

[만나봅시다] 조영호 남해관광문화재단 초대 본부장

“지역과 더불어 성장하는 남해관광 실현할 것”

기사입력 : 2021-05-26 21:14:21

기초지자체 최초의 관광전문재단인 남해관광문화재단이 지난달 출범했다. 남해관광문화재단은 남해의 관광브랜드를 높일 수 있는 다양한 정책을 만들고 이를 실행할 수 있는 싱크탱크 역할을 전담한다. 특히 2022년 남해방문의 해를 맞아 남해관광 재도약에 시동을 걸고 있다. 조영호(56) 남해관광문화재단 초대 본부장을 만나 남해군 관광산업의 현주소와 비전을 들어봤다.



조영호 남해관광문화재단 본부장이 남해관광의 발전 방향을 제시하고 있다./남해관광문화재단/

단/

-초대 본부장을 맡게 된 소감은.

△관광을 통해 남해와 좋은 인연을 맺게 되어 기쁘게 생각한다. 지역과 관광, 관광행정과 관광마케팅 현장에서 일하면서 지역관광의 추진동력, 즉 마케팅 조직의 필요성을 실감했는데 그 현장에서 중책을 맡아 일할 수 있어서 고마운 마음이 앞선다.

과거 관광 전문직 공무원으로 일하면서 관광지 태동부터 성장기, 성숙기 등을 현장에서 경험했다. 관광으로 지역이 변화하는 과정을 몸소 체험한 만큼 지역과 더불어 성장하는 남해관광이 되도록 끊임없이 연구하고 실행하겠다. 그 경험과 배움의 결실을 남해에서 쏟아 내고자 한다.

-남해는 어떤 곳이라 생각하는가.

△관광도시로서 남해의 발전가능성은 무한하다고 생각한다. 대한민국 수학여행과 신혼여행의 필수코스라 각광 받던 1973년 국민 관광지 남해대교와 1975년 남해각, 이순신 장군이 순국한 관음포에 조성된 세계 최대의 도자기 벽화를 볼 수 있는 이순신순국공원, 남해안 쪽빛 바다를 품은 231km의 남해 바래길, 지역민이 지켜 낸 자연이 담긴 가천다랭이마을, 남해를 재창조하고 미래 남해관광의 동력이 될 독일마을, 그리고 한려해상국립공원 가운데 유일한 산악공원인 금산과 보리암 등 이국적인 풍광의 관광명소가 가득한 곳이 남해다. 남해 전 지역에 두루 분포된 관광자원을 선으로 엮고 관광 브랜드 사업을 통해 하나의 면으로 완성시켜 관광으로 새로운 지역 문화를 이끌어 내고 싶다.

**기초지자체 최초 관광전문재단 출범... 남해관광 재도약 시동
이순신순국공원·바래길·가천다랭이마을·독일마을·금산 등
건강·힐링·웰니스 품은 이색적이고 안전한 가족여행지로 최적**

**내년 남해군 방문의 해 맞아 해설사 등 대상 고객만족 교육
설명회·홍보관 운영... 바래길 2.0 등 대표 관광상품도 준비
“차별화된 마케팅·특화 콘텐츠 구축해 국민관광지로 만들 것”**

-남해관광문화재단의 역할은.

△중앙정부의 정책 기조가 지역관광이다. 그리고 국민관광시대를 이야기하고 있다. 서울과 제주로 집중되었던 관광객을 지역에 분산하고 관광을 통해 지역 활성화를 추진하고 있다. 바야흐로 지역관광의 시대다. 1973년 남해대교 개통식에 찾아온 수많은 인파는 1980년대 남해를 국민관광지로 만들었고 이후 많은 수학여행객과 신혼부부가 남해를 찾았다. 세월이 흘러 관광 트렌드는 바뀌어 그 모습은 옛 이야기가 되었지만 남해는 여전히 그 가능성을 담고 있는 아름다운 곳이다.

남해관광문화재단은 지역관광을 추진하는 수많은 조직 중에서도 관광을 앞세워 설립됐다. 전문적이고 효율적인 '종합 마케팅 기구'로서 관광도시 남해의 리브랜딩에 앞장

서고 특화관광상품 기획, 전사적 마케팅 활동으로 관광을 통한 새로운 지역문화 창달에 기여하고자 한다.

-남해 관광자원의 장점과 단점은.

△코로나19 이후 국내관광의 키워드는 안전, 색다름, 섬, 소도시, 가족 등이다. 관광의 변화가 소규모, 개별화로 가속화되고 있고 자연치화적 관광이 부상하고 있다. 남해는 안전하고 이색적이며 섬과 소도시, 가족여행지로 최적의 조건을 갖고 있다. 그리고 건강과 힐링, 웰니스를 품은 자연풍경과 관광자원이 풍부한 지역이다.

한국관광공사 데이터랩을 통해 분석한 자료를 보면 남해는 활동성이 높은 휴식형 관광활동지로 분류하고 있다. 이는 전국 평균과 경남지역 평균보다 매우 높은 관광활동 유형이다.

그러나 방문객 관광비용 상당수가 식음료와 레저에 지출하는 반면 기념품 구입 등 쇼핑에는 다소 부족한 관광형태를 보이고 있고 남해군의 입지상 주요 관광시장에서 멀리 떨어진 물리적 접근성과 교통체계가 단점이라 할 수 있다.

이러한 접근성 단점을 장점으로 부각될 수 있다. 큰맘 먹고 가야하는 곳, 다시 말해 대한민국 어디에서도 찾기 힘든 특별한 관광콘텐츠를 기획하고 한번 찾아오면 길게 머물며, 남해 곳곳을 즐길 수 있는 여행 상품과 마케팅 메시지를 전달해 많은 국내외 관광객이 찾도록 할 수 있다. 천혜의 자연경관과 점처럼 흩어진 풍부한 관광자원이 관광도시로 재도약 할 수 있는 발전 가능성을 장점으로 보고 싶다.

-2022년은 남해방문의 해다. 어떻게 준비하고 있나.

△남해관광문화재단은 1973년 남해대교 개통이후 국민관광지로 탄생했던 남해를 관광을 통해 리브랜딩해 다시 찾고 싶은 남해를 만들고자 한다. 특히 남해군의 지역관광 브랜드 이미지를 높이기 위해 2022년 남해방문의 해 브랜딩 사업을 시작으로 자연과 휴식, 길과 사람이 있는 건강한 남해관광을 만들 계획이다.

2022년 남해군 방문의 해를 위해 관광현장에서 활동하는 관광해설사를 비롯해 교통과 음식, 체험마을, 관광시설 운영자 등을 대상으로 찾아가는 설명회 및 CS(고객만족) 교육을 현재 진행하고 있으며 오는 6월까지 마무리할 계획이다. 또 다음 달 서울 코엑스에서 개최되는 국제관광박람회 기간 동안 남해군 방문의 해 선포식을 가질 예정이다. 이에 앞서 관광설명회 및 남해관광 홍보관을 운영해 남해관광의 인지도를 높일 예정이다.

남해를 대표하는 관광상품도 준비하고 있다. 남해는 바래길 2.0사업을 통해 국내를 대표하는 걷기여행의 대표 관광지로 부각되고 있다. 2022년 남해군 방문의 해를 기점으로 대한민국 걷기여행의 대표 명소로, 걷기여행의 붐을 일으키고자 한다.

-남해의 미래관광을 전망한다면.

△관광도시 남해의 미래는 크게 두 가지 방향으로 요약된다. 하나는 대규모 관광자원 개발과 시설운영이고 또 다른 하나는 건강한 지역관광 생태계의 발전이다. 전자는 남해~여수 해저터널 건설과 독일마을 계획공모형 관광자원 개발사업, 남해대교 관광자원화 사업, 다이어트 보물섬, 힐링 빌리지 조성 사업, 대명리조트 등 굵직한 개발사업이 추진되고 있다. 재단은 이러한 관광자원 개발의 이후를 대비하고 있다. 첫 번째 단추가 건강한 지역관광 생태계 조성인데 재단의 설립과 동시에 문체부 지역관광추진조직(DMO) 육성사업 공모에 경남도 최초로 선정되는 기쁨을 얻었다. 올해 DMO 사업을 필두로 지역과 함께 성장하는 관광정책을 펼쳐가는 데 중지를 모을 것이다.

전국의 석학들이 남해를 찾고 남해에서 각 분야의 학술정책이 논의되는 가치 있는 관광실현을 위해 유니크 베뉴형 관광마케팅도 추진해 내 생애 첫 여행지, 꽃길을 걸을 수 있는 국민관광지로 만드는 게 남해관광에 대한 재단의 미래이자 포부이다. 남해관광이 2022년 남해방문의 해 이전과 이후로 구분될 수 있도록 차별화된 남해관광브랜드 홍보마케팅, 특화 콘텐츠 구축을 추진해 국민행복관광지 남해, 공정하고 건강한 꽃섬 남해, 지속가능한 관광지가 되도록 노력하겠다.

☞ 조영호 본부장은?

1991년 전라일보에 입사해 무등일보를 거쳐 1999년부터 전주시청에서 전문직 공무원으로 일했다. 2006년부터 2020년까지 관광마케팅 팀장으로 일하면서 전주한옥마을을 1000만 관광지로 만드는 데 기여했다. 현재 한국관광학회 특별분과위원회 위원장 겸 부회장을 맡아 학술분야에서도 지역과 관광을 연결하는 데 힘을 쏟고 있다.

김호철 기자 keeper@knnews.co.kr

< 경남신문의 콘텐츠는 저작권법의 보호를 받는 바, 무단전재·크롤링·복사·재배포를 금합니다. >

김호철 기자의 다른기사 검색



