

천수만 관광자원의 조정과 국내·외 연계 발전방안

2010 . 10 . 29

지 진 호
(건양대학교 교수)

목 차

I. 천수만의 관광여건과 전망

II. 천수만 지역 관광자원과 주요 연계 대상지

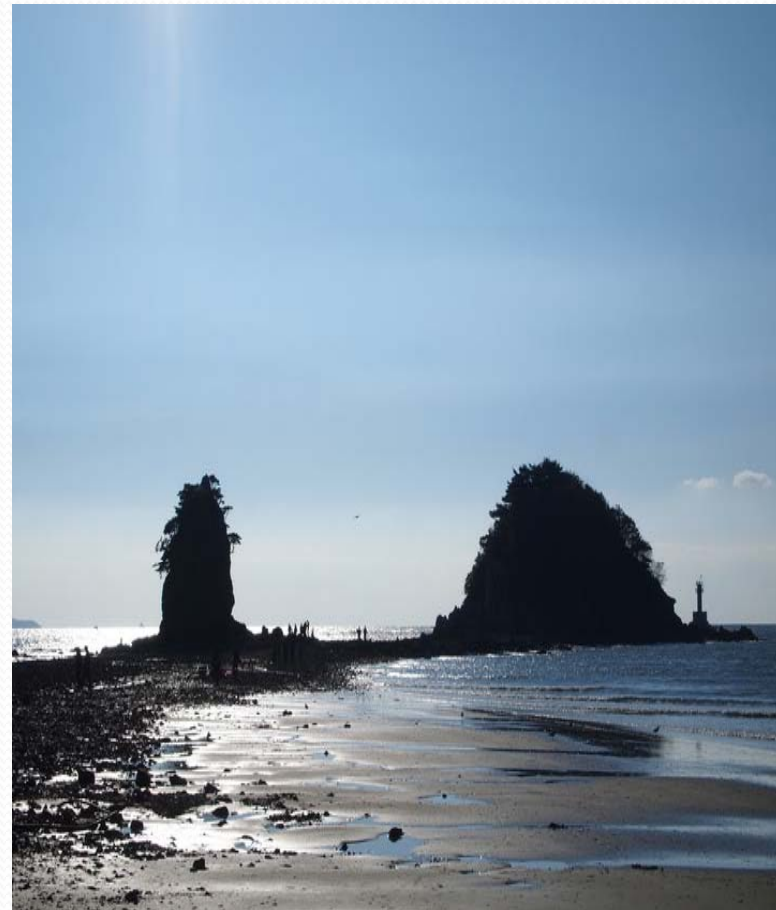
III. 천수만 관광자원의 국내 · 외 연계 발전전략

IV. 맺는 말

I . 천수만의 관광여건

□ 입지적 특성

- 태안해안 국립공원 등 지정관광지 13개소, 8,699천m²
- 39개 해수욕장, 259개 섬, 안면도 휴양림, 천리포 수목원 등 풍부한 자연경관 자원 보유
- 서해안 고속도로, 대전-당진간 고속도로 개통 등으로 수도권과 대전권 관광객의 접근성 양호
- 서산 비행장, 태안 비행장 등이 입지하여 민간 항공관광과 연계 용이
- 수심이 얕고 풍량이 적은 입지여건으로 마리나 시설 건설이 용이



□ 관광여건 변화 전망

○ 미래학자 존 · 네이스 비트(J.Naisbitt)

- 문화와 감성의 시대(The Age of Feeling)
- 여성중심시대(The Age of Female)
- 상상력과 창조력의 시대(The Age of Fiction)

○ 세계관광 시장의 지속적 성장과 고부가가치화

- 동북아 지역이 세계관광시장이 새로운 관광목적지로 부상 전망
(1995년 : 41백만명, 7.8% → 2020년 : 216백만명, 14.4%)

〈 동아시아 · 태평양 지역 국제관광객수 변화 (도착기준)〉

(단위: 천 명, %)

구 분	기준년도	예 측 치		점 유 율		성 장 륜
	1995년	2010년	2020년	2010년	2020년	1995~2020년
세 계	565,400	1,006,400	1,561,100	-	-	4.1
동아시아 · 태평양	78,787	189,410	389,032	100.0	100.0	6.6
동북아시아	41,534	104,017	216,151	54.9	55.6	6.8
동남아시아	29,173	66,174	135,789	34.9	34.9	6.3
호주	5,135	12,039	22,949	6.4	5.9	6.2
기타	2,945	7,180	14,143	3.8	3.6	6.5

○ 관광수요의 다양화

- 테마 추구형, 모험 추구형, 스포츠 및 레저형, 휴양형, 자연친화형 등으로 다양화
(시설중심 → 문화추구형)

- 가족단위 관광객 증가

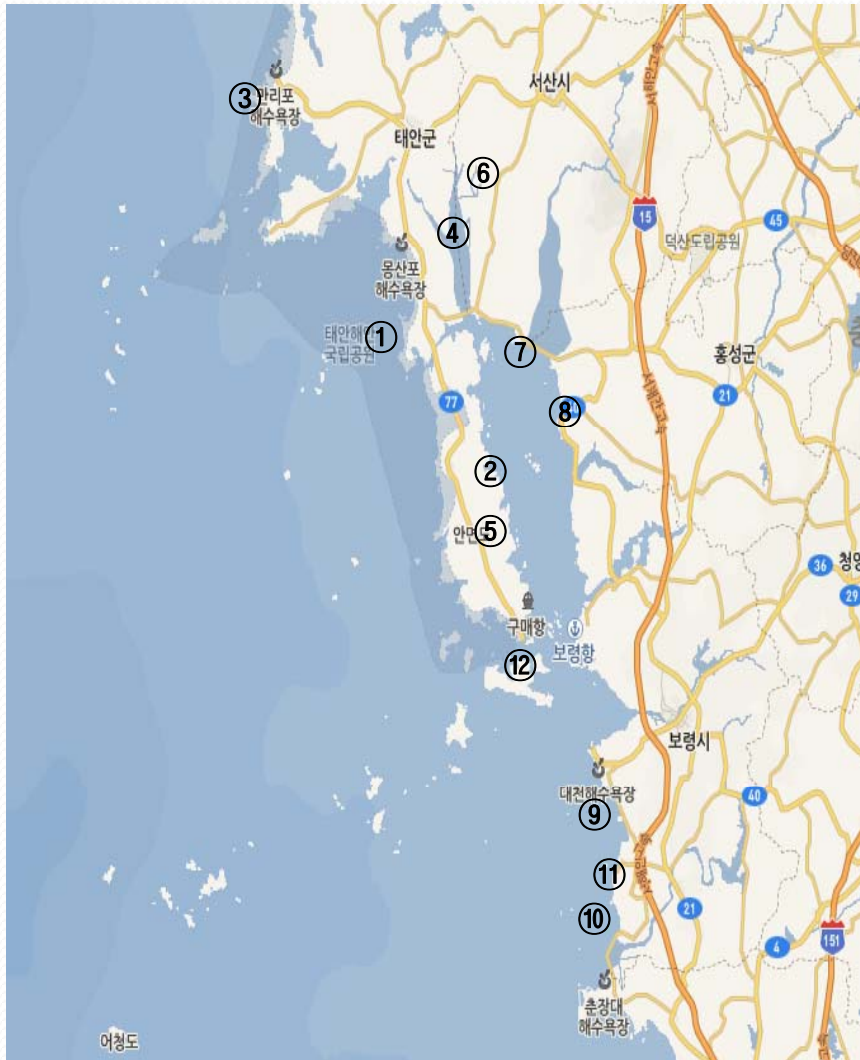
- 생태관광, 자연밀착형 관광, 자연체험형 관광 등이 대안관광으로 대두 전망

○ 광역 교통망 개선으로 관광수요 급변

- 대전~당진 고속도로 개통, 태안 관광·레저형 기업도시, 안면도 국제관광지 조성,
백제문화권, 내포문화권 개발로 관광수요 증가



II. 천수만 지역 관광자원과 주요 연계 대상지



구분	연계대상 주요관광지	규모 (천m ²)	사업비 (억원)	기간
기 존 자 원	① 태안해안국립공원	326,574 km ²		‘78.10.20
	② 안면도 휴양림 및 수목원	1,350		‘92.7.18
	③ 천리포수목원	611		‘62.
추 진 중 의 사 업	④ 태안관광레저형 기업도시	14,644	90,390	‘07~ ‘20
	⑤ 안면도 국제관광지	3,815	10,474	‘91~ ‘11
	⑥ 서산웰빙특구	5,699	5,995	‘08~ ‘12
	⑦ 간월도 관광지	150	777	‘03~ ‘11
	⑧ 남당 관광지	166	418	‘06~ ‘11
	⑨ 대천 해수욕장	2,150	14,754	‘89~ ‘10
	⑩ 무창포 해수욕장	409	3,692	‘88~ ’ 11
	⑪ 죽도 관광지	73	391	‘94~ ‘11
계 획	⑫ 원산도 관광지	7,070	950	예정지역

III. 천수만 관광자원의 국내·외 연계 발전 전략

1. 현대인의 관광 트렌드 분석을 통한 연계방안 모색

□ 저탄소 녹색관광

- 환경친화적 개발, 지속가능관광 개발, 저탄소 녹색성장

□ 감성관광

- 스토리텔링을 통한 감성의 관광자원화, 관광지의 고유성 확보

□ 슬로우라이프(Slow Life)

- 전통의 발굴, 슬로우 푸드, 슬로우 패션, 슬로우 시티 등



□ 복·융합형 관광자원 수요 증가

- 관광자원의 복·융합으로 새로운 관광컨텐츠 개발

□ 관광행태의 변화

- G.I.T→F.I.T, 명소관광→테마관광, 명소성→활동성, 지역문화중심→관광욕구중심



2. 관광 수용력 개념 도입

- 천수만 지역 방문 관광객의 양적 성장보다 질적 성장을 유도
- 방문객의 일시 집중보다 연중 분산정책으로 활용

관광 수용력 유형	내 용
물리적 수용력 (Physical C · C)	관광객들에게 관광의 질을 보장할 수 있는 최소 공간 규모
생태적 수용력 (Ecological C · C)	자연생태계가 자기회복 능력이나 자기정화 능력의 한계 내에서 관광객들의 활동을 흡수하고 지탱해 낼 수 있는 능력
사회 · 심리적 수용력 (Social-Psychological C · C)	관광객이 일정 수준의 질을 유지하고 만족을 느끼기 위해 필요로 하는 환경조건
하부시설 수용력 (Infra-structure C · C)	관광객들에게 시설 이용에 대한 불편함을 주지 않는 수용력

3. 지역 특화형 단위 관광사업 활성화로 연계

□ 순천만 자연 생태공원

○ “대한민국 생태수도 순천 ” 브랜드화

(2002년 10만 명 → 2008년 260만 명 1,000억 경제 파급효과)

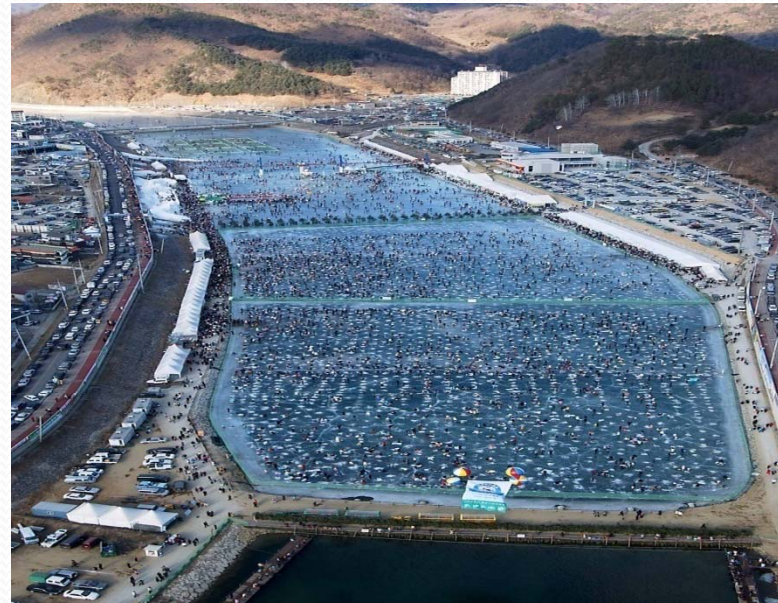
○ 순천 전통 야생차 체험관 : 숙박과 체험을 통한 부가가치 창출

○ 2013년 순천만 국제 정원 박람회 개최예정, 생태관광의 세계적 선진모델로 개발



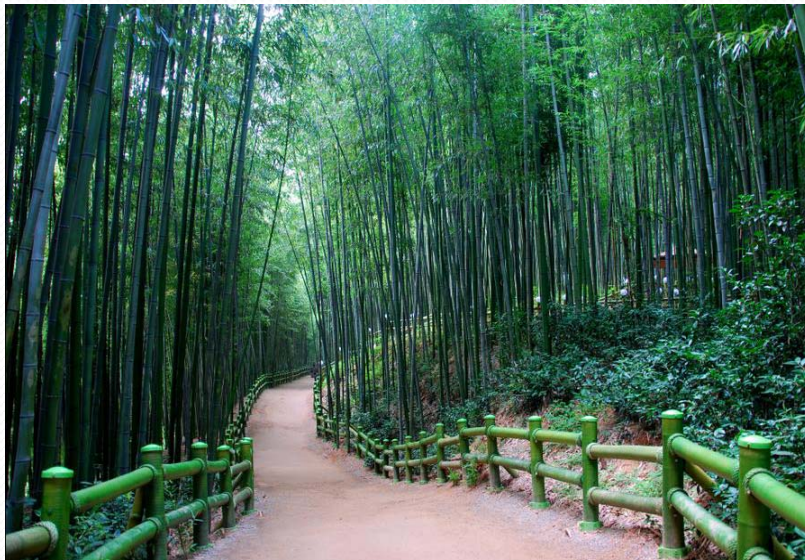
□ 화천 산천어 축제

- 1급수에서만 자라는 “산천어” 를 지역 브랜드화
- 2010년 : 23일간 개최, 133만명(외국인 7,000명), 500억 경제파급효과
- 비수기 관광상품으로 차별화, 동남아 관광객 유치
- 군사도시 및 교통오지 이미지에서 탈피하여 4계절형 관광지로 부각



□ 담양 죽녹원

- 2003년 조성
- 면적 : 16만 m^2
- 주요시설 : 2.2km의 산책로, 운수대통길, 죽마고우길, 철학자의 길 등
8가지 주제의 테마 길 구성, 생태전시관, 정자, 쉼터 등
- 관광객 : 2009년 130만명 방문, 입장료 수입 8억 4천만원



4. 하드웨어 중심의 관광개발 한계극복

□ 관광객 중심의 문화관광형 축제 개발

- 지역 이미지 및 관광흡입력 제고
- 지역문화 보존, 발전
- 지역민의 자긍심 제고

□ 지역 특화형 축제 개발

- 천수만의 자연적 특성과 특산물을 이용한 축제 개발
- 웰빙 특구, 해수욕장과 연계 개발
- 해변 황토길 조성(eco-healing : 자연치유), 환경 친화적 에코시티 천수만 홍보



□ 지역 대표 음식 개발로 연계

- 음식은 관광 매력성을 높힐 수 있는 중요한 요소이므로 천수만 대표음식 개발 필요 (웰빙 + 간단한 메뉴)
- 토속음식은 지역 문화 체험 기회 제공 및 지역 이미지 제고에 크게 기여
- 천안시(빠금장), 전주시(비빔밥), 안동시(헛제사밥)등지에서 대표음식 개발로 관광 상품화 성공
- 세계 10대 웰빙 식품(순두부), 세계 최고 기내식(비빔밥), 한식 세계화 사업 등 음식의 관광 상품화



5. 스토리텔링을 통한 감성적 관광상품 개발

- 천수만 어메니티 자원과 역사문화자원의 감성요소 개발
- 스토리텔링을 통한 천수만 지역 문화관광자원의 현대적 재해석
- 천수만 문화관광 정체성 확보를 위한 스토리 개발
- 문화관광 상설 프로그램 개발, 운영



6. 관광기념품 개발의 루트화

- 실용적 상품 개발
- 소액, 소규모, 휴대가능 기념품 개발
- 지역 정체성을 표현할 수 있는 상품 개발



7. 복·융합형 관광상품으로 연계

- 복·융합화(Convergence)는 블루오션(Blue Ocean)창출을 통해 고부가가치화
- 미디어, 콘텐츠, 기술융합 등을 문화 콘텐츠 관광자원으로 개발
- 의료관광(의료서비스+관광산업) : 새로운 비즈니스 모델로 성장
- 에코투어 유행(Eco-Tour : 온실가스를 배출하지 않는 청정 농촌관광)



IV. 맺는 말

- 자연 및 문화관광자원의 보존과 활용의 연계성 확보
- 관광 패러다임의 변화에 대응한 소프트웨어 관광상품의 지속적 개발
- 백제문화권, 내포문화권 등 보완적 기능의 상호연계





감사 합니다