

2013

여가백서

a white paper on leisure

2013

여가백서

a white paper on leisure



문화체육관광부
Ministry of Culture, Sports and Tourism

Contents

1장 국민여가생활의 변화 3

제1절 여가환경의 국제비교	3
1. 시간구조	3
2. 소비구조	9
3. 행복지수	12
제2절 여가환경의 변화	15
1. 사회환경의 변화	15
2. 경제환경의 변화	22
3. 정책환경의 변화	25

2장 국민여가생활의 실제와 전망 29

제1절 국민여가활동조사 개요	29
1. 조사 목적	29
2. 조사 체계	29
제2절 국민여가생활 실태	34
1. 여가활동참여 실태	34
2. 여가자원활용 실태	44
3. 여가공간이용 실태	52
4. 휴가활용 실태	53
5. 주 40시간 근무제 및 주 5일제 수업의 영향	53
제3절 여가동향	59
1. 노동시간 감축을 통한 여가시간의 변화	59
2. 여가에 대한 국민들의 인식전환	61
3. 디지털형 여가의 증가	62
4. 레저스포츠 여가활동 활성화	65
5. 고령화시대에 따른 노인층의 여가활동 변화	68
6. 네트워크 형성을 통한 여가활동 비율의 감소	70
7. 실제여가활동과 희망여가활동의 격차	71

3장

여가산업

77

제1절 여가산업 정의 및 분류	77
1. 여가산업 정의	77
2. 여가산업 분류	77
3. 여가산업 부문정의 및 가중치	79
제2절 여가산업 경제적 파급효과	84
1. 산업연관표	84
2. 산업연관분석	84
제3절 여가산업 동향	93
1. 해외 여가산업 동향	93
2. 국내 여가산업 동향	108
제4절 10대 여가산업	155
1. 산업규모로 뽑은 10대 여가산업	155
2. 여가활동으로 뽑은 10대 여가산업	158
3. 여가시간으로 뽑은 10대 여가산업	159
4. 10대 여가산업	160

4장

여가행정

165

제1절 여가관련 조직 현황	165
1. 여가정책의 범위	165
2. 중앙정부	166
3. 지방자치단체	171
제2절 여가관련 정책 현황	184
1. 정책추진현황	184
2. 정부부처 여가관련 추진사업 및 실적	186
제3절 공공여가시설 현황	199
1. 공공여가시설 범위	199
2. 공공여가시설 현황	199
제4절 해외 여가관련 정책	219
1. 미국	219
2. 영국	225
3. 일본	236
4. 홍콩	242

Contents

참고문헌	251
부록	259
1. 여가산업 부문 정의	259
2. 여가부문 가중치	262
3. 여가부문 규모 및 비율	267
4. 투입계수	270
5. 고용유발계수	271
6. 감응도계수	276
7. 영향력계수	284
8. 광역자치단체 여가관련 추진사업 및 실적	292
9. 제132호 협약 연차유급휴가에 관한 협약(1970년 개정)	308

표목차

<표 1-1> 법정근로시간의 변화(일반사업장·근로자)	3
<표 1-2> 한국의 레가툼 번영지수 연도별 추이	6
<표 1-3> 2013 레가툼 번영지수 국가별 순위	7
<표 1-4> 각국의 휴일·휴가 일수 비교	8
<표 1-5> 연도별 우리나라 국내 소비 지출액	10
<표 1-6> 다양한 행복지수	12
<표 1-7> 각국의 UN 행복지수 순위	14
<표 1-8> 전체 산업의 월평균 근로일수 및 근로시간 추이	18
<표 1-9> 가구당 교육 부분 월평균 가계수지 추이	19
<표 2-1> 2012 국민여가활동조사 조사설계	30
<표 2-2> 모집단 현황	30
<표 2-3> 세부 층별 모집단 가구 현황	31
<표 2-4> 각 시도별 표본배분 현황	32
<표 2-5> 여가활동 유형별 참여추이	34
<표 2-6> 문화예술관람활동의 세부 활동 참여비율 추이	35
<표 2-7> 문화예술관람 비율 추이	36
<표 2-8> 저소득층 문화바우처 이용자의 문화향수율	36
<표 2-9> 문화예술참여활동의 세부 활동별 참여비율 추이	37
<표 2-10> 향후 하고 싶은 여가활동 상위 10개	37
<표 2-11> 관광활동의 세부 활동별 참여비율 추이	38
<표 2-12> 스포츠관람활동의 세부 활동별 참여비율 추이	38
<표 2-13> 프로스포츠 관중 수 연도별 추이	39
<표 2-14> 스포츠 참여활동의 세부 활동별 참여비율 추이	40
<표 2-15> 등록·신고 체육시설업 현황	41
<표 2-16> 상위 10순위 여가활동	42


 표목차

〈표 2-17〉 여가활동 동반자	43
〈표 2-18〉 여가활동 목적	43
〈표 2-19〉 만족스러운 여가활동	44
〈표 2-20〉 평일 여가시간	46
〈표 2-21〉 휴일 여가시간	47
〈표 2-22〉 연령별 여가비용	51
〈표 2-23〉 주 40시간 근무제 실시유무	55
〈표 2-24〉 연령별 주당 근무시간	55
〈표 2-25〉 주5일 수업제 실시 이후 평균 여가시간 변화	57
〈표 2-26〉 주5일 수업제 실시 이후 주말 여가생활 변화	57
〈표 2-27〉 연령대별 외식 및 쇼핑 여가활동 동반자	60
〈표 2-28〉 일과 삶의 균형 지원 정책	60
〈표 2-29〉 전반적인 여가생활 만족도	61
〈표 2-30〉 여가생활 불만족 이유	62
〈표 2-31〉 연령대별 디지털여가활동 참여비율(중복응답)	63
〈표 2-32〉 집 이외의 가장 많이 이용한 여가공간(1순위)	64
〈표 2-33〉 레저스포츠 발전 단계	65
〈표 2-34〉 연령대, 결혼여부, 성별에 따른 자연친화적 여가활동 참여비율	66
〈표 2-35〉 국내 공공 및 사설 캠핑장 운영 현황	66
〈표 2-36〉 과거와 최근의 캠핑 트렌드 변화	67
〈표 2-37〉 자연휴양림 운영 및 이용현황	68
〈표 2-38〉 주여가활동(개별, 1순위)_상위 10개	68
〈표 2-39〉 여가활동 목적	69
〈표 2-40〉 노인여가복지시설 현황	69
〈표 2-41〉 연령별 자원봉사활동 참여경험	71
〈표 2-42〉 만족하는 여가활동	72
〈표 3-1〉 여가부문 산업별 분류	79
〈표 3-2〉 2005년 산업연관표 여가부문 정의	80
〈표 3-3〉 인터넷콘텐츠 이용경험률	83
〈표 3-4〉 여가부문 총공급 규모	87
〈표 3-5〉 여가부문 산업별 공급규모	88
〈표 3-7〉 여가부문 투입계수표	90
〈표 3-8〉 전방연쇄효과가 큰 여가산업	92
〈표 3-9〉 후방연쇄효과가 큰 여가산업	92
〈표 3-10〉 Richard K. Miller & Associates의 여가시장조사 보고서	93
〈표 3-11〉 주요 여가부문 하위산업별 분류 예시	94
〈표 3-12〉 2011년 미국의 상위 10개의 여가활동	95
〈표 3-13〉 일본 레저산업 분류표	102

Contents

표목차

〈표 3-14〉 일본레저백서 특별리포트	103
〈표 3-17〉 2010년-2012년 일본 여가시장 비교	105
〈표 3-18〉 여가활동의 참가인구 상위 20위(2011년~2012년)	106
〈표 3-19〉 음악산업 현황	109
〈표 3-20〉 음악산업 매출액 및 비율 세부현황	109
〈표 3-21〉 2011년 음악산업 지역별 수출액 및 수입액 현황	110
〈표 3-22〉 전 세계 20대 대중음악시장	111
〈표 3-23〉 우리나라 음반 및 음원 시장 매출액추이	112
〈표 3-24〉 전 세계 음반 및 음원 시장 매출액추이	112
〈표 3-25〉 관객 숫자, 시장점유율, 1인당 관람 횟수	114
〈표 3-26〉 영화 제작 및 수입	115
〈표 3-27〉 디지털스크린 현황	116
〈표 3-28〉 부가시장 매출액 추이	117
〈표 3-29〉 방송영상산업 규모 추이(2008~2011)	121
〈표 3-30〉 전 세계 방송시장 규모 추이(2007년~2016년)	122
〈표 3-31〉 2011년 방송영상산업 규모	123
〈표 3-32〉 방송영상산업 매출액 규모 추이(2009년~2011년)	124
〈표 3-33〉 방송광고 매출액 규모 추이(2009년~2011년)	125
〈표 3-34〉 전 세계 방송광고시장 규모 추이(2007년~2016년)	125
〈표 3-35〉 유료방송 가입자 추이(2009년~2011년)	126
〈표 3-36〉 연도별 전 세계 방송 이용자 소비 규모(2009년~2016년)	126
〈표 3-37〉 방한관광객과 해외여행객	127
〈표 3-38〉 방한 중 · 일 방문객	128
〈표 3-39〉 전국 호텔 매출액 및 서울 객실점유율	128
〈표 3-40〉 객실 점유율 및 단가	129
〈표 3-41〉 호텔 및 객실 확충 현황	130
〈표 3-42〉 일본 도요코 인 국내 진출 현황	131
〈표 3-43〉 세계관광 성장추이	131
〈표 3-44〉 여행수지	132
〈표 3-45〉 한류관광	133
〈표 3-46〉 스포츠 시설산업 규모 추이	134
〈표 3-47〉 스포츠 시설 현황	135
〈표 3-48〉 전국골프장 매출 현황	140
〈표 3-49〉 스포츠 용품산업 규모 추이	140
〈표 3-50〉 아웃도어 용품산업 규모 추이	141
〈표 3-51〉 아웃도어 용품 산업 추이	142
〈표 3-52〉 캠핑 용품산업 규모 추이	142
〈표 3-53〉 캠핑 용품산업 규모 추이	143


 표목차

<표 3-54> 스포츠 경기산업 규모 추이	143
<표 3-55> 전 세계 및 일본 스포츠 경기관람 매출액 추이	144
<표 3-56> 프로야구 구단 현황(2013년 기준)	144
<표 3-57> 연도별 평균 관중 수 및 좌석점유율	145
<표 3-58> 구단별 관객 현황	146
<표 3-59> 전년대비 좌석별 현황	146
<표 3-60> 문화체육관광부 문화예술부문 재정추이(2008~2013)	148
<표 3-61> 공연예술부문 예산추이(2006~2012)	148
<표 3-62> 2007~2011년 공연예술시장 규모(공연시설)	149
<표 3-63> 2011년 지역별 공연시설 규모	149
<표 3-64> 2011년 전체 공연장의 공연건수 및 관객수	150
<표 3-65> 2011년 수도권 및 비수도권 공연 시설 및 규모 비교	150
<표 3-66> 2011년 공연시설 총수입	150
<표 3-67> 2011년 공연시설 총지출	150
<표 3-68> 2011년 공연시설 인력 수	151
<표 3-69> 2011~2010년 장르별 공연실적 규모	151
<표 3-70> 2011년 장르별 공연건수	151
<표 3-71> 2008~2010년 공연단체 규모(단체수, 매출액, 종사자수)	152
<표 3-72> 2010년 공연단체 총수입(항목별)	152
<표 3-73> 2010 공연단체 총지출(항목별)	152
<표 3-74> 2010년 공연예술부문 공공자금 지원 현황	153
<표 3-75> 2010년 지역별 단체 수	153
<표 3-76> 2010년 공연 장르별 종사자수	154
<표 3-77> 규모별 10대 여가산업	157
<표 3-78> 부가가치계수별 10대 여가산업	157
<표 3-79> 2004년 생활시간연구를 통해서 살펴 본 10대 여가활동	159
<표 3-80> 2009년 생활시간연구를 통해서 살펴 본 10대 여가활동	160
<표 3-81> 10대 여가	161
<표 3-82> 10대 여가산업	162
<표 4-1> 여가산업 및 정책의 개념과 범위	165
<표 4-2> 정부부처의 여가관련 주요업무	169
<표 4-3> 광역자치단체의 여가관련 주요업무	173
<표 4-4> 기초자치단체의 여가관련 주무부서	180
<표 4-5> 기초자치단체의 여가 및 레저담당 주무부서	181
<표 4-6> 박근혜 정부의 여가관련 15대 중점과제 및 세부추진과제	184
<표 4-7> 여가관련 시설확충 사업 예산 및 추진실적	186
<표 4-8> 여가관련 프로그램 운영 사업 추진실적	190
<표 4-9> 여가관련 정보제공 사업 추진실적	194

Contents

표목차

〈표 4-10〉 여가관련 인력양성 사업 추진실적	195
〈표 4-11〉 여가관련 제도개선 사업 추진실적	196
〈표 4-12〉 2008년/ 2013년 여가관련 사업 추진실적 비교	197
〈표 4-13〉 2013년 여가관련 부서별 추진사업	198
〈표 4-14〉 공공여가시설 분류	199
〈표 4-15〉 공공여가시설 전체 현황	200
〈표 4-16〉 전국 문화의 집 현황	201
〈표 4-17〉 전국 지방문화원 분포현황	202
〈표 4-21〉 전국 평생교육기관 운영현황	205
〈표 4-22〉 평생교육 주제별 프로그램 현황	206
〈표 4-23〉 평생교육 수요대상별 프로그램 현황	207
〈표 4-24〉 국민체육센터 건립 현황	208
〈표 4-25〉 농어민복합체육시설 연도별·지역별 지원실적	209
〈표 4-26〉 생활체육공원 연도별·지역별 지원실적	210
〈표 4-27〉 공공청소년수련시설 건립지원사업 연도별 예산현황	211
〈표 4-29〉 청소년문화의집 시설 현황	212
〈표 4-30〉 전국 사회복지관 현황	212
〈표 4-31〉 전국 여성화관 현황	213
〈표 4-32〉 전국 노인복지화관 현황	215
〈표 4-33〉 전국 주민자치센터 현황	217
〈표 4-34〉 전국 공공박물관·미술관 현황	218
〈표 4-35〉 미국 여가관련 정책 담당국 업무	220
〈표 4-36〉 주별 Department of Parks and Recreation 관련 부서	221
〈표 4-37〉 레크리에이션 및 방문자 업무	224
〈표 4-38〉 2012~2013년 DCMS 주요 전략	225
〈표 4-39〉 DCMS 16개 주요 세부정책	226
〈표 4-40〉 DCMS 문화예술관련 여가정책	226
〈표 4-41〉 DCMS의 문화예술교육 기회제공 프로그램	227
〈표 4-42〉 영국 예술위원회의 '모두를 위한 위대한 예술과 문화' 5가지 전략	228
〈표 4-43〉 가족예술축제 대상 및 목적	229
〈표 4-44〉 DCMS 스포츠·레저관련 여가정책	230
〈표 4-45〉 Royal Parks의 프로젝트	231
〈표 4-46〉 스포츠 영국의 2012-2017년 최신전략	232
〈표 4-47〉 SPORT ENGLAND의 목표전달 6가지 방법	233
〈표 4-48〉 Natural England의 업무내용	234
〈표 4-49〉 ISPAL의 주요업무	235
〈표 4-50〉 문화청 문화부의 '문화예술 창조 플랜'	237
〈표 4-51〉 무대예술활동 추진을 위한 문화청 예술제	238


 표목차

〈표 4-52〉 지역 문화 진흥을 위한 계획	239
〈표 4-53〉 미술관·역사박물관 진흥을 위한 지원 사업	240
〈표 4-54〉 스포츠 활동 활성화 방안	241
〈표 4-55〉 LCSD 담당업무	244
〈표 4-56〉 이벤트 소개	245
〈표 1〉 2005년 산업연관표 여가부문 정의	259
〈표 2〉 2000년·2003년·2005년 산업연관표 여가부문 가중치	262
〈표 3〉 2009년 산업연관표 여가부문 가중치	264
〈표 4〉 여가부문 규모변동 추이	267
〈표 5〉 스포츠산업 규모변동 추이	268
〈표 6〉 관광산업 규모변동 추이	268
〈표 7〉 예술산업 규모변동 추이	269
〈표 8〉 엔터테인먼트산업 규모변동 추이	269
〈표 9〉 기타산업 규모변동 추이	269
〈표 10〉 2000년·2003년·2005년·2009년 여가부문 투입계수	270
〈표 11〉 2009년 산업별 고용유발계수	271
〈표 12〉 2009년 여가부문 감응도계수	276
〈표 13〉 2005년 감응도계수	280
〈표 14〉 2009년 여가부문 영향력계수	284
〈표 16〉 2005년 여가부문 영향력계수	288
〈표 17〉 서울특별시청 여가관련 부서별 추진사업	292
〈표 18〉 부산광역시청 여가관련 부서별 추진사업	295
〈표 19〉 대구광역시 여가관련 부서별 추진사업	297
〈표 20〉 인천광역시 여가관련 부서별 추진사업	299
〈표 21〉 광주광역시 여가관련 부서별 추진사업	300
〈표 22〉 대전광역시 여가관련 부서별 추진사업	301
〈표 23〉 울산광역시 여가관련 부서별 추진사업	303
〈표 24〉 세종자치특별시 여가관련 부서별 추진사업	305
〈표 25〉 기초자치단체 여가 및 레저관련 축제·행사 및 레저·휴양시설	306
《주요내용》	308

Contents

그림목차

[그림 1-1] OECD 회원국의 연간 노동시간 비교(2011년 기준)	4
[그림 1-2] 한국의 연간 노동시간 변화 추이	5
[그림 1-3] OECD회원국의 근로시간 및 여가시간 비교	5
[그림 1-4] 유급휴가 국제비교	8
[그림 1-5] 휴가 사용일수	9
[그림 1-6] 2012년 국내 소비 지출액	10
[그림 1-7] OECD 국가별 GDP대비 가계 오락문화소비 지출 비중	11
[그림 1-8] OECD회원국의 2012년도 행복지수 순위	13
[그림 1-9] 국내 여가환경의 변화	15
[그림 1-12] 유소년 층과 노년층의 인구수 추이	16
[그림 1-12] 65세 이상 인구 비중 추이	17
[그림 1-13] 가구수별 1인가구 추이 (2010~2035)	18
[그림 1-14] 스마트폰 및 태블릿PC 가입자 수 추이	20
[그림 1-15] 스마트폰을 통한 SNS 활동 유형-스마트폰을 통한 SNS 경험자	21
[그림 1-16] 1인당 국민총소득 및 가구당 월 평균 소득·소비	23
[그림 1-17] 청년실업률 및 전체 실업률 변화 추이	24
[그림 1-18] 박근혜정부의 국정 운영 구조	26
[그림 2-1] 여가활동 유형별 참여추이	34
[그림 2-2] 상위 10순위 여가활동	42
[그림 2-5] 평일 여가시간	45
[그림 2-6] 휴일 여가시간	45
[그림 2-7] 평일 여가시간 충분도	48
[그림 2-8] 휴일 여가시간 충분도	48
[그림 2-9] 평일 희망 여가시간	49
[그림 2-10] 휴일 희망 여가시간	49
[그림 2-11] 여가시간 변화추이	50
[그림 2-12] 연도별 여가시간 및 희망여가시간 격차	50
[그림 2-13] 월 평균 여가비용 추이	51
[그림 2-14] 여가공간 이용률	52
[그림 2-15] 이용 희망 여가공간	53
[그림 2-16] 휴가 경험 추이	53
[그림 2-17] 휴가 기간 중 여가활동	54
[그림 2-20] 주 40시간 근무제 실시 이후 만족도 및 생활의 변화	56
[그림 2-21] 주 5일 수업제 실시 이후 희망하는 여가활동	58
[그림 2-22] 주40시간 근무제 이후 생활변화	59
[그림 2-23] 여가시간 변화 추이 및 여가비용 변화추이	61
[그림 2-24] 연령대별 디지털 여가활동 참여율	63


 그림목차

[그림 2-25] 2012년 네트워크 형성을 통한 여가활동 비율	70
[그림 2-26] 동호회 참여 만족도	71
[그림 2-27] 향후 희망하는 여가활동	72
[그림 3-1] 2005년 및 2009년 여가부문 산업별 공급규모	89
[그림 3-2] 미국 주요 여가시장 규모	95
[그림 3-3] 미국 대중음악 시장 규모(2009~2012)	96
[그림 3-4] 2012년 미국 대중음악의 분야별 현황	96
[그림 3-5] 2002년부터 2011년까지 미국 영화 박스오피스, 관람인원, 티켓 평균가	97
[그림 3-6] 북미지역 게임시장 규모(2008~2012)	98
[그림 3-7] 북미지역 방송시장 규모(2008~2012)	99
[그림 3-8] 2011년 미국 스포츠 산업의 부문별 규모	100
[그림 3-9] 2011년 미국프로스포츠 산업의 부문별 규모	100
[그림 3-10] 2012년 미국인들의 스포츠 관련 소비규모	101
[그림 3-11] 2012년 미국인들의 스포츠 관련 소비규모	101
[그림 3-12] 일본 여가시장 추이(1990~2012)	104
[그림 3-13] 일본인의 성별·나이별 여가활동 추이	107
[그림 3-14] 국내 게임시장 전체 규모 및 성장률 추이(2003~2012)	118
[그림 3-15] 일본인 및 중국인 방한여행객 숫자 추이	133
[그림 3-16] 골프산업 규모	136
[그림 3-17] 전국골프장 현황	136
[그림 3-18] 지역별 골프장이용객 비율	137
[그림 3-19] 지역별 출당 골프장이용객 비율	138
[그림 3-20] 최근 2년간 지역별 월간 골프장이용객 추이	139
[그림 3-21] 4대 프로리그의 지출 기준 산업규모	147
[그림 3-23] 2010년 공연 장르별 단체 수	153
[그림 3-24] 2010년 공연 장르별 단체 수입액	154
[그림 3-25] 여가산업	155
[그림 3-26] 엔터테인먼트산업	156
[그림 3-27] 규모별 10대 여가산업	156
[그림 3-28] 실제 10대 여가활동	158
[그림 3-29] 희망하는 10대 여가활동	159
[그림 4-1] 정부부처의 조직도	166
[그림 4-2] 여가관련정책 정부부처의 확대와 연계	168
[그림 4-3] 지방자치단체	172
[그림 4-4] 공공여가시설 유형별 현황	200
[그림 4-5] 연도별 공공도서관 현황 및 관 당 인구수	203
[그림 4-6] 2011년 나라별 공공도서관 현황 및 관 당 인구수	204

Contents



그림목차

[그림 4-7] 연도별 평생교육기관 수	205
[그림 4-8] 청소년 수련시설 설치현황	211
[그림 4-9] 노인여가복지시설 연도별 현황	214
[그림 4-10] 연도별 문예회관 수	216
[그림 4-11] 2011년 지역별 문예회관 수	216
[그림 4-13] 홍콩 여가정책 전담부서(LCSD)의 조직 구성 체계	243

2013 여가백서

제1장 국민여가생활의 변화

제1절 여가환경의 국제비교

제2절 여가환경의 변화

제1장

국민여가생활의 변화

제1절 여가환경의 국제비교

1. 시간구조

1) 노동시간

우리나라의 법정근로시간은 근로기준법이 제정된 1953년 이후 1주 48시간이었다가 1989년에 1주 44시간으로 변경되었고, 2004년부터는 1주 40시간으로 단축¹되었다. OECD 국가 중 가장 긴 실 근로 시간을 단축하기 위해 법정근로시간을 주44시간에서 주40시간으로 개정한 것이지만 그럼에도 불구하고 여전히 OECD 국가 중에서도 긴 시간의 노동환경을 가지고 있다.

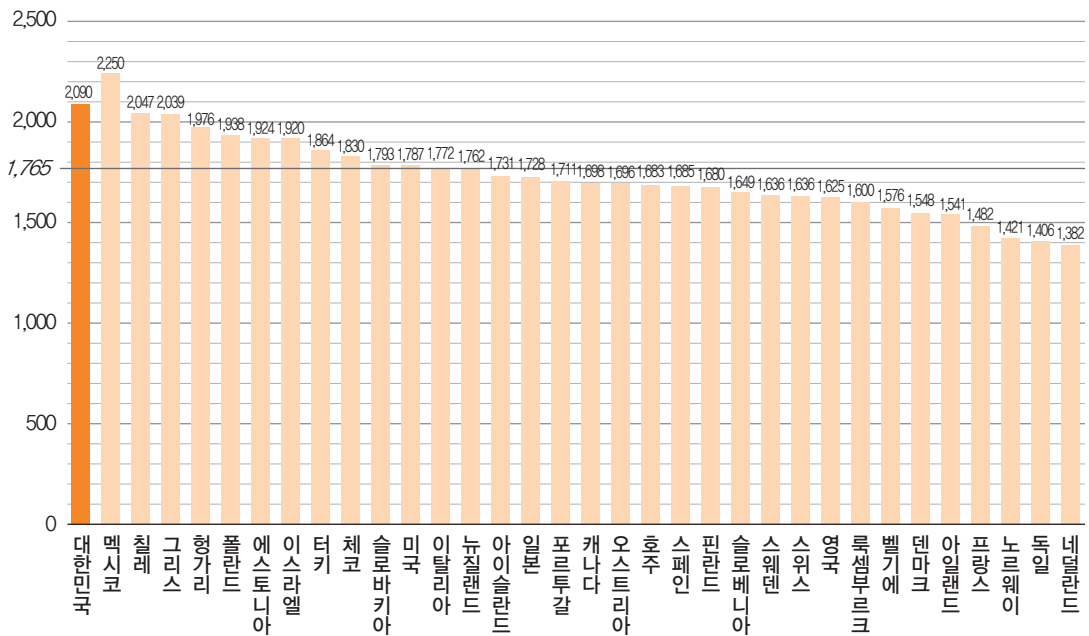
■ <표 1-1> 법정근로시간의 변화(일반사업장·근로자) ■

법제개정일	법정근로시간	적용 대상	주요 경과기간	전체 적용시점
1953. 5. 10	48시간/주	-	-	-
1989. 3. 29	44시간/주	-	-	1991. 10. 1.
경과규정	46시간/주	300인 이상, 금융보험업	1990. 9. 30.	-
	46시간/주	300인 미만	1991. 9. 30.	-
2003. 8. 29	40시간/주	-	-	2012. 1. 1
경과규정	44시간/주	1000인 이상, 금융보험업, 공기업	2004. 6. 30.	-
	44시간/주	300~999인	2005. 6. 30	-
	44시간/주	100~299인	2006. 6. 30	-
	44시간/주	50~99인	2007. 6. 30	-
	44시간/주	20~49인	2008. 6. 30	-
	44시간/주	20인 미만	2011. 12. 31	-

자료 : 고용노동부 홈페이지, www.moel.go.kr

1) 개정근로기준법 적용이 유예되는 사업장은 1주간의 근로시간은 휴게시간을 제하고 44시간을 초과할 수 없게 되며 1일의 근로시간은 동일하게 휴게시간을 제하고 8시간을 초과할 수 없다.

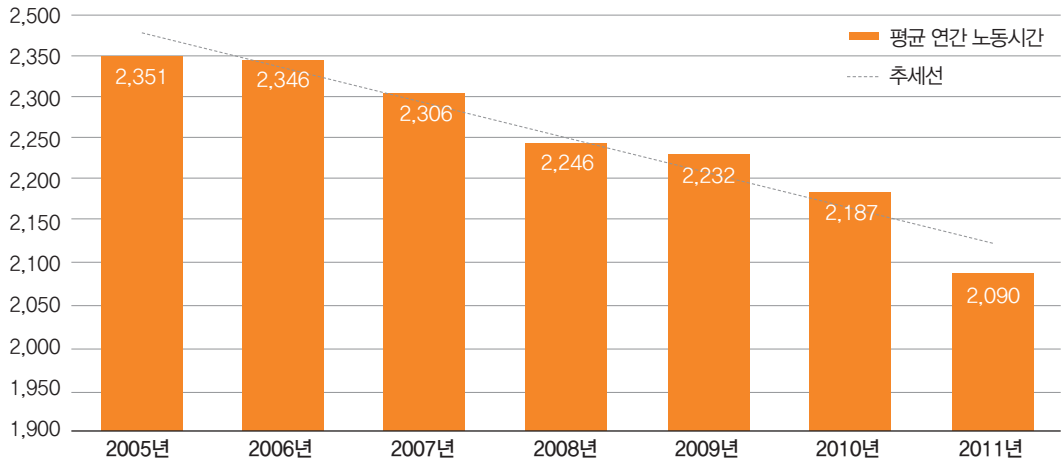
국제경제협력개발기구(OECD)의 2011년 연간 실 근로시간(Average Annual Hours Actually Worked per Worker: Total Employment)에 따르면 한국 노동자들의 1인당 연간 노동시간은 2,090시간이며, 이를 주간으로 계산하면 48,6시간이다. 이와 같은 수치는 OECD 국가들의 연간 평균 노동시간(1,776시간)보다 약 320시간 높은 수치이다. 이는 멕시코(2,250시간) 다음으로 높은 순위로서 OECD 회원국 중 두 번째로 가장 오래 일하는 나라로 나타난 것이다. 이러한 결과는 우리나라 국민들의 ‘일 중심적’인 생활을 단적으로 보여주고 있다고 볼 수 있다.



자료 : OECD 홈페이지, www.oecd-ilibrary.org

■ [그림 1-1] OECD 회원국의 연간 노동시간 비교(2011년 기준) ■

한국 노동자들의 연간 노동시간 변화추이를 살펴보면, 2005년 2,351시간에서 2011년 2,090시간으로 매년 감소하고 있는 것으로 나타났다.

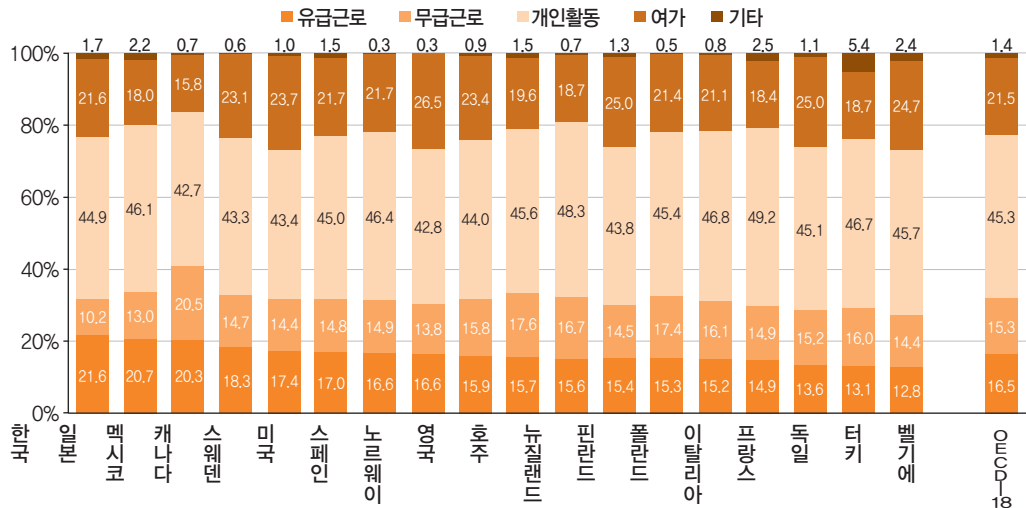


자료 : OECD 홈페이지, www.oecd-ilibrary.org

■ [그림 1-2] 한국의 연간 노동시간 변화 추이 ■

2) 여가시간

국가별 여가시간의 국제비교를 위하여 각 국가의 생활시간 조사를 기준으로 한국 및 비교국가 항목을 조정한 자료²⁾를 살펴보면, 최근 조사된(2006년 기준) 우리나라의 하루 평균 여가시간은 21.6%(하루 24시간 중 5.2시간)로 미국, 스페인, 폴란드 등과 비슷한 수준이지만, 노르웨이(6.4시간), 독일·핀란드(6.0시간), 벨기에(5.9시간) 등의 국가에 비교하면 낮은 수준이다.



자료 : OECD(2009), 『Society at a Glance』, 『OECD Social Indicators』

■ [그림 1-3] OECD회원국의 근로시간 및 여가시간 비교 ■

2) 각 나라마다 생활시간 조사 기준 년도가 다르므로 비교적 최근 조사된 자료 참고

‘글로벌 발전을 위한 레가툼연구소(Legatum Institute for Global Development: LIGD)’는 가치 있는 삶에 대한 평가 기준인 2013 레가툼 번영 지수(Legatum Prosperity Index: LPI)를 발표하였다. 레가툼 번영지수는 한 국가의 경제 기반과 통치구조, 교육, 건강, 안전과 안보, 언론 자유, 사회적 자본 등 8개 부문을 기준으로 삶의 질을 평가하는 지수이다. 이 기준은 국민들의 물질적 부와 삶의 만족도를 함께 분석함으로써 한 국가의 균형을 갖춘 번영 정도를 판단하는 내용으로 노르웨이, 스위스는 서로 다른 사회적 모델에도 불구하고 가장 번영한 국가로 드러났고, 한국은 괄목할 만한 물질적 부로 점수를 얻었지만 여가활동, 여가시간 등 개인적 자유를 저해하는 요인들로 상쇄되어 2013년에는 전체 국가 순위 중 26위를 차지하였다.

■ <표 1-2> 한국의 레가툼 번영지수 연도별 추이 ■

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
한국	29	27	24	27	26

자료 : www.prosperity.com, 2013 레가툼 번영 지수

노르웨이는 번영지수에서 5년째 1위 자리를 고수하고 있으며 경제적 기반과 사회적 자본 부문에서 가장 좋은 평가를 받은 것으로 나타났다. 노르웨이 다음으로 번영도에서 높은 평가를 받은 나라는 스위스와 캐나다, 스웨덴 순이다. 스위스는 지난 2012년에는 9위를 기록했지만 경제 부문과 건강 부문에서 각각 2위와 3위를 기록하면서 전체 순위도 2위로 급상승했다. 미국은 11위로 지난해와 비교해 한 계단 상승했지만 경제 기반 부문에서 처음으로 20위권 밖으로 밀려났다. 아시아 태평양 지역에서는 뉴질랜드가 5위로 가장 높은 점수를 받았으며 호주와 싱가포르가 각각 7위와 18위에 이름을 올렸다. 한국이 평가 9개 부문 중 가장 높은 평가를 받은 것은 교육으로 7위를 기록했다. 반면 사회적 자본은 66위에 올라 가장 부진한 부문으로 평가받았다. 일본도 지난해 22위에서 21위로 순위가 상승했으며 중국도 55위에서 51위로 네 계단 상승한 것으로 나타났다.

■ <표 1-3> 2013 레가툼 번영지수 국가별 순위 ■

종합 순위	국가	부분별 순위							
		경제	기업활동 환경	통치 구조	교육	건강	안전 및 안보	개인적 자유	사회적 자본
1	노르웨이	1	6	12	4	5	6	2	1
2	스위스	2	4	1	27	3	11	15	8
3	캐나다	4	16	8	3	11	7	1	6
4	스웨덴	6	1	4	14	12	3	4	10
5	뉴질랜드	17	15	2	1	20	15	5	2
6	덴마크	23	2	3	18	14	8	9	3
7	호주	10	11	7	2	17	16	3	4
8	핀란드	26	3	5	6	16	4	17	7
9	네덜란드	20	8	10	12	7	17	14	5
10	룩셈부르크	14	5	6	46	1	10	7	17
11	미국	24	13	11	5	2	31	16	9
21	일본	5	25	21	21	6	25	48	23
26	한국	19	20	31	7	21	18	64	66
51	중국	7	66	65	54	68	92	111	25

자료 : www.prosperity.com, 2013 레가툼 번영 지수

3) 휴일 · 휴가 일수

근로자에게 여가를 보장하기 위한 법적 제도는 크게 두 가지로 나누어 볼 수 있다. 우선 상대적으로 소극적인 방법인 근로시간을 제한하고 조정하는 것으로서 일반적으로 근로조건과 관련해서 근로시간을 단축하는 것이며, 두 번째는 보다 적극적인 방법이라고 할 수 있는 휴식 및 휴가의 보장이다. 최근 연봉이 낮아도 넉넉한 삶의 여유를 중시하는 ‘다운 시프트(Down Shift)’ 족이 늘어나는 추세인 것처럼 노동시간 단축과 그에 따른 여가의 확대는 삶의 질 향상과도 직결된다고 볼 수 있다. 근래에는 ‘일과 삶의 균형(Work and Life Balance)’ 정책의 일환으로 휴일과 휴가를 확대하려는 노력이 전 세계적으로 이루어지고 있다.

각국의 휴일 · 휴가 일수를 비교해 보면, 우리나라는 주 40시간 도입 이후 휴일 · 휴가가 외국과 동등한 수준으로 제공되고 있는데, ILO에서는 연차유급휴가 기준을 1년에 최저 3주로 하고 있으며 휴가부여를 위한 최저근무기간은 6개월로 정하고 있다.(제132호 협약 연차유급휴가에 관한 협약³⁾(1970년 개정) 주요국의 연차휴가 부여일수를 살펴보면, 한국은 1년간 8할 이상 출근 시 15일의 연차유급휴가를 부여하고 2년마다 1일을 가산하되 휴가일수 한도를 25일로 하고 있으며 일본은 6개월 근무 시 10일, 이후 1년마다 1~2일씩 가산하되 6.5년에 20일 상한이다. 프랑스는 1년에 30일, 1개월 근무 시 2.5일의 휴가가 발생하며, 네

3) 자세한 내용은 부록 참조

덜란드는 주5일 근무하는 자의 경우 20일간(주당 근무일수×4)의 법적 휴가가 발생하고 협약에 명시된 근로시간 이외 추가적으로 근로한 시간을 종합하여 획득할 수 있는 추가휴일이 있다.

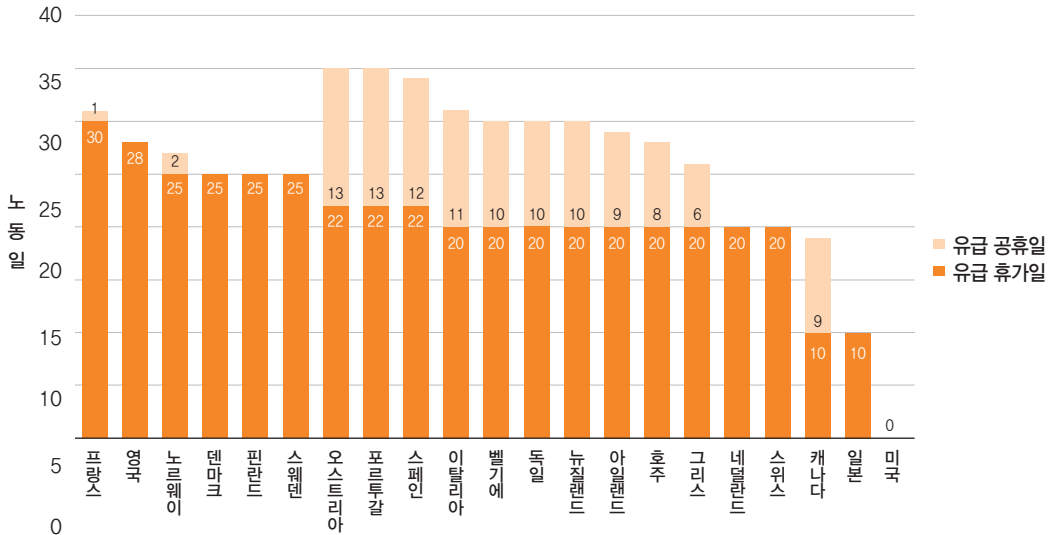
■ <표 1-4> 각국의 휴일·휴가 일수 비교⁴ ■

[단위 : 일]

구분	한국 (주44시간)	한국 (주40시간)	일본	영국	독일	프랑스	미국	네덜란드
주휴일	52	104	104	104	104	104	104	104
공휴일	17	15	15	8	8	11	10	9
월차휴가	12	-	-	-	-	-	-	-
연차휴가	10~20+	15~25	10~20	4주 (단체협약)	24	30	1주~7주 (단체협약)	39.5
계	91~101+	134~144	129~139	140	137~140	145	121~163	152.5

자료: 노동연구원, 『노동리뷰』2006년 8월호(통권 제20호), 2006

경제정책연구센터(Center for Economic and Policy Research)가 OECD 국가들의 노동자 휴가에 관한 법률을 조사한 보고서에 따르면, 미국이 세계 선진 경제국가들 중 자국 노동자들에게 유급휴가를 보장해주지 않는 유일한 나라인 것으로 나타났으며, 법정 유급 휴가 일은 프랑스가 가장 많은 것으로 나타났다. 유급 공휴일을 포함시키면 오스트리아, 포르투갈 및 스페인의 휴가일수가 가장 많았다.

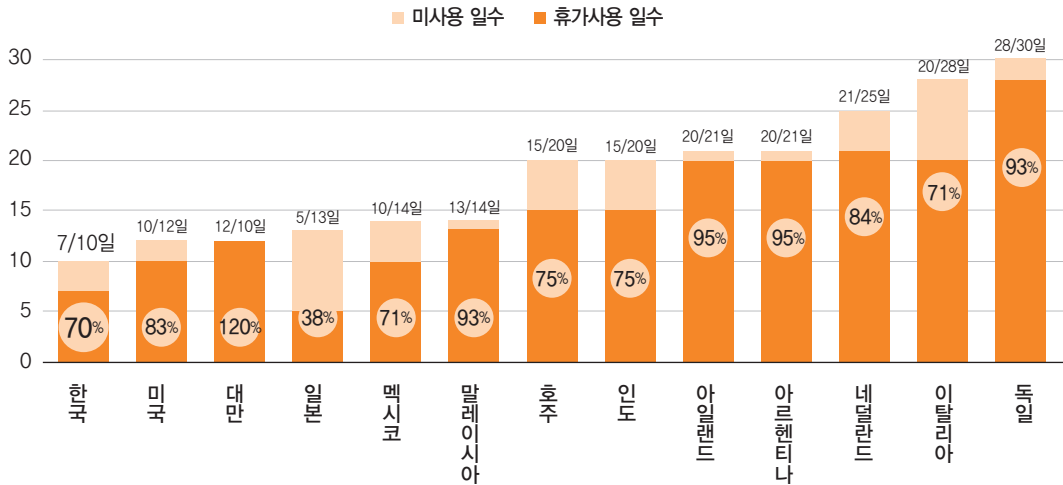


자료 : 경제정책연구센터 홈페이지, www.cepr.net

■ [그림 1-4] 유급휴가 국제비교 ■

4) 가장 최근 조사된 자료로서 기준시점은 2006년임

전 세계 주요 22개국의 만 16세 이상 직장인 남녀 8,687명을 대상으로 '2012 유급 휴가-국제 비교 설문조사'를 실시한 결과, 한국 직장인들의 연간 유급 휴가 일수는 평균 10일로 22개국 중 가장 적었다. 한국의 유급 휴가 사용률은 70%로서, 13일 중 5일을 사용한 일본(38%) 다음으로 낮았다. 대만의 경우는 한국과 함께 휴가일수는 10일을 기록했지만 실제 사용한 휴가 일수는 평균 12일로 한국보다 많았다. 이와는 대조적으로 프랑스, 영국 등 10개국 직장인들은 주어진 휴가를 100% 사용한다고 답했다.



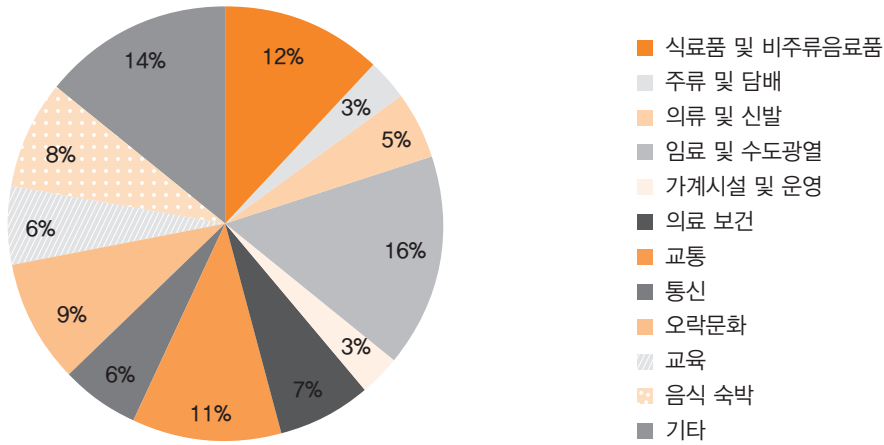
자료 : 익스피디아 홈페이지, www.experia.co.kr

■ [그림 1-5] 휴가 사용일수 ■

2. 소비구조

우리나라 국민들의 2012년 국내 최종 소비 지출액 약 545조원 중 임료 및 수도광열이 16%로 가장 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났으며 기타(14%), 식료품 및 비주류음료품(12%), 교통(11%) 등의 순으로 나타났다. 그 중 오락문화가 차지하는 비중은 9%로 전체 12개 항목 중 5번째로 나타났다.

5) 세계최대 온라인 여행 사이트 익스피디아(www.experia.co.kr) 조사



자료 : 통계청, 『가계의 목적별 최종소비지출(명목, 분기 및 연간)』

■ [그림 1-6] 2012년 국내 소비 지출액 ■

우리나라 국민들의 연도별 국내 소비지출은 모든 항목에서 증가 추세를 보이고 있다. 그 중 오락문화가 차지하는 비용은 2006년 약 39조원에서 2008년 약 44조원으로 5조원 증가한 것으로 나타났다. 2009년에는 약 1조원 가량 감소한 약 43조원으로 나타났지만 그 후 다시 증가하여 2012년에는 약 50조원으로 2006년에 비하여 약 11조원이 증가한 것으로 나타났다.

■ <표 1-5> 연도별 우리나라 국내 소비 지출액 ■

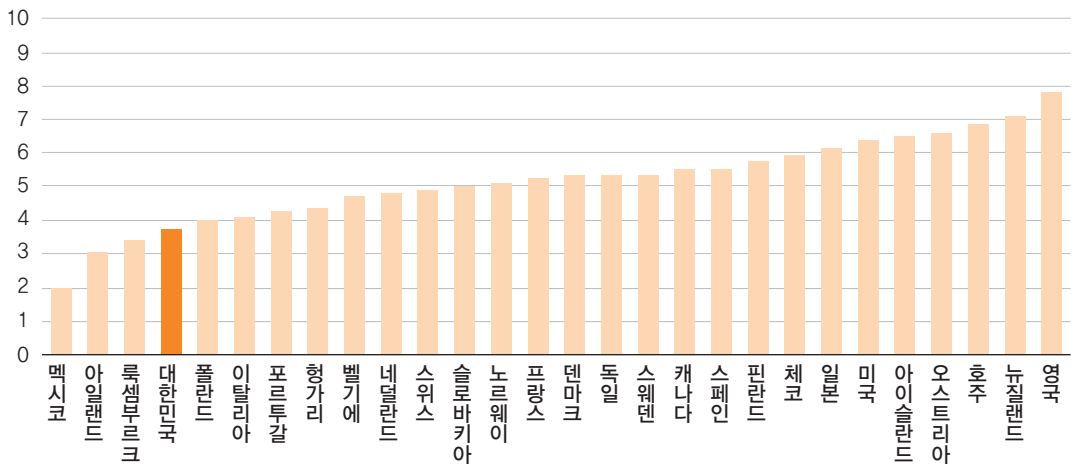
[단위 : 십억 원]

항목	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
식료품 및 비주류음료품	57,998.7	59,996.3	62,641.6	61,849.8	63,944.8	65,442.6	66,105.3
주류 및 담배	12,676.4	13,390.4	13,884.0	13,298.6	13,002.3	13,136.7	13,176.5
의류 및 신발	24,985.7	25,919.7	25,292.2	24,094.7	25,623.8	26,450.1	26,339.7
임료 및 수도광열	81,773.4	82,921.8	84,422.8	85,366.8	87,987.1	88,582.6	89,181.9
가게시설 및 운영	16,726.5	16,859.8	16,195.5	15,249.9	17,207.5	17,653.3	17,824.1
의료 보건	25,801.7	28,063.9	30,122.9	32,900.7	34,906.5	35,835.6	37,479.2
교통	51,394.7	53,332.9	53,418.1	56,567.3	59,629.9	61,568.0	61,587.7
통신	23,289.5	24,755.2	25,967.8	26,151.2	27,353.1	29,293.2	30,860.6
오락문화	38,925.9	42,408.5	44,114.7	43,114.6	46,029.6	48,248.5	49,994.0
교육	31,940.8	33,008.4	34,101.4	34,412.8	34,404.7	34,378.8	34,184.0
음식 숙박	38,873.8	40,785.6	41,662.6	41,443.7	42,101.9	42,298.7	43,161.0

항목	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
기타	59,479.1	64,514.8	66,937.1	68,145.1	69,776.9	73,116.9	75,585.4
계	463,866.2	485,957.3	498,760.7	502,595.2	521,968.1	536,005.0	545,479.4

자료 : 통계청, 『가계의 목적별 최종소비지출(명목, 분기 및 연간)』

OECD 국가별 2005년 GDP 대비 가계 오락문화소비 지출⁶ 비율을 살펴보면 한국은 자료가 확보된 전체 28개 국가 중에서 3.7%로 25위를 차지하는 것으로 나타났다. 영국이 7.7%로 1위, 일본은 6.1%로 7위를 차지하여 우리나라와 대비되고 있다. 지난 몇 십년간 대부분의 나라에서 오락문화에 대한 가계소비지출이 GDP 대비 약 5%수준을 이루고 있으며, 뉴질랜드와 영국의 경우에는 평균보다 훨씬 빠르게 가계지출이 증가하였으나 아일랜드, 폴란드, 네덜란드의 경우에는 GDP에서 차지하는 지출이 감소하고 있다.



주 : 2006년 기준으로 볼 때는, 한국은 자료가 확보된 전체 17개국 중 최하위에서 2번째인 16위를 차지하였으며 GDP대비 가계 오락문화 소비 지출 비중은 2005년 기준 수치와 변동 없이 3.7%로 나타남.

자료 : OECD Factbook 2008, www.oecd.org

■ [그림 1-7] OECD 국가별 GDP대비 가계 오락문화소비 지출 비중 ■

6) OECD 국가별 가계 오락문화소비 지출 중 가장 최신 자료임

3. 행복지수

국민들의 행복에 대한 의식이 변화되면서 생존권, 재산권 보장 이외에 삶의 질을 높이려는 행복추구권의 요구가 증대되고 있다. 단순 노동 중심에서 삶의 질 향상을 위한 생활 중심, 여가 중심 사회로의 변화가 확산되면서 전 세계 국정의 핵심 코드가 행복이 되고 있다. 과거 국민 총 생산 중심시대에서 ‘국민 총 행복(Gross National Happiness)’의 시대로 전환되고 있다. 이러한 흐름은 전 세계적으로 확대되어 프랑스 사르코지 대통령은 행복경제를 주장하였으며, 캐나다는 웰빙지수(Canadian Index of Wellbeing)를 개발하였다. 또한, 영국은 행복지수(Happy Planet Index)를 개발하는 등 적극적인 움직임을 보이고 있다. 그러나 우리나라 국민들의 행복, 삶의 질은 다른 국가들과 비교했을 때 비교적 낮은 수준에 머물고 있어 국민들의 삶의 질 향상 요구를 국민 지향적 정책에 적극 반영하여 물리적인 환경뿐만 아니라 정신적 만족이 충족될 수 있도록 정책적인 대응을 해야 할 필요성이 증대되고 있다.

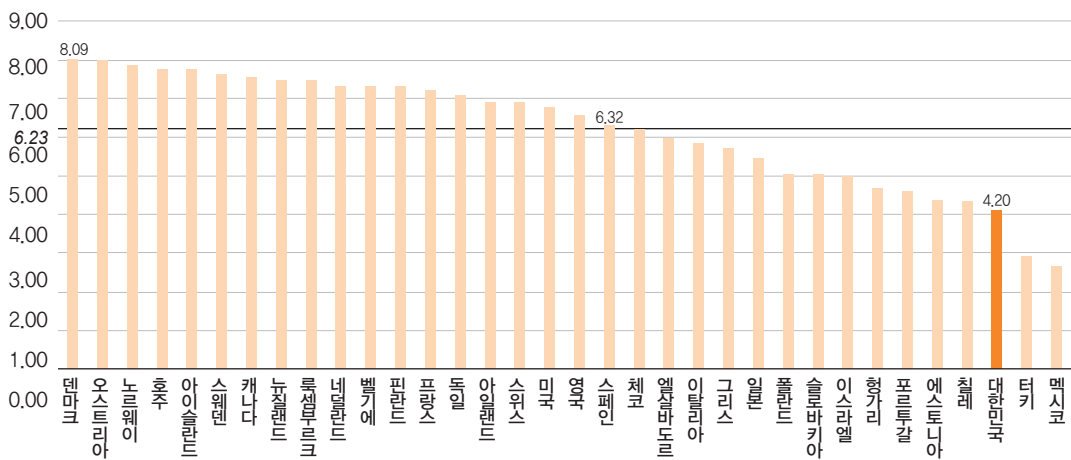
■ <표 1-6> 다양한 행복지수 ■

지수	내용
CW (Canadian Index of Wellbeing)	<ul style="list-style-type: none"> · 캐나다에서 1999년부터 정부 주축으로 개발 · 항목 : 시간배분, 교육, 건강, 환경, 공동체, 좋은 정치 등
HPI (Happy Planet Index)	<ul style="list-style-type: none"> · 2006년 NEF에 의해 고안 · 자국민의 행복한 삶을 위한 천연자원의 장기적, 효율적 사용 · 영국 보수당에서 GDP를 대체할 국가성장지수로 제시
GPI (Genuine Progress Indicator)	<ul style="list-style-type: none"> · 1990년대 후반 OECD에서 개발 · 기존의 GNP, GDP 개념에 시장가치로 나타낼 수 없는 가사노동, 육아 등의 경제활동과 범죄, 환경오염, 자원고갈로 인한 비용 등을 포함 · 경제성장으로 인한 부의 증대와 동시에 여가시간이 증가했지만, GDP에는 반영되지 못함. 그러나 GPI에서는 여가에 중요한 가치를 부여하여, 여가시간이 증가하면 GPI도 함께 증가함 · 현재 오스트리아, 영국, 스웨덴, 독일 등 최소 11개국에서 GPI로 경제성장 재산정
NNW (Net National Welfare)	<ul style="list-style-type: none"> · 국제연합, 미국 보건후생성, OECD에서 지표 설정작업 추진 중 · 재정지출, 여가, 공해방지, 개인소비 등을 큰 축으로 함
GNH (Gross National Happiness)	<ul style="list-style-type: none"> · 1972년 부탄왕 지그메 싱기에 왕추크에 의해 처음 고안된 개념 · 문화적 전통과 환경보호, 부의 공정한 분배, 평등한 교육기회 제공

자료 : 관련 자료를 통한 재구성

OECD가 세계 36개 선진국을 대상으로 삶의 질 수준을 ‘행복지수’로 환산한 결과에 따르면 덴마크가 8.09로 1위를 차지하였고 그 뒤를 호주와 노르웨이가 따르고 있다. OECD 행복지수 값 6.32로 21위를 차지한 스페인 이하부터는 OECD 전체 평균값 6.23보다 낮은 것으로 나타났다. 한국의 OECD 행복지수 값은 4.20이며 순위는 32위로 최하위권에 속하고 있고 그 다음은 터키와 멕시코의 순으로 나

타났다. 한국의 OECD 행복지수를 세부 지표별로 살펴보면 환경·생태 유지 가능성과 공동체 구성원들과의 접촉빈도 등이 반영된 사회네트워크 안정성 부문에서 최하위인 34위에 머물렀다. 주관적 건강상태(32위), 필수시설을 못 갖춘 가구 비율(31위), 소수그룹에 대한 관대성(28위), 빈곤율(28위), 가처분소득(27위), 살해율(26위), 국가기관 신뢰도(26위), 1인당 방수(25위), 고용률(21위), 소득분배정도를 나타내는 지니계수(21위) 등도 모두 최하위권 또는 하위권이였다. 반면 순위가 높은 편에 속하는 지표는 상해율(5위), 고등학교 졸업률(17위), 기대수명(18위) 등으로 나타났다.



자료 : OECD 홈페이지, www.oecd.org

■ [그림 1-8] OECD회원국의 2012년도 행복지수 순위 ■

UN에서 발표한 「2013 세계 행복보고서」에 따르면, 한국은 2012년 56위에서 15단계 상승한 41위를 기록하였다. UN 행복지수 순위는 1인당 국민소득, 사회적 지원, 기대수명, 삶에 대한 선택권, 나눔 의식, 부패의 6개 중요 지표와 어제, 오늘의 감정을 확인하는 단기 감정변화에 대한 질문들을 조합하여 조사한 결과이다. 2013년 보고서에는 2012년 보고서 작성 시 조사하였던 2010년, 2011년 자료에 2012년 조사결과를 추가하여 3개년 평균으로 작성하였으며, 2005~2007년의 3개년도 평균과 비교하여 개선·악화 추세를 파악할 수 있도록 하였다.

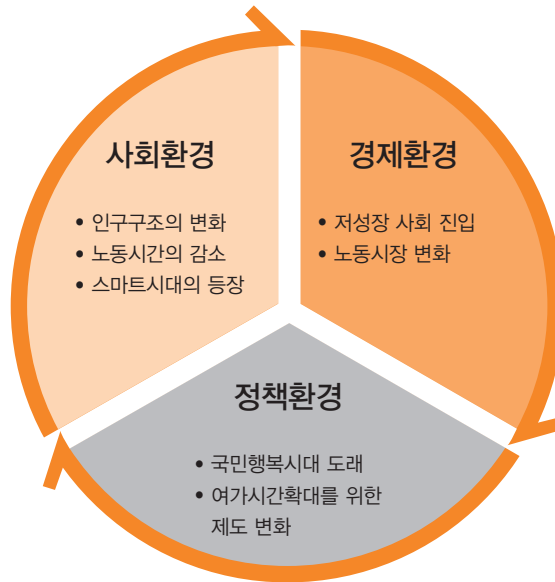
■ <표 1-7> 각국의 UN 행복지수 순위 ■

행복지수 순위	국가	행복지수 순위	국가
1	덴마크	16	멕시코
2	노르웨이	17	미국
3	스위스	21	벨기에
4	네덜란드	22	영국
5	스웨덴	25	프랑스
6	캐나다	28	칠레
7	핀란드	38	스페인
8	오스트리아	41	한국
9	아이슬랜드	43	일본
10	오스트레일리아	45	이탈리아
11	이스라엘		
12	코스타리카		
13	뉴질랜드		
14	아랍에미리트		
15	파나마		

자료 : 『2013 UN 세계행복보고서』, www.unsdsn.org.

제2절 여가환경의 변화

경제성장만이 국가의 주된 목표가 되던 시절을 지나 이제는 여가가 21세기 국가 경쟁력의 핵심이 되고 있다. 우리나라는 1인당 국민소득 2만 달러 시대에 접어들면서 여가에 대한 인식 및 가치관이 변화하고 있으며, 다양한 매체의 등장 및 스마트기기의 대중화 등 새로운 형태의 여가활동이 등장하면서 국민들의 다양한 여가생활 수요가 증대하고 있다. 변화하는 사회, 경제, 정책적 환경은 새로운 여가의 흐름으로 나타나고 있으며 국민의 삶의 질 향상과 국가 경쟁력 증진 차원에서 여가의 중요성은 더욱 커지고 있다.



■ [그림 1-9] 국내 여가환경의 변화 ■

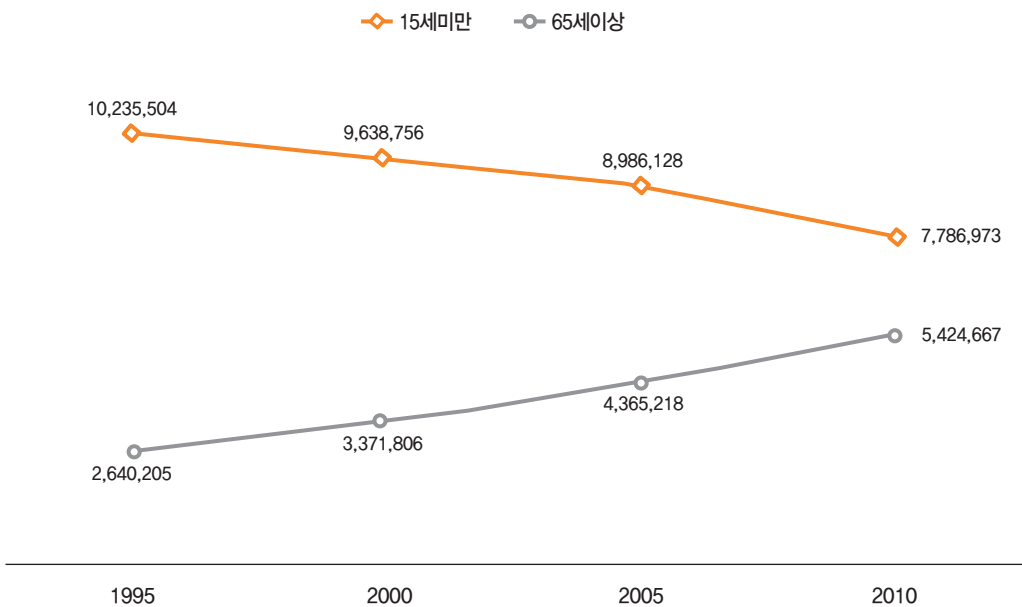
1. 사회환경의 변화

1) 인구구조의 변화

저출산·고령화가 빠른 속도로 진행되면서 국내 인구 구조에 변동이 생기고 있다. 미국 중앙정보국(CIA)이 발표한 '2013 월드 팩트북(The World Factbook)'에 따르면 우리나라의 출산율은 1.24명으로 219위에 그쳤다. 이에 따라 정부는 출산 장려정책으로 직장근로자들의 산전후 휴가 및 육아휴직제

도, 유연근무제, 가족친화적 직장문화조성, 결혼 및 임신·출산에 대한 지원, 양육부담 경감을 위한 정책 등을 마련하여 추진하고 있다. 2012년 합계출산율은 1.3명으로 2011년(1.24명)에 비해 다소 높아 지기는 했지만 여전히 낮은 수준의 출산율을 보이면서 저출산 현상이 지속되고 있다.

통계청의 인구동향조사에 따르면, 2010년 15세 미만의 인구수는 약 778만 명으로 2005년에 비하여 약 120만 명 감소하였다. 65세 이상 고령인구는 2010년 약 542만 명으로 전체 인구의 11.3%로 나타나, 고령화 사회⁷⁾의 기준치 7%를 훨씬 넘는 수준으로 나타나고 있다.

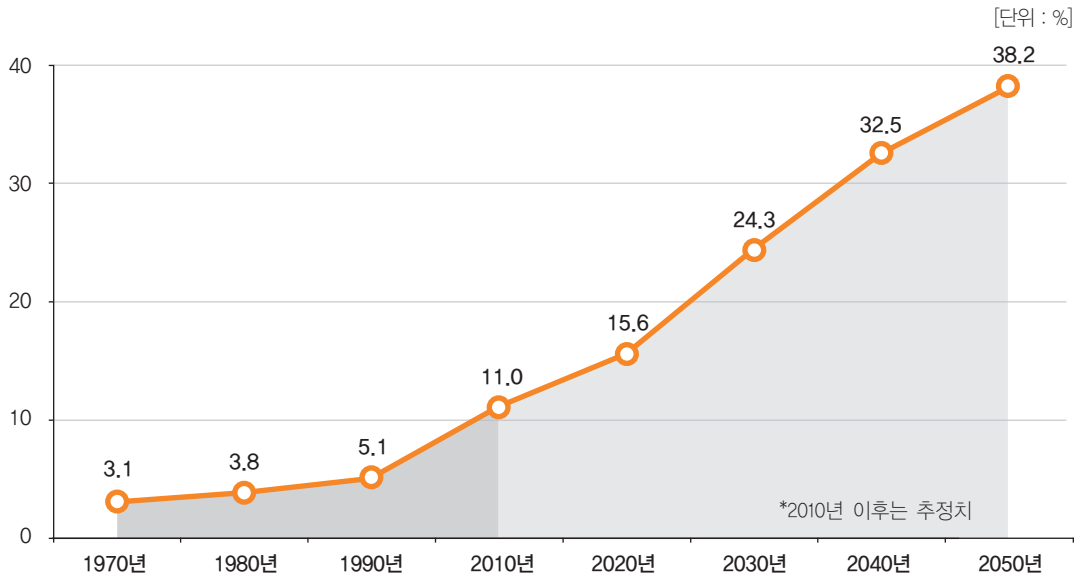


자료 : 통계청, 『인구동향조사』

■ [그림 1-12] 유소년 층과 노년층의 인구수 추이 ■

2010년에 65세 이상 고령인구가 전체인구의 11.0%를 넘어 고령화 사회가 되었고, 2020년에는 15.6%에 도달하여 고령사회에 진입할 것으로 보이며, 2030년에는 24.3%로 초고령 사회에 도달할 것으로 전망되고 있다.

7) 국제연합(UN)이 정한 바에 따라 65세 이상 인구가 총인구를 차지하는 비율이 7% 이상을 고령화 사회(Aging Society), 65세 이상 인구가 총인구를 차지하는 비율이 14% 이상을 고령사회(Aged Society)라고 하고, 65세 이상 인구가 총인구를 차지하는 비율이 20% 이상을 후기고령사회(post-aged society) 혹은 초고령사회라고 한다.



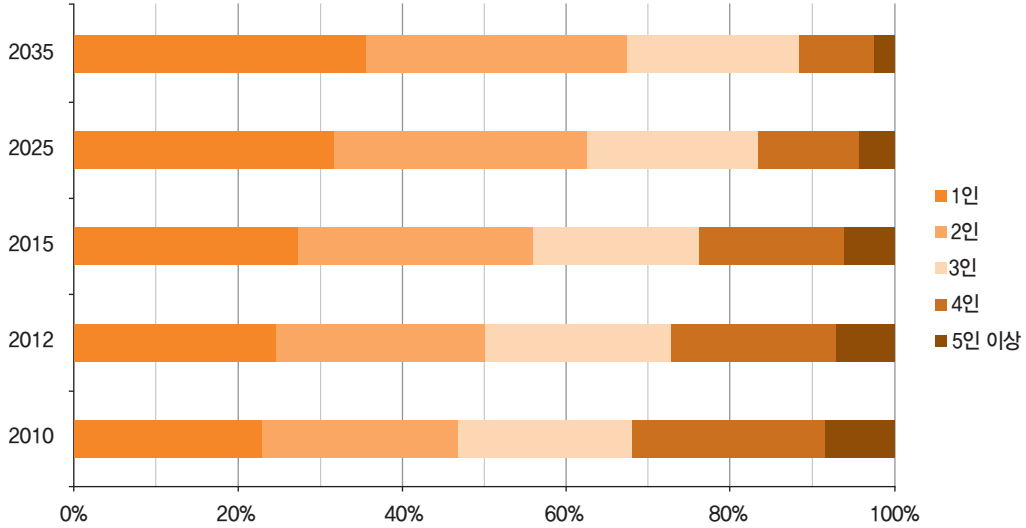
자료 : 통계청, 『장래인구추계』
 ※ 2010년 이후는 추정치임

■ [그림 1-12] 65세 이상 인구 비중 추이 ■

정부가 발표한 ‘2040년 한국의 삶의 질 보고서’에 따르면 2040년 한국인의 평균 수명은 89.38세로 지난 2008년 80.1세보다 9세 정도 평균 예상 수명이 늘어난 수치를 보이고 있다. 정부는 고령화사회에 대응하여 베이비부세대들의 근로연장, 소득보장, 노후설계, 건강관리와 노인의 일자리, 소득보장, 건강한 노후생활, 사회참여 그리고 고령 친화적 주거 및 교통 환경 조성 과 노인권익증진을 위한 정책을 마련하여 추진하고 있으나, 빠른 속도로 고령사회로 진행되고 있는 것에 비해 이런 사회문제에 대비한 정책, 시설, 지원 등이 매우 부족한 실정으로 고령사회에 대비하여 구체적인 대책마련이 시급하다.

저출산·고령화 추세에 더불어 가족에 대한 가치관과 가족의 구성방식이 다양하게 변화하면서 새로운 가족 형태가 형성되고 있다. 부모와 미혼자녀로 구성된 핵가족은 줄고, 부부·한부모·나홀로 가족이 늘어나는 추세이다. 2010년에는 전체 가구 중 2인 가구가 24.3%로 가장 많았고 23.9%로 1인 가구가 그 다음을 이으며 처음으로 4인 가구 비율을 넘어선 것이 두드러진 특징이다. 2인 가구는 아이들이 모두 떠나고 부부만 남은 가구, 노인 단독가구, 한부모 가정 등이 대다수이며 최근에는 의도적으로 자녀를 두지 않는 맞벌이부부 ‘딩크족(DINK: Double Income, No Kids)’, 소득 수준이 낮아 어쩔 수 없이 자녀를 갖지 못하는 부부 ‘핑크족(PINK: Poor Income, No Kids)’, 아이 없이 애완동물을 기르며 사는 맞벌이 부부 ‘딩펫족(DINKPET: Dink족+pet)’ 등이 늘어나면서 2인 가구가 증가하였다. 1인가

구는 최근 들어 급격히 증가하고 있으며, 보통 미혼의 독신가구, 독거노인, 교육이나 취업 등으로 인하여 가족과 떨어진 독립가구들이 대다수로 새로운 라이프스타일을 형성하고 있다.



자료 : 통계청, 『장래가구추계 : 2010년~2035년』

■ [그림 1-13] 가구수별 1인가구 추이 (2010~2035) ■

2) 노동시간의 감소

고용노동부에서 조사한 전체 산업의 월평균 근로일수 및 근로시간을 살펴보면, 2012년의 근로일수는 2010년도에 비하여 1.6일 감소한 20.9일인 것으로 나타났다. 또한, 총 근로시간 역시 전년도에 비하여 7.1시간 감소한 173.7시간인 것으로 나타났다.

■ <표 1-8> 전체 산업의 월평균 근로일수 및 근로시간 추이 ■

[단위 : 일 시간]

구분	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
월 평균 근로일수	23.7	23.2	22.7	22.3	21.7	22.5	22.2	21.6	20.9
총 근로시간 (주당)	197.2 (45.6)	195.1 (45.4)	191.2 (44.0)	188.4 (43.4)	184.5 (42.5)	189.0 (43.5)	187.0 (43.0)	180.8 (41.6)	173.7 (40.1)

자료 : 고용노동부, 각 년도, 『고용노동통계연감』

주 5일 근무제의 도입으로 인해 늘어난 여가시간에 대한 인식이, 업무를 위한 재충전의 시간이라는 것에서 벗어나 자기계발과 욕구충족을 위한 시간으로 변화되면서, 여가시간을 좀 더 효율적으로 소비하려는 경향이 보이고 있다. 특히 여가를 효율적으로 즐기려는 사람들의 소비성향은 수동적 문화예술

관람의 차원을 벗어나 참여형, 체험형 여가에 대한 수요 증대로 이어져 이들을 가르치는 교육시장과 자기 계발 차원의 어학, 자격증, 전문지식 등에 관한 교육산업의 활성화를 이끌고 있다.

■ <표 1-9> 가구당 교육 부분 월평균 가계수지 추이 ■

[단위: 원]

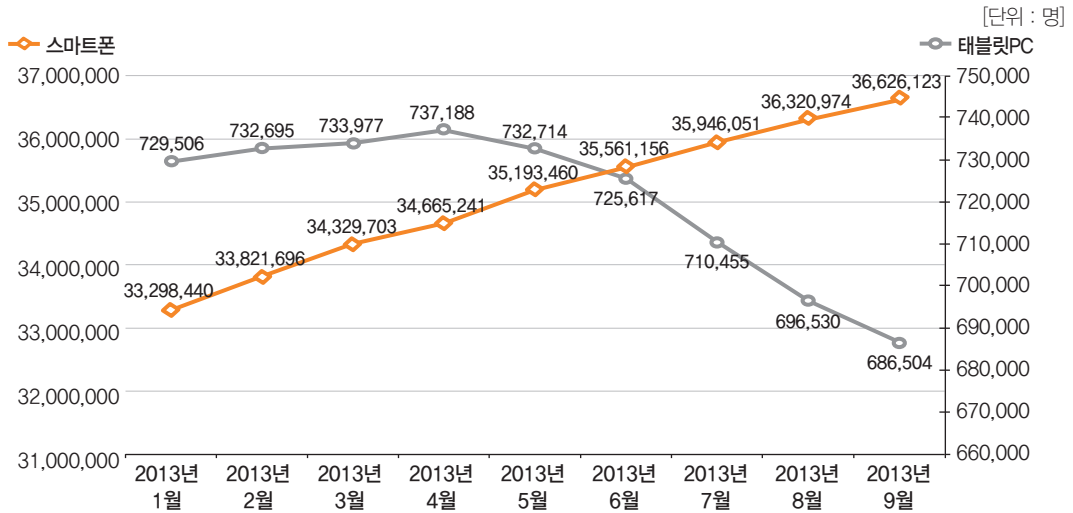
구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
성인학원교육	8,963	7,798	9,086	9,750	9,669	9,531	9,978	10,405	10,089
기타교육 ⁷⁾	8,295	7,203	9,031	9,960	10,839	13,574	14,297	14,604	14,723

자료 : 통계청 각 년도, 『가구당 월평균 가계수지』

3) 스마트시대의 등장

우리나라의 스마트폰 사용자는 36,626,123명(2013년 9월 기준)이다. 미국이나 유럽보다 스마트폰의 도입은 다소 늦었지만 사용자가 세계적으로 가장 빠른 증가 추세를 보이고 있다. 국내 대표적인 통신 3사의 60세 이상 스마트폰 고객 현황을 살펴보면, 2009년 2만 명 수준이었던 사용자가 2012년 2월 87만 4000명으로 급증하면서 스마트폰이 더 이상 젊은이들의 전유물이 아니라 모든 연령층을 아우르며 생활 문화, 여가문화에 큰 영향을 미친 것을 알 수 있다. 스마트폰에 이어 노트북과 개인정보단말기(PDA)의 특성을 함께 갖춘 휴대형 컴퓨터, 태블릿PC가 등장하였으며, 키보드나 마우스 대신 손가락이나 터치펜을 사용하여 동영상, 음악, 게임 등 이미 제작된 콘텐츠를 즐기는 기능이 강화되고 있다. 최근에는 개방형 웹 접속 기능을 갖추고 TV에 운영체제(OS)가 기본적으로 탑재되어 있는 스마트TV가 출시되어 TV를 통해 인터넷의 모든 콘텐츠 및 애플리케이션 이용이 가능하게 되었다. 보다 빠르고, 보다 가볍고, 보다 얇고, 보다 넓은데다 성능과 디자인이 업그레이드된 스마트 기기들이 지속적으로 출시됨에 따라 라이프 스타일에 큰 영향을 미칠 것으로 예상되고 있다.

8) 기타교육은 교과학원이 아닌 스포츠교육, 레크리에이션교육, 예술교육, 사회교육, 직원훈련교육, 기술 및 직업훈련 등이 해당됨



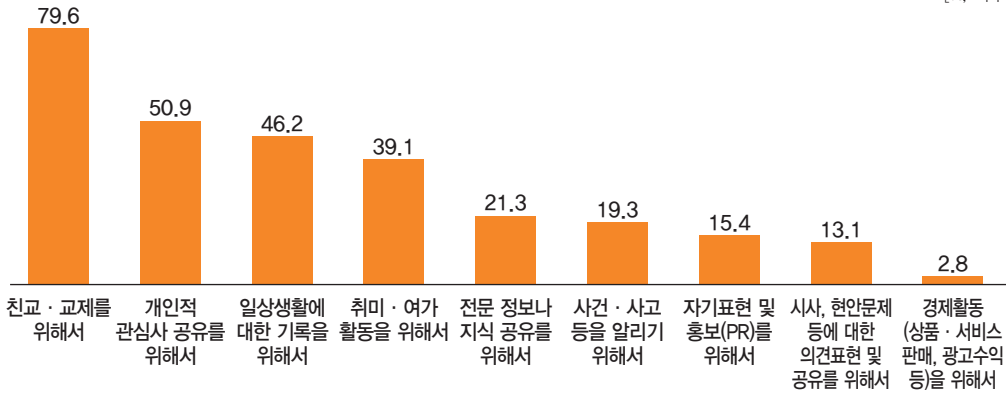
자료 : 한국인터넷진흥원(2012), 『2012년 하반기 스마트폰 이용실태조사』

■ [그림 1-14] 스마트폰 및 태블릿PC 가입자 수 추이 ■

2012년 하반기 스마트폰 이용 실태조사를 살펴보면, 스마트폰을 통한 SNS(Social Network Service)⁹ 경험자의 60.3% 중 41.5%가 취미·여가활동을 위해 SNS를 이용하는 것으로 나타났다. 즉 스마트폰은 교육, 정보습득, SNS, 애플리케이션을 통한 여가활동 등 다양한 사회적, 문화적 편리성을 제공함으로써 ‘종합 문화서비스 플랫폼’으로 자리매김을 하고 있다. 이로써 여가활동의 시공간상 경계는 허물어지고 자신의 생활 속에서 여가를 자유롭게 즐길 수 있게 되었음을 알 수 있다.

9) 미국의 트위터, 마이스페이스, 페이스북, 한국의 싸이월드, 미투데이 같은 1인 미디어와 정보공유 등을 포괄하는 커뮤니티형 웹사이트로서, 온라인을 통해 인맥을 구축하여 소통하는 공간을 말한다.

[% 복수응답]



자료 : 한국인터넷진흥원(2012), 『2012년 하반기 스마트폰 이용실태조사』

■ [그림 1-15] 스마트폰을 통한 SNS 활동 유형-스마트폰을 통한 SNS 경험자 ■

본격적인 디지털 시대를 맞이하면서, 스마트기기와 더불어 애플리케이션, 전자책, 스마트용 게임 등이 개발되고 이를 통해 활용할 수 있는 다양한 콘텐츠들이 제공되면서 생활문화가 변화하고 있다. 전자책은 독자 입장에서 휴대하기 편하고 다양한 책들을 손쉽게 볼 수 있으며 가격이 종이책에 비해 저렴한데다 동영상, 오디오북 등 멀티미디어 콘텐츠를 포함할 수 있어 활용도가 높고 SNS와 공유할 수 있다는 장점이 있어 앞으로 독서문화에 큰 영향을 미칠 것으로 예상되고 있다. 이에 따라, 정부는 법과 제도를 정비하고, 초·중·고에 디지털 교과서를 보급할 계획이다.

애플리케이션은 스마트폰 혹은 휴대용 미디어 플레이어 등과 같은 기기를 통해 구동되는 소프트웨어로서 게임, 메신저, 교육, 교통, 생활문화 등과 관련하여 다양한 분야에 걸쳐 제공되고 있다. 스마트폰 사용자가 점차 늘어나면서 어디서나 인터넷이 가능한 장점을 이용해 모든 분야에서 애플리케이션의 구매와 이용이 증가할 뿐만 아니라, 이를 활용한 여가활동의 수요도 증가 할 것으로 예상된다.

디지털 기기들(스마트폰, 태블릿PC 등)이 발달함에 따라 온라인게임 시장에서 인기를 끌었던 게임들이 스마트용 게임으로 전환되고 있는 추세이다. 이에 따라 스마트 여가라이프에 대응한 다양한 애플리케이션과 소프트웨어에 대한 개발·투자 및 보급이 필요하다. 또한, 스마트폰이 증가함에 따라 SNS 활동이 더욱 활발해지고 있다. SNS 활동은 정보전달의 신속함을 바탕으로 실시간 커뮤니케이션에 활용되고 있다. 국내뿐만 아니라 전 세계 불특정 다수들이 SNS를 통해 다양한 장르에서 서로의 공감대를 확인하고 소통함으로써 엄청난 파급효과를 가져오고 있다. SNS의 파급효과는 사회, 경제, 정치, 여가문화 등 생활 전반에 걸쳐 다양하게 미치고 있다. 현대 사회의 문화적인 특징으로서, 일방적 커뮤니

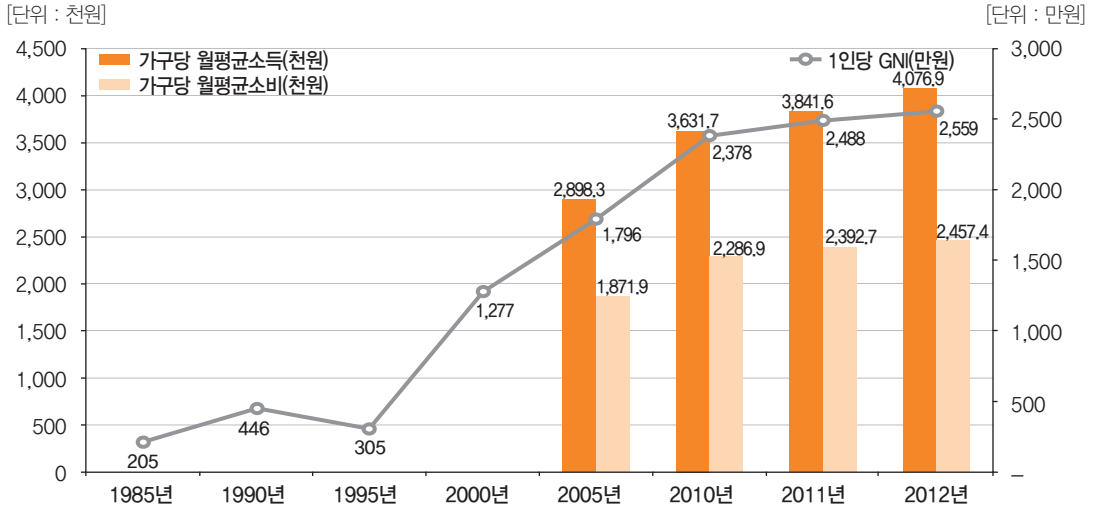
케이션이 아닌 쌍방향 커뮤니케이션이 가능한 SNS가 인터넷을 통해 제공되던 기능을 흡수하여 더 막강한 영향력을 갖게 될 것이다.

2. 경제 환경의 변화

1) 저성장 사회로의 진입

전 세계적으로 당분간 경제성장이 저하되고 정부 재정 또한 긴축 추세를 보일 것으로 예상되는 가운데, 2013년 우리나라의 경제성장은 세계 전체 성장률 보다 떨어질 것으로 우려되고 있다. 국제통화기금(IMF)이 발표한 2013년 세계경제성장률 전망치 3.6%에 비해 한국개발연구원이나 한국은행이 발표한 한국의 경제성장률은 각각 3.0%, 2.8%로 상대적으로 낮은 수치를 나타내고 있다. 저성장 국면이 장기화될 경우 고용악화에 따른 소득정체와 위험회피 성향 확대로 부채축소(Deleverage) 현상이 지속되면서 소비 및 투자 부진이 가속화 될 수 있다. 또한 2008년 글로벌 경제위기 이후 각국의 재정 정책 또한 긴축기조를 유지하고 있어 소비와 투자 위축이 장기화될 조짐을 나타내고 있다. 이와 같은 저성장 상황이 지속될 경우, 투자저하로 인한 산업경쟁력 하락, 경제생태계에서 적자생존의 논리 강화, 고실업·저임금 상황의 장기화로 이어질 우려가 있다.

2012년 한국의 사회지표에서는 1인당 국민소득(GNI)은 22,708달러인 것으로 조사됐다. 가구당(2인 이상 전국 가구) 월 평균 소득은 407만 7천원으로 나타났고 월 평균 소비는 245만 7천원으로 나타났다. 2012년 가구당 월 평균 소득과 소비를 2005년과 비교하면 소득은 290만원에서 118만원 증가한 408만원이며, 소비는 187만원에서 59만원 증가한 246만원으로, 소득증가율이 소비증가율보다 높은 것으로 나타났다.



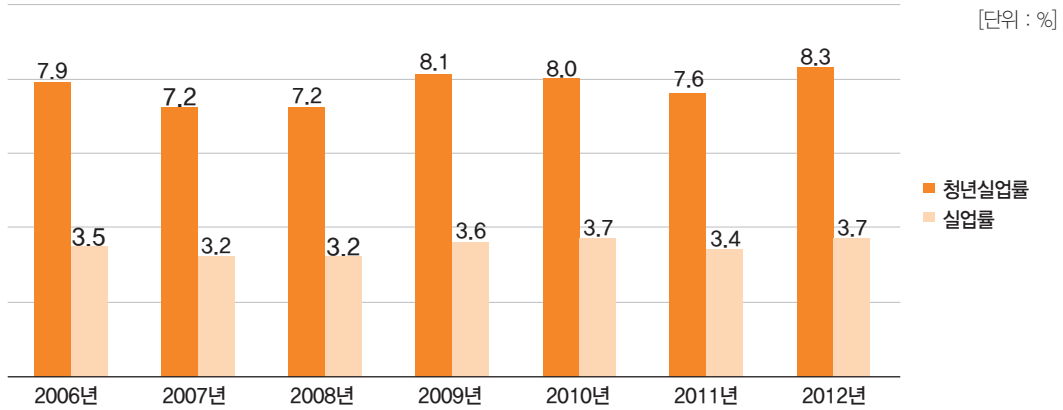
자료 : 통계청, 『경제활동인구조사』

■ [그림 1-16] 1인당 국민총소득 및 가구당 월 평균 소득·소비 ■

2) 노동시장의 변화

청년실업과 베이비붐 세대의 은퇴가 진행되면서 국내 노동시장이 변화하고 있다. 통계청의 경제활동인구조사에 따르면, 청년실업률은 2009년부터 2011년까지 감소한 것으로 나타났으나, 2012년에는 증가한 것으로 나타났다. 2012년 우리나라 청년실업률은 8.3%로 전체 실업률(3.7%)의 배가 넘는 수준으로 나타났다. 이렇듯, 청년층 사이에서는 높은 취업문을 뚫지 못한 채 취업의지를 상실한 ‘니트족¹⁰⁾’이 증가하고 있다.

10) 니트족(NIET Not in Education, Employment or Training): 일을 하지도, 교육이나 훈련도 받지 않고 있는 젊은이들을 일컫는 말이다.



자료 : 통계청, 『경제활동인구조사』

■ [그림 1-17] 청년실업률 및 전체 실업률 변화 추이 ■

청년실업률이 2010년 7%에서 2040년 8.62%로 늘어날 것으로 예상됨¹¹⁾에 따라 일자리를 찾는 청년들의 구직난은 더욱 심해질 것으로 예상된다. 공식 실업자 외 구직 단념자와 취업 준비자 등 사실상 실업자를 포함하면 청년층의 체감 실업률은 20%가 넘는다는 조사 결과¹²⁾가 나타났다. 구직을 희망하는 대학생 남녀 437명을 대상으로 취업에 대해 조사¹³⁾를 실시한 결과 취업을 준비하며 가장 크게 포기한 것으로는 취미생활(38.4%)과 대인관계(29.3%)가 꼽혔고, 반면 시간과 여유가 허락된다면 여행을 가고 싶다는 답변이 59.5%로 압도적으로 높아, 취업에 대한 압박으로 여가생활을 포기하고 지내는 것으로 나타났다.

우리나라의 베이비붐세대는 한국전쟁 이후 1955년부터 1963년까지 9년간 태어난 인구집단으로 총 인구 대비 14.6%(약 721.5만명)를 차지하며, 현재의 시니어층과는 구별되는 경제적, 사회적, 문화적 변화를 겪으며 살아온 세대를 말한다.

베이비붐세대는 사회생활 초창기에 고도 경제성장기를 겪으며 이전세대와 다른 풍요로운 소비생활을 경험했고, 중·후기에는 경제위기로 경제적 어려움을 겪은 세대로 일명 '긴세대(샌드위치세대)'라고도 불리며 노부모봉양과 자녀양육의 책임 속에서 본인들을 위한 여가시간을 충분히 갖지도 누리지도 못하고 있는 세대이다.

11) 기획재정부, 2040년 한국인의 삶의 질 전망' (2011)

12) 현대경제연구원, '글로벌 경제위기 이후 고용한파 지속' (2012)

13) 듀오아카데미에서 구직을 희망하는 대학생 남녀 437명을 대상으로 조사를 실시(2010)

베이비붐 세대는 삶의 여유나 행복에 대한 갈망은 크나, 실질적으로 여가활동에 참여하는 비율은 낮은 편이다. 베이비부머들의 은퇴가 본격화 되면서 노후대책을 위한 지원서비스 뿐만 아니라 삶의 질을 향상시키기 위한 맞춤형 여가정책의 필요성이 증대되고 있다.

3. 정책환경의 변화

1) ‘공급자 위주의 정책’에서 ‘수요자 위주의 정책’으로 정책 기조 변화

제 18대 대통령직인수위원회가 지난 2013년 2월 발표한 새 정부 국정운영 방향은 국민 개개인의 삶을 국정운영의 중심에 두고 국민행복을 최고 가치로 삼는다는 것이다. 국정비전으로 “국민행복, 희망의 새 시대”를 제시한 것은 그러한 방향을 반영한 것이라 할 수 있고, 국민 개개인을 국정의 중심에 둔다는 기조는 그간 국정운영이 산업화, 민주화, 선진화라는 국가중심의 발전모델에 치중한 나머지 국가발전이라는 담론 하에서 국가주의가 팽배하고 개개인의 삶의 질이 경시되어 정작 중요한 국민 개개인의 삶에 대한 성찰이 부족하였다는 점을 반영한 것이라 할 수 있다.

“국민행복시대, 희망의 새 시대”는 국가보다는 국가의 구성원인 국민이 주인공이 되는 국민 중심의 정치, 사람이 존중받는 사회를 지향한다는 의미를 가지고 있다. 이에, 대통령직인수위원회는 5대 국정목표를 경제·과학, 고용·복지, 교육문화, 사회, 외교·국방·통일로 나누고 각 분야별로 일자리 중심 창조경제, 맞춤형 고용복지, 창의교육과 문화가 있는 삶, 안전과 통합의 사회, 행복한 통일 시대의 기반구축을 제시하였으며, “국민행복시대, 희망의 새 시대”를 위한 정책기조로 경제부흥, 국민행복, 문화융성 및 평화통일 기반 구축을 제시하였다.

이 중 문화융성을 경제부흥, 국민행복과 같은 위상의 국정기조로 한 것은, 문화융성이 희망의 새 시대를 열어가는 핵심이며, 우리 사회가 도달하고자 하는 희망의 미래이자 사회발전의 토대이면서 국민 개개인과 국가발전의 목표로 선언한 것이라 할 수 있다.



■ [그림 1-18] 박근혜정부의 국정 운영 구조 ■

2) 여가시간 확대를 위한 제도 변화

2003년 7월 근로기준법 개정안이 통과되어 우리나라의 법정근로시간은 주40시간으로 감소하였다. 2003년 7월 5일에 주40시간 근무제가 도입되기 시작하여 공공 및 금융보험업과 1,000명 이상 사업장에 시행되었고, 2004년 7월에는 300명 이상 사업장에 시행되었으며, 2007년부터는 20~50명의 사업장, 2011년에는 상시근로자의 수가 5인 이상 20인 미만 사업장의 경우까지 확산되어 거의 전 기업에서 주40시간 근무제가 시행되고 있다. 이러한 변화는 일차적으로 노동자들의 물리적 여가시간의 증가를 가져왔다. 근로시간이 단축됨에 따라 현행 직장중심의 음주 등 오락문화에서 가족중심의 여가생활로 바뀌고, 재교육, 문화 및 레저 활동, 사회참여 등이 활성화되었다. 과거에는 휴일이 일하는 날을 위해 피곤을 해소하는 소극적 의미였다면 현재는 주중 근로가 휴일을 위해 존재하는 적극적 개념으로 바뀌었다.

정부는 2014년 9월부터 근로자들의 삶의 질 개선을 위하여 “대체휴일제”를 시행하게 된다. 대체휴일제란 공휴일이 토요일이나 일요일과 겹칠 경우 이어지는 주의 월요일 하루를 휴일로 지정해 휴일을 보상해주는 제도이다. 이는 직장인들에게 토~월요일까지 3일의 짧은 휴가가 생기는 개념이기 때문에 관광이나 영화 같은 여가 산업에 적잖은 파급 효과가 생길 것으로 기대하고 있다.

2004년 일부 학교에서의 시범기간을 거쳐 시행되어 왔던 주5일 수업제는 전국 초·중·고등학교를 대상으로 2005년에는 월 1회, 2006년부터 2007년까지 월 2회 실시하다가, 2012년부터 전국 대부분(99.6%)의 초·중·고등학교에서 시행되고 있다. 노동자들의 주40시간 근무제에 이어서 주5일 수업제의 실시로 인해 학생들도 여가시간이 증가하게 되어, 가족중심의 여가활동 확대에 기여할 수 있을 것으로 보인다.

2013 여가백서

제2장 국민여가생활의 실제와 전망

제1절 국민여가활동조사 개요

제2절 국민여가활동 실태

제3절 여가동향



제2장

국민여가생활의 실제와 전망

제1절 국민여가활동조사 개요

1. 조사 목적

다양하게 변화하는 국내 여가환경변화에 따라 국민의 여가수요에 미치는 활동실태를 분석하여 생활 양식의 변화 및 삶의 질 수준을 파악하기 위하여 2006년부터 문화체육관광부는 국민여가활동조사를 실시해왔다. 본 조사는 국민들의 여가생활을 비용, 시간, 공간, 활동 등으로 세분화하여 국민들의 여가 생활에 대한 만족도 및 실태 파악 등의 조사를 통하여 국민여가생활의 패턴을 분석하였으며, 이를 토대로 국내 여가활동의 흐름을 파악하여 정책수립에 활용하고 여가 관련 통계의 생산을 위한 기초 자료를 제공하고자 했다.

2. 조사 체계

1) 조사 설계

본 조사는 2012년 기준 서울, 부산 등 전국 16개 시도에 거주하는 만 15세 이상 성인 남·여 5,000명을 대상으로 실시하였다. 조사모집단(survey population)은 조사의 현실적인 측면을 고려하여 2010년도 인구주택총조사 상의 섬, 기숙시설, 특수사회시설, 관광호텔 및 외국인 조사구를 제외한 아파트 조사구 및 일반조사구 내 가구에 거주하는 만 15세 이상의 국민으로 하였다.

조사는 2012년 10월 10일부터 2012년 11월 10일 까지 실시되었으며, 조사 응답시점은 조사시점(2012년 8월)으로부터 지난 1년간(2011. 9. 1 ~ 2012. 8. 31)이다. 조사 방법으로는 조사원에 의한

1:1 방문면접조사를 실시하였으며 이를 통하여 데이터를 확보하였다.

본 조사는 2010년 국민여가활동조사에 비하여 표본수가 3,000명에서 5,000명으로 증가하였으며, 조사범위도 전국 15개 시도에서 전국 16개 시도로 확대 실시되었다. 또한 현 시점에 유의한 통계데이터 확보를 위하여 전문가회의를 통하여 설문지 수정·보완을 실시하였다.

■ <표 2-1> 2012 국민여가활동조사 조사설계 ■

모집단	만 15세 이상 성인 남·여
조사범위	전국 16개시도(제주도 포함)
조사방법	조사원에 의한 방문 1:1 면접조사
표본추출	16개 시도별로 15세 이상 인구 모집단 제공근에 비례하는 제공근비례배분법 (2010년 인구주택총조사 기준)
유효표본	5,003명
조사주기	2년
조사시점	조사시점(2012년 8월)으로부터 지난 1년간 (2011. 9. 1 ~ 2012. 8. 31)
조사기간	2012년 10월 10일 ~ 2012년 11월 10일
법적근거	통계법 제18조 1항에 의해 승인된 일반통계(승인번호 제11314호)

2) 표본 설계

본 조사의 모집단은 2010년 인구주택총조사 결과로 전체 모집단 조사구는 303,178개이고, 일반가구는 17,339,422호이다. 만 15세 이상 인구는 40,203,788명으로 경기도와 서울시가 각각 전체의 22.8%와 20.6%를 차지하고 있으며, 전반적으로 행정구역별 조사구 수와 가구 수의 구성비는 유사하다.

■ <표 2-2> 모집단 현황 ■

시도	조사구 수		가구 수		15세 이상 인구 수	
	조사구	비율	가구	비율	인구	비율
전국	303,178	100.0%	17,339,422	100.0%	40,203,788	100.0%
서울	60,925	20.1%	3,504,297	20.3%	8,276,179	20.6%
부산	21,716	7.2%	1,243,880	7.2%	2,930,640	7.3%
대구	15,211	5.0%	868,327	5.0%	2,043,570	5.1%
인천	15,176	5.0%	918,850	5.3%	2,194,851	5.5%
광주	9,010	3.0%	515,855	3.0%	1,196,956	3.0%
대전	8,957	3.0%	532,643	3.1%	1,233,503	3.1%
울산	6,519	2.2%	373,633	2.2%	877,758	2.2%

시도	조사구 수		가구 수		15세 이상 인구 수	
	조사구	비율	가구	비율	인구	비율
경기	66,577	22.0%	3,831,134	22.2%	9,164,037	22.8%
강원	10,179	3.4%	557,751	3.2%	1,234,181	3.1%
충북	10,059	3.3%	558,796	3.2%	1,249,082	3.1%
충남	13,560	4.5%	749,035	4.3%	1,672,647	4.2%
전북	11,811	3.9%	659,946	3.8%	1,477,302	3.7%
전남	11,618	3.8%	681,431	3.7%	1,452,636	3.6%
경북	18,247	6.0%	1,005,349	5.8%	2,190,178	5.4%
경남	20,336	6.7%	1,151,172	6.6%	2,582,701	6.4%
제주	3,277	1.1%	187,323	1.1%	427,567	1.1%

자료 : 2010년 인구주택총조사 결과

2012년 『국민여가활동조사』표본설계에서는 7개 특별·광역시와 9개 도 지역으로 1차 층화하고, 9개 도 지역에 대해서는 동부와 읍면부로 세부 층화하였으며, 서울시와 경기도의 경우는 전체 인구 규모와 지역적 차이를 고려하여 각각 4개 권역(북동, 남동, 남서, 북서)과 3개 권역(북부, 중부, 남부)으로 세부 층화하였다. 또한, 행정구역에 따라 구성한 32개의 1차 층 내에서 시부(동 단위 층)에서는 아파트와 일반조사구로 세부 층화하여 전체 53개의 층을 구성하였다.

■ <표 2-3> 세부 층별 모집단 가구 현황 ■

행정구역	합계	동 지역		읍면 지역	
		아파트 조사구	일반조사구		
전국	17,276,265	7,134,955	7,065,152	3,076,158	
서울	- 북서	598,693	165,641	433,052	-
	- 북동	1,109,541	467,851	641,690	-
	- 남서	1,078,745	400,646	678,099	-
	- 남동	716,810	362,662	354,148	-
부산	1,242,761	593,814	648,947	-	
대구	868,259	435,657	432,602	-	
인천	910,204	459,545	450,659	-	
광주	515,799	326,011	189,788	-	
대전	532,595	280,756	251,839	-	
울산	373,616	194,293	179,323	-	
경기	- 북부	515,760	111,743	50,220	353,797
	- 중부	1,936,063	1,011,724	854,659	69,680
	- 남부	1,378,795	654,498	495,928	228,369
강원	557,635	193,491	152,777	211,367	
충북	558,670	189,510	148,712	220,448	

행정구역	합계	동 지역		읍면 지역
		아파트 조사구	일반조사구	
충남	747,576	170,706	116,735	460,135
전북	658,567	276,247	173,736	208,584
전남	638,317	175,719	109,392	353,206
경북	1,005,159	253,172	262,191	489,796
경남	1,147,085	375,768	338,864	432,453
제주	185,615	35,501	101,791	48,323

자료 : 2010년 인구주택총조사 결과

먼저 1차 층인 각 시도에 대한 표본배분은 층 내 가구 수의 제곱근에 비례하는 제곱근비례배분법을 적용하고 지역별 모집단 가구수에 따라 제곱근을 산출하여 제곱근 비례배분법에 따라 표본조사구 500 개를 배분하며 이후 동/읍면 수 할당에 따라 표본조사구 당 10가구 조사 원칙을 적용하여 5,000 표본을 할당하였다. 각 지역의 가구 수의 제곱근에 비례하여 배분한 것으로, 규모가 작은 시도 층에 비례배분법에 비해서 상대적으로 더 많은 표본이 배정되어 시도별 또는 권역별 추정에 유리하므로 제곱근비례배분법을 사용하였다.

■ <표 2-4> 각 시도별 표본배분 현황 ■

행정구역	모집단 가구 수	비례배분 (표본조사구 수)	모집단 가구 수 제 곱근	제곱근비례배분 (표본조사구 수)	제곱근비례배분 (표본수)
전국(합계)	17,276,265	500	-	500	5,000
서울	3,503,789	101	1871.8	61	610
부산	1,242,761	36	1114.8	36	360
대구	868,259	25	931.8	30	300
인천	910,204	26	954.0	31	310
광주	515,799	15	718.2	23	230
대전	532,595	16	729.8	24	240
울산	373,616	11	611.2	20	200
경기	3,830,618	111	1957.2	64	640
강원	557,635	16	746.7	24	240
충북	558,670	16	747.4	24	240
충남	747,576	22	864.6	28	280
전북	658,567	19	811.5	27	270
전남	638,317	19	798.9	26	260
경북	1,005,159	29	1002.6	33	330
경남	1,147,085	33	1071.0	35	350
제주	185,615	5	430.8	14	140

자료 : 2010년 인구주택총조사 결과

3) 주요 특징

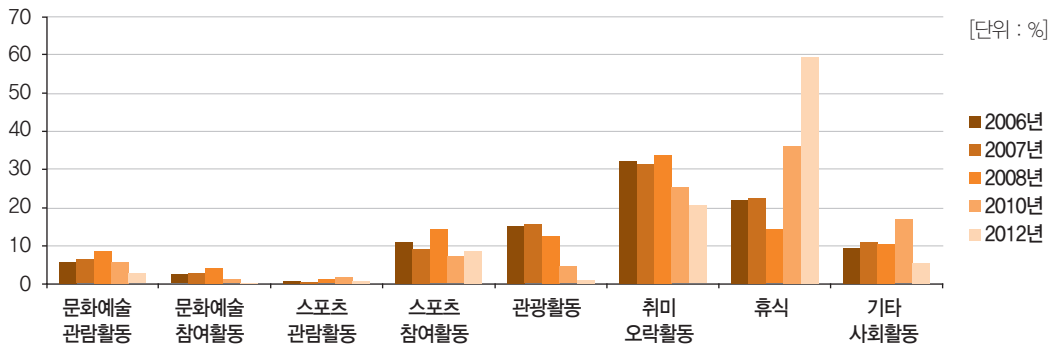
2012년 국민여가활동조사의 주요 특징으로는 조사 대상이 만 15세 이상 성인 남녀 3,000명에서 5,000명으로 표본의 크기가 확대되었으며, 조사 지역의 경우 전국 15개 시도에서 전국 16개 시도(제주도 포함)로 조사의 범위가 확대되었다. 2010년도와 비교했을 때 변화된 조사내용으로는 노동시간, 주 5일 수업제 관련 문항(학생, 학부모), 관련정책 중요도 등이 있다. 주40시간 근무제 관련으로는 노동시간(근무시간)이 추가되었으며, 주40시간 근무제(주5일 수업제) 관련에서는 학생의 경우 주5일 수업제 실시 후 여가생활 변화, 주5일 수업제 실시 후 주말생활변화, 주5일 수업제 실시 후 여가만족도, 주5일 수업제 실시 이후 희망하는 여가활동, 학부모의 경우 주5일 수업제 실시 후 여가생활 변화, 주5일 수업제 실시 후 주말생활변화, 주5일 수업제 실시 후 여가만족도, 주5일 수업제 실시 이후 희망하는 여가활동의 문항이 추가되었다.

제2절 국민여가생활 실태

1. 여가활동참여 실태

1) 유형별 여가활동

2012년 국민들이 지난 1년간 참여한 여가활동을 유형별로 살펴보면 휴식활동이 59.3%로 과반수 인 것으로 나타났고, 그 다음이 취미·오락활동으로 20.9%, 스포츠 참여활동이 8.6% 순인 것으로 나타났다. 또한, 휴식활동의 증가비율이 2010년 36.2%에서 59.3%로 가장 큰 폭으로 증가한 것으로 나타났으며, 스포츠 참여활동의 경우 2010년 7.3%보다 다소 증가한 것으로 나타났다.



자료 : 문화체육관광부, 국민여가활동조사 각년도

■ [그림 2-1] 여가활동 유형별 참여추이 ■

■ <표 2-5> 여가활동 유형별 참여추이 ■

[단위 : %]

구분	문화예술 관람활동	문화예술 참여활동	스포츠 관람활동	스포츠 참여활동	관광활동	취미 오락활동	휴식	기타 사회활동
06년	5.9	2.5	0.7	11.2	15.6	32.3	22.2	9.5
07년	6.5	2.8	0.6	9.2	15.7	31.4	22.8	11.1
08년	8.7	4.2	1.1	14.4	12.9	33.7	14.4	10.6
10년	6.0	1.2	2.2	7.3	4.7	25.4	36.2	17.1
12년	2.9	0.5	0.9	8.6	1.2	20.9	59.3	5.7

자료 : 문화체육관광부, 국민여가활동조사 각년도

① 문화예술관람활동

문화체육관광부에서 조사한 『2012 문화향수실태조사』에 따르면 문화·예술 관람활동 중에서 2010년도에 비하여 증가한 것은 문학행사, 미술전시회, 전통예술, 무용, 영화, 대중음악/연예의 분야이다. 특히 영화 관람의 경우 2003년부터 꾸준히 증가하고 있는 것으로 나타났다. 미술전시회 및 대중음악/연예 관람의 경우 2008년도에 비해 2010년도에는 감소하였으나 2012년도에는 증가한 것으로 나타났다. 서양음악의 경우에는 2003년부터 지속적인 감소현상을 나타내고 있다.

■ <표 2-6> 문화예술관람활동의 세부 활동 참여비율 추이 ■

[단위 : %]

구분	예술행사	03년	06년	08년	10년	12년
문화예술 관람활동	문학행사	4.0	4.4	4.0	3.8	6.1
	미술전시회	10.4	6.8	8.4	9.5	10.2
	서양음악	6.3	3.6	4.9	4.8	4.4
	전통예술	5.2	4.4	4.4	5.7	6.5
	연극	11.1	8.1	11.0	11.2	11.8
	뮤지컬					11.5
	무용	1.1	1.4	0.7	1.4	2.0
	영화	53.3	60.3	58.9	60.3	64.4
	대중음악/연예	10.3	7.6	10.0	7.6	13.5

※ 2012년 조사에서는 연극과 뮤지컬을 세분화하여 구성함
 자료: 문화체육관광부, 2012 문화향수실태조사

이러한 결과는 한국의 사회지표에서 나타난 문화예술관람의 증가 현상과도 유사하다. 2012 한국의 사회지표 결과에 따르면, 공연장 이용률과 전시장 관람률 모두 2009년에 비해 2011년에는 증가한 것으로 나타났다. 음악 공연장의 경우 2009년 23.4%보다 약 2% 증가한 25.2% 이며, 연극 공연장은 2009년 23.5% 보다 1.5% 증가한 25.0%로 나타났다. 영화, 박물관, 미술관 등 전시장의 관람 비율도 2009년에 비하여 모두 상승한 것으로 나타났다.

■ <표 2-7> 문화예술관람 비율 추이 ■

문화예술관람		비율(단위: %)	
		09년	11년
공연장 이용	음악	23.4	25.2
	연극	23.5	25.0
	무용	2.0	2.6
전시장 관람	영화	81.5	81.8
	박물관	25.0	26.4
	미술관	18.3	20.7

자료: 통계청, 2012 한국의 사회지표

한편, 문화예술활동에 대해 저소득층과 차상위층에게 지급되는 문화바우처의 경우에도 이용 경험이 있는 사람이 이용경험이 없는 사람 보다 높은 것으로 나타났다. 예술행사 관람률은 '이용 경험이 있는 사람(62.4%)' 이 '이용 경험이 없는 사람(37.9%)' 보다 약 24% 높게 나타났으며 문화공간 이용률 역시 '이용 경험이 있는 사람(70.1%)' 이 '이용 경험이 없는 사람(24.6%)' 보다 높은 것으로 나타났다.

■ <표 2-8> 저소득층 문화바우처 이용자의 문화향수율 ■

[단위: %]

		예술행사 관람률	예술행사 관람의향	문화공간의 연간 이용률	문화공간의 행사 참여율
전체		38.7	53.3	26.1	19.3
문화바우처	이용경험 있음	62.4	36.1	70.1	70.1
	이용경험 없음	37.9	4.5	24.6	17.5

※ 월평균 가구소득 200만원 미만을 대상으로 함
 자료: 문화체육관광부, 2012 문화향수실태조사

② 문화예술참여활동

문화·예술 참여활동 중에서 눈에 띄게 증가한 것은 악기연주/노래교실로 나타났다. 음악활동은 문화·예술 참여의 대표적인 활동이며 꾸준한 증가세를 나타내고 있다. 악기의 경우 피아노, 바이올린, 플루트 등 쉽게 접할 수 있는 악기들의 강좌 이외에도 쉽게 접할 수 없는 우리나라 전통악기나 외국의 전통악기 등을 강습하는 강좌들이 다양하게 생겼으며, 노래교실의 경우 중장년층의 취미생활을 위한 강좌들이 많이 생겨남에 따라 소비자들이 다양한 경험을 할 수 있게 되었다. 이와 같은 음악활동의 증가는 소비자들의 욕구를 다양하게 충족시켜준 것에 따른 것으로 보여 진다.

■ <표 2-9> 문화예술참여활동의 세부 활동별 참여비율 추이 ■

[단위 : %]

구분	여가활동 내용	06년	07년	08년	10년	12년
문화예술 참여활동	문예창작/독서토론	3.0	3.4	5.8	9.9	6.7
	미술활동 (그림, 조각, 도예, 만화, 디자인)	8.0	7.1	15.4	10.3	11.8
	악기연주/노래교실	7.2	8.2	21.3	29.6	68.8
	전통예술(사물놀이, 줄타기) 배우기	1.3	2.2	2.4	2.5	6.2
	춤/무용(발레, 한국무용, 현대무용)	3.5	2.5	5.5	5.1	1.3
	사진촬영(디지털카메라 포함)	21.2	30.4	45.0	24.7	5.2
	서예	2.7	2.5	2.7	9.1	-

③ 관광활동

관광활동은 우리나라 사람들이 가장 희망하는 여가활동 범주의 하나이다. 국민여가활동조사 결과 향후 하고 싶은 여가활동으로서 해외여행이라고 답한 사람이 11.4%로 가장 많은 것으로 나타났다. 2012년도 여가활동 유형별 참여추이에서 관광활동의 비중이 전체여가활동 중 1.2%의 비중을 차지하고 있음에 비추어 볼 때, 이러한 결과는 많은 국민들이 관광활동에 대한 더 많은 욕구를 가지고 있음을 보여준다고 할 수 있다.

■ <표 2-10> 향후 하고 싶은 여가활동 상위 10개 ■

[단위 : %]

구분	해외여행	영화보기	등산	TV시청	스포츠 경기관람	친구만남/ 동호회 모임	온천/ 해수욕	헬스/ 에어로빅	연예공연 관람	자연명승 및 풍경 관람
전체	11.4	8.5	5.2	3.9	3.5	3.2	3.0	2.7	2.6	2.6

자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

관광활동 중에서 눈에 띄게 증가한 것은 지역축제 참가, 국내캠핑, 소풍/야유회, 드라이브, 문화유적 방문 등을 들 수 있다. 그 중 국내캠핑과 소풍의 경험률이 높은 것은 주 40시간 근무제와 주5일 수업제의 영향으로 인해 생긴 가족중심의 여가패턴의 영향이라고 할 수 있겠다.

■ <표 2-11> 관광활동의 세부 활동별 참여비율 추이 ■

[단위 : %]

구분	여가활동 내용	06년	07년	08년	10년	12년
관광활동	지역축제 참가	9.2	14.6	20.9	5.0	9.1
	국내캠핑, 패키지여행	29.6	17.3	13.2	5.7	8.1
	해외여행	6.8	10.5	16.2	4.7	1.5
	소풍/야유회	36.9	47.1	43.2	9.6	11.6
	온천	23.8	26.2	34.0	9.4	9.1
	해수욕/바다감상	27.0	36.6			
	유람선타기	5.1	10.0	12.4	0.9	0.0
	테마파크/놀이공원가기(동식물원)	19.5	30.0	41.4	19.0	4.5
	드라이브	41.9	45.8	40.4	18.8	23.1
	문화유적방문(고궁, 절, 유적지 등)	17.5	25.7	38.2	8.9	16.1
	자연명승, 풍경관람/산림욕	24.5	22.8	37.7	11.1	17.0

자료 : 문화체육관광부, 국민여가활동조사 각년도

④ 스포츠 관람활동

체육은 국민의 사기진작이라는 심리적인 측면과 국민의 건강증진이라는 신체적인 측면을 두루 높이는 역할과 기능을 충실히 수행해왔다. 많은 국제대회를 개최함으로써 국가발전에 큰 역할을 했으며 사회통합을 이루는데도 주도적인 역할을 해왔다. 스포츠의 프로화로 대기업들의 후원이 스포츠관람 시장에 밀려들어 관람스포츠의 규모가 점점 커지고 있는 실정이다. 자신이 직접 참여하는 스포츠는 곧 관람스포츠와도 연계가 되어 함께 성장하기 때문에 스포츠 참여활동의 증가와 스포츠 관람활동의 증가는 불가분적 관계라고 할 수 있다. 국민여가활동조사 결과 경험률은 2010년 86.5%에 비해 약 8% 증가한 94.9%로 나타났다.

■ <표 2-12> 스포츠관람활동의 세부 활동별 참여비율 추이 ■

[단위 : %]

스포츠관람활동	06년	07년	08년	10년	12년
스포츠 경기관람	13.5	12.7	26.5	86.5	94.9

자료 : 문화체육관광부, 국민여가활동조사 각년도

2013 한국의 체육지표¹⁴에 따르면 우리나라 사람들이 가장 많이 관람하는 스포츠는 야구로서 관람객은 매년 꾸준히 증가하고 있다. 2008년 베이징 올림픽 금메달 이후 그 영향이 이어지면서 관람객 수도 꾸준히 상승세를 나타내고 있다. 그 뒤로는 축구, 농구, 배구의 순으로 나타났다.

■ <표 2-13> 프로스포츠 관중 수 연도별 추이 ■

[단위: 명]

구분	08년	09년	10년	11년	12년	13년
야구	5,636,191	6,347,547	6,236,626	7,154,378	7,533,408	6,744,030
축구	2,945,400	2,811,561	2,703,323	3,030,586	2,419,143	2,293,957
농구(남)	1,160,113	1,228,855	1,133,841	1,154,948	1,333,787	1,227,644
농구(여)	172,736	156,788	91,584	166,227	150,752	139,753
배구(남,여)	234,308	278,106	317,945	372,592	427,222	383,327
합계	10,148,748	10,822,857	10,483,319	11,878,731	11,864,312	10,788,711

※ 2013년의 경우 2012~2013 시즌을 의미함
 자료 : 통계청, 2013 체육지표

관람스포츠 시장은 성장하고 있으며 과거에 야구, 농구, 축구, 배구 등에 그쳤던 선택의 폭도 지금은 다양해졌다. 이종격투기의 도입과 소위 비인기종목이라고 불리는 핸드볼, 체조, 스케이트 등 관심 밖에 있던 종목들이 국제대회에서 우리나라 선수들의 끊임없는 노력으로 메달획득이라는 성과를 내면서 대중들의 관심을 얻기 시작했다. 또한 프로스포츠 구단의 경우 관중동원을 위해 자체적인 이벤트를 열기도 하고 경품행사를 하며 선수와 관중의 만남을 주선하는 등의 노력을 하고 있다.

⑤ 스포츠 참여활동

생활체육의 기본 철학인 '모든 사람을 위한 스포츠' (sport for all)의 이상은 1960년대 노르웨이의 트림(Trim) 캠페인에서 유래되었다. 이후 1975년 3월 벨기에의 수도 브뤼셀 에서 개최된 유럽 각국 체육부장관 회의에서 '모든 사람을 위한 스포츠 유럽 현장' 이 채택되면서 생활체육은 사회운동과 국가 정책으로 구체화되었다. 이 현장에서는 스포츠 활동 참여가 모든 사람의 권리임을 최초로 천명함으로써 '모든 사람을 위한 스포츠' 라는 범세계적 생활체육 운동이 활성화되는 계기가 되었다. 이후 생활체육운동은 체육 소외 계층인 노인이나 여성의 참여를 유도하고, 제3세계의 생활체육 환경 개선 등을 중점 과제로 수행하면서 체육활동에서 불평등을 해소시켜 왔다.

14) 한국의 체육관련 지표로서 체육의식·건강 및 체력·여가 및 생활체육·전문체육·체육인력·체육시설·스포츠산업·체육재정 및 체육복지등의 체계로 구성되어진 조사이다.

우리나라에서는 주5일 근무제 및 수업제 시행, 생활수준의 향상 등으로 체육에 대한 인식이 변화되었다. 즉, 체육이 국위를 선양 하는 활동이라는 인식 이외에 국민 누구나가 각자의 건강증진과 삶의 질 향상을 위해 참여할 수 있는 여가활동이라는 인식이 형성된 것이다. 더욱이 생활체육이 고칼로리 섭취와 운동부족으로 인한 신체적 건강 문제의 해결과 도시 산업사회의 병리현상으로 인한 심리적, 생리적 스트레스 해소의 주요 대안으로 부각되면서 국민의 체육활동 수요가 급격히 증가하고 있다.

국민여가활동조사 결과 스포츠 참여활동 중 헬스/에어로빅이 2010년도(20.8%)보다 약 11% 상승한 31.7%로 나타났으며 수영(9.1%)과 요가(8.9%) 역시 2010년도 보다 증가한 것으로 나타났다. 또한 골프의 경우 2007년(7.1%)과 비교하였을 때 1.3% 상승한 8.4%로 나타났다.

■ <표 2-14> 스포츠 참여활동의 세부 활동별 참여비율 추이 ■

[단위 : %]

구분	여가활동 내용	06년	07년	08년	10년	12년
스포츠 참여활동 ¹⁴	댄스스포츠 (탱고,왈츠,룸바,자이브,폴카,맘보)	-	2.8	4.6	3.3	2.6
	볼링, 탁구	15.1	18.0	30.9	-	2.6
	윈드서핑/수상스키/스킨스쿠버다이빙	1.6	1.6	3.3	5.9	0.0
	태권도, 합기도, 검도/유도	3.7	3.6	5.2	1.9	1.6
	구기운동(농구, 야구, 축구, 배구)	34.1	37.9	36.0	31.4	10.8
	당구/포켓볼	15.0	16.0	24.9	-	3.1
	스쿼시	1.5	1.6	6.5	-	1.6
	테니스	3.5	3.4			
	아이스스케이트	-	2.0	5.1	0.7	0.0
	스케이팅보드/인라인스케이팅	10.2	5.0	13.9	-	0.0
	스노우보드/스키	7.1	3.2	7.8	0.7	0.3
	승마/사냥/사격	0.9	0.9	3.4	-	0.2
	육상/조깅/속보	16.8	11.6	23.3	14.8	11.3
	맨손체조/줄넘기	35.7	17.0	40.8	8.3	4.0
	헬스(보디빌딩)/에어로빅	17.4	14.5	10.7	20.8	31.7
	수영	12.9	14.2	17.8	5.9	9.1
	사이클링/산악자전거	2.6	2.4	7.9	5.6	3.9
	요가	6.3	6.0	11.8	5.5	8.9
	골프	3.0	3.3	7.1	-	8.4

15) 2012년 조사항목을 기준으로 작성하였으며 각 년도마다 항목의 차이가 발생한다.

등록·신고 체육시설업 현황도 2012년 스포츠 참여 활동 비율과 비슷한 추이를 보이고 있다. 헬스/에어로빅, 수영, 요가, 골프를 즐길 수 있는 종합체육시설을 비롯하여 수영장, 체육도장, 골프연습장, 체력단련장은 2011년보다 증가한 것으로 나타났다.

■ <표 2-15> 등록·신고 체육시설업 현황 ■

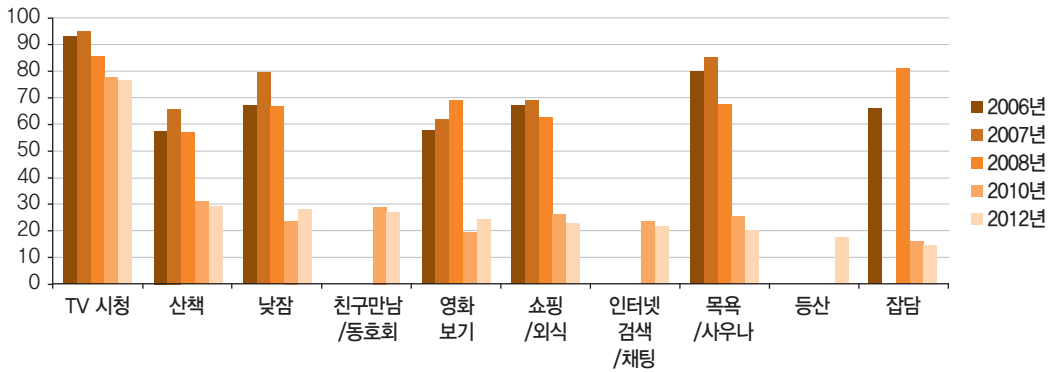
[단위 : 개소]

구분	04년	05년	06년	07년	08년	09년	10년	11년	12년
계	41,426	42,703	43,157	45,800	50,612	53,851	55,648	56,807	56,422
등록체육시설업	208	236	265	295	332	361	407	439	461
- 골프장업	191	220	247	276	311	339	386	416	440
- 스키장업	14	14	16	17	19	20	19	20	19
- 자동차경주장업	3	2	2	2	2	2	2	3	2
신고체육시설업	41,218	42,467	42,892	45,505	50,280	53,490	55,241	56,368	55,961
- 요트장업	1	1	1	1	4	13	15	19	22
- 빙상장업	32	37	40	41	38	43	41	40	38
- 승마장업	24	28	63	68	70	73	82	116	138
- 종합체육시설업	189	187	193	203	203	201	212	230	236
- 수영장업	602	609	646	618	606	581	574	567	579
- 체육도장업	11,194	11,782	12,091	12,627	13,026	13,112	13,263	13,485	13,660
- 골프연습장업	3,222	3,706	4,126	4,900	6,356	7,446	8,186	9,033	9,575
- 체력단련장업	5,701	5,960	6,007	6,090	6,064	6,128	6,240	6,449	6,608
- 당구장업	18,733	18,639	18,261	19,527	22,519	24,568	25,317	25,159	23,855
- 썰매장업	128	132	130	128	135	124	126	122	129
- 무도장업	55	62	55	54	53	64	66	72	70
- 무도학원업	1,337	1,324	1,279	1,248	1,206	1,137	1,119	1,076	1,051

자료 : 통계청, 전국 등록·신고 체육시설업 현황

2) 상위 10순위 여가활동

국민들의 여가활동은 주로 생활권 내에서 이루어지는 산책, 영화보기, 목욕 및 사우나 등과 같은 활동에 집중하고 있으며, 상위 10순위 내 여가활동의 내용은 2006년부터의 조사와 비교했을 때 큰 차이가 없는 것으로 나타났다. 여가활동의 내용을 살펴보면 산책과 등산을 제외하면 휴식활동이 대부분이며 잡담, 통화하기, 문자보내기 및 친구만남, 동호회 등으로 조사되었다.



자료 : 문화체육관광부, 국민여가활동조사 각년도

■ [그림 2-2] 상위 10순위 여가활동 ■

■ <표 2-16> 상위 10순위 여가활동 ■

	2006	2007	2008	2010	2012
1	TV시청/라디오청취	TV시청/라디오청취	TV시청/라디오청취	TV시청	TV시청
2	목욕/사우나	목욕/사우나	잡담/통화	산책	산책
3	외식	낮잠	영화보기	낮잠	친구만남/동호회모임
4	낮잠	외식	목욕/사우나/찜질방	친구만남/동호회모임	쇼핑/외식
5	잡담/통화	신문/잡지	낮잠	영화보기	목욕/사우나/찜질방
6	신문/잡지	가족 및 친지방문	외식	쇼핑/외식	낮잠
7	쇼핑	산책	가족 및 친지방문	인터넷/채팅	인터넷/채팅
8	노래방	영화보기	쇼핑	목욕/사우나/찜질방	등산
9	영화보기	쇼핑	산책	종교활동	영화보기
10	산책	찜질방	신문/잡지	잡담/문자보내기	잡담/문자보내기

자료 : 문화체육관광부, 국민여가활동조사 각년도

2012년 만 15세 이상 우리나라 국민들의 여가활동의 동반자 조사를 보면 ‘혼자서’ 여가를 즐기는 사람이 49.4%인 것으로 나타났으며, ‘친구와 함께’ 라고 응답한 비율이 28.3%인 것으로 나타났다. 10대와 20대의 경우 다른 연령대들에 비해 ‘친구와 함께’ 한다는 비율이 높아 각각 38.2%, 42.4%인 것으로 나타났으며, 50대의 경우 ‘배우자와 함께’ 한다는 비율이 다른 연령대에 비해 높은 15.9%이고, ‘혼자서’ 여가활동을 하는 비율이 가장 높은 연령대는 70대인 것으로 나타났다.

■ <표 2-17> 여가활동 동반자 ■

[단위 : %]

구분	사례수	혼자서	부모	배우자	자녀	형제자매	친구	직장종료	동호회	기타
전체	5003	49.4	1.9	10.8	5.0	1.0	28.3	2.1	1.2	0.3
10대	532	52.3	6.0	-	-	3.2	38.2	-	0.2	-
20대	622	48.3	3.6	1.2	0.9	1.7	42.4	1.4	0.4	-
30대	1031	45.2	1.2	14.9	10.1	0.4	24.3	2.7	0.9	0.2
40대	1027	47.0	1.0	15.3	7.2	0.6	22.9	3.7	1.7	0.5
50대	876	48.6	1.0	15.9	3.9	0.5	25.3	2.6	1.8	0.3
60대	467	53.6	10.	10.5	3.0	0.5	27.7	0.8	1.4	1.4
70대 이상	448	60.8	1.3	6.6	2.5	0.8	25.4	0.1	1.0	1.6

자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

여가활동의 주된 목적으로 가장 많은 비중을 차지한 것은 30.7%로 ‘개인의 즐거움을 위해’ 이나 2순위 위의 응답에는 연령별 차이가 나타났다. 연령별에 따른 2순위 결과를 살펴보면, 10~20대는 스트레스 해소를 위해서(35.2%/19.3%), 30~40대는 마음의 안정과 휴식을 위해서(20.8%/20.5%), 50~70대는 건강을 위해서(24.6%/26.7%/19.7%)인 것으로 나타났다.

■ <표 2-18> 여가활동 목적 ■

[단위 : %]

구분	전체	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대
사례수	5,003	532	622	1,031	1,027	876	467	448
개인의 즐거움	30.7	33.1	41.6	30.6	30.8	25.5	28.5	24.9
마음의 안정과 휴식	17.8	10.1	12.9	20.8	20.5	18.3	17.4	19.6
스트레스 해소	15.5	35.2	19.3	16.0	13.8	12.6	6.8	4.1
건강을 위해	15.3	4.8	7.7	10.1	15.6	24.6	26.7	19.7
대인관계 · 교제	5.9	5.5	7.1	5.5	6.9	7.5	3.9	2.4
자기만족	5.5	6.2	6.7	5.7	4.7	5.9	5.0	4.5
시간을 보내기	5.4	3.2	1.6	2.1	3.6	3.5	9.8	24.0
가족과 시간을 함께하기	2.4	-	0.9	7.8	2.4	0.5	1.3	0.3
자기 계발	1.4	1.9	2.1	1.1	1.6	1.6	0.6	0.3
기타	0.1	-	-	0.3	0.1	0.1	-	0.3

자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

가장 만족스러운 여가활동 1순위는 TV시청(40.1%)인 것으로 나타나, 지난 1년간 가장 많이 하는 여가활동과 가장 만족스러운 여가활동이 일치한 것으로 나타났다. TV시청을 제외하고 가장 만족스러운

여가활동을 연령별로 살펴보면 10대의 경우 인터넷관련 활동이 가장 높은 것으로 나타났고, 20대는 영화보기, 30대는 쇼핑 및 외식, 40~50대는 등산, 60~70대는 산책인 것으로 조사되었다.

■ <표 2-19> 만족스러운 여가활동 ■

[단위 : %]

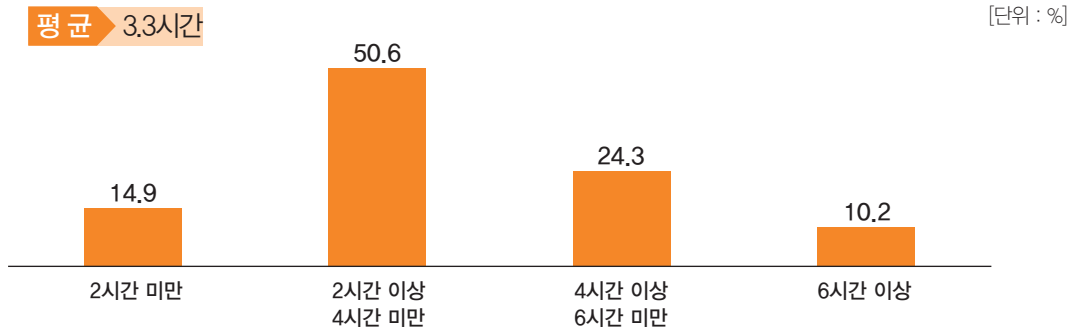
구분	전체	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대
TV시청	40.1	34.0	24.6	34.8	38.4	41.2	54.3	67.6
산책	21.0	4.6	7.3	14.6	20.2	29.1	35.7	44.7
친구만남/동호회모임	20.9	21.5	24.3	20.5	17.1	20.6	22.8	23.8
등산	16.2	1.9	3.5	11.2	27.2	29.2	21.5	5.8
쇼핑/외식	15.6	8.7	18.8	23.2	18.5	14.9	7.5	5.5
영화보기	15.5	31.5	39.5	19.3	11.4	4.7	0.5	0.3
인터넷/채팅/UCC/SNS	14.5	40.2	22.5	18.5	12.4	5.8	0.7	0.5
목욕/사우나/찜질방	13.5	3.1	7.5	9.9	16.1	19.6	22.3	15.2
음주	12.1	0.9	12.3	13.6	13.8	17.0	11.1	9.1
낮잠	10.3	8.7	6.9	8.5	9.9	9.2	12.9	21.5

자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

2. 여가자원활용 실태

1) 여가시간

2012년 국민들의 평일 평균 여가시간은 3.3시간으로 나타났으며, 2010년 국민여가활동조사(4.0시간) 결과보다 0.7시간 감소한 것으로 나타났으며, 평일 여가시간을 구간별로 살펴보면, ‘2시간 이상 4시간 미만’이 50.6%로 가장 많았으며, 그 다음은 ‘4시간 이상 6시간 미만’ (24.3%), ‘2시간 미만’ (14.9%), ‘6시간 이상’ (10.2%) 순으로 나타났다.

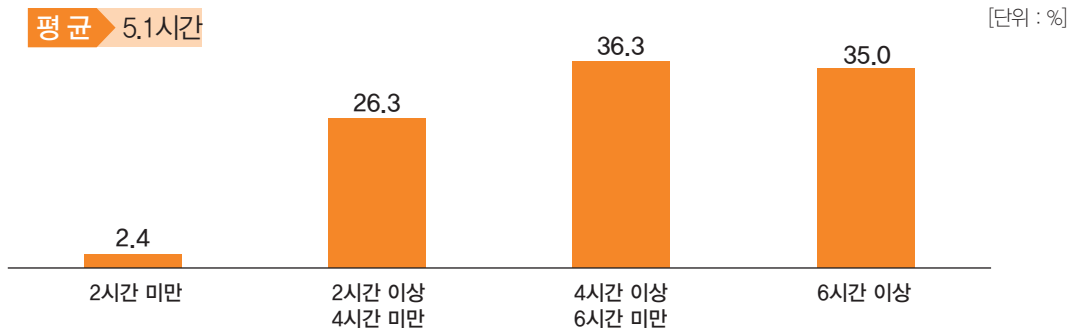


자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-5] 평일 여가시간 ■

성별로 살펴보면, ‘여자’가 3.5시간으로, ‘남자’(3.1시간)보다 0.4시간 높으며, 연령별로 살펴보면, ‘70세 이상’이 5.9시간으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 그 다음은 ‘60대’(4.1시간), ‘20대’(3.1시간) 순으로 나타났다. 또한, 권역별로 보면, ‘강원/제주권’이 4.5시간으로 가장 높았고, ‘호남권’(3.9시간), ‘대경권’(3.8시간) 순으로 나타났으며, 지역규모 기준으로 살펴보면 지역규모가 작을수록 평일 평균 여가시간이 더 높은 것으로 나타났다.

2012년 국민들의 휴일 평균 여가시간은 2010년도 7.0시간보다 1.9시간 감소한 5.1시간으로 나타났다. 휴일 여가시간은 ‘4시간 이상 6시간 미만’이 36.3%로 가장 많았으며, 그 다음은 ‘6시간 이상’(35.0%), ‘2시간 이상 4시간 미만’(26.3%), ‘2시간 미만’(2.4%) 순으로 나타났다.



자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-6] 휴일 여가시간 ■

■ <표 2-20> 평일 여가시간 ■

구분		사례수	2시간 미만	2시간 이상 4시간 미만	4시간 이상 6시간 미만	6시간 이상	평균 (시간)
전체		5,003	14.9	50.6	24.3	10.2	3.3
성별	남자	2,464	16.2	53.4	22.5	8.0	3.1
	여자	2,539	13.7	48.0	26.0	12.3	3.5
연령	10대	532	31.0	44.7	20.2	4.1	2.6
	20대	622	10.0	56.1	28.2	5.7	3.1
	30대	1,031	17.2	57.6	20.6	4.5	2.8
	40대	1,027	12.5	60.9	22.7	4.0	3.0
	50대	876	18.8	52.7	22.0	6.5	3.0
	60대	467	9.3	38.8	30.2	21.7	4.1
	70세이상	448	1.1	19.0	33.9	46.0	5.9
가구소득	100만원 미만	359	3.0	22.1	32.7	42.2	5.6
	100-200만원미만	437	9.2	45.0	28.6	17.2	3.8
	200-300만원미만	949	14.0	49.7	26.2	10.2	3.3
	300-400만원미만	1,381	17.1	54.4	22.0	6.5	3.0
	400-500만원미만	1,040	17.7	54.8	22.6	5.0	2.9
	500만원이상	837	17.0	55.5	22.3	5.2	2.9
권역	수도권	2,416	19.6	51.7	22.3	6.5	3.0
	강원/제주권	210	5.0	37.3	36.1	21.5	4.5
	충청권	523	18.4	57.5	19.1	4.9	2.8
	호남권	519	8.0	40.8	34.0	17.2	3.9
	대경권	532	12.0	45.6	24.7	17.6	3.8
	동남권	804	7.5	56.2	24.0	12.2	3.5
지역규모	대도시	2,346	17.7	52.1	21.8	8.4	3.1
	중소도시	1,756	12.5	49.6	27.0	10.9	3.4
	읍/면지역	901	12.4	48.9	25.3	13.4	3.5

자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

또한, 연령별로 보면, '70세 이상'이 6.5시간으로 가장 많았으며, 그 다음은 '20대' (5.6시간), '60대' (5.2시간) 순으로 나타났으며, 권역을 기준으로 보면, '대경권' (6.0시간), '강원/제주권' (5.6시간), '호남권' (5.4시간), '동남권' (5.3시간) 순으로 나타났다.

■ <표 2-21> 휴일 여가시간 ■

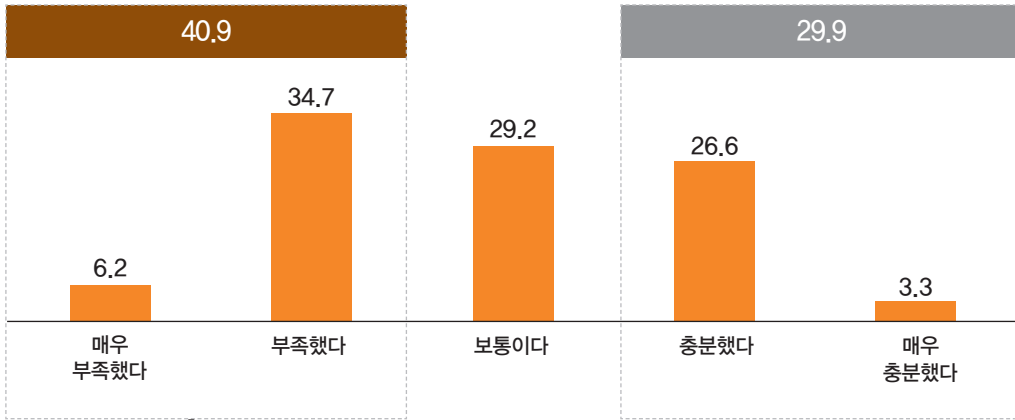
구분		사례수	2시간 미만	2시간 이상 4시간 미만	4시간 이상 6시간 미만	6시간 이상	평균 (시간)
전체		5,003	2.4	26.3	36.3	35.0	5.1
성별	남자	2,464	2.0	24.8	37.5	35.7	5.2
	여자	2,539	2.8	27.8	35.1	34.3	5.0
연령	10대	532	2.6	31.4	33.8	32.2	4.8
	20대	622	1.1	18.5	39.0	41.4	5.6
	30대	1,031	4.1	30.7	35.1	30.1	4.8
	40대	1,027	2.0	26.9	39.3	31.8	4.9
	50대	876	2.1	31.7	35.8	30.3	4.8
	60대	467	2.8	24.7	36.7	35.8	5.2
	70세이상	448	0.7	11.1	32.4	55.9	6.5
가구소득	100만원 미만	359	3.0	22.1	32.7	42.2	5.6
	100~200만원미만	437	9.2	45.0	28.6	17.2	3.8
	200~300만원미만	949	14.0	49.7	26.2	10.2	3.3
	300~400만원미만	1,381	17.1	54.4	22.0	6.5	3.0
	400~500만원미만	1,040	17.7	54.8	22.6	5.0	2.9
	500만원이상	837	17.0	55.5	22.3	5.2	2.9
권역	수도권	2,416	19.6	51.7	22.3	6.5	3.0
	강원/제주권	210	5.0	37.3	36.1	21.5	4.5
	충청권	523	18.4	57.5	19.1	4.9	2.8
	호남권	519	8.0	40.8	34.0	17.2	3.9
	대경권	532	12.0	45.6	24.7	17.6	3.8
	동남권	804	7.5	56.2	24.0	12.2	3.5
지역규모	대도시	2,346	17.7	52.1	21.8	8.4	3.1
	중소도시	1,756	12.5	49.6	27.0	10.9	3.4
	읍/면지역	901	12.4	48.9	25.3	13.4	3.5

자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

『2012 국민여가활동조사』 결과에 따르면, 만 15세 이상 우리나라 국민들의 하루 평균 여가시간 충분도를 살펴보면, 평일 여가시간의 경우, ‘부족했다’ 라고 응답한 비율은 40.9%로 ‘충분했다’ 라는 응답(29.9%)보다 높게 나타났다. 휴일 여가시간의 경우에는 ‘충분했다’ 라고 응답한 비율은 41.9%로 ‘부족했다’ 라는 응답(29.2%)보다 높게 나타났다.

평균 2.86점

[단위 : %]

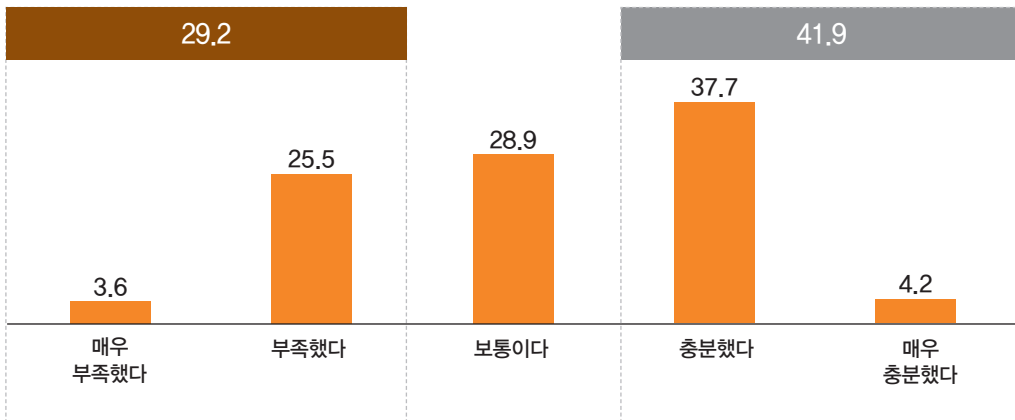


자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-7] 평일 여가시간 충분도 ■

평균 3.13점

[단위 : %]

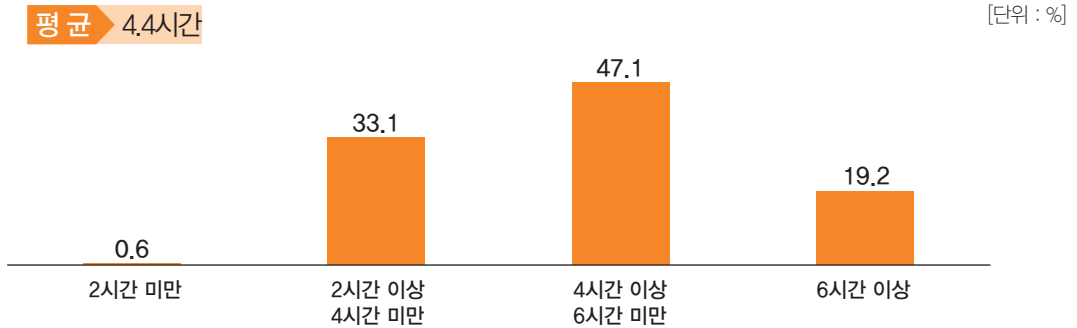


자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-8] 휴일 여가시간 충분도 ■

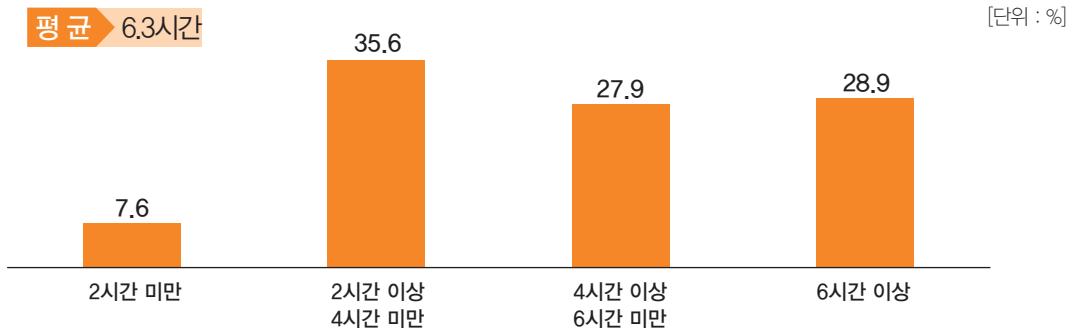
2012년 15세 이상 우리나라 국민이 희망하는 평일 여가시간은 평균 4.4시간이며, 구간별로 살펴보면, '4시간 이상 6시간 미만'이 47.1%로 가장 많았고, 그 다음은 '2시간 이상 4시간 미만' (33.1%), '6시간 이상' (19.2%), '2시간 미만' (0.6%) 순으로 나타났다. 휴일의 경우에는 평균 6.3시간이며 '4시간 이상 6시간 미만'이 35.6%로 가장 많았고, 그 다음은 '8시간 이상' (28.9%), '6시간 이상 8시간 미

만' (27.9%), '4시간 미만' (7.6%) 순으로 나타났다.



자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

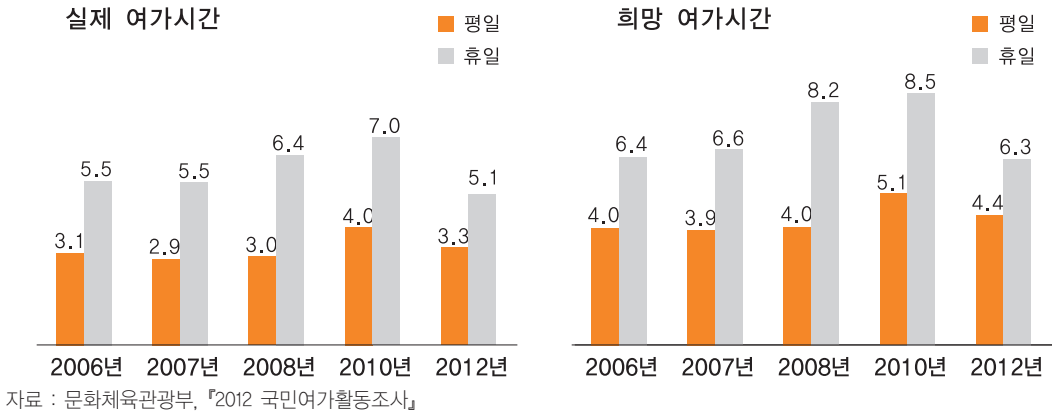
■ [그림 2-9] 평일 희망 여가시간 ■



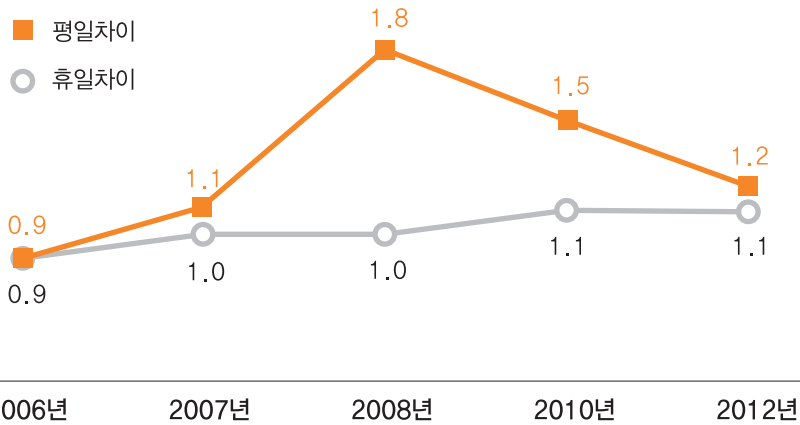
자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-10] 휴일 희망 여가시간 ■

우리나라 만 15세 이상 국민들의 여가시간 변화추이를 살펴보면 평일의 경우 2010년도에 비하여 0.7시간(42분) 감소하였으며 휴일의 경우 1.9시간(114분) 감소한 것으로 나타났다. 희망 여가시간의 경우 역시 2010년도에 비하여 감소한 것으로 나타났다. 또한, 실제여가시간과 희망여가시간의 격차를 살펴보면 2010년 평일 여가시간 격차는 동일하나, 휴일 여가시간은 2010년 보다 0.3시간(18분) 줄어든 1.2시간(72분)으로 나타났다.



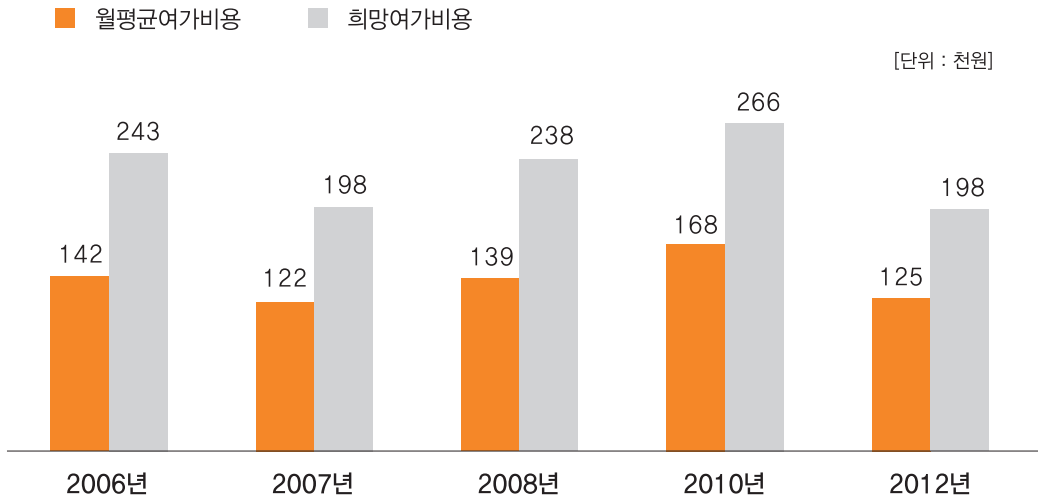
■ [그림 2-11] 여가시간 변화추이 ■



■ [그림 2-12] 연도별 여가시간 및 희망여가시간 격차 ■

2) 여가비용

2012년 여가생활을 위해 지출하는 월평균 여가비용은 12만5천원으로 2010년의 월평균 여가비용 16만8천원보다 4만3천원이 감소한 것으로 나타났으며, 희망하는 월평균 여가비용은 19만8천원으로 실제 여가비용보다 7만원 높은 것으로 나타났다. 또한, 2010년과 비교했을 때 6만 8천원이 감소한 것으로 나타났다.



자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-13] 월 평균 여가비용 추이 ■

한 달 평균 여가비용은 20대(15만 6천원)가 가장 많았으며, 10대와 70대가 6만원으로 가장 적은 것으로 나타났다. 희망 평균 여가비용 역시 20대(23만 8천 원)가 가장 많은 것으로 나타났으며 70대가 가장 적은 10만 8천원으로 나타났다.

■ <표 2-22> 연령별 여가비용 ■

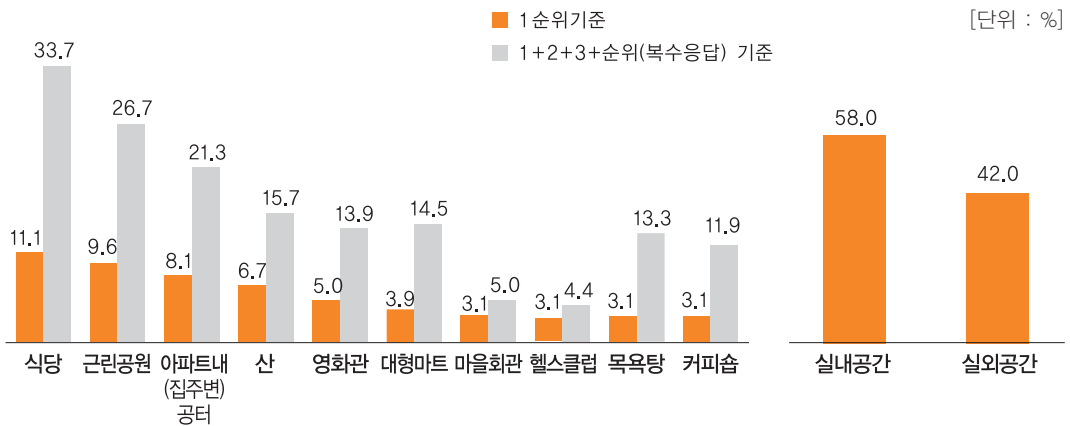
[단위: 천원]

구분	사례 수	한 달 평균 여가비용	희망 평균 여가비용
10대	532	60	114
20대	622	156	238
30대	1,031	151	230
40대	1,027	145	222
50대	876	136	211
60대	467	107	175
70대 이상	448	60	108

자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

3. 여가공간이용 실태

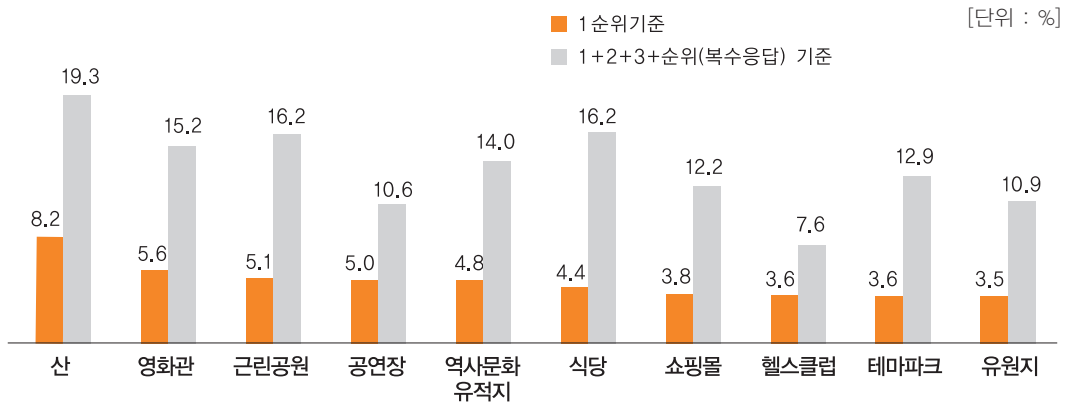
2012년 국민들이 가장 많이 이용한 여가공간을 조사한 결과 식당이 33.7%로 가장 높게 나왔으며, 2 순위로는 근린공원(26.7%), 3순위로는 아파트나 입주변 공터(21.3%)인 것으로 나타났다. 또한, 전체 이용공간을 실내와 실외로 구분했을 때 실내공간 이용률이 58.0%, 실외공간은 42.0%인 것으로 나타났다.



자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-14] 여가공간 이용률 ■

2012년 우리나라 국민이 향후 집 이외에 가장 이용하고 싶은 개별 여가 공간(1순위 기준)으로는 '산' (8.2%)이 가장 높았으며, 그 다음은 '영화관' (5.6%), '근린공원' (5.1%) 순으로 나타났다. 체육관련 시설이 희망여가시설 상위 10순위 중 가장 많이 차지 한 것으로 보아 국민들의 건강에 대한 관심을 엿볼 수 있고 또 이에 부응하는 시설의 확충이 더욱 필요하다.

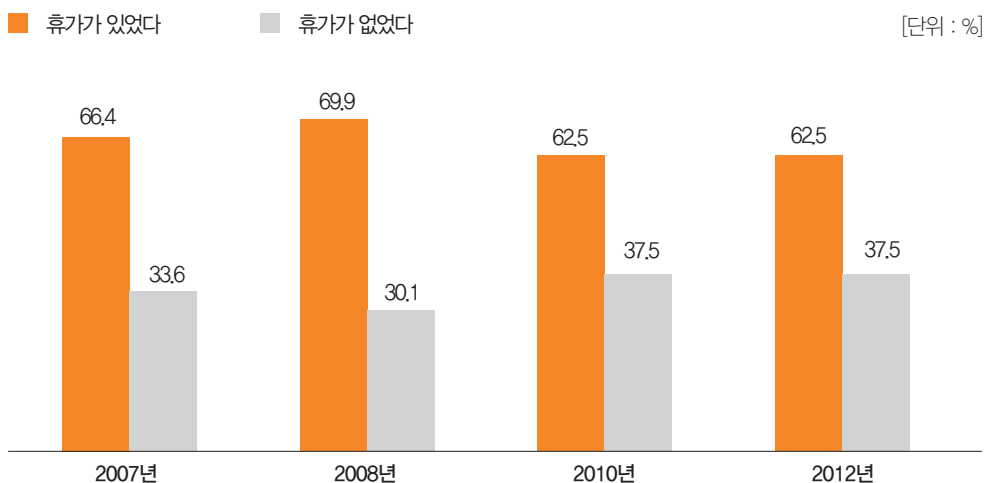


자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-15] 이용 희망 여가공간 ■

4. 휴가활용 실태

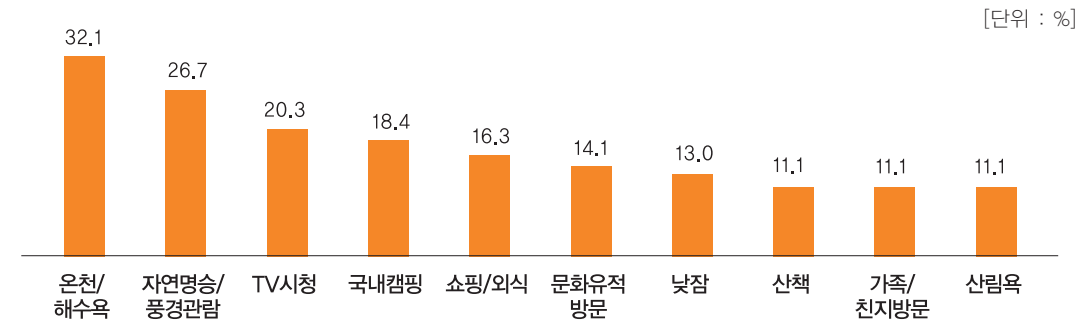
국민의 삶의 질 향상에 있어 휴가는 중요한 역할을 수행하고 있다. 우리나라의 휴일 및 휴가 일수는 선진국 수준과 비슷하거나 오히려 더 많다고 볼 수 있지만 2012년 국민여가활동조사결과를 살펴보면, 작년 한 해 휴가를 경험한 사람들의 비율은 62.5%에 그치고 있다. 또한 2010년과 동일한 수치를 나타내긴 하였지만, 2008년보다는 줄어든 것으로 나타나 실질적인 휴일 및 휴가 제도의 개선이 필요한 상황이다. 평균 휴가일수는 5.1일로 나타나 2010년 7.5일에 비해서는 감소한 것으로 나타났다.



자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-16] 휴가 경험 추이 ■

휴가 및 연휴 때 국민들이 행한 여가활동 상위 10순위를 조사한 결과 기존의 순위와 다소 차이가 있는 것으로 나타났다. 휴식활동이 반 이상을 차지했던 양상에서 벗어나 휴가 때는 아웃도어 여가활동을 많이 즐기고 있는 것으로 조사되었다. 휴가기간 중 가장 많이 한 여가활동은 온천/해수욕(32.1%), 자연명승 및 풍경관람(26.7%), TV시청(20.3%), 국내캠핑(18.4%), 쇼핑/외식(16.3%) 순인 것으로 나타났다. 온천 및 해수욕, 자연명승 및 풍경관람, 국내캠핑 등 평소에 시간적 제약으로 인해 실시하지 못한 여가활동을 휴가나 연휴 등에 행하고 있는 것이다.



자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-17] 휴가 기간 중 여가활동 ■

5. 주 40시간 근무제 및 주 5일제 수업의 영향

1) 주 40시간 근무제

지난 2004년 7월부터 실시되어서 이제 우리사회의 보편적인 근무형태로 자리 잡은 주 40시간 근무제는 우리 국민의 여가생활에 큰 변화를 주었다. 주 40시간 근무제 실시비율은 2010년도부터 다소 낮아지고 있어 2012년에는 36.4%가 실시하고 있다고 응답했고, 실시하지 않는다고 응답한 비율이 63.6%인 것으로 나타났으며, 직장에 다니는 사람들의 주당 평균 근무시간은 49.1시간인 것으로 나타났다.

■ <표 2-23> 주 40시간 근무제 실시유무 ■

[단위 : %]

구분	2006	2007	2008	2010	2012
실시	62.1	36.0	50.8	45.8	36.4
미실시	37.9	64.0	49.2	54.2	63.6

자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

또한 40시간 이상 근무하는 사람(94.0%)이 40시간 미만을 근무하는 사람보다(6.0%) 월등히 많은 것으로 나타났다. 연령별 주당 근무시간을 보면, 평균 근무시간이 가장 긴 연령은 60대(51.3시간)로 나타났다 가장 적게 근무하는 연령대는 30대(47.6시간)로 조사되었다.

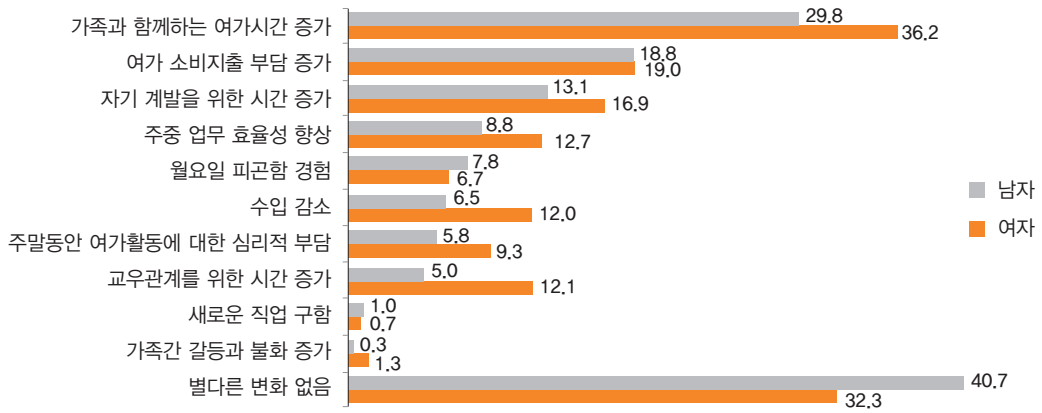
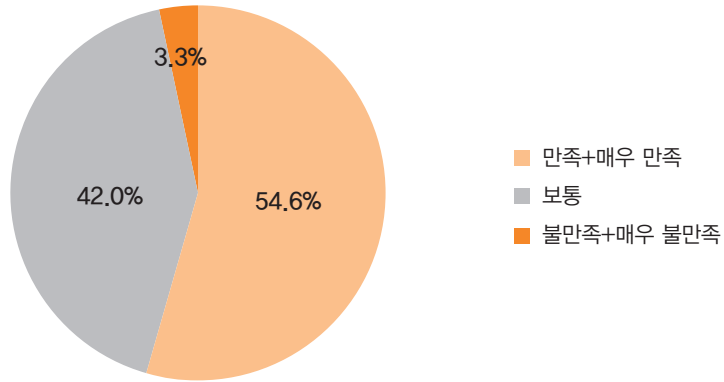
■ <표 2-24> 연령별 주당 근무시간 ■

[단위 : % 시간]

구분	사례수	40시간 미만	40시간 이상	전체	평균
전체	2,359	6.0	94.0	100.0	49.1
10대	14	14.6	85.4	100.0	47.9
20대	322	5.0	95.0	100.0	48.4
30대	639	4.8	95.2	100.0	47.6
40대	689	5.3	94.7	100.0	49.5
50대	510	6.8	93.3	100.0	50.6
60대	143	9.3	90.7	100.0	51.3
70대 이상	42	22.6	77.4	100.0	47.4

자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

주 40시간 근무제 실시 이후 여가만족도 조사 결과를 살펴보면, 만족한다고 응답한 비율이 54.6%로 대체로 만족하고 있는 것으로 나타났다. 주 40시간 근무제 실시 이후 생활의 변화를 살펴보면, 여성은 '가족과 함께하는 여가시간 증가' (36.2%)가 가장 많이 나타났으나 남성은 '변화없음' (40.7%)이 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 '주중업무효율성 증가', '자기계발을 위한 시간증가', '교우관계를 위한 시간증가' 역시 여성이 남성보다 높은 것으로 나타났다.



자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-20] 주 40시간 근무제 실시 이후 만족도 및 생활의 변화 ■

2) 주 5일 수업제

중·고등학교에 재학 중인 학생을 대상으로 주 5일 수업제 실시 이후 평균 여가시간의 변화를 조사한 결과, ‘여가시간이 늘어났다’ 라고 응답한 비율이 46.5%로 ‘변화없다’ 와 ‘줄어들었다’ 의 응답률(11.6%) 보다 높은 것으로 나타났다. 성별로 살펴보면, ‘여가시간이 늘어났다’ 라고 응답한 비율이 남성(45.0%)보다 여성(48.3%)이 많은 것으로 나타났다.

■ <표 2-25> 주5일 수업제 실시 이후 평균 여가시간 변화 ■

[단위 : %]

구분		사례 수	매우 줄어들었다	줄어들었다	변화없다	늘어났다	매우 늘어났다
전체		456	3.2	8.4	42.0	43.5	3.0
성별	남자	250	5.8	7.1	42.2	43.0	2.0
	여자	206	0.0	10.0	41.7	44.1	4.2

자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

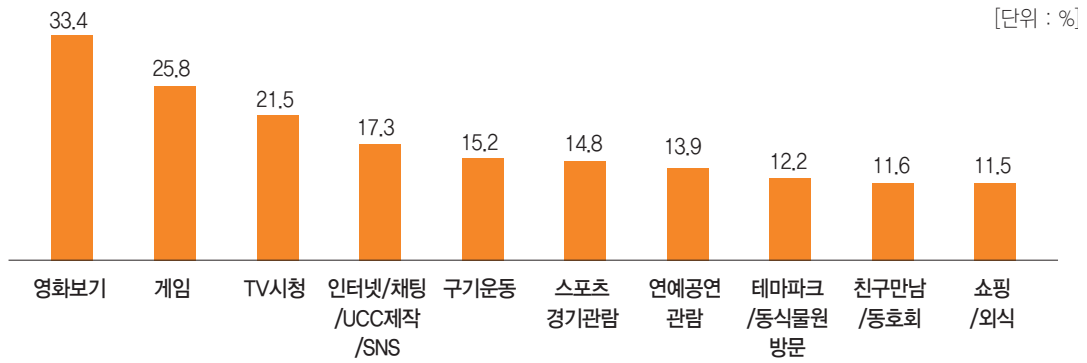
주5일 수업제 실시 이후 여가시간의 변화를 살펴보면, ‘학업시간의 증가’가 41.3%로 가장 많은 것으로 나타났으며, ‘특별히 활용하지 않음’(30.7%), ‘여가시간 증가’(23.4%)등의 순으로 나타났다. 소득별로는 100만원 미만의 가구에서는 학업시간으로 활용하는 비율이 없으나 500만원 이상의 가구에서는 56.4%로 나타남에 따라 가구소득이 증가할수록 주말 여가시간을 학업시간으로 활용하고 있는 것으로 나타났다. 주 5일 수업제 실시 이후 희망하는 여가활동의 경우 영화보기가 33.4%로 가장 많은 것으로 나타났으며, 게임(25.4%), TV시청(21.5%)등의 순으로 나타났다.

■ <표 2-26> 주5일 수업제 실시 이후 주말 여가생활 변화 ■

[단위 : %]

구분	사례 수	여가시간	학업시간	자기계발	특별히 활용 하지 않음	기타
전체	456	23.4	41.3	3.4	30.7	1.3
100만원 미만	7	22.5	-	-	77.5	-
100~200만원 미만	10	52.1	21.3	-	26.6	-
200~300만원 미만	76	24.2	36.3	2.7	36.8	-
300~400만원 미만	193	25.7	35.3	2.1	34.4	2.4
400~500만원 미만	94	21.3	50.3	6.9	21.1	0.4
500만원 이상	77	15.7	56.4	3.5	23.6	0.8

자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』



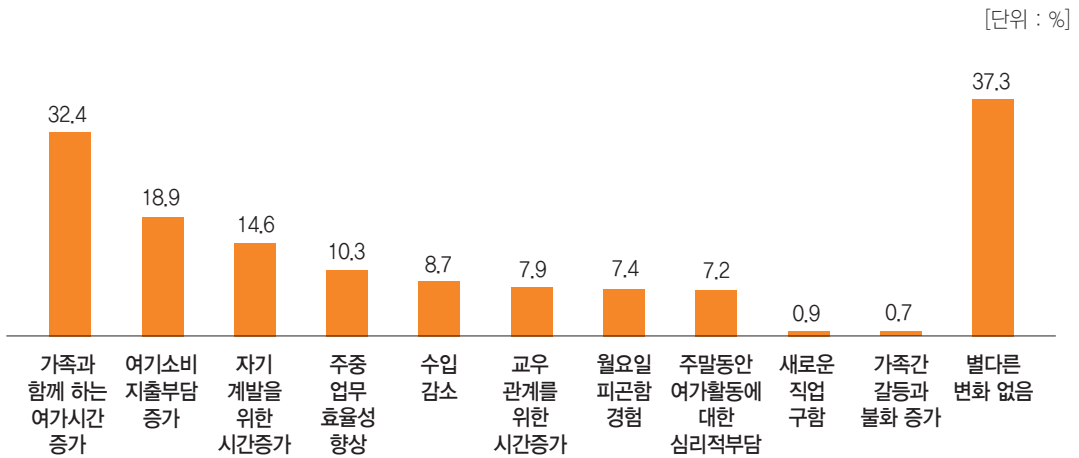
자료 : 문화체육관광부, 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-21] 주 5일 수업제 실시 이후 희망하는 여가활동 ■

제3절 여가동향

1. 노동시간 감축을 통한 여가시간의 변화

여가자원의 불균형 중 여가시간의 확보가 더 우선시 되어야하는 상황에서 주 40시간 근무제의 실시 및 주 5일 수업제 실시와 같은 사회 환경적 변화와 함께 기업의 근무환경 개선이 시행되고 있다. 주40시간 근무제의 실시자의 경우 제도시행에 따른 긍정적인 변화로 ‘가족과 함께하는 여가시간의 증가’(32.4%)를 가장 많이 응답했다.



자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-22] 주40시간 근무제 이후 생활변화 ■

주40시간 근무제 실시 이후 가족형 여가활동 중 대표적 여가활동인 외식 및 쇼핑의 동반자를 살펴보면 10대와 20대, 60대는 친구와, 30대~50대는 가족과 70대 이상은 직장동료와 가장 많이 하는 것으로 나타났다. 직장인이 집중되어 있는 30~50대의 동반자가 가족으로 많이 나타나는 것을 보면 주40시간 근무제의 도입은 ‘가족중심형 여가활동’이 증가하는데 배경이 되었다고 할 수 있다.

■ <표 2-27> 연령대별 외식 및 쇼핑 여가활동 동반자 ■

[단위 : %]

	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
혼자서	16.7	13.3	5.0	15.0	36.4	0.0	33.3
가족	0.0	13.4	65.0	35.0	45.5	0.0	0.0
친구	83.3	73.3	25.0	35.0	18.1	100.0	0.0
직장동료	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	66.7
기타	0.0	0.0	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

가족 중심형 여가활동을 증진하기 위해 정부에서는 각종 정책을 수립하고 있다. 문화체육관광부에서는 2012년부터 근로자가 일과 여가생활을 조화롭게 병행할 수 있도록 모범적으로 지원·운영하는 기업을 선정하여 시상함으로써, 사회 전반의 '일과 여가의 균형'에 대한 인식 및 여가활동 저변을 확대하고, 여가에 대한 긍정적인 사회분위기를 조성하며, 기업 경쟁력을 강화하는 것을 목표로 하는 여가친화기업인 증제를 추진하고 있다. 여성가족부에서는 2008년부터 근로자가 일과 가정을 조화롭게 병행할 수 있는 가족친화제도를 모범적으로 운영하는 기업 등에 대하여 심사를 통해 인증을 부여하는 가족친화기업 인증 제도를 시행하고 있다.

■ <표 2-28> 일과 삶의 균형 지원 정책 ■

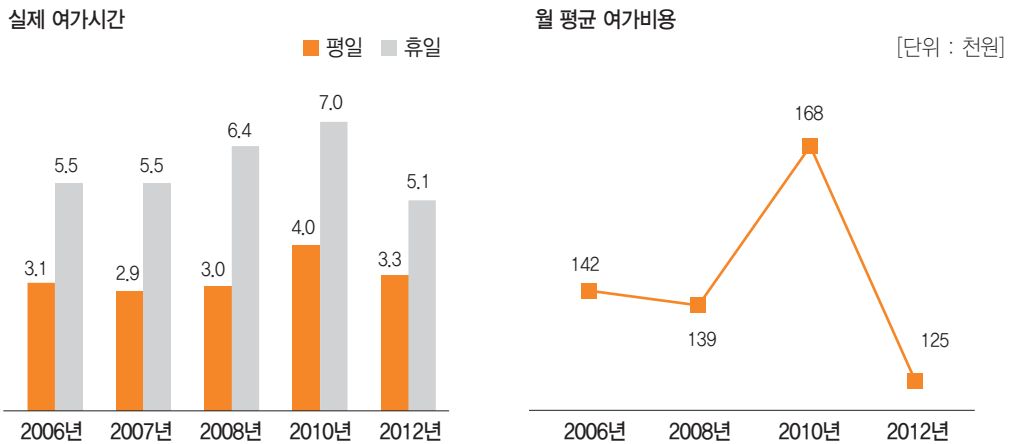
정책현황	주요내용	주관기관
여가친화기업인증제	여가 친화적인 업무 환경을 조성하여 일과 여가가 조화롭게 운영되어지는 기업에 여가친화기업 인증 부여	문화체육관광부
가족친화기업인증제	근로자가 가정생활과 직장생활을 조화롭게 병행할 수 있는 가족친화적인 사회환경 조성 촉진하는 기업 등에 인증 부여	여성가족부
가족사랑의 날	매주 수요일에는 정시 퇴근하여 가족과 함께 시간을 보내는 날로 선정	여성가족부

자료 : 각 부처별 홈페이지 등

또한, 2014년부터는 연휴가 공휴일과 겹칠 때, 즉 설·추석 연휴가 공휴일과 겹치거나 어린이날이 토요일 또는 일요일의 경우 그 날 다음의 첫 번째 비공휴일을 대체 휴일로 하는 내용의 대체휴일제가 시행되게 된다. 대체휴일제가 시행되면 향후 10년 간 공휴일이 11일 늘어나는 효과를 볼 수 있다. 대체 휴일제는 국민들의 여가생활에 큰 활력소로 작용할 것이다.

2. 여가에 대한 국민들의 인식전환

2012년에는 국민들의 일평균(평일/휴일) 여가시간이 2010년에 비해 감소한 것으로 나타났다. 특히 휴일 여가시간(1.9시간)이 평일 여가시간(0.7시간)보다 크게 감소한 것으로 나타났으며, 여가시간의 감소와 함께 여가비용 역시 2010년에 비해 4만 3천원이 감소한 것으로 나타났다.



자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-23] 여가시간 변화 추이 및 여가비용 변화추이 ■

그러나, 여가시간 및 여가비용이 감소하였음에도 불구하고 응답자들의 58.2%가 만족한다고 응답하였는데, 여가자원의 감소와 노동시간의 증가에도 불구하고 응답자들의 여가만족도가 높게 나타난 것은 여가에 대한 기대수준이 낮은데 기인한 것으로 보인다.

■ <표 2-29> 전반적인 여가생활 만족도 ■

[단위 : %]

구분	사례수	매우 불만족한다	불만족한다	만족한다	매우 만족한다
전체	5,003	4.0	37.7	56.4	1.8

자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

여가생활 불만족 이유를 조사한 결과, 경제적 부담(39.9%)보다는 시간부족(48.2%)이 더 많은 것으로 나타났다. 또한, 연령이 낮을수록 시간부족의 응답이 많았으며, 연령이 높을수록 경제적 부담의 응답이 높아지는 것으로 나타났다.

■ <표 2-30> 여가생활 불만족 이유 ■

[단위 : %]

구분	사례수	시간 부족	경제적 부담	여가정보 및 프로그램 부족	여가 시설 부족	함께 즐길 사람 부족	자기 설계 부족	기타
전체	2,088	48.2	39.9	3.8	2.8	1.7	2.0	1.6
10대	242	73.1	15.3	4.1	7.1	-	0.4	-
20대	230	47.2	43.8	5.8	2.6	0.7	-	-
30대	468	56.5	36.8	2.5	1.5	1.0	1.0	0.7
40대	421	47.7	43.2	4.2	1.9	1.2	1.5	0.3
50대	374	43.9	43.6	5.5	1.8	1.2	2.1	1.8
60대	185	38.7	49.8	2.1	3.5	3.9	1.0	1.1
70대이상	168	11.3	51.0	2.0	3.9	7.7	12.2	11.9

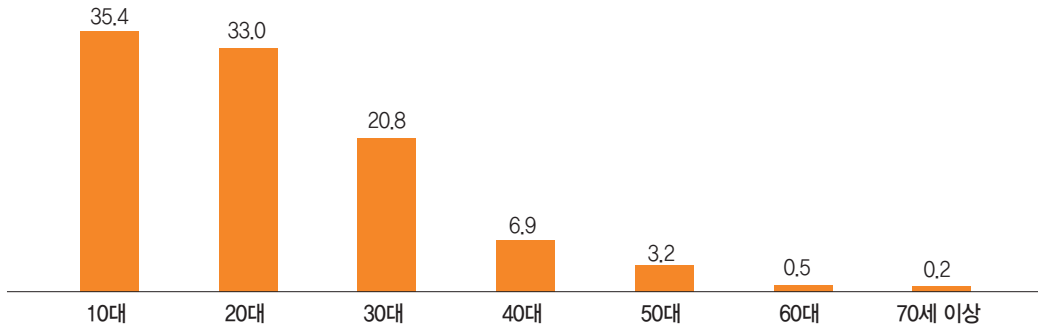
자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

3. 디지털형 여가의 증가

언제 어디서나 인터넷 접속이 가능한 스마트폰의 상용화로 인하여 일상 속 디지털형여가가 더욱 본격화 되고 있다. 2012년 미국 스트래티지 애널리틱스(SA)보고서에 따르면 우리나라 스마트폰 보급률은 67.6%로 세계 1위로 나타났다. 이는 세계 평균 14.8%의 4.6배에 해당한다. 과거 아날로그형 여가는 직접적인 체험과 경험을 통하여 만족을 얻는 반면, 디지털형 여가는 조작과 가상의 기술로 인해 가상체험을 통하여 쾌감을 얻는 것이 특징이다. 또한, 디지털형 여가는 현실세계에서 벗어나 자신을 표현하는 효과를 경험하기도 하고 이를 통해 스트레스 해소도 가능하다. 연령대별 디지털 여가활동¹⁶의 참여율을 살펴보면, 10대와 20대를 포함한 젊은 세대를 중심으로 디지털 여가활동의 참여율이 점차 커지는 추세이며, 연령이 높아질수록 참여율이 낮아지고, 60대 이상의 경우 거의 참여하지 않는 것으로 나타나 여가활동 유형의 세대 간 차이를 보여주고 있다.

16) 디지털 여가활동이란, 미니홈피/블로그 관리, 인터넷 검색/채팅/UCC 제작/SNS, 게임(인터넷, 닌텐도, PSP, PS3 등)이 있음. 젊은 세대의 주요 활동인 게임, 인터넷서핑/채팅, 미니홈피/블로그 관리 등 공간으로서 집, 실외, 실내 등 전통적인 여가활동 공간이 아닌 사이버·모바일공간에서 이루어지는 여가활동을 말함.

[단위 : %]



자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-24] 연령대별 디지털 여가활동 참여율 ■

■ <표 2-31> 연령대별 디지털여가활동 참여비율(중복응답) ■

[단위 : 명, %]

연령대	사례수	미니홈피/블로그관리	인터넷검색/채팅/UCC 제작/SNS	게임
10대	450	46.9	25.9	37.0
20대	374	30.9	22.2	24.6
30대	439	18.3	27.2	23.5
40대	251	3.2	17.7	11.1
50대	91	0.7	6.0	3.1

자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

※ 전체 여가활동 참여비율에서 디지털여가와 관련한 여가활동 참여비율을 제시함

디지털 여가활동이 증가함에 따라 부정적인 효과도 적지 않다. 부정적인 효과는 인터넷 중독, 게임 중독 등으로 디지털 여가활동에 극단적으로 치중할 때 발생하게 된다. 이러한 문제들에 대해서는 그동안 사회적으로나 정책적으로 많은 관심이 기울어져 왔지만, 이 외에 관심을 끌지 못하였던 중요한 문제가 실외활동의 위축이다.

연령대별 주요 여가활동 공간을 보면 사이버·모바일공간이 많은 비율을 차지하는 젊은 층에서 야외여가 활동의 비율이 낮은 것을 볼 수 있다. 즉 활동력 강한 젊은 층의 실외공간 이용 비율이 노년층보다 훨씬 낮은 것을 알 수 있다. 주40시간 근무제 및 주 5일 수업제 도입의 효과로 실내 중심의 정적인 여가활동보다 야외중심의 동적인 여가활동 증가가 예측되어 왔으나 10대와 20대의 여가공간 유형을 보면 아직 이러한 예측에 부합하는 현상을 찾기 어렵다.

■ <표 2-32> 집 이외의 가장 많이 이용한 여가공간(1순위) ■

[단위 : 명, %]

구분	사례수	실내공간	실외공간
전체	5,003	58.0	42.0
10대	532	74.9	25.1
20대	622	71.8	28.2
30대	1,031	58.0	42.0
40대	1,027	57.8	42.2
50대	876	47.6	52.4
60대	467	46.5	53.5
70대 이상	448	51.8	48.2

자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

젊은 층의 사이버여가활동 증가와 야외여가활동 감소는 10대 청소년의 시간 사용 구조와도 연관된다. 10대 청소년들은 학교생활과 방과 후 학원학습 등으로 인하여 여가시간이 전체적으로 짧거나 남은 시간만 활용하는 경우가 많다. 이러한 상황에서 야외활동을 할 여유가 없기에 짧은 시간에도 즐길 수 있는 디지털활동을 즐기게 되는 것이다. 다만, 상대적으로 여가시간이 많아지고 자기 시간 조절의 가능성이 커지는 20대에도 여전히 디지털활동이 야외활동보다 많은 것은 젊은 층의 여가취향이 이미 디지털활동 중심으로 형성된 경우가 많음을 시사한다.

청소년기의 야외활동은 또래와의 어울림을 통해서 사회화를 돕고 신체 활동을 통해 건전한 신체 발달에 도움을 준다. 야외활동의 긍정적인 의의들은 대체로 스포츠와 같은 여가활동에서 두드러지는 반면 디지털여가활동에 의해 약화되는 경우가 많다. 예를 들어 게임의 경우 개인 활동의 성격을 가지거나 도중에 발생하는 사회적 관계가 익명의 일시적 관계에 머무는 경우가 많다. 따라서 현재와 같이 청소년의 여가활동이 디지털여가활동 위주가 되고 야외활동이 줄어든다는 것은 여가활동이 청소년들의 사회화에 수행하는 긍정적인 기능이 약화됨을 의미하므로 야외활동이 확대될 수 있는 방안을 모색하는 것이 필요하다.

4. 레저스포츠 여가활동 활성화

현대사회에서는 국민 삶의 질 증대, 여가 시설 및 복지수준의 증대 등이 가속화되고 있고, 이를 바탕으로 레저스포츠에 대한 관심과 중요도는 점차 증가하고 있다. 국내에서 주5일 근무제가 완전히 정착되면서 국민들의 여가시간이 증대되고 있으며 2012년 3월부터 시행되고 있는 주5일 수업제는 주말 및 공휴일 등을 활용하여 자녀를 위한 교육 체험 여행, 가족단위의 레저 체험 여행 등을 증가시키고 있다. 또한, 건강에 대한 욕구가 젊은 층까지 폭넓게 확대되면서 건강을 지키고 병을 예방하려는 ‘웰빙’이 중요한 소비화두로 대두되고 있다. 이렇듯 레저스포츠는 일(노동) 이후 재충전 및 휴식 등을 목적으로 나타나기 시작하면서 산업사회를 거쳐 현대사회에 이르기까지 변화를 거쳐 발전하였다.

■ <표 2-33> 레저스포츠 발전 단계 ■

구분	주요 내용
'50년대	- 여가, 휴가시간이 힘든 일을 한 후 레크리에이션과 휴식을 취하는 것으로 인식된 시기 - 여가의 주된 활동은 집에 머물거나 해변가로 가거나 들로 또는 산으로 가서 휴식하는 것
'60년대	- 소비에 의하여 특정 지을 수 있는 시기 - 자동차와 같은 운송수단의 엄청난 발전으로 인해 관광은 집을 떠나 휴식하고 잘 먹는 것으로 인식하면서 레저스포츠의 등장
'70~'80년대	- 새로운 트렌드가 출현하고 개발과 활동, 사회적 참여, 쾌락, 자아고취의 관념이 사회적으로 핵심적인 시기 - 집중적으로 관찰하고 진지하게 즐기는 활동적인 방식으로 변화되었으며 휴가기간에 레저스포츠가 대중화(70년 이후 대중화)
'90년대	- 여가활동의 결합으로 특정 지워지는 시기 - 레저스포츠와 관광 사이의 경제적인 편익의 결합이 일어남으로서 상당한 편익이 발생하였고 스포츠 관광이라는 용어가 태동 - 관광은 레저스포츠 지향적인 프로그램의 상당 수 제공
'00년대	- 여가활동으로 레저스포츠가 일상화된 시기 - 개인 중심이던 레저스포츠가 가족, 동호회 등으로 확산되고 있으며 건강과 웰빙에 대한 트렌드가 사회 전반에 확산되면서 레저스포츠에 대한 수요가 급증되며 레저스포츠 시설과 수단이 첨단화

자료 : 한국관광공사(2011), 『스포츠 관광 마케팅 활성화 연구』

이러한 분위기는 국민여가활동조사 결과에서도 대표적인 레저스포츠인 등산, 산책, 캠핑 등의 여가 활동 참여비율을 통해 간접적으로 확인할 수 있다. 특히 삼림욕 및 국내캠핑의 경우 20, 30대가 많이 참여하는 것으로 나타났으며 등산의 경우 40, 50대가 산책의 경우에는 60, 70대 이상이 많이 참여하는 것으로 나타났다. 또한, 성별로 분류하면 대체로 활동형인 국내캠핑, 등산에 있어서는 남자가 여자에 비하여 참여비율이 높았으며 휴식형인 삼림욕 및 산책의 경우 여성이 남성에 비하여 높은 참여율을 보였다.

■ <표 2-34> 연령대, 결혼여부, 성별에 따른 자연친화적 여가활동 참여비율 ■

[단위 : %]

구분(사례수)		산림욕	국내캠핑	등산	산책
전체(2290)		1.5	1.9	37.1	59.6
연령 (2290)	10대(47)	0.0	1.8	1.4	2.2
	20대(100)	19.6	14.4	3.1	4.0
	30대(420)	24.4	42.2	14.8	18.2
	40대(564)	26.6	17.3	33.6	19.2
	50대(547)	18.8	12.3	30.4	22.9
	60대(307)	10.6	2.4	13.1	15.2
	70세 이상(305)	0.0	9.5	3.6	18.3
결혼여부 (2290)	미혼(188)	22.0	15.6	7.1	7.4
	기혼(1879)	75.8	76.3	88.3	79.9
	사별/이혼(223)	2.2	8.1	4.6	12.7
성별 (2290)	남성(1082)	48.5	55.9	60.0	40.4
	여성(1208)	51.5	44.1	40.0	59.6

자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』
 ※ 여가활동 참여비율에서 자연친화적 여가활동 참여비율을 제시함

레저스포츠 여가활동의 대표적인 것 중 하나인 국내캠핑의 경우 전국적으로 약 1,336개의 캠핑장이 운영 중이며, 지역별로는 경기 423개, 강원 292개, 경남 109개, 충남 105개로 주로 수도권을 중심으로 한 지역에 약 50% 이상이 운영 중이다.

■ <표 2-35> 국내 공공 및 사설 캠핑장 운영 현황 ■

구분	공공			민간						기타	계
	지자체	자연휴양림	국립공원	사설	사유지	해수욕장	강/계곡	섬	산		
계	212	109	31	711	4	84	87	38	43	17	1,336
서울	4	-	-	2	-	-	-	-	-	-	6
부산	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	4
대구	-	2	-	1	-	-	-	-	2	-	5
인천	4	-	-	17	-	9	-	13	7	-	50
광주	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
대전	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2
울산	1	2	-	5	-	-	-	-	1	-	9
경기	30	9	-	327	3	2	23	4	17	8	423
강원	46	24	6	147	-	22	37	-	9	1	292

구분	공공			민간						기타	계
	지자체	자연휴양림	국립공원	사설	사유지	해수욕장	강/계곡	섬	산		
충북	20	10	3	31	-	-	8	-	-	2	74
충남	19	12	2	42	1	15	4	9	1	-	105
전북	12	8	7	19	-	4	1	2	-	1	54
전남	18	12	3	19	-	11	1	5	-	1	70
경북	24	18	3	40	-	6	9	1	1	-	102
경남	27	10	7	43	-	8	4	3	5	2	109
제주	4	1	-	8	-	7	-	1	-	-	21

주) 기타는 미지정 캠핑장
 자료 : 김산환 외(2013), 『대한민국 오토캠핑장 602』

한국관광공사(2011) 「2011년 가족여행 실태조사」에서는 3년 내 가족캠핑 여행 경험자는 30.4%로 상당히 높은 경험률을 보이고 있으며 동 조사에서는 캠핑여행 초기에는 1박 2일 일정의 여행을 선호하나 경험이 쌓일수록 2박 3일 이상 일정의 여행을 계획하는 것으로 나타났다. 또한, 현재 오토캠핑 동호회는 약 2,000여 개가 활동 중이며, 캠핑장은 오토캠핑장 포함 약 600개 수준이 운영 중인 것으로 추정되고 있다. 주40시간 근무제 및 주 5일 수업제 정착, 미디어의 여행 관련 콘텐츠 증가, 여유로운 라이프스타일 추구로 인한 가족 단위 여행의 증가, 캠핑장비의 첨단화 등의 영향으로 가족 캠핑은 점차 확산되는 추세가 나타나고 있다.

■ <표 2-36> 과거와 최근의 캠핑 트렌드 변화 ■

구분	과거 캠핑문화	최근 캠핑문화
장소	- 서울 및 근교의 한정된 지역에 집중	- 제주도를 포함한 전국으로 범위 확대
기간	- 주말을 이용한 1박 2일 위주	- 금, 토, 일 2박 3일 이상 일반화
활동	- 집에서 가져간 음식을 먹고 오는 제한적 활동	- 낚시, 등산, 트레킹, 카약 등과 인근지역 관광, 맛집 탐방 등 다양한 활동 가능

자료 : 한국관광공사(2011), 「2011 가족여행실태조사」(캠핑트렌드를 중심으로)

산림청에서 발표한 임업통계연보에 따르면, 산림휴양시설 수는 2011년 311개소에서 325개소로 매년 꾸준히 증가하고 있다. 또한, 산림휴양시설 이용자 수 역시 2011년도에 비해 2012년도에 약 1만 명 이상 증가하였다.

■ <표 2-37> 자연휴양림 운영 및 이용현황 ■

[단위 : 개소, 천명]

구분		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
산림휴양시설 현황	전체	215	234	257	279	299	311	325
	자연휴양림	107	112	121	133	145	148	152
	산림욕장	108	122	136	146	154	163	173
산림휴양시설 이용자현황	자연휴양림	5,775	6,264	7,627	8,691	9,437	10,684	11,614

자료 : 산림청, 각 년도, 『임업통계연보』

과거 물놀이, 등산에 국한되었던 캠핑여행활동이 트레킹, 수상체험활동, 관광, 맛 기행 등으로 범위가 확대되고 있으며, 캠핑을 하면서 수상스포츠 등 레저스포츠 활동을 복합적으로 추구하는 경향이 높아졌다. 이렇듯 캠핑을 활성화하기 위해서는 다양한 재미와 체험 요소가 캠핑과 결합되어야 한다.

5. 고령화시대에 따른 노인층의 여가활동 변화

의학기술의 발전과 생활환경의 개선으로 인하여 평균수명이 길어짐에 따라 은퇴 후 여가시간이 이전 세대에 비하여 증가하면서 노년기를 즐겁고 건강하게 보내기 위한 여가활동에 대한 관심이 점점 증가하고 있는 추세이다. 이러한 분위기는 국민여가활동조사 결과에서도 노년층의 여가활동 참여비율을 통해 간접적으로 확인할 수 있다. 60대 이상의 주 여가활동 1순위를 살펴보면, 휴식활동인 TV시청 및 낮잠을 제외하면 산책, 등산의 참여율이 높은 것으로 나타났다.

■ <표 2-38> 주여가활동(개별, 1순위)_상위 10개 ■

[단위 : %]

구분	TV 시청	인터넷 검색/ 채팅/ UCC 제작/ SNS	산책	게임	등산	헬스 (보디 빌딩)/ 에어 로빅	영화 보기	낮잠	음주	잡담/ 통화 하기/ 문자 보내기	
연령	60대	61.2	0.2	11.4	0.4	5.6	0.4	0.0	0.8	1.2	0.7
	70세이상	69.4	0.3	7.0	0.0	1.6	0.1	0.0	1.8	0.9	3.8

자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

노인들의 여가활동 참여목적은 ‘개인의 즐거움을 위해’가 1순위이고, 건강이 그 다음 순으로 나타났다. 이는 다른 연령대에 비해 눈에 띄게 높은 수치이다. 60대 이상의 경우 건강이 주된 삶의 목표라고 해도 된다. 여가활동에 참여하는 목적도 단지 휴식이나 즐거움에 그치는 것이 아니라 여가활동을 통한 건강증진이라는 참여목적이 가장 큰 것으로 보인다.

■ <표 2-39> 여가활동 목적 ■

[단위 : %]

구분	개인의 즐거움을 위해	마음의 안정과 휴식을 위해	스트레스 해소를 위해	건강을 위해	대인관계·교제를 위해	자기 만족을 위해	시간을 보내기 위해	가족과 시간을 함께 하기 위해	자기 계발을 위해	기타	
연령	60대	28.5	17.4	6.8	26.7	3.9	5.0	9.8	1.3	0.6	0.0
	70세이상	24.9	19.6	4.1	19.7	2.4	4.5	24.0	0.3	0.3	0.3

자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

2012년까지 집계된 노인 복지시설의 현황을 살펴보면 2008년부터 꾸준히 증가하고 있는 것을 알 수 있다. 2012년 노인 여가복지시설 현황에 따르면 노인 여가복지시설은 2008년 총 59,422개에서 4,655개가 늘어난 2012년 64,077개로 집계되었다. 노인복지시설 중 가장 높은 비율을 차지하는 것이 경로당이고 그 다음은 노인교실과 노인복지회관 그리고 노인휴양소를 들 수 있다. 이러한 노인 복지시설에서는 노인의 교양 및 취미생활에서부터 사회참여 활동 지원, 건강증진 및 일자리 등에 이르기까지 종합적인 노인복지 관련 서비스를 무료 혹은 저렴한 요금으로 제공하고 있다.

■ <표 2-40> 노인여가복지시설 현황 ■

[단위: 개소]

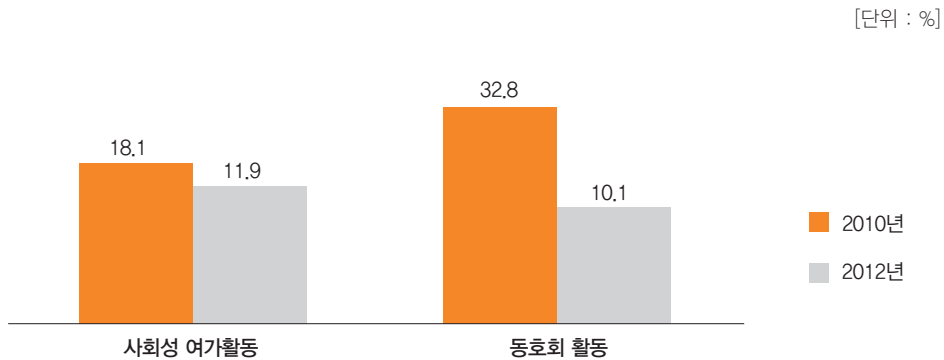
분류	2008	2009	2010	2011	2012
노인복지관	228	237	259	281	300
경로당	57,930	59,543	60,737	61,537	62,442
노인교실	1,260	1,280	1,464	1,557	1,335
노인휴양소	4	5	9	-	-
계	59,422	61,065	62,469	63,375	64,077

자료 : 보건복지부(2013), 『2013 노인복지시설현황』

6. 네트워크 형성을 통한 여가활동 비율의 감소

네트워크 형성을 통한 여가활동으로 사회성 여가활동과 동호회 여가활동을 대표적으로 들 수 있다. 사회성 여가활동은 사회 공헌적 가치와 자기만족을 추구하는 여가활동으로, 자신의 삶을 보다 의미 있고 보람되게 만드는데 주어진 여가시간을 할애하는 것을 의미한다. 그 예로 자원봉사, 방범활동, 마을 청소, 지역행사, 도우미, 재해지역 복구, 재능 기부 등을 들 수 있다. 동호회 활동이란 여가활동에 대해 공통적인 관심사나 그 목표를 가진 사람들이 모여 조직을 구성하여 활동하는 것으로, 관련 정보를 나누고 친목을 도모하며 그 활동을 지속적으로 유지하는데 기여하는 포괄적인 모임을 의미한다. 문화예술통호회, 생활체육동호회, 취미오락동호회 등이 그 예이다.

인터넷, SNS의 증가로 온라인 여가활동 모임이 증가하는 것으로 나타났음에도 불구하고, 『2012 국민여가활동조사』에 따르면 사회성 여가활동인 봉사활동과 동호회 활동의 참여비율이 2010년에 비하여 모두 감소한 것으로 나타났다.



자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-25] 2012년 네트워크 형성을 통한 여가활동 비율 ■

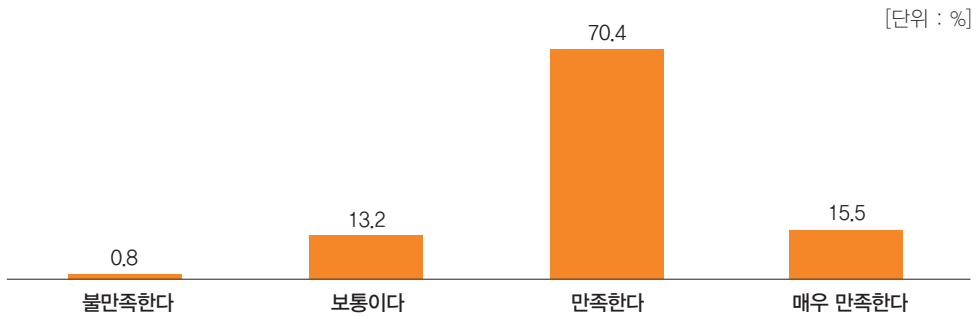
자원봉사활동의 경우 10-20대를 제외하고는 10%미만으로 조사되었다. 10대를 제외한 연령대의 자원봉사활동 참여율은 매우 저조한 것으로 나타났으며, 그 중 70대의 자원봉사활동 참여경험이 4.6%로 가장 낮다.

■ <표 2-41> 연령별 자원봉사활동 참여경험 ■

구분	전체	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대
사례수	5,003	532	622	1,031	1,027	876	467	448
참여경험 있음	11.9	41.8	13.0	6.6	9.2	9.0	6.7	4.6
참여경험 없음	88.1	58.2	87.0	93.4	90.8	91.0	93.3	95.4

자료: 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

동호회 활동의 경우 참여비율은 2010년보다 감소한 10.1%인 반면, 동호회 활동 만족도는 86%인 것으로 나타났다. 동호회 활동 참여 만족도는 만족한다(85.9%), 보통이다(13.2%), 불만족한다는(0.8%) 순으로 나타나 동호회활동 참여비율은 저조하지만 만족도는 높은 것으로 나타났다.



자료: 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-26] 동호회 참여 만족도 ■

7. 실제여가활동과 희망여가활동의 격차

『2012 국민여가활동조사』에 따르면 가장 만족하는 여가활동은 TV시청(40.1%)이고, 희망하는 여가활동은 영화보기(41.4%)로 차이가 있는 것으로 나타났다. 실제 여가활동은 TV시청(40.1%), 산책(21.0%), 친구만남/동호회모임(20.9%)의 순으로 조사되었다.

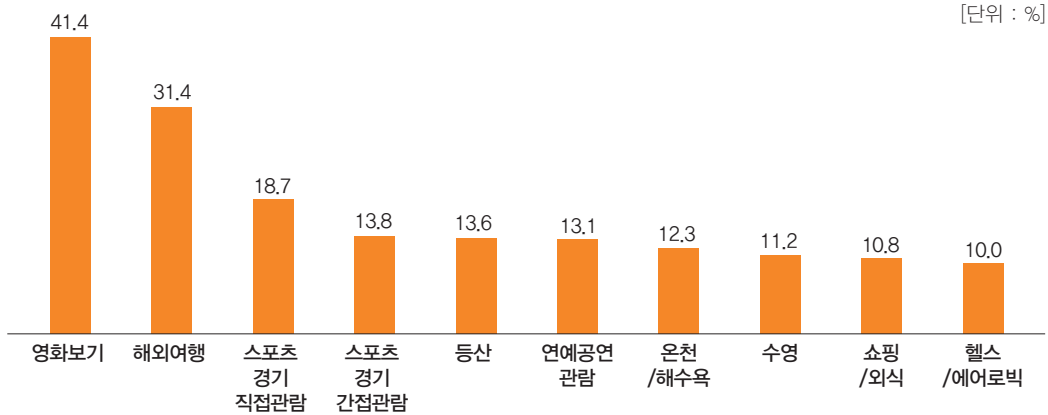
국민들이 향후 하고 싶은 여가활동으로는 영화보기(41.4%)가 가장 많았으며, 해외여행(31.4%), 스포츠경기 직접 관람(18.7%)의 순으로 나타났다. TV시청을 제외하고 가장 만족스러운 여가활동을 연령별로 살펴보면 10대의 경우 인터넷관련 활동이 가장 높은 것으로 나타났고, 20대는 영화보기, 30대는 쇼핑 및 외식, 40-50대는 등산, 60-70대는 산책인 것으로 조사되었다.

■ <표 2-42> 만족하는 여가활동 ■

[단위 : %]

구분	전체	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대
TV시청	40.1	34.0	24.6	34.8	38.4	41.2	54.3	67.6
산책	21.0	4.6	7.3	14.6	20.2	29.1	35.7	44.7
친구만남/동호회모임	20.9	21.5	24.3	20.5	17.1	20.6	22.8	23.8
등산	16.2	1.9	3.5	11.2	27.2	29.2	21.5	5.8
쇼핑/외식	15.6	8.7	18.8	23.2	18.5	14.9	7.5	5.5
영화보기	15.5	31.5	39.5	19.3	11.4	4.7	0.5	0.3
인터넷/채팅/UCC/SNS	14.5	40.2	22.5	18.5	12.4	5.8	0.7	0.5
목욕/사우나/찜질방	13.5	3.1	7.5	9.9	16.1	19.6	22.3	15.2
음주	12.1	0.9	12.3	13.6	13.8	17.0	11.1	9.1
낮잠	10.3	8.7	6.9	8.5	9.9	9.2	12.9	21.5

자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』



자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 2-27] 향후 희망하는 여가활동 ■

실제여가활동과 희망여가활동 간의 격차는 경제적·시간적 여건 등 여러 상황에서 비롯되며, 상황이 허락하면 실제여가활동과는 다른 여가활동을 희망하는 것으로 나타났다. 향후 희망하는 여가활동이 영화보기, 해외여행 등으로 조사됨에 따라 대다수의 사람들이 생각하는 여가활동은 비용과 시간이 모두 필요한 여가활동으로 나타났다.

이러한 점에 대한 해결책으로 경제적·시간적 여건에 구애받지 않는 적극적 여가활동인 사회성 여가활동에 대한 사회적 관심 증가를 제안할 수 있다. 재능기부, 봉사활동, 동호회활동, 발문투어리즘

(Volun Tourism)¹⁷ 등에 참여하면 적극적 참여 및 체험을 즐길 수 있으며, 경제적 부담이 없이도 적극적인 활동이 가능하다. 소극적인 시간 소비형 여가에서 적극적인 사회성 여가활동 참여로의 변화는 실제여가활동과 희망여가활동의 격차를 메워주는 역할을 할 수 있을 것이다.

17) 발룬투어리즘은 자원봉사(volunteer)와 관광(tourism)이 결합된 자원봉사관광을 의미한다.

제3장 여가산업

제1절 여가산업 정의 및 분류

제2절 여가산업 경제적 파급효과

제3절 여가산업 동향

제4절 10대 여가산업

제3장

여가산업

제1절 여가산업 정의 및 분류

1. 여가산업 정의

여가산업이란 자유재량 시간(discretionary time)에 가처분 소득(disposable income)을 가지고 여가를 목적으로 하는 활동에 필요한 재화와 서비스를 생산하거나 제공하는 산업에 주로 종사하는 생산단위의 집합을 지칭하고 있다. 즉, 여가활동을 위해 직접 생산하거나 직접 제공하는 재화와 서비스의 생산 및 소비와 관련된 산업이 여가산업이다. 따라서 여가활동과 관련된 재화와 서비스 가운데 생산자에서 소비자로 이동하는 중간단계에 있거나 최종생산물을 만드는데 기여하는 중간생산물은 제외된다.

예를 들면, 종이, 잉크 등 책을 만드는데 필요한 중간재는 일반적으로 말하는 출판 산업에 포함된다. 그러나 종이나 잉크는 독서라는 여가활동을 하는데 필요한 최종 재화, 즉 책이 아니기 때문에 ‘여가 부문에 속하는 여가산업’ 으로서 출판 산업에서는 제외한다. 이번 여가백서에서는 협의의 여가산업만을 대상으로 한다.

2. 여가산업 분류

1) 분류 기준

여가산업에 대한 정의와 외국의 여가산업 분류 방식을 바탕으로 다음과 같은 기준에 따라 여가산업을 분류할 수 있다. 여가산업은 ‘여가를 목적으로 하는 경제활동’ 을 대상으로 하고, ‘여가활동에 필요한 재화 생산 및 서비스 제공’ 을 내용으로 하며, ‘여가활동에 필요한 재화를 생산하거나 서비스를 제공함으로써 이윤 창출’ 을 목적으로 한다.

여가산업의 범위는 다음과 같은 두 가지의 기준을 따른다. 첫째, 재화와 서비스를 공급하는 과정에 대한 기준으로서, 최종생산물로서 재화와 서비스만을 포함하며 최종생산물을 만들기 위해 중간에 투입되는 중간생산물은 제외한다. 둘째, 여가활동의 소비과정에 대한 기준으로서, 여가산업은 여가활동을 하는 일련의 과정에서 최종소비단계의 산업이 제공하는 재화와 서비스를 소비함으로써 형성되어진다. 이는 곧 여가활동에서 비롯된 산업이다.

2) 여가부문 하위산업

한국 실정에 맞는 여가산업 분류를 위해 먼저 한국보다 앞선 외국의 사례를 살펴보면, 미국의 경우 전 세계 여가산업을 선도하고 있기 때문에 한국 여가산업의 미래 방향을 개략적으로 파악하는데 도움을 얻을 수 있다. 여가산업 분류 이후에 하위 여가부문의 산업 규모와 중심성 등을 우리와 비교함으로써 여가산업 발전전략을 수립한다든가 여가산업 경쟁력 제고를 위한 방안을 도출할 때 많은 시사점을 얻을 수 있다.

일본의 여가산업은 한국 여가산업과 그 구조 및 발전경로가 유사해서 여가산업 분류에 직접적인 도움을 얻을 수 있다. 일본의 경우 레저산업은 크게 네 가지 하위 산업(스포츠·관광·취미·오락)의 영역으로 구분되고 있는데, 스포츠와 관광을 제외한 나머지 두 하위 산업에 경우에는 한국의 특수성을 감안하여 조정하는 것이 필요하다. 한국의 여가산업을 대표할 수 있는 주무부처인 문화체육관광부의 경우 여가영역이 스포츠, 관광, 문화예술로 나뉘어져 있기 때문에 문화예술을 하위 범주로 설정하여야 한다. 그러나 문화라는 개념이 방대해서 전체 여가산업을 포괄하고도 남는다. 따라서 여가부문의 하위 산업을 구분할 때, 문화의 명칭을 사용하지 않는 것이 바람직하다.

대부분의 국제적인 보고서들이 엔터테인먼트와 방송을 하나로 묶어서 보고하고 있다. 대중문화산업 연구 보고서(통일연구원, 2004)에서도 산업을 영화산업·음반산업·방송산업 등으로 분류하고 있다. 이와 같은 분류는 엔터테인먼트와 방송을 한 범주에 묶어서 보고하고 있는 국제적인 흐름과 보조를 같이 하고 있는 사례에 해당한다. 이에 따라 본 연구에서는 향후 국제적 비교를 위해 엔터테인먼트산업을 별도의 범주로 설정하는 것이 바람직하다.

3) 여가부문 하위산업 정의 및 분류

여가부문의 하위산업은 스포츠산업·관광산업·예술산업·엔터테인먼트산업·기타산업 등 5개로 구분된다. 스포츠산업이란 스포츠 활동과 관련된 경제활동을 일컫는다. 관광산업은 관광활동과 관련된 경제활동을 말한다. 예술산업은 아름다움을 추구하는 여가활동과 관련된 경제활동이다. 엔터테인

먼트산업은 오락을 주목적으로 하는 여가활동과 관련된 경제활동이다. 그리고 기타산업이란 아름다움이나 오락을 주목적으로 하지 않는 사교·휴식·교육 등 기타 여가활동과 관련된 경제활동을 말한다. 이와 같이 여가부문의 5개 하위산업별로 해당 해당여가활동을 구분하면 아래 표와 같다.

■ <표 3-1> 여가부문 산업별 분류 ■

여가부문	구분
스포츠산업	- 시설·용품·경기
관광산업	- 여행·식사·숙박·교통
예술산업	- 고전음악·회화·무용 및 공연예술·공예·도예
엔터테인먼트산업	- 텔레비전/라디오·외식 및 식도락·영화·연극 및 기타 공연·대중음악/뮤지컬·기타 관람·독서·사진·리조트/테마파크·게임·도박·놀이·패션·미용
기타산업	- 사교·휴식·교육·종교·원예·기타(애완동물)

3. 여가산업 부문정의 및 가중치

1) 여가부문 정의

여가부문은 여가부문 하위산업의 총합을 말한다. 여가부문의 하위산업을 구성하는 부분을 산업연관표에서 추출하여 여가부문을 정의하면 아래 표와 같다. 한국은행에서는 2000년 이후 2013년 현재까지 2000년·2003년·2005년에 각각 실측 산업연관표를 작성하였고 기타 연도에는 연장표를 작성하였다. 이번 여가백서는 실측표를 대상으로 여가부문 정의를 하였다.

■ <표 3-2> 2005년 산업연관표 여가부문 정의 ■

통합대분류 (28부문)		통합중분류 (77부문)		통합소분류 (168부문)		기본부문 (404부문)	
01	농림수산물	01	작물	005	비식용작물	014	화훼작물
03	음식료품	09	육류 및 낙농품	020	낙농품	050	아이스크림
		12	기타 식료품	026	빵·과자 및 곡수류	063	빵 및 곡분과자
				027	조미료	064	코코아제품 및 설탕과자
				030	기타 식료품	069	기타 조미료
						072	커피 및 차류
		13	음료수	031	주류	073	인삼식품
						078	소주
						079	맥주
		15	담배	032	음료수 및 얼음	080	기타 주류
						081	비알콜성음료
04	섬유 및 가죽제품	17	의복 및 섬유제품	034	담배	084	담배
				038	편직제 의복 및 장신품	099	편직제 의류
				039	직물제 의복 및 장신품	101	직물제 의류
				040	가죽 및 모피의류	102	기타 장신품
						103	가죽의류
		041	기타 섬유제품	104	모피의류		
18	가죽제품	043	가방 및 핸드백	109	직물제품		
				110	가방 및 핸드백		
05	목재 및 종이제품	044	신발	112	운동화 및 기타 신발		
06	인쇄 및 복제	047	목제품	119	기타 목제품		
08	화학제품	21	인쇄 및 복제	051	인쇄 및 복제	130	기록매체 출판 및 복제
		28	의약품 및 화장품	064	화장품 및 비누	156	화장품 및 치약
09	비금속 광물제품	29	기타 화학제품	066	기타 화학제품	164	사진용 화학제품
		32	유리제품	070	유리제품	174	기타 유리제품
13	전기 및 전자기기	33	도자기 및 점토제품	071	도자기	176	가정용 도자기
				44	영상·음향 및 통신기기	101	영상 및 음향기기
		257	음향기기				
		258	기타 영상·음향기기				
		102	통신 및 방송기기			259	유선통신기기
						260	무선통신단말기
						261	무선통신시스템 및 방송장비
		45	컴퓨터 및 사무기기	103	컴퓨터 및 주변기기	262	컴퓨터 및 주변기기
14	정밀기기	47	정밀기기	107	광학기기	271	촬영기 및 영사기
						272	기타 광학기기
				108	시계	273	시계

통합대분류 (28부문)		통합중분류 (77부문)		통합소분류 (168부문)		기본부문 (404부문)			
15	수송장비	79	선박	112	선박	282	기타 선박		
		50	기타 수송장비	115	기타 수송장비	286	모터사이클		
						287	자전거 및 기타 운수장비		
16	가구 및 기타 제조업제품	57	가구	122	가구	295	목재가구		
		58	기타 제조업제품	58	장난감 및 운동용품	298	장난감 및 오락용품		
						299	운동 및 경기용품		
						300	악기		
				59	기타 제조업제품	301	문방구		
						302	귀금속 및 보석		
						303	모형 및 장식용품		
20	음식점 및 숙박	58	음식점 및 숙박	130	음식점	323	일반음식점		
						324	주점		
						325	기타음식점		
21	운수	59	육상운송	131	숙박	326	숙박		
				132	철도운송	327	철도여객운송		
						133	도로운송	329	도로여객운송
		60	수상 및 항공운송	135	수상운송	332	연안 및 내륙 수상운송		
				136	항공운송	333	외항운송		
		61	운수관련 서비스	137	운수보조서비스	334	항공운송	334	항공운송
						335	육상운수보조서비스		
						336	수상운수보조서비스		
						337	항공운수보조서비스		
		140	기타 운수관련서비스	340	기타 운수관련서비스				
22	통신 및 방송			62	통신	141	우편 및 전화	342	전화
		142	부가통신 및 정보 서비스			343	초고속망서비스		
63	방송	143	방송	346	지상파방송				
				347	유선 및 위성방송				
24	부동산 및 사업서비스	68	기타 사업서비스	154	기타 사업서비스	371	기타 사업서비스		
26	교육 및 보건	70	교육서비스	156	교육기관	376	교육기관(산업)		

통합대분류 (28부문)		통합중분류 (77부문)		통합소분류 (168부문)		기본부문 (404부문)	
27	사회 및 기타서비스	74	출판 및 문화 서비스	160	출판서비스	384	신문
						385	출판
				161	문화서비스	386	문화서비스(국공립)
						387	문화서비스(기타)
		75	오락서비스	162	오락서비스	389	영화상영
						390	연극·음악 및 기타 예술
						391	운동 및 경기관련서비스
						392	기타 오락서비스
		76	사회단체	163	사회단체	394	기타 사회단체(비영리)
		77	기타서비스	165	개인서비스	398	이용 및 미용
				400	기타 개인서비스		

자료 : 한국은행(2008), 『2005년 산업연관표』

2) 여가부문 가중치

여가부문에 속하는 하위산업에 대한 정의와 이를 측정하는데 필요한 산업연관표상 기본부문 내 기초작업 부문은 일치하지 않는다. 따라서 가중치를 부여하여 구분해 내어서 기초 작업 부문을 여가부문 하위산업과 일치시켜 주어야 한다.

컴퓨터를 일례로 들면, 산업연관표 기본부문 269에는 '컴퓨터 및 주변기기'의 생산과 수입을 보고하고 있다. 컴퓨터 및 주변기기에서 업무용으로 주로 쓰이는 기초 작업 부문, 중대형컴퓨터와 중간재로 쓰이는 각종 드라이버와 각종 카드, 각종 부품 등은 여가산업에서 쓰이지 않거나 중간재여서 해당 사항이 되지 않는다. 여가산업에서 쓰이지 않거나 중간재 등을 모두 제외시킨 후 나머지를 여가부문에 포함시키는데, 이 때 기초부문 개인용 컴퓨터(0102)는 노동에 사용하기도 하며 여가에 사용하기도 한다. 여가용 중에서도 고전음악감상에 사용할 경우는 예술산업 재화이지만 영화·텔레비전·독서·게임 등에 사용할 때는 엔터테인먼트산업 재화가 되고, 사교에 사용하면 기타산업 재화가 된다. 그러나 기본부문의 기초작업 부문에서는 여가산업별로 분류해 놓고 있지 않기 때문에 이것을 먼저 분류하고, 다음으로 분류의 비율에 따라 각각의 하위산업에 배당해야 한다. 이러한 작업을 하는 것이 가중치 부여인데, 컴퓨터 및 주변기기 중에서 여가부문에 포함되는 것은 67%이고, 이 중에서 하위산업에 배당되는 비율은 아래와 같다. 즉, 인터넷콘텐츠 이용 경험률에 비례해서 가중치를 부여함으로써 산업연관표 기본부문과 여가부문 하위산업을 일치시킬 수 있는데, 이렇게 함으로써 산업연관분석의 정확도를 높일 수 있다.

■ <표 3-3> 인터넷콘텐츠 이용경험률 ■

여가산업	콘텐츠이용목적	여가활동	비율	가중치
예술산업	음악	고전음악	1.94%	0.0055
엔터테인먼트산업	영화·방송	텔레비전	14.65%	0.0417
		영화	7.71%	0.0219
	음악	대중음악	34.95%	0.0993
	뉴스·신문	독서	16.48%	0.0469
	온라인게임	게임	24.27%	0.0690
기타산업	이메일·채팅	사교	14.99%	0.1439
	커뮤니티			

자료 : 한국인터넷진흥원(2006), 『2005년 하반기 정보화 실태조사』

제2절 여가산업 경제적 파급효과

여가산업의 경제적 파급효과를 파악하기 위해서 한국은행에서 발표하는 산업연관표를 이용하여 산업연관분석을 하였다. 이러한 산업연관분석을 통해서 여가산업이 전체 국가경제에서 차지하는 비율과 규모는 얼마나 되는지, 여가산업에서 어느 정도의 고용과 부가가치가 창출되는지, 여가산업의 전·후방 연쇄효과는 얼마나 되는지 등을 파악할 수 있다. 즉, 산업연관표를 이용하여 산업연관분석을 함으로써 여가산업의 경제적 파급효과를 알 수 있게 되는 것이다. 먼저 산업연관표의 작성 경위를 살펴보고, 산업연관분석을 통하여 도출되는 산업연관계수의 종류와 그 의미를 살펴본다. 다음으로, 최근 10년간 산업연관표를 이용하여 산업연관분석을 실시함으로써 우리나라 여가산업의 경제적 파급효과를 알아볼 수 있다.

1. 산업연관표

1) 산업연관표 작성

모든 것을 자급자족했던 원시시대와는 달리 분업이 촉진되고 대량생산이 이루어짐에 따라 오늘날 각종 경제활동은 서로 밀접한 관련을 가지게 되었다. 그물의 어느 한 쪽을 잡아당기면 그 힘이 전체에 미쳐 그물 전체가 출렁이게 되는 것처럼 어느 한 산업의 변화는 다른 여러 산업에 영향을 미친다. 한 산업에서 생산한 상품은 다른 산업에서 상품을 생산하는데 필요한 원재료로 투입되는 방식으로 각 산업은 밀접한 관련을 맺는다. 이처럼 생산 활동에서 이루어지는 산업간 상호연관관계를 양적으로 파악하는 분석방법을 산업연관분석(inter-industry analysis) 또는 투입산출분석(input-output analysis)이라 한다. 산업연관분석을 가능하게 하는 원자료(raw data)의 행렬표를 일컬어서 산업연관표(inter-industry table) 또는 투입산출표(input-output table)라 한다.

산업연관분석은 각 부분 산업 간에 이루어지는 원재료·상품·서비스 등의 매매를 토대로 한 해 동안 한 나라에서 생산된 모든 상품과 서비스의 산업간 거래를 체계적으로 기록한 통계표인 산업연관표를 가지고 수행하는 경제적 분석방법이다. 산업연관분석은 소득순환이 일어나는 배후의 생산구조를 분석하는 방법으로서 산업 부문 간 상호의존관계와 최종수요가 국민경제에 미치는 각종 파급효과를

산업부문별로 나누어서 분석한다. 산업연관분석은 산업과 산업간 상호연관관계를 분석할 수 있기 때문에 구체적인 경제구조를 분석하는데 유리하다. 또한 최종수요에 의한 생산·고용·소득 등 국가경제에 미치는 각종 파급효과를 산업부문별로 나누어서 분석할 수 있기 때문에 경제계획을 수립하거나 산업구조를 조정하는데 유용한 분석도구가 되기도 한다.

미국 정부에서는 1947년 최초로 공식적인 산업연관표를 발표하였다. 이후 영국(1948년)과 일본(1951년)에서도 산업연관표를 작성하기 시작하였다. 1966년 국제연합(UN) 통계국이 산업연관표 작성 매뉴얼을 제작하여 보급함으로써 전 세계적으로 확산되었다.

우리나라에서는 1958년 부흥부 산업개발위원회가 시범적으로 1957년과 1958년에 각각 산업연관표를 작성한 바 있다. 형식과 내용면에서 정부가 작성한 공식 산업연관표라고 할 만한 수준으로 작성하기 시작한 것은 한국은행에서 1964년 발표한 『1960년 산업연관표』부터이다. 이후 총 12회(1963, 1966, 1970, 1975, 1980, 1985, 1990, 1995, 2000, 2003, 2005, 2010년)의 실측표와 총 13회(1968, 1973년, 1978, 1983, 1986, 1987, 1988, 1993, 1998, 2006, 2007, 2008, 2009년 등)의 연장표를 작성하였다.

2) 산업연관분석 계수

투입계수는 각 산업부문이 서비스 또는 재화를 한 단위 생산하기 위해서 타 산업으로부터 몇 단위의 생산물을 투입재로 구매하는지를 보여주는 지표로서, 중간투입액을 총 투입액으로 나누어 계산한다. 이 지표로 각 산업부문이 투입재를 구매하기 위해서 타 산업 부문에 얼마나 의존하는지를 파악할 수 있다.

투입계수를 토대로 산출되는 생산유발계수는 각 산업부문에서의 생산 활동 변화가 타 산업 부문에 얼마만큼의 생산유발 파급효과를 미치는지를 보여주는 지표다. 생산유발계수 행렬표의 열(column)은 전체 국가경제에서 한 단위 수요가 발생했을 때 특정 산업에서 생산이 유발되는 정도를 수치로 보여준다. 행(row)은 특정 산업생산물에 대한 수요가 한 단위 증가하였을 때 전체 국가경제에서 생산이 유발되는 정도를 수치로 보여주고 있다. 결국 생산유발계수의 열합계와 행합계는 산업부문들 간의 상호의존성의 정도와 성장잠재력을 측정기 위한 지표라 할 수 있다.

생산유발계수표를 이용하여 각 산업간 상호의존의 정도를 전 산업 평균치를 기준으로 상대적 크기로 표시한 것이 영향력계수와 감응도계수다. 영향력계수는 한 산업이 다른 산업의 생산 활동에 어느 정도 영향력을 미치는지를 보여주는 지표이며, 감응도계수는 타 산업의 최종수요 변동이 한 산업의 생산에

어느 정도의 파급효과가 있는지를 보여주는 지표다. 영향력계수는 특정 산업이 다른 산업에 미치는 후방연쇄효과(backward linkage effect)로서, 예를 들면, 대중음악에 대한 수요증가가 대중음악을 재생하는 음향기기의 생산을 유발하는 효과와 같다. 감응도계수는 산업 간의 전방연쇄효과(forward linkage effect)로서, 예를 들면, 컴퓨터에 대한 수요가 전자오락이나 온라인 게임 등과 같은 소프트웨어의 생산을 유발하는 효과와 같다.

노동계수는 10억 원어치를 산출하는데 필요한 노동량을 일컫는다. 따라서 노동생산성과는 반비례한다. 노동량에 임금근로자만을 포함한 계수를 고용계수라 하고, 임금근로자뿐만 아니라 자영업주와 무급가족종사자까지 모두 포함한 계수를 취업계수라 한다. 10억 원어치를 생산하는데 필요한 노동량, 즉 노동계수 뿐만 아니라 생산과급과정에서 간접적으로 필요한 노동량까지 모두 포함한 계수를 노동유발계수라 한다. 노동유발계수도 임금근로자·자영업주·무급가족종사자 등 모든 취업자를 다 포함한 취업유발계수와 임금근로자만을 기준으로 한 고용유발계수로 나누어진다.

2. 산업연관분석

1) 여가산업 규모

2000년 이후 우리나라 경제의 흐름을 금액으로 살펴보면, 지난 2000년 우리나라 재화와 서비스의 총 공급 규모는 1,632조 7,160억 원이었는데, 이 중 239조 7,883억 원어치의 재화와 서비스를 수입해서 총 공급에서 수입이 차지하는 비율은 14.7%였다. 나머지 85.3%에 해당하는 1,392조 9,278억 원은 국내총산출이었다. 2003년 중 총 공급 규모는 역사상 최초로 2,000조를 넘어 선 2,009조 2,419억 원으로 증가했으며, 이 중 수입해서 국내에 공급된 것 역시 268조 2,965억 원으로 증가하였으나 그 비율은 13.4%를 차지해서 1.3% 줄어들었다. 2005년에는 역사상 최초로 국내총산출 규모가 2,000조를 넘어선 2,068조 8,079억 원에 이르렀고 수입 역시 300조를 넘어선 302조 6,464억 원에 이르러서 총 공급 규모는 2,401조 4,543억 원이었다. 2009년 우리나라 총 공급 규모는 3,286조 7천억 원으로 3,320조 3천억 원이었던 2008년보다 1% 감소했다. 서브프라임 모기지 부실사태로 촉발된 미국의 경제위기로 말미암아 전 세계 경제가 위축된데 따른 것이다. 국내총산출은 2,775조 원으로 2008년보다 오히려 증가하였으며, 수입은 511조 7천억 원으로 전년보다 1.9% 감소했다. 국내수요와 수출액도 각각 0.6%와 3.0% 감소했으나, 전 세계적인 경제위기를 감안한다면 국내 경제의 흐름은 크게 나빠지지 않음을 알 수 있다.

전체 국가경제에서 여가부문이 차지하는 규모를 살펴보면, 금액으로는 131조에서 252조로 증가해서 거의 두 배 가량 커졌으며, 성장률도 전체 경제 성장률을 상회했고, 전체 국가경제에서 차지하는 비율도 8.03%에서 10.31%로 증가했다. 그러나 미국발 경제위기로 말미암아 성장률은 전체 국가경제 성장률에 훨씬 못 미치는 1.94%로 낮아졌고, 이에 따라 전체 국가경제에서 차지하는 비율도 7.68%로 떨어진 것으로 나타났다. 요컨대 여가부문은 경기가 좋아질 때 전체 국가경제보다 더 빠른 속도로 좋아지고, 경기가 나빠지면 더 빠른 속도로 나빠진다. 이런 특성을 이용해서 여가부문 성장률과 경제전체 성장률의 차이에 따라 당해 연도의 경기를 대략적으로 파악할 수 있다. 우리나라 전체의 경제성장률과 여가부문의 성장률이 비슷했던 2000년에는 경기가 보통이었고, 여가부문 성장률이 전체 경제성장률을 앞질렀던 2003년과 2005년에는 상대적으로 경기가 좋았고, 전체 경제가 빠른 속도로 확대되는데도 여가부문 성장률에는 변화가 없었던 2009년에는 경기가 좋지 못했다.

■ <표 3-4> 여가부문 총공급 규모 ■

[단위 : 억 원 / %]

연도	여가부문			경제전체	
	액수(억 원)	비율(%)	성장률(%)	액수(억 원)	성장률(%)
2000	1,311,778	8.03	198.26	16,327,160	192.95
2003	1,836,006	9.14	39.96	20,092,419	23.06
2005	2,474,764	10.31	34.79	24,014,543	19.52
2009	2,522,876	7.68	1.94	32,867,249	36.86

자료 : 최석호(2006), 『한국사회와 한국여가』, 한국학술정보.
한국은행, 2003; 2007; 2008; 2011, 『산업연관표』

이를 다시 여가부문 내 산업별로 나누어서 살펴보면, 스포츠산업과 기타산업은 지속적인 성장세를 유지하다가 2009년에 더 빠르게 성장한 반면, 엔터테인먼트산업과 관광산업은 지속적으로 성장하다가 경제위기와 함께 축소되었다.

엔터테인먼트산업과 관광산업은 미국발 경제위기에 직접적인 영향을 받았지만, 스포츠산업과 예술산업 그리고 기타산업은 별다른 영향을 받지 않았다. 이 중에서도 스포츠산업과 기타산업은 거의 영향을 받지 않았을 뿐만 아니라 오히려 빠른 속도로 성장했다. 특히 스포츠·예술산업은 경제위기가 없었던 2003년과 2005년은 감소하다가 경제위기가 닥친 2009년에는 가장 큰 규모로 성장했다. 공공부문의 지원에 주로 의존하기 때문에 경기변화에 별다른 영향을 받지 않은 것으로 보여진다.

▣ <표 3-5> 여가부문 산업별 공급규모 ▣

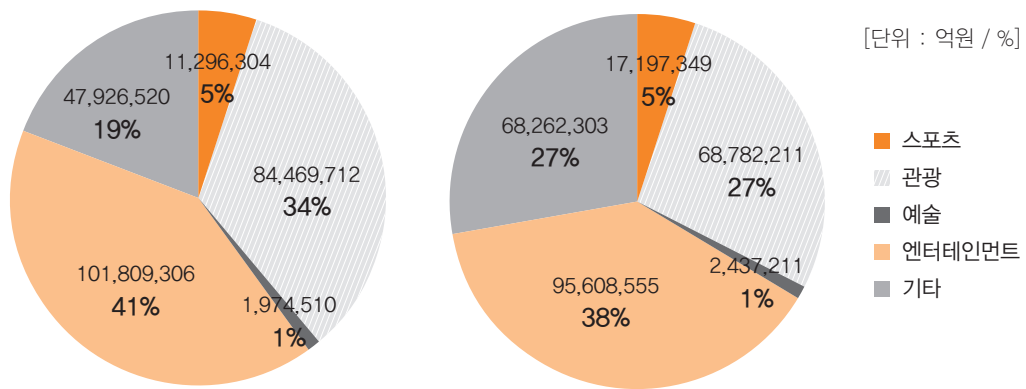
[단위 : 백만 원]

여가부문	여기활동	2000년	2003년	2005년	2009년
스포츠산업	시설	3,071,414	3,637,955	6,010,187	8,954,372
	용품	2,989,449	3,754,540	3,322,902	6,498,655
	경기	1,442,861	2,104,664	1,963,216	1,744,322
관광산업	여행	636,853	894,184	1,234,480	1,633,808
	식사	25,336,522	35,594,922	64,056,974	42,835,163
	숙박	3,189,179	4,313,894	4,412,972	5,409,803
	교통	10,025,621	12,311,364	14,765,286	18,903,437
예술산업	고전음악	426,588	543,009	627,372	815,581
	회화	88,059	91,308	86,133	121,772
	무용 및 기타공연예술	417,101	499,900	539,332	775,601
	공예	1,015,899	883,290	709,023	717,478
	도예	267,951	40,030	12,650	6,780
엔터테인먼트산업	TV라디오	8,317,171	11,673,348	19,917,328	14,814,669
	외식 및 식도락	19,316,205	23,567,237	36,540,508	28,504,796
	영화	2,729,777	4,712,205	1,384,407	2,645,870
	연극 및 기타공연	348,797	566,764	743,751	1,067,740
	대중음악 뮤지컬	3,927,211	4,006,253	4,230,323	3,599,938
	기타관람	130,153	82,475	137,850	37,107
	독서	7,566,199	9,535,036	10,185,003	11,192,351
	사진	1,254,579	2,410,490	1,651,137	2,949,328
	리조트 및 테마파크	1,792,312	2,075,372	2,798,902	5,183,792
	게임	2,103,586	2,525,807	2,931,184	2,004,026
	도박	1,360,467	5,479,533	3,166,628	5,499,315
	놀이	1,672,068	3,034,103	4,286,766	4,002,594
	패션	1,679,791	4,012,471	2,021,873	2,148,556
	미용	6,273,567	7,633,372	11,813,646	11,958,474
	기타산업	원예	1,295,338	1,710,684	1,859,877
사교		12,014,310	15,370,471	18,611,755	29,174,748
휴식		5,854,829	9,066,759	9,126,909	10,624,290
교육		2,507,534	8,322,371	14,180,002	21,607,027
종교		2,126,408	3,415,483	4,147,977	4,932,527
애완동물		-	-	-	198,583

자료 : 한국은행, 각 년도, 『산업연관표』

기타산업 역시 경제위기에도 불구하고 성장세를 계속 이어가면서 경제위기에도 별다른 영향을 받지 않았다. 지속적으로 성장하고 있는 휴대전화 매출과 경제상황에 크게 영향을 받지 않는 종교의 특성 때문이다.

스포츠산업은 하계유니버시아드 유치 및 개최, 세계 육상선수권 대회 유치 및 개최, 동계올림픽 유치 등 스포츠 메가 이벤트를 유치하거나 개최함으로써 스포츠경기산업이 빠른 성장세를 유지하였을 뿐만 아니라 지난 2008년 이후로 아웃도어 열풍이 불어서 스포츠용품산업 역시 빠르게 성장하였기 때문에 경제위기에도 불구하고 성장세를 계속 이어갈 수 있었다.



자료 : 한국은행(2008, 2011), 『산업연관표』

■ [그림 3-1] 2005년 및 2009년 여가부문 산업별 공급규모 ■

2) 여가산업 부가가치

재화와 서비스를 생산하기 위해서 원재료와 연료 등 중간투입물과 노동과 자본 등 본원적 투입물을 사용하게 된다. 다시 말해, 다른 부문 생산물을 사서 노동력을 투입하여 여가부문 재화와 서비스를 생산하고 그 생산물을 시장에 내다팔아서 이익을 얻으면 그 이익 중 일부로 생산에서 소모된 건물과 기계의 감가상각비를 비축하고 이익에 대한 세금을 지불한다. 중간투입물의 투입액과 본원적 투입물의 부가가치 액을 합하면 총 투입액이 된다. 이 때 각 산업부문이 해당 부문의 재화와 서비스를 생산하기 위해서 다른 부문으로부터 구입한 원재료 및 연료 등 중간투입액을 총투입액으로 나눈 것을 투입계수(율)라 한다. 또한 본원적 투입물의 대가에 해당하는 근로자임금·영업이익·감가상각비·순생산세 등 부가가치 액을 총 투입액으로 나눈 것을 부가가치계수(부가가치율 또는 소득률)라 한다. 이것을 비율로 환산하여 중간투입계수와 부가가치계수가 되는데, 중간투입율과 부가가치율을 합치면 항상 100이 된다.

2009년 우리나라 전 산업 평균 중간투입률은 62.2%(투입계수 0.622)였다. 당연한 결과로 부가가치율은 37.8%(부가가치계수 0.378)이었다. 이를 여가부문 투입계수와 비교해보면, 기타산업을 제외한 모든 여가부문 산업의 투입계수가 전산업 평균 투입계수보다 낮았다. 즉, 전체 산업 평균보다 여가부문에서 더 많은 부가가치가 생산되고 있다. 여가부문 산업 중에서 관광산업 부가가치율(53.94%)이 가장 높고, 관광산업 내에서는 숙박의 부가가치율(67.02%)이 가장 높다. 관광산업은 관광산업 재화와 서비스를 생산하는 과정에서 전산업 평균보다 거의 두 배 가량 높은 부가가치가 창출된다.

■ <표 3-7> 여가부문 투입계수표 ■

여가부문	2009년	2005년	2003년	2000년	여가활동	2009년
스포츠	0.5374	0.5415	0.5152	0.5155	시설	0.4496
					용품	0.7327
					경기	0.4298
관광	0.4606	0.4440	0.4989	0.5099	여행	0.3692
					식사	0.6575
					숙박	0.3298
					교통	0.4860
예술	0.5765	0.5585	0.5813	0.5838	고전음악	0.6859
					회화	0.5106
					무용 및 기타공연	0.4139
					공예	0.6305
엔터테인먼트	0.5795	0.5618	0.5719	0.5916	도예	0.6414
					TV라디오	0.7016
					외식 및 식도락	0.5778
					영화	0.7381
					연극 및 기타공연	0.4453
					대중음악 뮤지컬	0.7043
					기타관람	0.4068
					독서	0.5796
					사진	0.7674
					리조트 및 테마파크	0.3551
					게임	0.7067
					도박	0.3596
					놀이	0.5749
패션	0.6649					
미용	0.5317					

여가부문	2009년	2005년	2003년	2000년	여가활동	2009년
기타	0.6294	0.5975	0.5147	0.5240	원예	0.6899
					사교	0.6257
					휴식	0.6659
					교육	0.3793
					종교	0.5112
					애완동물	0.9045

자료 : 한국은행, 2003; 2007; 2008; 2011, 『산업연관표』.

3) 여가산업 전·후방 연쇄효과

여가산업의 전방연쇄효과란 여가산업 생산물이 여타 산업생산에 중간재로 쓰이는 정도를 말한다. 전방연쇄효과는 생산유발계수 행 합계를 전 산업평균 생산유발계수로 나눈 값으로서 감응도계수라 부른다. 생산물이 중간재로 널리 쓰이는 산업일수록 감응도계수가 크다. 반면에 후방연쇄효과란 여타 산업생산물을 사서 여가산업 생산에 중간재로 쓰는 정도를 말한다. 생산유발계수 열 합계를 전 산업 평균 생산유발계수로 나눈 값으로서 영향력계수라 부른다. 생산유발효과가 큰 산업일수록 영향력계수가 크다. 전·후방연쇄효과를 보여주는 감응도계수와 영향력계수 모두 1을 기준으로 한다. 따라서 1보다 크면 연쇄효과가 크다고 할 수 있고, 1보다 작으면 연쇄효과가 작다고 할 수 있다.

여가부문에 속하는 산업 중에서 전·후방연쇄효과가 큰 것만을 뽑아보면 아래 표와 같다. 전반적으로 보았을 때 여가산업의 전·후방연쇄효과는 크지 않다.

여가부문에 속하는 산업 중에서 감응도계수가 높은 것은 관광산업이 유일하다. 그나마 영향력계수가 높은 여가산업은 단 한 개도 없다. 전·후방연쇄효과로 여가산업의 산업유형을 살펴보면, 관광산업을 제외한 스포츠산업·예술산업·엔터테인먼트산업·기타산업 등 여가산업들은 전·후방연쇄효과 모두 낮은 산업유형에 속하는데, 행정·국방·도매·소매·교육 등이 이 산업유형에 속한다. 관광산업의 경우에 전방연쇄효과는 높고 후방연쇄효과는 낮은 산업유형에 속하는데, 여기에는 전기·전자·정밀기계·수송 장비 등이 속한다.

여가산업 내 여가활동으로 세분해서 살펴보면, 감응도계수가 1 이상 되는 것은 관광산업에 속하는 식사(3.5654)와 엔터테인먼트산업에 속하는 게임(1.0063) 그리고 기타산업에 속하는 애완동물(2.8641) 등으로 32개 중 3개에 불과하다. 영향력계수가 높은 여가산업 내 활동은 상대적으로 많은데, 특히 텔레비전·영화·대중음악·사진·패션·게임 등 엔터테인먼트산업에 집중되어 있다. 여가부문에 속하지 않는 여타 산업에서 수요가 발생했을 때 관광산업에서 생산된 재화와 서비스에 대한 수요가 많아지지만, 관광산업에서 수요가 발생하더라도 여타 산업에는 큰 영향을 미치지 않는다.

■ <표 3-8> 전방연쇄효과가 큰 여가산업 ■

여가부문	구분	감응도계수
관광산업	식사	3.5654
엔터테인먼트산업	게임	1.0063
기타산업	애완동물	2.8641

자료 : 한국은행(2011), 『2009 산업연관표』

■ <표 3-9> 후방연쇄효과가 큰 여가산업 ■

여가부문	구분	영향력계수
스포츠산업	용품	1.1606
예술산업	고전음악	1.0308
엔터테인먼트산업	TV 라디오	1.0590
	영화	1.0831
	대중음악	1.0592
	사진	1.1461
	패션	1.0767
	게임	1.0673
기타산업	휴식	1.0506

자료 : 한국은행(2011), 『2009 산업연관표』

지난 2008년 이래로 우리나라를 찾는 외국인들이 거의 매년 백만 명씩 증가해서 2012년에는 마침내 천만 관광객시대를 맞았다. 관광산업에서 수요가 폭발적으로 증가했고 그에 따라 관광산업에 속하는 숙박은 수요가 덩달아 폭발적으로 증가했지만, 여타 산업에서 수요가 발생하지는 않았다. 관광산업의 산업유형이 전방연쇄효과가 높고 후방연쇄효과는 낮은 유형에 속하기 때문이다.

최근 한류열풍으로 우리나라 엔터테인먼트생산물에 대한 수요가 국·내외에서 급격하게 증가하고 있다. 특히 K-pop 때문에 우리나라를 찾는 관광객이 많아져서 전체 인바운드 여행객의 약 10%를 차지하는 것으로 알려지고 있다. 즉, 엔터테인먼트산업 생산물에 대한 수요가 증가하면 여타 산업도 덩달아서 증가한다. 엔터테인먼트산업의 경우는 관광산업과 반대되는 산업유형에 속하기 때문이다.

따라서 산업유형의 변동 추이를 예의 주시함으로써 적절한 정책을 수립하고 시행할 필요가 있다. 관광산업이 성장한다면 여타 산업에서 관광수요를 뒷받침할 수 있는 대책을 수립하기 보다는 관광산업 내부에서 생산능력을 키워야 하지만, 엔터테인먼트산업이 성장한다면 여타 산업에서 엔터테인먼트산업의 성장을 뒷받침할 수 있도록 생산능력을 키울 필요가 있다.

제3절 여가산업 동향

1. 해외 여가산업 동향

1) 미국 여가산업 동향

지난 1972년부터 여가시장조사보고서를 발간하고 있는 미국 시장조사기관 리처드밀러사(Richard K. Miller & Associates)의 『2012-2013 여가시장 연구핸드북』(Leisure Market Research Handbook)에서는 여가산업을 95개의 하위영역으로 분류하고 있으며, 그 범위는 여가 소비, 여가참여, 여가 시장 특징 및 트렌드, 인구통계별 여가시장, 여가 활동별 지출, 여가 시간 사용 등으로 매우 광범위하다. 일본과 달리 하위 산업이 많고, 각 하위영역별로 중복되기도 한다. 그 이유는 여가시장에 대한 데이터 수집방법에서 비롯되었다고 볼 수 있다. 데이터의 수집은 미국의 국가통계와 각 하위 영역별 여가비즈니스를 하고 있는 기업 또는 단체를 회원으로 하고 있는 협회의 자료를 가지고 분석했기 때문이다. 2013년에 발간한 각종 여가시장 조사보고서는 모두 10종류이며 아래와 같다.

■ <표 3-10> Richard K. Miller & Associates의 여가시장조사 보고서 ■

2013년 여가시장 조사보고서

『여가시장 연구핸드북』(The Leisure Market Research Handbook)
 『엔터테인먼트, 미디어, 광고시장 연구핸드북』(The Entertainment, Media and Advertising Market Research Handbook)
 『레스토랑, 음식, 음료시장 연구핸드북』(The Restaurant, Food and Beverage Market Research Handbook)
 『여행, 관광시장 연구핸드북』(The Travel and Tourism Market Research Handbook)
 『소매업시장 연구핸드북』(The Retail Business Market Research Handbook)
 『헬스케어 비즈니스시장 연구핸드북』(Healthcare Business Market Research Handbook)
 『스포츠 마케팅』(Sports Marketing)
 『카지노, 게임, 도박』(Casino, Game & Wagering)
 『소비자 행동』(Consumer Behavior)
 『국제 소비자 시장』(International Consumer Market)

주요 여가부문의 하위산업을 살펴보면 ‘엔터테인먼트, 미디어, 광고’ 부문은 텔레비전, 라디오, 프린트와 디지털 미디어, 광고, 영화, 음악, 극장, 공연예술 등이고, ‘레스토랑, 음식, 음료’ 부문은 레스토랑(캐주얼, 패밀리, 퀵서비스 등), 음식공급(공항, 스포츠경기장), 커피숍, 편의점, 푸드 코트 등이고, ‘여행, 관광’ 부문은 항공사, 공항, 관광(비즈니스, 체험, 의료, 봉사, 스파 및 웰니스 등), 축제 및 이벤트, 호텔 및 리조트, 여행(철도, 기차, 가족, 음식, 스포츠, 스키, 스쿠버다이빙 등), 동식물원 및

공원, 극장, 여행사, 박물관 등이고, ‘스포츠마케팅’ 부문은 광고 및 스폰서십, 스포츠 용품, 라이선스, 스포츠여행, 경기장, 티켓, 스포츠 미디어(텔레비전, 라디오, 신문), 프로 스포츠(메이저리그, 농구, 축구, 하키, 농구 등), 개인스포츠(사이클링, 골프, 테니스) 등이고, ‘여가소매업’ 부문은 공예 및 취미숍, 백화점, 애완용품, 장난감 및 비디오 게임, 의류 및 신발, 장신구, 건강, 이미용, 가정용 가구 및 의류, 슈퍼마켓, 스포츠용품 등이 있다.

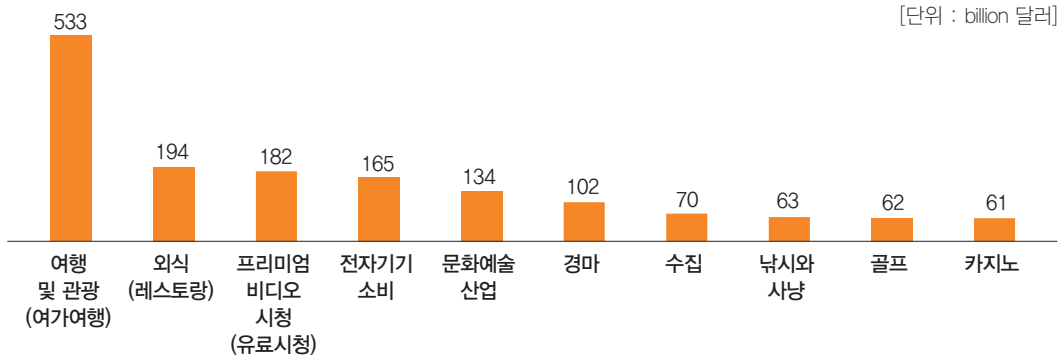
■ <표 3-11> 주요 여가부문 하위산업별 분류 예시 ■

엔터테인먼트, 미디어, 광고	<ul style="list-style-type: none"> - 텔레비전 - 라디오 - 프린트, 디지털 미디어 - 광고 - 영화 - 음악 - 극장 & 공연예술 :
레스토랑, 음식, 음료	<ul style="list-style-type: none"> - 캐주얼 레스토랑 - 커피숍 - 패밀리 레스토랑 - 스포츠 경기장 음식 공급 - 쇼핑몰 푸드코트 :
여행, 관광	<ul style="list-style-type: none"> - 항공사 - 문화예술축제 - 자동차렌탈 - 비즈니스 관광 - 캠핑 - 호텔 & 리조트 - 휴가교육(learning vacations) - 여행사 :
스포츠 마케팅	<ul style="list-style-type: none"> - 광고 & 스폰서십 - 스포츠 용품 - 스포츠 경영 - 스포츠 미디어 - 프로리그 스포츠 :
여가소매업	<ul style="list-style-type: none"> - 공예 & 취미 숍 - 애완용품 - 장난감 & 비디오 게임 - 의류, 신발 & 장식품 - 스포츠 용품 :

자료 : Richard K. Miller & Associates(2013), 『2012-2013 Leisure Market Research Handbook』

(1) 미국 여가시장 동향

리처드밀러사(Richard K. Miller & Associates)의 『2012-2013 여가시장 연구핸드북』(Leisure Market Research Handbook)에 따르면 2010년 미국여가시장은 약 2,875조 원(2조 5,000억 달러)으로 추정되며, 미국의 2010년 소매업 약 5,060조 원(4조 4,000억 달러)과 미국 국가 의료보험 지출 약 2,990조 원(2조 6,000억 달러)과 비교해 보면 미국의 여가시장은 무척 큰 규모라 할 수 있다. 미국의 주요 여가시장의 규모를 살펴보면 여가를 위한 여행 및 관광이 약 612조 원(5,330억 달러)으로 제일 큰 규모를 차지하고 있으며, 그 다음이 외식관련 시장이 약 223조 원(1,940억 달러)의 규모로 2위이다. 미국의 주요 여가시장의 규모는 아래와 같다.



자료 : Richard K. Miller & Associates(2013), 『2012-2013 Leisure Market Research Handbook』
 ※ 1달러 = 1,150원

■ [그림 3-2] 미국 주요 여가시장 규모 ■

여가시장 연구핸드북에 나타난 2011년 미국의 상위 10개의 여가활동을 살펴보면 수집, 휘트니스 걷기, 정원가꾸기, 영화관에서 영화관람, 해변가기(Going to the Beach), 공원에서 아웃도어 활동, 독서, 소셜네트워킹, 여행, 텔레비전 시청이었다.

■ <표 3-12> 2011년 미국의 상위 10개의 여가활동 ■

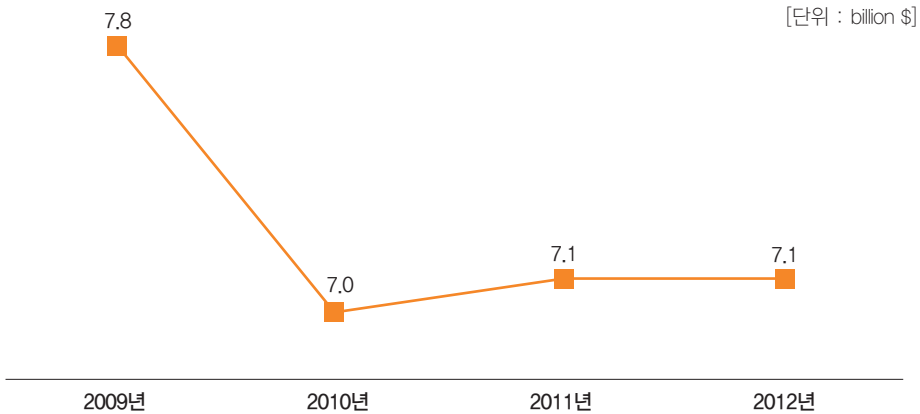
2011년 상위 10개 여가활동
- 수집, 걷기 운동, 정원가꾸기, 영화관에서 영화관람, 해변에 가기, 공원에서 아웃도어 여가즐기기, 독서, 소셜 네트워크, 여행, 텔레비전 시청

자료 : Richard K. Miller & Associates(2013), 『2012-2013 Leisure Market Research Handbook』

(2) 미국 여가산업별 규모와 활동

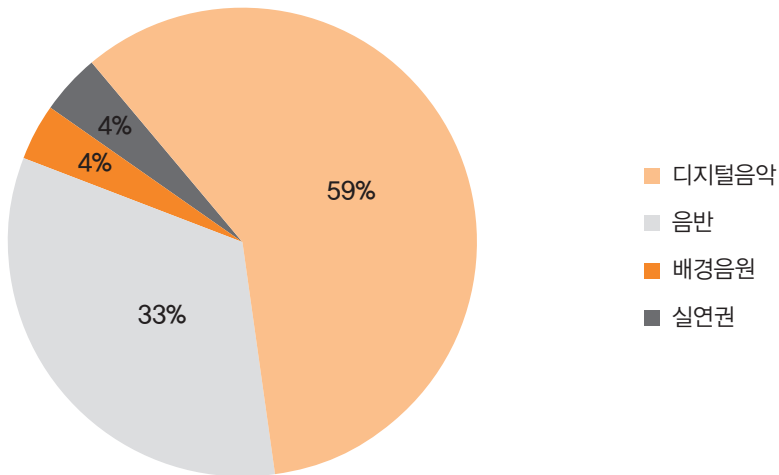
미국의 여가산업 중 큰 규모를 차지하고 있는 산업과 미국인들이 많이 참여하는 활동을 중심으로 각
각의 산업을 세분화하여 살펴보면 다음과 같다.

2012년 미국 대중음악시장은 전 세계 1위의 시장으로 그 규모는 약 8조 1,650억 원(71억 달러)으
로 2011년과 비슷한 규모를 유지하였다.



자료 : RIAA(2013), 『2012 RIAA Music Industry Shipment and Revenue Statistics』

■ [그림 3-3] 미국 대중음악 시장 규모(2009~2012) ■

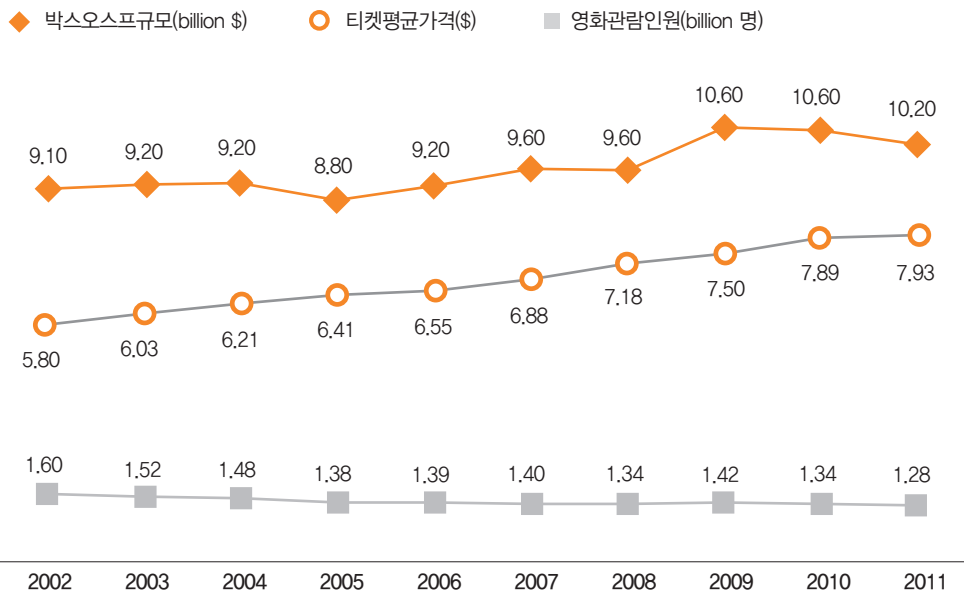


자료 : RIAA(2013), 『2012 RIAA Music Industry Shipment and Revenue Statistics』

■ [그림 3-4] 2012년 미국 대중음악의 분야별 현황 ■

디지털음악규모는 지속적으로 증가하고 있는 추세인데, 2012년 디지털 음악시장 규모는 2010년에 비해 약 14% 증가한 약 4조 6,000억 원(40억 달러)으로 2012년 전체 미국 대중음악시장규모의 59%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. iTunes, Amazon 등의 서비스를 통한 디지털음악다운로드의 매출이 전체 디지털음악 시장매출액의 80%를 차지하고 있으며 2012년의 Google Play, XboxMusic 등 새로운 음악서비스의 등장도 디지털음악 시장의 규모를 키우는데 많은 기여를 하였다. 서브스크립션 서비스와 스트리밍 서비스 시장 규모는 2012년에 약 6,564억 원(5억 7,080만 달러)정도로 2011년의 약 4,130억 원(3억 5,920만 달러)에 비해 58.9% 증가하였다. 디지털 음악 다운로드 규모는 2011년의 약 3조 원(26억 달러)에 비해 8.6% 증가한 약 3조 3,350억 원(29억 달러)이며, 디지털 음반은 전년 대비 12.5% 증가한 약 1조 3,800억 원 (12억 달러)에 달한다. 2012년 디지털 음반은 전체 음반시장 규모의 35%를 차지하고 있다. 오프라인 음반시장은 조금씩 감소하고 있는데, 2012년에는 2011년 약 3조 9,100억 원(34억 달러)규모에서 16.5% 감소한 약 3조 2,200억 원(28억 달러)의 규모이다.

미국 영화산업의 규모를 살펴보면 2010년 북미(미국과 캐나다) 박스 오피스 규모가 약 12조 원(106억 달러)이며, 영화관람인원은 약 13억4,000만 명, 티켓 평균 가격은 약 9천 원(7.89 달러)이었다. 2002년부터 2009년까지 북미 박스오피스와 관람인구, 티켓 평균가격은 아래와 같다.

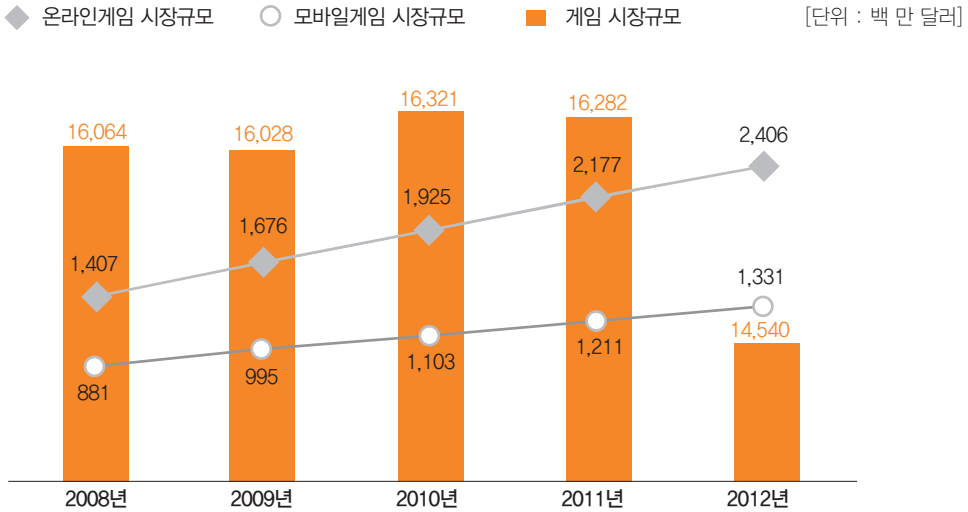


자료 : MPPA(Motion Picture Association of America), 『Theatrical Market Statistics 2011』

■ [그림 3-5] 2002년부터 2011년까지 미국 영화 박스오피스, 관람인원, 티켓 평균가 ■

미국 영화관 전체 수익의 66%는 티켓 판매에서 나오며 식음료 판매는 29%, 그 외 5%를 차지하고 있다. 미국의 6,039개 영화관에는 43,547개의 실내 스크린이 운영되고 있으며, 전체 스크린 수의 79%는 스크린이 5개 이상이 있는 멀티플렉스 영화관에 있는 것들이다. 미국인의 47%는 한 달에 한 번 정도 영화관에 가고, 10%는 한 달에 한번 이상 가며, 32%는 일 년에 한 번 정도 영화관에 가는 것으로 조사되었다.

PWC가 2013년에 발표한 ‘Global Entertainment and Media outlook’ 을 보면 2012년 북미의 게임 시장은 2011년에 비해 10.7%나 감소했는데, 이 역시 북미 게임 시장의 60%~70%를 차지하는 콘솔게임의 매출이 저조했기 때문인 것으로 나타났다. 그러나 모바일게임 시장은 빠르게 성장할 것으로 전망되는데 2012년에는 전년보다 약 9.8% 증가한 1조 5,300억 원(13억 달러) 으로 추정하고 있다. 온라인 게임 시장도 지속적으로 증가하고 있는 추세이기는 하나 북미지역은 이미 시장 성숙기에 들어가 향후 7~8%정도의 성장률을 유지할 것으로 추정된다.

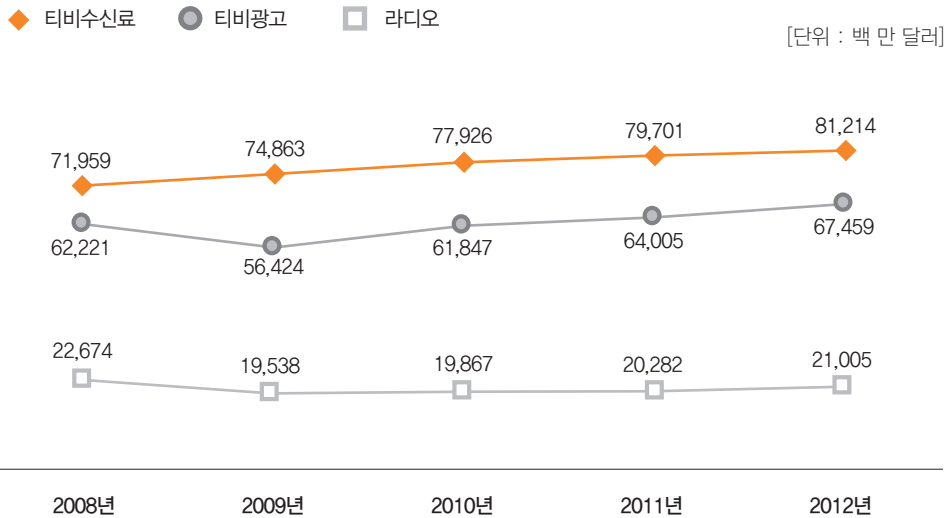


자료 : PWC(2013), 『Global Entertainment and Media outlook』
 ※ 2012년은 잠정치임

■ [그림 3-6] 북미지역 게임시장 규모(2008~2012) ■

현재 미국의 방송영상산업은 케이블TV산업이 성장하면서 지상파TV의 위상이 점차 줄어들고 있는 추세이다. 케이블방송이 다채널 프로그램 배급시장의 60%를 점유하면서 방송영상산업 특히 TV산업의 중심으로 자리매김하고 있다. 다른 프로그램 배급사업자에 비해 아직은 시장점유율이 적지만 Hulu,

Amazon, Apple TV 등의 서비스를 통한 온라인 비디오 서비스 시장의 폭발적인 성장 또한 눈여겨 볼 만하다. 미국의 시청자들은 수백 개의 채널을 통한 수 만개의 프로그램을 시청할 수 있는 기회를 맞이하게 되었다. 지상파TV 시청자가 점점 줄어들면서 지상파TV의 광고매출의 증가율도 조금씩 감소하고 있다. 미국의 2011년 텔레비전 광고시장규모를 살펴보면 약 73조 6,000억 원(640억 달러)이며 2008년의 경제위기 후인 2009년도를 제외하면 지속적으로 텔레비전 광고시장은 커져가고 있지만, 케이블 TV와 온라인TV와 같은 매체의 광고 매출 증가율보다 지상파TV의 증가율은 점점 낮아지고 있다. PWC가 2013년에 발표한 『TV Subscription and License, Television Advertising, Radio Entertainment outlook, 2008-2017』을 보면 다음의 표와 같다.

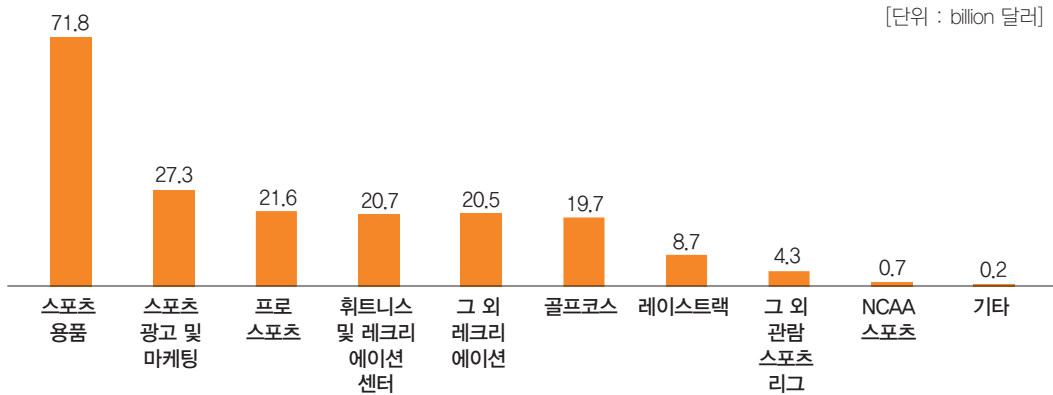


자료 : PWC(2013), 『TV Subscription and License, Television Advertising, Radio Entertainment outlook, 2008-2017』
 ※ 2012년은 잠정치임

■ [그림 3-7] 북미지역 방송시장 규모(2008~2012) ■

미국의 관광산업을 살펴보면, 2011년 미국인은 약 19억 9,000만 번의 여행을 했고 여행경비로 약 914조 1,300억 원(7,949억 달러)을 지출하였다. 이 중에서 여가를 위한 여행은 전체 여행의 77%인 약 15억 3,000만 번이고, 여가여행 경비는 전체 미국인 여행경비 지출의 67%인 약 914조1,300억 원(7,949억 달러)을 지출했다. 이중에서 국내여행은 88%, 해외여행은 12%를 차지하고, 국내여행 중 음식서비스 지출이 25%, 공공 교통과 개인 교통 지출이 각각 19%씩, 숙박 지출이 18%, 엔터테인먼트와 레크리에이션 지출이 12% 순서로 나타났다. 어드벤처여행은 최근 미국관광산업에서 가장 빠른 속도

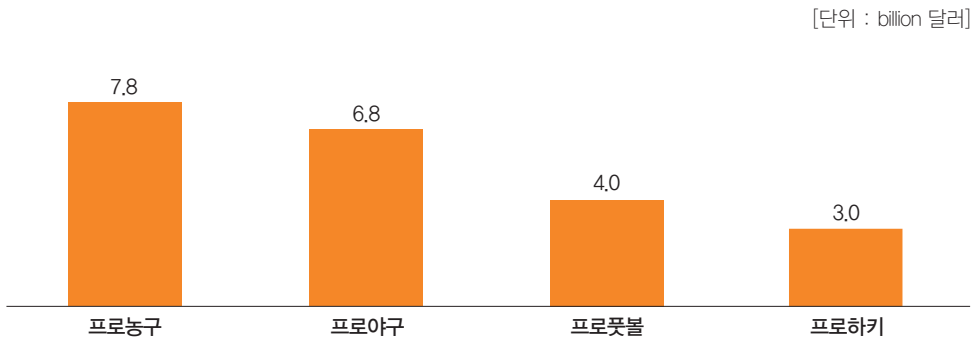
로 성장하고 있는 분야인데 미국 성인중 약 7,350만 명은 아웃도어 어드벤처 휴가를 즐기고 있으며, 이들 중 18%는 캠핑, 9%는 하이킹과 백패킹, 5%는 자전거 타기 활동을 휴가 중에 하고 있는 것으로 나타났다. 2011년 미국 내 호텔은 5,214개이며, 객실 수는 4,874,837개다. 미국 전체 숙박매출은 2011년 약 158조 원(1,375억 달러)이며, 평균 객실단가는 약 116,950원 (101.70 달러)정도이고, 평균 객실점유율은 60%에 달한다.



자료 : Richard K. Miller & Associates(2013), 『Sports Marketing 2013』

■ [그림 3-8] 2011년 미국 스포츠 산업의 부문별 규모 ■

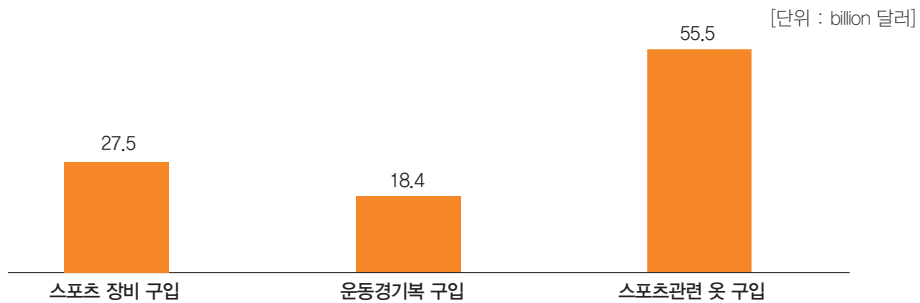
미국 스포츠산업의 규모는 약 471조원(4,100억 달러)정도이다. 미국 스포츠산업에서 프로농구의 매출이 약 8조 9,700억 원(78억 달러)으로 프로스포츠 중에서는 매출이 가장 높으며, 그 다음으로는 프로야구로 약 7조 8,200억 원(68억 달러), 프로풋볼 약 4조 6,000억 원(40억 달러), 프로하키 약 3조 4,500억 원(30억 달러) 순으로 나타났다.



자료 : Richard K. Miller & Associates(2013), 『Sports Marketing 2013』

■ [그림 3-9] 2011년 미국프로스포츠 산업의 부문별 규모 ■

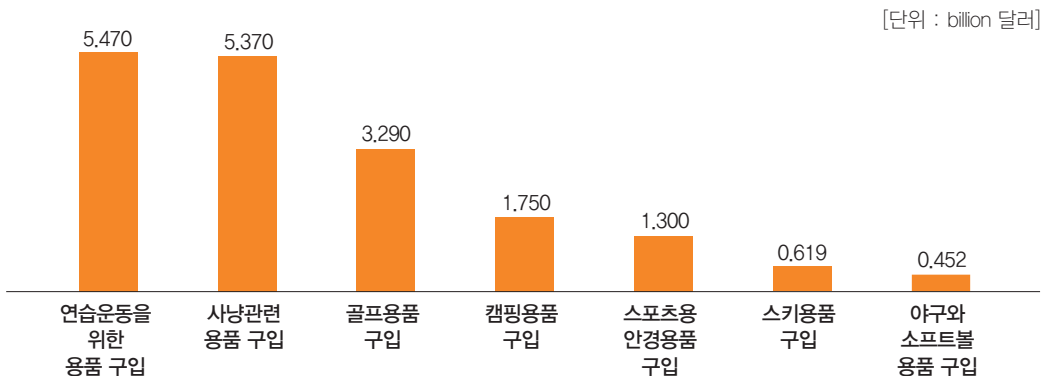
미국 스포츠용품산업 2012년 전체 매출액은 약 116조 6,000억원(1,014억 달러)으로 추정된다. 또한 미국인들이 스포츠용품 중 장비를 사는데 쓰는 비용은 약 31조 6,000억 원(275억 달러)이고 운동 경기복을 사는데 쓰는 비용은 약 21조 1,600억 원 (184억 달러), 스포츠관련 옷을 사는데 쓰는 비용은 약 63조 8,250억 원(555억 달러)으로 나타났다.



자료 : Richard K. Miller & Associates(2013), 『Sports Marketing 2013』

■ [그림 3-10] 2012년 미국인들의 스포츠 관련 소비규모 ■

이 중에서 스포츠 관련 장비를 구입하는데 쓴 비용을 자세히 살펴보면, 연습운동을 위한 용품을 사는데 쓴 비용은 약 6조 2,900억 원(55억 달러)으로 가장 많았으며, 그 다음으로 사냥관련 용품이 약 6조 1,755억 원(54억 달러), 골프용품이 약 3조 7,835억 원(33억 달러) 순서였으며, 캠핑용품은 약 2조 원(18억 달러), 야구와 소프트볼용품은 약 5,198억 원(4억 5,200만 달러)으로 나타났다.



자료 : Richard K. Miller & Associates(2013), 『Sports Marketing 2013』

■ [그림 3-11] 2012년 미국인들의 스포츠 관련 소비규모 ■

2012년 1월을 기준으로 미국에는 15,571개의 골프장이 있으며, 이 중에 공공골프장이 11,577개이다. 단일 국가로는 세계에서 가장 많은 골프장을 보유하고 있다. 2011년 미국 골프산업 규모는 약 79조 원(688억 달러)로 추정되며 2005년의 약 87조 2,850억 원(759억 달러)와 비교하면 약 8조2,800억 원 정도가 감소한 셈이다.

미국 골프산업의 경제적 파급효과는 약 203조 3,200억 원(1,768억 달러) 정도로 추정되며, 이 역시 2005년의 224조 3,650억 원(1,951억 달러)과 비교하면 약 21조 정도의 경제적 파급효과가 감소한 것이다.

2) 일본 여가산업 동향

일본은 여가산업을 스포츠산업 · 관광행락산업 · 취미창작산업 · 오락산업 등으로 분류하여 매년 조사를 실시하고 백서를 발간하고 있다. 일본의 레저백서는 국민의 레저 활동을 수요와 공급의 양면으로 종합적 분석을 하는 유일한 출판물이다.

■ <표 3-13> 일본 레저산업 분류표 ■

대분류	중분류	소분류
스포츠	구기스포츠 용품	골프 용품, 테니스 용품, 탁구배드민턴 용품, 야구소프트볼 용품, 구기 볼 용품
	산악 · 해양스포츠 용품	스키 · 스케이트 · 스노우보드, 등산캠핑 용품 낚시 용품, 해양 및 수중 용품
	기타 스포츠 용품	스포츠 카, 기타 스포츠 용품
	스포츠 의류	트레이닝 경기복, 스포츠화
	스포츠 시설 · 학교	골프장, 골프연습장, 볼링장, 테니스클럽 및 학교, 수영장, 휘트니스 클럽, 스키장(삭도 수입)
	스포츠관람료	-
취미 · 창작	취미 · 창작 용품	악기, 카메라, 비디오카메라, 필름, 그림 용품, 원예 용품, 취미 · 창작 용품(공예 · 도예 등)
	감상 · 레저 용품	악기, 텔레비전, VTR, 음악 테이프, 비디오 서프트 (렌탈), CD (렌탈 포함), 음악 배신
	신문 · 서적	신문, 서적, 잡지
오락	게임	파칭코 (구슬대여료), 마작 게임료, 게임센터 · 게임코너, 텔레비전 게임 · 게임 소프트
	도박	중앙경마, 지역경마, 경륜, 경정, 오토바이 경주, 복권
	음식	외식, 찻집 · 술집 · 바
	가라오케 박스	-

대분류	중분류	소분류
관광·행락	자동차 관련	승용차, 오토바이, 가솔린, 승용차정비
	국내 관광·행락	철도, 전세버스, 국내 항공, 유원지·레저랜드, 여관, 호텔, 펜션·민박, 회원제 리조트, 여행업 (수수료 수입)
	해외여행 및 국내항공사 국제선 수입	

경험적 조사연구는 여가산업 수요자에 대한 조사와 공급자에 대한 조사를 크게 나누어서 진행하고 있으며, 매년 이슈가 되고 있는 여가관련 주제에 대하여 이론적 조사연구를 실시하여 백서에 신고 있다. 수요자에 대한 경험적 조사연구는 15세에서 79세 사이의 전국 남녀 3,000명 정도를 대상으로 조사하고 있으며, 2010년부터는 인터넷 조사로 전환하였다. 공급자에 대한 경험적 조사연구는 여가업계 및 여가관련 단체에 대한 의식조사와 공개되어 있는 각종 데이터를 취합하여 진행한다. 이슈가 되고 있는 여가관련 쟁점에 대한 이론적 조사연구는 특별리포트 형식으로 매년 레저백서에 게재하고 있다. 최근의 특별리포트로는 불황속의 레저, 프런티어(2009), 2020년의 여가, 인구감소 사회의 도전(2010), 지진피해와 여가(2012) 등이 있다.

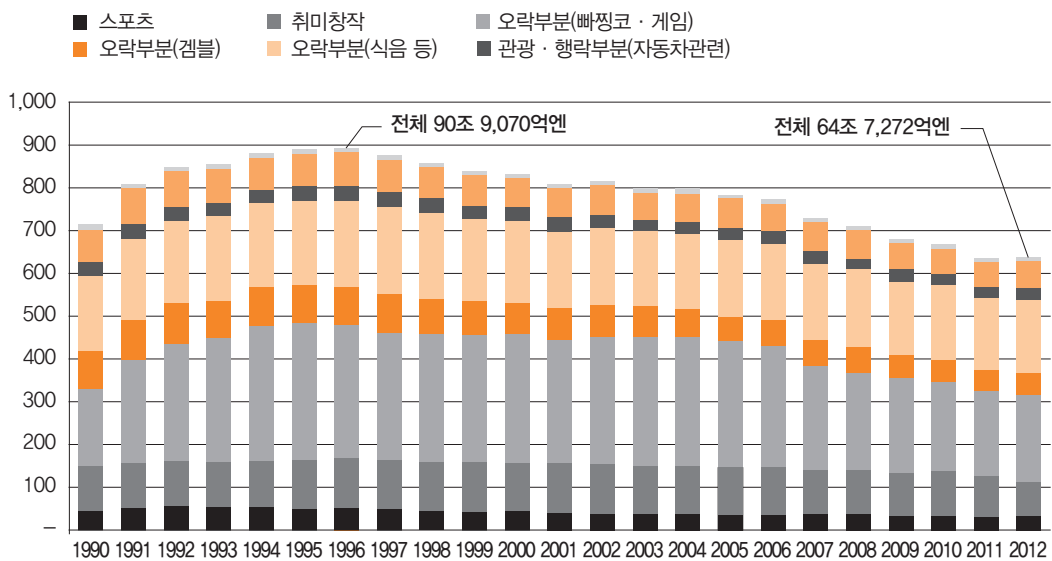
■ <표 3-14> 일본레저백서 특별리포트 ■

구분	주제	주요 내용
2009년	불황 속의 레저, 프런티어	<ul style="list-style-type: none"> - 경기불황으로부터의 탈출에 초점으로 두고 여러 각도에서 분석 - 레저, 관광에 있어 기본적인 수요 개척 전략으로 불황에도 흔들리지 않는 견고한 팬, 충성고객을 구축하는 '회수시장전략' 과 완전히 새로운 프런티어의 개척을 목표로 하는 '신규고객개척전략' 을 세움 - 젊은 층의 레저, 관광 이탈로 이전 같은 젊은 층의 신규 가입은 기대가 어려운 상황이고, 불황의 영향으로 사람들의 소비심리도 침체됨 - 신규고객 개척의 판로모색을 위해 사람들의 '향후 여가 생활의 충실화의 방향' 을 조사함 - 불황이 심해지자 지금까지 개척할 수 없었던 '프런티어' 로의 대응도 진행 - 신규 고객 개척에 성공한 사례 등장과 '여성', '경험', '생활영역' 의 3가지 프런티어에 관한 사례 등을 소개함
2010년	2020년의 여가, 인구감소 사회의 도전	<ul style="list-style-type: none"> - 향후 10년의 상황을 가정하고 여가 수급구조의 변화에 대하여 전망함 - 설문조사에서 사회참여자 실의 등 차후 사람들의 여가기치관 변화의 방향성이 부각됨 - 기존의 '여가=오프(off)' 라는 단순한 분리법이 통용되지 않으며 이후에 여가의식과 가치관에서는 'on& off' 의 경계가 없어질 것이라고 예상함 - '건강, 지역', '교육, 학습', 'IT', '환경' 이라는 테마에 따라 "2020년의 여가" 의 대응방향성을 찾음
2011년	레저의 디지털화	<ul style="list-style-type: none"> - 스마트폰, 트위터 등 정보 통신 기기 및 서비스가 급속히 보급되는 레저의 "디지털화" 를 분석함 - 설문조사에서 여가 활동 종목단위의 "디지털 활용도" 를 조사 - 정보통신 기기 및 서비스의 활용, 상황 등을 소개하고 레저의 "디지털" 과 "실제" 관계 중심으로 분석 하고 전망함(1위는 축구베테(토도) 62.8%, 2위는 학습, 조사는 59.1%)
2012년	지진피해와 여가	<ul style="list-style-type: none"> - 지진 피해 후 여가활동의 증감에 대한 인식을 알아봄 (지진에 의한 여가 활동은 영향을 받았지만 부흥을 위한 노력 속에서 여가 활동도 일정한 역할을 했던 것으로 파악됨) - 시간의 지남에 따른 레저 활동에 대한 사람들의 가치관의 변화를 알아봄

자료 : 일본생산성본부(2009~2012), 『일본레저백서』

(1) 일본 여가시장 동향

2012년 일본 여가시장은 일본 국내 시장정체와 관광 행락의 호조현상으로 요약할 수 있다. 일본의 2012년 여가시장은 64조 7272억 엔(전년도 비교 0.3%감소)으로 거의 변동이 없으며, 동일본 지진과 원자력발전소 사고의 영향으로 대부분 분야의 매출이 감소하였다. 전년도에 비해 증가한 부분도 있지만 2010년에 비해 증가하지는 않은 것으로 나타났다.



자료 : 일본생산성본부(2013), 『2013 일본레저백서』

■ [그림 3-12] 일본 여가시장 추이(1990-2012) ■

스포츠분야는 2011년 대비 0.6% 증가하였다. 스포츠용품은 러닝용품, 등산 캠프용구를 새로 사서 바꾸고 늘리는 수요가 계속해서 증가하였고, 스포츠 보조제, 테니스 클럽 스쿨, 스키장은 전년도에 비해 증가 했지만 2010년에 비해 감소하였다. 취미·창작부문은 전년 대비 10.2% 감소하였는데, TV와 비디오는 급격한 감소현상을 보였으며, 미러리스·DSLR 카메라와 앨범구매는 상승하였고, 방화(일본 영화, 일본그림)와 음악회(콘서트)는 증가하는 현상을 보였다. 오락부문을 살펴보면 전년대비 0.7% 증가하였는데, 파친코·슬롯·공영경기는 전년보다 증가하였고, 게임센터는 감소하였으며, 가라오케(룸)·외식은 약간 증가한 것으로 나타났다. 관광·행락부문은 전년대비 4.5% 증가하였으며, 승용차는 신 에코카의 감세보조금의 효과로 크게 증가하였다. 유원지·테마파크는 2012년에 최고수준의 매

출을 기록하였다. 해외여행은 엔고현상으로 해외로 출국하는 출국자수가 역사상 최고의 숫자를 기록하였으며, 회원제 리조트 클럽도 증가하였다.

■ <표 3-17> 2010년~2012년 일본 여가시장 비교 ■

구분	2010년 (67조 9,750억엔)	2011년 (64조 9,410억엔)	2012년 (64조 7,272억엔)
스포츠	<ul style="list-style-type: none"> - 전년 대비 1.4% 감소 - 러닝 관련 용품, 스포츠 자전거와 아웃도어 용품이 강세 - 골프장, 연습장은 부진 	<ul style="list-style-type: none"> - 전년 대비 3.1% 감소 - 러닝 관련 용품 스포츠 자전거와 아웃도어 용품이 강세를 보임 - 달리기 용품의 붐은 계속되고 있음 - 스포츠 자전거도 계속 증가 	<ul style="list-style-type: none"> - 전년 대비 0.6% 증가 - 스포츠용품(러닝용구, 등산 캠프용구)의 수요가 계속해서 증가
취미·창작	<ul style="list-style-type: none"> - 전년 대비 6.3%로 증가 - 영화는 호조 - TV도 가전 예코 포인트제도의 혜택에 힘입어 최고의 매출을 기록 	<ul style="list-style-type: none"> - 전년 대비 13.8% 감소 - 미러리스 일안 (논 리플렉스)카메라가 호조 - TV는 지상파 디지털 TV의 갑작스런 특수 수요의 반동으로 감소가 컸음 - CD도 침체 현상을 보임 	<ul style="list-style-type: none"> - 전년 대비 10.2% 감소 - TV와 비디오는 급격한 감소 - 미러리스·렌즈교환식 카메라와 앨범구매는 상승 - 방화(일본영화, 일본그림)와 음악회(콘서트)는 증가
오락	<ul style="list-style-type: none"> - 전년대비 4.7% 감소 - 파친코 시장이 20조엔이나 크게 축소됨 - 공영경기, 복권시장도 축소 - 비디오 게임은 하드 단가가 낮아 시장이 축소됨 - 외식 시장은 보험세였으나 여전히 저가 경쟁이 계속됨 	<ul style="list-style-type: none"> - 전년대비 2.6% 감소 - 게임센터는 감소하고 파친코·파치슬로도 연속 감소 - 복권은 2008년부터 1조엔이 되었음 	<ul style="list-style-type: none"> - 전년 대비 0.7% 증가 - 파친코·슬롯·공영경기는 전년보다 증가 - 게임센터는 감소 - 가라오케(룸)·외식은 약간 증가
관광·행락	<ul style="list-style-type: none"> - 전년대비 1.0% 증가 - 테마파크는 어려웠지만, '도쿄 디즈니 리조트'는 최고의 매출을 기록함 - 여행은 증가했고 숙박부문에서 여관시장은 축소 - 승용차 차량 시장에서는 에코카 감세나 에코카 보조금의 효과가 연초부터 지속되어 장기 침체에서 일시적으로 회복 	<ul style="list-style-type: none"> - 전년대비 3.2% 감소 - 대형 테마파크와 실내 시설이 인기를 끌었음 - 국내 여행은 감소했지만 해외여행은 보험세를 유지함 - 여관이나 호텔의 매출은 소폭 감소했음 	<ul style="list-style-type: none"> - 전년 대비 4.5% 증가 - 승용차는 신 에코카의 감세보조금의 효과가 크게 증가 - 유원지·테마파크는 2012년에 최고수준의 매출을 기록 - 해외여행은 엔고현상으로 해외로 출국하는 출국자수가 역사상 최고의 숫자를 기록 - 회원제 리조트 클럽도 증가

자료 : 일본생산성본부(2011년~2013년), 『일본레저백서』

(2) 일본 여가활동 동향

2012년의 일본 여가활동을 살펴보면 2012년은 전반적으로 참가인구가 감소하는 종목이 많은 가운데 국내관광여행(피서, 피한, 온천 등)이 전년도에 비해 증가했고 2년 연속 1위를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 2009년과 2010년의 여가활동 참가 인구의 1위는 '드라이브'였다. 준공 전 부터 화제를 모았던 도쿄스카이트리는 2012년 5월에 개업 후 예상을 뛰어넘는 내방객으로 새로운 명소로 등극하였으며, 10월에는 마루노우치역사가 개업당시에 모습을 복원하여 독특한 점등식이 화제가 되기도 했다.

또한 관광의 새로운 이동수단으로 여러 개의 저가항공(LCC)이 일본 국내 취항을 하였다. 도쿄디즈니 리조트, 유니버설스튜디오저팬, 하우스텐보스 등 각지의 테마파크의 인기는 계속되고 있으며, 유원지를 방문하는 사람의 숫자는 2011년 2,100만 명에서 2012년 110만 명이 증가한 2,210만 명으로 전년도의 21위에서 19위로 올라왔다. 동물원·식물원·수족관·박물관 등도 계속 인기 있는 여가활동 장소로 각광받고 있다. 2013년 일본레저백서에서 20위 이내에 든 여가활동 참여인구는 국내관광여행(피서, 피한, 온천 등), 유원지를 제외하고는 감소경향을 보이고 있다.

■ <표 3-18> 여가활동의 참가인구 상위 20위(2011년~2012년) ■

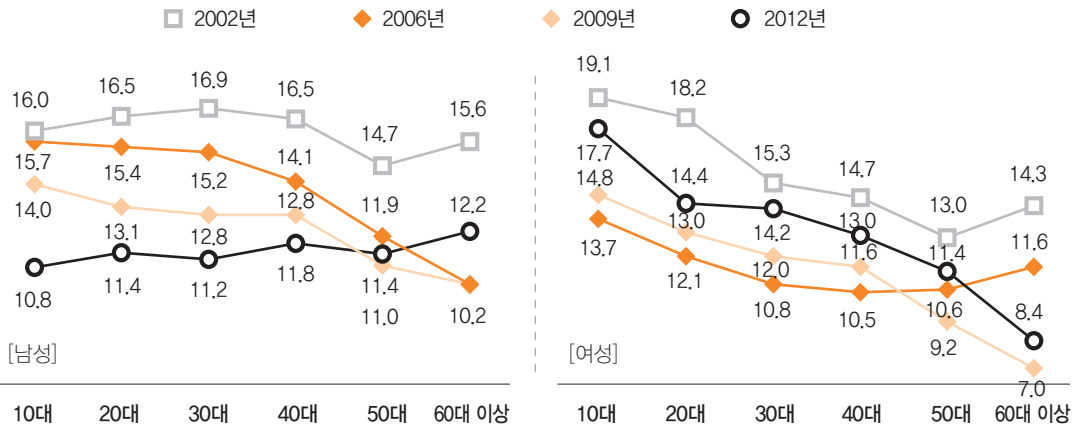
2011년			2012년		
순위	여가활동종목	만명	순위	여가활동종목	만명
1	국내관광여행(피서, 피한, 온천)	5,580	1	국내관광여행(피서, 피한, 온천)	5,670
2	외식(일상적인 것 제외)	5,370	2	드라이브	5,200
3	드라이브	5,360	3	외식(일상적인 것 제외)	5,170
4	영화(TV제외)	4,160	4	영화(TV제외)	4,090
5	음악감상(CD, 레코드, FM등)	4,110	5	음악감상(CD, 레코드, FM등)	4,000
6	비디오감상(렌탈포함)	3,970	6	가라오케	3,660
7	가라오케	3,910	7	동물원, 식물원, 수족관, 박물관	3,650
8	복권	3,840	8	복권	3,530
9	동물원, 식물원, 수족관, 박물관	3,720	9	비디오감상(렌탈포함)	3,420
10	원예, 취미로 정원손질	3,380	10	원예, 취미로 정원손질	3,100
11	TV게임(가정에서)	3,340	11	TV게임(가정에서)	3,080
12	트럼프, 카드, 오셀로, 딱지, 화투등	3,090	12	트럼프, 카드, 오셀로, 딱지, 화투등	3,070
13	음악회, 콘서트	2,840	13	학습, 조사	2,580
14	학습, 조사	2,720	14	음악회, 콘서트	2,570
15	체조(기구를 사용하지 않는)	2,710	15	조깅, 마라톤	2,450
16	바아, 스넥, 펌, 선물집	2,640	16	바아, 스넥, 펌, 선물집	2,420
17	조깅, 마라톤	2,590	17	귀성여행	2,370
18	사진제작	2,430	18	체조(기구를 사용하지 않는)	2,270
19	귀성여행	2,380	19	유원지	2,210
20	피크닉, 바이킹, 야외산책	2,330	20	사진제작(동수), 피크닉, 바이킹, 야외산책	2,150

자료 : 일본생산성본부(2013), 『2013 일본레저백서』

※ 노트북(게임, 취미, 통신 등) 참가 인구는 인터넷조사로 한 것을 고려해서 상위 20위로부터 제외 함

※ 이번년도에 새롭게 추가한 종목 「종합쇼핑센터 ,아울렛 몰」3,920만명, 「워킹」3,380만명, 「온욕 시설(건강랜드, 쿠아하우스(온천에서의 건강증진시설), 스파 대중목욕탕 포함」3,300만명, 「SNS, 트위터 등의 디지털커뮤니케이션」2,510만명, 「바비큐」2,370만명, 「펫(놀이, 돌보기)」2,170만명 등의 참가인구가 상위 20위를 차지하였음

과거 10년간 일본인의 여가활동 참가 현황을 살펴보면 1인당 여가활동 참가 종류 수는 과거 10년간 감소하였으며 60대 이상이 여가의 주역으로 등극했다는 것을 알 수 있다. 연령대별 여성의 평균 참가 종류 수를 살펴보면 2002년은 10대가 가장 많았고 60대 이상은 가장 적었으나 2012년에는 10대가 가장 많은 것으로 나타났다. 연령대 전체를 보면 40대에서는 바닥까지 떨어지는 U자 형태의 곡선 형태로 나타나고 있다. 남성의 평균 참가종류수를 연령대별로 보면 2002년을 시점으로 10대가 15.7종류이고 60대 이상이 10.2종류로 가장 적었으나 2012년에는 60대 이상이 가장 종류 수가 많은 연령대로 나타났다.



자료 : 일본생산성본부(2013), 『2013 일본레저백서』

* 2009년부터 조사방법을 방문 유치법으로부터 인터넷조사로 이행

** 2002~2009년 시점에서는 60대와 70대를 나눠서 집계하지 않았던 탓에 이 그림에서는 2012년도는 「60대 이상」으로 분류하고 있다.

■ [그림 3-13] 일본인의 성별·나이별 여가활동 추이 ■

2. 국내 여가산업 동향

1) 엔터테인먼트산업 동향

(1) 대중음악

2012년 12월 22일에 가수 싸이(Psy)가 부른 '강남스타일' 뮤직비디오의 유튜브 조회수는 10억 회를 돌파하였으며, 2013년 7월 15일 뮤직비디오 공개 1주년에는 17억 회를 돌파하였다. '강남스타일'은 영국·호주·대만 등 전 세계 대부분의 나라에서 차트 1위를 기록했고, 한국 가수 최초로 미국 빌보드 'Hot 100' 2위에 올랐다. 빌보드는 급기야 한국 대중음악 차트를 별도로 만들었다. 타임지는 세계에서 가장 영향력 있는 100인에 비(Rain)를 선정했다. 온라인 투표에서는 비가 가장 영향력 있는 사람 1위로 뽑히기도 했다. 건국 이후 줄곧 미국에서 한국으로만 흘러들어오던 대중음악이 이제 한국에서 미국으로 흘러들어가고 있다.

2008년 동방신기는 일본 오리콘 차트 싱글 1위를 최다 기록했고, 2009년 아시아 출신 해외가수 최초로 라이브 DVD 오리콘 영상부문 종합차트 1위에 올랐다. 2010년 원더걸스는 홍콩에서 음반 인기 순위와 벨소리 다운로드 모두 1위를 차지했다. 2010년 슈퍼주니어 정규 제4집 <미인아>는 브라질 아시아 음원차트 1위를 차지했고, 2011년에는 대만 음악 사이트 KKBOX 한일음악 톱 100에서 60주 연속 1위라는 진기록을 세웠다. 2011년 SM타운 파리 라이브 콘서트에서는 한 차례 더 공연을 요청하는 한류 팬들의 시위가 벌어져서 결국 파리 공연을 한 차례 더 하기도 했다. 전 세계적인 한류열풍의 주역으로 부상한 한국 대중음악이 산업적으로도 성공을 구가하고 있는지 살펴보면 다음과 같다.

① 대중음악 시장 현황

우리나라 음악산업 37,774개 업체 78,181명의 종사자들은 2011년 한 해 동안 3조 8,175억 원의 매출을 올렸다. 2조 2,198억 원어치의 각종 중간재를 투입하여 근로자임금, 영업이익 등 1조 5,977억 원의 부가가치를 창출한 것이다. 또한 1억 9,611만 달러를 수출하고 1,254만 달러를 수입함으로써 수출과 수입의 격차가 10배 이상 벌어졌다. 수입액은 1,100만 달러를 전후하여 안정되어 있는 반면, 수출은 2011년 한 해 동안 무려 135.5% 급성장했기 때문에 과도하게 많은 무역흑자가 발생하고 있다.

■ <표 3-19> 음악산업 현황 ■

연도	업체 숫자 (개)	종사자 숫자 (명)	매출액 (1,000,000원)	수출액 (1,000달러)	수입액 (1,000달러)
2006	37,108	65,431	2,401,309	16,666	8,347
2007	40,301	75,027	2,357,705	13,885	9,831
2008	37,637	66,475	2,602,076	16,468	11,484
2009	38,259	76,539	2,740,753	31,269	11,936
2010	37,634	76,654	2,959,143	83,262	10,336
2011	37,774	78,181	3,817,460	196,113	12,541
전년대비증가율	0.4%	2.0%	29.0%	135.5	21.3
5년 평균증가율	0.4%	3.6%	9.7%	63.7	8.5

자료 : 한국콘텐츠진흥원(2013), 『음악산업백서』

우리나라 음악산업은 2011년 한 해 동안 18.0% 성장함으로써 전체 경제성장률을 훨씬 상회했다. 이를 세부적으로 살펴보면, 출판업·음반업·노래연습장업 등은 평균 이하의 성장률을 보였고, 음반제작업·음원업·음악공연업 등은 평균을 상회하는 성장을 기록했다. 가장 높은 성장률을 보인 분야는 모바일음악서비스업으로 한 해 동안 무려 121.0%나 성장했다. 그러나 전체 음악산업에서 차지하는 비율은 3.2%에 불과하다. 다만 이러한 추세가 지속된다면 15.5%를 차지하고 있는 인터넷 음악서비스업을 조만간 추월할 것으로 보인다. 성장률 2위를 차지한 음악공연업은 64.7% 성장했고, 비율도 12.8%를 차지하고 있다. 반면에 노래연습장업은 전체 평균성장률 18.0%에 훨씬 못 미치는 6.5%에 그쳤다. 그럼에도 불구하고 전체 음악산업에서 차지하는 비율은 39.8%나 된다.

■ <표 3-20> 음악산업 매출액 및 비율 세부현황 ■

[단위 : 백만원]

음악 제작업	음악 및 오디오 출판업	음반업		음원업				음악 공연업	노래연습 장 운영업
		음반 복제 및 배급업	음반 도소매업	모바일음악 서비스업	인터넷음악 서비스업	음원대리 중개업	음원 제작 및 제공업		
619,606 (16.3%)	13,627 (0.3%)	251,702 (6.6%)		879,534 (23.0%)				532,257 (14.0%)	1,520,734 (39.8%)
619,606 (16.3%)	13,627 (0.3%)	101,479 (2.7%)	150,223 (3.9%)	122,396 (3.2%)	592,449 (15.5%)	86,662 (2.3%)	78,027 (2.0%)	532,257 (14.0%)	1,520,734 (39.8%)

자료 : 한국콘텐츠진흥원(2013), 『음악산업백서』

② 대중음악 산업 특징

대중음악산업 동향을 통해서 파악한 우리나라 음악산업의 특징을 간추리면, 대중음악 수출 폭증, 음반시장 안정, 음원시장 및 공연시장 급성장이다. 우리나라 음악산업이 이와 같은 특징을 띠게 된 이유는 한류열기가 식지 않고 계속되고 있을 뿐만 아니라 아시아를 넘어 전 세계로 확대되고 있고, 음반시장 폭락이 멈췄으며, 콘텐츠 제공자(CP, content provider)로서 이동통신사가 독점하고 있던 음원시장을 개방하면서 경쟁체제로 전환 되어서 음원시장이 급성장했고, 전국적으로 콘서트와 음악축제 붐이 일어나면서 공연산업이 급성장했기 때문이다.

우선, 대중음악 수출액이 불과 1년 만에 135.5% 폭증했다는 것은 한류의 지속가능성에 대한 일반의 우려를 불식시킨 쾌거다. 하지만 대중음악 수출을 국가별로 살펴보면, 여전히 우려스러운 측면이 있다. 수출과 수입 모두 특정 국가 또는 지역에 집중되어 있다. 전체 대중음악 수출액 중에서 일본이 차지하는 비율이 88.5%나 되지만 우리가 수입하는 대중음악 중에서 일본이 차지하는 비율은 19.5%밖에 되지 않는다. 양국 간에 관계가 악화된다면, 대중음악 수출 전체가 순식간에 차질을 빚게 될 우려가 있다. 우리가 수입하는 대중음악의 대부분에 해당하는 57.5%를 유럽에서 수입하지만 유럽에서 수입하는 우리 대중음악, 즉 우리가 유럽에 수출하는 우리 대중음악은 2.4%밖에 되지 않는다.

■ <표 3-21> 2011년 음악산업 지역별 수출액 및 수입액 현황 ■

[단위 : 1,000달러]

지역	수출액	수출비율	수출증가율	수입액	수입비율	수입증가율
중국	6,835	3.5%	88.5%	99	0.8%	6.5%
일본	157,938	80.5%	134.5%	2,246	19.5%	13.7%
동남아	25,691	13.1%	126.9%	58	0.5%	11.5%
북미	587	0.3%	35.9%	2,246	17.9%	3.7%
유럽	4,632	2.4%	1,069.7%	7,213	57.5%	32.2%
기타	429	0.2%	95.9%	198	4.0%	14.2%
합계	196,113	100.0%	135.5%	12,541	100.0%	21.3%

자료 : 한국콘텐츠진흥원(2013),『음악산업백서』

다음으로, 지난 2000년을 정점으로 폭락을 거듭하던 음반시장이 2008년 이래로 연 800억 원대에서 안정을 찾았다. 우리나라 음반시장은 2000년 4,104억 원 규모의 시장이었으나 불과 7년만인 2007년에는 1/4에도 못 미치는 788억 원 규모로 축소되었다. 여기에는 두 가지 이유가 있다. 한편으로 음반에서 음원으로 대중음악 미디어가 변동하면서 음반시장이 붕괴하였고, 다른 한편으로 무료 음원유통

사이트가 등장하면서 음반시장을 잠식했기 때문이다.

이와 같은 상황은 비단 우리나라에만 국한되지 않은, 전 세계가 공통적으로 직면하고 있는 상황으로서, 전 세계 대중음악 업계의 관심사는 시장폭락이 아니라 누가 이 상황을 타개해 나갈 것인지로 모아졌다. 우리나라는 2009년 7월 저작권법을 개정·강화하면서 불법음원 사용자 삼진아우테를 도입하고 2011년 한 해에만 모두 17개의 국제 불법 음원 유통 사이트를 폐쇄하는 등 강력한 조치를 취함으로써 음악시장에서 긍정적인 반응을 끌어내었다. 이로써 우리나라 대중음악시장은 2007년 당시 전 세계 대중음악산업 23위 시장에 불과했으나 불과 5년만인 2012년에는 11위 시장으로 꺾뚝 뛰어올랐다.

■ <표 3-22> 전 세계 20대 대중음악시장 ■

순위	국가	매출액(1,000,000달러)	변동률(%)
1	미국	4,418.8	-0.5
2	일본	4,422.0	+4.0
3	영국	1,325.8	-6.1
4	독일	1,297.9	-4.6
5	프랑스	907.6	-2.9
6	호주	507.4	+6.8
7	캐나다	453.5	+5.8
8	브라질	257.2	+8.9
9	이탈리아	217.5	-1.8
10	네덜란드	216.3	-4.7
11	한국	187.5	-4.3
12	스웨덴	176.7	+18.7
13	스페인	166.6	-5.0
14	인도	146.7	+21.6
15	멕시코	144.5	+8.2
16	스위스	128.5	-14.2
17	벨기에	121.5	-6.3
18	노르웨이	118.3	+6.7
19	오스트리아	96.2	-12.4
20	중국	92.4	+9.0

자료 : IFPI(2013), 『Digital Music Report』

세 번째 특징은, 폭발적인 성장을 거듭하던 음원시장이 2008년과 2009년 정체기에 접어들었다가 2010년부터 또 다시 성장하기 시작했다는 점이다. 음반시장은 2000년을 정점으로 급속한 하락기에 접

어늘었고, 같은 기간 음원시장은 급속한 성장기에 들어섰다. 2003년에는 음반시장과 음원시장의 시장 규모가 역전되었다. 이것은 대단히 이례적인 사건인데, 전 세계 대중음악시장에서는 여전히 음반시장이 음원시장보다 크기 때문이다. 그러나 2008년부터 음원시장은 정체되기 시작했다. 이 또한 대단히 이례적인 사건인데, 전 세계적으로 보았을 때 음원시장의 규모가 음반시장보다 작기는 하지만 지속적으로 성장하고 있기 때문이다.

■ <표 3-23> 우리나라 음반 및 음원 시장 매출액추이 ■

[단위 : 억 원]

연도	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
음반	3,733	2,861	1,833	1,338	1,087	848	788	811	802	823	890
음원	911	1,345	1,850	2,112	2,672	3,562	4,276	5,264	5,696	6,222	8,795

자료 : 한국콘텐츠진흥원(2006), 『음악산업백서』
한국콘텐츠진흥원(2013), 『음악산업백서』

■ <표 3-24> 전 세계 음반 및 음원 시장 매출액추이 ■

[단위 : 억 달러]

연도	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
음반	2680	249	230	224	209	191	166	142	124	107	99
음원	-	-	-	4	12	22	29	37	46	48	52

자료 : IFPI, 각 년도, 『Digital Music Report』

음원시장이 정체된 것은 이동통신사의 시장독점 때문이었고, 최근 들어서 음원시장이 다시 성장하기 시작한 결정적인 계기 역시 이동통신사의 과감한 시장개방 때문이었다. 음원산업이 이동통신망을 과점한 이동통신사의 정책 안에 종속되면서 이동통신사는 음원을 이용하여 벨소리, 통화연결음 등의 부가사업을 운영하면서 막대한 수익을 올렸지만 음원저작권자의 수익은 변변찮았다. 이러한 독과점상태에 있었던 시장상황은 2009년 11월 28일 이동통신사의 플랫폼이 제거된 아이폰의 출시와 함께 바뀌게 되었다. 스마트폰시대는 애플리케이션시장에서 누구나 자유롭게 음원을 팔고 살 수 있는 음원시장 자유경쟁 체제를 형성했다. 이동통신사가 장악하고 있던 음원관련 부가사업 매출도 덩달아 급감하기 시작했다. 반대로 개방된 음원시장인 애플리케이션 시장에서 음원을 다운로드 받거나 스트리밍 서비스를 이용하는 사람은 폭발적으로 늘어나기 시작했다. 2011년 한 해 동안 우리나라 전체 대중음악시장이 29% 성장할 동안 음원시장은 41.4% 성장했고, 특히 모바일 음원시장은 121%나 성장했다. 요컨대, 독점시장에서 개방시장으로 전환하면서 한동안 정체되었던 음원시장이 또 다시 폭발적으로 성장하기 시작했다.

(2) 영화

1990년대는 한국영화 역사상 가장 힘들고 어려웠던 시기 중 하나로 기억되고 있다. 1997년 7월 1일 홍콩 본토반환으로 아시아 영화 시장에 큰 공백이 발생했고, 동남아시아는 금융위기에 시달렸다. 우리나라는 1997년 12월 27일 IMF(국제통화기금)에 유동성자금 20억 달러를 요청하게 되어 경제위기는 소문에서 현실로 바뀌었다. 그럼에도 불구하고 한국영화는 시장개방과 경쟁력 강화로 세계화와 경제위기의 파도를 잘 넘었다. 애플은 2006년 아이튠즈(iTunes Store)를 확대함으로써 영화 관객과 저작권자를 직접 연결한데 이어서 2008년 앱 스토어를 개설함으로써 이동통신사의 독점 시장이었던 온라인 영화 시장을 모든 사업자에게 개방했다. 2009년 <아바타>가 흥행에 성공하면서 영화의 제작·배급·상영·관람 등 전 영역에서 디지털화에 가속도가 붙기 시작했다. 필름으로 영화를 상영하던 극장은 디지털 파일로 영화를 상영하는 전자극장으로 전환되고 있다. 영화 콘텐츠 그 자체는 디지털화된 파일이지만 DVD나 블루레이¹⁸ 등의 저장매체를 사용하는 부가시장에서 인터넷 VOD, IPTV, 디지털 케이블TV 등 온라인 디지털 부가시장으로 전환되고 있다.

① 한국영화 제2의 전성시대

한국영화는 지난 1950년대 후반에서 1960년대에 이르는 전성시대에 이어서 제2의 전성시대를 맞고 있다. 2002년 1억 513만 명이 영화를 관람해서 역사상 최초로 1억 명을 돌파한데 이어서 2013년 12월 18일 2억 명을 넘어섰다. 불과 12년 만에 두 배로 커진 것이다. 한국영화시장이 두 배로 커질 동안 우리나라 영화의 시장점유율도 50%에서 60%로 상승했다. 구체적으로 살펴보면, 2000년대 들어서 한국영화가 가장 낮은 시장점유율을 보인 것은 지난 2008년으로 42.1%였는데 2012년에는 58.8%를 기록하여 무려 16.7%나 상승하였다.

국민 1인당 한 해 영화 관람 횟수도 가파른 상승행진을 계속하고 있다. 사상 처음 1억 명을 돌파한 2002년에는 2.20회였으나 2012년에는 3.83회로 증가했다.

18) 블루레이, CD나 DVD 등은 디스크 표면에 레이저를 반사시켜 데이터를 읽거나 기록하는 광디스크를 의미한다. 이 중 블루레이는 여러 가지 휴대용 저장매체 중에서도 최고의 해상도를 표현할 수 있는 매체이다.

■ <표 3-25> 관객 숫자, 시장점유율, 1인당 관람 횟수 ■

연도	한국영화			외국영화			총관객숫자	1인당관람 횟수
	관객숫자	점유율	1인당 관람 횟수	관객숫자	점유율	1인당관람 횟수		
2003	63,913,246	53.5	1.32	44,550,254	46.5	1.15	119,475,309	2.47
2004	80,188,543	59.3	1.65	54,312,524	40.7	1.13	135,166,175	2.78
2005	85,441,539	58.7	1.75	60,082,637	41.3	1.23	145,524,176	2.98
2006	97,913,570	63.8	2.00	55,499,940	36.2	1.13	153,413,510	3.13
2007	79,393,391	50.0	1.61	79,381,483	50.0	1.61	158,774,874	3.22
2008	63,544,965	42.1	1.28	87,285,714	57.9	1.76	150,830,679	3.04
2009	76,406,156	48.7	1.54	80,554,110	51.3	1.62	156,960,266	3.15
2010	69,397,733	46.5	1.37	79,784,275	53.5	1.58	149,182,008	2.95
2011	82,868,294	51.9	1.63	76,856,171	48.1	1.52	159,724,465	3.15
2012	114,613,190	58.8	2.25	80,277,432	41.2	1.58	194,890,622	3.83

자료 : 영화진흥위원회, 각 년도, 『한국영화연감』

② 일본으로 수출, 미국에서 수입

수출현황을 살펴보면, 수출편수 기준으로 가장 많은 영화를 수출한 해는 2011년으로 모두 366편을 수출했고, 수출액 기준으로 가장 많은 영화를 수출한 해는 2005년으로 75,994,580달러를 수출했다. 이를 지역별로 살펴보면, 2012년 한국영화는 전체 수출액의 71.6%에 해당하는 14,439,757달러를 아시아지역에 수출해서 아시아지역이 압도적으로 많은 비율을 차지한다. 편당 수출단가를 보면, 지난 2004년에는 300,436달러였으나 2012년에는 42,811달러로 낮아졌다. 2004년에 194편을 수출했고 2012년에는 331편을 수출했다는 점을 감안하더라도 지나치게 빠른 속도로 떨어지고 있다. 이를 다시 국가별로 살펴보면, 일본으로 9,679,008달러를 수출해서 전체 수출액의 48.0%를 차지한다. 한국영화 수출이 아시아지역 그 중에서도 일본에 심하게 편중되어 있다.

수입현황을 살펴보면, 최근 10년 동안 외화수입 편수는 200편대에서 700편대로 급증하고 있다. 그러나 최근 10년 동안 연간 외화 수입총액은 가장 적었던 2006년에 45,813,480달러였고 가장 많았던 2008년에 73,645,664달러였다. 즉, 수입편수는 급격하게 늘고 있지만 수입금액에는 큰 차이가 없다. 이를 국가별로 살펴보면, 미국에서 278편의 영화를 32,355,031달러에 수입해 왔다. 2012년 한 해 동안 가장 많이 수입한 국가다. 편수를 기준으로 했을 때 전체 수입편수의 36.0%를 차지하고, 금액을 기준으로 했을 때 전체 수입액의 54.5%를 차지한다. 그러나 우리는 미국에서 수입한 금액의 1/10에도 미치지 못하는 2,341,685달러를 수출해서 전체 수출의 11.6%를 차지한다. 금액기준으로, 일본으로 48.0%를 수출하고 고작 3.1%를 수입한다. 미국으로 11.6%를 수출하고 54.5%를 수입한다.

■ <표 3-26> 영화 제작 및 수입 ■

연도	한국영화		외국영화			한국영화 비율
	제작편수	수출편수	국내업체 수입편수	외국직배사 수입편수	수입 합계	
2003	80	164	185	86	271	22.8
2004	82	194	208	77	285	22.3
2005	87	202	173	80	253	25.6
2006	110	208	209	80	289	27.6
2007	124	321	342	62	404	23.5
2008	113	361	312	48	360	23.9
2009	138	251	258	53	311	30.7
2010	152	276	334	47	381	28.5
2011	216	366	457	51	508	29.8
2012	229	331	725	48	773	22.9

자료 : 영화진흥위원회(2013), 『한국영화연감』

③ 디지털화

극장과 부가시장의 디지털화는 전 세계 영화업계의 이슈다. 극장은 멀티플렉스로 전환된데 이어서 디지털로 전환되고 있다. 부가시장은 크게 DVD, 블루레이 등 디지털 파일을 저장매체에 담아서 온·오프라인 매장에서 판매하는 방식과 인터넷 VOD, IPTV, 디지털 케이블TV 등 온라인으로 판매하는 방식으로 나뉜다.

먼저 극장의 디지털화를 살펴보면, 2008년 우리나라 디지털스크린 비율은 11.6%에 불과했으나, 2010년에는 전체 2,003개의 스크린 중에서 디지털스크린이 1,033개 56.5%를 차지하여 절반을 넘었고, 2012년에는 대부분이 디지털스크린으로 전환되었다. 2012년 현재 전 세계 약 130,000개의 스크린 중에서 약 2/3에 해당하는 89,743개의 스크린이 디지털로서, 사상 처음으로 디지털스크린이 아날로그스크린을 추월했다. 전 세계 영화 시장을 주도하고 있는 미국의 경우 2012년 한 해 동안 29% 증가해서 디지털스크린이 전체 스크린의 83%에 도달했다. 우리나라 디지털스크린 전환률은 미국과 비슷한 수준으로 빠르게 전환되고 있다.

■ <표 3-27> 디지털스크린 현황 ■

국가	연도	2008		2009		2010		2011		2012	
		숫자	비율	숫자	비율	숫자	비율	숫자	비율	숫자	비율
한국	디지털 3D	45	2.2	129	6.3	495	24.7	750	38.0	830	39.9
	그 외 디지털	189	9.4	442	21.5	638	31.8	868	44.0	1,119	53.8
	아날로그	1,770	88.3	1,425	69.3	870	43.4	356	18.0	132	6.3
미국	디지털 3D	1,427	3.7	3,269	8.3	7,837	19.8	12,620	31.8	13,559	34.0
	그 외 디지털	4,098	10.6	4,149	10.6	6,898	17.4	13,001	13.9	19,570	49.0
	아날로그	33,319	85.8	31,815	81.2	24,812	62.7	14,020	35.4	6,789	17.0

자료 : * 영화진흥위원회(2013), 『한국영화연감』
 **MPAA(2013), 『Theatrical Market Statistics 2012』

다음으로 디지털영화 제작현황을 살펴보면, 2009년 11편에서 2012년 62편으로 빠르게 증가하고 있으나, 전체 시장규모는 2010년에 정점을 찍은 이후로 계속해서 줄고 있다. 2012년 디지털영화의 관객 비율은 5.5%, 매출액 비율은 8.3%를 차지하고 있다. 2010년에는 각각 11.4%와 16.4%였다. 그러나 미국의 경우 2012년 한 해 동안 약 33%의 국민들이 디지털영화를 관람했으며, 2012년 우리나라에서 개봉한 디지털영화 흥행순위 10위내의 영화중 9편이 미국영화이고 우리나라 영화는 <점박이: 한반도의 공룡> 단 한 편 밖에 없다.

마지막으로, 부가시장에서는 온라인 영화시장¹⁹⁾(인터넷 VOD, IPTV, 디지털 케이블TV 등)의 성장이 돋보인다. 2009년 888억 원에 불과했으나 매년 20% 이상의 고성장을 거듭한 결과 2012년에는 2,158억 원으로 확대됐다. 불과 3년 만에 거의 3배 가까운 성장을 한 것이다. 특히 온라인 영화 시장을 주도하고 있는 IPTV와 디지털 케이블TV의 성장률은 2010년 87.4%, 2011년 85.3%, 2012년 43.9%로 폭발적으로 성장하고 있다. 반면에 오프라인 부가시장(DVD나 블루레이 등)은 매년 빠른 속도로 줄어들고 있다. 온라인 디지털 부가시장은 급속도로 성장하고 오프라인 부가시장은 급속도로 줄어들어서, 2009년에는 가장 컸던 오프라인 부가시장이 2011년부터는 가장 작은 부가시장으로 전락했다. 부가시장 점유율을 국적별로 보면, 온라인 디지털 부가시장은 한국영화가 장악하고 있는 반면 오프라인 부가시장은 미국영화가 장악하고 있다.

19) VOD는 시청자가 원하는 시간에 원하는 내용의 프로그램을 전송, 재생해주는 '주문형 비디오 시스템'을 의미하며, IPTV는 인터넷 프로토콜을 이용한 TV를 의미한다.

■ <표 3-28> 부가시장 매출액 추이 ■

[단위 : 억 원]

연도	2009		2010		2011		2012	
	매출액	증감률	매출액	증감률	매출액	증감률	매출액	증감률
인터넷VOD	223	-	267	19.7	501	87.6	618	23.3
IPTV 및 디지털 케이블TV	262	-	491	87.4	910	85.3	1,310	43.9
DVD 블루레이	403	-	351	-12.9	298	-15.1	230	-22.8
합계	888	-	1,109	24.8	1,709	54.1	2,158	26.3

자료 : 영화진흥위원회(2013), 『한국영화연감』

(3) 게임

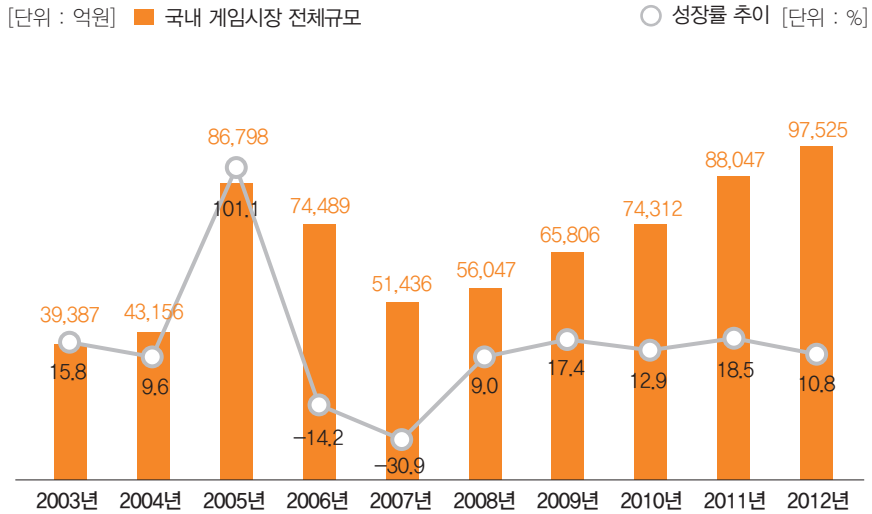
2012년 국내 게임시장은 전년 대비 10.8% 성장하면서 최근 몇 년 동안 견실한 성장세를 유지했다. 게임 산업은 한국 콘텐츠산업의 성장에 있어 여전히 핵심적인 역할을 담당하고 있다. 게임플랫폼 내에서 온라인게임이 차지하는 비중이 70% 이하로 낮아졌고, 모바일 게임 산업이 급성장하면서 모바일 게임이 차지하는 비중은 8.2%까지 높아졌다. 당분간은 온라인게임과 모바일 게임이 한국 게임시장의 성장을 견인할 것으로 예측된다. 2012년 수출은 전년보다 11% 증가하여 26억 달러를 넘어섰다. 반면, 수입은 12.6% 감소하여 2억 달러 이하로 낮아졌다. 온라인게임이 성장을 지속하고 모바일 게임의 규모 또한 급증할 것으로 예측되면서 향후 3년 동안 한국 게임시장의 성장은 지속될 것으로 보인다. 다만 향후에는 내수시장이 점차 포화 상태에 도달할 것으로, 글로벌 경쟁은 더욱 치열해질 것으로 예측되고 있다. 때문에 국내 게임시장의 성장 속도는 다소 둔화되어 안정화 단계에 접어들 것으로 보인다.²⁰

① 게임시장 동향

2012년 국내 게임시장의 규모는 전년(8조 8,047억 원)에 비해 10.8% 성장한 9조 7,525억 원으로 추산된다. 2008년부터 성장세로 돌아서면서 12% 이상을 유지해 왔던 국내 게임시장의 성장세가 다소 누그러지고 있는 모습이다. 2013년에는 국내 게임시장 규모가 10조 원을 넘어설 수 있을 것으로 예측되며, 이후로도 성장세를 안정적으로 지속할 것으로 보인다. 온라인 게임시장은 6조 7,369억 원 규모로 집계되었으며, 이는 국내 게임시장의 69.6%에 해당하는 수치이다. 온라인게임이 전체 게임시장에서 차지하는 비중은 해마다 증가해 왔지만 2012년에는 전년에 비해 약간 감소했다. 2011년의 온라인

20) 한국콘텐츠진흥원(2013), 『게임백서』

게임 비중은 70.8%였다. 유통 부분을 제외하고 제작 관련 부분만 대상으로 할 때에도 온라인게임의 비중은 2011년에 88.9%였지만 2012년에는 86%로 다소 줄어들었다. 하지만 전체 게임시장에서 차지하는 비중이 감소했을 뿐이며 온라인 게임시장의 매출 규모 자체는 증가했다. 내수시장에서 온라인게임은 안정된 인프라를 바탕으로 여전히 많은 이용자들을 보유하고 있고, 해외시장에서도 여전히 세계 2위 시장의 자리를 지키고 있다. 이러한 온라인게임의 성장세는 당분간 지속될 것으로 예상된다.



자료 : 한국콘텐츠진흥원(2013), 『게임백서』

■ [그림 3-14] 국내 게임시장 전체 규모 및 성장률 추이(2003~2012) ■

모바일 및 스마트게임 패러다임은 2012년 및 2013년에 이어 지속되고 있으며 이러한 현상은 기업의 규모에 관계없이 나타나는 현상이다. 스마트게임의 초창기는 비교적 단순한 게임 위주로 수요를 견인했으나, 최근 들어 대형개발사들을 중심으로 스마트게임에서도 RPG 등大作 출시가 증대되는 상황이다. 위메이드엔터테인먼트, 컴투스 등 게임개발사에서는 최근 소셜 RPG를 계속적으로 출시하고 있다. 이들 업체들은 '카카오톡'으로 대변되는 모바일메신저 플랫폼을 기반으로 한 게임출시와 함께 자체적인 모바일 게임 플랫폼을 구축하는 등 안정적 수익확보를 위한 다양한 방안을 강구하고 있다.

온라인게임은 2013년 하반기 이후 롤플레이팅 게임을 중심으로 대형신작 출시가 예정되고 있다. 향후 기존 스마트게임 개발업체들 뿐 아니라 대형 온라인게임 업체들의 시장진입이 증대될 것으로 전망되며, 이에 따른 다양한 스마트게임의 공급이 확대될 것으로 예상된다. 또한 국내 게임개발사 등 업체들

의 규모별 및 분야별 실적편차가 확대되고 있으며 모바일 게임은 성장에 비해 수익성이 다소 하락할 것으로 예상된다. 게임 산업의 전반적인 시장패러다임의 변화는 온라인게임 및 모바일 게임의 수요패턴 변화를 야기 시키면서 플랫폼별, 업체별 실적편차가 발생하고 있다. 넥슨과 엔씨소프트는 해외 주력시장인 일본 및 중국지역 매출 증가세가 이어지는 상황으로 실적호조가 예상된다.

모바일 게임 업체는 업체별 실적 편차가 증대되는 양상을 보이고 있으며, 지속적인 신작 출시여부가 핵심요인이다. 대표적으로 게임빌은 최근까지 높은 성장세가 이어졌으나, 2013년 2분기 들어 신작 흥행 부재에 따른 영업이익 증가세가 다소 저조한 상황이고, 컴투스도 2013년 하반기 이후 다양한 신작 출시가 예정되어 있으나 2013년 2분기는 이전의 성장세에 비해 다소 낮은 수준이다. 향후 온라인게임은 내수의 경우 국내 제작게임의 선전이 중요하게 작용할 것이며, 모바일 게임은 지속적인 성장세는 예상되나 내수에서는 이전의 폭발력 보다는 다소 낮아질 것으로 예상되는 가운데 해외시장 개척 및 선전 여부가 업체의 실적에 영향을 미칠 전망이다.

게임 산업은 스마트기기의 보급 확대에 따라, 다양한 플랫폼 이용이 가능한 게임 수요가 증대하여 개발업체 등 공급의 다변화가 발생하고 있다. 특히 국내 온라인게임 업체들은 기존 부분유료화 모델을 통한 수익성 확보가 가능했으나, 모바일 게임에 대한 수요 증대는 스마트폰에 기반한 게임개발의 필요성을 증대시키고 있다.

② 게임 산업 해외시장 진출

2012년 매출액 기준으로 국내 게임시장의 규모는 70억 6,300만 달러로 집계되었으며, 이는 세계 게임시장 규모인 1,117억 5,000만 달러 기준, 6.3%의 비중을 차지한다. 2011년의 5.9%에 비하면 0.4% 포인트 성장한 규모이다. 반면 2012년 전 세계 게임시장의 규모는 2011년에 비해 0.4% 감소했다. 한국 게임시장은 착실하게 전 세계 게임시장에서 차지하는 비중을 증가시키고 있다. 온라인게임에서 일정 정도 유지되고 있는 성장세와 모바일 게임시장의 급성장 추세를 감안하면 한국이 세계 시장에서 차지하는 비중은 조금 더 커질 수 있을 것으로 보인다.

중국은 '세계의 시장'으로 부상되고 있으며 게임 등 콘텐츠 수요도 이에 부응하는 상황이다. 이러한 상황에서 중국 상하이에서 매년 개최되는 게임박람회인 '차이나조이(China Joy)'는 한국의 중국 게임시장 진출을 위한 중요 관문으로 자리매김하는 상황이다. 또한 '차이나조이'를 통해 중국 게임시장의 증장기 트렌드 파악이 가능한 상황에 따라 국내 게임 기업들의 중국시장에 대한 사전 대응력 증대가 필요하다. 종합적으로 보면 중국의 게임산업은 전 세계적인 흐름인 스마트게임 수요증대에 부응

하는 상황으로 볼 수 있다. 실제로 지난 2011년, 2012년까지는 중국에서의 키워드는 온라인게임이었으나, 2013년 들어 모바일 게임으로 급속히 전환되고 있으며 특히 한국 스마트게임에 대한 관심이 증대되고 있다. 이를 반증하듯 중국 최고 애플리케이션 오픈 마켓인 '360'에 참가한 중국 게이머들 사이에서 한국 스마트게임의 실적 수준이 중국 게임보다 전반적으로 높다고 호평이 이어지고 있다.

최근에는 중국 소비시장은 한국 기업들의 강점인 온라인게임과 함께 모바일 게임의 시장잠재력이 높은 상황이다. 다만, 온라인게임의 경우 중국기업들의 경쟁력 증대에 따라 한국 온라인게임업체들의 선도력이 다소 저하되는 상황에서, 모바일 게임도 이러한 부분에 대비할 필요가 있다. 그럼에도 불구하고 대내외 경쟁력을 보유한 한국 온라인 및 모바일 게임들은 중국의 시장증대와 맞물려 성장이 지속되고 있으며 이를 바탕으로 대만 등 아시아권과 함께 유럽 등으로 수출 다변화를 달성하고 있다.

엔씨소프트는 국내 및 미국시장에서 호평을 받은 자체 온라인게임 '블레이드앤소울'과 '길드워'를 중국시장에 공식 론칭할 예정이며, 다양한 현지화 작업을 통해 안정적 시장 안착 및 수익창출에 전력하고 있다. 위메이드엔터테인먼트는 현재 개발중인 MMORPG 대작 '천룡기'의 중국 론칭(launching)을 중국 내 '자이언트 네트워크'를 통해 추진하고 있다. 이러한 성과는 기존 수도권 중심의 게임업체들의 해외진출과 함께 지방에 기반을 둔 게임업체들의 해외수출 실적 달성으로 볼 수 있다.

네오위즈게임즈는 전략액션게임인 '코어마스터즈'를 통해 북미 및 영국시장에 진출하고 있으며, 최근에는 (주)나인이즈 등 전라북도 전주지역의 5개 업체가 전주정보문화산업진흥원을 통해 대만 등에 스마트게임을 수출하고 있다. 미국 및 유럽 등은 모바일 게임 개발인프라의 구축이 상대적으로 빨라서 다양한 스마트폰 기반 모바일 게임 히트작이 나타났으며 대표작으로 국내에서도 선풍적 인기를 끈 '앵그리버드', '캔디 크러시 사가' 등이 있다. 한국은 상대적으로 스마트폰 기반 모바일 게임의 후발주자였음에도 '카카오톡' 등으로 대변되는 모바일메신저 기반 스마트게임의 론칭이 증가하고, 히트작이 다수 출현하여 국내외 시장을 선도하고 있다. 이에 기존 해외에서 히트한 스마트폰 기반의 모바일 게임이 국내 메신저 플랫폼을 통해 시장 진입을 하기 하였으며, 해외 게임사들의 '카카오톡' 등 메신저 플랫폼을 통한 시장진입 시도는 모바일 메신저 기반 게임의 수익성 및 성장성 기대 확대에 기인하고 있다.

(4) 방송

① 방송시장 규모

2011년 방송영상산업의 총 매출 규모는 12조 7,524억 8,400만원으로²¹⁾, 2010년과 비교하면 14.1%가 증가한 것이며 2008년 이후 계속 증가 추세를 나타내고 있다. 방송영상산업 전체 사업자 수는 1,074개로 2010년 대비 16.0% 증가했는데, 2011년에 급격히 사업체 수가 증가한 원인은 방송영상독립제작사의 사업체 수가 2010년에 비해 32.2%나 증가하였기 때문이다. 종사자수는 2010년에 비해 10.9% 증가한 38,366명이다.

■ <표 3-29> 방송영상산업 규모 추이(2008~2011) ■

구분	2008	2009	2010	2011	전년대비 증감율(%) (2011년)	연평균 증감율 (%)
매출액 (백만원)	9,354,605	9,884,954	11,176,433	12,752,484	14.1	5.6
사업체수(개)	844	841	926	1,074	16.0	16.8
종사자수(명)	34,393	34,714	34,584	38,366	10.9	5.5

자료 : 한국콘텐츠진흥원(2012), 『방송영상산업백서』

전 세계 방송 규모를 연도별로 살펴보면 유료TV 가입 규모는 2007년에 약 1,675억달러에서 2011년에 약 2,290억달러로 빠른 증가세를 보여주고 있으며, 2016년까지 약 6.2% 성장할 것으로 전망된다. 라디오 시장규모는 2007년 약495억달러에서 2011년 약 472억달러로 정체된 성장률을 보여주고 있으며, 2016년까지 약 3.5% 성장할 것으로 예상된다.

21) 5개 방송사업자(지상파방송, 케이블방송(유선방송사업자, 방송채널사용사업자), 위성방송, DMB, IPTV)와 방송영상독립제작사의 매출을 합한 금액임.

■ <표 3-30> 전 세계 방송시장 규모 추이(2007년~2016년) ■

[단위 : 연도, 백만달러]

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	성장 전망치 (%)
TV가입 라이선스	167,529	179,555	190,565	215,536	229,092	243,368	229,092	243,368	274,151	290,596	6.2
TV광고	171,271	173,158	160,561	179,479	185,005	196,507	203,833	224,710	231,555	254,745	6.6
라디오	49,544	48,497	44,311	46,542	47,255	49,601	51,284	52,911	54,558	56,244	3.5
라디오 광고	35,774	34,118	29,640	31,568	32,038	33,537	34,751	36,047	37,358	38,687	3.8

자료 : PwC(2012), 『Global Entertainment and Media Outlook 2012-2016』

※ 2012년부터는 추정치임

2011년 방송영상산업의 규모를 방송사업자별로 세부적으로 살펴보면 지상파방송의 총 매출액은 3조 9,144억 7,300만원이고 이는 전체 방송영상산업 매출의 30.7%를 차지하는 것이며 2010년에 비해 2.0% 감소한 것이다. 지상파 방송의 전체 사업체 수²²는 69개이며, 종사자수는 1만 3,691명이다. 케이블방송²³의 총 매출액은 6조 8,399억 1,600만원이며, 총 사업체 수는 369개이고, 종사자 수는 1만 7,760명이다. 케이블방송의 매출액은 전체 방송영상산업의 절반이 넘는 53.6%를 차지하고 있다. 방송채널사용사업자의 매출액은 4조 7,176억 6,900만 원이고, 사업체 수는 178개, 종사자 수는 12,654명이다. 종합유선방송사업자의 매출액은 2조 1,168억 5,100만 원이고, 사업체 수는 94개, 종사자 수는 4,846명으로 나타났다. 단일 사업자인 위성방송²⁴의 2011년 총 매출액은 3,738억 5,300만원이다. DMB의 경우 총 매출액은 1,122억 7,700만원인데, 지상파DMB의 매출액 168억 9,700만 원과 위성 DMB의 매출액이 953억 8,000만원을 합한 금액이다.²⁵ DMB사업자의 총 사업체 수는 모두 20개이며, 종사자 수는 177명으로 나타났다.²⁶ IPTV의 총 매출액은 6,161억 9,600만원, 사업체 수는 3개, 종사자 수는 520명이었으며, 방송영상독립제작사의 총 매출액은 8,957억 6,900만원이고, 사업체 수는 628개, 종사자 수는 5,923명이다. 이를 종합해보면 아래의 표와 같다.

22) 지역 지상파방송사, 지상파 DMB, 지역지상파DMB 포함.

23) 종합유선방송사업자, 중계유선방송사업자, 방송채널사용사업자

24) '스카이리이프'가 'KT 스카이리이프'로 2011년 3월 30일에 사명을 변경하였음.

25) 『2012년 방송산업 실태조사 보고서』는 '지상파DMB'에 지상파계열 3사인 YTN, 유원, 한국DMB만을 포함시키고 있음. 따라서 매출액과 종사자수는 3사업체만 포함됨.

26) 업체수는 지상파계열 3사의 DMB, 지역 지상파DMB 13개 업체, 3개의 '지상파DMB사업자(YTN, 유원, 한국DMB)'를 포함.

■ <표 3-31> 2011년 방송영상산업 규모 ■

구분		매출액(백만원)	사업체수(개)	종사자수(명)
지상파 방송		3,914,473	69	13,691
케이블 방송	종합유선방송	2,116,851	94	4,846
	중계유선방송	5,375	97	260
	방송채널사용	4,717,690	178	12,654
위성방송		373,853	1	295
DMB	지상파DMB	16,897	3	118
	위성DMB	95,380	1	59
IPTV		616,196	3	520
방송영상독립제작사		895,769	628	5,923
합계		12,752,484	1,074	38,366

자료 : 한국콘텐츠진흥원(2012), 『방송영상산업백서』

2009년부터 2011년까지 방송영상산업의 매출액 추이를 살펴보면 2011년 전체 매출액은 2010년에 비해 14.1% 증가하였으며, 특히 IPTV, 방송채널사용사업자, 지상파DMB가 높은 성장세를 보이고 있는 반면 위성DMB의 매출은 지속적으로 감소하다가, 결국 2012년 8월 31일에 위성DMB 서비스가 종료되었다. 2011년 지상파방송의 방송사업매출은 약 3조 9,145억원으로 전년 대비 7.3% 증가하였고, 지상파 DMB의 매출은 169억원으로 전년대비 16.4% 증가하였으며, 2010년 대비 지상파방송의 광고 수입과 프로그램 판매수입의 증가율은 각각 8%, 31.5%였다. 단말장치대여 수익, 홈쇼핑송출수수료 수익 증가 등에 따라, 2011년 유선방송의 매출액은 2조 1,222억원으로 2010년 대비 9.5% 증가하였다. 방송채널사용사업의 매출액은 2011년에 광고수익과 홈쇼핑 방송 매출수익, 행사수익이 증가함에 따라 2010년 대비 19.1% 증가한 4조 7,177억원이었다. 단일 사업자인 위성방송²⁷⁾의 2011년 매출은 홈쇼핑송출수수료 수익 증가로 전년 대비 6.3% 증가한 3,739억원이었으며, IPTV의 매출은 2011년에 비해 52.4%나 증가한 6,162억원이었는데, 2009년에 비하면 무려 179.6%가 증가한 수치이다. IPTV 시청자가 늘어나고 있는 것은, 인터넷을 기반으로 하는 사회가 점차 확대되어감에 따라 TV 시청을 비롯한 VOD 시청과 스마트폰, 초고속 인터넷 등의 여러 가지 서비스들을 결합하여 저렴한 가격에 이용할 수 있기 때문인 것으로 파악된다. 유료방송시장의 성장으로 지상파방송의 전체 방송영상산업 매출 점유율은 2009년 35.8%에서 2010년 35.0%, 2011년에는 33.0%로 점점 하락하고 있는 추세이다.

27) 'KT 스카이라이프'

■ <표 3-32> 방송영상산업 매출액 규모 추이(2009년~2011년) ■

[단위 : 백만원]

구분		2009년	2010년	2011년
지상파 방송		3,256,399	3,649,683	3,914,473
케이블 방송	유선방송	1,816,825	1,937,757	2,122,226
	방송채널사용	3,300,369	3,960,170	4,717,690
위성방송		350,332	351,540	373,853
DMB	지상파DMB	11,020	14,516	16,897
	위성DMB	133,434	121,372	95,380
IPTV		220,400	404,303	616,196
방송영상독립제작사		796,175	737,092	895,769
합계		9,884,954	11,176,433	12,752,484

자료 : 한국콘텐츠진흥원(2012), 『방송영상산업백서』
 유선방송은 종합유선방송과 중계유선방송이 합쳐진 매출임

② 방송광고 규모

2011년 전체 방송광고 매출은 2010년 대비 11.8% 증가한 약 3조7,342억원으로 전체 방송영상산업 매출의 29.3%를 차지하고 있으며 계속해서 증가하고 있다. 지상파방송은 2010년 대비 7.2% 증가했고, 위성방송의 경우 전년 대비해 21.6% 감소하였으나 매출액이 6.3% 늘어난 것을 보면 매출액의 증가가 광고 매출 때문이 아니라 가입자 증가가 원인인 것을 알 수 있다.²⁸ DMB의 경우 지상파 DMB 광고 매출은 증가했으나 위성 DMB의 광고액은 2010년 45억원에 비해 27억원이 감소한 18억원을 기록하였다.

2009년부터 2011년까지 3년간의 방송영상사업자들의 광고 매출액 비중을 사업별로 살펴보면 2011년에는 지상파 방송이 63.6%, 케이블방송이 35.8%를 차지하고 있어 전체 방송광고 매출을 두 방송사업이 양분하고 있다. 한 가지 눈여겨 볼만한 점이 있다면, 지상파방송의 광고 매출액은 2009년 이후부터 지속적으로 하락하고 있는 반면 케이블방송의 광고 매출액은 크게 증가하고 있다는 것이다. 이렇듯 전체 방송광고 매출액에서 유료방송의 광고 매출액이 차지하는 비중은 더 늘어날 것으로 전망된다.

28) 위성방송 가입자는 2010년 대비 2011년 15.4% 증가했음.

■ <표 3-33> 방송광고 매출액 규모 추이(2009년~2011년) ■

[단위 : 백만원]

구분		2009년	2010년	2011년
지상파 방송		1,918,234	2,216,196	2,375,356
케이블 방송	유선방송	106,468	111,174	114,361
	방송채널사용	769,374	986,218	1,221,554
위성방송		11,347	15,605	12,233
DMB	지상파DMB	5,082	7,737	8,910
	위성DMB	3,300	4,510	1,800
IPTV ²⁹		-	-	-
합계		2,813,805	3,341,440	3,734,214

자료 : 한국콘텐츠진흥원(2012), 『방송영상산업백서』

전 세계 TV광고 규모를 살펴보면 2007년에 약 1,712억달러에서 2011년에는 전년대비 약 3% 성장한 1,850억달러 규모이다. TV 시청자가 증가하면서 광고시장 역시 규모가 커지고 있으며, 온라인을 통한 TV 시청이 점점 더 늘어나고 있다.

■ <표 3-34> 전 세계 방송광고시장 규모 추이(2007년~2016년) ■

[단위 : 연도, 백만달러]

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	성장 전망치
TV광고	171,271	173,158	160,561	179,479	185,005	196,507	203,833	224,710	231,555	254,745	6.6%
라디오 광고	35,774	34,118	29,640	31,568	32,038	33,537	34,751	36,047	37,358	38,687	3.8%

자료 : PwC(2012), 『Global Entertainment and Media Outlook 2012-2016』

※ 2012년부터는 추정치임

③ 유료방송 가입자 및 소비 규모

유료방송 전체 가입자 수를 살펴보면 2011년에는 약 2,400만 명으로 전년 대비 약 4.0% 증가하였다. 가입자 수가 가장 많은 종합유선방송의 경우 약 1,477만 명으로 전체 유료방송 가입자 수의 60.8%를 차지했다. 종합유선방송의 가입자 수는 2010년 대비 0.5% 소폭 감소했는데, 이는 종합유선방송 가입자 수의 약 71%를 차지하는 아날로그방송 가입자 수가 7.4% 줄었기 때문이다. 그러나 디지털

29) IPTV의 경우 공식적인 광고 매출액 통계치가 제시되지 않고 있다. 그러나 전문가들은 2011년에 200억원 규모를 넘었으며 꾸준히 증가할 것으로 전망하고 있다.

텔레방송 가입자 수는 22.3% 늘어났다. 위성방송 가입자 수는 2011년에 약 326만명으로 2010년보다 15.4% 증가하였으며 전체 유료방송 가입자의 13.4%를 차지하고 있으나, 위성 DMB의 경우 2010년 대비 36.6% 감소한 약 117만명으로 유료방송 가입자 전체에서 차지하는 비중도 매년 크게 감소하고 있다. IPTV 가입자 수는 2011년에 약 489만명으로 전체 유료방송 중에서 가장 높은 증가세(2010년 대비 34.2% 증가)를 보이고 있다. 2011년 IPTV의 가입자 수의 비중은 위성방송보다 더 높는데 이미 2010년부터 위성방송 가입자 수를 넘어섰으며, 앞으로 격차는 더 벌어질 것으로 예상된다.

■ <표 3-35> 유료방송 가입자 추이(2009년~2011년) ■

[단위 : 명]

구분		2009년	2010년	2011년
종합유선 방송	아날로그	12,378,792	11,435,070	10,592,296
	디지털	2,675,063	3,423,177	4,185,697
중계유선		176,106	180,648	179,864
위성방송		2,457,408	2,825,963	3,261,662
위성DMB		2,001,460	1,850,030	1,173,535
IPTV		2,373,911	3,645,866	4,893,847
합계		22,062,740	23,360,754	24,286,901

자료 : 한국콘텐츠진흥원(2012), 『방송영상산업백서』

전 세계 방송 이용자들의 소비 규모를 연도별로 살펴보면 유료TV 가입자 소비규모는 2007년에 약 1,675억달러에서 2011년에 약 2,290억달러로 빠른 증가세를 보여주고 있으며, 2016년까지 약 6.2% 성장할 것으로 전망된다. 라디오 이용자 소비규모는 2007년 약137억달러에서 2011년 약 152억달러로 낮은 성장률을 보여주고 있으며, 2016년까지 약 2.9% 성장할 것으로 예상된다.

■ <표 3-36> 연도별 전 세계 방송 이용자 소비 규모(2009년~2016년) ■

[단위 : 연도, million 달러]

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	성장 전망치 (%)
TV가입/ 라이선스	167,529	179,555	190,565	215,536	229,092	243,368	229,092	243,368	274,151	290,596	6.2
라디오	13,770	14,379	14,671	14,974	15,217	16,064	16,533	16,864	17,200	17,557	2.9

자료 : PwC(2012), 『Global Entertainment and Media Outlook 2012~2016』

※ 2012년부터는 추정치임

2) 관광산업 동향

(1) 호텔

① 방한관광객 급증과 호텔 객실 부족

전 세계적으로 여행은 2001년 911테러와 2003년 이라크 전쟁 및 사스(SARS) 그리고 2008년 미국 발 경제위기 등 변화와 도전의 소용돌이에 직면하면서도 연평균 3.4%의 건실한 성장을 계속하고 있다. 이러한 사정은 우리나라도 마찬가지다. 한 가지 특이한 점은 2000년대 중반 이후로 우리나라를 찾는 방문객은 세계 경기와 무관하게 지속적으로 증가하고 있다는 것이다. 아래 표에서 보는 바와 같이 2008년~2009년에는 전 세계적인 경제위기에도 불구하고 우리나라를 찾는 방문객은 6.9%, 13.4% 증가한 것으로 나타났다.

■ <표 3-37> 방한관광객과 해외여행객 ■

연도	방한관광객		해외여행객	
	숫자	변동률(%)	숫자	변동률(%)
2001	5,147,204	-3.3	6,084,476	10.5
2002	5,347,468	3.9	7,123,407	17.1
2003	4,452,762	-11.1	7,086,133	-0.5
2004	5,818,138	22.4	8,825,585	24.5
2005	6,022,752	3.5	10,080,143	14.2
2006	6,155,047	2.2	11,609,878	15.2
2007	6,448,240	4.8	13,324,977	14.8
2008	6,890,841	6.9	11,996,094	-10.0
2009	7,817,533	13.4	9,494,111	-20.9
2010	8,797,658	12.5	12,488,364	31.5
2011	9,794,796	11.3	12,693,733	1.6
2012	11,140,028	13.7	13,736,976	8.2

자료 : 관광지식정보시스템, www.tour.go.kr

또한, 2012년에는 역사상 처음으로 우리나라를 찾은 방문객 숫자가 1,000만 명을 넘어섰다. 일본과 중국에서 연일 기록을 갱신하면서 한국으로 몰려오고 있기 때문인데 전체 방한관광객에서 중·일 양국이 차지하는 비율도 절반을 넘어섰다.

■ <표 3-38> 방한 중 · 일 방문객 ■

[단위 : 1,000명]

연도	중국인 방한관광객			일본인 방한관광객		
	숫자	변동률(%)	점유율(%)	숫자	변동률(%)	점유율(%)
2001	482	8.9	9.4	2,377	-3.8	46.2
2002	539	11.9	10.1	2,321	-2.4	43.4
2003	513	-4.9	10.8	1,803	-22.3	37.9
2004	627	22.3	10.8	2,443	35.5	42.0
2005	710	13.2	11.8	2,440	-0.1	40.5
2006	897	26.3	14.6	2,339	-4.1	38.0
2007	1,069	19.2	16.6	2,236	-4.4	34.7
2008	1,168	9.3	16.9	2,378	6.4	34.5
2009	1,342	14.9	17.2	3,053	28.4	39.1
2010	1,875	39.7	21.3	3,023	-1.0	34.4
2011	2,220	18.4	22.7	3,289	8.8	33.6
2012	2,837	27.8	25.5	3,519	7.0	31.6

자료 : 관광지식정보시스템, www.tour.go.kr

인바운드 관광객이 급증하기 시작한 2008년부터 서울의 객실점유율도 70%대로 올라섰고, 2009년부터는 매년 거의 80% 수준을 유지하고 있다. 같은 기간 주요도시의 객실점유율은 미국발 경제위기의 여파로 곤두박질쳤다. 중국의 주요도시들은 50% 이하로 떨어졌고 기타 주요도시들도 60%대를 맴돌았지만, 서울은 호황기의 성수기 수준 객실점유율을 보였다.

■ <표 3-39> 전국 호텔 매출액 및 서울 객실점유율 ■

[단위 : 1,000원]

연도	합계	객실	부대시설	서울 객실점유율(%)
2001	2,669,911,967	1,151,620,391	1,518,291,576	76.4
2002	2,864,033,096	1,252,501,003	1,609,532,093	74.1
2003	2,629,054,591	1,048,310,311	1,580,744,280	62.9
2004	2,793,501,518	1,175,388,529	1,618,112,989	70.8
2005	2,827,538,961	1,130,574,561	1,696,964,400	69.1
2006	3,028,988,072	1,111,029,618	1,917,058,454	66.4
2007	2,901,025,142	1,162,563,808	1,738,461,149	69.5
2008	3,097,942,305	1,328,511,156	1,769,431,149	71.8
2009	3,178,966,218	1,515,418,455	1,662,547,763	77.3
2010	3,414,577,222	1,706,156,530	1,708,420,692	79.0

연도	합계	객실	부대시설	서울 객실점유율(%)
2011	3,686,208,227	1,864,319,086	1,824,815,648	80.7
2012	3,993,296,763	2,117,530,509	1,875,766,254	78.9

자료 : 관광지식정보시스템, www.tour.go.kr

■ <표 3-40> 객실 점유율 및 단가 ■

도시	자국 통화				달러	
	객실점유율	평균객실단가	판매가능 객실당 수익률	변동률(%)	평균 객실단가 (2009)	판매가능 객실당 수익률 (2009)
발리	70.4	1,266,294	891,627	11.4	119	84
서울	78.6	172,148	135,234	6.5	129	101
자카르타	62.1	744,433	462,009	-1.4	69	43
멜보른	74.1	177	131	-7.9	131	97
도쿄	68.2	20,869	14,223	-8.9	219	150
베이징	48.2	630	303	-56.2	92	44
뉴델리	60.0	8,671	5,205	-39.6	174	104
뭄바이	57.2	9,043	5,173	-36.9	182	104
방콕	50.8	3,229	1,642	-35.7	92	47
상하이	47.1	725	341	-34.8	106	50

자료 : Baxter · · Laura(2009), 『Hospitality Vision-Asia Pacific Performance Review』

경제위기에도 아랑곳하지 않고 몰려드는 인바운드 관광객과 높은 객실점유율은 결국 객실부족사태로 이어졌다. 객실 가동률 80%를 기준으로 할 때, 2011년 말 수도권 객실 수요는 3만 6,379실이지만 객실 공급은 2만 6,000실에 불과하다. 2011년 한 해 동안 한국으로 들어오려다 방이 없어 다른 나라로 간 외국인만 120만 명에 달한다. 이러한 현상을 해결하기 위해서는 3년간 3만 1,000개의 객실이 더 필요할 것으로 보여진다.

② 호텔산업 진흥 입법

호텔 객실 부족사태를 해결하기 위해서 정부는 '관광숙박시설 확충을 위한 특별법'을 입안하여 2012년 1월 26일 국회를 통과하고 7월 27일부로 시행에 들어갔다. 호텔 건축 또는 증축 시에 용적률을 최대 1,200%까지 확대할 수 있도록 함으로써 객실을 더 늘릴 수 있게 한 것이다. 또한 정부는 2016년까지 5년간 관광기금 1조 2,000억 원을 숙박시설 확충을 위한 시설자금과 운영자금으로 저리 융자해주고 있다. 이를 통하여 절대적으로 부족한 중저가 관광호텔 8,000여 객실을 조기에 확충하고자 한 것이다.

③ 비즈니스호텔 건설 붐

급격한 관광객 증가, 그 중에서도 중국인 관광객의 증가로 촉발된 호텔 객실 부족사태를 조기 해결함으로써 여행산업 및 호텔산업의 성장기조를 계속 이어가기 위한 정부의 호텔산업 진흥입법은 즉각 효력을 발휘했다. 아래 표에서 보는 바와 같이, 전국에 호텔 건축붐이 일고 있다.

■ <표 3-41> 호텔 및 객실 확충 현황 ■

도시	운영 중인 호텔 및 객실	숫자	건축 중인 호텔 및 객실 숫자	합계
서울 (2012년말 기준)	호텔	178	88	266
	객실	28,433	13,487	41,920
부산 (2012년말 기준)	호텔	50	20	70
	객실	6,936	2,858	9,794
인천 (2012년말 기준)	호텔	46	19	65
	객실	4,110	1,199	5,309
울산 (2012년말 기준)	호텔	8	5	13
	객실	818	905	1,723
경기도 (2012년말 기준)	호텔	91	23	114
	객실	6,341	2,480	8,821
강원도 (2012년말 기준)	호텔	37	13	50
	객실	4,564	4,580	9,144
제주도 (2013년 7월말 기준)	호텔	54	129	183
	객실	6,810	7,393	14,203

자료 : * 서울: 서울시

** 그 외: 월간 『Hotel & Restaurant』2013년 각 호

호텔 건축붐을 주도하고 있는 것은 국내자본만이 아니다. 중국은 제주도에, 일본은 부산과 서울 등지에 호텔을 신축하고 있다. 일례로, 일본의 비즈니스 호텔 체인(no-frills business hotel) 도요코 인(Toyoko Inn)은 지난 1986년 창업한 이래 자국 내에서만 영업을 해 왔으나, 최초로 해외지점을 한국에서 개설하고 현재 영업 중이다. 2008년 1호점 영업을 시작한 이래 빠른 속도로 객실을 확충하고 있다. 현재 우리나라 호텔산업이 전 세계 경기와 무관하게 호황을 이어가고 있다는 점과 연간 300만 명에 달하는 일본인이 한국을 찾고 있는 일본인 최대의 해외여행지라는 점을 고려한 것으로 볼 수 있다.

■ <표 3-42> 일본 도요코 인 국내 진출 현황 ■

지역	도요코 인	객실 숫자
부산	부산역 1	359
	부산역 2	491
	부산 서면	308
	부산 해운대	142
대전	대전 정부청사	300
서울	동대문	175
	합계	1,775

출처 : 도요코 인 홈페이지, www.toyoko-inn.kr

(2) 여행

① 여행산업 급성장

세계관광기구(UNWTO)의 통계에 따르면 2012년 국제관광객 수는 전년 대비 4.0% 증가한 10억 3,500만 명으로 집계되었다. 2012년 국제관광객 수가 최초로 10억 명을 돌파하였으며, 국제관광 수입은 전년대비 3.2% 증가한 1조 750억 달러를 기록하였다.

■ <표 3-43> 세계관광 성장추이 ■

[단위 : 백만 명, 십억 달러(US\$)]

연도	관광객 숫자	성장률(%)	관광수입	성장률(%)
2000	678	8.1	475	3.9
2001	678	0.0	466	-1.9
2002	698	2.9	485	4.1
2003	689	-1.3	532	9.7
2004	760	10.3	634	19.2
2005	807	6.2	680	7.3
2006	851	5.5	745	9.6
2007	911	7.1	860	15.4
2008	929	2.0	944	9.8
2009	894	-3.8	855	-9.4
2010	949	6.2	930	8.8
2011	995	4.8	1,042	12.0
2012	1,035	4.0	1,075	3.2

※ 2012년은 잠정치임

자료 : UNWTO World Tourism Barometer(Vol.11, interim update June 2013)

우리나라의 경우 인바운드 관광객은 지난 2008년 이래로 매년 100만 명씩 증가를 거듭해서 지난 2012년에는 1,000만 관광객 시대를 열었다. 2001년 911테러와 2003년 이라크 침공 및 사스로 인한 여행산업 불경기에는 영향을 받았으나, 미국의 서브프라임 모기지 사태로 촉발된 금융위기에는 영향을 받지 않았을 뿐만 아니라 오히려 급성장을 했다. 그러나 아웃바운드 관광은 영향을 받았는데, 2008년 한 해 동안 우리 국민의 해외여행은 14%나 감소했고, 2009년에는 무려 24.3%나 감소하기도 했다. 결과적으로 인바운드는 지속적으로 급증하고, 아웃바운드는 등락을 거듭하였으며, 해외여행을 한 우리 국민의 숫자는 우리나라를 찾은 해외방문객의 숫자와 많은 차이가 있는 것으로 나타났다.

2008년이래로 우리나라를 찾은 여행객이 급증함에 따라 여행수입은 급성장했지만 해외여행을 한 우리 국민의 숫자가 방한여행객 숫자를 압도함으로써 여행수지는 적자를 면치 못 했다. 2010년 이래로 여행수지 적자규모는 연간 30억 달러를 상회하는 선에서 안정되고 있다.

■ <표 3-44> 여행수지 ■

[단위 : 1,000달러, %]

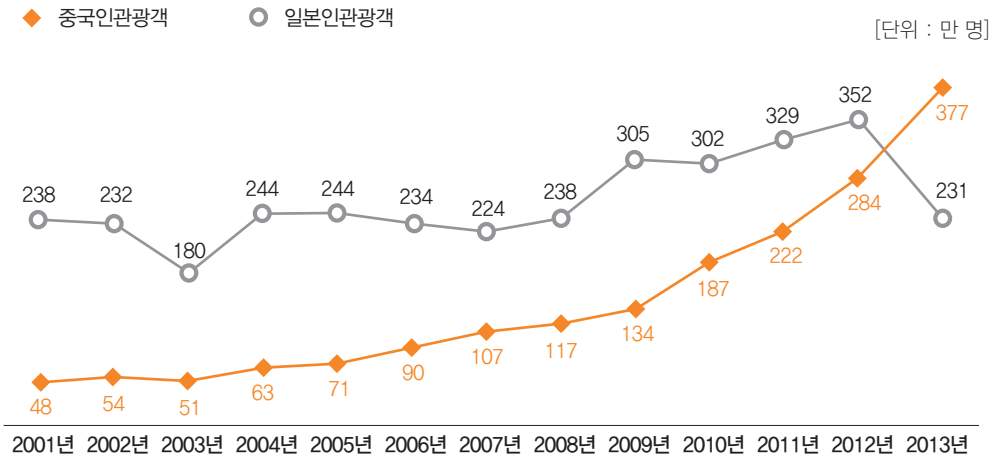
연도	여행수입	성장률(%)	여행지출	성장률(%)	여행수지
2000	6,811,300	0.1	6,174,000	55.3	637,300
2001	6,373,200	-6.4	6,547,000	6	-173,800
2002	5,918,800	-7.1	9,037,900	38	-3,119,100
2003	5,343,400	-9.7	8,248,100	-8.7	-2,904,700
2004	6,053,100	13.3	9,856,400	19.5	-3,803,300
2005	5,793,000	-4.3	12,025,000	22	-6,232,000
2006	5,759,800	-0.6	14,336,900	19.2	-8,576,100
2007	6,093,500	5.8	16,950,000	18.2	-10,856,500
2008	9,719,100	59.5	14,580,700	-14	-4,861,600
2009	9,782,400	0.7	11,040,400	-24.3	-1,258,000
2010	10,321,400	5.5	14,291,500	29.4	-3,970,100
2011	12,396,900	20.1	15,544,100	8.8	-3,147,200
2012	13,448,100	8.5	16,519,000	6.3	-3,070,900

자료 : 관광지식정보시스템, www.tour.go.kr

② 중국인 방한 관광객 급증

우리나라를 찾은 외국인 여행객을 국적별로 보면, 일본이 제일 많고 그 뒤를 중국이 쫓고 있었다. 2009년 처음으로 300만 명을 넘어선 일본인 인바운드 관광객은 2012년 352만명으로 정점을 이루었는데, 2010년부터 중국인 인바운드 관광객 숫자가 급증하면서 우리나라를 찾는 중국인 여행객 숫자와

일본인 여행객 숫자의 격차는 빠른 속도로 좁혀지다가, 2013년에는 우리나라를 찾은 중국인 여행객 숫자는 377만명인데 비해 일본인 여행객은 231만명으로 역전되었다.



자료 : 관광지식정보시스템, www.tour.go.kr

■ [그림 3-15] 일본인 및 중국인 방한여행객 숫자 추이 ■

③ 여행산업 급성장 요인

여행산업에 영향을 미치는 가장 큰 요인은 환율과 경기 그리고 관광자원의 경쟁력이라고 할 수 있다. 최근 5년 동안 우리나라는 안정적이고 예측가능한 수준의 환율을 유지해왔으며, 원화의 가치를 엔화나 위안화에 비해서 상대적으로 낮게 유지했다. 미국발 경제위기로 전 세계는 경기불황에 시달렸으나 우리나라는 안정적이고 지속적인 성장을 계속했다. 또한 전 세계적인 한류 열풍으로 우리나라를 찾고자 하는 외국인이 증가했다. 약 10% 내외의 방한관광객은 드라마촬영지 방문, 한류스타 팬 미팅 등 한류 때문에 한국을 찾고 있다. 이처럼 안정적인 환율과 지속적인 성장 그리고 문화·관광자원 매력도 증가 등은 최근 5년간에 걸친 급속한 여행 산업 성장을 견인해 왔다.

■ <표 3-45> 한류관광 ■

2007	2008	2009	2010	2011
11.8%	10.6%	8.6%	10.1%	8.2%

자료 : 문화체육관광부(2012), 『2011 외래관광객 실태조사』

3) 스포츠산업 동향

(1) 스포츠 시설

① 스포츠 시설산업 규모

스포츠 시설산업의 규모를 알 수 있는 방법은 두 가지다. 하나는 한국은행이 발행하고 있는 산업연관표로 스포츠 시설산업의 규모를 계산하는 것이고, 다른 하나는 스포츠산업 실태조사를 통해서 알아보는 것이다. 그러나 산업연관표의 스포츠산업과 스포츠산업 실태조사의 스포츠산업 부문은 정의가 다르기 때문에 이를 조정할 필요가 있다. 운동 및 경기용품 제조업, 경기 및 오락스포츠업, 운동 및 경기용품 유통·임대업, 스포츠 및 레크리에이션 교육기관 등으로 스포츠부문을 정의하고 있는 스포츠산업 실태조사의 스포츠부문 정의를 스포츠 시설산업·용품산업·경기산업 등으로 스포츠부문을 정의한 여가백서의 정의에 맞춰서 재조정하여 스포츠 시설산업의 규모를 살펴보면 아래 표와 같다. 우리나라 스포츠 시설산업은 2000년대 중반부터 급속도로 성장하고 있다. 2003년에 3조 6,380억 원 규모였던 스포츠 시설산업이 불과 2년 뒤인 2005년에는 거의 두 배 가량 성장한 6조 100억 원 규모로 성장했고, 2011년에는 또 다시 거의 두 배 가량한 성장하여 10조 7,770억 원에 이르렀다.

■ <표 3-46> 스포츠 시설산업 규모 추이 ■

[단위: 십억 원]

2000	2003	2005	2009	2011
3,071	3,638	6,010	8,954	10,777

자료 : * 한국은행, 각 연도, 『산업연관표』
 ** 문화체육관광부(2012), 『2012 스포츠산업 실태조사』

지난 5년 동안 문화체육관광부에 등록하거나 신고한 스포츠 시설을 살펴보면 스포츠 시설산업의 급성장을 주도한 시설이 무엇인지를 파악할 수 있다. 태권도장·권투도장·검도장 등 체육도장과 체력단련장 등은 정체되어 있고, 수영장·당구장 등은 줄어들고 있다. 골프장·골프연습장·승마장·요트장 등은 늘어나고 있으며, 그 중에서도 승마장과 요트장의 증가 속도가 매우 빠르다. 요트장이나 승마장은 그 숫자가 많지 않아서 경제적 파급효과를 논할 단계는 아니지만, 골프장이나 골프연습장은 숫자가 많고 특히 골프장은 규모도 커서 전체 스포츠 시설산업에 상당한 영향을 미친다. 2000년대 중반부터는 스포츠시설의 대부분을 차지하는 골프장 증가로 인해 스포츠 시설산업이 지속적으로 성장하였다.

■ <표 3-47> 스포츠 시설 현황 ■

[단위 : 개소]

연도	2008	2009	2010	2011	2012
골프장	311	339	386	416	440
골프연습장	6,356	7,446	8,186	9,036	9,575
체육도장	13,026	13,112	13,263	13,485	13,660
수영장	606	581	574	567	579
당구장	22,519	24,568	25,317	25,159	23,855
체력단련장	6,064	6,128	6,240	6,449	6,608
승마장	70	73	82	116	138
요트장	4	13	15	19	21

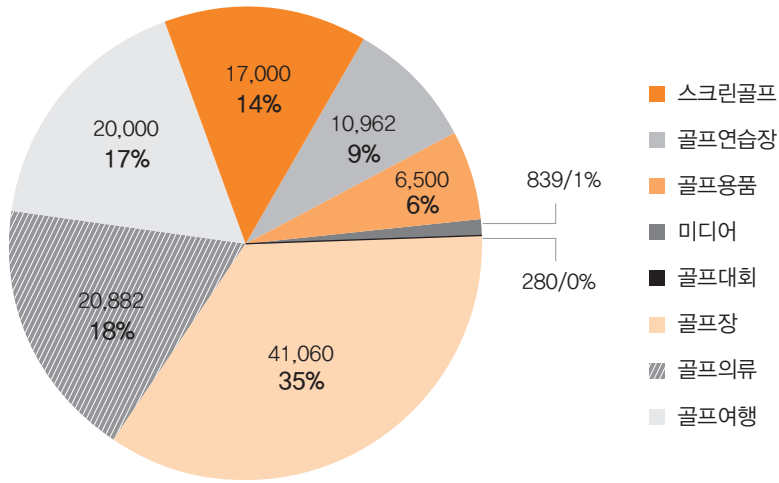
자료 : 문화체육관광부(2012), 전국 등록·신고 체육시설업 현황.
문화체육관광부(2013), 『2012 체육백서』

② 골프산업

골프존에서 발간한 대한민국 골프백서에 따르면 2011년 기준으로 국내 전체 골프산업의 규모는 11조 7,523억 원이다. 그중에서 골프장이 4조 1,060억 원으로 35%를 차지하여 가장 비중이 높다. 다음으로는 골프의류 부분이 2조 882억 원으로 전체 18%를 차지한다. 골프용품과 스크린 골프산업이 각각 2조원과 1조 7천억으로 17%와 14%의 비중을 차지하고 있다. 골프연습장이 1조 962억 원으로 9% 규모이다. 나머지 부분으로는 골프용품이 6,500억 원으로 6%를, 미디어가 839억 원으로 1%, 골프대회가 280억 원을 차지하고 있다.

가장 높은 비율은 차지하고 있는 골프장 산업은 국내 전체 410개의 골프장에 연간 2,700만명이 이용하고 있으며, 골프장 그린피, 회원권, 캐디피, 카티이용료 등을 포함해서 4조 1,060억 원으로 나타났다. 스크린골프의 경우 골프연습장에서 시작하였으나, 골프 대중화, 한국의 독특한 놀이문화, 기후 및 물리적 공간에 상대적으로 영향을 적게 받는다는 것 등이 장점으로 작용하여 2000년대 중반이후 급속하게 성장하여 전체 골프산업에서 골프연습장 시장보다 큰 시장으로 성장하였다.

골프연습장의 경우 골프장숫자 및 골프인구의 증가에 힘입어 지속적으로 증가하여 2011년 기준으로 전국에 4,200개의 실내연습장에서 3,800억 원, 1,300여개의 실외연습장에서 7,200억 원의 매출이 발생하고 있는 것으로 추정하고 있다.

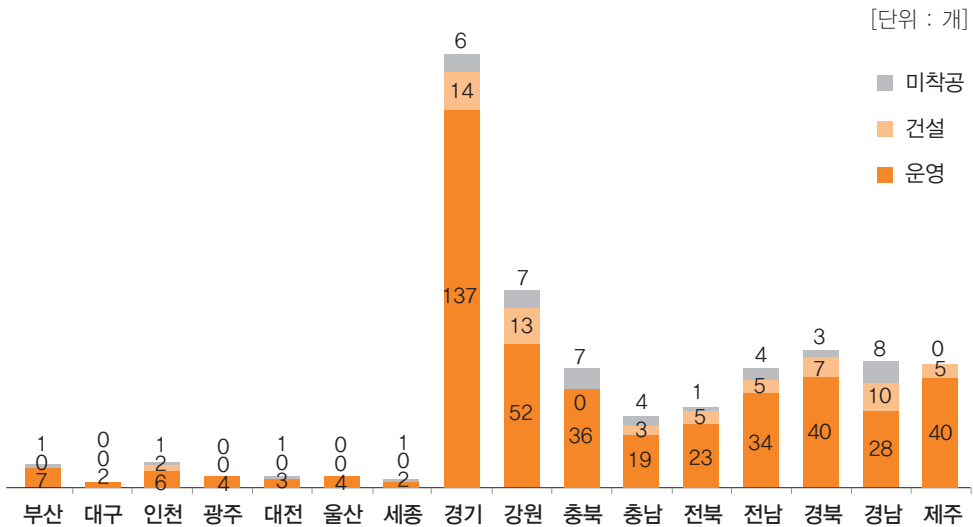


자료 : 골프존(2013), 『대한민국 골프백서』

[단위 : 억 원]

■ [그림 3-16] 골프산업 규모 ■

한국골프장경영협회 내부자료에 의하면 2013년 1월 1일 기준으로 운영 중인 골프장은 총 437개이며, 경기도에 137개로 가장 많은 골프장이 위치해 있다. 다음으로 강원도에 52개, 경상북도와 제주특별자치도에 각각 40개가 있으며, 그 다음이 충청북도에 36개가 운영 중이다.

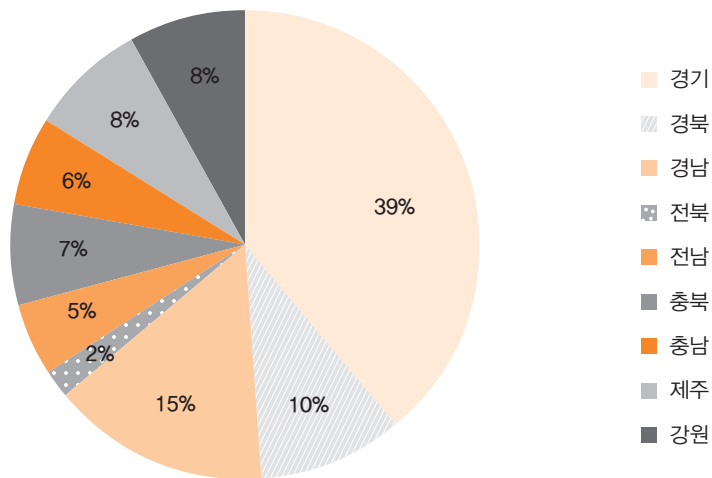


자료 : 한국골프장경영협회 내부자료

■ [그림 3-17] 전국골프장 현황 ■

골프장 중 가장 비중이 높은 회원제골프장의 경우 이용객 숫자가 2000년 945만 9,000명에서 2009년 1,700만 명을 돌파하면서 1,701만 명까지 올라갔다가 2010년 1,662만 명까지 떨어진 이후, 2012년에는 1,685만 명으로 2000년 대비 78.2% 증가하였다. 2010년 이후에는 계속 1,600만 명대를 유지하고 있다. 반면 퍼블릭골프장의 경우는 2000년 142만 9,000명에서 2012년 925만 3,000명까지 지속적으로 증가하고 있다. 이는 2000년 대비 무려 547.6%증가한 것이다.

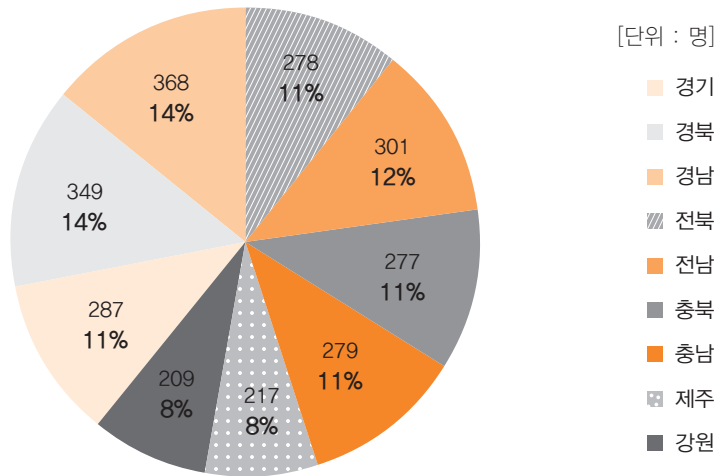
2000년 전체 85%를 차지하였던 회원제골프장의 경우 2012년에는 전체 61%로 비율이 24% 감소했으며, 퍼블릭골프장의 경우 2000년에는 전체 골프장 이용객중 13%가 이용하였으나 2012년에는 34%가 이용하여 이용비율은 21% 증가하였다. 2000년에는 전체 이용객중 2%만이 군 골프장을 이용하였으나 2012년에는 전체 이용객중 5%가 군 골프장을 이용하고 있는 것으로 나타나고 있다.



자료 : 한국골프장경영협회 내부자료

■ [그림 3-18] 지역별 골프장이용객 비율 ■

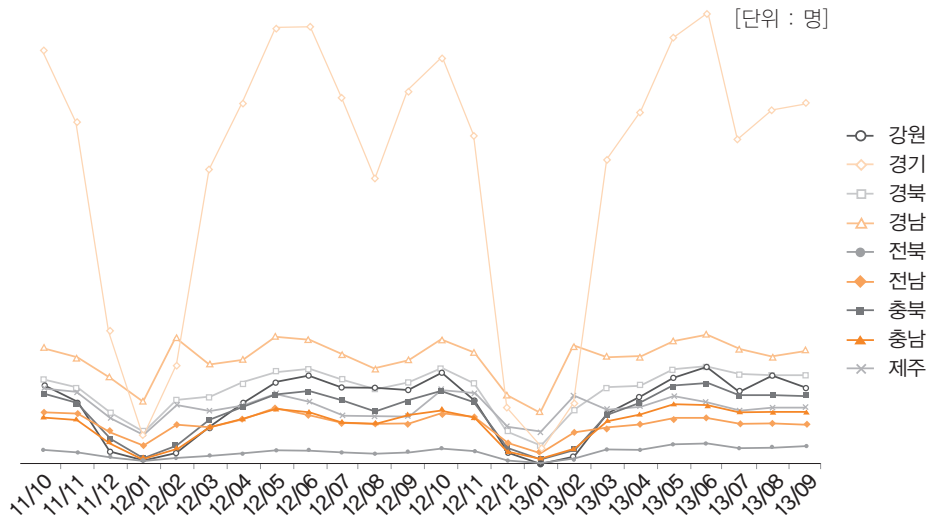
지역별 이용현황을 살펴보면 전체 이용객중 39%가 경기권에서 이용하고 있으며 그 다음으로는 15%가 경남권에서 이용하고 있다. 홀 당 이용객은 경남(368명)과 경북(349명)의 이용률이 14%로 가장 많은 것으로 나타났으며, 강원도(217명)와 제주도(209명)가 8%로 가장 적은 것으로 나타났다.



자료 : 한국골프장경영협회 내부자료

■ [그림 3-19] 지역별 홀당 골프장이용객 비율 ■

지난 2년간 골프장 이용객 변화추이를 계절적으로 살펴보면, 경기권의 경우 다른 지역에 비해 유독 다른 양상을 보이는데, 1월에는 10만 명 이하이던 것이 2월에 10만 명대로 올라간 뒤 3월이 되면 60만 명으로 급증하며, 봄기운이 완연한 4월과 5월에는 90만 명을 넘는다. 그리고 여름철인 8월에는 60만 명까지 줄어들고, 가을철인 9월, 10월, 11월에는 다시 70만 명이 넘다가, 겨울철 3달 동안은 10만 명선으로 떨어진다. 경기도 권역을 비롯한 모든 지역에서 유사한 양상을 보이기는 하지만 경기도 권역처럼 큰 폭으로 변동하지는 않는다. 강원도 권역이 가장 연중 편차가 없이 고르게 나타나고 있다.



자료 : 한국골프장경영협회 내부자료.

■ [그림 3-20] 최근 2년간 지역별 월간 골프장이용객 추이 ■

2013년 1월에 운영 중인 전국 437개 골프장 중 골프장 이외의 매출 비중이 높거나, 여러 곳에 골프장을 운영 중이거나, 신설법인 또는 특수상황으로 인해 매출의 변화가 생긴 곳이거나, 9홀 이하 골프장을 제외한 전국 121개 골프장의 2012년 손익 현황을 살펴보면 내륙지역 전체가 마이너스 성장을 하는 가운데, 영남지역 18홀 규모의 골프장 매출액은 2억 3,400만원이 증가하여 2.67% 증가하였고, 강원지역에서는 27홀 규모 골프장만 매출액이 800만 원 증가했다. 이는 물가인상률 이하의 증가여서 이미 전체적으로 마이너스 성장으로 들어섰다고 보는 것이 타당할 것이다.

반면에 제주지역 36홀 이상의 대형골프장은 유독 14.49%의 성장을 보여주고 있다. 가장 타격을 크게 받은 곳은 호남지역인데, 호남지역 골프장 중에서도 27홀 규모의 골프장 매출이 총 12억 4,800만 원 감소하여 10.96% 감소했다. 지난 2년간 지역별 홀당 이용객 수를 살펴보면, 제주도가 연중 편차가 가장 작고 경남지역이 전체적으로 가장 높다.

■ <표 3-48> 전국골프장 매출 현황 ■

[단위 : 억 원]

구분	수도권	영남	호남	충청	강원	제주	평균
18홀	2011년	11,705	8,753	8,030	9,181	8,873	9,308
	2012년	11,327	8,987	7,860	8,988	8,655	9,163
	증감	-378	234	-170	-193	-218	-145
	증감율	-3.23%	2.67%	-2.12%	-2.10%	-2.46%	-1.56%
27홀	2011년	15,511	12,296	11,388	9,653	9,659	10,832
	2012년	14,779	11,919	10,140	9,632	9,667	10,394
	증감	-732	-377	-1,248	-21	8	-257
	증감율	-4.72%	-3.07%	-10.96%	-0.22%	0.08%	-3.96%
36홀	2011년	20,651	19,904	16,472	16,269	28,634	20,386
	2012년	19,983	18,407	15,476	14,997	32,782	20,329
	증감	-668	-1,497	-996	-1,272	4,148	-57
	증감율	-3.23%	-7.52%	-6.05%	-7.82%	14.49%	-0.28%
18홀 환산	2011년	10,859	8,795	7,205	7,588	7,507	8,497
	2012년	10,509	8,596	6,760	7,453	7,302	8,422
	증감	-350	-199	-445	-135	-205	885
	증감율	-3.22%	-2.26%	-6.18%	-1.78%	-2.73%	9.81%

자료 : GMI컨설팅그룹 · 레저경영연구소(2013), 『2012년 전국 골프장 영업이익 분석』

(2) 스포츠 용품

① 스포츠 용품산업 규모

스포츠 용품산업 역시 시설산업과 마찬가지로 최근 10년간 급성장을 거듭했다. 2000년 스포츠 용품 산업 규모는 2조 9,890억 원 규모였으나 2011년에는 6조 6,610억 원으로 거의 두 배 가량 커졌다.

■ <표 3-49> 스포츠 용품산업 규모 추이 ■

[단위 : 십억 원/십억 엔]

연도	2000	2003	2005	2009	2011
한국	2,989	3,755	3,323	6,499	6,661
일본	2,208	2,061	2,050	1,998	1,961

자료 : * 한국은행, 각 연도, 『산업연관표』

** 문화체육관광부(2012), 『2012 스포츠산업 실태조사』

*** 日本生産性本部, 『レジャ白書 2013』(레저백서 2013)

이를 일본 스포츠 용품산업과 비교해 보면, 우리나라는 지속적으로 성장하였으나 일본은 지속적으로 축소되었다. 2000년 우리나라 스포츠 용품시장의 규모가 2조 9,890억 원이었을 때 일본은 22조 2,663억 원으로 거의 7.5배가량 컸으나 2011년에는 우리시장의 규모가 6조 6,610억 원 일때 일본시장은 19조 8,290억 원으로 3배가량 크다.³⁰ 전 세계 스포츠 용품산업과 비교해 보아도 상황은 크게 다르지 않다. 지난 2009년 전 세계 용품산업은 17.3% 폭락한데 이어서 2010년에 또 다시 0.2% 위축되었고, 2011년에 들어서야 겨우 0.3% 성장으로 전환되었다.

전 세계적으로 미국발 금융위기의 영향을 받는 상황에서도 성장을 거듭한 우리나라 스포츠 용품산업을 견인한 것은 아웃도어 레저 용품시장의 급성장이었다. 스포츠 시설산업의 성장을 주도한 것이 골프라면 용품산업의 성장을 주도한 것은 아웃도어 레저 열풍이다.

② 아웃도어 레저 용품

삼성패션연구소 발표에 따르면 2013년 전체 아웃도어 시장규모는 6조 4,000억 원으로 예상하고 있다. 이는 전년대비 10.3% 증가한 것이며 2007년 대비 326% 성장한 것이다. 특히 2012년에는 93.3% 증가하여 거의 배에 가까운 급격한 증가가 일어났다. 이러한 현상은 아웃도어브랜드들이 일상복으로도 착용 가능한 다양한 형태로 제품을 출시하는 것에도 영향을 받은 것으로 보인다.

■ <표 3-50> 아웃도어 용품산업 규모 추이 ■

연도	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013 (전망)
매출액 (억원)	15,000	18,000	20,000	26,000	30,000	58,000	64,000

자료 : 삼성패션연구소 홈페이지, www.samsungdesign.net

30) 2013년 12월 26일 현재 환율 100엔당 1,011원 17전으로 계산하였다.

■ <표 3-51> 아웃도어 용품 산업 추이 ■

구분	2010	2011	2012	2013(전망)	전년대비성장률
노스페이스	5,300	6,150	6,450	7,000	8.5%
코오롱스포츠	4,200	5,300	6,100	6,800	11.5%
블랙야크	2,500	3,500	5,100	6,700	31.4%
K2	3,000	4,100	5,500	6,550	19.1%
네파	1,300	2,500	4,000	5,000	25.0%
말레	1,300	2,000	2,800	4,000	42.9%
컬럼비아	2,000	2,500	3,100	3,600	16.1%
라푸마	1,800	2,400	2,500	3,300	32.0%
아이더	600	1,100	2,100	3,300	57.1%
레드페이스	1,100	1,400	1,500	1,900	26.7%
합계	23,100	30,950	39,150	48,150	23.0%

자료 : 각 제조사 내부자료 참조.

10대 브랜드별 2013년 예상매출을 보면 전체 아웃도어용품 성장률인 10.3%의 두 배가 넘는 23%의 성장을 예측하고 있는 것을 알 수 있으며, 10대 브랜드가 전체 아웃도어 시장의 3/4이 넘는 75.2%를 차지하고 있는 것을 알 수 있다. 토종브랜드인 코오롱스포츠, 블랙야크, 라푸마, 몽벨, 네파는 중국에 진출했고, 이중 블랙야크는 스위스, 이탈리아, 터키 등 유럽시장에 진출하기에 이르렀다. 또한 스위스의 마뫼트(mammut), 미국의 파타고니아(patagonia), 스웨덴의 하갈롭스(haglöfs), 이탈리아의 아솔로(asolo)등과 같은 글로벌 아웃도어 브랜드들이 한국시장에 직접 진출하여 한국시장을 직접 관리하고 있는 것은 한국의 아웃도어시장의 규모 증가를 대변해 주는 양상이라고 볼 수 있을 것이다.

이처럼 아웃도어 의류시장이 전체 아웃도어시장을 이끌고 있는 가운데, 캠핑용품의 시장역시 성장하고 있는데, 2008년 700억원 이었던 캠핑 용품 시장의 규모가 2012년에는 4천억으로 2008년 대비 471%증가하였으며 2012년에도 33.3%증가하였다.

■ <표 3-52> 캠핑 용품산업 규모 추이 ■

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
매출(억원)	700	1100	2000	3000	4000
성장률(%)	-	57.1	81.8	50.0	33.3

자료 : 국회 문화관광산업연구포럼

또한 전체아웃도어시장에서 캠핑 용품이 차지하는 비중도 2008년에는 3.9%에 지나지 않았으나, 2012년에는 8%까지 증가한 것을 볼 수 있다. 이것은 아웃도어용품시장이 의류를 중심으로 성장하였지만, 실제로 캠핑을 비롯한 아웃도어활동 역시 활발히 이루어지고 있다는 것을 보여주는 예라 할 수 있다.

■ <표 3-53> 캠핑 용품산업 규모 추이 ■

구분	2008	2009	2010	2011	2012
캠핑용품 시장비중(%)	3.9	5.5	6.7	7.5	8

자료 : 국회 문화관광산업연구포럼

(3) 스포츠 경기

① 스포츠 경기산업 규모

산업연관표와 스포츠산업 실태조사 자료로 스포츠 경기산업의 규모 추이를 살펴보면, 아래 표와 같다. 스포츠 경기산업은 2003년 2조 105억 원으로 정점을 이룬 다음 조금씩 하락하여 2000년 수준에 머물고 있다. 스포츠 경기산업은 스포츠 시설산업이나 용품산업과 비교하면 규모가 적으며, 또한 월드컵이나 올림픽 등 스포츠 메가 이벤트가 우리나라에서 개최되는 해에 조사를 하면 규모가 크게 나오기 때문에 조사시점에 따라서 규모가 달라지는 특성이 있다. 따라서 규모 추이만으로 스포츠 경기산업이 2003년 이래로 감소하고 있다고 말할 수 없다는 점을 염두에 두고 추이를 확인할 필요가 있다.

■ <표 3-54> 스포츠 경기산업 규모 추이 ■

[단위 : 십억 원/억 엔]

연도	2000	2003	2005	2009	2011
한국	1,443	2,105	1,963	1,744	1,448

자료 : * 한국은행, 각 연도, 『산업연관표』

** 문화체육관광부(2012), 『2012 스포츠산업 실태조사』

우리나라 스포츠 경기산업의 규모 및 추이를 외국과 비교해 볼 수 있는 지표는 스포츠 경기관람 매출액이다. 아래 표는 전 세계와 일본의 스포츠 경기 관람 매출액인데, 이를 통해서 확인할 수 있는 것은 전 세계적으로 보았을 때 2008년 매출액 399억 9,800만 달러를 정점으로 등락을 거듭하고 있으며,

2011년 기준 2008년 수준을 회복하지 못하고 있다(PWC, 2011: 26). 일본의 경우도 크게 다르지 않다. 2009년 1,450억 엔으로 정점을 찍었으나 이후 2011년까지 2009년 수준을 회복하지 못하고 있다.

■ <표 3-55> 전 세계 및 일본 스포츠 경기관람 매출액 추이 ■

[단위 : 천만 달러/억 엔]

연도	2007	2008	2009	2010	2011
전 세계	3,838	4,000	3,887	3,957	3,904
일본	1,390	1,350	1,450	1,390	1,320

자료 : * PWC(2011), 『Changing the Game – Outlook for the Sports Markets to 2015』

** 日本生産性本部, 『レジャー白書 2013』

스포츠 경기산업 중 프로야구는 국내 프로스포츠 리그 가운데 관중동원 능력 및 파급효과 측면에서 다른 종목에 비해 상당히 앞서가고 있다. 따라서 여기서는 프로야구산업의 현황만을 다루기로 한다.

② 프로야구

프로야구는 2012년에는 753만 명이라는 사상 최다의 관중을 동원했으며, 관중석점유율은 68.6%를 기록해 야구 산업의 선진국인 미국 메이저리그(71.4%)와 일본 프로야구 센트럴리그(66.4%)에 필적할 정도로 성장했다. 아울러 최근 국제대회에서의 선전(2008년 베이징올림픽 금메달, 2009 WBC 준우승, 2010 광저우 아시안게임 금메달)과 류현진, 추신수와 같은 국제적 스타선수 출현 등은 현 프로야구의 양적·질적 성장을 대변하고 있다고 할 수 있다.

프로야구 구단현황은 2010년까지 두산베어스, 삼성라이온즈, 롯데자이언츠, 한화이글스, LG트윈스, SK와이번스, 기아타이거즈, 넥센히어로즈 등 8개 구단으로 운영되고 있었으며, 2011년에는 NC다이노스, 2013년에는 KT위즈가 창단되어 총 10개 구단이 현재 운영되고 있다.

■ <표 3-56> 프로야구 구단 현황(2013년 기준) ■

구분	창단연도	현연고지	비고
KT위즈	2013	수원	-
NC다이노스	2011	창원	-
넥센히어로즈	2008	서울	-
기아타이거즈	2001	광주	2001년 7월 '해태타이거즈' 인수
SK와이번스	2000	인천	-
LG트윈스	1990	서울	1990년 'MBC청룡' 인수

구분	창단연도	현연고지	비고
한화이글스	1986	대전	1993년 11월 '빙그레이글스'에서 구단명 변경
롯데자이언츠	1982	부산	-
삼성라이온즈	1982	대구	-
두산베어스	1982	서울	1999년 1월 'OB베어스'에서 구단명 변경

자료 : 한국프로야구연맹(2013), 『2013 한국프로야구 연감』

다음으로 프로야구 관중현황을 살펴보면, 평균입장객 숫자가 2004년 4,813명에서 2010년 11,402명으로 137% 증가했으며, 좌석점유율은 21.9%에서 65.7%로 200% 증가했다. 이는 야구에 대한 국민적 관심이 크게 증가하였음을 보여준다.

■ <표 3-57> 연도별 평균 관중 수 및 좌석점유율 ■

구분	경기수	총관중수	평균입장인원	수용규모	좌석점유율
2004	548	2,637,559	4,813	21,934	21.9
2005	517	3,640,690	7,042	21,934	32.1
2006	518	3,240,992	6,257	20,429	30.6
2007	517	4,409,239	8,529	20,429	41.7
2008	518	5,636,191	10,881	20,429	53.5
2009	549	6,347,547	11,562	20,429	56.6
2010	547	6,236,626	11,402	19,675	58.0
2011	548	7,154,378	13,055	19,450	65.7

자료 : 한국프로야구연맹(2013), 『2013 한국프로야구 연감』

프로야구 구단별 관중 숫자는 2012년 총 관중수 7,156,157명 중 롯데자이언츠가 1,368,995명으로 가장 많았으며, 두산베어스, LG트윈스, SK와이번스, 넥센히어로즈, 삼성라이온즈, 한화이글스, 기아타이거즈 순서대로 뒤를 이었고, 기아타이거즈를 제외한 전 구단이 2011년에 비해 2012년 관중수가 증가하였다. 프로야구에 있어서 가족단위 관람객과 여성 관람객들이 소비의 새로운 주도층으로 등장하여, 독특한 사회·문화 현상으로 트렌드화 되었으며, 2012시즌 프로야구 예매관중 중 여성 관중수가 전체의 40%를 차지하였다.

■ <표 3-58> 구단별 관객 현황 ■

구단	2011년			2012년			증감(%)	
	경기 횟수	인원	금액	경기 횟수	인원	금액	인원	금액
삼성	67	508,645	3,350,654,400	66	544,859	4,465,582,100	7.1	33.3
SK	67	998,660	7,310,008,000	66	1,069,929	8,760,220,800	7.1	19.8
두산	67	1,253,735	11,732,810,200	66	1,291,703	12,638,317,132	3.0	7.7
롯데	67	1,358,322	9,955,321,400	66	1,368,995	11,196,082,700	0.8	12.5
KIA	66	592,653	3,862,128,500	67	502,016	3,721,206,700	-15.3	-3.6
넥센	66	441,427	4,506,806,600	67	599,381	5,523,706,800	35.8	22.6
LG	66	1,191,715	11,586,968,500	67	1,259,480	12,778,950,932	5.7	10.3
한화	66	464,871	2,957,323,000	67	519,794	4,271,893,200	11.8	44.5
계	532	6,810,028	55,262,020,600	532	7,156,157	63,355,960,364	5.1	14.6

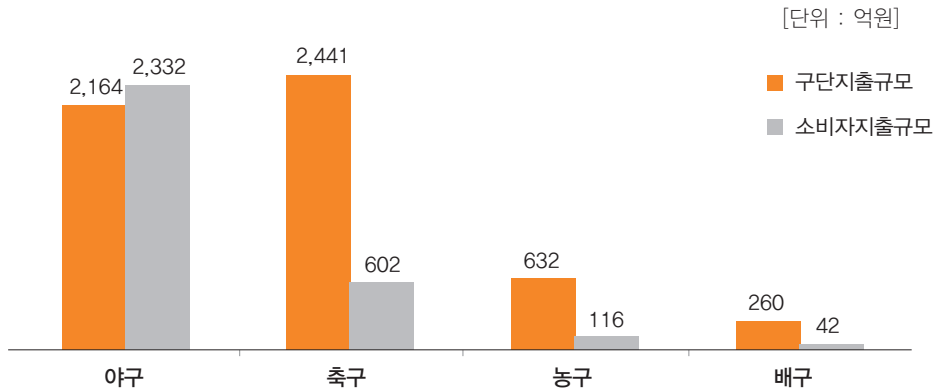
자료 : 한국프로야구연맹(2013), 『2013 한국프로야구 연감』

■ <표 3-59> 전년대비 좌석별 현황 ■

구분	2011년	2012년	전년대비(%)
유료 관객	6,459,999	6,758,229	4.6
경로 장애 우대석	278,352	318,505	14.4
어린 이 회원	71,677	79,423	10.8
계	6,810,028	7,156,157	5.1

자료 : 한국프로야구연맹(2013), 『2013 한국프로야구 연감』

4대 프로리그의 지출 기준 산업규모를 살펴보면, 야구의 경우 구단 지출규모에 비해 소비자 지출규모가 많은 것으로 나타났으나, 축구/농구/배구의 경우는 구단 지출규모에 비해 소비자 지출규모가 적은 것으로 나타났다. 특히 축구의 경우 약 2,000억 원의 차이가 나타났다.



자료 : 국민체육진흥공단(2011), 『한국 4대 스포츠리그의 경제적 파급효과 분석연구』

■ [그림 3-21] 4대 프로리그의 지출 기준 산업규모 ■

4) 예술산업 동향

(1) 공연예술

예술산업은 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 제공하는 산업인 “문화산업”³¹⁾의 한 부분으로 좁혀 생각할 수 있다. 예술산업에는 공연예술산업, 미술산업, 축제산업 등이 포함되지만 여기서는 공연예술산업만을 다루기로 한다.

① 공연예술 예산

문화체육관광부 예산은 2008년 2조 6,354억 원에서 2012년까지는 3조 7,194억 원으로 연평균 9% 증가했으며, 2013년에는 4조 1,723억 원으로 2012년의 3조 7,194억 원 대비 12.2% 증가하였다. 이 중에서 문화예술 부문의 예산을 살펴보면 2008년 1조 709억 원에서 2012년 1조 6,225억 원까지 약 5,516억 원이 증가했고, 2013년에는 약 1조 6,793천억 원으로 2012년의 1조 6,225억 원에 비해 약 568억 원 증가하였다.

31) 문화산업진흥법 제2조1

■ <표 3-60> 문화체육관광부 문화예술부문 재정추이(2008~2013) ■

[단위 : 억원]

구분	2008	2009	2010	2011	2012	2013
전체예산	26,364	28,746	31,747	34,557	37,194	41,048
문화예술예산	10,709	11,275	13,266	14,552	16,225	12,024
콘텐츠예산						4,769

자료 : * 문화체육관광부(2012), 『문화예술정책백서』

** 문화체육관광부(2013.11),

전체예산은 문화정책, 예술, 문화산업, 콘텐츠, 중무, 홍보, 국립문화예술기관을 포함한 예산임

2013년은 문화예술부문과 콘텐츠부문으로 나누었음

문화체육관광부의 문화예술예산 중 공연예술부문의 예산을 살펴보면 2008년의 2,012억원을 제외하고는 계속 감소하고 있는 반면 지방자치단체의 공연예술부문의 예산은 반대로 2008년을 제외하고는 조금씩 증가하는 모습을 볼 수 있다. 2012년 중앙정부의 공연예술예산은 국립 공연시설 운영에 590억원(42.4%), 국립 공연단체 운영 531억원(38.2%) 순서로 비중을 차지하고 있으며 그 다음으로 국공립 공연시설 건립 143억원(10.3%), 공연예술 활동 및 축제 지원 128억원(9.2%)으로 나타났다.

■ <표 3-61> 공연예술부문 예산추이(2006~2012) ■

[단위 : 억원]

구분	2006	2008	2010	2012
문화체육관광부	1,666	2,012	1,477	1,392
지방자치단체	7,380	7,087	7,767	7,907

자료 : * 문화체육관광부 세출예산서(2012년)

** 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2013), 『공연예술실태조사』

② 공연예술 시설

공연시설을 중심으로 2011년의 공연예술시장 규모를 살펴보면 시설수는 총 868개(보유공연장 수는 1,093개), 종사자수는 10,039명, 매출액은 약 3,167억 원이다. 최근 5년간의 공연예술시장 규모를 보면 시설 수는 2007년 662개에서 2011년 868개로 206개가 증가하였고 종사자는 9,037명에서 10,039명으로 매년 꾸준히 증가하고 있는 추세이다. 매출액은 2007년 약 2,879억 원에서 2010년에는 3,274억 원으로 증가하였으나 2011년에는 2010년에 비해 약 100억 원이 감소한 3,167억 원 이었다.

■ <표 3-62> 2007~2011년 공연예술시장 규모(공연시설) ■

년도	시설수(개)	매출액(백만원)	종사자수(명)
2011	868	316,711	10,039
2010	820	327,441	9,623
2009	772	267,556	9,392
2008	732	230,366	6,513
2007	662	287,923	9,037

자료 : 문화체육관광부·예술경영지원센터(2008~2012), 『공연예술실태조사』

※ 매출액은 공연시설의 자체수입 및 기타수입으로 산출

2011년 공연시설을 지역별 분포로 살펴보면 서울이 312개로 가장 많으며, 그 다음으로 경상도가 181개, 경기/인천이 145개, 전라도 84개, 충청도 79개, 강원도 41개, 제주도 26개 순이다. 공공부문에서 설립한 시설이 420개, 민간부문이 448개로 민간부문의 공연시설이 숫자는 더 많으나, 1,000석 이상의 대극장과 1,000석~500석의 중극장은 공공부문이 민간부문보다 훨씬 많았다. 민간부분은 300석~100석 미만의 소극장을 보유한 시설의 비율이 높았다.

■ <표 3-63> 2011년 지역별 공연시설 규모 ■

구분	시설수(개)	공연장수(개)
지역	서울	312
	경상	181
	경기/인천	145
	전라	84
	충청	79
	강원	41
	제주	26
설립 주체	공공부문	420
	민간부문	448

자료 : 문화체육관광부·예술경영지원센터(2012), 『공연예술실태조사』

전체 공연장의 뮤지컬 공연을 제외한 공연실적을 살펴보면 2011년 총 공연장 수는 1,093개로 나타났으며, 총 공연건수는 35,353건으로 나타났다. 또한 총 공연 횟수는 138,878회이며, 총 관객 수는 30,264,504명으로 나타났다.

■ <표 3-64> 2011년 전체 공연장의 공연건수 및 관객수 ■

구분	공연장수(개)	공연건수(건)	공연횟수(회)	관객수(명)
2011년	1,093	35,353	138,878	30,264,504

자료 : 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2012), 『공연예술실태조사』
 ※ 뮤지컬공연 미포함

수도권과 비수도권의 공연시설 규모를 비교해보면 공연시설수와 인구 1,000명당 객석수는 수도권(575개, 9.7석)과 비수도권(518개, 9.6석)이 큰 차이를 보이지 않지만, 공연일수 · 공연회수 · 관객수 등은 수도권지역이 훨씬 많은 것을 알 수 있다.

■ <표 3-65> 2011년 수도권 및 비수도권 공연 시설 및 규모 비교 ■

[단위 : %]

구분	공연장수	인구1,000당 객석수	공연일수	공연건수	공연횟수	관객수
수도권	575개	9.7석	67,836일	17,913건	95,671회	17,579,016명
비수도권	518개	9.6석	32,179일	17,440건	43,207회	12,687,488명

자료 : 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2012), 『공연예술실태조사』
 ※ 뮤지컬공연 미포함

2011년 공연시설별 수입과 지출을 살펴보면, 총수입은 약 9,816억 원으로 2010년 대비 18% 증가하였으며, 총지출 액은 약 1조 원으로 전년대비 6.9% 증가한 것으로 나타났다. 항목별 수입비율을 살펴보면, 공공기관인 중앙정부와 문예회관 및 기타(공공)시설은 공공지원금의 비중이 자체수입보다 높게 나타났다. 항목별 지출 비중을 보면 경상비가 52.8%, 사업비가 34.7%로 경상비 비율이 사업비보다 높음을 알 수 있다.

■ <표 3-66> 2011년 공연시설 총수입 ■

[단위 : 천 원]

구분	총수입	비율(%)
자체수입	279,677,193	28.5
공공지원금	617,000,863	62.9
기타수입	37,034,289	3.8
기부/후원금	31,784,874	3.2
전년도 이월금	16,104,299	1.6
합계	981,601,419	100.0

■ <표 3-67> 2011년 공연시설 총지출 ■

[단위 : 천 원]

구분	총수입	비율(%)
사업비	346,781,095	34.7
경상비	527,731,095	52.8
기타지출	19,020,464	1.9
전년도 이월금	106,592,110	10.6
합계	1,000,125,595	100.0

자료 : 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2012), 『공연예술실태조사』

2011년 공연시설의 총 인력 수는 10,037명이고 이를 고용형태별로 살펴보면 정규직은 7,029명(71.8%), 비정규직은 2,830명(28.2%)으로 나타났다.

■ <표 3-68> 2011년 공연시설 인력 수 ■

구분	중앙정부 (7개)	문예회관 (294개)	대학로 (128개)	기타공공 (209개)	기타민간 (320개)	합계
정규직	444명	3,215명	346명	1,410명	1,794명	7,209명
비정규직	176명	1,034명	319명	518명	783명	2,830명
합계	620명	4,249명	665명	1,928명	2,577명	10,039명

자료 : 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2012), 『공연예술실태조사』

공연예술부문의 2011년 장르별 공연 실적을 살펴보면 공연건수로는 서양음악이 13,537건으로 가장 많고, 공연회수와 관객수는 연극이 57,291회, 6,923,257명으로 가장 많음을 알 수 있다. 2010년과 비교하여 2011년에는 연극과 서양음악의 공연건수를 제외한 모든 장르의 공연실적은 증가하였다.

■ <표 3-69> 2011~2010년 장르별 공연실적 규모 ■

구분	공연건수(회)		공연횟수(회)		관객수(명)	
	2011년	2010년	2011년	2012년	2011년	2010년
연극	4,892	5,002	57,291	48,536	6,923,257	6,782,098
무용	2,391	1,600	3,999	2,513	1,911,758	988,998
서양음악	13,537	13,566	15,668	18,207	5,640,974	4,918,544
국악	2,860	2,610	4,922	3,531	1,563,836	939,531
복합장르	7,883	3,824	15,562	7,820	4,102,467	2,488,392
합계	31,563	26,602	97,442	80,607	20,142,292	16,117,563

자료 : 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2012), 『공연예술실태조사』

* 뮤지컬공연 미포함

■ <표 3-70> 2011년 장르별 공연건수 ■

구분	공연건수(회)	공연횟수(회)	관객수(명)
연극	4,892	57,291	6,923,257
무용	2,391	3,999	1,911,758
서양음악	13,537	15,668	5,640,974
국악	2,860	4,922	1,563,836
복합장르	7,883	15,562	4,102,467
합계	31,563	97,442	20,142,292

자료 : 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2012), 『공연예술실태조사』

* 뮤지컬공연 미포함

③ 공연예술 단체³²

공연단체의 숫자는 2008년 2,440개 단체에서 2010년 2,214개 단체로 약 230개가 줄어든 것으로 파악되었고, 종사자수는 2008년 80,517명에서 47,174명으로 감소하였다. 이렇듯 공연단체의 종사자 수가 줄어든 이유는 비상근 단원의 수가 감소했기 때문인데, 이는 공연단체의 특성상 상근 단원의 비율보다 비상근 단원의 비율이 높기 때문이다. 공연단체의 총매출액 규모는 2008년 약 2,320억 원에서 2010년 약 2,220억 원으로 약 100억 원 감소했다.

■ <표 3-71> 2008~2010년 공연단체 규모(단체수, 매출액, 종사자수) ■

구분	2010년		2008년	
단체수	2,214개		2,440개	
매출액	221,8729(백만원)		232,208(백만원)	
종사자 수	47,174명		80,517명	
	단원(35,122명)	상근(13,132명)	단원(65,911명)	상근(13,906명)
		비상근(21,990명)		비상근(52,005명)
	지원인력(12,053명)	정규직(7,651명)	지원인력(14,606명)	정규직(4,628명)
비정규직(4,402명)		비정규직(9,978명)		

자료 : 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2008~2012), 『공연예술실태조사』
 ※ 매출액은 자체수입으로 함.

2010년 공연단체 2,214개의 총 수입액은 약 5,789억 원이며, 총 지출액은 약 7,045억 원으로 추정되고, 항목별로 살펴보면 총 수입 중 공공지원금이 46.2%로 자체수입의 38.3%보다 많은 것으로 나타났다. 또한, 총 지출 중 사업비가 54.3%로 경상비 45.7%보다 높은 것으로 나타났다.

■ <표 3-72> 2010년 공연단체 총수입(항목별) ■

[단위 : 천 원]

구분	총수입	비율(%)
자체수입	221,872,295	38.3
공공지원금	267,037,918	46.2
기부/후원금	89,947,478	15.5
합계	578,857,692	100.0

■ <표 3-73> 2010년 공연단체 총지출(항목별) ■

[단위 : 천 원]

구분	총수입	비율(%)
사업비	382,427,301	54.3
경상비	322,080,721	45.7
합계	704,508,022	100.0

자료 : 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2012), 『공연예술실태조사』

32) 문화체육관광부가 2007년부터 매년 발간하는 공연예술실태조사를 바탕으로 함. 공연단체는 2년주기로 조사함. 2010년에는 연극장르에 뮤지컬이 포함되어 있음.

2010년 공연예술부문 공공자금 지원 현황을 살펴보면 중앙정부와 지방자치단체에서 지원하는 총규모는 약 9,244억 원으로 이 중 중앙정부 예산이 약 1,477억 원, 지방자치단체 예산이 약 7,767억 원이다.

■ <표 3-74> 2010년 공연예술부문 공공자금 지원 현황 ■

구분	중앙정부	지방자치단체	합계
공공자금	1,477억원	7,767억원	9,244억원

자료 : 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2012), 『공연예술실태조사』

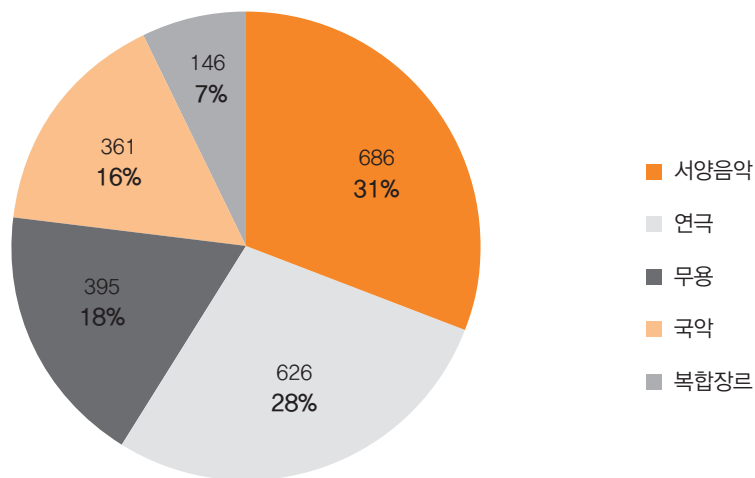
2010년 지역별 공연단체 수는 2,214개로 나타났다. 그 중 서울에 985개(44.5%), 경기도에 307개(13.9%)로 60%가 넘는 공연단체가 수도권에서 집중 되어 있다.

■ <표 3-75> 2010년 지역별 단체 수 ■

구분	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	모름
단체수	985	156	80	66	67	65	33	307	82	45	39	81	39	58	81	24	6

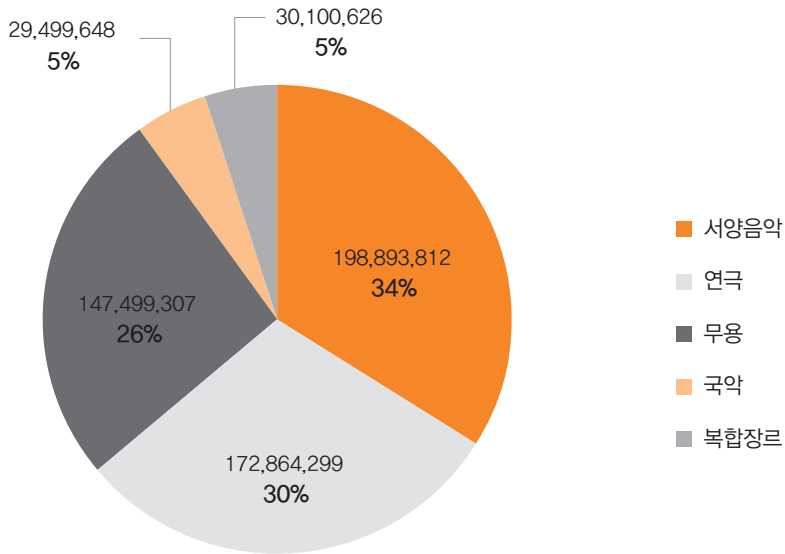
자료 : 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2012), 『공연예술실태조사』

공연 장르별로 살펴보면 서양음악단체가 다른 장르와 비교해 단체 수 686개(31.0%), 매출액 약 1,989억(34.4%), 종사자수 19,238명(40/8%) 등 모든 부문에서 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 그 다음으로는 연극단체와 무용단체 순이다.



자료 : 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2012), 『공연예술실태조사』

■ <그림 3-23> 2010년 공연 장르별 단체 수 ■



자료 : 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2012), 『공연예술실태조사』
 ※ 수입액은 자체수입, 공공지원금, 기부 및 후원금을 포함한 금액임

■ [그림 3-24] 2010년 공연 장르별 단체 수입액 ■

■ <표 3-76> 2010년 공연 장르별 종사자수 ■

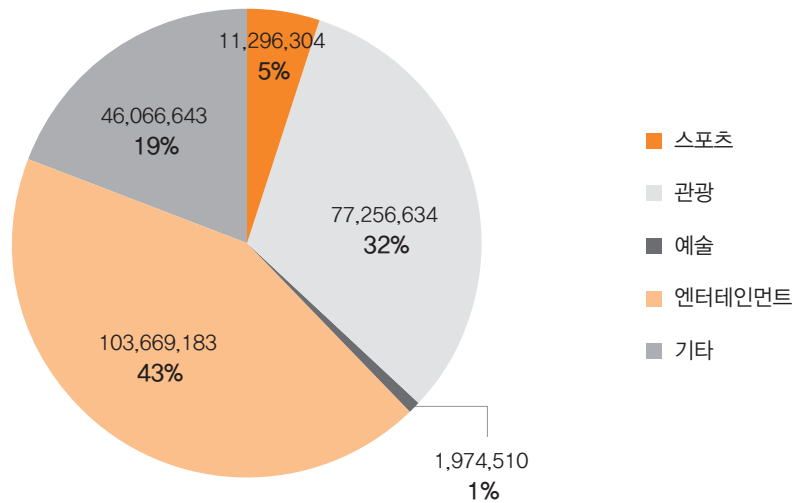
구분		서양음악	연극	무용	국악	복합장르	합계
단원 수	상근	6,434명	1,524명	1,883명	2,468명	823명	13,132명
	비상근	9,670명	5,024명	1,732명	3,415명	2,148명	21,989명
	소계(A)	16,104명	6,548명	3,615명	5,883명	2,971명	35,121명
지원 인력수	정규직	1,862명	1,850명	2,313명	987명	638명	7,650명
	비정규직	1,272명	1,507명	831명	489명	303명	4,402명
	소계(B)	3,134명	3,357명	3,144명	1,476명	941명	12,052명
종사자수 합계 (A+B)		19,238명	9,905명	6,729명	7,357명	3,912명	47,173명
비율(%)		40.8	21.0	14.3	15.6	8.3	100.0

자료 : 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2012), 『공연예술실태조사』
 ※ '단원'은 배우, 성악가, 무용가 등 출연자와 연출가, 안무가, 극작가, 작곡가 등의 작품 관련 스태프를 포함한 인력을 말하고, '지원인력'은 공연단체의 단원을 제외한 사무, 기획, 기술 등의 업무를 담당하는 직원을 말함.

제4절 10대 여가산업

1. 산업규모로 뽑은 10대 여가산업

전체 여가산업의 규모는 226조 832억 7,200만 원으로 우리나라 전체 경제에서 10.93%를 차지한다. 여가활동에 필요한 재화와 서비스를 생산하고 공급하는 여가부문을 하위산업별로 살펴보면, 엔터테인먼트산업(43%)과 관광산업(32%)이 75%로 대부분을 차지한다. 다음으로 사교·휴식·(여가)교육·종교 등으로 구성된 기타산업이 19%를 차지하고, 마지막으로 스포츠산업과 예술산업이 각각 5%와 1%를 차지한다.

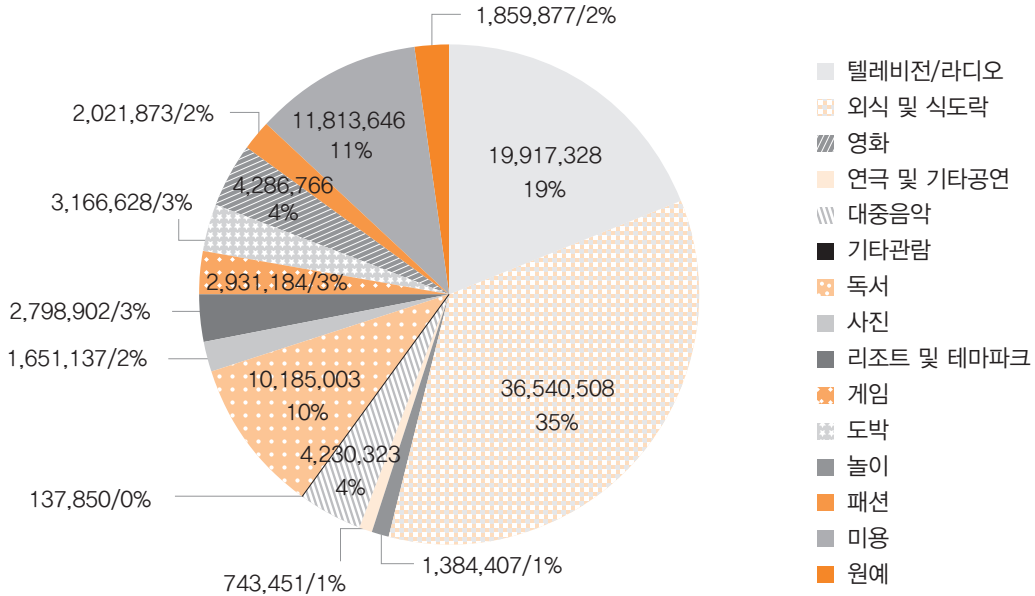


자료 : 한국은행(2008), 『2005년 산업연관표』

■ [그림 3-25] 여가산업 ■

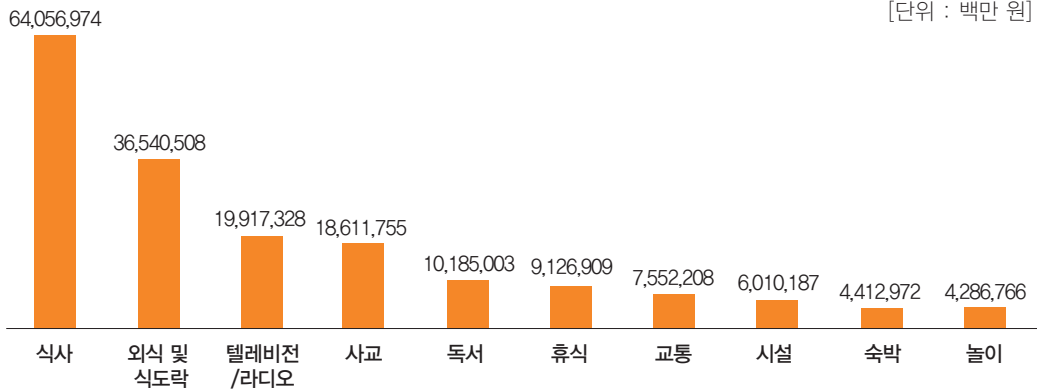
산업의 규모로 10대 여가산업을 추출하면, 식사(여행)와 외식 및 식도락이 1위와 2위를 차지하고 그 뒤를 이어서 텔레비전 시청·사교·독서 등의 여가활동이 연간 10조 원 이상을 산출하는 5대 여가활동이다. 식사와 외식 등 2대 여가산업이 100조 원을 넘는데 나머지 8대 여가산업을 다 합쳐도 이에 못 미친다. 즉, 여가산업이 식음료에 너무 치우쳐 있는 후진적인 구조를 띠고 있다. 따라서 여가산업 선진화를 위한 여가정책이 필요하다. 2011년 우리나라를 찾은 관광객이 천만 명을 넘어서면서 충분히 그

가능성을 보여 준 관광산업과 전 세계적인 돌풍을 일으키고 있는 대중음악 등 엔터테인먼트산업을 집중적으로 육성하되, 부가가치를 더 높이는 방향으로 관광산업과 엔터테인먼트산업을 육성할 수 있어야 하겠다.



자료 : 한국은행(2008), 『2005년 산업연관표』

■ [그림 3-26] 엔터테인먼트산업 ■



자료 : 한국은행(2008), 『2005년 산업연관표』

■ [그림 3-27] 규모별 10대 여가산업 ■

■ <표 3-77> 규모별 10대 여가산업 ■

[단위 : 백만 원]

순위	여가부문	기본부문	규모	재화 및 서비스
1	관광	식사	64,056,974	음식점
2	엔터테인먼트	외식 및 식도락	36,540,508	아이스크림, 빵, 과자, 주류, 주점 등
3	엔터테인먼트	텔레비전 · 라디오	19,917,328	TV, 라디오, 지상파 · 유선 · 위성 방송 등
4	기타	사교	18,611,755	커피, 차, 제과점, 다방 등
5	기타	독서	10,185,003	신문, 출판, 도서관 등
6	기타	휴식	9,126,909	담배, TV, 라디오 등
7	관광	교통	7,552,208	철도, 도로, 수상, 항공 운송관련
8	스포츠	시설	6,010,187	운동경기장, 수영장, 골프장 등
9	관광	숙박	4,412,972	호텔, 여관 등
10	엔터테인먼트	놀이	4,286,766	장난감, 오락장 등

자료 : 한국은행(2008), 『2005년 산업연관표』

부가가치가 큰 산업별로 10대 여가산업을 선별하면, 5대 여가산업은 부가가치율이 60%가 넘고 나머지 6위부터 10위까지의 산업은 50%가 넘는다. 관광산업과 엔터테인먼트산업에 속하는 여가산업이 부가가치율에서도 역시 60% 이상 높게 나오고 있다. 특기할만한 사항은 예술산업의 경우에 여가산업, 여가활동, 여가시간 등 거의 모든 항목에서 10대 산업에 속하지 않는데, 부가가치계수가 높은 10대 여가산업에서 예술산업에 속하는 무용 및 기타공연이 7위를 차지했다는 것이다.

■ <표 3-78> 부가가치계수별 10대 여가산업 ■

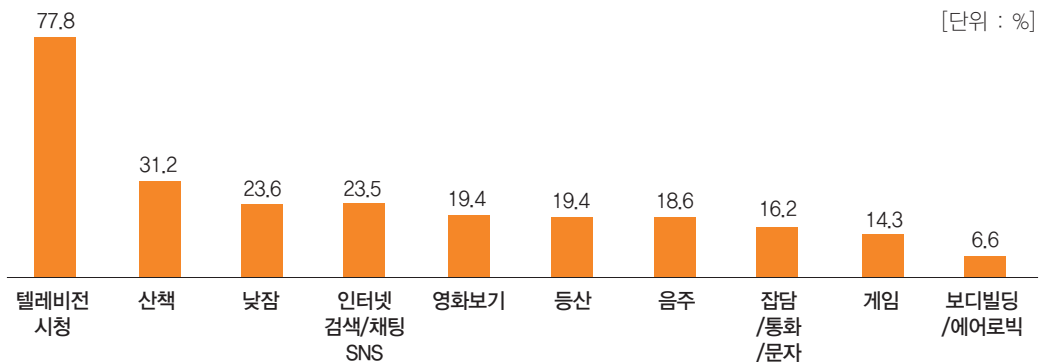
순위	여가부문	기본부문	계수	재화 및 서비스
1	관광	숙박	0.6702	호텔, 여관 등
2	엔터테인먼트	리조트 · 테마파크	0.6449	콘도미니엄, 공원, 스키장, 유원지 등
3	엔터테인먼트	도박	0.6404	도박장, 경마장 및 경륜장
4	관광	여행	0.6308	여행사업 및 지원서비스, 관광명소
5	기타	교육	0.6207	전문강습소, 일반강습소
6	엔터테인먼트	기타 관람	0.5932	박물관 · 과학관
7	예술	무용 및 기타공연	0.5861	예술단, 공연장, 극장, 연예단체, 자영예술가 등
8	스포츠	경기	0.5702	경기단체 및 후원회, 경기장운영, 자영경기인, 체육단체 등
9	엔터테인먼트	연극 및 기타공연	0.5547	극장, 연예단체, 자영예술가 등
10	스포츠	시설	0.5504	운동경기장, 수영장, 골프장 등

자료 : 한국은행(2011), 『2009년 산업연관표』

2. 여가활동으로 뽑은 10대 여가산업

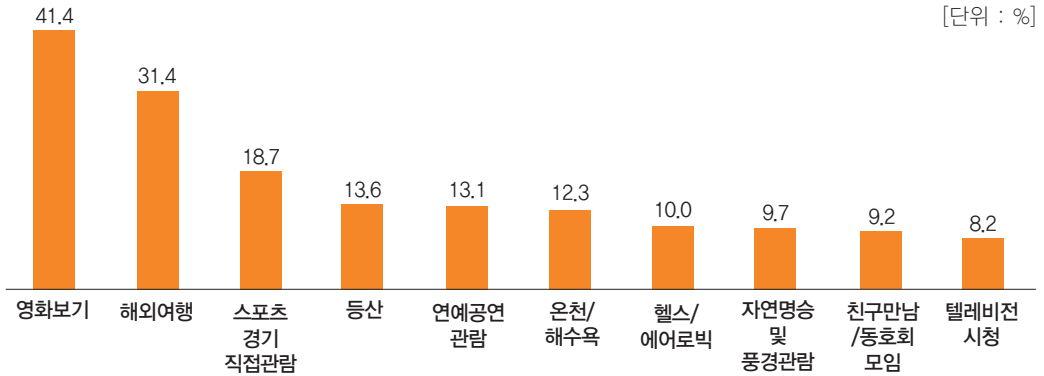
다음으로 문화체육관광부가 비정기적으로 실시하고 있는 국민여가활동조사를 살펴보면, 우리나라 사람들은 대부분의 여가활동으로 텔레비전 시청(77.8%)을 하고 있다. 그렇지만 텔레비전 시청을 희망하는 사람은 8.2%밖에 되지 않는다. 실제 여가활동과 희망 여가활동 간의 격차가 1위와 10위로 너무 크다. 실제로 하고 있는 여가활동과 희망하는 여가활동 간의 격차를 좁혀 줄 수 있는 여가정책이 필요하다.

텔레비전 시청·낮잠·영화보기·음주 등 소극적이고 정적인 여가활동이 10대 여가활동 중 상당 부분을 차지하고 있다. 반면에 등산·헬스 및 에어로빅 등 활동적인 여가는 전체 10대 여가활동 중에서 두 가지 밖에 되지 않는다. 그러나 희망하는 여가활동은 해외여행·자연명승 및 풍경관람·스포츠 경기 직접관람·헬스 및 에어로빅등산 등 상당 수를 차지하고 있다. 소극적이고 정적인 여가활동에서 적극적으로 활동적인 여가활동으로 여가활동의 중심축을 옮겨 놓을 수 있는 여가정책이 절실히 요청된다.



자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 3-28] 실제 10대 여가활동 ■



자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』

■ [그림 3-29] 희망하는 10대 여가활동 ■

3. 여가시간으로 뽑은 10대 여가산업

통계청이 5년마다 한 차례 조사하고 있는 생활시간조사보고서를 살펴보면, 우리 국민들이 특정 여가 활동에 어느 정도의 시간을 사용하고 있는지에 대해서 알 수 있다. 우리 국민들은 텔레비전 시청과 사 교에 가장 많은 여가시간을 할애하고 있다. 그 다음으로 휴식·컴퓨터게임·독서·산책·운동·인터 넷검색·종교 활동·학습 등에 여가시간을 사용하고 있다.

그러나 텔레비전 시청 그리고 사교와 텔레비전 시청과 사교를 제외한 나머지 여가활동 사이에는 시 간 격차가 크다. 텔레비전 시청시간을 제외한 나머지 시간을 다 합쳐도 2시간 27분~2시간 37분인데 비해 텔레비전 시청시간만 1시간 52분~1시간 59분이나 된다. 여가시간이라는 측면에서 보았을 때, 우리 국민들은 골고루 다양한 여가활동을 하지 못하고 있는 셈이다.

■ <표 3-79> 2004년 생활시간연구를 통해서 살펴 본 10대 여가활동 ■

[단위 : 시:분]

순위	여가부문	구분	여가활동	활동시간량
1	엔터테인먼트	텔레비전/라디오	텔레비전시청	1:59
2	기타	사교	교제	0:50
3	엔터테인먼트	게임	컴퓨터게임	0:19
4	기타	휴식	휴식·흡연	0:17
5	엔터테인먼트	독서	독서·잡지·신문	0:15

순위	여가부문	구분	여가활동	활동시간량
6	스포츠	스포츠 시설/용품	개인운동 및 스포츠	0:12
7	엔터테인먼트/기타	독서/사교	인터넷검색	0:11
7	미분류	미분류	걷기·산책	0:11
9	기타	교육	학습	0:10
10	기타	종교	종교활동	0:12

자료 : 통계청(2005), 『2004 생활시간조사보고서』

■ <표 3-80> 2009년 생활시간연구를 통해서 살펴 본 10대 여가활동 ■

[단위 : 시:분]

순위	여가부문	구분	여가활동	활동시간량
1	엔터테인먼트	텔레비전·라디오	텔레비전시청	1:52
2	기타	사교	교제	0:46
3	기타	휴식	휴식·흡연	0:16
4	엔터테인먼트	게임	컴퓨터게임	0:14
5	엔터테인먼트	독서	독서·잡지·신문	0:13
5	미분류	미분류	걷기·산책	0:13
5	스포츠	스포츠 시설/용품/경기	개인운동 및 스포츠	0:13
8	엔터테인먼트/기타	독서/사교	인터넷검색	0:11
8	기타	종교	종교활동	0:11
10	기타	교육	학습	0:10

자료 : 통계청(2010), 『2009 생활시간조사보고서』

4. 10대 여가산업

산업연관분석, 국민여가활동조사, 생활시간조사 등으로 각각 10위에 속하는 여가를 선별하면 아래 표와 같다. 10대 여가산업에 속하는 여가부문별 여가산업 개수를 살펴보면, 스포츠산업의 평균은 1.5개, 관광산업은 1.3개, 예술산업은 0.25개, 엔터테인먼트산업은 4.8개다. 기타산업은 다수 포함되어 있으나 휴식, 걷기 등 대부분이 산업적으로 재화와 서비스를 생산하지 않기 때문에 제외하면, 스포츠산업 3개, 관광산업 2개, 엔터테인먼트산업 4개 등으로 10대 여가산업이 구성된다.

■ <표 3-81> 10대 여가 ■

순위	산업규모	부가가치	여가활동	여가시간
1	관광산업 - 식사	관광산업 - 숙박	엔터테인먼트산업 - 텔레비전	엔터테인먼트산업 - 텔레비전시청
2	엔터테인먼트산업 - 외식 및 식도락	엔터테인먼트산업 - 리조트·테마파크	기타산업 - 산책	기타산업 - 교제
3	엔터테인먼트산업 - 텔레비전	엔터테인먼트산업 - 도박	기타산업 - 휴식	기타산업 - 휴식·흡연
4	기타산업 - 사교	관광산업 - 여행	엔터테인먼트산업 - 사교	엔터테인먼트산업 - 컴퓨터게임
5	엔터테인먼트산업 - 독서	기타산업 - 교육	엔터테인먼트산업 - 영화	엔터테인먼트산업 - 독서·잡지·신문
6	기타산업 - 휴식	엔터테인먼트산업 - 기타 관람	스포츠산업 - 등산	엔터테인먼트산업 - 걷기·산책
7	관광산업 - 교통	예술산업 - 무용 및 기타공연	엔터테인먼트산업 - 외식 및 식도락	스포츠산업 - 개인운동 및 스포츠
8	스포츠산업 - 시설	스포츠산업 - 경기	기타산업 - 사교	엔터테인먼트산업 - 인터넷검색
9	관광산업 - 숙박	엔터테인먼트산업 - 연극 및 기타공연	엔터테인먼트산업 - 게임	기타산업 - 종교활동
10	엔터테인먼트산업 - 놀이	스포츠산업 - 시설	스포츠산업 - 보디빌딩·에어로빅	기타산업 - 학습

자료 : * 한국은행(2008), 『2005 산업연관표』
 ** 한국은행(2011), 『2009 산업연관표』
 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』
 통계청(2010), 『2009 생활시간조사보고서』

그러나 예술산업 역시 결코 다른 것으로 대체할 수 없는 사회적 가치를 지니고 있을 뿐만 아니라 문화체육관광부의 주요한 행정영역 중 하나에 속하기 때문에 10대 여가산업 중 하나로 포함시킬 필요가 있다. 결과적으로 10대 여가산업은 아래와 같이 대중음악산업, 영화산업, 게임산업, 방송산업, 호텔산업, 여행산업, 스포츠시설산업, 스포츠용품산업, 스포츠경기산업, 공연예술산업 등으로 구성된다.

■ <표 3-82> 10대 여가산업 ■

여가부문	여가산업
엔터테인먼트산업	대중음악산업
엔터테인먼트산업	영화산업
엔터테인먼트산업	게임산업
엔터테인먼트산업	방송산업
관광산업	호텔산업
관광산업	여행산업
스포츠산업	스포츠시설산업
스포츠산업	스포츠용품산업
스포츠산업	스포츠경기산업
예술산업	공연예술산업

자료 : 한국은행(2008), 『2005 산업연관표』

제4장 여가행정

제1절 여가관련 조직 현황

제2절 여가관련 정책 현황

제3절 공공여가시설 현황

제4절 해외 여가관련 정책

제4장

여가행정

제1절 여가관련 조직 현황

1. 여가정책의 범위

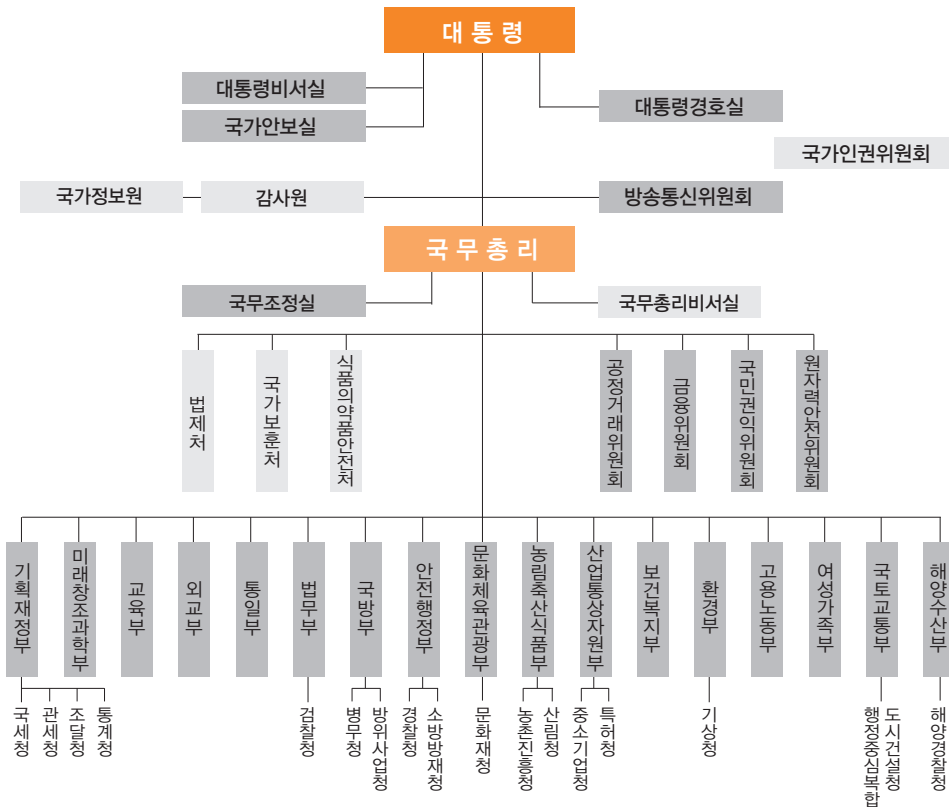
여가정책의 궁극적 목적은 국민 생활의 질적 향상 및 국민의 행복에 있다. 국민의 행복지수에 대한 관심이 대두되면서 여가활동은 국민 행복 실현에 대한 요구를 충족시키는 기본 조건이 되고 있다.

■ <표 4-1> 여가산업 및 정책의 개념과 범위 ■

구분	주요내용
여가의 개념	• 각자가 자유롭게 선택하고 쓸 수 있는 자유 시간에 각종 의무로부터 벗어난 자발적인 활동을 통하여 즐거움이나 행복을 느끼는 것
여가산업의 개념	• 문화·스포츠·관광·오락·휴양 등 관련 서비스 업종을 비롯하여 필요한 장비와 도구를 공급하는 업종까지 여가활동과 관련된 경제활동을 묶은 것
여가산업의 범위	• 문화예술 (문화예술관람활동, 문화예술참여활동) • 스포츠 (스포츠관람활동, 스포츠참여활동) • 관광, 취미·오락, 휴식 (관광활동, 취미오락활동, 휴식활동) • 기타 사회활동
여가정책의 개념	• 국민의 여가 발전을 위해 여가행정의 행위를 종합적으로 조정하고 추진하기 위한 업무범위와 방향을 제시하는 시책
여가정책의 범위	• 국민의 여가 활동 참여 실태 • 여가 행정체계 • 공공부문과 민간 부문의 여가시설 및 서비스 요소 • 공공부문과 민간 부문의 여가시설 및 서비스 관련 정책과정 • 여가환경

2. 중앙정부

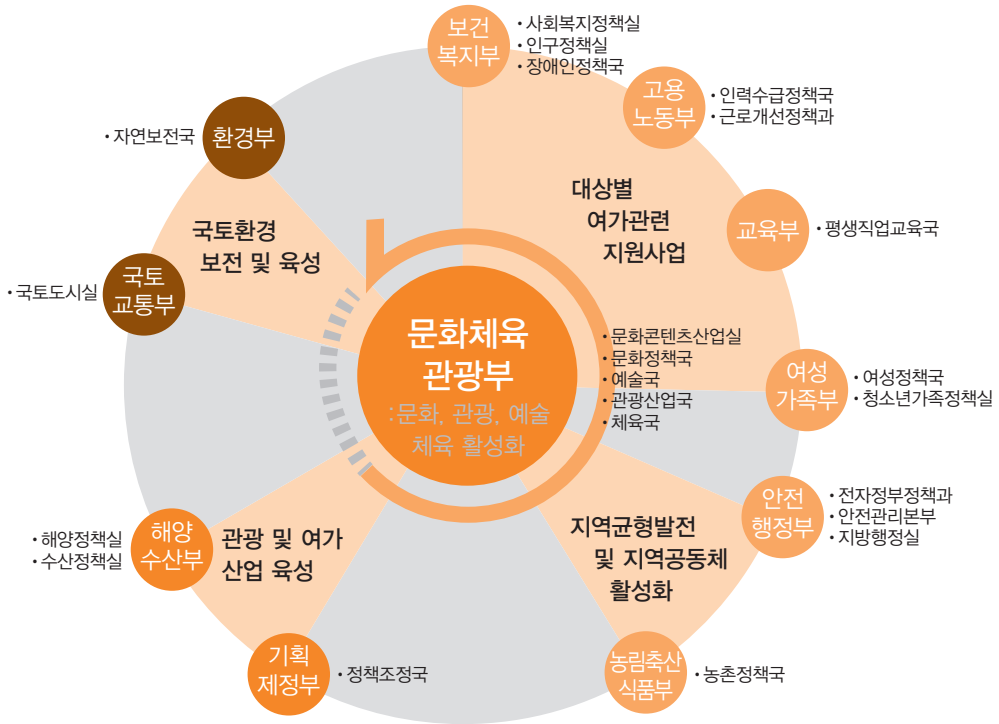
2013년 새 정부 출범 이 후 정부부처는 3처 17부로 조직개편이 이루어졌으며, 여가관련 업무는 문화체육관광부 문화정책국 문화여가정책과에서 담당하고 있다. 그러나 여가정책은 독립적인 정책영역으로서 다루어지지 않고 문화, 관광, 체육, 환경, 복지, 노동, 교육, 가족, 청소년 정책과 깊은 관련을 맺으며 각 개별 정책들 사이에서 추진되고 있기 때문에 문화체육관광부 문화여가정책과 이외에도 각 기관의 성격에 따라 개별적인 여가 관련 정책을 추진하고 있다.



■ [그림 4-1] 정부부처의 조직도 ■

여가관련 업무는 문화체육관광부를 중심으로 10개의 부처에서 진행되고 있다. 여가관련 업무를 크게 5개의 키워드로 나뉘보면 문화·예술·관광·체육 활성화, 관광 및 여가 산업 육성, 지역균형발전 및 지역공동체 활성화, 대상별 여가관련 지원사업, 국토환경 보전 및 육성이 있다. 문화체육관광부는 문화콘텐츠산업실, 문화정책국, 관광산업국, 예술국, 체육국에서 문화·예술·관광·체육 활성화 업무를 추진 중에 있으며 이러한 정책을 중심으로 각 부처와 연계하여 업무를 진행하고 있다.

해양수산부의 해양정책실, 수산정책실과 기획재정부의 정책조정국은 관광 및 여가산업 육성 사업을 추진하고 있으며, 문화체육관광부와 관계부처 합동으로 해양관광·레저활성화 사업을 중점적으로 추진하고 있다. 농림축산식품부의 농촌정책국과 안전행정부의 전자정부정책과, 안전관리본부, 지방행정실은 지역균형발전 및 지역공동체 활성화 사업에 주력하고 있다. 농림축산식품부는 농어촌체험·휴양마을 및 테마공원 조성, 안전행 정부는 정보화마을 조성 및 희망마을 만들기, 자전거이용활성화 및 축제 등 여가관련 사업을 통해 지역균형발전을 도모하고 있다. 보건복지부, 고용노동부, 교육부, 여성가족부는 대상별 여가관련 지원 사업을 통해 국민 개개인의 여가관련 활동 지원을 하고 있다. 가족, 아동, 청소년, 여성, 노인의 여가관련 사업은 각 부처별로 복지, 고용, 교육을 중심으로 수행하고 있다. 환경부의 자연보전국과 국토교통부의 국토도시실은 국토환경 보전 및 육성을 중심으로 국립공원 및 도시공원조성사업 등을 수행하고 있다. 이렇듯, 각 정부부처는 담당부서별로 다양한 여가 관련 업무를 수행하고 있다.



■ [그림 4-2] 여가관련정책 정부부처의 확대와 연계 ■

■ <표 4-2> 정부부처의 여가관련 주요업무 ■

기관명	담당부서	주요업무	
문화체육 관광부	문화콘텐츠 산업실	문화산업정책과	• 문화산업진흥에 관한 종합계획 수립
		영상콘텐츠 산업과	• 영화 · 비디오물 · 애니메이션 · 캐릭터 산업의 진흥
		게임콘텐츠 산업과	• 게임물 · 게임산업 진흥 • 디지털 · 모바일 · 스마트 문화콘텐츠산업 및 에듀테인먼트산업 활성화
		대중문화산업과	• 음악 · 만화 · 대중문화예술 · 패션 · 엔터테인먼트 산업진흥 • 대중음악공연장 및 패션박물관 등 한류 인프라 조성
	문화정책국	문화여가정책과	• 문화 · 여가 정책, 관련 법령 및 제도 정비 • 국민의 여가의 질 및 문화향유 활성화
		지역민족문화과	• 지역문화정책 수립 및 집행 • 지역주민의 문화복지 및 문화향유 활성화
	예술국	예술정책과	• 문화예술진흥을 위한 지원재원 조성 • 문화예술 마케팅 활성화 및 예술산업화
		공연전통예술과	• 문화예술관련 시설확충 · 공간조성 및 운영 • 음악 · 무용 · 연극 등 공연예술 및 전통음악 · 전통무용 · 전통연희 등 전통예술 진흥
		시각예술디자인과	• 회화 · 조각 · 사진 · 디자인 · 공예 · 건축 등 시각예술에 관한 종합계획의 수립 · 조정 및 시행
		문화예술 교육과	• 문화예술 관련 학교교육, 사회교육 지원 • 문화예술교육을 통한 평생교육시스템 구축
	관광산업국	관광정책과	• 관광진흥 장기발전계획 수립 • 관광인식개선, 건전관광홍보 및 국내여행 촉진
		관광산업과	• 관광숙박시설 확충 및 운영개선, 관광편의시설, 문화관광축제 • 관광안내체계, 문화관광자원 안내 및 해설 전문인력
		관광개발지원과	• 관광(지)개발 및 슬로시티 관광자원 활성화 사업 • 생태공원 등 생태경관 조성 사업
	체육국	체육정책과	• 체육진흥정책에 관한 장 · 단기종합계획 수립 • 체육주간 및 체육의 날 행사
		체육진흥과	• 생활체육 진흥을 위한 계획 수립 • 직장 및 지역생활체육의 진흥 및 체육시설 확충 • 생활체육동호인 활동의 육성 지원
		국제체육과	• 전문체육 진흥을 위한 계획 수립 • 국제체육 정보제공 및 태권도 공원 조성 · 운영
장애인체육과		• 장애인 체육환경의 조성 및 지원체계 개선 • 장애인 체육활동 프로그램 개발 및 보급	
교육부	평생직업 교육국	평생학습정책과	• 평생교육진흥에 관한 종합정책 수립 · 시행 • 평생교육 운영지원 및 평생교육 인프라 구축
		인재직무 능력정책과	• 교육부문 저출산 고령사회 대책의 추진 총괄
	교육정책실	인성체육 예술교육과	• 학교체육 및 스포츠클럽 기본계획의 수립 · 시행 • 학교체육시설 확충 및 학교운동부 운영 지원
기획 재정부	정책조정국	서비스경제과	• 문화 · 관광산업과 관련된 정책 • 국민의 여가생활과 관련된 시책의 협의 · 조정

기관명	담당부서	주요업무
안전 행정부	전자정부국	전자정부정책과 <ul style="list-style-type: none"> 전자정부 정책 수립 · 조정 장애인 · 고령자 등의 전자정부 정보 접근 및 이용 보장에 관한 사항
		전자정부지원과 <ul style="list-style-type: none"> 지방자치단체의 지역문화 · 역사 · 생활정보 콘텐츠 구축 지원 미래 지역정보공동체의 조성 및 확산
		스마트서비스과 <ul style="list-style-type: none"> 모바일 전자정부 추진 업무 효율성 향상을 위한 원격근무 및 스마트워크(smart work)확산
	안전 관리본부	안전개선과 <ul style="list-style-type: none"> 어린이 · 노인 · 장애인 보호구역 안전시설 개선사업의 총괄 · 지원 안전문화 활동 관련 종합계획의 수립 및 육성 지원
	지방행정실	지역경제과 <ul style="list-style-type: none"> 살기좋은 마을만들기 및 마을기업 추진 지역활성화 시책개발
		자전거정책과 <ul style="list-style-type: none"> 국가 자전거정책의 수립 및 조정 자전거 이용 활성화를 위한 정책 시행
보건 복지부	사회복지 정책실	복지정책과 <ul style="list-style-type: none"> 사회복지정책 관련 종합계획의 수립 · 조정 사회복지사 자격제도 운영에 관한 사항
		사회서비스 사업과 <ul style="list-style-type: none"> 지역사회서비스투자사업 노인 · 장애인 대상 사업 산모신생아 도우미 지원사업
	인구정책실	인구정책과 <ul style="list-style-type: none"> 노후생활 관련 정책 총괄 노인여가 및 노인문화 정책 수립 및 조정 노인친화적 사회 · 문화환경 조성
		아동권리과 <ul style="list-style-type: none"> 지역아동센터, 방과 후 돌봄서비스 어린이날, 어린이 주간 등 아동행사
		노인정책과 <ul style="list-style-type: none"> 노인보건복지 종합계획 수립 및 조정 노인여가문화 활성화 및 교육, 자원봉사 활성화
		노인지원과 <ul style="list-style-type: none"> 노인일자리 지원 및 자원봉사 활성화
		요양보험운영과 <ul style="list-style-type: none"> 노인주거복지시설 · 노인의료복지시설 · 재가노인복지시설의 지원 및 육성
		보육기반과 <ul style="list-style-type: none"> 국공립어린이집 등 어린이집 확충 및 지원계획 수립 보육정보센터의 확충 및 운영
	정책국	장애인권익 지원과 <ul style="list-style-type: none"> 장애인의 권익증진 및 사회적 인식개선 장애인 편의증진 및 사회참여 지원
		장애인자립 기반과 <ul style="list-style-type: none"> 장애인 생활시설, 지역사회재활시설 지원 · 육성 장애유형별 재활프로그램 개발 및 지원
환경부	자연보전국	자연정책과 <ul style="list-style-type: none"> 자연환경보전법 및 정책 수립 자연환경교육 · 보전활동, 국토생태탐방로 조성
		생물다양성과 <ul style="list-style-type: none"> 야생동 · 식물 서식지 보전, 보호야생동 · 식물 보호 생태원 관리
		공원생태과 <ul style="list-style-type: none"> 국립공원 및 국가지질 공원 업무
		국토환경정책과 <ul style="list-style-type: none"> 국토환경보전을 위한 제도와 정책개발 국가균형발전계획 수립 및 평가
고용 노동부	인력수급 정책국	여성고용정책과 <ul style="list-style-type: none"> 일과 가정의 양립 지원 법령 및 관련 업무 휴가 · 휴직 및 근로시간 및 형태 다양화
	노동정책실	근로개선정책과 <ul style="list-style-type: none"> 임금 · 근로시간 · 휴일 · 휴가 등 근로기준정책 수립 근로시간관련 법제도, 근로시간 유연화 도입
		근로복지과 <ul style="list-style-type: none"> 퇴직연금 등 퇴직급여제도 정책 수립 근로자 주거안정 및 생활안정대책 수립 근로자복지진흥기금의 조성 · 운영

기관명	담당부서		주요업무
여성가족부	여성정책국	여성인력개발과	<ul style="list-style-type: none"> 여성 취업촉진교육, 경력개발 프로그램 개발 여성평생교육시설의 육성·지원
	청소년가족정책실	가족정책과	<ul style="list-style-type: none"> 가정의 날 및 부부의 날 운영 등 가족관련 행사 건강가정사·가정봉사원의 양성 및 교육훈련
		다문화가족정책과	<ul style="list-style-type: none"> 다문화가족지원 프로그램 개발 및 나눔봉사단 다문화가족 교육·상담·문화 정보제공
농림축산식품부	농촌정책국	농촌정책과	<ul style="list-style-type: none"> 중장기 농업·농촌 발전 기본계획 수립 및 조정 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발계획의 수립·시행
		지역개발과	<ul style="list-style-type: none"> 농촌지역의 생활기반 확충을 위한 종합개발계획 전원마을조성사업 계획의 수립·추진 및 제도개선
		농촌복지여성과	<ul style="list-style-type: none"> 농촌교육 및 복지여건 개선 농촌다문화가정지원
해양수산부	해양정책실	해양정책과	<ul style="list-style-type: none"> 해양문화 창달
		해양레저과	<ul style="list-style-type: none"> 전국해양레저스포츠 제전에 관한 업무 해수욕장의 운영 및 관리 해양레포츠산업의 육성 및 지원
		해양환경정책과	<ul style="list-style-type: none"> 해양시설 및 해양공간의 관리
	수산정책실	소득복지과	<ul style="list-style-type: none"> 어업인 복지증진 등 어업인 삶의 질 향상 업무 고령 어업인 복지 및 의료지원 업무 어촌 전문문화 및 전문문화사업 육성
국토교통부	국토도시실	녹색도시과	<ul style="list-style-type: none"> 도시공원 및 녹지제도 운영 도시공원조성사업 및 조경산업 육성정책
		건축문화경관과	<ul style="list-style-type: none"> 건축물 및 공간환경 보존 및 육성 정책 지역 건축문화축제 지원 등 지역건축문화 개선

3. 지방자치단체

우리나라 지방자치단체는 1개 특별시, 6개 광역시, 1개 특별자치시, 9개 도 단위로 구성되어 있으며, 9개의 도에는 시·군·구의 기초자치단체들이 있다. 이 중 구 단위의 경우 특별시와 광역시의 관할 하에 있는 기초자치단체로서 자치구 형태와 특별시 또는 광역시가 아닌 인구 50만명 이상의 시에 속하는 하부 행정기관으로서 일반구로 분류되어진다.



■ [그림 4-3] 지방자치단체 ■

1) 광역자치단체

광역자치단체는 지방자치단체의 업무뿐만 아니라 지역 주민들의 생활개선을 위하여 주민의 복지 증진, 지역개발 및 주민생활환경 개선, 문화·체육·교육·예술 진흥 등에 관한 업무를 수행하고 있다. 우리나라의 광역자치단체는 서울특별시를 제외하고 총 6개의 광역시(부산광역시, 대구광역시, 인천광역시, 광주광역시, 대전광역시, 울산광역시)와 1개의 특별자치시(세종특별자치시³³)로 구성되어 있다.

33) 충청남도의 동북부에 위치하는 세종특별자치시는 2012년 7월 1일 정식 출범하였다.

■ <표 4-3> 광역자치단체의 여가관련 주요업무 ■

기관명	담당부서	주요업무	
서울 특별 시청	한강 사업 본부	총무부	<ul style="list-style-type: none"> • 한강주요행사 총괄 • 독섬 전망문화콤플렉스, 북카페 조성 전시, 공연 운영 • 시민참여 한강홍보 업무 총괄
		운영부	<ul style="list-style-type: none"> • 안내센터 및 체육시설 운영관리 총괄 • 매점 등 공원이용시설 관리 • 수상관련 행사업무 및 수상시설 관련업무 총괄
		공원부	<ul style="list-style-type: none"> • 수영장, 주차장 등 민간위탁시설 업무 총괄 • 하천 생태계복원 사업총괄 및 생태프로그램 개발·운영 • 세빛둥둥섬, 서해벚길 관련업무 총괄 • 수상택시 도선장, 승강장 및 여의도 요트나루 관련업무
		시설부	<ul style="list-style-type: none"> • 각종 공원 시설물, 접근시설 설치 및 유지관리 • 공원 내 분수시설 운영 및 유지관리
	여성 가족 정책실	여성가족정책 담당관	<ul style="list-style-type: none"> • 여성문화예술 나눔프로그램(여성행복객석)관리 • 가족한마당 등 가정의 달 행사운영 및 여성마라톤대회 업무
		출산육아담당관	<ul style="list-style-type: none"> • 국공립보육시설 관리 및 프로그램 개발 및 운영 • 서울시 녹색장난감도서관 운영업무 총괄
		아동청소년담당관	<ul style="list-style-type: none"> • 청소년 문화·수련프로그램 개발 및 운영 • 청소년야외체험학습장, 청소년 휴카페, 어린이 문화사업 운영 • 청소년 및 어린이 관련 행사업무 총괄 • 아동 건전육성 프로그램 지원
	문화 관광 디자인 본부	문화정책과	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술창작공간 조성 및 문화향유공간, 문화기반시설 운영지원 • 돈화문로 전통문화시설 건립 • 서울남산국악단 위탁관리 및 서울시 공연장 관리 • 한강예술섬 업무 및 광화문광장 차없는 거리 행사 지원
		문화예술과	<ul style="list-style-type: none"> • 참여문화공간 연계프로그램 활성화 사업 • 문화바우처사업(문화나눔 종합추진계획) • 시민참여 문화행사 개최 및 문화진흥 관련 행사, 프로젝트 추진 • 전통사찰 업무총괄 및 템플스테이 업무 • 문화예술교육사업 추진 및 지원
		문화산업과	<ul style="list-style-type: none"> • 서울개최 영화제 지원 및 독립영화 활성화 지원 • 영화창작공간, 충무로 영상센터, 좋은영화 감상회 운영 • 서울문화콘텐츠센터(SCC), 애니메이션 타운조성(만화거리, 박물관) • SICAF개최지원, 서울모델리스트 콘테스트 • 봉제박물관 건립 및 서울패션창작스튜디오 운영
		역사문화재과	<ul style="list-style-type: none"> • 박물관 및 문화재 돌봄사업 관련 업무 • 전통문화시설 운영 및 전통문화 재현행사 관련 업무 총괄 • 한학교육 운영 및 내고장문화재지킴이 업무 • 전통문화체험교실 및 탐방프로그램 운영관련 업무 • 집공예 시연관련 업무 및 전통 프로그램 운영업무
		한양도성도감과	<ul style="list-style-type: none"> • 인간띠잇기 등 한양도성 축제기획 및 운영 • 도성잇기(형상화)사업 및 도성 탐방로 연결관련 업무 총괄 • 한옥마을(북촌,경복궁 서측) 공동체 만들기 총괄 • 북촌문화센터 운영 및 한옥지역에 적합한 문화프로그램 개발·운영
체육진흥과		<ul style="list-style-type: none"> • 시민체육공간 확충 체육시설 관리운영 • 스포츠를 통한 건강한 서울만들기 마스터 플랜 총괄 • 국제스포츠대회 및 서울달리기 대회 개최 • 서남권지역 돔 야구장 건립 	

기관명	담당부서	주요업무		
서울 특별 시청	문화 관광 디자인 본부	관광정책과	<ul style="list-style-type: none"> • 서울만의 매력적인 관광자원 발굴 및 사회적 배려계층 관광편의 제공 • 만족스러운 관광인프라 구축 관련 프로그램 개발·운영 • 유원시설업 관리 및 서울시민 쉼터관련 업무 	
	복지 정책관	관광사업과	<ul style="list-style-type: none"> • 전시회 유치 및 지원 • 서울관광자원을 활용한 행사 • 전시회 유치 및 지원 • 서울관광자원을 활용한 행사 	
		어르신복지과	<ul style="list-style-type: none"> • 노인여가복지시설(인생이모작센터) 확충 등 인프라 구축 • 어버이날, 노인의 날 행사, 어르신한마음축제 지원 • 어르신 생활체육활성화사업 • 어르신이카데미, 실버영화관 및 노년학심포지움 지원 • 종묘·탑골공원 어르신 문화 업그레이드(환경개선) 추진 	
		장애인복지정책과	<ul style="list-style-type: none"> • 기능올림픽 경기대회 및 장애인 행복서비스센터 건립 • 그룹홈지원센터 운영 및 발달장애인 성년후견인 지원사업 	
		장애인자립지원과	<ul style="list-style-type: none"> • 장애인편의시설 관련업무 총괄 및 편의시설설치 시민추진단 운영 	
	푸른 도시국	공원녹지정책과	<ul style="list-style-type: none"> • 시민참여 프로그램, 공공조경가 그룹 운영 및 행사 • 신규·대형공원 조성사업기획 및 푸른서울 시민협력단 운영 • 푸른도시국 축제, 행사운영 	
		공원조성과	<ul style="list-style-type: none"> • 경의선숲길공원, 암사역사생태공원 조성 업무 총괄 • 시유공원내 테마놀이터 재조성 • 동북권 체육공원 조성 및 리틀야구장 이전관련 업무 총괄 • 남산 신교통수단(곤돌라리프트)관련 업무 	
		조경과	<ul style="list-style-type: none"> • 주민참여 녹화사업 추진 및 지원 • 사이버 나무나눔 공간 운영 및 희망서울 나무심기 총괄 • '서울, 꽃으로 피다' 캠페인 추진 • 시민녹화교실 운영 및 프로그램 개발 	
		자연생태과	<ul style="list-style-type: none"> • 걷고싶은 서울길 관련 업무 총괄 • 자연생태체험교실, 숲길 여행 프로그램 운영업무 • 하천생태복원 및 녹화사업 총괄 	
	도시 계획국	역사도심관리과	<ul style="list-style-type: none"> • 성곽도시 서울의 도심부 관리, 한글마루지 조성 • 도심 전통상권 활성화 및 "쇼핑올레조성" 관련업무 • 한글역사문화공원 조성 및 을지한빛거리 운영·관리업무 총괄 • 프로그램 관리 및 자원봉사자 관리 • 광화문광장 관리·운영업무 	
	교육 협력국	평생교육과	<ul style="list-style-type: none"> • 평생교육 프로그램 및 시민대학운영 업무 총괄 • 서울 평생학습축제 및 대회업무 추진 	
	부산 광역 시청	안전 행정국	총무과	<ul style="list-style-type: none"> • 각종 국제행사, 주요행사 업무 총괄 • 시민의 날, 연말연시 행사 추진 및 각종 체육대회 지원
			자치행정과	<ul style="list-style-type: none"> • 시민협력분야 총괄 및 자원봉사센터 운영지원
			교육협력과	<ul style="list-style-type: none"> • 교육 행사지원 및 평생교육 업무 총괄 • 지역사회 토요스쿨, Busan Village 운영업무 총괄 • 평생학습박람회 개최, 부산평생학습정보망 운영 지원 업무

기관명	담당부서	주요업무	
부산 광역시청	여성 가족 정책관	여성정책담당관	<ul style="list-style-type: none"> • 마라톤, 걷기대회 주관 및 여성회관·여성문화회관 지도·감독 • 가정의 달, 부부의 날 행사 진행 및 여가문화시설 가족요금제 도입 • 다모아축제, 다문화이해 워크숍 개최
		출산보육담당관	<ul style="list-style-type: none"> • KBS 가족사랑 유모차 걷기대회 및 다자녀가정의날 행사운영 업무 • 미혼남녀 만남지원 업무(사랑봉사단 운영) • 보육관련행사 및 대회업무 총괄
		이동청소년담당관	<ul style="list-style-type: none"> • 청소년활동진흥센터 및 활동프로그램 운영 • 청소년의 달 행사 운영(청소년표창, 박람회 포함) • 청소년 방과후 아카데미, 청소년 문화존(동아리 지원 사업포함)사업 • 청소년 수련시설 운영업무 총괄 • 어린이놀이터 신설, 개보수 등 정책 총괄
	복지 건강국	사회복지과	<ul style="list-style-type: none"> • 나눔대축제 등 행사, 대회관련업무
		장애인복지과	<ul style="list-style-type: none"> • 장애인 활동지원 및 교육문화활동 지원
		고령화대책과	<ul style="list-style-type: none"> • 부산 실버영상제 개최 및 어버이 날 행사 등 노인관련행사업무총괄 • 노인생활체육 활성화 업무 총괄
	문화 체육 관광국	문화예술과	<ul style="list-style-type: none"> • 지역문화예술 진흥업무 총괄 • 문화나눔사업 및 축제주관 업무 총괄 • 문화예술교육지원센터 및 문화예술시설 운영 및 지원
		영상문화사업과	<ul style="list-style-type: none"> • 영상인프라 구축 및 운영활성화, 영화·영상 행사 주관 • 부산영화제체험박물관 건립 및 부산영상포럼 지원 • 입체영상아카데미, 부산게임아카데미 운영관련 업무
		체육진흥과	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 생활체육 인프라조성 관련 사업추진 • 생활체육 및 장애인 체육 내실화 및 해양레포츠 활성화 추진 • 해양레포츠 국내·외 대회 및 행사 지원
		관광진흥과	<ul style="list-style-type: none"> • 크루즈관광 활성화 및 특색 있는 관광지 조성 업무 • 부산국제관광전(BIRF)추진관련 업무
		마이스산업과	<ul style="list-style-type: none"> • 전시·컨벤션 산업 업무총괄 • 대규모회의 전시회 업무
	해양 농수 산국	해양정책과	<ul style="list-style-type: none"> • 2012여수세계박람회에 관한 업무 총괄 • 해양관광계획 수립 등 해양관광 활성화 사업 추진
		항만물류과	<ul style="list-style-type: none"> • 해상교통, 관광 인프라 관령 업무 총괄 • 남항 국제수산물관단지화 사업 및 낚시관광산업 육성 관련업무 • 부산항 "세계적 미항 만들기"추진 업무
		수산정책과	<ul style="list-style-type: none"> • 낚시관광산업 육성산업 업무 총괄
		수산진흥과	<ul style="list-style-type: none"> • 해양문화마을 창조 마스트 플랜수립 • 여촌체험마을 조성 및 운영관리
	환경 녹지국	녹지정책과	<ul style="list-style-type: none"> • 시민나무심기 업무 및 대대체육공원 내 예술도시공원 조성업무 • 그린문화확산 위한 공원녹지 사업 및 그린부산 문화축제 개최 • 공원·유원지 확충 및 관리 업무 총괄
		푸른산림과	<ul style="list-style-type: none"> • 생활권내 녹색공간 조성사업 및 수목원, 박물관 조성 • 산림정책 및 식목일행사 관련업무 총괄

기관명	담당부서	주요업무		
대구 광역시청	안전 행정국	시민봉사과	<ul style="list-style-type: none"> 자원봉사 대축제 및 대회 개최 자원봉사 프로그램 개발 및 자원봉사단 조직 	
		자치봉사과	<ul style="list-style-type: none"> 의전행사 및 지역사랑운동 활성화 관련 각종 행사 및 대회 업무총괄 자원봉사자 아카데미 운영 	
	문화 체육 관광국	문화예술과	<ul style="list-style-type: none"> 지방문화 육성 발굴 업무 문화재단 설립 및 운영, 지역예술 육성 발굴 업무 공연예술 및 전시예술 진흥 사업추진 및 문화시설 조성관련 업무 문화지구(문화거리)조성 관련 사업추진 	
		문화산업과	<ul style="list-style-type: none"> 문화산업정책 발굴 및 육성업무 총괄 문화콘텐츠 산업 육성 및 문화산업 관련 시설 및 테마마크 조성 대구 e-sports 페스티벌, 대구국제뮤지컬페스티벌 개최 	
		체육진흥과	<ul style="list-style-type: none"> 체육회 및 가맹경기단체 육성·지원사업 국제경기대회 및 관련행사 업무 총괄 생활체육 활성화 관련 교육교실 운영 및 공공체육시설 관련업무 	
		관광문화재과	<ul style="list-style-type: none"> 관광시설 조성 및 운영·관리 업무총괄 문화재 보존·관리 및 유·무형 문화재 발굴 업무 전통사찰 보존 및 관리업무 총괄 	
	보건 복지 여성국	복지정책관	<ul style="list-style-type: none"> 장애인 문화복지 지원 및 행사지원(문화·예술) 총괄 장애인 스포츠 센터 지도·감독 지원 	
		저출산고령사회과	<ul style="list-style-type: none"> 어버이날 행사 등 노인관련 행사 및 어린이날 행사 업무 총괄 노인 건전한 여가활동 육성관련 업무 총괄 	
		여성청소년가족과	<ul style="list-style-type: none"> 외국인 주민관련 업무 총괄 청소년 수련시설 운영 및 청소년 육성관련 업무 총괄 청소년 보호관련 업무 총괄 	
	환경 녹지국	환경정책과	<ul style="list-style-type: none"> 수영강 생태복원 2020 프로젝트 운영 환경의 날 행사 관련 업무 	
		공원녹지과	<ul style="list-style-type: none"> 도시공원·유원지·자연공원 등의 조성 및 관리업무 총괄 국토 및 하천의 공원화 사업, 시설녹지 조성사업 총괄 시민녹화지원 및 휴양림 관련사업 총괄 	
	인천 광역시청	보건 복지국	사회복지봉사과	<ul style="list-style-type: none"> 자원봉사 총괄업무 및 지역자원봉사센터 지원 및 관리업무 자원봉사의 날 행사
			장애인봉사과	<ul style="list-style-type: none"> 장애인 활동지원 및 장애인단체 운영 활성화 업무
			다문화정책과	<ul style="list-style-type: none"> 다문화가족지원센터 운영 지원 아시아한울타리문화제 외국인근로자위안행사 및 서포터즈 지원사업
안전 행정국		자치행정과	<ul style="list-style-type: none"> 시민단체 지원 및 마을공동체 만들기사업 추진 총괄 주민자치센터 운영 및 북카페 조성 	
		여성 가족국	여성정책과	<ul style="list-style-type: none"> 여성복지과, 여성의 광장 등 여성사회교육시설 운영업무 총괄 건전가정 지원센터 설치 및 운영
보육정책과			<ul style="list-style-type: none"> 보육단체 육성·지원 및 보육환경 조성업무 총괄 어린이집 운영관련 업무 총괄 	
아동청소년과			<ul style="list-style-type: none"> 청소년 건전문화 육성 및 프로그램 운영 청소년 수련관 확충, 청소년 공부방 및 방과후 아카데미 운영 청소년 상담지원센터, 청소년 쉼터, 청소년야영장 조성 및 운영 	
	노인정책과	<ul style="list-style-type: none"> 노인여가프로그램 활성화 및 체계화 업무 노인복지시설 확충 및 운영업무 총괄 		

기관명	담당부서	주요업무	
인천 광역시청	문화예술과	<ul style="list-style-type: none"> • 지방문화예술 육성 및 프로그램 업무 총괄 • 도서관, 문화회관 등 문화시설 확충 및 관리 업무 • 지방문화원 지원 및 육성, 문화예술 축제관련 업무 • 문화예술 진흥사업 및 문화예술교육사업 업무 	
	문화재과	<ul style="list-style-type: none"> • 문화재 및 문화시설, 전통문화시설 관련 업무 총괄 • 문화산업진흥지구 지정관련 업무 총괄 • 영상 및 문화콘텐츠 산업 육성 업무 	
	관광진흥과	<ul style="list-style-type: none"> • 관광지(해수욕장, 유원지, 관광지 등)관리 및 관광지 조성업무 • 카지노 등 유흥(유원)시설업 업무 • 해안관광 개발 및 옹진 도서 관광개발 업무 	
	체육진흥과	<ul style="list-style-type: none"> • 생활체육진흥 관련 프로그램 운영업무 • 레크리에이션 및 레저활동 지도 육성 및 체육관련 행사주관 • 올림픽·아시안게임 전국체전·소년체전 준비 및 지원관련 업무 • 종목별 국제경기대회 및 전국대회 유치, 신설, 개최관련 업무 • 체육시설 건립 및 유지관리 업무 	
	전국체전운영과	<ul style="list-style-type: none"> • 전국체전 관련 업무 총괄 • 경기장 시설 인프라 구축업무 총괄 • 대회 전야제 및 문화예술 행사 지원업무 	
	환경 녹지국	공원녹지과	<ul style="list-style-type: none"> • 녹지정책 및 도시공간녹화사업 관련업무 총괄 • 공원종합계획 업무총괄
광주 광역시청	여성청소년가족정책관		<ul style="list-style-type: none"> • 청소년수련시설 및 창의적 체험활동 관련사업 • 청소년쉼터, 청소년활동진흥센터, 청소년방과후아카데미 운영
	안전 행정국	시민협력관실	<ul style="list-style-type: none"> • 빛고을사랑운동, 시민과 만남의 날 운영 • 시민사회단체 지원, 자원봉사 관련 업무 총괄
		교육지원과	<ul style="list-style-type: none"> • 평생교육 관련업무 총괄 • 남도학숙 지원 및 빛고을장학재단 운영
	문화 관광 정책실	문화수도정책관실	<ul style="list-style-type: none"> • 시민의날 행사 추진 및 문화기반시설 조성업무 • 아시아문화중심도시 조성사업(아시아컬처파크 조성 등) • 문화예술교육센터 운영 등 문화예술교육 지원사업 • 공공도서관 육성·지원 업무
		문화예술진흥과	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술공간 조성 및 각종 미술대전행사 총괄 • 아트페어추진 및 예총아트페스티벌 관련 업무 • 전통예술지원 및 축제 및 행사주관
		문화산업과	<ul style="list-style-type: none"> • 게임대회(e-스포츠)개최 등 게임산업 육성 • 광주스마트모바일앱개발지원 센터 등 지원 • 공예문화산업 육성업무 총괄
		관광진흥과	<ul style="list-style-type: none"> • 김치문화축제 프로그램 개발 및 운영 • 역사문화마을 관광자원화 사업 및 어등산 관광단지 조성사업 업무
	복지 건강국	노인장애복지과	<ul style="list-style-type: none"> • 경로효친 관련 행사 업무 및 장애인 관련 문화행사 및 체육대회 업무 총괄
	환경 생태국	공원녹지과	<ul style="list-style-type: none"> • 도시숲 총괄 및 공원조성, 숲가꾸기, 나무심기행사업무총괄 • 생태환경복원사업 및 산지관리업무 총괄

기관명	담당부서	주요업무	
광주 광역 시청	U대회 지원과	<ul style="list-style-type: none"> • 시 직장운동경기부 운영 및 프로경기의 건전육성 • 생활체육 육성계획 수립 및 추진 • 체육시설 건설 지원 및 체육시설 관련업무 총괄 • 2019 세계수영선수권 대회 및 유치위원회 운영 	
	U대회지원과	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 전국 규모대회 유치 및 지원업무 • 광주시민축구단, 체육교실 운영업무 • 야구장 신축 및 종합체육회관 등 공공체육시설 관련 업무 총괄 • 장애인체육센터 건립 등 장애인체육 업무 전반 	
대전 광역 시청	안전 행정국	시민협력과	<ul style="list-style-type: none"> • 자원봉사센터, 자원봉사협력학교 운영 • 자원봉사자 및 단체 지원
	문화 체육국	문화예술과	<ul style="list-style-type: none"> • 도서관 설립육성 및 독서진흥업무 • 민속예술경연대회 개최 및 참가 • 문화예술 교육지원 및 전국합창제, 무용제, 연극제 관련업무
		체육지원과	<ul style="list-style-type: none"> • 전국체육대회, 종목별 체육대회 및 체육행사 관련업무 • 생활체육 및 건전여가 프로그램 개발 및 생활체육교실 운영 • It's Daejeon컵 오픈 국제볼링대회 및 각종 프로경기 관련업무
		중무문화재과	<ul style="list-style-type: none"> • 무형문화재 전수화관, 유타리농악 전수교육관 운영 및 관리 • 문화재 시설 및 전통사찰 관련업무 총괄
		문화체육시설과	<ul style="list-style-type: none"> • 국악전용공연장 등 문화기반시설 관련업무 • 문화의 거리 및 문화벨트 조성 및 대전문화예술센터 건립추진 업무 • 공공미술관 관련업무
	보건 복지 여성국	복지정책과	<ul style="list-style-type: none"> • 복지만두레 관련업무 총괄 • 복지회관 설립 및 운영업무
		여성가족청소년과	<ul style="list-style-type: none"> • 청소년 문화존, 상담지원, 쉼터운영 업무 • 어린이날 행사 및 아동 건전육성 프로그램 업무 • 다문화가족 지원센터, 북한이탈주민 지역적응센터 운영지원
		저출산고령사회과	<ul style="list-style-type: none"> • 어버이날 및 노인의 날 행사에 관한사항 • 노인복지시설 관리 및 운영업무 총괄 • 보육정보센터 운영 및 아이사랑카드 사업업무
		장애인복지과	<ul style="list-style-type: none"> • 장애인 평생교육프로그램, 장애인의 날 행사업무 • 장애인편의시설, 자립지원센터 운영
	환경 녹지국	공원녹지과	<ul style="list-style-type: none"> • 숲과 꽃의 녹색도시 조성 • 2013 대한민국 산림박람회 행사 추진 및 관련업무 총괄 • 산림휴양문화 육성 및 관리업무 • 도시공원·녹지 관련 업무총괄
울산 광역 시청	안전 행정국	자치행정과	<ul style="list-style-type: none"> • 국민운동 종합계획 및 국민운동지원 단체 관리업무 총괄 • 시민의 날 행사 및 주민행복마을 만들기 사업 총괄
	복지 여성국	저출산고령사회과	<ul style="list-style-type: none"> • 노인복지시설 확충 및 운영업무 총괄 • 보육사업 업무 총괄 및 보육정보센터 운영
		여성가족청소년과	<ul style="list-style-type: none"> • 아이돌봄 지원사업 및 여성회관·가족문화센터 운영총괄 • 아동 및 청소년 건전육성 관련업무 총괄 • 청소년 수련활동 및 창의체험 활동 장려

기관명	담당부서	주요업무	
울산광역시청	문화체육관광국	문화예술과	<ul style="list-style-type: none"> • 문화재 및 문화시설 관련업무 총괄 • 문화예술산업 육성 및 지원
		체육지원과	<ul style="list-style-type: none"> • 체육회 및 가맹경기단체 육성 지원 • 생활체육 진흥·활성화 사업 및 생활체육 프로그램 개발업무 총괄 • 월드컵 축구대회, 아시안 게임 후속조치 관련업무 • 체육관련 국내·외 각종 대회 유지·지원 업무
		관광과	<ul style="list-style-type: none"> • 관광지 지정 및 관광단지, 관광특구 지정 관련업무 • 관광 기반시설 확충 업무 총괄
	환경녹지국	환경지원과	<ul style="list-style-type: none"> • 태화강 자연생태공원 조성 및 관리업무
		녹지공원과	<ul style="list-style-type: none"> • 도시조경 및 녹화사업 추진 • 공원·녹지조성 사업 시행 및 관리 업무 • 수목원 조성 및 진흥관련 업무
	세종자치특별시장	안전행정복지국	자치행정과
행복나눔과			<ul style="list-style-type: none"> • 자원봉사 관련업무 총괄
사회복지과			<ul style="list-style-type: none"> • 건강가정 육성 및 다문화가정·새터민 지원업무 • 아동시설, 보육시설, 청소년 수련시설 업무 총괄
문화체육관광과			<ul style="list-style-type: none"> • 문화행사 및 지역축제 업무 총괄 • 문화예술단체 및 종교단체 활동 지원업무 • 문화기반시설 관련업무 총괄 • 문화콘텐츠 사업진흥관련 업무 총괄 • 문화재 및 관광시설 관련업무 총괄 • 각종 체육경기대회 및 생활체육대회 지원
경제산업국		녹색환경과	<ul style="list-style-type: none"> • 자연생태계 보전 및 자연공원 관련 업무
		농업유통과	<ul style="list-style-type: none"> • 녹색 농촌체험 마을, 농어촌체험 휴양마을 지정 및 관련업무 • 관광농원, 농어촌 휴양단지 개발사업 • 복숭아 축제 관련업무
		산림축산과	<ul style="list-style-type: none"> • 산림 경영모델 숲 조성관련 업무 및 산림 휴양시설 조성·운영 • 국토공원화, 조경, 도시공원 및 녹지 조성·관리 업무 • 임도·등산로·학교 숲 조성 및 관리 업무

2) 기초자치단체

2013년 기초자치단체는 2010년 7월 1일 마산·창원·진해를 통합한 통합 창원시 설치를 기준으로 총 228개이다. 2008년 여가백서에서 조사된 여가를 담당하는 주무부서를 두었던 6개의 자치구역³⁴에는 여가담당 주무부서가 따로 존재하지 않으며, 중앙 정부부처나 광역자치단체와 마찬가지로 대부분이 여가업무를 담당하는 자체 부서 없이 여러 부서의 업무와 연계된 여가관련 업무를 시행하고 있다.

34) 경기도 의정부시, 서울시 구로구, 서울시 동작구, 서울시 영등포구, 강원도 춘천시, 대구남구

■ <표 4-4> 기초자치단체의 여가관련 주무부서 ■

부처	기초자치단체	국/과	팀/실		
여가 담당 주무 부서	서울시 구로구	생활복지국	복지정책과	복지기획팀/ 희망복지팀/ 다문화사회지원팀	
			보육지원과	보육지원팀/ 여성정책팀/ 출산장려팀	
			사회복지과	장애인복지팀/ 자활지원팀	
			노인청소년과	노인정책팀/ 노인시설팀/ 청소년팀	
			교육지원과	평생교육팀/ 도서관팀	
			환경과	에너지절약팀/ 환경보전팀	
	도시관리국	공원녹지과	공원팀/ 조경팀/ 녹지팀/ 하천공원팀		
	안전행정국	자치안전과	자원봉사팀/ 마을공동체 추진반		
	서울시 동작구	행정관리국	자치행정과	주민자치팀/ 마을공동체팀/ 자원봉사팀	
			문화체육과	문화예술팀/ 문화시설팀/ 체육진흥팀/ 체육시설팀	
			교육지원과	평생교육팀/ 도서관육성팀	
		주민생활복지국	사회복지과	자활고용팀/ 장애인지원팀/ 장애인시설팀	
			노인복지과	노인복지팀/ 노인시설팀/ 사당노인종합복지관 T/F팀	
			가정복지과	보육행정팀/ 보육관리/ 여성정책팀/ 청소년복지팀	
	도시관리국	공원녹지과	공원팀/ 자연생태팀		
	서울시 영등포구	행정국	자치행정과	마을공동체팀/ 외국인지원팀	
			교육지원과	평생학습팀	
			문화체육과	문화예술팀/ 생활체육팀/ 체육시설팀 관광정책팀	
		복지국	복지정책과	복지정책팀	
			사회복지과	장애인복지정책팀/ 장애인자립지원팀	
			가정복지과	여성출산정책팀/ 아동청소년팀/	
			어르신복지과	어르신행정팀/ 어르신시설팀/	
		도시국	푸른도시과	공원팀/ 조경팀/ 자연생태팀/ 안양천관리팀/ 영등포 공원관리팀	
		경기도 의정부시	자치행정국	평생교육과	평생교육팀
			도시관리국	공원녹지과	녹지관리팀/ 공원시설팀
			주민생활지원국	주민생활지원과	복지지원관리팀
				노인장애인과	노인정책팀/ 노인시설팀/ 장애인복지팀
	여성가족과			가족정책팀/ 아동복지팀	
	문화관광체육과	문화예술팀/ 관광기획팀/ 관광산업팀/ 체육진흥팀			
	대구시 동구	안전행정국	평생학습과	평생학습/ 문화관광/ 문화재관리/ 생활체육	
복지생활국		복지정책과	복지기획/ 민간협력		
		복지서비스과	노인복지/ 장애인복지/ 여성복지/ 청소년복지/ 아동 복지		
도시건설국	안전녹지과	산림녹지/ 공원업무			

부처	기초자치단체	국/과		팀/실
여가 담당 주무 부서	대구시 남구	도시건설국	도시경관과	공원녹지담당
		안전행정국	문화홍보과	문화관광담당/ 교육지원담당/ 여가체육담당/ 체육시설담당
		주민생활국	복지지원과	고령대책담당/ 장애인복지담당/ 여성보육담당
	대전시 동구	자치행정국	총무과	행정담당
			문화공보과	문화담당/ 체육담당/ 청소년담당
		생활지원국	복지정책과	복지연계담당/ 다문화지원담당/
			사회복지과	통합관리담당/ 장애인복지담당
			가정복지과	노인복지담당/ 여성복지담당/ 아동복지담당
		안전도시국	공원녹지과	공원담당/ 녹지담당/ 산림담당/ 대청호생태관담당
	평생학습원		평생학습담당/ 용운도서관담당	
	경상남도 거창군	-	주민생활지원실	복지정책담당/ 노인복지담당/ 희망복지담당/ 여성아동담당
		-	문화관광과	문화예술담당/ 관광담당/ 문화재담당/ 수송대리담당/ 도서관담당
		-	산림복지과	공원녹지담당

해양 또는 스포츠 레저를 담당하는 주무부서를 따로 두고 있는 자치구역은 경기도 화성시, 강원도 태백시, 경상남도 거제시, 경상남도 통합 창원시, 경상남도 통영시, 경상북도 영천시, 충청남도 공주시, 전라남도 목포시 8개 자치구역이다.

■ <표 4-5> 기초자치단체의 여가 및 레저담당 주무부서 ■

부처	기초자치단체	국/과		팀/실
여가 및 레저 담당 주무 부서	경기도 화성시	안전행정자치국	자치행정과	주민협력담당
		교육문화국	평생교육과	평생학습업무담당
			문화관광과	문화예술담당/ 문화재담당/ 문화기반담당/ 역사콘텐츠담당/ 도서관담당/ 관광정책담당/ 관광개발담당
			체육청소년과	체육진흥담당/ 체육시설담당/ 청소년업무담당
		복지환경국	복지정책과	복지기획담당
			희망복지과	노인정책담당/ 노인시설담당/ 장애인복지담당/ 장애인시설담당/ 다문화가족담당
			여성보육과	여성정책담당/ 아동복지담당/ 다문화가족담당
		경제산업국	농정과	농업마케팅담당
			해양수산과	해양정책담당/ 해양레저담당/ 해양개발담당
			산림과	산림지원팀

부처	기초자치단체	국/과		팀/실
여가 및 레저 담당 주무 부서	강원도 태백시	-	주민생활복지과	희망복지지원팀/ 평생교육팀
		-	사회복지과	경로복지팀/ 장애인복지팀/ 여성청소년팀/ 아동보육팀
		-	관광문화과	관광기획팀/ 관광축제팀/ 관광개발팀/ 문화팀/ 용연동굴팀/ 자연사박물관팀
		-	스포츠레저과	스포츠기획팀/ 스포츠레저팀/ 스포츠마케팅팀/ 스포츠시설팀
		-	농정산림과	녹지관리팀
	경상남도 거제시	안전행정국	문화공보과	문화예술담당/ 문화재담당
			주민생활과	복지기획담당/ 희망복지지원담당
		주민생활국	사회복지과	노인복지담당/ 장애인복지담당/ 아동복지담당
			여성가족과	여성정책담당/ 청소년담당/ 다문화가족담당
			교육체육과	교육지원담당/ 도서관담당/ 체육진흥담당/ 체육시설담당
		해양조선관광국	관광과	관광기획담당/ 관광마케팅담당/ 관광시설담당/ 군사시설이전TF
			해양항만과	해양행정담당/ 해양레저담당/ 항만개발담당
			산림녹지과	공원조성담당/ 산림복지담당
		경상남도 창원시	안전행정국	안전행정과
	새야구장건립사업단			야구장지원담당/ 야구장신축담당/ 야구장부지개발담당
	환경문화국		환경수도과	환경수도담당/ 주남저수지담당
			문화관광과	문화담당/ 관광담당/ 예술담당/ 문화재관리담당/ 축제지원담당
			체육진흥과	체육지원담당/ 체육시설담당/ 생활체육담당/ 사격대회지원TF팀
	복지여성국		사회복지과	자원봉사담당
			여성보육과	여성복지담당/ 가족지원담당/ 다문화지원담당/ 여성회관운영담당
			노인장애인청소년과	노인담당/ 장애인담당/ 청소년담당/ 복지시설담당
	균형발전국		도시재생과	오동동창동어시장TF팀/ 진해중앙시장TF팀
	해양수산국		해양정책과	해양정책담당/ 해양개발담당/ 로봣랜드담당
			해양사업과	해양단지담당/ 워터프론트담당
			수산과	연안관리담당

부처	기초자치단체	국/과		팀/실
여가 및 레저 담당 주무 부서	경상남도 통영시	안전행정국	주민생활복지과	자원봉사120담당/ 희망복지지원담당/ 다문화가족 지원 TF팀
			행복나눔과	여성복지담당/ 노인복지담당/ 아동청소년 담당/ 장애인복지담당
			문화예술과	문화예술담당/ 문화시설담당/ 문화산업담당/ 문화재담당
			관광과	관광진흥담당/ 관광시설담당/ 관광섬개발담당/ LUGE사업추진 TF팀
			체육지원과	체육진흥담당/ 체육시설담당/ 해양레저담당/ 세계해양스포츠유치 TF팀
		수산개발국	해양수산과	해양행정담당/ 해양개발담당/ 연안항만관리
			공원녹지과	공원관리담당/ 공원조성담당/ 녹지담당
	경상북도 영천시	안전행정국	문화공보관광과	문화예술담당/ 문화시설담당/ 관광진흥담당/ 문화재담당/ 문화영상TF팀
			새마을체육과	체육지원담당/ 레포츠청소년담당/ 자원봉사담당
		지역개발국	사회복지과	복지장애인담당/ 노인복지담당/ 여성가족담당/ 복지시설담당
	충청남도 공주시	-	사회과	복지연계담당
		-	복지과	노인담당/ 장애인담당/ 여성보육담당/ 아동청소년 담당/ 다문화가정담당
		-	문화체육과	문화예술담당/ 체육지원담당/ 레저시설담당
		-	관광과	관광진흥담당/ 관광개발담당/ 축제담당
		-	문화재과	문화재정책담당/ 문화재관리담당/ 고도보존담당
		-	산림과	공원녹지담당/ 산림소득담당
	전라남도 목포시	안전행정복지국	사회복지과	서비스연계 담당
			노인장애과	노인복지담당/ 장애인복지담당
			여성가족과	아동청소년담당/ 여성정책담당/ 다문화정책담당
		관광경제국	관광과	관광사업담당/ 관광시설담당/ 관광마케팅담당/ 축제담당
			해양수산과	항만개발담당/ 해양레저담당
도시건설국	공원과	공원시설담당/ 산림담당/ 유달공원담당		

제2절 여가관련 정책 현황

1. 정책추진현황

2013년 2월 21일 제18대 대통령직인수위원회에서 발표한 새 정부의 5가지 국정목표는 일자리 중심의 창조경제, 맞춤형 고용·복지, 창의교육과 문화가 있는 삶, 안전과 통합의 사회, 행복한 통일시대의 기반구축이다. 5가지 국정목표에 따른 여가관련 15대 중점과제와 세부추진과제를 살펴보면 크게 해양레포츠·마리나 산업 관광 활성화, 고령화 사회로 접어들면서 노후생활 관련 고령 친화산업, 문화·예술·체육·관광산업 활성화, 지역공동체 개발 및 생태휴식 공간 조성 방안으로 나눌 수 있다. 새 정부 여가정책의 특징은 양적 성장과 질적 성장의 균형발전으로 압축되며 레저스포츠의 고급화 및 국내관광 활성화, 고령화 사회 진입을 위한 노후여가 관련 산업 활성화, 수도권에 집중된 여가활동에서 벗어난 지역 여가관련 시설확충 및 지자체 사업 등이 중요한 과제로 대두되고 있다.

■ <표 4-6> 박근혜 정부의 여가관련 15대 중점과제 및 세부추진과제 ■

15대 중점과제		32개 세부 추진과제	
1. 일자리 중심의 창조경제	1-1. 해양 신성장 동력 창출 및 체계적 해양관리	⇒	1-1-1. 해양레포츠 저변 확대 및 마리나 산업 활성화
	1-2. 수산의 미래 산업화		1-1-2. 체계적인 해양관리 추진
	1-3. 고령 친화산업 육성		1-2-1. 바다생태관광·레저·스포츠
			1-3-1. 친고령·항노화산업 R&D 확대
			1-3-2. 관련 법·제도 정비
2. 맞춤형 고용·복지	2-1. 편안하고 활력 있는 노후 생활	⇒	2-1-1. 생애실제 교육 강화
	2-2. 누구나 살고 싶어 하는 복지 농어촌 건설		2-2-1. 주거·의료·교육 등 도시 수준으로 정주여건 개선
	2-3. 장시간 근로개선 및 정년 연장으로 함께 일하기		2-2-2. 농어촌 주민주도 지역개발
			2-3-1. 근로시간제도 및 교대제 개편 지원 (탄력적근로시간제 및 근로시간저축계좌제 도입)

3. 창의교육과 문화가 있는 삶	3-1. 예술인 창작 안전망 구축 및 지원 강화	⇒	3-1-1. 순수기초예술 및 독립·인디·다양성 장르 등 지원강화(문화·관광 재조성, 국립예술단체 경쟁력 강화 등)
	3-2. 문화향유 기회 확대와 문화격차 해소		3-2-1. 복합문화 커뮤니티센터 조성
			3-2-1. 복합문화 커뮤니티센터 조성
	3-3. 문화유산 보존·활용 및 한국 문화 진흥		3-2-2. 생애주기별 문화향유 지원체계 구축 및 여가모델 개발·보급
			3-2-3. 예술감사 장애인시설 파견 확대 등 장애인 문화향유 권리 보장
	3-4. 스포츠 활성화로 건강한 삶 구현		3-2-4. 지역특성에 맞는 문화도시·문화마을 조성 및 지역 문화격차 해소
3-2-5. 문화·관광·체육시설 투자금액에 세액공제 혜택 제공 등			
3-5. 관광산업 경쟁력 강화	3-3-1. 무형문화유산 법률 제정 및 문화재 보호기금 확충	3-4-1. 생애주기별 스포츠 활동 지원시스템 구축	
		3-4-2. 시·군·구(227개)에 문화법인형 공공스포츠클럽 설립	
		3-4-3. 학교 스포츠강사에 대한 처우 개선	
		3-5-1. MICE, 의료, 한류, 크루즈, 역사·전통문화 체험, 레저·스포츠 등 고부가가치 6대 관광·레저산업 육성	
		3-5-2. 관광을 통한 국민 행복, 관광복지 실현	
		3-5-3. 지역관광협의회(CVB)설립 지원하여 지역관광 활성화 추진	
3-6. 생태휴식 공간 확대 등 행복한 생활문화공간 조성	3-5-4. 저가관광을 탈피하여 고품격 관광으로 근본적 체질 개선	3-5-5. 소외계층 여행바우처 지원 및 무장애환경(barrier free) 인프라 확충	
		3-5-6. 고부가가치 창출 관광객에 대한 고품격 출입국행정서비스 제공	
		3-6-1. 생태휴식공간 확충	
		3-6-2. 품격 있는 도시 공간 조성	
4. 안전과 통합의 사회	4-1. 해양환경 보전과 개발의 조화	⇒	4-1-1. 연안유휴지 휴양시설 조성
	4-2. 국민대통합을 위한 지역 균형 발전		4-2-1. 지방거점도시의 지역중추도시권 육성 (맞춤형 도시 재생, 신성장동력 발굴, 국민행복 생활인프라 등)
			4-2-2. 지역발전위원회 역할 강화 등 지역 개발 추진체계 개편
4-3. 지방분권강화 및 시민사회·지역공동체 활성화	4-3-1. 시민사회·지역공동체 활성화		

2. 정부부처 여가관련 추진사업 및 실적

2013년 새 정부 출범 이후 정부부처 개편이 이루어지면서 기존의 사업들이 지속적으로 이루어지는 부처도 있고 새롭게 사업을 추진하는 부처들도 있다. 본 연구에서는 기관의 여가 관련 사업내용을 시설확충, 프로그램 운영, 정보제공, 인력양성, 제도개선 등 5개 사업 분야로 분류하였다.

1) 시설확충

2013년 정부부처에서 현재 추진 중인 여가관련 시설확충 사업은 총 51개로 집계되었으며, 이 중 2013년 이전부터 지속적으로 추진 중이던 시설확충 관련 사업은 46개, 신규 사업은 5개, 2012년 종료된 사업은 1개로 나타났다. 여가관련 시설확충은 각 부처에서 다양하게 추진 중에 있으며, 주로 문화공간 및 공원 조성, 지역체험마을, 스포츠센터 지원 등으로 이루어져 있다. 이는 여가관련 시설확충이 국민의 여가생활의 기본으로 인식되기 때문으로 분석된다. 2013년 신규 사업은 테마파크 구축, 유희공간 문화공간 재조성, 생활공원, 행복도시 등으로서 이는 국민 생활권 내의 휴식 공간 및 시설 확충을 통해 국민 행복의 질적 증가를 늘리고자 함을 알 수 있다.

■ <표 4-7> 여가관련 시설확충 사업 예산 및 추진실적 ■

[단위 : 백만원]

관련기관	추진사업	시작 년도	'12년 예산 및 추진실적	'13년 예산 및 추진상황	추진 여부
문화 콘텐츠 산업실	게임산업센터 육성	2009년	5,600 2개소	10,600 3개소	
	문화시설 확충 및 운영(지역개발계정)	1989년	138,165 15개 사업	142,512 16개 사업	
문화 체육 관광부	문화시설 확충 및 운영(제주계정) (공립박물관 건립지원, 전통사찰보존지원 등)	2007년	2,869 3개소	2,069 3개소	
	우수공연예술단체 공연장 대관지원	-	200	200	
예술국	부산국립극장 기본계획 수립	-	1000	-	
	온라인가상미술관구축	-	380	320	
	유희공간 문화공간 재조성	2013년	-	1,500	신규
	장애인편의시설 개선지원	-	-	200	

관련기관		추진사업	시작 년도	'12년 예산 및 추진실적	'13년 예산 및 추진상황	추진 여부
문화 체육 관광부	예술국	공공디자인 개발 및 보급	-	949	3,249	
		구서울역사복합 문화공간 운영지원	-	2,500	2,500	
		대한민국건축문화진흥	-	250	238	
		남한강예술특구 조성	-	9,449	5,000	
		통영국제음악당 건립	-	6,212	8,911	
		예술의전당 리모델링	-	4,800	8,300	
	관광국	새만금 국제관광단지 개발	2010년	1,000	950	
		국민여가캠핑장 조성	2005년	9,181	12,000	
		전통한옥 체험 숙박시설 운영지원	2004년	8,150	9,600	
		여행정보 및 불편처리센터 운영	2006년	333	330	
	체육국	체육진흥시설지원	1982년	88,201 50개소	103,345 145개소	
		생활체육인프라 조성(대중골프장 조성)	2006년	16,375	6,310	
		운동장 생활체육 시설지원	2000년	59,500 200개소	62,000 200개소	
		농어촌 복합체육 시설지원	2006년	3,000 5개소	3,000 5개소	
		개방형 다목적체육관 건립 지원	2009년	11,700	9,300 15개소	
		레저스포츠키 시설 지원	2009년	4,000	5,000 10개소	
		태권도공원 건립	2005년	82,733	50,796	
		태권도 상설공연장	2007년	4,711	-	종료
장애인종합체육시설 운영 및 건립 지원		2010년	11,483	11,483		
안전 행정부	전자 정부국	스마트 워크센터	2010년	11개소	13개소	
		정보화마을 조성	2001년	-	361개소	
보건 복지부	인구 정책실	노인복지관 설치·운영	2006년	지역실정에 따라 최소 1개소 이상 설치·운영	개 소 당 예 산 329(서울),366(지 방) 지원	
		고령친화적 농어촌 주거환경 재정비	2011년	12억원 4개소	-	
환경부	환경 정책실	국립공원 내 재해위험지구 정비	2013년	-	지리산 등 13 개 국립공원 20개소 재해위 험 정비	신규
여성 가족부	여성 정책국	'여성장애인 어울림센터' 설치 및 지원	2010년	2010년 1,589(개소당 79)지원 16개시·도 20개소	22개소	-

관련기관		추진사업	시작 년도	'12년 예산 및 추진실적	'13년 예산 및 추진상황	추진 여부
여성 가족부	청소년 가족 정책실	청소년 문화센터 설치조성	-	2,726	3,982	
		청소년 문화존 지원	2001년	-	2,400 126개소	
		청소년수련시설지원	2007년	41,477 66개소	50,550 72개소	
농림 축산 식품부	농촌 정책국	농어촌체험 · 휴양마을(녹색농촌체험마을) 조성	2002년	1,042	1,042	
		어촌체험마을	2001년	702	702	
		농업 · 농촌테마공원 조성	2007년	-	'14년까지 1,200억원 24개소	
해양 수산부	해양 정책실	국립해양생물 자원관 건립	2007년	'08~'12년 1,537억원	'13년 개관	
		바다목장 조성	2007년	-	'08~'13년 170억원 13개소	

관련기관	추진사업	시작 년도	'12년 예산 및 추진실적	'13년 예산 및 추진상황	추진 여부
국도 교통부	용산공원추진기획	1990년	-	290억원	
	도시재생사업 추진기반 연내 구축	2005년	-	5억원	
	혁신도시 지원	2006년	-	13억원 11개지역	
	노후공단재정비를 위해 대구, 대전, 전주 등 3개 우선 사업 지구 공사 착수	2005년	-	43억원	
	생활공원 조성사업	2013년	-	'17년까지 1,000개소 조성	신규
	행복도시 자족기능 확충 방안 추진	2013년	-	-	신규
	노후 공공임대주택의 시설개선	2009년	'09~'11년 3,324억원 39개 사업항목 단지별 조성 1,358개 사업 실시(도로포장 및 보도블록 교 체, 공동구 배 관교체 등)	'14년 400억원	
	고령친화적 교통환경 조성	-	-	엘리베이터 152대, 에스컬레이터 86대, 저상버스 930대	
	평창동계올림픽 개최 시설 확충 및 건설	-	-	원주-강릉 철 도건설 (8,000억원) 등 2개의 철도사업, 국도 6호선 둔내-무이(364 억원) 등 8개 도로사업	
평창동계올림픽 연계교통망	-	-	9,475억원		

2) 프로그램 운영

정부부처의 여가관련 정책 추진실적 중 사업성격별로 분류했을 때 프로그램 운영에 관련한 정책이 45.7%로 가장 높은 비율을 나타내고 있다. 2013년 정부부처에서 현재 추진 중인 여가관련 프로그램 운영 사업은 총 78개로 집계되었으며, 이 중 2013년 이전부터 지속적으로 추진 중이던 프로그램 운영 관련 사업은 72개, 2013년 신규 사업은 6개로 나타났다. 또한, 2012년 종료된 사업은 1개, 2013년 종료 예정 사업은 2개로 나타났다. 2013년 주력하고 있는 사업은 관련부처 합동의 해양관광·레저활성화사업, 레저문화를 선도할 승마활성화 방안으로 관광·레저 산업의 수요 고급화 정책을 추진하고 있다.

■ <표 4-8> 여가관련 프로그램 운영 사업 추진실적 ■

[단위 : 백만원]

관련기관	추진사업	시작 년도	'12년 예산 및 추진실적	'13년 예산 및 추진상황	추진 여부	
문화 체육 관광부	문화 콘텐츠 산업실	대중문화콘텐츠산업 육성	-	29,369	60,230	
		영상산업육성	-	849	849	
		게임산업육성	-	21,752	24,552	
	문화 정책국	지역문화진흥(문화의 날 행사 등)	2005년	2,607	2,567 연구용역 및 사업추진	-
		문화를 통한 전통시장 활성화	2008년 시범 운영 시작	1,772 14개소 문전성시사업단 운영(홍보, 컨설 팅 지원)	250 5개소 '11~'13년 지원(3년)	'13년 사업종료
		전통문화자원 발굴 활용	2011년	3,414	1,600	
		어르신 문화프로그램 운영	2005년	3,453 309개 문화프로 그램, 70개 마을 강습	4,053 365개 프로그램	
	예술국	대한민국축제지원	2013년	-	1,400	신규
		세계합창대회	2013년	-	150	신규
		신년음악회	2013년	-	150	신규
		실버합창경연대회	2013년	-	300	신규
		서울아트마켓 운영	-	513	513	-
		기업의 문화예술지원 활성화	-	200	200	-
방방곡곡 문화예술활동 지원		-	3,035	2,883	-	
창작뮤지컬육성지원		-	3,000	3,500	-	
미술·문학행사지원 및 기초역량강화		-	553	558	-	
사립미술관운영활성화		-	121	121	-	
함께누리 지원	-	4,000	4,200	-		
전통예술의 대중화, 산업화, 세계화	-	2,390	3,152	-		

관련기관	추진사업	시작 년도	'12년 예산 및 추진실적	'13년 예산 및 추진상황	추진 여부	
문화 체육 관광부	예술국	토요문화학교 운영	-	7,000	20,500	-
		문화예술교육활성화	-	56,700	74,400	-
	관광국	관광레저도시 지원 및 콘텐츠개발	2006년	500	400 연구용역추진	
		관광자원 개발	1981년	222,544	207,195 관광지 46개 사업, 문화 관광자원개발 181개사업, 생태녹색 관광개발 32개사업	
		도시관광활성화사업	2008년	15,300	9,640	
		스토리가 있는 문화생태탐방로 프로젝트	2009년	3,900	4,080	
		슬로시티관광자원화	2009년	2,100	2,400	
		남해안관광활성화	2009년	2,000	2,000	
		한국형 생태녹색관광 육성	2012년	7,300	11,100	
		산업관광 육성	2012년	1,400	2,000	
		관광레저 기반구축	2010년	16,413	22,829 10개사업 16개소	
		관광활성화 기반구축	2006년	6,522	7,122	
		문화관광촉제지원	1998년	6,577	7,799	
		관광국	상설문화관광프로그램지원	2001년	765 17개내외	750 17개내외
	전통문화체험지원		2004년	22,641	25,241	
	국내관광활성화 및 지역관광 개선지원		2004년	11,280	12,237	
	창조관광사업 발굴 및 육성		2012년	4,300	4,000	
	국외관광공적서비스		2013년	-	200	신규
	관광산업활성화를 위한 영화로케이션지원		2011년	2,000	1,500	
	민속 관광자원화		2008년	611	608	
국악 관광자원화	2010년		160	160		
체육국	레저스포츠안전교육	2001년	50	50		
	생활체육프로그램 지원	1991년	44,517	59,902		
	전국소년체전 지원	1993년	8,244	8,511		
	전국 체육대회 지원	2003년	5,648	5,648		
	장애인체육진흥	2006년	6,647	6,307		
	장애인생활체육 지원	2006년	7,762	8,275		
교육부	평생 직업 교육국	'평생학습계좌제'	2009년	2010년 878개기관	-	
		서울평생학습촉제	2003년	매년 1회	매년 1회	

관련기관		추진사업	시작 년도	'12년 예산 및 추진실적	'13년 예산 및 추진상황	추진 여부
안전 행정부	전자 정부국	스마트워크 활성화	2010년	-	-	
		유비쿼터스기반 공공서비스 촉진	2008년	-	-	
	지방 행정실	희망마을 만들기	2008년	-	2억원 60개소	-
		국토중주 자전거길	2010년	49,304 8개조성	-	
		자전거 거점도시 육성사업	2010년	'10~'12년 1,000억원 10개소	-	종료
보건 복지부	인구 정책실	고령자의 여가문화 향유기반 확대	2011년	'11~'15년 고령자의 여가문화 프로그램 개발 보급 등		'15년 종료
		경로당 운영혁신 사업(여가 등 다기능 공간으로 전환)	2004년	-	-	
		노인의 날 및 경로의 달 행사	-	매년 1회	매년 1회	
환경부	환경 정책실	수질개선 및 생태복원	2011년	8,785억원	5,747억원	
		생태하천 복원 및 도랑, 실개천 살리기	2011년	350억원	100억원	
고용 노동부	노동 정책실	탄력적 근로시간제	1997년	-	-	
		주 40시간 근무제	2004년	-	-	
		근로시간 저축휴가제	2010년	-	-	
여성 가족부	청소년 가족 정책실	청소년 동아리 활동지원	-	-	800 2,000개	
		청소년 프로그램 공모 지원	-	-	1,771 114개 (활동 69개, 참여 65개, 보호 7개)	
		청소년 방과후 활동지원	2005년	15,400 200개소 8,200명지원	16,051 200개소 8,200명지원	
농림 축산 식품부	농촌 정책국	팜스쿨사업	2010년	300 30개학교 1개교당 1백만 원지원/ 47회마 을방문 3,868학 생참여	-	
		농어촌체험·휴양 마을 육성	2008년	94 216개소	-	
		농산어촌체험관광 보험지원사업	2004년	체험보험 127,621천원 (253개)/화재 보험 16,222천 원(72개)	-	

관련기관		추진사업	시작 년도	'12년 예산 및 추진실적	'13년 예산 및 추진상황	추진 여부
해양 수산부	해양 정책실	해양관광·레저스포츠 육성	2013년	-	국제마리나 6 개소 조성	신규
		연안·어촌의 국민 생활 공간화	2011년	-	어촌체험마을 7개소	
		2012 여수세계박람회	2004년	-	-	
		해양수산부 장관배 국제요트대회	2012년	매년 1회	매년 1회	
국토 교통부	국토 도시실	도시재생을 통한 도시활력 제고	-	-	57개지자체 120개사업	-
		수요자 중심의 토지이용체계 확립 및 살고 싶은 도시공간 구현	-	도시공원 등 생활인프라 확대 및 개발제한구역을 활용한 도시 민 여가공간 확충/ 난개발 방지를 위한 성장관리방안 도입 및 개발행위허가 기준 합리화		
		녹색건축 활성화 및 아름다운 국토경관 조성	-	그린리모델링 활성화 등을 통한 녹색건축 구현/ 한옥 확대 및 근대 건축물 등 건축자산 보전·활용		
		2013 스마트 국토 엑스포 행사	2013년	-	-	신규
		평창동계올림픽 개최 지원	-	-	3조 9965억	
관계 부처 합동	기획 재정부, 국토 해양부, 문화체육 관광부	해양관광·레저활성화	2011년	-	-	
	농림축산 식품부, 문화체육 관광부, 교육부	레저문화를 선도할 승마활성화 방안	2013년	-	1억5천 찾아가는승마 교실운영 (도심공원, 학 교 등)	신규

3) 정보제공

2013년 정부부처에서 현재 추진 중인 여가관련 정보제공 사업은 총 17개로 집계되었으며, 이 중 2013년 이전부터 지속적으로 추진 중이던 정보제공 관련 사업은 15개, 2013년 신규 사업은 2개로 나타났다. 각 부처별 여가관련 정보제공은 실태조사, 백서발간, 안내체계구축, 포털운영 등으로 세분화되어 제시되고 있다. 그러나 여가관련 종합포털의 부재로 정부부처의 여가관련 정보제공을 전체적으로 파악하기 어려우며, 필요한 정보를 각 부처별로 접근하여야 하는 등 여가관련 정보이용의 제약이 존재하고 있다. 이에 국민들의 이용이 용이하도록 여가관련 통합정보망을 구축하고 관리하는 방안에 대한 논의가 필요하다.

■ <표 4-9> 여가관련 정보제공 사업 추진실적 ■

[단위 : 백만원]

관련기관		추진사업	시작 년도	'12년 예산 및 추진실적	'13년 예산 및 추진상황	추진 여부
문화 체육 관광부	문화 정책국	문화향수 실태조사	1988년	146	-	
	예술국	공연예술실태조사	-	100	100	
		중소기업 문화경영아카데미 운영	-	30	30	
		한국문화예술교육진흥원 지원	-	3,957	4,360	
	관광국	관광안내체계구축지원	1998년	7,353	8,700	
	체육국	국민생활체육관련 실태조사	2001년	170	170	
체육백서발간		2001년	50	50		
교육부	평생직업 교육국	평생학습협력망 구축	2011년	-	21개 네트워크 형성, 268개 협력기관과 업무협약	
		평생학습포털 '에버러닝'	2011년	-	-	
		평생교육백서 발간	2007년	-	-	
안전 행정부	전자 정부국	모바일 전자정부 서비스	2010년	-	-	
		국가대표포털 구축·운영	1997년	-	-	
보건 복지부	인구 정책실	고령자 자원봉사 활성화 및 인프라 구축	1996년	-	자원봉사 센터 246개소	
		베이비부머종합정보포털	2013년	-	-	신규
환경부	자연 보전국	국토생태탐방포털	-	-	-	
		환경영향평가 정보지원시스템 확충	2006년	-	-	
국토 교통부	국토 도시실	국가공간정보통합체계	2006년	-	-	

4) 인력양성

2013년 정부부처에서 현재 추진 중인 여가관련 인력양성 사업은 총 15개로 집계되었으며, 이 중 2013년 이전부터 지속적으로 추진 중이던 인력 양성 관련 사업은 11개, 2013년 신규 사업은 3개로 나타났다. 여가관련 인력양성은 문화체육관광부가 주로 담당하고 있으며 예술강사, 문화관광해설사, 스포츠강사 등을 양성하고 있다. 또한, 교육부, 보건복지부, 여성가족부를 제외한 다른 부처의 경우 인력양성사업이 부재한 것으로 나타났다.

■ <표 4-10> 여가관련 인력양성 사업 추진실적 ■

[단위 : 백만원]

관련기관		추진사업	시작 년도	'12년 예산 및 추진실적	'13년 예산 및 추진상황	추진 여부
문화 체육 관광부	문화 정책국	전통스토리 계승 및 활용	2013년	-	-	신규
	예술국	무대예술전문인자격을검정위원회 운영	-	250	-	
		문화예술기관 연수단원 육성	-	2,568	4,568	
		등록사립미술관 학예인력지원	-	389	312	
문화 체육 관광부	예술국	등록사립미술관 에듀케이터 지원	2013년	-	600	신규
		학교예술강사지원	-	32,247	39,421	
	관광국	문화관광해설사 양성	2001년	4,600	4,600	
	체육국	생활체육지도자양성	1983년	300	300 197,245명	
		생활체육지도자활동 지원	2000년	25,002	27,464 2230명	
		토요스포츠타강사 배치지원	2013년	-	22,191	신규
		초등학교 스포츠타강사 배치 지원	2008년	18,147 2852명	32,047 3800명	
		장애인 생활체육 지도자양성	2007년	2380 190명	2893 230명	
교육부	평생직업 교육국	평생교육사	1983 년	양성기관 302개소 평생교육사 45,749명 (2010년 기준)	2013년도 평생교육박서에 평생교육사 현 황 발간예정	
보건 복지부	인구 정책실	노인자원봉사활성화 (노인자원봉사클럽 운영 지원, 전국 노인자원봉사 대축제 개최 등)	1996년	-	클럽: 17개 시·도/1,400 클럽/28,000명 축제: 1,200명 참석대상 (예산:200)	
여성 가족부	청소년가족 정책실	청소년 자원봉사 활동지원	2000년	-	포털사이트 구축으로 다양한 자원 봉사 프로그램 제공 및 실적관리	

5) 제도개선

2013년 정부부처에서 현재 추진 중인 여가관련 제도개선 사업은 총 30개로 집계되었으며, 이 중 2013년 이전부터 지속적으로 추진 중이던 제도개선 관련 사업은 9개, 2013년 신규 사업은 21개로 나타났다. 제도개선 사업은 크게 관광산업관련 법제도 개선(사행산업통합감독위원회법, 관광개발 규제 개혁, 태권도공원 조성, 마리나항만의 조성 및 관리 등)과 여가를 위한 근로시간 조정 개선(근로시간계좌제³⁵, 대체휴일제³⁶, 체크바캉스제도³⁷ 등)으로 나눌 수 있다. 국민의 행복지수에 대한 관심의 증가로 근로시간 조정 개선 및 관광산업 활성화 개선 등에 주력하고 있다.

■ <표 4-11> 여가관련 제도개선 사업 추진실적 ■

관련기관		추진사업	시작 년도	'12년 추진실적	'13년 추진상황	추진 여부
문화 체육 관광부	예술국	문화예술진흥기금 지원 방식 개선	2013년	-	-	신규
	관광국	사행산업통합감독위원회법 (건전한 여가 및 레저산업 조성)	2013년	-	개정 및 시행	신규
		관광개발 규제 개혁	2009년	-	-	
		체크바캉스제도 도입	2014년	-	재정	신규
	체육국	태권도 진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률 제정	2008년	-	-	
		스포츠강사 법제화	2008년	2852명 (특수학교 97명 포함)	6051명 (특수학교 156명 포함)	
교육부	평생직업교육국	평생교육법	2011년	2011년 일부개정	시행	신규
		평생교육사 발급제도 일원화	2014년	-	-	신규
안전 행정부	전자 정부국	모바일 전자정부 서비스 관리 지침	2013년	개정	시행	신규
	인사실	공무원의 후생복지에 관한 규정 (공무원 여가활동 관련 제18조 개정)	2013년	개정	시행	신규
환경부	자연 보전국	'환경영향평가 법' 제정	2013년	-	타법개정	신규
		환경보전법 개선 및 보완, 시행	2013년	-	시행	신규
		전국단위 생태문화탐방로 조성	2007년	-	'17년까지 1,300km	

35) 근로시간계좌제는 초과근로를 했을 때 수당을 받는 대신 초과근로시간을 적립해뒀다가 경기불황기에 유급휴가로 활용하는 제도이다.

36) 설연휴, 추석연휴, 어린이날이 공휴일에 겹칠 경우 비공휴일에 쉬게 해주는 제도이다.

37) 체크바캉스제도는 1982년 프랑스에서 내국인 국내여행 지원을 위해 도입한 대표적인 국민휴가제도를 말한다.

관련기관		추진사업	시작 년도	'12년 추진실적	'13년 추진상황	추진 여부
고용 노동부	노동 정책실	육아기 근로시간단축청구권	2012년	시행	-	신규
		배우자 출산휴가 유급화 및 기간 확대	2012년	시행	-	신규
		근로시간 계좌제	2013년	-	-	신규
		대체휴일제	2013년	-	-	신규
여성 가족부	여성 정책국	가족친화 사회환경 조성 촉진에 관한 법률	2012년	-	개정 및 시행	신규
		아이돌봄지원법	2012년	-	개정 및 시행	신규
	청소년 가족 정책실	청소년활동진흥법	2013년	개정	시행	신규
		한국청소년연맹 육성에 관한 법률	2011년	-	-	
농림 축산 식품부	농촌 정책국	농어촌정비법 개정	2013년	개정	시행	신규
		농지법, 산지관리법, 국유림의 경영 및 관리법	2013년	개정	시행	신규
해양 수산부	해양 정책실	마리나항만의 조성 및 관리 등에 관한 법률	2013년	개정	시행	신규
		어촌특화발전지원특별법 시행령 및 시행규칙 제정	2013년	개정	시행	신규
		낙시관리 및 육성법 시행	2008년	-	-	
		해수욕장 시설물 설치 및 관리 운영기준 개정	2009년	-	-	
국토 교통부	국토 도시실	도시재정비 촉진을 위한 특별법	2009년	-	-	
		도시재생 활성화 특별법	2013년	-	제정	신규

각 정부부처의 여가관련 추진 사업내용 추진실적을 살펴보면 2013년 사업성격별 전체 실적비율은 시설확충 51개(25.5%), 프로그램 운영 78개(45.7%), 정보제공 17개(7.0%), 인력양성 15개(7.4%), 제도개선 30개(14.4%)로 2008년과 마찬가지로 프로그램 운영이 전체 45.7%로 가장 높은 비율을 나타내고 있다. 2008년과 2013년도 사업을 비교하면 추진사업이 전체적으로 증가하였고, 특히 시설확충과 프로그램 운영에서 수적으로 대폭 증가하였음을 알 수 있다.

■ <표 4-12> 2008년/ 2013년 여가관련 사업 추진실적 비교 ■

사업내용	여가관련 사업 추진실적	
	2008년	2013년
시설 확충	33개(27.0%)	51개(25.5%)
프로그램 운영	50개(41%)	78개(45.7%)
정보제공	11개(8.9%)	17개(7.0%)
인력양성	9개(7.3%)	15개(7.4%)
제도개선	20개(15.8%)	30개(14.4%)
합계	123개(100%)	191개(100%)

2013년 프로그램 운영의 가장 큰 특징은 관련부처 합동으로 관광·레저 활성화 사업을 공동으로 추진함으로써 국내 여가산업 활성화에 주력하고 있다는 점이다. 그러나 여가관련 부서별 추진사업을 살펴보면 시설 확충 및 프로그램 운영에 치우쳐 있으며, 정보제공 및 인력양성 정책은 미흡함을 알 수 있다.

■ <표 4-13> 2013년 여가관련 부서별 추진사업 ■

부처		추진사업				
		시설 확충	프로그램 운영	정보제공	인력양성	제도개선
문화체육 관광부	문화콘텐츠산업실	○	○	X	X	X
	문화정책국	○	○	○	○	X
	예술국	○	○	○	○	○
	관광국	○	○	○	○	○
	체육국	○	○	○	○	○
교육부	평생직업교육국	X	○	○	○	○
안전행정부	전자정부국	○	○	○	X	○
	인사실	X	X	X	X	○
	지방행정실	X	○	X	X	X
보건복지부	인구 정책실	○	○	○	○	○
환경부	환경 정책실	○	○	X	X	X
	자연보전국	X	X	○	X	○
고용노동부	노동정책실	X	○	X	X	○
여성가족부	여성정책국	○		X	X	○
	청소년가족정책실	○	○	X	○	○
농림 축산식품부	농촌 정책국	○	○	X	X	○
해양수산부	해양정책실	○	○	X	X	○
국토교통부	국토도시실	○	○	○	X	○
관계부처 합동	기획재정부, 국토해양부, 문화체육관광부	X	○	X	X	X
	농림축산식품부, 문화 체육관광부, 교육부	X	○	X	X	X

○, X: 사업유무

제3절 공공여가시설 현황

1. 공공여가시설 범위

공공여가시설은 국민 복지를 증진시킬 목적으로 공공서비스를 제공하는 시설로, 국가나 지자체 등의 공공단체가 직접 설치, 관리하는 문화·체육 시설을 의미한다. 공공시설은 크게 체육, 문화, 복지, 교육 분야의 4가지로 나눌 수 있다. 체육 분야 시설은 국민체육센터, 농어촌 복합체육시설 등 체육시설과 생활체육공원 등의 공원 시설로 구분 할 수 있다. 문화 분야 시설은 문예회관, 문화의 집, 지방문화원 등 문화시설로 구분 할 수 있으며, 복지 분야 시설은 복지관과 문화복지시설로 구분된다. 또한, 교육기관 시설은 평생교육기관으로 구분된다.

■ <표 4-14> 공공여가시설 분류 ■

대분류	중분류	소분류
체육분야	체육시설	국민체육센터, 농어촌 복합체육시설, 청소년수련시설
	공원	생활체육공원
문화분야	문화시설	문예회관, 문화의 집, 청소년 문화의집, 지방문화원, 도서관, 박물관, 미술관
복지분야	복지관	사회복지관, 여성회관, 노인복지관
	문화복지시설	주민자치센터
교육분야	평생교육기관	평생교육기관

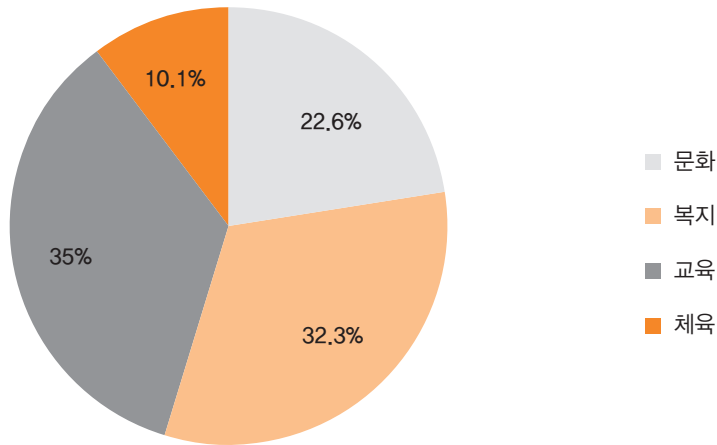
자료 : 한국문화관광연구원(2005), 『여가시설 최소기준연구』재정리³⁸

2. 공공여가시설 현황

공공여가시설의 범위³⁹는 문화시설, 체육시설, 복지시설, 교육시설의 4가지 유형으로 분류하였다. 공공여가시설의 유형별 현황을 살펴보면 교육시설이 35%로 가장 많았으며, 복지시설(32.3%), 문화시설(22.6%), 체육시설(10.1%) 순으로 나타났다.

38) 2008년 이후 법적으로 명칭이 바뀐 청소년 수련관, 노인복지회관 등은 청소년 수련시설, 노인복지관으로 명칭을 수정하였으며, 평생학습관 현황 조사가 평생교육기관에 포함되어 현황 조사가 이루어지고 있기 때문에 본 백서에서도 평생학습관이 아닌 평생교육기관으로 조사하였다.

39) 『여가시설 최소기준연구』에서의 분류체계를 근거로 함



■ [그림 4-4] 공공여가시설 유형별 현황 ■

교육 분야의 경우 평생학습관을 포함한 평생교육기관이 총 3,768개소이며 4가지 유형 중 35%로 가장 높은 비율을 차지하고 있다. 복지 분야의 경우, 사회복지관, 여성회관, 노인복지관, 주민자치센터의 4개 시설에 총 3,507개소가 운영 중에 있으며, 32.3%의 비율을 차지하고 있다. 문화 분야의 경우, 문예회관, 문화의 집, 청소년 문화의집, 지방문화원, 공공도서관, 공공박물관, 공공미술관의 7개 시설에 총 2,483개소가 운영 중에 있으며, 4가지 유형 중 22.6%의 비율을 차지하고 있다. 체육 분야의 경우, 국민체육센터, 농어촌 복합체육시설, 청소년수련관, 생활체육공원의 4개 시설에 총 1,119개소가 운영 중에 있으며, 4가지 유형 중 10.1%의 비율을 차지하고 있으며 가장 낮은 비율을 차지하고 있다.

■ <표 4-15> 공공여가시설 전체 현황 ■

분야	구분	조사기준년도	계
체육분야	국민체육센터	2012	192
	농어촌 복합체육시설	2012	38
	청소년수련관	2011	738
	생활체육공원	2009	151
	소계		1,119

분야	구분	조사기준년도	계
문화분야	문예회관	2012	211
	문화의 집	2012	125
	청소년 문화의집	2012	216
	지방문화원	2012	229
	공공도서관	2012	786
	공공박물관	2013	743
	공공미술관	2013	173
	소계		2,483
복지분야	사회복지관	2012	412
	여성회관	2007	126
	노인복지회관	2012	300
	주민자치센터	2012	2,669
	소계		3,507
교육분야	평생학습관	2012	3,768
	소계		3,768

1) 문화의 집

문화의 집은 지역주민에게 문화정보와 문화체험의 기회를 제공하고 지역주민 스스로 문화를 창작·향유하게 하는 동네 문화사랑방이다. 1996년 문화·복지 정책의 일환으로 국가에서 조성한 문화의 집은 지역주민의 창의적이고 자율적인 문화활동을 통해 지역사회와 삶을 풍요롭게 하는 문화공동체의 기능을 한다. 또한, 문화의 집은 생활권내 지역민의 문화적 활동을 위한 문화공간으로 문화예술체험 및 교육프로그램, 문화창작프로그램, 동아리 활동 지원 등 다양한 프로그램을 시행하고 있다. 문화의 집은 국가지원 또는 지방자치단체 자체 조성으로 2004년까지는 건립되었으나, 2005년부터 업무가 지방으로 이양되면서 국가지원이 없어졌다. 2013년 문화의 집 개소수는 125개로 2008년 기준 157개소보다 32개소가 감소하였다.

■ <표 4-16> 전국 문화의 집 현황 ■

지 역	개 소	지 역	개 소
서울	9	강 원	10
부산	2	충 북	8
대구	-	충 남	7
인천	-	전 북	11
광주	4	전 남	8

지역	개소	지역	개소
대전	3	경북	8
울산	5	경남	18
경기	13	제주	19
계		125	

자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 전국 문화기반시설 총람』

2) 지방문화원

지방문화원은 지역문화의 진흥을 위한 지역문화사업을 수행하기 위해 설립된 법인을 말한다. 지방문화원은 문화체육관광부 관할로 ‘지방문화원진흥법’에 의해 지원받고 있으며, 지역문화의 계발·보존 및 활용, 지역문화의 발굴·수집·조사·연구 및 활용, 문화행사의 개최, 국내외 교류, 컨설팅 지원 사업 등을 수행하고 있다. 설립인가 기준은 회비 등으로 조성하는 재원의 수입으로 지역문화사업을 수행할 능력이 있다고 인정되는 경우에 해당하며, 시설 중 일부를 지역주민의 공동이익 증진을 위해 이용하도록 제공되어야 한다. 2008년과 2012년 현황을 살펴보면 225개소에서 229개로 다소 비슷한 비율을 보이고 있으며, 크게 증가하지 않은 것으로 나타났다. 증가한 지역은 서울과 부산으로 서울은 1개소, 부산은 5개소가 증가하였다. 반면 전남은 22개소에서 12개소로 크게 감소하였으며, 제주도 4개소에서 2개소로 감소하였다.

■ <표 4-17> 전국 지방문화원 분포현황 ■

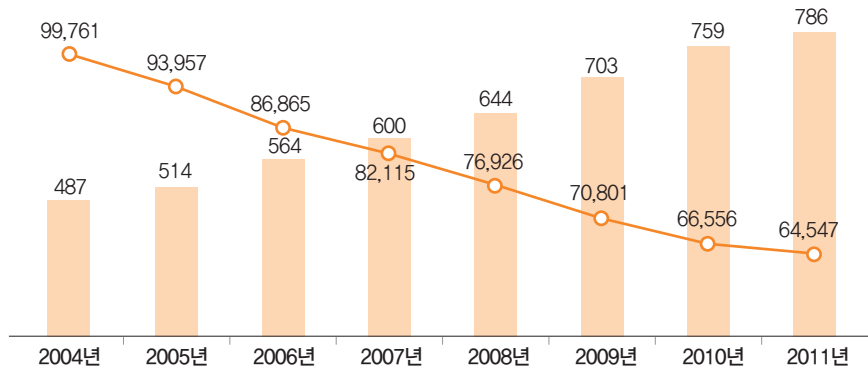
지역	개소		지역	개소	
	2008	2012		2008	2012
서울	24	25	강원	18	18
부산	9	14	충북	12	12
대구	8	8	충남	17	17
인천	8	8	전북	14	14
광주	5	5	전남	22	12
대전	5	5	경북	23	23
울산	5	5	경남	20	20
경기	31	31	제주	4	2
계		2008: 225 2012: 229			

자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 전국 문화기반시설 총람』

3) 공공도서관

공공도서관은 공공의 정보이용·문화활동 및 평생교육을 증진하기 위하여 설치한 기관이다. 또한, 공공도서관은 지역사회의 활동센터로서 다른 사회문화단체와 협력하여 사회·문화·오락활동 전반에 걸친 프로그램과, 지역사회 정보센터로서 참고자료 뿐만 아니라 전문정보도 제공하고 있다. 교육지원 센터로서는 지역사회 내의 학교와 학생들의 교육적 요구사항을 만족시키고 있다. 자습센터로서는 독학 프로그램을 마련하여 개인적 요구를 만족시키기도 한다. 공공도서관은 자료대출, 도서관 이용법 교육, 우수도서관의 전시 및 도서목록배포, 참고봉사, 문화행사, 독서회 운영, 향토자료의 수집, 분관설립, 이동문고 운영 등과 관련한 사업을 계획하고 수행하고 있다. 도서관 내 주요 시설은 열람실, 연속간행물실, 시청각실, 회의실, 사무실 및 자료비치시설이 있으며, 문학 강좌 등 다양한 문화프로그램을 운영하고 있다. 2011년 말 기준으로 살펴본 우리나라 공공도서관의 총 개수는 786개로, 2004년 말의 487개에 비하면 299개나 증가하였다. 2004년 1관 당 인구수가 99,761명에서 2011년 1관 당 인구수는 64,547명으로 1관 당 인구수는 감소하고 있는 것으로 나타났다.

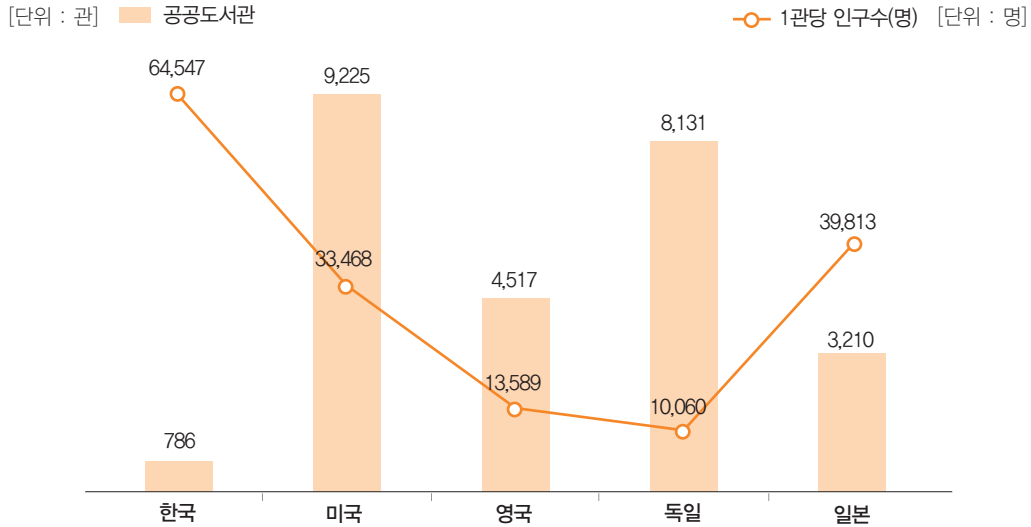
[단위 : 관] ■ 공공도서관 ○ 1관당 인구수(명) [단위 : 명]



자료 : 국가도서관통계시스템 홈페이지, www.libsta.go.kr

■ [그림 4-5] 연도별 공공도서관 현황 및 관 당 인구수 ■

우리나라 도서관은 786개(2011년 기준)로 OECD 가입 국가별 공공도서관 미국 9,225개, 영국 4,517개, 독일 8,131개, 일본 3,210개와 비교했을 때 도서관 수가 현저히 부족하다. 또한 국내 1관 당 인구수가 영국 대비 약 5배, 일본 대비 약 1.6배로 1관 당 인구수가 많음을 알 수 있다.



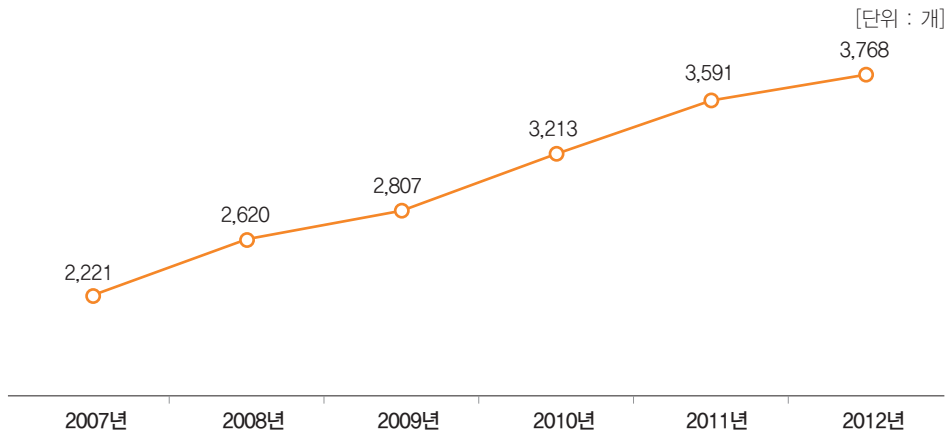
자료 : 국가도서관통계시스템 홈페이지, www.libsta.go.kr

■ [그림 4-6] 2011년 나라별 공공도서관 현황 및 관 당 인구수 ■

4) 평생교육기관

평생교육기관은 지역사회 내에서 다양한 형태로 운영하고 있는 평생교육활동을 체계적으로 연계 운영하기 위한 시설로, 평생교육에 대한 연구, 평생교육 종사자에 대한 연수 및 평생교육에 관한 정보의 수집·제공과 지역주민을 위한 평생교육 프로그램의 개발·운영 등의 기능을 수행한다. 현재 「평생교육법」에서는 평생교육시설을 학교 부설 평생교육시설(「평생교육법」제30조), 학교형태의 평생교육시설(「평생교육법」제31조), 사내대학 형태의 평생교육시설(「평생교육법」제32조), 원격대학 형태의 평생교육시설(「평생교육법」제33조), 사업장 부설 평생교육시설(「평생교육법」제35조), 시민사회단체 부설 평생교육시설(「평생교육법」제36조), 언론기관 부설 평생교육시설(「평생교육법」제37조), 지식·인력 개발 관련 평생교육시설(「평생교육법」제38조)로 분류하고 있다.

평생교육기관은 2007년 2,221개에서 지속적으로 증가하여 2012년에는 전국에 총 3,768개로 나타났다.



자료 : 교육과학기술부(2012), 『2012년 국가평생교육통계조사』

■ [그림 4-7] 연도별 평생교육기관 수 ■

평생교육기관은 기관수의 경우 58.4%, 프로그램의 경우 61.4%, 교사·강사의 경우 59.7%, 사무직원의 경우 67.4%가 수도권(서울, 경기, 인천지역 포함) 지역에 분포되어 있으며, 시·도별 인구 10만 명 당 기관수를 살펴보면, 서울이 13.8개로 가장 많고, 다음으로 대전 8.0개, 강원이 7.7개, 대구와 광주가 7.2개 등의 순이며, 인천이 5.0개로 가장 적게 나타났다.

■ <표 4-21> 전국 평생교육기관 운영현황 ■

구분	기관수	인구십만명당 기관수	프로그램수	학습자수	교·강사수	사무직원수
총계	3,768	7.8	178,971	17,618,495	71,676	17,888
수도권	2,201	9.2	109,867	14,881,360	42,807	12,061
비수도권	1,567	6.3	69,104	2,737,135	28,869	5,827
서울	1,354	13.8	74,496	13,606,180	28,081	8,775
부산	215	6.3	10,415	575,970	4,639	877
대구	175	7.2	9,257	683,718	4,052	869
인천	134	5.0	6,302	276,255	2,407	470
광주	106	7.2	3,840	165,241	1,929	374
대전	120	8.0	4,960	131,285	2,080	406
울산	66	6.1	4,540	127,618	1,343	167
경기	713	6.3	29,069	998,925	12,319	2,816
강원	113	7.7	3,456	73,270	1,514	379
충북	87	5.8	2,483	128,698	1,490	307
충남	111	5.5	6,342	157,019	2,395	550

구분	기관수	인구십만명당 기관수	프로그램수	학습자수	교·강사수	사무직원수
전북	111	6.2	3,931	100,381	1,827	394
전남	106	6.1	5,256	142,294	1,636	344
경북	157	6.0	4,139	156,228	2,159	541
경남	173	5.5	9,640	250,888	3,395	540
제주	27	5.1	845	44,525	410	79

자료 : 교육과학기술부(2012), 『2012년 국가평생교육통계조사』

프로그램의 주제별로는 직업능력향상이 42,648개, 문화예술이 41,214개로 가장 많은 것으로 나타났다. 시민참여과정이 109개로 가장 적은 것으로 나타났다. 프로그램 당 시설 현황을 살펴보면, 학력보완 과정의 경우 대학(원) 부설이 13,737개, 원격형태가 10,690개의 프로그램을 운영하여 전체 학력보완 과정의 대부분을 차지하고 있다. 성인기초/문자해독 과정은 평생학습관이 338개로 가장 많았으며 직업능력향상 과정은 원격형태가 28,601로 가장 많은 것으로 나타났다. 또한, 인문교양과 시민참여의 경우 평생학습관이 다른 시설에 비해 가장 많은 것으로 나타났으며 문화예술은 사업장부설이 가장 많은 것으로 나타났다.

■ <표 4-22> 평생교육 주제별 프로그램 현황 ■

구분	계	학력보완	성인기초/ 문자해독	직업능력 향상	인문교양	문화예술	시민참여	
총계	129,443	26,106	458	42,648	18,908	41,214	109	
학교 부설	유·초·중등학교부설	46	2	2	9	23	10	-
	대학(원)부설	26,516	13,737	4	4,858	3,229	4,664	24
	소계	26,562	13,739	6	4,867	3,252	4,674	24
원격형태	42,854	10,690	1	28,601	2,948	614	-	
사업장 부설	유통업체부설	27,084	328	24	973	3,368	22,391	-
	산업체부설	1,056	85	-	399	63	509	-
	소계	28,140	413	24	1,372	3,431	22,900	-
시민사회단체부설	4,337	141	76	1,438	801	1,870	11	
언론기관부설	3,825	34	2	1,681	561	1,546	1	
지식·인력개발형태	8,966	826	11	3,548	1,102	3,457	22	
평생학습관	14,759	263	338	1,141	6,813	6,153	51	

자료 : 교육과학기술부(2012), 『2012년 국가평생교육통계조사』

수요대상별로는 성인을 대상으로 하는 프로그램은 82,759개로 다른 대상에 비해 가장 많았고, 노인을 대상으로 하는 프로그램은 2,348개로 다른 대상에 비해 가장 적은 것으로 나타났다. 어린이를 대상으로 하는 프로그램 중 12,901개가 유통업체부설에서, 청소년을 대상으로 하는 프로그램 중 7,187개가 원격 형태 기관에서 많이 운영되고 있는 것으로 나타났다. 성인을 대상으로 하는 프로그램은 30,185개가 원격형태에서, 노인을 대상으로 하는 프로그램은 1,910개가 평생학습관에서, 연령구분 없이 통합 운영되는 프로그램은 5,309개가 원격 형태 기관에서 다른 기관에 비하여 많이 운영되고 있는 것으로 나타났다.

■ <표 4-23> 평생교육 수요대상별 프로그램 현황 ■

구분		계	어린이	청소년	성인	노인	통합
총계		129,443	20,680	11,378	82,759	2,348	12,278
학교부설	유·초·중등학교부설	46	11	12	11	4	8
	대학(원)부설	26,516	214	1,048	23,158	129	1,967
	소계	26,562	225	1,060	23,169	133	1,975
원격형태		42,854	149	7,189	30,185	24	5,309
사업장부설	유통업체부설	27,084	12,901	839	10,891	101	2,352
	산업체부설	1,056	283	11	663	2	97
	소계	28,140	13,184	850	11,554	103	2,449
시민사회단체부설		4,337	550	260	2,658	115	754
언론기관부설		3,825	813	177	2,613	19	203
지식·인력개발형태		8,996	1,535	296	6,380	44	711
평생학습관		14,759	4,224	1,548	6,200	1,910	877

자료 : 교육과학기술부(2012), 『2012년 국가평생교육통계조사』

5) 국민체육센터

국민체육센터는 국민의 삶의 질 향상과 건강·여가활동에 대한 국민적 욕구에 부응하기 위해 서민 체육공간을 확충하여 사회복지기반을 구축하고 체육서비스의 지역적 균형을 도모하고자 설치되었다. 1991년부터 1992년까지 시행한 국민생활관 사업을 초석으로 하여, 1997년부터 전국 시·군·구를 대상으로 지방스포츠센터로부터 출발하여 1999년에는 보급형 스포츠센터로, 2001년부터 국민체육센터로 명칭이 바뀌었다. 2001년 8월 문화체육관광부의 ‘생활체육활성화 대책’에서 일반 대중이 저렴하고 손쉽게 이용할 수 있는 도시형 종합 체육공간을 확보할 목적으로 시·구 단위에 각 1개소씩을 추가로 건립하여 기존의 35개소를 포함한 85개소를 건립하는 것으로 목표로 하였으며 이후 시·군·구에 각 1

개소씩을 다시 추가 건립하는 것으로 더 확대되었다. 국민체육센터는 지역적 특성을 고려하여 기본형(4레인×25m수영장, 체력단련장, 체력측정실 등), 체육관복합(기본형+체육관), 다목적 체육관형(체육관 복합형에서 수영장 제외) 등 3개 모델을 기본으로 하여 지원되고 있다. 국민체육센터는 2008년 97개소에서 2012년 192개소로 2배 이상 증가하였다.

■ <표 4-24> 국민체육센터 건립 현황 ■

지 역	개 소		지 역	개 소	
	2008	2012		2008	2012
서울	2	25	강원	8	18
부산	6	16	충북	7	12
대구	4	8	충남	8	16
인천	4	10	전북	7	14
광주	4	5	전남	10	22
대전	3	5	경북	9	23
울산	3	5	경남	9	18
경기	10	31	제주	3	2
계			2008: 97 2012: 192		

자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 체육백서』

6) 농어촌 복합체육시설

농어촌 복합체육시설은 국민체육기금으로 조성되는데 이는 기금을 국민체육복지에 환원함과 동시에 급격하게 노령화 사회로 진입한 농어촌 체육복지 수요에 효과적으로 대처하고, 도·농간 지역 격차 완화를 통한 국민회합과 삶의 질의 균형발전, 국민체육복지 구현을 목적으로 한다. 국내 체육시설의 대부분이 대도시나 중소도시에 집중되어 있어 농어촌 지역민들은 체육시설을 이용하기 어렵기 때문에 2006년도부터 지역차별 없이 모든 국민에게 균등한 체육복지 제공과 체육시설 보급을 하기 위해 농어촌 복합체육시설 조성사업을 시범적으로 추진하고 있다. 지원대상은 특별시 및 광역시를 제외한 9개도의 읍·면 지역(199개소)이며 그 중 국민체육센터, 농어민문화체육센터, 기타 유사 공공체육시설이 없는 지역을 선정한다. 2012년 말 총 43개소를 지원하였고 그 중 33개소가 건설 완료되어 운영 중에 있으며, 10개소가 건설 추진 중에 있다. 농어촌 복합체육시설의 구성은 레크리에이션, 커뮤니티센터, 아쿠아센터, 다목적구장 등으로 지역적 특성을 고려하여 3가지 유형 중에서 지자체가 선택하여 설치하도록 지원하고 있다.

■ <표 4-25> 농어민복합체육시설 연도별·지역별 지원실적 ■

[단위 : 개/억 원]

시·도	개소수	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
경기	6	남양주(3.5) 포천(5)	양주(5) 여주(5)	파주(5)			여주군(6)	양평군(6)
강원	7	삼척(6)		영월(6)	홍천(4.5) 화천(5) 고성(6)	춘천시(6)	영월군(6)	
충북	1				음성(6)			
충남	3					서천군(6) 예산군(6)	부여군(6)	
전북	4	순창(5)		정읍(5)		부안군(6)	무주군(6)	진안군(6)
전남	4	고흥(6)	영암군(6)	강진(4.5) 신안(6)				함평군(6)
경북	6		구미(4.5) 포항(5) 영주(6)	봉화(6)	청도(5)		의성군(6)	문경시(6)
경남	6	사천(6) 산청(6)	하동(6)	창녕(4.5)	함안(6)	거창군(6)		
제주	1				제주(5)			서귀포(6)
계	38(210)	7(37.5)	7(37.5)	7(37.5)	7(37.5)	5(30)	5(30)	5(30)

자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 체육백서』

7) 생활체육공원

생활체육공원 조성사업은 녹지 공간 속에 각종 생활체육시설을 집중 설치하여, 선진국형의 쾌적한 체육활동 환경을 조성함으로써 국민생활체육을 활성화하고, 휴식과 체육, 레저활동을 겸할 수 있는 다목적 복합 공간 조성을 목적으로 하고 있다. 제2차 국민체육진흥 5개년계획에서는 전국 시·도 단위 별로 각 1개소씩 시범적으로 설치·운영 한 후 확대 추진하는 것으로 설정하였으나 2001년 1월 발표된 ‘생활체육공원 조성 기본계획’에서는 시·군·구 단위의 기초자치단체마다 1개소씩 확보하는 것으로 확대되었다. 2000년도에는 시범적으로 7개소에 대한 사업이 착수되었고, 2009년도까지 총 151개소, 18개 사업에 105.5억원이 지원되었다.

■ <표 4-26> 생활체육공원 연도별 · 지역별 지원실적 ■

시·도	개소수	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
서울	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
부산	1	-	-	-	-	기장	-	-	-	-	-
대구	3	-	-	-	-	달서구, 남구	-	-	-	달성	-
인천	2	-	-	-	남동, 계양	-	-	-	-	-	-
광주	6	-	-	-	서구, 북구, 광산	남구, 동구	-	-	-	본청	-
대전	1	-	-	-	-	-	대덕구	-	-	-	-
울산	4	-	-	-	북구	중구	울주군	-	-	남구	-
경기	24	-	과천	가평, 양평	안양, 수원, 평택	용인, 부천, 여주, 시흥	연천, 양주, 김포	이천, 가평, 수원, 광주	동두천, 양주, 포천, 구리	양평	오산, 의정부
강원	12	화천	-	평창, 고성, 정선	인제, 홍천, 횡성	철원, 춘천	동해	영월	-	원주	-
충북	11	-	충주	제천, 단양, 진천	옥천	청주, 음성	-	청원, 보은	충주	-	제천
충남	12	부여	-	금산	당진	연기, 천안, 아산	계룡, 홍성, 논산	-	태안	-	당진, 서천
전북	13	익산, 진안	-	전주, 손창	완주, 장수, 정읍, 임실	무주, 고창	-	김제	-	완주	익산
전남	19	광양	해남	목포, 곡성	담양, 함평, 화순	무안, 순천, 신안, 고흥	완도	장흥, 강진	목포, 영광	신안, 곡성, 보성	-
경북	16	안동	-	영주, 영덕, 봉화	고령, 군위	상주, 울진, 경주, 청송	예천	문경, 경산	-	포항, 의성, 안동	-
경남	22	김해	진주	진해, 밀양, 함안, 합천, 거창	하동, 거제	통영, 고성, 남해, 산청	사천, 의령, 함양	-	고성	진해, 양산, 창녕	양산, 남해
제주	5	-	제주	-	서귀포	북제주	-	제주	북제주	-	-
계	151	7	5	21	26	32	14	13	10	15	8

자료 : 문화체육관광부(2009), 『2009 체육백서』

8) 청소년수련시설

청소년수련시설은 청소년의 건전육성을 도모하기 위해 설립되었다. 청소년시설 확충사업을 추진하는 지자체는 신규시설 건립 및 시설 기능보강 등에 소요되는 비용의 일부를 국고로 지원하여 지자체의 재정 부담을 경감하고 있으며, 「청소년활동진흥법」 제11조에 근거하여 설치되고 있다. 청소년수련시설의 건립은 1990년대부터 일반회계, 지방양여금 등에서 지원했으나, 2005년도부터는 국가균형발전특별회계(시·도자율편성)에서 지원하였고, 2010년도부터 광역지역발전특별회계(시·도자율편성)에서 지원하고 있다. 시행주체는 지방자치단체로 재정자립도에 따라 서울은 30%를 국고 지원하고 있으며, 이외 지역은 기준사업비의 70~88%를 국고 지원하고 있다. 지원대상은 공공청소년수련시설(청소년수련관, 청소년문화의집, 청소년수련원, 청소년야영장, 유스호스텔, 청소년특화시설)이다. 2013년도 공공청소년수련시설 건립지원은 37개소, 수련시설 기능보강은 35개소로 총 72개소를 지원하고 있다.

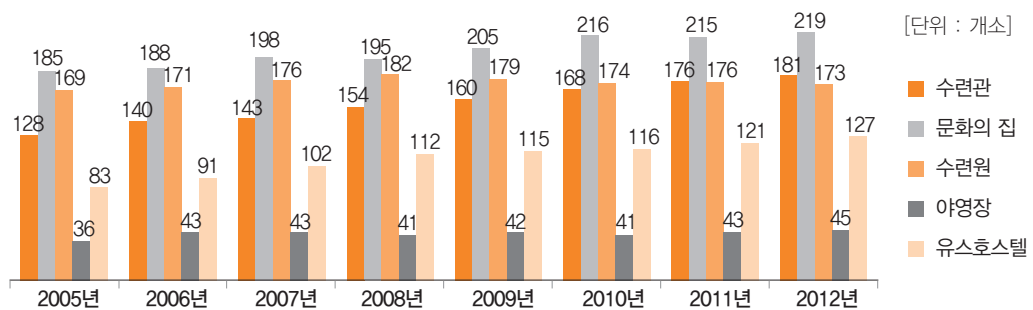
■ <표 4-27> 공공청소년수련시설 건립지원사업 연도별 예산현황 ■

[단위 : 백만원]

연도	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
지원 개소수	65	72	69	57	70	66	72
예산액(백만원)	41,378	36,700	33,790	34,215	49,417	41,477	50,550

자료 : 여성가족부 홈페이지 참조, www.mogef.go.kr

전국 청소년수련시설은 2005년 601여개에서 2012년 745개소로 7년 동안 약 140개 가까이 증가했다. 수련관, 문화의 집, 유스호스텔은 2005년부터 꾸준히 증가하고 있으며, 수련원은 2011년에 비하여 감소하였다.



자료 : e-나라지표 홈페이지, www.index.go.kr

■ <그림 4-8> 청소년수련시설 설치현황 ■

9) 청소년 문화의집

청소년 문화의집은 「청소년활동진흥법」 등 관련 법령에 의해서 설치되는 청소년수련시설 유형 중의 하나로서 제도적으로 규정된 개념이다. 「청소년활동진흥법」 제10조에 따르면, 청소년문화의집은 “간단한 수련활동을 실시할 수 있는 시설 및 설비를 갖춘 정보·문화·예술 중심의 수련시설”로 규정하고 있다. 청소년문화의집은 1998년 노원청소년 수련관의 내부에 청소년 문화의집 공간이 최초로 조성되었고, 1999년 당시 청소년수련활동 관련 법령인 「청소년기본법」에 청소년수련시설의 한 유형으로 반영되면서 본격적으로 설치되었다. 2011년 전국에 설치된 청소년문화의집은 216개로 나타났으며, 그 중 213개가 공공시설이고 3개가 민간시설이다.

■ <표 4-29> 청소년문화의집 시설 현황 ■

구분	공공	민간	계
시설수(개소)	213	3	216
백분율(%)	98.6	1.4	100.0

자료 : 한국청소년정책연구원(2012.10), 『NYPi 청소년정책리포트』 재인용.

10) 사회복지관

사회복지관은 지역사회를 기반으로 일정한 시설과 전문 인력을 갖추고 지역주민의 참여와 협력을 통하여 지역사회복지문제를 예방하고 해결하기 위하여 종합적인 복지서비스를 제공하는 시설이다. 사회복지관은 사회복지서비스 욕구를 가지고 있는 모든 지역사회 주민을 대상으로 보호서비스, 재가복지서비스, 자립능력 배양을 위한 교육훈련 등 그들이 필요로 하는 복지서비스를 제공하고, 가족기능 강화 및 주민상호간 연대감 조성을 통한 각종 지역사회문제를 예방, 치료하는 종합적인 복지서비스 전달기구로서 지역사회 주민의 복지 증진을 위한 중심적 역할을 수행하고 있다. 사회복지관은 1906년 원산 인보관운동에서 태동했으며, 1921년 서울에 최초로 태화여자관의 설립을 계기로 2008년에는 전국 409개소가 설치·운영되었으며, 2012년에는 412개소가 설치·운영 중이다.

■ <표 4-30> 전국 사회복지관 현황 ■

지 역	개소		지 역	개소	
	2008년	2012년		2007년	2012년
서울	95	95	강원	14	15
부산	51	52	충북	10	10

지역	개소		지역	개소	
	2008년	2012년		2007년	2012년
대구	25	25	충남	17	17
인천	17	17	전북	17	17
광주	19	18	전남	16	16
대전	19	19	경북	15	15
울산	8	8	경남	22	25
경기	55	54	제주	9	9
계	2008: 409 2012: 412				

자료 : 보건복지부 · 한국사회복지협의회(2013), 『2012 사회복지시설평가』

11) 여성회관

여성회관은 전국 지역에 설치되어 있는 여성복지 및 교육시설로서 여성의 능력을 개발하고 활동을 활성화하는데 주력하고 있다. 또한, 여가·취미 위주의 교육과 평생교육을 통한 자아실현 및 경력 단절자의 사회참여를 이끌 수 있는 특화된 프로그램의 단계적 도입으로 여성의 복지증진과 지역발전에 이바지하고자 하며 문화예술 및 공연문화의 저변확대를 위하여 수준 높은 공연을 통해 지역문화 활성화에 기여하고 있다. 여성회관은 2008년 126개이며 이후 현황 조사는 이루어지지 않고 있다. 여성회관은 대강당, 시청각실, 강의실, 도서실, 유아실, 전시실, 상담실, 사무실 등의 시설을 갖추고 있으며 상담사업, 여성자원활동센터 사업, 취업안내 사업, 보육사업, 기술·기능 교육, 취미·교양교육 등을 하고 있다.

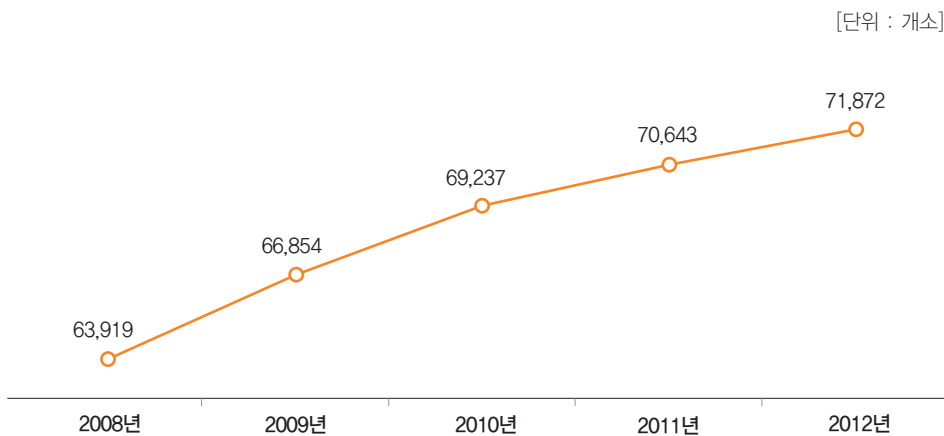
■ <표 4-31> 전국 여성회관 현황 ■

지역	개소	지역	개소
서울	6	강원	18
부산	2	충북	13
대구	2	충남	1
인천	3	전북	11
광주	1	전남	13
대전	2	경북	14
울산	1	경남	10
경기	27	제주	2
계	126		

자료 : 여성가족부 홈페이지 참조, www.mogef.go.kr

12) 노인복지회관

「노인복지법」 제36조에 근거하여 노인복지시설의 종류를 살펴보면, 노인여가복지시설은 노인들의 교양·취미생활에서부터 사회참여 활동 지원, 건강증진 및 일자리 등에 이르기까지 종합적 노인복지 서비스를 제공하는 곳으로 대표적으로 노인복지관, 경로당, 노인교실 등이 있으며, 보건복지부에서 관할하고 있다. 노인여가복지시설은 2008년 63,919개소에서 2012년 71,872개소로 매년 꾸준히 증가하고 있다.



자료 : e-나라지표 홈페이지, www.index.go.kr

■ [그림 4-9] 노인여가복지시설 연도별 현황 ■

노인여가복지시설 중 노인복지관은 노인의 교양·취미생활 및 사회참여활동 등에 대한 각종 정보와 서비스를 제공하고, 건강증진 및 질병예방과 소득보장·재가복지, 그 밖에 노인의 복지증진에 필요한 서비스를 제공함을 목적으로 하고 있다. 또한, 시설은 사무실, 식당 및 조리실, 상담실 또는 면회실, 집회실 또는 강당, 오락실, 물리치료실 등으로 구성되어 있으며, 노인을 대상으로 하는 사회교육사업, 노인일자리사업, 노인기능회복사업, 상담지도사업, 노인자원봉사사업 등을 하고 있다. 노인복지관은 2008년 211개소에서 2012년 300개소로 약 90개소 증가한 것으로 나타났다.

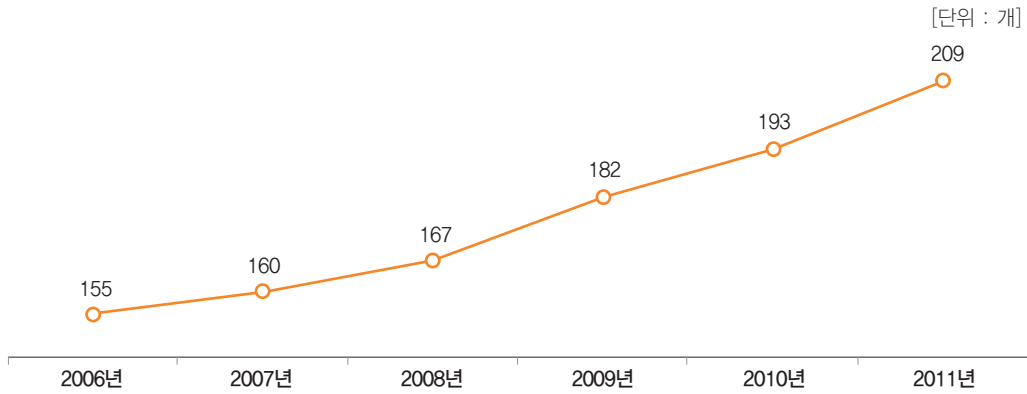
■ <표 4-32> 전국 노인복지회관 현황 ■

지 역	개소		지 역	개소	
	2008년	2012년		2008년	2012년
서울	28	59	강원	4	10
부산	10	20	충북	14	16
대구	8	11	충남	11	13
인천	12	13	전북	16	21
광주	7	7	전남	19	28
대전	6	6	경북	8	13
울산	6	8	경남	18	18
경기	40	51	제주	4	6
계	2008: 211 2012:				

자료 : 보건복지부(2013), 『2013년 노인복지시설 현황』

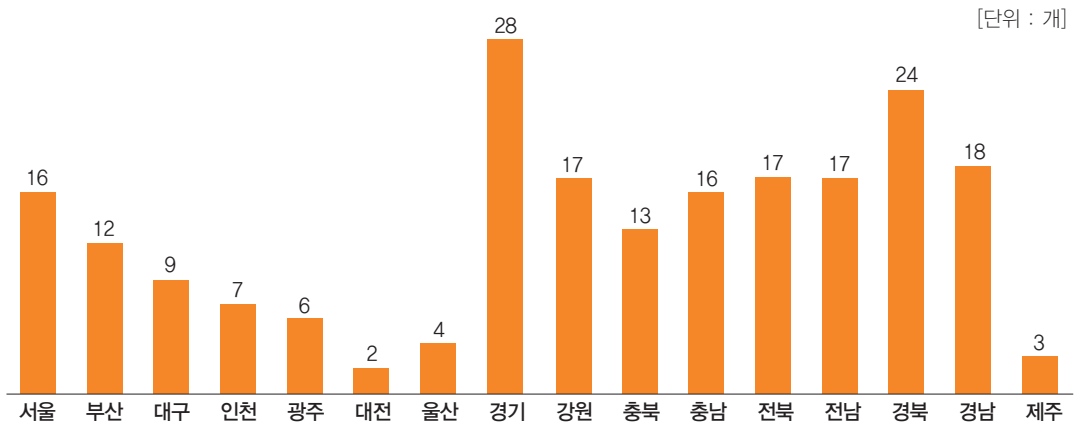
13) 문예회관

문예회관은 1996년 문화체육관광부에서 전국문예회관연합회를 설립함으로써 본격적으로 추진되었다. 문예회관은 지역주민의 문화향유권 신장과 지방문화예술인의 창작활동 공간 제공, 소외계층의 문화 활동 지원 등 문화예술 진흥을 도모하고 있다. 대도시에 비해 문화기반시설이 열악한 지방의 경우 공연장, 전시장 등을 갖추고 공연과 전시 등 다양한 문화프로그램을 운영하는 문예회관의 역할이 크며 이에 따른 건립의 필요성이 증가되고 있다. 문예회관은 2006년 155개소에서 2007년에는 160개소, 2008년에는 167개소, 2009년에는 182개소, 2010년에는 193개소, 2011년에는 209개소로 지속적으로 증가하고 있다. 2011년 지역별 문예회관은 경기지역이 28개로 가장 많았으며 경북(24개), 경남(18개), 전북과 전남(17개), 서울과 충남(16개)등의 순으로 나타났다.



자료 : 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2011), 『2010 문예회관 운영현황 조사』

■ [그림 4-10] 연도별 문예회관 수 ■



자료 : 문화체육관광부(2012), 『2012 문화기반시설 총람』

■ [그림 4-11] 2011년 지역별 문예회관 수 ■

14) 주민자치센터

주민자치센터는 기존 읍·면·동사무소의 업무가 주민위주의 민원복지 중심으로 축소 조정되면서, 사무소의 여유시설과 공간을 활용하여 주민을 위한 문화, 복지, 정보, 취미 등의 여가활동을 위해 운영되고 있다. 또한, 주민자치센터는 문화예술, 생활체육, 건강, 어학, 컴퓨터 관련 다양한 프로그램을 운영하고 있다. 주민자치센터의 목적은 지역의 소외계층 돕기, 지역의 각종 대소사 의논 등 지역공동체 형성이다. 주민자치센터는 자치회관, 주민자치회, 주민회관, 자치센터, 주민사랑방, 주민학습문화센

터, 자치학습센터 등의 명칭으로도 불린다. 주민자치센터는 전국 읍·면·동마다 1개소가 설치기준으로 2012년 기준으로 전국 2,669개소가 운영 중에 있다.

■ <표 4-33> 전국 주민자치센터 현황 ■

지 역	개 소	지 역	개 소
서 울	424	강 원	95
부 산	214	충 북	153
대 구	132	충 남	164
인 천	145	전 북	188
광 주	94	전 남	153
대 전	77	경 북	68
울 산	56	경 남	176
경 기	517	제 주	43
계		2,669	

자료 : 안전행정부(2012), 『2012년도 주민자치센터 설치 및 운영현황』 내부자료

15) 공공박물관·미술관

공공박물관은 예술·역사·미술·과학·기술에 관한 수집품 및 식물원·동물원·수족관 등 문화적 가치가 있는 자료·표본 등을 각종의 방법으로 보존하고 연구하여, 일반 대중의 교육과 오락을 위하여 공개 전시함을 목적으로 한다. 박물관은 넓은 의미로 기술관·공립 기록 보존소·사적 보존 지역까지 포함하고 있다. 미술관은 박물관 중에서 특히 미술작품의 수집과 보존, 전시를 담당하는 시설이다.

공공박물관·미술관은 문화체육관광부 관할이며, 「박물관 및 미술관 진흥법」에 근거하여 설치·운영되고 있다. 공공박물관·미술관의 시설은 전시실, 강당 및 교육실, 사무실, 수장고, 아트숍 등이 있으며 유물이나 작품의 전시 이외에도 문화강좌, 강연회, 토론회뿐만 아니라 수요자대상별 각종 교육프로그램이 다양하게 이루어지고 있다.

공공박물관은 2005년 358개소에서 2012년 743개소로 매년 꾸준히 증가하고 있으며, 특히 공립 박물관이 2005년 108개소에서 2012년 326개소로 가장 크게 증가한 것으로 나타났다. 공공미술관은 2005년 80개소에서 2012년 173개소로 증가하였으나 박물관에 비해 저조한 비율을 보이고 있다. 그러나 사립 미술관의 경우에는 2005년 60개에서 2012년 123개로 크게 증가한 것으로 나타났다.

■ <표 4-34> 전국 공공박물관·미술관 현황 ■

구분		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
공공 박물관	계	358	399	511	579	630	655	694	743
	1관당 인구(명)	134,078	122,800	93,933	83,949	77,376	77,123	72,046	67,300
	국립	31	30	27	27	29	30	30	32
	공립	108	134	225	255	282	289	312	326
	사립	155	163	180	215	234	251	262	289
	대학	64	72	79	82	85	85	90	96
공공 미술관	계	80	92	115	128	131	141	146	173
	1관당 인구(명)	600,000	532,609	417,391	379,740	372,115	358,267	326,797	289,041
	국립	1	1	1	1	1	1	1	1
	공립	17	18	24	27	25	27	28	42
	사립	60	70	87	97	100	108	110	123
	대학	2	3	3	3	5	5	7	7

자료 : 안전행정부(2012), 『2012년도 주민자치센터 설치 및 운영현황』 내부자료

제4절 해외 여가관련 정책

1. 미국

1) 여가정책의 배경

미국에서는 제2차 세계대전 이후 인구의 급속한 증가, 일인당 실소득의 증가, 여가시간의 증가, 이동성(mobility)의 증가 등으로 인해 야외 레크리에이션의 폭발적인 수요가 일어났다. 이와 함께 삶의 질 향상에 대한 사회적 요구가 증대되면서 여가의 중요성이 부각되어 여가와 관련된 인적·재정적 자원과 여가시설 등에 대한 정부정책도 마련되었다.

미국은 대표적인 연방국가로서 여가행정조직이 연방정부, 주정부, 지방정부로 세분화되어 있으며, 연방정부에서는 여가정책의 수립과 주정부와 지방정부에 대한 지원 등의 간접적인 관리를 하고, 주정부와 지방정부는 연방정부의 정책범위 안에서 지역주민에게 여가를 제공하는 직접적인 역할을 담당하고 있다.

2) 여가정책의 내용

연방정부의 여가행정은 주무부서가 따로 없으며, 많은 부(department)와 국(bureau), 기타 행정조직들에 의해 다양한 여가활동 기회 및 프로그램, 정보제공이 이루어지고 있다. 연방정부는 여가정책 및 행정의 기틀을 마련하고 있으며 주정부와 지역정부는 직접적으로 정책을 반영하여 여가관련 업무를 진행한다. 연방기관은 야외 여가활동 기회, 여가 프로그램 제공, 여가관련 정보제공, 자문과 재정지원, 연구와 기술지원, 법률 제정 등을 담당하고 있다.

연방정부에서 여가관련 업무가 가장 중요한 기관은 내무부(U.S. Department of the Interior)로서, 내무부 산하의 여가관련 기관들(토지관리국, 국립공원관리청, 야생생물관리처)을 총괄하고 있다. 기관의 분류를 여가활동 기회 제공, 프로그램 제공, 정보제공으로 나누어 각 부 및 국별로 나누어 살펴보면, 내무부(U.S. Department of the Interior), 공원·레크리에이션부(Department of Parks and Recreation), 국립공원관리청(National Park Service), 산림청(Forest Service)은 야외 레크리에이션 기회를 제공하는 역할을 담당하고 있다. 또한, 미국 교통부(U.S. Department of Transportation), 재향군인관리국(U.S. Department of Veterans Administration)은 각각 레크리에이션 트레일 프로

그램, 상이군인 적응 스포츠 프로그램 등의 여가 프로그램을 직접 제공하고 있다. 이외 토지관리국(Bureau of Land Management), 야생생물관리처(U.S. Fish and Wildlife Service), 테네시계곡개발청(Tennessee Valley Authority)은 부서와 관련된 야외 레크리에이션 정보를 제공하고 있다.

■ <표 4-35> 미국 여가관련 정책 담당국 업무 ■

구분	담당국	여가관련 업무
여가활동 기회제공	내무부(U.S. Department of the Interior)	자연과 문화자원 관리, 레크리에이션 허가, 여가관련 부서 총괄 관리
	공원·레크리에이션부 (Department of Parks and Recreation)	공원 및 레크리에이션 관련 업무 조직
	국립공원관리청(National Park Service)	국립공원 및 각종보호지역과 문화유산 관리
	산림청(Forest Service)	산림·초원과 관련된 여가활동 장려 및 지원
여가프로그램 제공	미국 교통부 (U.S. Department of Transportation)	레크리에이션 트레일 프로그램
	재향군인관리국(U.S. Department of Veterans Administration)	상이군인 적응 스포츠 프로그램 및 행사지원
여가정보제공	토지관리국 (Bureau of Land Management)	야외 여가활동 기회 및 정보제공
	야생생물관리처 (U.S. Fish and Wildlife Service)	여행지 소개 및 역사, 관광장소 등 정보제공
	테네시계곡개발청 (Tennessee Valley Authority)	호수관련 여가활동 정보제공

자료 : 해당 부서 홈페이지 참조하여 재구성.

(1) 여가활동 기회제공

① 내무부 (U.S. Department of the Interior)

내무부는 미국의 자연과 문화 자원을 관리하는 내각 수준의 기관으로, 전문 과학자와 자원 관리 전문가를 포함한 7만 명의 소속 직원들이 있으며, 9개의 국으로 이루어져 있다. 또한, 내무부는 인디언 문제국(Bureau of Indian Affairs), 토지 관리국(Bureau of Land Management), 해양 에너지 관리국(Bureau of Ocean Energy Management), 교정국(Bureau of Reclamation), 안전 및 환경 집행국(Bureau of Safety and Environment Enforcement), 국립공원관리청(National Park Service), 광해 복구감독기구(Office of Surface Mining Reclamation and Enforcement), 야생생물관리처(U.S. Fish and Wildlife Service), 지질 연구소(U.S. Geological Survey)를 운영하고 있다.

내무부는 담당업무를 통해 에너지, 광물, 방목, 목재 임대뿐만 아니라 레크리에이션 허가 및 토지 관

매에서 매년 매출 수십억 달러의 수입을 올리고 있다. 각 부서의 프로그램은 지역사회를 기반으로 자원봉사자, 단체 및 기업의 참여로 함께 공동업무를 수행하고 있다.

내무부는 미국 땅의 1/5을 관리하고 여가기회를 제공하고 있으며, 국립공원과 기념물, 야생 동물 보호 구역, 레크리에이션 사이트를 관리하고 있다. 내무부의 여가관련 담당국은 토지관리국, 국립공원관리청, 야생생물관리처로 야외 여가활동 기회 및 정보제공을 하고 있다.

② 공원 · 레크리에이션부 (Department of Parks and Recreation)

공원 및 레크리에이션부는 주별로 나누어진 주내의 주무부서로, 23개의 주에서 공원 및 레크리에이션관련 부서가 설립되어 있다. 부서의 주요 업무는 지역 공원관리소, 공원검색, 시설정보, 행사일정(댄스, 파티, 전시, 축제 등), 자원봉사 안내 등 관리업무이다.

■ <표 4-36> 주별 Department of Parks and Recreation 관련 부서 ■

구분	주별 부서
Department of Parks and Recreation 관련 부서	<ul style="list-style-type: none"> - Albany Parks & Recreation - California Department of Parks & Recreation - City of Los Angeles Department of Parks and Recreation - City of Frisco, TX Parks and Recreation Department - Caroline County Department of Recreation and Park - City of Santa Barbara Parks and Recreation Department - Decatur Parks and Recreation - Highland Parks and Recreation - Nashville Board of Parks & Recreation - Newport News Department of Parks, Recreation and Tourism - New York City Department of Parks & Recreation - Omaha Department of Parks & Recreation - Oregon Department of Parks & Recreation - Seattle Parks & Recreation - Tennessee Department of Environment and Conservation - Texas Parks and Wildlife Department - Toronto Parks, Forestry and Recreation Division - Utah Parks, Forestry and Recreation - Vancouver Park Board - The City of Grand Prairie Parks and Recreation Department - The City of Encinitas Parks and Recreation Department - Prince George's Country Department of Parks and Recreation: Maryland National Capital Park and Planning Commission

자료 : 해당 부서 홈페이지 참조하여 재구성.

③ 국립공원관리청 (National Park Service)

국립공원관리청은 1916년 ‘국립공원국 조직법’에 따라 설립되었으며, 국립공원 및 각종 보호 지역과 문화유산을 관리하고 있다. 직원 28,000명 및 매년 약 14만 명의 공원 자원봉사자들은 국립 기념물, 역사공원, 유산, 레크리에이션 지역 등을 함께 보존하고 있다. 국립공원관리청의 보조금은 약 54억 달러(2012년 기준)로서, 여가활동과 관련하여 야외 레크리에이션 보존을 위한 것이다. 이와 관련된 국립공원관리청의 주요 업무는 공원 관리 및 정보 제공, 공원의 역사 안내 및 탐험 프로그램, 공원 관련 교사 인력양성, 아이들을 위한 공원 안내 등이다. 또한, 국립공원관리청은 지역에 기반을 두고 역사 보존, 시민참여, 야외 레크리에이션 프로그램 등을 통해 지역의 역사적 문화유산 교육 및 여가활동을 장려하고 있다.

④ 산림청 (Forest Service)

산림청은 야외 레크리에이션과 관련된 산림, 초원, 지도, 무료 안내 책자, 국립 트레일 시스템 지도, 국립 산림 스토어, 안전 요령, 패스 및 허가 등의 업무를 하고 있다.

(2) 여가 프로그램 제공

① 미국 교통부 (U.S. Department of Transportation)

미국 교통부는 레크리에이션 트레일 프로그램(Recreational Trail Program)을 운영하고 있다. 레크리에이션 트레일(Recreational Trail)은 휠체어 사용을 포함한 보행자, 스케이트보드, 자전거, 오프로드 차량 동력 등으로 토지 또는 도로의 트랙을 의미하며, 관련 프로그램으로는 휴양 산책로 및 오솔길 관련하여 하이킹, 자전거 타기, 인라인 스케이트링, 승마, 스노모빌, 오프로드 차량 동력 등 레크리에이션을 체험할 수 있는 기회를 제공하는 것이다.

② 재향군인관리국 (U.S. Department of Veterans Administration)

재향군인관리국은 상이군인을 위한 적응 스포츠 프로그램 및 예술 축제 등을 지원하고 있다. 재향군인관리국은 지역사회에 기반을 두고 자원봉사자들과 함께 여름·겨울 스포츠 클리닉, 용맹 게임, 휠체어 게임, 예술 축제 등을 상이군인에게 제공함으로써 여가활동을 도와주고 있다.

(3) 여가정보제공

① 토지 관리국 (Bureau of Land Management, BLM)

토지 관리국은 에너지, 화재, 레크리에이션, 토지 보존 등의 업무를 맡고 있으며, 여가 관련 담당 업무는 레크리에이션 및 방문자 부(Recreation & Visitor Services)에서 전담하고 있으며, 공공토지와 관련된 캠핑, 사냥, 낚시, 하이킹, 승마, 행글라이딩, 산악자전거, 등산, 겨울 스포츠뿐 아니라 야생동물 관찰 등 야외 여가 활동 참여와 관련된 기회 및 정보를 제공하고 있다.

레크리에이션 및 방문자 부(Recreation & Visitor Services)에서는 레크리에이션 사무실(National Recreation Office), 레크리에이션 프로그램(National Recreation Programs), 여행 계획(Trip Planning), 여행 사이트 소개(Links), 공공 레크리에이션 관련 시설 및 장소 무·유료 요일별 관리(BLM Fee-Free Days), 건축 환경에 대한 지침(Guidelines For A Quality Built Environment)으로 나누어서 업무를 수행하고 있다. 레크리에이션 사무실은 여가 관련 서비스 및 프로그램을 총괄하여 관리하고 있으며, 이와 관련하여 자문팀(RVSAT)을 구성하여 여가 관련 자원 및 계획, 프로그램 모니터링, 성과 및 문제점을 평가·조정하고 있다. 또한, 레크리에이션 프로그램은 12개로 나누어 관리되고 있으며, 이 중 접근성 프로그램은 장애를 가진 사람들을 위한 여가활동의 접근성을 고려한 프로그램 안내, 프로그램 파트너 및 협력자, 상해군인을 위한 접근성 등을 고려하여 운영하고 있다. 여행 계획 및 관련 링크검색은 주로 미국정부에 의해 운영되는 레크리에이션 사이트(www.recreation.gov)와 연계되어 다양한 활동 및 정보를 검색할 수 있도록 되어 있다. 또한 잘 알려지지 않은 지역의 특성을 살려 캠핑, 래프팅, 낚시, 하이킹 등의 레크리에이션과 연결하여 지방의 여가활동을 장려하고 있다.

■ <표 4-37> 레크리에이션 및 방문자 업무 ■

담당분야	주 업무	세부내용
National Recreation Office	여가 관련 서비스 및 프로그램 총괄	자문팀(RVSAT) 구성하여 여가관련 자원 및 계획, 프로그램 모니터링, 성과 및 문제점 평가 조정
National Recreation Programs	접근성 프로그램	장애인 여가활동을 위한 다양한 서비스 제공
	셋길 프로그램	국립 관광 셋길, 오지 셋길 등 셋길 관광 프로그램
	동굴 및 석회암 지역 프로그램	800개의 동굴관리 및 동굴탐사
	문화유산자원	고고학적 유적지 관리
	해석 프로그램	자연과 문화자원에 대한 즐거움 및 이해 강화
	레크리에이션 요금/허가 프로그램	레크리에이션 시설 및 서비스 요금 및 허가
	강 레크리에이션	국립 강 및 하천 관련 레크리에이션 및 정보제공
	사냥 스포츠	합법적인 사냥 교육 및 참여 기회제공
	야외활동 관리 프로그램	야외활동 교육
	여행 및 지역사회프로그램	지역사회 관광 및 여가관련 신규사업 유치
	트레일 시스템	16,000개 이상의 산책로 관리
여행 관리 프로그램	공공자원 훼손방지 여행관련 규정	
Trip Planning	여행 계획 및 안전 정보	예약, 여행정보(지도, 책 등), 레크리에이션 수수료 및 허가·패스, 공공여행지 풍경, 국립 공원관련 서비스부 정보 소개 등
Links	레크리에이션 관련 링크검색	동굴탐험, 하이킹, 낚시, 사냥과 관련된 사이트 검색 및 연결
BLM Fee-Free Days	레크리에이션 관련 유·무료일 관리	국립기념일로 지정 날짜에 휴양 관련 수수료 면제 요일 관리
Guidelines For A Quality Built Environment	건축 환경에 대한 지침	여가시설 및 공간에 대한 지침서 안내

자료 : 토지관리국 홈페이지, www.blm.gov

② 야생생물 관리처 (U.S. Fish and Wildlife Service)

야생생물 관리처는 여가 관련하여 유원지, 야영장, 여행 등의 장소 및 활동을 미국의 주별로 검색 할 수 있으며, 관련된 정보를 제공하고 있다. 또한, 야생생물 관리처는 지역 관광 명소, 박물관 투어 등과 다양한 숲, 캠프장, 공원 및 자전거 타기, 하이킹, 수상 스포츠 등의 여가활동을 소개하고 있다.

③ 테네시 계곡 개발청 (Tennessee Valley Authority)

테네시 계곡 개발청은 주로 호수와 관련된 레크리에이션 정보를 제공하고 있으며, 저수지 관련 휴양 시설 및 정보와 관련 보트타기, 래프팅, 카누, 수상스키, 낚시 등의 레크리에이션 활동에 대한 정보 제공과 관련된 업무를 주로 하고 있다.

2. 영국

1) 여가정책의 배경

영국은 여가 관련 업무를 담당하는 부서는 따로 없이, 주로 문화미디어스포츠부(DCMS: Department for Culture, Media & Sport, 이하 DCMS)에서 담당하고 있으며, 이 부서는 영국의 문화 예술, 창조산업(Creative Industry) 등과 관련된 업무를 전담하고 있다. DCMS의 2012~2013년 주요 전략은 ‘공정하고 평등한 사회 만들기’로 관련된 문화예술정책 및 여가정책을 세부정책으로 내세우고 있다.

■ <표 4-38> 2012~2013년 DCMS 주요 전략 ■

부서	년도	주요 전략
문화미디어스포츠부 (DCMS: Department for Culture, Media & Sport)	2012년	<ul style="list-style-type: none"> - 2012 런던올림픽과 장애인 올림픽 개최 - 올림픽과 장애인 올림픽을 통한 스포츠유산 창조 - 성장을 위한 조건 창조 - 큰 사회(Big Society) 증진과 문화단체 확대 - 광범위한 광대역 전달 촉진과 모바일 적용범위 확대 - 평등한 대우와 기회 촉진
	2013년	<ul style="list-style-type: none"> - 공정하고 평등한 사회 만들기 - 2012 런던올림픽과 장애인올림픽을 통한 스포츠유산 지속 - 문화예술위원회를 통한 영국 내 예술기금 지원 및 도시 문화프로그램 운영을 통한 문화산업장려를 통한 문화예술지원 - 모바일 통신(4G)의 차세대 출시 - 2015년까지 영국 광대역 네트워크 변환 - 영국 관광촉진을 위한 국내외 캠페인 후원

자료 : DCMS(2013), 「Department for Culture Media&Sport Annual Report and Accounts」

DCMS의 ‘공정하고 평등한 사회 만들기’ 문화정책은 여가정책에도 반영되어 지역사회를 강화하고 사회적 장벽 제거 및 사회 통합의 목적을 실현하고자 한다. DCMS 여가정책의 핵심은 지역사회의 발전과 문화·예술, 레저·스포츠의 평등한 대우와 평등한 기회 제공, 문화 및 스포츠의 유산 창조로 지역사회의 응집력 강화, 주민들의 삶의 질을 향상시키는 것이다.

DCMS는 중앙 행정 기관 장관급 부서(ministerial department)로서 관련된 총 43개의 기관 및 공공 단체와 협력하고 있다. 이중 예술위원회(Arts Council England), Sport England, Natural England 등의 여가행정관련 기구들은 여가정책을 실현하는데 중요한 역할을 수행하고 있으며, 이와 같은 여가 행정 관련 기구들의 효과적인 운영과 중앙정부와의 효율적인 연계 등의 영국 여가정책의 핵심이라 할 수 있다. 또한, DCMS는 다양한 기관 등과 협력하며 정책을 추진하고 있다.

2) 여가정책의 내용

DCMS의 주요 세부정책은 총 16개이며, 여가관련 주제는 크게 문화예술분야와 스포츠·레저분야로 나눌 수 있다.

■ <표 4-39> DCMS 16개 주요 세부정책 ■

구분	세부정책
DCMS	<ul style="list-style-type: none"> - 2012 런던올림픽과 장애인올림픽에서 지속적인 유산 만들기 - 시민의 이익을 보호하며, 보다 쉬운 커뮤니케이션과 통신 산업의 성장 - 지속적이고 약동하는 문화예술 지원 - 공정하고 평등한 사회 만들기 - 지방자치단체가 제공하는 도서관 서비스 지원 및 국가적인 간행물 수집확보 - 국제적인 인권 증진 - 관련된 국가 의식과 행사 만들기 - 영국 내 2015년 광대역 네트워크 변환 달성을 위한 민간부분 투자 촉진 - 국가 로터리(lottery) 효율적인 운용 및 명분 있는 자금의 적절분배 - 영국의 관광 산업 성장 지원 - 책임 있는 운영과 경제성장에 공헌 확립을 위한 영국 도박 규제 - 대중의 스포츠 활동 참여 육성 - 영국 역사유적지 접근 관리 및 보호, 보존 - 세계 최고의 국립 박물관과 미술관 유지 및 박물관 관련 분야 지원 - 시민의 이익을 보호 및 더욱 쉬운 미디어 만들기과 창조산업 성장시키기 - 영국 엘리트 스포츠 성과 유지 및 향상

자료 : 영국정부 공식 홈페이지, www.gov.uk/government/policies

(1) 문화예술 관련 여가정책

문화예술분야 정책 중 여가관련 정책은 역사유적지 접근 관리 및 보호·보존, 세계 최고의 국립 박물관과 미술관 유지 및 박물관 관련 분야 지원, 지속적이고 약동하는 문화예술지원이며, 주로 사회장벽 제거 및 지역사회 도움을 주는 정책이다.

■ <표 4-40> DCMS 문화예술관련 여가정책 ■

구분	여가관련 정책
DCMS 문화정책	<ul style="list-style-type: none"> - 영국 역사유적지 접근 관리 및 보호·보존 - 세계 최고의 국립 박물관과 미술관 유지 및 박물관 관련 분야 지원 - 지속적이고 약동하는 문화예술 지원

DCMS는 사회경제적 배경에 관계없이 모든 사람들이 문화예술 활동에 참여하고 경험할 수 있는 프로그램을 제공하며, 특히 계층별 여가정책으로 영세민 및 차상위 계층과 장애인 및 소수자인 사회적 약자의 여가를 지원을 포함한다.

DCMS의 ‘약동적이며 지속적인 문화예술지원’ 정책 중 하나는 청소년들의 예술참여로 창의성을 고

취시키는 청소년을 위한 문화예술교육이다. 2011년 영국 교육부와 DCMS는 모든 아동들이 다양하고 양질의 문화적 체험을 할 수 있도록 공공기금을 최상으로 투자하여, 청소년들이 문화와 음악 활동의 혜택을 누릴 수 있도록 문화예술교육 기회를 제공하고 있다.

■ <표 4-41> DCMS의 문화예술교육 기회제공 프로그램 ■

구분	내용
BF 영화아카데미	- 2013년부터 영국영화협회 지원
	- 16-19세 청소년 대상 400명 이상
	- 영화 제작자 훈련 아카데미
문화유산학교	- 문화유산과 국가 유적지 관련 학교 프로그램 개발
박물관과 학교 프로그램	- 예술위원회의 관리 및 자금 제공
	- 학교 교과과정과 연결되어 박물관 서비스 체험
셰익스피어 학교축제와 교사들을 위한 RSC(Royal Shakespeare Company) 셰익스피어 톨킷	- 2014년까지 50,000명의 어린이들 대상
	- 극장에서 셰익스피어 연극을 상연할 수 있는 기회 제공
	- 공연을 위한 지역극장과 요약된 대본 및 리허설 팁(tip)을 학교에 제공
Poetry By Heart (국가 시 암송대회)	- 로열 셰익스피어 컴퍼니(The Royal Shakespeare Company)는 지원하는 중등학교에 RSC교사를 위한 셰익스피어 톨킷 무료사본 제공
	- 학교의 시 교육 육성 및 학생과 교사의 세계적인 문학적인 유산 접근 육성
댄스 및 드라마 어워드	- 문화 및 창조적인 이해 개발
음악교육허브	- 재능 있는 배우에게 장학금 제공
	- 2012년 8월~2015년 3월까지 음악교육허브의 네트워크를 위해 약 17억 파운드 투입
	- 8세에서 18세 대상
하모니	- 악기, 노래뿐만 아니라 앙상블(합주단)이나 합창단의 일환으로 수행 기회 제공
	- 지역 사회 기반의 오케스트라 음악 만들기 커뮤니티
국립 청소년 음악단체(NYMOs)	- 어린이들의 삶이 향상되는 것을 목표로 하는 프로그램
	- 교육부서와 예술위원회 공동투자(NYMOs)로 영국에서 가장 재능 있는 젊은 뮤지션을 위한 고품질의 기회를 제공하고 국가적인 앙상블(합주단) 공연 및 능력 개발
음악과 댄스 운영계획	- 교육부서와 예술위원회 공동투자(NYMOs)로 영국에서 가장 재능 있는 젊은 뮤지션을 위한 고품질의 기회를 제공하고 국가적인 앙상블(합주단) 공연 및 능력 개발
국립 청소년 무용단	- 재능 있는 뮤지션과 댄서가 자신이 선택한 분야의 학교교육과 함께 세계 최고 수준의 교육을 받을 수 있도록 지원
Sorrell재단의 국가 예술과 디자인 토포클럽	- 예술위원회에서 재능 있는 젊은이들이 최고 수준의 능력을 개발할 수 있는 기회를 제공 하기 위해 국립 청소년 무용단에 지원금 제공
Book-gifting	- 재능 있는 학생들에게 지역예술대학의 무료 토포클럽에서 부가적으로 예술과 디자인 의 고품질 교육의 기회 제공
	- 어린이들의 능숙하며 다작의 독서를 촉진 프로그램
	- 2011년부터 2012년까지 기금으로 9~12개월부터 5세 연령집단에서 7세 어린 학생까 지 모든 어린이에게 책 선물을 제공하는 Booktrust 프로그램
문화여권	- 2015년 3월까지 1천 2백만 파운드의 새로운 보조금으로 사회적으로 혜택을 받지 못한 2세 아동들을 대상으로 하는 새로운 프로그램이 연장
	- 예술위원회와 공동으로 투자하여 어린이와 젊은이들이 학교 안과 밖에서의 문화적 학습과 경험을 검토 및 공유 할 수 있도록 기록을 허가하는 온라인 서비스

구분	내용
브리지(Bridge) 조직	<ul style="list-style-type: none"> - 학교는 학생들의 문화교육을 지원하기 위해 예술위원회와 교육부서의 투자를 받아 브리지 조직 연결 - 브리지 조직은 다른 지역 및 국가의 문화 교육기관과 함께 가치 있는 자원을 이용할 수 있는 길잡이 학교로서 중요한 역할 담당

자료 : DCMS 홈페이지, www.gov.uk/government/organisations/department-for-culture-media-sport

DCMS는 많은 사람들이 영국에서의 경험, 특히 여행 지역과 접목된 예술부분의 경험을 통해 삶의 질을 향상시킬 수 있도록 문화와 예술관련 정책 시행에 있어 여러 기관들과 유기적으로 연계하여 협력하고 있다. 특히 예술위원회(The Art Council)는 사람들의 삶을 풍요롭게 할 수 있도록 예술적이고 문화적인 경험에 투자 및 개발을 하고 있으며, 디지털 아트, 독서, 댄스, 음악, 문학, 공예 수집 등 다양한 활동을 지원하고 있다.

예술위원회는 ‘모두를 위한 위대한 예술과 문화’를 위해 우수성, 모두를 위한, 탄력성과 지속 가능성, 다양성과 기술, 어린이와 청소년 등 5가지 목표를 가지고 진행하고 있다.

특히 2011년과 2015년 사이에는 많은 사람들이 이러한 경험을 할 수 있도록 정부의 공적 자금 14억 파운드 및 국가 Lottery에서 약 10억 파운드를 투자할 계획이다. ‘모두를 위한 위대한 예술과 문화’를 위한 5가지 목표의 내용은 예술·박물관·도서관의 번성과 명성, 모든 사람에게 예술·박물관·도서관을 통해 경험의 기회 제공, 지속가능한 예술, 다양성과 기술 숙련, 어린이와 청소년에게 프로그램 제공이 있다.

■ <표 4-42> 영국 예술위원회의 ‘모두를 위한 위대한 예술과 문화’ 5가지 전략 ■

구분	목표 내용	성과
우수성	예술·박물관·도서관의 번성과 명성	<ul style="list-style-type: none"> - 예술가, 예술 단체, 박물관, 도서관이 예술적인 작품과 문화체험, 재능과 기술을 개발하고, 세계의 중심인 영국 문화의 우수성을 입증 - 영국에 본사를 둔 더 많은 예술가, 예술 단체, 박물관이 국제적으로 자신의 작품을 수출하여 예술과 문화가 방문객들이 영국 방문의 이유가 됨 - 예술 단체, 박물관, 서비스에 의해 생성된 작품 및 도서관에서 제공되는 서비스에 현재 영국의 다양성을 반영
모두를 위한 (For everyone)	모든 사람에게 예술, 박물관, 도서관의 경험의 기회 제공	<ul style="list-style-type: none"> - 훌륭한 예술, 박물관, 도서관 증가 - 더욱 다양한 계층의 많은 사람들이 경험 및 참여할 수 있는 기회의 확대 - 예술과 문화 분야 중 현재 가장 적게 종사하는 부분의 참여수준 향상 및 사람들의 문화 경험의 깊이와 수준의 명백한 증가

구분	목표 내용	성과
탄력성과 지속가능성	지속가능한 예술	<ul style="list-style-type: none"> - 예술 단체, 박물관과 도서관은 외부 환경에 적응하는 능력을 입증 및 다양한 기부 또는 소득 수입원 증가로 소득의 비중 증가 - 지방자치단체 및 기타 파트너는 예술단체, 박물관과 도서관이 더 탄력적이 되는 것을 지원하는 예술위원회의 개발 역할을 가치 구현 - 문화 분야에서의 환경적인 지속가능성 포용과 탄소 배출량 감소
다양성과 기술	다양성과 기술 숙련	<ul style="list-style-type: none"> - 문화 예술 분야의 리더십과 인력항목 및 특히 투자하는 조직은 국가의 다양성 반영 및 진행 상황에 대한 공정 경로를 나타냄 - 재정 지원하는 기관은 효과적인 리더십과 지배 구조를 입증 - 예술, 박물관, 도서관의 인력의 숙련된 기술 습득
어린이와 청소년	어린이와 청소년	<ul style="list-style-type: none"> - 더 많은 어린이와 청소년들이 예술, 박물관, 도서관의 풍요로움을 체험 할 수 있는 기회 제공 - 더 많은 어린이와 청소년들에게 학교 안팎으로 고품질의 문화교육 제공 - 예술 단체, 박물관과 도서관은 어린이와 청소년을 위한 고품질의 예술과 문화체험 제공

자료 : 영국 예술위원회, www.artscouncil.org.uk

박물관, 갤러리, 역사 유적지 등 문화공간에 대한 정보와 영국의 연례 축제 및 문화체험 프로그램 등 문화 활동의 모든 정보는 영국 예술위원회의 지원 자금으로 지원되는 비영리 디지털 문화 단체인 'Culture 24'의 온라인 사이트를 통해 제공되고 있다. 'Culture 24' 온라인 사이트에서 제공하는 장소정보 중 Family Days Out은 영국 전역의 가족친화적인 장소, 축제, 박물관 전시회, 갤러리 및 문화유산 유적지를 안내하고 있다. 또한, DCMS는 가족예술축제를 개최하여 아이와 함께하는 가족친화적인 문화와 예술관련 체험에 대한 정보제공을 통해 가족친화적 여가 및 레크리에이션 활동을 지지하고 있다.

■ <표 4-43> 가족예술축제 대상 및 목적 ■

구분	내용
대상	<ul style="list-style-type: none"> - 영국 전역의 가족 - 영국 내 200여 개의 연극, 춤, 음악, 시각예술 분야의 선도적인 문화예술 단체들이 힘을 모아 400여 개의 특별행사 주최
목적	<ul style="list-style-type: none"> - 새로운 문화예술 관객 형성 - 가족단위 특별 작품과 행사 프로그램(이 프로그램에는 음악워크숍도 포함함)

DCMS의 주요 문화정책에는 2009년부터 시작된 문화도시 프로그램도 있다.⁴⁰ 문화도시 프로그램은 영국 내에서 낙후된 도시 중 하나에 포함될 정도였던 리버풀이 2008년 유럽문화도시로 선정되면서 도

40) 2017년 문화도시 (UK City of Culture programme)선정 예정임

시정계가 활력을 되찾는 계기가 된 것에 영감을 받아 시작된 프로그램으로 2013년도의 경우 문화도시로 테리-런던데리 시(市)를 선정하였다. 이 프로그램은 문화와 창조성을 지역사회를 전환하는 데에 적극 활용하며, 예술적 재능 성장을 도울 수 있도록 하고 있다. 문화도시로 선정될 경우 효과는 도시 관광객 유치를 통한 지역 경제 지원가능, 도시 내 미디어의 관심 유발 및 장기적인 관광정책의 수준향상 등이 있다.

(2) 스포츠 및 레저

DCMS의 스포츠·레저분야와 관련된 세부 정책은 2012 런던올림픽과 장애인올림픽에서 지속적인 유산창조, 대중의 스포츠 참여 장려를 들 수 있다.

■ <표 4-44> DCMS 스포츠·레저관련 여가정책 ■

구분	여가관련 정책
DCMS 문화정책	- 2012 런던올림픽과 장애인올림픽에서 지속적인 유산창조 - 대중의 스포츠 참여 장려

‘2012 런던올림픽과 장애인올림픽에서 지속적인 유산창조’는 2012 런던올림픽과 장애인올림픽의 성공적인 개최 후 지속적인 경제 성장과 스포츠 및 문화유산의 전국적 혜택의 계획까지 포함하고 있다. 이를 위해 정부 및 런던광역시(GLA)와 함께하는 공동 팀(기업, 자선단체, 관련기관, 지방 및 지역 파트너)은 영국 전역과 국제적으로 유산활동 프로그램을 감독하고 있다. 런던 2012는 나이, 출신이나 능력에 상관없이 스포츠를 통해 사람들 간의 관계 변화의 토대를 마련하였으며, 런던 올림픽 공원과 이스트 런던 주변지역의 개발 및 여러 지역의 도시녹지 산업이 진행되었다. 또한, 사회의 장애인 인식의 변화, 장애인의 스포츠 및 신체활동에 참여할 기회 제공 및 게임을 통한 사회참여를 촉진하는 3가지 중요한 테마를 가진 장애인 올림픽 유산 프로그램은 스포츠를 통한 건강한 삶과 문화유산 창조의 전국적인 혜택의 확산을 이루었다.

DCMS의 ISPAL(Institute for Sport, Park&Leisure), SPORT ENGLAND, NATURAL ENGLAND는 스포츠, 야외활동 여가관리의 발전에 핵심적인 역할을 하고 있다. 또한 DCMS는 레저관련 연구를 하는 LSA(Leisure Studies Association)와 관광 및 레저관련 국가적 교육 사업을 진행하는 ATLAS(Association for Tourism and Leisure Education)가 있다.

① Royal Parks

Royal Parks는 DCMS의 책임운영기관으로서 원래는 왕족의 소유였으나 도시화를 거치면서 공공에게 무료로 개방되었다. Royal Parks는 런던에 위치한 8개의 공원 내 모든 건물 등에 공간과 동상 및 기념비 등 문화유산을 보존·관리하고 있으며, 각 공원에 대한 정보, 각종 행사 및 이용시설에 대한 정보를 소개하고 있다. 또한, 다양한 활동 프로그램과 야외 레크리에이션을 촉진하는 행사 및 공공의 이용을 장려하고 있으며, Royal Parks에서 촬영이나 개최 행사 및 피트니스 트레이닝 라이선스(Fitness Training Licences), 상업적 애견산책 라이선스(Commercial Dog Walking Licences), Catering(내 카페 및 영구 건물에 있는 음식점들의 요리사 관리 등 음식제공(Catering)서비스 허가관리)과 같은 상업(영리) 활동은 엄격히 통제하고 있다. Royal Parks는 방문에 어려움을 겪는 방문객을 위한 모바일 서비스, 교육활동, gardening, 야생동물 보호를 돕는 자원봉사를 육성 및 관리하고 있으며, Royal Parks 프로젝트를 통해 공원 내 놀이시설 및 기반시설에 대한 관리와 보수 및 개선사업을 진행하고 있다.

■ <표 4-45> Royal Parks의 프로젝트 ■

구분	내용
Primrose Hill Trim Trail 개선	- 기존시설의 보수, 새로운 시설 및 기존 공간의 업그레이드 및 보수공사
브롬프턴 묘지 (Brompton Cemetery) 보존 프로젝트	- 문화유산, 묘지 및 이용시설, 환경 및 생태개선 - 커뮤니티 활동(야생 동물 식별세션, 여행자 안내 등 제공에 대한 자원봉사 활동 및 교육개발과 방문객을 위한 지역사회단체 및 파트너와의 제휴협력) - 정례활동(제공 서비스 향상 및 주요기념물과 기념관 복원)
이지벨 농장 이용 프로젝트	- 접근 경로의 다양성을 제공하기 위해 자연 자갈로 된 기존 연결경로 부분의 재표면 작업 및 업그레이드 - Peg's Pond 출입구 근처에 충분히 이용 가능한 화장실, 쉼터 및 좌석을 제공하는 새로운 시설을 지속적으로 건설 - 방향표지판 및 해석 개선 - Peg's Pond 장애인 이용자 주차장 및 접근도로 재포장 및 재설계 - 정원과 공원의 자연적인 공급의 물 확보로 생육 및 정원을 위한 비분관 의존 관계조직
Royal Parks에서의 놀이 프로젝트	- Play전략은 학습, 사회적, 신체놀이를 위한 장소로서 아이들의 사용 증가
Pembroke Lodge 입구 개선 프로젝트	- 보행자와 자전거가 많이 사용되는 관리 사무소에서부터 주차장까지의 입구를 개선 - 자재 표면작업, 보행자 및 자전거 순환도로 증가, 벤치시설 향상, 자전거 주차 및 배수시설 개선 진행
Victoria Tower Gardens 시 설 개선 프로젝트	- 놀이터 영역의 확장 및 업그레이드 - 제한된 놀이 공간의 북쪽범위 정립을 위한 Spicer기념비의 수리 및 재배치 - 공공화장실 개조 및 작은 확장 - wider park와 놀이공간에서의 매점 제공 - 확대된 놀이공간이 고려된 Millbank의 공원 입구 재배치

자료 : Royal Parks, www.royalparks.org.uk

② SPORT ENGLAND

SPORT ENGLAND는 전국 각지에서 사람과 사회생활을 위한 스포츠 습관을 만들 수 있도록 지원하는 데 집중하고 있으며, 2012년부터 2017년까지는 국가 Lottery 및 국고자금으로 단체와 프로젝트에 10억 파운드를 투자할 계획이다. 또한, 스포츠 조항 보호 및 운동장에 영향을 주는 English planning applications에 자문을 담당하고 있다. SPORT ENGLAND의 목표는 정기적으로 스포츠 인구의 증가 및 스포츠를 통한 더 나은 삶을 만드는 것이며, 특히 14~25세 아동과 장애인들이 일주일에 한 번 스포츠 활동을 하는 것에 집중하고 있다. 2012년 1월부터 2017년까지 진행되는 영국 내 스포츠 활동 인구의 수를 증가시키기 위한 5년 동안의 최신전략은 8가지이다.

■ <표 4-46> 스포츠 영국의 2012-2017년 최신전략 ■

구분	내용
영국 내 스포츠 활동 인구 수 증가를 위한 2012-2017년 8가지 최신전략	- 스포츠를 즐기거나 재능 있는 선수를 지원하는 방법 개선으로 스포츠 활동 인구 수 증가를 돕는 46개의 국가 스포츠 기관에 5억 파운드 투자
	- 영국의 모든 중등학교에 하나 이상 스포츠에 직접 링크된 사이트에서 커뮤니티 스포츠클럽을 제공
	- 중등학교는 지역 사회에서 사용하도록 스포츠 시설을 개방
	- 적어도 풀타임(full-time) 스포츠 전문가가 있는 150개 이상의 교육대학을 제공
	- 18-24세 대학생 4분의 3이 새로운 스포츠나 공부와 병행하여 스포츠 경기를 계속할 수 있는 기회 제공
	- 사회에서 소외된 2000명의 젊은 사람들이 새로운 삶의 기술을 습득하는 데 도움이 되는 스포츠에 참여하도록 장려
	- 젊은 사람들의 잠재력 실현을 위해 적어도 30개 스포츠의 영국인재 진화 강화 확립
	- 사람들의 스포츠 활동 및 2012 런던올림픽 유산 프로그램 구축 등 가장 인기 있는 스포츠 시설에 2억6천5백만 파운드 투자 및 장애인을 대상으로 프로젝트에 천만 파운드를 투자하며, 전략적인 국고의 10억 파운드와 국립 복권 기금에 투자를 통한 목표 달성

자료 : 스포츠영국, www.sportengland.org

또한, SPORT ENGLAND는 더 많은 사람들이 스포츠 활동에 참여하도록 하는 전반적인 목표를 전달하기 위해 전략적 투자, 시설개선, 지역사회 투자, 조인과 전문지식, 운동장 보호, 파트너와의 협력의 6가지 방법을 운영한다.

■ <표 4-47> SPORT ENGLAND의 목표전달 6가지 방법 ■

구분	내용
전략적 투자	- 지역 사회 스포츠 부문 내에서 혼합 경제 개발 및 지속적인 스포츠 활동 인구 수 증가·유지, 인재 개발을 위한 투자 및 관련기관과 협력
	- 젊은 사람들에 초점을 맞추어 지원자금의 약 절반을 투자
	- county sports partnerships(CSPs)과 스포츠의 서로 다른 영역에서 전문 지식을 가진 국가의 파트너와 고등 교육 기관의 영국 전체 네트워크에 투자
	- 지역의 스포츠 클럽, 코치들과 자원 봉사자에 직접 자금 제공
시설개선	- 좋은 스포츠 시설, 특히 작은 지역 클럽 등 시설 강화에 초점을 두고 있으며, 2017년까지 시설에 총 265,000,000파운드를 투자
지역사회 투자	- 2013년 전국의 대중의 활동을 지원하는 지방자치단체 및 지역사회 단체에 사용 가능한 새로운 4천만 파운드 지역 스포츠 활성화 기금을 시작
	- 지역 스포츠에 지방자치단체의 매년 10억 파운드 투자 유지로 스포츠 제공 및 지속적으로 스포츠 활동 인구 수 증가
	- 인구 규모 및 스포츠 활동 인구수 증가 가능성, 지역사회 스포츠 사회기반시설, 여러 NGBs에 대한 중요성 및 현재와 과거의 투자를 기반으로 작업 우선순위 8개의 핵심 도시를 확정하고, 지속적으로 더 많은 사람들이 스포츠 활동을 하도록 각 도시와 그 파트너들과 협력
	- 스포츠 위한 결과 및 전략의 공유방식 개발
	- 보장 스포츠는 도시의 넓은 우선순위의 중요한 기여자의 역할을 담당
	- 강력하고 적합한 지역 스포츠 사회기반시설(효과적으로 제공 가능한 시설과 사람) 조성
	- 전략 구현을 위한 기반 접근 방식 및 도시 내 투자와 프로그램의 결합에 기여
조언과 전문지식	- 대중 스포츠에 대한 최고의 전문지식, 통찰력과 지식수집
	- 영국 내 스포츠뿐만 아니라 다른 지역과 나라들로부터 경험 유발 및 공유
	- 어려운 경제 환경, 특히 중요한 작업 부분에서 창의적인 생각 장려
	- 스포츠 참여에 관련되는 행동 변화, 인재 개발, 스포츠 시설 계획 및 설계, 소비자 데이터 분석 및 통찰력, 로컬 스포츠의 전달 뒷받침을 위한 지역 정보, 통찰력 제공
운동장 보호	- 반드시 모든 운동장 재개발 응용 계획에 대한 협의 의무화
	- 지역 스포츠 조항이 보호 또는 강화 될 것이라고 확신하지 않는 경우 거부
	- 지역 사회를 위한 열린 공간을 보호하는 중요한 역할 담당
파트너와 함께	- 파트너와의 협력을 통한 목표달성

자료 : 스포츠영국, www.sportengland.org

③ NATURAL ENGLAND

NATURAL ENGLAND의 업무내용은 자연 환경에 대한 정부의 고문이며, 영국의 자연 재산을 보호하는 최선의 방법에 대한 과학에 근거해 실질적인 조언을 제공하고 있다.

■ <표 4-48> Natural England의 업무내용 ■

업무	계획 및 목표	내용		
보존	자연 환경과 생물다양성 및 풍경의 보존 강화	명칭전략	2012년 7월 최초의 명칭 전략을 채택하였으며, 풍경 지정 및 보호를 위해 새로운 사이트를 관리하고, 기존 보호 지역의 경계를 개정 및 국제 해양 명칭에 대한 정부의 고문역할 담당	
		생물의 다양성	서식지 및 생물 종의 관리 및 보존을 위해 지역사회 및 정부, 그 외 파트너십을 통해 협력	
		지질의 다양성 (Geodiversity)	바위, 광물, 화석, 토양, 지형 및 자연적인 과정의 다양성 보존 및 관리	
자연환경 즐기기	영감을 얻는 자연환경에 대한 이해와 참여의 기회를 제공	연구	<ul style="list-style-type: none"> • 자연 영국 프로젝트의 증거 수집 및 자연 환경을 즐길 수 있는 기회제공 장소 연구 • 사람들이 자연 환경과 그들의 태도와 가치 사용법 조사 및 다른 단체와 정보 교환 및 공유 • 지역별 레크리에이션 최선의 정책과 실행 개발 	
		즐길 수 있는 장소	사람들이 즐길 수 있는 많은 자연 환경 장소 ⁴⁰ 와 지역방문 여부에 관한 정보를 제공하며, 많은 기업과 협력하여 관리	
		자연환경과 사람들을 연결하기	<p>더 많은 사람이 자연 환경의 혜택을 즐길 수 있도록 장려하며, 다음과 같은 지역 사회의 협력과 도움을 통해 자연 환경과 사람을 연결</p> <p>① 녹지</p> <p>공원관리 및 네트워크를 통한 정보 제공 및 지역의 녹색인프라를 조성하고, 지역 사회, 지역 경제, 자연에 대한 많은 혜택을 제공</p>	
자연환경 즐기기	영감을 얻는 자연환경에 대한 이해와 참여의 기회를 제공	자연환경과 사람들을 연결하기	② 지역사회와의 긴밀한 협력	<ul style="list-style-type: none"> • Building community partnerships: 더 나은 자연환경을 도시, 농촌 연안 및 해양 분야에 걸쳐 폭 넓은 프리 스케일의 협력을 육성 및 지원 • 지역사회를 위한 자연환경 툴킷(Toolkit): 지역 사회에 접근할 수 있고 쉽게 이해할 수 있는 웹 기반의 정보를 제공 • Access to Nature: 사회적 배제에 직면하거나 최근 자연환경의 접촉이 거의 없는 사람들이 도시, 농촌 및 해안지역 등 자연 환경을 즐길 수 있는 경험과 향상된 기회 및 새로운 기술 습득의 기회 제공 • 녹색 인근 지역: 녹색 공간의 장점을 홍보하기 위해 국가 차원의 사회주택 부문과 함께 하며, 지역사회를 위해 현관 계단에 녹색공간 형성, 건강증진 및 웰빙과 사회 통합, 생물 다양성 증가와 기후 변화에 대한 준비의 기회 제공 • 자원봉사: 서식지 보존 · 관리 및 관광객 안내담당의 지원 활성화하기 위해 각계각층의 자원봉사자들을 교육 및 육성
			③ 건강과 자연 환경	<ul style="list-style-type: none"> • 지역사회가 지역의 자연 환경이 자신의 건강과 복지 혜택을 누리는 방법을 이해하는 데 도움이 되는 프로그램 제공 - 녹색운동: 야외에서 참여하는 비공식적 신체 활동⁴¹이며, 국민의 신체 건강 및 정신복지 향상 - 건강을 위해 걷기: 지역 사회에서 더 많은 사람들의 신체적인 활동 유발 및 영국 건강산책계획의 가장 큰 네트워크를 지원하며, 훈련된 도보 지도자들과 함께 정기적으로 짧은 쉬운 산책 지형을 제공
			④ 야외체험학습	학교정원, 지역공원, 농촌 방문 및 주거센터에서 개최하는 야외 학습 활동 등을 통해 풍부하고 다양한 자연체험 기회와 더 높은 수준의 교육의 기회 제공
			⑤ Outdoors for All	<ul style="list-style-type: none"> • 자연환경 접근에 대한 양질의 기회 균등 및 인구수와 다양성 증가 • 빈곤지역 거주자, 노인, 장애인 및 흑인과 소수 민족 공동체 등의 사람들에게도 고품질 자연환경의 접근 기회를 제공하기 위해 파트너 단체와 협력

업무	계획 및 목표	내용	
Landscape (경치)	국립공원과 명승지 지정 및 관리에 관한 특정 책임이 있는 풍경에 관한 정부의 법률 고문을 담당		
계획 및 개발	공간계획	런던2012 유산 (London 2012 legacy)	퀸엘리자베스 올림픽 공원 Weymouth and Portland (항해) 헤이들리 팜 (산악 사이클링) 이튼 도니 (조정 및 인공호수 카누) 박스 힐 (자전거로드 레이스의 힐 클라이밍 요소)
	녹색인프라(GI)	<ul style="list-style-type: none"> • GI는 공원, 열린 공간, 운동장, 숲, 습지, 초원, 강, 운하도로 및 개인 정원이 포함되어 있는 녹지대와 기타 환경 기능의 고품질 네트워크 • 사람들이 접근할 수 있는 야생동물을 위한 공간 및 서식지 관리, 야외휴식 및 놀이를 위한 장소, 환경교육, 건강과 웰빙(스트레스를 운동 기회를 제공)의 향상 등 사회적, 경제적, 환경적 혜택을 제공 	

④ ISPAL (Institute for Sport, Park&Leisure)

ISPAL는 스포츠 · 공원 · 레저 산업 전문가를 위한 전문적인 협회로서, 레저 연구소 및 비품 관리 (ILAM) 및 스포츠 발전의 국가 협회(NASD)의 합병에 의해 2007년 1월에 설립되었다.

ISPAL의 주요업무는 학습 및 개발, 건강을 위한 신체 활동, 스포츠 및 성능으로써, 스포츠 · 공원 · 레저 산업에 관련 인력 지원, 지지 및 전문 개발을 제공하는 것을 목표로 하고 있다.

■ <표 4-49> ISPAL의 주요업무 ■

구분	내용
학습 및 개발	- 교육의 모범사례를 홍보하고, 전문기술과 전문지식을 갖추도록 지속적인 전문성 개발을 위한 학습 및 개발 전략 지원 - 여가전문가 계속교육 프로그램(CPD, Continuing Professional Development Programme)운영 및 전국에서 교육 과정의 넓은 범위와 사내 교육 과정 제공
건강을 위한 신체 활동	- 운동 과학의 발전을 증진하기 위해 업무 지식, 신체 활동, 운동과 건강을 포함한 운동 과학자를 위한 포럼 제공
스포츠 및 성능	- 스포츠 과학의 발전을 위한 포럼 제공

⑤ LSA (Leisure Studies Association)

LSA는 레저 연구의 모든 영역과 관련 있는 관심분야를 포함해 연구자, 실무자 및 학생들을 위한 종합적인 커뮤니케이션 및 포럼으로서, 연구를 육성하고, 아이디어를 교환하며, 교과흥미도와 선진교육 촉진 및 학술지나 출판물을 통해 토론 장려와 레저연구를 목표로 하고 있다.

41) 짧은 여행이 가능한 집에서 가까운 지역, 자연경관이 뛰어난 지역 및 국립공원 및 자연보호구역, 녹지대 등을 의미한다.

42) 녹색도시지역에서 원예, 자전거타기 및 걷기부터 시골에서 연날리기와 보존프로젝트까지를 의미한다.

⑥ ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education)

ATLAS는 관광 및 레저 관련 초국가적 교육 사업을 개발하기 위해 설립되었으며, 직원 및 학생 교류, 다국적 연구와 교육 과정 및 전문 개발을 촉진하기 위해 포럼을 제공하고 있다.

3. 일본

1) 여가정책의 배경

일본의 여가정책 배경과 관련한 여가관련 행정 개관은 다음과 같은 단계로 나누어 살펴 볼 수 있다. 제 1기는 전후 부흥기로 1944년~1955년까지, 제 2기는 고도성장기가 시작된 1956년~1973년까지, 제 3기는 1985년까지의 저 성장기, 제 4기는 1986년~1991년까지의 버블 경제기, 제 5기는 1992년부터 현재에 이르는 시기이다.

제 2기가 거의 끝날 무렵인 1972년 여가개발센터가 설치되어 통상 산업성, 경제기획청에 전담과가 설치되었다. 여가개발센터가 설립되기 전까지의 시기는 소관 행정 기관인 문부성 체육국이 스포츠를, 문화관계는 문화청이, 노인문제는 후생성이, 산업정책에 관한 사항은 통상 산업성이, 리조트 개발 관련은 건설성과 교통성이 각각 이를 담당하는 체제였다. 그 후 버블 경제기는 정당이나 입법부에서도 여가문제를 적극적으로 다룬 여가행정의 전성기로서 1986년 사회당이 '여가활동을 위한 5대 제언'을 발표하였고 공명당도 '여가기준정책: 국민의 건강과 풍요로운 생활을 위한 여가대책'을 발표하여 여가기준법 제정, 여가행정의 개혁 등을 주장하였다. 또한 참의원에서도 1989년 '국민생활에 관한 조사보고: 여가와 노동'에서 여가시간에 관한 문제점을 지적하기도 하였다. 이와 같이 각 행정관청이 적극적으로 제안하여 시행한 여가정책의 내용은 1993년 경제기획청이 발간한 '여가시대의 거리만들기 핸드북'을 통해 소개되기도 하였다.

일본 내각부 경제재정 자문회의에서는 2005년 4월 『일본 21세기 비전』을 발표하여 작고 효율적인 정부를 목표로 한 정부의 기본 방침이 표명되었다. 그 후 2006년 7월에는 '성장력과 경쟁력 강화, 재정 건전화, 안전하고 안심할 수 있는 유연하고 다양한 사회의 실현'을 목표로 한 기본방침이 발표되었다.

(1) 문화청

문화청의 정책 내용은 크게 다섯 가지로 나누어지고 있으며, 그 다섯 가지의 정책내용을 살펴보면,

첫째, 문화력 향상을 목표로 문화 예술의 진흥을 위한 다양한 정책 추진, 둘째, 예술가 양성과 예술 창조 활동에 대한 지원 및 지역 문화의 진흥 도모, 셋째, 국보와 사적을 비롯한 문화재의 보존·활용 및 국제 문화 교류 추진, 넷째, 저작권 보호·활용 및 국어 개선·보급 추진, 다섯째, 종교에 관한 업무 담당이 있다.

문화청 문화부의 문화예술 창조 플랜의 추진 내용은 크게 3가지로 나누어 볼 수 있다. 3가지의 추진 내용은 예술 공연 및 전통 예능 등에 대한 중점 지원, 예술가 육성 및 일본 영화·영상 진흥, 아이들의 문화 예술 체험 활동의 추진이 있다. 문화부의 목표는 미디어 예술의 진흥 도모, 어린이 문화 예술 체험 활동 추진, 지역 문화 진흥이다.

■ <표 4-50> 문화청 문화부의 '문화예술 창조 플랜' ■

구분	내용
추진내용	<ul style="list-style-type: none"> - 최고 수준의 공연 예술 공연 및 전통 예능 등에 대한 중점 지원 - 신진 예술가 육성 및 일본 영화·영상 진흥 - 아이들의 문화 예술 체험 활동의 추진
목표	<ul style="list-style-type: none"> - 인재 육성 및 국제 거점 형성의 추진에 의한 미디어 예술의 진흥 도모 - 아이들이 진짜 무대 예술에 접할 기회를 제공하는 등 어린이 문화 예술 체험 활동 추진 - 지역 문화 리더와 지역 문화 예술 단체의 육성 등 지역 문화 진흥

자료 : 일본 문화청 홈페이지, www.bunka.go.jp

(2) 스포츠 · 청소년 국

① 스포츠 정책 추진 배경

자유 시간의 증대, 건강·체력 구조에 대한 국민의 관심 고조 등 스포츠 수요가 증대하고 있고 누구나 언제 어디서나 스포츠를 즐길 수 있는 평생 스포츠 사회를 실현하기 위한 환경의 정비가 요구되고 있다.

② 스포츠 정책 추진 방향

라이프 스테이지에 따른 스포츠 활동 추진은 국가나 지방 공공 단체뿐만 아니라 각종 스포츠 및 레크리에이션 단체나 스포츠클럽, 학교 관계자와 스포츠 관련 산업 단체 등이 상호 연계·협력하여 최고 스포츠와 지역 스포츠의 선순환을 창출하고, 활기찬 사회를 만들기 위해 자발적으로 협동하는 스포츠로 '새로운 공공사회'의 형성을 도모하는 정책을 추진하고 있다.

2) 여가정책의 내용

(1) 문화청 예술분야

문화청 홈페이지에 업로드 되어있는 문화청이 추진하는 문화정책은 크게 5가지로서, 무대예술활동 등의 추진, 미디어예술 진흥, 어린이 문화예술체험활동 추진, 지역 문화 진흥, 미술관·역사박물관 진흥이 있다.

① 무대예술활동 등의 추진

문화청은 무대예술의 창조활동을 위해 효과적인 지원 및 예술문화진흥기금을 운영하고 세계에서 활약할 신진예술가 등 인재육성 및 문화청 예술제를 개최하고 있다. 2013년부터는 무대예술 창조활동에 대한 효과적인 지원방안이 새롭게 추가되어 일정 기간을 내다보고 안정적으로 예술창조활동을 할 수 있도록 연간 단위의 사업지원을 도입할 계획이다. 연간 단위의 사업지원은 극본과 연출, 연습 등 공연 이전에 시행되는 예술창조활동에 필요한 명목으로 한정하며, 실제 공연 시 필요한 출연료, 회장 대관비 등에 대해서는 티켓 수입 등 자기수입으로 지불하도록 할 계획이다.

문화청은 문화예술활동에 대한 지원을 더욱 효율적으로 시행하기 위해 일본예술문화 진흥회의 전문가를 활용해서 심사·평가 등을 실시하는 기구를 시범적으로 도입하고 있다. 또한 음악, 무용, 연극, 전통 예술, 대중 예술의 각 분야 별 공연과 영화 제작을 지원하고 있으며, 동시에 최고 수준의 예술 단체와 각지의 핵심 극장이 공동으로 제작하는 무대 예술 공연에 대해 중점적으로 지원하고 있다. 문화청 예술제는 참가 공연 및 참가 작품에 대해 각 부문에서 공연과 작품 내용을 겨루며, 성과에 따라 문부 과학 대신상(예술제 대상, 예술제 우수상, 예술제 신인 상)이 주어지고 있다.

■ <표 4-51> 무대예술활동 추진을 위한 문화청 예술제 ■

구분	내용
문화청 예술제	<ul style="list-style-type: none"> - 1946년부터 매년 가을 개최 - 뛰어난 예술 감상의 기회를 제공 - 예술의 창조와 발전을 도모하여 예술 문화의 진흥에 이바지 - 문화청 예술제의 형태 • 집행 위원회 혹은 집행 위원회가 위촉한 예술가 등이 기획하는 주최 공연 • 예술제 기간에 개최되는 뛰어난 활동 실적을 갖고 있는 예술가 등이 실시하는 공연 중 예술 축제에 어울리는 내용으로 인정하는 것을 집행 위원회가 위촉한 협찬 공연 • 예술 축제에 참가를 희망하는 공연(연극, 음악, 무용, 대중 예술의 4부문)이나 작품(TV드라마, TV다큐멘터리, 라디오, 레코드)의 4부문)중에서 집행 위원회가 예술 축제에 어울리는 것으로서 참가를 인정한 참가 공연 및 참가 작품들

자료 : 일본 문화청 홈페이지, www.bunka.go.jp

② 미디어예술 진흥

문화청은 미디어예술 진흥을 위해 미디어 예술제 관련 사업, 미디어 예술 인재 육성 및 미디어 예술 컨소시엄 구축 사업, 미디어 예술 디지털 기록보관 사업 등을 통해 미디어예술 진흥과 영화제작 지원 및 영화 인재육성, 일본영화 진흥을 추진하고 있다.

③ 어린이 문화예술체험활동 추진

문화청은 초·중학교 등에서 주요한 문화 예술 단체(오케스트라, 연극 등)의 순회공연 사업과 실기 지도를 실시하는 예술가 파견 사업을 통해 차세대 문화의 담당자가 되는 아이들의 창의력과 커뮤니케이션 능력의 육성을 도모하고 있다. 어린이 문화예술체험활동 추진은 미래의 예술가 육성과 국민의 예술 감상 능력의 향상을 목적으로 한 사업으로 2010년 종료되었다.

④ 지역 문화 진흥

지역 문화 진흥은 문화유산을 활용한 지역 활성화와 지역 특색을 살린 예술문화 활동 진흥 및 국민 예술문화활동 참가 장려, 문화예술활동을 뒷받침하는 인재 육성, 극장·음악당 등 활성화 사업 및 문화예술창조도시 추진 프로젝트이다.

■ <표 4-52> 지역 문화 진흥을 위한 계획 ■

구분	내용
문화유산을 활용한 지역 활성화	<ul style="list-style-type: none"> - 2013년도부터 문화진흥과 지역 활성화를 함께 도모 목적 - 지방공공단체가 책정한 지역 문화유산을 활용한 계획에 기초·시행되는 활동 지원 - 이 사업에서는 전통행사·전통예능의 공개·후계자 양성, 고전문화를 친숙하게 받아들이는 활동, 어린이가 지역 전통문화를 느낄 수 있는 체험사업, 중요문화재 건축물 및 사적 등 공개 활용 등 지역 문화유산을 종합적으로 활용한 활동에 지원
국민 문화제	<ul style="list-style-type: none"> - 전국 각지에서 국민 일반이 실시하고 있는 각종 문화 활동을 전국적 규모로 발표, 경연하고 교류하는 장을 제공 - 국민의 문화 활동 참여의 기운을 높여 새로운 예술 문화의 창조를 고무 - 사업은 문화청, 개최 도도부 현, 개최 시읍면 및 문화 단체 등에 의해 실시되는 주회사업 - 국민 문화제의 취지에 맞는 지방 공공 단체 등이 실시하는 협찬 사업
극장·음악당 등 활성화 사업 등 활성화 사업	<ul style="list-style-type: none"> - 일본의 문화 거점인 극장, 음악당 등 운영, 음악·무용·연극 등의 공연 예술의 창조 발전과 전문 인력 양성, 보급 계발에 대한 지원 실시 등에 의해 극장·음악당 등의 활성화 및 공연 예술 수준 향상을 도모 - 지역 사회의 창조와 재생을 추진 - 사업은 특별 지원 사업, 공동 제작 지원 사업, 활동 별 지원 사업, 극장·음악 교실 등 간 네트워크 구축 지원 사업
지역 출발·문화 예술 창조 발신 이니셔티브 사업	<ul style="list-style-type: none"> - 지방 공공 단체가 기획하는 뛰어난 문화 예술의 창조 발신 사업을 보조함으로써 문화 예술 활동, 고전을 즐기는 활동 등을 활성화시키고, 지역 문화의 재생과 지역 사회의 재건 및 지역 활성화 촉진

구분	내용
예술 정보 플라자	- 예술가·예술 단체 공연 정보 자료의 작성 등 정보 제공 업무와 아트 페어(공연 예술 박람회) 개최 - 각 지역의 공립 문화 회관이 기획하는 자주적인 무대 예술 공연에 대하여 적절한 조언을 하는 어드 바이저를 설치하는 등 지역의 예술 문화 활동을 지원
문화력 프로젝트	- 2013년 새롭게 추가된 대학에서 시행되는 문화력 프로젝트는 대학이 지역에서 참여하는 문화예술활동과 그 성과를 공개하는 활동·홍보활동 등을 널리 활용하기 위해 2013년 4월부터 시행 - 2013년 1월에는 지금까지의 활동에 한발 더 나아가 문화예술창조도시를 목표로 하는 지자체의 참가로 일본 국내에서 창조도시네트워크 플랫폼이 될 것으로 기대되는 '창조도시 네트워크 일본'을 설립

자료 : 일본 문화청 홈페이지, www.bunka.go.jp

⑤ 미술관·역사박물관 진흥

미술관·역사박물관 진흥 사업은 예술 거점 형성 사업, 박물관·역사박물관 활동 기반 정비 지원 사업, 문화유산을 활용한 관광 진흥·지역 활성화 사업, 지역과 함께하는 미술관·역사박물관 창조활동 지원 사업이 있다.

■ <표 4-53> 미술관·역사박물관 진흥을 위한 지원 사업 ■

구분	내용
지역과 함께하는 미술관·역사박물관 창조활동 지원 사업(2013년)	- 2013년도부터 새롭게 실시하는 사업 - 지역뿐만 아니라 일본 전체의 활력 향상을 위해, 미술관·역사박물관을 지역 문화의 거점으로 삼고 활성화 및 지역과의 연계 하에 미술관·역사박물관이 가진 다양한 가능성을 살린 사업을 지원
문화유산을 활용한 관광 진흥·지역 활성화 사업(2011~2012년)	- 일본 다카라 지역의 다양하고 풍부한 문화유산을 활용하여 전통행사·전통공연 공개 및 후계자 양성 - 중요 문화재 건조물 등의 공개 활용이나 사적 등의 복원·공개 등 지역의 특색 있는 종합적인 활동을 지원하고 문화진흥과 함께 관광 진흥·지역 경제 활성화를 추진하는 사업
박물관·역사박물관 활동 기반 정비 지원 사업(2009~2010년)	- 문화청은 2009년부터 미술관·역사박물관을 대상으로 기관이 사회의 변화에 대응하기 위한 활동 기반의 정비에 초점을 맞추어 지역과의 관계강화(지역 축 강화)와 국제 교류 확대(국제 축 강화)에 방향성을 둔 사업을 지원하며, 전국의 기관이 시대의 요청에 부응한 활동기반 정비를 촉진
예술 거점 형성 사업 (박물관 타운 구상의 추진) (2007~2008년)	- 박물관의 시설 및 운영이 지역에서 열리며, 항상 사람들이 모이고, 사람들이 좋아하는 매력적인 장소를 구축하는 것과 특히 아이들에게 진짜 예술·문화를 접할 기회를 제공하며 이러한 노력을 통해 지역의 문화자원을 살린 매력 있는 마을 만들기를 실현하는 것을 목적으로 하였으며, 미술관·역사박물관을 거점으로 지역 어린이들이 문화 예술 체험활동을 실시하는 사업을 중심으로 지원

자료 : 일본 문화청 홈페이지, www.bunka.go.jp

(2) 스포츠·청소년 국 분야

문부과학성은 어린이부터 노인까지 모든 사람이 언제 어디서나 스포츠 활동을 할 수 있는 평생 스포츠 사회를 달성하기 위해 자신의 이익과 목표에 따라 참여할 수 있는 포괄적인 지역 사회 스포츠클럽 육성을 추진하며, 자신의 삶과 아이들의 체력을 향상 촉진을 지원하는 정책을 추진하고 있다.

■ <표 4-54> 스포츠 활동 활성화 방안 ■

구분	내용
종합 형 지역 스포츠클럽	- 지역 주민에 의해 자주적·주체적으로 운영되며 사람들이 가까운 지역에서 스포츠를 즐길 수 있음 - 지역 주민 모두가 모여 각각 나이, 흥미 관심, 체력, 기술·기능 수준 등에 따라 참여할 수 있으며, 정기적·지속적인 스포츠 활동이 특징임
스포츠 대회 거점 만들기 추진 사업	- 2004년 5월에 고이즈미 전 총리의 지시를 받아 문부과학성과 총무성이 공동으로 실시하였으며, 10년간 도시·스포츠 단체의 활동에 대해 복권 수익을 활용해 재정 지원하였음 - 초·중·고교생이 참가하는 스포츠 전국대회를 지속적으로 개최하여 스포츠 진흥과 지역 재산을 도모하는 사업으로 매년 1 회 정도 위원회를 개최하여 선정함
생애 스포츠·체력 구조 전국 회의(2011년도~)	- 각계각층의 관계자들이 한자리에 모여 지역의 스포츠 추진 현황 및 과제에 대한 연구 협의와 의견 교환 및 상호 간의 이해와 관계자 간의 공동협력 체제를 강화하고, 평생 스포츠 사회의 실현의 기운 양성을 목적으로 전국 회의를 개최함
전국 스포츠 레크리에이션 축제	- 국민에게 스포츠·레크리에이션 활동을 전국적인 규모로 실천하는 장을 제공함으로써 국민 개개인의 스포츠·레크리에이션 활동참여 동기 부여 및 이를 통해 국민의 생애를 통한 스포츠·레크리에이션 활동 진흥에 기여를 목적으로 함
장애인 스포츠의 추진	- 문부 과학성은 2011년 시행된 「스포츠 기본법 ⁴²⁾ 」의 규정에 근거해 2012년 스포츠 기본 계획을 수립하고, 「연령이나 성별·장애 등을 불문하고 사람들이 관심·적정 등에 따라 스포츠에 참여할 수 있는 환경을 정비하는 것」을 기본적인 정책 과제로 장애인 스포츠의 추진을 도모함

자료 : 문부 과학성 스포츠·청소년 국 홈페이지, www.mext.go.jp

43) “스포츠는 장애자가 자주적이고 적극적으로 스포츠를 할 수 있도록 장애의 종류 및 정도에 따라 필요한 배려를 하면서 추진되어야 한다”

4. 홍콩

1) 여가정책의 배경

홍콩의 여가정책은 관광정책 및 환경정책의 내용이 반영되어 있으며, 두 정책과 긴밀하게 연결되어 있다. 홍콩은 2003년 여가를 담당하는 여가문화부(LCSD: Leisure and Culture Services Department)를 설립하였으며, 여가서비스부와 문화서비스부로 나뉘어 여가문화관련 정보를 제공하고 있다.

홍콩의 관광정책은 2003년 6월 중국과 체결한 경제협력강화협정(CEPA) 및 7월부터 점차 확대된 중국의 개인여행 자유화 조치로 중국 관광객이 급증하였으며, 이로 인해 관광시장이 급성장하였다. 방콕 등 타 도시가 저렴한 쇼핑 관광지로 부상하면서 쇼핑 홍콩의 위상이 흔들리자, 홍콩은 2011년 관광도시로서의 위상을 강화하기 위해 '쇼핑 홍콩'에서 '레저 홍콩'으로의 혁신을 추구했다. 홍콩정부는 2011년 관광 진흥을 위한 새로운 마케팅 슬로건으로 "아시아의 세계 도시(Asia's World City)"로 설정하여, 홍콩을 쇼핑과 요리 및 화려한 야경이 있는 관광지, 가족들을 위한 자연 및 교육 관광지, MICE(Meeting, Incentive, Conventions, and Exhibitions) 중심도시로 육성하려는 방침을 마련했다. 홍콩의 유명 시설이나 명소와 같은 하드웨어(hardware) 중심의 관광 프로모션 외에도 연중 개최되는 축제 등의 프로그램을 강조하는 소프트웨어 기반을 동시에 강화하는 전략을 취하고 있다. '레저 홍콩' 정책은 여가정책에 그대로 반영되어 LCSD 여가서비스부에서는 레저 시설, 레크리에이션 활동, 축제 일정 등의 관광지 시설 및 프로그램을 관리하고 있다.

홍콩은 환경오염의 심각성을 고려하여 녹화(greening, 綠化) 정책을 실시하고 있다. 홍콩은 2012년 3,069명이 대기오염으로 인하여 조기 사망하였고, 대기오염 관련 질병으로 인한 입원 환자는 151,300명으로 추정된다. 홍콩의 대기 오염으로 인한 손실은 390억 홍콩달러에 달하며, 의료비용과 생산력의 손실은 394만 홍콩달러로 추산된다. 이에 홍콩정부는 오염물질을 배출하는 가장 큰 원인 중 하나인 오래된 산업용 차량을 교체하기 위해 100억 홍콩달러의 보조금을 확보하고, 50억 홍콩달러를 환경보존 기금으로 투입했다. 이러한 환경정책의 영향을 받아 LCSD 여가서비스부에서는 '그린 홍콩 캠페인'을 실시하고 있다. '그린 홍콩 캠페인'은 지역 사회의 녹색화를 촉진하기 위해 조경 및 원예 등의 녹색화에 대한 대중의 인식을 개선하는 것을 목표로 교육 및 참여 프로그램을 실시하고 있다.

2) 여가정책의 내용

여가문화부(LCSD)는 여가서비스부와 문화서비스부로 나뉘어 여가문화관련 정보를 제공하는 부서로, 조직도는 다음과 같다.



자료 : 홍콩 LCSD 홈페이지, www.lcsd.gov.hk

■ [그림 4-13] 홍콩 여가정책 전담부서(LCSD)의 조직 구성 체계 ■

여가서비스부를 중심으로 여가관련 담당업무를 살펴보면, 레크리에이션 활동과 프로그램을 다양화하여 ‘레저 홍콩’을 만들기 위한 여러 가지 환경 개선에 힘쓰고 있다. LCSD는 여가활동을 크게 9가지로 분류하여 레저시설, 레저 프로그램, 레저 시설 및 프로그램 예약, 게임 및 이벤트, 스포츠 보조금 제도, 녹화(greening, 綠化), 여가장소허가, 정보제공, 기타 등으로 나누고 있다. LCSD는 홈페이지를 통해 국내외 사람들을 대상으로 여가관련 관광 및 활동을 즐길 수 있도록 소개되어 있다. 홈페이지를 중심으로 여가서비스부의 여가활동을 살펴보면 다음과 같다.

■ <표 4-55> LCSD 담당업무 ■

구분	세부 내용
레저 시설	해변 · 수영장, 그린볼링장, 놀이방, 아이들을 위한 놀이기구 및 장소, 무료 야외경기장, 골프시설, 잔디경기장, 휴일캠프, 승마학교, 공원 · 동물원 · 식물원, 스포츠센터, 등반시설, 운동장, 경기장, 테니스코트, 수상 스포츠센터, 기타 시설
레저 프로그램	지역프로그램, 주요 지역사회 프로그램(게임), 스포츠 개발 프로그램, 학교 스포츠 프로그램, 지역사회 스포츠클럽 프로그램
레저시설과 프로그램 예약	레저 프로그램 등록, 무료 및 유료 레저 시설, 캠핑장, 수영장 센터 시설, 스포츠 등반시설 및 센터, 결혼식 장소, 단체 수영장, 단체 야외극장, 스포츠 운동장 예약 및 기타 예약 정보 제공
게임 및 이벤트	주요 지역 국제 행사, 전국 도시 게임 및 국립 시외 게임
스포츠 보조금 제도	해외 지역 국제 행사, 팀 훈련 프로그램 등
녹화	그린 홍콩 캠페인, 그린 교육 리소스 센터, 홍콩 꽃축제, 나무보존 및 등록
여가장소 면허 허가	법률 제정 및 허가 조건
정보제공	지역사회 레크리에이션 및 스포츠 프로그램, 투표결과, 기타 활동
기타	장애인 배려 정책, 공공경기장 및 장소에서의 흡연 및 금연 여부 공개

자료 : 홍콩 LCSD 홈페이지, www.lcsd.gov.hk

(1) 레저시설

LCSD는 공공 레저 시설을 크게 17개로 나누어 관리하고 있으며, 다양한 레저 시설 운영 및 관련 경기 및 공모전 등을 운영하고 있다. 각 레저 시설의 주소, 지역, 오픈시간, 문의번호, 주의사항 등이 명시되어 있으며, 시설별로 즐길 수 있는 다양한 스포츠 및 안전요령 등에 대한 자세한 정보를 제공하고 있다.

(2) 레저 프로그램

레저 프로그램은 크게 5개로 분류되어 운영되고 있으며 지역 프로그램, 주요 지역사회 프로그램, 스포츠 개발 프로그램, 학교 스포츠 프로그램, 지역사회 스포츠클럽 프로그램으로 나뉘어 있다. 지역 프로그램은 공동체 레크리에이션 및 스포츠 프로그램, 지역 동호인 대회 등의 세부 프로그램으로 나뉘어 있으며, 지역사회 내 여가활동 참여율을 높이고자 프로그램을 기획하고 있다. 주요 지역사회 프로그램은 기업게임, 마스터게임, 홍콩 게임, 건강 캠페인 등으로 지역에 상관없이 큰 범위의 여가활동 장려를 촉진하고 있다.

기업게임은 멀티 스포츠 이벤트로서 1990년에 출시되었으며 24년의 역사를 가지고 있다. LCSD에 의해 격년제로 시행중이며 상업기관 직원들의 게임 참여를 통해 팀 정신 및 소속감 강화를 목표로 하고 있다. 육상, 배드민턴, 농구 등 13개 스포츠 경기를 진행하며, 2013년 267개 기관에서 300명 이상

의 참가자를 이끌었다. 마스터게임은 LCSD가 주체가 되어 격년으로 시행되며, 35세 이상 나이의 사람들을 대상으로 하고 있다. 비슷한 나이의 사람들과 스포츠를 즐기고 경쟁할 수 있는 기회를 제공함으로써 여가 활동의 참여와 즐거움을 장려한다. 홍콩게임은 LCSD가 스포츠를 촉진하기 위해 매년 동안 18개 지역에서 개최된다. 2013년 8월 4일 진행된 홍콩게임의 주제는 “스포츠의 라이프스타일”과 “부모, 자녀 및 가족 스포츠”에 초점을 맞추었으며, 가족 스포츠 문화 육성을 장려하기 위해 기획되었다. 2013년까지 총 4회 진행되었다.

(3) 레저 시설과 프로그램 예약

레저 프로그램 등록, 무료 및 유료 레저 시설, 캠프장, 수영장 센터, 스포츠 센터 및 등반 시설, 결혼식 장소, 단체 수영장 및 야외극장, 스포츠 운동장 등 예약과 관련된 정보를 제공하고 있으며, 온라인 예약이 가능하도록 되어 있다.

(4) 게임 및 이벤트

각 지역 국제 행사 프로그램 소개 및 누구나 참여할 수 있는 전국적인 단위의 게임을 소개하고 있다. 각 지역 국제 행사 프로그램은 날짜, 행사명, 장소, 조직 및 문의처 등의 정보를 제공하고 있다.

■ <표 4-56> 이벤트 소개 ■

날짜	이벤트	장소	조직
2013.5.8~16	제4회 아시아 남녀 비치 핸드볼 선수권 대회	콰이 청 스포츠 그라운드	홍콩 · 중국 핸드볼 협회
2013.6.7~16	제49회 아시아 태평양 브라지 연맹 선수권 대회	리갈 홍콩 호텔	홍콩 계약 브리지 협회
2013.7.21	1일 아시아 학교 소년 럭비 세븐 선수권 대회	왕의 공원운동장	홍콩 학교 스포츠연맹
2013.9.7~14	제17회 아시아 청소년 테니스 볼링 선수권 대회	중국 체육협회 볼링센터	홍콩 테니스 볼링 대회
2013.11.9~10	2013 ADSF 아시아 댄스스포츠 단일 댄스 선수권 대회	퀸엘리자베스 스타디움	홍콩 댄스 스포츠협회
2013.11.2	2013 아시아 윈드서핑 선수권 대회 및 홍콩 오픈 서핑 대회	스탠리 메인 비치	홍콩 윈드서핑 협회
2013.11~12	2013 전국 비치발리볼 선수권 대회	리도 비치, 콰이 청 스포츠 그라운드	홍콩 · 중국 배구협회
2013.12.11~19	2013 INAS 세계 탁구 선수권 대회	구룡 공원스포츠 센터	홍콩 정신 장애인 스포츠
2014.1.11~12	2014 드래곤과 라이온 댄스선수권 대회	홍콩 콜리 세움	홍콩 중국 무술 드래곤과 라이온 댄스 협회

자료 : 홍콩 LCSD 홈페이지, www.lcsd.gov.hk

(5) 스포츠 보조금 제도

LCSD는 스포츠를 촉진하고 개발하기 위해 국가 스포츠 협회(NSAs)에 매년 보조금을 제공하는 스포츠 보조금 제도를 관리한다. 스포츠 교육 프로그램(학교 및 단체), 지역 대회, 지역 스포츠클럽의 프로젝트 등의 팀 훈련 프로그램 및 해외 지역 국제 행사를 지원한다. 자격 조건 및 신청 절차에 따라 지원하고 있으며, 자격 조건 및 신청 절차는 홈페이지에 기술하여 응시하도록 되어 있다.

(6) 녹화 (greening, 綠化)

녹화는 크게 네 가지 전략인 그린 홍콩 캠페인, 그린 교육 리소스 센터, 홍콩 꽃축제, 나무의 보존 및 등록으로 나누어져 있으며 각 전략에 따른 홈페이지 구성이 특징이다.

그린 홍콩 캠페인은 지역 사회의 녹색화를 촉진하기 위해 조경 및 원예 등을 통해 대중의 인식을 개선하는 것을 목표로 교육 및 사회 프로그램을 진행하고 있다. 교육 프로그램 및 전시회 등을 통해 환경 보호에 대한 대중의 인식을 향상시키고, 효과적으로 녹화를 보급하기 위해 사회참여 프로그램 및 사회 공헌 활동 프로그램을 구성하고 있다. 이러한 프로그램으로는 그린 자원봉사, 공동으로 나무심기, 공동체 정원 프로그램 등을 실시하고 있다.

LCSD는 녹화를 촉진하고 녹화 및 환경 보호에 대한 대중의 인식 향상을 위해 구룡 공원에 그린 교육 리소스 센터를 설립했다. 그린 교육 리소스 센터는 전시 갤러리, 강의실, 도서관, 회의실, 야외 활동 공간으로 이루어져 있으며 난초, 선인장, 실내 식물, 관상용 식물 등이 전시되어 있다. 정기적으로 예약이 가능하다.

홍콩 꽃축제는 LCSD의 주요 행사로 원예에 대한 인식을 촉진하기 위해 개최되었다. 매년 전 세계의 관광객 및 원예 애호가들의 축제로 자리잡아가고 있다. 2014년 3월 7일부터 14일까지 개최 예정이며 다양한 연령대의 방문객을 위해 꽃 전시 뿐 아니라 학생 그리기 대회, 사진 공모전, 전시 대회, 음악, 문화 공연, 녹색 마차, 오락 프로그램 및 게임 등을 함께 진행하고 있다.

정부는 환경보호를 위해 나무의 보존 및 등록을 통해 녹화를 진행 중이다. 농업 및 수산부 등과 함께 LCSD 부서가 협력하여 지역의 가치 있는 500개의 나무를 발견하여 보존 및 등록, 관리하고 있다.

(7) 여가장소 면허 허가

LCSD는 여가장소(놀이공원 및 오락장소 등)의 집행에 대한 책임을 지고 있으며, 법률 제정 및 면허 허가 여부를 관리하고 있다. 법률에 의해 규정된 허가 조건을 충족하는 여가 장소 및 시설에 한해 허가

를 내주고 있다. 공공 볼링장 및 스케이팅 장 등의 시설의 건물 안전 및 화재 안전 여부, 건강과 공공 이익과 관련된 규정에 따르는지 확인 후 시설 허가를 내준다.

(8) 정보제공

지역사회 레크리에이션 및 스포츠 프로그램, 기타 여가 활동에 대한 정보를 제공하여 보다 많은 시민들이 참여할 수 있는 기회를 제공하고 있다.

(9) 기타

LCSD는 사회 통합 장애를 가진 사람들을 격려하기 위해 사회복지부(Social Welfare Department)와 함께 장애인에게 보다 많은 고용 기회를 제공하고 있는 8개의 레스토랑 및 발급기(kiosk), 스포츠 용품 판매점(pro shop) 등의 스포츠 관련 장소(공원과 스포츠 시설 포함) 입찰을 실시하고, 입찰된 8개의 조직의 재정 및 관리 지원을 하고 있다. 입찰된 조직은 최소 5년 동안 장애인 고용과 관련된 경험과 전문 지식을 가지고 복지와 자선활동에 참여해야 한다. 8개 장소를 공개하고 관련 정보를 제공하고 있다. 이 외에도 기타 공공경기장 및 장소에서의 흡연 및 금연 여부를 공개하고 있다.

2013 여가백서

참고문헌

- 고용노동부, 각 년도, 『고용노동통계연감』
- 교육과학기술부(2012), 『2012년 국가평생교육통계조사』
- 골프존(2013), 『대한민국 골프백서』, 백산출판사.
- 국민체육진흥공단(2011), 『한국 4대 스포츠리그의 경제적파급효과 분석연구』
- 김산환 외(2013), 『대한민국 오토캠핑장 602』
- 문화체육관광부(2006), 『2006 여가백서』
- 문화체육관광부(2007), 『2007 여가백서』
- 문화체육관광부(2008), 『여가 그리고 정책』
- 문화체육관광부(2009), 『2009 체육백서』
- 문화체육관광부(2012), 『2012 전국 문화기반시설 총람』
- 문화체육관광부(2012), 『2011 외래관광객 실태조사』
- 문화체육관광부(2012), 『2012 국민여가활동조사』
- 문화체육관광부(2012), 『2012 문화기반시설 총람』
- 문화체육관광부(2012), 『2012 스포츠산업 실태조사』
- 문화체육관광부(2012), 『2012 체육백서』
- 문화체육관광부(2012), 『문화예술정책백서』
- 문화체육관광부(2012), 『전국 등록·신고 체육시설업 현황』
- 문화체육관광부(2013), 『박물관운영실태조사』
- 문화체육관광부(2013), 『미술관운영실태조사』
- 문화체육관광부·예술경영지원센터(2010), 『2010 문예회관 운영현황 조사』
- 문화체육관광부·예술경영지원센터(2008), 『공연예술실태조사』
- 문화체육관광부·예술경영지원센터(2012), 『공연예술실태조사』
- 문화체육관광부·예술경영지원센터(2013), 『공연예술실태조사』
- 보건복지부(2013), 『2013 노인복지시설현황』
- 보건복지부·한국사회복지협의회(2012), 『2012 사회복지시설평가』
- 산림청, 각 년도, 『임업통계연보』
- 심재민 외(2006), 『2005년 하반기 정보화 실태조사』, 한국인터넷진흥원.
- 안전행정부(2012), 『2012년도 주민자치센터 설치 및 운영현황』 내부자료.

- 여성가족부(2007), 『전국 여성회관 현황』
 - 영화진흥위원회(2013), 『한국영화연감』
 - 이기훈(2011), 『게임산업의 전망 및 최근동향, 정보통신정책연구』
 - 일본 문부성(2013), 『일본의 문화정책』
 - 일본생산성본부, 『일본레저백서(2009년~2012년)』
 - 일본생산성본부, 『일본레저백서(2011년~2013년)』
 - 일본생산성본부(2013), 『2013일본레저백서』
 - 정보통신산업진흥원(2013), 『주간 IT산업 주요 이슈』2013-15호
 - 최석호(2006), 『한국사회와 한국여가』, 한국학술정보.
 - 최석호(2012), 『중국인이 몰려온다』백산출판사.
 - 한국관광공사(2011), 『2011 가족여행실태조사』
 - 한국관광공사(2011), 『스포츠 관광 마케팅 활성화 연구』
 - 한국문화관광연구원(2005), 『여가시설 최소기준연구』
 - 한국문화관광연구원(2009), 『OECD주요국 여가정책 사례연구』
 - 한국문화콘텐츠진흥원(2006), 『음악산업백서 2006』
 - 한국은행, 각 년도(2000~2011), 산업연관표.
 - 한국인터넷진흥원(2012), 『2012년 하반기 스마트폰 이용실태조사』
 - 한국콘텐츠진흥원 (2012), 『방송영상산업백서』
 - 한국콘텐츠진흥원(2012), 『2012방송영상산업백서』
 - 한국콘텐츠진흥원(2012), 『음악산업백서2012』
 - 한국콘텐츠진흥원(2012), 『2013년 2분기 콘텐츠산업 동향분석보고서』
 - 한국콘텐츠진흥원(2012), 『게임백서』
 - 한국프로야구연맹(2013), 『2013 한국프로야구 연감』
-
- Baxter, Laura(2009), 『Hospitality Vision-Asia Pacific Performance Review』, Deloitte.
 - DCMS(2013), 『Department for Culture Media&Sport Annual Report and Accounts』
 - IFPI(2012), 『Digital Music Report 2012』
 - IFPI(2013), 『Digital Music Report 2013』

- Leontief(1941), The Structure of American Economy 1919–1929: An Empirical Application of Equilibrium Analysis. Harvard University Press.
- Leontief(1951), The Structure of American Economy 1919–1939: An Empirical Application of Equilibrium Analysis. Oxford University Press.
- MPAA(2013), 『Theatrical Market Statistics 2012』
- MPAA(Motion Picture Association of America), 『Theatrical Market Statistics 2011』
- MPAA(2013), 『Theatrical Market Statistics 2012』
- OECD(2009), 『Society at a Glance : OECD Social Indicators』
- Osterwalder, 『Alexander & Yves Pigneur』. 2010. Business Model Generation. Wiley.
- PwC(2012), 『Global entertainment and media outlook 2012–2016 Industry overview』
- PWC(2013), 『Global Entertainment and Media outlook』
- PWC(2013), 『TV Subscription and License, Television Advertising, Radio Entertainment outlook, 2008–2017』
- PWC(2011), 『Changing the Game – Outlook for the Global Sports Market to 2015』
- RIAA(2013), 『2012 RIAA Music Industry Shipment and Revenue Statistics』
- Richard K. Miller & Associates(2013), 『Sports Marketing 2013』
- Richard K. Miller & Associates(2013), 『2012–2013 Leisure Market Research Handbook』
- U.S. Census Bureau, 『Statistical Abstract of the united States 2012』
- UN(1966), “Problems of Input–Output Tables and Analyses”.
- World Economic Forum(2013), 『The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013』
- WTTC(2013), 『Economic Impact of Travel and Tourism Mid–Year Update October 2013』
- WTTC(2011), 『Travel and Tourism 2011』

- 경제정책연구센터 홈페이지, <http://www.cepr.net>
- 관광지식정보시스템, <http://www.tour.go.kr>
- 문화예술지식정보시스템 홈페이지, <http://policydb.kcti.re.kr/>

- 기획재정부 홈페이지, <http://www.mosf.go.kr>
 - 교육부 홈페이지, <http://www.moe.go.kr>
 - 고용노동부 홈페이지, <http://www.moel.go.kr>
 - 국토교통부 홈페이지, <http://www.molit.go.kr>
 - 농림축산부 홈페이지, <http://www.mafra.go.kr>
 - 문화체육관광부 홈페이지, <http://www.mcst.go.kr>
 - 보건복지부 홈페이지, <http://www.mw.go.kr>
 - 안전행정부 홈페이지, <http://www.mospa.go.kr>
 - 환경부 홈페이지, <http://www.me.go.kr>
 - 해양수산부 홈페이지, <http://www.mof.go.kr>
-
- 강원도 태백시 홈페이지, <http://www.taebaek.go.kr/site/home/page/main.asp>
 - 경기도 화성시 홈페이지, <http://www.hscity.go.kr>
 - 경상남도 거제시 홈페이지, <http://www.geoje.go.kr/index.sko>
 - 경상남도 창원시 홈페이지, <http://www.changwon.go.kr>
 - 경상남도 통영시 홈페이지, <http://www.tongyeong.go.kr/main>
 - 경상북도 영천시 홈페이지, <http://yc.go.kr/ycMain/main.do>
 - 광주광역시 홈페이지, <https://www.gwangju.go.kr/index.do?S=S01>
 - 대전광역시 홈페이지, <http://www.daejeon.go.kr/>
 - 부산광역시 홈페이지, <http://www.busan.go.kr>
 - 서울특별시 한강사업본부 홈페이지, <http://hangang.seoul.go.kr>
 - 서울특별시청 홈페이지, <http://www.seoul.go.kr/main/index.html>
 - 세종특별자치시 홈페이지, <http://www.sejong.go.kr/index.do>
 - 울산광역시 홈페이지, <http://www.ulsan.go.kr>
 - 인천광역시 홈페이지, <http://www.incheon.go.kr/index.do>
 - 전라남도 목포시 홈페이지, <http://www.mokpo.go.kr>
 - 충청남도 공주시 홈페이지, <http://www.gongju.go.kr/home.do>

- OECD 홈페이지, <http://www.oecd.org>
- UK-wide Family Arts, Festival launches, <http://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-22950880>
- UN 홈페이지, <http://unsdsn.org>, 『UN 세계행복보고서』
- 도요코 인 홈페이지, <http://www.toyoko-inn.kr>
- 미국 국립공원관리청, <http://www.nps.gov>
- 미국 공원 · 레크리에이션부, <http://www.dpr.dc.gov>
- 미국 교통부, <http://www.dot.gov>
- 미국 내무부, <http://www.doi.gov>
- 미국 산림청, <http://www.fs.fed.us>
- 미국 야생생물관리처, <http://www.fws.gov>
- 미국 여행정보제공사이트, <http://www.recreation.gov>
- 미국 재향군인관리국, <http://www.va.gov>
- 미국 토지관리국 홈페이지, <http://www.blm.gov>
- 미국 테네시계곡개발청, <http://www.tva.gov>
- 스포츠영국(SPORT ENGLAND) 홈페이지, <http://www.sportengland.org/>
- 영국 Royal Parks 홈페이지, <http://www.royalparks.org.uk/>
- 영국 예술위원회 홈페이지, <http://www.artscouncil.org.uk/>
- 영국 정부기관 홈페이지, <http://www.gov.uk>
- 영국 Culture24 홈페이지, <http://www.culture24.org.uk/>
- 영국DCMS홈페이지,
<https://www.gov.uk/government/policies/supporting-vibrant-and-sustainable-arts-and-culture>
- 영국 ISPAL 홈페이지, <http://www.heacademy.ac.uk/hlst/resources/a-zdirectory/ispal>
- 영국 ISPAL, LSA, ATLAS 소개 홈페이지, <http://www.heacademy.ac.uk/hlst/resources/a-zdirectory/leisure>
- 영국 NATURAL ENGLAND 홈페이지, <http://www.naturalengland.org.uk/>
- 익스피디아 홈페이지, <http://www.expedia.co.kr>
- 일본 문부과학성 홈페이지, http://www.mext.go.jp/a_menu/sports/
- 일본 문화청 홈페이지, <http://www.bunka.go.jp/index.html>
- 홍콩 LCSD 홈페이지, <http://www.lcsd.gov.hk>



2013 여가백서



부 록



1. 여가산업 부문 정의

■ <표 1> 2005년 산업연관표 여가부문 정의 ■

통합대분류 (28부문)		통합중분류 (77부문)		통합소분류 (168부문)		기본부문 (404부문)	
01	농림수산물	01	작물	005	비식용작물	014	화훼작물
03	음식료품	09	육류 및 낙농품	020	낙농품	050	아이스크림
		12	기타 식료품	026	빵 · 과자 및 국수류	063	빵 및 곡분과자
				027	조미료	064	코코아제품 및 설탕과자
				030	기타 식료품	069	기타 조미료
				072	커피 및 차류	073	인삼식품
		13	음료수	031	주류	078	소주
				032	음료수 및 얼음	079	맥주
						080	기타 주류
		15	담배	034	담배	081	비알콜성음료
		04	섬유 및 가죽제품	17	의복 및 섬유제품	038	편직제 의복 및 장신품
039	직물제 의복 및 장신품					099	편직제 의류
040	가죽 및 모피의류					101	직물제 의류
041	기타 섬유제품					102	기타 장신품
103	가죽의류						
104	모피의류						
18	가죽제품			043	가방 및 핸드백	109	직물제품
044	신발	110	가방 및 핸드백	112	운동화 및 기타 신발		
05	목재 및 종이제품	19	목재 및 목제품	047	목제품	119	기타 목제품
06	인쇄 및 복제	21	인쇄 및 복제	051	인쇄 및 복제	130	기록매체 출판 및 복제
08	화학제품	28	의약품 및 화장품	064	화장품 및 비누	156	화장품 및 처약
		29	기타 화학제품	066	기타 화학제품	164	사진용 화학제품
09	비금속 광물제품	32	유리제품	070	유리제품	174	기타 유리제품
		33	도자기 및 점토제품	071	도자기	176	가정용 도자기
13	전기 및 전자기기	44	영상 · 음향 및 통신기기	101	영상 및 음향기기	256	TV
						257	음향기기
						258	기타 영상 · 음향기기
				102	통신 및 방송기기	259	유선통신기기
		260	무선통신단말기				
		45	컴퓨터 및 사무기기	103	컴퓨터 및 주변기기	261	무선통신시스템 및 방송장비
						262	컴퓨터 및 주변기기

통합대분류 (28부문)		통합중분류 (77부문)		통합소분류 (168부문)		기본부문 (404부문)			
14	정밀기기	47	정밀기기	107	광학기기	271	촬영기 및 영상기		
				108	시계	272	기타 광학기기		
				112	선박	273	시계		
15	수송장비	79	선박	112	선박	282	기타 선박		
				50	기타 수송장비	115	기타 수송장비	286	모터사이클
								287	자전거 및 기타 운수 장비
16	가구 및 기타 제조업제품	58	기타 제조업제품	57	가구	122	가구		
				59	기타 제조업제품	59	기타 제조업제품	298	장난감 및 운동용품
								299	운동 및 경기용품
								300	악기
								301	문방구
								302	귀금속 및 보석
								303	모형 및 장식용품
				20	음식점 및 숙박	58	음식점 및 숙박	130	음식점
324	주점								
325	기타음식점								
21	운수	60	수상 및 항공운송	59	육상운송	131	숙박		
						132	철도운송	326	숙박
				133	도로운송	135	수상운송	327	철도여객운송
								329	도로여객운송
				136	항공운송	137	운수보조서비스	332	연안 및 내륙 수상운송
								333	외항운송
				61	운수관련서비스	140	기타 운수관련서비스	334	항공운송
								335	육상운수보조서비스
								336	수상운수보조서비스
				22	통신 및 방송	62	통신	141	우편 및 전화
340	기타 운수관련서비스								
142	부가통신 및 정보 서비스	342	전화						
		343	초고속망서비스						
143 143	방송	346	지상파방송						
347	유선 및 위성방송								
24	부동산 및 사업서비스	68	기타 사업서비스	154	기타 사업서비스	371	기타 사업서비스		
26	교육 및 보건	70	교육서비스	156	교육기관	376	교육기관(산업)		

통합대분류 (28부문)		통합중분류 (77부문)		통합소분류 (168부문)		기본부문 (404부문)	
27	사회 및 기타서비스	74	출판 및 문화 서비스	160	출판서비스	384	신문
						385	출판
				161	문화서비스	386	문화서비스(국공립)
						387	문화서비스(기타)
		75	오락서비스	162	오락서비스	389	영화상영
						390	연극·음악 및 기타 예술
						391	운동 및 경기관련서비스
						392	기타 오락서비스
		76	사회단체	163	사회단체	394	기타 사회단체(비영리)
		77	기타서비스	165	개인서비스	398	이용 및 미용
						400	기타 개인서비스

자료 : 한국은행, 2008: 847-852

2. 여가부문 가중치

■ <표 2> 2000년 · 2003년 · 2005년 산업연관표 여가부문 가중치 ■

여가부문	여가활동	재화 및 서비스
스포츠산업	시설	388 국공립 문화서비스(운동경기장), 392 운동 및 경기 관련 서비스(체육관 · 수영장 · 골프장 · 헬스클럽), 392 운동 및 경기 관련 서비스(기타 가중치 0.7995)
	용품	83 청량음료(알칼리성 이온음료), 103 편직제의류(운동복), 105 직물제의류(운동복), 109 직물제품(텐트 · 캠핑용품 · 구명자켓 및 안전벨트 · 기타), 116 운동화 및 기타 신발(운동화 · 경기용 및 특수 신발), 279 기타 광학기기(선글라스), 289 기타 선박(오락/경기용 보트), 293 모터사이클(모터사이클 수입금액만 포함), 294 자전거 및 기타 운수장비(일반 자전거), 299 운동 및 경기용품(라켓 · 공 · 경기용장갑 · 골프장비 · 기타 · 낚시용구 · 수렵용구 · 체조/육상/놀이터용 장비 · 기타)
	경기	392 운동 및 경기 관련 서비스(자영경기인 · 경기단체 및 후원회 · 경기장운영), 392 운동 및 경기 관련 서비스(기타 가중치 0.3363), 395 기타 사회단체(체육단체),
관광산업	여행	345 기타 운수관련서비스(여행알선), 388 국공립 문화서비스(관광명소),
	식사	331 음식점(한식 · 중식 · 일식 · 양식 · 고급음식점 · 기타 식당)
	숙박	109 직물제품(린넨), 332 숙박(호텔 · 여관 · 기타)
	교통	333 철도여행운송(철도여행), 335 도로여행운송(고속시외버스 · 전세 및 관광버스), 337 연안 및 내륙 수상운송(내항여행 · 내륙 수상여행), 338 외항운송(외항여행), 339 항공운송(항공여행), 340 육상운수보조서비스(유료도로운행 · 정류장운영), 341 수상운수보조서비스(항만시설 및 수료운영), 342 항공운수보조서비스(항공터미널 시설운영),
예술산업	고전음악 (국악 · 양악 · 오페라)	136 기록매체 출판 및 복제(오디오 출판 및 복제 가중치 0.0525), 264 음향기기(카세트녹음기 · 뮤직센터 · 스피커시스템 · 앰프셋 · 레코드플레이어 · 전축용데크 · 컴팩트디스크플레이어 · MP3플레이어 가중치 0.0335), 269 컴퓨터 및 주변기기(개인용컴퓨터 · 컴퓨터용수상기 가중치 0.0055), 300 악기(건반현악기 · 건반관악기 · 현악기 · 관악기 · 타악기 · 국악기 · 기타 가중치 0.1947), 348 초고속망서비스(고전음악 가중치 0.0055), 391 연극, 음악 및 기타 예술(극장 · 연예단체 · 자영예술가 · 기타 가중치 0.2464),
	회화	301 문방구(크레파스 및 파스텔 · 그림물감), 388 국공립 문화서비스(미술관 가중치 0.0260), 389 기타 문화서비스(박물관 · 미술관 · 과학관 가중치 0.1468)
	무용 및 기타 공연예술	388 국공립 문화서비스(예술단 · 공연장 · 기타), 391 연극, 음악 및 기타 예술(극장 · 연예단체 · 자영예술가 · 기타 가중치 0.0416),
	패션	105 직물제의류(캐주얼웨어 가중치 0.302 · 전통의복 가중치 0.875), 106 기타 장신품(모자 · 장갑 · 타이 및 목도리 · 벨트 · 기타 가중치 0.302), 107 가죽의류(가중치 0.302), 108 모피의류(가중치 0.1488), 114 가방 및 핸드백(가방 · 핸드백 가중치 0.302), 302 귀금속 및 보석(귀금속제품 · 도금귀금속제품 · 기타),
	미용	162 화장품 및 치약(립스틱 · 화운데이션 및 콤팩트 · 눈화장품 · 기타 · 헤어스프레이 및 무스 · 염색약 · 기타 · 메니큐어제거제 · 일소방지용화장품 · 향수제품 · 기타), 303 모형 및 장식용품(머리핀 · 가발 및 가늌셋 · 기타), 399 이용 및 미용(이용 · 미용 · 기타 미용관련 서비스), 401 기타 개인서비스(목욕탕)
	공예	105 전통의복(한복장신구 가중치 0.0125), 109 직물제품(자수제품), 123 기타 목제품(장식용목제품 · 축세공품), 180 기타 유리제품(장식용 유리제품), 295 목재가구(나전칠 가구), 303 모형 및 장식용품(신변모조장식품 · 조화 · 모조장식품),
	도예	182 가정용 도자기(장식용 도자기)
	원예	14 화훼작물

여가부문	여가활동	재화 및 서비스
엔터테인먼트산업	텔레비전 라디오	262 TV(칼라TV · 디지털TV · 액정화면TV · 프로젝션TV 가중치 0.8429), 264 음향기기(라디오 · 카오디오), 264 음향기기(튜너 가중치 0.6884), 268 무선통신시스템 및 방송장비(위성방송 수신기 · 위성방송 수신용 안테나 · 지상파방송 송수신기 · 유선방송 송수신기), 269 컴퓨터 및 주변기기(개인용컴퓨터 · 컴퓨터용수상기 가중치 0.0417), 348 초고속망서비스(텔레비전 가중치 0.0417), 350 지상파방송(라디오 · TV), 351 유선방송(종합유선방송 · 중계유선방송 · 기타),
	외식 및 식도락(식사 · 음주 등)	51 아이스크림, 64 빵 및 곡분과자(도넛 · 피자 · 케이크 · 기타), 65 설탕과자(캔디류 · 초콜렛과자 · 껌 · 기타), 80 소주, 81 맥주, 82 기타 주류, 83 청량음료(콜라 · 사이다 · 과일향 음료), 331음식점(한국식 유흥주점 · 일반 유흥주점 · 무도 유흥주점 · 기타 유흥주점)
	영화	136 기록매체 출판 및 복제(비디오복제), 263 VTR(VTR), 265 기타 영상음향기기(VCR 복합 TV 수상기 · DVD플레이어), 269 컴퓨터 및 주변기기(개인용컴퓨터 · 컴퓨터용수상기 가중치 0.0219), 278 촬영기 및 영상기(영화 촬영기 및 영상기 가중치 0.5778), 348 초고속망서비스(영화 가중치 0.0219), 390 영화(영화상영),
	연극 및 기타 공연	391 연극, 음악 및 기타 예술(극장 · 연예단체 · 자영예술가 · 기타 가중치 0.3901),
	대중음악 뮤지컬	136 기록매체 출판 및 복제(오디오 출판 및 복제 가중치 0.9475), 264 음향기기(카세트녹음기 · 뮤직센터 · 스피커시스템 · 앰프셋 · 레코드플레이어 · 전축용데크 · 컴팩트디스크플레이어 · MP3플레이어 가중치 0.6049), 265 기타 영상음향기기(모니터 · 영상반주기 · 마이크 및 스탠드 · 헤드폰 및 이어폰), 269 컴퓨터 및 주변기기(개인용컴퓨터 · 컴퓨터용수상기 가중치 0.0993), 300 악기(건반현악기 · 건반관악기 · 현악기 · 관악기 · 타악기 · 전자악기 · 기타 가중치 0.8053), 348 초고속망서비스(대중음악 가중치 0.0993), 391 연극, 음악 및 기타 예술(극장 · 연예단체 · 자영예술가 · 기타 가중치 0.3218),
	기타 관람	388 국공립 문화서비스(박물관/과학관/미술관 가중치 0.2569), 389 기타 문화서비스(박물관/과학관/미술관 가중치 0.5183 · 기타)
	독서	133 신문, 134 출판, 269 컴퓨터 및 주변기기(개인용컴퓨터 · 컴퓨터용수상기 가중치 0.0469), 348 초고속망서비스(대중음악 가중치 0.0469), 388 국공립 문화서비스(도서관), 389 기타 문화서비스(도서관),
	사진	170 사진용 화학제품(롤상필름), 278 촬영기 및 영상기(디지털카메라 · 일반카메라 · 캠코더), 279 기타 광학기(렌즈 가중치 0.2808),
	리조트 및 테마파크	332 숙박(콘도미니엄), 388 국공립 문화서비스(공원 및 해수욕장), 392 운동 및 경기 관련 서비스(스키장), 392 운동 및 경기 관련 서비스(기타 가중치 0.0339), 393 기타 오락 서비스(유원지),
	게임	267 무선통신단말기(휴대폰 가중치 0.0353), 269 컴퓨터 및 주변기기(개인용컴퓨터 · 컴퓨터용수상기 가중치 0.0690), 298 장난감 및 오락용품(비디오게임), 347 전화무선통신서비스 가중치 0.0353), 348 초고속망서비스(게임 가중치 0.0690),
도박	393 기타 오락서비스(도박장 · 경마장 및 경륜장 · 기타),	
놀이	298 장난감 및 오락용품(세발자전거 · 조립식장난감 · 장난감악기 · 기타 · 인형), 393 기타 오락서비스(오락장),	
기타	사교	69 기타 조미료(커피크리머), 74 커피 및 차류, 75 인삼식품(인삼차 및 홍삼차), 83 청량음료(커피음료), 266 유선통신단말기(전화기 가중치 0.0680), 267 무선통신단말기(휴대폰 가중치 0.2382), 269 컴퓨터 및 주변기기(개인용컴퓨터 · 컴퓨터용수상기 가중치 0.1439), 331 음식점(제과점 · 다방), 347 전화(유선통신서비스 가중치 0.0680 · 무선통신서비스 가중치 0.2382), 348 초고속망서비스(사교 가중치 0.1439), 393 기타 오락서비스(무도장), 401 기타 개인서비스(예약장)
	휴식	86 담배, 182 가정용 도자기(가정용 도자기 가중치 0.359), 262 TV(칼라TV · 디지털TV · 액정화면TV · 프로젝션TV 가중치 0.1571), 264 음향기기(라디오 · 카오디오 · 튜너 가중치 0.8750),
	교육	376 교육기관(전문강습소 · 일반강습소 · 기타), 388 국공립 문화서비스(박물관/과학관/미술관 가중치 0.0428), 389 기타 문화서비스(박물관/과학관/미술관 가중치 0.0092)
	종교	395 기타 사회단체(종교단체)

■ <표 3> 2009년 산업연관표 여가부문 가중치 ■

여가부문	구분	재화 및 서비스
스포츠산업	시설	388 국공립 문화서비스(운동경기장), 388 국공립 문화서비스(운동경기장), 392 운동 및 경기 관련 서비스(체육관·수영장·골프장·헬스클럽), 392 운동 및 경기 관련 서비스(기타 가중치 0.7995)
	용품	83 청량음료(알칼리성 이온음료), 103 편직제의류(운동복), 105 직물제의류(운동복), 109 직물제품(텐트·캠핑용품·구명자켓 및 안전벨트·기타), 116 운동화 및 기타 신발(운동화·경기용 및 특수 신발), 279 기타 광학기기(선글라스), 289 기타 선박(오락/경기용 보트), 293 모터사이클(모터사이클 수입금액만 포함), 294 자전거 및 기타 운수장비(일반 자전거), 299 운동 및 경기용품(라켓·공·경기용장갑·골프장비·기타·낚시용구·수렵용구·체조/육상/놀이터용 장비·기타)
	경기	392 운동 및 경기 관련 서비스(자영경기인·경기단체 및 후원회·경기장운영), 392 운동 및 경기 관련 서비스(기타 가중치 0.3363), 395 기타 사회단체(체육단체)
관광산업	여행	345 기타 운수관련서비스(여행알선), 388 국공립 문화서비스(관광명소),
	식사	331 음식점(한식·중식·일식·양식·고급음식점·기타 식당)
	숙박	109 직물제품(린넨), 332 숙박(호텔·여관·기타)
	교통	333 철도여객운송(철도여객), 335 도로여객운송(고속시외버스·전세 및 관광버스), 337 연안 및 내륙 수상운송(내항여객·내륙 수상여객), 338 외항운송(외항여객), 339 항공운송(항공여객), 340 육상운수보조서비스(유료도로운행·정류장운영), 341 수상운수보조서비스(항만시설 및 수로운영), 342 항공운수보조서비스(항공터미널 시설운영),
예술산업	고전음악	136 기록매체 출판 및 복제(오디오 출판 및 복제 가중치 0.0525), 264 음향기기(카세트녹음기·뮤직센터·스피커시스템·엠프셋트·레코드플레이어·전축용데크·컴팩트디스크플레이어·MP3플레이어 가중치 0.0335), 267 무선통신단말기(휴대폰 가중치 0.0021), 269 컴퓨터 및 주변기기(개인용컴퓨터·컴퓨터용수상기 가중치 0.0055), 300 악기(건반현악기·건반관악기·현악기·관악기·타악기·기타·국악기·기타 가중치 0.1947), 347 전화(무선통신서비스 가중치 0.0021), 348 초고속망서비스(고전음악 가중치 0.0055), 391 연극, 음악 및 기타 예술(극장·연예단체·자영예술가·기타 가중치 0.2464),
	회화	301 문방구(크레파스 및 파스텔·그림물감), 388 국공립 문화서비스(박물관·미술관·가중치 0.0260), 389 기타 문화서비스(박물관·미술관·과학관 가중치 0.1468)
	무용 및 기타 공연예술	388 국공립 문화서비스(예술단·공연장·기타), 391 연극, 음악 및 기타 예술(기타), 391 연극, 음악 및 기타 예술(극장·연예단체·자영예술가·기타 가중치 0.0416),
	패션	105 직물제의류(캐주얼웨어 가중치 0.302·전통의복 가중치 0.875), 106 기타 장신품(모자·장갑·타이 및 목도리·벨트·기타 가중치 0.302), 107 가죽의류(가중치 0.302), 108 모피의류(가중치 0.1488), 114 가방 및 핸드백(가방·핸드백 가중치 0.302), 302 귀금속 및 보석(귀금속제품·도금귀금속제품·기타),
예술산업	미용	162 화장품 및 치약(립스틱·화운데이션 및 콤팩트·눈화장품·기타·헤어스프레이 및 무스·염색약·기타·메니큐어제거제·일소방지용화장품·향수제품·기타), 303 모형 및 장식용품(머리핀·가발 및 가늌셋·기타), 399 이용 및 미용(이용·미용·기타 미용관련 서비스), 401 기타 개인서비스(목욕탕)
	공예	105 전통의복(한복장신구 가중치 0.0125), 109 직물제품(자수제품), 123 기타 목제품(장식용목제품·축세공품), 180 기타 유리제품(장식용 유리제품), 295 목재가구(나전칠기가구), 303 모형 및 장식용품(신변모조장식품·조화·모조장식품),
	도예	182 가정용 도자기(장식용 도자기)
	원예	14 화훼작물

여가부문	구분	재화 및 서비스
엔터테인먼트산업	텔레비전 라디오	262 TV(칼라TV · 디지털TV · 액정화면TV · 프로젝션TV 가중치 0.8429), 264 음향기기(라디오 · 카오디오), 264 음향기기(튜너 가중치 0.6884), 267 무선통신단말기(휴대폰 가중치 0.0144), 268 무선통신시스템 및 방송장비(위성방송수신기 · 위성방송 수신기 · 위성방송 수신용 안테나 · 기타 · 지상파방송 송수신기 · 유선방송 송수신기 · 기타), 268 무선통신시스템 및 방송장비(위성방송 수신기 · 위성방송 수신용 안테나 · 지상파방송 송수신기 · 유선방송 송수신기), 269 컴퓨터 및 주변기기(개인용컴퓨터 · 컴퓨터용수상기 가중치 0.0417), 347 전화(무선통신서비스 가중치 0.0144), 348 초고속망서비스(텔레비전 가중치 0.0417), 350 지상파방송(라디오 · TV), 351 유선방송(종합유선방송 · 중계유선방송 · 기타),
	외식 및 식도락(식사 · 음주 · 커피 등)	51 아이스크림, 64 빵 및 곡분과자(도넛 · 피자 · 케이크 · 기타), 65 설탕과자(캔디류 · 초콜렛과자 · 껌 · 기타), 80 소주, 81 맥주, 82 기타 주류, 83 청량음료(콜라 · 사이다 · 과일향 음료), 331음식점(한국식 유흥주점 · 일반 유흥주점 · 무도 유흥주점 · 기타 유흥주점),
	영화	136 기록매체 출판 및 복제(비디오복제), 263 VTR(VTR), 265 기타 영상음향기기(VCR 포함 TV 수상기 · DVD플레이어), 267 무선통신단말기(휴대폰 가중치 0.0192), 269 컴퓨터 및 주변기기(개인용컴퓨터 · 컴퓨터용수상기 가중치 0.0219), 278 촬영기 및 영상기(영화 촬영기 및 영상기 가중치 0.5778), 347 전화(무선통신서비스 가중치 0.0192), 348 초고속망서비스(영화 가중치 0.0219), 390 영화(영화상영),
	연극 및 기타 공연	391 연극, 음악 및 기타 예술(극장 · 연예단체 · 지역예술가 · 기타 가중치 0.3901),
	대중음악 뮤지컬	136 기록매체 출판 및 복제(오디오 출판 및 복제 가중치 0.9475), 264 음향기기(카세트녹음기 · 뮤직센터 · 스피커시스템 · 엠프셋트 · 레코드플레이어 · 전축용데크 · 컴팩트디스크플레이어 · MP3플레이어 가중치 0.6049), 265 기타 영상음향기기(모니터 · 영상반주기 · 마이크 및 스탠드 · 헤드폰 및 이어폰), 267 무선통신단말기(휴대폰 가중치 0.0374), 269 컴퓨터 및 주변기기(개인용컴퓨터 · 컴퓨터용수상기 가중치 0.0993), 300 악기(건반현악기 · 건반관악기 · 현악기 · 관악기 · 타악기 · 전자악기 · 기타 가중치 0.8053), 347 전화(무선통신서비스 가중치 0.0374), 391 연극, 음악 및 기타 예술(극장 · 연예단체 · 지역예술가 · 기타 가중치 0.3218),
	기타 관람	388 국공립 문화서비스(박물관/과학관/미술관 가중치 0.2569), 389 기타 문화서비스(박물관/과학관/미술관 가중치 0.5183 · 기타)
	독서	133 신문, 134 출판, 269 컴퓨터 및 주변기기(개인용컴퓨터 · 컴퓨터용수상기 가중치 0.0469), 348 초고속망서비스(독서 가중치 0.0469), 388 국공립 문화서비스(도서관), 389 기타 문화서비스(도서관),
	사진	170 사진용 화학제품(물상필름), 278 촬영기 및 영상기(디지털카메라 · 일반카메라 · 캠코더), 279 기타 광학기기(렌즈 가중치 0.2808),
	리조트 및 테마파크	332 숙박(콘도미니엄), 388 국공립 문화서비스(공원 및 해수욕장), 392 운동 및 경기 관련 서비스(스키장), 392 운동 및 경기 관련 서비스(기타 가중치 0.0339), 393 기타 오락 서비스(유원지),
	게임	267 무선통신단말기(휴대폰 가중치 0.0353), 269 컴퓨터 및 주변기기(개인용컴퓨터 · 컴퓨터용수상기 가중치 0.0690), 298 장난감 및 오락용품(비디오게임), 347 전화(무선통신서비스 가중치 0.0353), 348 초고속망서비스(게임 가중치 0.0690),
도박	393 기타 오락서비스(도박장 · 경마장 및 경륜장 · 기타),	
놀이	298 장난감 및 오락용품(세발자전거 · 조립식장난감 · 장난감악기 · 기타 · 인형), 393 기타 오락서비스(오락장),	

여가부문	구분	재화 및 서비스
기타	사교	69 기타 조미료(커피크리머), 74 커피 및 차류, 75 인삼식품(인삼차 및 홍삼차), 83 청량음료(커피음료), 266 유선통신단말기(전화기 가중치 0.0680), 267 무선통신단말기(휴대폰 가중치 0.2382), 269 컴퓨터 및 주변기기(개인용컴퓨터 · 컴퓨터용수상기 가중치 0.1439), 331 음식점(제과점 · 다방), 347 전화(유선통신서비스 가중치 0.0680 · 무선통신서비스 가중치 0.2382), 348 초고속망서비스(사교 가중치 0.1439), 393 기타 오락서비스(무도장), 401 기타 개인서비스(예약장)
	휴식	86 담배, 182 가정용 도자기(가정용 도자기 가중치 0.359), 262 TV(컬라TV · 디지털TV · 액정화면TV · 프로젝션TV 가중치 0.1571), 264 음향기기(라디오 · 카오디오 · 튜너 가중치 0.8750),
	여가교육	376 교육기관(전문강습소 · 일반강습소 · 기타), 388 국공립 문화서비스(박물관/과학관/미술관 가중치 0.0428), 389 기타 문화서비스(박물관/과학관/미술관 가중치 0.0092)
	종교	395 기타 사회단체(종교단체)

3. 여가부문 규모 및 비율

연 도	여가부문			경제전체	
	액수(억 원)	비율(%)	성장률(%)	액수(억 원)	성장률(%)
2000	1311778	8.03		16327160	
2003	1836006	9.14	39.96	20092419	23.06
2005	2474764	10.31	34.79	24014543	19.52
2009	2522876	7.68	1.94	32867249	36.86

■ <표 4> 여가부문 규모변동 추이 ■

여가부문	여가활동	2000년	2003년	2005년	2009년
스포츠산업	시설	3,071,414	3,637,955	6,010,187	8,954,372
	용품	2,989,449	3,754,540	3,322,902	6,498,655
	경기	1,442,861	2,104,664	1,963,216	1,744,322
관광산업	여행	636,853	894,184	1,234,480	1,633,808
	식사	25,336,522	35,594,922	64,056,974	42,835,163
	숙박	3,189,179	4,313,894	4,412,972	5,409,803
	교통	10,025,621	12,311,364	14,765,286	18,903,437
예술산업	고전음악	426,588	543,009	627,372	815,581
	회화	88,059	91,308	86,133	121,772
	무용 및 기타공연예술	417,101	499,900	539,332	775,601
	공예	1,015,899	883,290	709,023	717,478
	도예	267,951	40,030	12,650	6,780

여가부문	여가활동	2000년	2003년	2005년	2009년
엔터테인먼트산업	TV라디오	8,317,171	11,673,348	19,917,328	14,814,669
	외식 및 식도락	19,316,205	23,567,237	36,540,508	28,504,796
	영화	2,729,777	4,712,205	1,384,407	2,645,870
	연극 및 기타공연	348,797	566,764	743,751	1,067,740
	대중음악 뮤지컬	3,927,211	4,006,253	4,230,323	3,599,938
	기타관람	130,153	82,475	137,850	37,107
	독서	7,566,199	9,535,036	10,185,003	11,192,351
	사진	1,254,579	2,410,490	1,651,137	2,949,328
	리조트 및 테마파크	1,792,312	2,075,372	2,798,902	5,183,792
	게임	2,103,586	2,525,807	2,931,184	2,004,026
	도박	1,360,467	5,479,533	3,166,628	5,499,315
	놀이	1,672,068	3,034,103	4,286,766	4,002,594
	패션	1,679,791	4,012,471	2,021,873	2,148,556
	미용	6,273,567	7,633,372	11,813,646	11,958,474
	기타산업	원예	1,295,338	1,710,684	1,859,877
사교		12,014,310	15,370,471	18,611,755	29,174,748
휴식		5,854,829	9,066,759	9,126,909	10,624,290
교육		2,507,534	8,322,371	14,180,002	21,607,027
종교		2,126,408	3,415,483	4,147,977	4,932,527
애완동물					198,583

■ <표 5> 스포츠산업 규모변동 추이 ■

산업	구분	2000	2003	2005	2009
스포츠	시설	3,071,414	3,637,955	6,010,187	8,954,372
	용품	2,989,449	3,754,540	3,322,902	6,498,655
	경기	1,442,861	2,104,664	1,963,216	1,744,322

■ <표 6> 관광산업 규모변동 추이 ■

산업	구분	2000	2003	2005	2009
관광	여행	636,853	894,184	1,234,480	1,633,808
	식사	25,336,522	35,594,922	64,056,974	42,835,163
	숙박	3,189,179	4,313,894	4,412,972	5,409,803
	교통	10,025,621	12,311,364	14,765,286	18,903,437

■ <표 7> 예술산업 규모변동 추이 ■

산업	구분	2000	2003	2005	2009
예술	고전음악	426,588	543,009	627,372	815,581
	회화	88,059	91,308	86,133	121,772
	무용 및 기타공연예술	417,101	499,900	539,332	775,601
	공예	1,015,899	883,290	709,023	717,478
	도예	267,951	40,030	12,650	6,780

■ <표 8> 엔터테인먼트산업 규모변동 추이 ■

산업	구분	2000	2003	2005	2009
엔터테인먼트	TV라디오	8,317,171	11,673,348	19,917,328	14,814,669
	외식 및 식도락	19,316,205	23,567,237	36,540,508	28,504,796
	영화	2,729,777	4,712,205	1,384,407	2,645,870
	연극 및 기타공연	348,797	566,764	743,751	1,067,740
	대중음악 뮤지컬	3,927,211	4,006,253	4,230,323	3,599,938
	기타관람	130,153	82,475	137,850	37,107
	독서	7,566,199	9,535,036	10,185,003	11,192,351
	사진	1,254,579	2,410,490	1,651,137	2,949,328
	리조트 및 테마파크	1,792,312	2,075,372	2,798,902	5,183,792
	게임	2,103,586	2,525,807	2,931,184	2,004,026
	도박	1,360,467	5,479,533	3,166,628	5,499,315
	놀이	1,672,068	3,034,103	4,286,766	4,002,594
	패션	1,679,791	4,012,471	2,021,873	2,148,556
	미용	6,273,567	7,633,372	11,813,646	11,958,474

■ <표 9> 기타산업 규모변동 추이 ■

산업	구분	2000	2003	2005	2009
기타	원예	1,295,338	1,710,684	1,859,877	1,725,129
	사교	12,014,310	15,370,471	18,611,755	29,174,748
	휴식	5,854,829	9,066,759	9,126,909	10,624,290
	교육	2,507,534	8,322,371	14,180,002	21,607,027
	종교	2,126,408	3,415,483	4,147,977	4,932,527
	기타				198,583

4. 투입계수

■ <표 10> 2000년 · 2003년 · 2005년 · 2009년 여가부문 투입계수 ■

여가 부문	2009	2005	2003	2000	구분	2009	2005	2003	2000
스포츠 산업	0.5374	0.5415	0.5152	0.5155	시설	0.4496	0.4960	0.4381	0.4035
					용품	0.7327	0.7109	0.6744	0.7324
					경기	0.4298	0.4175	0.4331	0.4107
관광 산업	0.4606	0.4440	0.4989	0.5099	여행	0.3692	0.3616	0.4067	0.3892
					식사	0.6575	0.6354	0.6000	0.6168
					숙박	0.3298	0.3321	0.5148	0.5683
					교통	0.4860	0.4468	0.4744	0.4654
예술산업	0.5765	0.5585	0.5813	0.5838	고전음악	0.6859	0.6640	0.6677	0.6797
					회화	0.5106	0.4927	0.5545	0.5271
					무용 및 기타공연	0.4139	0.3949	0.4662	0.4462
					공예	0.6305	0.6471	0.6369	0.6819
					도예	0.6414	0.5937	0.6853	0.7092
엔터테인먼트산업	0.5795	0.5618	0.5719	0.5916	TV라디오	0.7016	0.6983	0.5237	0.5563
					외식 및 식도락	0.5778	0.5499	0.6871	0.6947
					영화	0.7381	0.7021	0.4794	0.4764
					연극 및 기타공연	0.4453	0.4225	0.6820	0.7027
					대중음악 뮤지컬	0.7043	0.6808	0.5091	0.4768
					기타관람	0.4068	0.4104	0.6174	0.6187
					독서	0.5796	0.5791	0.7048	0.7130
					사진	0.7674	0.7320	0.3988	0.4022
					리조트 및 테마파크	0.3551	0.3482	0.6052	0.6277
					게임	0.7067	0.6630	0.3724	0.4464
					도박	0.3596	0.3479	0.5088	0.5612
					놀이	0.5749	0.5300	0.7083	0.7697
					패션	0.6649	0.6989	0.5245	0.5274
					미용	0.5317	0.5022	0.2123	0.2362
기타 산업	0.6294	0.5975	0.5147	0.5240	원예	0.6899	0.6327	0.6602	0.6880
					사교	0.6257	0.5987	0.5629	0.5890
					휴식	0.6659	0.6497	0.6429	0.6484
					교육	0.3793	0.3706	0.4611	0.4385
					종교	0.5112	0.4894	0.5485	0.5441
					애완동물	0.9045	0.8440		

5. 고용유발계수

■ <표 11> 2009년 산업별 고용유발계수 ■

순위	통합소분류 번호	통합소분류 명칭	고용유발계수
1	158	사회복지사업	35.0
2	011	농림어업서비스	30.5
3	163	사회단체	25.6
4	154	기타사업서비스	21.1
5	148	연구기관	20.8
6	016	비철금속광석	17.8
7	140	기타 운수관련서비스	16.7
8	132	철도운송	16.7
9	156	교육서비스	16.4
10	012	석탄	15.3
11	134	택배	15.0
12	071	도자기	15.0
13	123	주택건축	15.0
14	131	숙박	14.9
15	129	도소매	14.6
16	164	수리서비스	14.6
17	130	음식점	14.6
18	152	건축 및 공학관련서비스	13.9
19	133	도로운송	13.8
20	125	건축보수	13.8
21	044	신발	13.8
22	165	개인서비스	13.7
23	124	비주택건축	13.7
24	159	위생서비스	13.3
25	145	보험	13.1
26	160	출판서비스	12.8
27	008	임산물	12.4
28	039	직물제의복 및 장신품	12.1
29	128	기타특수건설	12.1
30	153	컴퓨터관련서비스	12.1
31	151	광고	12.0
32	161	문화서비스	12.0
33	167	가계외소비지출	12.0
34	155	공공행정 및 국방	11.9

순위	통합소분류 번호	통합소분류 명칭	고용유발계수
35	029	과실 및 채소 가공품	11.9
36	051	인쇄 및 복제	11.8
37	157	의료 및 보건	11.7
38	087	기타 금속제품	11.7
39	037	섬유표백 및 염색	11.6
40	139	보관 및 창고	11.6
41	117	장난감 및 운동용품	11.6
42	149	기업내 연구개발	11.4
43	138	하역	11.2
44	002	맥류 및 잡곡	11.2
45	106	의료 및 측정기기	11.2
46	045	기타 가죽제품	11.1
47	126	교통시설건설	10.9
48	047	목제품	10.8
49	150	사업관련 전문서비스	10.7
50	111	트레일러 및 컨테이너	10.6
51	116	가구	10.6
52	038	편직제의복 및 장신품	10.6
53	127	일반토목	10.6
54	043	가방 및 핸드백	10.5
55	021	수산가공품	10.4
56	035	섬유사	10.2
57	104	사무용기기	10.0
58	095	기타 특수목적용기계	10.0
59	041	기타 섬유제품	10.0
60	030	기타 식료품	9.9
61	146	금융 및 보험관련서비스	9.8
62	115	기타 수송장비	9.7
63	036	섬유직물	9.7
64	093	금속가공용기계	9.6
65	162	오락서비스	9.6
66	074	콘크리트제품	9.5
67	118	기타 제조업제품	9.5
68	100	기타 전자부분품	9.5
69	027	조미료	9.2
70	107	광학기기	9.2
71	108	시계	9.1
72	091	공조 및 냉온장비	9.0

순위	통합소분류 번호	통합소분류 명칭	고용유발계수
73	092	기타 일반목적용 기계	9.0
74	110	자동차엔진 및 부품품	9.0
75	089	일반목적용기계부품	8.9
76	141	우편 및 전화	8.8
77	026	빵, 과자 및 국수류	8.7
78	069	기타 고무제품	8.7
79	169	전산업	8.6
80	094	농업 및 건설기계	8.5
81	166	사무용품	8.5
82	022	정곡	8.4
83	050	종이제품	8.3
84	067	플라스틱제품	8.3
85	040	가죽 및 모피 의류	8.2
86	143	방송	8.2
87	019	육류 및 육가공품	8.1
88	001	벼	8.1
89	105	가정용 전기기기	8.1
90	090	산업용 운반기계	8.0
91	101	영상 및 음향기기	7.9
92	010	수산양식	7.8
93	075	기타 비금속광물제품	7.6
94	017	건설용골재 및 석재	7.6
95	168	분류불명	7.6
96	097	기타 전기장치	7.5
97	072	점토제품	7.4
98	084	건설용 금속제품	7.3
99	086	공구 및 철선제품	7.3
100	096	발전기, 전동기 및 전기변환장치	7.2
101	046	목재	7.2
102	109	자동차	7.2
103	020	낙농품	6.9
104	032	음료수 및 얼음	6.9
105	144	금융	6.9
106	113	철도차량	6.8
107	064	화장품 및 비누	6.8
108	088	내연기관 및 터빈	6.6
109	085	금속제 용기	6.6
110	122	수도	6.5

순위	통합소분류 번호	통합소분류 명칭	고용유발계수
111	003	채소 및 과일	6.3
112	009	수산업	6.2
113	018	기타 비금속광물	6.2
114	063	의약품	6.1
115	114	항공기	6.1
116	015	철광석	6.0
117	112	선박	6.0
118	007	기타축산	5.9
119	142	부가통신 및 정보서비스	5.8
120	068	타이어 및 튜브	5.7
121	065	염료 및 도료	5.7
122	062	비료 및 농약	5.6
123	014	천연가스	5.6
124	006	낙농 및 육우	5.5
125	025	전분 및 당류	5.5
126	004	기타 식용작물	5.5
127	073	시멘트	5.4
128	147	부동산	5.2
129	028	유지 및 식용유	5.1
130	080	주단강품	5.0
131	102	통신 및 방송기기	5.0
132	033	사료	4.9
133	099	반도체	4.9
134	070	유리제품	4.8
135	013	원유	4.8
136	098	전자표시장치	4.8
137	049	종이류	4.7
138	048	펄프	4.6
139	042	가족 및 모피	4.6
140	083	비철금속1차제품	4.6
141	081	기타 철강1차제품	4.4
142	066	기타 화학제품	4.3
143	136	항공운송	4.1
144	078	열간압연강재	4.0
145	137	운수보조서비스	3.9
146	031	주류	3.9
147	058	무기화학기초제품	3.9
148	005	비식용작물	3.7

순위	통합소분류 번호	통합소분류 명칭	고용유발계수
149	103	컴퓨터 및 주변기기	3.6
150	061	화학섬유	3.3
151	057	기타 유기화학기초제품	3.3
152	119	전력	3.2
153	135	수상운송	3.1
154	060	합성고무	3.1
155	059	합성수지	3.0
156	055	기타 석유제품	2.9
157	077	조강	2.9
158	024	제당	2.7
159	079	냉간압연강재	2.6
160	023	제분	2.5
161	076	선철 및 합금철	2.1
162	082	비철금속괴	2.1
163	052	석탄제품	2.0
164	121	증기 및 온수공급업	2.0
165	034	담배	1.8
166	056	석유화학기초제품	1.2
167	053	나프타	0.7
168	120	도시가스	0.6
169	054	연료유	0.5

6. 감응도계수

■ <표 12> 2009년 여가부문 감응도계수 ■

스포츠	0.4759	시설	0.3812	386	문화서비스(국공립)	0.3957		
				392	기타오락서비스	0.3668		
		용품	0.5108			081	비알콜성 음료	0.4749
						101	직물제외류	0.6038
						105	직물제품	0.6385
						112	운동화및기타신발	0.4915
						272	기타광학기기	0.4107
						282	기타선박	0.3472
						286	모터사이클	0.4588
						287	자전거및기타운수장비	0.7647
						292	운동및경기용품	0.4070
						경기	0.5358	
		394	기타 사회단체(비영리)	0.3457				
관광	1.3923	여행	0.4971	345	정보서비스	0.5984		
				386	문화서비스(국공립)	0.3957		
		식사	3.5654	323	일반음식점	3.5654		
		숙박	0.7825	326	숙박	0.7825		
		교통	0.7241			327	철도여객운송	0.6027
						329	도로여객운송	0.9688
						332	연안및내륙수상운송	0.6075
						333	외항운송	0.6273
						334	항공운송	1.0313
						335	육상운수보조서비스	0.9105
						336	수상운수보조서비스	0.5255
337	항공운수보조서비스	0.5189						
예술	0.4951	고전음악	0.6072	130	기록매체출판및복제	0.4352		
				257	음향기기	0.3851		
				262	컴퓨터및주변기기	0.8643		
				293	악기	0.4029		
				343	초고속망서비스	0.7791		
				390	연극,음악및기타예술	0.7766		
		회화	0.4184			294	문방구	0.4791
						386	문화서비스(국공립)	0.3957
						387	문화서비스(기타)	0.3804

예술	0.4951	무용 및 기타공연	0.5862	386	문화서비스(국공립)	0.3957	
				390	연극,음악및기타예술	0.7766	
		공예	0.4936		101	직물제의류	0.6038
					105	직물제품	0.6385
					119	기타목제품	0.3836
					174	기타유리제품	0.3719
					295	귀금속및보석	0.3927
					296	모형및장식용품	0.5710
		도예	0.3701	176	가정용도자기	0.3701	
		엔터테인먼트	0.5680	TV라디오	0.6943	256	TV
257	음향기기					0.3851	
261	무선통신시스템 및 방송장비					0.4937	
262	컴퓨터및주변기기					0.8643	
343	초고속망서비스					0.7791	
346	지상파방송					0.9846	
347	유선 및 위성방송					0.8932	
050	아이스크림					0.3829	
외식 및 식도락	0.4974			063	빵 및 곡분과자	0.4267	
				064	코코아제품 및 설탕과자	0.3950	
				078	소주	0.4408	
				079	맥주	0.4902	
				080	기타주류	0.4435	
				081	비알콜성 음료	0.4749	
외식 및 식도락	0.4974			324	주점	0.9249	
				영화	0.5723	130	기록매체출판및복제
258	기타영상·음향기기					0.4333	
262	컴퓨터및주변기기					0.8643	
271	촬영기및영상기					0.5726	
343	초고속망서비스					0.7791	
389	영화상영					0.3491	
연극 및 기타공연	0.7766			390	연극,음악및기타예술	0.7766	
대중음악 뮤지컬	0.5824			130	기록매체출판및복제	0.4352	
				257	음향기기	0.3851	
				258	기타영상·음향기기	0.4333	
				262	컴퓨터및주변기기	0.8643	
				293	악기	0.4029	
				343	초고속망서비스	0.7791	
				390	연극,음악및기타예술	0.7766	

엔터테인먼트	0.5680	기타관람	0.3881	386	문화서비스(국공립)	0.3957
				387	문화서비스(기타)	0.3804
		독서	0.6603	262	컴퓨터및주변기기	0.8643
				343	초고속망서비스	0.7791
				384	신문	0.7610
				385	출판	0.7815
				386	문화서비스(국공립)	0.3957
				387	문화서비스(기타)	0.3804
		사진	0.5203	164	사진용화학제품	0.5775
				271	촬영기및영상기	0.5726
				272	기타광학기	0.4107
		리조트 및 테마파크	0.5677	326	숙박	0.7825
				386	문화서비스(국공립)	0.3957
				391	운동및경기관련서비스	0.7259
				392	기타오락서비스	0.3668
		게임	1.0063	260	무선통신단말기	0.5859
				262	컴퓨터및주변기기	0.8643
				291	장난감및오락용품	0.4402
				342	전화	2.3617
				343	초고속망서비스	0.7791
		도박	0.3668	392	기타오락서비스	0.3668
		놀이	0.4035	291	장난감및오락용품	0.4402
				392	기타오락서비스	0.3668
		패션	0.4404	101	직물제의류	0.6038
				102	기타장신품	0.4443
				103	가족의류	0.3508
				104	모피의류	0.3774
				110	가방및핸드백	0.4733
				295	귀금속및보석	0.3927
		미용	0.4760	156	화장품및치약	0.4645
296	모형및장식용품			0.5710		
398	이용및미용			0.4086		
400	기타개인서비스			0.4601		

기타	0.6475	원예	0.4050	014	화훼작물	0.4050
		사교	0.6970	067	기타조미료	0.6543
				072	커피 및 차류	0.4426
				073	인삼식품	0.4087
				081	비알콜성 음료	0.4749
				259	유선통신기기	0.5130
				260	무선통신단말기	0.5859
				262	컴퓨터및주변기기	0.8643
				325	기타음식점	0.4532
				342	전화	2.3617
				343	초고속망서비스	0.7791
				392	기타오락서비스	0.3668
				400	기타개인서비스	0.4601
		휴식	0.4052	084	담배	0.3599
				176	가정용도자기	0.3701
				256	TV	0.4599
				257	음향기기	0.3851
				297	기타제조업제품	0.4512
		교육	0.4270	376	교육기관(산업)	0.5050
				386	문화서비스(국공립)	0.3957
				387	문화서비스(기타)	0.3804
		종교	0.3457	394	기타 사회단체(비영리)	0.3457
		애완동물	2.8641	083	사료	2.8641

■ <표 13> 2005년 감응도계수 ■

스포츠 0.480798	시설 0.470449	0386	문화서비스(국공립)	0.442066
		0391	운동및경기관련서비스	0.498831
	용품 0.533504	0081	비알콜성 음료	0.533730
		0101	직물제외류	0.673581
		0105	직물제품	0.773953
		0112	운동화및기타신발	0.470659
		0272	기타광학기기	0.550724
		0282	기타선박	0.379273
		0286	모터사이클	0.506779
		0287	자전거및기타운수장비	0.474488
	경기 0.438443	0292	운동및경기용품	0.438351
		0391	운동및경기관련서비스	0.498831
관광 1.316697	여행 0.55598	0394	기타 사회단체(비영리)	0.378054
		0345	정보서비스	0.669893
	식사 2.942665	0386	문화서비스(국공립)	0.442066
		0323	일반음식점	2.942665
	숙박 0.984007	0326	숙박	0.984007
	교통 0.784137	0327	철도여객운송	0.668822
		0329	도로여객운송	1.140246
		0332	연안및내륙수상운송	0.644177
		0333	외항운송	0.651757
		0334	항공운송	1.145810
		0335	육상운수보조서비스	0.959592
0336	수상운수보조서비스	0.534862		
0337	항공운수보조서비스	0.527831		

예술산업 0.739346	고전음악 (국악·양악·오페라) 0.639217	0130	기록매체출판및복제	0.445458	
		0257	음향기기	0.435409	
		0262	컴퓨터및주변기기	1.132589	
		0293	악기	0.436926	
		0343	초고속망서비스	0.681035	
		0390	연극,음악및기타예술	0.703882	
	회화 0.447107	0294	문방구	0.510491	
		0386	문화서비스(국공립)	0.442066	
		0387	문화서비스(기타)	0.388763	
	무용 및 기타공연예술 0.572974	0386	문화서비스(국공립)	0.442066	
		0390	연극,음악및기타예술	0.703882	
	공예 0.542095	0101	직물제의류	0.673581	
		0105	직물제품	0.773953	
		0119	기타목제품	0.437103	
		0174	기타유리제품	0.414859	
		0295	귀금속및보석	0.408341	
		0296	모형및장식용품	0.544734	
	도예 0.409923	0176	가정용도자기	0.409923	
	엔터테인먼트산업 0.611290	텔레비전·라디오 0.744362	0256	TV	0.496688
			0257	음향기기	0.435409
0261			무선통신시스템 및 방송장비	0.492744	
0262			컴퓨터및주변기기	1.132589	
0343			초고속망서비스	0.681035	
0346			지상파방송	1.149257	
0347			유선 및 위성방송	0.822813	
외식 및 식도락 (식사·음주 등) 0.564249		0050	아이스크림	0.402967	
		0063	빵 및 곡분과자	0.450268	
		0064	코코아제품 및 설탕과자	0.439394	
		0078	소주	0.514280	
		0079	맥주	0.591084	
		0080	기타주류	0.495699	
		0081	비알콜성 음료	0.533730	
0324	주점	1.086567			

엔터테인먼트산업 0.611290	영화 0.604611	0130	기록매체출판및복제	0.445458
		0258	기타영상·음향기기	0.459092
		0262	컴퓨터및주변기기	1.132589
		0271	촬영기및영상기	0.514807
		0343	초고속망서비스	0.681035
		0389	영화상영	0.394684
	연극 및 기타공연 0.703882	0390	연극,음악및기타예술	0.703882
	대중음악·뮤지컬 0.613484	0130	기록매체출판및복제	0.445458
		0257	음향기기	0.435409
		0258	기타영상·음향기기	0.459092
		0262	컴퓨터및주변기기	1.132589
		0293	악기	0.436926
		0343	초고속망서비스	0.681035
		0390	연극,음악및기타예술	0.703882
	기타 관람 0.415415	0386	문화서비스(국공립)	0.442066
		0387	문화서비스(기타)	0.388763
	도서 0.750111	0262	컴퓨터및주변기기	1.132589
		0343	초고속망서비스	0.681035
		0384	신문	0.829160
		0385	출판	1.027053
		0386	문화서비스(국공립)	0.442066
		0387	문화서비스(기타)	0.388763
	사진 0.581017	0164	사진용화학제품	0.677519
		0271	촬영기및영상기	0.514807
		0272	기타광학기	0.550724
	리조트 및 테마파크 0.609093	0326	숙박	0.984007
		0386	문화서비스(국공립)	0.442066
		0391	운동및경기관련서비스	0.498831
		0392	기타오락서비스	0.511467
	게임 1.076252	0260	무선통신단말기	0.522352
0262		컴퓨터및주변기기	1.132589	
0291		장난감및오락용품	0.416640	
0342		전화	2.628644	
도박 0.511467	0343	초고속망서비스	0.681035	
	0392	기타오락서비스	0.511467	
놀이 0.464054	0291	장난감및오락용품	0.416640	
	0392	기타오락서비스	0.511467	

엔터테인먼트산업 0.611290	패션 0.461435	0101	직물제외류	0.673581
		0102	기타장신품	0.438705
		0103	가족의류	0.385079
		0104	모피의류	0.408398
		0110	가방및핸드백	0.454506
		0295	귀금속및보석	0.408341
	미용 0.458632	0156	화장품및치약	0.499694
		0296	모형및장식용품	0.544734
0398		이용및미용	0.393893	
0400		기타개인서비스	0.396208	
기타 0.774744	원예 0.459976	0014	화훼작물	0.459976
	사교 0.745062	0067	기타조미료	0.578404
		0072	커피 및 차류	0.476999
		0073	인삼식품	0.410484
		0081	비알콜성 음료	0.533730
		0259	유선통신기기	0.587508
		0260	무선통신단말기	0.522352
		0262	컴퓨터및주변기기	1.132589
		0325	기타음식점	0.481327
		0342	전화	2.628644
		0343	초고속망서비스	0.681035
		0392	기타오락서비스	0.511467
		0400	기타개인서비스	0.396208
	휴식 0.460718	0084	담배	0.466403
		0176	가정용도자기	0.409923
		0256	TV	0.496688
		0257	음향기기	0.435409
		0297	기타제조업제품	0.495166
	교육 0.495143	0376	교육기관(산업)	0.654601
		0386	문화서비스(국공립)	0.442066
		0387	문화서비스(기타)	0.388763
	종교 0.378054	0394	기타 사회단체(비영리)	0.378054
	기타 2.109509	0083	사료	2.109509

7. 영향력계수

▣ <표 14> 2009년 여가부문 영향력계수 ▣

스포츠	0.8635	시설	0.6720	386	문화서비스(국공립)	0.6835	
				392	기타오락서비스	0.6605	
		용품	1.1606		081	비알콜성 음료	1.0259
					101	직물제외류	0.9712
					105	직물제품	1.1354
					112	운동화및기타신발	1.2345
					272	기타광학기기	1.1308
					282	기타선박	1.2096
					286	모터싸이클	1.1537
					287	자전거및기타운수장비	1.5088
					292	운동및경기용품	1.0755
					경기	0.7578	
		394	기타 사회단체(비영리)	0.8744			
		관광	0.7724	여행	0.6768	345	정보서비스
386	문화서비스(국공립)					0.6835	
식사	0.9870				323	일반음식점	0.9870
					326	숙박	0.6401
교통	0.7859				327	철도여객운송	0.7497
					329	도로여객운송	0.7028
					332	연안및내륙수상운송	0.8966
					333	외항운송	1.3299
					334	항공운송	1.0371
					335	육상운수보조서비스	0.4649
					336	수상운수보조서비스	0.6015
		337	항공운수보조서비스		0.5047		
예술	0.9020	고전음악	1.0308	130	기록매체출판및복제	1.0261	
				257	음향기기	1.2936	
				262	컴퓨터및주변기기	1.2939	
				293	악기	1.1331	
				343	초고속망서비스	0.7422	
				390	연극,음악및기타예술	0.6961	
				회화	0.8421		294
		386	문화서비스(국공립)				0.6835
						387	문화서비스(기타)

예술	0.9020	무용 및 기타공연	0.6898	386	문화서비스(국공립)	0.6835
				390	연극,음악및기타예술	0.6961
		공예	0.9892	101	직물제외류	0.9712
				105	직물제품	1.1354
				119	기타목제품	0.9904
				174	기타유리제품	0.9525
				295	귀금속및보석	0.9007
				296	모형및장식용품	0.9853
		도예	0.9583	176	가정용도자기	0.9583
		엔터테인먼트	0.9134	TV라디오	1.0590	256
257	음향기기					1.2936
261	무선통신시스템 및 방송장비					1.1748
262	컴퓨터및주변기기					1.2939
343	초고속망서비스					0.7422
346	지상파방송					0.7052
347	유선 및 위성방송					0.8855
엔터테인먼트	0.9134					외식 및 식도락
		063	빵 및 곡분과자	1.0482		
		064	코코아제품 및 설탕과자	1.0007		
		078	소주	0.7244		
		079	맥주	0.6507		
		080	기타주류	0.8127		
		081	비알콜성 음료	1.0259		
		324	주점	0.8346		
		영화	1.0831	130	기록매체출판및복제	1.0261
				258	기타영상·음향기기	1.2297
				262	컴퓨터및주변기기	1.2939
				271	촬영기및영상기	1.2570
				343	초고속망서비스	0.7422
				389	영화상영	0.9498
		연극 및 기타공연	0.6961	390	연극, 음악및기타예술	0.6961
				대중음악 뮤지컬	1.0592	130
		257	음향기기			1.2936
		258	기타영상·음향기기			1.2297
		262	컴퓨터및주변기기			1.2939
		293	악기			1.1331
343	초고속망서비스	0.7422				
390	연극,음악및기타예술	0.6961				

엔터테인먼트	0.9134	기타관람	0.6974	386	문화서비스(국공립)	0.6835
				387	문화서비스(기타)	0.7114
		독서	0.9046	262	컴퓨터및주변기기	1.2939
				343	초고속망서비스	0.7422
				384	신문	1.0425
				385	출판	0.9543
				386	문화서비스(국공립)	0.6835
				387	문화서비스(기타)	0.7114
		사진	1.1461	164	사진용화학제품	1.0507
				271	촬영기및영상기	1.2570
				272	기타광학기기	1.1308
		리조트 및 테마파크	0.6563	326	숙박	0.6401
				386	문화서비스(국공립)	0.6835
				391	운동및경기관련서비스	0.6412
				392	기타오락서비스	0.6605
		게임	1.0673	260	무선통신단말기	1.2642
				262	컴퓨터및주변기기	1.2939
				291	장난감및오락용품	1.2074
				342	전화	0.8291
				343	초고속망서비스	0.7422
		도박	0.6605	392	기타오락서비스	0.6605
		놀이	0.9340	291	장난감및오락용품	1.2074
				392	기타오락서비스	0.6605
		패션	1.0767	101	직물제의류	0.9712
				102	기타장신품	1.0110
				103	가죽의류	1.4433
				104	모피의류	1.0577
				110	가방및핸드백	1.0764
295	귀금속및보석			0.9007		
미용	0.8578	156	화장품및치약	1.0055		
		296	모형및장식용품	0.9853		
		398	이용및미용	0.7563		
		400	기타개인서비스	0.6839		

기타	0.8876	원예	0.7734	014	화훼작물	0.7734
		사교	0.9698	067	기타조미료	1.1203
				072	커피 및 차류	0.9303
				073	인삼식품	0.8812
				081	비알콜성 음료	1.0259
				259	유선통신기기	1.1956
				260	무선통신단말기	1.2642
				262	컴퓨터및주변기기	1.2939
				325	기타음식점	1.0104
				342	전화	0.8291
				343	초고속망서비스	0.7422
				392	기타오락서비스	0.6605
				400	기타개인서비스	0.6839
		휴식	1.0506	084	담배	0.5155
				176	가정용도자기	0.9583
				256	TV	1.3177
				257	음향기기	1.2936
				297	기타제조업제품	1.1682
		교육	0.6722	376	교육기관(산업)	0.6216
				386	문화서비스(국공립)	0.6835
				387	문화서비스(기타)	0.7114
종교	0.8744	394	기타 사회단체(비영리)	0.8744		
애완동물	0.9850	083	사료	1.0956		

■ <표 16> 2005년 여가부문 영향력계수 ■

스포츠산업 0.869434	시설 0.686968	0386	문화서비스(국공립)	0.707344
		0391	운동및경기관련서비스	0.666591
	용품 1.14284	0081	비알콜성 음료	1.062201
		0101	직물제이류	1.020146
		0105	직물제품	1.135723
		0112	운동화및기타신발	1.140104
		0272	기타광학기기	1.194218
		0282	기타선박	1.224169
		0286	모터사이클	1.194001
		0287	자전거및기타운수장비	1.198949
	경기 0.778493	0292	운동및경기용품	1.116052
0391		운동및경기관련서비스	0.666591	
관광산업 0.781493	여행 0.712896	0394	기타 사회단체(비영리)	0.890395
		0345	정보서비스	0.718447
	식사 0.976007	0386	문화서비스(국공립)	0.707344
		0323	일반음식점	0.976007
	숙박 0.667482	0326	숙박	0.667482
		교통 0.769589	0327	철도여객운송
	0329		도로여객운송	0.721831
	0332		연안및내륙수상운송	0.867061
	0333		외항운송	1.230754
	0334		항공운송	0.981516
	0335		육상운수보조서비스	0.478776
0336	수상운수보조서비스		0.592114	
예술산업 0.901157	고전음악 (국악·양악·오페라) 1.036477	0337	항공운수보조서비스	0.502835
		0130	기록매체출판및복제	1.099021
		0257	음향기기	1.314873
		0262	컴퓨터및주변기기	1.245474
		0293	악기	1.080877
	회화 0.851762	0343	초고속망서비스	0.757503
		0390	연극,음악및기타예술	0.721116
		0294	문방구	1.08378
	무용 및 기타 공연예술 0.714230	0386	문화서비스(국공립)	0.707344
		0387	문화서비스(기타)	0.764163
		0386	문화서비스(국공립)	0.707344
		0390	연극,음악및기타예술	0.721116

예술산업 0.901157	공예 0.953669	0101	직물제외류	1.020146
		0105	직물제품	1.135723
		0119	기타목제품	0.995282
		0174	기타유리제품	0.925044
		0295	귀금속및보석	1.386026
		0296	모형및장식용품	0.97811
	도예 0.949648	0176	가정용도자기	0.949648
엔터테인먼트 산업 0.930726	텔레비전 · 라디오 1.082468	0256	TV	1.318829
		0257	음향기기	1.314873
		0261	무선통신시스템 및 방송장비	1.174271
		0262	컴퓨터및주변기기	1.245474
		0343	초고속망서비스	0.757503
		0346	지상파방송	0.801122
		0347	유선 및 위성방송	0.965201
엔터테인먼트 산업 0.930726	외식 및 식도락 (식사 · 음주 등) 0.908191	0050	아이스크림	1.020815
		0063	빵 및 곡분과자	1.01547
		0064	코코아제품 및 설탕과자	1.009871
		0067	기타조미료	1.065802
		0072	커피 및 차류	0.907679
		0073	인삼식품	0.876098
		0078	소주	0.741827
		0079	맥주	0.670584
		0080	기타주류	0.775548
		0081	비알콜성 음료	1.062201
	0324	주점	0.84421	
	영화 1.077325	0130	기록매체출판및복제	1.099021
		0258	기타영상 · 음향기기	1.214382
		0262	컴퓨터및주변기기	1.245474
		0271	촬영기및영상기	1.135053
0343		초고속망서비스	0.757503	
0389		영화상영	1.012514	
	연극 및 기타공연 0.721116	0390	연극,음악및기타예술	0.721116

엔터테인먼트 산업 0.930726	대중음악 · 뮤지컬 1.061892	0130	기록매체출판및복제	1.099021
		0257	음향기기	1.314873
		0258	기타영상 · 음향기기	1.214382
		0262	컴퓨터및주변기기	1.245474
		0293	악기	1.080877
		0343	초고속망서비스	0.757503
		0390	연극,음악및기타예술	0.721116
	기타관람 0.735754	0386	문화서비스(국공립)	0.707344
		0387	문화서비스(기타)	0.764163
	독서 0.932345	0262	컴퓨터및주변기기	1.245474
		0343	초고속망서비스	0.757503
		0384	신문	1.081925
		0385	출판	1.037662
		0386	문화서비스(국공립)	0.707344
		0387	문화서비스(기타)	0.764163
	사진 1.146849	0164	사진용화학제품	1.111277
		0271	촬영기및영상기	1.135053
		0272	기타광학기	1.194218
	리조트 및 테마파크 0.682343	0326	숙박	0.667482
		0386	문화서비스(국공립)	0.707344
		0391	운동및경기관련서비스	0.666591
		0392	기타오락서비스	0.687953
	게임 1.047869	0260	무선통신단말기	1.276119
		0262	컴퓨터및주변기기	1.245474
		0291	장난감및오락용품	1.149734
		0342	전화	0.810517
		0343	초고속망서비스	0.757503
	도박 0.687953	0392	기타오락서비스	0.687953
놀이 0.918844	0291	장난감및오락용품	1.149734	
	0392	기타오락서비스	0.687953	
패션 1.165495	0101	직물제의류	1.020146	
	0102	기타장신품	1.098119	
	0103	가족의류	1.24066	
	0104	모피의류	1.164402	
	0110	가방및핸드백	1.083616	
	0295	귀금속및보석	1.386026	

엔터테인먼트 산업 0.930726	미용 0.861725	0156	화장품및치약	1.004851
		0296	모형및장식용품	0.97811
		0398	이용및미용	0.772899
		0400	기타개인서비스	0.69104
기타 0.902049	원예 0.721511	0014	화훼작물	0.721511
	사교 0.965633	0067	기타조미료	1.065802
		0072	커피 및 차류	0.907679
		0073	인삼식품	0.876098
		0081	비알콜성 음료	1.062201
		0259	유선통신기기	1.222078
		0260	무선통신단말기	1.276119
		0262	컴퓨터및주변기기	1.245474
		0325	기타음식점	0.985133
		0342	전화	0.810517
		0343	초고속망서비스	0.757503
		0392	기타오락서비스	0.687953
		0400	기타개인서비스	0.69104
	휴식 1.05478	0084	담배	0.551195
		0176	가정용도자기	0.949648
		0256	TV	1.318829
		0257	음향기기	1.314873
		0297	기타제조업제품	1.139353
	교육 0.697995	0376	교육기관(산업)	0.622478
		0386	문화서비스(국공립)	0.707344
		0387	문화서비스(기타)	0.764163
	종교 0.890395	0394	기타 사회단체(비영리)	0.890395
	기타 1.081983	0083	사료	1.081983

8. 광역자치단체 여가관련 추진사업 및 실적

광역자치단체는 각 부서별로 다양한 여가관련 사업을 추진 중에 있으며 크게 공간조성과 프로그램을 중심으로 사업이 구성되어 있다. 공간조성은 여가관련 시설 건립·조성·설치와 시설확충 및 보수 정비·개선으로 나눌 수 있으며, 프로그램은 축제·행사, 체험 프로그램으로 나눌 수 있다. 이에 광역자치단체 여가관련 사업 분류는 공간조성과 프로그램으로 살펴보고자 한다.

1) 광역자치단체

(1) 서울시

■ <표 17> 서울특별시청 여가관련 부서별 추진사업 ■

부처	공간조성	프로그램	
		축제·행사	체험 프로그램
한강사업본부	<ul style="list-style-type: none"> · 한강뉴시전용공간 시범조성 · 망원 초록길/암사 초록길 조성 · 한강공원 씨름장 설치 · 한강 생태공원 확충 · 양화 한강공원 생태공원화 사업 · 한강공원 공원 등 설치 및 운영 · 교량하부 휴게공간 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 한강서래섬 유채꽃 축제 · 한강 종이비행기 대회 · 오리보트 경주대회 · 강변 영화제 · 수상음악회 및 거리공연 · 한강자원봉사 박람회 	<ul style="list-style-type: none"> · 시민참여 생태프로그램 · 밤섬 생태탐방 프로그램 · 해양레저스포츠 체험교실 · 빅게임(BIG GAME) · 별보기 체험
여성가족정책실	<ul style="list-style-type: none"> · 아이들이 행복한 놀이마당 조성 · 청소년 휴카페 및 누리터 조성 · 청소년과 지역사회가 함께하는 어울마당조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 여성주간기념행사 · 여성마라톤대회 개최 · 놀라운 토요일 프로젝트 · 어린이날, 성년의날 기념행사 	<ul style="list-style-type: none"> · 서울상상나라 운영 (체험전시장 및 교육프로그램 운영) · 청소년 체험활동 지역사회모델 운영

부처	공간조성	프로그램	
		축제 · 행사	체험 프로그램
문화 관광 디자인 본부	<ul style="list-style-type: none"> · 돈화문로 전통문화시설 건립 · 시립미술관 강북분관 건립 · 신도림구민생활체육관 건립 · 은평 다목적체육센터 건립 · 서초방배 종합행정 문화센터 건립 · 서대문 · 마포구 구민체육센터 건립 · 노원구 · 영등포구 제2구민체육센터 건립 · 가양유수지 복합문화센터 건립 	<ul style="list-style-type: none"> · 염상섭문학제 · 진관사수륙대제 · 청룡문화제, 선농문화제 · 의성허준 축제 · 서울 어린이동화축제 · 서울약령시 한방문화축제 · 2013서울등축제 · 서울 세계불꽃축제 · 국악한마당 · 국악로 국악의 향연 · 서울드림 페스티벌 개최 · 광화문국제 아트페스티벌(GIAF) · 서울거리축제 · 서울뮤지컬페스티벌2013 · 서울여성합창페스티벌 · 서울문화의 밤 · 연등축제행사 	<ul style="list-style-type: none"> · 참여문화공간 프로그램(공연시설 활성화 시범사업)
		<ul style="list-style-type: none"> · 탄생 100주년 문인문학제 행사 · 보신각타종행사 · 과거시험 · 전통체험행사 · 전통문화행사(남산봉수 의식 등) · 전통무예 시범공연 및 체험행사 · 종묘대제 · 사직대제 및 환구대제 · 왕궁수문장 교대의식 재현 · 서울놀이마당 	
	<ul style="list-style-type: none"> · 서울 어울림 종합체육관 건립 · 서남권지역 동아구장 건립 · 강북구 애국선열 기념공간 및 역사 공원 조성 · 선농단 정비 및 역사문화공원 조성 · 답십리 고미술전시관 조성 및 운영 · 마을예술창작소 조성 및 운영 · 만화박물관 건립 · 만화거리 조성 		
복지 정책관		<ul style="list-style-type: none"> · 놀재!같이 놀자 · 장애인단체활동 · 행사 	<ul style="list-style-type: none"> · 어르신 생애체험센터 운영

부처	공간조성	프로그램	
		축제 · 행사	체험 프로그램
푸른 도시국	<ul style="list-style-type: none"> · 무장애 및 미집행공원 조성 · 어린이대공원놀이동산 재조성 · 시유공원내테마놀이터 재조성 · 유아숲체험장 조성 · 타슈켄트 서울공원 조성 · 공원내 실내배드민턴장 조성 · 모험의 숲 시범조성 · 테마가 있는 서울의공원 조성 · 어린이 숲속놀이 체험장 조성 · 도심 휴게공간 만들기(의자프로젝트) · 마을정자목 쉼터 조성 · 아파트열린녹지 조성 · 도시녹화(녹지활용계약 쉼터)조성 · 공개공지 되살리기 · 이태원 부군당 마을숲 조성사업 · 옥상녹화 · · 텃밭 조성 · 기차길옆 녹지조성 · 동교동 평화광장 조성 · 우이동 시민광장 조성사업 · 우수지습지 생태복원 · 물순환 생태계류 복원사업 · 서울 둘레길 조성 · 근교산 자락길 조성 · 매봉산 순환산책로 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 국민식수 및 육림행사 · 숲길여행 	<ul style="list-style-type: none"> · 자연생태체험교실(생태모니터링) 운영
도시 계획국	<ul style="list-style-type: none"> · 한글 마루지 조성사업 		
교육 협력국	<ul style="list-style-type: none"> · 시민교양대학 설치 · 운영 		<ul style="list-style-type: none"> · 평생교육 프로그램

(2) 부산광역시

■ <표 18> 부산광역시청 여가관련 부서별 추진사업 ■

부처	공간조성	프로그램	
		축제 · 행사	체험 프로그램
안전 행정국		<ul style="list-style-type: none"> · 의전행사 · 시민 바둑대회 개최 · 민주항쟁 기념행사 · 유엔의 날 행사 	
여성 가족 정책관	· 어린이놀이시설 설치	<ul style="list-style-type: none"> · 금련산 은하축제 · 여성주간행사 · 여성회관 자원봉사자의 날 · 여성문화회관 문화 · 예술행사 · 여성문화회관 행사 · 다자녀가정의 날 · 보육인 한마음대회 · 영유아가족건강걷기 및 그림그리기 대회 · 청소년의 날 행사 · 청소년의날 어울림 한마당 행사 · 어린이날 행사 · 시설보호아동 행사 · 부산의 야경&별밤과 함께하는 가족 사랑 프로그램 	<ul style="list-style-type: none"> · 장애영유아 어린이집 연합캠프 · 청소년 체험활동 지원 · 온 가족 무료체험교실 · 문화체험캠프 · 청소년 도예캠프 · 청소년 환경탐사 및 우주과학 캠프 · 자연체험 프로그램
복지 건강국	· 다사랑복합문화예술회관 건립	<ul style="list-style-type: none"> · 대한민국 나눔축제 · 부산전국장애인해변가요제 원 · 아버지의 날 기념행사 · 노인의 날 기념행사 · 제8회 세계노인학대인식의 날 행사 · 재가노인복지시설 자원봉사자 어울림 행사 · 장애인 한마음 행사 · 장애인의 날 행사 · 농아인의 날 행사 · 흠지팡이의 날 행사 · 노인건강대축제 · 부산국제실버엑스포 개최 	<ul style="list-style-type: none"> · 장애청소년해양레포츠캠프

부처	공간조성	프로그램	
		축제 · 행사	체험 프로그램
문화 체육 관광국	<ul style="list-style-type: none"> · 부산오페라하우스 건립 · 국립아트센터 건립 · 부산현대미술관 건립 · 북구청소년문화체육시설 건립 · 대동골문화센터 건립 · 부산영화체험박물관 건립 · 부산박물관 수장고 확대 건립 · 국민체육센터 건립 · 송도 해양레포츠센터 건립 · 시네마파크 미디어센터 구축 · 부산 미디어아트빙커 조성 · 작은도서관 조성 · 예술인 창작공간 조성 · 감만 창의문화촌 조성 · 운영 · 동구 테마체육공원 조성 · 다양한 학교운동장 조성 · 운동장 생활체육시설 조성 · 월드컵 빌리지 조성 · 낙동강 수상레포츠타운 조성 · 해포분교 부산수상레포츠 스쿨 조성 · 낙동강 수상스키, 웨이크보드 훈련장 조성 · 금정산성일원 다목적공원(테마공원) 조성 · 기장도예촌 관광지 조성 · 문화오피로 관광테마거리 조성 · 용호만 유람선터미널 조성 · 낙동강하구 생태길 조성 · 용호 씨사이드 관광지 조성사업 · 부산진 역사문화가도 조성 · 다대포 일원 해양관광단지 조성 · 템플스테이 건립지원 	<ul style="list-style-type: none"> · 부산트리문화축제 · 불교문화축제 · 부산마루국제음악제 · 부산비엔날레 · 해맞이 축제, 부산바다 축제 · 조선통신사 부산축제 · 부산불꽃축제 · 현인가요제 · 부산항 빛축제 및 부산갈치축제 · 문화나눔 축제 · 금정산성 막걸리 축제 · 2013부산 강 스포츠 축제 · 2013전국 국민생활체육 대축전 · 해양문학제 · 20130시아키즈포키즈 축제 · 부산국제매직페스티벌 · 부산국제록페스티벌 · 부산연극제 및 부산국제연극제 · 토요상설민속놀이마당 · 우리가락우리마당 야외상설공연 · 창작극「부산뮤지컬」제작공연 · 한국인속예술제 · 부산국제영화제(BIFF) · 2013부산국제단편영화제(BISFF) · 부산국제어린이영화제(BIKI) · 지스타2013 국제게임전시회 	
해양 농수산 국	<ul style="list-style-type: none"> · 장림포구 준설 및 휴게공간 설치 · 마리나항만 개발 추진 · 북항재개발 추진 · 길천 해안شط터 준공 · 문중 레포츠계류장 및 문동 낚시터 조성 · 어항 기반시설 건설 · 도심형 관광 위판장 건립 · 어촌 종합개발사업 추진 	<ul style="list-style-type: none"> · 부산항 축제 · 낚시 관광산업 활성화 추진 · 어업인의 날 행사개최 	<ul style="list-style-type: none"> · 청소년 여름해양캠프 운영 · 어촌체험마을 · 도시근교 농업 · 농촌 체험관광농장 · 박물관 · 어촌민속관 체험교육프로그램 운영

부처	공간조성	프로그램	
		축제 · 행사	체험 프로그램
환경 녹지국	<ul style="list-style-type: none"> · 부산시민공원 조성 · 낙동강 생태공원 조성 · 관리 · 송상현광장 조성 · 이기대 자연생태마당 조성 · 다대체육공원 내 예술도시공원 조성 · 시민과 함께하는 화전산업단지내 녹지대 조성 · 시민과 함께하는 나무심기 · 숲가꾸기 사업 · 부산오륙도 공원 조성 · 꽃도시 조성 · 사상공원 조성 · 화명공원, 동래~해운대 공원 조성 · 연지근린공원 조성 · 꿈나래 어린이 공원 조성 · 어린이대공원 동물원 조성 · 미조성공원 조성계획 수립 · 금강공원 드림랜드 조성 · 해운대수목원 조성 · 생활권 도시숲 조성 · 학교숲 조성 · 소외계층 녹색공간 조성 · 트레킹 숲길, 장산 생태숲, 금정산 무장애 숲길 조성 · 치산녹화 조림수종 전시 조림수목교육장 조성 · 지방수목원 및 박물관 조성 · 대전천 주변 친수공간 조성 · 푸른숲 교육센터 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 2013순천만 국제정원 박람회 · 그린부산 문화축제 · 산림정책 및 식목일행사 · 난 전시전 · 수공간 연꽃 전시전 · 국화전시전 	<ul style="list-style-type: none"> · 도심 속 생태체험장 및 자연체험학습 프로그램 · 숲 유치원 운영 · 환경체험교육 프로그램

(3) 대구광역시

■ <표 19> 대구광역시 여가관련 부서별 추진사업 ■

부처	공간조성	프로그램	
		축제 · 행사	체험 프로그램
안전 행정국		<ul style="list-style-type: none"> · 자원봉사대축제 · 대구자원봉사자대회 · 대구자원봉사포럼 · 출항시도민 화합 한마음행사 · 한마음 통일음악회 · 북한이탈주민과 다문화가정을 위한 대구시민 한마음 대회 · 북한이탈주민 단합행사 	<ul style="list-style-type: none"> · 생명과 공존의식함양을 위한 대학생 평화캠프

부처	공간조성	프로그램	
		축제 · 행사	체험 프로그램
문화 체육 관광국	<ul style="list-style-type: none"> · 파동문화센터 건립 · 이우환과 그 친구들 미술관 건립 · 무대예술복합센터 건립 · 대구문화창작교류센터 건립 · 원도심 역사문화경관 구축 · 문화예술 생각대로 조성 · 대구문학관 조성 · 문화창조발전소 조성 · 뮤지컬 광장 조성 · 대구아구장 건립 · 육상진흥센터 건립 · U대희스포츠허브센터 건립 · 상리양공장 건립 · 2011 대구세계육상선수권대회 기념관 설치 · 달성역사공원 조성 · 모명재~영남제일관 누리길 조성 · 팔공산 산중전통장터 재연 · 신도시조성지역 역사공원 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 컬러풀대구페스티벌 · 대구국제오페라축제 · 대구국제뮤지컬페스티벌 · 대구아트스퀘어 · 동성로 축제 · 신천돛자리 축제 · 대구사진비엔날레 · 대구공연예술축제 · 명품정가 공연 · 대구국제재즈축제 · 국제바디페인팅축제 · 대구단편영화제 · 형형색색 달구벌 관등놀이 · 제야의행사, 트리문화행사 · 무형문화재 공개행사 지원 · 예술의 날 행사 · 송구영신 문화행사 · 평창동계스페셜올림픽대회 성화맞이 문화행사 	<ul style="list-style-type: none"> · 청소년 문화체험 힐링캠프 · 역사문화탐방 투어 프로그램 · 찾아가는 문화체험 · 생활체육 강변가족캠프
보건 복지 여성국		<ul style="list-style-type: none"> · 장애인 복지행사 · 지역나눔대축제 · 생명사랑 발길 걷기 · 세계노인학대인식の日 기념행사 · 노인 전국대회 · 노인복지시설 어우러짐한마당 · 경로문화행사 · 독거노인 효도나들이 · 어린이날 행사지원 · 여성주간기념행사 	<ul style="list-style-type: none"> · 청소년체험활동 지역사회모델 시범 운영 · 청소년활동프로그램지원 · 수련프로그램
환경 녹지국	<ul style="list-style-type: none"> · 팔공산 숲길, 앞산 자락길 조성 · 도심철도 폐선부지 생태공원 조성 · 달성습지 탐방나루 조성 · 도심철도폐선부지주변 생태공원 조성 · 숲길 조성관리 · 와룡산 생태숲 조성 · 봉덕공원 조성 · 비산6동 소공원 조성 · 꽃거리 조성 · 담장허물기 및 휴식공간 조성 · 지자체 도시숲 조성 · 명품 가로숲길 조성 · 학교 숲 조성사업 · 백안삼거리 녹지조성 · 오토캠핑장 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 환경의 날 및 환경의 달 행사 · 숲속음악회 개최 · 2013세계에너지총회 개최 기념 분재전시회 · 2013년 대구난연합회 봄전시회 · DAEGU IN KOREA "한국의 문화, 한국의 수석"국제전 · 식목행사 식수 	<ul style="list-style-type: none"> · 청소년 현장체험교육

(4) 인천광역시

■ <표 20> 인천광역시 여가관련 부서별 추진사업 ■

부처	공간조성	프로그램	
		축제 · 행사	체험 프로그램
보건 복지국	· 중증장애인 체험홈 설치	· 자활한마당 · 자원봉사 대축제 · 자원봉사주간행사	· 생활시설장애인 자립체험 프로그램
안전 행정국		· 인천지역자치협의회 법질서 지키기 문화대전	· 대학생 시장체험
여성 가족국	· 청소년 야영장 조성	· 청소년 문화대축제 · 여성계 신년인사회 · 38 세계여성의 날 기념행사 · 어린이주간 및 어린이날 행사 · 아동복지시설 예술제 · 2013 대한민국 청소년 박람회 · 인천여성대회	· 다문화가족 행복프로그램 · 아버지학교 생태체험 프로그램 · 부모와 어린이집이 함께하는 책체험 프로그램
문화 관광 체육국	· 시립미술관 건립 · 무형문화재 전수교육관 건립 · 시립미술관 건립 · 부평아트센터 건립 · 고려강화역사문화재단 설립 · 강화공립 자연사박물관 건립 · 강화군 국민체육센터 건립 · 강화군 실내 테니스장 건립 · 계양경기장 내 실내·외 테니스장 건립 · 국제빙상경기장 건립 · 문화산업 진흥지구 조성 · 작은 도서관 조성 · 백령도 평화예술 공간 조성 · 강화 나들길 역사문화 생태탐방로 조성 · 백령 구경길 조성 · 연평도 조기파시 역사문화 탐방로 조성 · 아시아 누들로드 및 타운조성 · 고엽나무골 다목적구장 조성 · 근대역사체험관, 가상현실 체험장 조성 · 죽산 조봉암 선생 기념사업 추진 · 세어도 자연생태 관광활성화 사업 · 송도 테마파크 사업 추진 · 아시아경기대회 신설경기장 관광안내 표지판 설치	· 인천펜타포트 축제 · 삼삼성 축제 · 송년제야의 밤 행사 · 인천-중국의날 행사 · 무형문화재 전승공연 · 작품전시 · 문화재바로알기 순례행사 · 시민과 함께하는 무형문화재 공연	· 전통 민속놀이 마당 상설화 및 체험교실 · 소외계층 생활체육교실 및 체험캠프
환경 복지국	· 늘푸른 공원 조성 · 사회적 약자 배려한 안심공원 조성 · 인천대공원 숲학교 조성 · 용정 근린공원 조성 · 주적공원 내 체육시설 조성 · 건강한 숲 육성 · 백운역 철도변 생태복원		· 숲 생태체험 프로그램 · 월미공원 전통지구 유료체험 · 전시 프로그램 · 월미문화관 한식체험장

(5) 광주광역시

▣ <표 21> 광주광역시 여가관련 부서별 추진사업 ▣

부처	공간조성	프로그램	
		축제·행사	체험 프로그램
여성 청소년 가족 정책관	<ul style="list-style-type: none"> · 시 청소년문화의 집 분수대 철거 및 연못조성 · 여성행복열린방 설치·운영 	<ul style="list-style-type: none"> · 광주청소년한마당축제 · 여성주간기념행사 · 가정의달기념가족음악한마당 행사 · 보육인 한마당 · 입양의 날 행사 · 어린이날행사 	<ul style="list-style-type: none"> · 수련프로그램운영 및 활성화 · 청소년체험활동지역사회 운영시범
안정 행정부		<ul style="list-style-type: none"> · 2013자원봉사 박람회 · 2013자원봉사자 대회 	
문화 관광 정책실	<ul style="list-style-type: none"> · 아시아아트컬처파크 조성 · 사직국제문화교류타운 조성 · 광주국악방송국 유치 · 미디어콘텐츠타운 조성 · 아시아문화전당 건립사업 본격 추진 · 아시아 예술품거래센터 건립 · 시청사 고품격 문화예술공간 조성 · 중외종합예술공원 조성사업 · 비엔날레상징국제타운조성(비엔날레문화지구조성) · 북구시화문화마을조성 · 빛고을문학관 건립사업 추진 · 아시아문예창작공간 조성 · 공공도서관 건립·지원 · 어등산 관광단지 조성 · 양림숲 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 광주세계김치문화축제 · 아트광주 13 · 2013 정월성 축제 · 광주 브랜드 공연축제 · 2013 광주 여성합창 축제 · 광주 세계 아리랑 축전 · 국민생활체육 대축전 · 관광의 날 기념행사 · 2013평창동계스페셜 올림픽 성화맞이 행사 · 빛고을 정월대보름 한마당 행사 · 광주칠석고싸움 놀이 · 광주비엔날레 창설 20주년 기념 · 빛고을 오월 창작가요제 · 2013국제 여성미술제 · 미술대전 및 한국화대전 · 3D영상특별전 · 광주국제영화제·광주여성영화제 · 2013 세계한상대회 	<ul style="list-style-type: none"> · 남도음식 체험프로그램 · 민속문화 체험프로그램
복지 건강국		<ul style="list-style-type: none"> · 다문화가족한마당 축제 · 장애인의 날 행사 · 노인의 날 행사 · 어버이의 날 행사 · 송년위안 잔치 · 흰지팡이의 날 행사 	

부처	공간조성	프로그램	
		축제 · 행사	체험 프로그램
환경 생태국	<ul style="list-style-type: none"> · 도시숲 조성 · 학교숲 조성 · 녹색복지공간 조성 · 중앙공원 조성 · 운암 제3근린공원 조성 · 본촌공원 조성 · 광주공원 생태숲 재조성 · 월산근린공원 조성 · 우산근린공원 조성 · 신촌근린공원 조성 · 운천근린공원 조성 · 화정근린공원 조성 · 푸른길공원 조성 · 황지해정원 조성 · 무등산 무돌길 조성 · 관리 · 금남로 5 · 18민주 · 평화 녹색광장 조성 · 첨단지구 시민 생태광장 조성 · 영산강변 100만평 시민의 숲 조성 · 빛고을산들길 조성 · 시립 산소림 수목원 조성 · 유아 체험원 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 식목일 행사 · 나무심기 행사 	
U대회 지원과	<ul style="list-style-type: none"> · 2015하계 U대회 선수촌 건립 · 종합 체육회관 건립 · 남구다목적 체육관 건립 · 진월국제테니스장 건립 · 육상훈련장 건립 · 양궁장 건립 · 생활체육다목적운동장 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 장애인생활체육대축전 · 영어토론대회 및 주니어통역사 선발 대회 개최 	<ul style="list-style-type: none"> · 청소년영어캠프

(6) 대전광역시

■ <표 22> 대전광역시 여가관련 부서별 추진사업 ■

부처	공간조성	프로그램	
		축제 · 행사	체험 프로그램
안전 행정국		<ul style="list-style-type: none"> · 근로자의 날 기념행사 · 한글의 날 기념행사 · 성탄절 트리 점등식 · 제아의 종 타종행사 · 자원봉사한마음대회 · 대전평생학습박람회 	<ul style="list-style-type: none"> · 법규범 준수 체험프로그램 · 한마음 가족봉사단 체험캠프

부처	공간조성	프로그램	
		축제 · 행사	체험 프로그램
문화 체육국	<ul style="list-style-type: none"> · 대전테미예술창작센터 조성 · 국악전용공연장 건립 · 문화 예술의전당 소공연장 건립 · 대전문화예술창작복합단지 조성 · 중부권 문화예술 복합공간 조성 · 다목적 체육관 건립 · 구룡지구 유니온스퀘어 개발 · 엑스포과학공원 복합테마파크 조성 · 안영생활체육시설단지 조성 · 서남부 종합스포츠타운 조성 · 학교운동장 조성 및 학교체육관 건립 · 동구 국민체육센터 건립 · 전천후 게이트볼장 건립 · 전통한옥 체험시설 조성 · 유니버설디자인 문화도시 조성 · 응봉정이 LED영상거리 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 2013시민합창축제 · 견우직녀 축제 · 별별 난장판 축제 · 대전시민천문대 별축제 · 시민문화연등 축제 · 맞춤패션거리 축제 · 독립영화제 · 대전연극제 시민연극페스티벌 · 대전국제기타 페스티벌 · 대전사이언스페스티벌 · 드라마페스티벌 · 2013년 대전국제푸드&와인 페스티벌 · 드래곤보트페스티벌 · '93대전엑스포20주년 기념행사 · 전통문화재현 행사 · 연등축제, 기독교화예술제, 성도절 문화예술제 · 2013문화원의 날 행사 · 2013평창동계스피셜올림픽 세계대회 성화봉송 문화행사 · 관광의날 행사 · 2013세계 한민족축전 	<ul style="list-style-type: none"> · 다양한 무형문화재 체험프로그램 · 종교단체 체험프로그램 · 문화재활용 체험프로그램 · 대덕특구탐방 프로그램 · 갑천수상스포츠 체험프로그램
보건 복지 여성국	<ul style="list-style-type: none"> · 유성구 청소년수련관 건립 · 청소년문화센터 건립 · 효문화진흥원 건립 	<ul style="list-style-type: none"> · 청소년 송년콘서트 · 아줌마 대축제 · 여성주간 행사 · 장애인의 날 행사 · 가정친화 문화행사 · 어린이날 기념행사 · 노인의 날 · 어버이의 날 행사 · 전국노인자원봉사 대축제 · 사회복지사 한마음의 날 · 청소년의 달 기념행사 · 새생명 축하음악회 · 가정의날 · 부모의날 기념행사 · 다문화 화합 한마당 · 아이사랑, 가족사랑 행사 · 청소년 가요제 	<ul style="list-style-type: none"> · 청소년 수련시설 프로그램 · 청소년 토요일상설 체험프로그램 · 청소년 직업체험 및 극기체험 프로그램 · 과학나눔캠프 · 주니어덕터
환경 녹지국	<ul style="list-style-type: none"> · 갑천 친수구역(도안 생태호수공원)조성 · 중촌근린공원 조성 · 세천생태공원 조성 · 행평근린공원 관광벨트 조성 · 판암근린공원 조성 · 장동문화공원 조성 · 테마형 마을공원 조성 · 중촌근린공원 견고숲은 도시숲길 조성 · 미래도 골프장 조성 · 롯데복합테마파크 조성 · 대덕사이언스길 준공 · 보문산 순환임도조성 · 3대하천의 테마형 꽃길 조성 · 문화예술인 공원조성 · 진잠천 '고향의 강' 조성 · 용호천 생태하천 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 식목일 행사 · 5대명산 가꾸기 행사 · 3대하천 마라톤 대회 · 대한민국 산림박람회 · 2013년 It's Daejeon 둘레산길 중주 대회 · 산사랑 대전사랑 등산대회 	<ul style="list-style-type: none"> · 공원 체험프로그램

(7) 울산광역시

■ <표 23> 울산광역시 여가관련 부서별 추진사업 ■

부처	공간조성	프로그램	
		축제 · 행사	체험 프로그램
안전 행정국	· 범서도서관 건립 · 작은 도서관 조성	· '공감, 소통' 전국 대학생자원봉사자 대회 · 울산광역시 자원봉사 박람회 · 울산광역시 자원봉사 대축제	
복지 여성국	· 제2장애인체육관 건립 · 북구 청소년 문화의 집 건립	· 다문화축제 · 노인의 날 기념행사 · 그린실버 문화제	· 다문화체험교실
문화 체육 관광국	· 태화루 건립 · 시립미술관 건립 · 시립 및 공공도서관 건립 · 오영수 문학관 건립 · 중구 구민문화체육센터 건립 · 남구국민체육센터 건립 · 전하체육시설(구민체육관) 건립 · 울주종합운동장 건립 · 울산 야구장 건립 · 역사문화탐방로 조성 · 고래문화마을 조성 · 공설운동장 및 학교운동장 잔디구장 조성	· 전통문화 축제 - 고래축제, 쇠부리 축제, 옹기축제, 태화강 연등축제 등 · 울산조선해양축제 · 울산대공원 장미축제 · 울산중구문화거리축제 · 태화강 대숲 낚랑축제 · 울산예술제 · 처용문화제 · 서머페스티벌, 비치페스티벌 · 간절곶 해맞이 행사 · 전통문화 행사 - 고복수가요제, 제넘자 놀이, 물당 기기 등 - 학춤, 와아이라 고풍이 굿 등 - 정월대보름 한마음 큰잔치, 정월 대보름 달집살이 · 영남알프스 역사 대축제 · 락페스티벌, 뮤직페스티벌 · 대한민국청소년가요제 · 젊은 춤꾼 페스티벌 · 국제목판화페스티벌 · 레인보우 문화마당 · 한글문화 예술제 · 고래 그림그리기 대회 · 차문화 한마당 · 울산 애니 · 캐릭터 대회	· 저소득층 문예체험 프로그램

부처	공간조성	프로그램	
		축제 · 행사	체험 프로그램
환경 녹지국	<ul style="list-style-type: none"> · 농촌테마공원 조성 · 선바위공원, 대왕암공원 조성 · 아산로 해변산책로 조성 · 철도 이설부지 녹지 조성 · 온산국가산업단지, 고속국도 그린웨이 조성 · 대왕암지구 연안유휴지 개발 · 태화강 철새공원, 범서수변공원 조성 · 태화강대공원 시민 휴식공간 조성 · 중구 참살이숲길, 남구 솔마루길, 동구 테마탐방로, 북구 동대산숲길 조성 · 문화공연 공간 조성 · 태화강 100리길 조성 · 태화강 중심 녹색길체계 확립 	<ul style="list-style-type: none"> · 태화강대공원 야생화 전시회, 봄꽃음악회 · 울산대공원 장미축제 	<ul style="list-style-type: none"> · 태화강 생태학교 운영
경제 통상실	<ul style="list-style-type: none"> · 농촌 테마공원 조성 <ul style="list-style-type: none"> - 봉계 · 연양 불고기 특구와 연계한 먹거리 테마공원 육성 - 수변건강산책로 조성 · 고래문화마을 조성 · 대왕암지구 연안유휴지 개발 	<ul style="list-style-type: none"> · 전국 한우의 날 행사 	

(8) 세종자치시

■ <표 24> 세종자치특별시 여가관련 부서별 추진사업 ■

부처	공간조성	프로그램	
		축제 · 행사	체험 프로그램
안전 행정 복지국	<ul style="list-style-type: none"> · 여성프라자 및 청소년수련관 건립 · 친환경 개발 및 주변 관광지를 연계한 관광벨트화 · 문화예술인촌 조성 · 복합스포츠허브 건립 · 한문화마을 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 장군산 구절초 꽃 축제 · 영평사 구절초 축제 · 면민화합 한마당축제 · 조치원복숭아축제 · 금강영상예술제 · 2013 세종민속예술제 · 세종 종합예술제 · 독락문화제, 선순환문화제 · 2013 세종축제 · 세종뷰티 페스티벌 · 동진들한마음축제 · 다문화 가족 축제 · 한솔 문화페스티벌 · 세종 맥-서화전시회 · 백제문화 서예대전 등불전 · 전문자원봉사자 어울마당 · 지체장애인 어울림한마당 · 세종시민 국악 한마당 · 세종시민 열린 음악회 · 세종시민 한마음 음악회 · 반딧불이와 함께하는 별밤음악회 · 2013년 가을음악회 · 사회복지의 날 기념행사 · 가정의 달 · 부부의 날 행사 · 어린이날, 어버이날 행사 · 정월대보름, 용암강다리 행사 · 청소년의 달 기념행사 · 어르신 효 잔치 	<ul style="list-style-type: none"> · 세종시립민속박물관 체험프로그램 · 다문화 문화 체험프로그램
경제 산업국	<ul style="list-style-type: none"> · 고복저수지 생태공원 조성 · 공원주변 벽화거리 조성 · 평리공원 야외수업 공간조성 · 당산숲조성 · 시계 명품 가로수길 조성 · 운주산성 올레길 조성 · 연서면 복숭아 체험마을 조성 · 전의면 농촌 체험장 조성 · 전동면 복숭아 체험마을 조성 · 세종시민공원 조성 · 조천 생태하천 조성사업 	<ul style="list-style-type: none"> · 식목일(나무심기)행사 · 대전 · 세종 · 충남 환경기술인 체육대회 · 축산인 한마음대회 · 세종시 농업인 한마음대회 	<ul style="list-style-type: none"> · 농촌체험프로그램

2) 기초자치단체

기초자치단체는 각 지역별 문화관광을 소개하는 홈페이지를 운영하고 있으며, 주로 자치구역별 축제 및 행사일정을 공개하고 주요관광지와 테마관광 및 현장체험 시설을 소개하는 내용을 주로한다. 이 중 해양레저, 스포츠레저 관련 부서가 있는 8개 자치구역에서는 지역별 특성을 살린 스포츠/레저 관련 행사 및 축제와 시설 및 프로그램운영에 관한 내용을 별도로 소개하고 있다.

■ <표 25> 기초자치단체 여가 및 레저관련 축제·행사 및 레저·휴양시설 ■

기초자치단체	축제·행사	레저·휴양 및 체험시설
경기도화성시	<ul style="list-style-type: none"> · 화성포구축제 · 초록축제 · 3·1절 기념추모행사 · 정조효행문화제 · 화성용무사승무제 · 난파동요제 · 민속예술행사 	<ul style="list-style-type: none"> · 스포츠 및 해양레저 경기도 종합사격장, 남양승마클럽, 제부도유원지 · 골프 관악리베라 컨트리클럽, 기흥 골프장 및 골프연습장, 발안 컨트리클럽, 라비돌 리조트 · 온천 월문온천, 울암온천, 발안식염온천, 하피랜드 · 관광어촌 전곡항, 제부항, 궁평항, 백미항, 국화항 · 청소년 수련시설 한울수련원, 청려수련원, 하네테마파크 · 체험시설/ 체험농장 oleh정보통신체험학습관, 원평허브농원, 화수관광농원, 은성주말관광농원 등 다양한 영농 주말체험농장 · 기타레저 수영, 헬스, 당구 및 기타체육시설
강원도 태백시	<ul style="list-style-type: none"> · 태백산 눈축제 · 태백산 전국등반대회 · 쿨시네마 페스티벌 · 한강대제 · 낙동강발원제 · 유채꽃축제 	<ul style="list-style-type: none"> · 스포츠 레저 태백 레이싱 파크, 태백산도립공원 스키/보드/눈썰매장 · 골프 오투리조트 골프장 · 체험/ 수련시설 국민안전체험테마파크, 태백고원자연휴양림, 태백청소년수련관 · 전지훈련 가덕산고지대 훈련장, 고원체육관, 대한체육회 태백선수촌, 보조경기장, 태백종합경기장
경상남도 거제시	<ul style="list-style-type: none"> · 봄축제 대금산진달래축제, 양지암축제 · 여름축제 옥포대첩기념제전, 바다로세계로 · 가을축제 거제예술제, 시민의날행사, 거제 섬꽃축제 · 겨울축제 신년해맞이축제, 국제팽귄수영축제 	<ul style="list-style-type: none"> · 해양레저 씨라인(왕복체험시설/ 하늘가르기 바다체험코스), 낚시관광(유료낚시터/ 낚시어선) · 체험시설 오토캠핑장 (학동자동차야영장, 거제문화관광농원 오토캠핑장, 옥계오토캠핑장), 해강도예예술학교, 토형도예촌체험학교, 영광방체합학습관, 어촌체험마을, 둔덕詩골 농촌체험센터,삼거리 농촌체험

기초자치단체	축제 · 행사	레저 · 휴양 및 체험시설
경상남도 창원시	<ul style="list-style-type: none"> · 창원 세계아동문학축전 · 국제연극제, 진해예술제, 창원예술제 · 단감축제, 창원수박축제 · 마산 어시장축제, 진해군항제 · 만날제, 미더덕축제 · 창원남산상봉제, 창원민속투우대회 · 창원페스티벌 · 가고파 국화축제, 단풍거리축제 · 주남저수지 철새축제 · 고향의 봄 축제, 천주산진달래축제 · 군악의장 페스티벌 · 마산가고파 큰잔치 · 비읍산 진례산성 철쭉제 	<ul style="list-style-type: none"> · 해양레저시설 · 진해해양레포츠스쿨, 마산해양레포츠스쿨, 한국해양스포츠포럼연수원, 창원수상레저타운(요트마린), 진해마린어드벤처 · 체험시설 · 봉암갯벌생태학습장, 고현어촌체험마을
경상남도 통영시	<ul style="list-style-type: none"> · 통영국제음악제 · 통영한산대첩축제 · 통영예술제 · 윤이상 국제음악콩쿠르 · 옥녀봉전국등반축제 · 통영국제트라이애슬론대회 · 통영마라톤대회 	<ul style="list-style-type: none"> · 스포츠레저 체험 · 바나나보트, 바다낚시, 수상오토바이, 스킨스쿠버, 요트, 윈드시핑, 해양프팅, 한려수도 케이블카, 요트세일링 체험 · 체험/수련시설 · 통영시 청소년수련관, 공항마을 어촌체험, 연명마을 어촌체험, 통영등대낚시체험공원 · 스포츠 시설 · 통영해양스포츠헤터, 충무마리나콘도, 실내수영장, 평립체육전지훈련장, 공설운동장, 충무체육관
경상북도 영천시	<ul style="list-style-type: none"> · 보현산 별빛축제 · 한약장수축제 · 영천문화예술제 · 최무선장군추모제 	<ul style="list-style-type: none"> · 스포츠레저 체험 · 사일뫼수상스포츠, 임고강변공원 · 체험시설 · 정각별빛마을, 와인체험, 누에체험학습관, 천연염색체험, 보현청소년야영장, 녹색농촌체험마을, 별빛미술마을, 사일관광온천, 보현산 천문대
충청남도 공주시	<ul style="list-style-type: none"> · 계룡산 산신제, 마곡사 신록축제 · 국고개 역사문화축제 · 박동진판소리명창명고대회 · 고마나루축제, 허수아비축제 · 백제무령왕한궁다례 · 백제문화제 · 공주일밤축제 · 공주향공축제 · 금강자연미술비엔날레 · 공주국제미술제 · 웅진성수문병교대식 	<ul style="list-style-type: none"> · 레저시설 · 창벽수상레저, 공주경비행장, ATV & 서바이벌게임장, 곰나루수영장, 생명담은 빈병이야기 홍보관 · 체험시설 · 도어촌 체험, 백제문화 체험, 팜스테이(웅천관광농원, 배랑농원, 팜스피아), 템플스테이(마곡사, 갑사, 전통불교문화원), 알밤줍기체험, 5도2촌체험마을, 한옥마을체험
전라남도 목포시	<ul style="list-style-type: none"> · 2013 목포해양문화축제 · 목포 선상 해맞이 · 유달산꽃축제 · 목포 생활도자전 · 로데오거리 페스티벌 · 목포세계마당페스티벌 · F1코리아 그랑프리 	<ul style="list-style-type: none"> · 레저/스포츠 체험시설 · 삼학도 카누 캠프, 낚시체험, 파크골프체험 · 유람선/요트 · 목표유람선, 미리내유람선, 황포돛배, 목포요트마리나 · 현장체험학습 · 목포생활도자박물관 도자체험, 옥공예체험공방, 우봉 이매방춤 배우기, 천자총통발포체험, 새천년시민의종타종체험, 갯벌생태체험, 문화교실, 문학관체험프로그램

9. 제132호 협약 연차유급휴가에 관한 협약(1970년 개정)

* 효력발생:1973년 6월 30일(32개국 비준)

《주요내용》

이 협약을 비준하는 국가들은 비준시에 연차휴가일수를 명시해야 하나 1년의 근무기간에 대하여 최소한 3주의 연차휴가를 부여해야 한다.

근무기간이 12개월 미만일 경우 유급휴가는 근무기간에 비례하여 주어져야 하나 최소 6개월의 근무기간이 필요한 수도 있다.

질병·상해·출산 등 관련 근로자의 부득이한 사유에 의한 결국은 근무기간의 일부에 산입되어야 한다.

공휴일 및 전통휴일은 최저연차유급휴가의 일부로 산입해서는 아니된다. 질병 또는 상해에 의한 근로불능기간은 각국이 정하는 조건하에 최저연차유급휴가의 일부로 산입해서는 아니된다.

본 협약에는 휴가중인 근로자의 통상보수에 대하여 규정되어 있다.

본 협약에는 보통 중단없이 2주일간 계속되는 연차유급휴가의 분할 가능성에 대하여 규정하고 있다. 분할부분은 그 휴가의 자격이 발생한 연도의 종료시부터 1년이내에, 그리고 연차유급의 잔여부분은 18개월 이내에 부여되어야 한다. 소정의 최저기간을 초과하는 연차휴가부분은 관련 근로자의 동의를 얻어서 소정기간까지 연기할 수 있다. 휴가시기를 정함에 있어서 업무상의 필요성, 근로자가 이용할 수 있는 휴식 및 휴양의 기회를 고려해야 한다.

6월간의 최저 근무기간을 완료한 근로자는 고용종료시에 유급휴가를 받지 않은 근무기간에 비례하는 유급휴가, 이에 준하는 보상 또는 휴가권을 갖는다.

본 협약에는 최저연차유급휴가를 받을 권리를 포기하거나 또는 그 휴가를 폐지하는 협정은 무효인 것으로 규정하고 있다.

이 협약은 단체협약이나 중재재정, 법원의 판결, 각국의 상황에 적절하다고 여겨지는 방식으로 이행되지 않을 경우 국가 법령이나 규정에 의해 이행될 수 있다.

본 협약은 선원이나 특정상황하에서 제외될 수 있는 한정된 범주의 집단을 제외하고 모든 근로자에게 적용된다. 그러나 협약 비준국은 농업부문의 근로자와 농업부문이외의 경제부문의 근로자에 대하여 개별적으로 의무를 수락할 수 있다.

국제노동기구 총회는,

국제노동기구 사무국 이사회가 1970년 6월 30일 제네자에 소집한 제54차 회의에서 회기 의사일정의 네 번째 의제인 연차유급휴가에 관한 제안을 채택하기로 결정하고, 이 제안이 국제협약의 형식을 취할 것을 결의하여

1970년 유급휴가 협약(개정)이라고 부를 다음의 협약을 1970년 6월 24일 채택한다.

[제1조] 이 협약은 그 규정이 단체협약, 중재재정, 판결, 법정임금결정제도 기타 국내사정하에서 적당한 방법으로 국내관행에 합치하는 방법에 의하여 실시하지 아니하는 한 국내 법령으로 실시하여야 한다.

[제2조] 1. 이 협약은 선원을 제외한 모든 근로자에게 적용되어야 한다.

2. 국내에 권한있는 기관 또는 적당한 기관은 관련 사용자단체 및 근로자단체가 존재하는 경우에는 이들 단체와 협의하여, 그 시행에 관하여 또는 입법상·헌법상의 사항에 관하여 실질적으로 특수한 문제가 발생하는 제한된 종류의 근로자를 이 협약의 적용에서 제외시키기 위해서 필요한 한도에서 조치를 취할 수 있다.
3. 이 협약을 비준하는 회원국은 국제노동기구 헌장 제22조에 따라 제출하는 이 협약의 적용에 관한 최초의 보고에서 제2항의 규정에 따라 제외된 종류의 자를 그 제외사유를 첨부하여 열거하고, 그후의 보고에서 제외된 종류의 자들에 관한 자국 법률·관행의 현황 및 이 협약이 이러한 종류의 자에 대하여 어느 정도 실시되고 있는가 또는 실시하려고 하는가를 명시하여야 한다.

[제3조] 1. 이 협약의 적용을 받는 근로자는 모두 소정의 최소한의 연차유급휴가를 받을 권리를 갖는다.

2. 이 협약을 비준하는 회원국은 비준시에 첨부하는 선언에서 휴가일수를 특정하여야 한다.
3. 휴가일수는 어떠한 경우라도 1년의 근무기간에 대하여 3주를 하회할 수 없다.
4. 이 협약을 비준하는 회원국은 차후의 추가선언으로 비준시 정한 것보다 장기의 휴가일수를 국제노동기구 사무총장에게 통보할 수 있다.

[제4조] 1. 어느 해의 근무기간이 제3조에서 정하는 연차유급휴가를 완전하게 받을 자격을 취득하는데 필요한 기간에 미달되는 근로자는 당해 연도에는 당해 연도의 근무기간에 비례하는 유급휴가를 받을 권리를 가져야 한다.

2. 제1항에서 말하는 ‘1년’ 이라 함은 달력상의 1년이나 당해 국가의 권한있는 기관에 의해 또는 적당한 기관을 통해 결정된 동일한 기간을 의미한다.

[제5조] 1. 연차유급휴가를 받을 자격의 취득에 있어서는 최저 근무일수의 요건을 설정할 수 있다.

2. 연차유급휴가의 요건이 되는 최저 근무일수는 당해 국가의 권한있는 기관이나 적당한 기관을 통해서 결정하여야 하며 6개월을 초과하여서는 아니된다.
3. 연차유급휴가의 요건이 되는 최저 근무일수의 산정방법은 각국의 권한있는 기관이나 적당한 기관에 의하여 결정되어야 한다.
4. 질병·상해·출산 등 관련 근로자의 부득이한 사유에 의한 결근은 각국의 권한있는 기관이나 적당한 기관을 통해서 결정되는 조건하에서 근무기간의 일부로 산입하여야 한다.

[제6조] 1. 공휴일 및 관습상의 휴일은 연차유급휴가 기간중에 해당되는가의 여부를 불문하고 제3조 제3항에서 정하는 최저 연차유급휴가의 일부로 산입해서는 아니된다.

2. 질병 또는 상해에 기인하는 근로불능의 기간은 각국의 권한있는 기관이나 적당한 기관을 통해서 결정되는 조건하에서 제3조 제3항에서 정하는 최저 연차유급휴가의 일부로 산입해서는 아니 된다.

[제7조] 1. 이 협약에서 정하는 연차휴가를 받는 모든 자는 그 휴가의 전기간에 대하여 적어도 권한 있는 기관이나 적당한 기관을 통해서 결정되는 방법으로 산정된 통상 또는 평균보수(당해 근로자가 휴가중인가 여부를 불문하고 계속되는 항구적인 급여가 아닌 현금상당의 현물급여를 포함한다)를 받아야 한다.

2. 제1항의 규정에 따라 지급되는 금액은 관련 근로자 및 사용자에게 적용되는 협약에 별단의 규정이 없는 한 휴가에 앞서 관련 근로자에게 지급되어야 한다.

[제8조] 1. 각국의 권한있는 기관이나 적당한 기관은 연차유급휴가의 분할을 인정할 수 있다.

2. 연차유급휴가중 분할부분은 적어도 중단되지 아니하는 2주로 구성되도록 한다. 다만, 사용자 및 관련 근로자에 대해서 적용되는 협정에 별단의 규정이 없는 경우로서 관련 근로자의 근무기간이 그러한 기간동안의 휴가를 받을 자격을 부여하는 경우에 한한다.

[제9조] 1. 제8조 제2항에서 규정하는 연차유급휴가의 중단되지 아니하는 부분은 그 휴가를 받을 자격이 발생한 연도의 종료시부터 1년 이내에, 그리고 연차유급휴가의 잔여부분은 18개월 이내에 부여되어야 한다.

2. 소정의 최저기간을 초과하는 연차휴가 부분은 관련 근로자의 동의를 얻어 제1항에서 정하는 기간을 초과하여 소정의 기간까지 연기할 수 있다.
3. 제2항의 최저기간 및 기한은 관련 사용자단체 및 근로자단체와 협의하여 권한있는 기관이 결정하거나 단체교섭 기타 국내사정하에서 적당한 방법 중에서 국내관행에 합치하는 방법에 의하여 결정한다.

[제10조] 1. 휴가를 받는 시기는 규칙, 단체협약, 중재재정 기타 국내의 관행에 합당하는 방법으로 정하여져 있는 경우를 제외하고는 사용자가 당해 근로자 또는 근로자대표자와 협의하여 결정하여야 한다.

2. 휴가를 받는 시기를 정함에 있어서는 업무상의 필요성 및 근로자가 이용할 수 있는 휴식 및 휴양을 위한 기회를 고려하여야 한다.

[제11조] 1. 제5조 제1항의 규정에 의하여 요구되는 최저 근무기간을 완료한 근로자는 고용의 종료시에 유급휴가를 받지 않은 근무기간에 비례하는 유급휴가, 이에 갈음하는 보상 또는 이에 상당

하는 휴가권을 갖는다.

[제12조] 보상을 받기 위해서 또는 다른 이유에서 제3조 제3항에서 정하는 최저 연차유급휴가를 받을 권리를 포기하거나 또는 그 휴가를 폐지하는 협정은 국내사정하에서 적절한 방식으로 그 효력이 부인되거나 금지되어야 한다.

[제13조] 각국의 권한있는 기관이나 적당한 기관은 근로자가 휴가기간중 휴가의 목적에 합치되지 아니하는 유상활동에 종사하는 경우에 대해서 특별한 규칙을 정할 수 있다.

[제14조] 연차유급휴가에 관한 규칙 또는 규정의 적절한 적용 및 실시를 확보하기 위하여 적절한 감독 기타의 방법에 의해 이 협약의 실시방법에 대한 적합한 효과적인 조치를 실시하여야 한다.

[제15조] 1. 회원국은 다음 각호의 자에 대해서 개별적으로 의무를 수락할 수 있다.

- (가) 농업 이외의 경제부문의 근로자
- (나) 농업부문의 근로자

2. 회원국은 비준시에 제1항 (가)호에 규정하는 자, 제1항 (나)호에 규정하는 자 또는 양자 모두에 해당하는 자 중 어떤 근로자에 대해서 이 협약의 의무를 수락하는가를 명시하여야 한다.

3. 비준시에 제1항 (가)호에 규정하는 자 또는 제1항 (나)호에 규정하는 자 중에서 한 가지만을 수락하는 회원국은 그후에는 이 협약의 적용을 받는 모든 자에 대해서 이 협약의 의무를 수락한다는 취지를 국제노동기구 사무총장에게 통고할 수 있다.

[제16조] 이 협약은 다음과 같은 조건에서 1936년 유급휴가 협약 및 1952년 유급휴가(농업)협약을 개정한다.

- (가) 1936년 유급휴가 협약을 비준한 회원국이 농업 이외의 경제부문에서 근로자에 대해서 행하는 이 협약상 의무를 수락하는 경우 당연히 1936년 협약을 즉시 폐기한다.
- (나) 1952년의 유급휴가(농업) 협약을 비준한 회원국이 농업에 있어서의 근로자에 대해서 행한 이 협약의 의무의 수락을 수락하는 경우 당연히 1952년 협약을 즉시 폐기한다.
- (다) 이 협약이 효력을 발생하더라도 1952년 유급휴가(농업) 협약은 계속 비준될 수 있다.

[제17조] 이하 표준최종규정(비준등록, 효력발생, 폐기, 회원국에 대한 비준의 통보, 국제연합에 대한 통보, 개정의 심의, 개정협약의 효력, 정본)

사업수행기관

(재)한국문화관광연구원

사업 참여

연구책임

윤소영 한국문화관광연구원 융합연구실 실장, 책임연구원

한국문화관광연구원 연구진

박두용 한국문화관광연구원 융합연구실 위촉연구원

이정현 한국문화관광연구원 융합연구실 위촉연구원

최유진 한국문화관광연구원 융합연구실 위촉연구원

성경아 한국문화관광연구원 융합연구실 연구보조원

주소희 한국문화관광연구원 융합연구실 연구보조원

외부 공동 연구진

최석호 레저경영연구소 소장

이주연 레저경영연구소 선임연구원

김재석 레저경영연구소 책임연구원

박정주 레저경영연구소 연구실장

정영종 여가경영 대표

2013 여가백서

발 행 인 | 유진롱

발 행 처 | 문화체육관광부

세종특별자치시 갈매로 388 정부세종청사

Tel (044) 203-2000, Fax (044) 203-3447

발 행 일 | 2013년 12월

인 쇄 처 | 크리홍보(주) (02) 737-5377



2013

여가백서

a white paper on leisure

ISSN 1975-9304
발간등록번호
11-1371000-000055-10