

# ‘장군님 따라 천·만리’를 외치는 사람들



**국경포커스**

강동원  
동아대 교수·하나센터장  
강동원TV 운영자

골목 어귀에서 굴렁쇠를 굴리며 노는 아이를 바라본다. 굴렁쇠는 예전 그 시절, 놀이 마땅치 않았던 우리에게도 유일한 놀이감이었다. 고층건물이 들어서고 골목이 사라지며 이제 우리 골목에서는 더 이상 아이들의

웃음소리를 들을 수 없다. 비록 북한의 어느 동네 풍경이었지만 어릴 적 추억이 아련히 떠오르는 그 모습에 마음이 포근해지는 듯했다. 하지만 건물에 내걸린 선전구호는 이내 동심을 짓밟는다.

‘장군님 따라 천만리’... 이제 세상에서 찾아보기도 힘든 굴렁쇠를 여전히 굴리며 노는 아이의 걸음은 북한만의 속도를 말해 주는 듯하다. 세상과 격리된 채 살아가면서도 속도전을 외치는 그런 북한 말이다.

또 다른 공장 한쪽에 내걸린 선전 구호는 ‘자급자족’ ‘자력자강’이다. 한마디로 억지스러운 고집에 불과한데 그러면서도 ‘강성 조선의 내일을 또 선전한다. ‘천만리’ 걸음도 모자라 ‘원수님 따라 하늘 땅 끝까지’ 따라오라고 외쳐댄다. 대체

그 길 끝에는 무엇이 있던 말인가. 독재자 한 사람을 위해 온 인민의 삶이 철저히 유린당하는 그곳, 굴렁쇠 굴리는 아이의 웃음이 어두운 그림자에 묻힌다. ‘우리 식대로 살아가자’는 선전구호 앞에서 사람들의 꿈은 어둠이 된다.

## 한·일 외래관광, 2023년은 똑같이 제로 베이스다

**기고**

장미경  
삼육대 글로벌한국학과  
외래교수

를 지낸 아베 신조는 2007년 ‘관광 원년(觀光元年)’을 선언하고 중국인 개인 관광비자 발급을 개시하는 한편 2013년에는 일본과 아세안 우호협력 40주년을 계기로 그 해 7월1일부터 태국·말레이시아 대상 비자 면제를 단행하는 등 아시아 국가 등을 상대로 비자 완화 정책을 도입했다. 이번만이 아니었다. 저가 항공편 도입·엔저 정책 유지·5000엔 이상 쇼핑 시 소비세 면제 등 파격적인 관광 유인책으로 외래관광객을 그려모았다. 이 같은 노력으로 2012년 방일 외래관광객 수가 835만 명이던 것이 2019년에는 사상 최고치인 3188만 명을 기록하는 기염을 토했다. 관광청 추산 여행소비액 또한 4조8135억 엔으로 7년 만에 4배로 증가하는 성과를 거뒀다. 이제 일본은 명실상부한 관광 선진국이 됐다. 수준 높은 관광정책으로 2030년에는 방일 외래관광객 6000만 명, 여행 소비

15조 엔을 목표로 하고 있다. 그렇다면 한국과 일본의 외래관광객 현황은 어떤지 지금부터 딱 10년 전으로 돌아가 보자. 2014년 방일 외래객은 1340만 명, 방한 외래객은 1420만 명으로 한국이 앞섰다. 그러던 것이 2015년 들어서면서 역전됐다. 2015년 일본은 1970만 명을 유지했고, 한국은 1323만 명을 유지하는 데 그쳤다. 2016년 일본은 2404만 명을 기록했고, 한국은 400만 명이 늘어나 1724만 명을 유지했으나 격차는 좁혀지지 않았다. 2017년에는 일본이 2869만 명으로 3000만 명에 근접했고, 한국은 1333만 명으로 오히려 391만 명이 감소했다. 물론 여기에는 사드 배치 문제 등 한·중 간 갈등 국면이 한몫했다. 2018년 들어서서 전세는 더욱 기울어져 일본은 3119만 명으로 마(魔)의 기록인 3000만 명을 돌파했으나 한국은 1535만

명을 유지해 수치상 반타작에 불과했다. 2019년에는 일본이 3188만 명으로 외국인 관광객 3000만 명 시대를 본격화한 데 반해 한국은 역대 최고치인 1750만 명을 기록했지만 일본과의 격차는 줄지 않았다. 2020년 코로나19 대유행이 본격화되면서 전 세계 관광시장은 초토화됐다. 한국과 일본도 예외는 아니었다. 2022년 일본을 방문한 외래관광객은 383만 명, 한국을 방문한 외래관광객은 320만 명으로 코로나 이전보다 확 줄었지만 일본과는 비슷한 수준이 됐다. 코로나19 이전에는 일본이 외래관광객 유치에서 한국을 월등하게 앞서 지난 몇 년 동안 언제 일본을 따라잡나 하는 콤플렉스 아닌 콤플렉스에 빠져 있던 것도 사실이다. 하지만 코로나19로 이제 한국도 일본도 모두 제로 베이스에서 다시 시작해야 하는 환경을 맞고 있다.

어떻게 보면 코로나19가 일본과 동일 선상에서 출발할 수 있는 시발점을 만들어 준 셈이다. 이제부터는 다시 시작한다는 자세로 전열을 재정비하고 더 이상 격차가 벌어지지 않도록 정신을 바짝 차려야 한다. 한국과 일본은 근접 국가지만 관광자원·관광인프라·관광정책을 담당하는 기관 등 많은 부분에서 서로 다르다. 한국은 2027년까지 외래관광객 3000만 명을 목표로 나아가고 있는 이 시점에서 외래관광객에게 무엇을 어필해야 할까 고민할 필요가 있다. 마침 한국이 자랑하는 글로벌 스타 BTS(방탄소년단) 데뷔 10주년 페스티벌이 서울에서 개최돼 전 세계 아미(ARMY·BTS 팬) 40만 명이 여의도에 운집할 정도로 K-콘텐츠가 한류에서 월드로, 이제는 글로벌 문화콘텐츠로 성장했다. 한류는 한국만의 흐름이 아닌 세계의

흐름이 됐다. 그런 흐름을 심본 활용해야 한다. 지속 가능한 한국 관광을 위해서는 K-콘텐츠를 고가 관광상품과 연계해 우리 문화의 우수성과 특색을 지속적으로 홍보하고 마케팅하는 한편 질적 차원에서 세밀하게 접근해야 한다. 또한 바가지요금·불친절·비위생 등 가장 기본적인 부분을 간과해서는 더더욱 안 된다. 지금 이 시간 한국과 일본은 코로나19를 딛고 외래관광객 유치 출발선에 똑같이 들어섰다. 과거는 과거일 뿐 시계를 거꾸로 돌릴 순 없다. 다시 한 번 한국 관광을 전반적으로 재정비한다면 관광객들이 다시 발걸음을 한국으로 돌려 2015년 일본에 역전된 외래관광객 수를 회복할 수 있을 것이라고 확신한다. 외래관광객 3000만을 돌파한 일본을 따돌린 관광 한국, 다시 뛰는 한국 관광에 응원을 보낸다.

고이즈미 전 일본 총리는 2003년 ‘관광 입국(觀光立國)’을 선언했다. 장기간의 경기 침체와 고령화·저출산이라는 삼중고를 돌파하기 위해 외래관광객 유치에 사활을 걸었다. 2006년에는 ‘관광입국 추진 기본법’이 성립됐고, 2008년에는 관광청을 발족시켰다. 관광청은 관광업을 ‘지난 눈부신 경제성장을 되찾기 위한 중요한 성장 분야’로 규정하고 아시아권은 물론 세계 관광 수요를 끌어들이기 위해 적극 노력했다. 또 일본 헌정사상 가장 오랜 기간 총리