맛따라 멋찾아!
2008 광주·전남 방문의 해

㉖ 상반기 관광객 얼마나 왔나

1천754만명…15%, 12% 늘어

〈광주〉 〈전남〉

'2008 광주·전남 방문의 해'를 맞아 광주·전남지역을 찾은 관광객들은 얼마나 늘었을까. 아쉽게도 관광객 통계는 관광지마다 자동계수기가 설치돼 있는 것도, 조사원들이 상주하는 것도 아니어서 정확한 수치를 내는 게 쉽지 않다. 유료 관광지만 비교적 확실한 수치 산출이 가능하며 나머지는 예측이나 추정통계일 뿐이다. 따라서 행정당국이 집계한 통계수치에 의존할 수 밖에 없다.

광주지역 외국인 방문객 35% 증가

전남 4개 축제 100만명 이상씩 몰려

광주시와 전남도의 올 상반기 결산 결과 광주를 찾은 관광객은 전년 동기 보다 15%, 전남은 12% 가량 증가해 모두 1천754만명에 달한 것으로 나타났다. 올해 관광객 유치 목표인 3천300만명의 절반을 훌쩍 넘어선 것이다. 숫자는 많지 않지만 광주지역 외국인 방문객도 35.6% 늘어 방문의 해 사업이 장기적으로 광주·전남 관광을 활성화할 수 있는 토대를 마련한 것으로 평가됐다.

특히 상반기 치러진 남도축제 가운데 함평 나비곤충엑스포와 담양 대나무축제, 광양 매화축제, 진도 신비의 바닷길 축제 등 4대 축제에는 100만명 이상이 몰려 '대박 상품'으로 자리매김했다.

이 같은 성과는 조류독감 확산으로 일본인들의 한국 여행이 줄고 중국의 올림픽 개최에 따른 해외여행 통제, 초고유가와 경기침체 여파 속에서 거둔 것이어서 의미가 적지 않다.

광주시에 따르면 올 상반기 5·18기념공원과 무등산, 국립박물관, 김대중컨벤션센터, 우치공원 등 20여곳의 관광지를 찾은 방문객은 784만7천208명으로 지난해 같은 기간 683만301명보다 14.9% 증가했다.

지정관광지의 경우 광산구(어등산)는 10만9천여명으로 56.8%, 서구(5·18기념공원)는 75만3천명으로 25.2%, 동구(지산유원지)는 34만8천여명으로 21.2%, 남구(포충사·사직공원·광주공원)는 20만8천여명으로 20.5% 증가했다. 무등산과 국립5·18묘지, 국립박물관, 민속박물관, 우치공원 등이 몰려 있는 북구는 547만4천여명으로 지난해 같은 기간보다 0.2% 감소한 것으로 집계됐다.

비지정 관광지인 김대중컨벤션센터와 각종 축제·체육시설 등을 찾은 관광객은 95만3천여명으로 지난해보다 3.5배나 증가했다.

국립박물관과 민속박물관, 우치공원 등 유료 관광지 방문객은 92만4천여명으로 지난해보다 35.6% 늘어났다. 이 가운데 외국인 방문객은 2천218명으로 지난해 대비 38.6% 증가한 것으로 광주시는 집계했다.

전남지역도 올해 상반기 방문객이 970만명으로 지난 해 같은 기간 850만명에 비해 12% 증가했다. 특히 함평 엑스포에만 126만명, 신비의 바닷길에 107만명의 관광객이 찾았다.

아시아 최초 슬로시티인 완도 청산도에는 1만1천62명이 방문해 지난 해에 비해 49%나 증가했으며, 신안군 증도도 5만6천661명이 찾아 46.4%가 늘어나는 등 섬 관광이 활성화되고 있는 것으로 분석됐다. 외국인 관광객도 크게 늘어 단체관광객 숙박비 인센티브 지급실적이 1천332만여원으로 지난해보다 25% 증가했다.

전남도는 각종 축제기간 입장료와 매실·녹차 등 특산품 판매 등 직접소득으로 168억원을 벌어들이고 주변 관광지 수입 등 간접소득은 5천573억원에 달한 것으로 추정했다. 관광객 1인당 5만9천원의 직·간접 경제효과를 거둔 것이다. 축제 관광객 유치에는 대나무와 나비, 매화, 진도의 바닷길 열림 등 남도만의 자원을 상품화한 것이 한 몫했다는 분석이다.

전국 최초로 '방문의 해' 사업을 공동 유치한 광주시와 전남도는 3개 분야, 37개 세부사업을 함께 마련해 적극 추진해왔다. 지난 1월 서울에서 방문의 해 선포식과 홍보박람회를 개최한 이후 관광설명회 및 팸 투어, 박람회 참가, 언론홍보, 남도 투어랠리 등 다양한 사업을 공동 추진하면서 방문의 해와 지역관광 홍보에 주력해왔다. 올해 관광객 유치 목표는 내국인 관광객 3천314만8천명, 외국인 관광객 14만7천명이다.

광주시의 경우 외국인 관광객 유치를 위해 중국, 일본, 미국 등의 인바운드 4개 여행사와 업무협약을 체결해 관광상품 개발, 공동홍보 및 마케팅, 관광객 유치 활동을 추진했다.

아울러 베이징 등 중국 4개 지역, 히로시마 등 일본 2개 지역, LA 등 미국 5개 지역을 직접 방문해 여행업계와 언론인 등 500여명을 대상으로 관광설명회를 개최했다.

하반기에는 광주비엔날레 및 광주김치축제를 핵심 관광상품으로 정해 갖가지 이벤트를 준비하고 있다. 비엔날레와 연계한 투어버스 상품과 한류스타와 함께 하는 팬 싸인회, 관광퀴즈 이벤트 등을 통해 공격적인 마케팅에 나서는 한편 이를 전남지역 축제 및 자연 관광자원과 연계해 광역관광을 활성화한다는 전략이다.

전남도도 '방문의 해 특별 기획상품' '남도 투어랠리' '영산강 황포돛배' 등 다양한 관광상품을 개발해 전국적 관심을 모으는데 성공했다. 도는 하반기에도 일본·중국 관광객을 겨냥한 대형 이벤트 관광상품을 개발하고 남도 투어랠리 여름리그, 가을 특별기획상품, 국제·전국 단위 각종 레저스포츠 대회 개최, 중저가 관광숙박시설 확충 등을 통해 관광객 유치에 적극 나설 계획이다.

한편 본격적인 휴가철을 맞은 전남에서는 ▲장흥 정남진 물축제(31~8월3일) ▲무안 연산업 축제(25~29일) ▲신안 섬갯벌축제(8월1~4일) ▲목포 해양문화축제(8월1~5일) ▲강진 청자문화제(8월9~17일) ▲여수국제청소년축제(8월10~12일) 등이 잇따라 개최된다.

/정후식기자 who@kwangju.co.kr
/채희종기자 chae@kwangju.co.kr

올 상반기 광주·전남을 찾은 관광객이 지난해 같은 기간 보다 10% 이상 늘어난 것으로 집계됐다. 광주시가 지난 5월 말부터 무료 운행 중인 '시티투어'버스를 이용해 5·18 자유공원을 찾은 관광객들. 아래는 126만명의 관광객이 몰린 '2008 함평세계나비·곤충엑스포' 행사장 모습. 〈광주일보 자료사진〉

특별기고

박해구

올해는 '광주·전남 방문의 해'다. 방문의 해는 정부가 2004년부터 국내 관광활성화를 위해 매년 1개 지방자치단체를 선정하여 추진하는 사업이다. 광주와 전남은 전국 최초로 이 사업을 공동 추진하고 있다.

광주시는 방문의 해를 계기로 광주의 관광자원을 홍보하고 방문객들에게는 우리 고장의 예술적 정취와 남도의 맛을 만끽하고 불편함이 없도록 하기 위해 많은 노력을 기울여왔다.

해외 관광객 유치를 위해 여행업체와 업무협약을 체결하고 관광상품 개발, 홍보마케팅 등을 펼쳐왔다.

국내 관광객을 끌어들이기 위해서는 언론과 KTX 내 영상매체, 명예홍보대사, 홍보관 운영 등을 활용해 홍보를 펼쳐왔다. 특히 회의나 비즈니스 차원에서 방문이 이루어지는 도시형 관광의 특성을 살려 100명 이상의 외지인이 참여하는 전국 규모의 행사를 광주에서 개최할 경우 행사비 일부를 지원하는 인센티브를 통해 외지인들의 방문을 적극 유도했다.

그 결과 상반기 광주시 방문객은 지난해 같은 기간과 비교할 때 14.9% 증가하는 성과를 거두었다.

그러나 하반기에는 관광시장의 여건 변화로 상황이 그리 녹록치만은 않다. 우선 고유가와 이에 따른 경기침체로 관광수요가 크게 감소될 것으로 예상된다. 유가상승에 따른 경제적 부담으로 승용차를 이용한 가족단위 관광객들도 줄어들고, 관광지에서도 소비심리 위축으로 체류형 관광객들이 줄어들 것으로 전망된다. 정부도 오는 15일부터 공공기관에 대해 승용차 운행 홀·짝제를 시행하고 유가상승이 지속될 경우 모든 승용차에 대해 강제 홀·짝제를 시행하는 등 '단계별 초고유가 위기관리계획'을 내놓았다. 이러한 방침은 방문의 해를 맞아 관광객 유치에 총력을 경주해온 광주시 입장에서 보면 큰 걸림돌이라 아니할 수 없다.

그나마 희망적인 점은 고유가와 환율상승으로 내국인들의 해외관광 수요가 국내관광으로 전환되고 있다는 점이다. 실제로 최근 언론에 보도된 대기업 사원 설문조사 결과 작년에 비해 해외여행이 4% 감소했고, 한국관광공사 통계에 의하면 5월 기준 해외관광객 수가 전년 동기 대비 0.7% 감소한 것으로 나타났다.

여행업계에서도 해외관광 마케팅보다는 국내 관광상품 개발과 마케팅에 주력하고 있다. 이러한 해외관광객 감소 추세는 경제상황이 크게 호전되지 않는 한 당분간 지속될 것으로 전망된다.

이제는 이러한 해외관광에서 국내관광으로 전환되는 관광수요를 광주로 유도하는 정책이 필요한 시점이다. 자연 관광자원이 빈약한 광주로서는 그 어느 지역보다 차별화된 관광상품을 개발하고 최소 비용으로 남도의 다양한 문화관광을 체험할 수 있는 프로그램을 개발하고 이를 적극적으로 홍보할 필요가 있다.

고유가, 지역관광활성화 계기로

따라서 하반기에 개최될 전국 규모의 대형 축제인 광주비엔날레와 김치축제를 전남의 관광지와 연계한 관광상품을 개발하고 서울, 부산, 대전 등 대도시에서 광주시를 왕래하는 투어버스를 운행할 계획이다.

고유가 시대 관광객들에게 경제적 부담을 줄여주고 현대미술의 흐름과 '남도의 맛과 멋'을 느낄 수 있는 투어버스 운행은 승용차 홀·짝제가 시행될 경우 큰 호응을 얻을 것으로 기대된다. 또한, 항공료가 비교적 저렴한 관광비수기를 택하여 일본인 관광객을 겨냥한 한류스타 초청 팬싸인회도 계획중이다. 아울러, 광주시를 널리 알리고 관광지와 축제를 소개하여 외지인들의 방문 수요를 창출하기 위해 온라인을 이용한 관광퀴즈이벤트도 진행중이다.

'위기는 곧 기회'라는 말이 있다. 고유가 시대를 맞아 관광의 패턴이 해외보다는 국내로, 원거리 보다는 근거리 관광으로 변화하고 있는만큼 이에 능동적으로 대처하면 광주·전남 방문의 해 사업이 성공적으로 마무리 될 수 있을 것이다. 〈광주시 관광과장〉