

## 2010대충청방문의 해와 충남관광발전방안

양광호 | 공주영상대학 항공관광과 교수

### 1. 2010년은 충남관광도약의 해

2010년은 충남, 대전, 충북의 충청권이 정부로부터 ‘지역방문의 해’ 사업대상지로 지정받은 해이다. 또한, 충남이 백제문화의 세계화를 기치로 야심차게 준비해온 ‘세계대백제전’이 개최되는 해이고, ‘충남민속문화의 해’이기도 하다.

올해 충남에서 개최되는 이들 3대 메가이벤트들은 그 성패가 방문객들을 얼마나 많이 유치하고, 어떻게 그들을 만족시키는냐에 달려 있으므로, 이들 사업 모두를 광의적 관광사업들로 볼 수 있다.

관광은 기대, 이동, 현지활동, 회상의 네단계를 거쳐 완성되고, 단계별 경험에 의해 관광객 만족정도가 결정된다. 관광객 만족은 적극적 홍보마케팅, 완성도 높은 프로그램 준비 뿐만 아니라, 교통, 숙박, 안내, 음식 등 지역의 총체적인 관광수용능력이 갖추어져 있을 때 충족될 수 있음을 의미한다.

2010년은 ‘2010 대충청방문의 해’ 사업 등의 준비 및 실행과정을 통해 충남의 관광객 맞이 수용태세를 점검하고 개선하는 한 해가 될 것이다. 이와 같은 과정을 거쳐, 지역민의 관광에 대한 인식이 향상되고, 관광산업활성화의 토대를 마련하여, 궁극적으로는 지역경제활성화 및 지역브랜드이미지 향상이라는 성과가 기대된다.

본고에서는 충남 관광경쟁력 향상의 중요한 계기가 될 ‘2010 대충청방문의 해’의 의미와 사업내용을 살펴보고, 이와 연계한 충남관광발전방안을 모색해 보고자 한다.

## 2. 지역방문의 해 사업의 의미와 성과

올해 실시되는 ‘2010 대중관광방문의 해’는 문화체육관광부가 국내관광 활성화와 지역민 관광마인드 향상, 지역관광수용태세 개선 등의 목적으로 추진하는 ‘지역방문의 해’ 사업이다. 2004년 강원도에서 처음 개최된 이후, 광역지자체를 대상으로 공모를 거쳐, 2005년 경기도, 2006년 제주도, 2007년 경상북도, 2008년 광주·전남, 2009년 인천에서 진행되었다.

지역방문의 해 사업은 1994년, 2001년, 2001년~2002년에 걸쳐 진행한 외국인 관광객 유치목적의 ‘한국방문의 해 사업’ 성과의 지방확산 및 주 5일제 정착으로 급증하는 국민관광수요 충족 필요성이 그 배경이 되었다.

그동안 실시되었던 지역방문의 해 사업의 추진사례는 다음 <표 1> 과 같다.

<표 1> 지역방문의 해 추진사례

구 분	강원(04)	경기(05)	제주(06)	경북(07)	광주·전남(08)	인천(09)
목 표	대한민국의 관광수도, 동북아의 관광 허브	지역관광산업 발전의 전환점 마련	동북아 관광 휴양지로의 도약	새로운 성장 전략으로서의 브랜드 구축	21C 한국의 문화, 해양, 생태관광의 실현	Xtra-ordinary 인천실현
주요사업	7대 분야 27개 사업	5대 분야 31개 사업	5대 분야 25개 사업	6대 분야 34개 사업	공동 사업 8개 광주자체 9개사업 전남 37개사업	4대 분야 46개 사업
예 산	72억원	177억원	98억	63억	55억	172억
추진주체	강원도청	추진기획단 운영	추진기획단 운영	추진TF팀	관주도	추진기획단 운영
성 과	7,000만명 (외국인 120만명 전년대비 55%증가)	5,400만명 (외국인 18만명) 전년대비 13.1% 증가	513만명 (외국인 44만명) 전년대비 5% 증가	8,000만명 전년대비 30%증가 2008년 관광산업진흥 본부설립	광주 1,475만명 (전년 대비 14% 증가) 전남 4,385만명 전년대비 10%증가	목표관광객 2천 2백만명 (외국인 2백만명) 관광객 1,069만명 증가목표

기존 지역방문의 해는 지역의 관광인지도 향상, 인프라 확충, 관광객 유치, 지역민의 자부심 강화 및 지역관광역량 극대화의 성과를 거두었고, 관광객 증가측면에서 평균 13%의 관광객 증가를 가져왔다.

올해 추진되는 '2010 대충청방문의 해'는 두가지 점에서 기존 방문의 해와 차이점이 있다. 우선, 충청권의 3개 광역지자체가 공동으로 추진한다는 점이다. 행정이 광역화 되어가는 추세속에서, 생활권이 같은 충청권이 관광부분에서 사업을 공동 추진함으로써, 향후 지역방문의 해 사업의 모델사례로서 뿐만 아니라, 충청권 관광협력시스템구축의 큰 전기가 될 것이다.

다음으로, 2010년부터 2012년까지 3개년에 걸쳐 시행되는 '한국방문의 해' 사업이 병행 실시된다는 점이다. 이들 사업간 상호연계성을 확보하여, 시너지효과를 극대화해야 하는 과제가 남아 있다.



2010년 지역방문의 해를 국토의 중심인 충청권에서 추진함은 서울에 집중된 외래관광객 방문 목적지를 충청권까지 광역화할 수 있는 계기를 마련함으로써, 국가 및 지역관광경쟁력 강화에 기여할 것으로 기대된다. 또한, 전국으로부터의 수월한 접근성은 급증하는 국민관광수요 충족과 관광객 만족에의 기여도 기대된다.

### 3. 대충청방문의 해 추진사업

#### 1) 사업개요

#### 2010 대충청방문의 해 개요

- 사업비전 : New Start! Vision 2010! 충청관광의 세계 브랜드화 실현
- 사업주관 : 충청권 광역지자체 : 대전광역시, 충청북도, 충청남도
- 사업기간 : 사업시행 : 2010. 1. 1 ~ 2010. 12. 31
- 사업장소 : 충청권 일원 (대전광역시, 충청북도, 충청남도)
- 추진목표(충남)
  - ① 인지도 향상 - 충청도민 80% 달성 - 전국민 60% 달성
  - ② 관광객 증가
    - 관광총량수요(number of visits) 10,709만명(내국인 10,628만명, 외국인 81만명)
    - 관광객 수(number of visitors) 5,100만명(내국인 5,061만명, 외국인 39만명)
- 상징체계
 



- 추진사업 : 충남 추진사업 4대 분야(기획특집, 관광상품, 홍보마케팅, 현대 및 수용태세 개선사업) 총 24개 사업(공동사업 9개, 충남자체사업 15개 사업) - 사업비 총 76억원

## 2) 주요사업

‘2010 대충청방문의 해’ 주요 추진사업으로는 ‘엽서는 정을 싣고’ ‘Am7 충청투어’, ‘Red-Band 충청국토순례’ 등이 있고, 전체 추진사업은 아래 <표 2>와 같다.

&lt;표 2&gt; 2010 대충청방문의 해 사업

부 분	사 업 명
기획특집 및 메가이벤트 연계사업	· 엽서는 정(情)을 싣고(공동)
	· Red-Band 충청국토순례(공동)
	· 메가이벤트 연계관광상품(공동)
	· 태안환경대축제 *
	· 한국관광총회 및 연계사업*
	· R-16 대회*
	· 2010대백제전 및 연계사업
관광상품사업	· AM 7 충청투어(공동)
	· 공동 개막식(선포식)(공동)
	· 충남 옛날이야기 투어*
	· 템플스테이 플러스원 투어*
	· 충청 달빛·별빛 상품*
	· 충남 거북이 투어*
	· 화합과 소통의 한마당, Border-Happy*
	· Auction 충남 관광*
	· 충남 시군의 날 릴레이*
	· 투루드 충남*
	· 충청 보물찾기
	· 으뜸가족관광 콘테스트
	· 충청의 멋, 쇼핑관광 확대 지원
	· 충남 대표음(점) 지정, 육성
	· Sale! 백제미소 사업
홍보마케팅사업	· 관광 릴레이학회 개최(공동)
	· 공동홍보마케팅(공동)
	· 충남방문의 해 자체 선포식*
	· 명사(스타)와 함께하는 고향여행*
	· Mega 충남 프로모션 사업*
	· 관광아이디어 챌린지
환대 및 수용태세 개선사업	· 외국인 친구사귀기 운동
	· 대충청권 방문의 해 공동평가 사업(공동)
	· 방문의해 홈페이지 구축 사업(공동)
	· 충남 관광 진흥 대상*
	· 안녕하세요, 충남입니다! 캠페인
	· 머무르는 관광충남, 민박 및 홈스테이 활성화
	· 관광정보체계 개선사업 전개
	· 충남관광 ‘옥의 티를 찾아라’
	· 관광신사유람단 운영
	· 구수한 손님맞이 대작전
	· 어드바이저 네트워크 구축

\* (공동)은 3개 시·도 공동사업, \*는 사업추진 확정사업, 나머지 사업은 추경확보를 통해 추진 예정사업임.

### ① 엽서는 정(情)을 싣고



2010 대충청권 방문의 해'의 상징적인 사업이다. 인터넷 및 각종 매스미디어 발달로 일상생활에서 사라져가는 편지, 엽서 등의 추억 속 커뮤니케이션 수단을 활용하여 아날로그적 욕구를 충족시키기 위한 감성문화 사업이다.

충청권의 대표적인 관광지를 중심으로 엽서, 엽서쓰기와 관련된 우체통, 엽서대, 의자 등이 한 공간에 배치되어 포토포인트로서의 기능을 수행한다. 관광지 엽서 자체는 충청권 관광지의 대표적인 관광기념품으로 자리매김할 수 있도록 제작된다. 우체통 등 사업전반에 활용되는 빨강색은 '2010 대충청방문의 해'의 상징색으로 국토의 중심에 입지한 충청권의 '열정', '정열'을 표현한다.

이 사업을 통하여, 관광객은 관광지에서 엽서를 씌으로써 본인 및 지인에게 마음을 전달하고, 받는 이는 인터넷 시대에 경험하기 어려운 감동과 고마움을 경험하게 된다. 감성적인 관광지역으로 충청권의 이미지 강화 및 관광지에 대한 직접적인 홍보효과뿐만 아니라 엽서를 관광기념품으로 유도, 활성화하는 계기가 될 것이 기대된다.

### ② Red-Band 충청국토순례

충청지역의 지리적 중요성을 관광과 연계한 국토순례 프로그램이다. 충청지역이 우리나라의 중심지이자 교통의 요충지임을 모티브로 하여 전국 각 지역의 사람들이 방문의 해를 맞이하여 충청권으로의 순례여행을 한다는 의미를 갖도록 추진된다.

관광 및 문화관련 전공 대학생을 참여대상으로 하고, 서울·강원권, 호남권, 영남권의 출발지에서 충청권으로 이동하는 3개 코스로 추진된다. 일반 순례 프로그램과 차별화하여, 이동경로상 중요지점에서 참가자들이 충청권을 홍보하고, 해당지역의 문화 체험, 지역의 관광수용태세 점검 등의 활동을 하게 된다. 국토순례를 통하여, 경유지역과 충청권과의 제반 관광수용태세 비교 기회를 갖도록 하여, 참가자들이 충청관광의 현주소를 이해하고, 차세대 리더로 성장할 수 있는 계기를 제공하게 된다.

특히 순례프로그램의 특징과 관광의 특징을 결합하여 충청권에 대한 인식을 변화시키는데 큰 의의가 있으며, 차세대 관광리더 양성을 통하여 향후 충청권에 대한 로열티를 강화하는 동시에 잠재 시장 확보, 충청권 관광지 등의 이미지 제고 효과가 기대된다.

### ③ AM 7 충청투어

매주 주말 아침 7시에 항상 정해진 장소에서 충청지역으로 쉽고, 편하게 관광을 떠날 수 있는 One Spot 관광상품이다. 충청권의 33개 시·군구별로 대표여행상품이 개발되고, 시·군구별 축제 등을 고려하여 매주 다른 코스로 테마여행이 가능하게 된다. 투어버스는 외관부터 기존 관광버스와 차별화되며, 관광해설기능이 제공된다. 상품판매는 1회권 외에, 5회이용권, 10회이용권 등으로 패키지화가 추진된다. 서울 등 대도시의 교통 요충지를 AM7 정류장으로 명소화 하여 자연스럽게 충청도를 연상시킬 수 있도록 준비된다.

잠재 관광시장 규모가 가장 큰 서울에서 언제든지 쉽고 재미있게 충청권을 방문할 수 있는 편의성이 확보된 상품 개발로, 지속적인 충청권 관광이미지 제고 효과뿐만 아니라 직접적인 관광객 유입이 기대된다.

## 4. 충남관광진단과 충남관광발전방안

### 1) 충남이미지 조사 · 분석<sup>1)</sup>

#### ■ 조사 개요

- 조사기간 : 2009. 6. 5 ~ 2009. 6. 14
- 조사대상 : 전국 15세 이상 남녀
- 조사장소 : 김포공항, 강남고속버스터미널, 서울역, 용산역
- 조사방법 : 설문지를 활용한 조사
- 유효표본 : 250명 대상 217명 획득 (86.8%)

2010 대충청방문의 해의 추진방향 및 추진사업 선정의 기초자료 수집목적으로 충남의 이미지를 조사한 결과, 국민들은 충청남도를 다음과 같이 인식하고 있다는 결과를 얻을 수 있었다.

첫째, 충남은 여유로운 선비고장으로서의 이미지를 가지고 있다.

외지인들은 충청남도하면 떠오르는 이미지에 대해 ‘느림/여유로움’ (20.3%) ‘양반’ (16.2%), ‘충절’ (12.7%), ‘바다’ (10.1%), ‘온천’ (9.8%) 순으로 응답하였다. 국민들이 인식하는 충남의 ‘느림/여유로움’ 이미지는 최근 사회적으로 대두되고 있는 Slow라는 개념과 일치함으로, 이를 소재로 활용한 개발전략이 필요함을 알 수 있다.

둘째, 충청남도 관광에 대한 인식은 ‘가족과 관광하기 좋은 지역’ (19.8%), ‘친절한 지역’ (17.3%), ‘먹거리가 풍부한 지역’ (15.2%) 순으로 조사되었다.

셋째, 숙박, 쇼핑 등 관광편의 시설의 만족도가 낮게 조사되었다.

충청남도 관광에 대한 만족도는 대체적으로 높은 관광만족도를 보였으나, 부문별로는 숙박, 식당, 쇼핑 등 관광편의 시설의 만족도는 낮은 것으로 조사되었다.

### 2) 충남관광발전방안

‘2010 대충청방문의 해’가 추진되는 2010년은 최우선적으로 계획된 사업들이 원활하게 추진될 수 있도록, 충청권의 3개 광역지자체의 협력을 공고히 할 필요가 있다. 또한, ‘세계대백제전’,

1) 양광호 외(2009), 『2010대충청방문의 해 충청남도실행계획』, 충청남도, pp42-47

‘충남민속문화의 해’, ‘한국방문의 해’ 사업들과 연계를 통한 시너지 창출노력이 무엇보다 필요하다.

올해 충남에서 진행되는 3대 메가이벤트 사업의 성공을 통해 얻게 되는 성과를 바탕으로, 중장기적으로 충남관광발전을 위해서는 다음 과제의 추진이 필요하다.

첫째, 지역관광협의체의 활성화가 필요하다.

지역방문의 해 사업을 통해 얻게 된 지역민들의 관광마인드 제고와 향상된 지역민 역량을 토대로, 지역민이 주도적으로 지역관광사업 추진의 주체로서 자리매김하도록 해야 한다. 이를 위해, 시·군별 지역관광협의체의 구성을 촉진하고, 기 설립된 협의체의 경우 활성화를 위한 제도적 지원이 이루어져야 한다.

현재, 설립된 지역관광협의체의 경우도 지역사업에 참여하고자 하는 의지는 매우 강하나, 참여 가능한 사업의 경우 사업주체 선정방식이 공모에 의해 진행되고 있어, 사업경험이 없거나 일천한 현재의 ‘지역협의체’가 사업주관으로 선정될 가능성은 높지 않다. 따라서, 지역관광협의체가 추진 가능한 사업은 일정한 단계까지 시범사업으로 추진할 수 있도록 하여 역량 강화의 기회를 제공하는 접근이 필요하다.

둘째, 지역민 관광지 입장료 우대제도를 도입해야 한다.

지역방문의 해를 통하여, 높아진 관광에 대한 마인드를 바탕으로, 지역민들이 단순히 관광객들을 받아들이는 호스트(host) 입장에서 뿐만 아니라, 지역 내 자원을 여가자원으로 이용 가능토록 하는 지역민 입장료 할인조례 제정을 추진해야 한다. 이미 제주도 및 춘천시 등 일부 시도에서 이 제도가 성공적으로 실시되고 있어, 지역민 여가정책차원에서도 도입이 필요하다. 이는 민간관광시설의 수요층을 외지 관광객 뿐만 아니라, 지역민까지 확대하여, 투자활성화에도 기여할 수 있을 것이다.

셋째, ‘슬로시티’ 인증지역의 확대를 추진해야 한다.

충남이미지 조사결과에서도 나타났듯이, 국민들은 충남을 느림과 여유가 있는 곳으로 인식하고 있다. 느림과 여유는 충남의 주요한 정통성 있는 소재로 활용이 가능하며, 최근 사회적 관심을 받고 있는 ‘슬로시티’가 한 예라 할 수 있다. 이와 관련, 우선적으로, 2009년에 충청권에서 최초로 ‘슬로시티’ 인증을 받은 예산군 ‘슬로시티’ 정착을 위한 관심 및 지원 외에, 인증조건을 충족할 수 있는 시·군 2-3곳의 추가 인증추진이 필요하다.

넷째, 시·군방문의 해를 추진해야 한다.



지역방문의 해 성공의 성과가 시군으로 파급되도록, 2011년 이후 시·군방문의 해 사업을 추진하는 것이 필요하다. 이미 예산군이 선도적으로 2011년을 예산군 방문의 해로 선포하였으므로, 성공적인 준비와 타 시·군 참여유도를 위해, 충남도 차원의 행·재정적 지원이 이루어져야 한다.

마지막으로, 권역별 시·군간 협의체 구성 및 관광협력사업의 추진이 필요하다.

현재 운영되고 있는 ‘금강권관광협의체’, ‘백제문화권관광협의체’ 등 외에 인접 시·군간 광역화된 협의체의 구성을 통해, 공동홍보, 공동관광상품 개발 등을 추진해야 한다. 단기적으로는 기존 시티투어의 활성화와 광역화가 가능하며, 대충청방문의 해의 Am7충청투어 상품과도 연계 가능할 것이다.

올해 충남에서 추진되는 ‘2010 대충청방문의 해’ 등 3대 메가이벤트는 국토의 중심에 입지하면서도 상대적으로 주목받지 못했던 충남관광을 한단계 도약시킬 중요한 사업임에 틀림없다. 성공적 추진을 위해 도민들의 관심과 애정을 기대해 본다.

#### 참고문헌

- 경기도(2006), 『2006경기방문의 해 평가보고서』.  
 경상북도(2005), 『2007경북방문의 해 사업계획』.  
 광주광역시, 전라남도(2006), 『2008광주전남방문의 해 사업계획』.  
 대전광역시(2008), 『대전방문의해 사업계획』.  
 인천광역시(2007), 『인천방문의해 사업계획』.  
 양광호 외(2008), 『2010 충남방문의 해 기본계획』, 충청남도.  
 양광호 외(2008), 『2010 충청권 방문의 해 기본계획』, 대전광역시·충청북도·충청남도.  
 양광호 외(2009), 『2010 대충청권 방문의 해 공동사업 실행계획』,  
 대전광역시·충청북도·충청남도.  
 양광호 외(2009), 『2010 대충청방문의 해 충청남도 실행계획』, 충청남도.  
 충청북도(2008), 『충북방문의해 사업계획』.