

## 관광을 통해 본 日 성장전략의 재편

'25. 12. 23(화) / 후쿠오카지사

- 관광, 국가 성장전략에서 소외 전략산업 재정의 필요성 제기
- 2024년 방일 외국인 소비 8조 엔 규모로, 관광은 수출 산업에 준하는 핵심 외화 엔진
- 관광은 임금 인상과 인재 육성을 동시에 견인하는 종합산업

### □ 관광을 국가 성장전략의 핵심 산업으로 재정의 필요성

- 일본 정부는 AI·반도체·에너지 등 17개 전략 분야를 중심으로 성장전략을 추진 중이나, 관광은 전략 산업에서 제외
  - 관광의 기여: 관광은 외화 획득, 지역 고용 창출, 지방 경제 활성화에 실질적으로 기여
  - 정책적 인식: 관광이 단일 서비스 산업으로만 인식되어 중요도 낮음
  - 사회적 갈등: 방일 외국인 증가로 오버투어리즘에 따른 지역 생활환경 및 교통 혼잡 등 주민과의 조화 문제가 심화
- 실질적 기여도와 사회적 과제 해결을 위해 관광을 단순 서비스업이 아닌 '통합형 성장 산업'으로 재정의 하고 정책적 우선순위를 높여야 할 필요성 제기

### □ 수치로 확인 가능한 효과

- 2024년 일본을 방문한 외국인 관광객의 소비는 약 8.14조 엔으로 사상 최고치를 기록했으며, 이는 전년 대비 약 53.4% 증가
- 1인당 평균 소비는 227,242엔으로 전년 대비 증가했으며, 숙박·쇼핑·음식 등에 지출이 확대
- 2019년 관광 소비가 약 4.8조 엔이었던 것에 비해, 2024년은 약 8.1조 엔으로 크게 확대
- 2024년 방일 외국인 수는 약 3,687만 명으로 사상 최고치를 기록

## □ 실제 사례(구조적 효과)

- 숙박시설의 지역 식재료 사용 확대 → 농업·수산업 소득 증가
  - 대표 사례: 와카야마 현 ‘와카노우라(和歌の浦)’ 지역은 관광청의 「지역 자원을 활용한 숙박업 등 ‘식(食)의 가치 향상’ 실증사업」에 선정
    - 지역 숙박시설이 지산지소 식재료를 적극 활용한 식사를 제공함으로써 숙박 단가 상승과 함께 지역 농·수산업 소득 증대에 기여하는 모델로 자리 잡고 있음
  - 관광 수요가 숙박을 매개로 농업·수산업에 직접 파급된 구조적 사례
- 체험형 관광(공예·문화 프로그램) → 장인·로컬 크리에이터의 신규 시장 창출
  - 대표 사례: 후쿠이 현 ‘와카사·미카타고코(若狹·三方五湖)’ 지역은 관광청의 지역 일체형 가스트로노미 투어리즘 사업 추진
    - 전통 식문화·생활양식·체험 프로그램을 관광 콘텐츠로 상품화하면서 장인과 로컬 크리에이터가 직접 수익을 창출하는 신규 시장을 형성
  - 체험형 관광이 ‘방문객 대상 일회성 소비’가 아닌, 지역 창작자의 지속 시장으로 확장된 사례
- 성지순례·콘텐츠 관광 → 귀국 후에도 일본 상품·콘텐츠 지속 소비
  - 대표 사례: 와카야마·나라 현에 걸친 ‘구마노 고도(熊野古道)’는 세계유산으로 지정된 대표적 성지순례 관광지
    - 방문 경험이 귀국 후에도 일본 문화·상품·콘텐츠에 대한 지속적인 소비와 재방문으로 이어지는 장기적 파급 효과를 창출
  - 관광 경험이 귀국 후 장기적인 일본 문화 소비로 이어지는 대표적 ‘성지 관광’ 모델

- 관광 수요 증가에 대응한 지역교통 DX·라이드셰어 도입 → 생활권 보호와 관광 수용력 동시 개선
  - 대표 사례: 홋카이도 니세코 지역은 관광 수요 급증에 대응해 숙박·체험·교통 정보를 디지털로 통합 관리하는 관광 DX를 도입
    - 관광객 편의성을 높이는 동시에 지역 주민의 생활 교통을 보호하며 관광 수용력을 강화
  - 관광 증가 속에서도 생활권을 보호하며 수용력을 높인 DX 기반 관리 모델

## □ 추후 과제

- 관광을 보조 산업이 아닌 국가 성장전략의 중핵 산업으로 명확히 재배치
- 저가 경쟁 구조에서 벗어나 고부가가치 체험 중심의 수익 구조로 전환
- 리스킬링(재교육)을 통한 관광 전문 인재 육성 및 임금 인상 기반 마련
- 주민 생활 안전보장을 전제로 한 교통·수요 관리 정책 강화
- 체험형 관광은 “볼거리” 또는 로컬 창작자의 시장 창출 수단으로 관이 주도하는 이벤트가 아닌 민간 수익 구조가 유지되는 모델이 핵심
- 성지 관광은 “일회성 방문”이 아닌 관계 지속형 관광(팬·순례자 모델)로 관광 이후의 굿즈·콘텐츠·온라인 소비까지 포함해 설계
- 관광객 동선·예약·교통 정보를 디지털로 사전 관리
- 관광성과가 외화 → 지역 → 노동자 → 인재로 순환되는 정책 설계 필요

## 【참고 기사】

- [観光が日本の成長戦略であるべき理由 -外貨・地方・人材を支える「統合型産業」として再定義する-](#)  
コラム - JTB総合研究所
- [日本観光振興協会、新たな「観光立国推進基本計画」に向けて提言、量から質への転換で「持続的成長」と「稼ぐ力」の両立を | トラベルボイス \(観光産業ニュース\)](#)
- [観光産業の舞台裏：トップ起業家たちが語る、インバウンド市場の課題と成長戦略 | GLOBIS学び放題×知見録](#)
- [訪日観光は日本経済の成長エンジン | 一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会のプレスリリース](#)
- [訪日外客数 \(2024年12月および年間推計値\) | 報道発表 | JNTO \(日本政府観光局\)](#)
- [訪日外客統計 | JNTO \(日本政府観光局\)](#)
- [https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics12\\_00001.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics12_00001.html?utm_source=chatgpt.com)
- [https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001736440.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001736440.pdf?utm_source=chatgpt.com)
- [https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001726046.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001726046.pdf?utm_source=chatgpt.com)