

# 도시관광 진흥방안 연구

김향자 · 유지윤

한국관광연구원

Kim, Hyangja and Jiyeon Yoo

*Research on the Promotion of Urban Tourism in Korea*

## 도시관광 진흥방안 연구

김향자 · 유지윤

한국관광연구원

## 서 문

최근 세계적으로 도시관광, 그리고 관광도시의 의미와 중요성이 높이 평가되고 있습니다. 이는 도시가 국가 및 지역의 관문으로서의 역할을 할뿐만 아니라 그 자체가 훌륭한 관광대상으로서 많은 사람들이 방문하는 관광목적지가 되고 있기 때문입니다.

따라서 도시로의 관광 유인력을 증대시키기 위한 관심이 높아지고 있으며, 특히 많은 투자가 요구되는 새로운 관광시설 개발보다는 기존 도시의 개선을 통한 도시관광의 활성화가 효과적인 수단으로 인식되고 있습니다.

이러한 도시관광을 통한 기대효과는 경제적 소득과 고용창출, 문화유산의 보전 및 재창출, 기반시설의 확충 및 정비, 도시재개발 및 활력부여, 전통적 산업구조에서 서비스산업 중심의 경제구조로 이행하는데 중요한 역할을 수행할 것으로 보고 있습니다.

지난해 정부는 정책적으로 도시의 관광기능 확대를 통한 외래관광객 축진을 위하여 ‘관광도시’ 지정 및 육성에 대하여 검토한 바 있으며, 본 연구원에서는 ‘한국의 관광도시 육성방안’ 연구를 통해 관광도시의 선정과 이에 대한 정부의 지원방안을 제시한 바 있습니다.

그러나 관광도시의 축진을 위해서는 우리나라 도시관광의 실태파악 및 도시관광의 진흥을 위한 기초연구가 필요합니다. 따라서 본 연구에서는 우리나라의 도시관광의 효과적 진흥방안을 모색하고, 장차 각 도시가 추구하는 관광도시로서의 육성을 위한 종합적 육성방안과 정책 지원방안을 모색하고자 하였습니다.

도시관광의 활성화를 위해서는 무엇보다 각 도시의 특성에 가장 적합한 관광개발 방식의 모색이 선행되어야 하며, 정보화, 도시간 네트워크화, 문화적 요소, 환경친화적 요소 등을 복합적으로 고려함으로써 궁극적으로는 보다 살기 좋은 도시로의 지향을 포함하여야 한다고 봅니다.

본 연구가 우리나라 도시의 균형있는 관광발전을 촉진하고 세계적인 수준의 관광도시로 거듭나기 위한 육성추진의 정책 기초 자료로써 활용될 것을 기대해 봅니다.

마지막으로 본 연구의 조사에 참여해주신 각 지방자치단체 관광담당 공무원 여러분께 다시 한번 감사의 말씀을 드립니다.

2000년 10월  
한국관광연구원  
원장 이연택

## Abstract

### **Research on the Promotion of Urban Tourism in Korea**

Cities have become popular tourist destinations since they themselves would be great tourist attractions as well as gateways to nations. Therefore, there has been more interest in raising a degree of cities attractiveness as tourist destinations, and the improvement of the existing facilities is regarded particularly as an effective means than new development which would take a great deal of investment and time.

With this trend, Korean cities also recognized the necessity of the promotion of urban tourism and have implemented various policies to promote their unique urban tourism. However, its promotion has not been approached in comprehensive perspectives since the characteristics of urban tourism have not been identified.

This study is to increase an understanding of urban tourism through conceptual review and analytic structure establishment of urban tourism, and to show the directions of promoting urban tourism through the analysis of the current status and practices of urban tourism.

This study identifies promotion areas such as city image, cityscapes, tourist activities, tourist infrastructure, travel industry and services, tourism policy and administration, and promotion tasks using the urban tourism analysis structure. Then, the priority tasks have been identified among the above tasks through a tourism-, city planning- and landscape expert survey.

# 차 례

<b>제1장 서 론</b> .....	<b>1</b>
제1절 연구배경 및 목적 .....	1
1. 연구의 배경 및 필요성 / 1	
2. 연구의 목적 / 2	
제2절 연구방법 .....	2
1. 연구의 범위 / 2	
2. 연구 방법 / 3	
3. 연구의 기대효과 / 3	
4. 연구수행과정 / 4	
 <b>제2장 도시관광의 개념적 검토</b> .....	<b>5</b>
제1절 도시관광의 개념 및 기능 .....	5
1. 도시관광의 개념 / 5	
2. 도시관광의 기능 / 6	
3. 도시관광의 유형 / 8	
제2절 도시의 관광진흥을 위한 도시계획 검토 .....	16
1. 필요성 / 16	
2. 도시계획 검토 / 17	
3. 도시계획과 관광의 연계성 / 19	
4. 도시행정과 관광의 연계성 / 22	
제3절 도시관광의 분석구조 설정 .....	24
1. 설정 필요성 / 24	
2. 도시관광의 분석구조 연구사례 / 24	
3. 도시관광의 분석구조 설정 / 27	

<b>제3장 도시관광 진흥 실태분석 .....</b>	<b>29</b>
제1절 도시의 관광여건 분석 .....	29
1. 분석 목적 및 방법 / 29	
2. 분석 결과 / 30	
3. 관광여건 평가 / 36	
제2절 도시관광 진흥 사례분석 .....	39
1. 사례분석 필요성 및 방법 / 39	
2. 사례도시별 도시관광 실태분석 / 40	
 <b>제4장 해외사례 분석 및 문제점 종합 .....</b>	<b>55</b>
제1절 해외사례 .....	55
1. 도시 이미지 개선 / 55	
2. 도시 매력성 개선 / 55	
3. 관광상품개발 / 56	
4. 관광수용태세 / 58	
5. 관광전문인력 양성 / 63	
6. 관광행정조직 / 64	
7. 도시지정제도 / 64	
제2절 도시관광 진흥의 문제점 종합 .....	66
1. 시각성(경관 및 이미지) / 66	
2. 매력성(시설) / 66	
3. 상품성(활동프로그램) / 67	
4. 편의성(수용태세) / 68	
5. 관광산업 및 서비스 / 70	
6. 관광정책 및 행정 / 71	

<b>제5장 관광도시 육성방안</b> .....	<b>73</b>
제1절 관광도시 육성 기본방향 .....	73
1. 육성 배경 및 목적 / 73	
2. 육성 기본방향 / 74	
제2절 관광도시 육성과제 선정 .....	75
1. 육성과제 선정과정 / 75	
2. 중점 육성과제의 선정 / 77	
제3절 중점 육성과제별 관광도시 육성방안 .....	80
1. 시각성(경관 및 이미지) 개선 / 80	
2. 도시매력성(자원 및 시설) 개선 / 86	
3. 활동 프로그램(상품성) 개선 / 95	
4. 수용태세(편의성) 개선 / 96	
5. 산업 및 서비스 개선 / 99	
6. 정책 및 제도 개선 / 104	
 <b>제6장 정책추진방안</b> .....	 <b>111</b>
제1절 관광도시 지정 추진방안 .....	111
제2절 육성과제별 단계적 추진방안 .....	114
제3절 주체별·시기별 추진방안 .....	116
 <b>제7장 결 론</b> .....	 <b>118</b>
 <b>참고문헌</b> .....	 <b>121</b>
 <b>부   록</b> .....	 <b>123</b>

## 표 차례

<표 2- 1> 관광 유형 분류 종합 .....	9
<표 2- 2> 도시의 유형 분류 .....	12
<표 2- 3> 기능적 도시 유형 분류(기초시 대상) .....	14
<표 2- 4> 관광도시의 유형분류 .....	15
<표 2- 5> 도시계획의 주요 내용 .....	19
<표 2- 6> 지방자치단체의 행정조직과 업무내역(S시) .....	23
<표 3- 1> 도시의 관광여건 조사항목 .....	30
<표 3- 2> 도시의 관광여건 평가표 .....	36
<표 3- 3> 관광여건 평가결과에 의한 관광도시 유형 .....	37
<표 3- 4> 도시의 관광여건 평가결과표 .....	38
<표 3- 5> 속초시 관광객 및 관광수입(연도별) .....	41
<표 3- 6> 속초시 관광안내정보체계 현황 .....	42
<표 3- 7> 경주시 관광객 및 관광수입 .....	45
<표 3- 8> 경주시 관광안내정보체계 현황 .....	46
<표 3- 9> 수원시 관광객 추이 .....	48
<표 3-10> 수원시 관광안내정보체계 현황 .....	49
<표 3-11> 목포시 관광객 추이 .....	52
<표 3-12> 목포시 관광안내정보체계 현황 .....	53
<표 4- 1> 싱가포르의 슬로건 및 이미지 변화 .....	55
<표 4- 2> 주요 관광도시의 관광안내소 제공서비스 .....	61
<표 4- 3> 시드니 패스(Sydney Pass) .....	63
<표 4- 4> 일본의 정부지정도시 도시관광 진흥시책 .....	65
<표 5- 1> 사례조사 문제점 분석 및 전문가협의 결과 .....	76
<표 5- 2> 육성대상과제(안) 도출 .....	77
<표 5- 3> 육성대상과제의 정책적 중요도(전문가조사 결과)분석 .....	78
<표 5- 4> 도시의 관광이미지 제고 방안 .....	81



<표 5- 5> 도시 관광이미지의 효과적 홍보전략 .....	83
<표 5- 6> 홍보매체별 효과적인 관광이미지 홍보기법 .....	84
<표 5- 7> 도시경관의 시각적 개선을 위한 정비요소 .....	85
<표 5- 8> 관광 특성거리 조성을 위한 정비요소 .....	89
<표 5- 9> (가칭) ‘관광서비스 아카데미’ 교육 프로그램(안) .....	103
<표 6- 1> 관광도시 지정 기준 .....	113
<표 6- 2> 사업별 추진계획(주체 및 시기) .....	117
<부록 표 1> 전문가 설문 표본 특성 .....	126
<부록 표 2> 관광도시 육성분야의 정책적 우선순위 .....	126
<부록 표 3> 관광도시 육성과제의 정책적 중요도 .....	128
<부록 표 4> 관광도시의 랜드마크 개발 .....	129
<부록 표 5> 관광도시 이미지 홍보기법 .....	129
<부록 표 6> 도시경관의 시각적 개선을 위한 정비요소 .....	130
<부록 표 7> 관광특성거리 조성을 위한 정비요소 .....	131
<부록 표 8> 야간관광 상품 및 프로그램 .....	132
<부록 표 9> 도시관광 이미지의 효과적 홍보전략 .....	132
<부록 표 10> 도시관광 이미지 홍보기법 .....	133
<부록 표 11> 효과적 관광도시 육성 지원방안 .....	134
<부록 표 12> 관광도시 육성을 위한 법·제도 개선 분야 .....	134
<부록 표 13> 관광도시의 효율적 육성추진을 위한 부서간 협력 업무 .....	135
<부록 표 14> 관광도시 육성을 위한 중앙정부의 역할 .....	135

## 그 립 차 례

[그림 1- 1] 연구수행과정 .....	4
[그림 2- 1] 도시관광의 전략 .....	7
[그림 2- 2] 도시개발관련법의 체계 .....	18
[그림 2- 3] 도시관광의 기본구조 .....	25
[그림 2- 4] 도시관광의 요소 및 관계 .....	26
[그림 2- 5] 도시관광의 분석구조 .....	28
[그림 3- 1] 도시의 내국인 관광객 규모 분포 .....	31
[그림 3- 2] 도시의 외국인 관광객 규모 분포 .....	32
[그림 3- 3] 도시의 관광(단)지 보유수 분포 .....	32
[그림 3- 4] 도시의 문화행사 개최수 분포 .....	33
[그림 3- 5] 도시의 문화재 수 분포 .....	33
[그림 3- 6] 도시의 안내소 수 분포 .....	34
[그림 3- 7] 도시의 관광호텔 총 객실수 분포 .....	34
[그림 3- 8] 도시의 관광행정 인력수 분포 .....	35
[그림 3- 9] 도시의 예산총액 분포 .....	36
[그림 3-10] 사례도시 관광여건 평가 결과 .....	54
[그림 5- 1] 중점 육성과제의 도출과정 .....	76
[그림 5- 2] 도시관광 중점 육성과제 .....	80
[그림 5- 3] 도시경관의 구조 .....	86
[그림 6- 1] 관광도시 육성 추진단계 .....	116

## 요 약

### 1. 서론

#### 1. 연구배경 및 목적

- 우리나라에 있어서 지금까지 관광진흥은 관광단지, 관광특구 등과 같은 시설지구를 중심으로 추진되어 왔으며 도시자체를 하나의 종합적 관광대상으로서 이해하고 진흥하고자 하는 노력은 부족하였음.
- 도시는 실제로 관광활동이 이루어지는 중요 단위라고 할 수 있음. '99 한국관광공사의 외래관광객 실태조사에 따르면, 외래관광객의 목적지중 도시가 차지하는 비율이 68.8%이고, 도시가운데 수도권이 차지하는 비율이 60.5%로 높은 비중을 보이고 있음.
- 도시관광은 전통적인 관광(단)지 등에 비해 계절성이 낮고, 다양한 관광매력물을 보유하고 있으며, 기존 시설과 자원을 효과적으로 활용할 수 있다는 측면에서 그 중요성이 높이 평가되고 있음. 또한 최근 지방의 도시들은 도시의 정체성 부각과 관광매력 증진을 통하여 외래관광객들의 유치를 촉진하고자 하고 있음.
- 한편 정부는 정책적으로 도시의 관광기능 확대를 통한 외래관광객 촉진을 위하여 '관광도시' 지정 및 육성에 대하여 검토한 바 있음. 이러한 차원에서 본 연구원에서는 지난해 '한국의 관광도시 육성방안' 연구를 통해 관광도시의 선정과 이에 대한 정부의 지원방안을 제시한 바 있음.
- 그러나 관광도시의 촉진을 위해서는 우리나라 도시관광의 실태파악 및 도시관광의 진흥을 위한 기초연구가 필요함. 따라서 본 연구에서는 우리나라의 도시관광의 효과적 진흥방안을 모색하고, 장차 각 도시가 추구하는 관광도시로서의 육성을 위한 종합적 육성방안과 정책 지원방안을 모색하고자 함.

#### 2. 연구 방법

- 국내외 문헌조사 및 자료조사
  - 국내외 도시관광 진흥 사례

- 사례도시(수원, 속초, 목포, 경주 등 4개 도시)에 대한 도시관광 진흥 실태 분석
- 지방자치단체 공무원, 지역주민 대상 현장 인터뷰 실시
- 설문조사
  - 지방자치단체 설문조사: 우리나라 도시(광역시 및 기초시)의 관광여건 분석 및 문제점 도출
  - 전문가 설문조사: 관광도시 육성을 위한 중점 육성분야 선정 및 세부 추진과제 도출을 위한 관광, 도시계획, 조경 등 관련 전문가 설문조사 실시

### 3. 연구의 기대효과

본 연구를 통한 기대효과는 다음과 같이 세가지로 나누어 볼 수 있음.

첫째, 우리나라 도시관광의 활성화를 위한 기초자료를 제공함.

둘째, 도시관광 진흥을 통해 우리나라 도시의 경쟁력을 강화시키는데 기여함.

셋째, 복합적 관광체계로서 도시관광에 대한 이해를 증진하고 향후 정부가 추진하게 될 ‘관광도시’ 지정 제도의 성공적 운영을 위한 토대를 제공함.

## II. 연구의 주요 내용

### 1. 도시관광의 개념

- 도시관광이란 도시 주민 혹은 외래객에 의해서 해당 도시의 형태와 기능현상 및 기존 도시 이미지를 관광대상으로 하여 발생하게 되는 도시내의 각종 관광여가활동을 의미함. 또한 도시관광이란 도시내부 혹은 도시 외부에 의해서 도시의 각종 매력물과 편의시설 및 도시의 이미지를 관광대상으로 하여 도시내에서 발생하는 관광현상을 의미함.
- 반면, 관광도시란 도시자체가 지역 외부로부터의 관광객의 방문동기를 유발시킬 수 있는 충분한 매력과 그들을 수용할 수 있는 관광시설(숙박, 방문교통, 위락, 문화, 정보, 음식, 이벤트 관련시설)과 관련 프로그램을 갖추고 있음으로써 일반도시에 비해 외래방문객이 많은 도시를 지칭함. 단순화시킨 개념으로는 관광 관련산업의 활성화를 통하여 지역사회를 발전시키고 지역주민을 위한 도시경영을 시행해 나가는 도시를 관광도시라 정의할 수 있음.

- 한마디로 관광도시는 도시에 있어서 핵심적인 현상이 외래관광객을 유인하여 관광 경험을 제공하는 도시라 할 수 있는데, 문화도시, 역사도시, 리조트도시, 위락도시 등과 같은 도시유형들은 관광도시의 개념 안에서 설명될 수 있음.
- 도시관광이 관광현상이며 활동의 하나로서 이해되고, 관광도시는 이러한 활동을 담고 이러한 현상이 일어나는 장소적 개념으로 이해될 수 있음

## 2. 도시관광의 분석구조 설정

- 각 도시들이 지니고 있는 관광특성을 충분히 파악하여 도시관광을 육성하기 위해서는 체계적인 육성과제 도출과정이 요구됨.
- 도시관광은 일반적 관광시스템으로 설명할 수 있으나 많은 사람들이 거주하고 생산이 일어나는 장소이며, 독자성을 지니고 있기 때문에 도시관광의 진흥에 적합한 분석구조의 설정이 필요함.
- 특히, 도시를 하나의 종합적 진흥대상으로서 체계를 설정하고 이를 바탕으로 육성 방안을 도출하기 위해서는 도시의 관광분석 체계에 대한 검토가 필요함.  
또한 도시에 대하여 합리적이고 실천적인 관광 육성방안에 제시를 위해서는 도시들에 대한 관광진흥 실태파악이 우선되어야 하며, 이러한 실태파악을 위하여 분석구조가 제시되어야 함.
- 이러한 분석구조에서는 도시관광의 구조는 내부요인과 외부요인으로 나누었으며, 도시관광 내부요인으로서는 시각성(경관 및 이미지), 매력성(자원 및 시설), 상품성(활동 프로그램), 편의성(관광 수용태세)등을 설정하고, 도시관광의 외부요인으로서는 도시 관광객, 관광산업체(산업 및 서비스), 관광정책 및 행정 등을 설정하였음([그림 2-4] 도시관광의 분석구조 참조).

## 3. 도시의 관광여건 분석

- 우리나라 주요 도시의 관광여건에 대한 분석을 통해 도시들의 관광실태를 파악하고 이를 통하여 관광 진흥을 위한 제반 문제점을 점검하며, 관광도시 육성에 필요한 사항을 도출하고자 관광여건 분석을 실시하였음.
- 도시의 관광여건 분석방법은 1차적으로 도시관광의 실질적인 단위라고 할 수 있는 ‘시’급 도시로서 기초자치단체 72개를 중심으로 설문조사 분석을 통하여 조사하였

으며, 응답이 미진한 도시에 대하여는 도시관련 통계를 통하여 보완하였음.

- 72개 기초시중 자료가 충실하여 분석 가능한 59개 시에 대한 관광여건 평가결과, 100점 만점에 총 평가점수는 평균 21.8로 상당히 낮은 것으로 나타났음(<표 3-4> 참조).
- 분석에 포함된 59개 도시에 대해 관광도시로서의 기능 수행가능성을 중심으로, 상위 점수 분포 80% 이상을 ‘관광도시: 관광도시로서 활발히 진흥되고 있는 곳’, 점수 분포 60%~79% 까지를 ‘잠재 관광도시: 관광도시로서의 잠재력이 비교적 높은 곳’, 점수분포 45%~59%를 ‘미개발 관광도시: 관광도시로서 잠재력이 있으나 미개발된 곳’으로 나누어 제시하였음(<표 3-3> 참조).

#### 4. 사례도시 분석

- 일반적인 도시의 관광여건 분석을 통해서는 기존 도시들의 관광매력성과 관광진흥 정책 등을 파악하기 어려우며, 기존의 도시들의 관광진흥의 문제점을 파악하기에 한계가 있음.
- 따라서 관광도시의 육성방안 제시를 위한 기초조사로서 몇 개의 도시를 사례로 하여 관광진흥 실태에 대한 조사를 실시하였음.
- 도시관광 진흥 사례분석 도시는 국내 유수의 관광도시로서 국제적인 수준으로 제고시킬 필요가 있는 지역 또는 도시의 관광여건은 미약하나 관광여건 개선을 통하여 육성잠재력이 높은 지역이라 판단되는 도시를 대상으로 하였음.
- 사례분석 도시의 선정기준은 입지유형 및 관광자원의 특성, 지역별 안배 등을 기준으로 하였으며, 최종적으로 우리나라의 대표적인 관광도시로서 국제적인 수준의 관광도시로 성장할만한 잠재력과 유인력을 갖춘 곳 중 조사편의를 고려하여 임의로 경주(지역: 경상권, 입지형: 내륙형, 자원특성: 역사형), 속초(지역: 강원권, 입지형: 해안형, 자원특성: 자연자원형) 2곳을 선정하였으며, 충분한 관광잠재력을 갖추고 있으나 아직까지 개발이 미흡한 도시로서 향후 우리나라의 대표적인 관광도시로 성장가능성이 높은 곳 중 임의로 수원(지역: 경기충청권, 입지형: 내륙형, 자원특성: 문화형), 목포(지역: 전라권, 입지형: 해안형, 자원특성: 문화형 및 자연자원형) 2곳을 선정하여 조사하였음.
- 조사내용은 일반여건 실태분석(면적, 인구, 산업구조 등)과 관광여건 실태분석의 항

목은 시장성, 관광자원, 수용태세(안내정보, 관광교통, 숙박시설, 관광상품개발, 쇼핑 관광), 관광촉진 정책, 조직 및 인력, 예산 등으로 구분하여 조사·분석하였음.

## 5. 도시관광 육성기본 방향 및 육성과제의 선정

- 본 연구에서는 도시관광의 진흥을 위하여 다음과 같이 크게 네가지의 기본방향을 중심으로 관광도시 육성방안을 제시하고자 하였음.
  - 저비용 고효율 도모: 도시의 관광진흥은 새로운 시설위주의 개발보다는 기존 시설의 관광프로그램 개발, 상품화 등을 통하여 적은 비용으로 최대의 효과를 가져올 수 있는 방향으로 추진하고자 함
  - 도시의 관광발전 잠재력 고취: 도시가 보유하고 있는 자원성을 충분히 발굴하도록 함으로서 발전 잠재력과 성장 가능성을 높일 수 있도록 함
  - 새로운 환경 변화에 적극적으로 부응: 도시의 관광진흥이 정보, 환경, 문화 등 21세기의 새로운 추세에 걸맞도록 육성방안을 강구하도록 함
  - 지역협력을 통한 도시의 자생적 발전 도모: 도시의 발전을 위해서는 시민들의 자발적 참여가 필수적으로 요구됨. 따라서 도시의 지속적인 관광발전을 위해서는 민관협력이 이루어질 수 있도록 함
- 관광도시의 효과적인 육성을 위해서는 도시관광의 분석구조내에서 각 구성요소별로 중점 추진되어야 할 육성과제를 선정하고 이를 집중 지원할 필요가 있음.
- 본 연구에서는 도시관광 분석구조에 의하여 도시이미지 및 경관, 도시매력성, 관광활동, 관광기반시설, 관광산업 및 서비스, 관광정책 및 행정 등의 주요 육성분야와 육성대상과제들을 도출하였음.
  - 중점 육성과제의 선정은 1차적으로 사례도시에 대한 현장조사 및 두 차례의 연구협의회를 통해 1차 중점 육성분야를 도출하였음.
  - 도출된 중점육성분야에 대한 전문가 의견조사(육성과제의 정책적 중요도 및 시급성, 현실성 등 파악)를 통해 최종적으로 중점 육성과제를 도출하였음.
  - 최종적으로 도시관광의 핵심요소별로 3~4가지씩의 중점 육성 추진과제를 선정하였음([그림 1] 참조).

육성방향		중점 육성과제
도시 경관의 시각적 개선	시각성 개선 (visuality)	→ 도시 관광경관의 시각적 개선 도시의 차별화된 주제 개발(주제성) 관광 CIP 작업 추진 홍보수단의 다양화 및 효율화
도시내 관광자원 및 시설의 개선	매력성 개선 (facility)	→ 관광복합테마공간 조성 관광 특성가로 정비 도시내 관광위락시설 개선
다양한 관광활동에 부응한 차별화된 관광경험의 제공	상품성 제고 (product)	→ 체험관광상품 개발 및 문화시설의 관광프로그래밍화(상설프로그램 활성화) 다양한 관광코스 및 관광상품 개발(야간관광 활성화)
관광객 편의제고를 위한 관광시설 개선 등 수용태세의 개선	편의성 제고 (convenience)	→ 관광안내체계 개선 관광교통시설 개선 관광숙박시설 개선
도시의 관광산업 및 서비스 개선	산업 활성화 (industry promotion)	→ 관광 전문인력 양성 지역주민과 관광종사원 서비스 개선
유관부서간 협력체계 구축 및 제도적 연계성 강화	정책 및 제도 개선 (policy and institution)	→ 관광인력 확충 도시관광 관련부서간 협력체계 구축 관련 법규의 정비(관광특성 거리 및 관광지구 조성 추진 등)

[그림 1] 도시관광 중점 육성과제

## 6. 육성방안의 제시

- 시각성(경관 및 이미지) 개선
  - 관광이미지는 잠재관광객들이 도시의 객관적 실재보다는 개별적 이미지에 의해 방문을 결정한다는 점을 고려할 때, 도시관광 마케팅의 핵심적 도구라고 할 수 있음. 즉, 도시의 관광이미지는 도시 관광산업의 성장잠재력을 결정하는 요인이며, 지역의 불편한 접근성과 낮은 인지도를 극복하는데 유용한 전략이 될 수 있음.
  - 도시관광의 시각성의 개선을 위한 방안으로 도시의 차별적인 이미지 제고 및 효율적 홍보체계 구축을 위하여, 도시의 차별화된 주제 개발 및 CIP추진, 도시의 랜드마크 조성 및 홍보기법 및 매체 다양화 방안 등을 제시하였음.



- 또한 도시의 시각적 정비방안으로 가로환경정비, 건축물정비, 도로 정비 방안 등을 제시하였음.
- 도시 매력성(시설 및 자원) 개선
  - 도시관광의 만족도를 높이고, 관광도시로서의 이미지를 효과적으로 부각시키기 위해서는 건축물, 가로, 도로경관 등의 시각적 개선과 함께, 관광복합 테마공간의 조성, 관광특성 가로의 조성을 통해 도시경관적 측면에서 관광도시에 걸맞는 지역 고유의 분위기를 창출할 필요가 있음.
  - 도시관광의 시각적 경관을 개선하고 관광도시로서의 분위기를 조성하기 위한 효과적인 방안으로 관광 특성가로의 정비를 통한 관광복합테마공간의 조성, 도시내 관광위락시설 개선방안 등을 제시하였음.
- 활동 프로그램(상품성) 개선
  - 기존의 도시관광은 자원개발을 위주로 추진되어 소프트웨어를 활용한 관광상품개발에는 상대적으로 관심과 지원이 부족하였음. 특히, 현재의 지방자치단체의 획일적이고 전시적인 축제 또는 지역행사의 개최 등은 지역성을 살리지 못하여 관광객의 욕구충족에 미흡함.
  - 각 도시가 지니고 있는 고유한 문화적 분위기를 느끼고 체험할 수 있는 상품개발이 요청됨. 특히 시기적으로 한정되어 있는 대규모 축제이외에 도시 관광객들이 항상 참가할 수 있는 소규모 상설공연 활성화와 야간관광프로그램의 개발이 시급함.
  - 도시관광의 문화적 특성을 부각시키고 관광객들이 참여할 수 있는 활동프로그램의 제공을 촉진하기 위한 방안으로 상설공연프로그램 및 야간관광의 활성화 방안을 제시하였음.
- 수용태세(편의성) 개선
  - 도시관광의 활성화를 위해서는 기본적으로 교통, 안내체계, 숙박시설 등의 관광 편의성 제고가 필수적임. 도시를 방문하는 관광객은 양질의 서비스, 편리한 시설 및 안내 등을 기대하게 되므로 이러한 관광객의 욕구를 충족시키고 쾌적한 관광경험을 제공하는 일이 무엇보다 중요함.
  - 도시의 관광수용태세의 개선을 위해서는 장기적인 대책과 많은 예산 투자가 요구됨. 도시관광의 효과적 진흥을 위해서는 단기적인 차원에서 적은 예산으로 많은 효과를 얻을 수 있는 부문에 대하여 우선 지원하도록 할 필요가 있음.
  - 이에 따라 개별관광객 및 비즈니스 관광객의 관광편의를 증진시킬 수 있도록 관광

안내소의 시설 및 서비스 개선, 도시내 주요 지점의 연계와 도심과 관광자원간 연계관광 교통체계를 구축, 지역전문해설가 제도를 통한 관광안내 수준 제고 방안 등을 제시하였음.

○ 산업 및 서비스 개선

- 도시관광 진흥을 위해서는 관광의 각 요소를 공급하는 관광산업의 활성화가 필수적임. 특히 지방도시의 경우 관광산업의 기반이 취약하여 관광공급자로서의 기능을 다하지 못하고 있는 실정임.
- 관광산업 활성화를 통한 지역의 도시 관광촉진을 위해 ‘(가칭) 국민관광상품권’의 도입을 추진하고 등의 도입을 추진하여 국민관광 수요의 연중분산과 확대를 촉진하고, 인력기반산업이라고 할 수 있는 관광산업의 서비스 수준제고를 위해 ‘(가칭) 지역관광해설가’를 양성함. 또한 지역관광의 전반적인 확대의식 및 서비스 제고를 위해 ‘(가칭) 지역관광 서비스 아카데미’의 설립을 추진할 것 등을 제안하였음.

○ 정책 및 제도 개선방안

- 우리나라 지방도시의 관광을 종합적으로 진흥함으로써 향후 관광도시 육성을 위한 정책적·제도적 기반조성을 추진함. 이를 위해 지역의 관광담당공무원의 전문성 강화, 도시관광 관련부서간 협력체계 구축, 관광지구 및 거리의 조성, 관광도시의 지정추진 등을 위한 법·제도 개선 방안을 제시함.

## 7. 결론

- 도시관광의 효율적 육성을 위해서는 초기에는 대규모 시설투자보다는 소프트한 프로그램 개발과 도시이미지의 개발, 그리고 적극적이고 다양한 홍보전략이 요청됨. 이를 통해 관광도시로서의 이름을 널리 알리고 방문객 유치를 촉진하도록 함이 요구됨.
- 또한 관광안내체계 및 교통체계의 개선을 포함하는 관광기반시설의 개선과 함께 도시경관의 시각적 개선, 도시의 핵심공간 창출을 통해 명실상부한 관광도시로서의 분위기를 조성하는 것이 필요함.
- 특히, 도시경관개선을 위해서는 도시자체를 통합적 관광상품으로서 접근하며 도시경관, 이미지, 활동프로그램 및 시설 등의 연계성과 주제성의 부각을 통해 관광도시로서의 정체성을 확립하도록 할 필요가 큼.

- 영국의 런던은 광역지역의 중핵도시로서 관광관련 역할을 명시하여 도시재개발 사업 정책이나 계획 수립에서 도시의 관광위락기능을 필수적인 도시관광 공간 조성요인으로 중시토록 하고 있음.
- 그러나 우리나라의 경우, 대부분의 도시계획상에 관광관련 기능에 대한 고려가 이루어지지 않고 있음. 따라서 도시관광의 육성을 위해서는 도시의 제반 편의시설 및 기반시설에 대한 규정을 담고 있는 도시계획과의 연계성의 확보가 필수적이라고 할 수 있음.
- 또한 도시의 경관을 시각적으로 개선하고 관광도시로서의 핵심적 이미지 창출을 위한 방안으로 관광특성거리의 조성과 관광지구 조성을 적극 검토해볼 필요가 있음.
- 마지막으로 도시자체를 하나의 매력적인 상품으로 개발하고 육성효과를 극대화하기 위한 방안으로 각 도시가 지닌 테마별로 관광도시를 지정·육성할 필요가 큼.

# 제1장 서론

## 제1절 연구배경 및 목적

### 1. 연구의 배경 및 필요성

최근 세계적으로 도시의 관광, 그리고 관광도시의 의미와 중요성이 높이 평가되고 있다. 이는 도시가 국가 및 지역의 관문으로서의 역할을 할뿐만 아니라 그 자체가 훌륭한 관광대상으로서 많은 사람들이 방문하는 관광목적지가 되고 있기 때문이다.

따라서 도시로의 관광유인력을 증대시키기 위한 관심이 높아지고 있으며, 특히 시간과 돈이 많이 소요되는 새로운 시설의 개발보다 기존 도시의 개선을 통한 도시관광의 활성화가 효과적인 수단으로 인식되고 있다.

이처럼 도시관광의 중요성이 증대됨에 따라 도시 자체의 복합적인 기능과 현대와 과거의 역사가 어우러진 독특한 자원성을 바탕으로 도시를 하나의 관광대상으로 종합적으로 바라보고 도시관광을 활성화시키기 위한 진흥정책을 수립할 필요성이 부각되는 시점에 있다.

그러나 우리나라에 있어서 지금까지 관광진흥은 관광단지, 관광특구 등과 같은 시설지구를 중심으로 추진되어 왔으며 도시자체를 하나의 종합적 관광대상으로서 이해하고 진흥하고자 하는 노력은 부족하였다.

도시는 실제로 관광활동이 이루어지는 중요 단위라고 할 수 있다. '99 한국관광공사의 외래관광객 실태조사에 따르면, 외래관광객의 목적지중 도시가 차지하는 비율이 68.8%이고, 도시가운데 수도권이 차지하는 비율이 60.5%로 높은 비중을 보이고 있다.

도시관광은 전통적인 관광(단)지 등에 비해 계절성이 낮고, 다양한 관광매력물을 보유하고 있으며, 기존 시설과 자원을 효과적으로 활용할 수 있다는 측면에서 그 중요성이 높이 평가되고 있다.

최근 지방의 도시들은 도시의 정체성 부각과 관광매력 증진을 통하여 외래관광객들

의 유치를 촉진하고자 하고 있다.

한편 정부는 정책적으로 도시의 관광기능 확대를 통한 외래관광객 촉진을 위하여 ‘관광도시’ 지정 및 육성에 대하여 검토한 바 있다. 이러한 차원에서 본 연구원에서는 지난해 ‘한국의 관광도시 육성방안’ 연구를 통해 관광도시의 선정과 이에 대한 정부의 지원방안을 제시한 바 있다. 그러나 관광도시의 촉진을 위해서는 우리나라 도시관광의 실태파악 및 도시관광의 진흥을 위한 기초연구가 필요하다.

따라서 본 연구에서는 우리나라의 도시관광의 효과적 진흥방안을 모색하고, 장차 각 도시가 추구하는 관광도시로서의 육성을 위한 종합적 육성방안과 정책 지원방안을 모색하고자 한다.

## 2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 실제로 관광활동이 이루어지는 주요 기본 단위라고 할 수 있는 도시를 중심으로, 관광도시 육성을 위한 효과적인 도시관광 진흥방안을 제시하는데 연구의 주요 목적이 있다.

# 제2절 연구방법

## 1. 연구의 범위

- 시간적 범위는 단기적으로 추진할 수 있는 2003년을 목표년도로 설정하도록 한다.
- 공간적 범위는 도시관광의 기본단위인 광역시 및 기초자치단체중 ‘시’급 도시를 대상으로 한다.
- 내용적 범위는
  - 도시관광의 주요 구성요소를 파악하고
  - 주요 도시의 관광현황에 대한 실태조사 분석을 통하여
  - 도시관광 진흥상의 문제점을 분석하며
  - 관광도시 육성을 위한 도시관광의 진흥방안을 제시하는 것으로 한다.

## 2. 연구 방법

- 국내외 문헌조사 및 자료조사
  - 도시관광에 대한 연구 자료
  - 국내외 도시관광 진흥 사례
- 현황 조사
  - 사례도시(수원, 속초, 목포, 경주 등 4개 도시)에 대한 도시관광 진흥 실태 분석
  - 지방자치단체 공무원, 지역주민 대상 현장 인터뷰 실시
- 설문조사
  - 지방자치단체 설문조사: 우리나라 도시(광역시 및 기초시)의 관광여건 분석 및 문제점 도출
  - 전문가 설문조사: 관광도시 육성을 위한 중점 육성분야 선정 및 세부 추진과제 도출을 위한 관광, 도시계획, 조경 등 관련 전문가 설문조사 실시

## 3. 연구의 기대효과

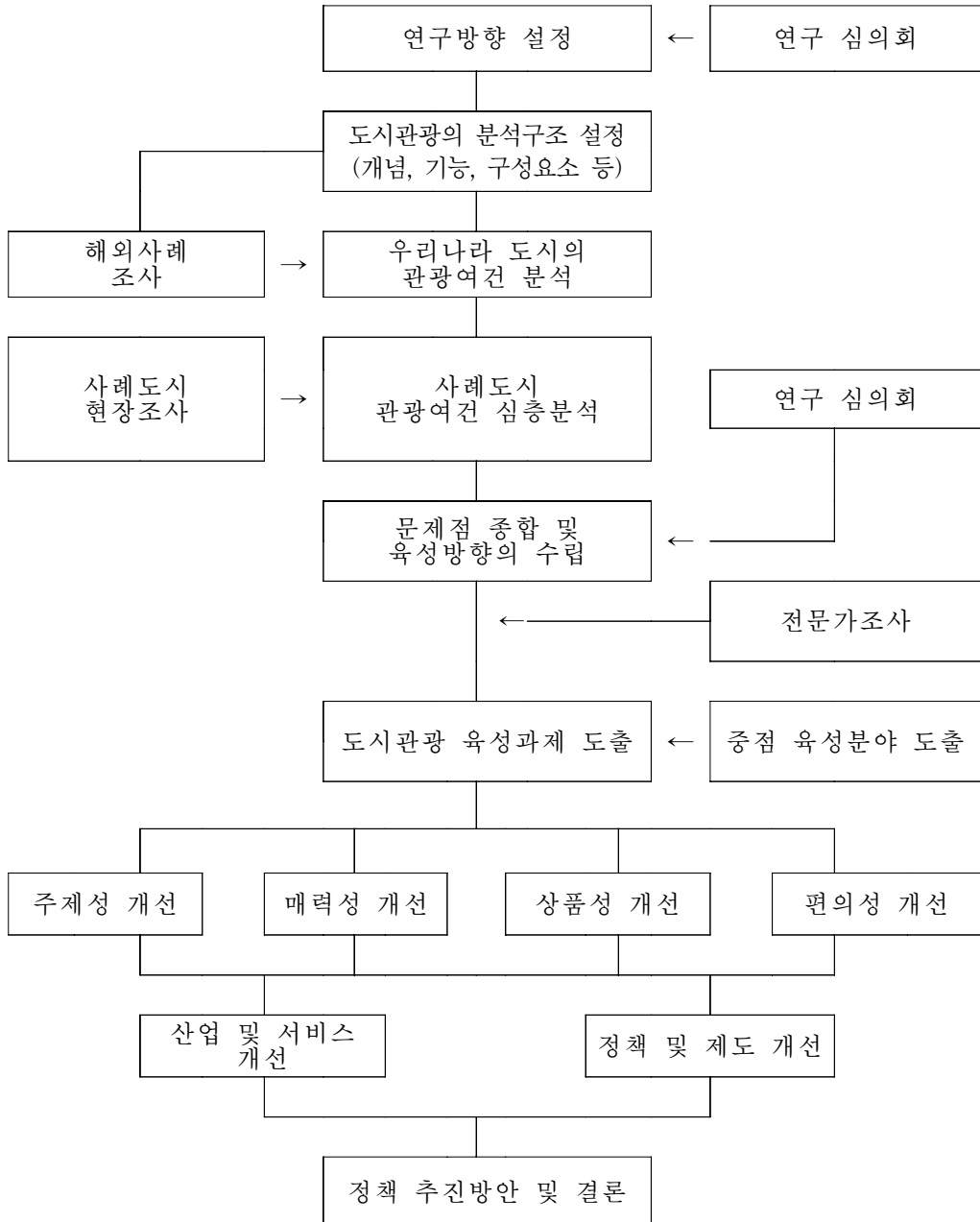
본 연구를 통한 기대효과는 다음과 같이 세 가지로 나누어 볼 수 있다.

첫째, 우리나라 도시관광의 활성화를 위한 기초자료를 제공한다.

둘째, 도시관광 진흥을 통해 우리나라 도시의 경쟁력을 강화시키는데 기여한다.

셋째, 복합적 관광체계로서 도시관광에 대한 이해를 증진하고 향후 정부가 추진하게 될 ‘관광도시’ 지정 제도 도입방안을 제시한다.

## 4. 연구수행과정



[그림 1-1] 연구수행과정

## 제2장 도시관광의 개념적 검토

### 제1절 도시관광의 개념 및 기능

#### 1. 도시관광의 개념

도시관광이란 일반적으로 도시 관광객과 도시의 관광대상, 관광기업, 관련정부, 도시 주민과의 상호작용과 현상으로<sup>1)</sup> 도시민 혹은 도시 외부인에 의해서 도시의 각종 매력물, 편의시설과 도시의 이미지를 관광대상으로 하여 도시 내에서 발생하는 관광현상을 의미한다.

여기서 도시관광객이란 순수 또는 겸목적 관광으로 당해 도시 외부로부터의 방문객 및 도시내부에서 발생하는 이용객을 모두 포함하며, 관광대상은 도시자체가 지니고 있는 총체적 매력, 자연 및 인문자원, 시설, 서비스 등을 포함한다. 관광기업은 도시관광자의 관광경험을 충족시켜주는 상품과 서비스를 제공하는 관련 업체를 지칭하며, 관련 정부와 주민은 당해 도시의 정부와 거주자를 의미한다.

즉, 종합적으로 도시관광이란 도시내부 혹은 도시 외부인에 의해서 도시의 각종 매력물과 편의시설 및 도시의 이미지를 관광대상으로 하여 도시내에서 발생하는 관광현상을 의미한다고 볼 수 있다.

한편, 森下慶子는 도시관광을 시민·기업·행정이 하나가 되어 국내외의 다양한 사람들과의 교류를 통해 도시의 생활, 문화, 산업의 원활한 순환을 낳는 지역진흥에 도움이 되는 새로운 도시 만들기<sup>2)</sup>라고 정의하고 있다.

도시관광이 관광현상이며 활동의 하나로서 이해될 수 있으며, 이러한 도시관광의 활동을 담아내고 도시관광의 현상이 일어나는 장소적 개념으로 이해되는 것이 관광도시이다.

관광도시란 도시자체가 지역 외부로부터의 관광객의 방문동기를 유발시킬 수 있는 충분한 매력과 그들을 수용할 수 있는 관광시설(숙박, 교통, 위락, 문화, 정보, 음식, 이

1) 김향자·유지윤(1999), 「한국의 관광도시 육성방안」, 5-6쪽

2) 森下慶子(2000), “「都市観光」は日本の都市を育てる力”, *Weekly Travel Journal*



벤트 관련시설)과 관련 프로그램을 갖추고 있음으로써 일반도시에 비해 외래방문객이 많은 도시를 지칭한다.

세계적인 관광도시는 특별한 자연자원이나 인문자원을 보유하거나, 인위적인 시설을 개발하여 주요 관광대상지로 자리잡고 있다. 도시는 한 국가의 관문이나 관광거점으로 서 중요한 역할을 담당하며, 도시 자체로서 훌륭한 관광대상이 되고 있다. 도시내 박물관, 공원, 극장, 유적지, 현대적 건물, 쇼핑, 음식, 위락 및 도시적 환경과 경관 등은 도시관광의 주요 매력물이라 할 수 있다.

따라서 관광도시란 도시자체가 훌륭한 관광지 또는 휴양지로서의 자원과 기능을 보유하여 특성화를 통하여 지역고유의 각종 민속, 문화, 관광 이벤트를 정기적으로 개최하고 주요 자원들에 대한 광고 및 홍보선전에 주력할 뿐만 아니라 관광관련 산업의 활성화를 통해 지역사회를 경영해 나가는 도시라 할 수 있다.

## 2. 도시관광의 기능

도시의 관광적 기능은 첫째, 관광객들이 관광목적지로 가는 ‘경유지’로서의 교통 및 관광정보 제공지이며, 둘째, 관광목적지의 ‘배후지’로서의 숙박지이며, 셋째, 도시내 여러 관광대상물에 의한 위락지이며, 넷째, 도시민이 살고 있는 삶의 현장으로 생활풍습을 보여주는 곳이며, 다섯째, 각종 이벤트의 개최지이다.

이러한 도시관광 진흥을 통한 기대효과는 경제적 소득과 고용창출, 문화유산의 보존 및 재창출, 기반시설의 확충 및 정비, 도시재개발 및 활력부여, 전통적 산업구조에서 서비스산업 중심의 경제구조로 이행하는데 중요한 역할을 수행한다.

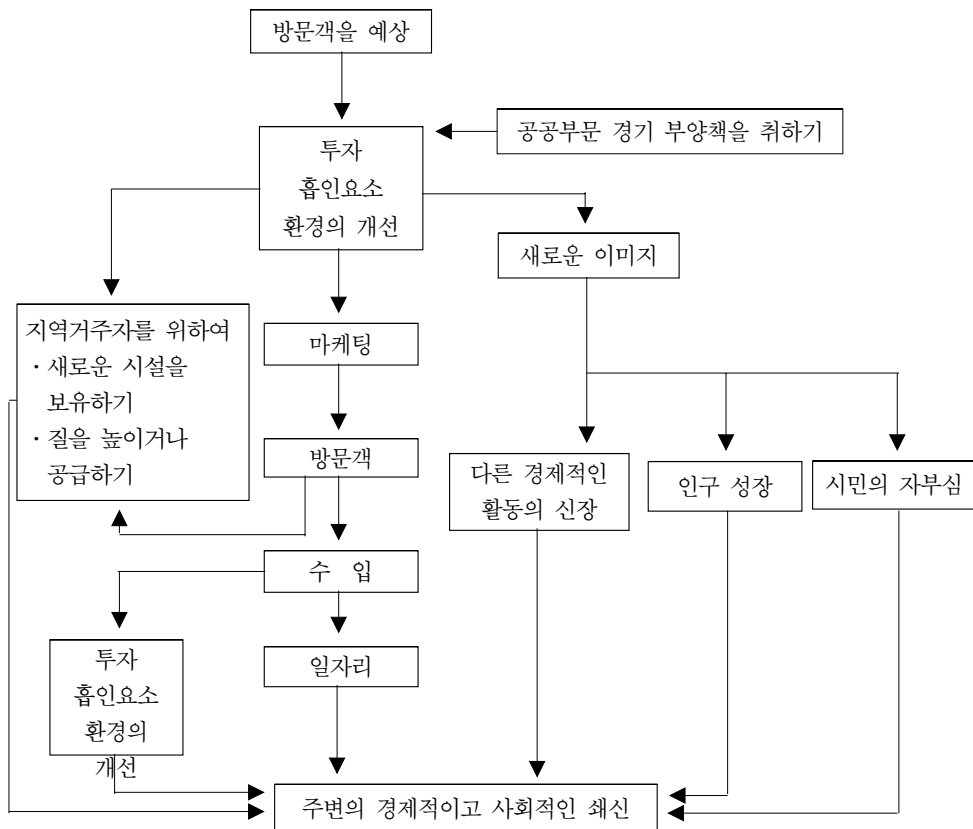
도시관광의 기능중 도시의 재정비 및 활력제고 측면은 세계적으로 중요하게 인식되고 있다. 도시문제를 해결하는 차원의 도시재개발 및 부흥과 관련되어 도시경제의 성장을 추구하고 도시환경을 정비하는데 도시관광이 주요한 수법으로 활용되고 있다. 이러한 예는 유럽의 도시들이 1980년대 이후 제조산업의 쇠퇴에 따른 경제불황이나 고실업에 직면하면서 서비스산업으로서 부가가치가 높은 관광산업의 인식제고와 함께 도시관광을 성장산업으로서 채택한 것에서 찾아볼 수 있다. 실제로 전후 일본의 주요 도시 및 영국의 에딘버러 등이 관광을 통한 도시재개발 및 활성화를 이룩한 대표적인 사례라고 할 수 있다.

로우(Law)는 도시관광진흥을 산업개발이나 오피스개발, 그리고 유사한 지역경제 개발정

책의 한 요소로 취급하는 것은 잘못이라고 보았다. 도시관광을 지지하는 사람들은 다른 어떤 기능보다도 도시관광이 훨씬 더 중요성을 갖고 있다고 주장해 왔다([그림 2-1] 참조).

관광투자는 시설, 사업, 물리적 환경, 지역개발의 이익이 될 기간시설의 개발을 포함한다. 그것은 그 도시를 시장화하고 산업적이고 상업적인 활동을 끌어들이는데 도움이 될 이미지를 상품화하는 것을 포함한다(이후석 역, 1999)

대도시들의 경우는 이미 관광중심지로서 역할을 하고 있다. 그러나 관광산업이 도시 경제에서 좀 더 큰 역할을 하기를 기대한다면 규모면에서 실질적으로 증가되어야 한다. 이로 말미암아 실질적으로 많은 관광객을 유치하는 것을 의미하고 관광부문의 고용증대를 통하여 도시경제에 활성화를 가져올 수 있다.



자료: Christopher M. Law(1992), Urban Tourism and Its Contribution to Urban Regeneration, Urban Studies. 29, pp 599~618/ 인용: 이후석 역(1999), 도시관광, 자유출판사

[그림 2-1] 도시관광의 전략

### 3. 도시관광의 유형

#### 가. 도시관광의 유형

##### 1) 관광의 유형

##### ① 관광의 유형

도시관광의 유형을 살펴보기에 앞서 일반적으로 관광의 유형이 어떻게 나뉘어지고 있는가를 살펴보았다.

베르네커(Bernecker)는 관광을 여행동기와 관련시켜서 보양적 관광, 문화적 관광(수학여행, 견학, 종교행사의 참가 등), 스포츠관광(스포츠관람도 포함), 정치적 관광(정치적인 발생사를 구경하는 것도 포함), 경제적 관광(견본시, 전시회의 참관도 포함)<sup>3)</sup> 등으로 유형화하였다.

스미스(Smith)는 관광을 인종적 관광, 문화적 관광, 역사적 관광, 환경적 관광, 위락적 관광 등 다섯가지로 분류하기도 하였다.<sup>4)</sup>

이외에 관광목적에 따라 비즈니스 관광과 일반 관광으로 나뉘며, 비즈니스 관광은 정규 상용관광과 인센티브관광으로 구분하며, 일반 관광은 근거리관광, 휴양관광, 시내관광, 위락관광 등으로 구분할 수 있다(손해식외 편역, 1993).

이처럼 관광의 유형은 동기와 형태, 목적 등에 따라 다양하게 구분되고 있는데, 관광객은 도시를 하나의 관광목적지(destination)로서 혹은 관광대상으로 보므로 관광목적지의 유형을 통하여 도시관광 유형을 살펴보고자 한다.

##### ② 관광목적지의 유형

관광지의 유형분류는 국내의 연구동향을 중심으로 분석해본 결과 크게 입지에 의한 분류, 관광자원 특성에 따른 분류, 자원개발유형에 따른 분류, 이용상태에 따른 분류가 이루어지고 있다.

관광자원의 특성에 따른 분류는 비교적 변별력이 높고 분류작업이 용이하다는 장점이 있으나 우리나라의 도시관광이 대부분 복합적으로 자원을 이용하고 있음을 고려할

3) 鈴木忠義 編・관광교재편찬회 역(1987), 현대관광론, 자유출판사

4) 김정만(1997), 『관광학개론』, 형설출판사.

때 관광도시의 유형분류기준으로는 미흡한 점이 있다.

관광자원의 개발유형에 따른 분류는 대부분의 도시에서는 복합적 자원개발이 이루어지고 있으므로 적절한 도시관광의 분류기준이 되기 어렵다.

<표 2-1> 관광 유형 분류 종합

구분			세부 유형	연구자
입지에 의한 분류	입지 지형에 의한 분류	산악관광지	등산기지형, 스키등산지형, 종합산악관광지형, 별장형	김진섭 (1980)
		수면관광지	해안관광지, 강변관광지, 호반관광지	
		도시관광지	도시 위락자원은 역내 지역민과 역외 방문객에 의해 이용	
		도서관광지		
	입지 거리에 의한 분류	자원 중심형	뛰어난 자원이 존재하는 장소로서 관광배출지로부터 원거리에 위치하며 관광활동 지향적인 이용자가 소규모로 방문함.	Clawson (1966)
		중간형	관광배출지로부터 멀지 않은 한계거리내에 위치함.	
		이용자 중심형	관광배출지에 근접하며 이용가능한 자원은 모두 이용하며 위락활동 지향적인 이용자가 중·대규모로 방문함.	
이용 상태에 따른 분류	방문자 수에 따른 분류		100만명 이상, 50만명 이상, 30만명 이상, 30만명 미만 4계절형, 3계절형, 2계절형, 1계절형	일본 관광협회 (1976)
	이용시간에 따른 분류		경유형, 당일형, 1박형, 체재형, 장기체재형	
	시장에 의한 분류		전국주도형, 대도시주도형, 지방주도형	
관광자원 특성에 따른 분류	자연관광자원 의존형		산악관광지, 내륙수변관광지, 해안관광지, 기타관광지(동굴·온천 등)	박석희 (1994)
	인문관광자원 의존형		문화유적관광지, 종교문화관광지, 생활현장관광지(도시경관, 농어촌 경관, 산업시설)	
	관광시설자원 의존형		관광시설관광지, 이용시설관광지	
자원 개발 유형에 따른 분류	자연관광 자원개발		자연감상지, 해수욕장, 스키장, 스케이트장, 온천장, 산림욕장, 호수관광지, 하천관광지, 해양관광지, 수렵장, 관광농원	임주환 (1998)
	인문관광 자원개발		민속촌, 박물관, 사적관광지, 스포츠시설지, 성곽관광지, 유기장, 정원·공원, 특산물 생산	
	복합관광 자원개발		도시관광지, 농촌관광지, 어촌관광지, 산촌관광지, 온천가로, 향토풍경관광지, 역사경관관광지, 문학·영화 등의 예술무대관광지	

자료: 박석희, 『신관광자원론』, 1994. 이장준, 『최신국민관광론』, 1994. 박상수, 『국제관광원론』, 1995. 등을 근거로 연구자 재작성.

기존의 관광지 및 관광활동에 대한 분류는 도시관광이 복합적인 구성요소를 포함하고 있어 직접적인 적용에는 미흡한 점이 있으나, 도시관광을 계획하는데 있어 관광객의 요구에 근거하여 관광활동 및 공간계획이 수립되어야 한다는 점에서 고려의 대상이 될 수 있다.

## 2) 도시관광의 유형

관광현상은 공간적으로 관광송출지와 관광목적지라는 두 개의 연쇄적 공간틀 속에서 발생하게 되는데, 관광송출지는 주로 소득수준이 높은(대)도시지역이 되며, 관광목적지는 관광자원과 접근성이 우수한 지역으로서 이는 도시지역일 수도 있고 비도시지역(농·산·어촌) 일수도 있다.

관광송출지를 불문하고 관광목적지가 도시지역이나 비도시지역이나에 따라 1차적으로 도시관광(urban tourism)과 농촌관광(rural tourism)으로 구분이 가능하다. 특징적인 차이점은 도시관광이란 복합적 기능을 배경(multifunctional context)으로 하여 도시속에서 관광이 이루어지며, 도시생활환경(urban life environment) 자체가 주요한 매력의 대상이 되는 반면에, 농촌관광은 자연적 자원(natural attraction)이 탁월한 곳에서 주로 형성된다.

도시관광의 유형은 도시내에서 이루어지는 관광형태로서 목적과 활동에 의하여 비즈니스 관광, 쇼핑관광, 이벤트관광(컨벤션관광 포함), 문화관광, 위락 및 휴양관광 등 다양한 유형으로 구분할 수 있으며, 이러한 유형은 방문객의 특성에 따라 지속적으로 변화한다.

도시관광의 주요 방문객 시장을 보면, 사업여행객, 회담 및 전람회 대표자, 단기 휴가자, 당일 여행객, 친구와 친척 방문객, 도시를 주변지역에 이르는 관문으로 사용하는 장기 휴가자, 짧은 방문을 위해 잠시 머무르면서 여행을 계속하는 장기휴가자 등이 있을 수 있다.

마지막 두 범주와 수도를 방문하는 것을 제외하고 장기 휴가자들은 도시에서 거의 체류하지 않는다. 마지막 두 범주의 중요성은 부분적으로는 도시 외부의 요소와 상황에 달려있다. 한 도시가 관광중심지로서 성공하기 위해서는 도시가 이들 시장에 밀착되어야 한다.

## 나. 관광도시의 유형

### 1) 도시의 유형

도시관광에 대한 연구에 있어서 기존 도시학 분야에서 연구되어 온 도시의 유형화 또는 분류는 도시에 대한 포괄적인 이해를 도모할 수 있다.

도시분류의 목적은 단순히 도시간의 차이점을 구분하고 확인하는데 있는 것 뿐만 아니라 도시구조의 분포의 규칙성을 파악하여 일반화와 예측을 가능케 하는 부수적인 속성을 찾아내는 것이다.

도시의 유형분류는 크게 도시의 입지적 분류와 형태적 분류, 기능적 분류에 의하여 구분된다.

이중 도시의 입지적 분류는 위치(site)<sup>5)</sup>와 장소(situation)<sup>6)</sup>에 의하여 이루어지는데 위치는 절대적·지형적 위치를 의미하며, 장소는 관계적·교통적 위치를 의미한다.

도시의 형태적 분류는 도시건설의 목적, 시대의 양식과 기술, 자연적 조건에 따라 좌우된다. 이러한 도시형태는 도시운곽을 의미하는 외부형태<sup>7)</sup>와 내부구조를 의미하는 내부형태<sup>8)</sup>를 의미하는데, 외부형태와 내부형태 모두 평면형태와 입면형태에 의해 세분된다. 평면형태는 수평적 운곽이고 입면형태는 도시부근의 고지 또는 항공기 사진에 의해서 볼 수 있다.

도시의 기능적 분류에서 도시의 기능은 어떤 도시체계 내에서의 도시들이 수행하는

- 
- 5) 위치는 도시가 발생하고 시가지 형성의 직접적 기반인 공간을 의미하며 기반, 지질, 물의 공급, 도시를 관류하는 하천의 특성 등을 포함함. 도시유형은 평야상 도시, 하안의 도시, 해안 또는 호안도시, 산지도시, 휴양도시 등으로 구분됨.
  - 6) 장소는 도시의 촌락보다는 타지역과의 정치적·경제적·문화적 관계를 가지는 관계성의 개념으로 도시가 수행하는 기능 및 연속적 개발과 직접적인 관계가 있음.
  - 7) 외부형태중 평면형태에 의한 분류는 집단형(원형에 가까운 형태: 성곽도시), 신장형(도시가 교통로, 해안·호안·하안, 또는 좁고 긴 산지의 하곡을 따라 발달하는 경우), 복합형(집단형에서 발달하여 형태가 불규칙해진 형태), 분단형(하천과 같은 지형에 의해 분리된 형태)으로 나뉨.
  - 8) 내부형태는 평면형태와 입면형태, 그리고 가로구조에 의해 분류됨. 내부형태의 평면형태에는 가로의 배치, 가옥부지의 대소·소밀, 가옥부지 이외의 토지의 대소·소밀 등이 있음. 입면형태는 건축물의 고도, 건축재료 및 양식, 건축물의 가로에 면하는 방향이 측면인가 정면인가 등 입면적으로 도시경관을 형성하는 것에 의해 표현됨. 가로구조는 가로망의 형태에 의한 것으로 규칙적 가로구조, 불규칙적 가로구조, 혼합적 가로구조 등으로 구분됨.

다양한 역할들을 의미한다. 다시 말하면, 어떤 도시가 도시체계 내에서 한 요소로서 다른 도시와 교류하거나 그 도시 자체로서 존재의미를 가질 수 있도록 수행하는 여러 활동들을 그 도시의 기능이라 할 수 있다. 지리학에서는 도시의 기능을 배후지에 대해 수행하는 일반적 서비스를 제공하는 일반기능과 특정 도시만이 수행하는 특화된 서비스를 제공하는 특수기능으로 보고 있다. 또한 도시의 기능을 또한 기반기능과 비기반기능으로 나누어 설명하기도 한다. 기반기능은 재화와 용역을 외부지역으로 수출하여 도시내부로 소득을 가져오는 활동을 말하고, 비기반기능은 도시내부에서 순환되면서 기업과 주민에게 서비스를 제공하는 활동을 의미한다. 결국 기반기능이 도시성장을 주도해 나간다고 보고 있다.

<표 2-2> 도시의 유형 분류

구분	세부 유형	분류기준	특성
입지적 분류	위치에 의한 분류, 장소에 의한 분류	지형적 위치 교통적 위치	- 지형적 위치에 대한 분류체계
형태적 분류	외부형태, 내부형태	도시의 형태	- 물리적 경관에 대한 분류체계
기능적 분류	산업별 특화기능	도시의 산업별 고용인구	- 관광산업에 대해 적용 경우, 고용인구를 기준으로 하므로 관광사업체의 고용인원에 대한 집계가 별도로 이루어져야 함.
	다변수 분류	산업별 고용인구 외에 기타 사회·문화적 특성에 대한 기준	- 관광여건에 대한 실태파악에 이용될 수 있음.

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 작성

다양한 기능을 가진 도시분류를 위해 도시의 경제활동 중에서 하나 또는 몇 개의 기능적인 기능을 찾아내고 그에 유사한 도시들의 그룹을 만드는 방법을 기능적 도시분류라 한다. 이 방법은 주로 산업별 노동인구 통계와 같은 정량적인 자료를 이용한다.

기능적 분류방법을 처음으로 제안한 학자는 하리스(Harris)인데 그는 도시의 고용자료를 근거로 공업도시·소매업도시·복합도시·도매업도시·교통도시·광업도시·대학도시·휴양 및 은퇴도시 등 8개의 기능유형을 제시했다. 포우널(Pownal)은 뉴질랜드의 100개의 도시의 기능을 분석하면서 7개의 도시규모별로 산업별 고용비율의 전국평균을

구하여 큰 고용비율을 가진 경우 그 산업에 탁월한 기능을 가진 도시로 분류한 바 있다. 그 결과 7개의 기능유형(주거, 공업 및 건설, 일차산업, 교통, 상업 및 금융, 호텔 및 개인서비스, 행정 및 전문 서비스)을 찾아냈다.<sup>9)</sup>

상기의 도시분류방법은 주로 경제적 기능을 찾기 위해 산업별 고용과 같은 변수를 이용해서 고용비율의 평균값과 편차, 또는 다른 임계치를 기준으로 도시들을 분석한 것으로 두가지 문제점을 내포하고 있다. 첫째는 그러한 임계치에 의해 도시기능유형을 결정하면 도시집단의 동질성을 최대로 확보할 수 없으므로 새로운 분류기법이 필요하다는 것이다. 둘째는 도시들이 경제적 특성뿐 아니라 다양한 문화적 성격을 가지고 있기 때문에 유사한 속성의 도시들을 분류해내기 위해서는 다양한 변수들을 고려해야 한다는 것이다. 이러한 문제를 극복하는 도시분류방법이 다변수분류법(multivariate classification)이다.

다변수분류법은 도시를 분류하는 데 있어서 경제적 기능 뿐 아니라 인구·사회·입지 등의 속성과 관련된 변수들도 함께 고려해서 도시를 형성하는 잠재적 구조를 찾아내고, 그에 따라 유사한 성분(dimension)을 가진 도시들의 집단을 분류해 내려는 시도라 할 수 있다. 이러한 인자-생태적 연구에서는 주로 인자분석 기법을 통해서 얻은 인자득점을 이용하여 도시를 분류한다.

앞에서 보았듯이 도시의 유형분류는 크게 입지적 분류, 형태적 분류, 기능적 분류로 나누어질 수 있다. 이중 입지적 분류는 도시의 특성에 따른 변별성이 떨어지므로 관광도시의 유형분류에 적합하지 않다고 할 수 있으며, 형태적 분류 역시 도시의 크기와 지리적 분포 등을 기준으로 하므로 도시 내부의 특성화를 짐작하기 어렵게 하는 단점이 있다. 기능적 분류는 국내외 많은 학자들에 의해 연구가 활발히 이루어지고 있고, 도시의 산업적 기능을 바탕으로 분류한다는 점에서 앞서의 두 분류체계보다 진일보한 분류방법으로 볼 수 있다.

그러나 도시의 기능적 분류에 따른 선행연구들은 도시의 주요 산업에 따른 특화기능을 중심으로 도시 유형을 구분하고 있는데 여기에는 관광산업의 기능적 측면이 제외되어 있으므로 이에 대한 보완이 요청된다.

9) 한국도시지리학회편(1999), 『한국의 도시』, 기술과학.



&lt;표 2-3&gt; 기능적 도시 유형 분류(기초시 대상)

구 분	도 시
복합도시	평택, 동두천, 남양주, 오산, 청주, 서산, 군산, 김천, 영천, 밀양
어업도시	진해, 사천, (통영)
광업도시	삼척, (태백)
공업도시	부천, 안산, 시흥, 군포, 파주, 이천, 아산, 구미, 창원, 울산, 김해, 양산, (용인, 여천, 경산, 거제)
건설도시	(포항, 광양)
교통도시	마산, (하남, 동해, 제천, 목포, 여수, 영주)
전력도시	(보령, 경주)
관광도시	의왕, (속초, 제주, 서귀포 )
교육도시	강릉, 충주, 공주, 논산, (춘천, 남원, 김제, 순천, 나주, 상주, 진주)
서비스도시	광명, 정읍, 문경, 의정부, 안동, 수원, 성남, 안양, 구리, 원주, 천안, 익산, (고양, 과천, 전주)

자료: 한국 도시의 기능별 유형분류(한국지리학회, 1997)를 바탕으로 재작성.

주. 1. '97년 기준, 총71개 기초시를 대상으로 Nelson의 방법의 고용비율을 기준으로 분류함.  
2. 괄호안은 복합특화도시, 이외는 단일 특화도시임.

## 2) 관광도시의 유형

관광도시란 관광객의 도시내 유입이 많은 도시로 다양한 관광매력물을 갖추고 관광객의 편의시설, 현대적 문화이벤트 등을 통해 지속적으로 관광객을 유인할 수 있는 도시라고 할 수 있다.

관광도시의 유형분류는 넓게는 관광의 유형분류 체계 속에 포함되는 것으로 볼 수 있지만, 도시가 갖는 특성 및 도시관광객의 활동 특성에 따라 세부적인 유형의 구분은 달라질 것이다. 관광도시의 유형분류는 도시관광 형태를 담아내는 분류 작업으로서 관광형태, 입지, 자원, 기능 등 다양한 차원에서 분류될 수 있다.

### ① 행태에 의한 분류

관광행태를 중심으로 볼 때 관광都市는 크게 쇼핑관광, 이벤트관광, 문화관광, 비즈니스 관광, 휴양 관광으로 나눌 수 있다.. 사례도시로는 쇼핑관광도시(홍콩), 휴양관광

도시(프랑스 몽펠리에, 니스) 등이 있다.

## ② 입지에 의한 분류

관광도시의 입지를 중심으로 해안형, 산악형, 내륙형, 수변형으로 구분할 수 있다. 주요 사례도시로는 해안형(일본 고베), 산악형(프랑스 샤모니), 수변형(스위스 즈네브) 등을 들 수 있다.

## ③ 자원에 의한 분류

관광자원을 중심으로 관광도시를 분류해보면 크게 역사형, 문화형, 자연자원형, 산업형, 위락형으로 구분 할 수 있다. 사례도시로는 역사형(공주), 산업형(포항), 위락형(용인) 등을 들 수 있다.

## ④ 도시기능에 의한 분류

도시기능 분류체계를 바탕으로 도시기능에 따라 관광도시를 분류해보면 크게 복합기능 관광도시와 단순기능 관광도시를 들 수 있다. 복합기능 관광도시로는 서울, 부산, 인천 등 대도시를 들 수 있으며 단순기능 관광도시는 도시의 중점 기능에 따라 다시 어업형, 광업형, 공업형, 교통형, 교육형, 정보형 등으로 구분 될 수 있다.

<표 2-4> 관광도시의 유형분류

분류기준	유형분류	사례
행태	쇼핑관광, 이벤트관광, 문화관광, 비즈니스 관광, 휴양 관광	쇼핑관광도시(홍콩), 휴양관광도시(프랑스 몽펠리에, 니스) 등
입지	해안형, 산악형, 내륙형, 수변형	해안형(일본 고베), 산악형(프랑스 샤모니), 수변형(스위스 즈네브)
자원	역사형, 문화형, 자연자원형, 산업형, 위락형	역사형(공주), 산업형(포항), 위락형(용인) 등
도시 기능	복합기능 관광도시 단순기능 관광도시: 어업형, 광업형, 공업형, 교통형, 교육형, 정보형 등	복합기능: 서울, 인천 등 대도시 단순기능: 공주, 천안 등

## 제2절 도시의 관광진흥을 위한 도시계획 검토

### 1. 필요성

지역경제의 다변화를 통한 지역사회 개발 활성화를 추구하는 가운데 도시관광의 기능에 대한 기대가 높아지고 있다. 80년대 후반 이후 관광을 통한 도시개발과 도시재개발이 성공적으로 이루어지기 시작하면서 관광이 도시활성화의 중요 요소로 인식되기 시작하였다.

또한 도시관광 개발의 전제조건인 관광기반시설(도로, 가로등, 편의시설, 녹지, 공원 등)의 대부분이 도시계획 단계에서 입안되어 상세계획, 건축계획 등을 통해 현실화된다는 점을 고려할 때, 관광기반시설의 효율적 개발, 활용을 위해서는 도시계획의 입안 단계에서 도시관광에 대한 적극적인 고려가 요구된다.

그러나 지금까지의 관광개발은 토지이용계획의 관점에서 개별적인 관광지, 관광시설물 개발을 추진해 왔으며 도시가 가지고 있는 이미지, 경관, 도시이용자 편의 등에 대한 종합적인 고려는 하지 않았다.

이러한 방식에 의한 도시관광 개발은 도시 자체를 매력적인 상품으로 개발하는데 한계를 가지고 있다. 도시의 개발과 활성화를 위해서는 도시의 기반시설 및 편의시설 등을 계획하는 기본 방침인 ‘도시계획’에 대한 심층적인 고려가 필요하다. 현재 도시의 관광개발시 각종 도시관련 법규가 복잡하게 연결되어 있으며 인허가 절차 등이 어려워 관광지 및 관광시설의 도입 등이 용이하지 않다.

그러나 영국의 런던은 광역지역의 중핵도시로서 관광관련 역할을 명시하여 도시재개발 사업 정책이나 계획 수립에서 도시의 관광위락기능을 필수적인 도시관광 공간 조성요인으로 중시토록 하고 있다.

우리나라의 경우, 도시계획의 수립 및 도시재개발 등에 있어 관광마인드의 접근이 이루어지고 못하고 있어 도시의 관광기능이 충분히 활성화되고 있지 못하다. 따라서 도시관광의 진흥을 위해서는 도시계획 단계에서부터 관광마인드를 가지고 접근되어야 하며, 도시개발과 관광의 연계성을 모색하고 관련 시사점을 도출할 필요가 크다.

## 2. 도시계획 검토

### 가. 도시계획의 개념 및 의의

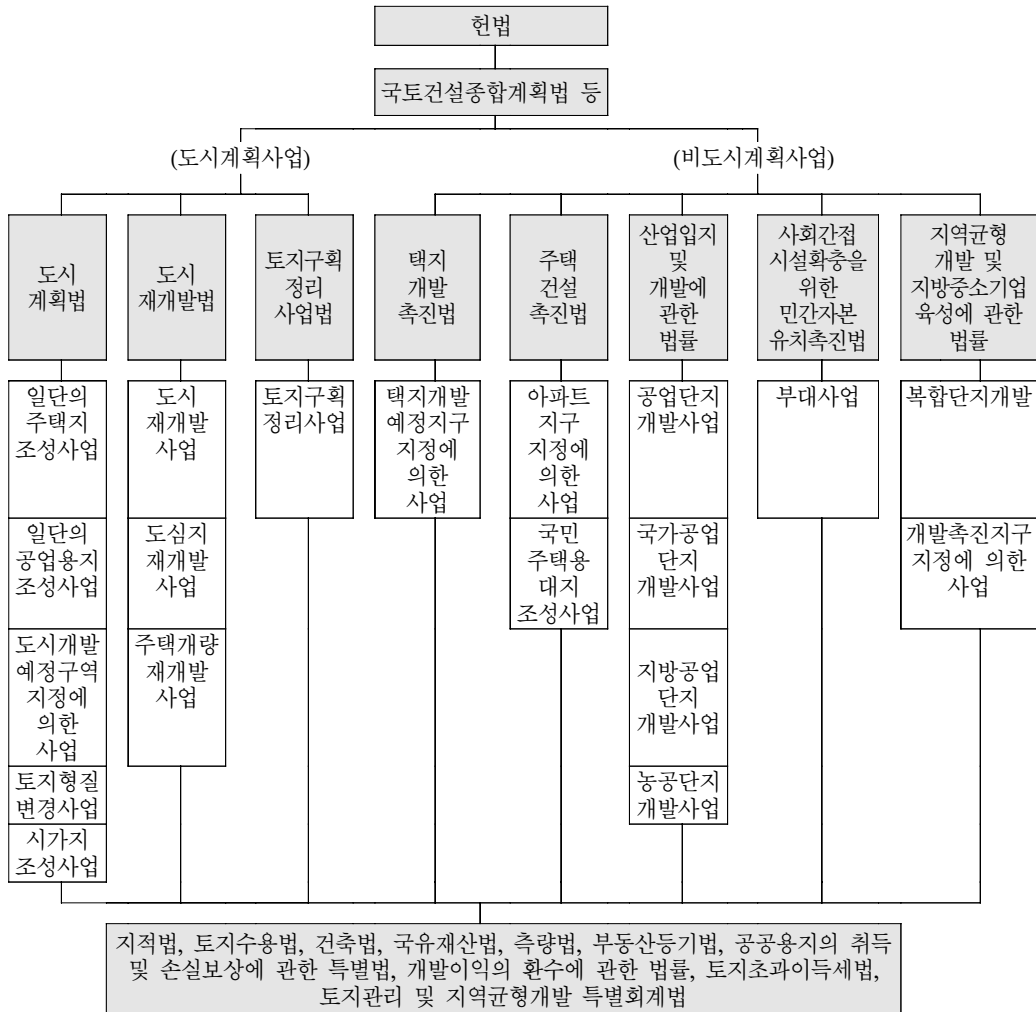
도시계획이란 도시내의 토지 또는 시설물의 용도 및 규모 등과 관련하여 도시공간에서 발생하는 변화에 질서를 부여하는 작업이라고 할 수 있으며, 이와 함께 도시의 미래공간 활용을 계획 및 예측하는 작업이라 할 수 있다. 도시계획은 미래의 도시비전을 제시하고, 도시개발을 계획적으로 추진할 수 있게 하므로 인력, 자원, 조직 등의 유기적 연계하에 도시사업의 집행과 평가가 용이하게 된다.

도시계획은 도시계획법(도시계획법 제10조의2 및 시행령 제7조)에 의한 법정계획으로, 20년 장기계획으로 하위계획의 지침을 제시하나 법적 구속력이 없는 예비적 도시계획으로 물적 부문외의 사회·경제적 부문을 포함하는 종합계획이다.

그러나 정부는 국토이용관리법과 도시계획법의 이원적으로 관리되어 오던 국토이용체계를 통합하여 『선계획-후개발』 이용원칙을 확립하고 개발허가제 및 기반시설연동제를 도입하여 지속가능한 국토이용체계를 구축하고자 하여 국토이용 및 도시계획에 관한 법률안을 올 10월 입법 예고한 바 있다. 이에 따라 도시계획과 국토이용계획이 통합됨으로 인하여 용도지역의 통합, 계획위원회의 통합 등이 이루어지게 된다.

### 나. 도시계획의 내용 및 과정

계획의 구조는 전국계획(국토종합개발계획, 광역권계획 등)→도시기본계획→도시계획(재정비)→개별사업계획의 순으로 이루어지며, 계획수립 절차는 도시기본계획 수립(공청회, 의회 및 전문가 의견청취)→도 경유(상임기획단 및 도시계획위원회 자문)→도시기본계획 승인(중앙행정기관 협의 및 중앙도시계획위원회 의결)→건교부장관 승인하에 도시기본계획 공고 순으로 이루어진다.



자료: 안건혁, “도시개발법제의 정비방안”, 「국토정보」 4호, 국토개발연구원.

[그림 2-2] 도시개발관련법의 체계

우리나라 도시계획은 도시기본계획과 도시계획(재정비)으로 구분된다. 이중 도시기본계획은 첫째, 물적·공간적 측면과 사회·경제적 측면을 포괄하는 종합적 계획이며, 둘째, 계획과 집행간의 연계성을 구축하여 집행성을 강조하는 계획이고, 셋째, 건축활동에 구속력을 발휘하지 않는 일종의 예비적 계획, 넷째, 국토계획, 도계획 등을 상위계획으로 수용하는 한편 하위계획인 도시계획(재정비)에 지침을 제시하는 계획이라고 할 수 있다.

&lt;표 2-5&gt; 도시계획의 주요 내용

구분		내용
지역·지구·구역 지정 또는 변경에 관한 계획	지역	주거지역(전용주거, 일반주거, 준주거) 상업지역(중심상업, 일반상업, 근린상업, 유통상업지역) 공업지역(전용공업, 일반공업, 준공업) 녹지지역(보전녹지, 생산녹지, 자연녹지)
	지구	풍치지구, 미관지구(제1종~제5종), 고도지구(최저·최고), 방화지구, 공항지구, 시설보호지구, 보존지구
	구역	특정시설제한구역, 시가화조정구역, 개발제한구역, 도시개발예정구역
도시계획시설의 설치·정비 개량에 관한 계획	교통운수 시설	공항, 철도, 도로, 궤도, 주차장, 삭도, 교량, 운하, 선거, 자동차검사소, 건설기계검사소, 항만·항공·항로의 표지
	도시공간 시설	광장, 공원, 유원지, 관망탑, 공공녹지
	공급 시설	상수도, 전기공급설비, 전기통신시설, 가스시설, 송유시설, 석유류저장시설, 열공급시설 및 시장
	교육 및 문화시설	연구소, 시험소, 광장, 체육시설(비영리시설에 한함) 학교, 도서관, 공공직업훈련시설, 방송시설, 전시관, 공연장, 박물관, 기념관, 과학관 및 청소년수련시설
	방재시설	제방 및 댐과 사방·방풍·방화·방조·방수 및 측후용 시설
	보건환경 시설	하수도, 공중변소, 화장장, 보건소, 진료소, 요양소, 공공산업재해예방시설, 산업재해근로자를 위한 공공재활시설, 공공복지시설, 분뇨처리시설, 축산폐수공급시설, 폐기물처리시설 및 자원재활용시설, 폐광의 폐수를 처리하기 위한 시설
도시개발사업에 관한 계획	기타	어항, 하천, 관개 및 발전요수로와 저수지 기타 다른 법령에 의한 공공시설로서 건설교통부령이 정하는 시설
		일단의 주택지조성사업, 일단의 공업용지조성사업, 토지구획정리사업, 재개발 사업

자료: 도시계획법(1999.5.24 개정)과 국토이용관리법을 근거로 연구자 재작성.

### 3. 도시계획과 관광의 연계성

우리나라의 경우, 도시기본계획에서는 관광개발계획이 도시기본계획에 일부 권역의 관광자원 또는 시설물에 한정되어 있는 등 충분한 검토가 없는 실정이다. 이러한 관점 하에서 도시 관광개발은 도시 자체를 매력적인 상품으로 개발하는데 한계를 가지고 있으므로 도시의 개발과 활성화를 위해서는 도시의 기반시설 및 편의시설을 설계하는 기

본 방침인 도시계획수립과정에서 관광과 여가에 관한 심층적인 고려가 필요하다.

도시계획에서 여가 및 관광과 관련된 부문은 크게 생활권 편의시설 배치계획, 교통 계획, 공원·녹지계획, 경관계획 등으로 구분할 수 있다.

#### 1) 생활권 편의시설 배치계획

생활권 편의시설의 배치는 생활권역 즉, 소생활권, 중생활권, 대생활권 단위로 나누어 계획되고, 편의시설은 공공시설, 상업시설, 금융시설, 교육시설, 문화시설, 공원녹지시설, 사회복지시설, 의료시설 등이다.

이들은 대부분 관광객 편의를 위해 중요한 기초시설로서 도시관광 진흥시 관광객의 안전과 편의를 위해 또한 관광활동의 즐거움과 편리성 증대를 위해 이들 시설과의 연계성이 먼저 고려될 필요가 있다.

Law(1993)은 도시에서 관광편의시설 개발시 편의시설의 위치(the location of facilities), 도시재건과의 연계성(the link with urban regeneration), 도시경관(townscape)의 창출을 종합하여 고려해야 한다고 하였다.<sup>10)</sup>

첫째, 관광지역을 계획 및 조성하는데 있어서 관광자원의 입지적 측면에서 관광자원의 집중(clustering) 또는 분산을 결정해야 한다. 역사문화자원 등과 같이 도시관광자원이 이미 형성되어 분산된 경향이 있다면 교통시스템의 개발을 통해 접근의 편의를 제고해야 하고, 새로운 도시관광자원의 개발은 방문객의 이동거리를 적게 하기 위해 집중하는 것이 바람직 할 수 있다. 둘째, 물리적인 재건과의 연계성이 고려되어야 한다. 도심지 주변지역의 쇠퇴는 물리적이고 경제적인 재건에 대한 필요성을 제기하고, 도심부에 근접한 지역에서 공간의 효율도는 새로운 관광자원의 부지계획, 관광과 문화적인 지역의 구성에 대한 기회를 제공해 준다. 셋째, 독특한 도시경관(townscape)의 창출이 고려되어야 한다. 건축기법, 오픈 스페이스의 배열 그리고 도시지역의 전망 등과 같은 공간의 경관에서부터 세부적으로는 간판, 포스터, 전주, 전화박스, 가로등, 안내표시판 등이 경관을 구성하는 각종 시설물들, 즉, 가로가구 혹은 가로 장치물(Street furniture)에 대해 고려되어야 한다.

10) Law, C. M.(1993), "Urban Tourism"<sup>18)</sup>, (London : Mansell Publishing Lit.), pp.127-137

## 2) 교통계획

교통계획은 광역교통체계의 현황을 분석하고 도로, 철도 등 교통체계와 주차장, 보행자 전용도로 등의 교통편의시설에 대한 계획을 포함한다. 교통접근성은 도시관광의 성패를 좌우할 만큼 중요한 요소로서 도시의 교통계획 수립단계에서부터 주변 관광시설과의 연계성, 배후도시와의 연계성 등을 고려하여 관광객의 접근성을 향상시키고, 도로, 철도변의 미려한 경관조성 등을 고려한 종합적 계획의 수립이 요청된다.

특히 주차장, 보행자 전용도로 등의 계획시 도시내 주요 관광지구 및 관광시설, 관광객의 동선 등을 고려하여 충분한 주차공간의 확보와 경관성이 높고 쾌적한 보행자 전용도로의 설치가 필요시 된다.

## 3) 공원·녹지계획

공원·녹지계획은 기존공간 및 시설의 활용도를 제고하기 위한 기본방향의 설정 및 계획과제의 선정과 실행계획의 수립 등으로 구성된다.<sup>11)</sup> 이러한 공원·녹지계획의 수립시 관광자원 및 관광객 이동경로, 주요 집결지 등과의 연계성을 고려한 계획의 수립이 필요하며 시설배치계획에 있어서도 지역주민 뿐만 아니라 관광객의 욕구와 편의를 충족시켜줄 수 있는 측면에서 접근이 필요하다. 공원·녹지는 도시의 경관 및 쾌적성을 높이는데 매우 중요한 역할을 담당하며, 외지인에게는 도시의 문화를 느낄 수 있는 곳으로 조성하여야 한다.

## 4) 경관계획

경관계획은 주요 하천 및 하천변, 주요 간선도로의 시설 및 조경(경관도로 지정 및 조정지침 수립), 주요 문화시설 및 역사적 건축물과 보존지역의 지정 등을 포함하고 있으며 도시의 경관성을 최대한 살리고 개발하는 측면에 초점을 맞추고 있다. 그러나 이러한 도시계획의 수립시 외래관광객의 관광편의와 도시의 관광매력성에 대한 고려가 이루어지지 않고 있으며 개별시설 중심의 계획이 추진되고 있다.

11) 관광시설중 유원지 계획은 공원녹지계획에 포함되고 있음.



시각성이 도시관광의 중요한 요소중 하나임을 고려할 때, 조경, 문화시설 및 역사적 자원의 보존, 도로 및 하천변 경관조성 등은 관광도시의 중요한 매력요소가 될 수 있다. 따라서 경관계획시 도시 전체의 매력성과 정체성을 부각시키고 관광매력을 증대시킬 수 있도록 하는 접근이 요청된다.

#### 4. 도시행정과 관광의 연계성

도시관광 진흥을 위해서는 도시계획을 집행하는 도시행정부서가 매우 중요한 역할을 하게 된다. 특히, 도시내 행정업무는 도시의 관할구역내에서 이루어지는 것으로서 거의 모두 도시관광과 관련되어 있다.

도시 전체 행정조직체계 속에서 각 부서별 역할범위와 공조체계는 도시관광 행정에 큰 영향을 미치며, 관광에 대한 관심도와 성과에 따라 점차 관광 연관업무에 대한 비중이 증가하는 추세이다.<sup>12)</sup>

도시의 관광개발은 기획단계부터 관광마인드로 접근되어야 하나, 도시과에서 온천을, 산림과에서 자연휴양림을, 수산과에서 해양박물관을, 도시과 또는 문화예술과에서 테마 거리를 관리하는 등 각각 다른 통제시스템이 운용되고 있어<sup>13)</sup> 이러한 도시행정이 개별적으로 이루어질 때, 관광행정의 집행력 및 관광정책의 일관성이 미흡하다는 문제점을 야기할 수 있다.

다음은 지방자치단체의 행정조직과 업무내역 및 관광관련 업무현황과 관련한 지방자치단체(기초시 S시 사례)의 업무를 제시하였다(<표 2-6> 참조).

12) 지방행정 경영혁신에 있어서 높은 평가를 받고 있는 무주군의 경우는 전국 최초로 부면장 제도를 폐지하고, 자연환경과 내에 반딧불 보전담당을 신설하는 등 '98년 2월 한국능률협회가 주관하는 「한국지방자치경영대상」을 수상한 바가 있음. 또한 기획조정실의 기획·예산·대의협력 관련업무와 문화관광과의 공보·관광개발·문화예술·건강생활 관련업무, 재무과의 경영수입업무, 산업경제과의 투자유치업무, 자연환경과의 반딧불 보전업무, 지역개발과의 개발지원업무 등이 명칭과 업무배분에 있어 선진적인 형태를 취하고 있음.

13) 김재화, “관광개발에 있어 지방정부의 역할조정과 참여에 관한 연구”, 한양대학교 석사학위논문, 1999,

&lt;표 2-6&gt; 지방자치단체의 행정조직과 업무내역(S 시)

부서별	업무내용 및 세부조직
기획	시정 기획 및 조정, 예산 운영, 법무, 통계조사, 국내외 교류협력, 감사
예산실	기획담당, 예산담당, 법무통계담당, 국제협력담당, 감사담당
문화	시정홍보 및 보도, 문화예술 진흥, 체육진흥 및 청소년 제반업무, 문화회관 운영
공보실	공보담당, 문화예술담당, 체육청소년담당, 문화회관운영담당
자치	공무원 관리, 시기구 및 행정구역 조정, 선거 및 국민투표 업무, 전산 및 통신업무,
행정과	민방위대 운영
	자치행정담당, 자치지원담당, 민간협력, 정보관리담당, 정보통신담당, 민방위담당
세무과	지방세부과징수, 세외수입관리, 지방세 이의신청에 대한 사항
	부과1담당, 부과2담당, 징수담당, 세무조사담당, 세외수입담당
회계과	시비 출납보관, 공사 입찰 및 계약, 물품조달, 시 청사관리, 공유재산 관리
	경리담당, 용도담당, 재산관리담당, 청사관리담당
사회	주민복지시책에 관한 사항, 저소득층 및 장애인 복지, 의료보호 업무, 가정복지 행정,
복지과	여성 및 아동 복지증진, 노인복지 대책, 위생업소 관리
	사회복지담당, 가정복지담당, 식품위생담당, 공중위생담당
교통	자동차 운행지도, 불법 주·정차 단속, 주차장 관리, 자동차 등록 및 검사업무
행정과	교통행정담당, 교통지도담당, 차량등록담당
관광과	관광지 개발 및 조성, 관광이벤트 개발, 관광안내 및 홍보, 해수욕장 관리
	관광기획담당, 관광개발담당, 관광홍보담당, 이벤트사업담당
지역	지역경제 활성화대책 추진, 농공단지 조성 및 육성, 상거래질서 관리, 중소기업육성 및
경제과	창업지원, 에너지관리 및 안전지도, 구인·구직 업무, 실업대책 업무, 농축산업무
	지역경제담당, 실업대책, 노정담당, 산림담당, 녹지담당
해양	어장이용개발, 부정어업 단속, 어업처분 및 어업권 관리, 수산증식, 어항개발
수산과	해양기획담당, 해양수산담당, 수산진흥담당, 연안보전담당
환경	환경보존관리, 환경개선부담금 부과징수, 공해배출업소 지도, 오수·분뇨 및 축산폐수
보호과	처리장 허가·단속, 청소 및 식수관리
	환경관리담당, 환경지도담당, 환경미화담당, 오수관리담당
건설과	국토 및 자연자원의 보존·이용, 도로·교량·취수 건설 및 관리, 하수도 건설 및
	유지관리, 재해 방지 대책 및 복구
	관리담당, 토목담당, 안전지도담당, 재난관리담당, 하수시설담당
도시과	도시기본계획 수립, 공영개발 사업, 택지조성, 도시계획도 개설, 지적관련 업무,
	토지등급 설정·조정, 산림보호, 도시공간 녹화조성
	도시계획담당, 도시개발담당, 건축지도담당, 주택담당
농업기술	농촌지도사업, 농민훈련사업, 농업경영 및 지역 특화작물 개발, 농업기술지도
센타	농업행정담당, 지도담당, 기술보급담당
상수도	상수도시설 관리, 수도료 부과징수, 누수방지, 상수도보호구역 관리
사업소	수도행정담당, 수납담당, 누수방지담당, 급수담당, 운영담당
수질환경	분뇨의 위생적 종말처리, 분뇨처리에 따른 시험분석 및 수질공해 측정
사업소	관리담당, 수질정화담당, 계전담당

자료: S시 홈페이지, 2000. 6.

관광진흥을 위한 각종 사업 및 관광개발은 지방자치단체 정부조직내 다양한 관련 부서의 협력을 필요로 한다. 예를 들어 가로변 정비 등을 위해서는 기획예산실, 도시과, 지역경제과, 건설과, 사회복지과, 교통행정과 등과의 긴밀한 협력과 협조가 없으면 추진되기 어렵다.

따라서 관광을 종합적으로 진흥시키고 관광기반시설의 정비를 통해 관광여건을 개선하기 위해서는 관련부서간 유기적인 협력체계의 구축이 필수적이다. 이를 위해 기존의 부서별 업무처리 방식에서 사안별 협력팀 구성, 정기적인 협의체의 운영 등을 추진할 필요가 있다.

### 제3절 도시관광의 분석구조 설정

#### 1. 설정 필요성

각 도시들이 지니고 있는 관광특성을 충분히 파악하여 도시관광을 육성하기 위해서는 체계적인 육성과제 도출과정이 요구된다.

도시관광은 일반적 관광시스템으로 설명할 수 있으나 많은 사람들이 거주하고 생산이 일어나는 장소이며, 독자성을 지니고 있기 때문에 도시관광의 진흥에 적합한 분석구조의 설정이 필요하다.

특히, 도시를 하나의 종합적 진흥대상으로서 체계를 설정하고 이를 바탕으로 육성방안을 도출하기 위해서는 도시의 관광분석 체계에 대한 검토가 필요하다.

또한 도시에 대하여 합리적이고 실천적인 관광 육성방안에 제시를 위해서는 도시들에 대한 관광진흥 실태파악이 우선되어야 하며, 이러한 실태파악을 위하여 분석구조가 제시되어야 한다.

#### 2. 도시관광의 분석구조 연구사례

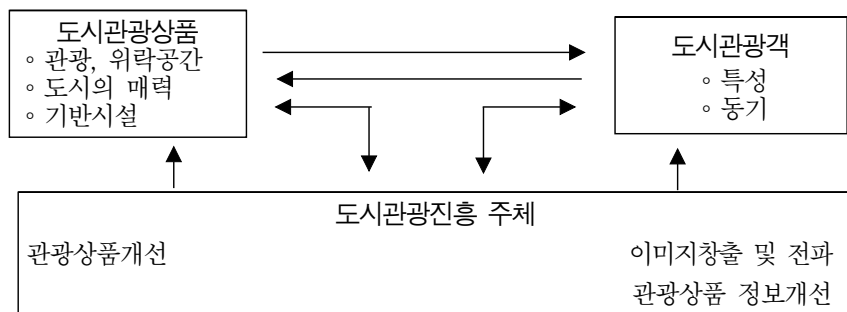
##### 가. 도시관광진흥 구조분석

한국관광공사(1992)는 도시관광이 성립하기 위해서는 도시관광이라는 상품과 그 상

품에 대한 관광시장이 존재하여야 하고, 도시관광의 진흥을 위해서는 진흥주체가 필요하다고 보았다.

도시관광상품은 1차적으로 교통과 숙박시설 이외에도 도시의 문화적 시설, 위락시설, 이벤트, 회의, 축제, 전시회, 박람회, 쇼핑 관광거리 등을 위한 다양한 공간과 도시의 물리적, 사회·문화적 매력의 효과적 연출, 관광정보안내시스템의 구축 등을 포함하고 있다.

도시관광의 진흥주체는 도시관광객의 인구통계적 특성, 관광심리적 동기 등에 효과적으로 소구할 수 있는 도시관광 상품의 전략적 이미지 창출과 경쟁적인 포지셔닝, 충실하고 동태적인 정보제공 등을 통하여 시장을 지속적으로 관리하여 나가야 한다. 이때 도시관광의 진흥주체는 당해 도시행정을 담당하는 행정부서, 지역산업체들의 협회, 지역주민 협의회 등이 해당된다.



자료: 한국관광공사(1992), 『인천해안권 관광개발계획』.

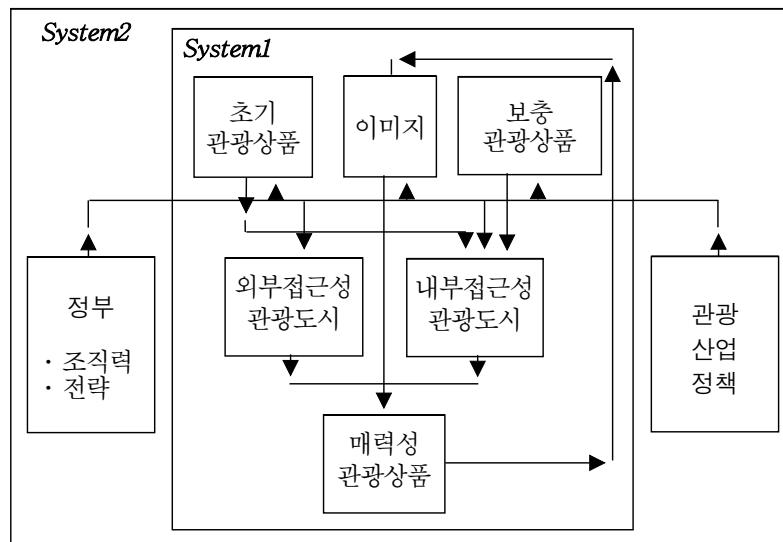
[그림 2-3] 도시관광의 기본구조

## 나. 도시관광의 요소

Burtler(1991)는 도시관광을 촉발하는 요소를 도시관광 흡인요소라 설정하고 5가지 등급이 있음을 제시하고 있다. 도시관광 흡인요소는 첫째, 국제적인 인식(international recognition)으로서 이는 전세계로부터 사람을 끌어들이는 많은 요소(런던, 파리 등)와 피라미드 같이 제한되거나 특별한 흡인요소로 구분된다. 둘째, 국가적인 인식(폭넓은 흡인요소를 가진 국가에 대한 인식), 셋째, 전문적 흡인요소를 가진 국가에 대한 인식,

넷째, 지역의 흡인요소(regional appeal), 다섯째, 지방의 흡인요소(local appeal) 등을 들 수 있다.

Berg와 Borg, Meer(1995)는 도시관광의 구조를 관광상품 요소와 도시관광 요소로 구분하였으며 관광상품에 대한 내부적 접근성과 도시자체의 외부적 접근성이 매력성을 결정짓는 중요 요소라고 보았다.



- 주: 1. 초기관광상품: 자연적 특성(경관, 기후), 역사 문화적 특성, 방문객 유인 목적으로 창출된 매력물과 이벤트 등을 포함  
 2. 보충관광상품: 호텔, 레스토랑, 회의장, 전시홀 등을 포함  
 3. 외부접근성: 공항, 기차역 등  
 4. 내부접근성: 교통수단의 질, 여행경비, 주차공간, 입장료, 혼잡도, 안정성, 환경, 안내정보 등

자료: L. van den Berg, J. van der Borg and J. van der Meer(1995), "Urban Tourism", London: Mansell Publishing Lit.

[그림 2-4] 도시관광의 요소 및 관계

한편, 도시관광의 주체로 볼 때, 도시관광의 구성요소를 도시관광객, 관광대상, 관광기업, 관련 정부와 지역주민 등으로 구분할 수 있다. 도시관광객이란 순수 또는 겸관광 목적으로 당해 도시외부로부터의 방문객 및 도시내부에서 발생하는 이용객을 모두 포

함한다. 관광대상이란 도시자체가 지니고 있는 총체적 매력, 자연적 인문적 자원, 시설, 서비스 등을 포함한다. 여기서 관광기업이란 도시관광객의 관광경험을 충족시키는 상품과 서비스를 제공하는 관련업체를 의미한다. 관련정부와 주민은 해당도시의 행정부서와 거주민을 각각 의미한다.

### 3. 도시관광의 분석구조 설정

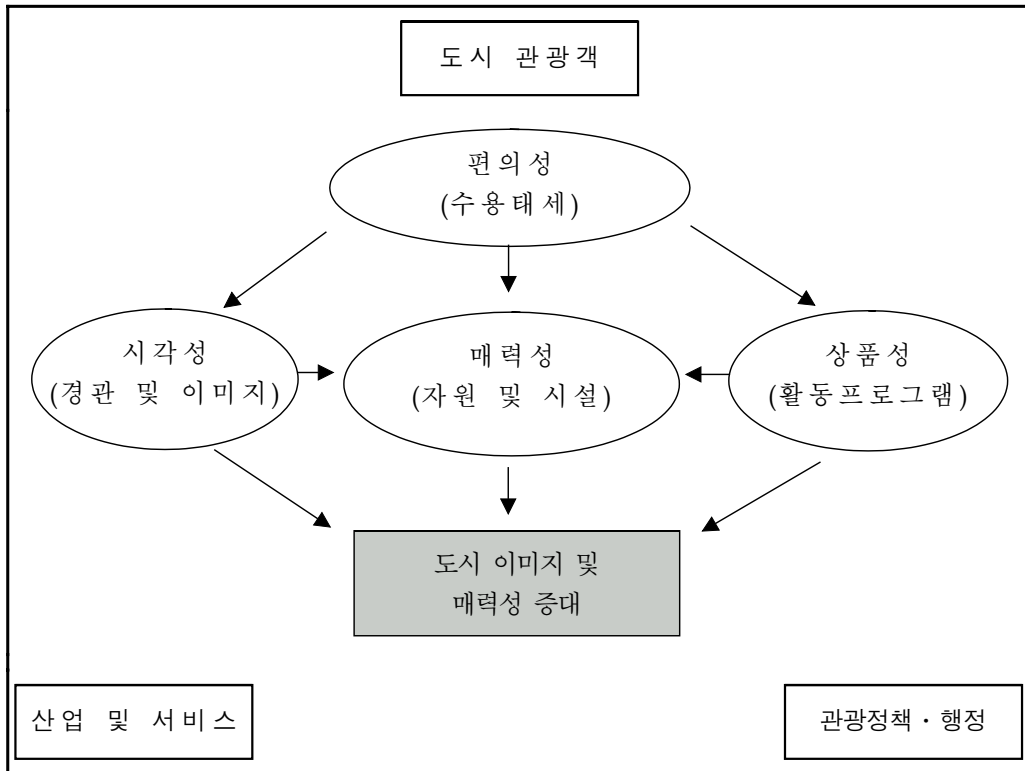
관광도시의 효과적 육성방안을 제시하기 위해 먼저 도시관광의 구성요소와 기능적 메카니즘을 바탕으로 도시관광의 구성체계를 설정할 필요가 있다.

관광도시 육성을 통하여 외부유인력을 극대화하도록 하며, 이를 통하여 지역경제 활성화가 이루어질 수 있도록 도시관광 분석구조를 설정한다. 또한 관광도시의 육성방안은 각 도시들이 추진하고 있는 관광관련 정책의 효율적 추진을 위한 지침 역할을 할 수 있도록 설정한다.

특히, 관광도시에 대하여 합리적이고 실천적인 육성방안을 제시하기 위해서는 우리나라의 관광도시들에 대한 실태파악을 통하여 이루어져야 하며, 이러한 실태파악을 위하여 분석구조가 제시되어야 한다. 이러한 분석구조는 관광도시의 운영 및 육성 문제점을 파악하고 육성방안 제시에 있어서 중요한 역할을 하게 될 것이다.

이에 따라 본 연구에서는 다음[그림 2-5]와 같이 도시관광의 분석구조를 제시하기 위하여 기존 문헌에서 제안되고 있는 도시관광의 구성요소 등에 대한 검토를 하였다. 다음 장에서는 이러한 구조하에서 관광도시의 육성방안을 제시하고자 한다.

도시관광의 구조는 내부요인과 외부요인으로 나눌 수 있다. 도시관광 내부요인으로 는 시각성(경관 및 이미지), 매력성(자원 및 시설), 상품성(활동 프로그램), 편의성(관광 수용태세)등을 설정하고, 도시관광의 외부요인으로서 도시 관광객, 관광산업체(산업 및 서비스), 관광정책 및 행정 등을 설정하였다.



주: 내부요인

- 시각성(경관 및 이미지): 미적, 역사적 쾌적한 건물 및 거리, 도시경관 및 환경, 도시이미지
- 매력성(자원 및 시설): 도시내 매력시설, 문화자원 및 시설, 스포츠시설, 관광쇼핑시설, 위락시설 등
- 상품성(활동프로그램): 자연·문화자원, 축제 및 이벤트, 향토음식, 쇼핑, 야간관광 활동 등
- 편의성(수용태세): 관광안내정보, 관광숙박시설, 컨벤션센터, 관광교통시설, 관광편의시설

외부요인

- 도시관광객: 휴가관광, 비즈니스 관광, 국제회의관광, 이벤트관광 등으로 구분할 수 있음.
- 산업·서비스: 여행사, 호텔, 관광종사원의 자질, 관광사업체
- 관광정책·행정: 제도적 서비스(산업지원, 기반시설 정비)를 위한 제도 및 촉진 정책)

[그림 2-5] 도시관광의 분석구조

## 제3장 도시관광 진흥 실태분석

### 제1절 도시의 관광여건 분석

#### 1. 분석목적 및 방법

본 연구에서는 우리나라 주요 도시의 관광여건에 대한 분석을 통해 도시들의 관광실태를 파악하고 이를 통하여 관광 진흥을 위한 제반 문제점을 점검하며, 관광도시 육성에 필요한 사항을 도출하고자 한다.

도시의 관광여건 분석은 1차적으로 도시관광의 실질적인 단위라고 할 수 있는 ‘시’급 도시로서 기초자치단체 72개<sup>14)</sup>를 중심으로 설문조사 분석을 통하여 조사하였으며, 응답이 미진한 도시에 대하여는 도시관련 통계를 통하여 보완하였다. 각급 도시들에 대한 관광성 평가에서는 도시를 대상으로 한 설문조사에서 최종적으로 62개가 회수되었으므로 이들을 중심으로 분석을 실시하였다<sup>15)</sup>.

도시의 관광여건 분석은 관광산업 의존도, 관광시장성, 관광자원성, 관광수용태세 등 항목을 중심으로 하여 분석하였으며, 도시의 일반 여건인 면적, 인구규모, 산업구조 등도 함께 분석하였다. 분석에 사용된 조사내용은 10등급으로 나누어 지수화하여 평가척도화하였다(<표 3-1> 참조).

14) 1개 특별시, 6개 광역시는 종합관광도시로서의 특성을 지니고 있으며, 규모 및 기능 등의 제반 여건에서 기초시와 동일한 기준으로 분석하기에 곤란함으로 인해 분석에서 제외하였음.

15) 관광여건 평가 분석은 회수된 총 62개 조사표중 설문결과가 부실한 3개시를 제외한 총 59개의 시를 대상으로 하였음.



## 2. 분석 결과

### 가. 일반 여건 현황분석

72개 기초시의 면적은 평균 485.3789km<sup>2</sup>으로, 56%의 기초시가 500km<sup>2</sup>이하의 면적을 가지고 있고, 500~1000km<sup>2</sup>의 면적을 가진 경우는 31%를 차지하며, 1000km<sup>2</sup>의 경우는 13%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

72개 기초시의 인구는 평균 261,296명으로, 전체 84.5%의 기초시가 50만명 이하의 인구를 가지고 있으며, 50만~100만 이하의 경우는 15.5%로 나타났다.

<표 3-1> 도시의 관광여건 조사항목

구분		조사항목	조사내용
관광산업 의존도		3차산업의 비중	전산업 대비 3차산업의 비율(%)
		관광사업체 규모	전산업 대비 관광사업체 수(%)
		관광 종사원 규모	전체 산업체 종사원수 대비 숙박 및 여행알선관련 업체 종사원수(%)
관광시장성		외국인 방문규모	연간 외국인 관광객수
		내국인 방문규모	연간 내국인 관광객수
관광자원성		지정관광(단)지	지정관광(단)지 수
		문화행사	연간 지역축제 개최 횟수
		문화재	국가지정 문화재 보유수
관광수용 태세	숙박 시설	관광호텔 객실수	관광호텔 객실수
		일반호텔 및 여관 객실수	일반호텔, 여관 객실수
		휴양콘도미니엄 객실수	콘도미니엄 객실수
	안내 시설	관광안내소 보유수	관광안내소 개소수
인력 및 예산		예산규모	관광부문 예산총액(원)
		조직	관광담당 부서
		인력	관광담당 공무원 수

## 나. 관광여건 현황 분석

### 1) 관광산업의존도

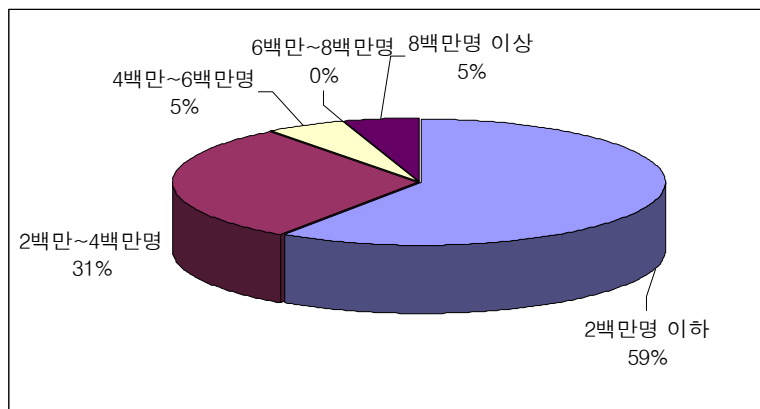
3차 산업 비중을 보면, 시 평균 55%로 나타났으며, 3차 산업 비중이 20%이하의 경우가 12.2%, 20~40%의 경우는 14.3%, 40~60%의 경우는 28.6%, 60~80%의 경우는 14.3%, 80~100%의 경우는 26.5%로 나타났다.

도시 전산업체에서 차지하는 관광산업체 규모와 종사원 규모가 각각 평균 3.0%, 3.4%인 것으로 나타나 관광사업체 및 종사원 수가 매우 적은 것으로 나타났다.

관광산업체 규모가 평균 5%이하인 경우는 87.8%를 나타냈으며, 20~30%를 차지하는 도시는 10.2%로 나타났다. 또한 관광종사원 규모가 5%이하인 경우는 81.6%를 나타냈으며, 5~20%인 경우는 16.3%를 나타냈다.

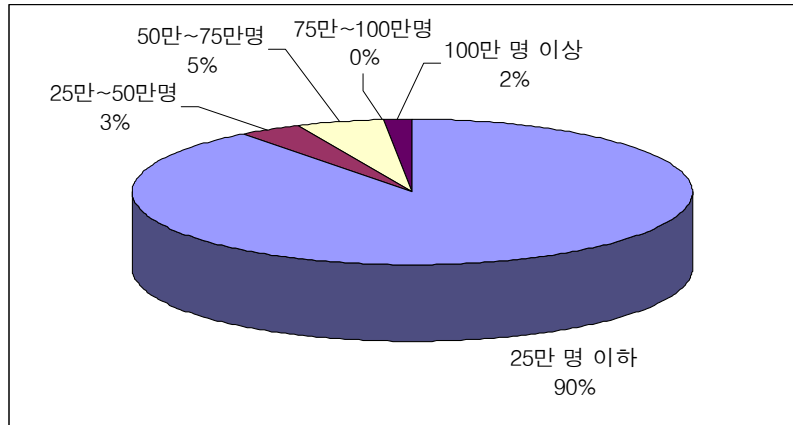
### 2) 시장성

내국인 관광객의 방문 규모를 보면(n=59), 200만 명 이하의 경우가 59%로 가장 많은 부분을 차지하고 있다(100만 명 이하는 전체의 30%, 100만~200만 명까지는 29%를 차지함). 200만~400만 명의 경우 전체의 31%를 차지하고, 400만~600만 명과 600만 명 이상은 각각 5%를 차지한다. 용인시의 경우, 940만 명으로 최고치를 보이고 경주시는 850만명으로 그 뒤를 잇고 있다.



[그림 3-1] 도시의 내국인 관광객 규모 분포

외국인 관광객의 방문 규모는 25만 명 이하의 경우가 전체의 90%를 차지한다(1만 이하는 전체의 57%를 차지하는데, 1만 명 이하의 규모를 나타내는 시 중 33%는 천명 이하로 나타남). 25만~50만 명까지는 전체의 3%, 50만 명 이상은 7%를 각각 차지한다.

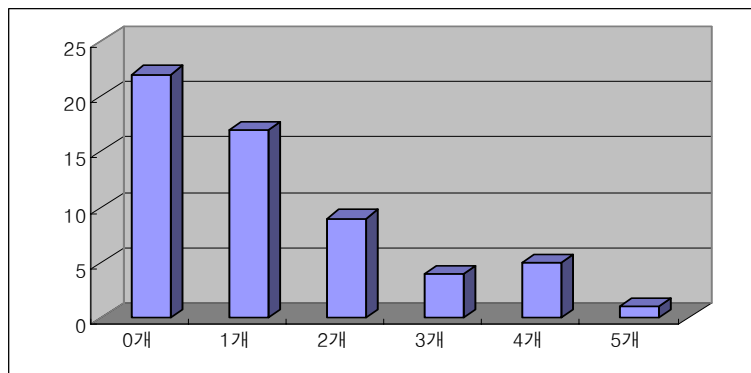


[그림 3-2] 도시의 외국인 관광객 규모 분포

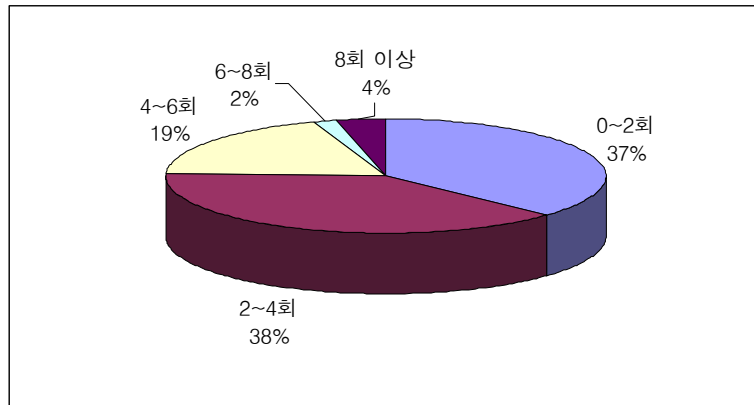
### 3) 자원성

관광(단)지를 보유하고 있지 않는 경우는 38%를 차지하고, 1개의 관광(단)지를 보유하고 있는 경우는 29%, 2개는 15%, 3개 이상은 18%이다(n=59).

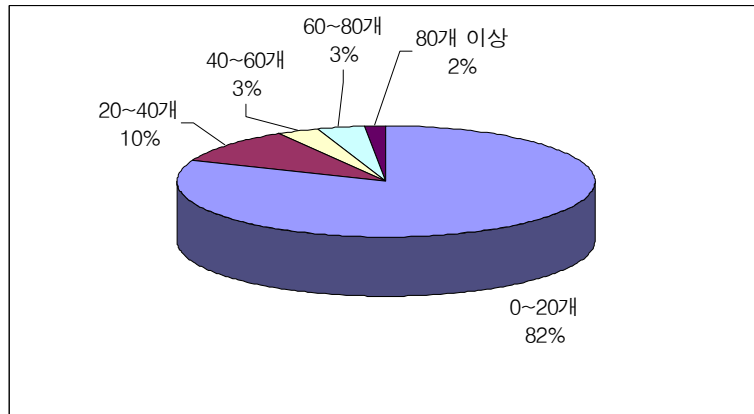
문화행사 개최는 2회 이하가 37%, 2회~4회 38%, 4회~6회는 19%, 6회 이상은 6%에 해당하는 것으로 조사되었다. 문화재 보유는 20개 이하가 전체의 82%를 차지하였으며, 10개 이하가 44%, 10개~20개가 36%로 나타났으며, 20개 이상은 18%로 조사되었다.



[그림 3-3] 도시의 관광(단)지 보유수 분포



[그림 3-4] 도시의 문화행사 개최수 분포



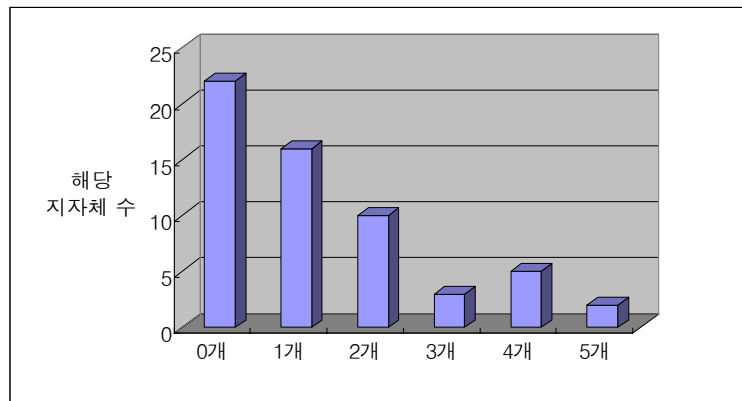
[그림 3-5] 도시의 문화재 수 분포

#### 4) 관광수용태세

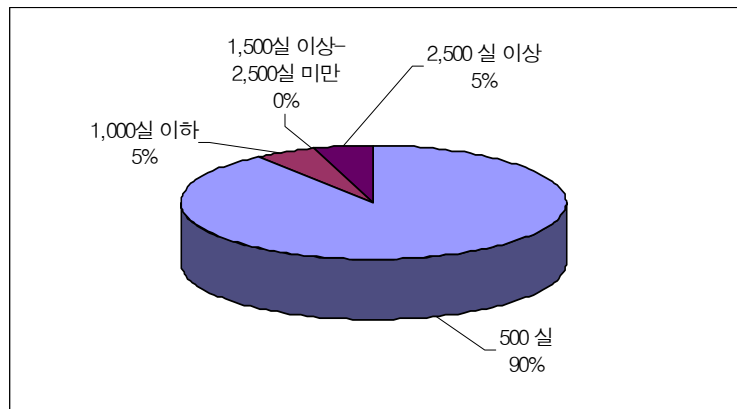
시에서 운영하고 있는 안내소가 없는 경우는 전체의 37%, 1개소 안내소를 운영하는 경우는 27%, 2개소는 17%, 3개소 이상은 19%로 나타났다(n=59).

숙박시설의 개발실태를 살펴보면(n=60), 관광호텔의 총 객실수가 100실 이하인 경우는 55%이며, 100실~500실이 36%, 500실 이상인 경우는 9%이다. 동해시와 경주시는 2,000실, 제주시는 3,000실 이상으로 가장 많은 객실수를 보유하고 있다. 일반호텔의 경우, 하나도 보유하고 있지 않은 경우가 전체의 46%를 차지하고 있으며 100실 이하가 33%, 100실 이상이 21%로 조사되었는데, 제주는 6,000실로 관광호텔의 경우와 마찬가지로

지로 가장 많은 객실수를 보이고 있다. 여관의 경우, 총객실수 500실 이하가 전체의 16%, 500실~1000실은 18%, 1000실~2000실은 25%를 각각 차지하고 있고, 2000실~5000실은 30%, 5000실 이상은 11%로 조사되었다. 여관은 수원지역에서 16,000실로 가장 많은 수를 나타내었다.



[그림 3-6] 도시의 안내소 수 분포



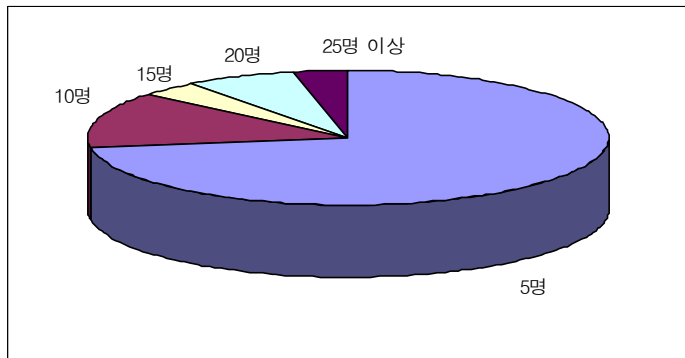
[그림 3-7] 도시의 관광호텔 총 객실수 분포

### 5) 조직 및 인력

도시의 관광조직을 살펴보면(n=59), 도시의 64%는 1과1계 또는 1실1계 체계로 되어 있으며 관광계, 관광개발계, 관광시설계 등으로 명명된다. 1과2계 체계는 전체의 12%를 차지하며 대부분 관광개발계와 관광기획계로 나뉘어진다. 특히, 동해시는 1과5계 체계로 관광개발과 하에 관광기획계, 관광개발계, 관광사업계, 무릉계곡계, 천곡동굴계 등 5계가 있어 관광개발에 집중하고 있는 것으로 나타났다.

관광인력의 경우(n=59), 관광행정인력이 1~5인으로 구성된 시는 전체의 72%이며, 6~10인으로 구성된 시는 14%이며, 10인 이상으로 구성된 시는 14%로 나타났다. 한편 태백시는 29명으로 구성되어 가장 많은 행정 인력을 보유하고 있는 것으로 나타났다.

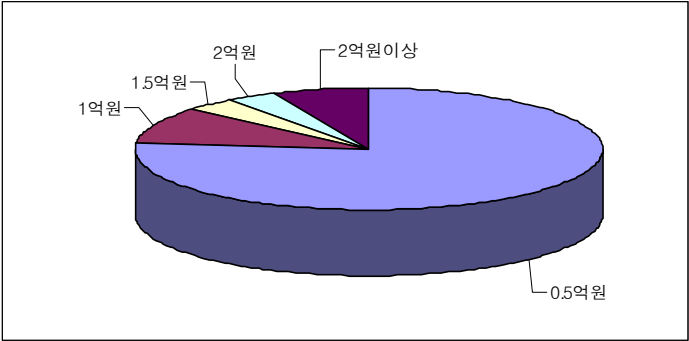
전반적으로 강원도내 도시들의 관광조직 및 인력이 타 도시에 비해 우위에 있는 것으로 나타났는데 즉, 동해시, 춘천시, 태백시의 경우 관광조직체계가 세분화되고 인력이 보다 많음으로 관광에 집중하고 있음을 알 수 있으며, 관광정책에 타지방보다 많은 정책적 의지를 보이는 것으로 나타났다.



[그림 3-8] 도시의 관광행정 인력수 분포

### 6) 관광부문 예산총액

관광부문 예산총액부문(n=59)에서는 '99년에 전혀 예산이 없던 경우에서 최고 48억원까지의 차이를 보이고 있다. 좀더 세부적으로 살펴보면, 10억 원 이하의 경우 66%를 차지하며, 10억~20억 원 12%, 20억~30억 원과 30억~40억 원은 각각 9%를, 40억 원 이상인 경우는 전체의 4%로 강릉시, 제천시, 태백시, 안동시의 순으로 나타났다.



[그림 3-9] 도시의 예산총액 분포

3. 관광여건 평가

가. 평가기준

도시의 관광여건을 평가하는 기준으로 크게 시장성, 자원성, 수용태세, 인력 및 예산의 네 가지 기준을 설정하고(관광여건 조사항목중에서 상대적인 비교가 가능한 9개의 항목을 중심으로 평가하였음), 이에 대한 세부항목별 가중치를 고려하여 총점이 10점이 되도록 하였다.

상기의 <표 3-2>에서 제시된 대항목 및 소항목 가중치는 한국관광연구원내 관광전문가를 중심으로 한 조사에 의한 산출되었다.

<표 3-2> 도시의 관광여건 평가표

대항목		소항목		총가중치 (%)
항목	가중치(%)	항목	가중치(%)	
관광시장성	30	외국인 방문객	60	18
		내국인 방문객	40	12
관광자원성	20	지정관광(단)지	30	6
		문화행사	35	7
		지정문화재	35	7
수용태세	30	관광 안내소	40	12
		호텔 객실수(관광호텔, 일반호텔, 여관 등)	50	15
		휴양콘도미니엄 객실수	10	3
인력 및 예산	20	관광담당 공무원	40	8
		관광부문 예산 비중	60	12
계	100	-	-	100

## 나. 평가결과

72개 기초시중 자료가 충실하여 분석 가능한 59개 시에 대한 관광여건 평가결과, 100점 만점에 총 평가점수는 평균 21.8로 상당히 낮은 것으로 나타났다(<표 3-4> 참조).

59개 도시를 관광도시로서의 기능 수행가능성을 3그룹으로 나누어볼 때, 상위 점수 분포 80% 이상을 ‘관광도시: 관광도시로서 활발히 진흥되고 있는 곳’, 점수 분포 60%~79% 까지를 ‘잠재 관광도시: 관광도시로서의 잠재력이 비교적 높은 곳’, 점수 분포 45%~59%를 ‘미개발 관광도시: 관광도시로서 잠재력이 있으나 미개발된 곳’으로 나누어 볼 수 있다(<표 3-3> 참조).

이외에 하위점수 분포 45% 미만에 해당하는 도시 25개 시는 관광여건 평가결과, 낮은 점수를 나타내어 관광도시로의 잠재성을 가지고 있다고 볼 수 없어 표에서 제외하였다.

<표 3-3> 관광여건 평가결과에 의한 관광도시 유형

구 분	관광도시	잠재 관광도시	미개발 관광도시
	관광도시로서의 기능을 하고 있는 도시	관광도시로서의 잠재성이 높은 도시,	관광도시로 개발될 잠재성은 있으나 체계적 개발이 미흡한 도시
해당 도시	경주, 강릉, 제주, 속초, 동해, 제천, 남원, 태백, 용인, 아산, 안동	충주, 원주, 춘천, 파주, 공주, 수원, 전주, 진수, 동두천, 순천, 여수	진해, 천안, 구미, 통영, 나주, 창원, 포항, 목포, 정읍

주: <표 3-4> 도시의 관광여건 평가결과표 참조



&lt;표 3-4&gt; 도시의 관광여건 평가결과표

도시명	평가결과						
	0	10	20	30	40	50	60 → 우수
강릉						*	
경주							*
고양		*					
공주				*			
과천		*					
광양		*					
구리	*						
구미			*				
군포	*						
김천		*					
김포	*						
김해		*					
나주			*				
남양주		*					
남원					*		
논산		*					
동두천			*				
동해					*		
마산		*					
목포			*				
문경		*					
밀양		*					
시천		*					
성주		*					
서산		*					
성남	*						
속초						*	
수원				*			
순천			*				
아산				*	*		
안동					*		
안산	*						
안성		*					
양산		*					
여수			*				
영주		*					
영천		*					
오산		*					
용인					*		
원주					*		
의정부	*						
이천			*				
전주				*			
정읍			*				
제주						*	
제천					*		
진주				*			
진해			*				
창원			*				
천안			*				
춘천				*	*		
충주				*	*		
태백				*	*		
통영			*				
파주				*			
포항			*				

주: 평택, 청주, 경산 등 3개시는 자료의 정확성이 결여되어 분석에서 제외하였음(총 56개).

## 제2절 도시관광 진흥 사례분석

### 1. 사례분석 필요성 및 방법

앞에서 분석한 도시의 관광여건 분석을 통해서는 기존 도시들의 관광매력성과 관광진흥 정책 등을 파악하기 어려우며, 기존의 도시들의 관광진흥의 문제점을 파악하기에 한계가 있다.

따라서 관광도시의 육성방안 제시를 위한 기초조사로서 몇 개의 도시를 사례로 하여 관광진흥 실태 조사가 필요하다.

도시관광 진흥 사례분석 도시는 국내 유수의 관광도시로서 국제적인 수준으로 제고시킬 필요가 있는 지역 또는 도시의 관광여건은 미약하나 관광여건 개선을 통하여 육성잠재력이 높은 지역이라 판단되는 도시를 대상으로 하였다.

사례분석 도시선정은 다음과 같은 사항을 고려하였다. 먼저, 지역별 안배에 의한 선정을 실시하였다. 전국을 경기충청권, 강원권, 전라권, 경상권 등 4개 권으로 임의적으로 구분하였다(제주도는 조사편의상 제외하였음). 다음으로, 도시의 입지유형 및 자원특성을 고려하였다. 즉, 해안형, 내륙형, 수변형, 산악형 등의 입지와 문화형, 역사형, 자연자원형 등의 자원특성을 고려하였다. 또한 도시의 관광여건 평가분석 결과에 따라 관광도시 기능도시와 잠재 관광도시, 미개발 관광도시를 대표적으로 1개 이상으로 선정하도록 하였다.

위의 세가지를 고려하여 사례도시를 선정한 결과, 최종적으로 우리나라의 대표적인 관광도시로서 국제적인 수준의 관광도시로 성장할만한 잠재력과 유인력을 갖춘 곳 중 조사편의를 고려하여 임의로 경주(지역: 경상권, 입지형: 내륙형, 자원특성: 역사형), 속초(지역: 강원권, 입지형: 해안형, 자원특성: 자연자원형) 2곳을 선정하였으며, 충분한 관광잠재력을 갖추고 있으나 아직까지 개발이 미흡한 도시로서 향후 우리나라의 대표적인 관광도시로 성장가능성이 높은 곳 중 임의로 수원(지역: 경기충청권, 입지형: 내륙형, 자원특성: 문화형), 목포(지역: 전라권, 입지형: 해안형, 자원특성: 문화형 및 자연자원형) 2곳을 선정하였다.

본 보고서에서는 사례도시로 최종 선정한 속초, 경주, 목포, 수원시의 현황을 일반여건과 관광여건으로 나누어 살펴보고자 한다. 일반여건 실태분석의 항목은 면적, 인구,

산업구조 등이다. 관광여건 실태분석의 항목은 시장성, 관광자원, 수용태세(안내정보, 관광교통, 숙박시설, 관광상품개발, 쇼핑관광), 관광촉진 정책, 조직 및 인력, 예산 등으로 구분하여 분석하였다.

## 2. 사례도시별 도시관광 실태분석

### 가. 속초시

#### 1) 일반여건

- 위치는 휴전선으로부터 62km이남에 위치하며, 양양군·고성군·인제군과 접하며, 속초시의 면적은 104.91km<sup>2</sup>이며, 국립공원 설악산이 55.80km<sup>2</sup>으로 53.2% 차지한다.
- 인구는 '99년말 88,764명으로 '91년 이후 꾸준히 증가하였으며, 이는 강원도와 설악권 인구가 감소하는 것과는 대조적이다.
- 재정자립도는 36.8%로서 강원도의 재정자립도(47.3%, 98년)보다 열악한 상황이며, 관광부문예산은 1.16%(21억3천6백만원)를 차지하고 금융지원은 도단위 총괄계획에 의거하여 지원된다.
- 산업구조를 보면, 3차산업은 전체 산업에서 93%를 차지하며, 이중 관광산업으로 분류되는 숙박·음식점업 및 도소매·소비자용품업은 이중 50.2%를 차지하고, 관광숙박업이관광사업의 주종을 이루고 있다.
- 문화시설은 종합공연장, 영화관, 복지회관, 문화원이 각 1개소씩 소재하며, 전시관 및 박물관은 부재한 실정이다.
- 공원은 총 33개소('98년)로서 면적이 56,599천km<sup>2</sup>이며, 이중 국립공원이 99%를 차지하며 나머지 1%는 어린이 공원24개소, 근린공원 7개소, 도시자연공원 2개소가 있다.

#### 2) 관광여건

- 관광객 및 관광수입
  - 관광객 연도별 추이: 속초시의 총 관광객 수는 5,985,000명('98년)이며, 내국인은 97.7%인 5,848,000명으로 '93년 이후 감소하다가 '97년에 93년 수준을 회복했으나,

다시 '98년에 급격히 감소. 한편, 외국인은 2.3%인 138천명으로 '98년에 급격한 증가세를 보임(<표 3-5>참조).

- 관광수입 연도별 추이: 속초시의 총 관광수입은 56,071백만원으로 전년대비 12%가 감소. 내화는 52,631백만원으로 전년대비 16% 감소하고, 외화는 439백만원으로 전년대비 50%이상이 감소(<표 3-5>참조).
- 속초시 관광객 월별 추이: 내국인은 8월 및 10월에 주로 방문하고 주 방문지는 설악산, 해수욕장, 대포항이며, 외국인은 12월에 집중하고 있음. 내국인은 주로 수도권에서 방문하며, 외국인은 주로 대만·홍콩 등지에서 스키관광을 목적으로 방문하였음.

<표 3-5> 속초시 관광객 및 관광수입(연도별)

(단위: 천명, 천원)

구분	관광객			관광수입		
	계	내국인	외국인	계	내화	외화
1993	6,948	6,929	19	58,776,000	58,303,000	473,000
1994	6,924	6,879	45	61,776,000	60,940,000	836,000
1995	6,363	6,336	27	57,707,000	57,026,000	682,000
1996	6,204	6,165	38	56,448,000	55,489,000	959,000
1997	6,973	6,935	38	63,368,000	62,416,000	953,000
1998	5,985	5,848	138	56,071,000	52,631,000	439,000
1999*	10,049	9,758	290	-	-	-

주: \*는 속초시 내부자료를 기초로 함.

자료: 속초시(1999), 속초시 통계연보

#### ○ 관광자원

- 자연관광자원: 설악산, 속초해수욕장 및 인근의 낙산해수욕장, 오색약수, 백담사, 낙산사 등이 있음. 국내 유일의 보전지역인 설악산 생물권 보전지역은 설악산과 점봉산을 포함하여 393.49km<sup>2</sup>으로, 절대보전지역인 핵심지역과 연구와 환경교육을 위한 완충지역, 지속가능한 개발 실험지로 이용하는 전이지역으로 구분됨.
- 문화관광자원: 보물인 향성사지 3층석탑 1점을 비롯하여 사적 1점, 천연기념물 2점의 국가지정문화재가 있으며, 유형문화재 4점, 기타 문화재 자료 3점의 도지정 문화재가 있음.

### 3) 관광수용태세

#### ○ 관광안내정보체계

- 관광안내소는 부지 및 예산확보, 전문요원 확보가 미흡하며, 안내 및 홍보가 지역적으로 편중되어 있으며, 안내소에서는 다양한 서비스를 제공하지 못하고 있음(<표 3-6> 참조).

#### ○ 접근성

- 속초시의 항공교통은 속초공항과 강릉공항에서 접근 가능함. 속초공항은 주 21회 운항하며, 주요 노선은 서울에 국한되며, '99년 이후의 감축운항과 기상여건에 의한 25%가량의 평균 결항률로 인하여 실질적 운항횟수는 2.2대/일임. 강릉공항은 서울노선은 주 28회 운항하며, 부산노선은 주 7회 운항. 현재 개발중인 양양공항은 2002년 개항 예정
- 접근개선전망: 양양국제공항의 개항, 속초항의 관광항 확충, 영동고속도로, 44국도의 노선 개선, 미시령 터널화 등으로 접근 교통 개선이 기대되나 획기적인 개선방안 부재한 실정하므로 항공기의 증편 및 접근도로의 개선, 교통수단의 다양화가 필요함.

<표 3-6> 속초시 관광안내정보체계 현황

구분	사 업 내 용
관광안내소 설치·운영	- 위치: 속초공항, 대포항, 한화프라자 사거리, 고속버스터미널 (여객터미널은 설치중임)
관광홈페이지	- 속초시정에 관광정보가 제공되고 있으며, 설악관광종합정보( <a href="http://www.toursorak.com">http://www.toursorak.com</a> )가 별도로 제공되고 있음
관광안내판 설치	- 지역종합관광안내판: 대포 소공원 외 2개 - 관광지 안내판: 속초해수욕장 외 1개 - 관광전용유도안내판: 목우재삼거리 외 4개
관광안내지도 발간	- 외국인용 영어, 일어용 40,000부('97)
관광안내책자 발간	- 외국인용 영어용 10,000부('97)
관광안내원	- 속초공항: 3명, 대포항 : 2명, 한화프라자 : 4명, 고속버스터미널: 2명(안내원의 관리는 속초시에서 하고 있음)

자료: 속초시(2000), 내부자료.

## ○ 관광숙박업

- 관광호텔은 설악권내 소재한 5개소 중 4개소(객실수 350실)가 속초시에 위치하고, 휴양콘도미니엄이 11개소가 위치하여 숙박기능이 속초시에 집중되어 있음.

## 4) 관광상품

## ○ 이벤트

- 산악제례와 관련된 설악문화제를 개최하고 있으며, 이외에 설악눈꽃축제, 설악트라이애슬론, 국제채린저 대회 등의 스포츠대회 및 설악 우리꽃 전시회 등이 개최됨.
- 국제회의는 '99년 환동해권 지사·성장회의를 1회 유치하였으며, '99년 강원 관광 EXPO가 속초시 청초호에서 개최되어 지역발전에 큰 기여를 하였음.

## ○ 체험관광

- 설악산 단풍 및 등반코스, 스키상품, 레포츠상품, 생태관광상품 등이 있으나, 문화예술 및 지역 특산품·기념품과 연계된 다양한 체험관광상품개발은 이루어지지 않고 있는 실정임.

## ○ 야간관광

- 2000년 5월부터 재개장된 EXPO 상징탑에서 야경관람이 주 야간관광시설임.

## ○ 특산품 및 기념품

- 오징어 및 명태 등의 건어물, 젓갈류, 식해류 등과 시에서 지정한 “설악” 향수 및 토속주 20여종이 특산품으로 판매되고 있음.

## 5) 관광촉진정책 및 행정

## ○ 관광행정조직

- 속초시는 1과 4계체계로서 관광과내 관광기획담당, 관광개발담당, 관광홍보담당, 이벤트사업담당으로 구분됨.
- 관광인력 전문화 교육의 일환으로 실시하고 있는 종사원 서비스 교육 프로그램은 2000년 상·하반기 년 2회 개최·운영됨.

## ○ 관광촉진정책

- 홍보예산 3억4천5백만원 하에 국내 총6회에 걸쳐 지하철, 공항 광고, 국내외 교역전, 현장순회홍보를 실시함.

- 홍보책자 1종(40,000개), 지도 2종(100,000개), 리후렛 3종(200,000매), VTR 영상물 1종(4,000개)을 발간.
- 관광기념품/공예품 육성전략으로 제1회 속초시 관광기념품 공모전 개최함.

## 나. 경주시

### 1) 일반여건

- 경주시의 위치는 영천, 청도군, 포항, 울산과 접하며, 면적은 1,323.75km<sup>2</sup>으로 경상북도 면적의 6.8%를 차지한다.
- 인구는 292,480명이다.
- 재정자립도는 38.4%로서 경상북도의 재정자립도(41.4%, 98년)보다 열악한 편이며, 관광부문예산은 0.7%(20억2천2백만원)를 차지한다.
- 산업구조를 보면, 3차 산업은 전체 산업에서 50%를 차지하며, 관광사업체는 주로 관광숙박업(17개소, 3,376실)이며, 여행업 17개소, 외국인 전용 기념품업 12개소, 관광 음식점업 3개소, 종합휴양업 1개소, 관광지정 식당업 4개소가 있다.
- 문화시설은 일반 공연장 1개소, 소 공연장 1개소, 영화관 5개소, 자동차 극장 1개소, 미술관 1개소, 화랑 1개소, 문화원 및 국악원 각 2개소, 시민회관 1개소, 복지회관 12개소가 소재한다.

### 2) 관광여건

- 관광객 및 관광수입
  - 관광객 및 수입의 연도별 추이
  - 경주시 관광객 수는 '98년 이전 꾸준한 증가세를 보였으나, '99년 총 6,053명으로 전년대비 30%가량 감소세를 보임. 이는 내국인 관광객의 약 30% 감소세가 반영된 것임 (<표 3-7> 참조).
  - 내국인은 6,053천명으로 92%를 차지하며, 외국인은 502천명으로 8%를 차지함. 내국인은 수학여행단의 학생이 전체 관광객의 40%를 차지하며, 외국인은 일본, 유럽, 중국의 방문은 늘어난 반면, 영국과 미국의 비중은 감소하고 있음. 관광객의 주요 목적

지는 보문지구, 불국지구, 경주시가지 순으로 방문하고 있음.

<표 3-7> 경주시 관광객 및 관광수입

(단위: 천명, 억원)

구 분	관광객			관광수입		
	계	내국인	외국인	계	내화	외화
1993	5,907	5,467	439	1,696	1,366	330
1994	6,691	6,175	516	1,930	1,543	387
1995	7,723	7,723	531	2,196	1,798	398
1996	8,490	8,490	512	2,379	1,995	384
1997	8,759	8,759	475	2,427	2,071	356
1998	9,063	8,558	505	2,500	2,115	385
1999	6,555	6,053	502	1,859	1,513	376

자료: 경주시 홈페이지(2000) 및 내부자료

#### ○ 관광자원

- 경주는 신라천년의 고도로서 우리나라의 대표적인 문화관광도시임. 왕릉, 고분, 사지, 탑지 등의 문화재가 관광자원의 주류를 이루어 주로 문화유적 탐방중심의 관광활동이 이루어짐. 역사문화경관 보전을 위한 국립공원, 문화재 보호구역, 사적보전지구 지정 등 규제가 있음.
- 1970년대에 이미 보문관광단지를 개발하는 등 관광기반시설을 갖추고 있으며, 근래에 동적인 관광활동을 수용하기 위해 감포관광단지, 양남관광단지, 신라민속촌, 경주경마장 등 대규모 관광시설을 개발 중이나 사업추진이 부진함. 위락·휴양형단지는 광장, 피크닉장이 잘 구비되어 주변환경에 대한 정비가 잘 된 반면, 해안레크레이션지구는 좁은 배후지를 효과적으로 활용하지 못하는 실정.

#### 3) 관광수용태세

- 관광안내정보체계: 관광안내소는 단순 안내기능만 수행하고 있으며, 관광정보의 수집과 생산, 타지역과의 정보교류 등의 체계화된 정보수집체계는 갖추어지지 않으며, 예약, 긴급, 야간서비스, 관련도서 및 지도, 책자의 판매는 이루어지지 않고 있음.



&lt;표 3-8&gt; 경주시 관광안내정보체계 현황

구 분	사 업 내 용
관광안내소 설치.운영	• 위 치 : 경주역, 경주터미널, 불국사, 김해공항
관광안내 명예통역원	• 일어 14명, 영어 15명, 중국어 2명으로 계 31명(2000.6)
관광홈페이지 운영	• 경주시청 홈페이지에 한국어, 일어, 영어 제공, <a href="http://www.clicktour.kyongbuk.kr/">http://www.clicktour.kyongbuk.kr/</a> 라는 전자관광시장이라는 사이트 운영
관광안내판 설치	• 관광종합안내판 : 황오동 등 4개
관광안내지도 발간	• 관광안내지도(외국인용), 리후렛 : 영어, 일어 등 70,000부('98)
관광홍보	• 홍보책자 및 지도발간을 실시하고 있으며, 홍보책자는 12종으로 315,000개, 6종으로 175,000개, 홍보예산은 1,192백만원
관광홍보물 발간	• 관광종합안내책자 : 영어, 일어, 중국어 혼용 114,000부('98) • 관광홍보 VTR : 영어, 일어, 중국어 등 1,200부('98)
관광안내원	• 김해공항을 제외한 나머지 3곳은 2명씩 교대로 근무(안내원 관리는 지방관광협회에서 함)

자료: 경주시(2000), 내부자료.

- 관광교통은 철도, 항공 등 광역교통체계가 잘되어 있어 비교적 교통접근성이 좋음.  
울산공항 및 포항공항이 근접해 있으며, 철도는 중앙선과 동해남부선이 경주를 통과하고 있음
- 시티투어가 1일 2회 운영중임: 총거리 60km로 소요시간은 5시간 27분이며, 요금은 1인당 8000원임. 출발은 정기 2회, 비정기 2회이며 코스는 터미널-보문단지-불국사-민속공예촌-분황사-박물관-김유신묘-포석정-안압지-첨성대-대릉원-터미널임.
- 관광숙박업 운영현황은 관광호텔이 12개소(2,090실), 국민·가족호텔이 2개소(430실)가 있으며 콘도미니엄이 3개소(856실)가 있어 총17개소(3,376실)가 있음.

#### 4) 관광상품

- 이벤트 개최현황을 보면, 한국 술과 떡 축제는 2000년 경주시의 주요 이벤트로서 추진되었으며, 신라 문화제는 문화관광부의 지역축제란의 홍보대상으로 신라문화와 화랑정신, 호국불교사상을 계승하고 주민의 화합과 지역발전을 위해 개최되고, 화랑·원화선발, 가배놀이 시연, 바라춤공연 등 신라문화를 주제로 한 행사와 민속경연, 예술행사 등 각종 행사 개최함. 축제행사 종목은 길놀이, 민속놀이경연, 음악제, 신라미술대전, 백일장, 연극공연, 전시회, 불교행사, 경축행사(방송국 공개방송 프로

그램) 등을 실시함.

- 야간관광은 보문단지내에 야외 공연장이 마련되어 있고, 프로그램으로는 야외국악 공연이 진행되고 있어 야간에 관광객을 위한 좋은 볼거리를 제공하고 있다. 야외공연은 관광성수기인 5월부터 10월까지 공연되며 공연시간은 오후 10시반부터 1시간 10분 동안 공연된다. 경주시에서는 매년 공연을 위해 1억3천만원 정도를 국악예술단에 지원하고 있으며, 지원액은 국비와 시비, 그리고 관광공사가 협력하여 지원하고 있다.
- 특산품 및 기념품은 모조금관, 은잔, 기마 인물상 토기, 신라토기, 서라벌 향수, 넥타이 등이 개발되고 있다.
- 향토음식은 교동 법주, 황남빵, 감포 멸치젓, 감포 미역, 안강 찰토마토, 산내 더덕, 감포 전복 등이 있으며, 명물거리로 팔우정 해장국 거리, 화산불고기단지가 있다.

#### 5) 관광촉진정책 및 행정

- 관광행정조직
  - 경주시는 현재 1과 3계체계로서, 관광진흥과 하에 관광진흥계, 관광홍보계, 국제교류계로 구분됨.
  - 지역관광전문가는 신라문화원, 신라문화진흥원, 신라사람들등에서 전문적인 관광안내를 담당하고 있으며 동국대 관광산업연구소와 연계하여 자원봉사자가 통역 및 안내 담당하고 있음.
  - 종사원 교육(서비스) 프로그램 운영은 경상북도 관광협회의 주관으로 '99년 4회 400명을 대상으로 실시함.
- 관광촉진정책
  - 방문객대상 할인행사 및 유치여행사 인센티브 제공(외국인 1인당 1만원), 축제 외국인 단체 관광객 우수 모객 여행사 포상금 지급
  - 업계에서는 숙박료 할인 및 관민 공동으로 팸 투어
  - 관광기념품 경진대회(경북도 주관) 참가 및 입상자 육성자금 지원, 특산물 상품화 추진을 위해 경북관광홍보관에 제시 및 판매
  - 외국인대상 관광설명회 개최 및 공동유치단 파견, 해외인사 초청을 실시함.

## 다. 수원시

### 1) 일반여건

- 수원시는 수도권 중남부에 위치하며, 총 면적 117.2km<sup>2</sup>로서 개발제한구역 및 주요 군사시설로 인해 전체 구역의 4.7%가 도시개발이 제한되어 있다.
- 인구는 927,565명이며 수도권 인구유입이 급증하고 있다.
- 산업구조를 보면, 1차 산업은 0.01%, 2차 산업은 7.1%차지하며, 3차 산업이 93%를 차지하고 있다. 숙박 및 음식점업과 도소매 및 소비자용품 수리업의 비중은 전체 사업체 수 대비 55%를 차지한다. 이중 관광사업체는 일반여행업 2개, 관광호텔업 4개(198실) 및 일반호텔 2개소(89실)이다.
- 재정현황을 보면, '96년 총예산은 7,819억 89백만원(일반회계 320,349백만원, 특별회계 461, 640백만원)에 재정자립도가 93.2%로 매우 높은 편이다.

### 2) 관광여건

- 관광객 1998년 수원시 관광객 현황은 내국인 관광객은 1,395천명, 외국인 관광객은 118천명이 방문하여 급격한 증가세를 보임(<표 3-9> 참조).

<표 3-9> 수원시 관광객 추이

(단위: 천명, 천원)

구 분	관광객			관광수입		
	계	내국인	외국인	계	내화	외화
1993	1,611	1,602	9	5,872	5,606	266
1994	2,561	2,555	6	9,127,594	8,943,904	183,690
1995	2,051	2,043	8	7,395,464	7,153,304	242,160
1996	1,538	1,532	6	-	-	-
1997	1,120	1,069	51	5,094,773	2,976,410	2,118,363
1998	1,512	1,395	117	8,913,752	6,403,774	2,510,973
1999	1,767	1,529	238	-	-	-

자료: 수원시 내부자료(2000), 단 1999년은 잠정치임.

## ○ 관광자원

- 수원시는 세계 최초의 성곽도시 및 계획도시로서 화성이 세계문화유산으로 지정되었으며, 정조대왕의 효행을 화성과 함께 이미지화하고 있음. 또한 현재 컨벤션시티로서의 위상정립을 위해 시설을 개발하고 있음.
- 화성성곽, 화산릉, 서장대, 공심촌, 화홍문, 원천유원지, 광교산, 노송지대 등의 관광자원이 있음.
- 수원시내 원천유원지와 근교 관광지인 민속촌, 에버랜드, 이천도예단지를 연계할 수 있고, 경기도 광주, 용인, 이천 일대의 29개소 골프장과 스키장이 근접해 있어 스포츠 여가시설 이용도 용이함.

## 3) 관광수용태세

- 수원시 CI 개발: 수원시의 세계문화유산인 화성을 캐릭터화하여 활용 중이다.
- 관광안내정보체계: 관광안내소, 안내판, 홈페이지 등을 운영하고 있으며 수원화성에는 전통수문장 복식을 갖춘 안내원이 상주하고 있다. 또한 자원봉사자들을 중심으로 화성 관광해설가를 육성하여 운영중이다.

&lt;표 3-10&gt; 수원시 관광안내정보체계 현황

구분	사업내용
관광안내소 설치·운영	위치: 수원역, 화성관리사무소(서장대, 연무대, 팔달문), 장흥공원(관광협회), 각지의 도로진입 주유소 (민간안내소-7개)
관광안내판 설치	지역종합관광안내판: 장안문옆 등 3개 관광지 안내판: 서장대 입구 등 3개 관광해설판: 수원시 관내 64개 관광전용유도 안내판: 수원시 관내 22개
관광홈페이지 운영	수원시청으로 접속( <a href="http://city.suwon.kyonggi.kr">http://city.suwon.kyonggi.kr</a> ) 한글, 영어로 제공됨.
관광안내지도 발간	국어, 영어, 중국어, 일어용 15,000부('98)
관광홍보물 발간	관광종합화보: 국어, 영어, 일어용 4,000부('98) 브로슈어: 국어, 영어, 일어, 중국어용 24,500부('98)
관광안내원	수원역: 2명, 화성관리사무소(서장대, 연무대, 팔달문):1명, 장흥공원: 3명 화성관리사무소쪽에 안내원 3명 추가할 예정임 자원봉사자 - 수원역: 16명, 화성관리사무소: 77명 시청직원이 안내원 및 자원봉사자들의 휴일에 근무함(일주일중 이틀)

자료: 수원시 내부자료(2000)를 토대로 연구자 재작성.

○ 관광교통

- 수원시는 '99년 5월부터 매주 토요일 오후 2시에 무료로 시티투어를 운영하고 있으며, 이용시 사전예약을 해야 함. 1코스는 화성일주코스이며, 2코스는 수원역-잠사 곤충연구부-농촌진흥청-서호-장안공원-월드컵 경기장-K B S 드라마센터-시청-수원역을 순환하는 셔틀버스를 운행하고 있음. 곤충박물관, 과학박물관, 으뜸공 중화장실, 화성모형 등을 관람하는데 총 2시간 30분이 소요됨.

○ 관광숙박업

- 관광호텔 4개소, 일반호텔 2개소로 총 187실을 보유하고 있으며, 월드컵 개최를 위해 수원시와 용인시에 호텔 4개소(707실)를 신축 중임.
- 경기도의 중·저가 숙박시설 및 유흥숙박시설의 공동브랜드인 『경기투어텔』에 대해 공동마케팅 및 최소 서비스에 대한 지도와 개·보수를 위한 용자 지원 중임. 지정 대상(도내 현황: 2,337개소 58,156실)으로는 중·저가 숙박시설인 일반호텔, 여관(2,243개소 49,511실) 등과 연수원, 수련원, 기숙사 등 연중 일시적으로 이용되고 있는 시설임(94개소 8,645실).
- '99년 10월부터 106개소의 외국인 홈스테이를 운영 중이며, 지속적으로 희망가정을 공모하고 있음.

## 5) 관광상품

- 개발된 관광코스를 보면, 반나절코스는 4종으로 화성과 용주사, 민속촌, 에버랜드, 과천시울랜드를 연계한 코스가 있으며, 하루코스는 용주사와 화성 및 향토음식인 수원갈비를 연계하거나 용주사 대신 민속촌, 에버랜드를 연계하는 코스가 있다. 1박2일 코스는 화성, 용주사, 용건릉, 민속촌, 에버랜드를 연계하며, 2박3일 코스는 이천도요지를 첨가하였다.

○ 이벤트

- 문화행사로 '화홍문화제'(10월), '수원여름음악축제'(8월), '효의 성곽순례'(5월), '정조 대왕능행차 및 능참배'(10월), '길마재 줄다리기'(5월) 등이 민간주최로 개최됨.
- 국제회의: 서울로부터 근거리에 위치하며, 관공서·대학·연구단지가 입지하고 있어 컨벤션 유치 잠재력을 가지고 있으나, 유치를 위한 전문시설이 미흡하여 국제회의 개최사례가 적으며, 대부분 참가자가 300명 이하의 소규모 회의나 심포지엄에 국한

되고 회의 주제도 농업연구관련 심포지엄이나 워크샵에 편중되는 현상을 보임. 삼성전자, 선경 등 첨단공업단지 내에서 유발되는 일정규모 이상의 국제회의 및 전시회는 서울의 특급호텔시설과 COEX 등을 주로 이용하고 있음.

- 체험관광으로는 수원화성내 국궁활쏘기 체험상품을 개발하여 운영중이다. 현재 수원시 궁도협회와 함께 시에서 직접 운영하고 있다. 관련협회는 국궁장 관리와 방문객에게 활쏘기 시범 및 간단한 교육을 담당하고 있으나 관광상품으로서 방문객에게 흥미와 감동을 줄 수 있는 상세한 해설은 부족한 실정이다.
- 수원시의 대표적인 향토음식으로 수원갈비와 용주대월이 있다.

#### 6) 관광촉진정책 및 행정

- 관광행정조직은 문화관광과 관광계가 담당하고 있으며, 담당 공무원은 6명이고 관광부문 예산은 5,775백만원(2000년)이다.
- 시주관 종사원교육은 1회 실시되며 화성해설가 인증제 실시로 100명을 배출하였으나, 관광통역 전문 안내원의 확보가 어려운 실정이다.
- 관광촉진활동을 보면, 홍보예산은 100백만원이며, 국내외홍보실적은 국내 박람회, 홍보전 등 10회, 외국인 대상 관광설명회를 3회 실시. 또한 자매경연 해외도시 4개국에 공동유치단을 파견하였고, 해외자매결연 도시 4개국의 270명을 지역에 초청한다.

### 라. 목포시

#### 1) 일반여건

- 위치는 서해남단에 위치하며, 면적은 46.12km<sup>2</sup>로서 비교적 협소한 소도시이다.
- 인구는 248,950명이다.
- 재정자립도는 40.4%를 보이고 있으나 전국 63.9%에 비해 낮은 수준이다.
- 산업구조를 보면, 3차 산업이 큰 비중을 차지하며 목포시의 전반적인 관광사업체는 98년도 현재 관광호텔업이 3개소(210실)이며, 여행업은 국외여행업이 13개소, 국내여행업이 30개소, 관광유람선업이 1개소, 관광편의시설업이 1개소가 있다.

## 2) 관광여건

- 목포시의 관광객수는 내외국인 관광객 모두 '94년의 급격한 증가 이후 완만한 증가 추세를 보이고 있으며, '98년 내국인 관광객은 2,114천명, 외국인 관광객은 9천5백 명으로 집계된다(<표 3-11> 참조).
- 관광자원을 보면, 주요 관광명소로 국립해양박물관, 남농기념관, 유달산, 영산호, 갯바위 등이 있다. 국가지정문화재는 보물 1점(현자총통), 사적 1점(목포시립도서관), 무형문화재 1점(옥장장주원), 도지정문화재는 유형문화재 1점(고하도 이충무공 기념비), 기념물 2점(고하도 이충무공 유적, 목포시사), 문화재자료 3점(목포진지, 목포오포대, 이훈동 정원)을 보유하고 있다.

<표 3-11> 목포시 관광객 추이

(단위: 천명)

구분	관광객(명)		
	계	내국인	외국인
1993	1,710.4	1,706.7	3.7
1994	1,936.9	1,930.5	6.4
1995	1,957.5	1,951.1	6.4
1996	1,777.5	1,971.0	6.5
1997	1,993.2	1,986.5	6.7
1998	2,120.8	2,114.4	9.5

자료: 목포시 통계연보. 1999, 단, 관광수입은 집계되지 않음.

## 3) 관광수용태세

- 목포시는 타시도에 비해 관광안내소 설치수, 관광홍보물 발간수가 적은 편임.
- 관광숙박시설
  - 목포시내 관광호텔은 총3개가 있으며 관광호텔 객실수는 217개임. 여관은 250개가 있으며 정확한 객실수는 집계되지 않고 있음.
  - 목포시 관광에 있어 주요 숙박시설은 여관임.
- 관광교통
  - 항공교통은 하루동안 서울행 5편, 부산행 1편, 제주행 1편이 운항되고, 철도교통은

서울·대전 방면 14편, 광주·여수·부산 방면이 6편임.

- 향후 목포시에서는 북항에서 영산강 생태공원에 이르는 해안축 중심의 연계도로 확충·정비, 관광교통 시설(여객터미널, 공항, 역사 등) 중심의 교통체계 정비 등을 추진할 계획임.

<표 3-12> 목포시 관광안내정보체계 현황

구분	사업내용
관광안내소 설치	향토문화관, 대륙주유소내
관광홈페이지	광역목포권 홍보 <a href="http://cybertour.mokpo.chonnam.kr/">http://cybertour.mokpo.chonnam.kr/</a>
관광안내판 설치	지역종합관광안내판 : 유달산 등 4개 관광지 안내판 : 유달산 등 4개 관광안내판 : 갯바위 등 5개
관광홍보물 발간	관광소책자 : 한, 영어 5,000부('96) 리후렛 : 한, 영어 5,000부('97)
관광안내원	향토문화관: 협회직원 2명씩 격일제 근무. 목포시 직원 1명. 대륙주유소내: 목포시에서 관리하는 관광안내도우미 2명

#### 4) 관광상품

- 목포도자기축제는 10월경 6일간 개최되며, 도자기 실연 및 체험코너, 다도시연 등 행사를 개최하고 있다. 유달산 개나리꽃 축제는 3월말~4월초 3일간 개최되며 축제 행사종목은 길놀이 한마당, 유달산숫대잔치, 노적봉 강강술래, 유달의 메아리, 봄소식 노래자랑 등 이다. 하당 신도심축제의 주최기관은 목포시로 5월초에 국악제 야외무용공연, 문학제, 미술제, 가면무도회, 환경 신도심 보물찾기 등 가지고 있다.
- 향토음식은 송어젓, 모차젓, 삼합회 등이 있으며 특산물로 행남자기가 있다.

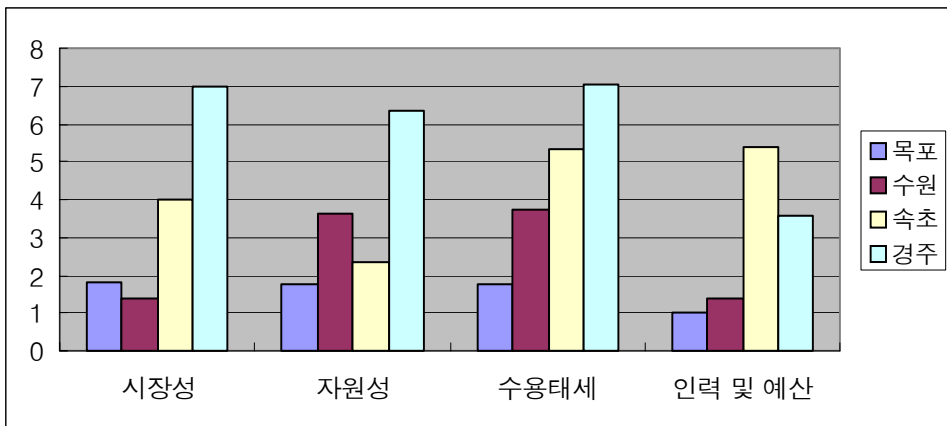
#### 5) 관광촉진정책 및 행정

- 관광행정조직은 문예담당관실의 관광담당의 2명이 담당한다.
- 관광마케팅은 '84년 이후 일본의 4개국에 공동유치단을 9회 파견하였으며, 일본의 3개국의 89명을 15회 초청하였다.



### 마. 사례도시 관광여건 평가 종합

- 사례도시의 관광여건을 시장성, 자원성, 수용태세, 이념 및 예산 측면에서 평가하여 점수화(10점 만점)하고 이를 도표로 나타내 보면 다음과 같다([그림 3-1] 참조).
- 사례도시중 경주시가 시장성, 자원성, 수용태세 등 부문에서 가장 수위에 있으며, 속초는 관광부문의 인력 및 예산 부문에서 가장 높은 것으로 나타났다.
- 수원의 경우 수용태세와 자원성에서 비교적 높은 점수를 나타냈으며, 목포는 각 부문에서 개발의 여지가 필요한 것으로 나타났다.
- 사례도시의 분석결과를 종합적으로 볼 때 도시간 항목별 편차가 큰 것으로 나타나고 있어 각 도시의 여건에 맞는 차별화된 육성전략의 수립이 요청된다.
- 사례도시 분석에 포함된 도시들이 우리나라 수위의 관광진흥도시이거나 관광촉진 노력이 높은 지역임을 감안할 때 아직까지 세계적인 관광도시로 성장하기 위해서는 보다 많은 정책적 지원과 지방자치단체의 노력이 요청된다고 하겠다.



[그림 3-10] 사례도시 관광여건 평가 결과

## 제4장 해외사례 분석 및 문제점 종합

### 제1절 해외사례

#### 1. 도시 이미지 개선

##### 가. 싱가포르의 도시 이미지 개발

싱가포르 관광객 추진위원회(STPB)는 1964년 싱가포르의 국제관광을 촉진시키기 위해서 설립되었고, 1997년 11월 싱가포르 관광 위원회(STB)로 명칭을 바꾸면서 관광산업을 촉진과 싱가포르 내외에 관광투자를 활성화하는 역할을 담당하게 되었다.

싱가포르는 이러한 이미지를 현실화하기 위해서 종합계획인 “Tourism21-Vision of a Tourism Capital”을 채택하였다.

<표 4-1> 싱가포르의 슬로건 및 이미지 변화

구분	슬로건	이미지
1970년	“Intant Asia”	중국, 말레이시아, 인도라는 인접국의 중심 도시의 복합문화성 강조
1985년	“Surprising Singapore”	도시의 현대성 강조하면서 ‘Surprise’를 강조
1996년	”New Asia-Singapore”	복합문화적이고 현대적인 이미지 부각 동남아시아의 역동적 발전의 중심지임을 강조

##### 나. 도시 가로 환경 개선

카와고에(川越, かわごえ)시<sup>16)</sup>는 가로환경 정비를 위해 가로수를 포함한 가로환경을 정비하고 있으며, 특히, 상업에 종사하는 지역민이 간판 및 옥외광고물의 규격 및 배치를 자율적으로 자제하고 있다. 또한 교토는 도심의 공간연출로 환경개선<sup>17)</sup>을 하기 위

16) 카와고에(川越, かわごえ), 해외통신원이 카와고에 시청 관광과 계장의 인터뷰에 의해 작성, 2000

17) 佐藤 年・伊從 勉, “都市の観光魅力を探索”, Weekly Travel Journal, 55-57쪽

하여 시가지 미관의 정비, 교통시스템의 정비, 자동차 교통의 제한, 보행공간의 정비를 하였다.

역로사업(歷路事業)은 역사적 지구의 환경보전과 동시에 관광객과 보행자의 안전을 확보하여 생활환경의 개선을 도모하는 종합적 가로정비를 목표로 한 사업으로 정식 『역사적 지구 환경정비 가로사업』으로 불리우며, 도로정비 긴급조치법에 근거하여 실시되는 건설성의 보조사업이다. 카와고에시의 역사적 지구 환경정비가로 사업은 지구 면적 110ha, 「역로」로서 14개노선, 총연장 3,430m가 되는 보행계 네트워크 계획이다. 이 계획은 ① 역사적 환경의 보전 ② 지구내 가로의 체계적 정비 ③ 주차장의 확보 ④ 전주철거 및 이설, 전선의 지중화 ⑤ 교통의 종합규제 ⑥ 표식, 게시류의 충실 ⑦ 연도의 건축물, 광고물의 적정화 등으로 개성적인 매력있는 도시만들기를 목표로 하였다.

## 2. 도시 매력성 개선

### 가. 도시위락시설 개발

#### 1) 미나토 미라이(MINATO MIRAI) 21

미나토 미라이 21(이하MM21)은 요코하마의 21세기 계획의 중핵적 사업으로서 도심 임해부의 186ha에 이르는 장대한 재개발 프로젝트이다. MM21 사업지구의 토지이용은 총 6개의 구역으로 도시내 간선도로망 주변에 기업유치를 위한 업소구역, 신교통역중심의 상업구역, 중심에는 아트센터와 배후에는 도심형 주택지를 조성하기 위한 문화구역, 국제회의장, 전시장 등 각종 국제관련시설을 밀집시킨 국제시설구역, 수변안의 넓은 공원, 녹지 및 다목적 레크레이션을 위한 레크레이션 구역, 항만과 관련된 행정기관 및 업무기능, 부두시설의 밀집지역인 항구구역으로 구분된다.

MM21의 선두계획은 국제회의장으로 수용인원수 5,000명, 연면적 12,000㎡의 국립대홀을 중심으로 6개 건물, 7개의 다목적 회의장을 갖춘 중소홀, 36,000㎡의 국제전시장, 60,000㎡의 호텔용지 등 합쳐서 134,000㎡의 대규모 프로젝트였다.

MM21에서는 다양한 오픈 스페이스와 활기 넘치는 보행가도를 볼 수 있는데, 지역의 골격을 형성할 가장 주된 보행자 전용도로의 축은 요코하마를 대표하는 아름다운 세 타워와 연관짓고 있으며, 이들은 킹(King), 퀸(Queen), 그랜드 몰(Grand Mall)이라고 이

름 지어졌다. 세 개의 물은 하나의 기조가 바탕이 된 건물의 형태와 색조, 외부환경 등이 융합된 독특한 가로경관(streetscape)을 지니고 있다.

## 2) 포트 아일랜드와 로코 아일랜드(PORT & ROKKO ISLAND)

일본 고베에 있는 포트아일랜드에는 도심인 산노미야와는 「포트라이너」라는 신 교통시스템(컴퓨터제어에 의한 무인운동)에 의해 직결되고, 항구기능을 위한 물류센타의 정비와 함께 인터내셔널 스퀘어와 도시형 주택이 있는 커뮤니티 스퀘어 등의 새로운 도시기능의 확충을 계획한다. 국제회의장, 국제전시장, 호텔, 스포츠 아리나(sports arena)등이 있는 컨벤션 콤플렉스(convention complex)를 포함하여 패션 타운(fashion town), 엑조틱 타운(exotic town : 이국적 정서를 느낄 수 있는 마을), 마리나 파크(Marina park)등이 있다.

로코 아일랜드는 첨단적인 문화기능과 레크레이션 기능을 지니고 있는 국제규모의 「해상도시(marine city)」로서 종래의 항구기능 외에 관서 신국제 공항과 고베 해안공항의 건설 등을 통해 공항기능의 강화하여 보다 고도의 국제 문화도시로 발전을 꾀하고 있다 시민의 물에 대한 접근성 제고와 워터프론트의 새로운 매력창출을 위해 스마우라해안의 개발, 요트 하버, 바다낚기 공원의 정비, 메리켄 공원의 건설 등을 수행하고 있다.

## 나. 물 개발

### 1) 웨스트 에드몬드 물

캐나다의 웨스트 에드몬드 물은 도시의 엔터테인먼트 시설로서 스케이트 링크에서 미니골프장에 이르기까지 여러 가지 어뮤즈먼트 시설을 갖추고 있다. 테마파크의 개발에 있어서 컨셉을 다양화하고 개성화하여 이벤트 개발 중심으로 지역문화를 지원하면서 고객층을 확대하고 있다. 즉, 마켓의 축제화와 함께 다양한 어뮤즈먼트 시설을 갖추어 지역 커뮤니티 센터의 역할을 수행하고 있다.

대형화, 집산화, 현대화를 특징으로 대형복합리조트의 개발과 함께 쇼핑센터, 상업시설, 문화시설, 어메니티 시설, 호텔, 저·중·고 식당가, 이벤트 공연장, 브랜드상품 상가 등을 추가하여 복합화하고 있다. 쇼핑센터간에 대중이 자유롭게 왕래할 수 있는 공

유공간(公有空間)을 확보하여 연결하고, 고객에게 이벤트 공연장에서 볼거리와 참여 기회를 제공하고 있다.

## 2) 쇼핑몰

싱가폴의 선택 시티 몰(Suntec City Mall)은 초대형 쇼핑센터로 생활용품을 파는 더 트로픽스, 까루프가 들어선 더 엔터테인먼트 센터, 레스토랑과 펍 등으로 구성된 더 파운틴 테라스, 고급 부티크 위주의 더 갤러리아 등 4개의 구역으로 이루어져 있다.

## 3. 관광상품개발

### 가. 향토음식 및 특산물

카와고에시에서는 농산특산품을 상품화하여 고구마를 이용한 고구마 과자, 고구마 만쥬, 고구마 아이스크림, 고구마 카이세키 요리 등을 개발하여 다양한 상품화를 시도하고 있다. 그리고 현재 기념품 및 특산품에 대한 공식 인증제도는 없지만, 편안한 쇼핑활동을 위해 카와고에 관광협회가 법인화된 후 실시하려는 계획을 가지고 있다.

의류업체인 버버리 공장은 영국관광에서 빼놓을 수 없는 명소이며, 프랑스의 포도주 제조업체, 일본 고베(神戸)의 ‘고베와인’의 경우도 관광상품으로 확고히 자리매김하고 있다.

### 나. 이벤트

일본 코치(高知)시 요사코이(よさこい) 축제는 지역 전래민요를 록, 레게, 재즈음악 등으로 마음껏 응용하여 공연하고, 전통 또는 응용된 형태의 의상을 입게 하여 젊은이들의 적극적인 참여를 유도하고 있다. 1998년 45회째 치러졌으며 고치 시내 거리에 마련된 10개의 경연장을 따라 팀을 이루어 경연을 펼치게 된다. 이 지역 농촌에서 새를 쫓을때 쓰던 ‘나루고(鳴子)’를 민속악기로 응용하여 무용에 사용하게 함으로서 ‘나루고’를 기념상품화하였다.

미국 텍사스 주 갤베스톤의 ‘디킨스 온더 스트랜드’는 갤베스톤의 해안을 낀 역사적

상업보존지역(historic waterfront commercial district)에서 매년 12월 첫째 주말에 스트랜드 국립유적지구의 17번가에서 개최된다. 축제동안 빅토리아시대의 런던 시 모습을 연상시키는 스트랜드거리에서 빅토리아 양식의 건축물, 의상, 오락, 식음료, 게임, 마차, 음악 등을 재현했다. 뿐만아니라 ‘디킨스 작은 종축제’(Dickens Handbell Festival)와 작가 디킨스의 증손자인 ‘체드릭 디킨스’(Cedric Dickens)와의 모닝커피시간, 140년된 ‘에피스코폴’(Episcopal)교회에서 빅토리아식 오르간 이벤트, 5km해변달리기(빅토리아시대의 복장을 하고) 등이 있다. 이 축제는 언론 특히, 주요 방송·인쇄매체의 취재를 통하여 홍보비를 절감하였다.

#### 다. 쇼핑

싱가포르의 오차르 로드(Orchard Road)는 쇼핑의 대명사로 원하는 모든 것을 한번에 해결해 주는 ‘원스톱 쇼핑’이 가능한 곳이다. 싱가포르에서는 정부가 상품구입을 보증해 주는 보증제도를 실시하여 Singapore Gold Circle 로고가 붙은 매장은 품질과 신용에 평판이 좋은 곳이며 세금환급제도가 있어 \$300이상(단, 한 판매점에서 \$100이상 구입)의 경우, 공항 또는 현금환급 사무소(Cash Refund Office)에서 환급된다.

#### 라. 야간관광

싱가포르에서는 유럽 양식의 정원을 재현하고 조명과 음악에 맞춰 분수가 춤을 추는 것을 볼 수 있는 음악 분수(Musical Fountain)쇼를 저녁 7시 30분부터 공연함으로써 관광객들의 야간 볼거리를 제공하고 있다.

스페인 바로셀로나의 몬주익 분수에서도 역시 주말저녁 관광객들을 유인하기 위해 팝송, 오페라, 재즈 등 다양한 음악에 맞춰 분수가 춤을 추는 분수쇼를 개최한다. 이는 9시 30분부터 15분 간격으로 진행된다.

### 4. 관광수용태세

#### 가. 관광안내체계 개선

세계적인 관광도시는 도시 관광객의 관광불편을 최소화할 수 있는 다양한 안내시스

템을 적극적으로 개발하여 운영하고 있다. 일본, 미국, 영국, 대만, 싱가포르 등은 단순한 안내정보 서비스 제공에서 나아가 각종 여행관련 예약 대행, 불의의 상황에 대비한 응급서비스 등을 실시하고 있으며, 안내소내에 인터넷카페를 운영하고 휴게실을 설치하는 등 종합적인 관광편의 서비스를 제공하고 있다(<표 4-2> 참조).

## 나. 관광교통체계 개선

### 1) 관광매력물간 연계성 강화

국제적인 관광도시의 교통 접근 편의성은 해당 도시까지의 접근성과 도시내 관광매력물간 접근성의 측면으로 살펴볼 수 있다.

첫째, 고속철도, 직행버스, 지하철 등의 다양하고 신속한 교통수단은 공항과 도심 및 도시와 도시의 연계성을 높이는데 많은 기여를 하고 있다. 1981년 프랑스 TGV의 개통으로 알프스 스키장과 랑그독루시옹 지역의 남·불 해안이 주말 관광목적지화 되었으며, 파리 고속철도는 파리디즈니랜드까지의 소요시간을 40분으로 단축하였고, 유로스타는 영국과의 접근성을 제고하여 관광객의 유인력을 높이는 데 중요한 역할을 하고 있었다. 프랑스를 비롯한 독일, 스페인 등은 이미 시속 300km이상의 고속철도를 부설하였으며 연차적으로 유럽전역으로 고속 철도망이 확장될 예정이다.

둘째, 특색있는 도시내 교통기반시설 및 교통수단의 개발을 통하여 접근성 제고는 물론 교통수단을 관광자원화하였다. 먼저 영국의 DLR(Docklands Light Railway)을 보면, 영국의 도크랜드 지역은 본래의 항만기능이 쇠퇴하자 재개발 추진과 함께 경량전철을 건설하여 큰 성과를 보았으며 지하철 Jubilee선과도 연계시켜 런던시가지로부터의 연계성을 높였다. 이 DLR은 도크랜드의 업무 기능 수행뿐만 아니라 관광위락기능의 수행에 있어서 매우 유용한 교통수단으로서 자리잡고 있다. 이처럼 경전철은 쥐리히, 베른, 바젤, 베를린 등 많은 도시에서 이미 운행 중이며, 도시의 국제관광기반을 구축하는데 있어서 매우 중요한 역할을 하고 있다.

&lt;표 4-2&gt; 주요 관광도시의 관광안내소 제공서비스

구분	주요 관광선진국(도시)의 관광안내소 제공서비스
일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>- JNTO 운영안내소: 카운터 서비스, 전화서비스, 팩시밀리서비스, 트래블폰 서비스(언어장벽해소), ARS서비스, 웰컴예약센터(숙박시설), 홈페이지서비스(일본인 가정소개), 우편서비스</li> <li>- 지자체 운영 안내소: 카운터서비스, 전화서비스, 팩시밀리서비스</li> </ul>
대만	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광국 본사에 설치되어 있는 대규모 안내기관으로 중국안내시설, 관광자료관 및 내국인을 위한 지역별 외국관광전시관을 갖추고 있음</li> <li>- 여행자 출입국 수속안내, 우편·전신전달, 친지연락 협조, 호텔예약 대행, 호텔객실 위탁판매, 여행사 상품위탁판매, 지상교통편, 안내, 항공교통정보 제공, 여행정보 제공, 분실물 찾아주기</li> </ul>
미국 위스콘 신 주	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광안내직원들은 문의사항 처리, 숙소·음식업소 및 관광명소·이벤트 소개·알선</li> <li>- 각 안내센터는 각 지역 및 주 전체의 관광정보를 제공: 자동차 투어, 시즌별 이벤트·레크레이션 가이드, 특별한 스포츠·역사 가이드 등</li> <li>- 레저에 관한 정보제공: 사냥·낚시지역 및 규제, 조류관찰, 폭포, 등대, 카누·급류타기, 버섯사냥, 배여행 및 렌트에 대한 정보</li> <li>- 테마별 관광정보 제공: 유물·유적지 및 역사 정보제공, 지질, 야생꽃 및 야생생물</li> <li>- 다양한 도로안내 지도제공: 주 고속도로 지도, 시·지방 도로지도, 시골도로, 자전거 여행도로, 도보여행도로, 보물찾기도로, 미시시피강 유역지도, 돌수집 참조지도 등</li> <li>- 캠투어에 대한 정보제공</li> <li>- 지역의 관광사업자에게 정보와 조언제공: 관광통계자료, 여행행태특성, 관광객의 선호관련 정보 제공</li> <li>- 관광객에게 발생할 수 있는 각종 비상사태에 대비·지원: 자동차 고장, 응급치료, 현금교환 등</li> </ul>
영국 런던	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 런던 및 영국안내서비스, 숙박 및 관광예약서비스(컴퓨터), 안내책자 판매(신용카드 소지자), River Boat안내, 스크린 광고시스템 INFOMAX 운용(빅토리아 TIC), 웨스트엔드 극장티켓 판매, 관광정보 D/B(숙박, 관광명소, 각국행사) 제공</li> </ul>
싱가 포르	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 단순한 관광안내서의 배포에서 탈피하여 차별화 된 관광서비스 제공, 기념품점과 미니사이버카페 등을 운영</li> <li>- 인바운드 여행사 연합체가 관리하는 민간안내센터 운영</li> <li>- 관광개발지원시책(Tourism Development Assistance Scheme)에 따른 보조금을 통해 민간 단위의 관광안내센터 운영을 후원</li> </ul>



또한 시드니 메트로 모노레일은 1988년 7월 호주 200주년 기념으로 운행하기 시작하였다. 모노레일은 타원형으로 순환하는 순환선으로서 코스는 City Centre→Darling Park→Harbourside→Convention→Haymarket→World Square Park→Plaza→City Centre로 구성되며, 패스의 종류는 Day Pass, Family Pass, Monorail Metrocard가 있다. 또한 메트로 경전철은 1997년 8월에 개통한 운송 시스템으로서 환경친화적이며, 미래 운송수단의 모델로 여겨지고 있다.

시티투어버스도 도시의 관광촉진을 위해서 매우 중요한 역할을 수행하고 있다. 런던에는 SIGHTSEEING TOUR와 LONDON PRIDE, 파리에선 대표적 시티투어버스로 파리비죤(Paris Vision)과 시티라마(Cityrama)가 있다. 이들 시티투어버스들은 시내 곳곳의 명소를 연결시켜 주고 있으며, 반일권, 전일권, 2-3일권 등 다양한 티켓을 판매하고 있어 저렴한 가격으로 시내곳곳을 다닐 수 있게 하고 있다. 또한 이들 시티투어버스들의 코스에 대한 상세한 프로그램은 관광안내소나 호텔 등에서 제공된다. 가이드는 동승하지 않으나 2~3개국어로 안내방송을 하고 있다.

이외에 런던의 테임즈강, 파리의 세느강에는 관광유람선이 수시로 운행하면서 관광객들에게 도시의 역사와 미를 전달하는 역할을 수행한다. 예를 들어 세느강의 유람선은 바토무슈(Bateaux-Mouches), 바토 브데트 뒤 폰느 뉘프(Bateaux-Vedettes du Pont Neuf), 카노라마(Canauxrama)가 있다. 그 중 바토무슈는 매일 10:00~19:00와 20:30~23:00 사이에 30분 마다 운항되며, 겨울에는 21:00까지 약 1시간 간격으로 출발한다.

한편, 프랑스의 몽펠리에와 니스, 모나코 등 비교적 소규모의 관광휴양도시들은 시티투어버스 대신에 잘 짜여진 시내버스를 운행하고 있다. 또한 관광마차 혹은 트램카를 운영하는 등 도시의 특성에 적합한 관광교통수단의 도입을 통한 관광자원과의 접근성을 제고시키고 있다.

## 2) 다기능 패스 활용

시드니 패스는 대중교통수단간 호환 가능한 다기능 패스로서 시드니의 대중교통수단인 버스, 전철, 유람선, 페리, 공항버스, 시티투어를 무제한 이용할 수 있는 티켓이다. 일반적으로 외래관광객은 방문도시내의 주요 관광명소를 연결하는 교통수단이나 교통

편, 그리고 해당 도시의 지리에 익숙하지 못하므로 많은 시간과 비용을 허비하며 관광 명소를 찾는 동안의 교통비 부담이 크다.

특히 우리나라는 교통수단사이의 요금 지불 방법과 체계, 그리고 구입처가 서로 다르고, 각 교통수단의 요금수준을 알기 어려워 일정에 따라 의도한 바대로 관광하기는 어려운 점에 비추어 시사점을 준다.

한편, 영국 역사유적 패스는 해외 방문객들이 영국의 역사적인 건물, 성, 정원 600여 개소를 저렴한 가격에 돌아볼 수 있도록 개발된 출입패스이다. 지난 3년간 50%의 판매 증가를 가져왔으며 95년에 도입된 7일패스는 특히 유럽내에서 팔목할 만한 판매증가를 보였으며, 특히 독일의 경우 매출량이 2배 증가하였다. 미국과 호주가 전체 판매량의 2/3를 차지하고 있다. 주 대상은 45~55세의 재방문객들이다.

<표 4-3> 시드니 패스(Sydney Pass)

구 분	내 용
패스 종류 및 사용방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 시드니 패스는 사용기간과 사용날자에 대한 정보가 입력되어 있는 자석띠(magnetic strip)가 부착된 티켓으로 3일, 5일, 7일분의 세종류가 있으며, 3일, 5일권의 경우에는 관광객의 편의에 따라 일주일 중 선택적으로 자유롭게 사용</li> <li>- 사용방법 : 시드니 버스(공항버스, 시내 관광버스 포함)는 버스 내에 카드판독기(green machine)에, 페리는 자동출입구(automatic gates)에, 시내전철은 플랫폼(platform barriers)를 이용</li> </ul>
패스 구입처	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 시드니 국제 및 국내공항의 공항버스 정류장, 공항버스와 시내 관광버스 내, 시드니 항(Circular Quay)과 페리 선착장, 시드니 시내의 중요지점과 “시드니 패스 판매처”라는 간판이 부착한 곳에서 판매</li> </ul>

## 5. 관광전문인력 양성

일본의 카와고에시는 지역관광해설가가 있는데, 이들은 실버임대센터의 『고령자 사업반』에 소속되고 지역에 대해 많은 지식을 가지고 있는 전직 교사들로서 관광객으로부터 의뢰가 있는 경우 2시간에 약 4천엔 정도의 수고비로 관광안내를 해주고 있다. 또한 관광부문의 자원봉사활동은 지역관광에 대해 모니터를 행하는 『관광모니터』제도

하에 지역민의 상당한 참여가 이루어지고 있다.

오구니마찌(구마모토현) 관광교육기관은 1996년 구주 투어리즘 심포지엄 계기로 인 재양성을 시작하여 1998년 지역만들기 학과와 투어리즘 학과 개설하여 지역경영, 경관 형성, 농산품 가공, 마케팅, 농가민박경영 등의 과목을 개설하고 있다.

## 6. 관광행정조직

일본의 카와고에시는 홍보 및 마케팅 지원을 위해 마쓰리(まつり)등에 대해 수도권 잡지에 기재하거나 TV등의 촬영에 적극 협조하고 있으나, 중앙정부와의 협력은 거의 없다. 도쿄 컨벤션 비지터즈 뷰로(TCVB)의 활동은 첫째, 다양한 프로모션 활동으로 내외로부터의 컨벤션·관광객을 유치하기 위해 프로모션을 전개하고 도쿄의 매력발굴 및 관련기관과 제휴하여 내외에 홍보활동을 하고 있다. 둘째, 방문객을 환영하는 마을 만들기를 위해 방문객을 맞이할 수용태세의 정비, 관광정보안내, 관광관련 자원봉사자의 확충활동을 하고 있다. 셋째, 광고 및 홍보활동으로 심볼마크를 보급하고 있다.

## 7. 도시지정제도

일본 교토는 1950년 국제문화관광도시 건설법을 공포하여 도시개조에 관심을 가졌었다. 그후 일본은 외래관광객 잠재유인력이 큰 지구를 국제관광모델지구로 선정하여 기반시설의 정비, 안내소·안내관·팸플렛의 개선, Good Will 가이드제, Home Visit 제도 등을 도입하였다. 또한 대도시권의 레크레이션 수요 충족을 위하여 레크레이션 도시를 지정, 숙박 휴양시설, 서비스시설, 환경보전지구, 관광거리 조성 등 기반시설 공급을 확대하고 있다. 특히, 일본은 11개의 정부지정도시(政令都市)를 중심으로 도시관광진흥 시책을 구체화시켰으며 다음과 같다.

- 일본의 정부지정도시 진흥 기본방침
  - 도시의 놀이기능의 재인식과 관광진흥계획의 적극적 추진
  - 국제화에의 대응, 컨벤션, 국제교류관광의 추진
  - 관광정보네트워크의 정비

- 도시의 개성 만들기, 도시 이미지의 개혁
- 경과(특히 야경)의 중요성 인식
- 관광협회와 협력사업 추진

&lt;표 4-4&gt; 일본의 정부지정도시 도시관광 진흥시책

구 분	진 흥 시 책
삿쵸로시	국제관광도시의 전개, 유치전선의 확충, 사계절형 관광도시, 품도특성을 살리는 관광자원, 광역관광네트워크의 형성, 환대정신의 함양
센다이시	광역교통망의 형성, 도시경관의 형성과 관광매력의 창출, 온천기능의 재생과 관광도로의 정비, 축제·이벤트 등 새로운 관광자원의 발굴, 국제문화교류회관 등 컨벤션시설 확충
요코하마시	국제화의 대응, 새로운 관광매력의 창출, 기존의 관광자원 발굴과 활용, 관광네트워크의 형성, 요코하마 박람회를 계기로 한 관광진흥
나고야시	특색있는 컨벤션의 유치, 컨벤션추진체제의 충실, 해외선전강화, 관광자원의 재발견 및 창조, 뉴미디어를 이용한 관광정보의 제공
가와사끼시	임해부 정비기본계획 수립, 리버사이드지구 정비, CI를 통한 이미지 향상전략 전개, 관광진흥기본계획의 수립, 광(光)의 이벤트 사업추진, 종합적 산업진흥계획
교토시	관광객 유치선전사업의 강화, 관광객 수용체계의 정비
오오사카시	쾌적하고 매력있는 공간(물, 꽃, 초록을 살린다. 문화성이 풍부한 매력을 양성한다., 매력있는 도시경관과 분위기를 창출한다), 도시환경에 대한 이해 및 인식의 제고
고베시	고베관광의 특징(山,水,家)의 활용, 다각적 관광의 지향, 고베문화의 창조와 환대정신의 향상, 국제관광의 대응, 관광과 산업의 유기적 결합(산업의 관광화)
히로시마시	종합적 관광행정의 추진, 관광자원의 개발정비, 수용태세의 충실, 유치전선의 강화
후쿠슈시	생산, 생활, 학습, 놀이 기능의 조화 및 문화와 미래를 여는 관광도시(놀이문화의 창조, 건강을 창조하는 리조트, 산업과 기술의 관광화)
후쿠오카시	바다와 역사의 국제관광도시(Rec-Resort 구상, Twin-Dome 계획, 컨벤션시설 정비)

## 제2절 도시관광 진흥의 문제점 종합

### 1. 시각성(경관 및 이미지)

#### 가. 관광도시로서의 이미지 및 주제성 구축의 필요성 인식 미흡

관광도시는 이미지 또는 주제성아 타지방 또는 타국에게 인식되어 유인요소로 활용 가능함에도 불구하고 도시의 주제성 및 이미지 구축의 중요성을 인식하지 못하여 능동적으로 대처하고 있지 못하고 있는 실정이다. 이는 도시 주변 관광자원의 인지도에 편승하여 도시내 자체 매력물을 개발하지 못하고 있기 때문이다.

#### 나. 정적이고 추상적인 도시이미지 부각

지방자치단체의 이미지는 정적이거나 추상적인 경향이 있어 주제성이 효과적으로 부각되지 못하고 있다. 대부분의 도시들이 산악·해안관광자원과 같은 자연관광자원 또는 역사문화자원만으로 정적인 관람형에 관한 관광대상을 홍보하는 것으로는 변화하는 관광객을 유인하는데 어려움이 있다.

#### 다. 효과적인 이미지 홍보 미흡

도시의 이미지를 제고하기 위한 효과적인 홍보가 미흡하다. 홍보 수단 및 기법의 다양화, 홍보전략 수립에 있어서 주요 표적시장의 설정이 필요하다. 내국인 및 외국인의 주 방문계층을 파악, 이들의 주된 관광활동 및 지역 내 방문지를 파악, 이에 대한 선호도 및 불만족도의 파악이 효율적인 홍보활동에 선행되어야 한다.

### 2. 매력성(시설)

#### 가. 매력적인 시설 및 관광 유인력 부족

현재의 관광도시들은 도시내의 자체 매력물 보다는 보유하고 있는 관광자원을 활용. 속초시의 경우는 EXPO상징탑을 가지고 있으나 기타 도시들은 도시내의 자체 매력물을

개발하지 못하고 있다.

#### 나. 특성가로(메인가로) 조성 미흡

메인가로의 기능은 휴식기능, 다양한 활동(레크레이션, 볼거리, 먹거리, 살거리), 이미지 창출(가로환경, 상징물), 접근성, 그리고 관광연계성 등이 있으며, 이러한 기능들이 갖추어져야 관광객들이 메인가로에 방문할 것이다. 그러나 우리나라 지방도시의 경우 가로의 노후화로 쾌적성이 뒤떨어지며, 특색있는 가로는 유흥가에 불과한 경우가 대부분이다.

#### 다. 전체적 가로환경의 쾌적성 부재

우리나라 대부분의 가로들은 상점의 옥외광고물, 노점상, 가로판매대 등으로 보행 및 시각적 쾌적성을 저해하고 있고 건축물의 높이 및 간판 등을 포함한 외관도 혼잡하다. 몇몇 지방자치단체에서는 가로판매대의 교체, 옥외광고물 및 간판에 대한 규제, 보행자 우선지구 등의 설정을 통해 점진적인 가로환경 개선 시도가 시작되고 있는데, 전반적인 가로환경 정비를 위한 지표의 설정 및 설정지표에 대한 관리가 지속적으로 이루어질 필요가 있다.

### 3. 상품성(활동프로그램)

#### 가. 특색있는 관광코스 개발 미흡

대부분의 관광코스가 단순한 역사문화유적 또는 자연관광자원을 관람하는 정적인 관광코스이다. 변화하는 관광객의 욕구에 대응하는 측면과 지역의 차별성을 추구하는 측면에서 참여적이며 동적인, 그리고 특색있는 관광코스의 개발이 필요하나 아직까지는 초보적인 수준에 머물러 있다.

#### 나. 야간관광의 부재

도시에 따라 야간관광을 단순히 유흥시설 이용이라 보거나, 잠재성 있는 건축물 및

조형물을 고려하지 않고 있어 적절히 활용하지 못하고 있다.

#### 다. 타지방 방문객에게 매력적인 이벤트의 부재

경주의 ‘한국의 술과 떡 잔치’ 축제의 경우 성공적 개최라는 평도 받고 있으나 대부분의 경우는 개성있는 이벤트 프로그램의 부재로 지역민의 형식적 참여에 국한된 축제에 그치는 경향이 있다. 이는 전시적인 이벤트 개최로 인한 연출력의 부재와 행사공간·무대장치, 전시장치 등 이벤트 하드웨어의 부족, 홍보의 부족과 산만한 행사종목 그리고 이벤트 사후평가의 부족이 해결되어야 한다.

#### 라. 특산품의 개발 미흡

관광도시의 특성을 살린 특산품의 개발이 미흡한 실정이다. 현재 특산품의 종류가 너무 많아 핵심 전략품목이 부각되지 못하고 있고, 민간사업체의 능동적인 참여가 부족한 상태로 관이 주도하여 관광상품을 개발하려는 경향이 있거나 지역의 독특한 특산품을 개발하였다 하더라도 유통망을 갖추지 못하거나 타지방에 대한 홍보 미흡 등 법제도적, 관리적 뒷받침이 미흡하여 특산품의 개발 및 판촉에 어려움이 있다.

#### 마. 특징적인 향토음식 개발 및 홍보 미흡

각 지방마다 특색있는 향토음식이 개발되어 있으나 외지인들이 안심하고 쉽게 음식을 즐길 수 있는 안내정보체계가 미흡한 실정이며, 음식의 종류 및 맛의 개발에 있어서 전국적으로 애호되는 음식으로서의 개발이 미흡한 실정이다.

### 4. 편의성(수용태세)

#### 가. 다양한 관광안내정보체계의 구축 미흡

##### 1) 관광안내시설의 미흡

기존의 안내소는 수적으로 적고, 공간적으로 협소하고 안내를 위한 편의시설 및 물품을 갖추지 못하고 있다. 외국의 경우 안내소 내 전화, 휴게시설, 기념품 판매, 예약대

행 등 다양한 편의시설과 서비스를 제공한다.

## 2) 관광전문인력 확보의 어려움

정부의 일용직, 기능직 추가채용 억제 정책과 안내원 예산 미비로 인하여 전문인력의 확보가 어려운 실정이며 자원봉사자 중심으로 운영되어 전문성 결여, 책임감 결여 등 문제가 드러난다. 또한 관광객의 야간관광시 야간안내소 운영이 어렵다는 문제와 지방의 경우 통역 등의 전문인력 자체가 부족한 실정이다.

## 3) 관광지 해설체계의 미흡

유적지, 문화재, 주요 관광자원 등에 적절하고 상세한 해설기능이 단순히 연대기적 기술에 그치고 있어 관광지에 대한 해설체계가 완비되어 있지 않아 관광객의 만족을 기대하기 어려운 실정이다.

## 나. 편리한 관광교통접근 시설의 확충 미흡

접근성은 배후도시으로부터 관광도시로의 접근성을 고려하는 광역적 교통망과 관광지과 관광자원간의 접근성을 고려하는 권역내 교통망으로 살펴볼 수 있다.

광역적 교통망의 경우, 속초시의 경우는 지형적 이유로 고속도로가 기능을 제대로 수행하지 못하여 일반국도가 간선도로의 기능을 수행하므로 성수기 및 주말에 교통량을 수용하기에 어렵고, 항로의 경우에도 운항편수의 감축과 높은 결항때문에 수요량을 수용하는데 어려움이 있고 해로의 이용도 미흡하다.

권역내 교통망의 경우, 수원, 경주는 관광셔틀버스를 운행하고 있으나 관광객의 선택 고려보다는 공급적 편의에 의해 운행횟수가 적고 출발지가 정해져 있어 관광셔틀버스의 이점을 살리지 못하고 있는 실정이다.

기존교통체계의 개선 및 다양한 신규교통시설 및 수단의 도입으로 관광객 접근체계를 강화할 필요가 있다.



## 다. 관광수용태세의 미흡

### 1) 관광호텔

관광호텔의 총 객실수를 살펴보면, 속초시 3,800실, 수원시 187실, 목포시 210실, 경주시 3,376실을 보유하고 있다.

현재 수원시에는 경기도가 『경기도투어텔』을 추진하여 도내 일반숙박시설을 관광숙박시설로 전용을 추진하고 있으며, 홈스테이의 확충에 정책적 주안점을 두고 있으나 일반적으로 도시에 중저가숙박시설의 확충에 대한 정책적 관심이 필요하다.

### 2) 컨벤션 시설

컨벤션 시설은 국가적 관심을 가지고 있고 컨벤션 방문객은 일반 방문객보다 관광지출이 높음에도 불구하고 이에 대한 중요성을 간과하고 있는 실정이며 현재 수원만이 구체적인 컨벤션시티활성화계획을 가지고 추진하고 있다. 따라서 현재 이용가능한 소규모 회의장 및 호텔의 시설에 대한 관심이 필요하다.

### 3) 문화 시설

지역성을 살린 공연장 및 전시장, 박물관을 이용한 관광객의 다양한 체험을 위한 새로운 관광상품 개발 미흡, 역사 및 문화자원들간의 연계성이 부족, 도시내의 박물관, 전시관, 문화원 등 문화시설의 관광 프로그램이 부족하다. 또한 도시의 생태적 기반이며 도시공간구조의 틀로서 중요한 역할을 하는 공원과 녹지가 부족하다.

### 4) 관광쇼핑시설

지역의 특산품 또는 기념품 판매 장소가 부족하고 쇼핑 특성화가 미흡하다. 즉, 현재 도시의 특산품 및 기념품 판매는 생산과 판매가 함께 이루어지고 유통망이 제대로 확립되지 않았으며 도심부의 유통 및 쇼핑업체에서도 갖추지 않고 있는 실정이다.

## 5. 관광산업 및 서비스

### 가. 지역내 관광사업체 및 타산업 분야의 유기적 협력 부족

지역내의 관광사업체 및 지역내 타산업 분야와의 협력과 이들의 자발적 참여가 필요하나 관광관련 이벤트, 축제 등이 관주도로 이루어지고 관광개발시에도 주민의 활발한 참여가 배제됨으로 인해 지역관광이 경직되고 획일적인 모습을 보여준다. 지방정부는 참여 촉진방안 마련 및 지역민의 참여에 대한 인식제고가 필요시 된다.

### 나. 지역의 전문 관광인력 부족

지역에는 지역사정에 밝고 지역의 발전을 위해 기여하고자 하는 유흥인력 및 자원봉사자들이 많이 있으나 이들을 효율적으로 관리·활용하지 못하고 있다. 이러한 인력의 활용에 있어서 관주도적인 사업 또는 이를 민간에게 위탁함으로써 지역내 유흥능력을 활용할 수 있으나 이에 대한 인식이 부족한 것으로 보인다.

## 6. 관광정책 및 행정

### 가. 지방자치단체 관광담당조직의 부족

지방정부의 관광을 전문으로 담당하는 인력은 매우 적은 실정이다. 특히, 목포시의 경우 관광을 전문으로 담당하는 인력은 2명에 불과하다. 또한 지방관광 활성화를 위해 지방정부 관광행정조직 및 관련기구간 네트워크 구축 및 협조가 필수적임에도 불구하고 이러한 네트워크의 형성이 미흡하다.

### 나. 일관성 있는 정책집행의 미비

도시의 관광개발은 기획단계부터 관광마인드로 접근되어야 하나, 온천(도시과), 자연휴양림(산림과), 해양박물관(수산과), 테마거리(도시과 또는 문화예술과) 등과 같이 각기 다른 관리시스템이 운용됨으로써 많은 정책혼선과 부조화를 양산하여 일관성 있는 정책집행이 이루어지지 않고 있다.

### 다. 시설개발 중심적 사고

관광정책 집행을 담당하는 지자체의 관광담당 공무원들의 시설개발 중심적 사고에 머무르고 있으며, 소프트한 프로그램 중심의 실천적 사업추진이 미진하다. 이러한 경향으로 인하여 도시내 자원과 주변관광자원과의 연계 개발 및 이용에 의한 지방관광도시의 관광객 유인력 제고나 그다지 많은 재원없이 추진할 수 있는 사업에 대한 인식이 부족하다.

### 라. 효과적 홍보 미흡

지방도시의 경우 외래객 유치촉진 시장은 주로 일본에 한정되어 있으며, 타 도시와의 차별성을 강조한 전략적인 유치촉진 정책의 미흡하다. 그리고 홍보주체적 측면에서 외래객 유치는 대부분 KNTO 등 중앙정부 의존하고 있어 지방정부의 능동적 대응이 필요시된다.

또한 홍보예산이 부족하여 효과적인 홍보가 어려운 실정이며, 속초시를 제외하고는 홍보를 위한 관민의 공동협력이 미흡한 실정이다.

### 마. 도시관광 진흥재원 부족

관광도시를 체계적으로 육성하기 위해서는 충분한 재원이 마련되어야 하나 기존 기초자치단체의 경우 재정자립도가 낮을 뿐만 아니라 관광부문의 예산이 매우 열악한 실정이다.

조사대상 도시의 분석결과, 예산이 10억 이하인 경우가 66%로 큰 비중을 차지하고 도시별 예산규모는 강릉, 제천, 태백, 안동 순으로 나타났다.

## 제5장 관광도시 육성방안

### 제1절 관광도시 육성 기본방향

#### 1. 육성 배경 및 목적

##### 가. 배경

도시는 국가의 관문으로서의 역할을 할 뿐만 아니라 그 자체로서 훌륭한 관광대상이 되므로 많은 사람들이 방문하는 관광목적지가 되고 있다. 따라서 도시로의 관광유인력을 증대시키기 위한 관심이 높아지고 있으며, 특히 시간과 돈이 많이 소요되는 새로운 시설의 개발보다 기존 도시의 정비 및 개선을 통한 도시관광 활성화가 효과적인 수단으로 인식되고 있다.

도시관광 활성화는 무엇보다 각 도시의 특성에 가장 적합한 관광개발 방식의 모색이 선행되어야 하며, 정보화, 도시간 네트워크화, 문화적 요소, 환경친화적 요소 등을 복합적으로 고려함으로써 궁극적으로는 보다 살기좋은 도시로의 지향을 의미한다.

도시는 실제로 관광활동이 이루어지는 중요 단위라고 할 수 있다. 따라서 도시의 관광잠재성을 극대화하고 최소한의 개발을 통해 관광도시로서 면모를 일신할 수 있는 도시 관광 육성전략이 필요시 된다. 본 연구에서는 우리나라 도시의 관광여건을 개선하고 국내외 관광객의 유치를 촉진함으로써 지역 경제 활성화를 도모하기 위한 효과적인 육성방안을 제시하고자 한다.

##### 나. 목적

도시의 관광잠재력을 도출하여 관광자원화 및 상품화를 유도하고 관광기능을 도시의 주요기능으로서 전환시킴으로서 도시에 새로운 활력을 도모하는 것이 관광도시의 육성 목적이다.

또한 효과적인 관광도시 육성전략의 수립을 통해 도시의 관광잠재성을 극대화하고

우리나라 도시의 관광환경을 개선하여 국내외 관광객의 유치를 촉진함으로써 지역경제 활성화를 촉진하고자 함이다.

이러한 도시의 관광 진흥을 통해 도시의 이미지를 개선하고 더 나아가 한국 관광의 이미지 제고에 기여하는데 목적을 두고 있다.

## 2. 육성 기본방향

우리나라의 각 도시들은 도시관광 육성의 필요성을 인식하고 각 도시 나름대로 관광 진흥을 위한 다양한 정책을 추진하고 있다. 그러나 도시관광의 특성 파악이 제대로 되어 있지 않아 관광도시의 육성이 종합적인 측면에서 접근이 되지 못하고 있는 현실이다.

따라서 각 도시가 보유하고 있는 입지 특성 및 자원 특성 등에 따라 육성방향을 수립하고 보다 구체적인 육성전략을 모색할 필요가 있다.

본 연구에서는 도시관광의 진흥을 위하여 다음과 같이 크게 네가지의 기본방향을 중심으로 관광도시 육성방안을 제시하고자 한다.

- 저비용 고효율 도모: 도시의 관광진흥은 새로운 시설위주의 개발보다는 기존 시설의 관광프로그램 개발, 상품화 등을 통하여 적은 비용으로 최대의 효과를 가져올 수 있는 방향으로 추진하고자 함
- 도시의 관광발전 잠재력 고취: 도시가 보유하고 있는 자원성을 충분히 발굴하도록 함으로서 발전 잠재력과 성장 가능성을 높일 수 있도록 함
- 새로운 환경 변화에 적극적으로 부응: 도시의 관광진흥이 정보, 환경, 문화 등 21세기의 새로운 추세에 부응하도록 육성방안을 강구하도록 함
- 지역협력을 통한 도시의 자생적 발전 도모: 도시의 발전을 위해서는 시민들의 자발적 참여가 필수적으로 요구됨. 따라서 도시의 지속적인 관광발전을 위해서는 민관협력이 이루어질 수 있도록 함

## 제2절 관광도시 육성과제 선정

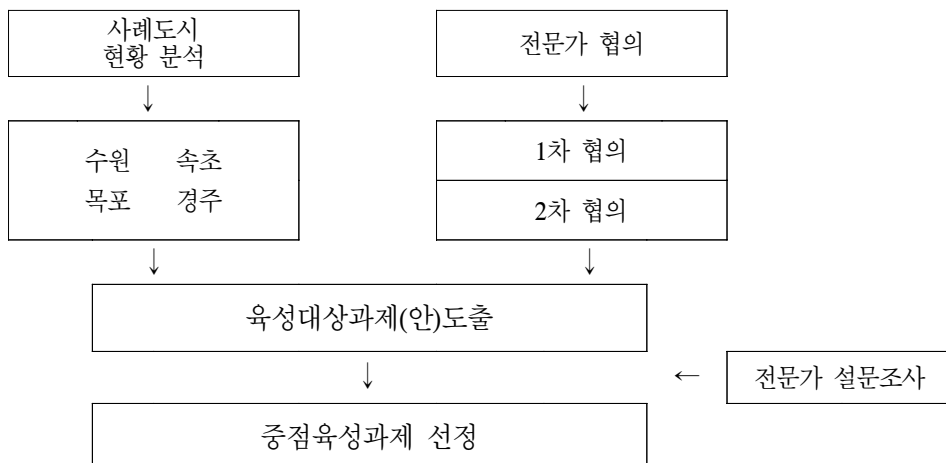
### 1. 육성과제 선정과정

#### 가. 육성과제 선정방법

관광도시의 효과적인 육성을 위해서는 도시관광의 분석구조내에서 각 구성요소별로 중점 추진되어야 할 육성과제를 선정하고 이를 집중 지원할 필요가 있다.

본 연구에서는 도시관광 분석구조에 의하여 도시이미지 및 경관, 도시매력성, 관광활동, 관광기반시설, 관광산업 및 서비스, 관광정책 및 행정 등의 주요 육성분야와 육성대상과제들을 도출하였다

- 중점 육성과제의 선정은 1차적으로 사례도시에 대한 현장조사 및 두 차례의 연구협의회를 통해 1차 중점 육성분야를 도출하였음(<표 5-1> 참조).
- 도출된 중점육성분야에 대한 전문가 의견조사를 통해 최종적으로 중점 육성과제를 도출하였음(<표 5-2> 참조).
- 최종적으로 각 추진과제의 정책적 중요도를 고려하여 도시관광의 핵심요소별로 3~4가지씩의 중점 육성 추진과제를 선정하였음([그림 5-2] 참조).



[그림 5-1] 중점 육성과제의 도출과정

## 나. 육성대상과제(안) 도출

관광도시의 중점육성과제 선정을 위해서 1차적으로 도시의 관광여건 분석과 사례도시 분석을 통한 문제점 분석결과와 전문가 협의 결과를 토대로 하여(<표 5-1> 참조) 육성대상과제(안)을 도출하였다(<표 5-2> 참조).

<표 5-1> 사례조사 문제점 분석 및 전문가협의 결과

구 분	문제점 분석 결과	전문가협의 결과
경관적 측면	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 도시의 이미지 또는 아이덴티티 형성</li> <li>- 메인가로(특정가로) 조성</li> <li>- 공원과 녹지의 확충</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 도시환경의 변화 도모</li> <li>- 도시 CI개선</li> </ul>
자원 및 시설 측면	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 매력적인 시설 개발</li> <li>- 문화관광시설의 활용 도모</li> <li>- 특징적인 관광위락시설 및 쇼핑시설 개발</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광도시로서의 관광코아의 창출</li> <li>- 복합거리(관광·문화·쇼핑) 조성</li> </ul>
활동적 측면	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 체험관광상품 개발</li> <li>- 야간관광 활성화</li> <li>- 매력적인 이벤트 개발</li> <li>- 특징적인 향토음식 및 특산품 개발</li> <li>- 도시 내 문화시설의 관광 프로그램 개발·운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 특성 있는 상품 개발 (이벤트, 야간관광)</li> </ul>
관광수용태세 측면	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광안내시설 확충</li> <li>- 관광 전문인력 확충 및 관광지 해설체계 도입</li> <li>- 도시내 자원간 교통 접근성 향상</li> <li>- 다양한 숙박시설의 개발</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광안내정보 체계 개선</li> <li>- 관광전문해설가 활용</li> <li>- 관광교통체계 개선</li> </ul>
관광산업 및 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 산·관·학의 유기적 협력</li> <li>- 지역민의 자발적 참여 유도</li> <li>- 지역의 관광전문인력 확충</li> </ul>	
관광정책 및 행정	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지방자치단체의 관광 전담조직 확충</li> <li>- 지방 관광담당 공무원의 사고 전환</li> <li>- 효율적 유치·홍보 추진</li> <li>- 관내 행정부서간 협력을 통한 도시개발 추진</li> <li>- 재원의 확충</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 도시계획 측면에서의 관광과의 연계성 강화(지자체 행정업무 추진시)</li> </ul>

&lt;표 5-2&gt; 육성대상과제(안) 도출

육성분야	육성대상과제
시각성(관광경관 및 이미지) 개선	- 도시경관의 시각적 개선
	- 도시의 이미지 또는 아이덴티티 개발
	- 관광 CIP 작업추진
	- 공원과 녹지의 확충
	- 홍보수단의 다양화 및 효율화
도시매력성(관광자원 및 시설) 개선	- 관광복합 테마공간 조성
	- 관광 특성가로 조성
	- 관광위락시설(오락 및 휴양시설)의 확충 및 개선
	- 도시의 랜드마크 조성
상품성(관광활동 프로그램) 개선	- 다양한 관광코스 및 체험관광상품 개발
	- 문화시설의 관광프로그램화
	- 특징적인 향토음식 및 특산품 개발
	- 매력적인 이벤트 개발
	- 야간관광 활성화
편의성(관광수용태세) 개선	- 관광안내체계 개선(안내소, 안내정보, 안내판 등)
	- 관광교통체계 정비
	- 숙박시설의 확충 및 개선
관광산업 및 서비스 개선	- 관광 전문인력 양성
	- 비수기 관광산업 활성화
	- 지역주민과 관광 종사원 서비스 개선
관광정책 및 제도 개선	- 도시관광 관계부서간 협력체계 구축
	- 관광전담부서의 인력전문화 및 인력확충
	- 외부자본 투자촉진 및 재정 확충
	- 관련 법규의 정비(관광거리 및 관광지구 지정 등)
	- 우수사례 발굴과 인센티브 부여

## 2. 중점 육성과제의 선정

### 가. 육성대상과제별 중요도 분석

도시의 관광 육성을 위한 육성분야(도시이미지, 도시경관, 관광활동, 관광기반시설, 관광산업 및 서비스, 관광정책 및 행정)에서 도출된 육성대상과제에 대한 전문가 의견 조사 결과(n=66), 각 과제별 정책적 중요도는 다음과 같이 나타났다.



&lt;표 5-3&gt; 육성대상과제의 정책적 중요도(전문가조사 결과)분석

육성분야	육성대상과제	평균값	순위
시각성(관광경관 및 이미지) 개선	- 도시의 이미지 또는 아이덴티티 개발	4.45	1
	- 관광 CIP 작업추진	3.97	4
	- 홍보수단의 다양화 및 효율화	4.11	2
	- 도시경관의 시각적 개선	4.06	3
도시매력성(관광 자원 및 시설) 개선	- 관광복합 테마공간 조성	4.06	1
	- 관광 특성가로 조성	4.05	2
	- 공원과 녹지의 확충	3.82	4
	- 도시의 랜드마크 조성	3.89	3
상품성(관광활동 프로그램) 개선	- 다양한 관광코스 및 체험관광상품 개발	4.32	1
	- 문화시설의 관광프로그램화	4.15	3
	- 특징적인 향토음식 및 특산물 개발	4.14	4
	- 매력적인 이벤트 개발	4.17	2
	- 야간관광 활성화	4.02	5
편의성(관광수용 태세) 개선	- 관광안내체계 개선(안내소, 안내정보, 안내판등)	4.35	1
	- 관광교통체계 정비	4.20	3
	- 숙박시설의 확충 및 개선	4.27	2
	- 관광위락시설(오락 및 휴양시설)의 확충 및 개선	4.00	4
관광산업 및 서비스 개선	- 관광 전문인력 양성	4.15	1
	- 비수기 관광산업 활성화	3.74	3
	- 지역주민과 관광 종사원 서비스 개선	3.93	2
관광정책 및 제도 개선	- 도시관광 관계부서간 협력체계 구축	3.88	2
	- 관광전담부서의 인력전문화 및 인력확충	4.18	1
	- 외부자본 투자촉진 및 재정 확충	3.72	4
	- 관련 법규의 정비(관광거리 및 관광지구 지정 등)	3.74	3
	- 우수사례 발굴과 인센티브 부여	3.71	5

주.: 5점 척도 사용(1: 매우적음~5: 매우 큼)

## 나. 중점 육성과제 선정

본 연구에서 도시관광의 육성방향으로는 관광도시의 차별화된 이미지 제고 및 홍보, 도시경관의 시각적 개선을 통한 관광도시 분위기 조성, 다양한 관광활동에 부응한 차별화된 관광경험의 제공 및 관광객 편의제고를 위한 관광시설 개선 등 수용태세의 개선, 도시의 관광산업 및 서비스 개선, 유관부서간 협력체계 구축 및 제도적 연계성 강

화 등을 제시하였다.

또한 도시관광의 육성을 위한 중점 육성과제는 전문가 의견조사를 바탕으로 과제의 시급성과 현실성을 고려하여 최종적으로 다음과 같은 14개의 과제를 도출하였다([그림 5-2] 참조).

육성방향		중점 육성과제
도시 경관의 시각적 개선	시각성 개선 (visuality)	→ 도시 관광경관의 시각적 개선 도시의 차별화된 주제 개발(주제성) 관광 CIP 작업 추진 홍보수단의 다양화 및 효율화
도시내 관광자원 및 시설의 개선	매력성 개선 (facility)	→ 관광복합테마공간 조성 관광 특성가로 정비 도시내 관광위락시설 개선
다양한 관광활동에 부응한 차별화된 관광경험의 제공	상품성 제고 (product)	→ 체험관광상품 개발 및 문화시설의 관광프로그램화(상설프로그램 활성화) 다양한 관광코스 및 관광상품 개발(야간관광 활성화)
관광객 편의제고를 위한 관광시설 개선 등 수용태세의 개선	편의성 제고 (convenience)	→ 관광안내체계 개선 관광교통시설 개선 관광숙박시설 개선
도시의 관광산업 및 서비스 개선	산업 활성화 (industry promotion)	→ 관광 전문인력 양성 지역주민과 관광종사원 서비스 개선
유관부서간 협력체계 구축 및 제도적 연계성 강화	정책 및 제도 개선 (policy and institution)	→ 관광인력 확충 도시관광 관련부서간 협력체계 구축 관련 법규의 정비(관광특성 거리 및 관광지구 조성 추진 등)

[그림 5-2] 도시관광 중점 육성과제

### 제3절 중점 육성과제별 관광도시 육성방안

#### 1. 시각성(관광경관 및 이미지) 개선

##### 가. 개선 필요성

도시이미지의 중요성은 날로 증가하고 있다. 기업이 전략적으로 활용하던 기업이미지를 이제 지방자치단체가 중요한 행정전략으로 인식하여 지역이미지 또는 지역정체성에 대한 논의와 활용에 관심을 기울이고 있다. 즉, 도시 이미지 또는 정체성을 도시의 성장 잠재력에 큰 영향을 미치는 요소로 인식하여 이미지 전략의 구축과 홍보 등에 주력해야 할 것이다.

특히, 관광이미지는 잠재관광객들의 관광목적지 선택에 중요한 영향을 미친다. 도시의 객관적 실재보다 개별적 이미지에 의해 방문이 결정되는 ‘이미지중시 소비행태’가 나타나고 있다.

관광이미지는 잠재관광객들이 도시의 객관적 실재보다는 개별적 이미지에 의해 방문을 결정한다는 점을 고려할 때, 도시관광 마케팅의 핵심적 도구라고 할 수 있다. 즉, 도시의 관광이미지는 도시 관광산업의 성장잠재력을 결정하는 요인이며, 지역의 불편한 접근성과 낮은 인지도를 극복하는데 유용한 전략이 될 수 있다.

이러한 도시이미지는 도시경관에 의하여 좌우되며, 도시공간 내에서 조망되는 모든 요소가 그 대상으로서 건축물 자체(높이, 폭, 색채 등), 건축물 전면, 간판, 그리고 자연경관, 야간경관에 이르기까지 도시의 인상을 좌우하는 중요한 역할을 하게 된다.

우리나라 대부분의 도시들은 양적 성장에 맞춘 도시정책의 결과로 도시계획시 경제성장을 우선시하고 도시경관 정비에 대해 무관심하여 중요한 자연경관과 역사경관 자원들이 사라지고 있다. 즉, 유사한 개발기법, 유사한 재료, 유사한 디자인에 의한 건축물과 경관으로 도시 고유의 개성과 역사성, 이미지를 잃고 있다.

따라서 관광도시의 이미지 개발을 위한 효과적인 CIP 추진, 관광도시로서 차별적인 주제의 개발과 효과적인 홍보 추진 등을 통해 차별화된 주제성과 이미지 전략을 수립할 필요가 있다.

## 나. 개선 기본전략

도시의 차별적인 이미지 제고 및 효율적 홍보체계 구축을 위하여, 도시의 차별화된 주제 개발 및 CIP추진, 도시의 랜드마크 조성 및 효율적 홍보체계 구축 등을 추진한다.

도시의 차별화된 주제 개발은 관광 CIP와 연계되는 개념이며 효율적 홍보체계 구축은 홍보수단의 다양화 및 홍보기법의 개발 등과 연계된다.

전문가 의견조사 결과(한국관광연구원, 도시관광 진흥방안 연구, 2000), 도시의 관광 이미지 개선을 위해 가장 효과적인 방법으로는 이벤트 개발(35.4%), 지방자치단체 개성화(CIP) 사업(32.3%), 도시경관의 시각적 정비(23.1%), 캐릭터 활용(3.0%) 순으로 나타났다.

<표 5-4> 도시의 관광이미지 제고 방안

구 분	복 수 응 답		순위
	빈도(명)	구성비(%)	
이벤트 개발	23	35.4	1
지자체개성화(CIP) 사업	21	32.3	2
도시경관의 시각적 정비	15	23.1	3
캐릭터 활용	2	3.0	4
기타	4	6.2	-
합계	65	100.0	

자료: 전문가 조사 결과를 바탕으로 연구자 작성

## 다. 개선 방안

### 1) 관광도시의 차별화된 주제 개발

관광도시의 주제는 곧 도시의 경쟁력에 직접적인 영향을 미치게 된다. 따라서 타도시와 차별성을 갖기 위해 도시의 주제는 창의적으로 개발되어야 한다. 이를 위해 도시의 역사성, 문화성, 자연성 등을 바탕으로 현대적인 감각과 기법을 응용하여 보다 차별화되고 소구력이 높은 주제를 개발할 필요가 있다.

외국의 경우 도시마다 특징적인 별칭을 갖고 있는 경우가 있는데<sup>18)</sup> ‘도시 별칭 갖기’운동을 전국적으로 벌이는 것도 좋은 방안이 될 수 있다. 예를 들면 우리나라의 대표적인 도시 별칭으로 ‘전주: 예향의 도시’, ‘남원: 춘향의 도시’, ‘춘천: 호반의 도시’ 등이 있는데 나머지 도시들도 기억하기 쉽고 인상적인 별칭을 만들어 이를 적극 활용할 필요가 있다.

또한 지금까지 지방자치단체의 이미지 개발의 소재는 자연자원 및 농수산 특산물 등 한정된 소재에 집중되어 왔다. 향후에는 지역의 역사적 인물의 발굴, 특정명소의 개발 등을 통해 소재의 범위를 확대하고 다양화할 필요가 있다.

이러한 도시이미지 소재 확대는 도시속성의 변화 및 이에 대한 도시민의 욕구를 반영할 수 있어야 한다. 도시민이 먼저 즐기고 공감할 수 있는 소재의 개발을 통해 도시민의 참여를 확대시킬 수 있어야 관광객이 함께 참여하고 지역의 문화를 느낄 수 있을 것이다. 즉, 친환경적이고 인간존중적인 도시기능 및 이에 대한 도시민의 욕구를 반영한 도시 이미지의 개발이 선행되어야 한다.

## 2) 도시관광의 전략적 CIP 추진

현재 몇몇 지방자치단체는 정도의 차이는 있으나, 시각적 디자인을 개발하여 활용하는 등 CIP 작업을 추진하고 있다. 그러나 색상, 소재, 디자인 등 모든 면에서 보는 이에게 친근하고 세계적인 수준에도 걸맞는 CIP 개발 추진이 이루어지지 못하고 있다.

도시 개성화사업(CIP)은 먼저 기본형과 응용형으로 나누어 질 수 있다. 기본형은 심볼마크, 로고타입, 시그니처, 전용색상, 전용서체, 지정서체, 그래픽모티브, 장식문양, 마스코트, 전용 엠블렘 등을 규정하는 사항이다. 그리고 응용형은 서식류, 대민홍보, 유니폼류, 차량류, 청사안내사인, 시가지사인물, 시설물 등이 있다.

이중 로고, 심볼마크, 그래픽모티브 등을 제정하여 각종 홍보물에 사용하여 시각적 일체감을 주면서 이미지 통합을 시도하며 또한 좀더 다양하고 창의적인 활용방안을 고안할 필요가 있다. 예를 들면, CIP 디자인을 응용하여 브랜드화 한후 관광쇼핑상품의 포장, 용기, 광고 등에 활용하거나 공공요원의 유니폼에 사용할 수 있다. 또한 도시의 특산품 및 기념품, 음식 숙박업소, 가로대 등에 적절히 활용함으로써 통일된 도시이미

18) 호주의 경우, 빅토리아주는 ‘정원의 도시(garden state)’, 사우스 오스트레일리아주는 ‘축제의 도시(festival state)’, 퀸즈랜드주는 ‘태양의 도시(sunshine state)’ 등으로 불리워 진다.

지 형성에 기여할 수 있다.

이러한 디자인 개발과 함께 지역상징 또는 특징물을 형상화한 도시관광 캐릭터를 개발하여 상품화할 필요가 있으나 여러 지방자치단체이 대동소이한 캐릭터를 비슷한 시기에 개발하고 있어 상품화의 가치가 떨어지는 현상이 나타나고 있다. 따라서 창의적인 주제개발과 CIP 전략을 바탕으로 독창적이고 차별화된 캐릭터를 개발하고 소재, 디자인, 마무리 등에서 보다 상품성이 높은 캐릭터를 개발할 필요가 있다.

그러나 CIP 개발에 있어서 가장 중요한 것은 도시민과의 공감대를 형성하여 도시민이 살고 있는 도시의 독자성을 공동으로 만들어 나가는 노력이 요구된다.

### 3) 홍보수단의 다양화 및 효율화

도시의 관광이미지에 대한 개발도 중요하지만 이를 어떻게 효과적으로 잠재관광자에게 전달하는가는 현실적으로 이미지 전략의 성패를 좌우한다고 할 수 있을 것이다. 대부분의 지방자치단체들이 안내책자, 브로슈어, 팸플렛 등을 제작하고 있으나, 적재적소에 비치되어 활용되지 못함으로 인해 실제 관광객들은 충분한 관광안내 정보를 제공받지 못하는 경우가 많다. 또한 기존의 안내물 중심의 홍보체계로는 역동적인 관광객에게 현장에서 필요한 정보를 제때에 제공해 주기 힘들다. 따라서 홍보수단의 다양화와 보다 적극적이고 효과적인 홍보기법을 모색할 필요성이 크다.

전문가 조사 결과(한국관광연구원, 2000), 도시관광의 핵심 이미지를 전달하기 위해 가장 효과적인 홍보전략으로는 표적시장 선정(34.9%), 홍보매체 개발(30.3%), 도시간 연계홍보(12.1%) 등으로 나타났다.

<표 5-5> 도시 관광이미지의 효과적 홍보전략

구 분	복 수 응 답		순위
	빈도(명)	구성비(%)	
표적시장 선정	23	34.9	1
매체발굴	20	30.3	2
도시간 연계홍보활동	8	12.1	3
해외홍보 강화	6	9.1	4
기타	9	13.6	-
합계	66	100.0	

자료: 전문가 조사 결과를 바탕으로 연구자 작성

이 중 홍보매체의 개발은 변화하는 소비자 욕구에 부응하고 보다 빠르고 효과적으로 관광이미지를 전달할 수 있는 홍보기법의 모색과 연계되어야 한다.

관광이미지의 홍보매체로는 크게 인터넷, 방송, 인쇄물, 인적자원 활용 및 옥외광고물 이용 등으로 구분 할 수 있다. 각 매체별로 효과적인 홍보기법을 제시해 보면 다음과 같다.

<표 5-6> 홍보매체별 효과적인 관광이미지 홍보기법

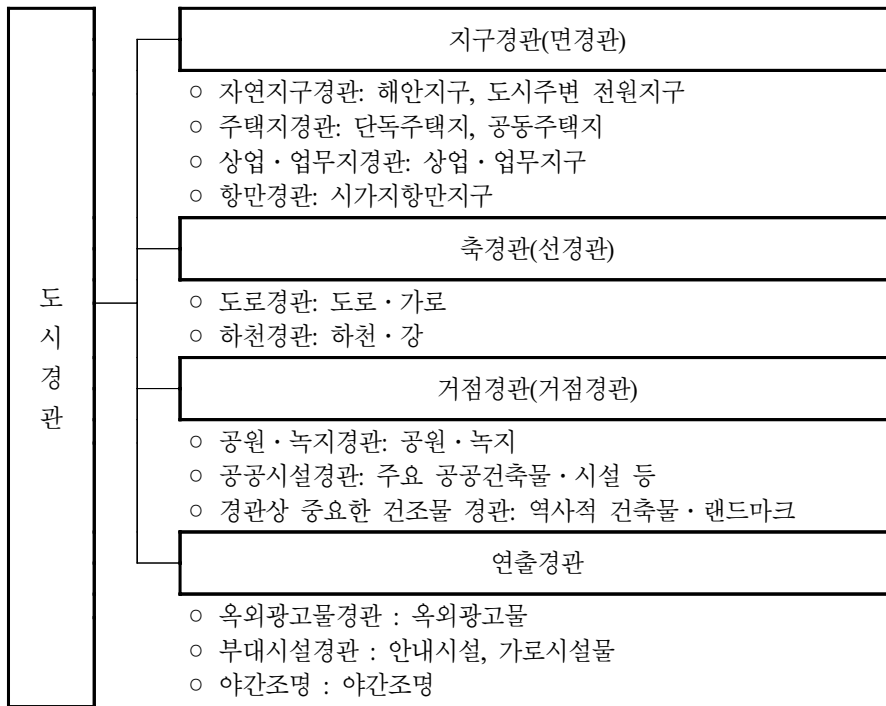
구분	주요 내용
인터넷	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광정보 데이터 서비스의 구축을 통한 관광정보 제공</li> <li>- 인터넷 예약 시스템 구비</li> <li>- 동영상 홍보 및 실시간 전송</li> </ul>
방송	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 해외의 CNN 등의 여행관련 프로그램 등을 통한 해당도시의 공중파 방송</li> <li>- 관광공사와의 협력</li> </ul>
인쇄	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 해외 주요 도서관, 관광정보센터, 취항 항공기 기내 등에 팜플렛·브로셔, 안내책자 및 안내지도 배포</li> <li>- 홍보물의 정보 및 유형의 다양화 및 디자인 개선 : 테마별 관광안내 홍보물의 제작, 단순 정보제공 이상의 이야기화 (story-telling)</li> <li>- Korea Herald 또는 Korea Times 등 주한 외국인을 위한 전통문화 또는 특정 도시에 대한 자유기고</li> </ul>
기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 도심내 홍보 전광판 활용</li> <li>- 해외의 유명인사를 홍보대사로 위촉</li> </ul>

자료: 전문가 조사 결과를 바탕으로 연구자 작성

#### 4) 도시경관의 시각적 정비

도시경관은 크게 지구경관, 축경관, 거점경관, 연출경관으로 구분된다. 이중에서 관광경관의 형성에 직접적인 영향을 미치는 요인으로 도로경관과 건축경관, 옥외광고물경관, 부대시설경관, 야간조명 등을 들 수 있다([그림 5-3] 참조).

전문가 의견조사 결과(한국관광연구원, 2000), 도시경관의 시각성을 제고하기 위해서는 도시 지역성 살리기, 가로환경 조성을 위한 종합적 체계 구축, 환경친화적이고 인간 중심적인 도시공간의 조성이 중요한 것으로 나타났다.



자료: 손상락(2000), “도시경관 형성·관리의 문제점과 기본전략”, 132쪽.

[그림 5-3] 도시경관의 구조

<표 5-7> 도시경관의 시각적 개선을 위한 정비요소

구분	주요내용
가로환경	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역의 주제성과 관련된 특성·상징가로의 정비</li> <li>- 도시의 상징적 랜드마크 개발</li> </ul>
건축물 정비	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역적 맥락에 근거한 건축물의 정비 및 유도 (건축물 외관의 재료 및 색상에 관한 심의 필요)</li> <li>- 건축의 일정한 규제를 통한 시각적 정돈 (획일적이고 보존가치가 떨어지는 건축물의 정비 및 건축법에 저촉되는 건축물 정비)</li> <li>- 간판 및 옥외광고물의 정비</li> </ul>
도로 정비	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Street Furniture(버스정류장, 택시승차장, 가로판매대, 가로등 각종 안내판 및 표지판)의 디자인 정비</li> <li>- 가로수 수종 및 보도블럭의 개성화</li> <li>- 보행자 도로 네트워크 정비</li> </ul>

자료: 전문가 의견조사를 토대로 연구자 작성.



우리나라의 전반적인 도시경관은 쾌적성과는 거리가 멀다고 할 수 있다. 혼잡한 옥외광고물과 거리 판매점의 지나친 공간 점유 등이 도시미관을 해치는 요인이 되고 있다. 또한 무질서한 가판대와 옥외광고물 등에 대한 규제가 필요하다.

구체적인 도시경관 개선방안으로는 첫째, 거리 판매점의 정비를 통해 가로환경을 개선한다. 구두담이부스, 버스카드판매소 등 주요 간선도로에 설치되어 있는 영업시설물에 대해 시설물들의 표준모델을 개발할 필요가 있다. 각 지방자치단체에서 자체적으로 3~4 개의 표준모델을 제시하면 자치구가 이를 선택하여 설치하는 방법이 있으며, 표준모델을 통해 크기, 광고게재율, 문양 등을 규정 할 수 있다.

둘째, 옥외광고물의 경우는 옥외광고물 수의 제한, 규격 및 형태에 대한 제한, 색상 및 색도에 대한 제한, 광고물의 위치 제한 등 옥외광고물 자체에 규제를 가하거나, 주소체계를 변경하여 옥외광고물에 대한 의존도를 줄이는 방법, 또는 관리행정을 업소단위에서 건물단위별로 전환하여 관리하도록 하는 방안이 있다.

셋째, 도시전체의 가로환경 정비는 상당한 시간과 비용을 요하게 되므로 특히 관광객이 도착하게 되는 버스터미널, 철도역 주변 지역, 주요 관광지 주변 및 도심의 위락지구 등을 우선적으로 정비하고 점차 정비 범위를 확대하여 나가도록 한다.

이를 위하여 각 구청의 도시정비과 또는 건축과 등과 협력체계를 구축하여 옥외광고물등관리법 및 시행령과 시조례 등을 통해 관련 규정을 정비해 나갈 필요가 있다.

## 2. 도시 매력성(관광시설 및 자원) 개선

### 가. 개선 필요성

세계 유수의 도시들은 그 도시가 가진 자원 및 시설로 많은 사람들을 끌어들이고 있다. 예를 들어, 파리의 에펠탑, 런던 밀레니엄 휠(런던아이), 동경의 디즈니랜드 등 그 도시만이 가진 매력물을 개발하여 지속적으로 외래관광객들을 유치하고 있다.

관광도시가 관광객에게 지속적으로 각광받고 재방문을 하게 하기 위해서는 도시서비스 개선, 관광기반시설의 완비 등이 필수적이나 도시의 매력물(attraction)이 실제적인 도시유인력으로 작용한다.

따라서 각 도시들이 관광객을 유인하고 만족하게 하기 위해서 도시 관광객들이 즐길

수 있는 매력적인 관광자원 및 시설개발이 요구된다. 그러나 단기적으로는 대규모 시설개발이 용이하지 않으므로 기존의 관광자원과 시설 개선을 통하여 도시관광 매력성을 제고해 나가는 것이 필요하다.

### 나. 개선 기본 전략

도시관광의 만족도를 높이고, 관광도시로서의 매력성을 효과적으로 부각시키기 위해서는 앞서서 제시한 건축물, 가로, 도로경관 등의 시각적 개선과 함께, 관광복합 테마공간의 조성, 관광특성 가로의 조성, 도시내 위락시설의 개발 등을 추진해 나가도록 한다.

### 다. 개선 방안

#### 1) 관광복합 테마공간의 조성

복합 테마공간은 도시내로 관광객을 유인하는 집객력을 가지고 있다. 아셈국제컨벤션 센터 지하에 조성되어 있는 코엑스몰은 식음, 의류, 음반·서적, 영화관, 아쿠아리움 등 다양한 시설들이 개발되어 수많은 사람들을 유인하고 있다.

후쿠오카에 개발된 캐널시티 하카다는 “도시안의 도시”를 컨셉으로 교통, 비즈니스 거점인 하카다역과 상업의 중심지인 텐진의 중간지점에 개발된 도시리조트시설로서 이 안에서 업무, 쇼핑, 식사, 놀이, 문화 등의 기능을 모두 가능하도록 되어 있어 많은 사람들을 유인하고 있다.

캐나다의 웨스트 에드몬드 몰은 도심의 엔터테인먼트 시설로서 스케이트 링크에서 미니골프장에 이르기까지 여러 가지 어뮤즈먼트 시설을 갖추고 있다. 테마파크의 개발에 있어서 컨셉을 다양화하고 개성화하여 이벤트 개발 중심으로 지역문화를 지원하면서 고객층을 확대하고 있다.

이와 같은 도시내 복합 테마공간은 도시의 활력을 불어넣어 주는데 매우 중요한 기능을 수행하고 있다. 그러나 지방의 중소도시들은 대규모 관광객을 끌어들이 수 있는 시설개발이 용이하지 않다. 따라서 소도시의 재래시장을 중심으로 복합테마공간화 한 다거나 관광특성거리에 주제성을 부여하고 쇼핑, 오락, 문화 등 다양한 관광기능을 첨가해 나감으로서 복합테마공간화 해나가도록 한다.

또한 관광도시로서의 분위기를 조성하고 시각적 효과를 제고하는데는 특정공간을 중심으로 관광관련 활동 및 시설, 특히 시각적 효과를 제고할 수 있는 조형물 등이 한데 어우러진 관광복합 테마공간의 구성이 효과적이다. 또한 이러한 공간에서는 연중 다양한 이벤트와 공연이 펼쳐지도록 하여 관광도시의 핵심 이미지를 창출할 수 있는 공간으로 육성하도록 한다.

<사례 : 후쿠오카 캐널시티 하카다>

캐널시티 하카다는 하카다공장 폐쇄에 따라 ‘후쿠오카 일체화’라는 구상을 중심으로 오랜기간동안 재개발되었음. 캐널시티 하카다는 시간소비 스타일의 거대도시형 복합상업 시설로서 하카다 지역과 텐진 지역을 포함한 상업도시 하카다의 부활을 지향한 복수기능을 융합한 복합 상업시설임.

주요 컨셉으로는 ‘도시안의 도시’를 표방하고 있으며, 보조 컨셉으로는 ‘도시의 극장’ 및 ‘캐널이 있는 거리’를 내세우고 있음.

동시에 캐널시티는 다음과 같은 5개의 유일한(유니크한) 컨셉을 발표했다.

- ① 유일한 스케일
- ② 유일한 디자인
- ③ 유일한 상품화(merchandising)
- ④ 유일한 믹스(도시기능의 복합화)
- ⑤ 유일한 멀티 시설지구

## 2) 관광특성거리 조성

관광 특성거리란 역사가로, 쇼핑가로, 문화가로, 경관가로 등을 의미하는데, 현재 우리나라의 도심에는 이러한 상징거리로서 잠재력이 높은 곳이 많이 있지만 다양한 프로그램 미흡, 문화-관광차원의 마케팅 전략 부재, 불량한 가로환경 및 상징화의 부재, 공간환경적 이미지 미흡, 주변 관광명소와의 연계성 부족 등으로 활성화 되고 있지 못하다.

관광 특성거리의 조성을 위해서는 첫째, 휴식기능을 위해 충분한 녹지 또는 수목이 제공되어야 하며 둘째, 보행전용공간으로의 전환 또는 보행공간이 확충이 이루어져야 한다. 셋째, 정보제공기능을 위해 관광안내시설의 설치가 이루어져야 한다. 넷째, 쾌적한 환경을 제공하기 위해 옥외광고물 규제, 전신주의 지하화, 보도포장, 지역 특성에

맞는 건축물, 가판대 또는 노점상 관리 등을 통해 도로공간의 이미지 연출과 미관개선이 이루어져야 한다. 마지막으로 도시내의 도시의 역사성 또는 지역성을 살릴 수 있는 랜드마크로서의 건축물 또는 조형물을 부각시키거나 새로운 상징물 예를 들면 조형물, 아치, 상징탑 등을 도시의 상징거리 내에 설치하여 적극적으로 개성있는 이미지를 부각시킬 필요가 있다.

관광 특성거리 조성을 위한 정비요소로서 특히 중요한 사항에 대한 전문가 조사 결과(한국관광연구원, 2000), 이벤트 개최(26.3%), 가로환경의 정비(24.0%), 문화시설 및 업소의 입지(13.2%), 관광편의시설 정비(13.2%), 안내시설 정비(10.9%), 휴식공간의 제공(6.2%), 법·제도적 장치마련(2.3%) 등의 순으로 나타났다.

관광 특성거리에는 시민들의 참여가 필수적이다. 공간조성만으로 흥미로운 레크레이션 및 프로그램 등이 발생하지는 않는다. 다양한 활동 프로그램을 갖는 공간이 되려면 민간단체 및 일반시민들의 적극적인 참여없이 불가능하다. 따라서 관광 특성거리 조성시 조성시 민간부문과의 지속적 협력방안을 모색할 필요가 있다. 예를 들면 지역주민, 상인들, 공무원, 관련 전문가들로 구성된 특성거리 활성화 위원회, 도우미 제도 등 참여형 프로그램을 다각도로 도입할 수 있을 것이다.

<표 5-8> 관광 특성거리 조성을 위한 정비요소

구 분	복 수 응 답		순 위
	빈도(명)	구성비(%)	
특성거리에서의 이벤트 개최	34	26.3	1
가로의 정비	31	24.0	2
문화시설,업소의 입지	17	13.2	3
쇼핑, 음식 등 관광편의 시설 정비	17	13.2	3
안내시설 정비	14	10.9	5
휴식공간의 제공	8	6.2	6
법,제도적 장치마련	3	2.3	7
놀이, 위락시설 정비	2	1.6	8
기타	3	2.3	-
합계	129	100.0	

### ① 역사가로

역사적 의미가 있는 건물과 장소들을 연결하거나 이들과 인접하여 연계 가능한 가로를 역사적 분위기에 부합되게 정비하여 역사자원의 가치를 높이는 일로써 도로공간개선, 하부시설 및 보도포장 등 도로시설 정비, 보행공간정비, 보행 및 관광안내시설 보완 및 설치 등이 이루어진다.

서울시의 경우 이러한 역사적 의미를 담고 있는 특성가로는 역사문화탐방로, 조망가로, 상징가로, 문화가로 등이 있으며, 이중 역사문화탐방로는 현재 인사동 등에서 추진중이다.

#### <사례1 : 서울시 역사문화탐방로>

서울시 4대문안지역내 역사문화유적지를 연결하여 문화관광자원으로 활용하기 위한 사업으로 특성에 따라 8개 가로를 구성하였으며, 이중 특히 역사탐방로서 다음의 4개 노선을 지정하였다.

- 1) 왕궁길: 경복궁 담장→외곽순환로
- 2) 고궁길: 창덕궁 돈화문→창덕궁내-종묘→종묘앞광장
- 3) 인사동길: 인사동길
- 4) 북촌길: 동십자각→삼청동길→국군병원→정독도서관

#### <사례2 : 일본 가와고에의 歴路事業>

가와고에와 같은 역사적으로 형성된 시가지에는 막다른 골목과 세가리가 많아 방재와 교통안전상의 많은 문제가 있다. 그래서 역사적지구의 환경을 보전함과 동시에 관광객과 보행자의 안전을 확보하여 생활환경의 개선을 도모하는 종합적인 가로정비를 목표로 하는 것이 이른바 「歴路」이다.

이 사업은 『역사적지구환경정비가로사업』으로 불리우며, 도로정비긴급조치법에 근거하여 실시되는 건설성의 보조사업이다.

가와고에시에 있어서 역사적지구 환경정비가로사업의 지구면적은 110ha, 「歴路」로서 14개 노선, 총연장 3,430m가 되는 보행계 네트워크계획이다. 구체적으로는 자동차교통의 우회를 목적으로 하는 간선도로의 정비에 병행하여 다음과 같은 시책이 실시된다.

- ① 역사적환경의 보전 ② 지구내 가로의 체계적 정비 ③ 주차장의 확보 ④ 전주철거 및 이설, 전선의 지중화 ⑤교통의 종합규제 ⑥ 표식, 게시류의 충실 ⑦ 연도의 건축물, 광고물 등의 적정화 등이며, 이와 같은 사업에서 개성적인 매력있는 도시만들기를 목표로 하고 있다.

## &lt;사례3 : 프랑스 파리의 샹젤리제 거리&gt;

18세기에 조성된 루브르궁에서 샹젤리제, 개선문으로 이어지는 기존 역사축을 연장하여 업무중심의 새로운 부도심인 라데팡스를 종점으로 하는 약 8km구간으로 강력한 상징축을 형성하고 있다. 시각적 결절점에 루브르, 샹젤리제 가로수, 개선문 등이 있으며, 신도심인 라데팡스에 아치(Grand Arch)를 건설하여 시각적 효과를 극대화함.

## ② 쇼핑가로

도시관광에서 쇼핑이 차지하는 비중은 일반 관광지의 방문에 의한 관광과 거의 유사한 수준으로 쇼핑하는 물건, 그곳의 분위기, 장소 및 입지적 특징 등에 의해 도시내 일정 지역을 쇼핑가도로 특화하여 조성, 정비하게 된다.

## &lt;사례: 서울시 명동/이태원거리/밀리오레&gt;

## ③ 문화가로(거리)

도시개발에 있어 지역의 잠재력을 근거로 지역활성화를 도모하는 경우가 많으며, 특히 문화가도로 조성되는 경우는 이러한 지역의 테마를 중심으로 도시정비가 행해지게 된다. 예를 들어 신촌, 대학로, 관철동의 경우는 도시공간 내에서 젊은이들이 많이 모이는 곳으로 이들만의 특유한 문화를 느낄 수 있는 점포와 거리분위기 조성을 위해 용도 및 건축물, 시설 등에 대한 유도 및 규제가 이루어지고 있다. 이러한 특정테마로 조성된 거리는 훌륭한 관광자원으로서 활용될 수 있다.

## &lt;사례: 서울시 관철동 젊음의 거리&gt;

## ④ 경관가로

도시 내에서 경관이 양호한 가로지역을 대상으로 지정되며, 서울시의 경우 조망가로, 풍치로, 낙엽거리, 시범거리 등의 이름으로 조성되고 있다. 가로는 도시민들의 활동이 가장 활발하게 이루어지는 공간으로서 도시환경의 질을 가장 잘 느낄 수 있는 공간이기도 하다. 특히 관광객들에 있어 가로에서 조망되는 경관은 그 자체 뿐 아니라 관광시간 이동과정에서 도시의 얼굴로서 도시이미지의 형성에 중요한 역할을 한다. 이에

도시계획이나 도시설계 등에서 많은 부분에 걸쳐 가꾸기를 위한 방안이 강구되고 있다.

파리시의 경우는 기존 건물의 개축시 가로경관의 원형을 기록한 사진을 근거로 평가하여 신청한 건축물의 30%가량이 불합격 처리되는 등 엄격히 규제하고 있다.

<사례: 서울시 세종로 조망가로>

### 3) 도시내 관광위락시설 개발

도시의 관광위락시설 개발사업은 관광객들의 요구변화에 따른 현대적인 영향력을 갖고 있다. 일본의 경우를 보더라도 지방 리조트로 가야할 사람들이 동경으로 몰려들고 있다는 것은 동경에 자연지역에 개발된 리조트지를 상회하는 매력이 있다는 것이다.

동경뿐만 아니라 대도시를 중심으로 이러한 현상이 발생하고 있다. 이는 각 도시들이 도시내에 휴양기능을 지닌 관광위락시설의 개발을 추진하기 때문이다.

도시내 관광위락시설 개발은 도시로 관광객을 끌어들이고 도시의 관광매력성을 제고시키는데 매우 중요한 도시관광 육성과제이다. 그러나 관광위락시설 개발은 대규모 시설 투자를 필요로 하고 장기적인 측면에서 도시개발이 같이 이루어져야 하는 것이다.

따라서 도시내 관광위락시설 개발은 타 분야의 육성이 우선 추진되고 중장기 계획을 수립하여 추진하도록 한다.

<사례1: 요코하마 하케지마>

- 위치 및 면적: 요코하마시, 240,000㎡(약 73,000평)
- 주요시설: 레저·스포츠: 2개소의 요트하버, 클럽하우스, 대형수족관  
상업·숙박: 식당가, 상가 등  
위락·휴양: 이벤트 광장, 유희공원, 90m 높이의 타워
- 특징: 일본의 수도권 인구를 이용권으로 설정하고, 1~2시간내에 접근이 가능하도록 함. 도시개발로 야기되는 해안생태계 파괴를 줄이기 위해 매립에 의한 인공섬을 개발하였음. 수도권 주민 및 외래객에게 도시위락시설로 인기가 높음.

<사례2: 한국의 롯데월드>

<사례3: 미야자키의 시가이야(오션돔)>

### 3. 상품성(관광활동 프로그램) 개선

#### 가. 개선필요성

기존의 도시관광은 자원개발을 위주로 추진되어 소프트웨어를 활용한 관광상품개발에는 상대적으로 관심과 지원이 부족하였다. 특히, 현재의 지방자치단체의 획일적이고 전시적인 축제 또는 지역행사의 개최 등은 지역성을 살리지 못하여 관광객의 욕구충족에 미흡하다.

현대의 관광행태는 단순히 보고 즐기는 데에서 점차 현지에서의 문화적 체험, 현지인과의 접촉 경험을 추구하는 활동 및 체험지향적 관광행태로 변모해 가고 있다.

따라서 각 도시가 지니고 있는 고유한 문화적 분위기를 느끼고 체험할 수 있는 상품개발이 요청된다. 특히 시기적으로 한정되어 있는 대규모 축제이외에 도시 관광객들이 항상 참가할 수 있는 소규모 상설공연 활성화와 야간관광프로그램의 개발이 시급하다.

#### 나. 개선기본전략

도시관광의 문화적 특성을 부각시키고 관광객들이 참여할 수 있는 활동프로그램의 제공을 촉진하기 위한 방안으로 상설공연프로그램 및 야간관광의 활성화를 추진한다.

#### 다. 개선방안

##### 1) 매력적인 이벤트 개발

도시관광이 각 도시의 특색을 반영하고 도시 방문객의 다양한 문화적 욕구를 충족시켜주기 위해서 매력적인 이벤트의 개발이 요청된다. 우리나라 각 도시에서 다양한 전통 축제들이 연중 펼쳐지고 있으나, 특정시기에 집중되어 있고 홍보가 미흡한 등의 문제점이 있다. 지역축제는 규모, 예산, 인력 동원 등 모든 면에서 상당한 준비가 요구되므로 항시적으로 도시방문객의 문화적 욕구를 충족시켜주기 어렵다. 따라서 대규모 축제이외에 소규모 공연을 활성화시켜 언제라도 도시 방문객이 도시의 독특한 문화와 예술을 즐길 수 있도록 할 필요가 있다.

최근 서울의 정동극장이 외래객을 대상으로 ‘전통예술상설공연 프로그램’을 운영하



여 상당한 성공을 거둔바 있으며, 경주의 보문단지에서도 관광성수기에 전통예술공연을 상설화시켜 좋은 반응을 얻고 있다.

이러한 상설공연 프로그램이 도시마다 활성화되기 위해서는 중앙에 집중되어 있는 각종 예술단체들이 지방도시에서 일정기간(6개월에서 1년) 상설 공연을 펼칠 수 있도록 적극 유도할 필요가 있다. 또한 지방의 예술단체를 적극 육성하고, 이를 상설공연화하여 관광자원화해 나가야 한다. 우리나라 각 지방에는 다양한 민속공연단체와 무형문화재 예술인 등이 있는데 이들과 연계하여 프로그램을 기획하고 상설공연에 필요한 보조금을 지원하는 형식으로 장기공연을 유도할 필요가 있다.

이러한 상설공연의 활성화를 위해서는 상설공연장이 필요한데, 우리나라의 도시에는 종합공연장(문예·예술회관, 시·군민회관, 전수회관 및 국악원) 시설이 갖추어져 있어 일차적으로 이를 활용할 필요가 있다. 또한 공연물의 성격에 따라 야외공연이 가능한 경우, 개방공간 또는 공공용지 등을 활용하여 야외놀이마당을 조성함으로써 낮은 예산으로 훌륭한 공연공간을 제공할 수도 있다.

이와 함께 민간공연장의 활성화를 위해 건축물의 시설설계시 공연장이 포함될 경우 세제혜택 등 인센티브를 제공하는 방안과 기존의 공연장이 재정비 또는 보수시에 문예진흥개발기금 또는 관광진흥개발기금에서 지원하는 방안을 검토할 필요가 있다.

## 2) 야간관광 상품 및 프로그램 개발

우리나라 도시들은 ‘night life’가 없다는 평가를 받는다. 대표적인 관광도시라고 할 수 있는 경주, 속초 등의 경우만 보아도 밤의 경관이 어둠속에 묻혀있고, 개별관광객 및 가족단위 관광객들이 즐겁게 참여할 수 있는 야간 활동 프로그램도 미흡하다.

야간관광이 활성화 되기 위해서는 야간조명을 활용한 야간경관의 조성과 활동 프로그램의 개발이 선행되어야 한다. 싱가포르의 경우 야간 분수쇼 등을 개최하고 있는데 이를 보기 위해 일부러 숙박하는 관광객도 많다고 한다. 또한 중국 상천에서도 야간공연 프로그램을 개발하여 관광객들의 호평을 받고 있다고 한다.

### ① 야간 관광경관의 조성

먼저, 야간관광 경관 조성을 위해서는 교각의 전구로드쇼 연출, 청사초롱 등불 행진 등 조명을 이용한 이벤트 개최 등을 추진할 필요가 있으며, 호수 또는 강을 이용하여

야간 유람선을 Floating Cafe로 이용하는 방안, 수변 또는 시내 중심에 노천카페를 조성하는 방안 및 고지대에 관광코스 및 전망대를 개발하여 도시야경을 조망할 수 있도록 하는 방안도 야간의 경관 조성 효과를 얻을 수 있다.

보다 적극적인 야간경관 연출을 위하여 도시를 상징하는 건축물 또는 교량 등에 조명을 이용하여 야간 경관을 창출하는 방안을 검토할 필요가 있다. 이를 위해 도시내 교량과 주요 문화재에 조명등을 설치하고, 민간건축물에도 조명시설 설치를 유도해 나갈 필요가 있다. 민간건축물은 에너지 비용 등을 이유로 협조가 어려우므로 문화예술 진흥법상 연면적 1만㎡ 이상의 건축물은 의무적으로 건축비용의 100분의 1에 해당하는 미술장식품을 설치하도록 돼 있는 조항을 야간경관 조명시설물로도 대체할 수 있도록 하는 방안을 관련 부서와 협력하여 추진하도록 한다. 이와 함께 야간 조명시설을 설치하는 신축 건물에 대해 인센티브를 주는 방안을 검토할 필요가 있다.

## ② 야간 활동 프로그램의 개발

야간의 경관조성과 함께 관광객들이 참여하여 즐길 수 있는 다양한 활동프로그램의 개발이 필요하다. 효과적인 방안으로는 호수 또는 강을 이용하는 유람선 운행, 전망대 설치, 야간 공연 프로그램의 개최 등이 있다.

또한 지역의 독특한 재래시장 분위기를 활용하여 야시장을 여는 방안도 효과적인 대안이 될 수 있다. 이 경우 조명, 도시 조형물, 재래시장의 번잡스러움 등을 적절히 조화시켜 야간경관 개선 및 재미있는 활동거리를 제공하는 일석이조의 효과를 거둘 수 있다.

이와 함께 도시내 24시간 쇼핑센터 운영, 야간 포장마차 거리 조성, 등을 추진하는 방안이 있으며 쇼핑, 공연, 음식 등을 연계하여 야간관광 패키지 상품을 개발할 필요가 있다.

특히 일정공간을 관광복합테마 공간으로 조성하여, 공연, 쇼핑, 먹거리, 조형물, 다채로운 이벤트 등이 어우러질 수 있는 대표적인 관광명소로 육성할 필요가 있다. 이를 위해 가로환경의 정비, 안내시설 설치, 야간 위락시설의 건립, 상거래 단속 등을 추진해 나가야 한다.

#### 4. 편의성(관광수용태세) 개선

##### 가. 개선 필요성

도시관광의 활성화를 위해서는 기본적으로 교통, 안내체계, 숙박시설 등의 관광 편의성 제고가 필수적이다. 도시를 방문하는 관광객은 양질의 서비스, 편리한 시설 및 안내 등을 기대하게 되므로 이러한 관광객의 욕구를 충족시키고 쾌적한 관광경험을 제공하는 일이 무엇보다 중요하다.

특히 우리나라의 지방 도시는 영어 등 외국어가 거의 통하지 않으므로 효과적인 관광안내정보 체계의 구축이 무엇보다 중요하다. 또한 도시내와 외곽지역의 관광자원을 효과적으로 연계시켜줄 수 있는 관광교통체계의 구축이 시급한 과제라고 할 수 있다.

##### 나. 개선 기본전략

도시의 관광수용태세의 개선을 위해서는 장기적인 대책과 많은 예산 투자가 요구된다. 따라서 도시관광의 진흥을 위해서는 단기적인 차원에서 적은 예산으로 많은 효과를 얻을 수 있는 부문에 대하여 우선 지원하도록 한다.

따라서 개별관광객 및 비즈니스 관광객의 관광편의를 증진시킬 수 있도록 관광안내소의 시설 및 서비스를 개선하도록 하며, 도시내 주요 지점의 연계와 도심과 관광자원 간 연계관광 교통체계를 구축한다. 또한 지역전문해설가 제도를 통해 관광안내수준을 제고하도록 한다.

##### 다. 개선 방안

###### 1) 관광안내체계 개선

###### ① 관광안내소의 서비스 확대

현재 지방 도시의 관광안내소는 단순히 안내홍보물과 지도 배부 등의 차원에 머물고 있는 실정이다. 관광 선진국의 경우, 안내는 물론 예약, 우편서비스, 팩시밀리서비스, 등을 제공하고 있으며 관광객의 여행일정과 욕구에 맞게 다양한 관광활동 프로그램을 기획해주는 등 관광객의 여행에 필요한 모든 문제를 상담·지원이 가능한 종합센터로

운영되고 있다.

또한 관광객에게 발생할 수 있는 각종 비상사태에 대비하여 자동차 고장, 응급치료, 현금교환 등의 긴급 서비스를 제공하고 있는가 하면 영국 런던의 경우 관광안내소에서 극장티켓의 구입이 가능하며, 스크린 광고시스템(INFOMAX)를 운영하고 있다. 싱가포르의 경우는 단순한 정보센터 기능에서 탈피하여 기념품점과 미니사이버 카페를 운영하고 있는 등 차별화된 서비스를 제공하고 있다.

우리나라의 경우 명목상의 관광안내소를 종합적 관광서비스센터로서의 역할을 할 수 있도록 기능의 강화 및 서비스의 확대가 요청된다. 이를 위하여 우선, 기본적인 안내뿐만 아니라 숙박, 여행상품, 렌트카, 각종 공연티켓 등의 예약이 가능하도록 하여야 한다. 안내정보의 단순한 제공이 아니라 관광객의 일정 및 예산에 맞도록 숙박 및 여행 프로그램에 대한 상담을 해주고 예약까지 대행하는 경우, 별도의 수수료를 받을 수 있도록 함으로써 자체적인 예산을 확보할 수 있도록 하는 방안도 검토할 필요가 있다. 이 경우 협회 또는 민간 여행업체에서 안내소를 위탁 경영하는 방식이 보다 현실성이 있을 것이다.

장기적으로는 간단한 기념품의 판매, 공중전화 및 휴게시설의 설치, 인터넷 검색이 가능한 사이버 카페운영 등을 통해 관광객의 편의를 증대시키면서 동시에 재정수익도 도모할 수 있도록 한다.

## ② 관광안내소의 운영 및 재정확보

현재 우리나라의 관광안내소의 운영형태는 대부분 관 주도 또는 민관공동 운영형태가 대부분이다. 관주도의 안내소는 인력과 재정의 부족으로 인하여 운영이 부실하며, 관광관련 협회들의 경우도 비슷한 실정이다.

관광안내소의 서비스 수준 제고를 위해서는 무엇보다 관광안내소 운영을 위한 충분한 예산이 확보될 필요가 있다. 기존의 관광공사 및 지자체 중심의 운영방식으로는 예산상의 한계가 크므로 1단계로 협회에 운영권을 위탁 관리하는 시스템을 도입하고 점차 민간중심의 운영체제를 갖추어 나갈 필요가 있다.

그러나 협회 또는 민간중심의 운영체제를 도입한다고 해도 재정수입이 없는 상태에서 정부의 지원만으로 수준 높은 서비스를 제공하는 데는 역시 한계가 있다.

따라서 관광안내소 운영을 통해 재정수입을 확충할 수 있는 방안이 함께 논의되어야

한다. 이에 대한 방안으로 영국의 경우처럼 관광안내소에 스크린 광고시스템을 도입할 수 있도록 하여 부족한 예산을 확보할 수 있도록 하고, 장기적으로 기념품의 판매 및 사이버카페 운영, 여행관련 일정상담 및 예약서비스 대행 수수료를 받을 수 있도록 하여 관광안내소 재정을 확충해 나갈 필요가 크다.

### ③ 검목적 관광안내소의 확충

현재의 우리나라의 관광안내소의 문제점중 또 한가지는 관광안내소의 숫자가 절대적으로 부족하다는 점이다. 특히 지방도시의 경우, 기존의 1~2개의 형식적 관광안내소의 운영으로는 제 기능을 하기 어렵다.

당분간 관광안내소의 확충을 위한 예산의 급격한 확대는 어렵다고 할 때, 기존의 공공시설 및 관광시설을 활용하여 관광안내소 기능의 일부를 담당토록 하는 검목적 관광안내소를 확충해 나갈 필요가 있다.

구체적인 방안으로는 도시내의 경찰서, 관공서 및 숙박업소의 협조를 얻어 상시 관광안내소로 활용하도록 하는 방안이 있으며 또한 접근루트 상 중요한 위치에 있는 주유소와 시내 편의점 등에도 별도의 관광안내대를 설치하여 각종 홍보물을 비치하는 방안을 검토할 필요가 있다.

## 3) 관광교통체계 개선

도시관광에 있어 교통 접근 편의성은 첫째, 해당 도시까지의 접근성과 둘째, 도시내 관광매력물간 접근성의 측면으로 구분될 수 있다. 먼저 각 도시로의 접근성은 광역교통망의 구축과 관련되는 부분으로 이를 개선하기 위해서는 오랜 시간과 엄청난 비용과 인력이 투입되어야 하므로, 본 연구에서는 도시내 관광매력물간 접근성의 측면에서 개선방안을 제시하고자 한다.

### ① 시티투어 활성화

도시내 관광교통체계를 개선하기 위해 효과적인 방법중 하나는 시티투어를 활성화시키는 것이다. 런던의 경우 Sighting Tour와 London Pride가 대표적인 시티투어 버스로 운영되고 있고 파리에선 파리비죤(Paris Visions)과 시티라마(Cityrama)가 운행되고 있는

데 이러한 시티투어버스는 관광자원간 연계성을 강화시킬 뿐만 아니라 그 자체가 훌륭한 관광자원화 되고 있다. 이러한 시티투어 버스는 시내 곳곳의 명소를 연결시켜주고 있으며, 반일권, 전일권, 2~3일권 등 다양한 종류의 티켓으로 판매되고 있어 저렴한 가격으로 도시관광을 원활하게 하는데 일조하고 있다. 또한 이러한 시티투어버스와 운행코스에 대한 상세한 프로그램이 제작되어 관광안내소와 호텔 등에서 제공되며, 시티투어 버스에는 가이드는 동승하지 않으나 2~3개국어로 안내방송을 실시함으로써 관광객의 편의를 도모하고 있다.

우리나라의 지방도시는 대부분 시내 교통체계가 미비하여 관광지간 이동에 불편을 겪게 되므로 시내순환 관광버스 사업을 개선하여 시티투어를 운영할 필요가 크다. 이러한 시내순환 관광버스는 기존에는 일반관광버스로 분류되어 출발지가 제한되었으며, 부정기적으로 운행되는 단점이 있었다.

이를 개선하여 버스전용차로의 통행을 허용하고 일반 시내버스의 정류장을 이용할 수 있도록 하며, 안내원을 탑승시켜 보다 전문적인 안내가 이루어질 수 있도록 하고 시간간격의 축소와 요금의 저렴화 및 버스카드로 이용을 도모하도록 한다.

또한 관광진흥개발기금을 통한 지원과 지역성을 살린 디자인 또는 지방자치단체의 CI를 활용하여 도시관광의 명물로 육성해나가도록 한다.

## ② 다기능 관광패스의 개발

일반적으로 외래관광객은 방문도시내의 주요 관광명소를 연결하는 교통수단이나 교통편, 그리고 해당 도시의 지리에 익숙하지 못하므로 많은 시간과 비용을 허비하게 되어 불편을 겪게 된다. 또한 여러 관광명소를 개별적으로 찾아 다니는 것은 교통비의 부담 요인이 될 수 있으며, 특히 교통수단별 요금지불 방법과 체계, 구입처 등에 대해 잘 모르므로 효율적인 관광을 하기가 어렵다. 따라서 도시내 관광교통수단간 호환이 가능한 다기능 관광패스(가칭 ‘익스프레스 티켓’)를 개발하여 활용할 필요가 있다.

대중교통수단간 호환가능한 다기능 패스는 도시의 대중교통수단인 버스, 전철, 유람선, 페리, 공항버스 이용은 물론, 시내관광(시내버스, 시티투어, 관광버스)등에 사용할 수 있도록 하며, 일정기간 동안에는 무제한 사용할 수 있는 등 관광편의를 고려하여 운영토록 한다

이러한 다기능 관광패스의 이점은 여러 유형의 대중교통수단을 무제한 사용할 수 있

어 도시내 모든 관광지를 자유롭게 저렴한 요금으로 보다 효율적으로 방문할 수 있다는 것이다.

패스의 종류와 사용방법에 있어서는 패스에 사용기간과 사용날자에 대한 정보가 입력되어 있는 자석 띠(magnetic strip)를 부착하여 당일권, 3일권, 5일권, 7일권 등으로 지자체에서 방문객의 관광행태에 근거하여 다양한 형태로 제작하여 사용할 수 있다.

3일, 5일권의 경우에는 관광객의 편의에 따라 구입후 일주일 이내에 선택적으로 자유롭게 사용하도록 함으로써 티켓의 유효기간 동안 관광객이 여행일정에 맞추어 융통성있게 활용할 수 있도록 한다.

패스의 구입처는 관광객의 접근이 빈번한 국제 및 국내공항의 공항버스 정류장, 공항버스와 시내 관광버스 판매소, 주요 선착장 및 철도역 등 교통수단과 도심 주요 지점의 가판대, 관광안내소 등에서 판매토록 한다.

## 5. 관광산업 및 서비스 개선

### 가. 개선 필요성

도시관광 진흥을 위해서는 관광의 각 요소를 공급하는 관광산업의 활성화가 필수적이다. 특히 지방도시의 경우 관광산업의 기반이 취약하여 관광공급자로서의 기능을 다하지 못하고 있는 실정이다. 이는 무엇보다 지방 관광도시의 기반시설 미흡과 이에 따른 관광수요의 부족에 기인한 것으로 볼 수 있다. 특히 우리나라 관광산업의 경우 성수기와 비수기가 지나치게 뚜렷이 구분되는 경향이 있어 비수기를 타개하기 위한 대책 마련이 시급하다.

또한 관광산업은 인적 자원을 기반으로 하는 산업으로서 대량의 서비스 인력을 근간으로 한다. 특히 양적 측면보다는 질적 측면에서 서비스 인력은 서비스 상품의 생산자인 동시에 서비스 제공 환경의 통제자로서 중요성을 지닌다. 하지만, 서비스 인력의 가치를 인식하고 이들의 능력개발을 통해 산업경쟁력을 제고하려는 노력은 미흡한 실정으로, 인적자원 개발을 위한 사회적 지원시스템 및 외부 교육기관의 미흡, 질적 수준의 확보를 위한 자격제도의 비현실성 등이 문제점으로 지적되고 있다.

## 나. 개선 기본전략

관광산업 활성화를 통한 지역의 도시 관광촉진을 위해 ‘(가칭) 국민관광상품권’의 도입을 추진하고 등의 도입을 추진하여 국민관광 수요의 연중분산과 확대를 촉진하고, 인력기반산업이라고 할 수 있는 관광산업의 서비스 수준제고를 위해 ‘(가칭) 지역관광 해설가’를 양성한다. 또한 지역관광의 전반적인 확대의식 및 서비스 제고를 위해 ‘(가칭) 지역관광 서비스 아카데미’의 설립을 추진한다.

## 다. 개선방안

### 1) 비수기 관광산업 활성화

지역의 관광산업 활성화를 위해서는 무엇보다 비수기를 극복할 수 있는 연중 수요의 분산 및 확대가 요청된다. 이를 위해 휴가분산제의 추진과 국민관광상품권 제도 등을 추진할 필요가 있다.

관광객의 관광참여에 있어서 시간과 비용이 장애요인으로 여겨지고 있으며, 관광객의 여름 및 겨울철 집중은 바가지요금 및 관광지의 혼잡 증가 등의 문제를 야기하고 있다. 이에 관광산업의 활성화를 위해 계절성을 극복하여 연중 관광객의 고른 방문이 이루어질 수 있는 여건 및 관광사업체 및 정부 차원에서 비수기를 이용한 저렴한 여행을 할수 있는 여건을 조성해야 할 필요가 있다.

휴가분산제의 시행활성화를 위해서는 무엇보다 국민대중과 기업체의 휴가분산에 대한 인식제고 및 유관부서(노동부, 교육부, 행정자치부)간 협력을 통한 휴가분산의 기반조성이 중요하다. 따라서 정부에서는 대국민 홍보캠페인과 기업체의 비수기 직원 포상휴가 및 가산일 등을 적극 장려할 필요가 있다. 또한 관광산업체에서는 비수기의 각종 할인행사와 이벤트 개최(카드사 등과의 제휴를 통한 쿠폰 발행, 할인 패키지 제공, 가족 동반을 위한 평일 할인 상품 판매 등)를 통해 비수기 고객수요의 창출 노력을 경주하여야 한다.

이와 함께 ‘(가칭) 국민관광상품권’의 발행을 통해 저렴하고 질높은 관광경험의 기회를 확대할 필요가 있다. 이를 통해 국민들의 국내관광기회 확대와 지역의 관광산업 진흥 및 휴가분산 촉진 등의 효과를 기대할 수 있다. 특히 이러한 ‘국민관광상품권’은 비수기 업계의 할인판촉 전략과 연계하여 비수기 관광수요를 효과적으로 창출할 수 있도



록 활용되어야 한다.

## 2) 관광인력의 전문성 제고: ‘(가칭) 지역관광해설가’의 양성과 활용

우리나라 지방도시의 관광안내 기능을 강화하기 위해서는 시간과 예산이 많이 소요되는 물리적 시설개선 보다 인적자원을 활용하는 방안이 단기적이고 현실적인 대안이 될 수 있다.

이를 위해 ‘(가칭) 지역관광해설가’를 양성하여 주요 관광지와 관광안내소 등에서 인적 안내를 제공함으로써 보다 직접적이고 생동감있는 안내서비스를 제공한다면 적은 예산으로 큰 효과를 기대할 수 있을 것이다.

‘지역관광해설가’는 특정지역에 관한 역사, 문화, 관광, 지리 등에 전문지식을 갖춘 자를 의미하며 관광객을 대상으로 상세한 해설을 통해 문화적 이해의 증진을 촉진함으로써 지역에 대한 긍정적 관광 이미지 형성에 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

현재 창덕궁과 비원 등 서울의 고궁의 경우, 문화재관리국에서 관광통역안내원 자격증 소지자를 대상으로 별정직 가이드를 임용하고 있는데, 각 시·도에서 자체적으로 지역관광전문가를 양성하여 활용하는 방안을 모색할 필요가 있다.

구체적인 도입 방안으로는 각 시도에서 관련 조례를 제정하여 운영토록 하고, 지역관광해설가의 운영 및 관리는 지역별 관광협회에서 담당토록 한다.

지역관광해설가의 대상으로는 문화예술, 역사, 언어, 관광 분야의 교육계, 산업계, 공무원, 공익 사회단체에서 일정기간 근무했던 퇴직자 등이 원할 경우 우선적으로 활동할 수 있도록 배려하고, 다음으로 각 지역에 소재해 있는 대학교의 관광관련학과 학생들이 사회봉사과목의 학점이수와 연계하여 참여할 수 있도록 한다. 또한 주부, 무직자, 명예퇴직자 등을 대상으로 일정기간의 교육·훈련을 거쳐 지역관광해설가로 활용하는 방안이 있다.

이러한 지역관광해설가에 대해서는 임명장과 배지의 수여, 정기교육(문화, 역사, 관광법규, 지리, 언어 등)의 실시 등 전문해설가로서 일정한 질적 수준을 유지할 수 있도록 지속적인 관리가 필요하다.

### 3) 지역주민과 관광종사원의 서비스 수준 제고: ‘(가칭) 도시관광 서비스 아카데미’의 설립

도시관광 활성화를 위해서는 관광관련 시설개선 및 관광수용태세 확충 등의 물리적 환경 개선도 중요하지만 무엇보다 방문객에 대한 환대서비스의 강화가 요청된다. 현대의 관광행태는 점차 지역에서의 문화적 체험 및 지역주민과의 직접적 접촉에 의한 상호작용 등을 추구하는 형태로 변모되고 있어 지역주민 모두가 관광종사원이라는 의식을 바탕으로 환대서비스의 강화가 중요하다.

그러나 아직까지 지역주민의 관광서비스에 대한 인식 및 수준이 미흡하여 이를 체계적으로 개선해 나갈 필요가 있다.

따라서 지역주민과 관광종사원을 대상으로 ‘(가칭) 도시관광 서비스 아카데미’의 설립을 추진할 필요가 있다.

도시관광 서비스 아카데미의 주요 기능은 도시민과 관광업체 종사자(식당, 쇼핑센터, 기념품판매점, 고속버스 등)를 대상으로 친절, 청결의식과 서비스에 대한 인식제고, 스마일 운동, 지역관광에 대한 체계적인 교육 등을 실시토록 한다.

<표 5-9> (가칭) ‘도시관광 서비스 아카데미’ 교육 프로그램(안)

구분		주요내용
교육 내용	친절교육	- 친절, 미소, 환대정신 등
	청결교육	- 관광지 청결운동, 공공화장실 청결운동 등 쾌적성 제고를 위한 사업 추진 - 도시 경관 만들기 사업 추진
	지역관광교육	- 도시내 관광자원에 관한 교육(역사, 문화, 지리 등) - 관광의 사회경제적 효과 - 여가의 건전한 활용방법 - 소규모 관광사업 경영방법
	공공 서비스 교육	- 바가지 근절을 통한 공공 서비스 증대 - 서비스 정신의 고양
교육 대상	관광사업체 종사원	- 관광안내소, 관광지(매표소 직원 포함), 관광특산품 판매업소, 식당, 운송업체, 현지여행사
	지역주민	- 공무원, 여성단체 및 사회단체, 사회봉사단체, 주민대표자

도시관광 서비스 아카데미는 각 시에서 조례 제정을 통하여 설립하고 관광협회와 관광대학 등 전문기관이 운영 및 관리를 담당토록 하며 각 시에서 이를 지원하는 형식으로 추진하는 것이 바람직하다.

또한 도시관광 서비스 아카데미의 성공적 운영을 위해서는 무엇보다 도시민의 자발적 참여와 관심을 유도하는 일이 중요하며, 이를 위해 해당 도시의 유선방송, 지역신문, 각 사회단체, 봉사단체, 관광관련 업체 등에 안내물을 배포하여 시민들의 참여를 유도하고, 시 홈페이지의 게시판을 통해 적극적인 의견수렴을 실행하도록 한다.

## 6. 관광정책 및 제도 개선

### 가. 개선 필요성

영국의 런던 등의 관광도시의 경우, 관광관련 역할을 명시하여 도시재개발 사업 정책이나 계획 수립에서 도시의 관광위락기능을 필수적인 도시관광 공간 조성요인으로 중시토록 하고 있다. 그러나 우리나라의 경우, 대부분의 도시기본계획상에 관광관련 기능에 대한 고려가 이루어지지 않고 있으며, 이루어진다 하더라도 일부 관광자원 또는 시설물에 한정되어 있는 실정이다.

도시내 관광시설 개발을 추진하기 위해서는 도시계획법, 도시교통정비촉진법 등의 각종 도시관련 법규의 규제를 받아야 하며, 인허가 절차 등으로 인해 관광지 및 관광시설개발이 용이하지 않다. 또한 대부분의 관광개발이 토지이용의 관점에서 개별적인 관광시설물의 개발 중심으로 이루어지고 있으며, 도시관광의 육성을 위해 필수적인 미적인 경관, 이용자 편의, 도시 이미지의 통합성 등에 대한 종합적 고려가 이루어지지 못하고 있어 도시의 관광개발은 도시자체를 하나의 매력적인 상품으로 상품화하는데 한계를 가지게 된다. 도시의 관광활성화를 위해서는 도시의 기반시설 및 편의시설을 설제하는 기본 방침인 도시계획과 관광과의 연계성을 강화시킬 필요가 크다.

또한 지방의 관광담당 공무원의 전문화 및 인력확충, 도시관광의 핵심적 이미지 창출을 위한 관광지구 및 거리의 조성 등을 정책적으로 추진할 필요가 크다.

## 나. 개선기본방향

우리나라 지방도시의 관광을 종합적으로 진흥함으로써 향후 관광도시 육성을 위한 정책적·제도적 기반조성을 추진한다. 이를 위해 지역의 관광담당공무원의 전문성 강화, 도시관광 관련부서간 협력체계 구축, 관광지구 및 거리의 조성을 위한 법·제도 개선을 추진한다.

## 다. 개선방안

### 1) 관광담당 공무원의 전문성 강화

#### ① 관광 전문 공무원의 활용

도시관광 분야의 행정인력 신규채용 시 일정 수를 지역대학에서 관광을 전공한 자로 선발, 채용하여 전문성을 높이도록 한다. 또한 현재 순환보직제로 운영되고 있는 공무원중 관광담당 공무원을 별정직으로 임용함으로써 관광업무의 지속성과 전문성을 강화시키는 방안을 검토할 필요가 있다.

#### ② 관광분야 공무원의 전문교육 강화

기존의 관광분야 공무원을 대상으로 단계별 교육을 실시하여 교육내용의 다양성을 확보하고, 지속적이고 체계적인 교육실시로 전문성 확보를 유도한다. 이를 위해 현재 한국관광연구원에서 실시하고 있는 지방관광담당 공무원 교육을 확대 실시하는 방안을 검토할 필요가 있다. 이와 함께 관광실무를 담당하고 있는 지방의 관련 공무원들이 관광마인드를 가지고 지역관광 발전에 기여할 수 있도록 우수 지방자치단체의 사례를 발굴하고 인센티브를 제공하는 방안을 추진토록 한다.

### 2) 관련 부서간 협력 체계 구축

#### ① 도시관광 전담특별팀 구성

실제적으로 관광객을 위한 도로, 가로등, 편의시설, 녹지, 공원 등과 같은 기반시설 및 관광도시의 경관과 쾌적성을 결정짓는 경관시설 등의 대부분이 도시계획에 의해 추

진된다. 또한 도시관광 개발을 위해서는 이러한 도시 기반시설의 정비와 편의시설의 확충이 필수적이라고 할 수 있다.

따라서 관광도시의 성공적 추진을 위해서는 이러한 관광기반시설 요소에 대한 계획 단계에서부터 관광마인드를 가지고 접근하는 일이 필수적이며 이를 위해 도시관광 개발 추진과 관련된 유관 부서와의 협력체계를 구축할 필요가 있다.

대표적인 도시관광 유관부서로는 도시계획과, 공원녹지과, 건축과, 도시설계과<sup>19)</sup> 등이 있는데 도시관광 개발과 관련된 사안별로 이들 부서와 협력팀을 구성하여 운영하도록 한다. 예를 들어 가로 시설물별 담당부서를 보면 가로등은 토목과 조명계에서 담당하고, 가로수는 공원녹지과, 가판대는 건설관리과에서, 보도정비는 토목과에서 담당하고 있다. 원활한 가로환경의 개선을 위해서는 이들 담당부서들간의 상호연계와 가로환경개선의 가이드 라인이 필요하다.

이를 위해 지금까지 개별적 업무처리시스템에서 핵심 사안별 네트워크체제로 운영되는 수평적 운영체계를 구축할 필요가 있다. 예를 들어 ‘도시관광 기반조성팀’, ‘도시관광 경관개선팀’, ‘도시관광 상품개발팀’, ‘도시의 관광특성가로 조성팀’ 등의 특별 태스크포스팀을 운영할 수 있다.

서울시에서는 관광전략팀, 관광서비스개선팀, 관광홍보팀, 국제행사전문팀, 중저가 숙박대책팀 등의 태스크포스팀을 운영하고 있으며, 속초시의 경우 관광이벤트를 전담하는 이벤트담당, 무주군의 경우는 자연환경과 반딧불보전담당 등을 두고 있다.

## ② 시·도 도시계획위원회에 관광전문가 참여를 의무화

현재 도시계획법 제77조 도시계획위원회 규정상에 도시계획에 관한 조사·연구를 위하여 건설교통부에 중앙도시계획위원회를 두도록 하고 있으며, 동법 제85조에는 각 시·도에 특별시도시계획위원회, 광역시도시계획위원회 및 도도시계획위원회를 두도록 하고 있다.

동 위원회의 주요 기능은 시·도지사가 결정하는 도시계획의 심의, 중앙도시계획위원회의 심의대상에 해당하는 사항이 시·도지사에 위임된 경우 그 위임된 사항의 심의, 도시계획과 관련된 사항에 대한 시·도지사의 자문 등이다.

19) 도시설계과는 일반적으로 지방 중소도시에는 없는 부서임

또한 도시계획에 관련된 사항에 관한 심의 또는 자문을 얻기 위해 시·군(광역시의 관할구역안에 있는 군을 포함) 또는 구(자치구)에 각각 시도시계획위원회와 군도시계획위원회 및 구도시계획위원회를 둘 수 있도록 하고 있다. 지방자치단체에 설치하는 도시계획위원회(지방도시계획위원회라고 함)의 설치 및 운영에 관한 사항은 당해 지방자치단체의 조례로 정하도록 되어 있다.

그러나 도시계획의 목적은 도시에 활력을 불어넣어 살기좋은 도시로 바꾸어 나가고 도시민은 물론 외래객에게 편안하고 즐거운 도시로 가꾸어나가는 것이 필요하다. 이러한 차원에서 관광 전문가의 참여를 통하여 도시계획이 물리적 시설위주의 계획에서 탈피하여 서비스계획을 부가할 수 있도록 각 시·도의 관련 조례를 개정하여 지방도시계획위원회에 관광관련 전문가의 참여를 의무화하는 조항을 삽입하도록 한다.

예를 들어 서울시의 경우 서울시 조례 제58조 제3항에 시도계획위원회 위원과 관련하여 ‘토지이용·교통·환경·방재·정보통신 등 도시계획관련분야에 관하여 학식과 경험이 있는 자’로 규정하고 있는데, 여기에 관광분야의 전문가가 포함되도록 할 필요가 있다.

### 3) 특성거리 및 지구 지정

#### ① 관광 특성거리의 조성

가로는 도시민들의 활동이 가장 활발하게 이루어지는 공간으로서 도시환경의 질을 가장 잘 느낄 수 있는 공간이기도 하다. 특히 관광객들에 있어 가로에서 조망되는 경관은 그 자체 뿐 아니라 관광지간 이동과정에서 도시의 얼굴로서 도시이미지의 형성에 중요한 역할을 한다. 이에 도시계획이나 도시설계 등에서 많은 부분에 걸쳐 가로 경관 조성 방안이 강구되고 있다.

파리시의 경우는 기존 건물의 개축시 가로경관의 원형을 기록한 사진을 근거로 평가하여 신청한 건축물의 30%가량이 불합격 처리되는 등 엄격히 규제하고 있다. 도시내에서 경관이 양호한 가로지역을 대상으로 지정되며, 서울시의 경우 조망가로, 풍치로, 낙엽거리, 시범거리 등의 이름으로 조성되고 있다.

또한 유사사례로 문화의 거리가 전국적으로 지정되어 있는데 ‘문화의 거리’ 사업의 주요 내용은 1-3km 정도의 가로 공간에 조명, 상징조형물, 조각품, 야외소공연장, 분수

대, 의자, 쓰레기통, 디자인된 보도블록을 설치함으로써 그 지역의 문화환경을 조성하기 위한 것이다. 그러나 기존의 ‘문화의 거리’ 사업은 대부분 거리공간에 일정한 시설물을 설치하는 차원에 머물렀으며, 그 지역의 문화적 특성을 개발하는데는 미흡하였으며 도시민과 방문객의 참여도 저조하였다.

관광도시로서의 분위기를 조성하고 시각적 효과를 제고하는데는 관광 특성거리의 조성이 필요하다. 관광 특성거리란 역사가로, 쇼핑가로, 문화가로, 경관가로 등을 포함하는 개념으로 특정 가로공간을 따라 일정한 주제로 특성화될 수 있는 다양한 시설과 업소의 입지, 연중 이벤트의 실시, 관광안내편의시설과 시각적 매력물(랜드마크, 각종 조형물, 아치, 상징탑, 특색있는 건축물) 등을 갖춘 거리로 조성된 곳이라고 할 수 있다.

이러한 관광 특성거리는 그 자체가 매력적인 방문지가 될 뿐 아니라 지역주민의 문화적 환경을 개선하고 관광객이 지역의 문화적 특색을 보다 쉽고 가깝게 느끼도록 할 수 있다는 장점이 있다.

관광특성 거리의 조성을 위해서는 특정가로변의 개별 건축물과 랜드마크에 대한 규정을 신설하여 건물외관의 디자인과 주변환경과의 조화 등 시각성을 제고할 수 있어야 하며, 특색있는 업소의 입지, 관광안내편의시설 등의 설치 등을 촉진할 수 있는 관련 규정과 인센티브의 제공이 필요하다.

또한 특정 공간내에 적용되는 개별법들이 산재하여 있으므로 효과적인 관광 특성가로의 조성을 위해 ‘(가칭) 관광특성가로 조성에 관한 규칙’을 각 시·도의 조례로 제정하여 추진하는 것이 바람직하다.

관련 규정의 주요 내용으로는 관광 특성가로 주변의 건축물 외관 및 옥외 광고물, 건폐율 및 용적율 등에 관한 규정, 옥외광고물의 규제, 특성업소들의 입지를 위한 인센티브 제공, 관광랜드마크 및 조형물의 설치, 관광안내 편의시설의 설치, 특정시간대의 보행자 통제 등을 그 내용으로 할 수 있다.

## ② 관광지구의 조성

관광지구는 도시공간을 ‘가로’ 차원에서 뿐만 아니라 가로를 포함하는 인근 지역 전체를 특별 기능의 공간으로 만들어 갈 수 있다는 점에서 ‘관광특성거리’ 보다 폭넓은 개념으로 볼 수 있다.

관광개발을 ‘지구’라는 개념으로 접근할 때 얻을 수 있는 편익은 특정지역을 전체적인 관광 측면에서 통합적으로 고려할 수 있다는 점과, 도시계획법상 용도지구로 분류하도록 하여 관광지구로 지정된 지역의 관광 환경 조성을 촉진시키기 위한 각종 혜택을 제공하는 인센티브 지구로 운영될 수 있다는 것이다.

이러한 ‘관광지구’가 기존의 ‘관광특구’와 다른 차별성은 관광지구는 도시계획법상의 용도지구중 하나로 운영하고자 하는 것이며, 관광특구<sup>20)</sup>는 현행 관광진흥법상에 근거를 두고 있으며 관광특구로 지정된 지역에서는 다른 지역이나 지구에 적용되는 원칙이나 기준에 구애받지 않고 별도의 원칙과 기준을 적용할 수 있다는 점이다. 관광특구는 말 그대로 특별히 관리 및 운영되는 구역이므로 도시계획법상의 용도지역지구제나 도시개발 및 재개발지구에 비해 우선권을 가지는 개념으로 이해된다.

도시관광 활성화를 위해서는 도시의 모든 기반시설과 경관 등을 규정하고 있는 도시계획법과 연계성을 갖는 것이 무엇보다 중요하며, 지구단위계획의 적용을 받는 경우 각종 인센티브를 통한 경관 및 시설개선이 가능하다는 장점이 있으므로 ‘관광지구’는 도시계획법상 용도지구 개념으로 접근하는 것이 바람직하며, 다음과 같은 두가지 방법으로 추진할 수 있다.

- 도시계획법상 별도의 관광개발진흥지구로 조성

- 2000년 10월중 입법예고된 ‘국토이용 및 도시계획에 관한 법률(안)’의 제52조 용도지구의 지정에 관한 조항 중 개발진흥지구안에 관광기능이 추가되었다. 따라서 동 조항에 의해 앞으로는 관광기능을 집중적으로 개발·정비할 필요가 있는 지구를 관광개발진흥지구로 지정하여 육성할 수 있을 것으로 보인다.
- 동 법조항에 근거하여 용도지구로 분류되는 경우 지구단위 계획의 적용을 받게 되는데, 이 경우 기존의 도시계획법상의 각종 규제들 즉, 지역또는 지구에서의 행위 제한, 용적률의 적용, 광역국토도시계획의 조정, 도시계획수립의 수립권자와 대상 지역, 용도지역의 지정, 개발제한구역의 지정 등을 지구단위계획이 정하는 바에 따라 완화하여 적용할 수 있는 장점이 있다. 또한 지구단위 계획 구역내에서의 건축은 지구단위계획에 저촉을 받도록 되어 있어 도시경관의 개선이 용이하게 된다.
- 따라서 동 법조항에 근거하여 도시내에 관광자원이 풍부하고, 접근성이 유리하며,

20) 현재 관광진흥법(제2조 제11호)에서는 “관광특구란 외국인 관광객의 유치·촉진 등을 위하여 관광사업과 관련된 관계법령의 적용이 배제되거나 완화되는 지역으로서 관광진흥법에 의하여 지정된 곳을 말한다”라고 규정하고 있다.



관광코아의 창출 잠재력이 높은 특정지구를 관광지구로 적극 조성해 나가도록 한다. 특히 이러한 관광 지구는 시각적 경관의 개선, 랜드마크, 조형물 등 이미지의 창출, 관광안내시설, 휴게시설 등 관광 편의시설의 조성, 그리고 연중 다양한 문화적 이벤트를 개최함으로써 도시관광의 핵심적인 복합테마공간으로 육성하도록 한다.

- 기존의 문화지구와 연계하여 문화·관광지구의 조성 추진

- 현행 문화예술진흥법상 문화지구의 개념과 연계하여 문화·관광지구의 조성을 추진하는 방안이다. 문화예술진흥법 제10조 ‘문화지구의 지정·관리 등에 관한 조항에 따르면, 문화시설과 민속공예품점·골동품점 등이 밀집되어 있거나 이를 계획적으로 육성하고자 하는 지구, 문화예술행사·축제 등 문화예술활동이 지속적으로 이루어지는 지구, 기타 국민의 문화적 삶의 질 향상을 위하여 문화지구로 지정함이 특히 필요하다고 인정되는 지역으로서 대통령령이 정하는 지구에 대해 각 시·도 지사는 도시계획법에 따라 조례에 의하여 문화지구로 지정할 수 있도록 되어 있다.
- 이러한 문화지구와 연계하여 문화·관광지구의 조성을 추진할 경우, 문화와 관광의 시너지효과 극대화, 시설투자의 합리화, 수준높은 문화 공연 활성화를 통한 볼거리 창출 등의 효과를 기대할 수 있다.
- 도시관광 활성화를 위해서는 도시라는 기존의 하드웨어를 관광경관의 창출이라는 측면에서 개선해 나가는 문제와 도시의 문화적 특색을 부각시킬 수 있는 소프트웨어를 담아내는 두 가지 측면이 균형적으로 고려되어야 한다.
- 문화와 관광을 연계한 문화·관광지구의 접근은 보다 균형있는 도시관광 개발을 위해 효과적인 접근방법이라고 할 수 있다. 이를 위해 무엇보다 담당부서간 유기적인 협력체계의 구축이 필요하며, 지역의 문화와 관광전문가와 담당 공무원, 지역주민이 함께 추진위원회 등 별도의 전담조직을 두는 방안도 검토할 필요가 있다.

## 제6장 정책추진방안

### 제1절 관광도시 지정 추진방안

#### 1. 필요성

도시는 국가의 관문으로서의 역할을 할뿐만 아니라 그 자체로서 훌륭한 관광대상이 되어, 관광객이 가장 많이 방문하는 지역 또한 세계 유수의 도시들이다. 도시는 역사적 전통과 교통의 요충지로서의 특성으로 인해 물적, 인적 교류가 빈번한 지역이므로 관광활동의 기본 단위로서 중요성이 높다고 할 수 있다.

도시는 관광의 관문이자 국제관광의 기본단위로서 중요성이 더욱 증대됨에 따라 도시 자체의 복합적인 기능과 현대와 과거의 역사가 어우러진 독특한 자원성을 바탕으로 도시를 하나의 관광대상으로 종합적으로 바라보고 도시관광을 활성화시키기 위한 진흥정책을 수립할 필요성이 부각되는 시점에 있다.

그러나 지금까지 관광진흥은 관광단지, 관광특구 등과 같은 관광지역개발 및 관리에 비중을 두어왔으며 도시 자체를 관광목적지로 진흥하여 관광객을 유치하고 관광객에게 만족을 주기 위한 노력은 부족하였다.

따라서 도시를 복합적 관광체계로 다루고 도시관광진흥을 위하여 보다 실제적인 정책추진이 이루어질 수 있도록 관광도시 지정 제도를 운영하는 것이 필요하다.

현재 도시계획법상에서 시범도시의 지정 및 지원을 법적 근거로 하고 있으므로 관광도시 지정은 관계부처의 협력을 통하여 원활한 추진이 가능하다.

#### 2. 관광도시 지정방법

##### 가. 관광도시 개념

관광도시란 ‘도시자체가 훌륭한 관광지 또는 휴양지로서 자원과 기능을 보유하고 있

고 특성화를 통하여 지역 교유의 각종 민속, 문화, 관광 이벤트를 정기적으로 개최하고, 주요 자원들에 대한 광고 및 홍보선전에 주력할 뿐만 아니라 관광명소로 가꾸어나감으로써 관광관련 산업의 활성화를 통해 지역사회를 경영해나가는 도시'라고 할 수 있다.

이러한 관광도시의 지정은 도시자체를 하나의 종합적 관광상품으로서 접근함으로써 도시관광의 매력성을 총체적으로 증대시키고, 도시내 각 요소와 관광프로그램의 연계성을 강화함으로써 관광목적지로서 도시의 관광유인력을 증대시킬 수 있다는 장점이 있다.

#### 나. 관광도시의 지정방법 및 선정대상

관광도시의 지정은 두가지 방법으로 추진할 수 있다.

하나는 관광도시로서의 잠재성이 높은 도시를 한시적(1년)으로 선정하여 관광개발 및 진흥에 집중 지원을 하는 방안이 있을 수 있으며, 또 하나는 관광도시로서 일정요건을 갖춘 도시를 관광도시로 지정하여 지속적으로 개발, 진흥해 나가는 방안이 있을 수 있다.

첫 번째 방안의 경우는 '한국방문의 해'사업과 같이 그해의 '한국의 관광도시'로 선정하여 상품개발, 유치프로그램 개발, 집중 홍보 등을 실시하는 방안으로 법적 지정제도로서가 아니라 도시관광활성화 사업으로서 추진할 수 있다는 점이 장점이다. 그러나 이는 장기적인 제도로서 끌고 나가기에는 법적 구속력이 적고, 실제 재정지원에 있어서도 한시적이어서 지속적으로 관광도시로 육성해 나가기에는 단점이 있다.

반면, 두 번째 방안은 제도적으로 관광도시로 지정하여 운영하는 것은 정부의 정책으로 추진되기 때문에 도시내에서 관광지 및 관광시설 개발, 관광활동의 지원 등 제반 관광행정을 추진하기에 보다 용이하다는 장점이 있다. 그러나 관광도시로 지정만 하고 별다른 정책적 지원이 뒤따르지 않을 때에는 실제적인 개발, 진흥이 이루어지기 어렵고 정책불신을 가져올 수 있는 단점이 있다.

상기의 어떠한 형태로 관광도시 선정 및 지정이 추진이 되든지, 일정한 요건을 갖춘 도시에 대해 엄격한 심사를 거쳐 최종적으로 문화관광부장관이 선정 및 지정하도록 한

다. 관광도시의 신청은 해당 기초자치단체에서 하도록 하며, 이때 시장은 가칭 각 지방자치단체의 관광진흥을 위한 관광도시육성기본계획서와 관광도시지정신청서를 전문가와 지역주민들과의 협의를 거쳐 작성하여 신청하도록 하도록 한다.

이때 문화관광부에서 관광도시 선정을 위한 평가·심의 조직으로서 가칭 ‘관광도시 선정위원회’ 설치가 요구된다.

### 3. 관광도시 선정기준

관광도시 선정 및 지정은 1단계로 관광도시지정신청서를 심사하는 서류심사과정과 2단계로 현장실태조사와 관계자 면담조사를 심사하는 현장심사과정으로 구분하여 추진한다(<표 5-10> 참조).

<표 6-1> 관광도시 지정 기준

#### □ 1단계: 서류심사기준

심사방향	선정평가기준(대항목)
관광도시 특성화 계획의 충실도 및 성공 가능성	특성화주제의 독특성 및 계획의 충실도
	도시 육성을 위한 재원조달능력 및 단체장의 추진력
	관광관련 사업 예산 활용 여부(타 부문의 사업을 관광사업과 연계하여 추진하는 사업)
관광도시 특성에 적합한 이벤트 개최 및 상품개발	관광도시 육성주제에 적합한 볼거리, 즐길거리
	관광도시 육성주제에 적합한 먹거리, 살거리
	야간관광(Night life)의 조성
관광도시로서의 수용태세(시설, 자원여건 등)	관광객의 이용편리성과 접근 편리성
	편안하고 안전한 관광이 이루어질 수 있는 관광시설·자원 구비 여건
	역사, 문화자원의 활용한 관광상품화
관광서비스 실태 및 개선, 관광산업의 성장성	관광산업의 성장
	관광서비스의 질적 개선 가능성(인력전문화 교육훈련프로그램 등)
관광홍보 및 관광객 유치 촉진	관광홍보추진
	관광객 유치촉진(방문자수 등)

## □ 2단계: 현장심사기준

심사방향	선정평가기준(대항목)
육성계획서 심사(현장심사)	계획내용의 지역 부합성
	계획내용의 현실성 및 추진가능성
추진조직구비 및 기획력	단체장의 의지
	추진조직의 전문성 및 담당자 업무능력
지역주민 및 기업체의 의식 및 협력	지역주민협조체제 구축 및 호응도, 친절도, 참여의지
	기업체의 협조체제구축 및 호응도, 의지
한국을 대표하는 국제적 관광도시로서의 이미지	도시의 쾌적성, 환경여건
	관광시설의 청결도(음식점, 관광지 등)

1단계 서류심사와 2단계 현장심사의 점수를 각각 100점 만점으로 산정하고 그 합을 총 200점으로 하여 관광도시를 선정하도록 한다. 이러한 평가과정을 거쳐 획득한 총점은 각 후보도시들에 대한 상대적인 우위를 나타낼 수 있는 장점이 있다.

## 4. 관광도시에 대한 정부의 지원

관광도시로 지정된 도시에 대하여 정부에서는 재정, 행정, 홍보, 인력 등에서 집중적인 지원을 함으로써 관광도시의 효과적 추진과 성공을 도모하여야 한다. 이를 위해 정부는 관광진흥법에 의한 제반 정책추진시 선정된 관광도시를 우선 지원 대상으로 하고, 도시내 각종 시설 및 건설의 개보수, 신규상품 등의 개발을 위한 인허가 절차 간소화, 관광진흥개발기금을 통한 재정적 지원 등을 추진하여야 한다.

또한 관계부처와 지속적인 협의를 통한 도시환경 개선 및 관광도시 기반시설 구축, 행정자치부의 국고보조사업에의 지원 유도 등 유관부처와의 협력을 강화시켜 나갈 수 있도록 지원할 필요가 있다. 특히 관련 부처의 지원사업을 최대한 활용하여 재정지원을 받도록 유도할 필요가 있는데 예를 들어 행정자치부의 지원사업(예: 꽃길조성 등)으로 선정을 유도하고, 도로망 확충, 기간시설 투자시 관광도시로 지정된 도시에 대해 우선지원을 유도하는 방안 등을 적극 추진하여야 한다.

이와 함께 선정된 관광도시에 대한 국가적 차원의 적극적인 홍보지원이 요청된다. 이를 위해 각종 국내외 홍보물에 ‘관광도시’ 관련 내용을 수록하고, 관광공사와 협력하여 국제홍보 및 인터넷을 이용한 홍보, 여행사 및 호텔 등 업계를 대상으로 ‘관광도시 설명회’ 개최, 해외미션단의 파견 등을 적극 지원토록 한다.

## 제2절 육성과제별 단계적 추진방안

도시의 관광 진흥을 위해서는 장기간에 걸쳐 지속적인 도시관광 육성 정책 추진이 필요하다. 그러나 기존의 관광잠재력을 최대한 활용하여 효율적으로 도시관광을 육성하기 위해서는 단계별로 육성정책 추진이 요청된다.

일반적인 도시관광의 효율적 육성을 위해서 초기에는 대규모 시설투자보다는 소프트한 프로그램 개발과 도시이미지의 개발, 그리고 적극적이고 다양한 홍보전략이 요청된다. 이를 통해 관광도시로서의 이름을 널리 알리고 방문객 유치를 촉진하도록 함이 요구된다.

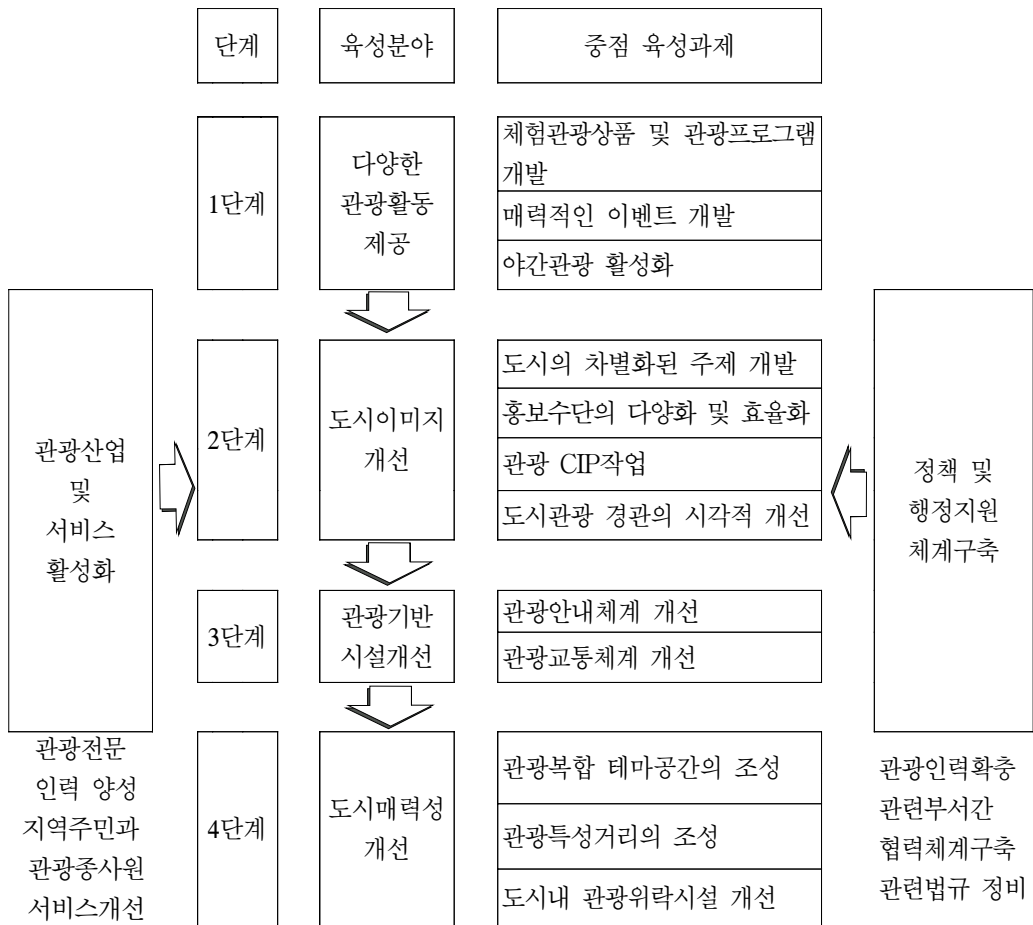
다음으로는 관광안내체계 및 교통체계의 개선을 포함하는 관광기반시설의 개선과 함께 도시경관의 시각적 개선, 도시의 핵심공간 창출을 통해 명실상부한 관광도시로서의 분위기를 조성하는 것이 필요하다. 특히, 도시경관개선을 위해서는 도시자체를 통합적 관광상품으로서 접근하며 도시경관, 이미지, 활동프로그램 및 시설 등의 연계성과 주제성의 부각을 통해 관광도시로서의 정체성을 확립하도록 한다

마지막으로 도시자체를 하나의 매력적인 상품으로 개발하고 육성효과를 극대화하기 위한 방안으로 각 도시가 지닌 테마별로 관광도시를 지정·육성하는 것이 필요하다.

중점 육성분야의 중요도에 대하여 관광, 도시계획, 조경 등 관련 전문가를 대상으로 한 의견조사 결과, 다양한 관광활동의 제공(1순위), 도시이미지 개선(2순위), 관광기반시설개선(3순위), 도시매력성 개선(4순위), 정책 및 행정지원/관광산업 및 서비스 활성화(5순위)로 나타났다.

이러한 전문가 의견조사를 토대로 하여 본 고에서는 관광도시 육성과제의 추진을 단계적으로 추진하되, 1·2단계에서는 다양한 관광활동의 제공을 통하여 도시관광을 활

성화시켜나가면서 도시이미지의 개선을 추진하도록 한다. 이러한 소프트한 과제의 추진과 함께 3·4단계에서는 시설개발이 뒤따라야 하는 관광기반시설 및 관광매력시설 개발을 추진하도록 한다([그림 6-1] 참조).



[그림 6-1] 관광도시 육성 추진단계

## 제2절 주체별 · 시기별 추진방안

본 연구에서는 도시관광의 육성 추진을 위해서 주체별, 시기별 추진방안을 제시하도록 한다. 특히, 본 연구에서 제시된 도시관광 육성사업의 성공적 추진을 위해서는 각

부문(중앙정부, 지방자치단체, 관광공사, 관광업계)의 협력을 전제로 하며, 특히 각 도시의 주도적 역할과 이에 대한 중앙의 적극적 지원이 필요하다고 할 수 있다.

참고로 본 연구의 일환으로 실시된 도시관광관련 전문가 조사결과, 관광도시 육성을 위한 중앙정부와 지방정부의 관계를 정립하는데 있어서 중앙정부의 적절한 역할에 대한 질문에 대하여, 지원의 기능이 필요하다고 응답한 사람이 총응답자의 50.0%(복수응답)로 가장 높았으며, 조정기능이 21.5%, 홍보기능이 16.4%, 기획기능이 7.8%, 직접 사업추진이 4.3% 등으로 나타났다.

도시관광 육성사업별 추진시기는 도시관광 육성의 가시적 효과를 보여줄 수 있는 기간으로서 최소 3년을 기준으로 제시하였다.

<표 6-1> 사업별 추진계획(주체 및 시기)

구 분		주 체 별				2001	2002	2003
		중앙정부	지자체	관광공사	업계			
시각성 개선	도시의 차별화된 주제개발		◎		○			
	관광CIP 작업 추진		◎		○			
	효율적 홍보	○	◎	○	○			
	도시경관의 시각적 개선	○	◎		○			
매력성 개선	관광복합 테마공간의 조성		○		◎			
	관광특성거리의 조성	○	◎		○			
	도시내 위락시설의 개선		○		◎			
상품성 개선	매력적인 이벤트 개발	○	◎	○	○			
	야간관광 활성화		◎	○	◎			
편의성 개선	관광안내체계 개선	○	◎	○	○			
	관광교통체계 개선	○	◎		○			
산업 활성화	관광전문인력 양성	◎	◎	○	◎			
	비수기 관광산업 활성화	○	○	○	◎			
	지역주민과 관광종사원의 서비스 개선	○	◎		○			
정책 및 제도	관련부서간 협력 강화	○	◎					
	도시계획과 관광 연계성 강화	◎	◎					
	관련법규의 정비	◎	○					

주: ◎: 중심주체 ○: 협력주체



## 제7장 결 론

도시는 국가의 관문으로서의 역할을 할뿐만 아니라 그 자체로서 훌륭한 관광대상이 되므로 많은 사람들이 방문하는 관광목적지가 되고 있다. 따라서 도시로의 관광유인력을 증대시키기 위한 관심이 높아지고 있으며, 특히 많은 시간과 자금의 투자가 요구되는 새로운 시설의 개발보다 기존 도시시설 및 환경의 개선을 통한 도시관광의 활성화가 효과적인 수단으로 인식되고 있다.

우리나라의 각 도시들도 이러한 도시관광의 육성의 필요성을 인식하고 각 도시 나름대로 관광진흥을 위한 다양한 정책을 추진하고 있다. 그러나 도시관광의 특성 파악이 제대로 되어 있지 않아 도시관광의 육성이 종합적인 측면에서 접근이 되지 못하고 있는 현실이다.

이러한 차원에서 본 연구에서는 도시관광의 개념적 검토와 도시관광의 분석구조 설정을 통하여 도시관광 진흥을 체계적으로 추진하고자 하였다. 또한 도시관광의 현황 및 진흥 사례분석을 통하여 우리나라 도시들이 안고 있는 도시관광의 문제점을 파악함으로써 이들을 개선하기 위한 육성방향을 제시하고자 하였다.

본 연구에서 제안된 도시관광 분석구조에 의하여 도시이미지, 도시매력성, 관광활동, 관광기반시설, 관광산업 및 서비스, 관광정책 및 행정 등의 육성분야와 육성대상과제들을 도출하였으며, 또한 도출된 도시관광 육성대상과제들에 대하여 관광 및 도시계획, 조정 분야의 전문가를 대상으로 설문조사를 실시하여 중점육성과제를 최종적으로 도출하였다.

그러나 본 연구에서 제시된 관광도시 육성과제들은 도시관광 진흥을 위한 일반적인 사항으로서 각 도시가 보유하고 있는 입지 특성 및 자원 특성 등에 따라 육성과제의 우선순위가 달라질 수 있다.

관광도시의 효율적 육성을 위해서는 초기에는 대규모 시설투자보다는 소프트한 프로그램 개발과 도시이미지의 개발, 그리고 적극적이고 다양한 홍보전략이 요청된다. 이를 통해 관광도시로서의 이름을 널리 알리고 방문객 유치를 촉진하도록 함이 요구된다.

또한 관광안내체계 및 교통체계의 개선을 포함하는 관광기반시설의 개선과 함께 도시경관의 시각적 개선, 도시의 핵심공간 창출을 통해 명실상부한 관광도시로서의 분위기를 조성하는 것이 필요하다. 특히, 도시경관개선을 위해서는 도시자체를 통합적 관광상품으로서 접근하며 도시경관, 이미지, 활동프로그램 및 시설 등의 연계성과 주제성의 부각을 통해 관광도시로서의 정체성을 확립하도록 한다.

영국의 런던은 광역지역의 중핵도시로서 관광관련 역할을 명시하여 도시재개발 사업 정책이나 계획 수립에서 도시의 관광위락기능을 필수적인 도시관광 공간 조성요인으로 중시토록 하고 있다.

그러나 우리나라의 경우, 대부분의 도시계획상에 관광관련 기능에 대한 고려가 이루어지지 않고 있다. 따라서 도시관광의 육성을 위해서는 도시의 제반 편의시설 및 기반시설에 대한 규정을 담고 있는 도시계획과의 연계성의 확보가 필수적이라고 할 수 있다.

마지막으로 도시자체를 하나의 매력적인 상품으로 개발하고 육성효과를 극대화하기 위해서는 각 도시가 지닌 테마별로 관광도시를 지정하여 보다 정책적으로 육성하는 것이 필요하다.

## 참고문헌

- 손해식의 편역(1993), 『현대관광론』, 범한서적 주식회사 (원저: Robert Christie Mill, Tourism International Business)
- 김병철(1998), “역사와 전통이 깃든 명품·명소의 개발”, 『문화도시.문화복지』, Vol.86.
- 김재화(1999), “관광개발에 있어 지방정부의 역할조정과 참여에 관한 연구”, 한양대학교 석사학위 논문
- 김진애(1993), ‘도시경쟁력과 삶의 질을 위한 21세기 도시경영과제’, 『21C 논단』, 대통령자문21C위원회, 통권 10호.
- 김향자·유지운(1999), 『한국의 관광도시 육성방안』, 한국관광연구원.
- 문화관광부 편(2000), 『2000관광동향에 관한 연차보고서』.
- 법제처 홈페이지, 관광진흥법·문화예술진흥법·도시계획법, 국토이용관리법
- 박상수(1996), 『국제관광원론』, 형설출판사.
- 박석희(1995), 『신관광자원론』, 일신사.
- 손상락(2000), “도시경관 형성·관리의 문제점과 기본전략”, 132쪽.
- 이장춘(1994), 『최신국민관광론』, 동광사.
- 이후석역(1999), 『도시관광』, 백산출판사
- 유환중 외(1999), 『현대 도시의 변화와 정책』
- 윤병구(1993), “일본의 이벤트 개최도시의 개발사례”, 『도시문제』, 대한지방행정공제회, 제28권.
- 정강환(1996), 『이벤트관광전략: 축제와 지역활성화』, 일신사.
- 최승담(2000), “문화관광 활성화를 통한 도시국제관광 기반강화 전략”, 『도시문제』
- 최인학(1996), “일본의 마츠리(祭)와 한국의 축제 비교: 마츠리와 도시축제”, 『일본연구』 제11호.
- 통계청(2000), 『도시비교통계』
- 통계청(1999), 『시·군·구 주요통계지표』, 『한국 도시연감』.
- 황희연 외(1999), 『도시계획의 새로운 패러다임』, 보성각.
- 한국관광공사(1992), 『인천해안권 관광개발계획』.
- 한국관광공사(1988), 『상설볼거리공연장 설립타당성조사』.

- 한국관광연구원(2000), 『설악산-금강산 연계개발 방안』.
- 한국도시지리학회편(1999), 『한국의 도시』, 기술과학.
- 한국문화예술진흥원 문화발전연구소(1992), 『도시 문화환경 개선방안 연구』
- 한국문화정책개발원(1996), “문화시설의 설치 촉진방안”, 『도시 문화환경 조성방안』
- 佐藤 年・伊從 勉 (2000), “都市の観光魅力を探る”, 月刊『観光』, June 6.
- 森下慶子(2000), “「都市観光」は日本の都市を育てる力”, 月刊『観光』, June 6.
- Ashworth and Voogd(1990), *Selling the city: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning*, London: Belhaven.
- A. Michael Haywood(1992), "The Attractions of Urban Tourism", *Tourism Recreation Research*, Vol.17, No.2.
- Christopher M. Law(1991), "Tourism and Urban Revitalization", *East Midland Geographer*, Vol.14.
- Christopher M. Law(1993), "Urban Tourism: Attracting Visitors to Large Cities".
- L. van den Berg, J. van der Borg and J. van der Meer(1995), "Urban Tourism".
- Myliam Jensen-Verbeke(1986), "Inner-city Tourism: Resources, Tourists and Promoters", *Annals of Tourism Research*, Vol.13.
- Richard Prentice(1993), "Community-Driven Tourism Planning and Residents' Preferences", *Tourism Management*, Vol.14.

## 부 록

I. 전문가 설문조사 결과 분석

II. 전문가 의견조사서

## I. 전문가 설문조사 결과

### 1. 설문조사 개요

#### 가. 조사목적

관광도시 육성을 위한 중점 육성분야의 선정 및 추진과제의 중요도를 평가하고, 육성전략과제와 지원방안에 대한 의견조사를 실시함으로써, 본 연구의 육성분야 선정 및 육성·지원방안에 근거를 제시한다.

#### 나. 조사대상 및 응답율

본 조사에서 조사대상은 국내의 관광 및 관련분야의 전문가인 중앙행정부처, 학계, 연구기관, 업계 등의 선별된 실무자를 중심으로 수행하였으며, 100매를 표본으로 하여 66매를 회수, 66%의 응답율을 나타낸다.

#### 다. 조사방법 및 조사시기

조사진행방법은 사전에 전화를 통하여 전문가 의견조사의 참여 동의를 구하고, 2000년 10월 14일 ~ 10월 21일까지 8일간, 우편 및 전자메일과 팩스를 활용하여 진행하였다.

### 2. 설문조사 결과

#### 가. 조사표본특성

관광도시 육성방안 도출을 위해 연구기관 24명, 정부기관 17명, 관광 및 도시관련 학계 11명, 협회 및 업계 각각 6명, 기타 2명을 대상으로 전문가 의견조사를 실시하였다.

## &lt;부록 표 1&gt; 전문가 설문 표본 특성

구 분	빈도(명)	구성비(%)
정부(투자)기관	17	25.7
산업계	6	9.0
관련협회	6	9.0
학계	11	16.6
연구소	24	36.7
기타	2	3.0
합계	66	100

## 나. 주요항목 분석결과

## 1) 중점육성분야의 선정 및 추진과제의 중요도

## ① 육성분야의 정책적 우선순위

다양한 관광활동의 제공은 28.8%가 1순위로 응답하여 정책적 중요도가 가장 높게 나타났다. 도시 이미지 개선의 경우, 정책적 우선순위에 대한 의견이 대조적인 것으로 나타났다. 즉, 2순위와 6순위에 대해 각각 18.2%로 나타났다. 관광경관의 개선은 5순위가 21.2%로 나타나 중요도가 그다지 높게 나타나지 않았다. 관광산업 및 서비스의 개선 및 관광정책 및 행정에 관한 정책적 중요도에서는 각각 24.2%, 19.7%로 6순위로 응답하여 정책적 중요도가 가장 낮게 나타났다.

## &lt;부록 표 2&gt; 관광도시 육성분야의 정책적 우선순위

구 분	정책적 중요도 순위						
	1	2	3	4	5	6	합계
도시 이미지 개선	12.1	18.2	7.6	9.1	16.7	18.2	100.0
관광경관 개선	6.1	12.1	13.6	19.7	21.2	9.1	100.0
다양한 관광활동의 제공	28.8	13.6	18.2	6.1	4.5	10.6	100.0
관광기반시설 개선	19.7	18.2	21.2	13.6	9.1	0	100.0
관광산업 및 서비스 개선	3.0	16.7	7.6	15.2	15.2	24.2	100.0
관광정책 및 행정	12.1	3.0	13.6	18.2	15.2	19.7	100.0

## ② 육성분야별 추진과제의 중요도(&lt;부록 표 3&gt;참조)

첫째, 도시이미지 개선을 위해서 ‘도시의 이미지 또는 아이덴티티 개발’이 평균값 4.45로 1위를 차지하였고, ‘홍보수단의 다양화 및 효율화’가 4.11, ‘관광 CIP 작업’이 3.97, ‘도시의 랜드마크 조성’이 3.89로 나타났다.

둘째, 관광경관 개선을 위해서 ‘도시경관의 시각적 개선’ 및 ‘관광복합 테마공간 조성’이 각각 평균값 4.06으로, ‘관광특성가로 조성’이 4.05로, ‘공원과 녹지의 확충’이 3.82로 나타났다.

셋째, 다양한 관광활동의 제공을 위해서 ‘다양한 관광코스 및 체험관광상품 개발’이 평균값 4.32로 가장 높게 나타났으며, ‘매력적인 이벤트 개발’이 4.17로, ‘문화시설의 관광프로그램화’가 4.15로, ‘특징적 향토음식 및 특산물 개발’이 4.14로, ‘야간관광 활성화’가 4.02로 나타났다.

넷째, 관광기반시설 개선을 위해서는 ‘관광안내체계 개선(안내소, 안내정보, 안내판 등)’이 4.35로 가장 높게 나타났으며, ‘숙박시설의 확충 및 개선’이 4.27로, ‘관광교통체계 정비’가 4.20으로, ‘관광위락시설(오락 및 휴양시설)의 확충 및 개선’이 4.00으로 나타났다.

다섯째, 관광산업 및 서비스 개선을 위해서는 ‘관광 전문인력 양성’이 4.15로 나타났고, ‘비수기 관광산업 활성화’가 3.93로, ‘지역주민과 관광 종사원 서비스 개선’이 3.74로 나타났다.

여섯째, 관광정책 및 행정의 개선을 위해서는 ‘관광전담부서의 인력전문화 및 인력 확충’이 4.18로 가장 높게 나타났으며, ‘도시관광 관계부서간 협력체계 구축’이 3.88로, ‘관련 법규의 정비(관광거리 및 관광지구 지정 등)’이 3.74로, ‘외부자본 투자촉진 및 재정 확충’이 3.72로, ‘우수사례 발굴과 인센티브 부여’가 3.71로 나타났다.



&lt;부록 표 3&gt; 관광도시 육성과제의 정책적 중요도

대항목	세부 항목	평균값	순위
도시이미지 개선	도시의 이미지 또는 아이덴티티 개발	4.45	1
	관광 CIP 작업추진	3.97	4
	홍보수단의 다양화 및 효율화	4.11	2
	도시경관의 시각적 개선	4.06	3
도시매력성 개선	관광복합 테마공간 조성	4.06	1
	관광 특성가로 조성	4.05	3
	공원과 녹지의 확충	3.82	4
	도시의 랜드마크 조성	3.89	3
다양한 관광활동의 제공	다양한 관광코스 및 체험관광상품 개발	4.32	1
	문화시설의 관광프로그램화	4.15	3
	특징적인 향토음식 및 특산물 개발	4.14	4
	매력적인 이벤트 개발	4.17	2
	야간관광 활성화	4.02	5
관광기반 시설 개선	관광안내체계 개선(안내소, 안내정보, 안내판등)	4.35	1
	관광교통체계 정비	4.20	3
	숙박시설의 확충 및 개선	4.27	2
	관광위락시설(오락 및 휴양시설)의 확충 및 개선	4.00	4
관광산업 및 서비스 개선	관광 전문인력 양성	4.15	1
	비수기 관광산업 활성화	3.74	3
	지역주민과 관광 종사원 서비스 개선	3.93	2
관광정책 및 행정	도시관광 관계부서간 협력체계 구축	3.88	2
	관광전담부서의 인력전문화 및 인력확충	4.18	1
	외부자본 투자촉진 및 재정 확충	3.72	4
	관련 법규의 정비(관광거리 및 관광지구 지정 등)	3.74	3
	우수사례 발굴과 인센티브 부여	3.71	5

주: 5점척도 사용(1: 매우적음↔5:매우 큼)

### ③ 관광도시 육성을 위한 전략과제

#### ○ 관광도시의 랜드마크 개발

관광도시에서 방문객에게 소구하는 가장 효과적인 랜드마크에 관한 응답에서는 특성가로(28.3%), 문화재(23.6), 탑·전망대 등 기념물(17.3%), 자연경관(11.8%), 건축물 및 개방공간(각각 7.9%), 기타(4%) 순으로 나타났다(복수응답).

&lt;부록 표 4&gt; 관광도시의 랜드마크 개발

구 분	복 수 응 답		순위
	빈도(명)	구성비(%)	
건축물	10	7.9	5
문화재	30	23.6	2
탑,전망대 등 기념물	22	17.3	3
개방공간(공원, 광장)	10	7.9	5
자연경관	15	11.8	4
특성가로	36	28.3	1
기타	4	3.1	7
합계	127	100.0	-

## ○ 관광도시의 이미지 홍보기법

관광이미지의 홍보를 위해 가장 효과적인 기법으로는 이벤트개발(35.4%), 지자체의 개성화 사업(32.3%), 도시경관의 시각적 정비(23.1%), 기타(6.2%), 캐릭터 활용(3.0%) 순으로 나타났다.

&lt;부록 표 5&gt; 관광도시 이미지 홍보기법

구 분	복 수 응 답		순위
	빈도(명)	구성비(%)	
지자체개성화(CIP) 사업	21	32.3	2
캐릭터 활용	2	3.0	5
이벤트 개발	23	35.4	1
도시경관의 시각적 정비	15	23.1	3
기타	4	6.2	4
합계	65	100.0	

## ○ 도시경관의 시각적 개선을 위한 정비요소(개방형)

가로환경은 관광객이 가지는 도시에 대한 이미지에 영향을 미치는 중요한 요소로서 가로환경의 체계적 정비가 필요하다고 지적하면서, 가로환경을 정비하는 기본방향으로는 도시의 차별화에 기여하기 위한 도시 지역성 살리기, 가로환경 조성을 위한 종합적 체계를 구축, 환경 친화적이고 인간 중심적인 도시공간의 조성으로 나타났다.

## &lt;부록 표 6&gt; 도시경관의 시각적 개선을 위한 정비요소

구분	주요내용
가로환경	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역의 주제성과 관련된 특성·상징가로의 정비</li> <li>- 야간조명 시설의 확충 및 운영비 지원으로 멋진 가로환경 조성               <ul style="list-style-type: none"> <li>· 가로환경에 테마 부여</li> <li>· 가로등의 색깔 연출, 가로바닥의 디자인 연출</li> <li>· 가로등·안내판 등 모형의 캐릭터화</li> <li>· 가로수 수종의 개성화 및 다양화 고려</li> <li>· 가로 판매대, BBC가게 개선</li> </ul> </li> <li>- 도시의 상징적 랜드마크 개발→통일된 조형과 이미지 창출</li> <li>- 자연적, 환경친화적 도시공간 조성</li> </ul>
건축물 정비	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 향토성 부여와 현대적 미의 조화(건축물 외관의 재료 및 색상에 관한 심의 필요)</li> <li>- 지역적 맥락에 근거한 건축물의 정비 및 유도(지역 고유의 콘축 특성 반영)</li> <li>- 테마적인 건축물 소개               <ul style="list-style-type: none"> <li>· 30~30개 동의 집단건축물이 도시계획적으로 정비</li> </ul> </li> <li>- 건축의 일정한 규제를 통한 시각적 정돈(확일적이고 보존가치가 떨어지는 건축물의 정비 및 건축법에 저촉되는 건축물 정비)</li> <li>- 간판 및 옥외광고물의 정비</li> </ul>
도로 정비	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Street Furniture(버스정류장, 택시승차장, 가로판매대, 가로등 각종 안내판 및 표지판)의 디자인 정비</li> <li>- 가로수 수종 및 보도블럭의 개성화</li> <li>- 보행자 도로 네트워크 정비</li> <li>- 조경, 녹지공간, 광장의 확보</li> <li>- 이동의 편리성 고려(교통연계)</li> <li>- 도시 색채 살리기</li> </ul>

## ○ 관광특성거리 조성을 위한 정비요소

관광특성거리 조성을 위한 정비요소로서 특성거리에서의 이벤트(26.3%), 가로의 정비(24.0%), 문화시설·업소의 입지 및 쇼핑·음식 등 관광편의시설(각각 13.2%), 안내시설(10.9%), 휴식공간의 제공(6.2%), 법·제도적 장치마련 및 기타(각각 2.3%)로 나타났다.

&lt;부록 표 7&gt; 관광특성거리 조성을 위한 정비요소

구 분	복 수 응 답		순위
	빈도(명)	구성비(%)	
가로의 정비	31	24.0	2
특성거리에서의 이벤트	34	26.3	1
휴식공간의 제공	8	6.2	6
문화시설,업소의 입지	17	13.2	3
쇼핑, 음식 등 관광편의 시설	17	13.2	3
놀이, 위락시설	2	1.6	9
안내시설	14	10.9	5
법,제도적 장치마련	3	2.3	7
기타	3	2.3	7
합계	129	100.0	

## ○ 야간관광 상품 및 프로그램(개방형)

Light를 이용한 상품으로서 교각의 전구로드쇼 연출, Light Festival 개최, 청사초롱 등 불 행진과 관련된 응답률이 높았으며, 바다 또는 강을 배경으로 한 수변에 야간유람선을 Floating Cafe로 이용하거나, 노천카페를 조성하거나, 고지대에 관광코스 및 전망대를 개발하여 도시야경을 조망하는 것에 대한 응답률도 높았다.

관광활동에 대해서는 가능한 관광활동 및 쇼핑, 전통예술 공연 등으로 구성된 야간 관광패키지를 구성할 것을 제안하였고, 특히 야간 시장에 시설 정비 및 놀이요소, 안내 시설, 상거래 규제 등을 도입한 후, 지역특산품·생활용품 쇼핑 및 먹자거리 등을 조성하는 것에 대한 언급도 많았다.

## &lt;부록 표 8&gt; 야간관광 상품 및 프로그램

구분	주요내용
경관	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전구 로드쇼 연출(Light festival로 시민이 참여할 수 있는 행사 조성)</li> <li>· 주택가 가로등 축제</li> <li>· Light와 물을 결합한 야경조성 + 관련활동 도입</li> <li>· 청사초롱 등불행진</li> </ul>
상품	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 해상투어               <ul style="list-style-type: none"> <li>· 야간선상 유람관광상품을 개발(한강 유람선 특화, 야간 관광유람선 타기)</li> <li>· 야간 Floating Cafe 도입, Water Front에 노천카페 정비</li> <li>· 야간 cruise 실시</li> <li>· 해변을 따라 비행관광(야간 헬기운항) 실시</li> <li>· 고지대 관광코스 개발(바다, 항구, 강 등을 조망)</li> </ul> </li> <li>- 야간상품               <ul style="list-style-type: none"> <li>· 전통결혼식을 만들어 첫날밤 재현</li> <li>· 야시장 개설과 놀이요소 도입</li> <li>· 야경상품화를 통한 시내야경 관광(관망탑)</li> <li>· 카지노 사업</li> <li>· 야간 포장마차거리 조성 / 야간 스포츠거리 조성(길거리 스포츠)</li> <li>· 야간 공연예술 행사 개최</li> <li>· 야간 관광 패키지(음식→카지노→쇼→이벤트→야경)</li> <li>· 성인프로그램 시티투어</li> <li>· 수변가로 가면페스티벌 개최</li> <li>· 수변카페, 문화재 카페</li> </ul> </li> </ul>

## ○ 이미지의 효과적 홍보전략

관광도시로서 핵심적인 이미지창출을 위해 가장 효과적인 홍보전략으로는 표적시장 선정(34.9%), 홍보매체 개발(30.3%), 기타(13.6%), 도시간 연계홍보활동(12.1%)의 순으로 나타났다. 기타에서 나타난 의견은 주로 Concept 또는 주제성 개발을 언급하고 있어 이는 해당도시의 시장조사분석을 통한 주요 표적시장의 선정과 관련된다고 여겨진다.

## &lt;부록 표 9&gt; 도시관광 이미지의 효과적 홍보전략

구 분	복 수 응 답		순위
	빈도(명)	구성비(%)	
매체발굴	20	30.3	2
표적시장 선정	23	34.9	1
도시간 연계홍보활동	8	12.1	4
해외홍보 강화	6	9.1	5
기타	9	13.6	3
합계	66	100.0	

구체적인 홍보기법에 대한 질문에서 먼저, 홍보를 위한 기본 방향은 지역 identity에 바탕을 둔 주제성의 개발 및 인근지역과의 연계이며, 지역 고유의 문화자원 발굴 및 이를 바탕으로 한 상품 및 이벤트 개발을 위해 정부와 지자체의 역할이 중요함을 지적하였다. 공통적으로 지적되고 있는 구체적인 홍보기법은 다음과 같다(아래 <표> 참조)

<부록 표 10> 도시관광 이미지 홍보기법

구분		주 요 내 용
매체발굴	인터넷	- 관광정보 데이터 서비스의 구축을 통한 관광정보 제공 - 인터넷 예약 시스템 구비 - 동영상 홍보 및 실시간 전송
	방송	- 해외의 CNN 등의 여행관련 프로그램 등을 통한 해당도시의 공중파 방송 - 관광공사와의 협력
	인쇄	- 해외 주요 도서관, 관광정보센터, 취항 항공기 기내 등에 팸플렛·브로셔, 안내책자 및 안내지도 배포 - 홍보물의 정보 및 유형의 다양화 및 디자인 개선 : 테마별 관광안내 홍보물의 제작, 단순 정보제공 이상의 이야기화 (story-telling), - Korea Herald 또는 Korea Times 등 주한 외국인을 위한 전통문화 또는 특정 도시에 대한 자유기고
	기타	- 도심내 홍보 전광판 활용 - 해외의 유명인사를 홍보대사로 위촉
표적시장 발굴		- 우리나라 주요 시장 내의 표적 계층을 설정하여 적극적 촉진활동 전개
도시간 연계		- 관광홍보사절단 구성 및 FAM투어 실시 - 관광업체와의 협력을 통한 해외판촉 및 홍보투어 : 항공사 및 여행사 등 관광업체와의 협력을 통한 기획상품 개발 - 인근 시·도간 연계관광코스 개발 및 홍보협력 - 해외홍보관 설치
기 타		- 도시 CIP 사업을 통한 홍보의 일관성 유지 - 테마관광상품의 개발 및 운영 - 지역성을 살린 이벤트 기획 및 지역특산물과의 연계 - 주요시장 지역과의 자매결연 및 인적교류 활용

#### ④ 관광도시 육성을 위한 지원방안

##### ○ 효과적인 지원방안(중복응답)

관광도시를 위한 효과적 지원방안으로는 기획(27.0%), 추진인력 제공(19.9%), 자금 및

세제 지원(19.0%), 컨설팅 제공 및 행정절차 간소화(각각 10.3%), 홍보(9.5%) 순으로 나타났다.

<부록 표 11> 효과적 관광도시 육성 지원방안

구 분	복 수 응 답		순위
	빈도(명)	구성비(%)	
기획	34	27.0	1
추진인력 제공	25	19.9	2
컨설팅 제공	13	10.3	4
홍보	12	9.5	5
행정절차 간소화	13	10.3	4
자금 및 세제지원	24	19.0	3
기타	5	4.0	6
합계	126	100.0	

○ 법제도의 개선필요 분야

관광도시 육성을 위한 관광개발에 있어서 법·제도적 개선이 필요한 분야의 중요도를 조사한 결과는 다음과 같다. 도시계획법상 관광과의 연계성 확보 및 관광개발시 유관부서의 협력이 평균값 6.06으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 관광특성가로 조성을 위한 관련규정의 신설이 5.67로, 시도의 도시계획위원회에 관광전문가 참여 의무화는 5.58, 관광서비스 아카데미 설립 및 운영은 5.07로 나타났다.

<부록 표 12> 관광도시 육성을 위한 법·제도 개선 분야

구 분	평균값	순위
도시계획법상 관광과의 연계성 확보	6.05	1
관광특성가로 조성을 위한 관련 규정의 신설	5.67	3
관광개발 추진시 유관부서(도시계획과, 건축과, 교통과, 지역경제과 등)와 협력	6.05	1
지역의 서비스 제고를 위한 관광서비스 아카데미 설립·운영	5.09	5
시·도의 도시계획위원회에 관광전문가 참여 의무화	5.58	4

주: 7점척도 사용(1:전혀중요하지 않음↔7:매우중요)

## ○ 관광개발의 효율적 추진을 위한 업무협력 가능분야(개방형)

관광행정을 기획 및 조정 관련 부서에서 관장하여 모든 도시행정에 있어 관광활동을 고려하는 기반 또는 관련부서간의 정확한 업무분담 및 정례화된 회의를 통해 업무 추진이 필요하다고 지적하고 있다. 이를 위하여 중앙정부의 건설교통부와 문화관광부가 연계하여 문화 및 관광도시를 시범적으로 운용할 필요가 있다고 지적하고 있다.

&lt;부록 표 13&gt; 관광도시의 효율적 육성추진을 위한 부서간 협력 업무

구분	협력 가능 업무
기획예산실	- 관광개발을 위한 예산 배정 - 법적 측면 : 개발에 대한 제한규정의 완화, 관련부서의 일관성 있는 정책방향의 법 제도화, 행정절차의 간소화(인허가·사업승인·지도·구역지정·토지이용·교통 등에 관한 의제처리), 관광진흥법의 법적 지위 강화
공보실	- 공보계획 및 각종 홍보물 제작에 있어 관광과와 공조
도시과	- 특정 지구내 또는 도시 전반에 적용되는 건축외관·옥외광고물, 도로에 관련된 기준을 마련하여 인·허가시 적용 - 차별적 이미지를 주는 건축물의 기준제시 - 시가지 경관 조성 - 도시계획 입안시 관광 및 문화전문가의 의견 반영 - 도시공원의 다양화
건설과	- 도로 등 기반시설
교통과	- 교통체계 조성
문화과	- 문화재 관리 및 문화재 자원의 발굴 및 정비
환경보호과	- 생태관광 프로그램의 개발 및 기반조성
산림과	- 조경관련 도로변 꽃 심기
사회복지과	- 공중위생업소에 포함된 숙박 및 음식점소의 위생 및 서비스 관리

## ○ 중앙정부의 역할(중복응답)

관광도시 육성을 위한 중앙정부와 지방정부의 관계를 정립하는데 있어 중앙정부의 적절한 역할로는 지원(50.0%), 조정(21.5%), 홍보(16.4%), 기획(7.8%), 사업추진(4.3%)의 순으로 나타났다.

&lt;부록 표 14&gt; 관광도시 육성을 위한 중앙정부의 역할

구 분	복 수 응 답		순위
	빈도(명)	구성비(%)	
기획	9	7.8	4
조정	25	21.5	2
지원	58	50.0	1
홍보	19	16.4	3
사업추진	5	4.3	5
합계	116	100.0	



## II. 전문가 의견조사서

### 한국의 관광도시 종합 육성방안 연구 전문가 의견조사

□□ - □□

안녕하십니까?

한국관광의 발전을 위해 힘쓰시는 전문가 여러분의 노고에 감사드립니다.

우리 연구원은 문화관광부의 정책연구 기관으로서 도시의 관광을 진흥시키고 관광객 유치를 촉진시킬 수 있도록 관광도시 육성방안에 대한 연구를 수행하고 있습니다.

본 설문조사는 엄정히 선발된 관광 및 도시분야 전문가를 대상으로 실시하는 것으로 우리나라 도시의 관광여건을 개선하고 수준높은 관광도시 육성을 위한 전문가의 의견을 반영키 위한 것입니다.

바쁘시더라도 설문지를 작성하여 주시면 우리나라 도시관광 육성을 위한 정책실현에 귀중한 자료로 활용될 것입니다. 작성하신 설문지는 **10월 20일까지**

**FAX(02-723-3016/5)로 보내주시면** 대단히 감사하겠습니다.

2000년 10월

한국관광연구원

원장 이 연 택

◆ 담당자: 김향자 연구실장(T: 02-3704-0660, E-mail: hjkim@ktri.re.kr)

유지윤 연구원(T: 02-3704-0662, E-mail: jyyu@ktri.re.kr)

◆ 조사내용에 관한 문의사항이 있을 경우 상기의 담당자에게 문의 바랍니다. ◆

#### <연구목적과 개념>

◆ 관광도시 육성 목적: 지역의 관광잠재성을 극대화하고 최소한의 개발을 통해 관광도시로서 면모를 일신할 수 있는 도시 관광 육성전략의 수립을 통해, 도시의 관광을 진흥시키고 관광객 유치를 촉진시켜 지역경제 활성화를 유도하기 위함.

◆ 본 연구과제의 관광도시 개념: 도시자체가 외부로부터 관광객을 유인할 만한 충분한 매력과 그들을 수용할 수 있는 관광시설과 관련 프로그램을 갖추고 있는 도시로서 관광도시 지정을 통하여 지역의 관광진흥을 극대화시킬 수 있는 곳.

## I. 중점 육성분야 선정 및 추진과제의 중요도 관련 질문입니다.

1. **정책적 우선순위** 기입 요령: 효율적 자원배분 및 관리 측면에서 대항목의 정책적 우선순위를 아라비아 숫자(높은 순서부터 1~6까지)로 기입하여 주시기 바랍니다.
2. **정책적 중요도** 기입 요령: 정책의 효과성 측면에서 세부항목의 중요도를 해당항목에 V표하여 주시기 바랍니다.

대항목	1. 정책적 우선 순위	세부 항목	2. 정책적 중요도				
			매 우 적 다	적 다	보 통	크 다	매 우 크 다
도시 이미지 개선		○ 도시의 이미지 또는 아이덴티티 개발	①	②	③	④	⑤
		○ 관광 CIP 작업추진	①	②	③	④	⑤
		○ 도시의 랜드마크 조성	①	②	③	④	⑤
		○ 홍보수단의 다양화 및 효율화	①	②	③	④	⑤
관광경관 개선		○ 관광복합 테마공간 조성	①	②	③	④	⑤
		○ 관광 특성가로 조성	①	②	③	④	⑤
		○ 공원과 녹지의 확충	①	②	③	④	⑤
		○ 도시경관의 시각적 개선	①	②	③	④	⑤
다양한 관광활동 의 제공		○ 다양한 관광코스 및 체험관광상품 개발	①	②	③	④	⑤
		○ 문화시설의 관광프로그램화	①	②	③	④	⑤
		○ 특징적인 향토음식 및 특산물 개발	①	②	③	④	⑤
		○ 매력적인 이벤트 개발	①	②	③	④	⑤
		○ 야간관광 활성화	①	②	③	④	⑤
관광기반 시설 개선		○ 관광안내체계 개선(안내소, 안내정보, 안내판등)	①	②	③	④	⑤
		○ 관광교통체계 정비	①	②	③	④	⑤
		○ 숙박시설의 확충 및 개선	①	②	③	④	⑤
		○ 관광위락시설(오락 및 휴양시설)의 확충 및 개선	①	②	③	④	⑤
관광산업 및 서비스 개선		○ 관광 전문인력 양성	①	②	③	④	⑤
		○ 비수기 관광산업 활성화	①	②	③	④	⑤
		○ 지역주민과 관광 종사원 서비스 개선	①	②	③	④	⑤
관광정책 및 행정		○ 도시관광 관계부서간 협력체계 구축	①	②	③	④	⑤
		○ 관광전담부서의 인력전문화 및 인력확충	①	②	③	④	⑤
		○ 외부자본 투자촉진 및 재정 확충	①	②	③	④	⑤
		○ 관련 법규의 정비(관광거리 및 관광지구 지정 등)	①	②	③	④	⑤
		○ 우수사례 발굴과 인센티브 부여	①	②	③	④	⑤
기타사항							

## II. 관광도시 육성을 위한 전략과제 추진 관련 질문입니다.

1. 관광도시에서 **방문객에게 매력물 혹은 랜드마크로 소구하는 것 중 가장 효과적인 것**은 무엇이라고 생각하십니까? 중요시되는 2가지를 선택하여 주십시오. (     ,     )  
 ① 건축물                      ② 문화재                      ③ 탑, 전망대 등 기념물      ④ 개방공간(공원, 광장 등)  
 ⑤ 자연경관                      ⑥ 특성가로                      ⑦ 기타 (                                      )
2. 관광이미지의 소구전략에 관한 내용입니다. **관광이미지의 홍보를 위해 가장 효과적인 기법**은 다음중 무엇이라고 생각하십니까?  
 ① 지자체 개성화(CIP)사업                      ② 캐리тек 활용                      ③ 이벤트 개발  
 ④ 도시경관의 시각적 정비                      ⑤ 기타 (                                      )
3. **도시경관의 시각적 개선을 위해 가장 시급히 정비되어야 할 요소**는 무엇이라고 생각하십니까? 건축, 디자인, 가로환경 등의 개선을 위해 구체적인 방안을 제시하여 주시면 감사하겠습니다.

- ①  
 ②  
 ③

4. 다음은 **관광특성거리의 조성시 정비되어야 하는 요소**들입니다. 이 중 중요하다고 여겨지는 항목을 2개 선택하여 주십시오. (     ,     )  
 ① 가로의 정비(전신주의 지하화, 광고물·건축물 규제, 보도포장 등)  
 ② 특성거리에서의 이벤트                      ③ 휴식공간의 제공  
 ④ 문화시설·업소의 입지                      ⑤ 쇼핑, 음식 등 관광편의 시설  
 ⑥ 놀이, 위락시설(게임장, 디스코텍, pc방, 유키구: 바이킹 등 놀이기구)  
 ⑦ 안내시설(안내판, 안내소 등)의 체계적 정비  
 ⑧ 법·제도적 장치마련  
 ⑨ 기타 (                                      )
5. 우리나라 **도시 환경에 적합한 야간관광 상품 및 프로그램**은 어떤 것이 있을 수 있다고 생각하십니까? (혹시 적용가능한 외국의 사례가 있다면 소개해 주시기 바랍니다.)

- ①  
 ②  
 ③

6. 다음중 관광도시로서 핵심적인 이미지 창출을 위해 **가장 효과적인 홍보전략**은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 매체발굴(인터넷, 공중파, 인쇄매체 등)  
 ② 표적시장 개발(신규시장 개척 및 주요 시장 공략)  
 ③ 도시간 연계 홍보 활동 전개  
 ④ 해외홍보 강화  
 ⑤ 기타( )

6-1. 위에서 선택하신 항목에 대해 **구체적인 홍보기법 및 전략이 있다면** 제시하여 주시기 바랍니다.

①	
②	
③	

### Ⅲ. 관광도시 육성을 위한 지원방안 관련 질문입니다.

7. 국제적인 수준의 **관광도시 육성**을 위해 **가장 효과적인 지원 방안**은 무엇이라고 생각하십니까? 보기에서 2개만 골라주십시오.

- ① 기획(마스터플랜의 수립 및 추진 지원)    ② 추진인력 제공 및 지역의 전문가 육성  
 ③ 컨설팅 제공 및 자문단 운영    ④ 홍보(관광공사의 홍보망 활용)  
 ⑤ 행정절차 간소화(인허가 간소화, 윈스탑 서비스 제공)  
 ⑥ 자금 및 세제지원    ⑦ 기타 ( )

8. 도시의 **효과적인 관광개발**을 통한 **관광도시 육성**을 위해 **법·제도적으로** 다음의 사항들이 얼마나 중요하다고 보십니까?

구 분	전혀 중요하지 않음	중요 하지 않음	별로 중요하 지않음	보 통	약간 중요	중요	매우 중요
도시계획법상 관광과의 연계성 확보	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
관광특성가로 조성을 위한 관련 규정의 신설	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
관광개발 추진시 유관부서(도시계획과, 건축과, 교통과, 지역경제과 등)와 협력	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
지역의 서비스 제고를 위한 관광서비스 아카데미 설립·운영	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
시·도의 도시계획위원회에 관광전문가 참여 의무화	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
기타:	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

9. 도시관광 육성을 위한 행정적 측면에서 관광개발 업무를 효율적으로 추진하기 위해 각 부서간 업무협력이 특히 필요한 부분이 있다면 무엇이겠습니까?

①
②
③

10. 관광도시 육성을 위한 중앙정부와 지방정부의 관계를 정립하는데 있어 중앙정부의 가장 적절한 역할은 다음 중 무엇이라고 생각하십니까? 보기중 2개를 골라주십시오( , )
- ① 기획              ② 조정              ③ 지원              ④ 홍보              ⑤ 사업추진

**IV. 귀하께서 관광도시 육성을 위한 제안사항이 있으시다면 기탄없이 적어주시기 바랍니다.**

--

**V. 개인적 사항에 관한 질문입니다(통계적 목적으로만 사용될 것입니다).**

- ♣ 귀하께서 근무하시는 곳은 어느 분야입니까?

- ① 정부(투자)기관              ② 산업계              ③ 관련 협회  
④ 학계              ⑤ 연구소              ⑥ 기타(              )

- ♣ 귀하의 해당 분야 경력은 어느 정도입니까? (              년 )

☺ 설문에 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. ☺

---

## 연구진

---

### 김 향 자 (金香子)

현 한국관광연구원 연구위원(연구실장)

교통개발연구원 책임연구원

경기대 대학원 관광개발학과 졸업(관광학 박사)

서울대 환경대학원 조경학과 졸업(조경학 석사)

### 유 지 윤 (孫政煥)

현 한국관광연구원 연구원

한양대학교 관광학과 박사과정 수료

한양대학교 대학원 관광학과 졸업(관광학 석사)

## 도시관광 진흥방안 연구

---

발행인	이 연 택
발행처	한국관광연구원 서울시 종로구 신문로 2가 1-38, 내자빌딩 전화: 02-3704-0600 팩스 02-723-3015~6 <a href="http://www.ktri.re.kr">http://www.ktri.re.kr</a>
인쇄일	2000년 10월 30일
발행일	2000년 10월 31일
인쇄인	세연문화인쇄 주식회사

---