

Original Article

<https://doi.org/10.12985/ksaa.2023.31.4.082>
ISSN 1225-9705(print) ISSN 2466-1791(online)

국내 지방공항의 특성화 및 활성화 방안 연구 - 방위산업 기반 에어쇼 사례를 중심으로 -

박상용*, 박성식**

A Research on the Development of Domestic Regional Airports Considering the Characteristics of Air-Defense Industry-Based Airshow

Sang Yong Park*, Sung-Sik Park**

ABSTRACT

Since 2017, South Korea's defense exports have shown the world's highest rate of increase of 177% over the past five years, making it the 8th largest defense exporting country in the world. In particular, the aerospace industry is playing a leading role in the Korean defense industry. Among these K-defense industries, the capabilities of the aerospace industry are closely related to the Sacheon Air Show. Sacheon Air Show is one of the largest aviation events in Korea, and products with expertise in the aerospace field are exhibited and demonstrated. Therefore, the purpose of this study is to seek the revitalization of domestic local airports, especially Sacheon Airport, through the Sacheon Air Show held at Sacheon Airport in Gyeongsangnam-do. The first is the development of various contents, the second is the maximization of expertise using air shows, and the third is internationalization. By actively promoting these measures, Sacheon Air Show will be able to maximize the expertise of K-Defense, recognize it as an international event, and promote the vitalization of Sacheon Airport in Gyeongsangnam-do by securing domestic and foreign participants and visitors.

Key Words : K-Defense(K-방산), Sacheon Air Show(사천에어쇼), Development of Content(콘텐츠 개발), Professionalism(전문성), Internationalization(국제화)

1. 서 론

1.1 연구의 배경 및 목적

방위산업은 국가 안전을 위해 군사적 무기체계와 장

비를 연구, 개발, 생산, 납품, 수출하는 산업을 의미하며, 군사적 용도로 활용될 수 있는 모든 산업을 포함한다(Lee et al., 2020). 우리나라 방위 산업은 2017년~2021년, 최근 5년간 177%라는 세계 최고 수준의 증가율을 보이며, 세계 8위 방산수출국가로 도약하였다(Jang, 2022). 특히, 2020년 초반부터 눈길을 끌고 있는 것이 바로 'K-방산'이라 명칭되는 한국의 방위산업으로 이미 차세대 수출 산업으로 떠오르고 있다. 2022년 7월 폴란드와 K2 전차 1,000대, K9 자주포 648대, 그리고 FA-50 경공격기 48대를 수출하는 계약을 맺었고, 위 사업을 합한 평가액은 40조 원 대이며, 국

Received: 22. Nov. 2023, Revised: 04. Dec. 2023,

Accepted: 08. Dec. 2023

* 중원대학교 항공운항학과 교수

** 국립한국교통대학교 항공운항학과 교수

연락처 E-mail : sungsikpark@hotmail.com

연락처 주소 : 충청북도 충주시 대소원면 대학로 50

산 무기 수출 역사상 최대 규모다. 특히, 최근에는 항공우주산업이 이러한 결과에서 선도적인 역할을 하고 있다. F-16 전투기의 후반부, T-50 및 FA-50 등 국산 전투기 완제기에서 다양한 항공기 부품을 생산하는 한편, 국내에서 최초로 KF-21 전투기 개발에 참여하고 있다. 또한 K-방산은 해외 시장 진출을 위해 다양한 전략을 추진하고 있고, 기술력과 신뢰성으로 인해 국제적인 높은 평가를 받고 있으며, 항공우주 분야에서 우수한 기술력과 전문성을 바탕으로 국내외 방위산업 시장에서 중요한 역할을 하고 있다.

이와 같은 K-방산의 역량은 사천에어쇼와 밀접한 연관이 있다. 사천에어쇼는 국내 최대의 항공 행사 중 하나로, 항공우주 분야에서 전문성을 갖춘 K-방산의 제품들이 전시 및 시연을 한다. 또한, K-방산은 사천에어쇼에서 기술력을 뽐내며 해외 바이어와 수출 거래를 진행하기도 한다. 따라서 사천에어쇼는 K-방산의 국내외 시장 확대와 기술력 홍보 등의 기회를 제공하고, K-방산은 사천에어쇼를 통해 전문성을 인정받고 제품의 시제품이나 실물을 대중에게 공개할 수 있는 기회를 갖게 된다.

따라서 본 연구의 목적은 방위산업을 활용한 에어쇼를 통하여 사천공항 사례를 중심으로 국내 지방공항의 활성화를 모색하고자 하였다. 연구자는 경상남도 사천시에 발간한 사천에어쇼 “평가보고서”를 재평가 및 분석하여 지방공항의 활성화 방안을 모색하고자 하였다.

1.2 연구의 범위 및 내용

본 연구는 국내외 에어쇼의 현황, 사천에어쇼의 성과분석, 그리고 사천에어쇼와 기타 국내에어쇼의 비교 분석 등을 하였다. 세부적으로 국내외 에어쇼 현황 조사를 위해 서울ADEX¹⁾, 군산새만금에어쇼, 경기국제항공전, 사천에어쇼, 그리고 국외 에어쇼를 조사하였다. 특히 사천에어쇼의 성과분석을 위하여 사천에어쇼 자체 평가보고서(2007~2011년)를 활용하였고, 2011년 이후의 자료는 해당 공식 웹사이트 및 기타 데이터를 조사하여 분석하였다. 이를 통해 국내 사천공항의 방위 산업 기반 에어쇼를 활용한 활성화 방안을 도출하였다.

II. 본 론

2.1 이론적 고찰

Rech(2015)의 연구는 영국의 군사 에어쇼가 국가, 국경, 경제, 차이 및 위험을 반영하여 현대 군사주의의 중요한 측면을 강조하고, 군사적인 에어쇼는 지정학과 군사주의 간의 연관성을 탐구하며, 연구를 통해 이러한 측면을 이해하려는 시도를 보여주었다. 또한, 에어쇼의 관람 문화와 관광의 문화적 지리 간의 관련성을 다루고, 에어쇼에서의 관람이 어떻게 이루어지는지를 분석하였다.

Lee(2021)의 연구는 한국의 14개 공항의 운영 효율성을 조사하고, 이것이 지역 경제에 미치는 영향을 분석하였다. 국제공항과 국내공항의 효율성은 차이가 있으며, 특히 국제공항 중 김포, 김해, 제주 공항이 높은 효율성을 확인하였다. 반면 국내공항은 대체로 효율성이 낮고, 공항의 효율성은 지역 경제와 강한 연관성을 가지며, 노동 집약적인 특성을 가지고 있어 시설 중심의 확장보다는 노동력에 투자하는 것이 더 효과적임을 주장하였다.

See(2023)는 지난 20년간의 공항 효율성 및 생산성을 분석하였다. 이 연구는 항공 효율성 및 생산성을 문헌연구를 통해 분석하여 패턴과 연구 주제들을 식별하였다. 또한 공항 효율성에 영향을 미치는 요인들을 도출하였으며, 본 연구는 미래 항공 효율성 연구의 방향성을 제안하며, Scopus에 등재된 데이터베이스를 사용하여 분석하였다는데 의의가 있다.

2.2 에어쇼 현황

2.2.1 국내 에어쇼 현황

2.2.1.1 서울 ADEX

국내 대표적인 에어쇼는 서울에어쇼이며, 과거에는 경기국제항공전, 군산새만금에어쇼 등이 있었으며, 군용 및 민간항공기 전시와 에어쇼가 주요한 행사이다. 서울에어쇼는 1984년부터 격년제로 공군에서 개최하던 것을 국제적 규모의 에어쇼로 확대하기 위해 공군과 항공우주산업진흥협회의 합의로 공동 주최로 개최하였다. 제3회 전시회부터는 지상해상 방산장비 업체의 참가를 확대하기 위해 정식명칭을 ‘한국 항공우주 및 방위산업 전시회’로 변경하였다(한국항공우주산업진흥협회, 2011). 그 이후 “서울ADEX”라는 명칭으로 2009년부터 현재까지 격년제로 성남 서울공항에서 실시하고 있다(Lee, 2021).

1) ADEX: International Aerospace & Defence Exhibition의 약어

2.2.1.2 경기국제항공전

2009년 실시된 경기국제항공전은 경기도 안산시 경기테크노파크에서 안산시와 경기관광공사가 주최 및 주관하는 행사로 산업전, 전시, 에어쇼, 체험 프로그램 등으로 구성되어 있다. 또한 개인용 항공기의 아시아 제2 관문으로 육성하기 위해 항공레저의 저변확대 후 항공정비서비스 MRO²⁾사업의 진입 기반을 마련하고, 부품업체를 유치하는 방향으로 하여 에어쇼를 항공산업업으로 발전시키는 목적으로 실시하였다. 2018년까지 실시 후 현재는 운영하지 않고 있다(Table 1).

2.2.1.3 군산 새만금 에어쇼

군산에어쇼는 군산의 발전과 한미 우호 증진을 목적으로 군산 지역에서 개최했던 에어쇼이며, 한·미 우호 증진과 군산 발전, 즉 영남 지역에 편중된 항공 우주 산업 지역 안배를 꾀함은 물론 새만금 일원이 항공 우주 산업 개발의 최적지임을 홍보하고자 2007년 새만금 항공 레저 스포츠 박람회 타당성 조사를 거쳐 기획되었다(Kim et al., 2013).

군산엑스포 축하행사에서 분리되어 2008년부터 격년제 단독 에어쇼로 새만금 일원 및 미공군 비행장에서 개최하였고, 본 행사는 군산시, 미공군, 공군이 주최 및 주관하는 에어쇼로서 2011년까지 운영되었다(Table 2).

2.2.1.4 사천 에어쇼

사천에어쇼는 2004년 1회 '사천항공우주산업축전'이라는 명칭으로 시작되었다. 그 이후에 2005년부터 '항공엑스포'라는 명칭으로, 그리고 2016년부터 지금의 '사천에어쇼'라는 명칭으로 행사가 현재까지 지속되고 있다.

'축제'란 본래 의례적인 행사로서 현대에 들어 지역 활성화 차원에서 상업적 성격을 갖게 된 개념으로 축

Table 1. Status and results of the Gyeonggi aerospace exhibition

Years	Visitor (ten thousand)	Event scale (m ²) /budget (billion KRW)	Economic impact (billion KRW)
2009	32	31,520/20	100
2010	41	390,000/21	150
2011	43	420,000/22	200

2) MRO: Maintenance, Repair and Overhaul의 약어

Table 2. Status and results of the Gunsan Air Show

Years	Visitor (ten thousand)	Budget (billion KRW)	Remark
2008	3	2.5	The part of Gunsan International Motor show
2009	1.5	3	Gunsan Air Show"
2011	3	3.3	Gunsan Air Show"

제를 상품화시킨 축제 이벤트는 '방문객을 성공적으로 유치하게 하는 지역의 문화적 자원'이라는 포괄적 개념으로 정의하였다(조희원, 2008). 사천에어쇼는 지역의 축제를 항공, 우주 과학과 상업적 축제를 혼합한 것으로 지역의 대표적 축제로 자리매김하고 있다.

경남 사천시는 한국항공우주산업(KAI), 항공 관련기업 등을 비롯하여 공군 제3훈련비행단과 사천공항, 한국폴리텍항공대학, 항공우주박물관을 활용하여 지역의 축제가 아닌 국제화를 모색하기 위해 '에어쇼'로 명칭하여 국제적 행사로 발전시키기를 원하고 있다.

2.2.2 국외 에어쇼 현황

파리에어쇼와 판버러(Farnborough) 에어쇼가 규모 및 역사 면에서 세계 최고인 것으로 알려져 있으며, 싱가포르와 모스크바에어쇼가 최신 항공기술 전시 및 투자 유치 위주의 에어쇼로 개최된다. 이러한 에어쇼는 군수항공기, 민간 여객기 등을 전시하는 에어쇼로 주로 기업이나 국가 상대의 무역을 위한 에어쇼이기 때문에 최신 기술을 많이 전시하고 있다. 이는 우리나라 서울 ADEX와 유사한 형태이다(Table 3).

국제 에어쇼의 경우, 대부분이 격년제로 실시되고 있으며, 홀수년도와 짝수년도의 비율이 비슷하다. 전시 형태는 일시적인 가건물이나 텐트와 영구적인 건물을 함께 사용하고 있다. 전시에 참여하는 업체는 에어쇼마다 다소 차이가 있으나, 국가로는 약 30~40개국으로 큰 차이를 보이지 않으며, 국방 및 민간 사절단을 파견하여 자국의 항공관련 업체의 홍보 및 지원을 실시하고 있다(Lee, 2008).

엑스포와 같은 전시박람회형 에어쇼 이외에 시범비

Table 3. Classification and status of international air shows

Venue	Paris	Farnborough (UK)	Singapore	Dubai	San Diego (USA)
First held	1909	1948	1981	1989	1980
Duration/cycle	7 days/odd-numbered years	7 days/even-numbered years	6 days/even-numbered years	Every 5 years	6 days/even-numbered years
Exhibiting companies (country)	2,000 (42)	1,480 (35)	940 (43)	726 (46)	379 (40)
Visitors	253,920	240,000	134,300	35,000	140,000
Defense delegations	150	83	153	60	143
Civil delegations	40	40		44	
Exhibition aircraft (Units)	140	100	N/A	101	121
On-site contracts signed (USD)	N/A	40billion	15billion	20.1 billion	N/A

행 및 곡예비행 등이 주를 이루고 개인이 직접 만든 항공기 등 항공기를 전시하는 항공레저형 에어쇼도 많은 항공기 부품 및 항공기 구매의 장이 되기도 한다.

한편, 항공레저형 에어쇼로는 미국의 오시코시가 있으며, 매년 개최되는 세계 최대의 경항공기 에어쇼이다. 항공레저형태 중 Air racing³⁾ 형태의 에어쇼는 Reno 에어쇼로 매년 9월에 개최되고, 연간 20만 명이 방문하여 8천만 달러의 경제효과가 있다. Air racing은 매년 전세계를 대상으로 행사가 진행되고 있으며, 현재 가장 성공한 에어쇼로 알려져 있다.

2.3 사천에어쇼의 성과 분석

2.3.1 사천에어쇼 현황 조사

사천에어쇼는 국내 최초 항공기 "부활호"의 발상지로서 역사적으로 중요하며, 항공우주산업 도시의 중심으로 자리잡고 있다. 이 에어쇼는 국제적으로 공인된 엑스포는 아니지만, 엑스포와 에어쇼의 본질적인 특성을 모두 포함하고 있다. 사천에어쇼는 항공산업 전시와 홍보를 주된 역할로 하며, 관련 기술 심포지엄을 개최하여 신기술을 소개하고, 투자유치를 촉진하는 엑스포로서의 특성을 가지고 있다.

사천에어쇼의 연도별 성과는 행사기간 동안 방문한 방문객, 행사기간동안 사천에서 소비한 총 비용, 엑스포를 통한 투자 및 승수효과에 대한 경제효과를 기준으로 조사한 결과는 Table 4와 같이 분석하였다 (Lee, 2011).

2.3.2 사천에어쇼와 기타 국내 에어쇼의 비교 분석

국내 에어쇼는 각 행사별 성격이 달라 동일하게 성과를 비교하기는 어렵다. 다만, 군수 전시 및 곡예비행과 같이 일반적 에어쇼의 성격이 동일한 것으로 측정한다면, 투입예산과 경제적 효과, 관람객 수 등으로 분석할 수 있다. 또한 행사의 만족도에 대한 측정을 통하여 성과를 분석해 볼 수 있다(Kim et al., 2013).

2.3.2.1 경제적 성과 분석

Table 5의 결과, 동일시기를 기준으로 국내에서 개최된 에어쇼의 예산을 비교해 보면, 서울에어쇼는 50억 원, 경기국제항공전은 24억 원, 사천에어쇼는 8억 원, 군산에어쇼는 3억 원 규모이다. 예산대비 관람객 비율(관람객수/예산)은 사천에어쇼가 3이고, 경기국제항공전 1.79, 군산에어쇼 0.91, 서울에어쇼 0.5이다.

그러나 보다 정확한 분석을 위해서는 성과지표를 단

3) Air racing: World Championship Air Race는 세계항공스포츠연맹(FAD)이 승인한 항공 레이스 대회.

Table 4. The performance of the Sacheon AirShow by year

Years	Visitor (ten thousand)	Exhibition aircraft (Units)	Consumption amount (billion KRW)	Economic impact (billion KRW)
2004	21	N/A	20	50
2005	46	N/A	46	N/A
2006	43 / 5 days	44	43	108~150
2007	44 / 5 days	29	44	132
2008	43 / 5 days	32	34	96~134
2010	16 / 3 days	65		49
2011	24 / 4 days	57	138	213
2014	- "10th Anniversary of Gyeongnam Sacheon Aerospace Expo" - "The first-ever 'Aero Mart Korea Sacheon' event hosted in Korea"			
2016	26 / 4 days	84	150	250
2017	26.8 / 4 days	84	160	270
2018	30.6 / 4 days	92	200	320
2019	31.8 / 4 days	183	220	360

Table 5. Comparing the outcomes of domestic Air Shows

Category	ADEX	Gyeonggi	Gunsan	Sacheon
Event year	1984~2012	2011~2018	2008~2011	2008~2011
Budget (billion KRW)	50	24	3.3	8
Economic impact	-	200	-	213
Visitors (ten thousand)	25	43	3	24
Budget / visitor	0.50	1.79	0.91	3.0
Budget / economic impact	.	8	.	27

순히 예산대비 관람객 수보다는 경제적 효과로 측정해야 한다. 예산/경제적 효과비 역시 사천에어쇼가 27이고 경기국제항공전이 8 정도이다. 서울에어쇼와 군산에어쇼는 방산. 군수전시 및 부대 방문 행사로 경제적 효과를 측정하기에는 한계가 있다(Kim et al., 2013).

2.3.2.2 운영적 성과 분석

운영의 성과는 행사 후 사천시에서 실시한 관람객들의 자체 평가보고서 중에 만족도 조사를 통해 분석할 수 있고, 이에 대한 운영적 만족도를 평가해 보았다.

에어쇼 행사 후 각 콘텐츠에 대한 설문조사를 데이터로 조사 항목을 척도화하여 각 콘텐츠에 대하여 만족도를 정량화하였다. 설문지의 응답은 '전혀 아니다'에서부터 '매우 그렇다'까지 7가지로 분류되었다. 평가점수의 편이를 줄이기 위해 '전혀 아니다', '아니다', '약간 아니다'는 부정정적 응답으로 (-)척도로 하였으며, 보통이다 이상은 (+)척도로 하여 4점까지 부여했다. 이는 일반적으로 '보통이다', '약간 그렇다'라는 중위수 답변이 많이 나올 경우 대체로 만족도가 높다고 평가되는 차이를 줄이기 위해서 척도화하여 평가하였

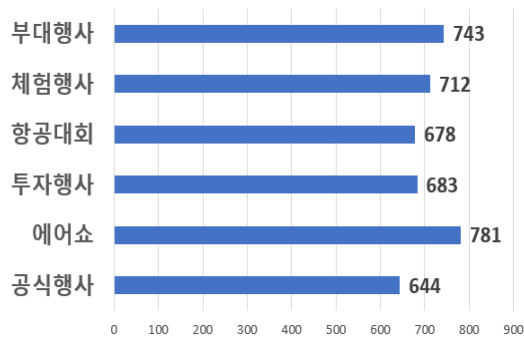


Fig. 1. Satisfaction at Sacheon Air Show

다(Kim et al., 2013).

Fig. 1의 결과를 보면 총 6개 행사(콘텐츠)에 대한 만족도 측정 결과, 가장 높은 항목은 에어쇼이며, 부대 행사와 체험행사로 나타났다.

에어쇼에는 블랙이글 비행, 해외곡예비행, 부활호시범비행, 무선헬리콥터 등이 있으며, 부대행사는 축하공연, 건강증진관, 지역상품점 등의 행사이다. 체험행사는 항공우주체험, 로켓발사 등이며, 투자행사는 관련 심포지엄 및 취업박람회이고, 항공대회는 글짓기, 항공 백일장이다.

Fig. 2의 각 세부 콘텐츠 만족도 분석 결과, 대체로 에어쇼 항목들이 높은 만족도를 보이고 있다. 만족도의 우선순위를 분석하면, 에어쇼 콘텐츠인 에어레이싱, 블랙이글, 해외곡예비행이 높은 순위를 차지하고 있으며, 그 다음으로 축하공연, 건강증진관, 엔진체험 등이 있다.

그러나 Table 6을 결과를 보면, 세부 콘텐츠의 만족도 분석 결과, 대체로 에어쇼 항목들이 만족도가 2007부터 2010년까지는 높았으나, 2011년도가 지나

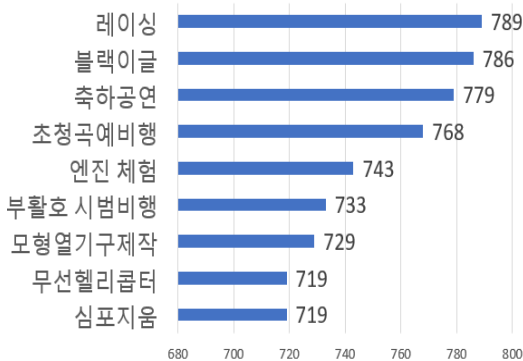


Fig. 2. Satisfaction by detailed categories

Table 6. The budget and satisfaction changes at the Sacheon Air Show

Years	Total budget (billion KRW)	Expenditure (million KRW)	Ratio	Airshow satisfaction
2006	7	110	15.5%	68.9%
2007	7	185	26%	88.8%
2008	7	208	29%	49.3%
2010	8	162	20%	50%
2011	8	153	19%	50.1%

가면서 그 만족도가 점점 줄고 있는 것으로 조사되었다.

이의 시사점은 단순한 에어쇼를 벗어나지 않으면 관객 동원 및 만족도가 떨어질 수 있다는 문제점이 분석된 것이다. 따라서 이 문제점의 개선 방안을 찾는 것이 매우 중요한 일인 것이다.

2.4. 문제점 개선 방안

2.4.1 다양한 콘텐츠 개발

2018년부터 단순한 에어쇼의 한계를 극복하고자 "공군과 함께하는 2018년 사천에어쇼"를 개최했다. 이 행사로 30만 관람객을 기록하며 민간, 군사 분야의 항공우주 기술 발전을 위한 세미나와 심포지움 등 다양한 행사를 선보였다. 더불어 항공기 32종 92대(군용 66대, 정부기관 1대, 민간 25대) 및 무장·장비 39종 50점 등 다양한 콘텐츠를 제공하며 에어쇼의 다양성을 확대하였다. 이로써 '에어쇼 콘텐츠 부족'이라는 문제를 극복하게 되었다. 또한 다양한 볼거리의 부족에 대한 지적을 받아드려, 공군과의 협력을 통해 이 부분을 개선하였다.

코로나-19 펜더믹이 안정화 되어 2년 동안 공백기를 지나, 2022년 드디어 관람객 최초로 40만 관람객 시대가 열리게 되었다. 이처럼 방위산업 기반 에어쇼의 지방공항 특성화 및 활성화 요인으로 판명되었기 때문에 본 연구는 다음과 같이 지방공항 활성화를 위해 다음과 같은 추가적이고 세부적인 방안을 제시하고자 하였다.

2.4.2 K-방산의 전문성 극대화

2.4.2.1 K-방산 기업 홍보

관련 기업들을 대상으로 전시 및 체험 부스를 운영하여 관람객들에게 군수산업의 최신 기술 및 제품들을 소개한다. 이를 통해 방위산업의 경쟁력을 높일 수 있고, 군수산업에 대한 관심도를 높일 수 있다.

2.4.2.2 군수산업과 관련된 세미나 및 토론 개최

관련 전문가들을 초청하여 군수산업의 현재 동향 및 미래 전망에 대한 세미나와 토론을 개최한다. 이를 통해 군수산업에 대한 이해를 높이고, 새로운 기술과 아이디어를 공유할 수 있다.

2.4.2.3 민, 관, 군 드론 전시 및 행사

이제는 스마트 폰만큼 일상화된 드론은 군사용뿐 아니라 산업과 일상생활에서도 널리 사용되고 있다. 사천 에어쇼에서는 드론 경주나 드론 전시회를 개최하여 드론 기술의 발전과 군사적 용도뿐 아니라, 상업적으로도 활용 가능한 가능성을 보여주어야 한다.

2.4.2.4 군용 항공기 비행 시연 및 체험 프로그램 운영

군용 항공기 비행 시연을 통해 국내 방위산업의 최신 기술과 성능을 보여주며, 체험 프로그램을 통해 관람객들이 직접 항공기를 탑승하여 체험할 수 있는 더 많은 기회를 제공하여야 한다.

2.4.2.5 방위 산업 취업 및 교육 정보 제공

K-방산 관련 기업들의 취업 정보나 국방산업과 관련된 교육 정보를 제공하여 청년들의 방위 산업에 대한 관심과 참여를 높이는 부스를 운영하여 한다.

2.4.2.6 방위 산업체 취업 상담 및 채용설명회

방위 산업 업체는 최근 청년들에게 가장 뜨거운 관심의 대상이다. 따라서 K-방산의 취업상담 및 채용 설명회를 개최하여, 학생 및 취업 준비생들이 업체의 인재상과 채용절차 등에 대해 더 많은 이해를 할 수 있도록 할 수 있다.

2.4.3 다양한 국제화

2.4.3.1 해외 참가자 유치

해외 군용 및 민간항공기, 드론 등 다양한 항공기를 유치하여 전시할 수 있도록, 세계 각국의 항공기 제조사와 해외 비행사를 초청하는 활동이 필요하다. 그리고 해외 참가자들이 항공기를 쉽게 운송할 수 있도록, 해외에서부터 항공기를 운송할 수 있는 직항 노선을 개설하는 등의 지원이 필요하다.

2.4.3.2 국제적인 마케팅

사천에어쇼를 국제적인 행사로 인식시키기 위해서는 국제적인 마케팅이 필요하다. SNS, 온라인 동영상 플랫폼 등을 통해 국내외에 사천에어쇼의 새로운 콘텐츠를 홍보하고, 해외 전문 매체와의 협력을 통해 해외적인 홍보를 강화해야 한다. 그리고 사천에어쇼를 국제적인 행사로 인식시키기 위해서는 해외 전문 매체와의 협력이 필요하다. 이를 위해 해외 전문 매체에 대한 정보를 수집하고, PR 미디어를 활용하여 광고 및 보도 자료를 전달하는 것이 필요하다.

2.4.3.3 국제적인 시설 강화

사천에어쇼가 국제적인 행사로 성장하기 위해서는 국제적인 수준의 시설이 필요하다.

해외 참가자들이 원활하게 항공기를 전시하고 운용할 수 있는 시설과 장비들을 확보하여, 국제적인 행사로서 경쟁력을 갖출 수 있도록 해야 한다. 항공기를 수용할 수 있는 대형 격납고 또는 항공기를 이동시킬 수 있는 대형 크레인 등의 기계장비를 확보하여 해외 참가자들이 항공기를 운영하는 것에 문제가 없도록 하여야 한다.

2.4.3.4 국제적인 프로그램 제공

국제적인 행사로서 인정받기 위해서는 해외 참가자들에게 맞춤형 프로그램을 제공해야 한다. 해외 참가자들의 문화적인 차이를 고려하여 다양한 프로그램을 제공하고, 공항 이외의 지역적인 콘텐츠를 제공하여 방문객들의 만족도를 높이는 것이 중요하다. 해외 참가자들에게는 현지 문화와 관광지를 소개하는 프로그램이나, 해외 참가자들끼리 교류할 수 있는 네트워킹 프로그램 등을 제공하여 해외 참가자들의 만족도를 높이는 것이 필요하다.

2.4.3.5 국제적으로 유명한 항공 인사를 초청

국제적으로 유명한 조종사, 우주인, 항공 유명인 등을 초청하여 공연을 선보이는 것은 사천에어쇼를 국제적인 행사로 인식시키는 데에 큰 역할을 할 수 있다. 이를 위해서는 국제적으로 유명인을 선별하고, 적극적으로 연락하여 초청하는 것이 필요하다.

III. 결 론

2022년 폴란드에 FA-50 경공격기 48대를 수출하는 계약이 이루어지고, 누적 항공기 64대 수출 물량과

74대 추가 수출이 이루어지는 곳이 바로 경남 사천이다. 이런 K-방산 시대를 맞이하여 지역공항 중에 사천공항을 활성화하는 방안을 모색하고자 본 연구를 시작하였다. 그 방안 중의 핵심은 지역축제로 시작된 사천에어쇼가 그 역할을 할 수 있도록 하여야 한다(Kim et al., 2015).

크게 세 가지로 정리하면 다음과 같다. 첫 번째로 다양한 콘텐츠 개발이고, 두 번째로는 K-방산의 전문성 극대화이며, 세 번째는 국제화를 설명하였다.

구체적인 방안인 첫 번째는 공군과의 협력으로 많은 부분 개선됨을 설명하였고, 두 번째는 K-방산 기업 홍보, 군수산업과 관련된 세미나 및 토론회 개최, 민관군 드론 전시 및 행사, 방산산업 취업 및 교육 정보 제공, 방산업체 취업상담 및 채용설명회 등으로 설명하였다. 그리고 세 번째는 해외 참가자 유치, 국제적인 마케팅, 시설 강화, 프로그램 제공, 국제적으로 유명한 항공 인사를 초청 등으로 설명하였다.

이러한 방안들을 적극적으로 추진하여 사천에어쇼를 K-방산의 전문성을 극대화시키고, 국제적인 행사로 인식시켜, 국내외적인 참가자 및 방문객들의 확보를 통해 경상남도 사천공항의 활성화를 도모할 수 있을 것이다.

후 기

본 논문은 “콘텐츠 개발을 통한 국내 에어쇼 활성화 방안 연구-경남 사천 항공우주엑스포를 중심으로” 한국엔터테인먼트 산업학회 2013 춘계학술대회 논문을 발전, 적용하였습니다.

References

1. Lee, S. H., Lee, S. H., and Jung Y. S., “A study on the problems and improvement plan of Korean defense market”, Industry Promotion Research, 5(4), 2020, pp.15-28.
2. Jang S. G., “K-defense export innovation plan from the trinity perspective”, The Journal Of Humanities and Social Sciences 21, 13(6), 2022, pp.783-794.
3. Rech, M. F., “A critical geopolitics of ob-servant practice at british military airshows.” Transactions of the Institute of British Geographers, 40(4), 2015. pp. 36-548.
4. Lee, H. Y., Choi, F. Y., and Jahira D., “The governance of airports in the sustainable local economic development.” Sustainable Cities and Society 74:103235. 2021.
5. See, K. F., Tolga, Ü, Peter F., and H-M N., “Twenty years of airport efficiency and productivity studies: A machine learning bibliometric analysis.” Research in Transportation Business & Management 46:100771. 2023.
6. Korea Aerospace Industry Association, “Performance of Seoul Air Show 1996~2011”, 2011.
7. Lee, D. K., “Introduction to the World’s Three Major Air Shows and Development Direction of ‘Seoul ADEX’”, Korea Maritime Security Forum E-Journal, ISSN 2465-809X, Issue 51, 2021.
8. Kim, W. Y., Shin, D. W., and Park, S. Y., “A study on development of airshow contents for the improvement of regional expo”, The Korean Entertainment Industry Association Spring Conference, 2013, pp. 196-202.
9. Jo, H. W., “Strategies in revitalization of local festivals”, M.S. Degree, Ewha Womans University, 2008.
10. Lee, J. S., U.S. Public-Private Sector Participation in the World’s Top 5 Air Shows Analysis, KOTRA, 2008.
11. Lee, W. S., “Gyeongnam Sacheon Aerospace Expo Evaluation Report 2007~ 2011”, Gyeongnam Sacheon City, Gyeong Sang nam do, 2011.
12. Kim, Y. H., Yu, B. S., and Kang, J. Y., “The Effectiveness of Independent V&V in System Development Project”, The Journal of Korean Society for Aviation and Aeronautics, Fall Conference, 2015, pp.277-281.