



Table of Contents

1. 背景・方向	3 ~ 9
2. C-Festival 2015	10 ~ 35
3. ASIAMANIA!	36 ~ 51

C-Festival 2015



MICE



Meeting



Incentive Travel



Convention



Exhibition

12企業・機関が集まった
貿易センター MICE クラスターの発足

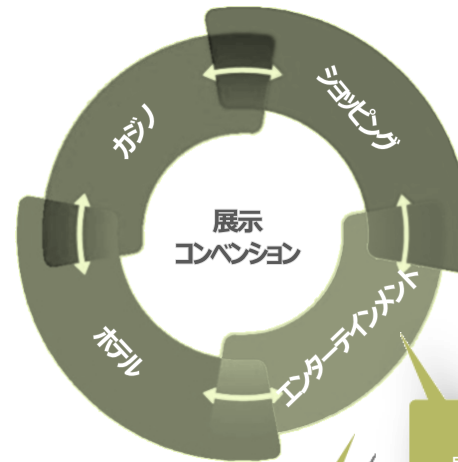
- ・ ソウル市三成洞貿易センター内の12会社が共同推進
- ・ 国際展示・コンベンションに文化を加え、貿易センターを高付加価値サービス産業のメカに位置づけ



過去

展示
コンベン
ション

現在

MICEと
文化の
融合

国家ブランドおよび創造
経済に寄与、世界的
MICEクラスターの模範事
例として育成

展示コンベンションを中心に
各産業間の融合を通じた
シナジー効果および高付
加価値創出

WORLD TRADE
CENTER SEOUL
MICE
CLUSTER

MICE + 宿泊 / ショッピング / エンターテインメント / カジノなど
周辺インフラを同時に備えた複合団地

C-Festival





方向設定

官民協力から導く代表創造文化フェスティバル

創造経済を導く文化サービス分野のメイン事業

第6次 貿易投資進行会議報告

- 2014.8.12 朴クネ大統領及び政府部署にC-Festival 2015 計画(案)の報告

서울경제

강남 무역센터 일대 관광특구 지정 '한류 메카'로 키운다



관광
고급관광 상품에 대한 투자를 가로막던 규제도 해체...
트, 호텔, 관광단지, 신지관광특구, 케이블카 등 관광 인프라를 확충할 수 있는 계기로 삼겠다는 것이다. 국내와 일본의 투자 확대를 통해 오는 2017년까지 외국인 관광객 2,000만명 달성을 목표로 한다는 목표다.

관광산업은 경기침체와 함께 수요가 감소하는 등 침체된 여건을 타개할 필요성을 느낀 정부는 그동안 추진해오던 관광특구 지정에 대한 지원이 이루어질 예정이다.
○규제 완화 투자 늘린다-관광 인프라 투자율 극대화를 위한 규제 완화를 추진한다. 외국인 전용 카지노 운영에 관여할 수 있는 카지노, 카지노가 아닌 관광복합을 육성하는 카지노 등 다양한 카지노 관련 상품에 투자도 허용할 방침이다. 다만 불법 카지노 등 불법 카지노 운영을 막을 수 있는 법적 조치가 수반될 수 있음을 강조한다.

중국인 무비자입국 확대 중국어 케이블TV 신설
관광호텔 부지 확보 쉽게 용적률 특례 적용도 연기

○규제 완화 투자 늘린다-관광 인프라 투자율 극대화를 위한 규제 완화를 추진한다. 외국인 전용 카지노 운영에 관여할 수 있는 카지노, 카지노가 아닌 관광복합을 육성하는 카지노 등 다양한 카지노 관련 상품에 투자도 허용할 방침이다. 다만 불법 카지노 등 불법 카지노 운영을 막을 수 있는 법적 조치가 수반될 수 있음을 강조한다.

된다. 특히 남양주, 아리랑으로 지정된 지역도 포함된다. 서울, 인천, 부산, 대구, 광주, 대전, 울산, 세종, 제주 등 전국 17개 시·도에서 17개 지역을 대상으로 관광특구 지정 신청을 접수할 예정이다. 신청 대상은 관광특구 지정 대상 지역 내 관광특구 지정 신청을 접수할 예정이다. 신청 대상은 관광특구 지정 대상 지역 내 관광특구 지정 신청을 접수할 예정이다.

○관광호텔 부지 확보 쉽게 용적률 특례 적용도 연기

○관광호텔 부지 확보 쉽게 용적률 특례 적용도 연기



구분	주요 내용
1. 관광특구 지정	강남 무역센터 일대 등 17개 지역 지정
2. 관광특구 지정	강남 무역센터 일대 등 17개 지역 지정
3. 관광특구 지정	강남 무역센터 일대 등 17개 지역 지정
4. 관광특구 지정	강남 무역센터 일대 등 17개 지역 지정
5. 관광특구 지정	강남 무역센터 일대 등 17개 지역 지정



○관광호텔 부지 확보 쉽게 용적률 특례 적용도 연기



○관광호텔 부지 확보 쉽게 용적률 특례 적용도 연기

○관광호텔 부지 확보 쉽게 용적률 특례 적용도 연기

○관광호텔 부지 확보 쉽게 용적률 특례 적용도 연기

○관광호텔 부지 확보 쉽게 용적률 특례 적용도 연기

○관광호텔 부지 확보 쉽게 용적률 특례 적용도 연기

東亞日報

2014년 10월 22일
B06면 (기업)



C-페스티벌 홍보대사에 '엑소' 위촉
내년 5월 서울 강남구 영동대로 무역센터 일대에서 열릴 예정인 'C-페스티벌' 홍보대사에 아이돌 그룹 엑소(EXO)가 위촉됐다. C-페스티벌 조직위원장인 한덕수 한국무역협회장(오른쪽에서 두 번째)이 엑소 멤버 수호(왼쪽에서 네 번째)에게 위촉장을 전달하고 있다. 한국무역협회 제공

(7.1~7.8)cm
BUI면 (기업)

중영일보

규제 풀린 코엑스, 한류 축제 연다

내년 4월에 무협·SM엔터 등 참여 아시아 MICE 산업 중심지로 육성

규제에 맞춰 개최여부가 불투명했던 한류 축제 'C-페스티벌'이 내년 4월 서울 삼성동에서 열린다. 그동안 건물 밖에 아이돌 팬클럽의 현수막 하나 걸 수 없는 규제 때문에 난관을 겪었지만, 본지 등 언론보도 이후 정부가 MICE(기업회의 및 인센티브관광·컨벤션·전시산업) 산업 육성을 위해 규제 개혁에 나서면서다. (본지 4월1일자 6면)

무협은 내년 4월 코엑스에서 글로벌 MICE 축제인 'C-페스티벌'을 개최하겠다고 21일 밝혔다. 페스티벌에서는 한·중·일·러 4개국의 문화 교류전, 기술 박람회, 비즈니스 상담회, 의료분야 대회의 등이 동시에 열린다. 축제 기간 중 외국인 30만명 등

총 300만명의 관람객이 방문할 전망이다. 당초 무협과 코엑스·SM엔터테인먼트 등으로 구성된 'C-페스티벌 조직위원회(구 무역센터 MICE 클러스터 위원회)'는 1주일 동안 한국을 홍보하는 행사를 준비하려고 했지만, 규제 때문에 실행에 난관에 부딪혔었다. 소녀시대의 연습 장면을 오픈 스튜디오로 일반에 공개하려 했지만 상업 목적의 전광판을 옥외에 걸 수 없다는 규제가 마치고, 예술작품을 전시하는 미디어파사드 역시 '일몰 후 시간당 10분간만 연출이 가능하다'는 서울시 빛공해방지위원회 결정에 막혔다.

하지만 청와대에서 열린 무역투자진흥회의, 규제개혁 장관회의에서 관련 규제를 풀기로 하면서 추진이 급물살을 탔다. 삼성동 무역센터 일대는 올해 하반기 중 관광특구로 지정돼, 식음료 판매 등에 관한 규제가 풀린다.

이현택 기자 mdhf@joongang.co.kr

(11.7~9.9)cm

C-Festival 2015、文化-芸術-技術が合わさったMICEフェスティバル

- 会 期** 2015年 4月 30日 ~ 5月 10日 (11日間)
2015年 4月 30日 ~ 5月 3日 (4日間)
- 会 場** 貿易センター、永東大路一帯
- 対 象** 国内外観光客 およそ300万人予想

1. Core Program

Culture-Tech Fair
AsiaMania
 Creative U
 Grand Sourcing Fair
 Concert

3. Center Yard Event

メディアファサード
 開・閉幕式
 Eco Coex
 Extreme Coex
 Open Atelier
 Rhythm with Stars
 設置芸術

2. Convention

国際会議
 文化コンベンション
 ad:tech Seoul (国際広告祭)
 AFECA AGM
 (アジア展示コンベンション協会総会)

4. Cluster Joint Event

JACK POT Event
 Special Music Day
 屋外シネマ
 スマートフォン映像/広告祭
 C-Festival Mega Sale
 Beer Festa
 クラスタ Tour Package
 ランタン・フェスティバル



- ※ 日本-ゴールデン・ウィーク 5. 1 - 6
 ※ 中国- 勤労感謝週間 5. 1 - 5
 ※ 韓国-観光週間 5. 1 - 11
 ※ 世界レイバー・デー 5. 1

Core Program

ASIAMANIA!

Creative U

Culture –Tech Fair

Grand Sourcing Fair

Concert



展 示

ASIAMANIA

Asia Culture Documentary

バラエティーなアジア文化の記録

- ① 会場・規模：Coex 1階 Aホール 1~4室、440ブース規模
- ② 主要参加国：韓国、日本、中国、ロシア (第一回招待国:ロシア)
- ③ 構成



区分	内容	詳細 (案)	
Culture Tunnel	参加国間文化交流の状況紹介	<ul style="list-style-type: none"> • 国家間文化交流の歴史紹介及び製品の展示 	
	Contemporary文化の紹介	<ul style="list-style-type: none"> • The hottest spot in the ASIA: 動画上映 • The hottest artists in the ASIA: 動画上映 	
韓国文化館	Entertainment Contents	<ul style="list-style-type: none"> • K-WEBTOON 特別企画館 • Kid+Adult Hobbyグッズの紹介企画館 	
	Travel Contents	韓国代表旅行館	<ul style="list-style-type: none"> • 2016年今年の観光都市館
		韓国医療観光館	<ul style="list-style-type: none"> • 総合鍼灸 整形外科 医療観光館
	Fashion & Beauty Contents	K-Road 館	<ul style="list-style-type: none"> • 江南K-Road館、スターグルメ ポップアップストア
		KStar Brand Shop	<ul style="list-style-type: none"> • 韓流ファッションブランド及びコスメティック館
Food Contents	KFood Masterpiece 館	<ul style="list-style-type: none"> • 韓国の伝統料理名人館 	
	New K Food Table 館	<ul style="list-style-type: none"> • 新しい韓国料理レストラン館 	
参加国文化館	参加国文化体験及び企業館	<ul style="list-style-type: none"> • 各国家観光地広報館及び文化体験館 • 各国家文化企業館 	

展 示

ASIAMANIA

会場構成 (案)

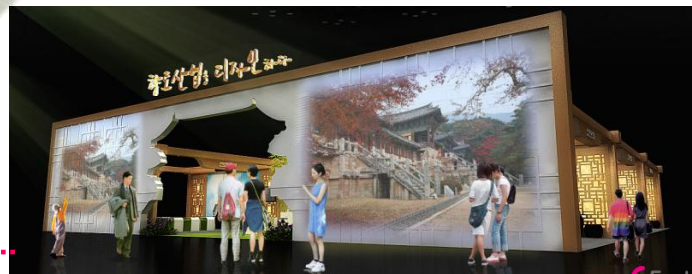
日本館



Culture Tunnel



WEBTOON館および観光都市館



展 示

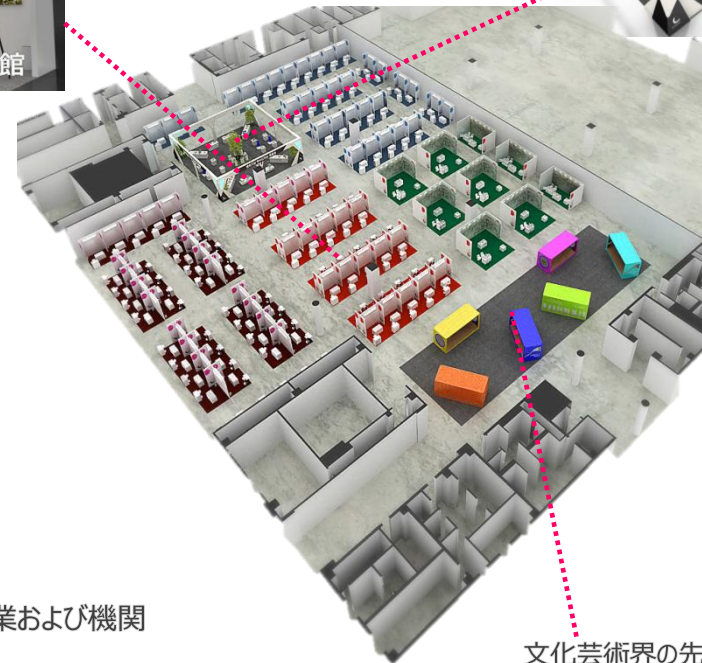
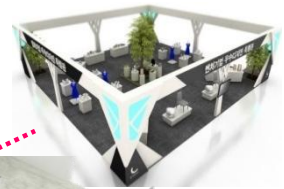
Creative U

あなたの創造力を描いていく場所

- ① テーマ： 韓国、文化芸術に出会う - コラボレーション
- ② 構成
 - Sci-art(Science + art)：科学を愛したアート
 - メディア + アート / デジタル + アート
 - 都市再誕生写真展：「アーティスト、都市に触れる」
- ③ 会場
 - Coex 1階 Bホール 1室、ロビー、屋外広場など
- ④ 対象
 - 芸術、デザイン学校の在学生・卒業生
 - 文化芸術分野の有望企業、スタートアップ企業、一人企業
 - アマチュア・アーティスト、フリーランサー・アーティスト
 - 新進アーティスト、アマチュア・アーティストを支援する文化芸術の先導企業および機関
- ⑤ カテゴリ
 - 視覚芸術：工芸、絵画、彫刻、写真など
 - 公演芸術：劇、舞踊など
 - 文化芸術：映画・ビデオ、音楽、図書・出版など
 - デザイン芸術：ファッション、グラフィック、建築、インテリア、プロダクト、ビューティ・デザインなど



ベンチャー企業の優秀デザイン特別館

文化芸術界の先導企業館
：コンテナで構成

展 示

Culture-Tech

文化と技術が融合された新概念コンテンツで
グローバル韓流の新パラダイム

事例2: Contents 大企業



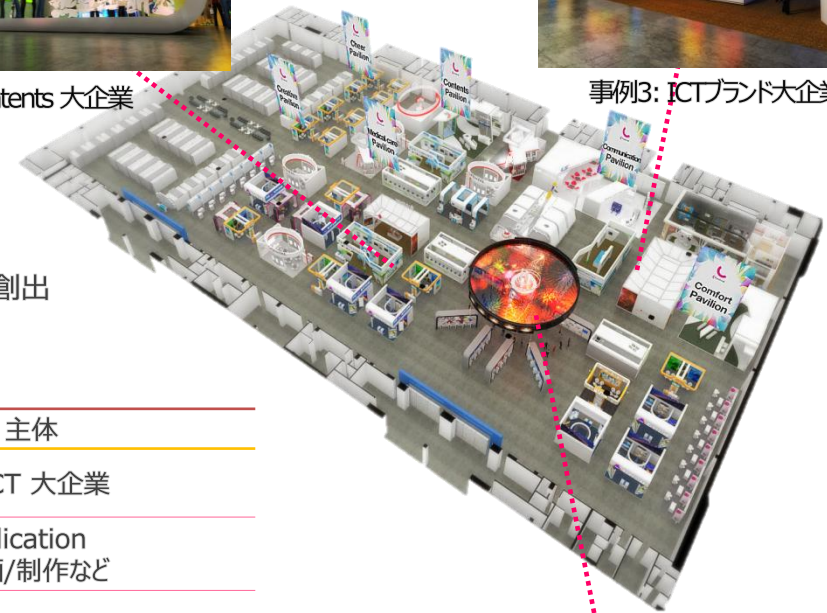
事例3: ICTブランド大企業

① 会場規模: Coex 3階 Cホール 1~3室、340ブース規模

② コンセプト

- 文化と技術の融・複合を通じた価値拡大
- 異種産業と異種技術間のクリエイティブな連携と融合を通じた新しい価値創出

③ 構成



事例1: Culture-Tech 総合広報館

区分	内容 (案)	主体
Communication Pavilion		・TOP ブランド ICT 大企業
Contents Pavilion		・Games / Application ・放送、映像企画/制作など
Cheer Pavilion		・ホログラム演出 ・3D、4D、バーチャル・リアリティ
Comfort Pavilion	文化革新のハイテック 韓国先導のリーディング技術 文化と技術の融合創造技術	・Service Robots、スマートホームサービス ・Automobile Service など
Medical Care Pavilion		・医療(整形)観光商品 ・U-Health Care など
Creative Pavilion		・政府機関の創造技術事業 ・大学/ベンチャークリエイティブ技術

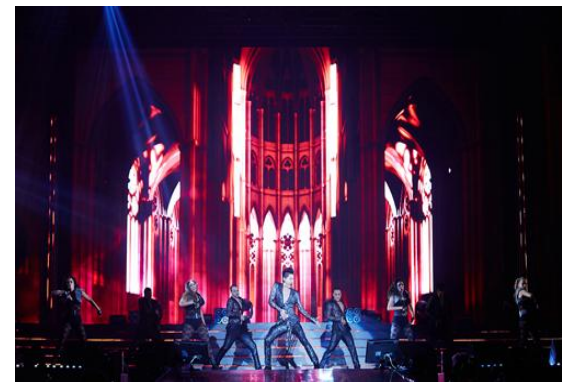


コンサート

Concert

グローバル韓流のHot Issue

- ① 性格：先端ICT公演技術と独創的な公演コンテンツの感動的なハイライト
- ② 構成
 - ・ K-POP コンサート
 - ・ K-Fashion Showとパフォーマンス



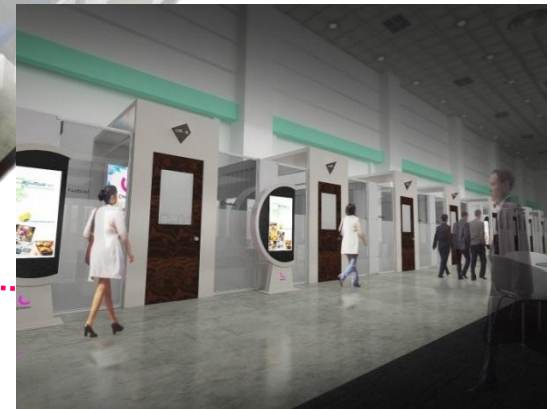
展 示

Grand Sourcing Fair

未来につながる韓流の橋頭堡

コンテンツとマーケティングの組合せで実質的な新マーケットの創出と活性化誘導

- ① 「グローバル・ビック・バイヤー」の招待で差別化された海外マーケティング支援
- ② 可能性のある韓流文化コンテンツの発掘および商品化推進
- ③ Korea Hidden Championの商品発掘および国際化支援
- ④ プログラム：ショーケース Zone、相談/コンサルティング Zone、ネットワーキング・パーティ Zoneなど



Conventio

コンベンション
n



国際 MICE イベント及びカルチャーカンファレンス

区分	内容	会場
Angioplasty Summit-TCTAP	海外専門医療従事者 約2,000人参加	COEX 1F Hall B2, 会議場
ad:tech Seoul	広告企画・技術国際カンファレンス	401~403
AFECA AGM	アジア展示コンベンション協会総会	会議場
文化コンベンション	貿易センターMICEクラスタを活用した国際文化コンベンション開催	会議場



Center Yard Program

メディアファサード

開・閉幕式

Eco Coex

Extreme Coex

Open Atelier

Rhythm with Stars

設置芸術



Center Yard Program

Pre Event

メディア・ファサード

フェスティバルへの関心誘導および新しいメディアアートランドマーク形成

① 事前イベント→ブームアップ

② フェスティバルと同様のコンセプトでメディアアート映像を製作および上映

| Spot Guide



設置芸術

貿易センター外壁に造形物を設置し、公共芸術の展示空間に活用

- ① 貿易センター一帯を活用し、フェスティバルを象徴する大型造形物を設置
- ② 公募展を通じて多様な分野のアーティストに機会を提供

| Spot Guide



Center Yard Program

Grand Open 開幕式

| Spot Guide



フェスティバルのビジョンと価値を伝え、センセーショナルなイシュー化誘導

- ① 文化名所に生まれ変わるクラスタのビジョンを示し、公益的価値のメッセージを共有
- ② 太鼓公演、軍楽隊パレードなど永東大路の街公演中心



Center Yard Program

Finale

閉幕式

伝統文化の体験でK-Cultureの優秀性を共感

- ① アラン(韓国の伝統民謡)などの伝統コンテンツを現代風アレンジした新鮮な演出
- ② フェスティバルの成功を記念し、時期イベントを広報

I Spot Guide



Center Yard Program

Extreme Coex

| Spot Guide



躍動的で新鮮なスポーツイベント

- ① 東門前広場で行われるExtreme Sportsの饗宴
- ② 韓国電力ビル前に夜間の照明設置し、スケートボーダーを集結させる新空間に再誕生



Open Atelier

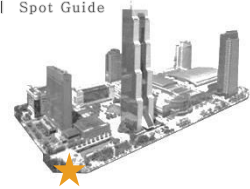
屋外作品活動空間

| Spot Guide



- ① 内/外部のロビーなどを利用し、新進アーティストの公演と創作活動の場に造成
- ② 同好会、サラリーマン・バンド、学生バンド、パフォーマンスなど幅広いアーティストを対象に実施
- ③ 事前登録を通じて体系的な準備および運営





Rhythm with Stars

オープン公演コンテンツを確保し、定期的・持続的に管理

- ① セントラルプラザの屋外で音楽公演実施
- ② 有名歌手/音楽家と一般人の大規模合同公演実施
- ③ 曜日毎に異なるコンセプトで各階層の参加誘導

(ex_カップルパーティー、DJパーティー、7080ビールパーティー)



250

Cluster Joint Program

JACK POT Event

Special Music Day

屋外シネマ

スマートフォン映像/広告祭

C-Festival Mega Sale

Beer Festa

クラスタ Tour Package

ランタン・フェスティバル



Cluster Joint Program

SEVEN LUCK CASINO

JACK POT Event

大規模カジノイベントを通じて海外観光客誘致

- ① 外国人観光客を対象にセブトラックカジノ主催トーナメントゲーム開催
- ② 定期的実施で外国人観光客の主要観光コースに位置づけ



SM. ENTERTAINMENT

Special Music Day

最高のK-POPミュージシャンの公演で国内外多数の観光客誘致

- ① Coex Artium(SM Town Land) および周辺広場を活用した大規模K-POP音楽祭り
- ② SMの所属芸能人が総出演する感動のK-POPコンサート



OUR HOME

Beer Festa

都心の広場で開かれる夜のビールパーティを通じて来場客誘導

- ① ドイツのOktoberfestをコンセプトに屋外で大規模ビール祭り実施
- ② 様々なビールの味7080音楽を一緒に楽しみながら貿易センター周辺サラリーマンの参加向上



MEGABOX

屋外シネマ

空を屋根に開かれる映画観覧で特色のある観光名所

- ① Coexセンターの屋上に映画館を設置
- ② キャンピングやバーベキューを楽しみながら映画観覧が出来る空間を演出



奉恩寺

ランタン・フェスティバル

伝統文化と現代文化の調和を見せ、個性のある空間演出

- ① 釈迦誕辰日(釈迦の生まれた日)を記念し、奉恩寺との協力でランタン・フェスティバル実施
- ② 慈悲と感謝の気持ちを込め、全世代と情緒が混ざった各種ランタン設置
- ③ 奉恩寺前までC-フェスティバルの空間拡大



現代百貨店、ロッデ免税店、Coex MALLなど

C-Festival Mega Sale

江南区全体でセールイベントを通じた観光消費最大化

- ① 現代百貨店、ロッデ免税店、Coex MALLが連携し、会期中グランドセール実施
- ② 江南区トロリーバスを活用、清潭洞ブランド街との連携で江南区全域のセール拡大



韓国都心空港 他クラスタ全体参加

クラスタ Tour Package

クラスタ協力社連携を通じた割引パッケージを限定販売、観光客誘致強化

- ① 期間中貿易センター内割引クーポン型のパッケージ開発
- ② 家族パッケージ及び観光客パッケージなどの多様化を通じて購買の便宜性強化

Ex_外国人パッケージ：Intercontinentalホテル or Oakwood 宿泊券 + 都心空港リムジン利用券 + アクアリウム入場券



C-Festival 2015



AsiaMania

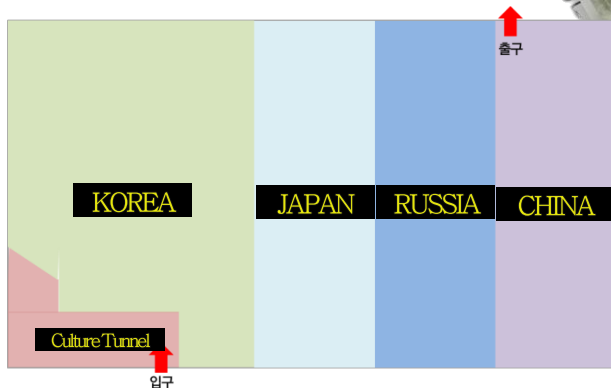
日・中・露のユニークな文化交流展

展 示

AsiaMania

Asia Culture Documentary

- ① 会場・規模：Coex 1階 Aホール 1~4室、440ブース規模
- ② 主要参加国：韓国、日本、中国、ロシア (第一回招待国:ロシア)



韓国、日本、ロシア、中国やアジア諸国の現代の文化を共有し、未来のあり方を考えるアジアの代表的な文化イベントとしてのC-Festival

区分	内容	詳細 (案)	
Culture Tunnel	参国情間文化交流の状況を紹介	<ul style="list-style-type: none"> 国家間文化交流の歴史紹介及び製品の展示 	
	Contemporary文化の紹介	<ul style="list-style-type: none"> The hottest spot in the ASIA : 動画上映 The hottest artists in the ASIA : 動画上映 	
韓国文化館	Entertainment Contents	<ul style="list-style-type: none"> K-WEBTOON 特設企画館 Kidults Hobby 館 	
	Travel Contents	韓国代表旅行館	<ul style="list-style-type: none"> Kid+Adult Hobbyグッズの紹介企画館 2016年今年の観光都市館
		韓国医療観光館	<ul style="list-style-type: none"> 総合鍼灸、整骨灸灸医療観光館
	Fashion & Beauty Contents	K-Road 館	<ul style="list-style-type: none"> 江南K-Road館、スターゲーム、ポリアップストア
	Food Contents	KStar Brand Shop	<ul style="list-style-type: none"> 韓流ファッションブランド及びコスメティック館
	KFood Masterpiece 館	<ul style="list-style-type: none"> 韓国の伝統料理名人館 	
	NewK Food Table 館	<ul style="list-style-type: none"> 新しい韓国料理レストラン 	
参加国文化館	日本 ロシア 中国 文化体験及び企業館	区分	品目
		Food & Drink	食品、飲料、試食/試飲会、クッキングショーなど
		Art & Design	美術館、博物館、デザイン、工芸など
		Culture	伝統音楽/ダンス/パフォーマンス、伝統衣装体験など
		Fashion & Beauty	化粧品、美容、ヘア製品、ネイルアート、整骨灸灸
		Music & Entertainment	音楽、アニメ、キャラクター、ゲーム、漫画、WEB漫画など
		Technology	ロボット、宇宙体験など
		Travel	旅行パッケージ、航空会社、旅行会社など

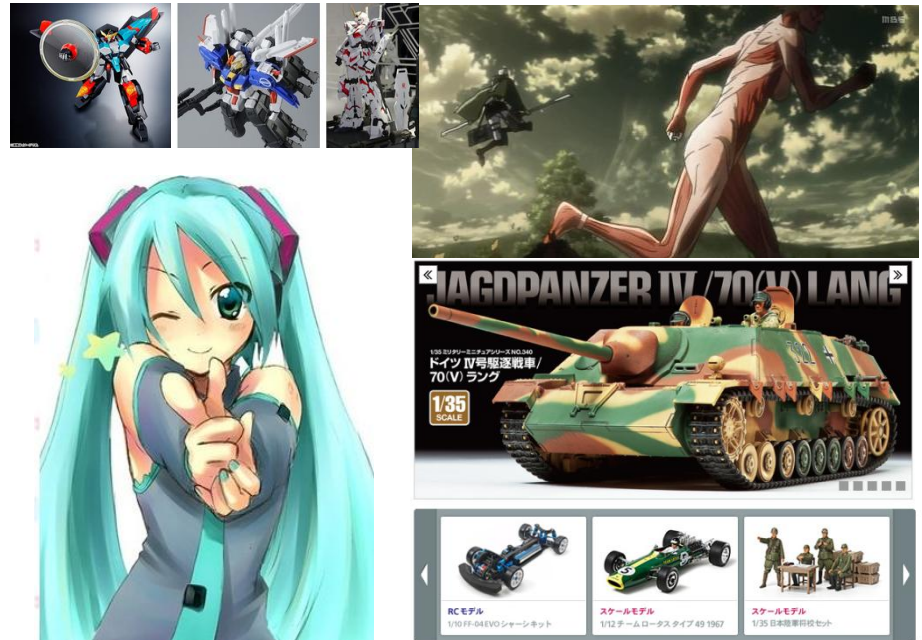


C-Festival2015メイン展示会であるAsiaManiaの日本体表コンテンツ企業として参与及び支援

C-Festival 2015 AsiaManiaは在来の伝統文化を体験する文化交流展ではありません。
アニメ、ボーカロイド、ペッパーなど日本の多種多様な同時代の文化を
韓国、ロシア、中国、東南アジアなどに紹介いたします。

出展品目

分類	品目
Food & Drink	食品、飲料、試食・試飲会、クッキングショーなど
Art & Design	美術館、博物館、デザイン、工芸など
Culture	伝統音楽・踊り・パフォーマンス、伝統衣装体験など
Fashion & Beauty	化粧品、美容、ヘア、ネイルアート、整髪など
Music & Entertainment	レコード、アニメ、キャラクター、ゲーム、漫画など
Technology	Soft Bank "Pepper"
Travel	ツアーパッケージ、留学・航空・旅行会社など



Travel - 韓国・日本構成計画(案)

韓国、ロシア、中国、日本やアジア諸国の現代の文化を共有し、未来のあり方を考えるアジアの代表的な文化イベントとしてのC-Festival

- 区分：韓国館
- 内容：韓国文化企業ゾーン
- 細部構成

- 1) カンナムK-Road広報特別館を造成
 - カンナムRoad Map / K-Roadの主な観光コンテンツの紹介など
- 2) スターグルメ店ポップアップ・ストア
 - スターレストランの1日ポップアップ・ストアを造成

「K-Road」のブランド化・韓流観光をリードする

「ペ・ヨンジュンパン屋、イ・スンギカフェ」観光商品に

파이낸셜 뉴스

서울 자치구 새 살림 강남구

2014년 03월 21일 25면 (지역)

‘K-ROAD’ 브랜드화... 한류관광 이끈다

〈한류 거리〉

대중가요 ‘강남스타일’을 계기로 한류관광의 중심지로 떠오른 서울 강남구는 올해도 관광산업 활성화에 더욱 박차를 가하고 있다. 강남의 거리 곳곳의 명소를 관광상품화하는 ‘한류거리(K-ROAD)’ 브랜드화에 주력하는 등 관광콘텐츠 개발에 총력을 모으고 있다.

■‘K-ROAD’로 한류관광 선도
강남스타일을 배경으로 강남구는 지난해 서울 방문 외국인 관광객의 51%인 약 510만명이 찾았을 정도로 한류관광의 중심지로 떠올랐다.

강남구는 강남이 세계인들 사이에서 주목을 받게 되자 강남 거리 곳곳에 숨어있는 흥미로운 이야기와 명소들을 전 세계에 매력적으로 소개하기 위한 ‘K-ROAD’라는 도시 브랜드 프로젝트를 추진 중이다.

첫 사업이 ‘한류스타 거리’ 조성

‘강남스타일’로 급부상 ‘한류거리’ 조성 선포식
국내의 팬 3000명 참석
패션·의료·뷰티 등 관광콘텐츠 개발 총력

이다.
강남구는 지난 12일 한류스타들이 즐겨 찾는 각종 숭, 이들을 배출한 연예기획사 등을 둘러볼 수 있는 거리를 테마로 압구정동 갤러리아 백화점~SM엔터테인먼트를 지나 큐브엔터테인먼트를 잇는 약 1km 구간에 한류스타거리를 조성하고 기념행사를 열었다.
이날 압구정동 갤러리아백화점 명품관 광장에서 열린 ‘한류스타거리 조성 선포식’에는 최근 강남 관

광홍보대사를 맡은 ‘샤이니’와 ‘EX O’를 비롯해 ‘씨앤블루’ ‘A.O.A’ ‘B2B’ ‘포미닛’, 노지훈, 지나 등 한류스타들이 대거 참석했다.
이 행사에는 중국, 일본, 인도, 대만, 홍콩 등을 비롯한 국내외의 한류스타 팬 3000명이 찾았다. 이들 관객은 이어 이야기가 있는 도심형 유희 레길과 한류스타거리 곳곳을 관광했다.

■패션·뷰티 등 관광산업 활성화
강남구는 앞으로 조성 범위를 확대하고 더 많은 한류 관광 콘텐츠를 구상 중이다. 한류스타 핸드프린팅, 한류스타 화보전시회, 스타프 투어, 모바일 앱 등이 그것이다.
또 유명 패션쇼가 모여 있는 ‘한류패션거리(K-Fashion ROAD)’, 뷰티숍과 병원을 중심으로 한 ‘한류뷰티거리(K-Beauty ROAD)’, 주변 한강공원과 연계한 ‘한류강변거리(K-Riverside ROAD)’,

입 소문이 자자한 맛집을 테마로 ‘한류 맛집거리(K-Gourmet ROAD)’ 등도 조성할 계획이다.
강남구 한류스타 거리 조성의 기본 컨셉트는 강남 곳곳에 내재된 매력적인 한류아이템을 관광객이 거닐며 숨어있는 한류스토리를 직접 체험하고 즐길 수 있다.
가령 소녀시대 등 한류스타들이 즐겨찾는 음식점(청담골), 신민아, EXO, 동방신기 등 유명 연예인들이 피어싱을 위해 자주 찾는 피어싱숍(나나피어싱) 등을 중점 소개하고 육성하는 것이다.
강남구 관계자는 “관광객이 쉽게 스토리텔링을 찾아갈 수 있도록 안내해 줄 수 있는 거리 이정표도 기존에 설치된 가로등을 활용하는 등 기존의 도시환경요소를 적극 활용해 불필요한 예산 낭비를 막고 있다”고 말했다.

dkim@fnnews.com 김두일 기자

(19.4·15.4)cm

주간 내일신문

2014년 03월 17일 05면

민선5기 지자체 대표상품 | 서울 강남구 ‘한류관광’

‘배용준빵집·이승기카페’ 관광상품으로 뜬다

‘스타에 얽힌 이야기’가 있는 명소 발굴
서울 방문 외국인 절반 510만명 다녀가

지난 한해 사이의 ‘강남스타일’ 영향으로 서울 강남구는 내국인은 물론 전 세계인들이 방문하고 싶은 도시로 거듭났다.
강남구의 구호는 ‘대한민국 관광은 강남으로부터’다. 구는 지난 2012년 관광진흥과를 신설하고 지난해에는 관광정보센터를 만들었다.
강남관광정보센터는 외국인 관광객들에게 구의 우수한 한류콘텐츠·관광자원·의료관광 인프라 등을 효과적으로 알리는 종합관광서비스와 체험형 관광정보 서비스를 제공한다고. 유명 한류스타들이 있었던 의상 등을 전시해 놓았으며, 직접 스타들이 있었던 옷을 입고 기념사진을 찍을 수도 있다.
지난 3월 센터를 방문한 정태영(강동구 상일여중2)은 “제가 좋아하는 가수(B.A.P) 팬시CD에 참여하려고 CD를 구입하려 왔다”고 말했다.
또 강변을 걷는 약 10만명의 외국인 관광객을 위한 메디컬 투어센터에서는 현지 의료관광 코디네이터가 최선식 상담 시스템을 통해 서비스



관광객들이 강남구 압구정동 피어싱 거리에서 관광안내처를 보며 스타들이 즐겨 찾는 상권을 찾고 있다. 1차 한류스타거리 4개 사업이 참여해 한류스타들의 이야기로 채워지고 있다.

를 제공한다.
강남구는 지난해 서울 방문 외국 관광객의 51%인 약 510만명이 다녀갔을 정도로 세계인의 주목을 받게 되자 ‘K-ROAD(한류거리)’라는 도시 브랜드 프로젝트를 장기 추진하고 있다. 강남 거리 곳곳에 숨어있는 스타들과 연결된 흥미로운 이야기와 명소들을 전 세계에 소개하기 위해 나선 것이다.
구는 ‘한류스타거리’를 조성하고 있다. 우선 1차 ‘K Star ROAD-한류스타거리’가 지난 12일 선포식과 함께 모습을 드러냈다. 압구정동 갤러리아백화점부터 SM엔터테인먼트를 지나 큐브엔터테인먼트를 잇는 1.08km 구간이다.
한류스타들이 즐겨 찾는 상권과 이들을 배출한 연예기획사 등을 둘러볼 수 있는 거리다. 가로등에는 거리이정표(K BIRD)를 만들고, 상권에는 연두우프린팅을 붙여 놓았다.
리틀리더 모티브라는 향기로운 케이크를 판매하는 이현정 대표는 “배용준 이승기 정준하씨 등이 즐겨 찾아와 빵을 사먹는다는 얘기가 전해지면서 주민들은 물론 외국인들도 자주 찾고 있다”며 “강남구가 추진하는 한류스타거리가 알려지면 맛집과 상권이 활성화 될 것”이라고 기대했다.
1차 한류스타거리에는 스타들이 자주 찾는 상점 48곳이 참여해 ‘K Star ROAD’ 브랜드를 만들고 영향고 있다. 구는 앞으로 범위를 확대하고 더 많은 한류 콘텐츠를 채워 넣는 한편 한류스타 핸드프린팅, 한류스타 화보전시회, 스타프 투어, 모바일 앱 등도 추진한다. 구는 신사동 가로수길부터 압구정 로데오거리를 잇는 2차 한류스타거리를 조성할 계획이다.
또 구는 유명 패션쇼가 모여 있는 ‘K Fashion ROAD’, 뷰티숍과 병원을 중심으로 한 ‘K Beauty Star ROAD’ 인근의 한강공원과 연계한 ‘K Riverside ROAD’, 입 소문이 자자한 맛집을 테마로 ‘K Gourmet ROAD’ 등도 만들 계획이다.

신현의 구청장은 “우리 구는 다양하고 차별화된 관광재 유치전략으로 한류관광의 중심지로 자리매김하고 있다”며 “재주 올레처럼 도심속 이야기가 있는 유희를 만들어 줄때는 800만명의 외국인관광객이 찾는 세계속의 강남으로 거듭날 것”이라고 말했다.
권선일 기자 skim@naeil.com
*민선5기 주요 성과와 올해 계획 관련 기사는 e-뉴스신문(www.naeil.com)에서 볼 수 있습니다.

Travel - 韓国・日本構成計画(案)

2014 外国人が選んだ日本の観光地ベスト10

- 1位 伏見稲荷大社 京都府 京都市
- 2位 広島平和記念資料館 広島県 広島市
- 3位 厳島神社 広島県 廿日市市
- 4位 金閣寺 京都府 京都市
- 5位 東大寺 奈良県 奈良市
- 6位 高野山奥之院 和歌山県 高野町
- 7位 清水寺 京都府 京都市
- 8位 新宿御苑 東京都 新宿区
- 9位 箱根彫刻の森美術館 神奈川県 箱根町
- 10位 新勝寺（成田山） 千葉県 成田市



FOOD - 韓国・日本構成計画(案)

韓国 New K Food Table 館

日本 日本 Food & cooking equipment 館

トポッキ、チキン、タカンジョン、粥など現代的・大衆的な外食企業の紹介/販売



한정식 대신 치맥-떡볶이... K푸드 메뉴판 바뀐다

외식기업을 다시 보자

(1) 한식 세계화 청역 역할

외식 브랜드가 2014년 11월 11일 기준 44개국에서 2717개의 점포를 운영 중인 것으로 조사됐다. 정복차 한국 외식기업의 해외진출 현황을 잠시 조망해 보자. 한국 외식기업의 해외진출 현황을 잠시 조망해 보자. 한국 외식기업의 해외진출 현황을 잠시 조망해 보자.

한식 업체들이 최근 비한식 메뉴를 늘려, 패스트푸드, 베이커리, 양식, 일식 등의 분야로 진출하고 있다. 농식품부는 비한식 업체도 포함, 올 1분기 우리 농산물 수출 실적은 전분기보다 2.1배 증가했다고 밝혔다. 한국 외식기업의 해외진출 현황을 잠시 조망해 보자.

韓定食の代わりにチマク、トポッキ...韓国フードの女子みが変わる

대중성 갖춘 외식기업 지원 나서

진출에 새롭고 다른 기업만 65곳에 이른다. 지난해 대비한 해외 점포 수는 500~700개로 추정된다. 이에 따라 올해 말만 3000곳을 훌쩍 넘어갈 것이라는 전망이 나온다. 농식품부 관계자는 "간접 지원 외에 외식기업의 해외 진출 수가 경제 해외 진출에 관한 지원이 많아 한국식 시장 확대에 도움이 될 것으로 기대된다."



1日体験入学
オープンキャンパスでHATTORIの魅力体験!!

11/22 (土) 手打ちパスタでイタリアンに挑戦!
12/13 (土) パティシエに学んで作ろう!
12/20 (土) 農産物で日本の伝統料理を学ぼう!

先着80名様

2015年4月生
11月1日(土)より
一般入学願書受付中!

2015年4月入学者向け
製菓・パティシエを目指す方へ

Course コースご紹介

なりたい自分を作る場所がここにある。

選べる5コース

あなたにぴったりのコースへ、今すぐGO!

栄養士科 (専2年)

実習・実験を繰り返して行い「調理のできる栄養士」を育成。

調理師科 (専1年)

和・洋・中・製菓製パンの全てを学び「総合力と実践力のある調理師」を育成

Fashion & Beauty - 韓国・日本構成計画(案)

韓国、ロシア、中国、日本やアジア諸国の現代の文化を共有し、未来のあり方を考えるアジアの代表的な文化イベントとしてのC-Festival

- 区分：韓国館
- 内容：韓国文化企業ゾーン
- 細部構成
 - 1) 韓国のファッションブランド館
 - 2) K-Star Brand Shopなど
 - 韓流スターが愛するデザイン／製品の展示
 - 韓流スターが自らデザインした製品の展示
 - 3) ビッグ・バイヤーとのB2Bミーティング

イ・ソヒョン(第一毛織社長)とヤン・ヒョンソク(YGエンターテインメント代表)のコラボ・・・ファッションブランド「NONAGON」ランチング
「韓国のファッションでK-POPを聴く文化を発信する」

2014年 09月 12日
29頁 (2頁)

FACo FUKUOKA ASIA COLLECTION
2014 後쿠オカアシアコレクション in Busan



日本3大ファッションショー 2014 釜山のファッションウィークで開催ドウェダ C-Festival | 48

日本 TBS 계열 放送 局 RKB 毎日放送 局 と 共同 企画 / 制作 して 開催 2009 年 を 開始 として 後쿠オカア 世界 の 패션 거점 도시로 거점 나자라는 目的 として 시작 된 FACo は 20 代 부터 30 代 後半 까지 아우를 수 있는 데일리 복을 리얼 패션 으로 소개 하는 패션 이벤트 입니다.

日本3大ファッションショーである
Fukuoka Asia Collectionが
2014 釜山のファッションウィークで開催ドウェダ
C-Festival | 48

아시아경제 4 학년

이서현과 양현석이 손잡았다... 패션브랜드 '노나곤' 론칭

“한국 옷 입고 케이팝 듣게 만들겠다”

2017년까지 매출 1000억 목표

“한류와 협업해 한국패션을 해외에 알리겠다.”

이서현 제일모직 사장과 양현석 YG 엔터테인먼트 대표가 의기투합해 만든 패션브랜드가 배일을 벗었다.

제일모직과 YG엔터테인먼트가 공동으로 설립한 네추럴나인(Natural9)은 패션브랜드 노나곤(NONAGON)을 11일 공개했다. 두 회사는 국내의 편집매장과 팝업스토어 등으로 유통망을 확장해 2017년까지 매출 1000억원을 달성한다는 목표다.

노나곤은 국내 대표 패션회사와 케이팝 열풍의 중심에 있는 연예기획사의 협업 브랜드라는 점에서 이목을 끌고 있다. 제일모직은 상품기획자(MD)를, YG는 마케팅 전문가를 네추럴나인에 파견하는 방식으로 2년간 브랜드 론칭을 준비했다.

영어로 9각형을 의미하는 노나곤은 다양성과 무한성장의 상징이다. 이 브



이서현 제일모직 사장



양현석 YG엔터테인먼트 대표

랜드는 10대 후반에서 30대 초반의 젊은 층을 타겟으로 삼고 있다. 협업으로 대변되는 길거리 문화에 기반을 둔 영 스트리트캐주얼(Young Street Casual)이 콘셉트다.

이 사장과 양 대표는 노나곤을 글로벌 브랜드로 키운다는 전략이다. 올해 이탈리아 밀라노(10코르소고도 본점), 중국 상하이, 홍콩(편집매장 1T) 등 팝업스토어에서 브랜드를 알리며 사업을 본격 확장한다. 노나곤은 우선

편집매장 등에 상품을 공급하는 도매 방식을 중심으로 영업한다.

양 대표는 이날 열린 노나곤 론칭 기념 파티에서 “음악 안에는 패션과 스타일이 담겨 있다”면서 “한국을 대표하는 패션 브랜드를 만들어 한국 문화 콘텐츠를의 우수성을 해외에 알리고 싶다”고 말했다. 양 대표는 “십수년간 해외를 다니며 화가 난 건 한국 문화 콘텐츠가 세계로 뻗어나가는데 ‘왜 한국을 대표하는 패션 브랜드가 없느냐’는 것이었

다”면서 “한국의 훌륭한 음식 문화도 중국, 일본 음식에 비해 제대로 소개되지 못했다”고 아쉬워했다. 케이팝을 활용해 한국 문화 콘텐츠의 우수성을 알리고 싶다는 게 양 대표의 포부다.

해외 사업에 대한 이 사장의 열정도 대단하다. 이 사장은 해외 시장에서 경쟁할 수 있는 글로벌 패션브랜드를 만들기 위해 실험을 기울여왔다. 첫 번째 작품은 제조유통일괄화(SPA) 브랜드인 에이트세컨즈. 에이트세컨즈는 이 사장이 해외 시장을 염두해 두고 야심차게 내놓은 브랜드다. 론칭 첫 해인 2012년 600억원, 지난해 1300억원의 매출을 올리며 회사의 핵심브랜드로 차근차근 키우고 있다. 내년 봄여름 중국 진출을 목표로 해외 사업 확대에 나선다.

노나곤은 이 사장의 두 번째 도전이다. 그간 이 사장은 한류의 중요성을 강조해왔다. 한류와 패션 그리고 삼성이라는 브랜드력을 합쳐 해외시장의 벽을 허물겠다는 계획이다.

임혜선 기자 her@
(23.7.15.25.20)

Entertainment – 韓国・日本構成計画(案)

2014年韓国10大トレンド - Kidult族 (Kids + Adults) /オタク文化

기획
특집
SPECIAL

[토요 FOCUS] 3040 키덜트족 장난감시장 큰손...수백만원 레고도 `적적`

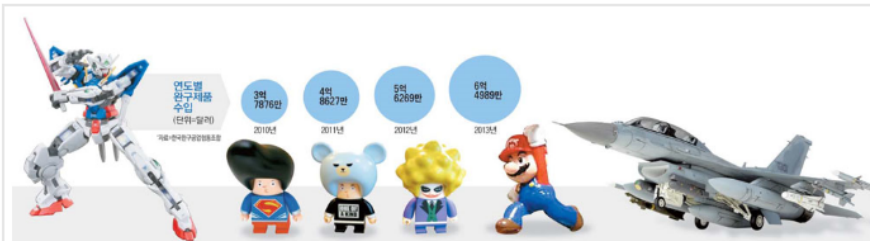
80~90년대 청소년기 보낸 X세대 놀이가 소비로
파규어 · 프라모델 · 캐릭터...年 20~30%씩 급성장

기사입력 2014.09.26 15:33:53 | 최종수정 2014.09.26 19:21:48

Facebook 0 Twitter 0 Google+ 0 0

보내기

기사 나도 한마디



▶ 여기를 누르시면 크게 보실 수 있습니다

#1 "집에는 따로 전시하는 창고도 있어요." 게임 컨설팅업체 팻마우스의 백대현 실장(37)은 레고 마니아다. 사무실 한쪽 진열장에는 레고 창작품들이 빼곡히 들어서 있다. 집에는 레고 조립을 위한 전용 방까지 있다. 단순한 취미라고 하기엔 레고에 쏟는 비용과 시간이 상상 이상이다. 레고를 구입하는 데 쓰는

지난 8월 서울 코엑스에서 개최된 '서울키덜트페어'가 대표적이다. 일주일 전시 기간 중 4만명이 넘는 관람객이 구름처럼 물려들었다. 앞서 7월 서울 용산구 전쟁기념관에서 열린 만화 '원피스 특별기획전'도 키덜트 전시회로서 큰 인기를 끌었다. 연재 기간이 15년 이상 된 만화물만 모아놓은 추억의 전시회에서 20~40대들이 대거 관람했다. 지난해 현대백화점 무역센터점에서선 레고 마니아들의 창작품 전시회가 열리기도 했다.

이젠 키덜트 산업으로 불릴 정도로 규모도 커졌다. 서울키덜트페어 관계자는 "국내 키덜트 관련 제품 시장 규모는 연간 5000억원에 이른다"며 "매년 20~30%씩 성장하는 대표적인 '블루오션' 시장이다"고 말했다. 키덜트의 대표 선호 제품 중 하나가 레고다. 레고코리아 매출의 급성장은 키덜트 시장의 잠재력을 단적으로 보여준다. 지난해 레고코리아 매출은 1460억원으로 전년보다 20% 가까이 증가했다. 2010년 383억원에 불과했던 매출이 불과 3년 만에 4배 가까이 된 것이다.

30~40 Kidult族 おもちゃ市場大手
数十万円の支出



コ엑스에서開催された "Seoul Kidult Fair"
一週間の間、4万人が集まってきた。

市場規模は5,000億ウォン
毎年20~30%の成長予想

Entertainment – 韓国・日本構成計画(案)

朝鮮日報

2014년 11월 12일
18면 (국제)

2억권 팔린 日만화, 연재 끝났어도 식지않는 인기

(나루토)

2億冊売れた日本マンガ、連載終わっても人気は続く

中 인민망도 인기 요인 분석

드래곤볼 이후 해외 최대 판매
게임·캐릭터 산업 등도 활발韓流 맞서는 아베의 '쿨 재팬'
'제2의 나루토' 만들기 기대

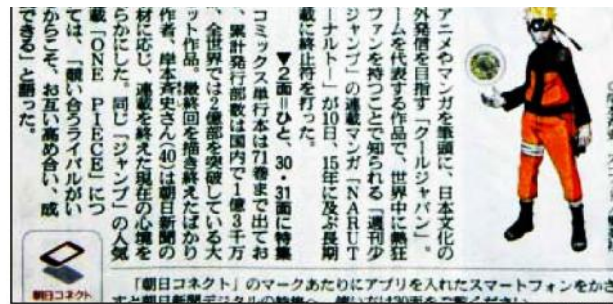
아사히(朝日)신문 11일자 1면에는 한 일본 만화의 종간(終刊)을 알리는 기사(사진)가 왼쪽 아래에 실렸다. APEC 중·일회담 관련 톱기사와 일본 소비세 인상 여부를 묻는 자체 설문 조사 기사와 함께 1면에 실린 단 4건의 기사 중 하나였다. 이뿐이 아니었다. 2면에 저자 인터뷰, 30·31면 2개 면 전체를 털어 특집으로 보도했다.

주인공은 1999년 만화 주간지 '소년점프'에 연재를 시작, 15년 만인 지난 10일 700회로 막을 내린 '나루토'다. 한국에서도 유명한 샐러리맨 만화 '시마 과장'의 주인공이 2008년 만화 속에서 사장으로 승진했을 때 일본 신문들이 사하면 톱기사로

소식을 신문 1면을 비롯 4개 면이 걸쳐 게재한 것은 예를 찾기 힘들다. 웹진 에이코믹스 김봉석 편집장은 "나루토는 일본이 자랑하는 히트 만화 성공 공식을 따른 사실상 마지막 세대일 수 있다"며 "한 시대를 마무리하는 상징성에 아사히 등 주류 언론이 주목했다"고 말했다.

일본뿐 아니라 온라인과 SNS를 통한 해외 반응도 뜨겁다. 미국·프랑스·말레이시아 등 각국 트위터 이용자들은 '#ThanksNaruto(고마워요 나루토)'라는 해시태그(SNS에서 # 뒤에 특정 단어를 붙여서 해당 단어 관련 글을 모아 볼 수 있게 한 기능)를 공유하며 아쉬움을 달랬다. 어릴 적부터 용맹한 남자가 되길 꿈꿨던 소년 '우즈마키 나루토'가 무술을 연마하고 악당들을 물리치며 꿈을 이룬다는 줄거리의 전형적인 권선징악형 소년 만화지만, 일본뿐 아니라 아시아·구미권 독자들의 공감대를 이끌어 내며 꾸준히 히트했다.

지난 6일 중국 인민망은 나루토 종간 소식을 전하면서, 나루토가 중



아사히신문 제공

국에서도 히트한 이유에 대해 "아이들 비위에 맞추기 위한 도구 역할에 머무른 게 아니라, 독자들이 감동과 생각할 여지를 주고 만화 주인공과 함께 성장해나갈 수 있도록 했기 때문"이라고 분석했다. 인민망은 또 "스토리 안에서 전개되는 우정과 애정, 충성과 배신, 자유와 속박, 삶과 죽음 등의 요소가 독자들에게 공감과 흥분을 느끼게 한다"고 전했다. 나루토는 일본에서 1억 3000만권, 해외에서 7000만권이 팔렸다. 1995년 종간된 드래곤볼(해외 판매 2억권) 이후 해외에서 가장 많이 팔린 일본 만화다.

나루토는 애니메이션·게임 및 각종 캐릭터 상품 사업 등도 활발하게 진행돼 드래곤볼(80년대)과 포켓몬스터(90년대) 계보를 잇는 대표 일본 만화 상품이라는 평가다. 일본 언론들은 나루토가 앞으로도 일본 아베 정권이 의욕적으로 추진 중인 '쿨 재팬' 전략에 힘을 실어줄 것이라 전망한다. 만화 연재는 끝나지만 애니메이션·캐릭터 상품 등의 인기가 계속되고 있고, 나루토 성공에 힘입어 제2, 제3의 나루토가 계속 나올 것이라는 예기다. '쿨 재팬'이란 일본이 대중문화 등 친숙한 아이

(1970년대)

- '돌장미소녀 캔디' 아시아·유럽에서 인기

(1980년대)

- '도라에몽' 아시아·유럽에서 인기
- '드래곤볼' 세계적 열풍, 역대 일본 만화 세계 판매량 1위(3억6000만권)

(1990년대)

- '달의 요정 세일러문' 열풍
- '포켓몬스터' 극장판, 일본 애니메이션 최초로 미국 박스오피스 주간 1위

(2000년대)

- '센과 치히로의 행방불명' 베를린국제영화제 황금곰상, 미국 아카데미 장편애니메이션상 석권

류 등의 수출량을 대폭 끌어올리겠다는 정책이다.

하지만 정부가 팔을 걷어붙이는 식의 일본 정책이 역효과를 낼 것이라는 지적도 있다. 지금까지 세계적으로 히트한 일본 만화·애니메이션이 '수출'을 염두에 둔 것이 아니라 재미를 추구하다 보니 외국 팬들이 저절로 좋아하게 된 것인데, 지나친 정치색이 들어갈 경우 오히려 해외의 반감만 낼 수 있다는 것이다. 정지섭·양지호 기자

Music - 韓国・日本構成計画(案)

日本ボーカロイド及び日本の音楽文化の紹介

게임뉴스

2014년 07월 25일 12시 39분

RPG 보컬로이드 '시유', 엘소드서 포인트 안무 가능한 아바타로 등장



넥슨(대표 박지원)은 온라인 액션 RPG '엘소드'에 보컬로이드 캐릭터 '시유' 아바타를 출시했다.

이번에 공개된 '시유' 아바타는 감적인 외모와 함께 대표곡 '비 마이 보이' 음원에 맞춰 포인트 안무까지 가능하도록 구현됐으며, 오는 8월 21일까지 게임 내에서 한정적으로 선보인다.

이에 앞서 '엘소드' 홈페이지에서는 '시유' 출시를 앞두고 진행한 신규 아바타 맞히기 이벤트에 1만 개가 넘는 댓글이 등록되는 등 출시 전부터 유저들의 관심을 받았다.

한편, '엘소드'에서는 여름방학 업데이트로 선보인 '아라'의 신규 전직라인 공개를 기념해 오는 26일 게임에 접속한 모든 유저에게 경험치와 아이템 획득률을 3배로 제공한다.

2014年 7月韓国初のボーカロイドの発売



1. 国交正常化50周年

来年の国交正常化50周年に向け両国の観光交流拡大 - 日本文化交流館の成功

「円安ありがとう」日本旅行収支 44年ぶりに黒字(ソウル経済6月)

2014년 05월 10일
27면 (사회)

서울경제

“고맙다 엔저” 日여행수지 44년만에 흑자

태 등 동남아 관광객 급증 영향
면세점 확대·단기 비자 면제 등
정부 관광업 육성 정책도 한몫

엔저 효과에 힘입어 일본을 찾는 외국
인 여행객이 급증하면서 일본의 월별 여
행수지가 44년 만에 첫 흑자를 냈다.

일본 재무성이 9일 발표한 지난 4월 국
제수지 집계 결과 일본을 방문한 외국
여행객이 전년 동기 대비 4.2% 증가한

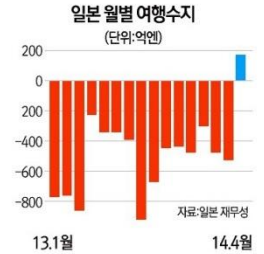
177만 명으로 집계됐다. 이는 1970
년 7월 이래 처음이다. 여행수지는 외국
인이 일본에서 쓴 지출액에서 일본인이

해외에서 쓴 만큼을 뺀 것이다. 일본 관광
청은 4월 방일 관광객이 지난해 같은 기
간보다 33.4% 증가한 123만1,500명에 달
한 반면 일본인 출국자는 119만명으로
4.4% 줄었다고 집계했다.

원래 들어오는 여행객보다 나가는 숫자
가 많았던 일본의 여행수지 흑자는 아베
신조 정권의 공격적인 엔저 정책 덕분이다.
다. 2012년 말 이후 엔화 가치가 20% 가까
이 떨어지면서 일본을 찾는 외국 관광객이

큰 폭의 증가세를 보였다.
특히 중일 관계가 냉랭한 가운데도 중국
인 방문객이 늘어나고 있는 점이 눈에 띈
다. 4월 중국인 방일 여행객 숫자는 19만
600명으로 전년비 90.3%나 뛰었다. 서방권
출신 방문객도 꾸준한 증가세다. 그러나 전
통적으로 일본 방문 1위를 고수해온 한국
인은 계속 감소세를 보이고 있다. 3월에는
최다 방문객 타이틀도 대만에 빼앗겼다.

일본 정부는 이미 지난해 7월 태국·말
레이시아의 단기비자를 면제했으며 인
도네시아에 대해서도 면제를 검토하고 있
다. 외국인 쇼핑을 활성화하기 위해 면세
점 수를 늘리는 한편 면세범위도 확대하
기로 했다. /이종혁기자 2juzso@sed.co.kr



총생산 (GDP)을 0.3% (약 1조8,000억엔)
끌어올리는 효과가 있다고 추산한다.

일본 정부는 이미 지난해 7월 태국·말
레이시아의 단기비자를 면제했으며 인
도네시아에 대해서도 면제를 검토하고 있
다. 외국인 쇼핑을 활성화하기 위해 면세
점 수를 늘리는 한편 면세범위도 확대하
기로 했다. /이종혁기자 2juzso@sed.co.kr

(23.8~9.4)cm

来日トップを維持してきた韓国人は減少傾向

개최로 일본 방문객이 크게 늘었던 1970
년 7월 이래 처음이다. 여행수지는 외국
인이 일본에서 쓴 지출액에서 일본인이

관광객 숫자가 현저히 늘고 있다. 4월만 해
도 전년비 129.5% 늘어난 필리핀을 비롯
해 말레이시아(71.2%), 태국(65.1%)이

수는 전년 동기 대비 48.5% 증가한 4,298
억엔에 달했다. 미즈호종합연구소는 방일
관광객이 연 1,000만명 증가할 경우 국내

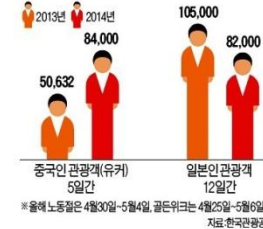
中 노동절 5일간의 황금연휴 특수

유커 8만4000명 몰려왔다

(중국인 관광객)

세월호 여파 불구 65% 늘어
日 관광객은 24% 급감

중국 노동절 일본 골든위크 방한객 (단위:명)



세월호 참사 여파에도 불구하고 중국의 노
동절 연휴(4월30일~5월4일) 동안 한국을
찾은 유커(遊客·중국인 관광객)는 지난해
보다 급증한 것으로 나타났다. 반면 일본
의 골든위크(4월25일~5월6일) 동안 일본
인 방한객은 선박여행 예약이 대거 취소되
면서 크게 줄어든 것으로 조사됐다.

9일 한국관광공사 관계자는 “중국 노
동절 연휴인 5일간 중국인 입국자가 지
난해 같은 기간(4월28일~5월2일) 5만
632명보다 65.3% 늘어난 8만4000명에
달했다”고 밝혔다. 중국인 관광객은 올

한 일본인은 지난해 같은 기간(10만5000
명)보다 24% 줄어든 8만2000명으로 파
악됐다. 정진수 한국관광공사 일본팀장

은 “일본인 관광객이 줄어든 것은 경색
된 한·일관계가 그대로 반영된 데다 최
근 일본의 소비세가 8%로 올라 해외여
행 자체 분위기가 확산됐기 때문”이라고
분석했다.

정 팀장은 “하카타항에서 배를 타고
한국으로 들어오는 일본인들이 세월호
사고 때문에 무더기로 예약을 포기한 것
도 원인이 됐다”고 덧붙였다.

한편 지난해 인천공항을 통해 들어온
외국인(관광·비즈니스 등 포함)도 약 72
만명으로 월 기준 사상 최대를 기록했
다. 법무부 인천공항출입국관리사무소
는 4월 한 달 동안 인천공항을 통한 외국
인 입국자가 71만9857명으로, 작년 같은
기간 대비 29.1% 증가한 것으로 집계됐
다고 밝혔다. 기존 최고 기록은 작년 8월
의 68만8548명이었다.

노동절 기간 중국인 관광객이 지난해
보다 급증한 것은 중국인들이 즐겨 찾
는 태국 말레이시아가 소요사태와 항공
기 실종사건 등으로 여수선해지면서 유
커들이 행선지를 한국으로 바꾼 데 따른
것으로 풀이된다. 유커 대부분은 비행기
로 입국해 세월호 선박 사고가 큰 영향을
주지 않았다는 분석이다.

서영총 한국관광공사 중국팀장은 “별
에서 온 그대” 등 한류 드라마가 중국에
서 큰 인기를 누리고 암웨이를 비롯해 수
만명에 이르는 대규모 인센티브(기업보
상여행) 관광객 등이 들어온 것도 유커가
급증하는 데 큰 몫을 했다”고 설명했다.

반면 일본의 골든위크에 한국을 방문

최병일여행·레저전문기자 skycbi@thankyung.com

日本人は昨年同期より24%減の8万2千人となった。

1. 国交正常化50周年

来年の国交正常化50周年に向け両国の観光交流拡大 - 日本文化交流館の成功

이데일리 라이프 뉴스 증권 재테크 오피니언 연예·스포츠 포토갤러리

2014 브라질월드컵

속보 | 22:39 '간담 가스전 프로젝트' 참여 추진..수주 .. 2014 브라질월드컵

여행 레저 패션·뷰티 책·문학 미술 전시 공연·뮤지컬 열빙 음식 문화일반 소비자 더보기 8 한국일보

뉴스 아웃도어캠핑 날씨 06.17 (화) 서울 28°C/21°C MORE

한일 관광장관, 양국 관광교류 확대 합의

입력시간 | 2014.04.30 16:04 | 강경록 기자 rock@

여의사 한국남자 이정도는 별어야한다? "중격" [AD]

내년 국교정상화 50주년 맞아 양국 관광교류 확대 논의해

[이데일리 강경록 기자] 유진룡 문화체육관광부 장관은 한국을 방문한 일본 오타 아키히로 일본 국토교통상과 만나 내년 한일 수교 50주년을 계기로 양국의 관광 교류를 확대하기로 했다고 30일 밝혔다.

문화체육관광부에 따르면 먼저, 두 장관은 내년 한일 수교 50주년을 맞아 관광교류를 확대키로 하고 이를 위한 실행 계획을 마련하기로 했다. 이어 2018년 평창동계올림픽, 2020년 도쿄올림픽 및 패럴림픽의 개최에 맞춰 한일 공동 관광마케팅을 위한 준비도 추진키로 합의했다. 아울러 제 7차 한중일 관광장관회담의 조속한 개최를 위해 양국이 협력하기로 했다고 전했다.

- 1 2014 국제아웃도어캠핑페스티벌 개막
- 2 위안부 진실 밝히는 데 목숨 건 일본인
- 3 면도기, 면도날' 갈아서 쓰는 생각 해 보셨죠?

4 임보협, 좋아졌다더니..가입자들 '계탄내'
5 「술보」 "도" 주는 안보협? 가인 풀준#

韓国の文化相と日本の太田昭宏国土交通相が会談、
来年の国交正常化50周年に向け両国の観光交流拡大で合意

2018年平昌冬季五輪、2020年東京五輪・パラリンピック
の開催に向け共同マーケティングへの準備を推進

1. 国交正常化50周年

来年の国交正常化50周年に向け両国の観光交流拡大 - 日本文化交流館の成功

朝日新聞 DIGITAL

検索

トップニュース スポーツ カルチャー 特集・連載 オピニオン

新春 社会 政治 経済・マネー 国際 テック&サイエンス 教育 環境・エネルギー 医療・健康 地

トピックス スコットランド独立運動 「イスラム国」 対立の海 工務会 昭和天皇実録 iPhone

ツイート 154 共有 10 G+ 1 BI 1 ブログに利用

朝日新聞デジタル > 記事

印刷 アジア・太平洋

日韓交流おまつり10回目 韓国外相が初参加

ソウル = 東岡 隆 2014年9月15日 07時04分

印刷 メール



「日韓交流おまつり」に韓国外相として初めて出席し、公演を見ながら別所浩郎・駐韓大使（左）と談笑する尹炳世外相 = 14日午後、ソウル、東岡隆撮影



NEW COLOR! BOSE

CDプレーヤー、ラジオ付き 小型高音質オーディオ

Wave music system III

Bluetooth® Music Adapter

今なら、数量限定プレゼント!

日韓国交正常化40周年を記念し、2005年から始まった「日韓交流おまつり」が14日、ソウルで開かれ、約5万人（主催者発表）が詰めかけた。10回目の今年は韓国の尹炳世（ユンビョンセ）外相が参加。韓国外相の参加は初めてで、来年の国交正常化50周年に向け関係改善に前向きな姿勢をアピールした。

尹外相は別所浩郎・駐韓国大使と並んで座り、韓国伝統の打楽器演奏「サムルリ」と日本の和太鼓の公演を鑑賞した。終了後には別所大使と就任後、初めて一対一で会談。尹外相は記者団に、「韓国政府は歴史問題とほかの分野を開通できていない。経済協力や文化、国民間の交流は積極的に奨励している」と強調。文化交流などが活発になれば「政治関係も良くなる可能性もある」と語った。

03年に当時の小泉純一郎首相と韓国の盧武鉉（ノムヒョン）大統領が国交正常化40周年にあたる05年に様々な交流事業を実施することで合意。「おまつり」はその主要事業として始まり、ソウルで毎年開かれている。09年からは東京でも開かれるようになり、日韓交流イベントとしては最大規模とされる。

朝日新聞 DIGITAL

検索 目次

トップニュース スポーツ カルチャー 特集・連載 オピニオン 写真・動画 朝夕刊紙面・be MY朝デジ

新春 社会 政治 経済・マネー 国際 テック&サイエンス 教育 環境・エネルギー 医療・健康 地域 English 朝デジスペシャル

トピックス 沖縄知事に翁長氏 首相、衆院解散へ 錦織圭 NARUTO 揺れる香港 サンゴ密漁 潔石「三四郎」

ツイート 41 共有 2 G+ 0 BI 0 ブログに利用

朝日新聞デジタル > 記事

政治 国際 アジア・太平洋

新聞宅配申し込み デジタル申し込み

安倍首相、朴大統領と会話 日中韓首脳会談に賛意表明

リスベン = 富名 勝隆 2014年11月15日 23時46分

印刷 メール

Ads by Google

오늘의 일보를 봅니다

한·일 동시방영

심약식당 3

연민하츠

제주의 진실

완상의 교도 여행

2014년 10월 20일 개국

타타-X3

타타기의 구멍 OF THE DEAD

일본전문

평범 게이미블방송

해설W 홈페이지 (www.chw.co.kr) 9시 HD 고화질 영상을 다운로드 받으세요!

[PR]

リスベン = 富名 勝隆

オーストラリアを訪問中の安倍晋三首相（は15日夜、主要20カ国・地域（G20）首脳会議の夕食会の場で韓国の朴槿恵（パクネ）大統領と、短時間会話をした。朴氏が13日にミャンマーで「日中韓首脳会談の開催を希望する」と語ったことに対し、首相は賛意を表明。「会議を途中退席したため、大統領の発言は後で報告を受けた。日本としても開催をサポートしていきたい」と語ると、朴氏はうなづいたという。

また、首相は同じ席で中国の習近平（シーチンピン）国家主席とも握手を交わした。（ブ

一瞬のフラビ

フラビがVIP上映会に呼ばれ、社交界の話題になっていた

印刷 デジタル限定

Ads by Google

IDOL DREAM Girls.com

지금, 당신이 직접 그녀들을 프로듀싱하라!

지금 참가신청중!

注目情報

あなたの家、今いくら?

約60秒簡単入力=不動産無料査定で概算価格をチェック! <ノムコム>



●日本連絡先

C-festival 2015 日本代表

(株)MICEジャパン 金田

Tel: 03 - 3261 - 7817 e-mail: kaneda@micejapan.jp