

충청남도 위케이션 활성화를 위한 전략연구

저자

박춘섭 외



◀ 주요연구내용 및 정책제안

■ 주요연구내용

이 연구는 코로나19 등 사회적 환경변화로 관심이 높아진 워케이션(Worcation)이, 충청남도에서 활성화되기 위해서는 무엇이 필요한가를 탐색한 연구이다. 연구는 선행연구, 사례조사, 설문조사, 인터뷰 등을 통해 워케이션의 현황과 정책적 수요를 확인하였고, 이를 바탕으로 공급자로서의 충청남도의 워케이션 전략과제를 제안하였다.

워케이션은 원격근무의 일종으로, 정보통신을 매개로 발생한 일의 공간적 확장 현상이라 할 수 있다. 우리나라에서 본격적으로 워케이션에 관심을 가지게 된 계기는 코로나19였다. 관광지에서 일을 한다는 워케이션의 개념은 단지 ‘일과 휴양’에만 한정하지 않고, 기술을 통한 시간의 활용성 제고(디지털 노마드), 새로운 관계유입 (인구감소 대응) 등 정책적으로 확장된다. 따라서 연구에서는 워케이션을 관광정책으로 한정하지 않고 다양한 정책적 실험이자 니치(Niche)적인 역할로 파악, 국내외 사례 및 충청남도의 활동들을 검토하였다.

사업명	주무기관	대상	특징
일터혁신	고용노동부	기업	일하는 방법
메타버스 노마드	과학기술정보통신부	근로자·노동자	디지털 노마드
워케이션 시범사업	문화체육관광부	지역	新관광상품/방식
고향올래	행정안전부		인구감소대응

지자체에서 워케이션을 선도적으로 추진하는 곳은 강원, 제주, 부산 등이며, 해외에서는 일본이 대표적이었다. 각 지자체의 정책적 지향은 중점

사업에서 나타났다. ‘일의 공간성’에 지향점을 둔 지자체에서는 공간조성과 산업생태계 구축에, ‘관광의 공간’을 염두에 둔 지자체에서는 관광상품에 관심을 둔 정책과 사업을 시행하고 있었다.

정책지향	지역	중점사업
Work 지향	제주도, 부산시, 도쿄도 등	주요 업무공간 조성 IT 산업생태계 조성지원
Vacation 지향	충청남도, 강원도, 와카야마 등	숙소 및 관광프로그램 홍보 지역관광협회 등 네트워크 강화

충청남도의 경우, 민선 8기 출범(22.7) 후 단기간에 위케이션 추진방향 설계, 시범사업 추진, 인프라 조성 추진 등 빠른 행보를 보였다. 특히 **시범사업을 통해 상반기에만 181명이 방문하여, 충남에서 만족스런 위케이션을 경험한 것(4.3점)은 큰 성과라 할 수 있다.** 그러나 제주도 등과 같이 위케이션기업(숙소+오피스 제공)의 부족으로, 다양한 민간의 활력을 제공하지 못한 점과 위케이션 모객의 쏠림현상이 있었다. 한편 충남내 시군에서는 위케이션과 관련된 다양한 활동들이 일어나고 있었다. 홍성군(DMO), 서천군(도시재생), 아산시(청년마을) 등에서 나타난 공공+민간의 활동들은 ‘위케이션 충남’의 활성화에 중요한 시사점을 제시하고 있으며, 나아가 농촌+외국인, 소외지역+청년 등 **이종결합에 따른 창조적 파괴(Creative Destruction)현상은 충청남도에서 새로운 위케이션을 제공할 수 있는 토대가 존재함을** 보여주고 있었다.

위케이션 경험 및 수요 등 구체적 니즈를 파악하기 위해 기업 근로자·인사담당자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 주요한 결과는 다음과 같다.

◀ 주요연구내용 및 정책제안

- (제도) 워케이션 도입정도(약 10%)·실제경험(약 23%) 낮은 수준
- (목적) 직원 만족도제고·복지향상(약 46%) 대비 근로문화(약 18%) 수준
- (환경) ①접근성 및 교통수단과 ②워케이션 전용공간 등 필요
- (공간) 유·무선 인터넷 환경(약 29%), 집중공간(약 10%) 순
- (숙박) 부대시설로 근로자는 편의점, 인사담당자는 업무공간 1순위
- (장소) 충남 워케이션은 자연환경(약 60%), 교통편리(약 20%)한 곳 선호
- (프로그램) 숙소·음식·프로그램에 대한 근로자·인사담당자 의견 편차. 즉 근로자는 인사담당자와 의견 비교시 중요도 낮은 수준

이와 같은 조사 결과를 바탕으로, 공급자로서의 충청남도 워케이션 활성화 분야를 4개 분야로 나누고, 문제점과 목표를 다음과 분석하였다.

As-is(문제점)	To-be(목표)
(인프라) • 워케이션 숙소·오피스부족 • 지역차원 인프라조성 추진	(인프라) • 시군별 워케이션전용 숙소 구축운영 • 시군별 워케이션전용 오피스 구축운영
(주체) • 지자체 지원조직·인력부족 • 다양한 Player 참여미흡	(주체) • 워케이션 광역·기초 중간조직 운영 • 지역기반 워케이션 활동 활발
(정보) • 워케이션 인식부족 • 정보습득 채널 부족	(정보) • 워케이션 정보·예약 편리 • 충남워케이션 정보 확산
(제도) • 프로그램 다양성 부족 • 업무시간과 프로그램 연계미흡	(제도) • 다양한 워케이션 프로그램 • 업무시간 연계프로그램 운영

정책 제안

충청남도 위케이션 활성화 과제(정책, Solution)로 다음과 같이 4대 분야 10개 과제를 도출하고, 아래와 같이 제안한다.

분야	시기	전략과제	주요내용
인프라	단기	• 위케이션 숙박·오피스 등숙제 추진	• '위케이션 충남' 시설기준에 따른 제도운영
	중장기	• 위케이션 전용단지 조성	• 추진: 옹거기업유치→수요조사→공공* 민간투자단지 조성 (※지방소멸대응기금 등 공공자금 연계) • 특장: 오피스+주거+생활서비스 • 유형: 소규모 분산형, 도시형 자연지향형
주체	단기	• 위케이션 광역지원조직 운영	• 5인체제 위케이션 충남팀 구성 • 발굴/교육팀(2인): 사업운영 및 시설·활동·발굴 • 상물/DB팀(2인): 프로그람개발, 플랫폼, 중개기관연계
		• 위케이션 활동(기업)가 발굴·지정	• 개요: 지역관광·청년·도시재생 등 분야활동가 발굴 • 지원: 지정자에 대한 활동자금, 사업멘토링, 교육 등 • 활동가의 역할: 직접활동, 코디네이터, 자연연계(가버너스)
	중장기	• 위케이션 기초지원조직 운영	• 역할: ① 지역위케이션의 방향성 검토, ② 위케이션충남사업지원, ③ 숙박 및 오피스 발굴, ④활동가 발굴, ⑤ 특화상품 개발 등 과제지원 • 형태: 상설형(지역재단 등) 및 거버넌스형(관광DMO)
		• 위케이션 산업생태계 조성	• 추진: 위케이션 활동(기업) 실태→전략TF 구성·운영→기본전략 제시 • 위케이션 테크노파크(테크숍) 조성 및 운영: 위케이션 관련 기술(공간·서비스)개발, 표준화, 인력개발, 기업지원서비스
정보	단기	• 위케이션 충남 통합플랫폼 개발	• 개발방향: 수요자 접근성 높은 서비스 제공 • 특장: 편의성 높은 UI기반 예약·결제기능, 수요기업DB, 이용현황파악등 관리기능
	중장기	• 위케이션 충남 in Seoul 사무소	• 종합서비스: ①고객안내, ②정보제공, ③ 예약 및 신청 • 정보서비스: ①충청남도 기업유치 및 귀촌등 정착지원 정보창구 ②충청남도의 문화정보 제공 • 청년서비스: 청년정착 지원을 위한 '귀환정보센터'
제도	단기	• 위케이션 충남 특화상품 개발	• 지역체류형 프로그램 개발(체험 및 교육 등) • 관광DMO 등 지역네트워크 기반 특화상품 개발·정책사업(환급제도) 활용 인센티브 제공·지역(기업)연계 ESG 활동연계프로그램 개발
	중장기	• 위케이션 충남 문화정책	• 제도도입: ① 위케이션 근무제(4평가), ② 위케이션 사용촉진제, ③ 위케이션 캠페인, ④ 충남도 시범사업 추진 • 위케이션 정책지향 설정 - 자연활용형 vs 이주촉진형 vs 스마트 시티형

목 차

제1장 연구설계	1
제1절 연구의 배경 및 목적	3
제2절 연구의 내용과 방법	9
제2장 선행연구 검토	13
제1절 연구검토	15
제2절 정책동향	26
제3절 국내외 사례	37
제4절 시사점	62
제3장 충청남도 위케이션 사업분석	69
제1절 충청남도 정책현황	71
제2절 시군 위케이션 동향	81
제3절 시사점	100
제4장 충청남도 위케이션 수요조사	105
제1절 개요	107
제2절 조사결과	108
제3절 시사점	173

제5장 충청남도 위케이션 활성화 방안	177
제1절 기본구상	179
제2절 전략과제	183
참고문헌	199
부록	201

표 목차

〈표 1-1〉 워케이션과 정부정책 관계성_1	7
〈표 2-1〉 재택근무 활성화에 따른 생산성 이슈	16
〈표 2-2〉 강원도 관광재단 워케이션 판매상품	16
〈표 2-3〉 워케이션 활성화를 위한 추진과제	17
〈표 2-4〉 관계기관 간 협력체계 및 역할 정립	20
〈표 2-5〉 워케이션 시설분류 및 특징	22
〈표 2-6〉 워케이션 필요환경 검토_시설검토	24
〈표 2-7〉 워케이션 필요환경 검토_프로그램 제공	25
〈표 2-8〉 워케이션 필요환경 검토_정보 제공 및 홍보	25
〈표 2-9〉 워케이션 지역별 시범프로그램 진행	29
〈표 2-10〉 고향올래사업 중 워케이션 포함 내용	31
〈표 2-11〉 워케이션 지자체 사업	31
〈표 2-12〉 과학기술정보통신부, 디지털 노마드 사업 개요	33
〈표 2-13〉 메타버스 노마드 선정지역 및 기관	35
〈표 2-14〉 제주도 워케이션 사업 운영현황	39
〈표 2-15〉 질그랭이센터 오피스 내부 및 시설	43
〈표 2-16〉 워케이션 센터별 업무공간	49
〈표 2-17〉 부산워케이션 업무공간 및 숙박시설 소개 및 예약 사이트	53
〈표 2-18〉 일본 지자체 워케이션 활성화를 위한 지원 사업	57
〈표 2-19〉 워케이션과 정부정책 관계성_2	63
〈표 2-20〉 각 사례별로 워케이션의 정의	65
〈표 3-1〉 충남형 워케이션 유형	74
〈표 3-2〉 23년 워케이션 시범사업 내용	74

〈표 3-3〉 충남형 워케이션 주요상품 내용	77
〈표 3-4〉 워케이션 프로그램 현장	78
〈표 3-5〉 홍성 워케이션 체험프로그램	85
〈표 3-6〉 홍성 워케이션 현장사진	87
〈표 3-7〉 관련사업	89
〈표 3-8〉 신언리 인프라	92
〈표 3-9〉 충청남도 도시재생 사업현황	93
〈표 3-10〉 리모델링 대상지	95
〈표 3-11〉 리모델링 방향	96
〈표 3-12〉 장항워케이션 시설도	97
〈표 3-13〉 워케이션 프로그램	99
〈표 3-14〉 (재)서울경제진흥원 워케이션 모객지역	101
〈표 4-1〉 워케이션 인식 여부	109
〈표 4-2〉 원격근무 실시 여부	110
〈표 4-3〉 워케이션 도입 여부	111
〈표 4-4〉 회사에서 시행중인 워케이션 기간	112
〈표 4-5〉 워케이션 경험 여부	113
〈표 4-6〉 워케이션 경험 장소	114
〈표 4-7〉 워케이션 경험 장소 선택주체	115
〈표 4-8〉 워케이션 경험 장소 선택이유	116
〈표 4-9〉 워케이션 경험 형태	117
〈표 4-10〉 워케이션 경험 기간	118
〈표 4-11〉 워케이션 비용 부담 방식	119
〈표 4-12〉 워케이션 총비용	120
〈표 4-13〉 워케이션 비용 중 자부담	121
〈표 4-14〉 워케이션 비용 중 기업부담	122
〈표 4-15〉 워케이션 비용 중 지자체부담	123
〈표 4-16〉 경험한 워케이션 방식	124
〈표 4-17〉 워케이션 만족도	125

〈표 4-18〉 워케이션 만족한 이유	126
〈표 4-19〉 워케이션 형태	127
〈표 4-20〉 원하는 워케이션 기간	128
〈표 4-21〉 워케이션 비용 지출의향	129
〈표 4-22〉 워케이션 장소 고려사항(복수응답)	130
〈표 4-23〉 워케이션 환경 중요도(5점척도)	132
〈표 4-24〉 워케이션 업무를 위해 필요한 시설 및 장비(복수응답_1)	133
〈표 4-25〉 워케이션 업무를 위해 필요한 시설 및 장비(복수응답_2)	134
〈표 4-26〉 숙박시설에 꼭 필요한 시설(복수응답_1)	135
〈표 4-27〉 숙박시설에 꼭 필요한 시설(복수응답_2)	136
〈표 4-28〉 참여하고 싶은 관광·체험 프로그램(복수응답)	137
〈표 4-29〉 워케이션 정보 경로	138
〈표 4-30〉 충남에서 즐기고싶은 워케이션	139
〈표 4-31〉 충남 워케이션 전용시설 설립시 필요시설(5점척도)	141
〈표 4-32〉 응답자 성별	141
〈표 4-33〉 응답자 연령대	142
〈표 4-34〉 응답자 직군	142
〈표 4-35〉 응답자 직위	143
〈표 4-36〉 응답자 직장 위치	143
〈표 4-37〉 응답자 직장 업종	144
〈표 4-38〉 응답자 직장 규모	144
〈표 4-39〉 워케이션 인식 여부	145
〈표 4-40〉 원격근무 실시 여부	146
〈표 4-41〉 워케이션 도입 여부	147
〈표 4-42〉 워케이션 도입 목적	149
〈표 4-43〉 워케이션 가능 기간	151
〈표 4-44〉 워케이션 추진방식 계획(복수선택)	152
〈표 4-45〉 원하는 워케이션 지역	153
〈표 4-46〉 워케이션 지역 선택 이유(복수선택)	154
〈표 4-47〉 원하는 워케이션 방식	156

〈표 4-48〉 워케이션 비용 추진 방식	158
〈표 4-49〉 회사에서 직원 1인당 워케이션 비용 지출의향	159
〈표 4-50〉 지자체 지원이 워케이션 장소결정에 미치는 영향	160
〈표 4-51〉 워케이션 환경 중요도(5점 척도)	161
〈표 4-52〉 워케이션 업무를 위해 필요한 시설 및 장비(복수응답)	163
〈표 4-53〉 숙박시설에 꼭 필요한 시설	165
〈표 4-54〉 참여하고 싶은 관광·체험 프로그램	167
〈표 4-55〉 충청남도에서 워케이션 하고싶은 곳	168
〈표 4-56〉 충남 워케이션 전용시설 설립시 필요시설(5점척도)	169
〈표 4-57〉 응답자 성별	170
〈표 4-58〉 응답자 연령대	170
〈표 4-59〉 응답자 직위	171
〈표 4-60〉 응답자 직장 위치	171
〈표 4-61〉 응답자 직장 업종	172
〈표 4-62〉 응답자 직장 규모	172
〈표 5-1〉 워케이션과 정부정책 관계성_1	179
〈표 5-2〉 워케이션 지향에 따른 지역구분	180
〈표 5-3〉 충청남도 워케이션 분석결과	182
〈표 5-4〉 워케이션 충남시설 기준	184
〈표 5-5〉 타 지자체 워케이션 통합관리플랫폼 (안)	186
〈표 5-6〉 워케이션 충남 시범사업 프로그램	187
〈표 5-7〉 워케이션 충남팀(안)	189
〈표 5-8〉 주요기업의 워케이션과 거점시설 추진내용	190
〈표 5-9〉 도교 문화관광센터 시설 및 기능	195
〈표 5-10〉 전략과제 일람과 주요 내용	198

그림 목차

[그림 1-1] 연구의 주요내용과 단계	11
[그림 2-1] 국내 지역별 워케이션 유형	21
[그림 2-2] 제4차 관광개발기본계획(2022~2031) 비전 및 목표	26
[그림 2-3] 추진체계	33
[그림 2-4] 23년 사업 추진체계	34
[그림 2-5] 제주 워케이션 정보	44
[그림 2-6] 강원도 워케이션 관련 활동	45
[그림 2-7] 강원 워케이션 정보	47
[그림 2-8] 부산시 워케이션 관계도	49
[그림 2-9] 부산 워케이션의 소개	52
[그림 2-10] 일본 관광청 워케이션 홈페이지	58
[그림 2-11] 와카야마현 가족동반 워케이션 플랜 예시	59
[그림 2-12] 와카야마현의 워케이션 정보	61
[그림 2-13] 중앙정부의 워케이션 추진방향	63
[그림 3-1] 민선 8기 워케이션 관련 공약	72
[그림 3-2] 기관별 역할	73
[그림 3-3] 사업 흐름도	76
[그림 3-4] 한국형 DMO의 기능	82
[그림 3-5] 홍성통 거버넌스	83
[그림 3-6] 관광통 현황	84
[그림 3-7] 홍성DMO 연계협력사업 현황	85
[그림 3-8] 청년마을 조성현황	88

[그림 3-9] DOGO온천마을이 가진 인프라 사진	91
[그림 3-10] 충청남도 도시재생 사업현황	93
[그림 3-11] 강원도 스마트 워케이션 추진유형(안)	94
[그림 5-1] As-is / To-be 분석방법	181
[그림 5-2] 워케이션 충남 활동(기업)가 선정과정	185
[그림 5-3] 허브-스포크 모식도	192
[그림 5-4] 산업생태계의 구조	194

제 1 장

연구설계

1. 연구의 배경 및 목적
2. 연구의 내용과 방법

제1절 연구의 배경 및 목적

1. 연구배경

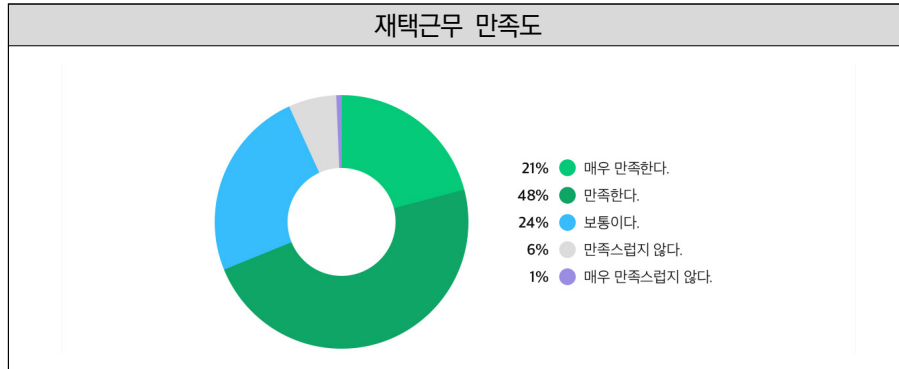
오늘날 워케이션(Worcation)¹⁾에 대한 논의와 관심이 높아진 이유는 미증유의 사회재난인 **코로나19로 인한 비대면 원격근무의 확산의 연장선상**에서 나타났다고 보는 것이 타당할 것이다. 원격근무와 관련 정책적 논의는 2002년 EU의 텔레워크 기본협정(The European Framework Agreement on Telework, 2002), 2010년 미국의 텔레워크 촉진법, 2011년 행정안전부의 스마트워크 활성화 추진계획 등 오래전부터 제기되어 왔으나, 실제 도입과 확산은 더뎠다. 이는 **원격근무의 거부감(관리의 어려움과 이로 인한 생산성 저하)** 등을 이유로 도입 및 확산되기 어려운 측면이 있었기 때문이다(김성윤외 2022).

그러나 **코로나19는 이러한 거부감과 저항에 대한 변화를 촉발**시켰다. 코로나19로 인해 부득불 비대면 환경에서 업무를 추진해야 하는 상황 속에서 우리 사회는 **원격근무의 관리와 생산성에 대한 긍정적인 경험**을 하게 된다. 온라인 업무환경을 제공하는 IT기업(잔디)가 재택근무 직장인(1,600명)을 대상으로 실시한 조사에 따르면, 대상자의 90%가 재택근무의 이유를 코로나19였다. 그리고 응답자의 69%가 재택근무에 만족한다²⁾고 응답하였고, **만족하지 않는다³⁾고 답변한 응답자는 7%에 불과했다.**

1) 신조어로, 일(Work)과 휴가(Vacation)의 합성어

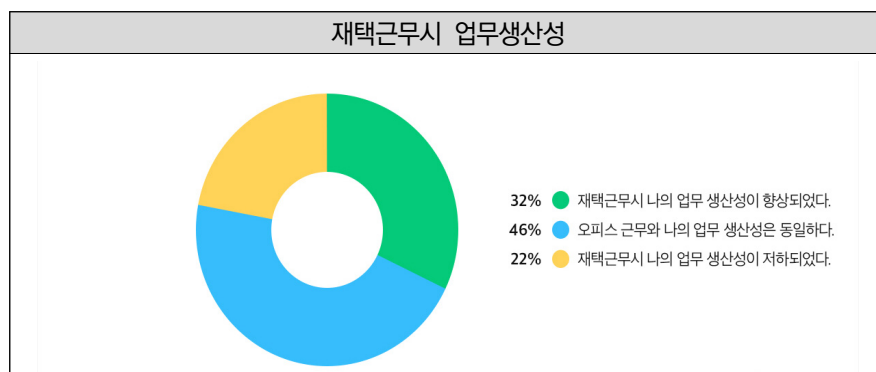
2) '매우 만족한다', '만족한다'를 선택한 응답자

3) '만족스럽지 않다'. '매우 만족스럽지 않다'를 선택한 응답자



출처: 잔디 재택근무 리포트 2020

업무와 관련해서는 78%의 응답자가 생산성에 대해 긍정적이었고, 특히 **32%의 응답자가 재택근무시 생산성이 향상되었다고** 응답하여, 오피스의 집중근무 방식보다 원격근무방식의 효율적일 수 있는 가능성을 보여주었다. 또한 경력직 구직자의 경우, **재택근무가 가능해야 이직한다는 견해가 75%**를 나타냈다는 조사결과가 있을 정도였다⁴⁾.



출처: 잔디 재택근무 리포트 2020

4) 헤드헌팅 전문기업 커리어앤스카우트 경력직 구직자 317명 대상 설문조사 결과 (<https://www.newswire.co.kr/newsRead.php?no=927267>)

이와 같은 경향성은 비단 집에서 근무하는 것과 오피스에서 근무하는 것의 차이에 따른 만족도만을 의미하지 않는다. 즉 우리 사회가 **워라벨(Work and Life Balance)**을 중시하는 **사회로 이동**하고 있다고 해석할 수 있다. 통계청 사회조사에서도 그런 경향성이 나타나는데, 일과 가정생활 중 어떤 것을 중요시 생각하느냐의 질문에 대해 2011년도 조사에서는 일 절대적으로 우선되었던 것(일 우선 54.5%, 가정우선11.5%)과 달리 2021년도 조사에서는 일 우선이 큰 폭으로 감소하고, 가정을 우선한다는 비중이 증가했음(일 우선33.5%, 가정우선18.3%)을 볼 수 있다. 이로 보건대 우리 사회와 구성원들은 일과 가정의 균형점을 찾으려는 경향성이 커지고 있다고 볼 수 있다.

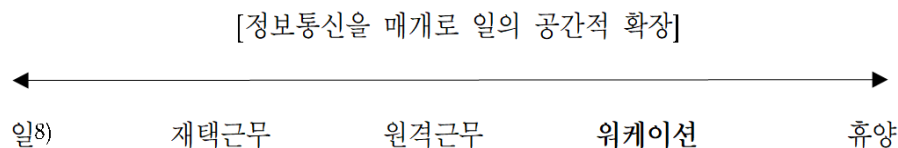
이와 같은 배경 속에서 **워케이션의 등장은 어쩌면 당연한 수순일 수 있다**. 즉 워케이션과 같은 사회적 현상(혁신)의 확산은 가능한 환경(정보통신망)과 구성원의 경험과 인식 변화⁵⁾ 등 확산될 수 있는 여건이 마련되어 급격히 관심이 높아졌다고 볼 수 있다(에버렛 M 로저스 2005). 여기에 **코로나19 이후 지역관광의 쇠퇴, 그리고 중장기적으로 인구감소 대응 및 생활인구 확보에 지역적 관심이 더해져**, 워케이션은 기업과 근로자뿐만 아니라 지자체들의 정책적 관심이 높아져 가고 있는 상황이다.

2. 연구목적

워케이션(Worcation)은 아직 통일적으로 통용되는 개념이 아니다. 일단 워케이션은 일(Work)과 휴가(Vacation)의 합성어인 신조어로 알려졌다. 그리고 근로자가 원하는 장소·휴가지에서 업무를 수행하면서 관광과 휴양을 동시에

5) 혁신의 확산은 제도(서비스)이 가지는 **좋은점(relative advantage)**의 확인, **필요부합 여부(compatibility)**, **경험가능성(trialability)**, **결과를 확인할 수 있는 관찰가능성(observability)**, **수행하기 쉬운 정도(complexity)** 등에 따라 혁신은 빠르게 확산된다고 주장한다

하는 것은 재택근무 및 원격근무와 달리 일과 관광을 같이하는 새로운 근무형태이자 관광트렌드로 정의한다(문화체육관광부 2022, 김성윤외 2022). 그러나 일과 휴가를 구분지어 생각⁶⁾하는 우리 문화 속에서는 굉장히 생소하다. 독자의 이해를 돕기 위해 그림으로 표현한다면 아래와 같으며, 위케이션은 일과 휴양의 중간에 위치하지만 더 면밀히 말한다면 원격근무와 휴양과의 사이에 위치하는 개념으로 보면 이해가 쉬울 것이다. 이와 같은 현상을 추동하는 힘은 정보통신 기술의 발달이며, 정보통신을 매개로 일(Work) 공간의 확장, 이에 따른 일과 휴양의 간극이 좁아졌기 때문으로 나타난 사회현상으로 보는 것이 타당할 것이다⁷⁾.



그리고 입장에 따라 위케이션을 대하는, 접하는 관심의 영역은 확연하다. 기업(고용노동부)입장에서는 새로운 일하는 방법(일터혁신⁸⁾)이며, 근로자 및 노동자⁹⁾(과학기술정보통신부)의 입장에서는 자신의 시간 활용성을 극대화 하는

6) 여기에서 일과 휴양은 각각 장소와 시간을 이루어 생각하는 선입견이 존재한다고 본다.
 7) 관광(휴양)중심에서 바라볼때는, 생활관광(한달살기)와 비즈니스관광의 사이에 위치한다고 볼 수 있음(모라비안앤코, 2022)
 8) 장흥근(2012)은 ‘노동과정의 인간화와 생산성의 향상을 동시에 도모하기 위한 목적 의식적으로 실행되는 기술과 작업조직 및 작업관행의 상호작용적인 혁신과정과 그 결과물’로 정의
 9) 관점에 따라 근로자는 고용된 사람, 노동자는 일하는 사람으로 표현한다. 영문으로는 근로는 Work, 노동은 Labor이다. 두 단어의 차이는 ‘주체성’에 대한 차이로 볼 수 있다. 위케이션의 경우에서도 이러한 경향성에 따라 제시되는 사업과 프로그램 차이가 존재할 수 있다. 구미의 위케이션은 디지털 노마드적 성향이 강하다. 즉 프리랜서 중심인데 반해 우리나라와 일본의 경우 기업중심이다. 즉 근로자로 볼 수 있어 이 연구에서는 구분하였다.

방법(디지털 노마드¹⁰⁾)이며, 워케이션지(地_장소, 문화체육관광부)에서는 새로운 관광객 유입책이자 서비스방법론이라 볼 수 있다. 특히 최근 인구감소지역(행정안전부)의 경우, 생활인구 유입과 결부된다. 또한 공급과 수요로 분류한다면, 기업·개인은 수요자로서, 지자체는 공급자로서 볼 수 있다.

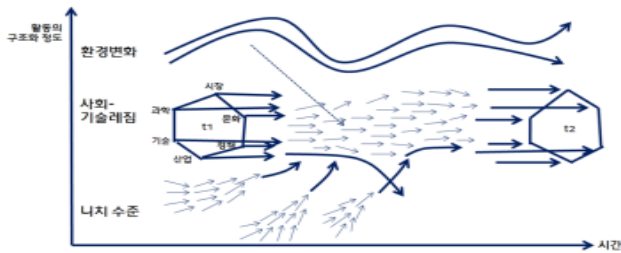
〈표 1-1〉 워케이션과 정부정책 관계성_1

분류	주체	특징	관계기관
수요	기업	일하는 방법	고용노동부
	근로자·노동자	디지털 노마드	과학기술정보통신부
공급	지역	新관광상품/방식	문화체육관광부
		인구감소대응	행정안전부

이러한 워케이션이 가지는 모호성(개념·관점)은 전략적 접근법에 혼동을 준다. 아마도 워케이션이 니치(Niche)적인 역할을 수행하기 때문이라고 본다¹¹⁾. 이러한 시스템 전환적인 관점에서 볼 때 워케이션을 하나의 새로운 관광상품으

10) 디지털 노마드란 디지털(Digital)과 유목민(Nomad)의 합성어로, 노트북 등 다양한 통신기기를 통해 장소에 구애받지 않고 일하는 노동자를 의미한다

11) 사회기술시스템론에 따르면 landscape(환경)-soico-technical regime(사회기술레짐)-Niche(니치)라는 다층적인 구조는 새로운 시스템의 맹아를 지닌 니치가 확장되어 시스템이 전환된다고 주장함(송위진, 2013).



다층적 관점에서 본 사회기술시스템의 전환

로 접근이 아닌 다면적인 접근과 그에 따른 실험들이 필요하다고 할 수 있다. 그러므로 이와 같은 위케이션을 둘러싼 다양한 정책과 실험을 파악하는 동시에, 위케이션에 대한 경험과 인식을 확인하여 충청남도 위케이션의 정책적 틀 거리¹²⁾ 제시를 이 연구의 목적으로 하고자 한다.

이를 위해 연구는 ①연구·정책동향, ②국내외 사례조사, ③충남도 현황조사, ④설문조사를 실시하고 이를 바탕으로 충청남도는 어떤 비전과 전략하에 시행해야 하는지에 대한 정책제언을 하고자 한다¹³⁾.

- 12) 이 연구에서는 위케이션을 개인과 기업이 업무와 휴양을 같이하는 일방식이자 지역에서의 새로운 (관광)상품으로 정의하고, 이를 활성화하기 위한 전략과제를 제시하는 것임
- 13) 김성윤 외(2022)은 위케이션과 관련하여 공급과 수요측면에서 아래와 같이 필요한 정책과제를 제시하였고, 이에 따르면 이 연구의 제시되는 정책사업은 공급(인프라, 정책지원) 및 수요(프로그램)에 해당한다고 할 수 있음

공급			수요	
인프라	정보구축	정책지원	프로그램	홍보
<ul style="list-style-type: none"> ■ 지역내 숙소개선 ■ 위케이션 사무공간 조성 ■ 원격업무환경 구축 지원 ■ 거점 공유오피스 구축 ■ (가칭)위케이션 빌리지 조성 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 표준모델 가이드 제작 ■ 위케이션 대상지 정보구축 ■ 위케이션 현황·모니터링 실시 ■ 위케이션 대상지 인증사업 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 광역/기초자치단체 협의회 구성 ■ 지역관광진흥조직 협의체 구성 ■ 범부처간 위케이션 협의체 구성 ■ 주민주도 위케이션 사업체 발달 ■ 법·제도적 지원 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 위케이션 세부 상품 개발 ■ 위케이션 기업 지원 사업 추진 ■ 지자체·기업간 협약모델 개발 ■ 위케이션 비자 자원프로그램 개발 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 위케이션 예약·홍보 플랫폼 구축 ■ 국내외 홍보사업 추진 ■ 위케이션 인식 전환 캠페인 ■ 위케이션 우수 기업·지자체 시상

제2절 연구의 내용과 방법

1. 주요내용

이 연구는 충청남도 워케이션 개발과 활성화라는 연구목적을 달성하기 위해 아래와 같이 이론·정책 및 사례조사, 관계자 설문조사, 자원조사 등을 실시하고 도출하고자 한다.

- 연구 및 정책검토
 - 워케이션의 연구적 의의 검토
 - 국내외 워케이션사업 등 정책동향 검토
- 국내외 사례조사
 - 국내 지자체 정책사례
 - 국외 지자체 정책사례
- 설문조사 및 인터뷰
 - 수도권중심 기업(인사담당자) 및 근로자 대상
 - 워케이션 경험자(담당자 및 근로자 등), 관계자(중간지원기관) 대상 인터뷰
- 도내 워케이션 현황조사
 - 충청남도 정책 및 사업
 - 도내 워케이션 사업운영 현황 및 분석

- 충남형 위케이션 모델 및 전략
 - 기본방향
 - 충청남도 위케이션 활성화 전략 및 과제제안
 - 중장기 전망

2. 연구방법

이 연구에서는 이론 및 정책검토 등 문헌조사, 사례조사, 설문조사, FGI, 전문가 자문 등 수행하고자 하였다. 구체적인 연구 방법은 다음과 같다.

첫째, 문헌조사를 실시하였다. 선행연구, 정책 동향 및 선진지 사례를 통해 연구적 접근법을 명확히 하였다. 이를 통해 위케이션과 관련된 접근법(일과 휴양, 지자체 등)에 대한 insight를 얻고, 사례조사 및 설문조사의 설계 등에 적극적으로 활용하였다. 둘째, 사례탐방(직접)을 실시하였다. 문헌 및 온라인을 통한 정보한계를 극복하기 위해 직접 방문 및 관계자 인터뷰를 실시하였다. 특히 이 연구에서는 ‘이용자 경험’은 연구적 중요성이 있다고 봤다. 따라서 참여 연구진은 사례탐방 및 위케이션 경험을 추진하였고, 연구진 회의 등을 통해 위케이션의 ‘이용자 경험’을 공유하였다. 셋째, 설문조사 실시하였다. 설문조사는 관계기관 등을 통해 기업담당자 및 근로자(경험) 대상 조사를 하였다. 설문은 기존 연구 및 전문가 의견 등을 통해 설계하되, 위케이션 시행 시 필요한 대상별 니즈 및 위케이션지로서 충남을 선택할 때 필요한 정책 수요를 구체적으로 확인할 수 있도록 설계하였다. 동시에 관계기관 및 경험자에 대한 인터뷰도 시행하였다. 넷째, 자문회의는 정책 및 현장 중심의 전문가를 대상으로 추진하며, 설문조사 기본방향 및 전략에 관한 설계와 분석 등 개최하였다. 최종전략 및 과제, 사업 등 검토 및 발굴 등의 자문을 받았다.



[그림 1-1] 연구의 주요내용과 단계

제 2 장

선행연구 검토

1. 연구검토
2. 정책동향
3. 국내외 사례
4. 시사점

제1절 연구검토

1. 김성윤·김현지·김형곤, 2022, 위케이션 활성화 방안 연구(한국문화관광연구원)

연구는 지식기반 사업체제로의 경제구조의 전환에 따른 근로시간과 장소 유연성이 강조되고 있는 실정에 따라 원격근무 및 위케이션이 확대되고 있으며, 특히 지역적으로는 지역인구 유입과 지역사회 문제해결 대안으로 검토되고 있는 연구적 배경하에, 우리나라의 위케이션의 활성화 방안 제시하고자 하였다.

위케이션의 효과성과 공급·수요자¹⁴⁾의 이슈가 존재하는데, 효과로는 주요하게 2가지 측면에서 나타나고 있다. 비즈니스 측면과 지역관광측면이 존재한다. 비즈니스 측면에서는 생산성 향상, 창의력 개발, 직무만족도, 비용절감 효과 등이 나타났고, 지역관광 측면에서는 방문객 증가와 유희공간 재생 등 경제활성화 등의 효과가 존재하였다. 위케이션의 수요자들은 위케이션을 통한 수혜자의 대상과 범위의 불명확성, 개인적 비용부담 등 제약요인이 존재였고, 공급자의 이슈는 부정적 인식, 생산성이슈, 기업추가비용 등 제약요인 및 기업특성별 도입목적을 반영할 필요가 있다고 분석했다.

14) 연구에서는 명확히 공급자와 수요자를 정의하지 않았으나, 공급자는 기업 등 조직이고, 수요자는 근로자로 판단된다.

〈표 2-1〉 재택근무 활성화에 따른 생산성 이슈

구분	세부내용
향상 요인	① (개인) 통근시간의 절약, 업무 집중력 향상, 자율성 증대 등으로 직무 만족도 증대 →직원의 주관적 만족도가 높아지면, 이직률이 낮아지고, 생산성과 기업 이윤이 증가함(LSE, 19.7월) ② (기업) 고용관련 비용의 절감효과→거리제약 완화로 인한 우수인력 확보 기회 증가, 이·퇴직률 하락은 기업의 고용관련 비용을 경감시켜줄 수 있는 요인이 됨 (Clancy, 2020)
저하 요인	① (직원) 구성원 간 유기적 의사소통이 줄고 지켜보면서 배울 수 있는 기회를 상실 →구성원 간 대면 상호작용 과정에서 기존 직원은 창의성을 증대시킬 수 있고, 특히 신입직원은 더 효과적으로 학습할 수 있음 ② (경영진) 관리·감독에 더 많은 시간과 노력이 투입된다는 점에서 재택근무는 각 주체의 생산성 저하를 초래하는 요인으로 작용됨 →재택근무는 주인·대리인 문제를 심화시켜 근무태만을 초래할 수 있으며, 기업입장에서는 직원관리에 대한 비용이 증대될 가능성이 있음(Bonet·Salvador, 2017)

출처: 김성윤외(2022), 위케이션 활성화 방안 연구

연구는 우리나라의 위케이션은 공공기관 주도형·지자체 주도형·민간 주도형 3가지 형태의 위케이션 모델로 분류하였다. ① 공공기관 주도형은 수도권 기업 및 개인을 대상으로 지방의 공공기관이 공모하는 특징을 가지고 있다. 예를 들어 강원도 관광재단이 주체가 되어 서울산업진흥원 등을 통해 위케이션 프로모션 추진한 사례 등이 있다.

〈표 2-2〉 강원도 관광재단 위케이션 판매상품

구분	영월	양양	태백	삼척
1인 1실 숙박	탐스텐 동강시스타 에코빌리지	더앤리조트 양양슬로스킵	태백 오투리조트 구소문 힐링캠프	삼척 씨스포빌
공유오피스	숙소별 지정장소 또는 인근 카페 등			
식사	조식 제공			
주요 체험프로그램	지역체험, ESG프로그램			
운영기간	06.07(화) - 07.15(금)		9.20(화) - 10.28(금)	

출처: 김성윤외(2022), 위케이션 활성화 방안 연구

②지자체 주도형은 다양하다. 오프라인 (공유)오피스 및 사무기기, 온라인 공유 공간 등 제공 및 숙박비 등 지원, 한달살기 일환으로 숙박비 및 문화농어촌 체험비 지원, 지역주민 공동체(협동조합) 주도 거점센터 조성 및 운영, 공공·민간 기업 협업추진, 청년마을 오피스+숙박시설 등이 있으며, 마지막으로 ③민간 주도형은 IT 대기업 등 우수인력 유치를 위한 위케이션 인프라 및 프로그램 운영을 하는 것으로, 특급호텔 중심의 상품기획과 판매가 특징적으로 나타나고 있다.

위케이션의 활성화를 위한 과제로서 ①시설 및 환경조성지원, ②수요확대 방안으로 제시한다. 시설 및 환경조성 지원으로는 인프라 조성과 정보구축을 제시하였고, ②수요확대 방안으로는 프로그램 개발과 홍보를 제시하였다. 세부 추진과제는 아래와 같다.

〈표 2-3〉 위케이션 활성화를 위한 추진과제

정책 방향	추진과제	세부 추진과제
시설 및 환경 조성 지원	위케이션 인프라조성	<ul style="list-style-type: none"> - 원격업무환경 구축 지원 - 숙박환경 조성 지원 - 거점오피스 구축 지원 - 주민주도 위케이션 사업체 발굴 - 정책 및 사업 협의를 위한 수단 마련
	위케이션 관련 정보 구축	<ul style="list-style-type: none"> - 위케이션 대상지 데이터베이스 구축 - 표준모델 가이드 제작 - 위케이션 실태조사
수요 확대 방안	위케이션 수요 확대	<ul style="list-style-type: none"> - 위케이션 세부상품 개발 - 기업 지원사업 추진 - 지자체-기업간 협약모델 개발 - 법·제도적 지원
	체계적인 홍보사업 추진	<ul style="list-style-type: none"> - 국내외 인식전환 캠페인 추진 - 전략적 홍보 추진 - 예약플랫폼 환경 조성

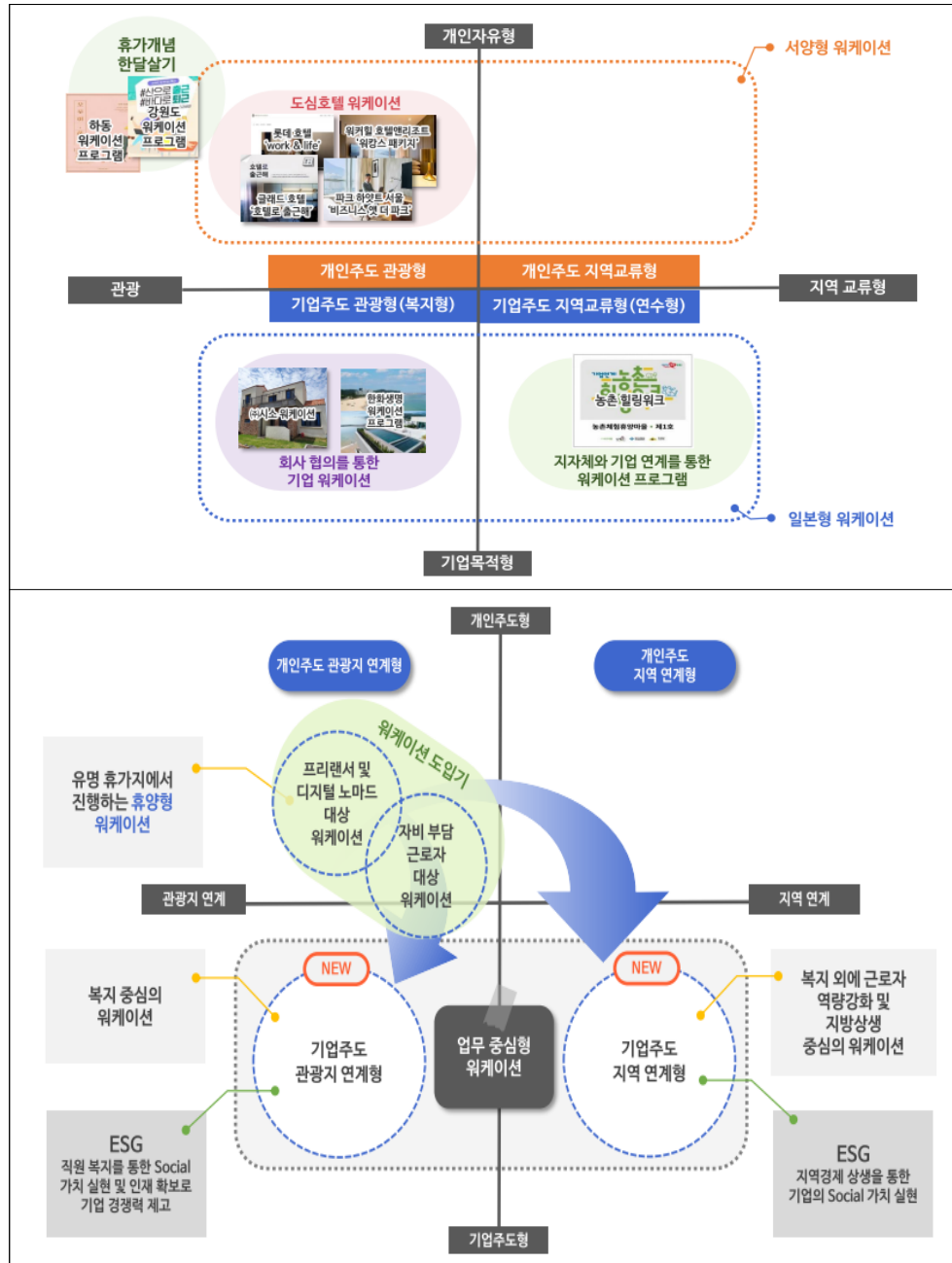
출처: 김성윤외(2022), 위케이션 활성화 방안 연구

2. 모라비안앤코, 2022, 워케이션활용 국내관광 활성화 방안연구(한국관광공사)

모라비안앤코(2022)는 ‘워케이션’의 범주와 기준을 정의하여 한국형 워케이션 사업의 기본개념 활용, 워케이션 사업 모델 및 활성화 방안 마련으로 국내관광 활성화 기여를 목적으로 연구를 추진하였다.

연구에서는 워케이션의 범주는 주도대상에 따른 ①개인vs기업, 연계지역 특성에 따른 ②관광지vs지역연계로 구분하였다. 개인주도의 경우, Working on Holiday의 특징을 살린 유연근무방식으로 비용부담은 개인이며, 반면 기업주도의 경우, 워케이션 참가자를 지역으로 보냄으로써 지역활성화를 꾀하고 직원 복지의 일환으로 추진되며, 비용부담은 근로자와 기업에서 하는 특징을 가지고 있다. 개인주도의 경우, 유럽과 미국 등에서 활발한 데 비해 기업주도는 일본에서 시작되었고 인구감소지역을 재생하고자 기업과 지자체에서 이니셔티브를 가지고 있다고 분석한다. 또한 관광지 연계의 경우 개인의 니즈에 맞는 관광을 제공하는데 반해, 지역연계형은 지역주민의 삶을 경험하거나, 지방 과제 해결, 지역상생, 근로자 역량강화 등을 목적하였다.

현재 우리나라의 워케이션은 초기단계로 ①휴양지 중심이며, ②개인들의 한달살기와 연계가 특징적이며, 또한 ③호텔 숙박 강조 등 차별화된 워케이션이 부재하다고 분석하고, 휴가에 집중된 워케이션 프로그램의 지자체 연계모델로의 전환이 필요하다고 주장한다. 특히 연구는 우선적으로 추진해야 할 워케이션을 업무중심형 워케이션으로 분류하여 기업주도, 지역상생 추구하는 한국형 워케이션으로 제시하였다.



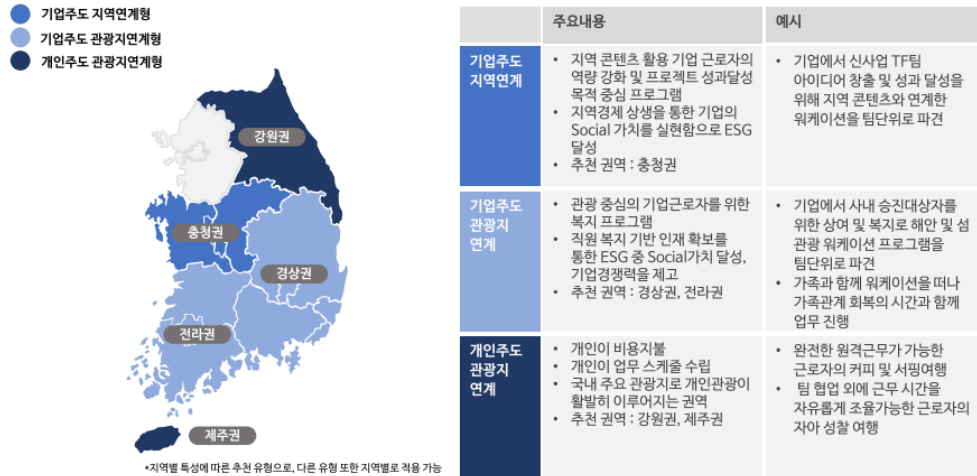
출처: 모라비안앤코(2022) 워케이션 활용 국내관광 활성화 방안연구

이와 같은 한국형 워케이션의 활성화를 위한 공급과 수요측면의 연계사업과 유형별 모델코스를 제시하였다. 연계사업은 공급자로 정부, 관광업계, 지자체를, 수요자로 기업, 근로자로 상정하여, 다음과 같은 사업을 제시하였다. 유형별 모델은 3가지로 구분하였고, 충남 기업주도 지역연계형 모델이 제시되었다. 이와 같은 제시 이유는 여행관심도가 낮아 개인의 자발적인 방문보다는 기업단위의 프로그램 운영이 효율적이라고 판단하였다고 밝혔다.

〈표 2-4〉 관계기관 간 협력체계 및 역할 정립

구분	사업내용
수요(기업, 근로자)	워케이션을 위한 지역거점 오피스 도입
	워케이션 성공기업 모델구축
	중소기업 근로자 대상 바우처 지원
공급자(정부, 관광업계, 지자체)	정부유관기관 협의체조직
	이동형 공유오피스 운영사업
	워케이션 교육아카데미 사업
	지역화폐 협약 및 제공
	유희공간 워케이션 시설활용
	워케이션 관광 코디네이터 양성
	워케이션 시설 인증제 도입

출처: 모라비안앤코(2022) 워케이션 활용 국내관광 활성화 방안연구



[그림 2-1] 국내 지역별 워크업 유형

출처: 모라비안앤코(2022) 워크업 활용 국내관광 활성화 방안연구

3. 문화체육관광부, 2022, 워크업 시설 디렉토리북(한국관광공사)

문화체육관광부는 지역 워크업의 활성화를 위해 워크업 시설 DB를 제공하였다. 워크업 시설기준은 현황조사 결과(2022년 11월 기준)에 따라 지역 관광 활성화 차원에서 지역에 위치한 시설로서 적절한 업무환경을 갖춘 객실, 개인 및 팀 단위 업무가 가능한 공유업무공간 등을 보유하여 워크업이 가능한 곳을 포함하였다. 워크업 시설 유형은 ①워크업 특화 시설, ②스테이형 워크업 시설, ③호텔&리조트형 워크업 시설, ④공공형 워크업 시설로 분류, 유형별 특징은 다음과 같다.

〈표 2-5〉 위케이션 시설분류 및 특징

구분	정의	특징
위케이션 특화 시설	<ul style="list-style-type: none"> ■ 위케이션 수요 증가 및 시장 확대에 따라 위케이션 상품·프로그램 운영을 목적으로 조성된 시설 ■ 위케이션 전용 공간이 구축되어 있는 시설 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 객실 내 업무공간 보유 및 팀·개인 단위 업무가 가능한 공유업무공간 보유 ■ 업무 이외 시간에 연계 가능한 지역 네트워크 및 시설 자체 프로그램 운영 역량 보유
스테이형 위케이션 시설	<ul style="list-style-type: none"> ■ 청년마을 및 로컬크리에이터 등의 운영주체가 소규모 스테이 시설과 공유업무공간을 구축 또는 활용하여 위케이션 프로그램을 운영 중인 시설 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 위케이션이 가능한 공유업무공간 보유 ■ 위케이션 이용자를 위한 자체 스테이 시설 보유 및 지역 제휴호텔 연계 네트워크 보유 ■ 시설을 활용한 ‘지역 한달살기’ 및 지역 내 체험프로그램 연계 가능
호텔&리조트형 위케이션 시설	<ul style="list-style-type: none"> ■ 호텔&리조트 중 상시 위케이션 프로그램 운영이 가능한 인프라와 위케이션에 대한 이해가 높은 시설 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 객실 내 업무 가능한 데스크 및 공간 확보 ■ 일반 대관형 연회/미팅 공간 외에 업무 가능한 공간을 별도로 조성하여 운영 중이거나 운영 가능한 시설
공공형 위케이션 시설	<ul style="list-style-type: none"> ■ 위케이션이 가능한 숙박시설과 공유업무공간으로 활용 가능한 공간을 확보하고 있는 시설 ■ 위케이션 프로그램 운영 의향이 있는 시설 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 공공시설 운영 활성화 및 위케이션을 통한 지역 활성화 목적으로 위케이션 프로그램 운영을 위한 공간 조성 ■ 공공 시설이 보유한 기존 체험 프로그램과 위케이션을 접목하여 프로그램을 운영

출처: 2022 위케이션 시설 디렉토리북

그런데 충남의 경우 전체 선정된 44개소 중 단 2개소만이 선정되었으며, 위케이션 특화시설, 호텔&리조트형 위케이션 시설, 공공형 위케이션 시설은 전무하여, 시설구축 및 확보가 시급한 상황으로 판단된다.

구분	시설명	
위케이션 특화시설	<ul style="list-style-type: none"> ■ 데스크 위케이션 ■ 디어먼데이 통영 ■ 러스틱 타운 ■ 로컬스티치 대전 ■ 질그랭이 거점센터 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 청자장 복합문화공간 ■ 코사이어티 빌리지 ■ O-Peace 제주 (사계) ■ O-Peace 제주 (조천)
	9개소	
스테이션 위케이션 시설	<ul style="list-style-type: none"> ■ 강릉살자(파도살롱, 지역제휴호텔) ■ 고요산책 ■ 관찰아마을(카세트 플레이어, 반짝반짝 1번지) ■ 라이프밸리(소호259호스텔, 소호카페, 고구마쌀롱 등) ■ 삶기술학교(커뮤니티호텔H, 한산 디지털 노마드센터) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 소랑이잇다 ■ 아르카복스 ■ 아웃도어 아일랜드 ■ 메이커스 아일랜드 ■ 메이커스 캠프, 지역제휴 호텔 ■ 자유도(버드나무빌, 슬로크루즈, 업스테 어스, CREAM)
	9개소	
호텔& 리조트형 위케이션 시설	<ul style="list-style-type: none"> ■ 골든툴립 호텔 남강 ■ 그랜드 머큐리 호텔 창원 ■ 나인부띠끄 호텔 ■ 더 앤 리조트 ■ 더 위크 앤 리조트 ■ 더 제이드 호텔 ■ 라까사호텔 광명 ■ 라마다 군산 호텔 ■ 롯데시티 호텔 울산 ■ 롯데호텔 울산 ■ 마레몬스 호텔 ■ 시프트도어 레지던스 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 씨마크 호텔 ■ 아비오 호텔 ■ 아이스퀘어 호텔 ■ 오크우드 프리미어 인천 ■ 켄싱턴 리조트 지리산 하동점 ■ 탑스텐 동강시스타 리조트 ■ 테이크 호텔 ■ 토요일인 창원 ■ 플레이스 캠프 ■ 한화리조트 제주 ■ 헤이 서귀포
	23개소	
공공형 위케이션 시설	<ul style="list-style-type: none"> ■ 가야산 생태탐방원 ■ 내장산 생태탐방원 ■ 한려해상 생태탐방원 	
	3개소	

출처: 2022 위케이션 시설 디렉토리북

4. 한국관광공사, 위케이션 지자체용 가이드북

본 가이드북은 지자체의 위케이션의 도입을 위한 문헌으로, 위케이션의 유형과 필요환경 제시하고 있다. 가이드북의 내용은 상기의 모라비안앤코(2022)의 연구와 같은 관점을 가지고 있다. 즉 위케이션 도입기의 경우 개인주도 관광지 연계형, 즉 프리랜서, 디지털 노마드, 자비 부담 근로자를 대상으로 추진하며, 발전방향은 업무중심형 위케이션이 바람직하다고 분석하고 있다.

이 문헌에서는 위케이션의 필요환경에 대한 검토가 되어 있으며, ①시설, ②프로그램, ③정보제공으로 구분하였다. 충청남도 위케이션 공간 기준 등으로 기초자료로 활용하고자 한다.

〈표 2-6〉 위케이션 필요환경 검토_시설검토

단계	구분		점검사항
시설 검토	숙박 및 편의시설	필수항목	숙박시설 내 최소한의 업무 인프라(와이파이, 책상, 의자)가 갖춰져 있다. 숙박시설 근거리에 방문할 수 있는 편의시설(마트, 의료기관, 은행 등)이 존재한다.
		권장항목	연수형 위케이션 참여자들을 수용할 수 있는 넓은 공간이 존재한다.
			숙박시설에는 장기투숙객을 위한 식사, 편의시설, 편의 서비스 등이 갖춰져 있다.
			팀·가족 단위 숙박시설이 갖추어져 있다.
	업무 시설	필수항목	숙박시설 내 또는 근거리에 업무 인프라가 갖춰져 있는 워킹 스페이스가 존재한다.
		권장항목	지역의 자연경관을 경험하면서 일과 휴식을 겸할 수 있는 카페 또는 시설이 있다.
			숙박시설과 사무공간의 통신 보안이 보장된다.
	관광 시설	필수항목	지역 내 관광객들이 방문할 수 있는 관광 자원이 존재한다.
		권장항목	관광시설 내에서도 잠시 업무를 할 수 있는 IT 인프라가 구축되어 있다.

〈표 2-7〉 워크ेशन 필요환경 검토_프로그램 제공

단계	구분	점검사항
프로그램 제공	필수항목	지역 내 체험 관광 코스 및 프로그램이 마련되어 있다.
		주중 근무 후 즐길 수 있는 야간 관광 프로그램이 마련되어 있다.
		주말에 온전한 휴식을 즐길 수 있는 프로그램이 마련되어 있다.
	권장항목	기업 단위 워크েশ션을 위한 연수형 교육 프로그램이 마련되어 있다.
		가족 단위를 대상으로 한 관광 프로그램이 마련되어 있다.
		참여자들 간 네트워크 형성을 위한 프로그램이 마련되어 있다.
		지역 주민과의 지역 교류 워크ेशन 프로그램이 마련되어 있다.
		지역 문제 해결 또는 기업의 ESG 실현을 위한 워크ेशन 프로그램이 마련되어 있다.

〈표 2-8〉 워크ेशन 필요환경 검토_정보 제공 및 홍보

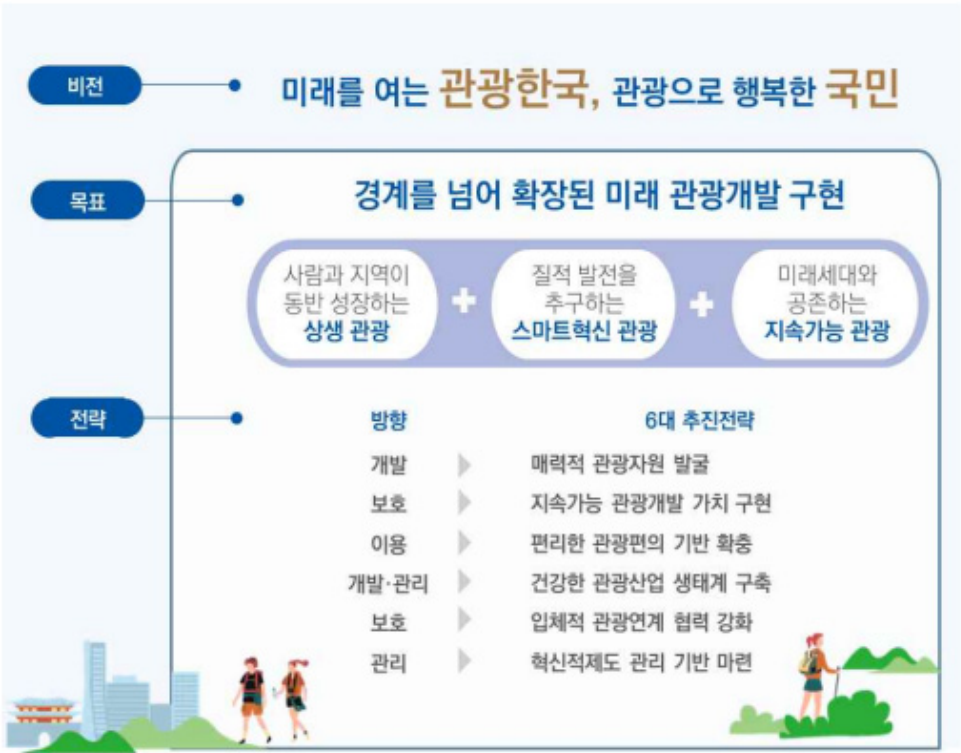
단계	점검사항
정보 제공	참여자들이 사이트나 플랫폼을 통해 워크ेशन 프로그램에 참가 신청을 할 수 있도록 예약 시스템이 구축되어 있다.
	참여자들이 지역 내 워크ेशन 프로그램에 대한 정보(숙박시설, 공용 오피스, 프로그램 등)을 쉽게 확인할 수 있도록 관련 정보가 게재되어 있다.
	원격 근무용 워킹 스페이스를 이용하는 참여자들을 위한 가이드라인, 매뉴얼이 마련되어 있다.
	지역 워크ेशन 홍보를 위한 사이트 혹은 SNS가 있다.

출처: 워크ेशन 지자체용 가이드북

제2절 정책동향

1. 문화체육관광부, 제4차 관광개발기본계획과 위케이션 시범사업

제4차 관광개발기본계획(2022~2031)에서는 삶의 질 향상에 입각한 관광환경을 조성하고 관광자원을 개발하는 것으로 비전과 목표를 세우고, 6대 추진전략을 제시하였다.



[그림 2-2] 제4차 관광개발기본계획(2022~2031) 비전 및 목표

출처: 문화체육관광부, 제4차 관광개발기본계획

계획에서의 위케이션은 추진전략인 **매력적인 관광자원 발굴의 하나이며 사업으로는 위케이션 관광지 조성**을 제시하고 있다. 이는 업무와 관광, 휴식을 관광지에서 추구하는 관광시설 또는 공간으로 디지털기기, 회의실 등의 업무기능을 할 수 있으며 음식과 숙박 등 관광편의 기능도 함께 갖춘 지역관광으로 특화하기 위한 것이다. 이를 위해서 위케이션 관광자원의 매력과 서비스 품질 등을 유지하기 위한 ①**지역별, 관광자원 특성별로 조성**, 다양성을 위해 ②**소규모 관광마을**과 접목, 업무효율성과 관광 만족도를 추구하기 위해 정부 및 지자체, 민간기업, 관광시설 ③**운영주체간의 연계협력을 통해 모델화**를 제시하였다.

단기적으로는 중앙정부와 지자체가 협력하여, 지정 관광지(휴양시설) 및 **관광마을에 원격 업무가 가능한 시설로 개보수** 지원하고, 중기적으로는 공공기관 연수원, 지정 관광지 및 지자체 운영 중인 휴양시설 등을 **위케이션 관광지로 전환**하고, 필요시 민간 운영 리조트시설에 대한 원격업무 시설 확충 지원하며, 장기적으로는 **신규 관광지 및 민간 휴양시설 조성시 위케이션 관광지 확충** 유도하는 **장기플랜**을 제시하였다.

특히 코로나19의 영향으로 위케이션 관광은 더욱 확산 되었고, 재택근무와 원격근무 등 업무환경 변화로 일과 휴가를 병행하는 관광 상품의 인기는 높아졌다. 글로벌 설문조사에 따르면 전 세계 원격근무 경험은 코로나19 전 15%에서 74%까지 증가하였다¹⁵⁾.

이와 같은 흐름에 맞추어 문화체육관광부와 한국관광공사는 위케이션 활성화에 적극적이다. 2022년 ①**위케이션 시범사업**, ②**기업담당자 팸투어**, ③**위케이션 DB구축** 등을 추진하였다. ①시범사업의 경우, 대기업·IT·글로벌·스타트업 대상 총 11개 기업 243명 참가하였고, 총 11개 지역에서 위케이션을 하

15) 한국관광공사 보도자료(2021.10.26.) 트렌드로 떠오른 위케이션 성장 전망 속, 경쟁력 갖춘 지역 발굴 및 사업기획 포착

였다. ②기업담당자 팸투어의 경우, 기업 인사/노무담당자 대상 위케이션 프로그램 팸투어를 추진하여, 1회차(11.7, 강릉·양양), 2회차(11.10~11, 서천·전주·공주)를 진행하였다.

③위케이션 DB 구축사업은 전국 위케이션 시설 현황 파악 및 DB 구축을 통한 전국 단위 통합정보 제공하고자, 국내 주요 위케이션 시설 조사 및 점검·평가를 통한 DB 구축하였고, 디렉토리북을 제작하여 배포하였다.

이와 같은 시범사업의 결과, 위케이션의 기업내 제도화에 대해서 70%이상 긍정응답을 내어 놓는 등 위케이션의 긍정적인 반응을 나타냈다¹⁶⁾. 그러나 위케이션지로서 선호지역은 약 70%가 제주, 강원을 선택하는 등 유명관광지의 편중이 심하게 나타났다. 이에 따라 정책과제로 ①위케이션의 목적지의 다양화, ②지역체험형 상품 신규발굴 등 필요성이 명확해졌다. 또한 ③시설간 이동의 편의성을 비롯한 인프라 확충이 필요한 것으로 나타났다. 특히 충남지역을 포함한 방문지역에서는 ④연계 숙박시설과 업무공간의 인프라 확충에 대한 요구가 있었다는 것은 염두해 둘 필요가 있다.

그 밖에 위케이션의 형태에 관해서는 휴가 및 관광형, 자연친화, 지역교류, 오피스 등의 순의 선호를 나타냈다. 필요지원에 대해서도 비용지원(1순위)과 프로그램 정보제공 및 연계(2순위)이었다.

2023년에는 위케이션 시범사업을 더욱 확장하여 추진한다. 문화체육관광부와 한국관광공사의 시범사업은 지역의 새로운 위케이션 프로그램 발굴과 지자체 등에서 추진 중인 기존의 관광프로그램과 연계하여 전국 16개 지역 20개 시범 프로그램을 마련하였다.

16) 한국관광공사 관계자인터뷰 및 내부자료

〈표 2-9〉 위케이션 지역별 시범프로그램 진행

지역	프로그램명	프로그램 소개
부산 (2)	영도 위케이션 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ■ 부산항구를 한눈에 볼 수 있는 뷰를 가진 센터 ■ 다양한 지역투어 프로그램
	송도 위케이션 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ■ 오션뷰의 객실과 공유오피스가 숙소 내에 위치하여 편리 ■ 지역 관광 자원
인천 (1)	중구 무의도/포내 어촌체험휴양마을 위케이션 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ■ 서해 바다가 한눈에 들어오는 오션뷰 오피스, 조용하고 널찍한 공간으로 쾌적한 근무환경 제공 ■ 서해바다 체험프로그램
강원 (5)	양양 웨이브 워크 위케이션 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ■ 양양 해변가 도보 5분 거리 ■ 위케이션 참가자를 위한 관광 프로그램 제공 ■ 지역 관광 자원
	양양 데스크 위케이션 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ■ “파크로쉬 리조트 앤 웰니스” 내 웰니스·힐링 프로그램 제공 ■ 지역 관광 자원
	정선 파크로쉬 위케이션 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ■ “파크로쉬 리조트 앤 웰니스” 내 웰니스·힐링 프로그램 제공 ■ 지역 관광 자원
	동해 망상오토캠핑장 위케이션 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ■ 망상해수욕장 바로 앞에 위치한 오토캠핑리조트에서 즐기는 휴양형 위케이션 ■ 오토캠핑장 내 오션뷰 오피스 위치, 출퇴근 용이
경남 (3)	남해 상주 팜프라촌 위케이션 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ■ 남해 바다 뷰가 아름다운 두모마을에 위치 ■ 작은 집 한 채 제공, 전원생활체험 가능
	남해 창선 위케이션 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ■ 적량해비치마을에 위치 ■ 다양한 지역프로그램 제공
	남해 지족어촌체험휴양마을 위케이션 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ■ 남해만의 특별한 프로그램 제공 ■ 지역 관광 자원
경북 (2)	포항 창바우 어촌체험휴양마을 위케이션 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ■ 다양한 체험 프로그램 제공 ■ 지역 관광 자원
	경주 춘추관 위케이션 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ■ 경주만의 특색이 있는 고즈넉한 한옥에 위치, 한국의 정취를 느낄 수 있는 위케이션 ■ 지역 관광 자원
전남 (3)	곡성 워크빌리지 러스틱 타운 위케이션 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ■ 섬진강 근처 한적한 자연속 곡성심청마을 내 위치 ■ 한옥에서 진정한 힐링을 느끼는 위케이션 ■ 지역 관광 자원
	완도 북고어촌체험휴양마을 위케이션 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ■ 땅끝마을의 바다가 한눈에 보이는 공유오피스 ■ 지역 관광 자원

지역	프로그램명	프로그램 소개
전북 (2)	군산 라마다 호텔 위 케이션 프로그램	■ 산책로를 즐길 수 있는 은파 호수공원 앞에 위치 ■ 지역 관광 자원
	부안 소노벨 변산 위 케이션 프로그램	■ 격포해수욕장 바로 앞에 위치 ■ 소노벨 내 워터파크 등 많은 레저시설
충남 (2)	예산 리솜 위케이션 프로그램	■ 온천을 즐길 수 있는 스플라스 리솜 리조트 이용 ■ 지역 관광 자원
	태안 베이브리즈 위 케이션 프로그램	■ 만리포 해수욕장 앞 위치, 오션뷰 카페 오피스 ■ 지역 관광 자원

※ 2개 프로그램(강원 유니크베뉴, 전남 블루위케이션) 선정을 위한 협의 진행중

출처: 문화체육관광부, 제4차 관광개발기본계획, 재구성.

또한 23년 10월에는 전국 위케이션 프로그램과 시설정보를 통합하여 제공하기 위하여 위케이션 안내책자를 발간할 예정이다. 이는 위케이션에 대한 관심과 니즈의 증가에 비해 정보는 부족한 상태이며 특히 각 지자체나 호텔 및 리조트, 위케이션 특화시설에서 위케이션 프로그램에 대한 정보전달이 부족하다는 판단 때문이다.

2. 행정안전부, 고향올래(GO鄉ALL來)

이 사업은 행정안전부가 올해(2023년)부터 생활인구¹⁷⁾ 늘리기 사업으로 추진하고 있는 사업이다. 행정안전부에 따르면 생활인구 관련시책은 각 부처에서 시도하였으나, 2023.1.1. 인구감소지역법 시행 후, 행정안전부의 최초의 전국 사업으로 추진되고 있다.

고향올래사업은 지역경제 활성화의 효과가 뛰어난 5가지의 사업을 제시하고, 공모를 통해 사업대상자(지자체)를 선정하고, 200억의 예산을 지원할 예정이다. 아래와 같이 5가지 사업중 위케이션이 포함된다.

17) 지방소멸 위기, 인구 이동성 증가 등 급변하는 정책환경을 반영하여 정주인구가 아닌 체류형 생활인구를 확보하기 위함과 지역경제 활성화의 근간을 마련하기 위해 2023년 처음 시행되었다.

〈표 2-10〉 고향올래사업 중 워케이션 포함 내용

사업명	주요내용
두지역 살아보기	도시거주자가 정기적, 반복적으로 지역에 체류하며 해당 지역과 관계를 가지며, 추가적인 생활거점을 갖는 것
지역워케이션	근로자가 휴가지에서 일상적인 업무를 수행하면서 휴양을 동시에 즐기고 지역 장기 체류
농촌유학프로그램	서울거주 초·중학생*이 지역 농촌학교에 일정기간(6개월이상) 전학, 도시 생활에서 경험하기 어려운 생태학습 등의 교육 체험
은퇴자 공동체마을 조성	은퇴자들을 위한 전원생활 등 단기(2~3개월) 체험기회 제공을 통해 공동체 생활 방식의 상호교류 지원 및 지역내 생활인구 유입 유도
청년 복합공간 조성	청년층의 지역 정착시 가장 큰 애로사항은 일자리와 주거지*로 주거와 구직 활동을 동시에 지원하여 청년층 생활인구 확대

2023년 사업 공모로 21개의 지자체를 선정하였다. 그중 워케이션 분야는 부산 해운대, 울산 동구, 경기 가평, 강원 평창, 전남 곡성, 전남 순천 6곳이 선정되었다. 정부는 참여자가 근무할 수 있는 사무시설을 구축하고, 근무 외 시간에 해당지역을 체험할 수 있는 관광과 교류 등의 특화프로그램을 지원할 예정이다. 선정된 지자체 워케이션 사업을 살펴보면 다음과 같다.

〈표 2-11〉 워케이션 지자체 사업

워케이션 선정 지자체	워케이션 사업
부산 해운대	■ 해운대 워케이션 - 유희시설을 활용한 워케이션 센터 조성 - 참여자 대상 관광·숙박
울산 동구	■ 울산 동구 워케이션 - 유희상가 리모델링을 통한 워케이션 조성 - 바다체험, 맛집 탐방 등 프로그램 제공
경기 가평	■ 자라섬 스마트 워케이션 센터 조성 - 기존 건축물 리모델링을 통한 코워킹워케이션 센터 조성 - 문화로컬체험 프로그램 제공 및 숙박 지원
강원 평창	■ 평창 워케이션 타운 - 폐교 부지를 활용한 공유 오피스 공간 조성 - 지역 관광·지역민 교류 프로그램 제공 및 숙박지원

위케이션 선정 지자체	위케이션 사업
전남 곡성	■ 청년로컬크리에이터 - 유희시설을 활용한 청년 로컬크리에이터 베이스 캠프 조성 - 취·창업·지역체험·관광프로그램 제공
경북 구미	■ 구미역 복합문화 거점공간조성 - 구미역 리모델링을 통한 공유오피스 - 생활인구 네트워킹 공간과 구미 웰컴센터 등 조성

3. 과학기술정보통신부, 디지털 노마드 사업

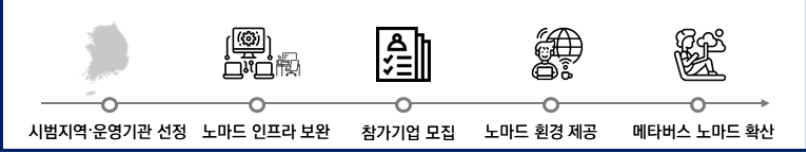
이 사업은 지역자원을 활용한 원격근무 환경 조성 및 제공을 통해 공간적 한계를 극복한 효율적이며 생산적 메타버스 업무¹⁸⁾ 문화 확산을 목적인 사업이다. 메타버스를 활용한 원격근무 환경조성을 통해 메타버스 인식확산을 유도하며, 원격근무와 지역 휴양자원을 연계해 중소기업 직원복지와 지역균형발전, 경제활성화를 마련하는 목적으로 한 위케이션의 일환이라 볼 수 있다.

사업은 사업운영사를 선정하여 사업을 추진하고, 정보통신산업진흥원을 통해 사업이 추진된다. 공모내용과 추진체계는 아래와 같다.

18) 메타버스 근무란, 근무 장소에 구애받지 않고 가상의 공간에서 동료와 연결·소통하며 적절한 방식으로 일을 처리해 나가는 방식. 메타버스는 가상과 현실이 융합된 공간에서 사람과 사물이 상호작용하며 경제와 사회 그리고 문화적 가치를 창출하는 세계(플랫폼)라고 할 수 있으며, 과학기술정보통신부는 메타버스를 통해 신산업을 추진할 예정으로 다음과 같은 전략을 제시(2022.1.20.)

전략	내용
전략 1	세계적 수준의 메타버스 플랫폼 도전 - 10대 분야 메타버스 플랫폼 발굴, 한류 및 지역특화 콘텐츠 제작지원
전략 2	메타버스 시대에 활약할 주인공 키우기 - 청년 메타버스 전문가 양성을 위한 메타버스 아카데미 개원('22, 180명) - 메타버스 융합전문대학원 신설('22, 2개), 메타버스 노마드 업무환경 지원
전략 3	메타버스 산업을 주도하는 전문기업 육성 - 초광역권 메타버스 허브구축('22, 1개소), K-메타버스 글로벌 네트워크 구축
전략 4	국민이 공감하는 모범적 메타버스 세상 구축 - 메타버스 윤리원칙 수립, 자율·최소규제·선제적 규제혁신 원칙 정립 - 메타버스 사회혁신센터 운영 등 공동체 가치 실현 기여

〈표 2-12〉 과학기술정보통신부, 디지털 노마드 사업 개요

구분	주요내용
지원기간	○ 협약체결일 ~ 2022년 12월 16일
공모방식	○ 자유공모
지원절차	<p>○ 공모를 통해 메타버스 노마드(Nomad) 프로그램 운영기관을 선정하고, 참가기업 모집을 통한 시범지역 노마드 인프라 이용 환경 제공</p>  <p>시범지역-운영기관 선정 노마드 인프라 보완 참가기업 모집 노마드 환경 제공 메타버스 노마드 확산</p>
선정 및 지원규모	○ 총 3억원(3개소(지역) x 1억원 이내)
지원대상	○ 운영기관: 해당 지역 소재 기관(영리·비영리법인 등)
지원조건	<p>○ 지자체와 사전 협의 및 참여 협약서 제출 필수</p> <p>○ 사업기간 동안 업무 및 주거시설 제공가능 기관*</p> <p>○ 원격업무를 위한 공간·장비와 주거공간 등이 사전 조성 완료</p>
수행내용	○ 참가기업 모집·선정, 근무·거주 공간 제공 및 활용, 지역 프로그램 연계, 운영 가이드라인 등 기획·운영

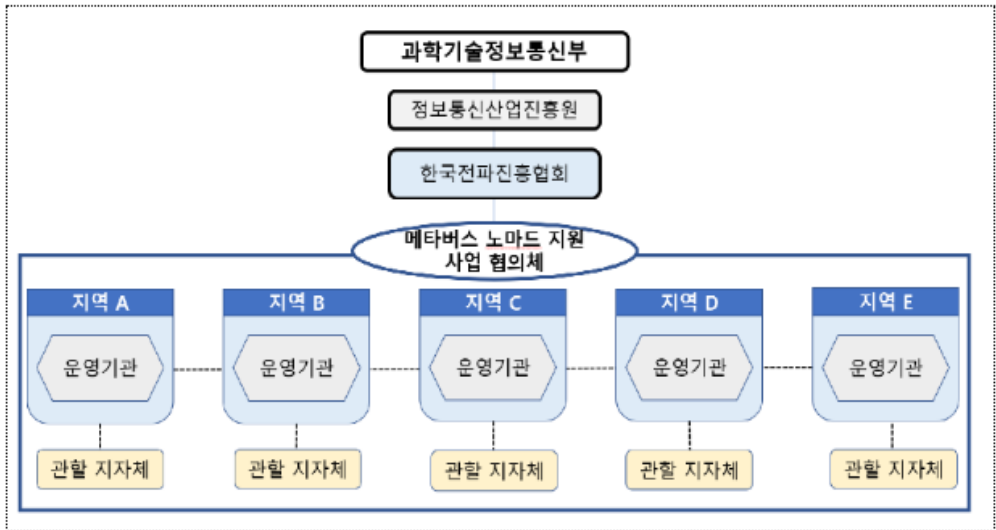


[그림 2-3] 추진체계

출처: 과학기술정보통신부, 2022년 메타버스 노마드 시범사업 공고 안내문

사업공간(위케이션 공간)과 관련하여 운영기관 보유시설, 지자체 유희시설 등을 활용하여 원활한 원격 협업이 가능한 업무환경 조성하되, 1) 업무인프라로서, 원격 협업 플랫폼 활용 네트워크, 사무장비(OA) 등을 제시하였고, 2) 질 좋은 근무환경 제공, 사업 참가기간 동안 참가기업 직원들이 머무를 수 있는 3) 거주 인프라 등 공간적 필수조건을 제시하였다.

프로그램에 관해서는 퇴근 후 참가기업 직원들이 누릴 수 있는 1) 지역 체험 활동, 네트워킹 프로그램 등 제안하되, 지자체와 협업하여 2) 지역 인적·물적 자원 및 특화 산업과 연계한 협업·네트워킹 활동이 될 수 있도록 기획을 요구하고 있다. 참여자의 경우, 국내 스타트업·중소기업*을 대상으로 참가기업 모집하되, 참가자격은 민간 협업 솔루션 등을 활용해 근무하는 5인 이상의 스타트업·중소기업으로, 자사 직원들의 시범지역 내 업무 수행을 근무로 인정하는 메타버스 근무제도 운영하는 것으로 하였다. 23년도는 시범사업지를 5개소로 확대하였고, 한국전파진흥원이 중간지원기관으로 추진하게 되었다.



[그림 2-4] 23년 사업 추진체계

출처: 과학기술정보통신부, 2023년 메타버스 노마드지원사업 수행지침

23년 메타버스 노마드 선정 지역은 춘천, 속초, 서천, 의성, 제주의 5개 지역이며, 다음과 같다.

〈표 2-13〉 메타버스 노마드 선정지역 및 기관

지역	안내 웹페이지
춘천	https://www.chuncheonnomad.co.kr
속초	https://www.instagram.com/goguma_ssalon
서천	https://www.hansannomad.kr
의성	https://www.nonvatte.com
제주	https://www.spacemono.co.kr

각 지역의 메타버스 노마드사업의 특징은 다음과 같다. 춘천의 경우 강원정보문화산업진흥원이 운영기관으로, 지자체(춘천시)와 협력기관(춘천시 관광협의회)의 협력으로, 사업운영 및 업무환경을 조성한다. 업무공간은 강원정보문화산업진흥원 내 ‘갤러리 툰 카페’, 거주 공간 ‘호텔 공지천’을 제공한다. 관광상품은 물길로 킹카누, 레일바이크, 삼악산 케이블카 등 주요 관광지, 애니메이션박물관과 토이로봇관 등을 제공한다.

서천의 경우, 지역 전통주인 한산소곡주 체험을 융합한 ‘술케이션’을 테마로 진행한다. 운영기관은 서천 디지털 노마드센터이며, 센터는 기관명에서 나타난 것처럼 디지털 노마드를 위한 공간으로 구성된다. 공용라운지, 다양한 업무공간(1인, 8인) 및 회의공간(4~5인, 8~10인), 5G 초고속 인터넷망, MacBook 프로 등 지원장비 및 한글오피스, Microsoft office은 물론 Adobe, Jet Brain PHPstome 등 전문적인 프로그램까지 제공하는 등 디지털 노마드를 위한 공간으로 구성된다. 관광상품은 한산소곡주 빚기, 한산모시짜기 등의 이색 전통 문화체험과 주변 관광지로 떠나는 자전거 에코여행 등 이다.

의성의 경우, 위케이션 하우스 ‘논밭에’를 업무와 생활거점으로 삼아, 메타버스 장비 및 교육 프로그램 도입 및 운영하고 있으며, 의성이웃사촌 시범마을사업과 연계한 농촌지역의 다양한 프로그램인 로컬다이닝, 수제맥주 양조체험 등을 제공한다.

제주의 경우, 플렉싱크가 운영사이며, 업무는 2022년 행정안전부 스마트 조성사업의 일환으로 조성된 공유 오피스 ‘스페이스 모노’에서 진행한다. 플렉싱크는 업무용 메타버스 플랫폼 ‘오비스(oVice)’와 메타버스 VR 무료 기기 대여 등 다양한 서비스를 제공(예정)한다. 스페이스 모노가 위치해 있는 대정읍의 관광업체들과 협업을 통해 관광프로그램을 제공한다.

제3절 국내외 사례

1. 개요

워케이션에 대한 관심은 그리 오래되지 않았다. 시작은 2000년대 초반 원격 근무(Telework)에서부터 시작되었다고 봐야 할 것이다. 그리고 우리나라에서는 2011년 행정안전부의 스마트워크 활성화가 그 시작으로 오래되지 않았다. 그러나 전술한 것과 같이 ‘근무지가 아닌 곳에서 일이 가능하다’는 사회적 인식이 급격하게 확대되게 된 계기는 코로나19일 것이다. 코로나19는 일 방식에 대한 인식의 변화뿐만 아니라 관광산업에 영향을 끼쳤고, 지역에서 돌파구를 찾으려는 노력이 겹치면서 ‘관광+일(워케이션)’은 관심을 끌게 되었다.

지역에서의 정책적 시작은 2021년 제주 및 강원도 등의 시범사업으로 비롯되었다고 할 수 있다. 또한 정책용어로서 원격근무 및 워케이션은 회자되고 있었지만, 실제 정책적 시도는 최근 1~2년 동안 추진된 것들이다. 따라서 정책적 결과물에 대한 판단, 즉 성공적이다 또는 실패하였다 등으로 언급하기에는 적절하다고 볼 수 없다. 다만 이 연구에서 사례검토를 하는 이유는 정책사업의 동기, 정책목표와 사업현황의 특징 등을 통해 지역들은 ‘워케이션 사업을 왜 하는가’ 등 정책지향을 확인하고자 한다.

이러한 연구적 고민 속에서 몇몇 국내외 사례를 검토하였다. 국내사례는 제주·부산·강원이며, 국외사례는 일본과 와카야마현이다. 국외사례의 경우 일본 정부의 워케이션 정책도입의 동기와 목표 등의 검토하면서 일본 내의 가장 적극적으로 추진하고 있는 와카야마현의 사례를 문헌 등을 통해 조사한다. 일본

의 사례는 모라비안앤코(2022)에서 제기한 것과 같이 기업주도 지역교류형에 적절하여, 충남도 위케이션 전략이 중요한 시사점을 줄 것으로 판단하여 조사하였다.

국내사례는 위케이션에 적극적인 지자체인 제주, 강원도, 부산 등의 사례를 검토하였다. 지자체의 ①정책목표·현황, 특징적인 위케이션 ②사업내용, ③정보제공의 시사점을 검토하였다. 조사방법은 문헌조사 및 홈페이지 등 인터넷정보구독을 비롯, 현장조사 및 관계자 인터뷰 등 다면적 조사를 진행하였다.

2. 제주도

1) 정책

제주도는 위케이션을 선도적으로 추진한 지자체로서, 우수한 휴양자원과 스마트워크 인프라를 활용하여 글로벌 위케이션 선도지역 조성을 위한 기반 마련 및 지역경제 활성화 촉진하고 있다. 제주도는 ‘국제자유도시’를 표방하며, 간접적인 투자유치 촉진 수단으로서 수도권 기업·글로벌 기업과의 네트워크 확대 및 분산 오피스 유치 계기 마련하려고 노력하고 있다.

그 일환으로 2021년부터 제주 위케이션 프로그램 시범사업(아일랜드 워크랩스: Island Work Labs)을 운영하고 있다고 볼 수 있다. 21년 시범사업은 재택근무 시행 중인 수도권 ICT 기업 종사자 대상(26개사 임직원 30명)으로 11월 4주간에 걸쳐서 위케이션 프로그램(공유오피스, 숙박 및 여가생활)을 운영하였고, 숙박비 및 프로그램 일부 지원하였다. 조사결과 높은 만족도 및 재참여의사를 나타냈다. 2022년 현재 위케이션 1) 공유오피스 3개소 조성 및 운영¹⁹⁾,

19) 민간시설 임차(2개소·2개월) 및 서귀포시 복합혁신센터 내 위케이션 오피스 조성: 투자협약체결 기업, 잠재투자기업 등 직원 100여명 참여

2) 워케이션 시설 및 프로그램 정보제공을 위한 홈페이지 구축·운영, 3) 민·관 워케이션 네트워크 구축하였다.

〈표 2-14〉 제주도 워케이션 사업 운영현황

구분	주요 추진사항
① 업무공간	· (공공) 도내 공공 유희시설 활용 워케이션 오피스 활용 · (민간) 민간 공유 오피스 사업자 시설 연계 활용
② 숙박	· (상업용) 호텔, 민박 등 도내 숙박 인프라 정보 제공 · (임대용) 주택, 오피스텔, 콘도 등
③ 여가 프로그램	· (액티비티) 레저, 관광, 취미, 체험 활동 등 · (프로그램) 기업연수, 강연, 자기개발 프로그램 등
④ 관리·서비스 (코디네이트)	· (정보제공) 도, 협업기관, 참여 업체 등 제공 · (네트워킹) 참여자 간의 소통 플랫폼 및 활동 프로그램 등 · (컨설팅) 워케이션 및 위성오피스 유치 컨설팅 제공

출처: 행정안전부 고향올래 보도자료(22.12.22)

이러한 제주도의 워케이션 실적을 바탕으로, 아래와 같이 **민선 8기의 공약과 제로 글로벌 워케이션 조성**과 **주민주도형 워케이션 산업육성**을 제시하였다. 제주도가 가지는 우수한 휴양자원과 스마트워크 인프라를 활용하여 글로벌 워케이션 선도지역 조성을 목표, ①간접적인 투자유치 촉진 수단으로 **수도권 기업과의 네트워크 확대 및 분산 오피스 유치 계기 마련**, ②지역의 콘텐츠 활용한 워케이션 상품의 결합을 통한 장기체류 및 소비 유도, ③비즈니스의 휴양을 연계한 워케이션 시스템 구축을 통해 고객 재유치 등 마이스 경쟁력 강화를 내세웠다. 총 120억 원의 사업비(지방소멸대응기금 32억원 포함)로 다음과 같은 사업을 추진한다.

■ 글로벌 위케이션 조성 및 주민주도형 위케이션 산업 육성

- 사업기간: 2022년~2026년
- 사업비: 12,255백만원(도비 12,105*, 기타(자부담)150))
*지방소멸대응기금(행안부)3,275백만원 포함
- 주요사업
 - 국내외 기업 대상 위케이션 프로그램 운영 및 거점 조성
 - 제주 위케이션 민관협력체제 구축 및 홈페이지 구축 운영
 - 카름스테이-마을관광 연계 위케이션 산업육성
 - 주민주도 마을관광 육성 및 웰니스 관광 상품개발
 - 국내외 기업 위케이션 및 분산오피스 유치 활성화('22.~'26.)

위케이션 거점 시설 조성* 및 위케이션 프로그램 운영

*서귀포북합혁신센터 위케이션 오피스 조성 운영('22.~)

*제주시 위케이션 거점 조성('22.~'23.)

국내외 기업 제주 위케이션 지원 및 분산오피스 구축 컨설팅

국내외 기업 네트워크 강화 및 제주 위케이션 홍보

- 국내외 기업 제주 위케이션 및 분산오피스 유치·지원을 위한 「제주특별자치도 투자유치 촉진 조례」 근거 마련

2) 사업

2023년도 거점오피스 2개소로 확대 운영하고, 위케이션 활성화를 위해 민관 위케이션 네트워크(협의체)를 구성하여 운영 중이다. 또한 제주도에서 사업하는 민간의 공유오피스기업에 민간협력 오피스 이용의 경우 비용지원을 하고 있다. 또한 수도권 기업의 초청 팸투어를 추진하고 있다. 23년 초 판교 기업대상 설명회를 추진하였고, 23년 7월 팸투어 항공료 및 체류비 지원을 예정하고 있다. 수도권기업에 대한 분산근무 지원프로그램으로 위케이션 오피스, 여가프로그램 지원은 물론 직원의 거주, 체류, 생활 컨설팅 지원 등을 시행하고 있다.

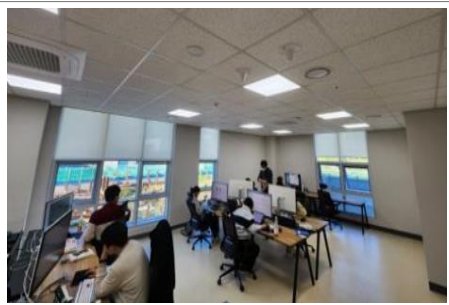
특히 **분산오피스 구축지원**에 힘을 쏟고 있다. 문화산업 및 정보통신업 기업의 경우, 제주도 건물임차 및 도민 5명 이상 상시고용의 경우, 임차료 및 시설장비 구입비 지원하려고 하고 있으며, 이를 위한 조례개정을 추진하고 있다.

〈 참고: 서귀포 혁신도시 워케이션 오피스 조성 및 운영현황 〉

- 복합혁신센터 개요
 - (위치) 제주특별자치도 서귀포시 서호남로 25(서호동 1604번지)
 - (규모) 지하 1층 / 지상 3층, 연면적 6,089.56㎡
 - 〈지하 1층〉 공용 수영장, 〈1층〉 어린이집
 - 〈2층〉 워케이션 오피스, 〈3층〉 스타트업 지원 시설(스타트업베이)
- 워케이션 오피스 조성 및 운영 개요(도 투자유치과 운영)
 - (운영기간) '22. 9월 ~ 상시운영
 - (운영대상) 제주 투자협약 체결기업 및 잠재 투자기업
 - * 위메이드그룹 (쥬전기아이피 직원 65명 3기로 나누어 제주에서 분산 근무
 - : △(1기) 23명 △(2기) 20명 △(3기) 22명 * '22. 9.26.~ 11. 4(6주간)
 - (오피스 규모) 2층 5개 사무실 중 3개 사무실 및 1개 회의실 워케이션·운영



시설 외부 전경



오피스 공간



화상 회의실



카페테리아

출처: 행정안전부 고향올래 보도자료(22.12.22)

3) 질그랭이거점센터

위케이션 사업을 진행하는 민간기업 중 마을공동체 기반 협동조합(세화마을 협동조합)인 질그랭이거점센터는 제주도 위케이션에서, 아니 우리나라의 위케이션 독특한 지위를 가진다. **질그랭이거점센터는 여타 공유오피스기업과 달리 마을과 마을사람을 기반한다는 점, 농촌중심지활성화사업으로 탄생한 건물을 활용한다는 점**에서 위케이션의 지역사례로 회자되는 곳이다. 질그랭이거점센터는 4층 건물이다. 이 중 위케이션 오피스로 활용되는 곳은 건물의 3층이다. 1층은 마을사무소(세화리), 2층은 마을카페, 4층은 숙박시설로서 활용된다.

최초 위케이션을 시작한 계기는 마을에서 원격근무를 하는 IT관련 기획자의 아이디어를 협동조합에서 적극적으로 받아들인 우연성에 기인하지만, 제주도의 위케이션 시범사업과 수도권의 위케이션 연계 전문기업(***하우스)²⁰⁾의 협력을 잘 활용하여 마을 위케이션으로 널리 알려지는 계기가 되었다. 그러나 마을을 기반한 질그랭이거점센터가 가지는 환경 및 연계협력적 장점, 조합장을 중심으로 열정넘치는 인력에도 불구하고 ‘위케이션러(workationer)’들이 원하는 높은 수준²¹⁾을 맞추기에는 한계가 존재하기도 하였다.

20) 위케이션 관련 기업과 직접계약 아닌 연계 전문기업과 위탁계약하는 형태로, 사업을 진행한다 (관계자 인터뷰, 6.20)

21) 위케이션을 하는 종사자들은 질그랭이센터의 4층 숙소를 이용하지 않고, 1킬로 남짓 떨어진 리조트에서 숙박하고 오피스만 사용

〈표 2-15〉 질그랭이센터 오피스 내부 및 시설

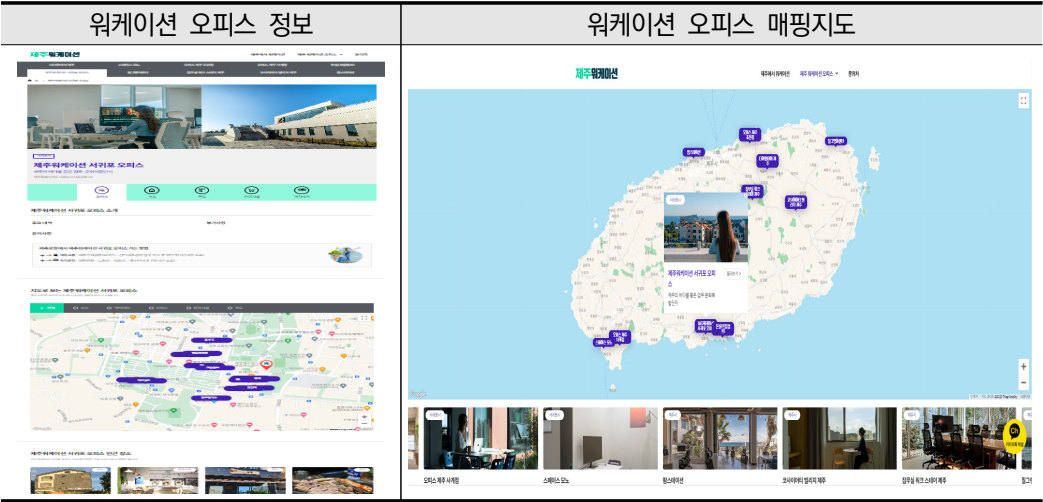


4) 정보제공

제주도의 워케이션 홈페이지의 경우, 주요구성은 1) 워케이션과 제주도 워케이션 소개, 2)제주 워케이션 오피스로 구성된다.

1) 홈페이지에서는 워케이션을 ‘일시적인 여행트렌드가 아닌 우리 삶을 바꿀

새로운 라이프 스타일’로 정의하며, 제주도는 오피스, 스테이, 지역 워크케이션 인프라 제공을 제시하였다. 2)제주 워크케이션 오피스는 제주도 지도위에 **공공(1곳) 및 민간오피스(9곳) 위치매핑** 되어있으며, 관련 정보를 제공한다. 관련정보는 오피스 및 숙소정보, 인근 식당·편의시설, 액티비티 순으로 구성된다. 그러나 실제 홈페이지 접속시²²⁾ 인근 식당·편의시설 및 액티비티 등의 내용은 확인할 수 없었다. 또한 홈페이지에는 제주도 투자유치과의 공식 카카오톡 채널 정보를 확인할 수 있게 지원되고 있다.



[그림 2-5] 제주 워크케이션 정보

출처: <https://www.jejuworkation.or.kr/>

22) 2023년 6월 접속

3. 강원도

1) 정책과 사업

강원도는 코로나19 장기화로 침체를 겪는 강원지역 관광업계의 피해를 최소화하고, 주중 장기 투숙객 유치를 통한 지역경제 활성화를 목표로 위케이션 사업을 추진한다. 우선 2021년 3월 인터파크와 강원도 위케이션 특화상품을 기획, 8,238박 판매하여 전년동기 대비 관광객이 25%이상 증가하였다. 9월에는 온라인을 통한 강원 위케이션 설명회 개최하여, 변호사, 의사 등 다양한 직업군 참가자를 모객(205명)하는 등 시범프로그램을 성공적으로 진행하였다.

또한 강원도·관광재단은 서울산업진흥원과 강원도 위케이션 진행을 위한 업무협약을 맺고 강원 위케이션 프로그램에 참여하는 서울소재 중소기업 근로자를 위해 참가비용을 일부 기업에게 지원하였다. 또한 여가 플랫폼 기업 야놀자 임직원 60명을 대상으로 평창군, 동해시에서 각 2주간 위케이션 진행하였고, CJ제일제당 직원 30명을 대상으로 평창군, 양양군 일대에서 일과 휴가를 병행하는 기업형 위케이션 시범운영하는 등 적극적인 위케이션 사업을 추진하였다.



[그림 2-6] 강원도 위케이션 관련 활동

강원도·관광재단은 서울에서 ‘강원 워케이션 데이’를 열어 워케이션 프로그램을 소개하고 관심을 가진 70여개 기업을 대상으로 사례 발표와 상담회 등을 여는 방식으로 진행하였다. 이날 쏘카·아프리카티브이·삼양식품·두나무·마이리얼트립·그린랩스·에스엠씨앤씨 등 7개 기업과 강원 워케이션 활성화를 위한 업무협약을 맺었다. 협약은 이들 기업 직원들이 편리하게 워케이션에 참여할 수 있도록 숙박시설, 공유사무실, 해당 지역 추천 관광 프로그램 안내, 관광 입장권 등 기업별 맞춤형 프로그램을 제공하게 하는 내용이다.

이와 같은 성공을 바탕으로 강원도는 워케이션, 생활관광 등 체류형 관광모델을 집중 육성하고, 「‘23~’24 한국방문의 해」와 연계한 공동 홍보를 통해 지역 장기체류와 국내외 관광객을 적극 유치하여 관광산업 활성화로 지역경제를 이끌어 나갈 계획이다. 워케이션 상품 운영은 23년 8개 시군으로 확대할 예정이며, 기업대상 ‘워케이션 워크’도 운영한다. 특히 22년 행정안전부로부터 인구감소 위기 대응 우수사례로 선정되어 받은 특교세 5억원은 다양한 워케이션 사업을 추진하여 인구감소 지역을 관광으로 살리는 방문자 경제(Visitor Economy)를 활성화하고자 한다.

2) 정보제공

강원도의 워케이션 홈페이지의 경우, 주요구성은 1) 워케이션과 강원도 워케이션 소개, 2) 워케이션 프로그램, 3)커뮤니티, 4) 참가신청으로 구성된다.

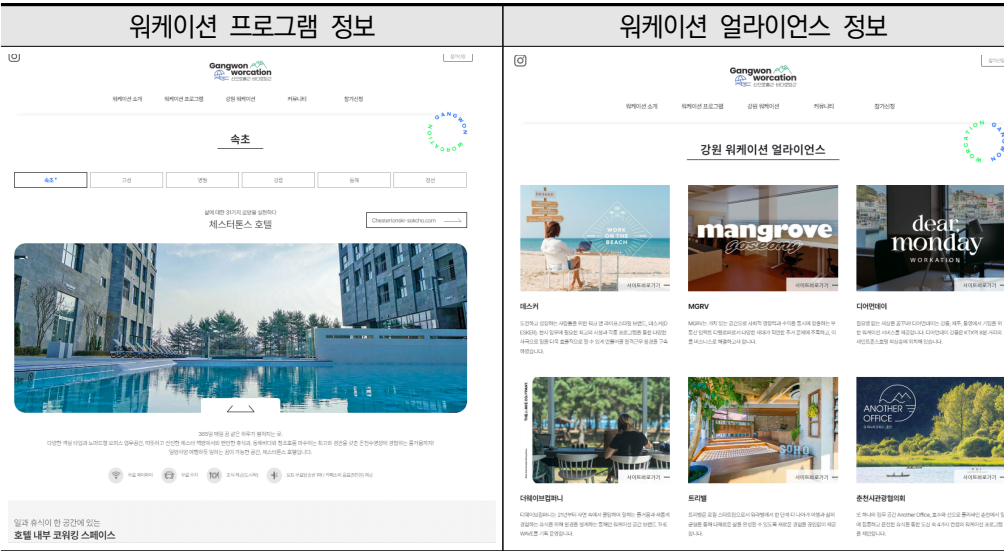
1) 워케이션과 강원도 워케이션 소개에서는 워케이션의 소개, 강원도 워케이션 만족도, 워케이션 협력단체 등의 정보가 제공된다. 워케이션을 ‘집과 사무실에서 벗어나 휴가지에서 업무와 휴식이 동시에 가능한 지역체류형 근무제도’로 정의하였다. 그리고 강원 워케이션 얼라이언스는 오피스 및 숙박 제공 민간

기업을 중심으로 가구업체 및 춘천시관광협의체 등 7개 기관이 참여하고 있다.

2) 위케이션 프로그램은 속초, 양양 등 6개의 지역 프로그램을 제공한다. 프로그램의 내용은 지역의 위케이션 숙소 소개 및 관련 오피스, 체험프로그램 순으로 구성으로 되어 있다. 오피스는 숙소(호텔)에서 운영하는 것도 있지만, 민간 오피스제공 기업연계 또는 아직 오피스 공간이 없는 곳도 존재하였다.

3) 커뮤니티의 경우, 2023년 6월 현재 접속하였을 때, 공지사항, 질문, 참가후기, 갤러리 등으로 구성되어 있으나 정보가 포함되지는 않았고, 보도자료 등 홍보 기사를 확인가능 하였다.

4) 참가신청은 위케이션의 참가신청 및 확인, 서울경제진흥원 지원 참가신청(홈페이지 연결)으로 되어 있다.



[그림 2-7] 강원 위케이션 정보

출처: <https://wocation.co.kr/gw>

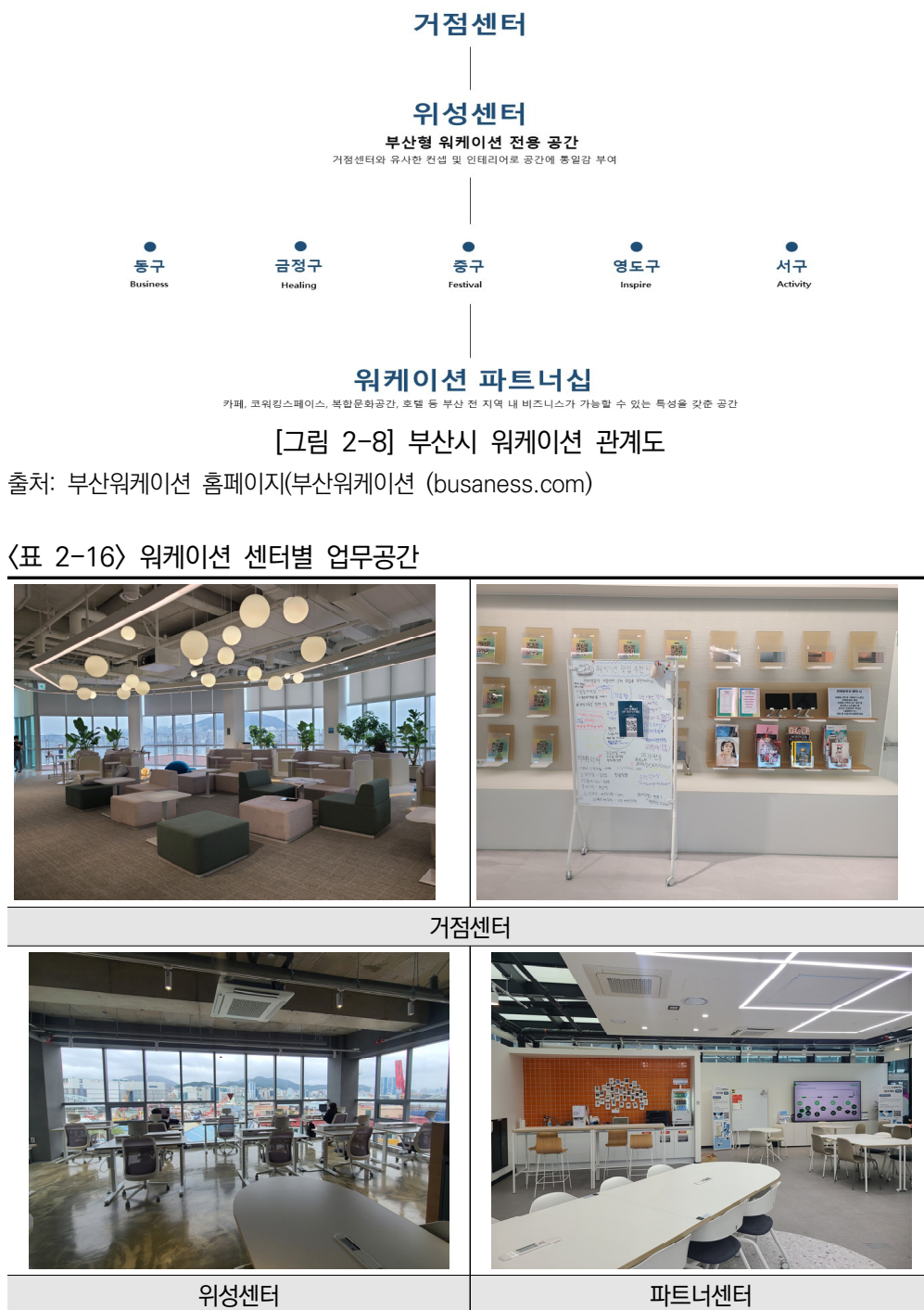
4. 부산광역시

1) 정책

부산시는 코로나 이후 재택근무 증가에 따른 근로환경 변화에 선제적으로 대응하기 위해, 22년 선정된 **행안부 지역소멸대응기금 60억원을 투자하여** 부산시 내 인구감소지역인 동구, 서구, 영도구와 인구관심지역 중구, 금정구를 중심으로 거점센터와 위성센터를 조성하여 운영 중이다. 부산시는 **“비즈니스는 부산에서”**라는 슬로건 및 **일과 삶과 쉼이 있는 15분 도시를 목표로** 위케이션 사업을 적극적으로 추진하고 있다. 이 사업을 통해 궁극적으로는 위케이션 참가 기업들이 부산에서 업무와 관광을 모두 즐길 수 있는 환경을 제공함으로써 **역외 기업의 이전과 지사 설립을 유도**하고, 장기적으로는 지역 **생활인구 및 유동인구 증가를 통해 지역 경제 활성화**를 추구하고 있다.

부산시의 위케이션 사업은 관내 주요 기관과의 협력을 통해 이루어지고 있으며, 부산시 총괄하에 부산창조경제혁신센터에서 운영하고 있다. 특히 관광진흥과와 기업유치과가 공동으로 담당하여, 관광과 산업을 중심으로 위케이션 사업을 진행한다고 할 수 있다.

부산시는 거점센터를 중심으로 2개의 위성센터와 부산 전역에 12개의 파트너 센터를 운영하고 있다. 위성센터의 경우 분기별 평가를 통해 선정되고 운영되고 있으며, 파트너센터는 코워킹스페이스와 카페, 서핑강습 등 다양한 형태로, 지역상생을 위해 민간업체와 협력하고 있다. 부산시는 올해 안으로 인구소멸지역으로 지정된 5개 구에 위성센터를 10개를 세울 예정이다. 각 센터는 몰입형, 관계형, 협력형 공간으로 특화되어 있어 다양한 위케이션 환경을 제공하고 있다. 부산시 위케이션 센터는 다음과 같이 구축되어 있다.



부산 위케이션 참가자들이 이용할 수 있는 숙박 및 관광 플랫폼은 부산시 내 지역 기업을 활용하여 지역 내 위케이션 산업 생태계를 구축하고 있다. 부산시는 여행, 관광, 숙박, 코워킹스페이스, 소상공인 활성화를 위해 위케이션 생태계를 구축하고, 이를 토대로 향후 민간 위케이션 산업을 육성할 계획이다.

2) 사업

부산시는 위케이션 활성화 사업으로 ①**부산형 위케이션 기반구축** ②**참여기업 유치**를 위한 **홍보 마케팅 및 프로모션 추진** ③**위케이션 산업생태계 구축** 등 사업을 추진하고 있다. 사업의 내용은 다음과 같다. ①**부산형 위케이션 기반구축**사업은 전국 기업을 대상으로 조사한 설문조사에서 위케이션에 필요한 1순위였던 “업무공간 편의”를 고려해 **부산만의 차별성이 부각되는 로망있는 업무공간 조성**을 목표로 추진하였다. 이에 아스티 호텔의 최상층에 위케이션 거점 센터를 조성하였다. 독립적인 오피스 공간과 회의공간, 폰부스와 미니바 등 업무를 수행하기 최적의 환경으로 조성하였다. 이와 함께 전술한 바 있는 위성센터, 코워킹 스페이스(몰입형·관계형·협력형) 등의 공간을 제공하여 기반을 구축하였다. ②**참여기업 유치**를 위한 **홍보 마케팅 및 프로모션** 추진사업은 위케이션 참여를 고민하는 기업에 **위케이션 설명회와 팸투어** 등을 지원하는 **사전체험 프로그램**(25개 기업대상)을 운영하였다. 또한 위케이션에 참여하는 기업에게 숙박비용 일부를 지원하고, 다양한 업무공간을 무상으로 지원한다. 또한 위케이션 참여를 희망하는 기업에게는 비즈니스 네트워킹, 업무관리 솔루션 등을 제공하여 참여기업 유치에 나선다. ③**위케이션 산업생태계 구축**사업으로는 위케이션 맞춤형 관광콘텐츠를 보유한 부산형 스타트업을 육성하고, 공유오피스·숙박시설·플랫폼 기업 등 위케이션 관련 주체들 간 연합체를 구성하여 민간의 자발적인 사업모델 발굴을 지원한다.

부산시는 이를 통해 부산 워케이션 통합플랫폼을 구축하여 워케이션 참가 과정을 원활하게 진행하고 있다. 워케이션 참가자들은 거점센터를 방문하여 본인 확인 후 QR 코드를 스캔하며, 부산시 관광프로그램 이용 바우처 및 웰컴 키트를 받을 수 있다. 숙박 바우처는 주중에 최소 5박 이상 스테이를 이용한 경우에 제공되며, 최소 5박부터 최대 10박까지 지정된 5개구 스테이 숙박 이용시 주중 1명당 5만 원의 할인가(바우처)가 제공된다. 이용객들은 워케이션 신청 기간 동안 60% 출석률을 유지해야 하며, 워케이션 종료 후 2주 이내에 구글폼 리뷰지를 통해 리뷰를 작성하고 제출해야 한다. 뿐만 아니라 부산시 워케이션 거점센터에서는 W-DAY(밋업데이)를 주기적으로 진행하며, 이를 통해 워케이션 참가자들 간의 네트워크 형성은 물론 부산 지역 기업들의 홍보도 이루어지고 있다.

또한 정보통신기술 진흥 전문기관인 한국지능정보사회진흥원, 한국인터넷진흥원, 정보통신산업진흥원과 ‘휴가지 원격 근무(워케이션) 활성화를 통한 지역 정보통신기술(ICT) 산업 육성 업무협약’을 체결하여, 워케이션 활성화는 물론 ICT산업의 육성도 추진할 예정이다.

3) 정보제공

부산시의 워케이션 홈페이지의 경우, 주요구성은 1) (부산) 워케이션 소개 및 워케이션 신청절차, 2) 관광지, 3) 업무공간, 4) 스테이, 5) 게시판으로 구성된다.

1) 워케이션 소개에서는 워케이션의 소개, 워케이션 지원체계, 워케이션 신청 등이 제시되었다. 특히 워케이션의 소개를 부산워케이션으로 제시하며, ‘일(work), 삶(Live), 쉼(Play)을 일상에서 누릴 수 있는 도시로 거듭날 수 있도록 부산의 동구, 중구, 서구, 영도구, 금정구 지역 대상으로 관계인구 증가와 경제

활성화 도모 할 수 있는 기반조성’, ‘ICT, 금융, 문화, 게임 등 원격근무가 가능한 국내외 기업들의 부산경험을 통해 기업투자와 기업유치로 이어지는 선순환 체계구축’으로 표현했다. 위케이션의 지향점을 일과 삶과 쉼을 제시하면서 다음과 같은 내용을 제시하였다.

부산 위케이션 소개

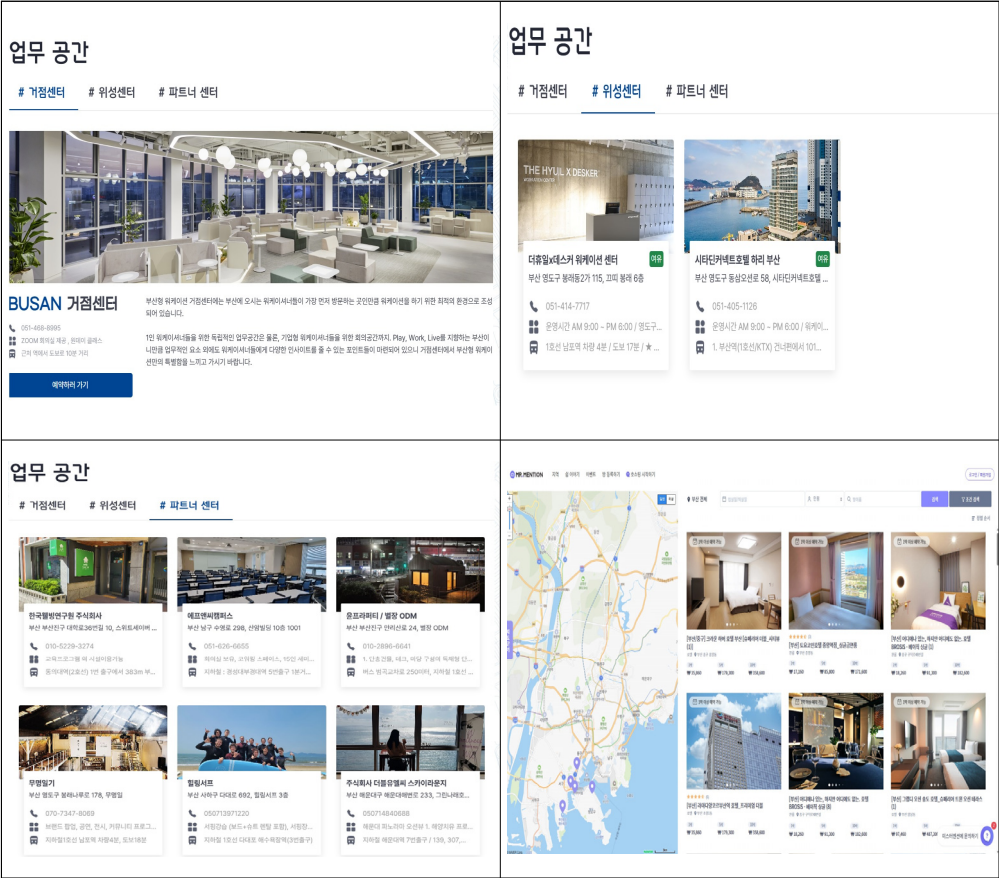


[그림 2-9] 부산 위케이션의 소개

출처: 부산위케이션 (<https://www.busaness.com/introduce>)

2) 관광지는 부산의 각 구별로 관광지 소개 및 위성센터 소개가 있다. 특히 주요 관광지의 내용을 자세히 제시하고 있다. 3) 업무공간의 경우, 거점센터와 위성센터로 구성되어 예약도 가능하게 되어 있다. 파트너센터 12개소의 소개가 되어 있다. 4) 스테이는 MR.MENTION이라는 사이트에 연결되어 검색 및 가격비교, 예약이 가능하다. MR.MENTION은 부산 위케이션 사업운영사로서, 한국관광공사의 인구감소지역 관광활성화 실증사업을 추진하고 있다.

〈표 2-17〉 부산유희케이션 업무공간 및 숙박시설 소개 및 예약 사이트



출처: 부산유통이전 홈페이지 (<https://www.busaness.com/introduce>)

5. 일본에서의 위케이션 도입과 추진

1) 정책

일본의 위케이션은 2017년을 시작으로 활발해진다. 그 해 일본항공(JAL)의 제도운영과 와카야마현의 정책사업 추진이 이루어진다. 2018년에는 일본의 2018년 국토교통성백서의 자료로서 등장하면서 중앙정부 차원에서 정책용어로서 등장한다²³⁾. 그리고 2019년부터는 일본의 미디어(대중매체)가 관심을 가

지기 시작하여, 2018년 34건, 2019년(8월)에는 103건에 달하는 등 관심을 증폭되었다. 이와 같은 중앙정부 및 여론의 관심 등으로 일본지자체차원에서 PR을 강화하게 되었고, 2019년 7월에는 위케이션에 적극적이었던 와카야마현과 나가노현을 중심으로 위케이션 전국지자체협의회²⁴⁾가 구성된다.

이러한 관심은 **올림픽과 일방식 개혁이라는 일본정부차원의 정책적 관심**으로 인한 것이라고 해석된다. 그러나 좀 더 이유를 살펴보면, 우선 일본 정부가 제기한 **‘일본 1억총활약플랜(ニッポン一億総活躍プラン)’**의 실현과 관련된다. 기업은 장시간 근무개선, 근로자 휴가제공에 대한 정부의 요구에 대한 대응, 다양한 유연근무제도 실현 등이 요구되었기 때문이다. 두 번째로는 **청년층의 가치관의 변화**와 관련된다. 즉 기업보다 라이프 스타일의 중요 등 가치관의 변화는 기업의 인재부족과 퇴직율 증가 등으로 나타나 기업은 매력적인 기업환경 만들기를 적극적으로 해야 할 필요가 있었다. 세 번째는 **원격근무의 근무방식의 정착**이다. 일방식 개혁을 위한 중요한 정책수단으로 제시된 원격근무방식이 2017년 300명이상 대기업의 경우 20.4%가 도입하고 있었다. 마지막으로 **지역에 있어서 관계인구의 창출 및 확대**에 대한 기대감이다. 위케이션 전국지자체협의회회장인 와카야마현 지사의 발언을 통해 그 기대를 알 수 있다(다나카 외 2020, 아미노 2018).

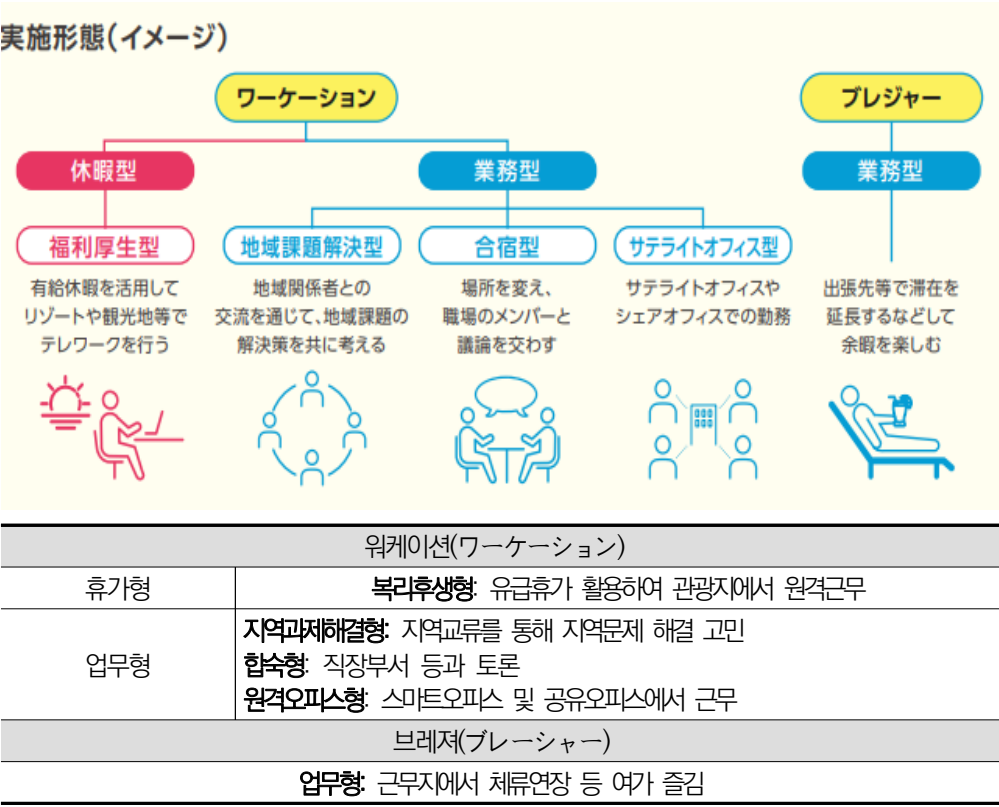
“(위케이션은) 원격근무를 사용한 ‘이주미만 관광 이상’의 새로운 비즈니스 모델”

일본 중앙정부 차원의 위케이션 정책은 **국토교통성 산하 관광청을 중심으로** 추진되고 있다. 우선 국토교통성은 **‘새로운 여행 스타일(新たな旅のスタイル)’**검

23) 아마노(2018)는 2017년 경제산업성의 산업구조심의회 2020 미래개혁부회에서 위케이션과 와카야마현의 활동소개로부터 중앙정부에서의 위케이션이라는 정책용어가 시작되었다고 본다.

24) 2019년 11월 현재, 일본의 위케이션 전국협의체의 회원은 도도부현 6곳, 시정촌 55곳으로 총 61곳의 지자체으로 이루어지고 있다.

토위원회²⁵⁾’을 구성하여, 정책을 검토한다. 일본은 워케이션을 하나의 단독정책이 아닌 새로운 여행 스타일로 하나로 검토하고 있다는 점을 확인할 필요가 있다. 즉 일본정부는 기존 여행방식, 휴가철에 집중된 단기간 여행방식이 원격근무 보급, 일방식의 다양화에 따라 변화되고 있으며, 이를 새로운 여행(新たな旅のスタイル)으로 규정하고, 이에 따른 정책사업을 추진한다. 아래와 같이 워케이션과 브레저²⁶⁾로 분류하고, 세분류를 하고 있다.



25) 동 위원회는 원격근무 등의 일방식의 다양화에 대응하여 워케이션 및 브레저 등에 대해서 중앙부처, 전문가, 기업가, 관광관계자 등과 함께 여행기획 및 수요검토하고, 새로운 여행 스타일의 보급 및 촉진을 목적한다.

26) 브레저(Business+Leisure)라는 조어로서 출장 등의 기회를 활용하여 체류연장 등을 통해 출장지 여가를 즐기는 것을 말함

2) 사업

일본정부의 위케이션 정책사업은 국토교통성의 관광청이 주요추진 부서이지만, 여러 정부기관의 정책과 지원이 존재한다. 우선 내각부에서는 지방창성 미래기술 지원창구를 통해서 지방자치단체에 디지털전원도시국가구상교부금(지방창성 텔레워크 추진사업)을 지원하고 있다. 이 교부금을 통해 원격오피스(스마트오피스) 등 시설정비 및 운영지원, 진출기업 조성금 지원, 진출기업과 지역기업간의 협력 등을 지원한다. 총무청은 텔레워크 보급전개 추진사업을 통해 원격근무 도입을 지원하고 있다. 후생노동성은 노무관리 측면에서의 원격근무의 도입 및 정착을 위해 도입기업 지원 및 정보제공 등을 추진하고 있다. 농림수산성은 위케이션을 통한 농산어촌의 활성화를 목적으로 시설정비 지원, 시범사업(프로모션) 조성, 전문가 파견 및 컨설팅 등의 사업을 한다(농산어촌진흥교부금의 농박추진대책).

위케이션의 추진부서의 일본 관광청의 위케이션 정책사업(새로운 여행 스타일 촉진사업)은 다음과 같다. 우선 시범사업이다. 기업대상으로 위케이션 시범사업을 진행하고, 효과성을 검토한다. 두 번째는 실태조사이다. 기업의 제도도입 등 기업현황과 과제를 조사한다. 세 번째는 보급 및 홍보사업이다. 우선 가이드북 제작 보급이다. 기업과 지역대상으로 위케이션 이해 및 장점을 소개하는 가이드북 제작 보급하고 있다. 또한 기업 대상으로 세미나 등을 조성사업을 추진하고 있으며, 홈페이지 등 제작을 통해 온라인으로 정보를 제공하는 방식을 취하고 있다.

지자체에서는 위케이션 활성화와 촉진을 위한 보조금형태의 지원이 있으며, 주요한 지원사업은 다음과 같다.

〈표 2-18〉 일본 지자체 워케이션 활성화를 위한 지원 사업

구분	지원내용
트라이얼 와카야마시 활동지원	- 와카야마시에서 일, 거주 및 학교 생활체험자 등 개인/법인/조합단체 등 - 여비 숙박비 등 1인당 10만엔 지원(~2024.2.15.)
후쿠오카현 장애인 텔레워크 오피스 운영	- 장애인 고용에 효과적인 텔레워크 오피스 운영 사업자에게 보조금 교부(법인) - 오피스 설치 초기비용 및 이용료 등 기업 상한액은 900만엔 지원 (~2023.6.30)
도쿄도 위성오피스 설치 등 보조금	- 텔레워크의 도입 및 정착을 촉진하기 위해 위성오피스를 설치한 민간사업자 - 시설 운영 정비 및 운영 경비에 대한 보조 133만엔 지원(~2023.7.31)
홋카이도 후라노 시내 숙박비 지원	- 워케이션에 참여한 개인을 대상으로 4~7박의 숙박비 일부 지원
후쿠시마 장단기 워케이션 지원금	- 장기(1~3개월, 30만엔/인), 단기(~5박/6일, 1인당 1만엔/박) 숙박, 교통비 지원
오카야시 워케이션 보조금	- 시내에서 2박 3일 이상의 워케이션을 실시하는 경우 교통, 숙박, 렌터카 일부 지원
오카야마 워케이션 렌터카 조성지원	- 워케이션 참여자들에게 지정 렌터카 영업소에서 렌터카 대여시 교통비 일부 지원

출처: 김성윤(2023), 국내 워케이션 추진현황과 대응방향(발표자료)

3) 정보제공

일본 관광청의 워케이션 홈페이지의 경우, 워케이션의 단독이 아닌, ‘새로운 여행스타일로서 워케이션& 브레저’로 소개하고 있다. 홈페이지의 주요구성은 1)기업 및 종사자, 2)지역과 관광관계자, 3)시범사업 등으로 구성된다.

각 구성의 하부메뉴는 1)기업 및 종사자의 경우, ①도입기업 및 추진지역사례 소개, ②제도도입의 포인트, ③산재 및 세무처리 등의 Q&A 등으로 구성된다. 2)지역과 관광관계자의 경우, ①추진포인트(환경정비를 위한 체크포인트), ②추진지역사례 소개, ③환경정비방법 등으로 구성된다. 3)시범사업의 경우 지역과 기업간 추진한 다양한 프로그램을 기업관계자와 지역공무원의 질의응답 형식으로 각각 소개하고 있다.



[그림 2-10] 일본 관광청 위케이션 홈페이지

출처: 일본 관광청 위케이션 홈페이지(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/workation-bleisure/>)

6. 와카야마현

1) 정책

와카야마현은 일본 내에서 위케이션사업을 적극적으로 추진하는 지자체로 알려져 있다. 당초 와카야마현 지방소멸 등에 대응하여 기업유치를 추진하였으나, IT 기업 유치 과정에서 기업들이 사원 이주와 고용이 어렵다는 의견을 제시함에 따라, 기업유치전략으로 위케이션을 추진하게 된다. 이에 전략 역시 이주정착에서 관계인구 창출로 변경한다.

관점	와카야마 위케이션은 가치창조의 TOOL ※ 도심부 스마트워크는 사회과제 해결의 TOOL
기업	신규 비즈니스 기회, 인재의 다양성 확보, 지역발전에 대한 공헌
지역	관계인구의 창출, 지역경제 활성화, 커뮤니티의 다양화

2) 사업

와카야마현은 기업 대상 공청회 및 시범투어('17), 시범투어 결과를 토대로 기업별 맞춤형 위케이션 플랜 작성('17~'19), 위케이션 관련 민간기업 지원('19~'21)을 실시하였다. 주요사업은 현 위케이션 네트워크 구축(온라인 웹사이트), 공유오피스, 위케이션 체험회, 자녀 동반 위케이션, 기업 대상 리더십 연수 등이었으며, 이를 통해 위케이션 도입초기 참여기업으로 104개사 910명('17~'19)을 유치하였고, 와카야마현 시마하라초는 방문인원이 월300명에서 월 2,000명으로 증가하여 관계인구 확대 및 지역경제 활성화에 기여하게 되었다.

와카야마현의 위케이션의 특징은 가족동반 위케이션과 코디네이터(센터)를 통한 사업 추진에 있다. 위케이션의 당사자(근로자 및 노동자)뿐만 아니라 가족에게 지역의 경험을 만끽하게 하고, Wakayama Workation Networks 제도를 운영함으로써 기업들이 쉽게 위케이션 플랜과 예약을 할 수 있는 창구를 만들었다는 점이 기업과 근로자에게 매력적으로 다가오는 요소로 작용한다.

Day 1	Day 2	Day 3
<p>11:50 南紀白浜空港 集合</p> <p>12:00 ホテルシーモアでランチ</p>   <p>13:00 ~ 16:30 (親チーム子チームで行動)</p> <p>テレワーク @ Workxation Site アドベンチャーワールド</p>   <p>17:30</p> <p>オリエンテーション@Hotel&Resorts和歌山串本</p>  	<p>10:00 ~ 12:00 (親チーム子チームで行動)</p> <p>テレワーク @Hotel&Resorts 串本 生き物観察 @橋杭海水浴場</p>   <p>13:30 ~ 16:00 (親チーム子チームで行動)</p> <p>テレワーク @リゾート大島 串本海中公園</p>   <p>16:00 ~</p> <p>デント組立体験、BBQ@リゾート大島</p>  	<p>9:00 ~ 11:00 (親チーム子チームで行動)</p> <p>テレワーク @リゾート大島 トルコランプ作り @リゾート大島</p>   <p>12:00</p> <p>潮岬タワーレストラン</p> <p>13:30 ~ 14:30</p> <p>南紀熊野ジオパークセンター</p>   <p>16:15 ~ 17:15</p> <p>とれとれ市場でお土産購入など</p> <p>17:30</p> <p>南紀白浜空港 解散</p>

[그림 2-11] 와카야마현 가족동반 위케이션 플랜 예시

출처: 와카야마 위케이션 홈페이지(<https://wave.pref.wakayama.lg.jp/>)

3) 정보제공

와카야마현의 워케이션 홈페이지의 경우, 주요구성은 1)와카야마 워케이션에 대한 소개, 2)와카야마 워케이션 네트워크 등으로 구성된다.

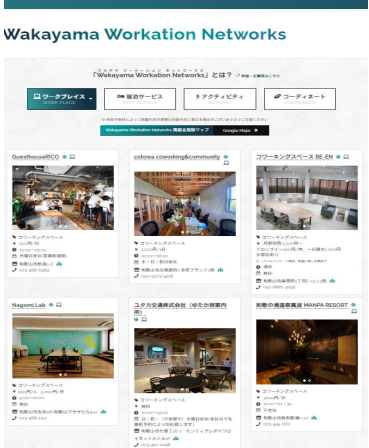
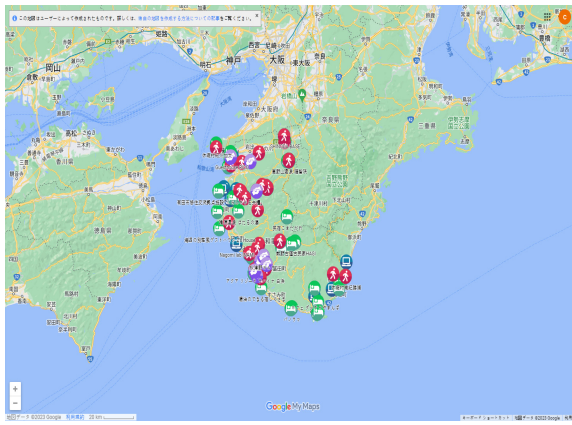
1) 워케이션을 Work+Vacation으로 설명하고 있지만, **와카야마현에서의 워케이션을 Work+이것저것ation으로 정의한다.** 와카야마현에서는 워케이션을 가치창출의 톨로서 생각하고 방문자들이 새로운 발상(innovation), 자신을 찾는(Education, Motivation), 방문자간 및 지역민과의 협력(Collaboration) 등을 제안한다.

와카야마 워케이션 네트워크의 정보는 ① work place, ② stay service, ③ activity, ④coordinate 로 구성된다. ① work place는 오피스 공간을 뜻하며, 공공기관·민간기관 등 63개소 정도를 소개하고 있다. 공공의 경우, 공유오피스 뿐만 아니라, 도서관, 관광정보 센터 등 인터넷 및 컴퓨터 작업이 가능한 곳의 정보를 제공하고 있고, 민간의 경우, 카페, 리조트, 공유오피스 등을 포함하고 있다. ② stay service는 숙박시설을 뜻하며, 공공과 민간의 숙박시설(69개소)에 대한 정보가 제공된다. ③ activity는 와카야마현의 다양한 체험프로그램의 정보를 제공하고 있으며, 농어촌 체험프로그램 뿐만 아니라, 해변요가, 전철승무원체험, 화과자 만들기, 캠핑체험 등 65개에 달하는 프로그램을 제공한다. 이러한 정보들은 **아래와 같이 가독성 있는 매핑정보²⁷⁾**로 전달된다.

독특한 것은 ④ coordinate로서 와카야마현의 워케이션을 코디네이트를 뜻하는데, **현재 와카야마현에는 9개의 코디네이터가 운영 중이다.** (※)JTB와 같은 일본 내에서도 유명한 여행사 지점(대리점)과 같은 곳을 포함하여, 버스회사 등 교통기관, 사단법인 등 NPO, 지역호텔 등 다양하다. 이와 같은 다양한 코디네

27) 클릭시 관련 홈페이지 연결

이터가 활동함으로써 와카야마현 위케이션이 활발히 진행될 수 있는 근간이 된다고 생각할 수 있다.

위케이션 오피스 정보	위케이션 관련시설 및 프로그램, 코디네이터 매핑지도
	

[그림 2-12] 와카야마현의 위케이션 정보

출처: (<https://wave.pref.wakayama.lg.jp/020400/workation/index.html>)

제4절 시사점

1. 위케이션의 정책적 함의와 대응

1) ‘주중관광 활성화’ 등 지역관광 촉매로서 가능성

위케이션은 정보통신의 발달로 발생한 일터혁신(장흥근, 2021)의 자연스러운 결과물로 생각할 수 있다. 즉 노동과정 속 상호작용이 ‘꼭’ 장소적으로 같을 필요가 없는 상황-장소에서의 자유-에서, 일자리가 아닌 자신의 삶을 윤택하게 하는 장소를 선택하는 시대적 흐름 속에 있다고 생각할 수 있다. 특히 우리나라의 위케이션은 ‘코로나19’라는 사회적 재난에서 경험한 재택근무가 더욱 촉진한 계기를 만들었다. 동시에 위케이션은 노동자(근로자)를 지역관광의 중요한 대상자로서 떠오르게 한 계기를 마련한다. 문화체육관광부를 중심으로 위케이션 시범사업·DB구축 등 적극적으로 사업을 추진 중이다²⁸⁾. 특히 위케이션은 코로나19로 인해 부진했던 지역관광을 촉진하는 역할로서의 가능성을 보여주고 있는데, ‘주중 관광’ 활성화 측면²⁹⁾에서의 정책적 기대가 존재한다.

2) 위케이션 활성화를 위한 현장기획 능력 강화 필요

정책적 기대는 위케이션이 가지는 속성, 즉 Work+Vacation에만 국한하지 않고, 위케이션 시행을 통해 얻게 될 부가적 효과에도 관심을 두고 있다. 특히 인구감소·생활인구의 측면에서 정책적 관심이 뚜렷하다.

28) 한국관광공사는 2023년 하반기 위케이션 시범사업을 추진하며, 20개의 위케이션 프로그램을 발굴, 중소기업 근로자 약 1500여명 대상으로 참가자 모집 운영(6.30, 담당자 서면인터뷰)

29) 충청남도 담당자 인터뷰

이와 같은 정책적 관심 및 중요사업의 차이가 존재하므로, **현장의 위케이션 사업을 기획 및 추진할 때, 종합적인 사고 및 고려가 필요하다**고 할 수 있다. 이와 함께 공급자적 위케이션 전략은 수요자들에게 매력적이지 않을 수 있기 때문에 수요자 관점을 적극적으로 고려할 필요가 존재한다.

2. 觀點의 상이성: 관광활성화 (vs)(+) 원격근무(분산오피스)

1) 일의 관점: 주무부서 ‘경제’ + 정책관심 ‘오피스 운영’

국내외 위케이션의 사례를 통해 우리는 위케이션이 가지는 2가지 특징을 분명히 확인할 수 있다. 먼저 work(일)의 측면이다. 제주도, 부산은 일방식의 변화(원격근무)에 대응해 기업(종사자)의 유치를 목적으로 사업을 추진하고 있었다. 제주도의 경우, 현재 주무부서는 투자유치과 기업유치팀이며, 담당기관은 ICC(제주국제컨벤션센터)으로 명확히 위케이션을 ‘일’의 관점에서 확장으로 보고 있다. 특히 제주위케이션을 처음 기획한 담당자³¹⁾는 위케이션 기획의도를 제주국제자유도시의 측면과 기업유치를 위한 것이었다고 밝혔다. 따라서 위케이션의 시설구축 등에 대한 정책적 관심은 적었고, 기존의 공유오피스 민간 기업을 적극적으로 활용하는 방식으로 추진하는 방식을 취하였다.

부산시의 경우에서도 거점센터-위성센터-협력센터 구축을 적극적으로 추진하였고, 숙소는 MR. Mention이라는 외부사이트를 활용하는 방식을 채택했다. 또한 최근 ICT사업 협력체결 또한 원격근무에 대한 관심, 즉 일의 측면이라고 볼 수 있다. 일본 역시도 일의 방식의 변화를 꾀하고자하는 정책적 목표가 분명히 존재하였고, 와카야마현의 경우도 기업유치 전략에서 스핀오프(spin-off)적인 전략으로서 위케이션으로 볼 수 있다.

31) 6. 19일 제주도청 회의실 인터뷰

2) 관광의 관점: 주무부서 ‘관광’ + 정책관심 ‘지역체류’

또한 vacation(관광)의 측면이 존재하였다. 강원도 워케이션 정책사업에서 확인할 수 있다. 강원도는 강원관광재단에 사업을 위탁하여 추진하였고, 재단은 인터파크, 서울산업진흥원 등과의 협력을 통해 워케이션 사업을 진행했다. 특히 정책적으로는 워케이션을 체류형 관광모델의 하나로 보고 있어, 행정안전부의 특교세를 워케이션 사업확충에 활용하면서 인구감소 지역을 관광으로 살리는 방문자경제(visitor economy)를 추구하고 있다는 점에서 워케이션= 관광모델로서 명확한 인식을 가진다. 따라서 다양한 관광프로그램 구성과 지원을 추진하고 있으며, 일본 와카야마현의 경우, 호텔(온천호텔) 및 리조트뿐만 아니라, 게스트하우스, 고민가(고택) 등 다양한 숙소를 제공하고 있다.

이와 같은 정책의 중점은 사례별로 워케이션을 어떻게 바라보는가에 따른 것으로 유추할 수 있다. 아래는 각 지자체별로 워케이션의 정의(소개)의 내용이다.

〈표 2-20〉 각 사례별로 워케이션의 정의

지자체명	홈페이지 워케이션의 정의(소개)
와카야마현	Work (仕事) + いろんな ation (일과 이것저것 활동)
제주	워케이션은 일시적인 여행 트렌드가 아닌 우리의 삶을 바꿀 새로운 라이프 스타일 입니다.
강원도	WORCTION 우리가 새롭게 일하는 방식. 집과 사무실에서 벗어나 휴가지에서 업무와 휴식이 동시에 가능한 지역 체류형 근무제 를 말합니다.
부산	일(work), 삶(Live), 쉼(Play)을 일상에서 누릴 수 있는 도시로 거듭날 수 있도록 부산의 동구, 중구, 서구, 영도구, 금정구 지역 대상으로 관계인구 증가와 경제 활성화 도모 할 수 있는 기반조성 ICT, 금융, 문화, 게임 등 원격근무가 가능한 국내외 기업들의 부산경험을 통해 기업투자와 기업유치로 이어지는 선순환 체계구축
충청남도	워케이션이란 회사에서 벗어나 여행과 업무를 동시에 즐길 수 있는 프로그램입니다. 업무와 삶의 밸런스를 찾는 당신을 위해, 충청남도에서는 다양한 테마의 워케이션 프로그램 이 당신을 기다리고 있습니다.

3. 기업생태계를 통한 활성화

1) 위케이션(숙소+오피스) 기업의 중요성

지역에서 지속가능한 위케이션이 이루어지기 위해서는 민간의 활약이 절대적이다. 지속적인 지역의 변화, 생활인구의 유입을 위해서는 민간의 활약이 중요하다. 따라서 관련기업(공유오피스 및 숙소제공 기업)이 위케이션에 관심을 갖게 해야 한다. 그러나 민간의 활약을 기대하기에는 관련기업군 (생태계)이 없는 지역에서는 한계가 명확해진다.

제주도의 경우, 위케이션이 회자되기 전부터 관련 기업군이 존재하였기 때문에 제주도는 위케이션 추진시 위케이션 시설에 큰 정책적 고민이 없었다. 또한 관련기업에 대한 별다른 지원을 염두하지 않는다. 행정은 수도권 기업과의 만남을 주선했³²⁾으로써 자연스럽게 제주도에서 위케이션이 진행되게 하는 마중물 역할로서 충분하였다. 따라서 이러한 기업생태계의 유무는 위케이션 추진방식의 큰 차이를 만들어 낸다. 기업생태계가 구축되지 않았을 때는 시설조성이 라는 추가적인 사업이 필요하게 된다.

2) 매개·중개기관의 확보 및 개발 필요성

수도권 기업들의 위케이션을 유치하기 위한 ‘접근성’을 어떻게 확보할 것인가의 문제가 제기된다. 현재 강원도, 충청남도의 경우 공공기관(서울산업진흥원)을 통해 접근하는 방법을 채택하고 있다. 그러나 이와 같은 방식은 한시적이다. 현재는 많지 않은 지자체가 위케이션을 하고 있지만 추후 관광 및 관계인구 확보를 위해 위케이션을 수단으로 활용했을 때, 많은 지역이 공공기관을 통해

32) 서울, 판교 등지에서 제주도 위케이션 설명회에 제주도 위케이션 제공기업으로 9개 참가

접근할 것으로 예상할 수 있기 때문이다. 그러므로 공공기관간 연계(지역관광재단-서울산업진흥원 등 수도권 공공기관)는 지속가능하지 않을 수 있다. 따라서 공공기관이 아닌 ‘매개·중개’ 기업을 통한 방법도 고려해야 한다. 앞서 제주도 질그랭이센터는 수도권의 민간기업(**하우스)를 통해 위케이션을 하고 있다는 점은 고려할 부분이다.

4. 지역자원의 적극적 활용을 위한 다양한 시도 필요

우리나라의 지자체들은 위케이션의 자원을 숙소(호텔)+전문오피스 공간만으로, 그리고 위케이션 코디네이터는 공공기관³³⁾ 한정짓고 있음을 알 수 있다. 그러나 일본의 와카야마현의 경우, 위케이션 자원을 좋은 호텔과 전문오피스 공간만으로 한정짓지 않는 것을 알 수 있다. 오피스의 경우 도서관, 여행안내소 등까지 포함한다. 코디네이터의 경우, 여행사, 교통기관, NPO 등 다양한 기관이 참여하는 것을 알 수 있다. 숙박의 경우, 호텔과 리조트를 포함하여 게스트하우스(민박), 고민가(고택) 등의 다양한 형태가 보인다.

물론 서비스를 제공한다는 측면에서 볼 때 게스트하우스, 고민가 등은 퀄리티, 즉 여행으로서의 숙소를 담보하지 못한다는 측면이 있다. 그러나 기업(근로자)의 입장에서 좋은 숙소와 전문적인 오피스만이 아닌 그 지역에서 경험할 수 있는 오피스 공간과 숙소(예를 들어 고택) 등은 새로운 경험을 줄 수 있다는 점에서 고려할 만하다. 이와 같은 지역자원의 적극적인 활용은 위케이션의 저변확대로 지역발 위케이션 전문기업(생태계) 설립으로 이어질 수 있으며, 시설구축의 비용 절감도 고려할 수 있다고 본다.

33) 제주도의 경우 ICC, 부산시의 경우, 창조경제혁신센터, 강원도 및 충청남도의 경우 관광재단 등 공공기관

제 3 장

충청남도 워케이션 사업분석

1. 충청남도 정책현황
2. 시군 워케이션 동향
3. 시사점

제1절 충청남도 정책현황

1. 충청남도 위케이션 사업: ‘위케이션 충남’

1) 사업개요

충청남도의 위케이션 관련 정책은 민선8기 공약 ‘휴양지에서 일하는 위케이션 충남 구축³⁴⁾’의 사업명으로, 충청남도 관광진흥과가 추진하고 있다. 추진계획에 따르면, ①위케이션 시범사업 추진, 공유오피스 등 ②인프라 조성을 거쳐 ‘위케이션 충남’의 ③시군 범위 확대 사업 추진을 계획하고 있다³⁵⁾. 2023년 현재 위케이션 시범사업 및 인프라 조성사업을 추진하고 있다.

2) 추진현황

최초 위케이션의 지향점은 민선 8기 김태흠 도지사의 공약에서 시작이라고 할 수 있다. 공약에서는 위케이션 실리콘벨리(창업전진기지) 조성을 통한 위케이션 선도지역 추진으로 확인된다. 즉 위케이션은 인프라 구축사업을 기반한다고 해석할 수 있다. 또한 위케이션 인프라 뿐만 아니라 청년창업(센터) 등과 연계성을 가진 사업이라고 볼 수 있다. 그러므로 융복합이 필요한 사업으로 판단할 수 있다. 그러나 중앙부처의 ‘위케이션’ 주요 추진부서가 문화관광부 및 한국관광공사임에 따라 충남도 관광진흥과에서 추진하게 된 것으로 판단된다. 따

34) 공약 4-15-2, 전략과제 ‘품격있는 문화예술 기반조성’의 도정과제로 추진중

35) 민선 8기 공약실천계획서(23.11 확인)

라서 충남의 워케이션에서 ‘청년’과 ‘일자리’ 부분은 그 중요성이 줄어들었다고 할 수 있다.



[그림 3-1] 민선 8기 워케이션 관련 공약

출처: 충청뉴스 (2022.5.20.)
<https://www.ccnnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=257714>

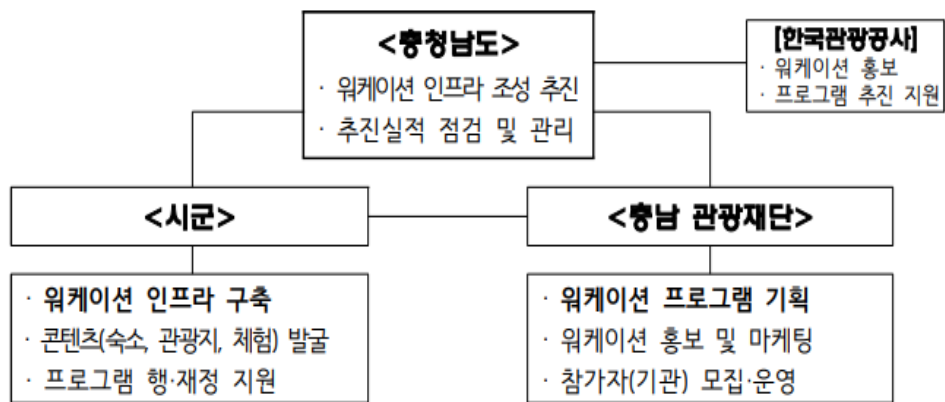
충남도는 2022년 8월 22일 워케이션 간담회를 개최하였다. 개최목적은 정책·산업동향 파악 및 전문가의견 청취·논의로, 한국관광공사, 강원관광공사, 야놀자 등 워케이션 추진기관 및 충남관광협회, 스플라스 리솜 등 도내외 기관과 의견교환을 하였다. 간담회에서는 충남도의 워케이션 방향성, 즉 서해안권(태안·보령 등)은 여행과 레저, 내륙권(공주, 부여, 청양 등)은 휴식과 힐링의

방향성이 제시되었으며, 선도적으로 위케이션을 추진하는 강원, 제주도 등과 대비하여 정책방향, 즉 타지자체의 사업과 비교하여 경쟁력 있는 사업추진 VS 차별화 전략 등에 대한 제기가 있었다. 이와 같은 간담회 이후 벤치마킹, 사례 조사 등을 통해 위케이션 추진계획을 수립·추진하였다.

2. 2023년 추진현황

1) 개요

충청남도에서 2023년은 위케이션 정책추진 원년이라 볼 수 있다. 충청남도 위케이션 추진계획(2023년)에 따르면, 충청남도는 공공주도형 위케이션 추진을 목표로, 1)위케이션 인식확산, 2)위케이션 상품신뢰도 및 만족도 제고를 기본방향을 설정하였고, 위케이션은 시범사업(23년) 추진후, 24년부터는 전 시군으로 확대하는 것을 목표로 잡고 있다. 사업은 충청남도를 중심으로 시군, 충남 문화관광재단 등이 각각 역할을 하는 것으로 되어 있다.



[그림 3-2] 기관별 역할

출처: 충청남도 관광진흥과 내부자료

또한 2022년 간담회, 벤치마킹, 사례조사를 통해 충남형 위케이션의 유형을 제시하고 있으며 다음과 같다.

〈표 3-1〉 충남형 위케이션 유형

구분	시군	특징
문화 치유형(3)	공주, 부여, 청양	·백제문화권 중심의 역사와 문화 기반
해양 치유형(5)	보령, 서산, 당진, 서천, 태안	·서해안을 활용한 해양 휴양 기반 ·플로깅 활동을 통한 기업 ESG 실현
마을 맞춤형(5)	논산, 계룡, 금산, 홍성, 예산	·서부내륙권 중심 농촌체험, 마을 체험 기반 - 지역 체험활동에 참여, 주민과의 친밀도 등 관계인구 형성에 적합
MZ 맞춤형(2)	천안, 아산	·수도권 접근성과 편리한 인프라 기반 - 새로운 도시 속에서 삶과 일을 하고 싶은 젊은 세대에게 적합(호텔+관광+쇼핑)

출처: 충청남도 관광진흥과 내부자료

2) 사업현황

23년 시범사업은 ① 인프라 조성사업, ② 위케이션 충남 프로그램이다. ① 위케이션 인프라 조성사업은 총사업비 10억원(도30%, 시군70% 매칭)으로 3개 시군 내외 공모 선정 추진하며, 사업은 관광지 및 숙박시설 인근 위케이션 복합공간을 조성하는 것이다. 선정결과 부여, 홍성, 태안의 3개 시군이 선정되었다. 각 지자체는 공공시설과 지역내 유희공간 리모델링을 통해 업무공간을 구축하는 계획을 추진하고 있다.

〈표 3-2〉 23년 위케이션 시범사업 내용

선정 시군	추진내용	유형
부 여	·역사문화 연계 위케이션 오피스 - 사비 123마을 청년 공예마을내 웰컴센터&공유오피스 조성	문화 치유

선정 시군	추진내용	유형
군	<p>- 공남지 트래블라운지 업무환경 조성</p> <div>   </div> <div> <p>위차: 사비123 공예마을</p> <p>조감도: 웰컴센터</p> </div> <div>   </div> <div> <p>위차: 공남지</p> <p>조감도: 트래블라운지</p> </div>	형
홍성군	<p>•〈홍성 논명 놀·일·터〉스페이스</p> <ul style="list-style-type: none"> - 문당환경농업마을 內 오피스 정비 - 오누이마을 예절관(숙소), 프라이빗 오피스 조성 - 광천 '잇슈창고' 활용 오픈형 오피스 업무환경 정비 <div>   </div> <div> <p>위차: 오누이마을 등</p> <p>조감도: 프라이빗 오피스(예시)</p> </div>	마을 맞춤 형
태안군	<p>•만리포 워케이션 전용 업무공간</p> <ul style="list-style-type: none"> - 만리포 여름군청 활용한 워케이션 전용 오피스 구축 - 만리포 전망타워 내 사무용품 설치 등 	해양 치유 형

선정 시군	추진내용	유형
	 <div> <div>위치: 전망타워 및 여름군청</div> <div>조감도: 업무공간</div> </div>	

출처: 충청남도 관광진흥과 및 홍성군 내부자료 등 발췌 및 정리

② 위케이션 프로그램 시범운영은 충남문화관광재단이 수행기관으로 추진하는 사업으로, 실제 일하는 사람들이 충남의 위케이션을 경험하게 하는 사업이다. 추진은 상품기획에서 성과보고 순으로 1년간 진행된다.

위케이션 상품 기획	위케이션 프로그램 홍보, 참여기 업 모집 및 협약	프로그램 운영 (年 2회)	성과보고
1월	2월~3월	4~5월 / 9~10월	12월

[그림 3-3] 사업 흐름도

출처: 충청남도 관광진흥과 내부자료 등

위케이션 시범사업은 3박 4일간 프로그램이다. 23년의 경우, 보령시, 부여군, 예산군, 태안군 4개 시군의 위케이션을 추진하게 되었다. 신청절차는 홈페이지를 통해서 진행하며, 시범사업 시행은 상·하반기에 걸쳐 총 12차시에 걸쳐 진행된다. 연간 200명을 목표로 한다. 위케이션 자부담은 최소 15만 ~ 최대 25만원이다. 특히 시범사업은 협약기업, 즉 (주)야놀자, 현대글로비스(즈), (주)호반건설 등 민간기업 5곳의 참여 및 한국관광공사, (재)서울경제진흥원 등 공공기관 2곳과의 협력을 통해 활발히 추진하게 할 수 있었다.

〈표 3-3〉 충남형 워크케이션 주요상품 내용

보령시	참가비용	▶ 자부담 150,000원(3박 4일)
	숙소	▶ 숙 소 명: 데이나이스 호텔(20객실)
	업무공간	▶ 시 설 명: 보령 머드테마파크 회의실
		▶ 수용인원: 약 20명
	체험활동	▶ 줍트랙 ▶ 대천항 유람선
		▶ ESG 활동) 대천해수욕장 플로깅
연계 관광지	▶ 상화원, 성주산 낙조전망대, 달빛등대로	
부여군	참가비용	▶ 자부담 250,000원(3박 4일)
	숙소	▶ 숙 소 명: 롯데리조트 부여(20객실)
	업무공간	▶ 시 설 명: ❶공남지 트래블라운지 ❷123 사비 청년 공예마을 ❸롯데리조트 부여내 카페
		▶ 수용인원: 약 10명
	체험활동	▶ 백제문화단지 ▶ 공남지 야경투어 지원(시티투어버스)
		▶ ESG활동) 공남지길 플로깅
연계 관광지	▶ 백제문화단지, 공남지, 백마강, 국립부여박물관, 정림사지, 롯데아울렛	
예산군	참가비용	▶ 자부담 230,000원(3박 4일)
	숙소	▶ 숙 소 명: 스플라스 리솜(20객실)
		▶ 객 실 수: 20객실
	업무공간	▶ 시 설 명: ❶ 예산해봄센터 ❷ 파인그로브(음료 10%할인)
		▶ 수용인원: 약 15명
	체험활동 및 관광	▶ 숲 체험(국립 예산치유의 숲), 트레킹, 치유명상(요가), 숲속 가드닝
▶ 예당호 모노레일		
▶ ESG활동) 덕산천 정비활동		
연계 관광지	▶ 사과 체험, 꽃 체험, 숲속 명상, 예산시장	
태안군	참가비용	▶ 자부담 160,000원(3박 4일)
	숙소	▶ 숙 소 명: 만리포 베이브리즈(오션뷰)(20객실)
	업무공간	▶ 시 설 명: ❶ 카페 베이브리즈 ❷ 여름군청
		▶ 수용인원: 약 15명
	체험활동	▶ 천리포 수목원 입장 & 숲 해설
		▶ 서핑 또는 패들보드
▶ ESG활동) 유류피해극복기념관 관람 및 만리포 플로깅		
연계 관광지	▶ 만리포 해수욕장, 모항항, 물닭섬 데크 산책로, 갯벌체험	

3) 충남 위케이션 프로그램 운영 및 만족도

충청남도 위케이션 프로그램은 상·하반기 12회를 예정하고 있으며, 23년 상반기 현재, 충청남도 위케이션 프로그램에는 181명이 참여하였고, 부여 64명, 태안 51명, 예산 38명, 보령 28명 순이었다.

〈표 3-4〉 위케이션 프로그램 현장

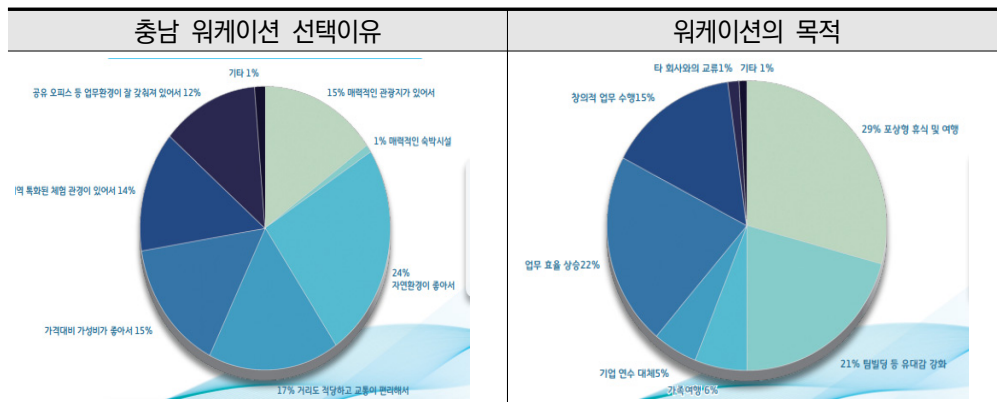
보령시	부여군
	
예산군	태안군
	

출처: 2023년 위케이션 충남 중간보고회 발표자료(충남문화관광재단) 발췌

위케이션 참여자를 대상으로 설문조사(101명)를 한 결과, 프로그램에 만족한다는 의견이 4.3점(5점 척도)로 높게 나왔고, 개별질의에 대해서 다음과 같은 결과를 얻었다.

- 위케이션 충남의 인지경로는 과반이상이 (재)서울경제진흥원 홈페이지 및 회사(각 31%)였고, 위케이션 홈페이지는 15%였다.
- 충남 위케이션의 선택 이유는 자연환경이 좋아서(24%)가 가장 높았다.

- 워크레이션의 목적은 포상형 휴식 및 여행(29%), 팀빌딩 등 유대감 강화(21%)로 기업복지 차원의 인식이 과반을 차지하는 데 비해, 창의적 업무수행(15%), 업무효율 상승(22%) 등 업무와의 관계성에 대한 것은 기업복지의 차순이었다.

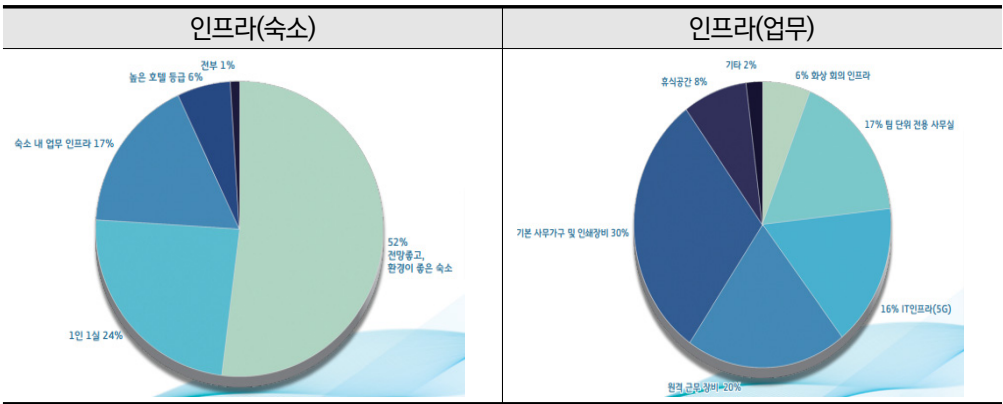


출처: 2023년 워크레이션 충남 중간보고회 발표자료(충남문화관광재단) 정리

- 충남 워크레이션이 처음으로 경험하는 워크레이션(72%)이었고,
- 개인의 참여보다는 기업 및 단체참여가 높았다(67%).
- 업무시설에 만족하는 비율이 높았고(69%), 이유는 숙박에서 가까운 거리의 시설(54%)이었고, 반대로 불만족 이유 역시 숙박시설에서 떨어져 있다(34%).
- 워크레이션이 제도화되면 활용할 것이냐는 질문에 응답자의 거의 대부분(98%)이 동의를 하였고, 이중 강한 긍정인 '매우 그렇다'가 73%를 차지하였다.
- 워크레이션을 망설이는 이유에 대해서는 업무성과 도출부담(13%), 업무소통 비효율(15%)과 같은 업무와 관련된 것이 아닌 워크레이션이 휴가라는 인식이 강하다(33%)는 것을 선택해, 저변인식의 변화가 필요함을 보여주었다.
- 워크레이션이 원활하기 위한 인프라는 숙소의 경우, 높은 호텔등급(6%)이 아

닌 전망 좋고 환경이 좋은 숙소(52%)를 선택하였고, 업무인프라의 경우, 기
 본 사무가구 및 인쇄장비(30%), 원격근무장비(20%) 순이었다. 이에 비해
 휴식공간(8%), 화상회의 인프라(6%)는 필요치 않은 것으로 확인되었다.

- 향후 추가될 프로그램에 대해서는 힐링 및 휴식형 관광프로그램이 71%를 차지하였다.



출처: 2023년 위케이션 충남 중간보고회 발표자료(충남문화관광재단) 발췌

제2절 시군 위케이션 동향

1. 개요

충청남도의 위케이션에서 민간의 위케이션 사업 및 활동은 아직 활발하지 않다. 전술한 바와 같이 제주·강원 등에서는 민간기업 활동의 활발함을 확인할 수 있었다. 충남의 위케이션은 2023년 위케이션 시범사업(팸투어 위주) 및 인프라 구축사업으로 시작되었다고 할 수 있으며, 현재 시범사업에는 숙소+오피스제공을 비즈니스모델로 삼는 민간업체가 참여하고 있지 않다. 따라서 시군차원의 위케이션 사업 및 활동은 기존 시범사업과 인프라 구축(위케이션 센터)에 집중되는 공공주도형으로 볼 수 있다.

그러나 위케이션 기업, 즉 숙소+오피스 사업모델적 틀을 벗어나면 민간 차원에서의 위케이션에 대한 높은 관심과 다양한 활동이 감지된다. 현장조사에서 지역활동, 즉 지역 공공사업(청년마을·DMO·도시재생 등)을 중심으로 한 지역 활동에서 위케이션은 중요한 키워드로 부각되고 있었다. 이 절에서는 위케이션을 둘러싼 다양한 Player들의 활동을 검토하고 그 가능성을 탐색한다.

2. 위케이션 player로서 ‘DMO’와 활동

DMO(Destination Marketing Organization)란, 지역관광 추진조직의 약자로, 지역 관광사업과 관련된 지자체, 민간기업(단체), 지역주민 등 지역 이해관계자간 합의 형성을 기반으로 지역관광을 경영하는 지역대표 관광조직을 뜻

한다. 2015년 일본에서 시작된 DMO의 기능은 지역관광플랫폼이라는 핵심기능과 관광품질관리, 관광자원관리, 관광홍보마케팅, 관광산업지원, 관광사업기획 및 계획의 5대 중점기능이 있다. DMO의 역할은 지역관광의 주도적 조직이면서, 중간조직, 전문조직이라는 역할을 한다(이금실 2023).



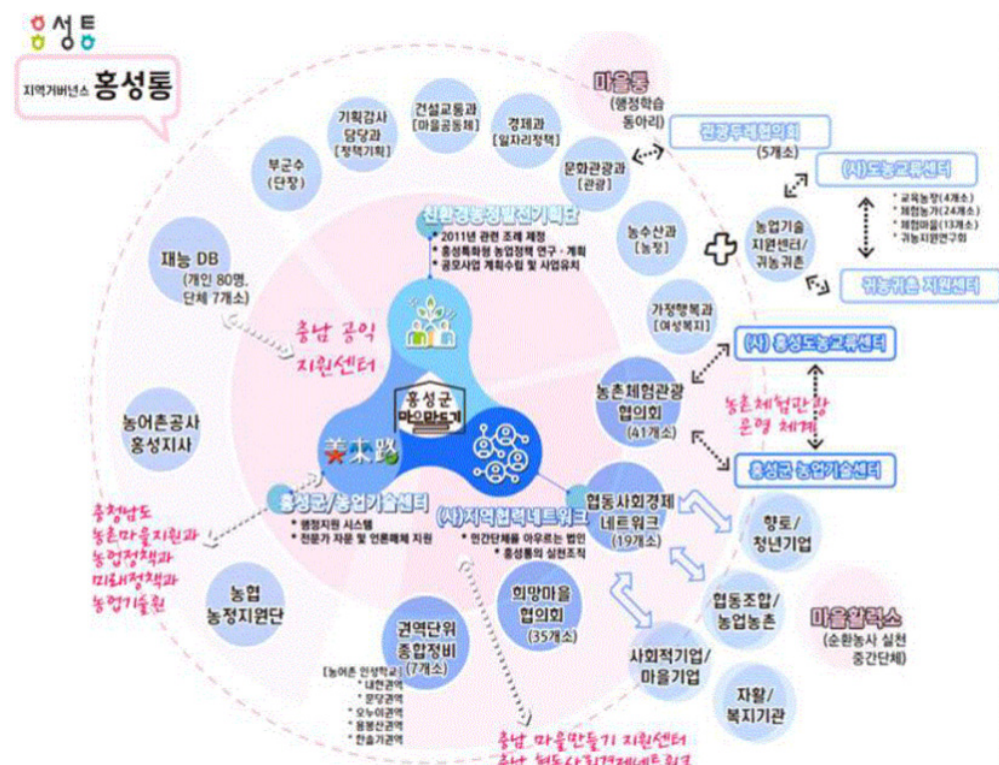
[그림 3-4] 한국형 DMO의 기능

출처: 이금실(2021), 지역관광추진조직(DMO)의 기능과 역할

문화체육관광부와 한국관광공사는 지역관광 활성화를 위해 DMO조직 육성 및 운영을 지원하고 있으며, 2019년 시범사업 후 2023년 현재까지 34곳을 선정하여 지원하고 있다. 충남도의 홍성DMO사업단은 2020년에 DMO에 선정된 후 3년 연속 육성지원을 받았고, 2022년에는 한국관광의 별³⁶⁾이라는 영예를 안을 정도로 충실한 DMO로서 역할을 해내고 있다. 특히 홍성DMO사업단은 관광거버넌스·합의체로서 역할에 높은 평가를 받고 있다. 홍성DMO는 홍성 관광 민·관·산·학·연 거버넌스 관광통(通)을 통해 이루어진다. 이 거버넌스 조

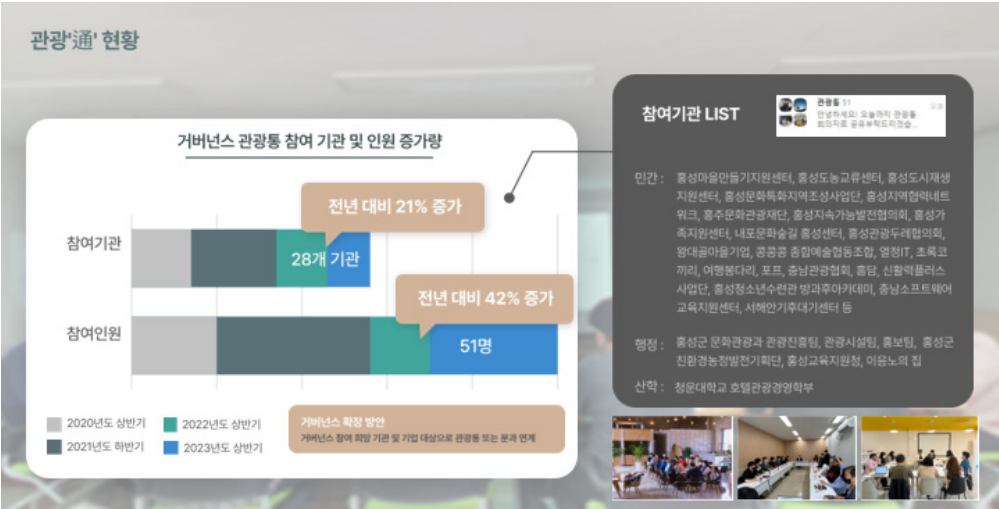
36) 지속가능부문 특별상 수상

홍성통은 홍성을 대표하는 거버넌스 조직이다. 홍성통은 2011년 홍성군 친환경농정발전기획단에서 논의가 시작되어, 2013년 마을과 민간단체 83개소, 행정 5개 부서가 참여하는 거버넌스로 출범하였다. 홍성통을 중심으로 다양한 주제를 중심으로 거버넌스가 조직되어 운영되고 있다. 2014년에는 홍성통 내 홍보통, 교육통, 재능통 등의 분과운영을 시작하였고, 2016년에는 공무원 동아리 마을통, 2018년에는 청년통, 교육통, 관광통, 2023년 현재는 협사통, 청년통, 문화통, 교육통, 관광통 등이 활동하고 있다.



출처: 전영미(2019), **홍성통의 구축과정과 신내생적 발전의 실험**

홍성통의 분과운영회중 하나인 관광통 역시 아래와 같은 다양한 행정 및 민간기관(단체)이 참여하고 있으며, 다양한 사업기획, 교육, 정보아카이빙 등을 안전으로, 기획논의, 합의의 과정을 거쳐 기획사업, 교육 및 선진지 견학 등 사업을 추진하고 있다. 또한 관련 정보와 현황을 공유한다.



[그림 3-6] 관광통 현황

출처: 홍성DMO사업단 경과보고 내부자료

이와 같은 거버넌스를 기초로 홍성DMO사업단은 다양한 기획사업과 연계협력사업을 추진하고 있다. 우선 기획사업은 ①캠핑 차박 챌린지(20년~), ②로컬 체험전문가 ‘머물러’ (20~22년) 육성, ③민간관광안내소&관광거점 ‘터-무니’(20년~22년) 구축, ④농촌숙박활성화 ‘마을나들이’(22~23년), ⑤ESG 관광리빙랩 운영(23년) 등을 추진하고 있다. 나아가 연계협력사업은 다양한 공공기관과 협력사업을 추진하게 되는데, 위케이션사업은 홍성군청 관광진흥팀과 함께 진행한다.



[그림 3-7] 홍성DMO 연계협력사업 현황

출처: 홍성DMO사업단 경과보고 내부자료

현재 홍성위케이션사업은 문당환경농업마을을 중심으로 추진되며, 국내거주 외국인을 대상으로 위케이션을 추진하는 특징을 가진다. 즉 외국인 디지털 노마드에게 다음과 같은 공유오피스, 숙소 및 체험활동을 제공한다.

〈표 3-5〉 홍성 위케이션 체험프로그램

시간	11.01.(수)	11.02.(목)	11.03.(금)	11.04.(토)
08:00-09:00	마을 아침 (쌀 이야기)			
09:00-09:30	용산역 → 홍성역 (09:14) (11:22)	벼베기 및 탈곡체험	마을 코워킹 (자유시간)	체크아웃
09:30-11:30				용봉산 트래킹
11:30-12:00	(이동)			
12:00-12:30	광천시장 방문 및 점심식사	마을 점심	마을 점심	점심식사 (읍내 채식식당)
12:30-13:00				
13:00-13:30		(이동)	코워킹 (자유시간)	
13:30-14:30				
14:30-15:30	로컬 맥주 양조장 체험	카페 코워킹 (카페드하리)	홍성 BBQ 축제 참여 및 저녁식사	홍성역 → 용산역 (13:27) (15:49) ※ 해산
15:30-16:30	체크인 후 땅콩열차 체험			

시간	11.01.(수)	11.02.(목)	11.03.(금)	11.04.(토)
16:30-18:30	자유시간 (코워킹)			
18:30-20:30	웰컴디너 BBQ	남당항 방문 +저녁식사		
20:30-22:00	네트워킹 시간			

출처: 홍성군 내부자료

전술한 것과 같이 홍성군의 위케이션 사업이 타 지자체와 다른, 그리고 흥미로운 것은 위케이션 대상을 ‘외국인’, ‘외국인 디지털 노마드’를 잡았다는 점과, 홍동면 문당환경농업마을 일대, 농촌체험을 기반으로 추진하고 있다는 점이다. 이와 같은 사업적 특성에 대한 질문에 홍성군 담당자는 아래와 같이 답한다.

“홍성(홍동)에는 생협 등 국내 위케이션러들이 많이 오기 때문에, 이제 우리는 외국인을 대상으로 새로운 위케이션 모델을 만들고 싶었다(행정담당자)”

이와 같은 답변에서 우리는 홍성의 관광통의 존재와 합의과정에 행정이 얼마나 밀접히 관계하고 사업을 도출하고 있는지 가늠할 수 있다. 즉 일반적으로 행정기관이 잘 알지 못하는, 즉 지역주민만이 알 수 있는(또는 내밀한) 위케이션 현황을 충분히 파악하고 있다는 사실이다. 여기에 더해 현재 진행중인 위케이션 조성사업을 오누이마을이 운영하고 있는 위케이션시설(컨테이너)에 추가적인 시설로 조성한다는 점에서 행정과 마을, DMO가 얼마나 연계되어 있는지 가늠할 수 있었고, DMO가 위케이션 사업의 중요한 Player로서 가능성을 확인하였다.

〈표 3-6〉 홍성 워케이션 현장사진

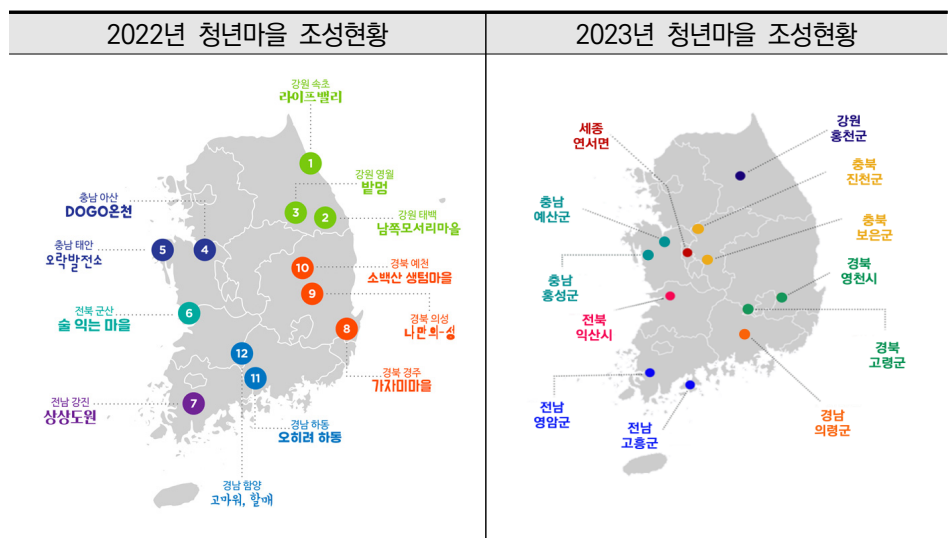
	
<p>워케이션 조성사업지</p>	<p>워케이션 장소(문당환경농업마을)</p>
	
<p>워케이션 오피스 내부(오누이마을)</p>	<p>워케이션 오피스 외관(오누이마을)</p>

출처: 홍성군 내부자료

3. 워케이션 player로서 ‘청년마을’과 활동

청년마을은 행정안전부가 지방 청년들의 유출방지 및 도시 청년들의 지역 정착을 지원하고, 청년들에게 지역에 머물 기회와 뿌리내릴 기회를 지원하는 사업이다. 사업의 지원대상은 지역조사, 일거리 실험, 청년 공간 등 지역변화 프로그램 추진하는 청년단체 또는 기업이다. 구체적 사업내용은 청년의 지역탐색·조사, 일거리 실험, 청년 활동공간 확보, 지역 내외부 관계맺기 활동, 홍보 등 지역변화 프로그램의 운영이다.

2019년 시범사업으로 시작으로 매년 약 12개소를 선발하였고, 2023년 현재 전국 39개소의 청년마을이 운영 중에 있다. 충남에는 서천군(2019), 공주시·청양군(2021), 태안군·아산시(2022), 예산군·홍성군(2023) 등 총 7개 청년단체(기업) 선정되어 활발히 활동하고 있다.



[그림 3-8] 청년마을 조성현황

출처: 행정안전부 보도자료 및 기사자료(라이프인. 23.04.09) 등

2023년 행정안전부는 청년마을을 지역 유희공간을 주거, 소통(커뮤니티), 창업 등 새로운 공간 조성 및 지역특산물과 전통사업연계 등 새로운 비즈니스 창출거점으로 평가하며, 성과확산을 위해 관계안내소, 로컬대학, 청년마을 공유주거 지원사업 등을 추진할 계획이다.

행정안전부의 청년마을 만들기의 사업의 특징은 지역정착을 목적으로 비즈니스(활동)를 하는 청년기업·단체를 지원한다는 데 있다. 따라서 사업목적의 특성으로 위케이션(또는 00살기)은 청년마을의 중요한 사업 테마이며, 충남내 7개 청년마을에서도 관련된 사업활동을 추진하고 있다(표 3-7). 이 연구에서는

충남내 청년마을 중 위케이션에 대한 고민과 정책연계성 측면에서 적극적인 아산시 DOGO온천마을활동을 검토한다.

〈표 3-7〉 관련사업

청년마을	위케이션 관련사업
서천, 삶기술학교	술케이션워크 ³⁷⁾
청양, 로컬몬스터	터무니있는시간
공주, 자유도	로그인 공주
태안, 오락발전소	무제한예술 (예술인대상)
아산, DOGO온천마을	도고 한달살이
예산, 케미스테이	예산 탐구생활
홍성, 집단지성	-

DOGO온천마을의 주체는 사회적협동조합 온어스이다. 온어스는 문화기획·디자인·인테리어·환경교육·사진·영상·공연·축제 등 다양한 업종의 청년기업들³⁸⁾이 2022년 1월 28일에 설립한 사회적협동조합이다. 이들은 지역에서 다양한 사업을 추진하면서 ‘얼굴을 아는’ ‘식사·술을 함께 하는’ 네트워킹을 해 오다가 경쟁이 아니라 협력과 연대가 필요하다고 생각하여 만들게 되었다. 그들에게 아산은 양극화가 심한 지역으로, 특히 도고는 아산 내에서도 양극화와 인구소멸이 가장 심한 곳이었다. 그러나 도고에서 청년만의 거주지와 사무실, 지역의 자원과 개발가능성, 지역주민의 청년유입 희망(1년간 간담회)을 통해서 가능성을 확인하고 정착한다³⁹⁾. 이들은 도고 한달살이를 통해 지역자원을 확인한다. 선언리를 중심으로 직접 코워킹스페이스(도고상사)를 DIT⁴⁰⁾로 개발하

37) 과학기술정보통신부 2023년 메타버스노마드지원사업으로 추진

38) 14개 기업참여

39) 도감_DOGO온천_청년마을 1년차 이야기

40) DIT은 Do It Together의 준말로, 청년들이 직접참여하여 개발한 것을 뜻함

거나, 지역주민이 호의로 제공한 곳⁴¹⁾에서 공유오피스(도너지굴)를 만들었다. 또한 지역빌라를 구입하여 게스트하우스(도너지하우스)라는 숙소를 만들었다. 이 뿐 아니라, 자신들의 지향성을 보여주는 제로웨스트 지향카페(영웨이브), 마을안내소(52정거장) 등을 추진한다.

도고상사 전경	도고상사 내부	도고상사 DIT개발과정
		
도너지굴 전경	도너지굴 내부_1	도너지굴 내부_2
		

41) 온어스 대표의 인터뷰에서 도너지굴은 자신들의 활동에 공감하신 지역 유지께서 저가에 제공해 주셨다고 함



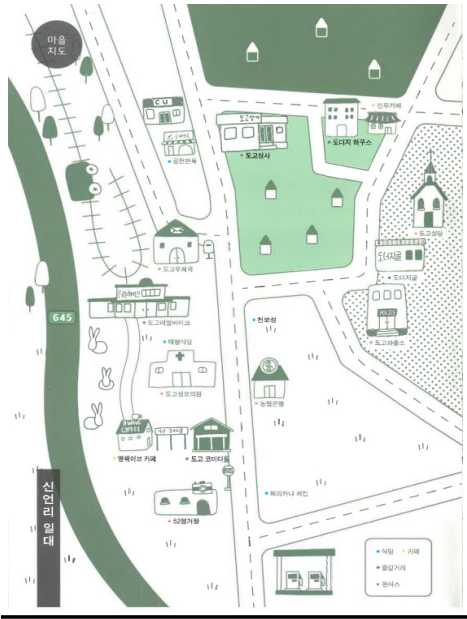

[그림 3-9] DOGO온천마을이 가진 인프라 사진

이러한 DOGO온천마을의 인프라는 워케이션 인프라로서 사용가능하며, 지역자원과 자연스럽게 연계된다. DOGO온천마을 대표는 신언리를 ‘15분 도시⁴²⁾’로서 충분한 인프라를 가지고 있고, 워케이션 장소로서 그 매력이 존재한다고 주장한다.

“신언리는 자연환경(논밭), 놀 것(레일바이크, 극장), 카페, 식당만 있는 관광지 아니라, 의료기관, 우체국, 은행, 마트가 있습니다. 또한 편의점이 있어서 청년들이 충분히 워케이션을 할 수 있는 적지라 생각합니다. 또한 수도권에서의 접근성(전철)도 좋습니다”

42) 15분 도시란 도보 또는 자전거로 15분 내에 기본적인 욕구, 즉 문화, 의료, 복지, 여가, 업무를 충족할 수 있는 도시를 말한다.

〈표 3-8〉 신언리 인프라

신언리 마을지도	신언리 마을도로
	

출처: 온어스, 내부자료(두더지루트)

4. 위케이션 Player로서 도시재생과 활동

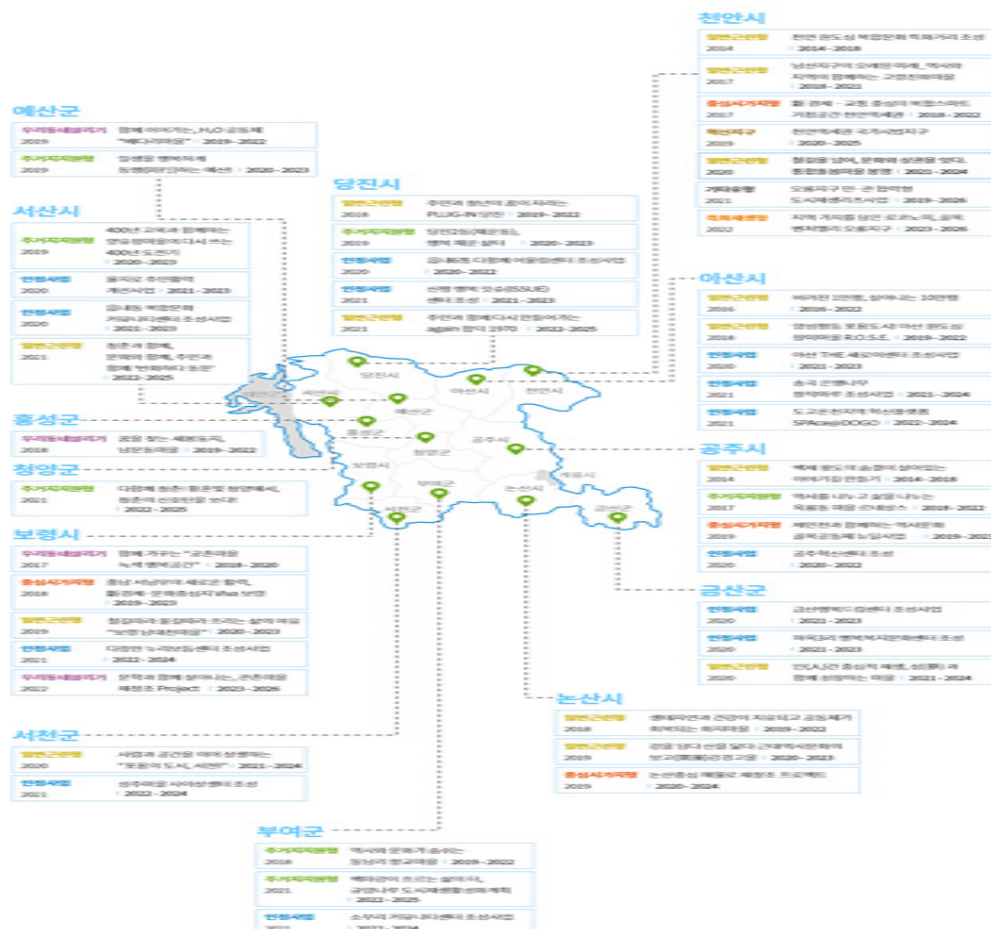
도시재생은 인구감소, 사업구조의 변화, 도시의 무분별한 확장, 주거환경의 노후화 등으로 인하여 쇠퇴하는 도시를 “지역역량 강화”, “새로운 기능 도입”, “지역자원의 활용” 등을 통해 경제·사회·물리·환경적으로 활성화시키는 것을 의미한다. 그리고 도시재생은 선택과 집중을 통해 경제거점 조성 and 지역특화 재생을 위한 도시 공간 재창조를 진행한다.⁴³⁾ 충남도는 22년 현재 45군데의 도시재생사업이 진행되고 있으며, 다음과 같다.

43) 도시재생종합정보체계(<https://www.city.go.kr/portal/policyInfo/urban/contents01/link.do>)

〈표 3-9〉 충청남도 도시재생 사업현황

중심시가지(4): 공주/논산/보령/천안	우리동네살리기(4): 보령(2)/예산/홍성
인정사업(13): 공주/금산(2)/당진(2)/ 보령/부여/서산(2)/서천/아산(3)	혁신지구(1): 천안
일반근린형(14): 공주/금산/논산(2)/당진(2)/보령/서산/서천/아산(2)/천안(3)	특화재생(1): 천안
주거지지원(7): 공주/당진/부여(2)/서산/예산/청양	기타(1): 천안

출처: 충청남도 도시재생지원센터 (<http://cnursc.or.kr/>)



[그림 3-10] 충청남도 도시재생 사업현황

출처: 충청남도 도시재생지원센터 (<http://cnursc.or.kr/>)

이러한 전략과 사업은 위케이션과 맞닿는다. 수요와 기술탐색을 중심으로 강원도의 스마트 위케이션 전략을 연구했던 이영주·황보원주(2021)에 따르면, 위케이션 공간을 둘러싼 행정·교통·레저·문화·식음료 등 생활인프라를 위한 서비스가 구축되어야 한다고 주장하는데, 이는 전술한 15분 도시와 맥을 같이 한다. 이를 뒷받침하는 정책지원으로 생활정착·관광마케팅·청년비즈니스와 더불어 도시재생정책 등을 제시하고 있다. 즉 위케이션은 공간(숙소+오피스)와 관광·레저로만 접근할 수 없으며, 생활지원, 행정지원, 관광 등 서비스가 뒷받침 될 때 가능하다는 것이다. 역으로 생각할 때 도시재생으로서의 접근, 즉 경제·사회·물리·환경적으로 활성화의 방식은 위케이션과의 연계가능성이 높다고 할 수 있다.



[그림 3-11] 강원도 스마트 위케이션 추진유형(안)

출처: 이영주(2021), 강원도 스마트위케이션 추진방향, 강원연구원

이와 같은 정책적 연계성에서 기초하여, 연구에서는 도시재생으로서 서천군의 장항 아우름 스테이허브 조성사업(2020~) 및 살아봐유 장항위케이션 조성사업(2023~) 등의 활동을 살펴보고자 한다.

장항 아우름 스테이 허브조성사업은 지역수요 맞춤형지원사업⁴⁴⁾으로 추진되었다. 사업목적은 장항의 다양한 자원을 아우르는 특색있는 체류공간과 서비스를 추진하는 것이다. 이를 위해 비활성화된 지역내 유휴공간의 리모델링을 통한 체류형 거점시설 조성⁴⁵⁾과 지역적 특성을 살린 프로그램 운영 및 주체 발굴을 목표로 추진하고 있다. 리모델링 대상지는 방문자 숙소와 (구)여인숙(뉴트로 스테이) 5개동을 대상으로 잡았다.

〈표 3-10〉 리모델링 대상지

위치	1) 방문자 숙소
	
	<p>2) 여인숙(뉴트로 스테이)</p> 

출처: 서천군 내부자료

44) 지역수요 맞춤형지원사업이란 기존의 성장촉진지역에 대한 대규모 SOC사업 위주에서 탈피, 주민 실생활과 밀접한 소규모 창조융합 사업을 지원하여 지역 주민의 생활불편 해소 및 삶의 질 제고를 목적으로 하는 사업을 의미. 주관부서는 국토교통부이며, 근거는 지역개발 및 지원에 관한 법률에 따름. 국비지원은 최대 30억원

현재 방문자숙소의 리모델링의 방향성은 ‘워케이션’으로, 지역자원을 활용한 창업 및 디지털 노마드들을 주요 타겟층으로 하며, 중장기 스테이 시설을 목표로 아래와 같이 이들을 위한 공간으로 재설계 및 변경을 추진하고 있다. 공간은 공유오피스 등 공유공간, 세탁실(런드리룸), 세미나실, 컨시어지 등 지원시설 등을 구성하고 있다.

여인숙(뉴트로 스테이)의 리모델링의 경우, 서천의 휴양목적의 사람들을 타겟으로 단기스테이시설을 추진하고 있다. 국립생태원 등 생태체험, 신성리 갈대밭 등 자연환경경험 등을 위한 시설로 추진되고 있다.

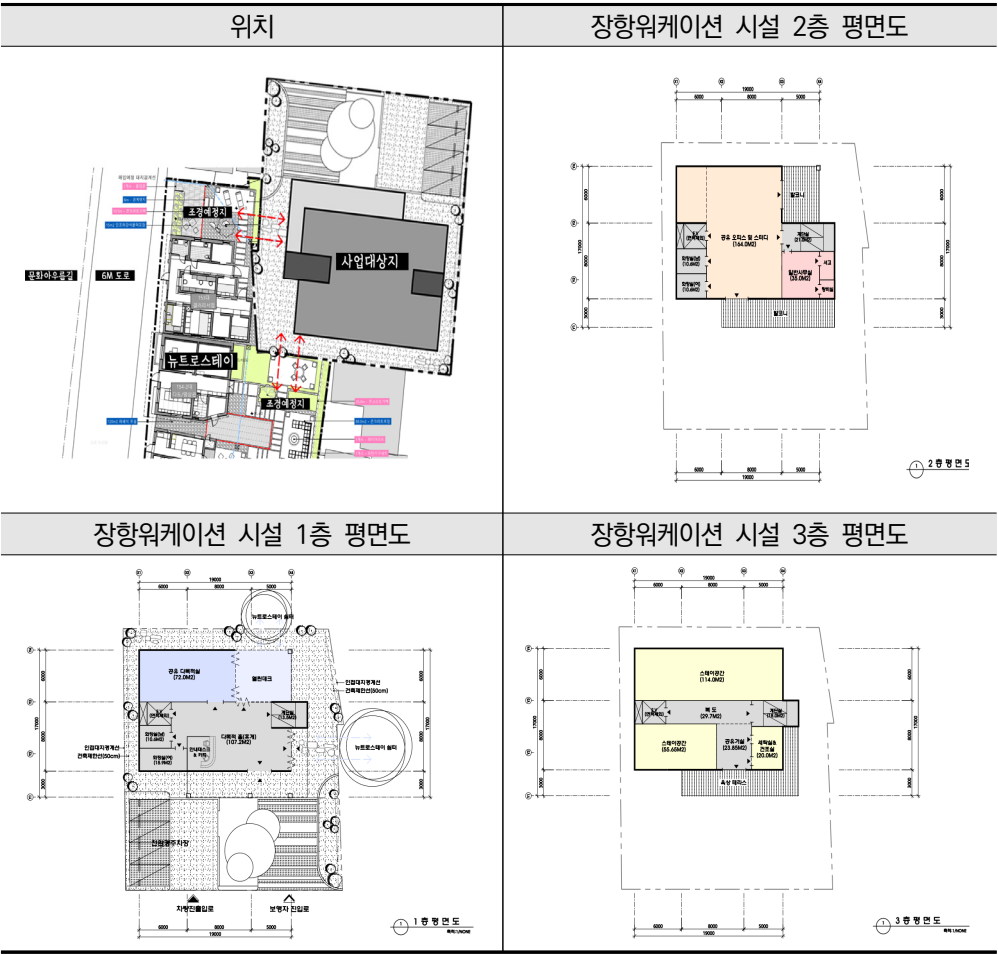
〈표 3-11〉 리모델링 방향

방문자 숙소 리모델링 전	방문자 숙소 리모델링 후
 <ul style="list-style-type: none"> 객실 각 객실에 화장실이 없는다인실형태(4,6,8인실) 공유공간 다목적실과 자가취사장 위치, 각동 별 공용화장실 위치 외부공간 두동 사이에 활용가능한외부공간 위치 관리공간 관리실·지도자실·휴게실·창고 및민넨실·관리사무소(별도) 	 <ul style="list-style-type: none"> 객실 1-2인실 객실로 변경, 객실별 화장실과 싱크 설치 공유공간 런드리룸, 공유라운지, 공유오피스, 세미나룸 설치 컨시어지 스테이 및 프로그램 안내를 위한 컨시어지 조성 관리공간 관리공간 위치 및 크기 조정
여인숙(뉴트로 스테이) 리모델링	
배치 계획 <ul style="list-style-type: none"> ① 별관 스테이 <ul style="list-style-type: none"> 개별 실내조경과 갤러리서재 연계된 1인실 3개소 ② 갤러리서재 <ul style="list-style-type: none"> 전시와 책, 그리고커피를마실 수 있는 개별서재 ③ 명상관 <ul style="list-style-type: none"> 다도,명상, 요가프로그램과 차를 판매하는티룸 ④ 공용관 <ul style="list-style-type: none"> 본관·별관숙박객들이이용가능한 공용주방및다이닝룸 ⑤ 본관 스테이 <ul style="list-style-type: none"> 외부정원과명상관 프로그램 연계된2인~3인실 5개소 	조경 계획 <ul style="list-style-type: none"> 실내정원 <ul style="list-style-type: none"> 자연채광과조화나무 활용한 저관리형실내정원 객실별 조성 외부정원 <ul style="list-style-type: none"> 대형불꽃포장보행공간과 파이어플레이스,명상관앞 수경조경 설치 등 다양한 외부공간조성 옥상정원 <ul style="list-style-type: none"> 요가데크,일체형샬터 등 프로그램진행이가능한 옥상정원조성 목재데크,자갈,화분 등을 통한자연적분위기조성

출처: 서천군 내부자료

서천군은 여기에 더하여 최근 ‘살아봐요 장항위케이션(23~)’사업을 추진한다. 내부자료에 따르면, 리모델링을 하고 있는 여인숙의 뒤편에 위케이션 거점 시설을 조성하여, 기존목적인 휴양목적의 단기스테이 시설에 더하는 방식으로, 지역관광+위케이션 시설로서 추진할 계획으로 보인다.

〈표 3-12〉 장항위케이션 시설도



출처: 서천군 내부자료

이와 같은 인프라 조성 및 운영주체는 서천군의 지속가능지역재단내 도시재생지원센터이다. 인프라 시설관리적인 측면이 아닌 프로그램 운영과 관련해서는 도시재생지원센터와 청년단체(우리동네스튜디오)가 연계협력 중이다. 우리동네스튜디오는 지역에서 발굴된 청년⁴⁵⁾으로 구성된 청년기업으로 21년 청년커뮤니티를 구성하고, 22년부터는 위케이션 프로그램을 진행해 오고 있다.

그러나 이와 같은 계획과 활동 추진에도 한계가 존재한다. 위케이션의 시설 조성(운영)과 프로그램 운영의 이중성이 그것이다. 전술한 청년단체 우리동네스튜디오가 진행하는 위케이션 프로그램은 도시재생부서의 협조가 아닌 전략 및 청년·인구정책부서의 협조(예산 등)를 통해 진행되었다. 물론 위케이션사업이 ‘정책사업’으로 추진되지 않았을 때 청년 등의 분야에서 실험적 방식으로 추진되었던 이유가 존재하지만, 현재에도 서천의 도시재생은 인프라 조성(운영)에 한정되며, 위케이션 프로그램 운영 관련 계획⁴⁶⁾이 없었다. 이와 같은 현상은 위케이션 = 문화관광의 소관이라는 행정적 구분 때문이라고 볼 수 있으며, 따라서 서천 위케이션의 활성화를 위해서는 기초지자체 차원의(또는 위케이션의 현장의) 종합적 기획과 협조(체계)가 중요하다고 볼 수 있다.

45) 2019년 마을미디어교육사업에서 2020년 서천형 청년 동아리 육성사업, 2021년 사업등록한 지역청년그룹

46) 군 관계자(도시재생)에 따르면, 위케이션은 문화관광부서의 사업으로 지원할 수 있는 근거(사업)가 없다고 설명함

〈표 3-13〉 워크케이션 프로그램

22년 워크케이션 프로그램	23년 워크케이션 프로그램
 <p>이동네스튜디오 서천군 OCS</p> <p>SUN SETS YOU RISE</p> <h2>장항 워크케이션 참여자 모집</h2> <p>기간 9월 마지막 주/10월 둘째 주 (참여자 수에 따라 최대 7월 일회 행사 가능)</p> <p>대상 회차별 최대 5명 선착순</p> <ul style="list-style-type: none">· 서천군의 숨은 매력을 발굴하여 아이템화 하는 일에 관심이 있는 분!· 워크케이션 동안 함께 어울리고 열심히 참여할 수 있는 분!· 워크케이션을 통해 자기개발에 뚜렷한 목표가 있는 분! <p>참여자 과제 아이디어 노트, SNS 후기 작성 등</p> <p>주요 혜택 워크케이션 기간 내 숙소 제공 지역 자원 조사를 위한 체험비, 입장료, 활동비 지원</p> <p>* 본 프로그램은 유네스코 세계자연유산 갯벌과 일몰, 송나무 숲 해변, 근대 문화 자원이 풍부한 도시, 서천군 장항을 중심으로 진행됩니다. * 자세한 내용은 QR코드를 확인하세요.</p> <p>워크케이션이란? 일(Work)과 휴가(Vacation)의 합성어로 일정 기간 여행지에 머무르며 일과 휴식을 함께하는 근무형태입니다.</p> <p>문의 담당자 010-2983-3209, studio_urdn@kakao.com</p>	 <p>본 프로그램은 유네스코 세계자연유산 갯벌과 일몰, 역문동 숲, 해변, 근대 문화 자원이 풍부한 도시, 서천군에서 진행됩니다.</p> <h2>서천군 워크케이션 프로그램</h2> <p>살아있는 서천</p> <p>워크케이션이란? 일(Work)과 휴가(Vacation)의 합성어로 일정기간 여행지에 머무르며 일과 휴식을 함께하는 근무형태입니다.</p> <p>행사기간 2023. 08. 28.(월) ~ 09. 01.(금) 4박 5일간</p> <p>모집기간 2023. 08. 12.(토) ~ 08. 25.(금) 참여자 신청 개별 연락</p> <p>참여자대상 전국 청년(만 39세 이하)으로 구성된 팀 또는 청년이 세대주인 가족</p> <ul style="list-style-type: none">△ 일하며- 쉬며- 지역살이를 경험하고 싶은 분△ 서천의 숨은 매력을 발굴하여 아이템화하는 일에 관심이 있는 분△ 워크케이션 기간 동안 함께 어울리고 열심히 참여할 수 있는 분△ 워크케이션을 통해 자기개발에 뚜렷한 목표가 있는 분 <p>문의 담당자 010-2983-3209, studio_urdn@kakao.com</p>

출처: 우리동네스튜디오 제공자료 등

제3절 시사점

1. 위케이션 충남의 성과와 한계

1) 위케이션 제도 및 인식개선 등 저변 확대 필요

민선 8기 출범(22.7) 후 단기간에 위케이션 추진방향 설계, 시범사업 추진, 인프라 조성 추진 등 어느 지자체보다 빠른 행보를 보였다. 특히 시범사업을 통해 **상반기에만 181명⁴⁷⁾이 충남에서 만족스런 위케이션을 경험한 것⁴⁸⁾은 가장 큰 성과라 할 수 있다. 그러나 위케이션과 위케이션 충남이 풀어가야 할 과제와 함께 나타났다고 볼 수 있다.**

위케이션러들에게는 등급높은 호텔(6%)이 아닌 **전망 좋고 환경 좋은 숙소(52%)**을, 업무인프라⁴⁹⁾는 기본 사무가구 및 인쇄장비(30%), 원격근무장비(20%)와 같은 기본장비를 필요로 했다. 그러나 위케이션 오피스와 숙박시설이 멀어 어려웠다는 의견(34%)도 존재하였다. 위케이션이 제도화되면 적극이용하겠다고 하지만(98%), **위케이션을 일하는 방식보다는 기업복지 차원(50%)으로 인식한다**. 따라서 위케이션을 망설이는 이유로 업무성과 도출부담(13%), 업무소통 비효율(15%)과 같은 업무와 관련된 것이 아닌 위케이션이 휴가라는 강한 인식(33%)은 아직 **위케이션의 저변인식의 개선이 중요한 과제로** 나타났다. 이는 위케이션의 경험(첫 위케이션 72%)과 관련이 있다고 판단된다. 그러므로 지속적으로 위케이션을 경험하도록 할 필요가 있다.

47) 연간 200명 목표

48) 전술한 위케이션 경험자 만족도 4.3점(5점척도)

49) 화상회의 인프라(6%), 휴식공간(8%) 등 복지 및 고도화 장비에 관한 수요낮음

2) 민간참여 활성화와 홍보·모객 다변화 필요

반면 정책적으로 볼 때, 위케이션 충남의 최초 설계가, 청년과 일자리 융복합 과제라는 사실로 비추어 볼 때, 관광에 치중된 사업추진으로 융복합 과제로서 좀 더 스텐스를 넓게 하여 추진할 필요가 존재한다. 사업추진과정에서 볼 때 공공주도형으로 ①민간의 참여가 아직 부족하였다. 민간 참여를 독려할 만한 유인정책이 필요하다고 판단된다. 사업자에 따라 위케이션의 관심도가 차이가 존재하였다⁵⁰⁾. 위케이션 고객이 없어도 충분한 경쟁력이 있는 사업자의 경우 위케이션사업을 경험한 후 기대치보다 낮은 성과로 인해 위케이션 관심도가 낮아진 반면, 그렇지 않은 사업자에게는 새로운 모델로서 그 가치를 인정받았다 ②모객의 경우, (재)서울경제진흥원(31%), 회사(31%)을 통한 것이 과반이상이었다. 홍보 및 모객의 다변화를 고민해야 할 것이라고 본다. 특히 (재)서울경제진흥원은 중요한 커넥터기관이다. 현재 충남의 사업과 직원의 열의⁵¹⁾에 대해서 높이 평가하고 있지만, (지방의) 위케이션 추진지역들의 모객커넥터로서 증가·집중하는 경향이 있어 경쟁을 피할 수 없는 상황이다. 따라서 금후에도 모객이 잘 이루어지리라는 보장을 할 수 없는 상황이다.

〈표 3-14〉 (재)서울경제진흥원 위케이션 모객지역

구분	지역
강원도	강릉, 속초, 고성, 영월, 동해, 정선
충청남도	예산, 부여, 당진, 보령, 태안
어촌체험휴양마을	제주 사계, 인천 포내, 포항 창바우
근로복지공단	전국휴양리조트

50) 위케이션 시범사업 숙박업체 담당자 인터뷰에 따름.

51) 담당자 인터뷰에서 '타 지자체와 비교하여 충남의 위케이션 사업은 충실하며, 담당자가 열정적으로, 직접 충남위케이션을 경험했고, 예산도 확보하였다'고 밝힘

2. 지역의 새로운 혁신으로, 도구로서의 위케이션 발견

1) 창조적 파괴의 동력으로 위케이션의 활용가능성

광역조직에서 추진하는 공공주도형 위케이션의 방향을 보완하는 형태, 공공+민간형태가 현장(시군)에서 일어나고 있다. 또한 관광만이 아닌 청년과 도시 재생 등에서도 높은 관심을 가진다는 것을 확인하였다. 이와 같은 현상은 위케이션에 대해서 중앙정부에서 문화체육관광부만이 아닌 다양한 부서(행정안전부, 고용노동부, 과학기술정보통신부 등)와 결을 같이 한다고 볼 수 있다. 그러나 중앙정부와 다른 점은 지역에서의 활동은 관광수요 개발, 또는 정주인구 확보 등의 정책적 요구보다는 장소성과 연관된다고 볼 수 있다.

전술한 지자체 사례들은 경제성장에 따라 지역이탈이 심화된 지역, 한마디로 버려진 장소가 된 곳들이다. 이는 자본주의가 사회·경제·문화가 복합적으로 구성된 장소를 경제의 효율성만이 남겨진 장소로 변모시켰기 때문이다⁵²⁾.

따라서 경제적 효율과 경쟁을 기준 삼는다면 사례지역들은 당연한 결과물이라고 볼 수 있다. 그러나 최근 공간의 창조적 파괴⁵³⁾현상은 효율성만이 아닌 경제와 문화, 사적 행위와 공적 활동의 재통합 경향(공간적 역성)을 만들고 있다⁵⁴⁾. 이와 같은 경향성에서 지역주체들이 추진하는 농촌문화+외국인, 청년문화+소외지역, 지역문화+업무공간이라는 이중결합적인 관심은 하나의 창조적

52) 샤론 주킨(Sharon Zukin)은 시장을 예로 들어, 시장이란 상인과 고객이 물건을 사고파는 경제적 행위만이 아닌 사회적으로 구성된 공간이자, 문화적으로 각인된 장소로서, 자본주의 발전과 더불어 사회적 관계, 도덕적 연대는 사라지고 오직 상품경제, 화폐의 관계만이 남게 되었다고 주장(전상인, 2014).

53) 창조적 파괴(creative destruction)은 경제학자 쉘페터의 주장으로, 기술혁신으로 이전 것(생산성이 낮은 것)을 파괴하고, 새로운 것(생산성이 높은 것)을 창조하는 과정을 뜻함

54) 전상인(2014)은 편의점의 성장의 이유 중 하나로 통합현상(공간적 역성, liminal space)으로 거론함. 공간적 역성이란 공과 사가 모호해지는 공간을 말함

파괴(creative destruction) 현상으로도 볼 수 있다. 따라서 위케이션은 새로운 지역현상, 이는 전술한 위케이션이 가지는 일과 장소의 탈공간성에 더하여 지금까지 파괴되어 왔던 지역성에 새로운 이니셔티브로서 그 의의가 있다고 하겠다.

2) 현장차원의 통합적 추진환경의 중요성

그러나 ‘위케이션’을 중심으로 현장의 이중적 결합과 실험은 거버넌스 및 통합적 행정지원 체계에서 가능하다고 할 수 있다. 전술한 것처럼 홍성DMO사업단의 위케이션 사업은 행정을 포함한 거버넌스 속에서 지역니즈 및 신사업을 추진하고 있었다. 반대로 서천의 예처럼 위케이션의 시설조성(운영)과 프로그램 운영이 개별적으로 진행되는 예도 존재하였다. 이와 같은 차이는 현장에서 통합적으로 사업이 가능한 환경이냐의 차이기도 하다. 홍성에서는 관광뿐만 아니라 다양한 분야의 거버넌스(인적자원)를 기반한 홍성통이라는 거버넌스가 존재하였던 반면, 서천의 경우 통합적 관심보다는 ‘위케이션’=문화관광분야 소관 사업이라는 행정적 구분이 명확하였다. 따라서 현장차원의 위케이션의 활성화를 위해서는 선행적으로 통합적 지원체계 및 환경조성이 추진될 필요가 있다고 본다.

제 4 장

충청남도 워케이션 수요조사

1. 개요
2. 조사결과
3. 시사점

제1절 개요

1. 조사목적 및 방법

연구는 충청남도 워케이션 정책대상인 기업(인사담당)과 근로자를 대상으로 경험 및 계획, 정책수요 등을 묻는 설문조사를 실시하였다. ① 조사범위는 수도권권을 중심으로 한 기업의 인사담당자 및 근로자를 대상이며, 조사방법은 온라인 설문조사로, 워케이션 중개를 경험한 프리프(FRIP)⁵⁵⁾을 통해 진행했다. 조사는 2023년 6월에 실시되었고, 기업 근로자 60명, 인사담당자 53명 총 113개의 응답을 받았다.

2. 조사내용

조사내용은 워케이션 제도유무, 경험, 정책수요로 구성되며 구체적인 내용은 다음과 같다.

분류	세부내용
제도	워케이션 인지 및 워케이션(원격근무) 제도 유무
경험 ⁵⁶⁾	워케이션 기간, 장소(이유), 방식, 비용(부담형태), 만족(이유)
정책수요	1) 워케이션 기간, 장소, 방식, 비용(부담형태) 2) 우선고려, 환경, 업무장비, 시설, 프로그램 3) 충청남도 워케이션 이미지 및 필요시설
응답자 일반	성별, 나이, 직군 및 직급, 업종, 회사규모

55) 프리프는 국내최대 규모의 호스트기반 취미 여가 플랫폼 기업으로, 워케이션 시범사업의 경험 뿐만 아니라 다양한 사업을 추진하였고, 수도권권을 중심으로 인사담당자 및 근로자(노동자) POOL 등 데이터를 가지고 있음

제2절 조사결과

1. 근로자

앞서 전술한 바와 같이, 설문조사는 근로자와 인사담당자를 구분하여 진행하였다. 다음의 설문조사 결과는 근로자를 대상으로 한 설문조사이며, 결과는 다음과 같다.

1) 워케이션 도입 및 경험

■ 워케이션 인식 여부

응답자의 절반이 워케이션에 대해 ‘잘 알고 있다’고 응답한 것에 비해 11%만이 처음 듣는다고 응답하여, **워케이션에 대한 인지가 높은 것으로 나타났다.**

- (성 별) 남성은 과반수 이상이 워케이션에 대해 알고 있다고 응답하였으나, 여성의 경우 45.5%에 그침
- (연령대) 40~50대에서 잘 알고 있다는 응답이 더 많은 비중을 차지하였음
- (업종별) IT/정보통신 계열 기업에서 잘 알고 있다는 응답이 70.8%로 가장 높았음

56) 인사담당자의 경우, 회사차원과 개인차원의 경험(정책수요)을 분리하여 질의함

〈표 4-1〉 위케이션 인식 여부

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		네, 잘 알고 있습니다		들어본적 있습니다만, 정확히는 모릅니다		아뇨, 처음듣습니다.	
전 체		60	100	30	50.0	19	31.7	11	18.3
성별	남성	38	100	20	52.6	10	26.3	8	21.1
	여성	22	100	10	45.5	9	40.9	3	13.6
연령대	20대	2	100	1	50.0	1	50.0		
	30대	41	100	18	43.9	14	34.1	9	22.0
	40대	14	100	8	57.1	4	28.6	2	14.3
	50대	3	100	3	100				
업종	공공/비영리기관	8	100	2	25.0	5	62.5	1	12.5
	금융/보험업	6	100	3	50.0	2	33.3	1	16.7
	도·소매/유통	2	100	1	50.0	1	50.0		
	마케팅/광고	5	100	3	60.0	1	20.0	1	20.0
	문화/디자인	5	100	1	20.0	4	80.0		
	생산/제조	6	100	1	16.7			5	83.3
	연구개발/설계	4	100	2	50.0	1	25.0	1	25.0
	IT/정보통신	24	100	17	70.8	5	20.8	2	8.3

■ 원격근무 실시 여부

원격근무를 실시하는 기업(41.7%)보다 **실시하지 않는 기업이 58.3%**로 더 많았다. 업종별로는 마케팅(80.0%), IT/정보업종(66.7%) 순으로 실시하고 있었다.

○ (성 별) 여성의 경우, 원격근무를 실시하지 않는다는 응답이 68.2%로 월
등히 높았음

○ (연령대) 30대의 경우, 원격근무를 실시하지 않는다는 응답이 65.9%로
더 높았으나, 4~50대의 경우 시행한다는 응답이 각각 64.3%,
66.7%로 더 높았음

○ (업종별) 대부분의 기업에서 원격근무를 실시하지 않는다는 응답이 더 많

았으나, 마케팅/광고 기업과 IT/정보통신 기업의 경우 원격근무를 시행한다는 응답이 더 많았음

〈표 4-2〉 원격근무 실시 여부

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		예, 시행하고 있습니다		아니요, 실시하고 있지않습니다	
전 체		60	100	25	41.7	35	58.3
성별	남성	38	100	19	50.0	19	50.0
	여성	22	100	7	31.8	15	68.2
연령대	20대	2	100	1	50.0	1	50.0
	30대	41	100	14	34.1	27	65.9
	40대	14	100	9	64.3	5	35.7
	50대	3	100	2	66.7	1	33.3
업종	공공/비영리기관	8	100	1	12.5	7	87.5
	금융/보험업	6	100	2	33.3	4	66.7
	도·소매/유통	2	100	1	50.0	1	50.0
	마케팅/광고	5	100	4	80.0	1	20.0
	문화/디자인	5	100			5	100
	생산/제조	6	100	1	16.7	5	83.3
	연구개발/설계	4	100	1	25.0	3	75.0
	IT/정보통신	24	100	16	66.7	8	33.3

■ 워크ेशन 도입 여부⁵⁷⁾

워크ेशन 도입여부에 대해서는 과반수 이상 65.0%가 도입하지 않았다고 응답하였고, 10%만이 워크ेशन 제도를 도입하였다고 응답한 것으로 보아, 아직 기업에서 워크ेशन이 활성화되지 않음을 확인할 수 있다.

○ (성 별) 남성과 여성 모두 도입하지 않았다는 응답이 과반수 이상을 차지함

57) 제도 도입시 활용의향 등 워크ेशन제도 관련 질의가 필요하나, 이 연구의 목표 및 관심 '충청남도 워크ेशन 계획 및 수요'에 밀접하지 않다고 판단하여 제외함. 그러나 제도도입과 활용성에 대한 근로자 의향은 적극적으로 살펴볼 필요가 있으며, 추후 연구시 추진하기로 함

- (연령대) 위케이션을 도입하지 않았다는 의견이 대다수였고, 도입했다는 응답이 40대에서 21.4%로 가장 높았음
- (업종별) 대부분이 위케이션을 도입하지 않았다고 응답하였고, 도·소매/유통, 마케팅/광고, IT/정보통신 기업에서만 위케이션을 도입하여 시행하고 있다는 의견이 있었음

〈표 4-3〉 위케이션 도입 여부

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		예, 도입·시행하고 있다		제도 도입에 대해 논의중이다		아니요, 도입하고 있지 않다		잘 모르겠다		기타	
전 체		60	100	6	10.0	5	8.3	39	65.0	8	13.3	2	3.4
성별	남성	38	100	3	7.9	5	13.2	24	63.2	4	10.5	2	5.2
	여성	22	100	3	13.6			15	68.2	4	18.2		
연령대	20대	2	100					1	50	1	50		
	30대	41	100	3	7.3	5	12.2	27	65.9	5	12.2	1	2.4
	40대	14	100	3	21.4			9	64.3	1	7.1	1	7.1
	50대	3	100					2	66.7	1	33.3		
업종	공공/비영리기관	8	100					7	87.5	1	12.5		
	금융/보험업	6	100					6	100				
	도·소매/유통	2	100	1	50.0			1	50.0				
	마케팅/광고	5	100	1	20.0			2	40.0	2	40.0		
	문화/디자인	5	100					4	80.0	1	20.0		
	생산/제조	6	100					6	100				
	연구개발/설계	4	100					3	75.0	1	25.0		
	IT/정보통신	24	100	4	16.7	5	20.8	10	41.7	3	12.5	2	8.4

■ 회사에서 시행중인 위케이션 기간

근무하는 회사에서 시행중인 위케이션 기간에 대해 묻는 질문에 3~7일이 가장 많았다.

- (성 별) 여성의 경우 응답자 모두가 3~7일이라고 응답하였음

○ (업종별) 대부분 3일~7일이 가장 많았고, 마케팅/광고 기업의 경우 3일이 하라고 응답하였음

〈표 4-4〉 회사에서 시행중인 워케이션 기간

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		3일이하		3일~7일		7일~2주	2주이상		잘 모르겠다	
전 체		13	100	2	15.4	7	53.8		2	15.4	2	15.4
성별	남성	10	100	2	20.0	4	40.0		2	20.0	2	20.0
	여성	3	100			3	10.0					
연령대	20대											
	30대	9	100	2	22.2	4	44.4		1	11.1	2	22.2
	40대	4	100			3	75.0		1	25.0		
	50대											
업종	공공/비영리기관											
	금융/보험업											
	도·소매/유통	1	100			1	100					
	마케팅/광고	1	100	1	100							
	문화/디자인											
	연구개발/설계											
	IT/정보통신	11	100	1	9.1	6	54.5		2	18.2	2	18.2

■ 워케이션 경험 여부(근로자+인사담당자)

워케이션을 경험했다는 의견은 근로자와 인사담당자 모두 중에서 113명 중 26명이며, 23.0%로 낮은 응답률을 보였다. 이는 기업내 워케이션 제도 도입 및 정착이 활성화되지 않았기 때문에 워케이션 경험응답 역시 인원이 적었다고 볼 수 있다.

○ (성 별) 여성의 경우, 워케이션을 경험하지 못한인원이 87.0%로 남성 70.1%에 비해 높은 수준이었음

○ (업종별) 생산/제조 기업의 경우 응답자 모두가 워케이션을 경험하지 못

했다고 응답하였고, IT/정보통신 기업과 마케팅/광고 기업만 위
케이션을 경험했다고 응답한 비중이 40%를 넘은 것을 확인할
수 있음

〈표 4-5〉 위케이션 경험 여부

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		예		아니오	
전 체		113	100	26	23.0	87	77.0
성별	남성	67	100	20	29.9	47	70.1
	여성	46	100	6	13.0	40	87.0
연령대	20대	4	100	1	25.0	3	75.0
	30대	66	100	14	21.2	52	78.8
	40대	37	100	8	21.6	29	78.4
	50대	6	100	3	50.0	3	50.0
업종	공공/비영리기관	17	100	1	5.9	16	94.1
	금융/보험업	13	100	1	7.7	12	92.3
	도·소매/유통	8	100	1	12.5	7	87.5
	마케팅/광고	7	100	3	42.9	4	57.1
	문화/디자인	12	100	2	16.7	10	83.3
	생산/제조	10	100	0	0	10	100.0
	연구개발/설계	7	100	1	14.3	6	85.7
	IT/정보통신	39	100	17	43.6	22	56.4

■ 위케이션 경험 장소

위케이션을 경험한 종사들(23.0%, 26명)이 갔던 위케이션 장소는 제주가
65.4%로 가장 많았고, 강원(11.5) > 서울, 경기(7.7%) > 부산, 전남(3.8%) 등
의 순이었다.

- (성 별) 남성의 경우 75%가 제주에서 위케이션을 경험하였고, 여성의 경
우 서울, 부산, 강원, 전남 등에서 위케이션을 경험하였다는 응답
이 16.7% 였음

- (연령대) 30~40대의 경우 모두 제주에서 워크케이션을 경험했다고 응답한 비중이 70% 이상을 차지하며, 높은 응답률을 보임

〈표 4-6〉 워크케이션 경험 장소

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		서울 특별시		경기도		강원도		전라 남도		부산 광역시		제주특별 자치도	
전 체		26	100	2	7.7	2	7.7	3	11.5	1	3.8	1	3.8	17	65.4
성별	남성	20	100	1	5.0	2	10.0	2	10.0	1	5.0			15	75.0
	여성	6	100	1	16.7			1	16.7	1	16.7	1	16.7	2	33.3
연령대	20대	1	100							1	100				
	30대	14	100	1	7.1	1	7.1	2	14.3					10	71.4
	40대	8	100	1	12.5							1	12.5	6	75.0
	50대	3	100			1	33.3	1	33.3					1	33.3
업종	공공/비영리기관	1	100											1	100
	금융/보험업	1	100					1	100						
	도·소매/유통	1	100									1	100		
	마케팅/광고	3	100			1	33.3							2	66.7
	문화/디자인	2	100			1	50.0							1	50.0
	연구개발/설계	1	100	1	100										
	IT/정보통신	17	100	1	5.9			2	11.8	1	5.9			13	76.5

■ 워크케이션 경험 장소 선택주체

워크케이션 장소의 선택권은 부서 또는 인사부서 등의 결정보다는 **개인이 결정**했다는 의견이 45.7%로 가장 많았다.

- (성 별) 남성의 경우 개인이 결정한 비중이 40.0%이고, 여성의 경우는 50%가 개인이 결정했다고 응답함
- (업종별) 문화/디자인 기업의 경우 개인이 결정한 비중이 50%이며, IT/정보통신 기업의 경우 개인이 결정한 비중(35.3%)과 인사부서에서 결정한 비중이 같았음

〈표 4-7〉 위케이션 경험 장소 선택주체

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		개인		부서		인사부서		기획부서	
전 체		26	100	11	42.7	1	3.8	8	30.7	6	23.1
성별	남성	20	100	8	40.0			6	30.0	6	30.0
	여성	6	100	3	50.0	1	16.7	2	33.3		
연령대	20대	1	100			1	100				
	30대	14	100	5	35.7			4	28.5	5	35.7
	40대	8	100	5	62.5			3	37.5		
	50대	3	100	1	33.3			1	33.3	1	33.3
업종	공공/비영리기관	1	100	1	100						
	금융/보험업	1	100							1	100
	도·소매/유통	1	100	1	100						
	마케팅/광고	3	100	1	33.3			1	33.3	1	33.3
	문화/디자인	2	100	1	50.0			1	50.0		
	연구개발/설계	1	100	1	100						
	IT/정보통신	17	100	6	35.3	1	5.9	6	35.3	4	23.5

■ 위케이션 경험 장소 선택이유(복수응답)

위케이션 장소를 선택한 이유는 ‘업무환경이 잘 갖춰진곳’이어서가 38.9%로 가장 많았으며, 다음으로 자연환경 등 힐링할 수 있는 곳(33.3%)인 것으로 보아 업무환경이 위케이션에 중요한 요소임을 시사한다고 볼 수 있다.

○ (성 별) 남성의 경우 업무환경이 잘 갖춰진곳이어서가 42.9%로 가장 많았고, 여성의 경우 자연환경 등 힐링할 수 있는 곳이어서가 37.5%로 가장 많았음

○ (연령대) 30대의 경우 업무환경이 잘 갖춰진곳이어서가 40.9%로 가장 많았는데, 40대의 경우 자연환경 등 힐링할 수 있는 곳이어서가 55.6%로 더 많은 것을 확인할 수 있음

〈표 4-8〉 워크ेशन 경험 장소 선택이유

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		자연환경 등 힐링 할 수 있는 곳		업무환경이 잘 갖춰진 곳		매력적인 관광·체험 프로그램		새로운 사람과 교류 가능해서
전 체		36	100	12	33.3	14	38.9	4	11.1	
성별	남성	28	100	9	32.1	12	42.9	3	10.7	
	여성	8	100	3	37.5	2	25.0	1	12.5	
연령대	20대	2	100			1	50.0			
	30대	22	100	6	27.3	9	40.9	2	9.1	
	40대	9	100	5	55.6	2	22.2	2	22.2	
	50대	3	100	1	33.3	2	66.7			
업종	공공/비영리기관	1	100	1	100					
	금융/보험업	1	100			1	100			
	도·소매/유통	2	100	1	50.0			1	50.0	
	마케팅/광고	5	100	1	20.0	3	60.0			
	문화/디자인	2	100	1	50.0	1	50.0			
	연구개발/설계	1	100							
	IT/정보통신	24	100	8	33.3	9	37.5	3	12.5	

구 분		지자체와 업무협약 등 지원이 있어서		교통이 편리해서		비용이 저렴해서	
전 체		2	8.3	2	5.6	1	2.8
성별	남성	2	7.1	1	3.6	1	3.6
	여성	1	12.5	1	12.5		
연령대	20대	1	50.0				
	30대	2	9.1	2	9.1	1	4.5
	40대						
	50대						
업종	공공/비영리기관						
	금융/보험업						
	도·소매/유통						
	마케팅/광고	1	20.0				
	문화/디자인						
	연구개발/설계			1	100		
	IT/정보통신	2	8.3	1	4.2	1	4.2

■ 워크ेशन 경험 형태

워크ेशन 경험 형태는 **혼자가 가장 많았고(50%)**, 2~3인 26.9% 순으로, 워크ेशन 추진의 다양성을 간접적으로 인지할 수 있다.

○ (연령대) 20대의 경우 100% 모두 부서별 선발인원이 단체 워크ेशन을 경험했다고 응답함

○ (업종별) 많은 기업에서 1인 워크ेशन이 많은 비중을 차지하였으나, IT/정보통신 기업의 경우 1인이 41.2%로 기업별로 살펴보았을 때, 낮은 수치를 보임

〈표 4-9〉 워크ेशन 경험 형태

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		1인		2~3인		단체워크ेशन(부서별 선발인원)		단체워크ेशन(부서단위)	
전 체		26	100	13	50.0	7	26.9	3	11.5	3	11.5
성별	남성	20	100	10	50.0	5	25.0	3	15.0	2	10.0
	여성	6	100	3	50.0	2	33.3			1	16.7
연령대	20대	1	100					1	100		
	30대	14	100	6	42.9	6	42.9	1	7.1	1	7.1
	40대	8	100	5	62.5	1	12.5			2	25.0
	50대	3	100	2	66.7					1	33.3
업종	공공/비영리기관	1	100	1	100						
	금융/보험업	1	100					1	100		
	도·소매/유통	1	100	1	100						
	마케팅/광고	3	100	3	100						
	문화/디자인	2	100	1	50.0	1	50.0				
	연구개발/설계	1	100			1	100				
	IT/정보통신	17	100	7	41.2	5	29.4	2	11.8	3	17.6

■ 워크ेशन 경험 기간

워크ेशन의 기간의 응답이 **3일 이하**가 46.2%로 가장 많았고, 장기간 오피스에 출근을 하지 않는 것은 근로자들에게 부담이 되는 것으로 판단된다. 그럼에도 IT/정보통신의 경우 2주 또는 2주이상도 경험하여 **업종에 따라 장기 워크ेशन도 가능함**을 알 수 있다.

- (성 별) 남성의 경우 2주이상 워크ेशन을 다녀왔다고 응답한 인원도 있었음
- (업종별) 대부분의 기업에서 3일이하가 가장 많은 비중을 차지하였고, IT/정보통신 기업에서만 7일~2주, 2주 이상이라고 응답한 인원이 있었음

〈표 4-10〉 워크ेशन 경험 기간

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		3일이하		3일~7일		7일~2주		2주이상	
전 체		26	100	12	46.2	10	38.5	3	11.5	1(3.8)	3.8
성별	남성	20	100	7	35.0	9	45.0	3	15.0	1(5.0)	5.0
	여성	6	100	5	83.3	1	16.7				
연령대	20대	1	100	1	100						
	30대	14	100	5	35.7	5	35.7	3	21.4	1	7.1
	40대	8	100	4	50.0	4	50.0				
	50대	3	100	2	66.7	1	33.3				
업종	공공/비영리기관	1	100			1	100				
	금융/보험업	1	100	1	100						
	도·소매/유통	1	100			1	100				
	마케팅/광고	3	100	2	66.7	1	33.3				
	문화/디자인	2	100	1	50.0	1	50.0				
	연구개발/설계	1	100	1	100						
	IT/정보통신	17	100	7	41.2	6	35.3	3	17.6	1	5.9

■ 워크ेशन 비용 부담 방식

워크ेशन의 비용부담 방식은 주로 회사와 직원자부담이 함께 부담한 방식이 가장 많았고, 다음으로 100% 회사의 부담 순이었다. 지자체나 기관이 지원금을 부담했다고 응답도 11.5%로 지원금이 워크ेशन 촉진에 일정한 역할을 하고 있다고 볼 수 있다.

○ (성 별) 남성의 경우, 여성보다 자부담을 했다고 응답한 비중이 더 많았음

○ (연령별) 30대의 경우, 자부담을 했다고 응답한 비중이 64.2%이고, 40대의 경우, 50%이지만, 20대의 경우 없는 것으로 보아, 3~40대에 비해 개인적인 비용을 지출하는 것이 부담인 것으로 볼수 있음

〈표 4-11〉 워크ेशन 비용 부담 방식

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		100% 회사 자체 비용		회사자체비용+정부·지자체 및 기관 지원금 연계		회사자체비용+정부·지자체 및 기관 지원금 연계+직원자부담		회사자체비용+직원자부담		100% 직원 자 부담	
전 체		26	100	7	26.9	3	11.5	3	11.5	9	34.6	4	15.4
성별	남성	20	100	6	30.0	1	5.0	2	10.0	8	40.0	3	15.0
	여성	6	100	1	16.7	2	33.3	1	16.7	1	16.7	1	16.7
연령대	20대	1	100					1	100				
	30대	14	100	4	28.6	1	7.1	1	7.1	7	50.0	1	7.1
	40대	8	100	2	25.0	2	25.0	1	12.5			3	37.5
	50대	3	100	1	33.3					2	66.7		
업종	공공/비영리기관	1	100							1	100		
	금융/보험업	1	100	1	100								
	도·소매/유통	1	100			1	100						
	마케팅/광고	3	100			1	33.3			2	66.7		
	문화/디자인	2	100	1	50.0							1	50.0
	연구개발/설계	1	100	1	100								
	IT/정보통신	17	100	4	23.5	1	5.9	3	17.7	6	35.3	3	17.6

■ 워크이션 총비용

워크이션에 소요된 총 비용은 10~30만원이 가장 높은 응답률을 보였고, 이는 워크이션에 30만원 이상의 비용을 지출하기에는 부담스러운 것으로 유추할 수 있다.

○ (성 별) 남성의 경우 10~30만원이 가장 많았고, 여성의 경우 100만원 이상이 가장 많았음

○ (연령별) 30대의 경우 50~100만원이 42.8%로 가장 많았고, 40대의 경우 100만원 이상이 50%로 가장 많았음

〈표 4-12〉 워크이션 총비용

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		10만원 미만	10~30만원		30~50만원		50~100만원		100만원 이상		기타	
전 체		26	100		8	30.8	5	19.2	7	26.9	5	19.2	1	3.8
성별	남성	20	100		7	35.0	4	20.0	6	30.0	3	15.0		
	여성	6	100		1	16.7	1	16.7	1	16.7	2	33.3	1	16.7
연령대	20대	1	100										1	100
	30대	14	100		5	35.7	2	14.3	6	42.8	1	7.1		
	40대	8	100		2	25.0	1	12.5	1	12.5	4	50.0		
	50대	3	100		1	33.3	2	66.7						
업종	공공/비영리기관	1	100				1	100						
	금융/보험업	1	100		1	100								
	도·소매/유통	1	100								1	100		
	마케팅/광고	3	100		2	66.7	1	33.3						
	문화/디자인	2	100				1	50.0			1	50.0		
	연구개발/설계	1	100				1	100						
	IT/정보통신	17	100		5	29.4	1	5.9	7	41.1	3	17.6	1	5.9

■ 워크ेशन 비용 중 자부담

워크ेशन 비용 중 자부담은 50만원 이상 > 10만원 미만 > 20~50만원 순이었으며, 응답자의 과반(50.0%)이 20만원 내에서 자부담하는 것으로 나타났다.

- (성 별) 여성의 경우 자부담 금액이 50만원 이상이 50%로 가장 많았고, 남성의 경우 금액대별로 큰 차이를 보이지 않음

〈표 4-13〉 워크ेशन 비용 중 자부담

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		0원		10만원 미만		10~20만원		20~50만원		50만원 이상		잘 모르겠다	
전 체		26	100	4	15.4	6	23.1	3	11.5	5	19.2	7	26.9	1	3.8
성별	남성	20	100	2	10.0	5	25.0	3	15.0	5	25.0	4	20.0	1	5.0
	여성	6	100	2	33.3	1	16.7					3	50.0		
연령 대	20대	1	100			1	100								
	30대	14	100	3	21.4	3	21.4	2	14.3	2	14.2	3	21.4	1	7.1
	40대	8	100	1	12.5			1	12.5	2	25.0	4	50.0		
	50대	3	100			2	66.7			1	33.3				
업종	공공/비영리기관	1	100							1	100				
	금융/보험업	1	100					1	100						
	도·소매/유통	1	100									1	100		
	마케팅/광고	3	100			2	66.7	1	33.3						
	문화/디자인	2	100	1	50.0							1	50.0		
	연구개발/설계	1	100	1	100										
	IT/정보통신	17	100	2	11.8	3	17.6	2	11.8	4	23.5	5	29.4	1	5.9

■ 워크ेशन 비용 중 기업부담

워크ेशन 비용 중 기업부담은 금액별로 큰 차이를 보이지 않았으나, 10~50만원 사이에 몰려있는 것(61.5%)으로 나타났다.

- (연령별) 연령별로 살펴보았을 때 30대의 경우 20~50만원이 28.5%로 가장 많았고, 40대의 경우 0원이 37.5%로 가장 많았음

- (업종별) 업종별로 살펴보면, 도·소매/유통 기업에서는 20~50만원, 마케팅/광고 기업에서는 10~20만원에 가장 높은 응답률을 보임

〈표 4-14〉 위케이션 비용 중 기업부담

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		0원		10만원 미만		10~20만원		20~50만원		50만원 이상		잘 모르겠다	
전 체		26	100	4	15.4	3	11.5	5	19.2	6	23.1	5	19.2	3	11.5
성별	남성	20	100	3	15.0	3	15.0	4	20.0	4	20.0	4	20.0		
	여성	6	100	1	16.7			1	16.7	2	33.3	1	16.7	1	16.7
연령 대	20대	1	100											1	100
	30대	14	100	1	7.1	2	14.3	3	21.4	4	28.5	3	21.4		
	40대	8	100	3	37.5	1	12.5	1	12.5	2	25.0	1	12.5		
	50대	3	100					1	33.3			1	33.3	1	33.3
업종	공공/비영리기관	1	100									1	100		
	금융/보험업	1	100					1	100						
	도·소매/유통	1	100							1	100				
	마케팅/광고	3	100					2	66.7					1	33.3
	문화/디자인	2	100	1	50.0	1	50.0								
	연구개발/설계	1	100							1	100				
	IT/정보통신	17	100	3	17.6	2	11.8	2	11.8	4	23.5	4	23.5	2	11.8

■ 위케이션 비용 중 지자체부담

위케이션 비용 중 지자체부담의 경우 지자체가 부담한 금액이 없다는 응답이 가장 많았으며, 이는 위케이션을 수행할 때 최근(작년)까지 지자체의 지원이 잘 이루어지지 않음을 유추할 수 있다.

- (성 별) 여성과 남성 모두 지자체가 부담한 금액이 없다는 응답이 50%이상을 차지함

- (업종별) 대부분의 기업이 지자체가 부담한 금액이 없다는 응답과 잘 모르겠다는 응답이 많았으나, 도·소매/유통 기업의 경우 20~50만원

이라고 응답한 비중이 100%였고, 마케팅/광고 기업의 경우 10~20만원이라고 응답한 비중이 33.3%였음

〈표 4-15〉 위케이션 비용 중 지자체부담

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		0원		10~20만원		20~50만원		잘 모르겠다	
전 체		26	100	16	61.5	3	11.5	3	11.5	4	15.4
성별	남성	20	100	13	65.0	2	10.0	2	10.0	3	15.0
	여성	6	100	3	50.0	1	16.7	1	16.7	1	16.7
연령대	20대	1	100							1	100
	30대	14	100	10	71.4	2	14.2			2	14.3
	40대	8	100	4	50.0	1	12.5	3	37.5		
	50대	3	100	2	66.7					1	33.3
업종	공공/비영리기관	1	100	1	100						
	금융/보험업	1	100	1	100						
	도·소매/유통	1	100					1	100		
	마케팅/광고	3	100	1	33.3	1	33.3			1	33.3
	문화/디자인	2	100	2	100						
	연구개발/설계	1	100	1	100						
	IT/정보통신	17	100	10	58.8	2	11.8	2	11.8	3	17.6

■ 위케이션 경험 방식

경험한 위케이션의 방식을 묻는 질문에 카페·호텔 등에서 일하고 근무시간 외에 관광·체험을 했다는 응답이 50%였다. 따라서 아직 다양한 위케이션 경험이 이루어지지 않은 것으로 판단 할 수 있다.

○ (성 별) 남성과 여성 모두 카페·호텔 등에서 일하고 근무시간 외 관광·체험을 했다는 응답률이 가장 높았음

○ (연령별) 연령별로 살펴보았을 때 30~40대의 경우 카페·호텔등에서 일하고 근무시간 외 관광·체험을 했다고 응답한 비중이 가장 많았고, 50대의 경우 회사의 스마트워크센터 또는 공유오피스에서 근무

하고, 근무시간 외 시간에 관광·체험을 했다고 응답한 비중이 가장 많았음

〈표 4-16〉 경험한 워케이션 방식

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		숲속·해변 등에서 일하고, 근무시간 외 관광·체험		카페·호텔 등에서 일하고, 근무시간 외 관광·체험		농촌체험마을, 청년마을 등에서 일·숙식하면서, 근무시간 외 관광·체험		회사의 스마트 워크센터 또는 공유오피스에서 근무하고, 근무시간외 시간에 관광·체험		기타
전 체		26	100	7	26.9	13	50.0	1	3.8	5	19.2	
성별	남성	20	100	5	25.0	10	50.0	1	5.0	4	20.0	
	여성	6	100	2	33.3	3	50.0			1	16.7	
연령 대	20대	1	100	1	100							
	30대	14	100	3	21.4	8	57.1	1	7.1	2	14.3	
	40대	8	100	3	37.5	4	50.0			1	12.5	
	50대	3	100			1	33.3			2	66.7	
업종	공공/비영리기관	1	100			1	100					
	금융/보험업	1	100							1	100	
	도·소매/유통	1	100	1	100							
	마케팅/광고	3	100	1	33.3	1	33.3			1	33.3	
	문화/디자인	2	100	1	50.0	1	50.0					
	연구개발/설계	1	100			1	100					
	IT/정보통신	17	100	4	23.5	9	52.9	1	5.9	3	17.6	

■ 워케이션 만족도

경험한 워케이션이 만족스러운지 묻는 질문에 모든 응답자가 매우 좋았다고 좋았다고 응답한 것으로 보아, 워케이션을 경험한 종사자의 만족도는 매우 높다고 할 수 있겠다.

○ (연령별) 연령별로는 20대와 매우 좋았다는 의견이 100%였고, 4~50대의 경우 보통이다라고 응답한 인원도 있었음

〈표 4-17〉 워케이션 만족도

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		매우 좋았다		좋았다		보통이다		별로였다	매우 좋지 않았다
전 체		26	100	11	42.3	13	50.0	2	7.7		
성별	남성	20	100	8	40.0	10	50.0	2	10.0		
	여성	6	100	3	50.0	3	50.0				
연령대	20대	1	100	1	100						
	30대	14	100	6	42.9	8	57.1				
	40대	8	100	3	37.5	4	50.0	1	12.5		
	50대	3	100	1	33.3	1	33.3	1	33.3		
업종	공공/비영리기관	1	100			1	100				
	금융/보험업	1	100	1	100						
	도·소매/유통	1	100			1	100				
	마케팅/광고	3	100	1	33.3	1	33.3	1	33.3		
	문화/디자인	2	100			2	100				
	연구개발/설계	1	100	1	100						
	IT/정보통신	17	100	8	47.1	8	47.1	1	5.9		

■ 워케이션 만족한 이유

워케이션을 만족한 이유에 대해 묻는 질문에 자연 등을 통해 힐링할 수 있어서 좋았다는 의견이 과반수 이상을 차지하는 것으로 미루어볼 때, **워케이션을 통해 힐링을 원하는 워케이션러들이 많음을 유추할 수 있다.** 이에 비해 관광체험, 교류, 교통 등을 전혀 선택하지 않아, 관광적인 요소보다는 워케이션의 본래 취지에 집중된 정책개발의 필요성이 나타났다고 해석할 수도 있다.

- (성 별) 남성의 경우 자연등을 통해 힐링할수 있어서 좋았다는 의견이 50%였고, 여성의 경우 66.6%로 여성이 더 높았음
- (연령별) 20대의 경우 자연등을 통해 힐링할 수 있어서 좋았다는 의견이 100%였고, 50대의 경우 자연등을 통해 힐링할수 있어서 좋았다는 의견과 업무환경이 잘 갖춰져 있어서 좋았다는 의견이 각각

절반을 차지하는 것으로 보아 워크케이션에서 업무환경 역시 중요한 요소임을 유추할 수 있음

〈표 4-18〉 워크이션 만족한 이유

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		자연 등을 통해 힐링할 수 있어서 좋았다		업무환경이 잘 갖추어져 있어서 좋았다		관광·체험 프로그램이 충실했다	새로운 사람을 교류할 수 있어 좋았다	교통이 편리했다	비용이 저렴했다	기타	
전 체		24	100	13	54.2	8	33.3					3	12.6
성별	남성	18	100	9	50.0	7	38.9					2	11.2
	여성	6	100	4	66.6	1	16.7					1	16.7
연령 대	20대	1	100	1	100								
	30대	14	100	7	50.0	5	35.7					2	14.2
	40대	7	100	4	57.2	2	28.6					1	14.3
	50대	2	100	1	50.0	1	50.0						
업종	공공/비영리 기관	1	100	1	100								
	금융/보험업	1	100			1	100						
	도·소매/유통	1	100	1	100								
	마케팅/광고	2	100	1	50.0	1	50.0						
	문화/디자인	2	100	2	100								
	연구개발/설계	1	100									1	100
	IT/정보통신	16	100	8	50.0	6	37.5					2	12.5

2) 워크이션 계획 및 정책수요

■ 원하는 워크이션 형태(복수응답)(근로자+인사담당자)

워크이션을 간다면, 어떤 형태로 가고 싶은지를 묻는 물음에 혼자 가고 싶다는 의견이 37.7%로 가장 높았고, 동료·친구가 26.0%, 가족 22.0%등의 순이었다. 정책의 설계는 1인 워크이션 프로그램을 중심으로, 2~3인 등 프로그램을 준비할 필요가 있으며, 가족단위의 설계도 필요함을 유추할 수 있다.

○ (성 별) 여성의 경우 개인이 가고싶다는 의견이 40.9%로 남성보다 조금 더 높았음

○ (연령별) 30대의 경우 개인이 가고싶다는 의견이 38.9%였고, 동료·친구와 함께가고싶다는 의견이 29.0%였으나, 40대의 경우 개인이 가고싶다는 의견이 37.5%였고, 가족과 함께 가고싶다는 의견이 27.8%를 차지함

〈표 4-19〉 위케이션 형태

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		개인		동료·친구		단체		가족	
전 체		223	100	84	37.7	58	26.0	32	14.3	49	22.0
성별	남성	131	100	47	35.9	35	26.7	19	14.5	30	22.9
	여성	92	100	37	40.2	23	25	13	14.1	19	20.7
연령대	20대	8	100	2	25	3	37.5	2	25	1	12.5
	30대	131	100	51	38.9	38	29	15	11.5	27	20.6
	40대	72	100	27	37.5	12	16.7	13	18.1	20	27.8
	50대	12	100	4	33.3	5	41.7	2	16.7	1	8.3
업종	공공/비영리기관	32	100	13	38.2	7	20.6	2	5.9	12	35.3
	금융/보험업	26	100	9	34.6	10	38.5	3	11.5	4	15.4
	도·소매/유통	16	100	7	43.8	3	18.8	2	12.5	4	25
	마케팅/광고	14	100	6	42.9	4	28.6	2	14.3	2	14.3
	문화/디자인	24	100	10	41.7	4	16.7	3	12.5	9	29.2
	생산/제조	20	100	5	25	5	25	5	25	5	25
	연구개발/설계	14	100	6	42.9	1	7.1	3	21.4	4	28.6
	IT/정보통신	75	100	28	37.3	24	32	12	16	11	14.7

■ 원하는 위케이션 기간(근로자+인사담당자)

위케이션을 간다면, 어느 정도 기간이 적당한지를 묻는 질문에 3~7일이 54.9%로 가장 높았고, 7일~2주 23.0%, 3일이하가 12.4% 등의 순이었다. 실제 경험응답에 이어 계획응답에서도 1주일 이내가 가장 많았다는 점은 중요한

인사이트라 볼 수 있다.

○ (성 별) 남성과 여성 모두 절반 이상이 3~7일이라고 응답함

○ (연령별) 모든 연령에서 3~7일이라고 응답한 비중이 가장 많았으며, 20대와 50대의 경우 3일이하라고 응답한 인원이 없었고, 3~40대의 경우 2주 이상이라고 응답한 인원이 3일이하라고 응답한 인원보다 적은 것으로 보아 기간에 대한 부담감이 있는 것으로 사료됨

○ (업종별) 대부분의 기업이 3~7일이라고 응답한 비중이 많으나, 도·소매/유통 기업은 3일이하가 가장 많았고, 문화/디자인 기업에서는 7일~2주 이상이 가장 많았음

〈표 4-20〉 원하는 워케이션 기간

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		3일이하		3일~7일		7일~2주		2주 이상	
전 체		113	100	14	12.4	62	54.9	26	23.0	11	9.7
성별	남성	67	100	10	14.9	35	52.2	16	23.9	6	9.0
	여성	46	100	4	8.7	27	58.7	10	21.7	5	10.9
연령대	20대	4	100			1	25.0	1	25.0	2	50.0
	30대	66	100	7	10.6	38	57.6	15	22.7	6	9.1
	40대	37	100	7	18.9	20	54.1	7	18.9	3	8.1
	50대	6	100			3	50.0	2	33.3	1	16.7
업종	공공/비영리기관	17	100	1	5.9	8	47.1	4	23.5	4	23.5
	금융/보험업	13	100			11	84.6	2	15.4		
	도·소매/유통	8	100	4	50.0	3	37.5			1	12.5
	마케팅/광고	7	100	2	28.6	3	42.9	1	14.3	1	14.3
	문화/디자인	12	100	1	8.3	4	33.3	6	50.0	1	8.3
	생산/제조	10	100	2	20.0	4	40.0	3	30.0	1	10.0
	연구개발/설계	7	100			5	71.4	2	28.6		
	IT/정보통신	39	100	4	10.3	24	61.5	8	20.5	3	7.7

■ 위케이션 비용 지출의향(근로자+인사담당자)

위케이션을 간다면, 비용은 어느 정도 지출할 의향이 있는지 묻는 문항에 10~30만원이 32.7%로 가장 많았고, 30~50만원이 근소한 차이로 31.0% 였으며, 10만원 미만 > 50~100만원 > 100만원 이상의 순이었다. 실제 경험응답과 비슷하였다.

○ (성 별) 남성의 경우 10~30만원, 30~50만원이 가장 많았고, 여성의 경우 10~30만원이 가장 많았음

○ (연령별) 20대와 50대의 경우 주로 30~50만원이라고 응답하였고, 3~40대는 10~30만원이 가장 많았음

○ (업종별) 마케팅/광고 기업에서는 10~30만원이 가장 많았고, 연구개발/설계 기업에서는 50~100만원이 가장 많았음

〈표 4-21〉 위케이션 비용 지출의향

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		10만원 미만		10~30만원		30~50만원		50~100만원		100만원 이상	
전 체		113	100	18	15.9	37	32.7	35	31.0	17	15.0	6	5.3
성별	남성	67	100	9	13.4	22	32.8	22	32.8	10	14.9	4	6.0
	여성	46	100	9	19.6	15	32.6	13	28.3	7	15.2	2	4.3
연령 대	20대	4	100	1	25.0			2	50.0	1	25.0		
	30대	66	100	13	19.7	23	34.8	19	28.8	8	12.1	3	4.5
	40대	37	100	3	8.1	13	35.1	11	29.7	7	18.9	3	8.1
	50대	6	100	1	16.7	1	16.7	3	50.0	1	16.7		
업종	공공/비영리기관	17	100	2	11.8	5	29.4	8	47.1	1	5.9	1	5.9
	금융/보험업	13	100	3	23.1	6	46.2	1	7.7	3	23.1		
	도·소매/유통	8	100	2	25.0	1	12.5	3	37.5	2	25.0		
	마케팅/광고	7	100			5	71.4	2	28.6				
	문화/디자인	12	100	3	25.0	2	16.7	3	25.0	3	25.0	1	8.3
	생산/제조	10	100	1	10.0	3	30.0	4	40.0			2	20.0
	연구개발/설계	7	100	1	14.3	2	28.6			3	42.9	1	14.3
	IT/정보통신	39	100	6	45.4	13	33.3	14	35.9	5	12.8	1	2.6

■ 워크ेशन 장소 고려사항 (근로자+인사담당자)

워크ेशन을 가고 싶은 장소를 묻는 질문에 **힐링할 수 있는 자연환경**이 37.6%로 가장 많았고, 근소한 차이로 **업무환경이 잘 갖춰진 곳**을 34.5% 선택하였다. 종사자들은 워크ेशन에서 힐링+업무를 동시에 수행하는 것에 집중하고자 한다고 해석된다.

○ (성 별) 남성의 경우, 업무환경이 잘 갖춰진 곳이 35.8%로 가장 많았고, 여성의 경우 힐링할 수 있는 자연환경이 43.2%, 여성의 경우 워크ेशन 고려사항 중 힐링이 중요한 요소임을 유추할 수 있음

○ (연령별) 3~40대의 경우 힐링할 수 있는 자연환경이 가장 많은 응답률을 보였고, 20대와 50대의 경우에는 힐링할 수 있는 자연환경과 업무환경이 잘 갖춰진 곳이 각각 37.5%와 33.3%로 같았음

〈표 4-22〉 워크ेशन 장소 고려사항(복수응답)

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		힐링할 수 있는 자연환경		업무환경이 잘 갖춰진 곳		매력적인 관광·체험 프로그램		새로운 사람 교류가 가능한 곳		교통이 편리한 곳		가성비가 좋은 곳	
전 체		226	100	85	37.6	78	34.5	24	10.6	3	1.3	29	12.8	7	3.1
성별	남성	134	100	46	34.3	48	35.8	14	10.4	2	1.5	19	14.2	5	3.7
	여성	92	100	39	42.4	30	32.6	10	10.9	1	1.1	10	10.9	2	2.2
연령대	20대	8	100	3	37.5	3	37.5	1	12.5					1	12.5
	30대	132	100	51	38.6	46	34.8	8	6.1	3	2.3	21	15.9	3	2.3
	40대	74	100	27	36.5	25	33.8	13	17.6			6	8.1	3	4.1
	50대	12	100	4	33.3	4	33.3	2	16.7			2	16.7		
업종	공공/비영리기관	34	100	16	47.1	8	23.5	3	8.8			6	17.6	1	2.9
	금융/보험업	26	100	10	38.5	11	42.3	1	3.8	1	3.8	3	11.5		
	도·소매/유통	16	100	5	31.3	5	31.3	1	6.3	1	6.3	3	18.8	1	6.3
	마케팅/광고	14	100	6	42.9	5	35.7	1	7.1			1	7.1	1	7.1
	문화/디자인	24	100	8	33.3	7	29.2	4	16.7			3	12.5	2	8.3
	생산/제조	20	100	7	35	7	35	3	15			3	15		
	연구개발/설계	14	100	6	42.9	6	42.9	1	7.1			1	7.1		
	IT/정보통신	78	100	27	34.6	29	37.2	10	12.8	1	1.3	9	11.5	2	2.6

■ 워케이션 환경 중요도(5점척도)

워케이션 추진시 어떤 환경이 필요하냐는 질문에 **워케이션 전용 업무공간이 중요**하다는 의견이 5점 척도로 보았을 때 3.87로 가장 높게 나타났다. 다음으로 **지역내 접근성 및 교통수단**이 3.57로 나타났다. 워케이션 추진시, 교통수단 역시 중요한 요소임을 알수 있다.

- (성 별) 남성의 경우 워케이션 전용 업무공간이 3.95로 가장 높았으나, 여성의 경우 지역내 접근성 및 교통수단이 3.91로 주로 여성들에게 접근성과 교통수단이 중요한 요소임을 알수 있음
- (연령별) 모든연령에서 워케이션 전용 업무공간이 가장 높은 점수를 보였고, 20대의 경우 어메니티가 잘 구비된 숙박시설이 4.5로 다른 연령대에 비해 높은 점수를 보임
- (업종별) 대부분 워케이션 전용 업무공간이 중요하다는 의견이 많았으나, 금융/보험업 기업에서는 지역에서만 즐길수 있는 식사제공이 3.83점으로 가장 높은 점수를 보였고, 마케팅/광고 기업에서는 어메니티가 잘 구비된 숙박시설이 4.2점으로 가장 높은 점수를 보임

〈표 4-23〉 워케이션 환경 중요도(5점척도)

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수	워케이션 전용 업무 공간	어메니티가 잘 구비된 숙박시설	캠핑장 등 선택가능한 숙박시설	지역에서만 즐길수 있는 식사제공	관광·체험 프로그램 제공여부	지역내 접근성 및 교통 수단
전 체		60	3.87	3.48	2.87	3.00	2.87	3.57
성별	남성	38	3.95	3.45	2.92	3.11	2.92	3.37
	여성	22	3.73	3.55	2.77	2.82	2.77	3.91
연령 대	20대	2	4.5	4.5	3.0	3.0	3.0	4.0
	30대	41	3.88	3.54	2.93	3.20	2.98	3.61
	40대	14	3.50	3.08	2.83	2.08	2.50	3.25
	50대	3	5.0	3.67	2.0	3.67	3.0	4.0
업종	공공/비영리기관	8	3.57	3.0	3.0	2.57	2.86	3.29
	금융/보험업	6	3.67	3.5	3.0	3.83	2.17	3.17
	도·소매/유통	2	3.5	3.5	3.5	2.0	2.5	3.5
	마케팅/광고	5	4.0	3.2	2.4	3.2	3.4	4.0
	문화/디자인	5	3.8	4.2	3.4	3.4	2.8	3.8
	생산/제조	6	3.83	3.33	3.17	3.0	2.67	3.33
	연구개발/설계	4	4.33	3.67	2.33	2.67	2.67	4.33
	IT/정보통신	24	4.0	3.54	2.71	2.88	3.08	3.58

■ 워케이션 업무를 위해 필요한 시설 및 장비(복수응답)

워케이션 업무를 위해 필요한 시설 및 장비를 묻는 질문에 유·무선 인터넷 환경 제공이 28.3%로 가장 높았고, 노트북·태블릿·컴퓨터 대여가 15.0%, 집 중 업무공간 10.6% 등의 순이었다. 즉 **인터넷환경+노트북**으로 대체로 워케이션이 가능하다고 판단하고 있었다.

○ **(성 별)** 남성과 여성 모두 유·무선 인터넷 환경 제공이 가장 많은 비중을 차지하였고, 전반적으로 비슷한 양상을 보임

○ **(연령별)** 모든연령에서 유·무선 인터넷 환경 제공이 가장 많은 비중을 차지하였고, 2~30대의 경우 충전기·노트북 거치대 등 관련 악세

사리가 필요하다는 의견이 4~50대보다 조금 많은 수준이었고,
4~50대의 경우 집중 업무공간(1인)이 필요하다는 의견이 2~30
대보다 조금 많은 수준임

○ (업종별) 대부분 유·무선 인터넷 환경 제공이 중요하다는 의견이 많았으나, 도·소매/유통기업에서는 집중 업무공간(1인)이 필요하다는 의견이 다른 기업에 비해 많았음. 그러나 IT/정보통신 기업에서는 소규모 업무/회의공간의 수요(12.5%)가 존재하였음

〈표 4-24〉 위케이션 업무를 위해 필요한 시설 및 장비(복수응답_1)

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		노트북·태블릿 컴퓨터 대여		빔프로젝트·스크린 대여		충전기·노트북 거치대 등 관련 약세사리 대여		유·무선 인터넷 환경 제공		보안성이 높은 원격 네트워크 프로그램 사용 가능		집중 업무공간 (1인)	
전 체		180	100	27	15.0	10	5.6	18	10.0	51	28.3	8	4.4	19	10.6
성별	남성	114	100	19	16.7	7	6.1	11	9.6	31	27.2	7	6.1	11	9.6
	여성	66	100	8	12.1	3	4.5	7	10.6	20	30.3	1	1.5	8	7.6
연령 대	20대	6	100	1	16.7	1	16.7	1	16.7	1	16.7				
	30대	123	100	22	17.9	5	4.1	15	12.2	34	27.6	6	4.9	10	8.1
	40대	42	100	3	7.1	3	7.1	2	4.8	13	31.0	2	4.8	7	16.7
	50대	9	100	1	11.1	1	11.1			3	33.3			2	22.2
업종	공공/비영리기관	24	100	3	12.5	1	4.2	1	4.2	7	29.2	2	8.3	2	8.3
	금융/보험업	18	100	4	22.2			1	5.6	5	27.8	2	11.1	2	11.1
	도·소매/유통	6	100	1	16.7					2	33.3			2	33.3
	마케팅/광고	15	100	3	20.0			2	13.3	5	33.3			1	6.7
	문화/디자인	15	100	3	20.0			2	13.3	4	26.7			3	20.0
	생산/제조	18	100	5	27.8	3	16.7			4	22.2	1	5.6	1	5.6
	연구개발/설계	12	100	1	8.3	1	8.3	2	16.7	4	33.3			1	8.3
	IT/정보통신	72	100	7	9.7	5	6.9	10	13.9	20	27.8	3	4.2	7	9.7

〈표 4-25〉 위케이션 업무를 위해 필요한 시설 및 장비(복수응답_2)

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		소규모 업무·회의공간 (2~4인)		중규모 회의공간 (4인 이상)		24시간 업무 가능 공간		전화통화가 가능한 방음 부스		음료 및 다과제공	
전 체		180	100	15	8.3	5	2.8	12	6.7	8	4.4	7	3.9
성별	남성	114	100	10	8.8	4	3.5	7	6.1	4	3.5	3	2.6
	여성	66	100	5	7.6	1	1.5	5	7.6	4	6.1	4	6.1
연령 대	20대	6	100	1	16.7								
	30대	123	100	11	8.9	2	1.6	8	6.5	7	5.7	3	2.4
	40대	42	100	3	7.1	2	4.8	3	7.1	1	2.4	3	7.1
	50대	9	100			1	11.1	1	11.1				
업종	공공/비영리기관	24	100	2	8.3	1	4.2	3	12.5	2	8.3		
	금융/보험업	18	100	2	11.1			1	5.6	1	5.6		
	도·소매/유통	6	100					1	16.7				
	마케팅/광고	15	100	1	6.7			1	6.7	2	13.3		
	문화/디자인	15	100							1	6.7	2	13.3
	생산/제조	18	100			1	5.6	1	5.6			2	11.1
	연구개발/설계	12	100	1	8.3			1	8.3	1	8.3		
	IT/정보통신	72	100	9	12.5	3	4.2	4	5.6	1	1.4	3	4.2

■ 숙박시설에 꼭 필요한 시설(복수응답)

숙소에 꼭 필요한 시설을 묻는 문항에 편의점이 21.1%로 가장 많았고, 업무 공간 16.7%, 세탁시설 13.9% 등의 순이었다. 위케이션러들은 숙소는 휴식(오락·스포츠공간 등 덜 선택)보다는 업무공간으로서 관심을 두고 있는 것으로 해석할 수 있다.

○ (성 별) 남성과 여성 모두 비슷한 양상으로 편의점이 가장 필요하다고 응답하였고, 여성의 경우 돌봄시설이 필요하다고 응답한 비중이 남성에 비해 월등히 많았음

○ (연령별) 2~30대의 경우 편의점이 필요하다고 응답한 비중이 가장 많았으나 40대의 경우 업무공간이 필요하다고 응답한 비중이 가장 많았음

○ (업종별) 대부분 편의점이나 업무공간이 필요하다고 응답한 비중이 가장 많았으나, 금융/보험업 기업에서는 식당이 필요하다는 의견이 가장 많았고, 연구개발/설계 기업에서는 생활인프라가 필요하다는 의견이 가장 많았음

〈표 4-26〉 숙박시설에 꼭 필요한 시설(복수응답_1)

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		취사시설		세탁시설		편의점		식당		업무공간	
전 체		180	100	15	8.3	25	13.9	38	21.1	26	14.4	30	16.7
성별	남성	114	100	10	8.8	16	14.0	24	21.1	18	15.8	19	16.7
	여성	66	100	5	7.6	9	13.6	14	21.2	8	12.1	11	16.7
연령 대	20대	6	100			1	16.7	2	33.3	1	16.7	1	16.7
	30대	123	100	9	7.3	17	13.8	28	22.8	19	15.4	19	15.4
	40대	42	100	6	14.3	6	14.3	6	14.3	4	9.5	9	21.4
	50대	9	100			1	11.1	2	22.2	2	22.2	1	11.1
업종	공공/비영리기관	24	100	3	12.5	3	12.5	3	12.5	3	12.5	3	12.5
	금융/보험업	18	100			2	11.1	4	22.2	5	27.8	3	16.7
	도·소매/유통	6	100	2	33.3	1	16.7					2	33.3
	마케팅/광고	15	100	1	6.7	1	6.7	4	26.7	3	20.0	2	13.3
	문화/디자인	15	100	3	20.0	3	20.0	4	26.7			3	20.0
	생산/제조	18	100	1	5.6	2	11.1	3	16.7	2	11.1	5	27.8
	연구개발/설계	12	100	2	16.7	2	16.7	1	8.3	1	8.3	1	8.3
	IT/정보통신	72	100	3	4.2	11	15.3	19	26.4	12	16.7	11	15.3

〈표 4-27〉 숙박시설에 꼭 필요한 시설(복수응답_2)

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		오락시설		스포츠시설		운동시설		생활인프라		돌봄시설	
전 체		180	100	1	0.6	2	1.1	20	11.1	18	10.0	5	2.8
성별	남성	114	100	1	0.9	2	1.8	12	10.5	11	9.6	1	0.9
	여성	66	100					8	12.1	7	10.6	4	6.1
연령 대	20대	6	100					1	16.7				
	30대	123	100			2	1.6	15	12.2	11	8.9	3	2.4
	40대	42	100					3	7.1	6	14.3	2	4.8
	50대	9	100	1	11.1			1	11.1	1	11.1		
업종	공공/비영리기관	24	100					4	16.7	4	16.7	1	4.2
	금융/보험업	18	100					2	11.1	2	11.1		
	도·소매/유통	6	100					1	16.7				
	마케팅/광고	15	100							3	20.0	1	6.7
	문화/디자인	15	100					1	6.7			1	6.7
	생산/제조	18	100			2	11.1	2	11.1			1	5.6
	연구개발/설계	12	100					2	16.7	3	25.0		
	IT/정보통신	72	100	1	1.4			8	11.1	6	8.3	1	1.4

■ 참여하고 싶은 관광·체험 프로그램(복수응답)

참여하고 싶은 프로그램을 묻는 질문에 숲·해양체험프로그램이 35.0%로 가장 많았고, 요가 등 치유프로그램이 21.7% 등의 순인 것이었다. **위케이션을 통해 힐링**을 요구하는 경향성을 볼 수 있다.

○ (성 별) 남성과 여성 모두 숲·해양체험 프로그램을 원하는 비중이 가장 많았고, 여성은 요가 등 치유프로그램이 29.5%, 남성은 익스트림 스포츠 등 운동프로그램이 18.4%로 차이를 보임

○ (연령별) 모든연령에서 숲·해양체험 프로그램이 가장 많은 비중을 차지하였고, 30대의 경우 요가 등 치유프로그램이 23.2%, 40대의 경우 익스트림 스포츠 등 운동프로그램이 17.9% 등의 순으로 차이를 보임

〈표 4-28〉 참여하고 싶은 관광·체험 프로그램(복수응답)

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		역사·문화·농촌 등 지역 체험 프로그램		숲·해양 체험 프로그램		익스트림 스포츠 등 운동 프로그램		요가 등 치유 프로그램		귀농귀촌 등 교류 프로그램		자기계발 등 교육 프로그램	
전 체		120	100	15	12.5	42	35.0	19	15.8	26	21.7	6	5.0	12	10.0
성별	남성	76	100	11	14.5	26	34.2	14	18.4	13	17.1	3	3.9	9	11.8
	여성	44	100	4	9.1	16	36.4	5	11.4	13	29.5	3	6.8	3	6.8
연령 대	20대	4	100			1	25.0	1	25.0	2	50.0				
	30대	82	100	11	13.4	27	32.9	12	14.6	19	23.2	4	4.9	9	11.0
	40대	28	100	4	14.3	11	39.3	5	17.9	4	14.3	2	7.1	2	7.1
	50대	6	100			3	50.0	1	16.7	1	16.7			1	16.7
업종	공공/비영리기관	16	100	2	12.5	5	31.3	1	6.3	4	25.0	2	12.5	2	12.5
	금융/보험업	12	100	1	8.3	5	41.7	1	8.3	2	16.7	1	8.3	2	16.7
	도·소매/유통	4	100			2	50.0			2	50.0				
	마케팅/광고	10	100	2	20.0	3	30.0	2	20.0	1	10.0	2	20.0		
	문화/디자인	10	100	2	20.0	5	50.0			3	30.0				
	생산/제조	12	100	2	16.7	3	25.0	3	25.0	3	25.0	1	8.3		
	연구개발/설계	8	100			3	37.5	2	25.0	1	12.5			2	25.0
	IT/정보통신	48	100	6	12.5	16	33.3	10	20.8	10	20.8			6	12.5

■ 위케이션 정보 경로

위케이션 정보를 얻는 경로를 묻는 질문에 인터넷이 44.2%로 가장 많았고, 지인·가족이 22.5%, 신문·방송 등 대중매체 20.8% 등의 순이었다. 회사내 공고는 단 1.7%로 정책차원의 지원을 통한 회사차원의 홍보 활성화가 필요하다고 볼 수 있다.

- (성 별) 남성과 여성 모두 인터넷이라고 응답한 비중이 가장 많았고, 여성의 경우 신문·방송 등 대중매체가 27.3%, 남성의 경우 지인·가족이 26.3%로 차이를 보임

○ (연령별) 40대의 경우 위케이션 정보를 얻는 경로가 인터넷과 신문·방송 등 대중매체가 32.1%로 같았으며, 이외의 연령대에서는 인터넷이 가장 많았음

〈표 4-29〉 위케이션 정보 경로

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		인터넷		신문·방송 등 대중매체		지인·가족		여행 등 전문·공공기관의 홍보		회사내 공고	
전 체		120	100	53	44.2	25	20.8	27	22.5	13	10.8	2	1.7
성별	남성	76	100	34	44.7	13	17.1	20	26.3	7	9.2	2	2.6
	여성	44	100	19	43.2	12	27.3	7	15.9	6	13.6		
연령 대	20대	4	100	2	50			2	50				
	30대	82	100	39	47.6	14	17.1	20	24.4	9	11.0		
	40대	28	100	9	32.1	9	32.1	5	17.9	3	10.7	2	7.1
	50대	6	100	3	50	2	33.3			1	16.7		
업종	공공/비영리기관	16	100	8	50	5	31.3	3	18.8				
	금융/보험업	12	100	4	33.3	1	8.3	5	41.7	2	16.7		
	도·소매/유통	4	100	1	25	2	50			1	25		
	마케팅/광고	10	100	5	50	2	20	1	10	2	20		
	문화/디자인	10	100	5	50	4	40	1	10				
	생산/제조	12	100	6	50	2	16.7	3	25	1	8.3		
	연구개발/설계	8	100	3	37.5	2	25	1	12.5	1	12.5	1	12.5
	IT/정보통신	48	100	21	43.8	7	14.6	13	27.1	6	12.5	1	2.1

■ 충남에서 즐기고싶은 위케이션

충남에서 위케이션 장소를 묻는 질문에 **힐링이 되는 자연환경**이 있는곳이라고 응답한 비중이 60.0%로 과반수 이상을 차지하였고, **교통이 편리한곳** 21.7% 등의 순이었다. 이를 통해 자차보다는 대중교통의 이용을 고민하는 위케이션러가 다수 있으며, 이러한 니즈에 맞춰 郡단위 지역의 대중교통 확충 및 시스템 구축이 필요하다고 판단된다.

- (성 별) 남성과 여성 모두 비슷한 양상으로 힐링이 되는 자연환경이 있는 곳이라고 응답한 비중이 가장 많았고, 여성의 경우 남성보다 교통이 편리한 곳이라고 응답한 비중이 36.4%로 약 3배에 달함
- (업종별) 대부분 힐링이 되는 자연환경이 있는 곳이라고 응답한 비중이 가장 많았으나, 생산/제조 기업의 경우 교통이 편리한 곳이라고 응답한 비중이 가장 많았음

〈표 4-30〉 충남에서 즐기고싶은 위케이션

(단위: 명, 점)

구 분		응답자 수		힐링이 되는 자연환경이 있는곳		역사·전통문화를 경험할 수있는곳		익스트림 스포츠 등을 경험할수있는곳		지역주민들과 교류가 가능한곳		교통이 편리한 곳	
전 체		60	100	36	60.0	4	6.7	5	8.3	2	3.3	13	21.7
성별	남성	38	100	23	60.5	4	10.5	5	13.2	1	2.6	5	13.2
	여성	22	100	13	59.1					1	4.5	8	36.4
연령 대	20대	2	100	2	100								
	30대	41	100	23	56.1	3	7.3	4	9.8	1	2.4	10	24.4
	40대	14	100	8	57.1	1	7.1	1	7.1	1	7.1	3	21.4
	50대	3	100	3	100								
업종	공공/비영리기관	8	100	3	37.5	1	12.5					4	50
	금융/보험업	6	100	4	66.7	1	16.7	1	16.7				
	도·소매/유통	2	100	1	50					1	50		
	마케팅/광고	5	100	4	80							1	20
	문화/디자인	5	100	4	80							1	20
	생산/제조	6	100	1	16.7	1	16.7	1	16.7			3	50
	연구개발/설계	4	100	3	75							1	25
	IT/정보통신	24	100	16	66.7	1	4.2	3	12.5	1	4.2	3	12.5

■ 충남 위케이션 전용시설 설립시 필요시설(5점척도)

충남에서 위케이션 전용시설을 설립할 때 필요한 시설을 묻는 질문에 **오피스 공간**이 중요하다는 의견이 가장 많았고, 다음으로 **숙박공간**, **지역내 접근성** 및

교통수단 등의 순이었다. 이에 비해 체육공간(2점대)이 낮았고, **여성의 경우 접근성 및 교통수단이 오피스 공간과 동일하게 선택하였다는 점**은 전용시설 구축 시 접근성은 중요한 요소로 볼 수 있다.

- **(성 별)** 남성의 경우 오피스 공간이 가장 중요하다고 응답하였고, 여성의 경우에는 오피스 공간과 지역내 접근성 및 교통수단이 3.95점으로 같았음
- **(연령별)** 2~30대의 경우 오피스공간이 필요하다는 의견과 숙박공간이 중요하다고 응답하였으나, 40대의 경우 오피스공간이 가장 많았고, 다음으로 입주자 지원시설과 지역내 접근성 및 교통수단이 중요하다고 응답하였음
- **(업종별)** 대부분 오피스 공간이 중요하다는 의견이 많았으나, 도·소매/유통 기업의 경우 숙박공간과 입주자시설이 각각 4.5점으로 가장 높았고, 마케팅/광고 기업의 경우 지역내 접근성 및 교통수단이 4.0점으로 오피스 공간과 같았고, 연구개발/설계 기업의 경우 입주자지원시설이 4.25점으로 오피스 공간과 같음

〈표 4-31〉 충남 위케이션 전용시설 설립시 필요시설(5점척도)

(단위: 명, 점)

구 분		응답자 수	오피스 공간	회의공간	숙박공간	체육공간	입주자지원시설	지역내 접근성 및 교통수단
전 체		60	3.97	3.33	3.78	2.98	3.52	3.67
성별	남성	38	3.97	3.34	3.76	3.03	3.47	3.50
	여성	22	3.95	3.32	3.82	2.91	3.59	3.95
연령 대	20대	2	5.0	3.5	5.0	4.5	4.5	3.5
	30대	41	3.90	3.27	3.78	3.02	3.37	3.66
	40대	14	3.79	3.36	3.57	2.71	3.71	3.71
	50대	3	5.0	4.0	4.0	2.67	4.0	3.67
업종	공공/비영리 기관	8	4.0	3.5	3.63	2.75	3.5	3.25
	금융/보험업	6	3.83	3.33	3.83	2.50	3.33	3.5
	도·소매/유통	2	3.5	3.0	4.5	3.0	4.5	4.0
	마케팅/광고	5	4.0	3.0	3.4	3.2	3.4	4.0
	문화/디자인	5	4.4	3.2	4.4	2.8	3.8	4.2
	생산/제조	6	3.67	3.83	3.17	2.83	3.33	3.5
	연구개발/설계	4	4.25	3.25	3.5	3.0	4.25	4.0
	IT/정보통신	24	3.9	3.29	3.92	3.21	3.38	3.63

3) 응답자 일반

■ 응답자 성별

조사에 참여한 응답자의 성별은 남성이 63.3%로 더 많았다.

〈표 4-32〉 응답자 성별

(단위: 명, %)

구분	빈도	퍼센트
남성	38	63.3
여성	22	36.7

■ 응답자 연령대

조사에 참여한 응답자의 연령대는 30대가 68.3%로 가장 많았고, 40대가 23.3%, 50대와 20대가 각각 5%, 3.3%의 순이었다.

〈표 4-33〉 응답자 연령대

(단위: 명, %)

구분	빈도	퍼센트
20대	2	3.3
30대	41	68.3
40대	14	23.3
50대	3	5.0

■ 응답자 직군

조사에 참여한 응답자의 직군은 경영지원이 33.3%로 가장 많았고, 영업, 연구개발이 각각 25.0% 등의 순이었다.

〈표 4-34〉 응답자 직군

(단위: 명, %)

구분	빈도	퍼센트
생산	1	1.7
영업	15	25.0
연구개발	15	25.0
경영지원	20	33.3
기타	9	15.0

■ 응답자 직위

조사에 참여한 응답자의 직위는 대리,과장,차장이 51.7%로 가장 많았고, 사원, 주임이 20.0%, 부장, 팀장이 18.3%등의 순이었다.

〈표 4-35〉 응답자 직위

(단위: 명, %)

구분	빈도	퍼센트
사원, 주임	12	20.0
대리,과장,차장	31	51.7
부장, 팀장	11	18.3
임원	3	5.0
대표	3	5.0

■ 응답자 직장 위치

조사에 참여한 응답자의 직장 위치는 서울이 71.7%로 대부분이었고, 경기 15%, 제주 8.3%등의 순이었다.

〈표 4-36〉 응답자 직장 위치

(단위: 명,%)

구분	빈도	퍼센트
서울	43	71.7
경기	9	15.0
제주	5	8.3
충남	1	1.7
대구·경북	2	3.3

■ 응답자 직장 업종

조사에 참여한 응답자의 직장 업종은 IT/정보통신 계열이 39.3%로 가장 많았고, 공공/비영리기관 13.1%, 금융/보험업, 생산/제조업이 각각 9.8% 등의 순이었다.

〈표 4-37〉 응답자 직장 업종

(단위: 명, %)

구분	빈도	퍼센트
도·소매/유통	2	3.3
마케팅/광고	5	8.2
금융/보험업	6	9.8
IT/정보통신	24	39.3
문화/디자인	5	8.2
연구개발/설계	4	6.6
생산/제조	6	9.8
공공/비영리기관	8	13.1

■ 응답자 직장 규모

조사에 참여한 응답자의 직장 규모는 300명 이상의 기업과 10~50명의 기업이 29.5%, 100명~300명의 기업이 13.1%등의 순이었다.

〈표 4-38〉 응답자 직장 규모

(단위: 명, %)

구분	빈도	퍼센트
5명 이하	4	6.6
5~10명	6	9.8
10~50명	18	29.5
50~100명	6	9.8
100~300명	8	13.1
300명 이상	18	29.5

2. 인사담당자

1) 위케이션 도입 및 운용

■ 위케이션 인식 여부

조사에 응답한 인사담당자는 53명이었으며, 이중의 절반 이상인 67.9%가 위케이션을 알고 있다고 응답하였다. 근로자 대상조사(50% 인지)에 비해 높았다.

○ (성 별) 남성과 여성 모두 알고 있다는 비중이 과반수 이상을 차지하였으나, 남성의 경우 처음 듣는다고 응답한 비중도 10.3%에 달함

○ (연령대) 30대의 경우 들어본 적이 있지만, 정확히 모른다는 비중이 36.0%로 가장 높았음

○ (업종별) 도·소매 유통 기업의 경우 33.3%가 처음 듣는다고 응답함

〈표 4-39〉 위케이션 인식 여부

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		네, 잘 알고 있습니다		들어본적 있습니다만, 정확히는 모릅니다		아뇨, 처음듣습니다.	
전 체		53	100	36	67.9	13	24.5	4	7.5
성별	남성	29	100	20	69.0	6	20.7	3	10.3
	여성	24	100	16	66.7	7	29.2	1	4.2
연령대	20대	2	100	2	100				
	30대	25	100	14	56.0	9	36.0	2	8.0
	40대	23	100	18	78.3	3	13.0	2	8.7
	50대	3	100	2	66.7	1	33.3		
업종	공공/비영리기관	9	100	4	44.4	4	44.4	1	11.1
	금융/보험업	7	100	4	57.1	3	42.9		
	도·소매/유통	6	100	3	50	1	16.7	2	33.3
	마케팅/광고	2	100	1	50	1	50		
	문화/디자인	7	100	6	85.7	1	14.3		
	생산/제조	4	100	2	50	1	25	1	25
	연구개발/설계	3	100	2	66.7	1	33.3		
	IT/정보통신	15	100	14	93.3	1	6.7		

■ 원격근무 실시 여부

원격근무를 실시하고 있는지 묻는 문항에 **실시하고 있지 않다고 응답한 비중이 60.4%**이었다.

- (성 별) 남성의 경우 원격근무를 실시하지 않는다고 응답한 비중이 51.7%로 원격근무를 실시한다고 응답한 비중(48.3%)과 근소한 차이를 보이나, 여성의 경우 원격근무를 실시하지 않는다고 응답한 비중(70.8%)이 2배 이상 높음
- (연령대) 40대의 경우 재택근무를 실시한다고 응답한 비중과 원격근무를 실시하지 않는다고 응답한 비중이 근소한 차이를 보임
- (업종별) 금융/보험 기업과 연구개발/설계 기업의 경우 원격근무를 실시하고 있다는 비중이 더 많았음

〈표 4-40〉 원격근무 실시 여부

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		네, 실시하고 있습니다		아뇨, 실시하고 있지 않습니다	
전 체		53	100	21	39.6	32	60.4
성별	남성	29	100	14	48.3	15	51.7
	여성	24	100	7	29.2	17	70.8
연령대	20대	2	100			2	100
	30대	25	100	9	36	16	64
	40대	23	100	10	43.5	13	56.5
	50대	3	100	2	66.7	1	33.3
업종	공공/비영리기관	9	100	3	33.3	6	66.7
	금융/보험업	7	100	4	57.1	3	42.9
	도·소매/유통	6	100	1	16.7	5	83.3
	마케팅/광고	2	100	1	50	1	50
	문화/디자인	7	100	2	28.6	5	71.4
	생산/제조	4	100	1	25	3	75
	연구개발/설계	3	100	2	66.7	1	33.3
	IT/정보통신	15	100	7	46.7	8	53.3

■ 위케이션 도입 여부

위케이션 도입여부를 묻는 문항에 위케이션을 도입했다고 응답한 비중은 9.4%이며, 79.2%가 도입하지 않고 있다고 응답하였다. 응답자의 11.3%가 제도 도입에 대해 논의 중이라고 응답하는 등 근로자 설문과 마찬가지로 위케이션이 아직 기업현장에서는 활발하지 않은 것으로 해석할 수 있다.

○ (성 별) 남성과 여성 모두 도입하고 있지 않다는 의견이 과반수 이상을 차지함

○ (업종별) 도·소매/유통, 마케팅/광고, 생산/제조 기업의 경우 위케이션을 도입하지 않았다고 응답한 비중이 100%임

〈표 4-41〉 위케이션 도입 여부

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		예, 도입·시행하고있다		아니요, 도입하고 있지 않다		제도 도입에 대해 논의중이다	
전 체		53	100	5	9.4	42	79.2	6	11.3
성별	남성	29	100	3	10.3	23	79.3	3	10.3
	여성	24	100	2	8.3	19	79.2	3	12.5
연령대	20대	2	100			1	50	1	50
	30대	25	100	3	12.0	19	76.0	3	12.0
	40대	23	100	1	4.3	20	87.0	2	8.7
	50대	3	100	1	33.3	2	66.7		
업종	공공/비영리기관	9	100			9	100		
	금융/보험업	7	100	1	14.3	5	71.4	1	14.3
	도·소매/유통	6	100			6	100		
	마케팅/광고	2	100			2	100		
	문화/디자인	7	100	1	14.3	5	71.4	1	14.3
	생산/제조	4	100			4	100		
	연구개발/설계	3	100	1	33.3	2	66.7		
	IT/정보통신	15	100	2	13.3	9	60.0	4	26.7

2) 위케이션 운용계획 및 정책수요

■ 위케이션 도입하려는 목적(3개 선택)

위케이션을 도입한다면 어떤 목적으로 도입하는지에 대해 묻는 문항에 직원 만족도 제고와 직원복지 향상이 각각 23.3%와 22.6%로 가장 많았고, 새로운 근로문화 정착이 18.2%를 차지하였다. 이를 통해 기업생산성 및 사회적 기여의 측면보다는 직원복지 차원에서 위케이션을 도입하고자 하는 기업의 경향성을 볼 수 있다.

- (성 별) 남성과 여성 모두 비슷한 양상을 보이나, 남성의 경우 업무생산성 향상이라고 응답한 비중이 여성의 약 2배에 달함
- (연령대) 30대의 경우 직원복지 향상과 직원 만족도 제고의 순으로 많은 비중을 차지하였으나, 40대의 경우 직원만족도 제고가 가장 많은 비중을 차지하였고, 새로운 근로문화 정착이라고 응답한 비중이 20.3%였음
- (업종별) 대부분의 기업에서 직원만족도 제고와 직원복지 향상이 많은 비중을 차지하였으나, 문화/디자인의 경우 새로운 근로문화 정착이 23.8%로 가장 높았음

〈표 4-42〉 위케이션 도입 목적

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		직원 만족도 제고		직원 복지 향상		팀워크 향상		우수한 인재채용 도움		새로운 근로문화 정착	
전 체		159	100	37	23.3	36	22.6	9	5.7	16	10.1	29	18.2
성별	남성	87	100	21	24.1	19	21.8	4	4.6	11	12.6	14	16.1
	여성	72	100	16	22.2	17	23.6	5	6.9	5	6.9	15	20.8
연령대	20대	6	100			2	33.3	1	16.7				
	30대	75	100	19	25.3	22	29.3	6	8.0	6	8.0	12	16.0
	40대	69	100	16	23.2	10	14.5	1	1.4	10	14.5	14	20.3
	50대	9	100	2	22.2	2	22.2	1	11.1			1	11.1
업종	공공/비영리기관	27	100	6	22.2	7	25.9	1	3.7			6	22.2
	금융/보험업	21	100	6	28.6	4	19.0			2	3.7	5	23.8
	도·소매/유통	18	100	4	22.2	4	22.2			4	22.2	4	22.2
	마케팅/광고	6	100	1	16.7	2	33.3	1	16.7			1	16.7
	문화/디자인	21	100	4	19.0	4	19.0	1	4.8	4	19.0	5	23.8
	생산/제조	12	100	4	33.3	3	25.0	1	8.3			2	16.7
	연구개발/설계	9	100	3	33.3	2	22.2	1	11.1	1	11.1		
	IT/정보통신	45	100	9	20.0	10	22.2	4	8.9	5	11.1	6	13.3

구 분		응답자 수		업무 생산성 향상		기업 비용절감		기업 이미지 제고		기업 ESG 성과 창출	
전 체		159	100	14	8.8	6	3.8	9	5.7	3	1.9
성별	남성	87	100	10	11.5	4	4.6	4	4.6		
	여성	72	100	4	5.6	2	2.8	5	6.9	3	4.2
연령대	20대	6	100	2	33.3			1	16.7		
	30대	75	100	1	1.3	3	4.0	4	5.3	2	2.7
	40대	69	100	11	15.9	2	2.9	4	5.8	1	1.4
	50대	9	100	2	22.2	1	11.1				
업종	공공/비영리기관	27	100			4	14.8	3	11.1		
	금융/보험업	21	100	2	9.5			1	4.8	1	4.8
	도·소매/유통	18	100	2	11.1						
	마케팅/광고	6	100	1	16.7						
	문화/디자인	21	100	3	14.3						
	생산/제조	12	100			1	8.3	1	8.3		
	연구개발/설계	9	100					1	11.1	1	11.1
	IT/정보통신	45	100	6	13.3	1	2.2	3	6.7	1	2.2

■ 워케이션 가능 예상기간

워케이션이 가능한 기간을 묻는 문항에 3~7일이라고 응답한 비중이 45.3%였고, 3일이하가 22.2%, 7일~2주가 20.8%로 근소한 차이를 보였다. 특히 여성의 경우 남성에 비해, IT/정보통신이 도·소매/유통분야 보다 워케이션 가능기간이 더 긴 것을 알 수 있다.

- (성 별) 남성과 여성 모두 3~7일이라고 응답한 비중이 가장 많았으나, 7일~2주라고 응답한 비중은 여성이 남성에 비해 약 2배이상 많음
- (연령대) 대부분의 연령대에서 3~7일이라고 응답한 비중이 가장 많았고, 50대의 경우에서만 2주 이상이 66.7%로 나타나는 것으로 보아 기간에 대한 부담감이 가장 없는 것으로 나타남
- (업종별) 도·소매/유통 기업에서는 3일이하가 66.7%로 가장 많았고, 문화/디자인, 연구개발/설계 기업에서는 7일~2주가 각각 42.9%와 66.7%로 가장 많았음

〈표 4-43〉 위케이션 가능 기간

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		3일 이하		3~7일		7일~2주		2주 이상	
전 체		53	100	12	22.2	24	45.3	11	20.8	6	11.3
성별	남성	29	100	7	24.1	13	44.8	4	13.8	5	17.2
	여성	24	100	5	20.8	11	45.8	7	29.2	1	4.2
연령대	20대	2	100					2	100		
	30대	25	100	8	32.0	11	44.0	5	20.0	1	4.0
	40대	23	100	4	17.4	12	52.2	4	17.4	3	13.0
	50대	3	100			1	33.3			2	66.7
업종	공공/비영리기관	9	100	2	22.2	3	33.3	2	22.2	2	22.2
	금융/보험업	7	100			7	100				
	도·소매/유통	6	100	4	66.7	1	16.7	1	16.7		
	마케팅/광고	2	100			1	50			1	50
	문화/디자인	7	100			3	42.9	3	42.9	1	14.3
	생산/제조	4	100	2	50	2	50				
	연구개발/설계	3	100					2	66.7	1	33.3
	IT/정보통신	15	100	4	26.7	5	33.3	4	26.7	2	13.3

■ 위케이션 추진방식 계획(복수선택)

위케이션 도입시 어떤 방식으로 추진할지를 묻는 질문에 선택형(회사에서 기간 및 장소를 정해주고 범위 내에서 직원이 자유롭게 선택하는 방식)이 43.8%로 가장 높았고, 자유형(사내공모 후 직원 개인의 니즈에 따라 자율적으로 장소 및 시기를 결정하는방식)이 32.8%의 순이었다. 과반의 **인사담당자가 회사의 지정장소**(67.2%, 선택형과 지정형의 합)에서의 추진을 염두해 두는 것으로 나타났다.

○ (성 별) 남성의 경우 선택형이 48.6%로 자유형에 비해 월등히 많았으나

여성의 경우 선택형이 37.9%로 자유형과 근소한 차이를 보임

○ (연령대) 30대의 경우 선택형이 자유형에 비해 월등히 많았으나, 40대의

경우 선택형과 자유형이 각각 38.5%로 같음

- (업종별) 대부분의 기업에서 선택형이 가장 많은 비중을 차지하였으나 문화/디자인, 생산/제조, 연구개발/설계 기업에서는 자유형이 더 많은 비중을 차지함

〈표 4-44〉 워크ेशन 추진방식 계획(복수선택)

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		자유형		선택형		지정형	
전 체		64	100	21	32.8	28	43.8	15	23.4
성별	남성	35	100	11	31.4	17	48.6	7	20.0
	여성	29	100	10	34.5	11	37.9	8	27.6
연령대	20대	2	100			1	50	1	50
	30대	33	100	10	30.3	15	45.5	8	24.2
	40대	26	100	10	38.5	10	38.5	6	23.1
	50대	3	100	1	33.3	2	66.7		
업종	공공/비영리기관	10	100	4	40	5	50	1	10
	금융/보험업	10	100	1	10	5	50	4	40
	도·소매/유통	6	100	1	16.7	3	50	2	33.3
	마케팅/광고	2	100	1	50	1	50		
	문화/디자인	9	100	4	44.2	2	22.2	3	33.3
	생산/제조	5	100	3	60	2	40		
	연구개발/설계	4	100	3	75	1	25		
	IT/정보통신	18	100	4	22.2	9	50	5	27.8

■ 회사에서 원하는 워크ेशन 장소

워크ेशन 지역으로 염두하는 장소를 묻는 질문에 **제주도**가 45.3%로 가장 많았고, 강원도가 30.2%로 강원과 제주가 월등히 많은 것은 워크ेशन의 특성상 휴식과 힐링을 하기 위한 목적에 부합하는 장소이기 때문이라고 추측할 수 있다.

- (성 별) 남성과 여성 모두 제주가 가장 많았고, 대체적으로 비슷한 양상을 보임
- (연령대) 20대의 경우 100%가 제주라고 응답하였고, 30대에서 충남이라고 응답한 것을 확인할 수 있음
- (업종별) 대부분의 기업에서 제주라고 응답한 비중이 가장 많았으나, 금융/보험업 기업의 경우 강원도라고 응답한 비중이 57.1%로 가장 많음

〈표 4-45〉 원하는 워케이션 지역

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		서울특별시		제주특별자치도		경기도		강원도		충청남도		전라북도		전라남도	
전 체		53	100	7	13.2	24	45.3	2	3.8	16	30.2	1	1.9	1	1.9	1	1.9
성별	남성	29	100	4	13.8	13	44.8	1	3.4	8	27.6	1	3.4	1	3.4	1	3.4
	여성	24	100	3	12.5	11	45.8	1	4.2	8	33.3						
연령대	20대	2	100			2	100										
	30대	25	100	4	16.0	10	40.0	2	8.0	7	28.0	1	4.0			1	4.0
	40대	23	100	3	13.0	11	47.8			8	34.8						
	50대	3	100			1	33.3	1	33.3					1	33.3		
업종	공공/비영리기관	9	100	1	11.1	5	55.6			1	11.1	1	11.1	1	11.1		
	금융/보험업	7	100	2	28.6	1	14.3			4	57.1						
	도·소매/유통	6	100	2	33.3	2	33.3			2	33.3						
	마케팅/광고	2	100			1	50	1	50								
	문화/디자인	7	100			3	42.9	1	14.3	2	28.6						
	생산/제조	4	100			3	75.0				1	25.0					
	연구개발/설계	3	100	1	33.3	2	66.7										
	IT/정보통신	15	100	1	14.3	7	46.7			6	40.0					1	6.7

■ 워케이션 지역 선택 이유(복수선택)

워케이션 지역 선택 이유를 묻는 질문에 **좋은 자연환경**이 38.2%로 가장 많

있고, 매력적인 관광·체험프로그램이 21.6%, 스마트워크·공유오피스 등 업무 환경이 20.6% 의 순으로, 힐링할 수 있는 공간과 업무환경이 갖추어진 공간을 선호하였다.

○ (성 별) 남성과 여성 좋은 자연환경이 가장 많은 비중을 차지하였으나, 남성의 경우 스마트워크·공유오피스 등 업무환경이 25.9%로 두 번째로 많은 비중을 차지하였고, 여성의 경우에는 매력적인 관광·체험프로그램이 25%로 두 번째로 많은 비중을 차지함

○ (연령대) 50대를 제외한 연령대에서 좋은 자연환경이 가장 많은 비중을 차지하였고, 50대의 경우 스마트 워크·공유오피스 등 업무환경 과 교통편리성이 가장 많은 비중을 차지함

〈표 4-46〉 워케이션 지역 선택 이유(복수선택)

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		좋은 자연환경		스마트워크·공유오피스 등 업무환경		매력적인 관광·체험프로그램		새로운 사람과 교류	
전 체		102	100	39	38.2	21	20.6	22	21.6		
성별	남성	54	100	21	38.9	14	25.9	10	18.5		
	여성	48	100	18	37.5	7	14.6	12	25		
연령대	20대	4	100	2	50	1	25	1	25		
	30대	48	100	18	37.5	10	20.8	10	20.8		
	40대	44	100	18	40.9	8	18.2	10	22.7		
	50대	6	100	1	16.7	2	33.3	1	16.7		
업종	공공/비영리기관	24	100	8	33.3	6	25	2	8.3		
	금융/보험업	12	100	5	41.7	1	8.3	3	25		
	도·소매/유통	12	100	4	33.3	2	16.7	4	33.3		
	마케팅/광고	4	100	1	25	1	25	1	25		
	문화/디자인	12	100	5	41.7	2	16.7	4	33.3		
	생산/제조	4	100	1	25			2	50		
	연구개발/설계	4	100	2	50	1	25	1	25		
	IT/정보통신	30	100	13	43.3	8	26.7	5	16.7		

구 분		응답자 수		지자체와 업무협약 등 지원		교통 편리성		저렴한 비용	
전 체		102	100	2	2.0	14	13.7	4	3.9
성별	남성	54	100	1	1.9	6	11.1	2	3.7
	여성	48	100	1	2.1	8	16.7	2	4.2
연령대	20대	4	100						
	30대	48	100	1	2.1	8	16.7	1	2.1
	40대	44	100	1	2.3	4	9.1	3	6.8
	50대	6	100			2	33.3		
업종	공공/비영리기관	24	100	2	8.3	6	25		
	금융/보험업	12	100			1	8.3	2	16.7
	도·소매/유통	12	100			1	8.3	1	8.3
	마케팅/광고	4	100			1	25		
	문화/디자인	12	100			1	8.3		
	생산/제조	4	100			1	25		
	연구개발/설계	4	100						
	IT/정보통신	30	100			3	10	1	3.3

■ 원하는 워케이션 방식

원하는 워케이션 방식을 묻는 질문에 회사의 스마트워크센터 또는 공유오피스에서 일하고, 근무시간 외 관광·체험을 하고 싶다는 응답이 41.5%로 가장 많았고, 숲속·해변 등에서 일하고 근무시간 외 관광·체험을 하고 싶다는 응답이 32.1%, 카페·호텔 등에서 일하고 근무시간 외 관광·체험을 하고 싶다는 응답이 22.6% 등의 순이었다. 현재 호텔 등에서 일하는 방식은 기업차원에서는 최우선으로 생각하는 방식이 아님을 알 수 있다.

- (성 별) 남성의 경우 숲속·해변 등에서 일하고, 근무시간 외 관광·체험을 하고싶다는 응답이 가장 많았고, 여성의 경우 회사의 스마트워크센터 또는 공유오피스에서 일하고, 근무시간 외 관광·체험을 하고싶다는 응답이 가장 많았음

- **(연령대)** 30대의 경우 회사의 스마트워크센터 또는 공유오피스에서 일하고, 근무시간외 관광·체험을 하고 싶다는 응답이 48.0%로 가장 많았고, 4~50대의 경우 숲속·해변 등에서 일하고, 근무시간 외 관광·체험을 하고 싶다는 응답이 가장 많았음
- **(업종별)** 대체적으로 숲속·해변 등에서 일하고, 근무시간 외 관광·체험을 하고 싶다는 응답과 회사의 스마트워크센터 또는 공유오피스에서 일하고, 근무시간 외 관광·체험을 하고 싶다는 의견이 가장 많았으나, 공공/비영리기관의 경우 카페·호텔 등에서 근무시간 외 관광·체험을 하고 싶다는 의견이 가장 많았고, 도·소매/유통, 생산/제조기업에서는 농촌체험마을, 청년마을 등에서 일·숙식하면서, 근무시간외 관광·체험을 하고 싶다는 응답도 있었음

〈표 4-47〉 원하는 워케이션 방식

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		숲속 해변 등에서 일하고, 근무시간 외 관광·체험		카페·호텔 등에서 일하고, 근무시간 외 관광·체험		농촌체험마을, 청년마을 등에서 일·숙식하면서, 근무시간 외 관광·체험		회사의 스마트워크센터 또는 공유오피스에서 일하고, 근무시간 외 관광·체험	
전 체		53	100	17	32.1	12	22.6	2	3.8	22	41.5
성별	남성	29	100	14	48.3	4	13.8	2	6.9	9	31.0
	여성	24	100	3	12.5	8	33.3			13	54.2
연령 대	20대	2	100			1	50			1	50
	30대	25	100	6	24.0	7	28.0			12	48.0
	40대	23	100	9	39.1	4	17.4	2	8.7	8	34.8
	50대	3	100	2	66.7					1	33.3
업종	공공/비영리기관	9	100	2	22.2	4	44.4			3	33.3
	금융/보험업	7	100	2	28.6	1	14.3			4	57.1
	도·소매/유통	6	100	4	66.7	1	16.7	1	16.7		
	마케팅/광고	2	100							2	100
	문화/디자인	7	100	1	14.3	2	28.6	1	14.3	3	42.9
	생산/제조	4	100	2	50	2	25			1	25
	연구개발/설계	3	100			1	33.3			2	66.7
	IT/정보통신	15	100	6	40.0	2	13.3			7	46.7

■ 워크ेशन 비용 추진방식

워크ेशन 비용은 어떤 방식으로 할지 묻는 질문에 100% 회사 자체비용으로 하겠다고 응답한 비중이 58.5%로 절반 이상을 차지함을 미루어 볼 때, 기업이 직원의 복지차원으로 워크ेशन 제도를 도입한다면, 기업에서 비용을 부담하는 쪽을 선호하는 것으로 해석할 수 있다.

- (성 별) 대체적으로 비슷한 양상을 보이며, 남성과 여성 모두 회사자체비용과 자부담을 동시에 하겠다는 응답이 가장 많은 비중을 차지함
- (연령대) 3~40대의 경우 회사자체비용과 자부담을 동시에 하겠다는 응답이 가장 많은 것으로보아, 자부담금이 발생하여도 워크ेशन에 참여하고 싶은 마음을 대변하는 것으로 보이나, 50대의 경우 회사 자체비용으로 하겠다는 응답이 가장 많았음
- (업종별) 대부분의 기업에서 회사자체비용, 회사자체비용과 자부담을 동시에 하겠다는 응답이 많았으나, 생산/제조업, 공공/비영리기관, 도·소매/유통, 문화/디자인 기업에서는 100% 직원 자부담 하겠다는 응답도 있었음

〈표 4-48〉 위케이션 비용 추진 방식

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		100% 회사 자체 비용		회사자체비용 + 직원자부담		100% 직원 자부담	
전 체		53	100	31	58.5	18	34.0	4	7.5
성별	남성	29	100	9	31.0	18	62.1	2	6.9
	여성	24	100	9	37.5	13	54.2	2	8.3
연령대	20대	2	100	1	50	1	50		
	30대	25	100	7	28.0	16	64.0	2	8.0
	40대	23	100	8	34.8	13	56.5	2	8.7
	50대	3	100	2	66.7	1	33.3		
업종	공공/비영리기관	9	100	3	33.3	5	55.6	1	11.1
	금융/보험업	7	100	4	57.1	3	42.9		
	도·소매/유통	6	100	3	50	2	33.3	1	16.7
	마케팅/광고	2	100	1	50	1	50		
	문화/디자인	7	100	3	42.9	3	42.9	1	14.3
	생산/제조	4	100	2	50	1	25.0	1	25.0
	연구개발/설계	3	100			3	100		
	IT/정보통신	15	100	3	20	12	80		

■ 회사에서 직원 1인당 위케이션 비용 지출의향

회사의 입장에서 직원 1인당 위케이션 비용을 어느 정도 지출할 수 있는지 묻는 질문에 10~20만원이라고 응답한 비중이 34%로 가장 많았고, 20~50만원, 10만원 미만이 26.4%로 같은 수치였다.

○ (성 별) 남성의 경우 금액이 10만원미만부터 50만원 이상까지 고르게 분포된 반면 여성의 경우 10~20만원을 지출하겠다고 응답한 비중이 41.7%로 가장 많았음

○ (연령대) 30대의 경우 10~20만원을 지출하겠다는 응답이 가장 많았고, 40대의 경우 20~50만원을 지출하겠다는 응답이 가장 많은것을 미루어 볼 때, 30대가 40대보다 비용에 대한 부담감이 크다는

것을 알 수 있음

- (업종별) 대부분의 기업에서 ~20만원까지 지출하겠다는 응답이 가장 많았으나, 문화/디자인 기업의 경우 20~50만원을 지출하겠다는 응답이 가장 많았고, 생산/제조 기업의 경우 50만원 이상 지출하겠다는 응답이 가장 많았음

〈표 4-49〉 회사에서 직원 1인당 워크케이션 비용 지출의향

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		~10만원 미만		10~20만원		20~50만원		50만원이상	
전 체		53	100	14	26.4	18	34.0	14	26.4	7	13.2
성별	남성	29	100	8	27.6	8	27.6	8	27.6	5	17.2
	여성	24	100	6	25.0	10	41.7	6	25.0	2	8.3
연령대	20대	2	100					2	100		
	30대	25	100	8	32.0	11	44.0	4	16.0	2	8.0
	40대	23	100	5	21.7	6	26.1	7	30.4	5	21.7
	50대	3	100	1	33.3	1	33.3	1	33.3		
업종	공공/비영리기관	9	100	1	11.1	5	55.6	3	33.3		
	금융/보험업	7	100	3	42.9	3	42.9			1	14.3
	도·소매/유통	6	100	3	50	2	33.3	1	16.7		
	마케팅/광고	2	100	1	50	1	50				
	문화/디자인	7	100			1	14.3	5	71.4	1	14.3
	생산/제조	4	100	1	25.0			1	25.0	2	50
	연구개발/설계	3	100	2	66.7	1	33.3				
	IT/정보통신	15	100	3	20	5	33.3	4	26.7	3	20

■ 지자체 지원이 워크케이션 장소결정에 미치는 영향

지자체에서 워크케이션의 비용을 일부 부담한다면 워크케이션 장소로 선택할 의향에 영향을 미칠지 묻는 질문에 영향을 미칠 것이라고 응답한 비중이 **84.4%로 매우 높았다**. 따라서 비용지원에 대한 구체적으로 검토할 필요가 있다고 볼 수 있다.

- (성 별) 남성의 경우 별로영향이 없을것이라고 응답한 비중도 44.8%이지

만 여성의 경우 4.2%에 불과함

- (연령대) 대부분의 연령대에서 영향을 미칠 것이라는 응답이 많았으나 30대의 경우 별로 영향이 없을 것이라는 응답이 56.0%로 가장 많았음

〈표 4-50〉 지자체 지원이 워케이션 장소결정에 미치는 영향

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		매우 영향을 미칠 것이다		영향을 미칠 것이다		보통이다		별로 영향이 없다		전혀 영향이 없다	
전 체		53	100	25	47.2	25	47.2	2	3.8	1	1.9		
성별	남성	29	100	14	48.3			2	6.9	13	44.8		
	여성	24	100	11	45.8	12	50			1	4.2		
연령대	20대	2	100			2	100						
	30대	25	100	10	40.0			1	4.0	14	56.0		
	40대	23	100	14	60.9	7	30.4	1	4.3	1	4.3		
	50대	3	100	1	33.3	2	66.7						
업종	공공/비영리기관	9	100	3	33.3	6	66.7						
	금융/보험업	7	100	3	42.9	3	42.9	1	14.3				
	도·소매/유통	6	100	3	50	3	50						
	마케팅/광고	2	100	1	50	1	50						
	문화/디자인	7	100	4	57.1	2	28.6			1	14.3		
	생산/제조	4	100	1	25	2	50	1	25				
	연구개발/설계	3	100	2	66.7	1	33.3						
	IT/정보통신	15	100	8	53.3	7	46.7						

■ 워케이션 환경 중요도(5점 척도)

워케이션 환경에 대해 묻는 질문에 대한 응답을 5점 척도로 환산하였을 때, 지역 내 접근성 및 교통수단이 4.28점으로 가장 높았고, 워케이션 전용 업무공간이 4.17점, 어메니티가 잘 구비된 숙박시설이 3.72점의 순이었다. 이를 통해 워케이션러들이 업무공간이나 숙박시설보다도 교통이 편리한 곳을 선호함을 알 수 있으며, 특히 여성과 20, 30대의 응답이 높았다.

- (성 별) 남성과 여성 모두 지역내 접근성 및 교통수단에 가장 높은 점수를 보였고, 그 중 여성이 남성보다 점수가 조금 더 높은 것으로 보아 중요도가 더 높았고, 어메니티가 잘 구비된 숙박시설의 경우에도 남성의 경우 3.52점이지만 여성의 경우 4.0점으로 여성에게는 숙박시설 또한 중요한 요소임을 확인할 수 있음
- (연령대) 2~30대의 경우 어메니티가 잘 구비된 숙박시설이 각각 4.0점과 3.84점으로 중요도가 높다고 판단할 수 있으나, 4~50대의 경우 각각 3.59점, 3.67점으로 다른 환경에 비해 크게 중요하지 않은 것으로 판단됨
- (업종별) 다른 기업에 비해 문화/디자인과 연구개발/설계 기업은 관광·체험 프로그램 제공여부가 좀 더 높은 점수를 보였고, 생산/제조 기업은 지역에서만 즐길수 있는 식사제공이 좀 더 높은 점수를 보임

〈표 4-51〉 위케이션 환경 중요도(5점 척도)

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수	위케이션 전용 업무 공간	어메니티가 잘 구비된 숙박시설	캠핑장 등 선택가능한 숙박시설	지역에서만 즐길수 있는 식사제공	관광·체험 프로그램 제공여부	지역 내 접근성 및 교통수단
전 체		53	4.17	3.72	3.09	3.32	3.60	4.28
성별	남성	29	4.10	3.52	3.0	3.17	3.52	4.17
	여성	24	4.22	4.0	3.26	3.48	3.7	4.52
연령 대	20대	2	4.0	4.0	2.50	2.50	3.0	4.50
	30대	25	4.32	3.84	3.04	3.36	3.64	4.40
	40대	23	4.0	3.59	3.23	3.23	3.55	4.23
	50대	3	4.0	3.67	3.33	4.0	4.0	4.33
업종	공공/비영리기관	9	4.0	3.89	3.33	3.89	3.89	4.33
	금융/보험업	7	4.0	4.0	3.14	3.57	3.71	4.29
	도·소매/유통	6	4.0	3.33	3.33	3.33	3.67	4.17
	마케팅/광고	2	4.0	3.5	3.5	3.5	3.0	3.5
	문화/디자인	7	4.0	4.17	3.0	3.0	4.0	4.33
	생산/제조	4	4.0	4.0	3.5	4.0	3.5	4.0
	연구개발/설계	3	5.0	3.33	3.67	3.67	4.33	5.0
	IT/정보통신	15	4.33	3.53	2.67	2.67	3.13	4.33

■ 위케이션 업무를 위해 필요한 시설 및 장비

위케이션 업무를 위해 필요한 시설과 장비를 묻는 질문에 유·무선 인터넷 환경 제공 29.8%, 노트북 대여 16.7%, 집중업무공간 12.5% 순이었다. 또한 근로자의 응답과 유사성이 존재하였다. 이에 비해 보안·24시간 업무·회의실에 대한 요구가 낮아 위케이션에 필요한 시설이나 장비가 많이 필요하지 않는 것으로 응답하고 있어 위케이션이 가지는 직원복지 강조와 관련하여 업무보다는 휴가 또는 휴식으로 받아들이는 것으로 판단된다.

○ (연령대) 모든 연령대에서 비슷한 양상을 보이나, 연령이 높아질수록 보안성이 높은 원격네트워크 프로그램 사용가능이 필요하다고 응답한 비중이 높았고, 30대의 경우 중규모 회의공간이 필요하다고 응답한 비중이 많았음

○ (업종별) 대부분의 기업에서 유·무선 인터넷환경 제공이 중요하다고 응답하였고, 노트북과 관련 악세사리가 중요하다고 응답한 비중도 많았으며, 마케팅/광고 기업의 경우 집중업무공간이 필요하다고 응답한 비중이 많았음

〈표 4-52〉 위케이션 업무를 위해 필요한 시설 및 장비(복수응답)

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		노트북·태블릿 컴퓨터 대여		빔프로젝트·스크린 대여		충전기·노트북 거치대 등 관련 약세사리 대여		유·무선 인터넷 환경 제공		보안성이 높은 원격네트워크 프로그램 사용 가능		집중 업무 공간(1인)	
전 체		168	100	28	16.7	5	3.0	10	6.0	50	29.8	12	7.1	21	12.5
성별	남성	90	100	17	18.9	2	2.2	5	5.6	25	27.8	6	6.7	12	13.3
	여성	78	100	11	14.1	3	3.8	5	6.4	25	32.1	6	7.7	9	11.5
연령 대	20대	6	100	1	16.7			1	16.7	2	33.3				
	30대	78	100	12	15.4	4	5.1	5	6.4	23	29.5	4	5.1	10	12.8
	40대	75	100	12	16.0	1	1.3	3	4.0	22	29.3	7	9.3	10	13.3
	50대	9	100	3	33.3			1	11.1	3	33.3	1	11.1	1	11.1
업종	공공/비영리기관	36	100	6	16.7	1	2.8	4	11.1	10	27.8	2	5.6	5	13.9
	금융/보험업	21	100	3	14.3	2	9.5			6	28.6	3	14.3	2	9.5
	도·소매/유통	18	100	3	16.7			3	16.7	5	27.8	1	5.6	2	11.1
	마케팅/광고	6	100	1	16.7					2	33.3			2	33.3
	문화/디자인	21	100	4	19.0			1	4.8	6	28.6			5	23.8
	생산/제조	12	100	2	16.7					4	33.3			1	8.3
	연구개발/설계	9	100	1	11.1			1	11.1	3	33.3	1	11.1	1	11.1
	IT/정보통신	45	100	8	17.8	2	4.4	1	2.2	14	33.3	5	11.1	3	6.7

구 분		응답자 수		소규모 업무·회의공간(2~4인)		중규모 회의공간(4인 이상)		24시간 업무 가능 공간		전화통화가 가능한 방음부스		음료 및 다과제공	
전 체		168	100	10	6.0	7	4.2	11	6.5	6	3.6	8	4.8
성별	남성	90	100	5	5.6	4	4.4	5	5.6	3	3.3	6	6.7
	여성	78	100	5	6.4	3	3.8	6	7.7	3	3.8	2	2.6
연령대	20대	6	100	1	16.7			1	16.7				
	30대	78	100	5	2.6	6	7.7	5	6.4	4	5.1	3	3.8
	40대	75	100	7	9.3	1	1.3	5	6.7	2	2.7	5	6.7
	50대	9	100										
업종	공공/비영리기관	36	100	1	2.8	4	11.1			2	5.6	1	2.8
	금융/보험업	21	100			1	4.8	2	9.5	1	4.8	1	4.8
	도·소매/유통	18	100	3	16.7			1	5.6				
	마케팅/광고	6	100					1	16.7				
	문화/디자인	21	100	1	4.8	1	4.8	2	8.3			1	4.8
	생산/제조	12	100					1	8.3	1	8.3	3	25.0
	연구개발/설계	9	100	1	11.1					1	11.1		
	IT/정보통신	45	100	4	8.9	1	2.2	4	8.9	1	2.2	2	4.4

■ 숙박시설에 꼭 필요한 시설

숙박시설에 꼭 필요한 시설이 무엇인지 묻는 질문에 **업무공간**이 23.2%, **편의점** 17.9%, **식당** 15.5%, **세탁시설** 13.7%등의 순이었다. 이는 근로자의 응답과는 조금 다른 양상을 보였는데, 근로자의 경우 편의점이 21.1%, 업무공간 16.7%, 세탁시설 13.9%등의 순이었다. 업무공간 외에 간편식이나 간단한 생필품 등을 구매할 수 있는 편의점의 수요가 많은 것을 확인할 수 있다.

- (성 별) 대체적으로 비슷한 양상을 보이나, 여성의 경우 식당이 필요하다고 응답한 비중이, 남성의 경우 편의점이 꼭 필요하다고 응답한 비중이 각각 더 많음
- (연령대) 연령이 높아질수록 업무공간이 필요하다고 응답한 비중이 많아지고, 생활인프라가 필요하다고 응답한 비중도 많아지는 경향을 보임
- (업종별) 연구개발/설계 기업의 경우 업무공간이 필요하다고 응답한 비중이 다른기업에 비해 많았고, 마케팅/광고 기업의 경우 생활인프라시설이 필요하다고 응답한 비중이 다른 기업에 비해 많았음

〈표 4-53〉 숙박시설에 꼭 필요한 시설

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		취사시설		세탁시설		편의점		식당		업무공간	
전 체		168	100	10	6.0	23	13.7	30	17.9	26	15.5	39	23.2
성별	남성	90	100	8	8.9	13	14.4	19	21.1	11	12.2	19	21.1
	여성	78	100	2	2.6	10	12.8	11	14.1	15	19.2	20	25.6
연령대	20대	6	100					2	33.3	2	33.3	1	16.7
	30대	78	100	3	3.8	11	14.1	14	17.9	15	19.2	16	20.5
	40대	75	100	7	9.3	12	16.0	12	16.0	8	10.7	19	25.3
	50대	9	100					2	22.2	1	11.1	3	33.3
업종	공공/비영리기관	36	100			4	11.1	10	27.8	4	11.1	8	22.2
	금융/보험업	21	100			4	19.0	2	9.5	4	19.0	6	28.6
	도·소매/유통	18	100	2	11.1	1	5.6	4	22.2	2	11.1	4	22.2
	마케팅/광고	6	100			1	16.7	1	16.7	1	16.7	1	16.7
	문화/디자인	21	100	2	9.5	4	19.0	2	9.5	3	14.3	4	19.0
	생산/제조	12	100	2	16.7	2	16.7	1	8.3	2	16.7	2	16.7
	연구개발/설계	9	100					2	22.2	2	22.2	3	33.3
	IT/정보통신	45	100	4	8.9	7	15.6	8	17.8	8	17.8	11	24.4

구 분		응답자 수		오락시설		스포츠시설		운동시설		생활인프라		돌봄시설	
전 체		168	100	2	1.2	1	0.6	6	3.6	26	15.5	5	3.0
성별	남성	90	100	1	1.1			3	3.3	12	13.3	4	4.4
	여성	78	100	1	1.3	1	1.3	3	3.8	14	17.9	1	1.3
연령대	20대	6	100							1	16.7		
	30대	78	100	2	2.6			4	5.1	11	14.1	2	2.6
	40대	75	100			1	1.3	2	2.7	12	16.0	2	2.7
	50대	9	100							2	22.2	1	11.1
업종	공공/비영리기관	36	100			1	2.8	2	5.6	7	19.4		
	금융/보험업	21	100	1	4.8					2	9.5	2	9.5
	도·소매/유통	18	100					1	5.6	3	16.7	1	5.6
	마케팅/광고	6	100							2	33.3		
	문화/디자인	21	100					2	9.5	4	19.0		
	생산/제조	12	100	1	8.3					1	8.3		
	연구개발/설계	9	100							2	22.2		
	IT/정보통신	45	100							5	11.1	2	4.4

■ 참여하고 싶은 관광·체험 프로그램(복수선택)

관광·체험프로그램을 참여한다면 어떤 프로그램에 참여하고 싶은지 묻는 질문에 숲·해양체험프로그램이라고 응답한 비중이 31.8%로 가장 많았고, 요가 등 치유프로그램이 29.1%로 근소한 차이를 보이며, 주로 자연을 통한 또는 정신적 힐링을 원하는 것으로 나타났다.

○ (연령대) 연령대별로 큰 차이를 보이진 않으나, 3~40대의 경우 자기계발 등 교육프로그램에 참여하고 싶다는 응답도 각각 10%로 조사됨

○ (업종별) 숲·체험 해양체험프로그램이나 요가 등 치유프로그램에 참여하고 싶다는 응답이 주로 많은 것으로 보아 워케이션을 통해 자연이나 요가 등 힐링을 하고싶은 욕구가 있다고 해석할 수 있으며, 도·소매/유통기업의 경우 자기계발 등 교육프로그램에 참여하고 싶다는 응답도 보임

〈표 4-54〉 참여하고 싶은 관광·체험 프로그램

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		역사문화 농촌 등 지 역체험프로 그램		숲·해양체 험프로그램		익스트림 스 포츠 등 운 동프로그램		요가 등 치 유프로그램		귀농귀촌 등 교류프 로그램		자기계발 등 교육프로그램	
전 체		110	100	10	9.1	35	31.8	21	19.1	32	29.1	2	1.8	10	9.1
성별	남성	58	100	4	6.9	19	32.8	11	19.0	16	27.6	2	3.4	6	10.3
	여성	52	100	6	11.5	16	30.8	10	19.2	16	30.8			4	7.7
연령 대	20대	4	100			1	25	1	25	2	50				
	30대	50	100	3	6.0	17	34.0	9	18.0	14	28.0	2	4.0	5	10.0
	40대	50	100	6	12.0	14	28.0	10	20.0	15	30.0			5	10.0
	50대	6	100	1	16.7	3	50.0	1	16.7	1	16.7				
업종	공공/비영리기관	24	100	2	8.3	4	16.7	6	25.0	10	41.0			2	8.3
	금융/보험업	14	100	2	14.3	7	50.0	2	14.3	3	21.4				
	도·소매/유통	12	100			4	33.3			4	33.3	1	8.3	3	25.0
	마케팅/광고	4	100			2	50	1	25.0	1	25.0				
	문화/디자인	14	100	1	7.1	3	21.4	3	21.4	5	35.7	1	7.1	1	7.1
	생산/제조	8	100	1	12.5	3	37.5	2	25.0	1	12.5			1	12.5
	연구개발/설계	6	100	1	16.7	2	33.3	1	16.7	1	16.7			1	16.7
	IT/정보통신	28	100	3	10.7	10	35.7	6	21.4	7	25.0			2	7.1

■ 충남에서 즐기고싶은 워케이션

충남에서 워케이션을 하게 된다면 어떤 곳에서 하고싶은지 묻는 질문에 힐링이 되는 자연환경이 있는 곳이 58.5%의 응답자가 선택하여, 다른 선택지와 큰 차이를 보이는 것을 확인할 수 있다. 이를 통해 **충남은 자연환경을 이용한 시설이나 프로그램을 통해 워케이션러들을 유입할 방안을 마련해야 할 것으로 보인다**. 근로자의 응답과 비교하면 근로자의 응답도 마찬가지로 힐링이 되는 자연환경이 있는 곳이 60%를 차지하였고, 교통이 편리한 곳이 21.7%로 비슷한 양상을 보인다.

- (성 별) 대체적으로 비슷한 양상을 보이나, 여성의 경우 교통이 편리한 곳을 선택한 비중이 조금 더 많았음

- (연령대) 모든 연령에서 힐링이 되는 자연환경이 있는 곳이라고 응답한 비중이 가장 많았고, 다음으로 교통이 편리한 곳인 것으로 보아 위케이션을 할 수 있는 곳에 대중교통 노선을 신설하는 등의 노력이 필요할 것으로 보임

〈표 4-55〉 충청남도에서 위케이션 하고싶은 곳

(단위: 명, %)

구 분		응답자 수		힐링이 되는 자연환경이 있는 곳		역사·전통문화 체험할 수 있는 곳		익스트림 스포츠 등을 경험할 수 있는 곳		지역주민들과 교류가 가능한 곳	교통이 편리한 곳		가성비가 좋은 곳	
전 체		53	100	31	58.5	5	9.4	5	9.4		10	18.9	2	3.8
성별	남성	29	100	16	55.2	3	10.3	3	10.3		5	17.2	2	6.9
	여성	24	100	15	62.5	2	8.3	2	8.3		5	20.8		
연령 대	20대	2	100	1	50						1	50		
	30대	25	100	14	56.0	3	12.0	3	12.0		5	20		
	40대	23	100	14	60.9	2	8.7	2	8.7		3	13.0	2	8.7
	50대	3	100	2	66.7						1	33.3		
업종	공공/비영리기관	9	100	6	66.7			1	11.1		2	22.2		
	금융/보험업	7	100	6	85.7	1	14.3							
	도·소매/유통	6	100	6	66.7	1	14.3						2	33.3
	마케팅/광고	2	100	2	100									
	문화/디자인	7	100	3	42.9	2	28.6				2	28.6		
	생산/제조	4	100	2	50			1	25.0		1	25.0		
	연구개발/설계	3	100	2	66.7						2	33.3		
	IT/정보통신	15	100	8	58.5	1	6.7	2	13.3		4	26.7		

■ 충남 위케이션 전용시설 설립시 필요시설(5점척도)

충남에 위케이션 전용시설을 설립한다면 다음 공간들에 대한 중요도를 묻는 문항에 대한 응답을 5점 척도로 환산한 결과, <오피스공간>지역내 접근성 및 <교통수단><숙박공간><회의공간><입주자지원시설><체육공간>의 순이었다. 오피스공간 다음으로 접근성이 중요하다고 응답한 것으로 보아 위케이션 지역을 선정함

에 있어서 접근성과 교통수단이 중요한 요소임을 파악할 수 있다.

○ (연령대) 50대에서 오피스 공간과 숙박공간, 지역내 접근성 및 교통수단이 각각 4.67점으로 모든 연령대에서 가장 높았고, 30대의 경우 오피스공간이 가장 중요하다고 응답하였음. 40대의 경우 오피스 공간과 지역내 접근성 및 교통수단이 각각 4.24점으로 동일하게 중요하다고 응답함

○ (업종별) 업종별로는 대부분의 기업이 오피스 공간이 중요하다고 응답하였고, 문화/디자인, 생산/제조 기업의 경우 오피스 공간보다 숙박 공간이 중요하다고 응답하였음. 공공/비영리기관의 경우 지역내 접근성 및 교통수단이 중요하다고 응답하였음

〈표 4-56〉 충남 위케이션 전용시설 설립시 필요시설(5점척도)

(단위: 명, 점)

구 분		응답자 수	오피스 공간	회의공간	숙박공간	체육공간	입주자 지원시설	지역내 접근성 및 교통수단
전 체		53	4.38	3.81	4.13	3.06	3.74	4.25
성별	남성	29	4.31	3.76	4.03	3.07	3.66	4.17
	여성	24	4.43	3.91	4.26	3.0	3.83	4.35
연령 대	20대	2	4.0	4.0	4.0	4.0	3.5	4.0
	30대	25	4.48	3.80	4.24	3.20	3.76	4.24
	40대	23	4.23	3.77	3.95	2.73	3.59	4.23
	50대	3	4.67	4.33	4.67	3.67	4.33	4.67
업종	공공/비영리기관	9	4.33	3.67	4.44	3.56	4.33	4.56
	금융/보험업	7	3.86	3.57	3.86	3.14	3.43	3.86
	도·소매/유통	6	4.5	3.67	3.83	3.0	3.5	4.17
	마케팅/광고	2	4.5	3.5	4.5	3.0	4.0	4.5
	문화/디자인	7	4.17	4.17	4.5	3.0	4.0	4.33
	생산/제조	4	4.0	3.25	4.5	2.75	3.25	4.25
	연구개발/설계	3	5.0	4.67	4.33	2.67	3.67	4.67
	IT/정보통신	15	4.6	4.0	3.87	2.87	3.6	4.13

3) 응답자 일반

■ 응답자 성별

조사에 참여한 응답자의 성별은 남성이 54.7%로 남성이 조금 더 많았다.

〈표 4-57〉 응답자 성별

(단위: 명, %)

구분	빈도	퍼센트
남성	29	54.7
여성	24	45.3

■ 응답자 연령대

조사에 참여한 응답자의 연령대는 주로 3~40대로 각각 47.2%, 43.4%로 약 80%이상을 차지하였다.

〈표 4-58〉 응답자 연령대

(단위: 명, %)

구분	빈도	퍼센트
20대	2	3.8
30대	25	47.2
40대	23	43.4
50대	3	5.7

■ 응답자 직위

조사에 참여한 응답자의 직위는 대리,과장,차장이 32.1% 부장, 팀장 26.4%, 대표 17%, 사원, 주임이 15.1% 등의 순이었다.

〈표 4-59〉 응답자 직위

(단위: 명,%)

구분	빈도	퍼센트
사원, 주임	8	15.1
대리,과장,차장	17	32.1
부장, 팀장	14	26.4
임원	5	9.4
대표	9	17.0

■ 응답자 직장 위치

조사에 참여한 응답자의 직장위치는 주로 서울이었다.

〈표 4-60〉 응답자 직장 위치

(단위: 명,%)

구분	빈도	퍼센트
서울	41	77.4
경기	6	11.3
인천	2	3.8
강원	2	3.8
전북	1	1.9
경북	1	1.9

■ 응답자 직장 업종

조사에 참여한 응답자의 직장 업종은 IT/정보통신 계열이 28.3%, 공공/비영리기관이 17.0%, 문화/디자인, 금융/보험업 13.2% 등의 순으로 다양했다.

〈표 4-61〉 응답자 직장 업종

(단위: 명, %)

구분	빈도	퍼센트
도·소매/유통	6	11.3
마케팅/광고	2	3.8
금융/보험업	7	13.2
IT/정보통신	15	28.3
문화/디자인	7	13.2
연구개발/설계	3	5.7
생산/제조	4	7.5
공공/비영리기관	9	17.0

■ 응답자 직장 규모

조사에 참여한 응답자의 직장 규모는 300명이상〉 10~50명〉 5명이하〉 5~10명〉 50~100명, 100~300명의 순이었다.

〈표 4-62〉 응답자 직장 규모

(단위: 명, %)

구분	빈도	퍼센트
5명 이하	8	15.1
5~10명	5	9.4
10~50명	15	28.3
50~100명	4	7.5
100~300명	4	7.5
300명 이상	17	32.1

제3절 시사점

1. 위케이션의 선행조건: 원격근무제도 도입 필요

위케이션에 대한 관심과 제도적 이해는 근로자의 약 50%, 인사담당자의 67.9%가 잘 알고 있다고 응답하였기에 상당한 수준이라고 말할 수 있다. 이에 비해 위케이션의 제도도입은 미흡하였다. 근로자의 65.0%, 인사담당자 79.2%가 자신의 회사에는 제도화 되지 않았다고 응답했다. 위케이션의 경우, 전술한 바와 같이 일-장소가 결합된 형태의 일방식의 변화를 뜻하며, 위케이션(도입)은 원격근무와 관계를 가진다. 그런데 현재 원격근무를 실시하지 않는다는 응답이 근로자 42.6%, 인사담당자 60.4%에 달했다. 따라서 코로나19라는 상황 속에서 활발했던 재택근무(원격근무)의 활성화(제도화)가 위케이션의 활성화 및 제도화로 이어지는 선결적 조건이라고 판단된다.

2. 위케이션의 適地: 자연환경+오피스+교통편의

1) 근로자·인사담당자간 위케이션 인식의 차이 존재

근로자와 인사담당자가 생각하는 위케이션 기간은 일주일(3~7일), 비용은 30만원 정도로 나타났고, 위케이션의 적지는 힐링할 수 있는 자연환경과 적절한 업무환경을 가진 오피스시설을 가진 곳이라 할 수 있다. 또한 교통편의(접근성과 교통시설)가 중요한 요소로 제시되었다⁵⁸⁾.

58) 한국관광공사 위케이션 담당자 서면인터뷰(6.30)에서도 사무공간의 중요성(인터넷 속도, 보안) 및 회의공간, 교통편의 필수적 등 강조

그러나 근로자와 인사담당자간 인식의 차이가 있는 항목은 **좋은 숙소 및 체험프로그램 등에 관한 의견**이었다. 근로자(노동자)의 경우 숙소, 음식, 체험프로그램 등에 대해서는 중요도가 낮았지만, 인사담당자의 경우 숙소, 음식⁵⁹⁾, 체험프로그램에 대해서 중요하다는 평가를 하였다. 그런데 이와 같은 **근로자와 인사담당자간 니즈의 차이가 정책적으로 적절히 반영되지 못할 가능성**이 존재한다. 예를 들어 위케이션의 시범사업 및 팸투어를 추진할 때 참가자는 대부분 인사담당자이기 때문에 그들의 의견이 정책적으로 반영되기 쉽다. 반면 근로자의 수요가 전달되지 않아 정책적 미스매치가 생길 여지도 발견된다. 즉 인사담당자들의 시선에서의 위케이션의 적지는 어메니티가 좋은 숙소(호텔)와 고가의 식사, 다채로운 체험프로그램들로 구성된 곳일 수 있지만, 근로자의 눈에는 최적지는 아닐 수 있다는 가능성이 있다.

따라서 **근로자대상, 기업대상을 분리하여 위케이션의 기준을 만들어 보는 것**도 정책적으로 고민할 필요가 있다고 생각한다. 특히 근로자의 대상으로 한 위케이션 모델을 적극적으로 모색할 필요가 있다. 이유는 위케이션의 선택자는 근로자(노동자)개인이 될 가능성이 있기 때문이다. 설문에서 인사담당자들의 74.6%는 위케이션의 선택을 팀(부서)단위가 아닌 개인이 선택하는 위케이션 계획을 가지고 있었다. 말을 바꿔서 기업을 대상으로 하더라도 선택은 근로자 개인이 선택한다는 것이다. **인사담당자의 의견이 바로 참여자의 의견은 아닐 수 있다는 것이다.**

59) 지역에서만 즐길 수 있는 식사제공의 질의에 대해 인사담당자는 중요하지 않다고 응답 11.1%로, 근로자 응답(21.3%)과 비교하여 응답비율의 차이 존재

2) 이용자 관점에서의 ‘오피스’ 이용 불편함 해소 절실

또한 설문결과는 충남 시범사업에 많은 시사점을 준다. 현재 충남 시범사업의 경우, 오피스시설의 고도화, 그리고 숙소와 오피스간 연계부분에서의 애로점이 존재한다. 부여의 경우, 숙소와 오피스간 5킬로미터 이상이 떨어져 있어 접근성에서 어려움이 존재하고, 예산의 경우, 숙소내 오피스가 존재하지만, 관련 가구가 부족하고 회의공간을 사용할 수 없는 상황이다. 태안의 경우 숙소와 오피스간 1킬로 내외로 근접하고, 해변을 걷고 보는 자연환경이 존재하지만 오피스 시설(태안군청)이 관광지 인접하고 유동인구가 많은 곳으로 소음 등 업무집중이 어려움이 존재하였다⁶⁰⁾. 그럼에도 오피스 관련산업 생태계가 없는 중에 충남의 위케이션 시범사업을 빠르게 시작할 수 있었다는 것은 관련부서와 충남문화관광재단의 각별한 노력이라 평가할 수 있다.



60) 보령의 경우, 오피스시설은 일시적으로 사용하였고, 현재는 원래 사용시설로 돌아갔음

3. 충청남도 워케이션과 시설에 대한 수요

1) ‘일’을 위한 워케이션 수요에 적극 대응 필요

워케이션지(地)로서 충남은 기업과 근로자들에게 비교적 선택받지 못한다. 이는 현재 워케이션을 선택하는 기준, 즉 직원복지 차원의 선택에서 볼 때 직원 만족을 높이기 위해서는 충남보다는 관광지인 제주나 강원을 선택하기 쉽기 때문이다. 따라서 충남은 더욱 적극적으로 ‘일’을 위한 워케이션 수요에 적극 대응할 필요가 있다.

조사에서는 **충남의 워케이션 장소적 수요**(‘충남에서 워케이션을 한다면 어디에서’)에 대해 ①힐링이 되는 자연환경 속 워케이션 선호를 나타냈다. 과반이 넘는 근로자(60.0%)와 인사담당자(58.5%)가 선택하였다. 다음으로 ②**교통이 편리한 곳**(근로자 21.7%, 인사담당자 18.9%)을 선택하였다. 이를 종합하면 충남도의 워케이션 장소는 **일을 잘 할 수 있는 곳으로, 자연환경성과 교통편의성을 염두한 검토가 필요하다고 할 수 있다.**

2) 워케이션 전용공간은 ‘오피스+숙박+입주지원’ 요소 필요

충청남도 워케이션 전용시설 조성에 대해서는 ①**오피스공간**(근로자 3.97점, 인사담당자 4.38점), ②**숙박공간**(근로자 3.78점, 인사담당자 4.13점), ③**입주자 지원시설**(근로자 3.52점, 인사담당자 3.74점) 순의 필요성을 나타냈다, 반면 체육시설(근로자 2.98점, 인사담당자 3.06점)에 대해서 낮은 필요성을 나타냈다. **회의공간**(근로자 3.33점, 인사담당자 3.81점)에 대해서는 의견이 갈렸다. 또한 전용시설의 교통접근성(근로자 3.67점, 인사담당자 4.25점)의 중요도는 근로자보다는 인사담당자들이 높게 생각했다.

제 5 장

충청남도 워케이션 활성화 방안

1. 기본구상
2. 전략과제

제1절 기본구상

1. 정책방향

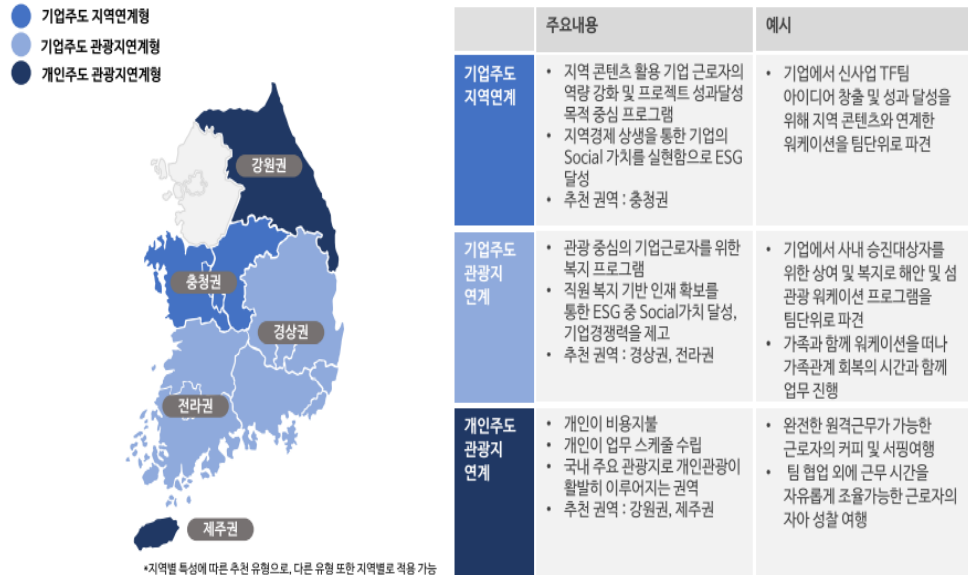
1) ‘워케이션’ 특성과 정책방향 도출방법

이 연구에서는 충남의 워케이션 활성화 전략을 찾기 위하여 여러 조사방법⁶¹⁾을 활용하여 탐색하였다. 우선 우리 연구진은 용어로서 ‘워케이션’ 가지는 하이브리드적인 요소가 워케이션의 활동 및 사업에 어떻게 나타나는지 확인하였다. 즉 일과 휴가 중 어떤 쪽에 강조점을 두느냐, 또는 어떤 정책목표를 두느냐에 따라 현상적으로 매우 달리 나타났다. 전술하였지만 정부정책과 연구에서는 다음과 같은 사업과 전략방향이 도출되었다.

〈표 5-1〉 워케이션과 정부정책 관계성_1

분류	주체	특징	관계기관
수요	기업	일하는 방법	고용노동부
	근로자·노동자	디지털 노마드	과학기술정보통신부
공급	지역	新관광상품/방식	문화체육관광부
		인구감소대응	행정안전부

61) 문헌·사례조사·인터뷰·설문조사 및 직접경험 등



출처: 모라비안앤코(2022) 워크업 활성화 국내관광 활성화 방안연구

또한 우리가 조사한 지자체별 실제 사례에서도 정책지향에 따라서 아래와 같이 중점사업이 상이하게 나타났다.

〈표 5-2〉 워크업 지향에 따른 지역구분

정책지향	지역	중점사업
Work 지향	제주도, 부산시, 도쿄도 등	주요 업무공간 조성 IT 산업생태계 조성지원
Vacation 지향	충청남도, 강원도, 와카야마 등	숙소 및 관광프로그램 홍보 지역관광협회 등 네트워크 강화

그렇다면 충남은 어떤 방향을 취할 것인가? 전술한 바와 같이 충청남도의 워크업의 방향성은 Vacation 지향적이라 할 수 있다. 최초 정책방향(일자리+청년+워크업)에서 관광사업으로 정리하였다. 이는 담당부서와 협력기관, 주요사업에서 확인할 수 있다. 그렇다면 워크업을 관광정책과 사업으로만 바라볼 것이냐에 대해서 완전한 긍정하기 어렵다. 이는 워크업이 가지는 하이브

리드적인 성질과 정책조합의 가능성이라고 생각한다. 따라서 연구진은 이러한 복잡성을 정리하고, 목표지향적인 전략을 제시하는 방법으로 As-is To-be의 분석방법을 차용하여 연구를 진행하였다. 즉 현재상황(As-is)과 미래적 이상(또는 이상적 상태, TO-be)와의 차이(gap)를 인식하고 메우는 전략적 사고로 목표 및 추진과제를 제시하고자 한다.



[그림 5-1] As-is / To-be 분석방법

출처: 인터넷 자료(<https://prezi4u.tistory.com/166>)

2. 분석결과

현재까지의 조사 결과 및 시사점을 토대로 검토한 결과, **공급자로서의 충청남도 위케이션 활성화**와 관련 분야로는 ①인프라 조성, ②주체발굴, ③정보구축, ④상품개발 등 제도확립 등으로 수렴되었다.⁶²⁾ 연구진은 이를 기반으로 다음과 같이 현황(As-is)과 이상적 미래(To-be, 정책목표)를 분석하고, 정책과제(Solution)를 도출하였다.

62) 이영주·황보원주(2021), 김성윤 외(2022), 모라비안앤코(2022), 고선영(2023) 및 사례지역 정책사업 등을 검토

〈표 5-3〉 충청남도 워케이션 분석결과

As-is(문제점)	To-be(목표)	Solution(정책과제)
(인프라) • 워케이션 숙소·오피스부족 • 지역차원 인프라조성 추진	(인프라) • 시군별 워케이션전용 숙소 구축·운영 • 시군별 워케이션전용 오피스 구축·운영	(인프라) 단기 워케이션 숙박·오피스 등록제 추진 중장기 워케이션 전용단지 조성
(주체) • 지자체 지원조직·인력부족 • 다양한 Player 참여미흡	(주체) • 워케이션 광역·기초 중간조직 운영 • 지역기반 워케이션 활동 활발	(주체) 단기 워케이션 광역지원조직 운영 워케이션 활동(기업)가 발굴·지정 중장기 워케이션 기초지원조직 운영 워케이션 산업생태계 조성
(정보) • 워케이션 인식부족 • 정보습득 채널 부족	(정보) • 워케이션 정보·예약 편리 • 충남워케이션 정보 확산	(정보) 단기 워케이션 충남 통합플랫폼 개발 중장기 워케이션 충남 in Seoul 사무소
(제도) • 프로그램 다양성 부족 • 업무시간과 프로그램 연계미흡	(제도) • 다양한 워케이션 프로그램 • 업무시간 연계프로그램 운영	(제도) 단기 워케이션 충남 특화상품 개발 중장기 워케이션 충남 문화정착

제2절 전략과제

1. 단기과제

1) (인프라) 위케이션 숙박·오피스 등록제 추진

위케이션에 필요한 적절한 숙박과 오피스 찾기는 현실적 과제였다⁶³⁾. 그렇다면 적절한 위케이션 숙소는 무엇인가? 위케이션러는 ‘럭셔리(5성급), 어메니티 구비’한 호텔이 아닌 것으로 나타났다. 즉 ‘숙박’ 눈높이가 높지 않았다⁶⁴⁾. 업무공간 역시 보안성 및 소음차단 등 고도화된 업무공간이 아닌 **인터넷+기본적인 OS장비(사무가구, 노트북, 프린터 등)정도**의 공간으로 파악된다. 이처럼 위케이션러들이 생각하는 적절한 숙박과 오피스는 높은 기준을 요구하지 않는다. 반면 이들이 충남에서 원하는 것은 자연환경과 힐링, 편리한 교통접근성 등 이었다. 따라서 이와 같은 현실적인 니즈를 반영하여 아래 [표5-4]와 같은 ‘**위케이션 충남 시설기준**’을 제시하며, 이에 부합하는 ‘적절한’ 위케이션 숙박 및 오피스시설에 대해 인증 및 등록제 추진하는 방안을 제안한다.

63) 관계자 인터뷰에 따르면, 충남 대부분의 숙박시설은 숙박에 맞추어져 일을 위한 시설(오피스)은 거의 없었다고 함

64) 위케이션 충남 참여자 및 설문조사 양쪽에서 동일한 결과가 나왔음

〈표 5-4〉 위케이션 충남시설 기준⁶⁵⁾

구분			
시설 검토	숙박 및 편의시설	필수항목	숙박시설 내 최소한의 업무 인프라(와이파이, 책상, 의자)가 갖춰져 있다.
			자연경관을 경험할 수 있는 숙박시설이거나 숙박시설 근거리의 자연환경·관광자원을 경험할 수 있는 시설이 존재한다
			숙박시설 근거리에 방문할 수 있는 편의시설(마트, 의료기관, 은행 등)이 존재한다.
			숙박시설에 접근할 수 있는 자가용 이외 교통편이 2개 이상 존재한다.
		권장항목	연수형 위케이션 참여자들을 수용할 수 있는 넓은 공간이 존재한다.
			숙박시설에는 장기투숙객을 위한 식사, 편의시설, 편의 서비스 등이 갖춰져 있다.
			팀·가족 단위 숙박시설이 갖추어져 있다.
			패밀리형 근로자들이 자녀를 맡길 수 있는 보육시설이나 아동 편의 시설이 존재한다.
	업무 시설	필수항목	숙박시설 내 또는 근거리에 업무 인프라(인터넷+기본OS장비)가 갖춰져 있는 워킹 스페이스가 존재한다.
		권장항목	지역의 자연경관을 경험하면서 일과 휴식을 겸할 수 있는 카페 또는 시설이 있다.
			숙박시설과 사무공간의 통신 보안이 보장된다.

2) (주체) ‘위케이션 충남’ 활동(기업)가 발굴·지정

충남의 경우, 서울·제주·강원 등처럼 위케이션을 주요한 비즈니스로 삼고 활동하는 기업은 없는 것으로 나타났다. 그러나 시군 사례조사에서 나타난 것처럼 위케이션을 주요 비즈니스 모델로서 기업활동을 하지는 않지만, **지역의 새로운 관광·청년·도시재생과 연계하여** 활동하는 주체들이 있었다. 이와 같은 현실은 정책에 중요한 실마리를 던진다. 따라서 위케이션을 서브사업 메뉴로서 접근하는 기업가 및 공공활동가를 적극적으로 활용하는 방안을 모색할 필요가 있으며, 이 연구에서는 넓은 범위에서의 위케이션 활동가 또는 위케이션 기업

65) 한국관광공사, 위케이션 가이드북의 시설검토 가이드라인을 참고하고, 조사내용을 추가하여 작성

가로서 발굴·지정하는 방안을 제시하고자 한다.

발굴 및 지정사업은 크게 ①‘위케이션 충남’ 활동(기업)가 공모 및 지정, ②활동(기업)가 지원사업으로 추진한다. 우선 ①의 경우, 위케이션 활동(사업) 추진 중 또는 계획 중인 활동(기업)가를 대상으로 아래와 같이 선발한다. 심사의 경우, 관광전문가뿐만 아니라 도시재생, 청년, 사회혁신 등 다양한 분야 전문가 Pool에서 추천된 전문가그룹의 심사를 거쳐 선정한다.



[그림 5-2] 위케이션 충남 활동(기업)가 선정과정

선정된 기업가에게는 ②지원사업, 즉 자금·멘토링·교육·자원연계·사후관리 등 제공한다. 선정된 활동(기업)가의 역할은 직접 사업(활동)을 통해 충남의 위케이션 활성화에 기여하며 ‘위케이션 충남’의 사업코디네이터로서 활동하여, ‘위케이션 충남’ 상품개발 및 위케이션 사업추진시 지원한다. 상시적으로 지역 코디네이터로서 위케이션의 활성화를 위한 자원연계 및 지원한다.

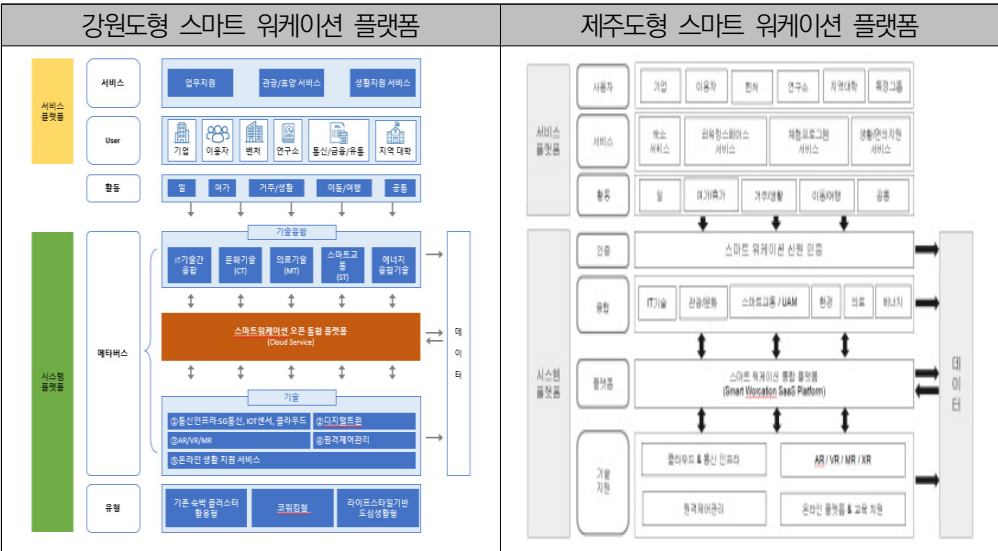
3) (정보) 위케이션 충남 통합플랫폼 개발

현재 ‘위케이션 충남’ 사업은 주로 웹사이트를 통해 운영되며 ‘위케이션 충남’ 시범사업 프로그램에 대한 안내·온라인 신청 등이 가능하지만, 기능과 정보면에서 한정적이라 할 수 있다. 이에 비해 타 지자체의 사이트들은 다양한 정보를 담고 있다. 제주도의 경우, 관내 위케이션 업무시설 소개와 함께, 인근 숙소 및 음식점, 편의시설 및 관광자원 등의 정보를 제공하고 있다. 부산의 경우, 거점센터 소개를

포함하여, 지역관광 및 숙소 등과 연계된 통합정보를 제공하고 있다.

따라서 위케이션 충남의 활성화를 위해서는 **수요자의 접근성을 고려한 위케이션 통합적 서비스를 제공하는 것이 절실하며**, 특히 MZ세대가 디지털 네이티브라는 점을 고려할 때 더욱 필요하다. 물론 통합서비스 플랫폼은 ① 수요기업 DB를 통한 홍보·마케팅, ②기업 DB 구축 및 이용현황 파악 및 지원금 관리, ③기업별 근로자 예약·결제 연동 기업별 위케이션 성과관리, ④서비스 만족도 및 평판관리 등의 관리기능을 필요로 하지만(고선영, 2023), 위케이션 충남의 다양한 USER들을 위한 서비스, 활동, 교통수단의 데이터를 확인할 수 있는 **편의성이 높은 UI(다양한 디바이스 접근성 등)를 적극적으로 지향해야 할 것이다.**

〈표 5-5〉 타 지자체 위케이션 통합관리플랫폼 (안)



출처: 이영주·황보원주(2021), 강원도 위케이션 추진방향, 고선영(2023), 제주지역 위케이션 활성화 방안 등 발췌

4) (제도) 위케이션 충남 특화상품 개발

23년도 위케이션 충남 시범사업지와 프로그램은 아래[표 5-6]와 같이 참가자 지원 프로그램과 주변관광지로 구성되어 있다. 이와 같은 구성은 기존의 지역관광상품이 연속선상에 있다. 이와 같은 프로그램 제안은 충남도가 제시한 충남형 위케이션(표 22)을 위한 상품이라고 보기에는 어렵다고 할 수 있다. 더욱이 2024년도 이후 시군으로 위케이션이 확대되었을 경우, 이와 같은 상품으로는 충남만의 위케이션 상품으로서 그 가치를 인정받기 어렵다고 할 수 있다.

〈표 5-6〉 위케이션 충남 시범사업 프로그램

	관광프로그램(지원)	주변관광지
보령	스카이바이크 플로깅 짚트랙 대전브루어리(양조장 투어)	대전해수욕장 관광 죽도상화원 투어 옥마산 패러글라이딩 개화 예술공원
태안	SUP 패들보드(체험) 청산수목원 관광 플로깅 서핑스쿨 천리포수목원	전망타워 관광 물담섬 관광 모항항 관광 유류피해극복기념관 ATV투어
예산	내포보부상촌(유료) 플로깅 모노레일 숲명상 투어	사과와이너리 투어 실내 스파 예당호 관광(밤가늘) 예산시장 관광
부여	플로깅 문화재여행 백제문화단지	정림사지 박물관 부소산성 관광 황포돛배 관광 궁남지 관광

출처: '위케이션 충남' 시범사업(<https://worcation-cn.com/>) 발책 및 재정리

따라서, 다양한 특화된 지역체류형 위케이션 상품개발이 필요하다. 특히 **교육수요를 반영한 워크숍 및 팀빌딩 기반 위케이션 프로그램**은 중요한 위케이션

상품으로 정책적으로 도입하여 추진할 필요가 있다. 이와 같은 지역콘텐츠기반 위케이션 상품개발 뿐만 아니라 동시에 장기 위케이션리(한달살이) 등에게 지역사랑상품권, 고향사랑기부제와 같은 정책사업(환급제도)를 활용한 인센티브 제공, 지역기업 및 마을주민 교류 등 1사 1촌운동과 같은 기업의 ESG활동을 연계한 프로그램도 적극적으로 개발할 필요가 있다(이영주·황보원주 2021, 고선영 2023).

또한 특화프로그램 개발·발굴의 주체는 관광DMO 등 관광사업주체가 중심이 된 지역네트워크(관광·마을 경제 등) 등을 상정한다. 흥성의 사례와 같은 지역 네트워크 기반 상품개발과 이를 위한 네트워크 활성화를 위한 지원이 필요하다.

5) (주체) 위케이션 충남팀(광역지원조직) 구축

현재 위케이션 정책개발과 사업추진은 충청남도 관광진흥과 관광마케팅팀과 충남문화관광재단에서 담당하고 있다. 세부적으로 보면 위케이션 추진방향 및 정책총괄, 인프라 조성 및 구축 등은 충청남도 및 시군 지자체에서 담당하고, 위케이션 프로그램 기획, 홍보, 마케팅, 참가자 모집·운영 등 프로그램 운영은 충남문화관광재단에서 추진하고 있다. 따라서 위케이션의 원활한 추진을 위해서는 현장조직인 충남문화관광재단의 역할이 절대적으로 보인다.

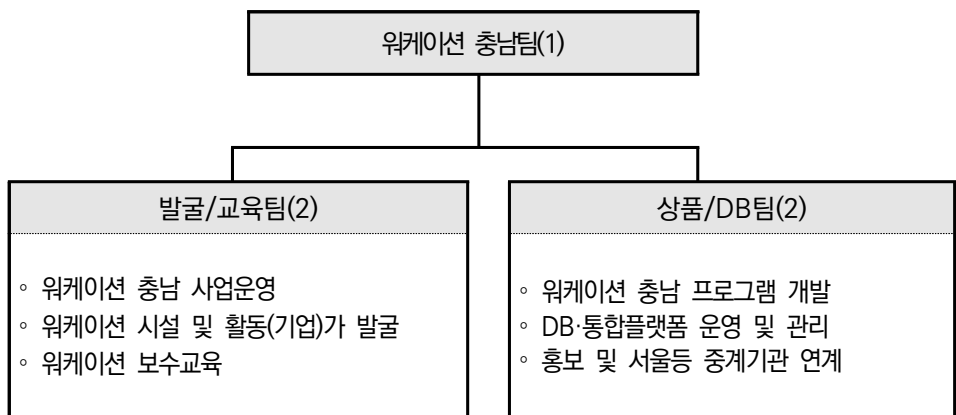
그러나 현재 충남문화관광재단 위케이션 담당자⁶⁶⁾는 1인으로, 팀장은 겸임⁶⁷⁾으로 인적구성이 미흡하다. 그러므로 위케이션 충남의 원활한 추진을 위해서는 조직개편(확장)이 필요하다고 판단되며, 다음과 같이 위케이션 지원조직의 운영을 제안한다. 위케이션 충남팀은 ‘위케이션 충남’사업 운영은 물론 시

66) 관광사업본부 관광마케팅팀

67) 기획경영본부 경영지원팀장 겸임

설·활동(기업)가 발굴 및 교육하고, 프로그램 개발 및 정보제공 통합플랫폼·연계협력 등을 추진한다. 인력은 팀장 1인, 팀별 2인으로 5명으로 구성된다.

〈표 5-7〉 위케이션 총남팀(안)



2. 중장기과제⁶⁸⁾

1) (인프라) 위케이션 전용단지 조성

코로나19 시기 원격근무 및 위케이션에 대한 높은 사회적 관심에 비해 최근 BACK TO OFFICE의 움직임이 강하게 나타나는 것도 사실이다. 그럼에도 IT 기업들을 중심으로 창조적 일의 방식, 성과방식으로서 위케이션에 관심을 가지며 전용오피스(빌딩)를 운용하는 사례도 있다. 특히 2004년 DAUM(현 카카오)의 본사 제주이전(실험)은 성공적으로⁶⁹⁾, 관련 IT기업의 이전을 촉발하여 제주 첨단과학기술단지의 앵커(Anker)기관 역할을 하였다.

68) 중장기과제는 과제성격상 비전과 목표 설계등 종합계획 수립과 운용이 필요하다고 판단되며, 단기과제의 추진상황 및 피드백 등을 염두한 시간계획 등 면밀한 시행계획이 도출되어야 한다.

69) 제주연구원(2014)에 따르면, 직원의 90%이상의 생활만족도를 나타냈고, 제주지역 다음종사자의 53.7%가 제주도민 등 지역고용창출 효과, 1890억원 생산유발효과 등 지역경제 파급효과가 높았다.

〈표 5-8〉 주요기업의 워케이션과 거점시설 추진내용

기업	거점지역	내용
네이버(한국)	강원춘천 연수원 및 도쿄거점오피스 일본/대만/태국/호주 등 오피스	- 추첨된 인원 4박5일 - 90일 체류 및 원격근무
CJ ENM(한국)	제주 거점오피스 마련	- 시범운영
아놀자(한국)	강원 평창, 전남 여수 등	- 호텔, 식사, 카페 지원
노무라종합연구소(일본)	도쿠시마 삼호시	- 고택 사무실 활용
SANSAN(일본)	도쿠시마 가미야마정	- 고택 및 카페 활용

따라서 이 연구에서는 중장기과제로서 워케이션 전용단지의 인프라 구축을 제시한다. 기존 산업단지 조성방식이 아닌 IT 등 워케이션 친화기업의 **기업유치(및 연관기업 유치)**를 시작하는 새로운 접근을 제안한다. 이를 위한 절차로는 우선 워케이션 충남을 경험한 기업 및 충남친화기업(향우회 등)을 대상으로 **수요조사**를 추진한다. 이를 통해 니즈가 있는 기업을 중심으로 **LH 귀농귀촌주택개발리츠** 또는 **균형발전특별법의 기회발전특구** 등을 통한 **공공주도** 및 **민간주도형** 단지를 조성한다. 또한 **지방소멸대응기금**은 워케이션 시설조성과 사업추진에 **중요한 재원으로** 가능하다. 앞서 부산시 사례의 경우, 지방소멸대응기금을 활용하여 시설조성 및 운영을 추진하였다.

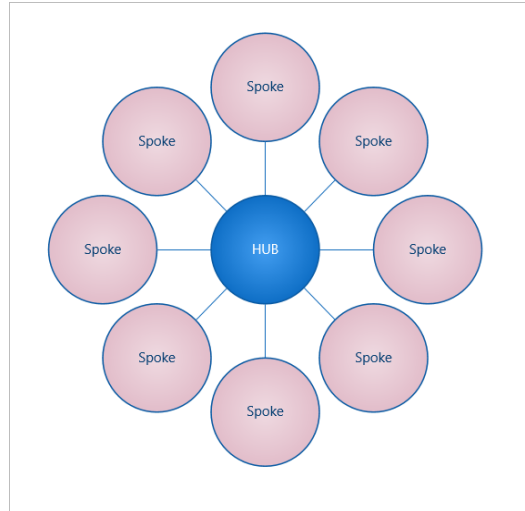
전용오피스 단지는 충청남도가 가진 광역성과 연관기업 확장전략 등을 고려해 대규모·집중시설이 아닌 소규모·분산형단지를 지향한다. **소규모·분산형** 단지는 **오피스와 주거 및 생활서비스시설을 기본으로**, 개별기업전용 및 공공인프라형 등 구분하여 특성화된 워케이션 단지를 구축·운영한다. **단지의 위치는 자연지향형과 15분도시형으로 구분하여**, 충남에서의 워케이션 경험을 극대화한다. 자연지향형의 경우, 외각지역에 조성되며, 시설 규모 등을 고려하여 단지조성 및 폐교 등 활용한다. 15분도시형의 경우 읍·면 소재지를 중심으로 한 유희시설 등을 리모델링의 방식으로 추진하는 것을 검토한다.

2) (주체) 위케이션 기초지원조직 운영

충청남도의 계획에 따르면, 23년 ‘위케이션 충남’ 시범사업 후 전 시군을 대상으로 확대 추진하는 것으로 되어 있다. 그러나 전술한 바와 같이 공급측면의 지역특성과 수요측면의 니즈에 맞는 위케이션 공간제공과 프로그램 개발은 에너지를 요하는 작업이다. 쉽게 접근하면 일반관광상품에 오피스를 더한 것에 지나지 않는 것이 되고 만다. 위케이션러들에게 ‘특별한 경험’을 주기 위해서는 수요자들의 요구뿐만 아니라 지역은 무엇을 줄 수 있고, 지역은 위케이션을 통해 무엇을 목적하는가에 대한 충분한 논의, 그리고 비전과 정책목표를 설정하고 위케이션(공간·상품)을 개발해야 한다. 또한 자칫 위케이션은 비용대비 효과가 없는 관광상품이 될 가능성도 상존한다.

따라서 광역조직의 구축 및 안정화 후 적극적인 기초조직 구축을 추진할 필요가 존재한다. 기초조직은 위케이션사업의 현장조직으로, ①지역의 위케이션의 방향성에 대한 면밀한 검토 및 구축하며, 사업적으로는 ②위케이션 충남사업을 지원하고, ③숙박 및 오피스 발굴, ④활동가 발굴, ⑤특화상품 개발 등 과제를 지원한다.

또한 광역과 기초간의 관계는 허브(HUB)-스포크(SPOKE)의 관계로서 위케이션 충남을 네트워크 개발방식으로 추진한다. 네트워크 개발방식이란 부분의 특성이 전체를 보여준다는 기존방식이 아닌, 전체의 특성을 부분이 만들어 나간다는 개념으로, 네트워크 개발방식은 부분의 연결을 통해 전체를 만드는 네트워크 체계의 개념下에 추진되는 개발방식을 뜻한다. 이를 통해 ‘위케이션 충남’의 브랜드의 인지도와 가치를 높인다.



[그림 5-3] 허브-스포크 모식도

출처: 인터넷 자료(<https://ewhabrandcommunication.wordpress.com/>)

기초조직은 ①상설형과 거버넌스형으로 조직할 수 있으며, 상설형은 지역재단⁷⁰⁾내 팀조직으로 구성, 거버넌스형은 지역관광협회 및 관광DMO 등을 중심으로 추진한다. 충청남도는 이러한 기초조직의 활성화를 위해 ②시·군 기초조직을 위한 지원사업을 추진하여, 조직설립을 위한 컨설팅·교육을 지원하며, 한시적으로 인건비 등 포함 사업비를 지원한다.

3) (주체) 위케이션 산업생태계 조성

(지역)산업생태계⁷¹⁾의 중요성은 위케이션에도 적용된다. 위케이션 사례에서 그 중요성이 확인하였다. 특히 공공에서 사업 추진시 여러 가지 전략적 이점을 보여주었다. 예를 들어 제주도의 경우, 단지 기업과 만남주선(MEET UP DAY)

70) 청양군의 지역활성화재단, 서천의 지속가능발전지역재단 등

71) (지역)산업생태계란 ‘특정 산업군의 제품 또는 서비스를 생산하는 기업뿐만 아니라, 공급자, 수요자, 경쟁자 등 환경내의 모든 이해관계자들이 상호작용하는 (지역)시스템’ (산업연구원, 2012)

만으로 수도권 기업들은 위케이션을 시행할 수 있었다. 마을공동체인 질그랭이 센터의 경우, OO하우스와 같은 매개·중개기업을 통해 기업 위케이션을 추진할 수 있었다. 즉 기업력이 떨어지는 마을공동체와 같은 민간의 참여 기회를 열어주었다고 할 수 있다. 또한 부산의 경우에서도 위케이션 기업(MR. OO)을 통한 숙박연계를 추진하여 기업성장을 추구하였다.

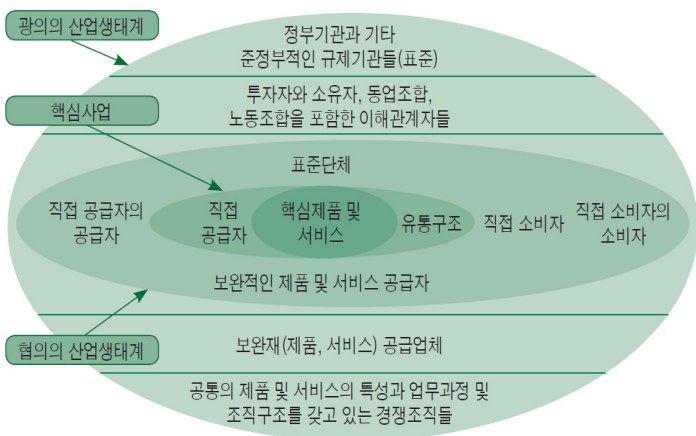
그렇다면 충남에서도 위케이션 기업들이 탄생할 수 있을까? 현실적인 위케이션 선택지 및 시장상황을 고려할 때 충남에서 민간의 자발적인 시장참여는 쉽지 않다고 판단된다. 따라서 이 연구에서는 위케이션 생태계 조성을 위해서 테크노파크⁷²⁾ 및 기술하부구조 육성방식을 제안한다. 이 육성방식은 1)공유적 특성으로 기업특화 R&D가 아닌 다양한 사용자 중심, 2) 시장성이 미흡한 영역에서 필요, 3) 범위의 경제(economies of scope)로 민간이 참여하기 어려운 산업군에서 추진되기 때문이다(석영철·김윤경 1988, 박춘섭외 2021). 그리고 위케이션 기술하부구조 육성을 위해서 위케이션 특화 테크노파크(또는 테크숍(Tech-Shop))을 조성하여, 위케이션 관련 기술(공간·서비스) 및 기술표준 등 구축, 교육 등 인력개발, 기업지원서비스, 기업집적 등 위케이션을 산업적으로 육성한다. 이를 통해 중장기적으로는 위케이션 산업생태계를 구축한다.

위케이션 산업생태계 구축을 위해서는 단기적으로 충남도와 관계기관(충남 문화관광재단)은 다음과 같은 사업을 추진해야 한다. ①위케이션 사업(활동)가 및 기업(단체) 실태조사 결과 및 단기과제인 위케이션 숙박·오피스 등록제 및 위케이션 활동(기업)가 발굴사업을 통해 충남의 위케이션 현황을 파악한다. ②

72) 테크노파크는 기술하부구조 5개년 계획으로 탄생하였고, 기술의 하부구조는 기술획득의 토대가 되는 유형적, 무형적 기반으로 민간의 충분한 투자를 기대할 수 없거나, 외부효과가 큰 준공공재적 기반 능력의 성격을 지니며 정부의 시장형성 노력이나 촉매자 및 중개자로서의 역할이 요구되는 분야를 의미하는데, 기술하부구조의 예는 기술인력, 기술정보, 연구시설 및 기자재, 표준화, 기술협력, 기술지도 등이 있다(석영철·김윤경, 1998).

이러한 정보를 기반으로 위케이션 산업생태계 조성을 위한 TF를 구성, ③ 충남 위케이션 산업생태계 비전 및 전략을 담은 기본계획 제시한다.

마지막으로 우리 연구진이 이러한 방식을 제안한 이유는 위케이션과 기업을 단지 관광상품과 관광기업으로 한정하지 않고, IT산업 및 일방식 등에 관한 지식서비스산업까지 확대된 산업으로 보기 때문이다.



[그림 5-4] 산업생태계의 구조

출처: 산업연구원(2012), 산업생태계의 구조

4) (정보) 위케이션 충남 in Seoul 사무소

위케이션의 정보는 주로 온라인을 통해서다. 전술한 바와 같이 위케이션 정보제공 및 예약신청 등은 오프라인이 아닌 기본적으로 온라인으로 추진된다. 따라서 오프라인 정보제공(예, 관광안내소)의 역할은 그만큼 작아졌다. 하지만, 홍보 및 정보원으로서의 오프라인은 그 기능을 가진다⁷³⁾. 위케이션은 일+쉽(관광)의 신조어(복합어)로서, 관광·일자리(기업유치)·창업·청년·인구정착 등

73) 관광객이 여행에서 처음 접하는 접점으로 관광안내센터의 역할은 중요하다(ISO, 2014)

다양한 분야에 걸쳐져 있고, 특히나 지역을 경험함으로써 무언가를 도모하는 입구의 역할을 하는 사업으로 평가할 수 있다. 따라서 충청남도를 모르는, 또는 아는 사람들이 쉽게 들어와서 경험하고 상담할 수 있는 공간 마련이 중요하다. 이 연구에서는 대도시(서울 등)과 해외⁷⁴⁾에서 ‘위케이션 충남’을 알리는 관광 안내소 겸 충청남도의 기업유치 및 귀촌을 위한 정보관⁷⁵⁾의 역할을 추진할 필요가 있다고 본다.

‘위케이션 충남’은 종합서비스의 역할로, 우선 위케이션에 대한 ①고객안내, ②정보제공은 물론 ③위케이션 예약 및 신청 등으로 수행하고, 두번째 충청남도 기업유치 및 귀촌 등 정착지원 정보창구로서 역할을 한다. 세 번째는 충청남도의 다양한 문화정보를 제공함으로써 위케이션과 기업유치, 귀촌 등을 지원한다. 아래는 도교의 문화관광센터의 시설 및 기능을 예시로 제시한다.

〈표 5-9〉 도교 문화관광센터 시설 및 기능

구분	시설	세부안내기능
1층	안내로비 외화환전소	관광정보 제공, 티켓판매(연극, 미술관), 여행지도 및 팸플릿 배포, 디오라마 설치, 외화환전소
2층	관광정보코너	관광정보 검색 컴퓨터, 관광정보 잡지, 입소문 정보 커뮤니티 게시판, 무선랜 제공
	수유실	수유실 제공
3층	여행단체지원소 관리사무소	단체여행 가이드나 수학여행 인솔 선생님 대기장소, 체크포인트로 이용
4~5층	회의실	관광 산업진흥 지원 회의 공간
6층	다목적스페이스	다이토구 소개 영상 계단형 플로어
7층	전시공간	장소, 이벤트, 역사·문화 소개
8층	전망테라스 카페	휴식공간 및 카페

74) 서울도심 주요역(서울역, 강남역, 홍대역 등) 사무소 설치 후 단계적으로 해외사무소에도 설치 추진

75) 기능적으로는 홍보기능에 가까우나, 홍보관의 경우, 전시관으로서 인식 및 추진되고 있으므로 이 연구에서는 정보관으로 추진



출처: 반정화·김수진(2016), 서울시 관광안내센터 운영실태와 개선방안

특히 청년들을 위한 귀향 및 정착센터의 역할에 대한 적극적 고민이 필요하다. 일본에서는 고향회귀에 대한 관심이 늘었고, 관련 상담이 높아지고 있다⁷⁶⁾. 따라서 적극적으로 청년들이 **충남회귀 및 충남정착**을 도울 수 있는 센터 구축 및 운영이 필요하며, 관련한 주거·문화 등 종합정보 제공 및 일자리 알선 등의 기능까지 고려할 필요가 있다(박춘섭 2022).

5) (제도) 위케이션 충남 문화정착

위케이션 문화란 보여지는 서비스와 프로그램을 포함한 위케이션을 접근하는 태도, 가치관, 제도를 포함한다. 인류학자 클리포드 기어츠(1973)의 정의처럼 문화는 ‘상징적 형식으로 전달되는 개념의 체계’이다. 따라서 **위케이션 문화는 어떻게 지역과 사람들의 일상에 녹여내느냐의 문제**이기도 하다. 전술한 바와 같이 원격근무에 대한 논의는 오래되었으나, 위케이션의 경험은 일천하다. 이는 우리 사회가 일 중심의 사회이고, 일+장소가 명확히 구분된 사회라는 뜻이다. 이러한 사회 속에서 위케이션은 ‘기업복지(또 다른 말로 휴가)’로 인식되

76) 일본NPO 고향회귀지원센터에 따르면 고향회귀 상담건수가 2018년 3만3천건에서 21년 4만9천여건으로 급격히 늘었고, 특히 20대 청년과 여성의 관심이 증가하였다고 함

어 있고, 정당한 ‘일’로서는 받아들여지지 않고 있다.⁷⁷⁾

따라서 ①**기업(조직)의 워케이션의 제도화**가 선행되어야 한다. 제도화는 단순 원격근무제만을 의미하지 않고, 일로서 평가받을 수 있는 제도구축을 포함한다. 즉 **근무+평가제도**의 도입이다. 다음으로는 ②**워케이션의 사용촉진**이다. 휴가사용 촉진제도와 같이 워케이션 시행하지 않았을 때의 기업은 사용을 독려해야 한다. ③**워케이션 캠페인 추진**이다. 워케이션의 장점과 특징을 소개하고 독려하여 사회적 분위기를 만드는 것이 중요하다. 이러한 일련의 일들을 통해 워케이션이 충남에 문화로 정착될 때 워케이션이 자연스럽 흐름으로 추진이 가능하다. 현재 관광상품으로, 소비진작의 일환으로 접근하는 방식으로는 지속가능하지 않다. 특히 워케이션 제도는 충남내 행정 및 공공기관이 적극적으로 도입하고 추진하여 민간기업 및 기관으로 전파될 수 있도록 하는 ④**시범사업**을 적극적으로 추진해야 한다.

이러한 제도화와 같이 **충남의 워케이션의 지향점을 제시할 필요가 있다**. 예를 들어 충남의 워케이션은 지역자원을 적극적으로 활용하는 ①**자원활용형**인가, 또는 워라벨과 교류를 통한 ②**이주촉진형**인가, 첨단 기술인프라를 통한 ③**스마트 시티형**인가 등 충남의 워케이션의 추구하는 지향점을 적극적으로 추진할 필요가 있다. 이러한 지향점은 위의 제도화 및 캠페인을 추진하는데 중요한 동력이며, 워케이션 문화정착에 중요한 이니셔티브가 된다.

77) 워케이션 활성화를 위한 제도화 및 활성화는 충청남도, 즉 지역에서보다는 중앙정부의 적극적 추진이 필요한 부분임. 일 방식의 개선(원격근무제 및 워케이션 도입 의무화), 인구소멸 및 생활인구 확대(복수주소지) 등 적극적 제도도입이 필요함

〈표 5-10〉 전략과제 일람과 주요 내용

분야	시기	전략과제	주요내용
인프라	단 기	워케이션 숙박·오피스 등록제 추진	• ‘워케이션 충남’ 시설기준에 따른 제도운영
	중장기	워케이션 전용단지 조성	• 추진: 앵커기업유치→수요조사→공공*·민간투자단지 조성 (※지방소멸대응기금 등 공공자금 연계) • 특성: 오피스+주거+생활서비스 • 유형: 소규모·분산형, 도시형·자연지향형
주체	단 기	워케이션 광역지원조직 운영	• 5인체제 워케이션 충남팀 구성 • 발굴/교육팀(2인): 사업운영 및 시설·활동개발 • 상품/DB팀(2인): 프로그램개발, 플랫폼, 중개기관연계
		워케이션 활동(기업)가 발굴·지정	• 개요: 지역관광·청년·도시재생 등 분야활동가 발굴 • 지원: 지정자에 대한 활동자금, 사업멘토링, 교육 등 • 활동가의 역할: 직접활동, 코디네이터, 자원연계(거버넌스)
	중장기	워케이션 기초지원조직 운영	• 역할: ① 지역워케이션의 방향성 검토, ② 워케이션충남사업지원, ③ 숙박 및 오피스 발굴, ④활동가 발굴, ⑤ 특화상품 개발 등 과제지원 • 형태: 상설형(지역재단 등) 및 거버넌스형(관광DMO)
		워케이션 산업생태계 조성	• 추진: 워케이션 활동(기업) 실태→전략TF 구성·운영→기본전략 제시 • 워케이션 테크노파크(테크숍) 조성 및 운영: 워케이션 관련 기술(공간·서비스)개발, 표준화, 인력개발, 기업지원서비스
정보	단 기	워케이션 충남 통합플랫폼 개발	• 개발방향: 수요자 접근성 높은 서비스 제공 • 특징: 편의성 높은 UI기반 예약·결제기능, 수요기업DB, 이용현황파악등 관리기능
	중장기	워케이션 충남 in Seoul 사무소	• 종합서비스: ①고객안내, ②정보제공, ③ 예약 및 신청 • 정보서비스: ①충청남도 기업유치 및 귀촌등 정착지원 정보창구, ②충청남도의 문화정보 제공 • 청년서비스: 청년정착 지원을 위한 ‘귀환정보센터’
제도	단 기	워케이션 충남 특화상품 개발	• 지역체류형 프로그램 개발(체험 및 교육 등) • 관광DMO 등 지역네트워크 기반 특화상품 개발·정책사업(환급제도) 활용 인센티브 제공·지역(기업)연계 ESG 활동연계프로그램 개발
	중장기	워케이션 충남 문화정착	• 제도도입: ① 워케이션 근무제(+평가), ② 워케이션 사용촉진제, ③ 워케이션 캠페인, ④ 충남도 시범사업 추진 • 워케이션 정책지향 설정 - 자원활용형 vs 이주촉진형 vs 스마트 시티형

참고문헌

- 고선영, 2023, 제주지역 위케이션 활성화 방안, 제주연구원
- 김경필, 2022, 위케이션, 클라우드나인
- 김성운·김현지·김형곤, 2022, 위케이션 활성화 방안 연구, 한국문화관광연구원
- 모라비안앤코, 2021, 위케이션 활용 국내관광 활성화 방안 연구 최종보고
- 문화체육관광부·한국관광공사, 2022 위케이션 시설 디렉토리북
- 문화체육관광부, 2022, 제6차 관광진흥기본계획
- 박효연·황지영, 2021, 위케이션 활성화 및 관광상품화 방안에 관한 탐색적 연구, 호텔리조트연구 제20권 2호, pp. 161-178
- 박춘섭·목소리·박성연, 2022, 충청남도 청년정착 활성화를 위한 대안교육 인턴십 지원방안 연구, 충남연구
- 반정화·김수진, 2016, 서울시 관광안내센터 운영실태와 개선방안, 서울연구원
- 송위진, 2013, 사회·기술시스템론과 과학기술혁신정책, 기술혁신학회지 제16권 1호, pp. 156-175
- 에버렛 M. 로저스, 2005, 개혁의 확산, 커뮤니케이션북스
- 이영주·황보원주, 2021, 강원도 스마트 위케이션 추진방향, 강원연구원
- 이윤주·지윤호, 2021, 스마트워크 확산에 따른 호텔 위케이션 상품화 방안, 호텔리조트연구 제20권 제3호, pp. 97-117
- 전상인, 2014, 편의점 사회학, 민음사
- 장흥근 외, 2012, 일터혁신 지원사업의 평가와 발전방안, 한국노동연구원
- 한국관광공사, 2022, 위케이션 지자체용 가이드북

한국관광공사, 2022, 워크케이션 기업용 가이드북

天野宏、2018、ワーケーション：和歌山県から提案する新しい働き方と地方創
生の形、ESTRELA 2018년6월

田中敦・石山恒貴、2020、日本型ワーケーションの効果と課題、日本国際観
光学会論文集(第20号)



부록



충청남도 워케이션 활성화를 위한 설문조사(근로자)

ID

안녕하세요. 충남연구원에서는 2023년 전략연구의 일환으로 '충청남도 워케이션 활성화 연구'를 수행하고 있습니다. 이 연구는 기업 및 근로자들에게 만족시켜 줄 수 있는 충청남도 워케이션 전략을 탐색하고자 기획하였습니다. 응답해 주신 내용은 연구의 기초자료로서 소중히 사용되며, 응답내용 및 응답자의 정보는 통계법 제33조에 의해 철저히 비밀이 보장됩니다. 많은 협조를 부탁드립니다.

2023년 6월

주관기관: 충남연구원

연락처: 041-840-0000

조사기관: (주)프렌트립

〈워케이션 도입 및 경험〉

0. 귀하는 워케이션을 알고 있습니까?

※ 워케이션(workcaion)이란? '일(work)'과 '휴가(vacation)'의 합성어로, 근로자가 휴가지에서 일상적인 업무를 수행하면서 관광과 휴양을 동시에 실시하는 것을 의미(한국관광공사, 2022)하며, 원격근무의 하나로 회사가 정상근무로 인정해 주는 제도를 말합니다.

- ① 네, 잘 알고 있습니다.
- ② 들어본 적 있습니다만, 정확히는 모릅니다.
- ③ 아뇨, 처음 듣습니다.

0-1. 귀사에서는 원격근무(재택근무 등) 제도를 실시하고 있습니까?

- ① 네, 실시하고 있습니다.
- ② 아뇨, 실시하고 있지 않습니다.

1. 귀하가 근무하는 회사에서는 워케이션 제도를 도입하였습니까?

- ① 예, 도입·시행하고 있다(문 1-1 이동).
- ② 제도도입에 대해 논의 중이다(문 1-1 이동).
- ③ 아니요, 도입하고 있지 않다(문 2 이동).
- ④ 잘 모르겠다(문 2 이동)

1-1. 귀사에서 시행(또는 논의 중인) 워크이션 기간은 얼마나 됩니까?

- ① 3일 이하
- ② 3일~ 7일
- ③ 7일~ 2주
- ④ 2주 이상
- ⑤ 잘 모르겠다
- ⑥ 기타()

2. 귀하는 워크이션을 경험해 보셨습니까?

- ① 예 (문 2-1 이동)
- ② 아니요 (문 3 이동)

2-1. 어디에서 워크이션을 하셨습니까?

- ① 서울특별시 ② 인천광역시 ③ 대전광역시 ④ 대구광역시 ⑤ 울산광역시 ⑥ 부산광역시
- ⑦ 광주광역시 ⑧ 세종특별자치시 ⑨ 제주특별자치도 ⑩ 경기도 ⑪ 강원도 ⑫ 충청북도
- ⑬ 충청남도 ⑭ 경상북도 ⑮ 경상남도 ⑯ 전라북도 ⑰ 전라남도

2-2. 워크이션 장소는 누가 선택했습니까?

- ① 개인
- ② 부서(팀)
- ③ 인사부서
- ④ 기획부서
- ⑤ 기타()

2-3. 문 2-1의 워크이션 장소로 선택하게 된 이유는 무엇입니까?(2개 선택)

- ① 자연환경 등 힐링할 수 있는 곳이어서
- ② 업무환경이 잘 갖춰진 곳이어서
- ③ 매력적인 관광·체험 프로그램들이 있어서
- ④ 새로운 사람(지역주민 등) 교류 가능해서
- ⑤ 지자체와 업무협약 등이 지원이 있어서
- ⑥ 교통 편리해서
- ⑦ 비용이 저렴해서
- ⑧ 기타()

2-4. 어떤 형태의 워크케이션이었습니까?

- ① 1인 워크케이션
- ② 2인~3인 워크케이션 (업무와 상관없이)
- ③ 단체 워크케이션 (부서별 선발된 인원)
- ④ 단체 워크케이션 (부서단위)
- ⑤ 기타 ()

2-5. 워크케이션은 얼마나 하셨습니까?

- ① 3일 이하
- ② 3일~ 7일
- ③ 7일~ 2주
- ④ 2주 이상
- ⑤ 기타()

2-6. 비용은 어떤 방식으로 부담했습니까?

- ① 100% 회사 자체 비용 (직원 비용 부담 無)
- ② 회사 자체 비용 + 정부·지자체 및 기관의 지원금 연계 (직원 비용 부담 無)
- ③ 회사 자체 비용 + 정부·지자체 및 기관의 지원금 연계 + 직원 자부담
- ④ 회사 자체 비용 + 직원 자부담
- ⑤ 100% 직원 자부담

2-7. 총 비용은 얼마였습니까?(교통, 숙박, 여가프로그램 등)

- ① 10만원 미만
- ② 10만원~ 30만원
- ③ 30만원~ 50만원
- ④ 50만원~ 100만원
- ⑤ 100만원 이상
- ⑥ 기타()

2-8. 구체적으로 비용부담은 어느 정도였습니까?

자부담	선택	기업부담	선택	지자체부담	선택
① 0원		① 0원		① 0원	
② 10만원 미만		② 10만원 미만		② 10만원 미만	
③ 10만원~20만원		③ 10만원~20만원		③ 10만원~20만원	
④ 20만원~50만원		④ 20만원~50만원		④ 20만원~50만원	
⑤ 50만원 이상		⑤ 50만원 이상		⑤ 50만원 이상	
⑥ 기타()		⑥ 잘 모르겠다		⑥ 잘 모르겠다	

2-9. 귀하가 경험한 위케이션은 어떤 것이었습니까?

- ① 숲속·해변 등에서 일하고, 근무시간 외의 시간에 관광·체험
- ② 카페·호텔 등에서 일하고, 근무시간 외의 시간에 관광·체험
- ③ 농촌체험마을, 청년마을 등에서 일·숙식하면서, 근무시간 외의 시간에 관광·체험
- ④ 회사의 스마트워크센터 또는 공유오피스에서 근무하고, 근무시간외의 시간에 관광·체험
- ⑤ 기타()

2-10. 위케이션에 만족하셨습니까?

- ① 매우 좋았다(문 2-11 이동).
- ② 좋았다(문 2-11 이동).
- ③ 보통이다(문 2-12 이동).
- ④ 별로였다(문 2-12 이동).
- ⑤ 매우 좋지 않았다(문 2-12 이동).

2-11. 위케이션을 만족한 이유는 무엇인가요? (문 3 이동)

- ① 자연 등을 통해 힐링할 수 있어서 좋았다
- ② 업무환경이 잘 갖추어져 있어서 좋았다
- ③ 관광·체험 프로그램 충실했다
- ④ 새로운 사람(지역주민 등) 교류할 수 있어 좋았다
- ⑤ 교통이 편리했다
- ⑥ 비용이 저렴했다
- ⑦ 기타()

2-12. 워크케이션을 만족하지 못한 이유는 무엇인가요?

- ① 생각한 것처럼 힐링할 수 없었다
- ② 업무환경이 좋지 못했다
- ③ 관광·체험 프로그램이 빈약했다
- ④ 새로운 사람(지역주민 등) 교류할 수 없었다
- ⑤ 교통이 매우 불편했다
- ⑥ 생활편의 시설이 부족했다
- ⑦ 기타()

〈워크케이션 계획 및 정책수요〉

3. 워크케이션을 한다면 어떤 형태의 워크케이션을 생각하십니까?(2개 선택)

- ① 개인(1인, 홀로)
- ② 동료·친구(2~3인)
- ③ 단체(팀단위)
- ④ 가족(개인+가족휴가)
- ⑤ 기타()

4. 워크케이션의 기간은 어느 정도로 생각하십니까?

- ① 3일 이하
- ② 3일~ 7일
- ③ 7일~ 2주
- ④ 2주 이상
- ⑤ 기타()

5. 워크케이션 비용은 어느 정도까지 지출할 의향이 있으십니까?

- ① 10만원 미만
- ② 10만원~ 30만원
- ③ 30만원~ 50만원
- ④ 50만원~ 100만원
- ⑤ 100만원 이상
- ⑥ 기타()

- ① 힐링할 수 있는 자연환경
- ② 업무환경이 잘 갖춰진 곳
- ③ 매력적인 관광·체험 프로그램
- ④ 새로운 사람(지역주민 등) 교류가 가능한 곳
- ⑤ 교통이 편리한 곳
- ⑥ 가성비 좋은 곳
- ⑦ 기타 ()

구 분	전혀 중요하지 않음	중요하 지 않음	보통	중요함	매우 중요함
위케이션 전용 업무공간	①	②	③	④	⑤
어메니티가 잘 구비된 숙박시설	①	②	③	④	⑤
캠핑장 등 선택가능한 숙박시설	①	②	③	④	⑤
지역에서만 즐길 수 있는 식사제공	①	②	③	④	⑤
관광·체험 프로그램 제공여부	①	②	③	④	⑤
지역내 접근성 및 교통수단	①	②	③	④	⑤
기타(서술형)	()				

시설 및 장비	체크
①노트북·태블릿 컴퓨터 대여	
②빔프로젝트·스크린 대여	
③충전기·노트북 거치대 등 관련 악세사리 대여	
④유·무선 인터넷 환경 제공	
⑤보안성이 높은 원격네트워크 프로그램 사용가능	
⑥집중 업무공간(1인)	
⑦소규모 업무·회의공간(2~4인)	
⑧중규모 회의공간(4인이상)	
⑨24시간 업무가능 공간	
⑩전화통화가 가능한 방음부스	
⑪음료 및 다과제공(케이터링)	
⑫기타(서술형)()	

9. 숙박시설(또는 근처)에 꼭 있어야 할 시설들은 무엇입니까? (3개 선택)

시설	체크
①취사시설	
②세탁시설	
③편의점	
④식당	
⑤업무공간	
⑥오락시설(게임, 노래방 등)	
⑦스포츠시설(농구장, 탁구장 등)	
⑧운동시설(피트니스 등)	
⑨생활인프라(마트, 병원 등)	
⑩돌봄시설(영육아 등)	
⑪기타(서술형)()	

10. 만약 관광·체험프로그램을 선택한다면 어떤 프로그램을 경험해 보고 싶으신가요? (2개 선택)

- ① 역사·문화·농촌 등 지역체험프로그램
- ② 숲·해양체험 등 자연체험프로그램
- ③ 익스트림 스포츠 등 운동프로그램
- ④ 요가 등 치유프로그램
- ⑤ 귀농귀촌 등 교류프로그램
- ⑥ 자기계발 등 교육프로그램
- ⑦ 기타()

11. 귀하는 위케이션과 같은 정보를 어떤 경로로 얻고 있습니까?

- ① 인터넷
- ② 신문·방송 등 대중매체
- ③ 지인(입소문)·가족
- ④ 여행 등 전문·공공기관의 홍보
- ⑤ 회사내 공고
- ⑥ 기타 ()

2. 나이는 어떻게 되시나요?

- ① 10대
- ② 20대
- ③ 30대
- ④ 40대
- ⑤ 50대
- ⑥ 60대 이상

3. 귀하의 직군은 어떻게 되십니까?

- ① 생산
- ② 영업
- ③ 연구개발
- ④ 경영지원
- ⑤ 기타()

3. 귀하의 직위는 어떻게 되십니까?

- ① 사원, 주임
- ② 대리, 과장, 차장
- ③ 부장, 팀장
- ④ 임원
- ⑤ 대표

4. 귀사는 어디에 위치해 있습니까? ()시/도 ()구

5. 귀사의 업종은 어떻게 되시나요?

- ① 도·소매/유통
- ② 마케팅/광고
- ③ 금융/보험업
- ④ IT/정보통신
- ⑤ 문화/디자인
- ⑥ 연구개발/설계
- ⑦ 생산/제조
- ⑧ 공공/비영리기관
- ⑨ 기타()

6. 귀하가 근무하는 곳의 규모는 어느 정도입니까?

- ① 5명 이하
- ② 5명~10명
- ③ 10명~50명
- ④ 50명~100명
- ⑤ 100명~300명
- ⑥ 300명 이상

끝까지 참여해 주셔서 감사합니다.

**충청남도 워케이션 활성화를 위한
설문조사(인사담당)**

ID

안녕하세요. 충남연구원에서는 2023년 전략연구의 일환으로 '충청남도 워케이션 활성화 연구'를 수행하고 있습니다. 이 연구는 기업 및 근로자들에게 만족시켜 줄 수 있는 충청남도 워케이션 전략을 탐색하고자 기획하였습니다. 응답해 주신 내용은 연구의 기초자료로서 소중히 사용되며, 응답내용 및 응답자의 정보는 통계법 제33조에 의해 철저히 비밀이 보장됩니다. 많은 협조를 부탁드립니다.

2023년 6월

주관기관: 충남연구원 박춘섭

연락처: 041-840-1217

조사기관: (주)프렌트립

〈워케이션 도입 및 운용〉

0. 귀하는 워케이션을 알고 있습니까?

※ 워케이션(workcaion)이란? '일(work)'과 '휴가(vacation)'의 합성어로, 근로자가 휴가지에서 일상적인 업무를 수행하면서 관광과 휴양을 동시에 실시하는 것을 의미(한국관광공사, 2022)하며, 원격근무의 하나로 회사가 정상근무로 인정해 주는 제도를 말합니다.

- ① 네, 잘 알고 있습니다.
- ② 들어본 적 있습니다만, 정확히는 모릅니다.
- ③ 아뇨, 처음 듣습니다.

0-1. 귀사에서는 원격근무(재택근무 등) 제도를 실시하고 있습니까?

- ① 네, 실시하고 있습니다.
- ② 아뇨, 실시하고 있지 않습니다.

1. 귀사에서는 워케이션 제도를 도입하였습니까?

- ① 예, 도입·시행하고 있다. (문 1-1 이동)
- ② 제도도입에 대해 논의 중이다. (문 2 이동)
- ③ 아니요. 도입하고 있지 않다. (문 2 이동)

1-1. 귀사에서 위케이션을 도입한 이유는 무엇입니까? 3순위까지 선택하여 주세요.

구분	순위
①직원 만족도 제고	
②직원 복지 향상	
③팀워크 향상	
④우수한 인재채용 도움	
⑤새로운 근로문화 정착	
⑥업무 생산성 향상	
⑦기업 비용 절감	
⑧기업 이미지 제고	
⑨기업 ESG 성과창출	
⑩기타(서술형)	

1-2. 귀사에서는 위케이션을 얼마나 할 수 있습니까?

- ① 3일 이하
- ② 3일~ 7일
- ③ 7일~ 2주
- ④ 2주 이상
- ⑤ 기타()

1-3. 작년 한해 위케이션에 참여한 직원은 얼마나 됩니까?

- ① 3인 미만
- ② 3인 이상 ~ 5인 미만
- ③ 5인 이상 ~ 10인 미만
- ④ 10인 이상 ~ 20 미만
- ⑤ 20인 ~ 50인 미만
- ⑥ 50인 ~ 100인 미만
- ⑦ 100인 이상

1-4. 작년 한해 위케이션 기간은 직원 1인당(평균) 얼마나 됩니까?

- ① 3일 이하
- ② 3일~ 7일
- ③ 7일~ 2주
- ④ 2주 이상
- ⑤ 기타()

1-5. 위케이션 참여 직원 운영 및 선정 방법은 무엇이었습니까? (복수 선택 가능)

① 자유형 (사내 공모 후 직원 개인의 니즈에 따라 자율적으로 장소 및 시기를 결정하는 방식)

(문 1-8로 이동)

② 선택형 (회사에서 기간장소를 정해주고 범위 내에서 직원이 자유롭게 선택하는 방식)

(문 1-6로 이동)

③ 지정형 (회사에서 기간장소참가자를 정해서 참가시키는 방식)(문 1-6로 이동)

④ 기타 () (문 1-8로 이동)

1-6. 위케이션 장소는 어디였습니까?

- ① 서울특별시 ② 인천광역시 ③ 대전광역시 ④ 대구광역시 ⑤ 울산광역시 ⑥ 부산광역시
⑦ 광주광역시 ⑧ 세종특별자치시 ⑨ 제주특별자치도 ⑩ 경기도 ⑪ 강원도 ⑫ 충청북도
⑬ 충청남도 ⑭ 경상북도 ⑮ 경상남도 ⑯ 전라북도 ⑰ 전라남도

1-7. 귀사가 문 1-6의 장소를 선택하게 된 이유는 무엇입니까?(2개 선택)

- ① 자연환경 등 힐링할 수 있는 곳이어서
② 업무환경이 잘 갖춰진 곳이어서
③ 매력적인 관광·체험 프로그램들이 있어서
④ 새로운 사람(지역주민 등) 교류 가능해서
⑤ 지자체와 업무협약 등이 지원이 있어서
⑥ 교통 편리해서
⑦ 비용이 저렴해서
⑧ 기타()

1-8. 위케이션 비용은 어떤 방식으로 부담했습니까?

- ① 100% 회사 자체 비용 (직원 비용 부담 無)
② 회사 자체 비용 + 정부·지자체 및 기관의 지원금 연계 (직원 비용 부담 無)
③ 회사 자체 비용 + 정부·지자체 및 기관의 지원금 연계 + 직원 자부담
④ 회사 자체 비용 + 직원 자부담
⑤ 100% 직원 자부담

1-9. 1인당 총 비용(평균)은 얼마였습니까?(교통, 숙박, 여가프로그램 등 합계)

- ① 10만원 미만
- ② 10만원~ 30만원
- ③ 30만원~ 50만원
- ④ 50만원~ 100만원
- ⑤ 100만원 이상
- ⑥ 기타()

1-10. 구체적으로 1인당 비용부담(평균)은 어느 정도였습니까?

자부담	선택	기업부담	선택	정부·지자체부담	선택
① 0원		① 0원		① 0원	
② 10만원 미만		② 10만원 미만		② 10만원 미만	
③ 10만원~20만원		③ 10만원~20만원		③ 10만원~20만원	
④ 20만원~50만원		④ 20만원~50만원		④ 20만원~50만원	
⑤ 50만원 이상		⑤ 50만원 이상		⑤ 50만원 이상	
⑥ 기타()		⑥ 기타()		⑥ 기타()	

1-11. 귀사의 위케이션 방식은 어떤 것이었습니까?

- ① 숲속·해변 등에서 일하고, 근무시간 외의 시간에 관광·체험
- ② 카페·호텔 등에서 일하고, 근무시간 외의 시간에 관광·체험
- ③ 농촌체험마을, 청년마을 등에서 일·숙식하면서, 근무시간 외의 시간에 관광·체험
- ④ 회사의 스마트워크센터 또는 공유오피스에서 근무하고, 근무시간외의 시간에 관광·체험
- ⑤ 기타()

1-12. 위케이션에 대한 직원들의 만족도는 어떠합니까?

- ① 매우 좋았다(문 1-12 이동).
- ② 좋았다(문 1-12 이동).
- ③ 보통이다(문 1-13 이동).
- ④ 별로였다(문 1-13 이동).
- ⑤ 매우 좋지 않았다(문 1-13 이동).

1-13. 직원들이 위케이션을 만족한 이유는 무엇인가요?(중복선택 가능)

- ① 자연 등을 통해 힐링할 수 있어서 좋았다
- ② 업무환경이 잘 갖추어져 있어서 좋았다
- ③ 관광·체험 프로그램 충실했다
- ④ 새로운 사람(지역주민 등) 교류할 수 있어 좋았다
- ⑤ 교통이 편리했다
- ⑥ 비용이 저렴했다
- ⑦ 기타()

1-14. 직원들이 위케이션을 만족하지 못한 이유는 무엇인가요?(2개 선택)

- ① 생각한 것처럼 힐링할 수 없었다
- ② 업무환경이 좋지 못했다
- ③ 관광·체험 프로그램이 빈약했다
- ④ 새로운 사람(지역주민 등) 교류할 수 없었다
- ⑤ 교통이 매우 불편했다
- ⑥ 비용이 비싼 편이었다.
- ⑦ 생활편의 시설이 부족했다
- ⑧ 기타()

1-15. 귀사는 앞으로도 지속적으로 위케이션을 계속 추진할 것입니까?

- ① 네(문-16 이동)
- ② 아니요 (문-17 이동)

1-16. 계속 추진하는 이유는 무엇입니까? (3개 선택)(문 2-8 이동).

구분	체크
①직원 만족도 향상	
②직원 복지 향상	
③팀워크 향상	
④우수한 인재채용 도움	
⑤새로운 근로문화 정착	
⑥업무 생산성 향상	
⑦기업 비용 절감	
⑧기업 이미지 제고	
⑨기업 ESG 성과창출	
⑩기타(서술형) ()	

1-17. 추진하지 않는 이유는 무엇입니까?(3개 선택)(문 3 이동)

구분	체크
① 대표/임원등 부정적인 평가	
② 직원관리 어려워서	
③ 직원평가가 좋지 않아서	
④ 우수한 인재채용 도움이 되지 않아서	
⑤ 새로운 근로문화 정착되기 어려워서	
⑥ 생산성 향상에 도움이 되지 않아서	
⑦ 기업 이미지 제고에 도움이 되지 않아서	
⑧ 기업 ESG 성과창출에 도움이 되지 않아서	
⑨ 회사 상황이 좋지 않아서	
⑩ 기타(서술형) ()	

〈위케이션 운용계획 및 정책수요〉

2. 귀사에서 위케이션을 도입한다면 어떤 목적 때문일까요? (3개 선택)

구분	체크
①직원 만족도 제고	
②직원 복지 향상	
③팀워크 향상	
④우수한 인재채용 도움	
⑤새로운 근로문화 정착	
⑥업무 생산성 향상	
⑦기업 비용 절감	
⑧기업 이미지 제고	
⑨기업 ESG 성과창출	
⑩기타(서술형)	

2-1. 귀사는 제도적으로 위케이션을 얼마나 가능할 것이라 생각합니까?

- ① 3일 이하
- ② 3일~ 7일
- ③ 7일~ 2주
- ④ 2주 이상
- ⑤ 기타()

2-2. 만약 워크케이션을 시행한다면, 어떤 방식으로 추진할 계획입니까? (복수 선택 가능)

- ① 자유형 (사내 공모 후 직원 개인의 니즈에 따라 자율적으로 장소 및 시기를 결정하는 방식)
- ② 선택형 (회사에서 기간 및 장소를 정해주고 범위 내에서 직원이 자유롭게 선택하는 방식)
- ③ 지정형 (회사에서 기간·장소·참가자를 지정하여(팀 단위 포상 등) 참가시키는 방식)
- ④ 기타 ()

2-3. 귀사에서 염두하시는 워크케이션 지역은 어디일까요?

- ① 서울특별시 ② 인천광역시 ③ 대전광역시 ④ 대구광역시 ⑤ 울산광역시 ⑥ 부산광역시
- ⑦ 광주광역시 ⑧ 세종특별자치시 ⑨ 제주특별자치도 ⑩ 경기도 ⑪ 강원도 ⑫ 충청북도
- ⑬ 충청남도 ⑭ 경상북도 ⑮ 경상남도 ⑯ 전라북도 ⑰ 전라남도

2-4. 위의 지역을 워크케이션 장소로 선택하게 된 이유는 무엇입니까?(2개 선택)

- ① 좋은 자연환경
- ② 스마트워크·공유오피스 등 업무환경
- ③ 매력적인 관광·체험 프로그램
- ④ 새로운 사람(지역주민 등) 교류
- ⑤ 지자체와 업무협약 등 지원
- ⑥ 교통 편리성
- ⑦ 저렴한 비용
- ⑧ 기타()

2-5. 생각하시는 워크케이션 방식은 아래의 어떤 것일까요?

- ① 숲속·해변 등에서 일하고, 근무시간 외의 시간에 관광·체험
- ② 카페·호텔 등에서 일하고, 근무시간 외의 시간에 관광·체험
- ③ 농촌체험마을, 청년마을 등에서 일·숙식하면서, 근무시간 외의 시간에 관광·체험
- ④ 회사의 스마트워크센터 또는 지역오피스에서 근무하고, 근무시간외의 시간에 관광·체험
- ⑤ 기타()

2-6. 비용은 어떤 방식으로 추진하고자 합니까?

- ① 100% 회사 자체 비용 (직원 비용 부담 無)
- ② 회사 자체 비용 + 직원 자부담
- ③ 100% 직원 자부담
- ④ 기타 ()

① ~ 10만원 미만

③ 20만원~ 50만원

⑤ 기타()

① 매우 영향을 미칠 것이다.

③ 보통이다

⑤ 전혀 영향이 없다.

구 분	전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요함	매우 중요함
워케이션 전용 업무공간	①	②	③	④	⑤
어메니티가 잘 구비된 숙박시설	①	②	③	④	⑤
캠핑장 등 선택가능한 숙박시설	①	②	③	④	⑤
지역에서만 즐길 수 있는 식사제공	①	②	③	④	⑤
관광·체험 프로그램 제공여부	①	②	③	④	⑤
지역 내 접근성 및 교통 수단	①	②	③	④	⑤
기타					

2-10. 위케이션 업무를 위해 필요시설과 장비는 무엇입니까? 필요에 따라 3순위 까지 선택해 주세요.

시설 및 장비	순위
①노트북·태블릿 컴퓨터 대여	
②빔프로젝트·스크린 대여	
③충전기·노트북 거치대 등 관련 악세사리 대여	
④유·무선 인터넷 환경 제공	
⑤보안성이 높은 원격네트워크 프로그램 사용가능	
⑥집중 업무공간(1인)	
⑦소규모 업무·회의공간(2~4인)	
⑧중규모 회의공간(4인이상)	
⑨24시간 업무가능 공간	
⑩전화통화가 가능한 방음부스	
⑪음료 및 다과제공(케이터링)	
⑫기타(서술형)()	

2-11. 숙박시설(또는 근처)에 꼭 있어야 할 시설들은 무엇입니까? 필요에 따라 3 순위까지 선택해 주세요.

시설	순위
①취사시설	
②세탁시설	
③편의점	
④식당	
⑤업무공간	
⑥오락시설(게임, 노래방 등)	
⑦스포츠시설(농구장, 탁구장 등)	
⑧운동시설(피트니스 등)	
⑨생활인프라(마트, 병원 등)	
⑩돌봄시설(영육아 등)	
⑪기타(서술형)()	

2-12. 만약 관광·체험프로그램을 선택한다면 어떤 프로그램을 경험해 보고 싶으신가요?
(2개 선택)

- ① 역사·문화·농촌 등 지역체험프로그램
- ② 숲·해양체험 등 자연체험프로그램
- ③ 익스트림 스포츠 등 운동프로그램
- ④ 요가 등 치유프로그램
- ⑤ 귀농귀촌 등 교류프로그램
- ⑥ 자기계발 등 교육프로그램
- ⑦ 기타()

2-13. 만약 충청남도에서 위케이션을 할 수 있다면 어떤 곳을 선택하고 싶으신가요?

- ① 힐링이 되는 자연환경이 있는 곳
- ② 역사·전통문화를 경험할 수 있는 곳
- ③ 익스트림 스포츠 등을 경험할 수 있는 곳
- ④ 지역주민들과 교류가 가능한 곳
- ⑤ 교통이 편리한 곳
- ⑥ 가성비 좋은 곳
- ⑦ 기타 ()

2-14. 충청남도에 위케이션 전용시설을 만든다면 다음과 같은 시설에 대해서는 어떻게 생각하십니까?

구 분	전혀 중요하지 않음	중요하 지 않음	보통	중요함	매우 중요함
① 오피스공간	①	②	③	④	⑤
② 회의공간	①	②	③	④	⑤
③ 숙박공간	①	②	③	④	⑤
④ 체육공간	①	②	③	④	⑤
⑤ 입주자 지원시설 (위케이션 지원센터)	①	②	③	④	⑤
⑥ 지역내 접근성 및 교통수단	①	②	③	④	⑤
⑦ 기타(서술형)	()				

<워케이션 경험>

3. 귀하는 개인적으로 워케이션을 경험해 보셨습니까?

- ① 예 (문 3-1로)
- ② 아니요 (문 4로)

3-1. 어디에서 워케이션을 하셨습니까?

- ① 서울특별시 ② 인천광역시 ③ 대전광역시 ④ 대구광역시 ⑤ 울산광역시 ⑥ 부산광역시
- ⑦ 광주광역시 ⑧ 세종특별자치시 ⑨ 제주특별자치도 ⑩ 경기도 ⑪ 강원도 ⑫ 충청북도
- ⑬ 충청남도 ⑭ 경상북도 ⑮ 경상남도 ⑯ 전라북도 ⑰ 전라남도

3-2. 워케이션 장소는 누가 선택했습니까?

- ① 개인
- ② 부서(인사담당)
- ③ 기획부서
- ④ 기타()

3-3. 문 3-1의 워케이션 장소로 선택하게 된 이유는 무엇입니까?

- ① 자연환경 등 힐링할 수 있는 곳이어서
- ② 업무환경이 잘 갖춰진 곳이어서
- ③ 매력적인 관광·체험 프로그램들이 있어서
- ④ 새로운 사람(지역주민 등) 교류 가능해서
- ⑤ 교통 편리해서
- ⑥ 비용이 저렴해서
- ⑦ 기타()

3-4. 어떤 형태의 워케이션이었습니까?

- ① 1인 워케이션
- ② 2인~3인 워케이션 (업무와 상관없이)
- ③ 단체 워케이션 (부서별 선발된 인원)
- ④ 단체 워케이션 (부서단위)
- ⑤ 기타 ()

3-5. 위케이션은 얼마나 하셨습니까?

- ① 3일 이하
- ② 3일~ 7일
- ③ 7일~ 2주
- ④ 2주 이상
- ⑤ 기타()

3-6. 비용은 어떤 방식으로 부담했습니까?

- ① 100% 회사 자체 비용 (직원 비용 부담 無)
- ② 회사 자체 비용 + 정부·지자체 및 기관의 지원금 연계 (직원 비용 부담 無)
- ③ 회사 자체 비용 + 정부·지자체 및 기관의 지원금 연계 + 직원 자부담
- ④ 회사 자체 비용 + 직원 자부담
- ⑤ 100% 직원 자부담

3-7. 총 비용은 얼마였습니까?(교통, 숙박, 여가프로그램 등 합계)

- ① 10만원 미만
- ② 10만원~ 30만원
- ③ 30만원~ 50만원
- ④ 50만원~ 100만원
- ⑤ 100만원 이상
- ⑥ 기타()

3-8. 구체적으로 비용부담은 어느 정도였습니까?

자부담	선택	기업부담	선택	지자체부담	선택
① 0원		① 0원		① 0원	
② 10만원 미만		② 10만원 미만		② 10만원 미만	
③ 10만원~20만원		③ 10만원~20만원		③ 10만원~20만원	
④ 20만원~50만원		④ 20만원~50만원		④ 20만원~50만원	
⑤ 50만원 이상		⑤ 50만원 이상		⑤ 50만원 이상	
⑥ 기타()		⑥ 잘 모르겠다		⑥ 잘 모르겠다	

3-9. 귀하가 경험한 위케이션은 어떤 것이었습니까?

- ① 숲속·해변 등에서 일하고, 근무시간 외의 시간에 관광·체험
- ② 카페·호텔 등에서 일하고, 근무시간 외의 시간에 관광·체험
- ③ 농촌체험마을, 청년마을 등에서 일·숙식하면서, 근무시간 외의 시간에 관광·체험
- ④ 회사의 스마트워크센터 또는 공유오피스에서 근무하고, 근무시간외의 시간에 관광·체험
- ⑤ 기타()

3-10. 위케이션에 만족하셨습니까?

- ① 매우 좋았다(문 3-11 이동).
- ② 좋았다(문 3-11 이동).
- ③ 보통이다(문 3-12 이동).
- ④ 별로였다(문 3-12 이동).
- ⑤ 매우 좋지 않았다(문 3-12 이동).

3-11. 위케이션을 만족한 이유는 무엇인가요?

- ① 자연 등을 통해 힐링할 수 있어서 좋았다
- ② 업무환경이 잘 갖추어져 있어서 좋았다
- ③ 관광·체험 프로그램 충실했다
- ④ 새로운 사람(지역주민 등) 교류할 수 있어 좋았다
- ⑤ 교통이 편리했다
- ⑥ 비용이 저렴했다
- ⑦ 기타()

3-12. 위케이션을 만족하지 못한 이유는 무엇인가요?(문 5로 이동)

- ① 생각한 것처럼 힐링할 수 없었다
- ② 업무환경이 좋지 못했다
- ③ 관광·체험 프로그램이 빈약했다
- ④ 새로운 사람(지역주민 등) 교류할 수 없었다
- ⑤ 교통이 매우 불편했다
- ⑥ 비용이 비싼 편이었다.
- ⑦ 생활편의 시설이 부족했다
- ⑧ 기타()

〈워케이션 계획 및 정책수요〉

4. 개인적으로 워케이션을 한다면 어떤 형태의 워케이션을 생각하십니까?(2개 선택)

- ① 개인(1인, 홀로)
- ② 동료·친구(2~3인)
- ③ 단체(팀단위)
- ④ 가족(개인+가족휴가)
- ⑤ 기타()

5. 워케이션의 기간은 어느 정도로 생각하십니까?

- ① 3일 이하
- ② 3일~ 7일
- ③ 7일~ 2주
- ④ 2주 이상
- ⑤ 기타()

6. 워케이션 비용은 어느 정도까지 지출할 의향이 있으십니까?

- ① 10만원 미만
- ② 10만원~ 30만원
- ③ 30만원~ 50만원
- ④ 50만원~ 100만원
- ⑤ 100만원 이상
- ⑥ 기타()

7. 워케이션 장소로서 우선적으로 고려하는 것은 무엇입니까?(2개 선택)

- ① 힐링할 수 있는 자연환경
- ② 업무환경이 잘 갖춰진 곳
- ③ 매력적인 관광·체험 프로그램
- ④ 새로운 사람(지역주민 등) 교류가 가능한 곳
- ⑤ 교통이 편리한 곳
- ⑥ 가성비 좋은 곳
- ⑦ 기타 ()

〈응답자 일반〉

5. 귀하의 성별은 어떻게 되시나요?

- ① 남자
- ② 여자

6. 나이는 어떻게 되시나요?

- ① 10대
- ② 20대
- ③ 30대
- ④ 40대
- ⑤ 50대
- ⑥ 60대 이상

7. 귀하의 직위는 어떻게 되십니까?

- ① 사원, 주임
- ② 대리, 과장, 차장
- ③ 부장, 팀장
- ④ 임원
- ⑤ 대표

8. 귀사는 어디에 위치해 있습니까? ()시/도 ()구

9. 귀사의 업종은 어떻게 되시나요?

- ① 도·소매/유통
- ② 마케팅/광고
- ③ 금융/보험업
- ④ IT/정보통신
- ⑤ 문화/디자인
- ⑥ 연구개발/설계
- ⑦ 생산/제조
- ⑧ 공공/비영리기관
- ⑨ 기타()

10. 귀사의 규모는 어느 정도입니까?

- ① 5명 이하
- ② 5명~10명
- ③ 10명~50명
- ④ 50명~100명
- ⑤ 100명~300명
- ⑥ 300명 이상

끝까지 참여해 주셔서 감사합니다.

집필자

연구책임자 박춘섭 충남연구원 책임연구원
참여연구진 윤향희 충남연구원 책임연구원
목소리 충남연구원 연구원
홍은일 충남연구원 연구원
노점환 충남연구원 정책협력관

전략연구 2023-09

충청남도 위케이션 활성화를 위한 전략연구

발행인 유동훈
발행처 충남연구원
인쇄 2023년 12월 31일
발행 2023년 12월 31일
주소 충청남도 공주시 연수원길 73-26 (32589)
전화 041-840-1114(대표)
팩스 041-840-1129
홈페이지 <http://www.cni.re.kr>
ISBN 978-89-6124-657-6

© 2023. 충남연구원

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명기하면 자유로이 인용할 수 있습니다.
- 무단전재하거나 복사, 유통시키면 법에 저촉됩니다.
- 연구보고서의 내용은 본 연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.