

# “미래 관광 위해 ‘포스트 한류’ 고민 필요”

관광산업은 ‘총성없는 전쟁’이라고 한다. 요즘 각 나라마다 관광산업 재개를 준비하면서 미래 시장을 선점하려는 ‘총성 없는 전쟁’은 더욱 치열해지고 있다. 서울관광재단은 가장 많은 방한객이 찾는 한국관광의 출발점이자 중심도시, 서울의 관광산업을 지원하고 전략을 짜는 야전사령부다. 7월 서울관광재단은 관광업계 베테랑인 길기연 대표이사를 새 수장으로 맞았다. 길기연 대표이사를 만나 ‘위드 코로나’ 시대 서울 관광의 미래와 이를 위한 전략에 대해 이야기를 들었다.

“코로나로 업계 초토화...책임감 1 관광지로서 서울, 콘텐츠 부족해 서울만의 스타일·패션 등 키워야 예산·인재 기용에 적극 투자 필요”

●“서울만의 정체성 담은 관광 브랜드 필요”  
-서울관광재단 대표로 취임한지 2달 정도 지났는데  
“코로나로 관광업계가 거의 초토화되었다. 이런 상황에서 자리를 맡게 되어 책임감이 무겁다. 하지만 ‘훌륭한 선장은 폭풍우를 이용해 하루 밤 몇백리를 간다’는 말이 있다. 어려울 때 와서 잘하면 성과나 보람이 더 클 수 있다.”

-대표로서 서울관광재단의 주요 역할 3가지를 꼽는다면.  
“우선 해외관광객에게 대한민국의 대표 도시 서울을 알려 많이 찾도록 하는 역할이다. 또한 서울시민과 전 국민에게 사랑받는 지역 생활관광 활성화도 핵심 역할이다. 요즘 같은 코로나19 상황에서는 힘든 여행업계를 지원하는 것도 중요한 업무다.”

-서울시민 등 내국인 생활관광에도 많은 비중을 두는 점이 인상적이다.  
“집에서 5~10분 차 타거나 걸어가면 누리는 관광이 있어야 한다. 강북구 같은 곳이면 일상 속 가벼운 산악관광 체험을 생각할 수 있다. 지역등산센터 같은 곳을 만들어 업무 끝나고 찾아가 등산복이나 장비를 빌려 산행을 즐기면 얼마나 좋은가.”

-지자체마다 RTO(지역관광공사)가 있지만 수도 서울을 담당하는 역할은 남다르다.  
“한국관광공사가 대한민국을 아우르는



“S-스타일, S-컬처, S-푸드 등 서울만의 정체성을 담은 관광 브랜드가 필요하다”고 밝힌 길기연 서울관광재단 대표이사(위)와 방한소년단의 서울관광 홍보 캠페인 포스터. 김민성 기자 marineboy@donga.com, 사진제공 | 서울관광재단

역할이라면 우리는 서울에 특화된 작업을 해야 한다. K-컬처, K-푸드 같은 대한민국을 상징하는 브랜드가 많이 알려졌으니 앞으로는 구체적으로 서울의 정체성과 정수를 발굴, 개발해 알리는 작업이 필요하다.”

-서울만의 관광 브랜드를 말하는 것인가.  
“서울은 조선의 500년 도읍이었고 신문물이 가장 빨리 왕성하게 들어오는 지역이다. S-스타일, S-컬처, S-푸드도 특화할 수 있다. 푸드의 경우 궁중음식이나 역사적으로 도읍 사람들이 즐기던 설렁탕 같은 음식이 있다. 서울만의 스타일이나 패션, 화장품, 의료, 휴가(할리데

이) 등도 키울 수 있다. 고궁이나, 남산, 전통시장 같은 기존 콘텐츠만 집착하면 한계가 있다.”

-그런 역할을 K-팝 같은 한류가 담당하지 않나.  
“지금이 오히려 ‘포스트 한류’에 대한 고민을 할 시점이다. 서울이 ‘아시아 머스트 비짓’ 도시가 되려면 구조물이던, 문화이던 우리만의 것을 가져야 한다. 그런 점에서 한류가 한 때 유행으로 끝나지 않도록 비틀즈로 유명한 영국 리버풀이나 엘비스 프레슬리 관광지인 미국 멤피스 같은 곳을 벤치마킹하는 것이 필요하다.”

김재범 기자 oldfield@donga.com

●“리움미술관, 프라도미술관 역할 기대”  
-관광 데스티네이션으로 서울이란 메가시티가 가진 매력을 꼽는다면.  
“아직 비즈니스 도시 성격이 강하다. K-팝이나 한류 덕분에 젊은 세대를 중심으로 인기를 얻었지만 ‘서울이 과연 매력적인 관광지인가’라는 근본적 질문을 던지면 분명하게 소개할 답이 없다. 관광상품의 차별적 장점이 없이 60년간 비슷한 양태로 지속되어 왔다.”

-관광지 서울의 현실 평가가 꽤 냉정하다.  
“관광지로서 콘텐츠가 조화롭지 않다. 좋은 교통 인프라를 갖추고 있지만 그것을 통해 가보고 체험할 것들이 있어야 한다. 마드리드 프라도미술관이나 바르셀로나 가우디성당처럼 오랜 시간 줄을 서도 꼭 보고 싶은, 못가면 다음에 와서라도 가고 싶은 곳이 있는가. 그런 점에서 송현동 부지에 리움미술관이 들어오는 것을 환영한다. 서울의 프라도미술관이나 가우디성당 같은 역할을 해주었으면 좋겠다”

-코로나 이전 ‘오버투어리즘’이 문제가 됐다. 관광이 본격 재개되면 역설된 여행객 구 분출로 많은 사람이 몰릴텐데  
“북촌 한옥마을 같은 곳은 주민을 위한 인센티브를 검토할 수 있다. 관광지를 찾는 사람 수만큼 일정 비율의 인센티브를 주는 것이다. 또한 스페인 톨레도의 미니 트레인처럼 특정 지역을 도는 관광이동 수단도 생각한다. 인원통제와 방문 질서의 효과를 자연스럽게 거둘 수 있다.”

-서울 관광산업의 야전사령관으로 하고 싶은 말이 있다면.  
“서울이 관광도시로 계속 성장하려면 진짜 몸부림치며 고민해야 한다. 안일한 자세로는 안된다. 서울시는 물론이고 한국관광공사나 문제부도 관심을 가져야 한다. 예산이나 인력을 과감하게 써야 한다. 해외인력도 도움이 된다면 데려와야 한다. 반도체, 자동차만 해외인력을 영입하지 말고 관광도 인재 기용에 열린 자세로 나서야 한다.”

●길기연 서울관광재단 대표  
1960년 2월 충남 금산 생. 경기대 영문학과, 고려대 경영학과졸, 고려대 정책학 석사. 한양대 관광학 박사 수료. 퍼시픽아일랜드클럽(PIC) 호텔 부장, 하니문화행사 대표, 제 5대 서울시의회 의원, 코레일관광개발 대표, 문화관광 연구학회 문화관광대상(2010)



## 소노인터내셔널, ‘삼악산 케이블카’ 오늘 개장

소노인터내셔널은 호수와 산을 동시에 조망하는 ‘춘천 삼악산 호수케이블카’(이하 삼악산 케이블카·사지)를 8일 개장한다. 춘천 명소 의암호와 삼악산의 절경을 감상하며 호수 2km와 산악 1.6km 등 총 3.6km 구간을 왕복한다. 캐빈은 8인용 66대를 운영하는데 20대는 바닥이 투명한 크리스탈 캐빈이다. 운영시간은 오전 9시부터 오후 6시까지다. 총 사업비 570억 원으로 소노인터내셔널이 춘천시에 기부채납하고, 향후 20년간 운영을 맡는다. 삼악산 케이블카는 춘천 시내와 수도권에서 차로 1시간 거리이며 내년 5월 인근에 레고랜드가 개장한다. 상부정착장 인근 삼악산 생태문화탐방로도 연말에 개장한다. 소노인터내셔널 관계자는 “연간 방문객 127만 명, 경제파급효과 500억 원 이상의 핵심 관광자원으로 기대하고 있다”고 밝혔다.

## 대한항공, ‘ATW 올해의 항공사상’ 수상

대한항공은 5일(현지시간) 미국 보스턴 리버 호텔에서 열린 에어 트랜스포트 월드(ATW) 시상식에서 ‘2021년 올해의 항공사’를 수상했다. 1974년 시작해 올해 47회를 맞는 ATW ‘올해의 항공사’는 글로벌 항공업계의 오스카상으로 불린다. 이날 행사에는 조원태 한진그룹 회장, 우기홍 대한항공 사장과 지난해 초 코로나 19로 고립된 우한 교민을 수송하기 위한 전세기 탑승을 지원한 승무원 등 회사 관계자들이 참석했다.

## 롯데호텔, ‘국가고객만족도’ 4년 연속 1위

롯데호텔(사지)이 한국생산성본부가 주관하는 ‘2021국가고객만족도(NCSI)’ 조사에서 4년 연속 호텔부문 1위 기업으로 선정됐다. NCSI 조사는 한국생산성본부와 미국 미시간대가 공동개발해 세계에서 활용되는 고객만족도 조사 지표다. 롯데호텔은 미래지향적인 서비스를 발굴하여 업계 표준을 제시하는 서비스R&D팀을 올해 신설했다. 또한 차별화된 고객 경험을 제공하겠다는 서비스 비전을 수립했다. 코로나19로 급변하는 고객의 라이프스타일을 담은 혁신적인 상품도 선보였다.

편집 | 신하늬 기자 mylhuki@donga.com

# “1년7개월 만에 스위스·프랑스 여행”...한진관광, 유럽 패키지 재개

스위스 9일·프랑스 11일 상품 운영 백신 2차접종 완료 고객만 출발 가능 현지병원와의 연계 등 안전플랜 갖춰



김정수 대표

한진관광(대표 김정수)이 1년7개월 만에 유럽여행 상품 운영을 재개했다. 국내외 백신접종률이 높아지고 유럽을 비롯한 해외의 주요 여행자들이 해외 방문객을 맞이 위한 관광산업 재개를 서두르면서 국내 여행업계도 최근 발빠르게 관련상품을 준비해 왔다. 한진관광이 이번에 운영을 재개한 패키지는 스위스와 프랑스 일주여행, 프리미엄 여행으로 정평이 난 한진관광에서 코로나 이전에 대표적인 베스트셀러 상품으로 사랑받던 패키지다. 지난 2일과 4일 각각 스위스와 프랑스 첫 여행팀이 출발했다.

스위스 9일 일주는 자연, 힐링, 알프스 하이킹이 주 콘셉트로 인터라켄, 몽트뢰, 체르마트 등을 관광하는 일정이다. 특히 인터라켄 빅토리아 옹파우 호텔 3박, 체르마트 SONNE 2박 등에서 연박해 관광명소를 바쁜 일정에 쫓기지 않고 여유롭게 즐길 수 있는 점이 매력이다.

프랑스 일주는 11일 일정이다. 와인의 성지인 보르도의 와인사토 체험, 르와르 고성과 앙브와즈성 투어, 몽셀미셀, 그리고 파리 등을 돌아본다. 니스의 사갈 박물관부터 고흐의 자취가 남아있는 아를, 세잔느 아틀리에가 있는 엑상프로방스, 파리 오르세 미술관 등 프랑스 예술의 정수를 느껴볼 수 있다.

이번 상품은 아직 코로나 상황이 종료되지 않은 점을 고려해 안전과 위생을 최우선으로 운영하고 있다. 현지국가의 방역기준에 맞춰 상품을 기획했고 백신 2차접종이 완료된 고객만 출발할 수 있다. 여행지

식당은 2차 접종자만 입장 가능한 레스토랑으로 선별했고 이동차량도 정원의 50%만 탑승해 거리두기와 소독을 시행한다. 특히 스위스에서는 ‘코비드 앱’을 설치해 확진자가 2m 이내 접근 시 스마트폰 앱에서 경보가 울리도록 설정했다. 이밖에 유사시 PCR 검사를 받을 수 있게 지원하며 비상연락망 구축, 현지병원과의 연계 등 코로나19 안전플랜을 갖추었다.

한진관광은 여행심리가 차츰 회복하는 만큼 스위스, 프랑스에 이어 앞으로 하와이, 괌, 사이판, 푸켓, 미국, 캐나다 등 안전이 검증된 지역을 중심으로 본격적인 상품 판매에 나설 예정이다.

한진관광 관계자는 “4일 프랑스 패키지 출국에 맞춰 프랑스관광청과 한진관광의 주요 관계자들이 현지점검 및 신규 목적지 개발을 위해 함께 떠났다”며 “25일과 11월1일에도 프랑스 상품이 출발하니 많은 관심 바란다”고 밝혔다. 김재범 기자



스위스 마테호른(위)과 프랑스 파리. 사진제공 | 한진관광

※박경호의 운수 좋은 날은 11면으로 옮겨 실습니다.

오늘의 날씨			8일(금)		
서울 30/30	인천 30/30	춘천 30/30	17 23	18 22	17 22
강릉 80/80	대전 30/30	전주 30/30	17 21	18 24	19 26
광주 30/30	대구 30/30	부산 20/30	20 26	20 25	20 26
창원 20/30	제주 20/20	지역	19 27	20 28	강수 확률 (오전·오후) 최저 최고기온 C