

2019.6.12.~ 6.16.
일본

국외출장보고서

제3회 크루즈 선상 국제워크숍 개최 및 참가

2019. 6.



한국해양수산개발원
KOREA MARITIME INSTITUTE

I. 국외출장 개요

1. 출장목적

□ 크루즈 선상 워크숍 개최 (KMI 공동 주최)

- 동북아의 크루즈 발전 전망 분석, 각국의 성공사례, 우리나라 정책개발 방안 모색
- 한, 중, 일 대만 전문가 주제 발표 및 토론 진행
- 총 34명 참가(국내 30명, 해외 4명)
 - * 워크숍 프로그램 참조

□ 국내 출발 크루즈 관광객 대상 설문조사

- 국내 출발 크루즈 이용자를 대상으로 크루즈 관광 선택 이유, 여행 경비, 향후 크루즈 관광 의향 등 조사
- 국내 출발 크루즈 선박이 많지 않고, 선내 설문조사가 용이하지 않은 점을 감안하면 금번 선상 워크숍 개최 시기에 설문조사를 실시함
 - * 설문조사지 첨부
- 참고로 우리 연구원은 지난 2017년, 2018년 국내 출발 크루즈 관광객을 대상으로 설문조사를 실시하고 크루즈 관련 보고서에 반영하고 있음

□ 한국크루즈포럼 간담회 개최

- 한국크루즈포럼 임원 및 회원들이 크루즈 지역 현안 및 발전방안 등을 논의하고, 한국크루즈포럼 발전방안도 모색했음

□ 아시아 주요국 크루즈 정책 분석 및 정책방향 모색

- 금번 워크숍에 참가한 일본, 대만, 중국 크루즈 전문가와 아시아 지역의 크루즈 수요 창출을 위한 방안 논의

※ 사전 계획된 크루즈 기항지 시설·프로그램 조사 및 일본 크루즈 항만 임원 간담회는 열대성 저기압에 따른 항로 변경으로 고치항과 신구항을 기항하지 않아 행사를 진행하지 못했음

2. 출장일정 및 출장지

- 2019. 6. 12(수) ~ 6. 16(일) (4박 5일)
- COSTA Neoromantica 선상

3. 출장자

- KMI 해운해사연구본부 황진희 본부장, 안영균 전문연구원
- 워크숍 참가자 총 34명 (명단 별첨)

4. 출장일정

일정	시 간	세부 내용
6.12(수)	13:00~ 15:00~17:30 18:30~20:00 20:00	• 승선 • 선상 워크숍 개회식 및 기조발표 • 크루즈 선상 워크숍 참가자 전체 간담회 • 부산 출항
6.13(목)	19:00~18:00 19:00~20:00	• 나가사키 입항 및 나가사키항 기항지 답사 • 설문조사 • 해외 전문가 워크숍 참가자 전체 간담회
6.14(금)	08:30~10:30 13:30~16:00 16:30~18:30 20:00~21:30	• 워크숍 세션 1 : 해외전문가 초청 워크숍 • 워크숍 세션 2 : 크루즈산업 발전전략 및 마케팅 전략 • 워크숍 세션 3 : 종합토론 • 한국크루즈포럼 정책간담회 ※ 전일 해상 이동 (나가사키~동경항)
6.15(토)	09:00~18:00	• 동경항 입항 및 동경항 기항지 답사
6.16(일)	19:00~	• 동경항 하선 • 귀국

Ⅱ. 크루즈 선상 국제워크숍 행사 내용

1. 선상 워크숍 프로그램

일자	시간 / 장소	주요내용
6.12 (수)	15:00~17:30	<ul style="list-style-type: none"> ■ 개회 Session (진행 : KMI 황진회 본부장) <ul style="list-style-type: none"> • 참석자 소개, 행사 기획 목적과 전체 계획 설명 • 전체 인사(주최/후원기관 임원, 참가자 전체 소개) • 기조 발표 : “아시아 크루즈 전망과 협력 방향” (KMI 황진회)
	17:15~19:15	<ul style="list-style-type: none"> ■ 전체 간담회 및 만찬
6.14 (금)	08:30~10:30	<ul style="list-style-type: none"> ■ Session 1 : 해외 (중국·일본·대만) 전문가 초청 워크숍 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 주제 발표 <ul style="list-style-type: none"> • 대만의 크루즈 모항 및 해외선사 마케팅 전략 (대만국제항만공사) • 중국 동북지역 크루즈 산업 발전 계획 및 관련 동향 (연변대 관광학과) • 코스타의 일본 사세보항 투자 전략과 일본 크루즈 전망 (코스타 일본지사) ▶ 지정 토론 <ul style="list-style-type: none"> • 최진화 부장(강원도), 윤경준 팀장(서산시), 박성민 국장(NEAR), 구도형 부장 (BPA)
	12:00~13:00	<ul style="list-style-type: none"> ■ 워크숍 참가자 오찬
	13:30~16:00	<ul style="list-style-type: none"> ■ Session 2 : 크루즈 산업 발전전략 및 마케팅 전략 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 주제 발표 <ul style="list-style-type: none"> • 크루즈 관광 활성화를 위한 지역거점관광개발 육성전략 (김향자 한국문화관광연구원 원장 대행) • 지자체 크루즈 산업의 전략적 접근 방안 (김종남 대정대 교수) • 테마 크루즈 활성화 방안 (이정철 남서울대 교수) • 국내 관광객의 해외 크루즈 이용 트렌드와 시사점(정재욱 아크플렉스 이사) • 국내 크루즈 조선 추진 전략 (주영렬 충남대 교수) • 뉴미디어와 크루즈 마케팅 (강해상 동서대 교수)
	16:00~18:30	<ul style="list-style-type: none"> ■ Session 3 : 종합 토론 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 토론 주제 <ul style="list-style-type: none"> • 크루즈 관광-해운-항만-조선 연계 발전방안 • 크루즈 산업의 고부가가치화 방안 ▶ 지정 토론 <ul style="list-style-type: none"> • 좌장 : 손재학 회장(한국크루즈포럼) • 지정 토론 : 김상대 과장(부산시), 김갑수 본부장 (BTO), 황진회 본부장 (KMI), 윤주 박사(KCTI), 김일석 고문 (STX)
6.15 (토)	20:00~21:30	<ul style="list-style-type: none"> ■ Session 4 : 한국크루즈포럼 정책 간담회 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 토론 주제 <ul style="list-style-type: none"> • 지역별 크루즈 현안 및 발전 대안 • 크루즈포럼 발전방안 ▶ 진행 : 황진회 KMI 본부장(포럼 운영위원장) • 한국크루즈포럼 회원 및 가입예정자

2. 선상 워크숍 토론내용 (요약)

1) 개회 세션

■ 주요인사 모두 발언

■ KMI 황진희 본부장

- 제3회 크루즈 선상 워크숍에 많은 기관에서 많은 분들이 참가해 주시어 감사드립니다. 한국해양수산개발원과 각 기관이 공동으로 개최하는 크루즈 선상 워크숍은 올해 벌써 3회를 맞이했습니다. 횡수를 거듭할수록 참가자와 참가기관이 늘어나고, 내용도 알차게 발전하고 있어 바람직하고 고마운 일이라 생각합니다. 무엇보다 이번 선상 워크숍은 해외에서도 전문가들이 참가를 했는데, 특히 감사를 드립니다.
- 오늘 개회 세션에서는 주최기관의 대표들이 인사를 하고, 또 참가자 전체가 인사를 하면 시간을 갖도록 하겠습니다. 4박 5일 동안 같이 생활하기 때문에 발표자와 토론자, 청중이 아니라 그야말로 한 배를 같이 탄 사람들이 같은 목적을 달성하기 위해 많은 토의를 할 수 있도록 좋은 관계가 되었으면 합니다.
- 우리 KMI에서 선상 워크숍을 처음 기획하게 된 목적은 우리나라에서 크루즈를 타보지 않고 크루즈 업무를 하고 크루즈 관광객 유치를 하는 공무원, 공공기관 이직원들이 크루즈를 이해하고 발전방안을 같이 모색하기 위해 마련했습니다. 외국의 크루즈 기항지도 가서 시설과 프로그램을 보고 우리가 벤치마킹 할 수 있는 일을 찾아보고자 했습니다. 이번에도 크루즈를 처음 타시는 분들이 많은데, 아무쪼록 좋은 경험이 되어 정책개발에 많이 활용되길 바랍니다.
- 해외 전문가들의 초청 배경을 말씀드리면, 우선 일본은 크루즈 거점항만 정책을 추진하고 있는데 코스타 일본 지사가 왜 사세보항에 투자를 했는가를 보고자 했습니다. 대만은 크루즈 내수(아웃바운드)가 많고 Fly&Cruise 실적도 많은데 그 그간의 노력을 보고자 했습니다. 중국 연변대학은 앞으로 우리가 환동해 크루즈를 할 때 협력할 내용을 살펴보고자 했습니다.
- 크루즈를 처음 타시는 분은 4박 5일 동안 배에서 뭘할까 걱정도 될 텐데 즐거운 마음으로 선내 시설도 둘러보고 많은 프로그램에도 참가를 하면서 크루즈 관광객이 무엇에 즐거워하는지를 느껴 보시기 바랍니다.
- 선박 일정은 기상에 따라 변경될 수 있는데, 수시로 안내를 드릴테니 잘 협조 바랍니다. 모두 좋은 시간 되시고 다시한번 참가하신 모든 분께 감사드립니다.

■ 한국문화관광연구원 김형자 원장 대행

- 2019년 1월부터 원장 부재로 원장 대행 직무를 수행하고 있음
- 유사 크루즈 탑승 경험은 있지만 크루즈 승선 경험이 없고, 크루즈 전문가들과의 연구 교류 시간이 필요했는데 금일 소중한 선상 워크숍 시간이 마련되어 감사드리고 이러한 전문가 워크숍을 토대로 우리나라 크루즈 산업이 지속적으로 진흥 되었으면 함

■ 부산항만공사 구도형 부장

- 크루즈 업무를 맡은지 얼마 안되었는데 사실 금일 크루즈를 처음 승선하는 것임
- 이번 선상 크루즈를 계기로 크루즈와 관련된 지식을 축적했으면 함

■ 부산관광공사 김갑수 본부장

- 크루즈 분야에 대한 일본 경쟁력이 계속적으로 강화되고 있어 현장에 근무하면서 초초함을 느끼고 있음
- 크루즈 승선을 통해서 크루즈 관광객 유치를 위한 실효적 전략을 도출할 수 있을 것으로 기대함

■ 한국크루즈포럼 손재학 회장(부경대 교수)

- 좋은 날씨에 크루즈 관계자들이 모여 서로의 지식을 공유하고 크루즈 산업의 진흥을 위한 아이디어를 발표하는 유익한 자리가 될 것으로 기대함
- 바쁜 일정 속에서도 유익하고 행복한 시간을 함께 만들어 갔으면 함

■ 대경대학교 이채영 총장

- 2010년 크루즈 학과 설립을 통해 지속적으로 크루즈 전문 인력을 배출하고 있는 대경대학교에서 참석하게 되어 반갑고 영광임
- 이번 선상 워크숍처럼 전문가들이 모여 머리를 맞대고 브레인스토밍을 하는 크루즈 전문가 워크숍이 자주 개최되어 우리나라 크루즈 산업 진흥을 위한 자리가 지속적으로 개최되었으면 함

■ 대만항만공사 Guo Guang Huei 부장

- 오늘 각국의 크루즈 전문가들이 모여 세계 크루즈 동향과 크루즈 산업 발전을 위한 방안을 논의하는 금일 자리는 무척 의미있고 유익한 시간이 될 것으로 확신함
- 부산항은 가오슝항과 비슷한 느낌이 들고 부산항과 마찬가지로 크루즈 선박 유치를 위

해 노력하고 있는데 한국 주요 항만과 대만 항만들이 함께 성장하여 다수의 크루즈 관광객들이 방문하기를 기대함

- 한국과 대만은 긴밀한 관계를 유지하고 있는데 특히 항만 분야의 한국-대만 협력 수준은 심도 깊은 상태로 앞으로도 항만, 해양관광 분야의 긴밀한 상호 협력이 강화되었으면 함
- 대만은 크루즈 산업을 시작한지 약 25년이 경과했는데 이번 워크숍을 계기로 한국으로부터 벤치마킹 할 수 있는 한국의 크루즈 산업 최신 전략과 정책을 학습하기를 기대함

■ 기조 발표 : Asia Cruise Trends and Developments (KMI 황진희 본부장)

- 최근 세계 크루즈 관광객수 성장률 대비 아시아 크루즈 관광객수 성장률이 더 낮을 정도로 1-2년 간 아시아 지역 크루즈 산업의 성장률이 둔화되고 있음
- 저가 크루즈 상품 위주로 아시아 지역에 크루즈 상품이 판매되다 보니 이윤율이 낮아져 구미 크루즈 선사들이 아시아 지역을 제외하는 현상 확대
- 중국발 크루즈 상품의 판매가 저조해지면서 아시아 전역으로 크루즈 상품 판매가 감소하고 있음
- 아시아 크루즈 상품의 판매내역 분석시 평균연령은 61세, 기간은 6-7박 프로그램이 가장 비중이 높음
- 우리나라의 경우 제주항이 한때 아시아 크루즈 기항 실적 top 1을 기록하기도 했으나 중국발 크루즈 관광객 급감으로 최근 관광객 유치가 부진함
- 아시아 크루즈 상품 판매 실적 분석 결과 보급형 크루즈 상품 비중이 85%인데 반면 럭셔리형 크루즈 상품 비중은 15%에 불과해 선사들이 수지타산을 맞추기 어려움
- 아시아 크루즈 산업 강점은 다양한 문화가 있고 자원이 풍부하며 인구가 높아 판매 잠재력이 높음
- 반면 주요 아시아 도시 간 거리가 멀고, 사계절이 있어 여름·겨울에는 운항에 약점이 있고, 정치·경제·문화의 합리적 분리가 안 된 국가가 있음
- 크루즈 아시아 전용 선사의 설립과 아시아에 인구가 많다는 장점을 활용해 차터 선박 이더라도 크루즈를 체험할 수 있는 기회 창출이 시급함
- 국가 간의 글로벌 크루즈 전문가 네트워크를 만들어 다양한 국가들로 구성된 공동선사를 만들 경우 정치적 문제가 발생하더라도 이에 개의치 않고 지속적인 크루즈 운항과 여객 창출이 가능할 것임
- 부산항만공사의 크루즈 네트워크, 금일과 같은 선사 크루즈 워크숍 등 아시아 크루즈 시장을 구성하는 한·중·일 관계자들의 협력 네트워크를 강화하여 정·경 분리를 전제로

함께 지속적인 아시아 크루즈 산업의 성장을 도모해야 함

- 크루즈 관련 글로벌 운영사(Global Terminal Operation·GTO) 들이 직접 크루즈를 운항하는 선사로 도약할 경우 단순 항만 서비스 제공 비즈니스에서 탈피해 보다 고부가가치 창출이 가능할 것임
- 크루즈를 통한 단순 관광 boom에 그치지 않고 크루즈 선사와 항만, 조선소 간의 상호 협력을 통해 크루즈가 관광산업이 아닌 종합 부가가치 창출 산업이 될 수 있도록 공생 생태계 창출이 필요함

2) 1 세션 : 해외 전문가 초청 워크숍

■ 발표 1 : Cruise Business in Taiwan (대만국제항만공사 Lin Peiling 과장)

- 카오슝항 등 대만 국내 주요 항만 간 경쟁이 치열함. 3개 주요 크루즈 항만들이 각각 개별적으로 sales-call 행사를 진행하고 있음. 대만 크루즈 관광객 유치 성장을 위해서는 출혈 경쟁은 지양해야 하며, 지역 간 협력을 통한 구미 크루즈 선사에 대한 유치 전략 실현이 필요
- 인프라와 관련해서는 대만항만공사와 해양수산청이 하드웨어 측면의 인프라 구축을 추진해 대형 선박의 원활한 입항을 추진하고 있음
- 대만 국내 관광 프로그램 개발을 위해서는 대만관광공사, 대만국제여객관광협회, 카오슝시 등 중앙정부와 지방정부가 협력하는 차원에서 협력 체계 하에 관광상품 개발과 관광 인프라를 구축하기 위한 노력을 수행하고 있음
- 구미 크루즈 선사는 친환경 선박에 관심이 지대해 LNG 추진 크루즈에 대한 신조를 적극적으로 논의 중인데 대만은 LNG 추진 크루즈 등 친환경 크루즈 선박의 원활한 입항을 위한 항만시설 개발 등을 도모하기 위한 중장기 계획을 2018년 수립했음
- 친환경 크루즈 선박의 안전한 기항을 위한 준비가 성료된다면 대만항만공사는 해외 크루즈 선사에 이러한 측면을 대만 경쟁력으로 홍보할 계획임
- 아웃바운드 성장을 위해서는 대만관광공사와 해양수산청이 협력하여 대국민 홍보를 한 적이 있음. 이후 대만 국적 크루즈 이용객이 실질적으로 증가해 향후에도 이러한 홍보가 필요하다고 판단됨
- 패밀리형 크루즈 선박이 아닌 고급화된 선박의 기항 유치를 위해 럭셔리급 선박의 대만 국내 항만 입항 시에 어떠한 기항 프로그램을 제공할 수 있을까 고급화 전략에 관한 고민도 병행하고 있음

■ 발표 2 : 중국 동북지역 크루즈산업 발전 계획 및 관련 동향(옌벤대학교 CUI ZHEHAO 교수)

- 크루즈 연구를 오랜 기간 수행해왔지만 크루즈에 승선한 것은 이번이 처음으로 직접 체험을 통해 크루즈를 이해하고 향후 연구하는데 큰 도움이 될 것으로 판단됨
- 두만강 지역 주요 크루즈 항만은 북한 나진항, 청진항 등으로 러시아 자루비노항, 블라디보스토크항 등을 연계하고 있으며, 배선 크루즈는 만경봉호, 만경봉 92호, 싱가포르 크루즈 선박인 황성호 등이 있음
- 러시아 자루비노항의 경우 하선 이후 중국 측까지 가는데 3시간 소요, 그리고 백두산까지 6시간 정도가 소요되어 시간이 다수 걸리는 등 지정학적 약점을 가지고 있음
- 2021년 개통 예정인 훈춘-백두산 간 고속전철의 운용이 시작될 경우 전술한 지정학적 측면의 단점이 해소되면서 크루즈 여객수가 증가할 가능성이 있는 것으로 기대됨
- 북한은 구미 크루즈 선사 등에게 북한 기항을 원할 경우 되도록 나진항에 기항해 줄 것을 요청하고 있음
- 중국은 북한에 길림성과 연계한 크루즈 기항이 이루어지는 것을 요청하고 있음
- 중국 동북지역 크루즈항만-두만강지역의 크루즈 상품 도입을 위해 4개 단계에 걸쳐서 고속도로·고속철도를 개발하고 있음(첫 번째 단계: 1991-2005년 8월, 두 번째 단계: 2005년 9월-2009년 8월, 세 번째 단계: 2009-2018년 12월, 네 번째 단계: 2018년 이후)
- 두만강지역 협력개발전략은 장지투선도구를 중심으로 국제무역협작구 수립 등을 활용해 항만을 빌려 바다로 나가서 내부물류를 외부로 통해 운송한다는 전략이 있으며, 이러한 화물 운송 전략과 더불어 크루즈 등 해양 관광이 발전 기치를 내걸고 중국-북한 협작을 통한 동북아 해양관광의 지속적 발전을 도모한다는 전략임
- 중국은 2018년 해양경제발전시범구 14개 시범구를 지정했는데 시범구 지정과 동시에 동북지역 크루즈산업 발전계획을 공표하고 동북지역에서 3개 지역이 크루즈 산업에 대한 지원 요청을 했지만 아쉽게 비준되지는 않았음
- 비준되지 않은 이유는 시진핑 정권이 해양생태 환경보전을 중요시 하고 있는데 반면 신청한 3개 지역은 환경오염물질 배출 저감에 관한 구체적인 계획을 제시하지 못해서 승인을 득하는데 실패한 것임
- 중국은 장기적으로 두만강 하구 인근에 크루즈 선박 전용 정박 항만을 건설할 계획을 가지고 있어서 이번에 비록 비준에 실패했지만 중장기적으로 크루즈 전용 터미널 개발이 이루어질 수 있을 것으로 기대함

■ 발표 3 : 코스타의 일본 사세보항 투자 전략과 일본 크루즈 전망 (COSTA Cruise Japan Jean Kimura 부장)

- 재무를 담당하고 있는 COSTA Cruise 직원으로서 본인도 크루즈를 배우고 있는 상황이지만 사세보항 등에 대한 발표를 드리고자 함. 금일과 같이 크루즈 최신 정보와 지식을 공유하는 소중한 자리를 마련해 주셔서 감사드립니다
- Carnival 모기업이 소유한 9개 자회사 중 하나가 COSTA 그룹임
- 총 106척 중에서 아시아에 배선된 선박은 4척에 불과한 상황이며, 동 4척의 경우 2019년 기준 아시아 기항지는 중국과 일본 중심임
- COSTA의 경우 전술한 106척이 단 한번이라도 기항한 적이 있는 국가는 139개국임
- 전 세계 항만 중에서 단 한번이라도 기항한 적이 있는 항만은 701개 항만으로 이중 하나가 사세보 항만임
- 현재 사세보항에 국제여객터미널을 개발 중에 있으며, 5,000㎡ 면적에 2층 규모로 약 5,000여명의 크루즈 관광객을 동시에 수용 가능함 (2020년 준공 및 운영개시 예정)
- 2019년 아웃바운드 크루즈 여객수는 35만 정도로 예상되며, 작년 2018년 실적은 26만 명 정도임
- 크루즈 승선 연령별 분포는 퇴직 이후 크루즈 상품을 구입한 노령층의 비중이 35% 이상을 점유하고 있음
- 일본 구입 크루즈 상품의 비중을 분석하면 패밀리형 크루즈 상품 비중이 높으며, 럭셔리나 프리미엄급 크루즈 상품의 이용 비중은 아직 낮은 비중임
- 이번 코스타 네오로만티카호 항차에는 약 37개국 승객이 승선하고 있을 정도로 일본 기항 크루즈 선박의 경우 승선객들의 국적이 다양한 편임
- 나하, 이시가키, 후쿠오카 등 최근 들어 기항 횟수가 급성장하고 있는 일본 항만이 늘어나고 있음
- 일본 주요 항만청들은 구미 크루즈 선사가 운항하는 크루즈 유치를 위한 보조금 지급, 항비 감면 등 다양한 지원 수단을 도모하고 있음
- 사세보시와 중앙 정부인 국토교통성의 협업체계 하에 크루즈 선사 유치 확대 프로젝트를 추진하고 있으며, Carnival 그룹의 경우 현재 잣은 기항으로 정체가 발생하고 있는 후쿠오카항을 대체할 신규 항만 개발을 위해 사세보항을 차기 주력 크루즈 기항 항만으로 선정하고 사세보항의 크루즈 기항 유치를 지속적으로 추진하고 있음
- 이를 위해 사세보항의 국제여객터미널 사용권 20-30년을 구미 선사에게 제공하고 이뿐만 아니라 항만 운영·관리를 사세보항 항만청이 제공하고 있음
- 이처럼 사세보항은 항만 등 하드웨어 측면에서는 적절한 개발이 이루어지고 있지만 반

면 사세보항 인근에 하우스텐보스를 제외하면 마땅한 관광지가 미흡하다는 단점이 있어서 사세보항과 연계한 매력적인 관광지 개발 등 소프트웨어 측면에서도 개발이 필요한 것으로 판단됨

■ 토론

■ 서산시청 윤경준 팀장

- STX 재직 시절 부산 남포항에 대북지원을 위해 몇 차례 방문을 했던 적이 있는데 남북 간의 관계가 개선이 된다면 크루즈를 활용한 해양관광 발전이 더욱 성장할 가능성이 있는 것으로 판단됨
- 북한의 명승지를 발굴해서 이를 크루즈 연계 관광상품으로 개발한다면 희소성 측면에서도 가치가 있을 것임
- Jean Kimura 부장 발표하신 사세보항의 경우 연간 기항목표를 200항차로 잡으셨던데 이렇게 의욕적으로 목표를 세운 것에 인상을 깊이 받았으며, 사세보항 인근에는 섬들이 많고 유명 관광지들도 다수 있기 때문에 단기간 내 다수의 크루즈 여객 모집이 가능할 것으로 기대함

■ 동서대학교 강해상 교수

- 모항을 강조하는 경향이 강화되고 있는데 우리나라가 처한 제반 여건을 고려시 모항유치를 추진하는 전략이 맞는 것인지 재검토 되어야 한다고 판단됨
- 크루즈 관련 전문 인력이 선내에서 단순 노무를 담당하는 노무직 위주로 육성되고 있는데 이러한 패턴에서 탈피해 고급인력을 육성할 수 있도록 전문인력 육성 정책이 개발·시행되어야 함

3) 2 세션 : 크루즈 산업 발전전략 및 마케팅 전략

■ 발표 1 : “크루즈 관광 활성화를 위한 지역 관광거점 육성 전략”(한국문화관광연구원 김향자 원장 대행)

- 지난 10여년간 지역관광을 중점으로 연구를 수행해 왔는데 금일 발표 내용도 크루즈를 활용한 지역관광 진흥과 이를 통한 지역경제 발전에 대한 내용으로 준비하였음
- 지역관광 거점 육성을 위한 크루즈 산업의 기여 제고가 시급한 시점이라고 판단됨
- 1인당 국민소득 3만불 시대에 접어 들었는데, 우리나라가 가지고 있는 문화적 속성과

- 크루즈에 대한 편견으로 인해 크루즈 이용객은 아직 많지 않다고 여겨짐
- 다만 대국민 인식 전환이 이루어진다면 우리나라에서도 크루즈 인바운드/아웃바운드의 성장이 가능할 것으로 기대됨
 - 중국발 크루즈 시장의 회복과 함께 현재 다소 부진한 우리나라 크루즈 시장의 상황이 회복되고, 또한 이와 더불어 크루즈 관광객 국적이 다변화된다면 성장 가능성이 있을 것으로 판단됨
 - 제주·부산 중심의 우리나라 크루즈 인바운드 산업이 시장의 다변화를 통해 입항 항만의 다각화가 이루어질 필요가 있음
 - 부산 크루즈의 경우 면세쇼핑과 어시장 관광, 제주 크루즈의 경우 제주도내 소재하는 제반 관광지와 역시 면세쇼핑이 중심을 이루고 있음
 - 우리나라 해당 지역별로 자신만의 지역 매력을 어필하고, 지속적인 지역 특색 발굴 등을 추진한다면 현재 제주·부산에 편중된 우리나라 크루즈 산업의 균형잡힌 발전이 가능할 것으로 기대함
 - 교통접근성과 교통편의성 제고를 통해 크루즈 입항 유치 가능성을 확대시킬 수 있을 것임
 - 총리 주재로 국가관광전략회의가 매년 개최되는데 2018년 작년 회의 때에는 해양을 중심으로 지역관광거점을 개발하자는 논의가 진행된 바 있음

■ 발표 2 : 지자체 크루즈 산업의 전략적 접근 방안 (대경대학교 김종남 교수)

- 1990-2018년 간의 세계 크루즈 산업의 성장률은 여객수 기준 6.63%에 달할 정도로 크루즈 산업은 빠르게 성장하고 있는 높은 스피드의 성장 중인 산업임
- 전 세계 주요 크루즈 선사들은 새로운 기항지를 찾는데 집중하고 있어 근래에 새로운 기항지를 개발하는 것은 크루즈 관광객을 유치할 수 있는 기회라고 판단됨
- on shore activity, on shore expedition 등 다양한 관광상품 개발을 통해 신규 크루즈 관광객을 유치하고자 하는 노력이 수행되어야 함
- 크루즈 여객 유치 target이 과거 50-60대 위주에서 최근 30-40대로 젊어지고 있어 젊은 승객들의 만족도를 제고하기 위한 activity 개발, 기항지에서의 다양한 레저·관광 상품 개발이 병행되어야 함
- 포항, 여수 등 항만의 규모나 시설여건이 다소 미흡한 우리나라 항만의 경우 현재 입항 크루즈 선박의 추이가 점차 대형화 되고 있기 때문에 항만 인프라의 보강이 필요함
- 전 세계 크루즈 상품 평균 일자는 7.0일 정도인데 아시아의 경우 4.8일 평균으로 이는 아시아 특유의 노동 문화를 반증하고 있는 결과임

- 아시아/태평양 지역 크루즈 선박 운영 현황을 분석 시 일반시장/고급시장/탐험·모험시장 중 일반시장이나 탐험·모험 시장의 비중이 높으며, 선형의 경우 10만 톤급 사이즈의 크루즈 이용 비중이 가장 높음
- 중국 사드 사태로 인해 상해발 크루즈 관광객의 한국 입국이 중단되어 있는 상황이지만, 사드 사태 해결 이후에 어떻게 중국발 여객 포함 크루즈 관광객을 유치할 것인가 선제 대응방안 마련이 시급
- 선사 수익성과 크루즈 탑승객의 만족도를 동시에 제고할 수 있는 방안의 크루즈 여행 서비스가 제공될 수 있다면 우리나라에 기항하는 선사들이 늘어나고 이와 더불어 크루즈 관광객 실적도 개선될 수 있음
- 3차 종합설문조사 기법을 활용해 ‘지자체의 크루즈 사업 정책과 전략과제’를 도출 했는데, 분석결과 크루즈 항만 인프라 확충과 크루즈 상품 서비스 제고, 그리고 크루즈 전담조직 구성, 크루즈산업육성을 위한 지원조례 제정 등이 시급한 것으로 도출되었음
- 공무원 조직의 경우 순환보직제가 운영되어 크루즈에 대한 이해가 심도 깊은 담당자가 육성되기 어려운 환경인데 인사제도 개선을 통해 정부 부처에서의 크루즈 전담 전문가를 키워내는 것도 시급한 과제임

■ 발표 3 : 테마 크루즈 발전 필요성과 정책과제 (남서울대학교 이정철 교수)

- 한국해양관광학회 회장을 맡고 있으며 이번 전문가들이 모인 크루즈 워크숍이 개최되고 또 참석할 수 있어 영광임
- 크루즈를 한국에 맞게끔 개발해 한국형 테마 크루즈를 개발한다면 정체되어 있는 우리나라 크루즈 산업의 재도약이 가능할 것으로 기대함
- 싱가포르에서 개최된 2018년 11월 테마크루즈를 경험해 봤는데 아직 우리나라는 테마 크루즈 분야는 변방이라고 평가되고 있음
- X세대를 포함한 신세대 크루즈 관광 참여율이 증가하면서 테마성이 높은 상품 개발 및 선박의 고급화 전략이 대두되고 있음
- 한편 환경보존을 위한 기술개발 및 적용이 확대되고 있는 가운데 크루즈의 경우도 친환경 선박을 활용한 기항지 관광이 트렌드로 부상하고 있음
- 어떻게 보면 선사는 선박을 대신하는 자이고 선내 프로그램, 기항지 프로그램을 개발하는 것은 여행기획사이므로 참신하고 승객의 흥미를 유발할 수 있는 프로그램을 개발 가능한 경쟁력 있는 기획사의 육성이 시급
- BTS, 싸이 등 한류 문화가 확산되고 있는 작금의 현실에 우리나라 고유의 문화와 매력을 활용하는 한국형 테마 크루즈를 육성할 경우 중국 의존도를 탈피하고 신규 승객을

개발할 수 있을 것으로 기대됨

- 바다 위에서 펼쳐지는 공연 등은 ROI(Return of Investment) 제고가 가능해 선사의 수익 개선이 가능하며, 이는 테마크루즈의 경쟁력을 반증하는 결과임(실제 뉴키즈 온더블록 등이 크루즈 선상에서 공연을 성료함)
- 테마 크루즈의 Profit & Loss를 분석하면 Profit의 경우 ticket revenue가 높음, 전 세계 적으로 한국 문화가 전파될 수 있다는 점 등이 있고, Loss는 Ship Charter 비용이 일반 크루즈 상품 대비 높은 점, 마케팅 비용이 추가 발생할 수 있다는 점 등이 있음
- 우리나라 우수한 고유의 문화를 확장한다는 측면에서도 테마크루즈는 보람이 있고 국가경쟁력 제고에도 기여할 수 있으므로, 향후 전략적으로 테마크루즈를 기획하고 육성할 필요성이 있음
- 다만 우리나라는 on-board 테마크루즈 기획 능력은 아직 미흡하므로, SM이나 YG 등 대형연예기획사 등과의 협력을 통해 승객들의 흥미를 유발하고 티켓 판매를 유인할 수 있는 참신하고 흥미로운 상품 개발이 시급하다고 판단함
- 일본이 봄에 벚꽃 크루즈 상품을 개발했듯이 우리나라도 4계절이 있다는 장점을 활용해 겨울 스키 크루즈, 가을 단풍놀이 크루즈 등 계절성을 활용한 다채로운 상품의 개발이 이루어진다면 테마크루즈의 육성을 더욱 더 빠르게 진행 할 수 있을 것으로 기대됨

■ 발표 4 : 국내 관광객의 해외 크루즈 이용 트렌드와 시사점 (정재욱 아크플렉스 이사)

- 우리나라에서 창업 열풍이 불고 있는데 실제로 창업이 되더라도 성공이 어려운 이유는 창업을 한 본인은 이걸 분명히 성공할거라는 확신이 있는 반면 투자자들은 매력을 느끼지 못해 필요 자금을 충분히 조달하기 어려울 수 있기 때문임
- 따라서 창업을 할 경우에는 고객이나 투자자들의 관심을 유인할 수 있는 아이디어를 제시해야 하며, 이를 위해서는 시장 니즈의 정밀한 조사가 필요함
- 일례로 EU 해역을 기항하던 구미 크루즈 선사가 북유럽을 기항하는 빈도가 낮았었는데, 이의 타개를 위해 북유럽 관계자들이 구미 크루즈 선사에게 기항하지 않는 이유를 물어보았는데 지정학적 이유가 가장 컸음
- 크루즈가 운항 중에 지정학적인 disadvantage가 있음에도 해당 항만에 기항하기 위해서는 해당 기항지가 승객들을 유인할 수 있는 attraction을 가지고 있어야 함
- 일례로 경제가 낙후되어 있는 과테말라의 경우에도 크루즈 선박이 입항하고 있는데 고대 문명의 발원지인 마야 문명과 관련된 유적지가 있어서이며, 이를 우리나라에 적용한다면 우리나라도 승객들이 꼭 방문하고 싶다고 선사들에 주장할 수 있는 target

attraction이 있어야 함

- 크루즈 아웃바운드가 전 세계 중 가장 발달된 미국인 여객의 경우에도 70%가 마이애미 지역 중심의 크루즈 상품을 구매하고 있으며, EU 국적 여객의 경우에도 55%가 EU 지중해 지역 중심의 크루즈 상품을 구매하고 있음
- 반면 우리나라를 포함한 아시아 여객의 경우 오히려 아시아 지역 중심의 크루즈 상품은 35% 전후에 불과해 오히려 아시아 지역을 벗어난 대륙을 기항하는 크루즈 상품을 구매하고 있어 세계 경제 성장에 기여하는 바가 있음
- Data 분석결과, 우리나라 크루즈 상품 선택 기준은 저렴한 상품을 선호하는 경향이 있어 진정한 크루즈 산업의 성장을 위해서는 보다 high-quality의 크루즈 상품 개발과 이에 대한 소비 확산을 도모할 필요가 있음
- 우리나라의 경우 상위 10%의 평균소득은 1억5천만원-2억 원의 소득분포에 해당되는데, 세계 기준 상위 10%의 평균소득은 6억 원에 달할 정도로 세계소득과 우리나라 소득 간에는 차이가 있는 실정임
- 이는 우리나라의 크루즈 산업 성장이 다소 저조한 이유가 소득에 근거할 수 있다는 점을 반증하는 결과임
- 해양수산부의 2017년 홍보영상을 보면 크루즈 체험단 관련 홍보영상에 등장하는 주인공은 다소 연령이 높은 할머니였는데, 크루즈 관계자들은 홍보 targeting이 고령층으로 setting 된 것은 문제점이 있다는 의견이 지배적임
- 지역별 관광업체, 여행사들이 해당 지역에 대한 관광 data를 축적하고 있기 때문에 target 고객층 도출을 위해서는 해당 여행사들에 협조를 요청하는 것이 가장 효과적일 것임

■ 발표 5 : 국내 크루즈 조선 추진 전략 (주영렬 충남대 교수)

- 동북아 크루즈선 건조 산업 현황을 분석시 일본은 미츠비시 중공업, 중국은 CSSC 조선그룹이 2010년 이후 지속적으로 건조 경험을 쌓으면서 크루즈 건조 분야에 노하우를 축적하고 있음
- 우리나라의 경우 삼성중공업이 크루즈 건조 실적을 가지고 있으며 수차례에 걸친 크루즈 건조 경험을 가지고 있으나 우리나라 조선소가 건조한 크루즈 선박을 우리나라 선사가 운항하는 사례는 아직까지 전무함
- 크루즈선 설계 및 건조에는 일반 상선 대비 고도의 핵심기술이 필요함. 복원성 및 중량관리, 승객 탈출 및 인명구조 설비, 화재탐지·소화설비 등이 요구됨
- 최근 크루즈선 신조 시장 호황으로 크루즈선 건조 시장 진입에 관심이 높아지고 있음

- 다만 우리나라는 원가 수지타산 맞추기, 건조 성공에 대한 확신 부족으로 크루즈 선박 경험에 대한 적극적인 도전 자세가 부족함
- 크루즈 선박 건조에 대한 우리나라 정부 부처의 지원 사례는 해양수산부가 2016-2019년 기간 중 실시하는 여객선 현대화 펀드 사례가 있으며, 총 예산 1,000억 원을 지원해 선가의 50%에 상응하는 건조자금을 지원함
- 향후 크루즈 선박 건조 미션은 ① 친환경 크루즈 선박 건조, ② 동북아 시장형 중소형 크루즈 선박 건조의 2가지로 분류할 수 있음
- 또한 우리나라는 크루즈 인테리어 기술 개발 등 크루즈 연관산업의 발전을 위해서도 역량을 집중해야 할 것으로 분석됨
- 향후 산업통상자원부는 크루즈선 건조 경쟁력 강화를 위한 정책 개발, 지원을 수행해야 하며, 해양수산부는 크루즈 전문선사 육성 정책을 추진해야 할 것으로 정책제언을 드리고자 함

■ 발표 6 : 미디어와 크루즈 마케팅 (강해상 동서대 교수)

- EDM이 지속적으로 성장하면서 ROCK 페스티벌이 사라지듯이, 크루즈 산업의 경우도 시대의 흐름을 파악하는 것에 주안점을 두어야 한다고 판단됨
- 4차산업혁명의 부상을 통한 인공지능 기술 등을 적극적으로 활용하여 크루즈 선내 시설 등에도 새로운 과학기술을 적용할 경우 크루즈 승객에 더욱 어필 할 수 있을 것임
- 신문/잡지/라디오를 전통적 매체라고 한다면 최근 들어서는 Youtube 등의 1인 미디어와 페이스북 등의 SNS가 부상하고 있어 미디어를 적극적으로 활용할 경우 크루즈 산업의 홍보가 가능할 것으로 판단됨
- 뉴미디어는 대화형 상호작용을 통해 정보의 전달과 교환이 이루어지며, 미디어 수용자의 능동적 참여, 다양한 멀티미디어를 활용한 커뮤니케이션이 이루어진다는 특징 등을 가지고 있음
- 미디어의 등장은 기존 오래된 관념을 타파하고 새로운 지식의 공유 수단 창출을 야기하여 이를 크루즈 산업에 적용시에 크루즈 상품의 마케팅에 있어서도 뉴미디어를 사용할 경우 보다 빠른 시간에 보다 높은 홍보성과를 얻는 것이 가능함
- 한편 장기간 축적된 대용량의 Big Data를 분석시 사실을 추론하기 보다 패턴을 학습하는 방식을 통해 크루즈 승객의 구매패턴, 기항지 선호 등에 대한 마케팅 플랜과 실천 전략을 수립하는 것이 가능함
- 4차산업혁명의 발현은 Big Data로부터 시작될 수 있으며 기존의 합리적인 근거 없이 막연한 추론에 의거해 마케팅 플랜을 구축하는 것에서 탈피해 보다 논리적이고 달성확

- 룰이 높은 체계적인 마케팅 전략을 수립할 수 있음
- 크루즈 산업의 경우 Viral Marketing을 활용시 댓글이나 태그 등을 사용해 바이러스 처럼 크루즈 관광의 장점이나 특징점이 전파되게 할 수 있음
- 미국이나 호주의 new media 프로모션 사례를 분석시 최근 들어 뉴미디어(1인 미디어, SNS 등) 사용 빈도가 지속적으로 늘어나고 있는데 실제로 크루즈 고객 창출에 실효적 도움이 된 것으로 분석되고 있음

4) 3 세션 : 종합 토론

■ 한국크루즈포럼 손재학 회장(부경대 교수)

- 일반적으로 세미나나 워크숍에서 아쉬운 점은 발표의 경우 충분한 준비가 되고 시간이 주어지지만, 토론의 경우 많은 시간이 할애하지 않는다는 아쉬움이 있음
- 다행히 금번 워크숍은 세밀하게 범위를 좁혀서 깊이 있는 토론이 되었고 실효적인 정책제언이 다수 제시되었다는 점에서 심도있는 논의가 이루어졌다고 판단됨
- 우리나라 크루즈 산업의 발전 수준이 아직 기초 단계인데 금일 크루즈 연관산업의 성장전략도 함께 논의된 것을 보니, 이번 워크숍에 참석한 참가자분들 대부분이 우리나라 크루즈 산업의 성장 가능성을 높게 전망하고 있는 것 같아 감개무량함
- 이번 선상 크루즈 워크숍에서 나누었던 진정하고 열띤 회의 결과를 경제장관합동회의, 그리고 문화관광부, 해양수산부 등에 제시해 정책 담당자들이 크루즈 산업 발전을 위해 정책을 수립시에 실효적인 도움을 드릴 수 있었으면 함
- 사드사태로 인한 우리나라 크루즈 산업 둔화가 사드 문제 해결 기미가 보이면서 다시 부흥할 조짐이 보이는데 이때 적극적인 정책 지원을 병행하여 우리나라 크루즈 산업이 다시 성장하는데 힘을 냈으면 함

■ 부산시청 김상대 해양관광레저과장

- 우리나라 크루즈 산업이 진정으로 발전하기 위해서는 삼면이 바다인 우리나라의 역사적·지정학적 특성을 반영해 주요 지역별 특성과 매력을 살리는 크루즈 상품이 다수 개발되어야 한다고 판단됨
- 관광유람선·페리·크루즈 간의 용어 정리가 혼선이 되고 있는 실정으로 보다 체계적이고 공식적인 용어 정의가 선행되어야 한다고 판단됨
- 특히 우리나라 주요 지역별 기항지를 광범위하게 효과적으로 홍보할 수 있는 홍보전문 담당기관의 수립도 시급하다고 판단함

■ 부산관광공사 김갑수 본부장

- 우리나라 크루즈 산업을 살펴보면 과거 우리나라 항공시 사업이 처음 발현되는 태초의 시점과 유사하다고 판단됨. 우리나라 항공기 사업의 경우에도 초창기에는 성장 속도가 더디고 모공항이 되기 위한 노력이 치열했었음
- 단순 관광 목적의 크루즈 상품 뿐만 아니라 국제적 세미나와 연계시키는 크루즈 상품을 개발한다 등의 방안이 필요하며, 부산의 경우 크루즈 관광객을 유치할 수 있는 신규 크루즈 관광지 개발이 시급한 것으로 판단함
- 관광공사 등과의 업무 협력을 통해 event를 개발하고 이를 크루즈 기항과 연계시켜 글로벌 크루즈 관광객들의 우리나라 향만 방문을 유인할 수 있도록 새로운 event들을 지속적으로 개발·홍보할 필요가 있음
- 개별 지자체들 간의 경쟁을 지양하고 상호 간에 협력을 도모해 우리나라 크루즈 입항 전체 파이를 확대시키는 사업추진이 이루어질 필요가 있음

■ 한국문화관광연구원 윤주 연구위원

- 금일 워크숍에서 다양한 의견들이 개진되었는데 이중에서 정재욱 아크플렉스 이사가 발언해 주신 내용이 인상 깊었는데, 특히 럭셔리 크루즈 시장에 대해 집중할 필요가 있다는 의견을 검토해보고자 함
- 정재욱 이사의 의견은 종국적으로 우리나라 크루즈 산업의 외연을 키우자는 것으로 해석되는데, 럭셔리 크루즈 시장을 포함 아직까지 우리나라 크루즈 산업에서 성장이 더딘 분야를 집중적으로 육성하여 신규 수요를 창출하는 것이 필요하다고 판단함
- 실효적인 정부정책이 시행되기 위해서는 민간 또는 지자체에서 정확한 크루즈 관련 data를 제공해 줄 필요가 있는데 아직 data의 확보·분석·제공 기능은 미흡한 것으로 판단되어 민관 협력을 보다 제고할 필요가 있음

■ 前 STX 김일석 고문

- 크루즈에서 선내 인테리어 등을 담당했던 경험이 있으며, 크루즈 인테리어 등 크루즈 선박용품 발전 수준을 검토시 우리나라 크루즈 산업도 그러하겠지만 크루즈 선박용품 산업의 성장 속도도 아직 미흡한 상황임
- 승객들은 크루즈 승선 이후 사실 인테리어에 대해 크게 신경을 쓰지 않을 지도 모르지만, 크루즈 인테리어의 실상은 그리 단순한 것이 아님
- 우리나라에 상존하는 잘못된 인식 중에 하나가 크루즈 산업 인테리어 사업을 전개시 대부분의 기자재를 수입해 사용하기 때문에 우리나라에서 국부유출이 발생할 수 있다는 것인데 이는 오보이며 잘못된 정보임

- 선박은 움직이는 건축물이기 때문에 일반적인 주택, 건물과는 상이한 인테리어 개발 방식이 필요하며, 또한 승객들의 안전과도 직결되기 때문에 안전성을 고려한 인테리어 공사가 이루어져야 함(예:불연성 성분을 지닌 기자재)
- 다만 우리나라는 크루즈 인테리어 분야에 대한 전문인력이 전무한 수준이고 전문인력 양성을 위한 전문 교육 프로그램이 부재한데, 앞으로 크루즈 산업 자체뿐만 아니라 크루즈 연관 산업의 지속 성장을 위한 전문인력 양성이 필요할 것으로 판단됨

■ 부산 티엔씨 최재형 대표

- 이번 워크숍에서 다양한 의견이 개진되고 정책제언이 제기되었지만, 일부 용어가 불분명하게 사용되고 있어 향후 크루즈와 관련된 용어의 정확하고 명확한 사용이 선행되어야 할 것으로 판단됨(예: 크루즈의 정의, 크루즈의 모항/기항, 크루즈의 인바운드/아웃바운드)
- 우리나라에서 크루즈와 관련된 부서가 난립되어 업무를 수행시 비효율성이 발생할 수 있는데 불필요한 부서는 통합하여 업무의 효율성을 제고할 필요가 있음
- 우리나라 항만 간에 경쟁을 지양해야 할 필요는 없다고 판단되지만 다만 항차보조금 지급 등 지나치게 금전적 방식의 경쟁이 심화되는 것은 억제해야 함

■ COSTA Cruise 윤효진 과장

- COSTA 그룹 차원에서 승객들에게 보다 양질의 공연 서비스를 제공할 수 있도록 지속적으로 노력할 것임
- Costa Neoromantica호의 경우 2019년 한해 부산항을 준모항/기항으로 사용하는 28항차의 운항을 계획하고 있어 한국 승객들과의 접점을 찾으려 노력하고 있으므로 한국인 관광객들의 이용 확대와 이를 통한 크루즈의 매력과 흥미를 발견하는 것을 기대함

■ 한국크루즈포럼 최윤석 과장

- 정부, 산업계, 학계 등 크루즈와 관련된 다양한 관계자들이 모여 의견을 개진하고 논의할 수 있는 자리가 자주 마련되어 이번 선상 크루즈 워크숍과 같이 우리나라 크루즈 산업 발전에 기여할 수 있는 기회가 자주 발생했으면 함

■ 동북아시아지역자치단체연합 박상민 국제협력부장

- 동북아시아지역자치단체연합은 아시아 주요 국가들 간의 공고한 협력체계 구축을 통해 상호 기항지 교류를 통해 아시아 시장 전체의 파이를 키우는 노력을 병행할 계획을 가

지고 있음

■ KMI 황진회 본부장

- 크루즈는 한국에 맞지 않는다는 편견과 선입견으로 인해 우리나라 국민들의 크루즈에 대한 흥미가 애초 낮은 한계가 있는데 금번 선상워크숍과 한국크루즈포럼 등의 적극적 활동이 이러한 우리나라 인식의 전환을 가져올 수 있을 것임
- 김향자 원장 대행이 말씀해 주신 국가관광전략회의는 우리나라 관광 관련 정부 계열 회의에서 가장 대형화되고 중요한 회의인데, 최근 동 회의에서 크루즈 산업을 의제로 포함시켰다는 점이 무척 반갑고 우리나라 정부 차원에서의 관심이 제고되고 있다고 판단되어 의미있는 일이라고 생각됨
- 우리나라 크루즈 산업의 지속적인 성장을 위해서는 벤치마킹 할 수 있는 target이 있어야 하는데 오늘 발표된 대만 사례가 우리나라 크루즈 산업 성장을 위한 주요 벤치마킹 사례가 될 수 있을 것임
- 대만과 마찬가지로 항만개발의 하드웨어 측면 개발과 인력양성 등 소프트웨어 측면에서도 크루즈 산업 진흥을 위한 적극적인 지원이 병행되어야 함
- 정부 차원에서의 크루즈 발전 전략을 수립하고, 계획을 선언만 하지 말고 중앙정부와 지자체가 예산을 실제 지원해 수립된 전략이 실천될 수 있도록 예산 부문에서의 지원도 반드시 병행되어야 함
- 접안/CIQ/터미널 이용료 수취 등의 단순 비즈니스 전개로는 크루즈 입항 시에 고부가가치 창출이 불가능하므로, 보다 높은 부가가치 창출을 위해 여객터미널이 보다 다양한 서비스를 제공하는 종합여객서비스 제공을 실현할 필요가 있음
- 산업경제연구원 분석에 따르면 철강산업의 창출 부가가치가 1이라고 하면, 크루즈 산업의 경우 창출 부가가치가 20으로 평가될 정도로 크루즈 산업이 창출하는 부가가치 규모는 높으므로 어떤 형태가 되든지 중장기 간의 지속적인 노력을 수행하여 우리나라에서 반드시 크루즈 산업이 결실을 맺을 수 있도록 해야 함

5) 한국크루즈포럼 정책 간담회

(1) 1주제 : 한국 크루즈 산업 발전 방안

■ 한국크루즈포럼 손재학 회장

- 무엇보다 크루즈는 즐거운 것이다.

- 인바운드/아웃바운드의 동반성장을 추진하여 지속적 크루즈 산업의 발전을 도모할 필요가 있음

■ 부산시청 김상대 해양관광레저과장

- 중국이 한창 왔을 때는 부산항 실적이 우수했지만 최근 중국발 크루즈 관광객수가 줄어들면서 최근 실적은 급감했음
- 이러한 상황을 배경으로 부산시가 크루즈 유치에 집중하고 있는 전략은 ① 부산만의 특색과 매력 만들기, ② 블라디보스토크 기항하는 크루즈 스터박이 부산에 들릴 수 있는 유인 방안 마련임
- 2018년 일본에서 부산을 들리지 않고 블라디보스토크로 이동한 크루즈 선박은 28척차임

■ 前 STX 김일석 고문

- 우리나라 관광산업을 감을 따러 가야 하는데 감이 떨어지기를 기다리고 있는 형국임
- 기항지뿐만 아니라 극동아시아에 기항하는 크루즈 선박과 관련된 선용품 공급산업이나 선박에 유지·보수 서비스를 제공하는 산업 등 크루즈 연계산업의 성장 도모가 필요함

■ 여수광양항만공사 유영진 주임

- 솔직히 크루즈 산업을 통해 여수·광양항이 수익을 얻기는 어렵다고 판단함
- 꼭 크루즈 산업이 아니더라도 크루즈 연계산업의 발전 포커싱 할 필요가 있음

■ 부산항만공사 김현명 대리

- 아웃바운드 실적 개선은 달성이 무척 어려운 과제라고 판단되지만, 한국 항만을 정기적으로 이용하는 선사를 유치할 경우 아웃바운드도 점진적 실적 개선이 가능할 것으로 기대

■ 남서울대학교 이정철 교수

- 올해부터 전라남도에서 여수광양항만공사로 크루즈 업무가 이관됐음
- 전라남도가 크루즈 산업 성장 촉진에 실패한 것은 업무를 담당하는 해당 공무원의 관심 부재가 주요 요인이었던 것으로 판단되므로, 여수광양항만공사의 크루즈 산업 성장에 대한 지속적 관심을 촉구함

■ 강원도해양관광센터 라연희 대리

- 속초항 등 강원도 항만들은 상해 등 중국 주요 항만에서 출발 시 최소 이틀 이상이 소요되는 먼 거리이므로, 기항으로는 수익창출이 불가능하고 모항 유치에 주력하면서 Fly & Cruise를 발전시키는 전략이 필요하다고 판단함
- 또한 일반적인 크루즈 선박 보다 expedition 크루즈 선박의 유치를 통해 속초항 등이 세계 크루즈 관광객에게 신선하고 재미있는 항만으로 자리매김할 수 있도록 추진할 계획임

■ 대경대학교 김종남 교수

- 해양수산부 기본계획에 기술되어 있는 연안크루즈, 요컨대 short cruise 형태로 우리나라에 크루즈 관광객 유치를 도모하는 방안도 보다 적극적인 검토가 필요함
- 크루즈에 대한 정의가 애매모호해 법·제도적 혼란이 발생할 수 있으므로 무엇보다 크루즈에 대한 정의가 확실히 되어야 함
- 예를 들어 대만도 인근 해상을 항해하는 선박에서 카지노 사업을 전개할 경우 동 선박을 크루즈 선박으로 간주해 카지노 사업은 합법적인 것인가

■ 부산관광공사 최지혜 사원

- 인바운드에 집중하지 않는 아웃바운드 성장전략은 사상누각이라고 판단함
- 인바운드/아웃바운드 중 크루즈 산업 성장의 토대가 되는 것은 인바운드이기 때문에 기초를 튼튼히 하는 것이 중요할 것임

■ 부산관광공사 김갑수 본부장

- 아웃바운드 성장을 통한 단순 기항이 아닌 모항 중심의 크루즈 관광객 유치가 필요함
- 아웃바운드를 단순 외화유출로 간주하기 보다 우리나라 국민들이 넓은 해외에서 다양한 경험을 하고 이를 토대로 경제성장에 기여할 수 있는 기회로 인식해야 함

■ 한국문화관광연구원 윤주 연구위원

- 우리나라는 크루즈 산업의 밑바탕이 되는 선사가 없는 실정으로, 현 상황에서 인바운드/아웃바운드를 논하는 건 시기상조라고 판단됨
- 기초체력이 되는 내수시장 성장을 위해 크루즈 국적선사의 설립이 시급하다고 판단함

■ 황진회 KMI 본부장

- 부산의 경우 한국 크루즈 성수기 시 제주도에 밀렸다가 중국발 관광객수가 적어진 비성수기에도 위기가 발생하고 있는 실정임

- 우리나라 크루즈 산업 정책은 현재 인바운드 위주 중심으로 지나치게 편중되어 있어 아웃바운드 축진을 위한 적극적 정책 개발이 필요함
- 크루즈 항만 정책은 비교적 우수한 인프라 건설이 이루어졌으나 크루즈 조선과 국적 크루즈 선사 설립에 대한 정책은 미흡한 수준이며 이에 대한 개선이 시급함

(2) 2주제 : 한국크루즈포럼 발전 방안

■ 한국크루즈포럼 손재학 회장

- 포럼과 협회의 차이점, 포럼과 학회의 차이점을 직시해 성장하고 국가경제 발전에 기여하는 포럼이 되자
- 2019년 해양수산부 사단법인 등록으로 한국크루즈포럼의 목적은 달성되었다고 판단되는데, 그렇다면 목표는 무엇인가. 한국크루즈포럼의 목표는 어떻게 참가 회원에 동 포럼이 도움을 줄 것인가 이며, 목표 달성을 위해 심사숙고하며 노력을 지속해야 함
- 포럼에서 일단 이것이 중요하다고 판단되면 해당 안전에 대해 치열한 토론이 이루어져야 함
- 치열하게 How(수단과 방법)를 논의하고 대안을 도출해야 함

■ 서산시청 윤경준 팀장

- 포럼이 보다 활성화 될 필요가 있으며, 이를 위해 포럼 회원들이 현재 크루즈 관련 어떠한 업무를 수행하고 어떠한 계획을 가지고 있는지 단체 카톡방, 밴드, 페이스북 등의 SNS를 활용하여 최소한 회원들 간에 수시 정보가 공유되어야 함
- 한국크루즈포럼은 크루즈 산업 진흥을 위한 법령, 규정, 지침 등의 개정을 위해 책임감을 가지고 적극적으로 정부 부처에 의견을 개진해야 함

■ 황진회 KMI 본부장

- 한국크루즈포럼은 2019년 해양수산부 사단법인 등록·허가를 득하였음
- 크루즈 관련 협회 등 한국 내 유관단체가 전무한 상황에서 한국크루즈포럼이 한국 크루즈 산업 지속 가능 성장에 기여 하는 것을 기대함
- 현재 70여명이 가입한 상태로 향후 지속적인 회원 확대 및 내실있는 포럼 활동을 통해 발전해 나가는 한국크루즈포럼이 되기를 희망
- 한국크루즈포럼을 어렵게 설립한 만큼 진정성 있고 보다 적극적 활동이 이루어져 앞으로 더욱 활성화 될 수 있도록 노력할 것임

참고 1

크루즈 선상 워크숍 참석자 명단

No	소 속	직책/직급	성 명	비고
1	한국해양수산개발원 (Korea Maritime Institute)	본부장 (Director General)	황 진 회 (Hwang Jin Hoi)	주최
2	"	전문연구원 (Senior Researcher)	안 영 균 (Ahn Young Gyun)	"
3	한국문화관광연구원 (Korea Culture & Tourism Institute)	원장 대행 (Acting President)	김 향 자 (Kim Hyang Ja)	"
4	"	연구위원 (Research Fellow)	윤 주 (Youn Joo)	"
5	부산항만공사 (Busan Port Authority)	부장 (Head of Department)	구 도 형 (Koo Do Hyoung)	"
6	"	대리 (Deputy Manager)	김 현 명 (Kim Hyun Myoung)	"
7	부산관광공사 (Busan Tourism Organization)	본부장 (Senior Director)	김 갑 수 (Kim Kap Soo)	"
8	"	사원 (Staff)	최 지 혜 (Choi Ji Hye)	"
9	한국크루즈포럼 (Korea Cruise Forum) 부경대학교 (Pukyong National Univ.)	회장 (President) 교수 (Prof.)	손 재 학 (Son Jae Hak)	후원
10	중국 연변대학교 (Yanbian Univ.)	교수 (Prof.)	CUI, ZHEHAO	
11	대만국제항만공사 (Taiwan International Ports Corporation)	임원 (Director)	Guo Guang Huei	
12	"	과장 (Manager)	Lin Pei Ling	
13	코스타 재팬 (Costa Crociere S.p.A. - Tokyo)	부장 (Senior Finance Manager)	Jean Kimura	
14	동북아시아지역자치단체연합 (The Association of North East Asia Regional Governments, NEAR)	사무국장 (Director)	박 성 민 (Park Sung Min)	
15	부산시 (Busan Metropolitan City)	해양관광레저과장 (Director of Maritime Tourism Leisure Department)	김 상 대 (Kim Sang Dae)	
16	충남 서산시 (City of Seosan)	팀장 (Team Leader)	윤 경 준 (Yun Kyong Jun)	
17	"	사원 (Staff)	박 지 희 (Park Ji Hui)	
18	강원도해양관광센터 (Gangwondo Maritime Tourism Center)	크루즈정책부장 (Cruise Policy Director)	최 진 화 (Choe Jin Hwa)	
19	"	대외협력대리 (Assistant Manager of External Cooperation)	라 연 희 (Na Yeon Hee)	
20	여수광양항만공사 (Yeosu Gwangyang Port Authority)	주임 (Assistant Manager)	유 영 진 (Yu Yeong Jin)	
21	"	사원 (Staff)	김 석 환 (Kim Seok Hwan)	
22	충남대학교 (Chungnam National Univ.)	교수 (Prof.)	주 영 렬 (Joo Young Yeol)	

No	소 속	직책/직급	성 명	비고
23	동서대학교 (Dongseo Univ.)	교수 (Prof.)	강 해 상 (Kang Hae Sang)	
24	남서울대학교 (Namseoul Univ.)	교수 (Prof.)	이 정 철 (Lee Jung Chul)	
25	대경대학교 (Dae Kyeung Univ.)	교수 (Prof.)	김 종 남 (Kim Jong Nam)	
26	투어 코리아, 전. STX 조선 (STX Offshore & Shipbuilding Co., Ltd)	이사 (Director)	김 일 석 (Kim Ill Seok)	
27	부산항시설관리센터 (Busan Port Facility Management Center)	실장 (Head of Department)	한 홍 중 (Han Hong Jung)	
28	"	주임 (Assistant Manager)	김 바 우 (Kim Ba Woo)	
29	아크플렉스 (ARKPLEX)	이사 (Creative Director)	정 재 욱 (Jeong Jae Wook)	
30	코스타 한국 (Costa Crociere S.p.A. - Korea)	과장 (Manager)	윤 효 진	
31	동방선박 Eastern Shipping Co., Ltd	상무 (Director)	최 희 곤 (Norlan Choi)	
32	한국크루즈포럼 (Korea Cruise Forum)	사무국장 (Director)	최 윤 석 (Choi Yeun Suk)	후원
33	부산 티엔씨 (Busan TNC Co., Ltd)	대표 (CEO)	최 재 형 (Choi Jae Hyeong)	PSA
34	"	실장 (Head of Department)	정 수 임 (Jeong Soo Im)	PSA
35	"	주임 (Assistant Manager)	김 나 연 (Kim Na Yeon)	PSA

참고 3

크루즈 선상 워크숍 행사 사진





