제 8 장

농어촌 관광과 지역경제 활성화 방안

박덕병*

1. 관광시장의 추이와 전망
1.1. 세계관광시장
1.2. 국내관광시장
1.3. 농촌관광시장
2. 농어촌관광 공급동향
2.1. 농촌관광마을 개발사업
2.2. 농가민박
2.3. 농촌교육농장
2.4. 농어촌축제
2.5 오토캠핑장
3. 농어촌관광 수요동향
3.1. 지난 1년간 농촌관광 경험 정도
3.2. 선호 방문지역
3.3. 숙박시설 유형
3.4. 프로그램 참가율 및 지역 농특산물 구입률
3.5. 농촌관광 동기와 만족
4. 농어촌관광사업의 지역경제 기여
4.1 방문객수 및 사업소득
4.2 고용
5. 시사점

* 농촌진흥청 국립농업과학원 농업연구사. parkdb@korea.kr

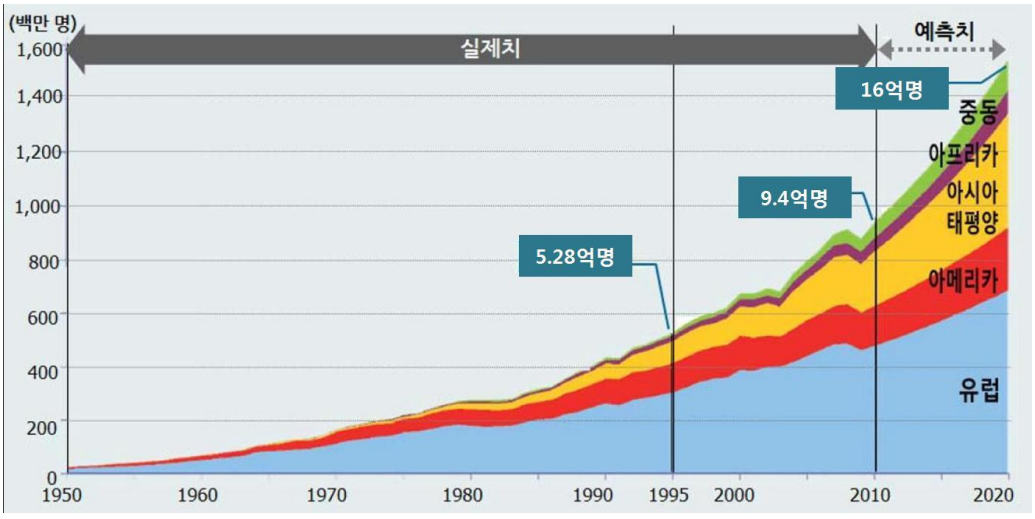
1 관광시장의 추이와 전망

1.1. 세계관광시장

○ 세계 관광시장 규모는 2010년 5조 7,000억 달러에서 2020년 11조 1,000억 달러로 향후 10년간 연평균 6.9%로 빠른 속도로 성장하며 글로벌 경제를 견인할 것으로 예상(World Travel & Tourism Council, 2011)되고 있다.

○ 세계 관광객 수도 2010년 9억 4,000만 명에서 2020년 16억 명으로 10년간 1.7배가량 늘어날 것으로 전망된다. 아시아, 태평양, 중동 방문 관광객 수가 동 기간 중 연평균 각각 7.4%, 6.7% 증가하는 등 신흥 관광시장이 부상되고 있다.

그림 8-1. 대륙별 관광객 수 추이 및 전망

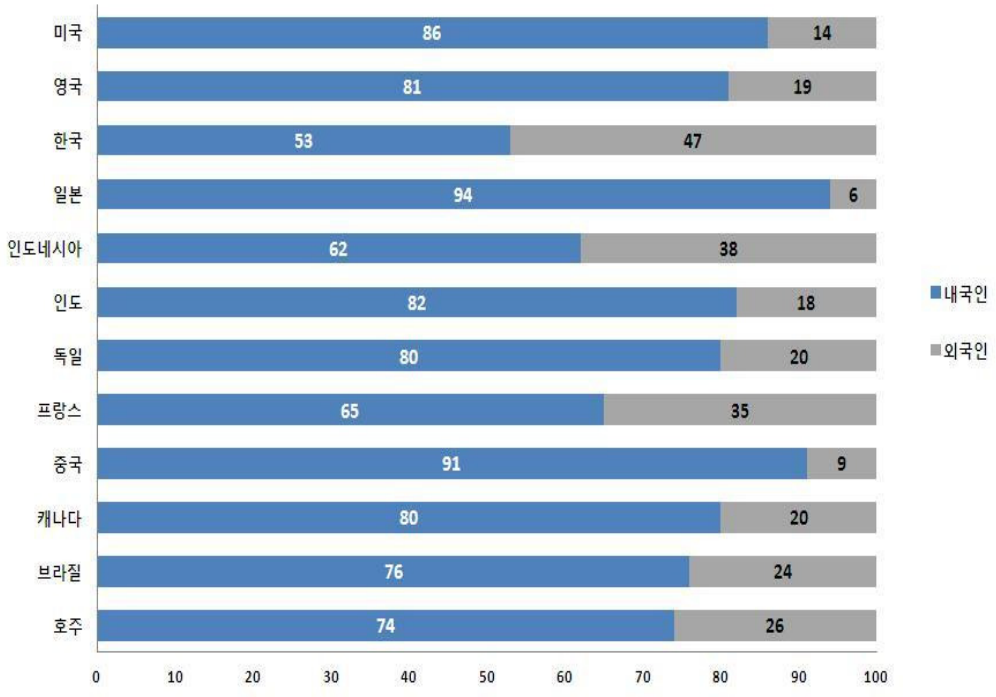


자료: UNWTO(2011), UNWTO Tourism Highlights 2011 Edition.

○ 세계 관광산업 고용규모가 2011년 2억 6,000만 명에서 2021년 3억 2,000만 명으로 증가할 전망으로 관광은 '고용 없는 저성장 시대'에 고용창출의 유력한 대안으로 부각되고 있다.

○ 세계의 주요 선진국들은 자국민이 국내관광을 많이 하고 있는데 그 중 일본 94%, 미국 86%, 독일이 80%를 차지하고 있는데 반하여, 한국은 53%가 국내관광을 하는 것으로 나타나고 있어 선진국보다 국내관광이 활성화 되고 있지 않는 것으로 나타나고 있다.

그림 8-2. 각국의 내외국인 관광비율



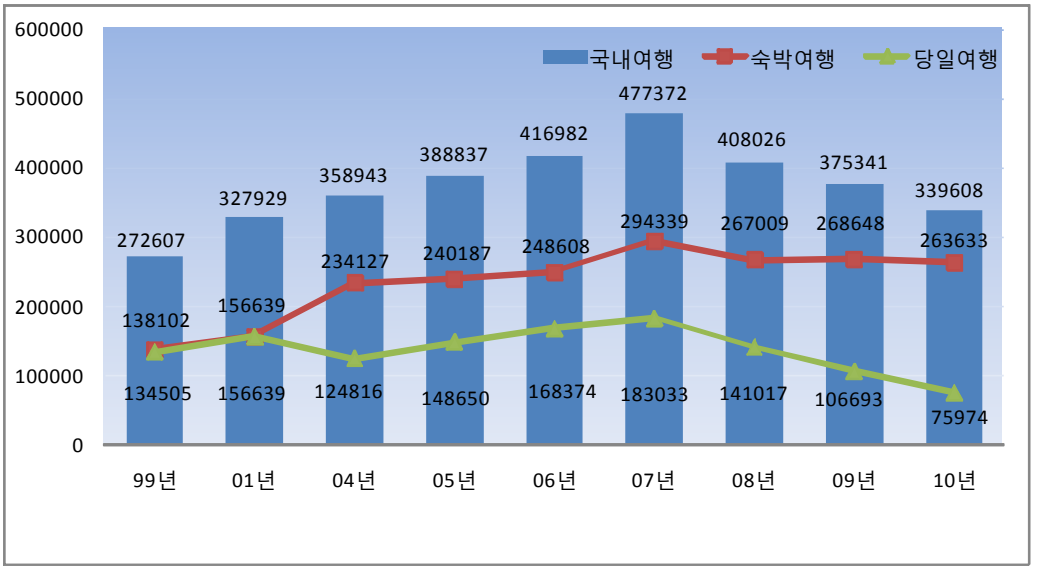
자료: 삼성경제연구소(2011).

1.2. 국내관광시장

○ 국민 국내여행의 이동 총량은 2001년에 약 3억 2792만일이었다. 이후 꾸준히 증가하여 2007년에는 4억 7737만일로 증가하다가, 이후 2010년에는 3억 3960일로 증가폭이 둔화되었다. 특히 당일여행과 숙박여행 비율을 살펴보면, 2001년까지는 비슷한 비율을 보이다가 이후 숙박여행은 꾸준히 증가하고 있는 반면에 당일여행은 2010년에 7597만일로 꾸준히 감소하고 있다.

그림 8-3. 국민관광시장 규모의 변화

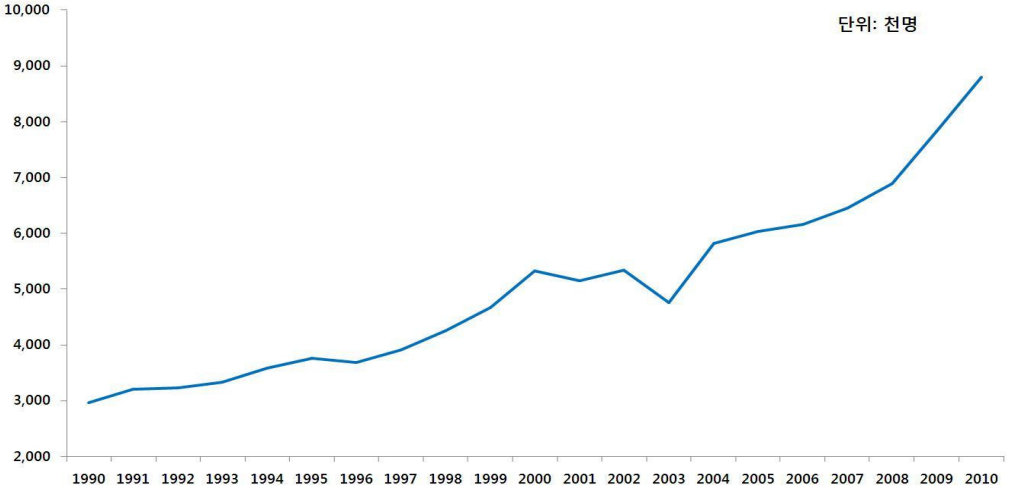
단위: 천일



자료: 한국관광공사, 국민여행실태조사, 각년도.

○ 한국의 관광지출 10억 원당 유발되는 취업자 수는 22.9명으로 산업평균인 13.4명의 2배 수준이다(이강욱, 2010, 관광산업의 경제효과 분석, 한국문화관광연구원).

그림 8-4. 외국인 관광객수 변화



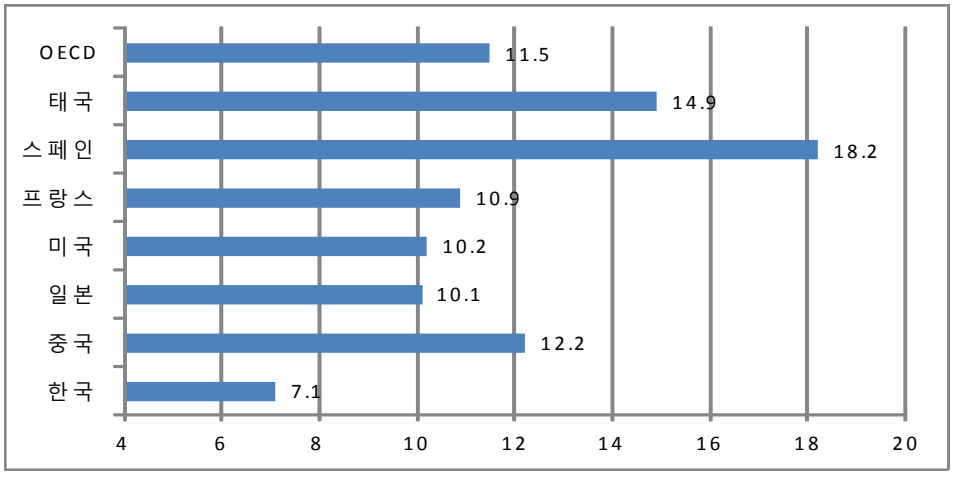
자료: 관광지식정보시스템. http://stat.tour.go.kr

○ 방한 외국인 관광객 수는 1990년 약 3백만에서 2010년 약 880만 명으로 3배가량 증가하였고, 관광수입도 1990년 35억 달러에서 2010년 97억 달러로 증가하였다.

○ 주요 선진국에서 관광산업이 GDP에 차지하는 비중을 살펴보면, 대부분의 국가들이 10%를 웃돌고 있는 반면에, 우리나라는 7.1%로 향후 시장이 확대될 것으로 전망되고 있다.

○ 관광산업을 신성장 동력 및 일자리 창출을 위한 고부가 산업으로 육성하기 위한 많은 노력이 필요하고, 농촌관광은 그 성장 잠재력이 매우 높다.

그림 8-5. 관광산업의 GDP 비중



자료: World Travel & Tourism Council(2011), UNWTO(2010), http://stat.tour.go.kr

1.3. 농촌관광시장

○ 우리나라 농촌관광 시장은 2000년대 들어 빠르게 확대되었다. 2003년에 국내 농촌관광 부문의 이동 총량은 약 984만일이었던 것이 2011년에는 1,400만일로 증가하였다.

- 교통비를 제외한 1인당 지출 규모는 같은 기간 동안 3만 7,911원/회에서 6만 5,278원/회로 증가하였다.

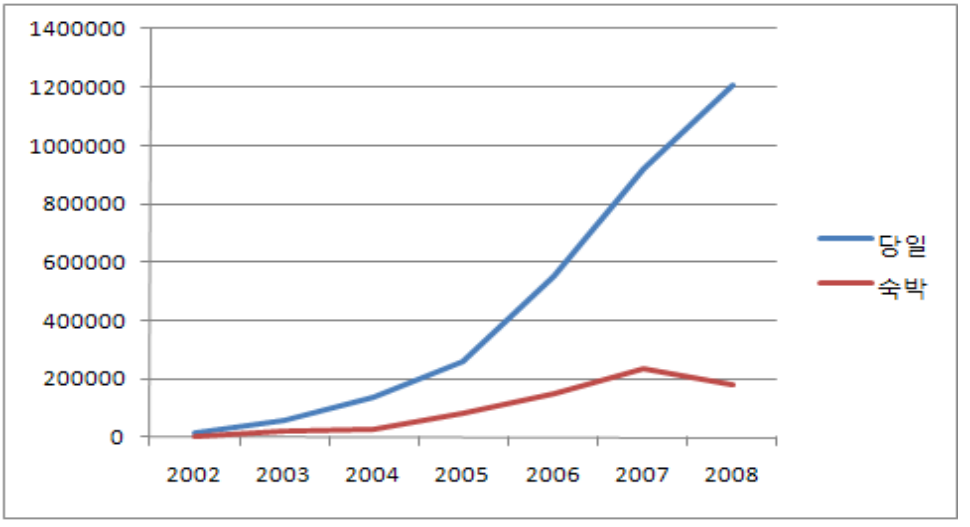
- 도시소비자들의 농촌관광 경험 횟수와 회당 지출규모를 토대로 추정한 농촌관광 시장규모는 2003년 926억 원에서 2011년 2,885억 원으로 세 배 이상 증가하였다.
- 2011년 지출비용 기준으로 국민관광에서 농촌관광이 차지하는 비중은 약 3.2% 수준으로 나타나고 있다(국민관광실태조사 결과, 2010년 국민 국내관광 지출 규모는 8조 7천억원으로 추정됨).

표 8-1. 국내 농촌관광시장 규모의 변화

구 분	2003년	2004년	2009년	2011년
이동총량(천일)	9,844	7,524	13,024	14,003
경험횟수(회)	2,442,284	2,511,737	4,008,764	4,418,766
1인1회당 지출규모(원)	37,911	40,770	45,248	65,278
지출액(백만 원)	92,589	102,404	181,389	288,488

주: 1) 2005년, 2006년, 2007년, 2010년에는 조사를 실시하지 않았다.
2) 농촌관광 총지출액은 교통비를 제외하고 숙박비, 식비, 농특산물 구입비, 체험프로그램 참가비 등이 포함되어 있다.
자료: 농촌진흥청. 도시민 농촌관광 실태 조사. 각 연도.

그림 8-6. 농촌관광마을 방문객수 추이



자료: 농촌진흥청, 2011.

○ 2002년 27개의 농촌관광마을 개발사업이 시행된 후 당일방문객수는 급속히 증가한 반면에, 숙박방문객수는 증가되지 않고 있는 실정이다. 이것은 농촌관광과 달리 국민 국내관광객수 추이현상과 상반되는 현상으로 우리나라 농촌관광 문제를 단적으로 나타내어 주고 있다. 국민 국내관광객수 추이를 살펴보면, 2002년 이후 숙박여행은 계속적으로 증가되고 있는 반면, 당일여행은 계속적으로 감소하고 있다.

○ 2011년 7월부터 주5일 근무제 전면실시와 2012년 주5일 수업제 전면실시로 농촌관광 수요가 증대될 것으로 전망된다. 2005년 격주 5일 수업제 도입으로 여행일수가 증가하였기 때문에 주5일 수업제가 전면적으로 실시되는 2012년 부터는 여행일수가 15.7일로 증가될 것으로 전망하고 있다(한국문화관광연구원)

○ 3개 시군지자체 농촌관광사업 경영실태 전수조사결과(농촌진흥청, 2010)를 살펴보면, 평균관광소득 770만원 정도로 나타나 선진국에 비하여 낮은 수준이다. (미국 약 3천만원, 서유럽 2~3천만원)

표 8-2. 농촌관광사업 경영실태 분석결과

구 분	총소득 (만원)	농업소득 (만원)	농외소득 (만원)	관광소득 (만원)	방문객수 (명)	당일 (명)	숙박 (명)
A군(114농가)	3,475	2,039	1,920	75	43	5	40
B군(35농가)	2,819	1,316	1,594	1,238	1,065	552	594
C군(126농가)	1,769	972	847	456	361	99	233
전체(275농가)	2,450	1,250	1,255	777	677	346	383

자료: 농촌진흥청, 2010.

2 농어촌관광 공급동향

2.1. 농촌관광마을 개발사업

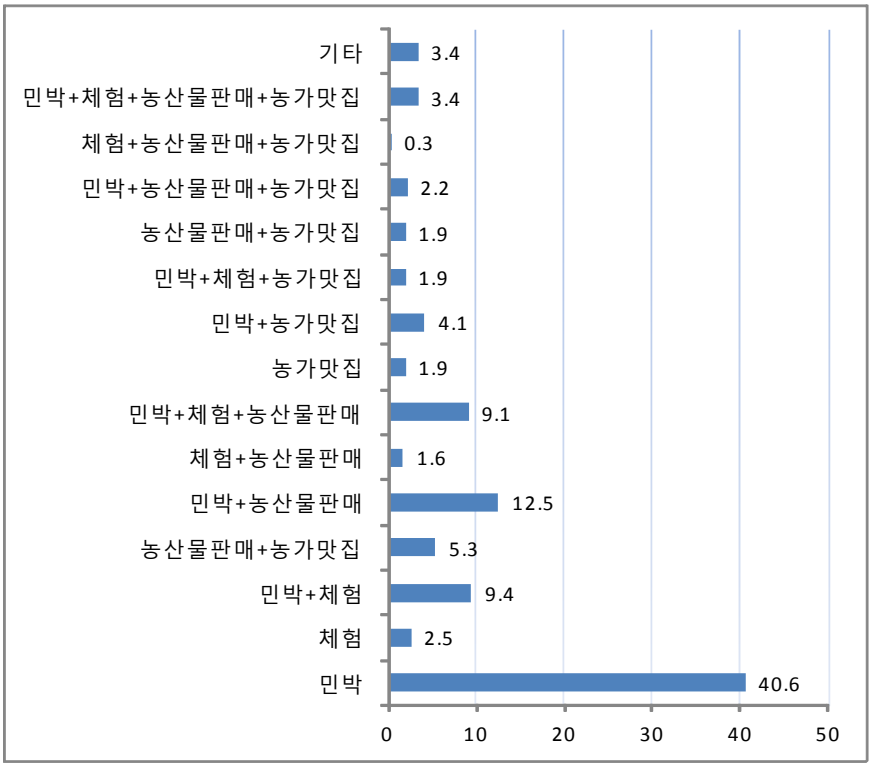
○ 정부주도로 농촌관광개발 사업을 시작한 것은 우리나라는 2003년부터이다. 이에 비하여 일본은 우리나라보다 10년 정도 앞선 1990년대 초부터 정부주도의 농촌관광사업이 시작되었으며, 서유럽국가들은 농촌관광 현상은 100여 년 전부터 있었지만, 정부에서 농가소득 증대를 목적으로 본격적으로 관심을 갖고 시작한 것은 1970년대부터이다.

○ 2003년부터 시작된 농촌관광개발사업은 농식품부의 녹색농촌체험마을 516개 마을, 전통테마마을 170개 마을, 어촌체험마을 105개 마을, 산촌생태마을 240개 마을 등으로 2010년까지 총 1,054개 농촌관광마을이 조성되었으며, 지자체의 유사사업으로 개발된 농촌관광마을까지 합치면 전국 1,900여개의 농촌관광마을이 조성되어 있다.

○ 그동안 농촌관광마을은 급속히 증가되어, 농촌관광마을에서 축제를 개최하고 있는 마을이 약 350여개에 이르고, 방문객에게 체험을 지도해 주는 체험해설사도 전국에 2,000여명에 이르고 있다.

○ 농촌관광사업 유형을 살펴보면, 민박사업만 하는 농가는 40.6%를 차지하고 있으며, 농가민박사업과 다른 사업을 병행해서 하는 농가는 82.2%를 차지하고 있다. 이는 농가민박사업이 농촌관광사업의 핵심적인 비즈니스로 정착되고 있음을 의미한다.

그림 8-7. 농촌관광사업 유형



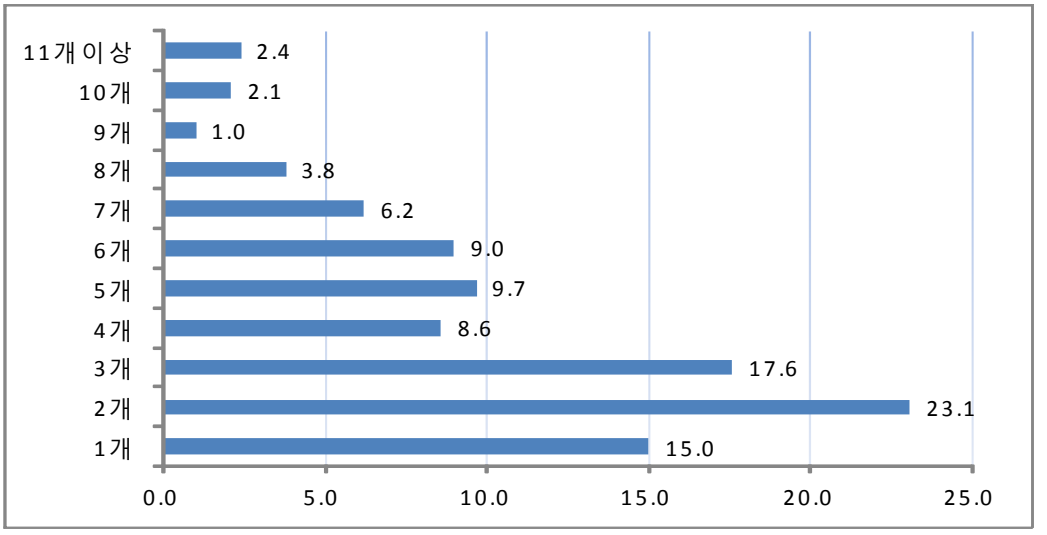
자료: 농촌진흥청, 2011.

2.2. 농가민박

○ 농촌관광마을 민박시설을 살펴보면, 민박가구수는 4,400여 호가 농가민박을 하고 있으며, 제공되고 있는 민박용 방의 수는 민박농가에서 12,000여개가 제공되고, 마을공동시설에서 제공되고 있는 방의 수가 2,700여개 이다. 마을당 평균 민박농가수는 5.36농가이며, 민박농가당 평균적으로 제공되고 있는 방의 수는 2.78개이다.

○ 객실수의 분포를 살펴보면, 객실 2개를 운영하는 민박농가가 23.1%, 객실 3개 17.6%, 객실 1개가 15.0%를 차지하고 있다. 전체적으로 객실 3개 이하가 55.7%를 차지하고 있다.

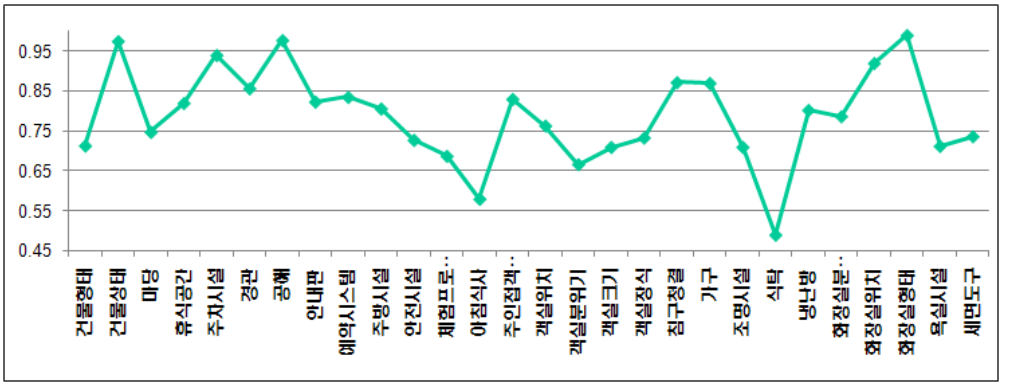
그림 8-8. 민박방수



자료: 농촌진흥청, 2011.

○ 농가민박 품질수준 평가(농촌진흥청, 2010)를 살펴보면, 자연적 환경 및 물리적 환경은 서비스 만족도가 높은 반면에, 식탁, 아침식사, 객실분위기가 품질 수준이 매우 낮게 나타났다.

그림 8-9. 농가민박 서비스품질 품질



자료: 박덕병. 2010. 농가민박 품질인증 지표개발. 농촌진흥청.

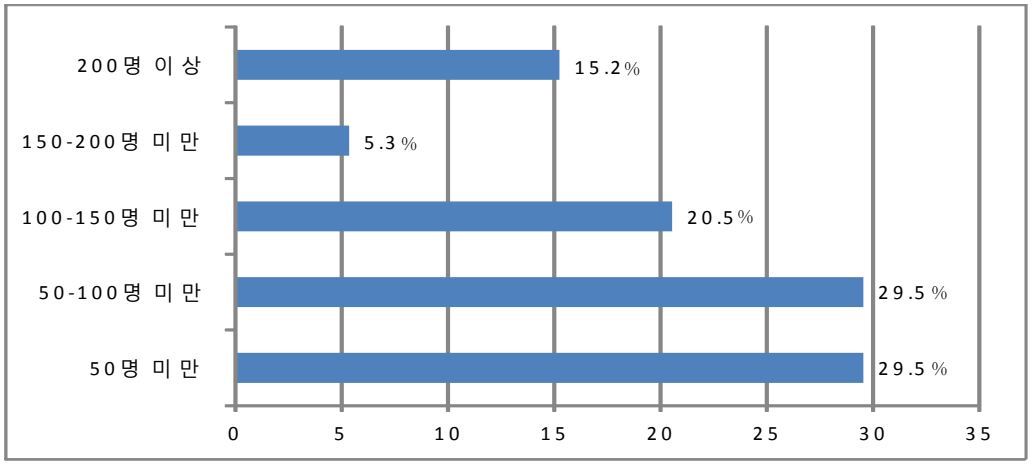
2.3. 농촌교육농장

○ 현재 전국 농촌교육농장은 2010년 18개소 69개 농장을 포함하여 총 245개 농장이 지정되어 운영되고 있다. 주5일제 정착 및 확대에 따른 다양한 농촌관광수요의 증대, 가족과 함께 주말을 즐기며 자녀에 대한 농촌현장 체험학습 활동을 통한 교육기회의 다양화와 정서를 함양하고자 도입되었다.

○ 교육농장의 사업유형을 살펴보면, 체험이 37%로 가장 많고, 그 다음으로 농산물 판매가 29%, 숙박 12%, 음식 8% 순으로 나타났다. 향후 연계프로그램을 통해 체류시간을 늘려 숙박소득을 증대시킬 필요가 있다.

○ 교육농장의 최대 수용인원을 살펴보면, 50명 미만이 29.5%, 50~99명이 29.5%, 100~150명이 20.5%로 나타났다. 전체적으로 보면, 최대 수용인원이 100명 이하인 교육농장이 전체의 80%를 차지하고 있다.

그림 8-10. 농촌교육농장 최대수용인원



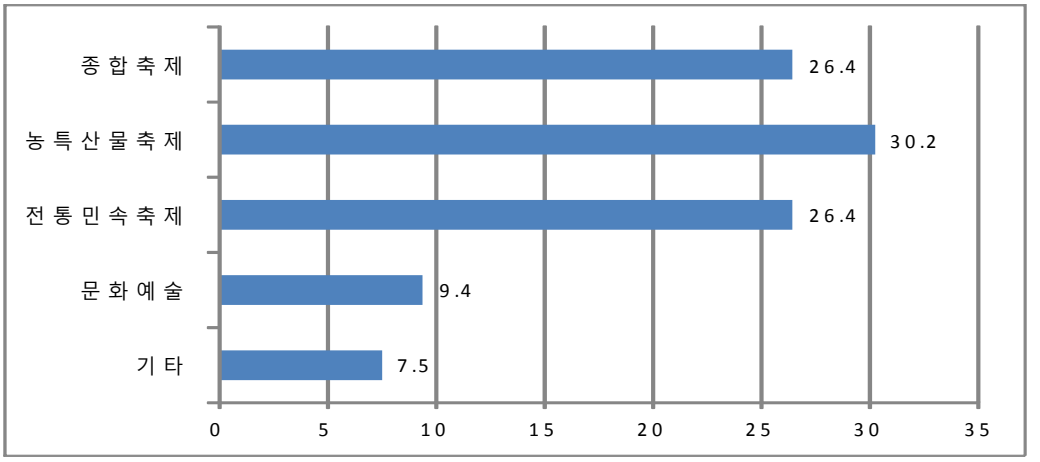
자료: 농촌진흥청. 농촌교육농장 실태분석 및 품질관리 매뉴얼 개발. 2011.

○ 농촌교육농장의 소득액을 살펴보면, 500만원 이하의 소득을 얻고 있는 곳이 40%를 차지하고 있으며, 그 다음으로 1,000~5,000만원이 33.9%, 5,000만원 이상의 소득을 얻고 있는 곳이 13.9%, 500~1,000만원의 소득을 얻고 있는 교육농장이 12.2%를 차지하고 있다.

2.4. 농어촌축제

○ 현재 개최되고 있는 농촌축제는 농특산물축제 30.2%, 전통 민속축제 26.4%, 종합축제 26.4%, 문화예술축제 9.4% 순으로 나타나고 있다.

그림 8-11. 농어촌축제 유형



자료: 농촌진흥청. 2010. 시험연구사업보고서.

○ 축제 운영현황을 살펴보면, 4월 15.4%, 10월 13.5%로 다른 달에 비해 많이 개최되고 있으며, 축제일정은 1일 축제가 41.2%, 2일 축제가 35.3%로 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 축제방문객 수는 500명 미만이 41.5%로 가장 많았으며, 1,000~3,000명 미만이 그 다음으로 22.6%를 차지하고 있다.

○ 축제 개최시 농특산물의 판매수입이 있는 마을이 67.3%이며, 평균 판매수입은 약 200만원으로 나타났다.

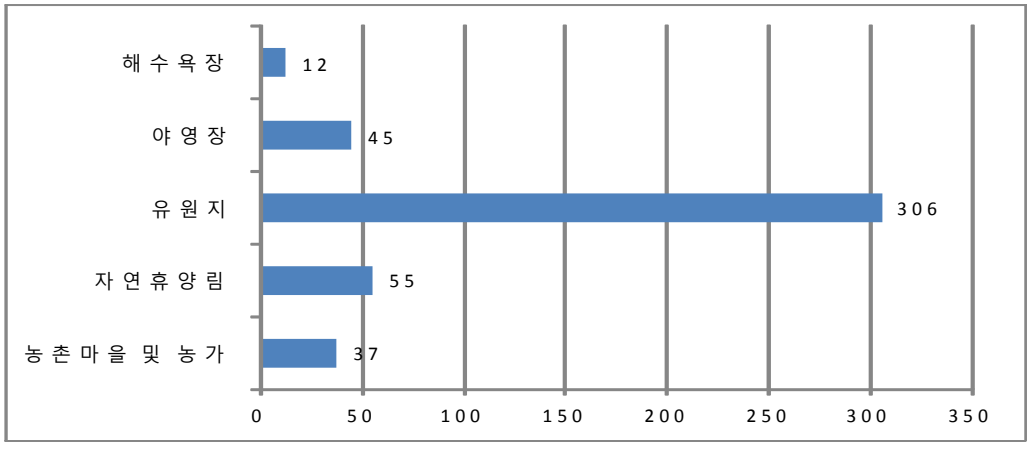
2.5. 오토캠핑장

○ 전국에 조성되어 있는 오토캠핑장은 약 450여개이다. 이들 캠핑장은 수도권 인근지역인 경기도 125개, 강원 89개, 충남 44개, 경북 41개, 경남 37개 순으로 조성되어 있다.

○ 이 중 농촌관광마을이나 관광농원에 개설되어 있는 오토캠핑장은 27개로 매우 미미한 실정이다. 대부분의 오토캠핑장은 유원지 306개, 자연휴양림 55개, 야영장 45개 순으로 나타나고 있다.

그림 8-12. 오토캠핑장 유형별 현황

단위: 개

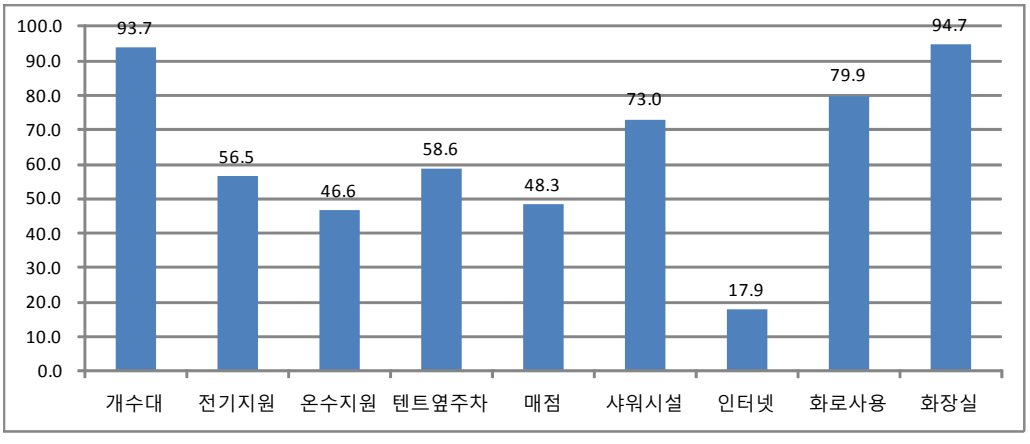


자료: 농촌진흥청, 2011.

○ 오토캠핑장 부대시설 현황을 살펴보면, 캠핑장의 부대시설은 개수대는 93.7%, 화장실 94.7%, 샤워시설 73.0%가 갖추고 지고 있지만 전기지원이 되는 곳이 56.5%, 온수 지원은 46.6%, 인터넷은 17.9%가 사용 가능하다.

그림 8-13. 오토캠핑장 부대시설 현황

단위: %



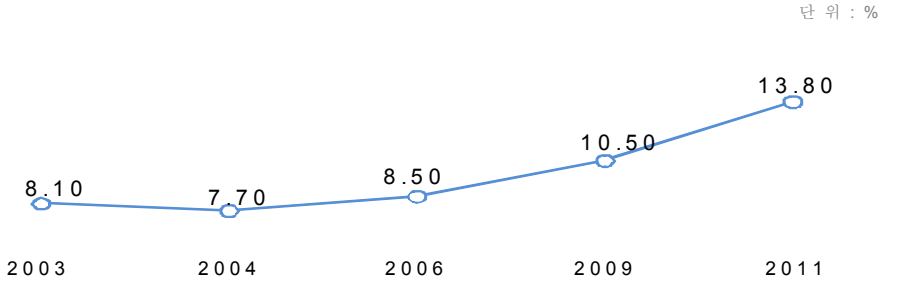
자료: 농촌진흥청, 2011.

3 농어촌관광 수요동향

3.1. 지난 1년간 농촌관광 경험 정도

○ 만 18세 이상 대도시민 100명 중 14명 정도(전체 대비 13.80%)가 지난 1년 동안 농촌관광을 경험한 것으로 나타났는데, 2004년 이후 경험률이 꾸준히 증가하는 추세를 보여 매년 농촌관광 경험층이 확대되고 있는 것으로 나타나고 있다.

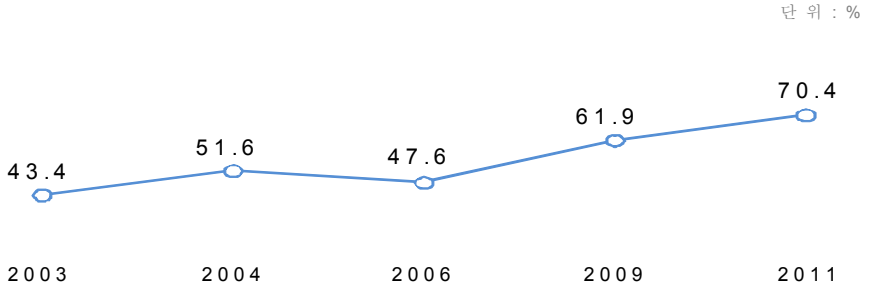
그림 8-14. 농촌관광 경험률



자료: 농촌진흥청. 도시민 농촌관광 실태조사. 각년도.

○ 농촌관광 경험층을 대상으로 앞으로 농촌관광을 할 의향이 있는지를 조사한 결과 '아주 많다'(10.2%), '다소 있다'(60.3%) 등 농촌관광 의향층이 70.4%였으며, 2006년(47.6%) 이후로 농촌관광 의향률이 꾸준히 증가하는 추세를 보이고 있다.

그림 8-15. 농촌관광 의향



자료: 농촌진흥청. 도시민 농촌관광 실태조사. 각년도.

○ 지난 1년간 농촌관광 경험층의 여행 중 '숙박 여행'(53.7%) 비중이 '당일 여행'(46.3%)에 비해 약간 더 높았으며, 숙박 여행의 경우 '1박'(33.0%), '2박'(17.0%), '3박'(1.9%), '4박 이상'(1.7%)의 순으로 높게 나타났다.

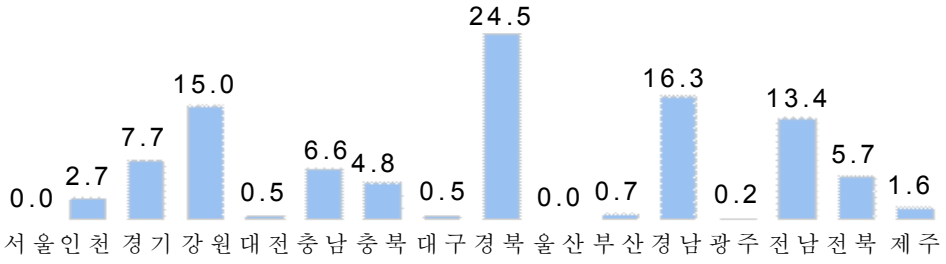
3.2. 선호 방문지역

○ 지난 1년간 농촌관광 경험층의 경험횟수별 중복응답(n=441)으로 방문 지역별 분포를 살펴보면 '경북'(24.5%) 지역의 방문률이 가장 높은 가운데, 다음으로 '경남'(16.3%), '강원'(15.0%), '전남'(13.4%) 지역 방문률이 높았으며, 이밖에 '경기'(7.7%), '충남'(6.6%), '전북'(5.7%), '충북'(4.8%) 등의 순으로 높게 나타났다.

○ 2009년 대비 그다지 큰 차이 없이 비슷한 지역 방문률을 보인 가운데, 2003과 2006년 대비 '경북' 지역 방문률이 크게 증가하는 경향을 보이고 있다.

그림 8-16. 지역별 분포

단 위 : %



구 분	서울	인천	경기	강원	대전	충남	충북	대구	경북	울산	부산	경남	광주	전남	전북	제주
2011년	0.0%	2.7%	7.7%	15.0%	0.5%	6.6%	4.8%	0.5%	24.5%	0.0%	0.7%	16.3%	0.2%	13.4%	5.7%	1.6%
2009년	0.0%	2.5%	8.3%	14.7%	0.0%	11.5%	8.3%	0.4%	20.1%	0.7%	0.0%	14.0%	0.4%	13.7%	4.7%	0.7%
2006년	0.0%	0.0%	12.9%	24.7%	0.0%	7.1%	4.7%	0.0%	8.2%	0.0%	0.0%	11.8%	0.0%	14.1%	9.4%	0.0%
2003년	0.5%	1.5%	17.2%	13.1%	2.0%	5.4%	6.4%	3.0%	11.8%	0.0%	2.5%	12.3%	0.0%	10.8%	1.0%	2.0%

자료: 농촌진흥청. 도시민 농촌관광 실태조사. 각년도.

○ 농촌관광 경험층의 당일 포함 평균 관광일정은 1.741일로 예년에 비해 약간 적었으나, 숙박층 기준 평균 관광일정은 2.270일로 예년과 비슷한 수준으로 나타났다.

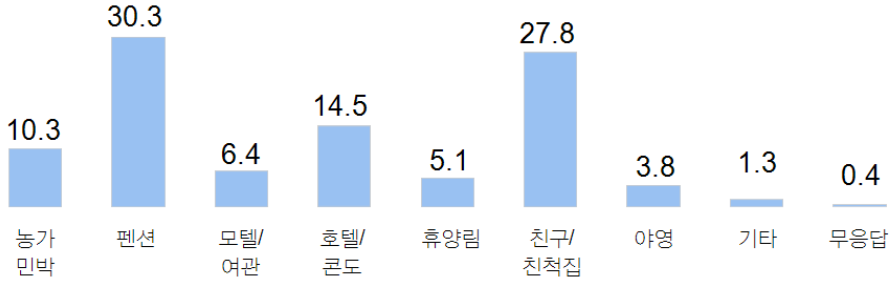
3.3. 숙박시설 유형

○ 농촌관광에서 관광객의 숙박시설 유형으로는 '펜션'(30.3%), '친구/친척집'(27.8%) 이용률이 가장 높은 가운데, 다음으로 '호텔/콘도'(14.5%), '농가민박'(10.3%), '모텔/여관'(6.4%), '휴양림'(5.1%), '야영'(3.8%) 순으로, 2009년에 비해 '펜션'(+13.0%p) 이용률이 더욱 증가한 반면, '농가민박' (-8.2%p), '친구/친척집'(-6.3%p) 이용률은 다소 감소하였다.

○ '호텔/콘도', '일반민박', '친척집/고향집' 이용률이 높았던 2003년, 2004년과 다소간 차이가 있으며, 2006년과는 대체로 비슷한 특성을 보이고 있다.

그림 8-19. 숙박시설 유형

단위: %



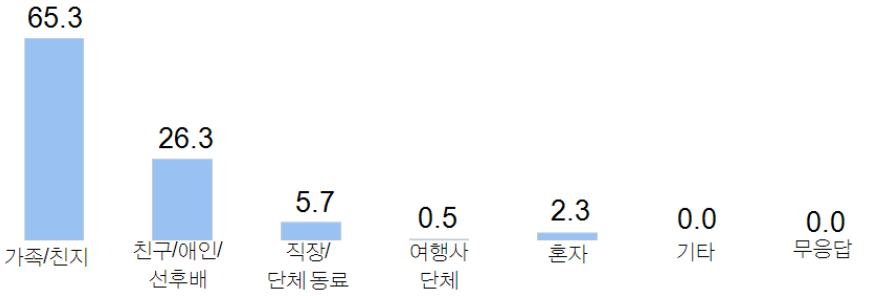
구 분	농가 민박	펜션	모텔/ 여관	호텔/ 콘도	휴양림	친구/ 친척집	야영	기타	무응답
2011년	10.3%	30.3%	6.4%	14.5%	5.1%	27.8%	3.8%	1.3%	0.4%
2009년	18.5%	17.3%	5.8%	11.0%	5.8%	34.1%	4.6%	1.2%	1.7%
2006년	22.1%	45.6%	2.9%	2.9%	8.8%	13.2%	0.0%	0.0%	4.4%
2003년	32.6%	-	2.5%	21.3%	10.6%	18.1%	1.9%	8.8%	4.4%

자료: 농촌진흥청. 도시민 농촌관광 실태조사. 각년도.

○ '가족/친지'(65.3%)와의 동행률이 가장 높았으며, 농촌관광이 연도에 상관없이 '가족/친지'와의 동행률이 가장 높아 가족 단위 관광객을 주요 타깃으로 다양한 프로그램 개발이 필요할 것으로 보인다.

그림 8-20. 동행자 유형

단위: %



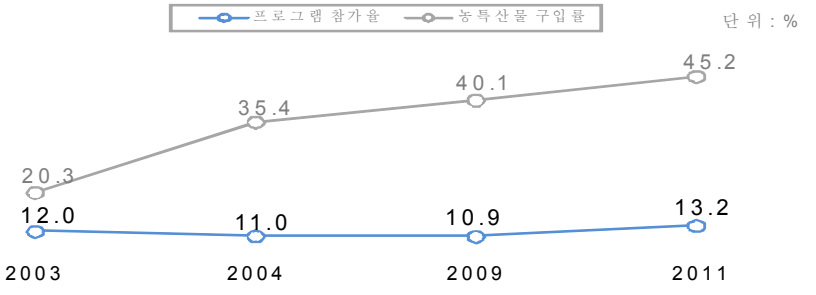
구 분	가족/친지	친구/애인/선후배	직장/단체 동료	여행사 단체	혼자	기타	무응답
2011년	65.3%	26.3%	5.7%	0.5%	2.3%	0.0%	0.0%
2009년	62.9%	19.4%	11.5%	1.4%	4.0%	0.0%	0.7%
2006년	64.7%	23.5%	4.7%	0.0%	2.4%	0.0%	4.7%
2003년	66.0%	21.2%	7.9%	0.0%	4.4%	1.0%	1.5%

자료: 농촌진흥청. 도시민 농촌관광 실태조사. 각년도.

3.4. 프로그램 참가율 및 지역 농특산물 구입률

○ 각종 프로그램에 참가 하거나 체험을 한 층이 13.2%, 현지에서 농·특산물을 구입한 비율은 45.2%로, 프로그램 참가율의 경우 2003년(12.0%), 2004년(11.0%), 2009년(10.9%)에 비해 다소 증가했으며, 지역 농·특산물 구입률의 경우 해가 거듭할수록 꾸준히 증가하는 추세를 보여 농촌관광이 지역 경제 활성화에 기여하고 있음을 알 수 있다.

그림 8-21. 프로그램 참가율 및 지역 농특산물 구입률



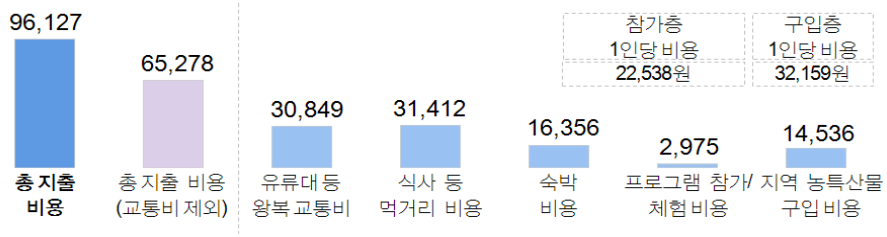
자료: 농촌진흥청. 도시민 농촌관광 실태조사. 각년도.

○ 관광객 1인당 회당 평균 96,127원을 지출한 것으로 나타난 가운데, '식사 등 먹거리 비용'(31,412원), '유류대 등 왕복교통비'(30,849원)이 가장 많았다. 프로그램 참가층의 1인당 프로그램 참가/체험비는 22,538원원[(100.0%÷참가율 13.2%)×2,975원], 농·특산물 구입층의 1인당 구입비는 32,159원[(100.0% ÷구입률 45.2%)×14,536원]으로 나타났다.

○ 전반적인 지출비용이 꾸준히 증가하는 추세인데, 이는 물가 상승 및 프로그램 참가율, 지역 농·특산물 구입률의 상승에 따른 영향으로 보인다.

그림 8-22. 지출비용

단위: 원



구 분	총 지출비용	총 지출비용 (교통비 제외)	유류대 등 왕복교통비	식사 등 먹거리 비용	숙박비용	프로그램 참가/체험 비용	지역 농·특산물 구입비용
2011년	96,127원	65,278원	30,849원	31,412원	16,356원	2,975원	14,536원
2009년	74,449원	45,248원	29,201원	23,786원	8,814원	1,887원	10,761원
2003년	58,721원	37,911원	20,810원	18,633원	14,950원	1,159원	3,169원

주: 1) 2006년의 경우 조사지표가 달라 비교 제시하지 않음.
자료: 농촌진흥청. 도시민 농촌관광 실태조사. 각년도.

○ 2006년, 2009년과 마찬가지로 '입소문'(38.0%), '인터넷'(35.1%)이 농촌관광 정보 획득 주된 경로로 나타났으며, 다음으로 'TV/신문/잡지 등 대중매체' (14.5%), '행정기관 안내책자 및 팸플릿'(6.2%) 순으로 나타났다.

표 8-3. 정보획득 경로

구 분	TV/신문/잡지 등 대중매체	인터넷	입소문	행정기관 안내책자 및 팸플릿	무응답
2011년	14.5%	35.1%	38.0%	6.2%	6.2%
2009년	12.9%	36.2%	28.6%	7.6%	14.8%
2006년	17.3%	40.2%	29.1%	4.7%	8.7%

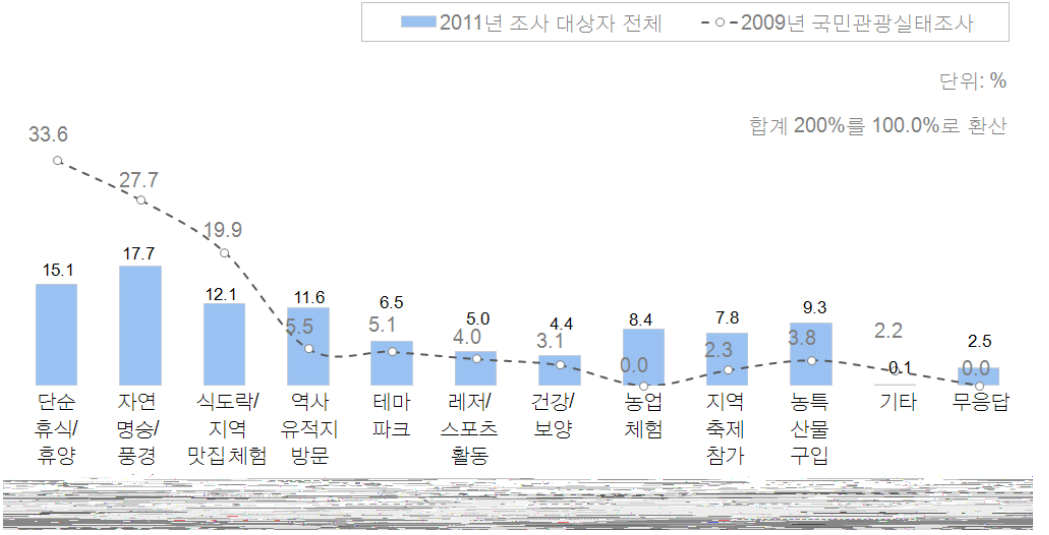
주: 1) 2003, 2004년의 경우 조사지표가 달라 비교 제시하지 않음.
자료: 농촌진흥청. 도시민 농촌관광 실태조사. 각년도.

3.5. 농촌관광 동기와 만족

○ ‘자연명승/풍경 감상’(17.7%), ‘단순휴식/휴양’(15.1%)에 대한 욕구가 가장 높았고, 다음으로 ‘식도락/지역 맛집 체험’(12.1%), ‘농·특산물 구입’(9.3%), ‘건강/보양’ (4.4%) 등 먹거리 및 ‘역사 유적지 방문’(11.6%), ‘농업체험’(8.4%), ‘지역축제 참가’ (7.8%), ‘테마파크’(6.5%), ‘레저/스포츠 활동’(5.0%) 등 활동적인 체험형 프로그램에 대한 욕구가 있었다.

○ 2009년 국민관광실태조사 결과와 비교해 보면, 단순휴식/휴양(-18.5%), ‘자연명승/풍경감상’(-10.0%), ‘식도락/지역 맛집 체험’(-7.8%) 욕구가 다소 적은 대신 ‘역사 유적지 방문’(+6.1%), ‘농·특산물 구입(2009년은 쇼핑)’(+5.5%) 등 다양한 농촌관광 욕구를 보이는 것으로 나타났다.

그림 8-23. 농촌관광 동기



구 분	단순 휴식/ 휴양	자연 명승/ 풍경	식도락/ 지역맛집	역사 유적지	테마 파크	레저/ 스포츠 활동	건강/ 보양	농업 체험	지역 축제 참가	농특 산물 구입	기타	무응답
2011년	33.6%	27.7%	19.9%	11.6%	6.5%	5.0%	4.4%	5.1%	7.8%	9.3%	2.2%	2.5%
2009년	15.1%	17.7%	12.1%	5.5%	5.1%	4.0%	3.1%	5.8%	2.3%	3.8%	0.1%	0.0%

자료: 농촌진흥청. 도시민 농촌관광 실태조사. 각년도.

○ 방문객수는 농가민박이 가장 많으며, 농특산물 판매가 그 다음을 차지하고 있다. 연간 방문객수는 농가민박, 농촌체험, 농특산물 판매사업에 있어서는 101~200명이 가장 많은 비율을 차지하고 있으며, 식당사업은 401~1,000명이 33.3%로 가장 높은 비율을 차지하고 있다.

표 8-4. 사업참여형태별 방문객수 및 사업소득(다중응답)

구 분		사업참여형태					합계
		민박	체험	농특산물 판매	식당	기타 사업	
방문 객수	70명 이하	55(21.1)	14(15.7)	24(21.4)	1(2.1)	2(16.7)	96
	71~100명	31(11.9)	6(6.7)	12(10.7)	1(2.1)	1(8.3)	51
	101~200명	65(24.9)	38(42.7)	32(28.6)	12(25.0)	1(8.3)	148
	201~400명	52(19.9)	16(18.0)	17(15.2)	7(14.6)	1(8.3)	93
	401~1,000명	41(15.7)	8(9.0)	15(13.4)	16(33.3)	5(41.7)	85
	1,001명 이상	17(6.5)	7(7.9)	12(10.7)	11(22.9)	2(16.7)	49
합 계		261(100.0)	89(100.0)	112(100.0)	48(100.0)	12(100.0)	522
사업 소득	130만원 이하	59(23.1)	16(18.4)	36(32.7)	7(14.6)	1(9.1)	119
	131~500만원	74(29.0)	40(46.0)	23(20.9)	8(16.7)	3(27.3)	148
	501~1,500만원	49(19.2)	14(16.1)	19(17.3)	6(12.5)	2(18.2)	90
	1,501~2,500만원	19(19.2)	12(13.8)	23(20.9)	17(35.4)	2(18.2)	103
	2,501만원 이상	24(9.4)	5(5.7)	9(8.2)	10(20.8)	3(27.3)	51
합 계		255(100.0)	87(100.0)	110(100.0)	48(100.0)	11(100.0)	511

자료: 농촌진흥청, 2011.

4.2. 고용

○ 관광사업은 노동집약적인 산업으로 고용창출효과가 다른 산업에 비하여 높다. 한국의 관광지출 10억원당 유발되는 취업자 수는 22.9명[1]으로 산업평균인 13.4명에 비하여 2배 수준으로 관광산업은 지역경제의 고용증대 효과가 큰 산업이다. 사업유형에 따른 상근 및 비상근 고용 인력수를 살펴보면, 자기노동을 포함하여 1~2명의 상근고용자는 농가민박 88.9%, 농촌체험 87.3%, 농특산물판매 85.9%, 식당사업 94.4%로 나타나고 있다. 비상근 고용 현황을 살펴보면, 1~2명 고용은

1) 이강욱 (2010). 관광산업의 경제효과 분석. 한국문화관광연구원.

농가민박 66.0%, 농촌체험 60.0%, 농특산물판매 63.6%, 식당사업 63.7%를 차지하고 있다.

표 8-5. 사업참여형태별 상근 및 비상근 고용(다중응답)

구 분		사업참여형태					합계
		농가민박	농촌체험	농특산물 판매	식당	기타 사업	
상근	0명	14(7.8)	5(9.1)	7(9.0)	0	2(20.0)	28
	1명	78(43.6)	21(38.2)	29(37.2)	12(33.3)	4(40.0)	144
	2명	81(45.3)	27(49.1)	38(48.7)	22(61.1)	4(40.0)	172
	3명	6(3.4)	2(3.6)	4(5.1)	2(5.6)	0	14
합 계		179(100.0)	55(100.0)	78(100.0)	36(100.0)	10(100.0)	358
비상근	0명	17(17.5)	4(13.3)	8(18.2)	2(6.1)	2(22.2)	33
	1명	38(39.2)	8(26.7)	14(31.8)	12(36.4)	3(33.3)	75
	2명	26(26.8)	10(33.3)	14(31.8)	9(27.3)	4(44.4)	63
	3명	4(4.1)	2(6.7)	2(4.5)	2(6.1)	0	10
	4명 이상	12(12.4)	6(20.0)	6(13.6)	8(24.2)	0	32
합 계		97(100.0)	30(100.0)	44(100.0)	33(100.0)	9(100.0)	213

자료: 농촌진흥청, 2011.

5 시사점

○ 주요 선진국은 관광산업이 GDP에서 차지하는 비중이 10%를 웃돌고 있는 반면 우리나라는 7.1%로, 국민 국내관광에서 농촌관광의 비중은 3.2%로 선진국의 20~25%와 비교하면 향후 농촌관광시장이 크게 확대될 것으로 전망되고 있다. 특히 제도적인 측면에서 2011년 주5일 근무제 전면실시와 2012년 주5일 수업제 전면실시로 인해 농촌관광 수요는 증대될 것으로 전망된다. 급증하고 있는 국민관광수요를 농촌지역으로 유인하는 것도 중요하지만, 무엇보다도 이러한 관광수요를 펜션이나 콘도가 아닌 농가민박으로 유도하는 것이 농촌관광이 성공할 수 있는 핵심요인이다.

○ 소비자의 다양한 관광욕구를 충족시키기 위해서는 농촌관광 상품을 다양화해 나가야 할 것이다. 현재는 농촌관광이 농촌체험과 축제위주로 이루어졌다면, 앞으로는 농가민박, 음식관광, 치유관광, 오토캠핑, 체재형 주말농장 등과 같은 다양한 비즈니스를 통하여 소비자도 만족할 수 있고, 농가소득과도 직결될 수 있는 다양한 관광상품을 개발해 나가야 할 것이다.

○ 연도별로 도시민의 선호 방문지역이 변화되고 있다. 고속도로 개통 및 지자체의 노력에 따라 도시민의 선호 방문지역이 바뀌고 있다. 관광개발은 특정 목적지보다는 연계관광이 이루어지도록 개발되어야 한다. 즉 특정한 점으로 개발되기보다는 면으로 개발되어야 하기 때문에 지자체의 관광개발 노력은 농촌관광 활성화에 무엇보다 중요하다.

○ 국민여행 실태조사에서는 숙박여행이 증가되고 있는 반면, 농촌관광 실태조사에서는 숙박관광이 줄어들고, 당일관광이 늘어나는 것을 볼 때, 농촌관광 활성화를 위해 농촌관광마을의 숙박시설을 개선하고, 농가민박의 품질관리를 통해 서비스품질을 개선해야 할 것이다.

○ 공공기관이 중심이 된 농촌관광 포털시스템을 구축하여 신뢰성 있고, 가치 있는 정보를 제공할 수 있도록 해야 한다. 기존에 있는 농촌관광 포털사이트는 관광객의 입장에서 유용하게 활용할 수 있는 정보(잘거리, 먹거리, 볼거리 등)가 제공되지 않았기 때문에 이러한 점을 개선시켜 나가야 할 것이다. 현재 매출액이 높은 농가민박의 경우 펜션포털회사에 매출액의 20~30%를 광고비로 지불하고 있는 실정이다. 반면 서유럽과 농촌관광 선진국에서는 공공부분이 농가민박 포털사이트를 운영하여 광고를 전담하고 있다.

○ 농촌지역으로 여행하는 관광객의 수가 매년 급속하게 증가하고 있지만, 이들이 농가민박에서 숙박하는 비율이 감소하고 있으므로, 농가민박 품질인증제를 도입하여 소비자들이 신뢰할 수 있는 정보를 제공하고 예약율을 높일 수 있도록 해야 할 것이다.

○ 농촌관광사업이 성숙되기 위해서는 농가민박을 체계적으로 육성하는 것이 필요

하다. 농촌관광 선진국의 사례를 보면, 농가민박은 시장의 질서에 맡겨 둘 경우, 경쟁력이 상대적으로 낮기 때문에, 농가민박을 체계적으로 보호하고 육성하는 정책을 실시하고 있다. 민박농가는 영농을 하면서 부족한 소득을 숙박업을 통하여 벌충하고 있기 때문에, 숙박규모를 제한시켜 농가민박을 전문숙박업과 구분하여 육성하고 있다.

○ 농촌관광객의 농산물 직거래가 점점 증가하고 있다. 농촌관광을 통하여 소규모 농가단위에서 생산된 고품질 농산물의 가치를 소비자에게 전달하고 입소문을 통하여 직거래를 증가시킬 수 있는 장소마케팅 전략이 무엇보다 중요하게 될 것이다.

○ 특별한 최고경험(peak experience)이 없는 농촌관광의 특성상 음식관광은 관광객의 만족도를 증가시키는 핵심적인 요소 중의 하나이다. 국민관광이 선진국형으로 바뀌면 음식관광을 추구하는 관광객이 급속하게 증가하므로, 이에 부응하여 단순히 맛있는 음식을 맛보는 것에서 더 발전하여 요리를 체험 한다거나, 미식관광을 추구하는 관광 소비자의 요구에 맞추는 농촌관광이 되도록 해 나가야 할 것이다.

○ 최근 아웃도어 열풍과 함께 오토캠핑을 하는 도시민들이 급속하게 증가함에 따라 전국에 오토캠핑장이 500여개 조성되어 있다. 그러나 농촌관광마을이나 농가에서 개설한 오토캠핑장은 전국 27개에 불과한 실정이다. 농촌관광마을이나 농가단위에서의 40동 정도 규모의 소규모 오토캠핑장을 조성하도록 촉진시키려면 관련법령의 제정 및 제도정비가 필요하다.

○ 주5일 수업제가 전면적으로 실시되면, 초중고 학생들의 농촌체험이 급속하게 증가될 것이다. 청소년들을 위한 농촌체험이 보다 교육적 효과를 달성하려면, 교과 내용과 연계되고 교육적인 콘텐츠를 제공해 줄 수 있는 전문적인 교사가 필요하다. 농촌교육농장의 가치를 제대로 알고 이용하도록 하기 위해서는 초중고 교사들에게 농촌교육농장의 가치를 이해시키고, 체험콘텐츠에 대한 상세한 정보를 제공하도록 해야 할 것이다.

○ 서비스업은 1차산업이나 제조업과 달리 특수한 영역으로 농촌관광 참여자들에게 최소한의 서비스 마인드를 갖게 하는 교육훈련이 필요하다. 관광관련 업체들은 훈련된 종사원이 서비스를 제공하지만, 농촌관광은 농장주가 서비스를 제공해야 한다. 농장주가 서비스의 중요성에 대한 인식이 부족하여 관광객의 불만을 초래하는 경우가 많으므로 농장주들을 대상으로 체계적인 서비스 교육이 필요하다.

○ 농식품부 등 5개 부처에서 9개 사업으로 전국에 1,675개소에 약 1조 7,435억원을 투입하여 농어촌관광마을 조성사업을 추진하였으나, 이에 대한 경제적 파급효과를 측정한 연구가 이루어지지 않았다. 그러나 한국의 관광지출 10억원당 유발되는 취업자 수는 22.9명으로 산업평균인 13.4명에 비하여 2배 수준으로 관광산업은 지역경제의 고용증대 효과가 큰 산업이다. 농촌관광사업에 대한 지역경제 파급효과를 체계적으로 분석하여 정책담당자들이 농촌관광개발사업 투자 타당성을 이끌어낼 수 있도록 해야 할 것이다.