



충남 관광의 홍보와 마케팅 발전 방안

2007. 3

정병웅 (순천향대 관광경영학과, 교수)

1. 서론

◆ 2000년대의 한국사회 여가관광전성시대

-> 지방의 관광개발 요구급증

▶ 수요적인 측면

: 소득과 여가시간의 증대, 삶의 질 향상추구

주5일 근무제의 도입, 가족중심주의 여가관광

특별관심관광(SIT) 증가

▶ 공급적인 측면

: 지자체 단체장의 가시적 지역개발 선호

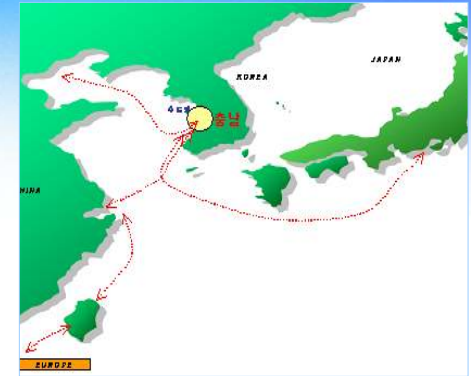
지역경제를 발전필요성 문화시설의 확충 및 여가공간을 개발

지역주민의 삶의 질 향상을 도모 한국의 산업구조가 개편과정

▶ 관광이 가지는 내생적 장점

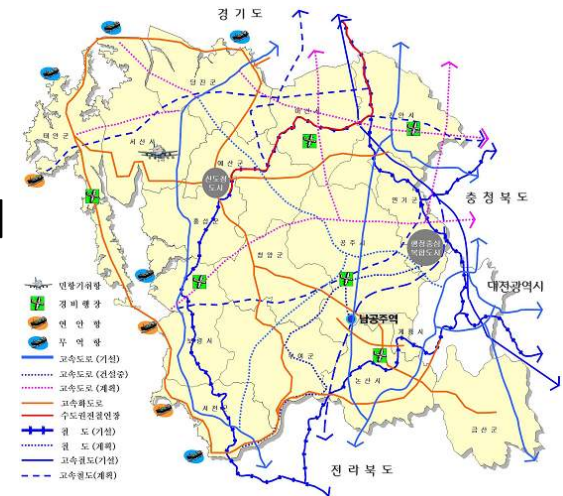
◆ 관광산업은 대규모 부가가치와 고용창출을 유발하는 신성장 동력산업

- ▶ 국제관광의 소득을 상회하는 대폭적 성장
- ▶ 동북아 세계관광시장의 성장



◆ 충청남도 관광 개발의 필요성 대두

- ▶ 서해안고속도로와 기타 광역교통의 개선
- ▶ 수도권에서의 방문객 증가
- ▶ 충남도내의 인프라 구축으로 관광 편의성 증대



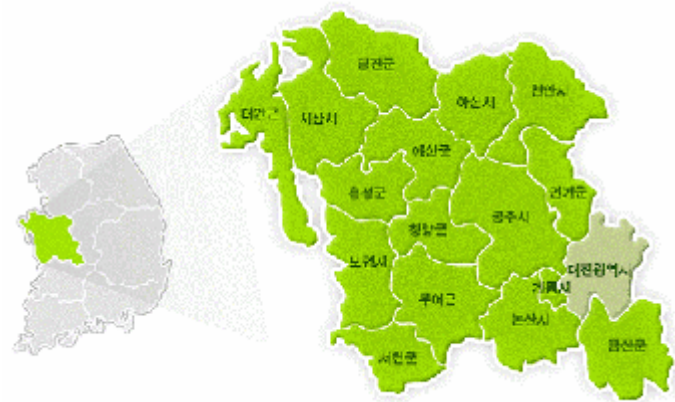
2. 충남 관광의 여건과 현황

◆ 충청남도의 관광자원의 다양성과 고유성 존재

- ▶ 관광시장이 확대되고 있고 시장여건이 호전됨
- ▶ 홍보와 마케팅의 강화 필요

◆ 충남관광의 여건

- ▶ 1차 산업 발달,
- ▶ 수도권과 남부지방을 잇는 점리적 특성
- ▶ 상대적으로 관광에 대한 약한 인식
- ▶ 최근 관광의 중요성 인식
- ▶ 2만불 시대에서의 관광의 중요성
- ▶ 수도권 당일 관광권 내지 근린 레크레이션 활동 지역으로 부각



◆ 충남 관광에 대한 이미지

- ▶ 부여, 공주를 중심으로 하는 백제 옛 유적,
- ▶ 보령 안면도의 송림과 해수욕장,
- ▶ 계룡산 등의 산악자원,
- ▶ 온양, 아산 및 덕산 온천

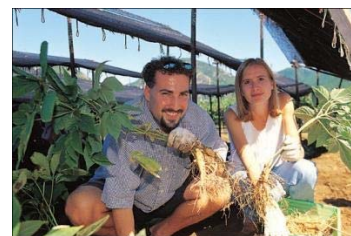


◆ 충남 관광의 자원 현황

- ▶ 보령해수욕장 지역과 아산시가 온천지역으로서 관광특구 지정
- ▶ 풍부하고 다양한 자연관광자원과 인문관광자원을 보유
- ▶ 관광기반구축이 미흡하며,
- ▶ 관광거점도시 개발을 위한 관광지원시설이 미흡
- ▶ 충청남도를 대표 특산물의 관광상품화 미흡
- ▶ 계절적 편차가 심함

◆ 충남의 대표적 축제

- ▶ 총 31개의 향토문화축제가 개최
- ▶ 전통민속축제 4개, 지역문화제 8개, 특산물축제 13개, 이벤트축제 6개
- ▶ 문화관광부가 지정한 문화관광축제:
보령머드축제, 한산모시문화제, 금산인삼축제,
강경젓갈축제, 아산성웅이순신축제



◆ 충남의 관광권역과 충남관광의 주시장

- ▶ 5대관광권 : 내포문화권, 백제·금강문화권, 역사·온천휴양권,
해양관광권, 대도시근교권
- ▶ 주력시장 : 충남(37.1%), 대전(34.0%), 경기(12.8%),
충북(10.4%), 인천(9.2%)



3. 충남관광의 홍보와 마케팅 강화 방안

◆ 충청남도 홍보에 대한 선택과 집중 필요

- ▶ 거점 관광지나 초기 관광개발지에 대한 선택. 집중 홍보 필요
- ▶ 홍보활동의 전문성과 종합성, 그리고 규모의 경제를 실현
- ▶ 홍보에 있어서 지자체 단체간의 합동 홍보
- ▶ 축제를 통해 지역브랜드화, 명소화
- ▶ 대표 문화관광축제를 세계적 축제로 집중 육성
- ▶ 국제규모의 메가 이벤트를 정기적 개최 필요



◆ 과학의 여중 캠페인 시행 필요

- ▶ 급변하는 시대에 조용하는 지역 이미지 빌딩 필요
- ▶ 홍보를 위한 가시적 이벤트성 캠페인 개최 필요



◆ 충청남도 관광홍보의 다양성 유도 필요

- ▶ 충청남도 관광 방문 50%이상이 서해안 지역집중, 계절적 편중
- ▶ 지속적 홍보, 충남 내륙으로 벨트화, 루트화하여 충남관광 분산필요.
- ▶ 생태관광, 수도권 당일관광코스 등 다양성 홍보

◆ 충청남도 관광홍보의 공세적 자세 필요

- ▶ 홍보는 기회와 장점을 중심으로 더욱 발전시킬 필요 있음
- ▶ 충남의 수도권 시장에서의 접근성 강조
- ▶ 해양관광, 온천휴양관광, 백제문화관광에 대한 집중 홍보 필요



◆ 정확한 목표시장 설정 및 시장 포지셔닝 필요

- ▶ 목표시장으로서 충남 대전권과 서울 경기 인천을 집중 소구
- ▶ 당일관광에 대한 인프라 구축과 홍보가 필요
- ▶ 관광의 주된 테마는 가족중심의 주제와 체험요소를 강화 필요
- ▶ 교육적 배경이 깔려 있는 재미 있는 주제 개발 필요
- ▶ 홍보에 있어 교육성 강조
- ▶ 대구 울산, 광주 등의 광역도시에서의 활발한 마케팅 필요
- ▶ 당일관광에의 유희이나 오락, 근린 레크레이션 기능을 개발 및 홍보강화
- ▶ 명확한 컨셉 설정 필요

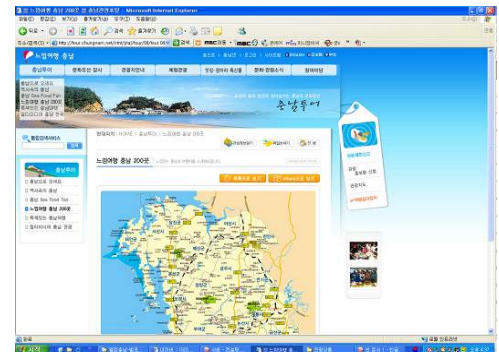
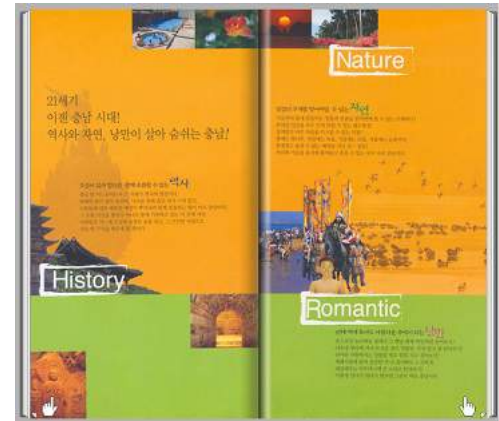


◆ 관광홍보 전담 기구의 설립 필요

- ▶ 홍보의 전문성 제고를 위한 관광홍보 전담기구의 설립, 홍보인력양성
- ▶ 홍보와 마케팅에의 투자 증대
- ▶ 사이버상의 홍보마케팅 강화
- ▶ 전주민의 홍보요원화 및 관광자원 해설 봉사 단체를 조직

◆ 구체적인 슬로건과 목표 필요

- ▶ 충남과 이미지와 직결되는 슬로건 개발
- ▶ 백제문화에 대한 컨셉 개발 필요
- ▶ 수도권에 근접한 도시와 농촌의 문화적 점이 지역 이미지 강화필요
- ▶ 충청도의 부드러운 선비기질 이미지 강화

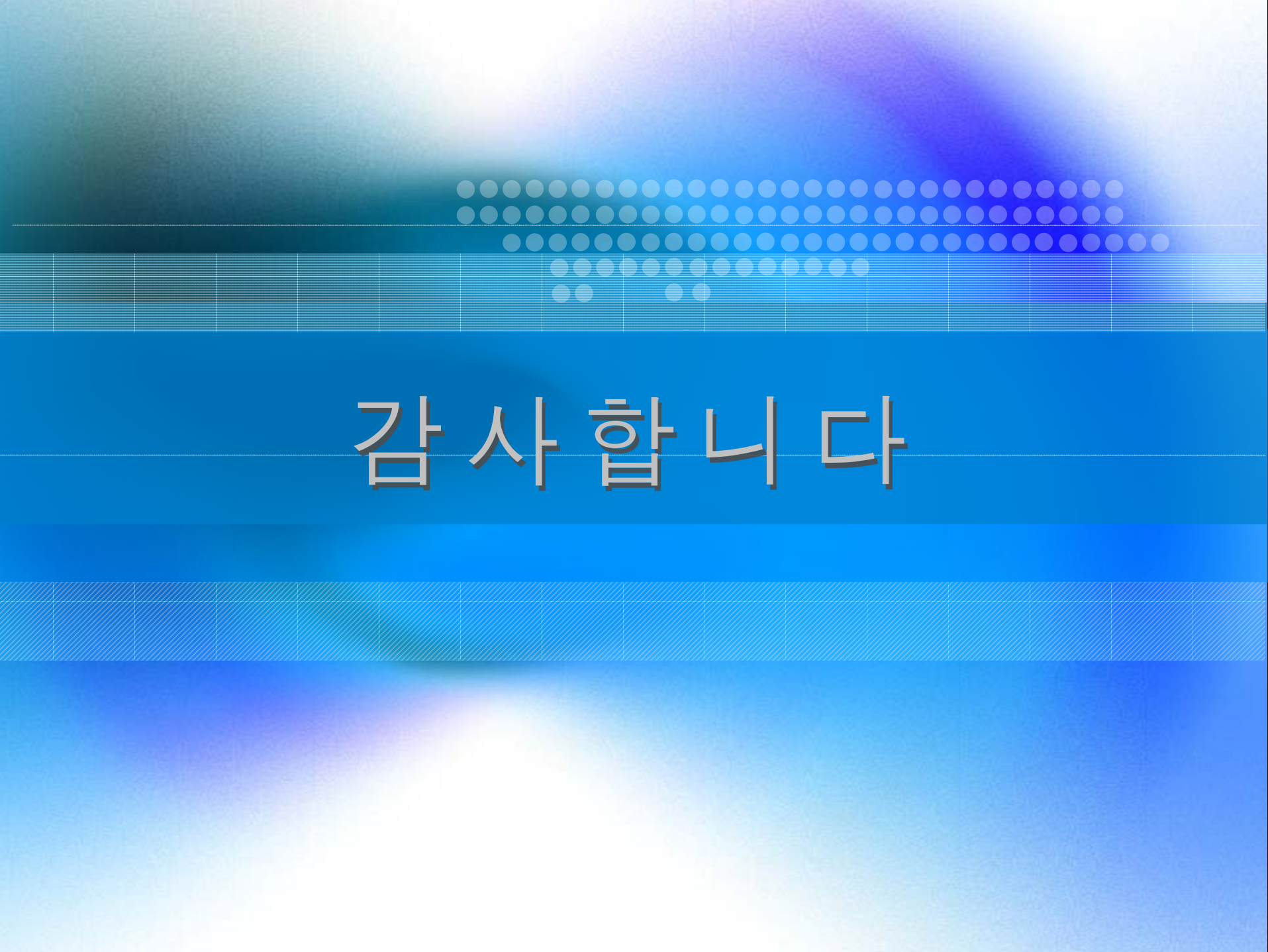


4. 결론

- ▶ 비교적 풍부한 인문, 자연관광자원을 상품화, 홍보필요
- ▶ 수도권 시장에서의 접근성의 장점을 최대한 살릴 필요
- ▶ 홍보 및 마케팅에서도 집중과 선택 필요
- ▶ 목표시장에의 시장세분화와 포지셔닝이 된 홍보 필요
- ▶ 정보화 사회에 맞는 홍보방안의 개발
- ▶ 사회적 트렌드에 맞는 홍보 필요
- ▶ 충남 관광 홍보와 연구에 더 많은 투자 필요

5. 참고 문헌

- ❖ 이인배·최영문(2006), 충청남도 관광수요 변화분석과 대응과제, 충남발전연구원
- ❖ 충남발전연구원(2005), 충남 2020 정책비전
- ❖ 윤양수(2006), 충남관광활성화를 위한 과제와 전략, 열린충남, 충남발전연구원
- ❖ 이인배(2006), 충남 서해안지역 사이버 관광안내에 관한 연구, 사회과학연구제 27집
- ❖ 충청남도 3차 종합계획 (2006)



감사합니다