

2024

# 『2024년 지역관광추진조직(DMO) 사업』 경제적 파급효과 조사분석 결과보고서

---

컨슈머인사이트

2025. 01. 10.

# CONTENTS

I. 과업 개요	04p
II. 과업 구성 및 수행방법	08p
III. DMO사업 유형화 및 조사	14p
IV. 경제적 파급효과 산출	20p
V. 결론 및 제언	37p



## 과업 개요

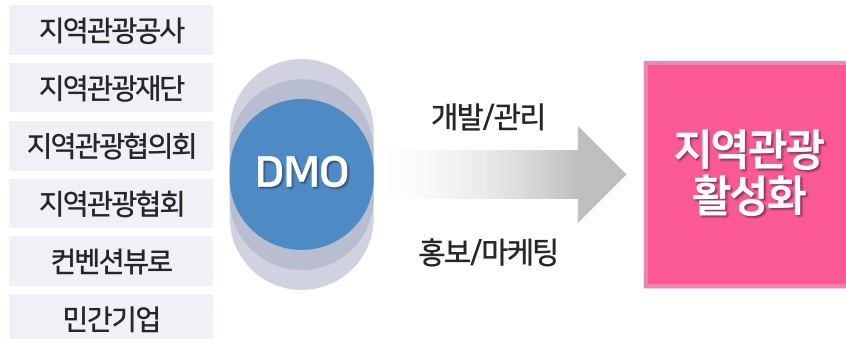
1. DMO 사업의 이해
2. 과업의 목적

# 1. DMO 사업의 이해 1) DMO의 개념 및 정의

- 일반적으로 DMO(Destination Marketing&Management Organization)란 지역관광 활성화를 수행하는 기구를 의미함.
- 본 과업에서는 2021년부터 문화체육관광부(주최)와 한국관광공사(주관)가 수행하는 '지역관광추진조직 육성 사업'에 선정되어 지원 예산이 편성된 DMO를 지칭하는 것으로 정의함.

## 일반적 DMO의 개념

- (지역관광 네트워크 구성 및 운영)  
지역관광 이해관계자 네트워크 및 거버넌스를 구축하고, 합의 형성을 이끌어 내는 조직
- (관광목적지 경영 및 관리)  
지역관광 리더십 역할을 수행하고 비전을 수립하여, 관광목적지에 대한 경영·관리하는 조직
- (전문적 지역관광 사업 수행)  
마케팅 등 지역관광 사업을 전문적으로 수행하는 조직



## 본 과업 내 DMO의 정의

- 2021년부터 문화체육관광부(주최)와 한국관광공사(주관)가 수행하는 '지역관광추진조직 육성 사업'에 선정된 DMO를 지칭함

- 사업명: 2024년도 지역관광추진조직(DMO) 육성 지원
- 시행기관: [주최] 문화체육관광부 / [주관] 한국관광공사
- 사업기간: 2024년 3월 ~ 2024년 12월
- 지원예산: 개소당 최대 2.5억원(지방비 포함)

- DMO 육성사업 목적 및 방향

- 지역·주민 주도의 지역관광 균형발전 및 자생력 강화
- 지역 내 다양한 이해관계자들로 구성된 민·관 협업 체계 구축을 통한 지역 현안 발굴 및 해결 주도
- 지역관광사업 추진을 위한 조직 지속가능성 확보 및 역량 제고



# 1. DMO 사업의 이해 2) DMO 역할 및 사업 추진 내용

- 지역관광추진조직(DMO) 사업은 지역-주민 주도의 지역 균형발전과 지역관광 현안 해결을 위한 지역관광 플랫폼이자, 관광사업 기획/계획, 관광홍보 마케팅, 관광자원 관리, 관광산업 지원, 관광품질 관리 등이 주요 역할임.

## DMO의 역할과 기능

### 지역관광 플랫폼 : 지역관광의 합의 및 조정자 역할



## DMO 추진사업의 목적

### #첫째

#### "지역관광" 대응력 강화

01

지역 DMO 연계 생활인구 유입 증대 사업 발굴

02

지역관광 자원 및 관련 아젠다 발굴

### #둘째

#### "지역관광" 경영-관리 (DMO 5개 기능)

- 콘텐츠** 지역 자원 연계 관광상품 개발 및 강화
- 인프라** 지역내 스타트업, 두레사업체 등과의 연계
- 관계** 로컬크리에이터 등 협력 관계 강화

### #셋째

#### "지역 관광" 사업 수행

- 지역 관광 경쟁력 강화 사업 추진 및 실행
- 관광공사 주최/주관 사업 연계 추진
- 온실가스 저감, 기후 변화 대응, 사회적 가치 제고 등 다양한 ESG 관련 사업 발굴 및 추진
- 정부 및 지역간 관광 거버넌스 참여 및 협력 사업 추진

[출처] 24년도 지역관광추진조직 사업 공모계획 (한국관광공사)

## 2. 과업의 목적

- 본 과업은 국가 예산이 투입된 22개 DMO 지원 사업의 경제적 기여도 및 지역 내외 파급효과 등을 계량적으로 측정하고, 측정 결과를 바탕으로 한 사업 추진 방향성 점검 및 사업효과 증대를 위한 전략 방향 탐색에 목적을 둠.



### 2024년 추진 기획사업의 직·간접적 경제적 파급효과 분석을 통한 지역관광추진조직(DMO) 사업의 계량적 성과 산출

#### 첫째, DMO 사업의 경제적 파급효과 측정

지역산업연관분석을 통한  
DMO 사업별 파급효과 분석

#### 둘째, DMO 사업 참여자 만족도 분석

만족도 분석 및 관계자 의견 청취,  
사업별 개선필요 요인 등

#### 셋째, 파급효과 산출에 따른 시사점 도출

DMO 사업단계별 데이터 비교 및 시사점  
차년도 사업효과 증대 위한 전략 방향 탐색

#### 분석 대상

2024년 지역관광추진조직(DMO)육성 지원 사업 대상의 DMO와 사업

[주최] 문화체육관광부/[주관] 한국관광공사

[대상] 총 22개 DMO

- 관광거점도시 추천(5개소) : 부산광역시/강원도 강릉시/경상북도 안동시/전라북도 전주시/전라남도 목포시
- 공모사업 추진 조직(17개소) : 광주광역시-동구/강원도 동해시-영월군-평창군-횡성군/충청북도 영동군/충청남도 홍성군/  
경상북도 영덕군-청도군/경상남도 김해시-김제시-남해군-밀양시-하동군/  
전라북도 완주군/전라남도 강진군-신안군

## II . 과업 구성 및 수행 방법

1. 과업 수행 프레임워크
2. DMO 사업 성과분석
3. 참가자 설문조사 설계

# 1. 과업의 수행 프레임워크

## II. 과업구성 및 수행방법

- 본 용역은 DMO 사업의 경제적 파급효과 추정을 위한 연구방법의 선정과 참가자 설문조사 등이 포함됨.
- 이에 더해 이해관계자 설문조사를 통해 DMO 사업의 보완 및 개선 의견을 탐색해 향후 사업 효과 증대 방향성을 수립함.

과업 분류	1. 적정 연구방법 선정	① 2024년 DMO별 사업 계획서 분석 (총 22개소) ② 사업별 중점기능, 세부프로그램 분류 ③ 사업 속성 도출 및 사업 유형화('23년 기준) ④ 사업계획서 기반 공급측면 지출구조 파악	자료 내용 분석 (사업 계획서) 관계자 조사 (서면, 전화 등)
	2. 전문가 좌담회	① DMO 사업 전문가 및 경제적 파급효과 전문가 ② 사업 유형화의 분류 기준 및 분류 적정성 검토 ③ 경제적 파급효과 분석 체계 고도화	서면 자문회의 (전문가 3인)
	3. 참가자 설문조사	① 2024년 DMO 기획사업 현황 및 시기 고려 조사 가능 사업 선정 및 일정 조율 ② 참가인원 수, 평균 지출액 등 경제적 파급효과 추정을 위한 데이터 수집 (현장 또는 온라인 설문조사) ③ 수요측면, 사업 참여자의 지출구조 조사	설문조사 (사업당 최소 10명 목표)
	4. 이해관계자 설문조사	① DMO 조직 및 협력 네트워크, DMO 사업 성과 등에 관한 이해관계자들의 인식 확인 (온라인 설문조사) ② DMO 사업 성과 인식 등 사업 활성화를 위한 보완 및 개선 의견 확보	설문조사 (총 300명 이상 목표)
	5. 경제적 파급효과 추정	① 지역산업연관분석을 활용한 세분화된 DMO 사업의 파급효과 결과 산출 ② 확보한 데이터(DMO, 방문객)를 바탕으로 총 파급효과 및 지역 내외적 경제적 파급효과 추정 ③ 이해관계자대상 설문을 통한 사업의 정성적 성과 분석 등(만족도, 참여 중 애로사항 등)	-
	6. 결과 및 시사점 도출	① DMO 사업 및 사업자별 파급효과 산출에 따른 경제 기여도 및 시사점 ② 향후 사업 효과 증대를 위한 제언 등	-

## 2. DMO 사업 성과분석 1)과업구성

- 본 연구는 3차년에 해당하며 올해에는 성과 분석의 일관성을 확보하기 위해 지난해 고도화된 DMO 사업유형별 경제적 파급효과 분석 틀을 가능한 유지해 진행함.

### 연차별 DMO 사업 성과분석 모델 변화

2022년

#### DMO 사업의 경제적 파급효과 산출 프레임 정립

- 수요자 측면과 공급자 측면
- DMO별 사업의 연관산업 매칭

2023년

#### DMO 사업의 경제적 파급효과 분석 모델 고도화

- DMO 사업의 유형화
- DMO 사업 유형별 연관산업 도출

2024년

성과 분석의 일관성을 유지하기 위해 DMO 사업 유형 및 도출된 연관 산업을 가능한 유지

### DMO 사업 유형화(공급측면) 이유

- DMO 추진사업은 목적성에 기반해 분류 및 구성됨.
- DMO의 사업은 추진 특성 및 목표가 상이해 단일사업으로 정의하기 어려워 동질적인 사업 유형화를 통해 추진 사업에 대한 정의와 특성을 도출함.  
(세부 사업의 투입비용, 참여자수, 추진목표 등)

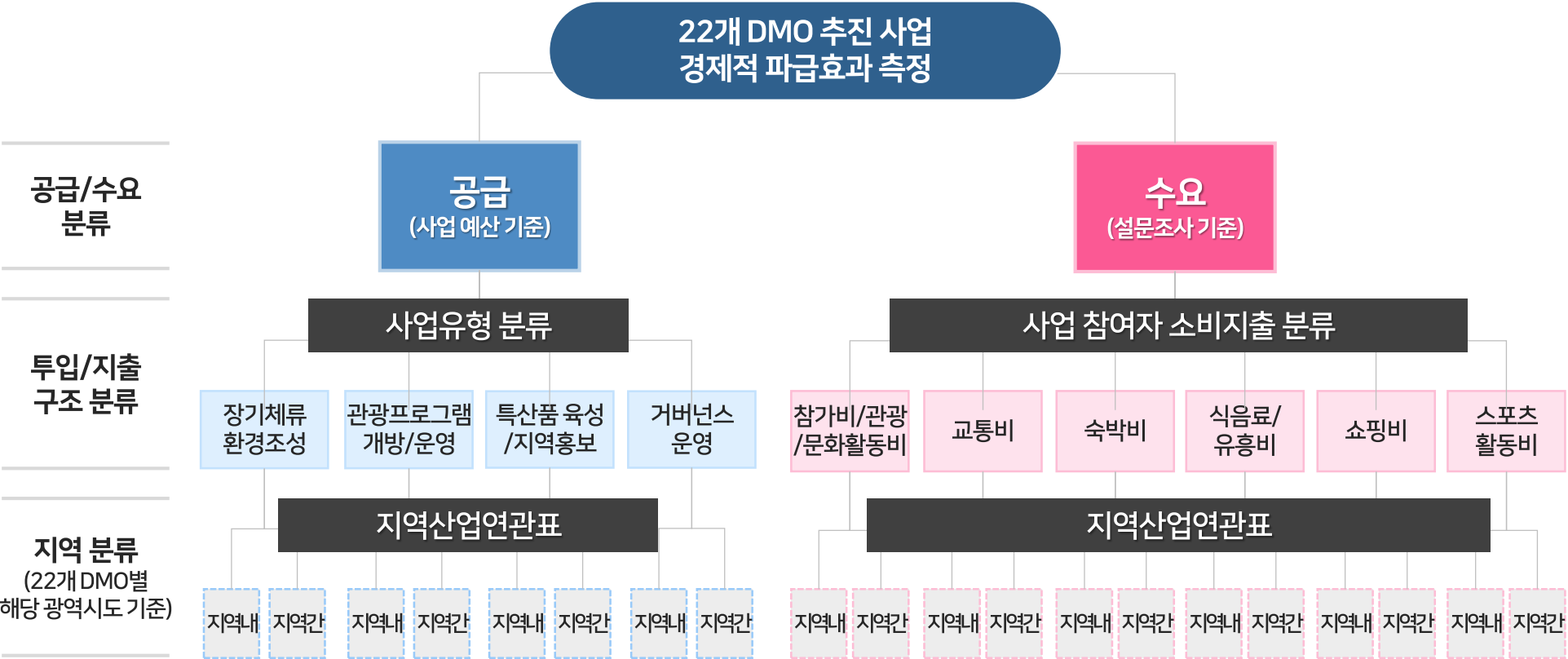


경제적 파급효과 측정을 위한  
사업의 재분류 및 재정의 필요

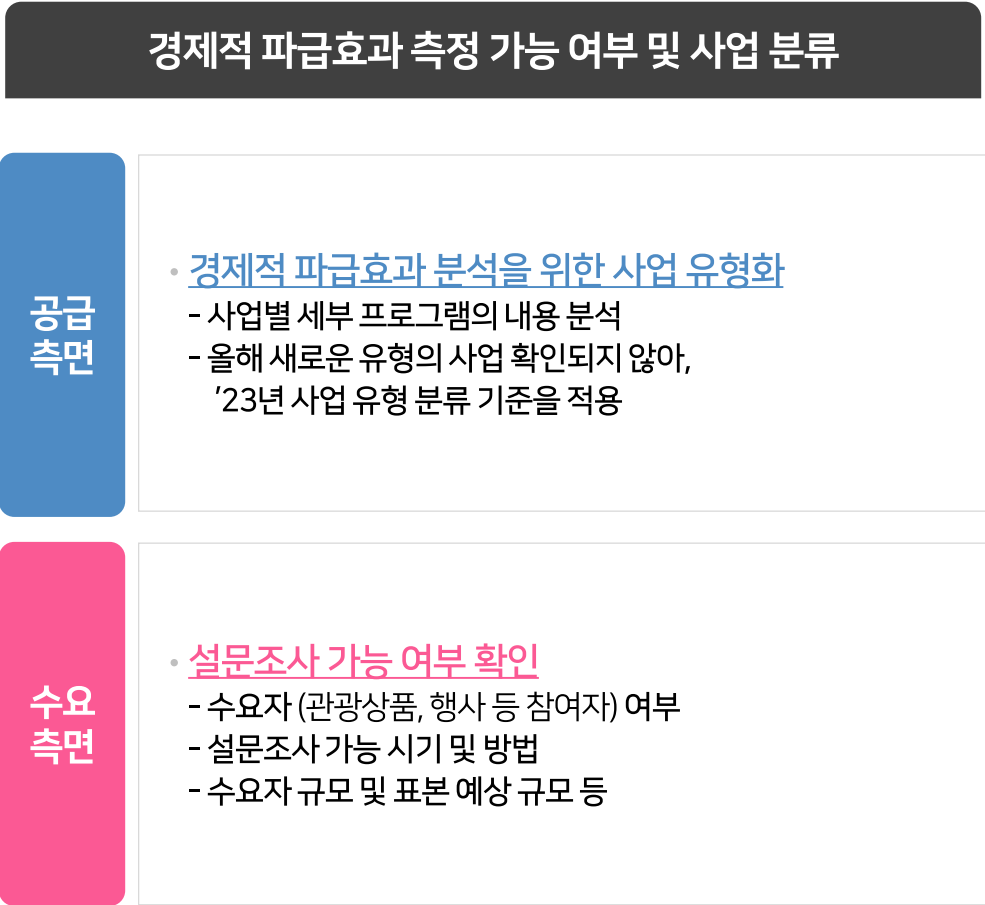


## 2. DMO 사업 성과분석 2) 파급효과 측정의 구성

- 본 과업의 핵심인 DMO 추진사업의 경제적 파급효과 측정은 공급측면과 수요측면으로 구분되며, 공급측면은 사업유형별 연관산업에 따라 사업 예산기준으로 지역산업연관표에 따라 산출됨.
- 수요측면은 사업 참여자 설문조사를 통해 수집되는 소비 지출액에 따라 동일하게 지역산업연관표에 따라 산출됨.



- 공급측면의 사업 유형화를 도출하고, 수요 측면의 사업참여자 소비지출액을 확보하기 위해서는 DMO의 사업계획서를 기초로 한 내용분석과 DMO 관계자의 협조에 따른 내용 확인'이 필수적임.



### 3. 참가자 설문조사 설계

- DMO사업 참여자 대상 설문조사는 각 세부 사업별 진행 시기, 방법 등에 따라 현장조사 또는 온라인 조사를 병행해 수행함.

구분	조사 설계	조사 진행과정
조사 대상	<ul style="list-style-type: none"><li>DMO별 세부 추진 프로그램별 참여자</li><li>관광객을 비롯한 일반 참여자</li></ul>	<div><div>DMO별 추진사업 현황 확인</div><div><div>참여자조사 계획 및 설문 협의</div><div>온라인 설문 프로그래밍</div></div><div><div><div>조사원 현장 파견</div><div>대상자 리스트 전달</div></div><div><div>DMO 담당자 안내-협업</div><div>온라인 링크 송부</div></div><div><div>현장 조사 (QR코드 배포)</div><div>온라인 조사 진행</div></div><div>응답 데이터 정제/분석</div></div><div><div>참여자 대상 사업 변경여부</div><div>사업 내용 및 일정</div><div>현장조사 희망 일정</div><div>조사방법 적정성</div><div>온라인조사 여건 (참여자 리스트 확보 여부)</div></div><div><div><b>현장조사</b></div><div><b>온라인조사</b></div></div></div>
조사방법	<ul style="list-style-type: none"><li>구조화된 설문을 이용한 온라인 및 현장조사 (웹 프로그래밍된 설문 활용)</li></ul>	
조사내용	<ul style="list-style-type: none"><li>◎ 프로그램 참여행태 : 프로그램 인지 경로, 동반자 수/관계, 참여 교통수단 등</li><li>◎ 프로그램 참여 관련 소요비용 : 교통비용, 참가등록비, 숙박비, 식음료비, 쇼핑비 등</li><li>◎ 프로그램 참여 만족도 : 전반적 만족도, 시간/비용 대비 만족도, 재참여의향, 추천의향</li><li>◎ 지역 영향력 평가 : 지역 이미지 개선, 지역 소득/고용/경제 도움, 지역관광 활성화, 주민 여가활동기회 증가, 물가상승/과소비 우려</li><li>◎ 국내관광 영향력 평가 : 새로운 여행지 발견, 해당지역 특색/매력, 국내 관광지 관심 높아짐, 활기 되찾음 등</li></ul>	
수행일정	<ul style="list-style-type: none"><li>2024년 9월 ~ 11월</li></ul>	





## ■ DMO사업 유형화 및 조사

1. 2024년 DMO 사업 추진 현황
2. 추진 사업의 재정의 및 유형화 필요성
3. 사업유형화 과정 및 방법
4. DMO 추진 사업별 유형화
5. DMO사업 참여자 설문조사

# 1. 2024년 DMO 사업 추진 현황

- 2024년 DMO 육성지원사업은 부산광역시를 비롯해 7개 광역시도 총 22개소가 추진되었으며, DMO 당 2개~7개의 사업을 운영하며, 올해 총 58개가 운영됨.

DMO 개소 수

총 22개소

지역 구성

9개 광역시도

운영 사업 수

총 58개

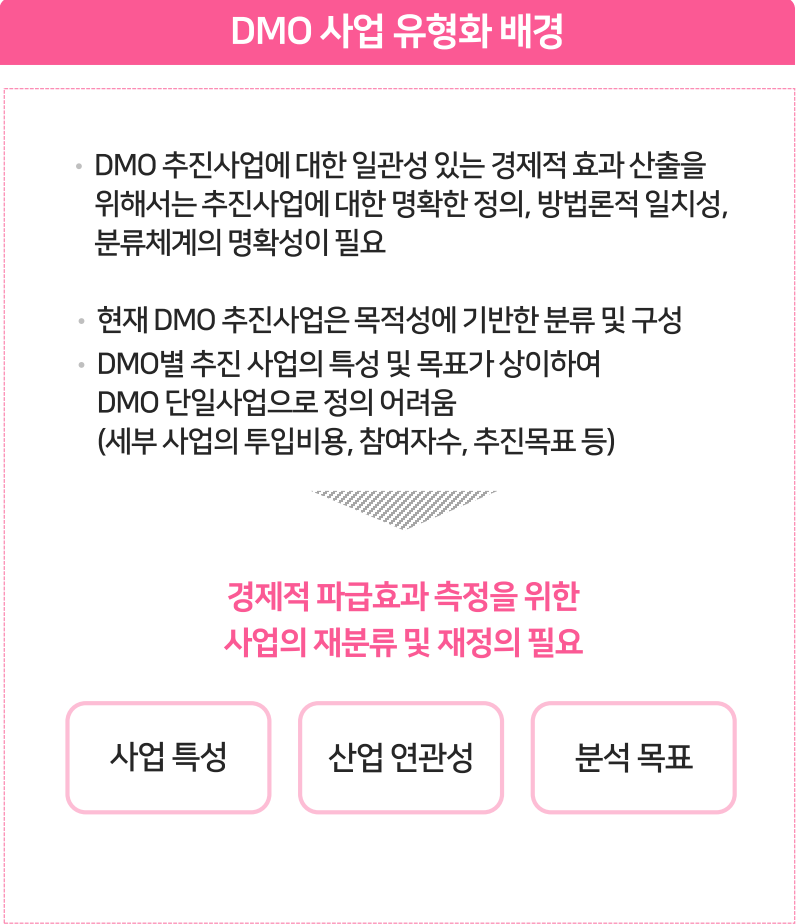
지원 연차

1년 차 -6개소    2년 차 -4개소    3년 차 -4개소  
4년 차 -2개소    5년 차 -6개소

광역시	기초	DMO 사업자(명)	운영 사업 수	연차
부산(1)	-	부산관광공사	2개	5년차
광주 동구(1)	-	광주광역시 동구문화관광재단	3개	1년차
강원(5)	강릉시	강릉관광개발공사	2개	5년차
	동해시	(재)동해문화관광재단	2개	3년차
	영월군	(재)영월문화관광재단	2개	1년차
	평창군	(사)평창군관광협의회	2개	4년차
	횡성군	(재)횡성문화관광재단	3개	1년차
충북(1)	영동군	(재)영동축제관광재단	2개	3년차
충남(1)	홍성군	(주)행복한여행나눔	2개	5년차
경북(3)	안동시	(사)안동시관광협의회	2개	5년차
	영덕군	영덕문화관광재단	2개	1년차
	청도군	(사)경북시민재단	5개	1년차
경남(4)	김해시	봉황대협동조합	2개	2년차
	남해군	(재)남해군관광문화재단	3개	4년차
	밀양시	(재)밀양문화관광재단	3개	2년차
	하동군	하동주민공정여행 놀루와협동조합	2개	2년차
전북(3)	김제시	사회적협동조합 김제농촌활력센터	2개	1년차
	완주군	(재)완주문화재단	2개	2년차
	전주시	(주)전주관광마케팅	6개	5년차
전남(3)	강진군	(재) 강진군문화관광재단	3개	3년차
	목포시	(재)목포문화재단	4개	5년차
	신안군	(사)신안군관광협의회	2개	3년차
전체	22개 시군		58개	-

## 2. 추진사업의 재정의 및 유형화 필요성

- 2024년 DMO 추진 사업은 필수 사업('생활인구 증대')과 5종의 기획사업으로 구성됨.
- 실제 DMO별 추진 사업의 특성 및 목표가 상이하여 일관성 있는 경제적 효과 산출을 위해 DMO 사업의 유형화를 기획함.



### III. DMO사업유형화및조사

- 22개 DMO의 58개 추진 사업의 목표 및 사업내용 등 사업계획서의 세부 내용을 기반으로 사업의 속성에 따른 유형을 분류함.

## 사업 계획서 분석

22개소에서 작성한 2024년도 DMO 사업계획서를 토대로  
DMO별 기획 사업을 내용을 분석함

## I. 사업 개요 및 조직 현황

## 1. DMO 사업 개요

## 가. DMO 사업 주체

1. DMO조직명	달남정월 DMO		
2. 지자체명	경원특별자치도 영월군		
3. DMO 성격 해당( )에 '0'	1. 제단법인 ( )	2. 사단법인 ( )	3. 협동조합 ( )
	4. 직점기업: 기타참고사항 기재		
4. DMO운영 및 산하조직	운영재원 : 국비 1원, 원, 지방비 1원 (합계: 2억 원)		

나. 기획(중점)사업 개요

1) 기획사업 1 (필수 : 생활인구 유입중대 사업)

1. 사업명	“ <b>달달 열매(O) : 달달한 여매</b> 필요할 때 <b>달달 열매</b> 여매서민” 영월군 전역
2. 사업지점	① <b>달달 열매여매서민 정책인 :</b> 달달한 즐거움을 주는 <b>영월여성시민들</b> 을 <b>대 여매서민 정책인</b> - 주인의 관점에서 자국으로 열매에서 이뤄질 수 있도록 유도하여 생활안구로 주요사업에 전환할 수 있는 기회이다 - 아도아도, 달달한시그널 관공제처럼들을 즐기고 있는 방문자들에게 중심으로 주말, 월요일의 여매가 지속적으으 열매에서 이뤄지도록 유도함 - 듀얼라이프(Dual life)를 즐기고자하는 주말엔 단위 방문이 주적으로 전환되도록 함 - UN 세계관광기구(WTO)의, 지속가능개발목표(SDGs)의 관광부분의 기여방향을 열매화하여, “ <b>달달열매여매서민</b> ” 가이더라인 참여내용 실행으로 생활인구의 밀집한 관광인구로 - 사업지역 특성, 사계절관광도 수확과 사계절대체 관광 - 달달열매DM주축인 여매의 사계절이 좋은 곳 선정 및 사업지역 예타넷등 실시 - 주천호수등 고정장소를 설치하여 누구나 최적의 위치에서 사계절관광을 담을 수 있도록 함 ② <b>달달열매의 시장과 팔에서 만나는 “<b>달달 열매</b>라라라”</b> <b>코스 및 운영</b> - DMO지역의 중요도 및 DMO가버너니니 관광가이더라인 관련 및 전시공간 - <b>디지틀 관광주거주 환경가이더라인 여매화</b> 에 대한 <b>서비스제공(도자, 프크니스트리더 등)</b> - 나눔으로 여매화를 위한 “ <b>연출(O)자</b> ” <b>서비스(여매화, 도자대 등)</b> 제공 - 여매자의 공유 오피스 공간 활용 계획서인 방문부서 - 지역의 사(Garretive)를 담고 있는 휴식공간을 제공한 “전달래”를 활용하여 여매의 자체가 매매이 있는 장소로 만들함 - 산촌형 위계서인 “ <b>살달이마을 여매이션</b> ”, “ <b>살달이마을</b> ” 운영 - 디지틀 도자도를 위한 살달이마을을 산촌형 여매이식 설치
3. 사업내용	

#### IV. 사업추진 계획

## 1. 사업 발굴 및 기획

## 붙두사업 1) 영일머헝지인 합동 및 머헝지인 지체인, 머헝라운지 조성 공업,

### 산촌업 위헝지인 및 실업이유제

* 사업 발간 제정 : 과정					
- 영일은 본헝지인으로서 다음과 같은 다양한 관헝자격을 가진 한한도의 보물창고임.					
- 이를 가중기 또다라 새헝개 발간 영일 '지역 화폐' 관헝 마케팅 활업 발간'으로					
활업할 수 있헝는 의견이 당헝정비DMO주인 라운드테이블을 또 때헝본, 교육, 실무위원회					
(W/G)에서 의록이면서 또들었헝음. 이를 종합 경헝하면 다음과 같음.					
1월	제1경 장용	무용도원전	테마머헝	캐레고리	사헝제체인
2월	제2경 제헝로	주헝면	솔로머헝서	숙학	사헝본관
3월	제3경 제헝본문대	한한도면	헝립	을헝지	공공장소 제헝
4월	제4경 집헝갓을헝지	북헝	문화예술	축제	환헝정보
5월	제5경 교육체헝	남헝	자헝도머헝사	목산업	스마트론 새헝
6월	제6경 단골	영일읍	제헝비터	캐헝터	지헝관 지헝
7월	제7경 아라헝	집헝갓헝	예제SEG	지역머헝	친헝할 대도
8월	제8경 한한도지체	산촌업(중동헝)	가죽	헝목문화	
9월	제9경 발헝사	산촌업	훈학	가헝문화	중간
10월	제10경 요헝단				프라머서
11월	바물관헝주 및 문화출헝전시		헝경		
12월			솔로머헝서 및 또지제헝뉴헝3관용		

캐레고리 라운드테이블을 통해 또들헝 의견을 영일군 문화관광정책자문위원회' 위원회
 자헝을 발간 실무위원회(W/G)에서 또다라 새헝개 사업계획을 논의하헝것.

#### <헝업자료 참조>

\* 주 : 2022년 12월 관헝과 문화에 관한 헝거헌, NTO, RTO, 학제, 관헝P 또들헝 30헝을 또다라
 1월을 또다라 두 번째 자헝회의를 헝헝하고 있헝. 2023년 8월은 신헝을 양헝본에 헝거자문회의
 또다라

헝의터 라운드테이블(포럼)

실무위원회(W/G)

실무위원회(W/G)

## 사업의 '속성 분석' 및 '유형 분류'

22개 DMO에서 운영하는 총 58개 사업 (기획/필수)을  
'10개 사업 속성의 포함 여부'로 유형을 분류 (대분류 4개, 중분류 6개)

10개 속성  
포함 여부

속성1	속박 연계/활성화
속성2	위계이션 환경 조성
속성3	관광 프로그램 운영
속성4	축제/이벤트 운영
속성5	지역 특산품/기념품 유통
속성6	홍보/프로모션 시행
속성7	거버넌스 플랫폼
속성8	거버넌스 네트워크
속성9	거버넌스 인력양성/교육
속성10	연구 및 전략수립

1차 유형화  
(6개)

유형1	장기체류 환경 조성
유형2	관광 프로그램/상품 개발
유형3	축제/이벤트 운영
유형4	지역 특산품/기념품 유통
유형5	홍보/프로모션 시행
유형6	거버넌스 조성/운영

2차 유형화  
(4개)

유형1	장기체류 환경 조성
유형2	관광 프로그램 개발/운영
유형3	지역 특산품/기념품 유통 및 프로모션
유형4	거버넌스 운영 및 조성

### 사업내 '세부 프로그램 분류' 및 수요 조사 가능 여부 확인

(예) 1개 필수사업(취향 여행 플랫폼 <덕질살롱> 내 3개 세부 프로그램 포함  
덕질가이드 양성, 주간 덕질여행' 프로그램 기획 및 운영, 지역특화 관광콘텐츠 제작

## 4. DMO 사업별 유형화 결과

- 동일 사업 내에서 유형이 다른 사업이 병행되는 경우 사업 목적에 따라 재분류를 진행했으며, KTO의 검토의견을 종합하여 4개의 유형을 확정함.
- 기본 기능인 거버넌스 운영 사업이 가장 많고, 관광 프로그램/상품 개발 및 운영, 특산품/기념품 유통 및 홍보, 장기체류 환경 조성 등의 순임.

2024년 DMO 사업 유형화 결과

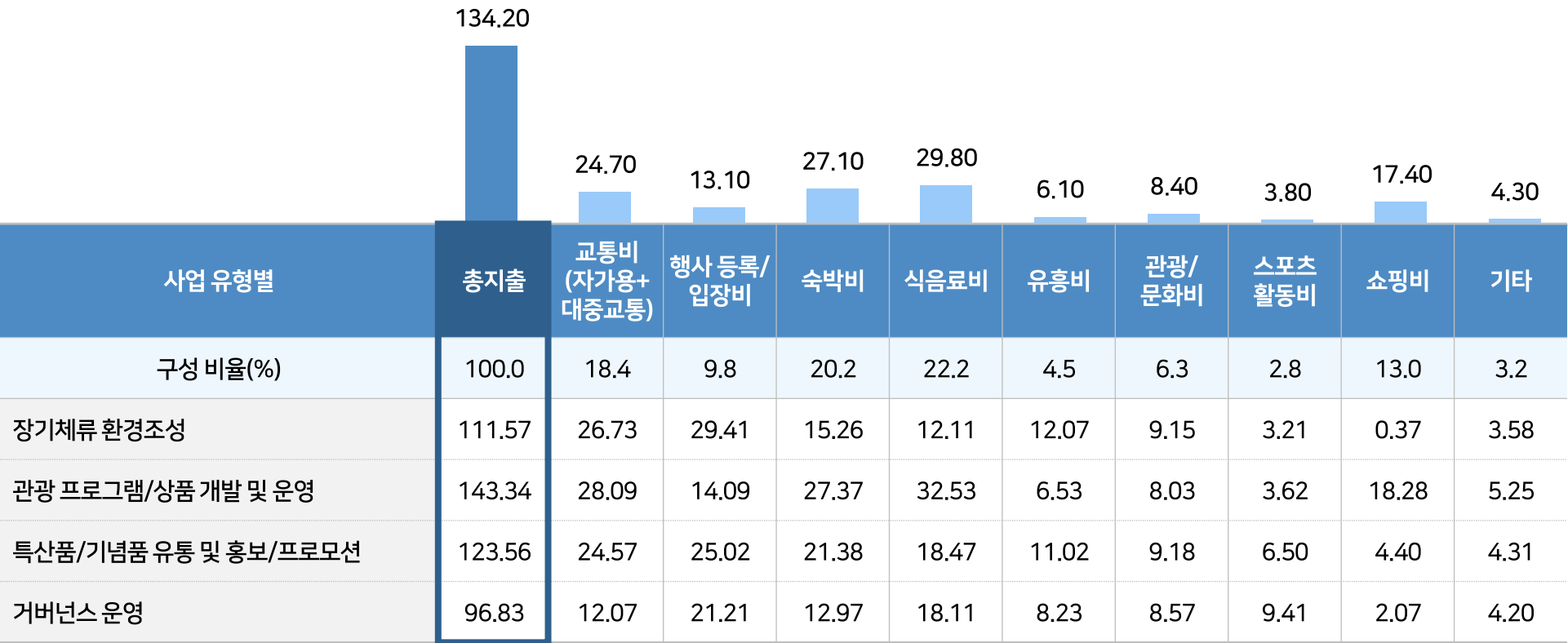
대분류		중분류		비고
장기체류 환경 조성	10개 (12%)	장기체류 환경 조성	10개 (12%)	사업 내 세부 프로그램 유형에 따른 추가 분류
관광 프로그램/상품 개발 및 운영	22개 (26%)	관광 프로그램/상품 개발	20개 (24%)	사업 내 세부 프로그램 유형에 따른 추가 분류
		축제/이벤트 운영	2개 (2%)	사업 내 세부 프로그램 유형에 따른 추가 분류
특산품/기념품 유통 및 홍보/프로모션	20개 (24%)	지역 특산품/기념품 유통	5개 (6%)	사업 내 세부 프로그램 유형에 따른 추가 분류
		홍보/프로모션	15개 (18%)	사업 내 세부 프로그램 유형에 따른 추가 분류
거버넌스 운영	32개 (38%)	거버넌스 운영 및 조성	32개 (38%)	5개 DMO 사업 분리, 사무국 운영(공통운영비)비용 귀속
전체 사업 수		84개 (100%)		

## 5. DMO 사업 참여자 설문조사 프로그램 참여자 소비지출 비용

- DMO사업 운영 프로그램 참여자들의 1인당 평균 소비지출 비용은 13만 4,200원임.
- 사업 유형별로는 '관광프로그램/상품 개발 및 운영' 사업이 약 14만 3,300원으로 가장 높고, 거버넌스 운영이 9만 6,800원으로 낮음.

### ■ 1인당 소비지출 비용

[n=1,648, 단위 : 천원]



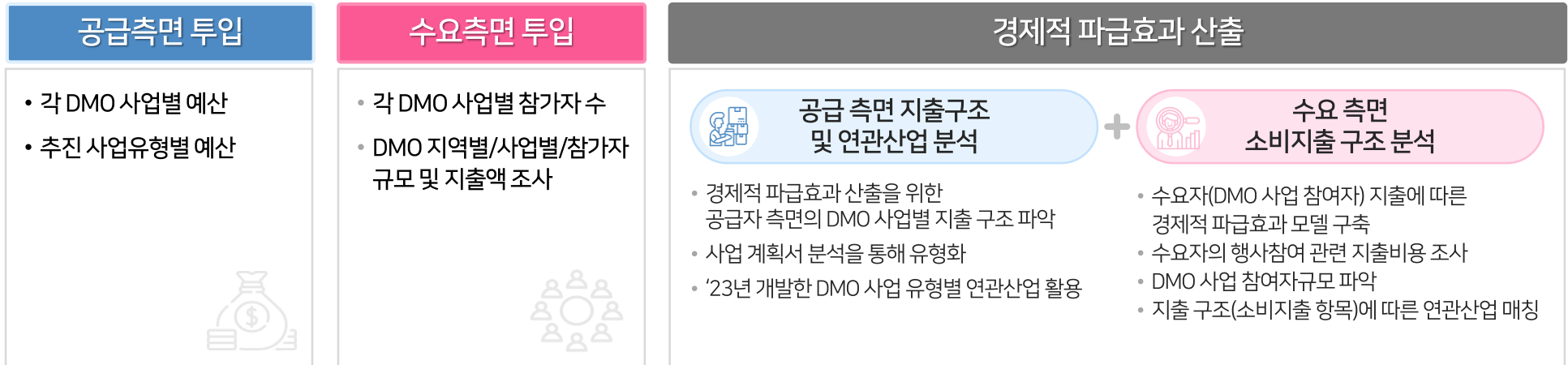
\* 표본 수 30이하의 프로그램은 산출 정확도를 위해 해당 프로그램이 해당하는 사업 유형의 평균 지출비로 파급효과를 산출함

## IV. 경제적 파급효과 산출

1. 경제적 파급효과 산출과정
2. 파급효과 승수 정의
3. 공급측면 경제적 파급효과
4. 수요측면 경제적 파급효과
5. 경제적 파급효과 산출

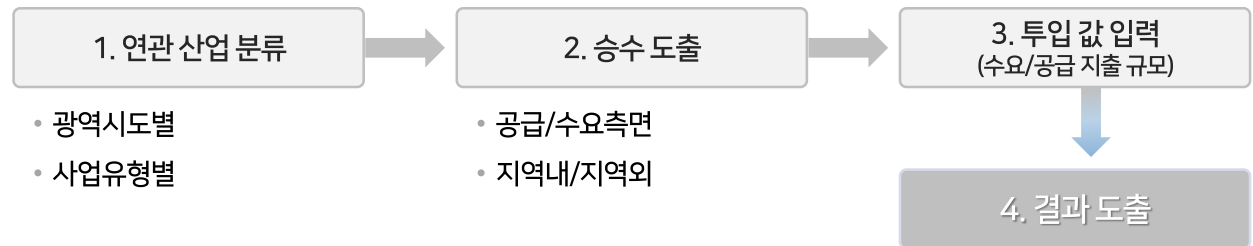
# 1. 경제적 파급효과 산출 과정

- 사업 유형별 유관 산업 도출 및 산업연관표와의 매칭을 통해 공급측면과 수요측면의 경제적 파급효과를 산출함.



## 지역산업연관표(I/O Table)를 활용한 경제적 파급효과 산출 - 한국은행(2015). 지역산업연관표

투입 \ 산출		중간수요						최종수요		총수요	수입	순이익	총산출
		지역 L			지역 M			소비 등	수 출				
		산업 1	산업 2	산업 3	산업 1	산업 2	산업 3						
중 간 투 입	지 역 L	산업 1 산업 2 산업 3	$Z^{LL}$			$Z^{LM}$							
	지 역 M	산업 1 산업 2 산업 3	$Z^{ML}$			$Z^{MM}$							
	부가 가치								지역산업연관표				
총 투입													





- DMO사업의 생산유발효과 등 경제적 파급효과의 승수는 2015년 지역 생산자가격 투입산출표를 기준으로 도출함.

■ 지역산업연관표 유발 계수

구분	내용
생산유발	<ul style="list-style-type: none"><li>한 산업부문에 대한 소비, 투자 등 최종수요 증가시, 이를 충족시키기 위해 각 산업에서 유발되는 작-간접적 생산 관련 파급효과</li><li>*승수 계산: 해당지역의 (항등행렬-(총거래표 중 산업 투입액/총투입액))의 역행렬</li></ul>
소득유발	<ul style="list-style-type: none"><li>지역경제 전반에 걸쳐 나타나는 소득유발효과</li><li>*승수 계산: 소득계수(=피용자보수/총투입계)*생산유발계수</li></ul>
부가가치	<ul style="list-style-type: none"><li>최종수요 발생시, 지역 경제 전반(수입제외)에 걸쳐 작-간접적으로 유발되는 부가가치</li><li>*승수 계산: 부가가치계수의 대각행렬*생산유발계수</li></ul>
간접세유발	<ul style="list-style-type: none"><li>최종수요 발생시, 지역 경제 전반에 걸쳐 작-간접적으로 유발되는 간접세세수</li><li>*승수 계산: 간접계수(=생산세(보조금공제)/총투입계)*생산유발계수</li></ul>
수입유발	<ul style="list-style-type: none"><li>최종수요 발생시, 국민경제 전반에 걸쳐 유발되는 재화나 서비스의 해외 수입효과</li><li>*승수 계산: 2015년 지역 생산자가격 수입유발계수표</li></ul>
고용유발	<ul style="list-style-type: none"><li>최종수요 발생이 생산을 유발하고, 생산은 다시 노동수요를 유발하는 과정을 통해 발생하는 고용(취업)유발</li><li>*승수 계산: 2015년 지역 생산자가격 취업유발계수표 분석</li></ul>

■ 산업연관표 및 지역산업연관표의 비교

산업연관표

$A$ 중간수요	$F$ 최종수요
$V$ 부가가치	

→

지역산업연관표

	1지역	2지역		
1지역	$A_{11}$	$A_{12}$	$F_{11}$	$F_{12}$
2지역	$A_{21}$	$A_{22}$	$F_{21}$	$F_{22}$
	$V_1$	$V_2$		

→ 지역산업연관표는 지역경제에 초점을 맞춘 구조분석 및 지역간 산업 연관관계 분석, 경제적 파급효과 분석 등에 활용

- 지역경제구조 분석 : 지역내 산업구조와 수요구조, 지역간 교역구조 등
- 지역간 산업연관관계 분석 : 특정 지역의 최종수요 (소비, 투자, 수출)가 각 지역의 생산, 부가가치, 고용 등에 미치는 지역간 파급효과 계측

3. 공급측면 경제적 파급효과 1)DMO사업 유형별 연관산업 도출

- 22개 DMO의 사업을 세부 프로그램 단위로 분류하고, 내부 연구진과 KTO 검토를 통한 사업 유형별 연관 산업을 도출함.

2024년 DMO 사업 유형화		산업분류 코드	연관산업 (소분류 기준)	DMO 사업 유형			
				장기체류 환경조성	관광프로그램/ 상품 개발 및 운영	특산품/기념품 유통 홍보/프로모션	거버넌스 운영
'23년 동일 기준 유형화 및 연관산업 적용		531	철도 운송 서비스	●	●	○	●
		532	도로 운송 서비스	●	○	○	●
		561	운송 보조 서비스	●	○	○	○
		569	기타 운송 관련 서비스	●	●	●	○
		571	공영 우편 서비스	○	○	●	●
		87	기타 식료품	●	●	●	○
		520	도소매 및 상품 중개 서비스	●	●	●	●
		581	음식점 및 주점	●	●	●	○
		582	숙박 서비스	●	●	●	●
		760	교육 서비스	●	○	○	●
10개 속성 포함 여부	1차 유형화 (중분류 6개)	790	문화 및 여행 관련 서비스	●	●	●	●
		800	스포츠 및 오락 서비스	●	●	○	○
속성1	숙박 연계/활성화	150	인쇄 및 기록매체 복제	●	●	●	●
속성2	위케이션 환경 조성	600	방송 서비스	●	●	●	●
속성3	관광 프로그램 운영	610	정보 서비스	●	●	●	●
속성4	축제/이벤트 운영	621	소프트웨어 개발 공급	●	●	○	●
속성5	지역 특산품/기념품 유통	629	기타 IT서비스	○	○	○	●
속성6	홍보/프로모션 시행	630	신문 및 출판 서비스	●	●	●	●
속성7	거버넌스 플랫폼	640	영상·오디오품 제작 배급	●	●	●	●
속성8	거버넌스 네트워크	712	광고	●	●	●	●
속성9	거버넌스 인력양성/교육	492	자원 재활용 서비스	●	○	●	○
속성10	연구 및 전략수립	503	건축 보수	●	○	○	○
2차 유형화 (대분류 4개)		660	보험 서비스	○	●	●	○
		691	비주거용 건물임대 및 부동산공급	●	○	●	●
유형1	장기체류 환경 조성	700	연구 개발	○	●	○	●
유형2	관광 프로그램 개발/운영	730	장비·용품 및 지식재산권 임대	●	○	○	○
유형3	지역 특산품/기념품 유통 및 프로모션	741	사업시설 유지관리 및 조경서비스	●	○	○	●
유형4	거버넌스 운영 및 조성	742	인력공급 및 알선	●	●	●	●
		749	기타 사업지원서비스	●	●	●	●
		810	사회단체	○	●	●	●
		사업 유형별 연관산업 수		25	20	19	21

3. 공급측면 경제적 파급효과 2)사업 유형별 파급효과승수

- 장기체류 환경조성 유형의 파급효과 승수가 다른 사업유형에 비해 대체적으로 높았으며, 지역별로는 부산광역시, 경상남도, 강원특별자치도의 순으로 높음.

■ 사업유형 1 : 장기체류 환경조성

구분	부산		광주		강원		충북		충남		경북		경남		전북		전남	
	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외
생산유발	1.634	0.905	1.521	0.357	1.473	0.278	1.468	0.341	1.384	0.479	1.409	0.420	1.520	0.432	1.466	0.259	1.373	0.323
소득유발	0.415	0.156	0.364	0.065	0.381	0.050	0.367	0.061	0.339	0.089	0.354	0.074	0.372	0.076	0.359	0.045	0.350	0.057
부가가치	0.860	0.478	0.792	0.188	0.785	0.145	0.764	0.161	0.710	0.238	0.724	0.200	0.805	0.219	0.761	0.130	0.731	0.165
간접세유발	0.032	0.018	0.031	0.008	0.026	-0.008	0.031	0.006	0.035	0.008	0.033	0.006	0.034	0.007	0.033	0.005	0.032	0.004
수입유발	0.073	0.036	0.065	0.008	0.065	0.007	0.065	0.018	0.064	0.028	0.062	0.025	0.065	0.021	0.067	0.012	0.065	0.024
고용유발	13.221	5.825	13.526	2.499	12.813	2.132	13.248	2.602	11.619	3.345	12.444	3.048	12.737	3.218	13.562	2.195	11.218	2.327

■ 사업유형 2 : 관광프로그램/상품 개발 및 운영

구분	부산		광주		강원		충북		충남		경북		경남		전북		전남	
	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외
생산유발	1.523	0.864	1.417	0.332	1.392	0.246	1.392	0.297	1.322	0.427	1.331	0.330	1.417	0.374	1.402	0.237	1.309	0.265
소득유발	0.389	0.150	0.348	0.062	0.359	0.045	0.341	0.054	0.327	0.081	0.336	0.059	0.353	0.067	0.338	0.042	0.335	0.048
부가가치	0.767	0.452	0.710	0.175	0.705	0.124	0.687	0.132	0.645	0.203	0.661	0.158	0.709	0.184	0.704	0.119	0.665	0.129
간접세유발	0.036	0.018	0.035	0.008	0.032	-0.001	0.033	0.006	0.035	0.008	0.033	0.005	0.035	0.006	0.035	0.005	0.033	0.004
수입유발	0.075	0.026	0.067	0.010	0.066	0.008	0.073	0.025	0.073	0.038	0.072	0.037	0.074	0.028	0.071	0.016	0.067	0.024
고용유발	14.545	6.682	15.554	2.888	14.354	2.438	14.872	2.964	13.090	3.708	14.204	3.663	14.329	3.858	15.734	2.789	13.179	2.721

\* 고용유발승수는 사업비 10억당 유발인원에 대한 승수임

3. 공급측면 경제적 파급효과 2)사업 유형별 파급효과승수

- 특산품/기념품 유통 및 지역 홍보 프로모션 유형과 거버넌스 운영 유형에서 부산광역시의 지역 파급효과 승수가 높은 경향성을 보임.

■ 사업유형 3 : 특산품/기념품 유통 및 지역 홍보/프로모션

구분	부산		광주		강원		충북		충남		경북		경남		전북		전남	
	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외
생산유발	1.606	0.956	1.515	0.392	1.434	0.259	1.452	0.336	1.378	0.478	1.382	0.395	1.517	0.457	1.445	0.266	1.351	0.298
소득유발	0.384	0.166	0.346	0.073	0.352	0.048	0.338	0.061	0.326	0.090	0.330	0.070	0.338	0.081	0.340	0.047	0.331	0.054
부가가치	0.799	0.504	0.740	0.208	0.706	0.130	0.694	0.150	0.663	0.232	0.663	0.186	0.740	0.225	0.704	0.135	0.671	0.148
간접세유발	0.037	0.020	0.035	0.009	0.031	0.000	0.035	0.007	0.036	0.009	0.035	0.007	0.037	0.008	0.036	0.005	0.034	0.004
수입유발	0.066	0.023	0.060	0.009	0.060	0.007	0.065	0.019	0.065	0.030	0.063	0.027	0.066	0.022	0.063	0.013	0.061	0.021
고용유발	13.111	5.694	13.991	2.484	12.938	2.098	13.424	2.562	11.931	3.188	12.636	3.189	12.853	3.349	14.149	2.394	11.889	2.352

■ 사업유형 4 : 거버넌스 운영

구분	부산		광주		강원		충북		충남		경북		경남		전북		전남	
	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외
생산유발	1.584	0.781	1.489	0.334	1.440	0.220	1.374	0.231	1.294	0.349	1.349	0.294	1.448	0.321	1.411	0.212	1.341	0.248
소득유발	0.448	0.133	0.411	0.060	0.424	0.039	0.396	0.041	0.374	0.063	0.385	0.050	0.403	0.055	0.390	0.035	0.380	0.042
부가가치	0.885	0.446	0.839	0.192	0.806	0.126	0.776	0.130	0.730	0.204	0.747	0.162	0.812	0.185	0.788	0.120	0.747	0.141
간접세유발	0.024	0.017	0.021	0.008	0.016	-0.010	0.021	0.004	0.023	0.006	0.024	0.005	0.025	0.006	0.024	0.004	0.023	0.003
수입유발	0.067	0.027	0.060	0.009	0.060	0.007	0.062	0.020	0.062	0.034	0.064	0.036	0.065	0.025	0.062	0.014	0.061	0.024
고용유발	14.942	6.273	16.008	2.717	14.922	2.228	15.222	2.625	13.592	3.269	14.846	3.470	14.776	3.579	16.196	2.277	13.316	2.438

\* 고용유발승수는 사업비 10억당 유발인원에 대한 승수임

3. 공급측면 경제적 파급효과 3)DMO 투입사업비

- 22개 DMO 사업에 투입된 사업비는 총 53억 8,250만원임.  
거버넌스 운영에 투입된 사업비가 18억 5,981만원(34.6%)로 가장 많았으며, 다음으로 관광 프로그램/상품 개발 및 운영 사업이 15억 4,339만원(28.7%)등 순임.

■ DMO 사업 유형별 투입 사업비 [단위 : 천원]

DMO	구분	사업 유형별				총 사업비
		장기체류 환경 조성	관광 프로그램 /상품 개발 및 운영	특산품/기념품 유통 및 홍보/프로모션	거버넌스 운영	
부산광역시	24년 신규	90,678	20,000	57,000	114,322	282,000
광주광역시 동구		-	188,200	-	11,800	200,000
강원특별자치도 강릉시		45,000	-	108,200	86,800	240,000
강원특별자치도 동해시	24년 신규	20,000	124,420	-	118,080	262,500
강원특별자치도 영월군		-	-	154,649	45,351	200,000
강원특별자치도 평창군		151,248	-	-	123,752	275,000
강원특별자치도 횡성군	24년 신규	72,000	100,000	10,000	18,000	200,000
충청북도 영동군	24년 신규	-	112,500	-	150,000	262,500
충청남도 홍성군	24년 신규	70,000	25,000	-	205,000	300,000
경상남도 하동군		80,000	96,000	-	24,000	200,000
경상북도 안동시		-	205,000	-	35,000	240,000
경상북도 영덕군	24년 신규	-	176,180	-	23,820	200,000
경상북도 청도군	24년 신규	-	44,171	-	155,829	200,000
경상남도 김해시		-	-	75,761	124,239	200,000
경상남도 남해군		-	106,120	122,600	71,280	300,000
경상남도 밀양시	24년 신규	30,000	-	102,000	68,000	200,000
전북특별자치도 김제시		-	-	63,900	136,100	200,000
전북특별자치도 완주군		53,000	-	77,000	70,000	200,000
전북특별자치도 전주시	24년 신규	-	101,500	132,260	66,240	300,000
전라남도 강진군		-	-	350,000	50,000	400,000
전라남도 목포시		-	103,300	72,000	82,700	258,000
전라남도 신안군		-	141,000	42,000	79,500	262,500
22개 DMO 합계		611,926(11.4%)	1,543,391(28.7%)	1,367,370(25.4%)	1,859,813(34.6%)	5,382,500
22개 DMO 평균		67,992	110,242	105,182	84,537	244,659

### 3. 공급측면 경제적 파급효과 4)사업 유형별 경제적파급효과

- 사업유형별로는 '거버넌스 운영'의 파급효과가 가장 크게 산출되었으며(생산유발효과 31억 6천만원) 이어서 관광 프로그램 개발/운영 등 순임.

#### ■ 사업유형별 공급측면 총 파급효과

파급효과	장기체류 환경 조성		관광 프로그램 개발/운영		특산품/기념품 유통 및 홍보/프로모션		거버넌스 운영		합계		총합
	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	
생산유발효과 (천원)	914,638	257,018	2,113,915	483,856	1,960,355	473,637	2,609,358	551,507	7,598,266	1,766,018	9,364,283
소득유발효과 (천원)	231,227	45,320	530,543	87,526	465,781	84,777	743,704	95,248	1,971,255	312,870	2,284,125
부가가치유발효과 (천원)	483,026	132,761	1,058,898	237,752	963,824	237,422	1,459,813	314,265	3,965,561	922,200	4,887,761
간접세유발효과 (천원)	18,513	759	51,872	7,670	47,289	6,863	40,612	4,706	158,286	19,998	178,284
수입유발효과 (천원)	40,606	10,211	108,294	36,862	85,300	22,974	116,368	39,602	350,568	109,649	460,217
고용유발효과 (명)	8	2	22	5	18	4	27	6	75	16	91

## 4. 수요측면 경제적 파급효과 1)DMO사업 유형별 연관산업 도출

- 수요 측면은 관광상품 및 프로그램, 행사 참여자들의 지출액과 참여자 수를 기초로 산출되며, 8개 항목으로 구성됨.
- 소비/지출 항목에 대해 소분류 단위의 산업으로 매칭하여 연관 산업을 도출함.

DMO 사업 수요측면 소비지출 항목과 연관산업

소비/지출 항목	지출내용		산업연관표 연관산업	
			코드	산업 (소분류)
행사등록/입장비	지역관광추진조직 프로그램 참가를 위해 지출한 비용		790	문화 및 여행 관련 서비스
교통비	자가용교통비	렌트비, 주유비, 주차료, 통행료 요금 등	561	운송보조서비스
	대중교통비	기차, 버스, 택시 포함 대중교통 요금 등	531	철도운송서비스
			532	도로운송서비스
쇼핑비	참가기간 중 해당지역내 지역 기념품, 농특산물, 편의점 제품 구입비 등		520	도소매 및 상품중개서비스
숙박비	해당지역내 숙박비 (민박, 호텔, 모텔, 펜션, 콘도 등)		582	숙박서비스
식음료비	해당지역내 지출한 식사 및 음료 구입비		581	음식점 및 주점
유흥비	해당지역내 지출한 유흥비 등(노래방, 술값 등)			
관광/문화활동비	해당지역 지출한 관광/문화활동비(입장료, 공연/전시회 등)		790	문화 및 여행 관련 서비스
스포츠활동비	해당지역내 지출한 스포츠 활동비(골프, 경기관람 등 유료 활동 등)		800	스포츠 및 오락 서비스

## 4. 수요측면 경제적 파급효과 2) 소비지출 유형별 파급효과승수

- 지역별(지역내, 지역외) 수요측면 소비지출유형의 파급효과 승수는 다음과 같음.

### ■ 소비지출유형 1 : 참가비/관광/문화활동비

구분	부산		광주		강원		충북		충남		경북		경남		전북		전남	
	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외
생산유발	1.287	0.395	1.228	0.515	1.263	0.487	1.231	0.493	1.225	0.419	1.242	0.440	1.237	0.387	1.257	0.462	1.261	0.522
소득유발	0.396	0.121	0.360	0.151	0.363	0.140	0.401	0.161	0.399	0.137	0.396	0.140	0.420	0.131	0.390	0.143	0.375	0.155
부가가치	0.739	0.163	0.681	0.205	0.696	0.200	0.683	0.204	0.718	0.178	0.719	0.185	0.744	0.162	0.691	0.191	0.667	0.219
간접세유발	0.048	0.015	0.028	0.012	0.038	0.015	0.023	0.009	0.019	0.006	0.024	0.008	0.024	0.008	0.026	0.010	0.022	0.009
수입유발	0.050	0.049	0.039	0.075	0.039	0.065	0.045	0.067	0.054	0.049	0.043	0.054	0.044	0.049	0.055	0.063	0.054	0.060
고용유발	13.952	3.196	11.972	3.712	10.791	3.345	17.779	2.623	17.010	3.276	14.130	2.937	17.177	2.537	20.469	2.817	14.126	3.190

### ■ 소비지출유형 2 : 교통비

구분	부산		광주		강원		충북		충남		경북		경남		전북		전남	
	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외
생산유발	1.223	0.379	1.175	0.468	1.197	0.465	1.195	0.524	1.295	0.527	1.288	0.543	1.235	0.406	1.234	0.571	1.273	0.481
소득유발	0.464	0.139	0.362	0.150	0.353	0.138	0.347	0.152	0.305	0.114	0.360	0.144	0.446	0.136	0.282	0.130	0.319	0.114
부가가치	0.740	0.137	0.691	0.181	0.705	0.169	0.669	0.197	0.647	0.206	0.655	0.206	0.719	0.155	0.643	0.215	0.677	0.186
간접세유발	-0.055	-0.020	-0.049	-0.023	-0.053	-0.022	-0.048	-0.022	-0.048	-0.016	-0.048	-0.018	-0.052	-0.019	-0.047	-0.021	-0.049	-0.017
수입유발	0.040	0.083	0.035	0.093	0.032	0.094	0.032	0.101	0.065	0.082	0.040	0.098	0.042	0.084	0.036	0.106	0.073	0.064
고용유발	9.293	1.824	17.876	2.737	13.763	2.211	18.129	2.944	11.599	2.686	15.307	2.812	14.080	2.385	15.888	2.505	7.511	2.290

\* 고용유발승수는 사업비 10억당 유발인원에 대한 승수임



## 4. 수요측면 경제적 파급효과 2) 소비지출 유형별 파급효과승수

- 지역별(지역내, 지역외) 수요측면 소비지출유형의 파급효과 승수는 다음과 같음.

### ■ 소비지출유형 3 : 쇼핑비

구분	부산		광주		강원		충북		충남		경북		경남		전북		전남	
	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외
생산유발	1.289	0.388	1.246	0.425	1.254	0.472	1.239	0.459	1.256	0.454	1.267	0.486	1.270	0.406	1.241	0.457	1.242	0.460
소득유발	0.378	0.114	0.360	0.123	0.345	0.130	0.349	0.129	0.349	0.126	0.327	0.125	0.350	0.112	0.337	0.124	0.331	0.123
부가가치	0.751	0.156	0.734	0.173	0.709	0.192	0.714	0.189	0.708	0.190	0.697	0.203	0.738	0.167	0.713	0.188	0.709	0.194
간접세유발	0.055	0.017	0.060	0.021	0.051	0.019	0.058	0.021	0.058	0.021	0.058	0.022	0.060	0.019	0.056	0.021	0.057	0.021
수입유발	0.043	0.050	0.037	0.055	0.038	0.061	0.039	0.058	0.052	0.050	0.043	0.057	0.044	0.051	0.040	0.059	0.050	0.046
고용유발	19.130	2.380	23.231	2.610	20.914	2.863	22.534	2.883	19.561	3.057	22.100	3.326	20.253	2.589	21.853	2.747	22.152	3.162

### ■ 소비지출유형 4 : 숙박비

구분	부산		광주		강원		충북		충남		경북		경남		전북		전남	
	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외
생산유발	1.296	0.501	1.215	0.561	1.189	0.531	1.235	0.554	1.284	0.504	1.267	0.536	1.281	0.509	1.213	0.540	1.236	0.555
소득유발	0.380	0.147	0.332	0.153	0.352	0.157	0.362	0.162	0.376	0.148	0.371	0.157	0.346	0.137	0.338	0.150	0.338	0.152
부가가치	0.706	0.198	0.674	0.228	0.697	0.211	0.672	0.228	0.684	0.213	0.682	0.221	0.693	0.207	0.683	0.220	0.670	0.232
간접세유발	0.031	0.012	0.042	0.019	0.035	0.015	0.033	0.015	0.037	0.015	0.033	0.014	0.039	0.016	0.035	0.016	0.037	0.016
수입유발	0.034	0.063	0.026	0.072	0.021	0.070	0.027	0.072	0.047	0.056	0.033	0.064	0.036	0.063	0.028	0.070	0.039	0.059
고용유발	18.959	5.689	17.383	6.364	17.949	5.206	18.813	6.131	18.199	5.116	21.061	5.415	19.281	4.415	20.635	5.216	19.354	5.323

\* 고용유발승수는 사업비 10억당 유발인원에 대한 승수임

## 4. 수요측면 경제적 파급효과 2) 소비지출 유형별 파급효과승수

- 지역별(지역내, 지역외) 수요측면 소비지출유형의 파급효과 승수는 다음과 같음.

### ■ 소비지출유형 5 : 식음료비/유흥비

구분	부산		광주		강원		충북		충남		경북		경남		전북		전남	
	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외
생산유발	1.454	0.773	1.384	0.838	1.407	0.784	1.621	0.744	1.729	0.622	1.606	0.708	1.636	0.597	1.618	0.721	1.530	0.701
소득유발	0.259	0.138	0.240	0.145	0.239	0.133	0.271	0.124	0.303	0.109	0.260	0.115	0.267	0.097	0.272	0.121	0.251	0.115
부가가치	0.520	0.301	0.496	0.328	0.520	0.305	0.517	0.293	0.540	0.266	0.528	0.296	0.570	0.247	0.533	0.281	0.535	0.288
간접세유발	0.072	0.038	0.094	0.057	0.087	0.048	0.104	0.048	0.103	0.037	0.114	0.050	0.099	0.036	0.108	0.048	0.100	0.046
수입유발	0.095	0.084	0.082	0.094	0.079	0.096	0.098	0.091	0.127	0.066	0.095	0.081	0.114	0.068	0.099	0.086	0.102	0.075
고용유발	18.959	5.689	17.383	6.364	17.949	5.206	18.813	6.131	18.199	5.116	21.061	5.415	19.281	4.415	20.635	5.216	19.354	5.323

### ■ 소비지출유형 6 : 스포츠활동비

구분	부산		광주		강원		충북		충남		경북		경남		전북		전남	
	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외
생산유발	1.333	0.524	1.228	0.612	1.215	0.540	1.187	0.356	1.360	0.488	1.235	0.411	1.242	0.376	1.242	0.417	1.195	0.395
소득유발	0.211	0.083	0.172	0.086	0.150	0.067	0.258	0.077	0.197	0.071	0.264	0.088	0.285	0.086	0.257	0.086	0.273	0.090
부가가치	0.671	0.202	0.642	0.234	0.681	0.208	0.770	0.142	0.678	0.200	0.738	0.169	0.752	0.153	0.723	0.167	0.746	0.163
간접세유발	0.201	0.079	0.201	0.100	0.216	0.096	0.167	0.050	0.230	0.083	0.170	0.057	0.181	0.055	0.176	0.059	0.166	0.055
수입유발	0.057	0.070	0.039	0.084	0.038	0.072	0.038	0.051	0.067	0.055	0.041	0.052	0.046	0.049	0.051	0.059	0.046	0.046
고용유발	13.952	3.196	11.972	3.712	10.791	3.345	17.779	2.623	17.010	3.276	14.130	2.937	17.177	2.537	20.469	2.817	14.126	3.190

\* 고용유발승수는 사업비 10억당 유발인원에 대한 승수임

## 4. 수요측면 경제적 파급효과 3) 프로그램 참가자 소비 지출비

- DMO 사업 참가자들의 1인당 평균 지출은 약 13만 4천원으로 식음료/유흥비(약 4만원)에서 상대적으로 높은 지출을 보임.
- 관광 프로그램 개발/운영 관련 사업 참여자의 1인당 평균 지출이 약 14만 3천원으로 가장 많았으며, 거버넌스 운영 사업이 9만 6천원으로 가장 적게 지출함.

### ■ DMO 사업유형별 소비지출비 (1인당 평균)

[단위 : 천원]

DMO사업 유형	지출유형별						1인당 평균 지출비
	참가비/관광/ 문화활동비	교통비	쇼핑비	숙박비	식음료/ 유흥비	스포츠활동비	
장기체류 환경 조성	21.2	14.9	12.1	29.4	30.3	3.6	111.6
관광 프로그램 개발/운영	22.1	28.1	18.3	27.4	44.3	3.6	143.3
특산품/기념품 유통-프로모션	20.2	20.1	18.5	25.0	35.5	4.3	123.6
거버넌스 운영	16.8	13.0	18.1	21.2	23.6	4.2	96.8
전체	21.5	24.7	17.4	27.1	40.3	3.8	134.2

## 4. 수요측면 경제적 파급효과 3) 프로그램 참가자 소비 지출비

- 지역별 소비지출비의 격차는 DMO사업체 운영 프로그램별로 상이하게 나타남.
- 전라남도 목포시의 1인당 지출비가 약 33만원으로 가장 많았으며, 이어서 영월군(29만원), 평창군(28만원) 등 순임.

DMO 사업체	지출유형별						1인당 평균 지출비 (단위 : 천원)
	참가비/관광/ 문화활동비	교통비	쇼핑비	숙박비	식음료/ 유흥비	스포츠활동비	
부산광역시	17.0	12.4	7.2	27.4	23.1	3.5	90.5
광주광역시 동구	7.5	14.1	7.7	5.5	14.9	2.8	52.5
강원특별자치도 강릉시	13.8	28.8	5.6	9.4	15.0	0.0	72.5
강원특별자치도 동해시	13.7	16.6	5.9	18.3	17.9	1.3	73.7
강원특별자치도 영월군	45.4	44.5	47.4	69.6	71.7	11.8	290.3
강원특별자치도 평창군	59.2	29.3	19.3	99.6	64.3	10.2	281.8
강원특별자치도 횡성군	41.2	42.5	20.9	22.0	64.8	3.7	193.6
충청북도 영동군	13.8	25.0	15.8	5.7	40.5	0.4	101.2
충청남도 홍성군	10.3	14.9	10.4	15.2	29.5	2.3	82.6
경상북도 안동시	27.9	19.2	8.9	16.8	23.5	0.1	96.4
경상북도 영덕군	15.7	22.1	10.7	24.1	42.5	2.6	117.6
경상북도 청도군	4.1	12.2	3.6	4.3	8.9	1.4	34.5
경상남도 김해시	6.0	8.2	5.2	2.7	15.2	0.9	38.2
경상남도 남해군	15.6	23.1	13.7	18.7	64.2	3.0	138.1
경상남도 밀양시	16.0	12.5	0.6	6.3	1.9	2.1	39.4
경상남도 하동군	7.7	10.8	5.1	9.0	12.3	0.8	45.7
전북특별자치도 김제시	14.8	11.7	16.9	21.4	22.7	3.9	91.4
전북특별자치도 완주군	17.0	4.7	2.2	6.0	14.7	0.3	44.9
전북특별자치도 전주시	6.7	7.0	3.1	16.3	13.1	1.2	47.5
전라남도 강진군	11.1	7.9	6.5	6.9	12.8	1.0	46.2
전라남도 목포시	46.3	46.9	58.9	70.2	98.6	13.9	334.9
전라남도 신안군	27.5	40.6	21.9	39.7	47.4	3.0	180.0
전체	21.5	24.7	17.4	27.1	40.3	3.8	134.2

## 4. 수요측면 경제적 파급효과 3) 프로그램 참가자 총 소비지출비

### IV. 경제적 파급효과 산출

- 프로그램 참가자의 총 소비지출비는 1인당 평균 지출 비용에 실제 프로그램 참가자 수를 곱하여 산출함.

[단위 : 천원]

DMO 사업체	참가자 수 (단위 : 명)	지출유형별						총 소비지출비
		참가비/관광/ 문화활동비	교통비	쇼핑비	숙박비	식음료/ 유흥비	스포츠활동비	
부산광역시	(639)	13,558	9,549	7,736	18,794	19,372	2,287	71,296
광주광역시 동구	(1,908)	14,857	27,569	15,198	11,045	29,401	5,476	103,538
강원특별자치도 강릉시	(50)	1,061	747	605	1,471	1,516	179	5,579
강원특별자치도 동해시	(1,072)	24,175	30,501	19,603	29,783	48,129	3,936	155,627
강원특별자치도 영월군	(197)	6,765	6,392	6,712	9,729	10,957	1,641	42,197
강원특별자치도 평창군	(739)	19,946	12,640	9,826	29,647	26,174	3,403	101,636
강원특별자치도 횡성군	(212)	7,224	8,034	2,934	3,952	12,719	514	35,348
충청북도 영동군	(330)	4,568	8,252	5,200	1,869	13,369	138	33,395
충청남도 홍성군	(561)	6,030	9,088	6,425	9,482	17,567	1,010	49,566
경상북도 안동시	(2,441)	58,650	43,313	21,238	40,187	55,807	219	219,414
경상북도 영덕군	(2,228)	26,750	37,072	28,316	35,530	109,732	2,753	240,153
경상북도 청도군	(265)	3,588	5,533	3,083	4,561	7,603	571	24,871
경상남도 김해시	(1,631)	27,812	28,507	25,794	33,733	50,839	5,787	172,472
경상남도 남해군	(1,451)	29,316	29,138	26,800	36,311	51,469	6,247	179,282
경상남도 밀양시	(264)	5,379	5,075	4,596	6,800	9,138	1,105	32,092
경상남도 하동군	(600)	6,992	8,321	3,744	9,323	12,196	358	40,934
전북특별자치도 김제시	(21,133)	466,853	592,450	386,318	577,908	934,656	76,546	3,025,327
전북특별자치도 완주군	(180)	3,060	847	396	1,085	2,645	51	8,084
전북특별자치도 전주시	(2,831)	61,682	75,679	51,844	76,358	121,188	10,578	396,278
전라남도 강진군	(450)	5,062	3,580	2,941	3,163	5,846	457	21,050
전라남도 목포시	(297)	14,018	15,240	16,741	25,390	31,267	3,547	106,204
전라남도 신안군	(4,306)	102,995	138,985	67,733	51,161	114,755	3,677	479,107
전체	(43,785)	910,339	1,096,515	713,785	1,017,281	1,686,345	130,481	5,543,450

4. 수요측면 경제적 파급효과 4) 소비지출유형별 파급효과

- 소비지출유형별 파급효과는 생산유발효과 기준 식음료비/유흥비가 크게 나타남.

■ 소비지출유형별 수요측면 파급효과

파급효과	참가비/관광 /문화활동비		교통비		쇼핑비		숙박비		식음료비/유흥비		스포츠활동비		합계		총합
	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	지역내	지역외	
생산유발효과 (천원)	1,142,015	421,915	1,360,486	586,434	884,799	329,606	1,246,638	545,983	2,665,871	1,220,335	161,610	56,239	7,461,418	3,160,511	10,621,929
소득유발효과 (천원)	353,933	130,477	341,967	142,914	239,824	89,360	349,402	153,023	445,512	204,364	32,421	11,090	1,763,059	731,228	2,494,286
부가가치유발효과 (천원)	633,125	175,213	722,797	221,316	506,523	137,394	695,914	222,371	893,950	482,753	93,953	22,440	3,546,262	1,261,487	4,807,749
간접세유발효과 (천원)	23,902	8,816	-52,636	-21,735	39,978	14,894	35,847	15,704	175,753	80,469	23,541	8,255	246,385	106,403	352,788
수입유발효과 (천원)	46,583	55,462	46,307	106,059	29,692	40,123	29,853	68,846	166,699	141,258	6,332	7,739	325,465	419,486	744,951
고용유발효과 (명)	16	3	16	3	15	2	21	5	34	9	2	0	103	22	126

## 5. 총 경제적 파급효과

- '24년 DMO육성지원사업의 총 경제적 파급효과는 생산유발효과 199억 8천만원, 부가가치유발효과 97억, 고용유발효과는 217명으로 산출됨.

구분		생산유발효과 (천원)	소득유발효과 (천원)	부가가치유발효과 (천원)	간접세유발효과 (천원)	수입유발효과 (천원)	고용유발효과 (인원:명)
공급측면		9,364,283	2,284,125	4,887,761	178,284	460,217	91
수요측면		10,621,929	2,494,286	4,807,749	352,788	744,951	126
합계		19,986,212	4,778,412	9,695,509	531,072	1,205,168	217
지역내		15,059,684	3,734,314	7,511,823	404,671	676,033	179
지역외		4,926,528	1,044,098	2,183,687	126,401	529,135	38
합계		19,986,212	4,778,412	9,695,509	531,072	1,205,168	217
지역내	공급측면	7,598,266	1,971,255	3,965,561	158,286	350,568	75
	수요측면	7,461,418	1,763,059	3,546,262	246,385	325,465	104
합계		15,059,684	3,734,314	7,511,823	404,671	676,033	179
지역외	공급측면	1,766,018	312,870	922,200	19,998	109,649	16
	수요측면	3,160,511	731,228	1,261,487	106,403	419,486	22
합계		4,926,528	1,044,098	2,183,687	126,401	529,135	38

## V. 결론 및 제언

1. 2024년 경제적 파급효과 요약
2. 2023년 운영사업 비교
3. 사업효과 향상을 위한 제언



# 1. 2024년 경제적 파급효과 요약 1) 총 파급효과

## ▶ 2024년 지역관광추진조직(DMO) 사업의 경제적 파급효과는 다음과 같음

- 총 파급효과는 2015년 기준 지역산업연관표를 기준으로 공급측면과 수요측면의 합계로 산출되었음
- 공급측면은 DMO별 지출 사업비, 수요측면은 참여자조사에서 확인된 소비지출금액을 활용함

### 생산유발효과

어떤 상품이나 서비스에 대한 최종수요 발생이  
직간접적으로 전 산업 생산에 미치는 영향을 의미함



약 200억 원

### 소득유발효과

최종수요가 발생할 경우 국가 또는 지역경제 전반에  
걸쳐 나타나는 직간접 소득유발효과를 의미함



약 48억 원

### 부가가치유발효과

최종수요가 발생할 경우 국민경제 전반에 걸쳐  
직간접적으로 유발되는 부가가치를 의미함



약 97억 원

### 간접세유발효과

최종수요가 발생할 경우 국가 또는 지역경제  
전반에 걸쳐 직간접적으로 유발되는 간접세(세수)  
효과를 의미함



약 5억 원

### 수입유발효과

국내 생산을 위해 해당 산업과 다른 모든 산업에서  
직간접적으로 수입품이 증가하는 영향을 의미함



약 12억 원

### 취업유발효과

어떤 상품이나 서비스에 대한 최종수요 1단위  
생산에 직접 필요한 노동량을 의미함



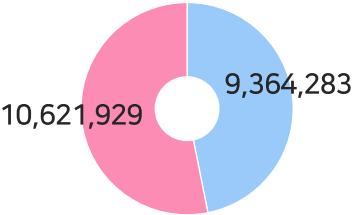
약 217명

# 1. 2024년 경제적 파급효과 요약 2)공급측면·수요측면구성

## 2024년 지역관광추진조직(DMO) 사업의 공급·수요측면의 경제적 파급효과는 다음과 같음

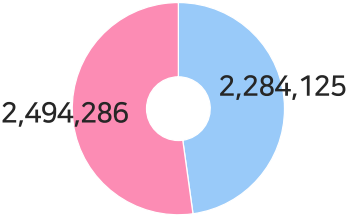
- 파급효과는 2015년 기준 지역산업연관표를 기준으로 공급측면과 수요측면으로 산출되었음
- 공급측면은 DMO별 지출 사업비, 수요측면은 참여자조사에서 확인된 소비지출금액을 활용함

### 생산유발효과 약 200억 원



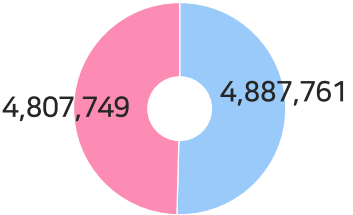
	파급효과(천원)	비중(%)
공급측면	9,364,283	46.9
수요측면	10,621,929	53.1

### 소득유발효과 약 48억 원



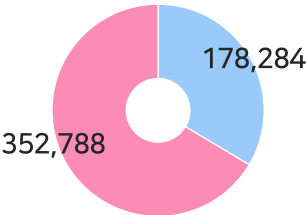
	파급효과(천원)	비중(%)
공급측면	2,284,125	47.8
수요측면	2,494,286	52.2

### 부가가치유발효과 약 97억 원



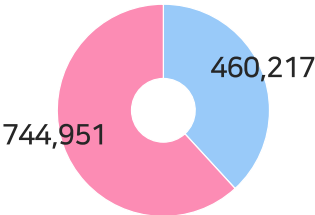
	파급효과(천원)	비중(%)
공급측면	4,887,761	50.4
수요측면	4,807,749	49.6

### 간접세유발효과 약 5억 원



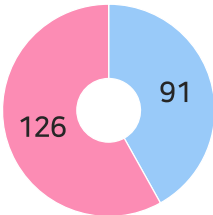
	파급효과(천원)	비중(%)
공급측면	178,284	33.6
수요측면	352,788	66.4

### 수입유발효과 약 12억 원



	파급효과(천원)	비중(%)
공급측면	460,217	38.2
수요측면	744,951	61.8

### 취업유발효과 약 217명



	파급효과(명)	비중(%)
공급측면	91	42.1
수요측면	126	57.9

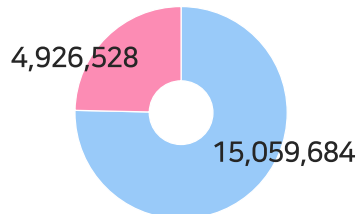
# 1. 2024년 경제적 파급효과 요약 3)지역내·지역외구성

## ▶ 2024년 지역관광추진조직(DMO) 사업의 지역내·지역외 경제적 파급효과는 다음과 같음

- 지역내·지역외 총 파급효과는 2015년 기준 지역산업연관표를 기준으로 공급측면과 수요측면의 합계로 산출되었음
- 공급측면은 DMO별 지출 사업비, 수요측면은 참여자조사에서 확인된 소비지출금액을 활용함

### 생산유발효과

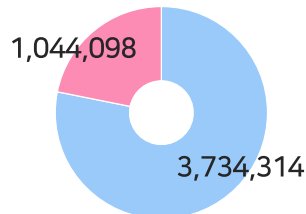
약 200억 원



	파급효과(천원)	비중(%)
지역내	15,059,684	75.4
지역외	4,926,528	24.6

### 소득유발효과

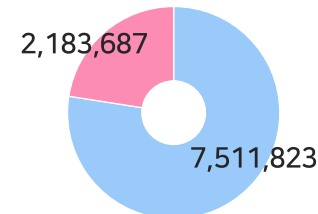
약 48억 원



	파급효과(천원)	비중(%)
지역내	3,734,314	78.1
지역외	1,044,098	21.9

### 부가가치유발효과

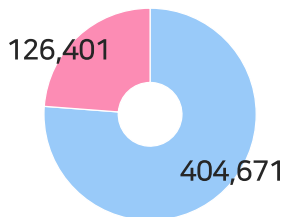
약 97억 원



	파급효과(천원)	비중(%)
지역내	7,511,823	77.5
지역외	2,183,687	22.5

### 간접세유발효과

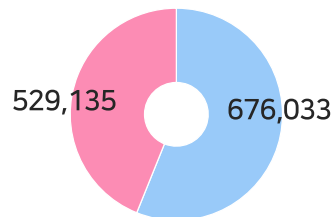
약 5억 원



	파급효과(천원)	비중(%)
지역내	404,671	76.2
지역외	126,401	23.8

### 수입유발효과

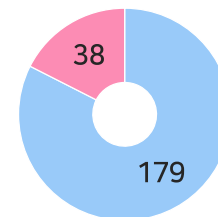
약 12억 원



	파급효과(천원)	비중(%)
지역내	676,033	56.1
지역외	529,135	43.9

### 취업유발효과

약 217명



	파급효과(명)	비중(%)
지역내	179	82.4
지역외	38	17.6

# 1. 2024년 경제적 파급효과 요약 4) ROI(Return on Investment)

## 2024년 지역관광추진조직(DMO) 사업을 통한 ROI를 산출함

- ROI 산출을 위하여, 수요/공급 측면에서 발생한 '부가가치유발효과'를 전체 사업비용으로 나누어 산출함
- DMO 지원 사업비의 경우, 전체 비용이 사업에 투입되었으므로 공급측면의 부가가치유발효과로 포함함

### 투자수익률 (ROI)

- 투자수익률은 투자한 자본에 대한 수익 혹은 손실의 비율을 일컫는 용어
- 투자 금액의 수익 및 손실은 금융 이자, 이익 실현, 이익 손실, 순수입, 순손실 등에서 기인하며, 투자한 자본은 일반적인 자본 외에 비용이 수반된 투자, 자산, 자본 등을 모두 의미함

## 최종 ROI는 1.80으로 1.00을 초과하여 해당 사업은 경제적 측면에서 효과성이 있는 것으로 나타남

$$\frac{9,695,500,000\text{원(부가가치유발효과)}}{5,382,500,000\text{원(전체 사업비용)}} = 1.80(\text{ROI})$$

## 2. 2023년 운영사업 비교 1)사업유형별예산구성

- 지원 사업 대상 DMO가 '23년 21개에서 올해 22개로 늘어나면서, 총 사업 예산이 6.9% 증가함.
- 사업 유형별 예산 비율 지난해 대비 '특산품/기념품 유통 및 홍보/프로모션'과 '관광 프로그램 개발/운영'은 증가하고, '거버넌스'와 '장기체류 환경 조성'은 감소함.

구분	연도	단위	분류유형				합계
			장기체류 환경 조성	관광 프로그램 개발/운영	특산품/기념품 유통 및 홍보/프로모션	거버넌스 운영	
사업예산	23년	천원	996,080	947,300	715,930	2,375,590	5,034,900
	24년	천원	611,926	1,543,391	1,367,370	1,859,813	5,382,500
	차이	천원	-384,154	+596,091	+651,440	-515,777	+347,600
	증감률	%	-38.6	+62.9	+91.0	-21.7	+6.9
사업수	23년	개	13	13	15	26	67
	24년	개	10	22	20	32	84
	차이	개	-3	+9	+5	+6	+17
사업예산비율	23년	비율(%)	19.8	18.8	14.2	47.2	100
	24년	비율(%)	11.4	28.7	25.4	34.6	100
	차이	(%포인트)	-8.4	+9.9	+11.2	-12.6	-

## 2. 2023년 운영사업 비교 2) 프로그램 운영 및 소비지출 특성

- '24년 소비효과 측면 조사 대상인 프로그램 수는 51개로 전년 대비 늘었으며, 유형별로는 관광 프로그램 개발/운영과 특산품/기념품 유통 프로모션이 늘고, 거버넌스가 줄어든 것이 특징임.
- 전체 프로그램 참가자 수와 1인당 소비지출액이 줄었으며, 특히 장기체류 환경 조성과 관광 프로그램 개발/운영의 지출액 감소가 큼.

구분	연도	단위	분류유형				합계
			장기체류 환경 조성	관광 프로그램 개발/운영	특산품/기념품 유통 및 홍보/프로모션	거버넌스 운영	
대상 프로그램 수	23년	개	12	14	7	5	38
	24년	개	9	27	13	2	51
	차이	개	-3	+13	+6	-3	+13
	증감률	%	-25	+93	+86	-60	+34
프로그램 참가자 수	23년	명	2,353	5,064	4,363	11,646	23,426
	24년	명	2,265	37,007	4,430	83	43,785
	차이	명	-88	+31,943	+67	-11,563	+20,359
	증감률	%	-4	+631	+2	-99	+87
프로그램 참가자 1인당 소비지출액	23년	천원	220.4	195.2	97.8	126	639
	24년	천원	111.6	143.3	123.6	96.8	475
	차이	천원	-108.8	-51.9	+25.8	-29.2	-164
	증감률	%	-49	-27	+26	-23	-26

## 2. 2023년 운영사업 비교 3) 경제적 파급효과 비교

- '23년 대비 총 파급효과는 전반적으로 증가했으며, 이는 소비지출은 일부 감소했으나 프로그램 참가자 유치가 증가했기 때문임.
- 단, DMO사업체 운영 프로그램은 사업별로 특징이 상이하기 때문에 전년과의 직접적인 비교는 주의가 필요함.

### ■ 2024년 경제적 파급효과

	총 파급효과			공급측면			수요측면		
	전체	사업비1억당	'23년 대비 증감 <sup>1)</sup>	전체	사업비1억당	'23년 대비 증감 <sup>1)</sup>	전체	사업비1억당	'23년 대비 증감 <sup>1)</sup>
생산유발효과(천원)	19,986,212	378,061	+24.91%	9,364,283	177,136	-0.04%	10,621,929	200,926	+60.14%
소득유발효과(천원)	4,778,412	90,389	+19.36%	2,284,125	43,207	-0.67%	2,494,286	47,182	+46.38%
부가가치유발효과(천원)	9,695,509	183,401	+7.31%	4,887,761	92,457	-1.80%	4,807,749	90,944	+18.49%
간접세유발효과(천원)	531,072	10,046	+59.53%	178,284	3,372	2.38%	352,788	6,673	+122.22%
수입유발효과(천원)	1,205,168	22,797	+29.54%	460,217	8,706	-0.75%	744,951	14,092	+59.62%
취업유발효과(명)	217	4.11	+30.94%	91	1.72	1.32%	126	2.39	+65.92%

### ■ 2023년 경제적 파급효과

	총 파급효과			공급측면			수요측면		
	전체	사업비1억당	'22년 대비 증감 <sup>1)</sup>	전체	사업비1억당	'22년 대비 증감 <sup>1)</sup>	전체	사업비1억당	'22년 대비 증감 <sup>1)</sup>
생산유발효과(천원)	15,239,178	302,671	+15.1%	8,921,781	177,199	-3.5%	6,317,397	125,472	+58.2%
소득유발효과(천원)	3,812,973	75,731	+17.0%	2,190,125	43,499	-3.9%	1,622,848	32,232	+65.4%
부가가치유발효과(천원)	8,604,795	170,903	+27.7%	4,740,452	94,152	-3.7%	3,864,343	76,751	+112.4%
간접세유발효과(천원)	317,045	6,297	+7.5%	165,826	3,294	-1.3%	151,220	3,003	+19.2%
수입유발효과(천원)	886,108	17,599	+19.8%	441,633	8,771	-5.1%	444,475	8,828	+62.1%
취업유발효과(명)	158	3.14	+15.8%	86	1.70	-5.3%	72	1.44	+57.7%

주1) 23년과의 직접비교를 위해 투입 사업비 1억당 증감률을 산출하여 비교했으며, 연도별 DMO사업체 운영 프로그램 유형에 따라 차이가 크게 발생할 수 있기에 직접적인 비교는 주의를 요함

### 3. 사업 효과 향상을 위한 제언 1) 효율성 높은 사업 확대

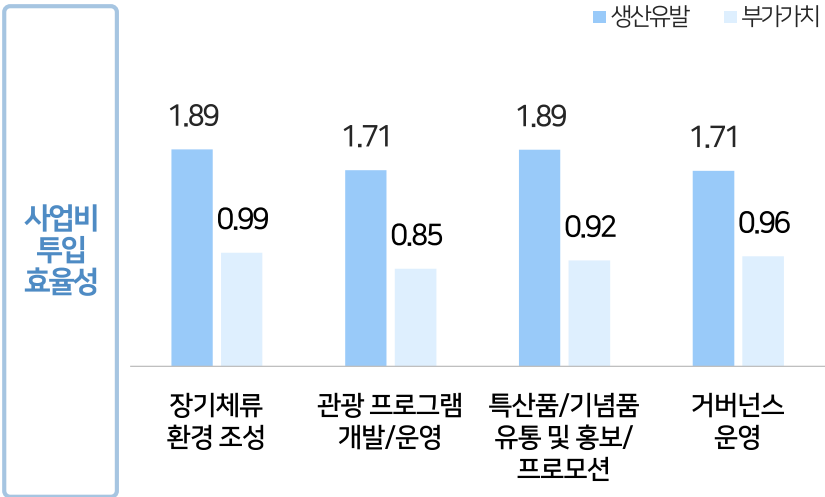
#### ▶ 생활유입증대를 극대화할 수 있는 사업의 지속적인 운영-추진 및 확대 방안 모색

- 공급측면에서 장기체류 환경조성 사업은 투입사업비 대비 효과 측면에서 가장 높은 효율성을 나타냄
- 수요측면에서는 관광 프로그램 운영사업의 참가자 수가 3.7만명으로 가장 많았으며 1인당 지출 금액이 15만원으로 가장 큼.

(공급측면) 사업비 투입 효율성

· 사업비 효율성은 장기체류 환경조성 사업이 가장 높으나, 사업비 투입이 11.6%로 적음.

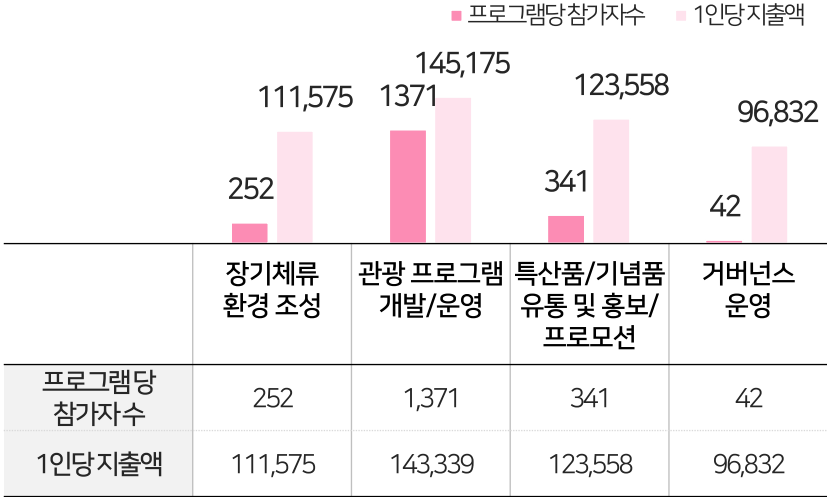
금액(천원)	611,926	1,523,391	1,367,370	1,783,813
비율(%)	11.6	28.8	25.9	33.7



(수요측면) 프로그램 참여자 1인당 지출 비용

- 프로그램 중 관광프로그램 개발/운영은 53%를 차지하며, 참가자 수 및 1인당 지출액도 가장 우수함.
- 반면, 장기체류 환경 조성사업은 수요 창출이 미진한 것으로 확인됨.

대상 프로그램수	9	27	13	2
비율(%)	17.6	52.9	25.5	3.9



\* 사업비 투입 효율성 계수 = (공급측면) 파급효과 / 투입 사업비

\*\* 프로그램 당 참가자수는 특정 프로그램에 의해



### 3. 사업 효과 향상을 위한 제언 2) 전문가자문 결과 및 제언

<p>01 DMO사업 성과측정 방안</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>DMO사업의 경제적 파급효과 분석 결과를 활용할 때에는</b> 경제적 측면 이외에 DMO 사업의 목적과 참여 DMO의 취지, 기능적 가치에 대한 고려를 우선 해야 함. <ul style="list-style-type: none"> <li>- DMO의 기능과 사업의 목적을 고려할 때, 본 사업의 효과는 경제적 측면 보다는 기능적 가치를 우선 고려한 성과 평가가 되어야 함.</li> <li>- 각 DMO는 서로 다른 관광 환경과 특색으로 설정 목표치(KPI)가 다르기 때문에 하나의 기준으로 여러 사업체를 성과를 평가하는 것은 어려움이 있음.</li> <li>- 따라서 DMO 사업체의 목표 타당성, 성취 과정의 적절성에 대한 평가가 중요하게 다루어져야 함.</li> </ul> </li> </ul>
<p>02 경제적 파급효과 측정</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>DMO사업의 주요 과업이 변화함에 따라 사업 유형의 재분류 및 보완 가능성을 고려해야 함.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- DMO 추진 사업(생활인구 유입 등)은 관광 시장 환경 변화 및 이슈에 따라 변화하기 때문에 DMO 사업의 속성 보완과 재분류가 요구됨. (올해에는 '거버넌스 운영 및 조성' 부분에서 연구/컨설팅 관련 사업이 소분류로 새롭게 도출되었으나, 대분류 단으로 동일하게 관리함)</li> </ul> </li> <li>● <b>경제적 파급효과 도출에 활용되는 사업비와 지출액 데이터 확보의 정확도 향상이 요구됨.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- DMO 사업은 실제 운영 결과가 사업 계획서 상에서 변경되거나, 사업비가 집행되지 않는 경우가 존재함.</li> <li>사업 특성상 실제 사업 투입 비용을 집행 기준으로 집계하고, 세목별로 분류하거나 정확한 소비 지출액을 수집하는데 어려움이 있으나 이를 보완할 수 있는 방안을 고려할 필요가 있음.</li> </ul> </li> </ul>
<p>03 사업 효과 향상</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>지역 특화 사업 도출 및 성과 관리를 통한 사업 효과 증진 방안 모색</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경제적 파급효과에 더해 사업 과정을 반영한 지표를 도입하고, DMO 사업의 특성을 고려한 정량적·정성적 성과 분석을 통해 지역 특화 사업 선별과 지속적인 모니터링 및 투자·관리를 병행할 필요가 있음.</li> <li>- DMO 운영에서는 지역 주민과 지자체 등 이해관계자의 참여를 활성화하고, 협력적 거버넌스 체계를 구축하여 지역 경제와 연계하는 전략이 요구됨.</li> <li>사업을 다각도로 분석하여 DMO 사업의 지역 내 경제적 기여를 극대화할 수 있는 구체적인 전략 제시 필요하다는 의견이 도출됨.</li> </ul> </li> </ul>

# 감사합니다