

2002년 월드컵 共同開催에 따른

韓 · 日 觀光振興 심포지움

- ◆ 日 時 : 1996년 9월 18일(수) 오후 2시
- ◆ 場 所 : 조선호텔 그랜드 볼룸
- ◆ 主 催 : 韓國觀光公社
- ◆ 後 援 : 文化體育部, 大韓蹴球協會, 韓國觀光協會,
韓國一般旅行業協會, 韓國觀光學會



韓國觀光公社

目次

I. 基調演說	Page
1. 월드컵 共同開催의 觀光側面의 意義	3
金泰淵 韓國觀光公社 社長	
2. 월드컵 共同開催에 따른 韓·日兩國의 觀光協力方案	8
이야마 츠구오(井山嗣夫) 日本國際觀光振興會會長	
II. 主題發表	
1. 월드컵 開催에 따른 觀光產業의 波及效果 및 觀光活性化 方案	11
孫大鉉 漢陽大 教授	
2. 韓·日 共同 觀光商品 開發方案	13
朴榮俊 韓國一般旅行業協會 副會長	
3. 今後 韓·日觀光 活性化 方案	14
스즈키 마사루(鈴木勝) JTB월드 理事	
4. 월드컵의 成功的 開催를 為한 國民의 姿勢	18
歌手 金興國	
5. 韓·日 觀光活性化를 為한 觀光政策 方向	19
姜喆根 文化體育部 國際觀光課長	
6. 월드컵을 통한 韓·日觀光協力 및 親善 交流擴大 方案	24
모리시게 토시야(森重俊也) 日本運輸省國際業務室長	
7. 월드컵 開催를 통한 地方自治團體의 觀光產業 發展方案	30
孔鍾源 朝鮮日報 論說委員	

今後 韓·日 觀光産業 活性化 方案

스즈키 마사루(鈴木 勝)

- ▶ 早稻田 大學 商學部 卒業
- ▶ 日本交通公社 北京事務所 所長
- ▶ 現 JTB ワールド 理事

방금 소개받은 JTB월드의 스즈키 입니다. 당사는 JTB 일본교통공사에 속해 있고 전세계의 패키지투어 'LOOK JTB'의 기획, 판매를 수행하고 있는 회사입니다.

이번 한국정부, 한국관광업계 및 스포츠계를 대표하는 여러분들 앞에서 심포지움에 출석해 이와 같은 이야기를 할 수 있게 된 것을 대단히 영광스럽게 생각합니다.

2002년 한·일 공동 월드컵 개최 결정후 얼마 되지 않아 이와 같은 심포지움을 기획하신 것에 대해 일본 여행산업에 종사하는 사람으로서 참으로 意義있고 또 시기 적절한 것이라 생각하고 있습니다. 이번 심포지움의 실현을 위해 수고하신 韓國觀光公社 여러분들을 비롯, 한국의 관계자 여러분들에게 진심으로 감사드리고 싶습니다.

본 심포지움은 한·일 양국의 투어리즘을 보다 활성화시키자는 의도인 것으로 알고 있습니다만 저는 주로 일본인의 한국여행 촉진에 초점을 맞춰 의견을 말씀드리고 싶습니다.

우선 한국여행에 직접 화제를 돌리기 전에 최근 일본인 해외여행시장에 대해 잠깐 생각해보고자 합니다. 일본에 있어서 해외관광여행은 1964년에 자유화된 지 30년 남짓 경과되었습니다. 알고계시는 바와 같이 그 동안 폭발적인 신장을 보여 당초에는 13만명이었던 것이 작년 1995년에는 1530만명을 기록해 실로 120배 가까이 증가했습니다. 올해 들어 1월부터 6월까지의 해외여행객수는 전년 同期對比 14.8% 증가한 785만명에 이르고 있습니다. 이러한 추세라면 JTB가 금년에 초에 예상했던 1650만명을 넘어 1700만명에 달할 것으로 전망하고 있습니다. 이 수치는 前年對比 11% 증가를 나타내며 3년 연속 2자리수 신장을 보이고 있습니다.

작년부터 금년에 걸친 경이적인 신장의 배경은 『간사이 신공항 개항, 엔고와 여행비용의 저렴화』, 『개인소비의 신장과 높은 해외여행 志向』이 주요 요인입니다. 이와 같은 일본인의 해외여행자수의 증가 경향으로부터 향후를 예측할 때, 97년 이후에도 연평균 5% 이상의 신장율이 유지된다고 한다면 1999년에는 2,000만명에 달할 것으로 생각하고 있습니다.

그럼 다음으로 한국으로의 일본인 여행자의 動向에 대해 말씀드리고자 합니다. 1995년 1,667,000명으로 이것은 전년대비 1.4%의 증가율입니다. 상당한 숫자이기는 합니다만 일본인 충출국자의 신장율이 12.7% 증가인 점을 고려한다면 좀 만족스럽지 못한 수치인 것은 확실합니다. 또 금년 1월부터 6월까지 일본인 해외여행자가 14.8%라는 높은 증가율속에 한국행은 불행히 『마이너스 성장』을 기록하고 있습니다. 국가별로 보면, 과거 미국에 이어 2위의 위치에 있었습니다만 작년은 홍콩에 미미하나마 뒤져 3위가 되었습니다. 以上이 수치상 동향입니다.

따라서 이와 같은 시기의 관광촉진 심포지움은 솔직한 말씀으로 가장 적절한 것이 아닌가 생각하고 있습니다. “매력 넘치는” 한국이 비약을 앞두고 도약대에 멈춰 서 있다고 생각하면 현재의 이 시기를 어떻게 넘기느냐에 장래 도약의 정도가 좌우되는 것이 아닐까 합니다. 크게 그리고 길게 점프할 방책은 무엇일까 하고 저 나름대로 여러 가지로 생각하고 서울에 왔습니다.

일본인 해외여행시장의 특징은 여성층 소위 20세부터 29세까지 순조롭게 신장되고 있고 일본 전체에서 차지하는 부분도 상당한 수준이라는 것입니다. 외국의 정부 관광국이나 관광산업 관계자는 이 젊은 여성시장에의 접근을 위해 참으로 열심히 뛰고 있습니다. 이와 같은 관점에서 말씀드리면 최근의 한국은 상당한 실적을 올리고 있는 것이 아닌가 하고 생각하고 있습니다. 여성시장이 선호하는 『음식지향』, 『미용, 건강지향』, 『쇼핑지향』을 만족시키기 위한 수용태세도 상당히 충실히 되어오고 있습니다. 앞으로도 계속 주목할 필요가 있다고 생각합니다.

또 패밀리 마켓의 신장이 급상승하고 있는 점이 최근의 특징입니다. 이러한 경향은 여름이나 봄방학에 국한되는 것이 아닌 연중 꾸준한 경향을 보이고 있습니다. 젊은 여성과 마찬가지로 주의를 기울일 필요가 있는 시장이라고 생각합니다.

그리고 뭐니뭐니해도 최근의 현저한 여행형태로서는 『개인여행』을 들 수 있습니다. 즉 왕복항공권과 호텔만을 조합한 형태의 팩키지 여행(저희들은 프리타입형 팩키지 투어라고 부르고 있습니다만)이 늘고 있습니다. 해외여행 경험이 많고 소위 리피터일 수록 이 개인여행 지향이 강하고 동시에 『가격지향적』 이기도 합니다. 급증하는 개인여행에 지금 이상의 관심이 필요하다고 생각합니다.

이와 같은 시장의 변화에 입각해 일본의 여행업자의 입장에서 한국측의 수용태세 또는 今後 일본인 관광객 유치에 대하여 몇 가지 문제점을 솔직히 말씀드리고 싶습니다.

1. 호텔 수용능력 및 요금정책

수용능력부족에 관해서는 이전부터 자주 거론되고 있고 관계자 여러분들도 상당히 적극적으로 대처해 오고 있는 것 같습니다. 앞으로도 노력을 부탁드립니다. 한편 요금정책에 있어서는 강력히 개선을 요청드리고 싶습니다. 작년부터 금년에 걸친 침체는 호텔료의 急騰이 주요한 원인이라고 생각하고 있습니다. 일례를 말씀드리면 당사의 'LOOK JTB'(96년도 上半期版 4월부터 9월까지)의 판매가격은 코스에 따라 차이가 있습니다만, 전년비 약 20% 인상을 보이고 있습니다. 참고로 이 시기의 세계 전체의 평균은 3.4% 인상입니다. 더욱이 이 판매가격에는 호텔이 외의 항공운임의 급등도 더해져 있습니다. 급격한 고율인상은 반드시 지양해 주시기 바랍니다. 아울러 호텔 레이트(Rate)의 脣落에 대해서는 사전에 미리 알릴 필요가 있습니다. 팜플렛·선전에 반영하는데 시간이 걸리는 것이 현실입니다. 장기적인 정책을 간절히 요망합니다.

2) 서울 집중화를 피한 루트나 목적지 개발이 今後의 중요한 환기책입니다.

동경에서 제주도나 부산으로의 직행은 매력이 있습니다. 그리하면 다른 관광코스 개발과 함께 서울의 집중화를 완화할 수 있습니다. 최근의 여행일수를 보면 『서울 1박2일』의 패턴도 상당히 많아지고 있습니다. 일본 국내수준 정도가 되어 신년회나 망년회 시기에는 자주 있는 실정입니다. 이러한 1박 2일 패턴이 여러 도시에서 가능케 되면 한국여행의 폭이 넓어질 수 있습니다. 더욱이 歷史의 도시 慶州나 扶餘도 보다 단기간내에 오갈 수 있게 되면 더욱 관심을 끌게 될 것입니다.

3) 이용하기 쉬운 교통기관, 관광시설의 확충에 보다 많은 노력이 요망됩니다.

예를 들면, 젊은 여성이나 가족에 적합한 레스토랑이나 관광시설이 보다 많이 설치되기를 요망합니다. 또 프리타입형의 개인 여행객이나 리피터를 위해서 택시, 버스, 지하철 등에 대해서 알기 쉽게 이용하기 쉬운 방법을 부탁드리고 싶습니다. 이들에 공통되는 것입니다만, 간판이나 안내 표지판에는 영어와 한자를 보다 늘려 주신다면 훨씬 행동하기 쉽게 됩니다.

4) 선전전개의 중요성에 대해서 말씀드리겠습니다.

현재까지는 한국관광공사를 중심으로 정력적으로 해오고 있습니다. 지난번에도 JTB와 『겨울의 한국캠페인』을 수행해 대성공을 거둔 적이 있습니다. 여행업자만의 선전에는 한계가 있습니다. 한국관광공사, 항공회사, 호텔, 한국의 여행회사 등과 공동선전이 반드시 필요하게 되어 있습니다. 선전은 이벤트 혹은 테마를 갖고 실시하는 것이 필요합니다. 예를 들면 『꽃의 한국』을 전면에 내세워 사계절마다 강력하게 선전하는 방법 등도 생각할 수 있습니다.

이상 4개 항목을 말씀드렸습니다만, 현재 한국과 일본간의 항공노선의 확대는 다른 나라에는 검토되지 않았습니다. 이것들을 적극적으로 활용해 금후 한층 더 양국간의 왕래를 활발하게 합시다. 나아가서는 이것이 2002년 월드컵 공동개최의 성공에 이어질 것이라 확신하고 있습니다.

마지막으로 한국의 멋을 체험한 에피소드를 한가지 소개 드리고자 합니다. 이 달초에 단 3일간의 일입니다만 저는 평소 사이좋게 지내고 있는 친구 세사람과 부부동반으로 6명이 서울에 왔습니다. 여행을 결정한 후 2개월 전부터 제 아내는 기대감에 부풀어 있었습니다. 그리고 서울에 도착한 후에는 여기저기 돌아다녔습니다. 특히 쇼핑과 목욕에 많은 추억을 가지고 돌아갔습니다. 백화점의 지하 식품판매장에서의 『김치』나 『김』을 사는 동안 한국 사람들이 오래 흥정을 하는 것을 보고 아주 즐거워하는 것 같았습니다. 또 목욕 중의 때밀이 체험담은 최근 아내의 일과가 되어 많은 친구들에게 들려주고 있습니다. 이렇게 제 아내를 홍분시킨 여행은 처음이었습니다. 제 아내도 결코 해외여행 경험이 적은 것은 아닙니다. 제 근무지였던 호주에서 4년간 지냈고, 때로는 싱가포르, 말레이지아, 중국을 비롯해 유럽을 여행하기도 했습니다. 어쨌든 여성들 (젊은 여성은 아니지만) “강렬하게 끌어들일 매력”이 한국에는 많이 있는 것이 확실합니다. 물론 내년에 제 아내는 『한국의 리퍼터』가 되어 있을 것입니다. 이미 친구 여러 명과 서울에 올 것을 결정하고 있습니다.

이렇게 끝까지 경청해 주셔서 감사합니다.

year, beginning July 1 next year, Yoon said.

THE KOREA TIMES

crossed the demarcation line to the south," he said. "Although 11 of them died apparently in a suicide pact, the

nel must be "passengers."

Had the sub developed a mechanical problem, the crews might have forsak-

(SEP. 19, 1996)

Korea, Japan Urged to Work as a Team to Attract Tourists for 2002 World Cup

A South Korea tourism leader suggested yesterday Korea and Japan, co-hosts of the 2002 World Cup, work together as a team in publicity, program development and sales to attract travelers from other countries to the soccer extravaganza.

President Kim Tae-yun of the Korea National Tourism Organization made the recommendation in a KNTO-sponsored meeting focusing on the tourism aspect of the grand event.

Featured as panelists were Japanese tourism officials, tour operators, media people and professors.

KNTO will concentrate on projecting Korea as a host country of the 2002 World Cup, fan out information on the image of Korea as a tourism destination by 1999, introduce a variety of tourist programs for the next three years, and promote the inbound travel industry reflecting the business turnout from the quadrennial global sports meet, Kim said.

President Tsuguo Iyama of the Japan-

ese National Tourist Organization said that it is a golden opportunity for the two countries to position themselves as tourist haven in the global arena, stimulating the hospitality sector in the neighboring countries of the region.

About one million foreigners are expected to travel to Korea and Japan to see the world's great soccer matches in 2002.

Iyama recommended the increase of travel routes between the two countries during the events, simplification of visa and other immigration procedures, and pushing the games and tourism under a joint management.

To streamline the inbound travel market, Prof. Son Tae-hyon of Hanyang University demanded that priority be placed on increasing international competitiveness and providing full support in finance, banking and taxation.

He also asked the government to improve its own competitiveness against

its counterparts in other countries and to upgrade the current Culture-Sports Ministry into the Culture-Tourism-Sports Ministry.

Masaru Suzuki of the privately-run Japan Tourism Bureau said that more efforts should be exerted to expand transportation and tourism facilities to make them more accessible and to make room charges more reasonable. "We wish that there will be more restaurants and tourism facilities for young ladies and families; taxi, bus and subway services be improved to make transport easier; and English and Chinese signboards be increased for the comfort of individual travelers," he said.

Toshiya Morisike of the Tourism Department of the Transportation Ministry recommended an exclusive tourism belt for foreigners to be jointly promoted by provincial governments in Korea similar to those under way in Kyush, Tohoku and other Japanese places.