

동북아시아지역의 문화 · 관광 · 경제교류 확대 방안

김 경 태

충남연구원 문화관광디자인연구부 책임연구원
kimkt@cni.re.kr

정 지 은

충남연구원 문화관광디자인연구부 책임연구원
jejung@cni.re.kr

본 현안과제의 목적은 제8회 동북아시아지역의 지방의회의장 포럼에서 발제할 동북아시아지역의 문화 · 관광 · 경제교류 확대 방안을 모색하는데 있음.

CONTENTS

1. 동북아 문화관광 교류협력의 필요성
2. 동북아 문화관광교류(방문)의 현황
3. 충남의 문화관광교류 추진 정책
4. 맺음말

요약

- 현재 동북아시아지역은 긴밀한 경제교류, 지리적 인접성, 문화적 유사성, 오랜 교류 역사 등 통합적 경제권과 생활권의 형성에 적합한 요건을 갖추고 있음. 따라서 서로를 이해하고 신뢰할 수 있는 문화관광교류의 활성화를 도모하고자 함.
- 2017년 아키타현에서 4월 17일부터 19일까지 제8회 동북아시아지역의 지방의회의장 포럼을 개최하며, 본 연구에서는 포럼에서 발제할 동북아시아지역의 문화 · 관광 · 경제교류 확대를 위한 충남의 추진전략 및 세부정책과제를 제안하고자 함.
- 연구결과를 정리하면 다음과 같음.
 - 2017년 충남을 여행하는 중국인과 일본인을 공략하기 위한 관광객 유치 홍보를 목표로 하면서, 중국인과 일본인 관광객의 특성을 반영하여 맞춤형 마케팅 전략을 실시하고자 함
 - 올해 상반기에 예정된 서산 대산항 국제여객선 취항을 통해 중국인 관광객을 끌어들이기 다양한 충남의 관광 상품을 개발하고, 충남을 대표하는 안보관광, 생태관광, 유네스코 세계유산 '백제' 를 테마로 일본 현지 여행사에게 방문 설명회, 팸투어 추진 등을 계획하고 있음
 - 이러한 문화관광교류 추진 정책들이 충남 관광산업을 한 단계 끌어올리면서, 동시에 다양한 관광객의 발걸음을 충남에 끌어들이는 계기가 되기를 기대함

01

동북아 문화관광 교류협력의 필요성

현재 동북아 지역은 긴밀한 경제교류, 지리적 인접성, 문화적 유사성, 오랜 교류 역사 등 통합적 경제권과 생활권의 형성에 적합한 요건을 갖추고 있습니다. 그러나 동북아 지역은 아직 경제적 필요에 의한 무역·투자 관계를 넘어서 경제권·생활권을 형성하는 통합적 단계로 나아가지 못한 상황입니다. 새로운 단계로 나아가기 위해서는 단순한 경제적 관계를 넘어, 서로를 이해하고 신뢰할 수 있는 문화 형성관계가 이루어져야 합니다. 이러한 점에서 3국의 각 지역 간 문화관광교류 활성화는 중요한 의미를 가집니다.

대체로 경제교류는 민간 주도로 이루어지는 반면, 문화관광 교류는 지자체간 자매결연, 교환방문 등 공공의 주도로 진행되는 경우가 많습니다. 그러나 궁극적으로 문화교류는 민간이 적극적으로 참여하지 않으면 지속가능성과 다양성을 보장받기 어렵습니다.

실제로 지방자치단체 주도의 지역간 국제 교류는 민간의 자발적 참여가 부족하여 다양한 영역으로 발전하지 못하고, 형식적인 교류에 그친다는 비판이 제기되고 있습니다. 또한 정치적 문제, 국가간 영토문제, 역사문제, 경제문제 등으로 긴장과 갈등이 지속적으로 발생해, 동북아지역의 발전과 공동체 형성에 커다란 걸림돌이 되고 있습니다. 이와 같이 정치군사적으로 어려운 상황 속에서도 동북아시아 국가들은 경제, 사회, 문화, 관광 등 비정치적인 부문에서 긴밀한 교류협력을 통해 동북아공동체 형성을 위한 노력을 기울이고 있습니다.

현재 동북아 국가들 간에 노력 못지않게 지방정부 역시 지역 간 교류협력의 주체로 등장하고 있습니다. 1990년대 이후 중국의 개혁개방, 신생 러시아의 탄생, 한국의 지방자치제도 부활이 국제사회의 세계화·지방화와 맞물리면서 국경을 초월한 교류협력이 이루어졌습니다.

지방정부간 교류협력은 자매결연과 우호협력 등 양자 간 네트워크뿐만 아니라, 다양한 지역발전협의체의 중심인 다자간 네트워크로 확산되고 있습니다. 한중알려의 지방정부를 중심으로 환황해권·환동해권이 형성되고 있으며, 동북아시아지역자치단체연합(NEAR), 동북아 지방정부 지사성장회의, 동아시아경제교류추진기구(OEAED), 한일해협연안 시도현지사 교류회의 등 다자간 협력네트워크가 구축되어 사업을 추진하고 있습니다. 현재 문화관광 분야에서도 동북아 지방정부간 교류 협력이 증대함에 따라 지방정부차원의 기능과 역할이 강조되고 있으며, 지자체 단체장간의 관광 진흥회 개최와 정부차원의 관광장관회담 개최, 도시간 관광분야 인적교류를 추진하여 문화·관광·경제교류의 활성화가 요구되고 있습니다.

특히 충남의 관광 사업은 지난 수년간 성장세를 이어오다 최근 정세 불안으로 주춤하고 있어, 충남의 관광산업 위기를 극복하고 환황해권 관광중심지로 재도약해야 할 중대 기로에 서 있습니다. 2017년 충남을 여행하는 외국인 관광객의 주요 수요층인 중국인과 일본인을 공략하기 위한 관광객 유치 홍보를 목표로 하고 있습니다. 충남의 중국 관광객은 2014년 2만 5000명, 2015년 4만 2000명, 지난해에는 4만 5000명으로 매년 늘어나고 있으며, 일본 관광객 또한 2014년 3만 9000명, 지난해에는 4만 명으로 증가하였습니다(충청투데이, 2017.2.27.). 따라서 충남은 어떤 환경에서도 흔들리지 않는 지속가능한 관광산업을 구축하면서, 주요 국가별 특성을 반영하여 맞춤형 마케팅 전략을 실시하고자 합니다.

02

동북아 문화관광교류(방문)의 현황

동북아 지역의 핵심국가인 한중일 역내 관광교류 규모는 2015년 2376만 명으로, 2010년의 1653만 명 보다 43.7% 증가하였습니다. 2015년을 기준으로 한중일 3국간 관광객 송출 비중은, 한국이 약 845만 명인 35.6%, 일본이 약 434만 명인 18.3%, 중국은 약 1,097만 명인 46.2%로 가장 높은 송출 비율을 보입니다. 한중일 3국간 관광시장에서 중국의 관광객 송출 규모는 지난 5년간 233.7%가 증가한 반면, 일본의 한중 국가 내 아웃바운드는 35.8% 감소하였습니다. 2015년 기준 한중일 3국간 인바운드의 시장 규모를 살펴보면 총 규모는 2376만 명이고, 세부 내용은 한국 약 782만 명, 일본 899만 명, 중국 694만 명으로 나타났습니다.

한중 관광 교류 규모의 변화를 살펴보면, 방중 한국인은 글로벌 금융위기로 인해 2008년에 전년대비 17.1% 감소하였고, 2010년에 방한 중국 관광시장 회복세를 보였으나, 2012년 이후 낮은 수준의 감소하는 추세를 보이고 있습니다. 2013년을 기점으로 방한 중국인이 방중 한국인을 초과 한 것으로 나타났습니다.

방한 중국인의 규모는 2003년 SARS 및 이라크 전쟁 기간을 제외하면 높은 증가세를 보이고 있으며, 2013년 기준 전년 대비 52.5% 급증하였으나, 2015년에는 MERS의 영향으로 2.3% 감소하였습니다. 2010년 기준 방한 중국인의 한국관광시장의 점유율은 2010년 21.3%, 2013년에는 총 방한관광객 35.5%, 2015년 45.3%를 점유한 것으로 분석되며, 향후에도 지속적으로 증가할 것으로 전망되고 있습니다. 따라서 현재 충남의 중국인 관광객 유치계획은 매우 중요한 시점입니다.

방일 한국인은 2000~2007년까지의 연평균 성장률이 13.8%로 높은 편이지만, 2008년과

2009년 세계경제의 불황과 2011년 일본 대지진으로 인해 방일 한국인이 감소하였습니다. 그러나 2012년 이후 방일 한국인은 증가하는 추세를 보이면서, 2015년 최대방문객인 400만 명의 한국인이 일본을 방문한 것으로 나타났는데, 이는 일본의 엔저 정책에 영향을 받은 것으로 볼 수 있습니다.

한일 관광교류 규모의 변화를 살펴보면, 한국 총 입국자 중에서 일본인이 2000년 46.5%, 2005년 40.5%, 2007년에는 34.7%로 점차 감소하는 추세를 보였고, 2015년 13.9%로 줄어들었습니다. 2013년 이후 일본인의 국내 입국이 주춤하고 있는데, 이는 부분적으로 엔저 현상과 정치 외교 갈등에 의한 것으로 유추할 수 있습니다.

전체적으로 동북아 3국의 관광교류는 증대될 것으로 예상되나, 정치적인 상황과 역사적인 문제, 질병 등의 많은 변수들에 대한 해결 방안으로 민간차원과 지방정부차원에서의 지속적인 노력이 필요할 것입니다. 또한 외국인 관광객의 수도권 쏠림현상, 즉 지역적 한계 극복이 충남의 관광산업 발전의 중요한 과제로 떠오르고 있습니다. 한국문화관광연구원의 '2015 외래관광객 실태조사'에 따르면 중국인 관광객의 76.2%, 일본인 관광객의 68%가 주요 방문지를 서울로 꼽았고, 충남을 주요 방문지로 선택한 중국인 관광객은 0.7%, 일본인 관광객 2.2%에 불과한 것으로 나타났습니다. 따라서 충남의 중국, 일본 관광객을 공략하기 위해서는 수도권 연계 관광 상품의 개발도 필요할 것입니다.

3대 전략	⇒	6대 중점 실천과제
① 차별화 된 관광 마케팅 기반구축		① 중장기 관광 마케팅 추진전략 수립(체계적·종합적) ② 수요자 중심의 관광상품 개발과 맞춤형 홍보자료 제작
② 맞춤형 해외 마케팅 강화		③ 시장세분화에 따른 맞춤형 마케팅 강화 ④ 해외 현지인 맞춤형 유치 마케팅 강화(현지시각 반영)
③ 3농지원 국내 마케팅 확대		⑤ 지역특화상품 개발 및 홍보와 연계한 관광 마케팅 ⑥ 농촌 체험·생태 관광 활성화를 통한 관광객 유치 확대

(표 1) 2015년 충남의 관광마케팅 3대 전략 및 6대 중점 실천과제

특히 2015년 충남의 관광마케팅 6대 중점 실천과제 중, 동북아시아지역의 문화관광교류와 관련된 “③시장세분화에 따른 맞춤형 마케팅 강화”의 내용을 살펴보면, 중국 관광객을 위해서는 대산항 여객선 취항 대비 팸투어 계획이 있으며, 일본 관광객에게는 백제역사문화 인지도 확산에 중점을 두는 것으로 나타났습니다.

03

충남의 문화관광교류 추진 정책

충남에서는 동북아시아 문화관광 교류와 활성화를 위해 다양한 노력을 기울이면서, 3대 전략과 6대 중점 실천과제를 설정하여, 동북아 관광 교류에 힘쓰고 있습니다. 특히 증가하는 동북아 지역 관광객의 유치에 노력하고 있습니다.

주요 내용은 차별화된 관광마케팅 기반 구축을 통해 실효성 있는 전략을 수립하고, 이를 통해 국내외 관광시장을 분석하여 맞춤형 상품 개발을 도모하고 있습니다. 또한 수요 중심의 관광 상품 개발과 맞춤형 홍보방안을 모색하고 있습니다. 세부내용을 살펴보면, 대신항 국제여객선 취항을 계기로 요우커를 유치하는 상품을 개발하였고, 유네스코 세계 문화유산에 지정된 백제문화의 유적을 활용하기 위해 백제문화권을 상품으로 하는 해외 관광 상품을 만들었습니다. 그리고 지역의 다양한 음식을 활용한 식도락 관광 상품을 개발하고, 해외 의료관광객 유치 관광 상품을 발굴하면서 충남의 경쟁력 있는 관광 상품의 개발 및 전략을 실시하고 있습니다.

충남에서는 시장세분화에 따른 맞춤형 해외 마케팅 강화 방안으로, 중국, 일본, 동남아 등 방한 주요 국가 관광트렌드의 맞춤형 상품 개발과 지속적인 상품운영 피드백을 통한 상품성 강화를 추진하고 있습니다. 이와 함께 유형별 유치 마케팅 확대 전략으로 개별여행객 공략과 동북아 유학생을 대상으로 하는 관계 마케팅 전략을 추진할 계획입니다. 해외에서 충남에 대한 인지도의 향상을 위해 해외 현지 매체활용 충남관광 노출 마케팅, 해외 채널을 통한 모객 지원, 현지 및 국내 관광 설명회·박람회 운영을 개선하는 등의 전략을 추진할 예정입니다.

먼저 충남의 중국관광객 유치를 위한 단기적 실행과제를 구체적으로 살펴보면 다음과

같습니다.

첫째, 중국인관광객 수요를 고려한 상품개발 및 운영으로 충남이 가지고 있는 특화자원을 활용하는 것입니다. 예를 들어, 중국인 관광객 대상 관광상품 개발로 병영체험을 포함하는 안보투어, 유네스코등재가 된 백제역사유적지구의 문화와 예술을 체험할 수 있는 투어상품, 충남이 가지고 있는 생태자원과 민속자원을 체험할 수 있는 생태투어 상품 등을 개발하는 것입니다. 또한 도와 시군의 자매결연 지역을 대상으로 한 전담마케팅 및 중국 현지 위성 TV를 중심으로 하는 현지마케팅과 전담지역 여유국·KTO 해외지사·현지여행사의 컨소시엄을 추진하여 모객까지 지원하는 활동을 할 예정입니다.

둘째, 개별관광객 유치기반을 마련하기 위한 방안으로 올 상반기로 예정된 대산항 국제여객선 취항을 활용하는 것입니다. 대산항과 중국 룡연항은 항해 거리가 330km에 불과해 10시간 정도면 중국인 관광객이 도착할 수 있기 때문입니다. 중국인 관광객을 위한 다목적 종합안내센터 운영, 충남 안내 중국어 전용가이드북 제작, 산동성 현지에서 취항 이슈화, 쇼핑 관광여건 개선을 추진할 계획이고, 지역의 관광 브랜드 강화를 위해 현지 위성 TV 등의 인기프로그램에 노출홍보와 충남 알리기를 추진할 계획입니다.

마지막으로 중국 청소년을 대상으로 중국 교류단체 지역의 학생을 유치하기 위해 에듀테인먼트의 정체성 알리기와 적극적 행정지원을 할 계획이며, 중국인 유학생 연고지 마케팅을 통해 효도 및 친지방문 상품 개발과 중국 본토 관광객 유치를 위해 SNS 기자단 모집 등의 홍보활동을 진행할 계획입니다.

충남에 중국관광객을 유치하기 위한 장기적 실행과제를 세부적으로 살펴보면 다음과 같습니다.

첫째, 개별관광객 유치를 위해 중국포털과 연계한 충남관광앱 개발 및 배포(안내시스템)와 연계 교통망 구축과 관광지 연계 패스 및 융복합 상품 개발 등을 추진할 계획입니다. 둘째, 쇼핑여건 개선으로 금산 지역 인삼쇼핑 전용공간 조성(한양스파로텔 중심)과 천안지역 화장품을 활용한 산업관광 상품을 개발할 계획입니다. 셋째, 종사자의 환대의식 제고를 위해 환대서비스 교육 확대와 중국인 관광객 지역특성을 반영한 현대 매뉴얼 제작 및 배포 등을 계획하고 있습니다. 넷째, 관광인프라 확대를 위해 베니키아 호텔서산 및 천안 신규호텔 건립과 중국인 전문 음식점 지정 및 지역 특화음식 개발할 계획입니다. 다섯째, 의료관광 활성화를 위해 의료관광 인지도를 높이고 미용·힐링 프로그램을 특화하여, 여행사 채널을

통한 마케팅을 할 계획입니다. 따라서 충남에 중국인 관광객 유치에 위한 중·단기 계획을 통해 충남 관광산업의 위기를 극복하고, 환황해권 관광중심지로 재도약하는 계기가 될 것으로 기대합니다.

다음으로 충남에 일본 관광객을 유치하기 위해서, 일본인이 선호하는 다양한 관광 상품 개발로 체류관광의 확대 방안을 마련하고자 합니다. 이를 위해 첫째, 민간기업 또는 관광업자와 협업으로 일본 관광객을 유치할 계획입니다. 둘째, 백제역사 관련 일본역사 교과서 조사를 통한 상품화조사를 진행할 예정입니다. 셋째, 일본 수학여행단 유치를 위한 시군과 공동 유치단을 구성할 것입니다. 넷째, 먹거리, 온천, 사찰 등 충남의 특색을 반영한 상품을 개발할 예정입니다. 다섯째, 일본 전문가를 활용한 일본 맞춤식 홍보물 제작 등을 계획하고 있습니다. 특히 유네스코 세계문화유산으로 등재된 백제역사유적지구는 수도권과 연계하여 체류형 관광객을 끌어들이 수 있는 매력적인 상품으로 생각됩니다.

2016년 12월 충남에서는 공주·부여 백제역사유적지구에 일본 여행사 관계자 등 50여명을 초대하여 팸투어를 진행하면서 일본인 관광객의 유치에 박차를 가하였습니다. 이러한 충남의 일본 관광객 유치를 위한 구체적인 계획을 살펴보면 다음과 같습니다.

첫째, 홍보책자 관광 설명회·관광상품 개발 등의 통합으로, 일본인이 선호하는 「일체형 관광 홍보」책자를 제작하여 일본 현지인 입장에서 제작 및 상품을 개발하는 방안입니다. 둘째, 일본 수학여행단의 유치를 위한 「기초자료 조사」 및 「관광상품 개발」을 진행할 계획입니다. 셋째, 일본 수학여행단 유치를 위한 도, 시군 공동 유치단 구성·운영 할 계획입니다. 넷째, 일본 현지 관광설명회 개최 및 마케팅 활동 전개 할 계획으로 일본 동경에서 충남, 한국관광공사, 시군(공주·부여) 등 공동 참여하는 충남관광 설명회를 추진할 계획입니다. 다섯째, 일본 개별 관광객(FIT) 유치 관광 상품 개발 및 마케팅 추진을 위해 일본인들이 선호하는 「홈스테이 관광객」을 유치할 예정입니다. 여섯 번째로 일본 전담 여행사 및 언론인, 관계자 초청 팸투어 실시로 백제유적과, 충남의 온천, 서해안, 축제 등 충남의 특색 있는 관광지를 결합하는 새로운 관광 상품의 개발을 추진하고, 지역별 특색을 반영하여 관광 상품화와 지역 먹거리가 연계되는 팸투어를 실시할 계획입니다. 마지막으로 일본지역에 충남을 홍보하기 위한 방안으로 일본 현지에서 영향력 있는 언론에 백제 관련 상품을 광고하고, 일본 내 한국어 학교에서 한글을 배우는 30~40대 일본여성을 대상으로 하는 홍보 마케팅을 추진할 계획입니다. 이러한 문화관광교류 추진 정책들이 충남 관광산업을 한 단계 끌어올리면서, 동시에 다양한 일본관광객의 발걸음이 충남에 이어지길 바랍니다.

04 맺음말

동북아 발전의 핵심 지역에 위치한 우리나라는 동북아와 아시아 지역의 다양한 연결고리를 통한 관광발전의 중추적인 역할을 수행할 수 있어, 역내 관광목적지들의 공동홍보 및 마케팅을 위한 새로운 전략과 구체적인 협력 사업을 강구해야 할 때입니다. 특히 동북아 국가들 간에 노력 못지않게 지방정부 역시 지역 간 교류협력의 주체로 등장하고 있습니다.

충남은 ‘모두가 행복한 관광 충남’이라는 비전을 품고 2020년 2천만 명 충남 관광객 도약을 목표로 하고 있습니다. 이를 실행하기 위한 전략으로 관광객의 수요에 대응한 관광수용태세를 개선하고, 충남의 특색 있는 관광콘텐츠를 발굴하여 주변 관광자원을 연계하여, 중국, 일본 관광객을 주요 타깃으로 볼거리·먹거리·즐길거리가 넘치는 충남을 구현하고자 합니다(문화관광저널, 2016.8.18.). 특히 올해 상반기에 예정된 서산 대산항 국제여객선 취항을 통해 중국인 관광객을 끌어들이 다양한 충남의 관광 상품을 개발하고 있습니다. 또한 충남을 대표하는 안보관광, 생태관광, 유네스코 세계유산 ‘백제’를 테마로 일본 현지 여행사에게 방문 설명회, 팸투어 추진 등을 계획하고 있습니다. 따라서 이를 통해 향후 충남이 타도 비교우위의 경쟁력 있는 테마를 특성화 한 관광 상품의 개발과 지역에 경제적인 효과를 창출할 것으로 생각됩니다.

이처럼 충남은 급변하는 국내외 관광시장에 적극적으로 대처하기 위한 다양한 시책을 계속해서 추진할 계획입니다. 앞으로 동북아 지역이 관광교류와 협력을 통해 긍정적인 효과를 창출할 수 있는 계기가 되기를 기대합니다.

참 고 자 료

류정아 등(2003). 동북아 문화교류 활성화를 위한 문화정책 방안 연구. 한국문화관광정책연구원.

문화관광저널(2016.8.18). 글로벌 환황해권 문화관광의 거점 충청남도, 눈부신 도약으로 관광객들 마음 사로잡아.
<http://ctjournal.kr/41/sub.php?id=316304&code=column&code2=column2>에서
2017.3.17. 인출

송두범(2015). 문화교류로 구축하는 동북아시아의 협력방안. 충남발전연구원.

충청남도 관광산업과(2015a). 2015년도 관광마케팅 기본계획.

_____ (2015b). 일본인 관광객 유치계획.

_____ (2015c). 중국인 관광객 유치계획.

_____ (2017). 중국 관광객 대산향 유치계획.

충청남도의회. 2016. 제7회 동북아 지방의회 의장포럼 자료집.

충청투데이(2017.2.27). 해외 관광객 유치, 지역적 한계 극복이 당면 과제.
<http://www.cctoday.co.kr/?mod=news&act=articleView&idxno=1042119>에서
2017.3.17. 인출

한국문화관광연구원(2016). 2015 외래관광객 실태조사.