

서울시 관광안내센터 운영실태와 개선방안

반정화 김수진

Current Status of Tourist Information Centers in Seoul,
and How They can be Improved



서울연구원
The Seoul Institute

서울시 관광안내센터 운영실태와 개선방안

연구책임

반정화 시민경제연구실 연구위원

연구진

김수진 시민경제연구실 연구원

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서
서울특별시의 정책과는 다를 수도 있습니다.

요약

관광객 니즈 파악해 서비스에 반영 가능하게 관광안내센터 통합적 관리시스템 구축 필요

서울방문 개별관광객 지속 증가세... 믿을만한 정보 제공 중요성 커져

서울 방문 개별관광객 비율이 65%로 지속적으로 증가하고 있으며, 모바일 환경은 스마트폰을 통해 관광객의 정보접근성을 향상시키고 있다. 스마트폰의 사용 증가와 현지에서의 와이파이 및 데이터 환경 여건의 개선으로 여행 전 정보탐색은 물론이거니와 여행지 현장에서 실시간 정보검색도 가능해졌다. 그러나 블로그 및 광고성 정보 등 넘쳐나는 주관적 정보는 정보의 혼선과 신뢰성에 대한 문제를 야기하고 있어 객관적인 관광정보 제공의 중요성이 커지고 있다.

관광안내센터·관광안내사는 다양한 관광안내체계 중 핵심역할 수행

관광안내체계의 범주는 관광안내소, 관광안내사, 관광안내판, 안내지도, 홍보 팸플릿, 스마트폰 어플리케이션 등으로 매우 다양하며 각각 상호보완적 역할을 하고 있다. 그 중에서도 관광안내소(센터)는 다양한 서비스를 제공하는 대표적인 관광안내 매체이며, 관광안내사는 서비스 전달자로서 중요한 역할을 담당하고 있다. 관광안내센터에서 정확한 정보 제공과 외국어가 가능한 관광안내사는 외래관광객이 타지에서 느끼는 위험요소를 감소시키고, 정보 신뢰도를 향상시키며, 도시에 대한 이미지 제고에 영향을 미치기 때문에 이들의 역할이 매우 중요하다.

관광안내센터, 도시이미지 좌우...복합서비스 공간으로 기능 다양화

해외여행에서 관광안내센터는 관광객이 가장 처음 접하는 서비스 시설로 도시 이미지를 좌우

한다. 해외 도시의 관광안내센터는 도심의 여행 중심 지역에 위치하고 여행의 거점으로서 반드시 들러야 하는 지역의 랜드마크 장소로 인지되기도 한다. 접근성과 외관은 물론, 최근의 관광안내센터에서는 정보제공뿐 아니라 예약 및 판매 서비스, 휴식공간, 다양한 관광편의시설도 함께 제공하는 등 여행자 편의를 위한 복합 서비스 공간으로서 기능도 다양해지고 있다.

주요관광지 관광안내센터 충분... 일부지역 과밀·실적 저조해 조정 필요

서울시 운영 관광안내센터는 부스형태의 고정식 안내소와 움직이는 관광안내소, 관광정보센터가 운영되고 있으며, 타 기관에서 운영하고 있는 관광안내소를 합치면 주요 관광지에는 비교적 충분한 관광안내소가 배치되어 있다. 서울시 관광안내센터는 규모가 크지는 않지만 현장 접점에서의 서비스 체계는 잘 갖추어져 있다. 그러나 일부 지역은 이용률에 비해 다소 과밀하거나 실적이 저조한 곳도 있어 기관별 협의를 통해 관광안내센터의 조정이 필요하다.

안내센터마다 문의내용·이용객 다른 점 고려해 서비스기능 변화 도모

서울 방문 외래관광객이 증가하면서 관광안내센터 이용객 역시 증가하고 있다. 중국어와 영어권의 외래관광객 비중이 높지만 내국인 비중도 38%로 높으며, 명동을 비롯한 관광정보센터에서는 서울 이외의 타 지역에 대한 관광정보 문의건수도 높다. 관광안내센터마다 문의내용 및 해당 언어권의 이용객 및 특성이 다른 것을 고려하여 서비스 기능의 변화를 도모해야 한다.

관광안내센터 현장 서비스능력 우수, 서비스 표준화 매뉴얼은 없어

서울시 운영 관광안내센터는 현장에서의 관광정보 서비스 제공 능력은 우수하다. 작은 규모의 관광안내소와 움직이는 관광안내소를 통해 빈틈없는 관광안내가 가능하다. 그러나 2개의 위탁업체로 구분되어 운영되고 있어, 일관성의 부재 및 비정규직 고용으로 인하여 전문 안내인력

의 고용 지속성 불안 요소 증가, 표준화되고 체계화된 서비스 매뉴얼 부재 등 안정적인 인력 관리에 대한 한계점이 발생하고 있다.

관광안내센터 재배치하고 운영주체 단일화로 표준화된 서비스 제공

서울시 관광안내센터의 효율적 운영을 위해서 기존 관광안내센터의 운영상황을 토대로 통폐합 및 재배치가 필요하다. 이용이 저조한 관광안내소는 인력을 줄이고 안내센터 기능이 필요한 지역에는 추가 설치가 필요하며, 타 기관과의 협력을 통해서 중복 설치된 안내센터를 줄여 효율성을 극대화해야 한다. 서울시 내에서는 운영 주체를 단일화하여 표준화되고 신뢰도 높은 서비스를 제공하고 전문적 관광안내사를 양성할 수 있는 시스템을 구축해야 한다.

서비스에 편의성 개선 기능 비중 높이고 모바일 관광안내센터 운영

현재 관광안내센터의 기능 중 관광정보 제공 비중이 높은데, 관광객의 서울여행 편의를 개선하는 기능으로 비중을 높이고, 서울관광의 정책적 지원을 위해서 주요 문화체험 기능을 확대시켜야 한다. 또한 모바일 환경에 익숙해진 관광객들을 위해서 모바일 관광안내센터를 운영하여 관광안내센터의 접근성을 향상시키고, 모바일을 통해서도 오프라인에서와 동등한 관광안내센터 서비스를 이용할 수 있도록 제공 기능을 다양화해야 한다.

관광안내체계 지속적 모니터링으로 통합적 관리시스템 구축 바람직

관광안내센터의 기능 다양화와 체계적인 운영을 위해서는 지속적인 모니터링을 통해 관광객 요구사항의 변화를 파악하고 서비스를 평가하여 이를 개선할 수 있는 시스템을 갖추어야 한다. 지역에 위치한 관광안내센터는 충분히 제 역할을 다하고 있으나, 각각 개별적으로 운영되고 있어 통합적인 관리가 이루어지지 못한 실정이다. 통합적 시스템을 통한 일관된 관광안내센터 관리체계의 구축이 필요하다.

목차

01 연구개요	2
1_연구배경	2
2_연구목적	3
3_연구방법	4
02 관광안내센터 기능의 변화와 이해	6
1_관광정보 및 안내체계에 대한 이해	6
2_관광안내센터의 기능과 역할	8
3_국내외 관광안내센터 운영 사례	12
03 서울시 관광안내센터 운영실태 분석	26
1_서울시 관광안내센터 운영 현황	26
2_서울시 관광안내소 운영 실적	33
3_서울시 관광안내사 역할 및 인력 관리	41
4_서울시 관광안내센터 입지 적정성 분석	44
5_서울시 관광안내센터 운영 현황 소결	62
04 서울시 관광안내센터 개선 방안	70
1_관광안내센터 운영 재정비	70
2_운영주체의 단일화	72
3_기능 다변화 및 복합 서비스 제공	73
4_모바일 관광안내센터 운영	75

5_관광안내 통합관리 체계 구축	77
05 결론 및 정책적 시사점	80
1_결론	80
2_정책적 시사점	82
참고문헌	85
Abstract	86



표

[표 2-1] 관광안내센터 기능 구분 및 주요 내용	11
[표 2-2] 관광안내소(센터)의 구분과 제공서비스	11
[표 2-3] 도쿄 아사쿠사 문화관광센터 시설 및 기능	14
[표 2-4] 한국관광공사 K-Style Hub 시설 및 이용 현황	20
[표 2-5] 제주웰컴센터 시설 및 이용 현황	22
[표 3-1] 서울시 관광정보센터 운영 현황	27
[표 3-2] 서울시 관광안내소 구분	28
[표 3-3] 서울시 자치구 및 기타 기관 운영 관광안내소	29
[표 3-4] 서울시 관광안내소 운영 현황	32
[표 3-5] 서울시 관광안내소 이용 상위 5순위(2014-2016)	34
[표 3-6] 서울시 관광안내소 언어권별 관광정보 안내 현황	34
[표 3-7] 주요 언어권별 관광안내소 이용도	35
[표 3-8] 서울시 관광안내센터별 관광정보 제공 지역 분포(2016년 9월 말 현재)	36
[표 3-9] 주요 방문시간별 관광안내소	37
[표 3-10] 움직이는 관광안내소별 제공 언어 상위 3순위	39
[표 3-11] 서울시 주요 관광안내소별 관광정보 제공 분야 1순위	40
[표 3-12] 관광안내센터 입지 적합지 분석 요인 및 측정변수	46
[표 3-13] 서울시 자치구별 관광사업체 상위 10순위	49
[표 3-14] 서울시 자치구별 관광숙박업 상위 10순위	50
[표 3-15] 서울시 자치구 5개 지역 내 지하철 승하차 인원수(2015)	51

[표 3-16] 관광안내센터 입지 후보지역 해당 자치구별 지하철역 분석	52
[표 3-17] 주요 지하철역 경유 버스 수	53
[표 3-18] 주요 지하철역별 서울 시티투어버스 정차 버스 수	54
[표 3-19] 주요 지하철역별 공항리무진 정차 버스 수	55
[표 3-20] 주요 방문지(10곳)로부터 지하철역 최소 이동시간 합산	56
[표 3-21] 주요 지하철역 승하차 인원 상위 10순위(2015)	57
[표 3-22] 주요 지하철역 공시지가	58
[표 3-23] 서울시 관광안내센터 적합지 선정 상위 5순위(1차 검토)	59
[표 3-24] 요인별 변수 데이터 최대최소 정규화 결과 값	60
[표 3-25] 서울시 관광안내센터 적합지 선정 상위 10순위(2차 검토)	62



그림

[그림 2-1] 관광안내체계도	7
[그림 2-2] 관광안내소의 역할	7
[그림 2-3] TIO(Tourist Information Office) 역할 모델 제안	12
[그림 2-4] 도쿄 아사쿠사 문화관광센터 위치	13
[그림 2-5] 도쿄 아사쿠사 문화관광센터 전경 및 내부	14
[그림 2-6] 런던정보센터 위치	15
[그림 2-7] 런던정보센터 전경 및 내부	15
[그림 2-8] 뉴욕 타임스퀘어 비지터센터 위치	16
[그림 2-9] 뉴욕 타임스퀘어 비지터센터	16
[그림 2-10] 멜버른 비지터센터 위치	17
[그림 2-11] 멜버른 비지터센터 외관 및 지하 내부	17
[그림 2-12] 싱가포르 오차드 비지터센터 위치	18
[그림 2-13] 싱가포르 오차드 비지터센터 전경 및 내부	18
[그림 2-14] K-Style Hub 내부	20
[그림 2-15] 제주웰컴센터 전경 및 내부	22
[그림 2-16] 국내외 관광안내센터의 주요 기준별 특징	24
[그림 3-1] 운영주체별 서울시 관광안내소 구분(2016년 3월 기준)	26
[그림 3-2] 서울시 관광안내소 분포도(2016년 3월 말 현재)	30
[그림 3-3] 서울시 도심권의 관광안내센터 분포	31
[그림 3-4] 고정식 관광안내소 이용 현황(2014-2016)	33

[그림 3-5] 최근 5년(2011-2015)간 움직이는 관광안내소 이용 현황	38
[그림 3-6] 움직이는 관광안내소 주요 6개소 이용 현황(2011-2015)	38
[그림 3-7] KOTIS 관광안내사 상담내용 입력시스템	42
[그림 3-8] 해외 관광객 주 이용 교통수단	45
[그림 3-9] 서울 주요 방문지	47
[그림 3-10] 서울시 자치구별 관광사업체 수	48
[그림 3-11] 서울시 관광사업체 관광숙박업 분포	49
[그림 3-12] 서울시 관광사업체 관광편의시설업 분포	50
[그림 3-13] 서울시 관광안내센터 입지 후보 지역 비교	61
[그림 3-14] 서울시 관광안내센터 운영 체계(현재)	63
[그림 3-15] 관광정보 안내 책자 및 홍보 브로슈어(좌-명동, 우-홍대입구)	67
[그림 3-16] 관광안내센터 통유리 외관(좌-명동, 우-홍대입구)	67
[그림 4-1] 명동관광정보센터와 서울글로벌문화체험센터 간 이동거리	70
[그림 4-2] 관광안내센터 제공 기능	75
[그림 4-3] 실시간 정보 제공 예시	77

01

연구개요

- 1_연구배경
- 2_연구목적
- 3_연구방법

01 | 연구개요

1_연구배경

1) 외래관광객 증가와 관광안내센터의 역할

(1) 관광목적지의 첫인상을 좌우하는 관광안내센터

관광안내센터는 관광객이 여행 활동 중 가장 처음 접하는 장소(ISO, 2014)이기도 하며, 서비스 제공자와 관광객을 연결시키는 중요한 역할을 하고 있다. 또한 관광안내센터가 제공하는 각종 관광정보와 서비스의 수준은 관광객이 여행지에서 경험하는 일들과 도시의 이미지 형성에 결정적인 역할을 한다. 따라서 관광안내센터가 어디에 위치하며 어떤 서비스를 어떻게 제공해주는가에 대한 문제는 중요하게 다루어져야 한다.

(2) 외래관광객 증가세와 관광안내센터 규모의 적절성

서울시는 외래관광객 2천만 달성을 목표로 관광시장의 규모를 확대시키기 위해 다각도로 마케팅 전략을 펼치고 있다. 관광시장의 규모가 확대되는 만큼 관광안내센터가 적절하게 운영되고 있는지에 대한 파악이 필요하다. 서울시가 운영하고 있는 관광안내소는 2016년 현재 22개소이나, 관광정보 및 서비스 제공에 대하여 종합적인 관리가 시장 규모에 비해 미흡한 상태이다. 관광객이 선호하는 주요 관광지가 서울 도심에서 외곽으로 확산되고 있는 만큼 기존 관광안내소가 적절하게 배치 및 운영되고 있는지에 대한 검토가 필요하다.

2) 관광트렌드 변화로 인한 관광안내센터 기능의 변화

(1) 현장에서의 빠른 정보 전달 체계 구축

모바일 환경의 발달은 관광객이 여행지에서도 활발하게 스마트폰을 사용할 수 있도록 해주었고 관광행태의 변화에도 영향을 미치고 있다. 다양한 정보를 관광객이 직접 검색하고, 즉각적으로 활용할 수 있어 적극적이고 능동적인 관광활동이 가능해졌다. 그러나 한

편으로 수많은 온라인 관광정보 속에서 실시간 검색은 정보의 정확성이나 신뢰성을 다시 한번 체크해봐야 하는 번거로움으로 정확한 정보 전달의 중요성이 커지고 있다. 이제는 관광안내센터가 면대면 관광정보 제공차원에서 그치지 않고 모바일 환경을 통해 보다 풍부하고 정확한 관광정보와 즐길거리를 제공할 수 있어야 한다. 관광안내센터는 온오프라인을 통해 즉각적으로 대응함으로써 관광활동의 만족도를 제고시킬 수 있도록 해야 한다.

(2) 관광안내센터 기능의 확대

관광환경의 변화에 따라 관광안내센터의 기능이 관광정보 제공, 관광홍보 및 교류, 관광산업 지원 등으로 다양해지고 있다. 서울시 관광안내센터를 방문하는 관광객의 행태를 살펴보면, 서울 외 지역 문의건수도 증가하고 있으며, 관광정보 습득이 아니라 체험활동을 위해 관광안내센터를 방문하는 경우도 늘고 있는 등 개별관광객이 증가하면서 관광안내센터를 통해 요구하는 서비스 내용도 달라지고 있다. 관광트렌드의 빠른 변화에 맞추어 관광안내센터의 서비스 제공범위와 기능의 확대가 필요한 실정이다.

2_연구목적

1) 서울시 관광안내센터 운영실태 진단

외래관광객 증가와 행태의 변화는 서비스의 변화를 요구하고 있다. 관광서비스의 핵심 역할을 하는 관광안내센터의 효율적인 운영은 서울관광의 서비스 품질을 평가하는 데 중요한 부분이다. 이러한 관점에서 서울시 관광안내센터 운영실태를 진단하고자 한다.

우선은 관광객의 동선이나 주요 밀집지역 등을 중심으로 관광안내소가 적절히 배치되었는지를 검토하기 위해서 관광안내소별 운영 실적과 관련 자료들을 검토할 것이다. 해외사례들을 통해서 제공 가능한 서비스 기능을 살펴보고 서울시에서 제공하는 있는 서비스 내용들을 비교하여 추가되어야 하는 기능이나 확대되어야 하는 기능들을 검토할 것이다. 마지막으로 운영 및 관리 측면에서의 문제점 등을 검토하고자 한다.

2) 서울시 관광안내센터 개선 방안

두 번째 목적은 글로벌 관광시대에 맞는 관광안내센터로 거듭나기 위해 서울시가 무엇을

변화시키고 어떤 모습을 갖추어야 할 것인지를 찾는 것이다. 서울시 관광시장 변화와 규모에 맞는 관광안내센터의 적정 위치와 규모를 갖추기 위해 검토되어야 하는 부분이 무엇인지를 제시하고자 한다. 더불어 관광안내센터의 선진화된 서비스와 품질향상을 위해서 개선되어야 하는 부분들을 검토하여 제시하고자 한다.

3_연구방법

1) 관광안내센터 관련 문헌조사

관광환경 변화에 따른 관광안내센터의 역할 변화와 서비스 확대 요소 등과 관광안내센터의 기능, 운영 특성 및 운영 형태 등을 문헌조사를 통해 검토할 것이다. 국내외 주요 관광안내센터 운영 사례를 조사하여 관광안내센터의 역할과 기능의 변화를 파악하고자 한다. 해외 도시의 주요 관광안내센터 사례를 통해 관광객 편의증진을 위해 대중교통 이용 및 위치 등을 어떻게 고려하고 있는지를 조사하고, 관광안내센터에서 제공하는 서비스와 기능 등을 알아볼 것이다.

2) 전문가 자문 및 관계자 인터뷰

서울시 관광안내센터 운영 담당자 자문을 통하여 서울시 관광안내센터의 문제점을 파악하고 서울 관광환경 변화에 맞는 관광안내센터 체계를 모색하고자 한다. 그리고 현장에서 관광객의 안내를 담당하는 안내사 인터뷰를 실시하여 인력 운영 사항, 현장업무의 특성 및 고충 등을 들어보고자 한다. 이용률이 높은 관광안내센터를 방문하고 이용자의 특성, 제공 서비스, 시설 및 공간 운영을 참고하여 분석에 활용할 것이다.

3) 서울시 관광안내센터 운영방안 검토

관광안내센터에 문의된 사항을 정리한 자료와 현장 방문을 통해 조사한 운영 특성을 바탕으로 서울시 관광안내센터 운영 실태를 검토한다. 검토를 토대로 문제점을 도출하고, 운영 시스템의 개선 및 제공 서비스 확대 등 종합적인 서비스 구축과 운영방안을 고안하여 정책적 시사점을 도출하고자 한다.

02

관광안내센터 기능의 변화와 이해

- 1_관광정보 및 안내체계에 대한 이해
- 2_관광안내센터의 기능과 역할
- 3_국내외 관광안내센터 운영 사례

02 | 관광안내센터 기능의 변화와 이해

1_관광정보 및 안내체계에 대한 이해

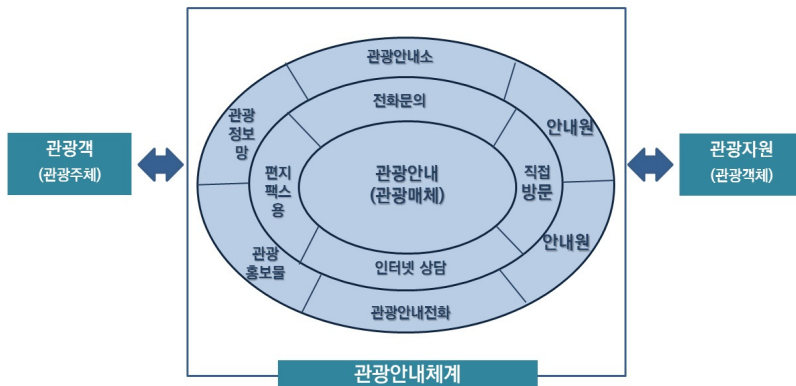
1) 관광정보 개념의 이해

관광정보의 일반적인 개념은 바라보는 시각에 따라 다소 차이가 있다. 관광객의 입장에서 '관광관련 정보를 제공함으로써 이용자의 관광욕구를 충족'시킬 수 있어야 하며, 관광 대상, 즉 관광자원의 관점에서는 '관광자원이 보유한 정보들을 가치 있는 형태로 수집, 가공하여 제공함으로써 관광자원의 가치를 전달'할 수 있어야 한다. 바람직한 관광정보란 정확한 정보제공을 통해 관광객이 낯선 지역에 대한 의사결정을 하는 것에 대한 불확실성을 감소시켜줄 수 있어야 한다. 풍부한 관광정보를 제공함으로써 체재일수를 늘리는 촉매제 역할을 할 수도 있고, 의사결정을 하지 못하는 잠재관광객의 방문을 유도하는 역할도 할 수 있다(김향자·손정환, 1999, pp.8-9. 자료를 토대로 재작성).

공급자적인 측면에서는 관광정보를 계량화된 일체의 자료로 보기도 한다. 교통개발연구원(1994)에서는 관광정보를 '관광현상과 직·간접적으로 관련된 정보와 관광객과 관광자원, 관광지, 관광산업 등의 수요 및 공급에 관한 통계자료와 동 자료의 결과치로서 객관적으로 계량화된 일체의 자료'라고 보고 있으며, 이는 관리자적인 시각을 내포하고 있다(김향자·손정환, 1999 재인용).

관광정보에 대한 안내를 제공받을 수 있는 매체는 매우 다양하다. 관광안내소, 관광안내사, 관광안내판, 관광안내지도를 비롯한 홍보물, 지자체나 기관 홈페이지, 관광안내전화 등 매우 다양하며, 스마트폰 어플리케이션도 최근에는 큰 몫을 하고 있다. 해당 관광매체들은 각각 장단점이 있으며 상호보완적인 성격들을 가지고 있기 때문에 대부분의 도시에서는 다양한 매체를 동시에 활용하면서 관광안내 서비스를 제공하고 있다.

이 중에서도 가장 비중이 큰 것은 관광안내소(센터)로 다양한 매체들을 한 곳에 모아놓는 역할을 할 뿐 아니라, 서비스 인력과 관광객의 교류가 일어나는 공간으로서 관광정보 안내는 물론 다양한 편의 서비스를 제공하는 기능도 하고 있는 대표적인 관광매체이다.

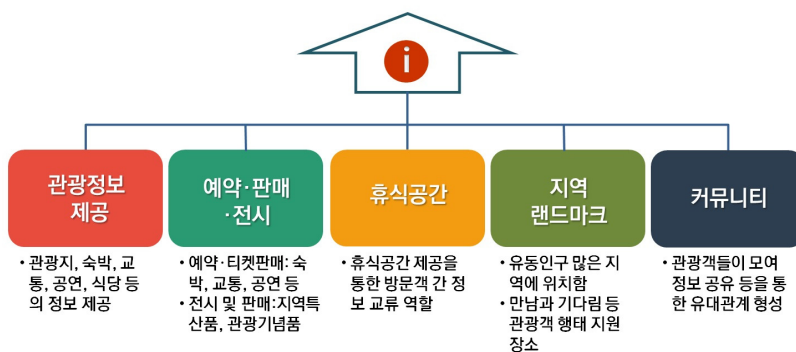


[그림 2-1] 관광안내체계도

자료 : 유행주한학자신형섭(2008), 관광안내소 운영에 따른 효율화 방안 연구.

2) 관광안내센터의 정의

관광안내센터에 대한 정의는 여러 가지가 있다. 문화관광부와 한국관광공사에서 제시한 내용을 토대로 예를 들어보자. 대표적으로 한국문화관광연구원(2008)에서는 ‘관광객에게 관광지에 대한 각종 정보를 제공, 휴식공간, 지방자치단체 홍보, 특산품과 기념품을 전시·판매하는 다목적 복합공간’으로 정의하고 있다. 한국관광공사에서는 ‘관광안내센터는 안내원, 각종 안내장비, 안내자료 등이 갖추어진 장소로서 전문적인 관광안내와 비전문적인 관광안내기능을 담당하는 곳’(1997)으로 정의하고 있다.



[그림 2-2] 관광안내소의 역할

자료 : 허갑중(2003), 관광안내소 설치 및 운영개선 방안, 한국문화관광연구원.

관광안내소는 제공서비스의 규모나 기능에 따라서 제공서비스가 달라질 수 있다. 기본적으로는 관광정보를 제공하는 역할이 가장 중요한 부분이다. 주변 지역의 주요 관광지는 물론, 숙박이나 교통, 식당 등 다양한 정보들을 제공할 수 있다. 최근에는 관광정보의 범위를 넘어서 행사 및 공연 등의 예약이나 티켓판매, 전시 및 판매, 잠시 쉴 수 있는 휴게 공간, 관광객과 지역민 또는 지역 관계자 등 지역과 관광객을 연계할 수 있는 커뮤니티 공간으로서의 역할도 담당하는 등 기능이 점점 확대되고 있다.

2_관광안내센터의 기능과 역할

1) 서비스 시설로서의 관광안내센터

관광안내센터는 대표적인 관광객 편의를 위한 시설로서 얼마나 서비스를 잘 제공하느냐의 문제가 중요하게 다루어져 왔다. 관광안내센터는 관광객들이 가장 처음으로 접하는 관광시설이자 서비스의 하나로 방문 도시에 대한 첫인상이나 이미지, 만족도를 결정짓는 요인으로 인지되고 있다. 다수의 관광객들은 대부분 여행 첫날 관광안내센터에 들르는 경우가 많지만 첫날뿐 아니라 여행의 모든 과정에 영향을 미칠 수 있다. 관광안내센터에서 제공되는 서비스는 여행 전 자료수집에서부터 여행 중에 필요한 다양한 정보 제공, 그리고 여행 후의 고객 모니터링과 같은 서비스를 통해서 관광전반에 걸쳐서 관광객 만족도에 영향을 미치게 된다(예명숙·조명환, 2002).

관광안내센터의 만족도는 제공 서비스가 매우 다양하다는 것과도 관련이 높다. 관광안내센터에서 제공 서비스는 구성요소에 따라 인적 서비스, 편의시설 관련 서비스, 정보관련 서비스 등으로 분류하기도 한다. 인적 서비스는 안내원의 전문적 지식에 의존하는 안내기능서비스, 편의시설 관련 서비스는 숙박시설, 교통시설 등이 포함되며, 정보관련 서비스는 다양한 관광관련 정보와 관광상품 소개 등으로 분류하고 있다(Lewis, 1987). Bennet(1993)의 연구에서는 관광안내소 서비스를 기술적·물리적 서비스와 기능적·인적 서비스로 분류하였다. 기술적·물리적 서비스는 관광안내소 내의 비품이나 유형재를 활용한 유형적 서비스이며, 기능적·인적 서비스는 관광객과 안내원 상호간 발생하는 것으로

서비스의 즉시성, 안내원의 지식수준, 친절성, 응답성, 혁신성, 신뢰성, 공감성 등과 관련된 서비스이다. 관광안내센터는 관광객에게 종합적 서비스를 제공할 수 있는 기능을 갖추고 있는 곳으로 관광활동에서 중요한 영향을 미치지 않을 수 없는 중요한 매체이다.

관광안내센터 관련 선행연구들의 공통점 중 하나는 관광안내기능에서 정보의 정확성이라는 부분보다 인적 서비스의 중요성이나 기능에 대한 부분을 더 중요하게 지적하고 있다. 철저한 인력관리를 통한 신뢰할 수 있는 관광안내 서비스 제공의 필요성을 제시하고 있다. 모바일 환경에 대한 의존도가 커지면서 인적 서비스의 중요성이 감소할 것이라 유추도 가능하지만, 관광안내센터는 현대 서비스가 중요한 부분을 차지하기 때문에 면대면을 통한 서비스 제공은 관광객 만족도를 더 높일 수 있는 역할을 할 수 있다.

2) 관광안내센터 역할 및 주요 기능

서비스 차원에서 관광안내센터가 갖추어야 하는 기본적인 요소는 크게 3가지로 구분할 수 있다.

첫 번째는 관광자원해설이다. 관광안내센터에서 이루어지는 서비스의 대부분은 지역의 관광자원에 대한 개괄적인 소개와 해설을 통해 관광객의 흥미와 방문을 유도하는 것이다. 지역의 볼거리 및 먹을거리, 체험거리 등을 소개하고 정확한 정보를 객관성 있게 알려주는 것이 핵심 서비스이다. 관광자원에 대한 해설은 이동하기 위한 교통편뿐 아니라 관광자원에 대한 역사, 문화, 관련 스토리 등 다양한 부분들을 전달할 수 있기 때문에 전문성이 필요하다.

두 번째는 관광안내원의 역할이다. 관광안내원은 관광안내소에서 관광객들에게 지역 내 관광정보제공 및 관광자원해설 서비스를 통하여 특정 관광자원과 시설에 대한 접근을 용이하게 하고, 이해를 증대시키며, 관광객들이 낯선 환경에서 편안하게 관광활동을 하도록 하는 관광안내소 서비스의 핵심적인 역할을 수행한다. 또한 관광안내원은 관광객과의 직접적인 접촉을 통한 인적 서비스로 그 지역을 방문하는 관광객의 첫인상을 결정하는 데 도움을 줄 뿐만 아니라 관광객의 경험을 향상시키는 데 큰 역할을 할 수 있다. 누락되거나 새롭게 생성된 관광정보를 찾아내고 안내시스템을 확충하기도 하며, 관광정책에 대한

내외국인의 불편이나 문제점을 담당기관에 전달·해소하여 다음에 방문하는 관광객의 만족을 극대화하고 지역관광 발전에도 직접적으로 기여할 수 있도록 하는 역할을 한다.

세 번째 요소는 관광안내 정보매체로서의 역할이다. 관광안내 정보매체는 관광안내센터 내부에 비치하고 있는 지도, 홍보물, 표지판, 웹사이트 등과 국제적인 표준용어와 공공안내 그림표지가 포함될 수 있다(허갑중, 2003). 최근 스마트폰 사용이 급증하면서 새로운 정보전달 매체로 부각되고 있어 스마트폰을 활용한 관광정보 전달에 대한 중요성이 커지고 있으며, 스마트폰으로 활용가능한 부가 서비스를 찾기 위한 지자체의 정책적 노력들과 민간 차원에서의 어플리케이션 개발 등도 활발해지고 있는 추세이다.

3) 관광안내센터 기능의 표준화

개별관광객들의 도시관광 비중이 커지고 관광객들이 증가하면서 필요로 하는 관광편의 서비스가 증가하고 있다. 이러한 관광시장의 욕구가 반영되면서 결과적으로 관광안내센터를 하나의 서비스로 접근하는 경향이 커지고 있으며 제공서비스 표준화의 필요성이 제기되고 있다. 일관성 있고 신뢰할만한 정보와 서비스를 제공하는 것은 무엇보다 관광객 만족도에 큰 영향을 미치기 때문에 중요하게 다루어져야 한다.

ISO의 관광정보센터 가이드라인(ISO 14785_Tourist information offices)에서도 관광안내를 위한 표준화된 서비스 제공이 필요함을 언급하고 있다. 주요기능은 관광객 응대창구, 정보 제공, 상업활동(티켓판매 등), 통계 분석, 의사소통 및 홍보, 인력관리, 인프라 시설, 장비, 의사소통 기술 등이다. ISO와 같은 국제적 인증 가이드라인의 적용 여부는 외래관광객 유치에 위한 국내 관광서비스 수준에 대한 신뢰도의 기준이 될 수 있기 때문에 검토가 필요한 부분이다. 국내에서도 한국관광공사에서 표준화된 관광안내소의 서비스 기준을 마련하기 위해서 다음과 같은 구분을 제시하였다.

[표 2-1] 관광안내센터 기능 구분 및 주요 내용

구분		주요내용
관광 정보	서비스 제공방법	- 관광안내소 방문객 응대, 전화안내(근무시간 외 한국관광공사 1330 안내센터 연결) - 브로슈어, 팸플릿 및 관광안내지도 제공
	종류	관광지 등 관광자원(시설), 숙박/음식점/쇼핑/교통정보
부대 서비스	서비스 제공방법	시도 종합관광안내소의 운영비를 충당할 수 있도록 유료 가능
	종류	- 책자형태 지도 판매, 관광기념품 개발판매(향토토산물 판매 금지), 국제전화·복사·전송서비스 - 목적지별 여행상품 개발 및 제공, 교통·숙박·음식점·리조트 시설 예약 서비스 제공
인력		외국어통역안내원, 관리운영요원, 시설관리요원

자료 : 한국관광공사(2008), 관광안내소 표준화 방안 개발.

관광안내센터의 규모는 제공 가능한 서비스의 포함 여부에 따라서 규모를 나눌 수 있다. 우선, 종합적이고 복합적인 서비스를 제공하는 종합안내소의 개념과 제공서비스의 간소화에 따른 일반안내소, 간이안내소 등으로 구분이 가능하다.

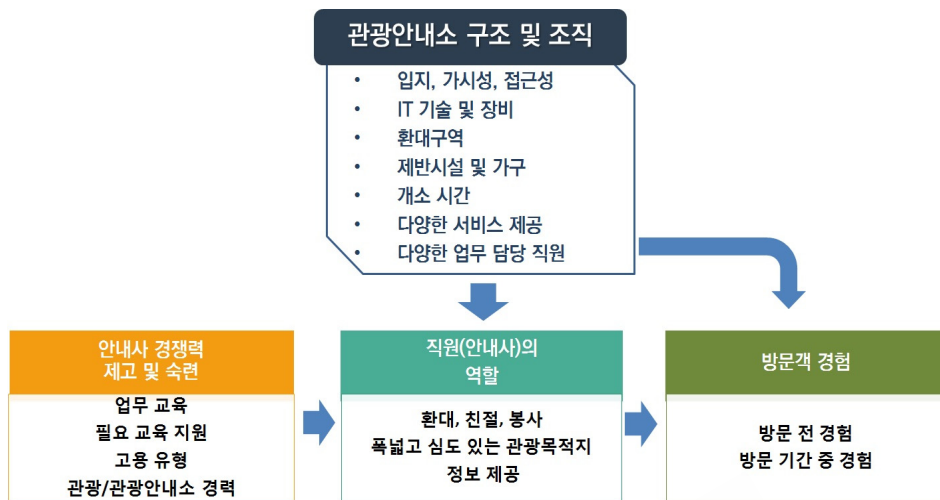
[표 2-2] 관광안내소(센터)의 구분과 제공서비스

구분	제공서비스	비고
종합안내소(센터)	안내/예약, 여행편의 제공, 관광전시/홍보/판매	규모, 기능 및 서비스 제공범위에 따라 구분 (관광공사 관광안내소 매뉴얼)
일반안내소(센터)	안내/예약, 여행편의 제공	
간이안내소(센터)	안내/예약	

자료 : 한국관광공사(2008). 관광안내소매뉴얼.

4) 관광안내센터의 서비스 품질

관광안내센터의 서비스 품질 관리를 위해서는 다음과 같은 제반 사항을 고려해야 한다. 관광안내센터의 구조 및 조직은 총괄적인 서비스 체계를 관리하는 역할을 하게 되며, 하위단계에서는 전문적인 안내 인력이 이를 뒷받침하는 구조를 취하고 있다.



[그림 2-3] TIO(Tourist Information Office) 역할 모델 제안

자료 : Lewis, R.C.,(1988), Measuring Quality of Information Services.

3_국내외 관광안내센터 운영 사례

1) 해외 관광안내센터 운영

글로벌 관광도시로 잘 알려진 도시를 살펴보면, 주요 장소에 도시 전반에 대한 관광안내를 담당하고 있는 대표적인 관광안내센터가 있다. 글로벌 도시들은 도시규모가 크고 많은 관광객들이 방문하고 있기 때문에 방문객의 특성이나 행태를 고려하여 주요 지점에 관광안내 기능을 배치시키고 다양한 서비스를 제공하는 시스템을 마련해놓고 있다. 이들 도시의 주요 관광안내센터의 공통적인 특징은 도시의 최고 중심지에 위치하고, 지역의 랜드마크적인 시설로서 역할을 하고 있다. 뿐만 아니라 도시여행의 출발점으로서 반드시 들러서 필요한 모든 정보들을 얻어가는 하나의 코스로 인지되고 있다.

관광안내센터의 기능을 달성하고 서비스 품질을 향상시키기 위해서는 여러 요소들이 잘 어우러져야 한다. 중요한 요소로 꼽히는 것이 바로 ① 센터의 위치 및 대중교통 접근성, ② 센터시설이나 규모, ③ 주요 제공정보 및 주요 서비스 등이며, 해당 기준을 토대로 해외 주요 도시들의 관광안내센터 사례를 검토하였다.

(1) 도쿄 아사쿠사 문화관광센터(Tokyo Asakusa Culture and Tourism Center)

도쿄의 대표적인 센터는 아사쿠사 문화관광센터이다. 도쿄의 아사쿠사는 일본의 역사와 전통이 살아있는 지역일 뿐 아니라 볼거리가 풍부한 대표적인 지역이다. 문화관광센터는 아사쿠사 인근에 위치하고 있으며, 대중교통인 전철과 버스를 이용하여 아사쿠사역에서 하차하여 도보로 이동(2분)이 가능하다. 나리타 국제공항에서 게이세이(京成)선을 탑승하여 우에노역에서 긴자선으로 환승하여 아사쿠사역으로 이동이 가능하다. 공항에서부터 이동시간이 대략 1시간 37분으로 다소 멀 수 있지만, 나리타 공항에서 어렵지 않게 아사쿠사로 올 수 있으며, 주변지역으로의 이동도 편리하다.

아사쿠사 문화관광센터는 2012년도에 건립되었으며, 건축면적 234㎡로 지하 1층에서 지상 8층까지의 공간을 활용하고 있다. 서비스 제공, 업무, 체험공간, 판매공간, 공용공간 등으로 이용하고 있다. 일어, 영어, 중국어, 한국어를 제공하고 있으며, 무료 공용무선 LAN, 외화환전소, 티켓판매서비스, 다실, 수유실, 전망테라스 등의 공간이 설치되어 관광객에게 편의를 제공하고 있다.



[그림 2-4] 도쿄 아사쿠사 문화관광센터 위치

[표 2-3] 도쿄 아사쿠사 문화관광센터 시설 및 기능

구 분	시설	세부 안내 기능
1층	안내로비 외화환전소	관광정보 제공, 티켓판매(연극, 미술관), 여행지도 및 팸플릿 배포, 디오라마 설치, 외화환전소
2층	관광정보코너	관광정보 검색 컴퓨터, 관광정보 잡지, 입소문 정보 커뮤니티 게시판, 무선랜 제공
	수유실	수유실 제공
3층	여행단체지원소 관리사무소	단체여행 가이드나 수학여행 인솔 선생님 대기 장소, 체크포인트로 이용
4~5층	회의실	관광 산업진흥 지원 회의 공간
6층	다목적스페이스	다이토구 소개 영상 계단형 플로어
7층	전시공간	장소, 이벤트, 역사·문화 소개
8층	전망테라스 카페	휴식공간 및 카페

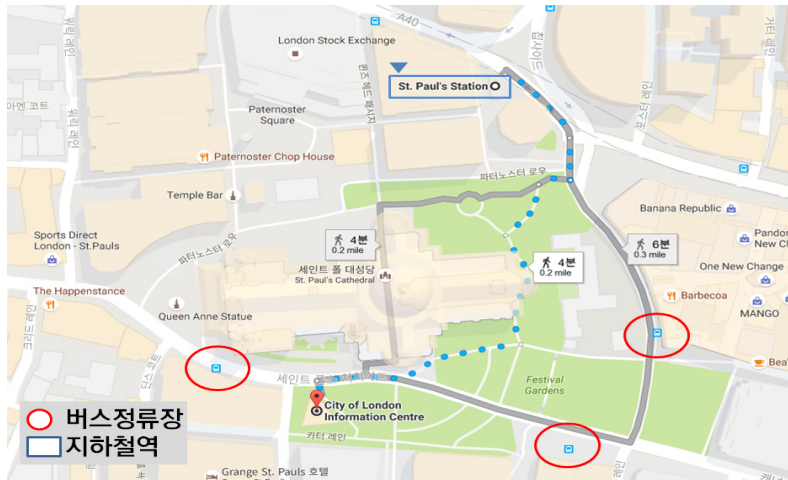
※ 지하 1층 : 화장실.



[그림 2-5] 도쿄 아사쿠사 문화관광센터 전경 및 내부

(2) 런던정보센터(City of London Information Centre)

런던 시내에는 약 10개의 관광정보센터가 있으며, 주요 관광안내센터는 런던 세인트폴 성당 인근에 위치한 런던정보센터이다. 히드로 국제공항에서 공항철도를 이용하여 도심 지하철로 환승하여 세인트폴역에서 하차하면 되고, 시내버스를 이용한 접근도 가능하다.



[그림 2-6] 런던정보센터 위치

런던정보센터는 2007년에 건립되었고, 건축면적은 137㎡로 지상 1층을 사용하고 있다. 디지털 미디어를 활용하여 관광정보를 얻을 수 있도록 공간을 설계한 것이 특징이다. 주요 보행자의 흐름에 맞추어 설계가 이루어진 건축물로 접근성이 뛰어난 것으로 평가받고 있다.

런던정보센터는 관광 및 주요 이벤트·축제와 관련된 정보나 무료 와이파이 서비스를 관광객들에게 제공하고 있다. 또한 교통과 관련하여 지도 제공, 교통편 안내, 교통패스 판매 등의 업무를 수행하고 있으며, 호텔, 관광, 극장 등의 예약 업무를 제공한다. 그 밖에도 환전 업무와 기념품 등의 판매사업을 하는 등 런던의 관광행태를 고려하여 필요한 서비스를 제공하고 있다.



[그림 2-7] 런던정보센터 전경 및 내부

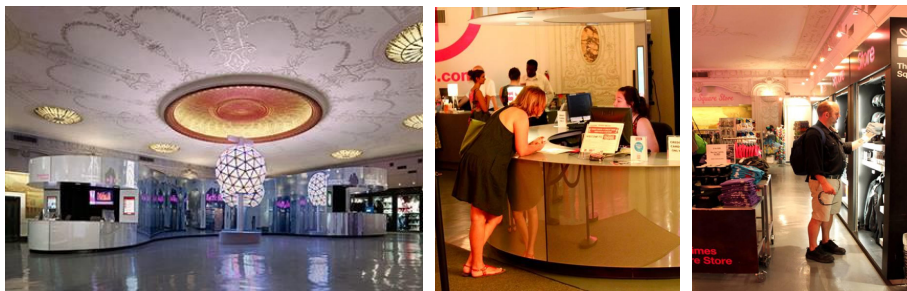
(3) 뉴욕 타임스퀘어 비지터센터(Times Square Visitor Center)

뉴욕의 관광안내센터는 ‘비지터센터’로 운영하고 있으며, 대표적인 센터는 타임스퀘어 비지터센터이다. 존 F. 케네디 국제공항에서는 지하철로 이동이 가능하며, 뉴약(Newark) 국제공항에서는 공항버스로 약 1시간 소요된다.



[그림 2-8] 뉴욕 타임스퀘어 비지터센터 위치

타임스퀘어 비지터센터는 오래된 극장의 콘셉트로 지상 1층으로 건립되었다. 내부는 타임스퀘어의 역사를 전시한 미니박물관, 인포데스크, 디지털 미디어를 활용한 관광안내 공간, 희망 메시지 보드 및 기념품숍으로 구성되어 있다. 비지터센터의 주요 기능은 브로드웨이 전시 및 예약, 관광안내, 관광 관련 예약 상담 등을 제공한다. 또한 주요 이벤트 및 축제 정보나 지도 등을 제공하고, 센터 내에서 무료 WiFi 서비스를 이용할 수 있다.



[그림 2-9] 뉴욕 타임스퀘어 비지터센터

(4) 멜버른 비지터센터(Melbourne Visitor Center)

호주 멜버른의 관광안내센터는 '비지터센터'로 불리며, 대표적인 관광안내센터는 페더레이션 기차역(중앙역)과 인접한 페더레이션 광장 내에 자리 잡고 있다. 멜버른 국제공항에서 공항버스를 타고 접근이 가능하며, 시내에서는 버스와 트램으로 이동할 수 있다.



[그림 2-10] 멜버른 비지터센터 위치

멜버른 비지터센터는 지하 1층과 지상 1층으로 되어 있으며, 관광안내데스크, 리플렛 진열장, 기념품 판매점, 휴게 공간, 여행사 등이 공간을 구성하고 있다. 주요 제공 기능으로는 빅토리아주 전역의 관광정보를 안내하고, 팸플릿 등을 제공하고 있으며, 각종 관광활동의 예약업무를 담당한다. 또한 공연 및 이벤트 티켓을 판매하거나 할인 서비스를 제공하며, WiFi를 무료로 제공하고 있다.



[그림 2-11] 멜버른 비지터센터 외관 및 지하 내부

(5) 싱가포르 비지터센터(Singapore Visitor Centre)

싱가포르의 관광안내센터는 ‘비지터센터’로 불리며, 오차드거리에 있는 곳이 대표적이다. 싱가포르는 공항에서 시내가 인접해 있어 공항철도는 없으나, 버스나 지하철로 이동이 가능하며, 소요시간은 약 1시간 정도 걸린다. 비지터센터는 버스 정류장과 가깝고 주변 지하철역에서 도보로 쉽게 이동할 수 있다.



[그림 2-12] 싱가포르 오차드 비지터센터 위치

오차드거리에 위치한 센터는 2층으로 건축되었고, 1층에는 관광안내 문의 및 관광 관련 정보를 제공하는 기능을 하고 있다. 예술전시 및 공연 티켓 판매, 관광지 입장권, 투어 예약, 호텔 숙박 예약 업무 등을 담당하고 있다. 무료 WiFi 제공뿐만 아니라 관광기념품도 판매하고 있다. 2층에는 싱가포르 유적과 문화와 관련된 것을 전시하고 있어 무료로 감상할 수 있다.



[그림 2-13] 싱가포르 오차드 비지터센터 전경 및 내부

2) 국내 관광안내센터 운영 사례

(1) 한국관광공사 K-Style Hub

한국관광공사에서 운영하는 K-Style Hub는 관광안내 및 한류문화 체험 서비스를 제공하고 있다. 국내 전국의 지역 관광정보를 안내하고 있으며 주요 관광지와의 의료관광에 대한 홍보, 한식홍보 및 체험, K-Pop이나 K-Drama 등 콘텐츠를 활용한 가상현실을 체험하는 공간을 제공하고 있는 것이 가장 큰 특징이다.

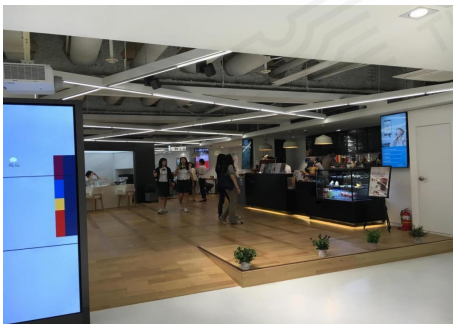
K-Style Hub의 위치와 공간 활용을 살펴보면 다음과 같다. 한국관광공사가 이전하면서 남은 공사건물을 활용한 형태로 현재 한국관광공사(서울 지사) 내에 입지하고 있다. 지하철 1호선 ‘종각역’ 또는 2호선 ‘을지로입구역’에서 도보로 이동할 수 있어 접근성은 좋은 편이다. 복합공간으로 구성되어 있기 때문에 다양한 서비스 제공이 가능하지만 관광안내 데스크가 2층에 자리 잡고 있다는 것은 짐이 많고 일정이 바쁜 관광객에게는 다소 불편할 수 있다.

K-Style Hub는 2층부터 5층까지 4개의 층으로 운영되고 있으며, 2층은 관광안내센터, 3층은 한식전시관, 4층은 한식체험관, 5층은 아트마켓관으로 구성되었다. 관광안내를 담당하는 2층에서는 서울지역 및 전국지역, 주요 해외지역 관광정보를 제공하고, 이와 더불어 의료관광 상담 및 해당 정보를 제공한다. 그리고 민간 여행사가 입주하여 여행상품 소개 및 판매를 하고 있다. 또한 한국 문화 체험활동으로 음식 만들기 체험, 유명 연예인과의 가상현실 체험이나, 이슬람문화권 관광객을 위한 기도실 공간이 마련되어 있다. 이와 더불어 각종 디스플레이 전시 및 자료 전시 등으로 한국 문화를 알리고 있다.

3~4층은 주로 한식과 관련된 재료 및 음식 소개, 음식 체험활동, 식당 등이 있어 한식에 관한 정보를 얻고 떡만들기 등을 체험할 수 있다. 5층에는 각종 관광기념품 공모 수상작이나 다양한 한국 제품 등을 전시하고 있으며, 판매기능도 함께 제공한다. 주요 판매물품으로는 한복, 스낵, 관광기념품 등이다.

[표 2-4] 한국관광공사 K-Style Hub 시설 및 이용 현황

구분	시설	세부 안내 기능
2층	관광안내센터	한국관광종합안내 및 의료관광안내(여행사)
		ICT 기술을 활용한 한국 관광 체험(가상체험공간, AR/VR 체험)
		평창올림픽 홍보 존
		기도실(이슬람)
3층	한식전시관	24절기에 따른 세시풍속 디스플레이 월
		한식 식재료 테이블 체험
		3개의 큐브로 보는 한식 과거와 현재, 미래
4층	한식체험관	한식 조리 클래스를 위한 한식 배움터
		전통/퓨전한식, 북한음식 체험 마당
		한식 관련 자료가 비치된 한식 사랑방
5층	아트마켓관	한복 및 소반 작품
		한국 전통 공예품 및 한식 판매관
		벤처기업 상품 전시존



[그림 2-14] K-Style Hub 내부

(2) 제주웰컴센터 운영 개요 및 제공 서비스

제주웰컴센터는 제주관광공사가 운영하는 관광안내센터로 2009년 개관하였다. 제주웰컴센터는 일차적으로는 관광정보안내의 기능을 하고 있으나, 컨벤션뷰로나 온라인여행협회 등이 함께 입지함으로써 제주 지역 관광과 MICE 및 지역산업을 지원하는 역할도 함께 도모하고자 설립되었다.

제주웰컴센터가 입주한 건물은 지하 1층에서 지상 4층으로 연면적 5,525㎡이고, 주로 1층에서 관광 관련 정보 및 안내기능을 제공하고 있다. 제주웰컴센터의 대표적인 기능은 관광종합안내, 관광기념품 전시 및 판매, 불편신고접수, 영상물 상영 등이다. 제주관광을 위한 홍보물로서 배포하는데 통합가이드북, 포켓북, 관광지도, FIT가이드북 등을 어권별(영문, 중문, 일문)로 배포하고 있다. 또한 유선으로 관광지, 일정/코스, 교통/지리, 음식/쇼핑/숙박, 체험/축제/행사 등 제주관광 관련정보를 실시간 안내한다.

제주웰컴센터를 직접 찾는 방문객에 대해서 관광정보 안내, 홍보물 배포 및 휠체어 대여¹⁾ 등의 업무를 제공한다. 그리고 외국인 관광객을 대상으로 국제선 크루즈 입항 시 제주항(제7부두)에서 크루즈 안내소(출장)를 운영하고 있다. 그 외의 층에는 각종 박람회, 컨벤션을 위한 대회의실이 갖추어져 있고, 제주웰컴센터와 제주관광공사 운영을 위한 사무실 및 전산실 등이 있다.

1) 관광객 휠체어 무상대여(총 44대, 2015년 LPG승용차 탑재용 14대 구매).

[표 2-5] 제주웰컴센터 시설 및 이용 현황

구 분	시설용도	이 용 현 황
지하 1층	회의실	썬큰 대회의실
	교육장	교육장 1, 2
	입주업체	온라인여행업협동조합, (주)아이웨딩, 감사위원회
1층	-	관광불편신고센터
	관광안내시설	관광종합안내센터(TIC)
	로비(전시장)	관광공예품 및 기념품 전시장
	입주기관/업체	제주은행, 카페웰컴(커피전문점)
	휴게시설	녹색관광 북카페
	웰컴홀	회의유치 및 3D, 4D영상 상영
2층	전산실	전산실 및 업무시설
	사무실	관광공사, 컨벤션부서, 제주관광학회
3층	사무실	제주관광공사, 임원실, 출입기자실
		관광협회 임원실
	회의실	대회의실
4층	사무실	제주특별자치도관광협회

자료 : 제주관광공사.



[그림 2-15] 제주웰컴센터 전경 및 내부

자료 : 구글 이미지.

3) 국내외 사례의 시사점

(1) 접근성 및 위치

국내외 주요 도시의 관광안내센터의 경우 대체적으로 도시 중심가에 위치하고 있으며, 철도역이나 지하철 등 교통이 편리하여 접근성이 좋은 곳에 위치하고 있다. 많은 도시들이 도시의 중심이 되는 기차역을 중심으로 주변 지역에 관광안내센터를 입지시키고 있다. 도시의 중앙역은 공항으로부터의 접근성이 좋을 뿐 아니라 다른 도시로 이동하기 위한 교통편들도 많기 때문에 해당 지역에 관광안내센터는 여행의 출발점이 되고 있다. 대부분의 관광안내센터가 위치한 중앙역은 공항에서 가까운 경우도 있지만 대도시들은 공항에서부터 도심까지의 거리가 먼 경우가 대부분이다. 이를 감안하여 고속철도나 지하철 등으로 바로 올 수 있는 교통수단을 제공하고 있어 중앙역은 유동인구도 많을 뿐 아니라 관광안내센터가 위치하기에는 최적의 장소가 될 수 있다.

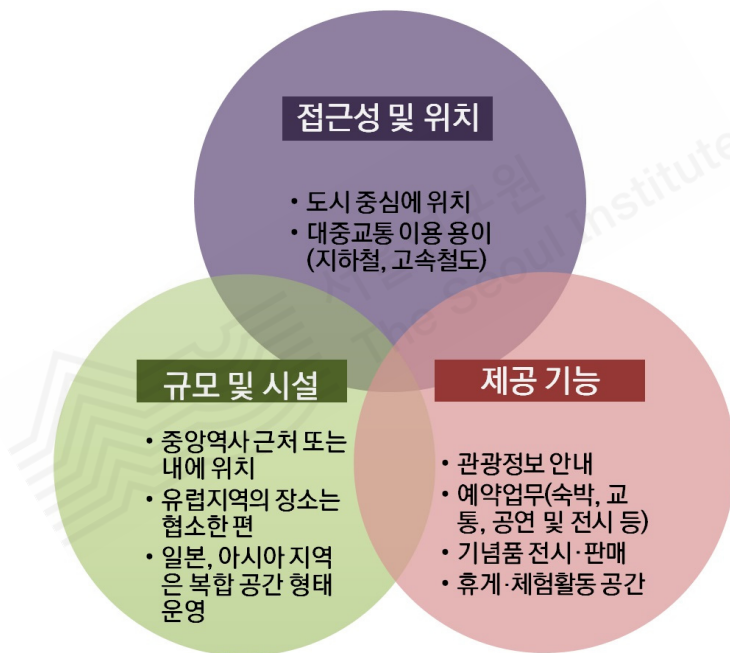
(2) 규모 및 시설

관광안내센터의 규모나 시설은 지역마다 차이가 있을 수 있는데, 도심의 경우 임대료나 지가가 높기 때문에 넓은 공간을 확보하는 것은 쉽지 않다. 또한 고객의 편의성을 우선으로 고려할 경우, 철도 등과의 연계성을 고려하여 역사 내에 있거나 인접한 곳에 위치하기 때문에 공간이 협소한 경우가 많다. 가령, 관광을 시작하려는 시점의 관광객이 필요로 하는 것은 필요한 관광정보이지 체험이나 기타 특별한 서비스를 요구하는 경우는 많지 않을 수도 있기 때문에 경우에 따라서는 반드시 큰 공간이 필요한 것은 아니라 할 수 있다.

그러나 최근에는 관광안내센터가 관광안내 기능뿐 아니라 쇼핑, 지역홍보, 여행상품 구매 및 예약 서비스 등도 함께 제공하면서 규모가 커지고 있는 도시들도 있다. 특히 일본이나 아시아 지역의 경우 관광안내센터가 복합문화공간으로서의 기능과 관광편의시설을 같이 설치하여 보다 편리한 관광서비스를 제공하고 있다.

(3) 관광안내센터의 기능

관광안내센터의 주요기능은 관광정보 제공이기 때문에 안내원이 직접 관광객에게 지역의 정보를 제공하지만, 판매와 예약 서비스도 함께 제공되고 있다. 숙박 예약이나 교통관련 티켓 구매, 투어상품 이용을 위해 안내센터를 방문하는 관광객의 비중도 커지는 추세이다. 더불어, 주변 관광지 입장권 할인, 도심이나 주변 지역을 관광할 수 있는 상품들을 제공하는 기능도 하고 있다. 지역특산품이나 기념품 판매 등의 홍보기능도 커지고 있고, 개별관광객의 증가로 짐보관 서비스나 편의 및 휴게공간도 제공한다. 독특한 디자인의 외관은 도시 여행의 랜드마크로 인식되면서 관광객의 발길을 이끌고 있다.



[그림 2-16] 국내외 관광안내센터의 주요 기준별 특징

03

서울시 관광안내센터 운영실태 분석

- 1_서울시 관광안내센터 운영 현황
- 2_서울시 관광안내소 운영 실적
- 3_서울시 관광안내사 역할 및 인력 관리
- 4_국내외 관광안내센터 입지 적정성 분석
- 5_서울시 관광안내센터 운영 현황 소결

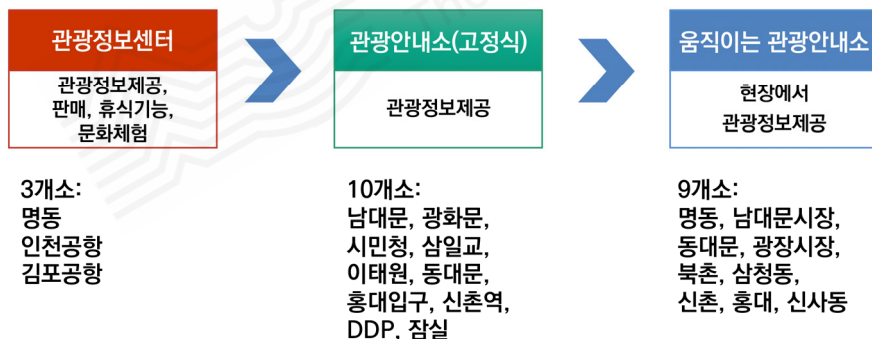
03 서울시 관광안내센터 운영실태 분석

1_서울시 관광안내센터 운영 현황

1) 서울시 관광안내센터 운영 현황 및 주요 업무

(1) 관광안내센터 유형별 현황

서울시 관광안내소는 운영주체 및 유형에 따라 구분될 수 있다. 서울시내에서는 운영주체에 따라 크게 서울시, (사)서울시관광협회, 자치구 및 기타 기관에서 운영하고 있는 관광안내센터가 있다. 이 중 서울시에서 운영하고 있는 관광안내센터가 가장 많으며 제공 기능 및 역할에 따라 관광정보센터, 고정식 관광안내소, 움직이는 관광안내소로 구분된다. 각 관광안내센터는 관광정보 및 안내 기능을 기본적으로 수행하고 있으며, 관광안내센터의 특성 및 시설의 규모에 따라 예약·판매 업무나 전시 업무 등 특성 및 규모별로 조금씩 다른 기능을 제공하고 있다.²⁾



[그림 3-1] 운영주체별 서울시 관광안내소 구분(2016년 3월 기준)

²⁾ 고정식, 움직이는 관광안내소에 근무하는 관광안내사와의 면담을 통해 주요 업무를 파악하고, 업무처리 과정과 이에 따른 고충사항, 인력 운영 시스템 등을 조사함.

서울시 관광안내센터의 유형별로 살펴보면, 관광정보센터는 서울시가 서울관광마케팅(주)에 위탁하여 운영하고 있으며, 명동, 인천공항, 김포공항에 총 3개가 운영 중이다. 관광안내소는 관광정보센터보다는 규모가 작으며 대부분 부스형태의 규모로 운영되고 있는데, (사)서울시관광협회에서 맡아 운영하고 있다. 관광안내소는 고정식과 움직이는 관광안내소로 구분되어 운영된다. 고정식 관광안내소는 총 10개소가 운영되고 있으며, 움직이는 관광안내소는 총 9개가 운영되고 있다. 움직이는 관광안내소는 관광객이 밀집되어 있는 지역에서 관광객에게 관광정보를 제공하거나 안내 등을 수행하고 있다. 그 외에 자치구나 기타 기관에서 운영하는 관광안내소는 총 17개이다.

(2) 서울시 관광안내센터 유형별 특징

① 관광정보센터

서울시 관광정보센터의 운영주체는 서울시이며, 서울특별시 관광진흥조례에 의해 서울관광마케팅(주)에 위탁 운영되고 있다. 위탁기간은 3년(2014~2016)이며, 명동, 인천공항, 김포공항에 관광정보센터가 설치되어 있다.

[표 3-1] 서울시 관광정보센터 운영 현황

관광정보센터명 (개소일)	위치/규모	주요시설 (안내시간)	수탁업체	'16년 예산액 (백만 원)	안내건수 (2015년 기준)
인천공항 (08.08.01)	인천공항 1층 입국장 (동·서 각 1개소, 각 2평)	안내 (07-22시)	(주)서울관광 마케팅(6명)	2,292	277,912
명동 (13.11.29)	하나은행 본점 별관 1층 (338㎡, 80평)	안내, 기념품판매, 한복체험 (09-21시)	(주)서울관광 마케팅(8명)	368	110,490
김포공항 (14.12.19)	김포공항 국제선 1층 (22㎡, 약 7평)	안내 (10시-22시)	(주)서울관광 마케팅(4명)	191	128,879

자료 : 서울시 내부자료(2016).

영어, 중국어, 일어가 가능한 안내사가 2인 1조로 교대근무를 하고 있다. 주요 기능으로는 관광지 정보 안내로서, 서울 및 전국, 해외 주요 도시 관련 지도 제공, 관광정보 안내와

기념품 판매 등을 하고 있다. 또한 명동에는 불편처리신고센터 담당자가 관광 관련 민원 사항을 접수하고 있고, 한복체험이나 사진촬영 등의 간단한 체험활동을 제공한다.

김포 및 인천공항의 경우, 외래관광객 입국 시에 필요한 관광정보를 제공하는 것을 주목적으로 하며 공항의 경우 공간적 제약으로 인해 지자체 단독 공간으로 관광정보를 제공하는 것이 아니라 인천 및 한국관광공사와 함께 관광정보를 제공하고 있다. 외래관광객이 입국 시 들르는 장소이기 때문에 체험이나 시간을 들여 즐기기보다는 필요한 정보를 빨리 습득하고 가는 것을 목적으로 하는 특징들이 반영된 형태라 할 수 있다.

② 관광안내소

관광안내소는 (사)서울시관광협회가 3년(2014~2016) 동안 수탁 받아 운영하고 있으며 총 19개소가 운영되고 있다. 고정식 관광안내소는 10개소, 움직이는 관광안내소는 9개소이다. 고정식 관광안내소는 영어, 중어, 일어 사용이 가능한 관광안내사 3명이 담당하고 있으며 1일 8시간 근무를 하고 있다. 움직이는 관광안내소는 2인 1조(안내사1, 자원봉사자1)로 2교대 근무하고, 1시간 근무 후 1시간 휴식을 취한다.

[표 3-2] 서울시 관광안내소 구분

구분	정원	안내소명(위치)
계	128명	19개소
고정식 관광안내소(10개)	44명	남대문, 이태원, 동대문, 삼일교, 홍대입구, 광화문, 시민청, DDP, 신촌역, 잠실
움직이는 관광안내소(9개)	84명	명동, 남대문시장, 신촌, 동대문, 북촌, 홍대, 삼청동, 인사동, 광장시장('16.3 이태원 폐쇄)

자료 : 서울시 내부자료(2016).

고정식 관광안내소 위치는 주로 관광객 밀집지역으로 관광특구나 주요 지점에 관광안내소가 위치하고 있다. 지역의 특성에 따라서 고정식과 움직이는 관광안내소를 병행하여 관광객들의 편의를 도모하는 것에 중점을 두고 있다. 가령 명동지역의 경우 관광객들은 물론 유동인구도 매우 많기 때문에 관광객들이 직접 관광안내센터를 방문하는 것보다는 움직이는 관광안내소를 통해서 불편을 처리하는 것이 훨씬 더 빠르게 민원을 처리할 수 있다

는 장점이 있다.

③ 자치구 및 기타 기관 운영 관광안내소

서울시 자치구 및 기타 기관(한국여행업협회 등)에서 운영하는 관광안내소는 총 21개이다. 자치구 운영 관광안내소는 강남구, 송파구, 서초구가 각 1개를 운영하고, 종로구와 마포구가 각 2개를 운영하고 있다. 그 외에 한국관광공사 1개, 한국여행업협회 3개, 한국철도공사 3개, 서울시 다문화담당관 1개, 코엑스 1개가 운영된다.

[표 3-3] 서울시 자치구 및 기타 기관 운영 관광안내소

구분		안내소명(위치)
자치구	종로구 문화과 (KVO국제봉사지구, 인사전통 문화보존회)	북인사안내소, 남인사안내소, 인사동홍보관
	종로구 관광체육과	북촌정독관광안내소, 북촌재동관광안내소
	마포구 문화관광과 (프리미엄패스)	마포관광정보센터, 홍카
	강남구 관광진흥과 (강남문화재단)	강남관광정보센터
	송파구 국제관광과	송파관광정보센터
	서대문구 문화체육과	신촌플레이버스
	서초구 문화체육관광과 (디지털우주)	서초관광정보센터
공사 및 협회	한국관광공사	관광공사 안내소
	한국여행업협회	경복궁안내소, 이태원안내소, 명동안내소
	한국철도공사	여행센터(서울역, 용산역, 영등포역, 청량리역)
기타	서울시 다문화담당관(STO)	서울글로벌문화체험센터
	코엑스	코엑스

자료 : 서울시 내부자료(2016).

(3) 운영현황 실태 소결

서울시 및 자치구 등에서 운영하고 있는 관광안내센터를 종합해보면 대부분 도심 지역에 밀집되어 있으며, 실제 지역에 따라서는 중복되는 경우도 발생한다. 관광객 입장에서 볼 때 관광안내센터는 많을수록 좋을 수 있지만, 운영의 효율성으로 볼 때 중복되는 지역의 경우 단일화하거나 기능을 달리하는 등의 대책이 필요하다.

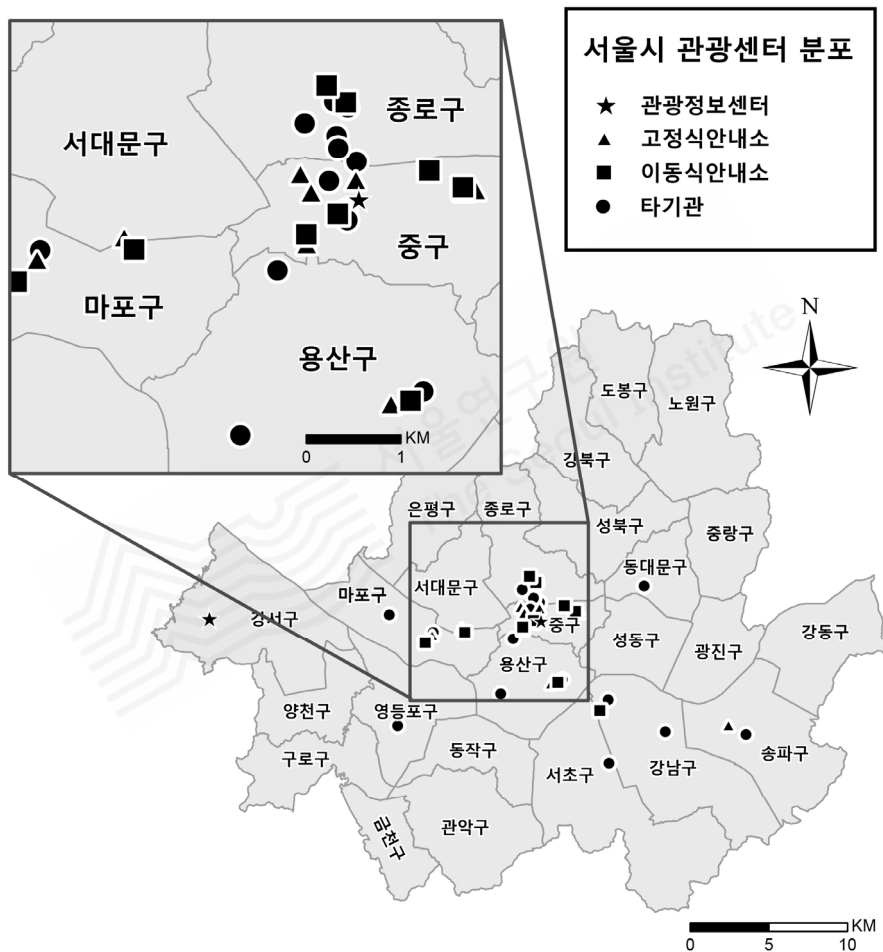


[그림 3-2] 서울시 관광안내소 분포도(2016년 3월 말 현재)

또한 관광지 방문 빈도 역시 관광객 트렌드에 따라서 변하고 있기 때문에 관광안내소의 증감문제도 검토가 필요한 사항이다. 이용 빈도 등을 검토하여 이태원의 움직이는 관광안내소는 2016년 3월 폐쇄되기도 하였다. 대신 홍대나 신촌이나 동대문과 같이 범위가 넓은 지역의 경우는 움직이는 관광안내소를 확장시키는 등 이용실적을 토대로 지속적인 모니터링이 이루어지고 있다.

한편, 다양한 운영주체로 인하여 개별 주체의 정책 목표에 맞도록 관광정보를 제공하고

있는데, 이는 객관적인 정보 제공에서 문제가 될 수 있다. 운영주체가 어디냐에 따라서 해당 자치구나 지역에 대한 관광정보를 우선으로 선별하여 제공하는 경향이 크기 때문에 관광객 입장에서는 정보에 대한 신뢰도가 떨어질 위험도 있다. 운영주체에 대한 구분을 떠나 관광객들이 필요로 하는 정보를 전달하고 불편사항을 개선해 줄 수 있는 시스템의 단일화 혹은 협업을 할 수 있는 시스템 구축이 시급하다.



[그림 3-3] 서울시 도심권의 관광안내센터 분포

[표 3-4] 서울시 관광안내소 운영 현황

관광안내소	서울시(고정)	움직이는 관광안내소	기타 안내소	총 합
명동	1개소 (관광정보센터)	1개소	2개소 (KATA, 글로벌문화체험센터)	4
남대문	1개소	1개소	1개소 (남대문상인협회)	3
동대문/DDP	2개소 (동대문, DDP)	1개소		3
인사동			3개소 (북인사, 남인사, 인사동홍보관)	3
경복궁			1개소 (KATA)	1
북촌		1개소	2개소 (종로구)	3
삼청동		1개소		1
광장시장		1개소		1
청계천	1개소 (삼일교)		1개소 (K-Style Hub, 한국관광공사)	2
광화문/시청	2개소 (광화문, 시민청)			2
신촌/이대	1개소 (신촌역사)	1개소	1개소 (신촌플레이버스)	3
홍대	1개소	1개소	2개소 (마포구)	4
이태원	1개소		1개소 (KATA)	2
잠실	1개소		1개소 (송파관광정보센터)	2
코엑스			1개소 (코엑스)	1
신사동/압구정		1개소	1개소 (강남관광정보센터)	2
서초			1개소 (서초관광정보센터)	1
서울역			1개소 (한국철도공사)	1
용산			1개소 (한국철도공사)	1
청량리			1개소 (한국철도공사)	1
영등포			1개소 (한국철도공사)	1
김포공항	1개소 (관광정보센터)			1
인천공항	1개소 (관광정보센터)			1

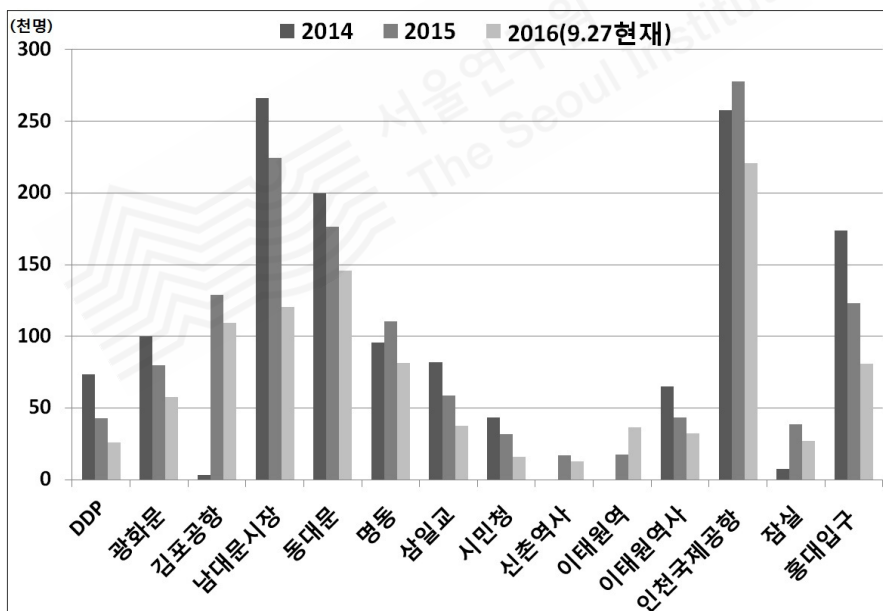
자료 : 서울시 내부자료(2016) 등을 토대로 연구자 작성.

2_서울시 관광안내소 운영 실적³⁾

1) 고정식 관광안내소

(1) 연도별 이용 현황

서울시 관광안내소⁴⁾ 연도별 현황(2014-2016)을 살펴보면, 가장 많이 이용하는 관광안내소는 인천국제공항, 남대문시장, 동대문시장, 김포공항, 홍대입구로 조사되었다. 서울시 방문 관광객 증가와 대비하여 연도별 총 이용객수가 감소하는 것은 서울시 운영의 관광안내소 외에 자치구 및 기타기관이 운영하는 안내소로 관광객 방문이 분산된 영향도 일부 있다. 그리고 인터넷 발달로 인한 모바일 기기 이용의 증가와 주요 방문지(명동, 강남 등) 일대의 무료 와이파이 제공 등으로 관광안내소 방문이 다소 감소할 수 있다는 것도 고려할 수 있다.



[그림 3-4] 고정식 관광안내소 이용 현황(2014-2016)

3) 서울시 관광안내센터 운영실태 등에 대한 자료는 서울시 내부자료(2016)와 KOTIS(<http://kotis.visitkorea.or.kr>)의 관광정보안내시스템 자료를 토대로 작성.

4) 서울시, (사)서울시관광협회 소속 고정식 관광안내소 문의 건수만 기록된 자료임.

그러나 명동 관광정보센터의 경우 2013년 12월 개관을 통해 꾸준히 방문객이 증가하고 있다. 2014년에는 95,548명이 이용하였고, 2015년에는 110,490명, 2016년(9월 27일 현재)에는 81,627명이 방문하였다.

[표 3-5] 서울시 관광안내소 이용 상위 5순위(2014-2016)

순위	2014		2015		2016(9월 27일 현재)	
	안내소	이용객(명)	안내소	이용객(명)	안내소	이용객(명)
1순위	남대문시장	266,226	인천국제공항	277,912	인천국제공항	220,803
2순위	인천국제공항	257,497	남대문시장	224,518	동대문	145,609
3순위	동대문	199,834	동대문	176,271	남대문	120,253
4순위	홍대입구	173,566	김포공항	128,879	김포공항	109,363
5순위	광화문	99,901	홍대입구	123,231	명동	81,627

자료 : 서울시 내부자료(2016) 및 KOTIS 자료 재정리.

(2) 언어권별 관광정보 안내 현황

관광안내소에서 제공하는 언어는 대표적으로 한국어, 일어, 중국어, 영어이며, 기타 언어로 프랑스어, 독일어, 러시아어, 몽골어 등이 있다. 2014년부터 제공 언어의 추세를 살펴보면, 한국어의 이용이 가장 많고 그다음으로 중국어, 영어, 일본어 순으로 높게 나타난다.

[표 3-6] 서울시 관광안내소 언어권별 관광정보 안내 현황

(단위 : 건)

연도	한국어	중국어	영어	일본어	프랑스	독일어	러시아	몽골어	기타	계
2014	499,499	326,835	318,905	98,138	2,381	2,406	7,705	5,074	15,546	1,005,614*
2015	541,896	291,681	292,196	115,879	1,874	624	5,827	608	51,132	1,301,717
2016	288,386	175,769	151,521	79,328	1,746	536	3,916	429	54,454	413,245

* 2014년 합계에 미분류 161건 포함.

자료 : 서울시 내부자료(2016) 및 KOTIS 자료 재정리.

관광안내센터에서 가장 많이 제공하는 외국어 서비스는 영어, 중국어, 일본어이다. 언어권 별로 이용이 많은 관광안내소를 분석하면, 영어는 광화문, 남대문, 명동, 잠실 등에서 가장 많이 제공되고 있다. 이 지역들은 대표적인 관광지로서 마·구주뿐만 아니라 기본적으로 영어 소통이 가능한 아시아 관광객들이 많이 방문하는 곳임을 알 수 있다.

또한 중국어안내 서비스 이용률이 높은 곳은 DDP, 동대문, 홍대입구 신촌 등이다. 이 지역은 중국 관광객이 많이 방문하는 곳이자, 특히 젊은 층이 로드숍이나 의류 쇼핑몰을 방문하며 쇼핑을 즐기는 장소이다. 중국 관광객들의 경우 온라인을 통한 정보이용이 높으며, 스마트폰을 통한 정보 접속이 많은 편이기 때문에 여행 오기 전 기본적 정보는 습득하고 오는 경향이 크다. 따라서 1차적인 정보는 미리 습득하고 특정 지역을 방문하여 구체적인 정보를 얻는 방식을 선호하는 것으로도 유추할 수 있다.

일본어 서비스 이용이 가장 많은 곳은 김포공항으로 일본에서부터 김포공항으로 오는 항공 편수가 많은 것도 영향을 미친다. 일본 관광객들은 대부분 여행 전 대부분의 스케줄을 정해놓고 오는 것을 선호하기 때문에, 일정을 시작하기 전 입국하자마자 여행에 필요한 정보를 문의하는 것을 선호하는 경향이 있다고도 유추할 수 있다.

[표 3-기] 주요 언어권별 관광안내소 이용도

언어권	2014	2015	2016
영어	광화문, 남대문, 명동, 삼일교, 이태원, 잠실	광화문, 명동, 삼일교, 시민청, 이태원, 인천국제공항, 잠실	광화문, 명동, 시민청, 이태원, 인천국제공항
중국어	DDP, 동대문, 인천국제공항, 홍대입구	DDP, 김포, 동대문, 신촌, 홍대입구	DDP, 김포, 남대문, 동대문, 삼일교, 신촌, 홍대입구
일본어	김포공항	김포공항(2위)	김포공항(2위)

자료 : 서울시 내부자료(2016) 및 KOTIS 자료 재정리.

(3) 관광정보 제공 지역 범위 현황

서울시 고정식 관광안내소에서 관광정보를 제공하는 지역의 범위를 서울시 및 기타 지자체 등으로 구분하여 조사하였다. 관광안내소에서 제공한 안내정보 건수 중 90% 이상이

서울지역에 대한 관광정보를 제공하고 있었다. 그러나 김포공항과 인천국제공항의 경우는 서울 외에도, 경기도, 인천, 강원도 순으로 관광정보를 문의하고 있었다. 그 외에 부산, 대전, 제주 등의 관광지 정보 및 예약 등으로 방문하는 관광객도 더러 있으나 특정 관광 안내소에 집중되는 특성을 나타내지는 않고 있다. 명동관광정보센터는 전국 지역으로 고루 제공하고 있음을 확인할 수 있으며, 실제로 관광 브로슈어 및 안내책자를 상대적으로 많이 비치해두고 있으며, 타 지자체에 대한 관광정보도 함께 제공하고 있다.

[표 3-8] 서울시 관광안내센터별 관광정보 제공 지역 분포(2016년 9월 말 현재)

구분	서울	경기	인천	강원	대전	충청	세종	부산	울산	대구	경상	전라	광주	제주	기타	합계
DDP	26,182	2		2	2						3			12		26,205
광화문	57,699	1		2	5										8	57,715
김포공항	96,394	7,403	2,200	811	715	1297	37	62	1	84	85	715	157	31	67	110,059
남대문	121,333	26		3	6						5			7	6	121,386
동대문	146,164				17						8				7	146,196
명동	78,143	1,810	291	654	18	107	2	241	4	31	222	130	20	243	325	82,241
삼일교	37,645	1												2		37,648
시민청	16,031	2		2				4							1	16,040
신촌역사	12,909														1	12,910
이태원역(지상)	36,539	132	80	7	2	1		3			3	1	2	4		36,774
이태원역사	32,126	129	45	14	3	6		8	4	2	3	7		11	4	32,362
인천국제공항	78,371	5,110	13,222	1,648	777	661	74	792	72	848	543	706	641	161	223	221,899
잠실	27,217															27,217
홍대입구	80,978			2	3									3	4	80,990

자료 : 서울시 내부자료(2016) 및 KOTIS 자료 재정리.

이러한 결과는 외래관광객들이 서울에 대한 관광정보들을 많이 문의하는 것이라고도 볼 수 있다. 그러나 명동관광정보센터의 경우는 전국 지자체에 대한 정보를 함께 비치해놓고 있기도 하고, 실제 다른 지역에 대한 문의도 다른 안내소에 비해 많은 편이다. 이는 관광

안내소에서 어떤 방식으로 자료를 비치하고 안내하느냐에 따라서 문의사항이 달라질 수 있음을 간접적으로 이야기하는 것이라고도 볼 수 있다.

(4) 시간대별 관광안내소 이용 현황

관광안내소 시간대별 이용 패턴(2014~2016)을 분석하면, 오후 3시와 5시에 주로 방문을 하고 있었다. 날씨와 계절에 따른 영향을 받기도 하며, 명동은 12시~13시, DDP는 15~16시, 홍대는 14시에 가장 많은 관광객들이 방문하는 패턴을 나타낸다. 그리고 동대문 관광안내소는 주변 의류상권의 새벽 영업 등으로 인하여 계절과 상관없이 밤 12시, 새벽 1시에 이용하는 관광객이 다수 있었다.

[표 3-9] 주요 방문시간별 관광안내소

시간대	12-13시	14-15시	심야(0시~1시)
해당 관광안내소	명동, 김포공항	홍대입구, DDP	동대문

자료 : 서울시 내부자료(2016) 및 KOTIS 자료 재정리.

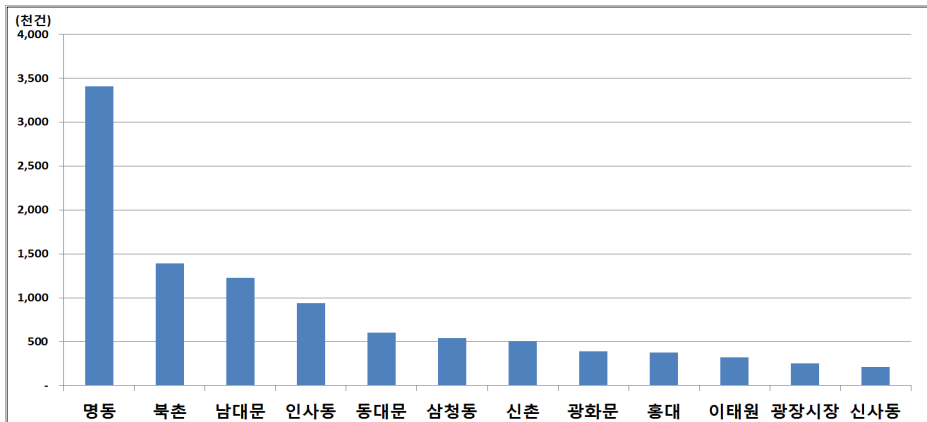
2) 움직이는 관광안내소

움직이는 관광안내소는 (사)서울시관광협회에서 운영하고 있으며, 관광객 이용률 및 관광지 이용 시간대 등 공간 특성에 따른 개소 및 폐소 조정이 있었고, 2016년 3월 말 현재 총 9개의 지역에서 운영되고 있다. 2011년부터 2015년까지의 이용건수, 관광안내 제공 서비스의 특징을 살펴보면 다음과 같다.

(1) 연도별 이용 현황

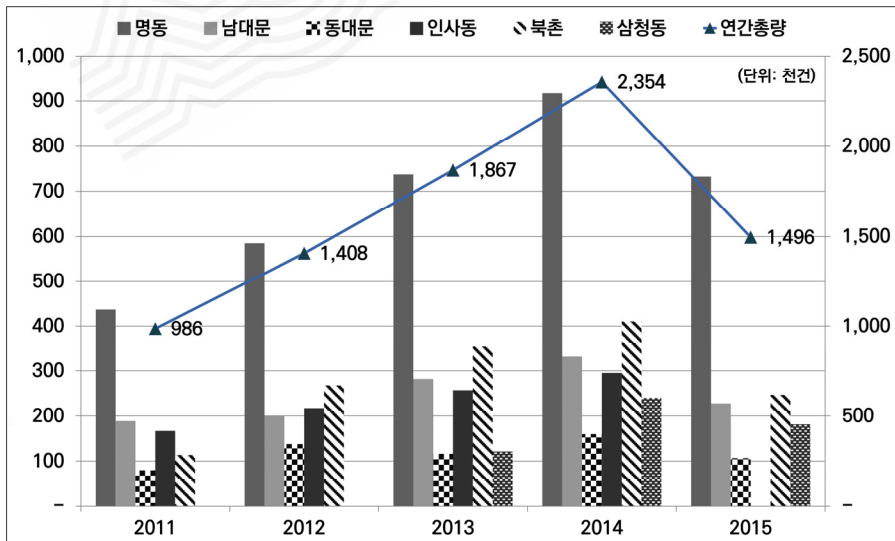
지난 5년간 관광안내 문의 건수가 가장 많은 지역은 명동지역으로 3,409,766건의 문의가 있었으며, 다음으로 북촌지역이 1,391,970건, 남대문은 1,229,750건, 인사동은 936,423건 순으로 이용문의가 많았다.

이용문의가 많은 지역 대부분은 지역 범위가 넓고 길이 혼잡하여 도보로 이용할 경우 길을 찾기가 어렵기도 하고 식당이나 방문하고자 하는 상점을 찾기도 용이하지 않은 지역이다. 안내지도나 스마트폰을 이용한 지도서비스를 통해서도 찾기 어려운 경우가 많은 지역이기 때문에 움직이는 관광안내소가 큰 역할을 할 수 있는 지역이다.



[그림 3-5] 최근 5년(2011-2015)간 움직이는 관광안내소 이용 현황

이용률이 높은 6개 지역에 대하여 연간 변화(2011-2015)를 분석하였다. 명동은 움직이는 관광안내소의 이용이 해마다 증가하고 있다. 그 외의 남대문, 동대문, 북촌 지역도 관광객들의 문의 사항이 꾸준히 증가하고 있다. 그리고 삼청동 안내소는 2013년 4월에 개소하여 움직이는 관광안내소 전체 이용건수 6위를 차지할 정도로 이용이 증가하는 추세이다. 다만 2015년에는 건수가 감소하고 있는데, 이는 메르스 사태로 인한 일시적 감소로 해석할 수 있다.



[그림 3-6] 움직이는 관광안내소 주요 6개소 이용 현황(2011-2015)

자료 : 서울시 내부자료(2016) 및 KOTIS 자료 재정리.

(2) 언어권별 관광정보 제공 현황

움직이는 관광안내소에서 관광객들에게 제공하는 각종 서비스 업무를 언어권별로 분석하였다. 서울을 방문하는 내국인을 제외하고 주요 외래관광객의 국적이 일본, 중국, 미·구주임을 감안할 때 대부분의 지역에서는 기본적으로 일본어와 중국어, 영어로 관광정보를 안내하고 있다.

[표 3-10] 움직이는 관광안내소별 제공 언어 상위 3순위

구 분	2011	2012	2013	2014	2015
명동	일어, 중국어, 기타 아시아	일어, 중국어, 기타 아시아	중국어, 일어, 기타 아시아	중국어, 일어, 기타 아시아	중국어, 일어, 기타 아시아
남대문	일본, 중국, 미국	일어, 중국어, 기타 아시아	일어, 중국어, 영어	일어, 중국어, 기타 아시아	일어, 중국어, 기타 아시아
동대문	일어, 중국어, 기타 아시아	일어, 중국어, 기타 아시아	중국어, 일어, 기타 아시아	중국어, 일어, 기타 아시아	중국어, 기타 아시아, 일어
이태원	일어, 중국어, 기타 아시아	일어, 영어, 기타 아시아	영어, 기타 아시아, 일본	영어, 기타 아시아, 중국어	기타 아시아, 영어, 중국어
인사동	일어, 중국어, 영어	일어, 중국어, 영어	일어, 중국어, 영어	중국어, 일어, 기타 아시아	-
신촌	중국어, 일어, 기타 아시아	중국어, 일어, 기타 아시아	중국어, 일어, 기타 아시아	중국어, 기타 아시아, 일어	중국어, 기타 아시아, 일어
광화문	일어, 영어, 중국어	일어, 중국어, 영어	중국어, 일어, 영어	중국어, 기타 아시아, 일어	-
북촌	일어, 중국어, 영어	일어, 중국어, 영어	중국어, 일어, 기타 아시아	중국어, 일어, 기타 아시아	중국어, 기타 아시아, 일어
홍대	-	-	중국어, 기타 아시아, 일어	중국어, 기타 아시아, 일어	중국어, 기타 아시아, 일어
삼청동	-	-	중국어, 일어, 기타 아시아	중국어, 일어, 기타 아시아	중국어, 기타 아시아, 일어
신사동	-	-	중국어, 일어, 기타 아시아	중국어, 일어, 기타 아시아	중국어, 일어, 기타 아시아
광장시장	-	-	-	중국어, 일어, 기타 아시아	중국어, 일어, 기타 아시아

자료 : 서울시 내부자료(2016) 및 KOTIS 자료 재정리.

각 안내소마다 가장 많이 제공하는 언어권별 통계를 분석하면, 2011년과 2012년에는 일본어를 제공하는 안내소의 비중이 전체의 80% 이상이었다. 그러나 2013년 이후 중국 관광객이 급증하면서 남대문, 인사동, 이태원을 제외하고 중국어를 가장 많이 제공하는 안내소가 전체의 7~80%를 차지하게 되었다. 한편, 이태원의 움직이는 관광안내소는 오히려 영어 제공 비중이 가장 많은데, 지역 특성상 중국인과 일본인보다는 미·구주 지역 중심의 관광객이 방문하고 있음을 알 수 있다.

(3) 관광객 주요 문의 사항

움직이는 관광안내소에 관광객들이 문의하는 주요 사항은 관광지, 교통지리, 숙박, 쇼핑, 음식점, 공연행사, 불편신고·민원 등으로 나누어진다.

[표 3-11] 서울시 주요 관광안내소별 관광정보

구분	2011	2012	2013	2014	2015
관광지	북촌	북촌	북촌, 인사동, 홍대	북촌, 인사동, 삼청동, 이태원	북촌, 삼청동, 신촌, 이태원
교통 지리	남대문, 광화문, 인사동, 이태원	남대문, 인사동, 광화문, 동대문, 신촌, 이태원	남대문, 신촌, 삼청동, 광화문, 동대문, 인사동, 이태원	남대문, 신촌, 광화문, 홍대, 동대문	남대문, 광장시장
숙박	명동, 광화문, 남대문	명동, 남대문, 인사동	명동, 인사동, 남대문	명동, 남대문, 인사동	명동, 남대문, 동대문
쇼핑	명동, 동대문, 신촌		명동	명동	명동, 동대문
음식점					홍대, 인사동
공연 행사	명동, 이태원, 동대문	명동, 신촌, 인사동	명동, 홍대, 인사동	명동, 홍대	명동, 삼청동
불편신고/민원		신촌, 북촌, 인사동	남대문, 명동, 인사동	인사동, 신사동	명동

자료 : 서울시 내부자료(2016) 및 KOTIS 자료 재정리.

대부분의 관광안내소에서 관광지와 교통 관련 사항이 가장 많이 접수되었다. 그리고 쇼핑 문의가 2013년 이후로 크게 증가하였음을 알 수 있는데, 특히 명동과 동대문 관광안내소에서 쇼핑 관련 안내가 많았다. 이들 지역이 로드숍이나 복합쇼핑몰, 백화점, 면세점 등 다양한 쇼핑시설이 밀집되어 있는 곳으로 세일정보, 상품정보 등을 많이 문의하였을 것으로 추측할 수 있다.

3_서울시 관광안내사 역할 및 인력 관리

1) 관광안내사 주요 역할

(1) 관광정보 안내 및 예약

관광안내소(센터)의 안내사들은 센터를 방문하는 관광객 또는 이용객을 직접 응대하고 관광정보를 제공하는 역할을 담당한다. 관광지 관련 정보나 각종 교통 정보, 여행 상품 문의나 티켓 예매 등을 주로 묻고 있으며, 숙박이나 철도 예약 등을 문의하는 관광객도 있다.

관광안내소를 이용하는 관광객은 단체보다는 주로 개별관광객이 많이 방문하는 추세이다. 현재 서울시 내에 있는 관광안내센터 중에서 판매시스템이 갖추어진 곳에서는 상품이나 티켓예매 등을 대신해주고 있으나, 대부분 예약이 안 되는 곳이나 시스템이 갖추어져 있지 않기 때문에 예약하는 방법을 알려주는 것에 그치는 경우도 많다.

관광정보 제공 범위에 있어서도 서울 도심에 있는 명동의 관광정보센터를 제외한 다른 안내소는 서울의 주요 관광지를 고려하여 센터가 위치하고 있기 때문에 대부분 서울시 해당 지역에 대한 문의에 집중하고 있다.

(2) 상담 업무 기록 및 정리

서울시 운영 관광안내소의 관광안내사들은 상담한 내용을 기록하도록 되어 있다. 상담 후 해당 접수 건에 대하여 개별적으로 수기를 작성하고, 이를 KOTIS(한국관광정보시스템)에 구축되어 있는 기준으로 관련 사항들을 입력하고 있다. KOTIS에 입력되는 데이터는

서울시에 위탁 운영되는 관광정보센터와 관광안내소 자료만 있으며, 자치구나 기타 기관 자료는 입력되지 않고 있다. 안내유형별, 언어권별, 시간대별, 개인/단체별 등을 기록하고 있다.

관광안내센터(관광안내소) 등에서 발생하는 관광객 관련 정보들은 주요 방문지 문의 내용을 통해서 선호 관광지 및 이용 시 불편한 점, 정보가 잘 알려져 있지 않는 곳 등과 관련한 관광객의 행태들을 파악하기 위한 가치있는 자료들이다. 그러나 실제 관광안내사들이 상담 후 관련 내용들을 바로 입력하기는 용이하지 않으며 관광객 응대가 우선이기 때문에 상담과 동시에 입력하는 것은 어렵다. 뿐만 아니라 문의가 계속될 경우, 추후에 모아서 기록하는 것도 용이하지는 않다. 현재 하단의 KOTIS에 있는 입력시스템은 구체적인 내용파악을 위한 구조로 짜인 것이 아니기 때문에 관련 정보들을 파악하기에는 어렵다.

The screenshot shows the KOTIS '상담내용입력' (Consultation Content Input) screen. It features a sidebar with navigation options like '알림', '상담', '검색', '관광정보', '축제/공연', '안내소', '통계', '마이페이지', and '관리'. The main area is divided into several sections for data entry:

- 배문입력** (Input for background text): Includes fields for '방문/개인/영어/서울/관광지' and '방문/개인/영어/서울/음식점'.
- 고객정보** (Customer Information): Includes '방문' (Visit) and '전화' (Phone) buttons, a '상담일시' (Consultation Date) field, and a '언어권' (Language Area) dropdown with options for '한국어' (Korean), '영어' (English), '일본어' (Japanese), and '중국어' (Chinese).
- 상담내역** (Consultation History): Includes a '상담지역' (Consultation Area) dropdown with city options (e.g., 서울, 경기, 인천, 강원, 충남, 대전, 충북, 세종, 부산, 울산, 대구, 경북, 경남, 전남, 광주, 전북, 제주, 기타) and an '안내유형' (Consultation Type) dropdown with options like '관광지', '숙박', '쇼핑', '교통', '음식점', '축제/공연', '레포츠', '통역', '예약', '불편신고', '공공기관', '공할/할만', '1330콜라', '의료관광', and '기타'.
- 상담내용** (Consultation Content): A large text area for entering the details of the consultation.

[그림 3-7] KOTIS 관광안내사 상담내용 입력시스템

자료 : KOTIS(<http://kotis.visitkorea.or.kr>).

(3) 불편처리신고센터 운영 및 주요 신고 사항

관광안내소에서는 관광객들이 겪은 불편 및 불만 사례를 접수 받고, 상담을 통해 해결책을 제시하고 있다⁵⁾. 주요 불편사항으로는 택시이용과 쇼핑 구매에 관련된 사안들이다. 택시 이용 시 부당요금 부과, 택시기사의 불친절 등에 대한 불만을 호소한다. 쇼핑 불편

5) 명동관광정보센터의 경우 센터 내에 불편처리신고센터가 있으며, (사)서울시관광협회 담당직원 1명이 신고를 접수 및 처리함.

신고 사항으로는 바가지요금, 호객행위, 물품 구매 시 점원과의 언쟁, 불량제품 구매 등에 대해 신고를 하고 있다. 불편신고에 대한 접수는 (사)서울시관광협회에서 파견된 인력으로 접수 및 처리를 하고 있으며, 불편사항 상담 내용 및 결과처리를 수기로 작성하거나 KOTIS에 입력하여 관리하고 있다.

2) 관광안내사 인력 운영 및 관리

(1) 운영주체별 관광안내사 개별 운영

서울시의 관광안내센터는 운영주체별로 서울관광마케팅(주), (사)서울시관광협회에서 맡아서 운영하고 있다. 자치구 및 기타 기관에서 운영하는 관광안내센터는 각 지자체에서 위탁 혹은 파견된 관광안내사들이 상근하는 형태로 근무하고 있다. 서울시 운영 관광안내소는 서울시가 큰 틀에서 관리하고 있으나 운영주체가 2개로 나뉘어져 주체별로 특성에 따라 운영이 이루어지고 있어 상호간의 연계는 잘 이루어지지 않는 실정이다.

(2) 관광안내사 고용형태 및 인력관리

관광안내센터에서 가장 중요한 부분은 바로 인력관리이다. 대부분의 서비스가 안내사들을 통해서 이루어지기 때문에 어떻게 인력관리가 이루어지느냐는 서비스 제공에 영향을 미칠 수밖에 없다. 언어권별로 가장 많이 이용되는 언어권은 영어, 일어, 중국어로 해당 외국어 및 관련 전문성을 갖추고 있는 통역이 가능한 안내사가 안내 업무를 담당한다.

안내사들의 고용형태는 비정규직(사업계약직)이며, 1년 단위 계약으로 근무하고 필요에 의해 연장가능하나 2년이 최장 연장기간이다. 또한 2년 뒤 정규직 전환의 기회가 있으나 사업 기간이 제한되는 경우가 많아 실질적인 정규직 전환은 어려운 상황이며, 정규직 안내사가 거의 전무한 실정이다. 또한 추석과 설날을 제외하고는 교대로 휴일 근무 및 오후 근무를 하고 있다. 움직이는 관광안내소 안내사는 별도의 수당이 있으나 높은 편은 아니다. 안내사들은 주로 30대 초중반의 여성 안내사들의 비중이 높다. 여성의 비율이 남성보다 높은데, 이는 남성들의 경우 기혼자일 경우 직업 안정성의 이유로 꺼리는 경향이 있는 것으로 조사되었다. 연봉과 관련하여 현장 업무에 비해 연봉이 높지 않은 편이고, 연봉 상승률이 미미하여 젊은 연령층의 이직률이 높게 나타난다.

4_서울시 관광안내센터 입지 적정성 분석

서울시 주요 관광지, 이용객 관광활동 패턴 및 환경을 고려하여 현재 서울 시내에 위치하고 있는 관광안내소의 위치와 분포의 적절성을 검토하고자 한다. 지리적 위치 및 접근성, 지가 및 임대료 수준, 관광객 밀집도 등의 변수들을 도출하여 다음과 같이 분석하였다.

1) 분석 지역 공간설정을 위한 주요 요인 검토

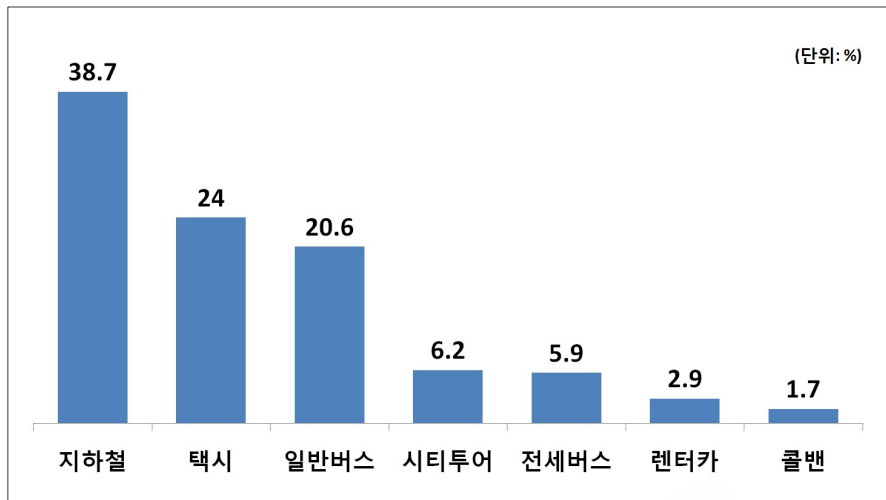
국내외 사례 및 관련 연구에서 관광안내센터의 위치와 접근성은 중요하게 인식되고 있다. 따라서 관광안내센터가 입지하기 적합한 지역을 선정하기 위하여 공간·지리·인구 관점의 접근이 필요하다. 즉 관광안내센터를 이용하는 주요 대상은 누구이며, 이용자와 제공하는 특성에 따라서 어디에 위치하는 것이 좋은지를 판단해야 한다. 교통, 사회, 경제적 요인에서 세부 변수를 설정하고, 변수들의 분석을 통하여 가장 적합한 장소를 찾아야 한다.

(1) 접근성_교통요인

관광안내센터의 입지를 분석하기 위해서는 가장 먼저 접근성 차원의 교통요인이 고려되어야 한다. 관광안내센터는 내국인 및 외국인이 이용하는 곳으로 서울 시내에서의 연결성 및 외부 지역(해외, 지방)과도 연결성이 좋은 곳일수록 좋다. 그리고 관광객의 입장에서 개인교통수단보다는 대중교통수단을 이용하는 경우가 대부분이므로, 대중교통수단의 접근이 편리한 점을 염두에 두고 변수를 선정하였다.

서울 방문 외래관광객의 대중교통수단별 이용률은 지하철(38.7%)이 가장 높고, 그다음으로 택시(24%), 일반버스(20.6%) 순으로 지하철과 택시, 버스가 관광객이 주로 이용하는 교통수단으로 조사되었다(안기정, 2016). 지하철 이용이 가장 높게 나타난 것으로 볼 때 지하철역을 중심으로 관광객들이 이동한다는 것을 예측할 수 있고, 지하철역 주변 지역이 높은 접근성을 지닌다고 볼 수 있다.

따라서 관광안내센터 구축에 필요한 교통요인으로 지하철역을 중심지역으로 두고, 반경 200m 내에 위치한 주요 교통요인을 분석하고자 한다. 정차 시내버스 수, 시티투어 버스 정차 수, 공항철도 정차 지하철역, 시내버스 환승센터 유무, 중앙역(서울역, 용산역, 청량리역)과의 최소이동시간, 주요 방문지와의 최소이동시간으로 접근성을 측정할 수 있다.



[그림 3-8] 해외 관광객 주 이용 교통수단

자료 : 안기정(2016), 서울시 시티투어버스의 노선 재편성, 서울연구원.

(2) 경제적 요인

관광안내센터가 입지하기 위해서는 부지가 필요하며, 부지를 선정함에 있어 지대도 고려해야 한다. 지가가 낮을수록 건립 및 운영비용에 대한 부담이 적어지므로, 지가 비교를 통하여 범위 내에서도 상대적으로 지가가 낮은 곳을 선정하는 것도 효율적인 운영을 위해서 고려되어야 할 필요가 있다.

2015년 서울시 필지별 공시지가 자료를 통해 관광안내센터 입지 주요 후보지역인 지하철역이 포함된 지역의 지가를 조사한다.

(3) 사회적 요인

사회적 요인은 관광안내센터를 주로 이용하는 국내외 관광객을 대상으로 이동행태 등을 토대로 입지에 필요한 변수를 분석한다. 관광객들의 관광목적은 관광지 방문 및 쇼핑활동 등이므로, 이들이 주로 방문하는 서울시내 주요 관광지가 속한 지역의 분포를 살펴본다. 또한 관광객들이 주로 이용하는 시설인 숙박시설이나 여행사 등의 관광사업체들이 어디에 밀집 분포하는지를 파악하여 관광객들이 보다 편리하게 이용할 수 있는 지역을 찾아야 한다.

한편 주요 시설의 분포와 함께 이동의 행태(Flow)도 함께 나타나는지를 확인하기 위하여 외국인 관광객뿐만 아니라 내국인의 이동패턴을 분석할 필요가 있다. 이를 위해 서울시 지하철역 승하차 인원이 가장 많은 지하철역을 조사하였다.

[표 3-12] 관광안내센터 입지 적합지 분석 요인 및 측정변수

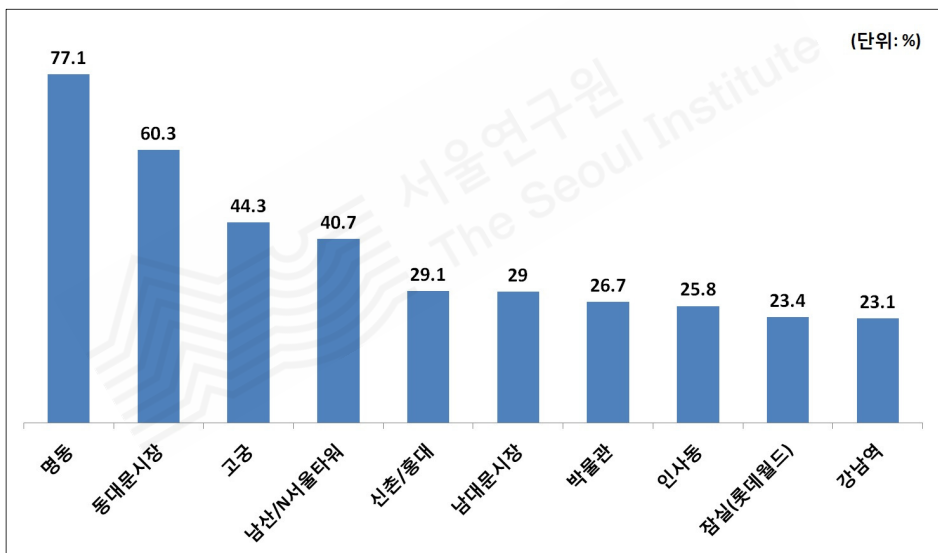
요 인	구 분		측정 변수
교통 요인	교통수단		지하철 노선 수 및 정차역 수
			버스 노선 수
			시티버스 노선 수
			공항철도 정차 여부
			환승센터 유무
	물리적 거리		중앙역(서울역)과의 거리 주요 방문지와의 거리(또는 대중교통시설 수)
경제적 요인	토지이용		공시지가
사회적 요인	이용 인구		지하철 승하차 인원 수
	관광인프라	숙박시설	관광호텔업
			가족호텔업
		관광지	관할구역 내 서울시 주요 방문지수
		관광 편의시설업	외국인관광 도시민박업
			관광유흥 음식점
			관광극장유흥업
			외국인 전용 유흥 음식점업
			관광식당업
			시내순환관광
			관광사진업
			한옥체험업

2) 관광안내소 입지 후보 지역 자치구 공간설정

관광안내센터 입지 후보지역 분석을 위하여 주요 이용 대상, 접근성을 고려한 공간설정이 필요하다. 1차적으로 자치구를 분석 범위 단위로 설정하여 주요 관광지, 관광사업체가 밀집된 자치구를 선별한다. 다음으로 선별된 자치구 내에서 지하철 이용률이 높은 역을 선별하여 적합지를 분석한다.

(1) 주요 관광지 분석

관광안내소를 이용하는 계층은 관광객이 대부분이므로, 관광객들이 주로 방문하는 관광지와 관광사업체가 밀집되어 있는 지역을 중심으로 선정할 필요가 있다. 먼저 입지 후보 지역은 동 단위 구분보다는 자치구 단위를 기준으로 주요 자치구를 선별한다.



[그림 3-9] 서울 주요 방문지

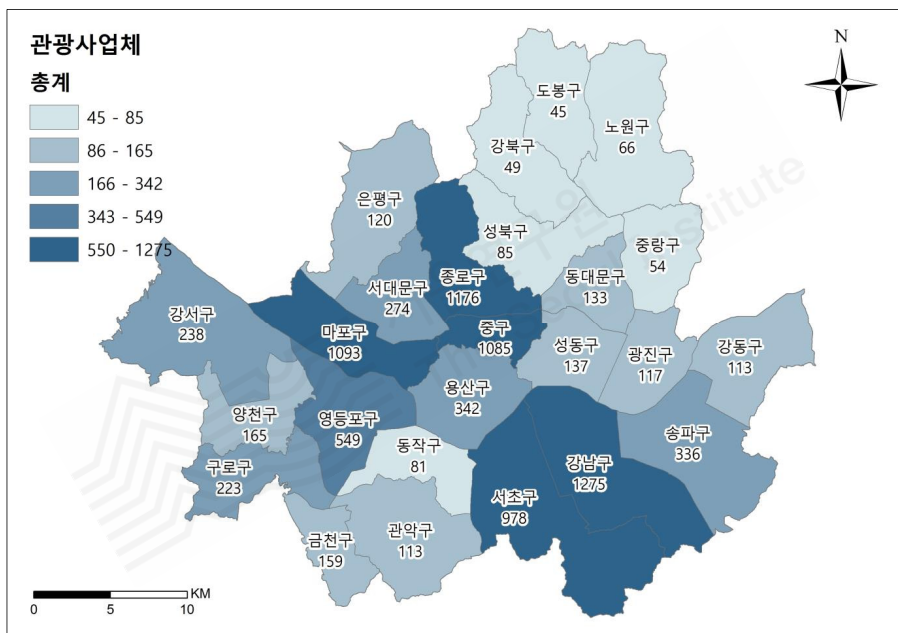
자료 : 문화체육관광부(2015), 외래관광객 실태조사.

주요 관광지는 외래관광객 실태조사를 토대로 서울 시내 관광지 상위 10곳을 설정하였다. 주요 관광지로는 명동이 77.1%로 가장 많은 외래관광객이 방문하는 곳으로 조사되었으며, 동대문시장, 고궁, 남산/N서울타워, 신촌/홍대 순으로 높았다. 관광지가 속한 지역의 해당 자치구를 살펴보면, 중구, 종로구, 강남구, 마포구, 용산구, 송파구로 나타난다.

(2) 관광사업체 입지 분석

관광안내센터는 일반적인 내국인보다는 국내관광객을 포함한 외국인 관광객의 이용이 높다. 따라서 관광객들이 주로 이용하는 숙박시설, 편의시설, 여행시설 등의 관광사업체가 밀집된 곳을 고려할 필요가 있다.

2015년도 9월 30일 기준으로 관광사업체⁶⁾는 총 9,006개이다. 강남구가 1,275개로 가장 많았으며, 그 다음으로 마포구 1,093개, 중구 1,085개, 서초구 978개, 영등포구 549개로 관광사업체 수가 많았다.



[그림 3-10] 서울시 자치구별 관광사업체 수

자료 : 한국관광협회중앙회, 2015년 9월 30일 기준.

6) 관광사업체는 관광숙박업, 관광객이용시설업, 회의업, 유원시설업, 관광편의시설업으로 구성됨.

[표 3-13] 서울시 자치구별 관광사업체 상위 10순위

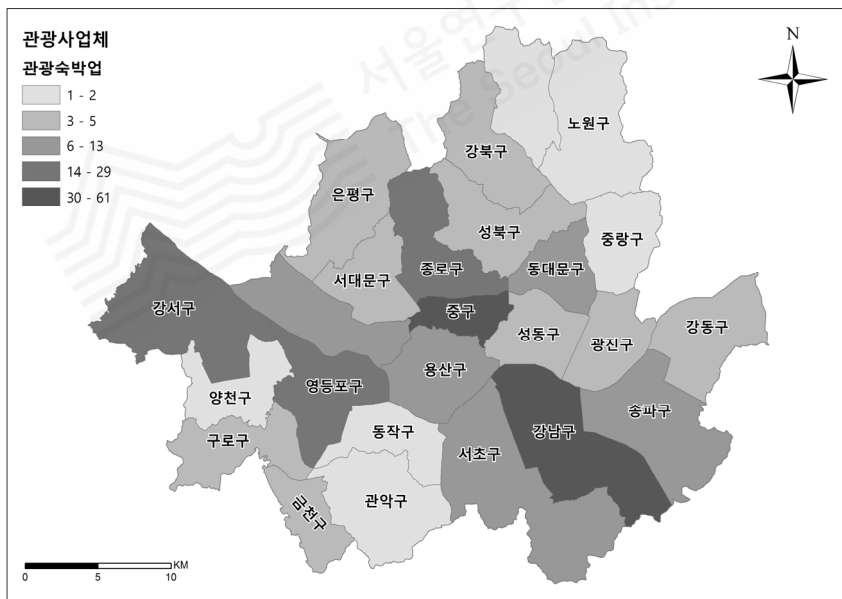
(단위 : 개)

순위	자치구	사업체 수	순위	자치구	사업체 수
1	강남구	1,275	6	영등포구	549
2	마포구	1,093	7	용산구	342
3	중구	1,085	8	송파구	336
4	서초구	978	9	서대문구	274
5	종로구	934	10	강서구	238

자료 : 한국관광협회중앙회, 2015년 9월 30일 기준.

① 숙박업

관광사업체의 숙박업^{가)} 분포를 분석하면, 총 274개이며, 이 중 중구에 61개의 관광숙박업이 가장 많이 입지하고 있다. 그 다음으로 강남구 46개, 종로구 29개, 강서구 23개, 영등포구 18개로 관광숙박업이 입지하고 있다.



[그림 3-11] 서울시 관광사업체 관광숙박업 분포

자료 : 한국관광협회중앙회, 2015년 9월 30일 기준.

가) 관광숙박업은 호텔업과 휴양콘도미니엄업으로 구성됨.

[표 3-14] 서울시 자치구별 관광숙박업 상위 10순위

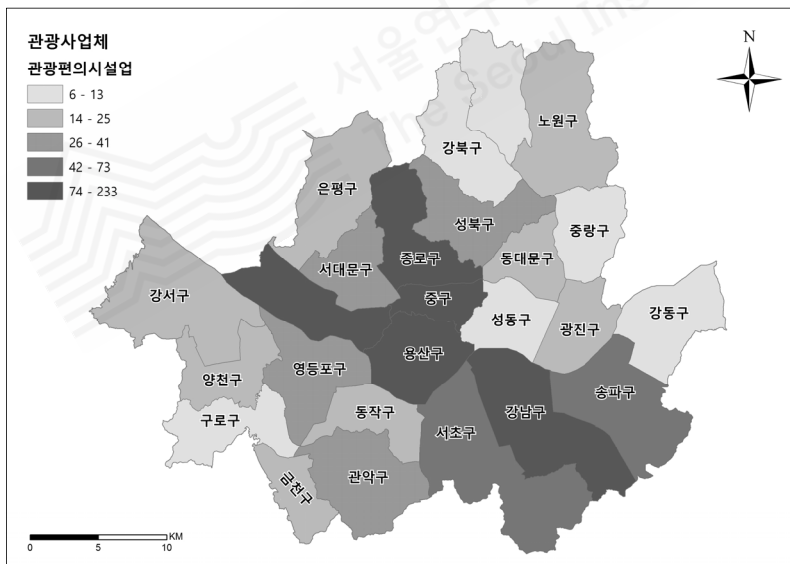
(단위 : 개)

순위	자치구	사업체 수	순위	자치구	사업체 수
1	중구	61	6	마포구	13
2	강남구	46	7	동대문구	12
3	종로구	29	8	서초구	10
4	강서구	23	9	용산구	9
5	영등포구	18	10	송파구	8

자료 : 한국관광협회중앙회, 2015년 9월 30일 기준.

② 관광편의시설

서울시내 관광편의시설⁸⁾ 사업체는 총 1,336개이며, 마포구에 입지한 사업체는 233개로 가장 많은 업체들이 분포하고 있다. 관광편의시설업체 중 외국인관광도시민박업의 비중이 약 52%(698개)를 차지하고 있으며, 마포구에 가장 많이 입지하고 있다.



[그림 3-12] 서울시 관광사업체 관광편의시설업 분포

자료 : 한국관광협회중앙회, 2015년 9월 30일 기준.

8) 관광편의시설업은 관광유희음식점, 관광극장유희음점, 외국인전용유희음식점업, 관광식당업, 시내순환관광업, 관광사진업, 여객자동차터미널시설업, 관광펜션업, 관광궤도업, 한옥체험업, 외국인관광도시민박업으로 구성됨.

(3) 주요 자치구 선별 결과

관광객의 이용이 높은 지역을 중심으로 관광안내센터의 입지를 실질적으로 논할 수 있는 지역을 선별해야 한다. 주요 방문 관광지가 속한 자치구와 관광사업체가 밀집된 지역의 자치구를 통합 조사한 결과 포함된 자치구는 중구, 종로구, 강남구, 마포구, 용산구로서 총 5개 자치구가 도출되었다.

(4) 자치구 내 지하철역 선별

중구, 종로구, 강남구, 마포구, 용산구를 중심으로 세부적인 관광안내센터 입지 적합지를 찾기 위해 해당 자치구에서 이용률이 높은 지하철역을 분석해야 한다.

[표 3-15] 서울시 자치구 5개 지역 내 지하철 승하차 인원수(2015)

(단위 : 명)

순위	지하철역	승하차인원	순위	지하철역	승하차인원
1	강남	72,303,656	16	합정	24,633,480
2	홍대입구	54,992,474	17	충무로	24,389,182
3	서울역	42,896,769	18	신사	23,560,957
4	삼성	42,768,099	19	회현	21,430,977
5	시청	41,276,956	20	신논현	20,914,890
6	신촌	37,502,050	21	안국	20,279,403
7	선릉	36,714,844	22	종로5가	19,632,511
8	을지로입구	36,466,767	23	경복궁	18,397,011
9	역삼	34,418,087	24	동대문	18,196,273
10	종각	32,351,612	25	학동	17,129,120
11	명동	30,439,129	26	이대	16,934,210
12	용산	27,193,214	27	청담	16,705,575
13	압구정	27,103,900	28	동대문역사문화공원	15,627,331
14	광화문	26,304,441	29	논현	14,829,045
15	종로3가	25,619,310	-		

자료 : 서울시 지하철역별 승하차인원 현황(2015), 서울시 도시교통본부 교통정책과.

2015년 수도권 지하철 승하차 인원수 자료를 분석한 결과, 559개 역 중 이용이 높은 상위 100개 지하철역⁹⁾을 기준으로 해당 자치구가 포함된 역을 선별하였다. 5개 자치구에서 이용률이 높은 지하철역은 총 29개로 분석되었다. 이용률이 가장 높은 지하철역은 강남역(2호선)으로 72,303,656명이 이용하였고, 그 다음으로 홍대입구역(2호선)은 54,992,474명, 서울역은 42,896,769명이 지하철을 이용하였다.

(5) 지하철역 선정 결과

교통, 사회, 경제 요인에 따른 분석대상지를 선정한 결과 중구, 종로구, 용산구, 마포구, 강남구 내에서 지하철 이용이 많은 역은 총 29개로 다음과 같다. 중구는 명동역, 회현역을 포함한 7개 역, 종로구는 안국역, 경복궁역, 종각역을 포함한 6개 역, 용산구는 서울역, 용산역, 마포구는 홍대입구역, 합정역, 신촌역, 이대역이며, 강남구는 강남역과 삼성역을 포함한 10개 역이 선별되었다.

[표 3-16] 관광안내센터 입지 후보지역 해당 자치구별 지하철역 분석

자치구	지하철역(환승 종합)	역 수(개)
중구	명동, 회현, 을지로입구, 동대문역사문화공원, 동대문, 충무로, 시청	7
종로구	안국, 경복궁, 종각, 종로3가, 종로5가, 광화문	6
용산구	서울, 용산	2
마포구	홍대입구, 합정, 신촌, 이대	4
강남구	강남, 삼성, 압구정, 신사, 선릉, 역삼, 신논현, 논현, 학동, 청담	10
합계		29

9) 교통카드(선후불교통카드 및 1회용교통카드)를 이용한 지하철역별(서울메트로, 도시철도공사, 한국철도공사, 공항철도, 9호선) 승하차인원 자료로 이용객의 출입을 기록한 자료임. 환승역이 포함된 지하철역이 있어, 호선별로 구분하여 승하차 인원수가 높은 순으로 100위 내 지하철역을 1차적으로 분석하였으며, 100위 내 지하철역에서 해당 자치구에 속한 지하철역을 선별함(시청역의 경우 1, 2호선이 모두 해당되므로 인원수를 합산하였음).

3) 요인별 관광안내소 입지 후보지역 분석

(1) 교통 요인 변수 분석

① 주요 지하철역 경유 버스 수

주요 지하철역 29개 대상으로 지하철역 주변을 경유하는 버스의 수를 조사하였다. 버스 정류장은 지하철역 반경 200m 내에 위치하거나 또는 200m를 벗어나더라도 버스정류장 명이 해당 지하철역과 동일하면 경유하는 버스로 간주하였다.¹⁰⁾ 버스의 수는 양방향 모두 포함하였으며, 마을버스 및 순환버스는 제외하였다.

분석 결과, 경유버스의 수가 가장 많은 지하철역은 강남역이며, 총 225개의 버스가 경유하고 있었다. 신촌역 주변에는 176개, 종각역은 159개, 홍대입구역은 143개, 삼성역은 118개, 서울역은 115개로 조사되었다.

[표 3-17] 주요 지하철역 경유 버스 수

(단위 : 명)

순위	지하철역	버스 수	순위	지하철역	버스 수
1	강남	225	16	회현(남대문시장)	68
2	신촌	176	17	신사	66
3	종각	159	18	논현	65
4	홍대입구	143	19	광화문	63
5	삼성	118	20	시청	63
6	서울역	115	21	역삼	50
7	신논현	110	22	선릉	48
8	을지로입구	105	23	충무로	38
9	종로5가	97	24	압구정	37
10	합정	88	25	용산	36
11	동대문역사문화공원	87	26	경복궁	35
12	이대	71	27	안국	34
13	청담	71	28	명동	19
14	종로3가	69	29	학동	18
15	동대문	68	-		

자료 : 다음지도 활용, 2016년 8월 현재.

¹⁰⁾ 해당 범위 내 버스정류장이 2개 이상인 곳은 경유하는 버스가 중복되더라도 경유버스 총합에 포함하여 계산함.

② 공항철도 정차 및 버스 환승센터 인근 지하철역

공항을 통해 서울을 방문하는 국내외 관광객의 경우 공항철도를 이용하고 있다. 공항철도의 노선은 인천과 김포를 경유하고 있어 해외 또는 지방에서 서울을 방문하는 관광객들이 쉽게 이용할 수 있는 대중교통수단이다. 따라서 해당 지하철역의 공항철도 정차 여부를 조사하였다. 해당 지하철역 중 공항철도가 정차하는 역은 서울역과 홍대입구역으로 2곳이 조사되었다.

한편, 외래관광객들이 주로 이용하는 대중교통수단은 지하철 다음으로 시내버스로서, 서울시내버스 환승센터의 유무 역시 접근성에서 고려할 필요가 있다. 환승센터가 위치하는 곳의 지하철역이 어디인지를 조사하였고, 그 결과, 해당 자치구(5개) 내에 버스환승센터가 있는 지하철역은 서울역으로 조사되었다.

③ 시티투어버스 노선 수

주요 지하철역에 경유하는 시티투어버스 수를 조사하였다. 정차역이 지하철역이 아니더라도 인근 200m 내로 정차하는 경우 모두 경유 버스 수로 간주하였다. 시티투어버스는 순환 노선인 경우가 대부분으로 양방향인 편도 기준으로 정차 버스 수를 계산하였다. 서울시내에 운행 중인 시티노선 버스는 도심 노선 5개와 하이라이트 노선 3개로 총 8개 노선이 운행되고 있다.

명동역, 동대문역사문화공원역, 광화문역에 가장 많은 버스 노선이 정차하고 있으며, 총 4개로 조사되었다. 그 다음으로 시청역과 서울역에 각 3개의 시티투어버스가 정차하고 있다. 해당 29개 지하철역 중에서 시티투어버스가 정차하지 않는 역은 14개이다.

[표 3-18] 주요 지하철역별 서울 시티투어버스 정차 버스 수

주요 지하철역	정차 버스 수(개)
명동, 동대문역사문화공원, 광화문	4
시청, 서울역	3
회현, 을지로입구, 안국, 종각, 강남	2
용산, 홍대입구, 신촌, 삼성, 신사	1
충무로, 동대문, 경복궁, 종로3가, 종로5가, 합정, 이대, 압구정, 선릉, 역삼, 신논현, 논현, 학동, 청담	0

자료 : 서울 시티투어버스 홈페이지.

④ 공항리무진 노선 수

공항에서 서울 시내 이동이 용이한 교통수단으로 공항리무진이 있다. 공항철도에 비해 서울시 주요 지하철역을 정차하는 노선이 다양하다. 공항리무진 버스의 노선은 심야노선(2개)을 포함하여 총 24개로 서울 전역으로 지나기 때문에 문전 연결성이 뛰어나다. 또한 버스 노선은 관광객들이 주로 방문하는 중구와 강남구까지 환승 없이 이동이 가능하여 많은 관광객들이 이용한다. 지하철역의 호선 구분 없이 지하철역 반경 200m 내에 공항리무진 정류장 수를 조사하였다.

조사 결과 삼성역에 정차하는 공항리무진 버스 수가 5개로 가장 많았으며, 그 다음으로 서울역과 강남역이 각 3개로 많았다. 명동과 회현, 을지로입구, 홍대입구 등은 각 2개의 공항리무진이 정차하는 것으로 조사되었다. 한편 학동역과 청담역의 인근에는 공항리무진이 정차하지 않는 것으로 조사되었다.

[표 3-19] 주요 지하철역별 공항리무진 정차 버스 수

지하철역	정차 버스 수(개)
삼성	5
서울역, 강남	3
명동, 회현, 을지로입구, 동대문역사문화공원, 충무로, 시청, 광화문, 용산, 역삼, 논현	2
동대문, 안국, 경복궁, 종각, 종로3가, 종로5가, 홍대입구, 신촌, 합정, 이대, 압구정, 신사, 선릉, 신논현	1
학동, 청담	0

⑤ 주요 방문지와의 거리

관광객들이 주로 방문하는 관광지와 관광안내센터의 접근성을 판단하기 위하여 주요 방문지와 분석대상 주요 지하철역(29개)의 거리를 분석하였다. 대중교통이나 도보로 이동하여 소요되는 최소시간을 조사¹¹⁾하여 이동시간이 가장 적은 곳을 도출하였다.

주요 관광지¹²⁾와 지하철역(29개)까지 최소 이동시간을 분석한 결과, 주요 관광지에서 중

구 및 종로구 내의 지하철역까지 이동시간이 짧은 것으로 조사되었다. 안국역까지의 이동이 373분으로 가장 적었고, 그 다음으로 을지로입구역 383분, 종로3가역 389분, 종각역 391분, 충무로역 395분이 소요되었다. 이동 거리가 먼 지역은 강남지역인 강남역(814분), 신논현역(820분), 역삼역(846분), 삼성역(892분)으로 조사되었다.

[표 3-20] 주요 방문지(10곳)로부터 지하철역 최소 이동시간 합산

순위	지하철역	최소시간(분)	순위	지하철역	최소시간(분)
1	안국	373	16	신촌	509
2	을지로입구	383	17	압구정	539
3	종로3가	389	18	홍대입구	552
4	종각	391	19	용산	569
5	충무로	395	20	합정	592
6	동대문역사문화공원	399	21	신사	593
7	경복궁	402	22	논현	751
8	시청	405	23	학동	781
9	동대문	409	24	청담	798
10	명동	416	25	선릉	806
11	회현	417	26	강남	814
12	종로5가	420	27	신논현	820
13	광화문	438	28	역삼	846
14	서울역	440	29	삼성	892
15	이대	501			

11) 다음 지도를 활용하였으며, 대중교통 이용 시 수단별 환승 여부 및 횟수 등은 제외하고, 이동시간만 측정하여 합산한 최소의 시간을 도출함.

12) 주요 방문지는 외래관광객 실태조사를 토대로 서울시를 방문한 외래관광객이 가장 많이 찾는 관광지를 10위(명동, 동대문시장, 고궁, 남산타워, 신촌/홍대입구, 남대문시장, 박물관, 인사동, 잠실롯데월드, 강남역 순)까지 선정함. 주요 방문지 인근의 세부 지역을 도착지로 설정하고 분석함(예) 명동—명동역, 을지로입구역, 롯데백화점 등으로 검색어를 다양화함).

(2) 사회 경제요인에 따른 변수 분석

① 지하철 승하차 인원

외래관광객뿐만 아니라 내국인의 이동 흐름을 파악하는 것이 필요하다. 해당 29개 지하철역에 대하여 승하차 인원수를 조사하고, 이용이 높은 지하철역일수록 관광안내소 입지 후보지역으로서 유리한 것으로 판단한다. 앞서 2015년 지하철 승하차 인원을 조사한 결과를 토대로 상위 10순위 지하철역은 다음과 같이 조사되었다.

강남역의 승하차 인원이 가장 많고, 그 다음으로 홍대입구역, 서울역, 삼성역, 시청역 순으로 이용을 많이 하고 있다.

[표 3-21] 주요 지하철역 승하차 인원 상위 10순위(2015)

(단위 : 명)

순위	지하철역명	승하차 인원	순위	지하철역명	승하차 인원
1	강남	72,303,656	6	신촌	37,502,050
2	홍대입구	54,992,474	7	선릉	36,714,844
3	서울역	42,896,769	8	을지로입구	36,466,767
4	삼성	42,768,099	9	역삼	34,418,087
5	시청	41,276,956	10	종각	32,351,612

② 공시지가

주요 지하철역 주변의 지가를 분석하기 위해 지하철역이 속한 동의 각 필지 공시지가(2015년)의 중위값¹³⁾을 구하여 비교하였다. 공시지가가 낮은 지역일수록 관광안내센터를 건립하기에 적합한 곳이므로, 압구정역과 신사역이 2,310,000원으로 가장 저렴한 곳으로 조사되었다. 그 다음으로 동대문역 2,386,000원, 이대역 2,780,000원, 홍대입구역 3,746,000원으로 공시지가가 저렴하였다. 공시지가가 가장 비싼 지역은 회현역(남대문시장)으로 17,300,000원이다.

¹³⁾ 명동이나 종로 등의 지역은 필지별 공시지가의 편차가 심하여 필지합산 평균값이 아닌, 필지 전체의 중위값으로 설정함.

[표 3-22] 주요 지하철역 공시지가

(단위 : 천 원, 중위값)

순위	지하철역	공시지가	순위	지하철역	공시지가
1	압구정	2,310	16	서울역	5,544
1	신사	2,310	17	삼성	5,618
3	동대문	2,386	18	선릉	5,618
4	이대	2,780	19	경복궁	5,973
5	홍대입구	3,746	20	종로3가	6,552
6	신촌	4,096	21	용산	6,693
7	합정	4,200	22	청담	6,726
8	안국	4,486	23	시청	7,179
9	동대문역사문화공원	4,488	24	종로5가	11,090
10	신논현	4,888	25	광화문	11,410
11	논현	4,888	26	을지로입구	12,730
12	학동	4,888	27	종각	13,760
13	충무로	5,250	28	명동	15,210
14	강남	5,406	29	회현(남대문시장)	17,300
15	역삼	5,406		-	

자료 : 서울시 공시지가(2015), 서울시 도시계획국 토지관리과.

(3) 주요 지하철역 선정

교통, 사회 경제 요인 변수를 토대로 분석한 결과값을 토대로 안내센터가 필요한 지하철역을 선정하였다. 각 변수마다 나타내는 데이터 값의 단위가 다양하므로 이를 보정하기 위해 정규화¹⁴⁾ 작업을 수행하였고, 최종 적합지를 도출하였다.

14) 정규화는 데이터 분석 시 이용된 다양한 데이터에 대하여 범위나 분포를 유사하게 만들어주는 것임. 본 연구의 입지 분석을 위해 '최대최소 정규화 작업(Min Max Normalization)'을 수행함. 교통, 사회, 경제 요인 기준에 따라 사용된 각 변수들은 29개의 지하철역에 대하여 갖는 값의 분포가 일정하지 않고, 값의 단위가 시간(분), 거리(m), 수량(개), 가격(원) 등으로 다양함. 따라서 각 변수를 정규화하여 각 변수가 갖는 29개 지하철역의 값(점수)을 최소 0점에서 최대 1점으로 매기고, 수치를 합한 값이 가장 높은 지하철역을 적합 장소로 선별함. 변수 개별 속성을 살펴보면, 해당 값이 높은 수치를 나타내는 것이 유리한 것이 있을 수 있고, 낮은 수치를 나타내는 것이 유리할 수 있어 계산법을 달리해야 함. 수치가 높을수록 좋은 변수는 정차 버스 수, 시티버스 노선 수, 시내버스환승센터, 공항철도 정차역, 공항리무진 정차 수, 지하철 승하차 인원수이며, 낮은

교통, 사회, 경제 요인에 따른 변수를 정규화한 결과 다음과 같이 최고 1점에서 최저 0점까지 값을 도출하였다. 주요 지하철역 정차 버스노선이 가장 많은 역은 강남역이며, 공항철도를 지나는 역은 서울역과 홍대입구역이 최고점인 1점을 나타내고 있다. 시내버스 환승센터가 인근에 있는 지하철역은 서울역이며, 시티투어 정차 노선이 가장 많은 지하철역은 광화문역, 동대문역사문화공원역, 명동역이다. 공항리무진 노선이 가장 많이 정차하는 역은 삼성역으로 각 부문별 최고점인 1점을 나타낸다. 공시지가가 가장 저렴한 지역은 강남역으로 최고점인 1점을 나타내고, 주요 방문지로의 이동시간이 가장 적게 걸리는 지역은 안국역이다. 지하철역 승하차 인원이 가장 많은 역은 강남역으로 조사되었다.

각 변수별로 정규화된 점수를 합산하여 상위 5순위 지역을 정리하면, 서울역이 5.96점으로 가장 높은 점수를 획득하였다. 그 다음으로 홍대입구역 4.31점, 강남역 4.04점, 동대문역사문화공원역 3.55점, 시청역 3.44점으로 조사되었다. 따라서 상위 5순위의 지하철역을 중심으로 관광안내센터 입지를 고려해볼 수 있다.

[표 3-23] 서울시 관광안내센터 적합지 선정 상위 5순위(1차 검토)

(단위 : 점)

순위	지하철역	정규화 값
1	서울역	5.96
2	홍대입구	4.31
3	강남	4.04
4	동대문역사문화공원	3.55
5	시청	3.44

수치일수록 좋은 변수는 주요 방문지와의 거리, 중앙역과의 거리, 공시지가임.

변수 구분	세부 변수	변수 단위	정규화 식
높은 값일수록 유리한 변수	시내버스 정차 수	개	$Score_H = \frac{x - \min}{\max - \min}$
	공항철도	개	
	환승센터	개	
	시티투어	개	
	공항리무진 정차 버스 수	개	
	지하철 승하차 인원수	명	
낮은 값일수록 유리한 변수	중앙역과의 최소시간	분	$Score_L = \frac{\max - x}{\max - \min}$
	주요 방문지와의 최소시간	분	
	공시지가	원	

[표 3-24] 요인별 변수 데이터 최대최소 정규화 결과 값

지하철역	버스 노선	공항 철도	환승 센터	시티 투어	공항 리무진	공시 지가	지하철 승하차 인원	주요 방문지	Total
강남	1.00	0.00	0.00	0.50	0.60	0.79	1.00	0.15	4.04
경복궁	0.08	0.00	0.00	0.00	0.20	0.76	0.06	0.94	2.04
광화문	0.22	0.00	0.00	1.00	0.40	0.39	0.20	0.87	3.08
논현	0.23	0.00	0.00	0.00	0.40	0.83	0.00	0.27	1.73
동대문	0.24	0.00	0.00	0.00	0.20	0.99	0.06	0.93	2.43
동대문역사 문화공원	0.33	0.00	0.00	1.00	0.40	0.85	0.01	0.95	3.55
명동	0.00	0.00	0.00	1.00	0.40	0.14	0.27	0.92	2.73
삼성	0.48	0.00	0.00	0.25	1.00	0.78	0.49	0.00	3.00
서울역	0.47	1.00	1.00	0.75	0.60	0.78	0.49	0.87	5.96
선릉	0.14	0.00	0.00	0.00	0.20	0.78	0.38	0.17	1.67
시청	0.22	0.00	0.00	0.75	0.40	0.68	0.46	0.94	3.44
신논현	0.44	0.00	0.00	0.00	0.20	0.83	0.11	0.14	1.72
신사	0.23	0.00	0.00	0.25	0.20	1.00	0.15	0.58	2.41
신촌	0.76	0.00	0.00	0.25	0.20	0.88	0.39	0.74	3.23
안국	0.08	0.00	0.00	0.50	0.20	0.85	0.09	1.00	2.73
압구정	0.09	0.00	0.00	0.00	0.20	1.00	0.21	0.68	2.19
역삼	0.15	0.00	0.00	0.00	0.40	0.79	0.34	0.09	1.78
용산	0.09	0.00	0.00	0.25	0.40	0.71	0.22	0.62	2.28
을지로입구	0.42	0.00	0.00	0.50	0.40	0.30	0.38	0.98	2.98
이대	0.26	0.00	0.00	0.00	0.20	0.97	0.04	0.75	2.21
종각	0.68	0.00	0.00	0.50	0.20	0.24	0.30	0.97	2.89
종로3가	0.25	0.00	0.00	0.00	0.20	0.72	0.19	0.97	2.32
종로5가	0.38	0.00	0.00	0.00	0.20	0.41	0.08	0.91	1.99
청담	0.26	0.00	0.00	0.00	0.00	0.71	0.03	0.18	1.18
충무로	0.10	0.00	0.00	0.00	0.40	0.80	0.17	0.96	2.42
학동	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.83	0.04	0.21	1.08
합정	0.34	0.00	0.00	0.00	0.20	0.87	0.17	0.58	2.16
홍대입구	0.60	1.00	0.00	0.25	0.20	0.90	0.70	0.66	4.31
화현 (남대문시장)	0.24	0.00	0.00	0.50	0.40	0.00	0.11	0.92	2.17

(4) 서울시 관광안내센터 위치와 우선 입지 지하철역 비교

관광시설이 집중되어 있는 중구, 용산구, 종로구, 마포구, 강남구, 송파구 등에 관광안내센터들이 산발적으로 입지하고 있다. 입지 적합지 분석을 통해 도출된 입지 적합 지하철역 상위 10곳을 비교하면, 기존 관광안내센터가 위치한 인근 지역으로 나타났다.



[그림 3-13] 서울시 관광안내센터 입지 후보 지역 비교

또한 기존 관광안내센터의 입지 개수를 이용객과 방문지 선호도를 고려하여 그 수가 적정 한지를 비교하였다. 후보 지역으로서 중앙역, 버스환승센터, 공항철도 등 대중교통 이용 접근성이 뛰어난 서울역은 서울시 관할의 관광안내센터가 부재한 상태¹⁵⁾로서 신설을 고려해보아야 한다. 반면, 홍대입구역과 신촌 주변은 관광안내센터가 각각 4개, 3개 입지하고 있어 이용도에 비해 다소 과밀한 상태이다. 특히 신촌은 이용률이 저하되는 추세이나 2개소의 관광안내소와 움직이는 관광안내소까지 입지하고 있어 재정비 검토가 필요하다.

¹⁵⁾ 한국철도공사에서 운영하는 관광안내소가 서울역사 내에 있음.

[표 3-25] 서울시 관광안내센터 적합지 선정 상위 10순위(2차 검토)

(단위 : 명)

순위	지하철역	검토 내용	개소 수
1	서울역	한국철도공사 안내소에서 철도 안내, 서울 및 타 지역에 대한 관광정보 안내는 부족	1개소
2	홍대입구	마포구 운영 2개소, 서울시 고정 및 움직이는 관광안내소 보유	4개소
3	강남	서초구청에서 운영하는 관광안내센터	1개소
4	시청	서울시청 지하 시민층에 관광안내센터 있으나, 이용실적 저조	1개소
5	동대문역사 문화공원	동대문 밀리오레 앞과 DDP 내에 관광안내소 있으나, DDP 안내소 운영실적 저조	2개소
6	광화문	광화문 서울시 관광안내소 보유	1개소
7	을지로입구	명동관광정보센터, 글로벌문화센터, 움직이는 관광안내소, KATA안내소	4개소
8	종각	k-style허브(한국관광공사)	1개소
9	명동	명동관광정보센터, 글로벌문화센터, 움직이는 관광안내소, katA 안내소	4개소
10	신촌	서울시 신촌역사 안내소, 움직이는 관광안내소, 신촌플레이버스	3개소

5_서울시 관광안내센터 운영 현황 소결

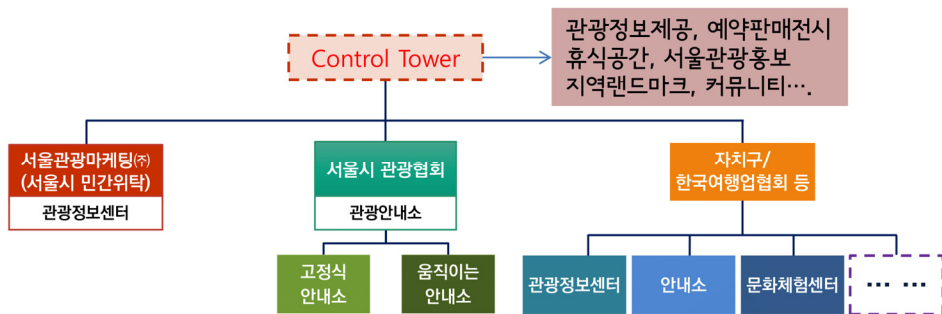
1) 관광안내센터 운영상의 문제점

(1) 상이한 운영 주체로 표준화된 서비스 제공의 한계

관광안내소는 관광사업체와 관광지가 밀집된 지역을 중심으로 다양한 주체가 운영하는 관광안내소들이 고루 분포하고 있어 관광객이 적절하게 이용하고 있다. 그러나 운영주체가 다양하여 이에 따른 문제점이 발생한다.

규모에 따른 기능제공의 구분이 명확하지 않고, 변화된 관광환경과 관광수요에 적절한 정보를 제공하고 있는지 파악이 불가하다. 자료 및 서비스 제공이나 인력 운영의 일관성

이 부족하고, 기관별로 제공하는 관광정보가 해당 지역에 치우치는 경향이 있다. 인쇄물의 관리, 배포, 관광정보 자료의 갱신 관리 등을 일괄적으로 담당하는 기능이 부재한 상태로 안내소별 자료 관리의 체계를 정립할 수 있는 역할이 필요하다.



[그림 3-14] 서울시 관광안내센터 운영 체계(현재)

(2) 관광안내센터 제공 기능의 다양성 부족

서울시에서 운영하고 있는 관광안내소는 모바일 환경 변화에 맞는 서비스 제공, 불편처리 신고 관리, 전국단위의 관광정보 제공이 제대로 이루어지지 않고 있다. 관광안내소 내 무료 와이파이 이용과 정보 검색 및 예약을 위한 무료 컴퓨터 사용이 대부분이다. 불편처리 신고 접수는 받고 있으나, 안내소별 관련 신고사항을 접수하여 일괄적으로 관리하는 시스템이 부재하여 대응시스템이 체계화되지 못하였다. 부스형태의 관광안내소는 지역별 관광이 가능하며 빠르게 대처할 수 있다는 장점이 있으나 공간이 협소하여 휴식과 편의 기능 제공이 어려운 실정이다.

대부분 도심부나 관광객 밀집지역이기 때문에 구시가지로 적절한 장소를 찾기가 어려울 뿐 아니라 임대료 등이 매우 높기 때문에 활용할 수 있는 공간의 제약이 따를 수밖에 없다. 대부분 관광정보 안내 위주로 운영되고 있어 불편처리 신고나 관리 체계가 미흡한 실정이다. 그나마 도심의 명동관광정보센터가 가장 넓은 공간에 다양한 서비스를 제공하고 있기는 하나 제공 서비스에는 한계가 따르고 있다.

2) 관광안내센터 기능의 전문성 확대

(1) 이용객 증가에 따른 전문인력 양성 필요

외래관광객 증가에 따라 관광안내소의 이용률도 증가하고 있으며, 특히 움직이는 관광안내소 이용률이 꾸준히 증가하고 있어 안내사의 대면서비스가 보다 중요하다는 것을 의미하고 있다. 관광객에게 보다 나은 양질의 서비스를 제공할 수 있는 주요 요소로서 관광안내사의 서비스 응대태도나 축적된 관광정보이다. 하지만 고용안정성이 낮아 안내사들이 지속적으로 근무할 수 있는 구조가 아니므로 노하우를 쌓은 안내사를 찾기 어려운 현실이다. 또 업무와 관련된 교육의 기회(기타 외국어, 공연/관광 프로그램 체험)가 부족하다고 느끼는 경우가 있어 전문인력 양성을 위한 교육 프로그램의 보완이 필요하다.

(2) 관광정보·자료 제공의 공정성 및 체계적인 관리 필요

관광안내센터는 일차적으로 방문객들이 원하는 관광정보를 제공하고 이를 통해 보다 편안하고 유익한 관광이 될 수 있도록 하는 역할을 한다. 따라서 정확한 관광정보의 제공과 관광객의 편의를 최대화할 수 있는 정보제공이 중요하다. 이를 위해서는 관광안내센터가 정보의 수집과 관리, 안내사들의 인력 운영 등을 통합적으로 아우를 수 있어야 한다. 그러나 현재 서울시의 관광안내소 운영주체가 서울시, (사)서울시관광협회, 자치구, 기타기관 등으로 다양하여 이에 따른 정보제공의 편향성, 자료관리의 체계 부족 등이 우려되고 있다.

서울 지역을 우선으로 관광정보를 제공하고 있으나, 해당 자치구에서 운영하는 관광시설 등의 홍보와 적극적인 이용을 장려하기 위하여 자치구 관련 정보를 우선으로 제공하는 경우도 있기 때문에 서울시의 관광정책 방향에 대한 합의를 통해 일관성 있는 정보를 제공하는 것도 필요하다.

또한 관광지 안내 및 공연, 이벤트, 숙박시설, 교통시설 등의 자료를 관리하는 것은 개별 관광안내소 안내사의 업무로, 이들 자료가 수시로 갱신·보완되어 새롭게 발간되고 있다. 하지만 이 모든 정보를 숙지하고 관리하기에는 한계가 있어 신규 정보에 대한 접근성을 개선해 줄 수 있어야 한다. 그리고 현재 단층으로 구성된 대부분의 관광안내소에서는 다양한 정보를 전시하기에도 공간이 협소하기 때문에 정보 제공과 서비스에 한계가 있다.

따라서 모든 관광안내센터에서 다양한 기능을 제공하는 것은 비효율적일 수 있다. 그러나 서울시 전체를 놓고 볼 때, 앞서 언급된 여러 기능 및 서비스를 제공할 수 있는 종합적 서비스 제공자로서 현재보다 확장된 관광안내센터는 필요하다. 이를 위해 체계적인 정보 제공 및 관리 시스템 구축과 공간의 확장이 우선적으로 고려되어야 한다. 방대한 관광정보 및 안내 브로슈어, 홍보책자, 공연·전시 정보, 숙박시설 정보 등을 지역별로 고루 제공하고, 기본 관광정보, 변경사항 및 특이사항 안내를 체계적으로 제공할 수 있어야 한다.

(3) 모바일 관광환경을 반영한 관광안내센터의 개선

관광객이 관광안내센터를 방문하는 주 목적은 관광지 관련 문의, 교통 정보, 공연문의 및 예매 등에 대한 정보의 획득이다. 그러나 모바일 환경 발달과 SNS 및 블로그 활성화로 관광객들은 관광안내센터를 방문하기에 앞서 1차적으로 온라인 정보를 가장 먼저 접근하는 경향이 커지고 있다. 서울시내 도처에 있는 관광안내소들은 이러한 환경변화에 맞는 아이템들을 제공하기에는 시설이나 운영시스템 차원에서 미흡한 점이 많다. 대부분이 관광안내사가 면대면 방식으로 관광정보를 안내하고 있고, 정보 검색을 위한 컴퓨터가 제공되고 있지만 다양한 정보를 원하는 관광객의 입장에서는 한계를 느낄 수 있다.

이에 따라 관광안내센터가 제공하는 정보 및 서비스의 방식과 관광안내사들의 업무가 IT 기술 및 도구 활용을 바탕으로 변화될 필요가 있다. 개별관광객들은 이미 스마트폰이라는 개인 정보검색 도구를 소유하고 있기 때문에 추가적인 기기를 제공할 필요는 없다. 현재의 관광안내센터 역할과 기능보다는 모바일을 원활하게 사용할 수 있는 환경을 구축해주는 것이 더 필요하다.

3) 전문인력 양성 위한 업무 환경 및 처우개선 시급

(1) 낮은 고용 안정성으로 근무 만족도 저하

관광안내사들의 고용은 다양한 운영 주체가 계약 사업 형태로 개별적으로 운영하고 있다. 관광안내사들의 대부분은 비정규직(사업계약직)으로, 임금 상승률이 상대적으로 낮아 근무기간이 2년을 넘지 않고 있다. 고용이 보장되지 않아 근무의 만족도가 낮아 자발적으로 이직하는 경우도 많다.

관광안내사의 역량은 오래된 경험의 서비스 상담 태도와 관광정보의 축적을 통해 더욱 제고된다. 하지만 현실에서는 낮은 고용 안정성과 잦은 인력 교체로 인해 경험이 적은 안내사의 근무는 근무 만족도를 저하시키는 요소로 작용한다. 낮은 근무 만족도는 관광객에게 양질의 서비스를 지속적으로 제공하지 못한다는 우려를 야기하므로, 관광 환경 개선을 위해서도 고용의 안정성이 보장되어야 한다. 예산 및 운영상의 특성으로 인해 모든 직원의 정규직 전환이 어려운 구조이더라도 복지지원제도나 임금상승률, 역량 개발 등 근무 만족도 향상을 위한 노력이 필요하다.

(2) 관광정보 제공 가이드라인의 부재

공연, 교통 등의 관광정보가 수시로 변화하고 추가되는 환경에서 이를 제대로 파악할 수 있는 여건이 갖추어져 있지 않다. 예를 들어, (사)서울시관광협회에서 관리하는 홈페이지가 있지만, 개별 안내사들이 개인의 정보를 공유하는 구조이므로 정보 취합이나 공유가 활발하지 못하다. 그리고 관광안내사가 개별적으로 관광정보를 숙지하고 파악하여 관광객들에게 알려주어야 한다. 매월 1회 교육 및 휴식 차원의 공연 체험이나 관광지 방문 등의 기회가 있으나, 다양한 정보를 제공하기에는 역부족이라는 의견도 다수 있는 실정이다.

(3) 관광정보 제공 업무의 방대함

관광안내사들은 방문객이 문의하는 사항에 대해 정확한 정보를 제공하기 위해 관광정보를 온·오프라인상으로 수시로 확인하고 있다. 관광객에게 안내되는 프로그램을 소개하기 위하여 직접 프로그램에 참가하여 활동 경험을 들려주는 경우도 있으며, 공연·전시 등의 티켓 문의나 예매를 돕기 위해 각종 정보를 직접 검색하고 있다. 그리고 관광안내소를 방문하는 관광객에게 제공되는 관광 홍보물 관리 업무 역시 안내사들의 주요 업무이다.

해당 관광안내소를 방문하는 관광객의 특성과 문의사항을 파악하여 홍보물 배포기관에 직접 자료를 신청하여 구비하고, 관리하는 시스템이다. 그러나 브로슈어와 팸플릿의 제공 범위가 매우 방대하여 안내사들이 모든 자료를 파악하기가 힘든 경우가 있다. 또한 신청한 홍보물의 내용을 모두 숙지하고 관광객들에게 알려주어야 하므로 정보이해의 부담감도 안내사들의 고충 중 하나이다.



[그림 3-15] 관광정보 안내 책자 및 홍보 브로슈어(좌:명동, 우:홍대입구)

(4) 여성 안내사들의 안전 문제

관광안내소에 근무하는 안내사들 대부분이 여성으로, 가끔 치안문제가 발생하기도 한다. 주요 이용객은 관광객이나, 인근의 노숙인 또는 행인(남자)이 들어와서 횡포를 부린다거나, 남성 관광객이 성적인 농담을 하는 경우도 발생한다. 또한 관광안내소는 외부에서 잘 보이도록 통유리로 지어져있는 형태가 많은데, 이러한 건물 구조는 안내사들의 활동이 외부에 모두 노출되고 있어 심리적인 부담을 느끼기도 한다.



[그림 3-16] 관광안내센터 통유리 외관(좌:명동, 우:홍대입구)

4) 랜드마크로서의 관광안내센터 기능 미흡

최근 관광환경의 변화로 관광안내센터의 기능이 단순히 관광정보 안내에서 불편신고, 체험활동 및 휴식의 공간으로 확대되고, 독특한 디자인의 외관으로 도시 또는 관광지의 랜

드마크로 여겨지고 있다. 예를 들면, 통유리로 외관을 구축하여 외부에서 안으로 접근이 쉽도록 하였고, 특유의 모형으로 디자인하여 관광객과 행인들의 발길을 끌고 있다. 그리고 운영사례를 살펴보면 제공 서비스, 공간활용, 운영 프로그램들이 매우 다양하다. 관광 정보 제공에서부터 카페 운영, 전망대 설치 등으로 휴식공간을 제공하고, 가상체험 프로그램을 만들어 놀이 공간으로 활용하고 있다. 또한 회의시설이 마련되어 있어 MICE 관광을 지원하면서 관광안내센터의 역할을 다양화하고 있다.

국내외 대표적인 관광안내센터와 서울의 관광안내소 비교를 통해 랜드마크로서의 상징성을 갖춘 관광안내센터가 필요함을 알 수 있다. 해외 도시의 관광안내센터 중 대표적인 센터들은 대중교통 이용이 쉬운 기차역(중앙역), 지하철, 버스정류장 등에 대한 접근이 편리한 지역에 위치하고 있다. 서울시 관광안내소도 관광지와 시설이 밀집한 장소 또는 대중교통이 용이한 지역에 산재되어 있어 접근성은 뛰어나다. 그러나 서울을 대표하는 안내소가 부재하여 도시나 관광지 이미지를 제고하는 랜드마크 요소가 부족하다. 독특한 외관 디자인 요소가 미약하고, 휴식 및 편의 공간이 없거나 협소하다. 관광객이 참여할 수 있는 체험 프로그램이 한복입기, 음식만들기, 연예인 사진 찍기 등으로 제공되는 서비스가 매우 한정적이어서 즐길거리 공간으로의 인식을 갖기에는 여전히 부족하다.

04

서울시 관광안내센터 개선 방안

- 1_관광안내센터 운영 재정비
- 2_운영주체의 단일화
- 3_기능 다변화 및 복합 서비스 제공
- 4_모바일 관광안내센터 운영
- 5_관광안내 통합관리 체계 구축

04 서울시 관광안내센터 개선 방안

1_관광안내센터 운영 재정비

1) 관광안내센터의 통폐합

관광안내센터 입지 적합지 분석과 현 관광안내소의 위치, 이용도를 비교분석한 결과, 안내소의 재정비를 통한 효율적인 운영이 필요하다. 다소 과밀지역은 개소수를 줄이고, 관광객의 방문 및 이용이 활발한 지역에 대해서는 신규 개소를 고려해야 한다.

예를 들어, 명동은 관광객 방문이 가장 많은 곳으로 관광안내센터가 현재 4개소(명동관광정보센터, KATA 고정식 안내센터, 움직이는 관광안내소, 서울글로벌문화체험센터)가 운영되고 있다. 이 중 명동관광정보센터와 서울글로벌문화체험센터는 상대적으로 규모가 크고 다양한 지역의 관광정보 안내 및 체험활동 공간이 갖추어져 있고 두 센터의 거리는 300m로 도보로 5분이면 이동이 가능하다.



[그림 4-1] 명동관광정보센터와 서울글로벌문화체험센터 간 이동거리

중첩된 기능의 운영보다는 통합을 통한 서비스 제공의 확대가 필요하나 일차적으로 명동의 비싼 지가로 인한 부지 확보 등의 문제가 발생하므로, 이러한 현실적 사항을 고려한 통합 운영 방안을 검토할 필요가 있다.

2) 관광안내센터의 재정비

그리고 시민청의 관광안내소는 상징성은 있으나 이용실적이 저조하여 폐쇄 또는 서울시 홍보관으로 재운영하는 것을 고려할 수 있다. 신촌·이대 관광안내소는 움직이는 관광안내소 이용률이 저조하여 축소하되, 신촌플레이버스 및 신촌역 관광안내소를 유지하는 것을 생각할 수 있다. 또한 서울역은 위치나 기능면에서 중요함에도 불구하고 서울시 관할 관광안내소가 부재한 상태로 이를 보완하기 위하여 ‘서울로 7017’ 프로젝트와 연계한 관광안내소로 신설하거나, 혹은 코레일 관광안내소와 협력하여 서울관광안내 기능을 강화하여 협력하는 방안을 도모할 수도 있다.

3) 타 기관과의 협력을 통한 관광안내체계 구축

마지막으로 서울시 외의 타 기관 및 지역과의 협력체계 구축을 통한 관광안내소의 편의성 및 접근성 개선이 필요하다. 관광안내소 민관협의체로서, 자치구, 한국관광공사, KATA와 서울시가 협력해야 한다. 주요한 관광정보를 공유하고, 팸플릿·브로슈어 등 홍보물 공유, 정기협의체 회의 개최를 통한 정보 공유 등으로 관광정보 제공의 시너지효과가 발생할 수 있도록 한다. 나아가 서울시 지하철 역사에 있는 안내센터와의 연계를 통해 그물망식 관광안내체계를 구축할 수도 있다. 서울의 주요 관광지뿐만 아니라 거의 모든 지역에 있는 관광안내센터로 역할을 하며 지역의 세세한 관광정보를 안내하고 관광객의 편의를 도모할 수 있다.

2_운영주체의 단일화

1) 운영기관 단일화를 통한 서비스 표준화

관광안내소 운영 사업은 현재 계약사업의 위탁운영방식으로서, 운영기관 및 사업의 지속성 보장이 어렵다. 특히 다양한 운영주체가 각 기관별 운영방침으로 운영하고 있어 운영기관과의 협업이 어렵다. 실제 운영도 안내사 관리 및 교육, 서비스 제공 방식, 고용 계약기간 등 상이하다. 따라서 전문적 운영이 가능한 기관에서 정보 제공 및 인력 운영을 위한 일관성 있는 운영 체계가 필요하다.

2) 전문성 있는 관광안내 인력 양성 및 품질 향상으로 신뢰도 구축

관광안내센터에서 관광안내사는 서비스의 최접점에 위치하여 고객을 담당하고 있다. 관광안내사들은 낯선 곳을 방문하는 관광객들에게 의문점을 해소해주고, 심리적 불안감을 감소시켜주는 등 관광 가치를 높여주어 서울(한국)의 이미지를 제고시키는 데 큰 역할을 하고 있다. 그리고 블로그나 SNS 등의 모바일 환경에서 관광정보의 간접 경험이 발생할 수 있으나, 활동과 경험을 중시하는 관광에서는 관광안내센터 방문을 통한 새로운 경험도 관광객에게는 의미 있게 작용한다. 따라서 얼마나 전문성 있는 인력을 보유하고 갖추는지가 관광서비스의 질을 결정한다 해도 과언이 아니다. 안내사 역할의 전문성 구분과 인력 양성 및 처우 개선을 위한 노력이 필요하다.

방문객들의 이용 및 문의가 증가하고 있어, 다양한 수요에 대응하는 관광안내사의 업무 유형 구분을 통해 인력을 양성할 수 있다. 먼저, 방문객을 직접 응대하는 관광안내사와 관광정보 자료 구축과 관리를 담당하는 관광정보관리사로 나누어 운영하는 것을 고려할 수 있다. 그리고 관광안내사 개인의 응대서비스 태도와 지식노하우가 중요하므로, 표준화된 서비스 교육과 서비스 매뉴얼을 제작하여 제공서비스의 질을 제고시켜야 한다.

한편, 전문 교육을 통해 전문성을 갖춘 안내사 발굴도 중요하나, 기존의 안내사들이 경험노하우를 축적하여 실제 현장에서 더욱 빛을 발할 수 있는 고용의 안정성이 필요하다. 대부분 사업 계약직으로 비정규 업무를 하고 있으나, 종합관광안내센터 구축과 단일의 운영 주체를 통해 정규직의 고용자리 마련이나 혹은 기존(2년 단위)보다 장기간의 계약을 통해 인력의 전문성이 더욱 높아지도록 한다. 감정노동의 업무이므로 대면업무에서 오는

부담과 스트레스를 상담·관리 프로그램을 제공하거나, 외국어 교육, 문화공연 체험 등을 주기적으로 실시하고, 보상 및 승진체계 마련 등 업무의 만족도를 높인다.

3_기능 다변화 및 복합 서비스 제공

국내외 관광안내소 사례를 바탕으로 관광안내소가 제공해야 할 기초적인 기능과 함께 관광환경의 변화에 따른 제공 서비스를 고려하여 종합 관광 서비스를 제공해야 한다. 관광 안내 대상은 서울을 비롯한 전국 각지의 내국인과 한국 및 서울을 방문하는 외래관광객으로 모든 연령과 계층을 아우를 수 있어야 하고, 다양한 언어를 제공하여 외국인 이용의 편의도 도모할 수 있어야 한다.

1) 관광정보 안내 및 불편처리 기능

가장 먼저 고려되어야 할 기능은 관광정보 안내 기능이다. 서울을 비롯한 전국의 관광지 이용 정보를 제공하고, 공연·문화·전시 시설의 예약 및 판매기능, 숙박, 교통(철도, 항공 등) 예매 및 교통패스 판매, 여행상품 판매와 관련된 서비스를 제공할 수 있다. 또한 관광 활동 중 발생한 불편사항을 접수하고 즉각적으로 처리할 수 있는 불편처리센터 설치도 고려할 수 있다. 불편처리는 대면·전화·이메일 등으로 이루어질 수 있도록 온오프라인으로 운영한다. 그 외에도 환전 및 환급, 픽업, 짐보관 등 다양한 편의 서비스를 마련하여 관광객의 이용률을 높이도록 한다.

2) 기념품 전시 및 판매 기능

관광안내센터에서는 서울을 홍보하고 관광객이 방문을 기념할 수 있도록 각종 기념품을 전시하거나 판매하는 서비스를 제공할 수 있다. 이를 위해 서울을 상징하는 각종 기념품이나 우수 관광기념품 공모전 수상작품 등의 전시 및 판매를 고려할 수 있고, 이와 더불어 지자체 지역특산품 전시·판매 공간 마련도 필요하다.

3) 한류문화 및 관광지 체험 기능

한류문화 체험 및 전시홍보 서비스 제공이 필요하다. K-pop, K-drama 등 한류 문화가 아시아를 비롯한 미국 및 유럽 지역에서도 인기가 이어지고 있어 이를 고려한 볼거리 제공이 필요하다. 관광안내센터를 찾는 방문객이 서울을 비롯한 전국의 다양한 관광지를 경험할 수 있도록 지역 관광지 가상체험 프로그램의 설치, 음식만들기, 한복입기 등 체험활동 등의 프로그램을 운영할 수 있다.

4) MICE 산업 지원 기능

MICE 산업에 대한 관심 및 중요성의 증가에 따라 관광 산업과의 연계가 무엇보다 중요하다. MICE 코디네이터로서의 종합관광안내센터는 각종 서비스와 시설 지원기능을 갖추어야 한다. 일종의 컨벤션뷰로(Convention Bureau)도 함께 구축하여 각종 국제회의 개최를 위한 회의시설을 제공한다거나, 나아가 관계자들의 관광활동을 추진하고 관리하는 기능을 담당하거나, 공공과 민간 관계자들의 회의 연계 등의 전문 서비스를 제공하는 것도 필요하다.

5) 자료 및 인력 관리를 위한 사무 기능

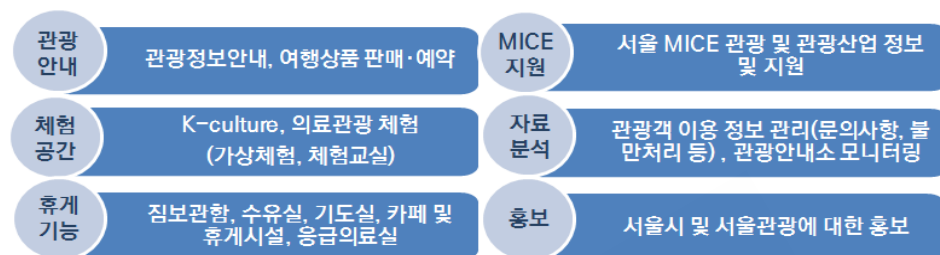
지속가능한 서울의 관광 환경을 만들기 위하여 관광안내센터를 운영하고 관리할 수 있는 사무시설이 구축되어야 한다. 관광정보 안내, 문의사항 관리, 안내 내용 정리, 각종 관광 정보·홍보 책자 등을 일괄적으로 관리하도록 담당하는 인력과 이들이 일할 사무공간이 필요하다. 자료의 구축, 관광안내센터로부터 발생하고 있는 자료는 빅데이터로서 관광행태 분석에 활용가능한 자료들이기 때문에 해당 기능을 강화하는 것도 필요하다.

6) 휴게 및 편의 공간 제공 기능

카페테리아와 같은 휴게 공간을 마련하여 커피, 차, 스낵 등을 제공하여 관광정보 안내뿐만 아니라 휴식을 취할 수 있도록 한다. 또한 소규모 전자도서관 형태로 컴퓨터를 이용하여 관광지 정보를 검색할 수 있도록 하고, 각종 티켓을 구매할 수 있게 편의공간을 제공하도록 한다.

7) 서울시 관광홍보 기능

서울시 관광의 역사와 정책의 변화를 한눈에 볼 수 있는 전시 공간을 마련하여 관광객으로부터 서울관광에 대한 관심을 높일 수 있도록 한다. 예를 들어, 관광객의 다양한 관광 활동 행태를 고려하여 테마별 관광루트를 조성하여 전시하고, 관광지 방문으로 이어질 수 있게 관광지이용 할인 쿠폰 등을 제공할 수 있다.



[그림 4-2] 관광안내센터 제공 기능

4_모바일 관광안내센터 운영

모바일 활용의 중요성이 부각되면서 관광안내 서비스에 이를 이용하여 접근성을 개선할 수 있는 맞춤형 관광서비스를 제공해야 한다. 기존의 관광안내센터에서 현장 대면서비스를 통해 제공되는 업무에서 한 단계 나아가 대면 업무가 어려운 경우를 대비하기 위한 개선 방안이 될 수 있다. 관광안내센터 운영시간 종료 이후에도 모바일 환경을 통해 실시간 서비스가 가능하도록 개선해야 한다.

1) 모바일 서울관광안내소 어플리케이션 개발 및 구축

관광안내센터 안내사들의 관광정보 대면서비스와 함께 모바일 기술을 활용한 관광정보 안내 서비스를 확대시켜 관광객의 이용도를 높이고 관광활동 만족도를 높인다. 교통 정보, 공연 및 전시 예약업무, 할인 쿠폰 제공 등의 서비스를 실시간 온라인 접근이 가능하도록 시스템을 구축한다. 온라인 플랫폼은 새로운 어플리케이션을 개발하거나 기존의 Visit Seoul 어플리케이션을 활용하여 추가적인 기능을 만들어 이용자들이 다양하게 활용할 수 있도록 한다.

2) 모바일 무료 상담 및 불편신고 처리

관광안내소 방문 및 문의 사항 중 관광정보 문의와 함께 불편신고 접수도 상당하다. 그러나 직접 방문하는 번거로움이 있거나, 전화로 문의하더라도 언어소통의 어려움 발생, 통화료(유선, 로밍요금 등) 발생에 대한 부담 등이 있어 원활한 이용에 다소 무리가 있다. 따라서 인터넷 기반의 무료 통화 시스템으로 관광문의나 불편신고를 할 수 있도록 한다. 영어, 일어, 중국어 외에도 기타 동남아 지역의 관광객들이 자국 언어로 문의할 때에 문자 서비스로 번역하여 제공하는 등 언어의 범위도 확대하도록 한다. 접수된 문의 사항에 대하여 관광안내센터의 안내사나 담당 직원이 실시간으로 응답하여 처리한다.

3) 비콘 등 사물인터넷 활용 실시간 정보제공

관광객들이 가장 많이 문의하는 내용 중의 하나가 목적지 검색 또는 교통 등의 정보이다. 관광안내센터를 방문하지 않고도 블로그나 지도 어플리케이션을 통하여 문의사항을 해결하고 있지만, 언어 및 교통체계의 문제 등 안내사의 도움이 필요한 경우도 발생한다. 따라서 비콘¹⁶⁾ 등 사물인터넷을 활용하여 관광지 주변에 갔을 때 관련 정보가 제공되거나, 관광안내소와 일정 거리에 위치하고 있을 때 관광안내소로 향하는 알림메시지가 전송되는 형태로 서비스를 확장시킬 수 있다.

언어는 한국어, 중국어, 일본어, 영어를 제공하며, 무료로 전화연결이 될 수 있도록 한다. 관광객들이 관광안내센터를 방문하여 교통 정보와 관광지, 쇼핑 등의 정보를 손쉽게 얻을 수 있도록 도와줄 수 있고, 안내센터 이용률 증가에도 긍정적인 효과가 있을 수 있다.

¹⁶⁾ 등대와 같이 위치 정보를 전달하기 위해 어떤 신호를 주기적으로 전송하는 기기, IT 기술 기반의 위치 인식 및 통신 기술을 사용하여 다양한 정보와 데이터를 전송하는 근거리 무선통신 장치임, 블루투스 프로토콜 기반으로 근거리 내에서 감지되는 스마트 기기에 각종 정보와 서비스를 제공함(자료 : 두산백과, 환경경제사전).



[그림 4-3] 실시간 정보 제공 예시

5_관광안내 통합관리 체계 구축

1) 주기적인 모니터링 및 서비스 평가

관광안내센터의 제공 서비스 수준 유지 및 향상을 위해서는 서비스를 모니터링하고 평가하는 시스템을 갖추어야 한다. 국적, 성별, 연령 등 다양한 개별 특성을 가진 관광객들에게 알맞은 양질의 서비스를 제공하기 위해서는 빅데이터 수집 및 관리 인력의 운영과 함께 데이터 자료 정리와 분석 업무 과정이 이루어져야 한다. 문의사항을 유형별로 분류하고 이에 따른 처리과정을 재점검하여 문의사항과 안내사들의 역할과 관광안내소의 자료구축 등 피드백을 제공하도록 한다. 또한 관광정보 등의 문의사항 및 상담내용들을 기록할 수 있는 입력시스템을 안내사들이 실시간으로 손쉽게 입력할 수 있도록 개선하고, 시스템 결과를 지속적으로 업데이트하고 정리하도록 한다.

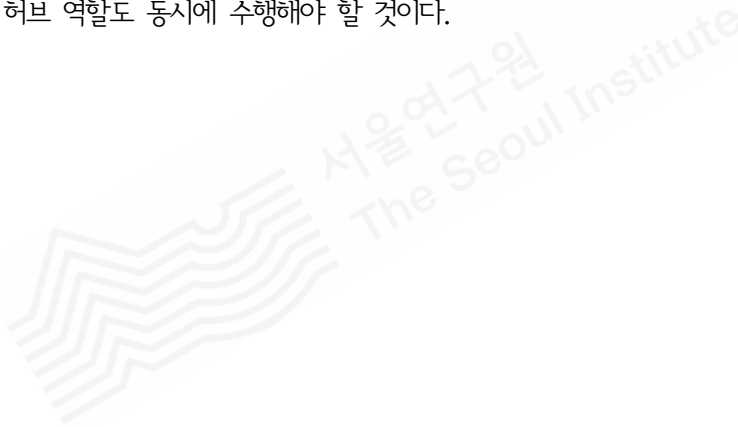
2) 종합적인 컨트롤타워 기능의 관광안내체계 중심축 필요

서울시 관광안내센터는 도심 곳곳에서 관광정보서비스 제공에 집중하고 있어 신속한 대응은 잘하고 있으나, 전체적인 시스템을 통제할 수 있는 구심점 역할을 할 수 있는 일정

규모 이상의 관광안내센터가 없다.

종합적인 컨트롤 타워 기능을 수행하는 관광안내센터 구축을 통해 서울시와 긴밀하게 협조하여 서울시가 추구하고자 하는 관광정책들을 원활하게 수행해야 한다. 종합관광안내센터의 핵심 기능은 정확한 관광정보전달과 표준화된 관광정보서비스 제공이다. 그리고 서울에 대한 만족 증대 및 불만족 감소로 재방문 확대, 서울시에 대한 이미지 개선, 관광객 편의개선, 서울시 홍보마케팅 등을 담당할 수 있어야 한다.

이러한 업무들은 상호 연관성이 높기 때문에 다양한 운영주체로 인한 개별적인 운영이 아닌 일관성 있는 운영체계가 필요하다. 여러 형태의 관광안내기능들을 모두 모아서 협업하고 네트워킹할 수 있는 구조를 갖추어야 한다. 자치구는 물론 서울시 관련 부서들의 협조를 통해서 관광객은 물론 서울시민들, 타 지역 이용객들도 함께 이용할 수 있는 한국관광의 허브 역할도 동시에 수행해야 할 것이다.



05

결론 및 정책적 시사점

1_결론

2_정책적 시사점

05 결론 및 정책적 시사점

1_결론

1) 증가하는 외래관광객 시장에 맞는 관광안내 기능 강화 필요

최근 서울 방문 관광객들이 급증하고 특히 중국관광객이 급증하면서 서울의 관광시장이 많은 변화를 가져왔다. 주요 관광지점들이 도심권에서 다른 권역으로 확대되고 선호시설들도 변화하면서 관광객의 흐름에 대한 변화가 생겨났다. 서울 방문 관광객이 급증하고 있을 뿐 아니라 서울시에는 2018년 2천만 관광객 유치라는 목표를 설정하고 있으며, 이제는 관광 서비스의 질을 높이기 위한 노력들을 피하고 있다. 그 중의 하나가 서울관광의 서비스를 개선하기 위한 관광안내센터의 기능의 확대이다.

방한 관광객의 80%가 서울을 방문하고 있으나, 관광만족도는 2010년에 비해 다소 감소하는 추이를 보이고 있다. 또한 단체관광객보다 개별관광객들이 증가하고 있는 추세에 대한 고려도 필요하다. 관광객들의 관광경험이나 요구하는 서비스의 수준이 높아지고 있는 만큼 더 나은 서비스를 제공하고 편의를 제공해야 한다. 바로 이런 기능의 중심에 있는 것이 관광안내센터의 역할이다.

2) 관광 접점으로서의 관광안내센터의 중요성

관광안내센터는 관광객이 여행에서 가장 처음으로 접하는 접점으로서(ISO, 2014) 매우 중요한 역할을 한다. 관광안내센터가 제공하는 서비스 수준은 여행지 경험의 질을 결정하는 데 중요한 역할을 한다. 모바일 환경의 변화로 인하여 상당수의 관광정보를 인터넷을 통해서 찾고 있지만 면대면 서비스를 통해서 지역에 대한 전문적인 정보를 보유한 전문가로부터 더 정확한 정보를 얻을 수 있다. 특히 관광안내센터는 외래관광객들이 해당 도시에서 가장 처음으로 방문하는 곳인 경우가 많기 때문에 도시에 대한 이미지 형성에 더 큰 영향을 주게 된다. 따라서 관광안내센터에서 어떤 서비스를 제공하느냐 혹은 어떤 서비스를 제공받았느냐는 것은 매우 중요하다.

3) 스마트한 관광환경에 걸맞는 관광안내센터의 기능 변화

인터넷이 지금보다 활발하지 못했던 시절에는 관광안내책자와 같은 인쇄물이나 여행사가 가이드에 대한 의존도가 매우 높았으며, 관광안내센터에서 제공하는 관광제공 기능이 매우 중요한 부분을 차지했다. 물론 지금도 관광안내소의 가장 우선적인 기능은 고객이 필요로 하는 정보를 정확하게 전달하는 것이다. 그러나 인터넷 환경이 좋아지고 모바일을 통한 정보 획득이 가능해지면서 실시간으로 관광정보를 얻을 수 있는 시대가 되었다. 모바일 환경에서 스마트폰을 통해서 실시간으로 정보를 받을 수 있는 이점이 있는 반면, 너무 많은 정보와 정보의 불확실성에 대한 위험은 오히려 관광객들에게 혼돈을 일으키는 등 위험적인 요소도 생겨나고 있다.

따라서 관광안내센터는 과거처럼 단순히 관광정보를 제공하는 기능을 넘어 새로운 시대에 맞는 새로운 시스템을 구축하고 관광정보를 제공하는 방법도 고민해야 하는 시기가 되었다. IT 기술과 모바일 기기를 적절히 활용하여 관광안내센터에서 다양한 방법으로 관광정보를 제공하고, 관광객이 언제 어디서나 손쉽게 이용할 수 있는 시스템을 구축해야 한다.

4) 관광안내소, 복합적 서비스 제공시설로서의 기능 변화

모바일 환경의 변화에 따라 정보제공 방법에 대한 변화도 필요하지만, 관광안내센터의 기능도 다변화되고 있다. 국내외 관광안내센터의 변화를 보면, 관광정보 제공 기능이 줄어드는 대신 예약판매 및 전시, 휴식공간, 지역의 문화체험공간 및 쇼핑공간, 불만처리 기능 및 현지에서의 어려움을 해결해주는 등 다양한 서비스들을 함께 제공해 주면서 관광객들의 편의를 개선하는 것에 더 초점을 두고 있다. 대체적으로 관광안내소는 지역에서 가장 처음으로 접하는 곳이기 때문에 지역의 랜드마크로서의 역할을 하고 있어 내부 디자인이나 외관에서도 상징적인 이미지를 전달해 줄 수 있도록 구축하는 등의 다양한 노력들이 필요하다.

5) 서울시 관광홍보 및 지원기능

글로벌 도시의 관광안내센터는 관광정보 제공 기능을 넘어, 관광홍보, 교류, 관광산업 지원 기능 등으로 역할이 확대되고 있으나, 서울시는 관광정보 제공 기능만이 주를 이루고 있다. 외래관광객의 지속적인 증가와 관광시설 밀집 지역을 중심으로 일부 관광안내센터에 대한 통폐합이 이루어졌으며, 움직이는 관광안내소는 서울시의 대표적인 성공사례로서 타 지역의 벤치마킹 사례로도 부각되었다. 일반적인 수준에서 각각의 관광안내센터는 해당 지역에서 역할을 충실히 수행하고 있다. 그러나 관광객들의 편의를 제공하고 양질의 서비스를 제공하기 위해서는 지금과는 다른 체계적인 관리와 접근이 필요한 상황이다.

2_정책적 시사점

1) 관광안내 및 편의 서비스 확대

서울 및 전국지역으로 관광정보 안내 지역을 확대하고, 휴게 공간, 짐보관 서비스, 정보 검색, 불편처리 신고 등 개별관광을 위한 각종 편의 서비스를 제공한다. 최근 관광 트렌드의 변화는 체험활동 및 모바일 환경 개선을 반영하고 있다. 관광안내센터는 한복입기, 음식만들기, 한류문화 가상현실 체험 등 체험활동의 공간으로서 변모하고 있어, 보다 다양한 체험활동으로 즐길거리를 선보여야 한다. 그리고 관광객들이 개별 모바일 기기를 이용하여 현지에서 관광정보를 검색하고 쿠폰활용, 구매 등 다양하게 활용하고 있다. 따라서 관광안내센터 시스템에 모바일 환경을 구축하여 이용서비스에 맞는 맞춤형관광정보를 온오프라인으로 제공이 가능해야 한다.

2) 전문인력 및 자료 구축

인터넷 사이트, SNS, 블로그, 안내 책자, 홍보물 등 수많은 관광정보가 넘쳐나고 있는 현실에서 객관성 있고 신뢰성 높은 관광정보를 제공해야 한다. 양질의 관광정보 자료를 구축하고, 관광활동 전반의 빅데이터를 분석하여 활용하는 전문인력을 운영해야 한다. 이와 더불어 방대한 자료들을 정리 및 관리하여 피드백을 할 수 있는 정보 시스템의 구축도

필요하다. 또한 관광객 대면서비스를 담당하는 안내사들이 친절한 응대서비스 태도와 지식 노하우를 구축할 수 있도록 교육 및 훈련 프로그램을 제공하고, 고용의 안정성을 높이는 개선방안들이 필요하다.

3) 종합관광안내 체계 구축

서울시, 자치구, 타 기관 등 다양한 운영주체의 관광안내센터 간 협업을 바탕으로 서울시 및 전국 관광정보, 인력 운영 등 표준화된 종합 서비스를 제공해야 한다. 또한 주기적인 모니터링을 통하여 서비스를 개선할 수 있는 구조를 만들어야 한다.

도심 곳곳에 산재한 관광안내센터가 규모와 위치별 제공서비스 측면에서 다소 차이는 있겠지만, 컨트롤타워 기능을 할 수 있는 종합관광안내센터를 갖출 필요가 있다. 전반적 시스템을 운영 및 관리할 수 있는 중심체를 통해서 표준화되고 일관성 있는 관리가 필요하다. 제공 기능 및 서비스, 인력 운영을 위한 가이드라인이나 매뉴얼, 맞춤형 관광서비스 분석 등을 통해서 서울 어디서라도 고품질의 서비스를 받을 수 있는 구조를 만들어야 한다.

4) 서울시 홍보기능을 담당하는 랜드마크 기능의 확대

서울시에서 제공하고 있는 관광안내센터의 관광안내기능은 매우 우수하다. 특히 움직이는 관광안내소는 세계적으로 유명세를 탔으며 타 지역에서 벤치마킹하는 사례로도 꼽히고 있다. 공항에서의 이동거리 및 유동인구, 관광객 편의시설의 위치 등을 고려하여 적정 장소를 찾기가 쉽지는 않다. 그러나 관광객 2천만을 목표로 하고 있는 현재 시점에서 서울관광의 체계적인 서비스의 질을 담보하기 위해서는 도심권을 포함하여 관광객 중심 지역에 랜드마크적인 종합적인 역할을 할 수 있는 관광안내센터의 구축이 필요하다. 관광안내센터의 핵심 역할은 관광정보 전달이지만, 관광의 접점으로서 관광객을 유인할 수 있는 하나의 매력물로 인지될 수 있도록 해야 하며, 글로벌 도시로서의 서울을 홍보할 수 있는 기능도 갖출 수 있도록 해야 한다.

참고문헌

- 김향자·손정환, 1999, 「관광안내정보 시스템 구축 방안」, 한국관광연구원.
- 문화체육관광부, 2015, 「외래관광객 실태조사」.
- 안기정, 2015, 「서울시 시티투어버스의 노선 재편성」, 서울연구원.
- 예명숙·조명환, 2002, “관광안내소 서비스 질이 관광객의 재방문 의도에 미치는 영향”, 2002년 한국관광학회 제52차 국제학술심포지엄 및 정기학술논문 발표대회, pp.457-467.
- 유행주·한학진·신형섭, 2008, “관광안내소 운영에 따른 효율화 방안 연구”, 「호텔리조트연구」, 7(2) pp.115-130.
- 최용민, 2010, 「G20 정상회의 개최를 계기로 본 MICE산업의 현 주소와 육성전략」, 한국무역협회 국제무역 연구원.
- 한국관광공사, 2008, 「관광안내소 매뉴얼」.
- 한국관광공사, 2008, 「관광안내소 표준화 방안 개발」.
- Bennett, Marion N., 1993, “Information Technology and Travel Agency”, *Tourism Management*, 14(4), pp.259-266.
- ISO, 2014, “Tourist information offices”.
- Jorge E. Araña, Carmelo J. León, María M. Carballo, & Sergio Moreno Gil, 2016, “Designing Tourist Information Offices: The Role of the Human Factor”, *Journal of Travel Research*, pp.764~773.
- Lewis, R.C., 1988, “The Measurement of Gaps in the Quality of Hotel Service”, *International of Travel Research*, 30(4), pp.83-88.
- Valeria Minghetti. & Emilio Celotto, 2014, “Measuring Quality of Information Services”, *Journal of Travel Research*, 53(5), pp.565~580.
- <http://www.seoulcitybus.com/korean.php>(서울 시티투어버스)
- <http://www.yoursingapore.com/>(싱가포르 비지터센터)

Abstract

Current Status of Tourist Information Centers in Seoul, and How They can be Improved

Jeonghwa Pan · Sujin Kim

In the travel industry, a tourist information center is generally the first service facility a tourist from abroad experiences, and can often define a city's image. Today, tourist information centers are becoming more of a multi-service facility for tourists' convenience. In addition to easy accessibility and a pleasant exterior, tourist information centers provide reservation and sales services, rest areas, and various tourist amenities in addition to tourist information.

The tourist information centers run by the City of Seoul include booth-type stationary tourist information offices, mobile tourist information offices, and travel information centers. The number of tourist information offices in major tourist spots seems sufficient, when those operated by other agencies or entities are included. Seoul's tourist information centers are not large, but have good customer service.

However, in some areas a somewhat excessive number of tourist information centers exceeds customer demand, or are under utilized. Therefore, Seoul's tourist information centers should be changed through consultation among the relevant entities. For efficient operation, some centers should be consolidated or relocated based on the current status. Within the City of Seoul, the operating entities have to be unified. This will provide standardized, reliable services and allow for a system to train professional tour guides.

Greater emphasis must also be placed on improving tourist

convenience and expanding services to include main cultural experiences. Modern tourists are accustomed to mobile technology environments, so centers must have internet accessibility and utilize mobile applications. For overall system operation, centers should identify changes in tourist demographics through monitoring, and put in place systems that can improve service through feedback and evaluation.



Contents

01 Introduction

- 1_Study background
- 2_Study contents
- 3_Research method

02 Understanding and changing tourist information center functions

- 1_Understanding the tourist information system
- 2_Functions and roles of tourist information centers
- 3_Operation of tourist information centers : Domestic/overseas cases

03 Current status of Seoul's tourist information centers

- 1_Current status of Seoul's tourist information centers
- 2_Seoul tourist information office operation
- 3_Roles of Seoul tour guides, and their HR management
- 4_Analysis of Seoul tourist information center locations and their adequacy
- 5_Current status of Seoul tourist information centers : Tentative conclusion

04 How to improve Seoul's tourist information centers

- 1_Restructuring tourist information center operations
- 2_Unify operating entities
- 3_Diversify functions and provide multiple services
- 4_Operate a mobile tourist information center
- 5_Build an integrated tourist information management system

05 Findings and Implications

1_Findings

2_Implications



서울연 2016-PR-41

서울시 관광안내센터
운영실태와 개선방안

발행인 _ 김수현

발행일 _ 2016년 11월 29일

발행처 _ 서울연구원

ISBN 979-11-5700-197-2 93320 6,000원

06756 서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57

본 출판물의 판권은 서울연구원에 속합니다.