

[서식 1]

**「2023 데이터 활용 부산관광 아이디어 공모전」
참가신청서**

참 여 구 분*	<input type="checkbox"/> 개인		<input checked="" type="checkbox"/> 팀(공동)		<input type="checkbox"/> 기업	
팀 명*	동백꽃 필 무렵					
아 이 디 어 소 개* (30자 이내)	관광매출 지역순환을 위한 부산관광상품권의 디지털 전환					
대표자*	소 속	구 분	<input checked="" type="checkbox"/> 학생 <input type="checkbox"/> 회사 <input type="checkbox"/> 기타			
		소속명	경희대학교			
	성 명	박주혜		생년월일	1999.08.24	
	연락처	010.3035.7220		E-Mail	juhye0824@naver.com	
	주 소	서울시 동대문구 회기로23길 67				
구성원 <small>개인 참여일 경우 작성 제외</small>	성 명	소 속	연락처	분야 (기획, 디자인, 데이터 분석 등)		
	김건주	경희대학교	010.9086.8726	기획		
	이승용	경희대학교	010.4345.9202	데이터 분석		
	박주혜	경희대학교	010.3035.7220	기획		

※ *는 필수 체크 사항이며, 참여 구분에서 팀(공동)이나 기업으로 다수인이 참여하는 경우, '팀명' 작성 및 '구성원' 란에 참여자 전원 기재

본인은 『2023 데이터 활용 부산관광 아이디어 공모전』 관련 작성한 내용에 허위가 없음을 확약하며, 유의사항을 충분히 숙지하였고 공모전 진행에 필요한 요구사항에 성실히 응할 것에 동의합니다.

2023. 02. 08.

신청인(대표자) 박 주혜



부산관광공사 사장 귀하

[서식 2]

「2023 데이터 활용 부산관광 아이디어 공모전」
개인정보 수집·이용·제공 동의서

※ 본 사업에 투입되는 참여인력을 기재하여 주십시오
※ 개인정보수집 동의에 반드시 인 또는 자필서명하셔야 합니다

성명	생년월일	동의여부	서명
김건주	1998.09.11	<input checked="" type="checkbox"/> 동의/ <input type="checkbox"/> 거부	김건주
박주혜	1999.08.24	<input checked="" type="checkbox"/> 동의/ <input type="checkbox"/> 거부	박주혜
이승용	1997.01.04	<input checked="" type="checkbox"/> 동의/ <input type="checkbox"/> 거부	이승용
		<input type="checkbox"/> 동의/ <input type="checkbox"/> 거부	
		<input type="checkbox"/> 동의/ <input type="checkbox"/> 거부	

※ 개인일 경우에는 신청자만 작성, 팀 또는 기업 참여일 경우에는 참여자 전원 기재

개인정보의 수집에 대하여 거부할 권리가 있으나, 거부 시 접수 및 평가 대상에서 제외되는 불이익을 받을 수 있습니다.

1. 수집·이용 기관

- 부산관광공사, 운영사무국 (주)엘투플랜

2. 수집·이용 목적

- 공모전 신청, 선정평가, 수상, 사후관리, 홍보 등

3. 수집·이용 항목

- 성명, 생년월일, 소속, 연락처, 주소, 이메일 주소

4. 보유 및 이용기간

- 수집된 개인정보는 공모전 결과 최종 발표일로부터 3년 이내에 폐기하며, 공모전 수상의 경우 사후관리 진행을 위한 컨설팅 및 홍보 등에 관련해 개인정보를 관련기관에 제공할 수 있음

본인은 부산관광공사에서 주최하는 『2023 데이터 활용 부산관광 아이디어 공모전』에 공모신청 및 선정평가와 관련하여, 개인정보보호법 제15조(개인정보의 수집·이용)에 따라 개인정보 수집·이용·제공에 관련한 내용을 위와 같이 확인하고 동의합니다.

2023. 02. 08.

부산관광공사 사장 귀하

[서식 3]

「2023 데이터 활용 부산관광 아이디어 공모전」
아이디어 제3자 공개·공유 동의서

※ 본 사업에 투입되는 참여인력을 기재하여 주십시오

※ 반드시 인 또는 자필서명하셔야 합니다

성명	생년월일	동의여부	서명
김건주	1998.09.11	<input checked="" type="checkbox"/> 동의/ <input type="checkbox"/> 거부	김건주
박주혜	1999.08.24	<input checked="" type="checkbox"/> 동의/ <input type="checkbox"/> 거부	박주혜
이승용	1997.01.04	<input checked="" type="checkbox"/> 동의/ <input type="checkbox"/> 거부	이승용
		<input type="checkbox"/> 동의/ <input type="checkbox"/> 거부	
		<input type="checkbox"/> 동의/ <input type="checkbox"/> 거부	

※ 개인일 경우에는 신청자만 작성, 팀 또는 기업 참여일 경우에는 참여자 전원 기재

1. 출품작(아이디어) 제3자 공개·공유 목적

- 응모된 출품작(아이디어)에 대한 평가와 경진대회 관리 및 운영에 관련한 업무 수행

2. 출품작(아이디어) 공개·공유 항목

- 응모된 출품작(아이디어) 및 제품(서비스)의 기능, 사용하는 데이터 종류, 효과성 등

3. 출품작(아이디어) 보유·이용기간

- 수집된 개인정보는 공모전 결과 최종 발표일로부터 3년 이내에 폐기하며, 공모전 수상자의 경우 사후관리 진행을 위한 컨설팅 및 홍보 등에 관련해 개인정보를 관련기관에 제공할 수 있음

4. 출품작(아이디어) 제3자 공개·공유에 동의하지 않을 권리 및 동의하지 않을 경우의 불이익

- 정보주체는 제출한 기획 출품작(아이디어)의 공개·공유를 거부할 권리가 있음
- 출품작(아이디어)의 공개·공유에 동의하지 않을 경우, 본 공모전 참가신청 불가

본인은 「2023 데이터 활용 부산관광 아이디어 공모전」 등의 과정에서
본인 출품작(아이디어)의 제3자 공개·공유에 동의합니다.

2023. 02. 08.

부산관광공사 사장 귀하

[서식 4]

「2023 데이터 활용 부산관광 아이디어 공모전」

참가자 서약서

※ 본 사업에 투입되는 참여인력을 기재하여 주십시오

※ 반드시 인 또는 자필서명하셔야 합니다

성명	생년월일	동의여부	서명
김건주	1998.09.11	<input checked="" type="checkbox"/> 동의/ <input type="checkbox"/> 거부	김건주
박주혜	1999.08.24	<input checked="" type="checkbox"/> 동의/ <input type="checkbox"/> 거부	박주혜
이승용	1997.01.04	<input checked="" type="checkbox"/> 동의/ <input type="checkbox"/> 거부	이승용
		<input type="checkbox"/> 동의/ <input type="checkbox"/> 거부	
		<input type="checkbox"/> 동의/ <input type="checkbox"/> 거부	

※ 개인일 경우에는 신청자만 작성, 팀 또는 기업 참여일 경우에는 참여자 전원 기재

본인은 부산관광공사에서 주최하는 『2023 데이터 활용 부산관광 아이디어 공모전』 출품작(아이디어)에 대해 다음 각 호의 규정에 동의함을 서약합니다.

1. 공모전의 제반 규정을 준수하며, 이를 준수하지 않을 경우 불이익을 받을 수 있음
2. 출품작(아이디어)의 저작권으로 인하여 발생하는 민·형사상 책임은 출품자에게 있음
3. 당선된 출품작(아이디어)의 저작권은 제작자에게 있으나, 주최 측의 요구가 있을 경우 홍보 등의 활동을 위해 출품작(아이디어)이 활용될 수 있음
4. 제출된 서류 및 출품작(아이디어)은 반환하지 않으며, 최장 3년 동안 보존될 수 있음
5. 기 제출 혹은 수상경력이 있는 출품작(아이디어)이거나 제3자의 권리를 침해하는 것으로 판명이 된 출품작(아이디어)은 수상 후에도 수상 취소 및 상금 회수를 할 수 있으며, 이로 인한 모든 민·형사상 책임은 출품작(아이디어) 제출자에게 있음

2023. 02. 08.

부산관광공사 사장 귀하

[서식 5]

「2023 데이터 활용 부산관광 아이디어 공모전」

아이디어 제안서

아이디어명 : 관광매출 지역순환을 위한 부산관광상품권의 디지털 전환

1. 아이디어 개요

1-1. 아이디어 구상 및 제안 배경(이해도)

1. 부산 관광지별 매출과 지역사회

해운대 해수욕장은 부산의 '얼굴'이라고 불릴 만큼 대표적인 관광지로 꼽힌다. 광안리, 다대포 해수욕장 등 새롭게 인기를 끄는 관광명소의 등장에도 불구하고 여전히 관광객들의 '1위' 방문 장소¹⁾를 기록하고 있다. 동백섬, 달맞이길 등 우수한 자연경관과 더불어 벅스코와 센텀시티 등의 랜드마크가 등장하며 지금까지 큰 인기를 누리고 있다. 그중에서도 부산의 신성장 동력으로 꼽히는 것 중 하나인 '센텀시티'에 주목해보았다. 부산광역시 빅데이터 플랫폼의 관광지 카드매출 대시보드를 보면 센텀시티가 카드이용금액에서 압도적인 1위를 기록하고 있다. 업종별 매출 현황을 살펴봤을 때, 유통업이 88.8% 차지하는 것으로 보아 신세계센텀과 같은 대형유통점포의 영향인 것을 알 수 있다. 음식점, 문화시설과 더불어 초고가의 상품을 판매하는 명품 브랜드까지 입점해있다는 점을 생각해보면 당연한 수순일 수 있으나, 관광 수익이 역외로 유출된다는 것은 명백한 사실이다. 거시적인 관점에서 보면 부산의 관광 인프라를 기반으로 성장한 대규모 유통점포가 지역 랜드마크로서 더 많은 관광객을 끌어들이는 등 시너지 효과를 창출하고 있다.

하지만, 지역경제의 근간이 되는 지역상권을 이루고 있는 자영업자/소상공인 개인에게 대규모 유통점포는 위협적일 수밖에 없다. 그렇기 때문에 입점 계획이 발표되면 거센 지역주민의 반대에 부딪히기도 하고, 입점 후 유통 기업은 다양한 지역경제 환원 사업을 통해 이를 무마하기 위해 노력한다. 신세계센텀 역시 '로컬'의 가치를 지향하는 사회공헌 활동의 일환으로 지역상권 입점 및 판로 개척 등의 지역상생 사업을 진행중이다. 이와 관련해서 지자체가 더욱 주체적인 태도로 상권 활성화에 노력을 기울여야 한다고 생각한다. 도움을 받는 수동적인 주체로 전락하는 것을 경계하고, 주도적인 사업 계획 및 운영을 통해 지역상권 유지 및 발전을 위해 노력해야 한다. 특히, 최근에는 지자체에서 지역화폐 정책을 활용해서 지역사회의 소비를 극대화 시키려는 많은 노력을 기울이고 있다. 이에 본 팀은 어떻게 하면 관광객의 지역화폐 이용이 극대화 될 수 있을지의 관점에서 문제를 해결하는 아이디어를 구상하였다.

1) 2022 부산 방문 관광객 실태 조사, 부산관광공사

2. 부산의 지역화폐 현황과 기존 '관광객'을 대상으로 한 지역화폐의 문제

부산광역시는 2019년 12월 30일부터 '동백전' 모바일 어플리케이션을 통해 지역화폐 발행을 시작했다. 현재 동백전은 백화점과 대형마트를 제외하고 등록 신청을 완료한 약 12만 개의 가맹점에서 사용할 수 있으며, 이용자들은 지역화폐를 충전하는 과정에서 5%의 캐시백과 소득공제 혜택을 받는다. 동백전의 발행규모(충전액)는 2022년 당초 1조 6천억 원을 예상하였으나, 상반기에만 1조 2천억 원을 기록할 만큼 크게 흥행하였다. 이러한 지역화폐의 사용으로 인해 소상공인들은 매출을 증대할 수 있으며, 지역경제가 선순환의 구조를 만들 수 있는 밑바탕이 된다. 또한, 지역화폐의 효과가 입증된 만큼 지난 10월 부산시에서는 '동백전 부산관광상품권'(이하 '부산관광상품권')을 발행했다. 부산관광상품권은 5만원/10만원권 선불충전카드 형식으로 동백전과 동일한 캐시백 할인혜택을 적용받고, BNK영업점을 비롯하여 부산역과 김해공항에서 구매할 수 있다.

하지만, 부산관광상품권의 지역 경제 파급효과는 측정할 수 없었다. 부산관광상품권은 무기명 선불충전카드로 발급되었고, 2030 세계박람회 유치 프로모션의 일환으로 발행되어 체계적이지 못했기 때문이다. 관광객들을 대상으로 한 부산관광상품권, 즉 지역화폐 소비가 활성화 된다면 외부의 자원을 역내의 지역사회에 끌어들이 지역경제 활성화라는 목표에 기여할 수 있을 것이다. 이에 본 팀에서는 부산관광상품권의 디지털 트랜스포메이션이라는 아이디어를 제시하고자 한다. 기존의 동백전과는 차별화되게 관광객들에 특화된 서비스를 제시하고, 동시에 부산관광상품권이라는 지역화폐를 통해 지역사회에 기여한다면, 부산 관광이 한층 더 지속가능한 형태로 발달할 수 있을 것이다.

3. 관광산업의 디지털 전환 (Digital Transformation)

디지털 전환을 통한 서비스 혁신의 가능성은 무궁무진하다. 특히, 부산의 높은 ICT 발전 d 인프라는 관광산업의 디지털 전환을 가속화 할 수 있을 것으로 기대된다. 뿐만 아니라, 간편결제를 비롯한 핀테크 기술도 현재 빠른 속도로 발전하고 있기 때문에 부산관광상품권의 디지털 전환과 시너지 효과를 내며 다양한 서비스로 확장될 수 있을 것이다.

1-2. 데이터 활용의 적정성(데이터 적정성)

1. 부산광역시_지역화폐(동백전) 가맹점 현황

- 1) 출처 : 공공데이터포털
- 2) 획득방법 : 공공데이터포털 내 부산광역시 빅데이터통계과에서 제공하는 "부산광역시_지역화폐(동백전) 가맹점 현황_20221222.csv" 데이터 활용
- 3) 인사이트 및 활용방안 : 가맹점 현황 데이터는 동백전 가맹점들의 가맹점명, 도로명주소, 위도, 경도 등에 대한 정보를 제공하고 있다. 해당 데이터의 좌표 정보를 토대로 모바일관광상품권 앱의 가맹점 조회 기능을 구축할 수 있다. 좌표 정보와 Geojson 정보를 결합하여 맵 형태로 가공함으로써 앱 이용자가 동백전 가맹점의 위치를 시각화된 형태의 정보로 습득할 수 있을 것이다.

부산시 시간대별 방문자수 분포

화요일 11~14시
부산시 방문자수 분포

▼ (좌) 스크롤을 옮기어 날짜 변경 가능

▼ (우) 스크롤을 옮기어 각 지역구별 방문자수 확인 가능

© 2021 Mapbox © OpenStreetMap

1-3. 아이디어 기획 핵심 내용(구체성)

■ 아이디어 개요

이전 내용을 정리하면, 현재 관광객을 대상으로 한 “부산관광상품권”은 체계성을 갖추지 못하는 문제를 지니고 있다. 1) 오프라인으로 유통되기에 비효율적이라는 점, 2) 카드 형태의 이용이 일회성에 그친다는 점, 3) 무기명으로 사용되기에 양질의 데이터 축적이 어려워 지속가능성이 떨어진다는 점이다. 이는 지역화폐가 관광객들의 소비지출이 역외로 유출되는 현상을 해소할 수 있는 하나의 수단으로 활용되는 것을 제한한다는 아쉬움이 있다. 따라서, 관광객들의 “부산관광상품권” 사용을 활성화하고 시스템이 체계화될 수 있도록 부산관광상품권의 ‘디지털 전환’을 제안하고자 한다. 디지털 전환을 통해 “부산관광상품권”에 대한 관광객들의 관심을 유도할 수 있으며, 카드형태가 가지는 비효율성 문제를 해소할 수 있다. 또한, 관광객들의 모바일 어플리케이션 사용을 통해 발생하는 데이터가 부산 관광을 활성화하는 부가가치를 창출하는 것을 기대할 수 있다. 궁극적으로는 관광 수익이 역외로 유출되지 않고 지역사회 내로 선순환되는 구조가 형성되기 때문에 지속가능한 관광생태계의 기반을 다질 수 있다.

“부산관광상품권”의 디지털 전환은 다음과 같이 구체화될 수 있다. 첫 번째는 모바일관광상품권 어플리케이션 구축, 두 번째는 해당 어플리케이션의 플랫폼 기능 강화이다.

1. 모바일관광상품권 어플리케이션(App) 구축

디지털전환의 시작은 모바일 어플리케이션 구축을 통해 이루어진다. 보통 지역화폐는 지역주민들이 이용한다는 인식이 보편적이고, 평균 3.2일²⁾ 동안 부산에 머무는 관광객들에게는 동백전 어플을 설치하고 이용할 유인이 부족하다. 이를 보완하기 위해 관광편의서비스를 더한 별도의 어플리케이션을 구축함으로써 관광객의 지역화폐 이용에 대한 인식을 보편화하고자 한다. 더불어 해당 앱의 지속가능한 비즈니스 모델을 완성하기 위해 플랫폼으로서의 기능을 강화할 것이다. 관광객들이 모바일 상품권을 편리하게 이용할 수 있도록 모바일 어플리케이션은 아래의 3가지 기능을 지원한다.

1) 충전 및 간편 결제 기능: 관광객 전용 어플리케이션은 충전과 간편 결제 기능을 제공한다. 이는 지금까지 실물 카드로 유통되어 왔던 관광객 전용 동백전인 “부산관광상품권”을 모바일형태로 확장한 개념이다. 관광객들은 모바일앱을 통해 금액을 충전하여 현재 제도와 동일한 캐시백 혜택을 받을 수 이용할 수 있다. 또한, 모바일 앱은 상품권 이용 내역과 잔액을 조회할 수 있는 기능을 제공하고 관광객들은 상품권 이용을 통해 얻게 된 캐시백 혜택을 실시간으로 확인할 수 있다.

2) 2022 부산 방문 관광객 실태 조사, 부산관광공사

2) 동백전 가맹점 조회: 관광객들은 모바일 앱을 통해 동백전을 이용할 수 있는 가맹점을 조회할 수 있다. 현재 등록된 동백전 가맹점은 음식점, 카페, 숙박, 잡화 등 16개 업종 약 12만 2천개이다. 부산 주민들이 사용하는 기존의 동백전 앱은 가맹점을 조회할 수 있는 탭이 별도로 마련되어 있지만, 관광객 관점에서는 이용성이 다소 떨어진다. 기본적으로 가맹점명을 검색할 수 있으며 추가적으로 이용자 주변 가맹점, 즐겨찾는 가맹점, 그리고 혜택과 업종 등의 필터링 기능을 제공한다. 따라서 정보를 얻고자 하는 특정 대상(가맹점)이 불분명한 경우 원하는 정보를 습득하기가 어렵다. 특히 지역상권에 익숙하지 않은 관광객 입장에서는 검색 대상이 불분명하기 때문에 더욱 광범위한 정보를 필요로 한다. 따라서, 관광객들이 보다 쉽게 동백전 가맹점을 방문할 수 있도록 관광객 친화적인 인터페이스를 통해 정보를 제공하고자 한다. 가령, 부산의 유명 관광명소 또는 사용자의 현위치를 기반으로 500m 이내 가맹점들을 한눈에 보여줄 수 있는 시각적인 형태로 조회 결과를 제공하는 것이다.

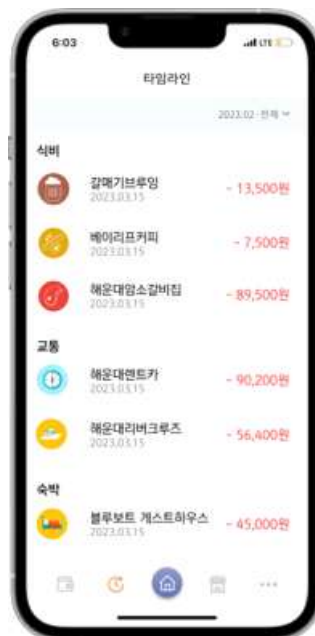
3) 여행경비 지출 관리 기능: 핀테크 기술을 활용한 모바일 앱 중에서 개인의 소비 지출 데이터를 가계부 형태로 관리할 수 있도록 편의를 제공하는 서비스들이 있다. 앱 이용자들은 자동으로 카드 소비내역을 기록해주는 해당 서비스를 통해 자신의 소비패턴을 확인하고 알뜰한 경제 생활을 이어나갈 수 있다. 이러한, 핀테크 트렌드를 반영하여 관광객들의 편의를 도모하는 여행 경비 관리 기능을 제공한다. 더 나아가 자체 앱 내에 관광객들의 편의서비스를 점진적으로 확장해 나간다면, 관광객들이 지속적으로 앱을 이용하는데 도움이 될 것이다.



1) 충전 및 간편 결제 기능



2) 동백전 가맹점 조회



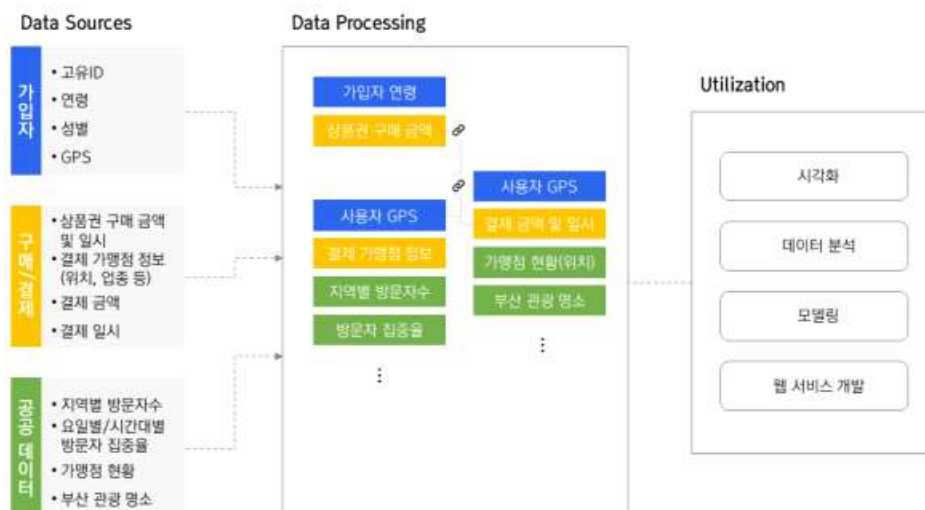
3) 여행경비 지출 관리 기능

2. 모바일관광상품권(App)의 플랫폼화

부산관광상품권의 디지털 전환은 전용 어플리케이션 구축에서 더 나아가 플랫폼 기능을 강화함으로써 지역 경제 활성화 및 데이터 집적과 활용 등의 부가가치를 창출할 수 있다.

1) 지역상생 광고플랫폼으로서의 역할: 현재 소상공인들의 광고 대부분은 네이버의 파워링크, 배달의 민족 등 대형 플랫폼을 통해 이루어지고 있다. 모바일관광상품권(App) 내에서 운영될 지역상생 광고플랫폼은 대형 플랫폼과 달리 모바일관광상품권을 이용하는 부산 관광객을 대상으로 광고를 효과적으로 노출할 수 있다. 앞서 언급한 가맹점 검색 기능을 통해 1차적으로 업체의 정보가 노출될 수 있으며, 추가적인 노출을 원하는 소상공인들을 위해 모바일앱이 광고 채널로서의 기능 또한 수행할 필요가 있다. 이에 따라 모바일관광상품권(App) 내 광고 기능을 탑재하고자 한다. 한편, 효과적인 타겟팅 광고를 위해 부산 관광객들의 방문 데이터를 활용할 수 있을 것이다. 그 예시로 각 지역구의 시간대별 방문자 수를 분석하여 특정 지역의 방문자 수가 감소하는 시간대에 해당 지역 가맹점의 광고를 집중적으로 노출하는 방법이 있다. 이러한 알고리즘을 통해서 소상공인들은 모종의 이유로 관광 활성화 정도가 감소하는 시점에서도 매장의 매출 하락을 보완하고 목표 수준을 유지할 수 있을 것이다.

2) 데이터 집적 플랫폼으로서의 역할: 카드 형태로 부산관광상품권을 유통하는 경우, 관광객들의 관광상품권 이용현황에 대한 양질의 데이터를 축적하기가 어렵다. 부산관광상품권을 구매한 고객들은 잔액 조회를 원하는 경우에만 동백전 어플에 연동하게 되는데 이는 동백전 어플을 활용하지 않는 관광객들에 대해서는 성별이나 연령, 지역 등과 같은 세부적인 데이터를 수집할 수가 없다는 것을 의미한다. 이처럼 양질의 데이터 수집이 어렵게 되면 향후 관광객들의 지역화폐 이용이 활성화된다고 하더라도 이에 따라 축적할 수 있는 데이터의 재가공 및 활용 등 부가 가치 창출이 제한적이다. 따라서, 모바일관광상품권의 플랫폼화를 통해 관광객들의 지출내역과 소비패턴을 지속적으로 수집, 저장, 관리할 수 있는 역할이 필요하다. 이는 카드사 데이터를 통해서만 확인할 수 있었던 관광객들의 소비데이터를 직접 관리할 수 있게 됨으로써 데이터의 외부 의존도를 낮출 수 있는 효과를 가져오게 된다.



모바일관광상품권(App) DB 구축 예시 Flow chart

1-4. 아이디어의 독창성과 차별성(독창성)

1. 우수성

“부산관광을 통해 지역경제를 활성화 시킬 수 있다.”

지역화폐 사업은 투입 예산 대비 더 많은 경제적 효과를 불러오는 사업이다. 실제로 지역화폐가 활성화된 인천을 분석한 결과 인천 지역화폐의 재정승수효과가 2.9로 나타났다.³⁾ 지금까지의 지역화폐가 대부분 지역주민들 중심으로 사용이 이루어지는 것을 고려하더라도 그 사업적인 성과가 유의미했다. 더 나아가 지역화폐가 지역주민을 넘어 관광객의 사용으로 범위를 확장한다면, 그 경제적 효과는 더 커질 것으로 예상된다. 특히 관광객을 대상으로 한 부산관광상품권의 디지털 전환이 성공적으로 이루어진다면, 관광객들의 지역화폐 사용이 활성화됨으로써 지역사회의 소비가 자연스럽게 진작될 것이다.

“관광 편의성을 위한 서비스 확장이 용이하다.”

현재 제공되고 있는 부산관광상품권은 단순히 화폐의 기능만을 수행한다. 하지만, 부산관광상품권의 디지털 전환을 통해 관광 편의 서비스를 추가하여 관광객들이 실질적으로 사용할 수 있는 편의 서비스로 재탄생할 수 있을 것이다. 최근 핀테크 기술의 발달로 많은 사람들이 사용하고 있는 간편결제를 넘어 여행 일정을 세우는 데에 도움이 되는 서비스나 관광경비까지 관리할 수 있는 서비스 등을 지속적으로 추가해 나간다면, 고객의 여행환경을 한층 개선할 수 있다. 이러한 서비스의 개선은 관광객의 지역화폐 이용과 모바일관광상품권(App)을 지속가능하도록 만들어 줄 것이다.

“관광객에 대한 심층적인 분석을 바탕으로 변화하는 관광환경에 빠르게 대응할 수 있다.”

최근에 데이터에 기반한 의사결정의 중요성이 높아지고 있다. 데이터를 명확히 파악했다면, 더 좋은 전략으로 대응할 수 있었지만, 그렇지 못해 한발 늦은 전략을 펼치는 것은 우리 주위에서도 쉽게 볼 수 있는 일이다. 특히나, 관광산업에서는 트렌드의 변화가 빠르게 일어나기에, 시의적절한 전략을 도출하고 실행하는 것은 관광지의 부흥을 이끌 수 있다. 부산관광상품권의 디지털 전환을 통해서 관광 데이터베이스를 구축하고 이를 활용해 향후 관광 전략 및 정책을 제시한다면, 부산관광은 스마트 관광도시로의 발전을 꾀할 수 있을 것이다.

3) 인천이음카드의 코로나19 국면 역할과 뉴노멀 시대 대안 가능성 분석(2020), 인천연구원

2. 독창성

“부산 관광 산업에 특화된 지역화폐로 발전시키다.”

코로나 19의 재난지원금으로 인해 일반 시민들에게 지역화폐는 어느 정도 친숙한 개념이 되었지만, ‘관광객’을 대상으로 한 지역화폐는 아직 크게 발달된 형태는 아니다. 부산에서 관광객을 대상으로 판매한 부산관광상품권은 체계화 되지 못했고, 국내의 다른 지역도 이와 비슷한 실정이다. 그나마, 지역축제와 연계한 지역화폐가 아직까지 ‘관광객’을 대상으로 한 지역화폐의 성공사례라고 볼 수 있다. 강원도 화천이 이에 대한 대표적인 사례이다. 화천에서는 대표적인 지역축제 산천어 축제와 엮어서, 산천어 축제의 입장권의 비용을 그대로 지역화폐인 ‘화천사랑상품권’으로 돌려주는 프로그램을 진행하였다. 당시에 화천 지역의 전통시장에 큰 소비진작 효과를 냈지만, 이러한 형태는 관광객을 대상으로 한 지역화폐의 지속가능한 형태가 아니다. 특히나 부산이 보유하고 있는 우수한 관광 인프라를 고려하면, 지역 축제에 의존하지 않고도 관광객을 대상으로 한 지역화폐가 자생적인 발전이 가능하다. 이에 본 팀의 아이디어와 같이 ‘관광객’을 대상으로 한 지역화폐를 운영해 관광객들을 모집하는 게 현재 부산관광에서 더 올바른 형태라 사료된다.

“관광의 다양한 주체들이 혜택을 받을 수 있다.”

부산관광상품권의 디지털 전환은 다양한 경제 주체들이 혜택을 받을 수 있는 형태이다. 우선, 관광상품권 이용 장려를 통해 소상공인들은 관광객으로 인한 매출 향상을 기대할 수 있다. 관광객들은 지역화폐의 캐시백 혜택으로 할인된 가격을 누릴 수 있으며, 모바일관광상품권 앱 내의 다양한 기능들로 더 편리한 관광을 즐길 수 있다. 부산관광공사는 지역화폐를 통해 수집할 수 있는 데이터로 변화하는 관광트렌드 속에서 더 빠른 전략적인 대응이 가능하며, 마지막으로 지자체는 부산 관광의 활성화라는 목표는 물론이고 지역상권 활성화로 인한 세수효과도 기대해볼 만하다.

“기존의 관광정책과 차별화되는 정책이다.”

현재 관광정책들은 대부분 새로운 관광콘텐츠를 기획하는 데에 초점이 맞추어져 있다. 새로운 관광콘텐츠를 개발하는 것도 중요하지만, 부산은 이미 대한민국을 대표하는 관광도시로서 콘텐츠 개발만으로는 관광 산업 활성화에 큰 효과를 기대하기가 어렵다. 부산 관광생태계를 더 근본적으로 개선하기 위해서는 새로운 종류의 관광 정책이 필요한데, 본 팀의 ‘부산관광상품권’의 디지털 전환이 한 가지 대안이 될 수 있다고 판단하였다. 관광콘텐츠 자체에 집중하기 보다는 관광객의 지출 흐름을 지역사회의 소상공인에게 집중될 수 있도록 바꾸어, 관광 산업의 경제적 효과 자체에 초점을 맞춘 아이디어이기 때문이다.

2. 아이디어 사업화

2-1. 아이디어의 시장성 및 실현 가능성(실현가능성)

■ 관광상품권 디지털 전환 로드맵

	1단계: 플랫폼 구축	2단계: User 확보	3단계: 선순환 구조 완성
KPI	App 다운로드 수, 모바일 관광상품권 발행규모		CTR*, CVR**, 계약액
실행방안	모바일 관광상품권 발행 & 모바일 관광상품권 App 론칭 (기존 상품권 소진시까지 이용 가능)	특수 목적 관광객(MICE, 웨케이션) 대상으로 마케팅 전략 수립 및 실행	지역상생 광고플랫폼 론칭 가맹점주 광고 수주 노출 알고리즘 설계

*CTR(Click-Through Rate) : 클릭수 / 노출수 * 100
**CVR(Conversion Rate) : 전환수 / 클릭수 * 100

부산관광상품권의 디지털 전환은 위와 같은 로드맵을 통해 실현될 수 있다. 우선, 1단계는 '플랫폼 구축'이다. 이 과정에서 오프라인으로 발행된 기존 부산관광상품권을 모두 소진하고, 모바일 관광상품권 App을 통한 간편결제 도입을 목표로 한다. 2단계는 본격적으로 'User 확보'를 목표로 한다. 지역화폐의 장점을 활용해 특수목적 관광객(MICE, 장기여행 관광객 등)을 우선적으로 타겟팅하는 것은 효과적인 마케팅 방법이 될 것이다. 지역화폐의 장점 중 하나는 빠르게 변화하는 트렌드 속에서 신속한 대응이 가능하다는 것이다. 실제로 최근 화제가 되고 있는 난방비 인상 문제에 대해 천안시에서는 지역화폐의 캐시백 지급 한도를 올리면서 발빠르게 대응했다. 특히 관광산업에서 이러한 지역화폐의 특징은 큰 효용이 있을 것으로 예상된다. 관광산업은 트렌드 변화가 빠르게 이루어지기에, 지역화폐를 활용해 적절히 대응할 수 있다. 예를 들어 지역축제 개최 기간 동안 지역화폐의 캐시백 한도를 늘리거나, 한 달 살기 관광객들에게 캐시백의 한도를 늘려주는 식의 정책적 대응은 지역화폐의 효과를 극대화하는 마케팅 방안이 될 것이다. 1단계, 2단계를 통해 모바일 관광상품권 App의 유저가 충분히 확보 되었다면, 3단계는 '플랫폼으로서 역할을 강화'하는데 그 목적이 있다. 세밀한 타겟팅으로 광고를 노출하는 '지역상생 광고플랫폼' 운영을 통해 관광 산업을 활성화하고, 지역사회에도 이로운 선순환 구조를 완성할 수 있다.

■ 이해관계자별 실현 노력

"부산관광상품권"의 디지털 전환이 성공적으로 이루어지기 위해서는 각 이해관계자의 실천과 노력이 반드시 필요하다. 가령, "부산관광공사"는 관광객 전용 애플리케이션 개발과 유지 보수를 수행할 적절한 용역업체를 선정해야 할 것이다. 그리고 애플리케이션을 통해 수집되는 데이터를 저장, 관리할 관광상품권 데이터베이스를 구축해야 할 것이다. 또한, 소상공인들을 위한 광고서비스가 원활히 진행될 수 있도록 구체적인 가이드라인(광고비, 광고 집행 방식 등)이 설정되어야 한다. 한편, "지역소상공인"들은 동백점 가맹점으로서의 정확한 정보를 제공하여 관광객들이 추가적인 검색 엔진 없이 애플리케이션만으로도 원하는 정보를 얻을 수 있도록 해야 한다. "부산시"는 동백전 예산 중 일부를 관광 활성화 목적으로 따로 편성하여 충분한 모바일관광상품권의 유통이 가능하도록 해야 한다.

2-2. 아이디어 실현에 따른 기대효과

1. 직접적 기대효과

“부산관광 활성화 및 소상공인들의 경쟁력 강화”

부산의 지역상권은 지역 경제의 근간을 이루고 있다. 실제로 중소벤처기업부의 중소기업본 통계에 따르면 소상공인들이 부산의 매출액에서 차지하는 비중은 약 20% 정도 되며, 약 60만 명의 부산 인구가 소상공인으로 경제 활동을 영위하고 있다. 하지만, 최근 부산의 소상공인들은 힘든 시기를 보내고 있다. 2023년 1월 부산 울산 중소기업중앙회의 발표에 따르면, 소상공인들의 폐업으로 인한 소상공인 공제제도인 노란 우산의 폐업 공제금 지급 액수는 약 508억원으로 코로나 19 이전인 2019년의 지급액수가 약 304억 원이었던 것을 감안하면 다소 증가했다. 이러한 상황을 고려했을 때, 부산관광상품권의 디지털 전환은 인프라 확보를 위한 과도한 자원 투입을 최소화하면서 관광산업 활성화와 소상공인 경쟁력 강화를 동시에 꾀할 수 있다. 특히 지역화폐와 결부된 다양한 경제주체들이 모두 Win-Win 할 수 있는 구조로 이루어지기에 해당 아이디어는 부산이 지속가능한 관광 생태계를 조성하는 데 큰 기여를 할 것이다.

2. 간접적 기대효과

“디지털 전환을 통해 부산의 스마트관광역량 제고”

디지털 전환은 거스를 수 없는 사회의 흐름이다. 최근에는 관광산업뿐만 아니라 모든 산업에 걸쳐서 디지털 전환이 나타나고 있다. 성공적이었던 디지털 전환은 언제나 플랫폼을 기반으로 이루어졌다. ‘부산관광상품권의 디지털 전환’ 역시 플랫폼을 기반으로 발전해나간다. 플랫폼은 다양한 이해관계자 편익을 충족시킴으로써 기능한다. 비교적 할인된 가격으로 부산을 즐기고자 하는 관광객, 지역 경제 활성화를 기대하는 지자체, 관광산업의 발전을 위해 노력하는 관광공사, 관광객으로 인한 매출 증대를 기대하는 가맹점주 등이 플랫폼에 참여함으로써 크게 활성화 될 수 있을 것이다. 특히나 관광객을 대상으로 새로운 관광 콘텐츠를 제공하거나 관광 편의 기능이 더욱 추가된다면 플랫폼이 지속적인 발전을 이룰 수 있을 것이다. 이렇게 지자체 보유 관광 플랫폼의 발달은 관광산업의 성공적인 디지털 전환의 사례가 될 것이며, 부산이 한국을 대표하는 스마트 관광 도시로 발전할 수 있는 계기를 마련해 줄 것이다. 뿐만 아니라, 모바일관광상품권(App)을 통해 획득한 데이터를 활용하고 분석할 수 있는 전문 조직이 부산관광공사 내에 신설된다면 더 장기적인 형태로 부산관광상품권의 디지털 전환이 이루어 질 수 있을 것이라 생각된다.

※ 유의사항

1. 아이디어 제안서의 내용은 최대 10페이지 이내로 작성, 글자 포인트는 11포인트 이하
2. 보충 설명을 위해 필요한 사진 또는 도면 등이 있을 경우 활용 가능
3. 텍스트(의견), 사진, 도면 등에 대한 출처를 명확히 작성해야 함
4. 1면 / 1쪽 제출이며, 가독성이 떨어지는 경우 평가에 불이익을 받을 수 있음
5. 제출 시 본 유의사항 및 가이드 내용은 삭제하여 제출 필수