

제3장

관광·문화

제1절 관광

제2절 문화

제3장

관광·문화

제1절

관광

1. 현황 및 여건 분석

1) 관광수요 분석

● 국민 국내 관광 수요

- 국민 국내 관광 수요는 지속해서 증가 추세이며, 수도권은 국민 국내 관광 수요의 약 30% 정도 차지하였으나 2018년은 감소하였음
- 강원권은 2018년 평창동계올림픽 개최 등으로 관광수요가 급증한 것으로 나타남
- 경상권은 국민 국내 관광 수요의 약 23~25%를 차지하였으나, 2018년은 29%로 증가하였음

(단위 : 천일)

〈표 4-3-1〉

권역별 국민 국내
관광 수요

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
수도권	103,989	119,850	121,008	143,757	94,444
강원권	44,988	39,062	38,423	46,297	87,796
경상권	103,062	96,531	97,284	108,595	162,841
충청권	65,581	69,098	69,836	79,191	78,209
전라권	66,897	63,172	67,343	79,102	89,136
제주권	13,789	19,102	18,481	22,730	45,440
전 체	398,308	406,818	412,378	479,673	556,890

주1 : 2018년부터 국민여행실태조사에서 국민여행조사로 명칭변경, 조사방식 변경으로 변경 전(~2017년)의 조사 결과와 변경 후(2018년)의 조사 결과 간의 비교는 불가함.

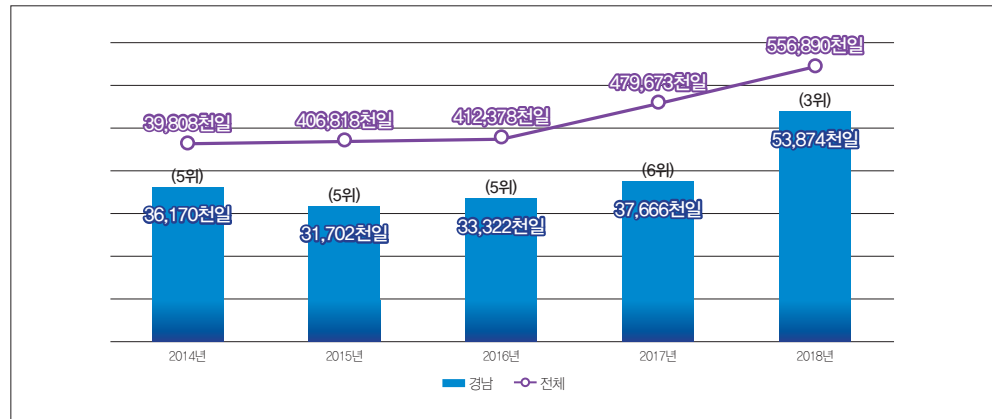
주2 : 2018년은 각 시도별 합과 전체 결과는 상이함(1회 여행시 여러 시도 방문 경우 포함).

주3 : 수도권(서울, 인천, 경기), 경상권(부산, 대구, 울산, 경북, 경남), 충청권(대전, 세종, 충북, 충남), 전라권(광주, 전북, 전남).

자료 : 문화체육관광부, 연도별 국민여행조사.

- 17개 시·도 중에서는 경기, 서울, 강원 등이 국내 관광방문지 중에 꾸준히 상위권을 차지하고 있음
- 경남지역은 전국 5~6위 국내 관광방문지로 2018년의 경우는 전국 3위로 상승하였음

〈그림 4-3-1〉

국민 국내 관광 수요
현황

〈표 4-3-2〉

지역별
국민 국내 관광 수요

(단위 : 천회, 천명)

구분	참가 횟수					이동 총량				
	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
전국	227,815	238,297	241,749	284,966	311,153	398,308	406,818	412,378	479,673	556,890
서울	26,729	27,656	27,234	35,514	14,811	39,970	41,724	38,011	49,671	23,789
부산	11,453	12,299	12,134	14,548	20,419	18,686	20,195	20,973	23,606	41,779
대구	5,892	6,162	5,464	6,054	6,613	9,070	8,946	8,680	9,242	10,612
인천	6,622	6,869	8,736	9,793	11,122	10,229	11,000	13,249	14,995	16,043
광주	4,561	4,609	3,797	4,982	4,396	8,390	8,673	6,297	8,885	7,700
대전	6,494	6,133	7,401	7,734	8,944	9,756	9,302	10,273	10,484	14,484
울산	2,672	2,801	3,712	3,374	3,891	3,883	4,347	5,232	4,709	6,541
세종	749	566	1,231	1,117	1,526	863	777	1,683	1,684	2,358
경기	36,195	44,327	44,893	54,554	38,279	53,789	67,125	69,748	79,090	54,612
강원	20,338	18,502	18,378	20,894	43,659	44,988	39,062	38,423	46,297	87,796
충북	9,506	9,875	11,697	14,664	12,044	16,187	16,809	19,862	23,606	19,749
충남	23,977	27,558	23,781	27,289	25,582	38,773	42,209	38,016	43,415	41,618
전북	15,654	14,899	16,406	20,437	18,633	29,388	24,386	27,833	31,604	29,163
전남	16,205	17,128	18,840	21,215	28,518	29,117	30,112	33,212	38,612	52,273
경북	19,081	18,384	16,262	18,461	27,840	35,250	31,338	29,075	33,369	50,035
경남	21,352	18,706	18,914	21,293	31,735	36,170	31,702	33,322	37,666	53,874
제주	4,229	6,023	6,077	6,995	14,222	13,789	19,102	18,481	22,730	45,440

주1 : 2018년부터 국민여행실태조사에서 국민여행조사로 명칭변경, 조사방식 변경으로 변경 전(~2017년)의 조사 결과와 변경 후(2018년)의 조사 결과 간의 비교는 불가함.

주2 : 2018년은 각 시도별 합과 전체 결과는 상이함(1회 여행 시 여러 시도 방문 경우 포함).

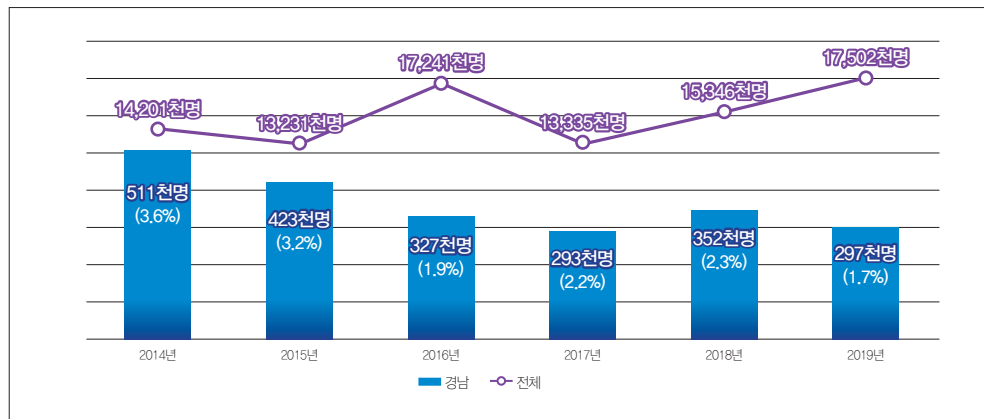
자료 : 문화체육관광부, 연도별 국민여행조사.

● 외래관광 수요

- 2016년 방한 외래관광객이 17,241천명으로 최고치를 기록하였으나, 2017년에는 사드 배치 갈등 이후 중국인 관광객이 절반가량으로 급감하여 전년 대비 22.7% 감소하였음
- 2019년에는 17,502천명으로 2016년 수준으로 회복하였음
- 방한 외래관광객은 서울지역에 약 80% 정도 방문하는 것으로 나타났으며, 경기, 부산, 인천 등의 순으로 높게 나타났음
- 경남지역은 방문율은 약 1~3% 수준으로 외래관광객 유치를 위한 탄력적인 방안이 필요함

〈그림 4-3-2〉

외래관광 수요



〈표 4-3-3〉

지역별
외래관광객 수요

(단위 : 천명)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
전국	14,201	13,231	17,241	13,335	15,346
서울	11,418	10,413	13,448	10,508	12,185
부산	1,136	1,362	1,793	2,013	2,255
대구	170	211	206	333	475
인천	710	899	1,068	1,333	1,273
광주	56	105	86	160	168
대전	156	158	172	226	260
울산	198	132	103	186	184
세종	14	26	34	53	61
경기	1,846	1,759	2,258	2,080	2,286
강원	1,008	846	1,103	906	1,488
충북	71	79	68	120	138
충남	127	172	172	173	214
전북	170	224	224	200	168
전남	227	238	155	93	107
경북	340	330	344	346	429
경남	511	423	327	293	352
제주	2,556	2,421	3,482	1,440	1,304

자료 : 관광지식정보시스템, 외래관광객 실태조사로 연구자 작성.

2) 경남 관광경쟁력 분석

(1) 관광인프라

● 관광시설

- 경남의 숙박시설의 객실 수는 총 8,062객실로 전국 평균 12,122실보다는 적었으며, 객실 이용률도 40.24%로 전국 62.44%보다 낮은 것으로 나타남
- MICE 개최 건수는 7,353건으로 전국 개최 건수의 58.6%를 차지하고 있으며, 참가자 수는 1,415,517명으로 전국의 3.7%로 매우 작은 것으로 나타남
- 관광안내소는 61개소로 전국 평균 30개보다는 많은 것으로 나타남

〈표 4-3-4〉

경남지역
숙박시설 현황

구분		전국	경남	전국 평균	기준
숙박시설	업체 수(개소)	1,983	100	117	2019년
	호텔업				
	객실 수(실)	158,141	5,216	9,302	2019년
	객실 이용률(%)	62.44	40.24	—	2018년
	휴양콘도미니엄				
	업체 수(개소)	235	17	14	2019년
	객실 수(실)	47,938	2,846	2,820	2019년
	매출액(백만원)	7,664,356	261,826	450,844	2018년

자료 : 문화체육관광부, 2019년 관광숙박업 등록현황, 한국호텔업협회, 2018 호텔업운영현황; 문화체육관광부(2019), 2018 관광사업체조사.

〈표 4-3-5〉

경남지역
회의·전시시설 및
관광안내소 현황

구분		전국	경남	전국 평균	기준	
회의·전시시설	전문컨벤션센터(개소)	15	1	1	2019년	
	MICE 산업	개최 건수(건)	213,263	7,353	12,545	2017년
		참가자 수(명)	37,822,294	1,415,517	2,224,841	2017년
	국제회의업 매출액(백만원)	1,303,342	20,801	76,667	2018년	
관광안내소	개소	516	61	30	2017년	

주 : MICE 산업 현황은 Incentive Tour 산업 제외 수치임.

자료 : 문화체육관광부(2019), 2018 관광사업체조사, 한국관광공사(2019), 2017 MICE 산업통계 조사·연구, 문화체육관광부(2018), 2017 지역 관광발전지수 동향분석.

● 관광사업체

- 관광진흥법 등록·허가·신고·지정된 관광사업체 중 관광객이용시설업(294개소), 유원시설업(217개소), 관광편의시설업(276개소)은 전국 평균보다는 많은 것으로 나타났으며, 여행업은 전국 평균 이하로 나타남
- 매출액으로는 관광업체 모두 전국 평균 이하로 나타남

(단위 : 개소, 백만원)

〈표 4-3-6〉

경남지역
관광사업체 현황

구분	전국	경남	전국 평균	기준
관광사업체	여행업	22,283	1,047	1,311
	관광객이용시설업	4,580	294	269
	유원시설업	2,763	217	163
	관광편의시설업	4,369	276	257
	합계	29,626	1,558	2,000
매출액	여행업	8,462,198	74,543	497,776
	관광이용시설업	1,020,730	31,392	60,043
	유원시설업	1,970,884	108,347	115,934
	관광편의시설업	1,982,210	63,294	1,166,001
	합계	11,483,438	215,840	790,354

주 : 관광진흥법에 의거하여 등록·허가·신고·지정된 관광산업 사업체 현황임.
 자료 : 한국관광협회중앙회, 2019년 4분기 관광사업체 현황.

(2) 관광자원

● 지정관광(단)지 및 관광특구

- 지정관광지는 전국 230개 지정, 경남은 21개가 지정되어 있음
 - 경남의 지정관광지는 22개소였으나, 2016년 6월 비토관광지가 지정 실효되었음
- 관광단지는 전국 47개 지정, 경남은 창원 구산해양관광단지와 거제 남부 관광단지 2개소가 지정되어 있음
- 관광특구는 전국 32개 지정, 경남은 부곡온천과 미륵도 2개소가 지정되어 있음

〈그림 4-3-3〉

지정 관광(단)지 및
관광특구 현황도

● 생태·녹색 관광자원

- 국립공원의 개수와 면적은 전국 평균보다 적은 것으로 나타났으며, 자연공원은 1,053.83km²로 전국 평균보다 229km² 많은 것으로 나타남
- 국유 자연휴양림의 면적은 전국 106,562ha의 0.3% 수준인 368ha이었으나, 공유 자연휴양림의 면적은 전국 평균보다는 다소 넓은 것으로 나타남
- 관광농원 145개소로 전국 평균에 3배가 많았으며, 농촌체험휴양마을은 116개소로 전국의 10.7% 차지함

(단위 : 개소, km², ha)

〈표 4-3-7〉

경남지역
생태·녹색 관광자원

구분		전국	경남	전국 평균	기준	
국립공원	개소	22	4	1	2019년	
	면적	6,726,298	865,26	395,664.59	2018년	
자원공원	면적	14,014,67	1,053,83	824,39	2017년	
자연 휴양림	국유	개소	43	2	3	2018년
		면적	106,562	368	6,268	2018년
	공유	개소	104	10	6	2018년
		면적	22,085	1,493	1,299	2018년
생태·경관보전 지역	개소	24	1	1	2018년	
	면적	37,764	0.002	2,221	2018년	
관광농원	개소	726	145	43	2018년	
농촌체험휴양마을	개소	1,076	116	63	2018년	

자료 : 국립공원공단(www.knps.or.kr), 문화체육관광부(2018), 2017 지역관광발전지수 동향분석, 문화체육관광부(2019), 2018년 기준 관광동향에 관한 연차보고서.

● 역사·문화 관광자원

- 세계유산 14개 중 경남은 산사, 한국의 산지승원(양산 통도사), 한국의 서원(남계서원), 해인사 장경판전이 등재, 세계기록유산으로는 고려대장경판 및 제경판이 등재되어 있음

(단위 : 개소, 개)

〈표 4-3-8〉

경남지역
역사·문화 관광자원

구분		전국	경남	전국 평균	기준
유네스코 등재유산	세계유산	14	3	0.8	2020년
	기록유산	16	1	0.9	2020년
사찰	전통사찰	968	103	57	2020년
	템플스테이	139	12	8	2020년

자료 : 유네스코유산(heritage.unesco.or.kr), 문화체육관광부, 전통사찰 현황(2020년 기준), 템플스테이(www.templestay.com).

● 레저(스포츠) 관광자원

- 경남의 스키장은 1개소였으며, 골프장은 49개소, 낚시터는 66개로 전국 평균보다는 많은 것으로 나타남

(단위 : 개소)

〈표 4-3-9〉

경남지역
레저(스포츠) 관광자원

구분	전국	경남	전국 평균	기준
스키장	18	1	1	2019년
골프장	486	49	29	2016년
낚시터	943	66	55	2019년

주 : 낚시터 현황은 낚시어선업 허가·등록 건수임.

자료 : 한국스키장경영협회(www.skiresort.or.kr), 골프저널(www.golfjournal.co.kr), 해양수산부, 2019년 낚시터업 현황.

● 해양관광자원

- 어촌체험 휴양마을은 23개소로 전국 평균 6개보다 많은 것으로 나타났으며, 섬은 484개소로 전국의 16.8%를 차지하고 있음

(단위 : 개소, 개)

〈표 4-3-10〉

경남지역
해양관광자원

구분	전국	경남	전국 평균	기준
어촌체험 휴양마을	97	23	6	2018년
섬(도서)	3,348	484	197	2019년

자료 : 지역관광발전, 2018년 기준 관광동향에 관한 연차보고서; 해양수산부 무인도서 종합정보제공(<http://ui.mof.go.kr/UI/INTRO/index.html>).

(3) 관광 인력

- 경남 관광산업 종사자 수는 9,339명으로 전국의 3.6% 수준이며, 6개 분야 모두 전국 평균보다 적은 것으로 나타남
- 경남에서 활동 중인 문화관광해설사는 총 210명으로 전국 187명보다는 많은 것으로 나타났으며, 관광 관련 공무원 수는 전국의 4.0% 수준으로 평균보다 낮은 것으로 나타남
- 관광 관련 학과 재적생 수는 508명으로 전국의 3.0% 수준이며, 전국 평균보다 적은 것으로 나타남
- 국외여행인솔자 교육기관은 7개소로 전국 평균보다 많은 것으로 나타남

〈표 4-3-11〉

경남지역 관광 인력
및 양성기관

(단위 : 명, 개소)

구분		전국	경남	전국 평균	기준
관광산업 종사자 수	여행업	99,077	2,352	5,828	2018년
	관광숙박업	69,926	2,481	4,113	2018년
	관광객이용시설업	23,154	1,125	1,362	2018년
	국제회의업	9,100	128	535	2018년
	유원시설업	26,189	1,814	1,541	2018년
	관광편의시설업	32,785	1,439	1,929	2018년
	합계	260,231	9,339	15,308	2018년
문화관광 해설사 수	양성 인원	5,627	443	331	2018년
	활동 인원	3,182	210	187	2018년
관광 관련 공무원 수		471	19	28	2018년
관광 인력 양성 기관	관광 관련 학과 재적생 수	16,756	508	986	2019년
	국외여행인솔자 교육기관	55	7	3	2020년

주 : 관광 관련 공무원 수는 현원 기준임.

자료 : 문화체육관광부(2019), 2018년 기준 관광동향에 관한 연차보고서, 국외여행인솔자 인력관리시스템(www.tchrm.or.kr).

2. 미래 트렌드 및 경남 미래변화 전망

● 숨은 여행지(대안 여행지)의 부상

- 부킹닷컴은 전 세계적인 트렌드로 관광객이 집중되는 ‘오버투어리즘(Overtourism)’ 지역보다는 비교적 덜 알려진 ‘대안 여행지’를 방문하는 여행이 각광받을 것으로 예측함²¹⁾
- 전 세계 29개국 22,000명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과, 응답자의 51%가 비교적 덜 알려진 ‘대안 여행지’로 목적지를 바꿀 의향이 있으며, 60%는 관광객 증가로 현지 지역사회가 긍정적 효과를 창출할 수 있는 여행지를 추천하는 앱 혹은 웹 서비스의 이용의향이 있다고 응답
- 국내에서도 대도시, 인기 여행지보다는 덜 변화한 곳, 부도심지를 방문함으로써 관광객 쏠림 현상으로 인한 불편을 피하고, 조용하고 쾌적한 여행을 즐기려는 움직임이 나타나고 있으며, 앞으로도 이러한 경향이 더욱 뚜렷해질 것으로 예상됨(한국관광공사, 2019)
- 이는 오버투어리즘을 지양하는 추세와 더불어 TV 예능 프로그램들이 다양한 개성을 가진 새로운 여행지들을 집중적으로 조명하면서 대중의 호기심을 자극했기 때문으로 분석됨²²⁾

21) 부킹닷컴(2019-11-25일), 부킹닷컴, 2020년 주목해야 할 8대 여행 트렌드 발표.

22) 이뉴스투데이(2019-12-30일), 하나투어 선정 ‘2020년 여행 트렌드’ 키워드 10.

● 소소한 여행, 여행의 일상화

- 소확행(작지만 확실한 행복), 가심비(가격대비 심리적 만족), 가시비(가격대비 시간 소비) 등의 개념이 확산하면서 물질적 소유 대신 짧고, 가까운 여행으로 소유욕을 해소하는 행태가 증가하고 있음(한국문화관광연구원, 2019)
- 즉, 여행이 특별한 날에 떠나는 것이 아닌 일상 중 틈틈이 짧은 시간으로도 즐길 수 있는 것으로 인식되고, 이에 따라 당일 여행, 1박 2일과 같은 단기간, 근교 여행, 스테이케이션, 호캉스 등 다양한 여행 형태가 나타나고 있음(한국관광공사, 2017)
- 2019년 상반기 국민여행조사 결과에 따르면, 2018년 상반기 대비 당일 여행 횟수는 23.6% 증가하였으나, 숙박 여행 횟수는 2% 감소한 것으로 나타났음(한국관광공사, 2019)
- 주 52시간제 도입, 워라밸, 옐로(YOLO), 포미(FOR ME) 등 제도적 측면과 가치관의 변화에 따라 여행의 일상화는 더욱 확산될 것으로 예상됨

● 일상을 경험하는 생활 여행, 리빙 트립(Living trip)

- 과거, 랜드마크, 명소 중심의 방문행태에서 마을, 골목, 시장 등 지역주민의 일상을 경험하는 생활 여행의 선호추세가 증가하고 있으며, 관광지라는 개념이 모호해지면서 앞으로 이는 더욱 확대될 것으로 예측됨
- 특히, 지역주민들이 일상적으로 다니는 거리, 골목 등을 포함한 구도심에 문화·예술·역사가 융합된 지역밀착형 도시재생 모델인 부산 감천문화마을, 통영 동피랑마을, 경주 황리단길, 목포 등이 인기를 끌고 있음(한국관광공사, 2017)
- 또한, 제주를 중심으로 현지에 살아보는 여행을 의미하는 리빙 트립(Living trip)인 한 달 살기가 유행하면서 강원도 한 달 살기, 남도에서 한 달 살기 등 각 지자체가 인구감소, 내수축진에 대한 대안으로 한 달 살기 프로그램을 기획·운영하고 있음
- 하나투어, 모두투어 등의 여행업계에서도 유럽 한 달 살기, 동남아 한 달 살기, 캐나다 한 달 살기 등의 여행상품을 출시·운영하는 등 리빙 트립의 공간적 범위가 국내뿐만 아니라 전 세계로 확대되고 있음
- 이에 따라 경남도는 경남에서 생활하면서 지역을 여행하고, 경험할 수 있는 경남형 한 달 살이를 추진하기 위해 시군별 지역별 특성에 부합하는 테마별 프로그램을 개발하고, 숙박비·체험비 등을 지원하고자 계획하고 있음
- 과거 한 달 살기 등의 장기체류 여행은 은퇴자, 주부에 해당하는 여행 형태였지만, 최근, 리프레시 휴가, 안식월 등의 제도 등이 확대되면서 이러한 추세는 더욱 증가할 것으로 예상됨²³⁾

23) 매일경제(2019-07-22일), 2019 여행 뉴 트렌드 'PEACE' | 脫(탈)패키지·한 달 살기·체험&학습 눈요기 관광은 그만...맞춤형 여행 대세.

● 스마트 관광

- 스마트폰, 태블릿 PC 등 스마트 기기를 중심으로 온라인여행사, 애플리케이션 등을 통해 실시간으로 관광정보를 획득하고, 구매하는 스마트 관광(Smart tourism)이 새로운 관광 트렌드로 자리 잡고 있음(경남연구원, 2019)
- 부킹닷컴의 조사 결과, 응답자 22,000명 중 44%가 앱을 통해 미리 투어 및 액티비티 계획을 수립할 예정이며, 46%는 여행 중 실시간으로 투어나 액티비티를 살펴보고, 예약에 앱을 활용할 것이라고 응답하였음²⁴⁾
- 국내에서도 네이버, 카카오 등의 다양한 플랫폼들의 영향력이 가속화되고, 전 세계적으로도 액티비티 예약을 제공하는 전용 플랫폼들이 증가하고 있음
- 경남에서도 수요자 중심의 위치기반 스마트 다국어 관광해설 시스템 구축 사업, 지역관광 플랫폼 구축 등 스마트 관광 체계에 대응하는 다양한 정책을 전개하고 있음
- 디지털과 SNS에 등에 능숙하고, 여행에 적극적인 Z세대가 여행업계의 주요 타깃 시장으로 떠오르고 있으며, 앞으로도 여행의 의사결정에 있어 혁신적 기술은 더욱 중요하게 작용할 것으로 예측됨

● 배움과 경험의 여행

- 주 52시간제 도입, 일과 삶의 균형을 중시하는 워라밸의 개념이 확산, 퇴근 후 자기 개발을 즐기는 원데이 클래스 붐이 일면서, 여행에서도 새로운 것을 경험하고, 배우고자 하는 추세가 증가하고 있음²⁵⁾
- 특히, 여행에 기억할만한 경험을 추구하는 경향이 강해지고 있으며, 구직활동, 직장생활 등 현실에서 벗어나 여행, 봉사 등 다양한 액티비티를 체험하면서 진정한 자아, 적성을 찾기 위해 여행을 떠나는 갭이어(Gap Year)족이 증가하고 있음(경남연구원, 2017)
- 하나투어는 유럽의 유명 꽃 레슨 브랜드인 지타엘츠(Zita Elze), 맥퀸즈(Mc Queens)와 독점계약을 체결하여 '영국 맥퀸즈 · 지타엘츠 플라워 클래스' 상품, 축구 마니아들을 겨냥한 '영국 · 스페인 축빠의 길' 상품을 출시하여 인기를 끌었음
- 한국관광공사는 한 분야의 지역 전문가가 함께 여행하는 '명사와 함께하는 여행 프로그램'을 운영 중이며, 태국 마라톤 컨셉투어(마라톤 참가+자유여행), 차이나 비즈니스 학습여행(중국의 최신 비즈니스 트렌드 및 사회 변화 체험) 등 다양한 형태의 여행상품이 등장하고 있음

● SNS의 영향력 Up, 인스타그램머블(Instagrammable)

- 여행의 경험을 SNS를 통해 공유하는 트렌드가 지속되면서 사진 찍기 좋은 곳, 인생샷(인생에서 찍은 사진 중 가장 잘 나온 사진)을 찍을 수 있는 곳 등이 여행지를 선택하는 하나의 요소가 되고 있음

24) 부킹닷컴(2019-11-25일), 부킹닷컴, 2020년 주목해야 할 8대 여행 트렌드 발표.

25) 매일경제(2019-07-22일), 2019 여행 뉴 트렌드 'PEACE' | 脫(탈)파커지 · 한 달 살기 · 체험&학습 눈요기 관광은 그만...맞춤형 여행 대세.

- 특히, 여행의 행위를 즉각적으로 사진 이미지로 편집·기록하는 인스타그램(Instagram)이 대세가 되면서 인스타그램에 기록하고, 공유할 만큼 가치가 있음을 의미하는 인스타그램머블(Instagrammable)이라는 신조어가 등장하였음
- 또한, 여행을 사진뿐만 아니라 영상으로 남기려는 경향이 증가하면서 유튜브(YouTube) 채널에 실시간으로 여행 관련 영상 콘텐츠를 업로드하는 추세가 증가하고 있으며, 지역 관광명소를 발굴·소개하는 유튜브 크리에이터가 인기를 끌고 있음(한국관광공사, 2019)
- 국내여행 유튜버 중 개인 크리에이터가 차지하는 비중은 전체 영상 기준 87%, 조회 수 기준 75.7% → 대형 콘텐츠 공급자보다 지역여행, 지역소개를 소재로 하는 소규모 크리에이터들의 영향력 확대
- 트립닷컴이 2019년 6월~7월까지 20~50대 고객 818명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과, 실제로 세대별로 인스타그램, 블로그 등 SNS를 통해 정보를 얻고, 이를 공유하는 활동을 활발히 전개하고 있는 것으로 나타남

(단위 : %)

〈표 4-3-12〉

정보획득채널 및
사진·영상
업로드 채널

구분		20대	30대	40대	50대
정보획득 채널	1위	인스타그램(45)	블로그(62)	블로그(67)	블로그(60)
	2위	블로그(43)	인스타그램(33)	지인추천(43)	지인추천(30)
	3위	유튜브(29)	지인추천(30)	커뮤니티(22)	기타(27)
사진·영상 업로드 채널	1위	인스타그램(65)	인스타그램(52)	미사용(33)	블로그(27)
	2위	미사용(18)	미사용(23)	페이스북(21)	미사용(23)
	3위	페이스북(12)	기타(8)	인스타그램(18)	페이스북(20)

주 : 다중응답.

자료 : TravelDAILY(2019-07-24일), 20대 여행정보 검색 1위 · · · 인스타그램.

- 이에 따라 경남도는 경남관광 글로벌 대학생 SNS 기자단 운영, 해외 주요 SNS 채널, 온라인 여행사(OTA), 유튜브 등 다양한 플랫폼을 활용한 관광 홍보·마케팅 정책을 지속해서 추진해오고 있음
- 디지털 기술의 발달, 스마트 기기 이용 확산, 세대를 초월하는 SNS 이용의 보편화에 따라 앞으로도 SNS의 영향력은 더욱 확대되고, 관광업계뿐만 아니라 지자체에서도 관광 홍보·마케팅, 정보제공 등에 SNS 활용이 지속될 것으로 예상됨

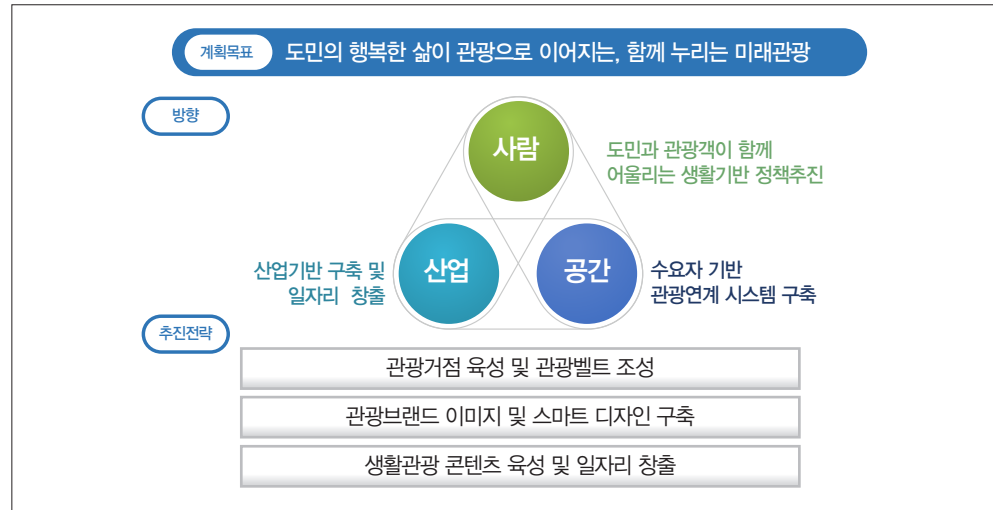
● 여행의 최우선 순위 '안전'

- 전 세계적으로 무차별 테러 발생, 전염병(메르스, 에볼라, 코로나19 등)의 유행, 자연재해(지진, 해일 등), 대규모 재난 및 사고 등으로 관광목적지 결정에 있어 안전이 최우선 순위가 되고 있음(경상남도, 2017)
- 또한, 이러한 현상들이 관광객들의 여행 제약요인이 되면서 관광수요 침체를 야기하고, 관광산업에 위기를 가져오는 문제점이 발생하고 있음
- 이에 따라 국가·지자체 차원에서 안전사고, 재난, 전염병 등 다양한 유형의 관광 제약요인에 적극적으로 대응할 수 있는 전략 마련이 주요한 이슈가 되고 있음

3. 계획목표 및 추진전략

〈그림 4-3-4〉

관광 부문 계획목표
및 추진전략



1) 계획목표

● 도민의 행복한 삶이 관광으로 이어지는, 함께 누리는 미래관광

- 사람이 중심이 되는 관광기반 조성 및 도민과 관광객이 함께 어울릴 수 있는 지역밀착형 생활기반 정책 추진
- 미래 환경변화에 대응하는 지역 기반 관광산업 육성으로 고부가가치 관광시장 및 일자리 창출
- 수요자 중심의 관광시설 확충 및 연계 시스템 구축 등으로 연계개발을 유도함으로써 경남 전체를 관광공간으로 육성

2) 추진전략

● 관광 부문 핵심지표

〈표 4-3-13〉

관광 부문 핵심지표

구분	현재 수준	1단계 목표(2030년)	2단계 목표(2040년)
외래관광객 수	30만명	100만명	200만명
관광사업체 종사자 수	24만명	27만명	30만명
관광지출액	3.4조원	4조원	5조원

● 관광거점 육성 및 관광벨트 조성

- 역사문화, 자연환경 등 관광자원을 바탕으로 숙박, 식음, 쇼핑 등 다양한 인프라를 보유한 관광거점으로 기능을 수행할 수 있는 지역을 관광거점으로 육성
- 지리산관광벨트, 낙동강관광벨트, 웰니스관광클러스터 등 기존 관광벨트 외 신규 관광벨트 육성

● 관광브랜드 이미지 및 스마트 디자인 구축

- 지역 특성, 문화, 역사 등을 기반으로 특화 관광브랜드 이미지 구축, 브랜드 이미지를 적용한 스마트 디자인 설계 및 구현

● 생활관광 콘텐츠 육성 및 일자리 창출

- 일상의 영역도 관광의 공간으로 인식, 일상 생활권 내에서 이루어지는 관광 활동과 연계·포괄하는 지원정책 및 프로그램 수립

4. 추진시책

1) 관광거점 육성 및 관광벨트 조성

● 지역 간 연계협력과 지역 관광거점 육성

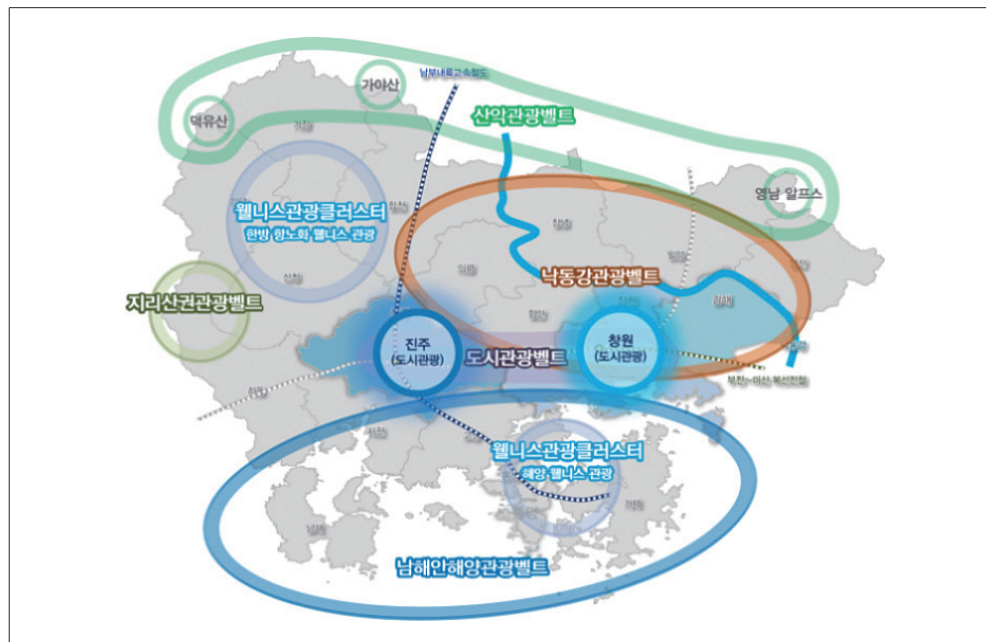
- 편리한 교통과 다양한 관광자원과 관광시설을 보유하고 있는 지역을 관광거점으로 선정하여 개발을 집중 시켜 관광산업의 집객 효과를 유도
- 관광공간을 집적하여 활용할 수 있는 메가 이벤트를 개최하여 단기간 관광거점으로 활용하고, 교통·정보·가격 등 관광거점과 주변 지역을 관광벨트화하여 시너지 효과 극대화

● 지역의 특성과 테마를 고려한 지속가능한 관광벨트 조성

- 지역이 특화 관광자원, 테마, 지리적 입지, 교통체계 변화 등을 고려하여 관광벨트는 지속해서 개선 및 발전하여 운영

〈그림 4-3-5〉

경남지역
관광거점 육성 및
관광벨트 조성



2) 특화 관광브랜드 이미지 및 스마트 디자인 구축

● 특화 관광브랜드 이미지 개발 및 육성

- 도민과 관광객들이 공감하고 선호하는 경남 대표 관광브랜드 이미지와 지자체별 특화 관광브랜드 이미지 개발, 개발된 이미지는 관광단지, 시설, 상품 및 프로그램 등 적용
- 지자체별 특화 관광브랜드를 연계 관광상품으로 확장하고 관광테마, 공간, 교통 등을 활용 다양한 관광상품 디자인

● 스마트 관광인프라 구축 및 스마트관광 육성

- 소셜미디어와 앱 활용이 보편화되고, 관광마케팅 및 서비스 플랫폼 등의 다양한 형태로 스마트 관광이 상용화되는 추세
- VR·AR 기반 관광콘텐츠 제작 및 스마트관광 오픈 플랫폼 제공, 빅데이터를 활용한 수요자 맞춤형 관광정보 등 스마트관광의 기반 조성

3) 생활관광 콘텐츠 육성 및 일자리 창출

● 지역 맞춤형 스토리 발굴 및 생활관광 프로그램 개발·운영

- 현지인 풍습, 생활 등 지역문화를 체험하는 활동의 선호가 확산됨에 따라 해당 지자체만의 독특한 생활방식이나 스토리를 발굴하여 핵심 관광프로그램 개발·운영하여 지역관광 활성화 도모 추진
- 주요 관광지 외에 현지인이 주로 방문하는 숨은 관광자원(골목길, 맛집, 공원 등)과 생활공간을 연계하여 관광자원화하고 관광객과 도민이 함께 어울리고 지역민들의 삶을 공유할 수 있는 관광콘텐츠 개발
- 또한, 관광객 체류 확대를 위한 직업 교육·체험(취업) 프로그램 운영을 통한 체류 관광객의 정주 인구 전환 등 유도

● 지역민 주도 생활관광 기반 조성 및 일자리 창출

- 도민이 일상생활에서 참여할 수 있는 생활밀착형 프로그램을 발굴하여 도민이 프로그램을 운영·참여하도록 유도, 도민을 생활관광 전문 인력양성
- 지역민이 운영하는 'OO마을 생활관광 전담센터' 설치, 지역민이 다양한 관광 활동을 생활권에서 추진할 수 있도록 지원체계 마련

제2절

문화

1. 현황 및 여건 분석

1) 문화시설

● 전국 시도별 문화기반시설

- 2019년 1월 초 현재 경남은 경기, 서울, 강원에 이어 4번째로 많은 문화기반시설을 보유하고 있음

(단위 : 개소)

〈표 4-3-14〉

전국 시도별
문화기반시설 현황
(2019.1.1. 기준)

구분	합계	국립 도서관	공공도서관				박물관				미술관				문예 회관	지방 문화 원	문화 의 집
			계	지자 체	교육 청	사립	계	국공 립	사립	대학	계	국공 립	사립	대학			
전국	2,825	3	1,096	840	233	23	881	416	363	102	258	72	172	14	255	231	101
서울	399	2	173	145	22	6	128	30	70	28	45	5	35	5	21	25	5
부산	107	0	43	27	14	2	30	13	6	11	8	2	4	2	11	15	0
대구	80	0	41	24	10	7	16	8	5	3	4	2	0	2	11	8	0
인천	104	0	50	41	9	0	28	15	12	1	5	2	3	0	10	10	1
광주	63	0	23	17	6	0	12	5	3	4	12	4	8	0	7	5	4
대전	55	0	24	22	2	0	14	4	4	6	5	2	3	0	4	5	3
울산	43	0	19	15	4	0	10	8	1	1	0	0	0	0	5	5	4
세종	19	0	10	9	1	0	7	3	4	0	0	0	0	0	1	1	0
경기	537	1	264	249	11	4	136	55	71	10	52	12	36	4	44	31	9
강원	215	0	57	34	22	1	95	50	40	5	18	4	14	0	21	18	6
충북	130	0	45	30	15	0	44	26	13	5	11	5	6	0	12	11	7
충남	166	0	62	43	19	0	55	34	17	4	9	2	7	0	18	16	6
전북	158	0	58	39	18	1	41	28	9	4	16	7	9	0	17	14	12
전남	206	0	69	47	21	1	58	38	17	3	32	8	24	0	21	22	4
경북	201	0	65	37	28	0	69	39	19	11	11	5	5	1	27	23	6
경남	207	0	71	45	25	1	70	44	21	5	9	5	4	0	22	20	15
제주	135	0	22	16	6	0	68	16	51	1	21	7	14	0	3	2	19

자료 : 문화체육관광부(2020). 2019 전국문화기반시설 총람에서 인용.

● 경남 시군별 문화기반시설

- 2019년 1월 초 현재 경남의 18개 시·군에 분포된 주요 문화기반시설 현황은 다음과 같음
- 창원시가 38개소로 가장 많은 문화기반시설을 보유하고 있고, 다음으로 김해시 28개소, 진주시 18개소 순으로 나타났고, 함양군이 4개소로 가장 적은 것으로 나타났음

(단위 : 개소)

〈표 4-3-15〉

경남지역
문화기반시설 기본현황
(2019.1.1. 기준)

구분	합계	국립 도서관	공공도서관				박물관				미술관				문예 회관	지방 문화 원	문화 의 집
			계	지자 체	교육 청	사립	계	국공 립	사립	대학	계	국공 립	사립	대학			
경남	207	0	71	45	25	1	70	44	21	5	9	5	4	0	22	20	15
창원시	38		17	13	4		9	7		2	3	2	1		3	3	3
진주시	18		7	5	1	1	8	3	3	2	1	1			1	1	
통영시	14		5	4	1		2	1	1		2		2		2	1	2
사천시	7		3	1	2		1		1		1		1		1	1	
김해시	28		8	6	2		11	9	1	1	2	2			2	1	4
밀양시	11		4	2	2		5	1	4						1	1	
거제시	14		6	5	1		6	1	5						1	1	
양산시	12		5	4	1		2	1	1						1	1	3
의령군	5		1		1		2	1	1						1	1	
함안군	5		2	1	1		1	1							1	1	
창녕군	8		3	1	2		3	3							1	1	
고성군	10		2	1	1		6	5	1						1	1	
남해군	5		2	1	1		1	1							1	1	
하동군	6		1		1		2	2							1	1	1
산청군	11		1		1		6	5	1						1	1	2
함양군	4		1		1		1	1							1	1	
거창군	5		2	1	1		1	1							1	1	
합천군	6		1		1		3	1	2						1	1	

자료 : 문화체육관광부(2020), 2019 전국문화기반시설 총람에서 인용.

- 이처럼 경남 지역에 많은 문화시설이 건립되어 운영되고 있으나 일부 시·군의 경우 여전히 문화시설의 부족을 겪고 있으므로 주민들의 실질적인 수요에 부합하는 문화기반시설의 체계적 확충이 필요함
- 기존 문화시설의 운영을 내실화 하고 재정 지원을 강화하여 문화시설의 고유한 기능과 역할을 강화할 필요가 있음

● 경남 생활문화센터

- 생활문화센터는 문화예술 활동을 하고자 하는 개인, 동호회 등을 위한 연습·발표 공간과 함께 지역 문화공동체 형성을 위한 주민커뮤니티공간, 북카페, 공연장 등 지역주민 누구나 자유롭게 이용할 수 있도록 조성한 생활문화공간으로 2020년 2월 현재 전국에 130개소가 운영 중에 있음
- 경남 내 생활문화센터는 2015년 거창군 하성 단노을생활문화센터 설립을 시작으로 2020년 현재 18개 시·군 중 창원시, 밀양시, 남해군, 하동군, 산청군 등 6개 시·군에 8개소가 개관되어 운영 중에 있음

〈표 4-3-16〉

경남지역 생활문화센터
개관 현황
(2019.1.1. 기준)

구분	센터명	운영방식	공간유형	선정연도	개관연도	개관일
창원시	중앙생활문화센터	민간위탁	기존	2016	2018	04.12.
	백산마을 생활문화센터	주민자율	유헴	2015	2016	03.01.
밀양시	신안마을 생활문화센터	주민자율	기존	2015	2016	03.01.
	기산리 생활문화센터	주민자율	기존	2016	2017	10.16.
남해군	남해생활문화센터	직영	유헴	2016	2017	01.05.
하동군	악양생활문화센터	민간위탁	유헴	2015	2018	03.01.
산청군	덕산문화의집 생활문화센터	민간위탁	기존	2016	2017	04.10.
거창군	하성 단노을생활문화센터	주민자율	유헴	2014	2015	10.19.

- 경남의 생활문화센터들은 주민학습동아리 모임, 마을축제 개최 등 지역사회 주민들의 만남과 교류를 지원하며 자율적이고 능동적인 참여공간으로 기능하고 있음
- 2020년에는 함안(1), 창원(3), 진주(1), 사천(1), 김해(2), 밀양(1), 양산(2), 고성(1), 남해(2), 하동(1), 산청(1)에 총 16개소의 생활문화센터 건립이 예정되어 있음

● 경남 지역문화재단

- 지역문화재단은 지방자치단체가 지역문화정책을 전문적이고 효과적으로 추진하기 위하여 설립한 지역문화진흥기관으로 ‘공익적 성격을 가진 재단법인’이면서 공직유관단체’임
- 경남의 광역단위 문화재단은 2010년 설립된 경남문화예술진흥원이 있으며, 기초문화재단은 창원시, 사천시, 김해시, 거제시, 밀양시, 거창군 등 6개 시·군에서 운영 중에 있음

〈표 4-3-17〉

경남지역 지역문화재단
현황(2019.1.1. 기준)

구분	재단명	설치조례	최초출연금(억원)				설립일 (등기기준)
			중앙문화 진흥기금	시도 출연	기타	계	
광역	경남문화예술진흥원	경남문화예술진흥원 설립 및 운영에 관한 조례	-	-	-	-	2010.03.23.
기초	창원문화재단	창원문화재단 설립 및 운영 조례	-	1.0	-	1.0	2008.02.20.
	사천문화재단	사천시 사천문화재단 설립 및 운영조례	-	3	9.7	12.7	2011.10.28.
	김해문화재단	김해문화재단 설립 및 운영에 관한 조례	-	-	0.5	0.5	2005.02.07.
	거제문화예술재단	거제시문화예술재단 설립 및 운영에 관한 조례	-	0.01	-	0.01	2003.10.06.
	밀양문화재단	밀양문화재단 설립 및 운영에 관한 조례	-	32	-	32	2015.12.09.
	거창문화재단	거창문화재단 설립 및 운영에 관한 조례	-	-	0.5	0.5	2017.02.28

2) 문화유산

● 국가 및 시도 지정 문화재

- 가야문화, 불교문화, 유교문화, 해양문화 등 4대 전통문화유산을 보유하고 있는 경남은, 후대에 와서 유교 및 불교문화의 번성으로 유명 사찰들과 국보급 문화재를 다수 가지고 있음
- 도내 지정(등록)문화재는 국가지정문화재 308건, 시도지정문화재 892건, 등록문화재 44건, 문화재자료 641건 등 총 1,885건임

(단위 : 건)

〈표 4-3-18〉

전국 시도별
국가·시도문화재
지정 현황
(2018.12.31. 기준)

구분	총계	국가지정									시도지정						문화재 자료
		국보	보물	사적	명승	천연 기념물	국가 무형 문화재	국가 민속 문화재	소계	등록 문화재	시도 유형 문화재	시도 무형 문화재	시도 기념물	시도 민속 문화재	소계		
전국	13,656	336	2,146	505	112	459	142	299	3,999	784	3,363	601	1,712	470	6,146	2,727	
서울	1,808	163	706	67	3	12	29	41	1,021	203	395	49	39	33	516	68	
부산	477	5	47	6	2	7	5	2	74	19	184	25	51	19	279	105	
대구	270	3	72	9	0	2	0	6	92	11	76	17	17	4	114	53	
인천	264	1	29	18	1	14	5	0	68	8	68	28	65	2	163	25	
광주	156	2	14	2	1	2	1	3	25	19	29	20	24	9	82	30	
대전	229	2	13	1	0	1	0	2	19	21	57	24	47	2	130	59	
울산	142	2	8	5	0	3	0	2	20	6	34	5	46	1	86	30	
세종	44	0	2	0	0	1	0	1	4	0	13	3	11	0	27	13	
경기	1,119	11	161	69	4	19	11	22	297	85	298	68	183	12	561	176	
강원	650	11	81	18	25	42	3	11	191	40	162	29	80	4	275	144	
충북	797	12	94	19	10	24	4	21	184	29	311	28	135	20	494	90	
충남	1,061	28	130	50	3	17	4	24	256	60	189	53	161	28	431	314	
전북	1,015	8	95	39	7	32	8	13	202	68	239	87	117	35	431	314	
전남	1,252	21	182	45	20	61	15	38	382	100	237	59	192	40	528	242	
경북	2,117	54	341	99	15	67	9	93	678	47	465	46	154	158	823	569	
경남	1,885	13	162	51	12	44	14	12	308	44	570	39	262	21	892	641	
제주	387	0	9	7	9	49	4	8	86	24	36	21	128	82	267	10	
기타	92	0	0	0	0	62	30	0	92	0	0	0	0	0	0	0	

자료 : 문화재청누리집_통계정보

- 경남의 무형문화재는 밀양백중놀이, 영산쇠머리대기, 통영오광대, 남해안 별신굿 등과 같이 중앙정부 차원에서 지정한 국가무형문화재와 소목장, 판소리, 장도장 등과 같은 시도무형문화재가 있음. 이러한 지역의 문화자원에 대한 역사문화교육이나 관광자원으로서의 적극적 활용이 향후 더욱 크게 요구됨

● 가야문화유산

- 경남은 고대 가야문화의 발상지로서 많은 수의 가야문화 유적과 유물이 분포하고 있음
- 가야유적은 비지정 문화재를 포함해서 2019년 현재 전국에 665개소가 분포되어 있는데, 그중에서 81.8%인 544개소가 경남에 소재해 있음

(단위 : 개소, %)

〈표 4-3-19〉

가야유적 현황
(2019. 9월 기준)

구분	합계	지정문화재			비지정	비고
		소계	국가사적	시·도		
전국	665	58	38	20	607	
경남(비중)	544(81.8)	44	30	14	500(82.4)	

주 : 가야유적은 경남, 경북, 부산, 전남, 전북에 걸쳐 분포되어 있음.

자료 : (사)이코모스한국위원회, 가야고분군 세계유산등재 위한 연구용역(2015년); 경상남도 내부자료.

- 경남 창원시에는 1990년 6월 국립가야문화재연구소를 개소하여 경남을 비롯한 부산시, 울산시 등 가야문화권역의 중요 문화유적에 대한 학술 발굴조사·연구를 하고 있음
- 가야문화권 조사·연구 및 가야사 복원은 우리나라 고대문화의 한 축으로서의 중요성이 부각됨에 따라 체계적이고 종합적인 연구 요구가 증대되고 있음
- 경상남도는 가야사 조사연구·정비복원 종합계획을 수립·발표하였으며, 기초자치단체에서는 가야문화권 지역발전 시장·군수협의회 구성, 가야고분 세계문화유산 등재 추진위원회 구성 및 추진단 구성 등 가야문화권 조사·연구·복원에 대한 정책적 의지가 강화되고 있음

3) 문화산업

● 콘텐츠산업 매출액

- 경남에서 고부가가치를 창출하는 문화산업 분야의 제조 및 제작업은 타지역에 비해 상대적으로 미흡한 수준으로 대부분이 유통업에 해당함
- 전국 문화산업의 매출액 현황을 살펴보면, 서울과 수도권에서 그 비중이 가장 크게 나타나고 있으며, 경남지역이 차지하고 있는 문화산업의 비중은 상대적으로 낮은 상황임
- 전국 콘텐츠산업 지역별 매출액 현황을 보면, 경남지역의 관련 산업이 차지하는 전국 대비 비율이 1.3%에 지나지 않아 서울이나 수도권 지역과 비교할 때 매우 미미한 수준임
- 따라서 경남의 문화산업의 미미한 현실을 극복하기 위해서는 경남도 차원의 육성 지원책의 마련과 함께 지역 특화 콘텐츠산업의 발굴과 육성이 필요함

〈표 4-3-20〉

전국 콘텐츠산업
지역별 매출액 현황
(2017)

(단위 : 백만원, %)

구분	출판	만화	음악	게임	영화	애니 메이션	방송	광고	캐릭터	지식 정보	콘텐츠 솔루션	합계	비중
합계	20,755,334	1,082,228	5,804,307	13,142,272	5,494,670	493,441	18,043,595	16,413,340	11,922,329	15,041,370	4,851,561	113,044,446	100.0
서울	11,644,169	568,621	3,754,518	5,501,823	3,192,434	363,779	14,989,884	14,120,667	5,445,738	9,194,609	3,651,316	72,427,557	64.1
부산	562,179	12,872	212,431	172,870	223,604	15,370	282,494	692,594	353,984	238,883	94,204	2,861,484	2.5
대구	411,689	14,983	221,536	128,555	142,459	212	157,772	301,297	294,313	224,254	80,598	1,977,667	1.7
인천	418,798	18,716	124,413	141,538	139,791	10,256	117,531	33,309	395,295	158,938	61,191	1,619,777	1.4
광주	275,059	26,213	25,127	75,711	98,049	28,715	94,175	107,810	111,441	92,449	70,996	1,005,745	0.9
대전	246,205	10,328	36,042	57,800	96,755	4,567	110,284	223,440	115,663	449,102	60,023	1,410,208	1.2
울산	137,083	3,692	40,476	48,001	57,195	90	93,596	56,475	11,063	151,136	8,117	606,924	0.5
세종	29,747	266	9,015	-	11,469	-	1,774	13,540	1,629	2,770	221	70,431	0.1
경기	5,972,109	352,354	941,091	5,465,652	998,585	58,127	1,230,962	454,467	3,872,831	3,605,534	714,686	23,666,399	20.9
강원	65,484	17,089	69,652	44,528	63,858	3,465	156,574	29,484	58,599	85,703	19,998	614,434	0.5
충북	86,671	2,357	32,447	41,571	64,868	692	109,033	41,426	363,080	81,542	46,895	870,583	0.8
충남	208,702	1,905	39,964	102,236	74,774	3,125	84,580	45,905	202,243	99,463	6,895	869,791	0.8
전북	103,095	12,419	42,842	71,997	76,074	1,611	97,435	91,451	111,368	70,873	17,284	696,450	0.6
전남	50,329	1,623	47,450	54,759	37,697	1,479	101,141	83,811	56,666	52,203	154	487,313	0.4
경북	280,502	25,966	74,010	74,305	68,659	720	150,631	11,916	87,884	236,591	2,504	1,013,029	0.9
경남	223,436	6,957	120,357	122,669	122,482	1,758	196,144	57,794	375,282	282,163	12,584	1,521,625	1.3
제주	40,077	5,877	12,937	1,038,257	25,918	123	69,585	47,954	65,251	15,157	3,894	1,325,030	1.2

주 : 애니메이션(극장 매출액, 방송사 수출액)산업 매출액 제외함.
자료 : 문화체육관광부(2019), 2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준).

- 경남지역 콘텐츠산업의 연도별 매출액 현황으로 2015년에서 2017년 사이의 연평균 증감률을 보면 7.5% 증가한 추세를 보임. 이는 전국 전체의 6.1% 증가에 비해 상대적으로 높은 증가율을 보여 문화콘텐츠산업의 성장 가능성을 보임

(단위 : 백만원, %)

〈표 4-3-21〉

경남 연도별
콘텐츠산업 매출액
현황

구분	2015년	2016년	2017년	전년 대비 증감률	연평균 증감률
경남	1,316,881	1,361,055	1,521,625	11.8	7.5
전국	100,336,843	105,929,966	113,044,446	6.7	6.1

자료 : 문화체육관광부(2019), 2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준).

● 콘텐츠산업 종사자

- 경남지역 콘텐츠산업 종사자 현황을 보면, 2017년 현재 13,536명으로 전국 611,361명의 2.2%를 차지함. 이 중 음악 부문의 종사자가 3,339명으로 가장 많으며, 다음으로 출판 관련 종사자가 3,240명으로 두 번째로 많은 종사자 현황을 보임

〈표 4-3-22〉

경남 콘텐츠
산업별 종사자 현황
(2017)

(단위 : 명, %)

구분	출판	만화	음악	게임	영화	애니 메이션	방송	광고	캐릭터	지식 정보	콘텐츠 솔루션	합계	전국 대비 구성비
경남	3,240	436	3,339	2,498	578	1	305	173	613	2,320	27	13,536	2.2
전국	151,308	10,397	77,005	81,932	29,546	5,161	45,337	65,159	34,778	82,470	28,268	611,361	100.0

주 : 출판(계약배달 판매업(신문배달판매)), 2017년도 방송산업 종사자 포함되어 이전년도와 단순비교 불가.

자료 : 문화체육관광부(2019), 2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준).

- 경남 문화산업의 경우 음악, 출판, 게임, 지식정보 영역에서 비교적 큰 매출액을 보이거나 기타 분야의 경우 매우 저조한 상황임
- 경남지역 콘텐츠산업 종사자 현황을 보면, 2015년에서 2017년 말 현재까지 연평균 1.4% 증가율을 보임. 이는 전국 연평균 증감률인 2.7%보다 상대적으로 적은 증가율이지만 지역 콘텐츠산업의 성장 가능성을 보인다고 할 수 있음

〈표 4-3-23〉

경남 연도별
콘텐츠산업
종사자 현황

(단위 : 명, %)

구분	2015년	2016년	2017년	전년 대비 증감률	연평균 증감률
경남	15,971	15,360	16,418	6.9	1.4
전국	580,192	595,549	611,361	2.7	2.7

자료 : 문화체육관광부(2019), 2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준).

4) 경남 도민 문화예술 활동 현황

● 문화예술행사 관람 및 참여율

- 경남 도민들의 문화예술행사 관람률은 76.5%로 전국 평균(81.8%)보다 낮은 수준이지만, 문화예술행사 참여 경험은 13.0%로 전국 평균(10.4%)보다 높게 나타나고 있음

〈표 4-3-24〉

경남 도민들의
문화예술행사
관람률 및 참여율

(단위 : 명, %)

구분	전국	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
표본 수	10,102	1,388	443	469	516	475	510	606	664	297
관람률	81.8	85.2	78.6	78.9	80.5	74.2	69.6	71.8	76.5	81.0
참여율	10.4	9.3	8.1	13.5	7.7	4.8	7.9	6.6	13.0	25.4

자료 : 문화체육관광부(2019), 2019 국민문화예술 활동조사.

- 도민 문화예술 향유 및 참여 확대를 통한 지역 예술인 창작 환경개선 및 예술생태계 활성화 선순환 체계 구축으로 문화예술행사 참여 경험을 이끌어 올릴 필요가 있음

● 문화예술교육 실태

- 경남 도민들의 최근 1년 동안의 문화예술교육 경험에 대해서 조사한 결과 전국 평균 9.1% 보다 높은 19%로 나타나, 전국에서 제주(24.5%) 다음으로 문화예술교육 경험률이 높은 것으로 나타남

(단위 : 명, %)

〈표 4-3-25〉

경남 도민들의
1년 이내 문화예술교육
경험 여부

구분	전국	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
표본 수	10,102	1,388	443	469	516	475	510	606	664	297
경험 있음	9.1	6.7	5.3	8.0	6.9	10.2	9.5	7.8	19.0	24.5

자료 : 문화체육관광부(2019), 2019 국민문화예술 활동조사.

- 경남 도민들은 문화예술교육의 애로사항을 시간부족(27.8%), 관심강좌없음(18.8%), 비용부담(17.5%) 등으로 응답하였음. 그중에서도 교통불편(5.2%), 편의시설불편(3.2%), 동행자없음(3.3%), 주변시설없음(11.9%) 등의 애로사항은 전국 평균보다 경남의 평균이 높게 나타나고 있음

(단위 : 명, %)

〈표 4-3-26〉

경남 도민들의
문화예술교육
애로사항

구분	전국	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
표본 수	10,102	1,388	443	469	516	475	510	606	664	297
비용부담	19.8	20.8	8.8	26.9	16.2	15.8	9.7	13.5	17.5	8.8
시간부족	32.2	34.2	38.3	31.5	27.3	41.2	32.5	29.9	27.8	7.7
관심강좌없음	22.8	19.2	23.8	17.1	25.8	18.4	21.9	26.9	18.8	26.0
교통불편	2.8	2.9	2.7	5.1	4.9	4.9	5.0	2.8	5.2	6.8
편의시설불편	2.6	4.1	2.3	0.7	2.1	0.9	1.1	0.9	3.2	11.2
관련정보부족	8.7	8.9	10.4	9.5	5.0	9.2	10.3	8.1	8.4	21.7
동행자없음	2.7	2.1	2.0	1.6	1.0	3.6	1.9	3.0	3.3	9.6
주변시설없음	7.5	7.3	11.8	6.1	17.3	5.9	15.4	12.9	11.9	6.7
기타	0.9	0.4	0.0	1.4	0.4	0.1	2.1	2.0	3.8	1.6

자료 : 문화체육관광부(2019), 2019 국민문화예술 활동조사.

- 따라서 경남 도민들이 다양한 문화예술 활동에 직접 참여하며 일상 속에서 문화적 삶을 향유할 수 있는 주민 참여형의 생활문화 활동 지원을 강화할 필요가 있음

2. 미래 트렌드 및 경남 미래변화 전망

1) 일과 여가생활의 조화로운 균형 추구

● 현재 삶을 중요시하는 라이프스타일 변화

- 미래에 대한 불확실성이 증가하면서 ‘내가 선택하고 만들어가는 삶과 미래를 위해 현재를 희생하지 않는 삶’에 대한 욕구가 높아짐
- 현재 자신의 행복을 중시함을 의미하는 옴로(YOLO: You Only Live Once), 일과 삶의 균형을 추구하는 워라밸(Work-and-life Balance) 등으로 표현되고 있음

2) 4차 산업혁명 시대 콘텐츠산업 경쟁력 제고

● 4차 산업혁명 시대의 새로운 문화 소비 트렌드

- 문화예술 분야에서 인터넷TV(IPTV), 모바일, 홀로그램, 가상현실(VR) 등의 첨단기술을 활용하여 저렴하면서도 수준 높은 문화생활을 즐기는 20~30대 ‘스마트컬슈머(Smart+Culture+ Consumer)’를 중심으로 새로운 문화 소비 트렌드가 형성됨

● 경남도의 콘텐츠산업에 대한 관심 지속

- 콘텐츠산업의 육성에 대한 경남도 차원의 노력이 계속됨에 따라 고유한 지역문화를 매개로 하는 지역의 콘텐츠산업 육성에 대한 관심이 지속적으로 요구됨

〈표 4-3-27〉

경남도 콘텐츠산업
육성 정책사업

구분	내용
경남 콘텐츠기업 육성센터 운영	콘텐츠 스타트업 멘토링랩, 콘텐츠 투자유치 스타터-크라우드펀딩, 멀티미디어 콘텐츠제작 전문가 양성과정, 로봇랜드 테마파크 수요형 아이디어 발굴, 스타트업 서바이벌 지원프로그램, 콘텐츠 고도화 지원사업, 협업형 기술융합 콘텐츠 제작지원(김해시 일원)
경남 콘텐츠코리아랩 운영	콘텐츠 분야 인력·인프라 확충 및 창작·창업 문화 활성화(창원시 일원)
경남음악창작소 운영	음반제작지원사업, 도내 공연지원사업, 국내 쇼케이스 지원사업, 해외 교류지원사업, 뮤지션 및 음악산업 관계자 네트워킹, 음악창작소 대관 및 시설운영(김해시 일원)
경남웹툰캠퍼스	청소년, 일반인, 작가 등 대상 교육·창작지원 프로그램 운영(창원시 일원)
경남저작권서비스센터	저작권상담, 산업현장서비스, 맞춤형저작권교육, 사업화지원(창원시 일원)
경남 지역특화 스토리 육성	경남 소재 원천스토리 발굴 및 OSMU(경남스토리 공모전 등)
경남형 융합콘텐츠 제작지원사업	제조·기계·로봇 등 하드웨어 분야와 도내 콘텐츠 개발(SW) 기업컨소시엄
경남 e-스포츠 활성화 지원	2020대통령배아마추어 e-스포츠대회 경남대표 선발전 및 전국대회 참가
경남 가야사 연계 증강현실 조성	가야문화를 활용한 체험형 AR콘텐츠 개발
뉴-아트창작공연지원	디지털 기술(CT)을 적용한 창작공연 개발지원, 컨설팅

자료 : 경남문화예술진흥원 홈페이지.

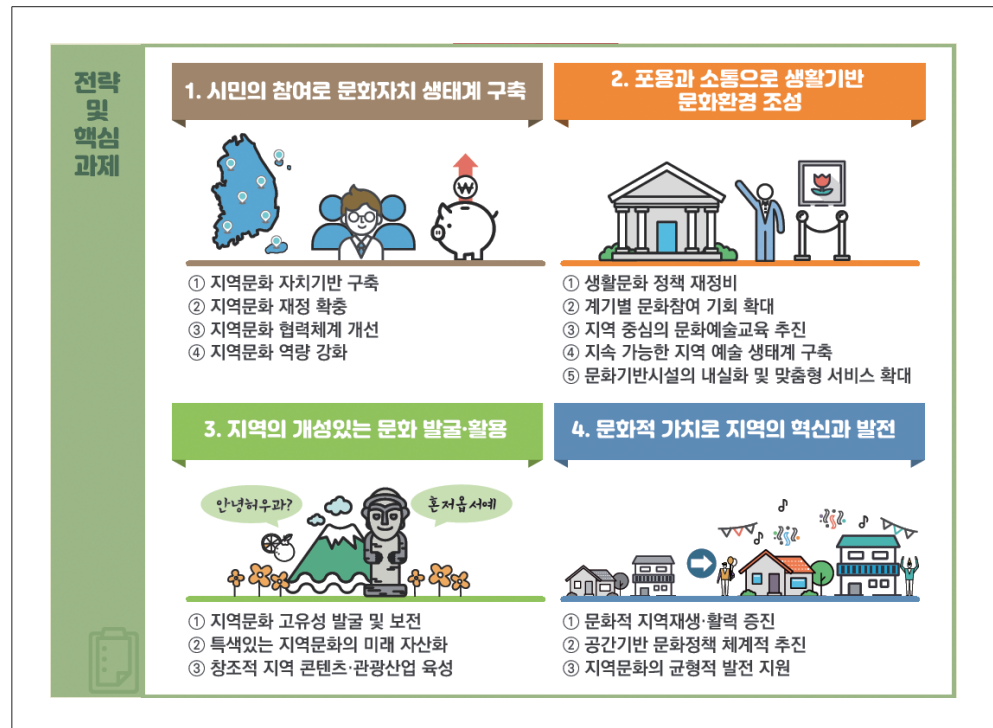
3) 지역 중심의 문화자치 시대 도래

● 문화 분권 및 문화 민주주의 기반 정책 추진

- ‘문화 분권’은 국민의 권리로서 문화자치를 위한 지역주민의 참여를 위한 필요조건이자 이를 실현하기 위한 지방자치단체의 충분조건으로 지역 주민들의 행복한 문화적 삶이 문화자치로 구현되는 것을 목적으로 함
- ‘문화 민주주의’는 문화의 민주화 단계를 넘어 문화 다양성을 기반으로 소외계층 없이 공동체의 모든 구성원이 문화예술의 생산과 향유의 주체로 참여하는 것을 지향함
- 2014년 제정된 「지역문화진흥법」 제6조에 근거해 수립된 제2차 지역문화진흥기본계획(2020~2024)에서는 중앙 정부와 광역·기초자치단체, 유관 기관 단체들이 서로 소통하고 협력해 계획을 시행할 수 있도록 지원하고, 수혜자 관점에서 정책을 추진해 지역의 자율성을 확대할 수 있도록 함

〈그림 4-3-6〉

제2차
지역문화진흥계획의
전략 및 핵심과제



자료 : 문화체육관광부, 「제2차 지역문화진흥기본계획(2020~2024)」

● 일상에서 문화를 누리는 생활문화 활성화

- 국민의 기본권으로서 문화적 권리 확보를 위한 노력이 강조되고 있음
- 국민 기초문화생활 보장, 국민 문화예술 역량 강화, 지역 간 문화 균형발전(문화도시 지정 확대), 문화유산 보존·활용 강화, 문화재원 확대 등의 내용을 포함하고 있음

3. 계획목표 및 추진전략

1) 계획목표

● 일상 속 문화복지 지원 강화 및 도민주도 문화생태계 구축

- 주체적인 문화예술 활동 및 문화 향유에 대한 요구가 확대되는 경향을 반영하여 도민들이 다양한 문화 활동에 참여하고 일상에서 문화적 삶을 향유할 수 있도록 도민 문화예술 활동 역량 강화 및 창작환경 다각화를 지원함

● 문화유산의 미래가치 창출 및 창조적 콘텐츠산업 육성

- 지역 문화유산의 지속적인 보존 및 활용을 통해 소중한 역사문화자원을 창조적으로 계승하고 가치를 재창조하는 과정에서 도민의 향유기반을 조성하며 문화유산의 미래가치를 창출함
- 지역 콘텐츠산업의 미흡한 현실을 극복하며 경남도 차원의 육성 지원책을 마련하고 지역 특화산업 발굴 및 육성을 추진함

2) 추진전략

● 문화 부문 핵심지표

〈표 4-3-28〉

문화 부문 핵심지표

구분	현재 수준	1단계 목표(2030년)	2단계 목표(2040년)
문화예술행사 관람률	80.2%	85%	90%
인구 천명당 문화기반시설 수	0.08개	0.10개	0.12개
콘텐츠산업 매출액 비중(경남/전국)	1.3%	1.4%	1.5%

(1) 도민 문화예술 활동 역량 강화 및 창작환경 다각화

● 도민 생활문화공동체 육성 지원 강화

- 도민들의 문화적 삶의 영위를 확대하기 위해서는 기본적으로 도민이 참여하는 자발적인 생활문화공동체의 형성과 활동을 지원하여 그 속에서 다양한 문화적 활동과 경험을 축적하고 공동체와 개인의 문화적 역량과 문화적 삶의 질을 향상하는 전략이 필요함
- 도민들이 문화예술 활동에 주체적으로 참여하고, 능동적으로 주도하기 위해서 도민들의 활동을 직·간접적으로 후원하는 경제적 지원 및 보조사업 실시 등 도와 시·군 지자체의 체계적인 지원이 필요함

● 기업의 문화예술 지원 활동 활성화

- 기업과 예술단체의 파트너십을 지원하는 협력 및 후원활동에 기업의 적극적 참여를 유도
- 지역의 문화예술 활동과 기업의 적극적인 참여와 원활한 연계를 위한 지역 소재 대기업 및 중소기업 정보 DB 구축 및 제공

● 소외계층 문화복지 지원 확대

- 도내 소외계층의 문화 향유 기회를 확대하여 문화 격차를 해소하고 그들의 삶의 질을 높일 수 있도록 문화예술, 관광 및 스포츠 등의 분야에서 문화복지 지원

● 경남 예술인 창작환경 개선 및 복지 지원

- 도민, 예술인 누구 하나 소외됨 없이 문화예술 활동에 참여하고 향유할 수 있도록 도민 주도의 문화예술정책 추진
- 도내 문화 예술인들이 최소한의 창작활동을 하는 데 부족함이 없도록 예술인 복지정책 추진
- 또한 경남 공연예술의 국제교류 활성화를 통해 프로그램의 다양화와 문화 다양성 증진으로 공연예술 창작환경의 다각화 및 유통의 활성화 도모

(2) 문화유산의 창조적 계승 및 가치 재창조

● 문화유산 관리 및 활용 역량 강화

- 도내 유무형의 문화유산에 대한 체계적인 DB 구축으로 효율적 관리 기반 제공
- 문화유산의 보존 및 관리를 위한 과학적 문화유산 보호 통합관리체계 구축
- 시도 등록문화재 제도 도입을 통해 경남도의 비지정문화재 보호기반 확대, 경남도의 근대유산 보호·등록 및 지역 역사문화 자원으로 활용
- 경상남도 무형문화재 보전 및 진흥에 관한 조례를 통한 체계적인 전승자 관리
- 경상남도 무형문화재의 전통예술 공연 및 체험행사 확대

● 근대문화유산 발굴 및 보존 관리

- 경상남도 시도등록문화재 제도 도입을 통한 근대문화유산의 체계적인 조사 및 자원화 방안 마련
- 근대문화도시조성사업, 선·면 단위 문화재 등록제도 등 문화재청 지원사업 지원 및 근대 테마 관광 도시로서 문화적 도시재생 추진

(3) 지역 특화 콘텐츠산업 육성 지원 강화

● 경쟁력 있는 콘텐츠산업 육성

- 문화콘텐츠산업 인프라, 인력양성, 사업화 등 체계적인 지원 기반 구축 필요
- 융·복합 문화콘텐츠 개발로 경남의 미래 성장 동력을 육성함

● 첨단기술을 활용한 역사문화자원의 콘텐츠화

- 경남의 역사문화자원을 활용하여 콘텐츠 창작 소재 제공 및 지역 특화 문화상품 개발
- 첨단기술(AR, VR 등)을 활용한 경남 전통문화예술 자원의 테마 콘텐츠 및 프로그램 개발로 지역경제 활성화 유도

● 지역 특화 콘텐츠산업 종합지원체계 구축

- 콘텐츠 제작 · 유통 · 소비와 관련한 기관, 단체, 기업 등과 협력을 위한 협약 체결
- 고가장비 이용, 상품개발, 수출지원 등 콘텐츠산업 업계 공통의 과제 해결을 위한 전방위 지원체계 구축

4. 추진시책

1) 도민 문화예술 활동 역량 강화 및 창작환경 다각화

(1) 도민중심 문화예술 활동 및 전문예술인 지원

● 기초 단위(생활권) 문화예술교육 활성화

- 문화예술교육정책의 지역분권화의 차원에서 생활권 단위에서의 문화예술교육 추진체계 구축 필요, 경남의 각 지역 여건에 따라 기초 단위 문화예술교육 운영 모델 다양화됨

● 아마추어 예술 활동 및 생활문화 동아리 지원

- 도내 아마추어 창작인들의 문화예술 활동을 지원하여 경남의 문화예술 인구의 저변 확대 및 지역 생활문화예술 발전에 기여
- 도민들의 문화 클럽 활동이나 동아리 활동을 적극 지원하여 도민들의 생활문화 활동 참여 적극 장려

● 경남 예술인과 도민의 협력적 예술 활동 프로그램 개발 운영

- 경남 예술인과 도민의 협력을 통해 지역 특성(청소년, 시니어, 여성 등)에 맞는 예술 활동 프로그램 개발 및 운영 지원으로 문화예술의 사회적 가치 확산
- 특히 경남도립예술단은 수준 높은 공연을 선보여 도민의 문화 향유권을 향상시키고 보는 예술, 듣는 예술에서 참여하는 예술로 확장해 나가는 마중물 역할을 할 수 있음
- 시 · 군 오케스트라와 지역 예술인이 함께해 도민이 직접 참여할 수 있는 프로젝트 추진 방안 강구

● 도내 소외계층 문화예술 활동 지원

- 도내 소외계층의 문화예술 향유 기회를 확대하여 문화예술 욕구를 충족시키고 창작활동과 예술교육을 지원하여 예술 활동 역량 강화 도모
- 특히 다문화사회로의 변화에 따라 다문화가정을 지역사회의 구성원으로 인정받아 역할을 하도록 유도할 필요가 있음
- 도내 시군별 상황에 따라 다문화가정에 적합한 문화예술 활동 프로그램을 개발 및 활용

● 경남예술인복지센터 운영 활성화

- 도내 문화 예술인들이 최소한의 창작활동을 하는데 부족함 없도록 예술인 복지정책 추진
- 경남예술인의 창작활동 개선 및 복지지원을 위한 예술인복지센터 운영 활성화

● 경남 메세나 결연 매칭펀드 시·군 참여 확대

- ‘경남 메세나 매칭펀드 사업’은 기업과 예술단체가 전략적 결연을 맺고 상호 협력해 나가는 사업으로, 기업이 예술단체에 지원하는 후원금 외에 일정금액을 경상남도가 매칭펀드 방식으로 지원함
- 기업의 창조적인 문화경제활동을 증진시키고 예술단체의 안정적인 창작활동 보장에 기여함
- 경남도 시·군들의 경남 메세나 매칭펀드 사업 참여 확대 지원 필요

● 경남 공연예술 다각화 추진

- 경남 예술인들의 융복합 기술(CT)을 적용한 창작공연 개발 지원
- 공연예술 국제아트마켓 참가, 국제 초청 공연, 한인축제 참가 등을 통한 국제문화교류 사업 지원 및 활성화 필요

(2) 생활권 문화기반 시설 조성 확대 및 운영 내실화

● 문화시설 생활SOC 조성 사업 활성화

- 문화시설 생활SOC 조성 사업은 작은도서관, 지방문화원, 생활문화센터 등 지역밀착형 생활문화거점 공간으로서 경남의 문화기반정책 추진에 탄력을 제공하며, 지역 특화 일자리 창출 등 지역경제 활성화에도 기여함

● 작은 도서관 확충 및 문화적 소통 기능 강화

- 작은 도서관은 생활환경에서 가까운 공간을 통해 장애 없이 자유롭게 책을 접하도록 함
- 주민 밀착형 문화시설로서 주민 소통공간으로 기능하도록 다양한 생활문화 활동 지원
- 작은 도서관 확충사업을 지속해서 추진하여 문화시설 생활SOC로써 긍정적 기능 강화

● 도민의 문화적 요구를 반영한 문화기반시설 운영 활성화

- 지역 내 많은 문화기반시설이 운영이나 이용도 측면에서 문제들을 가지고 있으므로, 기존의 문화기반시설의 활용도와 이용객 만족도를 제고할 필요가 있음
- 이를 위해 문화기반시설의 운영 프로그램 다양화 및 해당 지역의 여건에 맞춘 특성화를 추진하여 지역 주민들의 다양한 문화적 요구를 수용할 수 있도록 함

● 생활문화센터 및 거점 센터 조성 확대

- 경남 도민들의 안정적인 생활문화 활동을 위해 주거지에 인접한 유휴공간 및 소규모 공용공간을 활용하여 생활문화센터 조성
- 도민의 일상적인 문화 향유, 문화복지 확대, 주민화합을 위한 공연·전시 등 다양한 활용이 가능하도록 개방적인 공간 조성 지원
- 또한 도내 거점 센터를 조성하여 시군 간 생활문화교류가 이루어질 수 있도록 공간 조성

● 지역 박물관·미술관 확충 및 내실화

- 경남 18개 시·군 내 박물관과 미술관 확충 및 이용률 제고 필요
- 경남 도립미술관과 시·군 미술관과의 협력체계 구축 및 연계 프로그램 확대
- 지역 박물관과 미술관의 공공성 강화 전문성 심화, 지속가능성 확보

● 경남문화예술진흥원 기능 정상화 및 지원 확대

- 경남문화예술진흥원의 문화콘텐츠, 영상산업 육성 등의 기능분리를 통한 경남의 문화예술 지원과 콘텐츠산업의 전문성 확보 및 적절한 지원으로 정상화 추진
- 경남문화예술진흥원에 대한 경남도 차원의 행·재정적 지원을 확대하여 기존 사업 진행과 함께 신규 사업을 적극 발굴 및 실행할 수 있도록 함

2) 문화유산의 창조적 계승 및 가치 재창조

(1) 문화유산의 체계적 관리 및 보존

● 경남 문화유산의 국가지정문화재 승격 및 세계문화유산 등재 추진

- 송선전 제례의 국가무형문화재 지정, 가야유적의 국가사적 승격 추진
- 가야문화유산의 '탁월한 보편적 가치의 구체적 증거'와 '해외유산과의 비교 연구' 보완 강화를 통해 가야고분군 세계문화유산 등재 추진

● 가야역사문화권 정비사업 추진 및 가야역사문화도시 조성

- '역사 문화권 정비 등에 관한 특별법'에 근거하여 가야왕성지 보존·관리·정비, 디지털

오픈 가야 헤리티지 구축 등 가야문화자원의 체계적인 관리를 위한 가야역사문화권 정비사업 추진으로 경남의 문화적 정체성 확립 및 경쟁력 확보

- 가야사 재조명을 위한 학술적 기반 강화, 가야문화권 조성을 위한 정책적 기틀 마련, 가야 골격 회복을 위한 발전거점 조성, 가야정치·문화 다양성에 기반한 특화 및 매력증진, 정부와 가야문화권 공조를 위한 제도적 기반 확립 등을 포함한 가야역사문화도시 조성 사업 추진
- 가야문화재 안내 용어 통일, 안내 정보 및 관람환경 개선 등 가야문화재 안내 서비스의 질적 향상 지향

● 경남 선비문화자원 수집 및 보존기반 마련

- 경남 유교문화를 대표하는 선비문화자원을 체계적으로 수집하고 보존할 수 있는 토대 구축
- 경남 서북부 함양, 산청, 거창, 진주 일원의 남명 유교문화권의 역사문화자원 발굴 및 유적의 정비·복원 지속 추진

● 경남 기록유산의 효율적 수집·관리

- 경남의 공공기록물 및 민간기록물의 수집 및 관리를 통해 도에 관한 기록문화 계승·발전
- 중앙기관(국립중앙박물관 등)에 이관되었던 경남의 공공기록물 및 민간기록물의 지역 환원 추진
- 도내 민간기록물 전수조사를 통한 목록화 작업 및 소장자 상호 간 연계시스템 구축

● 경남 무형문화재의 체계적 조사·기록

- 경상남도 무형문화재 보전 및 진흥에 관한 조례 제정을 통한 전승체계 선진화
- 무형문화재 분류 안에 따른 지정 현황 파악 및 비지정 무형유산 세부 목록 작성
- 전수교육관 운영 실태 파악 및 내실화 방안 마련
- 경남 무형문화재 기록화 사업 추진 및 모니터링·DB 구축

(2) 문화유산 가치의 다각적 활용

● 가야문화유산 관련 법·제도 정비 및 가치 규명을 통한 향유기반 구축

- 가야사 연구복원 사업의 안정적·체계적 추진을 위한 법적 근거 마련 및 가야문화유산의 가치 규명과 대중적 향유기반 조성
- 가야문화유산의 보편적 가치에 대한 공감대를 형성하고 이후 세계유산 등재를 통한 가야역사 유적·유물의 글로벌 브랜드 가치 제고

- 경남, 경북, 부산, 전남, 전북 등 5개 광역시·도에 걸친 가야문화유산을 통한 영호남 화합과 발전의 원동력이 될 권역별 특색 있는 자원 발굴 및 활용사업 추진
- 가야문화재 활용 생생문화재 추진, 가야문화유산 야간체험 프로그램 문화재야행 추진, 가야역사문화 아카데미 지속 추진, 지역교과서 등 가야문화유산 활용사업 활성화

● 남명 선비문화 사상 계승발전 및 선비문화 활성화

- 조선시대 대표적 유학자이자 청렴결백한 선비인 남명(南冥) 조식의 선비문화 사상 계승
- 선비문화의 체계적 연구 및 계승을 통한 경남정신 확립, 선비문화의 교육·관광자원화를 통한 대중화, 선비문화의 국제 브랜드 구축을 통한 세계화 추진

● 경남 전통예술의 자원화 및 브랜드 구축

- 경남 지역 내에 위치한 문화예술공간 자원의 발굴 및 활용, 지역의 역사적·문화적 소재를 기반으로 하여 제작되는 전통예술 분야 공연예술 창작 콘텐츠 개발
- 대표적으로 ‘영호남 명무명창전’은 무형문화재를 많이 보유한 두 지역이 함께 명무·명창을 초청해 영호남 전통예술의 아름다움과 그 가치를 전달함
- 전통예술 분야를 중심으로 예술에 대한 새로운 접근과 다양한 예술적 가치 실현에 기여하는 접목과 시도(문학, 시각예술, 연극/뮤지컬 등 공연예술, 기술 등 연계)

● 도민 중심의 문화유산 보존 활동 참여 유도

- 생활 속 문화유산 향유 프로그램 개발 및 활성화로 문화유산의 보존과 관리의 중요성 강조
- 문화재 지킴이, 내셔널트러스트 운동 등 다양한 문화유산 보존 활동 프로그램 개발 및 참여 유도

● 근대적 역사 공간의 조성 and 콘텐츠 구성

- 경남 근대 역사 시설(업무시설, 주거시설, 종교시설, 교육시설, 산업시설 등) 및 시설지 조사와 DB화
- 근대 역사 장소 지도 제작 및 탐방로 개발 등을 위한 경남의 유무형의 근대 유산과 근대 역사 장소의 재현 방식 검토·수정·보완 연구
- 지역의 근대문화유산을 카페, 갤러리, 커뮤니티 시설 등 복합문화공간으로 활용하여 경남의 특색 있는 근대시기의 역사, 문화, 음식 등의 체험이 가능한 문화유산 거점 공간 조성

3) 지역 특화 콘텐츠산업 육성 지원 강화

(1) 문화 전문 인력양성 및 문화창업 활성화

● 청년예술인 직업·창작역량 강화 사업

- 청년예술인의 다양한 창작활동 기회를 제공하고, 지속적인 예술 활동 경력개발로 지역의 예술 현장에 정착할 수 있도록 다양한 청년예술인 역량 강화 사업 개발 필요
- 예술계 관련 정보가 부족하고 상대적으로 협상력이 약해 불공정한 계약을 체결할 위험이 있는 청년예술인(예비예술인) 대상 계약·저작권 교육 제공
- 청년예술인의 창작·기획 역량을 높이고, 창작 계획의 구체화를 지원할 수 있는 청년 문화예술교육사 역량강화, 차세대 유망예술인 지원, 차세대 콘텐츠 성장동력 발굴 등 다양한 지원사업 추진

● 문화예술 전문가 협력의 문화적 도시재생 활성화

- 사업계획 작성 단계부터 문화예술 전문가 참여로 문화적 도시재생이 활성화되도록 경상남도 문화영향평가센터 설치·운영 필요
- 도시재생 사업에 참여한 문화예술 전문가는 도시에서 문화로 가치를 만들고 사회적인 활동을 확대로 일자리 창출 및 경제 활성화를 위한 기반을 형성하며 향후 도시의 문화적 성장과 사회발전을 위한 바탕을 마련함
- 문화기획자, 예술가, 주민이 함께 참여하여 스스로 만들고 지켜나가는 문화협치의 거버넌스를 통한 문화적 도시재생을 추구하며 지역사회 활성화 유도
- 폐 산업시설 문화재생, 유희공간 문화재생 등 도시재생과 연계한 문화적 도시재생 분야 협력방안 제안 및 참여 기회 확대

● 지역 청년 중심의 문화창업 활동 지원

- 지역의 청년을 중심으로 유희공간을 활용한 문화창업 지원
- 문화 예술, 콘텐츠 등 문화 전 분야를 주제로 한 예비 창업자 또는 스타트업 창업 준비단계부터 성장단계까지 밀착해 스타트업 성장을 도움
- 입주 청년 상인에게 임대료, 인테리어 비용과 창업 교육, 통합 홍보·마케팅 등을 다각적으로 지원(ex. 전주 남부시장 청년몰, 천안 청년장사꾼, 춘천 청년창업 등)

● 사회적 기업 참여 문화예술 프로젝트 개발 및 실행

- 사회적 기업은 도민들의 문화예술 활동 참여를 체계적으로 유도하고 이를 지역이나 마을만들기 참여, 생활문화 활동 차원으로 확대하기 위해서 이를 운영하거나 프로그램 개발을 담당할 전담조직으로서 적합한 조건을 가지고 있음
- 문화예술을 활동 매개체로 하는 지역의 사회적 기업이 공공문화에 전문적이고 지속적 연계를 두고 활동할 수 있도록 사회적 기업이 참여 가능한 공모 프로젝트 개발 및 수행함

(2) 콘텐츠산업 육성 기반 구축 및 특화 콘텐츠 개발

● 경남콘텐츠기업육성센터 역할 강화

- 경남 콘텐츠산업 발굴 및 육성을 위한 거점센터 역할 강화
- 문화콘텐츠산업 인프라, 인력양성, 사업화 등 체계적인 지원 기반 구축

● 경남 콘텐츠산업을 견인할 앵커 기업(선도 기업) 유치

- 경남 콘텐츠산업 생태계의 집적화 및 활성화를 위한 역량 있는 선도 기업 유치 필요

● 도내 콘텐츠 기업 강소화를 위한 프로그램 개발 및 운영

- 콘텐츠 분야 아이디어 및 우수기술 보유기업의 제작비 지원, 우수 콘텐츠 발굴 및 지역의 콘텐츠 분야의 강소기업 육성을 위한 제작비 지원 사업 추진

● 경남 가야사 연계 증강현실(AR) 콘텐츠 개발 및 활용

- 가야 역사기반 지역별 스토리 발굴 및 개발, 역사문화기반 콘텐츠 활용 전시관광 실감 콘텐츠 구현

● 지역 콘텐츠산업 전문 인재 양성 교육 플랫폼 구축

- 지역에서 정착하여 활동할 수 있는 콘텐츠산업 인력 양성 지원
- 지역 대학 및 기업과 유기적인 협력체계를 통한 콘텐츠산업 분야별 전문 인재 양성 교육 플랫폼 구축

● 산·관·학·연 연계 및 협력사업 발굴 및 추진

- 경남의 콘텐츠산업과 관련한 기업, 학교(전공), 연구소 등과 함께 추진할 수 있는 연계 및 협력 사업을 발굴하여 실행
- 경남도내 산·학 연계 및 기술지도사업 등 사업 지원, 정부 지원 산·학 협력사업 추진 지원, 산·학 공동 기술개발 지원 등 추진