정책토론회

포스트코로나 시대의 문화뉴딜

행사일시

2020년
6월 29일
(월) 10:00

행사장소

국회의원회관
제1세미나실

주 최 : 이병훈 국회의원,

한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

정책토론회 - ‘포스트코로나 시대의 문화뉴딜’

“코로나19로 인한 문화·관광 분야의 영향 및 관련 정책을 점검하고, 포스트코로나 시대에 요구되는 정책방향 모색”

❑ 토론회 개요

- 장소 : 국회의원회관 제1세미나실
- 일시 : 2020년 6월 29일(월) 오전 10:00
- 주최 : 이병훈 국회의원, 한국문화관광연구원

❑ 프로그램

1부 개회식		
10:00~10:02	개회선언	
10:02~10:05	국민의례	
10:05~10:10	내빈 소개	
10:10~10:15	인사말	이병훈 국회의원 김대관 한국문화관광연구원 원장
10:15~10:25	축 사	
10:25~10:30	기념 촬영	
2부 발제 및 토론(좌장 : 이병훈 국회의원)		
10:30~10:35	발제자/토론자 소개	
10:35~10:50	발제1 : 코로나19의 문화부문 영향과 주요 이슈	김성진 한국문화관광연구원 정책정보센터장
10:50~11:05	발제2 : 포스트코로나 시대의 문화예술정책	임학순 가톨릭대학교 미디어기술콘텐츠학과 교수
11:05~11:20	발제3 : 포스트코로나 시대, 슬기로운 관광정책	강신겸 전남대학교 문화전문대학원 교수
11:20~12:00	토론(가나다순)	강경록 이데일리 관광전문기자 김병삼 한국관광협회중앙회 사무처장 김보성 송파문화재단 대표 김정훈 문화체육관광부 정책기획관 양혜원 한국문화관광연구원 예술정책연구실장
12:00~12:20	질의응답 및 토론 총평	
12:20~12:25	마무리	

* 개회사 *

한국형 뉴딜에 '문화뉴딜'을 제안하며

안녕하십니까? 광주동구남구을의 이병훈 국회의원입니다.

오늘 존경하는 여러 선배, 동료 의원님들 그리고 귀빈들을 모시고 포스트코로나 시대의 문화뉴딜'을 주제로 세미나를 개최하게 된 것을 깊이 감사드리며, 큰 영광으로 생각합니다.

많은 학자들이 테크놀로지의 발달이 가진 위험성을 경고하고 있는 가운데 테크놀로지의 발달이 국민을 유토피아로 안내할지, 아니면 디스토피아로 데려갈지를 놓고 대부분의 국가들은 정책적 판단의 기로에 서있습니다. 그런 가운데 우리 정부가 추진하고 있는 '한국형뉴딜'은 5G, 인공지능과 같은 테크놀로지를 토대로 경제·사회의 문제점을 개선하며 사람에 대한 투자를 통해 국가도약을 이룰 수 있는 새로운 모멘텀임이 분명합니다.

미증유의 팬데믹을 맞이하여 우리 사회에 감춰졌던 수많은 문제점들이 수면 위에 드러나고 있고, 이 기회에 우리는 사회시스템 전반을 대개조함으로써 새로운 도약의 전기를 마련할 수 있다는 견해에 깊이 공감하며 적극 동참할 것입니다.

전례 없는 국제적 저성장의 시대에 맞이한 코로나19 팬데믹은 우리나라가 성장위주의 정책에서 빨리 벗어나야 함을 훨씬 강하게 말해줍니다. 그 가운데 한국형 뉴딜은 새로운 기술과 경제, 산업, 생태, 사회 전반에 대한 혁신을 담아내고 있고, 성장주의 정책에서 벗어나 국민 삶의 질'에 정조준하고 있다는 점에서 대단히 큰 의미를 갖습니다.

삶의 질은 단순히 경제적 풍요에만 기인하지 않습니다. 사회적 평등과 일상 민주주의, 경제 민주주의 없이 이것은 요원한 이야기일 것입니다. 이것들은 상당부분 문화와 관계되어 있습니다. 문화는 용어 자체가 양식화된 삶의 질을 의미합니다. 그 속에는 공동체적 삶, 창의적 표현, 지식, 교류, 봉사와 같은 우리 사회에 유익한 다양한 요소들이 포함됩니다.

최근 플랫폼 경제로 구별되는 다양한 비대면 문화들은 그 출발이 '공유'라는 개념으로부터 출발되었습니다. 그럼에도 불구하고 우리는 국제적 팬데믹을 겪으면서 플랫폼 경제가 가진

배달 앱’의 부작용들을 경험했습니다. 이것은 상생의 문화, 공유의 문화가 그 본원적 가치를 상실하고 자본에 의해 조작되어버릴 경우 대단히 위험한 올가미가 될 수 있다는 것을 보여주고 있습니다.

한편 우리 경제에 있어서 문화콘텐츠는 매우 큰 확장세를 보여주고 있습니다. 문화콘텐츠의 유통규모가 반도체의 수출액과 비슷한 규모라는 통계도 있습니다. 그런데 문화콘텐츠는 일반 제조업과 생산·유통 방식에 있어서 구조적인 차이를 보입니다. 일반 제조업이 자본의 투여에 의해 성패가 좌우된다면 문화콘텐츠는 창의적 아이디어가 훨씬 중요하게 다뤄집니다. 이는 자본의 많고 적음에 의해 계급구조가 결정되는 기존 경제의 불평등함을 극복하고 개인 창의력에 의해 계급의 수직 이동이 가능해짐으로써 경제계에 새로운 선순환 구조를 만들어낸다는 것을 의미합니다.

그래서 저는 한국형뉴딜에 반드시 문화뉴딜이 포함되어야 한다고 생각합니다. 문화는 테크놀로지가 자본의 요구에 의해 조작되지 않고 다수 평범한 국민에게 행복한 꿈을 전달해줄 지킴이가 될 것입니다. 또한 국가적 비전으로서 건강한 국부를 위한 지름길이 될 수 있다고 생각합니다.

오늘 참석해 주신 많은 분께 다시 한번 감사드리며 이 세미나가 우리 국가발전에 보탬이 되기를 원합니다.

2020. 6. 29.

더불어민주당 국회의원 이 병 훈

* 환영사 *

안녕하십니까. 한국문화관광연구원 원장 김대관입니다.

먼저, 코로나19로 인한 문화·예술·관광·콘텐츠분야의 영향 및 관련 정책을 점검하고 포스트코로나 시대를 대비하기 위한 뜻깊은 자리를 마련해주신 이병훈국회의원님 그리고 모든 관계자 여러분들에게 감사의 인사를 드립니다.

코로나19 이후의 사회는 코로나19 이전의 사회와는 분명히 달라질 것입니다. 코로나19의 장기화로 문화예술 분야는 멈추었고, 관광객은 급격히 감소했으며, 콘텐츠는 생산유통소비의 패러다임 변화를 요구받고 있습니다. 이러한 상황에서 정부는 문화·예술·관광·콘텐츠 분야 지원을 위한 선도적인 정책을 계속하여 제공하고 있습니다. 연구원 및 관계기관 역시 긴장의 끈을 놓지 않고 계속하여 대비하는 자세를 갖추어야 할 것입니다. 또한 포스트코로나 역시 계획하고 준비해야 변화된 일상에 빠르게 적응할 수 있을 것이라고 믿습니다. 전 세계가 함께 위기를 극복해야하는 대변화의 시대에 위기를 기회로 바꾸어 문화·예술·관광·콘텐츠분야의 재도약을 위한 노력을 지속해야 할 것입니다. 이러한 노력이 K방역으로 전세계의 코로나19 방역을 선도하고 있는 대한민국이 포스트코로나19 선도국가로 도약할 수 있을 것이라고 믿습니다.

코로나19 종식을 위해 모두 함께 달려가지만 상당기간 코로나19와 공존해야하는 현실을 직시하고 이에 대한 정책을 함께 고민 할 수 있는 기회가 되기를 바랍니다. 포스트코로나 이후 누구하나 소외되는 사람이 없는 새로운 시대를 함께 맞이할 수 있게 되기를 바랍니다.

감사합니다.

2020. 06. 29

한국문화관광연구원 원장 김 대 관

* 축 사 *

안녕하십니까. 국회의장 박병석입니다.

〈포스트코로나 시대의 문화뉴딜〉 토론회 개최를 축하드립니다.

코로나19 이후 우리 사회는 대전환을 경험하고 있습니다. 국가 간 이동이 제한되고, 산업구조는 달라졌습니다.

비대면화와 디지털화가 가속화하고 있습니다. 공연장이나 영화관에서 예술을 공유하는 것조차 어려운 일이 되었습니다. 문화·관광·콘텐츠 산업은 위기를 맞이하고 있습니다. 대응이 시급합니다. 코로나19 이후 변화된 환경에 걸 맞는 장기적, 근원적 대책도 필요합니다.

코로나19로 우리는 일상의 소중함을 다시 느끼고 있습니다. 위기를 조속히 극복하는 것이 일상으로 돌아가는 길입니다. 문화·관광·콘텐츠 산업 정책을 점검하고 맞춤형 대책을 모색하는 것이 중요한 이유입니다. 위기를 기회로
바꾸는 지혜가 필요합니다.

뜻깊은 시간을 준비해 주신 이병훈 국회의원님과 한국문화관광연구원, 행사를 준비해주신 관계자 여러분께 감사의 말씀을 드립니다.

오늘 토론회가 포스트코로나 시대를 준비하는 소중한 시간이 되기를 기대합니다. 함께 하신 분들의 건승을 기원합니다.

감사합니다.

2020. 06. 29

국회의장 박 병 석

* 축 사 *

반갑습니다. 더불어민주당 당대표 이해찬입니다.「포스트코로나 시대의 문화뉴딜」토론회 개최를 진심으로 축하드립니다. 오늘 토론회 준비를 위해 노력해주신 이병훈 의원님을 비롯해 한국문화관광연구원 관계자 여러분께 깊은 감사의 말씀을 전합니다.

코로나19는 우리의 삶을 고립시키고 있습니다. 누구나 감염시킬 수 있고, 누구라도 감염될 수 있다는 불안감과 언제 끝날지 모른다는 불확실 속에 사회적 관계가 빠르게 단절되고 있습니다. 사람 간 교류와 협력 속에서 확장해 온 전통적 문화 산업은 존립 기반마저 위협받는 상황으로 내몰리고 있습니다.

그러나 위기의 끝에는 재도약의 기회가 기다리게 마련입니다. 코로나19로 앞당겨진 언택트 산업 시대의 도래는 '고립 속 소통'이라는 새로운 화두를 던지며 문화산업의 재도약을 예고하고 있습니다. 과거 유럽 인구 30% 가까이가 목숨을 잃었던 흑사병의 끝엔 신 중심의 가치관이 붕괴되고 인간 중심의 르네상스 혁명이 시작되었습니다. 포스트코로나 시대, K-Culture로 표상되어 온 우리 문화를 더욱 꽃 피우기 위해서는 우리 모두가 문화뉴딜의 주체가 되어야 합니다.

백범 김구 선생은 "오직 한없이 가지고 싶은 것은 높은 문화의 힘이다. 문화의 힘은 우리 자신을 행복하게 하고, 나아가서 남에게 행복을 주기 때문이다."라는 말씀을 남기셨습니다. 민주당과 문재인 정부는 AI, 5G 등 언택트 산업 인프라의 토대 위에 문화적 창의성을 적극 구현해 나갈 수 있도록 아낌없이 지원해 나가겠습니다. 문화뉴딜을 통해 국민행복 시대를 앞당겨 나가겠습니다. 오늘 토론회가 포스트코로나 시대의 바람직한 문화예술정책 방향에 대해 모색하는 자리가 되길 바랍니다. 함께 해주신 여러분의 건강과 건승을 기원합니다. 감사합니다.

2020. 6. 29.

더불어민주당 대표 이 해 찬

* 축 사 *

안녕하십니까. 더불어민주당 원내대표 김태년입니다.

오늘 〈포스트 코로나 시대의 문화뉴딜〉 토론회 개최를 진심으로 축하드립니다. 이병훈 의원님과 한국문화관광연구원, 행사를 준비해주신 모든 관계자 여러분께 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

코로나19는 예고도 없이 우리의 삶을 송두리째 바꿔놓았습니다. 우리는 전 세계에 불어 닥친 코로나발 경제 위기를 극복해나가는 동시에, 코로나로 가속이 붙은 산업구조의 변화에도 기민하게 대응해야 합니다. 위기를 기회로 만들어내는 혜안이 필요한 때입니다.

우리나라의 문화 콘텐츠는 전 영역에 걸쳐 세계인들의 호응을 얻고 있습니다. 뉴미디어 시대를 맞아 문화 콘텐츠의 전파력이 이전과 비교할 수 없을 정도로 빨라졌고, 그 범위도 폭발적으로 넓어졌습니다. 그러나 코로나19로 인해 문화소비의 총량이 감소하며 문화산업 전반이 위기를 맞고 있습니다. 문화·예술·관광 산업 패러다임의 변화에 대응하기 위한 노력이 필요한 때입니다.

문화·관광 분야에 코로나19가 끼친 영향과 관련 정책들을 면밀히 분석하고 앞으로 나아갈 길을 모색하기 위해 시의적절하게 오늘 자리를 마련해주신 것에 감사드립니다. 심도 있는 토론을 통해 포스트 코로나를 대비하기 위한 고견을 모아주시기를 기대합니다. 논의된 내용들이 정책으로 반영될 수 있도록 저 역시 힘쓰겠습니다.

오늘 토론회 개최를 위해 고생해주신 여러 관계자 여러분께 다시 한 번 감사드립니다. 발제와 토론을 맡아주신 전문가 분들과, 자리를 빛내주신 내외귀빈 여러분께도 진심어린 감사의 마음을 전합니다.

감사합니다.

2020. 06. 29

더불어민주당 원내대표 김 태 년

목 차

발 제 문

- 코로나19의 문화부문 영향과 주요 이슈 ····· 1

  김성진 (한국문화관광연구원 정책정보센터장)

- 포스트코로나 시대의 문화예술정책 ····· 21

  임학순 (가톨릭대학교 미디어기술콘텐츠학과 교수)

- 포스트코로나 시대, 슬기로운 관광정책 ····· 45

  강신겸 (전남대학교 문화전문대학원 교수)

발 / 제 / 문

코로나19의 문화부문 영향과 주요 이슈

김 성 진

(한국문화관광연구원 정책정보센터장)

코로나19의 문화 부문 영향과 주요 이슈

김 성 진
정책정보센터
한국문화관광연구원

I. 코로나19의 문화 부문 영향

"코로나19의 영향을 **가장 먼저 받고 가장 뒤늦게 회복**…"

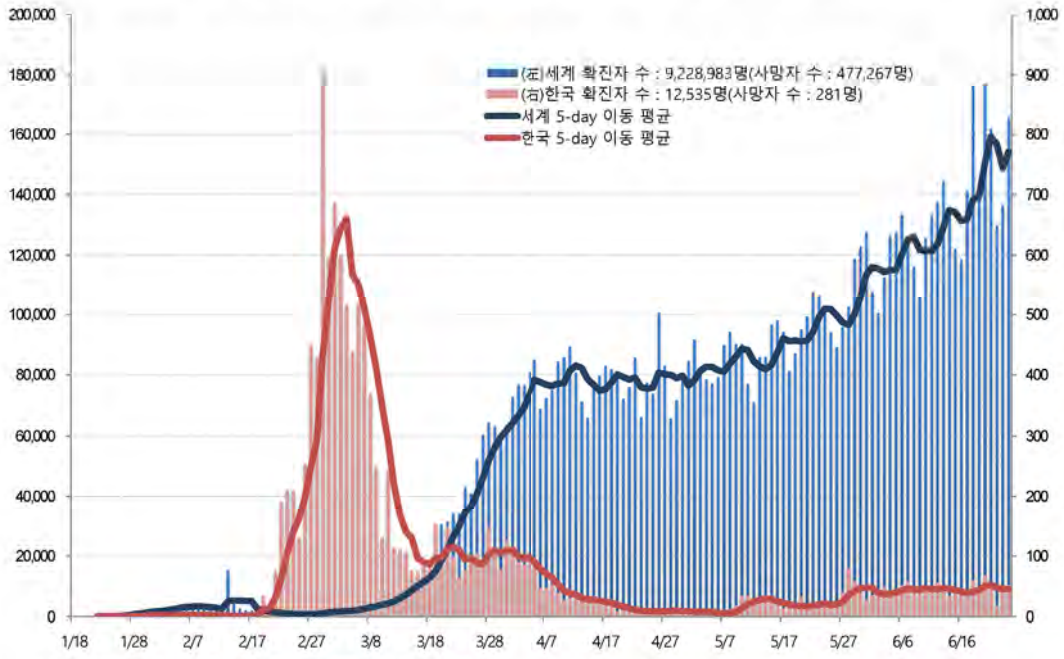
정책정보센터 코로나대응TF('20년 3월)

통계 수치로 코로나19가 문화, 관광, 콘텐츠 분야에 미치는 영향의 크기, 기간, 범위 등 확인, 반등 시점 추적

2019년과 2020년의 일별 데이터 비교

격주 분석 ; 1차(4.14), 2차(4.29), 3차(5.13), 4차(5.27), 5차(6.10, 6차부터 월간 분석 예정

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



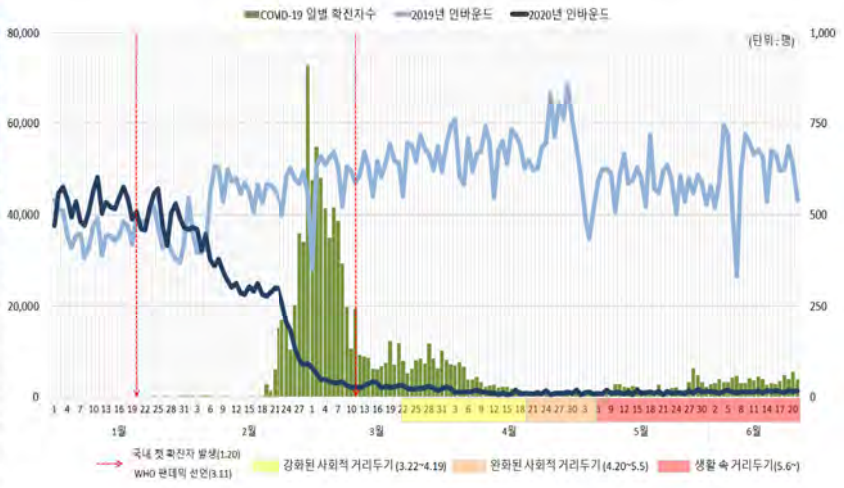
출처: European Centre for Disease Prevention and Control

방한 외래관광객 (inbound) 영향

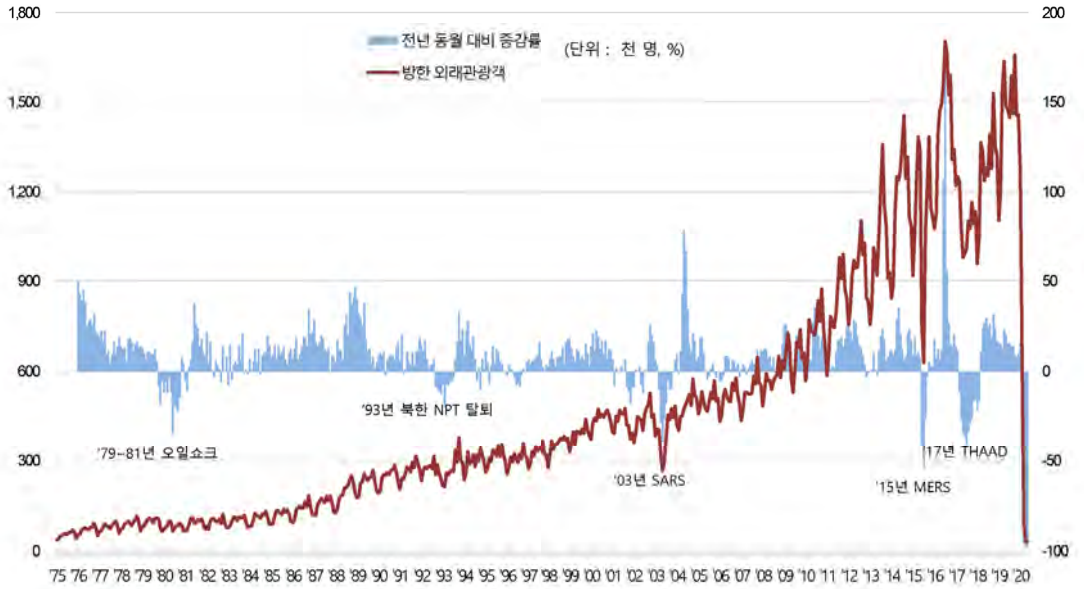
'20년 5월 방한 외래관광객 3만 1천 명, **전년 동기 대비 97.9% 감소**
코로나19 주의단계(1.20) 이후 현재(6.21)까지 **133만 명 입국,** 전년 동기 대비 **81.9% 감소**
22주차(6.15~6.21)까지 **-98.0% 내외 감소폭 유지**
방한 외래관광객의 **국내 지출액 약 8조 2천억 원 감소** 추정
* 2019년 방한 외래관광객 1인 평균 지출액 1,239$(2019 외래관광객 조사, 환율 1,100원 기준) 적용

(단위: 천 명)

구분		'19년	'20년	증감률 (%)
전체기간 (1.1-6.21)		8,004	2,126	-73.4
주의단계 後 (1.20-6.21)		7,328	1,329	-81.9
월	1월	1,105	1,273	15.2
	2월	1,202	685	-43.0
	3월	1,536	83	-94.6
	4월	1,635	29	-98.2
	5월	1,486	31	-97.9
	1~5월 누계	6,963	2,102	-69.8
	6월(6.1~6.21)	1,041	24	-97.7
주	13주차(4.13~4.19)	382	5	-98.6
	14주차(4.20~4.26)	386	5	-98.6
	15주차(4.27~5.3)	398	6	-98.5
	16주차(5.4~5.10)	313	6	-98.0
	17주차(5.11~5.17)	336	6	-98.1
	18주차(5.18~5.24)	336	6	-98.1
	19주차(5.25~5.31)	322	7	-97.7
	20주차(6.1~6.7)	320	8	-97.6
	21주차(6.8~6.14)	365	8	-97.9
	22주차(6.15~6.21)	356	8	-97.7



월별 방한 외래관광객 (inbound) 변화 추이 '75년 1월 ~ '20년 5월

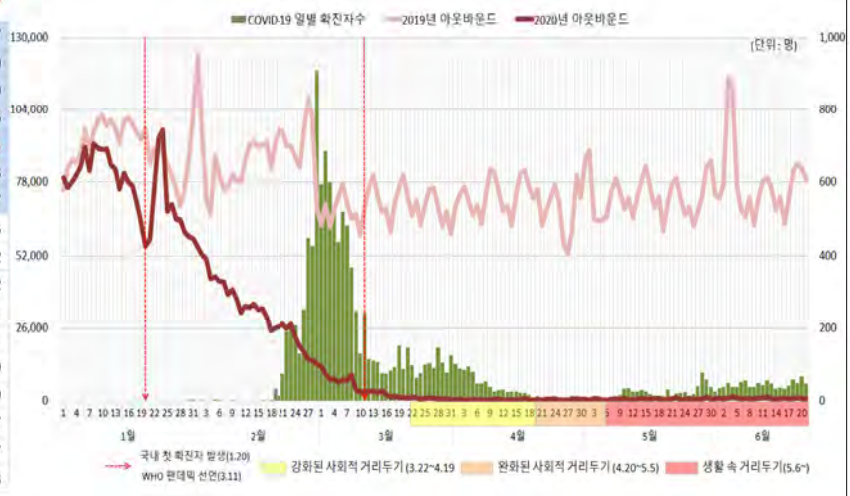


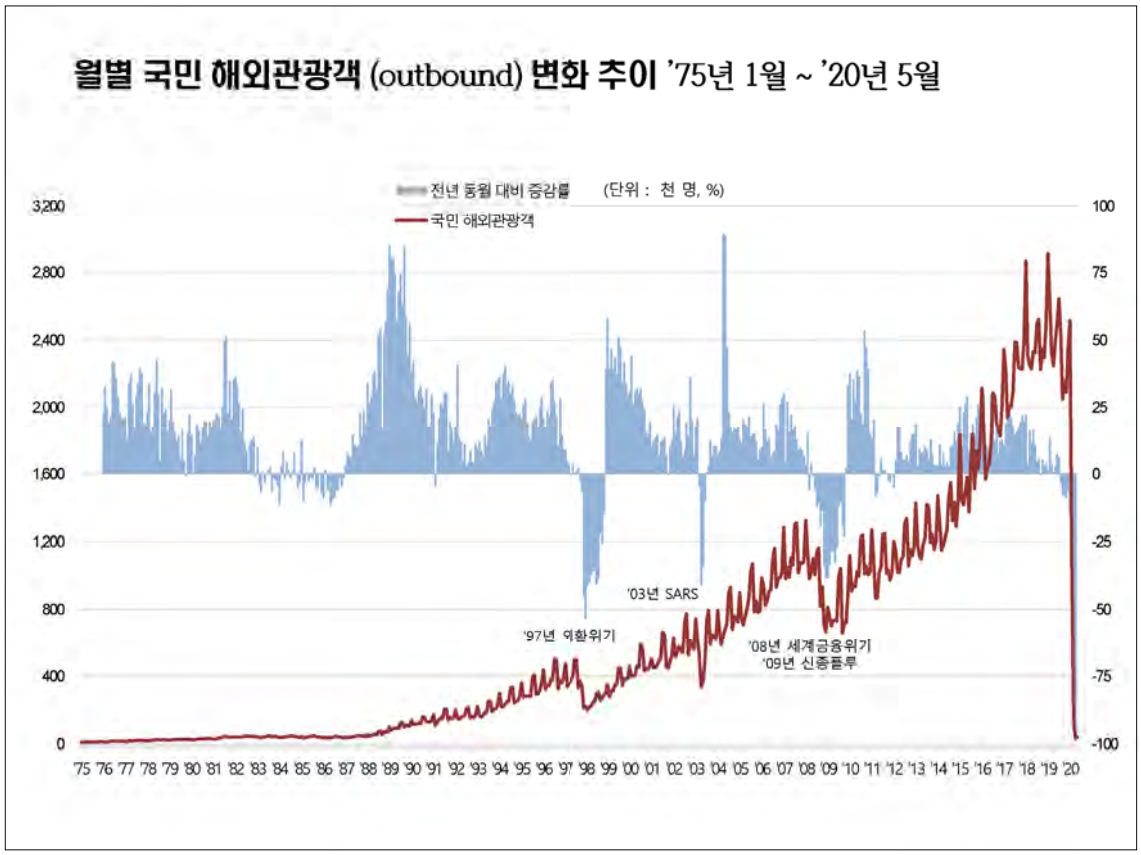
국민 해외관광객 (outbound) 영향

(단위: 천 명)

구분		'19년	'20년	증감률 (%)
전체기간 (1.1-6.21)		14,150	3,793	-73.2
주의단계 後 (1.20-6.21)		12,285	2,103	-82.9
월	1월	2,912	2,513	-13.7
	2월	2,618	1,047	-60.0
	3월	2,334	143	-93.9
	4월	2,246	31	-98.6
	5월	2,401	38	-98.4
	1~5월 누계	12,512	3,772	-69.8
	6월(6.1~6.21)	1,638	21	-98.7
주	13주차(4.13~4.19)	518	3	-99.3
	14주차(4.20~4.26)	483	4	-99.2
	15주차(4.27~5.3)	508	4	-99.2
	16주차(5.4~5.10)	492	4	-99.1
	17주차(5.11~5.17)	518	5	-99.1
	18주차(5.18~5.24)	499	5	-99.0
	19주차(5.25~5.31)	515	6	-98.9
	20주차(6.1~6.7)	590	7	-98.7
	21주차(6.8~6.14)	510	7	-98.7
	22주차(6.15~6.21)	537	6	-98.8

'20년 5월 국민 해외관광객 3만 8천 명, **전년 동기 대비 98.4% 감소**
코로나19 주의단계(1.20) 이후 현재(6.21)까지 **210만 명 출국,** 전년 동기 대비 **82.9% 감소**
22주차(6.15~6.21)까지 **-99.0% 내외 감소폭 유지**
국민 해외관광객의 **해외 지출액 약 11조 9천억 원 감소** 추정
* 2019년 국민 해외여행객 1인 평균 지출액 1,170천 원(2019 국민여행조사) 적용





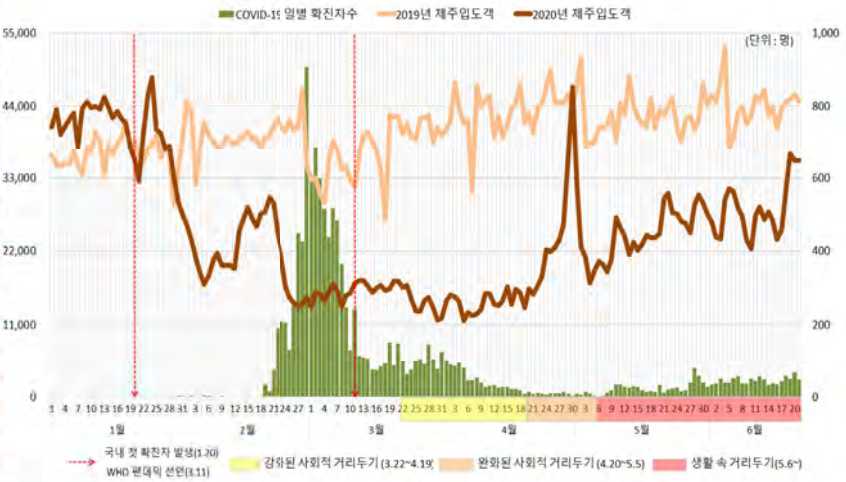
제주 입도객 영향

'20년 5월 제주 입도객은 76만 7천 명, **전년 동기 대비 42.0% 감소**
코로나19 주의단계(1.20) 이후 현재(6.21)까지 **346만 명 방문**, 전년 동기 대비 **44.7% 감소**
13주차(4.13~4.19) **이후 감소폭 완화, 회복 추세**

(단위 천 명)

구분		'19년	'20년	증감률 (%)
전체기간 (1.1-6.21)		6,953	4,262	-38.7
주의단계 後 (1.20-6.21)		6,262	3,460	-44.7
월	1월	1,131	1,250	10.5
	2월	1,111	629	-43.4
	3월	1,165	481	-58.7
	4월	1,298	542	-58.2
	5월	1,321	767	-42.0
	1-5월 누계	6,026	3,669	-39.1
	6월(6.1~6.5)	927	594	-36.0
주	13주차(4.13~4.19)	300	105	-64.9
	14주차(4.20~4.26)	312	134	-57.0
	15주차(4.27~5.3)	315	210	-33.5
	16주차(5.4~5.10)	282	144	-48.9
	17주차(5.11~5.17)	305	164	-46.1
	18주차(5.18~5.24)	302	189	-37.4
	19주차(5.25~5.31)	297	194	-34.9
	20주차(6.1~6.7)	311	195	-37.3
	21주차(6.8~6.14)	307	184	-40.1
	22주차(6.15~6.21)	308	215	-30.4

제주특별자치도 관광협회, 관광객 내도 현황



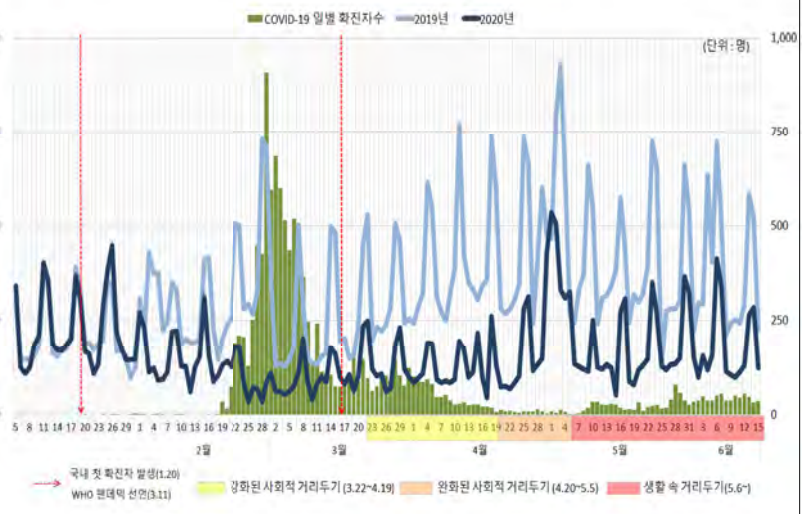
국민 국내관광객 (domestic) 영향

(단위: 천 명)

구분		'19년	'20년	증감률 (%)
전체기간 (1.1-6.15)		22,241	11,267	-49.3
주의단계 後 (1.20-6.15)		20,515	9,342	-54.5
월	1월	2,668	2,934	9.9
	2월	3,753	1,558	-58.5
	3월	3,276	1,404	-57.1
	4월	4,965	1,718	-65.4
	5월	5,311	2,580	-51.4
	6월(6.1~6.15)	2,268	1,072	-52.7
주	13주차(4.13~4.19)	1,212	389	-67.9
	14주차(4.20~4.26)	1,153	401	-65.2
	15주차(4.27~5.3)	1,571	881	-43.9
	16주차(5.4~5.10)	1,223	555	-54.6
	17주차(5.11~5.17)	1,044	456	-56.3
	18주차(5.18~5.24)	1,182	474	-59.9
	19주차(5.24~5.31)	1,032	523	-49.3
	20주차(6.1~6.7)	1,237	576	-53.4
	21주차(6.8~6.14)	941	446	-52.6

'20. 6. 15일 기준, 전국 24개 관광지점 data 비교

'20년 5월 국민 국내관광객은 **전년 동기 대비 51.4% 감소**
코로나19 주의단계(1.20) 이후 현재(6.14)까지 전년 동기 대비 **54.5% 감소**
연휴기간 15주차(4.27~5.3) 이후 **감소폭 -50.0% 내외로 완화**

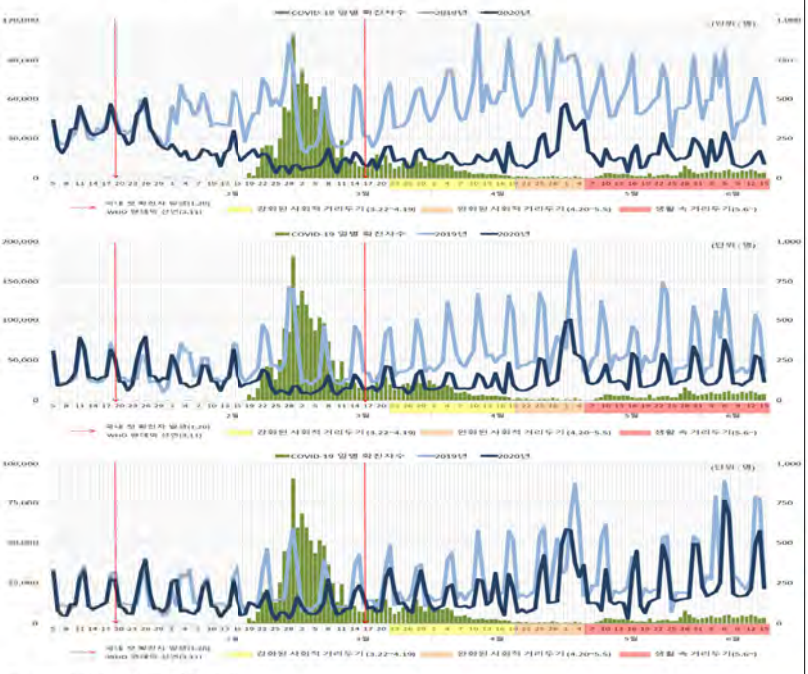


주요 관광지점 방문객 영향

전년 동기 대비 **감소율이 낮은(-40% 이하) 관광지점**은
국립공원, 휴양림 등 **자연 및 생태 환경 유형**

(단위: 천 명)

구분	관광지점	'19년	'20년	증감률 (%)
-60% 이상	성산일출봉	867	193	-77.8
	롯데월드	2,243	609	-72.8
	감천문화마을	1,410	476	-66.2
	남이섬유원지	1,049	394	-62.5
	에버랜드	2,745	1,084	-60.5
-60% ~ -40%	여수해상케이블카	693	279	-59.8
	도담삼봉	1,983	859	-56.7
	만천하스카이워크	317	225	-58.8
	천지연폭포	556	234	-57.9
	해미읍성	528	225	-57.5
	김광석길	613	279	-54.4
	오동도	1,204	598	-50.3
	수덕사	444	222	-49.9
	진주성	598	313	-47.7
	오죽헌	335	183	-45.6
	엑스포해양공원	1,270	723	-43.1
-40% 미만	문경새재도립공원	855	520	-39.1
	베어트리파크	88	61	-38.2
	임진각관광지	924	566	-38.8
	속리산(법주사)	277	184	-33.5
	낙산사	483	350	-27.6
	한라산국립공원	347	255	-26.6
	계룡산(동학사)	288	229	-20.4
	장태산휴양림	386	376	-2.7



관광지점 방문객 수는 코로나19 주의단계(1.20) 이후 6차 조사(6.15)까지 누계

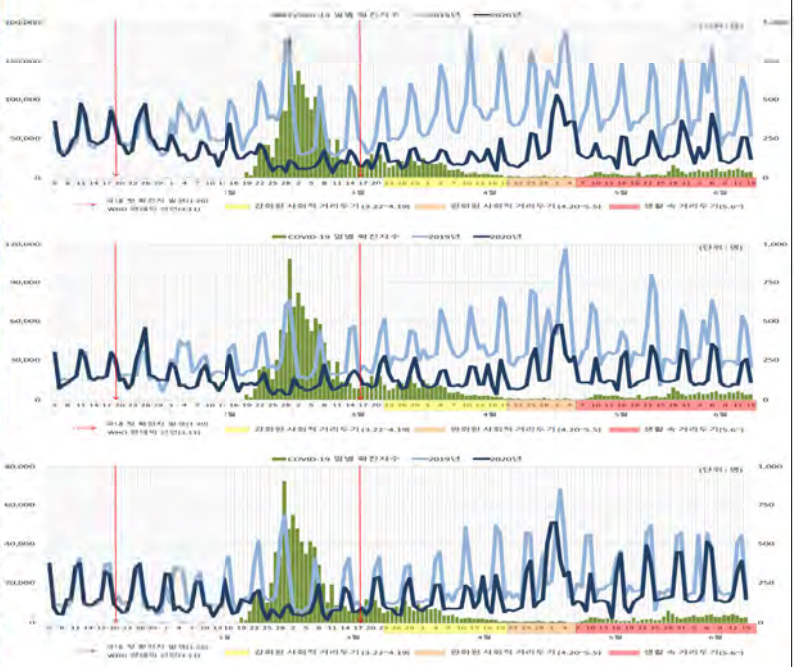
주요 관광지점 방문객 영향

방문객이 많은(100만 이상) 관광지점은 전년 대비 평균-60.2% 감소
방문객이 적은(50만 미만) 지점은 전년 대비 평균 -33.1% 감소
코로나19 이후 방문객이 적은 안전 관광지 선호 트렌드 반영

(단위: 천 명)

구분	관광지점	'19년	'20년	증감률 (%)
100만 이상	에버랜드	2,745	1,084	-60.5
	롯데월드	2,243	609	-72.8
	도담삼봉	1,983	859	-56.7
	감천문화마을	1,410	476	-66.2
	엑스포해양공원	1,270	723	-43.1
	오동도	1,204	598	-50.3
	남이섬유원지	1,049	394	-62.5
	소계(1.20~6.15)	11,904	4,743	-60.2
50~100만	임진각관광지	924	566	-38.8
	성산일출봉	867	193	-77.8
	문경새재도립공원	855	520	-39.1
	여수해상케이블카	693	279	-59.8
	김광석길	613	279	-54.4
	진주성	598	313	-47.7
	천지연폭포	556	234	-57.9
	해미읍성	528	225	-57.5
	소계(1.20~6.15)	5,634	2,609	-53.7
50만 미만	낙산사	483	350	-27.6
	수덕사	444	222	-49.9
	장대산휴양림	386	376	-2.7
	한라산국립공원	347	255	-26.6
	오죽헌	335	183	-45.6
	만천하스카이워크	317	131	-58.8
	계룡산(동학사)	288	229	-20.4
	속리산(법주사)	277	184	-33.5
	베어트리파크	88	61	-38.2
	소계(1.20~6.15)	2,976	1,990	-33.1

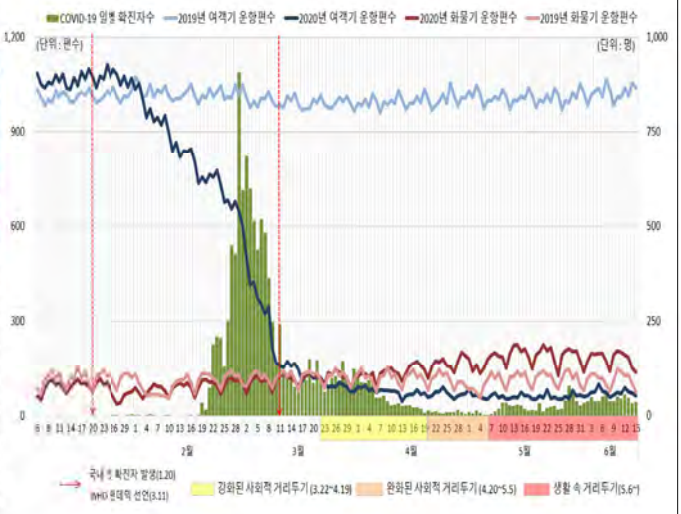
2019년 방문객 수를 기준으로 분류



항공통계 (인천국제공항 여객기 기준)

'20년 5월 인천국제공항 여객기 운항편수는 1,907편, **전년 동기 대비 93.9% 감소**
2월부터 감소 시작, **4월 이후 -90% 이상 감소폭 유지**

구분		여객기(편) '19년	'20년	증감률 (%)	화물기(편) '19년	'20년	증감률 (%)
	전체기간 (1.5~6.15)	164,831	64,471	-60.9	15,538	21,576	38.9
	주의단계 後 (1.20~6.15)	149,608	48,479	-67.6	14,095	20,191	43.22
월	1월 (1.5부터)	27,417	28,884	5.4	2,625	2,321	-11.6
	2월	29,749	24,135	-18.9	2,468	2,668	8.1
	3월	30,910	6,249	-79.8	3,123	3,605	15.4
	4월	30,028	2,201	-92.7	2,963	4,452	50.3
	5월	31,342	1,907	-93.9	2,932	5,836	99.0
	6월(6.15까지)	15,385	1,905	-92.9	1,427	2,694	88.8
주	13주(4.13~4.19)	7,007	464	-93.4	707	1,046	47.9
	14주(4.20~4.26)	7,032	498	-92.9	705	1,118	58.6
	15주(4.27~5.3)	7,114	464	-93.5	524	1,190	127.1
	16주(5.4~5.10)	7,056	423	-94.0	636	1,238	94.7
	17주(5.11~5.17)	7,059	421	-94.0	693	1,409	103.3
	18주(5.18~5.24)	7,054	421	-94.0	700	1,374	96.3
	19주(5.25~5.31)	7,079	429	-93.9	702	1,330	89.5
	20주(6.1~6.7)	7,182	526	-92.7	666	1,280	92.2
	21주(6.8~6.14)	7,161	506	-92.9	698	1,276	82.8

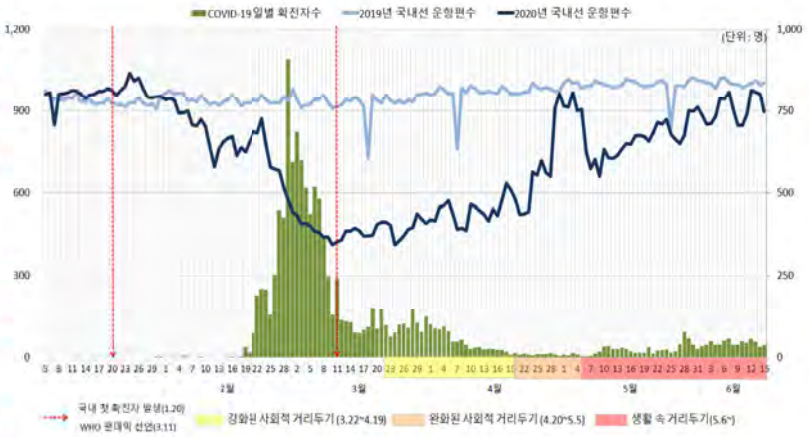


항공통계 (주요 공항 국내선 기준)

'20년 5월 주요 공항 국내선 운항편수는 25,221편, **전년 동기 대비 18.3% 감소**
3월 전년 동월 대비 49.8% 감소, **4월부터 감소폭 완화 추세**
10주차(3.23~3.29) **저점** 기록, **이후 감소폭 완화 추세**
최근 21주차(6.8~6.14)는 전년 동기 대비 8.6% 감소

(단위: 편)

구분		'19년	'20년	증감률 (%)
전체기간 (1.5~6.15)		156,471	120,202	-23.2
주의단계 後 (1.20~6.15)		142,324	105,821	-25.6
월	1월 (1.5부터)	25,293	26,138	3.3
	2월	27,336	23,112	-15.5
	3월	28,895	14,507	-49.8
	4월	29,032	17,606	-39.4
	5월	30,874	25,221	-18.3
	6월(15일까지)	15,041	13,618	-9.5
주	13주(4.13~4.19)	6,802	3,908	-42.5
	14주(4.20~4.26)	6,841	4,222	-38.3
	15주(4.27~5.3)	6,940	6,010	-13.4
	16주(5.4~5.10)	6,989	5,389	-22.9
	17주(5.11~5.17)	7,003	5,319	-24.0
	18주(5.18~5.24)	6,993	5,800	-17.1
	19주(5.25~5.29)	6,864	5,913	-13.9
	20주(6.1~6.7)	7,046	6,330	-10.2
	21주(6.8~6.14)	6,990	6,382	-8.6

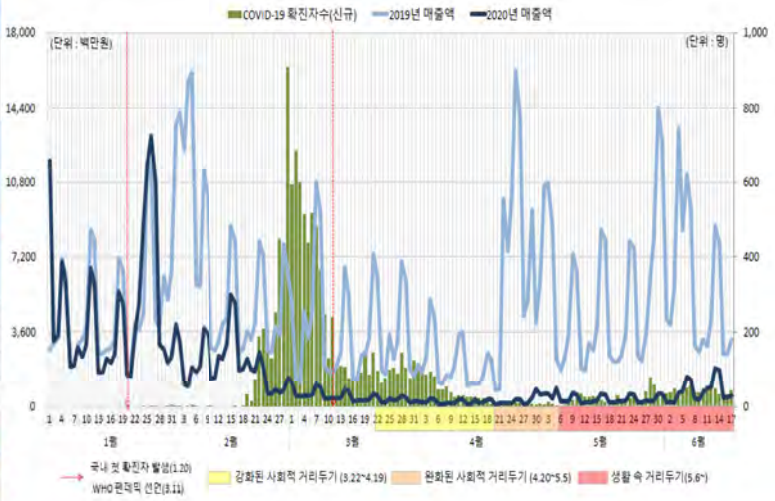


주요 7개 공항(김포, 제주, 김해, 대구, 청주, 무안, 양양) 국내선의 출/도착 항공편 합계(여객기, 화물기 포함)

영화 통계 (영화관람 매출액)

'20년 5월 영화관람 매출액은 124억, **전년 동기 대비 96.2% 감소, 전월 대비 64.9% 증가**
18주차(5.18~5.24) **이후 4주 연속 전주 대비 증가**; 신작 개봉 및 영화할인권 영향

구분		'19년	'20년	전년 대비 증감률 (%)	선월/주 대비 증감률 (%)
전체 기간 (1.1~6.17)		8,501	2,541	-70.1	-
주의단계 後 (1.20~6.17)		7,688	1,769	-77.0	-
월별	1월	1,474	1,437	-2.5	-23.0
	2월	1,976	623	-68.5	-56.6
	3월	1,157	152	-86.9	-75.7
	4월	1,234	75	-93.9	-50.4
	5월	1,683	124	-92.6	64.9
	1~5월 누계	7,524	2,410	-68.0	-
	6월(6.1~6.17)	977	131	-86.6	-
주별	13주(4.13~4.19)	108	17	-84.5	20.7
	14주(4.20~4.26)	595	15	-97.5	-12.6
	15주(4.27~5.3)	508	34	-93.3	132.6
	16주(5.4~5.10)	324	33	-89.9	-3.7
	17주(5.11~5.17)	299	24	-92.1	-28.3
	18주(5.18~5.24)	285	24	-91.6	1.9
	19주(5.25~5.31)	497	26	-94.9	6.8
	20주(6.1~6.7)	567	49	-91.4	90.0
	21주(6.8~6.14)	327	68	-79.1	40.6



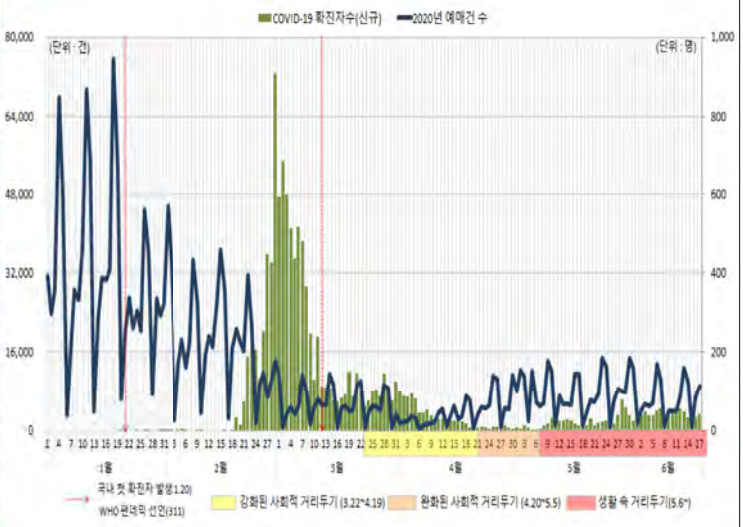
영화관 입장권 통합 전산망(2020. 6. 17. 기준)

공연 통계
(공연 예매건/매출액)

공연 예매건 수 및 매출액은 **4월 저점** (11만 4천 건, 47억 원), **5월부터 회복 추세**
* 매출액 기준 전월 대비, 2월 44.8% 감소, 3월 57.9% 감소, 4월 49.0% 감소, 5월 141.8% 증가
13주차(4.13~4.19) **이후 증가세**(17주차 제외), **20~21주차 감소세**(수도권 강화된 방역조치)

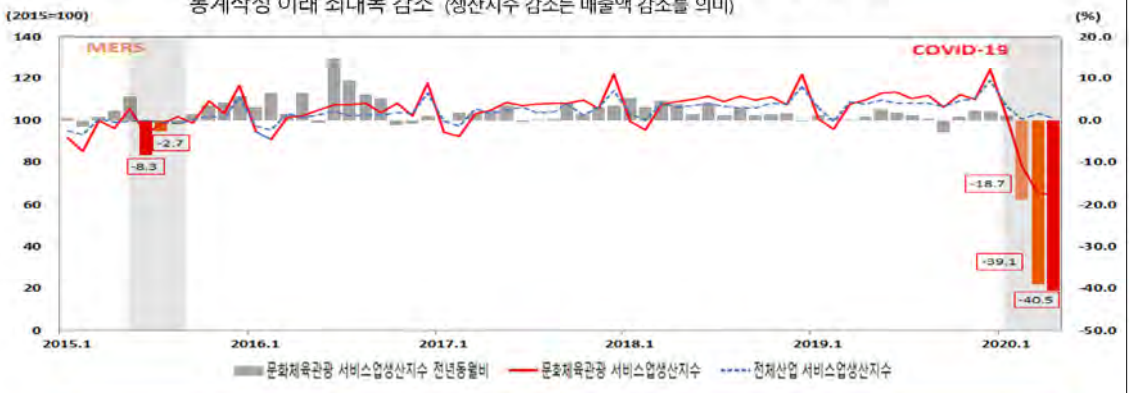
	구분	예매건	전월/주 대비 증감률 (%)	매출액 (억 원)	전월/주 대비 증감률 (%)
	전체기간 (1.1~6.17)	2,143,587	-	906	-
	주의단계 後 (1.20~6.17)	1,455,806	-	635	-
월별	1월	971,360	-	393	-
	2월	533,927	-45.0	217	-44.8
	3월	170,469	-68.1	91	-57.9
	4월	114,166	-33.0	47	-49.0
	5월	247,643	116.9	112	141.8
	1~5월 누계	2,037,565	-	860	-
	6월(6.1~6.17)	106,022	-	46	-
주별	13주(4.13~4.19)	27,568	94.6	8	95.7
	14주(4.20~4.26)	40,264	46.1	21	172.9
	15주(4.27~5.3)	52,879	31.3	26	23.4
	16주(5.4~5.10)	57,093	8.0	24	-9.3
	17주(5.11~5.17)	47,752	-16.4	24	-9.4
	18주(5.18~5.24)	52,223	9.4	24	10.2
	19주(5.25~5.31)	58,967	12.9	28	16.6
	20주(6.1~6.7)	45,980	-22.0	23	-16.5
	21주(6.8~6.14)	43,166	-6.1	15	-36.6

공연예술 통합 전산망(2020. 6. 17. 기준)



문화체육관광 서비스업생산지수

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



구분	'19년 1월	2월	3월	4월	'20년 1월	2월	3월	4월
전체 서비스업생산지수	105.8	99.4	108.7	107.7	106.7	100.6	103.4	101.1
전년동월비 (%)	2.5	-0.4	0.6	1.5	0.9	1.2	-4.9	-6.1
문화체육관광 서비스업생산지수	100.7	96.0	107.9	109.8	101.8	78.1	65.7	65.3
전년동월비 (%)	1.2	0.5	0.0	0.9	1.1	-18.7	-39.1	-40.5

* 통계청 국가통계포털, 서비스업생산지수(2015년 100 기준)
* 통계청 서비스업생산지수 중 문화체육관광 분야 업종 선별, 재가공 (문화서비스업, 문화오락 및 여가용품, 방송미디어, 광고·디자인, 출판, 스포츠, 레저오락, 관광여행)

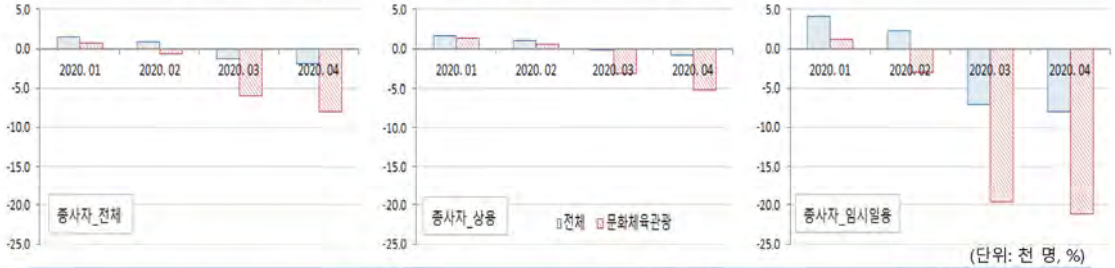
고용 영향 ; 문화체육관광 산업 종사자 수 동향(고용노동부 , 사업체노동력 조사)

문화체육관광 산업 종사자 수는 **3월 5만 5천 명(-5.9%), 4월 7만 5천 명(-8.0%) 감소**

문화체육관광 산업과 고용안정성이 낮은 **임시일용직에 미치는 고용 영향**이 보다 크게 나타남

* 3~4월 종사자 수 전년 대비 증감률 ; 전 산업 -1.2%, -2.0%, 문화체육관광 산업 -5.9%, -8.0%

* 3~4월 문화체육관광 산업 종사자 수 전년 대비 증감률 ; 상용직 -3.2%, -5.2%, 임시일용직 -19.6%, -21.1%



(단위: 천 명, %)

구분		종사자_전체				종사자_상용				종사자_임시·일용			
		'20.1	'20.2	'20.3	'20.4	'20.1	'20.2	'20.3	'20.4	'20.1	'20.2	'20.3	'20.4
전 산업	종사자	18,631	18,488	18,278	18,224	15,771	15,694	15,552	15,465	1,738	1,678	1,648	1,674
	증감	289	163	-225	-365	261	166	-8	-133	70	38	-124	-144
	증감률	1.6	0.9	-1.2	-2.0	1.7	1.1	-0.1	-0.9	4.2	2.3	-7.0	-7.9
문화체육관광 산업	종사자	927	915	874	861	776	772	747	734	87	79	69	70
	증감	7	-6	-55	-75	10	4	-24	-40	1	-2	-17	-19
	증감률	0.7	-0.6	-5.9	-8.0	1.3	0.5	-3.2	-5.2	1.2	-3.0	-19.6	-21.1

* 증감, 증감률은 전년 동월 대비 수치이며, 종사자는 해당 월 마지막 영업(근무)일에 일한 자로 임금근로자를 의미함

* 문화체육관광 산업 ; 문화체육관광 관련 10개 업종 추출, 재가공(인쇄 및 기록매체복제업, 수상운송업, 항공운송업, 숙박업, 출판업, 영상·오디오·기록물제작업, 방송업, 정보서비스업, 창작, 예술 및 여가관련 서비스업, 스포츠 및 오락관련 서비스업)

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

숙박 및 음식점업, 예술, 스포츠 여가관련 서비스업에 미치는 고용 영향이 전체 산업 영향 보다 크고,

* 3~4월 종사자 수 전년 대비 증감률 ; 전 산업 -1.2%, -2.0%, 숙박 및음식점업 -12.0%, -13.1%, 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업 -11.9%, -13.6%

고용안정성이 낮은 **임시일용직에 미치는 고용 영향**이 보다 크게 나타남

* 숙박 및 음식점업 3~4월 종사자 수 전년 대비 증감률 ; 상용직 -11.4%, -12.5%, 임시일용직 -13.1%, -14.2%

* 예술, 스포츠 여가관련 서비스업 3~4월 종사자 수 전년 대비 증감률 ; 상용직 -11.9%, -13.6%, 임시일용직 -24.1%, -25.5%

(단위: 천 명, %)

구분	종사자_전체				종사자_상용직				종사자_임시·일용직			
	'20.1	'20.2	'20.3	'20.4	'20.1	'20.2	'20.3	'20.4	'20.1	'20.2	'20.3	'20.4
전 산업	18,631	18,488	18,278	18,224	15,771	15,694	15,552	15,465	1,738	1,678	1,648	1,674
	(1.6)	(0.9)	(-1.2)	(-2.0)	(1.7)	(1.1)	(-0.1)	(-0.9)	(4.2)	(2.3)	(-7.0)	(-7.9)
숙박 및 음식점업	1,285	1,208	1,119	1,104	858	823	769	753	416	374	339	339
	(1.3)	(-4.2)	(-12.0)	(-13.1)	(0.7)	(-5.4)	(-11.4)	(-12.5)	(3.6)	(-1.0)	(-13.1)	(-14.2)
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	316	311	287	284	214	212	200	197	55	53	46	47
	(0.0)	(-2.0)	(-11.9)	(-13.6)	(1.9)	(0.4)	(-6.3)	(-8.2)	(-4.7)	(-6.7)	(-24.1)	(-25.5)

* 괄호 안의 숫자는 전년 동월 대비 증감률

* 종사자는 해당월 마지막 영업(근무)일에 일한 자로 임금근로자를 의미함

고용 영향 ; 숙박 및 음식점업, 예술, 스포츠 여가관련 서비스업 취업자 동향(통계청 , 경제활동인구조사)

숙박 및 음식점업 취업자 수 전년 동월 대비 감소폭 확대; -110천 명(-4.9%, 3월), -211천 명(-9.2%, 4월), -183천 명(-7.9%, 5월)
'20년 3~5월 예술, 스포츠 여가관련 서비스업 취업자 수 증가세 둔화
; 69천 명(15.8%, 1월), 56천 명(12.4%, 2월), 9천 명(1.9%, 3월), 11천 명(2.3%, 4월), 28천 명(5.8%, 5월)

[산업별 취업자 동향]

[산업별 취업자 증감 현황]

구분	'20.1	'20.2	'20.3	'20.4	'20.5
전 산업	568 (2.2)	492 (1.9)	-196 (-0.7)	-476 (-1.8)	-392 (-1.4)
숙박 및 음식점업	86 (3.8)	13 (0.6)	-110 (-4.9)	-211 (-9.2)	-183 (-7.9)
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	69 (15.8)	56 (12.4)	9 (1.9)	11 (2.3)	28 (5.8)

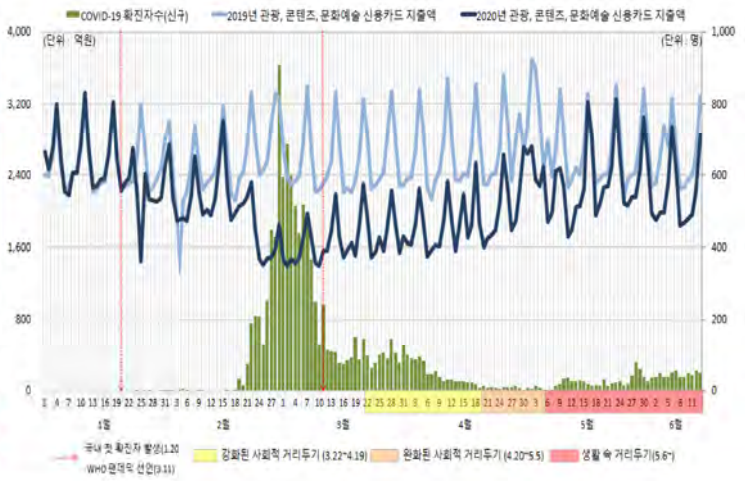
* 괄호 안의 숫자는 전년 동월 대비 증감률
* 취업자는 조사대상 주간 중 수입을 목적으로 1시간 이상 일한 자로, 무급가족종사자와 일시휴직자를 포함

문화예술, 관광, 콘텐츠 신용카드 소비액

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

(단위: 억 원)

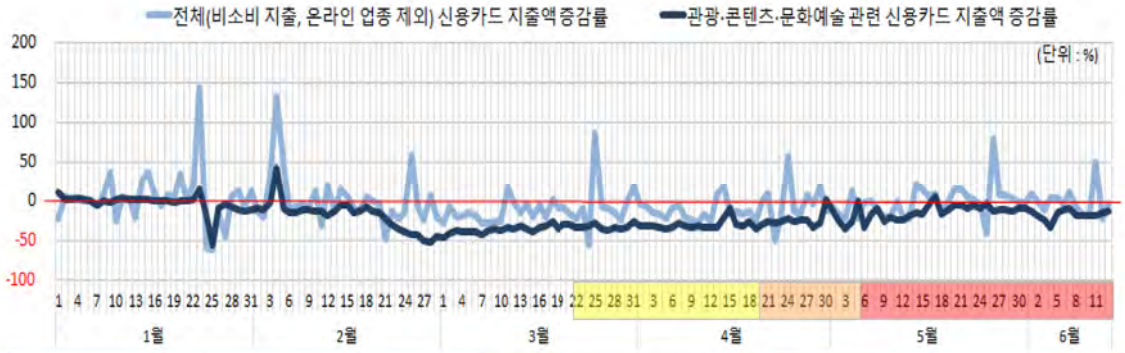
구분		'19년	'20년	전년 대비 증감률 (%)	전월/주 대비 증감률 (%)
전체기간 (1.1~6.13)		430,539	345,906	-19.7	-
주의단계 後 (1.20~6.13)		382,014	296,545	-22.4	-
월별	1월	78,290	75,998	-2.9	-
	2월	73,729	58,941	-20.1	-22.4
	3월	79,481	52,092	-34.5	-11.6
	4월	79,076	57,681	-27.0	10.7
	5월	85,024	72,970	-14.2	26.5
	1~5월 누계	396,499	317,682	-19.9	-
	6월(6.1~6.13)	34,040	28,224	-17.1	-
주별	13주(4.13~4.19)	18,501	13,580	-26.6	9.2
	14주(4.20~4.26)	18,638	13,812	-25.9	1.7
	15주(4.27~5.3)	21,139	16,329	-22.8	18.2
	16주(5.4~5.10)	19,633	15,845	-19.3	-3.0
	17주(5.11~5.17)	18,209	15,903	-12.7	0.4
	18주(5.18~5.24)	18,552	16,985	-8.4	6.8
	19주(5.25~5.31)	18,362	16,517	-10.0	-2.8
	20주(6.1~6.7)	18,846	15,560	-17.4	-5.8



2020. 6. 13. 기준, 2020년을 기준으로 요일 조정
신용카드 소비액 = 국민의 신용카드 승인 실적 + 국내에서 지출한 외국인 신용카드(5종; VISA, MASTER, AMX, JCB, 은련) 승인 실적
신한카드 개인 이용 금액을 신한카드 시장 점유율을 활용하여 전체 소비액으로 추정

코로나19 이후 문화예술, 관광, 콘텐츠 관련 신용카드 소비액은 **전년 동기 대비 22.4% 감소, 전체 신용카드 소비액(-5.8%)보다 크게 위축**

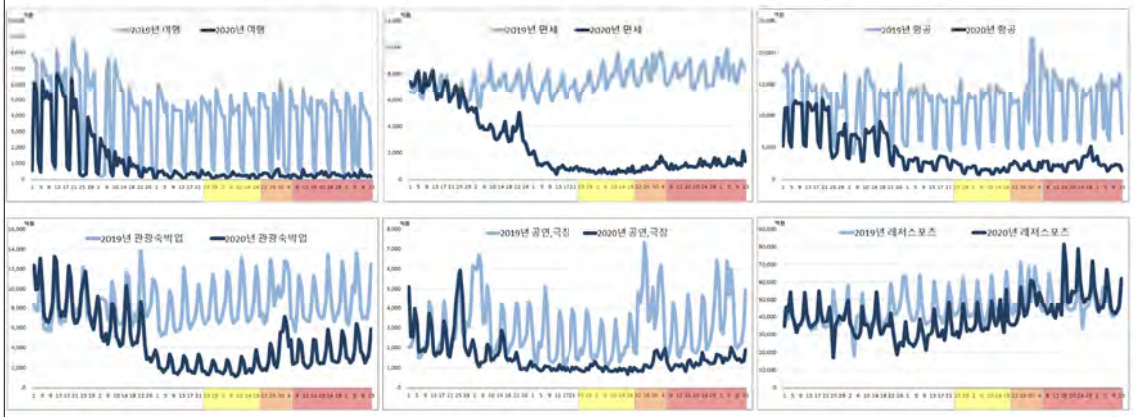
18~20주차(5.18~6.7) 전체 신용카드 소비액은 각각 **전년 동기 대비 1.9%, 3.9%, 1.5% 증가**(긴급재난지원금 효과)
문화예술, 관광, 콘텐츠 관련 신용카드 소비액은 **감소폭 완화, 19주차**(5.25~5.31) **이후 감소폭 확대**
온라인 업종 소비액은 **전년 대비 증가**(비대면 경제 효과)



구분 (단위: 억 원)	전체기간 (1.1~6.13)		주의단계 後 (1.20~6.13)		주별								생활방역체제 (5.6~6.13)	
					17주(5.11~5.17)		18주(5.18~5.24)		19주(5.25~5.31)		20주(6.1~6.7)			
	지출액	증감률	지출액	증감률	지출액	증감률	지출액	증감률	지출액	증감률	지출액	증감률	지출액	증감률
전체 (비소비 지출, 온라인 업종 제외)	2,085,958	-4.9%	1,843,669	-5.8%	101,205	-0.4%	93,296	1.9%	109,028	3.9%	81,892	1.5%	524,073	-0.9%
관광콘텐츠·문화예술	345,906	-19.7%	298,545	-22.4%	15,903	-12.7%	16,985	-8.4%	16,517	-10.0%	15,560	-17.4%	88,695	-14.1%
온라인 업종	395,985	18.2%	351,977	18.6%	16,010	16.8%	15,778	11.1%	16,342	17.6%	18,057	31.4%	93,362	19.5%

비소비 지출은 공과금, 보험 등, 온라인 업종은 전자상거래, 결재대행이 해당

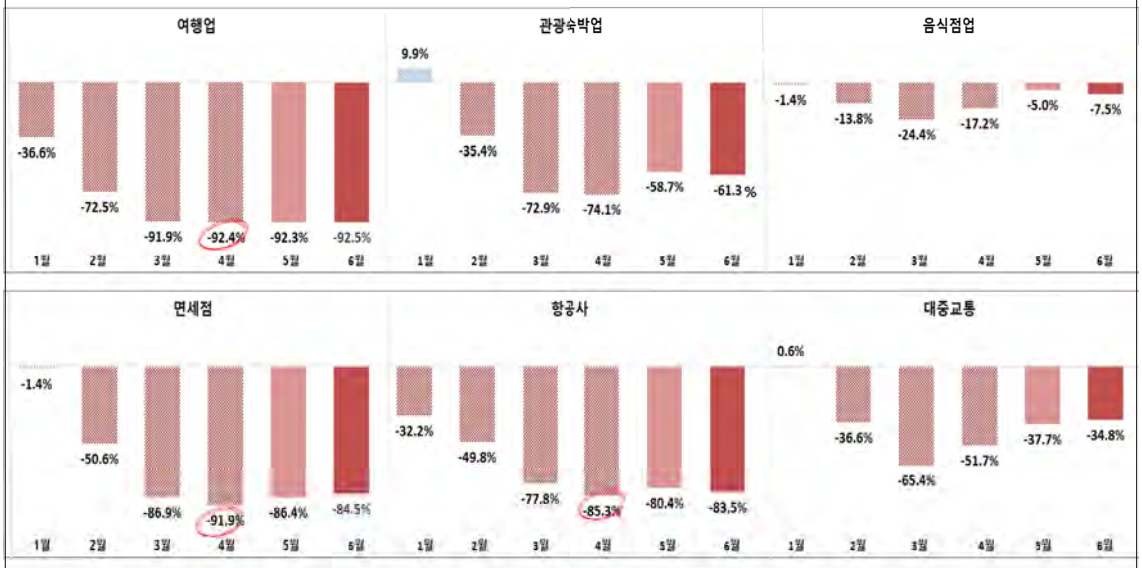
신용카드 소비액의 전년 동기 대비 감소폭 큰 업종은 **여행업, 면세점, 항공사, 관광숙박업, 공연장/극장**
레저스포츠업은 생활방역체제 전환과 재난지원금 지원 이후 **전년 동기 대비 증가로 전환**



구분 (억 원)	전체기간(1.1~6.13)		주의단계 後(1.20~6.13)		주별								생활방역체제 (5.6~5.30)	
					17주(5.11~5.17)		18주(5.18~5.24)		19주(5.25~5.31)		20주(6.1~6.7)			
	지출액	증감률	지출액	증감률	지출액	증감률	지출액	증감률	지출액	증감률	지출액	증감률	지출액	증감률
여행업	162.2	-74.2%	88.3	-83.4%	1.9	-92.3%	2.3	-91.0%	1.9	-92.4%	1.7	-92.3%	10.4	-92.3%
면세점	411.5	-66.7%	274.5	-75.0%	6.7	-88.5%	7.7	-86.0%	8.5	-84.5%	8.6	-85.4%	94.5	-86.0%
항공사	653.1	-66.3%	476.2	-71.8%	13.4	-85.3%	16.8	-80.8%	25.6	-68.4%	15.3	-81.3%	134.5	-80.7%
관광숙박업	732.0	-47.3%	551.8	-55.3%	20.9	-63.4%	24.1	-60.8%	24.6	-60.1%	26.7	-59.0%	51.4	-60.0%
공연장/극장	248.3	-49.3%	199.5	-54.8%	7.9	-57.1%	8.8	-53.5%	9.6	-62.7%	11.0	-64.3%	2,004.6	-68.5%
레저스포츠	6,637.8	-11.0%	5,873.6	-12.5%	365.9	9.7%	398.8	15.8%	382.7	12.9%	354.9	2.6%	236.4	6.2%

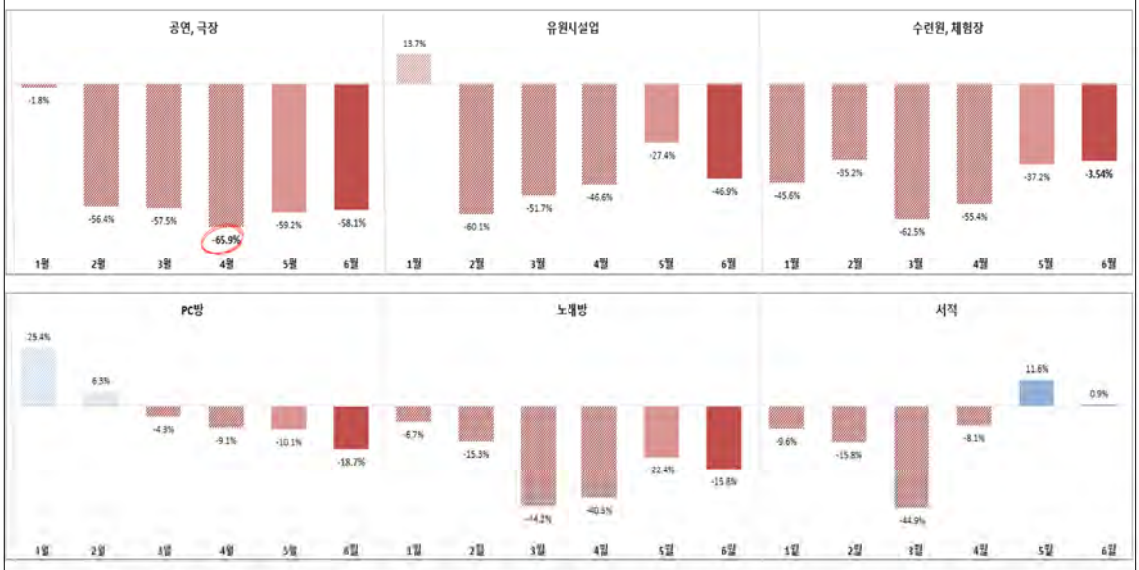
레저스포츠에는 운동경기레저용품, 스포츠센터, 골프장, 실내골프장 등 포함

여행업, 면세점, 항공사 등 **여행 관련 업종의 신용카드 소비액은 전년 동기 대비 감소폭 지속**



3월~6월은 잠정치, 6월은 6월 1일 ~ 13일 기간 동안의 전년 동기 대비 지출액 증감률 의미
관광숙박업은 특급호텔, 1급 호텔, 2급 호텔, 콘도미니엄 포함(여관, 모텔, 기타 숙박 제외)

레저/여가 업종(PC방 제외)의 신용카드 소비액 감소폭 완화 추세
서적은 3월 전년 동기 대비 -44.9% 감소, **5월 회복**(사회적 거리두기, 재택근무 등 영향)



3월~6월은 잠정치, 6월은 6월 1일 ~ 13일 기간 동안의 전년 동기 대비 지출액 증감률 의미
수련원, 체험장은 청소년 수련원, 농장 체험, 갯벌 체험 등이 포함

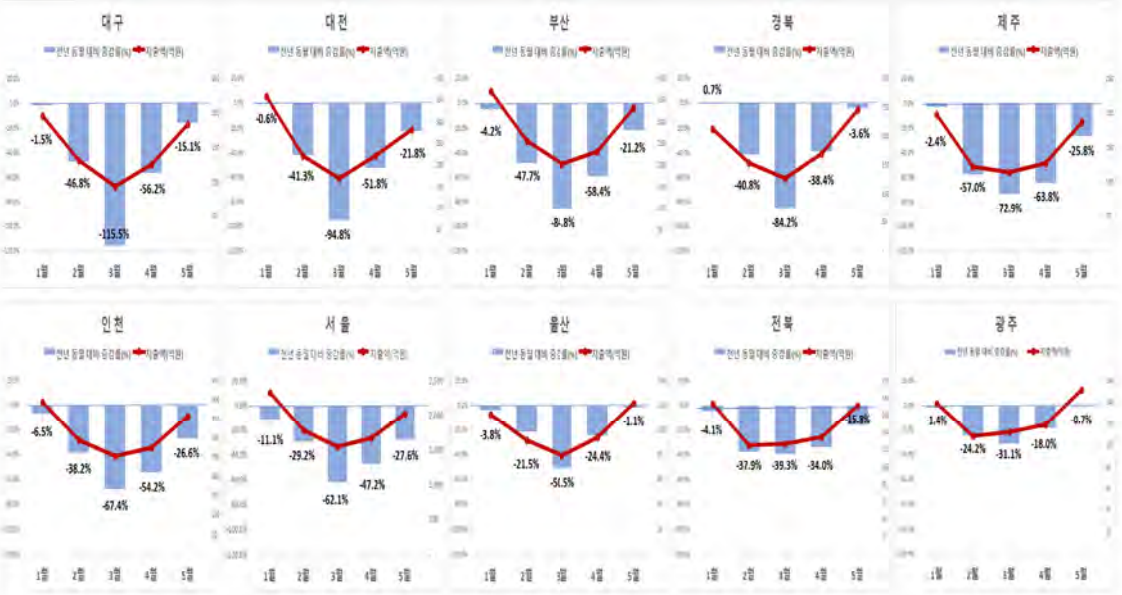
운동경기 및 레저용품, 스포츠센터 및 레포츠클럽의 소비액은 **5월 이후 증가세 전환**
실내외 골프장 소비액은 코로나19에도 불구, **전년 동기 대비 증가**

3월~6월은 잠정치, 6월은 6월 1일 ~ 13일 기간 동안의 전년 동기 대비 지출액 증감률 의미

지역별 문화예술, 관광, 콘텐츠, 관련 신용카드 소비액 증감 추이

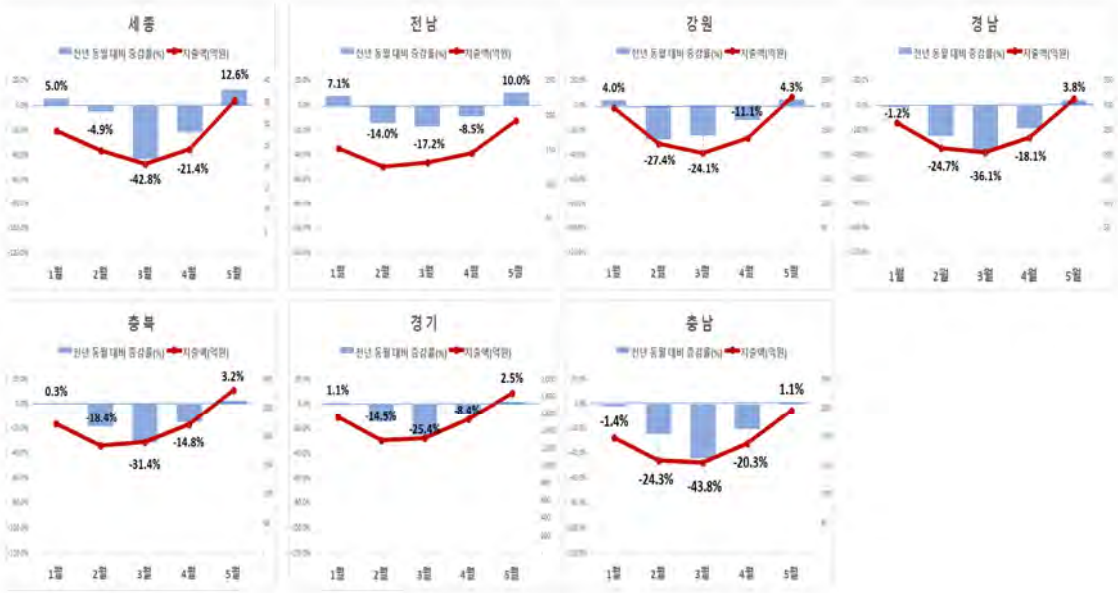
3월 전년 동기 대비 감소폭 최대;
대구 -115.5%, 대전 -94.8%, 부산 -84.8%, 경북 84.2% 제주 72.9%, 인천 67.4%, 서울 62.1%, 울산 50.5% 전북 -39.3%, 광주 -31.3%

4월 이후 감소폭 완화, 5월까지 전년 동기 대비 감소 지속



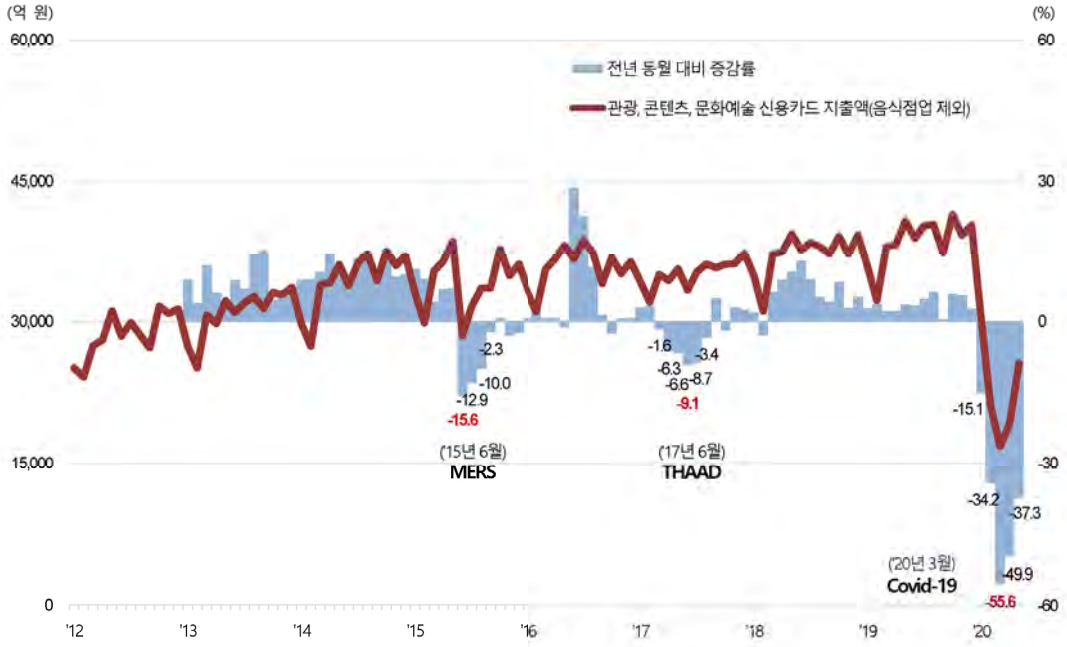
지역별 문화예술, 관광, 콘텐츠, 관련 신용카드 소비액 증감 추이

5월 전년 동기 대비 반등 또는 **회복 지역**
세종 12.6%, 전남 10.0%로 전년 동기 수준보다 증가, 반등
강원 4.3%, 경남 3.8%, 충북 3.2%, 경기 2.5%, 충남1.1%로 전년 동기 수준 회복



월별 문화 부문 신용카드 소비금액 '12년 1월 ~ '20년 5월

코로나19의 영향 크기; MERS('15년 6월 -15.6%), THAAD('17년 6월 -9.1%), COVID-19 ('20년 3월 -55.6%)



Ⅱ. 다섯 가지 이슈와 제언

"코로나19 이전으로 되돌아가지 못할 것이다.
그렇다면 **코로나 이전 보다 더 나은 사회**를 준비 …"

포스트 코로나 이 슈

국제관계
경 제
기 술
고 용
사회문화
變 化

① 위기의 공식과 재난 극복의 역설

K방역의 세계 모범; 정부대응, 의료체계, 정보통신기술, 시민사회 참여, 공동체 연대
내 생애 가장 부러운 곡선(해외 평가), #힘내라대구경북, #덕분에챌린지
위기는 사회의 약한 고리에 더욱 가혹하고 **불평등을 심화**(위기의 공식)
재난의 시기마다 공동체 연대로 극복, **재난 후 분열과 갈등 심화**(재난 극복의 역설)

② 비대면의 명암[明暗]

온라인 쇼핑·교육·문화, 재택근무, 화상회의 등 **비대면 사회 및 경제 전환**
디지털 격차가 불편함이 아닌 불이익 문제, 불편하고, **불이익 받는 사람들 증가**
배달, 돌봄, 방역 등 사회 유지를 위해 **필수 노동을 제공하는 키워커**(Key Worker) 중요성
디지털 기반 플랫폼의 지배력 강화, **콘텐츠 접근성 용이, 공정성과 다양성 문제**
온라인 공연과 좌석 간 띄워 앉기; **사업체의 수익과 종사자의 생계** 문제

③ 회복탄력성(Resilience)의 위기

대면, 밀집, 다중, 이동 기반의 공연, 영화, 관광 산업 피해, **생태계**(외주협력업체, 프리랜서) **훼손**
코로나 장기화, 제2의 파고 예고, V자 반등, U자 회복, L자 침체, 나이키형 회복, W 모형, **K 모형**
전염병 등 위기 발생 빈도 확대, **위험의 일상화**
창작 열정 유지, 숙련종사자 고용 유지, 후속 세대 진입, 영세한 산업의 혁신*
* 콘텐츠기업(종사자 10인 미만 91.6%, 매출액 10억 미만 89.9%, '17년), 관광사업체(종사자 10인 미만 84.7%, 매출액 10억 미만 85.9%, '18년)

④ 고용 없는 회복

ILO, 2차 대전 이후 **최악의 고용 위기**
보건위기, 경제위기, 고용위기, **민생과 국민행복 위기**
고용 영향이 임시일용직에서 상용직 확대, 코로나 영향을 평생 안고 사는 **코로나세대**
4차 산업혁명 가속화에 따른 **기술실업**, 기업과 사용자들의 **코로나 경험 후 무인화, 자동화** 추구

⑤ 거꾸로 가는 세계화

글로벌 가치 사슬이 지역(유럽, 북미, 아세안) 및 자국 중심 재편**(GVC → RVC/DVC)**
자국 우선주의 및 보호무역 장벽, 사람·자본의 국제이동 둔화
미·중 외교, 무역, 군사 전방위 충돌로 양자택일 강요, 제2의 사드 영향
리쇼어링(Reshoring)의 한계와 수도권/지방간 대립

<제언 1> 코로나세대. 청년 대상 문화정책 비중 상향

청년은 고령화된 한국을 부양할 미래세대

문화예술, 관광, 콘텐츠 분야는 청년 고용 비중이 높은(선호 또는 희망?) 업종

* 30세 미만 청년 종사자 비중 ('18년) ; 콘텐츠산업 33.0% 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업 29.0% 관광산업 28.0%
  전산업 평균(통계청) 14.6%의 2배 이상
* 관광산업 종사자 종사상지위별 비중(30세 미만/전체, '18년); 상용직 22.8%/75.0%, 임시 및 일용직 54.9%/15.7%, 기타직 12.1%/1.8%

코로나19의 고용 충격이 청년에게 더욱 가혹, 코로나세대

* 30세 미만 구직급여 신규신청자 전년동기대비 증감율(고용노동부); 5.3%(1月) → 40.7%(2月) → 31.8%(3月) → 41.6%(4月) → 37.9%(5月)
* '20년 5월 20대(20~29세) 취업자는 전년동월대비 13만 4천명 감소, 고용률은 55.7%로 2.4%p 하락
  '82년 통계 작성 이후 5월 기준 가장 낮은 수준
* 신규 채용 연기, 축소, 취소, 미취업 청년 고용안전망 사각지대
* 첫 입직이 1년 늦어지면 정상 취업한 사람에 비해 10년간 임금이 4~8% 차이 발생, 경력 상실(KDI)

1/4분기 예술 · 스포츠 · 여가 서비스업, 여행 · 숙박업 등 **대면, 접촉 서비스업 위축 때문**

2/4분기 이후 제조업 비롯 전산업 확대 시 **청년 고용 충격 장기화 전망**

미래에 대한 암울하고 엄중한 경고

* 무거운 학자금 대출, 높은 주거비 부담, 저임금 일자리 전전, 결혼기피, 저출산, 성장잠재력 훼손, 세대 갈등 심화 등

청년이 문화로 꿈을 꾸고 역량을 펼치도록 교육훈련 기회 제공, 창업 · 창직 지원 강화 등

청년기본법 시행('20. 8), 청년 기본계획(5년, 국무총리) 및 시행계획 수립(매년, 관계부처 및 시 · 도)

청년층 대상 정책사업 비중 상향, 단기적으로 고용 양 증가, 중장기적으로는 고용의 질 향상

인력양성을 넘어 사업화 지원, 창업 · 창직까지 지원, **청년 문화 크리에이터 육성 및 지원**

* 청년예술가 생애 첫 지원, 청년 인문실험, 청년 마이크, 1인 광고콘텐츠 창작자 양성, 콘텐츠 창의인재 동반사업, 콘텐츠 코리아 랩 등

<제언 2> 국민의 삶의 질과 행복을 책임지는 문화정책

경제발전에 비해 낮은 국민의 삶의 질, 잘살지만 불행한 나라 ["Korea Tragedy"] 오명

* OECD BLI 순위 ; 27위('15년) → 30위/40개국('18년), 삶의 만족도 지표 ; 29위('15년) → 33위('18년)
* 2020세계행복보고서(UN SDSN); 47위('15년) → 61위/153개국('20년)
* 삶의 만족도(통계청, 사회지표) ; 50.7%('14년) → 63.7%('18년) → 60.7%('19년) 전년 대비 ▫ 3.0%p '13년 조사 후 처음 하락

취미를 잊고 사는, 취미가 없는(?) 사회

* 연간 근로시간(OECD); 2,228('08년) → 1,993('18년), OECD 국가 중 3위
* 여가시간(통계청); 4.2시간('14년) → 4.0시간('19년), 여가생활 만족도(통계청); 21.8%('09년) → 28.8%('19년)

한편, 일과 삶의 균형을 간절히 바라는 국민

* 휘게(Hygge), 욜로(YOLO), 워라밸(WLB) 등 최근 트렌드에 반영, 안전과 건강, 여유 있는 삶에 대한 요구 증가

비대면 사회, 사회적 거리두기 시행, 개인적 시간 증가, 삶에 대한 근본 질문

가족, 건강, 지역사회, 일상, 이웃(필수 노동)의 소중함 인식하는 계기, Want에서 Like로 행복 척도 변화 전망

한편, 코로나19 장기화로 **많은 국민이 무기력, 불안, 분노, 우울 경험**

* 국민 47.5% 불안과 우울 경험(경기연구원), 서울 시민 67.2% 코로나 블루 경험(서울시)

문화로 삶의 질이 경제적 발전을 따르지 못하는 괴리 극복

집단, 지역별로 **삶의 질 제고를 위한 문화정책 목표와 지표 설정**, 취약 지점에 보다 많은 자원 투입

* 청소년, 노인과 같은 인구집단 외, 1인 가구, 자영업자, 비정형 노동자의 여가, 문화예술, 여행 실태조사 필요

문화, 스포츠 등 **문화행복 최소기준 설정**, 사각지대 해소를 통한 **문화 포용**, 보다 촘촘하고 세심한 문화 행정

전달체계(섹터 중심, 보조사업 방식, 중앙-지방간) **성찰 및 개선**

국민 힐링/치유의 시간 추진, 디지털 비대면 시대의 문화 격차 해소 등

<제언 3> 신한류와 K방역 자산 활용, 세계 선도(모범) 국가 도약

한류 20년, 세계 속 한국 문화로 지속 성장

종목(장르)과 선수 확대, 지역과 소비계층 확산, 한류현황지수(소수관심 → 확산과 대중화) 성장

한류의 스필 오버(spill over) 효과 ; 경제적 파급효과 외, 국가이미지와 국가브랜드, 소프트파워 강화

* 한국과 한국문화 관심, 글로벌 한국학 열풍, 상품(서비스) 소비 촉진, 한국 유학과 관광 증대
* 해외 한국학 교육기관(한국국제교류재단); 55개국 632곳('07년) → 105개국 1,348곳('17년)
* 국내 대학교 재학 중 외국인 유학생 65,000명('19년)

한류 확산의 역설 ; 한류 콘텐츠 소비량이 많은 국가일수록 반한 감정도 높음(KOFICE, 2019 한류실태조사)

포스트 코로나, 신한류의 새로운 기회와 도전

K방역으로 높아진 국가이미지, 신한류는 K방역과 함께 **선진국 도약을 위한 핵심 자산**

자국 중심주의 및 경쟁적 보호무역 강화, 미·중 갈등, 남북관계 불확실, **신한류의 국가경제 및 문화외교 역할**

* 우리나라 무역의존도(GDP 대비 수출입 비중) 68.8%('17년) / 일본 28.1%('17년), 내수 취약, 수출 의존 한국 경제

신한류로 세계경제 불확실성 극복, K방역과 함께 국제사회의 평화와 공익 증진

정부의 **보이지 않는 지원** (키다리 아저씨 원칙, Daddy-Long-Legs principle)을 통한 지속가능한 한류

* 한류의 질적 발전 ; 콘텐츠 다양화, 지역 확산, 소비계층 확대, 디지털 기반
* 열악한 제작환경, 장시간 노동과 부당한 처우의 콘텐츠 종사자, 불규칙 일거리와 불안한 삶의 창작자 보호
* 온라인 라이브 공연을 위한 자본과 팬덤 부족한 신생 중소 기획사 지원, 한류 콘텐츠의 해외 지식재산권 침해 대응 등
* 한류지원협력과 설치('20. 6), 콘텐츠산업 3대 혁신전략('19.9), 콘텐츠산업 중장기 종합계획('18.12)

콘텐츠 및 수출 기업은 **기업시민(CSR) 책임**, 국민은 **문화우월주의 경계**

신한류 수용국의 사회문화, 기술, 경제 발전을 위한 **상생의 문화교류** 추진

감사합니다.

골드클래스 **관광지식정보시스템**!! http://www.tour.go.kr
스마트한 **문화예술지식정보시스템**!! http://policydb.kcti.re.kr
문화가 숨쉬는 **문화셈터**!! http://stat.mcst.go.kr

정책정보센터
한국문화관광연구원!! http://www.kcti.re.kr

대한민국의 문화, 관광, 콘텐츠 정책이 시작되는 곳

발 / 제 / 문

포스트코로나 시대의 문화예술정책

임 학 순

(가톨릭대학교 미디어기술콘텐츠학과 교수)

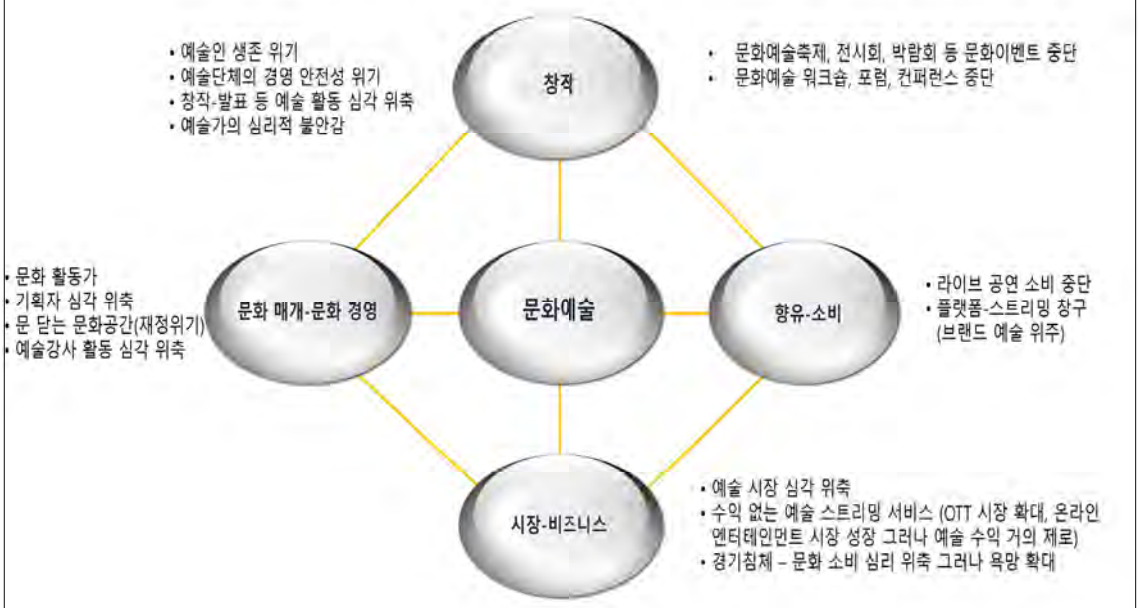
포스트 코로나시대의 문화 뉴딜 (2020.06.29)

포스트 코로나 시대 문화예술정책 : 방향과 과제 탐색

임학순
가톨릭대학교 미디어기술콘텐츠학과 교수
hsyim@catholic.ac.kr

Ⅰ. 코로나 19. 문화예술의 위기와 정책 대응

코로나 19에 취약한 문화예술 생태계 : 초토화, 붕괴, 위기



지역 연극 단체 대표 이야기

- 지역 공공 문화공간의 폐관 : 연습할 공간, 복귀 준비 공간이 없다.

  : "지역의 경우, 공공 문화공간 의존도가 높다. 무조건 닫는 것만이 능사인가?

  지역 현장 상황에 따라 지역 예술계가 결정할 순 없을까"

  : "민간 소극장은 경영 위기에 처해 있다" "극장은 코로나19 전염 공간이 아니다 "

- 중단- 연습- 중단- 연습- 중단: 중단된 상황에서 연습 비용의 부담 가중
- 거주 지역에 갇혀 있는 지원금: "예술가 활동공간이 거주 공간 보다 중요"
- 택배 노동 현장에 뛰어든 예술가 : "위기 상황, 예술가의 사회적 역할은?"
- 온라인 스트리밍 예술 콘텐츠 : "영세한 예술단체, 질적 우수성과 지속성 환경이 구축되었는가?

  예술 콘텐츠의 지적재산 관리는? 예술 생태계 건강할까? "

코로나 19 위기 대응, 문화예술정책

- 코로나 19 주의 (1월 20일) - 경계(1월 27일) - 심각(2월 23일) - 사회적 거리 두기 (3월 22일)
  - 생활 속 거리 두기 (5월 6일)

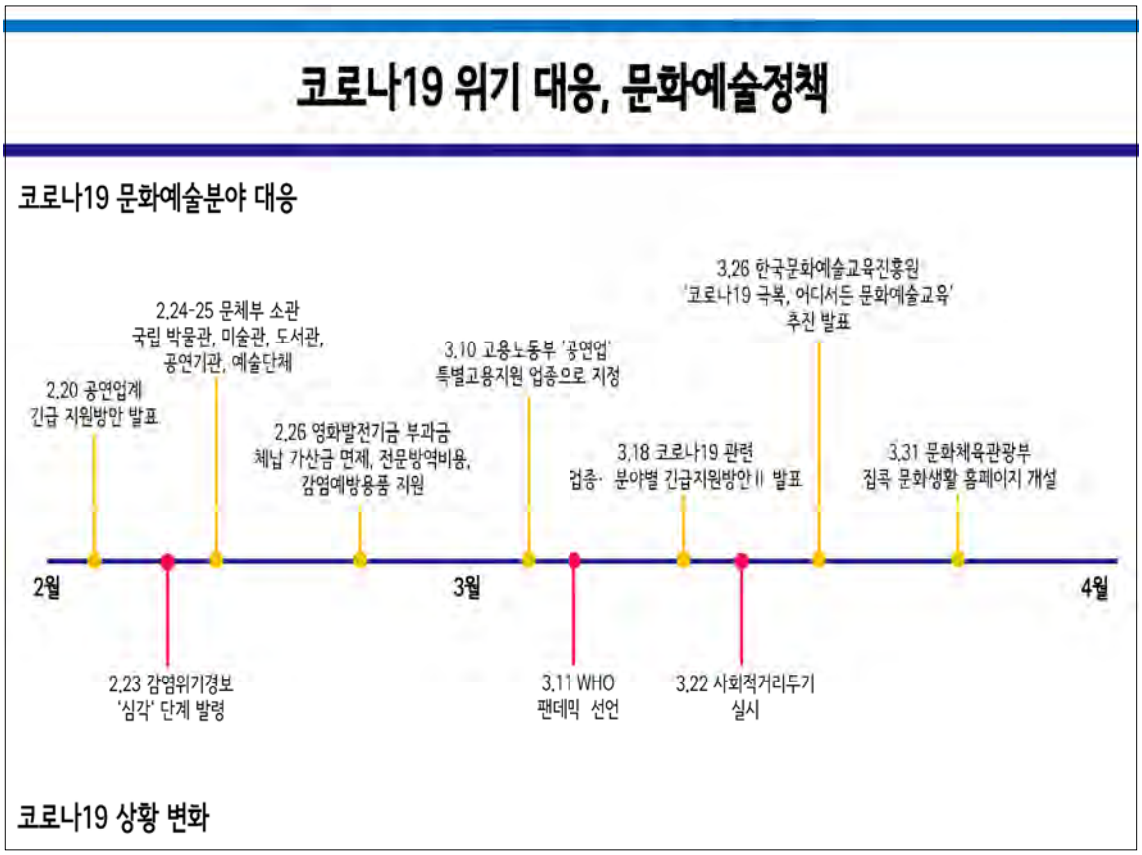
- 문화체육관광부 2월 20일 공연 업계 긴급 지원 방안 발표
  : 예술인 긴급 생활자금 융자 지원, 소독-방역용품-휴대용 열화상 카메라 지원
  : 코로나 19 피해 공연예술단체의 경영 애로 및 법률 상담을 위한 코로나 19 전담 창구 개설
  : 공연단체 피해 보전 지원

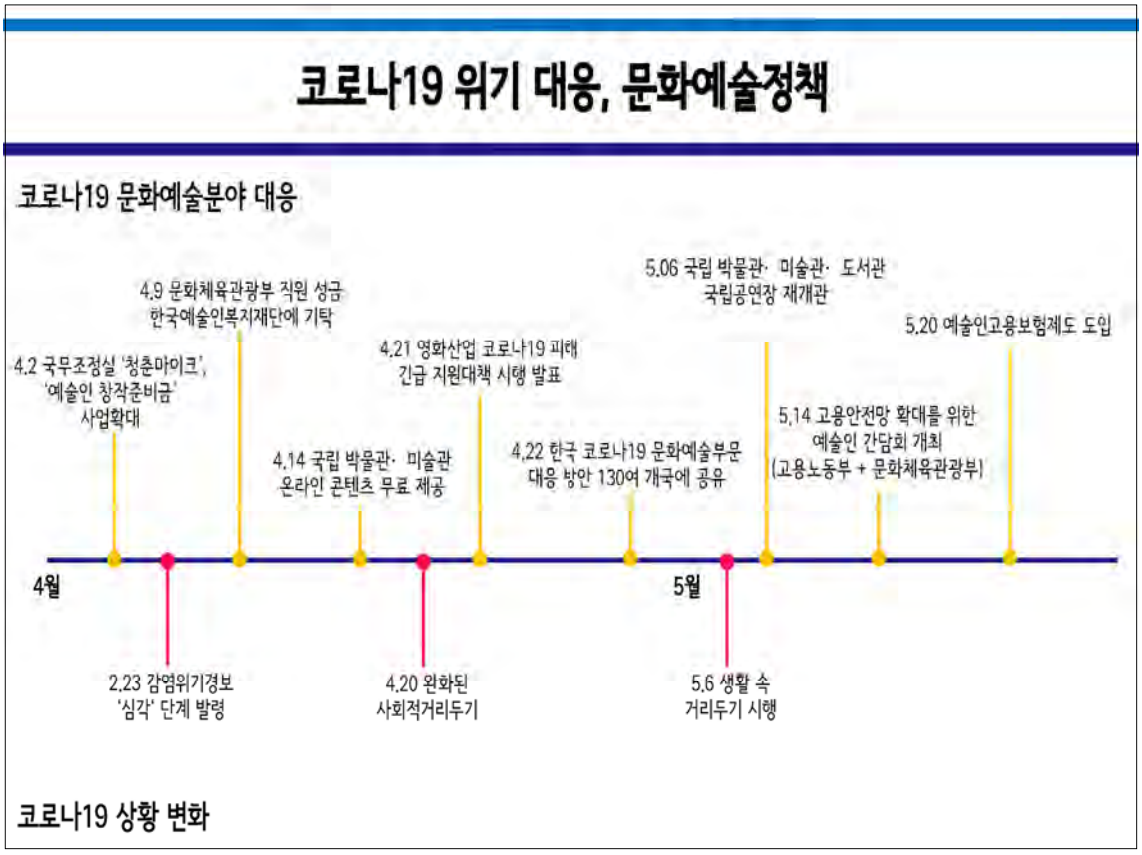
- 지방자치단체 - 지역문화재단의 위기 대응책 논의 및 발표
  : 3월부터 논의 본격화- 4월에 위기 대응책 발표 - 5월부터 실행

문화체육관광부 추경 계획

- **문체부, 6월 3일 보도자료, "문체부 추경, 3,399억원으로 일자리 확충, 경기 보강 나선다 "**

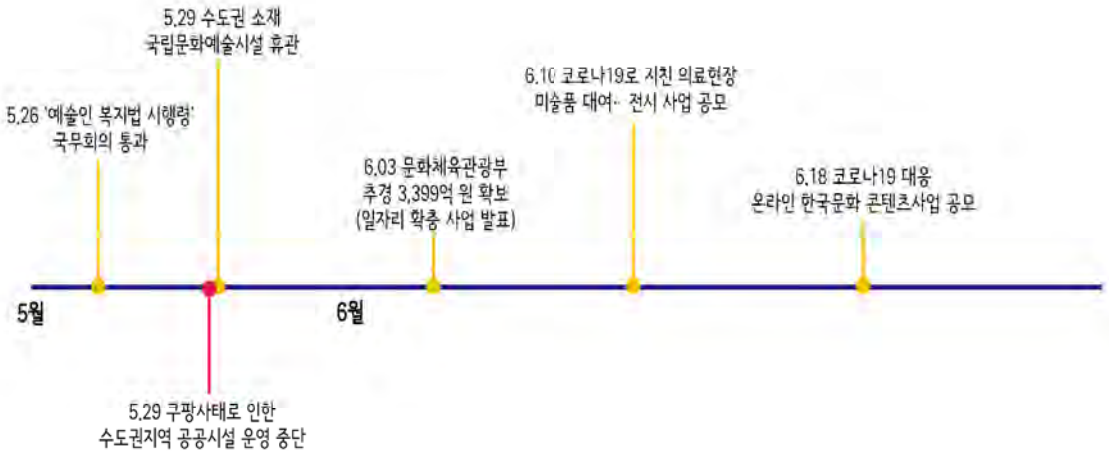
- 공공 미술 프로젝트 : 전국 기초지자체별 1개 프로젝트 지원
- 공연 예술 분야 인력 지원 : 연극, 뮤지컬, 음악, 국악, 무용 분야 보조 인력
- 공연장 방역 안전 지킴이 : 중 소규모 공연장 방역 안전 인력 지원
- 문화예술교육 자원 조사 : 문화예술교육사 활용, 교육지원 조사
- 지역문학관 소장 유물 체계화 : 지역문학관 소장유물 정비-체계화
- 예술자료 수집 및 디지털화 : 예술 관련 기록, 자료 디지털화
- 애니메이션 디지털 아카이빙 : 애니메이션 데이터 수집 기록 보존 등 아카이빙
- 공공 도서관비대면 서비스 : 이용자 접근성 개선(도서 배달 드라이브스루)
- 온라인 불법 복제물 모니터링 : 청년 대상 불법복제물 재택 모니터링
- 온라인 미디어 예술 활동 지원 : 예술인의 온라인 작품 발표 지원


코로나19 위기 대응, 문화예술정책
코로나19 문화예술분야 대응
2.20 공연업계 긴급 지원방안 발표
2.24-25 문체부 소관 국립 박물관, 미술관, 도서관, 공연기관, 예술단체
2.26 영화발전기금 부과금 체납 가산금 면제, 전문방역비용, 감염예방용품 지원
3.10 고용노동부 '공연업' 특별고용지원 업종으로 지정
3.18 코로나19 관련 검증· 분야별 긴급지원방안 II 발표
3.26 한국문화예술교육진흥원 '코로나19 극복, 어디서든 문화예술교육' 추진 발표
3.31 문화체육관광부 집곡 문화생활 홈페이지 개설
2월
3월
4월
2.23 감염위기경보 '심각' 단계 발령
3.11 WHO 팬데믹 선언
3.22 사회적거리두기 실시
코로나19 상황 변화


코로나19 위기 대응, 문화예술정책
코로나19 문화예술분야 대응
4.2 국무조정실 '청춘마이크', '예술인 창작준비금' 사업확대
4.9 문화체육관광부 직원 성금 한국예술인복지재단에 기탁
4.14 국립 박물관· 미술관 온라인 콘텐츠 무료 제공
4.21 영화산업 코로나19 피해 긴급 지원대책 시행 발표
4.22 한국 코로나19 문화예술부문 대응 방안 130여 개국에 공유
5.06 국립 박물관· 미술관· 도서관 국립공연장 재개관
5.14 고용안전망 확대를 위한 예술인 간담회 개최 (고용노동부 + 문화체육관광부)
5.20 예술인고용보험제도 도입
4월
5월
2.23 감염위기경보 '심각' 단계 발령
4.20 완화된 사회적거리두기
5.6 생활 속 거리두기 시행
코로나19 상황 변화

코로나19 위기 대응, 문화예술정책

코로나19 문화예술분야 대응



코로나19 상황 변화

지역문화재단의 대응

- **2020.04.05 서울시 문화예술계 긴급지원 위한 45억원 규모 추가경정예산 투입 발표**

- 코로나 19 피해 긴급 예술지원 공모 : 30억 원
- 예술교육 연구활동 및 온라인콘텐츠 제작 긴급지원
- 예술인 문화기획활동 긴급지원
- 예술인이 재난을 대하는 가지가지 비법
- 배리어프리 공연 영상 제작 및 배포
- <2020 예술창작활동지원사업> 선정 예술인(단체)의 피해를 최소화 및 안정적인 예술창작활동이 지속되도록 550여 단체에 300만 원의 활동비를 우선 지급

지역문화재단의 대응

• 2020.04.13 코로나19 극복을 위한 '경기도형 문화뉴딜 프로젝트 ' 에 103억원 투입

- 공공예술프로젝트 '백만원의 기적': 도민의 코로나19 극복을 위한 내용으로 기획 실행하는 모든 공공예술 프로젝트 지원
- 공연예술프로젝트 '드라이빙 씨어터' : 코로나19로 인해 계획이 취소 및 연기된 공연 혹은 코로나19 극복을 이야기하는 신규 기획 공연 40개팀 작품 지원 / 판로가 막힌 독립영화 작품 50편의 상영권 구매, 경기도내 자동차 극장에서 총 4회의 공연행사 추진
- 경기도 전업 예술인을 위한 '긴급 작품구입 및 활용'
- 코로나19 극복을 위한 '예술인 및 예술단체 참여형 영상콘텐츠 제작'
- 지속가능한 예술생태계 활성화를 위한 '예술인조합 공공예술 지원 '

지역문화재단의 대응

• 인천문화재단 (코로나피해지원TF팀 신설)

- **온라인문화예술활동지원:** 코로나19 확산으로 인해 문화예술활동 기반을 잃고 있는 인천 문화예술인들이 온라인 플랫폼을 통해 시민들에게 문화예술활동을 선보일 수 있도록 지원

• 강원문화재단

- **예술인 영상콘텐츠 제작지원 '예술가 감자C'** : 공연 및 행사 등의 연기, 최소로 어려움을 겪는 예술인 지원하기 위한 사업
- **강원로케이션 DB구축 '강원을 찾아라'** : 코로나19로 피해를 입은 도내 영화초년생 및 영상활동가를 대상으로 도내 촬영 유치를 위한 영상 제작을 지원함
- **창작공간 임차료 지원사업 "돔-드림"**: 창작 공간에 대한 임차료 및 코로나19 확산에 따른 공연 취소로 대관료를 환불 받지 못한 예술단체(인)에 대한 대관료 지원

지역문화재단의 대응

• **경남문화예술진흥원**

- **경남예술인 창작활동 준비금 지원:** 경제적인 이유로 예술활동 중단을 예방하기 위한 창작활동 자금 지원
- **코로나19 피해 예술단체 손실 보상금 지원:** 코로나19로 인해 직접적 손실이 발생한 비영리 예술 단체에 손실 보상금, 임차료 지원

• **대전문화재단**

- **지역예술인 기초 창작 활동비 지원:** 코로나19 여파로 침체된 지역예술가들의 다양한 예술 활동비 지원으로 지역문화예술 활성화 도모 및 지역문화생태계 조성
- **2020 문화예술활동 공간 지원:** 코로나19로 인해 피해를 입은 지역 문화예술전용공간에 임대료 지원으로 운영난 해소 및 지역 문화예술 창작환경 조성 / 문화예술전용공간 임대료 지원(운영비 제외 순 임차료)

지역문화재단의 대응

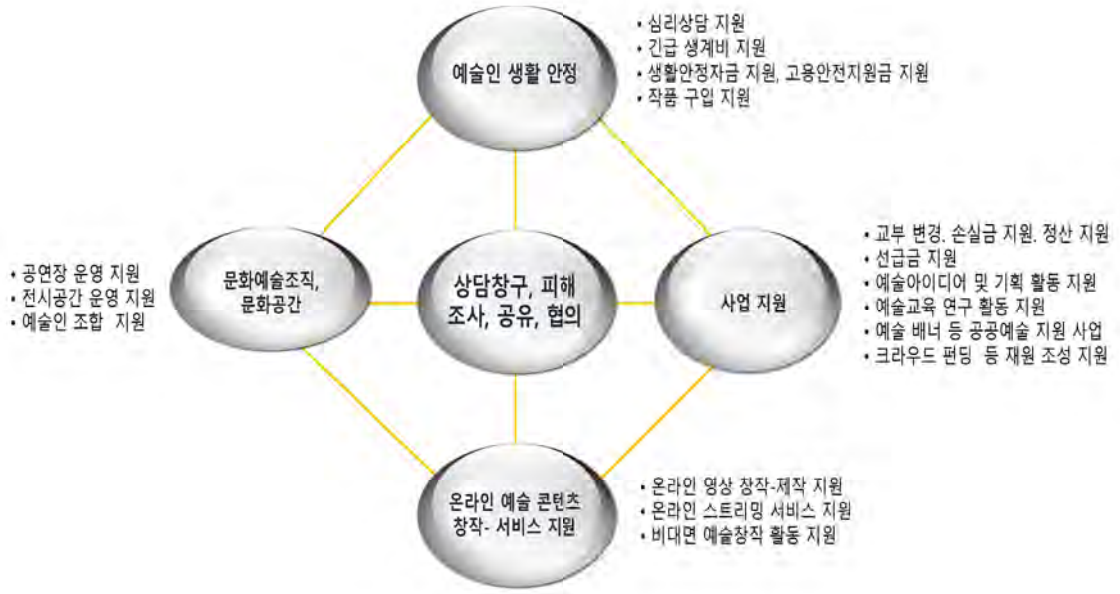
• **울산문화재단**

- **비대면 예술창작활동 지원 :** 비대면으로 관람할 수 있는 온라인 전시 및 공연, 책 발간 등의 활동을 개인 최대 500만원, 단체는 1천만원
- **문화예술교육 아이디어 :** 울산문화예술교육계획실행, 교육생 및 콘텐츠 발굴 등 아이디어 40건 선정
- **예술을 품은 라디오 :** 외출이 어려운 시민들에게 지역 라이브 방송을 통해 공연프로그램을 소개하는 사업
- **청년 아카이빙 프로젝트 :** 코로나19로 변화된 지역의 일상과 회복되는 모습을 청년들의 시각으로 기록하는 사업

• **부산문화재단**

- <방구석> 프로젝트 : 코로나19로 인해 휴교 및 휴원된 어린이를 대상으로 부산 청년들이 실내에서 학습할 수 있는 문화예술 영상콘텐츠 제작을 지원함

코로나 19 위기 대응, 문화예술정책 실태



코로나 19 위기 대응, 문화예술정책의 한계

- **"방역"** : 문화예술의 다양한 현장 특성에 섬세한 고려 미흡
- **"피해"** : 문화예술의 적극적인 사회적 가치와 문제해결 접근 미흡
- **"일시성 • 분절성"** : 문화예술 생태계 지속 가능 발전 차원의 총체적 접근 미흡
- **"정책 관행"** : 수월성 기반의 프로그램 공모 지원사업 패러다임을 넘어서야
- **"온라인 서비스"** : 장기적인 관점에서 온라인 가상 공간 기반의 문화예술 가치창조체계와 비즈니스 고려해야

해외 COVID-19 대응 동향

UNESCO, "COVID-19 팬데믹은 창의가치사슬 (창작, 제작, 유통, 향유/접근 방식) 전반에 영향을 미쳤으며, 예술가와 문화분야 전문가의 전문적, 사회적, 경제적 지위에 크나큰 약화를 초래하였다."

➢ **직접 지원**

- **영국 ACE : Emergency Funding for NPOs and CPPs**
- **Canada Council for the Arts : COVID-19 Emergency Support Fund for Culture Heritage and Sports Organizations**
- **독일 :** 창의예술분야 (문화예술, 미디어 관련 소규모 단체, 프리랜서 중심) 일괄 지원 발표
- **뉴질랜드 :** 예술분야 지원 발표 (커리어 지원, 장기지원기금, 문화혁신 지원, 음악분야회복 지원 등 포함)

➢ **정책 · 제도**

- **미국 : CARES Act** (코로나 대응 경제적 안정 지원 법안) 입법
- **아일랜드 : 전문가 자문단의 긴급보고서**를 통해 COVID19 대응방안 보고서 예술위원회에 제출
  - ✓ €21.4m Survival Fund, €30m Sustainability Fund 제시
  - ✓ 정책의 우선순위 설정과 예술분야와 지자체 및 타 분야 협력 방안 구축 제시

관련 기관 연대와 정보 제공

- **영국과 미국 : 영국 ACE(잉글랜드예술위원회)와 미국 NEA(국립예술기금)의 예술지원사업 심사기준 완화**, 그리고 문화예술계 각 장르별, 분야별, 지역별 관련 전문 단체의 지원, 교육자료, 단체 운영 관련 **정보 웹페이지 통해 공유**
- **Creative Scotland : 온라인 플랫폼 활용 지원**

Ⅱ. 포스트 코로나 시대, 문화예술정책의 방향

1. 위기 상황에도 문화예술 심장은 뛰어야, 그리고 사회적 가치

문화예술지원 기관의 COVID-19 인식 :

"무대는 잠시 멈추어도 여기 연극이 있습니다" (국립극단, 2020.4.2. 온라인 상영회)

"전례 없는 변화와 불확실성 시대에도 예술에 대한 지원은 변함이 없다. 5백만의 예술과 문화 종사자들은 잠재적으로 위험 상황에 있다. 이러한 도전의 시기에도 우리는 안다. 예술은 위안, 회복, 지혜, 자기 표현 수단. 연결의 가치를 갖고 있다는 것을"(미국 NEA)

"코로나바이러스 위기상황에서 문화예술 분야의 사람과 조직을 보호하는 것은 최우선 과제이다"

(영국ACE) : Emergency Funding for NPOs(National Portfolio Organizations) and CPPs(Creative People and Places) 지원 사업 추진.

1. 위기 상황에도 문화예술 심장은 뛰어야, 그리고 사회적 가치

문화예술의 사회적 가치 창조와 예술인 역할 확장 : 회복의 예술

- 위기 시대, 적극적인 사회문제 해결자로서의 문화예술 가치 인식 확장
  : 사회적 불안 및 우울증 문제, 외로움과 사회적 고립감 문제, 사회통합 문제 등

- 예술적 인지 과정을 통한 코로나 19의 의미 성찰
  : 세계 시민 윤리, 문화 다양성, 소통과 공유와 협력
  : 전염병, 지구 환경 오염, 재단 등 위기에 대한 예술적 성찰

- 예술가의 역할 다각화 : 창작과 사회적 활동의 창조적 연계 환경 조성
  : 기록자, 연구자, 삶의 파트너(상담, 놀이, 치유)로서의 예술가 활동에 대한 정책적 관심 확대

2. 위기를 넘어 치유 • 전환 • 혁신으로

- 문화예술 지원 정책의 패러다임 전환 모색

  : 예술 작품의 완성을 추구하는 short term product 중심 사업 구조의 한계 분석

  : 상상, 실험 등 사전 창작 및 과정 (pre-creation & process) 중심의 사업 확대

  : 위기의 뉴노멀 상황에서 미래 문화예술을 위한 long term process & product 사업 개발

  : 소수의 수월성(elitism-excellence) 보다는 다수의 예술가 참여 플랫폼(populism-community engagement) 구축을 위한 지원정책 개발 확대

- 문화예술생태계의 지속가능성 (sustainability)과 안정성(stability)

  : 예술인 생활안전과 복지, 문화예술단체의 경영 안정성, 민간 문화공간의 경영 안정성

3. 문화예술 특성을 고려한 위기 대응 체계 구축

- 문화예술 활동(연습 및 사전 준비 활동 포함)에 대한 "방역" 지원 강화

  : 문화예술 공간, 문화예술단체 활동 등

- 지역 분권과 자율 기반의 전염병 위기 체계 구축

  : 국가 차원의 원칙을 바탕으로 지역 현장에서 문화예술 활동 중단 및 문화시설 폐관 여부 등에 대해 의사결정

  : 국가, 지역, 문화예술계가 참여하는 "문화예술 위기 대응 센터" 운영

3. 문화예술 특성을 고려한 위기 대응 체계 구축

• 위기 진단 및 대응 지식정보 체계 구축 강화

- 코로나 19, 문화예술 백서 발간

: 코로나 19의 예술 영향, 위기 대응체계, 긴급 정책 사업의 효과 분석 등)

※ Canada Council for the Arts

: Reporting COVID-19 Impact

: Input on measures to off-set impacts on arts sector of COVID-19

- 지역 문화예술 통합 정보시스템 구축 및 서비스 강화

Ⅲ. 포스트 코로나 시대, 문화 뉴딜 : 치유 • 전환 • 혁신

1. 문화 뉴딜 접근법

• 문화 뉴딜이란 ?

: 사회 위기 상황에서 예술가와 지역 문화 활동가들로 하여금 본연의 창작 활동 영역을 넘어서 문화와 예술의 사회적 가치를 적극적으로 구현 할 수 있는 새로운 활동 환경을 창조하는 정책 접근법을 의미함.

: 이러한 문화 뉴딜 접근은 문화예술을 활용한 사회 문제 해결 차원 뿐 아니라 생존 위기 상황에 놓여있는 예술가들의 생활 안전 및 예술 활동 기반을 강화하는 차원에서 의미가 있음.

※ 미국 1930년대 WPA(Works Progress Administration) 사업 : 예술가들의 경제적 회생에 초점을 둔 공공 프로젝트로 12,500명 예술가 고용.
Public Works Art Project, The Treasury Arts Relief Project, WPA Federal Theatre Project.

2. 사전 (pre-) 예술 창작 프로젝트

• Pre- Creation Arts Projects 개발 지원

: 지역 기반 예술 소재 발굴- 연구 - 공유 프로젝트를 지역 예술가 대상으로 실시

: 코로나 19 기반 예술 소재 발굴- 연구 - 공유 프로젝트를 지역 예술가 대상으로 실시

• 미래 예술 프로젝트 개발 지원 (Future Arts Projects)

: 위기 상황에서 미래 예술 아이디어 발굴하고, 위기를 벗어난 일상회복 상황에서 창작 발표.

: 2년 -3년 후에 창작 발표를 목표로 미래 예술 프로젝트 개발 지원

: 소규모 기반의 다년도 사업 형태로 추진

3. 공공 예술 프로젝트 public arts projects

- 공공 예술의 형태를 다양화하여 예술 창작 동기부여 및 예술이 있는 삶의 환경 창조

- 예술가가 참여하는 기록 • 아카이빙 프로젝트

: 기록의 대상은 코로나 시대, 지역사회, 사회적 이슈, 지역 생활사 기록 등 다양

: 지역의 사람, 공간, 생활사 등을 예술가 시각에서 관찰, 인터뷰, 조사하고, 다양한 방식으로 기록 (글, 사진, 공연예술, 시각예술 등), Storytelling. Archiving

: 예술 기록 및 아카이빙 활동

: 예술적 상상과 아이디어 창고로 활용

3. 공공 예술 프로젝트 public arts projects

- Arts Healing & Care Projects : 삶의 파트너로서의 예술가

: 독거 노인, 사회취약계층에 대한 예술 돌봄 서비스

: 예술 치유, 예술 상담, 예술 놀이

- 지역사회 기반 예술 협업 프로젝트 확대

: 예술이 있는 마을 만들기 프로젝트 등

4. 문화예술 인력의 활용 활성화 프로젝트

- **사회적 경제, 문화예술협동조합 등 문화예술인들의 협업 플랫폼 활성화**

  : 예술 인적 자원 활용을 위한 인건비 지원

- **지역 문화 전문 인력 배치 및 새로운 일자리 개발**

  : 지역문화기반 시설, 민간 문화시설의 전문 인력 배치 확대 지원

  : 문화예술단체의 전문 인력 배치 확대 지원

※ 한국문화예술위원회의 현장 전문인력 일자리 지원 사례

- 도서관 상주 작가, 미술관 전문인력, 공연예술 전문인력

5. 문화예술생태계의 지속 가능성과 안정성

- **예술인의 생활 안정 기반 강화**

: 예술인 고용보험 정착을 위한 고용보험료 지원 등 소규모 영세한 예술 현장 특성과 예술가의 프리랜서 스타일 노동 특성 등을 고려할 필요

- **문화예술조직의 경영 안정성 자금 지원**

※ 취약한 예술 창작 - 예술가 노동 환경 (자료 : 문체부, 2018 예술인 실태조사)

- 예술인 규모 : 50만-70만명 추산
- 예술인 연평균 수입 1,281만원 : "소득 문제를 겪고 있다"
- 전업 예술인의 72.5%가 프리랜서. 예술 경력 단절 경험 23.9%
- 산재보험 가입률 27.0%. 고용보험 가입율 24.1%, 공적 연금 가입률 53.0%

Ⅳ. 포스트 코로나 시대, 문화 뉴딜 : 가상 공간 (Virtual Space)

1. Untact 환경에서의 문화예술 활동에 대한 관심 확대

- 코로나 19 위기 대응 차원에서 온라인 콘텐츠에 대한 관심 확대

※ 온라인 미디어 예술 활동 지원 (문체부, 추경 계획, 2020.06.03)

※ 온라인 문화예술교육 콘텐츠 개발 (한국문화예술교육진흥원, 국립중앙박물관 등)

※ 문화공간 및 문화예술단체의 온라인 예술 콘텐츠 스트리밍 서비스

(소셜 미디어, 유튜브, 네이버 오디오 클립, 영상 플랫폼 활용)

※ 지역문화재단의 문화예술 영상 콘텐츠 제작 지원 (경기, 강원, 제주, 울산, 충북 등)

※ 예술과 기술 융복합 예술콘텐츠 창작 (한국문화예술위원회)

※ 문학 광장 유튜브 (한국문화예술위원회)

※ 예술 놀이 온라인 콘텐츠 제작 (서울문화재단)

1. Untact 환경에서의 문화예술 활동에 대한 관심 확대

※ 온라인 전시, 온라인 경매, 온라인 뷰잉룸 등 시각 예술분야의 온라인 플랫폼 활용 증가

- 온라인 전시 생중계, 전시 감상 프로그램, VR 전시 투어, 미술축제의 온라인 뷰잉룸
- 디지털미술관

※ 온라인 스티리밍 공연, 공연 예술가의 유튜브 공연 실황 서비스, 디지털 콘서트 증가추세

- 예술의 전당 SAC on Screen, 베를린 필 디지털콘서트, 영국 국립극장 NT LIVE
- 국립국악원 VR 국악, 국립극단 온라인 공연, 국립 창극단 온라인 공연, 국립극장 온라인 공연
- 뉴욕 메트로폴리탄 Live in HD
- 앤드루 로이드 웨버 The Show must go on

2. 예술계의 우려와 기대

< 우려되는 점>

- 사전 준비가 체계적으로 이루어지지 않은 상황에서 예술 현장의 혼란 초래
- 예술의 진정성과 아우라 경험 한계
- 대체 인가, 보완 인가, 독특한 예술 형식인가 ?
- 예술인, 예술단체의 디지털 역량 격차가 큰 상황.
- 예술 소비자의 디지털 디바이드(Digital Divide). 알고리즘 편향성
- 저작권 • 지적재산권 이슈. 수익 비즈니스 모델 개발의 한계
- 온라인 예술콘텐츠 소비자 및 시장에 대한 데이터 미흡 - 높은 불확실성.
- 예술 분야는 엔터테인먼트 분야(케이팝 스타 "슈퍼엠"의 온라인 콘서트 Beyond Live)와 다르다.

2. 예술계의 우려와 기대

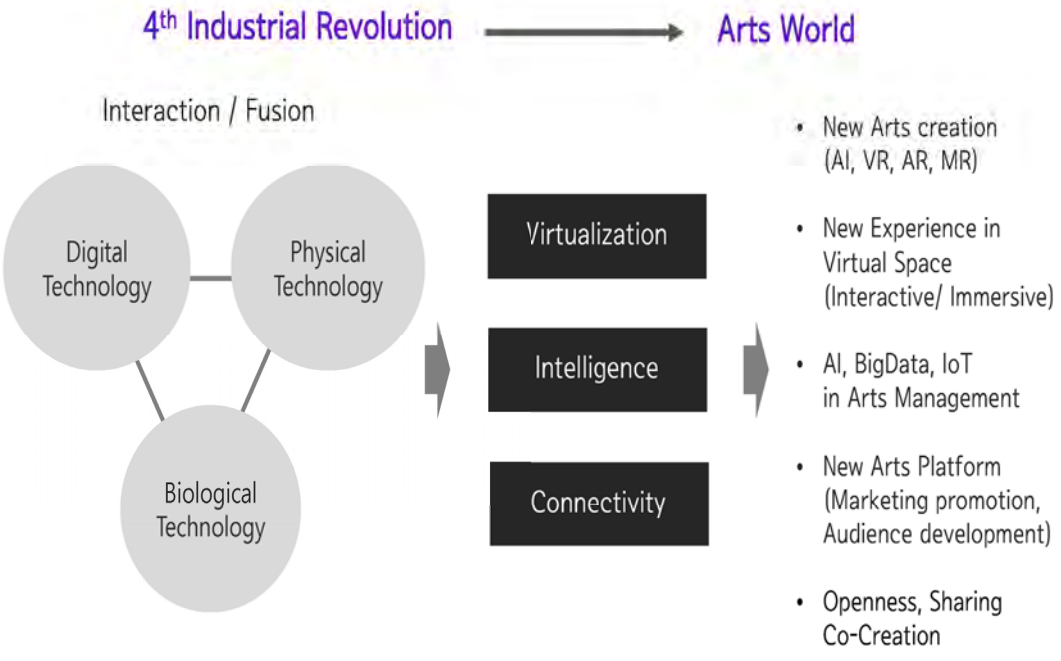
< 기대되는 점>

- 물리적 문화 공간 외에 가상 문화공간 활용을 통한 예술 창구의 다각화
- Untact 환경에서의 문화예술 플랫폼 생태계 구축
- 디지털 원주민 세대의 특성을 고려한 문화예술 체험 환경 조성. 예술 접근성 증진

  (Digital Natives, Phono Sapience, iGen, Digital Ape. Z세대 등)
- 4차산업혁명 시대, 기술-미디어- 문화예술의 연계 체계 구축
- 글로벌 예술소비자와의 연계, 국제 예술 교류 플랫폼 기대

※ 2017년 한국예술위원회 조사 : 예술인의 73.3%가 4차산업혁명 기술 활용 의지.

3. 문화 예술과 기술의 연결 트렌드



실감 콘텐츠 관심 증대 immersive economy

< 실감 콘텐츠 관심 증대 : immersive economy >

- VR, AR, MR, AI, Hologram
- 범 장르, 범 산업 영역으로 확장
- 오감 자극 - 현실감 있는 경험 : immersive, interactive, intelligent
- 5G 서비스 환경 (2019.4.3) : 초고속, 초저지연, 초연결성 : 콘텐츠 몰입감, 현장감 극대화
- 실감 콘텐츠 연구개발, 랩, 전문 인력 양성 활성화 전망

3. 문화 예술과 기술의 연결 트렌드

- NEA (2016), Creativity Connects : 디지털기술이 예술 실험, 창조적 협업 촉진
- 영국 디지털문화미디어스포츠부 (2018), Culture is Digital :문화와 기술의 융합
- Creative Scotland : TTS.Digital (Time to Shine. Digital)
  - 예술가와 기술가 협업 기반의 청소년 예술 활동 지원. 디지털 창의성 제고 추구
- 문화체육관광부 (2020.6.24) 비대면 시대, 문화로 따뜻한 연결 사회 만든다.
  "사람 중심의 디지털 연결 문화 조성"

3. 문화 예술과 기술의 연결 트렌드

예술과 디지털기술의 연계에 관한 세계 문화예술지원기관의 다섯 가지 사업 유형

1. Digital in Arts Creation
2. Access & Dissemination
3. Digital Innovation and R&D in the Arts
4. Building Digital Capacity of the Arts Organization
5. Social Inclusion

Source: Canada Council for the Arts & Nordicity (2016), The Arts in a Digital World-Literature Review

4. 예술가의 가상공간 활동 환경 조성

- 가상공간 예술 활동에 대한 예술가들과의 소통, 협의, 인식 공유 강화
- 온라인 플랫폼 활용 애로사항 지원 : 기술컨설팅, 시설과 장비 지원, 마케팅 지원 등

  ※ Creative Scotland의 Five tips for live streaming success
- 예술가의 디지털 역량 강화를 위한 교육 연수 및 컨설팅 서비스 체계 구축
- Virtual Arts Space (Virtual Museum, Virtual Theater 등) 조성 프로젝트 지원
- 가상 공간 기반의 온라인 예술 창작-발표 프로젝트 개발 • 지원
- 예술가의 가상 공간 활동을 지원하는 MCN (Multi Channel Network) 발굴 및 정책 지원

4. 예술가의 가상공간 활동 환경 조성

• 예술 • 기술 • 미디어 플랫폼 생태계 구축

: 예술가와 기술 전문가의 협업 문화 형성

: 온라인 가상공간의 예술 콘텐츠 소비자 데이터 분석 및 활용 체계. 디지털 예술 콘텐츠 시장

: 예술 콘텐츠 저작권 및 지적재산권 체계 구축

: 예술과 기술 융합 기반 예술 콘텐츠 창작 활성화

: 예술과 기술 융합 R & D Labs 활성화

: 온라인 가상공간 예술 콘텐츠 비즈니스 모델 개발 : 마케팅, 브랜딩 활동 지원 등

V. 결론

코로나 19의 후유증이 장기적으로 지속되기 때문에 **단기 처방, 단편 처방으로는 한계**가 있다.

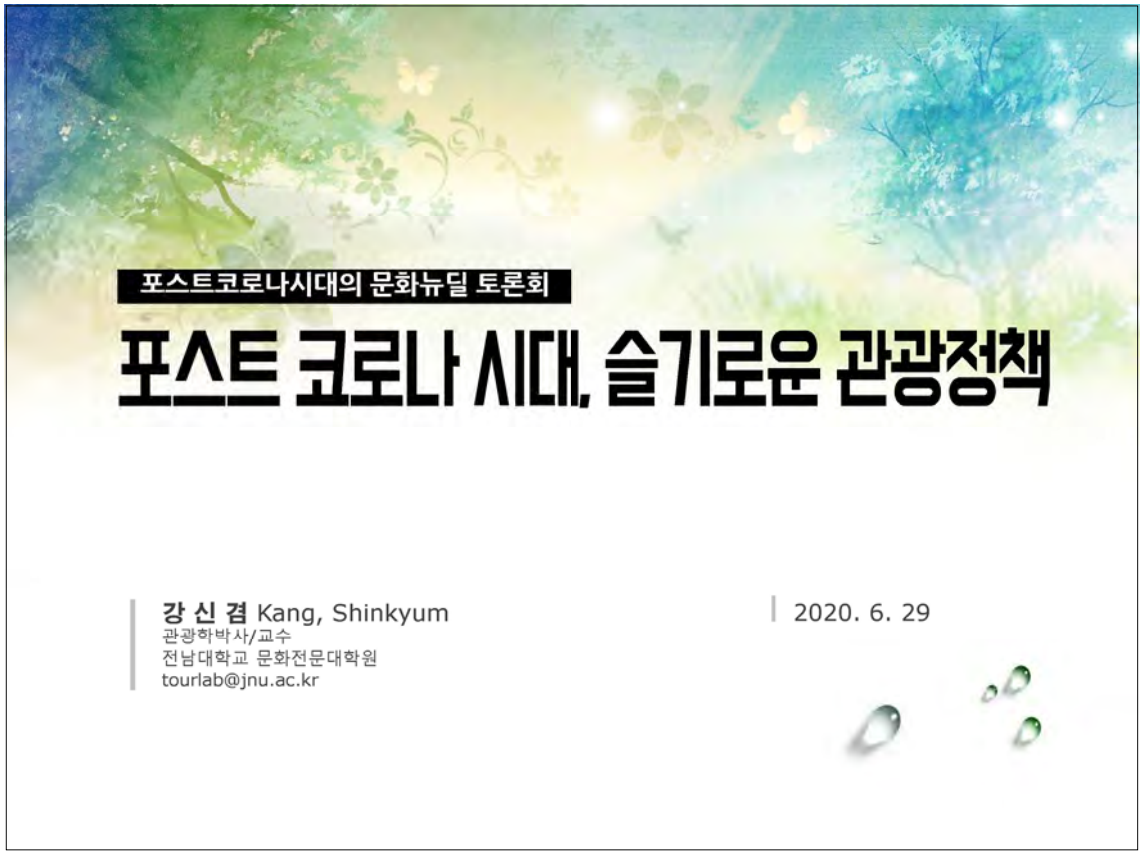
위기를 넘어 **치유와 전환, 그리고 혁신의 계기**가 되어야 한다. 이를 위해서는 **장기적, 총체적 접근**이 필요하다.

발 / 제 / 문

포스트코로나 시대, 슬기로운 관광정책

강 신 겸

(전남대학교 문화전문대학원 교수)



순 서

1. 코로나 이후 달라진 세상

2. 코로나 이후 얼어 붙은 관광시장

3. 코로나 이후 여행트렌드의 변화

4. 포스트 코로나 시대, 관광정책의 방향

5. 맺음말

코로나19이후 달라진 세상

전례 없는 코로나 팬데믹, 이전과 이후는 완전히 다를 것

인류의 역사는 이동의 역사, 여행(旅行)이란 '이동하는 행위(act of moving)'

이동제한, 코로나19의 전세계 확산 → 급격한 변화를 경험하는 우리의 일과 삶, 일상

불안과 두려움을 넘어 새로운 시대를 전망하고 이에 대응해야

거대한 전환, 새로운 길을 찾다

코로나이후 전 세계는 '거대한 전환'의 시기

새로운 세계 질서는 어떤 **기회**와 **위협**으로 다가올 것인가?

신자유주의 경제, 금융자본주의의 한계 → 디지털경제, 새로운 자본주의 모색

탈 글로벌화, 글로벌 가치사슬의 재편, 온라인 우통과 소비, **관광산업은 어떻게 대응해야 할까요?**

강대국의 패권 다툼 → 한반도와 국제정세 → 한국 관광의 미래?

변화하는 세계를 이해하는 네 가지 키워드

경제와 금융
Economic & Financial Power
주춤한 경제성장, 미국과 중국의 대립 심화
디지털경제 가속화

소프트파워
Soft Power
매력을 통해 원하는 바를 얻어내는 힘
문화와 예술, 비대면 온라인 시스템

하드파워
Hard Power
경제적, 기술적, 군사적 힘의 조합
강압과 설득, 자국 이익 우선

글로벌 시스템과 정책
Political Institutions & Policy
열린 세계시장, 노동의 경쟁
4차산업 혁명

Gerard Lyons(2014). *The consolations of economics*. Faber & Faber
홍성국(2018). 「수축사회」, 메디치미디어 재구성

코로나19 이후 꽉 막힌 관광시장

업친데 덮친격! 투어리즘 제로의 시대, 한국관광의 위기!

2017

사드 이후 꽉 막힌 중국 관광시장(I/B)

- 2017. 3 사드배치이후 중국 단체 관광객 한국여행 제한
- 방한 중국관광객수 급감, 더딘 회복 → 관광사업체 경영실적 악화
  * 807만명('16) → 417만명('17) → 479만명('18) → 602만명('19)

2019

무역규제 강화 이후 급감한 일본 관광시장(O/B)

- 2019. 7 이후 한일 무역갈등으로 일본방문 관광객수 급감 754만명('18) →558만명('19)
- 여행사, 항공사 등 관광업계 실적 부진 *방일 외래객 소비중 한국 소비는 13% → 8.7%로 감소

2020

코로나 19이후, 국제관광 제로(zero)의 시대

- 2020.1이후 전면적인 국가간 이동과 여행 제한으로 관광산업은 큰 타격
- 해외여행 전면 중단, 최근 국내 여행시장은 다소 회복세
  * 2020년 4월 외래객 입국자수는 2만9천명으로 전년동기 대비 -98.2% 감소

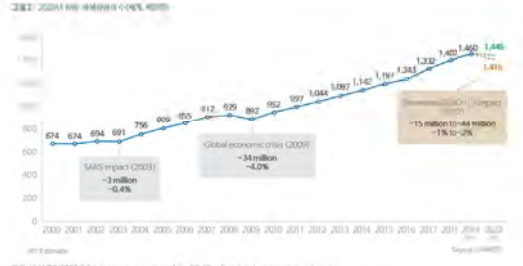
참고. 견디고. 버티고…개점휴업
폐업이 속출하는 벼랑끝 관광업계

전세계 해외여행 불가 → 직격탄을 맞은 여행업과 관광산업

코로나19가 종식된다 해도 해외여행 수요 회복을 장담하기 어려운 실정

1분기 문화체육관광 기업경기실사지수(BSI) 49.2

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



코로나19 이후 여행트렌드의 변화

여행이 달라지고 있다! 새로운 여행패러다임과 패턴 등장

현대관광의 역사는 패키지화의 역사, 대중관광과 관광산업의 성장
- 대량관광의 부작용 표면화 : 문화적 충돌·갈등, 문화의 상품화, 환경훼손 등

패키지여행에서 벗어나 개성 추구·개별화, '경험하는 여행'에 주목
- 관광경험의 보편화로 보다 차별적이고 세분화된 관광경험(experience) 추구
- 체험형 레저·여행의 증가, 공정여행, 안전한 여행지, 언택트, 프라이빗

새로운 관광비즈니스 등장 → 관광정책의 근본적인 변화 필요

관광산업의 재편, 혁신의 기회

국내(지역) 관광, 전화위복의 기회

해외에서 국내로! 국내여행 특수에 대비
- '해외보다 안전한 국내', 해외여행에서 국내여행으로 전환 → 여행 특수 대비
- 다만, 해외여행이 본격화되면 썰물처럼 빠져나갈 수 있음(일회성 특수)
- 지자체별로 여름 휴가 및 가을 여행주간을 비롯한 하반기 대비 → '누구에게는 기회, 누구에게는 위기 '

청정과 안전, 힐링을 테마로 잡은 로컬 콘텐츠 육성
- 밀집 대면 기피 현상이 뚜렷해지면서 가족 단위 소규모 관광 수요 증가
- 힐링콘텐츠로 뉴시니어 세대인 50~60대들을 지역에 끌어들이는 전략 추진
- 인기 여행지보다 덜 번화한 곳을 찾는 수요 증대 → 안전한 친환경 관광지 선호(방역체계)

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

코로나19이후 시나리오

"여행은 멈추어도 여행 욕구는 식지 않을 것"

	단기	중장기
국내관광	**회복 Recovery** • 야외 아웃도어 중심 회복 • 한동안 억눌린 여행수요 표출 • MICE, 축제는 당분간 침체	**전환 Changeover** • 청정, 안전, 힐링, 로컬이 대세 • 관광 콘텐츠 경쟁력 및 품질 향상 • 지역관광은 빠르게 재편될 전망
국제관광	**제한 Lock Down** • 팬데믹 상황 지속, 조기회복 불투명 • 온라인 MICE, 미디어 투어 • VR, AR 플랫폼을 활용한 랜선여행	**더딘 회복 Sow recovery** • 팬데믹 우려 해소 이후 회복 본격화 • 뉴노멀(new normal), 새로운 여행방식 • 정부차원의 국제관광진흥 정책 필요

코로나19 이후 관광정책의 방향과 과제

근본에 대한 고민없이 혁신은 없다!!

관광산업의 가치사슬과 생태계 재편

여가와 여행 소비 방식의 변화

주목해야 할 세가지 키워드 : 디지털, 로컬, 분권, 소프트

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

관광 콘텐츠 개발 : 로컬의 힘
- 융복합관광 육성 지원 확대
- 로컬투어 경쟁력 강화 방안 모색
- 지역관광마케팅계획(DMP) 수립

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

관광R&D : 소프트경쟁력
- 빅데이터, 통계, 관광 R&D 지원
- 관광전문인력 양성을 위한 교육 지원
- 관광산업의 회복탄력성(resilience) 증대

1 관광산업의 체질 혁신 : 디지털 관광경제

양적 성장에서 질적 변화로!

- 관광산업의 **비즈니스 모델** 혁신 및 위기대응력이 강한 **산업생태계 구축**
- 모바일과 여행플랫폼 비즈니스의 진화로 ICT를 적용한 **디지털 관광경제 확산**
- 관광 투자 환경의 조성 및 일자리 확충

새로운 관광비즈니스 창출 및 관광산업생태계 구축

- 코로나를 기치며 **패키지 여행 방식의 단체관광에서 개별여행으로 급격히 전환**
- **개별 여행에 걸맞는 새로운 비즈니스모델 및 산업구조 재편** 필요
- 위기상황 및 환경변화에 유연하게 대응할 수 있도록 **관광산업생태계 구축**

방문자 경제 & 디지털 관광경제(Digital Tournomics) 구상

- 관광경제(tourism economy)를 넘어 방문자경제(visitor economy)로 확장
- 온라인 여행상품 유통과 소비 촉진(OTA), 편리한 여행을 위한 스마트관광 시스템 구축 등 디지털 관광경제(digital tourism economy) 기반 구축

관광투자환경의 조성 및 일자리 확충

- 환경변화에 대응할 수 있도록 공공 및 민간 투자 환경의 조성 및 일자리 확충
- 금융(융자, 펀드, 공공투자), 기술, 인력, 관광기업지원센터 설치 등

비대면 비접촉 여행의 일상화

언택트(Untact)시대, ICT 적용 관광서비스의 진화

스마트관광도시 모델

자료 : 한국관광공사

2 관광 콘텐츠 개발 : 로컬의 힘
매력적인 콘텐츠 개발, 관광비즈니스 육성

- 최고의 경쟁력은 지역다움, 지역의 개성과 정체성
- 결점도 잘만 활용하면 개성, 무에서 유를 창조
- 지역성에 기반한 관광비즈니스의 개발과 끊임없는 혁신

로컬자원에 기반한 융복합적 관광콘텐츠와 비즈니스모델 개발

- 레저스포츠, 캠핑, 감성교육, 치유, 휴양, 힐링, 문화예술, 음식 등 핫플레이스
- 지역이 보유한 독특한 생활문화가 핵심 콘텐츠, 특정 테마를 중심으로 상품과 산업 연계(자연경관의 감상 + 독특한 문화적 체험 + 주민의 환대 서비스)

지역 관광경제의 자생력을 높일 수 있도록 연계

- 입체적 사고로 다양한 사업의 연계 → 소득과 일자리 창출(생계와 생활)
- 특산물의 생산, 가공, 체험을 연계할 수 있는 6차 산업 전략
- 관광 중심의 도지재생사업, **관광지 재생사업, 주민주도형 로컬 투어** 확대

관광수익의 지역내 순환

- 공정여행, 지역순환경제, 사회적 경제 등 **지역순환경제시스템** 구축
- **안정적인 수익창출, 비수기 고객유치가 관건 → 지속가능한 비즈니스모델**

3 제도 혁신 : 지역관광진흥법 제정

지역관광 육성을 위한 제도적 기반 구축

- 관광관련 법제는 1975년 제정된 **<관광기본법>과 <관광진흥법>**으로 구성
- 관광사업법 분리 논의가 있었지만 1987년 제정된 이후 큰 틀을 유지
- **시대는 변하고 법과 제도는 그 변화하는 시대를 담아내야!**

관광법제의 개편 필요성

- 지역관광진흥을 지원하기 위한 **별도 법제(지역관광진흥법)** 제정 필요
- **지역관광을 전담할 지역관광조직의 설치와 운영, 관련 재원의 확충**
- **관광진흥법 분법 추진(관광숙박법, 관광사업법, 관광개발법)과 연계**

지역관광진흥법 포함 내용(예)

- 지방자치단체가 지역관광진흥 재정의 확충에 필요한 시책 강구(기금설치 등)
- 지역에 미치는 관광영향을 효과적으로 관리할 수 있도록 지역관광영향평가
- 지역관광통계 및 연구개발, 농업수산업 등 지역산업과 연계한 관광상품개발
- 관광수용태세, 관광자원개발, 융복합관광콘텐츠 개발 지원(부처간 협력)
- 주민여행사 등 관광형 사회적기업과 주민관광사업체를 지원하기 위한 사항
- 에어비엔비, 게스트하우스처럼 공유경제형 지역관광 활성화

지역별 관광전담조직 설치

지역주도형 관광정책 추진

- **관에서 민으로, 파트너십! 민간부문도 스스로 주체적 역량을 키워야!**
- **관광은 시스템산업! 이해관계자간 협력이 핵심 경쟁력**
- **거버넌스** governance **& 협력** collaboration
  * 관광 행정/업계/전문가 협력적 관광거버넌스 구축

- 지자체 관광부문 진흥 조직과 관련 이해관계자간 협력적 거버넌스 부재
- **기초지치단체 관광협회 없음(관광진흥법 제45조)**
- 지역관광협의회의 한계(관광진흥법제48조9)
- 2020. 6월 경남관광공사, 7월 전남관광재단, 광주관광재단 출범
- 12개 한국형지역관광추진조직(DMO) 설립
- **이들 지역관광전담조직 지원을 위한 정책사업 추진 및 예산 지원**

地域觀光協會
DMO
Destination Marketing Organization
CVB
Convention & Visitors Bureau
地域觀光協議會

現지역관광협의회

1. 지역의 관광수용태세 개선을 위한 업무
2. 지역관광 홍보 및 마케팅 지원 업무
3. 관광사업자, 관광 관련 사업자, 관광 관련 단체에 대한 지원
4. 제1호부터 제3호까지의 업무에 따르는 수익사업
5. 지방자치단체로부터 위탁 받은 업무

4 관광R&D 투자 확대 : 소프트경쟁력

미래 관광 및 기초 인프라에 투자

정확한 통계와 연구개발 투자야말로 지역관광의 시작

- 부실한 지역통계, 믿을 만한 관광통계가 부족하다! 주먹구구, 깜깜이
- 정확한 통계는 지역관광정책수립 및 관광진흥, 성과평가의 기초인프라
- 관광객수/숙박(Stay)/관광사업체 매출 변화/관광객행태 변화

지역별 관광통계체계 전면 개편

- 최근 **빅데이터**와 IT기술을 이용한 집계 방법이 일부 활용되고 있지만, 현재로서는 지역을 찾는 관광객수를 정확히 집계할 방법이 없음
- 몇 군데 주요 관광지점 입장객수를 더해 추정하는 수준
- 골목과 체험마을 등 새로운 유형의 관광명소는 집계조차 안됨

관광서비스 부문 연구개발(R&D) 투자 확대

- 관광객인지 방문객인지, 어디서, 왜, 얼마나 오는지. 와서 무엇을 하는지, 얼마를 쓰고 가는지, 몇 시간을 머무르는지 조사연구
- 기초지자체별로 **정기적인 조사연구와 시장분석에 투자 확대**해야!!
- 지역관광사업체통계, 지역별관광객이동통계 등 신규 통계데이터 확보/보완

관광 교육과 창업 지원

다시 사람만이 희망이다!

사업성공의 관건은 인적자원

- **사업과 예산, 제도와 정책이 문제가 아니라 결국 사람의 문제**
- 외부로부터 자본과 정보, 인적자원 투입이 제한될 수밖에 없는 지역의 한계
- 열정적인 리더와 조직, 지원시스템이 조화를 이루어야 성공 가능

관광인재개발센터(T-HRD) : 관광Start Up/관광담당 공무원 역량 강화

- 관광전문인력 교육 및 일자리 창출을 위하여 **관광인재개발센터(THRD)** 설립
- 교육과 관광비즈니스(시장)를 연계, 단계별 인큐베이팅과 맞춤형 지원
- **지역별 관광전문아카데미/연구회/관광비즈니스창업대회/전문인력인증 등**
- **공무원 전문성 강화를 위한 교육연수, 개방직·전문직 확대**

지역관광사업과 중간지원 조직 설치

- 현장중심의 지역밀착형 지원조직(자원발굴 및 기획, 정보교류, 마케팅 등)
- 마을기업, 사회적기업 등 다양한 형태로 커뮤니티비즈니스(CB) 발굴
- 지역주민의 **주체적 · 자발적 참여, 관광사업**을 협력적으로 운영

맺음말

1 코로나 이후 산업질서 재편에 따른 관광산업 혁신 지원

- **여행업, 면세점업, 항공업, 호텔업 등 관광산업 총체적 위기**
  → 단기 운영자금의 지원, 관광시장 다각화, 민간 투자 진흥

2 매력적인 관광콘텐츠 창출을 위한 제도적 노력

- **관광자치를 위한 중앙정부와 지방자치단체 역할 분담**
- 관광트렌드 변화에 대응한 관광콘텐츠와 비즈니스 창출 기반 조성
- 지역관광 경쟁력 강화를 위한 **지역관광거버넌스 구축**

3 관광산업의 회복탄력성 강화

- 적응력(adaptability), 창조성과 역량(capacity), 협력적 거버넌스
- 유연한 산업구조, 다양성을 강화 → 생태계와 같이 살아있는 시스템

관광의 정치학, 새로운 리더십

선거와 공약, 자본과 권력 그리고 관광

관광개발은 선거철 단골 선심성 공약

일자리 창출과 **지역경제 활성화**를 위한다는 관광개발 논리
단체관광 중심의 관광정책, 따라하기식 관광개발
행정 편의주의, 보조금에 의존하는 운영에서 벗어나야

"관광으로 열어가는 지역의 미래, 새로운 리더십을 기대"

MEMO

MEMO

MEMO

MEMO