

# 경남지역의 산과 바다 자원을 활용한 관광 활성화 방안

## - 지리산권 및 거제·통영권을 중심으로 -

김도형 · 김현호



---

**저 자** 김도형, 김현호

연구책임자 **김도형** | 한국지방행정연구원 부연구위원

연 구 진 **김현호** | 한국지방행정연구원 석좌연구위원

---

# 연구요약

## 1. 연구의 개요

### □ 연구의 배경과 목적

- 지리산권 주변에는 대도시가 없고 기계·항공산업과 같은 제조산업 육성도 어려워, 풍부한 산림자원으로 산악관광을 활성화해 이를 지역발전의 기회로 활용할 필요성이 있음
  - 서부 경남지역은 수려한 산악자원을 보유하고 있으나, 국립공원구역, 산림보호 문제 등으로 개발에 어려움이 있음
- 한려수도의 섬, 해양레저·치유 인프라 등을 활용해 남해안 관광 활성화 방안에 대해 모색할 필요가 있음
  - 2023년 2월 경상남도가 해양수산부·부산광역시·전라남도과 공동으로 글로벌 해양레저관광벨트 조성을 위해 상호 협력할 것을 발표하면서, 남해안의 우수한 해양관광 자원을 활용한 글로벌 해양관광벨트 구축 계획이 부상
- 상위 및 관련 계획과 연계해 경남지역의 산과 바다 자원을 활용한 관광 활성화 전략을 마련하고, 지역의 미래 발전 방향을 제시할 필요가 있음
  - 광역 단위의 경쟁력 강화는 지역발전의 효과적인 전략으로, 지역 간 연계를 통해 광역관광 개발로 지역균형발전을 도모
  - 관광의 트렌드와 잠재력 등을 분석해 경남지역의 관광 활성화를 유도할 수 있는 전략 수립이 필요
- 위와 같은 배경에서 본 연구는 지역의 관광을 활성화하기 위한 전략으로 지리산권역의 산악관광 활성화 방안을 모색하고, 경상남도 남해 바다의 브랜드를 개발하며, 남해 바다를 대표하는 랜드마크를 제안하고자 함

## □ 연구의 범위와 방법

- 경상남도 남해 바다 랜드마크의 조성은 관광 거점도시인 거제시와 통영시 일원을 중심으로 살펴보고자 함
  - 경상남도 남해 바다 브랜드의 공간적 범위는 랜드마크 조성과 연계해 거점이 되는 거제시와 통영시를 중심으로 하면서, 경남지역의 대표성이 브랜드에 반영되어야 하므로 경상남도의 한려수도 전 해역으로 설정
- 경남지역의 산악은 공간적 범위를 지리산 권역으로 설정하여, 지리산국립공원과 인근 지역을 중심으로 산악관광 활성화 방안에 대해 살펴보기로 함
  - 지리산국립공원에 걸쳐있는 하동·산청·함양군 지역과 함께 이들 지역에 인접한 거창·합천군 지역 중심으로 활성화 방안을 모색
- 경남지역의 관광 여건과 현황을 분석하고, 잠재 방문객을 대상으로 설문조사를 수행하며, 지리산권 및 남해안 지역의 관광 활성화 방안을 마련
  - 관광수요, 방문객 수, 관광여행 만족도 및 행동의도 등 관광환경 및 현황 분석
  - 공공·연구기관, 민간기업 등 관광 관련 기관에서 전망한 관광 트렌드와 경남 지역의 관광정책에 대한 상위 및 관련 계획 등을 검토
  - 경상남도 남해 바다의 랜드마크 제안을 위해 랜드마크의 정의, 기능과 역할, 특성 등 개념을 살펴보고 랜드마크화의 방향을 설정
  - 경상남도 남해 바다의 브랜드 구축 및 지리산 권역의 관광 활성화 방안 모색
- 관련 연구보고서, 논문 등을 포함한 문헌 연구를 수행하고, 경남지역의 관광환경 및 현황, 정책자료, 상위 및 관련 계획, 통계자료 등을 검토
- 또한 경상남도를 많이 찾는 방문객의 지역이 부산 그리고 경기와 서울 등의 수도권이라는 점에 주목하여, 이들 잠재 방문객을 대상으로 경남지역의 관광 행동 등에 대해 설문조사를 수행
  - 지리산권 산악관광, 남해 바다의 이미지, 남해 바다를 대표하는 랜드마크 등에 대한 의견을 설문

## 2. 관광 활성화 전략 및 정책 제언

### □ 관광 활성화의 기본방향

- ① 변화하는 관광 트렌드 특성에 능동적으로 대응
  - 힐링 여행과 웰니스 관광 수요가 지속적으로 확대되고 있으므로, 산과 바다의 수려한 자연환경을 갖춘 경남지역은 이를 좋은 기회로 지혜롭게 활용
  - 로컬의 시대에 독특하고 매력적인 지역의 자원과 콘텐츠를 발굴하고, 이를 관광객이 선호하는 수요에 적합하게 개발
  - 지역 중심의 지역주도형 관광정책과 사업 추진을 위해 법과 제도를 정비
- ② 지역의 관광 여건과 환경을 고려
  - 내국인과 방한 외래관광객을 유치하기 위해 부산광역시, 경상북도, 전라남도 등 인접한 시·도와 공동으로 연계협력사업을 추진
  - 경남지역에 방문하는 지역주민을 시·도별로 살펴보면 부산광역시가 가장 많고, 다음은 경기와 서울 등 수도권 지역으로 나타나 이러한 방문 수요를 참조하여 정책과 사업을 기획
  - <국민여행조사>에서 전반적 만족도와 타인 추천의향이 상대적으로 낮은 원인에 대해 면밀히 파악해 이를 개선하고, 만족도와 추천의향을 향상해가도록 도 차원의 노력이 필요
- ③ 상위 및 관련 계획에 대한 정합성을 강화
  - 국가계획에서 수립된 지역관광 관련 과제를 경상남도의 실정에 적합하게 추진하고 국비의 재원을 적극적으로 활용
  - 광역·지역계획에서 수립된 공간구상을 통해 지역 간에 긴밀하게 연계·협력하여 관광 관련 사업을 효과적으로 추진
  - 또한 도 차원에서 수립한 다양한 계획 간에 연계를 강화함으로써 관광 관련 정책과 사업을 내실 있게 추진

## □ 관광 활성화 추진전략

### ① 지리산 권역의 우수한 산악자원 활용

- 지리산 권역은 국내에서 산악관광에 유리한 조건을 가진 지역 중 하나로 전국에서 많은 관광객이 방문하고 있으며, 우수한 산악관광자원을 지혜롭게 활용한다면 더 많은 방문객을 유치할 수 있을 것으로 판단
- 지역의 문화자원과 자연자원을 유기적으로 연계해 관광콘텐츠화 함으로써, 관람형에서 체험형으로의 전환을 시도하고 지리산 권역만의 고유성과 관광 경쟁력을 강화
- 지리산 권역의 산림휴양을 남해안 관광과 연계해 독특한 산림복지를 제공하고, 지자체 간 연계·협력사업 활성화로 지역발전의 시너지 효과를 극대화

### ② 경상남도 남해 바다의 브랜드 구축

- 경상남도 남해 바다의 브랜드는 전라남도 남해 바다와 차별된, 경남만의 고유한 특성이 반영되도록 개발
- 지역의 문화, 비전과 전략 등을 고려해 경상남도 남해 바다의 특성을 표현할 수 있는 브랜드 슬로건을 개발
- 경상남도과 전라남도의 남해는 각각 한려해상국립공원과 다도해해상국립공원의 바다 이미지가 있어, 한려수도의 청정한 이미지를 경상남도 남해 바다의 브랜드화에 지혜롭게 활용

### ③ 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성

- 랜드마크 조성을 통해 경상남도 남해 바다의 이미지 형성을 도모
- 경상남도 남해 바다의 랜드마크는 경남지역에서 유입 허브의 역할을 하는 지자체, 즉 지역 내에서 방문객 수가 가장 많은 곳으로 파악된 거제시와 통영시에 전략적으로 조성하는 방안이 효과적일 것으로 판단
- 랜드마크는 지역의 정체성을 정립하고 상징성이 있으며 지역의 역사와 문화 등이 반영되도록 설계하되, 너무 튀지 않도록 주변의 자연경관과 조화를 이루도록 조성

## 1 지리산 권역의 우수한 산악자원 활용

### ① 남부권을 대표하는 국립산림치유원 유치

- 경남 지리산 권역에 남부권을 대표하는 광역 산림치유원 조성으로 국민의 삶의 질을 제고하고, 지리산권의 풍부한 산림인프라로서 타 지역과 차별화된 산림복지서비스 제공
- 산림요양, 산림의료, 산림교육, 산림치유 등 휴양과 체험, 교육의 모든 기능을 하나(All-in-one)로 묶는 클러스터 설치
- 예비타당성을 신청하여 국가 시범단지로 선정된 후에 국비 확보 추진
- <경상남도 인구감소지역 대응 기본계획>과 <백두대간권 발전종합계획 변경>에서는 '산림치유원 조성'이 사업의 하나로 계획되어, 이들 계획을 활용하여 국립산림치유원을 도 차원에서 전략적으로 유치하는 방안을 마련

### ② 산악관광진흥구역 제도의 도입 가능성에 대응

- 산악관광진흥구역은 「산악관광진흥구역의 지정 및 운영에 관한 법률안」(약칭 : 산악관광진흥구역법안)에서 사용된 용어로, '산악관광개발사업을 추진하기 위해 지정·고시된 구역'에 해당
- 경상남도는 「산악관광진흥구역법안」이 처음 제안되었던 2015년을 전후로 산악관광진흥구역을 추진해왔던 경험이 있음
- 향후 「산악관광진흥구역법안」이 제정될 가능성에 대응하며, 도 차원에서 산악관광진흥구역을 재추진하는 방안에 대해 신중하게 검토

### ③ 인구감소지역대응 기본계획 사업의 착실한 추진

- 지리산국립공원에 걸쳐있는 하동·산청·함양군과 이들 지역에 인접한 거창·합천군은 <인구감소지역대응 기본계획>에 반영된 사업을 착실하게 추진할 필요가 있음
- 지리산권과 서부 경남 내륙 지역의 각 지자체가 수립한 <인구감소지역대응 기본계획>상의 사업을 지속가능하게 추진하여, 산림휴양·복지 등을 중심으로 한 관광 활성화로 생활인구 유치 방안을 모색할 필요가 있음

## ② 경상남도 남해 바다의 브랜드 구축

### ① “경남 쪽빛바다, 남해<sup>藍海</sup>”

- 경상남도 남해 바다의 브랜드는 전남 남해 바다와 차별된, 경남만의 고유한 특성이 슬로건에 최대한 반영되도록 개발할 필요가 있음
- 전라남도와 비교해 경상남도 남해의 이미지를 상대적으로 평가해보면, 본 연구의 설문에서는 ‘바닷물이 쪽빛에 가깝다’ 항목에 우위가 있는 결과를 나타냄
- 이러한 배경에서 본 연구에서는 경상남도 남해 바다 브랜드의 첫 번째 슬로건으로 ‘경남 쪽빛 바다, 남해<sup>藍海</sup>’를 제안
- 슬로건에서 사용된 ‘남해’는 한자로 ‘南(남녘 남)’, ‘海(바다 해)’가 아닌, ‘藍(쪽빛 남)’, ‘海(바다 해)’를 사용
- ‘남해’에 대해 동음이의(同音異義) 용어를 사용함으로써, 브랜드 슬로건을 통해 경상남도 남해 바다의 ‘쪽빛바다’ 이미지를 강화

### ② “한려<sup>閑麗</sup>하다, 경남 남해”

- 경남의 남해는 ‘한려수도의 바다’ 이미지가 강하며, 이러한 특성을 브랜드 슬로건에 지혜롭게 활용할 필요가 있음
- ‘한려(閑麗)’의 용어는 지명에서 유래했으나, 이와는 별도의 의미로서 같은 한자어가 국어사전에 등재되어 있기도 함
- 국립국어원의 <표준국어대사전>에서는 ‘한려(閑麗)’에 대해 ‘우아하고 고움’으로 정의
- 본 연구에서는 ‘한려’의 좋은 의미를 경상남도 남해 바다의 브랜드에 적용하여, 두 번째 슬로건으로 ‘한려<sup>閑麗</sup>하다, 경남 남해’를 제안
- ‘한려하다’도 <표준국어대사전>에 등재된 어휘로, ‘우아하고 곱다’로 정의
- 독특한 용어의 사용으로 사람들의 주목을 받아 기억에 남는 브랜드가 될 것으로도 기대



### ③ 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성

#### ① 한산대첩교 주탑 전망대

- 경상남도는 남해안 해양관광 활성화 및 국제적 해양관광거점 조성을 위해 남해안 아일랜드 하이웨이를 추진하고 있으며, 이 노선의 핵심축에 해당하는 한산대첩교 건설을 계획
- 한려해상의 아름다운 자연경관을 활용하고 한산도대첩의 역사가 깃든 장소로서의 상징성 및 의미 부여를 위해, 한산대첩교를 랜드마크화하여 건립
- 현수교 또는 사장교의 형태로 건립될 것으로 예상되는 한산대첩교의 주탑을 한산도대첩과 관련한 이미지로 형상화하여 랜드마크화를 시도

#### ② 한산대첩교 해상보도 및 익스트림 시설

- 한산대첩교 교량에 강화유리를 설치해 한려수도의 수려한 경관을 바라보며 해상 위를 걸을 수 있고 자전거도 이용할 수 있는 해상보도를 조성
- 교량을 활용한 해상보도뿐만 아니라 클라이밍 등을 포함한 익스트림 시설의 설치도 고려해볼 수 있음
- 해상 전망대뿐만 아니라 옛지워크, 짚라인, 하늘자전거 등 다양한 익스트림 시설의 도입을 검토하고 있는 인천의 제3연륙교 계획을 참조

#### ③ 해저 체험 대관람차

- 경남지역의 대표적 이미지에 해당하는 한려수도의 바다와 하늘을 주제로, 바닷속[海底]도 탐험할 수 있는 이색적인 해양 대관람차를 설치함으로써 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크화를 시도
- 대관람차가 바닷속에도 들어간다는 점은 특이할 만 하나, 잠수 구간에서의 불거리 제공, 방수의 기술적인 문제 해결, 건립 비용 및 사업의 타당성 확보 등이 선행되어야 사업화가 가능할 것으로 판단
- 이용객 수요를 고려할 때 대관람차는 도시권이면서 관광지에 위치하는 방안이 유리하며, 대형 교량 옆에 조화롭게 건립된다면 경관 심미성을 더욱 향상할 수 있을 것으로 예상

#### ④ 해저 체험 트레일

- 한려수도의 바닷속을 체험할 수 있도록 해저에 투명 강화유리로 트레일을 조성하여 새로운 볼거리·즐길거리를 통한 랜드마크화를 시도
- 해안에서 가까운 섬 전체를 공원화하고 이 섬까지 해저 체험 트레일로 연결하여 바닷속을 경험할 수 있는 특별한 장소로 명소화함
- 한산대첩교의 주탑 전망대 계획이 실현되는 경우 이와 연계해 통영의 도남관 광지 인근에서 한산대첩교 주탑까지 해저 체험 트레일로 연결

#### ⑤ 한려수도 전망탑

- 한려수도의 수려한 경관을 한눈에 바라볼 수 있고, 한려해상의 랜드마크 역할을 할 수 있는 전망탑을 자연과 조화를 이루도록 건립
- 고도가 높은 곳에 전망탑을 설치하면 통영과 거제 지역의 한려수도에 떠 있는 여러 섬은 물론, 시야가 좋은 날에는 일본의 쓰시마섬까지 관찰이 가능한 것으로 파악
- 또 다른 대안으로는 ‘공중부양 수도꼭지’ 등과 같은 특이한 형상을 전망탑으로 재현하여 사람들의 호기심을 유발하는 랜드마크화를 시도

#### ⑥ 흥남철수작전 기념공원

- 1950년 12월 22일, 흥남철수작전 시 1만 4천 명의 피난민을 구조한 ‘메리디스 빅토리호(SS Meredith Victory)’를 재현
- 미국 교통부(DOT: Department of Transportation)에 의해 ‘인류 역사상 가장 위대한 구출을 한 기적의 배’로 평가
- 거제포로수용소 유적공원에 흥남철수작전 기념비와 함께 메리디스 빅토리호 모형이 있으나, 흥남철수작전 기념공원으로 조성하여 면적(面的)인 랜드마크화를 시도
- 역사적으로 의미 있으나 사라져 버린 ‘메리디스 빅토리호’를 실제 모습으로 재현하여, 흥남철수작전의 이야기를 전시하고 자유의 소중함을 일깨울 수 있는 공간으로 조성

⑦ 해양엑스포 유치

- 엑스포 유치를 통해 다양한 전시관이 각기 의미 있는 건축작품으로서 랜드마크가 될 수 있으며, 박람회장 전체가 면적(面的)인 랜드마크로 그 역할을 담당할 수 있을 것으로도 기대
- 남부내륙고속철도의 개통은 수도권에 접근성을 향상함으로써 관광객 유치에 호재로 작용할 것으로 예상
- 경상남도가 복합 해양레저관광도시의 조성을 통영의 한산도 권역에 계획하고 있어 이와 연계하여 계획하는 방안도 고려

# 목 차

## 제 1 장 | 연구의 개요

제1절 연구의 배경과 목적 .....	3
1. 연구의 배경 .....	3
2. 연구의 목적 .....	5
제2절 연구의 범위와 방법 .....	6
1. 연구의 범위 .....	6
2. 연구의 방법 .....	8

## 제 2 장 | 경남지역의 관광 여건 및 환경 분석

제1절 관광 트렌드 분석의 검토 .....	11
1. 공공·연구기관의 전망 .....	11
2. 민간기업의 전망 .....	21
제2절 경남지역의 관광환경 및 현황 분석 .....	32
1. 관광수요 .....	32
2. 방문객 수 .....	37
3. 관광여행 만족도 및 행동의도 .....	40
제3절 상위 및 관련 계획의 검토 .....	44
1. 국가계획 .....	44
2. 광역·지역계획 .....	58
3. 경상남도 계획 .....	67

### 제3장 | 잠재 방문객 설문조사 및 분석

제1절 설문조사의 개요 .....	89
1. 설문조사의 범위와 방법 .....	89
2. 설문 응답자 특성 .....	91
제2절 분석의 결과 .....	94
1. 경상남도 지리산권 관광 .....	94
2. 경상남도 남해 바다의 이미지 및 관광 행동 .....	106
3. 경상남도 남해 바다의 랜드마크 .....	122

### 제4장 | 지리산권 및 남해안 지역의 관광 활성화 방안

제1절 관광 활성화의 방향 및 전략 .....	145
1. 관광 활성화 기본방향 .....	145
2. 관광 활성화 추진전략 .....	149
제2절 지리산 권역의 우수한 산악자원 활용 .....	152
1. 관광 자원화 방향의 설정 .....	152
2. 경상남도 지리산 권역의 관광 자원화 정책 제안 .....	155
제3절 남해 바다의 브랜드 구축 .....	168
1. 지역 브랜드화 방향의 설정 .....	168
2. 경상남도 남해 바다의 브랜드 슬로건 제안 .....	173
제4절 남해 바다의 랜드마크 조성 .....	176
1. 랜드마크화 방향의 설정 .....	176
2. 경상남도 남해 바다의 랜드마크 제안 .....	179

<b>【참고문헌】</b> .....	<b>195</b>
---------------------	------------

<b>【부 록】</b> .....	<b>201</b>
--------------------	------------

## 표 목차

[표 2-1] 전국 및 경남지역의 여행 형태별 전반적 만족도 (2020~2022년) .....	40
[표 2-2] 전국 및 경남지역의 여행 형태별 자연경관 만족도 (2020~2022년) .....	41
[표 2-3] 전국 및 경남지역의 여행 형태별 재방문 의향 (2020~2022년) .....	42
[표 2-4] 전국 및 경남지역의 여행 형태별 타인 추천 의향 (2020~2022년) .....	43
[표 3-1] 설문 문항의 구성 및 내용 .....	90
[표 3-2] 설문 응답자의 사회적 인구 분포 (성·연령·지역) .....	92
[표 3-3] 성별에 따른 설문 응답자의 연령 분포 .....	92
[표 3-4] 1년 이내 경상남도 방문 시기에 대한 설문 응답 분포 .....	93
[표 3-5] 1년 이내 경상남도 방문객들의 경남 지리산권 방문 경험에 대한 설문 응답 분포 .....	94
[표 3-6] 경상남도 바다 방문 경험 × 경남 지리산권 방문 경험 여부 교차분석 .....	95
[표 3-7] 지리산국립공원 구역 관광자원의 각종 규제 의견에 대한 설문 응답 분포 ..	96
[표 3-8] 설문 응답자 유형별 지리산국립공원 구역 규제 완화 의견에 대한 점수 평균 비교 .....	97
[표 3-9] '지리산'을 표현하는 키워드 평가에 대한 설문 응답 분포 .....	98
[표 3-10] '지리산'을 표현하는 키워드 평가 점수에 대한 평균 비교 .....	99
[표 3-11] 1년 이내 경상남도 지리산권 지역 방문 경험 유무에 따른 경남 지리산 표현 키워드 평가 점수 평균 비교 .....	100
[표 3-12] 경상남도 지리산권 관광 활성화를 위해 필요한 사항의 중요도 설문 결과 .....	101
[표 3-13] 지리산권 관광콘텐츠 중점 개발 방향의 중요도 설문 결과 .....	102
[표 3-14] 지리산 케이블카 설치 시 이용 의향에 대한 설문 응답 분포 .....	103
[표 3-15] 설문 응답자 유형별 지리산 케이블카 설치 시 이용 의향 점수 평균 비교 .....	104

[표 3-16] 지리산국립공원 관광자원의 규제 의견 × 지리산 케이블카 설치 시 이용 의향 교차분석 .....	105
[표 3-17] 1년 이내 경상지역 방문객들의 경상남도 남해 바다 방문 경험에 대한 설문 응답 분포 .....	106
[표 3-18] 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 지역에 대한 설문 응답 분포 .....	107
[표 3-19] 경상남도 남해 바다를 표현하는 서술어 평가에 대한 설문 응답 분포 ...	109
[표 3-20] 경상남도 남해 바다를 표현하는 서술어 평가 점수에 대한 평균 비교 ...	109
[표 3-21] 1년 이내 경남지역 남해 바다 방문 경험 유무에 따른 경상남도 남해 바다 표현 서술어 평가 점수 평균 비교 .....	110
[표 3-22] 전라남도와의 비교한 경상남도 남해 바다의 이미지 평가에 대한 설문 응답 분포 .....	112
[표 3-23] 전라남도와의 비교한 경상남도 남해 바다의 이미지 평가 점수 평균 비교 ...	113
[표 3-24] 전라남도와의 비교한 경상남도 남해 바다의 이미지 평가 점수 평균 비교 (설문 응답자의 거주지역별) .....	114
[표 3-25] 남해의 이순신해 병행 표기 의견에 대한 설문 응답 분포 .....	115
[표 3-26] 남해의 이순신해 병행 표기 의견에 대한 주요 내용 .....	116
[표 3-27] 설문 응답자 유형별 남해의 이순신해 병행 표기 의견 점수 평균 비교 ...	116
[표 3-28] 남해의 이순신해 병행 표기 의견 찬반 유형에 따른 경상남도 남해 바다 표현 서술어(이순신 장군 유적지가 많다) 평가 평균 비교 .....	117
[표 3-29] 경상남도 남해안 관광 활성화를 위한 관광지 유형의 개발 방향 중요도 설문 결과 .....	118
[표 3-30] 남부내륙고속철도 개통 시 거제·통영권 방문 의사에 대한 설문 응답 분포 .....	119
[표 3-31] 설문 응답자 유형별 남부내륙고속철도 개통 시 거제·통영권 방문 의사 평균 비교 .....	120
[표 3-32] 1년 이내 남해 바다 및 거제·통영권 방문 경험 유무에 따른 남부내륙고속철도 개통 시 거제·통영권 방문 의사 평균 비교 .....	121
[표 3-33] 경상남도 남해 바다 대표 랜드마크 유무에 대한 설문 응답 분포 .....	122
[표 3-34] 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 유무 × 경상남도 남해 바다 랜드마크 유무 교차분석 .....	124

[표 3-35] 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 시 적합한 자원의 유형에 대한 설문 응답 분포 .....	125
[표 3-36] 경상남도 남해 바다 랜드마크 유무 × 랜드마크 조성 시 적합한 자원 유형 교차분석 .....	126
[표 3-37] 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 유무 × 랜드마크 조성 시 적합한 자원 유형 교차분석 .....	126
[표 3-38] 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 유형 중요도 설문 결과 .....	127
[표 3-39] 경상남도 남해 바다 대표 랜드마크 유무에 따른 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 유형 중요도 비중 평균 비교 .....	128
[표 3-40] 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 시 적합한 자원의 유형에 따른 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 유형 중요도 비중 평균 비교 ..	129
[표 3-41] 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 특성 중요도 설문 결과 .....	131
[표 3-42] 경상남도 남해 바다의 랜드마크로 활용하기에 적절한 유형 중요도 설문 결과 .....	132
[표 3-43] 경상남도 남해 바다의 랜드마크를 조성하기에 적합한 지역에 대한 설문 응답 분포 .....	133
[표 3-44] 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도에 대한 설문 응답 분포 .....	135
[표 3-45] 설문 응답자 유형별 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도 평균 비교 .....	136
[표 3-46] 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 유무 × 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도 교차분석 .....	137
[표 3-47] 경상남도 남해 바다 랜드마크 유무 × 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도 교차분석 .....	138
[표 3-48] 랜드마크 조성 시 적합한 자원 × 랜드마크 조성 및 발굴 필요도 교차분석 .....	139
[표 3-49] 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성·발굴이 불필요한 이유에 대한 설문 응답 분포 .....	140
[표 3-50] 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성·발굴이 필요한 이유에 대한 설문 응답 분포 .....	141



## 그림 목차

[그림 2-1] 한국문화관광연구원 선정 10대 핵심 관광 트렌드 (2023~2025) .....	11
[그림 2-2] 빅데이터를 활용한 2023년 국내 관광트렌드 (한국관광공사 선정) .....	18
[그림 2-3] 컨슈머인사이드의 T.R.A.V.E.L로 보는 2023 여행트렌드 .....	22
[그림 2-4] 하나투어 선정 2023년 여행 트렌드 키워드 .....	25
[그림 2-5] 아놀자 선정 2023년 여행 트렌드 키워드 .....	29
[그림 2-6] 내국인 국내여행의 시·도별 방문 비율 (2022년) .....	32
[그림 2-7] 방한 외래관광객의 시·도별 방문 비율 (2019~2022년) .....	33
[그림 2-8] 잠재 방한 여행객의 서울 이외 도시 인지, 방문경험, 방문의향 (2022년) ..	34
[그림 2-9] KT통신 데이터(2019~2020년) 분석을 통한 시·도별 경남지역 방문객 수 ..	35
[그림 2-10] 국가교통 DB(2018년) 분석을 통한 부울경 권역 내 지역 간 연계구조 ..	36
[그림 2-11] KT통신 데이터(2019~2020년) 분석을 통한 경남지역 방문객 주요 도시 ..	37
[그림 2-12] 전국 시·도별 주요 관광지점 입장객 수 현황 (2022년) .....	38
[그림 2-13] 경상남도 시·군별 주요 관광지점 입장객 수 현황 (2022년) .....	39
[그림 2-14] 시·도별 관광여행 전반적 만족도 (2022년) .....	40
[그림 2-15] 시·도별 관광여행 자연경관 만족도 (2022년) .....	41
[그림 2-16] 시·도별 관광여행 재방문 의향 (2022년) .....	42
[그림 2-17] 시·도별 관광여행 타인 추천 의향 (2022년) .....	43
[그림 2-18] 제5차 국토종합계획의 기조 : 비전, 목표, 전략 .....	45
[그림 2-19] 제5차 국토종합계획에 제시된 해양레저관광 활성화 방향 .....	46
[그림 2-20] 제4차 관광개발기본계획의 비전, 목표, 6대 추진전략 .....	48
[그림 2-21] 남부권 관광개발 기본구상에 의한 광역관광권 공간 설정 .....	59
[그림 2-22] 남부권 관광개발 기본구상에 의한 광역관광권별 개발방향 .....	59
[그림 2-23] 남해안권 발전종합계획 변경 공간발전구상 .....	62

[그림 2-24] 백두대간권 발전종합계획 변경 주요 구상도 .....	65
[그림 2-25] 제4차 경상남도 종합계획에서의 경남미래 2040 비전 및 목표 .....	68
[그림 2-26] 제4차 경상남도 종합계획 공간구상도 .....	69
[그림 2-27] 제4차 경상남도 종합계획에서의 관광 부문 계획목표 및 추진전략 .....	70
[그림 2-28] 제4차 경상남도 종합계획에서의 관광거점 육성 및 관광벨트 조성안 ..	71
[그림 2-29] 남부내륙고속철도 연계 경남 발전 그랜드비전에서의 문화·관광 비전 및 목표 .....	72
[그림 2-30] 남부내륙고속철도 연계 경남 발전 그랜드비전에서의 문화·관광 구상도 ..	73
[그림 2-31] 제7차 경남권 관광개발계획의 비전 및 목표, 추진전략 .....	74
[그림 2-32] 경상남도 산림문화·휴양계획의 비전 및 목표, 7대 추진전략 .....	78
[그림 2-33] 경상남도 해양레저 정책 비전·목표·정책분야·정책추진원칙 .....	80
[그림 2-34] 경상남도 섬 정책의 비전 및 목표, 정책분야, 섬 개발 5원칙 .....	83
[그림 4-1] 경남 지리산 권역의 관광 활성화 비전 및 전략 .....	154
[그림 4-2] 산림복지 개념도 .....	156
[그림 4-3] 산림치유 개념도 .....	157
[그림 4-4] 산악관광진흥구역 설정 시 소규모 산악관광단지사업 개발 모델 (예시) ..	160
[그림 4-5] 산악관광진흥구역 설정 시 대규모 산악관광단지사업 개발 모델 (예시) ..	161
[그림 4-6] 전라남도와 비교한 경상남도 남해의 이미지 평가 .....	173
[그림 4-7] 남해안 아일랜드 하이웨이 구상 및 한산대첩교 위치도 .....	179
[그림 4-8] 한산대첩교 조감도(안) .....	180
[그림 4-9] 마창대교 해상보도 구상안 (2011년) .....	181
[그림 4-10] 주탑 전망대와 브릿지 클라임이 계획된 남해대교 관광자원화 사업(안) 조감도 .....	182
[그림 4-11] 인천 제3연륙교 주탑 전망대 및 옛지워크 개념도 .....	183
[그림 4-12] 인천 제3연륙교 옆에 설치될 Sky Bike(하늘자전거) 조감도 .....	183
[그림 4-13] 경남 아이디어 공모에서 제안된 해양 대관람차 구상안 (2009년) .....	184
[그림 4-14] '서울링' 조감도(상) 및 내부공간을 이동하는 '관람 캡슐' 개념도(하) ..	185
[그림 4-15] 해저 체험 트레일 조감도 .....	187

[그림 4-16] 사천 한려해상국립공원 내 섬 연결 해상탐방로 구상도 .....	188
[그림 4-17] 거제~창원 '수족관 해저터널' 구상도 (2011년) .....	189
[그림 4-18] 슬로베니아의 '카포 그란데 타워' 조감도 .....	190
[그림 4-19] '공중부양 수도꼭지'를 분수대로 활용한 사례 .....	190
[그림 4-20] 거제포로수용소 유적공원 내 흥남철수작전 기념비와 메러디스 빅토리호 모형 .....	192






# 제1장

## 연구의 개요

제1절 연구의 배경과 목적

제2절 연구의 범위와 방법





## 제1절 연구의 배경과 목적

## 1. 연구의 배경

## □ 산악자원을 활용한 관광 활성화 필요성 제기

- 서부 경남지역은 지리산·덕유산·가야산 등 수려한 산악자원을 보유하고 있으나, 국립공원구역, 산림보호 문제 등으로 개발에 어려움이 있음
  - 경상남도 내 선정된 11개 인구감소지역\*은 서부 경남의 내륙 지역에 해당하는 산청·함양·거창·합천 등 4개 시·군을 모두 포함
    - \* 밀양시, 의령군, 함안군, 창녕군, 고성군, 남해군, 하동군, 산청군, 함양군, 거창군, 합천군 등
- 지리산·덕유산·가야산권 주변에는 대도시가 없고 기계·항공산업과 같은 제조산업 육성도 어려워, 풍부한 산림자원으로 산악관광을 활성화해 이를 지역발전의 기회로 활용할 필요성이 있음
- 이러한 시점에서 산악관광 시설을 내세워 연간 200만 명의 관광객이 찾는 산림휴양 관광지로 조성하겠다고 발표한 거창군의 의지는 고무적으로 평가
  - 10년간 700억 원을 들여 휴양힐링, 레저모험, 자연경관 등 세 가지 특색을 갖춘 시설을 조성
    - \* 가조면 우두산의 향노화힐링랜드는 278억 원을 투입해 출렁다리와 휴양림인 치유의 숲, 숙박시설인 숲속의 집, 숲속 도서관 등을 갖춘 산림치유센터 등을 조성
  - 600m 지점에서 우두산의 아름다운 풍광을 한눈에 볼 수 있는 국내 최초의 'Y'자형 출렁다리(높이 60m, 길이 110m)는 문화체육관광부와 한국관광공사에 의해 '2023~2024 우리나라 관광 100선'으로도 선정

- 고제면에 조성 중인 ‘빼재산립레포츠파크’를 비롯해 거합산 향노화휴양 체험지구, 레포츠모험타운 등 산림자원을 활용한 레포츠 체험, 숙박시설이 잇따라 개장하면 산악휴양 관광도시로의 경쟁력이 더욱 강화될 것으로 전망

#### □ 어촌경제의 회복 및 한려수도의 섬·해양레저 관광 활성화 방안 모색 필요

- 한려수도의 섬, 해양레저·치유 인프라 등을 활용해 남해안 관광 활성화 방안에 대해 모색할 필요가 있음
- 2023년 2월 경상남도가 해양수산부·부산광역시·전라남도 등과 공동으로 글로벌 해양레저관광벨트 조성을 위해 상호 협력할 것을 발표하면서, 남해안의 우수한 해양관광 자원을 활용한 글로벌 해양관광벨트 구축 계획이 부상
  - 남해안 해양관광 루트 구축, 해양레저관광 거점 조성, 남해안 글로벌 브랜드 육성, 해양관광 콘텐츠 확충, 이순신 장군 순례길 조성 등의 프로젝트가 제안
  - 해양관광벨트에 통영 한산도 권역을 세계적인 휴양관광 도시로 조성하는 계획안을 마련하고, 해양레저스포츠 체험 인프라도 적극적으로 확충
  - 머물고 쉬어가는 섬을 조성하고 어민과 상생하는 해양관광도 지속 추진
  - 낙후된 어촌 생활과 경제를 개선하고 어촌 특성에 맞는 다양한 테마를 발굴해 해양관광 서비스로 전환하는 ‘어촌 신활력사업’도 전방위로 지원

#### □ 관광환경 변화에 대응하며 미래 발전을 종합적으로 제시하는 계획이 요구

- 광역 단위의 경쟁력 강화는 지역발전의 효과적인 전략으로, 지역 간 연계를 통해 광역관광 개발로 지역균형발전을 도모
- 상위 및 관련 계획과 연계해 경남지역의 산과 바다 자원을 활용한 관광 활성화 전략을 마련하고, 지역의 미래 발전 방향을 제시할 필요가 있음
- 관광의 트렌드와 잠재력 등을 분석해 경남지역의 관광 활성화를 유도할 수 있는 전략 수립이 필요



## 2. 연구의 목적

### □ 경상남도 지리산 권역의 산악관광 활성화 방안 모색

- 경상남도 지리산 권역의 산악관광을 활성화하기 위해 방향성을 설정하고 정책사업을 개발
  - 산악관광 자원의 강점과 잠재력을 향상하고, 관광자원 발굴 및 관광 활성화 방안을 제시
- 관광환경의 변화에 대응한 지리산권 관광개발의 방향과 전략을 마련
  - 관광만족도를 높이고 방문객을 유치하며 재방문 의사 향상 방안을 모색

### □ 경상남도 남해 바다의 브랜드 개발

- 전라남도 남해 바다와는 구별되는 경상남도 남해 바다의 특성을 반영한 브랜드를 개발
  - 경상남도 남해안에 특화된 지역자원을 활용하여 차별화된 경남다움의 지역 이미지로 구축하는 데 기여
- 지역브랜드 구축을 위해 경상남도 남해 바다 이미지 등에 대해 설문 조사·분석

### □ 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크 제안

- 지역의 특성을 반영하고 상징성의 의미와 가치가 있어 전국적으로 랜드마크에 대한 관심이 높아지고 있는 현실에서, 경상남도 남해 바다의 정체성을 정립하고 지역을 대표할 수 있는 랜드마크의 개발이 요구
- 남해안 시대의 이미지를 구축하고 문화적 가치와 지역의 경쟁력을 향상하기 위해 경상남도 남해를 대표하는 랜드마크를 발굴·제안

## 제2절 연구의 범위와 방법

### 1. 연구의 범위

#### □ 공간적 범위

- 경상남도 남해 바다 랜드마크의 조성은 관광 거점도시인 거제시와 통영시 일원을 중심으로 살펴보고자 함
  - 거제시와 통영시는 경남지역 내에서 방문객의 수가 가장 많은 지역으로 조사되어, 이들 도시가 유입 허브임을 알 수 있음
- 경상남도 남해 바다 브랜드의 공간적 범위는 랜드마크 조성과 연계해 거점이 되는 거제시와 통영시를 중심으로 하면서, 경남지역의 대표성이 브랜드에 반영되어야 하므로 경상남도의 한려수도 전 해역으로 설정
  - 본 연구에서는 '바다 자원'의 의미에 초점을 두어 '남해안' 보다는 주로 '남해 바다'로 표현
    - \* '경상남도 남해'로 표현하면 '남해군'으로 오해될 수 있어 명확한 의미 전달을 위해, '해(海)'와 '바다'의 의미가 중복되는 문제가 있음에도 '경상남도 남해 바다'로 표현
- 경남지역의 산악은 공간적 범위를 지리산 권역으로 설정하여, 지리산국립공원과 인근 지역을 중심으로 산악관광 활성화 방안에 대해 살펴보기로 함
  - 지리산국립공원에 걸쳐있는 하동·산청·함양군 지역과 함께 이들 지역에 인접한 거창·합천군 지역 중심으로 활성화 방안을 모색
    - \* 거창·합천군은 지리산국립공원에 걸쳐있는 산청·함양군과 함께 서부 경남의 내륙 지역에 해당하기도 함

#### □ 내용적 범위

- 관광수요, 방문객 수, 관광여행 만족도 및 행동의도 등 경남지역의 관광환경 및 현황을 분석

- 연구기관(한국문화관광연구원), 공기업(한국관광공사), 조사기관(컨슈머 인사이트), 플랫폼(하나투어, 야놀자) 등 관광 관련 기관에서 최근에 보고한 관광 트렌드 분석을 검토
- 경남지역의 관광정책에 대한 상위 및 관련 계획을 검토
  - 제5차 국토종합계획, 제4차 관광개발기본계획, 제6차 관광진흥기본계획, 제4차 도서종합발전계획, 백두대간권 발전종합계획 등 상위계획
  - 남부권 관광개발 기본구상, 남해안권 발전종합계획, 영호남 내륙권 광역관광 개발 기본구상 등 광역 연계 계획
  - 제4차 경상남도 종합계획, 남부내륙고속철도 연계 경남 발전 그랜드비전 수립, 제7차 경남권 관광개발계획, 경상남도 해양레저육성 종합계획, 경상남도 섬 발전종합계획, 경상남도 산림문화·휴양계획 등 경상남도 계획
- 경상남도 남해 바다의 랜드마크 제안을 위해 랜드마크의 정의, 기능과 역할, 특성 등 개념을 살펴보고 랜드마크화의 방향을 설정
- 경상남도 남해 바다의 브랜드 구축 방안과 지리산 권역의 산악관광 활성화 방안을 모색

#### □ 시간적 범위

- 본 연구는 정책 제안의 목적으로 수행되어 단기·중기·장기 계획을 포함
  - 단기·중기·장기 기간에 대한 정형화된 기준은 없으나, 일반적으로 1~2년을 단기, 5~10년을 중기, 10년 이상을 장기로 구분
- 제안한 정책의 실행 가능성에 따라 목표연도는 유연하게 적용

## 2. 연구의 방법

### □ 문헌 및 자료 검토

- 관련 연구보고서, 논문 등을 포함한 문헌 연구
  - 선행연구를 검토하면서 이들 연구의 성과와 정책적 함의를 파악
- 경남지역의 관광환경 및 현황, 정책자료, 상위 및 관련 계획, 통계자료 등을 검토

### □ 전문가 자문 및 워크숍 실시

- 연구조사 방법론, 설문 의 설계, 경남지역의 산악·섬·해양레저 관광 활성화 방안 모색 등을 위해 전문가 자문 실시
  - 한국해양수산개발원, 한국문화관광연구원, 한국관광공사 등 경남지역의 산악 및 해양 관광과 관련된 관계자, 관련 연구를 수행 중인 연구자 등에게 자문
- 연구수행 과정에서 담당 부서와 수시로 워크숍 실시

### □ 설문 조사 및 분석

- 경상남도를 찾는 방문객 비중을 시·도별로 살펴보면 인근 지역인 부산광역시 가 가장 높고, 다음은 경기도와 서울특별시 순으로 나타남
- 본 연구에서는 경상남도를 많이 찾는 방문객의 지역이 부산 그리고 경기와 서울 등의 수도권이라는 점에 주목하여, 이들 잠재 방문객을 대상으로 경남 지역의 관광 행동 등에 대해 설문조사를 수행
  - 지리산권 산악관광, 남해 바다의 이미지, 남해 바다를 대표하는 랜드마크 등에 대한 의견을 설문
  - 수도권 장거리 방문객의 비중도 높게 나타나지만, 경기와 서울의 합이 인근 지역인 부산보다 많지 않음

## 제2장

# 경남지역의 관광 여건 및 환경 분석

제1절 관광 트렌드 분석의 검토

제2절 경남지역의 관광환경 및 현황 분석

제3절 상위 및 관련 계획의 검토



## 제1절 관광 트렌드 분석의 검토<sup>1)</sup>

### 1. 공공·연구기관의 전망

#### 1) 관광 트렌드 분석 및 전망 2023~2025 (한국문화관광연구원, 2022)

##### □ 개요

- 한국문화관광연구원(2022)은 코로나19 발생 전후 5년간 자료를 기반으로 엔데믹 시대 여행 트렌드를 분석해 그 결과를 발표

[그림 2-1] 한국문화관광연구원 선정 10대 핵심 관광 트렌드 (2023~2025)



자료 : 진보라 등(2022: 224)

1) 본 절에서는 각 기관에서 발표한 보고서, 보도자료 등의 자료에서 주요 내용을 발췌하여 정리함

- 거시 환경 및 미디어 분석, 전문가 조사 및 대국민 인식조사, 전문가 심층토론 등을 종합하여, 향후 3년간 발현이 예상되는 ‘새로운 시대의 여행(New Era Trip)’ 10대 핵심 관광 트렌드를 선정

## 1] 뉴노멀 시대, 새로운 여행 워케이션 확산

- ‘일과 여가의 균형’에 대한 관심이 지속되면서 ‘워라밸’을 선호하는 사람들이 증가하고 뉴노멀 개념도 확장
  - 디지털 기기 이용으로 장소 제약이 사라지면서 젊은 층 중심으로 재택근무와 원격근무로 대표되는 ‘하이브리드 근무’ 선호
- 코로나 팬데믹을 거치면서 IT기업을 중심으로 재택근무가 확대되었고, 많은 기업들이 재택근무를 도입하면서 일과 여가를 함께 추구할 수 있는 ‘워케이션’ 관광시장이 급성장
- 기업들은 디지털 노마드족인 창의적 인재를 선점을 목적으로, 지역에서는 ‘관계인구’를 창조하여 지역 활성화를 할 수 있다는 기대로 워케이션에 대한 관심은 점점 증가하고 있으며 다른 국가들에서도 이러한 현상이 관찰
- 산업적으로 신규 여행수요에 대한 맞춤형 관광서비스를 확대하고, 특히 Z세대 등 차세대의 요구에 부응하는 상품과 서비스 제공이 필요
  - 정책적으로 디지털 노마드 비자 등 부처별 협업을 통해 방한 워케이션 활성화 정책을 유도

## 2] 위기 회복 시대, 웰니스 치유 여행 가속화

- 우리나라의 행복지수는 중위권에 머물고 있으며, 코로나 팬데믹을 거치면서 사회적 고립감이나 우울증을 겪는 사람들이 증가
  - 자연을 기반으로 심신 건강 및 행복의 가치를 중시하는 힐링 여행 및 웰니스 관광 수요가 지속적으로 확대되고 관련 산업도 급성장



- 웰니스가 ‘스파’와 ‘명상’에서 ‘자연치유’ 등으로 확장되어 숲강스, 팜강스, 해양치유 등으로 다변화되고 있으며, 문화체육관광부는 웰니스 관광지를 선정해 전략적 홍보를 진행하고 타 부처에서도 치유 중심의 정책을 추진
- 웰니스는 단순히 관광객 선호에 머무르지 않고 산업 전반에 영향력을 미치고 있어 웰니스 관광에 대한 관점 변화와 서비스 마련이 필요
  - 정책적으로는 부처 간 협력을 통해 웰니스 시장을 확대하고 경쟁력을 강화할 수 있는 선진적 대응이 요구

### ③ 초개인화 시대, 여행경험의 나노화

- 엔데믹 이후 보상여행이 증가하면서 해외여행과 거주지 주변의 근거리 여행으로 여행 형태가 양극화되고 있으며, 럭셔리 여행과 가성비가 뛰어나 상품 선호 등 소비에서도 다변화 현상이 더욱 확대
- 소그룹 여행과 혼자 하는 여행이 정착하면서 개인별 맞춤형 여행을 선호하게 되었고, 정보 분석 기술의 고도화를 기반으로 개별 요구에 효과적으로 대응이 가능한 커스터마이징 업체들이 인기를 얻고 있음
- 혼행(혼자 여행)에서는 본인이 선호하는 테마와 관광 활동을 추구하면서 관광 시장이 더욱 세분화됨
  - 따라서 미식관광, 야간관광, 캠핑과 차박 등 본인이 선호하는 테마를 중심으로 한 여행이 더욱 활발해지고 있음

### ④ 관광할 권리, 모두가 즐기는 여행 실현

- 코로나 팬데믹 동안 고령자 및 장애인 등 관광약자의 여행은 더욱 감소한 것으로 조사
  - 2019년 아시아·태평양도시들의 협력체인 관광진흥기구(TPO) 회의에서는 관광할 권리에 대해 ‘인간 존엄과 가치에 기초한 기본적 권리’로 선언하는 등 관광이 선택이 아닌 권리로 인정받고 있음

- 또한 과거에는 소수로만 인식된 장애인, 고령자, 채식주의자, 반려동물 양육 가구 등이 모두가 즐기는 관광개념이 정착되면서 이들의 관광활동을 활발히 할 수 있는 방안을 모색
- 관광이 기본 권리로 인식되면서 ESG 경영 차원에서 관광기본권 대응 확대가 필요하며, 관광업계는 물리적·내용적·심리적 장벽을 없애는 노력이 요구
- 숙박시설의 무장애 객실 확충, 음식점의 접근성 확보 등이 요구되며, 장애인 및 고령자의 주체적인 관광 경험에 대한 수요가 증가할 것으로 전망되므로 적극적으로 무장애 관광 상품 및 서비스 제공을 추진할 필요가 있음

#### 5 K-컬처 시대, 방한 여행의 스펙트럼 확장

- 드라마 및 K-Pop 등 특정 장르로 한정되었던 한류가 문화 전반에 영향력을 확장하면서, 한국 문화와 관광을 대표하는 분야로 세계적 위상을 확보
  - 특히, 국제관광이 단절되었던 코로나 팬데믹 기간동안 OTT를 통해 우리나라의 온라인 콘텐츠 소비가 가속화되었으며 그 경쟁력을 인정받고 있음
- 드라마 '오징어게임', 영화 '기생충', 아이돌 그룹 'BTS' 등이 세계적으로 인기를 얻었으며, 이들의 인기가 일시적인 것이 아니라 비평가들에게도 인정을 받으며 대표적인 영화제 등에서 수상을 이어나가고 있음
  - 그 외에도 웹툰, 게임 등 새로운 분야들이 급격하게 성장하고 있기 때문에, 한류의 스펙트럼 다변화를 토대로 한류 관광을 통한 선제적인 국제관광의 경쟁력 선점을 위해서는 전략적인 산업 대응 방안 마련이 필요
- 정책적으로도 한류 관광의 미래가치를 고려하여 주요 거점별 관광 관련 인프라를 구축하고, 지역에서 보유한 다양한 한류 자원을 활용하여 수도권에 집중된 외국인 관광 패턴을 지역으로 유도
  - 한국을 대표할 수 있는 OTT 및 인력을 육성하여 세계적 경쟁력을 확보할 수 있도록 하고, 관련 조사 및 연구를 단계적으로 추진하는 것이 필요

## 6 로컬의 시대, 지역 관광의 진화

- 대규모 관광지나 정형화된 관광지보다 지역의 독특하고 매력적인 자원과 콘텐츠를 선호하는 관광객들이 증가
  - 지역 특성이 반영된 공간은 물론 식품, 굿즈에 대한 관심이 높아지면서 ‘로컬 힙(Local Hip)’이라는 용어 등이 사용
- 해외여행에 대한 위협과 제약이 상존하면서 국내여행에서 지역 콘텐츠의 중요성은 지속될 것으로 전망되며, 기업들도 이러한 흐름을 파악해 제주, 전주 등 관광지역을 중심으로 지역 캐릭터 상품을 구상하고 지역에서 판매
- 지역상품을 구매하는 관광객들은 해당 상품이 우수하기도 하지만 본인의 소비로 인한 혜택이 지역으로 환원되기를 기대
  - 따라서 관광객들의 소비가 지역 경제 및 지역사회로 환원되는 선순환 구조를 확립하는 것이 기업의 성장에 긍정적 영향을 미칠 것으로 예상
- 지역의 정체성 유지는 지속적인 관광객 확보의 필수 조건으로, 지자체에서는 지역주민들만 알고 있는 숨은 관광지처럼 잠재력이 높으나 잘 알려지지 않은 지역 자원을 발굴하고 자생력이 확보될 때까지 이를 지원

## 7 디지털 전환 시대, 신(新)융합 관광 확대

- 산업 전반에 걸쳐 모바일, 클라우드, 사물인터넷(IoT), AI 등 혁신적 기술의 디지털화가 진행되고 있으며, 코로나19를 계기로 비대면 문화가 확산되면서 디지털 경제가 가속화
- 관광 분야에서는 대면 관광서비스가 무인 서비스로 변화하였고, 랜선 투어, 메타버스 등 비대면 서비스 기술로 관광 영역이 확대되었으나 일자리 감소도 함께 진행
  - 대국민 조사 결과에서도 3년 이내에 관광사업 디지털 콘텐츠 경험 의향은 ‘빅데이터와 AI를 통해 관광객이 원하는 맞춤형 관광정보 제공’(69.1%)이 가장 높게 나타남

- 다음은 ‘모빌리티, 자율주행 등 교통수단 이용’(69.0%), ‘VR·AR, 몰입형 미디어아트 기술을 활용한 실감형 관광 콘텐츠 체험’(54.8%) 등의 순으로 나타남
- 국내 관광기업은 타 산업과의 융합 및 발전을 적극 지원하여, 관광지에서 활동, 숙박, 교통 등 현실의 물리적 공간을 가상 디지털 공간으로 새로운 형태의 부가가치를 창출할 수 있도록 제도적 환경 정비가 필요

#### ⑧ 기후변화 시대, 탄소중립 여행의 부상

- 2020년 10월 ‘2050년까지 탄소중립 선언’ 이후 관광산업에서도 탄소중립을 달성하기 위한 방안이 논의
  - 코로나19 이후 환경과 생태계, 지속가능성, 기후변화, 인권, 동물복지 등 윤리적 가치가 상승
- 탄소중립 달성을 위한 관광산업 및 관광객 소비형태 변화, 구체적 실천이 요구 되면서, 이러한 소비자 요구를 반영해 여행 및 관광업계는 여행객을 대상으로 한 탄소중립 캠페인 시행, 탄소 라벨링 체계 개발 등 다양한 프로젝트가 진행
- 호텔 및 관광시설 등 업종과 규모별 사업체에 대한 탄소중립으로의 전환 유도과 함께, 관광산업의 저탄소화를 위해 에너지 전환 가속화, 신재생 에너지 사용, 모빌리티를 활용한 이동교통수단 저탄소화 등 저탄소 관광산업 모델 마련이 필요

#### ⑨ 탈 경계 시대, 일상에 스며든 관광

- 많은 인파와 교통 체증 대신 거주지에서 가까운 좋은 장소에서 시간을 보내는 어반 힐링(Urban Healing) 현상이 가속화
  - ‘스테이케이션(Staycation)’, ‘니어케이션(nearcation)’ 등의 용어가 이용 되나 최근 ‘근거리 여행’으로 사용
  - 집에서 1시간 내외의 근거리를 안전하게 다녀오는 여행 스타일이 확산되면서 친근하고 자신이 잘 아는 곳을 방문해 미처 몰랐던 새로운 가치를 발견

- 일상생활이 곧 여행이 되면서 학생 중심의 교육체험에서 직장인, 가족 등으로 관광시장이 확대
  - 성공 사례로 충남 공주 ‘제민천 마을스테이’, 전남 강진 ‘푸소(FU-SO)’, 강원 정선 ‘마을호텔’ 등 독특한 경험을 할 수 있는 숙박공간이 인기
- 생활밀착형 관광이 긍정적으로 발전할 수 있도록 지역주민을 고려하고, 다른 지역과 차별화된 지역 아이덴티티를 구축할 수 있도록 관광시설 중심으로 색상, 디자인 등의 요소를 발굴하여 매력적인 공간으로의 전환을 시도

#### 10 창조적 시대, 스스로 성장하는 지역관광

- 지역이 중심이 되는 ‘지역주도형’ 관광정책이 진행되면서 이를 위한 법·제도 및 사업이 추진
  - 지역에서도 스스로 관광 문제를 인식하고 해결하려는 노력을 시도하고 있으며, 자립적 관광발전을 위해 지역관광 추진조직이 구축 및 확대
- 로컬 크리에이터들이 기획자이며 지역문화를 외부와 연계하는 매개자 역할을 수행하면서 공공부문에서는 로컬 크리에이터를 체계적으로 양성하고 있으며, 관광 두레와 같은 지역주민 중심의 관광 창업도 활성화
- 인력은 관광산업을 활성화하고 정책을 추진하기 위한 핵심 자원으로 사업체의 기획 및 운영에 지역주민 및 지역 인재가 참여할 수 있도록 기회를 제공하며, 장기적 관점에서 산학연이 연계해 지역 인재의 육성을 도모

## 2) 2023년 관광트렌드 전망 및 분석 (한국관광공사, 2023)

### □ 개요

- 한국관광공사(2023a)는 최근 3년간 빅데이터(이동통신, 소비지출, 소셜 미디어 등), 전문가 심층 인터뷰, 세대별 및 여행 주제별 소비자 설문조사 등을 분석해 ‘2023 국내관광 트렌드’를 발표

- 코로나19 장기화 여파로 “변화된 일상, ‘현재’와 ‘나’에 집중”이라는 전년도 관광트렌드의 기초를 일부 유지
- 고령화 및 1인 가구 증가, 환경에 관한 관심 증가, 재택 및 원격근무 확산, 휴식·웰니스에 대한 필요성 강화, 아웃도어 수요 증가, 개인 경험의 가치 중시 등 사회·소비·환경·노동·여가 등 사회 전반의 거시적 변화가 여행에 다양한 형태로 영향을 미치는 것으로 파악
- 일상 속 개인의 관심사나 취향과 관련된 경험을 추구하며, 다양한 테마의 여행을 통해 현재의 행복을 만끽한다는 의미에서 2023년 국내관광 트렌드의 핵심 키워드로 ‘모멘트(M.O.M.E.N.T.)’를 선정
  - ‘모멘트(M.O.M.E.N.T.)’는 엔데믹 시대 억눌렸던 여행수요가 정상화되면서 ‘일상의 매 순간이 여행의 순간이 될 수 있다는 것’을 의미
  - 나만의 즐거운 여행을 추구하는 소비자 니즈와 함께 주목되는 다양한 여행 형태로 ① 로컬관광, ② 아웃도어/레저여행, ③ 농촌 여행, ④ 친환경 여행, ⑤ 체류형 여행, ⑥ 취미 여행 등 6개의 테마를 선정

[그림 2-2] 빅데이터를 활용한 2023년 국내 관광트렌드 (한국관광공사 선정)



\*사회, 여가, 소비, 환경, 노동분야의 주요 변화를 토대로 2023년 유망 여행 테마 6가지 선정함

자료 : 한국관광 데이터랩 [https://datalab.visitkorea.or.kr/site/portal/ex/bbs/View.do?cbldx=1129&bcldx=302755&pageIndex=1&tgtTypeCd=SUB\\_CONT&searchKey=%ED%8A%B8%EB%A0%8C%EB%93%9C&searchKey2=&tabFlag=N&subFlag=N&cateCont=tt03](https://datalab.visitkorea.or.kr/site/portal/ex/bbs/View.do?cbldx=1129&bcldx=302755&pageIndex=1&tgtTypeCd=SUB_CONT&searchKey=%ED%8A%B8%EB%A0%8C%EB%93%9C&searchKey2=&tabFlag=N&subFlag=N&cateCont=tt03) (검색일 : 2023.06.12.)

### ① 로컬관광 (Meet the local) : 여행지에서의 새로운 일상 경험 추구

- 자신의 취향과 관심사를 중시하는 경향이 강화되면서, 여행에도 이를 반영하려는 행태가 가속화
- <국민여행조사> 결과에 따르면 관광여행 방문지 선택 시 여행지의 지명도보다는 대중적이지 않은 지역에 대해 보다 관심을 보이며, '여행지에서의 새로운 일상' 경험을 희망하는 것으로 나타남
  - 소셜분석에서 로컬관광은 주로 먹거리나 지역 콘텐츠, 각종 체험 프로그램 관련 키워드가 주요 연관어로 도출되었고, 관심 테마는 현지에서만 맛볼 수 있는 지역 특산품이나 자연 및 생태환경 체험, 그리고 역사·문화 체험 등으로 조사

### ② 아웃도어/레저여행 (Outdoor/leisure travel)

#### : 골프, 등산, 트레킹 등 레저스포츠 참여를 목적으로 한 여행 선호 경향

- 엔데믹 시대 일상회복에 대한 기대감과 함께 야외활동 수요가 더욱 증가하는 가운데 아웃도어/레저스포츠 관련 언급이 지속적으로 증가
- 또한 소비자 조사 결과 전체 응답자 중 42.7%가 아웃도어/레저여행 참여 의향을 보였으며, Z세대 의향(58.1%)이 가장 높은 편으로 나타남
  - 선호하는 레저 스포츠는 걷기, 등산·트레킹, 낚시 순으로, 희망 여행 기간은 1~2일 정도의 단기간 여행 의향 비율이 가장 높은 것으로 조사

### ③ 농촌 여행 (Memorable time in rural area)

#### : 휴식과 새로운 경험을 즐길 수 있는 '촌캉스' 유행 경향

- 코로나19 이후 진정한 휴식을 즐길 수 있는 여행에 대한 수요가 증가하고 있으며, 번잡하고 복잡한 도시를 벗어나려는 경향으로 농촌여행이 재조명
- 농가주택에 머물면서 휴양이나 휴식, 둘레길 걷기 등 비교적 가벼운 활동에 관심이 높은 것으로 나타남

- 밀레니얼 세대는 할머니집처럼 편안하고 추억이 깃든 분위기, Z세대는 신기하고 새로운 여행 경험인 '촌캉스' 관련 언급량이 엔데믹 이후 더욱 증가

#### ④ 친환경 여행 (Eco-friendly travel)

##### : 여행과 더불어 환경 보호를 실천하는 여행에 대한 관심 증가

- 기후 위기에 대한 우려로 인해 관광 분야에서도 탄소발자국 등 환경 이슈에 대한 관심이 증가
- 일상생활이나 여행과정에서 탄소 줄이기 등 환경보호 실천 노력이 확산되는 가운데 팬데믹 이전 대비 플로깅, 탄소중립, 제로웨이스트, 업사이클링 등 친환경 관련 키워드 언급량이 높은 증가를 나타냄
  - 소비자 조사 결과에서 친환경여행에 대한 의향은 6개 여행 테마 중 가장 높은 70.1%의 높은 의향을 보였으며, 특히 베이비부머 세대의 관심이 77.7%로 가장 높은 결과를 나타냄

#### ⑤ 체류형 여행 (Need for longer stay)

##### : 워케이션, 한달살기 등 한 지역에서 오랜 기간 살아보는 형태의 관광 트렌드

- 팬데믹 이후 재택 및 원격근무 증가로 일과 생활의 경계가 무너지면서 근무 형태가 자유롭고 다양해짐에 따라 워케이션에 대한 관심이 증가
  - 한달살기뿐만 아니라 일주일이나 단기 등 비교적 짧은 기간의 살아보기 여행도 증가하고 있는 것으로 파악
- 체류형 여행으로 희망하는 형태는 특정 지역 깊게 여행하기, 관심 주제 관련 체험활동, 현지인과 더불어 현지인처럼 살아보기 등으로 나타남
  - 여행 희망 기간은 5~6일 이상을 원하는 비율이 47.5%로 타 여행 테마 대비 상대적으로 길게 조사



## ⑥ 취미 여행 (Trip to enjoy hobbies)

### : 나만의 취미를 즐기는 ‘취미여행’ 관심 증가

- 팬데믹 이후 착한소비, 윤리 소비, 미닝아웃(Meaning out) 등 자신의 가치와 신념을 드러내는 소비활동이 증가
  - 개인의 즐거움을 위한 여가 활동 및 경험의 가치 중시 경향이 강화되면서, 나만의 취미나 체험 활동을 열정적으로 즐기는 문화가 확산
- 소비자 조사 전체 응답자 중 63.6%가 취미여행 의향이 있으며, 관련 주요 연관어는 맛집 탐방, 스포츠·레저, 캠핑, 문화 관련 체험 등으로 나타남

## 2. 민간기업의 전망

### 1) TRAVEL로 보는 2023 여행트렌드 (컨슈머인사이트, 2023)

#### □ 개요

- 컨슈머인사이트(2023)는 자체적으로 보유한 고유의 여행시장 분석틀인 T.R.A.V.E.L을 통해 국내-해외 여행시장의 핵심적 변화를 전망
  - 컨슈머인사이트는 2015년 8월부터 수행해 온 ‘주례 여행 행태 및 계획 조사 (매주 500명, 연간 2만 6천 명)’를 통해 여행 소비자가 어떤 여행을 다녀왔고 또 계획하고 있는지를 주간 단위로 모니터링해 왔음
- 2019년과 2022년도 소비자 조사 결과 비교를 통해 그간의 변화를 가늠하고, 2022년 분기별 변화 추이를 보며 2023년의 여행산업을 전망
- 국내여행과 해외여행을 함께 전망하고 있으나, 국내여행을 분석한 결과에 대해 제시하면 다음과 같음

[그림 2-3] 컨슈머인사이트의 T.R.A.V.E.L로 보는 2023 여행트렌드



자료 : 컨슈머인사이트(2023: 1)

**1 Target (여행객) : 20-30대 여성으로 젊어지는 시장**

- 2023년에는 상당한 규모의 성장과 함께 변화가 예견
- 코로나 이전 국내여행 경험과 계획은 남성이 더 많았으나 이제는 그 차이가 크게 줄어들
  - 30-40대 남성 우위 시장에 해외여행 길이 막힌 20-30대 여성과 여행 소외층 이던 20대 남성이 몰려들고 있음
- 여행시장의 여성화와 젊은 층으로의 세대교체에 주목할 필요가 있음

## ② Resource (자원 목적) : 볼거리·먹거리 대신 휴식과 자연감상으로

- 휴식과 자연 감상 중심의 여행은 코로나 이후 변화한 모습 중 하나
  - 여행 시 방역 규칙을 지키며 비용 절감도 가능하기 때문으로 분석되며, 심각한 경제 상황으로 이러한 추세는 계속될 것으로 예상
  - 물가 상승으로 여행비 증가는 불가피해도, 여행 자체를 포기하고 싶지는 않은 요인이 작용
- 비용이 많이 드는 볼거리·먹거리·놀거리를 최소화하고 자연을 감상하며 휴식을 취하는 것이 소비자가 할 수 있는 현실적 대안

## ③ Accessibility (접근성) : 체류형 여행으로 이동 감소, 접근성 중요도 낮아져

- 언택트 추구 경향은 여행 시 이동수단으로서의 승용차 의존을 높였고, 타인과의 접촉이 적은 휴식과 자연 감상 중심의 체류형 여행을 선택하게 함
  - 이에 더해 경제적 부담으로 여행활동이 단순해지면서 관광지-숙소-식사 등을 위한 이동의 필요가 줄어들
- 언택트와 경제적 부담이 접근성의 중요도를 낮추는 요인으로 작용

## ④ Value for the money (비용 및 가성비)

### : 경기침체와 고물가로 저예산-가성비 추구형으로

- 2022년도 여행비는 2019년보다 20% 이상 증가했으며, 소비자의 약 2분의 1은 앞으로 여행비 지출이 더 많아질 것으로 예상
- 여행비 부담이 커지는 만큼 숙박과 식사를 선택할 때 가성비를 따지며, 과거의 상업성 정보보다 주변의 평가와 추천에 더 귀를 기울이고 SNS의 역할은 더욱 중요해지고 있음
- 2022년 여행지 만족도는 2019년보다 높아졌으나 분기별로는 하향세가 뚜렷
  - 고물가 논란으로 수요가 격감한 제주도가 대표적인 예

#### 5 E-connect (인터넷과 연결성) : 숙소 제외한 항공·렌터카 등 직접판매 우세

- 여행상품 구입 채널로 여행상품 전문웹·앱의 이용이 증가했으나 숙소를 제외한 항공권, 렌터카, 입장권 등에서 직접판매의 우세는 견고
  - 특히 여행상품 구매 시 사용하는 디바이스에서 모바일의 우세는 확실했고, 그만큼 PC와 소셜커머스의 입지는 줄어들음
- 온라인 여행사(OTA: Online Travel Agency) 간의 경쟁과 함께 직접판매 채널과의 경쟁 역시 흥미로운 현상
  - 야놀자, 네이버여행, 여기어때 토종 3강의 기세는 더 커짐
  - 네이버여행은 급성장해 여기어때를 추월했고, 성장률이 다소 둔화된 야놀자를 압박

#### 6 Loyalty (만족도, 재방문의향)

**: 서울은 재방문·추천의향 1위, 만족도 2위로 대약진**

- 2022년의 여행시장은 과거와는 다른 새판 짜기로 평가
  - 산업 환경은 크게 바뀌었고 소비자와 판매자도 변화하는 등 여행의 뉴노멀을 함께 찾는 여정이 시작
  - 여행자 입장에서 낯익은 여행은 모두 사라지고, 과거의 지식이나 체험은 더 이상 유용하지 않으며, 최근 경험자의 평가나 추천이 더 중요해지고 있음
    - \* 2022년 하반기 제주도의 부진을 보면 그 위력을 알 수 있음
- 반면 최근 서울 여행 경험자의 평가는 의미 있는 결과로 해석
  - 서울은 2022년도 조사 결과 재방문의향과 추천의향(공동)에서 1위, 만족도에서 공동 2위로 괄목할 만한 성과를 나타냄
  - 이러한 평판은 향후 여행지 선정과 만족도 평가에 긍정적인 효과로 이어질 것으로 전망

## 2) 2023년 여행 트렌드 (하나투어, 2022)

### □ 개요

- 하나투어는(2022)는 자사 고객 데이터를 다각도로 분석해 2023년 여행 시장을 전망하는 트렌드 키워드로 ‘R·A·B·B·I·T(토끼)’을 선정
- ‘R·A·B·B·I·T’은 ① 지속가능성(Responsible), ② 여행에 집중(Adding & Alleviating), ③ 소규모 프라이빗화(Be Exclusive), ④ 몸과 마음의 건강(Be Healthy), ⑤ 전문가 동행(Influencer), ⑥ 기술 도입(Technology) 등을 의미
- 코로나 팬데믹 기간 동안 고객들이 원하는 새로운 여행에 집중하고 세분화된 취향이 친환경, 소규모 프라이빗 여행으로 이어진다는 트렌드를 발견

[그림 2-4] 하나투어 선정 2023년 여행 트렌드 키워드



자료 : 하나투어(2022); 디스커버리뉴스(DISCOVERYNEWS, www.discoverynews.kr)에서 인용

### ① Responsible : 책임감 있는 지속 가능한 여행

- 글로벌 트렌드로 자리 잡은 친환경이 지속 가능한 여행으로 확장될 전망
  - 하나투어는 2021년 해외 패키지여행 상품 중 코끼리 트레킹, 악어쇼, 우마차 등의 동물 학대 프로그램을 폐지하고, 빈집 재생 스타트업 '다자요'와 협업해 제주 빈집 업사이클링 프로젝트를 진행
- 업계 전반에서 지속가능성에 대한 목소리가 커지는 만큼, 2023년에도 지속 가능한 여행에 대한 꾸준한 관심이 이어질 전망

### ② Adding & Alleviating : 불편함 덜고 여행 더하다

- 고객들의 최신 트렌드에 대응하기 위해 하나투어가 신규 런칭한 '하나팩 2.0'이 새로운 패키지여행 시장을 주도
- 단체 쇼핑, 현지 추가 비용 지불 등 불편함을 개선하고, 핫플레이스와 로컬 맛집 등 선호도 높은 여행 요소를 증진
  - 하나팩 2.0 프리미엄 등급과 스탠다드 등급은 고객 만족도 평균 각 88점, 86점을 기록할 정도로 출시 직후부터 긍정적인 평가를 받고 있음
  - \* 하나팩 2.0 고객 종합 만족도, 하나투어 자체 조사, 2022년 01월~2022년 12월, 25,995명 응답

### ③ Be Exclusive : 우리만을 위한 특별한 여행

- 코로나 19 이후 소규모, 맞춤형 여행 수요가 급증
- 패키지의 장점과 자유여행의 장점을 더한 하나투어 '우리끼리' 단독 상품이 대표적
  - 일행과 함께 단독 가이드 및 차량을 통해 프라이빗하게 여행을 즐길 수 있는 상품으로 4인 이상 이용 가능해 가족여행, 우정여행을 목적으로 한 고객들의 문의가 지속될 것으로 예상

#### ④ Be Healthy : 몸과 마음의 건강 챙기는 여행

- 전 세계적인 팬데믹을 겪은 후 몸과 마음이 지친 사람들은 웰니스, 힐링 관광에 대한 관심이 고조
  - 대표적인 웰니스 관광지 '발리'의 2022년 4분기 예약을 살펴보면 직전 분기 대비 43% 증가한 것을 확인
- 동남아의 고급 리조트와 풀빌라 등 휴양 중심의 숙소들은 다시 찾아올 고객들을 맞이하기 위해 리모델링을 진행
- 하나투어는 발리, 일본 온천 등 건강한 여행지를 찾는 고객들을 위해 다양한 기획전을 선보일 예정

#### ⑤ Influencer : 전문가와 함께 떠나는 여행

- 2023년 라이프스타일 트렌드인 '디깅 모멘텀'은 취향을 깊게 파고드는 행위를 뜻하는데, 이러한 흐름이 여행에도 반영될 것으로 예상
- 2022년에 진행한 우쓰라 작가 출사여행, 안시내 & 이채빈 여행 작가 동행여행 등 전문가 동행 테마여행 상품이 '조기마감', '완판'을 기록했고 MZ세대 참가자는 40%에 육박
  - 위스키 리뷰 유튜버 MJ와 함께하는 대만 위스키 투어, 장지현 축구 해설 위원과 떠나는 EPL 축구 직관 여행 등의 패키지여행 시장이 MZ세대의 취향과 관심사를 공략하여 이들을 유입하는 역할을 담당할 것으로 예상

#### ⑥ Technology : 여행 경험 새롭게 만드는 기술 도입

- 비대면 판매 채널이 효과적인 유통 채널로 급부상하며 하나투어는 적극적으로 이와 관련한 기술을 도입
  - 여행 상품을 실시간으로 판매하는 '하나LIVE' 채널을 운영하고 2022년도 누적 시청자 수 93만 명, 누적 방송 조회수 140만 회를 기록

- 또한 여행 일정 등록 ‘플래너’ 및 여행 정보 제공 ‘플레이스’ 등 하나투어 앱 서비스 개편을 통해 사용자 경험 향상의 결과를 나타냄
- 새로운 판매 채널과 적극적인 기술 결합을 통해 새로운 여행 경험을 만들어낼 것으로 기대

### 3) 2023년 여행 트렌드 (야놀자, 2023)

#### □ 개요

- 야놀자는 자체적인 여행 빅데이터를 분석하여 2023년의 여행 트렌드로 ‘R.E.S.T.A.R.T(리스타트)’의 7가지 키워드를 제시
- R.E.S.T.A.R.T는 각각 ① 여행업계 회복세(Revitalization), ② 공연업계 활성화(Entertainment), ③ 근거리 여행 인기(Short-distance Travel), ④ 기술 도입 가속화(Technology), ⑤ 해외여행 증가(Abroad), ⑥ 지속 가능 여행 확산(Responsible Travel), ⑦ 여행을 통한 경제 활성화(Tourism Economy) 등을 의미

#### ① 여행업계의 회복세 (Revitalization)

- 2023년에 회복세는 더욱 가팔라질 전망
  - 2022년 야놀자의 예약 건수는 사회적 거리두기 해제 및 출입국 규제 완화 이후 여행 수요의 폭발적 증가세에 힘입어 2019년 대비 74.4% 신장하며 팬데믹 이전 수준을 초과
- 다수의 국가들이 엔데믹 체제로 전환한 만큼, 여행 성장세는 지속될 것으로 분석

#### ② 공연업계(Entertainment)의 활성화

- 2022년 야놀자 전시 거래액은 2021년 대비 252%, 인터파크 공연 거래액은 159% 상승



- 특히 공연 예매 건수는 2019년과 비교해도 3%를 웃돌아 완전히 회복된 것으로 분석
- 전 세계적으로 K-콘텐츠의 인기가 높은 만큼, 공연 인벤토리가 인바운드 고객 유치에 중요한 역할을 할 것으로 기대

[그림 2-5] 야놀자 선정 2023년 여행 트렌드 키워드



자료 : 야놀자(2023); 마이데일리(mydaily, www.mydaily.co.kr)에서 인용

### ③ 근거리 여행(Short-distance Travel)의 인기 지속

- 미국, 몰디브, 캐나다 등 장거리 여행지가 다수 포함됐던 2021년과 달리, 2022년 항공권 기준 인기 10개 도시는 모두 일본, 태국, 베트남, 괌 등 근거리 국가들이 차지
- 수요와 공급의 차이로 인한 전반적인 여행 가격의 상승과 글로벌 경기 침체의 영향으로 2023년에도 근거리 여행을 찾는 고객이 많을 것으로 예상

### ④ 여행업계의 기술 도입(Technology) 확산

- 팬데믹 기간을 거치며 빠르게 확산되는 추세
- 뉴노멀 시대의 폭발적인 여행 수요를 유치하기 위해 솔루션을 도입하는 여가 공간이 급증
  - 클라우드 기반 솔루션을 제공하는 야놀자클라우드의 라이선스 수는 2022년에만 86% 신장해 8만 개를 돌파

### ⑤ 해외여행(Abroad)의 증가세 지속

- 2022년 해외여행 예약은 각국의 출입국 규제가 완화되기 시작한 하반기에만 80% 이상 집중
  - 야놀자 해외숙소 거래액은 2021년 대비 3,641%, 인터파크 항공권과 패키지 예약자 수도 각각 1,171%, 2,064% 증가
- 각국의 여행객 관련 규제 완화가 확산되고 있는 만큼, 해외여행의 인기는 계속 될 것으로 예상

### ⑥ 지속 가능한 여행(Responsible Travel)에 대한 관심 고조

- '트래블 소셜기버 프로젝트'는 50여 명의 청년들이 참여해 지역사회에 선한 영향력을 전할 수 있는 여행 아이디어를 모았고, 다수의 호텔들이 플로깅, 다회용품 사용 캠페인 등을 포함한 패키지를 출시

- 여행 수요 증가와 여행업계 활성화가 탄소 배출 절감, 지속 가능한 여행 등에 대한 책임으로 이어질 것으로 예상

**7 국내 경제 활성화(Tourism Economy)에 중요한 역할 담당**

- 야놀자가 강원도 산불 피해 지역 대상 캠페인을 진행한 결과, 강원지역 여행 상품 거래액은 2021년 동기대비 47%, 광주 지역전용관은 오픈 이후 7개월 간 거래액이 80% 이상 증가
- 2023년 국내 여행업계는 현지에 머무르며 다양한 소비를 하는 여행의 특성을 활용해 침체된 지역경제 회복에 기여할 전망

**제2절**    **경남지역의 관광환경 및 현황 분석**

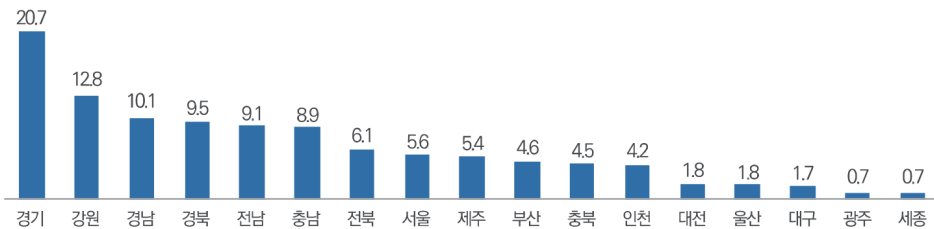
**1. 관광수요**

**□ 내국인 국내여행의 시·도별 방문 비율**

- 2022년 <국민여행조사> 결과 경남지역의 내국인 방문 비율(10.1%)은 경기(20.7%), 강원(12.8%) 다음으로 전국 3위를 나타냄
- 경남지역 다음으로는 인접한 시·도인 경북(9.5%)과 전남(9.1%)으로 나타났으며, 부산(4.6%)과 울산(1.8%)은 각각 10위와 14위로 중하위에 해당
  - 특·광역시는 도 지역에 비해 행정구역의 면적이 좁아 비율이 낮을 수 있고, 특·광역시 거주자가 해당 지역 내에서의 이동을 비여행으로 분류하므로 특·광역시와 도 지역 간 비교 시 주의가 필요

[그림 2-6] 내국인 국내여행의 시·도별 방문 비율 (2022년)

단위 : %



주 : <sup>1</sup> N=50,400 (중복응답)

<sup>2</sup> 여행의 공간적 범위는 특·광역시 거주자가 거주하고 있는 시 또는 구 내에서의 이동을 비여행으로 분류하기 때문에 특·광역시와 도 지역 간의 비교 시 주의가 필요

자료 : 문화체육관광부(2023a: 9)

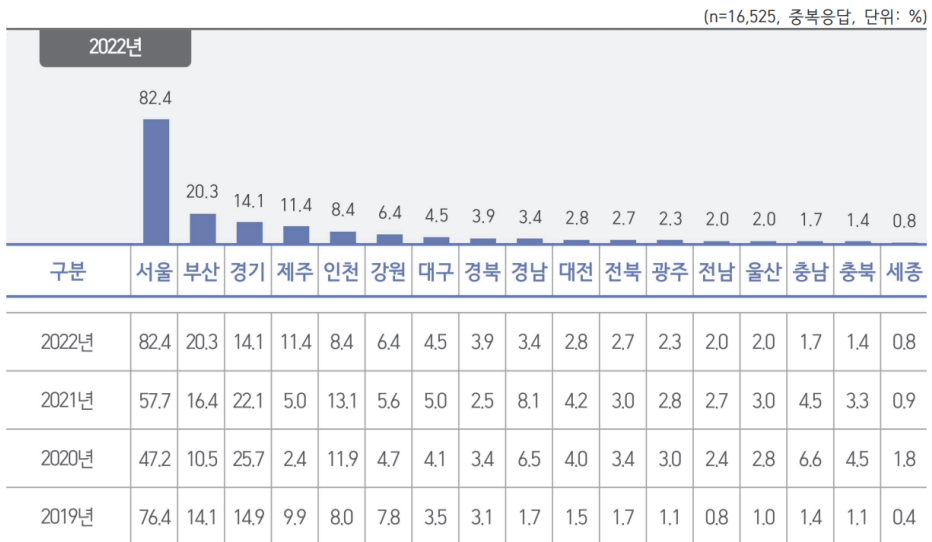
**□ 방한 외래관광객의 시·도별 방문 비율**

- 2022년 기준으로 한국 체재 기간이 90일 이하에 해당하는 전체 방한 외래

관광객 중 경남지역의 방문 비율은 약 3.4%로 타 시·도에 비해 상대적으로 미흡한 규모를 나타냄

- 서울이 82.4%로 가장 높은 비율을 보였고, 다음은 부산이 22.8%로 1위와 많은 차이가 있으나 2위를 나타낸 결과에 주목할 만함
- 외래관광객의 방문 비율에서 상대적 열위를 보이는 경남은 부산과 연계하여 외래관광객의 방문을 높이는 방안에 대해 모색할 필요가 있음

[그림 2-7] 방한 외래관광객의 시·도별 방문 비율 (2019~2022년)



주 : 한국 체재 기간이 90일 이하에 해당하는 방한 외래관광객을 대상으로 조사  
 자료 : 문화체육관광부(2023b: 39)

#### □ 잠재 방한 여행객의 도시 인지, 방문경험, 방문의향

- 잠재 방한 여행객(향후 3년 내 방한 의향자)에게 서울을 제외한 총 26곳의 도시에 대해 인지, 방문경험, 방문의향 등을 설문한 결과, 경남지역에서 유이하게 포함된 거제와 통영은 세 항목 모두 최하위의 비율을 나타냄

- 조사 대상인 26곳의 도시는 한국관광공사(2023b)가 국내 17개 광역도시 외에 문화체육관광부 선정 관광 거점도시\*, KT통신데이터 주요 한국 방문 도시\*\*, 공사 홍보 캠페인 지역\*\*\* 등을 복합적으로 고려하여 선정

\* 부산, 강릉, 안동, 전주, 목포 등

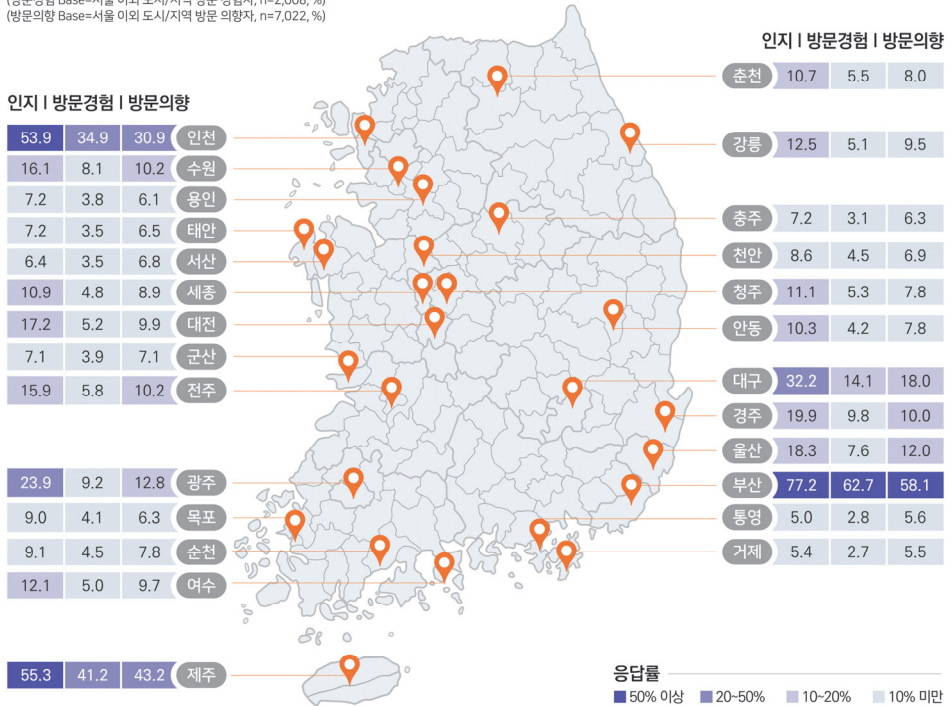
\*\* 수원, 용인, 춘천, 청주, 충주, 천안, 태안, 경주, 통영, 거제, 군산, 여수 등

\*\*\* 서산, 순천 등

[그림 2-8] 잠재 방문 여행객의 서울 이외 도시 인지, 방문경험, 방문의향 (2022년)

단위 : %

(인지 Base=서울 이외 도시/지역 인지자, n=6,825, %)  
 (방문경험 Base=서울 이외 도시/지역 방문 경험자, n=2,008, %)  
 (방문의향 Base=서울 이외 도시/지역 방문 의향자, n=7,022, %)



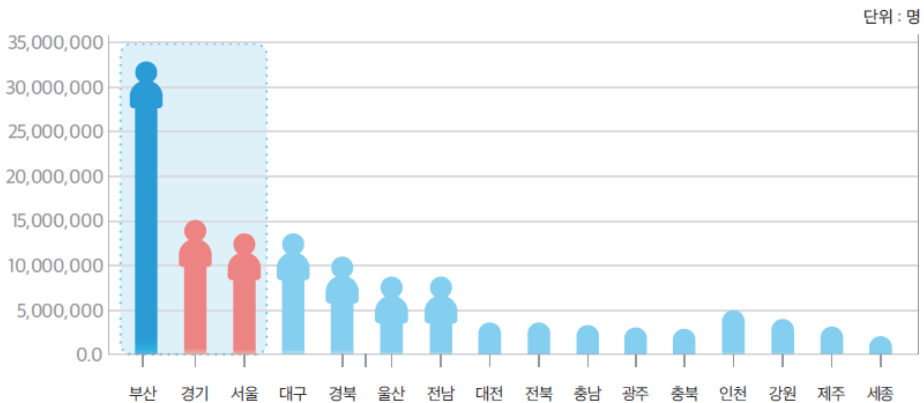
주 : 조사 대상 한국 도시·지역은 총 26곳으로, 국내 17개 광역도시 이외 문화체육관광부 선정 관광 거점 도시(부산, 강릉, 안동, 전주, 목포), KT통신데이터 주요 한국 방문 도시(수원, 용인, 춘천, 청주, 충주, 천안, 태안, 경주, 통영, 거제, 군산, 여수 등), 공사 홍보 캠페인 지역(서산, 순천) 등을 복합적으로 고려  
 자료 : 한국관광공사(2023b: 7)

- 26곳의 도시 중에서 부산이 인지, 방문경험, 방문의향 등 모든 항목에서 다른 도시에 비해 월등히 최상위의 비율을 보인 결과에 주목할 만함
  - 잠재 방문 여행객의 인지, 방문경험, 방문의향 등의 비율에서 거제와 통영이 상대적 열위를 나타내고 있어, 인접 지역인 부산과 연계하여 이를 향상하는 방안에 대해 모색할 필요가 있음

#### □ 빅데이터를 활용한 경남지역 방문객 분석

- 경남지역에 방문하는 광역 지자체 순위는 인접한 부산광역시가 1위를 보였고, 다음은 경기와 서울 등 수도권 지역이, 이어서 인접한 권역인 대구, 경북, 울산 등의 순으로 나타남
  - 한국관광공사(2021a)는 2019~2020년 간 KT 통신 유입 데이터에 기초해 광역·기초 방문자 수 등 지역 간 관광 연계성을 파악
  - 인접한 부산에서 가장 많이 방문하고 있지만, 지리적으로 멀리 떨어졌음에도 서울과 경기 등 수도권 지역에서의 이동도 적지 않다는 점을 알 수 있음

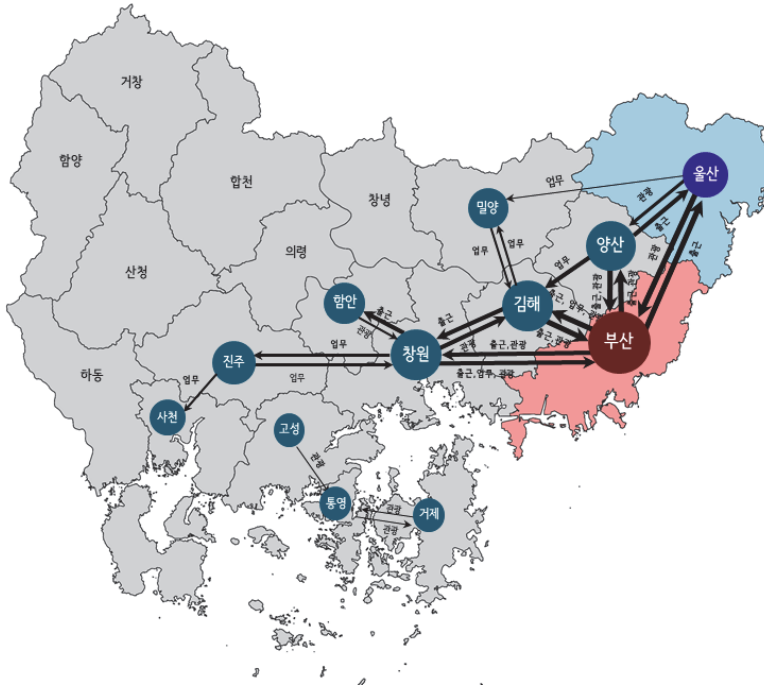
[그림 2-9] KT통신 데이터(2019~2020년) 분석을 통한 시·도별 경남지역 방문객 수



자료 : 한국관광공사(2021b: 8)

- 지역 간 연계·협력의 구조를 분석한 이소영·박진경(2021)의 연구에서도 부울경 지역 내에서 부산광역시의 영향력을 확인할 수 있음
  - 총목적통행량 및 출근·등교, 업무, 관광목적 등을 종합하여 분석한 결과, 부산광역시와 김해시, 양산시, 창원시, 울산광역시를 중심으로 부산광역시와 울산광역시, 동남부 경남의 지역 간 연계가 활발한 것으로 나타남
  - 거창군과 함양군, 합천군과 산청군, 하동군, 창녕군과 의령군 등 서부경남 지역의 경우에는 지역 간 연계구조가 뚜렷하지 않은 특징을 나타냄

[그림 2-10] 국가교통 DB(2018년) 분석을 통한 부울경 권역 내 지역 간 연계구조

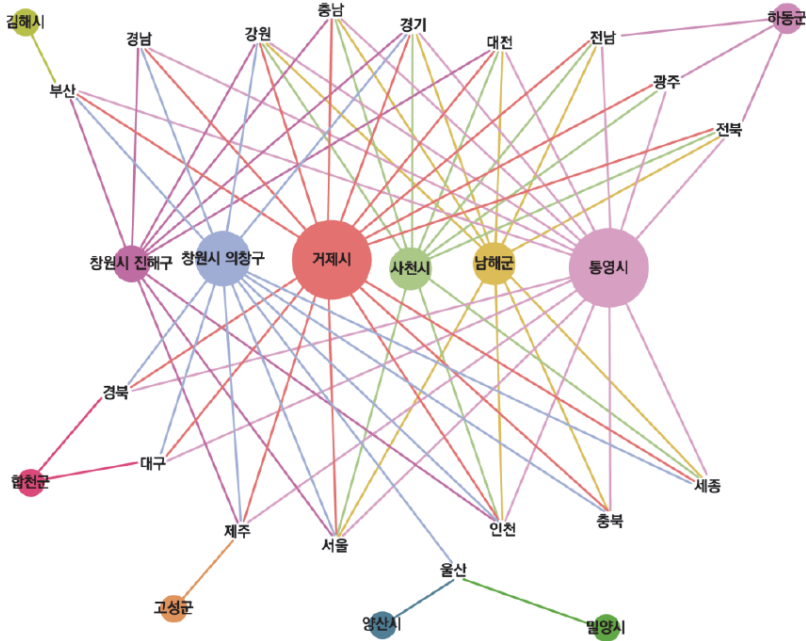


주 : 지역 간 연계는 전체 통행량 대비 두 지역 간 통행량, 즉 지역 간 통행의 상호작용 비율을 의미하는 상대적 강도 지수(Relative Strength Index, RSI)가 1 이상인 경우에만 표현  
 자료 : 이소영·박진경(2021: 125)



- 경남지역 내에서는 거제시와 통영시를 가장 많이 방문하는 것으로 나타나, 이들 지역이 유입 허브에 해당하는 곳임을 알 수 있음

[그림 2-11] KT통신 데이터(2019~2020년) 분석을 통한 경남지역 방문객 주요 도시



자료 : 한국관광공사(2021a: 80)

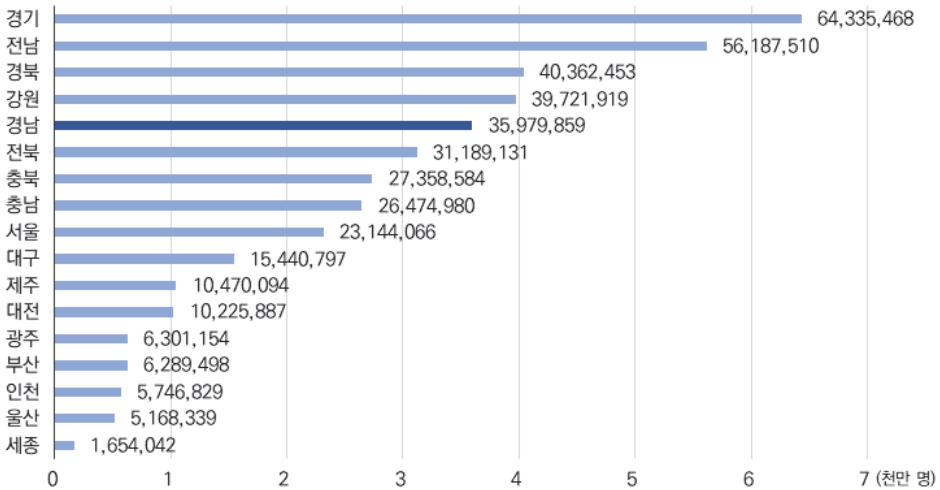
## 2. 방문객 수

### □ 시·도별 방문객 수

- 전국 2,773개 주요 관광지점 입장객을 합산하여 방문객 수를 산출한 결과, 2022년 기준 약 4억 1,084만 명으로 집계
  - 시·도별로는 경기(약 6,434만 명), 전남(약 5,619만 명), 경북(약 4,036만 명), 강원(약 3,972만 명) 등의 순으로 나타남

- 경남지역의 방문객 수는 260개의 주요 관광지점 입장객을 합산하여 파악한 결과 약 3,597.9만 여 명으로 집계
  - 전국 대비 8.9%로서 17개 시·도 가운데 다섯 번째로 비중이 높음

[그림 2-12] 전국 시·도별 주요 관광지점 입장객 수 현황 (2022년)

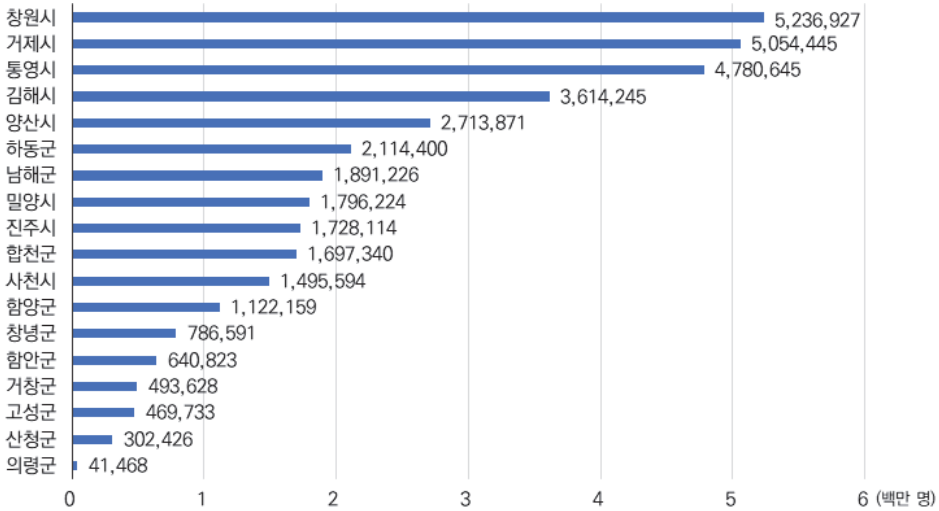


주 : 방문객 수는 시·도별로 주요관광지점의 입장객 수를 합산하여 산출  
 자료 : 관광지식정보시스템(know.tour.go.kr), <주요관광지점 입장객 통계>.

□ 경남지역 시·군별 방문객 수

- 2022년 기준으로 경남지역에서는 창원시에 가장 많은 방문객 수(약 524만 명)가 집계되었고, 다음으로 거제시(약 505만 명)와 통영시(약 478만 명)의 순으로 나타남
  - 이들 세 도시는 경남지역 전체 방문객의 41.9%를 차지
- 2021년의 방문객 수는 약 2,965만 명이었으나, 코로나 사회적 거리두기 해제의 영향으로 2022년에는 21.3% 증가한 3,598만 명을 기록

[그림 2-13] 경상남도 시·군별 주요 관광지점 입장객 수 현황 (2022년)



주 : 방문객 수는 시·군별로 주요관광지점 입장객 수를 합산하여 산출  
 자료 : 관광지식정보시스템(know.tour.go.kr), <주요관광지점 입장객 통계>.

#### □ 경남지역 주요 관광지점 방문객 수

- 2022년 경남지역 주요 관광지점 방문객 수는 통영시 동피랑마을이 약 121만 명으로 가장 많고, 다음이 창원시 주남저수지로 약 103만 명을 기록
  - 이어서 하동군 화개장터(약 94만 명), 창원시 진해해양공원(약 82만 명), 진주시 진주성(약 81만 명), 합천군 황매산군립공원(약 62만 명), 거제시 거제식물원(약 61만 명)과 바람의 언덕(약 60만 명), 김해시 수로왕릉(약 57만 명), 거제시 해금강·외도와 매미성 그리고 통영시 통영케이블카가 각기 56만 명 등의 분포를 나타냄
- 경남지역의 260개 주요 관광지점 방문객 수는 상위 12위권이 전체의 약 1/4을 차지하며, 이들 관광지의 절반이 거제와 통영에 위치

### 3. 관광여행 만족도 및 행동의도

#### □ 시·도별 관광여행 전반적 만족도

- 2022년 경남지역의 관광여행 전반적 만족도는 80.0점으로 전년 대비 0.6점 상승
- 시·도별 관광여행 전반적 만족도는 제주가 84.0점으로 가장 높고, 다음은 전남(81.8점)과 부산(81.5점) 등의 순으로 이어지며 경남은 9위에 해당

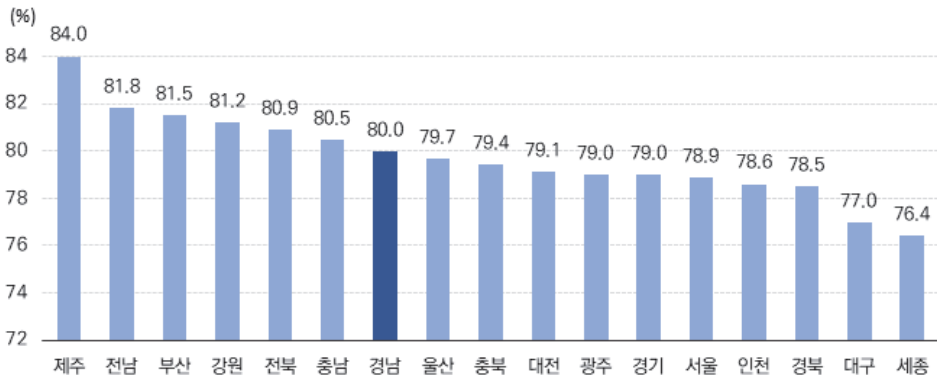
[표 2-1] 전국 및 경남지역의 여행 형태별 전반적 만족도 (2020~2022년)

단위 : 점 (100점 만점)

구 분	2020년			2021년			2022년		
	관광여행	숙박여행	당일여행	관광여행	숙박여행	당일여행	관광여행	숙박여행	당일여행
전국	79.8	82.3	78.2	80.0	82.0	78.8	80.2	81.9	78.9
경남	79.8	82.4	77.8	79.4	81.9	77.7	80.0	81.4	78.9

자료 : 문화체육관광부(2021a: 147~150; 2022:154~157; 2023a:154~157)의 재구성

[그림 2-14] 시·도별 관광여행 전반적 만족도 (2022년)



자료 : 문화체육관광부(2023a: 155)를 토대로 도식

### □ 시·도별 관광여행 자연경관 만족도

- 2022년 경남지역의 관광여행 자연경관 만족도는 87.3점으로 전년 대비 1.0점 하락
- 시·도별 관광여행 자연경관 만족도는 제주가 91.7점으로 가장 높고, 다음은 강원(88.1점), 충북과 전북(87.4점) 등의 순을 보였으며 이어서 경남이 5위의 결과를 나타냄

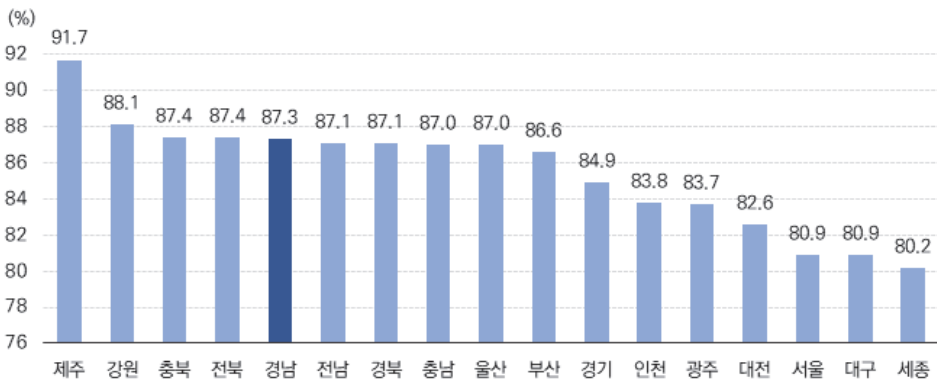
【표 2-2】 전국 및 경남지역의 여행 형태별 자연경관 만족도 (2020~2022년)

단위: 점 (100점 만점)

구 분	2020년			2021년			2022년		
	관광여행	숙박여행	당일여행	관광여행	숙박여행	당일여행	관광여행	숙박여행	당일여행
전국	86.9	88.7	85.6	86.6	88.5	85.5	86.6	88.5	85.2
경남	88.4	89.6	87.4	88.3	90.9	86.3	87.3	89.6	85.6

자료: 문화체육관광부(2021a: 151-154); 2022: 158-161; 2023a:158-161)의 재구성

【그림 2-15】 시·도별 관광여행 자연경관 만족도 (2022년)



자료: 문화체육관광부(2023a: 159)를 토대로 도식

□ 시·도별 관광여행 재방문 의향

- 2022년 경남지역의 관광여행 재방문 의향은 77.5점으로 전년 대비 0.1점이 상승
- 시·도별 관광여행 재방문 의향은 제주가 80.9점으로 가장 높고, 다음은 전북(80.1점), 전남(79.9점), 부산(77.8점) 등의 순을 보였으며 이어서 경남이 5위의 결과를 나타냄

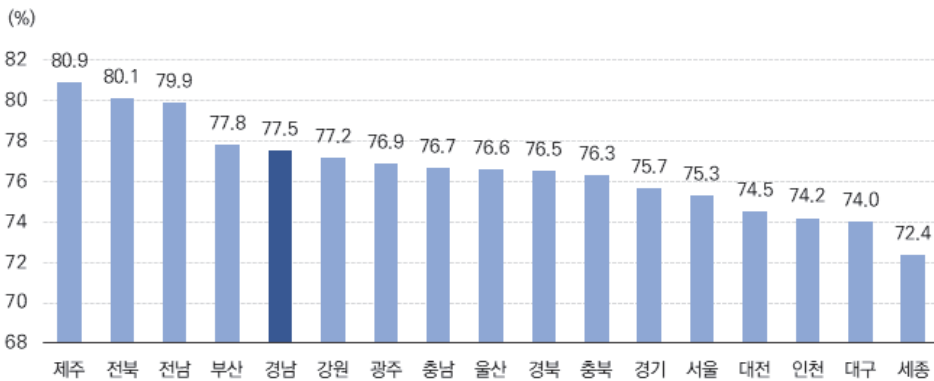
[표 2-3] 전국 및 경남지역의 여행 형태별 재방문 의향 (2020~2022년)

단위: 점(100점 만점)

구 분	2020년			2021년			2022년		
	관광여행	숙박여행	당일여행	관광여행	숙박여행	당일여행	관광여행	숙박여행	당일여행
전국	76.2	77.8	75.2	77.1	78.8	76.1	77.2	78.3	76.4
경남	76.5	78.3	75.3	77.4	79.0	76.2	77.5	78.3	76.8

자료: 문화체육관광부(2021a: 198-201; 2022: 205-208; 2023a: 204-207)의 재구성

[그림 2-16] 시·도별 관광여행 재방문 의향 (2022년)



자료: 문화체육관광부(2023a: 205)를 토대로 도식

## □ 시·도별 관광여행 타인 추천 의향

- 2022년 경남지역의 관광여행 타인 추천 의향은 75.4점으로 전년 대비 0.2점 상승
- 시·도별 관광여행 타인 추천 의향은 제주가 78.2점으로 가장 높고, 다음은 전북(76.7점), 울산(76.3점), 부산(76.2점) 등의 순을 보였으며 경남은 8위에 해당

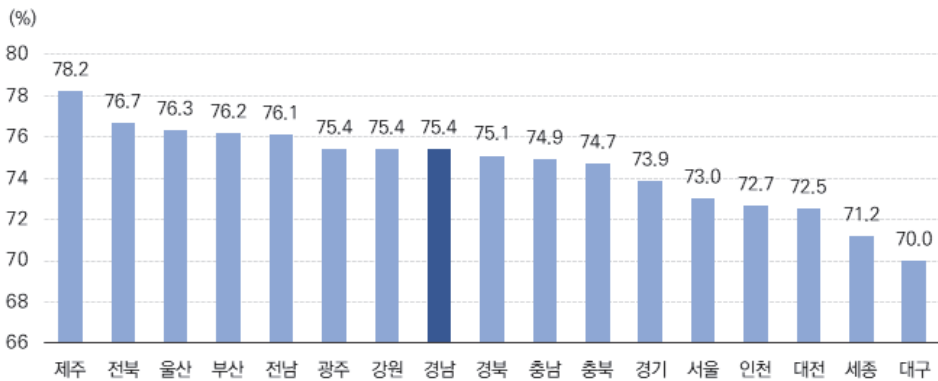
[표 2-4] 전국 및 경남지역의 여행 형태별 타인 추천 의향 (2020~2022년)

단위: 점(100점 만점)

구 분	2020년			2021년			2022년		
	관광여행	숙박여행	당일여행	관광여행	숙박여행	당일여행	관광여행	숙박여행	당일여행
전국	74.2	75.3	73.4	75.1	76.3	74.4	75.1	76.0	74.4
경남	75.0	75.9	74.3	75.2	76.2	74.6	75.4	76.1	74.9

자료: 문화체육관광부(2021a: 202-205; 2022: 209-212; 2023a: 208-211)의 재구성

[그림 2-17] 시·도별 관광여행 타인 추천 의향 (2022년)



자료: 문화체육관광부(2023a: 209)를 토대로 도식

### 제3절 상위 및 관련 계획의 검토

#### 1. 국가계획

##### 1) 제5차 국토종합계획 (2020~2040)

###### □ 계획의 개요

- 「헌법」과 「국토기본법」에 근거한 최상위 국가공간계획
  - 국토를 이용·개발 및 보전할 때 미래의 경제적·사회적 변동에 대응하여 국토가 지향해야 할 발전 방향을 설정하고 이를 달성하기 위해 수립
- 국토교통부 장관이 수립하는 법정계획으로, 국토정책위원회와 국무회의의 심의를 거친 후 대통령의 승인을 받아 확정

###### □ 계획의 비전 및 목표

- 현재와 미래 세대 모두를 위한 국토의 백년대계 실현을 지향하며 ‘모두를 위한 국토, 함께 누리는 삶터’를 비전으로 설정
- 모두를 위한 국토
  - 다양한 세대와 계층, 지역이 소외되거나 차별받지 않는 포용국가 기반을 갖추고, 좋은 일자리와 안전하고 매력적인 정주환경을 갖춰 글로벌 경쟁력이 있는 지속가능한 국토를 조성
- 함께 누리는 삶터
  - 삶의 질, 건강 등 국민이 중요시하는 가치를 주거공간, 생활공간, 도시공간 등 다양한 국토공간에서 구현하고, 깨끗하고 품격있는 국토 경관 조성과 산지, 해양, 토지 등 국토자원의 효율적인 이용·관리로 행복한 삶터를 구현



[그림 2-18] 제5차 국토종합계획의 기초: 비전, 목표, 전략



자료 : 대한민국정부(2019: 25)

#### □ 전략별 산악·해양관광 관련 정책과제

##### ○ 개성 있는 지역발전과 연대·협력 촉진

- 국립공원별 지역특성을 살린 차별화된 관리와 경영전략을 통해 우리나라 여건에 맞는 산악관광벨트 수립 추진
- 지역의 다양한 산림관광 자원·정보를 결합하는 산림관광정보 통합플랫폼 및 서비스 시스템 구축·운영 지원
- 어촌·어항 현대화를 통해 해양관광을 활성화하고 지역의 혁신 성장을 견인하기 위한 어촌뉴딜300 조성사업의 지속 추진
- 해양치유자원 등 新관광·레저 산업 육성으로 해양관광 활성화
- 해역별 특성에 따라 권역\*을 설정하고, 권역별로 잠재력이 높은 지역을 해양 레저관광 복합지구로 개발

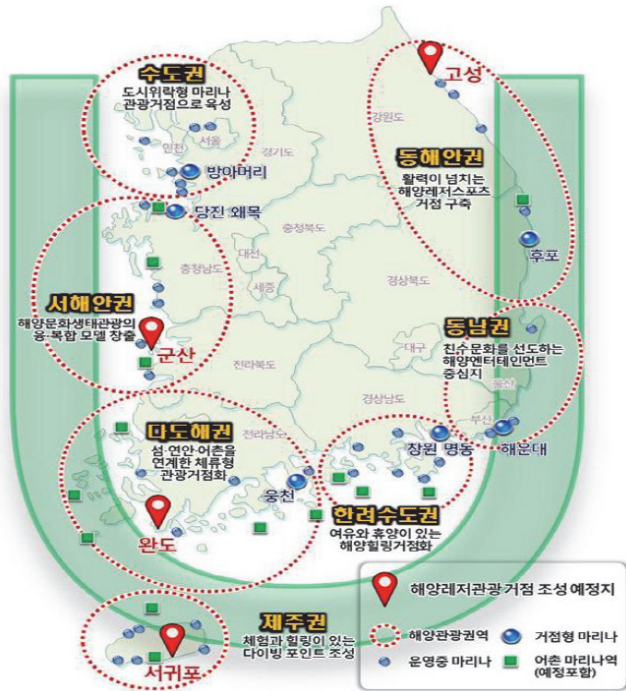
\* 수도권(도시형 마리나), 서해안권(해양생태), 동해안권(해양레저), 제주권(수중레저) 등 권역을 설정

- 마리나항, 해안누리길-자전거길-해안도로 등 지역 관광자원과 연계한 관광 프로그램 개발, 우수환경 보유지역에 해중경관지구 지정 추진

○ 지역 산업혁신과 문화·관광 활성화

- 산림·호수 등 내륙 생태·자연 경관을 관광 자원화하기 위해 둘레길, 걷기 여행길 등을 활용하고, 주민 참여를 통해 지속가능한 생태녹색관광 육성
- 섬, 바다, 갯벌, 어항 등 섬·해안이 가진 해양관광자원을 특색 있게 활용하고, 해안 관광루트 조성, 수상 레저활동 등 해양관광·레저산업 육성 추진
- 국내 관광산업의 혁신성장을 위해 섬·해양 관광의 콘텐츠 다양화 및 인프라 구축

[그림 2-19] 제5차 국토종합계획에 제시된 해양레저관광 활성화 방향



자료 : 대한민국정부(2019: 73)

- 품격있고 환경 친화적 공간 창출
  - 섬 잠재력 극대화, 내수면 및 해양레저·관광산업 발굴·육성
  - 섬 등 해양관광자원의 보전대책을 마련하고 하수처리, 방제, 쓰레기 처리, 해양폐기물 처리 등 환경보전 추진
- 인프라의 효율적 운영과 국토 지능화
  - 크루즈 부두, 해양 문화공간 조성 등 항만을 해양레저 관광 문화와 접목시켜 해양관광 산업 창출 및 지역경제 활성화

#### □ 지역별 발전방향에 제시된 경상남도 산악·해양관광 관련 내용

- 경상남도는 ‘다함께 행복한 경남 - 대륙과 해양을 잇는 스마트산업 허브’로 비전을 설정
- 비전의 실현을 위해 수립한 기본목표 및 발전방향에서 산악·섬·해양레저 관광 관련 내용을 추출하면 다음과 같음
  - 남해안권 통행시간 단축(2시간대)으로 영·호남 교류 및 해양관광 확대
  - 남해안권 개발사업 거점으로 공간매력도 제고 및 체류형 관광 활성화
  - 서북부권 특화 휴양체험형 향노화산업 비즈니스모델 구축 및 테마형 휴양지구 개발
  - 광역관광 : 2030 부산 월드엑스포 동남권 협력, 광역관광벨트 조성

## 2) 제4차 관광개발기본계획(2022~2031)

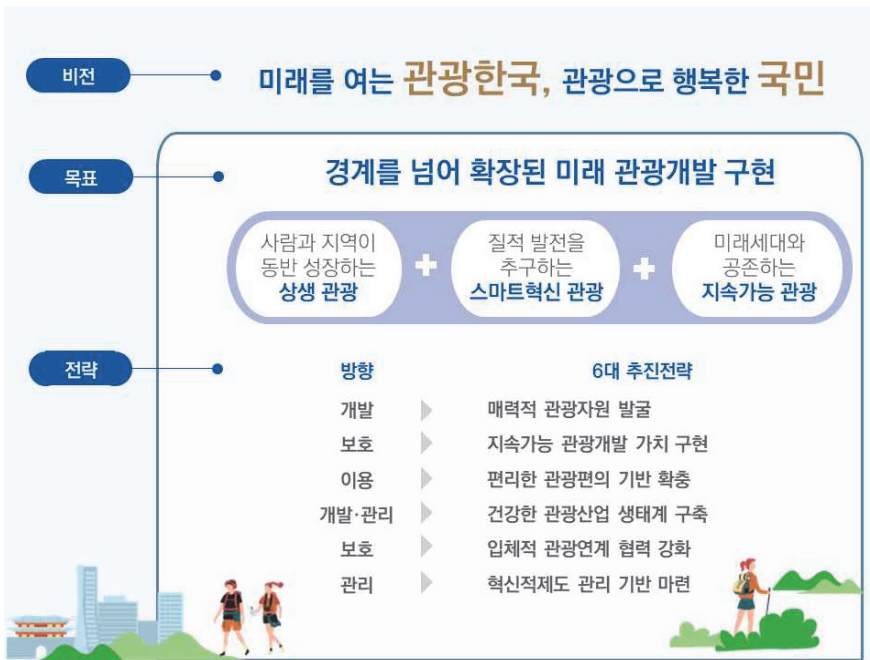
#### □ 계획의 개요

- 「관광진흥법」에 근거한 국가 단위의 최상위 법정관광계획
- 전국을 대상으로 관광자원을 효율적으로 개발·관리하고 관광사업을 육성하여 관광 진흥에 이바지하고자 문화체육관광부 장관이 수립

□ 계획의 비전 및 목표

- 고착, 편중, 단절의 과제를 해결하고 사람 중심, 현명한 이용, 질적 성장의 패러다임에 근거하여, ‘미래를 여는 관광한국, 관광으로 행복한 국민’을 10년 후의 비전으로 설정
  - 2031년에는 미래 관광개발 구현을 통해 관광하고 싶은 매력적인 대한민국을 만들고, 관광객과 지역민 모두가 기본적인 권리로서 관광을 통해 행복한 미래를 이룬다는 의미
- 비전의 실현을 위해 ‘사람과 지역이 동반 성장하는 상생관광’, ‘질적 발전을 추구하는 스마트·혁신관광’, ‘미래세대와 공존하는 지속가능관광’ 등의 3개 목표를 설정

[그림 2-20] 제4차 관광개발기본계획의 비전, 목표, 6대 추진전략



자료 : 문화체육관광부(2021c: 58)

- 2031년 관광개발 계획 지표별로 다음과 같이 목표를 설정
  - 관광객수 : 2019년 3.6억 명 → 2031년 4.7억 명
  - 국민 1인당 연간 여행일수 : 2019년 12.9일 → 2031년 17.6일
  - 관광발전지역수(지역관광발전지수 1등급 지역) : 2019년 9개(5.9%) → 2031년 30개(19.7%)

## □ 6대 전략별 추진 방향 및 과제

- 매력적 관광자원 발굴
  - 미래 관광수요 예측을 통한 관광자원의 선제적 발굴 및 관광자원 영역과 대상을 확대하여 유연하고 새로운 관광개발 추진
    - \* ① 미래유망 기술이 집약된 관광자원 발굴, ② 문화·예술 콘텐츠 관광자원화, ③ 관광트렌드 주도형 관광개발 추진, ④ 세대별(고령, 청소년, 청년 등) 특화 관광자원 개발, ⑤ 융복합을 통한 산업 및 종교관광 활성화
- 지속가능 관광개발 가치 구현
  - 혁신적인 지속가능 패러다임에 대응하고 관광개발의 사회적 기여 확대를 통해 관광자원의 보전 및 지속가능한 관광기반 구축
    - \* ① 탄소중립을 지향하는 관광개발 추진, ② 보존과 활용이 조화된 생태관광 육성, ③ 유휴자원 재생을 통한 관광자원화, ④ 오버투어리즘 효율적 관리
- 편리한 관광편의 기반 확충
  - 관광자원의 스마트한 이용, 쾌적하고 안전한 관광환경 제공 및 관광약자 관광편의 개선으로 모두가 누리는 관광편의 기반 조성
    - \* ① ICT 활용 관광교통 체계 구축, ② 숙박시설 관광 명소화, ③ 식음·쇼핑시설의 명소화, ④ 안전·안심 관광환경 구현, ⑤ 스마트 관광안내체계 구축
- 건강한 관광산업생태계 구축
  - 관광개발 효과가 지역관광 생태계로 이어지고, 지역관광 주체의 관광역량을 강화하여 관광을 통한 자립적 지역발전 구조 확립

- \* ① 주민참여형 지역관광 추진 확대, ② 자립형 지역관광 주체 육성, ③ 관광개발과 지역산업 간 연계 강화, ④ 지역관광 전문성 제고를 위한 역량 강화

#### ○ 입체적 관광연계·협력 강화

- 공동 자원에 대한 국가 간·부처 간 연계협력 강화와 공간위계별 유기적 연계를 통해 점·선·면적인 관광개발을 넘어 입체적 관광공간 구축

- \* ① 지역관광거점 중심 관광개발 확산, ② 지역관광 육성사업 추진체계 구축, ③ 남북한 및 다자간 연계협력 관광개발 추진, ④ 관광자원 영역 확장에 따른 범부처 공유관광자원 개발

#### ○ 혁신적 제도·관리 기반 마련 : 관광자원 개발, 이용, 보호, 관리의 균형적 추진을 위해 법, 제도적 개선방안을 마련하고 관광개발의 정책효과를 제고하며 관광자원 관리 최적화 유도

- \* ① 관광지 등 관광개발 관련 제도 개선, ② 관광개발 위상을 강화하는 법률체계 정비, ③ 관광개발 정책 지원 확대, ④ 데이터 기반 과학적 관광자원 관리, ⑤ 관광자원의 통합관리

### □ 부울경권 관광권역 및 경상남도의 개발 방향

#### ○ 관광권역은 5대 중추도시권 중심의 다핵구조를 중심으로 2개 이상의 광역시·도 간 연계 협력이 가능하도록 '5대(1<sup>3</sup>+4) 광역연합관광권' 과 '17개 시·도 권역'으로 설정

- 1핵(수도권)에서 대도시권 중심의 다핵\*이 관광객 송출시장의 기반이 되는 배후시장의 핵심으로 설정하고 인접 중소 도시권으로의 관광객 이동수요를 포함할 수 있도록 5대 광역연합관광권\*\* 설정

- \* ① 서울, ② 대전·세종, ③ 대구, ④ 광주, ⑤ 울산·부산

- \*\* 1권역은 수도권(서울·인천·경기), 강원, 제주를 하나의 권역으로 설정한 광역연합관광권이고, 이와 시장규모 및 성격에서 대비되는 광역연합관광권으로 충청권(대전·세종·충북·충남), 전라권(광주·전북·전남), 대경권(대구·경북), 부울경권(부산·울산·경남) 등을 설정

#### ○ 부울경권은 부산·울산도시권을 중심으로 경남지역이 포함된 권역이며, 기본 방향은 산업기반 해양레저문화 관광지대로 육성

- 글로벌 해양레저 관광허브로 구축하고, 영화, 음악, 엔터테인먼트 기반의 산업관광 활성화로 관광 저변의 확대, 바다·산을 연계하는 웰니스 관광벨트로 조성
- 경상남도의 비전은 '세계로 열린 문화생태 관광거점'으로 설정하고, 다음과 같이 3개 전략을 제시
  - 관광거점 육성 및 5대 광역관광벨트 조성
  - 지역의 자원과 산업기반을 활용한 미래형 고부가가치 산업 육성
  - 도민의 삶과 문화를 연계한 경남형 생활밀착형 공간 창출

### 3) 제6차 관광진흥기본계획 (2023~2027)

#### □ 계획의 개요

- 「관광기본법」에 근거해 5년마다 수립·시행하는 법정계획
- 정부는 관광진흥의 기반을 조성하고 관광산업의 경쟁력을 강화하기 위하여 관광진흥에 관한 기본계획을 마련

#### □ 계획의 비전 및 목표

- 'K-컬처와 함께하는 관광매력국가'를 비전으로 설정하고, 이의 실현을 위해 다음과 같이 4개의 방향을 설정
  - '관광은 한국' K-관광의 국제관광 주도
  - 형클어진 관광생태계 회복과 확장을 통한 관광산업 혁신
  - 누구나 어디든 여행할 수 있는 환경 조성으로 국내여행 촉진
  - 독창적이고 매력적인 스토리텔링 기반 지역관광자원 발굴
- 외국인 관광객 수, 관광수입, 1인당 국내 여행 일수, 국내여행 지출액 등에 대해 2027년의 목표를 다음과 같이 설정
  - 외국인 관광객 수 : 2019년 1,750만 명 → 2027년 3,000만 명
  - 관광수입 : 2019년 207억 불 → 2027년 300억 불

- 1인당 국내 여행 일수 : 2019년 12.9일 → 2027년 15일
- 국내여행 지출액 : 2019년 44.2조 원 → 2027년 50조 원

#### □ 전략별 추진 과제

- 세계인이 찾는 관광매력국가 실현
  - K-관광 매력의 대대적 확산으로 시장 다변화
  - 관광과 K-컬처의 독보적·매력적 융합
  - 입국부터 출국까지 편리한 서비스 제공
- 현장과 함께 만드는 관광산업 혁신
  - 규제 혁신을 통한 재도약 지원
  - 미래 관광산업 선도기반 구축
  - 고성장 융복합 시장으로 영역 확장
- 국민과 함께 성장하는 국내관광
  - 국내여행 수요 촉진
  - 누구나 누리는 지속가능한 관광환경 조성
  - 안심하고 즐길 수 있는 관광안전 확립
- 더 자주 더 오래 머무는 지역관광시대 구현
  - 체류형 관광모델 개발로 지역경제 활력 강화
  - 독창적 매력이 있는 지역 관광자원 개발
  - 다양하고 특색 있는 관광콘텐츠 확충

#### □ 산악·해양관광 관련 내용

- 숲 관광 활성화
  - 숲체원, 치유의 숲 등 산림복지시설, 산림문화자산, 명품 숲 등을 숲길로 연결, 지역사회와 연계한 저탄소 숲길관광 프로그램 개발·운영



- 숲길 통합플랫폼 구축으로 100대 명산 & 지역관광자원 연계 프로그램 등 산림관광 명소·코스 정보 제공
- 해양·연안 관광자원 개발
  - 권역별 ‘국가해양정원’ 조성 추진, 거점형 ‘마리나항만’ 확대
  - ‘낙시복합타운’, ‘해양치유센터’ 신규 구축\* 및 ‘어촌체험휴양마을’ 시설 고도화, 테마형 해수욕장 운영 등 추진
    - \* 경남 고성을 포함한 완도·태안·울진 4개소 등 (2019~2025년)
  - 섬 정책과 관련한 부처 간에 입체적인 정책 지원을 통해 ‘섬’을 새로운 관광 자원으로 개발

#### 4) 제2차 산림복지 진흥계획 (2023~2027)

##### □ 계획의 개요

- 「산림복지 진흥에 관한 법률」에 근거해 5년마다 수립·시행하는 법정계획
- 산림복지 진흥을 위하여 산림청장이 수립하는 중기 계획으로, 산림복지의 비전과 목표를 제시
  - 상위 제6차 산림기본계획 및 산림복지 관련 타 국가계획을 합리적으로 연계·실천하기 위한 중기 가이드라인
    - \* 산림휴양 기본계획, 숲길의 조성·관리 기본계획, 산림레포츠 진흥 기본계획, 산림교육 종합계획, 도시숲등 기본계획, 정원진흥 기본계획 등

##### □ 계획의 비전 및 목표

- 계획의 비전을 ‘숲과의 동행, 모두가 행복한 산림복지’로 설정
- 비전의 실현을 위해 산림복지서비스 이용인구를 2027년까지 3천 2백만 명 달성하는 것으로 목표 제시

## □ 전략별 추진 과제

- 산림복지서비스 인프라 구축 내실화
  - 생활권·연결형 산림복지서비스 기반 마련
  - 취약계층을 위한 산림복지 인프라 확대
  - 미래 변화에 부응한 산림복지 토대 마련
  - 목재이용 활성화 및 안전관리 기반 강화
- 다양한 산림복지서비스 제공 및 품질 제고
  - 산림치유를 통한 국민건강 예방·관리 강화
  - 맞춤형 산림교육서비스 제공 확대
  - 수요변화에 대응한 산림복지서비스 제공
  - 산림복지시스템을 통한 이용편의 개선
- 산림복지서비스산업 활성화 지원
  - 산림복지전문가 양성 및 역량강화
  - 산림복지전문업 경영활성화 및 민간시장 확대 지원
  - 기업·단체 참여 및 통계·빅데이터 등 활용성 제고
- 지속가능한 산림복지정책 기반 구축
  - 산림복지의 체계적인 연구 및 R&D 강화
  - 규제완화 및 법·제도 개선
  - 산림복지 국제교류 및 협력 확대

## 5) 제4차 도서종합개발계획 (2018~2027)

### □ 계획의 개요

- 1986년 「도서개발 촉진법」 제정 이후, 1988년부터 현재까지 추진 중인 10년 단위의 법정계획 (한국섬진흥원, 2022: ii)

- 1997년 12월 31일까지 유효한 한시법으로 1986년에 제정되어 제1차 계획까지 한시 계획으로 추진되었으나, 유효기간 규정을 삭제하는 내용으로 1995년에 법이 개정되어 일반기본계획으로 지위가 변경
  - 2022년 우리말 사용 장려 차원에서 ‘도서(島嶼)’를 ‘섬’으로 바꾸어 「섬 발전 촉진법」으로 법의 이름이 변경

#### □ 계획의 비전 및 목표

- 계획의 비전을 ‘지속가능한 우리 국토, 섬의 가치 재발견!’으로 설정
  - 고령화 및 인구감소로 인한 무인섬 증가 문제를 완화하고 섬 지역의 특수성에 주목하여 국가성장 동력 및 영토수호의 거점으로 활용하겠다는 의지를 표방
- 비전의 실현을 위해 다음과 같이 3개의 발전목표를 제시
  - 품격 높은 삶의 터전으로서의 섬
    - \* 주민이 거주하는 마을의 생활환경을 집중적으로 개선하고, 모도-차도 간 연계협력 사업을 발굴하며, 시·군 사업 외 범부처의 섬 발전사업을 연계한 종합계획을 수립하여 주민의 불편을 최소화
  - 국가 성장 동력으로서의 섬
    - \* 섬의 특색있는 문화·환경을 극대화하고, 섬의 특수성이 반영된 관광기반 시설, 섬 관광 프로그램을 개발하며, 주민이 참여하는 친환경 관광사업을 육성
  - 영토수호 거점으로서의 섬
    - \* 주민들이 계속 거주할 수 있는 기본생활 인프라를 구축

#### □ 6대 추진전략

- ① 함께 잘 살고 활력 넘치는 마을 조성
  - 유통·판매·가공, 어업 및 농업기반 확충 등 도서민 소득원 다각화 및 소득증대·일자리 창출, 농수산업 기반시설 정비 및 생산환경 조성
- ② 주민생활안정 및 삶의 질 증진

- 수요자 중심의 복지체계 구축, 양질의 의료환경 조성, 문화의 일상화, 교육여건 증대
- ③ 교통기본권 확보를 위한 해상교통
  - 내륙 및 도서 간 이동성 확보, 교통편의시설 및 도선건조 대합실 확보
- ④ 지속가능한 체류형 관광기반 육성
  - 섬의 다양한 잠재자원 발굴 및 자원가치 제고, 체류하고 싶은 섬 관광기반 창출로 주민소득 증대
- ⑤ 쾌적하고 안전한 정주여건 창출
  - 도로, 자가발전, 발전, 급수, 용수확보 등 편리하고 안전한 정주환경 조성, 환경기초시설 정비로 깨끗한 섬이미지 창출
- ⑥ 중심마을 육성을 통한 주민생활개선
  - 섬의 중심마을에 생활개선사업 집중 투자를 통한 마을 중심의 도서 생활개선

#### □ 경상남도 시·군별 섬 발전 방향

- 창원시
  - 낙후된 도서지역의 균형발전과 매력 있고 살기 좋은 섬 개발, 도서지역 주변의 개발자원 활용한 관광객 유치로 소득증대
  - 추진목표 : 어업기반시설 확충, 복지시설 확충, 교통개선 및 관광 활성화 시설 확충, 정주여건개선시설 확충
- 통영시
  - 도서지역의 균형 있는 개발 및 도서주민의 어업소득기반 마련
  - 테마형 섬 관광 기반 구축과 도서경관을 활용한 친환경적 개발
- 사천시
  - 도서지역의 생산·소득·생활기반시설의 정비·확충을 통한 정주환경의 개선과 지역주민의 소득증대 및 복지 향상

- 도서의 수려한 경관과 특성을 살린 관광자원의 개발을 통한 주민소득기반 마련 및 지속가능한 지역 발전 유도

#### ○ 거제시

- 살기 좋은 섬마을 만들기
  - \* 주민정주여건 개선 및 주민소득·일자리 창출을 위한 기초생활 기반 확충, 삶의 질 향상을 위한 복합 공간 확충
- 삶의 질 향상과 섬 자원의 연계 개발
  - \* 섬 자원을 발굴하여 주민 소득 증대·일자리 사업 발굴, 수려한 자연경관 및 다양한 자원을 활용한 자원 창출
- 지속가능한 섬 개발
  - \* 섬 가치 보전 및 활용을 통한 도서개발의 지속가능성 확보
- 지역주민 모두가 함께하는 섬마을 만들기
  - \* 주민공동체 의견 수렴 및 주민이 원하는 사업 발굴, 주민참여 확대

#### ○ 고성군

- 새로운 수요를 반영한 사업모색 및 도서주민이 참여하는 개발방식 지향
- 도서지역의 전략적 중요성 증대에 따른 지속가능한 정주여건 개선을 통한 삶의 터전 마련

#### ○ 남해군

- 자연재난으로부터 지역주민의 안전한 삶의 터전 구축
- 지역주민 소득 창출을 위한 관광 인프라 구축 및 섬 특성을 살린 섬 관광 프로그램 개발
- 친환경 및 자연과 함께 하는 삶의 터전 확보, 친환경 사업 추진

#### ○ 하동군

- 섬 자연환경 및 시설활용도를 고려한 개발
- 섬 경관 및 장래 여가환경을 고려한 체류형 관광지로 개발
- 시설물 연결 위주의 접근로와 산책로로 섬의 순환 및 관광코스 간결화

## 2. 광역·지역계획

### 1) 남부권 관광개발 기본구상 (2023~2032)

#### □ 계획의 개요

- 남부권 지역의 관광잠재력을 극대화하여 수도권에 대응하는, 남부지역의 대표적인 관광거점으로 조성하는 전략계획
- 부산, 광주, 울산, 전남, 경남 등 5개 광역시·도를 공간적 범위로 하며, 총 66개 기초자치단체(40개 시·군 26개 자치구)를 하나로 아우르는 광역 관광개발계획

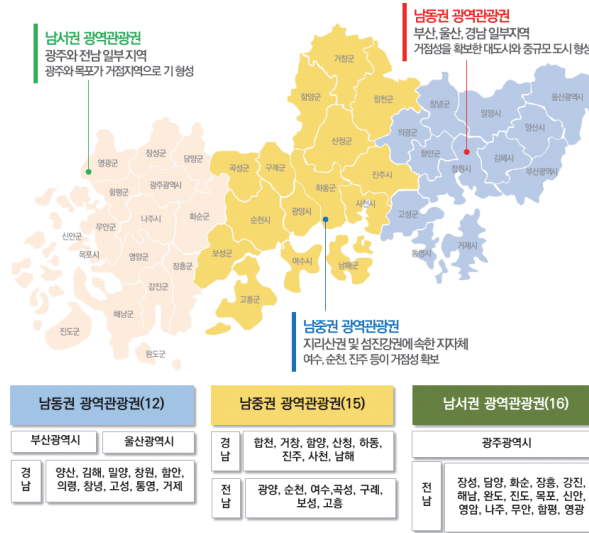
#### □ 계획의 비전 및 목표

- 남부권 관광개발사업 추진을 통해 수도권 관광시장에 대응한 ‘지속가능하고 경쟁력 있는 대한민국 관광의 중심, 남부권’을 비전으로 설정
- 비전의 실현을 위해 다음과 같이 3개의 목표를 제시
  - 광역 간 연계협력 특화사업을 통한 남부권 관광경쟁력 강화
  - 기 추진 광역권 및 관광개발사업과의 연계를 통한 시너지 효과 극대화
  - 단계별 추진 및 범 부처 협력체계 설정을 통한 사업성과 극대화

#### □ 광역관광권 설정 및 개발방향

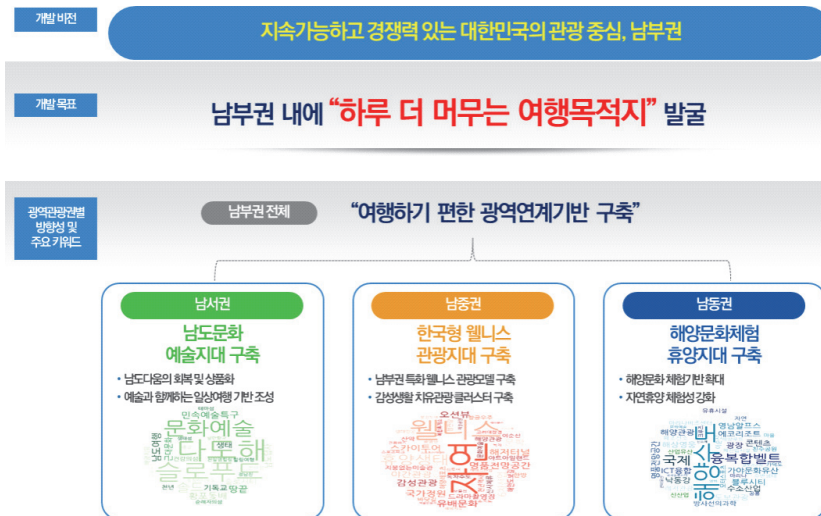
- 남부권의 공간 범위를 수요, 집행, 공급 측면에서 조정한 결과, 수요 측면이 강조된 대안으로 남서권, 남중권, 남동권 등의 3개 광역관광권을 설정
- 세 권역은 각각 남도다음, 웰니스, 해양수도로 정리되는 핵심 관광자원을 통해 권역별로 다음과 같은 개발 방향을 설정
  - 남서권 광역관광권 : 남도문화 예술지대 구축
  - 남중권 광역관광권 : 한국형 웰니스 관광지대 구축
  - 남동권 광역관광권 : 해양문화체험 휴양지대 구축

[그림 2-21] 남부권 관광개발 기본구상에 의한 광역관광권 공간 설정



자료 : 문화체육관광부(2021b: 313)

[그림 2-22] 남부권 관광개발 기본구상에 의한 광역관광권별 개발방향



자료 : 문화체육관광부(2021b: 315)

- 각 권역의 특성을 반영한 차별화된 광역관광권 개발로 수도권에 집중된 관광 수요를 분산시키는 것을 남부권 광역관광개발의 종합 개발 지향점으로 설정

#### □ 경남지역의 산악·해양 관련 관광자원 개발사업

- 남중권의 “해양형 웰니스관광, ‘온(溫)’ 프로젝트”
  - 남해 ‘우리’ 웰니스 스포츠파크 조성 (남해군)
  - 남해 호도 Healing Island 조성 (남해군)
  - 하동 솔섬 연계 해양힐링관광 거점 조성 (하동군)
- 남중권의 “산악호반형 웰니스관광, ‘맥(脈)’ 프로젝트”
  - 함양 자연웰니스 융합거점 조성 (함양군)
  - 하동 의신마을 생태웰니스거점 조성 (하동군)
  - 진주 진양호 힐링 명소 조성 (진주시)
  - 남중권 힐링로드 루트개발 및 명소화 (거창군·합천군·함양군·산청군·하동군·구례군·진주시)
  - 합천호 호반 힐링로드 거점성 강화 (합천군)
  - 거창 산악 힐링로드 거점성 강화 (거창군)
- 남동권의 “만(灣)! 만세 프로젝트”
  - 통영만 해양문화 체험기반 확충 (통영시)
  - 자란만 힐링 휴양 기반 확충 (통영시·고성군·사천시)
  - 진해만 해양문화 체험성 강화 (창원시)
- 남동권의 “바다가 보이는 문화놀이터 조성”
  - 고성 상족암 키즈 문화예술 놀이터 조성 (고성군)
  - 거제 지심도 역사문화 놀이터 조성 (거제시)
- 남동권 생태관광벨트 육성
  - 에코마운틴, 영남알프스 프로젝트 (울산광역시·밀양시·양산시)



## 2) 남해안권 발전종합계획 변경 (2018~2030)

### □ 계획의 개요

- 「동·서·남해안 및 내륙권 발전 특별법」에 근거한 법정계획
  - 부산·전남·경남의 3개 시·도지사가 남해안권 발전종합계획 변경(안)을 입안하고, 국토교통부 장관은 종합계획 변경(안)을 관계 중앙행정기관의 장과 협의한 후 「국토기본법」에 따른 국토정책위원회 심의를 거쳐 결정·고시
- 남해안권의 증장기적인 발전을 위한 종합 전략계획으로, 관광·산업·인프라 등의 관련 분야를 총망라하여 반영
  - 국토계획 체계상 「국토기본법」의 타법에 따른 지역계획에 해당하며, 광역 자치단체 간 연계를 통해 수립되는 종합계획
  - 지방자치단체 간 협력을 통해 공동 입안하는 상향식 지역계획으로서, 향후 수립될 하위계획의 준거가 되는 지침계획

### □ 계획의 비전 및 목표

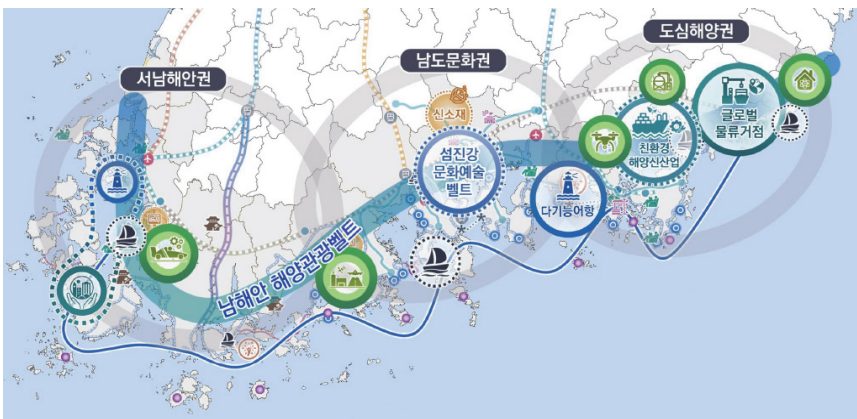
- 광역적 차원의 연계·협력 사업추진을 통해 지역의 동반성장을 도모하고 나아가 남해안 지역의 상생과 번영을 달성함으로써 하나의 공동체를 형성하고자, 계획의 발전 비전을 ‘상생과 번영의 남해안 공동체’로 설정
- 남해안권 발전 비전의 효과적인 달성을 위하여 미래지향적이고 추진 가능한 목표를 도출
  - 동북아 5위의 경제권 진입
  - 새로운 국토성장축 형성
  - 2시간대 통합생활권 달성
- 남해안권의 자연환경, 사회적환경, 입지여건 등을 기반으로 지역의 발전 잠재력을 최대화할 수 있는 추진전략 마련
  - 해안권 연계에 의한 광역관광벨트 형성
  - 미래형 산업 육성을 통한 광역경제권 조성

- 산업 및 관광거점 연계 인프라 구축
- 동서 간 상생·협력벨트 조성

□ 공간 발전구상

- 서남해권, 남도문화권, 도심해양권 등 지역별 발전잠재력, 특화기능 중심의 공간구조를 설정
- 서남해안권
  - 섬·바다·갯벌 등 우수한 자연생태자원을 기반으로 한 글로벌 해양레저관광 중심지 육성
    - \* (전라남도) 목포시, 장흥군, 강진군, 해남군, 영암군, 무안군, 함평군, 영광군, 완도군, 진도군, 신안군
- 남도문화권
  - 섬진강 문화예술벨트, 첨단 신소재산업 육성 등 광역경제벨트 조성을 통한 연계협력지대 구축
    - \* (전라남도) 여수시, 순천시, 광양시, 고흥군, 보성군; (경상남도) 사천시, 남해군, 하동군

[그림 2-23] 남해안권 발전종합계획 변경 공간발전구상



자료 : 국토교통부·부산광역시·전라남도·경상남도(2020: 73)

## ○ 도심해양권

- 첨단물류·도심·해양관광기능이 융복합된 해양신산업 중심의 국제물류·비즈니스 거점 조성
- \* (경상남도) 창원시, 통영시, 거제시, 고성군; (부산광역시) 중구, 서구, 동구, 영도구, 남구, 해운대구, 사하구, 강서구, 수영구, 기장군

## □ 해안권 연계에 의한 광역관광벨트 형성 발전방향

- 섬·바다·갯벌 등 천혜의 자연·생태환경 및 남도 특유의 역사·문화자원 등을 활용한 특색있는 관광자원 개발·육성으로 지역관광 활성화 도모
- 남해안의 해안경관과 그 속에 담긴 매력요소들의 가치를 극대화함으로써 국제적 해양관광 목적지로서 집객력 강화
- 해양자원을 활용한 휴양서비스를 제공하고 크루즈, 마리나 등 레저·여가 시설 확충과 다양한 복합휴양·관광단지 조성으로 고부가 해양관광 실현
- 남해안권 광역관광루트의 효율적 연계를 통하여 동북아시아의 새로운 관광 거점으로 성장·육성

## 3) 백두대간권 발전종합계획 변경 (2021~2030)

## □ 계획의 개요

- 「동·서·남해안 및 내륙권 발전 특별법」에 근거한 법정계획
- 백두대간권을 대상으로 하는 지역계획으로, 시·도지사가 공동으로 입안하고 국토교통부 장관이 심의 후 고시
  - \* 「백두대간 보호에 관한 법률」에 따른 백두대간에 위치하거나 인접한 내륙의 기초자치단체를 중심으로 6개 도(강원도, 충청북도, 전라북도, 전라남도, 경상북도, 경상남도\*\*)의 27개 시·군을 공간적 범위로 설정
  - \*\* 경상남도의 공간적 범위는 산청군, 거창군, 함양군, 합천군 등 4개 군 지역이 해당

- 지역경쟁력 제고를 위한 초광역(광역 및 기초) 연계 및 협력사업을 공동으로 추진하는데 적합한 특화권역형 중장기 종합계획
  - 2030년을 조망하며 백두대간권 경쟁력 강화를 위한 종합계획이자, 향후 개발사업 진행을 위한 개발계획의 준거가 되는 지침계획
    - \* 특별법이 2020년에서 2030년까지 연장되면서 기존 계획의 변경을 추진

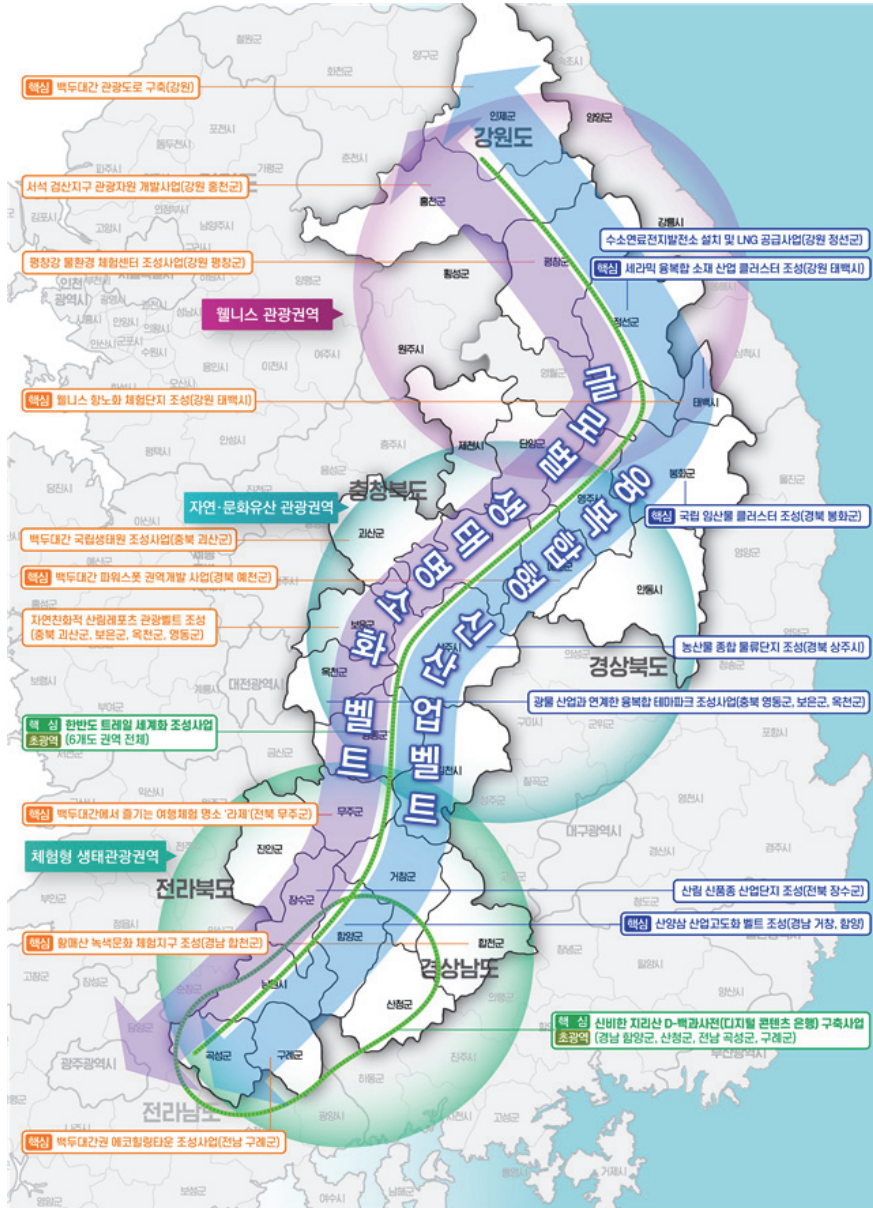
#### □ 계획의 비전 및 목표

- 동북아시아를 대표하는 글로벌 녹색지대로 육성하고 국내를 대표하는 녹색 성장 지역으로 발돋움하고자, ‘자연과 사람이 어우러지는 글로벌 그린 벨트’를 비전으로 설정
- 비전의 실현을 위해 다음과 같이 3개의 목표를 제시
  - 글로벌 명소화 플랫폼 구축
  - 사람·자원·공간의 연결성 확대
  - 백두대간 주도의 고도화 및 특화 생태계 조성

#### □ 공간구상 : 3대 거점 지역 설정

- 백두대간 북부(강원) : 웰니스 관광 거점
  - 백두대간의 청정 자연환경을 활용한 웰니스·항노화 등 국민 삶의 질을 제고 시킬 수 있는 웰니스 복합관광 거점 구축
- 백두대간 중부(충북, 경북) : 자연·문화유산 관광 거점
  - 지역 고유의 자연자원 및 문화유산의 이용 고도화를 통해 국내를 대표하는 자연과 문화의 융합형 관광 중심지 구축
- 백두대간 남부(전북, 전남, 경남) : 체험형 생태관광 거점
  - 우수한 자연자원 및 특화생태자원을 활용한 관광콘텐츠 개발을 통해 휴식·휴양을 즐기며 다양한 체험을 할 수 있는 체험형 생태관광 거점 구축

[그림 2-24] 백두대간권 발전종합계획 변경 주요 구상도



자료 : 국토교통부(2021b: 15)

## □ 경상남도의 추진전략별 세부 사업

- 지역산업 고도화 및 신산업(山業) 창출
  - 약용작물 산업화지원센터 조성사업
  - (핵심사업) 산양삼 산업고도화 벨트 조성
  - 함양 산양삼 산업고도화사업
  - 합천춘란 융복합 특화산업 육성
  - 유기농산업 복합서비스 지원단지 조성
- 고유성 확보 및 융복합형 녹색여가 벨트 조성
  - 동의보감촌 플러스 K-한방향노화 웰니스 관광 허브 조성사업
  - (핵심사업) 황매산 녹색문화 체험지구 조성
  - 합천호 종합개발 및 다빛길 조성사업
  - 산청세계전통의약향노화엑스포 개최
  - (핵심사업) 선비문화유산 풍류 관광벨트 조성
  - (핵심사업) 대장경테마파크 스카이가든 조성
  - (핵심사업) 신명사도 실천유학 문화체험장 조성
  - 동의보감촌 특리지구 개발사업
  - (핵심사업) 동의보감촌 케이블카 설치사업
  - 초계-적중 운석분지 관광콘텐츠 개발
  - 백두대간 스마트 마을 리조트 조성
  - 광역 전략사업 : 신비한 지리산 D-백과사전(디지털 콘텐츠 은행) 구축[핵심사업(경남·전남)]; 백두대간 V-힐링 스타트업 로드 조성사업[핵심사업(경남·전남)]; 지리산권 자전거 둘레길 조성[경남·전남]
- 자연과 사람이 공존하는 지속가능한 녹색환경
  - 산청 청강원 한방향노화휴양체험지구 조성
  - 금원산 산림치유원 조성

- 산청 향노화 산림휴양 명소화 조성사업
- 거창 창포원 그린인프라 확장 사업(경남)
- 하림공원 친환경 생태계류 조성사업
- 백두대간 생태축 복원사업
- 거창 마루금 단절구간 지형 복원
- 단성 목곡 생태숲 목조 건축물 설치사업
- 함양지방정원 조성사업
- 도촌마을-백무동 계곡탐방로 조성사업
- 광역 전략사업 : 무주 덕유산 둘레길 조성(전북·경남)
- 연결성 극대화를 통한 네트워크형 공간
  - (핵심사업) 거창군 우척현 전투를 활용한 문화관광 유적지 조성사업
  - 동서2축 간선도로 건설
  - 지리산 가는길(오도재터널) 정비사업
  - 합천 용계-야로 덕암 간 도로개설
  - 지리산 소금길(벽소령) 복원사업
  - 광역 전략사업 : 남부내륙고속철도 건설(경북·경남)

### 3. 경상남도 계획

#### 1) 제4차 경상남도 종합계획 (2021~2040)

##### □ 계획의 비전 및 목표

- 계획의 비전으로 ‘지속가능한 지역국가, 더 좋은 경남’을 제시하고, 이를 위한 목표는 ‘경남도민 모두가 함께 행복한 사회 조성(더 좋은 행복사회)’으로 설정

- ‘지역국가’는 ‘자립적인 경제권을 형성하고 정책적 자기결정권을 가진 지방 정부’를, ‘더 좋은’은 ‘성숙한 지역정체성을 발전시키며, 함께 행복한 시민 사회’를 의미
- 또한 ‘더 좋은 행복사회’는 도민 삶의 질의 지속가능한 향상과 도민 모두가 함께 누릴 수 있는 균형사회를 의미
- ‘더 좋은 행복사회’를 구체화해 ① 미래 지향 혁신사회, ② 공동체 기반 포용사회, ③ 함께 누리는 균형사회, ④ 생명 존중 안전사회 등 네 가지 사회상을 제시

[그림 2-25] 제4차 경상남도 종합계획에서의 경남미래 2040 비전 및 목표



자료 : 경상남도(2021: 100)

### □ 계획의 공간구상

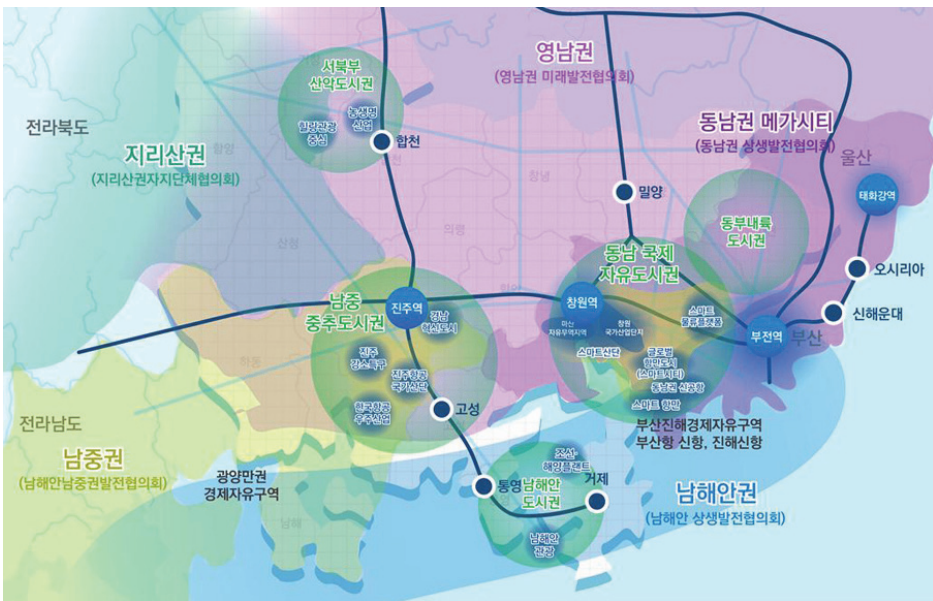
- 유연한 연계와 협력을 할 수 있는, 경남 중심의 광역권을 형성하는 방향으로 공간을 구상
- 도시의 기능을 뭉치는 전략 (Compact City)
  - 부산, 울산과 연계한 동부권의 창원, 서부권의 진주, 북부 지리산권 등 도시 기능을 집약
- 공간과 공간을 연결하는 전략 (Network City)
  - 도시 기능을 연결하는 철도, 도로 등 물리적 기반과 인재 육성 등 지역 플랫폼 연계



○ 경남 중심의 유연한 광역권 형성 (Mega City)

- 경남을 둘러싼 도시권의 연계를 통한 기능적 연계와 집적을 통한 발전전략을 마련
- \* 본 계획에서 ‘유연한’이란 ‘행정구역에 얽매이지 않고 기능 중심으로 장점을 극대화하고 단점을 보완할 수 있는 지자체 간 연계·협력’을 의미 (경상남도, 2021: 112)

[그림 2-26] 제4차 경상남도 종합계획 공간구상도



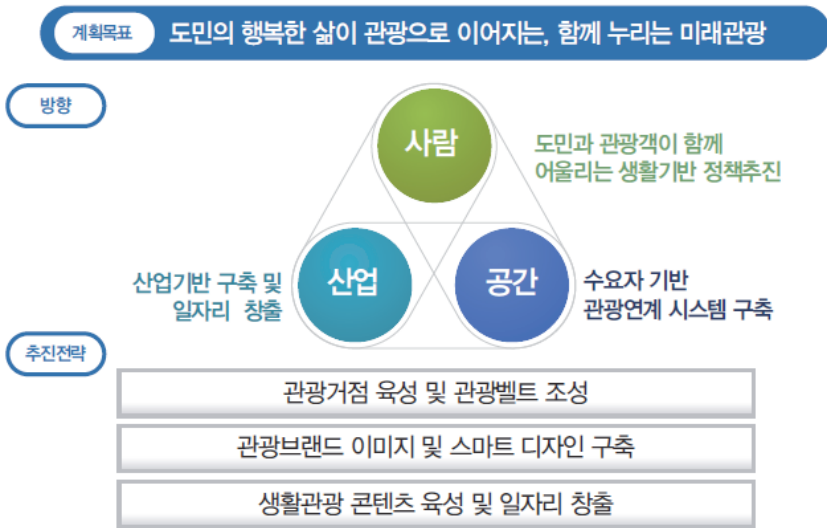
자료 : 경상남도(2021: 114)

□ 관광 부문의 계획목표 및 추진전략

- 관광 부문의 계획목표는 ‘도민의 행복한 삶이 관광으로 이어지는, 함께 누리는 미래관광’으로 설정
- 관광거점 육성 및 관광벨트 조성

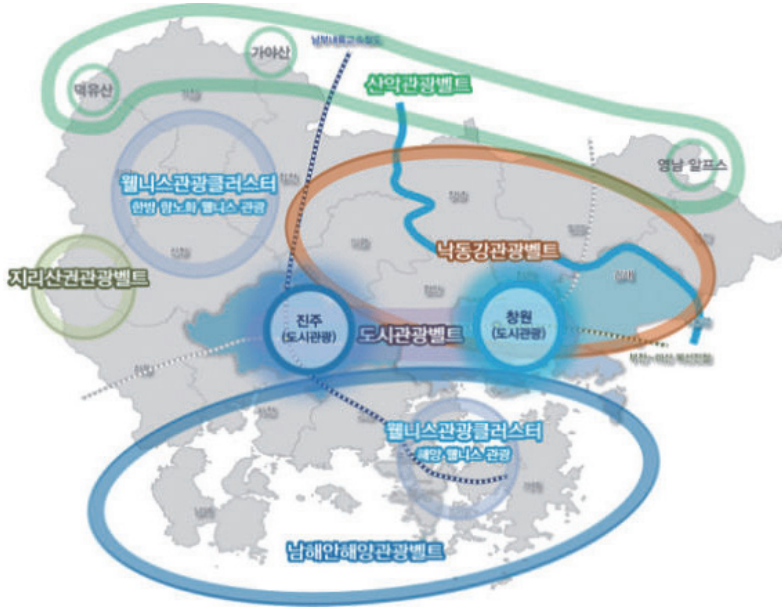
- 역사문화, 자연환경 등 관광자원을 바탕으로 숙박, 식음, 쇼핑 등 다양한 인프라를 보유한 관광거점으로 기능을 수행할 수 있는 지역에 대해 관광거점으로 육성
- 지리산관광벨트, 낙동강관광벨트, 웰니스관광클러스터 등 기존 관광벨트 외 신규 관광벨트 육성
- 관광브랜드 이미지 및 스마트 디자인 구축
  - 지역 특성, 문화, 역사 등을 기반으로 특화 관광브랜드 이미지 구축, 브랜드 이미지를 적용한 스마트 디자인 설계 및 구현
- 생활관광 콘텐츠 육성 및 일자리 창출
  - 일상의 영역도 관광의 공간으로 인식, 일상 생활권 내에서 이루어지는 관광 활동과 연계·포괄하는 지원정책 및 프로그램 수립

[그림 2-27] 제4차 경상남도 종합계획에서의 관광 부문 계획목표 및 추진전략



자료 : 경상남도(2021: 345)

[그림 2-28] 제4차 경상남도 종합계획에서의 관광거점 육성 및 관광벨트 조성안



자료 : 경상남도(2021: 346)

## 2) 남부내륙고속철도 연계 경남 발전 그랜드비전 수립 (2019~2030)

### □ 계획의 개요

- 남부내륙고속철도와 연계해 경남 발전 그랜드비전을 제시
  - 남부내륙고속철도 연계한 비전 제시로 새로운 활력을 개척하여 경남도민의 삶의 질을 개선하는 등 지속가능한 성장 발전을 도모
- 철도 권역 중심의 경남 발전 마스터플랜을 수립
  - 경남도 철도 권역을 중심으로 도종합계획과의 시간 단위 정합을 고려해 2030년 계획을 수립
    - \* 1차적 범위는 창원, 합천, 진주, 고성, 통영, 거제 등 6개 철도권역이 중심이며, 2차적 범위는 남부내륙고속철도와 연계해 모든 영향을 미치는 경남도 내 18개 시·군 지역을 포함

□ 비전과 추진방향

- 경남 발전 그랜드비전을 ‘Rail路 더 나은 내일로, 단디 만드는 더 좋은 경남’으로 설정 (\* ‘단디’는 ‘단단히’의 경상도 방언)
- 비전의 실현을 위해 다음과 같은 추진방향을 제시
  - 남부내륙고속철도 연계한 비전 제시로 새로운 활력을 개척하여 경남도민의 삶의 질을 개선하는 등 지속가능한 성장 발전을 도모
  - 역세권 활성화를 통해 성장거점지역 육성하여 지역발전 유도
  - 고용, 산업위기 지역 지정에 따른 경제활성화와 국가균형발전차원에서 지역 산업을 뒷받침하는 철도 인프라 확충이 필요

□ 문화·관광 부문의 비전 및 목표

- 문화·관광 부문의 비전을 ‘경남, 함께 누리는 미래관광’으로 설정하고, 이의 실현을 위해 다음과 같이 세 개의 목표를 제시

[그림 2-29] 남부내륙고속철도 연계 경남 발전 그랜드비전에서의 문화·관광 비전 및 목표



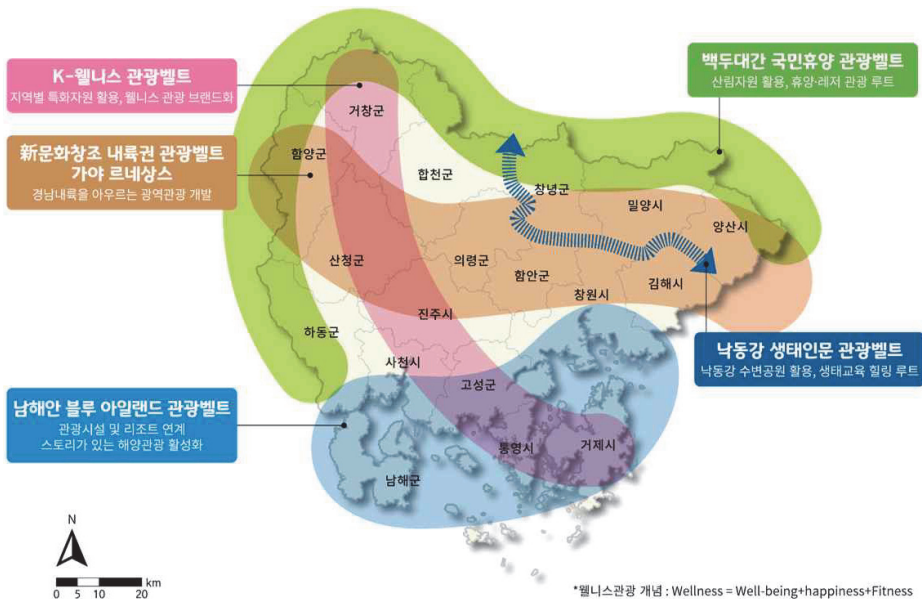
자료 : 경상남도(2020a: 54)

- 오래 머물고 깊이 만끽하는 관광 콘텐츠
- 인적자원을 키우고 물적기반을 확대하는 관광전략 추진
- 주민이 중심이 되고 여행자가 함께 즐기는 문화·관광생태계 조성

○ 문화·관광 구축 전략

- (점 → 선 → 면) 전략에 의한 스토리와 결합된 핵심 브랜드사업 발굴
- 시군 간, 광역 간 연계 강화와 협력 확대
- 지역특화 관광콘텐츠 연계 관광벨트 육성 및 활성화

[그림 2-30] 남부내륙고속철도 연계 경남 발전 그랜드비전에서 문화·관광 구상도



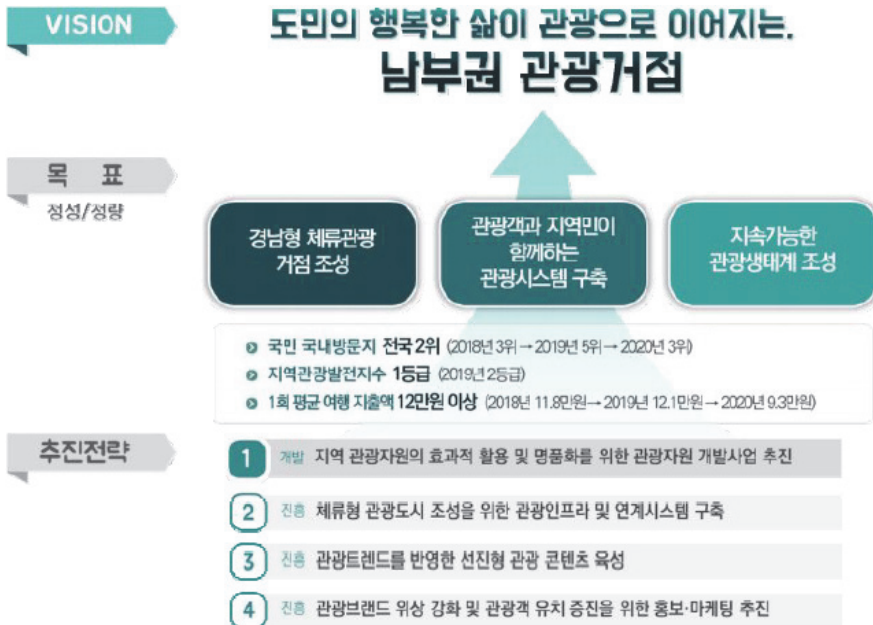
자료: 경상남도(2020a: 55)

### 3) 제7차 경남권 관광개발계획 (2022~2026)

#### □ 계획의 비전 및 목표

- 경남이 지향하는 관광 이미지와 관광잠재력 및 발전 가능성을 고려하여 ‘도민의 행복한 삶이 관광으로 이어지는, 남부권 관광거점’으로 비전을 수립
- 정량적 목표는 ‘국내 방문지 순위’, ‘지역관광발전지수’, ‘관광객 지출비용’으로 선정
  - 정량적 목표는 ‘국민 국내방문지 전국 2위’, ‘지역관광발전지수 1등급’, ‘1회 평균 여행 지출액 12만 원 이상’으로 설정
- 정성적 목표는 ‘경남형 체류관광 거점 조성’, ‘관광객과 지역민이 함께하는 관광시스템 구축’, ‘지속가능한 관광생태계 조성’으로 설정

[그림 2-31] 제7차 경남권 관광개발계획의 비전 및 목표, 추진전략



자료 : 경상남도(2022a: 169)

## □ 추진전략

- 지역 관광자원의 효과적 활용 및 명품화를 위한 관광자원개발사업 추진
  - 경남지역 내 자원의 가치 재조명 및 재해석을 통해 관광자원개발사업 추진
  - 기존 관광명소 연계를 통해 시너지 효과 창출 및 증장기적으로 지속가능한 관광자원개발사업 추진
- 체류형 관광도시 조성을 위한 관광인프라 및 연계시스템 구축
  - 관광객 체류시간 증대 및 만족도 제고를 위해 관광객 선호 관광시설 확충, 기존 시설의 리모델링 및 새로운 기능 부여
  - 사계절 관광기반 시설 확충·보완 및 핵심시설 도입으로 사계절 즐길 수 있고 체류하는 관광지로 인식 전환
  - 유아, 노인, 장애인 등 관광취약계층을 위한 관광편의 환경 조성
  - 관광경쟁력 확대 및 방문객 유입 극대화를 위해 인근 지역과 연계 및 광역관광 시스템 구축
- 관광트렌드 반영한 선진형 관광콘텐츠 육성
  - 경쟁지역과의 차별화를 위해 지역성과 화제성(트렌드) 갖춘 관광특화 콘텐츠 및 프로그램 도입
  - 지속성을 갖춘 잠재력 있는 관광콘텐츠 발굴을 통해 경남 대표 관광상품 육성
  - 자원 간 또는 지역 간을 연계할 수 있는 코스 개발로 지역 자원을 효율적 활용
- 관광브랜드 위상 강화 및 관광객 유치 증진을 위한 홍보·마케팅 추진
  - 경남 대내외 인지도 확대 및 통합 관광정보 콘텐츠 구축 등 합리적이고 효율적인 홍보마케팅 전개
  - 관광정보 매체, 이용 패턴 다변화로 인해 수요자 중심의 관광정보 제공 및 마케팅 추진
  - 민간주도형 지역발전을 위해 도민 대상 교육사업 추진 및 관광종사자 역량 강화사업 추진

## □ 공간구상

- 경남 내부공간으로는 서부경남 관광소권과 동부경남 관광소권으로 설정
- 서부 경남 : 진주시, 사천시, 남해군, 하동군, 산청군, 함양군, 거창군, 합천군
  - 임진왜란, 선비문화 등 주요 유적지 연계 역사문화 관광자원 활성화
  - 산청·함양·거창·합천 등 지역특색을 반영하여 경남 웰니스 관광 거점으로 육성하기 위한 시설 조성 및 콘텐츠 제공
  - 지리산국립공원, 가야산국립공원, 황매산국립공원, 금원산, 금산 등 산악 관광자원 연계·활용으로 휴양, 생태체험, 레저 관광인프라 조성 및 콘텐츠 개발·운영
  - 진주남강유등축제, 경남고성공룡세계엑스포, 사천항공우주엑스포(사천 에어쇼) 등 지역 특화축제 지속적 지원
- 동부 경남 : 창원시, 통영시, 김해시, 밀양시, 거제시, 양산시, 의령군, 함안군, 창녕군, 고성군
  - 통영, 거제 등에 분포하고 있는 섬 자원과 해양자원을 활용·연계하여 해양 관광 명소화 추진
  - 낙동강변(김해, 양산, 밀양, 창원, 함안, 의령, 창녕)과 주변 명소를 연계하여 생태인문 관광지로 육성
  - 가야 등 세계적인 문화자원 및 도시브랜드를 활용·연계, 지역별로 특화되어 있는 음악, 공연 등 문화예술콘텐츠 육성

## 4) 경상남도 산림문화·휴양계획 (2020~2024)

### □ 계획의 개요

- 「산림문화·휴양에 관한 법률」에 근거한 법정계획
  - 시·도지사는 산림문화·휴양기본계획에 따라 지역의 산림 특수성을 고려한 지역산림문화·휴양계획을 5년마다 수립·시행



- 지방자치단체의 장은 숲길기본계획에 따라 매년 숲길의 조성·관리 연차별 계획을 수립
- 「산림교육의 활성화에 관한 법률」에 근거한 계획
  - 시·도지사는 산림교육종합계획에 따라 지역 여건을 고려하여 5년마다 수립

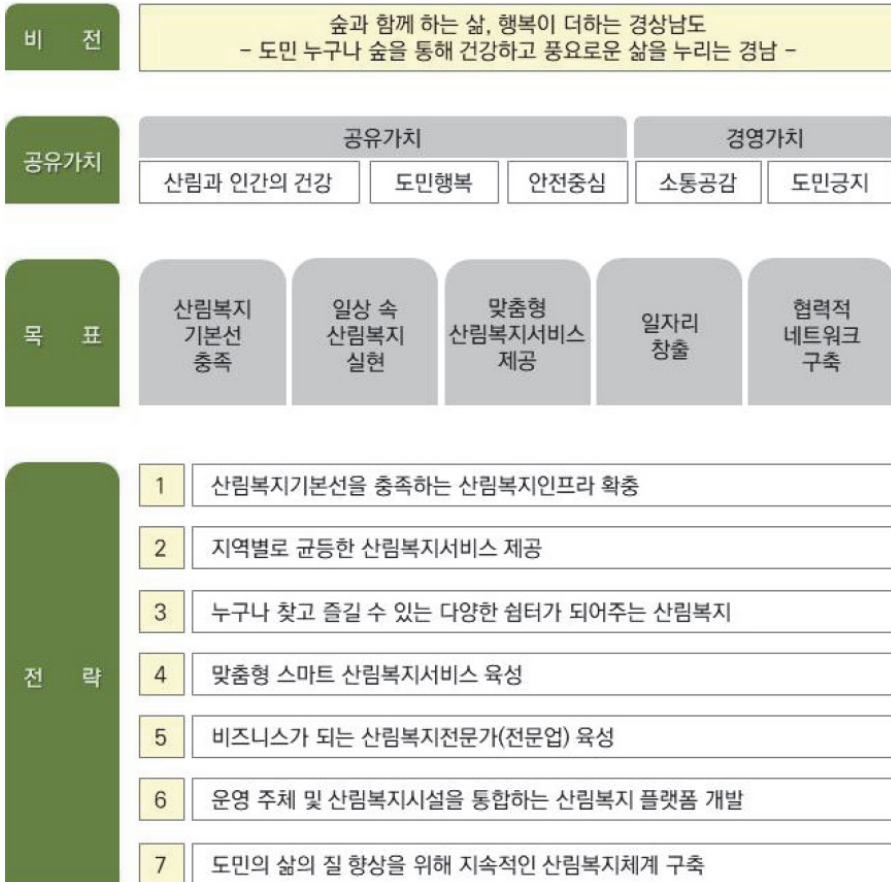
#### □ 계획의 비전 및 목표

- 경상남도 산림문화·휴양계획(산림복지진흥계획)의 비전을 ‘숲과 함께 하는 삶, 행복이 더하는 경상남도’로 제시
  - 비전의 부제로는 ‘도민 누구나 숲을 통해 건강하고 풍요로운 삶을 누리는 경남’으로 표현
- 비전의 실현을 위해 ‘산림복지 기본선 충족’, ‘일상 속 산림복지 실현’, ‘맞춤형 산림복지서비스 제공’, ‘일자리 창출’, ‘협력적 네트워크 구축’ 등 5대 목표를 설정

#### □ 7대 전략별 추진방향

- 산림복지기본선을 충족하는 산림복지인프라 확충
  - 산림복지기본선에 부합하는 도민공감형 산림복지 인프라 조성
  - 정확한 수요예측에 기반한 적정한 산림복지 인프라 조성
  - 콘텐츠, 풍경, 스토리, 테마가 있는 차별화된 산림복지 인프라 조성
- 지역별로 균등한 산림복지서비스 제공
  - 지역별(시·군별) 유형화에 따른 산림복지 인프라 구축
  - 균등한 산림복지서비스 제공을 위한 소외계층 배려
- 누구나 찾고 즐길 수 있는 다양한 쉼터가 되어주는 산림복지
  - 생활권 내 산림복지공간 확대로 일상 속 산림복지 체감도 제고
  - 생활권 내 도시숲의 다양화와 특성화를 통한 산림복지서비스 제공

[그림 2-32] 경상남도 산림문화·휴양계획의 비전 및 목표, 7대 추진전략



자료 : 경상남도(2019b: 55)

- 맞춤형 미래형 스마트 산림복지서비스 육성
  - 생애주기별 맞춤형 산림복지서비스 콘텐츠 개발 및 보급
  - 찾아가는, 찾아오는 산림복지서비스의 확장
- 비즈니스가 되는 산림복지전문가(전문업) 육성
  - 민간영역의 전문성 강화를 통한 산림복지서비스 신(新)시장 개척 지원

- 운영주체 및 산림복지시설을 통합하는 산림복지 플랫폼 개발
  - 원클릭·원패스 통합관리시스템 도입으로 편의성 증진
  - 홍보 및 마케팅 강화와 산림복지의 관광자원화
- 도민의 삶의 질 향상을 위해 지속적인 산림복지체계 구축
  - 다양한 산림복지 이해당사자 분석을 통한 경상남도 산림복지 거버넌스의 자발적 조직 구성
  - 법률적·행정적 산림복지 기반 구축을 통한 도민의 삶의 질 향상
  - 도민의 삶의 질 향상을 위한 산림복지 조직 정비·확대 개편

## 5) 경상남도 해양레저육성 종합계획 (2023~2027)

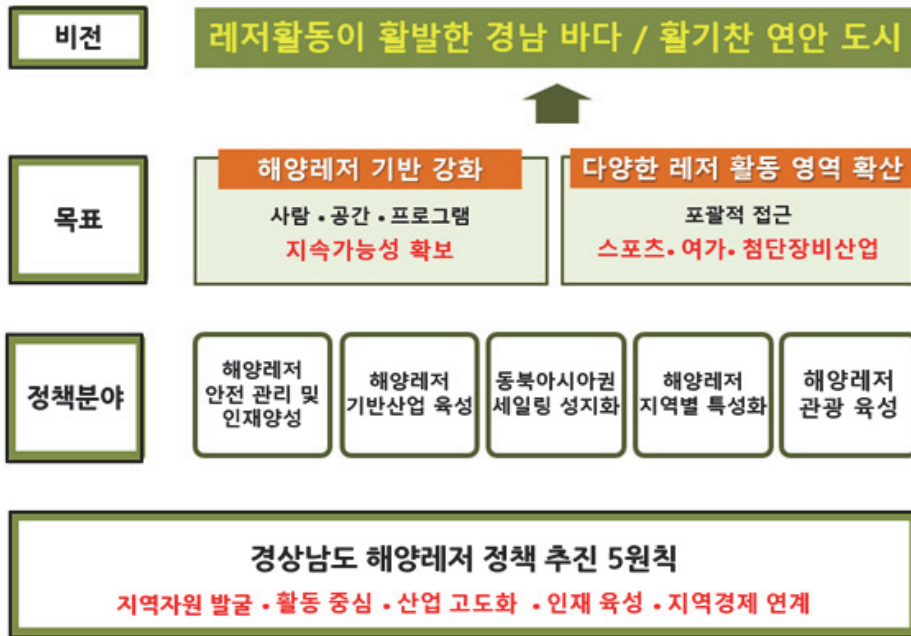
### □ 계획의 개요

- 해양레저 육성 종합계획의 근거 법규인 「경상남도 해양레저 육성 지원조례」에 따라 종합계획을 수립
  - 조례 제5조에서는 도지사가 5년마다 경상남도 해양레저 육성 종합계획을 수립하여야 함에 대해 명시
- 경남 해양레저 발전을 위한 현실적이고 종합적인 정책 대응체계 구축
  - 해양레저 분야에서 경남 민선 7기 도정의 주요 방향으로 '신성장동력사업으로 남해안 신성장 관광벨트 조성(경남-전남 공동)'을 설정
    - \* 경남 남해안 해양관광벨트 : 해양레저, 해양치유 등
  - '요트' 중심의 남해안 일대 해양스포츠 활성화 적극 추진
  - 경상남도 특성에 맞는 해양레저정책과 해양레저산업 육성 발전전략 수립

### □ 계획의 비전 및 목표

- 경상남도 해양레저 정책의 비전을 '레저활동이 활발한 경남바다', '활기찬 연안도시'로 설정

[그림 2-33] 경상남도 해양레저 정책 비전·목표·정책분야·정책추진원칙



자료 : 경상남도(2022b: 119)

- 많은 사람들이 편안하고 자유롭게 다양한 종류의 해양레저활동을 즐길 수 있는 여건을 조성하는 데 집중하고자 하는 의미, 고유의 해양관광콘텐츠를 형성해 지역경제 침체 문제를 극복하겠다는 의지 등을 비전으로 표현

○ 비전의 실현을 위해 ‘해양레저 기반 강화’, ‘다양한 레저활동 영역 확산’ 등을 목표로 제시

□ 5대 정책 분야별 추진방향

○ 해양레저 안전관리 및 인재 양성

- 현 단계에서 경남의 해양레저 정책이 중점적으로 추구해야 할 방향은 이미 투자된 시설의 이용도 제고를 위한 소프트웨어 사업으로 전환되어야 함

- 어린이와 청소년에게 해양안전교육을 제공하고 해양레저·스포츠 활동에 참가할 기회를 확대하는 데 집중적으로 지원하여, 해양레저 활동의 대중화를 실현하기 위한 도민의 기초역량을 강화
- 경남 소재 대학교와 평생교육원, 독립대학 등 지역내 교육기관과 연계해, 해양레저 교육 및 인력 양성 체계를 형성하고 이를 해양레저 육성에 활용
- 해양레저 기반산업 육성
  - 산업과 연구기관, 지원조직이 집적된 해양레저산업 클러스터를 조성하고, 지역 핵심산업으로 육성하는 데 정책역량을 집중
  - 해양레저활동 수요의 증가에 대응하여 해양레저서비스업을 연안지역의 경제 활성화 및 경제구조 개편의 관점에서 육성·지원
- 동북아시아권 세일링 성지화
  - 경남 해안이 가진 지형적·지리적·기후적 장점을 최대한 활용해, 통영을 중심으로 경남 해역을 명실상부한 동아시아의 요트세일링 중심지로 육성
  - 현재 구축된 마리나 항만과 구축 중인 마리나비즈니스센터 등 기반시설의 활용도를 높이고, 이용자의 편의성을 제고
  - 요트공유제도를 적극 검토하고, 요트세일링 분야의 국제화 역량을 제고
  - 국가에서 투자하는 마리나항만의 이용 편의성 제고와 마리나항만 배후지역 상업지구 조성을 위한 민간투자 활성화 대책 마련
- 해양레저 지역별 특성화
  - 경남 7개 연안 시·군과 내수면 마리나의 여건에 적합하고 지역의 사회문화적 특성을 반영해, 각 지역에서 가장 높은 정책 효과를 얻을 수 있는 해양레저 종목을 발굴하고 체계적으로 특성화
  - 국내 다이빙 수요를 흡수해 지역 특성화 종목으로 육성하기 위해, 수중레저 활동을 즐기기에 최적화된 해양공간과 육상 인프라 조성
- 해양레저관광 육성
  - 레저관광 목적의 방문객이 많은 섬에 해양레저프로그램을 접목

- 경남을 방문하는 관광객에게 해양레저 참여 기회를 부여해, 지역 내 체류일수 증가를 유도하고 해양레저 저변확대를 도모
- 어촌주민이 직접 의사결정에 참여하고 소득을 창출할 수 있는 기회를 제공함으로써, 지역사회와 해양관광 및 해양레저분야 상생발전 추구

#### □ 해양레저 미래상 및 목표지표

- 해양레저인력 : 해양레저 문화를 즐기는 경남 도민
  - 10년간 경남 해양레저교육 이수자 1만 명을 목표지표로 설정
- 해양레저 인프라 : 다양한 종목을 여유 있게 누리는 경남 바다
  - 경상남도 요트·보트 정박 수용력 1일 1천석 달성을 목표지표로 설정
- 해양레저관광·이벤트 : 사계절이 즐거운 경남 연안도시
  - 경남 해양레저관광 이벤트 참가자 연간 1천만 명을 목표지표로 설정

### 6) 경상남도 섬 발전 종합계획 (2021~2030)

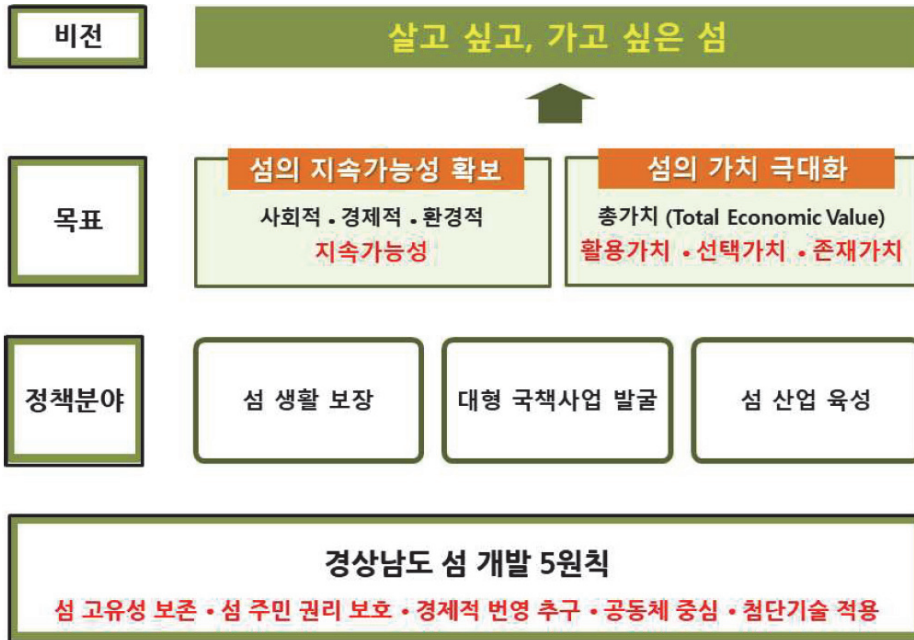
#### □ 계획의 개요

- 섬 발전 종합계획의 근거 법규인 「경상남도 섬 발전 지원 조례」에 따라 종합 계획을 수립
  - 조례 제6조에서는 도지사가 5년마다 경상남도 섬 발전 종합계획을 수립하여야 함에 대해 명시
- 경상남도의 여건에 적합하고 대내외적 환경변화에 대응하기 위한 중·장기적 섬 발전계획 수립
  - 섬의 경쟁력을 제고해 살고 싶은 섬으로 발전하기 위한 정책대안을 제시
    - \* 경남 남해안 해양관광벨트 : 해양레저, 해양치유 등
  - ‘요트’ 중심의 남해안 일대 해양스포츠 활성화 적극 추진
  - 경상남도 특성에 맞는 해양레저정책과 해양레저산업 육성 발전전략 수립

□ 계획의 비전 및 목표

- 경상남도 섬 정책의 비전을 ‘살고 싶고, 가고 싶은 섬’으로 제시
- 비전의 실현을 위해 ‘섬의 지속가능성 확보’, ‘섬의 가치 극대화’ 등을 2대 정책목표를 설정
- ‘섬 생활 보장’, ‘국책사업 발굴’, ‘섬 산업 육성’ 등 3대 정책 분야별로 10대 전략을 수립
  - 10대 전략 달성을 위해 섬 거주수당제 도입, 연안여객선 공영제 도입 추진, 유인도서 공도화 방지, 섬 숙박 경쟁력 강화, 섬과 섬을 연결하는 해상교통망 등을 포함한 30대 추진과제를 제안

[그림 2-34] 경상남도 섬 정책의 비전 및 목표, 정책분야, 섬 개발 5원칙



자료 : 경상남도(2020b: 268)

## □ 10대 전략별 30대 추진과제 주요 내용

### ○ 섬 공동체 지속가능성 유지

- 섬 거주수당제 도입 : 섬별 낙후도 정도를 격리성과 생활불편 정도를 점수화 하고 등급에 따라 주민수당 지급
- 연안여객선 공영제 : 연안여객선 이용자 요금 부담완화와 섬 지역 관광객 증가로 섬 관광산업 육성
- 건강회복 섬휴양촌 : 해양항노화-웰니스 서비스를 제공하는 섬의 새로운 발전모델 실현 (3개소 조성)

### ○ 유인도서 유지·확대

- 유인도서 공도화 방지 : 인구 10인 이하 섬(10개소)을 '공도화 위기지역'으로 선정, 정주환경 개선을 위한 지원
- 무인도서의 유인도화 : 유인도서화가 가능한 섬을 입도촉진지역으로 지정, 귀촌지원사업 추진
- 무인도서 활용 다각화 : 방치된 무인도를 새로운 활용방안을 적용하여 활용  
\* 소규모 휴양 등에 부합한 활용으로 섬 가치 증가

### ○ 섬 자원 데이터 구축

- 섬 자원 데이터 구축(유형) : 섬의 유형자원(폐총, 고분, 유적, 군사시설 등)을 데이터화하고, 발굴해 섬 관광의 새로운 영역 개척
- 섬 자원 데이터 구축(무형) : 섬 무형자원(흔레, 전통행사, 설화, 어로문화, 예술 등)을 발굴, 섬의 특징적인 관광프로그램 개발
- 섬 자원 데이터 구축(기타) : 섬의 특징적 생활양식, 특정 섬에만 발견되는 특색 있는 문화를 재조명, 미래 보존 및 전승

### ○ 섬 환경 보호·보존

- 섬 주변 해양보호구역 지정 : 도내 섬 주변 해양생태계 및 서식지 정밀조사 (3권역), 해양보호구역 지정 타당성 검토 등



- 섬 보호종 서식지 관리 : 섬별 보호생물종의 서식 현황 파악하여 관리대상 지역의 범위를 설정
  - 섬 경관 보호 : 민관 보유 각종 자료 수집, 섬 고유경관 특성과 유형파악, 섬 마을 전통 경관 복원 등
- 육지권 스마트섬
- 스마트 양식 육성(외해 가두리) : 참다랑어 양식 목적 외해가두리 양식면적 확대, 외해 가두리 양식 분야 스마트기술 개발
  - 에너지 자립 섬 : 육지도 주변 해상풍력발전단지 조성, 태양광, 소형 풍력, 바이오매스 등 신재생에너지 설비 구축
  - 스마트 아일랜드 실현 : 섬 주요지역 와이파이 무료지대 조성, 6G 통신망 구축, 스마트도로화 및 자율주행 시범 운행지역 활용
- 사랑권 레저섬
- 항공교통 거점 : 다목적 헬리콥터를 이용한 섬 관광객 항공운송 서비스, 헬리콥터 이착륙장(터미널) 건설, 남부내륙철도(진주~사랑도)와 연계한 헬리콥터 서비스 검토
  - 민간투자 유치(친환경 리조트) : 친환경리조트 민간투자 유치, 국가어항 능양항 종합개발 기반 구축
  - 섬 트래킹 세계명소화 : 최적의 트래킹 코스개발, 섬 트래커 센터 건립(정보 교류, 휴식, 숙박 등), 트래킹 명소화 프로그램 구축
- 섬수산업 경쟁력 강화
- 섬 수산자원 조성 : 어촌계 대상 마을어장 수산자원 회복계획 수립, 마을어장 생산 수산물 브랜드화, 섬마을 대상 공모사업으로 추진
  - 섬 전통어업 보존 육성 : 해녀 후속인력 양성 교육프로그램 지원, 전통어업 활동수당 지급, 죽방렴 생산 멸치 브랜드화, 죽방렴 세계 중요 농어업 유산 등재 추진 등

- 섬 수산 가공품 육성 : 섬 멸치 원료 어간장, 멸치액젓 제조업 연합회 구성, 상품 공동개발, 섬 지역 수산가공품 우수 제조업체 생산시설 개선 비용
- 섬 농업 육성
  - 친환경섬 농업체계 구축 : 섬 유희경작지 시설·설비 구축지원사업(전기, 관수시설), 섬 농가 친환경농업 인증 지원
  - 자연친화적 축산·낙농업육성 : 섬주민, 예비 귀촌인 대상 섬축산, 낙농업 희망자 모집, 닭, 산양, 흑염소 등 섬 특성에 맞는 품목 선정 및 가이드라인 제작, 판매 지원 등
  - 섬 치유 농업 육성 : 치유농업 육성조례 제정, 치유농업 프로그램 개발 및 육성계획 수립, 치유농장 조성비 지원 등
- 섬 관광 경쟁력
  - 섬둘레길-올레길 조성 : 10인 이상 유인도서 전체 일주 걷기길 조성, 재원은 도서종합개발 사업비에서 충당 원칙, 섬 탐방 인증제 도입, 섬 전 구간에 대한 안내지도 제작 등
  - 섬 숙박 경쟁력 강화 : 경남형 섬 민박 표준서비스 구축 지원, 청년인력을 활용한 섬 숙박업소 식사 제공 프로그램 운영 지원
  - 섬 고유 관광자원 발굴 : 섬 생태관광 프로그램 개발, 섬 예술창작발전소 사업
    - \* 방치된 빈집, 공동시설 등을 예술인 주거공간으로 활용
- 미래 섬 교통망
  - 섬과 섬을 연결하는 해상교통망 : 경남형 전세여객선 운영비 지원사업
  - 위그선 상용화 지원 사업 : 부산에서 경남지역 섬을 연결하는 위그선 운항지원, 위그선 접안시설, 승객편의시설 조성, 요금지원 등
  - 섬 주변 해저지형 조사 : 주요 섬 주변 해저지형 조사 및 전자지도 제작, 섬 주변 해양생태계 조사, 해저자원 및 지형, 생태계에 대한 데이터 구축 및 활용 가능성 확보




## 제3장

# 잠재 방문객 설문조사 및 분석

제1절 설문조사의 개요

제2절 분석의 결과





## 제1절 설문조사의 개요

## 1. 설문조사의 범위와 방법

## □ 설문 내용적 범위

- 경남지역 방문객들의 관광 행동 등을 파악하기 위해 자기기입식에 의한 온라인 설문조사를 실시
- 설문은 응답자의 인구·사회적 내용, 지리산권 산악관광, 경상남도 남해 바다의 브랜드 및 랜드마크 등과 관련한 내용으로 구성
  - 설문 문항은 관련 보고서의 다양한 설문조사를 참조하였고, 경상남도 관광 개발과, 설문조사 수행기관인 마크로밀 엠브레인 등 관계자의 협의와 검토를 거쳐 개발

## □ 설문조사의 방법

- 2023년 8월 30일부터 9월 4일까지 1년 이내 경남지역에 방문한 경험이 있는 400명의 응답자를 대상으로 온라인 설문을 진행
  - 경남지역을 많이 찾는 방문객의 거주지역으로 분석(한국관광공사, 2021a)된 부산광역시, 경기도, 서울특별시 거주자를 대상으로 설문조사를 실시
  - 한국관광공사(2021a)가 2019~2020년 동안 KT 통신 유입 데이터에 기초해 파악한 경남지역 방문객 수의 결과를 고려해, 본 연구의 설문 대상자는 부산광역시 거주자 200명, 경기도와 서울특별시 각각 100명씩 수도권 거주자 200명 등 총 400명으로 구성

[표 3-1] 설문 문항의 구성 및 내용

분 야	설문 항목
응답자 사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성, 연령, 현재 거주지역</li> <li>• 1년 이내 국내 방문 지역</li> <li>• 1년 이내 경상남도 방문 시기</li> </ul>
경상남도 남해 이미지, 관광 행동	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 경험</li> <li>• 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 지역</li> <li>• 경상남도 남해 바다를 표현하는 서술어에 대한 평가</li> <li>• 경상남도 남해 바다 연상 이미지</li> <li>• 전라남도와 비교한 경상남도 남해 바다의 이미지 평가</li> <li>• 남해의 이순신해 병행 표기에 대한 의견</li> <li>• 경상남도 남해안 관광 활성화를 위한 관광지 유형의 개발 방향</li> <li>• 남부내륙고속철도 개통 시 거제·통영권 방문 의사</li> </ul>
경상남도 남해 랜드마크	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크 유무</li> <li>• 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 시 적합한 자원의 유형</li> <li>• 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 유형</li> <li>• 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 특성</li> <li>• 경상남도 남해 바다의 랜드마크로 활용하기에 적절한 유형</li> <li>• 경상남도 남해 바다의 랜드마크를 조성하기에 적합한 지역</li> <li>• 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도</li> <li>• 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성 및 발굴이 불필요한 이유</li> <li>• 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성 및 발굴이 필요한 이유</li> </ul>
지리산권 산악관광	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1년 이내 경상남도 지리산권 방문 경험</li> <li>• 지리산국립공원 구역의 관광자원의 각종 규제에 대한 의견</li> <li>• '지리산'을 표현하는 키워드에 대한 평가</li> <li>• 지리산권 관광 활성화를 위해 필요한 사항</li> <li>• 지리산권 관광콘텐츠의 중점 개발 방향</li> <li>• 지리산 케이블카 설치 시 이용 의향</li> </ul>

□ 통계분석의 방법

- 통계분석을 위해 SPSS for Window를 사용
  - 모든 설문 문항에 대해 빈도분석을 기본적으로 실시
  - 문항과 문항 간 유의미한 결과가 있을 것으로 판단되는 경우 상관분석, 교차 분석 등의 연관성분석 실시

- likert 척도를 적용할 수 있는 문항에 대해서는 성, 연령, 거주지역 구분 등 유형별로 t 검정, 분산분석을 통해 그룹 간 평균 비교를 시도
- 이는 likert 척도 적용이 가능한 문항 간에도 같은 방법으로 그룹 간 평균 비교 실시
- 분석분석(ANOVA)은 Levene 통계량으로 분산의 등분산을 가정한 경우와 가정하지 않은 경우에 대해 각각 엄격하면서도 일반적인 사후검정 방법으로 평가받는 Scheffe와 Dunnett T3 검정을 적용
- 이들 사후검정 후에도 그룹 간 평균의 차이가 명확하지 않은 경우 각각 Bonferroni와 Games-Howell 검정을 실시

## 2. 설문 응답자 특성

### □ 사회적 인구 분포

- 응답자의 성별 분포는 여성이 남성보다 전체의 3%p 조금 더 많은 구성을 보이고 있음
- 연령 면에서는 40대가 24.3%로 가장 많고, 30대 23.3%, 20대 이하 21.8% 등의 순으로 나타남
  - 60대 이상이 10% 남짓의 분포를 보이고, 그 외의 각 연령대는 대체로 20%대의 비슷한 분포를 나타냄
- 거주지역의 분포는 한국관광공사(2021a)가 발표한 경남지역 방문객 수의 결과를 고려해, 부산광역시와 수도권 지역을 50:50의 동등한 비중으로 할당
  - 수도권 지역에 대해서도 경기도와 서울특별시를 동등한 비중(50:50)으로 할당

**【표 3-2】 설문 응답자의 사회적 인구 분포 (성·연령·지역)**

단위 : 명 (%)

구분	세부항목별 빈도		
성	• 남성 : 194 (48.5)	• 여성 : 206 (51.5)	
연령	• 20대 이하 : 87 (21.8)	• 30대 : 93 (23.3)	• 40대 : 97 (24.3)
	• 50대 : 82 (20.5)	• 60대 이상 : 41 (10.3)	
거주지역	• 부산 : 200 (50.0)	• 서울 : 100 (25.0)	• 경기 : 100 (25.0)

주 : N=400

- 성별에 따른 연령 분포를 살펴보면, 전반적으로 여성의 젊은 계층이 남성보다 많은 것으로 나타남
  - 30대 이하의 비중을 비교했을 때 남성 29.4%, 여성 59.7%로 두 배 가까운 비중의 차이가 나타나며, 여성이 남성보다 30.3%p 더 많은 분포를 나타냄
  - 이는 그 비율만큼 40대 이상의 남성 비중이 여성보다 더 많다는 것을 의미

**【표 3-3】 성별에 따른 설문 응답자의 연령 분포**

단위 : 명 (%)

구분	계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
전체	400 (100.0)	87 (21.8)	93 (23.3)	97 (24.3)	82 (20.5)	41 (10.3)
남성	194 (100.0)	24 (12.4)	33 (17.0)	55 (28.4)	52 (26.8)	30 (15.5)
여성	206 (100.0)	63 (30.6)	60 (29.1)	42 (20.4)	30 (14.6)	11 (5.3)

**□ 1년 이내 경상남도 방문 시기**

- 1년 이내 경상남도에 방문한 응답자는 대부분이 6개월 이내 방문자로 전체의 83.0%를 차지
  - 성별로도 6개월 이내 방문자가 남성과 여성이 각각 82.5%와 83.5%로, 전체 83.0%와 거의 비슷한 분포를 나타냄



- 거주지역별로 6개월 이내 방문자는 경상남도에서 가까운 부산광역시가 92.5%를 나타냈으나, 원거리인 수도권 지역은 73.5%의 분포를 보임
- 연령별로는 6개월 이내 방문자가 40대까지 전체 83.0%보다 높게 나타났으나, 50대 이상부터는 전체보다 낮은 결과를 나타냄

【표 3-4】 1년 이내 경상남도 방문 시기에 대한 설문 응답 분포

단위 : 명 (%)

구 분	계	6개월 이내	6~12개월 이내	구 분	계	6개월 이내	6~12개월 이내		
전 체	400 (100.0)	332 (83.0)	68 (17.0)	.	.	.	.		
성	남	194 (100.0)	160 (82.5)	34 (17.5)	연 령	20대 이하	87 (100.0)	78 (89.7)	9 (10.3)
	여	206 (100.0)	172 (83.5)	34 (16.5)		30대	93 (100.0)	78 (83.9)	15 (16.1)
거 주 지 역	부 산	200 (100.0)	185 (92.5)	15 (7.5)		40대	97 (100.0)	83 (85.6)	14 (14.4)
	수도권	200 (100.0)	147 (73.5)	53 (26.5)		50대	82 (100.0)	62 (75.6)	20 (24.4)
	서 울	100 (100.0)	78 (78.0)	22 (22.0)		60대 이상	41 (100.0)	31 (75.6)	10 (24.4)
	경 기	100 (100.0)	69 (69.0)	31 (31.0)		.	.	.	.

**제2절 분석의 결과**

**1. 경상남도 지리산권 관광**

□ 1년 이내 경상남도 지리산권 방문 경험

- 1년 이내 경상남도에 방문한 응답자의 절반(50.0%)은 경남지역의 지리산권 (하동·산청·함양군)을 방문한 경험이 있는 것으로 나타남

**[표 3-5] 1년 이내 경상남도 방문객들의 경남 지리산권 방문 경험에 대한 설문 응답 분포**

단위 : 명 (%)

구 분	계 (A+B)	방문 경험 있음 (A)	방문 시기		방문 경험 없음 (B)	
			6개월 이내	6~12개월 이내		
전 체	400 (100.0)	200 (50.0)	100 (25.0)	100 (25.0)	200 (50.0)	
성	남	194 (100.0)	93 (47.9)	43 (22.2)	50 (25.8)	101 (52.1)
	여	206 (100.0)	107 (51.9)	57 (27.7)	50 (24.3)	99 (48.1)
연 령	20대 이하	87 (100.0)	40 (46.0)	25 (28.7)	15 (17.2)	47 (54.0)
	30대	93 (100.0)	44 (47.3)	24 (25.8)	20 (21.5)	49 (52.7)
	40대	97 (100.0)	53 (54.6)	22 (22.7)	31 (32.0)	44 (45.4)
	50대	82 (100.0)	36 (43.9)	18 (22.0)	18 (22.0)	46 (56.1)
	60대 이상	41 (100.0)	27 (65.9)	11 (26.8)	16 (39.0)	14 (34.1)
거 주 지 역	부 산	200 (100.0)	114 (57.0)	58 (29.0)	56 (28.0)	86 (43.0)
	수도권	200 (100.0)	86 (43.0)	42 (21.0)	44 (22.0)	114 (57.0)
	서 울	100 (100.0)	44 (44.0)	24 (24.0)	20 (20.0)	56 (56.0)
	경 기	100 (100.0)	42 (42.0)	18 (18.0)	24 (24.0)	58 (58.0)

- 이는 역으로 방문 경험이 없는 응답자도 전체의 50%를 구성함을 의미
  - 방문 경험이 있는 응답자 중에서 방문 시기가 6개월 이내와 6~12개월 이내도 각각 50%의 분포를 나타냄
  - 성별로는 남성과 여성이 전반적으로 전체 분포 흐름과 비슷한 결과를 나타냄
  - 연령별로는 60대 이상이 다른 연령대에 비해 지리산권에 방문한 경험의 비율이 높은 것으로 나타남
  - 거주지역별로는 경상남도에 인접한 부산광역시가 57.0%를 나타냈으나, 원거리인 수도권 지역은 43.0%의 분포를 보임
- 1년 이내 경상남도 남해 바다에 방문 경험이 있는 그룹의 53.2%는 경남 지리산권에도 방문 경험이 있다고 응답하였고, 남해 바다에 방문 경험이 없는 그룹은 76.7%가 지리산권에도 방문하지 않은 분포를 나타냄
- $\chi^2$  검정 결과 1년 이내 경상남도 남해 바다에 방문한 경험이 있는 그룹과 없는 그룹 간에 지리산권에 방문 경험이 있는 응답자와 방문 경험이 없는 응답자의 차이가 통계적으로 유의하게 나타남
  - 즉 경상남도 남해 바다에 방문한 응답자는 상대적으로 지리산권 방문 비율이 높고, 남해 바다에 방문 경험 없는 응답자는 지리산권 방문 비율이 상대적으로 낮게 나타남

[표 3-6] 경상남도 바다 방문 경험 × 경남 지리산권 방문 경험 여부 교차분석

단위 : 명 (%)

구 분		경남 지리산권 방문 경험		계
		있 음	없 음	
경상남도 바다 방문 경험	있 음	190 (53.2)	167 (46.8)	357 (100.0)
	없 음	10 (23.3)	33 (76.7)	43 (100.0)
	계	200 (50.0)	200 (50.0)	400 (100.0)

주:  $\chi^2=13.784$ ,  $df=1$ ,  $p=0.000$

□ 지리산국립공원 구역 관광자원의 각종 규제에 대한 의견

- 지리산국립공원 구역 관광자원의 각종 규제에 대한 의견을 설문한 결과, ‘규제해야 함’의 응답자 수는 전체의 52.5%로 과반을 나타냈으며, ‘규제를 완화해야 함’의 응답자 수는 전체의 31.3%를 차지

[표 3-7] 지리산국립공원 구역 관광자원의 각종 규제 의견에 대한 설문 응답 분포

단위 : 명 (%)

구 분	계	← 규제해야 한다					보 통		규제를 완화해야 한다 →				
		5점	4점	3점	2점	1점	0점	1점	2점	3점	4점	5점	
전 체	400 (100.0)	76 (19.0)	23 (5.8)	52 (13.0)	40 (10.0)	19 (4.8)	65 (16.3)	22 (5.5)	39 (9.8)	30 (7.5)	14 (3.5)	20 (5.0)	
성	남	194 (100.0)	40 (20.6)	11 (5.7)	17 (8.8)	16 (8.2)	9 (4.6)	37 (19.1)	12 (6.2)	18 (9.3)	14 (7.2)	7 (3.6)	13 (6.7)
	여	206 (100.0)	36 (17.5)	12 (5.8)	35 (17.0)	24 (11.7)	10 (4.9)	28 (13.6)	10 (4.9)	21 (10.2)	16 (7.8)	7 (3.4)	7 (3.4)
연 령	20대 이하	87 (100.0)	13 (14.9)	4 (4.6)	12 (13.8)	10 (11.5)	2 (2.3)	12 (13.8)	6 (6.9)	15 (17.2)	8 (9.2)	2 (2.3)	3 (3.4)
	30대	93 (100.0)	19 (20.4)	3 (3.2)	9 (9.7)	9 (9.7)	8 (8.6)	18 (19.4)	4 (4.3)	11 (11.8)	5 (5.4)	3 (3.2)	4 (4.3)
	40대	97 (100.0)	19 (19.6)	6 (6.2)	14 (14.4)	10 (10.3)	5 (5.2)	19 (19.6)	8 (8.2)	5 (5.2)	5 (5.2)	5 (5.2)	1 (1.0)
	50대	82 (100.0)	16 (19.5)	8 (9.8)	9 (11.0)	8 (9.8)	3 (3.7)	9 (11.0)	4 (4.9)	6 (7.3)	10 (12.2)	3 (3.7)	6 (7.3)
	60대 이상	41 (100.0)	9 (22.0)	2 (4.9)	8 (19.5)	3 (7.3)	1 (2.4)	7 (17.1)	0 (0.0)	2 (4.9)	2 (4.9)	1 (2.4)	6 (14.6)
거 주 지 역	부 산	200 (100.0)	36 (18.0)	8 (4.0)	33 (16.5)	21 (10.5)	9 (4.5)	38 (19.0)	10 (5.0)	16 (8.0)	14 (7.0)	8 (4.0)	7 (3.5)
	수도권	200 (100.0)	40 (20.0)	15 (7.5)	19 (9.5)	19 (9.5)	10 (5.0)	27 (13.5)	12 (6.0)	23 (11.5)	16 (8.0)	6 (3.0)	13 (6.5)
	서 울	100 (100.0)	24 (24.0)	10 (10.0)	8 (8.0)	8 (8.0)	4 (4.0)	9 (9.0)	7 (7.0)	15 (15.0)	8 (8.0)	1 (1.0)	6 (6.0)
	경 기	100 (100.0)	16 (16.0)	5 (5.0)	11 (11.0)	11 (11.0)	6 (6.0)	18 (18.0)	5 (5.0)	8 (8.0)	8 (8.0)	5 (5.0)	7 (7.0)

- ‘규제해야 함’과 비교해 ‘규제를 완화해야 함’ 기준으로 상대 점수화하면, ‘규제해야 함 5점’을 0점으로, ‘규제를 완화해야 함 5점’을 100점으로 설정할 수 있음
  - 이러한 방법으로 ‘규제를 완화해야 함’의 상대 점수를 산출하면 40.5점이며, 역으로 ‘규제해야 함’의 상대 점수는 100점에서 위의 점수를 뺀 값인 59.5점으로 나타남
  - 통계적으로는 성, 연령, 거주지역, 방문 경험 등 모든 유형에서 평균의 차이가 유의하지 않은 결과를 나타냄

**[표 3-8]** 설문 응답자 유형별 지리산국립공원 구역 규제 완화 의견에 대한 점수 평균 비교

단위: 명, 점(100점 만점)

구 분		N(인원수)	평 균	표준편차	검정치
전 체		400	40.48	30.551	-
성	남 (a)	194	42.11	31.609	$t=-1.041$
	여 (b)	206	38.93	29.514	
연령	20대 이하(a)	87	43.56	29.491	$F=1.738$
	30대 (b)	93	40.65	29.628	
	40대 (c)	97	36.80	27.971	
	50대 (d)	82	41.46	33.338	
	60대 이상 (e)	41	40.24	35.177	
거주 지역	부 산 (A)	200	39.45	29.214	$t=-0.671$
	수도권 (B)	200	41.50	31.872	
	서 울 (a)	100	39.10	32.632	$t=-1.065$
	경 기 (b)	100	43.90	31.072	
방문 경험	6개월 이내 (a)	100	46.40	33.106	$t=1.345$
	6~12개월 이내 (b)	100	40.40	29.913	
	있 음 (A)	200	43.40	31.614	$t=1.921$
	없 음 (B)	200	37.55	29.236	

주: <sup>1</sup> \* $p<.05$  \*\* $p<.01$  \*\*\* $p<.001$

<sup>2</sup> 방문 경험은 1년 이내 경상남도의 지리산권(하동·산청·함양군)을 방문한 경험에 대한 응답을 의미

□ ‘지리산’을 표현하는 키워드에 대한 평가

- ‘지리산’을 표현하는 키워드에 대한 평가를 0점부터 10점까지 점수화하여 이에 대해 어떻게 생각하는지를 설문한 결과, 전반적으로 전체의 95% 이상이 보통(5점) 이상으로 응답
- ‘우리나라의 명산’이 9.44점으로 가장 높고, ‘역사·문화’가 8.40점으로 가장 낮게 나타남
  - 두 번째 높은 순위는 ‘아름다운 경관’으로 9.43점을 나타냈고, 다음은 ‘푸르름’ 9.40점, ‘풍부한 생태자원’ 9.03점, ‘산간오지’ 8.48점 등의 순으로 나타남
  - 키워드별로 점수의 차이가 나타나며, 통계적으로도 분산분석 결과 서술어 간 평균의 차이가 유의한 결과를 나타냄

[표 3-9] ‘지리산’을 표현하는 키워드 평가에 대한 설문 응답 분포

단위 : 명 (%)

구 분	계	← 전혀 그렇지 않다				보 통				매우 그렇다 →			
		0점	1점	2점	3점	4점	5점	6점	7점	8점	9점	10점	
우리나라의 명산	400 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	4 (1.0)	17 (4.3)	27 (6.8)	46 (11.5)	92 (23.0)	79 (19.8)	134 (33.5)	
아름다운 경관	400 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	1 (0.3)	18 (4.5)	20 (5.0)	49 (12.3)	100 (25.0)	90 (22.5)	120 (30.0)	
푸르름	400 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	3 (0.8)	11 (2.8)	25 (6.3)	50 (12.5)	101 (25.3)	100 (25.0)	108 (27.0)	
풍부한 생태자원	400 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.8)	2 (0.5)	5 (1.3)	22 (5.5)	40 (10.0)	65 (16.3)	92 (23.0)	71 (17.8)	100 (25.0)	
역사·문화	400 (100.0)	4 (1.0)	0 (0.0)	4 (1.0)	2 (0.5)	11 (2.8)	37 (9.3)	60 (15.0)	78 (19.5)	82 (20.5)	66 (16.5)	56 (14.0)	
산간오지	400 (100.0)	3 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.8)	6 (1.5)	48 (12.0)	55 (13.8)	65 (16.3)	98 (24.5)	71 (17.8)	51 (12.8)	
기 타	22 (5.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	3 (0.8)	1 (0.3)	5 (1.3)	4 (1.0)	0 (0.0)	8 (2.0)	

주 : 기타의 계(N=22)는 해당 항목에 응답하지 않은 378명이 제외된 결과에 의함

【표 3-10】 '지리산'을 표현하는 키워드 평가 점수에 대한 평균 비교

단위: 명, 점(10점 만점)

구 분	N(인원수)	평 균	표준편차	검정치
우리나라의 명산 (a)	400	9.44	1.530	F=35.076*** (a,b,c)d)e,f)
아름다운 경관 (b)	400	9.43	1.461	
푸르름 (c)	400	9.40	1.428	
풍부한 생태자원 (d)	400	9.03	1.684	
역사·문화 (e)	400	8.40	1.888	
산간오지 (f)	400	8.48	1.767	
기 타 (g)	22	8.77	2.092	

주: <sup>1</sup> \* $p < .05$  <sup>2</sup> \*\* $p < .01$  <sup>3</sup> \*\*\* $p < .001$ <sup>2</sup> 기타의 계(N=22)는 해당 항목에 응답하지 않은 378명이 제외된 결과에 의한<sup>3</sup> 경상남도 지리산 표현 키워드에 의한 분산분석은 등분산을 가정하지 않은 경우로서 사후분석으로 Dunnett T3 검정법을 적용하였으며, 응답자 수가 22명으로 적고 다양한 키워드가 제시된 '기타' 그룹을 제외하여 수행

- '지리산'에 대해 떠오르는 이미지를 자유롭게 서술하도록 설문한 결과, 22명이 응답하였고 선택지 항목 이외에 다음과 같이 다양한 의견이 제시
  - 대표적인 답변으로는 '높은 산', '반달가슴곰', '산이 깊고 험하다', '살아있는 자연을 품은 산', '천연기념물' 등이 제시되었고, '접근성이 좋지 않다', '훼손' 등과 같이 부정적인 평가의 의견도 언급
- 1년 이내 경상남도 지리산권 방문 경험 유무에 따라 '지리산' 표현 키워드 평가 점수의 평균을 비교하면, 모든 키워드에서 방문 경험이 있는 그룹의 평균이 방문 경험이 없는 그룹보다 높게 나타남
  - 그러나 통계적으로는 '산간오지'를 제외한 모든 키워드에서 그룹 간 평균의 차이가 유의하지 않은 결과를 나타내, 경상남도 지리산권을 방문한 그룹과 방문하지 않은 그룹 간에 '지리산'을 표현하는 키워드의 평가 점수는 별반 차이가 없음을 알 수 있음

[표 3-11] 1년 이내 경상남도 지리산권 지역 방문 경험 유무에 따른  
경남 지리산 표현 키워드 평가 점수 평균 비교

단위: 명, 점(10점 만점)

구 분	N(인원수)	평 균	표준편차	검정치
우리나라의 명산	400	9.44	1.530	·
방문 경험 있음 (a)	200	9.46	1.490	t=0.294
방문 경험 없음 (b)	200	9.41	1.573	
아름다운 경관	400	9.43	1.461	·
방문 경험 있음 (a)	200	9.46	1.428	t=0.308
방문 경험 없음 (b)	200	9.41	1.498	
푸르름	400	9.40	1.428	·
방문 경험 있음 (a)	200	9.47	1.322	t=0.945
방문 경험 없음 (b)	200	9.34	1.528	
풍부한 생태자원	400	9.03	1.684	·
방문 경험 있음 (a)	200	9.06	1.634	t=0.356
방문 경험 없음 (b)	200	9.00	1.736	
역사·문화	400	8.40	1.888	·
방문 경험 있음 (a)	200	8.58	1.760	t=1.940
방문 경험 없음 (b)	200	8.22	1.995	
산간오지	400	8.48	1.767	·
방문 경험 있음 (a)	200	8.70	1.737	t=2.478* (a>b)
방문 경험 없음 (b)	200	8.26	1.774	
기 타	22	8.77	2.092	·
방문 경험 있음 (a)	12	8.83	1.899	t=0.145
방문 경험 없음 (b)	10	8.70	2.406	

주: 1 \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

2 기타의 계(N=22)는 해당 항목에 응답하지 않은 378명이 제외된 결과에 의함

### □ 경상남도 지리산권 관광 활성화를 위해 필요한 사항

- 경상남도 지리산권 관광 활성화를 위해 필요한 사항에 대해 고정총합척도법으로 중요도 설문을 실시
  - 즉, 고정된 총합 점수를 주고 이를 평가 대상인 교통접근성 향상, 관광콘텐츠 확충, 숙박시설 확충, 기타 등 4개의 필요 사항에 할당하는 방식으로 설문



- 본 설문에서는 고정된 총합을 100%로 설정하였는데, 이는 경상남도 지리산권 관광 활성화를 위해 필요한 사항을 100점이라 가정했을 때 필요 사항별로 중요도의 비중이 어느 정도 되는지 점수를 배분하는 방법으로 설문하는 방법을 의미
  - \* 가령 설문 응답자가 첫 번째 교통접근성 향상에 30%를 주었다면 나머지 70%는 다른 3개의 필요 사항에 할당하는 방식
- 그 결과 ‘교통접근성 향상’이 41.10%로 가장 높은 비중을 보였고, 다음으로 ‘관광콘텐츠 확충’(30.31%), ‘숙박시설 확충’(27.27%) 등의 순으로 나타남
  - ‘형태성’ 요소는 표준편차가 평균에 비해 상대적으로 큰 것으로 나타났는데, 이는 응답 일치 정도가 낮음을 의미하며 응답자마다 이에 대한 의견이 분분하다는 점을 시사
- 기타 유형은 388명이 0%, 12명이 10~100%로 응답하여 1.01점의 매우 낮은 점수를 나타냄
  - 또한 표준편차가 평균에 비해 상대적으로 큰 것으로 나타났는데, 이는 다양한 응답의 의견으로 응답 일치 정도가 낮음을 의미
  - 기타 유형에 점수를 배분한 응답자는 ‘휴양’, ‘생태 보호’, ‘자연환경(경관) 보존’, ‘지역문화 개발’ 등을 자유 의견으로 제시

**【표 3-12】** 경상남도 지리산권 관광 활성화를 위해 필요한 사항의 중요도 설문 결과

구 분	평균(순위)	표준편차	범 위	
			최솟값	최댓값
① 교통접근성 향상	41.10 (1)	20.150	0	100
② 관광콘텐츠 확충	30.31 (2)	17.043	0	100
③ 숙박시설 확충	27.27 (3)	15.003	0	100
④ 기타	1.01 (4)	7.981	0	100
총 합	100	.	.	.

주 : N=400

□ 경상남도 지리산권 관광콘텐츠의 중점 개발 방향

- 경상남도 지리산권 관광 콘텐츠의 중점 개발 방향에 대해 고정총합척도법으로 중요도 설문을 실시
  - 그 결과 ‘산림휴양시설 조성’이 44.36%로 가장 높은 비중을 보였고, 다음으로 ‘역사·문화자원 활용’(33.15%), ‘리조트 개발’(21.81%) 등의 순으로 나타남
- 기타 유형은 388명이 0%, 12명이 10~70%로 응답하여 0.68점의 매우 낮은 점수를 나타냄
  - 기타 유형에 점수를 배분한 응답자는 ‘홍보’, ‘체험’, ‘먹거리’, ‘반달곰캐릭터’ 등이 제시되었고, ‘개발과 조화’, ‘자연 그대로 유지’, ‘자연환경 보존’ 등과 같이 지리산의 자연을 잘 살려야 함도 비중 있는 의견으로 언급

[표 3-13] 지리산권 관광콘텐츠 중점 개발 방향의 중요도 설문 결과

구 분	평균(순위)	표준편차	범 위	
			최솟값	최댓값
① 산림휴양시설 조성	44.36 (1)	18.785	0	100
② 리조트 개발	21.81 (3)	16.602	0	100
③ 역사·문화자원 활용	33.15 (2)	19.332	0	100
④ 기타	0.68 (4)	4.986	0	70
총 합	100	.	.	.

주 : N=400

□ 지리산 케이블카 설치 시 이용 의향

- 지리산에 케이블카가 설치된다면 이용할 의향이 있는지에 대해 설문한 결과, 전체의 54.2%가 ‘있는 편’으로 응답
  - 반면에 이용 의향이 ‘없는 편’으로 응답한 비율은 전체의 20.5%로 나타남
  - 성, 연령, 거주지역 등 그룹별로 분포에 약간의 편차가 보이기도 하나, 연령을 제외하고는 전반적으로 전체의 분포 흐름과 비슷한 결과를 나타냄

- 즉 연령별로는 케이블카 이용 의향이 있다고 응답한 비율이 40대 38.2%부터 30대 66.7%까지 28.5%p 편차를 보일 정도로 다양하게 분포

[표 3-14] 지리산 케이블카 설치 시 이용 의향에 대한 설문 응답 분포

단위: 명(%)

구 분	계 (A+B+C)	없는 편			보통 (B)		있는 편		
		(A)	전혀 없음	없음	보통 (B)	(C)	있음	매우 있음	
전 체	400 (100.0)	82 (20.5)	36 (9.0)	46 (11.5)	101 (25.3)	217 (54.2)	162 (40.5)	55 (13.8)	
성	남	194 (100.0)	41 (21.1)	20 (10.3)	21 (10.8)	52 (26.8)	101 (52.1)	73 (37.6)	28 (14.4)
	여	206 (100.0)	41 (19.9)	16 (7.8)	25 (12.1)	49 (23.8)	116 (56.3)	89 (43.2)	27 (13.1)
연 령	20대 이하	87 (100.0)	13 (14.9)	4 (4.6)	9 (10.3)	18 (20.7)	56 (64.3)	41 (47.1)	15 (17.2)
	30대	93 (100.0)	11 (11.8)	4 (4.3)	7 (7.5)	20 (21.5)	62 (66.7)	50 (53.8)	12 (12.9)
	40대	97 (100.0)	27 (27.9)	15 (15.5)	12 (12.4)	33 (34.0)	37 (38.2)	28 (28.9)	9 (9.3)
	50대	82 (100.0)	21 (25.6)	7 (8.5)	14 (17.1)	19 (23.2)	42 (51.2)	30 (36.6)	12 (14.6)
	60대 이상	41 (100.0)	10 (24.4)	6 (14.6)	4 (9.8)	11 (26.8)	20 (48.8)	13 (31.7)	7 (17.1)
거 주 지 역	부 산	200 (100.0)	44 (22.0)	19 (9.5)	25 (12.5)	54 (27.0)	102 (51.0)	84 (42.0)	18 (9.0)
	수도권	200 (100.0)	38 (19.0)	17 (8.5)	21 (10.5)	47 (23.5)	115 (57.5)	78 (39.0)	37 (18.5)
	서 울	100 (100.0)	26 (26.0)	12 (12.0)	14 (14.0)	20 (20.0)	54 (54.0)	35 (35.0)	19 (19.0)
	경 기	100 (100.0)	12 (12.0)	5 (5.0)	7 (7.0)	27 (27.0)	61 (61.0)	43 (43.0)	18 (18.0)

- ‘전혀 없음 1점’에서 ‘매우 있음 5점’까지의 5점 likert 척도로 지리산 케이블카 설치 시 이용 의향을 측정한 결과 전체 응답자의 평균은 3.39점으로 나타남
- 연령대별로 케이블 이용 의향의 평균이 다양한 분포를 나타냈으며, 통계적으로는 그룹 간 평균의 차이가 유의한 것으로 나타남

**[표 3-15]** 설문 응답자 유형별 지리산 케이블카 설치 시 이용 의향 점수 평균 비교

단위: 명, 점(5점 만점)

구 분		N(인원수)	평 균	표준편차	검정치
전 체		400	3.39	1.134	-
성	남 (a)	194	3.35	1.165	t=-0.590
	여 (b)	206	3.42	1.105	
연령	20대 이하 (a)	87	3.62	1.037	F=4.642*** (a,b>c)
	30대 (b)	93	3.63	0.953	
	40대 (c)	97	3.04	1.190	
	50대 (d)	82	3.32	1.175	
	60대 이상 (e)	41	3.27	1.285	
거주 지역	부 산 (A)	200	3.29	1.100	t=-1.769
	수도권 (B)	200	3.49	1.160	
	서 울 (a)	100	3.35	1.274	t=-1.652
	경 기 (b)	100	3.62	1.023	
방문 경험	6개월 이내 (a)	100	3.44	1.192	t=-0.061
	6~12개월 이내 (b)	100	3.45	1.123	
	있음 (A)	200	3.45	1.155	t=1.059
	없음 (B)	200	3.33	1.112	
규제 의견	규제해야 함 (a)	210	3.13	1.225	F=14.077*** (a<b<c)
	보통 (b)	65	3.45	0.791	
	규제를 완화해야 함 (c)	125	3.78	1.005	

주: <sup>1</sup> \*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

<sup>2</sup> 거주지역(a, b)에 의한 t 검정은 Levene의 등분산 검정 결과 각각 F 값이 8.325 유의확률이 0.004로서 등분산을 가정하지 않음

<sup>3</sup> 연령에 의한 분산분석은 등분산을 가정하지 않은 경우로서, 사후분석으로 Dunnett T3 검정법을 적용

<sup>4</sup> 방문 경험은 1년 이내 경상남도의 지리산권(하동·산청·함양군)을 방문한 경험에 대한 응답을 의미

<sup>5</sup> 규제 의견은 지리산국립공원 구역의 관광자원의 각종 규제에 대한 의견을 의미

<sup>6</sup> 규제 의견에 의한 분산분석은 등분산을 가정하지 않은 경우로서, 사후분석으로 Dunnett T3 검정법을 적용

- 지리산국립공원 구역의 관광자원에 대해 규제를 완화해야 한다는 의견에 가까울수록 평균이 높아지는 경향이 나타나며, 그룹 간의 평균 차이도 통계적으로 유의한 결과를 나타냄
- 그 외 성별, 거주지역별, 1년 이내 경상남도 지리산권 방문 경험 유무 그룹별로는 각 유형에서 다양한 분포를 보였으나 그룹 간 평균의 차이가 유의하지 않은 결과를 나타냄
- 지리산국립공원 구역의 관광자원에 대해 규제해야 한다고 생각하는 그룹의 61.3%는 지리산 케이블카 설치 시 이용 의향이 있다고 응답
  - 규제를 완화해야 한다고 생각하는 그룹은 이보다 24.1%p 높은 85.4%가 이용 의향이 있다고 응답
  - $\chi^2$  검정 결과 지리산국립공원 구역의 관광자원에 대해 규제해야 한다고 생각하는 그룹과 규제를 완화해야 한다고 생각하는 그룹 간에 지리산 케이블카 설치 시 이용 의향이 있는 응답자와 이용 의향이 없는 응답자의 차이가 통계적으로 유의하게 나타남
  - 즉 지리산국립공원 구역의 관광자원에 대해 규제해야 한다고 생각하는 응답자는 상대적으로 케이블카 이용 의향 없음의 비율이 높고, 규제를 완화해야 한다고 생각하는 응답자는 이용 의향 있음의 비율이 상대적으로 높게 나타남

**[표 3-16]** 지리산국립공원 관광자원의 규제 의견 × 지리산 케이블카 설치 시 이용 의향 교차분석

단위 : 명 (%)

구 분		지리산 케이블카 설치 시 이용 의향		계
		있 음	없 음	
규제 의견	규제해야 함	95 (61.3)	60 (38.7)	155 (100.0)
	규제 완화해야 함	88 (85.4)	15 (14.6)	103 (100.0)
계		183 (70.9)	75 (29.1)	258 (100.0)

주 :<sup>1</sup>  $\chi^2=17.498$ ,  $df=1$ ,  $p=0.000$

<sup>2</sup> 전체 인원수( $N=258$ )은 국립공원 관광자원 규제 의견과 지리산 케이블카 설치 시 이용 의향에 대해 각각 '보통이다'라고 응답한 142명이 제외된 것임

## 2. 경상남도 남해 바다의 이미지 및 관광 행동

### □ 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 경험 및 방문 지역

- 1년 이내 경상지역에 방문한 응답자의 대부분(89.2%)은 경상남도의 남해 바다를 방문한 경험이 있는 것으로 나타남
  - 남성은 여성보다 1년 이내 경상남도 남해 바다에 방문한 경험의 비율이 6.9%p 높은 것으로 나타남

【표 3-17】 1년 이내 경상지역 방문객들의 경상남도 남해 바다 방문 경험에 대한 설문 응답 분포  
단위 : 명 (%)

구 분	계 (A+B)	방문 경험 있음 (A)	방문 시기		방문 경험 없음 (B)	
			6개월 이내	6~12개월 이내		
전 체	400 (100.0)	357 (89.2)	268 (67.0)	89 (22.2)	43 (10.8)	
성	남	194 (100.0)	180 (92.8)	133 (68.6)	47 (24.2)	14 (7.2)
	여	206 (100.0)	177 (85.9)	135 (65.5)	42 (20.4)	29 (14.1)
연 령	20대 이하	87 (100.0)	74 (85.1)	63 (72.4)	11 (12.6)	13 (14.9)
	30대	93 (100.0)	81 (87.1)	65 (69.9)	16 (17.2)	12 (12.9)
	40대	97 (100.0)	90 (92.8)	68 (70.1)	22 (22.7)	7 (7.2)
	50대	82 (100.0)	74 (90.2)	48 (58.5)	26 (31.7)	8 (9.8)
	60대 이상	41 (100.0)	38 (92.7)	24 (58.5)	14 (34.1)	3 (7.3)
거 주 지 역	부 산	200 (100.0)	182 (91.0)	149 (74.5)	33 (16.5)	18 (9.0)
	수도권	200 (100.0)	175 (87.5)	119 (59.5)	56 (23.0)	25 (12.5)
	서 울	100 (100.0)	90 (90.0)	63 (63.0)	27 (27.0)	10 (10.0)
	경 기	100 (100.0)	85 (85.0)	56 (56.0)	29 (29.0)	15 (15.0)

[표 3-18] 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 지역에 대한 설문 응답 분포

단위 : 명 (%)

구 분	계 (A+B)	방문 경험 있음 (A)								방문 경험 없음 (B)	
			하동군	남해군	사천시	고성군	통영시	거제시	창원시		
전 체	400	357 (100.0)	49 (13.7)	125 (35.0)	79 (22.1)	63 (17.6)	197 (55.2)	206 (57.7)	141 (39.5)	43	
성	남	194	180 (100.0)	24 (13.3)	65 (36.1)	39 (21.7)	35 (19.4)	104 (57.8)	95 (52.8)	79 (43.9)	14
	여	206	177 (100.0)	25 (14.1)	60 (33.9)	40 (22.6)	28 (15.8)	93 (52.5)	111 (62.7)	62 (35.0)	29
연령	20대 이하	87	74 (100.0)	13 (17.6)	25 (33.8)	18 (24.3)	12 (16.2)	40 (54.1)	46 (62.2)	31 (41.9)	13
	30대	93	81 (100.0)	10 (12.3)	34 (42.0)	19 (23.5)	15 (18.5)	45 (55.6)	53 (65.4)	34 (42.0)	12
	40대	97	90 (100.0)	11 (12.2)	28 (31.1)	21 (23.3)	11 (12.2)	46 (51.1)	44 (48.9)	33 (36.7)	7
	50대	82	74 (100.0)	8 (10.8)	22 (29.7)	13 (17.6)	16 (21.6)	35 (47.3)	38 (51.4)	29 (39.2)	8
	60대 이상	41	38 (100.0)	7 (18.4)	16 (42.1)	8 (21.1)	9 (23.7)	31 (81.6)	25 (65.8)	14 (36.8)	3
거주지역	부 산	200	182 (100.0)	26 (14.3)	65 (35.7)	44 (24.2)	33 (18.1)	98 (53.8)	120 (65.9)	73 (40.1)	18
	수도권	200	175 (100.0)	23 (13.1)	60 (34.3)	35 (20.0)	30 (17.1)	99 (56.6)	86 (49.1)	68 (38.9)	25
	서 울	100	90 (100.0)	14 (15.6)	31 (34.4)	23 (25.6)	18 (20.0)	49 (54.4)	40 (44.4)	32 (35.6)	10
	경 기	100	85 (100.0)	9 (10.6)	29 (34.1)	12 (14.1)	12 (14.1)	50 (58.8)	46 (54.1)	36 (42.4)	15

주 : 본 설문 문항은 복수 응답의 결과로, 각 시·군의 응답자 비율은 경상남도 남해 바다를 방문한 경험이 있는 전체 인원(N=357)에 대한 해당 시·군의 방문자 비율을 의미

- 연령별로는 40대 이상이 전체(89.2%)보다 높은 비율을, 30대 이하가 전체보다 낮은 비율을 나타냄
- 거주지역별로는 경상남도에 인접한 부산광역시가 91.0%를 나타냈으나, 원거리인 수도권 지역은 87.5%의 분포를 보임
- 경상남도 남해 바다 방문 지역에 대해서는 통영시(55.2%)와 거제시(57.7%)가 가장 많은 분포를 나타냄
  - 성별, 연령별, 거주지역별로도 전체의 분포 흐름과 비슷한 결과를 보이며, 전반적으로 거제시 방문자가 통영시보다 약간 많은 분포를 나타냄
    - \* 2012년 부산·울산권 관광객의 경남지역 경로분석(2013년 이후에는 조사 중단)에 의하면, 1개 지역 방문은 창원, 양산, 밀양 순으로, 2개 이상 지역의 경우\*\*는 거제-통영, 하동-남해, 남해-사천, 하동-사천 등의 순으로 나타남
    - \*\* 2개 지역 이상인 경우 남해안 지역을 주로 방문하는 것으로 나타나는데(경상남도, 2013: 27), 특히 서부 경남의 해안지역까지 방문하는 점에 주목할 만함
  - 예외적으로 성별로는 남성이, 연령별로는 40대와 60대 이상이, 거주지역별로는 수도권 지역이 거제시보다는 통영시 방문자가 다소 많은 것으로 확인됨

#### □ 경상남도 남해 바다를 표현하는 서술어에 대한 평가

- 경상남도 남해 바다를 표현하는 서술어에 대한 평가를 0점부터 10점까지 점수화하여 자신이 이에 대해 어떻게 생각하는지를 설문한 결과, 전반적으로 전체의 95% 이상이 보통(5점) 이상으로 응답
- ‘섬이 많다’가 8.28점으로 가장 높고, ‘이순신 장군 유적지가 많다’가 7.49점으로 가장 낮게 나타남
  - 두 번째 높은 순위는 ‘아름답다’로 8.07점을 나타냈고, 다음은 ‘푸르다’ 7.99점, ‘절경이다’ 7.87점, ‘청정하다’ 7.78점, ‘바닷물이 쪽빛에 가깝다’ 7.60점 등의 순으로 나타남
  - 서술어별로 점수의 차이가 나타나, 통계적으로도 분산분석 결과 서술어 간 평균의 차이가 유의한 결과를 나타냄



[표 3-19] 경상남도 남해 바다를 표현하는 서술어 평가에 대한 설문 응답 분포

단위: 명(%)

구 분	계	← 전혀 그렇지 않다			보 통				매우 그렇다 →			
		0점	1점	2점	3점	4점	5점	6점	7점	8점	9점	10점
아름답다	400 (100.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	2 (0.5)	5 (1.3)	22 (5.5)	26 (6.5)	69 (17.3)	104 (26.0)	80 (20.0)	90 (22.5)
푸르다	400 (100.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	5 (1.3)	2 (0.5)	32 (8.0)	27 (6.8)	65 (16.3)	87 (21.8)	105 (26.3)	75 (18.8)
절경이다	400 (100.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	3 (0.8)	10 (2.5)	28 (7.0)	34 (8.8)	72 (18.0)	87 (21.8)	87 (21.8)	77 (19.3)
청정하다	400 (100.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	5 (1.3)	8 (2.0)	28 (7.0)	41 (10.3)	70 (17.5)	99 (24.8)	75 (18.8)	72 (18.0)
섬이 많다	400 (100.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	3 (0.8)	19 (4.8)	31 (7.8)	53 (13.3)	81 (20.3)	96 (24.0)	113 (28.3)
바닷물이 쪽빛에 가깝다	400 (100.0)	2 (0.5)	1 (0.3)	0 (0.0)	6 (1.5)	5 (1.3)	38 (9.5)	39 (9.8)	78 (19.5)	106 (26.5)	68 (17.0)	57 (14.3)
이순신 장군 유적지가 많다	400 (100.0)	3 (0.8)	0 (0.0)	2 (0.5)	3 (0.8)	14 (3.5)	45 (11.3)	43 (10.8)	75 (18.8)	89 (22.3)	55 (13.8)	71 (17.8)

[표 3-20] 경상남도 남해 바다를 표현하는 서술어 평가 점수에 대한 평균 비교

단위: 명, 점(10점 만점)

구 분	N(인원수)	평 균	표준편차	검정치
아름답다 (a)	400	8.07	1.602	F=10.265*** (a,b,e)>f,g; c,d<(e)
푸르다 (b)	400	7.99	1.666	
절경이다 (c)	400	7.87	1.711	
청정하다 (d)	400	7.78	1.720	
섬이 많다 (e)	400	8.28	1.653	
바닷물이 쪽빛에 가깝다 (f)	400	7.60	1.744	
이순신 장군 유적지가 많다 (g)	400	7.49	1.905	

주: <sup>1</sup> \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$ <sup>2</sup> 경상남도 남해 바다 표현 서술어에 의한 분산분석은 등분산을 가정하지 않은 경우로서, 사후분석으로 Dunnett T3 검정법을 적용

○ 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 경험 유무에 따라 경남 남해 표현 서술어 평가 점수의 평균을 비교하면, ‘절경이다’를 제외한 모든 서술어에서 방문 경험이 있는 그룹의 평균이 방문 경험이 없는 그룹보다 높게 나타남

**【표 3-21】** 1년 이내 경남지역 남해 바다 방문 경험 유무에 따른 경상남도 남해 바다 표현 서술어 평가 점수 평균 비교

단위: 명, 점(10점 만점)

구 분	N(인원수)	평 균	표준편차	검정치
아름답다	400	8.07	1.602	.
방문 경험 있음 (a)	357	8.09	1.555	t=0.526
방문 경험 없음 (b)	43	7.95	1.963	
푸르다	400	7.99	1.666	.
방문 경험 있음 (a)	357	7.99	1.667	t=0.034
방문 경험 없음 (b)	43	7.98	1.683	
절경이다	400	7.87	1.711	.
방문 경험 있음 (a)	357	7.87	1.721	t=-0.140
방문 경험 없음 (b)	43	7.91	1.645	
청정하다	400	7.78	1.720	.
방문 경험 있음 (a)	357	7.78	1.707	t=0.051
방문 경험 없음 (b)	43	7.77	1.850	
섬이 많다	400	8.28	1.653	.
방문 경험 있음 (a)	357	8.29	1.672	t=0.394
방문 경험 없음 (b)	43	8.19	1.500	
바닷물이 쪽빛에 가깝다	400	7.60	1.744	.
방문 경험 있음 (a)	357	7.61	1.770	t=0.341
방문 경험 없음 (b)	43	7.51	1.533	
이순신 장군 유적지가 많다	400	7.49	1.905	.
방문 경험 있음 (a)	357	7.50	1.878	t=0.411
방문 경험 없음 (b)	43	7.37	2.138	

주: \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

- 통계적으로는 모든 서술어에서 그룹 간 평균의 차이가 유의하지 않아, 경상 지역의 남해 바다를 방문한 그룹과 방문하지 않은 그룹 간에 경상남도 남해 바다를 표현하는 서술어의 평가 점수는 별반 차이가 없음을 알 수 있음
- ‘경상남도 남해 바다’에 대해 떠오르는 이미지를 자유롭게 서술하도록 설문한 결과, 위의 선택지 항목 이외에 다양한 의견이 제시되었으며, 내용을 일부 옮기면 다음과 같음
  - “고요하다, 고즈넉하다, 낭만적이다, 따뜻하다, 아기자기하다, 자랑스럽다, 잔잔하다, 정겹다, 조용하다, 청명하다, 편안하다, 평화롭다, 한적하다”
  - “자연 그대로의 모습 좋다.”
  - “동해와는 다른 운슬이 이쁜 바다”
  - “바다에서 아이들과 물놀이를 하기 좋다.”
  - “국외 어느 나라 못지않은 절경이 많이 있다.”
  - “동해에 비해서는 파도가 세지 않고 색깔이 옅다.”
  - “한려수도라는 명칭과 같이 매우 수려하고 아름답다.”
  - “동해와 다르게 섬이 많아서 바다 풍경이 심심하지 않다.”
  - “다시 가보고 싶고 많은 사람에게 꼭 가보라고 얘기해 주고 싶다.”
  - “몽돌해변이 많아 모래가 적고 돌이 파도에 부딪히는 소리가 좋다.”
  - “지자체의 무분별한 관광지 개발로 자연환경이 변질되고 있어 안타까움”
  - “남해 바다는 산과 바다가 어우러져 있고 내륙으로 조금만 이동하면 강과 계곡을 만날 수 있어 좋습니다.”
  - “섬과 기이한 모양의 암석이 많아서 아기자기한 바다 풍경이 너무 아름답고 쪽빛 물 색깔이 너무 신비롭다.”
  - “푸른 바다. 잔잔한 여운. 해안을 따라 굽이도는 멋진 드라이브 코스. 특히 난 이곳 바닷가를 운전하는 것을 아주 좋아한다.”
  - “깨끗한 하늘과 멀리까지 펼쳐져 있는 바다가 매우 아름답습니다. 가만히 보고만 있어도 마음이 차분해지고 정화되는 느낌을 받습니다.”

- “꼬불꼬불한 산기슭 샛길로 조심조심 운전해보면 왼쪽으로 바다가 반짝이고 중간중간 곱슬곱슬 파브리카 같은 섬들이 중간중간 바다 위에 떠 있죠. 남해는 재밌고 신비롭고 아름다워요.”
- “일찍이 이순신 장군께서 풍전등화의 조선을 일으킨 바로 그 앞바다이고 세계적인 음악가인 윤이상 선생의 고향이기도 한 통영, 거제를 비롯한 남해 바다는 사시사철 아름답고 푸른 대한민국의 고향과도 같은 장소이다.”

□ 전라남도와 비교한 경상남도 남해 바다의 이미지 평가

- 전라남도와 비교한 경상남도 남해 바다의 이미지 평가에 대해 설문한 결과, ‘경남이 더 강하다’의 응답자 수가 ‘전남이 더 강하다’의 응답자 수보다 더 많은 분포를 나타냄
  - ‘경남이 더 강하다’의 응답자 수 비중을 살펴보면, ‘섬이 많다’는 45.3%, ‘바닷물이 쪽빛에 가깝다’는 65%, 그리고 ‘이순신 장군 유적지가 많다’는 62.8%로 나타남
  - 반면에 ‘전남이 더 강하다’의 응답자 수 비중을 살펴보면, ‘섬이 많다’는 32%, ‘바닷물이 쪽빛에 가깝다’는 10%, 그리고 ‘이순신 장군 유적지가 많다’는 15.3%로 나타남

[표 3-22] 전라남도와 비교한 경상남도 남해 바다의 이미지 평가에 대한 설문 응답 분포

단위: 명 (%)

구 분	계	← 전남이 더 강하다				동등하다			경남이 더 강하다 →			
		5점	4점	3점	2점	1점	0점	1점	2점	3점	4점	5점
섬이 많다	400 (100.0)	25 (6.3)	23 (5.8)	23 (5.8)	31 (7.8)	26 (6.5)	91 (22.8)	20 (5.0)	41 (10.3)	49 (12.3)	35 (8.8)	36 (9.0)
바닷물이 쪽빛에 가깝다	400 (100.0)	3 (0.8)	7 (1.8)	4 (1.0)	10 (2.5)	16 (4.0)	100 (25.0)	34 (8.5)	61 (15.3)	69 (17.3)	45 (11.3)	51 (12.8)
이순신 장군 유적지가 많다	400 (100.0)	7 (1.8)	7 (1.8)	15 (3.8)	17 (4.3)	15 (3.8)	88 (22.0)	37 (9.3)	66 (16.5)	62 (15.5)	44 (11.0)	42 (10.5)

- 전라남도와의 비교해 경상남도 기준으로 상대 점수화하면, ‘전남이 더 강하다 5점’을 0점으로, ‘경남이 더 강하다 5점’을 100점으로 설정할 수 있음
  - 이러한 방법으로 전남에 대한 경남의 상대 점수를 산출한 결과 ‘섬이 많다’는 54.9점, ‘바닷물이 쪽빛에 가깝다’는 67.7점, 그리고 ‘이순신 장군 유적지가 많다’는 64.6점으로 나타남
  - 통계적으로 이들 그룹 간에 평균의 차이가 유의한 결과를 나타냄
  - 역으로 경남에 대한 전남의 상대 점수는 100점에서 위의 점수를 각각 뺀 값으로, ‘섬이 많다’는 45.1점, ‘바닷물이 쪽빛에 가깝다’는 32.3점, 그리고 ‘이순신 장군 유적지가 많다’는 35.4점으로 산출
- 설문 응답자의 거주지역별로 전라남도와의 비교한 경상남도 남해 바다의 이미지 평가 점수의 평균을 비교하면, ‘섬이 많다’와 ‘이순신 장군 유적지가 많다’의 서술어에서 부산 지역의 거주자가 수도권 지역의 거주자보다 높게 나타남
  - 경상남도에 인접한 부산광역시의 거주자가 수도권 거주자보다 경남 바다에 대해 더 잘 알고 있을 것이라는 판단하에 더 높은 점수가 나올 것으로 예상했으나, ‘바닷물이 쪽빛에 가깝다’ 서술어의 평가 점수 평균은 수도권 거주자가 부산광역시 거주자보다 높게 나타나기도 함
  - 통계적으로도 모든 서술어에서 그룹 간 평균의 차이가 유의하지 않아, 설문 응답자의 거주지역에 따라 전남과 경남 간 남해 바다의 이미지 평가에 의미 있는 결과를 나타내지 않음

[표 3-23] 전라남도와의 비교한 경상남도 남해 바다의 이미지 평가 점수 평균 비교

단위: 명, 점(100점 만점)

구 분	N(인원수)	평 균	표준편차	검정치
섬이 많다(a)	400	54.88	28.932	F=28.393*** (a(b,c))
바닷물이 쪽빛에 가깝다(b)	400	67.68	21.956	
이순신 장군 유적지가 많다(c)	400	64.60	23.828	

주: <sup>1</sup> \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

<sup>2</sup> 경상남도 남해 바다 표현 서술어에 의한 분산분석은 등분산을 가정하지 않은 경우로서, 사후분석으로 Dunnett T3 검정법을 적용

**[표 3-24] 전라남도과 비교한 경상남도 남해 바다의 이미지 평가 점수 평균 비교**  
(설문 응답자의 거주지역별)

단위 : 명, 점 (100점 만점)

구 분	N(인원수)	평 균	표준편차	검정치
섬이 많다	400	54.88	28.932	.
부 산(A)	200	55.20	28.531	t=0.224
수도권(B)	200	54.55	29.396	
서 울(a)	100	57.00	28.868	t=1.180
경 기(b)	100	52.10	29.858	
바닷물이 쪽빛에 가깝다	400	67.68	21.956	.
부 산(A)	200	65.60	22.047	t=-1.896
수도권(B)	200	69.75	21.721	
서 울(a)	100	70.70	21.614	t=0.618
경 기(b)	100	68.80	21.894	
이순신 장군 유적지가 많다	400	64.60	23.828	.
부 산(A)	200	66.25	22.870	t=1.387
수도권(B)	200	62.95	24.695	
서 울(a)	100	63.00	25.166	t=0.029
경 기(b)	100	62.90	24.342	

주 : \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

□ 남해의 이순신해 병행 표기에 대한 의견

- 최근에 남해를 이순신해로 병행 표기하자는 입법 추진이 있어 이에 대한 찬반 의견을 설문한 결과, 반대 의견이 전체의 36.3%를, 찬성이 48.6%를 나타냄
  - 찬성이 반대보다 많았으나 과반에 미달하였으며, 반대 의견의 비중도 비교적 높게 나타난 것으로 판단
  - 성별로는 ‘반대하는 편’의 남성과 여성 비율이 각각 34.0%와 38.4%로, 전체의 분포(36.3%)와 비슷한 결과를 나타냄
  - 연령별로는 ‘20대 이하’와 ‘40대’의 ‘반대하는 편’에 대한 비율이 각각 41.3%와 40.2%로 나타나 전체 비율보다는 다소 높으며, ‘50대’의 경우 다른 그룹보다 상대적으로 낮은 25.6%를 보여 주목할 만함

- 거주지역별로는 ‘반대하는 편’의 비율이 ‘부산광역시’가 29.5%를, ‘수도권 지역’이 43.0%를 보여 이들 지역 간 13.5%p의 격차가 나타남

[표 3-25] 남해의 이순신해 병행 표기 의견에 대한 설문 응답 분포

단위: 명(%)

구 분									
	계 (A+B+C)	반대하는 편 (A)	매우 반대	반 대	찬성하는 편 (B)	찬 성	매우 찬성	모르겠음 (C)	
전 체	400 (100.0)	145 (36.3)	33 (8.3)	112 (28.0)	194 (48.6)	117 (29.3)	77 (19.3)	61 (15.3)	
성	남	194 (100.0)	63 (34.0)	19 (9.8)	47 (24.2)	104 (53.6)	62 (32.0)	42 (21.6)	24 (12.4)
	여	206 (100.0)	79 (38.4)	14 (6.8)	65 (31.6)	90 (43.7)	55 (26.7)	35 (17.0)	37 (18.0)
연 령	20대 이하	87 (100.0)	36 (41.3)	7 (8.0)	29 (33.3)	34 (39.1)	22 (25.3)	12 (13.8)	17 (19.5)
	30대	93 (100.0)	34 (36.6)	8 (8.6)	26 (28.0)	44 (47.3)	27 (29.0)	17 (18.3)	15 (16.1)
	40대	97 (100.0)	39 (40.2)	10 (10.3)	29 (29.9)	46 (47.4)	29 (29.9)	17 (17.5)	12 (12.4)
	50대	82 (100.0)	21 (25.6)	4 (4.9)	17 (20.7)	49 (59.7)	26 (31.7)	23 (28.0)	12 (14.6)
	60대 이상	41 (100.0)	15 (36.6)	4 (9.8)	11 (26.8)	21 (51.2)	13 (31.7)	8 (19.5)	5 (12.2)
거 주 지 역	부 산	200 (100.0)	59 (29.5)	12 (6.0)	47 (23.5)	108 (54.0)	68 (34.0)	40 (20.0)	33 (16.5)
	수도권	200 (100.0)	86 (43.0)	21 (10.5)	65 (32.5)	86 (43.0)	49 (24.5)	37 (18.5)	28 (14.0)
	서 울	100 (100.0)	43 (43.0)	12 (12.0)	31 (31.0)	40 (40.0)	18 (18.0)	22 (22.0)	17 (17.0)
	경 기	100 (100.0)	43 (43.0)	9 (9.0)	34 (34.0)	46 (46.0)	31 (31.0)	15 (15.0)	11 (11.0)

[표 3-26] 남해의 이순신해 병행 표기 의견에 대한 주요 내용

구 분	주요 의견
찬 성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 동해를 일본해로 표기하는 일본에 맞서 대한민국 영해의 역사적 정통성 강화</li> <li>• 자기희생과 헌신의 '이순신 정신'으로 국민적 자부심과 애국심 고취</li> <li>• 한일 역사 갈등, 후쿠시마 원전 오염수 방류 등의 문제에 대처</li> </ul>
반 대	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국민들 마음속엔 '남해'라는 이름이 청정지역이라는 이미지와 함께 더 정겹게 다가옴</li> <li>• 이순신해의 병기가 이미 정착된 남해라는 명칭에 또 다른 혼란을 가져올 것으로 예상</li> <li>• 바다 이름의 사용에 반일 감정을 이용하거나 정치적으로 접근하는 것이 옳지 않음</li> </ul>

[표 3-27] 설문 응답자 유형별 남해의 이순신해 병행 표기 의견 점수 평균 비교

단위: 명, 점 (4점 만점)

구 분	N(인원수)	평 균	표준편차	검정치	
전 체	400	3.05	1.189	.	
성	남 (a)	194	3.03	1.163	t=-0.436
	여 (b)	206	3.08	1.215	
연 령	20대 이하 (a)	87	3.03	1.262	F=1.036
	30대 (b)	93	3.05	1.210	
	40대 (c)	97	2.92	1.179	
	50대 (d)	82	3.27	1.100	
	60대 이상 (e)	41	2.98	1.172	
거 주 지 역	부 산 (A)	200	3.18	1.145	t=2.069*
	수도권 (B)	200	2.93	1.222	(A>B)
	서 울 (a)	100	3.01	1.307	t=0.926
	경 기 (b)	100	2.85	1.132	

주: <sup>1</sup> \*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

<sup>2</sup> 거주지역(a, b)에 의한 t 검정은 Levene의 등분산 검정 결과 각각 F 값이 4.501 유의확률이 0.035로서 등분산을 가정하지 않음

- '매우 반대 1점'에서 '매우 찬성 4점'까지의 5점 likert 척도로 이순신해 병행 표기 의견을 측정한 결과 전체 응답자의 평균은 3.05점으로 산출
- 남해 바다에 접한 부산 지역 거주자의 평균은 3.18점으로 수도권 지역의 거주자의 평균(2.93점)보다 0.25점 높으며, 통계적으로도 두 그룹 간 평균의 차이가 유의한 결과를 나타냄



- 그러나 성별과 연령별로는 통계적으로 각각의 그룹 간에 평균의 차이가 유의하지 않은 결과를 보이고 있음
- 남해의 이순신해 병행 표기 의견 찬반 유형에 따른 경상남도 남해 바다 표현 서술어(이순신 장군 유적지가 많다) 평가의 평균을 산출한 결과, 찬성의 정도가 높을수록 이순신 장군의 유적지도 많다고 생각하는 경향을 나타냄
- 그러나 찬성과 반대 의견의 그룹 간에 평균의 차이가 유의하지 않은 결과를 나타냈으며, 그룹의 구분을 세분화한 경우에도 분산분석 결과 그룹 간 평균의 차이가 유의하지 것으로 나타남

**[표 3-28]** 남해의 이순신해 병행 표기 의견 찬반 유형에 따른 경상남도 남해 바다 표현 서술어(이순신 장군 유적지가 많다) 평가 평균 비교

단위: 명, 점(10점 만점)

구 분	N(인원수)	평 균	표준편차	검정치
전 체	400	7.49	1.905	.
반대하는 편 (A)	145	7.33	1.919	t=-1.762
매우 반대 (a)	33	7.39	1.886	
반 대 (b)	112	7.31	1.936	
찬성하는 편 (B)	194	7.71	1.956	F=1.785
찬 성 (c)	117	7.54	1.892	
매우 찬성 (d)	77	7.96	2.035	
모르겠음 (C)	61	7.15	1.631	.

주: \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

#### □ 경상남도 남해안 관광 활성화를 위한 관광지 유형의 개발 방향

- 경상남도 남해안의 관광 활성화를 위해 어떠한 방향으로 개발되어야 한다고 생각하는지 고정총합척도법으로 중요도 설문을 실시
- 그 결과 ‘자연·생태 관광지’가 30.78%로 가장 높은 비중을 보였고, 다음으로 ‘역사문화 관광지’(20.13%), ‘섬·마을 관광지’(19.15%) 등의 순으로 나타남

- ‘리조트 휴양지’ 유형의 경우 표준편차가 평균에 비해 상대적으로 큰 것으로 나타났는데, 이는 응답 일치 정도가 낮음을 의미하며 응답자마다 이에 대한 의견이 분분하다는 점을 시사
- 기타 유형은 385명이 0%, 15명이 1~20%로 응답하여 0.38점의 매우 낮은 점수를 나타냄
- 기타 유형에 점수를 배분한 응답자는 체험, 음식, 맛집, 교통, 일주도로, 카페, 치유 등을 자유 의견으로 제시

**[표 3-29]** 경상남도 남해안 관광 활성화를 위한 관광지 유형의 개발 방향 중요도 설문 결과

구 분	평균 (순위)	표준편차	범 위	
			최솟값	최댓값
① 자연·생태 관광지	30.78 (1)	16.578	0	80
② 섬·마을 관광지	19.15 (3)	11.900	0	70
③ 리조트 휴양지	16.05 (4)	13.179	0	100
④ 해양레저·스포츠 목적지	13.51 (5)	10.688	0	50
⑤ 역사·문화 관광지	20.13 (2)	14.262	0	100
⑥ 기타	0.38 (6)	2.150	0	20
총 합	100	.	.	.

주 : N=400

**□ 남부내륙고속철도 개통 시 거제·통영권 방문 의사**

- 남부내륙고속철도가 개통되어 경상남도 남해 바다까지의 접근성이 크게 좋아진다면 거제·통영권에 방문 의사가 있는지에 대해 수도권 거주자에게 설문한 결과, 전체의 85.5%가 ‘있는 편’으로 응답
- 반면에 방문 의사가 ‘없는 편’으로 응답한 비율은 전체의 1.5%에 불과
- 경상북도 김천시와 경상남도 거제시 간 남부내륙고속철도가 개통되면 2027년에 수도권에서 거제·통영권까지 2시간대로 크게 단축될 예정

- 방문 의사가 있다고 응답한 남성과 여성은 각각 82.3%와 90.1%로, 여성이 남성보다 7.8%p 높은 것으로 나타남
- 연령별로는 방문 의사가 있다고 응답한 비율이 40대 75.7%부터 50대 93.4%까지 17.7%p 편차를 보일 정도로 다양하게 분포
- 고속철도역의 접근성이 상대적으로 좋은 서울특별시 거주자(88.0%)가 경기도 거주자(83.0%)보다 방문 의사 있음의 비율이 다소 높은 결과를 나타냄

【표 3-30】 남부내륙고속철도 개통 시 거제·통영권 방문 의사에 대한 설문 응답 분포

단위: 명(%)

구 분	계 (A+B+C)	없 는 편			보통 (B)	있 는 편			
		(A)	전혀 없음	없 음		(A)	있 음	매우 있음	
전체 (수도권 거주)	200 (100.0)	3 (1.5)	0 (0.0)	3 (1.5)	26 (13.0)	171 (85.5)	97 (48.5)	74 (37.0)	
성	남	119 (100.0)	2 (1.7)	0 (0.0)	2 (1.7)	19 (16.0)	98 (82.3)	60 (50.4)	38 (31.9)
	여	81 (100.0)	1 (1.2)	0 (0.0)	1 (1.2)	7 (8.6)	73 (90.1)	37 (45.7)	36 (44.4)
연령	20대 이하	50 (100.0)	1 (2.0)	0 (0.0)	1 (2.0)	5 (10.0)	44 (88.0)	21 (42.0)	23 (46.0)
	30대	42 (100.0)	1 (2.4)	0 (0.0)	1 (2.4)	7 (16.7)	34 (81.0)	17 (40.5)	17 (40.5)
	40대	37 (100.0)	1 (2.7)	0 (0.0)	1 (2.7)	8 (21.6)	28 (75.7)	19 (51.4)	9 (24.3)
	50대	46 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (6.5)	43 (93.4)	25 (54.3)	18 (39.1)
	60대 이상	25 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (12.0)	22 (88.0)	15 (60.0)	7 (28.0)
거주지역	서울	100 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (12.0)	88 (88.0)	49 (49.0)	39 (39.0)
	경기	100 (100.0)	3 (3.0)	0 (0.0)	3 (3.0)	14 (14.0)	83 (83.0)	48 (48.0)	35 (35.0)

주: 전체 인원수(N=200)는 거주지역이 수도권(서울+경기)에 해당하는 응답자에 해당

- ‘전혀 없음 1점’에서 ‘매우 있음 5점’까지의 5점 likert 척도로 남부내륙고속철도 개통 시 거제·통영권 방문 의사를 수도권 지역 거주자에게 측정한 결과 전체 응답자의 평균은 4.21점으로 나타남
  - 남성과 여성의 평균은 각각 4.13점과 4.33점으로 남성이 여성보다 0.20점 낮으며, 이들 두 그룹 간 평균의 차이도 통계적으로 유의한 결과를 나타냄
  - 연령대별로 거제·통영권 방문 의사의 평균이 다양한 분포를 나타냈으나, 통계적으로는 이들 그룹 간 평균의 차이가 유의하지 않은 것으로 나타남
  - 거주지역별로도 고속전철역의 접근성이 상대적으로 좋은 서울특별시 거주자의 평균이 경기도 거주자보다 다소 높게 나타났으나, 통계적으로는 이들 그룹 간 평균의 차이가 유의하지 않은 결과를 나타냄

**[표 3-31]** 설문 응답자 유형별 남부내륙고속철도 개통 시 거제·통영권 방문 의사 평균 비교

단위 : 명, 점 (5점 만점)

구 분	N(인원수)	평 균	표준편차	검정치	
전체 (수도권 거주)	200	4.21	0.720	.	
성	남 (a)	119	4.13	0.731	$t=-2.714^*$ (a(b))
	여 (b)	81	4.33	0.689	
연령	20대 이하 (a)	50	4.32	0.741	$F=1.652$
	30대 (b)	42	4.19	0.804	
	40대 (c)	37	3.97	0.763	
	50대 (d)	46	4.33	0.598	
	60대 이상 (e)	25	4.16	0.624	
거주 지역	서울 (a)	100	4.27	0.664	$t=1.180$
	경기 (b)	100	4.15	0.770	

주 : <sup>1</sup> \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

<sup>2</sup> 전체 인원수(N=200)는 거주지역이 수도권(서울+경기)에 해당하는 응답자를, 방문 경험 있음의 인원수(N=119)는 1년 이내에 통영시 또는 거제시에 방문 경험이 있는 응답자를 의미

- 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 경험 유무에 따라 남부내륙고속철도 개통 시 거제·통영권 방문 의사의 평균 점수를 비교하면, 방문 경험이 있는 그룹의 평균이 방문 경험이 없는 그룹보다 높게 나타남
- 그러나 통계적으로는 그룹 간 평균의 차이가 유의하지 않은 결과를 나타내, 경상남도 남해 바다\* 방문 경험 유무에 따라 남부내륙고속철도 개통 시 거제·통영권 방문 의사가 다르다고 말할 수 없음
  - \* 경남지역의 남해 바다는 행정구역상 거제시, 통영시를 포함해 하동군, 남해군, 사천시, 고성군, 창원시 등 모두 7개 시·군에 걸쳐 있음
  - 방문 경험이 있는 그룹을 시기별로 살펴보면 6개월 이내 방문자와 6~12개월 이내 방문자 간 평균의 차이는 0.01점에 불과할 정도로 거의 없는 것으로 나타남
  - 방문 지역의 범위를 거제·통영권으로 축소하면 1년 이내 통영시 또는 거제시에 방문한 경험이 있는 응답자의 평균은 4.34점으로 방문 경험이 없는 응답자의 평균(4.02점)보다 0.32점 높았으며, 방문 지역이 남해 바다인 경우와는 달리 통계적으로도 이들 그룹 간 평균의 차이가 유의하게 나타남

**[표 3-32]** 1년 이내 남해 바다 및 거제·통영권 방문 경험 유무에 따른 남부내륙고속철도 개통 시 거제·통영권 방문 의사 평균 비교

단위 : 명, 점 (5점 만점)

구 분		N(인원수)	평 균	표준편차	검정치
전체(수도권 거주)		200	4.21	0.720	.
남해 바다	6개월 이내 (a)	119	4.24	0.685	t=-0.132
	6~12개월 이내 (b)	56	4.25	0.694	
	방문 경험 있음 (A)	175	4.24	0.686	t=1.565
	방문 경험 없음 (B)	25	4.00	0.913	
거제· 통영권	방문 경험 있음 (A)	119	4.34	0.628	t=3.065**
	방문 경험 없음 (B)	81	4.02	0.806	

주 : <sup>1</sup> \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

<sup>2</sup> 전체 인원수(N=200)는 거주지역이 수도권(서울+경기)에 해당하는 응답자에 해당

<sup>3</sup> 경남지역의 남해 바다는 행정구역상 거제시, 통영시를 포함해 하동군, 남해군, 사천시, 고성군, 창원시 등 모두 7개 시·군에 걸쳐 있음

### 3. 경상남도 남해 바다의 랜드마크

#### □ 경상남도 남해 바다 대표 랜드마크 유무

- 경상남도의 남해 바다를 대표하는 랜드마크가 있는지에 대해 설문한 결과, 전체의 43.0%가 '모르겠음'으로 응답하였고 '있음'과 '없음'은 각각 31.8%와 25.3%의 분포를 나타냄

[표 3-33] 경상남도 남해 바다 대표 랜드마크 유무에 대한 설문 응답 분포

단위: 명 (%)

구 분		계	있 음	없 음	모르겠음
전 체		400 (100.0)	127 (31.8)	101 (25.3)	172 (43.0)
성	남	194 (100.0)	62 (32.0)	54 (27.8)	78 (40.2)
	여	206 (100.0)	65 (31.6)	47 (22.8)	94 (45.6)
연 령	20대 이하	87 (100.0)	26 (29.9)	21 (24.1)	40 (46.0)
	30대	93 (100.0)	35 (37.6)	23 (24.7)	35 (37.6)
	40대	97 (100.0)	31 (32.0)	28 (28.9)	38 (39.2)
	50대	82 (100.0)	25 (30.5)	19 (23.2)	38 (46.3)
	60대 이상	41 (100.0)	10 (24.4)	10 (24.4)	21 (51.2)
거 주 지 역	부 산	200 (100.0)	60 (30.0)	55 (27.5)	85 (42.5)
	수도권	200 (100.0)	67 (33.5)	46 (23.0)	87 (43.5)
	서 울	100 (100.0)	30 (30.0)	23 (23.0)	47 (47.0)
	경 기	100 (100.0)	37 (37.0)	23 (23.0)	40 (40.0)

- 성별로는 여성이, 연령별로는 20대 이하와 50~60대, 거주지역별로는 서울 거주자가 '모르겠음'의 응답자 비율이 상대적으로 높게 나타남
- 경상남도의 남해 바다를 대표하는 랜드마크가 있다고 생각하는 응답자에게 그것이 무엇인지 자유롭게 서술하도록 설문한 결과, 다양한 답변이 있었으며 2명 이상의 공통된 응답 결과를 옮기면 다음과 같음
  - 가장 높은 빈도는 이순신 장군 관련 내용으로 나타났으며 19명이 응답
    - \* '이순신' 15명, '이순신공원'\*\* 2명, '이순신광장' 1명, '이순신대교'\*\*\* 1명 응답
    - \*\* 한 응답자는 이순신공원 선정 이유에 대해 '이순신 장군의 한산도대첩을 한눈에 볼 수 있는 장소이기 때문'이라고 구체적으로 서술
    - \*\*\* 이순신광장은 전남 여수시에 소재하고 이순신대교는 전남 여수시와 광양시를 잇는 교량에 해당하나, 빈도에서 제외하지는 않음
  - 두 번째 높은 빈도는 '통영'을 포함한 답변으로 15명이 언급
    - \* '통영' 6명, '통영 바다' 3명, '통영시' 2명, '거제, 통영, 남해'\*\* 2명, '통영케이블카' 1명, '통영해저터널' 1명 응답
    - \*\* 한 응답자는 '거제, 통영, 남해 그 자체가 남해의 랜드마크'로 생각한다고 답변
  - 세 번째 높은 빈도는 '거제'를 포함한 답변으로 13명이 언급
    - \* '거제도' 4명, '거제' 2명, '거제 앞바다' 2명, '거제, 통영, 남해' 2명, '거제시' 1명, '거제 해안' 1명, '거제도 소노캄' 1명 응답
  - 다도(해), 많은 섬, 섬과 바다 등 '섬'을 포함한 답변도 13명이 응답한 것으로 나타남
    - \* '다도해' 4명, '다도해해상국립공원'\*\* 2명, '섬' 2명, '다도' 1명, '많은 섬' 1명, '섬과 바다' 1명, '섬들' 1명, '섬이 정원' 1명 응답
    - \*\* 다도해해상국립공원은 전라남도 해역에 해당하나, 빈도에서 제외하지는 않음
  - 한려해상국립공원과 한려수도의 청정한 이미지 등의 키워드를 같은 유형으로 분류하면 12명의 응답 결과를 나타냄
    - \* '한려수도' 5명, '한려해상국립공원' 3명, '청정' 1명, '청정바다' 1명, '청정하고 순수함' 1명, '청정해역' 1명 응답
  - 다음으로는 '독일마을' 11명, '거가대교' 7명, '다랭이마을' 7명, '남해대교' 6명, '보리암' 6명 등의 순으로 나타남

- 그 외 ‘몽돌(해변, 해수욕장)’ 4명, ‘외도’ 3명, ‘해수욕장’ 3명, ‘바람의 언덕’ 2명, ‘사천바다케이블카’ 2명 등의 답변으로 확인
- 1년 이내 경상남도 남해 바다에 방문 경험이 있는 그룹의 56.0%가 경상남도 남해 바다의 랜드마크가 있다고 응답하였고, 방문 경험이 없는 그룹은 같은 응답에 대해 이보다 다소 적은 분포(52.6%)를 나타냄
- $x^2$  검정 결과 1년 이내 경상남도 남해 바다에 방문한 경험이 있는 그룹과 없는 그룹 간에 경상남도 남해 바다의 랜드마크가 있다고 생각하는 응답자와 없다고 생각하는 응답자의 차이가 통계적으로 유의하지 않은 결과를 나타냄

**[표 3-34]** 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 유무 × 경상남도 남해 바다 랜드마크 유무 교차분석  
단위 : 명 (%)

구 분		경남 남해 바다 랜드마크 유무		계
		있 음	없 음	
1년 이내 경남 남해 바다 방문 유무	있 음	117 (56.0)	92 (44.0)	209 (100.0)
	없 음	10 (52.6)	9 (47.4)	19 (100.0)
	계	127 (55.7)	101 (44.3)	228 (100.0)

주 : <sup>1</sup>  $x^2=0.079$ ,  $df=1$ ,  $p=0.778$

<sup>2</sup> 전체 인원수(N=228)는 경상남도 남해 랜드마크 유무와 랜드마크 조성 시 적합한 자원 유형에 대해 각각 모르겠다고 응답한 172명이 제외된 것임

### □ 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 시 적합한 자원의 유형

- 경상남도의 남해 바다에서 기존의 자원과 신규 자원 가운데 어떠한 자원을 랜드마크로 조성하는 것이 가장 좋은지에 대해 설문한 결과, 전체의 71.0%가 ‘기존 자원’으로 응답
- 반면에 ‘신규 자원’과 ‘모르겠음’은 각각 20.8%와 8.3%의 분포를 나타냄
- 기존 자원으로 경상남도 남해 바다의 랜드마크를 조성하는 것이 좋다고 응답한 남성과 여성은 각각 67.5%와 74.3%로, 여성이 남성보다 6.8%p 높은 것으로 나타남



[표 3-35] 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 시 적합한 자원의 유형에 대한 설문 응답 분포  
단위: 명(%)

구 분		계	기존 자원	신규 자원	모르겠음
전 체		400 (100.0)	284 (71.0)	83 (20.8)	33 (8.3)
성	남	194 (100.0)	131 (67.5)	47 (24.2)	16 (8.2)
	여	206 (100.0)	153 (74.3)	36 (17.5)	17 (8.3)
연 령	20대 이하	87 (100.0)	57 (65.5)	25 (28.7)	5 (5.7)
	30대	93 (100.0)	63 (67.7)	21 (22.6)	9 (9.7)
	40대	97 (100.0)	71 (73.2)	17 (17.5)	9 (9.3)
	50대	82 (100.0)	62 (75.6)	13 (15.9)	7 (8.5)
	60대 이상	41 (100.0)	31 (75.6)	7 (17.1)	3 (7.3)
거 주 지 역	부 산	200 (100.0)	145 (72.5)	39 (19.5)	16 (8.0)
	수도권	200 (100.0)	139 (69.5)	44 (22.0)	17 (8.5)
	서 울	100 (100.0)	71 (71.0)	23 (23.0)	6 (6.0)
	경 기	100 (100.0)	68 (68.0)	21 (21.0)	11 (11.0)

- 연령대가 높을수록 경상남도 남해 바다의 랜드마크를 기존 자원으로 조성하는 것이 좋다고 응답하는 비율이 점차 높아지는 경향을 나타냄
- 경상남도의 남해 바다를 대표하는 랜드마크가 있다고 생각하는 그룹의 79.3%는 기존 자원으로 경상남도 남해 바다의 랜드마크를 조성하는 것이 좋다고 응답

- 반면에 랜드마크가 없다고 생각하는 그룹은 같은 응답에 대해 이보다 11.6%p 낮은 67.7%로 나타남
  - 그러나  $\chi^2$  검정 결과 경상남도의 남해 바다를 대표하는 랜드마크가 있다고 생각하는 그룹과 없다고 생각하는 그룹 간에 랜드마크 조성 시 기존 자원이 적합하다는 응답자와 신규 자원이 적합하다는 응답자의 차이가 통계적으로 유의하지 않은 결과를 나타냄 ( $p=0.054$ )
- 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 경험이 있는 그룹의 77.7%가 기존 자원으로 경상남도 남해 바다의 랜드마크를 조성하는 것이 좋다고 응답하였고, 방문 경험이 없는 그룹은 같은 응답에 대해 다소 적은 분포(75.0%)를 나타냄

**[표 3-36]** 경상남도 남해 바다 랜드마크 유무 × 랜드마크 조성 시 적합한 자원 유형 교차분석  
단위 : 명 (%)

구 분		랜드마크 조성 시 적합한 자원 유형		
		기 존	신 규	계
경남 남해 바다 랜드마크 유무	있 음	96 (79.3)	25 (20.7)	121 (100.0)
	없 음	63 (67.7)	30 (32.3)	93 (100.0)
	계	159 (74.3)	55 (25.7)	214 (100.0)

주 : <sup>1</sup>  $\chi^2=3.703$ ,  $df=1$ ,  $p=0.054$

<sup>2</sup> 전체 인원수( $N=214$ )는 경상남도 남해 랜드마크 유무와 랜드마크 조성 시 적합한 자원 유형에 대해 각각 모르겠다고 응답한 186명이 제외된 것임

**[표 3-37]** 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 유무 × 랜드마크 조성 시 적합한 자원 유형 교차분석  
단위 : 명 (%)

구 분		랜드마크 조성 시 적합한 자원 유형		
		기 존	신 규	계
1년 이내 경남 남해 바다 방문 유무	있 음	254 (77.7)	73 (22.3)	327 (100.0)
	없 음	30 (75.0)	10 (25.0)	40 (100.0)
	계	284 (77.4)	83 (22.6)	367 (100.0)

주 : <sup>1</sup>  $\chi^2=0.146$ ,  $df=1$ ,  $p=0.703$

<sup>2</sup> 전체 인원수( $N=367$ )는 경상남도 남해 랜드마크 유무와 랜드마크 조성 시 적합한 자원 유형에 대해 각각 모르겠다고 응답한 33명이 제외된 것임

- $x^2$  검정 결과 1년 이내 경상남도 남해 바다에 방문 경험이 있는 그룹과 없는 그룹 간에 랜드마크 조성 시 기존 자원이 적합하다는 응답자와 신규 자원이 적합하다는 응답자의 차이가 통계적으로 유의하지 않은 결과를 나타냄
- 즉 1년 이내 경상남도 남해 바다의 방문 경험 유무에 관계없이 대부분 응답자가 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크의 조성과 발굴이 필요한 것으로 생각

#### □ 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 유형

- 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크를 조성하고자 하는 경우에 고려해야 할 자원은 무엇으로 생각하는지 고정총합척도법으로 중요도 설문을 실시
  - 그 결과 ‘자연자원’이 40.17%로 가장 높은 비중을 보였고, 다음으로 ‘역사자원’(23.67%), ‘건축자원’(14.77%), ‘문화·예술자원’(13.14%) 등의 순으로 나타남
  - 기타 유형은 392명이 0%, 8명이 1~20%로 응답하여 0.28점의 매우 낮은 점수를 나타냄
    - \* 기타 유형에 점수를 배분한 응답자는 지역의 특성, 자연을 만끽할 수 있는 공간, 휴양 등을 자유 의견으로 제시

[표 3-38] 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 유형 중요도 설문 결과

구 분	평균 (순위)	표준편차	범 위	
			최솟값	최댓값
① 자연자원	40.17 (1)	18.441	0	100
② 역사자원	23.67 (2)	13.422	0	100
③ 건축자원	14.77 (3)	12.301	0	90
④ 산업자원	7.98 (5)	8.614	0	50
⑤ 문화·예술자원	13.14 (4)	10.855	0	70
⑥ 기타	0.28 (6)	2.222	0	30
총 합	100	.	.	.

주 : N=400

**[표 3-39]** 경상남도 남해 바다 대표 랜드마크 유무에 따른 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 유형 중요도 비중 평균 비교

단위: 명, 점(100점 만점)

구 분	N(인원수)	평 균	표준편차	검정치
자연자원	400	40.17	18.441	·
경남 남해 랜드마크 있음 (a)	127	39.74	15.530	t=-0.456
경남 남해 랜드마크 없음 (b)	101	40.97	23.309	
모르겠음	172	40.03	17.249	·
역사자원	400	23.67	13.422	·
경남 남해 랜드마크 있음 (a)	127	23.01	11.617	t=-0.198
경남 남해 랜드마크 없음 (b)	101	23.41	17.328	
모르겠음	172	24.30	12.022	·
건축자원	400	14.77	12.301	·
경남 남해 랜드마크 있음 (a)	127	15.21	10.310	t=0.112
경남 남해 랜드마크 없음 (b)	101	15.02	14.729	
모르겠음	172	14.30	12.143	·
산업자원	400	7.98	8.614	·
경남 남해 랜드마크 있음 (a)	127	9.07	8.186	t=1.748
경남 남해 랜드마크 없음 (b)	101	7.10	8.797	
모르겠음	172	7.69	8.780	·
문화·예술자원	400	13.14	10.855	·
경남 남해 랜드마크 있음 (a)	127	12.42	9.481	t=-0.580
경남 남해 랜드마크 없음 (b)	101	13.31	12.890	
모르겠음	172	13.56	10.533	·
기타	400	0.28	2.222	·
경남 남해 랜드마크 있음 (a)	127	0.55	3.347	t=0.937
경남 남해 랜드마크 없음 (b)	101	0.20	1.990	
모르겠음	172	0.12	0.929	·

주: <sup>1</sup> \*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

<sup>2</sup> 자연자원, 역사자원, 건축자원, 문화·예술자원 등의 유형에 의한 t 검정은 Levene의 등분산 검정 결과 F 값이 각각 14.200, 6.553, 3.901, 7.014, 유의확률이 각각 0.000, 0.011, 0.049, 0.009로 등 분산을 가정하지 않음

**[표 3-40]** 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 시 적합한 자원의 유형에 따른  
 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 유형 중요도 비중 평균 비교

단위: 명, 점(100점 만점)

구 분	N(인원수)	평 균	표준편차	검정치
자연자원	400	40.17	18.441	·
기존 자원 (a)	284	41.18	17.841	$t=2.285^*$ (a>b)
신규 자원 (b)	83	36.02	18.898	
모르겠음	33	41.97	21.285	
역사자원	400	23.67	13.422	·
기존 자원 (a)	284	24.37	13.482	$t=1.602$
신규 자원 (b)	83	21.70	12.848	
모르겠음	33	22.58	14.149	
건축자원	400	14.77	12.301	·
기존 자원 (a)	284	13.76	11.094	$t=-2.739^{**}$ (a<b)
신규 자원 (b)	83	17.92	15.309	
모르겠음	33	15.61	12.733	
산업자원	400	7.98	8.614	·
기존 자원 (a)	284	7.56	8.202	$t=-2.661^{**}$ (a<b)
신규 자원 (b)	83	10.41	9.787	
모르겠음	33	5.45	7.843	
문화·예술자원	400	13.14	10.855	·
기존 자원 (a)	284	12.94	10.487	$t=-0.262$
신규 자원 (b)	83	13.29	10.814	
모르겠음	33	14.39	13.962	
기타	400	0.28	2.222	·
기존 자원 (a)	284	0.79	1.532	$t=-1.055$
신규 자원 (b)	83	0.66	3.964	
모르겠음	33	0.00	0.000	

주: <sup>1</sup> \* $p<.05$  \*\* $p<.01$  \*\*\* $p<.001$

<sup>2</sup> 기타 유형에 의한  $t$  검정은 Levene의 등분산 검정 결과  $F$  값이 10.616, 유의확률이 0.001로 등분산을 가정하지 않음

- 경상남도의 남해 바다를 대표하는 랜드마크가 있다고 생각하는 그룹과 없다고 생각하는 그룹 간에 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 유형에 대한 중요도 비중의 평균 비교를 위해 t 검정을 수행
  - 그 결과 통계적으로는 모든 자원의 유형에서 그룹 간 평균의 차이가 유의하지 않은 결과를 나타내, 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크가 있다고 생각하는 그룹과 없다고 생각하는 그룹 간에 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 유형에 대한 중요도 비중이 별반 차이가 없음을 알 수 있음
- 또한 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성 시 기존 자원이 적합하다는 그룹과 신규 자원이 적합하다는 그룹 간에 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 유형에 대한 중요도 비중의 평균 비교를 위해 t 검정을 수행
  - 기존 자원이 적합하다는 그룹의 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 유형으로 자연자원과 역사자원에 대한 중요도 비중의 평균은 신규 자원이 적합하다는 그룹의 평균보다 높게 나타남
  - 그러나 자연자원에 대한 중요도 비중에서 기존 자원이 적합하다는 그룹과 신규 자원이 적합하다는 그룹 간에 평균의 차이가 유의한 결과를, 역사자원에 대한 중요도 비중에서는 두 그룹 간에 평균의 차이가 유의하지 않은 결과를 나타냄
  - 반면에 신규 자원이 적합하다는 그룹의 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 유형으로 건축자원과 산업자원 그리고 문화·예술자원에 대한 중요도 비중의 평균은 기존 자원이 적합하다는 그룹의 평균보다 높게 나타남
  - 그러나 통계적으로 두 그룹 간에 평균의 차이가 유의한 결과를 나타낸 유형은 건축자원과 산업자원 등으로 나타남

#### □ 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 특성

- 경상남도 남해 바다 랜드마크를 조성하는 데 중요하게 고려해야 할 자원의 특성에 대해 고정총합척도법으로 중요도 설문을 실시

- 그 결과 '상징성'이 29.88%로 가장 높은 비중을 보였고, 다음으로 '역사성'(21.67%), '형태성'(18.10%), '위치성'(16.40%) 등의 순으로 나타남
- '형태성' 요소는 표준편차가 평균에 비해 상대적으로 큰 것으로 나타났는데, 이는 응답 일치 정도가 낮음을 의미하며 응답자마다 이에 대한 의견이 분분하다는 점을 시사
- 기타 유형은 391명이 0%, 9명이 10~100%로 응답하여 0.75점의 매우 낮은 점수를 나타냄
  - 기타 유형에 점수를 배분한 응답자는 적절성, 접근성, 친해양성, 친자연성 등을 자유 의견으로 제시

[표 3-41] 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 특성 중요도 설문 결과

구 분	평균(순위)	표준편차	범 위	
			최솟값	최댓값
① 형태성	18.10 (3)	17.149	0	100
② 가시성	13.19 (5)	12.528	0	100
③ 상징성	29.88 (1)	18.464	0	100
④ 위치성	16.40 (4)	13.020	0	100
⑤ 역사성	21.67 (2)	15.242	0	100
⑥ 기타	0.75 (6)	6.445	0	100
총 합	100	.	.	.

주: N=400

#### □ 경상남도 남해 바다의 랜드마크로 활용하기에 적절한 유형

- 경상남도 남해 바다의 랜드마크로 활용할 수 있는 적절한 유형에 대해 고정총합척도법으로 중요도 설문을 실시
  - 그 결과 '바다활용형'이 30.74%로 가장 높은 비중을 보였고, 다음으로 '테마파크형'(19.83%), '문화예술형'(19.54%), '대교형'(17.54%) 등의 순으로 나타남

- 기타 유형은 392명이 0%, 8명이 10~100%로 응답하여 0.74점의 매우 낮은 점수를 나타냄
  - 기타 유형에 점수를 배분한 응답자는 기억에 남을 만한 모든 형태, 자연경관을 해치지 않는 유형, 자연 그대로의 모습 등을 자유 의견으로 제시

[표 3-42] 경상남도 남해 바다의 랜드마크로 활용하기에 적절한 유형 중요도 설문 결과

구 분	평균 (순위)	표준편차	범 위	
			최솟값	최댓값
① 타워형	11.61 (5)	13.384	0	100
② 대교형	17.54 (4)	15.529	0	100
③ 테마파크형	19.83 (2)	17.542	0	100
④ 바다활용형	30.74 (1)	21.199	0	100
⑤ 문화예술형	19.54 (3)	18.822	0	100
⑥ 기타	0.74 (6)	6.567	0	100
총 합	100	.	.	.

주 : N=400

□ 경상남도 남해 바다의 랜드마크를 조성하기에 적합한 지역

- 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크를 어느 시·군에 조성하는 것이 가장 적합하다고 생각하는지에 대해 설문한 결과, 통영시가 전체의 32.8%로 가장 높은 비율을 나타냄
  - 다음으로는 남해군 30.5%, 거제시 23.3%로 나타나 1~3순위의 비중이 전체의 86.6%를 나타냄
- 성별로는 전반적으로 전체와 비슷한 분포의 흐름을 나타냈으나, 연령별로는 각 연령대에 따라 서로 다른 특징이 나타남
  - 우선 20대 이하에서는 거제시가 31.0%로 가장 높은 비율을 보였고, 다음은 남해군 26.4%, 통영시 25.3% 등의 순으로 나타남



[표 3-43] 경상남도 남해 바다의 랜드마크를 조성하기에 적합한 지역에 대한 설문 응답 분포

단위: 명(%)

구 분		계	하동군	남해군	사천시	고성군	통영시	거제시	창원시
전 체		400 (100.0)	7 (1.8)	122 (30.5)	11 (2.8)	23 (5.8)	131 (32.8)	93 (23.3)	13 (3.3)
성	남	194 (100.0)	4 (2.1)	59 (30.4)	5 (2.6)	11 (5.7)	63 (32.5)	43 (22.2)	9 (4.6)
	여	206 (100.0)	3 (1.5)	63 (30.6)	6 (2.9)	12 (5.8)	68 (33.0)	50 (24.3)	4 (1.9)
연 령	20대 이하	87 (100.0)	3 (3.4)	23 (26.4)	2 (2.3)	4 (4.6)	22 (25.3)	27 (31.0)	6 (6.9)
	30대	93 (100.0)	1 (1.1)	30 (32.3)	4 (4.3)	5 (5.4)	34 (36.6)	17 (18.3)	2 (2.2)
	40대	97 (100.0)	1 (1.0)	37 (38.1)	5 (5.2)	7 (7.2)	24 (24.7)	22 (22.7)	1 (1.0)
	50대	82 (100.0)	1 (1.2)	21 (25.6)	0 (0.0)	3 (3.7)	31 (37.8)	22 (26.8)	4 (4.9)
	60대 이상	41 (100.0)	1 (2.4)	11 (26.8)	0 (0.0)	4 (9.8)	20 (48.8)	5 (12.2)	0 (0.0)
거 주 지 역	부 산	200 (100.0)	1 (0.5)	71 (35.5)	3 (1.5)	14 (7.0)	54 (27.0)	49 (24.5)	8 (4.0)
	수 도 권	200 (100.0)	6 (3.0)	51 (25.5)	8 (4.0)	9 (4.5)	77 (38.5)	44 (22.0)	5 (2.5)
	서 울	100 (100.0)	2 (2.0)	27 (27.0)	6 (6.0)	6 (6.0)	38 (38.0)	20 (20.0)	1 (1.0)
	경 기	100 (100.0)	4 (4.0)	24 (24.0)	2 (2.0)	3 (3.0)	39 (39.0)	24 (24.0)	4 (4.0)
방문 경험	있 음	357 (100.0)	4 (1.1)	110 (30.8)	11 (3.1)	20 (5.6)	118 (33.1)	82 (23.0)	12 (3.4)
	없 음	43 (100.0)	3 (7.0)	12 (27.9)	0 (0.0)	3 (7.0)	13 (30.2)	11 (25.6)	1 (2.3)

주: 방문 경험은 1년 이내 경상남도의 남해 바다(하동군·남해군·사천시·고성군·통영시·거제시·창원시)에 방문한 경험을 의미

- 거주지역별로 살펴보면 부산광역시가 비교적 근거리인 거제시와 통영시가 아닌, 원거리에 해당하는 남해군이 35.5%로 가장 높게 나타난 점은 주목할 만한 사항으로 판단됨
- 40대에서는 남해군이 38.1%로 가장 높은 비율을, 50대에서는 거제시가 26.8%로 남해군(25.6%)을 상회했으며, 60대에서는 통영시가 48.8%로 전체의 분포보다 16.0%p 높은 비율을 나타냄
- 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 경험의 유무 그룹별로 분포를 살펴본 결과 전반적으로 전체와 비슷한 분포의 흐름을 나타냄

#### □ 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도

- 경상남도의 남해 바다를 대표하는 랜드마크의 조성 및 발굴이 어느 정도 필요하다고 생각하는지에 대해 전체의 70.2%가 필요한 편으로 응답하였고, 불필요한 편으로 응답한 비율은 3.8%에 불과
  - 전반적으로 성별, 연령별, 거주지역별로 각 그룹 간에 전체와 비슷한 분포의 흐름을 나타냄
  - 다만 20대 이하에서 불필요한 편에 대한 응답이 한 명도 나타나지 않았다는 점은 주목할 만한 일로 판단됨
- ‘전혀 필요하지 않음 1점’에서 ‘매우 필요함 5점’까지의 5점 likert 척도로 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도에 대해 측정한 결과 전체 평균은 3.86점으로 나타남
  - 부산광역시와 수도권지역 거주자의 평균은 각각 3.94점과 3.78점으로 부산광역시 거주자가 수도권지역 거주자보다 0.16점 높으며, 이들 두 그룹 간 평균의 차이도 통계적으로 유의한 결과를 나타냄
  - 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성 시 기존 자원이 적합하다고 생각하는 그룹의 평균은 3.80점으로 신규 자원이 적합하다고 생각하는 그룹의 평균(4.05점)보다 낮으며, 통계적으로도 평균의 차이가 유의한 것으로 나타남

- 그 외 성별, 연령별, 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 경험 유무 그룹별, 남해 바다를 대표하는 랜드마크 유무 그룹별로는 각 유형에서 다양한 분포를 보였으나 그룹 간 평균의 차이가 유의하지 않은 결과를 나타냄

[표 3-44] 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도에 대한 설문 응답 분포

단위: 명(%)

구 분	계 (A+B+C)	불필요한 편 (A)	전혀	필요하지 않음	보통 (B)	필요한 편 (C)	필요	매우 필요	
			필요하지 않음						
전 체	400 (100.0)	15 (3.8)	4 (1.0)	11 (2.8)	104 (26.0)	281 (70.2)	201 (50.2)	80 (20.0)	
성	남	194 (100.0)	9 (4.6)	3 (1.5)	6 (3.1)	50 (25.8)	135 (69.6)	84 (43.3)	51 (26.3)
	여	206 (100.0)	6 (2.9)	1 (0.5)	5 (2.4)	54 (26.2)	146 (70.9)	117 (56.8)	29 (14.1)
연령	20대 이하	87 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	26 (29.9)	61 (70.1)	42 (48.3)	19 (21.8)
	30대	93 (100.0)	4 (4.3)	0 (0.0)	4 (4.3)	25 (26.9)	64 (68.8)	47 (50.5)	17 (18.3)
	40대	97 (100.0)	5 (5.2)	2 (2.1)	3 (3.1)	25 (25.8)	67 (69.1)	45 (46.4)	22 (22.7)
	50대	82 (100.0)	2 (2.4)	1 (1.2)	1 (1.2)	19 (23.2)	61 (74.4)	45 (54.9)	16 (19.5)
	60대 이상	41 (100.0)	4 (9.7)	1 (2.4)	3 (7.3)	9 (22.0)	28 (68.3)	22 (53.7)	6 (14.6)
거주지역	부산	200 (100.0)	3 (1.5)	1 (0.5)	2 (1.0)	48 (24.0)	149 (74.5)	107 (53.5)	42 (21.0)
	수도권	200 (100.0)	12 (6.0)	3 (1.5)	9 (4.5)	56 (28.0)	132 (66.0)	94 (47.0)	38 (19.0)
	서울	100 (100.0)	7 (7.0)	2 (2.0)	5 (5.0)	29 (29.0)	64 (64.0)	43 (43.0)	21 (21.0)
	경기	100 (100.0)	5 (5.0)	1 (1.0)	4 (4.0)	27 (27.0)	68 (68.0)	51 (51.0)	17 (17.0)

**[표 3-45]** 설문 응답자 유형별 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도 평균 비교

단위 : 명, 점 (5점 만점)

구 분		N(인원수)	평 균	표준편차	검정치
전 체		400	3.86	0.800	.
성	남 (a)	194	3.90	0.881	t=1.010
	여 (b)	206	3.82	0.716	
연령	20대 이하 (a)	87	3.92	0.719	F=0.590
	30대 (b)	93	3.83	0.775	
	40대 (c)	97	3.85	0.882	
	50대 (d)	82	3.90	0.764	
	60대 이상 (e)	41	3.71	0.901	
거주 지역	부 산 (A)	200	3.94	0.730	t=2.007* (A>B)
	수도권 (B)	200	3.78	0.859	
	서 울 (a)	100	3.76	0.911	t=-0.246
	경 기 (b)	100	3.79	0.808	
방문 경험	있 음 (a)	357	3.87	0.816	t=0.961
	없 음 (b)	43	3.74	0.658	
랜드마크	있 음 (a)	127	4.02	0.791	t=1.958
	없 음 (b)	101	3.80	0.917	
	모르겠음	172	3.76	0.714	.
적합한 자원	기존 자원 (a)	284	3.80	0.797	t=-2.484* (a>b)
	신규 자원 (b)	83	4.05	0.825	
	모르겠음	33	3.85	0.712	.

주 : <sup>1</sup> \*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

<sup>2</sup> 성별 유형에 의한 t 검정은 Levene의 등분산 검정 결과 각각 F 값이 5.905 유의확률이 0.016로서 등분산을 가정하지 않음

<sup>3</sup> 거주지역 유형(A, B)에 의한 t 검정은 Levene의 등분산 검정 결과 각각 F 값이 9.457 유의확률이 0.002로서 등분산을 가정하지 않음

<sup>4</sup> 방문 경험은 1년 이내 경상남도의 남해 바다(하동군·남해군·사천시·고성군·통영시·거제시·창원시)를 방문한 경험에 대한 응답을 의미

<sup>5</sup> 랜드마크는 경상남도의 남해 바다를 대표하는 랜드마크가 있다고 생각하는지에 대한 응답을 의미

<sup>6</sup> 적합한 자원은 경상남도의 남해 바다에서 기존 자원과 신규 자원 가운데 어떠한 자원을 랜드마크로 조성하는 것이 좋다고 생각하는지에 대한 응답을 의미

- 1년 이내 경상남도 남해 바다에 방문 경험이 있는 그룹의 94.7%가 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성 및 발굴이 필요하다고 응답하였고, 방문 경험이 없는 그룹은 같은 응답에 대해 이보다 다소 많은 분포(96.7%)를 나타냄
  - $\chi^2$  검정 결과 1년 이내 경상남도 남해 바다에 방문한 경험이 있는 그룹과 없는 그룹 간에 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크의 조성 및 발굴이 필요하다고 생각하는 응답자와 없다고 생각하는 응답자의 차이가 통계적으로 유의하지 않은 결과를 나타냄
  - 즉 1년 이내 경상남도 남해 바다의 방문 경험 유무에 관계없이 대부분 응답자가 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성 및 발굴이 필요한 것으로 생각

[표 3-46] 1년 이내 경상남도 남해 바다 방문 유무 × 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도 교차분석  
단위: 명 (%)

구 분		랜드마크 조성 및 발굴 필요도		계
		있 음	없 음	
1년 이내 경남 남해 바다 방문 유무	있 음	252 (94.7)	14 (5.3)	266 (100.0)
	없 음	29 (96.7)	1 (3.3)	30 (100.0)
	계	281 (94.9)	15 (5.1)	296 (100.0)

주: <sup>1</sup>  $\chi^2=0.209$ ,  $df=1$ ,  $p=0.648$

<sup>2</sup> 전체 인원수( $N=296$ )는 경상남도 남해 랜드마크 조성 및 발굴 필요도에 '보통이다'라고 응답한 104 명이 제외된 것임

- 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크가 있다고 생각하는 그룹의 96.0%가 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성 및 발굴이 필요하다고 응답
  - 반면에 랜드마크가 없다고 생각하는 그룹은 같은 응답에 대해 이보다 적은 분포(89.6%)를 나타냄
  - 그러나  $\chi^2$  검정 결과 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크가 있다고 생각하는 그룹과 없다고 생각하는 그룹 간에 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크의 조성 및 발굴이 필요하다고 생각하는 응답자와 없다고 생각하는 응답자의 차이가 통계적으로 유의하지 않은 결과를 나타냄 ( $p=0.090$ )

- 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크가 있다고 생각하는 그룹과 없다고 생각하는 그룹은 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도에 대해 각각 없음과 있음의 비율이 상대적으로 높을 것으로 예상했으나, 실제로는 두 그룹 모두 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도가 높은 것으로 나타남

[표 3-47] 경상남도 남해 바다 랜드마크 유무 × 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도 교차분석

단위 : 명 (%)

구 분		랜드마크 조성 및 발굴 필요도		계
		있 음	없 음	
경남 남해 바다 랜드마크 유무	있 음	97 (96.0)	4 (4.0)	101 (100.0)
	없 음	69 (89.6)	8 (10.4)	77 (100.0)
계		166 (93.3)	12 (6.7)	178 (100.0)

주 : <sup>1</sup>  $\chi^2=2.872$ ,  $df=1$ ,  $p=0.090$

<sup>2</sup> 전체 인원수(N=178)는 경상남도 남해 바다 랜드마크 유무에 '모르겠다'고 응답한 인원과 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 및 발굴 필요도에 '보통이다'라고 응답한 222명이 제외된 것임

- 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성 시 기존 자원이 적합하다고 생각하는 그룹의 93.8%가 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크의 조성 및 발굴이 필요하다고 응답하였고, 신규 자원이 적합하다고 생각하는 그룹은 같은 응답에 대해 이보다 많은 분포(96.8%)를 나타냄
- $\chi^2$  검정 결과 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성 시 기존 자원이 적합하다고 생각하는 그룹과 신규 자원이 적합하다고 생각하는 그룹 간에 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크의 조성 및 발굴이 필요하다고 생각하는 응답자와 없다고 생각하는 응답자의 차이가 통계적으로 유의하지 않은 결과를 나타냄
- 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성 시 기존 자원이 적합하다고 생각하는 그룹과 신규 자원이 적합하다고 생각하는 그룹은 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도에 대해 각각 없음과 있음의 비율이 상대적으로 높을 것으로 예상했으나, 실제로는 두 그룹 모두 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도가 높은 것으로 나타남

[표 3-48] 랜드마크 조성 시 적합한 자원 × 랜드마크 조성 및 발굴 필요도 교차분석

단위: 명(%)

구 분		랜드마크 조성 및 발굴 필요도		
		있 음	없 음	계
랜드마크 조성 시 적합한 자원 유형	기 존	198 (93.8)	13 (6.2)	211 (100.0)
	신 규	61 (96.8)	2 (3.2)	63 (100.0)
	계	259 (94.5)	15 (5.5)	274 (100.0)

주: <sup>1</sup>  $x^2=0.836$ ,  $df=1$ ,  $p=0.360$ <sup>2</sup> 전체 인원수(N=274)는 경상남도 남해 랜드마크 조성 시 적합한 자원 유형에 '모르겠다'고 응답한 인원과 경상남도 남해 랜드마크 조성 및 발굴 필요도에 '보통이다'라고 응답한 126명이 제외된 것임

#### □ 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성 및 발굴이 불필요 또는 필요한 이유

- 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성 및 발굴이 불필요한 이유에 대해서는 전체 응답자 15명 중에 80%에 해당하는 12명이 랜드마크가 오랜 시간에 걸쳐 형성되기 때문으로 응답
  - 2명은 특정한 장소가 아닌, 시·군을 포함하는 광역 단위의 랜드마크를 조성하는 일이 어렵기 때문으로 응답
  - 기타에 응답한 1명은 '랜드마크를 굳이 조성하지 않아도 바다가 아름답기 때문'으로 자유 의견에 서술
- 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성 및 발굴이 필요한 이유에 대해 설문한 결과, '경남 남해안 지역의 관광 활성화를 위해'가 전체의 51.6%로 가장 높게 나타남
  - 다음으로 '경남 남해를 대표할 만한 것이 필요하기 때문'과 '경남 남해의 이미지 형성을 위해' 등의 순을 보였고, 각각 31.3%와 16.4%의 분포를 나타냄
  - 기타에 응답한 2명은 각각 '남해 바다라고 하면 많은 것들이 떠오르지만 딱 하나라고 떠오를 만한 것이 없기 때문'과 '남해 바다 지역의 특별한 지형적 매력이 미개발된 상태로, 난개발되기 전에 벨트권이 개발되어 경제적 가치의 발휘를 위해' 등으로 자유 의견에 서술

**[표 3-49]** 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성·발굴이 불필요한 이유에 대한 설문 응답 분포

단위: 명 (%)

구 분		계	랜드마크는 오랜 시간에 걸쳐 형성	광역 단위 랜드마크 조성의 어려움	기 타
전 체		15 (100.0)	12 (80.0)	2 (13.3)	1 (6.7)
성	남	9 (100.0)	8 (88.9)	1 (11.1)	0 (0.0)
	여	6 (100.0)	4 (66.7)	1 (16.7)	1 (16.7)
연 령	20대 이하	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	30대	4 (100.0)	3 (75.0)	1 (25.0)	0 (0.0)
	40대	5 (100.0)	5 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	50대	2 (100.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	0 (0.0)
	60대 이상	4 (100.0)	3 (75.0)	0 (0.0)	1 (25.0)
거 주 지 역	부 산	3 (100.0)	1 (33.3)	2 (66.7)	0 (0.0)
	수도권	12 (100.0)	11 (91.7)	0 (0.0)	1 (8.3)
	서 울	7 (100.0)	6 (85.7)	0 (0.0)	1 (14.3)
	경 기	5 (100.0)	5 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)

주: 전체 인원수(N=15)는 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도에 대해 불필요하다고 생각하는 응답자의 수에 해당



[표 3-50] 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성·발굴이 필요한 이유에 대한 설문 응답 분포

단위 : 명 (%)

구 분		계	경남 남해를 대표할 만한 것이 필요	경남 남해의 이미지 형성을 위해	경남 남해안 지역의 관광 활성화를 위해	기 타
전 체		281 (100.0)	88 (31.3)	46 (16.4)	145 (51.6)	2 (0.7)
성	남	135 (100.0)	44 (32.6)	22 (16.3)	68 (50.4)	1 (0.7)
	여	146 (100.0)	44 (30.1)	24 (16.4)	77 (52.7)	1 (0.7)
연 령	20대 이하	61 (100.0)	13 (21.3)	12 (19.7)	35 (57.4)	1 (1.6)
	30대	64 (100.0)	24 (37.5)	15 (23.4)	25 (39.1)	0 (0.0)
	40대	67 (100.0)	30 (44.8)	3 (4.5)	34 (50.7)	0 (0.0)
	50대	61 (100.0)	14 (24.6)	12 (19.7)	33 (54.1)	1 (1.6)
	60대 이상	28 (100.0)	6 (21.4)	4 (14.3)	18 (64.3)	0 (0.0)
거 주 지 역	부 산	149 (100.0)	53 (35.6)	18 (12.1)	77 (51.7)	1 (0.7)
	수도권	132 (100.0)	35 (26.5)	28 (21.2)	68 (51.5)	1 (0.8)
	서 울	64 (100.0)	14 (21.9)	16 (25.0)	34 (53.1)	0 (0.0)
	경 기	68 (100.0)	21 (30.9)	12 (17.6)	34 (50.0)	1 (1.5)

주 : 전체 인원수(N=281)는 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도에 대해 필요하다고 생각하는 응답자의 수에 해당



## 제4장

# 지리산권 및 남해안 지역의 관광 활성화 방안

제1절 관광 활성화의 방향 및 전략

제2절 지리산 권역의 우수한 산악자원 활용

제3절 남해 바다의 브랜드 구축

제4절 남해 바다의 랜드마크 조성



## 제1절 관광 활성화의 방향 및 전략

## 1. 관광 활성화 기본방향

## ① 변화하는 관광 트렌드 특성에 능동적으로 대응

- 힐링 여행과 웰니스 관광 수요가 지속적으로 확대되고 있으므로, 산과 바다의 수려한 자연환경을 갖춘 경남지역은 이를 좋은 기회로 지혜롭게 활용
  - 웰니스는 자연치유 등의 개념으로 확장되고 다변화되고 있어, 지역 차원에서 웰니스관광지를 적극적으로 발굴하고 전략적인 홍보 노력이 필요
  - 지역 또는 부서 간 협력으로 웰니스 시장을 확대하고, 선진적인 대응을 통해 지역의 관광 경쟁력을 강화
- 로컬의 시대에 독특하고 매력적인 지역의 자원과 콘텐츠를 발굴하고, 이를 관광객이 선호하는 수요에 적합하게 개발
  - 지역 콘텐츠의 중요성은 지속될 것으로 전망되어, 이러한 흐름을 파악해 경남다운 지역성이 반영된 상품을 개발
  - 지역주민들만 알고 있는 숨은 관광지와 같이, 일반인에게 잘 알려지지 않았으나 잠재력이 높은 지역 자원을 발굴하고 자생력이 확보될 때까지 이를 지원
- \* <국민여행조사>에서는 관광여행 방문지 선택 시 장소의 지명도보다는 대중적이지 않은 지역에 대해 관심을 보이며, '여행지에서의 새로운 일상' 경험을 희망하는 것으로 나타남
- 지역 중심의 지역주도형 관광정책과 사업 추진을 위해 법과 제도를 정비
  - 지역 스스로 관광 문제를 인식하고 해결하며 자립적인 관광 발전을 위해 지역 차원에서 노력

- 지역문화를 외부와 연계하는 매개자이자 기획자 역할을 수행하는 로컬 크리에이터를 체계적으로 양성하며, 지역주민 중심의 관광 창업을 지원
- 지역관광 사업체의 기획 및 운영에 지역주민과 지역 인재가 참여할 수 있도록 기회를 제공
- 한 달 살기 등 한 지역에서 오랜 기간 살아보기뿐만 아니라 일주일 또는 단기 등 비교적 짧은 기간 동안 살아보기 여행도 증가하는 추세이므로, 이러한 프로그램을 기획하고 개발
  - \* 특정 지역 깊게 여행하기, 관심 주제 관련 체험활동, 현지인과 함께 현지인처럼 살아보기 등의 체류형 여행 수요가 높은 것으로 파악

## 2 지역외의 관광 여건과 환경을 고려

- 내국인과 방한 외래관광객을 유치하기 위해 부산광역시, 경상북도, 전라남도 등 인접한 시·도와 공동으로 연계협력사업을 추진
  - 2022년 <국내여행조사> 결과 경남지역의 내국인 방문 비율은 경기와 강원 에 이어 17개 시·도 중 3위를 나타냈으며, 인접한 경북과 전남이 다음 순위를 보여 이들 지역과 연계하여 방문객 유치 방안을 모색
  - 외래관광객조사 결과 경남지역의 방문 비율은 17개 시·도 중 9위로 상대적 열위를 나타냈으나, 2위 지역인 부산 지역과 연계한다면 외래관광객 유치도도모할 수 있을 것으로 판단
    - \* 한국관광공사(2023b)가 향후 3년 내 방한 의향이 있는 잠재 방한 여행객에게 26곳 도시에 대해 지역에 대한 인지, 방문 경험과 의향 등을 설문한 결과에 의하면, 부산이 모든 항목에서 월등하고 거제와 통영은 최하위를 나타냄
- 경남지역에 방문하는 지역주민을 시·도별로 살펴보면 부산광역시가 가장 많고, 다음은 경기와 서울 등 수도권 지역으로 나타나 이러한 방문 수요를 참조하여 정책과 사업을 기획
  - 인접 지역인 부산에서 경남지역에 가장 많이 방문하고 있지만, 원거리인 수도권 지역에서도 많은 주민이 찾고 있다는 점이 주목할 만함

- 경남지역 내에서는 거제시와 통영시를 가장 많이 방문하는 것으로 나타나, 유입 허브에 해당하는 이들 지역 중심으로 홍보를 강화하는 방안에 대해 검토
- 2022년 <국민여행조사>에 따르면 경남지역은 17개 시·도 중에서 관광여행 자연경관 만족도와 재방문 의향은 각각 5위를, 관광여행의 전반적 만족도와 타인 추천의향이 각각 중간 순위인 7위와 8위로 나타나
  - 산과 바다 등 수려한 경관을 관광 자원화하여 자연과 조화롭게 개발해야 할 것으로 판단
  - 전반적 만족도와 타인 추천의향이 상대적으로 낮은 원인에 대해 면밀히 파악해 이를 개선하고, 만족도와 추천의향을 향상하도록 도 차원의 노력이 필요

### ③ 상위 및 관련 계획에 대한 정합성을 강화

- 국가계획에서 수립된 지역관광 관련 과제를 경상남도의 실정에 적합하게 추진하고 국비의 재원을 적극적으로 활용
  - 지리산과 한려수도 등 국립공원별 지역의 특성을 살린 관리와 경영으로 경남 지역의 여건에 적합한 관광벨트를 구축하고, 경남지역의 섬과 해안이 가진 해양관광자원을 특색 있게 활용
  - <제5차 국토종합계획>에 따라 영·호남 교류 및 해양관광을 확대하고 남해안 권 개발사업의 거점으로 공간의 매력도를 높이며 체류형 관광을 활성화
  - <제4차 관광개발기본계획>에서는 경남지역이 포함된 부울경권에 대해 산업기반 해양레저문화관광지대 육성을 기본방향으로 설정하고, 글로벌 해양 레저 관광허브 구축, 바다와 산을 연계한 웰니스 관광벨트 조성 등을 구상
  - 숲 관광 활성화, 권역별 ‘국가해양정원’ 조성의 추진, 거점형 ‘마리나확대’의 확대, 새로운 관광자원으로서 ‘섬’ 개발 등이 <제6차 관광진흥기본계획>에 반영되어, 자원이 풍부한 경남지역은 이를 적극적으로 활용
  - 경남지역의 섬은 <제4차 도서종합개발계획>에서 제시된 경남 남해안의 7개 시·군별 섬 발전 방향에 맞게 지역의 특색을 살려 개발을 추진

- 지리산, 덕유산, 가야산 등 경남지역의 풍부한 산림자원을 활용하여 <제2차 산림복지 진흥계획>에 수립된 전략별 추진과제에 따라 산림복지서비스 인프라를 구축하고 지역주민에게 다양하고 질 높은 산림복지서비스를 제공
- 광역·지역계획에서 수립된 공간구상을 통해 지역 간에 긴밀하게 연계·협력하여 관광 관련 사업을 효과적으로 추진
  - 경남지역은 <남부권 관광개발 기본구상>에서 설정한 남중권과 남동권에 포함되며, 이들 권역의 특성을 반영한 차별화된 광역관광권 개발로 한국형 웰니스 관광지대(남중권)와 해양문화체험 휴양지대(남동권)의 구축을 도모
  - 또한 <남해안권 발전종합계획 변경>에서는 경남지역이 남도문화권과 도심해양권에 포함되며, 섬과 바다 등 천혜의 자연·생태환경을 활용한 특색 있는 관광자원의 개발·육성으로 지역관광 활성화를 도모
  - 한편 경남지역은 전북 및 전남과 함께 백두대간 남부지역에 해당하며, <백두대간권 발전종합계획 변경>에서는 이 지역을 우수한 자연자원 및 특화생태자원을 활용한 관광콘텐츠 개발로 체험형 생태관광 거점 구축을 구상
- 경상남도는 도 차원에서 수립한 다양한 계획 간에 연계를 강화함으로써 관광 관련 정책과 사업을 내실 있게 추진
  - <제4차 경상남도 종합계획>에 따라 역사문화, 자연환경 등 관광자원을 바탕으로 관광거점을 육성하고 지리산관광벨트, 웰니스관광클러스터 등 관광벨트를 조성
  - <남부내륙고속철도 연계 경남 발전 그랜드비전 수립>에서는 문화·관광 구축의 전략으로 '점→선→면' 전략에 의한 스토리와 결합된 핵심 브랜드사업 발굴, 시·군 및 광역 간 연계·협력 강화·확대, 지역특화 관광콘텐츠와 연계한 관광벨트 육성 등을 제시
  - 국민 국내방문지 전국 2위, 지역관광발전지수 1등급, 경남형 체류관광 거점 조성 등 <제7차 경남권 관광개발계획>에서 설정한 목표 달성을 위해 지역의 관광자원을 효과적으로 활용하고 명품화를 위한 관광자원개발사업을 추진



- \* 산청·함양·거창·합천 등 지역의 특색을 반영해 경남 웰니스 관광 거점으로 육성하기 위한 시설을 조성하며, 통영·거제 등에 분포한 섬 자원과 해양자원을 활용·연계해 해양 관광 명소화를 추진
- 경남 7개 연안 시·군과 내수면 마리아의 여건에 적합하고 지역의 사회문화적 특성을 반영해, 각 지역에서 가장 높은 정책 효과를 얻을 수 있는 해양레저 종목을 발굴하고 이를 체계적으로 특성화
- \* <경상남도 해양레저육성 종합계획>에 따라 경남 해안이 가진 지형적·지리적·기후적 장점을 최대한 활용해, 통영을 중심으로 경남 해역을 명실상부한 동아시아의 요트세일링 중심지로 육성
- 섬 거주수당제 도입, 연안여객선 공영제 도입 추진, 유인도서 공동화 방지, 섬 숙박 경쟁력 강화, 섬과 섬을 연결하는 해상교통망 등 <경상남도 섬 발전 종합계획>에서 제안한 30대 추진과제의 착실한 실천으로, ‘살고 싶고, 가고 싶은 섬’의 섬 정책 비전 실현을 도모
- <경상남도 산림문화·휴양계획>에 따라 정확한 수요예측에 기초해 산림복지 기본선을 충족하는 적정한 산림복지 인프라와 시·군별 유형화에 의한 산림복지 인프라를 조성하여 누구나 찾고 즐길 수 있는 산림복지 서비스를 공급

## 2. 관광 활성화 추진전략

### ① 지리산 권역의 우수한 산악자원 활용

- 지리산 권역의 우수한 산악자원을 활용해 지역의 관광 활성화 방안을 전략적으로 모색할 필요가 있음
  - 지리산 권역은 국내에서 산악관광에 유리한 조건을 가진 지역 중 하나로 전국에서 많은 관광객이 방문하고 있으며, 우수한 산악관광자원을 지혜롭게 활용한다면 더 많은 방문객을 유치할 수 있을 것으로 판단
- 지리산 권역의 문화와 자연이 조화된 통합적인 관광콘텐츠를 개발
  - 지리산 권역에 존재하는 다양한 문화자원이 자연과 어우러진다면, 지역의 독특한 경관으로 방문객들에게 특별한 경험을 제공할 수 있을 것으로 예상

- \* 본 연구의 설문조사에서도 지리산권 관광콘텐츠의 중점 개발 방향으로 '역사·문화자원 활용'의 중요도가 33.15%의 비교적 비중 있는 결과를 나타내기도 함
- 지역의 문화자원과 자연자원을 유기적으로 연계해 관광콘텐츠화 함으로써, 관람형에서 체험형으로의 전환을 시도하고 지리산 권역만의 고유성과 관광 경쟁력을 강화
- 지리산 권역의 풍부한 산림자원으로 산악관광을 활성화하고자 하는 전략은, 낙후한 서부 경남의 지역발전에 새로운 도약의 발판을 마련하는 계기로 작용할 것으로도 기대
  - 지리산 권역의 산림휴양을 남해안 관광과 연계해 독특한 산림복지를 제공하고, 지자체 간 연계·협력사업 활성화로 지역발전의 시너지 효과를 극대화

## 2] 경상남도 남해 바다의 브랜드 구축

- 경상남도 남해 바다의 브랜드를 전략적으로 구축해 지역의 관광 활성화 방안을 마련
  - 경상남도 남해 바다의 브랜드는 전라남도 남해 바다와 차별된, 경남만의 고유한 특성이 반영되도록 개발
    - \* 본 연구의 설문조사에서 경상남도 남해 바다의 이미지는 전라남도과 비교해 '바닷물이 쪽빛에 가깝다' 항목에 상대적 우위가 있는 결과를 나타냄
- 지역의 문화, 비전과 전략 등을 고려해 경상남도 남해 바다의 특성을 표현할 수 있는 브랜드 슬로건을 개발
  - 경상남도 남해 바다의 특성이 반영된 메시지가 담겨 있고 기억하기 쉬우며 오랜 시간 사용될 수 있는 슬로건을 개발
- 한려수도의 이미지가 강한 경상남도 남해 바다의 특성을 브랜드 슬로건에 활용
  - 경상남도과 전라남도의 남해는 각각 한려해상국립공원과 다도해해상국립공원의 바다 이미지가 있어, 한려수도의 청정한 이미지를 경상남도 남해 바다의 브랜드화에 지혜롭게 활용

### ③ 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성

- 지역의 관광 활성화를 위해 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크를 전략적으로 발굴·조성
  - 랜드마크 조성 및 발굴을 통해 경상남도 남해 바다의 이미지 형성을 도모
    - \* 본 연구의 설문조사에서 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 및 발굴의 필요도에 대해 전체의 70.2%가 필요한 편으로 응답하였고, 그 이유에 대해서는 지역의 관광 활성화를 위함이 51.6%로 과반의 비중을 나타냄
- 경상남도 남해 바다의 랜드마크는 경남지역에서 유입 허브의 역할을 하는 지자체에 전략적으로 조성
  - 지역 내에서 방문객 수가 가장 많은 곳으로 파악된 거제시와 통영시 중심으로 탐색하는 방안이 효과적일 것으로 판단
    - \* 본 연구의 설문조사에서도 랜드마크를 조성하기에 적합한 지역에 대해 거제시와 통영시가 각각 23.3%와 32.8%로 나타나 이들 두 지자체가 과반의 비중을 나타냄
- 랜드마크는 지역의 정체성을 정립하고 상징성이 있으며 지역의 역사와 문화 등이 반영되도록 설계
  - 인지성 향상을 염두에 두면서도 너무 튀지 않도록 주변의 자연경관과 조화를 이루도록 조성되어야 할 것으로 판단
    - \* 본 연구의 설문조사에서 경상남도 남해 바다의 랜드마크 조성에 고려해야 할 자원으로 '자연자원'이 40.17%로 가장 높은 비중을 나타냄

## 제2절 지리산 권역의 우수한 산악자원 활용

### 1. 관광 자원화 방향의 설정

#### □ 지리산 권역의 지속가능성과 지역의 고유성 확보

- 백두대간의 끝자락인 지리산 권역이 갖는 지역의 고유성을 확보하고, 융·복합형 생태 관광벨트를 구축
  - 경남 지리산 권역의 다양한 생태자원을 자연 친화적으로 활용하는 명소화의 추진으로 포스트코로나 시대의 새로운 관광시장을 개척
  - 경남 지리산 권역에서 개발 가능한 산악 지형에 대해 환경친화적 활용으로 산악관광지를 조성하고 주변 마을과도 연계하여 사업을 추진
  - 지역의 고유한 자원을 관광콘텐츠화 함으로써 자연경관 관람형에서 적극적인 체험형으로 관광의 패턴을 전환하고 타 지역과의 차별성을 확보
- 자연·생태자원을 활용한 관광콘텐츠의 개발로 자연과 사람이 어우러진 환경을 조성하고, 휴양과 함께 다양한 체험이 가능한 생태관광의 거점으로 육성
  - 경남 지리산 권역의 다양한 생태자원에 대해 보존·복원사업을 추진함으로써 지역의 환경적 지속가능성을 확보
  - 산림자원의 친환경적 활용으로 관광산업과 연계해 지역 소득원을 창출
  - 산림환경의 생태순환 체험으로 생태관광·교육 콘텐츠와 체험의 기반을 마련
- 지리산과 주변 지역을 연계해 산림복지 콘텐츠를 개발하고, 다양한 유형의 산림복지 인프라를 확대하여 구축
  - 삶의 질, 복지 등에 관한 관심이 증대되면서 산림의 사회적 역할에 주목하기 시작했으며, 자연에서 체험하고 힐링하고자 하는 수요가 꾸준히 증가
  - 지리산 권역의 자연 및 인문 경관을 체계적으로 관리하기 위해 기초자료를 구축하고 이를 위한 인프라를 마련

## □ 지리산 권역의 웰니스관광 거점 및 연계기반 확충

- 경남 지리산 권역에는 산악, 둘레길, 웰니스 등 다양한 지역 자원을 보유
  - 함양 오도재, 하동 십리벚꽃길, 밤머리재, 지리산둘레길 등 산악 및 길 자원과 향노화 웰니스 자원, 힐링, 건강 등 지역을 대표하는 웰니스\* 자원을 보유
    - \* 웰니스란 'Wellbeing + Happiness + Fitness'의 합성어로 신체적·정서적·사회적·지적 등의 영역에서 건강 증진과 삶의 질 향상을 위해 행해지는 활동을 의미
  - 산청, 함양, 거창, 합천 등 지리산 권역의 웰니스 자원을 중심으로 관련 사업이 추진·운영돼왔으며, 경남관광재단에서 웰니스관광 업무의 전반을 담당
    - \* 경남 지리산 권역은 한방과 산림자원을 연계해 웰니스를 지역의 주력산업으로 선정하고 한방향노화산업단지(산청), 향노화 휴양체험지구(거창, 함양, 산청), 향노화 힐링랜드(거창) 등의 시설을 조성하여 운영 중
- 산악 및 웰니스 자원과 관련 사업의 추진 역량, 조직 등을 연계해 산악, 휴양, 힐링을 복합 이용할 수 있는 관광거점으로 육성할 필요가 있음
  - <남부권 관광개발 기본구상>에서는 남중권 내륙의 산맥을 웰니스관광으로 체험(M.A.C - Mountain with Activity + Culture)할 수 있다는 의미로 '산악호반형 웰니스관광, 맥(脈) 프로젝트'의 추진을 계획
    - \* 지리산 자락과 호수의 감성 관광자원을 자연에서 찾는 웰니스관광의 '맥(脈)' 거점으로 조성
- 기존자원, 신규자원 등 산악호반 웰니스를 테마로 한 관광상품을 발굴해 웰니스 관광의 수요를 확대
  - 단순 웰니스 자원의 향유에서 벗어나 관련 전문인력 양성, 먹거리, 체험거리 등 웰니스관광의 전반적인 산업화를 지원할 수 있는 사업을 추진

## □ 지리산 중심의 산림·문화 관광벨트 구축

- 지리산 중심의 산림·문화 관광벨트를 구축하기 위해 거점화, 벨트화, 연계·협력 등의 전략으로 사업을 추진

[그림 4-1] 경남 지리산 권역의 관광 활성화 비전 및 전략

비전		지리산 중심의 산림 + 문화 관광벨트 조성		
분야별 추진 방안	전략	거점화	벨트화	연계·협력
		<p>〈산림레저〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 산림레포츠 인프라 확충</li> <li>- 백두대간 V-힐링 스타트업 로드 조성</li> <li>- 거창 챌린지 벨리 조성</li> </ul>	<p>〈산림레저 로드 연결〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 산림레저 인프라 연계</li> <li>- 지리산권 자전거 둘레길 조성 (지리산권)</li> <li>- 신비한 지리산 D백과사전</li> </ul>	<p>〈산림관광 확장〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 백두대간 인프라 연계</li> <li>- 무주 덕유산 둘레길 조성</li> <li>- 백두대간 스마트 마을리조트 조성</li> </ul>
		<p>〈산림휴양〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 치유, 휴양, 전망여행 등 인프라 확충</li> <li>- 랜드마크형 산림인공정원 조성</li> <li>- 감악산 힐링타워 조성</li> <li>- 산촌미식 창고형 플레이스</li> </ul>	<p>〈휴양관광 벨트〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역특성 관광 연계를 통한 시너지 창출</li> <li>- 향노화 산림휴양 명소화 조성사업</li> <li>- 한방 웰니스 거점 조성</li> </ul>	<p>〈내륙 수변관광 연계〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 산림휴양과 내륙 수변관광 연계로 복합체험 환경 조성</li> <li>- 섬진강 카누, 자전거길 정비</li> <li>- 합천호 휴양형 플로팅 리조트</li> <li>- 하동호 산림호반 관광클러스터</li> </ul>
		<p>〈산림문화〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역특성 문화사업 고도화</li> <li>- 섬진강 문화유산활성화</li> <li>- 선비문화풍류벨트 조성</li> <li>- 대장경 스카이가든 조성</li> </ul>	<p>〈남도문화 벨트〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 테마별 남도문화 사업 연계</li> <li>- 지리산권 유교문화 벨트</li> <li>* 신명사도 실천유학 문화체험</li> <li>- 섬진강권 인문문화 벨트</li> <li>* 화개장터 복합문화공간 조성</li> </ul>	<p>〈초광역협력〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지리산권 특별연합 등</li> <li>- 지리산권 특별연합 설치</li> <li>- 섬진강권 연계</li> <li>* 하동·광양 하모니 복합단지 조성</li> </ul>

자료 : 경상남도 내부자료(2023)

- 산림레포츠와 치유·휴양 등의 인프라를 확충하고 지역 특성의 문화사업을 고도화하여 산림의 레저, 휴양, 문화 등의 거점화를 추진
  - 산림레저 인프라, 테마별 남도 문화 사업 등과 연계하고 지역 특성의 관광 연계를 통해 시너지를 창출함으로써, 벨트화 전략으로 산림레저 로드를 연결하고 휴양관광과 남도문화의 벨트를 구축
  - 백두대간 인프라와 연계해 산림관광을 확장하고, 산림휴양과 내륙 수변관광의 연계로 복합체험의 환경을 조성하며, 지리산권 특별연합과 같은 초광역협력으로 연계·협력의 전략을 지향
- 자연자원, 문화자원 등 지역이 보유한 다양한 자원을 유기적으로 연계하여 변화하는 관광트렌드에 대응하며 지역의 관광경쟁력을 강화

## 2. 경상남도 지리산 권역의 관광 자원화 정책 제언

### ① 남부권을 대표하는 국립산림치유원 유치를 통한 질 높은 산림복지서비스 제공

- 산림청은 인체의 면역력 및 건강 증진을 위해 산림의 다양한 환경요소를 활용할 수 있도록 국립산림치유원과 치유의 숲 등을 조성·운영
  - 국립산림치유원은 ① 산림의 치유효과를 통한 국민건강 증진, ② 산림치유 체험, 연구, 교육 기능 통합을 통한 산림치유 산업화 기반 마련, ③ 백두대간 지역의 균형발전 모델 제시 등을 목적으로 경북 영주·예천 일원에 유일하게 조성
  - 치유의 숲은 다양한 산림의 환경요소를 활용하여 산림치유지도사가 산림치유 프로그램을 실행하고 그 효과를 평가할 수 있는 시설을 포함
- 경남 지리산 권역에 남부권을 대표하는 광역 산림치유원 조성으로 국민의 삶의 질을 제고하고, 지리산권의 풍부한 산림인프라로서 타 지역과 차별화된 산림복지서비스를 제공

[그림 4-2] 산림복지 개념도



자료 : 한국산림복지진흥원 <https://www.fowi.or.kr/user/contents/contentsView.do?cntntslId=162> (검 색일 : 2023.09.12.)

- ‘산림복지’ 는 산림을 국민복지 증진에 활용하기 위해 도입된 새로운 정책적 개념이며, ‘산림복지’의 협의 및 광의로 구분하여 정의할 수 있음
  - \* 협의의 의미 : 산림을 기반으로 산림문화·휴양, 산림치유 및 교육 등의 서비스를 창출·제공함으로써 국민의 복지 증진에 기여하기 위한 경제적·사회적·정서적 지원과 관련된 활동(전 생애주기에 걸쳐 숲을 통해 숲태교, 유아숲체험, 산악레포츠, 산림치유 등 다양한 혜택을 제공)
  - \* 광의의 의미 : 지속가능한 산림경영을 기반으로 국민의 안녕과 복지 증진을 위해 산림의 직·간접적 편익을 창출·수급하는 활동(조림·숲가꾸기를 통해 맑은 물 공급, 대기 정화 등 산림의 공익적 편익 증진)
- 산림요양, 산림의료, 산림교육, 산림치유 등 휴양과 체험, 교육의 모든 기능을 하나(All-in-one)로 묶는 클러스터 설치
  - 산림치유는 숲에 존재하는 다양한 환경요소를 활용하여 인체의 면역력을 높이고, 신체적 정신적 건강을 회복시키는 활동을 의미
    - \* 질병의 치료행위가 아닌 건강의 유지를 돕고, 면역력을 높이는 치유활동을 말함



[그림 4-3] 산림치유 개념도



자료 : 한국산림복지진흥원 <https://www.fowi.or.kr/user/contents/contentsView.do?cntntslid=39> (검색일 : 2023.09.12.)

- 예비타당성을 신청하여 국가 시범단지로 선정된 후에 국비 확보 추진
  - <경상남도 인구감소지역 대응 기본계획>과 <백두대간권 발전종합계획 변경>에서는 ‘산림치유원 조성’이 사업의 하나로 계획되어, 이들 계획을 활용하여 국립산림치유원을 도 차원에서 전략적으로 유치하는 방안을 마련
- 우선 경상남도(2023c)가 수립한 <인구감소지역 대응 기본계획>에서는 경남 지리산권에 국립산림치유원의 확대 조성을 요구하는 차원에서 ‘국립 지리산 산림치유원 조성’을 사업계획에 반영
  - 산림을 찾는 사람들이 증가하면서 산림문화휴양, 산림치유에 관한 관심도 고조됨에 따라, 경남 지리산의 자연환경을 활용해 건강증진 및 심신안정 도모 목적의 공간조성 필요성이 제기
  - 기본계획 수립, 타당성 검토, 투자 심사, 부지 확보, 실시설계, 산림치유원 준공, 프로그램 개발·운영 등의 사업을 2024년부터 2028년까지 수행
    - \* 자연휴양림, 산림욕장, 산림치유센터, 치유의 숲 등의 시설을 포함
  - 환경산림국의 산림휴양과가 사업의 추진을 주관하고 내부적으로는 관광진흥과, 경상남도 산림환경연구원 등과, 외부적으로는 산림청, 한국관광공사 경남지사, 경남관광재단, 경남관광협회 등과 협력체계를 구축

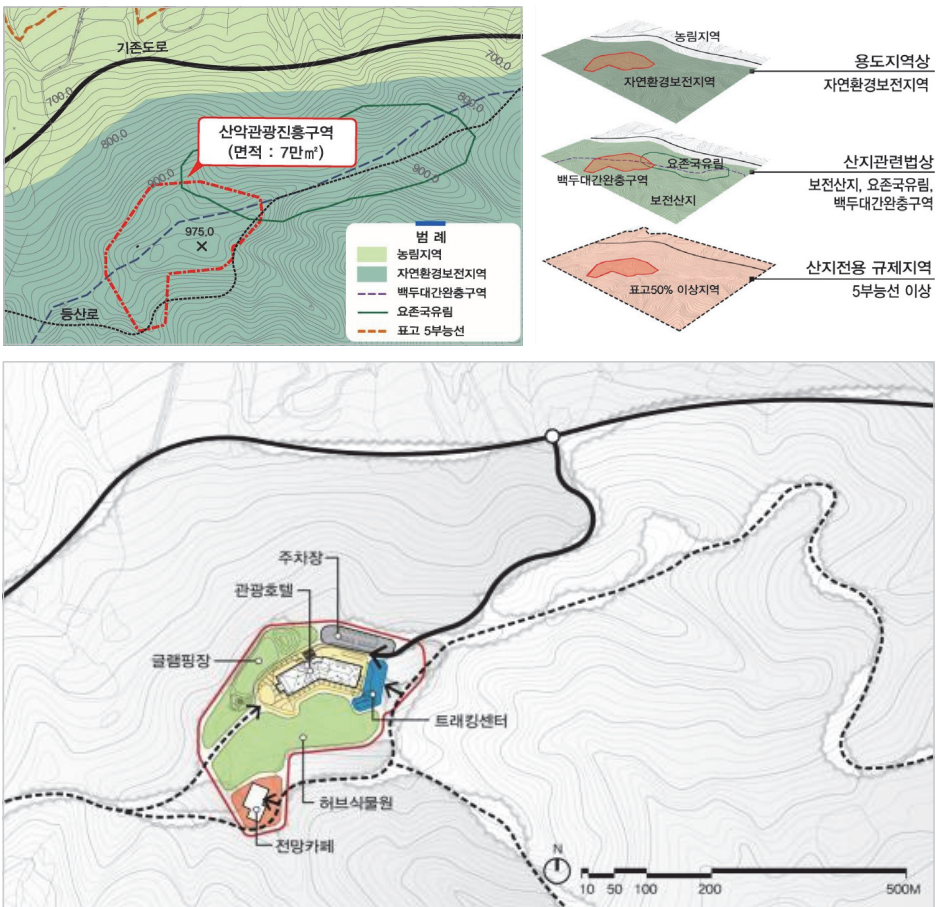
- 백두대간권에 걸쳐있는 6개 광역지자체(강원, 충북, 전북, 전남, 경북, 경남 등)가 공동으로 수립한 <백두대간권 발전종합계획 변경>에서는 ‘금원산 산림 치유원 조성’이 사업의 하나로 제시
  - 금원산의 다양한 산림자원과 운영 중인 자연휴양림\*, 생태수목원\*\*을 연계해 산림을 통한 휴양·교육·치유 제공으로 국민의 정서 함양, 건강증진에 기여하고 지역경제 활성화를 도모
    - \* 자연휴양림 : 130ha 규모로 1993년에 개원했으며, 숲속의 집(8동, 11실), 산림문화 휴양관(1동 12실) 등의 시설로 구성
    - \*\* 생태수목원 : 200ha 규모로 2011년에 개원했으며, 1,124종의 수목 자원과 희귀자생식물원, 고산습지원 등의 시설로 구성
  - 거창군 위천면 상천리 산 일원에 대해 100ha 규모로 2023년부터 2027년까지 200억 원을 투입해 사업을 추진하는 것으로 계획
    - \* 치유센터, 치유숲길, 일광욕장, 풍욕장, 명상공간, 숲체험장, 편의시설, 위생시설 등의 시설 조성, 산림 휴양·교육·치유 관련 교육 및 프로그램 개발·운영을 포함
  - 치유의 숲, 자연휴양림, 생태수목원과 연계한 체류형 산림관광으로 명소화
  - 코로나19 등으로 기존 자연휴양림 등 이용객에 감소 추세이나 이후 산림휴양에 대한 수요는 증가할 것으로 예상되며, 치유 등 체험 기회 확대 시 이용수요가 증가할 것으로 전망
  - 주변 금원산, 덕유산 등 명산과 산림복지시설 연계로 산림관광 특구화 추진
    - \* 금원산(위천면), 빼재·향노화(고제면) 등이 30km 내에 위치해 집단화에 유리\*\*
    - \*\* 금원산(휴양+치유+교육), 빼재(휴양+산림레포츠), 향노화(휴양+치유+등산)
  - 주중 단체 대상 산림치유·교육 프로그램 운영으로 자연휴양림 숙박시설 이용률 제고
    - \* 숲속의 집 8동(11실), 산림문화휴양관 1동(12실), 숲속수련장 1동(6실) 등 주중 가동율은 30% 내외 수준
  - 산림치유를 테마로 한 친환경 먹거리 개발로 지역경제 활성화 등 시너지 효과가 기대

## ② 산악관광진흥구역 제도의 도입 가능성에 대응

- 산악관광진흥구역은 「산악관광진흥구역의 지정 및 운영에 관한 법률안 (약칭 : 「산악관광진흥구역법안」)에서 사용된 용어로, ‘산악관광개발사업을 추진하기 위해 지정·고시된 구역’에 해당
  - 법률안에서는 산악관광을 ‘자연경관이 수려한 산지와 산림에서 산지와 산림이 보유한 자연자원과 문화자원을 이용하고 체험하는 관광’으로 정의
  - 또한 산악관광개발사업에 대해서는 ‘우수한 산악관광자원과 관광자원으로서의 잠재력을 보유한 지역을 종합적·체계적으로 발전시키기 위하여 산악관광진흥구역에서 시행하는 사업’으로 규정
- 「산악관광진흥구역법안」은 2015년 10월 문화체육관광부에 의해 처음 제안되었으나 2016년 5월 제19대 국회 임기만료로 폐기
  - 이어 제20대 국회 출범과 함께 문화체육관광부는 「산악관광진흥구역법안」을 2016년 6월 다시 발의하였고, 2017년 2월 같은 이름의 법안이 홍문표 의원 대표로 발의되기도 했으나 이들 두 법안은 임기만료로 폐기
  - 제21대 국회에서도 2022년 8월 엄태영 의원 대표로 발의되어 같은 이름의 법안이 2015년 이래 네 번째 제안되었으나, 2023년 9월 현재 계류 중임
- 경상남도는 「산악관광진흥구역법안」이 처음 제안되었던 2015년을 전후로 산악관광진흥구역을 추진해왔던 경험이 있음
  - 산악관광진흥구역을 추진함으로써 산청·함양 등 지리산 주변 향노화산업과 연계한 산악관광의 활성화로, 지역의 직·간접 고용을 창출함과 동시에 국내·외 방문객을 증가시켜 지역경제 활성화에 기여
  - 지리산 산악관광진흥구역 지정을 위해 관계 중앙부처와 국회 등을 방문하며, 법안에 각종 규제가 특례로 반영되어 지리산 케이블카 및 장터목에 산악호텔이 건립될 수 있도록 설득 노력을 해왔음
- 향후 「산악관광진흥구역법안」이 제정될 가능성에 대응하며, 도 차원에서 산악관광진흥구역을 재추진하는 방안에 대해 신중하게 검토

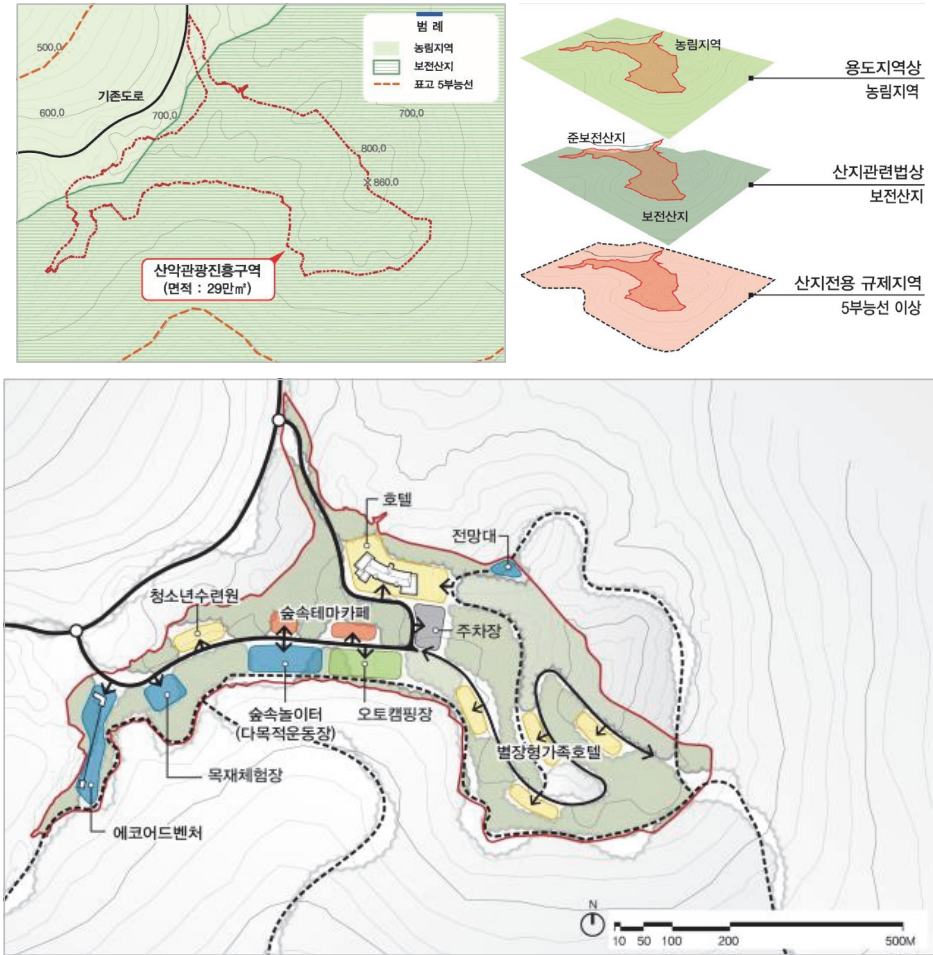
- 산악관광진흥구역은 환경영향평가를 거쳐 환경대책 등을 철저히 수립한 경우에 한하여, 중첩적인 규제로 묶여있는 산지를 효과적으로 활용할 수 있도록 산악관광 활성화와 지역경제의 활력을 도모하고자 도입한 제도에 해당

[그림 4-4] 산악관광진흥구역 설정 시 소규모 산악관광단지사업 개발 모델 (예시)



주 : 가상지역은 관광지에 인접한 산정부(해발 975m)의 7만㎡ 부지로서, 용도지역상 자연환경보전지역, 보전산지, 백두대간보호지역 중 완충구역, 요존국유림, 5부 능선 이상 지역에 해당  
 자료 : 문화체육관광부, 국회 문화체육관광위원회(2022: 73)에서 재인용

[그림 4-5] 산악관광진흥구역 설정 시 대규모 산악관광단지사업 개발 모델 (예시)



주: 가상지역은 인접하여 도로가 위치한, 해발 860m의 산정부 인근 29만㎡ 부지로서, 용도지역상 농림 지역, 보전산지, 5분 능선 이상 지역에 해당

자료: 문화체육관광부: 국회 문화체육관광위원회(2022: 74)에서 재인용

- 환경단체의 입법 반대로 법률안의 제정 과정에 난관이 예상되나, 법률안 내용에 대한 오해도 있는 만큼 인식 개선을 위한 대국민 홍보 및 설득의 노력이 필요할 것으로 판단

- \* 2015년 9월 「산악관광진흥구역법안」의 입법을 앞두고 산악관광진흥구역을 통해 「자연공원법」을 무력화하는 개발이 가능해진다는 주장에 대해, 국립공원을 포함한 자연공원뿐만 아니라 백두대간보호지역 중 핵심구역, 산림유전자원보호구역, 야생동물보호구역 등은 산악관광진흥구역 내에 포함되지 않으며 법률안의 적용대상에 서도 제외된다고 당시에 문화체육관광부가 해명한 바 있음

### ③ 인구감소지역대응 기본계획 사업의 착실한 추진

- 지리산국립공원에 걸쳐있는 하동·산청·함양군과 이들 지역에 인접한 거창·합천군은 <인구감소지역대응 기본계획>에 반영된 사업을 착실하게 추진할 필요가 있음

- 서부 경남의 내륙 지역인 산청군, 함양군, 거창군, 합천군과 지리산권인 하동군은 이들 지역의 우수한 산악 지형을 지혜롭게 활용하는 방안을 모색
- 지리산권과 서부 경남 내륙 지역의 각 지자체가 수립한 다음의 <인구감소 지역대응 기본계획>상 사업을 지속가능하게 추진하여, 산림휴양·복지 등을 중심으로 한 관광 활성화로 생활인구 유치 방안을 모색할 필요가 있음
- \* 아래 14개 사업은 투자금액이 많은 순으로 정렬

#### ① 웰니스 메디컬파크 조성사업 (함양군)

- 함양 대봉산 휴양밸리와 연계해 의료 웰니스관광을 활성화하고, 퇴직 의료인, 관련 종사자, 환자 중심으로 정주민구의 확대를 도모
- 대봉산휴양밸리와 연계해 의료 치료와 웰니스 관광상품을 개발하고, 이를 홍보함으로써 특화된 매력적인 융·복합 웰니스·의료 관광지를 조성
- 의료 종사자 은퇴자들이 건강하고 행복한 노후 생활을 하는 데 필요한 각종 시설을 갖춘 의료인 공동체 마을로 조성

#### ② 산청 황매산 자연휴양림 조성사업 (산청군)

- 황매산은 빛 공해가 없어 은하수를 감상할 수 있으나 숙박 시설로는 오토 캠핑장이 유일해 체류형 산림휴양시설의 보완이 필요

- 황매산 자연휴양림 숲 내에 힐링 공간을 보완해 사계절 체류형 산림관광 명소를 조성
- 또한 자연휴양림과 연계해 산림휴양 복합단지들을 조성하여 산림복지 서비스의 거점화를 진행하고, 이를 통해 자연 체류형 관광객을 유치
- 지역의 자연자원과 연계한 힐링빌리지를 조성
  - \* 숲속빌라 12동, 파노라마 쉼터 1동, 탐방쉼터 1개소, 별무리전망대 1개소, 별정원, 탐방로, 데크로드, 체험시설 등

### ③ 나만의 5성급 호텔 (함양군)

- 캠핑 수요의 확산 트렌드와 함양 자연자원의 강점을 활용하여 국내 캠핑족이 함양과 지속적이고 밀착된 관계를 맺을 수 있도록 캠핑 환경을 조성함으로써, 지역 방문의 촉진과 지속적인 방문이 가능한 생활인구의 확보를 도모
- 2020년 기준 함양군 내 민간 및 공공부문 캠핑장은 총 19개, 사이트 면수는 401면으로 연간 5만 7,303명이 이용했으나, 이는 주요 인기 개별 캠핑장 연간 이용객 수의 절반 수준에 해당
  - \* 함양군에서 운영하는 야영장은 홍보가 부족해 상대적으로 이용객수가 낮은 상황으로 판단
- 경영인 대상 희망자 조사 후 공모를 통해 산림 등 매력적인 장소를 선정하여 캠핑장을 조성하며, 군에서는 진입로 등의 기반시설과 인허가 절차를 지원
- 타 지역 거주자의 지속적인 방문을 유인할 수 있도록 안전하고 저렴한 캠핑장을 장기적으로 제공
  - \* 1년 이상 장기임대를 통해 나만의 캠핑장을 가꾸며 지역에 애착을 갖도록 유도
- 캠핑장을 중심으로 지역관광 루트와 체험 프로그램의 연계방안을 모색하고, 캠핑관광수요 맞춤형 콘텐츠 개발 활성화를 촉진

### ④ 지리산 생태아트 빌리지 조성 (하동군)

- 지리산 기슭의 생태산촌을 배경으로 생태환경·문화예술 빌리지를 조성해, 자연친화적 생태환경 문화예술 활동의 중심지 역할을 추진

- 생태예술인, 교육생, 체험객 유치 및 생태환경 문화예술의 활동으로 지역경제 활성화를 도모
  - 주기적으로 전시회를 개최하고 대도시와 생태환경 문화예술 네트워크 구축
- ⑤ 전국적 심신치료 힐링단지 조성 (하동군)
- 하동 편백치유의 숲과 산림치유시설을 연계해 힐링단지로 조성하여 심신 치료의 장소로 활용
  - 숲의 소리, 온습도, 광선, 음이온, 경관 등 숲의 환경 요소를 활용한 오감 자극을 통해 자연치유 능력을 향상
  - 힐링단지에 산모와 태아의 심신 안정 및 정서적 건강 증진 활동을 추진
  - 무장애 테크로드, 야외 산책공간 등 하동 치유의 숲 공간에 대해 구역별로 휴식공간을 조성
- ⑥ 향노화힐링랜드 출렁다리 연결 잔도길 설치사업 (거창군)
- 향노화힐링랜드는 Y자형 출렁다리 외에 특색있는 볼거리 및 체험시설이 다소 부족하고, 개통된 지 2년이 지남에 따라 재방문을 제고를 위한 새로운 관광 아이템의 필요성이 제기
  - 지역 내 인접 휴양림과 차별화된 힐링 체험시설을 조성함으로써, 늘어나는 산림휴양 수요에 대응한 다양한 산림복지 서비스의 제공으로 관광객 등 인구 유입을 유도
  - 견암폭포와 Y자형 출렁다리 간 연결 잔도 설치를 통해 체류형 관광객 증가와 함께 지역경제 활성화에 기여할 것으로 예상
  - 창포원, 빼재산림레포츠파크, 에콜리안골프장, 가조온천지구 등과 연계한 힐빙(heal-being) 도시의 이미지 제고 및 휴양·여가시설 확충에 따른 인구 유입이 기대
- ⑦ 감악산 체험장 야간시설 설치사업 (거창군)
- 레이저 프로젝트, 프로젝션 맵핑영상, 특수효과 장치, 음향장치 등 야간시설의 설치로, 감악산 방문객의 증가와 인근 마을의 지역경제 활성화를 도모



- 지속적인 관광객 유치를 위한 관광상품의 연계를 통해 주민소득 창출이 기대
  - 야간 체험 프로그램을 운영하고, 치유의 숲, 무장애 나눔길 등을 조성
- ⑧ 거열산성 군립공원 복원추진과 연계한 ‘아림(娥林)’ 조성사업 (거창군)
- 거열산성 군립공원을 복원하고 주변 역사문화자원과 연계해 휴식·여가를 위한 생태환경 거점 공간의 조성 필요성 제기
  - 거열산성 군립공원이 위치한 ‘상림리’의 정체성을 확보할 수 있는 거창군의 숲(녹지공간)을 조성
    - \* 상림(上林)의 ‘상(上)’은 뒀 또는 만의 뜻이며, ‘림(林)’은 ‘아림(娥林)’이라는 본 지역에 있었던 숲에서 유래된 것으로 추정
- ⑨ 포시즌스(Four Seasons) 황매산 조성 (합천군)
- 황매산은 합천군 남서부에 위치하여 관내 관광명소 중 가장 많은 방문객이 찾는 곳으로, 봄 철쭉축제와 가을 억새축제 개최로 지역경제 활성화 및 지역 활력에 기여하는 바가 큼
  - 코로나19 이후 소규모 가족 단위 여행 수요 증가, 친환경 관광지 선호 등 관광 트렌드의 급격한 변화에 따라 황매산 방문객들이 급격히 증가하고 있으나 체류형 관광기반시설은 부족한 상황
  - 현재 지방소멸대응기금으로 추진 중인 ‘위케이션 조성-황매산 위케이션 카라반’ 사업과 연계해 경남의 대표적인 사계절 산림휴양거점으로 육성하여 지역활력을 도모
- ⑩ 거창 산림레포츠파크 지역특화형 숲속의 집 조성 (거창군)
- 빼재 산림레포츠파크에 다양한 산림레포츠 시설이 조성될 예정이나, 익스트림 스포츠를 즐기고자 하는 방문객의 흥미를 유도할 수 있는 이색적인 숙박시설의 필요성 제기
  - 산림자원을 활용해 체류형 관광을 유도하고, 산림레포츠시설의 재방문율을 높이기 위한 시설 조성이 필요
  - 산악 지형에 어울리는 A프레임하우스와 숲속의 집 관리용 창고 등을 조성

## ⑪ 포레스트 어드벤처 (산청군)

- 산청군은 전체 면적의 80% 이상이 산림으로 구성되나 자연에서의 놀이 공간이 부족한 실정이며, 온 가족이 함께 즐길거리가 없는 등 산림으로 이용할 수 있는 대상의 폭이 협소
- 야외에서 자연과 함께 문화예술을 즐기고 힐링할 수 있는 공간을 조성
- 다양한 숲 체험의 기회를 제공하고 지속적인 자연 친화적 교육환경의 조성을 통해 아동의 신체적·정서적 건강증진을 도모
- 기존 수림과 비탈면을 활용한 모험·체험시설의 설치로 자연에서의 놀이 공간을 확보
  - \* 다양한 유형의 아동 이용객을 위해 유니버설 디자인의 적용이 필요

## ⑫ 쓰리픽스 올림픽 (산청군)

- 대회 개최를 통해 산청군의 자연경관을 활용한 등산인, 레포츠인들의 지속적인 방문을 유도
- 지리산, 황매산, 경호강 등 산청군의 자연에서 진행되는 레포츠를 테마로 챌린지 대회를 개최해 사람들의 방문을 유도하고, 커뮤니티를 통해 산청에 대한 호감으로 이어질 수 있도록 함
- 산청군의 자연에 대한 인식 제고와 쓰리픽스 지킴이의 지속적인 방문으로의 연결이 기대
- 지리산, 황매산 등의 자연과 액티비티센터, 경호강 자전거 100리길 등에서 진행할 수 있는 레포츠를 연결하여 쓰리픽스 올림픽을 개최
  - \* 3개 봉우리 일주일 간 등반하기 등 매년 2회 운영
- 3개 레포츠 참여하기, 철인 3종경기 등을 기획한 후 쓰리픽스 챌린지 운영

## ⑬ 웰니스 산악자전거(MTB) 기반 구축 (거창군)

- 활용성이 높은 산림자원이 거창군 전역에 분포하고 있어, 등산의 주목적 외에 산림자원의 추가적인 활용방안을 모색하여 생활인구의 유입을 도모

- 자전거를 활용한 스포츠의 관심도가 높아지고 있으나, 산악자전거 코스가 따로 조성되지 않아 일반등산로와 중첩 사용되는 문제로 등산객과 산악자전거 이용자 간 사고 발생의 위험이 상존
- 산재된 산림자원을 활용해 스포츠 인프라를 형성하여 다양한 수요층을 위한 산악자전거(MTB) 기반을 구축
- MTB 산악 코스를 일반 등산로와 구별해 초급·중급·고급 단계별로 구축하고 MTB 전문 가이드 양성 및 MTB 스포츠 대회 개최의 추진 기반을 마련

#### ⑭ 쓰리픽스 지킴이 (산청군)

- 지리산, 황매산 등의 청정자원을 활용해 자연에 대한 관심을 높이고, 커뮤니티 활동을 통해 지역에 대한 애정으로 이어지도록 함으로써 산청군으로의 정기적인 방문을 유도
- 이를 위해 지리산, 황매산, 웅석봉의 3개 산봉우리를 상징하는 쓰리픽스 지킴이를 지정하고, 이들이 자연 관리에 지속적으로 참여할 수 있도록 독려
  - \* 3개의 산봉우리를 의미하는 쓰리픽스는 영국 세 지역의 최고봉\*\*을 24시간 내 주파하는 '쓰리 픽스 챌린지(Three Peaks Challenge)'에서 유래
  - \*\* 스코틀랜드의 벤네비스(1,345m), 잉글랜드의 스키펠파이크(978m), 웨일스의 스노든(1,085m)
- 산과 자연을 사랑하는 사람을 대상으로 쓰리픽스 지킴이를 모집·인증
  - \* 쓰리픽스 지킴이는 한 달에 한 번씩 산청의 산에서 모이는 커뮤니티로 운영

### 제3절 남해 바다의 브랜드 구축

#### 1. 지역 브랜드화 방향의 설정

##### □ 장소 브랜딩의 개념

- 장소 브랜딩(place branding)이란 ‘장소를 하나의 브랜드로 보고 그 가치를 극대화하는 과정’으로 이해 (이희복, 2017: 24)
  - 장소 마케팅과 커뮤니케이션의 개념으로도 설명되는데, 원산지의 중요성이 주목되면서 기업과 국가의 개념이 혼재되어 사회와 경제, 정치 환경의 변화에 기초해 시대적 요구에 따라 새롭게 정의되는 개념
  - 20세기 이후 진행된 지구화는 장소 브랜딩의 필요성을 증대시켰고, 여행의 자유화와 관광산업의 발달로 세계는 국경이 없는 ‘지구촌’으로 변화
  - 훌륭한 시설, 멋진 자연환경과 문화유산, 정책적 지원 등 장소의 잠재력을 앞세워 전 지구적으로 지역 간 경쟁이 치열
- 장소 브랜딩의 실천과정은 장소 마케팅이며, 지역브랜드 전략에 해당
  - 지역 경관에서부터 정치·경제·사회·문화 등 다양한 요소들이 활용될 수 있지만, 지역이 보유한 장점을 극대화해 하나의 지역 브랜드로 개발
  - 지역은 활동의 무대로서 사람들에게 지역에 대한 구매 의지를 높이기 위해서는 소비자들이 선호하는 이미지로 상품의 개발이 필요하고, 이를 판매·유통하기 위해서는 상품의 브랜드화가 전략적으로 요구
  - 전략적 마케팅은 마케팅 개념을 장소에 적용해야 하며, 장소의 매력을 높일 수 있는 정체성을 만들고 소개하면서 브랜드로 발전시켜 나갈 수 있음

##### □ 지역 브랜드 슬로건의 중요성

- 브랜드 슬로건은 로고와 이벤트 등 지역의 정체성을 구성하는 핵심 요소이자 수단의 역할을 담당

- 슬로건은 브랜딩 과정에서 가장 주요한 브랜드 커뮤니케이션 수단 중 하나로서, 설득의 과정에서 브랜드의 개성을 표현하는 구체적인 방법에 해당
  - 수용자의 호의적인 태도를 형성할 수 있게 할 뿐만 아니라, 경쟁자와 차별화할 수 있는 유용한 방법
  - 슬로건은 브랜드가 가진 메시지의 강도와 차별성을 보완하며, 브랜드의 추가적 연상을 자극하고, 소비자들에게 브랜드가 어떤 것이고 브랜드의 무엇이 특별한지 의미의 파악을 도모
  - 강력한 이미지를 창출해 고객의 구매와 투자, 고용 등 다양한 기능을 수행하므로, 슬로건은 주로 기업에서 사용되어왔음
  - 슬로건이 '지름길의 수사학'으로 표현되듯, 지역 브랜드 슬로건의 경우에도 해당 지역의 커뮤니케이션 목표를 지름길처럼 효과적으로 전달할 수 있음
- 그러나 최근 브랜드가 다양한 분야에서 강조되고 브랜딩 활동이 전개되면서 브랜드 슬로건에 대한 문제점이 지적되고 있기도 함
- 지역에서 브랜드에 관한 관심은 높지만 전략적 운영이 미숙한 실정이며 관련 프로그램도 부족한 실정
  - 슬로건과 브랜드에 대한 개념의 혼동이 있으며, 브랜드 정체성을 구축하고 슬로건 등 브랜딩 활동이 전략적으로 운용되지 않는 문제점도 있음
  - 지역 브랜드 슬로건의 뜻을 이해하기 힘들고 친밀감이나 충분한 의사 전달, 의미의 공유를 방해하는 결과가 나타남
- 위와 같은 배경에서 지역의 브랜드 슬로건을 개발할 때는 지역의 문화적 특징, 비전, 전략, 영향 분석 등 충분한 시간의 연구가 필요
- 지역은 브랜드로서 장소 마케팅에서 지역정체성과 차별화를 위한 주요 수단이며, 고객과 감성적 관계 맺기를 통해 소비자 자아와 일치된 이미지를 창출할 수 있음
  - 지역에서는 한정된 예산, 전반적인 통제, 내부와 외부 압력 등의 도전을 받지만, 차별화할 수 있는 핵심 요소를 브랜드로 창출해야 할 필요가 있음

- 잘 조직되고 집중적인 커뮤니케이션으로 소비자와 감성적 관계를 통해 브랜드가 잠재적인 방문객을 유도할 수 있도록 설계되어야 함

#### □ 지역 브랜드 슬로건의 요건 및 전략

- 이희복(2017: 243-249)은 도시 브랜드 슬로건이 가져야 할 아홉 가지 가이드 라인을 ‘도시 브랜드 슬로건 9 CITY 전략’으로 제안
  - 도시를 도시답게 만들고 시민에게 사랑받을 수 있도록, 도시의 콘셉트를 만들고 도시의 정체성을 구축해 브랜드로 성장시킬 필요가 있음을 주장
  - 도시를 대상으로 하고 있으나 지역 단위에도 참조할 수 있어, 다음의 9가지 전략을 경남 남해안의 브랜드 슬로건에도 적용할 수 있을 것으로 판단
    - \* 아래 9가지 내용은 이희복(2017)의 제안에서 ‘도시’를 ‘지역’으로 전환하여 표현

##### ① 단순함 (SimpliCITY)

- 지역의 분석에서 도출된 자기만의 장점과 기회 요인을 하나의 키워드, 하나의 문장으로 정리할 수 있어야 함
- 단순한 슬로건이 전략적으로, ‘작고 가벼운’ 것보다는 ‘가장 작은’ 것이 더욱 강력

##### ② 진정성 (AuthentiCITY)

- 진정성은 변화된 미디어 환경으로 똑똑(smart)해진 시민들에게 설득력을 주며, 지역이 가진 참모습을 가감 없이 드러내는 솔직함이 전달력을 가짐
- 지역의 허장성세를 장황하게 늘어놓는 것보다 어리석은 전략은 없으며, 사실을 토대로 한 진정성보다 더 좋은 전략은 없음

##### ③ 홍보 (PubliCITY)

- 홍보는 공보와 광고와는 달리 시민의 마음을 얻는 과정이므로 홍보의 가치를 가진 콘텐츠여야 함

- 슬로건이 일방적인 전달이 아닌 쌍방향의 균형 잡힌 소통이어야 하므로, 주장이나 호소가 아닌 공감과 사랑을 바탕으로 만들어져야 함
- 마케팅과 커뮤니케이션에 두루 사용될 수 있는 슬로건이 전략적

#### ④ 능력 (CapaiCITY)

- 능력(capacity) 있는 카피로 슬로건 하나만으로도 의미가 충분히 전달되어야 함
- 슬로건은 캠페인 전반에서 핵심 메시지를 전달하고 캠페인을 이끌어야 함

#### ⑤ 현명 (SagaCITY)

- 현명함은 슬로건이 가져야 할 덕목으로, 운율의 활용법, 의미와 구조 등으로 수용자의 주의를 집중하고 자연스럽게 기억하며 발음하게 해야 함
- 이를 위해 슬로건은 쉽지만 의미를 담아 현명(sagacity)하게 만들어야 하며, 수사적 표현과 수사적 비유 등 전문적인 카피라이터에 의해 만들어지는 것이 적함

#### ⑥ 지속 (TenaCITY)

- 지속(tenacity)은 캠페인 기간동안 슬로건이 바뀌어서는 안 된다는 것으로, 적어도 상당 기간, 캠페인이 지속되는 동안에는 슬로건을 바꾸지 않겠다는 약속을 의미
- 시장이 바뀐다 해서 또는 시간이 지났다고 해서 슬로건을 바꾸는 우를 범해서는 안 됨

#### ⑦ 특성 (SpecifiCITY)

- 어디서 본 듯한, 심지어 같은 슬로건의 사용은 차별화가 안 되며, 남다른 무엇이 슬로건에 담겨야 함
- 자신만의 특성(specificity)을 드러내어 전달할 때 차이를 알 수 있음
- 남과 같다면 특성이라 할 수 없으며 차별화가 아닌 동일화로 불필요한 시간과 낭비만 초래
- 지역의 컨셉트를 선정하고 이를 커뮤니케이션에 활용할 때, 그리고 슬로건을 만들 때 반드시 유사한 슬로건의 여부를 확인해야 함

## ⑧ 행복 (FeliCITY)

- 부정보다는 긍정적인 내용으로 구성하되 시민과 방문객들에게 브랜드의 이미지를 잘 전달해야 함
- 지역은 삶의 질, 즉 행복(felicity)한 브랜드 연상이 많은 도시일수록 세계에서 가장 살기 좋은 지역, 최고의 지역으로 평가받을 수 있음
- 시민을 행복하게 하는 슬로건이 좋으며, 추상적인 내용보다는 확실한 약속을 보여주고 왜 그것이 가능한지를 설명해야 함

## ⑨ 상호존중 (ReciproCITY)

- 브랜드는 마케팅과 커뮤니케이션 과정에서 시민과 파트너십으로 상호존중(reciprocity) 관계를 유지·발전해야 함
- 지역과 시민이 같이할 수 있는 가치를 제시하고 동의를 얻을 때 지역이 존재할 수 있음
- 지역은 시민과 공존하고 시민에게 브랜드로 존재하므로, 메시지로서 슬로건에 상호존중을 표현해야 함

## □ 경상남도 남해 바다의 지역 브랜드화 방향

- 위의 지역 브랜드 개념을 종합할 때 경상남도 남해 바다의 지역 브랜드는 슬로건의 뜻을 이해하기 쉽고 친밀하며 의미의 공유가 전제되어야 함
  - 지역의 문화적 특징, 비전과 전략 등을 고려하여 경상남도 남해 바다의 지역 브랜드 슬로건을 개발
- 경상남도 남해 바다의 특성이 반영된 핵심적인 메시지가 담겨 있고 기억하기 쉬우며 오랜 시간 사용될 수 있는 슬로건이 되도록 설계
  - 간단명료하고 진실하며 교감을 이룰 수 있는 슬로건이 되어야 할 것으로 판단

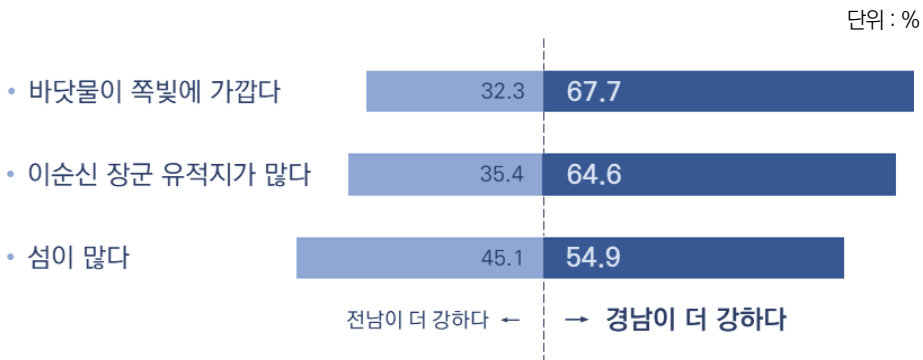


## 2. 경상남도 남해 바다의 브랜드 슬로건 제안

### ① “경남 쪽빛바다, 남해<sup>藍海</sup>”

- 경상남도 남해 바다의 브랜드는 전남 남해 바다와 차별된, 경남만의 고유한 특성이 슬로건에 최대한 반영되도록 개발할 필요가 있음
    - 남해안에는 전남과 경남이 공통되게 섬이 많고, 바닷물이 쪽빛에 가까우며, 이순신 장군의 전적지도 많아, 이들 두 지역 간 차이점을 찾기란 쉽지 않은 일로 판단
    - 그럼에도 전남 지역과의 비교 우위에 있는 경남지역의 특성을 탐색하여 이를 브랜드 슬로건에 활용하는 방안을 모색하고자 함
  - 본 연구에서 전라남도와 비교해 경상남도 남해의 이미지를 상대적으로 평가해본 결과, ‘바닷물이 쪽빛에 가깝다’ 항목에 우위가 있는 결과를 나타냄
    - 경상남도 남해 바다를 표현하는 서술어에 대한 평가에서 ‘섬이 많다’라는 항목은 10점 만점에 8.28점으로 7개 항목\* 중에 가장 높은 점수를 보였지만, 전남과 비교한 경남의 상대 평가에서는 54.9%로 낮은 결과를 나타냄
- \* 전남 남해 바다와 비교한 상대평가 3개 항목, 즉 ‘바닷물이 쪽빛에 가깝다’, ‘이순신 장군 유적지가 많다’, ‘섬이 많다’ 외에 ‘아름답다’, ‘푸르다’, ‘절경이다’, ‘청정하다’ 등이 있음

[그림 4-6] 전라남도과 비교한 경상남도 남해의 이미지 평가



N=400

- ‘이순신 장군 유적지가 많다’ 항목에서는 10점 만점에 7.49점으로 7개 항목 중에 가장 낮은 점수를 나타냈지만, 전남과 비교한 경남의 상대 평가에서는 64.6%를 보여 비교적 높은 결과로 나타남
- 또한 ‘바닷물이 쪽빛에 가깝다’ 항목이 10점 만점에 7.60점으로 낮은 점수를 나타냈지만, 전남과 비교한 경남의 상대 평가에서는 67.7%를 보여 가장 높은 결과로 나타남
- 위와 같은 설문 결과를 종합적으로 고려해 본 연구에서는 경상남도 남해 바다 브랜드의 첫 번째 슬로건으로 ‘경남 쪽빛 바다, 남해<sub>藍海</sub>’를 제안하고자 함
  - 슬로건에서 사용된 ‘남해’는 한자로 ‘南(남녘 남)’, ‘海(바다 해)’가 아닌, ‘藍(쪽빛 남)’, ‘海(바다 해)’를 사용
  - ‘남해’에 대해 동음이의(同音異義) 용어를 사용함으로써, 브랜드 슬로건을 통해 경상남도 남해 바다의 ‘쪽빛바다’ 이미지를 강화

## ② “한려<sub>閑麗</sub>하다, 경남 남해”

- 경남의 남해는 ‘한려수도의 바다’ 이미지가 강하며, 이러한 특성을 브랜드 슬로건에 지혜롭게 활용할 필요가 있음
  - ‘한려’라는 명칭이 통영시 한산도의 ‘한(閑)’과 여수시의 ‘여(麗)’를 한 글자씩 따온 것이어서, 한려해상의 범위는 전남 여수 바다를 일부 포함하기도 함
  - 그럼에도 한려해상국립공원의 대부분을 경남의 남해가 차지하고 있어, 한려수도의 이미지를 경상남도 남해 바다의 브랜드화에 활용하는 방안은 무리가 없는 것으로 판단
  - 반면에 전라남도의 남해는 다도해해상국립공원이 있어, 섬이 많은 바다의 이미지가 경상남도의 남해보다 상대적으로 높음
- 앞에서 언급하였듯 ‘한려(閑麗)’의 용어는 지명에서 유래했으나, 이와는 별도의 의미로서 같은 한자어가 국어사전에 등재되어 있기도 함

- 국립국어원의 <표준국어대사전>에서는 ‘한려(閑麗)’에 대해 ‘우아하고 고움’으로 정의
- 한자의 뜻과 연계하여 그 의미를 생각했을 때 ‘한려’에는 ‘고요하고 수려함’의 뉘앙스를 내포하기도 함
- 본 연구에서는 ‘한려’의 좋은 의미를 경상남도 남해 바다의 브랜드에 적용하여, 두 번째 슬로건으로 ‘한려<sup>閑麗</sup>하다, 경남 남해’를 제안하고자 함
  - ‘한려하다’도 <표준국어대사전>에 등재된 어휘로, ‘우아하고 곱다’로 정의
  - 일상에서 잘 사용하지 않는 생소한 용어를 브랜드 슬로건에 활용하면, 소비자들은 더 궁금해하고 브랜드에 대해 더 알아보려는 경향이 나타남
  - 또한 독특한 용어의 사용으로 사람들의 주목을 받아 기억에 남는 브랜드가 될 것으로도 기대

## 제4절 남해 바다의 랜드마크 조성

### 1. 랜드마크화 방향의 설정

#### □ 랜드마크의 정의

- 국립국어원의 <우리말샘> 사전에서는 랜드마크(landmark)를 ‘어떤 지역을 대표하거나 구별하게 하는 표지’로 정의
  - <두산백과사전>에서는 ‘어떤 지역을 대표하거나 다른 지역과 구별되는 지형이나 시설물’을 가리키는 것으로, 일반적으로 주위의 경관 중에서 두드러지게 눈에 띄는 것이 자연스럽게 랜드마크가 되는 경우가 많다고 설명
- 랜드마크는 도시 또는 지역 전체 경관에서 독특하게 보이는 점적인 경관 요소로서 관찰자가 대상 안에서 바라보는 것이 아닌, 외부에서 바라보는 경우 주변에서 유일하거나 기념비적인 성격을 갖게 됨
  - 랜드마크는 1960년 Kevin Lynch가 <도시의 이미지>(The Image of the City)라는 저서에서 제시한 개념으로\*, 위치 선정 및 이동 시 인식 가능한 자연 및 인공 지물을 의미하며 이집트의 오벨리스크가 시초가 됨
    - \* 도시의 이미지를 구성하는 5가지 요소로 랜드마크(landmarks)를 포함해 통로(paths), 구역(districts), 가장자리(edges), 결절점(nodes) 등을 제시
  - 도시 지역뿐만 아니라 농촌 또는 자연 환경에서도 적용할 수 있는 개념으로, 주위의 환경과 다른 모습 또는 위치에 따라 산, 언덕, 바위, 나무 등이 랜드마크로 기능할 수도 있음
- 랜드마크는 이정표 역할뿐만 아니라 지역의 이미지, 즉 지역의 정체성을 정립하는 데도 영향을 끼침

#### □ 랜드마크의 기능과 역할

- 위에서 살펴본 랜드마크의 개념적 정의를 통해 지역의 이미지 정립과 지역의 디자인 요소로서 그 역할과 기능을 담당

- 지속적인 식별성 강화, 경관 형성을 통한 관리, 지역의 이미지 제고 등을 통해 지역의 경관 특면에서 랜드마크를 활용할 수 있도록 함
  - 또한 타워, 조형물, 기념물 등 지역을 대표하는 다양한 형태로 존재하며, 역사·문화·관광 등 복합적 기능을 갖는 장소로 지역의 정체성과 이미지 제고는 물론, 외부 관광객을 유인하여 지역을 활성화하는 역할을 담당
- 건축가 리처드 로저스(Richard Rogers, 1933~2021)는 ‘랜드마크는 높이가 아니라 디자인’이라고 강조
- 랜드마크를 조성하기 위해 초고층 빌딩을 경쟁적으로 건축하고 있으나, 지역을 대표하는 랜드마크가 초고층일 필요는 없음
  - 건물의 높이나 규모보다는 설계 디자인의 우수성이 랜드마크의 결정적인 요소라 할 수 있음

## □ 랜드마크의 특성

### ① 상징성

- 상징성이란 사물 전달의 매개적 작용을 통칭하는 용어로, 랜드마크의 상징성을 통해 지역을 전달하는 매개적 역할의 특성이 있음
- 상징성의 매개로 지역의 경제, 사회, 문화 등 다양한 활동에 대한 기능과 의미를 내포

### ② 인지성

- 인지성은 대상을 아는 것으로 객관적 실재의 의식에서 반영된 것을 말하며, 이러한 특성의 랜드마크는 지역 내에서 사람들의 활동을 통해 자연스럽게 공통적으로 인지하고 있음을 의미
- 또한 주변과의 경관이 어떻게 구성되어야 하는가에 따라 랜드마크의 인지성 여부를 판단할 수 있음

### ③ 차별성

- 랜드마크는 건축물 또는 구조물로서 이들 사이에 외관상 차별성을 가짐

- 또한 주변 건물의 형태나 자연적 배경과 대비되며, 공간 배치가 중요한 요소로 주위 환경과 차별적 특성이 있음
- 배경과의 대비는 색채, 건물의 높이, 디자인의 독특성, 역사성, 상징성, 조명 등의 요소로 차별이 가능

#### ④ 역사성

- 역사성은 인간이 지내왔던 모습이나 활동으로 발생한 사실을 나타내는 하나의 매개로, 역사적으로 중요한 가치를 갖는 문화재가 랜드마크 역할을 할 수도 있음
- 랜드마크의 특성을 갖는 매개체는 지역의 발전 또는 변화의 과정을 표현하기도 함

### □ 경상남도 남해 바다의 랜드마크화 방향

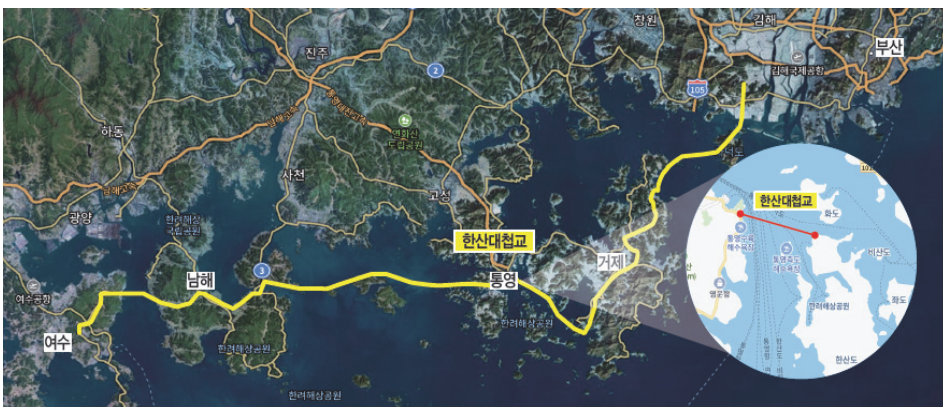
- 위의 랜드마크 개념을 종합할 때 경상남도 남해 바다의 랜드마크는 지역의 정체성 정립을 도모하고 상징성이 있으며 역사성의 반영을 고려해야 함
  - 본 연구의 설문조사에서도 경상남도 남해 바다 랜드마크 조성 시 고려해야 할 자원의 특성 중요도에 대해 상징성과 역사성이 각각 29.88%와 21.67%로 이들 두 요소가 과반의 비중을 나타냄
- 또한 인지성 향상을 위해 주위 환경과 차별성을 갖되, 자연과 조화를 이루도록 설계되어야 할 것으로 판단
  - 본 연구의 설문조사에서 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크를 조성하고자 하는 경우에 고려해야 할 자원으로 '자연자원'이 40.17%로 가장 높은 비중을 나타내기도 함
- 랜드마크가 너무 튀지 않으며 환경적·사회적·경제적으로 지속가능하고 주변의 인문 경관과도 어울리게 조성될 수 있도록 유의

## 2. 경상남도 남해 바다의 랜드마크 제안

### 1 한산대첩교 주탑 전망대

- 한려해상의 아름다운 자연경관을 활용하고 한산도대첩의 역사가 깃든 장소로서의 상징성 및 의미 부여를 위해, 한산대첩교를 랜드마크화하여 건립할 필요가 있음
  - 경상남도는 남해안 해양관광 활성화 및 국제적 해양관광거점 조성을 위해 남해안 아일랜드 하이웨이\*를 추진하고 있으며, 이 노선의 핵심축에 해당하는 한산대첩교\*\* 건설을 계획
    - \* 남해안 아일랜드 하이웨이는 전남 여수에서 남해, 통영, 거제, 부산을 잇는 총길이 152km의 섬 연결 대규모 해상도로를 의미
    - \*\* 한산대첩교는 통영시 도남동에서 거제시 동부면을 연결하는 길이 9.0km, 총사업비 6,350억 원의 국도 5호선 사업 구간 중 통영시 도남동과 한산면을 잇는 길이 2.8km의 해상교량을 의미
  - 한산대첩교에 한산도의 역사성과 장소성, 경남지역의 정체성 등을 고려한 교량의 주탑을 조성하는 방안을 첫 번째 랜드마크로 제안

[그림 4-7] 남해안 아일랜드 하이웨이 구상 및 한산대첩교 위치도



자료 : 경상남도(2023b: 13)

- 현수교 또는 사장교의 형태로 건립될 것으로 예상되는 한산대첩교의 주탑을 한산도대첩과 관련한 이미지로 형상화하여 랜드마크화를 시도
  - 주탑에 전망대를 설치해 통영항, 미륵도, 한산도 등 주변 한려수도 일대의 풍광을 조망하는 방안을 설계에 반영
  - 전남 여수와 광양을 잇는 현수교인 이순신대교\*가 계획상에는 주탑에 전망대를 계획했으나 예산 등의 이유로 실현되지 않음
    - \* 주탑 간 거리가 이순신 장군의 탄생년도에 해당하는 1,545m로서 국내에서 가장 긴 현수교
  - 인천의 영종도와 청라국제도시를 잇는 제3연륙교는 2025년 말 완공 목표로, 해상 전망대의 설치를 계획하고 있어 한산대첩교 설계에도 이를 참조해볼 수 있을 것으로 판단

[그림 4-8] 한산대첩교 조감도(안)



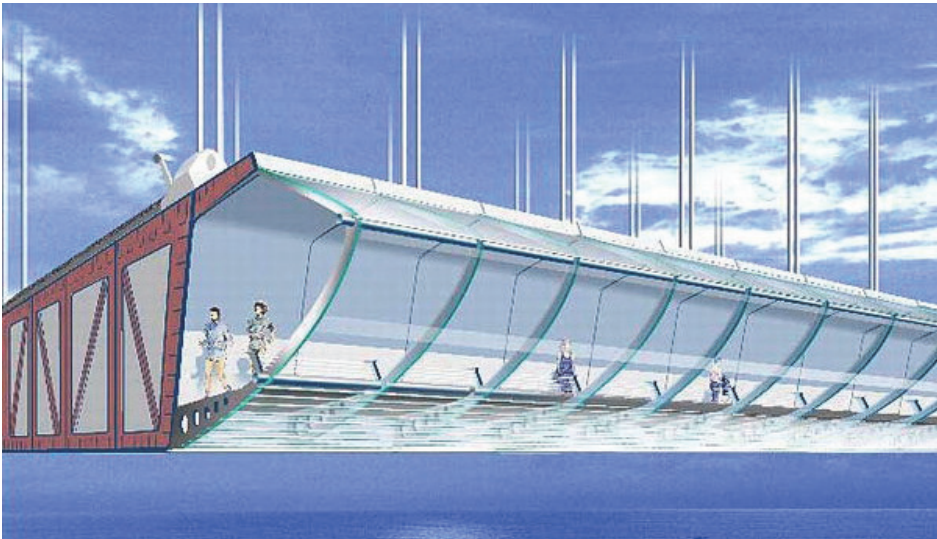
자료 : 경상남도(2023b: 12)



## 2 한산대첩교 해상보도 및 익스트림 시설

- 한산대첩교 교량에 강화유리를 설치해 한려수도의 수려한 경관을 바라보며 해상 위를 걸을 수 있고 자전거도 이용할 수 있는 해상보도를 조성
  - 2011년 경남도 공무원의 아이디어로 제안되어 이를 마창대교에 적용하는 방안이 시책으로 채택되기까지 했으나, 실제 추진으로 이어지지 않아 이를 한산대첩교에 재현하는 방안을 검토해볼 수 있음
  - 해상 산책로는 한산대첩교 하부 보(거더)에 투명한 강화유리를 원통형으로 설치해 한려해상을 조망하면서 바다 위를 걷는 듯한 기분으로 산책
  - 위로는 자동차가 다니고 아래로는 푸른 바다가 펼쳐진 한산대첩교를 걸으며 통영항과 남해안 풍광을 감상

[그림 4-9] 마창대교 해상보도 구상안 (2011년)



자료 : 경상도민일보 [https://www.idomin.com/news/articleView.html?idxno=368445&fb\\_comment\\_id=10150478554617851\\_20546525](https://www.idomin.com/news/articleView.html?idxno=368445&fb_comment_id=10150478554617851_20546525) (검색일 : 2023.06.24.)

- 교량을 활용한 해상보도뿐만 아니라 클라이밍 등을 포함한 익스트림 시설의 설치도 고려해볼 수 있음
  - 2018년 남해대교의 대체 교량으로 노량대교가 개통되면서 남해군은 '남해대교 관광자원화 사업'을 2019년부터 추진해왔는데, 주탑 전망대와 브릿지 클라이밍의 설치를 계획하고 있어 한산대첩교가 현수교로 건립되는 경우 이 사업의 도입을 검토해볼 수 있을 것으로 판단
    - \* 강철 아치교로 건립된 호주 시드니의 하버 브릿지의 클라이밍 체험 프로그램도 참조할 만한 좋은 사례
  - 앞서 언급한 인천의 제3연륙교는 해상 전망대뿐만 아니라 옛지워크, 짚라인, 하늘자전거 등 다양한 익스트림 시설의 도입을 검토하고 있어 이러한 계획을 참조해볼 수 있음

[그림 4-10] 주탑 전망대와 브릿지 클라이밍이 계획된 남해대교 관광자원화 사업(안) 조감도



자료 : 경남일보 <http://www.gnnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=482561> (검색일 : 2023.06.24.)

[그림 4-11] 인천 제3연륙교 주탑 전망대 및 엣지워크 개념도



자료 : 인천뉴스 <https://www.incheonnews.com/news/articleView.html?idxno=409334>  
(검색일 : 2023.06.24.)

[그림 4-12] 인천 제3연륙교 옆에 설치될 Sky Bike(하늘자전거) 조감도

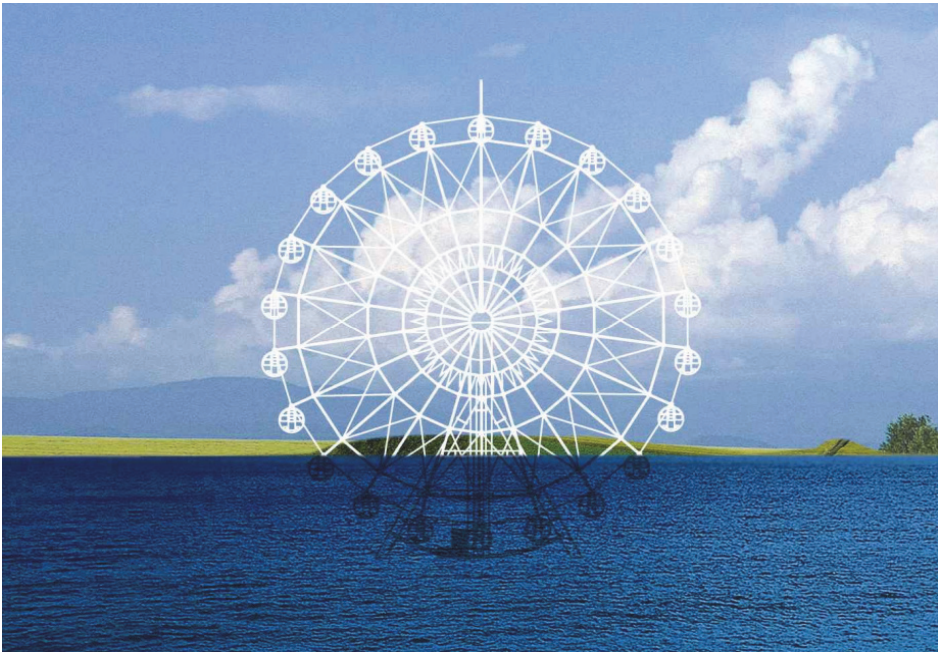


자료 : 인천in.com <https://www.incheonin.com/news/articleView.html?idxno=93506>  
(검색일 : 2023.06.24.)

### ③ 해저 체험 대관람차

- 경남지역의 대표적 이미지에 해당하는 한려수도의 바다와 하늘을 주제로, 바닷속(海底)도 탐험할 수 있는 이색적인 해양 대관람차를 설치함으로써 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크화를 시도
  - 특별한 경험에 대한 호기심을 유발하여 경남의 지역주민뿐만 아니라 타 시·도 관광객들의 방문을 유인
  - 해저를 체험할 수 있는 대관람차는 2009년 경남도가 주관한 아이디어 공모에서 제안되었던 구상안으로, 경상남도 남해 바다의 랜드마크화를 위해 사업의 추진을 재검토해 볼 수 있음

[그림 4-13] 경남 아이디어 공모에서 제안된 해양 대관람차 구상안(2009년)



자료 : 경상남도(2009: 111)

- 대관람차가 바닷속에도 들어간다는 점은 특이할 만 하나, 잠수 구간에서의 볼거리 제공, 방수의 기술적인 문제 해결, 건립 비용 및 사업의 타당성 확보 등이 선행되어야 사업화가 가능할 것으로 판단

[그림 4-14] '서울링' 조감도(상) 및 내부공간을 이동하는 '관람 캡슐' 개념도(하)



자료 : 서울특별시 <https://mediahub.seoul.go.kr/archives/2007210> (검색일 : 2023.06.24.)

- 잠수 구간의 공간을 다양한 어종을 감상할 수 있는 자연적인 아쿠아리움으로 조성
  - 방수(防水)의 기술적 문제는 고리 외부의 비어있는 공간에 36개의 관람 캡슐을 이동시키도록 고안된 '서울링'의 방식을 벤치마킹함으로써 해소가 가능
    - \* 2023년 3월 서울특별시가 하늘공원에 서울링(Ring)을 세운다는 계획을 발표했지만, 일주일 만에 표절 시비 논란이 발생해 경상남도도 저작권을 침해하지 않는 범위에서 대관람차의 설계 방향을 제시할 필요가 있음
  - 기술적인 어려움이 없다면 대관람차의 형태가 반드시 원형일 필요는 없으며, 삼각형이나 사각형 또는 그 이상의 다각형, 부정형(不定形)의 자유로운 형태로 조성할 수도 있음
- 이용객 수요를 고려할 때 대관람차는 도시권이면서 관광지에 위치하는 방안이 유리하며, 대형 교량 옆에 조화롭게 건립된다면 경관 심미성을 더욱 향상할 수 있을 것으로 예상
- \* 호주 시드니의 오페라하우스는 하버브리지와 연계되는 조화로운 이미지를 창출해 잠재 방문객에게 랜드마크 각인의 효과를 극대화하는 좋은 사례
- 해저 체험 대관람차는 한산대첩교의 경로로 예상되는 통영시 도남관광지 인근이 적합한 장소로 판단
    - \* 최종 확정안은 아니지만 국도5호선 연장계획도를 살펴볼 때 한산대첩교는 도남동 스탠포드 호텔과 수륙마을 사이 지점을 경유할 것으로 예상
  - 지리적으로 통영케이블카와 연계할 수 있는 좋은 장소가 될 것으로 기대

#### 4] 해저 체험 트레일

- 한려수도의 바닷속을 체험할 수 있도록 해저에 투명 강화유리로 트레일을 조성하여 새로운 볼거리·즐거거리를 통한 랜드마크화를 시도
- 한려수도의 해저 경관이 수려하고 다양한 어류가 서식하는 지점을 조사하여 우수한 장소에 해저 체험 트레일을 조성

[그림 4-15] 해저 체험 트레일 조감도



자료 : 울산항만공사 블로그 <https://m.blog.naver.com/PostView.naver?isHttpsRedirect=true&blogId=ulsan-port&logNo=221121366010> (검색일 : 2023.06.24.)

- 해안에서 가까운 섬 전체를 공원화하고 이 섬까지 해저 체험 트레일로 연결하여 바닷속을 경험할 수 있는 특별한 장소로 명소화함
  - 거제해금강에 해안 산책로를 개설하고 돛단섬까지 해저 체험 트레일로 연결하여 해금강의 절경인 십자동굴까지 트레킹할 수 있는 코스를 개발
  - 본 연구의 공간적 범위에 해당하지는 않으나 경상남도가 구상하고 있는 섬 연결 해상탐방로의 구간, 즉 사천 한려해상국립공원 내 녹도-신도-두용도-마도-저도 등의 섬을 해저트레일로 연결하는 방안도 검토해볼 수 있음

[그림 4-16] 사천 한려해상국립공원 내 섬 연결 해상탐방로 구성도



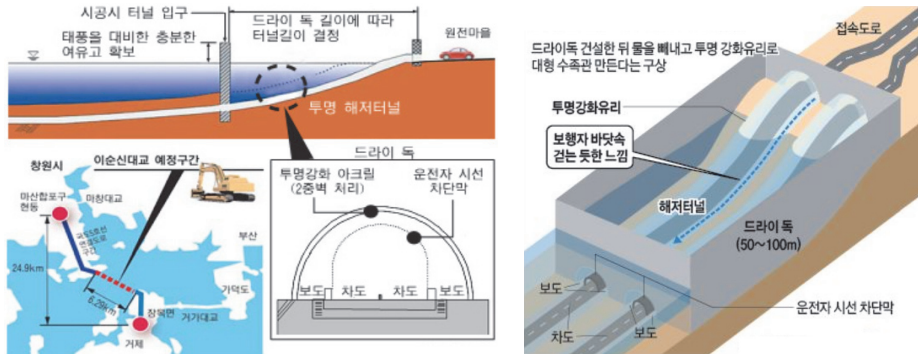
자료 : 경상남도 관광개발과(2023: 6)

- 또는 앞에서 제안한 한산대첩교의 주탑 전망대 계획이 실현되는 경우 이와 연계하여 통영의 도남관광지 인근에서 한산대첩교 주탑까지 해저 체험 트레일로 연결하는 방안을 생각해볼 수 있음
- 2011년 경남도 공무원의 아이디어로 ‘물고기가 보이는 해저터널’\*이 제안되어 당시 이순신대교\*\*\* 초입부에 적용하는 방안이 시책으로 채택되었으나, 실제 추진으로 이어지지 않아 이를 한산대첩교에 재현하는 방안을 검토
  - \* 마산 구산면 쪽 터널 도입부 50~100m 구간에 적정 입지를 정해 바다 밑바닥에 시트파일(토목·건축 공사시 물막이·흙막이 등을 위해 박는 강판으로 된 말뚝)을 박아 외부에서 제작한 밀폐형 직육면체 공간인 대형 ‘드라이 독’을 가라앉혀 고정시키고, 드라이 독 중간부에는 수압에 견딜 수 있는 두꺼운 강화유리로 투명터널을 설치하며, 드라이 독과 투명터널 사이 공간에 맑은 바닷물을 채우고 물고기를 집어넣어 바닷속에 또 하나의 인공 수족관을 조성\*\*



- \*\* 사각형 드라이 독과 투명터널 바깥쪽 공간이 수족관 기능을 하게 되고 투명터널 안쪽으로는 차량이 다니게 될 또 다른 터널이 설치돼 나머지 해저터널과 연결되며, 운전자의 시선을 교란하지 않음으로써 안전운행을 도모하고자 차량 통행터널에서는 바깥을 볼 수 없도록 차단벽을 설치
- \*\*\* 5번 국도의 연장구간으로 당시에 마산(오늘날 창원)과 거제 간 ‘이순신대교(거마대교)’의 건설을 추진 중이었으나 해저터널로 계획이 바뀌면서, 이후에 전남 여수와 광양을 잇는 현수교가 오늘날의 이순신대교로 명명됨

[그림 4-17] 거제~창원 ‘수족관 해저터널’ 구상도 (2011년)



자료 : 경남일보 <http://www.knnews.co.kr/news/articleView.php?idxno=989400>;  
 연합뉴스 <https://www.yna.co.kr/view/AKR20111228184200052> (검색일 : 2023.06.24.)

### 5 한려수도 전망탑

- 한려수도의 수려한 경관을 한눈에 바라볼 수 있고, 한려해상의 랜드마크 역할을 할 수 있는 전망탑을 건립
  - 통영케이블카 또는 거제관광모노레일과 연계해 자연과 조화를 이루도록 각각 미륵산과 계룡산의 8~9부 능선 위치에 설치하는 방안을 검토
  - 고도가 높은 곳에 전망탑을 설치하면 통영과 거제 지역의 한려수도에 떠 있는 여러 섬은 물론, 시야가 좋은 날에는 일본의 쓰시마섬까지 관찰이 가능한 것으로 파악

- 전망탑 스카이 브릿지의 사례로 지역의 해안선과 산악 지형을 연결한 슬로 베니아의 ‘카포 그란데 타워’를 참조

[그림 4-18] 슬로베니아의 ‘카포 그란데 타워’ 조감도



자료 : <https://fukzas.com/capo-grande-tower> (검색일 : 2023.06.24.)

[그림 4-19] ‘공중부양 수도꼭지’를 분수대로 활용한 사례



자료 : 네이버 블로그 <https://m.blog.naver.com/eurovisiontour/221073703380> (검색일 : 2023.06.24.)

- 특이한 형상으로 사람들의 호기심을 유발하여 랜드마크화를 시도하는 방안의 하나로 ‘공중부양 수도꼭지’의 모습을 전망탑으로 재현하여 건립
  - 공중부양 수도꼭지를 분수대의 조형물로 활용한 사례를 전망탑으로 승화하여 랜드마크화를 시도
  - 장소성을 고려하지 않은 점이 약점으로 작용하며, 인근에 트리아트박물관과 함께 조성하는 방향으로 진행되어야 할 것으로 판단
  - 투명한 외벽에 LED 패널을 설치해 물이 흘러내리는 모습을 기술적으로 표현

#### ⑥ 흥남철수작전 기념공원

- 1950년 12월 22일, 흥남철수작전 시 1만 4천 명의 피난민을 구조한 ‘메리디스 빅토리호(SS Meredith Victory)’를 재현
  - 미국 교통부(DOT: Department of Transportation)에 의해 ‘인류 역사상 가장 위대한 구출을 한 기적의 배’로 평가
  - 2004년 9월 기네스에 ‘인류 역사상 가장 위대한 구조’를 한 배로 기록
  - 1950년 12월 25일 크리스마스에 거제도 장승포항에서 피난민을 안전하게 내려놓았으며, 항해 도중에 5명의 아기가 출생
- 거제포로수용소 유적공원에 흥남철수작전 기념비와 함께 메리디스 빅토리호 모형이 있으나, 흥남철수작전 기념공원으로 조성하여 면적(面的)인 랜드마크화를 시도
  - 메리디스 빅토리호는 흥남 철수 작전이 끝난 뒤 시애틀로 갔다가 베트남전에 투입되기 전까지 수년 동안 워싱턴주 브레머턴(Bremerton, WA)에 정박
  - 이후 1971년 퇴역했고, 1993년 중국에 팔려 고철로 분해
  - 역사적으로 의미 있으나 사라져 버린 ‘메리디스 빅토리호’를 실제 모습으로 재현하여, 흥남철수작전의 이야기를 전시하고 자유의 소중함을 일깨울 수 있는 공간으로 조성

[그림 4-20] 거제포로수용소 유적공원 내 흥남철수작전 기념비와 메리디스 빅토리호 모형



자료 : 위키피디아 [https://ko.wikipedia.org/wiki/SS\\_메리디스\\_빅토리](https://ko.wikipedia.org/wiki/SS_메리디스_빅토리) (검색일 : 2023.06.24.)

### 7 해양엑스포 유치

- 엑스포 유치를 통해 다양한 전시관이 각기 의미 있는 건축작품으로서 랜드마크가 될 수 있으며, 박람회장 전체가 면적(面的)인 랜드마크로 그 역할을 담당할 수 있을 것으로도 기대
  - 2030 부산엑스포를 유치하고 있는 현실에서 또 다른 엑스포의 유치는 불리하게 작용할 수 있어 장기적으로 접근해야 할 사안
  - 부산엑스포가 등록박람회이므로 대전과 여수엑스포의 사례처럼 인정박람회를 유치하는 방안으로 접근
    - \* 여수시는 2012년 엑스포 개최 이후 2019년까지 5년 연속 1천만 관광객을 달성하여 명실상부한 관광도시로서의 위상을 정립

- 남부내륙고속철도의 개통은 수도권과의 접근성을 향상함으로써 관광객 유치에 호재로 작용할 것으로 예상
  - 여수 엑스포 박람회장이 전라선의 종착역인 여수엑스포역에 인접하고 있는 것처럼, 경상남도가 해양엑스포를 유치하고자 한다면 교통인프라의 여건을 고려할 때 남부내륙고속철도의 종착역인 거제에 박람회를 입지하는 것이 유리할 것으로 판단
  - 거제시가 조선산업의 집적도시만큼 조선해양산업을 중심으로 한 박람회를 개최할 수 있으며, 조선공학이 종합적인 공학이므로 다양한 현대 기술을 전시할 수 있을 것으로 예상
- 경상남도가 복합 해양레저관광도시의 조성을 통영의 한산도 권역에 계획하고 있어 이와 연계하여 계획하는 방안도 고려



## 참고문헌

- 거창군, 2023, 〈거창군 인구감소지역대응 기본계획〉.
- 경상남도 관광개발과, 2023, 〈경남 남해안 관광개발 거점 조성·확산 전략〉.
- 경상남도, 2009, 〈경남랜드마크 개발타당성 조사 및 추진방안〉.
- 경상남도, 2013, 〈2012년 경상남도 관광실태조사〉.
- 경상남도, 2019a, 〈남해안 해양관광특별권역 활성화 기반 구축 계획〉.
- 경상남도, 2019b, 〈경상남도 산림문화·휴양계획: 산림복지진흥계획 (요약보고서)〉.
- 경상남도, 2020a, 〈남부내륙철도 연계 경남 발전 그랜드비전 수립〉.
- 경상남도, 2020b, 〈경상남도 섬 발전 종합계획 수립〉.
- 경상남도, 2021, 〈제4차 경상남도 종합계획〉.
- 경상남도, 2022a, 〈제7차 경남권 관광개발계획〉.
- 경상남도, 2022b, 〈경상남도 해양레저육성 종합계획〉.
- 경상남도, 2023a, “남해안권 해양레저관광벨트 구축 방향(안)”, 〈해양수산부-남해안권 (부산·전남·경남) 정책협의회〉, 2월 20일: 23-27, 해양수산부·부산광역시·전라남도·경상남도.
- 경상남도, 2023b, “남해안 해양관광 이끌 한산대첩교 건설한다”, 〈경남공감〉, 6월호, 123: 12-13.
- 경상남도, 2023c, 〈경상남도 인구감소지역대응 기본계획〉.
- 관계부처 합동, 2022, 〈제6차 관광진흥기본계획: K-컬처와 함께하는 관광매력국가〉.
- 국토교통부, 2018, 〈남해안 통합관광브랜드 개발 및 홍보마케팅 실행계획수립〉.
- 국토교통부, 2021a, 〈백두대간권 발전종합계획 변경〉.
- 국토교통부, 2021b, “해안·내륙권의 미래 비전 담은 발전종합계획 확정” (보도자료), 11월 17일.
- 국토교통부·부산광역시·전라남도·경상남도, 2020, 〈남해안권 발전종합계획 변경〉.
- 국토해양부, 2011, 〈새만금 랜드마크 조성사업 국제공모 추진을 위한 연구 용역〉.

- 국회 문화체육관광위원회, 2022, 〈산악관광진흥구역의 지정 및 운영에 관한 법률안 검토보고〉.
- 김경아, 2017, “[해저터널 ①] 자동차로 바닷속을 달린다 - 국내 해저터널 & 건설(굴착) 방법”, 〈울산항만공사 공식 블로그〉, 10월 23일.  
<https://m.blog.naver.com/PostView.naver?isHttpsRedirect=true&blogId=ulsan-port&logNo=221121366010> (검색일 : 2023.06.24.)
- 김정형, 2023, “환상의 자전거길과 교량전망대... 미리 가본 영종~청라 제3연륙교”, 〈인천in.com〉, 2월 2일.  
<https://www.incheonin.com/news/articleView.html?idxno=93506> (검색일 : 2023.06.24.)
- 김태영, 2014, “지리산 산지관광특구 지정을 위한 법·제도 개선방안”, 〈경상남도 산청·함양·거창군 지역현안 입법지원 간담회〉, 11월 10일: 3-33, 신성범 의원실·국회 법제실.
- 대한민국정부, 2019, 〈제5차 국토종합계획〉.
- 문병기, 2021, “‘AGAIN 1973’ 남해대교 관광자원 매력 발굴”, 〈경상일보〉, 9월 8일.  
<http://www.gnnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=482561> (검색일 : 2023.06.24.)
- 문화체육관광부, 2015, “산악관광진흥구역 법률(안)과 관련하여 문화체육관광부의 입장을 알려드립니다” (보도자료), 9월 9일.
- 문화체육관광부, 2021a, 〈2020 국민여행조사: 분석편〉.
- 문화체육관광부, 2021b, 〈남부권 관광개발 기본구상 수립〉.
- 문화체육관광부, 2021c, 〈제4차 관광개발기본계획〉.
- 문화체육관광부, 2022, 〈2021 국민여행조사: 분석편〉.
- 문화체육관광부, 2023a, 〈2022 국민여행조사: 분석편〉.
- 문화체육관광부, 2023b, 〈2022 외래관광객조사〉.
- 박영석, 2011, “물고기 보이는 해저터널 현실화된다”, 〈연합뉴스〉, 12월 29일.  
<https://www.yna.co.kr/view/AKR2011228184200052> (검색일 :



- 2023.06.24.)
- 산림청, 2023, <제2차 산림복지 진흥계획 (2023~2027)>.
- 산청군, 2023, <산청군 인구감소지역대응 기본계획>.
- 새만금개발청, 2019, <새만금 랜드마크 기본구상 및 타당성 조사연구>.
- 서울특별시, 2023, “서울의 새 조망명소, 상암동에 대관람차 '서울링' 생긴다”, <내 손안에 서울>, 3월 8일.  
<https://mediahub.seoul.go.kr/archives/2007210> (검색일 : 2023.06.24.)
- 양순열, 2022, “청라~영종 3연륙교 관광자원화...세계 최고 높이 해상 전망대·옛지워크 등 구체화 진행”, <인천뉴스>, 9월 30일.  
<https://www.incheonnews.com/news/articleView.html?idxno=409334> (검색일 : 2023.06.24.)
- 이상목, 2011, “거제~마산 '수족관 해저터널' 추진”, <경남일보>, 6월 30일.  
<http://www.knnews.co.kr/news/articleView.php?idxno=989400> (검색일 : 2023.06.24.)
- 이소영·박진경, 2021, <지역 경쟁력 강화를 위한 지역간 협력 활성화 방안>, 한국지방행정연구원.
- 이지혜, 2023, “야놀자 '2023 여행 트렌드는 R.E.S.T.A.R.T...해외여행 증가’”, <마이데일리>, 1월 10일.  
[https://www.mydaily.co.kr/page/view/202301101\\_4008607557](https://www.mydaily.co.kr/page/view/202301101_4008607557) (검색일 : 2023.06.12.)
- 이희복, 2017, <도시 브랜드 슬로건 전략>, 한경사.
- 전략북도, 2020, <새만금 재생에너지 랜드마크 건립 기본구상 연구 용역>.
- 정기환, 2022, “하나투어, 2023년 검은 토끼해 여행 트렌드 'R.A.B.B.I.T' 선정”, <디스커버리뉴스>, 12월 28일.  
<https://www.discoverynews.kr/news/articleView.html?idxno=931834> (검색일 : 2023.06.12.)

- 진보라·조아라·김진영·김현정, 2022, <관광 트렌드 분석 및 전망 2023-2025>, 한국 문화관광연구원.
- 진영원, 2012, “100억 적자 마창대교 또 민자사업 검토”, <경상도민일보>, 1월 4일.  
[https://www.idomin.com/news/articleView.html?idxno=368445&fb\\_comment\\_id=10150478554617851\\_20546525](https://www.idomin.com/news/articleView.html?idxno=368445&fb_comment_id=10150478554617851_20546525) (검색일 : 2023.06.24.)
- 차학봉, 2007, “랜드마크는 높이가 아니라 디자인이다”, <朝鮮日報>, 4월 23일.  
[https://reality.chosun.com/site/data/html\\_dir/2007/04/23/2007042301068.html](https://reality.chosun.com/site/data/html_dir/2007/04/23/2007042301068.html) (검색일 : 2023.06.12.)
- 컨슈머인사이트, 2023, <코로나 전후 국내·해외 여행트렌드 변화와 전망>.
- 하동군, 2023, <하동군 인구감소지역대응 기본계획>.
- 한국관광공사, 2021a, <빅데이터를 활용한 경남관광 활성화 방안 연구>.
- 한국관광공사, 2021b, “코로나 시대의 관광, 빅데이터로 알아보는 내가 찾던 여행 유형은?”, <DATA & TOURISM>, 4.
- 한국관광공사, 2023a, <2023년 관광트렌드 전망 및 분석 보고서>.
- 한국관광공사, 2023b, <2022 잠재 방한여행객 조사: 종합 분석편>.
- 한국섬진흥원, 2022, <섬종합발전계획 성과분석>.
- 함양군, 2023, <함양군 인구감소지역대응 기본계획>.
- 합천군, 2023, <합천군 인구감소지역대응 기본계획>.
- 행정자치부, 2016, <제4차 도서종합개발10개년계획(안)>.
- Lynch, K., 1960. *The Image of the City*, The MIT Press; 김의원(역), 1984, <都市의 像>, 綠苑出版社.
- 국립국어원, “랜드마크”, <우리말샘사전> <https://opendict.korean.go.kr>; “한려하다”, <표준국어대사전> <https://stdict.korean.go.kr>
- 관광지식정보시스템 주요관광지점 입장객 통계  
<https://know.tour.go.kr/stat/visitStatDis/main.do>
- 네이버 블로그 <https://m.blog.naver.com/eurovisiontour/221073703380> (검색일

: 2023.06.24.)

두피디아, “랜드마크”, 〈두산백과사전〉 <https://www.doopedia.co.kr>

위키피디아, “SS 메러디스 빅토리”, 〈위키백과사전〉

[https://ko.wikipedia.org/wiki/SS\\_메러디스\\_빅토리](https://ko.wikipedia.org/wiki/SS_메러디스_빅토리) (검색일 : 2023.06.24.)

한국관광 데이터랩 (빅데이터를 활용한 2023 관광트렌드)

[https://datalab.visitkorea.or.kr/site/portal/ex/bbs/View.do?cbldx=1129&bcldx=302755&pageIndex=1&tgtTypeCd=SUB\\_CONT&searchKey=%ED%8A%B8%EB%A0%8C%EB%93%9C&searchKey2=&tabFlag=N&subFlag=N&cateCont=tlt03](https://datalab.visitkorea.or.kr/site/portal/ex/bbs/View.do?cbldx=1129&bcldx=302755&pageIndex=1&tgtTypeCd=SUB_CONT&searchKey=%ED%8A%B8%EB%A0%8C%EB%93%9C&searchKey2=&tabFlag=N&subFlag=N&cateCont=tlt03) (검색일 : 2023.06.12.)

한국산림복지진흥원 <https://www.fowi.or.kr>

FUKSAS studio <https://fukasas.com/capo-grande-tower>



# 부 록



## 통계법 제33조 (비밀의 보호)

통계작성과정에서 알려진 사항으로서 개인 또는 법인  
이나 단체의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.

## 경남지역의 산과 바다 자원을 활용한 관광 활성화 방안 설문조사

안녕하십니까? 경상남도에서는 산과 바다 자원을 활용한 관광 활성화 방안을 마련하기 위하여 설문조사를 실시하고 있습니다. 조사 결과는 지역의 관광 활성화를 위한 정책 수립과 연구의 기초 자료로 활용되니, 귀하의 적극적인 협조와 정확한 작성을 부탁드립니다. 감사합니다.

### I 응답자 사항

- 1년 이내에 경상남도 지역을 방문한 일이 있으십니까?

- ① 6개월 이내에 방문 경험이 있다 ☞ 1번으로    ② 6~12개월 이내에 방문 경험이 있다 ☞ 1번으로
- ③ 없다 ☞ 설문 종료

- 1. 귀하의 신상에 해당하는 사항에 ✓표 해주시길 바랍니다.

• 성	① 남성	② 여성
• 연 령	① 10대    ② 20대    ③ 30대    ④ 40대    ⑤ 50대    ⑥ 60대 이상	
• 거주지역	① 부산광역시    ② 경기도    ③ 서울특별시	

### II 경남 남해 이미지·관광

- 2. 1년 이내에 경상남도의 남해 바다(하동군·남해군·사천시·고성군·통영시·거제시·창원시)를 방문한 일이 있으십니까?

- ① 6개월 이내에 방문 경험이 있다 ☞ 2.1.번으로    ② 6~12개월 이내에 방문 경험이 있다 ☞ 2.1.번으로
- ③ 없다 ☞ 3번으로

2.1. 어느 지역에 방문하셨는지 해당 지역에 모두 ✓표 해주시길 바랍니다.

- ① 하동군    ② 남해군    ③ 사천시    ④ 고성군    ⑤ 통영시    ⑥ 거제시    ⑦ 창원시



(경상남도 남해안 지역)

3. 경상남도의 남해 바다를 표현하는 다음의 서술어에 대해 0점부터 10점까지 점수화하여 평가한다면 각각 몇 점이라고 생각하십니까?

구 분	점 수										
	0점	1점	2점	3점	4점	5점	6점	7점	8점	9점	10점
• 아름답다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	
• 푸르다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	
• 절경이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	
• 청정하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	
• 섬이 많다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	
• 바닷물이 쪽빛(깊은 푸른 빛)에 가깝다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	
• 이순신 장군 유적지가 많다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	

3.1. 앞 문항의 서술어 외에 ‘경상남도 남해 바다’에 대해 떠오르는 이미지가 있다면, 아래 예시와 같이 자유롭게 기술하여 주시기 바랍니다. (응답 형용사 개수의 제한은 없으니 생각나는 대로 적으시고, 없으면 다음 문항을 진행하시면 됩니다.)

(예시) 예술이다, 장관이다, 매력적이다, 따뜻하다, 포근하다, 시원하다, 놀랍다, 자랑스럽다, 인상적이다, 한려수도, 이순신 전적지, ...

4. 경상남도 남해 바다의 이미지를 전라남도 남해 바다와 비교한다면, 다음의 문장에 대해 각각 몇 점으로 평가하시겠습니까?

구 분	전남이 더 강하다 ←		동등하다					→ 경남이 더 강하다			
	5점	4점	3점	2점	1점	0점	1점	2점	3점	4점	5점
• 섬이 많다	⑤	④	③	②	①	①	①	②	③	④	⑤
• 바닷물이 쪽빛(깊은 푸른 빛)에 가깝다	⑤	④	③	②	①	①	①	②	③	④	⑤
• 이순신 장군 유적지가 많다	⑤	④	③	②	①	①	①	②	③	④	⑤

5. 최근에 남해를 이순신해로 병행 표기하자는 입법 추진이 있었습니다. 그러나 이에 대해 다음과 같은 찬반 논란이 있기도 합니다. 귀하께서는 남해의 이순신해 병행 표기에 대해 어떻게 생각하십니까?

(찬성)

- 동해를 일본해로 표기하는 일본에 맞서 대한민국 영해의 역사적 정통성 강화
- 자기희생과 헌신의 '이순신 정신'으로 국민적 자부심과 애국심 고취
- 한일 역사 갈등, 후쿠시마 원전 오염수 방류 등의 문제에 대처

(반대)

- 국민들 마음속엔 '남해'라는 이름이 청정지역이라는 이미지와 함께 더 정겹게 다가옴
- 이순신해의 병기가 이미 정착된 남해라는 명칭에 또 다른 혼란을 가져올 것으로 예상
- 바다 이름의 사용에 반일 감정을 이용하거나 정치적으로 접근하는 것이 옳지 않음

- ① 매우 반대      ② 반대      ③ 찬성      ④ 매우 찬성      ⑤ 모르겠다

6. 경상남도 남해안의 관광 활성화를 위해 어떠한 방향으로 개발되어야 한다고 생각하시는지, 다음 관광지 유형의 총합이 100%가 되도록 중요도의 비중을 해당란에 기입하여 주시기 바랍니다. (아래의 답변 예시와 같이 모든 선택지에 비중을 부여할 수 있고, 하나 또는 둘 이상의 선택지에 비중을 부여할 수도 있습니다.)

① 자연·생태 관광지	_____ %
② 섬·마을 관광지	_____ %
③ 리조트 휴양지	_____ %
④ 해양레저·스포츠 목적지	_____ %
⑤ 역사·문화 관광지	_____ %
⑥ 기타 _____	_____ %
총 합	100%

(답변 예시)

구 분	비중을 부여한 선택지의 수				
	1개	2개	3개	4개	모두
①	0 %	0 %	30 %	20 %	10 %
②	0 %	35 %	0 %	30 %	25 %
③	100 %	0 %	50 %	0 %	30 %
④	0 %	65 %	0 %	35 %	20 %
⑤	0 %	0 %	20 %	15 %	10 %
⑥	0 %	0 %	0 %	0 %	5 %
총 합	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

7. 남부내륙고속철도(김천~거제)가 개통되면 2027년에 수도권에서 거제·통영권까지 소요 시간이 2시간대로 크게 단축됩니다. 이처럼 접근성이 좋아진다면 귀하께서는 거제·통영권에 종종 방문할 의사가 있으십니까? (거주지역이 경기도와 서울특별시에 해당하는 분만 답변하시기 바랍니다.)
- ① 전혀 없다      ② 없다      ③ 보통      ④ 있다      ⑤ 매우 있다

### Ⅲ 경남 남해 랜드마크

8. 경상남도의 남해 바다를 대표하는 랜드마크가 있다고 생각하십니까?
- ① 있다 ☞ 8.1.번으로      ② 없다      ③ 모르겠다
- 8.1. 경상남도의 남해 바다를 대표하는 랜드마크가 있다고 생각하신다면, 그것은 무엇입니까?
- \_\_\_\_\_
9. 경상남도의 남해 바다에서 기존의 자원과 신규 자원 가운데 어떠한 자원을 랜드마크로 조성하는 것이 가장 좋다고 생각하십니까?
- ① 기존 자원      ② 신규 자원      ③ 모르겠다



10. 경상남도의 남해 바다를 대표하는 랜드마크를 조성하고자 하는 경우에 고려해야 할 자원은 무엇이라고 생각하시는지, 다음 자원 유형의 총합이 100%가 되도록 중요도의 비중을 해당란에 기입하여 주시기 바랍니다. (6번 문항의 답변 예시와 같이 모든 선택지에 비중을 부여할 수 있고, 하나 또는 둘 이상의 선택지에 비중을 부여할 수도 있습니다.)

① 자연자원 (예: 한려수도의 섬과 바다 등)	_____ %
② 역사자원 (예: 이순신 장군 유적지 등)	_____ %
③ 건축자원 (예: 다리, 등대 등)	_____ %
④ 산업자원 (예: 조선산업 등)	_____ %
⑤ 문화·예술자원 (예: 윤이상 음악가, 박경리 작가 등)	_____ %
⑥ 기타 _____	_____ %
총 합	100%

11. 경상남도 남해 바다의 랜드마크를 조성하는 데 중요하게 고려해야 하는 점이 무엇이라고 생각하시는지, 다음 고려 요소의 총합이 100%가 되도록 중요도의 비중을 해당란에 기입하여 주시기 바랍니다. (6번 문항의 답변 예시와 같이 모든 선택지에 비중을 부여할 수 있고, 하나 또는 둘 이상의 선택지에 비중을 부여할 수도 있습니다.)

① 형태성 (형태가 새롭거나 독특함)	_____ %
② 가시성 (규모가 크거나 높이가 높아 어디서든 잘 보임)	_____ %
③ 상징성 (지역의 고유한 문화가 반영되어 상징적인 의미가 있음)	_____ %
④ 위치성 (관문의 역할 등을 포함한 의미 있는 장소에 위치함)	_____ %
⑤ 역사성 (중요한 사건 등 역사적인 의미가 반영됨)	_____ %
⑥ 기타 _____	_____ %
총 합	100%

12. 경상남도 남해 바다의 랜드마크로 활용할 수 있는 적절한 유형이 무엇이라고 생각하시는지, 다음 유형의 총합이 100%가 되도록 중요도의 비중을 해당란에 기입하여 주시기 바랍니다. (6번 문항의 답변 예시와 같이 모든 선택지에 비중을 부여할 수 있고, 하나 또는 둘 이상의 선택지에 비중을 부여할 수도 있습니다.)

① 타워형 (예: 탑처럼 높게 만든 구조물)	_____ %
② 대교형 (예: 규모가 크고 독특한 형태의 다리)	_____ %
③ 테마파크형 (예: 규모가 큰 주제공원, 박람회장 등)	_____ %
④ 바다활용형 (예: 항만, 리조트 등 바다를 활용한 구조물 등)	_____ %
⑤ 문화예술형 (예: 음악당, 박물관 등 지역의 문화예술과 관련된 자원 등)	_____ %
⑥ 기타 _____	_____ %
총 합	100%

13. 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크는 다음 중 어느 시·군에 조성하는 것이 가장 적합하다고 생각하십니까?

- ① 하동군    ② 남해군    ③ 사천시    ④ 고성군    ⑤ 통영시    ⑥ 거제시    ⑦ 창원시



(경상남도 남해안 지역)

14. 경상남도의 남해 바다를 대표하는 랜드마크 조성 및 발굴은 어느 정도 필요하다고 생각하십니까?

- ① 전혀 필요하지 않다 ☞ 14.1번으로                      ② 대체로 필요하지 않다 ☞ 14.1번으로  
 ③ 보통이다 ☞ 15번으로                                      ④ 대체로 필요하다 ☞ 14.2번으로  
 ⑤ 매우 필요하다 ☞ 14.2번으로

14.1. 경상남도의 남해 바다를 대표하는 랜드마크 조성 및 발굴이 필요하지 않다고 생각하는 이유는 무엇입니까?

- ① 랜드마크는 오랜 시간에 걸친 인식과 인지 효과로 형성되므로, 인위적으로 랜드마크를 만들 수 없기 때문  
 ② 특정한 장소가 아닌, 시·군을 포함하는 광역 단위의 랜드마크를 조성하는 일이 어렵기 때문  
 ③ 기타

14.2. 경상남도 남해 바다를 대표하는 랜드마크 조성 및 발굴이 필요하다고 생각하는 이유는 무엇입니까?

- ① 경상남도의 남해 바다를 대표할 만한 것이 필요하기 때문  
 ② 경상남도 남해 바다의 이미지 형성을 위해  
 ③ 경상남도 남해안 지역의 관광 활성화를 위해  
 ④ 기타

#### IV 지리산권 관광

15. 1년 이내에 경상남도 지리산권 지역(하동·산청·함양군)을 방문한 일이 있으십니까?

- ① 6개월 이내에 방문 경험이 있다      ② 6~12개월 이내에 방문 경험이 있다      ③ 없다

16. 지리산국립공원 구역의 관광자원이 각종 규제로 그 활용도가 미흡하다는 지적에 대해 귀께서는 어떻게 생각하십니까?

(자연보존을 위해) 규제해야 한다 ←					보통 상태		→ 규제완화를 위해 규제를 완화해야 한다			
5점	4점	3점	2점	1점	0점	1점	2점	3점	4점	5점
⑤	④	③	②	①	①	①	②	③	④	⑤

17. '지리산'을 표현하는 다음의 서술어에 대해 0점부터 10점까지 점수화하여 평가한다면 각각 몇 점이라고 생각하십니까?

구 분	전혀 그렇지 않다 ←			보통 수준						→ 매우 그렇다	
	0점	1점	2점	3점	4점	5점	6점	7점	8점	9점	10점
• 우리나라의 명산	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑩
• 아름다운 경관	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑩
• 푸르름	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑩
• 풍부한 생태자원	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑩
• 역사·문화	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑩
• 산간오지	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑩
• 기타 _____	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑩

18. 지리산권의 관광 활성화를 위해 필요한 사항은 무엇이라고 생각하십니까, 다음 유형의 총합이 100%가 되도록 중요도의 비중을 해당란에 기입하여 주시기 바랍니다. (6번 문항의 답변 예시와 같이 모든 선택지에 비중을 부여할 수 있고, 하나 또는 둘 이상의 선택지에 비중을 부여할 수도 있습니다.)

- ① 교통접근성 향상 \_\_\_\_\_ %  
 ② 관광콘텐츠 확충 \_\_\_\_\_ %  
 ③ 숙박시설 확충 \_\_\_\_\_ %  
 ④ 기타 \_\_\_\_\_ %

총 합

100%

19. 지리산권 관광콘텐츠는 어떤 부분을 중심으로 개발해야 된다고 생각하시는지, 다음 유형의 총합이 100%가 되도록 중요도의 비중을 해당란에 기입하여 주시기 바랍니다. (6번 문항의 답변 예시와 같이 모든 선택지에 비중을 부여할 수 있고, 하나 또는 둘 이상의 선택지에 비중을 부여할 수도 있습니다.)

① 산림휴양시설 조성	_____ %
② 리조트 개발	_____ %
③ 역사·문화자원 활용	_____ %
④ 기타 _____	_____ %
<hr/>	
총 합	100%

20. 지리산에 케이블카가 설치된다면 이용할 의향이 있으십니까?

- ① 전혀 없다      ② 없다      ③ 보통      ④ 있다      ⑤ 매우 있다