

'글로벌 관광' 전주관광 빠른 회복 키워드

코로나19의 여파로 힘겨운 시기를 보낸 전주 관광이 국내·외 관광객 증가 등 빠른 회복세를 보인 것은 지난 3년여 동안 추진해온 관광거점도시 사업이 큰 역할을 했다. 전주시는 관광거점도시 사업을 통해 문화를 기반으로 전주만의 관광콘텐츠를 지속적으로 발굴하는 동시에, 전 세계에 대한민국을 대표하는 관광도시임을 널리 알려왔다. 그 결과 최근에는 외국인 관광객의 증가에 대한 시민들의 체감도도 높아지면서 코로나 이전보다 전주 관광이 호황을 누리고 있다는 평가도 나오고 있다. 이에 전주 관광 산업의 빠른 회복세의 요인들을 살펴본다.

▲관광거점도시 사업과 민선8기 관광산업 육성정책

전주시는 전주관광이 빠른 회복세를 기록하는데 만족하지 않고, 글로벌 관광도시 도약이라는 꿈을 실현하기 위해 관광거점도시 사업과 민선8기 관광산업 육성정책을 양 날개로 관광산업 육성에 집중하기로 했다.

지난 2020년 1월 국가대표 관광거점도시 선정 이후 코로나19의 여파로 관광객이 감소하고 관광업계가 힘들어지는 상황이 지속된 상황 속에서도 전주관광 육성을 위한 사업들이 착실히 추진된 점은 이를 실현한 추진동력이 될 것으로 기대를 모은다.

실제로 시는 지난해까지 전주 관광 육성을 위한 관광거점도시 사업비로 국비 139억원과 도비 52억원을 지원받아 국내·외 홍보마케팅은 물론 관광인프라 조성사업들을 탄력적으로 추진했다.

올해는 코로나19로 밀려 그동안 추진되지 못했던 사업들을 포함해 더 많은 사업이 전주관광 발전을 위해 추진될 예정이다.

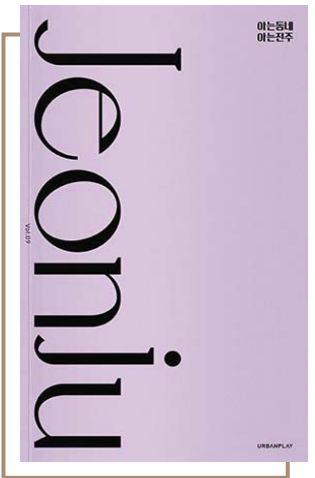
동시에 시는 민선8기 들어 '강한 경제와 진통과 현대가 어우러진 글로벌 문화도시 실현'을 주요 공약으로 내세우고 추진 중이다. 정부도 팬데믹 이후 관광산업을 통한 지역과 국가 경제 활성화를 위해 외국인 방문 관광 활성화 및 K-콘텐츠 확산사업을 대책으로 발표하기도 했다.

특히 문화체육관광부가 선정해 추진 중인 관광거점도시 사업은 방한 외국인의 지역 분산과 지역관광의 글로벌 역량 강화를 위한다는 측면에서 매우 선도적인 사업으로 평가받고 있으며, 향후에도 지속 추진될 것으로 예상된다.

이에 시는 앞으로도 빠르게 관광시장을 양적으로 회복하고, 질적 관광시장 변화를 이끌어 내기 위해 관광거점도시 사업과 더불어 '강한 경제'의 한 축으로 관광경제 육성에 힘을 쏟기로 했다.



코로나19로 밀려 추진 못한 사업 올해 전주관광 발전 위해 추진 K-콘텐츠 글로벌 인지도 향상 콘텐츠 지속 발굴이 주요인 글로벌 관광브랜드 전략도 외국인 관광객 증가에 한 몫



팬데믹이라는 어려운 환경 속에서도 국내는 물론 중국(청두, 상하이), 런던 피렌체, 태국 등에 글로벌 관광도시 전주 ('Your taste Jeonji')를 적극적으로 홍보한 결과물이다.

코로나19 팬데믹은 여행을 일시 정지시켰지만 전주관광 홍보마케팅의 다양한 변화를 가져오는 기회가 되기도 했다.

시는 관광거점도시 사업을 통해 △여행과 메타버스의 결합 △글로벌 랜선투어 △새로운 놀이문화 '고무신 Go 전주파티' 등 끊임없이 새로운 홍보방식을 선보였다. 동시에 한국어뿐만 아니라 외국어로 전주 여행에 관한 책을 만들어 '글로벌 전주팬'을 만들었다.

나아가 시는 전주여행학교를 통해 전주시민들이 직접 관광콘텐츠를 개발하는 관광사인으로 육성하고, 스페인 마드리드, 독일 베를린, 영국 런던 등 세계 3대 관광박람회에도 꾸준히 참가해 글로벌 관광도시 전주를 알리었다.

시는 향후 변화된 관광환경 속에서 관광산업이 지역의 희망이 될 수 있도록 체류형 관광으로 유도하기 위한 이공관광 콘텐츠 강화 타 시군과의 적극적인 연계 등을 통한 관광상품 개발 등에 집중할 계획이다. 올해는 전북도와 전주시에서 대규모 국제행사와 다양한 축제가 개최되는 만큼 타 시군 연계사업을 보다 확대한다는 구상이다.

황권주 전주시 문화체육관광국장은 "전주시는 관광거점도시 육성사업을 통해 글로벌 문화관광도시로서 성장을 본격적으로 시작하고 있다"면서 "특히 올해는 이러한 관광산업을 이끌어갈 지역 관광산업체와 인력양성을 위해서도 노력하겠다"고 말했다. /김욱기 기자

▲전주만의 '글로벌 관광콘텐츠' 전략

시는 전주관광이 빠른 회복세를 보인 가장 큰 이유로 코로나19 팬데믹 동안 K-콘텐츠에 대한 글로벌 인지도가 높아진데다, 전주가 이러한 K-콘텐츠의 선두에 서서 문화를 기반으로 한 전주만의 관광콘텐츠를 지속 발굴해온 것을 꼽는다.

대표적으로 시는 지난 2021년부터 전통극을 현대적으로 재해석한 '조선팝 페스티벌', 미국 뉴올리언즈와 연계한 '전주재즈 페스티벌', 이탈리아문화주간' 등 전주만의 관광콘텐츠를 꾸준히 선보이며 MZ세대와 외국인도 함께 즐길 수 있는 K-컬처 관광콘텐츠를 만들어 냈다.

특히 소리의 고장 전주에서 펼쳐지는 전통의 소리인 '조선팝'의 경우 MZ세대 외 외국인에

게 합하고 아름다운 새로운 장르로 재발굴되면서 글로벌 콘텐츠로 자리매김했다.

또한 새로운 문화를 창조하고, 지역 뮤지션과 함께 글로벌 공연문화를 만들자는 취지로 지난해 개최한 재즈페스티벌은 참여 뮤지션 200여 명과 공연스텝 약 200여 명이 거리축제를 통해 새로운 경험과 새로운 매력으로 전주만의 콘텐츠를 만들었다.

조선팝 공연과 재즈페스티벌 등 전주만의 다양한 문화공연들은 지역문화예술인에게는 기회의 장을 제공하는 등 일자리 창출로도 연결되고 있다.

지난해 문화를 통한 글로벌 네트워크 전략의 일환으로 추진된 '이탈리아 문화주간'은 대한민국 대표 문화도시 전주가 글로벌 관광도시임을 알리는 기회가 되기도 했다. 이탈리아 문화주간 등 전주가 준비한 세계문화주간은 전주의 문화콘텐츠가 해외도시와 직접적으로 교류하면서 글로벌 관광도시로 성장하는 대표적인 예로 손꼽힌다.

▲전주 글로벌 관광브랜드 전략

전주를 찾는 외국인 관광객이 늘어난 데는 전주시가 아낌있게 추진해온 글로벌 관광브랜드 전략도 한몫했다.

지난해 전주는 2022년 대한민국 국가브랜드 대상에서 '가장 방문하고 싶은 도시 1위'로 선정됐다. 전주시가 관광거점도시 사업을 통해

