

우리나라 관광열차의 활성화 방안 모색

Seeking Activation Plan of Korean Tourist Train

김동민*†, 강은구*, 윤성민*, 정선교*, 정운상*, 박정수**

Dong-Min Kim*†, Eun-Goo Kang*, Seong-Min Yoon*, Sun-Gyo Jung*,

Yoon-Sang Jung*, Jung-Soo Park**

Abstract Recent Korean railway is a journey using rail rather than simply responsible only for transporting functions of passengers and cargo as in the past the passengers themselves the leisure tourist train for that is to be left with memories and become many, this tourist train is commercialized utilizing indeed it and they continue to grow. However, due to various problems it is a crazy situation that tourists demand filled on schedule. The purpose of this paper is to analyze, compare and Japanese tourist train operation status and wish to see our country through surveys that try to suggest that the Japanese need to improve the country 's tourist train .

Keywords : Tourist train for leisure, Japanese tourist train, Merchandising

초 록 최근 우리나라 철도는 과거처럼 단순히 승객 및 화물의 수송 기능만 담당하는 것이 아닌 철도를 이용해 여행을 떠나 그 자체가 추억으로 남게 되는 레저용 관광열차가 많아지고 있으며, 이러한 관광열차가 상품화되어 실제로 이를 이용하는 승객들이 계속 증가하고 있다. 하지만 여러 가지 문제점으로 인하여 관광객 수요가 계획에 못 미치고 있는 실정이다. 이에 본 논문은 일본 관광열차 운영 현황과 비교, 분석하여 우리나라가 일본을 통해 참고해볼 점을 조사하고 우리나라의 관광열차가 개선해야 할 점을 제시하고자 한다.

주요어 : 레저용 관광열차, 일본 관광열차, 상품화

1. 서 론

관광열차는 열차를 이용해 여행지까지 가기 위한 수단으로 이용 되는 것만이 아닌 열차 자체를 꾸미기도 하여 여행지와 어울리는 테마를 설정하도록 데이핑 하기도 한다. 각 지역마다 그리고 여행의 테마에 따라서 운행하는 방식과 운임이 모두 다르다. 대표적인 우리나라 관광열차 종류로 O, V, G, S, A 트레인과 해랑열차 등이 있고, 이들은 각각 특징을 가지고 운행을 한다. 하지만 몇몇 열차는 이용객이 줄어드는 추세인데, 이에 대해 일본과 비교를 하고 우리나라 관광열차의 문제점 분석, 수송량 증가를 위한 해결방안을 제시할 것이다.

† 교신저자: 동양대학교 철도학술 동아리 T.R.M 김동민

* 동양대학교 철도학술 동아리 T.R.M

** 동양대학교 철도학술 동아리 T.R.M 지도교수

2. 본 론

2.1 우리나라 관광열차 현황

2.1.1 관광열차 종류

우리나라 관광열차로는 먼저 관광열차 벨트인 O, V, S, G, A 트레인, 레일 크루즈 해랑열차, 바다열차, DMZ트레인, 교육열차, 와인&시네마열차 등 종류가 여러 가지가 있는데 이 중 몇 가지만 선택하여 현황과 가격 등을 조사하였다. 하지만 이 논문에서의 관점은 관광열차 자체에 대한 연구가 아닌 관광열차들의 수송현황을 파악하여 활성화를 하기 위한 방안을 찾는 것이 목표이므로 각 관광열차들에 대한 설명은 생략하도록 하겠다.

Fig 1. Korean tourist train type

| | | |
|---|---|--|
|  |  |  |
| O-train 순환열차 | V-train 협곡열차 | S-train 남도해양열차 |
|  |  |  |
| G-train 서해금빛열차 | 경북관광 순환테마열차 | 와인&시네마열차 |
|  |  |  |
| 바다열차 | 레일크루즈 해랑열차 | DMZ-train 평화열차 |

Table 1. Korean tourist train type

| 관광열차 | 종류 | | | | |
|------|------------------|--------------------------|----------------------------|----------------------------------|----------------------------|
| | O,V-Train | S-Train | G-Train | A-Train | DMZ-train |
| 운임 | 67,800 ~ 115,300 | 39,800 ~ 105,200 | 50,200 64,000 56,600 | 68,000 ~ 130,300 | 22,800 32,400 42,000 |
| 운행구간 | 서울역 ~ 철암역 | 서울역 ~ 여수엑스포 부산역 ~ 보성역 | 웅산역 ~ 익산역 | 청량리역 ~ 아우라지역 | 서울역 ~ 도라산역 서울역 ~ 백마고지역 |
| 관광열차 | 바다열차 | 해랑 | 와인& 시네마열차 | 경북관광순환테마열차 | |
| 운임 | 15,000 ~ 50,000 | 1,600,000 ~ 2,990,000 | 87,000(소인) 97,000(대인) | 15,300(동대구역 기준) | |
| 운행구간 | 정동진역 ~ 삼척역 | 서울역 ~ 서울역 | 서울역 ~ 영동역 | 동대구역 ~ 포항역(오전) 동대구역 ~ 청도역(오후) | |

이처럼 각 열차마다 운임이 다르게 적혀있는 이유는 전체 운행구간 내에서 여행 패키지를 구성하였기 때문에 어느 코스에서 여행하느냐에 따라 지불하는 운임이 달라진다.

2.1.2 관광열차 및 타 관광수단의 기능

일반적으로 열차는 승객 또는 화물을 운송하기 위한 교통수단이다. 하지만 이외에도 관광을 위해서 여러 가지 기능을 하는데 관광열차를 포함한 다른 교통수단의 기능을 교통개발 연구원에서 제시한 “관광교통계획의 수립 방안”에 따라 이야기 해볼 수 있다.

Table 2. Features of the tourist traffic

| 관광교통의 기능 | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| 1. 관광지 연출측으로서의 교통이다. | 2. 관광자원으로서의 교통이다. |
| 3. 관광자원의 경관과 시점으로서의 교통시설이다. | 4. 편리성 향상을 위한 교통이다. |
| 5. 관광수요 통제수단으로서의 교통이다. | 6. 관광지의 토지이용 통제수단으로서의 교통이다. |
| 7. 지역생활기반으로서의 교통이다. | |

첫째, 관광지의 연출측으로서의 교통이다. 관광이 하나의 이야기와 같이 시간축에 따라서 연출되듯이 관광지는 관광객의 공간적 이동에 따라서 연출되며, 기존 관광자원은 목적지에 고정되어 있고 관광객은 교통시설에 의해 이동경로를 선택하기 때문에 교통이 관광지의 연출축이 된다.

둘째, 관광자원으로서의 교통이다. 국내에서는 와인열차, 바다열차, 레이디버드 등이 예가 될 수 있는데, 등산열차관광·케이블카·증기기관차·유람선·우마차·인력거 등의 다양한 교통수단은 그 자체가 관광자원으로 도입될 수 있다.

셋째, 관광자원의 경관과 시점으로서 교통시설이다. 관광자원을 보는 장소의 상당부분은 교통공간이며, 해안선 및 산악지 도로 및 철도, 항공기의 차창과 같이 결과적으로 미려한 풍경을 제공할 뿐만 아니라 케이블카 및 등산열차와 같이 풍광을 보여주기 위해 도입되는 교통시설 및 교통수단도 있다. 국내에서는 바다열차, 곡성의 철도마을에 운영 중인 열차가 사례가 될 수 있다.

넷째, 편리성 향상을 위한 교통이다. 관광지의 매력도를 구성하는 요소로서 접근교통의 편리성과 관광지 내 이동의 편리성도 매우 중요하며, 도시 내 교통과 마찬가지로 신속성·쾌적성·대중성은 물론 관광지에서는 이러한 요소와 함께 제반 요소에 의한 교통의 편리성 향상이 필요하다. 국내 관광열차 중 KTX를 이용하는 관광상품이 시간단축과 같은 편리성 향상의 기능을 가진다.

다섯째, 관광수요 통제수단으로서의 교통이다. 관광자원 측면에서 관광 용량에 대한 과잉 수요에 대처하기 위해 수요 억제가 불가피한 경우도 있는데, 그 통제수단의 하나가 교통을 매개체로 하는 방안이다. 산악지형의 경우 관광 케이블카의 유무에 따라 관광객의 종류 및 활동도 변화하는 것이 전형적인 사례이다.

여섯째, 관광지의 토지이용 통제수단으로서의 교통이다. 도시계획적 토지이용 규제가 지역의 개발과 변화를 억제하듯이 대부분의 관광지에서는 자연 지역의 개발억제와 교통에 의한 억제수단이 매우 중요하다.

마지막으로, 지역 생활기반으로서의 교통이다. 관광지의 교통시설은 관광객 뿐만 아니라, 지역주민의 생활 교통 및 물로의 원활한 이동을 위한 역할도 담당하게 되며, 지역의 생활 및 관광교통 혼재가 지역주민과 관광객 모두에게 문제 발생원이 되는 경우가 많기 때문에 계획을 신중하게 수립해야 할 것이다.

2.1.3 관광열차 수송실적

Table 3. Annual tourist train transport personnel (단위: 천명)

| 구분 | | 2013년 | 2014년 | 2015년 |
|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| | | 인원 | 인원 | 인원 |
| 5대 벨트 | O-train | 173 | 129 | 85 |
| | V-train | 152 | 170 | 127 |
| | S-train | 32 | 148 | 194 |
| | DMZ-train | - | 92 | 82 |
| | A-train | - | - | 85 |
| | G-train | - | - | 120 |
| | 소계 | 357 | 539 | 693 |
| 관광전용 | 바다열차 | 119 | 192 | 180 |
| | 해랑 | 4 | 3 | 3 |
| | 소계 | 123 | 195 | 183 |
| 총계 | | 480 | 734 | 876 |

표를 보았을 때 총계를 따져보자면 매년 늘어나는 추세로 보이지만 몇몇 관광열차는 수송 인원이 시간이 지날수록 감소하거나 낮은 수송실적을 유지하는 것으로 나타나고 있다.

2.2 일본의 관광열차 현황

2.2.1 일본의 관광열차 종류

일본의 관광열차 종류에도 우리나라와 비슷한 컨셉트의 열차가 있고 다른 컨셉트의 열차가

있다. 비슷한 열차는 세븐스타(해랑과 비슷함), SL히토요시(V-train과 비슷함) 등이 있고 다른 컨셉의 열차로 이부스키노 타마테바코, 토레이유 츠바사, 아사히야마 동물원호 등이 있다.

Fig 2. Japanese tourist train type








| | | | |
|---|---|---|---|
|  |  |  |  |
| 이부스키노 타마테바코 | 우마사치 야마사치 | 아사히야마 동물원호 | 신칸센 토레이유 츠바사 |
|  |  |  |  |
| SL히토요시 | 리조트 시라카미 | 세븐스타 | 스토브열차 |

Table 4. Japanese tourist train type

(단위: 엔)

| 관광열차 | 종류 | | | |
|------|------------------------|-------------------|----------------------|------------------------|
| | 스토브열차 | SL히토요시 | 리조트 시라카미 | 세븐스타 |
| 운임 | 90 ~ 550 | 800 | 5,600 | 280,000 ~ 1,400,000 |
| 운행구간 | 쓰가루고쇼가라와 역 ~ 쓰가루다카사토 역 | 쿠마모토역 ~ 히토요시역 | 아오모리역 ~ 아키타역 | 하카타역 ~ 하야토역 |
| 관광열차 | 우미사치 야마사치 | 이부노스키노 타마테바코 | 신칸센 토레이유 츠바사 | 아사히야마 동물원호 |
| 운임 | 15,000 ~ 18,000 | 1,870 (패스일 경우 무료) | 4,940(+족탕 15분 1,000) | 560(편도)+520(티켓이 있을 경우) |
| 운행구간 | 미야자키역 ~ 난고역 | 카고시마추오역 ~ 이부스키역 | 야마가타역 ~ 신조역 | 삿포로역 ~ 아사히카와역 |

2.2.2 일본 관광열차의 특징

먼저 우리나라 관광열차의 특징은 열차 내부의 설비에 대한 것들이 장점으로 반응을 보였다. 가령, 좌석배치가 좋다면 좌석마다 콘센트가 있어 편리하다, 모니터를 활용하여 여행해서 좋다 등의 의견이 나왔다. 이와 다르게 일본 관광열차의 특징으로 열차 외부의 디자인이 좋다거나 열차 테마를 이야기 또는 동화 위주로 설정하여 운행을 하여 좋다 등의 반응이 있었다.

2.3 문제점 검토

위의 자료들을 통하여 우리나라와 일본의 관광열차에 대한 자료를 제시 하였는데 이외에도 다른 자료들을 보면 여러 문제점이 드러난다.

Table 5. Drawback of Korean tourist train

| 우리나라 관광열차의 문제점 | |
|--|----------------------------------|
| 1. 우리나라는 관광열차에 대한 홍보가 너무나 활발히 이루어지지 않고 있다는 점 | 2. 가격이 생각보다 비싼 편이다. |
| 3. 우리나라 관광열차는 운행횟수가 일본에 비해 적다. | 4. 할인혜택에 대한 이벤트 등이 별로 있는 편이 아니다. |

첫째, 우리나라는 관광열차에 대한 홍보가 너무나 활발히 이루어지지 않고 있다는 점이다. 이용객 수 자체로 보면 그렇게 적은 수는 아니라고 생각되긴 하지만 본인의 주변인들만 해도 관광열차를 이용하는 지인은 보았던 적은 없었던 것 같다. 홍보가 잘 되지 않는 것에 대한 요인은 현대인들이 바쁘게 생활을 함에 따라 여가시간이 별로 없어 관광열차 홍보에 대해 자주 접하지 못하는 것으로 이어질 수가 있다. 이에 반해 일본의 경우에는 관광열차를 미리 예약을 빠르게 하지 않으면 자리가 모두 채워져 버린다고 한다.

둘째, 가격이 생각보다 비싼 편이다. 본인도 그렇고 주변 지인들에게 관광열차 가격에 대해서는 어떻게 생각하는지를 물어보았는데 대부분의 사람들이 비싸기도 해서 잘 이용하지 않거나 아예 이용을 하지 않는다는 답변을 들을 수 있었다. 보통 관광열차가 비싼 편이기는 하지만 특히 해랑 같은 관광열차는 눈에 띄게 확연히 높은 가격을 볼 수 있는데 보통사람이라면 엄두도 못 낼 가격이어서 절대 이용하려 하지 않을 것이다.

셋째, 우리나라 관광열차는 운행횟수가 일본에 비해 적다. 우리나라 관광열차는 DMZ 트레인으로 보면 하루 운행횟수가 1회밖에 되지 않는다. 아마 다른 관광열차들 또한 비슷할 것이고 운행횟수가 많은 열차는 3회 정도이다. 하지만 일본의 경우 1회 밖에 운행하지 않는 열차는 거의 없고 보통 3회 정도인데 빠르게 자리를 예약하지 않으면 바로 차버리기 때문에 당연히 운행횟수가 우리나라에 비해 많을 수 밖에 없다.

넷째, 할인혜택이 별로 있는 편이 아니다. 얼마 전부터 코레일 측에서는 멤버십 회원들에 대한 할인혜택을 축소시킨 적이 있다. 멤버십 회원이어도 무조건 적립시켜서 할인을 받을 수 있는 것이 아닌 멤버십 회원에게만 발권을 하였을 때 랜덤으로 할인권을 지급하는 방식으로 바뀌게 되어버린 것이다.

이 이외에도 각 열차마다 승객들의 불만사항들이 있는데 객차 내부 타 승객의 소음이나 열차 내부의 구조에 의해 불편함을 느껴서 문제점이 된 적도 있다.

2.4 문제점에 따른 활성화 방안

위의 문제점에 따라 개선시켜야 할 활성화 방안을 제시할 것이다.

Table 6. Activation plan of the problems

| 문제점에 따른 활성화 방안 | |
|--|----------------------------------|
| 1. 다양한 매체를 이용한 광고를 통해 효과적으로 승객들을 유치 | 2. 관광열차에 대한 운임 인하 |
| 3. 관광열차 운행횟수 증편시키기 | 4. 할인혜택 및 이벤트 행사 기획 및 시행 |
| 5. 우리나라에 없는 일본 관광열차 도입 | 6. 각 지역의 거점이 되는 역마다 캠핑카 렌트 시설 설치 |
| 7. 각 지역마다의 행사 및 축제와 연계하여 관광열차를 구성하고 운행 | |

첫째, 홍보가 별로 이루어지지 않는 점은 평상시에도 찾아볼 수 있다. TV에서 광고가 나오는 것들을 보면 대부분 사기업들의 자사 제품에 대한 상업적인 광고(예를 들면 화장품 광고 등)들만 화면에 나오는 것을 볼 수 있다. 본인 또는 주변 지인들 중에도 TV에 관광열차에 대한 광고가 나온 적은 한 번도 본적이 없다고 한다. 그리고 라디오 매체 또한 무시할 수가 없다. 우리나라에서 생각보다 라디오를 듣는 사람들이 많다고 한다. 하지만 정작 라디오에서 관광열차에 대한 광고(노래)가 들린 적은 없었던 것이다. 따라서 이러한 매체들을 최대한 많이 이용하여 광고를 해야 한다.

둘째, 가격의 문제에서는 엔화 환율 계산을 하고 우리나라와 비교를 했을 때 우리나라가 더욱 비싼 편이다. 게다가 환율뿐만이 아니라 일본과 우리나라의 경제상황 등을 고려해보았을 때 우리나라가 더욱 요금이 높은 것이다. 따라서 우리나라의 경제상황을 고려해 가격을 조금 낮추어 돈을 많이 벌지 못하는 승객들도 부담 없이 편안하게 이용할 수 있도록 조치를 취하는 것이 좋다고 본다. 단, 해랑의 경우 나름대로 고급열차이기 때문에 하한선은 적정하게 정해야 한다.

셋째, 우리나라의 관광열차의 운행횟수가 적은 문제는 열차운행횟수 증편에 관하여 상황에 따라 적절히 증편하는 것이 좋을 것이다. 하지만 앞의 2개의 방안이 선수적으로 활성화가 되어야 이 방안이 이루어질 것이다. 성수기 때에는 열차를 최대한 증편하고 비수기 때에는 조금 줄이는 등의 방법이 있을 수가 있다.

넷째, 할인혜택이 관광열차 부분에서는 없다는 문제인데 심지어 일반 여객열차 운행에 대해서도 코레일 멤버십 회원에게만 랜덤으로 지급한다는 것이다. 이런 부분은 마케팅 부분과도 접점이 될 수 있는데 요식업계 브랜드 회사들이 마케팅 할인혜택 전략을 어떤 이벤트를 통해 진행하고 고객을 유치하는 방법처럼 관광열차 부분에서도 이 같은 이벤트를 진행하는 등의 전략을 수립하는 것이 옳다고 본다.

다섯째, 우리나라에 없는 일본의 관광열차를 따오는 방법이 있다. 아예 베끼는 것은 아니지만 일본과 비슷한 방식으로 열차를 운행하는 것이다. 일본의 죽육열차나 침대열차를 우리나라에서도 운행했으면 좋겠다는 의견이 있던 자료가 있다. 침대열차의 경우 효율성 등을 고려하여 폐지되었던 적이 있다.

여섯째, 캠핑카를 이용하는 방법이 있다. 현재로서 각 지역마다 렌터카를 운영하는 것은 일반화 되어있다. 하지만 캠핑카를 이용하기란 쉽지가 않은 실정이다. 따라서 일반적인 렌터카보다는 캠핑카를 대여하여 이용객을 유치하는 것이다. 캠핑카는 관광 및 여행이라는 이미지를 더욱 부각하는 아이템이기 때문에 효과적인 방법일 수 있다.

일곱째, 각 지역마다 매 시기에 열리는 축제와 연계하여 관광열차를 운행하는 방법이다. 이는 현재 이미 진해 군항제에서 운행되고 있는데, 이 축제는 사람들이 많이 가기 때문에 받을 들이기 힘들 정도로라고 한다. 그 만큼 열차를 이용하는 승객도 많을 것이다. 이처럼 다른 축제에도 관광열차와 연계를 한다면 이용객이 많아질 것으로 예상된다.

3. 결 론

우리는 지금까지 우리나라 관광열차와 일본의 관광열차를 비교해보았다. 이를 통해 일본과 우리나라의 차이점이 많이 있음을 알 수 있었고 운임 및 가격, 수송실적 등을 통하여 우리나라 관광열차의 활성화를 위한 방안들을 제시하였다. 지금까지의 내용을 정리하자면,

첫째, 홍보가 잘 이루어지지 않는 점에서는 현재 이용되는 매체인 TV나 라디오를 어느정도 활용해야 한다는 것이다. TV와 라디오를 이용하는 국민들의 수와 파급력은 무시하기가 힘들기 때문이다.

둘째, 관광열차에 매겨진 운임이 비싸다는 단점이 가장 많이 지적이 되었다. 이 부분에 대해서는 관광열차 수요계획과 설문조사를 통해 적정한 가격을 검토하고 부담이 없는 운임과 질 좋은 서비스를 통해 이용객을 유치시켜야 한다.

셋째, 관광열차 운행횟수가 일본에 비해서 적다는 점이다. 일본의 경우에는 일본 국민들이 철도에 관심이 많다거나 운임이 그다지 비싸지 않다는 등의 다른 이유도 있겠지만 운행

횃수가 우리나라보다 높기 때문에 이용객이 많은 이유도 있는 것이다. 따라서 우리나라 또한 운행횃수를 어느 정도 늘려야 하지 않을까 하고 생각해본다.

넷째, 관광열차뿐만이 아니라 일반여객 열차에도 할인혜택이 별로 없다는 점이다. 일반여객 열차의 경우 코레일 멤버십 회원에게만 확률적으로 할인권을 제공하거나 나이 제한을 두어 할인을 한다. 하지만 관광열차는 할인혜택이 거의 없다. 따라서 할인이벤트 등을 기획하여 관광객을 유치하여야 한다.

다섯째, 일본에 있는 관광열차 아이디어를 우리나라 실정에 맞게 변환해 이용하는 것이다. 우리나라에 도입되었으면 하는 점에 일본의 즉속 시스템이나 침대열차를 이용했으면 하는 의견이 있었다.

여섯째, 캠핑카를 이용하는 방법이다. 캠핑카는 일반적으로 렌터카와 다르게 차별화되어 운영을 하기에 관광객을 쉽게 유치할 수 있을 것이라고 예상이 된다.

마지막으로, 각 지역마다 열리는 축제와 연계하여 관광열차를 운행하여 이용객을 유치하는 것이다.

시간이 흐를수록 각 운송수단 간의 경쟁이 심화되어 가고 있는데 철도가 경쟁우위에 서기 위해서는 평상시에 이용되는 여객운송이나 화물 등에 대한 발전에만 집중적으로 개선할 것이 아니라 관광열차에 대한 수요 또한 무시할 수는 없는 부분이기 때문에 이러한 관광열차들에 대한 문제점을 파악하고 개선할 점을 찾아내어 개선하고 더욱 질 좋은 서비스를 제공하여야 한다.

참고문헌 및 사이트

- [1] 정명재, 노학래, 박민식(2014) SNS 빅데이터를 활용한 철도 관광 이용객들의 반응조사, 한국철도기술연구원, 건국대학교
- [2] 이준원(2007) 국내외 관광열차 운영동향에 관한 연구, 한국철도학회 학술대회, 765~772
- [3] 이경태, 도하나(2008) 철도관광사업 활성화 방안, 한국철도학회 학술대회, 717~731
- [4] 레즈코레일 <http://www.letskorail.com/>
- [5] JR큐슈 <http://www.jrkyushu.co.jp/korean/index.jsp>