



세계에 전남 매력 알리는 전남관광재단



지난해 7월 무안국제공항 몽골 전세계 취항 기념식 장면.



지난해 12월 베트남에서 열린 호치민, 다낭, 하노이 등 베트남 3개 도시 여행업체 간담회.

전남 관광재단

관광 전남의 매력이 세계 각지에서 발산하고 있다. 코로나 팬데믹 이후 전남관광재단(이하 재단)이 유럽, 미국, 중동, 동남아 등 세계 각지에 전시관 운영, 이벤트 마련, 관광상품 설명회 개최 등을 통해 세계인들에게 대한민국 관광 수도 전남을 적극적으로 알리고 있는 것이다. 관광산업을 일으키기 위해 관련 기업을 지원하고, 인력을 양성하는 한편 부가가치가 높은 마이스(MICE, Meeting Incentives Convention Event & Exhibition) 산업의 기반을 마련하기는 것까지 재단이 맡고 있다. 2020년 발족한 재단이 출범 4년을 맞으면서 전남 관광산업을 진두지휘하는 리더이자 관광 관련 모든 분야의 정보를 담아내는 플랫폼, 이를 다양하게 융·복합해 발산하는 거점으로 거듭나고 있다. 특히 해외 각지에서 직접 전남을 홍보·마케팅하면서 뒤늦게 전남을 알게 된 세계인들을 전남이 가진 자연·역사·문화·음식 등 고유성·정체성의 매력이 반하게 하고 있다.

동남아 부유층 전남으로 이끌다

전남관광재단은 무안국제공항을 이용해 동남아 부유층들을 전남으로 이끄는 전략을 수립해 이를 성공적으로 추진중이다. 지난해 이미 베트남과 라오스에서 현지 여행사, 항공사 등과 함께 2024년 전남 관광상품 설명회를 갖고 상품 판매에 들어가는 등 일찌감치 준비를 마쳤다. 이번 설 연휴 베트남 관광객 1000여명이 전남을 찾아 신안 퍼플섬, 순천 낙안읍성, 목포 근대역사관, 영암·보성 딸기 따기, 곡성 논밭, 나주·목포 찜질방 등을 둘러보고 체험할 예정이다. 이와는 별개로 다낭, 호치민 등에서 전세기를 이용해 500여명도 전남을 찾는다. 전남도는 2024년 봄꽃 축제를 겨냥해 4월부터 6월까지 하노이 전세기 상품을 운영할 방침이다. 신규 시장인 라오스 상품도 지난해 말 출시·판매됐다. 지난 11월부터 라오항공이 라오스 비엔티엔과 무안국제공항을 운항하

재단 출범 4년...국내외 관광객 유치·관광지 관리·관광기업 육성 관광 인력 양성에 마이스 산업 기반 마련...관광상품 구성까지 올해부터 '전남 세계관광문화대전' 추진...전남을 관광 수도로

고 있어 관광객 유치가 더욱 힘이 실릴 것으로 보인다. 이에 따라 지난해부터 1월 말 현재까지 베트남, 일본, 태국 등에서 찾은 관광객이 5100여명이다. 이와 함께 국제 크루즈선 유치에도 나서 실버시, 포낭 등 유럽과 미주 3차레(1712명), 중국 선사 바이킹 크루즈 프리미엄 방한상품 2차레(2400명) 등 5차레에 걸쳐 4112명을 유치하기도 했다.

유럽·중동 등에 전남 매력 알리다

지난해 8월 재단은 유럽 최대 축제인 '2023 프랑크푸르트 박물관광축제'에 우리나라 자치단체 대표로 참석하면서 전남의 위상을 한 단계 끌어올린 바 있다. 한·독 수교 140주년을 맞아 우리나라가 주빈국으로 초청된 이번 축제에는 240만 명의 유럽인들이 찾았고 주무대 개막식에서 '전남관광 유럽지역 누리소통망(SNS) 서포터즈 위촉식'까지 열며 전남 관광을 알렸다. 독일, 영국, 루마니아 등 유럽 8개국 20명의 서포터즈가 임명됐으며, 이들은 전남 관광을 누리소통망에 홍보하는 첨병 역할을 하고 있다. 재단은 해외 관광객 300만 명 유치를 위해 지난해 해외 및 국내 거주 외국인을 대상으로 35개국 170여명의 서포터즈를 모집했으며, 이들로 인해 전남을 찾는 해외 관광객의 발걸음도 늘어날 것으로 예상하고 있다.

지난 1월 싱가포르에서는 재단이 육성한 관광창업자와 관광두레 주민사업체 상품들이 싱가포르의 '아트박스 에비뉴 2024(Artbox Avenue 2024)'에 전시됐다. 매년 전 세계 유명 로컬 관광상품을 전시하는 플라마켓 행사로, 평균 8만 명이 방문하는 유명 행사다. 전남 관광창업자와 주민사업체가 생산한 관광상품인 미식 먹거리와 관광기념품 등 9개 업체 10종이 해외에서 첫 선을 보

여 눈길을 끌었다. 지난해 5월 재단은 중동 최대 국제관광박람회인 'Hội thảo với ngành du lịch Việt Nam nhằm thúc đẩy hoạt động sân bay quốc tế Muar'에서 현지 여행사와 전남 신규 관광상품 출시를 협의하고, 사우디아라비아와 아랍에미리트 여행사 등을 대상으로 사전담사를 계획하는 등 중동 관광객 유치에도 힘을 쏟았다. 전세계 150여 국가의 여행업계와 관광 유관기관, 언론사 등이 참가한 가운데 아랍에미리트(UAE) 두바이 국제박람회장에서 열린 중동관광박람회(ATM)에서 현지 관광객 유치가 나선 것이다. 이외에도 재단은 지난해 11월 전남 관광의 매력을 전 세계에 알리기 위해 미국, 독일, 루마니아, 베트남, 일본, 중국 등 해외 6개국에서 활동하는 전남관광 글로벌 누리소통망(SNS) 서포터즈를 초청해 4박5일간의 팸투어를 개최하는 등 세계 관광객 유치를 위해 전력을 다하고 있다.

관광으로 지역 발전 주도하다

재단은 지난해 기존 관광지를 한 단계 업그레이드 하기 위해 친환경·웰니스 등 전남 대표 관광상품을 개발해 홍보에 들어갔다. ESG(Environmental Social Governance) 관련 관광상품 16종, 웰니스 관광지 15개소 등을 개발·선정해 160개소에 카드뉴스 제작해 배포했다. 또 주요 행사와 박람회에 5차례 참석해 전남 관광지를 전국민에게 적극적으로 알리고, 구례 천은사·화엄사, 해남 대흥사 등에서 특색있는 템플스테이 운영에 나서 국내외 관광객 3만여명을 유치하는 성과를 냈다.

또 한편으로 주력하고 있는 것은 지역경제 파급효과가 큰 관광기업 육성 및 전문인력 양성이다. 관련 기업의 성장이 일자리 창출로 이어지고, 인구 증가, 소득 증대 등을 통한 지역 경제 발전의 토대가 되기 때문이다. 창업 및 맞춤형 지원을 통

해 지난해 숙박·식음·체험 등 관광기업 93개사(매출액 323억원)을 지원하고 기업별 맞춤형 지원을 통해 50개사가 185명을 채용하도록 유도했다.

또 각종 교육·창업 지원 프로그램을 운영해 전문인력 207명을 양성하고 인턴십 매칭 50명, 취업·창업 114명 등을 지원했다. 혁신적인 관광상품도 만들어 이목을 끌었다. 전남이 자랑하는 섬·해양, 미식, 전통자원 등을 이용해 '전남형 특화 상품'을 개발해 시장을 확대해 나가고 있다. 섬·해양 관련 26건, 미식 관련 44건, 관광기념품 21종, 남도고택 체험프로그램 10건 등을 재단이 자체적으로 만들어냈다.

다른 광역자치단체나 기초자치단체 등과 연계해 지역 청년들이 운영하는 관광기업의 판로 확대에도 기여했다.

마이스 산업 기반 조성 나서다

재단은 지난해 11월 인천 송도 컨벤시아에서 열린 '2023 코리아 마이스 엑스포'에서 전남 이색 지역 명소(유니크베뉴)와 마이스 기반시설을 중점 홍보했다. 엑스포 기간 재단은 여주시 및 호철 등 마이스산업 관계자들과 전남에 마이스 행사 개최 의사가 있는 기관·단체를 대상으로 국내 92건, 국외 37건 등 129건의 비즈니스 관련 상담을 마쳤다.

올해는 부가가치가 높은 국내외 MICE 행사 유치에 전력을 기울일 방침이다. 전남 최초로 코리아 유니크베뉴에 선정된 '여수 GS칼텍스 예술마루' 등 지역 특화자원을 활용해 전남 마이스 인프라 기반도 서둘러 조성해 나갈 계획이다.

이와 함께 전남에만 1조3000억원 등 남해안에 3조원의 예산이 투입되는 해양관광벨트 구축을 위해 재단은 부산, 경남 등과 함께 공동 상품 개발, 공동 행사 개최 등에 나선다. 공동협력사업으로 동남아 5개국 남해안권(전남, 부산, 경남) MICE 공동 팸투어, 광역권(전남, 경남, 광주) 청년관광기업 창업의 날 운영, 전남·울산 여행업계 교류 팸투어(2회), 광역 간 공동 홍보물 제작 및 홍보부스 운영 등을 실시한다.

/윤현석 기자 chadol@kwangju.co.kr

“국가별 맞춤형 홍보·관광시설 확충...글로벌 관광 중심 전남 만들기 최선”

그는 자리에 앉자마자 무안국제공항 이야기부터 시작했다. 무엇보다 전남에 지리한 소중한 기반시설이 제대로 가동되지 못하면서 지역민들이 겪는 불편, 그리고 그것을 통해 관광, 운송, 서비스 등 다양한 산업 발전을 꾀할 수 있음에도 불구하고 그렇게 하지 못하는 여건 등을 상세히 전했다. 모든 선진국과 선진지역이 '관광'을 주축 사업으로 해 발전의 토대를 만들어왔으며, 만들어 갈 것이라는 점을 강조했다. 전남이 가진 무궁무진한 자원에 교통·편의·숙박 등 관광시설만 더해진다면 전남은 '날개를 달 것'이라고 장담하기도 했다. 오랜 공직 경험에 담당한 부군수, 전남도 관광체육국장 등을 거치면서 전문성까지 겸비한 김영신 전남관광재단 대표는 지난해 7월 취임했다. 김 대표는 2024년을 세계로 비상하는 전남 관광으로 목표를 설정해 보다 적극적으로 세계 시장을 공략할 생각이다. 다음은 일문일답.

김영신 전남관광재단 대표



이를 위해 무안국제공항 신규 노선 확대 및 국제 크루즈 유치를 위해 힘썼다. 숙박, 식음, 체험 등 관광기업 육성 및 전문인력 양성을 통해 약 100여개사가 연매출액 평균 300여원을 달성하기도 했다. 지역 특화자원을 활용한 전남 마이스 인프라 기반을 조성해 전남 최초로 코리아 유니크 베뉴에 여수 예술마

루가 선정된 것도 큰 성과였다. - 전남의 숙박·편의·유형시설 등이 절대적으로 열악하다는 지적이 있다.

▲지난해 한국은행 광주전남본부·목포본부가 발표한 '코로나19 이후 전남지역 관광산업의 현황과 발전과제'에 따르면 도내 관광숙박시설은 서울과 제주에 이어 전국에서 세 번째지만, 전체 객실 수는 8954실로 제주의 4분의1 수준에 그쳤다. 대부분의 숙박시설이 여수(46.4%), 순천(10.8%) 등 동부권에 밀집돼 있고 노후·영세한 곳이 대부분이다. 재단은 우선 장성군 축령산 일원에 개관 예정인 '남령이 숲 복합리조트'와의 업무협약을 시작으로 도내 명품 숙박시설 확충에 최선을 다하고 있다. 앞으로도 적극적인 민자 투자유치를 통해 체험형 관광객 유치 기반을 마련할 계획이며, 템플스테이, 농가 민박 등 전남만의 특색있는 숙박 콘텐츠 확충을 통해 양적·질적 성장을 도모하겠다.

- 민선 7·8기를 거치면서 전남의 관광산업이 비약적으로 발전했다.

▲한국관광공사 데이터 랩에 의하면 2023년 도내 해외방문객은 43만여명으로 2022년 대비 약 17%

나 상승했다.

특히 수도권 50대 이상 가장 많이 찾는 관광지 1위, 신한카드 빅데이터연구소 분석 결과 전남이 제주, 강원과 함께 여름 휴가지 전국 3대 명소, 컨슈머 인사이트 '여름휴가 만족도 조사'에서 전국 3위를 차지했다. 전남 방문의 해(2022~2023년)를 추진하면서 다양한 메가이벤트와 콘텐츠 등을 발굴, 적극적으로 마케팅을 한 결과다.

- 전남을 비롯한 국토 남부권 광역관광개발사업이 주목을 받고 있다.

▲남부권 광역관광 개발사업은 2024년부터 10년 동안 3조원의 예산이 투입되는 초대형 관광 개발 프로젝트 사업이면서 글로벌 관광지 전남으로 대도약하기 위한 중요한 사업이다. 전남은 전체 사업 중 46%에 달하는 1조3000억원(56개 사업)으로 개도 이래 최장·최대 규모의 사업이다. 이 사업을 통해 전남에 '남도 문화 예술지대'를 구축하고 한국형 웰니스 관광지대를 형성할 계획이다. 앞으로 관광과 지역, 문화와 기술의 연대와 협력을 통해 글로벌 관광 중심 전남이 될 수 있도록 노력하겠다.

/윤현석 기자 chadol@kwangju.co.kr