

# 수원 투어패스 도입방안

송 화 성

도시경영연구실 연구위원, hssong@suwon.re.kr

## 요약

- 개별방문객 증가에 따라 방문객의 편의 제고와 지역 관광활성화를 위해 지역 소재 관광자원 및 시설을 하나의 투어시스템으로 제공하는 투어(관광)패스 관심 증대
- 현재 수원투어패스 상품은 항공권을 중심으로 총 6곳이 경기투어패스 내에서 운영되고 있으며, 2022년 특례시 출범 1년을 기념하며 수원화성특구 내 체험(국궁, 공방), 탈것(XR, 모빌리티, 어차), 음식(통닭거리, 행리단길, 카페 등)을 추가하여 '항공마을패스' 운영 예정
- 경기 투어패스 운영 성과 및 국내외 유사사례 검토와 함께 수원패스 도입시 고려사항 제안 등 성공적인 투어패스 도입방안 모색으로 수원 전역으로의 관광시장 확대, 체류시간 증가 및 관광을 통한 지역경제 활성화 도모

## 정책제안

- (시스템 운영 및 구축) 초기에는 투어패스 판매 시스템 구축 관련 전문 운영사와 제휴 운영, 향후 장기적인 관점에서 자체 시스템을 구축하는 단계적 접근 검토
- (이용·결제 방식 결정) 자유이용권형 방식 도입 고려로 수원 화성 중심의 제한적 관광수요 및 방문의 주변 지역 확산 및 체류시간 확대 유도
- (교통 서비스 연계여부) 시티투어·화성어차·자전거 택시 등 관광 수단과 주차장 연계 상품 고려
- (관광서비스 범위 및 상품구성) 약 5~6개의 시설로 세분화된 상품 구성, 전시·체험·탑승 등 복합적인 상품 + 카페맛집 등 MZ세대들 선호 고려한 테마형 상품 모색

Keyword : 관광패스, 투어패스, 항공마을패스, 관광시장 확대, 체류시간 증가, 지역경제활성화

---

#### 수원시정연구원 이슈 & 포커스는

수원시민의 삶의 질을 향상하고 수원의 도시 경쟁력 강화를 위해 도시 전반의 다양한 정책 이슈를 발굴하여 분석함으로써 수원시의 비전 설정과 정책 수립에 기여하고자 작성된 자료입니다.

---

# I. 연구의 배경 및 목적

## 1 연구의 배경

- 개별방문객 증가에 따라 관광활동을 하나로 묶어 개인이 관광을 스스로 계획할 수 있게 하는 투어패스 관심 증대
  - 개인 스스로 관광지·자원 방문을 계획하는 성향이 늘어남에 따라 관광활동과 연계된 대상지 방문·숙박·교통·외식 등이 연계를 통해 방문객의 편의 제고 필요
- 수원시는 스마트관광의 일환으로 ‘행궁마을패스’ 운영 예정(수원특례시 출범 1년간)
  - 현재 수원 투어패스 성격의 상품은 수원화성, 화성행궁, 수원박물관, 광교박물관, 아이파크미술관, 플라잉수원 등 6곳을 중심으로 관람형·체험형으로 구성되어 경기 투어패스 내에서 운영 중
  - ‘행궁마을패스’는 수원화성특구를 중심으로 체험(국궁·공방), 탈것(XR 모빌리티, 어차), 음식(통닭거리, 행리단길, 카페 등)을 중심으로 운영 예정
- 경기 투어패스 성과 및 타 지역 투어패스 운영사례분석을 통한 투어패스 구성 및 운영 방향 제시
  - 수원의 주요 관광지와 관광활동을 연계한 수원관광만의 독창적 설계를 통해 수원 화성 중심에서 수원 전역으로 관광의 영역 확대 기대

## 2 연구의 목적

- 투어패스개념 및 효과, 투어패스 선진 사례 및 수원 패스 활용 현황 검토를 통한 수원 패스운영 시사점 도출
- 성공적인 투어패스 운영을 위한 다각적 검토를 거친 수원 투어패스 도입방안 제시로 관광체류시간 증대 및 수원 전역으로의 관광객 확산 기대

## II. 투어패스 개념 및 효과

### 1 투어패스 개념

- 개별 여행객 중심의 관광 활동 증가에 따라 최근 지역관광 육성의 수단으로서 광역 및 기초 자치단체를 중심으로 “관광패스(Tourist Pass)”, “투어패스(Tour Pass)” 도입이 활발히 이루어지는 추세
  - ‘국제관광도시’로 지정된 부산에 외국인 관광객을 위한 관광패스가 내년부터 도입 될 예정인데, 일본 오사카 관광의 히트상품인 ‘주유패스’처럼, 관광과 교통기능이 합쳐진 자유이용권 형태로 계획<sup>1</sup>
  - 평창군은 자유여행 관광 트렌드에 맞춰 관광택시와 투어패스가 결합한 ‘평창관광 택시패스’ 상품이 출시되었는데, 문화체육관광부, 강원도가 후원하는 대한민국 테마 여행 10선 공모사업의 하나로 평창군과 강릉시, 속초시가 공동 추진하는 프로젝트<sup>2</sup>
- 투어(관광)패스(Tour Pass)란 외래 관광객에게 대중교통수단을 무제한으로 이용하게 하면서 그 도시가 갖고 있는 문화예술관광자원을 가능한 많이 접할 수 있도록 하여 관광객이 편리하게 그 도시를 즐길 수 있도록 배려한 것을 의미(조남건, 2015)
  - 지역의 교통패스와 관광 상품을 통합된 결재기능으로 엮어 관광객들이 편리하게 관광할 수 있도록 지원하는 온·오프라인 시스템(전라북도, 2015)
  - 최근 투어(관광)패스의 유형과 형태가 다변화되면서 인천투어패스와 같이 교통기능을 포함하지 않고, 지역의 유료관광시설만을 대상으로 운영되는 사례 다수 존재
- 즉, 지역에 소재한 유료 관광자원 및 시설을 하나의 투어패스 시스템으로 엮어 관광객들이 저렴하고, 편리하게 이용할 수 있도록 지원하기 위한 시스템을 의미
- 투어(관광)패스는 상품 가격의 경쟁력 확보와 마케팅 효율성을 높이기 위해서는 예산 동반이 필요함에 따라 대부분 공공사업 중심으로 추진
- 이러한 지역 관광 중심의 투어(관광)패스가 전국적으로 확대되면서 최근 명예대표축제 투어패스와 같이 테마형 투어패스 형태로 확대되어 개발
  - 한국관광공사는 6개의 명예대표축제를 대상으로 관광수용태세 개선 차원에서 명예 대표축제 투어패스 개발 및 운영 지원사업을 추진 중<sup>3</sup>

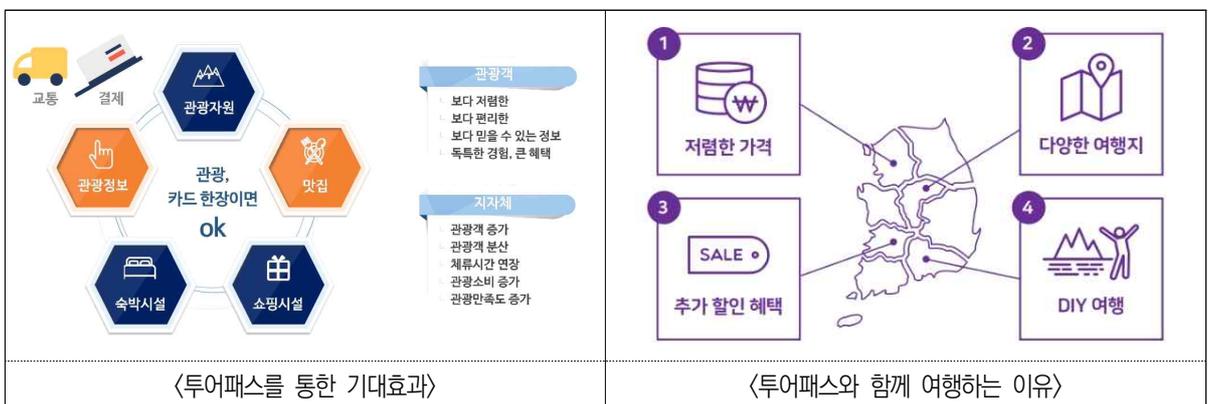
1 KNN(2021.11.26.). 관광교통 하나로, ‘관광패스’ 개발

2 연합뉴스(2021.11.04.). 평창군 ‘관광택시+투어패스’ 결합 패키지 상품 출시

3 한국관광공사(2020.10.). 명예대표축제 투어패스 개발 및 운영 용역 과업내용서 참조

## 2 투어패스 효과

- 투어(관광)패스는 관광객들에게 쉽고 편리하게 이동할 수 있는 대중교통 이용 편의성을 제공하기 때문에 도시의 관광경쟁력을 높이는 중요한 역할을 담당(봉미희 외 2인, 2020)
  - 투어(관광)패스는 오래 이용할수록 관광객들에게 경제적 혜택이 증가하고, 그 지역에 오래 머무르도록 유도하며, 지역의 이미지를 좋게 하려는 의도를 내포(조남건, 2015)
- 이러한 투어(관광)패스는 이용 주체인 관광객의 관점과 공급 주체인 지자체의 관점에서 다양한 형태의 편익 창출 가능
- (관광객 관점) 관광자원·시설을 보다 쉽고 비교적 저렴한 가격에 이용할 수 있으며, 보다 믿을 수 있는 관광정보 취득이 용이한 효과를 보유
  - 또한 잘 알지 못했던 다양한 유형의 관광자원·시설, 체험상품 등의 경험기회를 제공하는 역할 수행
- (지자체 관점) 투어(관광)패스 이용을 통한 관광객의 증가 효과, 다양한 시설 연계 이용에 따른 관광객의 지역적 확산 및 분산 효과, 이와 더불어 지역 내 체류시간 연장 효과 등을 보유
  - 이와 더불어 관광객 증가 및 체류시간 연장에 따른 지역 내 관광객의 소비 증가와 이를 통해 일자리 창출 및 지역경제 활성화라는 효과 창출 가능
  - 부가적으로 매력적인 자원을 보유하고 있음에도 입지 열악, 연계 부족, 홍보 부족 등으로 인해 활성화 되지 못한 자원의 홍보 및 연계 이용을 통해 활성화와 명소화 가능(봉미희 외 2인, 2020)



자료 : 경상북도(2019). 경북 3대문화권 통합관광시스템 사업모델 구축 용역(좌) ; 인천투어패스 홈페이지(우)

[그림 1] 투어패스 운영에 따른 예상효과

### III. 투어패스 선진 사례

#### 1 국외 사례

- 국외 투어패스는 주로 외국인 관광객을 대상으로 저렴하고, 효율적인 도시관광을 위해 버스, 전철 등 대중교통의 무료 이용을 기본으로 포함하고, 관광지 입장의 자유이용권을 제공하는 형태가 다수를 차지
  - 오사카 주유패스는 오사카 시내의 버스, 지하철 등의 교통수단을 기간 동안 무제한 이용하고, 약 40곳의 관광시설 무료 입장 및 제휴시설 할인 혜택 등을 제공하는데, 1일권·2일권·만국박람회 기념공원판 등 3가지 형태로 운영
  - 간사이 쓰루패스는 간사이 전역·JR 이외에 전철과 버스를 이용할 수 있으며, 오사카·교토·고베 등도 관광할 수 있는 패스로 2일권·3일권·4일권 형태로 운영
  - 런던패스는 오이스터 카드의 무료 대중교통 이용과 어플을 통해 관광지 무료 이용 서비스를 제공하는 선택형 패스로 다양한 패키지 기간 상품을 운영
  - 로마패스는 대중교통 무료 이용 중심의 패스로 48시간권·72시간권 2가지로 운영 되고 있으며, 패스 종류에 따라 관광명소 1~2곳 무료 입장·이후 할인 적용

[표 1] 국외 투어패스 주요 사례 현황

구분	오사카 주유패스	간사이 쓰루패스	런던패스	로마패스
사업주체	오사카관광컨벤션협회	(주)Surutto KANSAI	Go City (구 Leisurepass Group)	로마시의화+ATAC
결재방법	선불형	선불형	선불형	선불형
권종	1일권, 2일권, 만국박람회 기념공원판	2일권, 3일권, 4일권	1일권, 2일권, 3일권, 4일권, 5일권, 7일권, 10일권	48시간, 72시간
교통기능	기본장착	기본장착	선택형	기본장착
가격	1일 : ¥2,800 2일 : ¥3,600 만국박람회 기념공원판 : ¥3,400	2일 : ¥4,380 3일 : ¥5,400 4일 : ¥6,420	1일 : £69 / 2일 : £95 / 3일 : £109 / 4일 : £141 / 5일권 : £146 / 7일권 : £159 / 10일 : £169	48시간 : £32 72시간 : £52
차감방법	자유 이용	자유 이용	자유 이용	자유 이용
형태	카드형	카드형	카드형(Oyster 카드) + 어플형(London Pass앱)	카드형
할인 혜택	교통	전철(뉴트램 포함), 버스 무료	전철, 버스 무료	버스, 트램, 지하철 무료
	관광	○	○	○
	쇼핑	○	○	○
	숙박	×	×	×
	식음	○	○	×

자료 : 경상북도(2019). 경북 3대문화권 통합관광시스템 사업모델 구축 용역 ; 각 사례별 홈페이지

## 2 국내 사례

- 투어패스의 유형은 초기에는 선불 또는 후불카드인 사용액 차감형 형태로 운영되었으나, 최근 모델들은 대부분 자유이용권 형태로 운영
  - 투어패스 전문 업체인 넥스트스토리(주)에 따르면, 2021년 현재 국내 운영 중인 투어패스는 지자체 기준 49곳, 사업 기준 21건이 운영되는 것으로 조사
- 이러한 투어패스의 대부분은 수익적 모델보다는 지역관광 활성화 차원에서 추진되는 할인 또는 자유이용 형태로 운영되고 있어 대부분 공공사업으로 추진

[표 2] 국내 투어패스 주요 사례 현황

구분	민간		공공			
	제주도	제주도	서울시	부산시	전라북도	전라남도·광주시
명칭	제주패스	제주투어패스	디스커버리서울패스	부산투어패스	전북투어패스	남도패스
유형	할인혜택	자유이용	자유이용	요금차감	자유이용	요금차감
기간	2014년~	2021년~	2016년~	2017년~	2017년~	2018년
이용 범위	• 제휴업체 할인 • 도내 카페 자유 이용	• 제휴업체 자유 이용 : 액티비티, 공연, 쇼핑물 등	• 관광지 무료입장 • 액티비티, 체험시설 등 할인이용	• 제휴업체 할인이용	• 관광시설 자유이용	• 가맹업체 할인이용
교통 편의	• 제주도내 렌트카 통합예약 시스템 제공	• 없음	• 교통카드 기능 탑재 • 공항철도 직통열차 1회(편도), 따릉이, 시티투어버스 무료	• 교통카드 기능 탑재(캐시비)	• 티머니카드 선택 가능 - 대중교통, 공영 주차장 5회 무료	• 광주·전남지역 렌트카 할인 이용
가격	• 카페패스 1일권 1만원 • 관광식음료별 할인권	• 48시간권 19,500원 - 성수기 3일권, 7일권 운영 • 관광식음료별 할인권	• 기간별 자유이용권 - 1일권, 2일권, 3일권	• 발급 후 1천원부터 충전 - 편의점 충전·환불 지원	• 기간별 자유이용권 - 1일권, 2일권, 3일권 • 관광식음료별 할인권	• 5만원권, 10만원권 - 코나카드 플랫폼에서 추가 충전 사용 가능
비고	민간 개발운영 (㈜제주패스)	민간 개발운영 (엘에스컴퍼니)	외국인 전용	-	자체 서버 구축	코나카드 사용
구분	공공					
지역	경상북도	인천시	대구시	대전시	강원도	대전/공주/부여/익산
명칭	경북투어패스	인천투어패스	동성로패스	대전투어패스	강원투어패스	금강백제권역 투어패스
유형	자유이용	자유이용	자유이용	자유이용	자유이용	자유이용
기간	2020년~	2019년~	2020년~	2019년~	2018년~	2018년~
이용 범위	• 관광시설 자유이용 • 제휴업체 할인이용	• 관광시설 자유이용 • 제휴업체 할인이용	• 관광시설 자유이용 • 제휴업체 할인이용	• 관광시설 자유이용 • 제휴업체 할인이용	• 관광시설 자유이용	• 관광시설 자유이용 • 제휴업체 할인이용
교통 편의	• 시티투어 등 연계	• 시티투어 연계 • 모노레일 연계	• 없음	• 없음	• 없음	• 없음
가격	• 지역별 자유이용권 • 관광시설 PKG 상품	• 지역별 자유이용권 • 관광시설 PKG 상품	• 지역별 자유이용권 • 관광시설 및 식음 시설 PKG 상품	• 지역별 자유이용권 • 관광시설 PKG 상품	• 지역별 자유이용권 • 관광시설 및 식음 시설 PKG 상품	• 지역별 자유이용권 • 관광시설 PKG 상품
비고	자체 서버 구축	장기적 관점으로 시정에서 직접 제어	지역 관광시설 할인 위주 구성/식음료 연계 패스권 운영	성심당 등 핫플레이스 카페 메뉴 제공	시설사 1~곳으로 소규모 상품 기획	지자체 4곳을 연계한 광역투어패스/체류 시간 증대 효과

자료 : 정대영·오윤경(2021). 경기투어패스 운영 및 활성화 방안 연구; 넥스트스토리(주) 내부자료

○ 지자체 차원에서 추진한 국내 최초의 자유이용권형 패스인 전북투어패스는 주요 유료 관광지와 시군 내 버스 및 공영주차장 무료 이용 및 맛집숙박공연(체험) 등을 카드 소지자에게 특별할인을 제공하는 관광패스(2017년 2월 발매)

- 1일권·2일권·3일권 등의 기간권과 전주한옥마을권, 남원춘향여행권 등 4개의 지역권, 기타 지역권과 테마상품을 묶은 패키지권 등 총 30개 상품 운영 중
- 판매실적은 코로나19에 따른 지역관광 침체기 이전 2019년 기준 연간 약 24만매 판매

○ 2018년 기준 권종별로는 1일권이 전체 판매실적의 91.6%로 1일권 중심의 제한적 판매가 이루어졌으며, 기능별로는 관광형(98.1%) 중심의 이용, 유형별로는 초기 카드형에서 모바일형 중심으로 변화되는 것으로 조사

[표 3] 전북투어패스 판매실적

(단위 : 매)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년 11월	계
판매실적	126,621	184,103	236,941	32,413	51,783	631,861

자료 : 전라북도청 내부자료

[표 4] 전북투어패스 권종별 판매실적

(단위 : 매)

구분	한옥마을권	군산시간여행권	1일권	2일권	3일권
2017년	126,621	48,627(38.4%)	2(0%)	73,703(58.2%)	3,205(2.5%)
2018년	184,103	12,091(6.5%)	1,717(1.0%)	168,590(91.6%)	769(0.4%)
계	310,724	12,091(19.4%)	1,717(0.6%)	168,590(78.0%)	769(1.3%)

자료 : 경상북도(2019). 3대 문화권 통합관광시스템 사업모델 구축 기본계획

[표 5] 전북투어패스 기능별·유형별 판매실적

(단위 : 매)

구분	기능별		유형별		
	관광형	교통형	카드형	모바일형	
2017년	126,621	121,653(96.0%)	4,968(4.0%)	87,204(69.0%)	39,417(31.0%)
2018년	184,103	180,580(98.1%)	3,523(1.9%)	71,700(38.9%)	112,403(61.1%)
합계	310,724	302,233(97.3%)	8,491(2.7%)	158,904(51.1%)	151,820(48.9%)

자료 : 경상북도(2019). 3대 문화권 통합관광시스템 사업모델 구축 기본계획

○ 강원투어패스는 2018년 속초시 시범사업을 시작으로 2019년 4개 시군, 2020년 11개 시군, 2021년 14개 시군이 참여하고 있으며, 2020년 기준 200개 상품에 11,024매의 판매실적을 기록

[표 6] 강원투어패스 판매 실적

구분	계		일반상품		1+1 이벤트 상품	
	상품 수(개)	판매량(매)	상품 수(개)	판매량(매)	상품 수(개)	판매량(매)
2018년	31	5,287	31	5,287	-	-
2019년	83	8,835	70	5,455	13	3,380
2020년	200	11,024	119	1,368	81	9,656

자료 : 강원도청 내부자료

## IV. 수원 패스 활용 현황

### 1 항공마을 패스

- 항공마을 패스는 2022년 1월 13일자로 특례시가 되는 수원 특례시 첫해에 수원시를 방문하는 모든 관광객들에게 특별한 추억을 제공하기 위해 ‘수원에서 반 나절 살아보기’라는 수원시 신규 정책사업의 일환으로 추진
- 항공마을 패스는 수원화성 관광특구를 중심으로 운영될 예정이며, 수원화성 관광의 통합 관광경험 플랫폼인 ‘수원화성 Go 365’를 통해 판매될 예정
  - ‘수원화성 Go 365’는 모바일 하나로 정보-이동-경험-편의·서비스-혜택까지 한 번에 즐기는 통합관광경험 제공 서비스로 문화체육관광부 공모사업을 통해 선정된 ‘2021년 스마트관광도시 사업’으로 구축될 예정
- 패스의 종류는 다양한 계층의 국내외 관광객을 수용하기 위해 ‘수원 夜행’, ‘방화수류정 피크닉’, ‘MZ세대 게이밍’ 등으로 구상하고 있으며, 패스 구입가격은 2만 원에서 5만 원 수준으로 예상
- 상품 구성은 수원화성 관광특구 내 관람시설, 체험거리, 탈거리, 음식 등을 통합적으로 연계하여 구성될 예정
- 이러한 항공마을 패스는 다양한 패스 개발과 판매 및 프로모션 채널 확장 등을 통해 지역경제 활성화 및 관광객 편의 도모에 기여할 것으로 기대

[표 기] ‘수원에서 반나절 살아보기’ 항공마을 패스 사업 개요

구분	내용
대상	• 국내외 모든 관광객
기간	• 2022년 1월 13일 ~ 12월 31일(수원특례시 출범 1년간)
장소	• 수원화성 관광특구 내
상품명	• 항공마을 패스(Tour Pass) - 수원화성내 다양한 관광상품을 저렴하게 패키지 패스로 이용 - 패스 구입가 : 2만원 ~ 5만원(수원화성go 365를 통해 구입, 추후 최종가 결정) - 패스 종류 : 수원 夜행, 방화수류정 피크닉, MZ세대 게이밍 등
상품 구성	• 관람 : 수원화성, 화성행궁, 수원화성박물관, 수원시립미술관 • 체험 : 국궁체험, 공방체험 • 탈것 : XR 모빌리티 투어버스, 화성어차 • 음식 : 통닭거리, 행리단길, 맛촌거리 식당 및 카페 등
패스 사용방법	• QR코드 하나로 패스에 연결된 모든 상품 이용

자료 : 수원시 문화체육교육국 관광과(2021), 2022년 주요업무계획

## 2 경기투어패스

### 1) 사업 개요

- 경기도는 도내 박물관·미술관과 관광지의 이용 확대를 통해 도민의 다양한 문화 향유 기회를 제공하기 위해 2020년 7월 ‘경기투어패스’를 출시<sup>4</sup>
  - 투어패스 전문업체인 넥스트스토리(주)를 통해 ‘2020년 경기투어패스 개발 및 운영 용역’으로 사업 추진(사업기간 : 2020. 05. 22. ~ 12. 16.)
- 2020년 사업은 시범사업의 개념으로 고양, 파주, 수원, 용인 등 4개 지역을 대상으로 시행하였으며, 2021년은 코로나19의 장기화로 미 시행
- 4개 지역 내 주요 관광시설 중 28개 시설사를 선정하고, ‘기본권’, ‘패키지권’으로 구분하여 상품 판매
- 세부 상품은 북부지역인 고양파주권, 남부지역인 수원용인권, 경기도 전체인 고양파주+수원용인권 등 3가지 지역권과 지역권과 테마자원이 연계된 5가지 패키지권으로 운영
  - 패키지권은 수원권+플라잉수원, 고양파주권+평화곤돌라, 수원용인권+뮤지엄그라운드, 수원용인권+짚라인, 수원용인권+에코어드벤처 등으로 구성
- 투어패스의 상품 옵션은 48시간 동안 각 지역 관광지를 자유 이용하는 자유이용권과 48시간 동안 각 지역 관광지 중 3개 또는 2개를 이용하는 Big3/2 이용권, 기본권과 체험 등 고가의 패키지 상품을 이용하는 패키지로 구분

[표 8] 경기투어패스 참여 시설 현황

지역	시설사명	구분	유형	지역	시설사명	구분	유형
수원	수원박물관	관람형	기본권	고양	중남미문화병설박물관	관람형	기본권
	화성박물관	관람형	기본권		유진민속박물관	관람형	기본권
	광교박물관	관람형	기본권		서오릉	관람형	기본권
	아이파크미술관	관람형	기본권		서삼릉	관람형	기본권
	화성행궁	관람형	기본권		블루메미술관	관람형	기본권
용인	플라잉 수원	체험형	패키지	파주	세계민속악기박물관	관람형	기본권
	한국등잔박물관	관람형	기본권		화폐박물관	관람형	기본권
	예아리박물관	관람형	기본권		세계인형박물관	관람형	기본권
	안젤리미술관	관람형	기본권		트릭아트뮤지엄	복합형	기본권
	한택식물원	복합형	기본권		미니어처뮤지엄	관람형	기본권
	농촌테마파크	복합형	기본권		한국스토리뮤지엄	관람형	기본권
	뮤지엄그라운드	복합형	패키지		메디테리움	복합형	기본권
	용인 짚라인	체험형	패키지		퍼스트가든	복합형	기본권
	에코어드벤처	체험형	패키지		평화곤돌라	체험형	패키지

자료 : 넥스트스토리(주)(2020). 2020년 경기투어패스 개발 및 운영 용역

4 경기도뉴스포털(2020.08.14.). 고양파주수원용인 ‘경기투어패스’ 한 장이며 알뜰여행 OK !

## 2) 운영 현황

- 경기투어패스의 상품 운영은 2020년 7월부터 12월까지 총 10개 채널을 통해 총 2,061건이 판매되었는데, 온라인을 통한 개별 구매는 328건(15.9%), 여행사 혹은 유관 기업을 통한 B2B 판매는 1,733건(84.1%)으로 구성
  - 코로나19로 인해 일부 관광시설 운영이 중단되고, 시민들의 여행심리 위축으로 운영 및 마케팅에 어려움을 겪음
  - 이로 인해 온라인 판매보다는 유관기관, 협회 등을 대상으로 오프라인 B2B 판매가 주를 이룸
- 온라인 구매채널은 고객이 쉽게 구매할 수 있는 주요 커머스 채널 10곳을 대상으로 상품을 판매하였는데, 노출 빈도가 높은 네이버와 홍보 프로모션을 진행한 위메프가 가장 많은 판매량을 기록
  - 콘텐츠 대비 노출 및 도달 건수가 높은 고객들이 경기투어패스 상품에 관심은 보였으나, 코로나19의 장기화에 따른 사회적 분위기와 여행 자제 심리에 의해 구매로 이어지지 못함

[표 9] 경기투어패스 운영 성과

구분	내용
측정기간	• 2020. 07. ~ 2020. 12. (상품 운영일 기준)
판매채널	• 총 10개 채널 - 포털 : 네이버 스토어팜(스마트스토어), 네이버 예약 - 오픈마켓 : 11번가, G마켓, 옥션 - 소셜마켓 : 위메프, 쿠팡, 티몬, 인터파크 - 플랫폼 : 야놀자
판매성과	• 2,061건 : 온라인 328건, 오프라인 B2B 1,733건
홍보성과	• 홍보 건수 : 74건 • 노출 건수 : 1,902,117건 • 도달 건수 : 360,844건 • 공유 건수 : 3,767건

자료 : 넥스트스토리(주)(2020.12.). 2020년 경기투어패스 개발 및 운영 용역

- 상품별 판매비중의 경우 지역권은 헤이리마을 등 주요 콘텐츠가 있는 '고양파주권'이 패키지권은 기존 높은 가격대의 상품을 저렴하게 즐길 수 있는 '플라잉수원 패키지권'이 가장 많은 판매량을 기록
  - 전체 판매량 대비 고양파주권이 28.4%(585건), 플라잉수원 패키지권이 25.9% 기록
- 전체 판매량 중 청소년권과 소인권의 판매량이 897건(43.5%)을 차지하고 있어 가족 단위의 고객 비중인 높은 것으로 판단

[표 10] 경기투어패스 상품별 세부 판매 실적

(단위 : 건)

상품명	옵션	온라인	B2B	합계
경기투어패스 고양파주권	자유이용권 대인권	27	258	585
	자유이용권 소인권	4	247	
	빅2 대인권	34	0	
	빅2 소인권	15	0	
경기투어패스 수원용인권	자유이용권 대인권	5	117	254
	자유이용권 청소년권	0	20	
	자유이용권 소인권	0	108	
	빅2 대인권	1	0	
	빅2 청소년권	1	0	
	빅2 소인권	2	0	
경기투어패스 수원권+플라잉수원	대인권	150	165	534
	청소년권	7	0	
	소인권	46	166	
경기투어패스 수원용인+고양파주권	자유이용권 대인권	6	160	298
	자유이용권 청소년권	0	0	
	자유이용권 소인권	1	119	
	빅3 대인권	8	0	
	빅3 청소년권	0	0	
	빅3 소인권	4	0	
경기투어패스 고양파주권+평화곤돌라	자유이용권 대인권	7	96	169
	자유이용권 소인권	3	63	
경기투어패스 수원용인권+무지엄그라운드	자유이용권 대인권	0	72	108
	자유이용권 청소년권	0	0	
	자유이용권 소인권	0	36	
경기투어패스 수원용인권+짚라인	자유이용권 대인권	6	27	61
	자유이용권 청소년권	0	12	
	자유이용권 소인권	1	15	
경기투어패스 수원용인권+एको어드벤처	자유이용권 대인권	0	25	52
	자유이용권 청소년권	0	8	
	자유이용권 소인권	0	19	
판매량 총계				2,061

자료 : 넥스트스토리(주)(2020). 2020년 경기투어패스 개발 및 운영 용역

### 3) 운영 성과

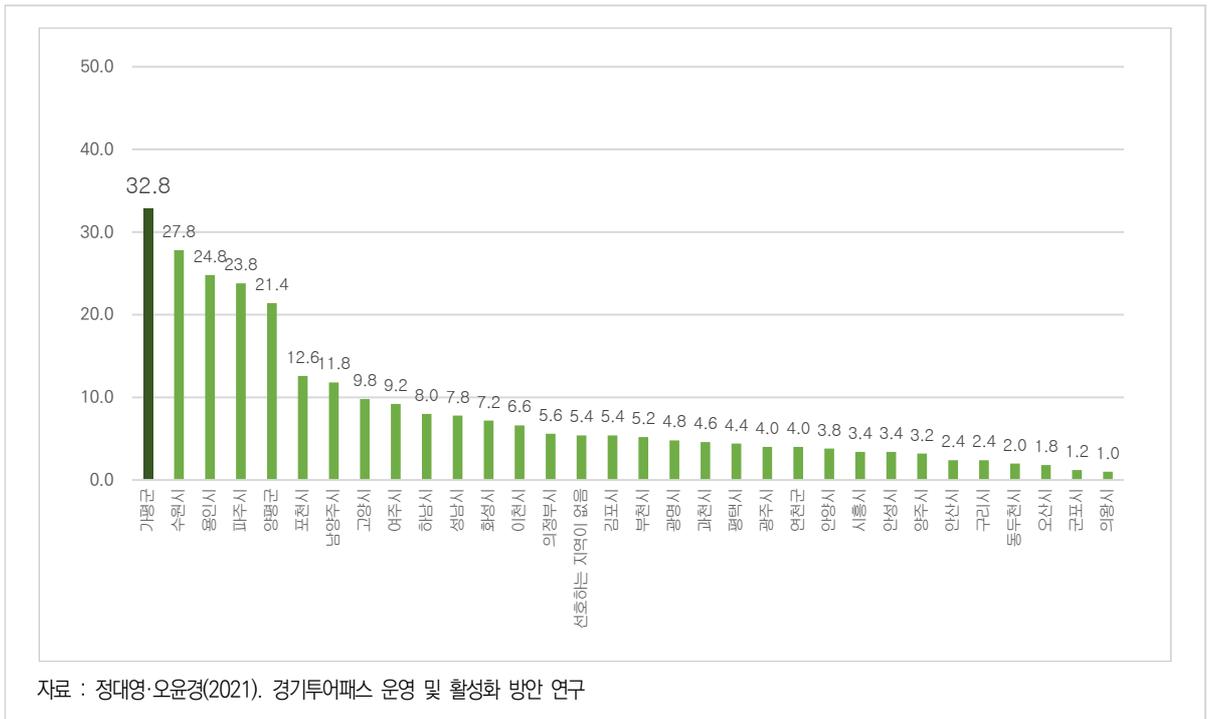
- 지역 내 다양한 성격의 관광자원 및 시설을 하나의 티켓으로 묶고 할인 및 자유이용 등 혜택을 부여한 상품 구성을 통해 지역을 대표하는 관광 상품으로 개발·운영
- 경기투어패스 티켓 1매당 약 3.4곳의 시설을 방문하여 실제 시설사와 지자체 사이의 관광 연계와 체류시간 증대로 지역 관광 활성화에 기여
- 다양한 채널의 온·오프라인 홍보·마케팅 활동을 통해 코로나19 발병으로 어려움을 겪고 있는 지역 내 관광지와 유관 기관들에게 직·간접적인 지원 제공

## V. 수원투어패스 도입 방안

### 1 수원투어패스 도입 시 고려사항

#### 1) 투어패스 시스템 운영 및 구축 방안

- 투어패스 운영에 있어 우선적으로 검토되어야 할 부분은 투어패스 운영 체계를 어떻게 구성해야 할지, 판매 시스템은 어떻게 구축할지임
- 운영 체계는 기존에 운영된 경기투어패스와 동일한 형태로 경기투어패스 내 제휴를 통해 운영할지, 수원투어패스만의 독자적인 브랜드를 통해 운영할지에 대한 검토 필요
- 정대영·오윤경(2021)의 ‘투어패스 이용실태 및 경기투어패스에 대한 인식조사’에서 경기도 시군별 지역이용권 판매 시 가장 선호하는 지역으로 가평군이 1위를 차지했으며, 수원시는 2위를 차지하는 등 지역 선호도에서는 높은 선호도 기록
  - 1순위만을 고려할 경우 수원시가 가장 선호도가 높았으나, 1~3순위 합산 시 가평군이 가장 높은 선호도 기록



[그림 2] 경기투어패스 지역이용권 선호지역 순위 (1순위+2순위+3순위)

- 이에 비해 2020년 7월부터 12월까지 경기투어패스 시범운영 실적에 있어서 전체 기준 총 2,061건, 수원권 단독 기준 534건의 낮은 판매 실적을 기록하고 있어 수원투어패스만의 독자적인 패스 운영에 있어 다소 위험 부담이 존재할 것으로 판단

- 2021년 수원시에서 별도 항공마을 패스를 판매·계획하고 있음에 따라 항공마을 패스의 운영 실적을 바탕으로 경기투어패스의 제휴 또는 독자 수원투어패스 개발 여부를 결정하는 것이 타당할 것으로 판단

[표 11] 투어패스 운영 체계 대안 검토

구분	경기투어패스 제휴	독자 수원투어패스 개발
개념	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현재 운영 중인 경기투어패스와 제휴를 통해 수원투어패스 상품 판매</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수원투어패스라는 독자적인 브랜드로 시스템 구축 및 상품 판매</li> </ul>
장점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존 시스템 제휴에 따라 초기 비용 절감</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수원투어패스만의 특성이 반영된 다양한 유형의 상품 구성 및 판매 가능</li> </ul>
단점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 타 지역 상품과 동일한 형태의 상품 구성에 따라 차별성 확보 한계</li> <li>• 수원투어패스만의 프로모션 및 테마형 상품 구성 제한</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 별도 운영 시스템 구축에 따른 초기 비용 발생</li> <li>• 독자 운영에 따라 제휴 대비 높은 유지관리비용 발생</li> </ul>
활성화 필요 전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 타 지역과 차별화 된 수원투어패스를 대표할 수 있는 랜드마크형 상품 구성 필요</li> <li>• 초기 항공동을 중심으로 상품을 집중하고, 점진적으로 수원 전역으로 상품 구성 확대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 장기적인 관점에서 사업 추진 필요</li> <li>• 지역 관광자원의 제한적인 상품 구성에 따라 카페, 맛집 등 관광객들이 선호하는 테마형 상품에 대한 다양한 유형의 상품 구성 필요</li> </ul>

- 판매 시스템과 관련해서는 전북투어패스, 경북투어패스와 같이 자체 시스템을 구축할지, 기존 전문 운영사 시스템을 연계 활용할지에 대한 검토 필요
- 기존 경기투어패스의 판매 실적을 고려할 경우 초기부터 많은 예산이 투입되는 자체 시스템 구축 방식 보다는 단기적 관점에서 전문 운영사와 제휴를 통해 운영 후 운영 성과를 기반으로 장기적인 관점에서 자체 시스템을 구축하는 단계적 접근 필요

[표 12] 투어패스 판매 시스템 구축 대안 검토

구분	자체 서버 및 시스템 구축 방식	전문 운영사 시스템 활용 방식
개념	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지자체에서 별도 예산을 투입해 자체 서버 및 시스템을 구축하고, 이를 통해 상품 판매</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 용역계약 방식으로 전문 운영사의 투어패스 시스템을 활용하여 상품 판매</li> </ul>
사례	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전북투어패스, 경북투어패스</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경기투어패스, 인천투어패스, 강원투어패스</li> </ul>
장점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수원투어패스만의 특성이 반영된 상품 구성 및 판매 가능</li> <li>• 초기 시스템 구축 및 일정 운영 기간 이후에는 적은 유지관리 비용 발생</li> <li>• 성공적인 운영 시 독자적인 브랜드로서 확대 발전 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 초기 투입 예산 비용 절감</li> <li>• 전문 운영사의 노하우를 기반으로 안정적인 운영 가능</li> <li>• 환경 변화에 따라 상품 판매의 탄력성 확보 가능(예 : 코로나19 상황 등 특수 상황 발생시 미 운영)</li> </ul>
단점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 별도 시스템 구축 및 홍보를 위한 초기 대규모 예산 투입 필요</li> <li>• 코로나19에 따른 여행시장 축소 환경에서 운영 비용 부담 발생</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수원투어패스만의 독자적인 브랜드 확보 한계</li> <li>• 동일한 규모의 지속적인 유지관리 비용 발생</li> <li>• 수원투어패스만의 특성이 반영된 상품 구성 한계</li> </ul>
도입 전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 항공마을패스 운영 시스템의 활용 및 확대 방안 검토</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 단기적 관점에서 비용 절감 및 시범 운영 차원에서 전문 운영사 시스템 활용 방안 검토</li> </ul>

## 2) 이용(결제)방식 결정

- 기존 투어패스의 이용(결제)방식은 자유이용권형과 요금차감형으로 구분
  - 자유이용권형은 기간 내 제휴·가맹시설에 대한 무료 이용 방식이며, 요금차감형은 금액권 내 이용한 만큼이 금액이 차감되는 형태
- 국내의 경우 코리아패스, 부산관광카드 등 초기 사례들은 대부분 요금차감형 방식을 사용하였으나, 최근 지자체를 중심으로 도입된 투어패스들은 대부분 자유이용권형 방식을 사용
  - 자유이용권형 방식은 다양한 관광시설의 무료 이용에 따른 관광객의 체류시간 연장 효과, 지역 내 타 관광지로의 확산 효과 등으로 인해 지역관광 활성화 차원에서 지자체 선호
- 수원투어패스 도입 시 이용(결제)방식과 관련하여 수원 화성 중심의 제한된 관광수요 및 방문을 주변 지역으로 확산함과 동시에 체류시간 확대에 따른 실질적인 지역경제 활성화 도모할 수 있는 자유이용권형 방식의 도입 필요

[표 13] 이용(결제)방식 대안 검토

구분		자유이용권형	요금차감형
개념		• 관광객이 일정 금액의 투어패스를 구매하면, 지정된 기간 동안 무제한 이용할 수 있는 형태	• 관광객이 일정 금액의 투어패스를 구매하면, 이용한 만큼 금액이 차감되는 형태
사례		• 오사카 주유패스, 런던패스, 전북패스, 경기투어패스 등	• 코리아패스, 부산관광카드, 제주패스 등
요금결제 시기유형		• 선불형	• 선불형 또는 후불형(카드사 연계 시)
관광객 인식		• 지불금액을 생각하여 다양한 자원 방문	• 할인혜택을 고려하며 기 계획 관광지를 편리하게 방문
사업자 입장	장점	• 체류시간 연장 • 지역 내 타 관광지로 확산 • 비인기 관광지의 방문을 제고 • 상대적으로 용이한 판매 활성화 및 홍보마케팅	• 이용 관광지의 수익 배분 용이 • 사업자의 손실 우려 적음
	단점	• 이용 관광지의 수익 배분 어려움 • 관광객들이 초과 이용 시 사업자의 손실 가능	• 상대적으로 짧은 체류 시간 • 상대적으로 낮은 타 관광지로 확산 효과 • 인기 관광지 중심 관광객 방문 • 상대적으로 어려운 상품설명
활성화 필요 전략		• 실질 혜택 제시를 통한 관광객 구매 유도 • 구매저항을 고려한 적절 요금 책정 • 사업자의 손실분 보전 정책 마련	• 지역 확산 전략 필요 (예 : 인기 관광지와 비인기 관광지의 연계, 무료 입장 등)

자료 : 경상북도(2019). 경북 3대 문화권 통합관광시스템(투어패스) 사업모델 구축 기본계획 ; 각 사례별 홈페이지

### 3) 교통 서비스 연계 여부

- 선진화 된 국외 투어패스의 주된 성공요인은 도시 내 대중교통을 이용한 이동 편의성 제공과 이러한 대중교통을 일정 기간 동안 무제한으로 이용할 수 서비스 제공임
  - 대중교통 이용편의성이 도시의 관광경쟁력에 중요한 역할을 담당하고 있어 유럽·미주·일본 등 대부분의 관광도시에서는 교통패스나 관광패스를 개발하여 판매 (봉미희 외 2인, 2020)
  - 오사카 주유패스, 간사이 주유패스, 로마패스 등 해외 성공 사례들은 지역 내 전철, 버스 등 대중교통을 중심으로 관광지 연계 서비스 제공
- 이에 비해 국내 투어패스 사례는 대부분 광역을 연결하는 대중교통 시스템이 열악하고, 특히 대중교통보다는 자가용을 통한 지역 방문 비율이 높아 투어패스 내 교통을 연계 하지 않거나 교통이 포함되어 있어도 실제 이용은 저조한 실정
  - 경기투어패스의 경우 교통 연계 없이 28개의 관광시설만을 대상으로 운영
  - 전북투어패스의 경우 관광형과 교통형으로 구분하여 운영하고 있으나, 2018년 기준 교통형의 판매 실적(3,523매)은 전체(184,103매) 대비 1.8%에 불과
  - 충북힐링투어패스의 경우 카셰어링업체와 제휴하여 이동거리의 부담을 줄이려고 했으나, 지역렌트카 업체화의 갈등으로 카셰어링 서비스 중단
- 또한 교통 서비스 제공하기 위해서는 대중교통 탑승 시 태깅으로 인해 실물카드와 연계 해야 하는 제약 요인 존재
  - 현재 항공마을패스가 모바일 바코드 방식을 채택하고 있어 교통카드 기능을 탑재 하기 위해서는 실물카드의 별도 제작 필요
- 이와 관련하여 수원 투어패스 도입 시 대중교통과 패스 카드의 결합은 불필요하거나, 경쟁성이 낮을 것으로 판단
- 단, 시티투어버스, 화성어차, 자전거택시 등 관광수단으로서 판매되는 교통상품의 경우 가격 경쟁력 확보 및 상품 구성 차원에서 연계가 가능할 것으로 판단
  - 디스커버서울패스의 경우 따릉이와 시티투어버스를 무료로 이용 가능한 것을 고려할 때, 수원시는 화성어차, 자전거 택시와 수원시 관광자원시설과 연계된 패키지 형 상품으로 판매 가능
- 추가적으로 항공동 내 부족한 주차 환경과 자가용 이용객을 위한 편의 서비스 제공 차원에서 주차장과 연계한 상품 구성도 고려 가능

#### 4) 관광 서비스 범위 및 상품 구성 방안

- ‘투어패스 이용실태 및 경기투어패스에 대한 인식조사’에 따르면 투어패스 선택 속성 ‘할인율(가격경쟁력)’과 ‘사용지역’은 관광객들이 가장 중요하게 고려하면서도 만족하는 요인이며, ‘검표방식’과 ‘편의성’은 개선이 필요한 요인인 것으로 조사
- 이와 관련하여 수원투어패스 도입 시 초기에는 공격적인 할인율로 가격경쟁력을 확보 하고, 다양한 참여업체들이 원활하게 검토가 이루어질 수 있도록 운영시스템과 관리체계를 갖추는 것이 필요



[그림 3] 투어패스 선택속성에 대한 중요도-만족도 분석(IPA 분석)

- 참여 시설사 구성에 있어서는 참여 시설사는 양적 목표를 기준으로 협의하되, 상품 구성은 품질 유지를 고려하여 소수로 기획 판매하는 것이 바람직한 것으로 판단
  - 투어패스에 랜드마크 시설이 포함되지 않을 경우 차별화된 상품 기획이 어려움
  - 상품 내 참여 시설사가 많아지면 방문객은 동선 등 구매 시 고민해야 할 복잡도가 높아지고, 컨셉 및 퀄리티가 통일되지 않은 상황에서 투어패스의 경쟁력이 낮아질 수 있음
- 이와 관련하여 상품의 적합한 컨셉을 기획하고, 약 5~6개의 시설로 세분화 된 상품 구성이 필요하며, 상품의 경쟁력 강화를 위해서는 전시, 체험, 탑승 등 복합적인 상품에 카페·맛집 등 MZ세대들이 선호하는 전략적인 테마형 상품 구성 필요

## 2 수원투어패스 기대효과

- 수도권 대표 관광도시로 이미지 강화 및 관광시장 확대
  - 기존 수원화성을 포함한 행궁동 중심의 제한된 관광객 방문에서 수원 전역으로 관광 공간 및 활동 확대를 통해 수도권 대표 관광도시로서 수원시 관광 이미지 강화에 기여
  - 수원화성과 동수원, 서수원을 연계하는 복합 투어패스 상품 구성을 통해 홍보 효과는 물론 관광객들의 선택 동기를 부여하여 실질적으로 방문이 이루어질 수 있도록 기반 제공
- 관광객의 체류시간 확대 및 만족도 제고
  - 기존 당일 및 수원화성을 중심으로 반나절권의 여행 활동에서 주변 지역으로의 연계 방문을 통해 체류시간이 확대되고, 이를 통해 체류형 관광도시로서 경쟁력 강화 도모
  - 투어패스를 통해 저렴한 가격으로 다양한 유형의 관광시설을 경험하고, 편리하게 시설을 이용할 수 있도록 유도하여 관광객들의 질적 경험 확대 및 만족도 제고 도모
- 관광을 통한 지역경제 활성화 도모 및 지역주민 중심의 골목 상권 활성화
  - 수원 전역으로의 연계 관광상품화를 통한 체류시간 확대는 지역 내 소비로 이어져 관광이 실질적인 지역경제 활성화에 이바지할 수 있는 토대 마련
  - 수원 관광자원과 연계한 카페·맛집 등의 연계 상품화를 통해 코로나19로 인해 침체된 골목 상권의 부활을 촉진시키고, 더불어 지역주민 소득 향상에 기여

## | 참고문헌 |

## 〈국문 자료〉

- 강원도. (2017). 「강원투어패스 시스템 구축 기초자료 조사」.
- 경상북도. (2019). 「경북 3대 문화권 통합관광시스템(투어패스) 사업모델 구축 기본계획」.
- 넥스트스토리(주). (2020). 「2020년 경기투어패스 개발 및 운영 용역 결과보고」.
- 봉미희·김한솔·서원석(2020). 내국인용 관광패스 개발에 관한 연구 : 서울지역을 중심으로. 「관광연구」. 35(8). pp. 107-131.
- 서산시. (2017). 「통합관광 패스라인 구축사업 기본계획 수립」.
- 수원시 문화체육교육국 관광과. (2021). 「2022년 주요업무계획」.
- 전라북도. (2015). 「전북 관광패스라인 구축방안 연구」.
- 정대영, 오윤경.(2021). 「경기투어패스 운영 및 활성화 방안 연구」. 경기연구원.
- 조남진. (2015). 해외 도시 패스의 매력과 시사점. 「국토」. 406. pp.84-92.
- 지우석, 이수진, 구연숙. (2012). 「수도권 교통관광통합패스 도입방안 연구」. 경기개발연구원.
- 한국관광공사. (2020). 「명예대표축제 투어패스 개발 및 운영 용역 과업내용서」.

## 〈보도 자료〉

- 경기도뉴스포털(2020.08.14.). 고양·파주·수원·용인 ‘경기투어패스’ 한 장이며 알뜰여행 OK !
- 연합뉴스(2021.11.04.). 평창군 ‘관광택시+투어패스’ 결합 패키지 상품 출시
- KNN(2021.11.26.). 관광·교통 하나로, ‘관광패스’ 개발

## 〈웹사이트〉

- 간사이 쓰루패스. [https://www.surutto.com/tickets/kansai\\_thru\\_korea.html](https://www.surutto.com/tickets/kansai_thru_korea.html)
- 오사카 주유패스. <https://www.osp.osaka-info.jp/kr/>
- 인천투어패스. <http://ictourpass.co.kr/home>
- ROMA PASS. <https://www.romapass.it/>
- THE LONDON PASS. <https://londonpass.com/en-us>



발행인 | 김선희

발행처 | 수원시정연구원

경기도 수원시 권선구 수인로 126

031.220.8001

[www.suwon.re.kr](http://www.suwon.re.kr)

※ 이 SRI 이슈 & 포커스의 내용은 연구진의 견해로서 수원시의 정책과 다를 수도 있습니다.