



- 작지만 강한 연결 -
관계인구를 활용한 인구유입방안

연구진

이소영 | 한국지방행정연구원 선임연구위원

김도형 | 한국지방행정연구원 부 연구위원



Contents

I	관계인구를 활용한 정책 도입의 필요	
	1. 인구감소에 따른 지역의 위기 증대	04
	2. 지방소멸위기에 대응한 새로운 지역인구정책의 도입 필요	08
II	관계인구의 개념 및 정책적 활용	
	1. 관계인구의 개념 및 유형	10
	2. 관계인구 정책의 활용	13
III	해외사례 분석	
	1. 일본의 관계인구정책	16
	2. 프랑스 농촌관광정책	24
IV	경북 관계인구 실태분석	
	1. 빅데이터 활용 방문행태분석	33
	2. 경북관광 실태분석	41
	3. 경북 농촌관광 실태	49
V	관계인구를 활용한 경북의 인구유입전략	
	1. 경북의 관계인구 정책개념 설정	58
	2. 관계인구를 활용한 경북의 인구유입 전략	63
	참고문헌	75

I

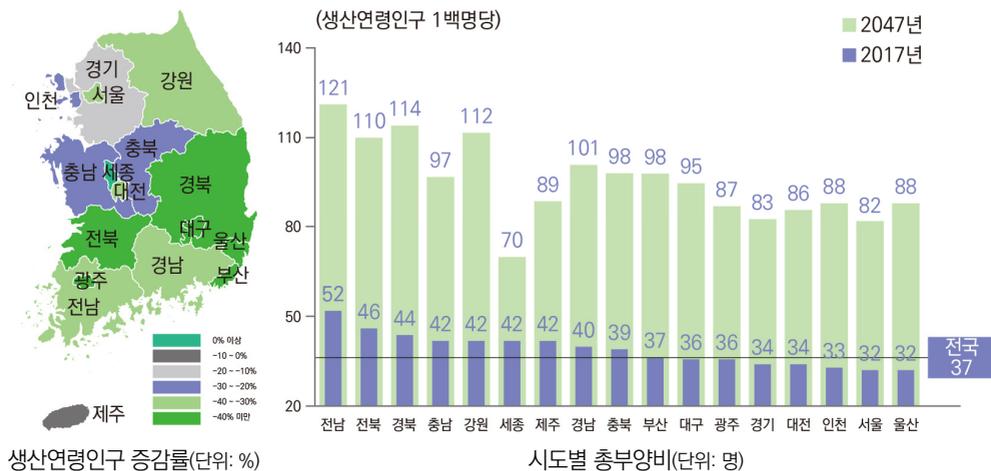
관계인구를 활용한 정책 도입의 필요

1. 인구감소에 따른 지역의 위기 증대

저출산·고령화 심화로 생산연령인구 감소 지속

- 통계청(2019)에서 발표한 시도별 장래인구추계에 따르면 2017년 대비 2047년에는 경북 등 11개 시도의 인구가 감소하며, 2044년 이후 세종을 제외한 16개 시도가 인구 감소 예측
- 경북은 이미 2016년 인구의 자연감소가 시작되었으며, 2047년에는 중위연령이 62.1세가 될 것으로 예측되어 저출산·고령화에 따른 심각한 지역문제가 대두될 전망

• 그림 1-1 | 2017년 대비 2047년 생산연령인구 증감률(좌) 및 시도별 총부양비(우) •



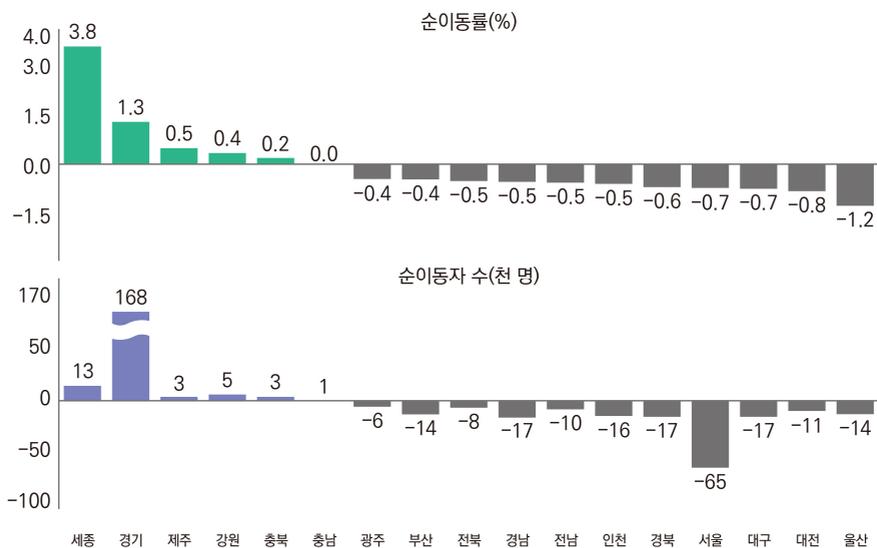
자료 : 통계청(2019.6), 장래인구특별추계(시도편): 2017~2047년

- 2047년 경북의 65세 이상 고령인구 비중은 45.4%까지 치솟을 전망이며, 2017년 대비 2047년 유소년 인구는 -42%로 감소될 전망
 - 2047년 총인구에서 생산연령인구가 차지하는 비율은 전남(45.3%)이 가장 낮으며, 다음으로 경북(46.7%) 순으로 나타남
 - 15~64세 생산연령인구 1백 명당 부양하는 유소년 및 고령인구는 2047년 114명으로, 121명인 전남 다음으로 시도에서 가장 높은 부양비중 차지

인구유출에 따른 지역활력 저하

- 2020년, 전입자가 전출자가 많은 순유입을 보인 시도는 세종(3.8%), 경기(1.3%) 등 6개 시도이며, 경북의 경우 전출자가 전입자보다 많은 -0.6% 순이동률을 나타내고 있음 (통계청, 2021)
 - 수도권 지역은 8만 8천 명이 순유입을 보인 반면, 영남권은 7만 8천 명의 순유출을 보임

• 그림 1-2 | 2020년 시도별 순이동률(상) 및 순이동자수(하) •



자료 : 통계청(2021.1), 2020년 국내인구이동통계

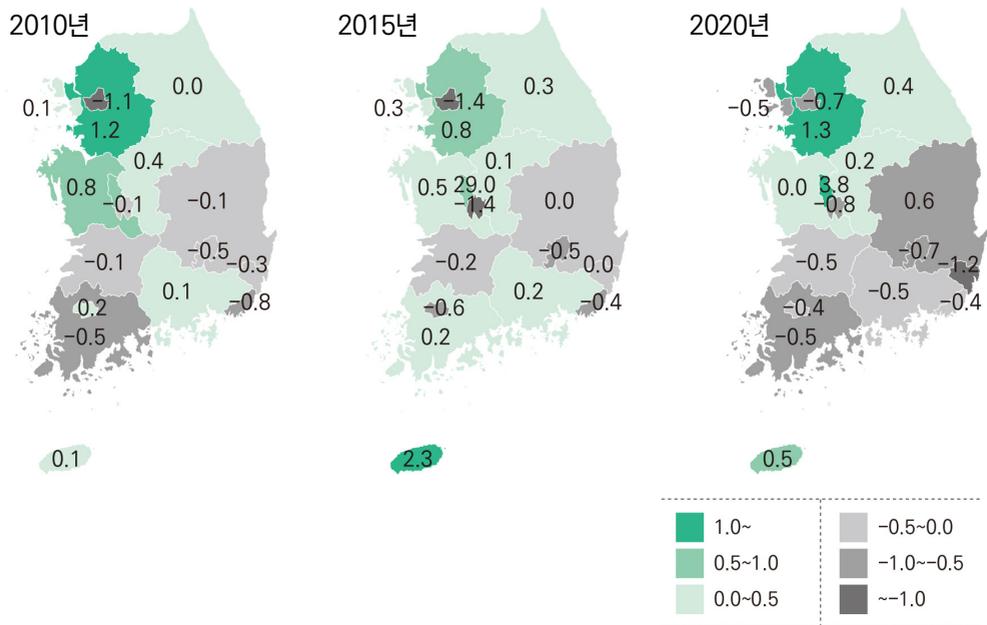
- 2010년 이후 시도별 순이동 추이를 살펴보면, 순이동률이 가장 높은 경기도는 2010년 1.2%에서 2020년 1.3%로 순이동자수가 증가한데 반해, 경북은 2010년 -0.1%에서 2020년 -0.6%로 크게 감소

• 표 1-1 | 순이동자수 및 순이동률 •

구분	총전입(천 명)			총전출(천 명)			순이동자수(천 명)			순이동률(%)		
	2010	2015	2020	2010	2015	2020	2010	2015	2020	2010	2015	2020
전국	8,227	7,755	7,735	8,227	7,755	7,735	0	0	0	0	0	0
경기	2,169	1,993	2,153	2,026	1,898	1,984	142	95	168	1.2	0.8	1.3
경북	355	345	318	358	345	335	-4	-1	-17	-0.1	-0.0	-0.6

주 : 순이동은 전입과 전출의 차이로 전국의 순이동은 0이며, 이동률은 주민등록인구(거주자) 100명당 이동자수를 나타냄
 자료 : 통계청(2021.1)

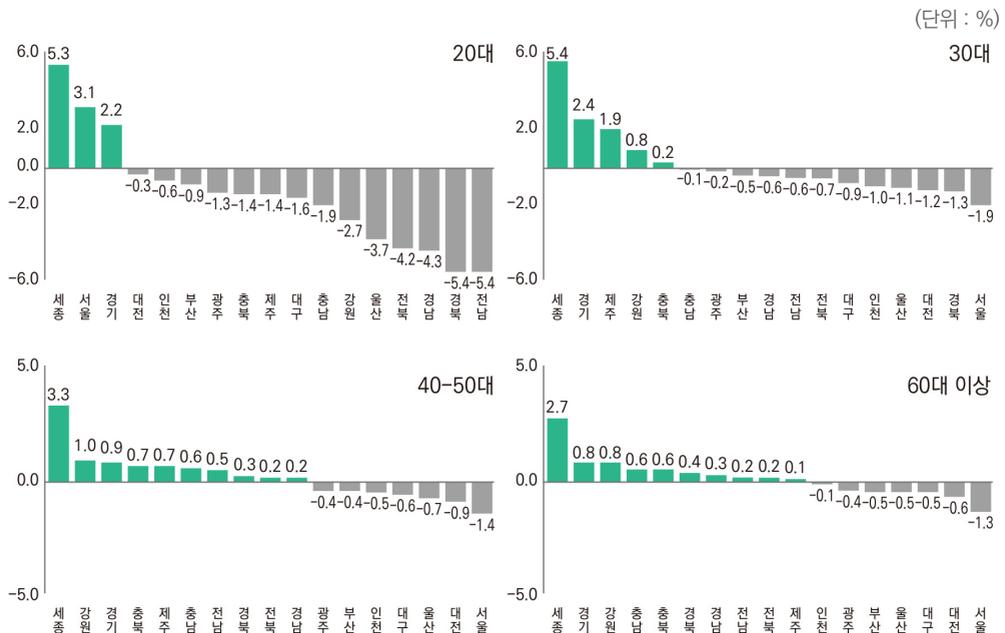
• 그림 1-3 | 시도별 순이동률 추이(2010~2020) •



자료 : 통계청(2021.1), 2020년 국내인구이동통계

- 전 연령층에서 인구유입이 된 시도는 경기, 세종이며, 20대가 가장 많이 순유출된 시도는 경북 및 전남(-5.4%), 경남(-4.3%), 전북(-4.2%) 순이며, 세종(5.3%), 서울(3.1%), 경기(2.2%) 3개 시도에서 순유입됨
 - 30대는 서울(-1.9%), 경북(-1.3%), 대전(-1.2%) 등 12개 시도에서 순유출되고, 세종(5.4%), 경기(2.4%), 제주(1.9%) 등 5개 시도에서 순유입됨

• 그림 1-4 | 2020년 시도 및 연령별 순이동률 •



자료 : 통계청(2021.1), 2020년 국내인구이동통계

2. 지방소멸위기에 대응한 새로운 지역인구정책의 도입 필요

지방소멸위기에 대응한 국가차원의 대책마련 태동

- 인구감소로 인한 지역의 위기 징후가 태동한지 오래이나, 그간 국가차원의 인구정책은 저출산·고령사회 기본법에 의거한 저출산·고령사회정책이 대표적이었음
 - 저출산·고령사회정책은 전국 공통의 출산·양육, 보건·사회정책 위주로 출산율을 제고하는 정책, 즉 인구의 자연증가율을 제고하는 정책이라 할 수 있음
 - 그러나 우리나라 지방의 인구감소 문제는 인구의 자연증감량 감소보다 사회적 인구 유출에 더 크게 영향을 받고 있는 것으로 나타남(박진정·김상민, 2017)
- 지역 간 인구유출 문제는 국가 인구 전체로 보아서는 제로섬(Zero-sum)이기 때문에, 위기로 인식하지 않고 국가의 총인구 증대 정책만을 수립하고자 했던 중앙정부도 지방소멸위기를 야기할 수 있는 지역의 인구유출 문제의 심각성을 인식
 - 제4차 국가균형발전 5개년계획 수립 시, 인구감소지역에 대한 대응책 마련을 제시하고, 2020년 12월, 국가균형발전특별법을 개정하여, 인구감소지역에 대한 시책 추진을 국가와 지방자치단체의 책무로 규정
- 2021년 6월 시행되는 균특법 제16조의 2 인구감소지역에 대한 시책 추진에 관한 법률 규정에 따르면, 청년 창업 및 정착 지원 등 청년 인구 유출 방지 및 유입 촉진에 관한 사항 등 구체적인 인구유입전략을 적시하고 있음

보다 적극적인 지역인구유입 전략으로서 관계인구 전략의 필요

- 지역 간 불균형을 해소하고 지역의 자립적 발전을 통하여 국가균형발전을 이루려는 특별법에 인구감소지역의 규정을 마련한 것은 국가가 지역의 인구위기 문제를 보다 적극적으로 인식하고 있다는 의의가 있지만, 구체적인 정책으로서는 여전히 한계 노정
- 국가균형발전특별법 제16조의 2 인구감소지역 시책 규정을 살펴보면, 크게 적응 정책과 극복 정책으로 대별될 수 있는데, 대부분 인구감소지역이 겪게 되는 문제에 대한

소극적 대응 정책이며, 지역의 인구 유입 등을 목표로 하는 인구감소 극복 정책은 소수에 불과

- 즉, 서비스에 대한 수요가 감소할 수밖에 없으니 적절한 공급을 받을 수 있는 기준을 마련하고 관련 시설 및 서비스를 효율적으로 확충하는 방안, 생산연령인구가 감소할 수밖에 없으니 활력없는 지역의 공동체 자립기반을 강화하고 주민역량을 제고하는 방안 등의 인구감소 적응 시책들이 주를 이룸

• 표 1-2 | 개정 균특법 제16조의 2 인구감소지역 시책 규정 •

구분	내용
적응 정책	<ul style="list-style-type: none"> • 교육·의료·복지·문화 등 인구감소지역의 생활서비스 적정공급기준 마련 • 지역 간 생활서비스 격차 해소 등 생활서비스 여건 개선 및 확충 • 교통·물류망 및 통신망 확충 • 공동체 자립기반 조성 등 공동체 지원 및 활성화 • 주민의 자율적인 교육 및 훈련 지원, 마을 공동체 전문가 양성 등 주민역량강화 • 자치단체간 시설 및 인력 공동 활용, 행정기관 기능 조정 등 공공서비스 전달체계 개선
극복 정책	<ul style="list-style-type: none"> • 기업유치, 지역특화산업 육성 등 일자리 창출 • 청년 창업 및 정착 지원 등 청년 인구 유출 방지 및 유입 촉진 • 그 밖에 인구감소지역 발전을 위해 필요한 사항

- 따라서 지방자치단체 차원의 인구감소지역 시책 마련 노력 속에는 보다 적극적인 인구 유입 전략이 채택될 수밖에 없는데, 최근 일본정부 등이 도입하고 있는 관계인구정책 등이 이에 해당

II

관계인구의 개념 및 정책적 활용

1. 관계인구의 개념 및 유형

관계인구 등장배경

- 지방의 인구감소 및 유출이 심화됨에 따라, 지방자치단체들은 지역의 인구를 늘리기 위해 출산정책을 장려한다든지, 인구유출을 막기 위한 대책을 수립한다든지 하는 정주민구 증가를 인구정책의 주요 목표로 설정하게 됨
 - U턴, I턴, J턴 등 귀농귀촌정책 추진을 통한 지방이주촉진 정책을 펼치거나, 타 지역으로 인구유출을 억제하기 위한 대책들을 마련하고 있음
- 일본에서는 지방창생정책으로서 지방활성화 대책을 마련하고 있는데, 2014년 마을·사람·일 창생법을 제정한 이래, 내각부 산하에 마을·사람·일 창생본부를 설치하고, 마을·사람·일 창생전략을 추진
 - 제1기 마을·사람·일 창생전략(2015~2019)이 추진 이후, 현재는 제2기 마을·사람·일 창생전략(2020~2024)이 추진 중
- 제2기 지방창생전략에서는 지방에 새로운 사람의 유입을 촉진하기 위한 전략의 일환으로, '관계인구'의 창출 및 확대 정책을 실시하고 있음
 - 정주민구 증가를 목표로 하는 지방창생정책이 별다른 효과를 거두지 못하게 되는 상황에서, 새롭게 주목받기 시작한 개념이 관계인구임
- 학술적인 배경에서 출발한 개념이라기보다는 현장의 용어로서 처음 발생하고 유통되기 시작한 개념이며, 정책의 전면에 등장하기까지 2년여 정도밖에 되지 않은 개념임 (류영진, 2020)

관계인구의 개념

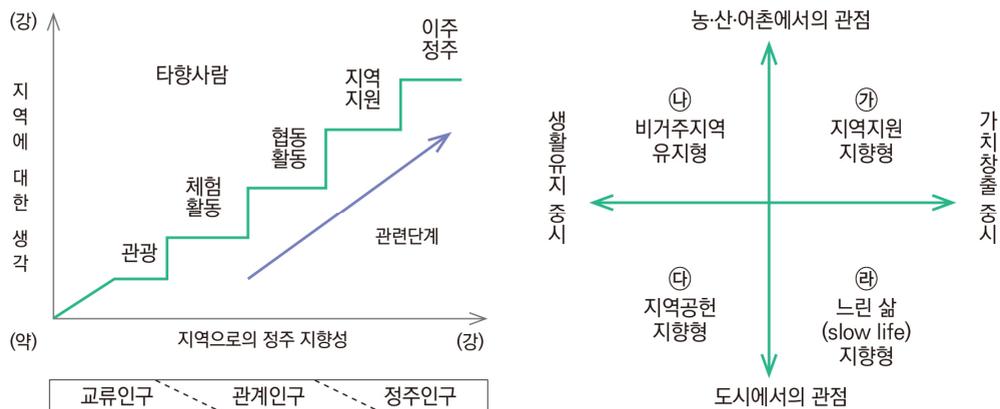
- 관계인구라는 개념이 처음으로 사용된 것은 2016년 타카하시 히로유키의 저서 ‘도시와 지방을 섞다: 타베루 통신’에서였음
 - 그는 관광은 일회적이고 지역의 저력으로는 이어지지 못하고, 정주라는 선택은 진입 장벽이 높다고 설명하면서, 교류인구와 정주민 사이에서 잠자고 있는 관계인구를 발굴해야 한다고 주장하면서 ‘관계인구’라는 용어를 처음 사용(류영진, 2020)
- 타카하시(2016)는 지방으로 이주하는 것은 현실적으로 힘들지만, 지방과 관계를 맺는 수준이라면 충분히 가능한 도시 거주자들이 많다고 강조하며, 관계인구라는 개념을 도시 거주자들이 가질 수 있는 ‘다분화된 선택지 중 하나’로 제시
- 타카하시의 관계인구 개념은 같은 해 사시테 카즈마사의 저서 ‘우리들은 지방에서 행복을 찾는다’에서 좀 더 구체화 됨¹⁾
 - 사시테(2016)는 미래의 시대는 관계의 시대라고 선언하고, 관계인구를 말 그대로 지역에 관계를 맺어오는 인구를 뜻하며, 자신이 마음에 드는 지역에 주말마다 방문하거나, 빈번히 들르지는 못하더라도 어떠한 형태로든 지역을 응원하고자 하는 사람들이라고 정의
- 사시테(2016)는 관계인구과 교류인구와의 차이를 교류인구와는 달리 적극적으로 지역 사람들과 관계를 맺고, 그 사회적인 기록이나 효과를 가시화(인식 가능한 형태로 구체화)하는 이들이라고 설명(류영진, 2020)
 - 타카하시가 도시민의 입장에서 정주라는 선택이 현실적으로 부담이 되기에 정주 이외에 가능한 다양한 선택지로서 관계인구를 설명했다면, 사시테는 이를 좀 더 지역의 입장에서 적극적으로 해석하여 지역과 관계를 맺으려는 사람들의 참여도를 중요한 요소로 보고자 함

1) 환경친화적 라이프스타일을 지향하는 독자를 대상으로 하는 잡지 『소토코토(ソトコト)』의 편집자인 사시테 카즈마사(指出 一正)는 『우리는 지방에서 행복을 발견한다(ぼくらは地方で幸せを見つかる)』(2016)에서 동일본대지진 때 자원봉사활동을 한 것을 계기로 도호쿠(東北) 지방으로 이주한 젊은이, 대도시에서 일하다가 고향에 돌아와 지역 특산품을 소개하는 잡지나 지역주민이 교류하는 카페를 연 청년, 지방의 한 마을을 거점으로 삼고 전국을 돌아다니며 각종 이벤트를 기획하는 청년단체 등을 소개(박지환, 2021)

관계인구의 유형

- 관계인구가 정책적으로 도입되기 시작하면서, 학술적인 용어로도 관계인구를 개념화하기 시작
- 관계인구는 농산어촌과 도시주민들과의 여러 가지 관계성을 관련 정도에 따라 단계로 나타내는데, 무관심과 정주의 단계 사이에 자리매김됨(中川秀一, 2019; 作野廣和, 2019; 한주성, 2019)
 - 관광으로 시작해 어떤 계기로 해당 지역을 방문하는 사람은 교류인구로 여겨지는데, 같은 지역을 오가기를 거듭하면 그곳에서 교류가 발생하게 되고, 교류자와 정주자에 의해 협동이 발생하고 해당 지역과의 관계가 깊어지며, 나아가 지속적인 드나듦에서 해당 지역의 과제 해결이나 지역자원의 활용 등에 대한 적극적이고 능동적인 움직임 보이게 됨
 - 이러한 움직임이 계속되면 지역에서 없어서는 안 될 존재가 되는 동시에 당사자의 의식도 더욱 높아져 최종적으로 이주해 정주인구에 다다르게 됨
- 그러나 모든 관계인구가 정주인구를 겨냥하는 것은 아니므로, <그림 2-1>은 단계성을 나타내는 동시에 관계인구의 다양성을 나타낸 것임

• 그림 2-1 | 교류·관계·정주인구의 단계별 위치(좌), 도시와 농촌의 관점에서 본 관계인구 유형(우) •



자료 : 中川秀一(2019)(좌), 作野廣和(2019)(우), 여기서는 한주성(2020)에서 재인용

- 作野廣和(2019)는 도시와 농촌에서의 관점과 생활방식 측면에서 관계인구를 유형화한 바 있음
 - 지역지원 지향형은 농산어촌의 관점에서 새로운 가치를 창조하는 것으로 지역과제를 해결하고 지역자원을 활용한 유형으로 4가지 유형 중 가장 능동적으로 해당 지역과 연계되고, 그 연장선상에서 해당 지역으로의 이주 가능성도 열려 있는 유형임
 - 지역공헌 지향형은 도시의 관점에서 농산어촌이 안고 있는 문제에 대한 인식이 높고, 지역문제해결을 위해 노력하는 ‘지역 응원단’ 성격이나, 지역지원 지향형과 달리 이주까지는 고려하지 않는 유형임
 - 비거주지역 유지형은 농산어촌의 과제를 충분히 의식하고 해당 지역의 생활을 지키려는 자세가 강한 사람들로 구체적으로 해당지역 출신의 아들, 손자, 즉 출향민 세대로, 해당지역 가족을 만나기 위해 일정 빈도로 오가는 경우가 많아 지역과 강한 관계 유지
 - 슬로우라이프 지향형은 도시의 한계나 농산어촌의 지속가능성을 인식하면서도 스스로는 도시에서 멀어지지 않는 존재로, 대다수의 국민이 속하는 유형임
 - 관계인구를 언급할 경우, 일본에서는 주로 지역지원 지향형과 지역공헌 지향형이 정책적 대상이 되는 집단이므로, 좁은 의미의 관계인구는 이 두 가지 유형만을 의미한다고 함

2. 관계인구 정책의 활용

교류인구로서 정책의 활용

- 관계인구보다 더 일찍 정책에서 활용된 개념으로 교류인구는 1990년 일본경제신문에서 처음 등장하였고, 이후 1994년 일본 국토청이 개념을 제시(한주성, 2019)
 - 여기에서 교류는 지역의 방문여하를 불문하고 그곳에 무엇인가 효과가 있는 관련을 말하고, 교류의 효과나 지역에 미치는 영향을 체계적으로 파악하기 위해 요구되는 생각의 지표가 교류인구에 해당되는데, 이것은 정주민구를 보완하는 것으로 파악됨

- 즉 교류인구란 해당 지역의 방문과 관계없이 어떤 이유로든 지역과 관련이 있는 사람을 대상으로 삼음
 - 최근 도입된 관계인구와 달리, 교류인구는 계층지표가 한정되어 있고, 경제적 관점에서 지역에 대한 영향 내지 지역을 뒷받침하는 관점이 결여되어 이들을 반영하는 관계인구 개념이 등장한 것이라고 볼 수 있음(作野廣和, 2019)

관계인구로서 연계(linkage) 프로젝트 도입

- 2017년 일본의 지방자치단체 중의 하나인 야마나시현(山梨県)은 관계인구와 유사한 형태의 정책을 시행한 바 있는데, ‘야마나시현 지역, 사람, 일 창생종합전략’의 개정판을 공표하면서 ‘야마나시 연계(linkage) 프로젝트’ 추진
- 야마나시현은 교류인구 중에서도 야마나시를 지지하고 경제적인 공헌도나 애착, 귀속의식이 높은 사람들을 연계 인구라고 정의하여 이를 확대하는 것을 통하여 장래 정주민구의 증가로 이어지도록 한다고 프로젝트의 목적과 그 핵심 주체로서 연계 인구라는 개념 소개
 - 연계인구의 주요 대상으로서 별장객, 이중지역 거주자, 야마나시현 출신의 귀향자, 일본인 관광객을 상정
- 연계인구는 정주를 지향하지 않고, 지역에 대하여 호감을 가진 이들을 대상으로 한다는 점에서 관계인구와 유사하지만, 기본적으로 교류인구라는 개념에 기반을 둔 행정적, 경제적 효율을 중시한 개념이라고 해석할 수 있음(류영진, 2020)

일본 제2기 지방창생전략에서 관계인구 시책 도입

- 지역에 대한 관심과 지역과의 관계를 이어가는 동안 구축되는 지역과의 관계가 지방이주를 결정하는 계기가 되는 경우가 많음을 인지하고, 일본 정부는 제2기 지방창생 전략을 추진하면서, ‘관계인구’의 창출 및 확대 정책을 도입

- 관계인구의 창출 및 확대를 위해, 지방생활을 체험하고, 자원봉사 등 정기적으로 교류하는 것뿐만 아니라 지방사업 활동을 통해 도시 인재와의 관계를 확대·심화시키는 것, 그리고 최근 취업형태의 다양화에 따른 부업·겸업의 형태로 도시 인재의 지식을 여러 지역에 널리 공유하는 등의 정책이 추진되고 있음
- 관계인구는 일본의 정책적 추진배경에 따라, 정주인구 유입정책이 한계에 봉착하자, 출산율 제고, 인구유입 전략에 더해, 외부에 거주하더라도 지역에 활력을 줄 수 있는 지역 관계자에 초점을 맞추어 특새정책을 취한 것임
 - 장기적으로 지역에 정착할 가능성이 잠재되어 있는 사람을 정책대상으로 삼고 있기는 하지만, 단기적으로는 인구유입에 목적이 있기보다는 관계인구를 통한 지역활력 제고에 목표를 두고 있다고 볼 수 있음
- 일본의 관계인구 정책은 해외 사례에서 보다 자세하게 살펴보도록 함

III

해외사례 분석

1. 일본의 관계인구정책

지방창생전략으로서 관계인구정책 도입

- 일본의 관계인구 개념은 농산어촌에 초점을 두고, 이들 지역에 대한 활성화를 지역 외에서 돕는 사람들이라는 인식을 가지고 있으나 일반화된 정의는 정해져 있지 않음
 - 일본 정부는 관계인구에 대해 ‘제2기 마을·사람·일자리 창생종합전략’을 통하여 ‘이주에 의한 정주인구나 관광을 통한 교류인구²⁾가 아니고 특정한 지역이나 지역 주민들과 지속적이고 다양한 형태로 관계를 맺는 사람들’이라고 광범위하게 정하고 있음
- 일본은 지방의 인구감소와 고령화가 심화되어, 2014년에 ‘지방창생법’을 제정하고, 중앙부처 전담기구로서 ‘마을·사람·일자리 창생본부’를 설치하여 마을·사람·일자리 창생 비전과 전략을 수립
 - ‘마을·사람·일자리 창생 정책’은 2015년~2019년의 제1기 사업이 종료된 이후, 2020년~2024년의 제2기 전략이 시행되고 있으며, 관계인구는 제1기 정책에서 달성하지 못한 부분을 시정하기 위해 제2기 정책에서 도입된 시책 중의 하나임

2) 교류인구란 외부로부터 당해 지역을 방문하는 사람을 말하며, 그 지역에 사는 정주인구나 거주인구와 대비되는 개념이다. 방문 목적은 통근·통학, 쇼핑, 문화감상, 학습, 관광, 스포츠, 레저 등 다양하지만 지방창생에서는 주로 관광을 목적으로 방문한 것을 교류인구라고 하고 있음

- 제1기에서 수립한 기본목표 중, ① 지방 일자리 창출과 ④ 시대에 맞는 지역 만들기 및 지역 간 연계강화는 긍정적으로 평가되었으나, ② 지방으로의 인구유입 및 ③ 저출산 해소대책은 성과가 미흡하여, 2014년 이래 도쿄권으로의 전입 초과 현상이 지속적으로 증가³⁾
- 제2기 전략의 기본목표는 <표 3-1>과 같이 수립되어 있으며, 관계인구 정책은 기본 목표 2, 지방과 연계 강화와 지방으로의 인구흐름 촉진을 달성하기 위한 시책으로 ‘관계인구의 창출 및 확대’ 정책으로 추진

• 표 3-1 | 일본 지방창생전략의 기본목표 •

구분	내용
제1기 마을·사람·일자리 창생전략 (2015~2019)	<ul style="list-style-type: none"> • 기본목표 ① 지방에 일자리를 창출하여 안심하고 일할 수 있도록 함 ② 지방으로 새로운 인구이동 흐름을 만들 ③ 청년층의 결혼·출산·육아의 희망이 이루어지게 함 ④ 시대에 맞는 지역을 만들어 안심하고 생활할 수 있도록 하며 지역 간 연계를 강화함
	<ul style="list-style-type: none"> • 기본목표 ① 돈 버는 지역을 만드는 동시에 안심하고 일할 수 있게 함 <ul style="list-style-type: none"> - 지역특성에 맞게 생산성이 높고, 돈 버는 지역 실현 - 안심하고 일하는 환경 실현 ② 지방과 연계 강화와 지방으로 인구흐름을 만들 <ul style="list-style-type: none"> - 지방으로 이주·정착 추진 - 지방과의 연결고리 구축 ③ 결혼·출산·육아의 희망을 이루어줌 <ul style="list-style-type: none"> - 결혼·출산·육아하기 좋은 환경 정비 ④ 사람이 모이는, 안심하고 살 수 있는 매력 있는 지역을 만들 <ul style="list-style-type: none"> - 활력 있고 안심 생활을 실현하는 환경 확보

자료 : 内閣官房 まち·ひと·仕事創生本部(2019)

3) 内閣官房 まち·ひと·仕事創生本部(2019) 第2期「まち·ひと·仕事創生総合戦略」

- 제2기 전략의 기본목표는 제1기 전략의 기본목표를 대체로 유지하고 있으나, 제1기 전략에서는 지방의 인구유입 촉진이 기본목표였다면, 2기 전략에서는 지방과 연계 강화라는 새로운 인구정책을 도입하고 있는데 여기에 관계인구 관련 정책이 도입

• 표 3-2 | 제2기 일본 지방창생전략의 관계인구 관련 추진시책 •

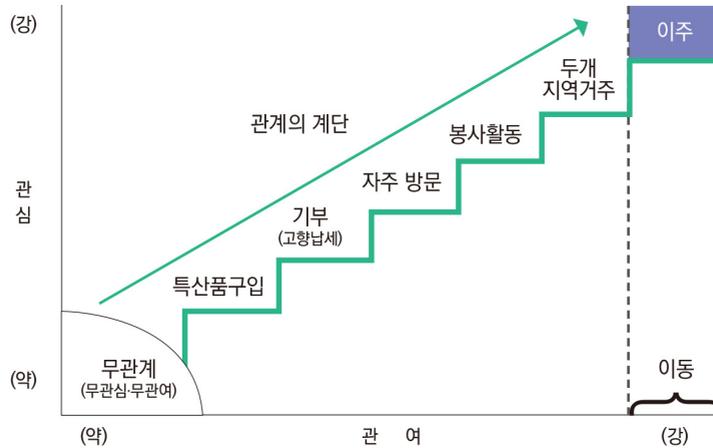
구분	내용
장기비전	<ul style="list-style-type: none"> • 미래에도 활력있는 지역사회 실현: 인구감소 완화, 지역 외부로부터 생산력을 높이고 지역 내 경제순환 실현, 인구감소에 적응하는 지역 • 도쿄권 일극 집중의 시정
기본목표	<p>② 지방과 연계 강화와 지방으로 인구흐름을 만들</p> <ul style="list-style-type: none"> - 지방으로 이주·정착 추진 - 지방과의 연결고리 구축
추진시책	<ul style="list-style-type: none"> • 지방이주 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 지방이주·이전 추진 • 청년의 교육·취업에 의한 지방정착 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 지방대학 진흥으로 지역산업 인력 육성, 고등학교 기능 강화 • 관계인구의 창출 및 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 관계인구가 되는 계기와 여건 만들기 등 • 지방으로 자금의 흐름 창출·확대

자료 : 内閣官房 まち・ひと・仕事創生本部(2019)

일본의 관계인구 정책개념 및 유형

- 특정 지역에 대해 관광인구 이상, 정주인구 미만의 관계를 가진 사람들이라고 하는 관계인구는 그 형태가 다양한데, ‘관심(의식)’을 세로축, ‘관여(행동)’를 가로축으로 한 ‘관계의 계단’을 통해 관계인구의 제 형태를 도식화(〈그림 3-1〉 참조)
 - 즉, 전혀 관심·관여가 없는 단계에서 이주 단계에 이를 과정을 다섯 가지의 구체적인 행위를 통해 단계별로 구분

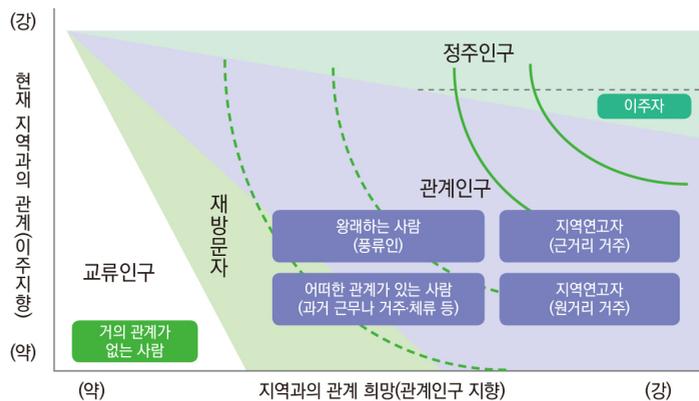
• 그림 3-1 | 관계의 계단 •



자료 : 国土交通省, '第6回住み続けられる国土専門委員会 配布資料', 小田切徳美, 「関係人口論とその展開」
 (https://www.mlit.go.jp/common/001203324.pdf, 2021년 3월 18일 검색)

- 총무성은 '현재 지역과의 관계(이주지향)'를 세로축, '지역과의 관계 희망(관계인구 지향)'을 가로축으로 하여 관계인구의 제 형태를 제시
 - 이주지향과 관계인구 지향의 정도에 따라 '지역연고자(근거리 거주)', '지역연고자(원거리 거주)', '왕래하는 사람', '어떠한 관계가 있는 사람'의 네 가지 형태로 구분 (〈그림 3-2〉 참조)

• 그림 3-2 | 지역과의 관계성에서 본 관계인구의 형태 •



자료 : 總務省(2018), 'これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会 報告書'
 (https://www.soumu.go.jp/main_content/000568242.pdf, 2021년 3월 18일 검색)

총무성의 관계인구 창출 및 확대 모델사업

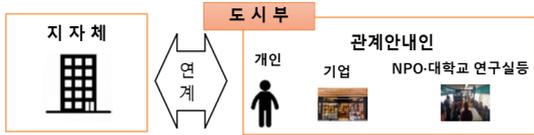
- 일본 정부가 관계인구의 명칭을 처음으로 사용하여 관계인구 창출 및 확대를 촉진하기 위한 정책을 추진한 것은 2018년 총무성의 관계인구 창출사업이었음(總務省, 2019: 2020)⁴⁾
 - 지역과 관계가 있는 지역 외 사람들에게 지역 만들기과 연결되는 기회를 제공하며, 지역과제 해결에 관심을 가진 사람들과 협업하여 실천활동을 추진하는 지방자치 단체를 지원하는 모델사업을 실시
 - 2018년 모델사업은 관계인구의 대상이 될 인구 형태에 따라 ① 지역과 관계가 있는 사람과 ② 지역과 관계를 가지려고 하는 사람 두 가지 유형으로 구분하여 추진
- 2019년부터는 이 사업이 관계인구 창출 및 확대사업으로 추진하여, 관계인구로서 지역 외의 사람이 지역과 지속적인 연계를 가질 기회나 계기를 제공하는 사업을 실시 하는 지자체를 지원하는 모델사업을 실시
 - 관계인구의 대상이 되는 인구 형태에 따라 4가지 유형으로 구분

• 표 3-3 | 일본 총무성 관계인구 창출 및 확대사업(2019) •

구분	내용	지원	
관계심화형	연고형	<ul style="list-style-type: none"> • 당해 지역에 연고가 있는 사람을 대상으로, 관계인구를 모집하는 체계를 마련하여 이 안의 사업에 동참하는 사람이 지속적으로 지역과 관계를 가질 수 있도록 기회를 제공하는 지자체를 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 11개 지자체 • 지원금 상한 500만 엔
	고향납세형	<ul style="list-style-type: none"> • 고향납세 제도를 활용하여 고향에 일정한 관심을 가지고 있는 기부자에게 지역과 지속적인 관계를 가질 기회를 제공하는 지자체에게 재정을 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 복수단체 연계사업인 경우 700만 엔
관계창출형	<ul style="list-style-type: none"> • 지역과 관계를 가지려고 하는 사람을 대상으로 지역과 지속적인 연계를 가질 기회나 계기를 제공하면서, 지역의 과제 혹은 요구와 관계인구가 될 사람의 지식·기술을 매칭하기 위한 중간지원기능을 조성하는 지자체에게 재정을 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 7개 지자체 • 지원금 상한 700 만엔 • 복수단체 연계사업인 경우 1,000만 엔 	

4) 總務省 關係人口, “平成30年度「「關係人口」創出事業」”, “平成31年度「關係人口創出·拡大事業」”, “令和2年度「關係人口創出·拡大事業」”, “令和2年度「關係人口創出·拡大事業」”

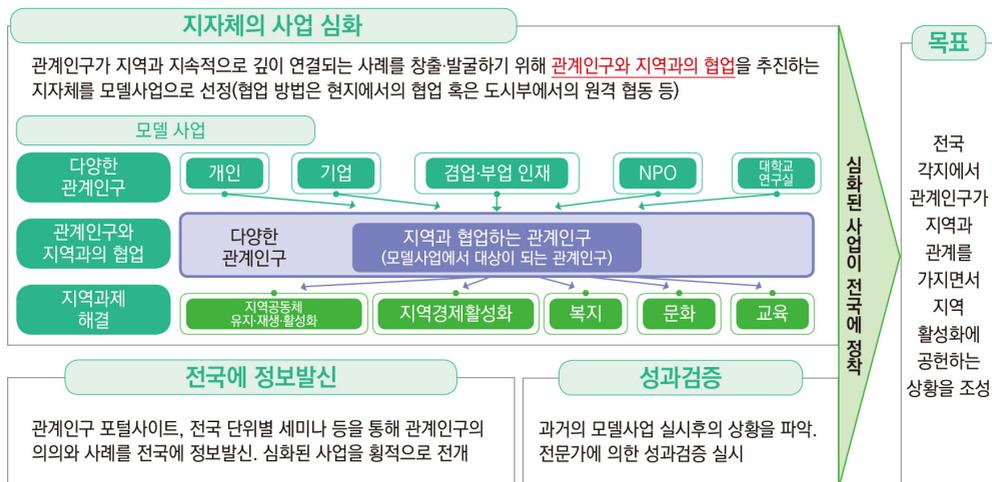
(https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/kankeijinkou.html, 2021년 3월 20일 검색)

구분	내용	지원
주변확대형	<ul style="list-style-type: none"> 도시부에 소재하는 개인·기업·단체(NPO·대학교 연구실 등)와 연계하며 도시부 사람들의 지역에 대한 관심을 조성하는 사업을 실시하는 지자체에게 재정을 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 21개 지자체 지원금 상한 900만 엔
주변확대형 (외국인)	<ul style="list-style-type: none"> 지역주민이나 지역단체와 연계하면서, 방일외국인과의 교류를 촉진해서 지역(지역주민, 지역산업)과의 지속적인 연계를 창출하는 사업을 실시하는 지자체에게 재정을 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 5개 지자체 지원금 상한 700만 엔

자료 : 總務省(2020), 「關係人口創出·拡大事業」

- 2020년에도 관계인구·확대사업을 지속적으로 추진하여, 모델사업을 실시하게 된 지방자치단체는 2018년 30개, 2019년 44개이며, 2020년 예산은 2억 4,000만 엔으로 나타남

· 그림 3-3 | 2020년 관계인구 창출·확대사업의 체계 ·



자료 : 總務省(2020), 「關係人口創出·拡大事業」 概要

(https://www.soumu.go.jp/main_content/000691146.pdf, 2021년 3월 20일 검색)

제2기 지방창생전략 시책으로서 관계인구 창출 및 확대

- 제2기 지방창생전략 시책으로서 관계인구 창출 및 확대사업은 지방이주의 기반확대를 위한 것임(まち・ひと・しごと創生本部, 2020a)
 - 관계인구의 지방과의 관계에 대해서는 지역의 일을 도와주는 사람이라는 입장뿐만이 아니라 취업 면에서 사업활동, 부업·겸업이라는 형태에 대해서도 주목하고 있음
- 따라서 시책 방향은 지역을 지탱하는 사람을 확보하는 것으로 하고, ① 관계인구가 될 계기 만들기·토양 만들기와 ② 수용지역에서의 사업추진(이주·관계인구 종합센터 등) 양측 면에서 추진
 - 개별시책은 정책 패키지로서 ① 관계인구 창출·확대를 위한 환경정비, ② 아이들의 농산어촌체험 충실, ③ 고등학생의 ‘지역유학’ 추진, ④ 산업인재 환류 촉진, ⑤ 지방거주의 본격적 추진임⁵⁾
- <표 3-4>에 나타나 있듯이, 지방창생전략으로서의 관계인구 창출 및 확대사업은 총무성의 관계인구 창출 및 확대사업 뿐만 아니라, 농어촌체험, 교육, 산업인재 유치, 지방거주를 위한 주거지원 등 폭넓은 분야의 정책 패키지로 지원하고 있음

• 표 3-4 | 제2기 일본 지방창생전략의 관계인구 관련 정책 패키지 •

구분	내용
관계인구 창출·확대를 위한 환경정비	<ul style="list-style-type: none"> • 지역에서 관계인구에게 정보제공을 하는 지자체를 지원 • 도시주민과 지역을 매칭하거나 지역과제에 관계하기 위한 계기를 만들거나 해서 관계인구 창출을 위한 체계를 구축하려고 하는 중간지원조직을 지원 • 관계인구 창출 사례를 전국에 정보발신·횡적 전개함과 동시에 전국판 민간 연계에 의한 플랫폼을 운영해 사업자와 지자체 관계자 간의 정보공유 및 네트워크화를 추진 • 관계인구 실태를 조사하여 정량화·유형화를 실시 • 관계인구를 위한 수용 체제·콘텐츠의 정비 • 관계인구의 창출·확대를 위한 프로모션, 매칭의 촉진

5) まち・ひと・しごと創生本部(2020b), 関係法令 閣議決定等, 第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」(2020改訂版) - 政策パッケージ(<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/info/pdf/r02-12-21-senryaku2020.pdf>, 2021년 3월 31일 검색)

구분	내용
아이들의 농산어촌체험 충실	<ul style="list-style-type: none"> • 초중고 학생의 숙박을 함께하는 농산어촌체험에 관한 재정지원 • 수용 지역의 정보제공을 담은 코디네이트 시스템의 활용 촉진 • 체험프로그램의 충실·강화, 관련 시책정비의 추진 • 실시 체제의 구축, 체험교류 계획책정 추진 • 지방재정조치에 의한 초중학교의 사업을 지원
고등학생의 '지역유학' 추진	<ul style="list-style-type: none"> • '고등학생의 지역 유학을 추진하기 위한 고등학교 매력화 지원사업' 등에 의한 고등학생의 '지역유학' 추진
산업인재의 환류 촉진 시책	<ul style="list-style-type: none"> • 전국 사무국의 기능강화 및 도쿄권 등의 대기업 개척·연계강화에 의한, 부업·겸업을 통한 지역 인재환류 촉진 • 지역금융기관 등의 능력을 활용한 '선도적 인재 매칭 사업'의 실시 • 금융 모니터링 조사 등을 통한 실태파악 및 결과 공표 • '프로페셔널 인재 전략 거점'의 체제 강화
지방거주의 본격적 추진	<ul style="list-style-type: none"> • '시험적 거주'용 주택 제공을 위한 공용주택 목적외 사용의 승인 • 빈집 대책계획의 책정 촉진 • '전국판 빈·공지뱅크'의 활용을 촉진 및 GIS를 활용한 빈집 유통촉진 • '빈집 안내서'를 널리 알려 사업 보급을 촉진 • 기존 주택활용 농촌지역 등 이주촉진 사업의 활용 촉진 • 세이프티 넷 주택의 등록 추진 • 지방항공 네트워크의 충실 추진

자료 : 内閣官房 まち·ひと·仕事創生本部(2020b)

시사점

- 일본의 관계인구 정책은 관계인구의 개념처럼 좁은 의미의 정책과 넓은 의미의 정책이 동시에 시행되고 있음
- 총무성의 관계인구 창출 및 확대사업은 지역과 관계 맺는 사람들의 관계를 촉진함으로써 지역활력을 제고하고자 하는 좁은 의미의 관계인구 정책이라면, 내각관방의 마을·사람·일 창생본부의 지방창생전략으로서 관계인구 관련 패키지는 총무성의 관계인구 창출 및 확대사업 뿐만 아니라, 농산어촌체험, 고등학생의 지역유학, 산업인재 환류 촉진, 지방거주 촉진 등 지역과 관계 맺는 사람들의 접촉점, 즉 관계망을 넓히려는 정책으로서 보다 넓은 관계인구 정책이라 할 수 있음

- 지방창생전략을 종합적으로 추진하는 내각관방의 정책목표는 장기적으로 지방이주 촉진에 있으며, 단기적으로 이를 위한 이주기반 마련으로서 지역으로의 흐름을 촉진하기 위해 관계인구 정책을 활용하고 있으므로, 보다 적극적인 의미의 관계인구 정책을 취하고 있는 것임
- 관계인구 정책을 도입하고자 하는 경북의 입장도 인구감소지역 적응 정책으로서 관계인구정책을 도입하려는 것이기 보다는 인구감소지역 극복 정책으로서, 인구유입 목적으로 관계인구정책을 도입하고자 하는 것이므로, 좁은 의미의 관계인구 정책 보다는 넓은 의미의 관계인구 정책, 즉 지방창생전략으로서 관계인구 패키지 사업을 벤치마킹하는 것이 바람직함

2. 프랑스 농촌관광정책

프랑스 농촌관광정책의 특징

- 관계인구 유입 측면에서 중요한 대상은 지역과 깊이 관계를 맺는 체류형 지역관광객임
 - 지역과 아무런 관계를 맺지 않는 대중관광객과 달리, 체류형 지역관광객은 해당 지역에 오래 머물며, 지역주민들과 여러 활동들을 통해 관계를 맺고 지역의 이해를 높이고, 이 활동에 만족도가 높으면, 재방문을 통해 해당 지역과 관계가 깊어짐
 - 경북의 경우, 풍부한 자연, 문화, 역사유산이 소재하여, 이를 활용한 농산어촌 체험관광객의 유치로 관계인구 유입정책을 채택할 수 있으므로, 이에 대한 시사점은 프랑스 농촌관광정책을 통해 얻을 수 있음
- 프랑스는 EU의 최대 농업대국이자 관광대국으로 프랑스인 3명 가운데 1명은 연중 관광활동으로 농촌관광 숙박시설을 이용할 정도로 농촌관광이 대중화되어 있음
 - 프랑스 국내총생산에서 관광부문이 차지하는 비중은 7% 정도이며, 이 가운데 농촌관광 비중은 약 20%에 달함(약 150억 유로)

- 프랑스 관광숙박 시설의 침상수의 약 50%가 농촌지역에 분포되어 있을 만큼 농촌 관광이 활성화되어 있음
- 프랑스 농촌관광은 풍부한 자연 및 문화유산, 역사유산과 관련이 있음
 - 프랑스의 농촌관광은 7개의 국립공원과 45개에 이르는 자연공원(국토면적의 14%), 유네스코 등재 세계문화유산 28개소, 역사유적 4만 개소, 역사문화마을 90개소 박물관 6,000개소, 문화축제 1,000개 등 다양한 문화유산이 있음
- 프랑스의 경우, 농업회의소를 통해 농촌관광시장의 조직화를 위해 체계적으로 노력하고 있음
 - 반민관반의 조직으로 농가단체 및 다른 부서들과의 연대를 바탕으로 농촌관광을 형성·발전시킴
 - 농촌관광에 대한 프로그램을 사업주체가 계획하고, 계획이 목표와 일치하는 경우 국가에서 자본을 지원하는 방식을 이루고 있음
- 또한 프랑스 농촌관광은 전국단위의 네트워크 조직을 갖추고 있으며, 중앙단위를 통해 공동브랜드의 사용, 관광상품 유형화와 품질관리, 공동마케팅 및 예약시스템을 운영하고 있음

프랑스 농촌관광의 발전과정

- 프랑스에서는 1950년대부터 정부정책에 의해서 농촌관광에 대한 지원이 시작(박시현 외, 2012)
 - 1952년 농업회의소에서 ‘농업과 관광협회’를 설립하였으며, 1955년 지프 드 프랑스(Gites de France)의 전신인 지프 드 루랄 드 프랑스라는 비영리 농촌관광 네트워크가 조직
- 1955년부터 프랑스 농업부는 농가가 민박을 경영하는 것을 장려하기 위해 농업종사자가 농장의 주택을 개조하거나 부지 내에 주택을 신축하여 도시인에게 대여하는 민박사업(지프 드 루랄)에 대해 보조금을 지급하는 정책 추진

- 정부의 보조금 지원은 농가 이외의 민박경영자에게도 지급되었는데, 1980년대 지방 분권화가 진행되면서 농촌민박에 대한 지원은 지방자치단체가 수행
- 1980년대 이후 프랑스 농업의 생산물 과잉으로 인해 소농들의 소득 감소, 소농의 경영 다각화 방안으로 농촌관광의 중요성이 높아짐
 - 1988년 농업기본법(Code Rural) 개정을 통해 농업종사자가 운영하는 관광사업과 농작물 직매행위를 법률상 농업활동의 일부로 간주하고 지원 정책 실시
 - 뿐만 아니라, 중앙정부와 지방정부 사이의 계약에 의거하여 관광의 토대가 되는 환경, 역사, 문화적 보전을 도모하고 농가의 관광사업에 대한 시설투자(보조 및 융자), 보조금 지급, SOC 투자, 교육·연수 비용 보조 등 직·간접적인 지원이 이루어짐
- 프랑스의 농촌민박은 지역관광 시장에서 일반상업시설의 관광활동과 차별화된 경쟁력 확보를 위해 공동브랜드의 사용, 공동마케팅, 공동예약시스템운영, 관광상품의 유형별 품질관리와 등급제 등을 ‘중앙단위’를 통해 관리하고 있음

• 표 3-5 | 프랑스 농촌관광 발전 과정 •

단계	시장형성초기 (1950~1960)	양적성장 (1970~1980)	질적성장 (1990~)
경제사회적 환경	<ul style="list-style-type: none"> • 전후복구기 • 경제성장지속 • 유럽경제공동체건설 	<ul style="list-style-type: none"> • 저성장, 고실업사회진입 • 노동시간의 단축 • 그린투어리즘의 대두 	<ul style="list-style-type: none"> • EU 단일시장 • 환경적가치의 존중 • 농촌관광의고급화
주요 공급자	<ul style="list-style-type: none"> • 농가주택보전 • 은퇴농, 은퇴자 	<ul style="list-style-type: none"> • 현업중소농계층 	<ul style="list-style-type: none"> • 중소농층의경영다각화
농촌관광	<ul style="list-style-type: none"> • 수요미흡, 제약요인상존 • 조직화, 주체형성부족 • 농외소득증대차원 	<ul style="list-style-type: none"> • 여가시간확대 • 네트워크형성 • 다양한유형화, 차별화 	<ul style="list-style-type: none"> • 네트워크별 브랜드화 • 품질관리시스템(표준화) • 고부가가치화진행

출처 : 최재권(2016)

지프 드 프랑스(Gîtes de France)

- 프랑스에서 3가지 관광숙박시설은 일반관광시설(호텔, 식당), 농가주택 등을 숙박시설로 개량한 지프, 농업과 연계된 현업 농가의 관광시설(BAF, AP) 등이 있음
 - 지프는 주로 은퇴농이 운영하나, BAF(Bienvenue à la ferme, 농가에 오신 것을 환영합니다)와 AP(Accueil Paysan, 농민적 접대)는 현업 농가들이 운영하여, 현업 농가들의 농촌관광 활동은 농업활동으로서 사업형태가 구분되어 농업관광이라고도 함
 - 최초의 지프는 1951년 알프스지역(Basse Alpes)에서 당시 상원의원이었던 에밀 오베르(Emile Auber)에 의해 설립된 이후 현재에는 약 4만 개의 지프가 프랑스 전역에서 활동 중
- 지프 드 프랑스는 전후 1950년대에 본격화된 농업근대화 과정에서 이농현상이 심화되자 농촌지역의 은퇴자 그룹을 중심으로 전통 농촌건축물을 보전하기 위한 민간운동(지프운동/Movennet des gites) 차원에서 시작
 - 민간이 운영하며, 은퇴농, 농촌지역 은퇴자 중심으로 농촌 주택을 개량, 보수하여 주로 숙박위주의 임대사업을 하는 농촌관광 숙박시설임
- 지프 연합회에 가입 후 70여 개 항목에 달하는 심사기준에 합격되면 ‘지프 드 프랑스(Fédération Nationale des Gîtes de France) 라벨’ 획득
 - 라벨을 부착한 농가에 대해서는 4~5년에 한 번씩 정기 점검을 통해 엄격한 품질 관리(서비스, 내부시설, 안전 관리, 위생 문제, 실내 및 외관 경관 상태, 갖가지 체험 형태 등) 실시, 방문객의 불만 접수 시에는 수시 점검·조치

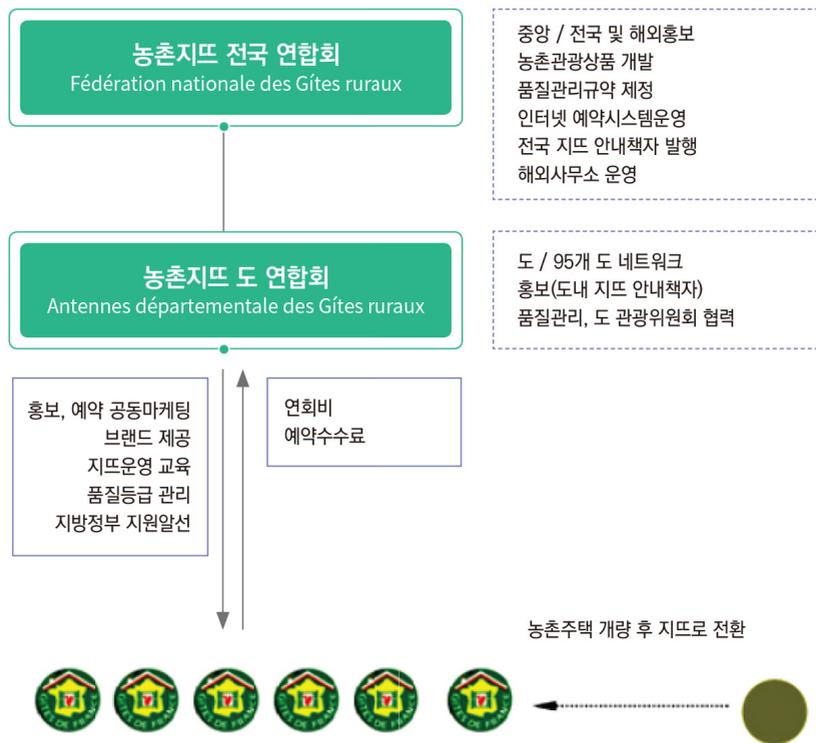
• 그림 3-4 | 지프 숙박·체류시설 등급 •



자료 : <http://www.gites-de-france.com>; 강동규 외(2016)

- 지프는 농촌관광서비스 유형별로 품질관리규약을 제정·운영, 등급제도(1~5등급)를 실시하여 엄격한 품질관리 시스템 운영
- 지프 조직은 도 단위(데파르트망)에 개별 지프사업자를 회원으로 한 연합회가 조직되어 있으며, 중앙에 전국지프연맹이 조직됨

• 그림 3-5 | 지프 드 프랑스의 조직체계 및 역할 •



자료 : 오현석 외(2006); 강동규 외(2016)

- 프랑스 전역에 각 지역별로 95개 도 연합회가 활동 중, 운영은 회원이 납부하는 회비와 각종 활동에 따른 운영 수수료에 의존(이소영 외, 2011)
- 전국지프연맹(Fédération Nationale des Gîtes ruraux)은 각 도의 연합회와 기타 농촌관광조직들을 회원으로 하며, 국내외 홍보, 공동마케팅, 서비스유형별 품질관리규약 제정 및 운용, 등급관리 및 서비스 품질개선, 새로운 농촌관광상품의 개발 업무 등 수행

- 지뜨 도연합회(Antenne départementale des Gîtes ruraux)는 지뜨사업자를 회원으로 둔 연합회로서 농촌 지뜨 운영자에 대한 농촌관광 관련정보의 보급, 농촌지뜨 품질등급(이삭수) 규약의 준수여부 관리, 기타 지뜨 운영에 필요한 교육 실시

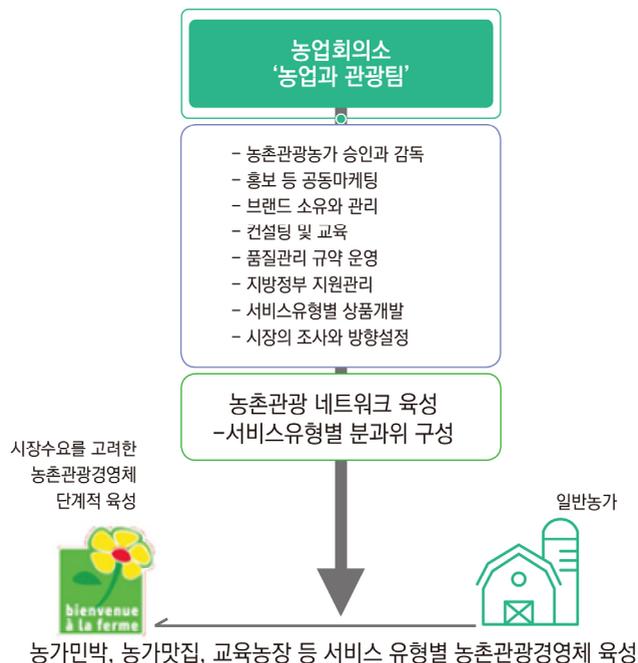
BAF(Bienvenue a la Ferme; 농가에 오신 것을 환영합니다)

- BAF는 농업회의소가 주도하는 사업으로 1988년 창설
 - BAF는 중앙 농업회의소⁶⁾가 운영하는 농촌관광 품질인증 공동체, 중대농 중심으로 농민만 가입 가능
 - BAF는 농업생산활동에 현업으로 종사하는 농업경영체들을 중심으로 외식사업과 체험교육, 숙박 등 농촌관광 활동을 조직화하고 있음
- 현업농가의 농업인 소득 증대를 목적으로 다양한 농촌 관광서비스를 제공
 - BAF 농촌관광 서비스는 전통음식 체험과 가족단위 숙박, 캠핑 등 3개 분야에서 2015년 기준, 20여개 서비스 유형으로 확대됨
 - 각각의 농촌관광 서비스는 서비스 유형별로 품질현장(품질관리규약)이 제정·운영되고 있음
 - 또한 상품별로 가이드라인을 만들어 각 항목별 서비스의 질 향상
- 농업회의소 중앙회의 '농업과 관광' 사무국의 주요 활동내용
 - 새로운 농촌관광상품의 개발
 - BAF 농촌관광상품의 품질관리규약 제정 및 감독(숙박, 승마, 가족체류, 캠핑, 농가음식 체험, 농가특산물직판, 사냥, 교육농장, 발견농장)

6) 프랑스의 농업회의소는 1924년 관련법 제정 이후, 농가의 농촌관광활동을 농업적 성격으로 규정한 1988년 관련규정에 따라 본격화됨. 농업관광의 조직화를 위해 중앙(농업회의소 상임의회/APCA)에 '농업과 관광(agriculture et tourisme)' 사무국 설치, 21개 지역과 95개 도의 농업회의소에 '농업과 관광'팀 운영. 총 250만 명의 회원을 두고 운영하고 있으며 농업과 직간접적으로 관련된 단체가 참여하는 농정자문 기구

- 농림부 및 관광부, 국토개발청(DATAR)과 공동으로 농촌관광에 대한 서비스 향상 연구의 수행
 - 농촌관광 관련 법안의 제안(관련규정, 세제, 사회보장제도 등)
 - 농촌관광전문지침서(références technico-economiques)의 발행
 - 기타 BAF 농촌관광 홍보 활동 등
- 지역 및 도 농업회의소의 ‘농업과 관광’ 팀의 기능
 - BAF 사업의 네트워크 관리를 위해 2~3명의 전문지도사 및 애니메이터들로 팀 구성
 - BAF 품질관리규약의 이행 여부, BAF 가입대상 농가 선정, 지방정부 지원알선 및 사업컨설팅, 교육 등 수행
 - BAF 가입농가들을 위한 홍보활동, 농지의 농촌관광 용도전환을 위한 상담 및 컨설팅 등 수행

• 그림 3-6 | 농업회의소 기능 •



자료 : 오현석 외(2006); 강동규 외(2016)

- 농촌관광 서비스 유형별로 품질관리규약을 제정, 숙박시설은 지프와 비슷한 등급제 적용
 - BAF는 9개 농촌관광 서비스 유형별로 품질현장을 제공·운영
 - 여타 농촌 관광서비스와 달리 현업 농업인에 의해 제공되는 관광서비스가 특징
 - 품질현장은 농가가 수행하는 농촌관광활동의 농업적 성격을 유지하기 위해 농가의 농촌관광 서비스의 농업적 성격을 뒷받침하는 세부규정을 포함함
 - BAF의 숙박시설도 지프와 마찬가지로 방식으로 이삭 수로 등급 표시

• 표 3-6 | 프랑스 농촌민박 공동브랜드 조직 및 농촌관광상품 •

공동브랜드	조직 및 현황	농촌관광상품의 종류
 <p>Gîte (지프)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fédération Nationale des Gîte de France(프랑스 지프전국연맹) <ul style="list-style-type: none"> - 95개 각 도별 협회 조직 - 중남미 등에 브랜드 수출 - 공동브랜드, 공동마케팅 및 예약시스템 운영 - 60,000 가입자, 가입자의 30% 은퇴농 	<ul style="list-style-type: none"> • 관광서비스 유형별로 품질규약 및 등급과 적용 <ul style="list-style-type: none"> - Gîte rural(독립적인 가족시설 임대) - Chambre d'hôtes(B&B 개념 민박) - Chambre avec tables d'hôtes(저녁식사 제공) - Gîte d'etape, Gîte de séjour(동호회 등 단체 숙박) - Campings et aires naturelles de Camping (캠핑장) - Chalêts-loisits(방갈로) - Gîte d'enfants(어린이 지프) - Gîte pour adolescents - Gîte à theme(낚시, 스키, 승마활동을 위한 지프)
 <p>Bienvenue à la ferme (농가에 오신 것을 환영합니다)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 프랑스 농업회의소 '농업과 관광'팀 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 관광 및 도단위 농업회의소별로 조직화 - 6,000 농가 참여(현업 농업인에 의한 운영) - 공동브랜드, 공동마케팅, 공동예약시스템 	<ul style="list-style-type: none"> • 관광서비스 유형별로 품질규약 적용 <ul style="list-style-type: none"> - Ferme auberge(농가맛집) - Ferme de découverte(발견농장) - Ferme équestre(승마) - Ferme pédagogique(교육농장) - Ferme de séjour(숙박체류) - Ferme de chasse(사냥) - Camping en ferme d'accueil(캠핑) - Produits de la ferme(농가특산물 직판) - Goûter à la ferme(농가음식 식도락)

공동브랜드	조직 및 현황	농촌관광상품의 종류
 <p>Accueil Paysan (농민적 접대)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 소농중심의 농촌관광 - 전국에 6개, 지역협회 및 22개 도 협회 - 400여 농가 참여, 현업농업인, 소농운동 그룹 	<ul style="list-style-type: none"> • 관광서비스 유형별로 품질현장 적용 - Gîte paysan(농가임대) - Table paysanne(농가식당) - Chambre paysanne(농가 B&B) - Camping et aire paysans(농가 캠핑) - Accueil d'enfants à la ferme(교육농장) - Relais paysan(gîte de groupe)(단체숙박)

출처 : 강동규 외(2016)

시사점

- 프랑스의 농촌관광은 전후 본격화된 농업 근대화 과정에서 이농현상이 심화되자, 농촌 지역의 침체를 회복하고 농촌의 자산을 보존·활성화함으로써 농촌의 지역 정체성을 재확립하기 위해 시도
- 인구유출로 위기에 빠진 지역의 대안적 운동으로서 시작된 지프 드 프랑스 운동 등은 농촌지역의 은퇴자 그룹을 중심으로 전통 농촌건축물을 보전하기 위한 민간운동으로 시작되어 전국망까지 갖춘 대표적인 농촌관광 서비스로 자리잡게 됨
 - 농가 민박이 가지는 한계를 극복하기 위해 엄격한 품질 관리 서비스를 실시하여, 방문객의 실질적 편의성을 제고
- 농촌 숙박시설의 공동브랜드화, 공동마케팅 및 예약 시스템 운영 등으로 일반관광시설 버금가는 서비스 품질을 유지할 뿐만 아니라, 캠핑, 낚시, 스키, 승마 등 다양한 테마별 시설 운영으로 농업관광에 한정된 체험 프로그램이 아닌 관광객들의 수요 맞춤형 관광서비스 제공
- 관광객이 지역의 충성도 높은 재방문객이 되기 위해서는 해당 지역에서의 관광체험의 만족도가 높아야 하는데, 이를 위해서는 농촌체험 프로그램에 한정된 서비스를 제공할 뿐만 아니라, 수준 높은 숙박시설 및 편의시설, 그리고 다양하고 새로운 농촌관광상품 개발 등이 수반되어야 함을 알 수 있음

IV

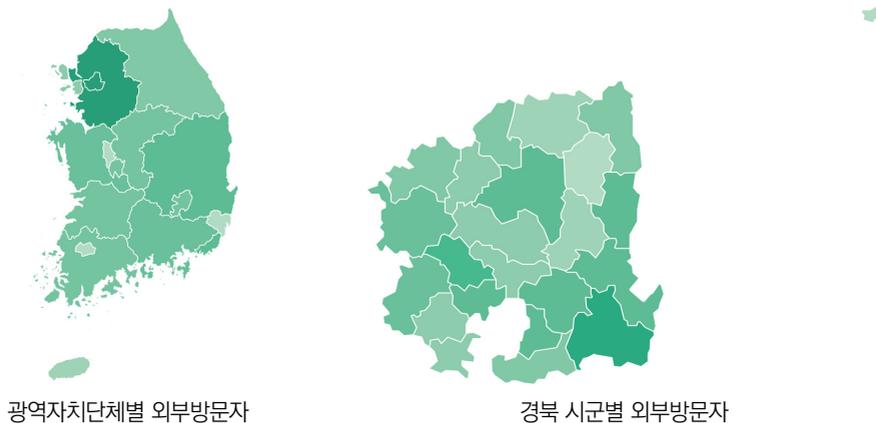
경북 관계인구 실태분석

1. 빅데이터 활용 방문행태분석

광역자치단체별 외부방문자 추세

- 한국관광 데이터랩의 최근 3년간(전체) 광역자치단체별 외부방문자 추세를 살펴보면, 경기도 방문자수가 가장 많은 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 서울, 경북, 인천 순임
 - 각 연도별로 살펴보면, 2018년 서울, 경기, 경북 등의 순으로 나타났으며 2019년 기준으로 서울, 경기, 인천, 경북의 순으로 외부 방문자가 많은 것으로 나타남
 - 2020년 기준으로 외부 방문자를 살펴보면, 경기, 서울, 경북, 경남 순으로 방문 지역이 변화되었음을 알 수 있음

• 그림 4-1 | 이동통신, 신용카드 등 주요 빅데이터 활용 외부 방문자 추세 •



자료 : 한국관광 데이터랩(<https://datalab.visitkorea.or.kr>)

주 : 특정 이동통신사 가입자 데이터(KT)를 활용하여 전체 방문객수를 추정. 실제 방문자수가 아닌 추정된 값임. 방문자는 관광 등의 목적으로 한 장소에 일정시간 이상 머무른 사람으로 정의. 방문자수는 일 순방문자수(unique visitor) 기준, 1일 4명

• 표 4-1 | 최근 3년간 광역지자체별 방문자수(2018~2020년) •

(단위 : 명, %)

지역	총계	구분				
		2018		2019		2020
		외부방문자	외부방문자	전년대비 증감률	외부방문자	전년대비 증감률
전국	8,288,673,049	2,787,477,829	3,019,812,007	8	2,481,383,213	-18
서울	1,769,784,298	606,282,720	676,239,448	12	487,262,130	-28
부산	430,250,345	149,628,499	154,956,548	4	125,665,298	-19
대구	299,026,355	105,117,110	107,487,542	2	86,421,703	-20
인천	483,799,612	159,550,161	186,061,142	17	138,188,309	-26
광주	186,611,115	63,837,307	66,038,784	3	56,735,024	-14
대전	235,833,892	82,585,850	83,628,100	1	69,619,942	-17
울산	138,830,921	46,433,222	48,862,667	5	43,535,032	-11
세종	72,358,950	23,109,587	25,285,404	9	23,963,959	-5
경기	1,807,699,908	591,259,444	664,749,407	12	551,691,057	-17
강원	412,273,686	135,219,733	145,612,023	8	131,441,930	-10
충북	301,859,609	102,455,188	105,848,957	3	93,555,464	-12
충남	444,198,762	149,123,906	156,262,000	5	138,812,856	-11
전북	266,883,804	89,813,652	93,066,716	4	84,003,436	-10
전남	343,272,216	112,787,550	119,694,029	6	110,790,637	-7
경북	493,663,339	166,970,809	173,737,828	4	152,954,702	-12
경남	441,540,547	148,321,065	153,464,716	3	139,754,766	-9
제주	160,785,692	54,982,027	58,816,696	7	46,986,969	-20

자료 : 한국관광 데이터랩(<https://datalab.visitkorea.or.kr>)

주 : 특정 이동통신사 가입자 데이터(KT)를 활용하여 전체 방문객수를 추정. 실제 방문자수가 아닌 추정된 값임. 방문자는 관광 등의 목적으로 한 장소에 일정시간 이상 머무른 사람으로 정의. 방문자수는 일 순방문자수(unique visitor) 기준, 1일 4명

- 최근 3년간 전체 경북의 방문자수를 살펴보면, 포항시가 가장 많은 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 경주시, 경산시, 구미시 등의 순으로 나타남
 - 2018~2020년까지 각 년도별 방문자 수를 살펴보면, 포항시, 경주시, 경산시, 구미시 순으로 동일함

• 표 4-2 | 최근 3년간 경상북도 방문자수(2018~2020년) •

(단위 : 명, %)

지역	구분	구분						
		총계	2018		2019		2020	
			외부방문자	외부방문자	전년대비 증감률	외부방문자	전년대비 증감률	
포항시	남구	80,872,970	26,807,837	28,095,756	5	25,969,377	-8	
	북구	82,285,348	28,272,744	28,184,744	0	25,827,860	-8	
경주시		119,954,920	40,711,718	43,259,609	6	35,983,593	-17	
김천시		35,323,919	11,843,521	12,418,353	5	11,062,045	-11	
안동시		53,423,190	18,470,786	19,048,377	3	15,904,027	-17	
구미시		74,525,499	24,733,231	26,550,515	7	23,241,753	-12	
영주시		25,391,367	8,745,574	8,919,863	2	7,725,930	-13	
영천시		34,761,516	11,620,799	12,029,117	4	11,111,600	-8	
상주시		34,993,654	11,479,896	12,324,527	7	11,189,231	-9	
문경시		30,607,725	9,720,391	11,166,104	15	9,721,230	-13	
경산시		89,289,365	30,872,979	31,757,386	3	26,659,000	-16	
군위군		19,798,877	6,445,025	6,806,071	6	6,547,781	-4	
의성군		19,488,054	6,295,070	6,654,678	6	6,538,306	-2	
청송군		14,886,832	5,432,733	4,857,143	-11	4,596,956	-5	
영양군		4,860,807	1,589,333	1,658,312	4	1,613,162	-3	
영덕군		27,784,711	9,217,214	9,571,372	4	8,996,125	-6	
청도군		26,576,584	8,888,479	9,232,241	4	8,455,864	-8	
고령군		15,761,397	5,003,940	5,255,130	5	5,502,327	5	
성주군		20,463,951	6,699,761	6,957,042	4	6,807,148	-2	
칠곡군		52,546,946	17,668,531	17,717,707	0	17,160,708	-3	
예천군		18,469,395	6,109,401	6,439,035	5	5,920,959	-8	
봉화군		12,003,893	3,957,501	4,149,336	5	3,897,056	-6	
울진군		21,668,935	7,258,303	7,597,118	5	6,813,514	-10	
울릉군		4,512,751	1,554,421	1,751,214	13	1,207,116	-31	

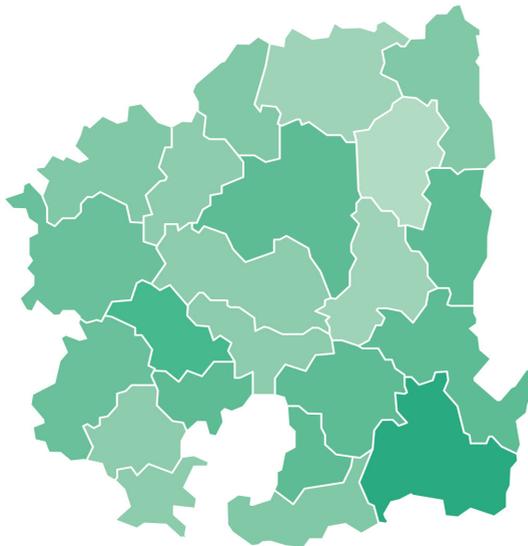
자료 : 한국관광 데이터랩(<https://datalab.visitkorea.or.kr>)

주 : 특정 이동통신사 가입자 데이터(KT)를 활용하여 전체 방문객수를 추정. 실제 방문자수가 아닌 추정된 값임. 방문자는 관광 등의 목적으로 한 장소에 일정시간 이상 머무른 사람으로 정의. 방문자수는 일 순방문자수(unique visitor) 기준, 1일 4명

내비게이션 목적지 검색수

- 한국관광 데이터랩의 내비게이션 목적지 검색수에 따른 경상북도 관광지 순위를 살펴 보면, 포항의 ‘호미곶해맞이광장’이 경북에서 가장 많이 찾는 관광지로 나타남
 - 그 다음으로 많이 찾는 관광지는 경주의 ‘첨성대’와 ‘불국사’로 나타났으며, 그 밖에 포항의 ‘영일대해수욕장’, ‘포항역’, 경주의 ‘경주월드’ 등의 순으로 나타남
- 데이터랩의 내비게이션 목적지 검색수는 단일 내비게이션 결과 자료만을 포함하고 있을 뿐만 아니라, 자동차 이용객의 관광 목적지만 검색된 것이므로 보다 정확한 방문실태는 관광지 이용통계 등의 자료를 분석하는 것이 바람직함

• 그림 4-2 | 내비게이션 목적지 검색에 따른 경상북도 관광지 순위 •



자료 : 한국관광 데이터랩(<https://datalab.visitkorea.or.kr>)

주 : 내비게이션(Tmap)을 이용하지 않고 이동한 사람, 타 내비게이션을 이용한 사람들의 특성은 반영되지 않음. 차량이동에 대한 조회건수로 방문자수 추계가 불가함

• 표 4-3 | 최근 5년간 경북 관광지 검색 순위(내비게이션데이터) •

순위	관광지명	상세주소
1	호미곶해맞이광장	경북 포항시 남구 호미곶면 대보리 221
2	첨성대	경북 경주시 황남동 118-4
3	불국사	경북 경주시 진현동 15-1
4	영일대해수욕장	경북 포항시 북구 두호동
5	포항역	경북 포항시 북구 흥해읍 이인리 137-1
6	경주월드	경북 경주시 천군동 191-5
7	죽도시장	경북 포항시 북구 죽도동 2-4
8	국립경주박물관	경북 경주시 인왕동 76
9	석굴암	경북 경주시 진현동 999
10	안동하회마을	경북 안동시 풍천면 하회리 844-3
11	문무대왕릉	경북 경주시 양북면 봉길리
12	보문관광단지	경북 경주시 신평동 375
13	김천구미역	경북 김천시 남면 옥산리 790
14	문경새재	경북 문경시 문경읍 상초리 288-1
15	신경주역	경북 경주시 건천읍 화천리 1010
16	경주양남주상절리	경북 경주시 양남면 읍천리
17	대릉원	경북 경주시 황남동 33
18	동궁과월지	경북 경주시 인왕동 506-1
19	구미역	경북 구미시 원평동 1008-1
20	주산저수지	경북 청송군 주왕산면 주산지리 73

자료 : 한국관광 데이터랩(<https://datalab.visitkorea.or.kr>)

주 : 내비게이션(Tmap)을 이용하지 않고 이동한 사람, 타 내비게이션을 이용한 사람들의 특성은 반영되지 않음. 차량이동에 대한 조회건수로 방문자수 추계가 불가함

• 표 4-4 | 2016~2020년 경상북도 주요 인기 관광지(내비게이션데이터) •

순위	관광지명				
	2016	2017	2018	2019	2020
1	호미곶해맞이광장	호미곶해맞이광장	첨성대	첨성대	호미곶해맞이광장
2	불국사	포항역	불국사	불국사	첨성대

순위	관광지명				
	2016	2017	2018	2019	2020
3	포항역	불국사	호미곶해맞이광장	호미곶해맞이광장	불국사
4	죽도시장	첨성대	포항역	경주월드	영일대해수욕장
5	신경주역	신경주역	경주월드	석굴암	죽도시장
6	김천구미역	국립경주박물관	국립경주박물관	포항역	석굴암
7	첨성대	문무대왕릉	영일대해수욕장	국립경주박물관	경주월드
8	경주양남주상절리	영일대해수욕장	석굴암	영일대해수욕장	문경새재
9	국립경주박물관	죽도시장	죽도시장	죽도시장	동궁과월지
10	영일대해수욕장	안동하회마을	안동하회마을	안동하회마을	보문관광단지
11	안동하회마을	보문관광단지	보문관광단지	동궁과월지	김천구미역
12	문무대왕릉	경주월드	김천구미역	김천구미역	문무대왕릉
13	문경새재	경주양남주상절리	문무대왕릉	문무대왕릉	국립경주박물관
14	보문관광단지	문경새재	문경새재	대릉원	안동하회마을
15	블루원 워터파크	영덕해맞이공원	신경주역	보문관광단지	칠포해수욕장
16	경주월드	김천구미역	추억의달동네	문경새재	경주양남주상절리
17	석굴암	주산저수지	구미역	신경주역	월영교
18	안동터미널	대릉원	경주양남주상절리	월영교	포항역
19	청도프로방스 포도랜드	석굴암	대릉원	구미역	주왕산국립공원
20	포항 시외버스터미널	추억의달동네	주산저수지	경주양남주상절리	구미역

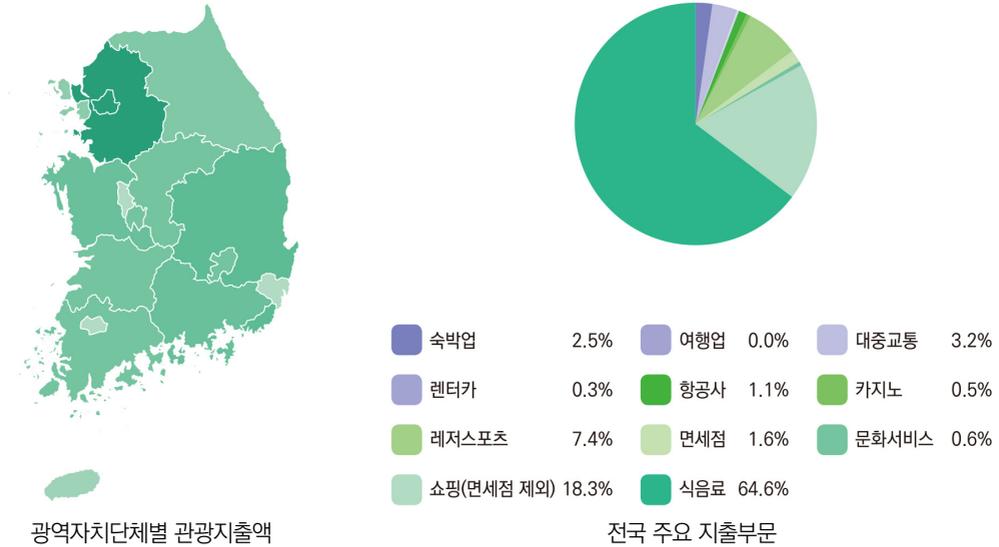
자료 : 한국관광 데이터랩(<https://datalab.visitkorea.or.kr>)

주 : 내비게이션(Tmap)을 이용하지 않고 이동한 사람, 타 내비게이션을 이용한 사람들의 특성은 반영되지 않음. 차량이동에 대한 조회건수로 방문자수 추계가 불가함

광역자치단체별 관광지출 추세

- 한국관광 데이터랩에 따르면, 전국 관광지에서 가장 많이 지출되는 항목은 ‘식음료 (64.6%)’로 나타남
 - 그 다음으로 ‘쇼핑(면세점 제외)’이 18.3%, ‘레저스포츠’ 7.4% 순으로 지출되는 것으로 나타남

• 그림 4-3 | 2020년 신용카드 지출액으로 살펴본 광역자치단체별 관광지출액 •



자료 : 한국관광 데이터랩(<https://datalab.visitkorea.or.kr>)

주 : 비씨카드 이용고객의 2020년 소비지출액임. 실제소비지출액이 아니라 특정 신용카드 이용고객의 소비행태를 분석한 자료임. 정확한 소비의 목적은 알 수 없음

• 표 4-5 | 2019~2020년 광역자치단체별 관광지출액(신용카드 지출액) •

(단위: 원, %)

지역	구분	2019	2020	
		지출액	지출액	전년대비 증감률
전국	총소비	21,032,874,873,062	14,351,344,533,244	-31.77
	숙박업	596,053,573,558	352,801,536,828	-40.81
	여행업	70,887,490,856	6,934,114,671	-90.22
	대중교통	788,158,581,791	454,928,386,073	-42.28
	렌터카	24,975,698,325	39,092,400,647	56.52
	항공사	538,132,998,379	157,412,114,988	-70.75
	카지노	347,901,225,900	66,155,519,700	-80.98
	레저스포츠	1,134,133,521,581	1,062,169,236,914	-6.35
	면세점	2,409,721,470,934	232,267,205,520	-90.36
	문화서비스	339,063,728,237	89,909,903,233	-73.48
	쇼핑(면세점 제외)	3,298,889,291,807	2,621,557,830,037	-20.53
	식음료	11,484,957,291,694	9,268,116,284,633	-19.3

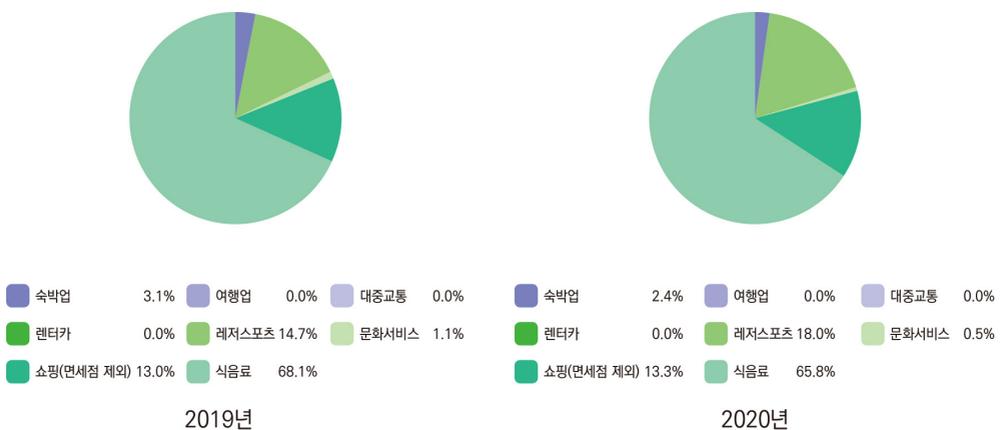
지역	구분	2019	2020	
		지출액	지출액	전년대비 증감률
경상북도	총소비	566,830,335,952	473,820,840,727	-16.41
	숙박업	17,448,549,177	11,243,644,487	-35.56
	여행업	6,026,500	2,332,500	-61.3
	대중교통	44,161,600	8,148,000	-81.55
	렌터카	7,193,500	3,762,600	-47.69
	레저스포츠	83,586,518,394	85,473,469,744	2.26
	문화서비스	6,226,353,223	2,547,619,646	-59.08
	쇼핑(면세점 제외)	73,762,094,666	62,999,706,803	-14.59
	식음료	385,749,438,892	311,542,156,947	-19.24

자료 : 한국관광 데이터랩(<https://datalab.visitkorea.or.kr>)

주 : 비씨카드 이용고객의 2019~2020년 소비지출액임. 실제소비지출액이 아니라 특정 신용카드 이용고객의 소비행태를 분석한 자료임. 정확한 소비의 목적은 알 수 없음

- 경상북도의 2019~2020년 관광지출액을 살펴보면, '식음료'가 전체 평균 67%로 대부분을 차지하고 있음
- 그 다음으로 '레저스포츠(16%)', '쇼핑(13%)' 순으로 나타남

• 그림 4-4 | 경상북도 관광지출액(신용카드 지출액) •



자료 : 한국관광 데이터랩(<https://datalab.visitkorea.or.kr>)

주 : 비씨카드 이용고객의 2019~2020년 소비지출액임. 실제소비지출액이 아니라 특정 신용카드 이용고객의 소비행태를 분석한 자료임. 정확한 소비의 목적은 알 수 없음

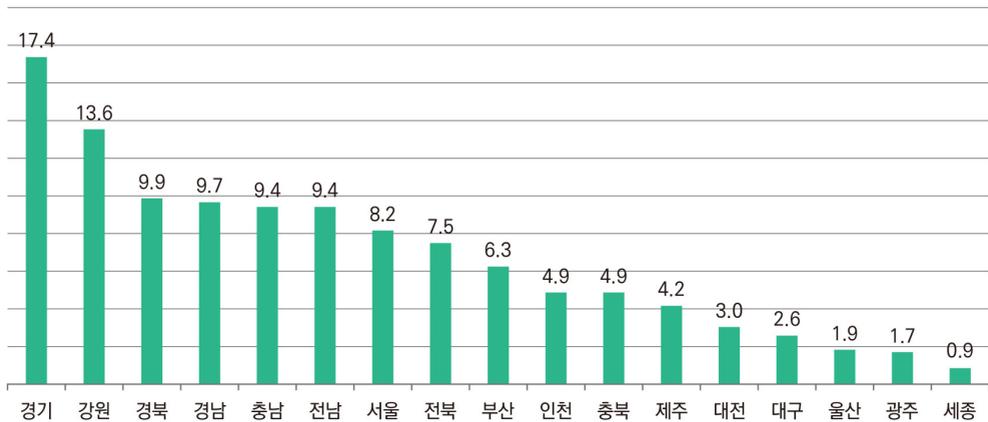
2. 경북관광 실태분석

국내 여행 방문실태⁷⁾

- 2019년 국내 여행 방문지는 경기도가 17.4%로 가장 많았으며, 강원도 13.6%, 경북 9.9%, 경남 9.7% 등의 순으로 나타남
 - 경기도와 강원도의 경우, 20~40대의 방문객이 타 연령에 비해 높게 나타남
 - 경북의 경우, 50대 이상의 방문객이 높은 것으로 나타남

• 그림 4-5 | 2019년 국내 여행 방문실태 •

(중복응답, 단위 : %)



출처 : 문화체육관광부(2020), 2019 국민여행조사

7) 문화체육관광부가 실시하는 국민여행조사를 토대로 분석. 국민여행조사는 2018년부터 조사원 가구방문 면접조사방식으로 월별 조사되고 있음. 조사방식 변경으로 2017년까지의 조사결과와 비교는 불가능하다고 밝히고 있음. 여행의 공간적 범위는 특/광역시 거주자가 거주하고 있는 시 또는 구 내에서의 이동을 비여행으로 분류

• 표 4-6 | 2019년 국내여행 방문 현황 •

(단위 : %)

구분	전체	성별		연령						가구원수			
		남자	여자	15세~19세	20대	30대	40대	50대	60대	70세 이상	1인	2인	3인 이상
서울	8.2	8.1	8.2	9.9	12.5	8.3	6.8	6.1	7.4	7.9	7.2	7.1	8.7
부산	6.3	6.3	6.2	6.3	9.8	6.8	5.8	5.3	4.6	3.6	6.8	5.7	6.4
대구	2.6	2.8	2.5	3.5	3.1	2.7	2.3	2.3	2.9	2.2	2.7	2.8	2.6
인천	4.9	4.9	4.8	6.2	5.6	4.8	4.7	4.6	4.9	3.5	4.7	4.2	5.1
광주	1.7	1.7	1.6	2.1	1.4	1.8	1.6	1.9	1.7	1.3	1.6	1.9	1.6
대전	3.0	3.3	2.6	3.0	3.0	3.7	3.0	3.0	2.4	1.9	4.0	2.4	3.0
울산	1.9	2.0	1.7	2.0	1.8	2.5	1.7	1.3	1.9	2.1	2.3	1.9	1.8
세종	0.9	1.0	0.7	0.6	0.7	1.4	1.1	0.7	0.4	0.5	0.9	0.6	0.9
경기	17.4	17.2	17.6	16.5	19	19.5	18.2	15	15.1	17.1	19.8	14.7	17.9
강원	13.6	13.6	13.6	11.2	15.4	15.8	13.8	13.5	11.3	9.9	13	10.9	14.7
충북	4.9	5.4	4.4	3.1	3.5	4.2	5.3	6.1	5.5	5.1	5.2	5.1	4.7
충남	9.4	9.9	8.9	7.6	7.3	9.8	10.2	9.7	10.6	9.1	9.3	9.6	9.4
전북	7.5	7.4	7.5	7.0	6.9	6.3	7.7	8.5	7.5	8.5	6.1	8.6	7.3
전남	9.4	9.4	9.3	8.9	7.8	8.6	10.4	10.1	9.8	9.8	7.9	11.1	9.1
경북	9.9	9.6	10.3	7.9	8.4	9.0	10.1	11.5	10.9	10.7	9.7	11.0	9.6
경남	9.7	9.6	9.7	7.6	6.4	9.0	9.7	12	11.5	10.6	10.3	11.4	9.0
제주	4.2	3.8	4.6	2.7	5.3	4.9	3.4	4.7	3.8	2.8	3.6	4.0	4.4

출처 : 문화체육관광부(2020), 2019 국민여행조사

- 관광여행 시 방문지 선택 이유는 볼거리 제공(19.6%), 여행지 지명도(18.2%), 이동거리(10.3%), 여행할 수 있는 시간(9.5%) 등의 순으로 나타남
 - '19년 관광 숙박여행은 여행 방문지 선택 이유 중 '여행지 지명도'가 20.4%로 가장 높게 나타났으며, 당일여행은 '볼거리 제공'이 20.4%로 가장 높음
 - 체류 관광객을 유도하기 위해서는 숙박 여행객의 방문지 선택 선호도가 중요한데, 국내의 경우, 여행지 지명도, 즉 해당 관광목적지의 브랜드 가치가 주요함을 알 수 있음
 - 관광여행 시 '볼거리 제공'과 '이동 거리'의 경우, '18년 대비 각각 1.6% 증가

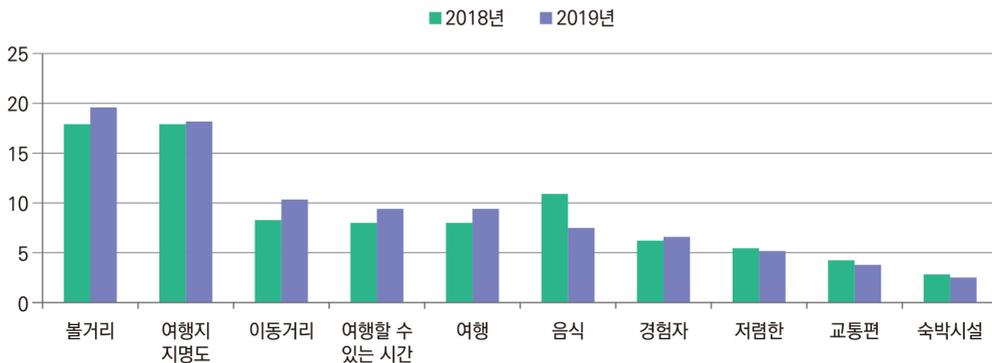
• 표 4-7 | 여행 방문지 선택 이유 •

(단위 : %)

구분		불거리 제공	여행지 지명도	이동 거리	여행할 수 있는 시간	여행 동반자 유형	음식	경험자 추천	저렴한 경비	교통편	숙박 시설
전체	'18	18.0	18.0	8.7	8.0	8.2	10.9	6.2	5.6	4.3	2.9
	'19	19.6	18.2	10.3	9.5	9.4	7.6	6.5	5.5	3.7	2.5
숙박	'18	18.2	20.1	6.8	8.1	8.5	9.7	6.3	4.8	3.7	5.3
	'19	18.9	20.4	8.1	10.2	9.2	6.5	7.1	4.5	2.7	5.0
당일	'18	17.9	15.5	11.0	7.9	7.8	12.4	6.1	6.5	5.0	-
	'19	20.4	15.9	12.5	8.9	9.5	8.7	5.9	6.4	4.8	-

출처 : 문화체육관광부(2020), 2019 국민여행조사

• 그림 4-6 | 여행 방문지 선택 이유 •



출처 : 문화체육관광부(2020), 2019 국민여행조사

- 관광여행 시 정보획득 경로는 '주변인(친지/친구/동료)'이 39.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 과거 방문경험(28.3%), 인터넷 사이트/모바일 앱(PC/스마트폰)(11.2%) 등의 순으로 나타남
 - '18년 대비, '과거 방문 경험'은 4.3%p 증가
 - '18년 대비, '주변인(친지/친구/동료 등)'은 2.5%p 감소

• 표 4-8 | 여행 정보 획득 경로 •

(단위 : %)

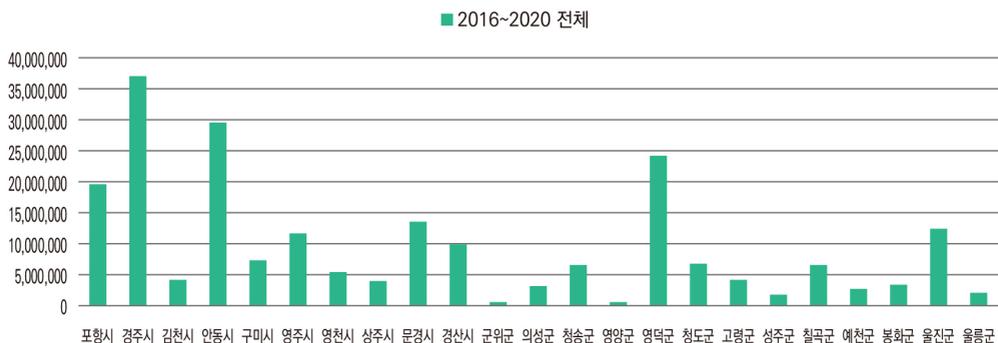
구분	주변인	과거 방문경험	인터넷/ 모바일앱	기사 및 방송프로 그램	광고	여행사	관광 안내 서적	기타	정보 없이 방문	
전체	'18	41.5	24.0	8.9	4.0	3.8	1.6	2.1	0.1	13.9
	'19	39.0	28.3	11.2	2.6	2.6	0.8	0.8	0.3	14.3
숙박	'18	43.0	22.2	10.4	4.5	4.3	2.1	2.6	0.1	10.8
	'19	40.0	26.6	14.5	2.8	2.7	1.1	1.0	0.2	11.1
당일	'18	39.7	26.2	7.2	3.4	3.3	1.0	1.6	0.0	17.7
	'19	38.1	30.0	8.0	2.4	2.4	0.6	0.7	0.3	17.5

출처 : 문화체육관광부(2020), 2019 국민여행조사

경상북도 시·군별 관광지 방문실태

- 최근 5년간 경상북도 주요 관광지점 입장객 현황을 살펴보면, 경주시가 약 3천 7백만 명으로 가장 많은 관광객이 방문하였으며, 그 다음으로 안동시, 영덕군, 포항시 등 순으로 나타남
 - 개별여행객 뿐만 아니라, 수학여행 등 단체여행객의 방문이 많으므로, 경북의 주요 관광거점은 경주시임

• 그림 4-7 | 2016~2020년 경상북도 주요 관광지점 입장객 •



출처 : 관광지식정보시스템(<https://www.tour.go.kr/>)

- 경주시와 안동시의 경우, 2016년 이후 2019년까지 관광객 수가 매년 크게 증가해오다가, COVID 19의 영향으로 2020년은 급감함

• 표 4-9 | 최근 5년간 경상북도 주요 관광지점 입장객 현황 •

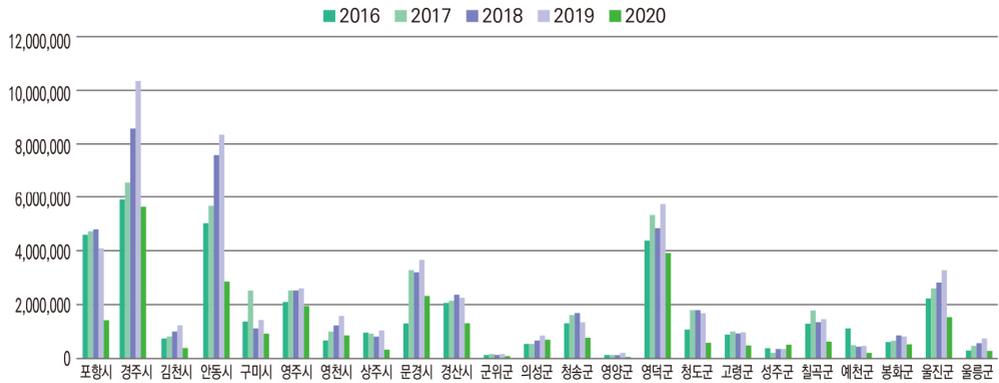
(1순위, 단위 : 명)

경상북도	총계	2016	2017	2018	2019	2020
경주시	37,110,159	5,902,904	6,596,656	8,603,573	10,385,081	5,621,945
안동시	29,530,464	5,017,538	5,672,137	7,619,568	8,354,988	2,866,233
영덕군	24,296,263	4,394,283	5,344,203	4,844,468	5,760,291	3,953,018
포항시	19,680,854	4,624,509	4,734,798	4,792,105	4,084,459	1,444,983
문경시	13,846,863	1,324,420	3,296,651	3,211,417	3,681,217	2,333,158
울진군	12,523,069	2,222,041	2,613,871	2,848,106	3,283,267	1,555,784
영주시	11,769,661	2,105,988	2,546,250	2,553,078	2,600,052	1,964,293
경산시	10,228,301	2,063,164	2,161,414	2,397,761	2,276,248	1,329,714
구미시	7,440,740	1,399,932	2,517,371	1,126,598	1,433,588	963,251
청도군	7,027,395	1,099,067	1,823,951	1,803,958	1,697,889	602,530
청송군	6,831,641	1,319,874	1,619,976	1,716,991	1,379,884	794,916
칠곡군	6,634,547	1,324,275	1,803,813	1,366,605	1,478,075	661,779
영천시	5,446,100	673,696	1,038,056	1,268,087	1,582,253	884,008
고령군	4,340,760	923,905	1,026,082	943,166	971,748	475,859
김천시	4,306,482	753,052	851,452	1,013,771	1,255,143	433,064
상주시	4,160,512	986,894	953,847	833,139	1,060,276	326,356
봉화군	3,594,036	630,587	697,085	886,615	839,298	540,451
의성군	3,369,701	555,595	557,826	667,907	867,834	720,539
예천군	2,791,226	1,130,139	532,066	441,099	475,158	212,764
울릉군	2,452,456	300,618	473,546	613,080	761,610	303,602
성주군	1,927,685	398,289	245,952	366,691	396,414	520,339
군위군	806,518	155,579	173,546	168,764	198,832	109,797
영양군	743,142	142,428	169,722	154,272	216,033	60,687

출처 : 관광지식정보시스템(<https://www.tour.go.kr/>)

주 : 개별관광지에 대한 입장객 집계자료이며, 지자체 또는 특정지역의 관광객 총량과는 상이함

• 그림 4-8 | 2016~ 2020년 각 년도별 주요 관광지별 입장객 추이 •



출처 : 관광지식정보시스템(<https://www.tour.go.kr/>)

주요 관광지별 방문실태

- 최근 5년간 경상북도 주요 관광지를 순위를 살펴보면, 영덕군의 ‘강구항’이 입장객 약 1천 6백만 명으로 가장 많이 찾는 관광지인 것으로 나타남
 - 그 다음으로는 문경시의 ‘문경새재 도립공원’, 경산시의 ‘갯바위’, 안동시의 ‘하회마을’, 경주시의 ‘동궁과 월지’, ‘불국사’ 등의 순으로 나타남

• 표 4-10 | 최근 5년간 경상북도 주요 인기 관광지(2016~2020년) •

(단위 : 명)

NO	경상북도	관광지	'16~'20년 입장객 총계	상세주소
1	영덕군	강구항	16,466,326	영덕군 강구면 강구리
2	문경시	문경새재도립공원	8,229,750	문경시 문경읍 새재로 932
3	경산시	갯바위	8,077,648	경산시 와촌면 갯바위로 681-55
4	안동시	하회마을	7,541,062	안동시 풍천면 전서로 186
5	경주시	경주 동궁과 월지	6,398,732	경주시 원화로 102 안압지
6	경주시	불국사	6,293,586	경주시 불국로 385 불국사
7	경주시	경주월드	5,290,355	경주시 보문로 544

NO	경상북도	관광지	'16~'20년 입장객 총계	상세주소
8	안동시	안동국제탈춤페스티벌	4,382,282	안동시
9	안동시	시립민속박물관	4,333,668	안동시 민속촌길 13
10	포항시	국립등대박물관	3,837,643	포항시 남구 호미곶면 해맞이로150번길 20
11	포항시	새천년기념관	3,828,193	포항시 남구 호미곶면 해맞이로 136
12	경주시	대릉원	3,360,501	경주시 황남동
13	영주시	소백산국립공원(부석)	3,254,451	영주시 봉현면 소백로 1794
14	청송군	주왕산국립공원 상의 탐방로	3,188,791	경주시 불국로 873-243
15	구미시	금오산(탐방로 입구)	3,183,352	구미시 남통동 288-2
16	영주시	부석사	3,126,280	영주시 부석면 부석사로 345
17	경주시	석굴암	3,040,877	경주시 불국로 873-243 석굴암
18	울진군	덕구온천	2,958,746	울진군 북면 덕구온천로 924
19	칠곡군	다부동전적기념관	2,772,835	칠곡군 가산면 호국로 1486
20	안동시	암산유원지	2,684,463	안동시 남후면 암산1길 59

출처 : 관광지식정보시스템(<https://www.tour.go.kr/>)

• 표 4-11 | 최근 5년간 경상북도 주요 인기 관광지 •

순위	관광지명				
	2016	2017	2018	2019	2020
1	강구항	강구항	강구항	강구항	강구항
2	갯바위	문경새재도립공원	문경새재도립공원	문경새재도립공원	문경새재도립공원
3	하회마을	갯바위	하회마을	하회마을	하회마을
4	불국사	금오산 (탐방로 입구)	갯바위	갯바위	갯바위
5	경주 동궁과 월지	불국사	경주 동궁과 월지	불국사	경주 토함산 (불국사탐방로 제외)
6	새천년기념관	경주 동궁과 월지	불국사	경주 동궁과 월지	경주 동궁과 월지
7	안동국제탈춤 페스티벌	하회마을	새천년기념관	시립민속박물관	대릉원
8	경주월드	새천년기념관	경주월드	대릉원	불국사
9	국립등대박물관	경주월드	대릉원	경주월드	경주월드

순위	관광지명				
	2016	2017	2018	2019	2020
10	청도소싸움경기장	안동국제탈춤 페스티벌	시립민속박물관	안동국제탈춤 페스티벌	소백산국립공원 (부석)
11	소백산국립공원 (부석)	다부동전적기념관	안동국제탈춤 페스티벌	암산유원지	시립민속박물관
12	부석사	국립등대박물관	암산유원지	국립등대박물관	부석사
13	예천군곤충생태 체험관	주왕산국립공원 상의 탐방로	국립등대박물관	경주 세계문화 엑스포공원	금오산 (탐방로 입구)
14	석굴암	청도소싸움경기장	주왕산국립공원 상의 탐방로	덕구온천	청량산도립공원 (봉화군)
15	축산항	시립민속박물관	덕구온천	풍력발전단지	석굴암
16	다부동전적기념관	부석사	소백산국립공원 (부석)	석굴암	주왕산국립공원 상의 탐방로
17	가산산성	석굴암	부석사	부석사	남산
18	주왕산국립공원 상의 탐방로	소백산국립공원 (부석)	봉정사	소백산국립공원 (부석)	덕구온천
19	학가산온천	덕구온천	풍력발전단지	주왕산국립공원 상의 탐방로	등기산 출렁다리
20	시립민속박물관	학가산온천	석굴암	다부동전적기념관	구룡포근대문화 역사관

출처 : 관광지식정보시스템(<https://www.tour.go.kr/>)

- 경주시의 경우, 단일 관광지를 방문하기보다는 불국사, 동궁과 월지, 경주월드 등 여러 관광지를 방문하는 여행패턴을 보이는 반면, 영덕군의 경우 영덕대게 이용객의 강구항 단일 방문비율이 높으므로, 개별 관광지로서는 강구항이 가장 높은 방문실태를 보임
- 최근 5년간 경북 관광실태를 살펴보면, 경주시를 제외한 대부분의 관광지가 숙박 여행을 포함하는 체류형 관광이기보다는 당일 관광패턴을 보이고 있으므로, 관계 인구 측면에서는 유의미한 관광실태를 보이고 있지 않음
- 지역과의 연계가 높은 관계인구 유입 측면에서 중요한 타깃 그룹은 체류형 체험관광객 인 바, 현재 경북을 방문하는 농산어촌 체험관광객의 실태를 분석할 필요가 있음

3. 경북 농촌관광 실태

경북 농촌관광 실태

- 농촌관광은 농촌지역의 자연속에서 이루어지는 관광활동으로 농촌을 중심 무대로 하기 때문에 주된 관광자원 역시 인공적인 시설보다는 아름다운 경관과 깨끗한 환경, 고유한 역사와 문화 등 농촌지역의 부존자원을 근간으로 하는 농업체험활동 등의 특성을 보임
 - 우리나라 농촌관광의 주요 활동을 살펴보면, 마을단위에서 농사체험이나 전통 놀이체험, 농가에서의 민박, 펜션에서의 숙박, 주말농원 등에서의 농사체험이나 취미농업, 지역축제에 참가하여 향토음식 체험과 전통문화 체험 및 농산물 구매 등이 있음(김용렬 외, 2007)
- 통계청의 농업총조사에 따르면, 경북의 수많은 행정리 가운데 도농교류활동을 하는 행정리는 29%에 불과하여, 전국 평균 32.2%에 비해서도 낮은 수준임
 - 도농교류사업활동 유형에 있어서도 자매결연의 비율(42.1%)이 가장 높고, 농어촌 체험관광 비중은 12.4%에 불과함
- 대표적 체류형 관광의 한 유형이라고 할 수 있는 농어촌 체험관광이 타 시도에 비해 활성화 되어 있지 않음

• 표 4-12 | 시도별 도농교류 사업활동 행정리수(2015) •

시도	행정리 (A)	도농교류		도농교류사업활동 행정리							
		활동 행정리 (B)	활동율 (B/A)× 100(%)	소계	자매 결연	농어촌 체험 관광	농림 수산물 직거래	농수산물 직판장	음식 판매 및 숙박 제공	주말 농원 임대/ 분양	기타
부산	166	117	70.5	179	94	11	44	7	10	10	3
대구	270	38	14.1	41	12	4	2	2	2	5	14
인천	261	116	44.4	175	89	23	37	12	11	3	

시도	행정리 (A)	도농교류사업활동 행정리									
		도농교류 활동 행정리 (B)	도농교류 활동율 (B/A)× 100(%)	소계	자매 결연	농어촌 체험 관광	농림 수산물 직거래	농수산물 직판장	음식 판매 및 숙박 제공	주말 농원 임대/ 분양	기타
울산	349	95	27.2	117	64	11	10	8	7	15	2
세종	259	18	6.9	25	8	6	4	1	1	2	3
경기	4,034	1,170	29.0	1,571	778	206	259	80	94	62	92
강원	2,228	1,046	46.9	1,874	792	312	482	65	170	15	38
충북	2,919	1,462	50.1	2,645	1,168	266	869	121	57	25	139
충남	4,307	1,419	32.9	2,265	1,030	269	614	88	94	21	149
전북	5,163	1,731	33.5	2,415	1,208	331	597	110	95	9	65
전남	6,768	1,650	24.4	2,132	910	273	568	67	135	23	156
경북	5,189	1,506	29.0	2,224	937	276	650	94	92	14	161
경남	4,707	1,381	29.3	1,859	902	227	393	40	112	26	159
제주	172	103	59.9	145	57	26	34	5	17		6
전국	36,792	11,852	32.2	17,667 (100)	8,049 (45.6)	2,241 (12.7)	4,563 (25.8)	700 (4.0)	897 (5.0)	230 (1.3)	987 (5.6)

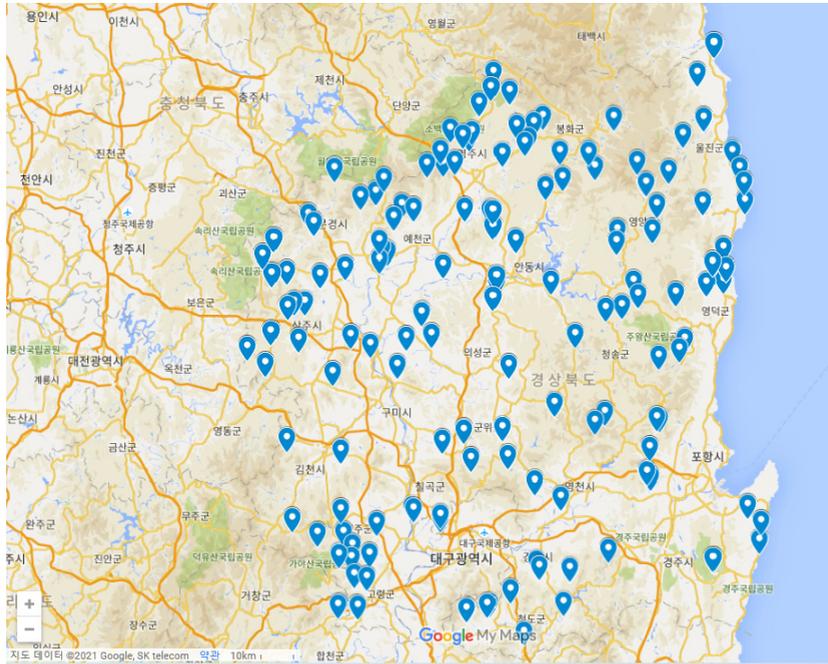
자료 : 통계청(2015), 농업총조사(지역편)

주 : 2020년 12월 실시한 농림어업총조사 결과는 2021년 9월 결과 발표 예정

경북 농어촌체험휴양마을 현황

- 경북 농어촌체험휴양마을은 농촌의 자연환경, 전통 문화 등 지역이 가지고 있는 자원을 활용하여 휴양공간, 농촌생활체험 등 프로그램 조성을 통해 서비스를 제공하는 마을을 일컫음
 - 2020년 10월 기준, 경북 농어촌 체험휴양마을은 128개소로 나타나고 있음

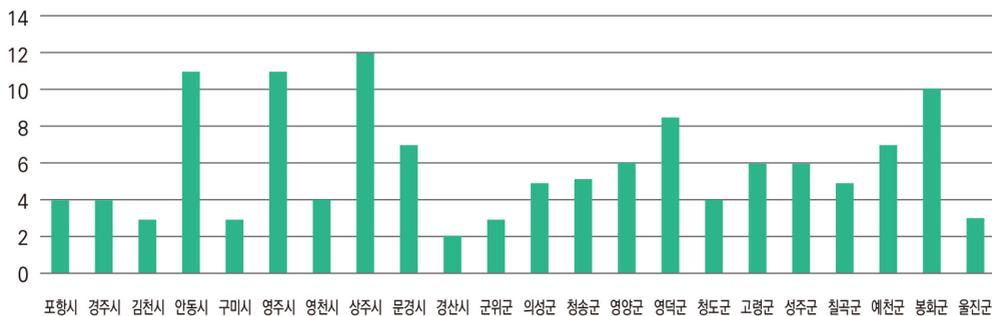
• 그림 4-9 | 지도상으로 본 경북농어촌체험마을 현황 •



자료 : 경북농어촌체험휴양마을콘테스트 홈페이지(<http://www.gbfarmtour.co.kr/>, 2021년 4월 23일 검색)

- 경북 128개 농어촌체험마을을 살펴보면, 상주시가 12개소로 가장 많은 것으로 나타남
 - 그 다음으로는 안동시와 영주시 각 11개소, 봉화군 10개소, 문경시 7개소, 영덕군 7개소, 예천군 7개소 등의 순으로 나타남

• 그림 4-10 | 시·군별 농어촌체험마을 개소 현황 •



자료 : 경북농어촌체험휴양마을콘테스트 홈페이지(<http://www.gbfarmtour.co.kr/>, 2021년 4월 23일 검색)

• 경북의 농촌체험휴양마을 현황은 다음과 같음

• 표 4-13 | 경북 농촌체험휴양마을(128개소) •

번호	시군	마을명	번호	시군	마을명	번호	시군	마을명	
1		봉좌마을	44		버드니마을	87	영덕	인량전통테마마을	
2	포항	죽장두마마을	45		버들뱅이마을	88		백연지녹색농촌체험휴양마을	
3		청지봉산마을	46		송곡마을	89	청도	섬마리농촌체험휴양마을	
4		탑정마을	47		오봉산마을	90		송금녹색농촌휴양마을	
5		다봉마을	48	상주	우복동마을	91		청도성수월마을	
6	경주	세심마을	49		우분투농촌체험휴양마을	92		가얏고마을	
7		옥산마을	50		은자골마을	93		개실마을	
8		하범곡마을	51		초록별마을	94	고령	고령예마을	
9		돌모마을	52		한농마을	95		산주마을	
10	김천	옛날숨씨마을	53		궁터마을	96		서우재마을	
11		이화만리마을	54		나실마을	97		신리마을	
12		가송마을	55		문경오미자권역마을	98		가람마을	
13		달사과마을	56	문경	문경큰사람마을	99		가야산칠불봉야생화마을	
14		몽실마을	57		상내권역나실마을	100	성주	금수강산권역	
15		봉정사국화마을	58		수한마을	101		남직골권역	
16		산매골마을	59		하늘오름마실	102		운동마을	
17	안동	안동백조마을	60		반곡지마을	103		장학전통체험휴양마을	
18		안동포길쌈마을	61	경산	육동권역 행복마을 농촌체험휴양마을	104		가산산성마을	
19		암산마을	62		고지바위권역 장군마을	105	칠곡	금남오이꽃동산마을	
20		온혜농부들마을	63	군위	삼국유사화본마을	106			말하는은행나무
21		저우리마을	64		석산약바람산촌생태마을	107			용산리마을
22		천지갑산마을	65		교촌한옥마을	108		학수고대마을	
23		모레가정권역	66		금마늘마을	109		금당실전통마을	
24	구미	춤마을	67	의성	만경촌마을	110		삼강주막마을	
25		한들골	68		일산자두골마을	111		유천국시골마을	
26		금대마을	69		태양마을	112	예천	출렁다리마을	
27		꽃피는산골 농촌체험휴양마을	70		괴정꽃돌마을	113			회룡포마을
28		남대리마을	71	청송	달기샘마을	114		회룡포여울마을	
29		녹색농심안삼마을	72			덕천마을(침소솔마을)	115		흰돌마을
30		새내역사체험마을	73			신촌약수꽃돌체험휴양마을	116		다솔기마을
31	영주	솔향기마을	74		얼음골마을	117		달실마을	
32		이산 옹고집 농어촌 체험휴양마을	75		대티골마을	118		덕산뜨드리마을	
33		장생이마을	76		두메송하마을	119	봉화	문수골가재마을	
34		피골마을	77	영양	문바우마을	120			문수골권역마을
35		한밤실마을	78		사래마을	121			오전애마을
36		효마루마을	79		쇠뚝구리 마을	122		청량산비나리마을	
37		보현산권역정각마을	80		수하1리반디마을	123		하늘휴양마을	
38	영천	영천포릉마을	81		고래불권역마을	124		한누리워낭마을	
39		은해로운휴양마을	82		고래산마을	125		협곡구비마을	
40		차산돌담포과마을	83	영덕	속곡산촌생태마을	126		굴구지마을	
41	구마이곳감정보화마을	84			아리별마을	127	울진	백암온천마을	
42	상주	노류2리마을	85			예주고을	128		십이령마을
43		밤원농촌체험휴양마을	86		옥계권역마을				

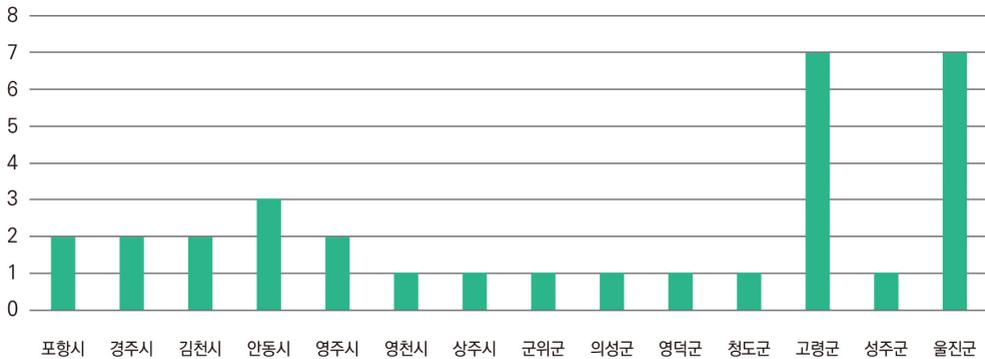
* 2020년 10월 29일 기준

자료 : 경북농촌체험휴양마을콘텐츠드 홈페이지(<http://www.gbfarmtour.co.kr/>, 2021년 4월 23일 검색)

경북 마을단위 관광지 입장객 현황

- 관광지식정보시스템의 최근 5년간 주요 관광지 입장객 현황을 살펴보면, 경북의 마을 단위 관광지 현황은 23개 시·군 중 14개 시군에서 마을단위 관광지 현황이 게시되어 있음
 - 14개 시군 중, 고령군과 울진군이 7개의 마을단위 관광지로 가장 많이 운영되고 있으며, 그 다음으로는 안동시에 3개 마을이 운영

• 그림 4-11 | 경북 마을 단위 관광지 현황(2006~2020년) •



자료 : 관광지식정보시스템(<https://www.tour.go.kr/>)

- 최근 5년간 마을단위 관광지의 관광객을 살펴보면, 안동시의 하회마을이 약 754만 명으로 가장 많은 관광객이 방문한 것으로 나타남
 - 그 다음으로는 영주 무섬마을(약 150만 명), 경주 양동마을(약 90만 명), 경주 교촌한옥마을(약 70만 명), 포항 덕실마을(약 36만 명) 등의 순으로 나타남
- 영주시의 솔향기농촌체험마을과 영천시의 영천한의마을, 울진군의 구산어촌체험휴양마을의 경우 2019년 이후 새롭게 관광지 입장객 현황이 게시되고 있음
- 농촌체험휴양마을 현황만을 게시하고 있는 경북 농촌체험휴양마을콘테스트 홈페이지와 달리, 관광지식정보시스템은 마을단위 관광지 입장객 현황을 제시하고 있어, 경북의 체험마을형 농촌관광 현황은 <표 4-14>가 보다 자세한 실태를 보이고 있음

· 표 4-14 | 최근 5년 경북 마을단위 관광지 입장객 현황 ·

군구	관광지	총계	(2016년~2020년)				
			2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
포항시	덕동문화마을	59,585	-	15,572	17,264	25,630	1,119
	덕실마을(대통령고향마을)	356,064	158,101	112,540	50,234	26,244	8,945
경주시	경주 양동마을	906,242	217,826	201,657	181,214	222,938	82,607
	교촌한옥마을	697,364	-	-	352,020	261,244	84,100
김천시	옛날숨씨마을	42,299	10,087	10,100	10,143	9,094	2,875
	이화만리 녹색농촌 체험마을	33,103	8,277	13,217	6,103	3,346	2,160
안동시	안동군자마을	67,068	12,191	5,230	13,223	17,001	19,423
	예움터마을	30,280	-	-	5,826	16,257	8,197
영주시	하회마을	7,541,062	1,314,088	1,336,712	1,914,155	2,139,268	836,839
	무섬마을	1,492,290	-	431,713	393,525	376,310	290,742
	솔향기농촌체험마을	2,210	-	-	-	-	2,210
영천시	동의참누리원 영천 한의마을	75,954	-	-	-	44,252	31,702
상주시	낙동 송곡마을	29,187	8,005	4,566	7,306	7,188	2,122
군위군	사라온이야기마을	138,139	33,479	33,028	29,498	31,577	10,557
의성군	교촌녹색농촌체험마을	45,086	8,303	11,627	9,854	10,633	4,669
영덕군	괴시리전통마을	120,169	-	12,102	33,033	39,341	35,693
청도군	청도신화랑풍류마을	74,393	-	-	14,964	42,188	17,241
	가얏고마을	35,473	6,147	7,260	9,014	9,713	3,339
	개실마을	179,456	52,632	47,405	39,346	35,228	4,845
	산주마을	1,311	1,108	203	0	0	0
고령군	서우재마을	804	496	254	54	0	0
	신리마을	16,589	1,745	3,041	4,923	5,828	1,052
	예마을	243,491	31,522	55,803	67,792	58,022	30,352
성주군	장태백의 버섯마을	3,507	-	662	1,324	1,422	99
	한개마을	295,431	55,455	45,178	58,427	89,191	47,180
	거일리 어촌체험 휴양마을	65,726	-	26,302	22,965	11,040	5,419
	구산 어촌체험 휴양마을	74,352	-	-	-	57,903	16,449
울진군	기성리어촌체험마을	119,098	40,298	25,572	16,599	27,749	8,880
	나곡1리 어촌체험 휴양마을	90,356	-	17,909	30,699	23,743	18,005
	백암온천마을	36,591	8,554	9,301	8,003	9,431	1,302
	쌍전리 녹색농촌체험휴양마을	34,674	-	17,714	16,191	606	163
	왕피거리고마을	4,318	1,470	1,653	895	300	0

자료 : 관광지식정보시스템(<https://www.tour.go.kr/>)

- 안동 하회마을, 영주 무섬마을, 경주 양동마을, 경주 교촌한옥마을, 포항 덕실마을 등 가장 많은 관광객이 방문하고 있는 마을들은 역사·문화자원이 소재하고 있는 유형이며, 체류형 관광객도 포함되어 있겠지만, 대체로 당일여행 관광객이 많은 특성을 보이고 있음

경상북도 농촌관광 활성화 프로젝트

- 경상북도는 체류형 농촌관광을 활성화하기 위해 ‘가고 싶고 머무르고 싶고 모두가 행복한 경북’을 지향하는 ‘365 농촌관광 활성화 프로젝트’ 추진
 - 3村(농촌, 산촌, 어촌), 6樂(힐링, 체험, 축제, 전통, 경관, 탐구), 5感(보고, 먹고, 쉬고, 즐기고, 느끼고)
 - ‘365일 경북에서 놀자’라는 슬로건으로 2023년까지 농촌관광객 1,000만 명, 외국인 관광객 15만 명 유치를 목표로 함
 - 국내외 관광수요 흡수를 위한 농촌관광 콘텐츠 확충 및 인프라 조성을 통해 농가 소득 증대, 새로운 일자리 창출, 마을공동체 회복, 지역경제 활성화 등 도모

• 그림 4-12 | 경북 농촌관광 활성화 프로젝트 •

“365일 경북에서 놀자” 농촌관광 활성화 프로젝트

가고 싶고 머무르고 싶고 모두가 행복한 경북

2023년까지 경북으로
농촌관광객 1,000만 명 달성

2023년까지 경북으로
외국인 관광객 15만 명 유치



출처 : CBN뉴스 경북, 2020년 2월 3일자, “경상북도 농촌활성화 프로젝트 ‘365일 경북에서 놀자”
(http://www.icbnnews.com/default/index_view_page.php?idx=109228, 2021년 4월 9일 검색)

- SNS 등 모바일을 통한 여행 정보의 증가, 개별 자유여행과 체험중심의 관광 트렌드 변화에 따른 농촌관광 증장기 플랜 수립
 - 2020년 22개 사업에 100억 투입(2020년 대구-경북 관광의 해)
 - 인프라 확충, 네트워크 구축, 다양한 상품개발, 홍보·마케팅 강화

- 인프라 확충
 - 편의 시설과 휴식공간 확대, 노후화된 설비 정비, 농촌체험휴양마을 운영 활성화 기반 및 무선인터넷 설비 구축(16억 지원)
 - 체험마을 리더 교육 및 사무장 채용 등 농촌관광 및 체험 프로그램 운영 전문인력 양성
 - 안전사고 방지를 위한 농어촌민박 서비스 안전교육 및 일산화탄소·가스누설 경보기 등 안전장비 설치(2억 지원)
 - 농어촌 관광시설 2,879개소(2020년 02월 기준)⁸⁾

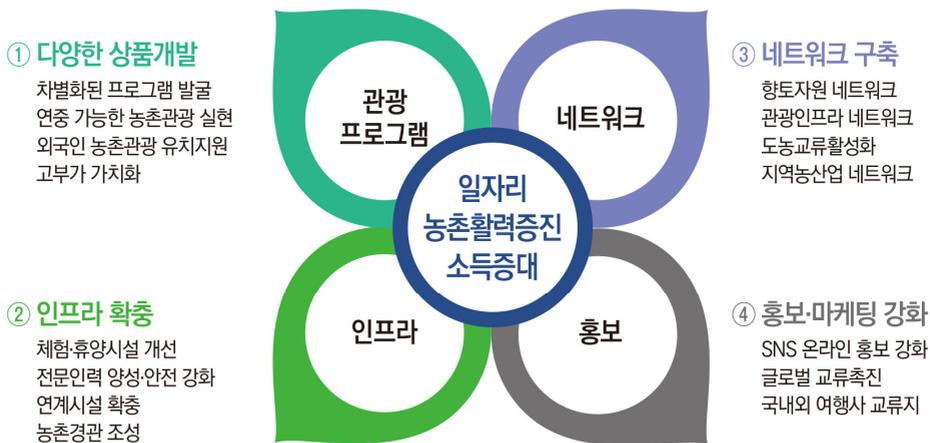
- 네트워크 구축
 - 지역문화재, 숙박시설, 자연경관, 농기업체 등과 지역에 산재되어 있는 관광자원과의 네트워킹
 - 농촌관광의 영역 확장, 관련 산업의 동반성장 및 발전 촉진
 - 도 단위 농촌관광 활성화를 위한 협의체 발족, 관광정책 제안 및 문제점 개선을 위한 중간지원조직 구축(2억 지원)
 - 6차산업 및 향토산업 인적 네트워크 구축, 체험·생산·가공·관광 등 지역자원을 활용한 지역단위 네트워크 구축(5억 투입)

- 다양한 상품개발
 - 경북 농업·농촌의 특색, 자연경관, 향토음식, 전통문화유산 등 차별화된 관광 프로그램 개발 및 상품과 변화하는 관광 트렌드에 따라 맞춤형 관광상품 개발

8) 농어촌 관광시설 : 휴양마을 128, 농어촌민박 2,673, 휴양단지 5, 관광농원 64

- 외국인 대상으로 농촌체험관광 활성화 및 6차 산업 프로그램 운영(19억 지원)
 - 지역 특산 농식품을 문화·관광과 연계, 새로운 소득원으로 개발하기 위한 마을축제 지원(3억 지원)
 - 농촌관광이 단순 방문에 그치지 않고 숙박에서 농산물판매까지 연계되어 실질적인 농가소득으로 이어질 수 있도록 추진
- 홍보·마케팅 강화
 - 다양한 매체를 활용한 홍보활동 전개 및 양질의 콘텐츠 제작(바이럴 마케팅)
 - 농촌관광 온라인 상품운영(2억) 지원, 농촌체험관광 콘테스트를 통한 우수마을 사례 발굴 및 홍보 강화
 - 농특산물 직거래·홍보 등 확대를 위해 농산물 체험·전시 지원(34억)

• 그림 4-13 | 농촌관광 활성화 프로젝트 4대 전략 및 16개 세부 실천과제 •



참여와 협력

- ▶ 마을단위·지역단위 농촌관광 협의체 구성·운영 (지자체, 농촌관광 사업자, 농기업체, 농업인 등 참여)
- ▶ 농촌관광 중간지원조직 운영 : (재)경상북도 농식품유통교육진흥원

출처 : GN글로벌신문, 2020년 2월 4일자, “365일 경북에서 놀자 경북 농촌관광 활성화 프로젝트”
(<http://www.globalnewspaper.co.kr/news/articleView.html?idxno=1655>, 2021년 4월 9일 검색)



관계인구를 활용한 경북의 인구유입전략

1. 경북의 관계인구 정책개념 설정

경북의 인구유입 정책 동향

- 본 연구의 목적은 관계인구를 활용한 인구유입방안 모색에 있으므로, 현재 경북 인구 유입 정책 지향점 속에서 관계인구 도입방안이 모색되어야 함
- 민선 7기 경북 도정전략을 살펴보면, 4대 목표 10대 과제 중 인구유입과 관련된 정책 내용은 4대 과제와 연계되어 있음

• 그림 5-1 | 민선 7기 경북 도정전략의 목표 및 10대 과제 •



자료 : 경북도청(2018), 민선7기 경북도정

- 인구유입과 관련된 가장 많은 시책이 추진되고 있는 분야는 농산어촌 부문으로, 경북의 주요 분야일 뿐만 아니라, 인구유출로 인한 생산가능인구 감소, 지역 활력 저하 등의 문제를 가장 직접적으로 겪고 있기 때문임
- 인구정책 부문인 ‘저출생을 극복하는 아이세상 경북’ 부문에서는 대부분 저출산 대응책과 관련이 있는 보육환경 개선 등에 대부분의 초점이 맞추어져 있으며, 인구유입과 관련된 정책으로는 이웃사촌 시범마을 사업이 추진중
 - 이웃사촌 시범마을 사업은 청년 유입을 통한 지방소멸 극복과 농촌 혁신성장 기반 조성을 목표로, 일자리, 주거, 문화복지가 갖추어진 명품 복합단지를 조성하는 사업임
- 청년 유입·정착을 목적으로 하는 경북형 청년 일자리사업으로 도시청년시골파견제 등은 경북의 대표적 인구유입 정책의 하나로 알려져 있으며, 최근 이를 연계·확장하여 청년 유입·정착형 일자리 지원정책 확대 시행하고 있음
 - 일자리의 블루오션 문화관광 일자리 창출 또한, 청년이 선호하는 좋은 일자리 제공을 통해 궁극적으로 인구 유입을 목적으로 추진되고 있는 일자리 정책임
- 농산어촌, 저출산 대책, 일자리 창출 등 인구유입과 밀접한 관련이 있는 분야 이외에, 최근에는 문화관광 부문에서도 인구유입과 연계된 정책들이 추진되고 있음
 - 경북 산야-아시아 알프스 프로젝트와 같이, 경북의 아름다운 자연·생태적 자원을 활용하여, 농산촌 관광을 활성화하고 이를 통한 도시민의 지역 유입을 야기하고자 하는 정책 채택중
 - 지역 정착이 목표가 아닌 지역으로의 유입이 1차적 목표이므로, 현재 추진되고 있는 정책 중에서는 관계인구 정책과 가장 연계성이 높은 정책 분야라 할 수 있음
 - 그러나 현재의 경북 관광전략은 지역 정착 가능성이 있는 국내 관광객을 타깃으로 하기보다는 해외 관광객을 타깃으로 하는 과제들이 대다수여서 인구유입과 연계된 시책은 농산촌 관광 활성화 정도에 불과한 실정

· 표 5-1 | 민선7기 도정운영 4개년 계획 중 인구유입정책 ·

구분	100대 과제	세부내용	인구정책 연계
일자리 늘어나는 신바람 경북	경북형 청년 일자리 종합 지원시스템	<ul style="list-style-type: none"> • 권역별 특성에 맞는 맞춤형 청년 창업인큐베이터 설치 • 청년 유입·정착형 일자리 지원정책 확대 시행 : 도시청년시골파견제 등 기존사업과 연계 	<ul style="list-style-type: none"> • 청년유입·정착형 일자리 지원정책
	일지리의 블루오션 문화관광 일자리	<ul style="list-style-type: none"> • 관광서비스 기업 유치 • 문화관광 분야 공공 일자리 확충 	<ul style="list-style-type: none"> • 좋은 일자리로 인구 증가 및 청년 유입
저출생을 극복하는 아이세상 경북	지방소멸 극복 모범모델 이웃사촌 시범마을	<ul style="list-style-type: none"> • 소멸위험지수가 높은 지자체 대상 정착 생활을 위한 청년 일자리 창출 : 청년 창업형 스마트농업 생태계 조성, 청년창업지원센터 운영, 반려산업육성 등 • 관광자원화가 가능한 청년주택단지 조성 • 이웃사촌 복지체계 구축 : 출산통합지원센터, 육아종합지원센터 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 청년유입을 통한 지방소멸극복 목표
세계인이 찾아오는 관광명소 경북	경북 산야 - 아시아 알프스 프로젝트	<ul style="list-style-type: none"> • 경북형 명품 전원마을 조성 • 백두대간 산림관광 벨트 구축 • 농촌관광 거점지구 육성 : 체험콘텐츠 및 체험기반 시설 확충 • 경북 산야 농촌테마공원 조성 	<ul style="list-style-type: none"> • 농촌관광 활성화와 도시민의 농촌유입
	문화복지 사다리 생활밀착형 문화여가공간	<ul style="list-style-type: none"> • 경북 방방곡곡 찾아가는 고품격 문화공연 • 지역특화 창작 문화콘텐츠 및 영화관람 지원 • 책과 예술, 유물이 함께하는 경북만들기 	<ul style="list-style-type: none"> • 청년 유입을 위한 문화여가공간 개선
소득 걱정없는 농산어촌 경북	똑똑한 농업 스마트팜 혁신밸리	<ul style="list-style-type: none"> • 스마트팜 혁신밸리 조성 : 청년보육센터, 임대형 스마트팜, 전시체험시설, 공공임대주택 등 • 수출전문 스마트팜 온실신축지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 스마트팜 혁신밸리 조성으로 청년유입
	미래 농업인재 육성 청년 창농의 메카 경북	<ul style="list-style-type: none"> • 청년 창업농 영농정착 지원 • 청년농부 육성 지원 • 청년 농산업 창업지원 시스템 강화 • 경북농어업 청년리더 양성 	<ul style="list-style-type: none"> • 청년 역외 유출 방지 및 농촌 정착 지원
	대한민국 대표 농업 6차산업화 전진기지	<ul style="list-style-type: none"> • 청년 6차농 육성 및 선도모델 발굴 • 경북농업 6차산업화 융복합 지구 조성 • 온·오프라인 6차산업화 제품 판로지원 • 치유농장 및 농촌체험마을 확대 • 농촌 자원을 활용한 농촌체험관광 상품화 	<ul style="list-style-type: none"> • 2·3차 산업과의 융복합으로 청년의 농촌 유입 촉진
	귀농·산촌 1번지 2030세대 귀농인 안정정착 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> • 귀농·귀촌종합지원센터 확대 운영 • 귀산촌 교육 활성화 • 농민사관학교 귀농과정 확대 개편 • 청년창업 지원 시책과 연계 	<ul style="list-style-type: none"> • 떠나는 농산촌이 아닌 돌아오는 농산촌으로 전환

자료 : 경상북도(2018), 새바람 행복 경북 - 민선7기 도정운영 4개년 계획

관계인구 조작적 정의 및 정책범위 설정

- 일본의 경우, 정주인구 유입정책과 더불어, 교류인구 촉진정책을 활발히 추진하는 가운데, 최근 들어 관계인구에 대한 정책적 관심을 가지기 시작한 경우로, 일본과 다른 정책환경 속에 있는 우리나라의 경우 관계인구 정책 도입 시, 관계인구에 대한 개념의 조작적 정의가 필요
- 정주인구 유입정책이 여전히 유효하게 추진되고 있는 가운데, 인구유입을 진작할 수 있는 저변확대 방안으로서 관계인구에 대한 관심이 증대되기 시작한 것이므로, 국내에서 관계인구는 다음과 같이 정의내릴 수 있음
- 관계인구란 해당 지역에 거주하고 있지는 않지만, 여가, 업무, 사회적 기여 등 다양한 활동을 통해 해당 지역과 관계를 맺고 있는 인구라 할 수 있음
 - 이 개념을 따르면, 관계인구란 해당 지역에 주소를 두고 있는 정주인구와는 다른 인구 개념이나 일본의 관계인구처럼 교류인구와도 뚜렷이 개념을 구별할 필요가 없어, 정책 도입에 용이함
 - 우리나라에서도 도농 교류, 재외국민 교류 등 다양한 교류 활동에 기반한 정책들이 입안되고 있지만, 일본의 교류인구 정책과 같은 개념을 도입하여 정책을 추진한 것은 아니므로, 이를 구분할 필요가 없음
 - 다양한 활동을 통해 지역과 관계를 맺고 있는 인구라는 광범위한 개념을 채택하지만, 특별히 지역 정착 가능성을 염두에 두고 정책을 추진하고자 한다면, 정책대상 집단은 보다 구체적으로 설계할 수 있음
- 作野廣和(2019)이 제시한 관계인구 유형을 국내 여건을 고려하여 재분류해 본다면 다음과 같이 출향 도민회, 체류형 체험 관광객, 재방문율이 높은 역외 동호회, 타 지역에 거주하면서 다양한 지역활동에 관여하고 있는 지역활동가 등이 이에 속한다고 볼 수 있음

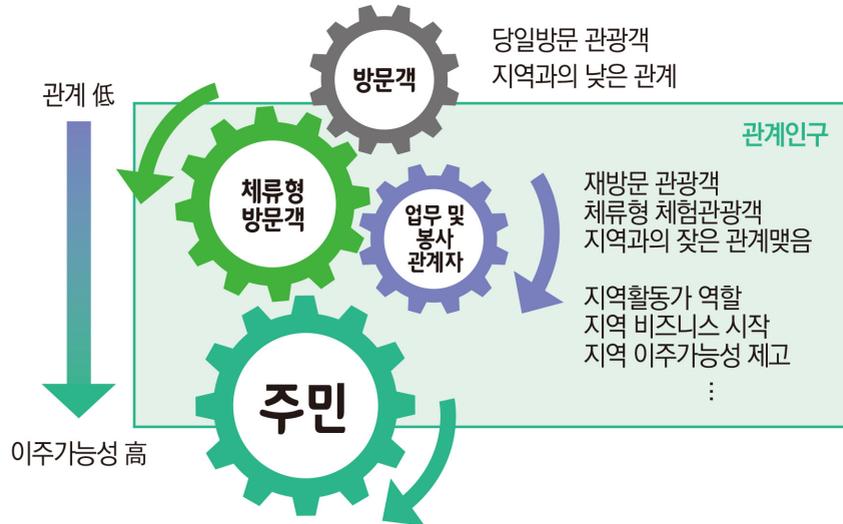
• 표 5-2 | 국내 관계인구 정책유형 제시 •

구분	내용	내용	국내 유형
지역 연고자	<ul style="list-style-type: none"> • 인접지역 거주자 • 원거리 거주자 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역을 지원할 가능성 존재 • 정주를 전제로 하지 않고도 지역에 역할을 할 인재 	<ul style="list-style-type: none"> • 출향 도민회
지역 무연고자	<ul style="list-style-type: none"> • 근무 경험자 • 자원봉사 경험자 • 여가생활 경험자 	<ul style="list-style-type: none"> • 고향 출신자가 아니더라도, 한때 해당 지역에서 근무, 체재경험이 있는 관련자 • 비즈니스나 여가생활, 자원봉사 등으로 해당 지역을 다수 오고 간 지역 경험자 	<ul style="list-style-type: none"> • 자원봉사자 • 지역 활동가 • 체류형 체험관광객 • 재방문 관광객

주 : 作野廣和(2019)이 제시한 관계인구의 양적·질적 유형을 한국의 여건에 맞게 연구자가 재정리

- 그러나 관계인구의 정책대상을 국내 관광객부터 타지역 거주 출향민까지 광범위한 스펙트럼으로 설정하게 되면, 기존 정책과 중복될 수도 있고, 정책효과를 얻기도 어려움
 - 정책대상 범위가 넓을 경우, 관계인구의 도입 목적인 인구유입과는 다소 무관한 정책대상까지 정책범위로 삼을 수가 있기 때문에, 경북의 경우 인구유입을 목적으로 한 관계인구로 정책범위를 설정할 필요가 있음
- 作野廣和(2019)는 출향민으로서 지역과 밀접한 관계를 맺고 있는 관계인구(비거주지역 유지형)의 경우, 해당지역에 거주하는 가족을 방문하기 위해 일정 정도로 지역을 방문하고 있으며 지역상품을 구매하는 충성도도 높아, 해당 지역의 준구성원으로 인지되어 관계인구의 논의에서 언급되지 않는 경향이 높아, 넓은 의미의 관계인구로서만 인식하고 있음
- 따라서 경북의 관계인구는 출향민을 제외한 체류형 체험관광객, 경북 재방문율이 높은 국내관광객, 경북에 거주하지 않는 타지역 자원봉사자, 지역활동가 등이 구체적 정책대상이 될 수 있음
 - 자원봉사자, 지역 활동가 등도 주요한 관계인구 정책대상이나, 경북의 경우, 1차적으로 인구유입을 목적으로 한 관계인구 정책을 도입하고자 하고 있으므로, 본 연구에서는 체류형 체험관광객, 경북 재방문율이 높은 국내관광객을 대상으로 관계인구 정책 도입방안을 마련하도록 함

• 그림 5-2 | 이주가능성을 고려한 국내 관계인구 단계별 유형 •



2. 관계인구를 활용한 경북의 인구유입 전략

1) 잠재고객집단 발굴 및 육성

1차 관계인구 정책집단 발굴 및 육성

- 새롭게 정립되는 관계인구 정책을 마련하기 위해서는 먼저 관계인구의 대상집단이 되는 타깃층을 발굴하여 관리할 필요가 있음
- 1차적으로 관리되어야 하는 잠재고객집단은 숙박시설을 이용하는 개별 여행객임
 - 단체관광객의 여행형태는 하루에 많은 관광지를 거처가는 대중관광객으로서 관광객 스스로 지역 정보를 탐색하지 않고 여행사를 통해 방문하므로, 지역과의 관계가 높지 않으나, 개별 여행객은 본인이 관광목적지를 탐색하여 해당 지역으로의 관광을 결정하고, 지역 내에서의 관광소비 등 관광의 모든 활동들이 지역사회와 관계를 맺고 있으므로 1차적 관계인구 집단임

- 현재 대표적인 경북여행 정보는 경상북도 관광마케팅과가 관리하는 경북나드리 홈페이지에서 여행지와 숙박, 맛집 등의 정보를 종합적으로 제공하고 있으나, 일방향 관광 정보만 제공하고 있어, 1차적 관계인구 발굴에는 한계가 있음
 - 경북나드리가 SNS를 활용하여 운영하고 있는 다양한 매체를 통해 1차적 관계인구와의 연결성 강화

• 표 5-3 | 경북 나드리 SNS 이용현황 •

네이버 블로그	Facebook	Kakaostory	Instagram
<ul style="list-style-type: none"> • 이웃 커넥트 21,972명 • Total 방문객 17,442,076명 • 2007년 생성 	<ul style="list-style-type: none"> • 팔로우 83,757명 • 좋아요 83,441명 • 2011년 생성 	<ul style="list-style-type: none"> • 소식받는 사람 74,376명 	<ul style="list-style-type: none"> • 팔로워 24.6천

자료 : 각 매체의 경북 나드리(검색일: 2021년 4월 29일)

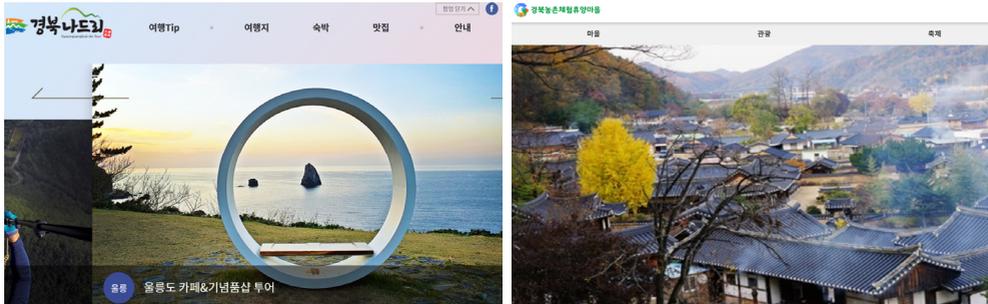
- 경북 관광정보를 구득하고자 하는 이용객들이 1차적 잠재고객이라면, 이들이 경북을 좀더 자주, 깊이, 넓게 관광할 수 있도록 관계인구 대상집단으로 관리되어야 함
 - 쌍방향 정보교류를 활성화하여 경북에 대한 관심을 제고할 수 있어야 함

관계인구 지속적 관리를 위한 관계인구 정보플라자 구축·운영

- 관계인구 정책집단의 지속적 관리를 위해서는 장기적으로 (가칭) 경북 관계인구 정보플라자 구축이 필요함
 - 현재 경북 나드리 홈페이지가 제공하고 있는 숙박시설 정보는 호텔, 펜션, 게스트 하우스, 자연휴양림, 한옥스테이, 템플스테이, 소울스테이 등이 소개되고 있으나, 농산어촌 체험관광 관련 숙박시설에 대한 정보는 부재
 - 한편, 경북 농산어촌 체험관광에 관심을 가지고 정보를 구득하고자 하는 일반 관광객들이 입수가능한 정보는 경북농촌체험휴양마을 홈페이지를 통해 제공
 - 경북농촌체험휴양마을 홈페이지는 (사)경상북도농어촌체험휴양마을협의회가 경북 지역의 농촌관광 활성화를 위해 농어촌체험휴양마을 소개

- 농촌관광 활성화 업무는 경북 농업정책과에서 맡고 있는데, 관광의 관점이기보다는 농촌 활성화에 초점이 있는 정책이어서 관광객 편의 제고에는 한계 노정

• 그림 5-3 | 경북 나드리 홈페이지(좌), 경북농촌체험휴양마을 홈페이지(우) •



자료 : 경북 나드리 홈페이지(<http://tour.gb.go.kr/main.do>), 경북농촌체험휴양마을 홈페이지(<http://gbvill.cafe24.com/index.php>)
2021년 4월 29일 검색

- 공급자의 관점이 아닌, 이용자의 관점에서 경북을 방문하는 체험 관광객의 편의를 제고하여 더 자주 찾고 싶고 머물고 싶은 관심지역이 되도록 장기 체류 관광객을 타깃으로 한 각종 정보가 통합적으로 제공되어야 함
 - 이를 위해 가장 중요한 정보가 장기 투숙객을 위한 숙박정보 및 관련 인센티브 제공임
- 경북 숙박시설 이용 고객 대상, 사이버 도민증 발급으로 할인 인센티브 등을 부여할 뿐만 아니라, 관계인구 정보플라자를 통해 체류형 관광객 관계인구 집단으로 관리
 - 공주한옥마을의 경우, 공주시민, 온누리(사이버) 공주시민, 명예시민, 국가유공자, 세종시, 부여군·청양군의 주소를 둔 사람, 대전 유성구민, 장애인은(1급~3급) 20% 할인하여 숙박예약
 - 공주한옥마을 숙박예약서비스에 접속하는 관광객은 숙소 할인을 위해 사이버 공주시민으로 자발적으로 등록하고 있음

• 그림 5-4 | 공주한옥마을 홈페이지(좌), 경북나드리 블로그(우) •



자료 : 공주한옥마을 홈페이지(<http://www.gongju.go.kr/hanok/>), 경북 나드리 블로그(<https://blog.naver.com/gbnadri>)
2021년 4월 29일 검색

2) 경북 체류 관심 유도 및 확산

경북 체류형 관광객의 유치

- 체류형 관광(long-stay tourism)은 휴양, 의료, 명소관람 등 그 주된 목적이 무엇이든, 한 지역에서 장기간 머무르는 관광을 일컫음(Hongsranagon, 2006; Wong & Musa, 2014)
 - 체류형 관광은 체류기간을 기준으로 일반 관광활동과 구분될 수 있는데, 이 때 단기 혹은 장기에 대한 기준은 관광목적지 및 국가에 따라 다르게 이해될 수 있음
- 우리나라의 경우, 국민 국내관광 여행총량 중 당일여행이 차지하는 비중이 46% 정도 이고, 숙박여행의 경우 평균 체재일수가 약 2.5일 수준이며, 거의 대부분이 일주일 미만의 기간 동안 관광을 하는 것으로 나타남(문화체육관광부, 2019a)
 - 따라서 우리나라의 일반적 체재기간은 일주일 미만이므로, 장기간 머무르는 체류형 관광은 일주일 이상으로 이해할 수 있음(김송이, 2019)
- 특히 지역사회 내에서 이루어지는 체류형 관광은 보다 긴 시간동안 밀도 높은 지역 교류를 하며, 해당 지역사회에 대해 배우고, 탐험하고, 두 번째 집이라고 인식할 만큼 지역에 스며드는 경험을 하게 됨(Anantamongkolkul et al, 2019; Gustafson, 2002)

- 실제 국내 체류형 관광객들은 해당 지역에서의 여가생활에 심취하여 이주를 결정하는 사례도 빈번히 발생
 - 국내 서퍼들이 많이 찾는 해변인 양양 서퍼바다에는 양리단길(양양의 경리단길의 줄임말)이라는 신조어까지 생길 정도로 서퍼들을 위한 식당, 카페, 게스트하우스들이 생겨나고, 수도권과 양양을 오가던 청년들이 아예 양양군에 정착하여, 직접 서핑샵, 카페 등을 차리고 서핑을 가르치기도 함(오마이뉴스, 2019년 7월 26일)

• 그림 5-5 | 지방이주를 촉진하는 체험형 지역관광 •



양양 서퍼바다



바위 웅덩이에 비친 한라산

자료 : 오마이뉴스, 2019년 7월 26일(좌); 연합뉴스, 2019년 2월 24일(우)

- 수년간 1만 명대를 유지하고 있는 제주의 순유입 인구에 영향을 끼치는 것은 물론 아름다운 제주의 이국적인 풍경 덕이겠지만, 이들의 지방 이주 이력을 추적하다 보면, 첫 번째 연결고리는 지역관광에 있었음을 알 수 있음
 - 제주올레길을 걷다가 제주살이 경험을 결정하고, 아예 제주 이주를 결심했다는 이주민들이 다수임
- 그러나 최근 제주로의 이주 열풍도 점차 감소세로 전환하여, 계속 증가해오던 제주로의 인구유입이 2018년부터 점점 감소하기 시작하였는데, 전문가들은 대규모 인구유입의 계기가 되었던 영어교육도시 등의 대규모 개발사업이 종료되고, 건설과 관광이 부진한데다 부동산 가격까지 상승되었기 때문이라고 함(한겨레신문, 2020년 5월 27일)
 - 실제로 지역주도형 청년 일자리 사업 등을 계기로 제주로 이전한 청년들의 가장 큰 애로사항으로 비싼 주거비와 교통비를 지적하기도 하였음

- 경북 지역으로의 이주를 겨냥한 체류형 관광객의 유치는 일반 관광객을 대상으로 한 관광마케팅과는 차별화된 전략이어야 함
 - 일반 관광객들은 단기간에 많은 곳을 보고, 즐기는 관광방식을 택한다면, 체류형 관광객은 한 지역에 오래 머물며 자신들만의 즐길 거리를 누리며, 지역주민들과 삶의 방식도 공유하게 되므로, 생활편의시설이 갖춘 곳을 선호하게 됨
- 한편, 제주살기 경험자를 대상으로 체류형 관광의 관광 만족도 요인을 분석한 결과, 한국의 경우 체류형 관광에 있어서도 신기성의 경험이 관광 만족도에 가장 높은 영향을 미치는 요인이었음(김송이 외, 2020)
 - 체류형 관광은 지역사회와의 밀착도가 높고, 일상관광을 추구할 것이라는 가정과는 다르게, 체류형 관광 역시 관광의 한 유형인 만큼 관광목적지에서 경험하는 새로운 경험과 탈일상이 관광 만족에 높은 영향을 끼침
- 따라서 경북지역의 체류형 관광객을 유치하기 위해서는 첫째, 아름다운 비경과 기존 일상생활에서는 누릴 수 없었던 신기성의 경험이 가능한 곳이어야 하며, 둘째, 1주일 이상 생활하는데 불편함이 없는 생활편의시설이 갖추어진 곳이어야 하며, 셋째, 지역사회와 밀접한 관계를 맺을 수 있는 곳이어야 함
 - 각각을 신기성, 생활 편의성, 지역사회 관계성이라고 척도화 하였을 때, 이에 적합한 경북의 체류형 관광지역을 선정하여 이를 토대로 한 관광객 유치 전략이 수립되어야 함
- 2020년 대구·경북 방문의 해 당시 수립한 경북관광 10선은 당해 연도에 100군데 관광지를 방문하도록 유도한 전략으로서, 신기성 측면에서 적합할 수 있으나, 체류형 관광객을 유도하는 데에는 한계가 있었음
 - 적절한 숙박시설의 접근성 등도 고려하여 체류형 관광이 가능한 지역으로 경북관광 10선 정도를 재선정하여, 체류형 관광을 유도할 필요가 있음

경북 살아보기 체험 프로그램 운영

- 단순히 보고 듣기만 하는 관광에서 벗어나 현지에서만 즐길 수 있는 것들을 찾아 직접 경험해보는 체험형 관광 및 체류형 관광 수요 증가에 대응하여, 문화체육관광부는 2019년부터 생활관광 활성화 사업 공모 실시
 - 각 지역만이 가진 고유한 문화 및 지역주민들의 일상 이야기를 결합하여 현지인 다움과 지역다움을 체험할 수 있는 생활관광 콘텐츠 중점 발굴
 - 지방자치단체 공모는 현지나들이형과 현지살아보기형으로 유형화되어 있으며, 현지살아보기형으로는 대구 북구과 전남 강진군 선정
 - 사업의 지속 확산을 위해 기획단계에서부터 사업운영까지 지방자치단체와 지역에 기반을 둔 사회적 기업, 협동조합, 마을기업 등이 협업하도록 체계화
 - 선정된 지자체에는 프로그램 개발, 홍보 마케팅, 인력 양성 등을 중점 지원하고 대표 지역관광상품으로 정착할 수 있도록 최대 3년간 지원 계획
- 경북 영주 시도 코로나 시대 영주에 머물면서 지역의 소소한 일상을 즐기고 문화를 체험하는 생활관광 활성화 사업 추진
 - 20년부터 영주 외 거주자 중 지역을 찾는 개별 관광객을 대상으로 숙박비와 체험비를 지원하는 사업으로, 올해는 만 18세 이상 40세 미만으로 3박 4일 이상 최대 6박 7일 까지 영주에서 숙박하면 숙박비 1일 최대 5만 원, 체험비 1일 최대 1만 원 지원
- 반면, 의성군의 도시청년 의성 살아보기 프로그램은 체류형 관광 프로그램이기보다는 도시청년들의 농촌체험을 통한 농촌 정착 지원프로그램으로서 실시
 - 의성 살아보기 프로그램 종료 이후에도 참여자 중 절반이 넘는 청년들이 지역에 정착하여 창업을 하거나 지역의 활동가로서 역할
 - 2021년에도 모집하여, 최종 15명을 선발, 선발된 청년들은 12주 동안 의성군 안계면에서 활동

• 그림 5-6 | 경북 살아보기 시군 프로그램 사례 •



영주시 생활관광 활성화 프로그램



의성군 도시청년 의성 살아보기

자료 : 데일리 한국, 2021년 3월 16일(좌); 메트로신문, 2021년 2월 15일(우)

- 경북 시군의 기존 현지 체험 프로그램의 운영 경험을 고려하건데, 경북 살아보기 체험 프로그램은 관계인구 유형별로 다음과 같이 운영 가능

• 표 5-4 | 관계인구 유형별 경북 살아보기 프로그램 예시 •

구분	타깃집단	내용	비고
생활관광 체험형	• 체류형 관광객	• 유망 체류형 관광지역 선정 • 프로그램 개발, 홍보 마케팅 지원, 인력양성	• 문화체육관광부 생활관광 활성화 사업 연계 가능
농산어촌 체험형	• 귀농귀촌 탐색자 • 도농교류활동 기여자	• 귀농귀촌종합지원센터의 체험프로그램 연계 지원	• 농림축산식품부 도농교류협력사업 연계 가능
경북 일자리 체험형	• 취창업 준비 청장년 • 겸업 및 부업 희망자	• 일자리사업 연계 주거 등 생활서비스 지원	• 행정안전부 지역주도형 청년 일자리사업 연계 가능

3) 농산어촌관광의 만족도 제고 방안

경북 농산어촌관광 숙박 공동브랜드 수립

- 일반적으로 관광체험에 만족을 한 관광객은 해당 관광지를 재방문할 가능성이 높고, 타인에게 긍정적으로 관광지를 추천하는 경향이 높음

- 경북 체류형 관광객의 특성을 파악하여, 농산어촌관광의 만족도를 제고할 수 있는 방안으로 인구유입전략을 수립하게 되면 재방문율이 높아져, 지역 정착 가능성도 제고될 수 있음
- 가족단위의 농촌체험마을 집단을 대상으로 체험마을을 선택하는 요인을 분석한 결과, 시설위생청결상태의 중요도가 매우 높게 나타났으며, 연계하여 화장실/샤워실 이용 편리, 숙박시설 예약도 중요한 선택요인이었음(엄완용 외, 2019)
 - 대조적으로 농특산물 구매와 농사 및 농촌생활 체험은 중요도가 낮게 나타나, 가족 단위 농촌체험마을 관광객은 숙박시설 등 하드웨어적인 시설의 상태가 체험마을을 선택하는 중요한 요인이 됨을 알 수 있음
- 농산어촌 활성화 차원에서가 아닌 농산어촌 지역의 체험 관광객의 만족도 제고 측면에서 수립되어야할 정책은 수준 높은 관광숙박시설의 제공임
 - 이는 체류형 관광객 유치를 위해서도 필수적인 관광편의시설로서 관광객이 신뢰할 만한 숙박시설에 대한 접근성을 제고할 필요가 있음
- 제주 한달살기 붐으로 장기숙박 서비스를 제공하는 업체가 많이 생겨났으나, 관련 법·제도 미비, 무등록·무신고 영업 등으로 숙박 사기 피해 등 소비자 불만 사례가 증가(한국소비자원, 2018)
 - 한달살기와 같은 장기숙박은 공중위생관리법, 관광진흥법, 농어촌정비법 등에 의한 숙박업으로 신고·등록 후 영업을 할 수 있음
 - 제주 한달살기 장기숙박업체는 주로 농어촌민박으로 운영 중인 것으로 파악되나, 숙박업으로 등록·신고하지 않고 타운하우스나 오피스텔 등을 일정 기간 빌려주는 임대형 숙박시설 형태로 운영하는 경우가 많음
 - 숙박업 등으로 등록되어 있지 않은 경우, 이용상의 문제로 계약을 취소하거나 환급을 요청하였을 때 계약금 환급 거부·지연 등이 발생하여 소비자 상담센터에 접수된 사례가 발생
- 경북 살아보기 프로그램 추진에 앞서, 적절한 장기숙박 서비스 제공이 무엇보다도 필요함

- 경북지역의 전체 숙박시설에 대한 통합숙박예약시스템 등이 구축·운영될 필요가 있으나, 1차적으로는 경북 살아보기 숙박 공동브랜드 인증제를 도입해볼 필요가 있음
 - 특히 농어촌정비법 등에 의한 숙박업으로 등록된 농가 민박 및 숙박시설로 개조한 농가주택의 경우, 관광객 편의시설 등이 갖추어져 있는지에 대한 사전 점검이 필수적
- 프랑스의 개량 농가주택에 대한 품질등급제도를 운영하는 지프 등의 사례에서와 같이 농산어촌 체험관광객을 수용하는 경북 숙박시설에 대해 서비스 유형별 품질관리규약 제정 및 등급관리, 서비스 품질개선 등을 실시하고, 이를 통과한 인증 숙박시설에 대해서 공동브랜드 사용, 공동마케팅 실시 등의 숙박서비스 관리제도를 운영
 - 지프의 경우, 농가 숙박시설도 일반 관광시설 수준으로 유지하기 위해, 유형별로 품질관리규약을 제정하여, 일반호텔처럼 등급 적용
- 프랑스 지프와 같은 수준까지는 아니더라도 농산어촌 체험관광의 품질 제고를 통한 만족도 제고를 위해서는 관광진흥법상의 관광숙박업의 세부 등록기준을 참조하여 농가 숙박시설 품질관리지침을 수립할 필요가 있음

• 표 5-5 | 프랑스 지프의 품질관리규약 예시 •

구분	서비스유형	품질관리규약 내용
지프 뤼랄	• 일반 숙박시설	<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 숙박시설 요건 명시 • 기본사항: 외부공간, 정원휴게실, 6명당 목욕탕 1개와 화장실, 7명 이상 수용시 목욕탕 1개 추가, 간단한 오븐, 냉장고 등 • 기본사항에 추가적인 시설과 가전제품 등이 제공될 경우 1등급에서 4등급까지 표식 • 바비큐시설, TV, 전화, 식기세척기, 전자레인지, 세탁물, 건조기 등의 구비에 따라 1~3등급으로 표시되며, 지프 소유의 별도의 공원이나 정원이 있으면 4등급 지정
상브르 도트	• 숙박 + 조식 • 상브르 도트는 잠자리와 아침식사라는 뜻	<ul style="list-style-type: none"> • 간소한 객실 등의 기본사항에 맞추어 개별 목욕탕의 구비 정보, 샤워시설의 고급화 정도 등에 따라 세부 등급 지정
지프 당팡	• 어린이 농촌체험	<ul style="list-style-type: none"> • 4~13세 아동을 11명까지 수용할 수 있도록 최대 수용한도 지정 • 최소규모의 지프 당팡은 자연과 동물을 체험할 수 있는 농장에 미니 지프를 구성하는 것으로 어린이 2~5명 수용 지정 • 최소한의 미니 지프는 어린 아동을 대상으로 하므로 버터 제작에서 산책, 식물표본뜨기, 열매따기 등 힘들지 않는 프로그램 운영 • 주니어 지프의 경우 6~11명을 수용할 수 있으며, 방학프로그램 제시(연극, 춤 등 문화활동, 그림, 도자기 등 수공예활동, 스키, 수영 등 체육활동), 활동별 필요한 전문교사 요건도 포함

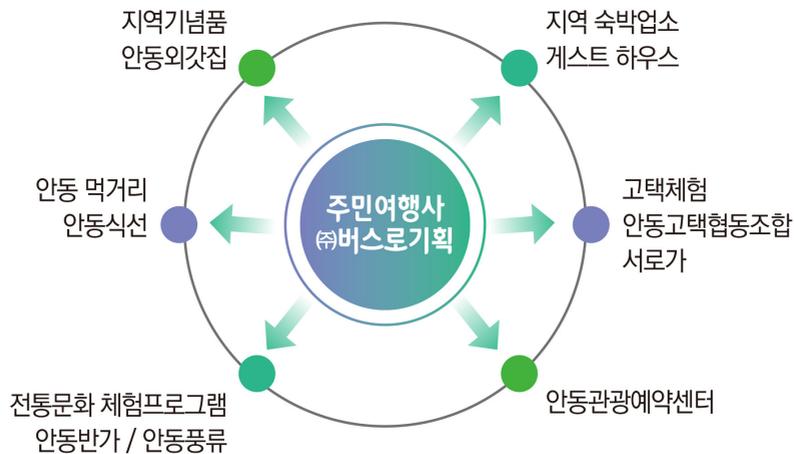
자료 : 이소영 외(2011)을 참고하여 재정리

지역관광 생태계를 활용한 다양한 연계 프로그램의 제공

- 숙박시설 외에 농촌체험마을 만족도에 영향을 미치는 요인은 건강웰빙체험으로, 농촌 체험마을 프로그램 운영에 건강웰빙체험과 관련된 프로그램을 개발하는 것이 효과적이라는 연구결과도 있음(엄완용 외, 2019)
 - 대부분의 농촌체험마을 프로그램이 도농교류 차원에서 농업활동과 연계된 농업 체험 프로그램을 제시하고 있으나, 실제 관광객 만족도는 힘든 농업활동보다는 건강웰빙 체험과 같은 순수 체험 프로그램으로 인한 것이 더 높게 나타난다는 것임
- 농어업인들이 제공하는 농어업 체험활동에 제한되어 있기보다는 농어촌 지역을 기반으로 하는 다양한 연계 프로그램이 제공되어야 관광객의 만족도를 제고할 수 있음
- 이를 위해서는 기구축된 지역관광 생태계 조직을 활용하여 체류형 관광객들이 이용할 수 있는 다양한 지역자원 활용형 관광상품들을 개발·제공 가능
 - 지역관광의 문제를 주민 스스로 해결해보자는 목표로 중앙정부의 지원하에 시작된 관광두레사업 등으로 주민이 직접, 기념품, 식음, 주민여행, 체험 등 다양한 분야의 특색 있는 지역주도의 관광사업체를 창업·운영 중에 있음
- 안동시의 경우 주민관광 사업체를 이끄는 대표가 서울에서 안동으로 이주한 주민으로서, 관계인구를 확산하는데 실질적 기여를 하고 있음(문화체육관광부, 2019b)
 - 2013년 17년간 서울 여행사 생활을 뒤로 하고, 게스트하우스를 운영하기 위한 적당한 부지를 물색하다가 안동에 거주하게 된 고타야 게스트하우스 이희오 대표는 경주에 비해 제대로 된 여행상품이 기획조차 되지 않은 안동시를 위해 여행상품을 개발하며 지역관광을 이끌고 있음
 - 게스트하우스를 방문하는 개별 여행객들을 대상으로 로컬 여행 패키지 상품을 선보여, 하회마을, 도산서원, 봉정사 등 안동여행 빅5 투어 제공
 - 관광두레사업을 통해 게스트하우스 주인장들과 함께 주민여행사(주)버스로기획을 설립하고, 내일로 인기도시들(서울, 단양, 안동, 경주, 부산, 통영, 순천, 전주)을 연결하는 '버스로 전국일주' 상품을 개발하여 전국의 내일로 여행객들을 안동으로 유치

- 안동역 앞에 안동관광예약센터를 마련하여 여행정보 및 숙박시설과 안동 빅5 투어 예약 등 안동여행 관련 서비스 제공
- 안동고택협동조합 서로가와 협업을 통해 고택음식 투어를 연계하고, 마땅한 기념품이 없는 문제를 해결하기 위해 기념품을 개발하는 주민사업체가 형성
- 주민 관광사업체는 지역사회를 관광하는 개별여행객들이 필요로 하는 관광 서비스를 다양한 관광주체들과 함께 협력하여 적절한 프로그램들을 개발·제공할 뿐만 아니라, 필요시 안동시 농업기술센터, 관광두레 PD 등과 협업하며 관광객들의 여행 만족도를 제고하기 위해 각종 공공서비스 제공에도 기여
- 지역주민, 관광객, 지자체, 주민사업체, 관련 민간기업 및 중간지원조직 등 지역 관광을 매개로 형성되는 지역관광 생태계 속에서 개별 여행객들은 지역사회와 깊이 교류하게 되며, 구체적인 활동을 통해 지역에 대한 관심이 제고되어, 지역 활동가로 역할하게도 됨

• 그림 5-7 | 안동 주민 관광사업체에 의한 지역관광 사례 •



참고문헌

- 国土交通省. '第6回 住み続けられる国土専門委員会 配布資料'. 小田切徳美. 「関係人口論とその展開」
(<https://www.mlit.go.jp/common/001203324.pdf>, 2021년 3월 18일 검색).
- 内閣官房 まち・ひと・仕事創生本部(2019). 第2期「まち・ひと・仕事創生総合戦略」.
- 内閣官房 まち・ひと・しごと 創生本部(2020a). 関係人口の創出・拡大. "(概要) 関係人口について".
- 内閣官房 まち・ひと・しごと 創生本部(2020b). 関係法令 閣議決定等. 第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」2020改訂版 -政策パッケージ.
- 總務省(2018). 「関係人口創出事業」.
- 總務省(2019). 「関係人口創出・拡大事業」.
- 總務省(2020). 「関係人口創出・拡大事業」.
- Anantamongkolkul, C., Butcher, K. & Wang, Y. (2019). Long-stay tourists: Developing a theory of intercultural integration into the destination neighborhood. *Tourism Management*. 74, 144-154.
- Gustafson, P. (2002). Tourism and seasonal retirement migration. *Annals of Tourism Research*. 29(4), 899-918.
- Hongsranagon, P. (2006). Research note: Needs of, and readiness to respond to the needs of Japanese pensioners in long-stay tourism in Chiangmai province. Thailand. *Tourism Economics*. 12(3), 475-485.
- Rivière, G.H. (1985). Définition évolutive de l' écomusée. *Museum*. 184-244.
- Wong, K.M.& Musa, G. (2014). Retirement motivation among 'Malaysia my second home' participants. *Tourism Management*. 40, 141-154.
- 경상북도(2018). 민선7기 경북도정! 새바람을 일으키겠습니다.
- 경상북도(2018). 새바람 행보 경북 - 민선7기 도정운영 4개년 계획.
- 김송이(2019). 체류형관광의 개념 및 특성 분석과 정책적 이슈 도출. 한국문화관광연구원.
- 김송이·강성은(2020). 체류형 관광을 통한 관광 만족과 삶의 질 만족 - 제주살기 경험자를 대상으로. *관광학연구*. 44(3), 147-159.
- 김용렬·박시현·최경은(2007). 농촌관광의 수요 공급 전망 및 발전과제. *농촌관광연구*. 14(2), 85-100.
- 노시훈(2012). 생태박물관. 지역과 정체성: 브레사부르기노 생태박물관의 경우. *프랑스문화예술연구*. 41, 265-281.
- 류영진(2020). 일본의 관계인구 개념의 등장과 의미. 그리고 비판적 검토. *지역사회학*. 21(1), 5-30.
- 문화체육관광부(2019). 2018 국민여행실태조사.
- 문화체육관광부(2019b). 2018 관광두레 스토리브로슈어-안동 버스로기획.
- 문화체육관광부(2020). 2019 국민여행조사.
- 박지환(2021). "지방에서 지내며, 머물고, 살아가는 청년". *관정일본리뷰 제24호*. 서울대학교 일본연구소.
- 박진경·김상민(2017). 인구구조변화에 대응한 유형별 지역발전전략 연구. 한국지방행정연구원.
- 박진경·김도형(2020). 인구감소대응 지방자치단체 청년유입 및 정착정책 추진방안. 한국지방행정연구원.
- 송재일 외(2018). 신경복 관광비전과 전략. 대구경북연구원.
- 엄완용·엄봉훈·권재일(2019). 농촌체험마을 선택속성이 행동의도 및 만족도에 미치는 영향 - 대구광역시 초등학교 학부모 집단을 대상으로. *동북아관광연구*. 15(1), 83-104.
- 이소영·김선기·오은주(2011). 지역자원의 상품화 지원 실태분석 및 개선방안. 한국지방행정연구원.
- 이소영·김도형(2020). 광역연계 귀농귀촌종합지원센터 설립방안. 한국지방행정연구원.
- 최재권(2016). 2016 제주특별자치도 농업기술원 귀농귀촌교육자료. 제주관광대학교.
- 한국소비자원(2018). 제주 한달살기 장기숙박 소비자불만 실태조사 보고서.
- 한주성(2019). 농업교육과 체험에 의한 관계인구의 지역활동 - 서울시와 지방과의 교류를 중심으로. *대한지리학회지*. 54(4), 435-448.
- 홍경옥·김덕수(2018). 에코뮤지엄 도입을 통한 국가중요농업유산 보전 및 활용. *한국지역사회학회*. 26(3), 49-69.