

동북아시아대 한국관광산업 진흥전략에 관한 연구

Promotion Strategy for the Korean Tourism Industry in the era of Northeast Asia

최승국

세명대학교 교수

Choi Seung-Kuk

Professor of Semyung University

요약

최근 韓國 中國 日本을 중심으로 하는 東北亞 地域이 世界 3大 交易圈의 하나로 浮上하면서 관광분야에서도 동북아시아 지역이 21세기 관광의 주요 목적지로 부상하고 있다. 특히 중국의 관광산업에 대한 약진으로 동북아시아 지역은 관광에 대한 경쟁이 더욱 격심하게 진행되고 있다. 한국의 관광산업이 이러한 관광경쟁에서 성공하기 위하여는 이러한 동북아 각국의 경쟁구도를 파악하여 비즈니스 차원에서 접근할 필요가 있다. 즉 떠오르는 동북아 관광시장 전체의 경쟁상황을 고려한 거시적인 개발 전략이 필요하며 개별적 관광프로젝트의 진행보다는 복합적 관광클러스터 전략으로 추진되어야 하고 혁신적사고의 관광소프트의 개발과 관광경영능력의 확보가 요구된다. 이러한 관광산업의 촉진전략은 동북아 경제중심지 확보 뿐 아니라 동북아 지역 내 사회문화적 공감대 형성을 통해 평화와 번영의 동북아 미래공동체 형성에 기여할 수 있는 윈-윈전략으로서 유용한 대안이 될 수 있으며 우리 민족의 미래경영을 위한 축(軸)으로서 발전할 수 있을 것이다.

Abstract

Recently the Northeast Asia region, which includes Korea, China and Japan, has become one of the top three regions for trade and, therefore, is being recognized as a new hub for the global economy. Meanwhile, tourism not only improves the economy, but also enhances mutual understanding through interchange and has cultural functions such as that of the sharing of human values for a bright future. In addition, the promotion of the tourism industry will not only ensure Korea of becoming a hub for the Northeast Asia economy, but it can be a win-win plan that contributes in forming a future Northeast Asian community achieved through peace and prosperity based on the social and cultural connections within the region. Taking the above into consideration, there is a need to carefully scrutinize the status of tourism in Northeast Asia for the management of the future of Korea.

I. 서론

최근 한국 중국 일본을 중심으로 하는 동북아 지역이 세계 3대 교역권의 하나로 부상하면서 세계 경제의 새로운 중심으로 부각되고 있다. 이는 오래 전부터 수많은 경제학자와 미래학자들이 21세기는 아시아 태평양 지역이 세계경제를 주도하는 시대가 될 것이라고 예측한 것이 현실로 나타난 것이다. 동북아시아 지역은 이미 2001년을 기준으로 세계 총생산의 20%, 2002년을 기준으로 세계 물동량의 28.1%를 차지하고 있으며, 그 비중은 중국의 WTO가입과 이에 따른 지역경제의 반사이익 등으로 더욱 빠르게 증가할 전망이다.¹⁾

그러나 한국의 입장에서는 이러한 상황이 오히려 경제적 생존을 위협하는 요인으로 작용할 수 있다는 우려도 나오고 있다. 매킨지 보고서(2001)나 국제문제 전문가들은 풍부한 자원과 내수시장을 가지고 있는 중국의 급속한 경제발전과, 세계적 경제·기술대국인 일본 사이에서 한국은 부존자원, 기술수

준 뿐만 아니라 토지, 노동, 등 요소가격에서 경쟁력을 상실하고 어려운 상황에 처할 가능성이 있다고 진단하고 있는 것이 그것이다.

이는 최근까지 동북아 지역 내에서 국가간 경쟁은 물적자본 중심의 한계효용적 투자에 기초하는 물류, 금융 및 R&D의 중심기능을 확보하는데 초점을 맞추어져 추진되어 온 것에서 연유된다. 이러한 관점에서 동북아 경제중심국가 도약을 위한 전략과 핵심 산업정책에 많은 논란이 있다. 그러나 분명한 것은 수출주도형 성장전략과 제조업 중심의 마인드로는 이미 세계경제와 비즈니스 중심에 설수 없다는 것이다.

동북아의 중심국가로 기능하려면 물자, 자본, 정보, 지식이 모여들어야 하고 끊임없는 인적 교류가 수반되어야 한다. 여기서 인적교류는 어떤 형태를 띠든지 결국은 관광객(觀光客)으로서의 방문을 의미한다. 그래서 세계의 주요 경제중심지들은 관광지로써도 명성을 지니고 있다. 물론 그 명성은 경제중심지의 다양한 이점과 환경을 적극 활용하여 지속적으로 관광

개발과 관광산업육성에 노력한 결과이다.²⁾

또한 觀光은 경제중심지의 기능과 역할을 더욱 강화하기도 한다. 관광은 비즈니스 방문객의 체류를 연장하고 재방문을 유도함으로써 관광객으로 변화시키고 새로운 비즈니스 기회를 재창출하기도 한다. 그 결과 세계적 경제중심 국가들에서 관광은 경제중심지로서의 위상을 강화하고 다양한 중심지 활동의 부가가치를 재고하는 국가종합상품의 역할을 수행하고 있다. 뿐만 아니라 관광은 동북아 지역 내에서 문화적 공감대를 형성하는 역할도 하고 인적협력으로 지역의 공동체 의식을 심어주어 평화와 번영을 위한 노력에 기여한다. 특히 분단국가인 우리나라에서 관광은 남북간 상호이해와 동질성을 증진시키고 국제사회에서 한반도 현실을 높임으로서 평화통일 기반조성에 핵심적 역할을 하기도 한다.

이런 면에서 관광은 경제적 기능뿐만 아니라 교류체험을 통한 상호이해증진과 미래에 대한 가치공유 등 문화적 기능은 물론 남북한 정치와 통일의 문제까지 복합적으로 수행할 수 있는 분야다. 즉 관광산업의 촉진은 동북아 경제중심지 확보 뿐 아니라 동북아 지역 내 사회문화적 공감대 형성을 통해 평화와 번영의 동북아 미래공동체 형성에 기여할 수 있는 윈-윈 전략으로서 유용한 대안이 될 수 있다. 이러한 관점에서 우리 민족의 미래경영을 위한 한 축(軸)으로서 동북아 관광의 현황을 꼼꼼히 짚어볼 필요성이 존재한다.

II. 관광에 대한 새로운 인식

20세기 후반들어 산업사회의 주변에서 중심부로 등장한 관광산업은 21세기 들어 더욱 성장 잠재력이 높은 산업으로 인식하게 되었다. 세계관광기구(WTO)에 의하면 관광산업은 21세기 첫해인 서기 2000년도에 이미 전세계 무역거래량의 8%, 서비스수출의 35%를 차지하였고 세계 GNP에서 차지하는 비중은 2003년 12%에서 2008년 20%로 증가할 전망이다. 이로써 석유, 자동차산업과 함께 세계3대 산업으로 성장한다고 하였다³⁾.

특히 선진국의 경우는 관광산업의 비중이 높아서 관광산업 GNP비중이 10.7%에 달하고 인접국가인 일본은 8.9%, 중국은 10.5%에 달하지만 우리나라의 경우는 4%에 머물고 있어 높은 성장 잠재력을 보유하고 있다.

또한 관광산업은 고용창출, 외화획득 등 경제에 대한 파급효과가 매우 높은 산업으로 고용 없는 성장시대에 고용창출의 대안으로 부각되고 있다. 우리나라에서 관광산업의 취업유발계수(관광지출 10억원당 유발되는 취업자수)는 52.1명으로 산업 전체평균의 2배 이상이며 IT 산업의 취업유발계수인 36명보다 훨씬 높다⁴⁾. 뿐만 아니라 부가가치 창출효과면에서도 산

업전체평균(0.787)보다 훨씬 높고(관광산업 0.855) 및 외화가득율에서도 관광산업은 우리나라 주요산업중에서 가장 높은 산업이기도 하다 (외화가득율-관광(88%), 자동차(71%), 휴대폰(52%), 반도체(43%).

최근 동북아지역에서도 관광객유치와 관광시장 선점을 위한 경쟁은 매우 치열해졌다. WTO(세계관광기구)에 의하면 중국의 관광시장이 급성장하면서 동북아 3국(한, 일, 중)을 찾는 외국인 관광객수는 2010년에 1억명으로 예측되며 이지역의 관광시장 성장률은 년 평균 7.8%(세계평균 4.1%)에 이를 것으로 전망하고 있다. 특히 중국의 경우 경제성장과 개방정책의 확대로 중국인 해외 관광자수가 급증하여 2004년에 이미 2,900만명이 해외여행을 하였고(세계9위) 이는 3년간 연평균 30%이상 계속 급성장중이며 2015년에는 약 1억명으로 예상되어 세계1-2위의 해외여행 대국이 될 것으로 예상된다. 또한 질적인 면에서도 관광선진국으로 도약하기 위하여 베이징올림픽(2008), 상하이 세계박람회(2010)를 계기로 투자를 지속한다는 계획을 갖고 있다.

한편 동남아 각국들도 관광시장 선점을 위하여 대규모 투자를 진행하고 있다. Hong Kong은 디즈니랜드 개장에 발맞추어 레저도시로 변신하기 위해 대규모 투자를 추진중이며 Macao는 카지노와 컨벤션을 대대적으로 개발 중이다. 그러나 일본은 이미 80년대 후반부터 대규모 관광투자를 실시하였으나 과잉투자로 90년대 후반에 일부 실패를 경험하면서 지역밀착형 개발전략으로 전환하고 있다. 이러한 여러 국가들에 비하여 우리나라의 상황은 상대적으로 불리한 상황이다.

먼저 우리나라는 국제수준의 관광인프라 및 관광상품이 부족하여 경쟁력이 열세이다. 지난 10년간 외래관광객이 55% 증가하는 동안 관광호텔은 25%정도 증가할 뿐으로 호텔 객실료가 도쿄(東京)를 제외하면 아시아에서 가장 높은 수준으로 가격경쟁력이 취약하다.

[표-1] 아시아 주요 도시별 숙박비 (U\$/Day)

지역	동경	홍콩	북경	싱가폴	서울
가격	305	186	137	158	256

*자료 : 한국관광공사, 한국관광통계 2005.

더욱이 지난 10년간 외래관광객 입국은 1.5배 성장에 그친 반면 내국인 출국은 2.3배 증가하여 매년 국가관광수지 적자가 심화되어가고 있고 외래관광객들이 지출하는 금액은 감소하는 반면 내국인들의 해외여행 경비지출은 꾸준히 늘어나고 있다.

[표-2] 외래관광객 변화추이

구분	외국인입국	내국인 출국	관광수지적자
1995	375만명	382만명	1.7억달러
2004	581만명	883만명	38억달러

*자료 : 한국관광공사, 한국관광통계 2005.

이러한 상황을 인식하고 우리나라에서도 정부와 지자체주도로 대규모 관광개발 프로젝트가 추진 또는 계획중이다. 영종도를 비롯하여 시화, 태안, 새만금, 군산, 그리고 해남과 영암 일대의 J 프로젝트, S 프로젝트 등 대규모 관광레저 단지 조성을 추진 중이며 주요 프로젝트의 총 개발비용만도 50-60조원에 이를 것으로 추정한다.(J프로젝트 36조, 행담도 4,000억, 새만금 1조3천억, 군산해양관광단지 1조7천억, 등).

따라서 동북아 관광시장의 경쟁구도를 감안하여 어떻게 계획을 수립하고 투자할 것인지 점검할 필요가 있다. 이는 막대한 투자재원이 필요하며 회임기간이 긴 관광투자의 속성상 경쟁상황을 고려한 비즈니스차원의 접근이 필요하기 때문이다.

III. 동북아 관광개발의 동향

20세기 後半들어 산업사회의 周邊에서 中心部로 등장한 관광산업은 21세기들어 더욱 성장 잠재력이 높은 산업으로 인식하게 되었다. 世界觀光機構(WTO)에 의하면 관광산업은 21세기 첫해인 서기 2000年度에 이미 전세계 무역거래량의 8%, 서비스 輸出의 35%를 차지하였고 세계 GNP에서 차지하는 비중은 2003년 12%에서 2008년 20%로 增加할 전망이다. 이로써 石油, 自動車産業과 함께 세계3大 産業으로 성장한다고 하였다.

최근 東北亞지역에서도 관광객유치와 관광시장 선점을 위한 경쟁은 매우 치열해졌다. WTO(세계관광기구)에 의하면 中國의 관광시장이 급성장하면서 韓國, 日本, 中國 東北亞 3國을 찾는 외국인 관광객수는 2010년에 1億名으로 예측되며 이 지역의 관광시장 성장률은 년 평균 7.8%(세계평균 4.1%)에 이를 것으로 전망하고 있다.

특히 中國의 경우 경제성장과 개방정책의 확대로 中國인 해외 관광자수가 급증하여 2004년에 이미 2,900만명이 해외여행을 하여 세계5위가 되었고 2015년에는 약 1억명으로 예상되어 세계1-2위의 海外旅行 대국이 될것으로 예상된다. 또한 質的인 면에서도 觀光先進國으로 도약하기 위하여 베이징올림픽(2008), 상하이 세계박람회(2010)를 계기로 投資를 지속적으로 확대한다는 계획을 갖고 있다. 특히 지속적으로 해외여행 규제를 완화하고 여행자유국가 확대하여 세계64개국과 ADS(목적지 체류허가권-Approved Destination Status-협정)를 체결한바 이미 영국 등 유럽 30개국을 자유여행국가로 개방

(2004)하였다. 또한 동양의 하와이로 불리는 해남도(海南島)를 골프관광의 메카로 개발하여 2005년에는 연간 1,200만명이 방문하였으며 상해지역에는 홍콩의 4.7배규모의 상해 디즈니랜드를 2010년 개장 예정이다. 이외에도 흑룡강성에는 스키장 77개소를 개장하였는바 야포리(亞布力)스키장은 세계10대 스키장의 하나로 알려졌으며 천진에는 50억 위엔(7억달러)을 투자하여 세계최대 군사테마파크(211만평)를 건설하였고 기타 심천, 길림, 치치하얼, 서안 등 省별 100만평이상의 규모 테마파크 수십개에 이른다.

한편 동남아 각국들도 관광시장 선점을 위하여 대규모 투자를 진행하고 있다. 최근 중국관광객의 급증으로 급성장하고 있는 홍콩은 2004년에 이미 2,180만명의 관광객을 유치하여 세계7위로 올라섰다. 홍콩은 특히 디즈니랜드 開場을 계기로 “쇼핑천국”에서 “레저천국”으로 변신하기 위하여 대규모 투자를 추진중이다. 또한 방콕 등 값싼 관광지의 부상으로 물가가 비싸고 오염된 해안도시로 추락된 홍콩이미지를 만회하고 관광도시로서 위상을 강화하기 위하여 “쇼핑홍콩”에서 “레저홍콩”도시로 혁신운동을 전개하고 있다.

그뿐 아니라 홍콩특별행정구는 2001년부터 관광개발사업에 23억 투자하여 디즈니랜드가 위치한 란타우섬 38만평 일대를 관광허브로 개발하고 있는데 이는 아시아최대 테마파크로서 2005년 9월12일 개장하기로 계획하였다. 그 내용에 의하면 교외 싸이콩을 수상스포츠리조트로, 서부 꾸룽일대는 문화밸트화로, 도심은 엔터테인먼트지구로 지정하고 기존해양공원(Ocean Park)는 2010년까지 자연을 주제로 하는 테마파크로 변신시켜 입장객 500만명 목표로 海洋천지, 氷燄천지를 조성한다. 이밖에도 2006년 말까지 호텔30개(객실 약14,000개) 신축하여 관광산업의 새로운 발전을 자신하고 있다.

Macao도 예외는 아니다. 홍콩과 같이 중국관광객의 급증으로 2004년에 관광객입국 1,667만명을 유치하였으며 2003년대비 40%의 증가율을 기록하였다. 특히 GDP 의 36%를 차지하는 카지노, 경마, 경견, 복권등 마카오 관광산업의 기본동력을 강화하는 것을 기본으로 쇼핑, 컨벤션, 테마파크 문화자원을 총동원하여 종합레저도시로 업그레이드를 위하여 대대적으로 개발중이다. 여기에 마카오 관광청은 약 10억달러를 투자하여 “꿈의 도시”프로젝트추진하고 있는데 이에 의하면 2008년까지 대규모 해저카지노, 쇼핑, 컨벤션센터, 테마파크, 등 ‘종합레저’도시로 한 차원 업그레이드하기 위한 계획이 수립되어 있으며 과거 포르투갈 식민지 유적을 활용 독특한 형태의 ‘문화도시’이미지를 추가하여 새로운 마케팅 수단으로 활용하고 있다. 특히 세계적으로 잘 알려진 성 어거스틴 광장 등 29곳을 세계문화유산으로 지정하여 마카오가 동서양 문화가 자연스럽게 조화된 이미지의 관광자원 부각하는 전략은 이미 성공하고 있다는 평을 받고 있다.

그러나 日本은 이미 80년대 후반부터 테마파크, 골프장 등 대규모 관광투자를 실시하였으나 과잉투자로 90년대 후반에 일부 실패를 경험하면서 버블붕괴이후 지역밀착형 개발전략으로 전환하고 있다. 즉, 주민들이 주체가 되어 지역의 강점과 특색을 살리는 관광개발과 Contents위주의 Soft관광으로 전환하였음을 의미한다. 소규모 투자로 지역별로 차별화하고 文化, 예술, 이벤트위주 혹은 테마(theme)가 있는 관광지로 지역개발방향을 전환하여 지역주민들에게 실질적인 소득효과가 있는 방향으로 바꾼 것이다.

이런 추세에 비하여 이들 국가보다 먼저 관광개발을 추진했던 일본은 무분별한 관광개발 붐이 남긴 상처 탓으로 관광개발의 형태가 철저히 지역화 현지화하는 추세이다. 1987년 리조트법 제정이후 무분별한 리조트와 골프장 개발붐으로 1993년 까지 6년 동안 골프장 2,458개가 형성되었다. 당시에 이는 인구감소와 고령화에 직면한 지방에 새로운 성장동력으로 간주되었으며 고령화되어가는 농촌의 회생과 육성 차원에서 적극 개발토록 유도되었다.

그러나 관광수요의 폭발적 증가가 지역경제발전으로 연결될 것이라는 기대는 막연한 환상에 불과함을 곧 깨닫게 되었다. 즉 경제가 성장할수록 내국인은 해외여행 선호하며 외국인은 높은 물가로 일본리조트를 찾지 않게 되었고 리조트 개발의 수익은 일부 대형 건설회사에 국한될 뿐, 지역파급효과는 미미하였다. 그 결과로 1992년 총46만평부지에 2,500억엔을 투자하여 개장한 “하우스텐 보스”가 2003년 2월 도산하였고, 1994년 2,000억엔을 투자하여 인공과도 인공백사장 오션 돔 등으로 전 일본의 주목을 받았던 “시가이아”도 2001년 도산하게 되었다. 그뿐만 아니라 1992년부터 2004년까지 10년간 총 440개 골프장이 줄도산하게 되었다. 이는 관광개발이 ‘경제성’과 ‘관광잠재력’에 대한 철저한 분석보다 정치는리에 힘입어 개발을 착수한 것이 실패의 원인이었던 것이다.

이후 일본은 무분별한 관광개발의 실패를 경험으로 최근 관광개발의 방향을 대규모 리조트 중심에서 지역밀착형 관광으로 전환하였다. 즉, 주민들이 주체가 되어 지역의 강점과 특색을 살리는 관광개발에 주목하고 콘텐츠위주의 소프트 관광으로 전환하였는바 이는 소규모 투자로 지역별 차별화가 가능하고 실질적으로 지역민들에게 돌아가는 파급효과가 크다는 점이 강점으로 부각되었다. 즉 문화 예술 이벤트 위주 혹은 테마가 있는 관광지로 개발방향을 전환되었고 음악제, 영화제, 등 지역 특유의 문화이벤트 행사로 관광객을 유치하게 되었으며 골프장을 포함한 리조트개발을 백지화시키고 마을 자체를 관광지로 테마 있는 관광지로 개발하게 되었다.

IV. 한국관광산업 진흥전략

이러한 여러 국가들에 비하여 韓國의 상황은 상대적으로 불리한 상황이다. 먼저 韓國은 국제수준의 觀光인프라 및 觀光商品이 부족하여 競爭力이 열세이다. 특히 숙박시설의 경우 지난 10년간 외래관광객이 55% 증가하는 동안 관광호텔은 25%정도 증가할 뿐으로 호텔 객실료가 도쿄(東京)를 제외하면 아시아에서 가장 높은 수준으로 가격경쟁력이 취약하다.

또한 지난 10년간 외래관광객 입국은 1.5배 성장에 그친 반면 내국인 출국은 2.3배 증가하여 매년 국가관광수지 적자가 심화되어가고 있고 외래관광객들이 지출하는 금액은 감소하는 반면 내국인들의 해외여행 경비지출은 꾸준히 늘어나고 있다.

이러한 狀況을 인식하고 韓國도 정부와 地方自治團體 주도로 대규모 관광개발 프로젝트가 추진 또는 계획중이다. 영종도를 비롯하여 始和, 泰安, 새만금, 群山, 그리고 海南과 靈岩 일대의 J 프로젝트, S 프로젝트 등 대규모 관광래져단지 조성을 추진중이며 주요 프로젝트의 총 개발비용도 50-60兆원에 이를 것으로 추정한다. 그러나 관광산업은 막대한 투자재원이 소요되며 속성상 회임기간도 매우 긴 특징을 갖고 있다. 특히 많은 관광계획이 핑크빛으로 포장되어 있기도 하며 현실적으로 중북투자의 성격은 물론 독특한 차별성도 충분치 않다고 판단되는 것도 있다. 따라서 한국은 東北亞 관광시장의 競爭구도를 감안하여 어떻게 계획을 수립하고 투자할 것인지에 대한 전략적 선택이 필요한 시점이 되었다.

첫째, 東北亞관광시장 전체의 경쟁상황을 고려한 큰 그림(Grand Plan)을 세워야 한다.

관광산업은 대규모 투자에 비해 회수기간이 매우 길다. 따라서 東北亞 각국의 엄청난 투자를 감안하여 경쟁국과 대동소이한 개발은 “레드오션(red ocean)”에 뛰어드는 결과가 될 가능성이 있다. 또한 수요를 감안치 않은 ‘장미빛 비전’만으로 실패한 日本의 사례를 미리 연구하여 反面敎師로 삼아야 한다. 이를 위하여는 中央政府, 地自體, 민간기업 등 다양한 사업주체간 협력으로 중북 과잉투자를 조정할 필요가 있으며 선택과 집중에 의한 거시적 관광개발 전략과 플랜이 필요하다.

둘째, 복합형 관광 클러스터 전략으로 승부해야 한다.

韓國의 경우 독립형보다는 광역 관광클러스터(cluster)를 형성하여 발전시켜 나아가는 추세이다. 따라서 국제수준의 관광자원을 조성하되 첨단도시, 쇼핑, 레저, 문화전통, 스키, 해변 등 다양한 주변 관광자원을 연계하여 총체적 매력을 극대화하는 전략으로 나아가야 한다. 동시에 中國, 日本, 韓國을 연결하는 東北亞 관광권을 설정하고 지형적 이점을 살려 한국을 필수 경유지로 활용하도록 하고, 이어서 東北亞 3개국 공동여행상품 개발, 공동마케팅, 공동의사결정기구 결성 등은 물론 장기적으로 한일 FTA, 한중FTA에 대비하여 상호협력 속에

서 관광객 유치 극대화 전략을 모색해야 한다.

셋째, 혁신적 사고의 소프트웨어 개발과 관광경영능력 확보이다.

관광산업은 아이디어 전쟁으로 하드웨어와 소프트웨어가 함께 어우러져야 성공할 수 있다. 따라서 韓國에서만 체험할 수 있는 독특한 소프트웨어를 개발하고 일반 관광에 대중문화, 전통문화, 엔터테인먼트 등이 복합된 테마형 관광상품을 개발하여야한다. 예를 들면 韓流를 활용한 관광상품개발 및 山寺체험(템플스테이), 웰빙(Wellbeing), 禪(Zen) 등 오리엔탈 트렌드 상품과 성형 및 미용관련 특화상품 개발. 의료관광(Medical tour), 등이 대표적이다.

또한 이러한 성공적 관광경영 위한 역량을 더욱 증진해야한다. 이를 위하여 공무원 職級중 관광직무를 直列化하여 전문화해야하며, 국제회의 유치 와 지역마케팅을 전담할 수 있는 실무능력과 전문성을 갖춘 고급 현장인력 양성을 위한 투자를 계속 확대할 필요가 있다.

V. 결론

관광산업은 21세기 들어 성장잠재력이 높은 미래 유망산업으로 부상하고 있다. 이에 각국에서는 고용창출과 외화획득을 위하여 경쟁적으로 관광산업을 국가기간산업으로 지정하고 전략적으로 육성하고 있다. 특히 중국을 비롯한 동북아 관광시장이 급성장하면서, 동북아 각 국가와 도시들은 관광시장을 선점하기 위하여 대대적 투자에 나서고 있다. 홍콩은 2001년부터 23억 달러를 관광산업에 투자하고 있으며 2005년 9월12일 홍콩디즈니랜드 개장을 계기로 “쇼핑천국”에서 “레저천국”으로 변신하고 있다. 마카오도 카지노는 물론이고 쇼핑, 컨벤션, 테마파크 문화자원을 총동원하여 종합레저도시로 업그레이드 중이며 중국은 관광산업을 국가 支柱산업으로 선정하고 상해, 해남도, 심천 등을 권역별로 특화된 관광개발을 추진하고 있다. 반면에 일본은 80년대 후반부터 대규모 리조트 테마파크, 골프장 등을 대대적 개발했으나 수요부진으로 실패를 경험하고 지역밀착형 관광으로 접근하고 있다.

한국도 21세기를 맞이하여 여러 주변국가들과 같이 대규모로 적극적인 관광투자를 계획하고 있다. 50-60조원의 막대한 투자계획으로 한반도 전국토가 관광단지화 하는 계획이라고 하여도 과언이 아니다. 많은 관광계획이 핑크빛으로 포장되어 있기도 하며 현실적으로 중복투자의 성격은 물론 독특한 차별성도 충분치 않다고 판단되는 것도 있다.

이제 한국도 관광경쟁에서 성공하기 위하여는 이러한 동북아 각국의 경쟁구도를 파악하여 비즈니스 차원에서 접근할 필요가 있다. 떠오르는 동북아 관광시장 변화를 염두에 둔 거시

적인 개발 전략이 필요하며, 경제성과 관광잠재력에 대한 철저한 분석보다 막연한 기대와 정치논리에 힘입어 대규모로 투자하였다가 큰 상처를 남기고 지역밀착형 관광개발의 방향으로 전환한 일본의 예를 미리 생각해볼 필요가 있다. 이는 관광산업이 사회 경제적으로 미치는 파급효과가 크고 심지어는 그 자체로서 국가이미지는 물론 국제사회의 경쟁력에 막대하게 영향을 주는 역할을 하기 때문이다. 그러기 위하여는 앞으로 정부와 산업체는 물론 전국민이 관광과 관광산업에 대한 인식을 새롭게 가져야 할 때가 되었다. “21세기는 관광의 시대”라고 말한 미래학자 허만 칸 박사의 말은 우리를 다시 한번 생각하게 만든다. 끝.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 세계관광기구(WTO), “World Tourism 2020 Vision,” 2003, pp.67-68
- [2] The MCKINSEY Quarterly 2004. No.4. p.12
- [3] 김철원(2002), 2002년 국제관광기구 협력방안, ‘한국관광 정책’ 제3권4호 pp.22-28
- [4] 박기홍, 관광정책(2003), 문화관광정책연구원, 2003.
- [5] 동북아관광지도와 한국의 선택, 삼성경제연구소, 2005.
- [6] 이연택외, 세계화시대관광산업, 일신사, 1995. p.137
- [7] 이장춘, 관광과 통일, 백산 출판사, 2003. pp.22-23
- [8] 이장춘, 관광정책론, 백산출판사, 2004. pp.36-37
- [9] 최승국의, 관광학원론, 현학사, 2005. pp.56-58
- [10] 한국관광공사, 한국관광통계, 2005.
- [11] 한국은행, “관광지출의 경제적 효과분석”, 2002.