

CNI세미나 2020-014

Ⅰ 포스트 코로나시대 Ⅰ

충남관광의 새로운 도전

포스트 코로나 시대, 충남관광의 새로운 도전

□ 배경 및 목적

- 코로나 19로 인한 관광소비지출 급감으로 관광진흥법상 관련 업종의 피해규모는 4조원에 이르는 등 관광업계의 피해가 심화되고 있음
- 코로나19로 인한 사회 전 분야에서 환경 변화는 불가피할 것으로 전망되어 ‘코로나 새 일상(뉴 노멀)’에 선제적으로 대응하기 위한 관광전략이 필요한 시점임
- 이에 코로나19등 전염병 발생에 따른 충남관광 위기 대응전략 모색과 포스트 코로나 시대 충남 관광이 나아가야할 방향성 공유와 인식 확산을 위한 세미나를 추진하고자함

□ 개요

- 일 시 : 2020. 7. 7.(화) 15:00 ~ 18:00
- 장 소 : 충남연구원 4층 대회의실
- 참 석 : 약 35명
 - 백제세계유산센터, 선문대학교, 충남연구원, 한국관광공사 대전충남지사, 한국문화관광연구원 등 관련 전문가
 - 충청남도, 충청남도 15개 시군 관계자
- 주요내용
 - 주제발제 1 : 코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략
 - 주제발제 2 : 코로나19 팬데믹 상황에서의 세계유산 관리와 활용
 - 토론 : ‘새일상(뉴노멀)’에 대응한 충남관광이 나아가야할 방향에 대한 토론

□ 주제발표(각 30분 발표)

주제 1 : 코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

_ 이인배 (충남연구원 수석연구위원)

주제 2 : 코로나19 팬데믹 상황에서의 세계유산 관리와 활용

_ 이동주 (백제세계유산센터 센터장)

□ 행사순서

순서	행 사 내 용	시 간
개 회 식	사회 : 이민정(충남연구원 경제산업연구실장) 개회사 : 윤 향 (충남연구원 원장)	15:00~15:05(05')
주제발표	제1주제 : 코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략 / 이인배 (충남연구원 수석연구위원) 제2주제 : 코로나19 팬데믹 상황에서의 세계유산 관리와 활용 / 이동주 (백제세계유산센터 센터장)	15:05~16:05(60')
휴 식		16:05~16:20(15')
종합토론	김난영 (선문대 글로벌관광학과 교수) 김향자 (한국문화관광연구원 선임연구위원) 송현철 (한국관광공사 대전충남지사장) 허창덕 (충청남도 관광진흥과장) 김경태 (충남연구원 연구위원)	16:20~17:30(70')
기타토론	질의응답 및 토론(참석자 전체 대상)	17:30~17:50(20')
폐 회	종합정리 및 폐회	17:50~18:00(10')

○ 문의처

- 경제산업연구실 연구위원 김경태(041-840-1253), 연구원 조소진(041-840-1278)

목차

■ 발제

제1주제 : 코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

1

이인배 수석연구위원 (충남연구원)

제2주제 : 코로나19 팬데믹 상황에서의 세계유산 관리와 활용

33

이동주 센터장 (백제세계유산센터)

■ 자유토론

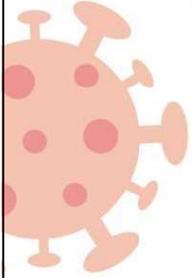
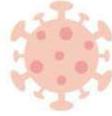
김난영 (선문대 글로벌관광학과 교수)

김향자 (한국문화관광연구원 선임연구위원)

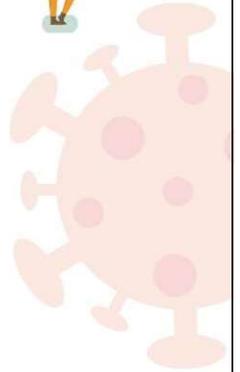
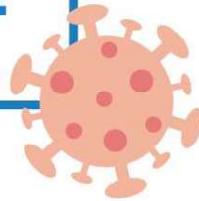
송현철 (한국관광공사 대전충남지사장)

허창덕 (충청남도 관광진흥과장)

김경태 (충남연구원 연구위원)



코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응 전략



이인배

(경제산업연구실 수석연구위원)



목 차



I 코로나 등 전염병과 국내외의 영향과 미래변화 03

- 1. 코로나 등 전염병의 발생 역사와 주요 이슈 04
- 2. 코로나19에 따른 문화관광 분야의 영향 12
- 3. 코로나19에 따른 국내여행 조사 주요 결과 23

II 코로나에 따른 관광업계 변화 및 충남의 영향과 추진 정책 25

- 1. 코로나 19에 따른 관광시장 변화 26
- 2. 충남의 관광 산업 영향과 피해 분석 31
- 3. 코로나 대응 충남의 정책 추진 현황과 조치 계획 36
- 4. 타 광역자치체의 대응 사례 42

III 포스트 코로나와 충남관광위기 대응전략 48

- 1. 최근 중앙정부 추진정책의 분석 49
- 2. 충남관광위기 대응전략 54

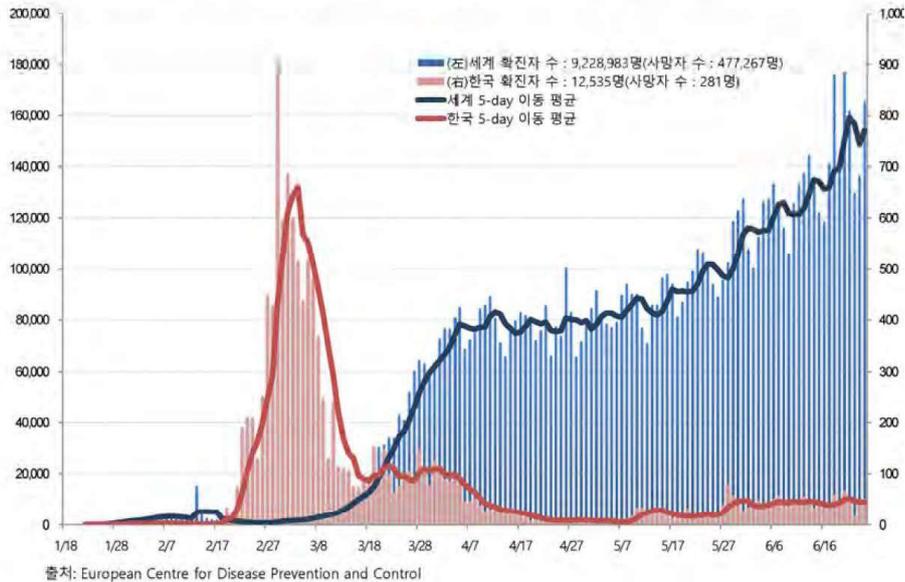
01 코로나 등 전염병의 발생 역사와 주요 이슈

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

코로나 19가 가져온 사회경제 변화 전망

- 세계 및 한국의 코로나 19 확진자(2020년 6월25일 기준)
 - 2020년 6월 25일 기준, 세계 코로나 19 확진자는 625만명, 사망자는 37만명
 - 아시아, 유럽, 미국을 거쳐 최근 러시아, 브라질, 인도, 터키, 중남미 국가에서 하루 10만명 내외의 신규 확진자가 발생
 - 한국은 지난 1월 20일 첫 확진자 발생 후 3월 초순 정점을 지났으나 최근 지역감염이 확산되는 고비를 겪고 있음

세계 및 한국의 코로나19 신규 확진자 '20년 6월 25일(木) 기준



5

01 코로나 등 전염병의 발생 역사와 주요 이슈

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

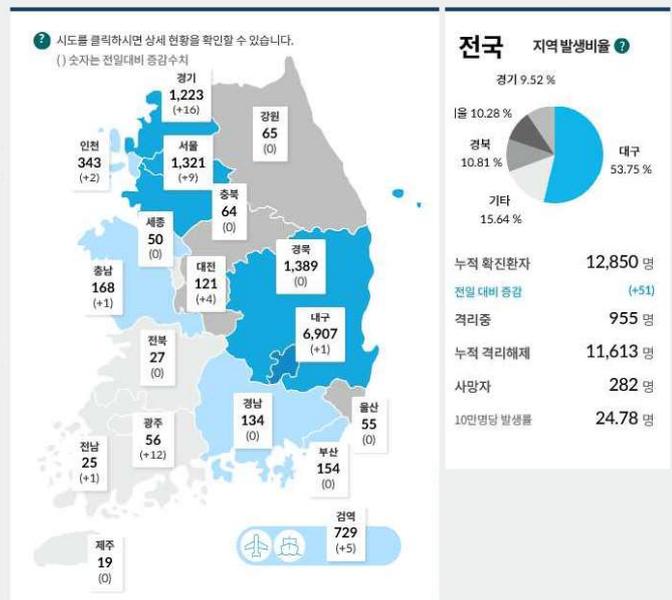
국내 코로나 19 확진환자 현황

- 국내 코로나 현황(7.1.00시 기준, 1.3 이후 누계)
 - 국내 전체 확진자는 누적 12,850명이며, 완치(격리해제) 11,613명, 치료중(격리) 955명, 사망자 282명으로 나타남
 - 충남의 코로나 누적 확진자는 170명으로 완치(격리해제) 150명, 치료중(격리) 20명, 사망자 0명으로 나타남

환자 현황 (7.1.00시 기준, 1.3 이후 누계)



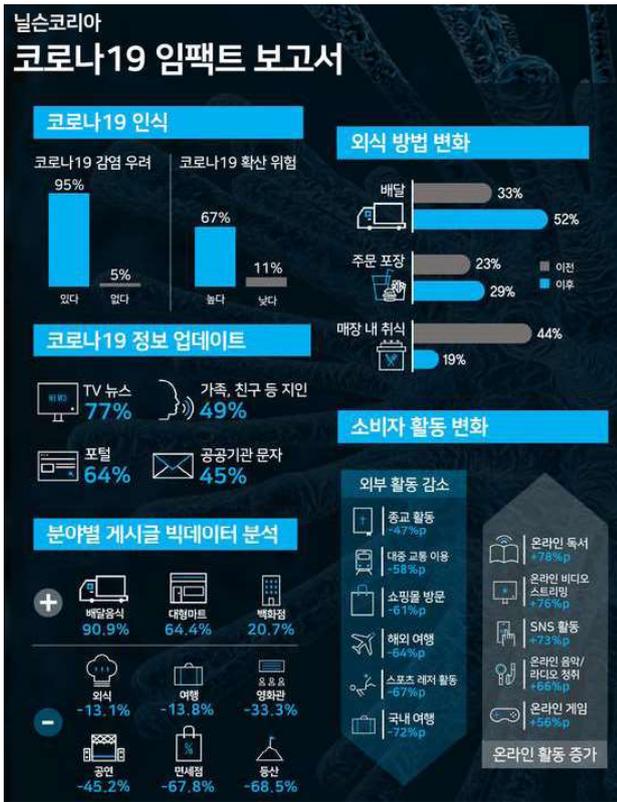
시도별 확진환자 현황 (07.01.00시 기준, 1.3 이후 누계)



01 코로나 등 전염병의 발생 역사와 주요 이슈

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

코로나 19 이후 삶의 변화 : 닐슨코리아 코로나 19 임팩트 보고서



자료 : 닐슨코리아(2020.4.20), 코로나 19 임팩트 보고서

코로나19 이후 변화

코로나 19 인식

- 코로나 19 감염 및 확산에 대한 우려가 높게 나타남

코로나19 정보 획득

- TV뉴스(77%), 포털사이트(64%) 등을 통해 코로나19 관련 정보를 수시로 업데이트 하는 등 정보 민감도 ↑

외식방법 변화

- 코로나19 발병 이후 배달취식 비중은 33%→52%로 두배 가까이 증가
- 매장 내 비중은 44%에서 19%로 절반 이하로 감소

소비자 활동 변화

- 코로나19 확산으로 전반적인 외부활동 급감과 온라인활동 급증

분야별 게시물 행태

- 소셜 미디어상 외출, 오프라인 활동 관련 게시물 감소와 물품 구매, 배달음식 관련 게시물 증가

7

01 코로나 등 전염병의 발생 역사와 주요 이슈

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

코로나 19 이후 사회·경제 환경변화 전망

- 코로나 19 이후 사회·경제 환경변화 전망 - 국제, 기술, 경제, 노동, 사회문화 분야에 대한 영향

국제



- 초강대국, 유럽연합, 국제기구의 3중 실패 경험
- 자국 이익을 최우선하는 새로운 국가주의 부상, **각국도생(nation first)**
- 중견국의 역할 부상, **중견국 시대**; G1(미국) → G2(미국, 중국) → G0(중견국)
- 세계화 퇴조하되, 국제 연대와 국가 간 상호의존성이 공존하는 딜레마 지속
- 서구 우위의 선진국 신화 붕괴, **선도국(leading country) 부상**
- 지구환경의 소중함 재발견: 기후변화 대응 요구 확대

기술



- 5세대 네트워크 등 정보통신기술 기반 **4차 산업혁명 가속화**
- **비대면, 온라인 기술**의 급속한 적용과 확장; 온라인 쇼핑·로봇 배송, 디지털·비접촉식 결제, 원격 업무, 원격 학습, 원격 진료, 온라인 엔터테인먼트 등

경제



- **복합 경제위기** 지속 우려; 실물위축 → 자금경색 → 기업부도 → 금융위기 → 실물위기
- 코로나19 사태 이후 **2020년 경제성장 역성장** 전망; 세계경제 -3.0%(IMF) ~ -8.1%(블룸버그), 한국경제 -0.1%(블룸버그) ~ -1.2%(IMF)
- 중국 중심의 **글로벌가치사슬 재편**과 리쇼어링(기업유턴) 확대
- **디지털 경제 가속화**; 온라인 소비, 스마트워크, SMART FACTORY

노동



- ILO, **노동인구 81% 악영향** 추정; 1/4분기 4.5%(1.3억명), 2/4분기 10.5% 일자리 감소(3.05억명) 예측
- 4차 산업혁명 가속화에 따른 **일자리 대체**; AI 발전, 로봇 등장으로 일자리 대체와 플랫폼 노동 증가, GIG 노동 가속화
- 단기 임시직·일용직 일자리 위험, 장기화시 **상용직 근로자 해고 확대 우려**

사회문화



- **결혼과 출산에 부정 영향**, **흠 루멘스 문화 확산**, **에코 라이프 부상**
- 사회적 **대립과 갈등 심화**; 외국인 혐오, 사회불안, 세대 및 계층 갈등 등
- **비대면 사회의 소외와 격차**; 디지털 정보격차(digital divide)에 따른 불이익
- 사회적 피로 누적과 **코로나 블루**; 코로나 사태로 국민 10명 중 2명이 주변 관심이 필요할 정도로 불안과 우울 경험

자료 : 한국문화관광연구원(2020), 문화관광 인사이트 144호

8

01 코로나 등 전염병의 발생 역사와 주요 이슈

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

코로나 19 이후 사회·경제 환경변화 전망

- 코로나 19 이후 사회·경제 환경변화 전망 - 문화예술·관광·콘텐츠 영향



사회경제적 변화에 따라
문화예술과 콘텐츠,
관광부문의 영향 불가피



관광산업과 콘텐츠 산업의
가치사슬과 생태계는
온라인 중심으로
재편 전망



문화예술과 여가,
여행의 소비와 향유
공간과 방식
변화전망

창작·노동

- 고용안정망과 일자리 위협
 - 프리랜서 예술인 창작 위축
 - 외주 중심 콘텐츠 제작 위축
 - 영세 관광사업체 경영 곤란
- 수요증대와 신규 일자리 창출
 - 공정, 책임 가치 중요, 문화를 통한 소통·통합 요구
 - 1인 크리에이터 등 콘텐츠 제작 시장 확대

산업·유통

- 가치사슬 재편, 생태계 재구성
 - 티켓 판매 → 온라인 구독
 - 소수 플랫폼 중심 콘텐츠 제작, 유통 가치 사슬 재조직
 - OTA 중심 관광 생태계 심화
- 유통 플랫폼 O2O 강화
 - 예술(온라인 관람), 콘텐츠(OTT), 관광(OTA)

소비·향유

- 비대면·온라인 향유 일반화
 - 향유 장소 변화(집단시설 → 집)
 - 디지털 격차에 따른 소외 발생
- 안전과 힐링 수요 확대
 - 재택근무 확산, 여가시간 증대
 - 안전하고 자연친화 여행 트렌드 확산

자료 : 한국문화관광연구원(2020), 문화관광 인사이트 144호

01 코로나 등 전염병의 발생 역사와 주요 이슈

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

코로나 19 이후 주요 이슈와 대응과제

코로나 19 주요 이슈

<h4>재난 극복의 역설</h4> <ul style="list-style-type: none"> • 코로나19 극복이 글로벌 스탠더드화 <ul style="list-style-type: none"> - 정부 대응, 의료시스템, 정보통신기술, 시민사회 참여, 공동체 → 감동스토리 - 해외 평가, 내 생애 가장 부러운 곡선 - #힘내라대구경북, #덕분에챌린지 • 재난의 시기마다 공동체 연대로 극복, 재난 후 분열과 갈등, 양극화 심화 	<h4>비대면의 명암(明暗)</h4> <ul style="list-style-type: none"> • 온라인 쇼핑·교육·문화, 재택근무, 화상회의 등 비대면 사회 및 경제 전환 <ul style="list-style-type: none"> - 젊은 층 전유물이 중장년층에게도 확산, 개인 생활의 디지털화 • 대중 밀집의 체육관, 호텔, 극장, 박물관 등 서비산업 변화 불가피 • 디지털 격차의 확대와 사회경제적 불평등 심화 	<h4>회복탄력성(Resilience)의 위기</h4> <ul style="list-style-type: none"> • 오프라인 경험 소비와 온라인 구독 소비의 급격한 변화, 영화산업 등 직접 피해 • Tourism Zero(인·아웃 바운드 전년 동기 대비 99%감소) <ul style="list-style-type: none"> - 국제여행 자유화 장기간 소요, V자 반등보다 U자 회복, L자 침체 우려 • 전염병 등 위기 발생 빈도 확대, 위험이 일상화되는 뉴노멀 사회
<h4>고용 없는 회복</h4> <ul style="list-style-type: none"> • 2차 대전 이후 최악 고용 위기(ILO) • 최저속 인구증가, 초고속 고령화 + 코로나19 장기화 → 초저성장과 고실업 • 밀레니얼, Z세대의 실업 우려, 코로나 영향을 평생 안고 사는 코로나세대 • 폐업과 실업으로 민생과 국민행복 위기 	<h4>비대면의 명암(明暗)</h4> <ul style="list-style-type: none"> • 국가주의 부상, 글로벌 거너너스 후퇴, 탈글로벌화(De-Globalization) • 글로벌 가치사슬의 지역, 자국 중심 재편, 사람·자본의 국제이동 둔화 • 미중 외교, 무역 마찰로 양자택일, EU 결속력 저하 및 유로존 갈등 확대 • 미국, 유럽이 대표하는 서구 선진국 퇴락 	

자료 : 한국문화관광연구원(2020), 문화관광 인사이트 144호

01 코로나 등 전염병의 발생 역사와 주요 이슈

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

코로나 19 이후 주요 이슈와 대응과제

대 응 과 제

<p>① '우리 재발견' 통한 공동체 문화 함양</p> <ul style="list-style-type: none"> 공동체 문화는 역사의 격랑과 재난을 극복해온 우리 사회를 이끌어 온 기초 사회적 관계, 공동체 통합성을 높여 신뢰와 연대의 행복한 공동체로 전환 	<p>② 국민 힐링/치유의 시간</p> <ul style="list-style-type: none"> 코로나19 장기화로 불안과 분노, 무기력과 우울을 경험하는 국민 증가 예술과 여행을 통해 국민의 심리적 고통을 해소하는 사회적 심리방역, 감성 치유 추진 	<p>③ 디지털 격차에 따른 양극화 해소</p> <ul style="list-style-type: none"> 비대면 사회에서 디지털 격차는 불편함이 아닌 불이익의 문제 디지털 취약계층(고령자, 저소득층, 장애인, 농어민등)의 문화 격차 해소
<p>④ 위기 대응력이 강한 건강한 문화예술, 관광, 콘텐츠 생태계 구축</p> <ul style="list-style-type: none"> 위험대응 일상화, 문화예술, 관광, 콘텐츠의 가치사슬과 생태계 재구축 콘텐츠 성패는 기술이나 네트워크보다 철학과 감성, 스토리텔링이 결정, 창작자, 종사자의 고용안전망 구축 	<p>⑤ 코로나19 이후 국민 삶의 질 개선</p> <ul style="list-style-type: none"> 경제발전예 비해 낮은 국민의 삶의 질, 잘 살지만 불행한 나라 오명 극복 소득 등 객관적 지표는 개선, 공동체 등 주관적 평가는 부정적인 불안사회 지속 국민들의 행복 척도가 사회적 요구에서 개인적 선호로 변화 	<p>⑥ 한류 활용 코리아 프리미엄 창출</p> <ul style="list-style-type: none"> 탈글로벌 보호무역 시대, 세계를 무대로 코리아 프리미엄 창출 K방역 → K문화상품 → K수출상품 → 코리아 프리미엄 창출의 선순환 <p>⑦ 글로벌 리더십 및 소프트파워 강화</p> <ul style="list-style-type: none"> 한국의 방역 시스템에 대한 국제사회의 관심 집중, 방역 모범 국가 평가 한국의 성공적 코로나19 대응 모델을 공유하여 세계 평화와 공익 증진

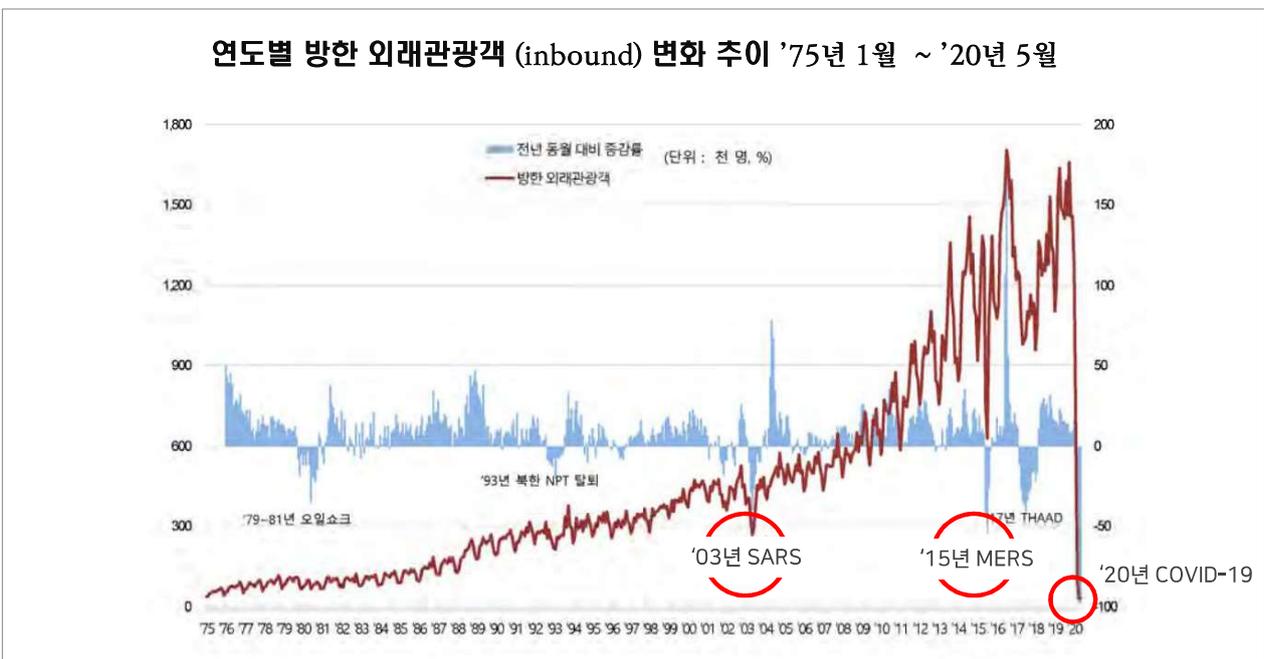
자료 : 한국문화관광연구원(2020), 문화관광 인사이트 144호

02 코로나 19에 따른 문화관광분야의 영향

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

연도별 방한 외래 관광객(inbound) 변화 추이 : 1975 ~ 2020년

- 2003년 사스, 2011년 메르스, 2020년 코로나 19 등 전염병 발생시기 급감



출처 : 김성진(2020), 코로나19의 문화 부문 영향과 주요 이슈

02 코로나 19에 따른 문화관광분야의 영향

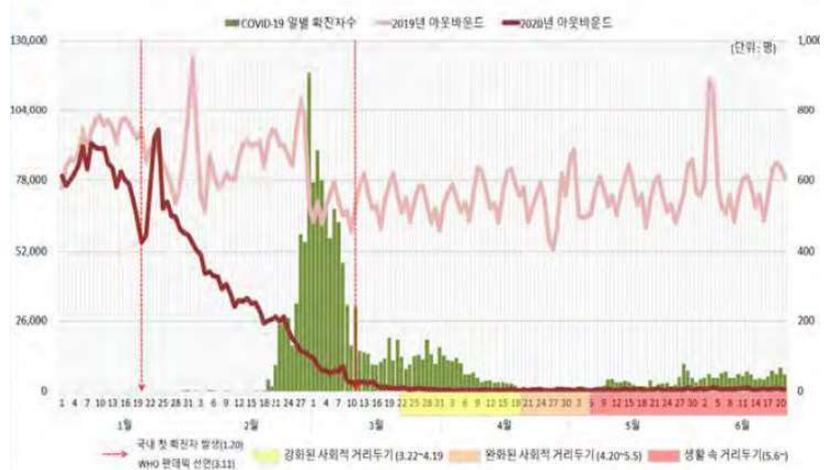
코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

■ 방한 외래관광객(inbound)영향 : 1월 ~ 6월

- 20년 5월 방한 외래관광객 3만 1천 명, **전년 동기 대비 97.9% 감소**
 코로나19 주의단계(1.20) 이후 현재(6.21)까지 133만 명 입국, 전년 동기 대비 81.9% 감소
 22주차(6.15~6.21)까지 -98.0% 내외 감소폭 유지
- 방한 외래관광객의 국내 지출액 **약 8조 2천억 원 감소 추정**
 2019년 방한 외래관광객 1인 평균 지출액 1,239\$(2019 외래관광객 조사, 환율 1,100원 기준) 적용

국민 해외관광객 (outbound) 영향

구분	'19년	'20년	증감률 (%)
전체기간 (1.1~6.21)	14,150	3,793	-73.2
주의단계 후 (1.20~6.21)	12,285	2,103	-82.9
월			
1월	2,912	2,513	-13.7
2월	2,618	1,047	-60.0
3월	2,334	143	-93.9
4월	2,246	31	-98.6
5월	2,401	38	-98.4
1~5월 누계	12,512	3,772	-69.8
6월(6.1~6.21)	1,638	21	-98.7
주			
13주차(1.13~4.19)	518	3	-99.3
14주차(4.20~4.26)	483	4	-99.2
15주차(4.27~5.3)	508	4	-99.2
16주차(5.4~5.10)	492	4	-99.1
17주차(5.11~5.17)	518	5	-99.1
18주차(5.18~5.24)	499	5	-99.0
19주차(5.25~5.31)	515	6	-98.9
20주차(6.1~6.7)	590	7	-98.7
21주차(6.8~6.14)	510	7	-98.7
22주차(6.15~6.21)	537	6	-98.8



출처 : 김성진(2020), 코로나19의 문화 부문 영향과 주요 이슈

02 코로나 19에 따른 문화관광분야의 영향

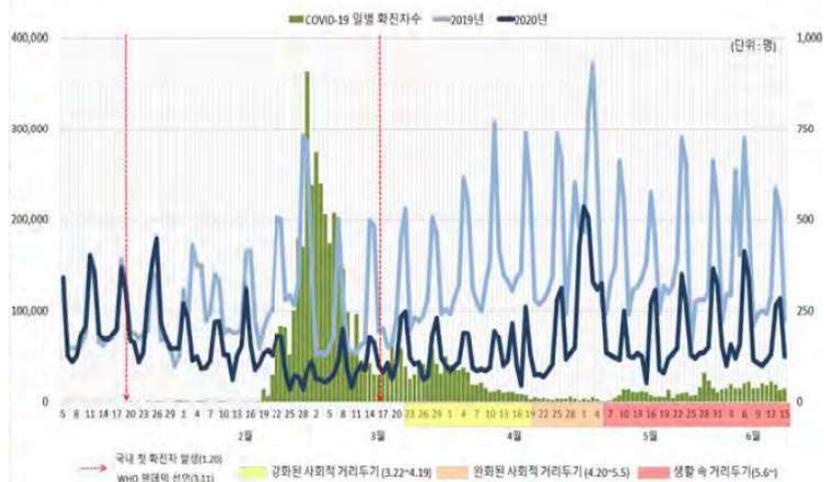
코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

■ 국민 국내관광객(domestic) 영향 : 1월 ~ 6월

- 국내관광객은 **전년 동기 대비 51.4% 감소**
- 코로나 19 주의 단계(1.20) 이후 현재(6.14)까지 **전년 동기 대비 54.5% 감소**
- 연휴기간 15주차(4.27~5.3) 이후 감소폭 -50.0% 내외로 완화

국민 국내 관광객 (domestic) 영향

구분	'19년	'20년	증감률 (%)
전체기간 (1.1~6.15)	22,241	11,267	-49.3
주의단계 후 (1.20~6.15)	20,515	9,342	-54.5
월			
1월	2,668	2,934	9.9
2월	3,753	1,558	-58.5
3월	3,276	1,404	-57.1
4월	4,955	1,718	-65.4
5월	5,311	2,580	-51.4
6월(6.1~6.15)	2,268	1,072	-52.7
주			
13주차(1.13~4.19)	1,212	389	-67.9
14주차(4.20~4.26)	1,153	401	-65.2
15주차(4.27~5.3)	1,571	881	-43.9
16주차(5.4~5.10)	1,223	555	-54.6
17주차(5.11~5.17)	1,044	456	-56.3
18주차(5.18~5.24)	1,182	474	-59.9
19주차(5.24~5.31)	1,032	523	-49.3
20주차(6.1~6.7)	1,237	576	-53.4
21주차(6.8~6.14)	941	446	-52.6



20. 6. 15일 기준, 전국 24개 관광자점 data 비교

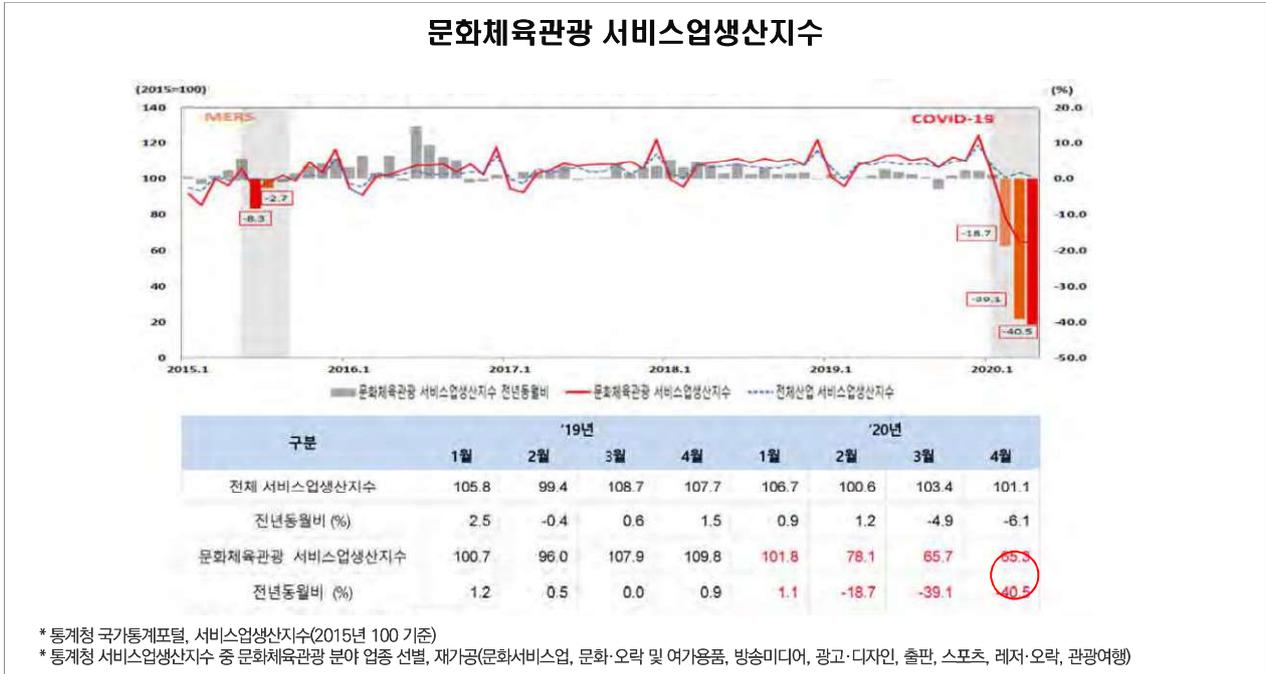
출처 : 김성진(2020), 코로나19의 문화 부문 영향과 주요 이슈

02 코로나 19에 따른 문화관광분야의 영향

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

문화체육관광 서비스업 역량 : 2016년 ~ 2020년 비교

- '20년 4월 문화체육관광 서비스업 생산지수는 65.3, 전년 동월 대비 40.5% 감소
- 통계작성 이래 최대폭 감소 (생산지수 감소는 매출액 감소를 의미)



출처 : 김성진(2020), 코로나19의 문화 부문 영향과 주요 이슈

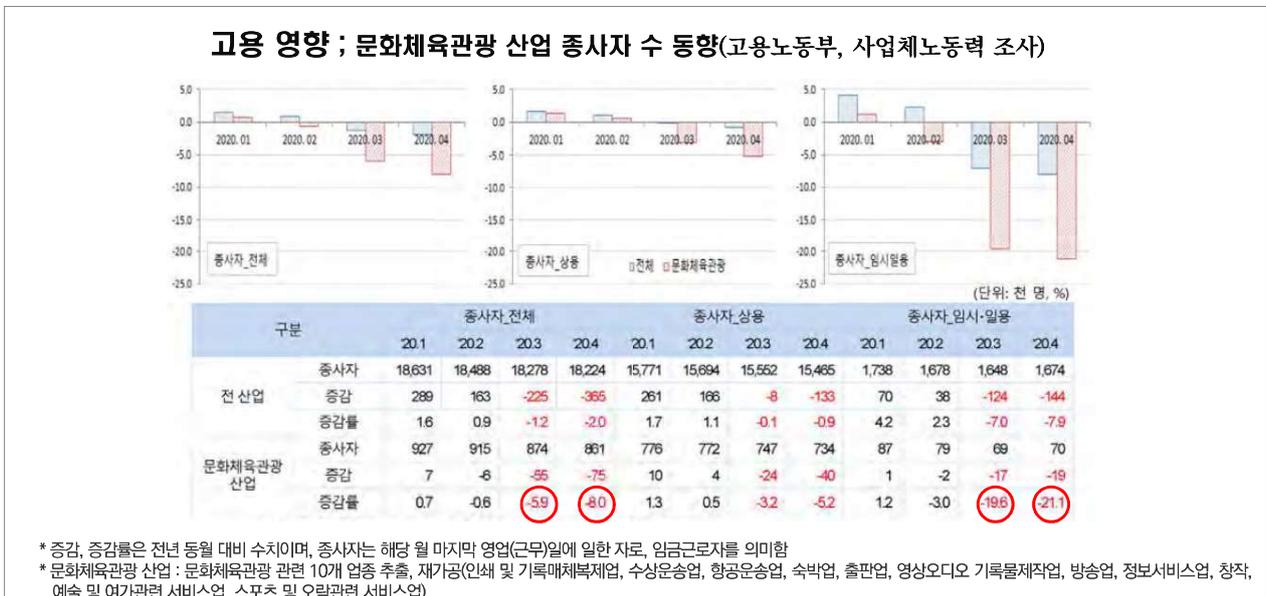
15

02 코로나 19에 따른 문화관광분야의 영향

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

문화체육관광 산업 종사자 수 고용 동향

- 문화체육관광 산업 종사자 수는 3월 5만 5천명(-5.9%), 4월 7만 5천명(-8.0%) 감소
- 문화체육관광 산업과 고용안정성이 낮은 임시일용직에 미치는 고용 영향이 보다 크게 나타남
 - * 3~4월 종사자 수 전년 대비 증감률 : 전 산업 -1.2%, 2.0%, 문화체육관광 산업 -5.9%, -8.0%
 - * 3~4월 문화체육관광 산업 종사자 수 전년 대비 증감률 : 상용직 -3.2%, -5.2%, 임시일용직 -19.6%, -21.1%



출처 : 김성진(2020), 코로나19의 문화 부문 영향과 주요 이슈

16

02 코로나 19에 따른 문화관광분야의 영향

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

숙박 및 음식점업, 예술, 스포츠 여가관련 서비스업 종사자 동향 : 2020년 1월 ~ 4월

- **숙박 및 음식점업, 예술, 스포츠 여가관련 서비스업에 미치는 고용 영향이 전체 산업 영향 보다 큼**
 - * 3~4월 종사자 수 전년 대비 증감률 : 전 산업 -1.2%, 2.0%, 숙박 및 음식점업 -12.0%, -13.1%, 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업 -11.9%, -13.6%
- **고용안정성이 낮은 임시 일용직에 미치는 고용 영향이 보다 크게 나타남**
 - * 숙박 및 음식점업 3~4월 종사자 수 전년 대비 증감률 : 상용직 -11.4%, -12.5%, 임시일용직 -13.1%, -14.2%
 - * 예술, 스포츠 여가 관련 서비스업 3~4월 종사자 수 전년 대비 증감률 : 상용직 -11.9%, -13.6%, 임시일용직 -24.1%, -25.5%

고용 영향 ; 숙박 및 음식점업, 예술, 스포츠 여가관련 서비스업 종사자 동향 (고용노동부, 사업체노동력 조사)



구분	종사자 전체				종사자 상용직				종사자 임시·일용직			
	20.1	20.2	20.3	20.4	20.1	20.2	20.3	20.4	20.1	20.2	20.3	20.4
전 산업	18,631	18,488	18,278	18,224	15,771	15,694	15,552	15,465	1,738	1,678	1,648	1,674
	(1.6)	(0.9)	(-1.2)	(-2.0)	(1.7)	(1.1)	(-0.1)	(-0.9)	(4.2)	(2.3)	(-7.0)	(-7.9)
숙박 및 음식점업	1,285	1,208	1,119	1,104	858	823	769	753	416	374	339	339
	(1.3)	(-4.2)	(-12.0)	(-13.1)	(0.7)	(-5.4)	(-11.4)	(-12.5)	(3.6)	(-1.0)	(-13.1)	(-14.2)
예술 스포츠 및 여가관련 서비스업	316	311	287	284	214	212	200	197	55	53	46	47
	(0.0)	(-2.0)	(-11.9)	(-13.6)	(1.9)	(0.4)	(-6.3)	(-8.2)	(-4.7)	(-3.7)	(-24.1)	(-25.5)

* 괄호 안의 숫자는 전년 동월 대비 증감률
* 종사자는 해당월 마지막 영업(근무)일에 일한 자료 임금 근로자를 의미함

출처 : 김성진(2020), 코로나19의 문화 부문 영향과 주요 이슈

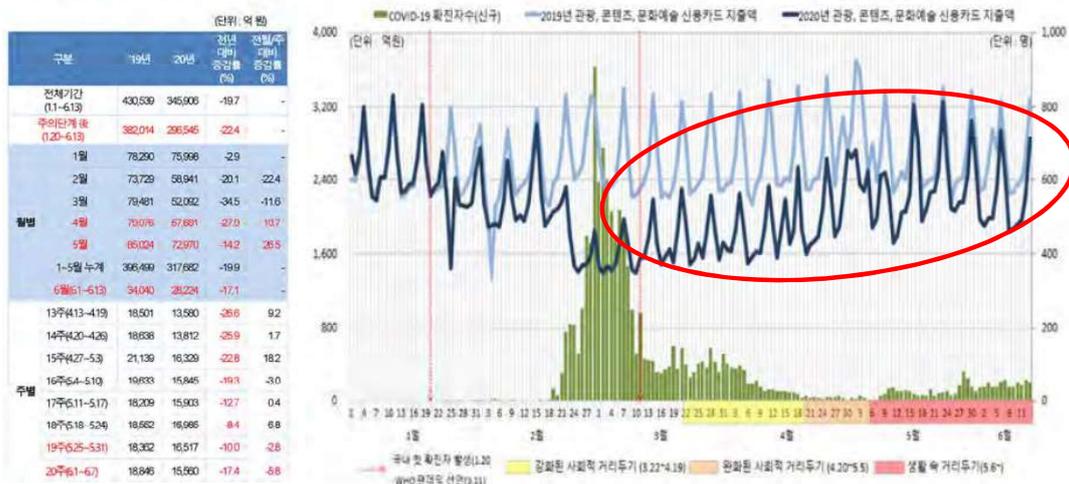
02 코로나 19에 따른 문화관광분야의 영향

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

문화예술, 관광 콘텐츠 신용카드 소비액 : 2019년 ~ 2020년 비교

- 코로나19 첫 확진자 발생 후 **문화예술, 관광, 콘텐츠 관련 신용카드 소비액은 29조 6,545억 원, 전년 동기 대비 22.4% 감소**
- **4월부터 감소폭 완화, 6월 감소폭 확대**
19~20주차 감소폭 확대(긴급재난지원금 효과 약화)

문화예술, 관광, 콘텐츠 신용카드 소비액



* 2020. 6. 13. 기준, 2020년을 기준으로 요일 조정
* 신용카드 소비액 = 국민의 신용카드 승인 실적 + 국내에서 지출한 외국인 신용카드(6종, VISA, MASTER, AMX, JCB, 은련) 승인 실적
* 신한카드 개인 이용 금액을 신한카드 시장 점유율을 활용하여 전체 소비액으로 추정

출처 : 김성진(2020), 코로나19의 문화 부문 영향과 주요 이슈

02 코로나 19에 따른 문화관광분야의 영향

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

지역별 문화예술, 관광 콘텐츠 신용카드 소비액 증감 추이 : 2020년 1월 ~ 5월

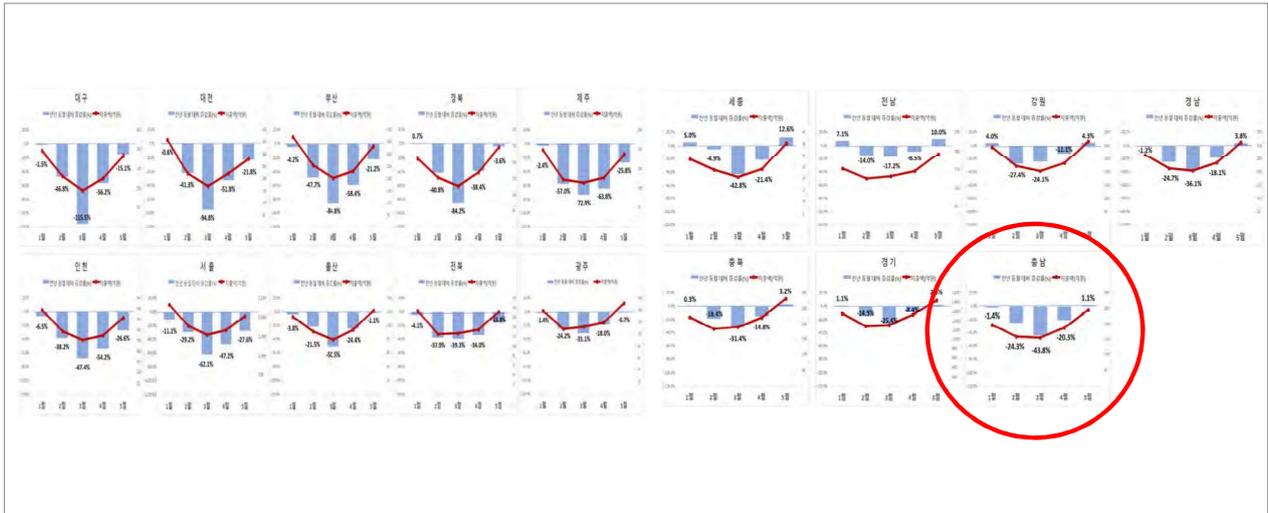
• 3년 전년 동기 대비 감소폭 최대

대구 -115.5%, 대전 -94.8%, 부산 -84.8%, 경북 -84.2, 제주 -72.9%, 인천 -67.4%, 서울 -62.1%, 울산 -50.5%, 전북 -39.3%, 광주 -31.3%

• 4월 이후 감소폭 완화 5월까지 전년 동기 대비 감소 지속

• 5월 전년 동기대비 반등 또는 회복 지역

세종 12.6%, 전남 10.0%로 전년 동기 수준보다 증가, 반등
강원 4.3%, 경남 3.8%, 충북 3.2%, 경기 2.5%, 충남 1.1%로 전년 동기 수준 회복



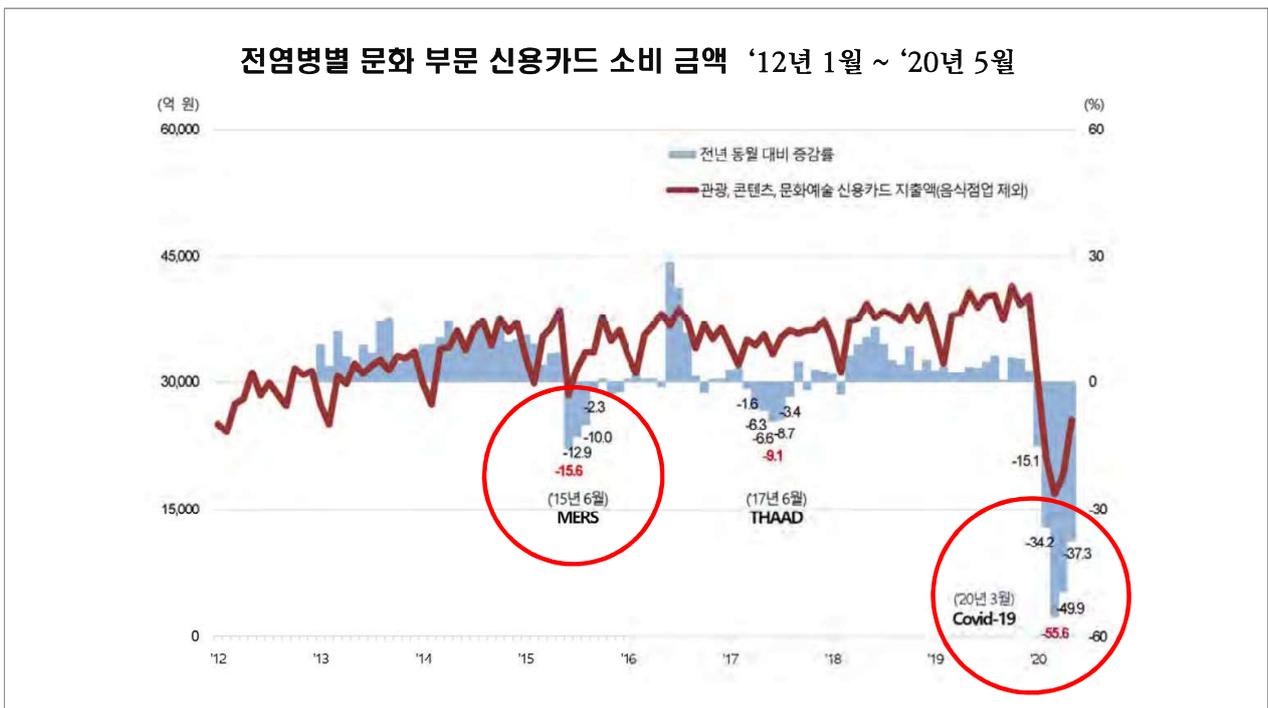
출처 : 김성진(2020), 코로나19의 문화 부문 영향과 주요 이슈

02 코로나 19에 따른 문화관광분야의 영향

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

전염병별 문화 부문 신용카드 소비 동향 : 2012년 ~2020년

- 코로나 19의 영향 크기; MERS('15년 6월 -15.6%), THAAD('17년 6월 -9.1%), COVID-19('20년 3월 -55.6%)



출처 : 김성진(2020), 코로나19의 문화 부문 영향과 주요 이슈

02 코로나19에 따른 문화관광분야의 영향

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

코로나 19로 인한 관광소비지출 피해현황

- 관광 소비지출 피해 현황

'20.1~4월 관광레저 소비지출액*은 전년동기 대비 21.2% 감소(약 11조원)

관광
소비지출
피해현황

- 현 추세가 지속될 경우 상반기에만 최소 17조원 이상 감소 전망
- 특히 4월 여행업△93.5%, 면세점△91.6%, 항공사△85.3%, 관광숙박업 △72.5% 등 주력업종 소비지출 감소가 더욱 심각

〈관광업종 전년대비 소비지출 감소율〉



〈소비지출전망 소비자동향지수〉



“코로나19로 인한 관광소비지출 급감으로 관광업계 피해 심각”

자료 : 관계부처합동(2020.5.26), 케이(K)-방역과 함께하는 관광 내수시장 활성화 대책

21

02 코로나19에 따른 문화관광분야의 영향

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

코로나 19로 인한 국내 관광시장 및 관광업계 피해 현황

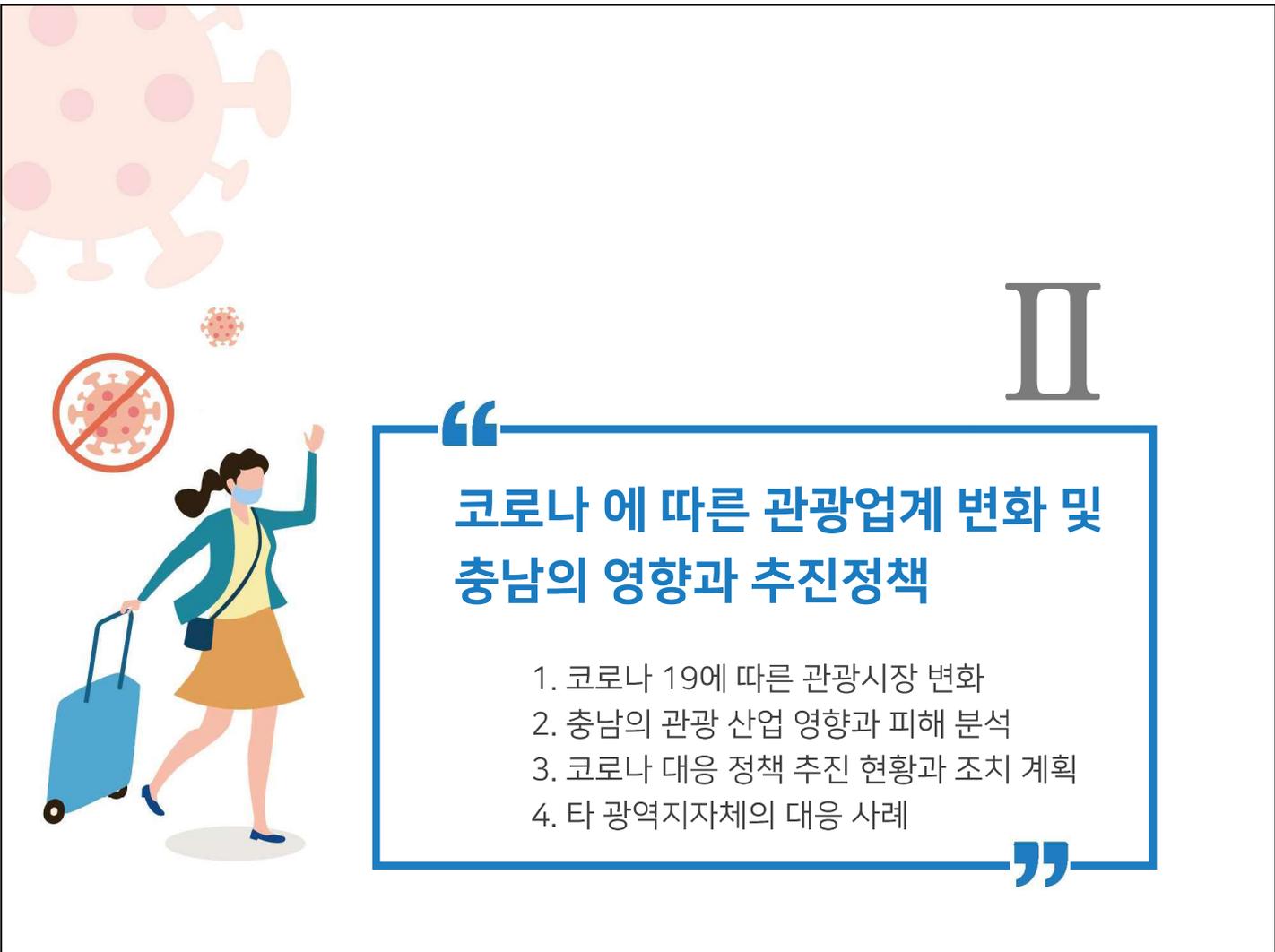
- 관광업계 피해 현황

- 관광소비지출의 감소는 관광업계의 큰 피해로 이어져, 관광진흥법상 업종의 피해규모는 4조원에 이르는 것으로 추정됨('20.5월)

<p>여행업</p>	해외여행 취소율	>	* 3월말 기준, 상위 12개 75.3%(손실금액 1조2,778억원 추정)
	신규예약	>	* 4월~6월 전년실적대비, 상위 12개 약 305만명 감소(손실금액 1조 2,704억원 추정)
<p>호텔업</p>	객실 및 연회취소 누적 피해액	>	* 2.3~4.26일 기준 약 4,924억원 추정
<p>유원시설업</p>	유원시설 매출 감소액	>	* 1.20~5.10일 기준 매출감소액 약 3,353억원 추정
<p>국제회의업</p>	국제회의업 매출 피해액	>	* 2~4월 국제회의 취소·연기 기준 매출액 피해기준 약 2,639억원 추정
<p>카지노</p>	카지노 관련 손실액	>	강원랜드 등 주요 카지노 임시휴업으로 인한 손실 4,730억원(추정)

자료 : 관계부처합동(2020.5.26), 케이(K)-방역과 함께하는 관광 내수시장 활성화 대책

22



코로나에 따른 관광업계 변화 및 충남의 영향과 추진정책

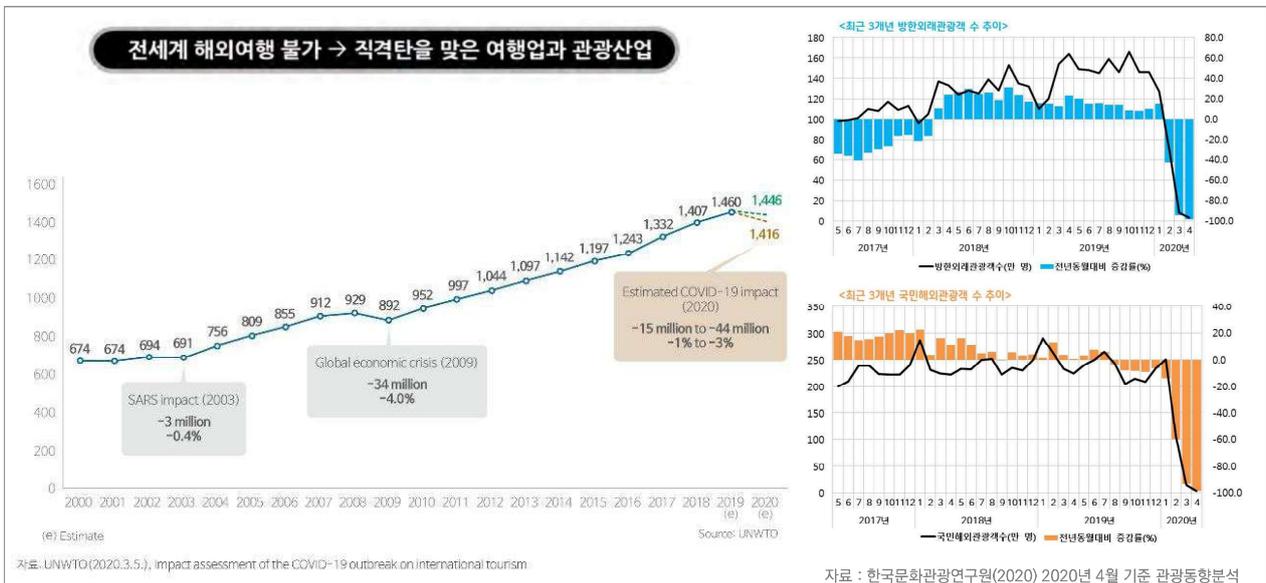
1. 코로나 19에 따른 관광시장 변화
2. 충남의 관광 산업 영향과 피해 분석
3. 코로나 대응 정책 추진 현황과 조치 계획
4. 타 광역자치체의 대응 사례

01 코로나 19에 따른 관광시장 변화

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

코로나 19 이후 폐업 속출하는 벼랑끝 관광업계

- 1분기 문화체육관광 기업경기실사지수(BSI) 49.2
 - 지난해 4분기(87.9)보다 38.7p 하락
 - '여행사 및 관광운수업'은 전분기 대비 62.1p로 최저
 - '관광쇼핑업'은 63.6p 하락한 29.9p로 낙폭이 가장 컸음
 - 연쇄 부도위기를 맞은 항공산업



자료 : 강신겸(2020), 포스트 코로나 시대, 슬기로운 관광정책

01 코로나 19에 따른 관광시장 변화

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

새로운 여행패러다임과 패턴으로 변화

- 현대관광의 역사는 패키지화의 역사, 대중관광과 관광산업의 성장
대량관광의 부작용 표면화 : 문화적 충돌·갈등, 문화의 상품화, 환경훼손 등
- 패키지 여행에서 벗어나 개성 추구·개별화, '경험하는 여행'에 주목
관광경험의 보편화로 보다 차별적이고 세분화된 관광경험(experience) 추구
체험형 레저·여행의 증가, 공정여행, 안전한 여행지, 언택트, 프라이빗
- 새로운 관광비즈니스 등장 > 관광정책의 근본적인 변화 필요



자료 : 아놀자



자료 : 한국관광공사

자료 : 강신겸(2020), 포스트 코로나 시대, 슬기로운 관광정책

01 코로나 19에 따른 관광시장 변화

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

해외여행에서 국내(지역)관광으로 관광산업 재편



해외에서 국내로! 국내여행 특수에 대비

- ✓ '해외보다 안전한 국내', 해외여행에서 국내여행으로 전환 > 여행 특수 대비
- ✓ 다만, 해외여행이 본격화 되면서 빠져나갈 수 있음(일회성 특수)
- ✓ 지자체별로 여름 휴가 및 가을 여행주간을 비롯한 하반기 대비
> '누구에게는 기회, 누구에게는 위기'



청정과 안전, 힐링을 테마로 잡은 로컬 콘텐츠 육성

- ✓ 밀집 대면 기피 현상이 뚜렷해지면서 가족 단위 소규모 관광 수요 증가
- ✓ 힐링 콘텐츠로 뉴시니어 세대인 50~60대들을 지역에 끌어들이는 전략 추진
- ✓ 인기 여행지보다 덜 변화한 곳을 찾는 수요 증대 > 안전한 친환경 관광지 선호 (방역체계)



프라이빗(private), 야외 액티비티(activity) 여행에 주목

- ✓ 레저·액티비티투어 각광, 소규모 그룹 투어가 대세
* 로컬 액티비티 플랫폼 디스커버 제주, 호텔 그 이상의 놀이터 플레이스 캠프 제주
- ✓ FIT 개별여행객 시장과 온라인 관광예약(OTA online Travel Agency)
- ✓ AR(관광안내시스템) AR도슨트, 증강현실 관광안내원
* 목포근대역사관의 체험형 증강현실 큐레이터 조성사업(문화체육관광부 '실감콘텐츠 제작 및 활용사업' 공모)



자료 : 강신겸(2020), 포스트 코로나 시대, 슬기로운 관광정책

코로나19 이후 관광환경 변화 전망



국내 관광

- ✓ 야외 아웃도어 중심 회복
- ✓ MICE 축제는 당분간 침체와 온라인화
- ✓ 청정, 안전, 힐링, 로컬이 대세
- ✓ 지역관광은 빠르게 재편될 전망



국제 관광

- ✓ 온라인 MICE, 미디어 투어
- ✓ VR, AR 플랫폼을 활용한 랜선여행
- ✓ 정부차원의 국제관광진흥 정책 필요

자료 : 강신겸(2020), 포스트 코로나 시대, 슬기로운 관광정책

코로나19 이후 관광정책의 방향과 과제

- 비대면, 비접촉 여행의 일상화 시대

Keyword : 디지털, 로컬, 분권, 소프트

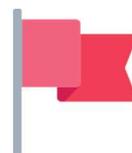
관광산업의 가치사슬과 생태계 재편

여가와 여행 소비 방식의 변화



관광산업 혁신 디지털 관광경제

- 온라인 여행상품 유통과 소비 촉진(OTA)
- 양적 성장에서 질적 변화로, 체질 개선
- 관광 투자 환경의 조성 및 일자리 확충



관광 콘텐츠 개발 로컬의 힘

- 융복합관광 육성 지원 확대
- 로컬투어 경쟁력 강화 방안 모색
- 지역관광마케팅계획(DMP) 수립



제도 혁신 관광법제 개편

- 지역관광진흥법 제정 등 관광법제 개편
- 관광전담조직 설치와 협력적 거버넌스
- 전담조직을 위한 정책사업(메뉴) 마련



관광R&D 소프트경쟁력

- 빅데이터, 통계, 관광 R&D 지원
- 관광전문인력 양성을 위한 교육 지원
- 관광 산업의 회복탄력성(Resilience) 증대

자료 : 강신겸(2020), 포스트 코로나 시대, 슬기로운 관광정책

02 충남의 관광산업 영향과 피해 분석

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

충남 관광객 및 관광산업 동향

- 코로나 19로 **도내 관광업체가 기업경기실사지수(BSI) 12로 가장 큰 영향으로 어려움 발생**

동향 '코로나19'로 관광업계 실태분석

기업경기실사지수(BSI)

✓ 전체산업 51	✓ 자동차 31
✓ 제조업 52	✓ 관광 12
✓ 서비스 48	

국외 - 4월, 5.3천명으로 '19년 382천명 대비 **98.6% 감소**

도내 - 4월, 1,378천명으로 '19년 2,609천명 대비 **47.1% 감소**

숙박 - 4월, 57천명으로 '19년 160천명 대비 **64.3% 감소**

축제 - 2~5월 개최 예정 **24개 축제 취소**
- 경제 손실 902억원(263만명)

지원 - 관광진흥개발기금 69건 42.6억원
- 경영안정자금 187건 54.3억원

지역전망 코로나 관련, 상반기 진정 여부를 기준, 관광객 예측

국내

'19년 2,558만명

→ 안정화 시 1,918만명(△25%)

→ 지속 시 1,279만명(△50%)

외래

'19년 21.5만명

→ 안정화 시 7.8만명(△64%)

→ 지속 시 3.1만명(△86%)

※ 통계기준 : 국내(국민여행조사, 외래(외래관광객실태조사)

자료 : 강신겸(2020), 포스트 코로나 시대, 즐거운 관광정책

02 충남의 관광산업 영향과 피해 분석

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

충남 관광객 수 변화 분석 : 2019년 1월 ~ 3월 / 2020년 1월 ~ 3월

- 충남 관광객 이동동선 주요지점별 관광지 분석

2020년* 1월에서 3월의 충남 전체 관광객은 2019년 같은 기간 에 비해 **약 28.7%(1,256,165명) 가량 감소****하였음

구분(단위: 명)	2019년				2020년			
	총계(1~3)	01월	02월	03월	총계(1~3)	01월	02월	03월
충남	5,250,784	1,565,508	1,620,897	2,064,379	3,119,543	1,555,144	811,840	752,559
천안시	854,196	268,967	243,228	342,001	309,505	195,859	69,497	44,149
공주시	590,873	173,503	180,743	236,627	543,604	287,838	121,012	134,754
보령시	196,276	54,992	64,567	76,717	109,526	56,143	29,813	23,570
아산시	875,076	289,842	285,128	300,106	-	-	-	-
서산시	195,128	45,766	57,812	91,550	670,330	268,437	196,598	205,295
논산시	192,020	47,494	62,491	82,035	59,342	22,867	17,193	19,282
계룡시	1,571	275	591	705	287	287	0	0
당진시	68,803	17,864	20,492	30,447	34,711	13,953	9,621	11,137
금산군	56,502	12,329	18,945	25,228	46,826	16,603	14,815	15,408
부여군	451,062	120,753	151,367	178,942	251,616	129,760	72,713	49,143
서천군	409,724	95,510	103,851	210,363	133,464	93,770	36,227	3,467
청양군	421,123	150,865	141,222	129,036	329,626	186,298	76,204	67,124
홍성군	136,254	39,367	41,461	55,426	110,567	45,422	32,784	32,361
예산군	558,145	183,854	192,310	181,981	348,819	182,170	85,063	81,586
태안군	244,031	64,127	56,689	123,215	171,320	55,737	50,300	65,283

* 2019년 집계 되지 않은 2020년 신규 주요관광지점 관광객수 제외

** 관광지식정보시스템 통계자료에 [2020년 아산시 주요관광지점 입장객 데이터]가 누락되어 아산시를 제외 한 감소율 산출
자료 : 관광지식정보시스템(<https://www.tour.go.kr/>), 주요관광지점 입장객

02 충남의 관광산업 영향과 피해 분석

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

충남 관광업계 세부동향 분석

- 관광숙박업소와 주요관광지점 방문객 감소
 - 관련 숙박업소 -68.2%, 주요 관광지점 방문객수 -54.3%
- 관광진흥개발기금 신청 급증
 - 97건중 3건 처리

관광업소 숙박객 및 주요관광지점 방문객 감소 지속(3.1~15)

구분	'19년 (3.1~15)	'20년 (3.1~15)	비고
숙박업 숙박객 수	54,232명	17,198명	감 37,034명(△68.2%)
주요관광지점 방문객 수	762,120명	347,914명	감 414,206명(△54.3%)

※ 2월 (47.4% 감소) 보다 감소폭이 증가함

관광진흥개발기금 및 소상공인 경영안정자금 신청 증가(금년 누계)

구분		건수	금액(백만원)
합계		242 / 48	10,918 / 1,428
관광진흥개발기금	신청 / 처리	97 / 3	6,173 / 260
소상공인경영안정자금	신청 / 처리	145 / 45	4,745 / 1,168

자료 : 충청남도(2020), 제6차 지역경제 상황대응 TF회의 회의자료

33

02 충남의 관광산업 영향과 피해 분석

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

지역축제 취소 및 관광지(시설)운영 분석

- 관광안내소, 문화관광해설사, 관광지(시설) 및 유원시설 운영 중단 증가
- 지역 축제 개최 취소 증가

지역축제 취소 및 관광지(시설) 운영 중단 증가 (4월말 기준)

구분	개소수(인원)	운영 중단 수	비고
관광안내소	28개소	17개소	천안(3), 보령(5), 아산(2), 서산(4), 금산(1), 홍성(2)
문화관광해설사	170명	120명	11개 시군 운영중단
관광지(시설) (관광지점 등록 기준)	193개소	74개소	시설에 따라 중단기간 상이
유원시설	140개	52개소	"
지역축제	105개	15개	논산달기, 보령무청포, 서천동백꽃, 예산윤봉길, 부여(방울토마토, 봄나들이), 당진기시시줄다리기, 천안위례벚꽃, 서산해미벚꽃, 청양장승문화, 태안(몽산포주꾸미, 가재산벚꽃), 금산(비단고을산꽃, 금산천봄꽃)

지역축제 취소로 인한 지역경제 피해액 추정

※2~4월 개최 예정 지역축제 11개 시군, 15개 취소 또는 연기(취소 14, 연기 1)

- 2~4월 축제는 대부분 계절 특산물 및 벚꽃·봄꽃 축제로 시기조정이 불가능한 축제가 대부분으로 지역경제 피해가 큼
- 전년도 경제 파급효과 반영 및 2017년 문화체육관광축제 종합보고서 1인당 평균 축제 소비액(53,661원) 반영 결과, 737.8억원 피해 추정되고, 관람객수는 173만명이 감소한 것으로 조사됨

축제별 예상 경제 손실액(억원)

논산달기(245), 보령주꾸미·도다리(5), 서천동백꽃·주꾸미(86), 천안위례벚꽃(16), 서산해미벚꽃(107), 당진기시시줄다리기(26), 금산비단고을산꽃(5.3), 금산남일면홍도화(3.2), 금산천벚꽃(4.8), 칠갑산장승문화(16), 부여세도방울토마토(80), 예산윤봉길평화(10), 태안가재산벚꽃(0.5), 태안몽산포주꾸미&수산물(53), 부여부소산봄나들이(80)

자료 : 충청남도(2020), 제6차 지역경제 상황대응 TF회의 회의자료

34

02 충남의 관광산업 영향과 피해 분석

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

충남 도내 여행사 운영 현황 전수 조사

여행사 근로자 고용 현황 및 운영자금 지원 현황 : 5.18백만원 수준

여행사 유형(개소)				근로자수 (명)	최근 5년간 운영자금 지원(백만원)				휴업*
계	일반	국내	국내외		계	기금	소상공	신보	
379	65	60	254	1,482	1,964	157	920	887	31

* 31개소는 연락 불가로 휴업으로 판단



대부분 관내 여행사는
5인 이하 종업원이 근무하는 영세사업자로
코로나19 확산 이후 경영악화 가중



특히, 소상공인 경영자금이나,
신용보증재단 대출을 원하나,
낮은 신용등급 및 전년도 매출액
불확실 신고로 대출액이 소액(1~2천만원)

자료 : 충청남도(2020), 제6차 지역경제 상황대응 TF회의 회의자료

35

03 코로나 대응 충남의 정책 추진 현황과 조치 계획

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

5.6 생활 속 거리두기 이후, 추진방향

도내 관광지, 유원시설, 야영장 개방



- 사전 방역 조치 및 사회적 거리 두기
홍보물 등 비치 후 개방 조치

방역수칙 준수



- 관광지 및 관광업소 대상, 방역물품비치,
감염관리 책임자 지정 등 방역수칙 이행
(관광해설사를 계도요원으로 활용)

대대적 충남 관광 홍보



- 5월부터 수도권 대상 옥외 전광판, 지하철
광고 등 대대적 옥외홍보로 '봄철, 하계
휴가철' 관광객 유치 추진
* 5월중 충남관광 홍보전 2회 개최 추진

지역 여행사 우선 살리기 추진



- 타시·도 관광업체에만 지급한 '단체
관광객 유치 인센티브' 를 도내 시·군간
이동 시에도 지원
※ '20년 사업비 2억원 중 1억원을 도내 업체에 우정 배정 추진

해외 온라인 홍보



- 중국, 일본, 동남아시아 현지 유력 매체
등 활용

자료 : 충청남도(2020), 제3차 비상경제상황 점검회의

36

03 코로나 대응 충남의 정책 추진 현황과 조치 계획

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

그동안 추진상황(5월 기준)

금융지원	관광시설 점검	관광활성화대책
<ul style="list-style-type: none"> • 기금 : 98건, 66.2억원 • 경영안정자금 : 229건, 69억원 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 관광시설 생활 속 거리두기 지침 준수 여부 점검 	<ul style="list-style-type: none"> • '포스트 코로나19 충남관광 활성화 추진 방안' 수립·보고 (단기, 중장기 8개 과제)
<p>심사 중 262건, 97억원</p> <p>↓</p> <ul style="list-style-type: none"> - 기금 53건, 38억원 - 경영안정자금 209건, 59억원 	<p>행정지도 42건</p> <p>↓</p> <ul style="list-style-type: none"> - 소독일지 작성 23 - 체온계 구비 8 - 마스크착용 4 - 거리유지 2 - 기타 5 	<p>단기 5개</p> <p>➔</p> <ul style="list-style-type: none"> - 관광업계 지원 - 지역여행사 우선 살리기 인센티브 운영 - 군문화엑스포 관광객유치 - 하반기 축제 개최 - 충남 클린여행 캠페인 추진 <p>중장기 3개</p> <p>➔</p> <ul style="list-style-type: none"> - 10대 관광사업 발굴 - 충남관광재단 조기 설립 - 메가이벤트 개발

자료 : 충청남도(2020), 제3차 경제산업 대책본부회의 회의자료

03 코로나 대응 충남의 정책 추진 현황과 조치 계획

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

제안·건의시책 검토와 포스트 코로나 역점과제

제안·건의 시책 검토

관광택시 도입방안 마련



운영방법
추진방향

- 기존 택시 영업 병행하면서 관광택시 예약·배차시 관광택시 우선 운영(사전예약제)
- 시군 수요조사 및 추진방법, 보조금 매칭 등 협의 후 추진

미사용 축제예산 활용 대체 축제 개발



현황
대책

- 2~5월 개최 예정 39개 축제 중 24개 축제 취소 결정
- 홍성 역사인물 축제 등 대체가 가능한 축제는 하반기 개최 추진 및 시군과 공동으로 대체 축제 개발 지속 협의

AR, VR 기술을 통한 관광 홍보사업 발굴



추진방향

- 증강현실(AR)을 접목한 관광안내 시범서비스 구축 및 가상현실(VR) 활용 영상 콘텐츠 제작으로 관광객 관심 유발

여행사, 소상공 숙박업 지원



여행사
소상공지원

- 인센티브제도 운영으로 여행사 당 3백만원 한도 지원
- 관광진흥개발기금, 경영안정자금, 생활안정자금 지원 중

기타 제안 과제



- 관광 위기관리 대응시스템 구축, 디스커버리 캠핑리조트 유치, 충남형 TIPS 구축 등은 道 관광 여건을 감안한 세부 검토 후 추진

자료 : 충청남도(2020), 제3차 경제산업 대책본부회의 회의자료

제안·건의시책 검토와 포스트 코로나 역점과제

Post
코로나19
역점과제

지역여행사 우선 살리기 인센티브 제도 운영



추진방향
지원기준

- 그동안 도와 지역 여행사 대상 → 도내 여행사 지원 변경
- 차량임차료 20~40만원/1대, 숙박비 1~2만원/1인 지원

충남 클린(Clean)여행 캠페인 추진



추진방향
도-시군 역할분담

- 정부의 '생활 속 거리두기' 전환에 따른 방역수칙 준수 캠페인
- 도는 안전하게 즐기는 충청남도 '충남으로 오세요' 홍보포스터 배부, 시군은 관광업체 생활방역 기본수칙 지도·점검

자료 : 충청남도(2020), 제3차 경제산업 대책본부회의 회의자료

충남리포트 : 코로나 19 대응시리즈[관광부분] - 충남연구원(2020.5.7)

- “Bounce-Back 충남”을 위한 분야별 대응방안 모색

당면문제



코로나19의 발생

전산업분야에 걸쳐 부정적인 영향을 미치며, 특히 관광산업에 큰 타격을 가져옴



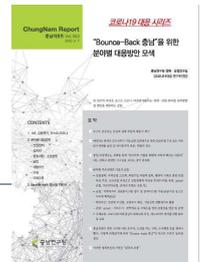
코로나 사태 이후 국내 관광산업

관광산업의 업종별로 항공업계, 숙박·여행업, 회의산업, 유원시설업, 중소관광업체와 연관 사업체까지 많은 피해가 있다고 파악됨



코로나 시작 초기에 전망한 충남

충남은 코로나 시작 초기 전망(충남 경제 이슈보고서)에서 국내관광 40% 급감과 중국관광객의 입국제한에 따른 경제적 손실을 분석
중국인 관광객 입국제한이 6개월 지속시 도내 생산액 5,290억원, 부가가치액 1,720억원이 감소할 것으로 추정



03 코로나 대응 정책 추진 현황과 조치 계획

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

충남리포트 : 코로나 19 대응시리즈[관광부분] - 충남연구원(2020.5.7)

- “Bounce-Back 충남”을 위한 분야별 대응방안 모색



전략방향 및 추진시책



코로나19에 대한 충남의 관광산업별 피해와 영향에 대한 분석과 사업별 대응전략을 위한 사전조사 및 결과분석을 통해 시책을 마련해야함



예산과 제도적 차원의 지원방안 모색과 시책 추진



온라인 관광상품과 지역 특산물, 음식 등의 판매와 유통 확대사업 추진



사회적 거리두기 관련 비대면 관광자원 및 여행상품의 발굴과 운영



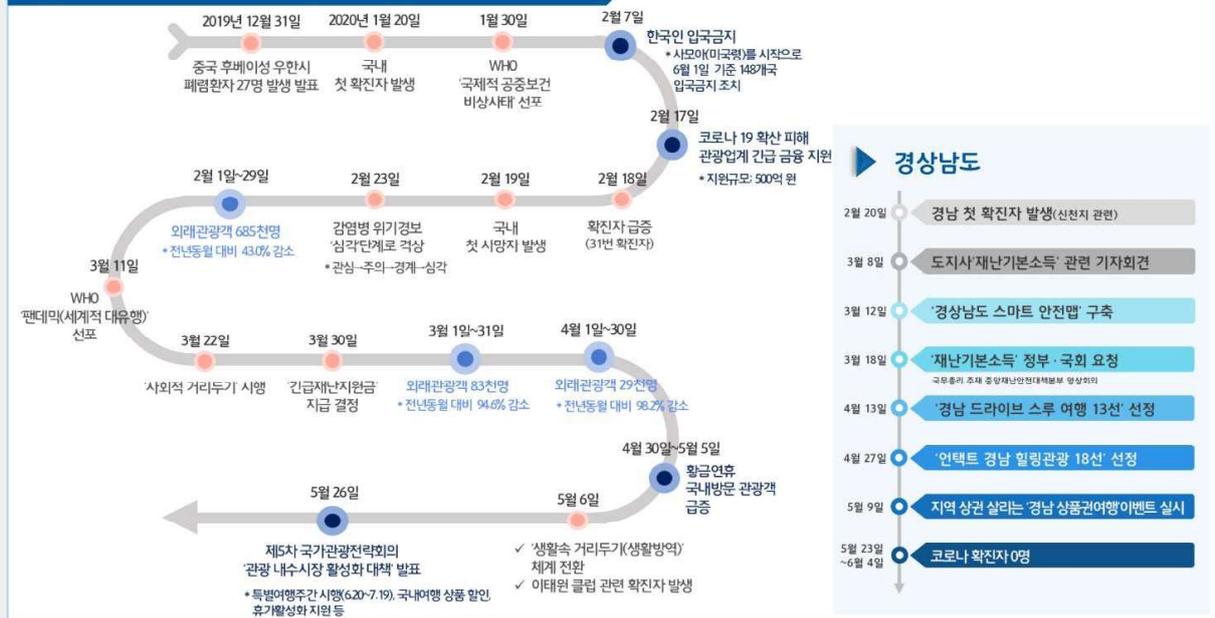
코로나19극복 포스트 충남 관광 수용태세 사전 구축

04 타 광역지자체의 대응 사례 : 경상남도(2020.6.8)

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

코로나 19의 주요 이슈

1 코로나19의 주요이슈



04 타 광역지자체의 대응 사례 : 경상남도(2020.6.8)

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

코로나 19로 변한 관광트렌드

- 안전, 개별관광, 언택트관광, 웰니스관광, 디지털관광, Bleisure 등

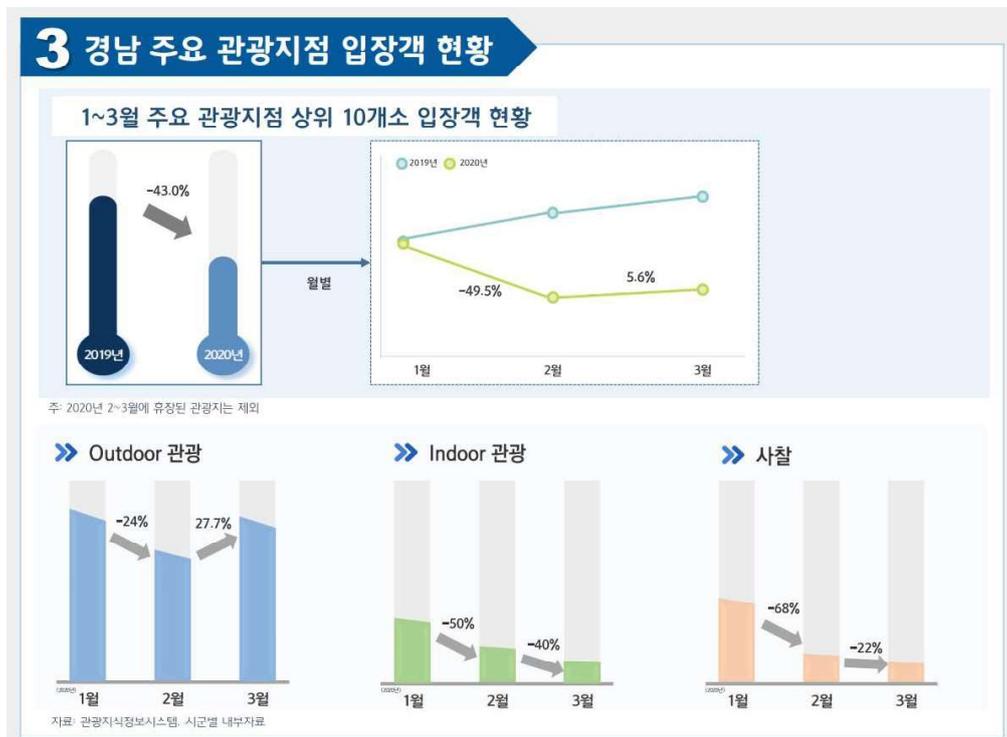


04 타 광역지자체의 대응 사례 : 경상남도(2020.6.8)

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

경남 주요관광지 입장객 현황(상위10개소)

- 2019년보다 2020년에 43.0% 감소
- Indoor와 사찰관광이 높은 감소율 차지

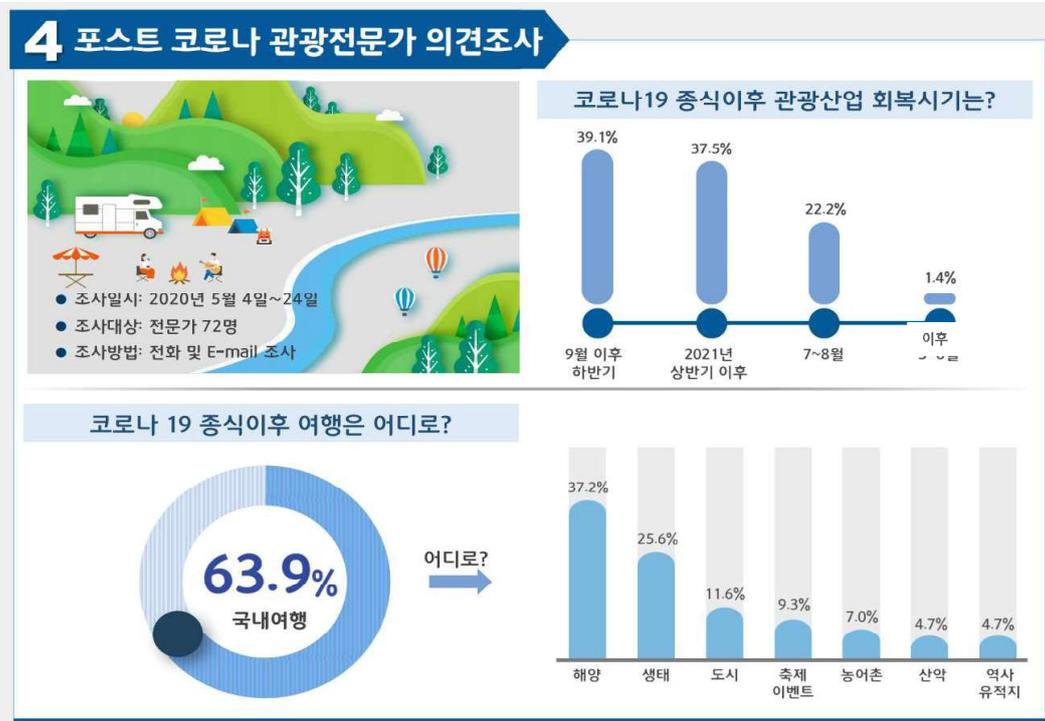


04 타 광역지자체의 대응 사례 : 경상남도(2020.6.8)

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

포스트코로나 종식에 대한 관광전문가 의견조사

- 2021년 상반기 이후에 종식과 관광산업 회복(61.1%) 예상
- 코로나 종식 후 여행을 국내여행(63.9%)으로 해양(37.2%), 생태관광(25.6%) 순

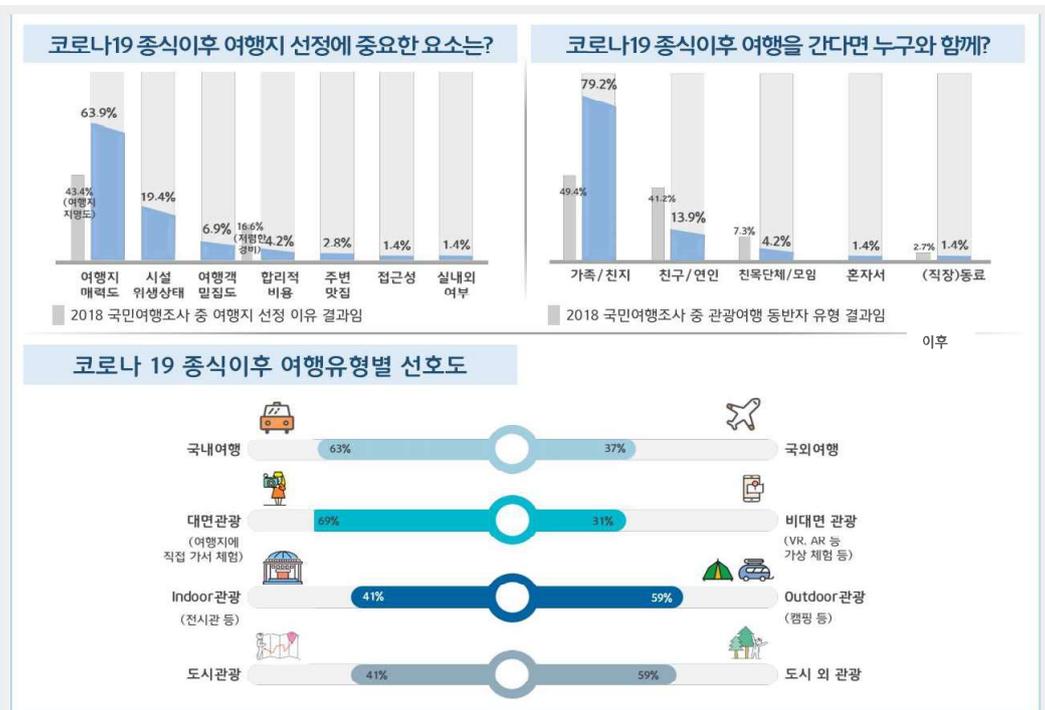


04 타 광역지자체의 대응 사례 : 경상남도(2020.6.8)

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

포스트코로나 종식에 대한 관광전문가 의견조사

- 코로나 종식 후 여행지 선정 중요요소는 여행지 매력도(지명도)가 63.9%, 시설 위생상태 19.4% 순임
- 여행유형별 선호도는 국내여행 (63%), 대면관광(체험)(69%), Outdoor관광(캠핑)(59%), 도시 외 관광(59%) 순임



포스트 코로나 극복방안

- 밀집도 낮은 자연생태, 역사와 문화체험, 업무와 여가활동 동시체험(BLeisure) 등
- 개인 및 가족단위 프라이빗 관광활동 선호 관광지 육성 등

5 포스트 코로나 극복방안

☑ 로컬투어

사람들의 밀집도가 낮은 곳으로, 자연생태, 역사와 문화, 먹거리 등을 체험

- 경남 마을호텔 시범 선정 및 운영
- '현지인이 추천하는 로컬투어 프로그램' 개발 및 운영 등

☑ BLeisure

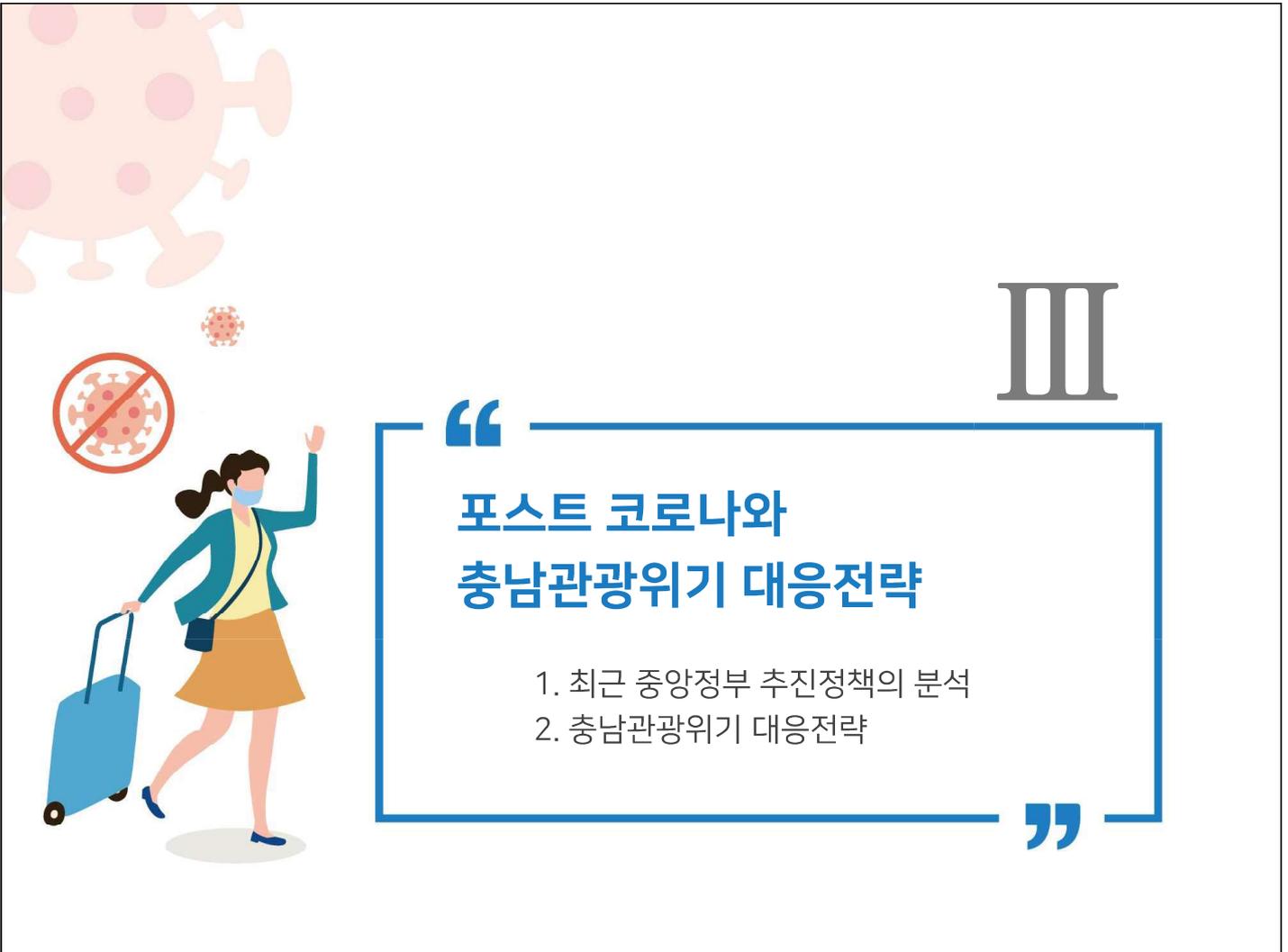
업무와 여가활동을 동시에 체험

- 리조트, 자연휴양림, 농어촌휴양마을 등 공유 오피스 공간(컴퓨터, 화상회의 시스템, 와이파이 등) 조성
- BLeisure 지원 서비스 제공 등

☑ 프리미엄·프라이빗

개인·가족단위로 외부와 차단되거나 타인과 접촉을 최소화 할 수 있는 품격있는 장소에서 관광활동 체험

- 나만을 위한 전시장(박물관·미술관 등) 운영(사전 예약제)
- (가칭)경남 프라이빗 럭셔리 관광지 10선 선정



01 최근 중앙정부 추진정책의 분석과 시사점

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

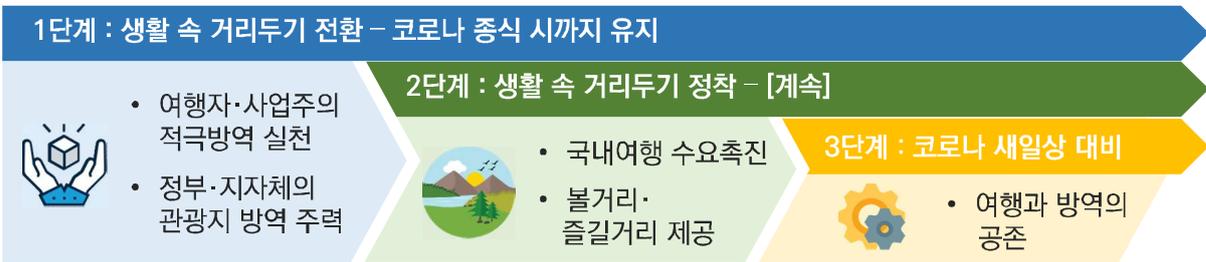
코로나19 상황에 따라 단계적·전략적 접근

- 추진방향 - 관광 내수시장 활성화 대책은 크게 3가지 전략적 원칙에 기반하여 추진

방역 철저	- 급속한 여행수요 확산에 대비, 감염 방지를 위한 방역 및 안전대책 에 최선
내수 회복	- 가급적 피해를 입은 관광업계의 매출증가에 기여하는 방향 으로 정책 설계
코로나19 새 일상 대비	- 코로나19 이후 상황에 대비하여, 안전과 위생을 기반으로 한 관광서비스 개선 추진

- 단계적 추진전략

- [1단계 : 안전여행] - 국민 개개인이 여행하는 여행문화 확산에 집중, 코로나 19 종식 시까지 유지
- [2단계 : 내수시장 회복] - 여행수요 촉진+볼거리·즐길거리 확충에 집중하되, 방역수칙은 계속 실천
- [3단계 : 코로나 19 새일상 대응] - 코로나19 이후 환경에 알맞은 관광서비스 개선, 새여행문화 정착



자료 : 관계부처합동(2020.5.26), 케이(K)-방역과 함께하는 관광 내수시장 활성화 대책

49

01 최근 중앙정부 추진정책의 분석과 시사점

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

코로나19 위기극복을 위한 관광시장 목표와 추진단계



자료 : 관계부처합동(2020.5.26), 케이(K)-방역과 함께하는 관광 내수시장 활성화 대책

50

01 최근 중앙정부 추진정책의 분석과 시사점

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

전략별 추진과제

세부 과제	소관부처	추진시기	세부 과제	소관부처	시기
1. 케이방역(K-방역) 기반 안전여행 확산			② 국내 여행상품 할인		
1. 코로나 종식까지 여행지에서의 적극적 방역 실천	문체부·지자체	205~	③ 치유 여행상품 할인	문체부	207~
① 안전 메시지 전파			④ 놀이공원 할인	문체부	207~
② 안전지침 확산 및 안전여행 정보제공			⑤ 지역관광벤처 상품 할인	문체부	207~
2. 방역 지침 준수를 위한 안전여행 캠페인 전개			⑥ 교통할인(연안여객선, KTX)	해수부, 국토부	20하반기
① 현장 캠페인 전개	문체부·지자체	205~	⑦ 지자체별 할인(부산, 경북, 전북, 서울, 인천)	지자체	206~
② 철저한 관광지 방역 및 지역 역할 강화			3. 잠재 관광수요 촉진을 위한 부가적 혜택 부여		
3. 코로나19 시대에 알맞은 대안 여행지여행방식 소개			① 지역숙박 유도(지역관광명소 인증)	문체부	207~
① 숨은 관광지, 자전거, 걷기길 등 소개	문체부	계속	② 걷기여행 유도	문체부, 해수부	207-11
② 건강한 해양관광 10선	해수부	205~	③ 정부 포상금 활용(170억)	전부처	205~
③ 생태탐방 명품 100선	환경부	205~	4. 휴가활성화 지원		
④ 비대면 안내서비스 확대	문체부	205~	① 근로자 휴가비 지원	문체부, 경기도	20-21.2
2. 국내여행 수요촉진			② 휴가 캠페인	문체부, 전부처	206~
1. '2020 특별 여행주간'으로 내수 회복 유도	문체부·국토부·해수부	206월말~	③ 연가사용, 금요일 조기퇴근 활성화	인사처, 전부처	계속
2. 정부, 민간, 지자체가 함께하는 국내여행 상품 할인	문체부·지자체	205~			
① 국내 숙박 할인	문체부	208~			

자료 : 관계부처합동(2020.5.26), 케이(K)-방역과 함께하는 관광 내수시장 활성화 대책

51

01 최근 중앙정부 추진정책의 분석과 시사점

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

전략별 추진과제

세부 과제	소관부처	추진시기	세부 과제	소관부처	시기
3. 핵심 볼거리·즐길거리 제공			- 관광두레 여행		
1. 코로나19로 지친 대국민·의료진 치유(힐링) 프로그램			- 생활여행	문체부	205~
① 자연 속 건강하고 여유로운 여행경험 제공			② 주제가 있는 여행. 체험상품 운영		
- 걷기 프로그램	문체부·환경부 산림청	206~	- 문화유산 체험여행	문화체육	205-11
- 농촌 프로그램	농식품부·농진청	206	- 농업유산 여행	농식품부	205-11
- 어촌 프로그램	해수부	계속	- 태권도 여행	문체부	206~
② 의료진·봉사자 등 대상 치유프로그램 운영			- 박물관·미술관 여행	문체부	208
- 해양치유	해수부	206-10	- 태권도 여행	문체부	206~
- 산림치유	산림청	206-11	③ 지역별 특색있는 경험 제공		
- 생태치유	환경부	205~	- 비무장지대(DMZ) 여행	문체부·행안부 환경부·농식품부 통일부·국방부	206~
- 사찰치유	문체부	203-10	- 전통시장 여행	중기부	206-12
- 예술치유	문체부	209-10	- 지역명소(백년가게) 발굴	중기부	계속
2. 문화유산 방문 캠페인을 국내수요에 집중	문화체육	205~	4. 관광+소비촉진 행사 개최로 관광객 유인		
3. 다양한 관광코스과 상품개발			① 볼거리와 연계한 소비촉진 행사·이벤트		
① 지역 체류형 상품 운영			- 대한민국 동행세일, 청년상인 축제 등	중기부	206-7
- 테마여행 10선	문체부	206			

자료 : 관계부처합동(2020.5.26), 케이(K)-방역과 함께하는 관광 내수시장 활성화 대책

52

01 최근 중앙정부 추진정책의 분석과 시사점

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

전략별 추진과제

세부 과제	소관부처	추진시기	세부 과제	소관부처	시기
- 청년상인 축제	중기부	206	② 관광지 혼잡도 분산		
- 소비촉진 행사	중기부	20하반기	- 한적한 관광지 추천 ('여행예보')	문체부	208~
② 다양한 축제 개최			- 특별관리지역 지정	문체부, 지자체	205~
- 문화관광축제	문체부	207~	- 자연 속 숙박시설 조성	환경부, 산림청	계속
- 해양레저 대회, 축제	해수부	208-9	2. 지속적인 안전점검 및 위생관리 강화	문체부·복지부 농식품부· 산림청·식약처 ·지자체	205~
- 전통시장 가을축제, - 전국 우수시장 박람회	중기부	2010-11 2010		3. 코로나이후를 대비한관광업계·지역의경쟁력강화	
③ 하반기 한류행사 재개			- 여행평가 시스템 구축	문체부	205~
- 한국문화축제 개최	문체부	207,10	- 종사원 교육, 맞춤형 인재발굴	문체부	205~
- 시범공연 행사 개최	문체부	207~	- 지역혁신창업가 발굴	중기부	20~
			- 문화관광해설사 평가	문체부, 지자체	20~
4. 코로나 새일상(뉴노멀) 대비 관광전략 수립					
1. 전세계를 주도하는 새로운 여행문화 확산	문체부	계속			
① 코로나19 새일상 선제 대응					
- 새 여행문화 확산					
- 데이터 기반 신규서비스 개발					



자료 : 관계부처합동(2020.5.26), 케이(K)-방역과 함께하는 관광 내수시장 활성화 대책

02 충남관광위기 대응전략

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

전략 1: [1단계] 케이(K) - 방역 기반 안전여행 확산



사업
내용

- >> 코로나 종식시까지 여행지에서 적극적 방역 실천
- >> 방역 지침 준수를 위한 관광현장 점검
- >> 코로나19 시대에 알맞은 대안여행지, 여행방식 소개

- 안전메시지 및 지침 확산 등
- 철저한 관광지 방역 등
- 숨은관광지 발굴 등

대응전략

- 충남 안전여행 홍보강화 및 관광사업자·관광지 방역지침 교육 실시
- 충남관광협회 중심 현장캠페인과 주요관광시설물 안전수칙 부착
- 유명 관광지 방역 방역 단기 인력 채용 운영(전국 약 6,400명) * 충남 문화관광해설사 배치로 적극적 관리 추진
- 드라이브 스루 및 무인기(드론) 관광상품화
- 비대면 관광지 활성화 : 숨은관광지, 걷는길 해양관광 10선, 생태탐방 명품 100선, 비대면 안내서비스 실시

전략 2: [2단계] 국내여행 수요 촉진

핵심과제 1 - "2020 특별여행 주간"으로 내수회복 유도

사업
내용

- >> 주 제: 안전하게 즐기는 일상여행
- >> 기 간: 5.30 ~ 7.19
- >> 주요 프로그램: "생애주기별 여행" 테마관광지 소개 및 국민참여형 프로그램 운영, 교통이용권 출시(철도, 고속버스, 여객선, 공유자동차) 등, 여행주간 연계 특별 가족프로그램 진행 등



대응전략

- 충남 해양·생태·역사 관광명소 국민참여 프로그램 운영(2M, 마스크, 방역 등)
- 철도, 고속버스, 여객선, 공유자동차 교통이용권 관광지 지정·운영
- 충남 및 시군운영 캠핑장 가족캠핑 프로그램 진행(정부, 사업주, 참가자 각 1만원 분담)

02 충남관광위기 대응전략

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

전략 2: [2단계] 국내여행 수요 촉진(계속)

핵심과제 2 - 정부, 민간, 지자체가 함께하는 국내여행 상품 할인

사업 내용	>> 숙박·여행상품 할인	국내숙박할인, 국내여행상품할인(선결제 30%), 치유관광지 할인(추천 치유관광지 50선)
	>> 체험상품 할인	놀이공원할인(60%), 지역관광벤처 상품할인(40%) 등
	>> 교통 할인	연안여객선할인(대전항 등), KTX할인(소그루, 인터넷 등)
	>> 지자체별 할인	전북, 인천 여행권(1+1), 인천·울산 시티투어(50%) 등

대응전략



- 충남관광 호텔, 콘도, 농어촌 민박, 모텔, 한옥 등 등록(신고) 숙박업체
- 충남 할인 대상 여행상품 공모 선정(여행사+지자체)
- 태안·보령 해양치유 관광지 선정(50선) 추진
- 대전항 등 연안여객선 '바다로' 가격 할인 및 가족권 출시
- 충남형 할인관광 상품 운영(시·군 포함) 할인



핵심과제 3 - 잠재 관광수요 촉진을 위한 부가적 혜택 부여

사업 내용	>> 지역숙박 유도	테마 여행 10선 관광명소 + 인근숙박 + 국민관광상품권(6만원)
	>> 걷기 여행 유도	걷기왕 선발(국민관광상품권 6만원), 걷기실적 적립(국내여행상품권, 해인누리길(여행경비지원))
	>> 공공부문 포상금 활용	코로나19 극복 국민관광 상품권 제공(전부처, 지자체, 공공기관)

대응전략



- 충남 위대한 금강 역사여행(공주·부여)연계 국민관광 상품권 유치
- 충남 시·군의 걷는길 연계 걷기 여행 유도 사업 및 지자체 자체 사업 추진
- 충남 및 각 시·군 공공부문 포상금으로 지역 화폐 또는 국민 관광상품권으로 제공

02 충남관광위기 대응전략

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

전략 2: [2단계] 국내여행 수요 촉진(계속)

핵심과제 4 - 휴가활성화 지원

사업 내용	>> 근로자 휴가지원 사업	대상인원 확대(8-12만명) 및 범위 확대
	>> 휴가캠페인	휴가사용 장려 "유휴(有休)" 캠페인 추진
	>> 연가사용 활성화	성과평가에 연가사용 실적 반영 확대 권고
	>> 금요일 조기퇴근 활성화	금요일 또는 공휴일 전날 조기 퇴근 권장
	>> 공무원 1인 1여행 캠페인	우수 참여자 연말 문체부 장관 포상

대응전략



- 충남지역 상품 구매시 최대 10만원까지 추가할인제 도입
- 충남도 거주 비정규직·특수 고용노동자 대상 1인당 여가비 지원제 실시
- 충남도 및 시·군 유휴 택배(딜리버리) 이벤트 진행
- 충남 유연근무제 기관 시차 출퇴근제와 2시간 연가사용 권장
- 충남 공무원·공공기관 동호회 및 부서원 동료간 자유여행 권장



[휴가활성화를 위한 주요 기업들의 유연근무제 활용 예시]

02 충남관광위기 대응전략

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

전략 3: [2단계] 핵심 볼거리·즐길거리 제공



핵심과제 1 - 코로나 19로 지친 대국민·의료진 치유(힐링) 프로그램

사업
내용

- >> 자연속, 건강하고 여유로운 여행 경험 제공
걷기 프로그램, 청소년 걷기여행, 국립공원 걷기, 숲길 걷기, 농촌 프로그램, 어촌 프로그램
- >> 의료진·봉사자 등 대상 치유 프로그램 운영
해양치유, 산림치유, 생태 치유, 사찰치유, 예술치유, 치유프로그램 체험, 감정노동자 지원 등

대응전략



- 충남이야기가 있는 걷기여행 온라인 판매 및 해설사 운영
- 충남 내 비등고 학생 대상 “청소년 걷기 여행” 프로그램 운영(솔바람길, 해안길 등)
- 계룡산 걷기 여행 스탬프 투어 운영, 내포문화 숲길 걷기 원정대 운영 등
- 충남 농촌과 서해안 독살·갯벌 체험프로그램 운영 등
- 충남 태안 해양치유·관광체험단 운영(8,000명, 해수부)
- 충남 자연휴양림 및 치유의 숲 치유 캠프 개최
- 충남 신두리 사구 생태 체험 프로그램(생태탐방원) 운영
- 충남 템플스테이 사찰 “토닥토닥 템플스테이”, “치유 템플스테이 운영”
- 충남 미술여행 프로그램(공주 연미산 자연미술공원) 운영
- 의료진·자원봉사자 “치유관광지 50선”(관광공사 선정) 대상지 사업 선정



[산림] 계룡산 국립공원



[해양] 꽃지 해수욕장



[생태] 국립생태원



[사찰] 정림사지5층석탑

02 충남관광위기 대응전략

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

전략 3: [2단계] 핵심 볼거리·즐길거리 제공(계속)

핵심과제 2 - 문화유산 방문 캠페인을 국내 수요에 집중

사업
내용

- >> 7대 방문코스 운영 국내 대표 문화유산 테마를 지역별 선정
- >> 5대 특별사업 세계유산 축전 개최(경북 등 3개소)
- >> 7대 연계사업 문화재 야행 등
- >> 홍보 추진 문화유산 관광티비 홍보 콘텐츠 제작 지원

대응전략



- 백제 고도의 길 코스 운영(공주·부여·익산)
- 수행의 길(산사) : 마곡사, 갑사, 신원사 등
- 문화재 야행 : 공주 등의 타시·군 확대
- 백제 유적지구 문화유산 관광 티비 홍보 콘텐츠 제작



핵심과제 3 - 다양한 관광코스와 상품개발

사업
내용

- >> 지역체류형 상품운영 테마여행 10선, 관광두레 여행, 생활 여행
- >> 주제가 있는 체험여행 운영 문화유산 체험, 농업유산 여행, 박물관·미술관 여행
- >> 지역별 특색있는 경험 제공 전통시장 여행, 지역 명소 발굴

대응전략



- 공주·부여·대전·익산의 위대한 금강역사여행 온라인 여행사 상품판매
- 충남 내 관광두레 대상 가족여행, 동호인, 회사 워크숍 유치·운영
- 공주 하숙마을 생활여행 상품 운영
- 금산인삼 세계 농업유산과 인삼축제 연계 여행상품 운영
- 충남 내 박물관·미술관 여행 상품운영
- 충남 전통시장과 100년 가계 명소 관광 상품 운영 등



02 충남관광위기 대응전략

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

전략 3: [2단계] 핵심 볼거리·즐길거리 제공 (계속)

핵심과제 4 - 관광+소비 촉진 행사 개최로 방문객 유인

사업
내용

- | | |
|------------------------|--|
| » 볼거리와 연계한 소비촉진 행사·이벤트 | 대한민국 동행세일, 청년상인축제, 소비촉진 행사 |
| » 다양한 축제 개최 | 문화관광축제 재개 검토, 해양레저 대회·축제, 전통시장 가을축제, 전국 우수시장 박람회 등 |
| » 하반기 한류행사 재개 | 지역한류박람회, 한국문화축제 등 |

대응전략



- 충남 전통시장 릴레이 특별 판매전 및 온라인 기획전 실시 *금산인삼, 강경·홍성젓갈, 서천·보령 김 등 연계 추진
- 금산인삼축제, 젓갈축제 등 지역 특산물 축제의 온라인 축제 개최로 전환
- 전통시장 가을 추수감사 축제 개최 : 공주산성시장(공주알밤, 막걸리 등)
- 서해안 한류 비긴어게인 행사 유치(보령·태안 등)



[금산인삼]



[충남의 젓갈]



[충남의 김]



[공주산성시장]

59

02 충남관광위기 대응전략

코로나 등 전염병 발생에 따른 충남관광위기 대응전략

전략 4: [3단계] 코로나 새 일상 대비 관광전략 수립

사업
내용

- | | |
|---|---|
| » 전세계를 주도하는 여행문화 확산 | 코로나19 새일상 선제 대응, 관광지 혼잡도분산 |
| • 새 여행문화확산, 신규 서비스 개발, 한적한 관광지 추천, 특별관리지역 지정, 숙박시설 조성 등 | |
| » 지속적인 안전점검 및 위생관리 강화 | 숙박안전, 야영장 안전, 국립공원 안전, 관광지 위생 등 |
| » 코로나19 이후를 대비한 관광업계, 지역 경쟁력 강화 | 여행서비스 평가시스템 구축, 종사원 교육, 맞춤형 인재 발굴, 지역혁신 창업가 발굴, 문화관광 해설사 역량강화 등 |

대응전략



- 코로나 지속시 안전여행 수칙 준수 메시지 전파와 관리
- 충남과 시·군, 관광협회, 관광 기업 공동 코로나 19 새일상 신규서비스 지원
- 충남 한적한 관광지 여행 예보 서비스 시행 및 혼잡도 특별관리지역 조례 제정 운영
- 충남 숙박, 야영장, 국립공원, 관광지 위생·안전관리 지속수행
- 충남 관광사업체 서비스 만족도 조례 및 종사자 교육 실시
- 충남 문화관광 해설사 교육 및 모바일 평가, 후기 등 환류 역량강화 추진



코로나 새일상 대비 주요 관광 캠페인

60

- 관계부처합동(2020.5.26), 케이(K)-방역과 함께하는 관광 내수시장 활성화 대책
- 강신겸(2020), 포스트 코로나 시대, 슬기로운 관광정책
- 김성진(2020), 코로나19의 문화 부문 영향과 주요 이슈
- 닐슨코리아(2020.4.20), 코로나 19 임팩트 보고서
- 충청남도(2020), 제3차 경제산업 대책본부회의 회의자료
- 충청남도(2020), 제6차 지역경제 상황대응 TF회의 회의자료
- 충청남도(2020), 제3차 비상경제상황 점검회의
- 컨슈머인사이트(2020.5.21), 해외대신 국내여행? 가능성 희박
- 한국문화관광연구원(2020), 문화관광 인사이트 144호
- 한국문화관광연구원(2020.5), 코로나19에 따른 국내여행 조사 주요 결과
- 충청남도 각 시·군별 문화관광홈페이지
- 관광지식정보시스템(<https://www.tour.go.kr>)
- 경남연구원(<http://www.gni.re.kr>)
- 문화체육관광부(<https://www.mcst.go.kr>)
- 백제세계유산센터(<http://www.baekje-heritage.or.kr>)
- 보건복지부 코로나바이러스감염증-19(<http://ncov.mohw.go.kr>)
- 충청남도(<http://www.chungnam.go.kr>)
- 충남문화관광(<https://tour.chungnam.go.kr>)
- 한국관광공사(<http://www.visitkorea.or.kr>)
- 한국문화관광연구원(<http://www.kcti.re.kr>)
- UNWTO(2020.3.5), Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism
- European Centre for Disease Prevention and Control

“

경청해주셔서 감사합니다.

”



COVID-19 Pandemic 상황에서의 세계유산 관리와 활용



재)백제세계유산센터 이동주

Contents — I. COVID-19 출현과 대응

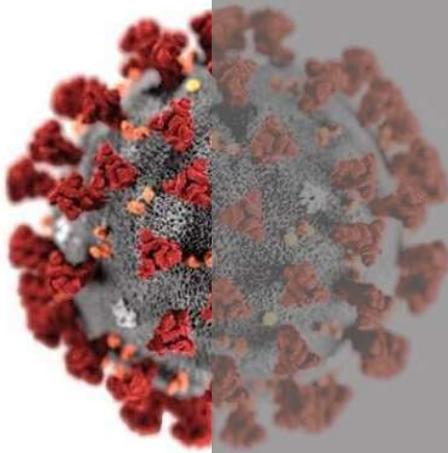
— II. 팬데믹 상황에서의 관광산업과 문화정책

— III. 세계유산 백제역사유적지구의 의미와 가치

— IV. 팬데믹 상황에서의 백제 세계유산 관리와 활용



I. COVID-19(코로나 바이러스 감염증-19) 출현과 대응



SARS-CoV-2

According to WHO

The disease caused by
Novel Coronavirus, SARS-CoV-2

is now officially called

COVID-19

CO - Corona
VI - Virus
D - Disease

www.microbenotes.com



I.a 코로나 바이러스-19 출현과 팬데믹 선언

COVID-19(Corona Virus Disease 19)

- 2019년 12월 중국 후베이성 우한에서 발병
- 2020년 1월 9일 세계보건기구(WHO) 새로운 유형의 코로나바이러스 병원체 확인
- 2020년 1월 30일 WHO '국제적 공중보건 비상사태(PHEIC)' 선언
- 2020년 3월 11일 WHO 코로나바이러스-19 팬데믹(세계적 대유행) 선언
- 2020년 7월 1일(오전 9시) 기준 COVID-19 발생현황 :
발생지역 및 국가 : 219(185/ 기타지역 영토 34)/ 누적 확진자 1,038만명, 누적 사망자 50.9만명

I.b 팬더믹에 따른 국내 대응과 현황

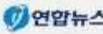
국내 감염병 위기경보 “심각”으로 상향 > ‘생활 속 거리두기’로 전환

- 2월 23일, 감염병 위기경보 수준을 “경계”에서 “심각”으로 상향
- 2월 28일, 중앙방역대책본부 “사회적 거리(거리두기)” 강조
 - * [관심(해외여행) > 주의(국내유입) > 경계(국내 제한적 전파) > 심각(전국확산)]
 - * WHO에서는 “사회적 거리두기”라는 표현 대신 “물리적 거리두기”라는 표현 권장
- 5월 6일, 정부는 그간의 감염병 유행과 대응상황을 토대로 ‘생활 속 거리두기’로 전환
- 지역별 “고강도 생활 속 거리두기”로 강화 : 대전시(6.20~7.5), 익산시(6.22~7.4)
 - * 생활속 거리두기 : 기본적 거리두기와 방역지침 준수, 원칙적으로 회식, 모임, 회식 등 생활을 허용, 공공시설 단계적 운영 재개
 - * 고강도 생활속 거리두기 : 공공시설 운영 중단, 실내외 공연, 투어 등 행사 취소, 다중이용시설 방역수칙 이행여부 점검(매일)
- 사회적 거리두기 단계별 조정안 발표(6.28)
 - * 1단계(확진자 50인 미만, 생활 속 방역), 2단계(확진자 100명 미만, 모임 및 행사 제한 50명 이상), 3단계(확진자 100~200명 이상 또는 일주일 2회 이상 일일확진자 배 이상 증가시, 최고단계, 필수적 활동을 제외한 활동 금지)

5

I.b 팬더믹에 따른 국내 대응과 현황

방역수칙 단계별 조치 내용	사회적 거리두기		
	1단계 (생활속거리두기)	2단계	3단계
집합·모임·행사	허용 (방역수칙 준수 권고)	실내 50인·실외 100인 이상 금지	10인 이상 금지
스포츠 행사	참석 관중수 제한	무관중 경기	경기 중지
공공 다중시설	운영 허용 (필요시 일부 중단·제한)	운영 중단	운영 중단
민간 다중시설	운영 허용 단, 고위험시설 운영 자제 명령(방역수칙 준수)	고위험시설 운영 중단, 그 외 시설 방역수칙 준수 강제화	고·중위험시설 운영 중단, 그 외 시설 방역수칙 준수 강제화
학교·유치원·어린이집	등교·원격 수업	등교·원격수업 (등교인원 축소)	원격 수업 또는 휴업
공공 기관 및 기업	유연·재택근무 등을 통한 근무밀집도 최소화 (전 인원의 1/3)	유연·재택근무 등을 통해 근무 인원 제한 (전 인원의 1/2)	필수인원 외 전원 재택근무
민간 기관 및 기업	유연·재택근무 등 활성화 권장	유연·재택근무 등을 통해 근무인원 제한 권고	필수인원 외 전원 재택근무 권고

자료/ 중앙재난안전대책본부 ※ 다중이용시설 운영 제한 범위 등은 상황에 따라 탄력적으로 조정 가능 

6

I.c COVID-19 대응 지침

집단시설 및 다중이용시설 대응 지침(2020.2.26 중앙방역대책본부)

1) 관리체계 및 유관기관 협조체계 구성

- 시설관리자와 유관기관(보건소 및 의료기관) 간 비상연락체계 유지 및 상황발생시 즉시 대응
- 신고접수 담당자 지정, 신고 접수
- 시설종사자 대상 예방수칙 및 행동요령 교육

2) 감염예방을 위한 관리 철저

- 감염관리를 위한 전담직원 지정 배치, 시설출입 시 방역 관리 강화
- 증상 발현시 출근 및 이용 중단, 발생지역 및 국가 여행력 직원 및 이용자 2주간 출근 및 이용 중단, 취약계층 이용 자제
- 시설이용자, 시설종사자 및 방문객 대상 위생수칙 교육 및 홍보
- 감염 예방을 위한 위생관리 : 마스크 착용, 소독 철저, 격리공간 확보, 손 세척제 와 휴지 등 비치

3) 의심환자 발생시 조치

- 관할 보건소 즉시 신고, 의심환자 격리공간 대기(공간 확보가 불가능한 경우 보건소 지시사항 준수), 이용시설 및 장소 소독 청소

7

I.c COVID-19 대응 지침

집단행사 방역관리 지침(2020.2.26 중앙방역대책본부)

1) 집단행사 준비시 조치사항(주최기관)

- 지자체 협조체계 구축 : 지자체 연계 핫라인 구축, 천명 이상 참여행사 대응방안 수립(지자체 보고, 보완 및 행사금지 검토), 증상 신고접수 담당자 지정(증상자의 신고 접수)
- 행사 장소 내 비누, 손 소독제 등 비치
- 대응 안내문 배치 : 국제행사 시 영어 등 주요 공용어 홍보물 배치
- 참가자 밀집 접촉에 따른 호흡기 전파 가능한 내용 제외
- 의심환자 발생 대비 신속 대처 준비(격리공간 확보, 체온계, 마스크 등 방역물품 구비) 및 진행 요원 교육
- 밀집 및 감염 우려를 낮추기 위한 조치 시행 : 사전 안내 및 안내문 공지, 접촉 최소화, 혼잡도 최소화 운영

2) 집단행사 기간 중 조치사항(주최기관)

- 의심환자 발생시 즉시 신고(보건소) : 보건용 마스크 착용 및 격리공간에서 대기
- 신속 이송 지원 : 격리공간 소독시행, 완료까지 임시 폐쇄
- 집단 행사 기간 중 참가자에 대한 지속적 주의 메시지 전파 : 의심 증상시 즉시 신고 안내

* 유 증상자 : 발열이나 호흡기증상(기침이나 목 아픔 등)이 나타난 사람

8

II. 팬데믹 상황에서의 관광산업과 문화정책



II.a COVID-19 시대의 관광산업

▶ 세계관광협회(WTTC, 런던)는 전 세계 여행 및 관광산업에서 1억 80만개 일자리 감소 예측



- 일본 4월 입국 외국인 1,256명(전년 268만 3천명) 전년대비 2,000분의 1로 감소
- 미국 하와이 (근로자 1/3 관광업 종사) 실업률 4월 한달 사이 34% 증가
- 2019년 9천만명이 방문한 프랑스는 현재 프랑스 호텔 95% 영업 중단

* 프랑스는 자국 관광산업 활성화를 위해 180억 유로(한화 24조원) 금년 내 투입 예정

II.a COVID-19 시대의 관광산업

▶ 세계 각국들의 경제 활성화를 위한 움직임

- 미국 뉴욕 주, 5월 15일부터 '부분적인 경제 정상화 시작
- EU, 7월부터 15개국(EU안전기준 충족 국가) 관광객 입국 허용 검토 중
 - * 캐나다, 뉴질랜드, 호주, 한국, 일본, 그루지야, 우루과이, 모로코, 튀니지, 알제리, 세르비아, 몬테네그로, 르완다, 태국, 중국
- 이탈리아, 유럽 내 거주 관광객 대상 입국허용(6월 3일)
- 독일, 31개 유럽 국가 대상 관광개방(6월 15일)
- 프랑스 경제의 8%를 차지하는 자국 관광산업 활성화를 위해 180억 유로(한화 24조원) 금년 내 투입 예정
- 중국, 확산세 감소시 관광 금지령 해제 예정
- 태국, 10월부터 중국 관광객 입국 허용 예정

11

II.a COVID-19 시대의 관광산업

▶ COVID-19로 인한 '위기를 기회로' 만드는 국내 관광산업

- 코로나 속의 여행 트렌드 'SAFETY'
 - * 모든 관광객 대상으로 철저한 방역수칙 준수 요구, 안전한 관광지 조성을 위한 노력과 행동
- 한국관광공사, 21주간(1. 20~5. 30일간 빅데이터 분석) 국내 관광객 이동 패턴 및 행동변화 결과 발표
 - * 관광활동에서 '안전'이 최우선 고려, '집 근처 자연친화적 공간에서 가족과 함께 안전하게 야외 활동' 선호, 생활권역 안에서 '일상'과 연계된 관광을 즐기는 '생활관광'을 즐기는 것으로 분석
- 한국관광공사, 관광활동 트렌드를 'S·A·F·E·T·Y(안전) 명명
 - * 근거리(Short distance), 야외활동(Activity), 가족단위(Family), 인기관광지(Tourist site), 관광수요 회복 조짐(Yet..)
- ☞ 근거리 : 수도권.대도시 주변 '근거리' 관광수요 증가
 - * 안전을 고려하여 장거리 보다는 집 근처 친숙한 근거리 생활관광지에서 코로나-19로 인한 스트레스 해소하는 것으로 분석됨, 특히 수도권 및 대도시 근교 관광수요 증가
- ☞ 야외활동 : 아웃도어 '레저 및 캠핑' 수요 증가
 - * 밀폐된 실내에서의 관광활동 보다는 사회적 거리두기(생활방역)가 용이한 야외활동, 아웃도어 레저 액티비티 관련 지역(장소) 방문각 증가, 특히 수도권 및 대도시 근거리 캠핑장을 중심으로 캠핑객 급증

12

II.a COVID-19 시대의 관광산업

▶ COVID-19로 인한 '위기를 기회로' 만드는 국내 관광산업

☞ 가족 : '가족'과 함께하는 일상관광 확대

- * 감염 가능성을 최소화하기 위한 안전이 담보된 가족단위의 소규모 관광활동 증가, 최근 한국관광공사에서 조사된 설문결과에 따르면, 국내 여행 재개시 여행 동반자로 응답자 대부분이 가족(99.6%)으로 답변.

☞ 자연친화·청정지역 : 코로나를 피해 '청정지역' 관광수요 증가

- * 밀폐된 실내에서의 관광활동 보다는 사회적 거리두기(생활방역)가 용이한 야외활동, 아웃도어 레저 액티비티 관련 지역(장소) 방문객 증가, 특히 수도권 및 대도시 근거리 캠핑장을 중심으로 캠핑객 급증

☞ 인기 관광지 : '인기 관광지' 중심 관광수요 변동

- * 안전을 의식하여 관광객이 많이 모이는 전통적인 인기 관광지에 대한 기피현상이 뚜렷하였으나, 확산세가 감소한 5월 초 황금연휴 기간에는 오히려 방문객이 급증한 것으로 나타남. 이는 전통적인 인기 관광지에 대한 관광욕구는 여전히 유효하다는 것을 증명

☞ 수요회복 조짐 : 관광 '욕구' 여전히 존재, 온전한 관광 '수요' 회복까지는 시간 필요

- * 생활방역으로 전환된 5월 이후, 관광수요는 조금씩 회복세를 보이고 있음. 또한 설문조사 결과에서는 '안전'에 대한 불안감에도 불구하고 여전히 관광 욕구는 지속되고 있음으로 조사됨. 그러나 온전한 수요 회복까지는 아직(Yet) 상당한 시간이 필요할 것으로 예측

13

II.b COVID-19 시대의 문화정책

▶ 문화 예술 분야

☞ 생활속 거리두기 지침 준수를 바탕으로 시설 운영

- * 개인간 2m(최소 1m) 간격 유지, 입장시 증상여부 확인, 실내외 마스크 착용, 가급적 온라인 사전예매, 한 칸씩 띄어 앉기 지침 준수

☞ '랜선' 공연과 '비대면'전시 등 온라인을 통한 문화생활

- * 공연영상 유튜브 촬영·송출, 미술관과 갤러리 전시물들을 가상현실(VR) 등 첨단기술을 활용한 비대면 전시서비스 확대

▶ 여행 및 관광 분야

☞ 일상을 여행처럼, 안전을 일상처럼

- * 한국관광공사 누리집 '대한민국 구석구석에 '생활 속 거리두기'에 따른 여행 경로별 안전여행 지침과 각종 안전사고 사례 콘텐츠 제공.

행동요령 : 이동수단별, 숙박시설 등 운영 안전수칙, 상시 마스크 착용, 손소독제 사용, 두 팔 간격 건강거리 유지 등 필수 안전사항 제시.

☞ 관광내수 활성화 대책과 관광산업 규제혁신 추진방안

- * 국내 여행 수요 촉진을 위해 각종 캠페인과 할인행사, 관광상품권 지급 등 추진. 여행주간을 한달(6월20일~7월19일)로 확대

14

III. 세계유산 백제역사유적지구의 의미와 가치



III.a 세계유산 등재와 의미

▶ 2015년 7월 8일 백제역사유적지구 세계유산 목록 등재(제39차 세계유산위원회)



III.a 세계유산 등재와 의미

시간적 범위 : 웅진-사비기의 백제시대(AD475년~660년)

공간적 범위: 충남 공주시 부여군, 전북 익산시 일원

내용적 범위: 역사적 사료와 연구를 바탕으로 고증된 백제후기 도성관련유적



III.a 세계유산 등재와 의미

시대	웅진시대 (475-538)	사비시대 (538-660)	
지역	공주	부여	익산
왕궁지	공산성	관북리유적과 부소산성	왕궁리유적
사찰		정림사지	미륵사지
왕릉	송산리고분군	능산리고분군	
외곽성		나성	

III.a 세계유산 등재와 의미



▶ 백제역사유적지구의 '탁월한 보편적 가치'(유네스코 세계유산목록 등재 결정문)

- 백제역사유적지구는 중국으로부터 받아들인 선진기술을 백제인들의 감성과 기술을 더해 발전시켜 백제화 하였으며, 이를 다시 일본과 동아시아에 전해준 사실을 증명한다.
- 백제역사유적지구를 구성하는 8개 단위유산들을 통해 주변국들과 활발한 교류를 통하여 문화적 발전이 절정에 이른 백제 후기를 대표한다.

21

III.b 세계유산 가치 전승을 위한 노력

▶ 백제역사유적지구의 가치 전승을 위한 과제

☞ 가치 증진을 위한 보존관리적 측면

첫째, 지속적인 보존관리를 위한 노력

- 조사와 연구활동, 유산 보존을 위한 모니터링 활동

둘째, 지속 가능한 관광전략 수립 및 운영

- 관광객으로 인한 유산의 훼손 방지, 수준 높은 관람서비스 제공

셋째, 유산의 가치 이해와 증진을 위한 교육 활동

- 미래세대 및 주민 교육을 통한 유산 전승 기반 강화, 행정가 및 해설사 보수교육을 통한 전문성강화
- 일반인 교육을 통한 자원봉사자 양성

☞ 가치 확산을 위한 활용적 측면

첫째, 고고학 유적지(매장문화재)의 한계 극복을 위한 노력

- 국제적 기준에 의한 복원 금지 원칙을 감안, 새로운 방향에서의 유적설명 기법 마련(ICT기술 활용)

둘째, 세계유산의 가치와 부합되는 경관연출

- 점진적인 도시경관 개선을 통한 차별화된 역사도시의 이미지 연출, 국가지원사업과 연계

셋째, 지속 가능한 관광기반 구축

- 다양한 형태의 문화콘텐츠 개발 및 운영
- 오감만족의 역사관광 기반 마련

22

III.b 세계유산 가치 전승을 위한 노력

▶ 백제세계유산센터 사업계획(2020년)

☞ 통합적 보존관리체계 구축

첫째, 유산모니터링

- 상시 모니터링 요원 운영, 통합방법시스템 운영

둘째, 유산연구 및 기록화

- 3차원 디지털 기록화 사업, 국제학술포럼, 학술연구 총서 발간, 백제역사유적지구 사이버전시관 구축사업

☞ 세계유산 콘텐츠 개발

첫째, 교육 콘텐츠 개발 및 활용

- 교육융합콘텐츠 교육자료 제작, 유산 레고만들기 체험프로그램 운영, 컬러링북 제작

둘째, 관광기반 구축

- 팸투어 운영, 투어버스 운영, 백제역사유적지구 100배 즐기기, 미래세대 역사체험활동, 백제역사유적지구 관광콘텐츠 개발(세계유산 축전 대비)연구

☞ 홍보를 통한 이미지 제고

첫째, 홍보부스 운영 및 전시회 개최

- 세계유산 홍보차량 운영, 백제문화유산주간 홍보, 국외 사진전 개최, 국내외 행사장 홍보관 운영

둘째, 세계유산 가치 홍보

- 국내외 온라인 홍보, 방송프로그램 제작 지원, 홍보물 제작 등

23

IV. 팬데믹 상황에서의 백제 세계유산 관리와 활용



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

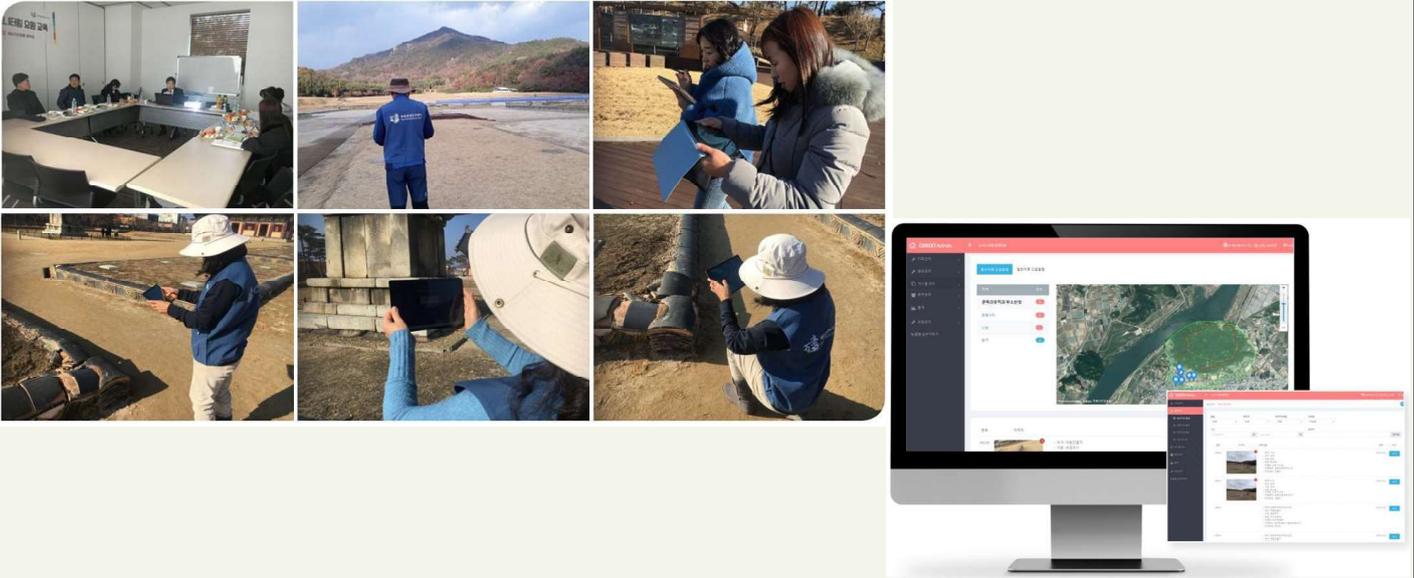


IV.a 통합적 보존관리체계 구축

☞ 유산 모니터링

▶ 상시 모니터링

- 유산훼손에 대한 사전 예방적 관리를 위해 추진되고 있는 사업으로 모니터링 전문요원이 각 지역별(공주·부여·익산)로 배치되어 모바일 기기를 이용, 모바일 전용 애플리케이션(APP)에 접속·입력하는 방식과 일반인들이 직접 QR CODE에 접속하여 참여하는 방식으로 운영.



25

IV.a 통합적 보존관리체계 구축

☞ 통합 방법시스템 운영

▶ CCTV를 통한 통합 관리

- 백제역사유적지구를 구성하는 8개소 단위유산 구역(공주·부여·익산 소재 8개소)에 설치된 CCTV(69개)를 통해 유산의 훼손 대비 및 관광객의 안전사고 등에 대응.
(현장 상황을 지방자치단체와 백제세계유산센터 간 실시간 공유)



부소산성 CCTV 운영모습

공산성 우천시 보수모습

정림사지 CCTV 운영모습

농산리고분군 CCTV 운영모습

왕궁리유적 CCTV 운영모습

송산리고분군 CCTV 운영모습

백제세계유산센터 종합상황실

26

IV.a 통합적 보존관리체계 구축

☞ 3차원 디지털 기록화 사업

▶ 백제역사유적지구 3차원 디지털 기록화 콘텐츠 구축

- 단위유산별 3차원 공간정보를 디지털 기록화하여 각종 재난 및 훼손에 대응하고, 구축된 데이터는 온라인(재단 누리집)을 통해 불특정 다수에게 제공

3차원 기록화 콘텐츠 구축을 통한 효과적인 유산 관리와 대시민 서비스 활용



**고품질
3차원 기록화
콘텐츠 구축**

- 1 공중 및 지상 고해상도 디지털카메라 촬영
- 2 하이퍼스펙트럴 촬영 및 분광정보에 대한 DB 구축
- 3 영상정합 방식을 활용한 3차원 기록화 데이터 구축
- 4 유적의 주요 단면에 대한 수치화 데이터 구축
- 5 3차원 DB에 대한 로딩 및 서비스 구축

DB의 최신화

- 드론 및 지상 카메라를 이용하여 문화재에 대한 최신 공중 및 지상 촬영
- 정사영상 및 3차원 데이터베이스의 제작으로 기초자료 갱신
- 문화재의 보존과 홍보효과의 향상을 위한 최신 자료 수급

품질의 고도화

- 공중 및 지상 사진 촬영을 통한 고해상도 정밀 3차원 데이터 구축으로 문화재 기초자료에 대한 신뢰성 확보
- 폐색지역의 자료보정을 통한 품질 고도화
- 자료의 정확도 향상으로 의사결정 및 관리의 효율성 증대

활용의 극대화

- 관리가 어려운 석조 및 목조 건축물에 대한 디지털 복원 활용
- 관광객 유치 및 지역 홍보에 활용
- 드론을 이용한 지속가능 업무 개발 및 업무 발굴의 활용성 제고

27

IV.b 세계유산 콘텐츠 개발

☞ 교육용 콘텐츠 제작

▶ 교육융합 콘텐츠 교육자료 제작

- 백제역사유적지구의 세계유산적 가치와 문화유산 이해를 통해 역사의식 함양할 수 있는 교육용 콘텐츠 제작. 교육시범학교 운영과 교육청을 통해 학교에 보급 예정.
- 한국교육방송공사(EBS)와 교사 수업지도안 개발, VR 영상콘텐츠 20편 제작, 방송 콘텐츠 제작.

◆ 책·VR·방송 콘텐츠

- 백제세계유산센터에서 발간한 책
- 20편의 VR 영상
- 13편의 문화유산 코리아 방송 영상
- 세 종류의 콘텐츠를 사용해 정규수업 활용



◆ VR

- 학교현장의 요구를 반영한 콘텐츠 제작
- 전국 학교 수업에 활용을 목표로 함
- 아이템에 따라 차별화된 기술을 적용
- 국내 최초로 시행되는 융복합콘텐츠 활용 정규 수업



◆ 교과 연계 강화

- 현직 교사가 원고 구성 참여 및 출연
- 콘텐츠 활용 수업과 현장체험 연계



- 전국 학교에서 활용 가능하도록 EBS 초등 사이트에 업로드 예정
- 여러 수업 구성안으로 다양한 수업 활용 예시 확보

28

IV.c 홍보를 통한 이미지 제고

☞ 온라인 홍보 기반 강화

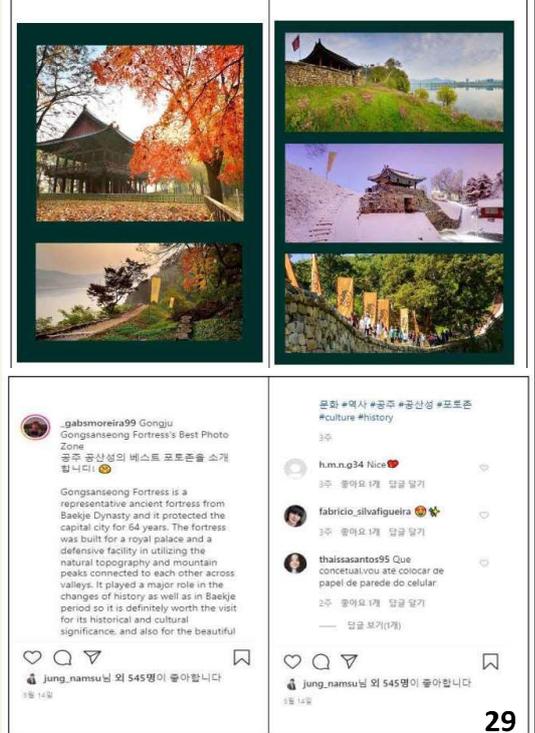
▶ 외국인 온라인 기자단 및 내국인 인플루언서 활용 홍보

- SNS 활동 외국인 온라인 기자단과 해외 영향력이 있는 국내 인플루언서(유명 유튜버 등)를 활용, 백제역사유적지구의 탁월한 보편적 가치를 국내·외에 홍보.

- 5월 홍보활동 성과

No	기자단	국적	홍보 채널	구독자 팔로워	게시글 언어	게시(수)	공감수 (좋아요수)
1	노엘폰소 (Alfonso noel)	스페인	인스타	약 6600명	스페인(메인) 영어(서브)	2개	1,061명
2	가비 (Gabriel)	브라질	인스타	약 1만 6천명	브라질(메인) 영어(서브)	2개	648명
3	비비 (Brigitte)	프랑스	인스타	약 3900명	프랑스(메인) 영어(서브)	2개	461명
4	둘세 (Dulce Izaguirre)	멕시코	인스타	435명	멕시코(메인) 영어(서브)	2개	76명
5	두레 (Duure)	몽골	인스타	417명	몽골(메인) 영어(서브)	2개	29명
6	세라 (Sarah)	미국	인스타	426명	영어(메인) 국문(서브)	2개	127명
No	기자단	국적	홍보 채널	구독자 팔로워	게시글 언어	게시(수)	도달수
7	이즈타임	과업자 운영채널	페이스북	약 1.3만명	영문(메인) 국문(서브)	16개	15,541명
8	한나tv	국내 인플루언서	유튜브 아프리카tv	유튜브 45.2만명	국문(메인) 영어(서브)	2개	-
계				260,2만명		30개	17,943명

▶ 가비 (Instagram@gabsmoreira99)



29

IV.c 홍보를 통한 이미지 제고

☞ 온라인 홍보 기반 강화

▶ 블로그 및 페이스북 등 SNS 홍보

- SNS를 통해 백제역사유적지구 홍보를 극대화 하고 재단과 지역의 행사를 주기적으로 홍보하여 세계유산 및 지역 인지도 제고에 기여.



SNS 주요 지수 향상 현황

- blog** 블로그 방문자수 28,910명 증가
2018년 | 352,460명 → 2019년 | 381,370명
- f** 페이스북 좋아요수 2,704명 증가
2018년 | 4,833명 → 2019년 | 7,537명
- ig** 인스타그램 팔로워수 1,732명 증가
2018년 | 714명 → 2019년 | 2,446명

30

IV.c 홍보를 통한 이미지 제고

📺 온라인 홍보 기반 강화

▶ 국외 홍보용 광고영상 송출

- 한국방송공사(KBS World)를 통해 세계유산 백제역사유적지구 홍보영상을 송출
- 5월부터 10월까지 30초 홍보영상을 120개 국가(아시아, 중남미, 유럽, 아프리카, 오세아니아), 약 3억명, 7천만 가구에 160회 이상 송출 예정



31

감사합니다.

