

# 생생리포트

## ■ 서울을 찾는 외국인 관광객 현황과 실태

박희석 센터장·한진아 연구원

(서울연구원 서울경제연구센터)

# 서울을 찾는 외국인 관광객 현황과 실태

박희석 센터장 hspark@si.re.kr

한진아 연구원 cycle13@si.re.kr

서울연구원 서울경제연구센터

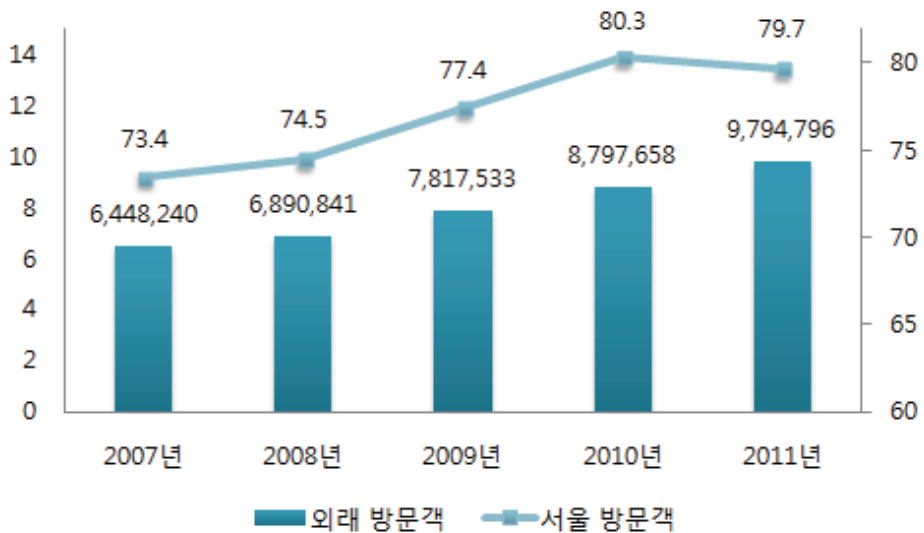
- I. 외국인 관광객 1천만 시대
- II. 서울을 찾는 외국 관광객의 특성
- IV. 외국인 관광객 2천만 시대를 향해
- 부록. 외국인과 함께한 서울관광

\* 본 내용은 서울연구원에서 작성한 내용으로 서울시의 견해와 다를 수 있음을 알립니다.

## 1. 외국인 관광객 1천만 시대

외국인 관광객 1천만명 시대. 이제는 한국이 세계적 관광지가 되었음을 의미한다. 작년 우리나라를 찾은 외국인 관광객은 979만명으로 스위스보다 150만명 이상 많고, 일본보다는 400만명 더 많다. 올해 연말까지 외래 관광객 예상치인 1,130만명에 도달하면 오세아니아 주(호주와 뉴질랜드 포함) 전체와 거의 비슷한 수준이라고 한다.

(단위: 백만명, %)



[그림] 연도별 외래 관광객 추이 및 서울 방문객 비중

향후 정부는 2020년에 외국인 관광객 2000만명이라는 목표를 세웠고 유엔관광기구 (UNWTO)도 향후 세계 관광을 주도할 지역을 아시아·태평양으로 보고 이 지역에서 매년 약 1,700만명씩 관광객이 증가할 것으로 예측하고 있다.

이런 추세로 보면 한국을 찾는 외국인 관광객이 더 많이 늘어날 것이라는 낙관적 전망이 가능하며 이와 더불어 한국을 찾는 외국인 관광객의 평균 80% 이상이 찾는 서울의 관광객 수도 꾸준히 증가될 것으로 예상된다.

2010년 서울을 찾은 외국인 관광객 수 또한 약 7백만명 정도로 추산되는데, 이는 2008년 이후 천명씩 관광객이 증가한 것으로 나타나 그 성장 속도가 빨라지고 있으며 이 같은 현상은 문화컨텐츠 산업의 성장과 다양한 관광 프로그램의 역할이 컸던 것으로 판단된다.

외국인 관광객이 급증한 것은 환율 하락의 요인만이 아니라 정부와 한국관광공사의 제도 개선 그리고 관광객 유치노력 등도 영향을 주었다. 관광공사는 중국관광객을 대상으로 관광 홍보와 마케팅을 강화했고, 한류체험과 의료관광 등 중화권 관광객을 겨냥한 관광 콘텐츠가 좋은 호응을 일으킨 것으로 판단된다. 또한 2010년부터 ‘한국방문의 해’ 사업도 관광객 증대에 큰 힘이 됐다. 또한 정부와 민간에서 관광 기반 시설 및 서비스 개선에 노력하고 ‘한국 방문의 해’(2010~ 2012년)를 지정해 외국인 관광객 유치에 힘쓴 결과이다. K-pop과 드라마 등 한류가 한국 방문을 유도한 것도 큰 몫을 했다. 특히 ‘코리아그랜드세일’ 국내 프로모션 ‘케이팝(K-POP) 커버댄스 페스티벌’을 비롯한 해외 프로모션들도 좋은 평가를 받았다고 한다.

그렇다면 한국을 찾는 관광객이 양적으로 증가함과 동시에 질적 성장도 함께 이루어지고 있을까? 안타깝게도 GDP 대비 관광산업의 비중은 예년만하지 못한 것으로 드러나 질적 성장이 양적 성장을 동반하지 못하고 있는 것으로 나타났다.

<표> 2011년 국가별 관광산업 파급효과

(단위: %, 억)

구분	한국	일본	중국	미국	프랑스
파급효과 (GDP)	1.8% (207억)	2.1% (1,234억)	2.6% (1,815억)	2.9% (4,340억)	3.7% (1,028억)

자료: Travel & Tourism Economic Impact 2012, WTTC, 현대경제연구원

WTTC의 2011년 자료에 따르면 관광대국이라 불리는 프랑스의 경우 관광산업이 가져온 경제적 파급효과는 3.7%이며, 미국 2.9%, 같은 아시아권인 중국과 일본도 각각 2.6%, 2.1%로 평균 2% 이상의 경제적 파급효과를 가져온 것으로 조사되었으나 1천만 관광객을 막 돌입한 우리나라의 경우 1.8%로 상대적으로 고부가가치 창출면에서 낮은 수준을 나타냈다.

<표> 우리나라 관광산업 파급효과 (2000년~2011년)

(단위: %)

년도	2000	01	02	03	04	2005	06	07	08	09	2010	11
파급효과	2.3	2.4	2.3	2.1	2.1	2.0	1.9	1.9	2.0	2.1	1.8	1.8

자료: Travel & Tourism Economic Impact 2012, WTTC, 현대경제연구원

더군다나 2000년 2.3%에서 10년간 조금씩 경제적 파급효과가 감소하고 있는 추세를 나타내고 있어 관광객 1천만 시대에 접어든 우리에게 시사하는 바가 매우 크다.

따라서 앞으로 2천을 목표로 하는 외래 관광객 유치에 위해 오늘의 한국 그리고 서울을 찾는 외국인 관광객의 볼거리, 먹거리, 즐길거리 등을 파악하여 향후 어떠한 점을 보완하고 어떠한 점을 부각시켜야 할지 관광 실태를 살펴보고 양적인 성장과 더불어 질적 성장이 함께 할 수 있는 방안을 살펴보려 한다.

## II. 서울을 찾는 외국인 관광객의 특성

한국을 찾는 외국인 관광객은 1980년 들어 100만명 수준이었으며 1985년 150만명, 1990년 300만명, 1995년에는 375만명으로 뛰었고 2000년 500만명을 넘어선 후 2005년 600만명, 2010년에는 880만명 대폭 늘었으며 11월 21일을 기점으로 1000만명이 한국을 찾은 것으로 나타났다.

1천만 관광객은 관광 자원 빈국이던 한국이 ‘관광선진국’으로 진입했음을 세계에 선포하는 일이기에도 의미 있는 일이다. 이는 1978년 100만명이 찾은 지 34년 만이고, 2000년 500만명을 넘은 지 12년 만의 결과로 상당히 주목할만한 추이다.

그렇다면 한국을 찾은 관광객들은 어디서 무엇을 보고, 어떠한 체험을 하며, 숙박은 무엇으로 해결하고 있을까? 이들의 동선과 실태를 파악하여 보다 그들의 니즈에 맞도록 프로그램을 만들기 위해 ‘2011년 외국인 관광객 실태조사’ 자료를 통하여 좀 더 세밀하게 파악해보려 한다.

### 20~30대 관광객이 가장 많고 평균 체류일은 7.5일

연령별로는 15~20세 456명 21~30세 3,867명 31~40세 3,320명 41~50세 2,298명 51~60세 1,382명 60세 이상 604명으로 20~30세대가 가장 많은 게 특징이다. 평균 체류일은 7.5일로 2007년 6.8일에 비해 꾸준히 증가하는 것으로 조사되었다.

### 일본, 중국 등 인접국 관광객의 꾸준한 증가

또한 설문조사 기준으로 가장 많이 방문한 나라는 일본으로 4,503명 방문한 것으로 나타났다. 그 외 홍콩, 싱가포르, 대만 등 아시아 지역의 관광객이 많은 것으로 나타났으며 미국, 캐나다 관광객도 각각 851명, 153명으로 나타났다.

### 서울, 관광으로 가장 많이 찾는 지역

한국을 찾은 외국인들의 대부분이 찾은 곳을 지역별로 보면 서울, 경기도에 집중되는 현상을 보였는데 서울권이 79.7%로 가장 많고 경기권 23.8% 경상권 19.3% 강원권 11.1% 제주권 10.2% 인천권 9.0% 충청권 5.1% 전라권 3.9% 순이었다.

### 한류문화체험에서 쇼핑으로 관광트렌드 변화

2011년 기준 서울(한국) 관광지 선택시 고려요인은 쇼핑이라고 응답한 사람은 66.6%로 관광객이 급증하던 지난 2007년에 쇼핑으로 서울을 찾은 관광객은 41.5%였던 점을 감안하면 쇼핑을 목적으로 하는 관광이 크게 증가한 것을 알 수 있다.

반면 드라마 및 스타 팬 미팅 등의 한류 영향으로 서울(한국)을 찾은 관광객은 2007년 11.8%에서 2011년 8.2%로 줄어든 것으로 나타났으며 그 외 여행거리(45.4% → 19.0%)를 목적으로 한 관광객이 큰 폭으로 감소했으며 역사, 문화유적(22.9%→19.1%)답사를 목적으로 하는 관광객 또한 줄어든 것으로 나타나 여행거리 및 문화유적에 대한 프로그램 마련 및 관련 상품을 대한으로 한 홍보가 시급한 것으로 판단된다.

<표> 관광지 선택시 고려요인

(단위: %)

순위	구분	2011년	2010년	2009년
1	쇼핑	66.6	59.8	56.5
2	식도락 관광	44.2	40.2	42.1
3	자연경관	23.9	25.6	22.0
4	역사, 문화유적	19.1	21.8	20.8
5	여행거리거리	19.0	30.1	37.6

자료: 2011년 외국인 관광객 실태조사, 한국관광공사

### 1~3위 쇼핑관광, 4,5위 역사 유적지로 쇼핑과 관광을 함께 할 수 있는 관광지 선호

서울을 방문하는 외국인 관광객들이 가장 많이 찾는 곳은 명동이다. 소위 개별여행으로 한국을 찾는 젊은이들이 늘면서 방문지 중 톱 3(동·남대문시장)가 모두 쇼핑지다. 처음에 한국에 올 때는 잘 몰라 단체여행으로 왔다가는 다음에는 친구나 혼자 오는 재방문 비율이 갈수록 늘고 있다.

<표> 서울에서 선호하는 관광지

(단위: %)

순위	구분	2011년	2010년	2009년
1	명동	55.3	53.5	48.3
2	동대문/남대문	45.8/33.7	45.3/36.5	41.4/38.1
3	고궁	21.8	35.3	32.5
4	남산타워	29.1	29.0	25.0
5	인사동	26.1	25.7	22.8

자료: 2011년 외국인 관광객 실태조사, 한국관광공사

### 1인당 평균 지출액 고소비 관광객 증가 추세

1인당 평균지출이 1천 달러를 초과하는 관광객 비중이 증가하고 있는 것으로 나타났다. 2005년에는 1천달러를 지출하는 관광객이 45.1% 정도였으나 작년 한해에는 52.7%로 나타나 관광객의 절반 이상이 체류하는 기간동안 1천달러 이상을 사용하고 있는 것으로 나타났다. 2천달러 이상 지출하는 관광객도 16.0%에서 18.3% 증가한 것으로 나타나 고소비 관광객이 증가하였음을 확인할 수 있다.

### 관광시 안내 표지판 부족과 교통의 혼잡이 가장 불편

서울(한국) 여행시 가장 불편했던 사항은 언어소통의 문제로 52.3%가 소통의 불편함을 1위로 꼽았다. 그러나 조기교육에 따른 외국어 능력 향상으로 2007년 60.9%에 비해 많이 개선되었으며 앞으로 언어소통에 따른 불편함은 점차 개선 될 것으로 보여진다. 그 외 안내표지판 부족과 교통 혼잡에 따른 불편함이 각각 21.5%, 17.6%로 관광객을 위한 안내판 보완과 시티투어 같은 관광객 전용 대중교통 마련이 필요함을 시사하고 있다.

### 서울(한국)여행의 만족도는 별 4개

2011년 외국인 관광객의 서울(한국)에 대한 평가는 5점 만점에 4점인 것으로 나타났다. 최근 5년간 4점 초반대인 것을 생각하면 비슷한 결과이나 2010년 4.14점과 비교하면 일 년 동안 점수가 하락한 것을 볼 수 있다. 관광객이 증가하는 속도만큼 관광의 질은 성장 속도를 따라가지 못하는지 확인이 필요한 시점이다.

<표> 서울(한국)에 대한 만족도

구분	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년
평균	4.02점	4.14점	4.12점	4.09점	4.07점

자료: 2011년 외국인 관광객 실태조사, 한국관광공사

### 3년 내 재방문 의사는 약 별 4개

향후 3년 내 서울(한국) 재방문 의사는 5점 만점에 3.97점으로 나타났다. 그러나 3.86점을 기록했던 2007년의 점수와 비교하여 격차가 크지 않다는 점을 눈 여겨 봐야 할 점이다.

<표> 서울(한국)에 대한 만족도

구분	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년
평균	3.97점	3.95점	3.91점	3.86점	3.86점

자료: 2011년 외국인 관광객 실태조사, 한국관광공사



### III. 외국인 관광객 2천만명 시대를 향해

외국인 1천만 관광의 시대!

양적 성장을 이룬 우리의 과제는 서울을 방문했던 외국인이 다시 찾고 싶은 관광지로 꼽힐 수 있게 만들어야 한다는 점이다.

누구나 한번쯤 여행 후 여행의 기억을 되살릴 때 모국에서는 체험할 수 없는 경관, 먹거리, 문화 등을 떠올리게 될 것이다. 그렇다면 서울을 다녀간 관광객은 어떤 기억을 갖고 돌아갈까? 어떤 프로그램이 가장 기억에 남았을까? 고민하지 않을 수 없는 부분이다.

설문을 통해 알아본 관광객의 다수는 쇼핑을 목적으로 한국을 방문했다고 응답하여 서울의 다양성을 느낄 수 있는 체험관광 상품이 부족함을 알 수 있었다. 향후 서울이 외국인 관광객 2천만 시대를 맞이하기 위해서는 관광 후 기억에 남는 서울, 다시 찾고 싶은 서울이 될 수 있는 방안을 강구해야 할 상황이다.

따라서 서울의 구석구석 숨은 명소를 둘러 볼 수 있는 체험 상품을 확대 개발하고 관광객이 서울을 찾은 후 모국으로 돌아가 여행의 기억을 되살릴 때 쇼핑의 추억만을 남겨줄 것이 아니라 경관, 한국의 정서, 한국의 전통미, 옛것과 현재의 것이 조화롭게 자리한 서울의 이미지 등으로 각인되어 나중에 또 다시 찾고 싶은 관광지가 될 수 있도록 힘써야 할 것이다.

앞으로의 10년, 20년 후의 서울이 관광도시로 거듭나기 위해서는 양적성장이 가져다 준 쾌거에 도취해 있을 것이 아니라 관광객의 눈과 마음으로 서울을 바라보고 그들의 원하는 다양한 관광 프로그램을 마련해야 한다.

그리고 체계적인 관광전문인력을 양성에 힘써 미래의 관광산업도 지금과 같은 성장세를 이어 갈 수 있도록 기반마련에 힘써야 할 것이다.

#### 참고문헌

- 서울특별시 정보화기획단, 2011년 서울 통계연보
- 한국관광공사, 2011 외래 관광객 실태조사
- 현대경제연구원, 일천만 외래관광객 시대의 새로운 트렌드 변화
- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact 2012

## 부록. 외국인과 함께한 서울 관광

한국을 찾는 관광객이 늘어나면서 명동, 경복궁, 인사동을 방문하면 꽤 많은 외국인들을 만날 수 있게 되었다. 관광대국 반열에 오른 지금, 외국인 관광객 눈에 비친 “관광지 서울”의 모습은 어떨까? 학회 참석차 방문하신 교수님과 함께 서울 관광을 다니는 학생 그리고 친척의 방문에 서울관광에 나선 학생을 통해 ‘관광지 서울’에 대한 느낌을 인터뷰를 통해 들어보았다.

**Q1. 서울의 관광지를 소개해주고 계신 것 같은데 어느 나라에서 어떤 목적으로 서울을 찾은 관광객인가요? 이전에도 한국을 방문했던 사람인가요?**

- ▶ **이\*미:** 미시간 주립대 인도계 미국인 교수님으로 서울에서 개최된 학회에 참석하고자 한국에 오신 분입니다. 90년도 이전에 한번 방문하신 적이 있었는데 그때는 관광은 안하셨고 잘 기억이 나지 않는다고 하세요.
- ▶ **인\*리:** 친척언니(재미교포)와 그의 배우자로 신혼여행 후 한국 방문하였습니다. 친척언니는 한국을 방문한 적이 있습니다.

**Q2. 외국인 관광객과 함께한 일정은 어떻게 되나요? 그들과 함께 체험한 것은 무엇인가요?**

- ▶ **이\*미:** 하루는 국립중앙박물관에 방문하고 다음날은 경복궁과 인사동 일대를 다녔습니다. 경복궁을 둘러보던 날은 11시쯤부터 경복궁을 둘러보았고 이후 인사동의 한 퓨전 한정식 집에서 점심식사를 하였습니다. 인도계 교수님이시라 소고기와 돼지고기를 드시지 않았는데 주문할 때 미리 요청했더니 고기는 빼고 요리해주셨고 교수님도 만족해 하셨습니다. 점심 식사 후 인사동 거리와 조계사를 둘러보았습니다. 마침 조계사에 국화 전시를 하고 있어서 구경도 하고 교수님께서서는 법당에 들어가 절도 하시며 불교문화에 대해 알아보는 시간도 보냈습니다.
- ▶ **인\*리:** 비빔밥 전문점에서 점심식사를 한 후, 경복궁 도보관광을 신청(전문해설자 동행)

하여 둘러본 뒤 **삼청동**으로 옮겨 아이스크림 외플과 고구마라떼, 녹차라떼를 마셨습니다. 그 이후에는 **인사동**을 구경하고 노점에서 파는 옥수수호떡을 먹었습니다. **명동**을 향하는 길에 **청계천**에서 등 축제를 하여 잠깐 관람을 하고 명동에서 미용실가서 머리를 손질했습니다. 마지막으로 칼국수를 먹고 일정을 마무리하였습니다.

**Q3. 외국인 관광객과 관광 일정을 계획할 때 참고한 경로가 있다면 무엇인가요?**

- ▶ **이\*미:** 외국인 교수님들과 관광을 한 친구들에게 조언을 얻었는데 경복궁과 인사동 이외에 종로에 있는 궁이나 문화유적을 방문하는 경로가 좋다고 들었습니다.
- ▶ **인\*리:** 서울 관광에 대한 내용은 대부분 **비트크리아 사이트**에서 도보관광 추천 코스를 참고하였습니다.

**Q4. 외국인 관광객이 가장 흥미를 느낀 관광지가 있었나요? 있다면 어디인가요?**

- ▶ **이\*미:** 교수님께서 불교에 관심을 가지셔서 **조계사**에 방문하신 것을 좋아하셨습니다. 경복궁 단청도 불교 영향이냐고 물어보실 만큼 관심을 가지셨고 절 내부에 건물들과 행사를 흥미롭게 보셨습니다.
- ▶ **인\*리:** **인사동 쌈지길** 안에 있는 스티커사진을 찍는 곳에서 용포와 여자 한복을 무료로 대여해서 스티커사진을 찍을 수 있도록 하는 곳이 있었는데 친척언니와 형부가 매우 즐거워했습니다. 그리고 미국은 헤어컷이나 펌 시술 비용이 매우 비싸기 때문에 친척언니는 한국을 올 때 마다 미용실을 꼭 방문합니다. 예쁘게 머리 손질해주는데 비용이 미국보다 훨씬 싸고 마음에 든다고 합니다.

Q5. 함께 한 일정동안 가장 맛있어 했던 음식이 있었나요? 있다면 무엇인가요?

- ▶ **이\*미:** 한국에 방문했던 몇 일간 한정식만 드셔서 좀 힘들었다고 하셨는데 점심식사한 곳은 퓨전이라 본인 입에 맞아 좋았다고 하셨습니다.
- ▶ **인\*리:** 고구마라떼, 옥수수호떡, 칼국수 등 대체로 그날 먹은 모든 것을 매우 맛있어했습니다. 특히 옥수수호떡을 세상에서 가장 맛있는 디저트라고 칭했습니다.

Q6. 외국인과 관광지를 돌면서 불편한 사항이나 개선되었으면 하는 점이 있나요?

- ▶ **이\*미:** 경복궁에 너무 많은 사람이 방문해서 정신이 없어 제대로 둘러보기 힘들었습니다. 평일 낮이었음에도 불구하고 단체관광차량이 너무 많이 주차하는데도 상당한 시간이 소요되었고 수학여행, 소풍 온 학생들과 외국인 관광객들이 뒤섞여 너무 소란스러웠습니다. 방문객을 제한하거나 학생들이 소란스럽게 다니는 것을 지도하실 분이 있었으면 좋을 것 같습니다.  
또 나이 드신 분들이 중간 중간 앉아서 쉴 곳이 마땅치 않아서 곤혹스러웠습니다. 조계사 방문 때 영어 설명이 거의 없고 관광객을 위한 안내가 없어 아쉬웠습니다. 불교에 관심이 많은 사람들을 위한 관광 상품을 재정비 한다면 좋은 반응을 얻을 수 있을 것 같습니다.  
채식을 하거나 가리는 음식이 있는 관광객을 위한 음식점 안내가 필요할 것 같습니다. 우리 음식에 고기가 상당히 많이 사용되고 있어서 저도 미리 식당을 알아보지 않았으면 낭패를 보았을 것입니다.
- ▶ **인\*리:** 함께 동행했던 경복궁 전문해설자의 영어능력 수준이 매우 낮았습니다. 다른 여행업체의 전문가이드가 영어로 유창하게 설명하고 있는 것과 너무 비교되어 전문 해설자에 대한 교육이 체계적으로 이루어져야 할 것 같습니다.

Q7. 함께 서울 관광지를 돌아본 결과 어떤 점을 느끼게 되었으며, 외국인들 눈에 비친 서울은 어떤 모습이었는지 관광지 “서울”에 대한 종합 견해를 듣고 싶습니다.

▶ **이\*미:** 생각보다 일본, 중국이 관광객들 매우 많아 깜짝 놀랐고 그들을 위한 이용안내가 잘되어 있다고 생각했습니다. 그러나 그럼 한 점에도 설명을 해놓은 외국의 관광지들과는 달리 관광지에 대한 구체적인 설명지나 안내판이 없어 아쉬웠고 미리 영어자료를 준비할 때도 위키피디아등의 사이트에서 자료 찾는데 한계가 느껴졌습니다.

외국인이 본 서울은 **혼잡한 대도시이기도 하지만 그 속에 전통문화를 간직한 흥미로운 곳으로** 보여진 것 같습니다. 준비할 때는 짧은 시간에 많은 것을 보여주는 경로를 생각했지만 함께한 교수님은 천천히 차근차근 둘러보며 생각하는 시간을 갖고 싶어하셨는데 이런 속도에 맞춘 관광환경을 만드는 것도 중요할 것 같다는 생각이 들었습니다.

▶ **인\*리:** 함께 서울 관광지를 둘러보면서 서울에서 거주하는 저도 서울에도 좋은 곳이 있구나 느낄 정도로 잘 몰랐던 부분이 많았습니다. 먼저 내국인에게도 서울관광에 대한 홍보가 더 필요하다고 생각합니다. 외국인들도 한국 사람들이 좋아하고 즐겨 찾는 곳을 가보고 싶어하더군요. **흔한 말이지만 서울은 전통과 현대의 조화가 멋들어지게 어우러지는 곳**이라고 생각합니다. 한 예로 **경복궁을 둘러볼 때, 경복궁 넘어 고층빌딩이 보이는 것을 보며 cool~이라고 탄성을** 자아냈습니다.

마지막으로 재미는 이야기는 **아줌마들의 머리가 모두 똑같다(검고 짧은 파마머리)** 마치 군인들 같다고 이야기했습니다.

인터뷰를 통해 외국인들이 가장 많이 찾는 관광지는 서울의 현대미와 전통미를 함께 느낄 수 있는 경복궁, 명동, 인사동, 삼청동인 것으로 나타났으며 우리나라에서만 즐길 수 있는 프로그램에 대한 관심도가 높은 것으로 나타났다. 그러나 채식주의자를 위한 먹거리, 상세한 안내판, 설명, 관광 전문 해설자의 설명력 부족 등 세심함과 상세함 그리고 관광전문인력의 체계적인 교육 미흡 등이 아쉬움으로 남는 것으로 나타났다.

관광산업의 양적 성장은 수치적인 성장세를 가늠할 수 있는 척도이기는 하나 그에 못지

않게 질적성장 또한 양적성장에 맞춰 동반성장 되어야만 꾸준한 산업발전을 기대할 수 있다. 따라서 앞으로 2천만 관광객 달성을 위해서는 좀 더 세심하고 다양한 관광프로그램이 필요할 것이다. 의료관광, 한류문화 등으로 한국을 찾는 관광객이 늘어나면서 많은 부분을 신 성장사업에 투자하고 있지만 관광자프로그램 개발에 있어 무엇보다 중요한 것은 가장 한국적이고 오랜 전통을 느낄 수 있는 그래서 오래도록 기억에 남을 수 있는 관광자프로그램 개발이 필요함을 느낄 수 있었다.



[그림] 외국인 교수님과 함께 경복궁 관광