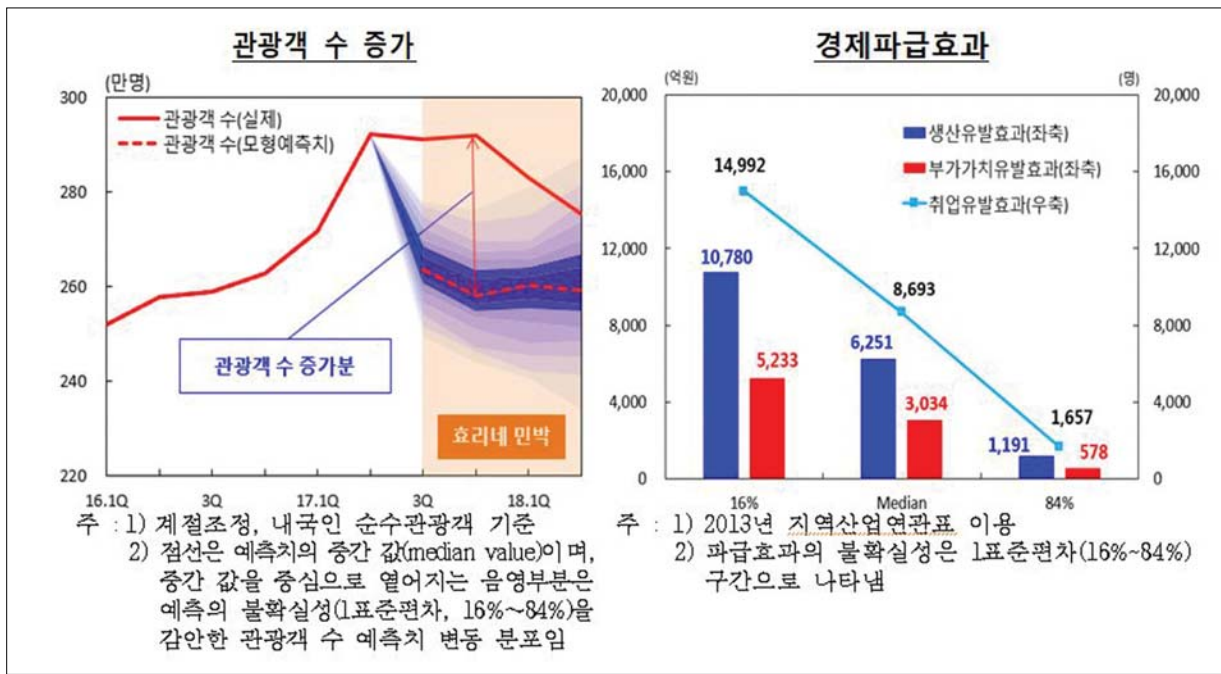


# ‘효리네 민박’ 파급효과...“생산·부가가치 약 1.3조 유발”

한은 제주본부 보고서...제주 관광객 급증 등 파급효과 커  
제주지역 생산·부가가치 약 1조 유발...다른 지역도 영향  
음식·숙박업·도소매업 등 일자리 유발 효과도 상당



제주도를 배경으로 한 ‘효리네 민박’ 방송이 지역 경제에 미친 파급효과가 크다는 연구 결과가 나왔다.

방송 기간 제주도를 찾는 내국인 관광객 급증으로 제주지역 관광산업에 대한 생산·부가가치가 1조원 가량 유발되고, 취업자수도 8600여명 늘어난 것으로 추산됐다. 다른 지역에 미친 영향까지 고려하면 전체 경제파급효과는 약 1조 3000억원, 취업유발효과는 1만500여명에 달하는 것으로 분석됐다.

8일 한국은행 제주본부 김광룡 과장과 김홍렬 조사역이 분석한 ‘제주거주 유명인 방송노출이 제주관광에 미치는 영향-효리네 민박을 중심으로’ 보고서에 따르면, 효리네 민박 시즌 1·2가 방영된 지난 2017년 3분기부터 지난해 2분기까지 제주도를 찾은 내국인 관광객수(순수 관광객 기준)는 분기 평균 25만2000명씩 모두 100만7000명 늘어난 것으로 나타났다.

시즌 1의 관광객 증가 효과는 분기 평균 30만8000명, 시즌 2는

평균 19만6000명으로 시즌 1의 방송효과가 좀 더 컸다.

이는 연구진이 계량 모형을 통해 해당 기간 제주를 방문한 내국인 관광객 중 순수 방송효과에 따른 증가 인원을 추정해낸 결과다. 당시 내국인 제주 관광객은 1358만명으로 사상 최고 수준을 나타냈다. 이 가운데 약 7.4%의 관광객이 효리네 민박 방송을 보고 제주를 찾은 셈이다.

효리네 민박 평균 시청률은 시즌 1·2 평균 약 7~7.5%로 높은 수준을 보였다. 방송에 대한 관심이 관광객 급증으로 이어졌고 관광지유발도 늘렸다는 분석이다. 해당 기간 제주도 산업별 관광 지출액은 모두 6419억원으로 추정됐다. 이를 토대로 추산된 생산유발효과는 음식·주점업(1644억원) 숙박업(1334억원) 등 모두 6251억원으로 분석됐다. 부가가치도 음식·주점업(671억원), 도소매업(588억원) 등을 중심으로 모두 3034억원이 유발된 것으로 나타났다.

취업유발효과도 8693명에 달한 것으로 추정됐다. 주로 음식·숙박업(5173명), 도소매업(1844명) 일자리가 늘어난 것으로 분석됐다.

효리네 민박 방송은 제주뿐만



효리네 민박



아니라 다른 지역 산업에도 영향을 미친 것으로 조사됐다. 예를 들어 제주 지역 렌터카 업체가 부품 교체를 위해 수리를 다른 지역에 맡기는 경우 파급효과는 다른 지역까지 확산된다. 이로 인한 경제적 파급효과는 생산유발 2759억원, 부가가치유발 824억원 등 모두 3583억원으로 분석됐다. 취업유발 효과도 1829명으로 나타났다.

연구진은 “제주에서의 일상 생활과 예능이 결합한 스토리텔링 방식에 기반해 제주에 대한 긍정

적 이미지를 재창조하고 숨겨진 지역 명소 발굴로 관광적 가치를 성공적으로 부각시켰다”며 “다만 방송 종료 이후 마케팅 효과 약화는 경우 파급효과는 다른 지역까지 확산된다. 이로 인한 경제적 파급효과는 생산유발 2759억원, 부가가치유발 824억원 등 모두 3583억원으로 분석됐다. 취업유발 효과도 1829명으로 나타났다.

연구진은 “제주에서의 일상 생활과 예능이 결합한 스토리텔링 방식에 기반해 제주에 대한 긍정

함께 여행 콘텐츠를 지속 개발하고 맞춤형 마케팅을 강화할 필요가 있다고 강조했다.

한편 효리네 민박 방송기간인 지난 2017년 6월부터 2018년 5월까지 내국인 관광객은 분기 평균 약 25만2000명으로 전체 방송기간 중에는 총 100만7000명이 제주를 여행한 것으로 조사됐다.

이 기간 제주를 찾은 내국인 관광객은 총 1358만명으로 사상 최고 수준이다.

뉴스스

## 부풀리고 조작된 가짜뉴스는 사라져야 합니다



가짜뉴스가 사회를 혼란스럽게 하고 있습니다.

자극적이거나 의심스러운 뉴스는  
공신력있는 기관을 통해 한번 더 검증해보는 현명함으로  
가짜뉴스를 근절시켜 정직하고 바른사회를 만들어 갑시다.