

일본의 콘텐츠 투어리즘을 통한 관광 활성화 분석

'26. 6. 25(목) / 한국관광공사 오사카지사

1

정의 및 조사목적

□ 콘텐츠 투어리즘(Content Tourism)의 정의



*(출처) 로케투어리즘협의회 홈페이지

특정 지역과 관련된 콘텐츠(영화, TV 드라마, 소설, 만화, 게임 등)를 활용하여 관광 및 관련 산업의 진흥을 도모하는 것을 목적으로 하는 관광을 '콘텐츠 투어리즘(Content Tourism)'이라고 한다.

* 국토교통성경제산업성문화청, 『영상 등 콘텐츠의 제작·활용에 의한 지역진흥의 바람직한 방향에 관한 조사보고서』(2005)

□ 조사목적

- 일본의 콘텐츠 IP를 활용한 관광 유치 전략, 정책 및 과제 조사를 통한 한국의 콘텐츠 투어리즘 방향성 제시
 - 일본은 콘텐츠 투어리즘의 일종인 로케 투어리즘을 통한 경제적·사회적 효과 실현을 위해 ①관계 기관 간 연계 강화를 통한 정보 발신, ②인허가 절차의 원활화, ③인센티브 부여를 추진, ④관광 촉진을 위한 콘텐츠를 '성지순례' 활성화에 활용하는 등 민관이 일체되어 협력할 것을 강조(일본 관광입국추진기본계획 중)
 - * 2024년 일본을 방문한 관광객 중 약 11.8%, '영화 및 애니메이션 관련 장소 방문'을 다음 여행 목적 중 하나로 언급(일본 관광청 조사)
 - 한국은 주로 한류 드라마, 영화 촬영지, K-POP가수의 콘텐츠 촬영지 등을 기반으로 한 촬영지 관광이 중점적
- 일본 내 실제 콘텐츠 투어리즘을 통한 지방관광 활성화 사례 조사를 통한 한국 지방관광 활성화 정책에 대입 가능성 검토
 - 애니메이션 '러브라이브! 선샤인!!' 시즈오카현 누마즈시 사례
 - 영화 '북쪽의 나라에서' 홋카이도 후라노시 사례

□ 민·관에서 콘텐츠 투어리즘에 주목

- 2005년, 국토교통성 등 콘텐츠 투어리즘의 개념 및 중요성 제시

“콘텐츠 투어리즘의 근간은 콘텐츠를 통해 형성된 지역 고유의 분위기와 이미지, 즉 ‘서사성(이야기성)’과 ‘주제성’을 지역에 부여하고, 이러한 서사성을 관광자원으로 활용하는 데 있다.”

국토교통성경제산업성문화청, 『영상 등 콘텐츠의 제작·활용에 의한 지역진흥의 바람직한 방향에 관한 조사보고서』(2005)

추진방향



관광자원의 창출	주민의 이해, 공감, 참여 촉진	콘텐츠를 활용한 관광 프로모션	추진 체계의 확립
로케이션 가이드맵의 발행, 안내판 설치, 가이드 양성 등 콘텐츠가 지닌 ‘서사성’과 ‘주제성’을 살리기 위한 창의적인 노력	지역 주민이 콘텐츠의 가치를 이해하고 공감, 가이드 등으로 참여함으로써 이를 다양한 형태로 방문 관광객에게 효과적으로 전달	기존 관광 진흥보다 더 적극적인 정보 발신과 수신이 중요. 관련 주체들의 협력을 바탕으로 다양한 매체와 장을 활용하여, 효과적인 홍보 전개 필요	지역과 콘텐츠 관련 이해관계자들의 활동을 조정, 이해관계자가 다양한 경우가 많기 때문에, 강한 리더십을 가진 지역 프로듀서의 주도 아래 적극적인 추진이 요구됨

기대효과



로케이션 촬영 지원에 따른 효과	영상 등 콘텐츠를 활용한 관광 진흥의 효과
· 지역을 소재로 한 작품을 통한 지역 홍보 및 관광 진흥 · 촬영팀(로케이션 스태프)의 숙박에 따른 관광·교류 산업 활성화	· 새로운 관광자원 창출을 통한 관광객 유치력 향상 · 지역 인지도 향상

- 관광학계에서도 콘텐츠 투어리즘 관련 연구 활발, 타 관광 형태와의 차이·특징 제시

- ① 창작물(지식재산·IP)이 관광자원이 되는 점
- ② 원래 관광지가 아니었던 장소가 관광지가 되는 점
- ③ ‘차이를 즐기는 여행’이 아닌, ‘공감을 즐기는 여행’이라는 점

* 도시와 거버넌스 vol.40, 콘텐츠투어리즘과 지자체 중

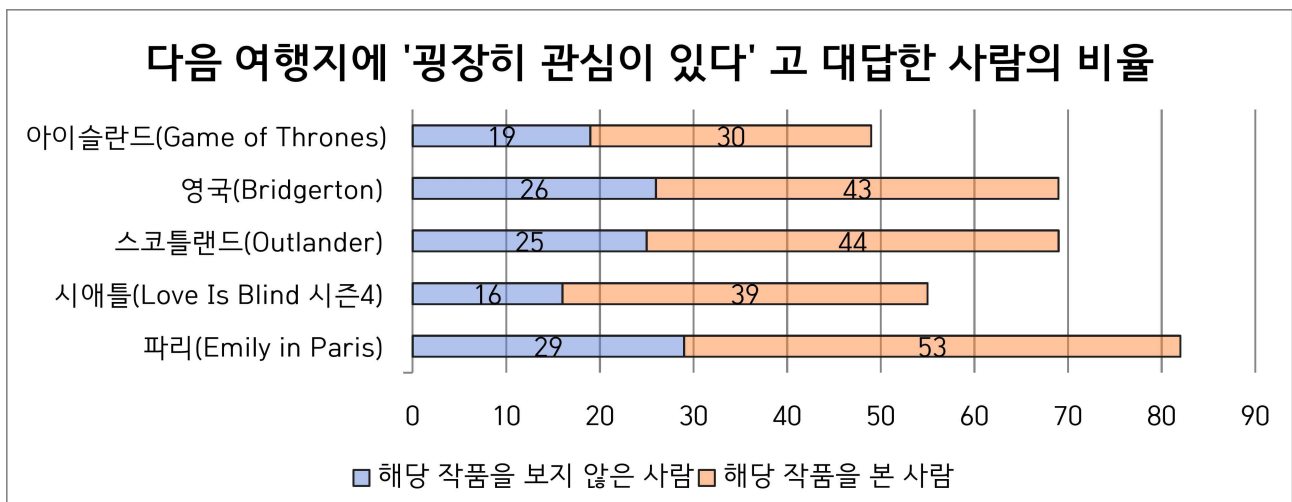
□ 일본 관광 정책으로 발전

○ 로케투어리즘연락회 구성(2013년~2015년) 및 세미나 추진

- (구성계기) 2020년 도쿄올림픽 개최 결정에 따라, 인바운드 증가 예상, 인바운드를 도쿄뿐만 아니라 각 지역으로 유도하기 위한 방안으로 로케투어리즘 제안
- (구성원) 취지에 공감하는 지방자치단체, 촬영지 제공자, 콘텐츠 제작자, 민간 관계자 등
- (추진내용) 회원들의 사업 추진 현황, 과제, 애로사항 등에 대해 정보와 의견 교환 및 로케투어리즘 관련 노하우를 사례집 및 매뉴얼 등의 형태로 정리, 축적

○ 성지순례(Set-jetting)의 세계적 트렌딩에 주목, 선제적 대응 필요성 자각

여행 목적지를 다룬 TV방송, 영화를 본 사람은 그 목적지에 대한 흥미가 높다



* Morning Consult "Set-Jetting" and Beyond: Where Travelers Are Finding Vacation Inspiration", 재인용:일본 관광청 「세계적 흐름을 반영한 매력적인 관광콘텐츠 조성을 위한 기초조사사업 조사보고서」, '24.3.

- 관광입국추진기본계획('26.3.) 내 영화, 애니메이션의 촬영지, 배경지 유치를 통한 관광 촉진 계획 명시

“지역이 하나가 되어 영화·드라마 촬영지를 방문하는 로케이션 투어리즘(로케투어리즘)과 애니메이션·만화 등의 연고지를 찾는 콘텐츠 관광을 추진하고, 작품을 핵심으로 한 관광 스토리와 기반을 구축하며, 관광 콘텐츠 개발, 관련 산업 및 팬덤 이코노미 확대 등을 통해 민관이 협력하여 콘텐츠와 지역 활성화가 선순환하는 구조를 만들어 나간다.”

□ 일본 정부의 지원 사항

- 쿨 재팬 전략회의, '33년까지 200개소 「콘텐츠 지역 활성화 거점」 선정 공표
 - 숙박을 수반하는 체류형 관광의 매력 제고를 위해, 애니메이션, 만화 등의 콘텐츠를 계기로 큰 경제적 파급효과를 창출할 수 있는 지역 단위의 민관 협력 사업 선정

분류	프로젝트 (여러 사례 중 대표 사례)	단체명	장르
① 콘텐츠관광진흥형	성지누마즈X관광추진프로젝트 등 총 10개 프로젝트	시즈오카현 누마즈시 등 10개 기관·단체	만화, 영화 등
② 콘텐츠산업진흥형	고치현 애니메이션 프로젝트 등	고치현 등 6개 기관·단체	애니메이션, 게임 등
③ 복합형	영화와 애니메이션과 역사, 문화의 도시 오노미치가 창조하는 콘텐츠와 지방 활성화의 선순환 플랜 등	히로시마현 오노미치시 등 등 6개 기관·단체	애니메이션, 영화 등

- 유관기관 지원, 후원을 통하여 로케투어리즘의 활성화에 간접적 기여
 - (로케투어리즘협의회) 지자체, 관광협회, 필름커미션, 콘텐츠 업계 관계자들이 참여하는 네트워크 조직을 관광청이 후원

□ 콘텐츠 투어리즘의 로케 투어리즘으로의 심화

○ 콘텐츠 투어리즘의 하위 개념인 로케 투어리즘의 개념 확산

콘텐츠 투어리즘	로케 투어리즘
영화, 드라마, 애니메이션, 만화, 게임 소설 등 콘텐츠를 계기로 방문하는 관광	영화나 드라마의 촬영지(로케지)를 방문하는 관광
예. 애니메이션 <러브 라이브> 배경지 방문 소설 <설국> 의 배경지 방문 드라마 <료마전> 의 촬영지 방문	예. 드라마 <료마전> 의 촬영지 방문 영화 촬영 세트장 방문

- 작품의 배경이 되는 지역을 방문하는 성지순례(聖地巡礼) 문화로 자리매김
 - 콘텐츠의 팬이 관광지를 인지하고 실제로 방문하는 과정은 곧 지역의 매력을 발견하는 경험으로 이어지며, 이는 관광객 유치, 지역 브랜드 가치 제고, 고용 창출 등 다양한 지역경제 효과로 연결

* 키워드 <성지순례(Set-jetting)> 구글 검색 분석 결과 '22년-'23년 대비 307.3% 성장
(일본 국토교통성 관광청 「세계적 흐름을 반영한 매력적인 관광콘텐츠 조성을 위한 기초조사사업 조사보고서」, '24.3)

3

일본의 콘텐츠 투어리즘 · 성지순례 여행 대표 사례

□ 시즈오카현 누마즈시, 애니메이션 「러브라이브! 선샤인!!」

- 일본을 대표하는 스쿨 아이돌 콘텐츠 「러브라이브!」의 후속작, TV 애니메이션·음악·라이브 공연·게임 등을 결합한 대형 미디어믹스 IP

	ラブライブ! サンシャイン!! School Idol Project
	러브라이브! 선샤인!! School Idol Project
	· (발매일) 2016년 9월 23일 *만화 기준 · (발매형태) 만화, TV애니메이션 · (줄거리) 시즈오카현 누마즈시에 위치한 작은 여고의 폐교를 막기 위해 9인이 스쿨 아이돌 아쿠아(Aqours)를 결성하는 이야기 · (성적) Aqours 명의 싱글, 앨범이 오리콘차트 상위권 진입 / 성우그룹 Aqours 도쿄돔 공연 / 영화 수입 약 14억 엔 수준 등

- (계기) '14년 가을, 「러브라이브!」 제작위원회의 제안으로 누마즈시를 배경으로 한 제작 개시
 - 누마즈시는 '09년 경부터 누마즈상공회의소가 추진한 지역활성화 사업, <さあ来い、ハリウッド! 大作戦(자 와라, 할리우드! 대작전)>사업의 일환으로 영화·드라마 제작자를 대상으로 한 웹사이트 「로케이션 라이브러리」를 구축
- (특징) 누마즈시의 '지원'에 집중하는 전략을 통해 작품과 지역이 전면에 보이는 효과 극대화
 - (주민협조) 시는 애니메이션의 주요 배경이 되는 우치우라 지역 주민, 학교 등을 대상으로한 설명회 개최, 협조 요청
 - (지원집중) 시는 행정이 지나치게 전면에 나설 경우 팬들이 거부감을 가질 수 있다고 판단, 시는 지원에 집중하는 방침 택함
- (성과①) 2016년~2022년 사이 약 38만 명 방문 추정, 관계인구의 증가
 - 2016~2022년 사이 약 38만 명이 방문(누마즈시 인구 약 18.5만명), 단순 관광 뿐만 아니라, 상점가 화단 가꾸기, 잡초 제거, 청소 등 봉사활동에 참여
→ 팬들은 작품을 통해 지역에 애착을 갖게 되고, 지역 주민들과의 교류를 통해 단순한 관광객-관광지의 관계를 넘어서는 유대감 형성
- (성과②) 누마즈시 지역 브랜드 자산으로서의 자리매김 → IP효과의 연장

IP 활용 지역 관광, 이벤트 사례	단발적인 흥행이나 일시적 관광 수요 창출을 넘어, 지속 가능한 지역 관광 자원으로 정착하기 위해 지역 행정·민간 부문 및 IP 보유 주체 간의 협력 체계가 장기간 유지
2025년 누마즈 지역사랑 축제 애니메이션 성우 참여	
제79회 누마즈 여름축제 공식 포스터 채택	
누마즈 아케츠치 상점가, 2026년 '요하네* 탄생제' 개최 *등장인물 중 1명의 별명	

□ 홋카이도 후라노시, 드라마 「북쪽의 나라에서」

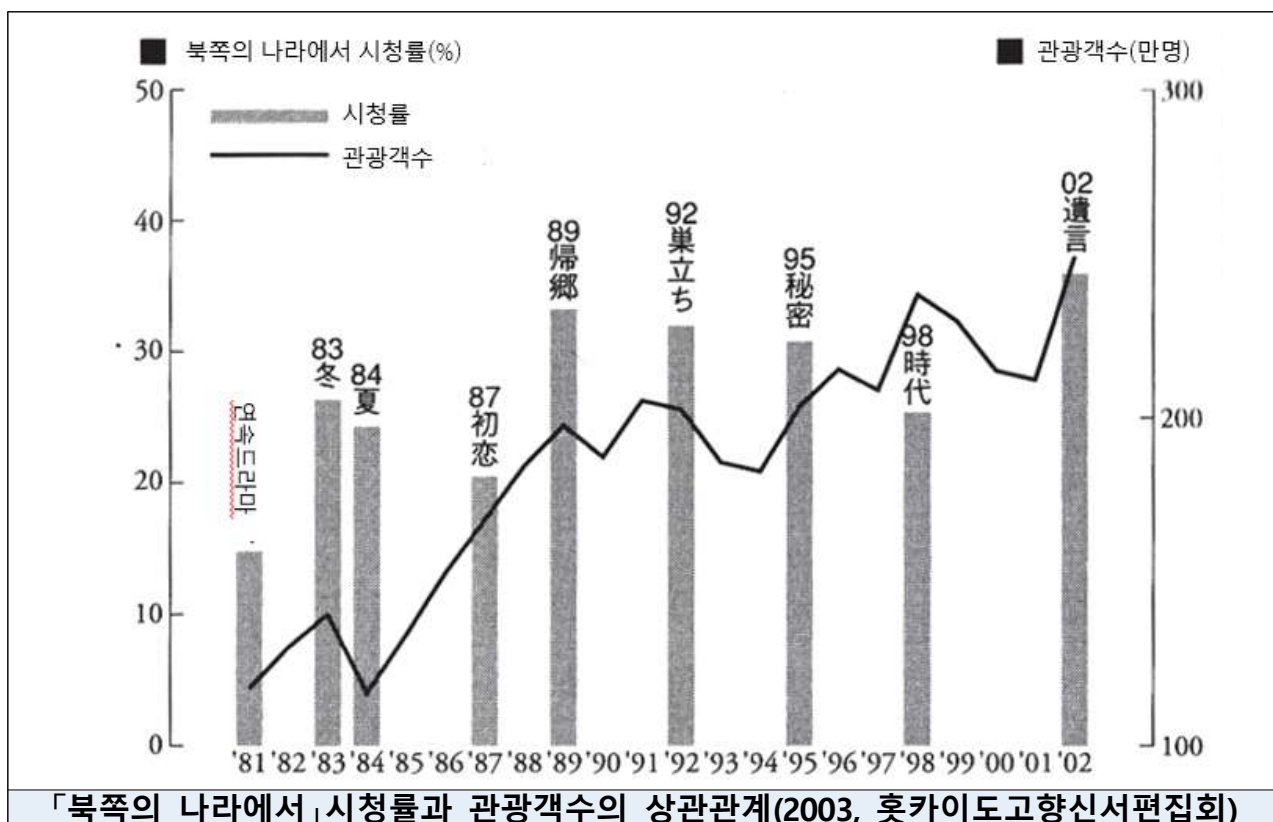
- 홋카이도 후라노시의 이미지를 구축, 장기간 방영된 '국민 콘텐츠' 중 하나
 - 평균 시청률 20% 내외 기록, 단발 히트가 아닌 장기 소비 콘텐츠
 - 콘텐츠 투어리즘의 원형 사례로 자주 언급



후지TV 드라마 北の国から(북쪽 나라에서)

- (방영시기) 1981년~1982년(연속드라마로 방영), 1983~2002년 기간 중 총 8편의 스페셜 드라마가 제작
- (줄거리) 홋카이도 후라노시 로쿠고 지구를 주요 무대로 하여, 도쿄 생활을 정리하고 고향인 홋카이도로 돌아온 주인공 가족의 삶과 성장을 그린 작품
- (기타) 광활한 홋카이도의 자연경관, 농촌 생활을 사실적으로 담아내며 큰 인기를 얻음

- 드라마 방영시마다 후라노시의 관광객이 급상승하며 지역 활성화 효과 견인
 - 마지막편인 2002년 '유언' 편 방송 시에는 과거 최고 249만명 방문 (후라노시 2002년 인구 약 2만 4천여명)



- 2020년, 관광청 「기존 관광거점 재생 및 고부가가치화 추진사업」 선정
 - 드라마 테마를 재활용하여 수용태세 개선, 1년 내내 즐길 수 있는 콘텐츠 조성, 체재중 거점 주유 시설 접근성 개선 등을 통한 체재시의 만족도 향상을 위한 추진

4

한국의 콘텐츠 · 로케 투어리즘 및 시사점

□ [현황] 한국 내 촬영 및 관광객 유치를 위한 사업

- (사)한국영상위원회, 한국 각지의 영상위원회의 정보, 지원 제도 등을 통합 안내
 - 국내외 영상물 제작 관계자들에게 한국 촬영 환경 및 촬영지 홍보, 한국 유치를 위한 활동 전개

관련 사진	주요내용
 팸투어 및 로케이션 스카우팅 지원	해외 영상물의 한국 촬영 유치를 위해 1) 해외 영상물 제작 관계자를 한국으로 초청, 한국의 촬영지 및 문화를 경험하게 하는 팸투어(Familiarization Tour)와 2) 한국 촬영 프로젝트가 있는 외국 감독, 프로듀서, 촬영감독 등 최대 2인에게 한국 로케이션 스카우팅 비용(항공, 숙박 등)을 지원하는 프로그램 운영
부안군청 2026년 부안배경 영상제작 인센티브 지원 사업 공고 ○ 사업내용 2026년 1월 1일부터 소비한 부안지역 로케이션 직접 관련 소비 인정금액 전액 지원 * 공급가액에 한함, 지원액 지급사... 필름코리아 국영문 사이트 데이터 업데이트	필름코리아(https://www.filmkorea.or.kr) 국영문 데이터의 지속적인 업데이트 - 각 지역 로케이션 데이터 등록, 관리 - 지자체별 영상제작 인센티브 지원 사업 안내

- 한국관광공사, 드라마 제작사·K-POP 기획사와의 협업을 통한 콘텐츠 향유 목적의 방한관광 장려
 - △K-POP 아티스트와 함께하는 방한 캠페인 BIAS(Be In Artists' Scenes), △드라마 제작사 '스튜디오드래곤'과 협업하는 지역관광 활성화 사업 등을 통하여 드라마 촬영지를 관광 콘텐츠로 개발, 팬덤이 한국을 찾는 계기 마련

- 특히 한국은 K-POP, 드라마, 영화 등 글로벌한 파급력을 지닌 콘텐츠 자원을 보유하고 있다는 점에서, 특정 지역과 콘텐츠의 연계를 통해 지역 브랜드를 형성하고 관광 활성화로 연결할 수 있는 높은 잠재력 보유

□ 시사점

- 도시 전체를, 장기적으로 향유할 수 있는 추진 형태 고려 필요
 - 현재 한국의 콘텐츠·로케 투어리즘은 특정 촬영지나 일부 공간을 중심으로 관광 자원화하는 방식이 주로, 향후 『러브라이브! 선샤인!!』의 누마즈시 사례와 같이 콘텐츠와 지역이 유기적으로 결합하여, 특정 장소를 넘어 도시 전체가 작품의 세계관과 연계된 관광 자원으로 기능할 수 있는 방향으로 발전 필요
- 제작 단계에서부터 지역 관광 홍보 관련 IP 권리 확보 필요
 - 콘텐츠 투어리즘의 지속성을 확보하기 위해서는 단순한 촬영 장소 제공이나 일회성 홍보에 머무르지 않고, 작품 IP와 지역 간 장기적인 연계 구조를 구축하는 것이 중요
 - 촬영 유치 단계부터 지역 홍보, 연계 이벤트, 2차 활용 등을 고려하여, 콘텐츠 IP 활용 권한을 확보할 수 있는 민관 협력 기반 마련이 필요

1. 애니메이션투어리즘 홈페이지
<https://animetourism88.innovten.com/88navi/>
2. 국토교통성·경제산업성·문화청, 『영상 등 콘텐츠의 제작·활용에 의한 지역진흥의 바람직한 방향에 관한 조사보고서』(2005)
<https://warp.ndl.go.jp/web/20220324075612/www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/souhatu/h16seika/12eizou/12eizou.htm>
3. 관광청, 관광입국추진기본계획
<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001890798.pdf>
4. 관광청, 로케투어리즘의 추진
https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonkeikaku/inbound_kaifuku/shohikakudai/art_culture/locatourism.html
5. 트래블보이스, 로케지 및 애니메이션 성지를 여행하는 콘텐츠투어리즘...(후략)
<https://www.travelvoice.jp/20251219-158938>
6. JNTO, Anime&Manga-inspired Travel across Japan
https://www.jnto.go.jp/projects/overseas-promotion/market-projects/newsletter/newsletter_2025_02_1.pdf
7. 내각부, 2025년도 콘텐츠를 활용한 지역 활성화 거점 선정 결과
https://www.cao.go.jp/cool_japan/000124536.pdf
8. 내각부, 콘텐츠와 지역 활성화의 선순환 플랜
https://www.cao.go.jp/cool_japan/koujunkan.html
9. TOPPAN SOCIAL INNOVATION, 성지순례로 관광은 어떻게 변하는가? (후략)
<https://www.toppan.com/ja/joho/social/column/column16.html>
10. 관광청 「세계적 흐름을 반영한 매력적인 관광콘텐츠 조성을 위한 기초조사사업 조사보고서」
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001752657.pdf>
11. 아사히신문, 러브라이브의 성지 누마즈시 작품과 지역, 팬이 낳은 행복한 선순환
<https://www.asahi.com/articles/ASRBG7SBKRBBUTPB001.html>
12. ANIME FREAKS, 매년의 즐거움, 올해도 포스터가 귀여워!! 절찬의 목소리...(후략)
<https://times.abema.tv/articles/-/10253967?page=1>
13. 増淵敏之, 콘텐츠 투어리즘과 그 현황
https://hosei.ecats-library.jp/da/repository/00008190/12_inno_1_masubuchipdf.pdf
14. 관광청, 기존관광거점 재생, 고부가가치화추진사업 발취
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001418258.pdf>
15. 増淵敏之, 콘텐츠 투어리즘의 발전적 연구: 『북쪽 나라에서』 재고(再考)
https://hosei.ecats-library.jp/da/repository/00008194/12_inno_3_masubuchi.pdf
16. 뉴스1, "최애 따라 한국 간다"...관광공사, K팝 성지순례 띄운다
<https://www.news1.kr/industry/hotel-tourism/6206376>
17. 한국영상위원회 홈페이지
<https://kfcin.or.kr/?module=Html&action=SiteComp&sSubNo=9>
18. 연합뉴스, 관광공사-스튜디오드래곤, 드라마 통한 지역관광 활성화 협약
<https://www.yna.co.kr/view/AKR20260618032300030?input=1195m>
19. 필름코리아 홈페이지
<https://www.filmkorea.or.kr>
20. 홋카이도대학관광학고등연구센터장 山村高淑, 콘텐츠투어리즘과 지자체
https://eprints.lib.hokudai.ac.jp/repo/huscap/all/90466/reportg40_3_1.pdf?utm_source=chatgpt.com