증진('24.1분기/티맵모빌리티)
    - \* 공항버스 운영업체 '티맵모빌리티' 연계, 수도권(서울·경기) 중심 운영에서 전국으로 운영 및 예약·결제 지원 확대
  - (관광택시 플랫폼) 지역별 관광택시(TAPXI)\* 예약·결제 서비스 지원을 위해 통합플랫폼 구축('24)
    - \* 평창, 남원, 서천, 대전 동구, 안동, 제천, 울산 등 운영 중(8개 지역)
  - (지도 앱) 네비게이션 앱 '티맵 모빌리티' 영문서비스 추진('24.1분기)
- (관광안내체계 고도화) AI를 활용한 관광통역안내(1330) 확대 및 관광안내소 전면 점검을 통한 온·오프라인 안내체계 고도화
  - (AI 활용 관광통역안내) 콜센터 안내사(전화·문자) 중심 안내에서, AI 활용 챗봇 하이브리드 운영을 통한 상담건수 증대 및 운영 효율성 강화
    - \* ('24-'25) 기존 상담내용 DB 활용 AI 학습, 클라우드 기반 센터 구축, ('26-'27) 학습된 AI로 단순문의 대상 챗봇·콜봇 도입, ('28~) 챗봇 중심 AI 기반 미래형 센터로 서비스 확립
  - (관광안내소 지침 전면 개정·점검) 전국 관광안내소(500여개) 운영지침 전면 개정\* 및 전국 관광안내소 점검을 통한 외래객 안내 내실화('24~)
    - \* (주요 내용) 정보 수요별 안내소 역할 명확화(광역-지역), 온라인 관광 정보에 대한 신뢰성 검증 필요에 따라 관광안내소의 대면 제공 가능 서비스 집중
- (크루즈 인근 교통편의) 터미널과 인근 도심 간 무료 셔틀버스 수요 모니터링 및 운행 확충 추진(해수부)

## 1-2 2024 한국방문의 해 집중 홍보

- ✓ 특정 국가의 문화를 다룬 콘텐츠를 시청하는 이들은 해당 국가로 여행할 가능성이 높음(UNWTO, 2021)
- ✓ 한국 방문의향 결정에 영향을 준 정보원으로 SNS/동영상 플랫폼이 1순위 20.8% 응답(2022년 잠재 방한여행객조사)

### □ K-컬처 융합 메가 이벤트 개최

’24.1분기	’24.2분기	’24.3분기	’24.4분기
코리아그랜드세일 (1~2월)	코리아뷰티페스티벌 (6월)	대형 한류 페스티벌 (9월)	서울국제공연예술제, 서울아트마켓 (10월)
2024 강원동계청소년올림픽 2024 부산세계탁구선수권대회	드림콘서트 서울국제도서전 대구국제뮤지컬페스티벌	키아프·프리즈 서울 제15회 광주비엔날레 뮤콘 2024	웰컴대학로 부산국제영화제 국제게임전시회 지스타

○ (코리아뷰티페스티벌) K-뷰티·패션·의료 융합 대규모 페스티벌 개최(’24.6월)

- ① 메인거점(광화문광장) : 외래객 대상 뷰티·패션·의료 관련 체험부스 및 관광상품을 판매하고, 커버댄스, 스트리트패션쇼 등 문화행사 추진
- ② 연계거점(강남, 명동, 성수)에서 방한 외래객 대상 체험 프로그램\* 추진, 헤어샵 등 주변 오프라인 매장 연계 프로모션 진행

\* (쇼핑) K-뷰티 특별 프로모션, (패션) 퍼스널컬러 매칭, (뷰티) 헤어 및 메이크업

○ (케이팝 콘서트) 케이팝 행사(K-Link 콘서트(’23.12월), 대형 한류 페스티벌(’24.9월)) 개최 통해 방한 수요 촉진 및 K-컬처 홍보·체험 연계 확대

K-Link 콘서트(’23.12월)	대형 한류 페스티벌 (’24.9월)
잠실실내체육관 / 7천 명 규모	장소 미정 / 콘서트 2만 명, K-컬처 체험 5만 명 예상

- 국내 개최 케이팝 콘서트\* 연계 방한상품 개발 및 한국관광 홍보

\* 드림콘서트(상암월드컵경기장, ’24.6월), 지자체 케이팝 콘서트(4개, ’24.下)

○ (코리아그랜드세일) 항공·숙박·쇼핑·푸드·체험 등 ‘K-관광 협력단’ 참여기업(100여 개) 중심 민·관 협력형 쇼핑관광축제 개최(’24.1~2월)

---

## □ 해외 현지 마케팅 강화

---

- (K-관광 메가 로드쇼) K-컬처·한국관광을 연계한 참여형 홍보행사를 '23년 15개 도시에서 대폭 확대된 25개 도시 개최
  - \* (일본) 오사카, 삿포로 등 6개, (중화) 상하이, 광저우, 타이베이 등 6개, (아중동) 두바이, 하노이, 쿠알라룸푸르, 마닐라, 뉴델리 등 8개, (구미주) 뉴욕, LA, 애틀랜타, 파리, 시드니 등 5개
  - 로드쇼 기간 중 주요 OTA 활용 방안 상품 판매, 특별 할인 등 온·오프라인 프로모션 연계로 로드쇼의 방한관광 유치 효과 극대화
  - 지자체 협업 K-컬처 관광이벤트 100선, 한류 대표코스 51선\*, '한국관광 핫플레이스' 등 대표상품 및 관광명소 홍보
  - \* 케이팝 팬덤 겨냥 상품, 한국어·태권도 연수, 한옥 숙박 등이 현지 MZ세대들로부터 호응
- (K-브랜드 활용 마케팅) 해외 인지도 높은 기업·메가 이벤트 협업 광고 송출 및 한정판 PB상품 제작, SNS 캠페인 등 한국관광 홍보
  - \* (예시) 동남아시아 및 몽골 등 현지 진출 K-편의점, 구미주 및 중화권 등 현지 진출 K-치킨·K-떡볶이 브랜드 매장 내 협업광고 등
- (인천공항 K-관광·컬처존 조성) 1터미널 내 실감형 K-관광·컬처 디지털 체험 및 전시 시설 조성(약 525㎡), 한국관광 시작·종착점으로 명소화
  - \* (유사 사례) 하이커그라운드(청계천), '22.7월 개관 후 매월 약 5만7천명 방문, 월평균 7.5% 증가

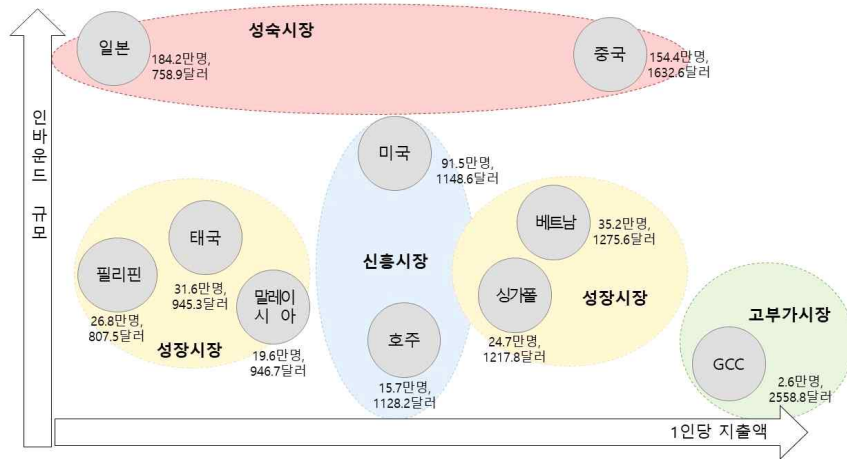
---

## □ 신시장·미래세대 신규수요 창출

---

- (신시장 개척) 관광공사 해외지사(22개국 32개소)가 없는 신시장에 홍보지점 (10개국 10개소) 설치 및 B2B마트 개최로 밀착 마케팅 추진
  - \* (예시) 2019년 이후 한국 관광 행사가 부재했던 스웨덴에서 홍보지점을 통해 스톡홀름 B2B·BC2 한국관광 홍보 설명회 및 북유럽 방한관광 시장 개척을 위한 현지 네트워킹 구축
- (미래수요 확보) 국내 18만 외국인 유학생 연계 친구·친지 방문 활성화(교육부)
  - (유학 전·준비) 유학박람회 등 유학생 유치·지원 사업과 연계·협력
  - (유학·체류 중) 유학생 친구·친지 특성(긴 체류시간, 지역 방문)을 고려, 국내 유학생 대상 체류형 관광 체험 등 홍보 협조
- (방한 수학여행) 중국·일본 등 교류교 매칭 등 일선 교육청·학교 협력 강화

# ◆ 외래객 유치를 위한 시장 맞춤형 전략 추진



시장	외래객 현황 및 회복률 (23.1.~10)	평균 지출액 (19)	특성	전략
<b>성숙 시장 (일본·중국 및 중화권)</b>	452.3만명 47.9%	1,120달러	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 현재 방한객 수 측면에서 안정적인 상위권이나, 지속적인 관리 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 타겟 시장 세분화 (미식, 스포츠, K-POP 등)</li> <li>◆ 재방문 활성화(지방관광 연계, 체류·환승 관광 확대)</li> </ul>
중국	154.4만명 30.8%	1,632.6달러	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 단체관광 재개 후 방한 수요 조기 회복 필요</li> <li>◆ 개별관광객 확대 추세</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ e스포츠 등 활용 관광 상품 다변화</li> <li>◆ OTA 등 연계 개별관광객 유치 확대</li> </ul>
일본	184.2만명 66.8%	758.9달러	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 높은 여성·2030세대 방문 비율</li> <li>◆ 서울 방문 집중 경향 심화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 미래세대·남성 등 신규 수요 발굴</li> <li>◆ 방한 관광 동선 다변화 (웰니스, 미식 등 지역특화 콘텐츠 활용)</li> </ul>
<b>성장 시장 (동남아시아 (싱가포르, 베트남, 태국, 말레이시아 등))</b>	157.6만명 76.2%	1,071달러	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 현재 방한객 수는 중규모</li> <li>◆ 방한관광객수와 아웃바운드의 높은 성장성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 가족관광객 타겟 고부가 전환 촉진(동반가족 맞춤형 고부가 체험 콘텐츠 개발)</li> </ul>
<b>신흥 시장 (구미주 (미국, 캐나다, 호주, 영국 등))</b>	221.8만명 89.6%	1,146달러	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 높은 관광 아웃바운드 순위 등 국제관광 시장에서 중요성이 높음</li> <li>◆ 방한 관광객 성장률이 높아 관광 유치 지속 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 테마콘텐츠 개발(재외동포, 비건, 가족관광 등)</li> <li>◆ 방한 관광 친밀도 제고 (외교 계기 홍보 등)</li> </ul>
<b>고부가 시장 (중동 (GCC))</b>	2.6만명 85.3%	2,559달러	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 시장 규모 대비 1인당 지출액 높아 관광수입 증대 측면에서 중요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 한국 관광 인지도 제고 (국제박람회, K-컬처 이벤트 등)</li> <li>◆ 고부가상품 개발 (전문인력 육성, 의료·웰니스 상품 개발 등)</li> </ul>

## 1-3 K-컬처 관광콘텐츠 확충

- ✓ 외래객 한국방문 선택 시 '패션·유행 등 세련된 현대문화 체험'(15.8%), '케이팝·한류스타 관련 공연, 팬미팅, 촬영지 등 체험'(12.9%) 응답(2022 외래관광객조사)
- ✓ 키아프·프리즈 서울 개최 기간('22.9월) 전월 대비 외국인 고객 수 12.9% 증가, 외국인 매출 15.5% 증가(한국면세점협회)

### □ K-아트, 한류 테마 관광콘텐츠 강화

- (아트투어) 키아프·프리즈('24.9.4~8.) 등 아트페어 연계 투어 개발, 미술관·미술비평 관계자 초청 및 미술관·작업실 투어 운영
  - \* 프리즈 서울 관람객 일평균 관광소비액은 일반관광객 대비 약 3.2배(현대경제연구원, 2022)
  - \* (예) "K-아트(키아프, 광주비엔날레 등) + 럭셔리관광" 등 융복합 방한 관광상품 연계 모객 지원
  - 미술여행 등 국내 미술관 전시해설 프로그램 외국인 특화 코스 운영
- (공연관광) '웰컴대학로' 참여 작품 수 등 규모 확대\* 및 공연관광 박람회 신규 개최('24.10월), 지역 공연관광 거점 육성\*\*
  - \* 해외공연단('23년 3개국→'24년 5개국) 및 공식 참여작 확대('23년 37개 →'24년 50여 개 공연)
  - \*\* (선정기준(안) 상설공연 가능성(공연장 및 작품 유무), 콘텐츠 상품성, 외국인 관광객 방문 접근성 등)
- (한류테마 투어코스) K-콘텐츠를 활용한 글로벌 한류 팬 맞춤형 대표코스 40선\*(160개 관광지) 추가 발굴('23.12월) 및 여행 상품화
  - \* 뮤직비디오 및 드라마 촬영지 등 한류테마 관광지를 코스 형태로 소개하는 가이드북 '한류위키', 'BTS 로드', '오징어게임', '이상한 변호사 우영우' 코스 등 소개



드라마 '스물다섯 스물하나' 촬영지 (전북 전주 일대)



방탄소년단 앨범 재킷 촬영지 (강원 강릉 향호해변)



오징어게임 촬영지 (인천 마이랜드)

- (K-컬처 연수비자) K-컬처 관련 연수 프로그램에 참가를 희망하는 외국인 청소년 대상 비자 신설('23.12월/법무부)



## □ 문화유산을 활용한 K-헤리티지 여행 활성화

- (미디어아트+문화유산) 지역 대표유산과 디지털 기술을 융합한 창의적 콘텐츠 구성, 야간 특화형·지역 체류형 관광 유인(문화재청)
  - \* 익산 미륵사지, 강릉대도호부관아, 고창 고인돌 유적, 경주 대릉원지구 등
- ('코리아 온 스테이지') 세계유산 등을 배경으로 전통·현대예술(국악, 케이팝, 퓨전 전통음악 등)이 어우러진 공연 개최('24.5월/문화재청)
  - \* '코리아 온 스테이지 인 런던' 개최('23.11.8./영국 런던 웹블리 아레나)
- (청와대 관광) 인근 역사·문화·관광자원을 연계한 테마별 관광코스 추가 개발('23년 10개→'24년 20개) 및 차별화된 전시·공연·체험 프로그램 운영
  - 사랑채 리모델링(~'24.4월)으로 한국 관광안내 및 홍보 콘텐츠 개편, 휴게·편의시설 확충을 통해 관광 만족도 제고



미디어 콘텐츠 활용  
실감체험형 공간



K-컬처를 대표하는 한복입기 등  
가상 체험 공간



전국 맛집, 페스티벌 등 다양한  
정보를 담은 인터랙티브 미디어월

- 청와대 핵심 콘텐츠 관련 특색있는 전시·공연·체험 프로그램 운영
  - \* (전시) 주요공간 내부 가구·미술품 복원전시, 미디어파사드. (공연) 청와대 야외 공간 활용 공연 기획, (체험) 명절 등 계기 특별행사, 야간관람, 수목탐방 등
- (템플스테이) 진관사 등 외국인 전문사찰(28개) 중심 특별 템플스테이 및 사찰음식 강좌·체험 프로그램 확대('23년 15개소→'24년 25개소)
  - 지역 문화관광자원과 연계한 권역별 사찰 체험 코스·프로그램 및 템플스테이 연계 철도 여행 프로그램 협업 개발(코레일 협업)
  - ※ (예시) '한국방문의 해' 기념 외국인 특별 템플스테이(통번역 프로그램 포함), 세계문화유산·사찰음식명상순례 등 지역연계 템플스테이 기차여행, 전통사찰-템플스테이 연계 스탬프투어 등

## □ K-스포츠 연계 관광객 유치

- (국제대회 연계) 2024 강원동계청소년올림픽, 부산세계탁구선수권 대회 등 계기 체험·관람형 관광상품 개발

- 올림픽 연계 관광 상품 개발을 위한 현지 업계 초청 팸투어(23.12월, 평창·정선)

### ■ 강원동계청소년올림픽 연계 관광상품 개발 예시

지역	대표코스	지역	대표코스
중국 선양· 시안	◆전문 스키 레슨(평창·정선) ◆스키 + 화천산천어 축제(춘천)	몽골	◆개·폐막식 관람 및 강원지역 관광지 방문
	◆평창 스키체험, 레고랜드 및 한류관광지(강릉 '도깨비' 촬영지 등)	일본	◆'겨울연가' 20주년 계기 눈꽃 트래킹

- (동계스포츠) 동계스포츠 관광 활성화 목적 'Winter Korea Festival' 개최
  - 눈이 없는 동남아 국가(싱가포르, 홍콩, 대만 등) 대상 올림픽 연계 스키 등 겨울 스포츠 특화상품 운영 및 마케팅 지원(24년 총 10회)
  - 올림픽 계기 방한객 대상 강원동계축제 방문 교통수단 지원, 축제 관광객 유치 확대(24.1월, 평창송어축제, 대관령눈꽃축제 등)
- (전지훈련 유치) '(가칭)방한 전지훈련지원센터' 신규 개소, 전지훈련 (국가대표/프로/아마추어 등) 유치체계 마련
  - 문체부(한국관광공사) + 지자체 + 대한체육회(종목단체 포함) 협업 및 훈련시설 및 주변 관광·체험과 연계한 맞춤형 통합 지원 제공\*
  - \* ① 지역·종목별 시설 조사(~24.2월) → ② '(가칭)방한 전지훈련 지원센터' 개소(24. 3월) → ③ 통합 지원체계 구축·유치(24.3월~)
- (태권도) 무주태권도원 연계 청소년 수련생 방한 연수(중국, 대만, 싱가포르 등), 주요 태권도 행사\* 계기 관람·체험상품 개발
  - \* 아디다스컵 어린이 태권도 품새대회(24.5월 및 10월) 등
  - 우수 시범단 발굴을 위한 시범단 경연대회\* 개최, 킬러콘텐츠 발굴
  - \* 4대 권역(수도권·강원, 충청, 경상, 호남·제주)별 지역 예선 및 무주 태권도원 결선
- (e스포츠) 리그오브레전드 챔피언스 코리아(24.4월/8월), 대통령배 대회(24.7~8월) 등 주요 경기·이벤트 연계 관광상품, 연수 프로그램 개발



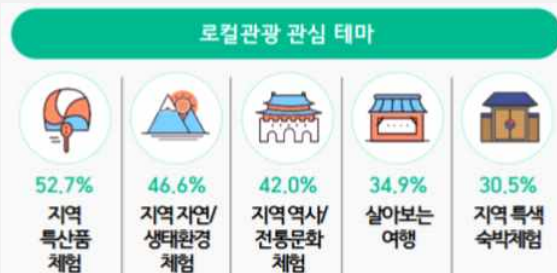
## 2

## 로컬 콘텐츠로 지역관광 플러스+

- ◆ 지역별 고유한 문화자원을 활용한 특색 있는 관광콘텐츠 확충을 통해 국내외 관광객의 지역 분산을 유도하여 지역 경제 활성화

### 2-1 지역 특색 담긴 관광콘텐츠 발굴

- ✓ 외국관광객 한국방문 선택 시 고려사항 1위 음식·미식탐방(68.0%) (2022 외래관광객조사)
- ✓ 지역관광 매력도를 높여 외래객 지방방문 확대, 국민 해외여행 수요 흡수 필요



\*한국관광공사(2023), 2023 관광트렌드 전망 설문조사 및 데이터 종합분석

#### □ 미식 · 축제 · 야경, 테마가 있는 여행

- (K-미식 관광) 전국 5개 권역별 대표 음식 콘텐츠(대표제철음식, 식문화, 맛집, 음식 체험행사 등) 발굴·기획 및 해외 마케팅
  - 전통주, 향토음식 등과 경관자원, 식문화를 결합한 'K-미식벨트 TOP 30' 구축, 미식관광 프로그램 운영 및 미식관광해설사 양성(농식품부)
  - 우리 전통시장의 세계화, 로컬 체험콘텐츠로서 방한 관광객 방문 유도
  - \* (예시) '제주 해녀의 부엌' : 춘옥 할머니의 실제 스토리로 만든 연극과 해녀들이 채취한 해산물에 대한 설명과 식사를 제공하는 등 제주의 특별한 여행 콘텐츠로 자리매김
- (글로벌 축제 육성) '24'25 문화관광축제 신규 지정, 그 중 잠재력을 갖춘 축제를 국가대표 글로벌 축제로 집중 육성('24년 신규 25억 원)
  - 글로벌 축제 개최기간 확대 및 지역공항-축제장 원스톱 교통편 확보, 외국어 콘텐츠 및 안내체계 지원 등 연간 외래관광객 1만 명 이상 방문 유도

- (‘대한민국 밤밤곡곡’ 야간관광) 스토리를 접목한 지역별 차별화, 야간관광특화도시 상품화·브랜드화 지원 확대(23년 7개소→24년 10개소)
  - 지역의 특색있는 야간관광 콘텐츠를 ‘대한민국 밤밤곡곡’으로 통합 홍보, 캔들라이트 콘서트 등 특화콘텐츠 개발·확산



**통영 "투나잇 통영"**  
 ▪ 통영만의 감성을 마케팅



**대전 "D-라이트"**  
 ▪ 우주여행을 하듯 대전의 밤을 여행



**부산 "별바다 부산"**  
 ▪ 부산 앞 바다위에 비친 야경

- (위케이션) 위케이션 인프라 조성 및 프로그램 운영 지원 본격화, 공공·민간(수요 기업-공급 지자체·관광업계) 간 네트워크 구축
  - \* 강원(‘산으로 출근, 바다로 퇴근’ 슬로건으로 지역 관광자원 연계), 부산(일본인 해외 위케이션 수요 선점), 전남(섬·해양·산림 자원과 남도음식 결합한 블루 위케이션) 등 다수 지자체 추진 중
  - 공공기관의 원격근무 확대, 민간 협업 마케팅(대한상공회의소, 서울경제진흥원 등)을 추진하여 위케이션 확산 유도 및 인식 개선

### ■ (사례) 부산형 위케이션

- (역외기업 이전유치를 위한 정보 제공) 부산에서의 위케이션 경험이 기업 이전으로 연결될 수 있도록 지역 사무실 정보, 인프라 등 관련 종합 정보 제공
  - \* 기업 이전 전 입주공간 제공, 이전 시 투자유치 지원, 투자단계에 맞는 투자사-역외기업 매칭 등
- (해외관광객 유치 노력) 와카야마현, 일본위케이션협회와의 업무협약 체결, 일본 기업인 대상 모니터 투어 등 일본 위케이션 수요 선점을 위한 마케팅 추진
- (지역관광 마케팅 강화) 웹 플랫폼에서 위케이션 신청, 숙박 및 업무공간 예약, 관광콘텐츠 안내

- 국내에서 1~2년간 체류가 가능한 '위케이션 비자' (가칭 '디지털노마드비자') 도입 및 시범 운영으로 지역 인바운드 관광객 확대 유치(23.12월/법무부)

- (농촌 관광) 지역 여행사의 창의성 활용, 농촌체험휴양마을을 연계한 지역단위 농촌관광 테마상품 개발 및 상품운영 지원(24년 20개소/농식품부)
  - \* 20개 지역 지원 시 약 200여 개 농촌체험휴양마을 혜택

## □ 국토 재발견 ‘로드 트립’ 활성화

- (자전거 관광) 전 국토를 아우르는 자전거 관광 활성화, 관광수요 창출
  - \* 자전거 소비지출 '19년 1,820억 → '20년 2,820억(54.9% 증가), 국토종주 이용객 '20년 50,110명 → '21년 75,871명(51.41% 증가) (2022 행안부 국토종주자전거길 조사)
  - 자전거 관광 코스 개발 및 지역 관광자원 연계 안내 체계 확대 검토
  - ‘자전거 행복나눔’, ‘우리강 이용도우미’ 누리집 활용, 강변 자전거길 완주자 인증프로그램 연계 관광콘텐츠 안내 강화(행안부·환경부)
  - 지역 기반 민간업체 및 주요 자전거대회 협업 여행상품 개발·홍보
- (걷기 여행) 국토 외곽을 연결하는 코리아둘레길 전 구간개통 ('24.3월) 계기, 세계적 명품 걷기여행 자원으로 육성
  - 외국어 안내체계 완비 및 코스별 체험 콘텐츠 개발 지원, 해외 유명 트레일\* 완보자 초청 교류('24년 신규)
  - \* 산티아고 순례길 연간 완보자 438,182명('22년, 외국인 56%), 몽블랑 트레일, 애플래치안 트레일 등 해당 완보자 대상 코리아둘레길 완보 초청, 새로운 방한관광 수요 창출
  - 스탬프투어 등 게임화(gamification) 프로그램 도입으로 완보 의욕 고취, 국민 참여 걷기여행 캠페인 확대('24년 상·하반기 2주간 2회)



온라인 스탬프투어



오프라인 스탬프북



걷기여행주간



코리아둘레길 원정대

- 23개 국립공원(지리산, 설악산 등) 연계 트레킹 상품\* 개발(국립공원공단 협업)
- \* (예시) 겨울 눈꽃 트레킹(설악산 일대), 태안반도 해변길 이어걷기, 소백산 선비로드 트레킹 등
- ('로컬100' 기차여행) 지역의 고유한 문화명소, 문화콘텐츠, 문화명인 등으로 선정한 '로컬100'과 연계한 기차여행 상품 확대('24년 100개)

## 2-2

## 미래 대비 지역관광 인프라 확충

- ✓ 남부권('24~'33), 서부내륙권('17~'26), 충청유교문화권('19~'28) 등 광역관광개발, 관광거점도시('20~'25), K-관광섬('23~'26) 등 전 국토에 걸친 관광개발 추진 중

### □ 남부권 광역관광개발 'K-관광 휴양벨트' 본격 추진

- (비전) 하루 더 머무르는 휴양·감성치유·일상여행 중심 남부권\* 광역 관광 'K-관광 휴양벨트 구축' 추진('24~'33/총 사업비 3조 원 규모)
  - \* 부산, 광주, 울산 및 전남·경남(40개 시군)
- 남부권이 보유한 해안과 내륙, 다도해 섬 등 매력적인 관광자원과 문화·기술을 접목하여 체류형·체험형 관광명소 조성
- (권역별 집중 콘텐츠) ▲(남서/광주·전남) 남도문화예술, ▲(남중/전남·경남) 한국형 웰니스, ▲(남동/부산·울산·경남) 해양문화휴양
  - \* 예술접목 야행관광공간(광주), 갯벌치유 관광플랫폼(순천), 산악관광 베이스캠프(울주)
- (5대 관광매력 특화) 관광만(T-UAM(도심항공교통)) 구축(고성·통영), 관광경관명소 조성(무안, 고흥, 울산, 창원, 부산), 위케이션 관광스테이 확충(구례·곡성·광양·하동) 등 5가지 관광매력 연출



1.관광만 구축

2.관광도로명소 연출

3.관광스테이 확충

4.수변관광공간 조성

5.관광정원 전환

- (지역 간 협력 강화) 지역 간 연계와 협력을 기반으로 남부권만의 매력적이고 새로운 관광 경험 제공\* 및 남부권 관광의 경쟁력과 지속가능성 제고\*\*

\* 남부권 관광 시그니처 사업 브랜드화, 광역권별 관광 스토리텔링 강화

\*\* 권역간·사업간 관광콘텐츠 공동 육성, 남부권 관광플레이어 육성 등 민간협업 확대

---

## □ 심·해양·폐광 지역특화 관광자원 개발

---

- **(‘K-관광섬’ 개발)** 각 섬의 고유자원(인문, 자연, 생태) 활용 섬별로 특화된 사업추진을 통한 **가고 싶은 5개\*의 K-관광섬** 육성(‘23~’26)
  - \* 거문도(여수시), 말도·명도·방축도(군산시), 백령도(옹진군), 울릉도(울릉군), 흑산도(신안군), 4개년(‘23~’26) 동안 섬당 100억 원(국비 50억, 지방비 50억) 내외 지원
  - 섬별로 특화\*된 관광종합계획에 의한 사업추진과 단계별 맞춤형 컨설팅 지원(‘24~)
  - \* 거문도(레저 체험), 말도·명도·방축도(트레킹), 백령도(평화·생태), 울릉도(자연, 문화), 흑산도(생태역사, ‘자산어보’),
- **(해양레저 인프라 조성)** 권역별 국가해양생태공원 조성(‘24~), 해수·머드·해조류 등 해양자원을 활용한 **해양치유센터\*** 2개소 개관(해수부)
  - \* ▲(‘23년) 전남 완도군(해조류·바다모래 활용)/▲(‘24년) 충남 태안군(머드·소금 활용)
  - 해양레저관광거점 조성 추진(‘24년 2개소 신규 추진, 총 7개소/해수부)
  - \* 강원 고성(‘24 준공), 시흥, 군산, 보성, 제주 + 경주(‘24 신규), 보령(‘24 신규)
- **(폐광지역 관광)** 강원도 태백, 영월, 삼척, 정선의 역사, 문화, 지역자원 활용, 지역 대표 관광콘텐츠 자원으로 개발 지원(‘23~’27)
  - 보령, 화순, 문경은 ‘폐광산업 활성화 기본계획’ 수립(‘24.5월)

---

## □ 지역 관광거점·무장애 인프라 확충

---

- **(관광거점도시 육성)** 방한관광객 지역확산을 위한 관광 인프라·콘텐츠·서비스 종합개선으로 국제적 관광거점도시\* 육성(‘20~’25)
  - \* ▲국제관광도시(부산), ▲지역관광거점도시(강릉, 전주, 목포, 안동)
  - 교량·해상공간을 활용한 관광인프라 사업(부산, 목포) 및 호수공연 조성사업(안동, 강릉) 등 본격화(‘24)
- **(무장애 인프라) 열린 관광지\***(연 20개소→연 30개소) 및 **무장애 관광 권역\*\***(1개소→2개소) 확대, 무장애 관광정보 확충 등 관광약자 접근성 제고
  - \* 장애인 고령자 등 관광취약계층이 안전하고 편리하게 여행할 수 있는 관광지 / ‘15~’23년 132개소
  - \*\* 관광지 및 숙박·식음·교통 등 여행 전 과정의 무장애 편의성 증진(‘23년 강릉 1개소)

## 2-3 지역관광 거버넌스 개선

- ✓ 지역주민·업계 등이 협력체계를 구축한 지역관광추진조직(DMO) 21개소 선정, 356개 기관 거버넌스 참여로 DMO 추진지역 전년 대비 평균 방문객 23% 상승<sup>(23)</sup>
- ✓ 관광두레 참여 주민사업체 총 매출 규모 100억 원<sup>(22년)</sup>

### □ 지역기반 관광조직 활성화

- (지역관광전략회의 마련) 지역관광 발전방향 제시 및 지자체 협업 사업 마련 등 17개 시도 중심 지역관광 활성화 거버넌스 마련
- (권역별 지역관광협의체) 권역별 지역공항, 지자체, 지방관광공사(RTO), 관광업체 등 포함 협의체 운영, 지역관광 상품화 및 홍보 강화
  - \* (예시) 충청권(청주공항, 대전-세종-충북-충남), 경남권(김해공항, 부산-울산-경남), 강원권(양양공항, 강원), 호남권(무안공항, 광주-전북-전남), 경북권(대구공항, 대구-경북)

#### ■ 지역관광협의체 운영(안)

- (참여 대상) [공공] 지자체, 지방관광공사(RTO/LTO), 지역관광추진조직(DMO), 관광기업지원센터 등 [민간] 관광두레, 관광벤처, 지역관광 크리에이터, 관광사업체(교통/숙박/음식 등)
- (논의 과제) 지역관광 상품화 및 홍보 지원, 공항 활성화를 위한 항공-관광-교통 연계 협업 및 개선과제 발굴, 신규노선 유치 등 상호 협력체계 구축

### □ 지역관광 개발 체계적 추진

- (지역관광 컨설팅 센터) 계획부터 성과 창출까지 지역 관광개발을 체계적으로 지원하는 전문 컨설팅 센터 구축<sup>(24)</sup>

#### ■ 지역관광 컨설팅 센터 운영 방향

- (전문 유관기관 연계) 관광 컨설팅 전문 유관기관(한국문화관광연구원, 한국관광공사 등) 연계하여 지역관광개발사업 맞춤형·지속적 컨설팅 등을 위한 전담체계 구축
- (컨설팅 중심 사업지원) 중장기 지역관광개발사업에 대해 사업초기부터 시설완공 및 시설 운영 개시 시점까지 컨설팅 기반 사업추진 및 성과관리 지원
  - \* 컨설팅 분야 전문인력 활용, 지역 및 사업대상지 관광 관련 빅데이터 분석·활용 등



3

융복합 · 고부가화 산업혁신 플러스+

- ◆ 문화예술·의료·국제회의 등 관광의 영역 융합·확장
- ◆ K-프리미엄을 더한 고부가가치 관광산업 육성, 고급 관광객 유치

3-1 고부가 치유관광 · MICE 강국 도약

- ✓ '19년 외국인환자·동반자 의료관광 지출액 3조331억원, 생산유발액 5조5천억(산업연구원)
- ✓ '19년 기준 MICE 관광객은 일반 관광객(1,239달러) 대비 약 1.2배(포상관광 1,536달러)~2배(국제회의 2,397달러) 소비 지출 효과

□ 세계적인 K-치유 · 의료관광 육성

- (K-치유 브랜드) 치유·명상, 뷰티·스파 등 테마별 K-치유관광지 선정 확대('23년 64개소 → '24년 70개소)
  - 컨설팅·브랜딩·해외 마케팅(8개국)\*까지 맞춤형 지원체계 구축
    - \* 방한 관광객 수, 해외 관광 시장규모, K-컬처 확산 국가 중심으로 추진
  - 의료·치유관광 융복합 클러스터 6개소 선정('23년)\*·지원(~'25년)
    - \* (의료관광 중심형) 대구·경북, 부산, 인천 / (치유 중심형) 강원, 전북, 충북
- (맞춤형 의료관광) 치료 후 관광으로 파급력이 높은 경증\* 중심의 맞춤형 상품 개발 및 전략적인 국내외 마케팅 확대(8개국→12개국)
  - \* ('22년 진료과목 비율) 피부·성형(28.1%) > 치과·안과·건강검진(13%) > 산부인과(3.4%)
  - 의료관광 중점 국가(중동, 중앙아, 동남아) 대상 '한국의료관광대전' 개최('24.2분기~)

**주력국가**  
\* 중국, 일본, 태국, 베트남, 인니

- 한류에 관심 많은 특성  
→ 심미형 의료기술+K-컬처 융복합을 고려한 상품 제공

**도약국가**  
\* UAE, 몽골, 카자흐, 러시아

- 중증(암치료, 장기이식) 고객 중심  
→ 중증 고객의 경증 연계 및 동반가족의 휴식 기회 확대

**신흥국가**  
\* 유럽, 호주

- K-의료관광 경험이 매우 낮음  
→ K-의료관광 인지도 높여 신규 시장 및 고객 확보

- (의료관광 비자 완화) 치료목적이 인정되는 경우, 장기의료관광 (G-1-10)\* 비자 체류 연장기간 상향(기존 1년→2년/법무부)
  - \* 국내 의료기관에서 치료 또는 요양할 목적으로 입국하고자 하는 장기치료 외국인 환자

---

## □ 카지노·마이스 고부가관광으로 파급효과 확대

---

- (영종도 복합리조트\*) 외국인 카지노, 전문공연장, 워터파크 등을 포함한 복합시설로 공항 인근 핵심 관광 인프라로 도약
  - \* 외국인 카지노, 1,275개 객실 규모 5성급 호텔, 1만 5천석 규모 전문공연장, 실내워터파크 등
  - 방한 관광객 체류·환승 관광 확대(쇼핑·대기 → 문화체험·관광활동) 및 대규모 공연장 활용\*한 숙박·항공 패키지 관광상품 개발 지원('24~)
  - \* (예시) 멜론뮤직어워즈(12.2.), 샤이니 태민 콘서트(12.16.~17.) 등 다양한 케이팝 공연 예정
  - 외국인 카지노 옥외광고 허용을 위한 「옥외광고물법」 개정(행안부)
- (카지노 게임기구 확대) 신규 영업종류(게임기구) 도입을 위한 시범운영 규정\* 마련(~'24.1월), 카지노사업자 행정처분 기준\*\* 합리화(~'24.3월)
  - \* (現) 시행규칙상 열거된 게임만 운영 가능 → (改) 신규게임 검증을 위한 시범운영 규정 도입
  - \*\* ▲ 내국인의 신분증 위·변조 및 도용 시 행정처분 면제, ▲ 카지노업 영업 준칙 위반 횟수에 따른 가중 처분 기준(3년→1년) 완화
- (아시아 1위 마이스 목적지) 제5차 국제회의산업 육성 기본계획('24~'28년) 수립(~'24.2월)으로 인력양성, 표준계약서 정착 강화 등 지원
  - 국제컨벤션협회 총회('25년 개최, 91개국 및 회원 1천여 명) 유치 지원 등 국제회의 유치·개최·홍보 전방위적 노력 추진

---

## □ 고품격 관광콘텐츠 발굴을 통한 고급 관광객 유치

---

- (박람회 개최·참여) 방한관광 주요 고부가가치 테마(프리미엄, 의료·치유, 한류, 크루즈 등) 연계 B2B 박람회 개최('24.下)
  - 국제고급관광박람회(ILTM) Cannes(프랑스), Asia Pacific(싱가포르) 등 주요 국제 고급관광 박람회 참가 및 한국홍보관 운영
- (크루즈) 신규노선 유치 등 크루즈선 기항 확대를 위한 글로벌 선사 미팅(미주 등) 및 관계기관 공동 포트세일즈 추진('24/해수부)



## 3-2 인력공급 · 디지털 혁신 촉진

- ✓ 관광숙박업 인력수급 실태조사 결과, 6개월간 평균 미충원율 23.0%(한국문화관광연구원)
- ✓ AI 기술을 활용한 여행 스케줄링 등 디지털 혁신 관광기업 사례 증가
  - \* 혁신바우처 중 디지털 관련 비율: ('20)29.0% → ('23)58.8%, 관광벤처 공모전 '관광딥테크' 부문 신설('23)

### □ 관광업계 인력공급 촉진

- (비전문취업 E-9 비자 고용 허용\*) 인력난이 심화된 호텔·콘도업의 실태조사 등을 통해 시범 허용방안 마련·추진(~12월/고용부 협업)
  - \* 고용허가제: 내국인 구인난 업종 중심으로 비전문 외국인력(동남아 등 MOU 체결국) 도입
- (특정활동 E-7 비자\* 적용기준 완화) 외국인 호텔접수사무원(E-7) 고용업체 요건(전년도 외국인 투숙객 비율 40% 이상)을 완화, 호텔업계 구인난 해소 지원(법무부)
  - \* 전문지식·기술 등을 가진 외국인력으로 호텔분야는 접수사무원(준전문인력) 비자 인정
- (청년고용 촉진) 여행업 '청년일자리도약장려금\*' 지원기준을 고용보험 피보험자 수 1인 이상(기존 5인) 기업\*\*으로 완화, 청년고용 촉진으로 인력난 해소(고용부)
  - \* 청년을 정규직으로 채용하고 6개월 이상 고용유지 시, 사업주에게 2년간 최대 1,200만원 지원
  - \*\* 관광진흥법 제9조(보험 가입 등)를 준수한 기업에 한함

### □ 디지털 혁신을 통한 변화 선도

- (관광산업 디지털혁신) 관광기업 혁신 바우처 규모 단계적 확대\* 및 업종별·기술별(인공지능, 로봇) 지원 분야 신설('24~)
  - \* ('23년) 143개 → ('24년) 150개 → ('25년) 190개, MICE기업 디지털전환지원 통합
  - 민관 상시 협의체 구성('24.上), 관광산업 디지털혁신 포럼 개최('24.下)
  - ※ 인공지능, 로봇 등 미래 유망기술 활용, 관광분야 데이터 제공 확대, 법제도 개선 논의
- (관광기업 글로벌 성장) 혁신 관광기업 육성 확대('24~'26 600개), 해외 관광기업지원센터 확충\*을 통한 현지 투자유치, 파트너십 체결 지원
  - \* (~'23년) 싱가포르, 도쿄 센터, ('24년) 신규 1개소, (~'27년) 총 10개소로 확대

### 3-3

## 공정하고 건강한 산업 생태계 구축

✓ OECD 관광분야 핵심 정책 메시지로 '공정한 관광 생태계 조성' 제시(OECD Tourism Trends and Policies 2022), '공정관광', '지속가능관광' 관심 증대

### □ 한국관광 품질 개선 추진

- (공정상생센터 설치) 여행사업자의 불공정거래 피해 사례 접수, 법률 컨설팅 지원, 민간자율 협의체 운영 등 통한 여행산업 공정문화 확산(24~)
  - (저가 덤핑 근절) 양질의 방한관광상품 운영 및 무자격 관광통역안내사 근절을 위한 여행업계 자정 노력 지원과 우수상품 지원 병행
- (관광서비스 품질개선) 불법·축제 바가지요금 근절 및 주요 관광지 대상 국민참여형 합동점검단 운영(24~)\*, 품질개선 대국민 캠페인 추진
  - \* 관광서비스 수요자(관광객)와 공급자(관광사업자)가 함께 참여, 캠페인 병행 추진
  - (축제 바가지요금 근절) 축제 먹거리 '착한 가격 캠페인' 확대, 문화관광 축제 대상 바가지요금 현장 모니터링 강화 및 평가 반영
  - \* 시범사업으로 금산 세계인삼축제x백종원 협업 먹거리 개선 캠페인(23.10월) 진행하여, 인삼 활용 축제음식 개발, 먹거리 부스 컨설팅, 백종원 유튜브 사전홍보영상 등 지원



축제 착한가격 결의 간담회



먹거리 가격 사전공개 캠페인



먹거리 컨설팅 지원 (금산인삼축제)

- (호텔 불법요금 근절) 호텔 등급평가를 통해 투숙객 예약취소·변경 요청 시 적정 수수료 부과, 접객대 숙박요금 게시 의무 준수 유도
  - \* 불법요금 관련 지자체 행정처분 및 한국소비자원 조치내역 등 조사, 등급평가 감점 조치 중
- (오버투어리즘 대응) 국제관광 본격 재개 이후 과잉관광에 대응하는 해외사례 연구 및 관광진흥법 상 '특별관리지역' 지정제도 개선 추진\*
  - \* 특별관리지역 지정 관련 가이드라인 마련 등 검토

---

## □ 정책금융 확대로 관광업계 회복 가속화

---

- (융자 지원) 코로나19 이후 관광 투자 수요 급증\*을 감안하여 역대 최대인 7,000억 원 규모 융자 지원('23년 대비 '24년 1,500억 원 증액)
  - \* '23년 관광기금 융자 신청액은 예산 대비 166% 초과한 7,463억 원, 접수 조기 종료
- (펀드 확충) 관광기업 육성펀드를 4,000억 원 규모로 확대\* 조성하여 창업 초기 기업 의무투자 확대(5→10%), 관광벤처기업 집중 지원
  - \* '23.10월 末 기준 총 11개 자조합 2,983억 원 규모 운용 중 ('27년까지 7,000억 원 이상 조성 목표)
  - 우선손실충당제도(15% 한도) 도입 및 스케일업 펀드 결성 등 급변하는 관광산업 및 투자환경에 유연·탄력적 대응

---

## □ 관광산업 규제 혁신 및 제도 개선

---

- (휴양업 승인절차 간소화) 사업계획 승인 시 장기간 소요되는 인·허가 사무\*를 의제처리 사항에 추가(관광진흥법 개정안 대안 논의, 국토부 협업)
  - \* 「국토계획법」 상 도시·군 관리계획의 결정(같은 법 제2조제4호다목의 계획 중 대통령령으로 정하는 시설에 한정)
- (관광특구 시설 요건 지방이양) 관광특구 시설 요건을 시·도 특색에 맞도록 자율적으로 조례로 지정토록 개정(관광진흥법 개정 추진, 現 문체부령)
- (관광사업자 등록기준 완화) 여행업·국제회의업 등록 시 갖추어야 할 자본금 기준을 납입자본금으로 변경하여 등록서류 간소화 시행(관광진흥법, '24.2월~)
- (유원시설 사업자 부담완화) 유기사설·기구의 안전성검사 신청 시기 조정으로 사업자 부담 경감 및 유원시설 안전성 확보(설치 60일 전 → 45일 전)
  - \* 유기사설 또는 유기기구 안전성검사 등의 기준 및 절차(고시) 개정 추진
- (내국인 도시민박) 현행 외국인 대상으로만 허용되는 도시지역 민박업 (외국인관광도시민박업)을 내국인까지 확대 검토·추진

## V. 추진 일정

세부 과제		소관부처	추진시기
<b>1. K-컬처 연계 관광수출 플러스</b>			
<b>1-1. K-관광 편의성 증진</b>			
① 외국인 관광객 입국 편의 개선	법무/국토	'23.12월~	
② 면세 한도 상향, 간편결제 확대로 쇼핑 편의 개선	문체/기재/ 중기/관세	'23.12월~	
③ 외국인 관광객 이동 및 여행 편의성 제고	문체/해수	'24년~	
<b>1-2. 2024 한국방문의 해 집중 홍보</b>			
① K-컬처 융합 메가 이벤트 개최	문체	'23.12월~	
② 해외 현지 마케팅 강화	문체	'24년~	
③ 신시장·미래세대 신규 수요 창출	문체/교육	'24년~	
<b>1-3. K-컬처 관광콘텐츠 확충</b>			
① K-아트, 한류 테마 관광콘텐츠 강화	문체/법무	'23.12월~	
② 문화유산을 활용한 K-헤리티지 여행 활성화	문체/문화재	'24년~	
③ K-스포츠 연계 관광객 유치	문체부	'23.12월~	
<b>2. 로컬 콘텐츠로 지방관광 플러스+</b>			
<b>2-1. 지역 특색 담긴 관광콘텐츠 발굴</b>			
① 미식·축제·야경, 테마가 있는 여행	문체/농식품/ 법무	'24년~	
② 국토 재발견 '로드 트립' 활성화	문체/행안/ 환경	'24년~	
<b>2-2. 미래 대비 지역관광 인프라 확충</b>			
① 남부권 광역관광개발 'K-관광 휴양벨트' 본격 추진	문체	'24년~	
② 섬·해양·폐광 지역특화 관광자원 개발	문체/해수	'24년~	
③ 지역 관광거점·무장애 인프라 확충	문체	'24년~	

세부 과제		소관부처	추진시기
<b>2-3. 지역관광 거버넌스 개선</b>			
① 지역기반 관광 조직 활성화		문체	'24년~
② 지역관광 개발 체계적 추진		문체	'24년~
<b>3. 융복합·고부가화 산업혁신 플러스+</b>			
<b>3-1. 고부가 치유관광·MICE 강국 도약</b>			
① 세계적인 K-치유·의료관광 육성		문체/법무	'23.12월~
② 카지노·마이스 고부가관광으로 파급효과 확대		문체/행안	'24년~
③ 고품격 관광콘텐츠 발굴을 통한 고급관광객 유치		문체/해수	'24년~
<b>3-2. 인력 공급·디지털 혁신 촉진</b>			
① 관광업계 인력 공급 촉진		문체/고용/ 법무	'23.12월~
② 디지털 혁신을 통한 변화 선도		문체	'23.12월~
<b>3-3. 공정하고 건강한 산업 생태계 구축</b>			
① 한국관광 품질 개선 추진		문체	'24년~
② 정책금융 확대로 관광업계 회복 가속화		문체	'24년~
③ 관광산업 규제 혁신 및 제도 개선		문체/국토	'24년~