



즉시 배포용 2015년 11월 18일

주지사 **ANDREW M. CUOMO**

CUOMO 주지사, 제3회 관광 서밋 기간 동안 뉴욕 관광의 역사적인 성장을 위해 5,000만여 달러의 자원을 발표하다

Andrew M. Cuomo 주지사는 오늘 Albany에서 제3회 뉴욕주 관광 서밋을 개최하였습니다. 이곳에서 현지 및 세계 관광 지도자들이 새로운 산업 기회를 모색하기 위해 뉴욕주 관리들과 만남을 가졌습니다. 서밋 시간 동안, 뉴욕주 관광을 홍보하고, 일자리를 창출하고, 더 많은 방문객들을 뉴욕 구석구석으로 유치하기 위한 5,000만 달러 규모의 지원 약속이 공개되었습니다. 뉴욕주가 제공하는 가장 큰 규모의 지원 중의 하나인 이 투자는 2014년에 1,001억 달러의 경제적 효과를 유발한 관광 산업에 역사적인 규모의 투자를 바탕으로 합니다.

“관광업은 뉴욕 경제에 없어서는 안 될 사항입니다. 관광업은 뉴욕주 거의 모든 곳에서 일자리와 기회를 창출합니다”라고 Cuomo 주지사가 말했습니다. “사람들은 뉴욕에 방문하면 우리 주의 모든 것을 보고 사랑에 빠지고 계속 방문합니다. 우리 행정부가 뉴욕주 관광을 후원하는 데 주도적인 역할을 계속하고 있다는 것에 자부심을 느낍니다. 앞으로 몇 년 동안 관광산업과 우리 경제가 번영을 구가하기를 기대합니다.”

Hochul 부지사는 이렇게 말했습니다. “Cuomo 주지사의 역사적인 투자로 인해, 뉴욕주는 앞으로 오랫동안 기록적인 관광객 수치 기록을 계속 경험할 것입니다. 이는 우리의 I Love New York 캠페인을 부활시키고, 좋은 급료의 일자리를 창출하고, North Fork에서 Niagara Falls까지 관광객들을 유치하는 데 도움을 준 주지사의 야심찬 아젠다로 가능해질 수 있습니다. 지난 한 해만으로도 관광업이 경제적 효과로 1,000억여 달러의 유발을 가져온 것도 전혀 이상하지 않습니다. 그리고 신규 투자로 오늘 발표된 5,000만 달러로 우리는 더 많은 사람들이 뉴욕을 찾도록 할 것입니다.”

제3회 뉴욕주 관광 서밋은 수 백명의 관광업 전문가들을 Capitol로 오게 하여 뉴욕주의 모든 11개 휴양지로 여행을 오게 할 혁신적인 아이디어와 새로운 방법을 논의하였습니다. 주지사의 관광업 지원으로 인해, 뉴욕의 관광 산업은 2011년 이후로 지출, 뉴욕주세 및 지방세 수입, 방문객 및 고용에 있어서 큰 증가를 보였고, 2014년에는 1,001억 달러의 기록적인 경제 효과를 가져다주었습니다.

지난 해, 뉴욕의 관광업계는 625억 달러의 직접 지출을 유발하였고, 주세 및 지방세로 78억 달러를 발생시켰습니다. 뉴욕 방문객 수도 820만명이 증가하여 2014년에 2억2,700만명에 육박했습니다. 뉴욕에서 네 번째로 큰 고용 부문으로서 뉴욕의 일자리 12개 중에 하나가 관광업과 관련된 일자리입니다. 2014년 데이터에 의하면 관광업이 867,900개의 일자리를 지원하고 임금으로 310억여 달러를 유발한 것으로 나타났습니다.

Empire State Development의 사장 겸 CEO & 장관인 Howard Zemsky는 이렇게 말했습니다. “뉴욕주 관광산업은 Cuomo 주지사의 리더십으로 다시 힘을 받았고 I LOVE NY 캠페인이 다시 일어났습니다. 오늘의 서밋은 관광 산업의 일자리 창출 및 수익 면에서 놀라운 영향을 강조하고 뉴욕을 최고의 관광지로 만들기 위한 주와 지방 파트너들을 지원하기 위함입니다.”

아침 세션에서 주지사는 지난 서밋의 성공을 바탕으로 마련된 일련의 프로젝트를 발표하였습니다. 이 프로젝트는 뉴욕주를 세계의 관광 수도로 널리 홍보하기 위한 주지사의 공약을 바탕으로 진행될 것입니다. 주지사는 또한 다음 세대 뉴욕주 관광업 프로젝트와 인프라를 구상 및 개발하는 **Tourism 2020** 프로젝트도 공개했습니다.

주지사는 화상 컨퍼런스를 통해 오늘 관광 서밋에서 이를 발표하였습니다. 주지사가 발표하는 **동영상**은 [여기](#)에서 볼 수 있습니다.

주지사는 연간 관광업에 투자하는 금액을 늘리는 것 외에도, **Adirondack Winter & Summer Challenges** 및 새로운 **Catskills** 챌린지와 같은 성공적인 행사를 꾸준히 개최하여 뉴욕주와 지방정부 관리들, 관광업 대표, 야외활동 매니아들을 한 자리에 모으고 **Upstate New York**의 관광을 강화하는 노력을 할 것입니다.

관광 기금 수위 증대 뉴욕주는 관광 기금으로 거의 5,000만 달러를 투자할 것입니다. 이는 지난 해와 비교해 500만 여 달러 더 많은 액수로, 여기에는 관광업 마케팅, 교통 홍보, 세계 여러나라에서의 마케팅, 관광업 발전을 위한 기금이 포함됩니다.

관광업 마케팅 캠페인 2,500만 달러는 **I LOVE NY, Path Through History** 및 **Taste NY** 프로젝트를 중심으로 하는 관광업 마케팅에 사용될 예정입니다. 새로운 마케팅 캠페인은 TV 광고 및 공항, 도로, 철도, 웹 및 모바일 기기를 통한 기타 매체로 등장하여 뉴욕주 전역의 관광 명소를 알릴 것입니다. 뉴욕 출신의 배우와 운동선수들이 출연해 아주 큰 성공을 거두었던 **I Love New York TV** 광고 캠페인은 2016년까지 계속 방영될 것입니다.

교통 접근성 증대 400만 달러의 투자금은 항만청과 MTA와 함께 **Upstate** 여행을 알리고 모든 여행객들이 교통 정보를 쉽게 이용할 수 있도록 하는 활동에 사용될 것입니다. 이 투자금은 또한 아무 것도 없는 주요 지역에 교통 옵션을 만들어주기 위해 차량 렌탈업체와 버스 및 열차 운행사와 같은 파트너들을 통해 뉴욕시의 연결장치를 만드는데 사용될 것입니다.

글로벌 관광 시장 확대 주지사는 **I LOVE NEW YORK**이 호주와 푸에르토리코 내 주요 시장을 통해 전세계로 널리 확대될 것이라고 발표하였습니다. 뉴욕은 호주에 관광자문위원회(**Tourism Advisory Board**)를 설립하여 뉴욕 여행업계 대표들을 호주의 항공사 관계자, 여행관련 매체, 관광회사들과 만나게 해주는 최초의 호주 무역 시절단을 이끌 것입니다. 이 밖에도, 주지사의 푸에르토리코에 대한 **Solidarity Mission**에서 발표된 500만 달러의 공동 **I LOVE NY** 관광 광고 캠페인은 뉴욕과 푸에르토리코 간의 여행을 홍보하는 데 사용될 것입니다. 이 투자는 여행자들이 푸에르토리코와 뉴욕의 아름다움을 경험하고 푸에르토리코의 **NYS** 무역관광사무소에 새롭게 열린 **"I Love New York Welcome Center"**를 최대한 활용할 수 있도록 하는 기회를 제공할 것입니다. 뉴욕은 또한 **Upstate**를 홍보하고 목표 마케팅을 통해 뉴욕의 11개 지역을 알릴 것입니다.

겨울 관광 홍보

1월 16-18일(마틴 루터 킹 주니어 주간)은 뉴욕주 외곽과 캐나다 스노우모빌 애용자들이 뉴욕주에서 썰매를 탈 수 있도록 하는 무료 스노우모빌링 주간이 될 것입니다. 뉴욕의 10,500 마일에 달하는 스노우모빌 트레일을 달려보고 싶은 등록 및 보험 가입이 된 뉴욕주 외곽 스노우모빌 애용자들을 위해 뉴욕주 등록비는 받지 않기로 했습니다. 뉴욕주 외곽 스노우모빌 이용자들을 위한 온라인 등록을 포함해 스노우모빌 관련 정보는 [여기](#)에서 볼 수 있습니다.

대통령의 날 주간(2월 13-14일)은 보다 많은 뉴욕주민들이 얼음 낚시를 하면서 겨울을 보낼 수 있도록 하기 위한

무료 얼음 낚시 주간이 될 것입니다. 16세 이상의 주민들과 방문객들은 낚시 면허 없이도 뉴욕주의 민물 또는 바다 구역에서 낚시를 할 수 있어 많은 분들이 이 인기 있는 스포츠에 대해 알 수 있는 아주 좋은 기회가 될 것입니다. 자세한 내용은 [여기](#)에서 볼 수 있습니다.

I LOVE NY은 또한 다섯 개 뉴욕주 AHL 팀, 즉 뉴욕 겨울 스포츠 행사에서 관중들의 경제적 효과를 증대시키고 스포츠 팬들을 뉴욕주 겨울 관문 기회에 노출시키는 **Utica Comets, Rochester Americans, Albany Devils, Binghamton Senators** 및 **Syracuse Crunch**과 파트너십을 맺고 있습니다. 뉴욕주 관광지는 팀 게임 및 행사가 있을 때 홍보되고 AHL 일정은 I LOVE NY 플랫폼에 소개될 것입니다

비즈니스 출장 및 특별행사 뉴욕주는 비즈니스 출장자와 이벤트 플래너를 뉴욕으로 오게 하려는 활동을 극대화하기 위해서 뉴욕주에서 열리는 미팅과 컨벤션 수를 늘리기 위해 기업 출장부를 통해 뉴욕주를 홍보하는 기업 관계 활동을 활용하고, 뉴욕시 호텔의 컨시어지에게 직접 또는 무역 어시시어트를 통해서 맨해튼 외곽으로 I LOVE NY Bus를 통해 주간 여행 및 아간 휴가를 다니도록 알리도록 하며, 뉴욕주의 새로운 특별 행사를 성공적 유치해온 지자체 또는 민간 기업의 발생 비용의 일부를 부담하는 일을 할 것입니다.

숙박시설 개발 여러 기관들을 포함한 민간 실무그룹이 소집되어 투자자들과 개발업자들에게 숙박 시설이 없는 지역에 숙박 시설을 짓고 개량하도록 인센티브와 보조금 지원 프로그램을 개발할 것입니다.

야외 레크리에이션 홍보 공원부 및 DEC와의 파트너십을 맺고 목표로 하는 출판물과 웹사이트를 통해 자연을 사랑하는 사람들에게 공원, 트레일 및 활동을 홍보하는 등 뉴욕의 세계적인 수준의 공원 및 야외 레크리에이션 시설을 활용할 것입니다.

농업 관광 및 유적지 관광 DAM(Department of Agriculture and Markets)과 Taste NY을 통해서 음식 여행을 통한 뉴욕의 농업 관광업의 존재를 알리고 소비자들을 위해 또 다른 농장 방문 프로그램을 만들도록 이끌어 나갈 것입니다.

Market NY: Market NY 프로그램을 위한 자금 조달은 1,300만 달러까지 증가됩니다. 이 지원금으로 관광 지원은 필요한 개선을 하고 전략적 마케팅 캠페인을 통해 방문객의 수준을 올려 나갈 수 있게 되었습니다. 이 지원금은 지역 경제개발위원회 프로세스를 통해 제공됩니다.

상원 다수 연정 공동의장인 Jeff Klein 의원은 이렇게 말했습니다. “보고 즐길거리가 너무나 많은 뉴욕주는 항상 관광업계의 리더 자리를 유지해왔습니다. 이 업계는 일자리 창출과 뉴욕주 커뮤니티의 경제 성장에 1,000억여 달러를 유발하고 있습니다. 제3회 관광 서밋이 시작되었으니, 우리 주의 네 번째 규모의 고용 부문이 호황을 맞게 되기를 기대할 수 있을 것입니다. 이 중요한 산업이 확대되도록 주지사 및 입법 기관의 제 동료들과 함께 일할 수 있게 되어 자부심을 느끼며, 앞으로도 계속 발전해나갈 수 있기를 기대합니다.”

Carl E. Heastie 주하원 대변인은 이렇게 말했습니다. “뉴욕의 관광 산업에 투자하는 것은 우리 주와 생계를 뉴욕주에 의지해 생활하는 수많은 주민들에게 엄청난 장기적인 혜택을 안겨줄 것입니다. 이처럼 전략적이고 지대한 영향을 가져다 줄 캠페인을 마련해주신 Cuomo 주지사께 감사 드리며, 이 캠페인이 뉴욕 관광 산업의 지속적인 성장과 번영에 도움이 될 것이라 확신합니다.”

상원 문화부, 관광, 공원 & 레크리에이션 위원회 의장인 Betty Little 의원은 이렇게 말했습니다. “뉴욕의 관광 산업은 North Country와 뉴욕주 전역의 경제 기회에 주요 파이프라인입니다. Cuomo 주지사의 지도 아래 뉴욕주는 관광객들을 뉴욕에 유지하는 활동을 지속적으로 펼치고 지방 기업들에게 새로운 경제적 삶을 제공하는 종합 전략을 개발하였습니다. 이런 활동에 참여한 것에 자부심을 느낍니다. 뉴욕 관광업이 일궈낸 발전에 무척 기쁘며, 이 업계가 계속 번영을 구가할 수 있도록 이 파트너십을 지속하기를 기대합니다.”

José M. Serrano 상원의원은 이렇게 말했습니다. "뉴욕주는 세계에서 가장 놀라운 관광 명소를 갖고 있는 곳입니다. 예술과 관광 부문은 수많은 일자리를 지원하면서 1,000억 달러의 경제적 효과를 유발하고 있습니다. 이 밖에도, 예술은 우리 뉴욕주 학생들에게 수많은 교육적 및 교양 강화 기회를 제공합니다. 뉴욕 관광업 발전을 위해 부단한 노력을 기울여주신 Andrew Cuomo 주지사에게 감사 드립니다. 우리 관광 산업에 배정해주신 5,000만 달러는 이 중요한 부문이 더욱 발전할 수 있게 해줄 것입니다."

주의회 관광, 공원, 예술 및 스포츠 개발 위원회 의장인 Margaret Markey 주의회의원은 이렇게 말했습니다. "관광 산업은 뉴욕의 주요 경제 엔진의 하나로, 우리 주의 전반적인 경제적 건강에 중요한 역할을 합니다. 뉴욕은 이 산업이 계속 번영을 구가할 수 있는 새로운 방법을 찾고 개발하는 데 새롭게 집중하고 있습니다. 이것이 오늘 열리는 서밋의 내용입니다. 저는 주지사 및 제 동료들과 함께 협력하게 된 것을 자랑스럽게 생각하며, 우리의 성공이 계속될 수 있도록 새로운 아이디어를 공유하기를 기대합니다."

NYS 관광 자문위원회 의장인 Cristyne Nicholas는 이렇게 말했습니다. "2013년 제1회 관광 서밋에서 Cuomo 주지사는 NYS 관광을 확대하는 비전을 알렸고, 오늘 그 때의 약속이 일궈낸 결과를 보게 되어 기쁩니다. 뉴욕주 관광업은 1,000억 달러의 산업으로 성장하고 2억2,700만 명의 관광객들이 찾은 곳으로 발전하여 세계 최고의 관광지로 변모하였습니다."

뉴욕주 접객업 & 관광업 협회장인 Jan Marie Chesterton은 이렇게 말했습니다. "뉴욕주 관광 산업에 숙박의 중요성을 인정해주신 Cuomo 주지사께 감사 드립니다."

Delta의 수석 부사장 Gail Grimmett는 이렇게 말했습니다. "비즈니스 출장은 우리 항공사의 성공에 대단히 중요한 사항입니다. 우리는 모든 뉴욕주로 오는 국내 및 해외 비즈니스 출장을 늘리기 위해 Cuomo 주지사와 협력해나가기를 기대합니다."

JetBlue의 커뮤니케이션 부사장인 Nancy Elder는 이렇게 말했습니다. "Cuomo 주지사는 Empire State의 관광 유치 및 지원에 아주 많은 일을 하셨습니다. 이번 겨울 JetBlue가 당사의 8번째 뉴욕 노선인 Albany 노선으로 새로운 항공 서비스를 확대하면서 여행을 오게 하고 손님들이 이 활기찬 뉴욕주의 구석구석을 더욱 쉽게 다닐 수 있도록 해주신 점을 대단히 감사하게 생각합니다."

Ski Areas of New York, Inc.의 Scott Brandi는 이렇게 말했습니다. "뉴욕주의 겨울 관광에 대한 Cuomo 주지사의 지속적인 지원과 홍보는 방문객 수 증가뿐만 아니라 시장에서 우리의 경쟁적 입지를 강화한다는 측면에서 스키 산업에 매우 중요한 역할을 하였습니다."

Sustainable Tourism/Lake Placid CVB 지역사무소 CEO인 James McKenna는 이렇게 말했습니다. "Adirondack 지역을 널리 알리는 Adirondack Challenges와 같은 관광 행사를 개최하는 것을 포함해 주지사의 지원 덕분에 North Country의 관광업은 크게 성장했습니다. 야외 레크리에이션 홍보 및 높은 수준의 아마추어 운동선수 및 운동행사를 뉴욕에 유치하는 것과 같은 관광 시장 확대에 지속적으로 힘써주신 결과 Adirondacks과 뉴욕주 전역은 계속 발전해나갈 것입니다."

뉴욕주 박물관협회 실무이사인 Devin Lander는 이렇게 말했습니다. "I Love New York TV 광고에서 Path Through History 유적지 관광 캠페인에 이르기까지 뉴욕 방문객들은 Cuomo 주지사의 관광업 활성화 노력으로 큰 혜택을 입었습니다. 오늘 관광 서밋에서 발표된 새로운 프로젝트들은 뉴욕의 박물관들을 뉴욕주에서 인기를 얻고 있는 주요 관광지의 일부로 집중보도해줄 것입니다."

관광 서밋에서 주지사가 회상 컨퍼런스를 통해 발표한 연설문은 아래와 같습니다

안녕하십니까. 오늘 직접 참석하지 못한 점을 아쉽게 생각합니다. 뉴욕주의 다른 곳에서 일들이 있어서 Albany에 너무 늦게 도착하는 바람에 서밋에 참석하지 못했습니다. 그러나 이 서밋은 개인적으로는 저에게 그리고 뉴욕주의 경제에 매우 중요하기 때문에 잠시 여러분과 몇 가지 사항에 대해 이야기를 나눌까 합니다.

먼저, 우리에게서 시장에 알려야 할 최고의 상품 중 하나가 있습니다. 다른 아닌 위대한 뉴욕주입니다. 제가 이 주를 돌아다닐 때마다 아마도 그 어떤 사람보다 더 많이 다녔을 테지만, 저는 이곳 뉴욕의 아름다움과 그 깊이와 다양함에 지금도 감명을 받고 있습니다. 지난 주말, 저는 며칠을 잠시 짬을 내어 North Country를 다시 한 번 가보았습니다. Adirondacks의 아름다움은 정말 이루 말할 수 없을 정도로 놀랍습니다. 마찬가지로, Catskills, Finger Lakes, Thousand Islands, Western New York, Tug Hill Plateau 등 뉴욕주 곳곳은 보물로 가득합니다. 우리에게 제품이 있다면 문제는 우리가 그것을 세상에 알리고 이야기를 해주는 것이 될 것입니다. 대개, 관광업을 알리는 우리의 활동은 대단히 잘 진행되었고 오랜 기록을 깨뜨리기에 이르렀습니다. 이는 우리 모두가 자랑스럽게 여겨도 좋을 것들입니다.

업스테이트 경제가 되살아나고 있습니다. 그런 이유 중의 하나는 관광업의 발전 때문입니다. 오랫동안 악화 및 슬픔의 모습으로 재기가 어려웠던 업스테이트 경제가 전환기를 맞고 있습니다. Upstate New York에는 그 어느 때보다 멋진 곳으로 탈바꿈하고 있는 곳들이 있습니다. 그리고 예전의 모습을 찾아가고 있는 일부 지역도 있는 것이 사실입니다. 그러나 간단한 사실은 Upstate New York의 고용율이 높아졌다는 것입니다. 실업률이 내려가면서 꾸준히 세금이 올라가던 패턴이 바뀌었고, 우리의 젊은이들과 기업들의 뉴욕 탈출도 중단되었습니다. 우리는 레이저빔과 같이 업스테이트에 집중했습니다. 결론은 뉴욕주에 역사상 그 어느 때보다도 민간부문 일자리가 많이 늘어났다는 점입니다. 이렇게 말을 했지만 우리가 할 수 있는 부문은 아직도 많이 있습니다.

뉴욕주는 관광업의 특정 부문을 오랫동안 간과하였습니다. 지난 몇 년 동안 우리는 관광의 개념과 그 적용방법을 새롭게 바꾸어 활력을 불어넣었습니다. 이번 컨퍼런스 기간 동안 저는 여러분들이 뉴욕주의 여러 지역 내 다른 개발사항들의 시너지를 극대화하는 새롭고 창조적인 파트너십을 개발하는 데 집중해주시기를 바랍니다. 예를 들어, 와인과 맥주 산업이 크게 성장하고 있습니다. 전에는 뉴욕주에서 몇 번의 와인 대회가 있었는데, 지금은 뉴욕의 거의 모든 지역에서 와인러리, 양조장, 맥주공장, 사과주 공장들이 급성장하면서 멋진 관광지로 변모하고 있습니다. 이러한 신 사업과 관광업 간의 결합이 이뤄질 가능성도 점점 커지고 있습니다. 뉴욕주의 농업 시스템도 유기농 및 천연 식품 생산으로 새로운 영역을 개척하고 있는 데 이는 또 다른 잠재적인 관광 증대 요인입니다.

대부분의 미국인들처럼 뉴욕주민들은 건강을 향상시키는 방법을 찾고 있습니다. 멋진 야외공간에서 운동하는 것처럼 좋은 것은 없습니다. 하이킹, 스키 또는 스노우모빌 등 무엇이든 좋습니다. 뉴욕은 알려져 있지 않은 기회들을 제공합니다.

관광업의 모델은 반드시 재고되어야만 합니다. 타운, 빌리지, 시 또는 카운티는 진정한 관광업 잠재성을 극대화하기 위해 지역 내 다른 시설들과 협력해야 합니다. 왜냐하면 결국 어느 지역이 무엇이 잘하는지를 연구한다면 몇 가지 관광상품과 그 지역 내의 다양한 관광상품을 제공하는 지역을 알 수 있기 때문입니다. 최다 관광객을 유치하는 곳들이 바로 이런 곳입니다.

뉴욕시의 첫 번째 기회 목표와 뉴욕주 활동의 지속적인 초점은 5,000만명의 해외 관광객들을 매년 유치하는 것이었습니다. 뉴욕시는 지구상에서 가장 많은 관광객을 유치하는 곳 중의 하나이고 또 그래야 합니다. 우리의 목표는 또한 뉴욕주의 다른 곳들을 홍보하는 것이었습니다. Come to New York City와 Enjoy New York City도 있지만, Come and See Long island, Come and See the Finger Lakes, Come See Upstate도 널리 알렸습니다. 뉴욕시의 5,000만명의 관광객들은 기회 목표입니다. 만약 뉴욕시를 오는 관광객들 중 5, 10 또는 20%가 뉴욕주 북부나 동부를 여행한다면 그것만으로도 관광 시장에 큰 변화가 일어날 것입니다.

아마도 지금까지 진행된 활동 중 가장 효과가 큰 활동은 I love New York 광고 캠페인의 레크리에이션이었습니다. I Love New York은 한 때 뉴욕주를 나타내는 아이콘이었습니다. 다른 많은 활동들처럼 이런 문구도 처음에는 큰 실패를 겪었습니다. 우리는 이를 재창조했고, 이를 위해 뉴욕주가 직접 나서 큰 투자를 했습니다. 저는 주의회 및 상원 양측의 뉴욕주 입법부가 관광업 광고에 투자하는 선견지명을 갖고 대대적인 투자를 단행했다고 생각합니다. 뉴욕주는 잠재성 광고에 1억여 달러를 투자했고 그 잠재성은 주로 Upstate New York에 대한 것이었습니다. 저는 뉴욕주의 투자가 막대한 결실을 거두었다고 기쁘게 말할 수 있습니다.

1억 달러의 광고 투자로 뉴욕주는 80억 달러의 관광업 세수 증기를 거두었습니다. 1억 달러로 하루 80억 달러의 세수 증기를 가져오는 투자 수익이 있다면 저는 매일이라도 할 것입니다. 때문에 저는 입법부에게 내년도 광고 예산을 4,500만 달러에서 5,000만 달러로 늘려주셨으면 합니다. 왜냐하면 그 광고로 돈을 벌어들이고 있다는 것을 알고 있으니 말입니다. 또한 우리는 마케팅 활동도 전세계에서 진행하고 있습니다. 특히 호주, 중국, 그리고 우리가 막 사무소를 연 푸에르토리코의 여행 잠재력을 가진 나라들을 집중해서 하고 있습니다.

저는 어떤 식으로든 도움을 드릴 수 있습니다. 아니면 저의 행정부가 주정부가 더욱 효과적이고 빠르게 업무를 추진할 수 있도록 지역 시너지를 촉진하기 위해 도움을 드릴 수 있을 것입니다. 어느 한 기관이 문제라면 알려주십시오. 아니면, 언론 관심을 얻기 위해 우리가 창의적인 행사에 참여하기를 원한다면 알려주십시오. 우리는 대중적인 관심을 얻어내기 위해 많은 관광업 관련 행사를 기획했고 참여했습니다. 우리는 매년 Adirondack Challenge와 White Water Challenge를 열고 있습니다. 이 두 행사에서 저는 래프트 경기에서 무패를 기록하기도 했습니다. 물론 우리는 시간 기록원이기도 합니다. 올해에도 우리는 Catskill Challenge를 개최할 것입니다. 우리는 스노우모빌을 타고 스노스키를 타고 하이킹을 하고 낚시를 하거나 낚시에 도전할 것입니다. 이처럼 우리는 어떤 식으로든 이 지역에 사람들이 관심을 가질 수 있도록 노력할 것입니다. 그것이 우리의 즐거움입니다.

이 일을 하면서 가장 좋았던 날들 중 하나가 제가 정말로 좋아하는 것에 대해 진심으로 이야기할 때였습니다. 저는 Upstate New York과 이곳이 주는 모든 것을 정말 사랑합니다. 또한 저는 업스테이트를 위해 제가 할 수 있는 일이 있다는 것, 우리가 이뤄낸 성과 그리고 업스테이트 사람들의 얼굴에 편 미소를 보았을 때가 정말 좋았습니다. 그 전에는 항상 찡그린 인상들만 보았는데 말입니다. 그러니 여러분의 행운을 빌며, 이 컨퍼런스의 이점을 최대한 활용하시고, 서로 네트워크 관계를 지속하고, 어떻게 하면 뉴욕주에서 더 창의적인 활동을 할 수 있고, 더 많은 시너지, 더 많은 관광객 유치, 더 많은 일자리, 더 많은 세수입을 얻을 수 있는지에 대해 고민해주시기 바랍니다. 곧 만나뵙도록 하겠습니다. 감사합니다.

###

다음 웹사이트에 더 많은 뉴스가 있습니다: www.governor.ny.gov
뉴욕주 | Executive Chamber | press.office@exec.ny.gov | 518.474.8418