

[2019-1 홍콩 해외현장조사 보고서]

**한국의 랜드마크로써
국제 테마파크 건설
(홍콩 디즈니랜드를 사례로)**



MeKey

영어영문학과 201721598 김현수

정치외교학과 201421953 양소연

신소재공학과 201520340 정유재

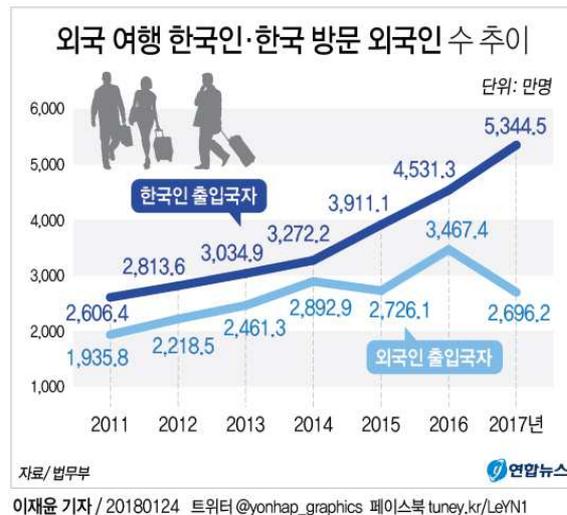
<목차>

1. 서론	2
1.1. 목적 및 필요성	2
1.2. 주제 선정의 이유	4
1.3. 조사의 목표와 방법	4
2. 본론	5
2.1. 교수님 인터뷰	5
2.2. 설문조사 결과	9
2.3. 인터뷰 & 설문조사 분석	12
2.3.1. 홍콩 관광산업으로부터 수용할 장점	12
2.3.2. 적자사례를 통해 고려해봐야 할 요소	13
2.3.3. 설문조사 응답비율 분석	14
2.3.4. 한국에 글로벌 테마파크 건설시 적용할 요소	15
3. 결론	16
4. 첨부자료	17

1. 서론

1.1. 목적 및 필요성

- 한국 관광수지의 적자



한국 관광수지는 꾸준한 적자 경향을 보이고, 2017년 기준으로 14.7조원이라는 사상 최대 적자를 기록했다. 한국관광공사에 따르면 작년 관광수입은 133억2천370만 달러로 전년보다 22.5% 감소한 반면, 같은 기간 관광 지출은 270억7천290만 달러로 14.3% 증가했다¹⁾. 국내 관광 수입은 큰 변화가 없지만, 해외여행을 가는 국민의 숫자가 부쩍 증가한 것 이다. 출국 내국인이 입국 외국인의 약 두 배로 한국에 들어오는 해외 관광객은 줄어든 반면, 다른 나라로 떠난 우리나라 국민이 많이 늘어났다. 우리나라 국민이 해외로 나가는 대부분의 이유는 국내 어디를 가려해도 흥미로운 콘텐츠를 찾기 힘들고, 비용마저 만만치 않아 해외여행과 크게 차이가 나지 않는다고 말한다. 교통 체증이나 숙소불편, 관광지 불친절도 한 몫 한다는 의견이 다수였다.

1) 이재윤 , “한국 관광수지 적자 ”、<https://www.yna.co.kr/view/AKR20180124087300004>、2018.1.24

● 새로운 돌파구 : 랜드마크 건설

현재 한국의 관광 콘텐츠는 K-POP, 한류와 같은 소프트웨어적인 관광자원에 의존하고 있다. 관광객들이 한국에 왔을 때 꼭 방문해야하는 랜드마크 건축물이나 관광시설은 찾아보기 어렵다고 할 수 있다. 파리의 에펠탑과 루브르박물관, 홍콩의 야경과 디즈니랜드 등 각 도시의 랜드마크적인 관광자원은 관광객의 지속적인 유입원이 된다. 중국 현지에서 진행된 연구는 '상하이 디즈니랜드'가 중국 관광 산업에 가져올 1년 동안의 경제효과가 1050억 위안(약 17조 2400억원)에 이른다고 분석한다.

이런 경향에 따라, 최근 국내 여러 기업체와 정부 부처가 나서 랜드마크 건축물이나 관광시설에 힘을 쏟고 있다. 그 중에서도, 관광 산업의 랜드마크로써의 국제적인 테마파크 유치에 대한 의지를 보이고 있다. 권승조 카카오 대표는 '카카오의 숙원 사업은 카카오 프렌즈 테마파크'라고 언급하며 카카오 프렌즈 캐릭터들을 소재로 한 테마파크를 짓겠다는 야심을 보였다²⁾. 한국뿐 아니라 일본, 중국 등 아시아지역에서 카카오 프렌즈 캐릭터가 한류 콘텐츠 못지않은 인기를 끌고 있는 만큼 랜드마크 명소가 될 수 있다는 판단에서 라고한다. 지난 10여년간 공전하던 화성 복합테마파크 역시, 올해 2월 신세계가 선정되어 '한국판 디즈니랜드'에 재시동이 걸리고 있다.

2) 김지영, “카카오판 디즈니랜드”, <http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2019032322385261102>, 2019.3.26

1.2. 주제 선정의 이유

과거 2006년 한국에도 디즈니랜드가 설립될 뻔 한 적이 있었으나 주변에 에버랜드와 롯데월드가 있는 상황에서 수익성이 보장될 것인가에 대한 의문이 걸림돌이 되었다. 게다가 각종 자연보전권역에 따른 규제, 땅 소유주와의 땅값 갈등, 외국인투자 실패, 정부의 뜻뜻미지근한 태도가 테마파크 건설의 실패의 다양한 원인이 되었다.

우리는 홍콩 디즈니랜드 선례로 랜드 마크로써 테마파크의 긍정적, 부정적 영향을 알아보고자 한다. 정말 한국판 디즈니랜드는 우리나라에 만들어 질 수 있을까? 2005년 지어진 홍콩 디즈니랜드는 어떤 식으로 정부의 공조를 이끌어내고, 기업의 투자를 유도하여 유치에 성공했는가를 알아보고, 한국에 테마파크 유치시 어떤식으로 적용할지 고민해보려 한다. 테마파크는 초기 건설비가 많이 들고 유지비 또한 적지 않기에, 지속적인 관광객의 유입이 필수적이다. 홍콩 디즈니랜드의 경우도 3년 연속 적자를 내고 있으며 2017년에는 474억 원을 기록했기에. 이러한 적자 흐름에 대해 어떻게 생각하고 있는지, 홍콩 사람들의 의견을 들어보고 앞으로 대비책을 어떻게 세우고 있는지 인터뷰하여, 한국에도 적자 발생시 대응책을 미리 구상해야 한다.

1.3. 조사의 목표와 방법

홍콩 현지조사는 인터뷰와 설문방식으로 진행을 하였다. 먼저, 홍콩 이공대학교의 호텔관광학과 Haiyan Song 교수님을 방문해 직접 인터뷰를, 홍콩 디즈니랜드의 관광객분 들에게 설문을 진행하였다. 교수님 인터뷰를 통해 알아볼 내용은 다음과 같다.

1. 홍콩 디즈니랜드의 글로벌화, 현지화 전략은 무엇인지 알아보고 홍콩 디즈니랜드로 인해 발생하는 경제적 효과를 알아본다.
2. 요즘 적자를 겪고 있는 홍콩 디즈니랜드의 대책을 알아본다.

3. 홍콩이 테마파크 유치를 위해 여러 협력기관의 공조를 이끌어낸 방법을 알아본다.

그 후, 우리는 디즈니랜드의 방문객들과 인터뷰를 통해 홍콩 디즈니랜드가 관광객들이 홍콩을 방문하는데 끼친 영향 및 관광객 유입력 제고 효과에 대해 알아보고자 한다.

2. 본론

2.1. 교수님 인터뷰

● **인터뷰대상:** 香港理工大學. The Hong Kong Polytechnic Univeristy, School of Hotel and Tourism Management, Haiyan Song 교수님

질문①

홍콩은 세계적으로 관광 산업을 이끌어가는 국가입니다. 교수님이 보시기에 원인은 무엇이라고 생각하시나요?

Hongkong is the most leading countries of MICE industry throughout the world. What do you think is the reason Hongkong gets strong in tourism industry?

교수님 답변①

맞다. 홍콩은 관광산업이 매우 발달한 도시다. 2018년 11월까지 홍콩을 방문한 관광객 수는 총 5856만 명으로 전년 동기대비 10.7% 증가했음. 이 중 중국인 관광객이 4591만 명으로 1위를 기록했으며 전체 관광객 수의 78.4%를 차지한다. 중국에 이어 대만(174만 명), 한국(128만 명), 일본(116만 명) 관광객이 홍콩에 많이 방문한 것으로 나타났다. 쇼핑, 디즈니랜드, 야경 등등 많은 유인 요소들이 있지만 그 중 강조하고 싶은 것은 “관광품질 인증제도” 이다.

관광품질인증제도(QTS)는 여행자들이 믿을 수 있는 상점, 식당, 실속 있는 호텔 등을 쉽게 찾도록 도와준다. 홍콩관광청(HKTB)의 관리 하에 매년 선정되는 QTS 인증 업체는 높은 수준을 충족하는 제품 품질과 서비스를 제공해야 하며, 까다로운 심사를 거쳐 선발된다.

공인된 업체들을 위한 최고의 지원과 함께 15년 이상 계속되고 있는 QTS 제도는 품격있는 관광서비스와 상품을 제공하는 목적지로서의 홍콩 이미지를 강화할 수 있었던 주요 원인이라고 본다. 쉽게 말해 4성 호텔 5성 호텔 이런 식으로 서비스, 시설의 품질을 등급 매기는 것이다. 한국에도 이런 제도가 있는지 궁금하다.

- 잘 모르겠다. 그럼 그런 인증마크는 어디서 확인할 수 있나?
- 해당 장소에 방문하면 확인할 수 있다. 아니면 핫라인 +852 2508 1234에 전화한다던지 홍콩 관광청 홈페이지에 접속하면 리스트를 확인할 수 있다. 명확한 표시 가격을 제공하고, 제품 정보를 분명하게 표기하고, 최상의 고객 서비스를 제공해야만 자격을 부여 받으며 호텔뿐만 아니라 식당, 쇼핑몰 등 관광객들이 갈만한 장소에 등급을 부여하고 신뢰감을 줄 수 있다는 것이 매우 중요한 포인트이다.

질문 ②

한국의 경우는 경쟁업체들의 견제와 사업부지 마련의 과정에서 사업이 무산되었다. 디즈니 랜드 같은 테마파크 유치를 위해 여러 협력기관의 공조를 이끌어낸 홍콩의 비결이 있을까요?

In case of Korea, due to the competition and problems of seeking premises, the business was canceled. What's the key to lead cooperation of many organizations?

교수님 답변 ②

정부의 역할이 중요하다. 홍콩의 경우도 정부가 투자를 했고 절반 이상의 소유권을 갖고 있는 것으로 알고 있다. 한국의 경우도 부지 값이 매우 비싸지 않나. 부지 마련 등 여러 문제에서 정부가 적극적으로 리드하고 기업들의 공조가 밑받침되어야 한다. 한국도 정부가 투자 계획이 있나?

-있었던 걸로 안다. 그렇지만 여러 기업들의 이해관계가 맞지 않아 결국 무산되었다.

-그래서 정부가 적극적으로 참여해 기업들의 의견을 조율하는 것이 중요하다. 참, 디즈니랜드 외에 오션 파크라는 테마파크도 있다. 디즈니랜드와 비슷하지만 바다를 컨셉으로 어트랙션 체험을 즐길 수 있는 곳이다. 방문해보는 것을 추천한다. 홍콩의 디즈니랜드와 오션파크는 서로 시너지 효과를 내는 관계라고 생각한다. 게다가 이미 아시아에 디즈니랜드는 너무 많다. 상하이, 홍콩, 일본에 모두 디즈니랜드가 있으니 오션 파크나 레고 파크 등의 유치도 괜찮을 것 같다.

질문③

최근 기사에서 홍콩 디즈니랜드가 3년 연속 적자를 기록하고 있다고 보았는데 원인이 무엇이라고 생각하시나요? 그럼에도 불구하고 유지해야한다고 생각하시나요?
Recent articles show that Hongkong Disneyland is now showing losses 3 years in a row, and what do you think is the reason? Despite these deficits, do you think this industry should keep going on?

교수님 답변③

첫 번째 이유는 상하이 디즈니 랜드가 신설 되었기 때문이다. 많은 중국인들이 홍콩 디즈니랜드를 방문할 이유가 없어졌다. 게다가 아무래도 테마파크는 재 방문율이 낮을 수 밖에 없다는 고질적인 문제가 있다. 이미 한 두번 방문한 곳을 꾸준히

방문할 만큼 매력적이진 않기 때문이다.

두 번째로 중국과의 정치적 갈등이 영향을 주기 때문이다. 최근의 시위처럼 중국과 홍콩 정부 간에 민감한 정치적 갈등은 관광수지에도 적잖은 영향을 준다. 세 번째로 중국의 감속성장 또한 원인이다. 경제성장, 국민소득증가와 해외 여행은 긴밀한 상관관계를 지닌다. 중국이 예전에는 10%의 성장률을 보였지만 최근 들어 5~6%로 성장률이 감소하고 있다. 감속 성장으로 인해 소득이 줄어든 중국 소비자들의 여행 비율이 줄어드니 자연스럽게 홍콩 디즈니랜드 방문율도 줄어들 수 밖에 없다. 게다가 한국을 포함한 싱가포르, 일본, 대만 등 다른 국가와 경쟁이 심화되고 있다. 한국 또한 큰 경쟁자이다. 한국의 케이팝, K드라마 같은 산업은 좋은 관광 콘텐츠다.

-그렇다면 이러한 적자 현상에 대해 아예 문을 닫는다던지, 어떤 식으로 적자 난관을 해결해야하나.

-적자는 일시적인 현상이라고 보고 있다. 중국과의 관계가 좋은 방향으로 돌아서면 자연스럽게 해결될 문제라고 낙관적으로 본다. 투자비용을 고려할 때 폐장 조치는 좋은 방법은 아니다. 개선해 나가면서 더 많은 관광객들을 끌어모을 혁신적인 아이디어를 구상해야 할 것이다.

2.2. 설문조사 결과

- 1) 설문 대상 : 홍콩 디즈니랜드 방문객 30명
- 2) 설문 내용

大家好。我们是来自韩国亚洲大学的学生。

Hello. We are students from Ajou University, South Korea.

该问卷是关于《韩国为了旅游产业的复兴是否应该推行全球性的主题公园产业》的调查

。

Our main goal of this survey is to get to know about your recognition of 'Disneyland as a landmark' Should Korea has to start on global theme park industry for the revival of tourism industry.

1. 你来自哪里? Where are you from?

- a) 香港 Hongkong
- b) 中国大陆 China
- c) 其他国家 The others()



2. 第一题中选择选项(a)可跳过该问题

您来香港旅游的目的地中，参观香港迪斯尼乐园所占的比率程度？If you select b or c,

Did Disneyland take a large part to bring you Hongkong?

- a) 较小 A little
- b) 一般 soso
- c) 很大 A lot



3. 您认为香港迪斯尼乐园如何？Do you satisfy with Hongkong Disneyland?

- a) 很好 Yes
- b) 一般 (马马虎虎)soso
- c) 请写下您认为需要改进的地方

If you have any suggestions for improvement of Disneyland, Please write down here



4. 你觉得香港迪士尼乐园担任香港标志性建筑的角色

Do you think Disneyland is working as a landmark in Hongkong?

- a) 是 A lot
- b) 一点 A little
- c) 不是 No



5. 如果韩国申办迪士尼乐园的话，您想不想在迪士尼乐园游玩？

If Disneyland opens in Korea, do you intend to visit?

- a) 想 yes
- b) 不想 no



2.3. 인터뷰 & 설문조사 분석

2.3.1. 홍콩 관광 산업으로부터 수용할 장점

● 관광 품질 인증제도

교수님과의 인터뷰를 통해 홍콩 관광의 장점으로 꼽을 수 있는 것 중 홍콩관광 품질 인증 제도에 대해 알게 되었다. 귀국 후에 한국에도 이러한 제도가 있는지 찾아보니 한국도 2016년도부터 이와 같은 시도를 하고 있었다. 이른바 **‘한국관광품질인증제’ (KQ : Korea Quality)³⁾**라고 한다. 인증업소에 혜택을 줌으로써 업소의 많은 참여를 유도하고, 인증이 확정되면 업소는 인증 표식을 제공받고 인증브랜드를 홍보할 수 있다. 인증은 3년간 유효하며, 3년 동안도 지속적으로 서비스 수준을 유지해야 하는 식으로 엄격히 운영 될 예정이다.

시행 된 계기는 국내 인증제도의 통일과 신뢰성 구축이다. 그동안 여행객들의 판단에 보탬이 되자고 도입된 인증제도가 하나 둘 늘면서 이제는 관광관련 국내 인증제도만 86개가 운영이 되었고 너무 많아진 각종 인증제도가 신뢰도를 낮추고 관광객들의 혼란을 야기했기 때문이다. 따라서 굿스테이, 한옥스테이, 코리아스테이 등의 기존 인증제도는 2018년까지 관광 품질인증제로 점진적 통일 계획에 있다.

● 비교를 통한 한국의 개선 방향 제시

홍콩과의 차이점에 대해 살펴보자면 한국의 경우 본 사업에 대한 홍보가 활발히 이루어지지 않고 있다. 한국에도 이와 같은 제도가 있냐는 교수님의 물음에 잘 모르겠다고 대답한 만큼 한국인들도 잘 모르는 정책인 만큼 관광청 홈페이지 및 SNS를 통한 홍보가 필요하다.

게다가 홍콩관광청 홈페이지에서 QTS제도에 관한 자세한 소개와 함께 외국인들을 위해 영어버전도 함께 제공되는 것과 달리 한국관광공사는 홈페이지에도 언급이 없을 뿐만 아니라 한국 관광품질제도 공식 홈페이지에 접속할 시 한국어 외에 다른 언어로는 지원되지 않는다. ‘외국인 친구에게 추천하기’라는 카테고리가 있지만 내용은 한국어로만 적혀 있어 한국인 친구가 없는 외국인이 한국 여행을 계획할 때는

3) 한국관광품질인증제, <http://koreaquality.visitkorea.or.kr/main.kto>,

사용이 어려울 것으로 보인다. 따라서 해외 여행객 수 증가를 통해 관광수지 적자를 해결하기 위해서는 기본적으로 영어 및 기타 외국어로 된 안내가 지원되어야 할 필요가 있다.

2.3.2. 적자 사례를 통해 고려해봐야 할 요소

교수님께서 적자의 원인으로 꼽으신 상하이 디즈니랜드 신설, 중국의 감속 성장 중국과의 정치적 갈등 모두 공교롭게도 ‘중국’이 핵심 키워드이다. 홍콩과 중국의 특수한 관계 탓이라고 치부하기엔 한국 또한 중국인 관광객의 의존도가 높은 나라이므로 중요하게 검토해봐야 할 요소이다. 홍콩 디즈니랜드가 상하이 디즈니랜드 신설로 인해 관광객 수가 감소했다면 한국도 이러한 관광객 유출을 피하기 어려울 것이다. 교수님의 언급처럼 상하이 홍콩 외에도 일본에도 디즈니랜드가 개장한 만큼 동아시아에는 디즈니랜드가 충분하다. 뚜렷한 한국 디즈니랜드만의 특징이 있지 않는 이상 한국과 매우 근접한 국가들 사이의 경쟁에서 우위를 선점하기 어려울 것이다.

중국의 감속 성장 또한 향후 몇 년간 바뀌지 않을 흐름이며 중국과의 정치적 갈등도 한국이 이미 겪어 본 문제다. 사드로 인해 정치적 대립이 심각했을 당시 중국에서 내린 한중령 탓에 한류 콘텐츠는 규제 당했으며 2018년 1월 기준 중국인 관광객 수가 전년대비 55.1% 감소하면서 전체 외국인 관광객 수는 25.2% 감소에 이르렀다. 외국인 관광객 수의 감소는 국내 서비스 산업에도 타격을 입히는 등 큰 영향을 주었다.

이렇게 중국인 관광객 의존도가 큰 한국으로선 관광 콘텐츠를 구상할 때 중국인 관광객을 유인할 수 있을지 검토하는 것이 중요한데 이미 상하이와 홍콩 디즈니랜드에 방문한 경험이 있는 중국인 관광객들이 디즈니랜드 방문을 위해 한국에 여행 올지는 불투명하다.

2.3.3. 설문조사 응답비율 분석

● 방문객 국적 분석

중국인이 50%를 기록하여 가장 많았다. 2018년 기준 홍콩 전체 관광객 수의 78.4%를 중국인이 차지하여 중국 관광객 의존도가 심한 것은 알았지만 실제 자국민보다 중국인이 더 많은 비율을 차지하는 결과는 예상하지 못했다. 직원들 대부분이 3개 국어가 유창하며, 시설 안내문 및 공연의 음악과 대사가 3개 국어가 섞여 나오는 등 중국인 관광객의 편의를 위한 노력을 진행하는 것을 보면 홍콩 디즈니랜드는 중국인 관광객 의존도를 인지하고 있는 것으로 보인다.

● 디즈니랜드의 관광객 유인 효과 분석

홍콩 여행에 디즈니랜드가 어느 정도 영향을 미쳤냐하는 질문에는 보통이라고 응답한 비율이 43%이며 조금(30%) 많이(27%)가 뒤를 이었다. 디즈니랜드가 홍콩의 랜드 마크를 대표하느냐는 질문에도 50%가 그렇다고 대답한 것으로 보아 그만큼 외국인들에게 홍콩 = 디즈니랜드가 있는 도시라는 인식이 강하며 홍콩 사람들은 디즈니랜드가 랜드 마크 역할에 충실하다는 자부심을 갖고 있는 것으로 보인다. 다만 한국에 디즈니랜드 건설 시 방문 의사를 묻는 질문에도 그렇다고 대답한 비율은 35%를 기록한 것으로 보아 한국에 글로벌 테마파크 건설시 홍콩 디즈니랜드만큼 강한 관광객 유인력을 가질 수 있을지는 불투명하며 유치 이후에도 지속적인 노력이 필요할 것이다.

● 홍콩 디즈니랜드의 개선점 분석

53%의 응답자들이 만족한다고 응답했으나 불만족에 응답한 이들도 10%있었다. 불만족 항목에 응답한 경우 희망하는 개선사항이 있을 시 기록을 요청했더니 중국인 관광객들이 너무 많다, 상하이 디즈니랜드보다 시설이 작다, 기타 국적의 경우 음식이 맛이 없다는 단점을 꼽았다. 첫번째 단점은 최근 발생한 시위 여파로 인해 갈등 감정이 표출 된 것으로 보인다. 그러나 상하이 디즈니랜드와 비교하여 작다, 음식이 맛이 없다는 의견은 유의미하게 검토해볼 필요가 있을 것으로 보인다.

2.3.4. 한국에 글로벌 테마파크 건설시 적용할 요소

홍콩 디즈니랜드에 다양한 국적의 방문객이 있다는 결과를 통해 디즈니랜드의 글로벌한 외국인 관광객 유인효과를 실감했다. 게다가 직접 체험하며 놀라웠던 것은 근무하는 직원들의 어학 능력이었다. 공연하는 배우와 어트랙션 탑승 관리자들 모두 영어, 광둥어, 중국어 3개 국어에 능통했다. 홍콩의 지역적 역사적 특성을 차치하고서도 한국에도 글로벌 테마파크를 유치한다면 직원 채용 시 어학능력의 비중을 키워야겠다는 생각이 들었다.

또한 관광객들의 대부분이 디즈니랜드를 홍콩의 랜드 마크로서 인식하는 경향이 있고, 디즈니 방문을 위해 홍콩 여행을 결정했다는 비율도 높으므로 한국에도 글로벌 테마파크를 성공적으로 건설한다면 한국의 랜드 마크로서 그 영향력을 기대해볼 만 하다고 본다.

불만족의 원인으로는 상하이와 비교 시 시설이 작다는 것을 꼽았는데, 한국 역시 상해 디즈니랜드와 비교하여 더 큰 시설을 짓는 것은 불가능할 것으로 보인다. 큰 부대시설을 통한 다양한 어트랙션 수용에 있어 한계가 있다면 질적으로 향상시키는 방법이 필요할 것이다. 예를 들어 최근 영화가 개봉하여 인기를 끈 알라딘이나 겨울왕국처럼 홍콩 상하이에는 없지만 최근 경향을 반영한 캐릭터 어트랙션을 유치하는 식으로 한국만의 특성을 살리는 전략이 필요하겠다는 생각이 들었다.

음식이 맛이 없었다는 불만족 응답도 중요하게 고려해 볼 요소이다. 테마파크라는 특성 상 하루 종일 끼니를 테마파크 내부 음식으로 해결해야할 가능성이 크므로 한식이 낯선 외국인에게도 한식을 알릴 수 있는 좋은 기회이다. 식당 외에 간식코너에도 한국적인 간식을 배치함으로써 외국인의 입맛을 사로잡으면서도 한식을 홍보할 수 있는 전략적인 메뉴 구성이 필요할 것이다.

3. 결론

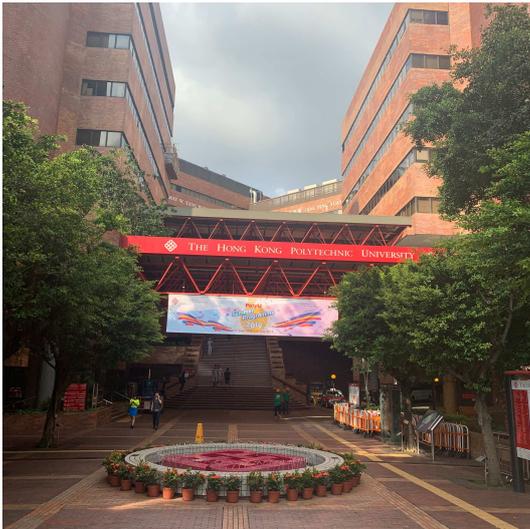
인터뷰와 설문지를 종합한 결과 우리나라는 중국인 관광객의 의존도가 높은 나라이므로 관계가 악화될 경우를 대비하여 중국 의존도를 낮추면서 다국적 관광객들을 유입시키는 관광 콘텐츠 개발의 필요성을 실감했다. 또한 홍콩의 오션파크가 디즈니랜드와 시너지 효과를 내고 있다는 교수님의 언급에서 해결 아이디어를 얻을 수 있었다. 우선 (주)카카오에서 추진 중인 카카오톡 캐릭터를 앞세운 글로벌 테마파크를 성공적으로 건설한다. 어느 정도 글로벌 테마파크에 대한 운영 노하우가 쌓인 다음에 레고파크 같이 동아시아 인근 국가에 유치되지 않아 경쟁은 덜하지만 글로벌한 인지도가 있는 테마파크를 추가 건설하여 시너지 효과를 노리는 것이다.

카카오톡 캐릭터가 해외 이용객까지 끌어들이 수 있는지 의문을 가질 수도 있지만 일본 중국 등 최근 진출한 해외시장에서 반응이 좋다. 특히 지난해 12월 문을 연 도쿄 오모테산도 1층 카카오프렌즈 도쿄점에는 개장 첫날 수 만명이 몰려드는 등 인기명소로 급부상했으며 중국 상하이에 성공적인 입점, 미국시장 진출도 앞두고 있는 만큼 점진적으로 수요를 늘려나갈 수 있을 것이다. 게다가 테마파크 개장 시 디즈니랜드와 비교하여 가격적인 면에서도 우위를 보일 확률이 크다. 디즈니랜드는 소비자가 부담하는 비용 중 본사에게 지급하는 로열티가 포함되는 반면 카카오톡 캐릭터는 (주)카카오가 저작권을 가졌기 때문에 입장료를 보다 저렴하게 받을 수 있다는 장점이 있다.

정부의 공조와 주변 기업의 견제, 사업 부지 마련 등 유치 과정도 힘들지만 유치 후에도 다방면에서 치열한 노력이 필요할 것으로 보인다. 앞서 언급한 어학능력이 뛰어난 직원 고용을 통해 외국인들이 시설 이용에 있어서 불편함이 없도록 해야 할 것이다. 또한 테마파크 내에서 여러 끼니를 해결하면서 자연스럽게 한식에 대한 호감도를 쌓을 수 있도록 한국적이면서 외국인들의 입맛을 사로잡는 메뉴개발도 이뤄져야 한다. 홍콩 디즈니랜드에서 간식 와플, 아이스크림의 모양도 디즈니 캐릭터를 이용한 것처럼 이용객들이 음식을 먹을 때도 캐릭터를 인식하고, 사진을 찍고 싶게 만드는 창의적인 메뉴 개발이 필요하다. 더불어 기념품 사업도 빠질 수 없다. 한국 전통의상을 입힌 카카오톡 캐릭터 같이 한국적임을 강조하고 기념할 수 있는 굿즈 제작 및 어트랙션 컨셉이 필요하며 재방문율을 높일 수 있도록 꾸준한 신규 굿즈 업데이트가 필요하다.

짧은 기간이었지만 홍콩 디즈니랜드 현지 조사를 통해 관광수지 적자 상황을 타개할 방법에 대해 고민하고, 어느 정도 유의미한 분석을 해 볼 수 있는 좋은 기회였다고 생각한다. 하루빨리 관광수지 흑자 전환이 관련 업계 고용 창출로 이어져 소득주도경제의 선순환에 기여하는 날이 오길 바라본다.

4. 첨부자료



<교수님인터뷰, 홍콩이공대&호텔관광대건물>