

자치구 경제탐방

「종로·청계 관광특구」 지정을 통한
지역경제 활성화

조성린(종로구청 생활복지국장)



「종로·청계 관광특구」 지정을 통한 지역경제 활성화

조성린

종로구청 생활복지국장

victory02@empal.com

관광특구¹⁾ 지정의 추진배경 및 목적

○ 추진배경

- 이제 세계화(Globalization)란 말이 더 이상 새로운 의미를 갖지 않을 정도로 우리를 둘러싼 주위환경은 급격히 변하고 있음
- 이러한 추세 속에 세계는 국가 간의 경쟁에서 각국 지방자치단체 및 기업 간에 경쟁하는 형태로 바뀌고 있으며, 관광산업 또한 예외가 될 수 없음
- 관광산업이 굴뚝 없는 무공해 산업으로서 외화획득을 위한 고부가가치를 창출하고 막대한 직·간접 효과를 통한 지역경제 활성화를 도모할 수 있는 유망산업이러는데 이견이 있을 수 없음
- 천연자원이 없는 우리나라의 경우에도 각 지방자치단체들이 외국관광객 유치를 통한 지역경제 발전을 위해 이 분야에 특별한 관심과 적극적인 자세를 견지해야 함

○ 추진목적

- 이에 종로구는 관내의 다양한 관광자원과 복원된 청계천을 연계·활용하여 「종로·청계 관광특구」를 지정하고 새로운 관광수요를 창출하여 지역경제를 활성화 하고자함

1) 관광진흥법 제2조에 의하면 관광특구라 함은 외국인 관광객의 유치촉진을 위하여 관광활동과 관련된 관계법령의 적용이 배제되거나 완화되고, 관광활동과 관련된 서비스안내체계 및 홍보 등 관광여건을 집중적으로 조성할 필요가 있는 지역으로서 이 법에 의하여 지정된 곳을 말함

관광특구 지정의 필요성

- 청계천 복원공사에 따른 관광여건의 개선으로 국내외 관광객의 증가가 예상됨
 - 청계천 복원으로 인하여 도시미관 개선, 유동인구 증가, 휴식공간 확충, 야간관광 활동 가능, 수변관광 가능 등 관광여건이 크게 개선됨
 - 2005년 10월 1일 이후 2005년 11월말까지 복원된 청계천을 보기 위해 천만 명 이상의 인파가 청계천을 방문하였으며 계속적으로 증가할 것으로 예상됨
 - 청계천을 방문한 외국인 관광객도 약 25만 명(2005.10.1~2005.11월말) 이상으로 추정되며 이들을 유치하여 지역경제를 활성화 시킬 필요성이 대두됨
- 관광자원 중심지역과의 연계를 통한 시너지 효과가 기대됨
 - 외국관광객의 방문 선호도가 높은 고궁, 인사동, 동대문시장, 청계천 등 주변의 각종 관광자원 중심지역이 분포되어 있어 연계관광을 통한 관광의 시너지 효과 창출이 기대됨

〈표 1〉 외국관광객의 주요방문지역

(단위: %)

	2004년	2003년	2002년
명동	45.2	38.9	45.2
남대문시장	44.6	44.7	53.2
동대문시장	43.8	45.5	46.5
고궁	39.1	36.5	38.7
이태원	28.6	30.2	29.8
박물관	26.3	30.1	31.0
롯데월드	25.1	27.4	26.3
인사동	22.4	20.0	19.1
남산	15.0	15.1	12.6
압구정동	6.3	5.0	5.3
기타	14.2	24.7	22.9

주: 중복응답

자료: 한국관광공사, 「2004년 외래관광객 실태조사 결과보고서」

- 외국관광객의 쇼핑관광 비중이 높고 소비행태가 변화함에 따른 경제적 효과를 예상할 수 있음

- 외래 방문객의 국내 소비실태²⁾에 의하면 우리나라 방문기간 중 외래객들의 87.3%가 쇼핑을 한 경험이 있는 것으로 나타남

〈표 2〉 외국관광객의 쇼핑여부

(단위: %)

	2004년	2003년	2002년
그렇다	87.3	88.3	88.7
아니다	12.7	11.7	11.3

자료: 한국관광공사, 「2004년 외래관광객 실태조사 결과보고서」

- 또한 쇼핑품목을 살펴보면 중저가 소품과 생활용품으로 쇼핑행태의 변화가 관찰됨
 - 의류, 인삼, 한약재, 기타 식료품, 전통공예품, 김치, 신발류, 보석, 시계 등 「중로·청계 관광특구」의 주업종이 외국인 관광객이 선호하는 쇼핑품목으로 조사됨

〈표 3〉 외국관광객의 쇼핑품목

(단위: %)

	2004년	2003년	2002년
식료품	51.9	41.2	45.9
의류	37.3	41.7	42.8
김치	34.5	34.0	39.6
액세서리	26.1	23.5	22.8
향수, 화장품	25.4	23.4	22.7
담배	21.6	21.8	21.6
인삼, 한약재	20.7	23.4	20.5
술	19.1	18.9	15.9
전통 민예품	15.9	15.9	16.3
피혁제품	15.6	17.0	21.1
신발류	14.4	18.2	18.5
인형, 장난감, 게임기	13.2	15.2	14.0
서적, 잡지, 문구류	10.4	10.7	9.9
보석류	9.8	10.1	9.6
전자, 전기제품	7.7	8.2	5.1
자기, 도자기	6.6	8.2	8.9
실크, 섬유류	6.2	7.0	6.3
시계	6.0	9.8	7.7

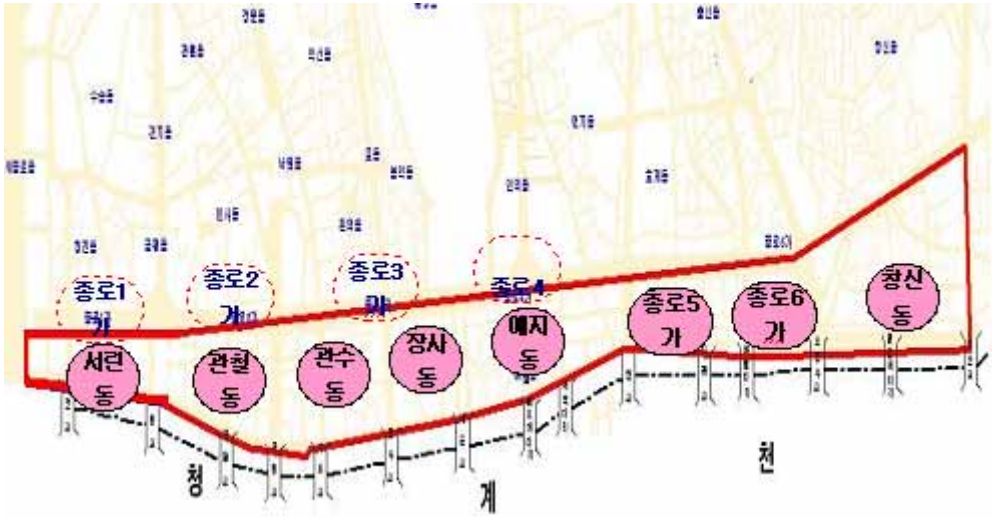
자료: 한국관광공사, 「2004년 외래관광객 실태조사 결과보고서」

2) 한국관광공사, 「2004년 외래관광객 실태조사 결과보고서」

- IMF경제위기 이후 산업경제의 어려움에서 이어진 지역경제의 침체를 극복하기 위해 지역경제 활성화 차원에서 지역산업의 지원기반 구축이 필요함
 - 1만 6천여 업체가 지역별로 특화된 형태의 시장을 구성하고 있으나 장기적인 경기 침체 등으로 인해 어려움을 겪고 있어 지역경제 활성화 차원에서 관광특구 지정이 필요함

대상지역의 현황 및 특성

- 대상지역의 위치는 세종로사거리 ~ 송인동사거리 간의 종로와 청계로 사이 전역이며 그 면적은 530,204㎡(168,386평)로 정함
- 대상구역별 현황을 살펴보면 다음과 같음(대상지역의 위치는 <그림> 참조)
 - 서린동은 청계광장이 있는 곳으로 청계천의 시발점이며 문화이벤트 개최 가능함
 - 관철동은 서울의 대표적인 젊음의 거리로 관광객들에게 문화·휴식 공간 제공함
 - 관수동은 우리나라 대표적인 휘장상가로 관광기념품 제작이 가능함
 - 장사동은 종로전자타운인 세운상가가 있는 곳으로 전기·전자제품 분야에서 확고한 전문성을 확보하고 있어 일본의 대표적 전자타운인 아키아바라를 능가함
 - 예지동은 40년 전통의 귀금속·보석상가 밀집지역으로 관광특구 대상지역의 중심부에 위치함
 - 종로5가 광장시장은 100년 전통의 우리나라 대표적인 재래시장으로 전통의상, 공예품과 각종 생활용품을 취급함
 - 종로6가에 위치한 동대문종합시장은 대형쇼핑몰의 형태로 정리된 상가로 전통공예소품 등 한국을 상징할 수 있는 품목을 취급함
 - 창신1동은 우리나라 최대의 신발 상권으로 유명한 지역이며, 문구·완구 도매상가, 수족관 단지가 유명 함



〈그림〉 「종로·청계 관광특구」 대상 위치도

○ 대상지역의 특성

- 대상지역은 의류, 신발, 전기전자, 귀금속, 시계, 휘장, 문구, 재래시장 등 약 1만 6천여 개의 업체들이 업종별로 일정지역에 밀집되어 있음
- 또한, 복원된 후 짧은 기간에 서울의 관광명소로 발돋움한 청계천과 접해 있어 관광특구로서의 매력적인 지역임
- 더불어 외국인이 선호하는 관광지(고궁, 인사동, 박물관 등)의 중심에 위치하고 있음

관광특구 지정을 위한 추진사항

- 종로구는 「종로·청계 관광특구」 지정의 필요성을 인식하고 2002년 6월부터 역점사업으로 관광특구 지정을 추진하여 「종로·청계 관광특구」 발전협의회가 구성되어있는 상태임(<표 4> 참조)

〈표 4〉 「종로·청계 관광특구」 추진사항

시기		추진사항
2002년	6월	관광특구 지정추진 결정
	6~12월	관광특구 현장조사 및 자율추진위원회 구성
2003년	6월	1차 연구용역 완료
	7월	공청회 개최(주민의견 수렴)
2004년	3월	관광특구 해외사례 견학
2005년	1월	2차 연구용역 완료
	3월	주민의견 수렴을 위한 행정예고
	6월	「종로·청계 관광특구」 지정 신청
	9월	「종로·청계 관광특구」 진흥계획 수립
	11월	「종로·청계 관광특구」 지정관련 관계자 대상지역 방문(시, 구, 전문가)
	12월	「종로·청계 관광특구 발전협의회」 구성

○ 또한, 종로구는 관광특구 지정 및 발전을 위해 「종로·청계 관광특구 진흥계획」을 수립 추진하고 있으며 진흥계획의 주요내용은 다음과 같음

- 외국인 관광객의 편의를 위해 관광편의시설을 개선하는 것으로서 관광안내소 설치, 민남의 장소 설치, 간이(코인용) 화장실 설치, 대중교통 이용홍보 등이 있음
- 다양한 축제·이벤트를 개최하고 관광특구를 홍보하는 것으로서는 「종로·청계 관광특구」 그랜드세일 및 대축제 개최지원, 관광특구 안내책자 및 리플릿 제작 배포, 관광지 표지판 및 안내지도 제작 설치가 있음
- 관광객 유치를 위한 제도개선 건의로는 관광특구 지역 내 외국인 쇼핑객에 대한 사후면세 쇼핑제, 관광호텔에 대한 상업용 전력요금 건의 등이 있음
- 관광특구를 중심으로 주변지역과 연계한 관광코스 개발을 위해 역사·쇼핑·문화·수변 관광루트 개발을 추진함
- 관광질서 확립 및 관광서비스 개선 등 관광객 유치를 위해서 범죄예방 계획, 바가지 요금·퇴폐행위·호객행위 근절대책, 관광불편신고센터 운영 등의 계획이 있음

- 위와 같은 종로구의 관광특구 지정 및 지역경제발전을 위한 노력과 청계천 복원 후 관광특구로서의 매력적인 가치를 서울시에서 인정하여 2006년 4월경 서울시에서 「종로·청계 관광특구」 지정 예정임

관광특구 지정에 따른 기대효과

- 「종로·청계 관광특구」 대상지역을 찾는 외래관광객 수를 추정하여 파급효과에 대해 계산하였음
 - 관광산업 분야에서 수요추정을 하는 기법 중 하나인 중력모형(Gravity Model)을 기본으로 하여 「종로·청계 관광특구」 대상지역을 찾고 있는 외래객 수를 추정할 수 있는 모형을 도출하였음
 - 「종로·청계 관광특구」 대상지역을 찾는 외래객 수의 추정은 「종로·청계 관광특구」 대상지역 내 업체 수와 동대문을 찾는 외래객 수를 곱하고 동대문 지역 내 업체 수로 나누어 계산함
 - 2003년 「종로·청계 관광특구」 대상지역을 찾는 외래관광객의 수는 1,332,201명으로 추정됨
- 이에 따른 경제적인 효과를 추정된 외래관광객 수에 1인당 쇼핑비³⁾를 곱하여 계산하면 466,963천 달러의 소비지출효과를 예상할 수 있음
- 이를 두 가지 형태의 지역(현재의 모습유지, 본격적인 관광특구의 형태)으로 성장한다고 가정하고 직·간접 유발효과를 계산하여 다음과 같은 경제적 파급효과 증대를 기대할 수 있음
 - 「종로·청계 관광특구」 대상지역이 현재의 모습을 유지한 채 쇼핑 중심 지역으로 성장한다는 가정 하에 예상되는 직·간접 유발효과는 소득창출효과가 466,936천 달러로 나타남(<표 5>의 경제적 파급효과 (1) 참조)
 - 반면, 「종로·청계 관광특구」 대상지역이 본격적인 관광특구의 형태(쇼핑, 식음료)

3) 1인당 쇼핑비는 2002년도 동대문을 찾는 외래관광객들을 중심으로 여행패키지를 이용한 고객의 쇼핑비용인 362US\$와, 여행패키지를 이용하지 않은 고객의 쇼핑비용인 339US\$의 평균치로 추정한 금액임. 김홍범, 「서울시 종로구 종로청계지역 관광특구화 방안 및 진흥계획」, 2004.12

로 단지화 된 후 활성화된다는 가정 하에 예상되는 직·간접 유발효과는 762,019천 달러의 소득창출효과로 나타남(<표 5>의 경제적 파급효과 (2) 참조)

<표 5> 「종로·청계 관광특구」 대상지역의 경제적 파급 효과

	경제적 파급효과 (1)	경제적 파급효과 (2)
소득창출효과	466,936천 달러	762,019천 달러
생산파급효과	1,120,646천 달러	1,828,846천 달러
부가가치파급효과	597,678천 달러	975,384천 달러
고용증대효과	69천 명	113천 명
외화기득효과	408,569천 달러	666,767천 달러

주: 1인당 지출액(572\$)은 패키지를 이용하지 않은 방문객의 평균 쇼핑(339\$) 및 식음료(233\$)를 합산하여 계산
 자료: 김홍범, 「서울시 종로구 종로·청계지역 관광특구화 방안 및 진흥계획」, 2004

- 복원된 청계천과 연계하여 세계적인 쇼핑관광명소로 발전 가능성이 잠재되어 있으므로 지역경제의 활성화 및 종로구 브랜드 창출을 기대할 수 있음
- 외국관광객이 많이 찾는 인사동, 고궁 등과 인접하고 도보로 연계관광이 가능하여 관광의 시너지 효과를 기대할 수 있음

관광특구 활성화를 위한 향후 추진계획4)

- 특정 관광특구의 활성화는 1차적으로 지정지역이 보유하고 있는 각종 유·무형의 관광자원 및 이를 뒷받침하는 각종 지원체계, 법·제도와 직접적이고 밀접한 관련을 맺고 있으며
- 2차적으로는 대상지역의 관광매력 향상을 촉진시킬 수 있는 근접지역의 다양한 관광자원과 이와 관련된 제반 여건이 높은 관련성을 갖고 있음
- 따라서 향후 「종로·청계 관광특구」가 활성화되어 세계적인 쇼핑명소로서 자리매김하기 위해서는 「종로·청계 관광특구」에 포함되는 다양한 분야를 관리하는 동시에 각종 추진사업을 종합적이고 체계적으로 계획(Plan)-실행(Do)-검토(See) 할 수 있어야 함

4) 본 추진계획은 향후 환경변화와 정책변화에 따라 일부 변경될 수 있음

- 「종로·청계 관광특구」 주요사업은 1단계(2005년~2007년)추진 사업과 2단계(2008년~2009년)추진 및 계속 사업으로 하여 단계별로 수행함
- 1단계 사업연도에는 특화상품의 개발과 같이 「종로·청계 관광특구」가 명실상부한 쇼핑관광지로서의 면모를 갖추기 위해 시급한 사업들과 청계천 복원 이전 또는 복원과 연계되어야 하는 사업들을 우선 추진함
 - 쇼핑관광의 활성화를 위한 1단계 추진사업으로서는 「종로·청계 관광특구」를 대표하는 특화상품 개발과 함께 상패·회장업의 노하우를 활용한 각종 관광기념품 개발, 보석가공공정을 활용한 체험형 관광상품 개발, 고급 귀금속, 중·저가 의류 및 신발의 자체 브랜드 개발, 상품인증제 운용 등을 정함
 - 「종로·청계 관광특구」와 근접 분포하고 있는 다양한 관광자원과의 연계확대를 위한 추진 사업으로서는 5대 테마관광루트 및 3대 탐방코스 개발, 종로·청계 관광특구 Ease Walk 조성 등으로 함
 - 안내기능 강화를 위한 관광안내로는 구역별 관광안내소 설치, 무인 안내소 및 Self Device Operate 설치 그리고 테마별, 상품별 안내책자 제작 등이 있음
 - 숙박공급 확대 및 질적 수준 향상을 위해서 1단계 사업연도에는 식음료 업체의 메뉴판 정비 및 청결관리, 기존 여관 숙박업체의 시설 및 서비스 개선과 같은 관리수준 개선차원의 사업을 배정함
- 사업의 내용과 현실적 장애로 인하여 단기간 내 완료가 불가능하고 1단계 사업연도 내 개발에 따른 지속적 추진·정착이 요구되는 사업들의 경우 2단계 사업연도 및 계속사업에 배정하여 추진함
 - 귀금속 명품거리는 「종로·청계 관광특구」의 대표 관광자원으로서 지속적인 조성 노력이 요구되며 상품인증제 또한 1단계 사업연도에 개발·정착 이후 지속적인 시행이 요구됨
 - 청계천을 활용한 하천 자연탐방 코스, 하천 문화시설 및 데크 설치 등을 추진함
 - 판촉축제인 종로 그랜드 세일과 관광축제인 종로 대축제의 성공적 정착 후 이를 통해 공항환영행사, 사후면세쇼핑제, 종로관광복권 발행, 후원사 경품행사, 종로상품교역전과 같은 판촉이벤트와 역사, 전통문화, 현대문화 이벤트와 같은 다양한 프로그램의 지속적인 시행을 추진함

• 「종로·청계 관광특구」 지정을 통한 지역경제 활성화

- 한편 「종로·청계 관광특구」가 서울 관광의 Hub로서 기능하기 위해 특급호텔 및 중저가 호텔 유치를 통한 숙박공급의 확대 등을 추진함

참고문헌

김홍범, 「서울시 종로구 종로·청계지역 관광특구화 방안 및 진흥계획」, 2004
한국관광공사, 「2004년 외래관광객 실태조사 결과보고서」