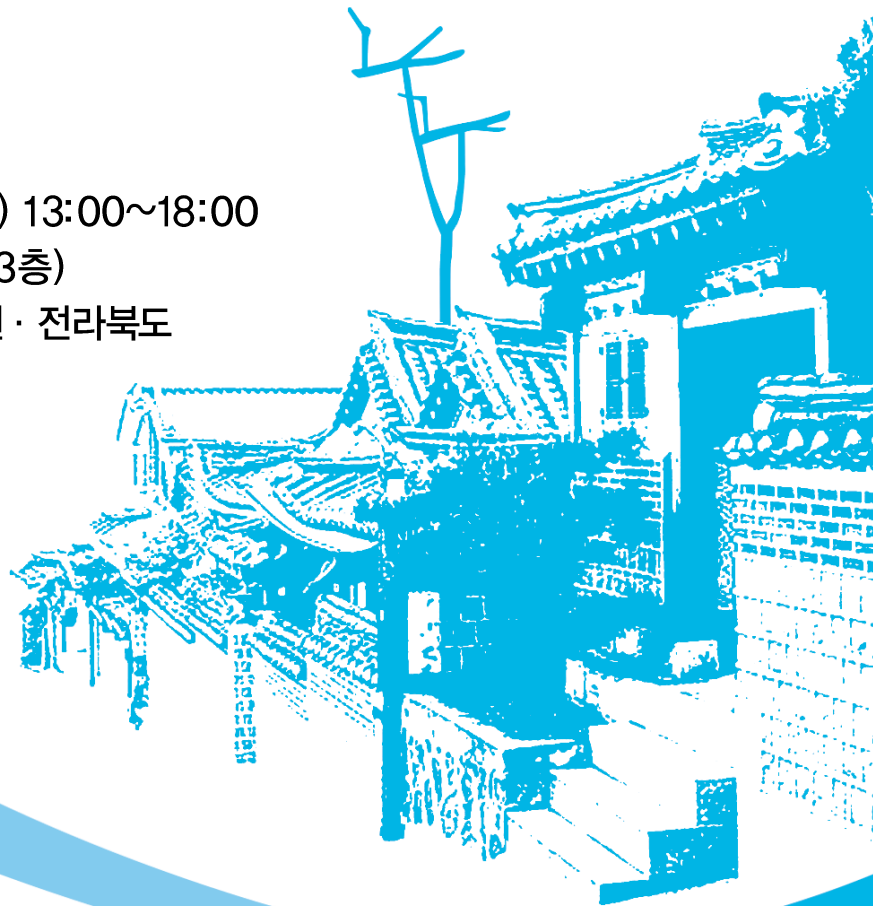
2010 전북관광포럼 발대식



일시 : 2010년 3월 25일(목) 13:00~18:00
장소 : 전라북도청 중회의실(3층)
주최 · 주관 : 전북발전연구원 · 전라북도

전북발전연구원 JEONBUK DEVELOPMENT INSTITUTE
천·년·의·비·상 전라북도

2010 전북관광포럼 창립 발대식

일시 : 2010년 3월 25일(목) 13:00~18:00
장소 : 전라북도청 중회의실(3층)
주최 · 주관 : 전라북도 · 전북발전연구원

천·년·의·비·상 전라북도 전북발전연구원 JEONBUK DEVELOPMENT INSTITUTE

목 차

Contents

Ⅰ. 행사개요 ---------- 3

Ⅱ. 개 회 사 ---------- 5

| 신기덕 전북발전연구원장 |

Ⅲ. 기조연설 : 전라북도 문화관광정책의 방향과 과제 ---------- 8

| 유기상 전라북도 문화체육관광국장 |

Ⅳ. 발 제 1 : 새만금 관광개발 방향 ---------- 20

| 서성만 의종개발 대표이사 |

Ⅴ. 발 제 2 : 전라북도 관광홍보 마케팅 전략 ---------- 39

| 정진수 한국관광공사 상품기획팀장 |

Ⅵ. 전라북도 · 전북발전연구원 '전북관광포럼' 운영규정(안) ----- 64

Ⅶ. 전북관광포럼 운영위원 명단 ---------- 66



Ⅰ. 행 사 개 요

▌행사 개요

○ 행사취지: 관광산업이 전라북도 미래 신성장동력 산업으로 성장하기 위한 관광 정책 수립과 발전과제에 대하여 전문가 의견을 수렴하고 전북관광의 미래비전을 모색

○ 일　　시: 2010년 3월 25일(목) 13:00～18:00

○ 장　　소: 전라북도청 중회의실(3층)

○ 주최・주관: 전라북도・전북발전연구원

시간	행사내용
13:00~13:30	**창립총회**
13:30~14:00	**등록**
14:00~14:45	**개회사　신기덕** (전북발전연구원장) **축사　　이경옥** (전라북도 행정부지사)
	위촉장 전달
	기조연설　전라북도 문화관광정책의 방향과 과제 **유기상** (전라북도 문화체육관광국장)
14:45~15:35	**발제 새만금 관광개발 방향** **서성만** (의종개발 대표이사)
	좌장 장병권 (호원대학교 관광학과 교수) **토론 김대관** (경희대학교 컨벤션경영학과 교수) **김영준** (한국문화관광연구원 연구위원) **원도연** (전북발전연구원 지역발전정책연구소장)
15:35~15:50	**휴식**
15:50~16:40	**발제 전라북도 관광홍보 마케팅 전략** **정진수** (한국관광공사 상품기획 팀장)
	좌장 김철원 (경희대학교 컨벤션경영학과 교수) **토론 안종수** (호남대학교 관광학과 교수) **최영기** (전주대학교 문화관광학부 교수) **심원섭** (한국문화관광연구원 연구위원)
16:40~16:45	**휴식**
16:45~18:00	**분과별 토론**
18:00	**폐회**



Ⅱ. 개 회 사

개 회 사

전북관광포럼은 관광산업이 전라북도 미래 신성장동력 산업으로 성장하기 위한 관광정책 수립과 발전과제에 대하여 전문가 의견을 수렴하고 전북관광의 미래비전을 모색하는데 목적이 있습니다.

이번 전북관광포럼을 통해 관광관련 전문가들에게 전라북도를 이해시키고 관광분야의 네트워크를 강화함으로써 효율적인 관광정책 수립을 논의하고자 합니다.

또한 각계 전문가의 관점에서 전라북도 관광의 현안문제를 진단하고 해결방안을 모색함으로써, 현실적인 관광정책 및 관광산업 육성전략을 수립하고자 합니다.

오늘 전북관광포럼 발대식에 참석하신 포럼위원들께서는 각자의 분야에서 가지고 계신 높은 식견과 전문성을 바탕으로 좋은 의견을 내주셔서, 전북관광의 성장발판을 마련할 수 있는 계기를 만들어 주시기 바랍니다.

끝으로 바쁘신 중에도 발제를 맡아주신 발표자와 오늘의 논의를 공유해주실 토론자 그리고, 참석하신 여러분들께 감사의 말씀을 전하며 유익한 교류의 장이 되시길 기원합니다.

감사합니다.

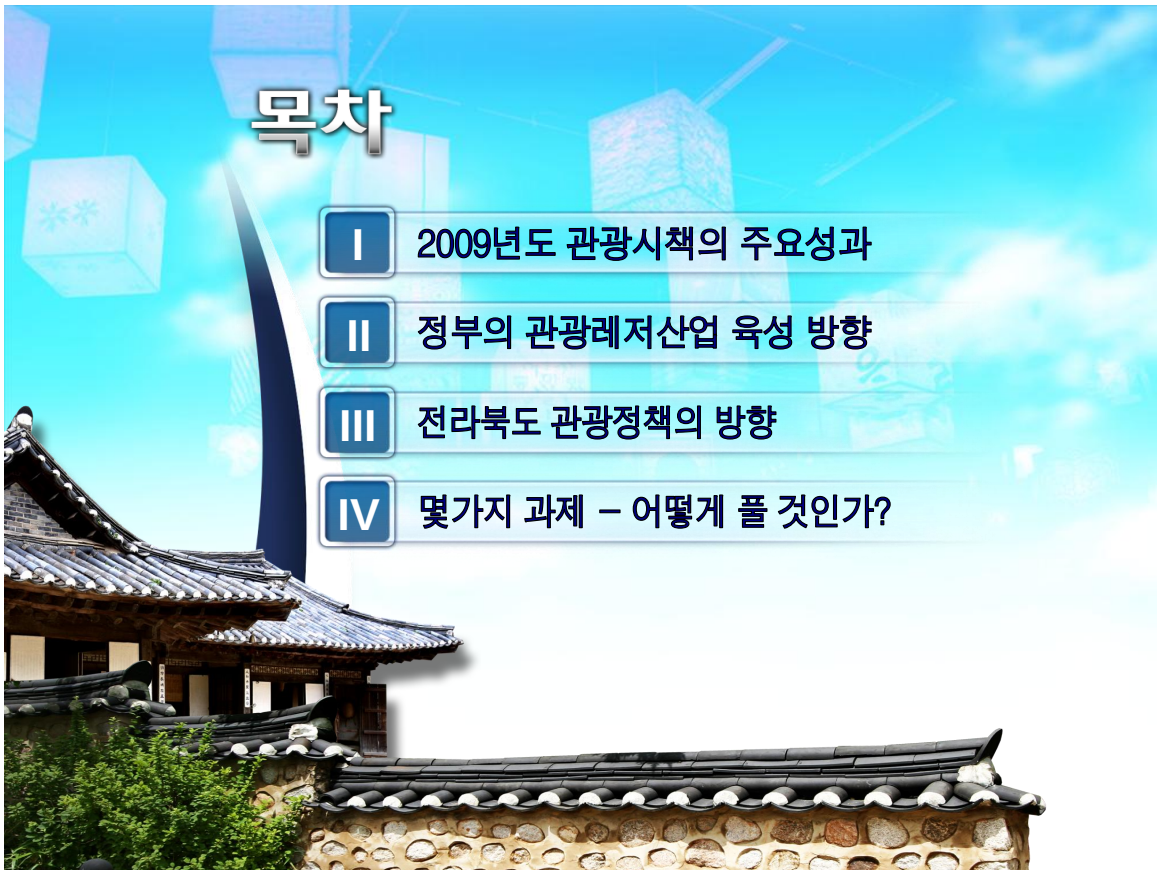
전북발전연구원장 신기덕



Ⅲ. 기조연설
전라북도 문화관광정책의 방향과 과제

| **유기상** 전라북도 문화체육관광국장 |


Korea
Be Inspired
2010
전라북도 문화관광정책의 방향과 과제
2010. 3. 25
유 기 상
전라북도 문화체육관광국장
천·년·의·비·상
전라북도


목차
I 2009년도 관광시책의 주요성과
II 정부의 관광레저산업 육성 방향
III 전라북도 관광정책의 방향
IV 몇가지 과제 – 어떻게 풀 것인가?

Ⅰ. 2009년도 관광시책 주요성과

1. 지역특성을 살린 신명나는 관광전북 기반구축

구 분	내 용
관광 스토리텔링 발굴	마케팅 활성화 추진(시군별 193개, 테마별 17개)
타시도 수학여행단 유치	211개교 51,340명(2008년 대비 17% 증가)
전국관광기념품 공모전	대상(천년의 빛)외 9개 입상작품 배출(개발자금 64백만원)
전북 순환관광버스 운영	'09.3.21~10.25, 총 99회 탑승객 3,323명 – 서울 1박2일 상품 개발운영(수도권 관광객 1,165명 유치/34회 운행)
국제 관광행사 유치	「2010 전북 국제관광 학술대회」, 「2010 한국음식관광축제」

방문관광객수 및 수요전망(단위 : 천명)

구 분	총계	증가율
2007	39,055	11.3%
2008	47,458	21.5%
2009	51,909	9.4%

구 분	2010~2015			2018~2020	
	2010	2012	2015	2018	2020
계	54,504	60,091	69,563	80,527	88,782
숙박 관광	31,067	34,251	39,650	45,900	50,605
당일 관광	23,437	25,840	29,913	34,627	38,177

Ⅰ. 2009년도 관광시책 주요성과

2. 새만금 관광객 수용태세 구축

관광인프라 확충

구 분	내 용
편의시설	주차장 3,835대, 화장실 420칸, 휴게시설 10개소
숙박업체	S&C사 등 5개기업 호텔 유치
음식업체	대형음식점 120개소 확충(100석이상 80, 200석 이상 40)
교통시설	시내·외 버스 방조제 연장운행(80회) 및 철도승객 연계

관광상품 개발

구 분	내 용
새만금 연계상품	6개 테마 30개 상품(새만금과 기존 관광지 연계)
새만금 특화상품	4개 상품(길상품, 하늘상품, KTX 연계관광상품, 2층 투어버스)

관광관련 주요기관과의 MOU체결(한국철도공사, 여수엑스포, 한국관광공사)로 홍보추진

Ⅰ. 2009년도 관광시책 주요성과

3. 관광지 및 관광자원개발

- 벽골제관광지 지정 및 조성계획 승인('09.3.3, 180천㎡)
- 권역별 관광지 개발(4개 지구, 66억원)추진

  – 은파 : 자전거도로 등 18억원 – 금강호 : 도로개설 등 4억원
  – 내장리조트 : 기반시설 34억원 – 오수의견 : 전기통신 등 10억원

- 테마관광자원 개발사업추진 및 생태녹색 공원 등 28개 사업 285억원 지원
- 문화부 주관 공모사업에 4개 지구 27억원 선정



Ⅰ. 2009년도 관광시책 주요성과

4. 관광시설 확충

- 품격있는 대규모 관광숙박 및 휴양시설 확충(12개소, 1,825실)

  – 사우디S&C사비응도관광호텔(898실) – 구천동관광호텔 (200실)
  – 애플트리관광호텔 (109실) – 마이산관광호텔 (50실)
  – 스위트호텔 (80실) – 웰컴관광호텔 (42실)
  – 피렌체관광호텔 (45실) – 오스카관광호텔 (48실)
  – 천년전주관광호텔 (120실) – 우아동관광호텔 (53실)
  – 강천산휴양콘도 (130실) – 익산유스호스텔 (50실)

- 전주 컨벤션 · 호텔 건립

  – 컨벤션건립 기본계획 용역, 총괄사업자MOU 체결 ('09.7월)
  – 종합경기장 컨벤션 · 호텔건립 용역
  – 경기장 대체시설 부지매입 : 103,505㎡ 중 34,426㎡(33%)

Ⅱ. 정부의 관광레저산업 육성 방향

전라북도 JEONBUK

1. 현황 및 예측

- **국제관광 환경변화에 대한 신속대응 강화**
  - – 2010년 원/달러환율 하락에 따른 국내관광 악화 대비
  - – 대규모 국제행사 유치 'G20 정상회의','한국방문의 해'
  - – 품격있는 환대서비스로 국제관광경쟁력 강화 필요
  - – 산악,해양 등 레포츠형 관광산업 육성

2. 정책 대응방안

- **국민관광 및 민간투자 확대로 지역경제 활성화 및 내수진작**
  - – 휴가, 휴일제도 개선, 가족관광활성화, 다양한 중저가 숙박시설 확충
  - – 규제완화 및 제도개선으로 민간의 관광투자 촉진
- **명품 관광콘텐츠 육성 및 성공적인 한국방문의 해 추진**
  - – MICE, 쇼핑, 환승관광 등 융복합형 관광상품 개발
  - – 한국방문의 해 계기 환대서비스 개선, 특별마케팅 전개

Ⅱ. 정부의 관광레저산업 육성 방향

전라북도 JEONBUK

3. 콘텐츠로 경제활력 제고

- **관광콘텐츠 전문인력 양성**
  - – 현장맞춤형 전문인력 양성으로 인력 수급불균형 해소
  - – 융합형 · 미래형 콘텐츠개발 등 신성장동력 육성을 통한 고품질 일자리 창출
  - – 문화관광해설사 신규양성 및 해설지역 확대
  - – 관광산업 청년인턴 활성화로 관광서비스 인력 확충



- **관광사업체 투자 및 유통 활성화**
  - – 관광호텔 · 유원시설 등 관광사업체 신설 · 개보수 융자확대
  - – 관광투자박람회 개최, 관광단지 시설기준 완화 등



Ⅱ. 정부의 관광레저산업 육성 방향

4. 미래를 향한 글로벌 코리아

- 녹색관광자원화 사업 추진
  - 문화자원 복원 → 강변 문화관광권 구축 → 생태체험프로그램 개발 → 문화가 흐르는 4대강 살리기
- 외래관광객 체험상품의 확대
  - – 템플스테이 체험프로그램, 한류관광상품 육성
- 경영의 합리화
  - – 민간예술단체 재원구조 다변화로 재정운영의 투명화
  - – 관광서비스 품질관리 업무는 관광공사로의 이관 추진

Ⅲ. 전라북도 관광정책의 방향

1. 전북발전의 구도와 관광정책

전북발전구도

기 본 방 향

- 국책사업과의 연계구축
- 지역성장잠재력 극대화
- 지역간 관광의 동반성장
- 관광클러스터 형성지원
- 융 · 복합관광산업 육성

초광역개발권

초광역권 연계사업

- 서해안관광벨트
  - – 새만금 산업관광융합
  - – 문화생태체험
  - – 전통·역사문화클러스터
  - – 휴양레포츠 클러스터
- 동서연계내륙녹색벨트
  - – 백두대간 연계
  - – 경북~전북간 공동개발
- 내륙첨단산업벨트
  - – 전주 R&D 특화단지
  - – 탄소밸리
  - – 방사선융합, 의료 등

호남광역경제권

6개권역 4개축 4개벨트

- 3개 권역
  - – 새만금권
  - – 전주권
  - – 지덕권
- 2개 축
  - – 녹색산업축
  - – 지식축
- 3개 벨트
  - – 서해안관광벨트
  - – 산악수변관광벨트
  - – 녹색관광벨트

Ⅲ. 전라북도 관광정책의 방향

2. 전북관광 SWOT분석과 전략과제

S W O T

강점(Strengths)
- 다양한 관광자원 존재 (역사문화, 자연, 음식)
- 환황해권 중심지 입지 대중국 관광시장
- 관광객 유인특화이미지 한옥, 전주국제영화제

약점(Weaknesses)
- 관광수용태세,기반시설 미흡 및 부족 – 국제공항, 고급숙박
- 핵심 관광콘텐츠 부족
- 관광산업구조 취약

기회(Opportunities)
- 중국관광시장 개방
- 정부의 서해안개발정책
- 초광역 인프라 개선
- 새만금 방조제 개통

위협(Threats)
- 국내 · 외 관광경쟁 심화
- 주변국 관광정책변화
- 국가예산의 편중

전 략 과 제
- 환황해권 신여행문화 창출지역 글로벌 국제관광지 기반구축
- Only One 관광콘텐츠 발굴 · 육성
- 고부가가치 관광산업 육성
- 관광홍보 · 마케팅 강화

Ⅲ. 전라북도 관광정책의 방향

3. 전북관광 전략과 과제

목표

동북아 관광거점, 신성장 관광산업육성, 관광수용태세확립
– 2012년 관광객 6,000만명 유치
– 4대 핵심 관광산업의 육성과 지역간 동반성장 및 문화격차해소

4 대 전략
- 글로벌 국제관광지로서의 품격있는 관광기반 구축
- 국제행사, 크루즈, 의료관광 등 고부가가치 관광산업 육성
- 경쟁력 있는 관광콘텐츠 발굴 · 육성
- 국내 · 외 관광객 유치를 위한 관광홍보 · 마케팅 강화

Ⅲ. 전라북도 관광정책의 방향

3. 전북관광 전략과 과제



관광지 기반시설 확충

- 고급형, 중저가형 관광숙박시설 확충
- 해양, 농경역사문화의 관광자원화 추진
- 국제회의 및 전시박람회를 위한 컨벤션 센터 건립
- 한옥, 자동차 오토캠핑장, 템플스테이 등 다양한 숙박시설 확충
- 김제 만경 능제 농어촌관광단지 조성, 순창 섬진강, 고창 석정온천 관광지 개발

관광콘텐츠 발굴과 육성

- 새만금 특화관광상품개발(2층 투어버스, 열기구, 6개테마 30대 상품 등)
- '예향천리 마실길', '슬로시티' 등 저탄소 녹색관광상품 개발
- 뉴콘텐츠융합형 전북체험여행상품 개발
- 새만금 해넘이, 농어촌 체험형 관광마을 확대(군산 선유도, 고창 동호마을 등)

Ⅲ. 전라북도 관광정책의 방향

3. 전북관광 전략과 과제

고부가가치 관광산업 육성

- MICE산업 발굴 및 육성(한국음식관광축제, 한국관광학회 등)
- 고부가가치 해양관광산업 육성(연안 크루즈, 요트 등)
- 2012 세계 종교간 대화 심포지엄(아름다운 순례길 연계사업)
- F1 국제파워보트 경주대회 등 해양레포츠 관광산업 육성
- 새만금 주변도서 가족체험형 해양관광기반 조성

관광홍보 및 마케팅 강화

- 국내외 인터넷 포털사이트, 스마트 폰을 활용한 관광홍보 강화
- 문화관광해설사 및 관광통역안내원자질 강화(다문화 가정 채용확대)
- 외국인 관광객 유치 확대(중국, 일본 수학여행, 노인교류, 기업인센티브 투어 등)
- 순환관광버스 확대운영(전주~부산, 외국인 전용관광버스 운행 등)

Ⅲ. 전라북도 관광정책의 방향

전라북도 JEONBUK

4. 2010년도 주요관광시책 >> 가. 대형 국제관광행사

2010 새만금 깃발축제

- 행사기간 : 2010. 4. 23~5. 2(예정)
- 행사목적 : 새만금 방조제 준공을 기념하고,
  동북아 중심의 국제관광단지 개발의 서막을 알림
- 축제슬로건 : 『녹색 생명의 바람으로 천년 희망의 깃발을 휘날리자』
- 행사내용 : 세계국기전, 이색깃발전, 태극기특별전 등 다양한 깃발전시,
  깃발퍼레이드, 문화 이벤트, 시군 연계행사 등



‹#›

Ⅲ. 전라북도 관광정책의 방향

전라북도 JEONBUK

4. 2010년도 주요관광시책 >> 가. 대형 국제관광행사

2010 한국음식관광축제

- 일　　시 : 2010. 10. 21 ~ 27일까지 7일간
- 장　　소 : 전주 한옥마을 및 월드컵경기장 일원
- 주　　최 : 전라북도, 한국방문의해위원회
- 주　　관 : 한국음식관광축제 추진위원회
- 사업목적 : 전라북도 음식의 전국화 · 세계화 · 산업화,
  한식의 종주지역 이미지 구축 및 국제적 음식관광축제 위상확립



2010 국제관광학술대회

- 일　　시 : 2010. 7. 5 ~ 7. 7(2박3일)
- 장　　소 : 부안 변산대명리조트
- 주　　최 : 전라북도
- 주　　관 : 한국관광학회
- 행사내용 : 전북관광에 대한 대안제시와 전북관광자원의 집중홍보
- 기대효과 : 전북관광 경쟁력 제고와 관광활성화



‹#›

Ⅲ. 전라북도 관광정책의 방향

전라북도 JEONBUK

4. 2010년도 주요관광시책 >> 나. 관광상품개발 및 마케팅



- 열기구 상품
  - – 하늘위에서 고군산 군도의 비경을 감상할 수 있는 특화 관광상품
- “순환관광버스 운행”
  - – 지난해 서울출발 1박2일상품이 성공함에 따라
    2010년에는 부산출발(1박2일) 상품과 KTX 새만금 전용코스를 확대 운행
- “서울↔전북간 외국인 전용 정기관광버스” 운영
  - – 수도권 방문 외국인관광객을 우리도에 유치하기 위하여 한국방문의해와 공동운영
- 저탄소녹색 도보여행 상품 개발
  - – 도보여행상품인 “예향천리 마실길”, 농촌관광과 연계 지역간 동반성장 유도

Ⅲ. 전라북도 관광정책의 방향

전라북도 JEONBUK

4. 2010년도 주요관광시책 >> 나. 관광상품개발 및 마케팅

- 다시 찾고 싶은 매력 있는 관광지 조성

사 업 명	지 구	사 업 내 용	금 액
관광지개발사업	5	내장산리조트(50), 은파(10), 금강호(4), 오수의견(9), 벽골제(30)	103억원
문화관광자원 개발사업	12	새만금주변 공원조성 등	318억원
생태녹색관광자원 개발사업	4	섬진강 생태탐방로 등	46억원
새만금주변 관광기반시설 구축사업			

- 품격 있는 관광시설 확충
  - – 현재 : 현재 신규유치 등 신축중인 시설 18개소 2,853실
  - – 목표 : 2012년까지 총 44개소 6,756실 등록, 75%가 증가 계획
  - – 새만금 주변지역 및 동부권 국립공원 지역 : 500실이상 10개상 유치 추진
  - – 국민여가 캠핑장 조성 : 가족단위 체험관광을 위해 완주, 고창 지역에 조성
  - – 한옥 시설개선 지원사업 : 한옥 고택스테이, 템플스테이

‹#›

Ⅳ. 몇 가지 과제 – 어떻게 풀 것인가?

1. 새만금 동북아 관광의 보물단지 만들기

- 새만금 개발계획과 인근지역에 여러 관광레저개발계획과 다양한 개발주체



휴양 · 숙박, 생태체험공원, 해양수변활동, 위락 · 휴양 등 관광기능의 적정배치와
문화관광, 체육시설의 글로벌 랜드마크가 될 수 있도록 디자인 차별화를 어떻게 할 것인가?

Ⅳ. 몇 가지 과제 – 어떻게 풀 것인가?

2. 전북만의 차별화 된 관광콘텐츠 살리기

- 전통문화, 한스타일, 저탄소 녹색관광의 지속적 성장 유도
  - – 전주 한옥마을의 슬로시티 지정추진

3. 관광시설확충을 위한 민자유치 방안은?

- 국제행사를 성공적으로 이끌어 내기 위한 컨벤션과 고급호텔 확충 절실

4. 관광분야 일자리 창출 방안은?

- 도내 저소득층, 차상위계층, 청년실업, 다문화 가정 등


Korea
Be Inspired
2010
전라북도 문화관광정책 추진방향
Thank You
천·년·의·비·상
전라북도



Ⅳ. 발 제 1
새만금 관광개발 방향

| **서성만** 의종개발 대표이사 |



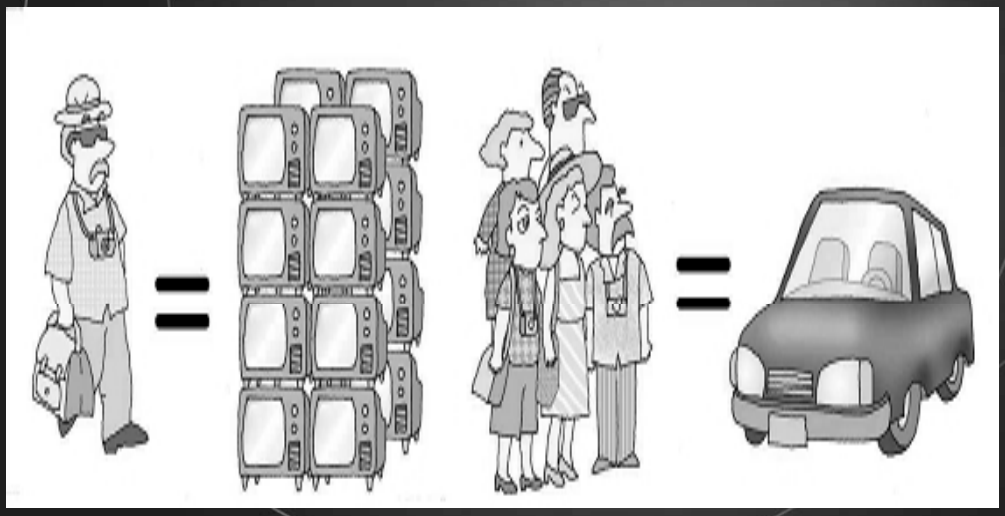
이해인의 "봄 같은 사람이란"

봄 같은 사람이란
희망이 있는 사람
기뻐할 줄 아는 사람
따뜻한 사람
그리고 그 어떤 어려움이 있어도
용기와 희망을 잃지 않고
최선의 성실로 묵묵히
실행하는 사람이라고 했습니다.


2007년 세계관광경쟁력 42위에서
2009년 31위로 성장
Korea
Sparkling
OWNED: INTERNATIONAL BUS SERVICES
OPERATED: GRAYLINE NY TOURS
NYDOT: 203061


"Golden Bridge"라는
국제적인 대형 이벤트를 계기로...
G20 Seoul Summit
2012 여수세계박람회
EXPO 2012
YEOSU KOREA
Asian Games
INCHEON 2014
CANDIDATE CITY
IAAF World Championships
2011 Daegu
PITTSBURGH SUMMIT2009

“관광 산업은”외화 가득율 공헌도와 고용창출 효과가 큰 산업으로 지역경제 활성화에 이바지.....





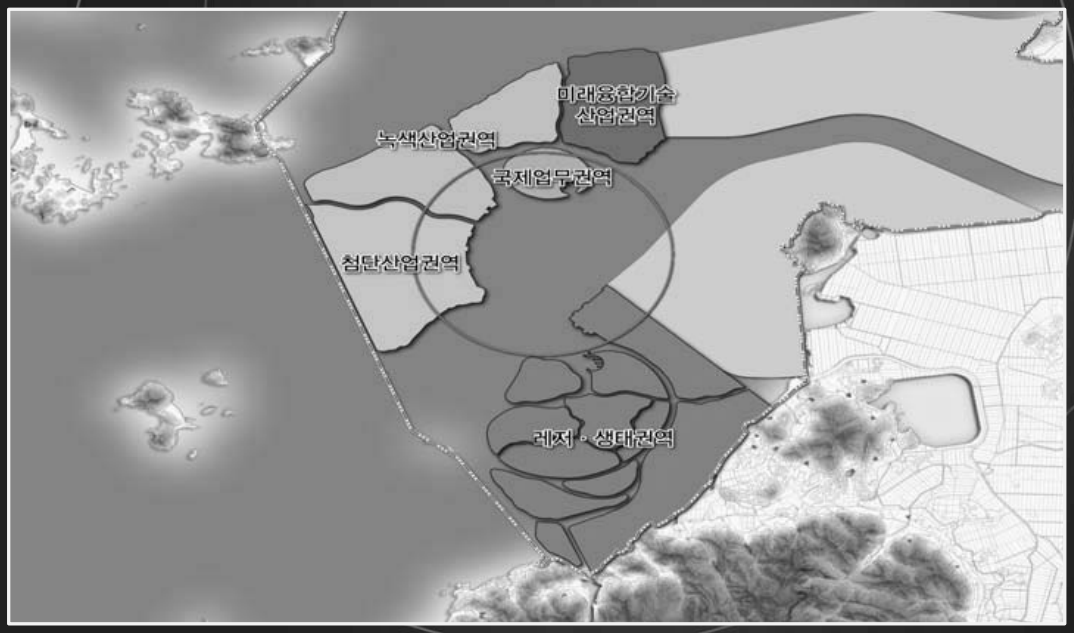
정말 힘들고 어려웠던, 당시의 순간들을 기억하고 계십니까?



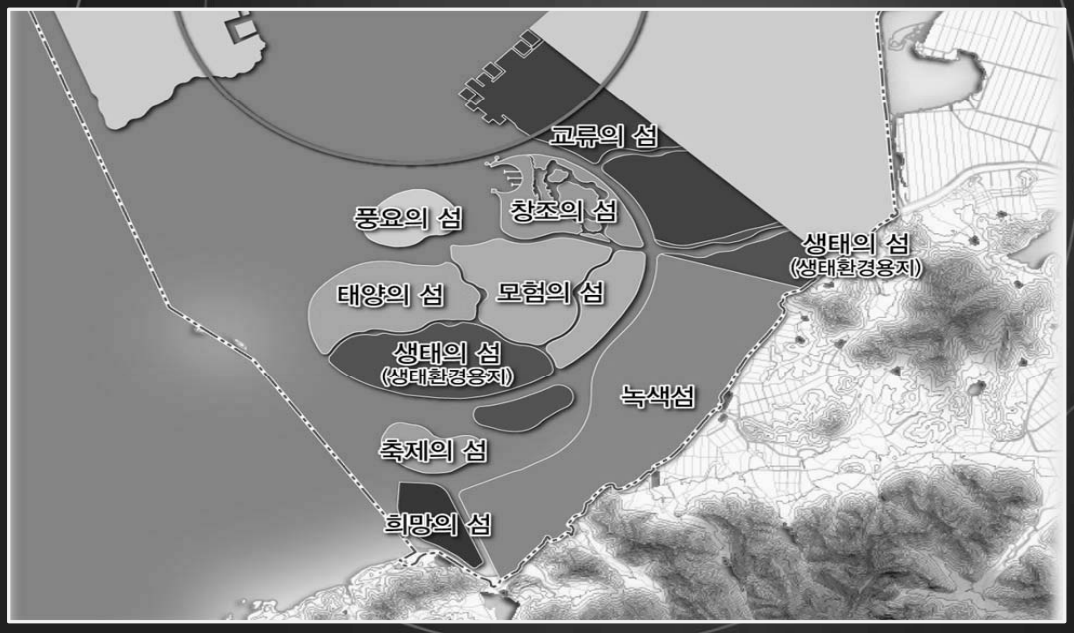
장장 33km의 바닷길은
지금 또 다른 역사적인 대장정의 출발길에 서 있습니다.



여의도의 140배인 간척지는 후대에 길이 남을,
새로운 약속의 땅! 새로운 희망의 땅!으로 새롭게 탄생될 것입니다.



지역만이 가지고 있는 독창성! 접근성! 그리고 살아있는
Global Message와 있는 그대로의 역사성이 필요하지 않을까요?



그러나, 많은 지자체에서도 이와 유사한 Master Plan 으로 개발중에 있다는 것에 주목할 필요성이 있지 않을까요?



지속 가능한 관광지로 각광받기 위한 구체적인 Demands를 계획하고 있는지, 냉정하게 고민해 볼 필요성이 있지 않을까요?



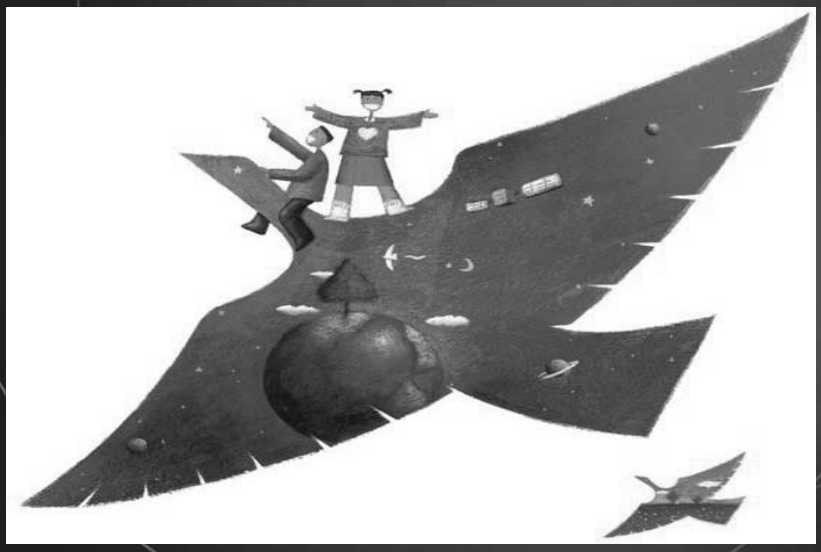
여기 수년의 세월이 흘러도 변함없이 세계 관광객들의 발길이 끊기지 않는 이유가 무엇일까요?



이제 우리도 우리들만의 이야기를 중심으로, 문화와 Story telling 이 넘치는 관광 실크로드로 자리매김해야 할 필요성은 없을까요?



이야기와 감성 그리고 상상력에 의해 추진되는
Story telling이 있는 "Dream Society시대"가 올 것입니다.

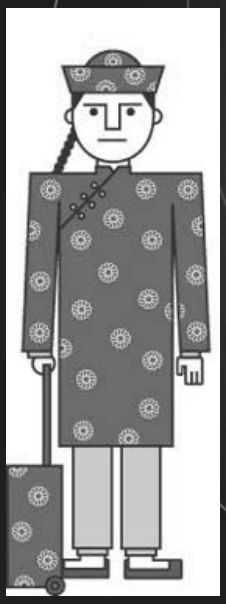


덴마크 미래학자 롤프 엔션의 "Dream Society"

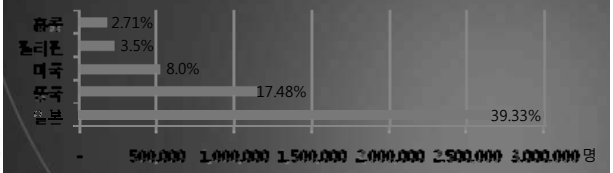
그 Storytelling은 마음을 사로잡는 생명력 있는 이야기가
되어야 하며, 동시에 친밀감과 상상력을 전제로 해야 할 것입니다.

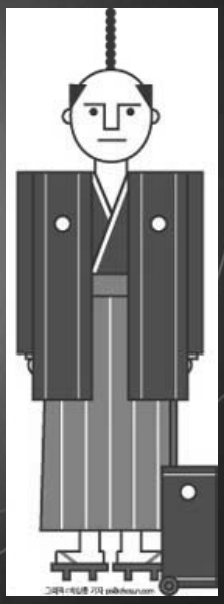


Global Message를 전달하기 위하여, 일본관광객 39%, 중국관광객 17%를 눈 여겨 볼 필요성이 있지 않을까요?



전체 방한 외래관광객 수 **790만 명**





국가	관광목적.동기	평균 체류기간	평균 지출경비 (주요쇼핑품목)
일본	가까운 거리, 음식탐방, 쇼핑	2.7박	1,136달러 (식료품,화장품,김치)
중국	자연풍경감상, 쇼핑, 패션.유행 등 세련된 문화	6.8박	1,413달러 (의류,화장품,식료품)
미국	역사.문화유적, 자연풍경감상, 음식탐방	11.9박	1,265달러 (의류,식료품,액세서리)
홍콩	쇼핑, 자연풍경감상, 음식탐방, 경제적여행비용, 유흥.놀이시설	4.1박	1,071달러 (화장품,의류,한약제)
태국	자연풍경감상, 쇼핑, 휴양.휴식, 기후.뚜렷한 사계절	6.5박	1,363달러 (의류,한약제,화장품)

663년 전북 부안의 동진강 근처에서 벌어진 "백강구 전투" 에 서려있는 이야기를 아십니까?



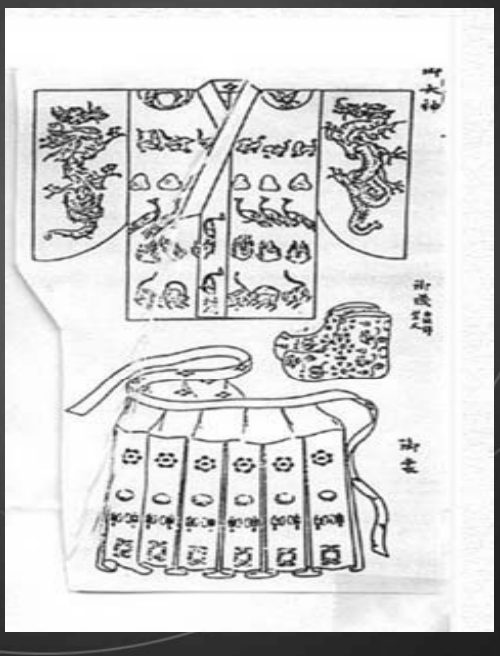
아스카 시대에 유교, 불교를 비롯하여
건축, 조각, 회화 등 많은 백제의 문물이 전파되었습니다.



[6 ~ 8세기 백제문화 일본전파]

아스카 문화가 백제문명의 연장이라고 볼 때,
조상들의 그런 문화에 대한 향수가 남아 있지 않을까요?

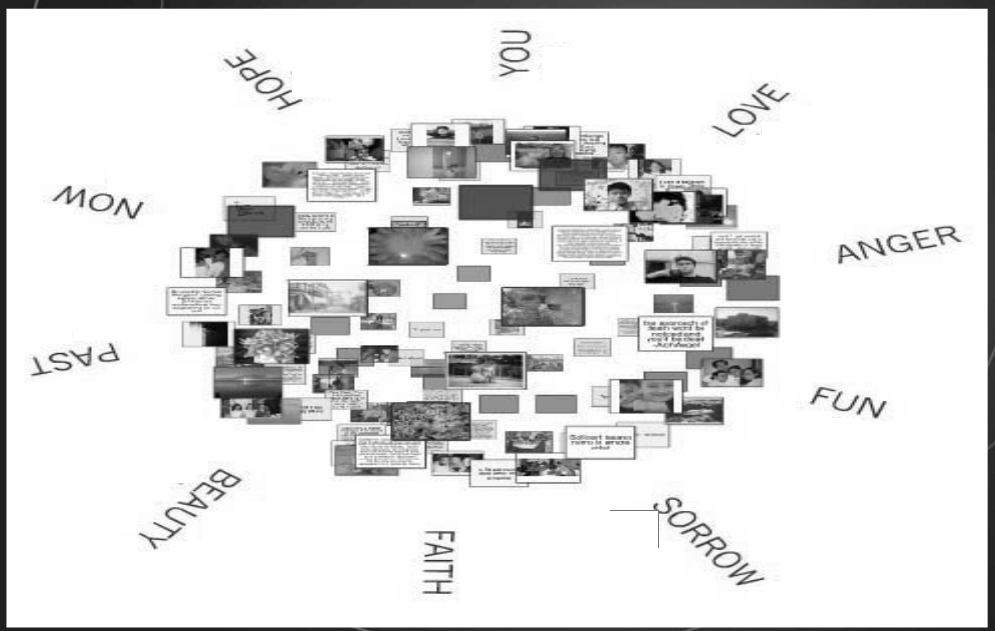




새만금을 Global 관광화 하는데
한류 못지 않은 매력적인 뭔가?는 상품화 되어야 하지 않을까요?



Story telling을 Global화하여, 체험상품을 만들고
다양한 테마와 함께 국제적인 Event로 승화시키면 어떨까요?



사람들이 가고 싶은 곳 !
사람들이 살고 싶은 곳 ! 사람들이 쉬고 싶은 곳 ! !

Something Re-creation!

문화적, 역사적 내용을 재창조한, 새만금 아니면 도저히 경험해 볼 수 없는 그런 Story telling같은...

Something Discrimination!!

같은 테마라도 차별화된 family fish land..., 자연의 水와 우주의 氣가 복합된 Wellbeing Therapy 같은...

Something Distinctive !!!

정말 차가 없이 자전거로 이용하고 태양광으로 움직이는 친 생태환경의 레저 패러다이스 같은...



새만금 개발방향

서성만 (의종개발 대표)

미래학자 존나이스빗은 “정보통신산업, 환경산업과 함께 관광산업을 무한사업”으로 전망하였습니다. 두바이 등 중동국가들도 석유의존도를 낮추고 관광산업을 신성장동력으로 추진하고 있는 현실을 잘 알고 계실 겁니다. 반면 우리나라도 2007년 세계 관광경쟁력 42위에서 지난 해 31위로 진입하였습니다. 아울러 10년 만에 관광수지도 흑자가 났습니다. 물론 환율 및 신종 플루에 따른 해외여행의 급감과 많은 외래 관광객의 방문에 따른 내외적인 영향도 있습니다만, 정부가 관광산업을 신성장동력으로 재평가하여 각종 제도를 완화하고 관광기금을 활성화하며 다양한 관광인프라 구축에 심혈을 기울인 영향도 한 몫을 했다고 생각합니다.

또한 작년 한 해 약 790만 명의 외래 관광 방문객 이후 금년에 850만 명, 2012년도에 약 100만 명을 목표로 하여 각종 정책을 입안해 추진하고 있다는 것은 관광산업에 종사하는 한 사람으로써 상당히 고무적인 소식이 아닐 수 없습니다. 아울러 가까이는 금년 영암에서 열리는 세계 3대 올림픽 중 하나인 F1경기, 11월 개최되는 대역사적인 G20 세계 정상회의, 금년 6월의 상항이 엑스포를 계기로 한 neighbor관광, 2011sus 대구세계육상선수권, 2012년 여수세계엑스포, 2013년 세계에너지총회, 그리고 2014년 인천아시안게임에 이르기까지 속칭 “Global bridge”라는 국제적인 대형 이벤트를 계기로 국격이 한 차원 높아질 뿐만 아니라 각 지자체 별로 관광 산업의 인프라 구축도 상당히 활성화되어 관광경쟁력도 ‘Jump-up’ 될 것으로 생각합니다.

또한 관광산업은 반도체, 휴대폰에 비해 외화 가득율이 88%로 외화수입에 가장 공헌도가 큰 산업이라고 말씀드릴 수 있으며 일자리 창출도 IT산업에 비해 매출액 대비 약 5배의 효과가 크다는 것을 감안하면, 특히 지방의 유휴인력을 흡수하는데 최적의 출구전략이 될 것으로 확신합니다. 따라서 저는 이러한 취지를 바탕으로 오늘, 전북도 관광산업의 메카가 될 새만금 관광지가 지속가능한 세계적인 관광지로 각광받기 위해 가장 중요한 핵

심적 요소만을 간추려 조심스럽게 접근하고자 합니다.

그 동안의 숱한 어려움을 헤치고 장장 33km의 바닷길은 2006년 4월 마지막 물막이 공사를 끝으로 19년의 대역사를 종결지속, 힘들고 지쳤던 우리 모두의 마음을 모아 또 다른 역사적인 대장정의 출발 길에 서 있습니다. 이어서 여의도의 140배인 간척지는 이제 후대에 길이 남을 새로운 약속의 땅, 새로운 희망의 땅으로 새롭게 탄생될 것입니다. 녹색산업권, 첨단산업권, 국제 업무권과 어우러지는 고품격 녹색생태도시로 그리고 각종 테마와 콘텐츠로 개발되는 레저 파라다이스로 말입니다. 물론 입지적인 특성과 규모의 경쟁성은 있겠습니다만 많은 지자체에서도 이와 유사한 master plan을 가지고 개발을 구상하고 있다는 사실에 주목할 필요성이 있다고 생각합니다.

지속 가능한 관광지를 위해선 접근성과 적정 수용도 중요하지만 그 지역만이 가지고 있는 독창성과 무엇보다 방문객들을 매혹시킬 수 있는 생생한 Global message가 있어야 한다고 생각합니다. 아울러 치장이 아니라 있는 그대로의 문화와 역사성도 간과되어서는 안 될 것입니다. 따라서 각종 테마와 콘텐츠로 어우러진 훌륭한 master plan이 혹 이렇게 유사한 방향으로 답습되는 것은 아닐까하는 조심스런 우려를 해봅니다.

우리는 이미 관광지 개발이 어떻게 구성되어야 하는지, 다른 선진국 및 국내 대규모의 개발사례를 통하여 그 Needs와 Wants들을 잘 알고 있습니다. 그러나 지역주민이 참여하고 지역경제에 이바지하고 지속 가능한 관광지로 각광받기 위한 구체적인 Demands를 계획하고 있는지, 또한 간과한 것은 없는지 냉정하게 다시금 고민해 볼 필요성이 있다고 사료됩니다.

그간 베끼기에 급급했던 일부 관광지는 동네 휴식터처럼 전락되고, 국제적인 행사를 치룬 곳인지 의심스러울 정도로 이젠 흉물로 남아있는 그런 사례를 더 이상 답습해서는 안된다고 생각합니다.

하늘의 수많은 별이 수 천 년이 지나고 아름다워 보이듯 여기 수년의 세월이 흘러도 세

계 관광객들의 발길이 끊이지 않는 대표적 관광지가 있습니다. 그것은 바로 벨기에 브뤼셀을 대표하는 오줌 누는 소년상, 덴마크 코펜하겐의 인어공주, 독일 프랑크푸르트의 라인강변 로렐라이 언덕, 또한 13C부터 지금까지 소금을 채굴하며 당시 광부들의 조각품 및 생활상을 이야기로 상품화한 폴란드의 비엘리카 소금광산이 있습니다.

우리나라에는 세계에서 해안가에 가장 가까이 접근해 있다는 지붕의 기차역으로 유명한 정동진의 모래시계가 있습니다. 공통점이란 것은 가보면 실망스러울 만큼 "아무것도 없다"는 것입니다. 그저 작은 동상들, 정동진에는 소나무 한 그루와 모래시계일 뿐입니다. 그러나 수년간 수백만 명이 방문하는 명소들입니다. 그것은 보이는 것보다 문화적 콘텐츠 즉 늘 우리 마음속에 녹아있는, 바로 살아있는 이야기가 있기 때문이라고 생각합니다.

이제 우리도 우리들만의 이야기를 중심으로 4월 개통 후, 금년 약 600만 명 이상이 이용할 것으로 예상되는 33km의 역사적인 방조제가 그냥 스쳐가는 길목이 아니라 문화와 스토리텔링이 살아 넘치는 관광 실크로드로 자리매김하여 그들이 머무는 곳으로 만들어야 할 것입니다.

그러한 생생한 이야기를 주축으로 주변의 명품녹색도시, 국제도시와 연계되고 레저 파라다이스와 어우러지도록 해야 할 것입니다. 결국 그런 어우러짐이 있을 때, 우리가 힘들게 걸어온 새만금은 후대에 영원토록 희망의 땅으로 약속을 지켜줄 것이라고 확신합니다.

덴마크 미래학자 롤프 엔션은 저서 "Dream society"에서 미래는 정보시대 이후 "이야기"와 "감성" 그리고 "상상력"에 의해 추진될 것이라고 예견하고 있습니다. 즉 Stroytelling이 있는 "Dream Society시대"가 올 것이며, 이야기와 꿈이 부가가치를 만들고 이를 통해 새로운 시장이 형성된다는 것입니다.

다시 말해 외형적 매력만으로는 관광객을 유인할 수 없고 관광지의 매력, 의미, 가치, 관광객들의 관심, 참여 몰입을 이끌어 낼 수 있는 story를 만들어서 스스로 체험하게 하고 telling함으로써 관광지가 영구한 생명력을 갖출 수 있다는 것으로 해석을 합니다. 그

Storytelling은 마음을 사로잡는 생명력 있는 이야기가 되어야 하며 동시에 친밀감과 상상력을 전제로 해야 합니다. 물론 이곳에서도 다양한 소재를 발굴한 것으로 알고 있습니다만 "생명력 있는 세계적 관광지를 위해서는 그 어떤 테마개발 이전에, 역사적이나 문화적 바탕을 배경으로 한 대표적인 스토리텔링을 만들기 위해 우선 재조명이 필요한 것은 아닐까?" 조심스럽게 말씀드리고 싶습니다.

여수도 이제야 이순신장군과 연계한 스토리관광 상품을 준비하고 있다고 합니다. 강원도 역시 관광경쟁력을 갖추기 위해, 지난해 호주의 유명한 동화작가를 초빙해 스토리텔링 찾기에 동분서주하여 이제 그 이야기를 구체화하는 단계에 이른 것으로 알고 있습니다.

따라서 저는 오늘 발제자로써, 관광지 개발을 위해 여러 테마와 콘텐츠도 중요하겠지만 무엇보다도 이야기를 주축으로 연계된 관광지 개발이 가장 시급할 것으로 사료되어, 원론적 이야기 같지만 이러한 내용을 가지고 발표하게 됨을 폭넓으신 고견으로 혜량하여 주실 것으로 믿습니다.

작년 외래방문객 790만 명 중 Market Segmentation상 눈여겨 볼 것은 일본 관광객이 약 39%, 중국 관광객이 약 17%에 이른다는 것입니다. 또한 평균 5일의 체류일수로 서로 특성 있는 관광을 즐기고 있습니다. 특히 장기적으로는 세계 중국 여행객의 10%인 약 1,500만 명을 목표로 하고 있음에도 눈여겨 볼 필요성이 있습니다. 새만금 역시 지역의 한계성을 뛰어넘기 위해서는 Global message를 가지고 있어야 함에 동감하실 겁니다. 그 Global message가 바로 새만금의 지역적 특성을 가지고 있는 Storytelling부터 시작되어야 한다고 생각합니다.

663년 전북 부안의 동진강 근처에서 벌어진 "백강구 전투"에 서려있는 이야기를 아십니까? 당시 신라와 당나라가 연합하여 백제를 공략한 국제대전이라고 합니다. 일본은 이 전쟁에서 백제 부흥군을 위해 2년 5개월 동안 약 1,000여척의 배와 27,000여명의 대규모 파병을 천황의 지시로 충력을 다해 지원합니다. 물론 일본이 국가의 명운을 걸고 백제에 국력을 다하여 지원한 파병의 목적은 지금에 와서 역사적 해석이 분분하지만, 당시 제명

천황은 60을 넘긴 여왕이었는데 국민들의 반대에도 무릎 쓰고 강한 의지로 파병을 준비했으며, 제명천황이 죽자 아들 천지천황이 어머니의 뜻을 이어 강한 의지로 파병을 이루어냈다고 합니다. 한편 제명천황의 남편인 서면천황은 백제궁과 백제대사를 지냈다는 설이 있고, 그 할아버지인 민달 천황이 백제왕이라고 전하기도 합니다.
이는 아스카 시대의 백제문화 전파와도 무관하지 않다고 생각합니다. 아스카문화는 백제문명의 연장이라고 할 만큼 당시 백제로부터 많은 제도와 문물이 전파되었고 유교, 불교를 비롯하여 건축, 조각, 회화 등 대부분이 당시 백제의 학자, 승려, 유민 등에 의해 전수되었다고 합니다. 또한 당시 만경강과 동진강 유역은 영산강을 중심으로 중국과의 교역이 제일 활발한 곳이였다고 합니다. 중국의 산동성에서 뗏목을 띄우면 제일 먼저 이곳에 도착한다고 하니, 그만큼 지리적으로 가깝다는 말을 표현한 것 같습니다.

Story telling 전개를 위해 역사에 얽힌 이야기를 한 실례로 들어본 것이지만, 중국과 일본이 접한 지리적 위치와 관광객의 60%정도가 이들 나라의 고객이라는 통계를 감안해 볼 때, 새만금을 Global 관광화하는데 분명 이들에게도 한류 못지 않는 매력적인 무엇인가는 상품화되어야 할 것으로 생각합니다.

이러한 문화적, 역사적인 Storytelling을 Global화하여 체험상품을 만들고 다양한 테마와 함께 국제적인 Event로 승화시키면 분명 승산 있는 관광지로 각광받을 것으로 확신합니다.

사람들이 가고 싶은 곳. 사람들이 살고 싶은 곳. 사람들이 쉬고 싶은 곳.

이 지구상에 새만금이 아니면 도저히 경험해 볼 수 없는 그러한 것이 우리들만의 창의적인 발상으로 만들어졌으면 합니다.

- Something Re-creation!
  - 문화적, 역사적 내용을 재창조한 새만금이 아니면 도저히 경험해 볼 수 없는 스토리 텔링 같은!

· Something Distinctive!

- 차가 없이 자전거로 이용하고 태양광으로 움직이는 생태 친환경의 레저 파라다이스 같은!

· Something Discrimination!

- 같은 테마라도 차별화된 Family fish land, 자연의 水와 우주의 氣가 복합된 Wellbeing Therapy 같은!

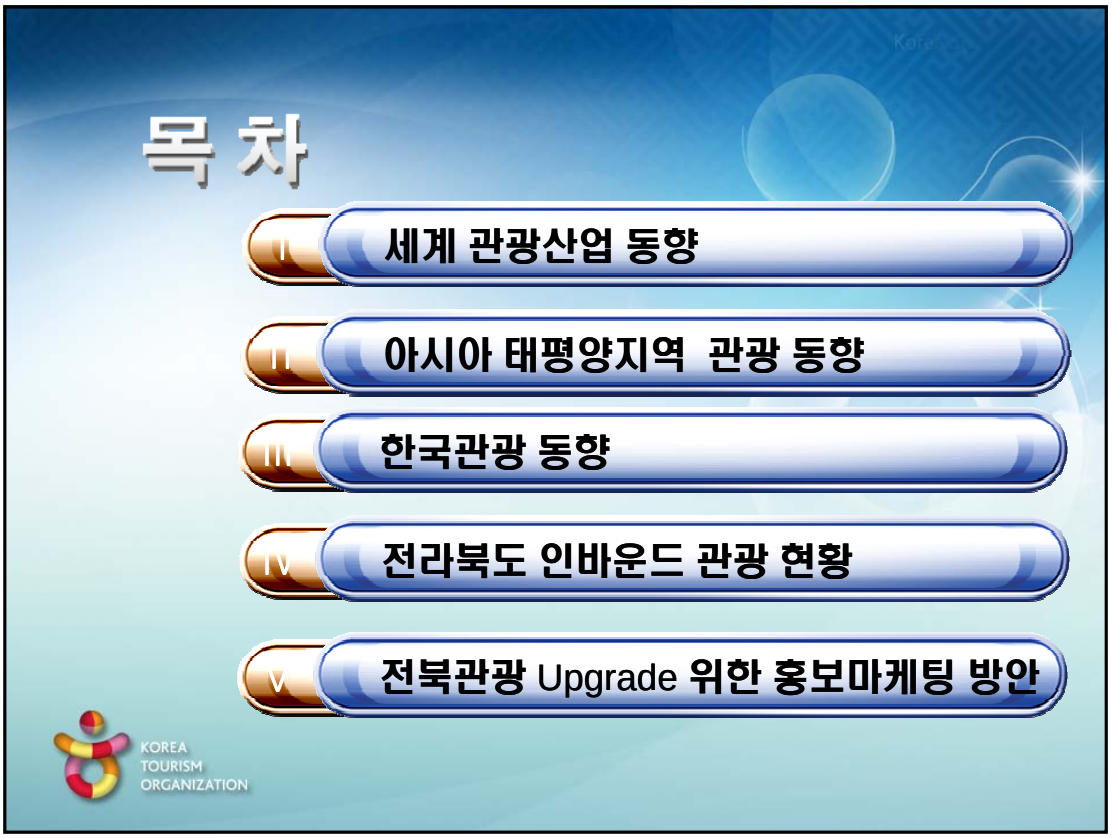
그런 곳이 약속의 땅, 바로 우리 모두가 바라는 미래의 새만금이자 전북관광의 모습일 것입니다. 거시적인 안목으로 바라볼 때 어쩌면 우리 주변에서 공상 같고 해괴한 발상이라고 간과해버리는 그런 idea가 오히려 전북관광의 미래를 여는 해법이 될 수도 있는 것입니다.



Ⅴ. 발제 2
전라북도 관광홍보 마케팅 전략

| **정진수** 한국관광공사 상품기획팀장 |

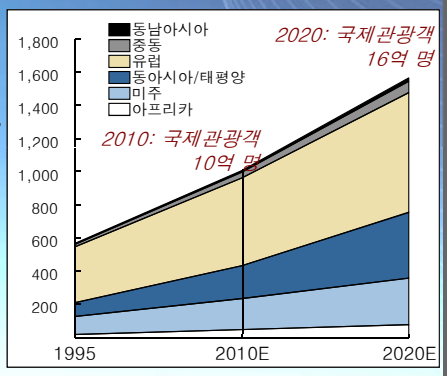

VISIT KOREA YEAR
전라북도 관광홍보 마케팅 전략
- 감성시대「Smart 전북관광」을 지향하며
2010. 3
한국관광공사
상품기획팀
정진수
KOREA
TOURISM
ORGANIZATION


목 차
Ⅰ 세계 관광산업 동향
Ⅱ 아시아 태평양지역 관광 동향
Ⅲ 한국관광 동향
Ⅳ 전라북도 인바운드 관광 현황
Ⅴ 전북관광 Upgrade 위한 홍보마케팅 방안
KOREA
TOURISM
ORGANIZATION

1. 세계 관광산업 동향 (지속적인 증가세)

2020년 국제관광객 전망[1)]

- 국제관광객 수
  - 2010년 10억명, 2020년 16억명 성장 전망
- 동아시아, 태평양 관광시장 성장 강세



관광산업의 경제기여도 증가[2)]

- 세계 GDP 기여도 10%
  - 관광산업의 세계 GDP 기여도는 전체 산업의 약 10% ('07년 기준 5조 4천억달러)
  - 2017년까지 약 3.9% 성장률 유지 전망
- 12명 중 1명 관광산업 종사
  - 관광산업으로 인한 고용은 전세계 고용의 약 8%차지
  - 2017년까지 약 1.3% 성장률 유지 전망

1) UNWTO, Tourism 2020 Vision
2) 문화관광연구원('08. 10), 제3차 관광진흥 5개년 계획

새로운 관광행태 등장

미래의 관광시장

- UNWTO가 제시한 미래 관광행태는 해양관광, 스포츠 관광, 모험관광, 생태관광, 문화관광, 도시관광, 농촌관광, 크루즈 관광, 의료관광, 슬로투어, 국제회의 등이 미래성장관광산업으로 예상
- 기존 대중관광의 폐해에 대한 반작용으로 자연환경과 고유 문화를 보존하면서 체험하는 대안관광의 중요성 증가 전망

21세기 세계 3대 산업



미래산업 • 미래학자 John Naisbitt

"관광은 글로벌경제의 무한성장산업"

관광산업은 고도의 감성적 휴먼서비스를 바탕으로
하이터치와 하이테크가 결합된 핵심산업

관광산업의 특징

- **모든 사회·경제현상과의 산업화 용이**
  - 농촌+관광, 의료+관광, 어촌+관광, 한류+관광, 공연관광 등
- **고용창출 기여**
  - 10억원 투자시 고용효과 53명 (IT산업의 2배 이상)
- **지역균형 발전에 효과적인 수단**
  - 전국으로 분산된 관광자원 활용과 지역 경제 성장
  - 한국관광공사 '구석구석 캠페인'

Ⅱ.아시아 · 태평양 지역의 관광 동향



- 아 · 태 국제 관광객 시장 점유율 유럽에 이은 세계 2위 전망

인바운드 시장 점유율

1990년 12.8% → 2005년 19.3% → 2020년 26.6%

- 아웃바운드 시장에서도 아 · 태 지역의 급성장 전망

아웃바운드 시장 점유율

1995년 15.7% → 2005년 19.1% → 2020년 27.0%

UNWTO(세계관광기구) 연구내용 – 관광 트렌드 13

목 적	각국의 관광정책 담당자들이 미래 관광개발을 위해 적절히 준비할 수 있도록 지원
수행기관	UNWTO(세계관광기구), Hong Kong Polytechnic Universit
연구방법	Travel Weekly, TTG Asia, BBC News Asia 잡지에 소개된 766개의 보고서를 모아 Contents 분석을 실시


UNWTO 본사

2. 주요결과 (총 13가지의 트렌드를 추출)

1 여행동기는 방문지에 기초를 두기 보다는 활동에 기초를 둠

- 점점 더 많은 관광객들이 그들이 참가할 활동을 먼저 생각한 후에 방문지를 선택
- 좀 더 색다르고 독특한 (Unique) 체험을 원함

  예) **번지점프**는 어디서나 할 수 있지만,
  반지의 제왕 촬영지는 뉴질랜드에 가야만 볼 수 있다.



- 또 다른 틈새시장으로서 웰빙 체험, 의료 관광, 크루즈, 모험관광을 제시

2. 주요결과 (총 13개의 관광 트렌드 추출)

2 중국시장의 급성장

- 2020년이면 중국의 아웃바운드 규모는 1억명으로 세계 제일의 시장이 될 것임
- 중국시장 공략을 위해서는 마케팅 전략이 더욱 치밀해 져야 함
  - **주요표적시장** : 자녀가 독립한 부부, 고령층, 대도시 거주자, 최상위층, FITs, 비즈니스, MICE
  - 쇼핑관광 〈 문화관광
  - 중국 내 지역 사업체와 비즈니스 협력관계를 강화
  - 중국 관광객 유치 대상 도시를 점차 확대

2. 주요결과 (총 13가지의 트렌드를 추출)

3 온라인 예약과 정보화에 대한 의존도가 높아짐.

- 항공, 호텔, 여행사 모두 인터넷에 의한 사업이 확대
  - 2007년 말 까지 모든 항공사가 e-ticket만 발행하게 될 것임
- 그러나, 관광은 기본적으로 사람 간 접촉에 의존하고 있기 때문에 관광정보화가 사람에 의한 직접적인 서비스를 대체할 수는 없고, **양자가 병존**
- IT 분야가 이윤창출의 주된 요소가 될 것임

2. 주요결과 (총 13가지의 트렌드를 추출)

4 저가항공의 대두 – 관광증량 증가의 가장 큰 요인

- Low-Cost Carriers(LCC) : 여행비용 ⬇ 관광수요 ⬆
  - 호주사람들은 **낮은 항공운임 때문에** 뉴질랜드를 국내 관광지와 같이 생각
- 더욱이 LCC가 장거리 시장까지 공략할 것으로 예상되어 LCC와 FSC(Full Service Carrier)간 영역이 점차 모호해 질 것임



2. 주요결과 (총 13가지의 트렌드를 추출)

5 아시아가 국제회의의 중심지로 부상

- 아시아에 대한 해외투자↑ ➡ 다국적 회사가↑
  ➡ 비즈니스와 국제회의 목적의 여행 ⬆
- 그 중에서도 중국과 인도가 가장 큰 증가세를 보일 것임
- 국제회의 참가자의 절반이상이 인터넷으로 여행예약 예상
- 비즈니스 관광객 절반이상이 대형항공사를 이용하길 원하나, 점점 LCC쪽으로 이동해 갈 것임
- 국제회의 장소 선정에 있어 국제회의 시설보다 관광지로서의 매력이 더 크게 작용할 것임

2. 주요결과 (총 13가지의 트렌드를 추출)

6 관광객의 기호에 있어 양극화 (Polarisation) 발생

- 안전 VS 모험, 고가 VS 저가 여행 상품으로 선호체계가 양극화
  ➡ *관광에 있어 중산층이 사라진다!*
- 전반적인 추세는 물량중심의 관광 (관광객수)
  ➡ 질 중심의 관광 (관광수입)으로 변화

2. 주요결과 (총 13가지의 트렌드를 추출)

7 관광객은 쌍방향적인(interactive) 체험을 점점 더 요구한다

- 사람은 이제 생산물을 소비하는 것이 아니라 경험을 소비



- 맞춤형 관광, 고품격, 쌍방향 경험, 단기체류형 관광의 비중이 증가

2. 주요결과 (총 13가지의 트렌드를 추출)

8 호텔은 고도기술화 되고 사회환경에 대한 배려가 높아진다

- 중국과 인도에 Serviced residence의 증가 예상
- 호텔 내에도 인터넷 등 첨단 통신 시스템이 갖추어 질 것임
- 뷰티끄 호텔의 인기가 점차 상승 전망
- 작은 규모의 틈새 호텔이 문화나 모험관광지에 많이 생길 것임
- 호텔이나 리조트 개발시 사회, 환경, 지역주민, 자금 등을 종합적 고려



2. 주요결과 (총 13가지의 트렌드를 추출)

9 고령층과 여성 관광객의 비중이 높아짐

· 고령층 · 자식이 독립한 부부 · 퇴직자	휴양촌, 문화관광 ↑
가족관광	테마파크, 온천, 쇼핑, 스포츠 관광 ↑
여성관광	쇼핑, 경치감상, 휴식, 미각여행, 역사유적 ↑

2. 주요결과 (총 13가지의 트렌드를 추출)

10 인도가 아시아 관광시장 성장을 주도

- 인도 시장규모 : 인바운드 〈 아웃바운드 / 아웃바운드

  *아웃바운드가 **2배***

- 비즈니스 관광객과 호화 크루즈 여행객이 주 공략 대상



2. 주요결과 (총 13가지의 트렌드를 추출)

11 여행사는 앞으로 여행 컨설턴트로 변모할 것임

- 온라인 예약의 증가 + FSCs의 수수료 회수
  ➡ 이윤 감소
  ➡ *여행사는 새로운 이윤추구 영역을 찾아야 생존 가능*

- 경험 많은 여행자 대상으로 개개인의 취향과 수요에 맞는 관광정보를 제공하는 것이 향후 생존의 길
  - 커미션 의존 모델에서 부가가치 창출 모델로 전환
  - 여행사, 항공사, GDS 제공자 간의 협력 강화

2. 주요결과 (총 13가지의 트렌드를 추출)

12 안전과 건강이 점차 중요해짐

- 관광객들은 점차 전염병과 테러에 민감하게 반응
- 중국관광객에게 여행의 안전성은 중요한 관광지 선택 기준
- 안전확보를 위해 NTO, 정부기구, 시장간의 적절한 의사소통이 점차 중요

2. 주요결과 (총 13가지의 트렌드를 추출)

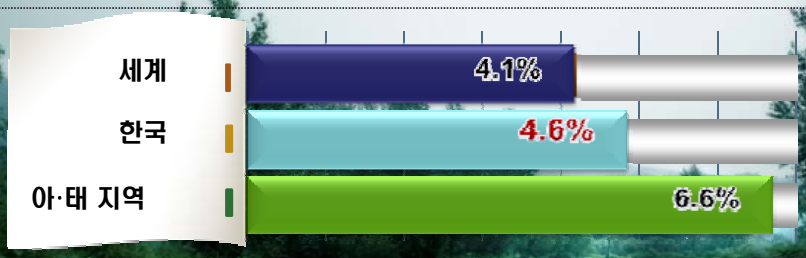
13 전문 인력의 부족 심화

- 확대되는 시장을 운영해 나아갈 관광분야 전문인력이 부족해 질 것임

  (주로 중국, 홍콩, 싱가포르, 태국, 인도차이나, 중동지역)

Ⅲ. 한국관광 동향

1995~2008 방한 외래관광객 연평균 성장률 4.6%



- 2009년 외래 방문객 780만명
  - 일본, 중국, 미국, 대만 등 상위 4개 국가 전체 방한 시장의 약 65% 차지

그 동안의 성과

세계경제 불황 및 신종플루 등 대외 악재 극복

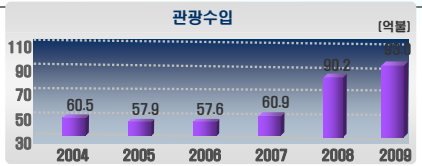
외래관광객 780만명 유치(전년 대비 13.4%↑)

- 주요 경쟁국 대비 가장 높은 성장률
  - 일본 △23.1%, 중국 △12.3%
- 일본관광객 최초로 300만명 돌파



관광수입 93억불 달성

- 외래관광객 1인당 소비액 1,190불
  - 2년 연속 1,000불대 기록



〈관광수입 원화 환산〉

2008년	2009년
9조 9,270억원	11조 9,700억원

외국인 관광객 방한 현황

’ 09년 780만명 ➡ 2013년 1,100만명 유치목표

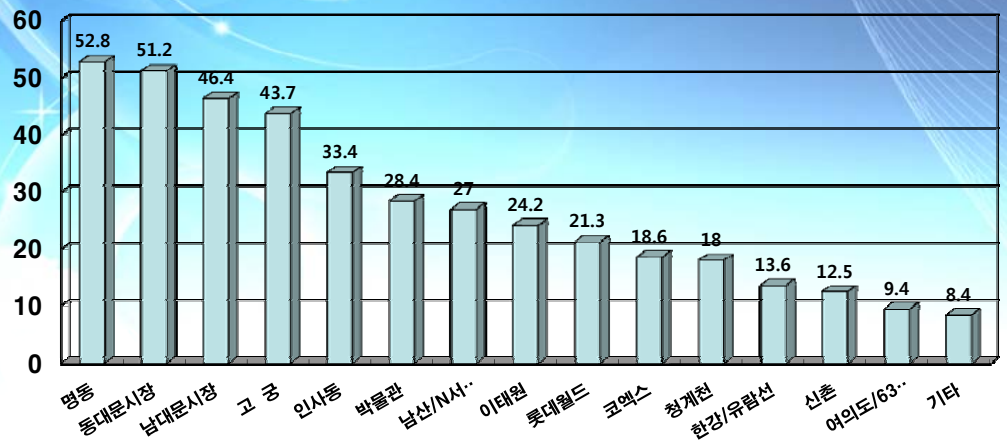
(단위 : 만명)

구분		2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
전체		780	830	910	1,000	1,100
권역별	일본	301	271	292	318	344
	중화권	187	221	253	288	327
	아시아/대양주	132	142	154	168	184
	구미주 등기타	176	196	211	227	245

※ 방한 외래 관광객 : ’07년 총 645만명 / ’08년 총 689만명

외국인 관광객 주요 방문지

(중복응답, 상위 10위, 단위:%)



2008년 외래관광객실태조사, 한국관광공사

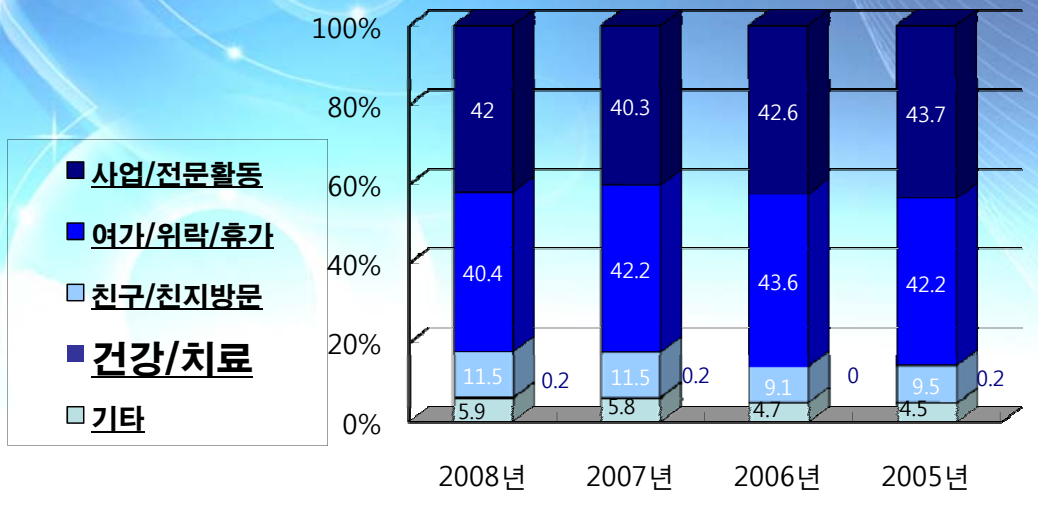
외국인 관광객 인상 깊은 방문지

(중복응답, 상위 10위, 단위:%)

구분		사례수	1위	2위	3위	4위	5위	6위	7위	8위	9위	10위
전체		(11,978)	명동 (20.7)	고궁 (19.9)	남대문 시장 (14.5)	동대문 시장 (13.4)	부산 (12.6)	인사동 (11.1)	제주도 (9.3)	남산 타워 (8.9)	박물관 (7.6)	롯데 월드 (6.6)
1	일본	(4,318)	명동 (35.3)	남대문 시장 (22.8)	부산 (14.8)	고궁 (13.9)	동대문 시장 (12.9)	인사동 (10.9)	남산 타워 (6.6)	제주도 (6.6)	수원 화성 (4.6)	박물관 (4.2)
2	중국	(2,128)	제주도 (19.3)	명동 (19.2)	고궁 (18.0)	동대문 시장 (17.5)	인사동 (12.8)	롯데 월드 (10.2)	인천 (9.6)	에버 랜드 (8.6)	남대문 시장 (8.1)	부산 (7.6)
3	홍콩	(293)	명동 (47.1)	롯데 월드 (24.2)	동대문 시장 (14.5)	용평 리조트 (17.2)	에버 랜드 (15.0)	남대문 시장 (13.5)	설악산 (10.2)	고궁 (9.5)	코엑스 (9.2)	신촌 (7.7)
4	싱가 포르	(175)	에버 랜드 (31.5)	제주도 (29.7)	롯데 월드 (20.5)	동대문 시장 (19.7)	용평 리조트 (18.7)	고궁 (16.8)	명동 (14.9)	남대문 시장 (11.2)	설악산 (9.8)	코엑스 (9.1)
5	대만	(293)	동대문 시장 (28.7)	에버 랜드 (24.1)	고궁 (17.6)	춘천 남이섬 (14.6)	명동 (12.6)	청계천 (11.2)	롯데 월드 (10.3)	제주도 (10.2)	설악산 (9.3)	남대문 시장 (8.4)
9	미국	(1,108)	고궁 (28.2)	이태원 (16.9)	박물관 (16.5)	인사동 (15.0)	남대문 시장 (11.1)	남산 타워 (11.0)	휴전선/ 판문점 (10.8)	부산 (9.9)	코엑스 (9.8)	동대문 시장 (8.4)

2008년 외래관광객실태조사, 한국관광공사

외래관광객의 한국방문 목적



2008년 외래관광객실태조사, 한국관광공사

방한기간 중 주요활동

(중복응답, 단위:%)

구분	2008년	2007년	2006년	2005년
쇼핑	57.1	65.5	58.9	85.6
관광지방문	48.3	59.3	56.1	61.8
음식관광	33.3	33.2	38.9	31.5
업무수행	25.1	29.3	28.7	16.2
미팅/회의 참가	14.1	9.8	11.4	20.7
유흥/오락	8.1	10.6	10.1	12.7
미용관광	**6.3**	**10.0**	**10.0**	**12.8**
문화체험	5.7	5.6	5.7	-
공연/민속행사/축제참가	4.7	3.8	5.7	7.8
온천/스파	**4.5**	**3.5**	**3.7**	**-**
스포츠활동	4.3	7.5	6.5	6.0
치료	**0.6**	**0.4**	**0.5**	**0.6**

주요 쇼핑품목

(중복응답, 단위:%)

구분	2008년	2007년	2006년	2005년
식료품	38.1	38.1	36.6	51.6
의류	26.6	26.7	26.0	34.9
향수/화장품	23.0	19.9	18.6	26.9
김치	18.7	21.7	24.7	34.1
인삼/한약재	**17.2**	**21.4**	**21.3**	**23.4**
액세서리/보석류	12.1	12.1	13.5	28.4
술	11.3	12.7	12.2	9.4
담배	10.4	12.4	10.8	18.0
신발류	9.4	9.8	8.6	18.9
전통민예품	8.7	8.3	10.1	15.6
피혁제품	7.9	9.0	9.0	16.2
전자/전기제품	6.1	6.6	6.0	14.7
인형/장난감/게임기	5.8	5.9	6.4	6.7
서적/잡지/문구류	4.9	5.5	5.4	12.9
자기/도자기	4.5	5.2	5.9	11.2
음반/DVD	3.9	4.1	4.8	-
기타	11.0	11.0	10.2	12.1

2010 관광시장여건 및 동향

시장여건

기회 요인

- 관광산업에 대한 정부의 육성의지
- '한국방문의 해', G20 정상회의 등 국가적 대형행사 개최
- 저가항공사 동남아 및 일본 취항 등 항공 접근성 개선

위협 요인

- 환율 원상 회복 및 부가세 영세율 폐지로 가격 경쟁력 약화 우려
- 일본, 중국 등 주요 경쟁국의 인바운드 마케팅 강화
- 세계 경제 회복 지연 및 신종플루 지속 우려

주요시장 동향

일 본

- 엔고 기조 지속 및 수도권공항 증편으로 아웃바운드시장 소폭 성장 전망
  - '09년 1,540만명(추정), '10년 1,660만명(7.4%↑) 예상
- 한일 양국의 우호적 관계 및 한류 등으로 방한 분위기 긍정적 전망

중화권

- 중국의 안정적 경제성장 및 위안화 강세로 아웃바운드시장 지속 성장
  - '09년 4,900만명(6.0%↑) 예상, '10년 5,400만명(10%↑) 예상
- 상하이엑스포, 광저우아시안게임 등으로 중국 국내여행 증가 예상

아시아 대양주

- 한류, IT 강국 이미지 및 국제협력 강화로 방한시장 규모 확대 전망
- 호주화 강세 지속에 따라 미주 · 유럽행 스톱오버 방한객 증가 전망

구미주

- 한-EU FTA 체결에 따른 전략적 동반자관계 구축으로 한국인지도 상승
- 미주지역 경기회복 및 항공노선 증대(디트로이트 노선 신설)

관광활성화 추진전략

목 표

한국관광산업의 **Control Tower** 역할 수행



국민 참여형 관광기반 확대



스토리텔링 기반의 홍보 마케팅



성과지향의 기업문화 구축

850만명 (+ 의지 20만명) — 외래관광객 수



100억불 (+ 의지 5억불) — 관광수입

해외시장별 차별화된 마케팅 추진

시 장	유치목표	주요사업
일 본	345만명	ㆍ한류 및 스타마케팅 ㆍ스토리텔링기반 홍보 및 고부가상품 개발 등
중화권	230만명	ㆍFIT, SILVER, 청소년 등 전략시장 마케팅 강화 ㆍ상하이엑스포, 광저우아시안게임 연계 방한관광 홍보 등
아시아대양주	125만명	ㆍ3대 전략시장(무슬림, 계절, SIT) 확대 등
구미주	150만명	ㆍ2010 밴쿠버 동계올림픽 연계 캠페인 ㆍL-FOS 집중마케팅 등 * L-FOS : Long haul, FIT, On Line, SIT
계	850만명	

해외 주요언론인 초청

- 요미우리 신문 등 해외 주요언론인(630명) 초청 한국관광 기사화(홍보효과 1000억원)
- 한국방문의 해, 의료관광, 음식관광 등 홍보

Ⅵ. 전라북도 인바운드 관광현황

상품현황

2008년, 509개의 방한 상품 카다로그를 대상으로 조사 (*한국관광공사 2008 방한관광상품 현황 분석)

구분	지역	방문지	빈도
S	전라남도	낙안읍성	SY
T	전라북도	무주 리조트N스키장	SW
U	전라남도	송광사	SS
V	전라남도	보성 녹차밭	SR
W	전라남도	왕인박사유적지	Y
X	전라북도	전주한옥마을	Y
Y	전라북도	풍남문	Y
Z	전라남도	화엄사	X
[	전라남도	소쇄원	W
SR	전라남도	광주거리	V
SS	전라남도	광한루	V
ST	전라남도	선운사	V
SU	전라남도	스파 그린 랜드	V
SV	전라남도	양동시장	V
SW	전라남도	운주사	V

Ⅴ. 전북 관광 UPGRADE위한 홍보마케팅 방안

국가별 타깃 설정

국가	타 겟 층
일 본	한류관심층, 실버층, 수학여행
중 국	한류관심층, 노인층, 수학여행
동남아	한류관심층, 스키관광가족층
구미주	개별여행객(템플스테이, 태권도관심층)
내국인	젊은 층 (낭만, 연인), 노년층(식도락추구)

전략과제 도출필요

Ⅴ. 전북 관광 UPGRADE를 위한 홍보마케팅 방안 (15대 전략 추진(예시)

1. 전북관광 브랜드 개발 (슬로건 포함)
2. 새만금지역을 전북관광 랜드마크 化 (테마파크, 의료관광, 크루즈 관광)
3. 전북관광 스토리텔링 확대 발전
4. 전북 – 음식 문화의 원류로 포지셔닝 (비빔밥 본고장, 막걸리, 순창 고추장 마을) ⇒ 비빔밥 홍보대사 등 검토
5. OSMU 문화콘텐츠 개발 지원 ⇒ 전주 영상위원회(영화제), 영화촬영지원/ 관광연계
6. 헬스 투어리즘 이미지 부각 (장수 – 순창의 장수마을) ⇒ 건강관광 (치유와 휴양) ⇒ 한의학 체험/자료관

Ⅴ. 전북 관광 UPGRADE를 위한 홍보마케팅 방안

7. 관광테마별(음식, 건강, 역사문화 등) 시군간 연계 통합마케팅
8. 전북 관광마케팅 조직 강화 (강원도 관광마케팅본부 사례)
9. 서울-전북 셔틀버스 운행 (당일 or 1박 2일 투어) ⇒ 일본의 여행사와 M.O.U. 체결 (ex. 남이섬, 강원 철원)
10. 공사 주최 팬스키 페스티벌 적극 참여
11. 슬로시티 지정 추진 (전남 4개소 + 경남 1개소))
12. 한옥 테마상품 강화
13. 전북관광대상제도 신규 도입
14. 전북관광 인증제 도입
15. 지역특산물의 관광기념품 化

전북관광 활성화 방안

추진방향 : 전북관광 브랜드 도입

- 한국관광 브랜드 — Korea Be Inspired
- 강원관광 브랜드 — 강원도 GANGWON PROVINCE 강원도중심, 강원도세상
- 전북관광 브랜드 — ?

추진방향 : 관광스토리텔링 개발 보급

스토리 구상

관광자에게 전하려는 것이 무엇인가?

- 관광지의 테마는 ?
- 관광자에게 무엇을 추억하게 만들 것인가 ?
- 관광자가 체험할 수 있는 것은 ?

일본의 '한국관광안내서' 광고



- 한국관광안내서에 '전북' 이미지 광고 및 시티투어 소개

➡ *FIT 트렌드 대응방안*





전북 명물의 해외연계 '관광기념품'化

- ***전북 특산물 '관광기념품' 化***

➡ ***배용준 김치 – 남도김치 사례 벤치마킹***



수출로 한국농업의 미래 연다 ④'배용준 김치' 수출하는 남도식품

스타마케팅으로 일본시장 공략

올해 수출액 10억원 … 지난해보다 66% 성장

한국이 김치종주국이란 말이 무색하게 지난해 3550만달러의 김치무역 적자를 기록한 가운데 일본 현지에 한국김치의 점유율을 높여가는 업체가 있다.

전남 순천농협(조합장 강성채)이 운영하는 남도식품은 지난 8월 한류스타 배용준씨의 소속사가 일본에서 운영하는 전통요리점 '고시레'와 손잡고 '고시레 배추김치'를 개발해 일본시장에서 붐을 일으키고 있다.

◆김치수출은 문화수출 = 전남 순천농협은 지난 8월 배용준씨 소속사 'BOF'와 함께 만든 고시레김치가 현지 판매가 시작된 후 꾸준히 매출이 늘어 판대 4개월만인 올 12월말엔 10억원의 수출을 기록할 것으로 예상하고 있다. 이는 지난해 말 6억원 수출에 비해 66% 늘어난 것이다.

김서현 순천농협 남도식품 공장장(상무)은 "300그램들이 고시레김치의 일본 소비자 판매가격이 598엔으로 일본에서 판매중인 다른 김치보다 200엔 이상 비싼데도 인기를 얻고 있다"며 "일본의 대표적인 유통업체인 자스코 매장을 포함해 이토요카도, 고꾸부지역 슈퍼 및 통신판매 등 1000여 매장에서 주당 평균 1만5000개(300그램 기준)가 판매되고 있다"고 밝혔다.

지난 8월 첫 수출을 시작했을 때는 주당 3000개에서 시작해 2만개까지 늘었으나 10월엔 주당 7000~8000개로 조정되는 시기를 거쳐 11월부터 주당 1만5000개 수준을 꾸준히 이어가고 있다. 김 상무는 "일본 매장 전역에 제품을 공급하면서 주당 2만개까지 늘었으나 스타마케팅이나 맛으로 고시레김치를 찾는 소비층이 형성되는 조정과정을 거치며 판매량이 좀 줄어들다가 다시 1만5000개 수준으로 안정화되고 있는 추세"라며 "내년에는 주당 2만~2만5000개 수준의 판매를 목표로 하고 있다"고 덧붙였다.

순천농협이 일본 현지에 수출하는 가격은 300그램당 170엔으로 주당 1만5000개 판매 수준을 이어가면 약 100만개, 2만5000개 판매수준으로 성장하면 133만개를 수출할 수 있다. 금액으론 17억원(100엔=1000원 기준)에서 22억610만원으로 올해보다 70%에서 126%까지 폭발적인 증가세를 기록할 것으로 예상되는 대목이다.

◆농가도 좋고, 한국 브랜드도 알리고 = 일본의 김치시장은 아시아 삼국의 치열한 전쟁터다. 일본은 자국 김치 생산량을 늘려 시장을 방어하려 하고, 중국은 저가공세로 김치점유율을 높이려 하고 있다.



남도식품에서 일본용 수출을 생산하고 있다. 사진 농협중앙회 제공

이런 가운데 순천농협 남도식품은 지난 7월 한국농협인터내셔널(농협중앙회 도쿄 사무소)과 함께 일본에서 인기를 끌 수 있는 김치가 무엇일까 고민한 끝에 한류스타 배용준씨를 활용해 제품을 개발하는 '스타마케팅'을 실시하기로 결정했다.

남도식품 관계자에 따르면 배용준씨는 당시 일본에서 레스토랑 사업을 하고 있었는데, 한국김치는 세계적인 음식이니까 일본에 수출을 한다면 단순히 김치라는 제품만 수출하는 게 아니라 한국의 문화를 수출한다는 의미가 있다며 적극 호응했다.

새로운 상품 개발은 순천농협과 배용준씨가 운영하는 BOF의 음식맛을 책임지고 있는 이종순(맛 연구가, 드라마 대장금의 음식부분 고문)씨, 일본의 가아카미(주)가 함께 진행했다. 새로운 맛을 만든고 폐기하기를 50회 이상 연구한 끝에 가와카미(주)의 후레쉬 파워와 천연부재료인 양파를 조화시켜 고시레 김치가 탄생했다.

한편, 순천농협 조합원 중 남도식품에 납품하는 채소재배농가는 3000여 농가에 이른다.

정연근 기자 ygjung@naeil.com

감성시대 전북관광 활성화 방안 예시

전북 대표축제 활성화

- **마라톤 :**
  해외 자매도시연계 녹색관광 대표도시 추진 및 친환경축제 개최

- **전북관광지 "스탬프랠리제" 도입, 리피터 창출 (지정 관광콘텐츠 선정, 홍보 필요)**

전북관광 수용여건 개선 방안예시

1 전북지역 관광 서비스 진흥 협의회 운영

- 주체 : 호텔,관광시설,쇼핑업체 등 중심
- 내용 : 「관광객 환대 교육」 및 자체 서비스 활성화 방안 마련
  ex) 「서울 호스피텔리티 아카데미」
  글로벌 매너와 타문화 이해 등

2 전북활용 PPL (Product Placement)

- 방송작가 초청 답사
- 영화, 드라마 촬영 지원 (예: 순천 '에덴의 동쪽')

3 전북관광 UCC 공모전

4 전북관광 관광 객 대상 감사서한 보내기

- 불편/친절 사항, 개선사항 등 파악


감사합니다!
Korea
VISIT KOREA YEAR



Ⅵ. 전라북도 · 전북발전연구원 '전북관광포럼' 운영규정(안)

전라북도·전북발전연구원 ‘전북관광포럼’ 운영규정(안)

제1조(목적) 전북관광포럼의 목적은 전북관광산업의 발전에 기여하고, 전북도민들이 즐거운 여가 활동을 할 수 있도록 관련 전문가들과 공동으로 정책을 토론하고 개발하는 것이다.

제2조(포럼의 구성과 운영)

1. 전북관광포럼은 국내외의 관광 및 관련분야 전문가로 구성하며, 대주제별로 분과를 설치한다.
2. 전북관광포럼은 전북의 관광산업과 개발, 새만금지역과 동부권, 농촌개발 등의 의제를 다루며, 이를 위해 분과별 포럼을 진행할 수 있다.
3. 포럼위원의 구성은 포럼 간사단이 추천하고 운영위원회에서 승인한다.
4. 전체 포럼의 운영방식과 횟수 등은 운영위원회에서 별도로 정한다.
5. 포럼의 위원장은 전라북도 행정부지사가 당연직으로 맡고, 전라북도 관광산업과장과 전북발전연구원 문화관광팀이 공동간사를 맡아 운영한다.
6. 포럼 연간 사업계획과 예산안은 포럼 전체 위원회의 보고와 토의를 거쳐 위원장이 승인한다.
7. 당연직을 제외한 모든 위원의 위촉기간은 1년으로 한다.

제3조(포럼과제와 결과물)

1. 각 분과별 위원회에서는 주요 정책이 발굴되거나 아이디어가 제출될 경우 이를 심화시키는 워킹페이퍼(주제별 단기과제) 작성을 별도로 제안할 수 있으며, 워킹페이퍼 집필 및 수당에 대한 최정적인 결정은 운영위원회에서 한다.
2. 전라북도와 전북발전연구원은 관광포럼의 결과를 종합한 최종보고서를 연간 최소 2회 이상 발간하여 제출한다.

제4조(운영위원회의 구성과 역할)

1. 운영위원과 분과위원장은 포럼 간사단이 추천하고 위원장의 승인을 받아 구성한다.

2. 운영위원회는 10명 내외로 구성하며 포럼위원의 선정, 포럼운영의 전반적인 활동방향과 주요정책을 논의, 결정한다.

제5조(포럼운영비 및 수당)

1. 포럼운영비는 전라북도의 민간위탁사업비와 전북발전연구원의 자체예산으로 한다.
2. 포럼에 참여한 위원들의 회의비, 연구비 등은 전북발전연구원의 국책사업발굴단의 기준을 따른다.

<부 칙>

1. 2010년의 포럼 활동기간은 2010년 3월부터 12월까지로 한다.
2. 2010년 포럼 분과는 새만금관광분과와 문화관광분과 2개의 분과로 구성한다.
   - 새만금관광분과 : 새만금 연계관광 및 신 관광사업 발굴 등
   - 문화관광분과 : 문화자원을 활용한 관광자원개발, 관광마케팅, 농촌관광 등



Ⅵ. 전북관광포럼 운영위원 명단

▌전북관광포럼 운영위원 명단

❑ 제 1분과: 새만금 관광분과

	성 명	소 속	연락처
1	장병권	호원대 관광학과 교수	010-8701-6376
2	김경년	(주)시엔디 대표이사	010-6273-0843
3	김대관	경희대 컨벤션경영학과 교수	019-224-1228
4	김덕건	Strong House Advisors	010-3775-2437
5	김영준	한국문화관광연구원 연구위원	010-7525-7195
6	김학준	숭의여대 관광학과 교수	010-5470-0584
7	김현숙	전북대학교 도시공학과 교수	010-3654-4053
8	김현오	한국지방행정연구원 지역발전연구실장	011-9746-8764
9	김휘영	서진엔지니어링 부사장	010-3894-4583
10	김흥락	한국관광공사 전북지사장	017-206-1904
11	서성만	의종개발 대표이사	011-288-3668
12	안정수	전북개발공사 관광개발단장	010-3200-1665
13	오미숙	순천향대학교 관광경영학과 교수	010-7180-3259
14	이상대	(주)디이파트너스 대표	011-214-0855
15	이충기	경희대 관광경영학과 교수	010-5336-1958
16	이태희	경희대학교 관광경영학과 교수	010-3179-8889
17	정경훈	국토해양부 녹색미래전략담당관	010-2029-2419
18	최태영	PCO인터컴 대표	010-5440-6339
19	홍길순	문화체육관광부 새만금개발팀장	010-4038-2172
20	황태규	우석대 레저컨벤션학과 교수	011-796-3900

❑ 제 2분과: 문화관광분과

	성 명	소 속	연락처
1	김남조	한양대 관광학과 교수	010-4280-4003
2	강신겸	전남대학교 문화전문대학원 교수	011-218-4603
3	고동완	경기대학교 관광개발학과 교수	016-689-8148
4	김성진	한국문화관광연구원 연구위원	010-4788-3071
5	김철원	경희대학교 컨벤션경영학과 교수	010-3269-8316
6	류인평	전주대학교 문화관광학부 교수	010-5648-1388
7	박용규	삼성경제연구소 공공정책팀 수석연구원	011-446-9385
8	송미령	농촌경제연구원 연구위원	017-550-6586
9	심원섭	한국문화관광연구원 연구위원	010-8651-2253
10	안종수	호남대학교 관광학과 교수	010-2608-7009
11	윤대근	전라북도 관광협회장	011-651-6603
12	이걸재	건양대학교 관광학과 교수	010-9283-6722
13	이승우	한국해양수산개발원 문화관광팀장	011-558-9541
14	이은수	광주대학교 호텔경영학과 교수	011-9960-5421
15	이진형	목포대학교 관광경영학과 교수	016-737-4961
16	정진수	한국관광공사 상품기획팀장	010-3027-8126
17	조영수	생활건강연구소 대표	010-6706-7027
18	최규환	동아대학교 관광경영학과 교수	010-2547-7445
19	최영기	전주대학교 문화관광학부 교수	016-231-1828
20	최인호	청운대학교 관광레저경영학과 교수	016-274-5499

전북발전연구원
JEONBUK DEVELOPMENT INSTITUTE
전주시 완산구 중앙동 4가 1번지
TEL. 063)280-7191 FAX. 063)286-2906
www.jdre.kr