

일본인 관광객의 제주방문 성향에 관한 연구

정 승 훈

제주발전연구원 책임연구원

차 례

- | | |
|----------|-----------------|
| 1. 서론 | 4. 실증분석 결과 및 해석 |
| 2. 이론 연구 | 5. 결론 및 시사점 |
| 3. 조사 설계 | |

1. 서론

세계관광기구(WTO)에 보고된 2002년 잠정통계에 따르면, 전세계 국제관광도착자수는 약 7억1,500만명으로 2001년보다 2,200만명이 증가하였다.

9.11테러 발생 이후 위기상황에 대한 논란과 암울한 예측에도 불구하고 전년대비 3.1% 성장으로 2002년을 마감한 것이다.

일본인의 해외여행은 '64년 해외여행 자유화 이후 꾸준한 플러스 성장을 보이고 있으며, 최근 10여 년간 대부분의 해에 총 해외 출국자의 10% 이상이 한국을 방문하고 있다. 우리나라 인바운드에서도 일본인 관광객은 40% 이상의 시장점유율을 보이며 방한 외래객수 제 1위의 위치를 지키고 있다.

일본인 해외여행자수가 1,000만명을 넘어선 것은 1990년이다. 1991년에는 걸프전이 발발했으며, 당시는 일본의 버블이 붕괴한 시기였다고는 하나 해외여행자수는 지속적으로 증가를 거듭하였다.

2000년도에는 1,800만명 가까운 일본인이 해외로 나가 2,000만명 해외여행 시대도 멀지 않은 듯이 느껴졌다. 그러나, 9.11 사건이 일어나고 이러한 흐름은 일단 끊어지고 말았다.

일본의 해외여행시장은 약 40년 정도의 역사에 지나지 않으며, 세계 10위이내의 관광송출 국가인 일본의 시장 잠재력은 무한하다. 일본의 해외여행인구는 전체 인구의 약 13%에 불과하고, 세계수준에서 볼 때 아직 낮으며, 따라서 향후 성장가능성도 크다.

홍콩이 중국에 반환이후 홍콩을 방문하던 많은 일본 관광객들이 한국을 선호하고 있다. 그러나 계속해서 특색있는 상품개발이 되지 않으면 홍콩과 같은 전철을 걸을 수 있다.

즉, 일본 관광객들의 요구와 성향과약을 통해 볼거리, 먹거리, 즐길거리 등 새로운 관심 분야의 발굴로 이어지지 않는다면 인바운드 최대시장인 일본인 관광객의 지속적인 유치 및 증가를 기대하기는 어려운 일이다.

따라서 일본 관광객들을 유치하기 위한 체계적이고 계획적인 전략 수립의 필요성이 대두된다.

본 연구의 연구방법은 일본 관광시장 관련 2차 자료를 중심으로 한 문헌연구와 자료분석(Literature study and Data analysis)와 설문조사를 통한 실증연구(Empirical study)를 병행하였다.

2. 일본 관광객의 제주방문 현황

1) 연도별 일본인 방문객 수

2002년도에 제주지역을 방문한 일본 관광객은 전년 대비 -9.1%가 감소한 134,120명이 방문하였다.

<표 1> 외국인 관광객 내도 현황

(단위 : 명, %)

연도	계	교 포	일 본	대 만	홍 콩	미 국	영 국	중 국	기 타
'94	222,442	31,180	156,900	19,587	4,294	5,344	648	1,117	3,372
	(100%)	(14.0)	(70.5)	(8.8)	(1.9)	(2.4)	(0.3)	(0.5)	(1.5)
'95	241,884	20,323	152,672	29,471	28,020	3,163	346	2,582	5,577
	(100%)	(8.4)	(63.1)	(12.2)	(11.6)	(1.3)	(0.1)	(1.0)	(2.3)
'96	209,253	21,610	128,529	25,778	18,447	3,800	254	3,944	6,891
	(100%)	(10.3)	(61.4)	(12.3)	(8.8)	(1.8)	(0.1)	(1.9)	(3.3)
'97	184,403	15,594	121,446	13,543	18,191	3,082	691	5,075	6,781
	(100%)	(8.4)	(65.8)	(7.3)	(9.9)	(1.7)	(0.4)	(2.8)	(3.7)
'98	223,701	18,324	117,948	8,467	43,101	5,079	605	15,142	15,035
	(100%)	(8.2)	(52.7)	(3.8)	(19.3)	(2.3)	(0.3)	(6.9)	(6.7)
'99	246,965	15,139	126,128	2,222	31,894	7,788	482	46,247	17,065
	(100%)	(6.1)	(51.1)	(0.9)	(12.9)	(3.2)	(0.2)	(18.7)	(6.9)
2000	288,425	14,737	147,358	2,294	28,777	11,216	325	57,236	26,482
	(100%)	(5.1)	(51.1)	(0.8)	(10)	(3.9)	(0.1)	(19.8)	(9.2)
2001	290,050	10,501	147,525	2,414	20,329	10,935	358	71,650	26,338
	(100%)	(3.6)	(50.9)	(0.8)	(7)	(3.8)	(0.1)	(24.7)	(9.1)
2002	289,496	6,659	134,120	940	7,838	12,005	1,030	92,805	34,099
	(100%)	(2.3)	(46.3)	(0.3)	(2.7)	(4.1)	(0.4)	(32.1)	(11.8)

2002년도 기준, 일본관광객은 제주지역 외국인 관광시장의 46.3%를 차지하고 있다.

우리나라 전체 일본관광객 점유율로 볼 때는 5.8%를 점유하고 있다.

2) 성별 일본인 방문객 수

성별 일본인의 방문객 수 추이를 살펴보면, 우리나라 전체 일본인 관광객 입국자수와 비교하여 여성보다는 남성의 비율이 월등히 높다는 것을 알 수 있다.

2002년의 경우 우리나라 전체인 경우 남성 59.1%, 여성 40.9%, 제주도의 경우 남성 73.8%, 여성 26.2%의 비율을 보이고 있다.

따라서 여성층 관광객들을 유치하기 위한 마케팅전략 수립이 필요하다는 것을 시사한다.

<표 2> 성별 일본인 제주 방문객 수

구 분		한 국	제 주
2000년	남	1,389,912명(58.5%)	87,901명(76.7%)
	여	986,834명(41.5%)	26,724명(23.3%)
	전체	2,376,746명(100%)	114,625명(100%)
2001년	남	1,355,750명(59.2%)	90,027명(73.8%)
	여	936,096명(40.8%)	32,043명(26.2%)
	전체	2,291,846명(100%)	122,070명(100%)
2002년	남	1,321,774명(59.1%)	83,170명(73.8%)
	여	913,183명(40.9%)	29,519명(26.2%)
	전체	2,234,957명(100%)	112,689명(100%)

주 : 제주자료는 일본→제주를 통해 입도하는 현황자료이며, 국내선이용 입도현황은 제외된 자료임
 자료 : 제주도출입국관리사무소, 현황자료, 2003

3) 월별 일본인 방문객 수

<표 3> 월별/연도별 일본인 방문객 수

(단위: 명, %)

월 연도	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
1996	4,839	8,124	10,096	11,984	13,127	13,994	9,974	9,489	12,282	14,055	13,929	6,636	128,529
1997	5,242	7,364	8,684	10,814	16,131	14,384	12,668	9,151	10,861	12,392	9,844	3,911	121,446
1998	4,382	5,816	8,209	7,897	12,178	13,319	13,424	11,881	11,887	11,235	11,687	6,033	117,948
1999	6,419	7,514	9,140	10,946	13,597	14,055	12,601	10,330	11,295	11,705	12,793	5,733	126,128
2000	5,283	8,288	11,936	11,990	14,759	16,335	14,529	13,333	13,828	13,489	15,481	8,107	147,358
2001	6,976	9,917	13,149	12,663	17,202	17,011	15,624	14,240	13,517	11,076	10,934	5,216	147,525
2002	5,550	7,676	10,290	12,753	14,487	8,972	13,030	12,385	14,447	13,876	13,926	6,728	134,120
'96~'02 평균	5,527 (4.2)	7,814 (5.9)	10,214 (7.7)	11,292 (8.6)	14,497 (11.0)	14,010 (10.6)	13,121 (10.0)	11,544 (8.8)	12,588 (9.5)	12,546 (9.5)	12,656 (9.6)	6,052 (4.6)	131,864 (100.0)

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도

1996년~2002년간 월별 일본인 내도 분포를 보면 평균적으로 5월에 가장 많은 일본인들이 방문하는 것으로 나타났고, 그 다음은 6월이다.

일본인이 가장 적게 방문하는 월은 1월이다.

4) 계절별 일본인 방문객 수

계절별 일본인 내도 분포를 보면 평균적으로 여름(29.3%)에 가장 많은 일본인들이 내도하고 있으며, 다음은 가을(28.7%)순이다.

겨울에는 14.7%를 차지하여 겨울철에 일본인들을 유인할 수 있는 관광상품 개발이 필요하다는 것을 알 수 있다.

<표 4> 계절별 일본인 방문객 수

(단위 : 명, %)

연도 \ 계절	봄 (3,4,5월)	여름 (6,7,8월)	가을 (9,10,11월)	겨울 (12,1,2월)	계
1996	35,207	33,457	40,266	19,599	128,529
1997	35,629	36,203	33,097	16,517	121,446
1998	28,284	38,624	34,809	16,231	117,948
1999	33,683	36,986	35,793	19,666	126,128
2000	38,685	44,197	42,798	21,678	147,358
2001	43,014	46,875	35,527	22,109	147,525
2002	37,530	34,387	42,249	19,954	134,120
'96~'02 평균	36,004 (27.3)	38,675 (29.3)	37,791 (28.7)	19,393 (14.7)	131,864 (100.0)

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도

5) 연도별 관광수입

전체적으로는 1996년 이후(1998년 제외) 1조원 이상의 수입을 올리고 있다.

2002년 관광수입은 1,526,556백만원으로 전년대비 2.0%증가하였고, 내국인 관광객은 1,152,503백만원으로 전년대비 5.5% 증가, 외국인 관광객은 374,053백만원으로 전년대비 7.3% 감소하였다.

<표 5> 연도별 관광수입 현황

(단위 : 억원)

구 분	내국인	외국인	계
1991	3,838	1,294	5,132
1992	6,217	1,753	7,970
1993	6,442	2,074	8,516
1994	7,153	1,742	8,895
1995	7,844	1,970	9,814
1996	8,400	1,779	10,179
1997	9,143	1,613	10,756
1998	7,523	2,035	9,558
1999	8,037	2,258	10,295
2000	10,877	4,098	14,975
2001	10,917	4,040	14,957
2002	11,525	3,740	15,265

주 : 2000년도부터 관광수입 증가율(합계 기준 전년대비 45.5% 증가)이 급증한 것은 관광객 1인당 지출액에 대해 새롭게 조사한 기준액을 적용하였기 때문임
 자료 : 제주도, 「제주관광현황」, 2002

3. 실증분석

1) 조사 개요

(1) 조사개요

본 조사의 목적은 제주방문 일본인 관광객의 관광성향을 파악하여 마케팅적 시사점을 얻고자 함이다. 표본추출 방법은 제주를 방문한 일본인 관광객을 대상으로 무작위 표본추출 방법을 이용하였다. 자료수집은 일본어 관광통역안내원이 직접 대상객들에게 접근하여 조사목적을 설명한 후 설문지 기입이 끝난 후 수거하도록 하였으며, 자기기입식 설문지 기법(self-administered questionnaire method)을 사용하였다.

조사시점은 2002년 12월 1일~12월 30일까지 30일간 조사되었다. 이러한 과정을 통하여 수집된 조사표본의 크기는 402부였다. 다소 부실한 설문조사서도 있었으나, 전체표본을 분석에 포함하였다.

수집된 자료는 데이터 코딩과정을 거쳐, 통계분석 프로그램 SPSS(Statistical Package for the Social Sciences)를 이용하여 분석하였다. 표본의 특성을 파악하기 위해 서술적 통계(Descriptive Statistics)를 중심으로 주로 빈도분석을 이용하였다.

(2) 인구통계적 특성

성별은 남성 338명(85.1%), 여성 59명(14.9%)으로 나타났다.

연령은 20대 30명(7.5%), 30대 45명(11.2%), 40대 122명(30.4%), 50대 153명(38.2%), 60대 이상 51명(12.7%)으로 나타났다.

학력은 중졸이하 19명(5.8%), 고졸 148명(45.0%), 대학 재학 6명(1.8%), 대학졸업 이상 156명(47.4%)으로 나타났다.

직업은 사무 행정직 100명(27.2%), 생산 기술직 71명(19.3%), 판매 서비스직 51명(13.9%), 농림어업 23명(6.3%), 자영업 97명(26.4%), 주부 21명(5.7%), 노동자 4명(1.1%)으로 나타났다.

월평균 소득은 20만엔 이하 12명(3.4%), 20만엔~30만엔 114명(32.8%), 31만엔~40만엔 129명(37.1%), 41만엔~50만엔 77명(22.1%), 50만엔 이상 16명(4.6%)으로 나타났다.

<표 6> 인구통계적 특성

구 분		응답자수(명)	비율(%)
성 별	남 성	338	85.1
	여 성	59	14.9
	전 체	397	100.0
연 령	20 대	30	7.5
	30 대	45	11.2
	40대	122	30.4
	50대	153	38.2
	60대 이상	51	12.7
	전 체	401	100.0
학 력	중졸이하	19	5.8
	고졸	148	45.0
	대학 재학	6	1.8
	대학 졸업 이상	156	47.4
	전 체	329	100.0
직 업	사무행정직	100	27.2
	생산 기술직	71	19.3
	판매서비스직	51	13.9
	농림어업	23	6.3
	자영업	97	26.4
	주부	21	5.7
	노동자	4	1.1
	전 체	367	100.0
월평균 소득	20만엔 이하	12	3.4
	20만엔~30만엔	114	32.8
	31만엔~40만엔	129	37.1
	41만엔~50만엔	77	22.1
	50만엔 이상	16	4.6
	전 체	348	100.0

2) 분석 결과

(1). 일본 관광객의 행동 특성

① 제주지역에 갖고 있는 이미지

제주지역에 갖고 있는 이미지에 대해 빼어난 자연경관 229명(57.1%), 하와이와 같은 섬 휴양지 123명(30.7%), 2002 한·일 월드컵 개최도시 30명(7.5%), 레저/스포츠의 메카 13명(3.2%), 잘 보존된 전통문화 6명(1.5%) 등의 순으로 나타났다.

<표 7> 제주지역에 갖고 있는 이미지

구 분	응답자 수(명)	비율(%)
빼어난 자연경관	229	57.1
2002한·일 월드컵 개최 도시	30	7.5
잘 보존된 전통문화	6	1.5
하와이와 같은 섬 휴양지	123	30.7
레저/스포츠의 메카	13	3.2
합 계	401	100.0

② 한국방문 회수

한국방문 회수에 대해 2번째 151명(37.6%), 1번째 80명(19.9%), 3번째 79명(19.7%), 5번째 이상 66명(16.4%), 4번째 26명(6.5%) 등의 순으로 나타났다.

<표 8> 한국방문 회수

구 분	응답자 수(명)	비율(%)
1번째	80	19.9
2번째	151	37.6
3번째	79	19.7
4번째	26	6.5
5번째 이상	66	16.4
합계	402	100.0

③ 제주방문 회수

제주방문 회수에 대해 1번째 247명(61.4%), 2번째 95명(23.6%), 3번째 19명(4.7%), 4번째 4명(1.0%), 5번째 이상 37명(9.2%) 등으로 나타났다.

<표 9> 제주방문 회수

구 분	응답자 수(명)	비율(%)
1번째	247	61.4
2번째	95	23.6
3번째	19	4.7
4번째	4	1.0
5번째 이상	37	9.2
합계	402	100.0

④ 방문목적

제주방문 목적에 대해 여행 387명(96.3%), 친지 및 친척방문 7명(1.7%), 개인사업 6명(1.5%), 공무출장 2명(0.5%) 등의 순으로 나타났다.

<표 10> 방문목적

구분	응답자 수(명)	비율(%)
여행	387	96.3
개인 사업	6	1.5
공무출장	2	.5
친지 및 친척방문	7	1.7
합계	402	100.0

⑤ 체재일수

체재일수에 대해 2박 3일 342명(85.1%), 3박 4일 58명(14.4%), 1박 2일과 4박 5일이 각각 1명(0.2%) 등의 순으로 나타났다.

<표 11> 체재일수

구 분	응답자 수(명)	비율(%)
1박2일	1	.2
2박3일	342	85.1
3박4일	58	14.4
4박5일	1	.2
합계	402	100.0

⑥ 여행형태

여행형태에 대해 여행사를 통한 단체여행 157명(39.3%), 여행사가 아닌 다른 조직(친목/소속단체)에 의한 단체여행 143명(35.8%), 개인여행(가족여행, 비즈니스 등) 91명(22.8%) 등의 순으로 나타났다.

<표 12> 여행형태

구 분	응답자 수(명)	비율(%)
개인여행(가족여행, 비즈니스 등)	91	22.8
여행사를 통한 단체여행	157	39.3
여행사가 아닌 다른 조직(친목/소속단체)에 의한 단체여행	143	35.8
위로, 연수여행	7	1.8
기타	1	.3
합계	399	100.0

⑦ 결정요인

여행 결정요인에 대해 자연관광자원의 매력 217명(55.9%), 짧은 여행거리 97명(25.0%), 저렴한 여행경비 34명(8.8%), 교통의 편리성 17명(4.4%), 한국의 환상의 섬으로서 알려져 있어서 9명(2.3%), 역사·문화관광자원의 매력 6명(1.5%) 등의 순으로 나타났다.

<표 13> 여행 결정요인

구 분	응답자 수(명)	비율(%)
짧은 여행거리	97	25.0
저렴한 여행경비	34	8.8
교통의 편리성	17	4.4
자연관광자원의 매력	217	55.9
역사, 문화 관광자원의 매력	6	1.5
한국의 환상의 섬으로 알려져 있어서	9	2.3
기타	8	2.1
합계	388	100.0

⑧ 여행정보

여행정보원에 대해 여행사 147명(37.3%), 친구 및 친지 135명(34.3%), 소속회사 및 소속단체 31명(7.9%), 잡지광고 또는 기사 21명(5.3%), 신문광고 또는 기사 19명(4.8%), 관광안내책자 18명(4.6%) 등의 순으로 나타났다.

<표 14> 여행정보

구 분	응답자 수(명)	비율(%)
여행사	147	37.3
신문광고 또는 기사	19	4.8
잡지광고 또는 기사	21	5.3
TV광고 또는 기사	9	2.3
친구 및 친지	135	34.3
소속회사 및 소속단체	31	7.9
관광안내책자	18	4.6
일본주재 한국공관(대사관, 영사관 등)	5	1.3
인터넷(한국관광공사 홈페이지)	5	1.3
인터넷(제주도 홈페이지)	3	.8
기타	1	.3
합계	394	100.0

⑨ 불편한 점

제주방문시 불편한 점에 대해 언어소통 158명(43.8%), 위락시설 및 놀이 59명(16.3%), 음식 39명(10.8%), 문화적 차이 23명(6.4%), 안내표지판 20명(5.5%), 밤의 유흥 19명(5.3%) 등의 순으로 나타났다.

<표 15> 불편한 점

구 분	응답자 수(명)	비율(%)
음식	39	10.8
언어소통	158	43.8
문화적 차이	23	6.4
교통시설 및 교통수단	8	2.2
관광지 해설체계	7	1.9
쇼핑	3	.8
제주여행정보	21	5.8
위락시설 및 놀이	59	16.3
밤의 유흥	19	5.3
안내표지판	20	5.5
기타	4	1.1
합계	361	100.0

⑩ 선호 여행상품

선호하는 여행상품에 대해 자연경관과 관련된 상품 166명(43.3%), 골프관광상품 93명(24.3%), 역사문화와 음식관련 상품 77명(20.1%), 놀이시설과 카지노가 연계된 상품 37명(9.7%), 쇼핑관광상품 10명(2.6%) 등의 순으로 나타났다.

<표 16> 선호 여행상품

구 분	응답자 수(명)	비율(%)
역사문화와 음식관련 상품	77	20.1
자연경관과 관련된 상품	166	43.3
쇼핑관광상품	10	2.6
골프관광상품	93	24.3
놀이시설과 카지노가 연계된 상품	37	9.7
합계	383	100.0

⑪ 체험활동

체험하고자 하는 활동에 대해 레저/스포츠 활동 241명(62.8%), 제주 전통문화 배우기 체험 74명(19.3%), 전통음식 만들기 43명(11.2%), 전통집 숙박 13명(3.4%) 등의 순으로 나타났다.

<표 17> 선호 체험활동

구 분	응답자 수(명)	비율(%)
제주지역 전통음식 만들기	43	11.2
레저/스포츠활동(사냥, 낚시, 서핑 등)	241	62.8
목장에서 목축체험	1	.3
해녀와 함께 해산물 채취	3	.8
감귤농사 체험	3	.8
전통고기낚시	5	1.3
제주전통문화 배우기 체험	74	19.3
전통집 숙박	13	3.4
기타	1	.3
합계	384	100.0

⑫ 상품 가격

2박 3일 제주일정에 적합한 여행상품 가격에 대해 125명이 4만엔~5만5천엔, 102명이 6만엔~7만5천엔, 55명이 10만엔~11만엔, 48명이 8만엔~9만5천엔, 40명이 2만엔~3만8천엔, 23명이 12만엔 이상 순으로 나타났다.

<표 18> 여행상품 가격(2박 3일 기준)

구 분	응답자 수(명)	비율(%)
2만엔~3만8천엔	40	10.2
4만엔~5만5천엔	125	31.8
6만엔~7만5천엔	102	26.0
8만엔~9만5천엔	48	12.2
10만엔~11만엔	55	14.0
12만엔이상	23	5.9
합계	393	100.0

(2) 제주관광에 대한 기대도-실행도

일본인 관광객들이 제주관광의 시설 및 서비스에 대하여 무엇을 기대하고 있으며, 실제 제주관광 경험에 대한 실제적 평가를 하였다.

전체적으로 볼 때, 기대도보다는 실행도가 낮게 나타났다.

<표 19> 제주관광에 대한 기대도-실행도 평균값 및 차이

항목	기대도 (평균값)	실행도 (평균값)	차이
1. 수준 높은 고급 숙박시설	3.76	3.65	0.11
2. 다양한 중저가의 숙박시설	3.77	3.58	0.19
3. 편리한 교통수단(일본→제주도→일본)	3.63	3.24	0.39
4. 다양한 지역특산물 및 쇼핑상품	3.46	3.24	0.22
5. 편리한 쇼핑장소	3.45	3.27	0.18
6. 카지노 시설	3.52	3.06	0.46
7. 일본어 표시 관광안내판	3.49	2.74	0.75
8. 디즈니랜드와 같은 놀이시설	3.37	2.51	0.86
9. 독특한 제주의 전통음식	3.85	3.19	0.66
10. 입맛에 맞는 일본 음식	3.75	3.25	0.50
11. 관광중사자의 친절성	3.57	3.56	0.01
12. 제주도민의 친절성	3.55	3.48	0.07
13. 상세한 제주관광안내책자	3.50	3.01	0.49
14. 노련한 통역안내 서비스	3.51	3.38	0.13
15. 언어소통의 원활함	3.45	3.26	0.19
16. 야간 불거리	3.81	3.07	0.74
17. 이국적인 자연풍광	3.76	3.31	0.45
18. 독특한 섬문화	3.77	3.31	0.46
19. 주어진 시간에 많은 관광명소를 관람	3.68	3.21	0.47
20. 관광객 불평·불만의 신속한 처리	3.51	3.35	0.16
21. 제주도민과 친교할 수 있는 기회	3.14	2.65	0.49
22. 골프장 이용의 편리성	3.61	2.77	0.84
23. 레저/스포츠활동(사냥, 낚시, 서핑 등)	3.72	2.73	0.99

기대도와 실행도간의 차이값이 크게 나타나 집중적 관리가 필요한 항목들은 레저/스포츠 활동(0.99), 디즈니랜드와 같은 놀이시설(0.86), 골프장 이용의 편리성(0.84), 일본어 표시 관광 안내판(0.75), 야간 볼거리(0.74), 독특한 제주의 전통음식(0.66), 입맛에 맞는 일본 음식(0.50) 등의 순으로 나타났다.

(3) 일본 관광객의 만족도 및 재방문의사

① 만족도

일본 관광객의 만족도에 대해 보통 254명(63.5%), 만족 130명(32.5%), 불만족 10명(2.5%), 매우 만족 5명(1.3%), 매우 불만족 1명(0.3%) 등의 순으로 나타났다.

<표 20> 만족도

구 분	응답자 수(명)	비율(%)
매우 불만족	1	.3
불만족	10	2.5
보통	254	63.5
만족	130	32.5
매우 만족	5	1.3
합계	400	100.0

② 이상적 관광지와의 비교

제주도와 이상적인 관광지와의 비교할 때, 보통 273명(68.1%), 이상적 112명(27.9%), 못미침 12명(3.0%), 매우 이상적 3명(0.7%), 이상적인 곳에 훨씬 못미침 1명(0.2%) 등의 순으로 나타났다.

<표 21> 이상적 관광지와의 비교

구 분	응답자 수(명)	비율(%)
이상적인 곳에 훨씬 못미침	1	.2
못미침	12	3.0
보통	273	68.1
이상적	112	27.9
매우 이상적	3	.7
합계	401	100.0

③ 재방문의사

재방문의사에 대해 다시 방문할 것이다 219명(54.6%), 잘 모르겠다 144명(35.9%), 꼭 다시 방문할 것이다 31명(7.7%), 방문할 생각이 없다 7명(1.7%) 등의 순으로 나타났다.

<표 22> 재방문 의사

구 분	응답자 수(명)	비율(%)
방문할 생각이 없다	7	1.7
잘 모르겠다	144	35.9
다시 방문할 것이다	219	54.6
꼭 다시 방문할 것이다	31	7.7
합계	401	100.0

3) 시사점

첫째, 제주지역에 갖고 있는 이미지는 빼어난 자연경관과 휴양지라는 개념이 강한 것으로 조사되었다.

둘째, 여행 결정요인에 대해 자연관광자원의 매력, 짧은 여행거리, 저렴한 여행경비 등의 순으로 나타나, 제주가 자연관광자원의 매력이 우수한 곳으로 인식하고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 제주방문시 체험하고자 하는 활동에 대해 레저/스포츠 활동(62.8%)이 가장 높게 나타나, 향후 제주의 생태계와 섬문화를 결합한 체험형 레저·스포츠 관광상품, 문화관광상품, 생태관광상품 등의 개발이 필요하다는 것을 시사한다.

넷째, 기대도와 실행도간의 차이값이 크게 나타나 집중적 관리가 필요한 항목들은 레저/스포츠활동, 디즈니랜드와 같은 놀이시설, 골프장 이용의 편리성, 일본어 표시 관광안내판, 야간 볼거리, 독특한 제주의 전통음식 등이었다. 윈드서핑, 페어 글라이딩, 수렵, 골프 등 레저/스포츠 관광상품을 기획할 필요성이 있다. 국제자유도시 추진에 따른 골프장 입장료 인하로 도내 골프장이 가격경쟁력을 갖추었으나, 일본의 골프관광객 등 외국인 골프 관광객 유치를 위한 골프부킹해소 등의 방안을 강구하는 것이 필요하다. 일본어 표시 관광안내판은 지방자치단체에서 지속적인 관심을 가지고 개설하여 왔으나, 안내판에 게재된 해설체계가 일본인들이 잘 이해할 수 있는 내용인지 재점검하는 노력을 기울여야 한다. 일본인들의 입맛에 맞는 독특한 제주의 전통음식을 개발하기 위한 노력도 필요하다.

다섯째, 일본 관광객의 만족도에 대해 보통(63.5%), 제주도와 이상적인 관광지와의 비교에 대해 보통(68.1%), 재방문의사에 대해 잘 모르겠다(35.9%) 등으로 나타나 재방문을 유도할 수 있는 대책마련이 필요하다는 것을 시사한다.

4. 일본인 관광객 유치를 위한 마케팅 전략 수립

1) 제주관광의 장·단점

설문조사결과에 의해 나타난 제주관광의 장·단점은 다음과 같다. 제주관광의 장점은 빼어난 자연환경, 짧은 여행거리, 저렴한 여행경비, 리조트 지역이라는 이미지 등으로 조사되었다. 약점으로는 관광소재 부족(야간 볼거리, 섬문화와 연계된 상품개발 미흡 등), 항공편수 부족, 골프장 부족 및 예약의 어려움, 제주도에 대한 관광수요자의 인지도 부족 등으로 조사되었다.

<표 23> 제주관광의 장점 및 단점 비교

조사 기관, 일시, 대상	장점	단점
<ul style="list-style-type: none"> · 조사기관 : 제주발전연구원, 제주도관광협회 · 조사일시 : 2000년 오사카, 후쿠오카 관광설명회 · 대상 : 일본 여행업자 	<ul style="list-style-type: none"> · 지리적으로 가까움 · 빼어난 자연환경 · 숙박시설 등이 고급스러움 	<ul style="list-style-type: none"> · 다양한 관광시설의 부족 · 제주도에 대한 관광수요자의 인지도 부족 · 신속한 제주관광정보의 부족
<ul style="list-style-type: none"> · 조사기관 : 한국관광공사 일본지사 · 조사일시 : 2002년 11월 10일 ~ 11월 30일 · 대상 : 일본 여행업자 	<ul style="list-style-type: none"> · 리조트 지역이라는 이미지 · 직항편 개설로 접근 용이 · 기후 양호 · 카지노 이용가능 · 골프 및 스포츠가 충실 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 관광소재 부족 · 항공편수 부족 · 골프장 부족 및 예약의 어려움
<ul style="list-style-type: none"> · 조사기관 : 제주발전연구원 · 조사일시 : 2002년 12월 1일 ~ 2002년 12월 30일 · 대상 : 제주방문 일본인 관광객 	<ul style="list-style-type: none"> · 자연관광자원의 매력 · 짧은 여행거리 · 저렴한 여행경비 	<ul style="list-style-type: none"> · 섬문화와 연계된 상품개발 미흡 · 언어소통 · 골프장 이용 불편 · 야간 볼거리 · 음식(제주전통음식, 일본음식)

2) 전략 목표 설정 및 표적시장 선정

(1) 전략 목표 설정

일본 관광시장의 특성은 제주도와 근거리에 있고 성숙기에 들어선 관광시장이라 할 수 있다. 2002년을 기준으로 볼 때 우리나라를 방문한 일본인은 2,320,820명이며, 제주를 방문한 일본인은 134,120명이다. 우리나라 전체 대비 제주의 시장점유율은 5.8%를 차지하고 있으므로, 우리나라를 방문하는 전체 일본 관광시장에서 10%이상 시장점유율을 확대하는 전략이 필요하다.

(2) 표적시장 선정

표적시장 선정은 한국관광공사에서 조사한 자료와 본 연구에서 조사한 자료에 기초하여 20~30대 여성층¹⁾과 40대~50대 남성층을 성숙시장으로, 실버층, 수학여행시장, 40대~50대 여성층을 성장가능시장, 동호인 모임과 해외웨딩시장을 잠재시장으로 구분하였다.

제주를 방문하는 일본인 관광객은 약 7:3의 비율로 남성이 많고, 방한 관광객 성비인 6:4의 비율과는 큰 차이를 보이고 있다.

향후 일본의 해외여행을 주도하고 있는 20~30대 여성층을 유치하기 위한 관광상품 개발과 홍보방안이 마련되어야 한다.

<표 24> 일본 관광시장 표적시장 선정

구 분	표적시장	주 요 내 용
성숙시장	20~30대 여성층	· 제주관광에 있어 20~30대 여성층은 주 타겟으로 집중 공략해야 할 관광시장이다. · 우리나라를 방문하는 관광객 수에 비해 제주에서는 마땅한 관광상품이 마련되어 있지 않다.(2002년 기준 우리나라 전체인 경우 남성 59.1%, 여성 40.9%, 제주도의 경우 남성 73.8%, 여성 26.2% : 제주의 경우 국내선이용 입도현황은 제외된 자료임)
	40~50대 남성층	· 제주관광에 있어 큰 점유율을 점하고 있는 시장이며, 재방문율을 높이는 전략을 구사해야 할 시장이다.
성장가능 시장	실버층	· 주말에 집중되고 있는 관광수요를 주중에 분산시키기 위해 일본 노년층 관광객이 적정한 목표시장으로 보이며, 이를 유치하기 위한 관광상품 개발이 필요하다. · 실버층을 대상으로 고가·고품질 여행상품을 개발할 필요가 있다.
	수학여행시장	· 2002년 해외수학여행은 실시건수는 1,132건이며, 전년대비 188.8% 증가하였다. · 한국은 일본과의 역사적 유대관계 등으로 인한 교육효과, 지리적 근접성, 안전성 등이 인근 타국가 보다 유리한 입장에 있다.
	40대~50대 여성층	· 저축자산 소비형태를 가진 중·장년층의 해외여행 수요가 증가할 것이다.
잠재시장	동호인모임	· 일본에는 스포츠 애호가 모임, 각종 조사연구 모임을 포함한 수많은 동호인 클럽이 있다.
	해외웨딩 시장	· 일본에는 연간 800,000건 이상의 결혼식이 행해지고 이중 해외에서의 웨딩건수는 급속히 증가하고 있다.

3) 마케팅 방향

표적시장에 적합한 관광상품 개발방안과 홍보방안은 다음과 같이 제시할 수 있다.

첫째, 20~30대 여성 관광객에는 드라마·영화 촬영장소 연계 관광상품, 레저상품, SIT상품(패션쇼, 모래찜질방 등), 웨딩상품, 쇼핑상품 등에 초점을 두고 상품개발을 할 필요가 있으며, 홍보매체로는 여성지 등과의 공동 협력기사 및 이미지 광고 게재, 구전 커뮤니케이션 강화, 인터넷을 통한 마케팅 등에 초점을 두어야 한다.

1) 20~30대 여성층은 제주의 입장에서는 성숙시장이라 볼 수 없으나, 제1의 표적시장으로 선정해야 한다는 차원에서 성숙시장으로 분류하였다.

둘째, 40~50대 남성 관광객에게는 사격, 승마, 골프와 같은 레저상품, 일본군 전적지 관광상품 등에 초점을 두고 관광상품을 개발할 필요가 있다. 홍보매체로는 일본 여행사와의 협력마케팅 강화와 중년 남성들이 선호하는 레저잡지 등을 고려할 수 있다.

셋째, 실버층 관광객에게는 건강상품, 황혼여행상품 등에 초점을 두고 일본 여행사와의 협력마케팅 강화와 실버층 대상 건강잡지 등을 고려할 수 있다.

넷째, 수학여행시장은 제주의 생태계와 문화를 체험하고 이해할 수 있는 프로그램 개발과 지역별 현지 설명회와 팸투어를 적절하게 개최하여 현지 교사와 여행업자들의 관심을 유도하는 방안이 필요하다.

다섯째, 40~50대 여성 관광객에게는 그린투어리즘 상품, Home-stay·휴양펜션업 등 중저가 숙박시설 연계 체험상품 개발 등 가족단위 관광객을 위한 체험관광상품을 고려할 수 있고, 홍보매체로는 여성지 등과의 공동 협력기사 및 이미지 광고 게재 등을 고려할 수 있다.

여섯째, 동호인 모임에 대해서는 동호인들의 도내 동호인 그룹과의 친선·교류 증진을 위한 맞춤형 관광상품 개발 등을 고려할 수 있고, 홍보매체로는 일본의 동호인 모임 정보를 수집하고 데이터베이스화하여 동호인 모임의 규모를 파악하고 홍보물을 제공할 필요가 있다.

일곱째, 웨딩상품 개발은 예식 장소 등 수용대세 정비, 일본인 대상 웨딩을 전문으로 하는 결혼 토탈 서비스 업체 육성 등이 전제되어야 하고, 재일교포들의 자녀들을 표적시장으로 하는 웨딩상품 기획을 먼저 고려할 수 있다. 한류스타와 일본의 스포츠·연예 스타를 활용한 홍보, 웨딩전문 잡지 등을 활용할 수 있다.

5. 결론

일본인 관광객을 유치하기 위한 각국의 노력은 치열하게 전개되고 있다. 특히 중국의 경우 우리나라보다 저렴한 여행경비를 앞세워 일본 관광시장을 공략하는데 여념이 없다.

중국이 일본 관광객을 유치하기 위한 각종 위락·숙박·편의시설 등을 완벽하게 구비하고, 가격경쟁력을 앞세워 일본 관광시장을 공략할 경우 향후 일본 관광객을 유치하는데 큰 어려움을 겪을 것으로 전망된다.

일본관광시장을 개척하기 위해서는 먼저 제주관광의 조직정비방안 마련과 시장확대전략 수립이 무엇보다도 시급하다.

본 조사에서도 나타난 바와 같이, 일본 관광객들은 제주를 자연경관이 빼어난 지역이라고 인식하고 있다.

제주는 섬(島)이고, 그것의 주요 콘텐츠가 바로 생태와 문화라는 제주적 가치라는 사실을 상기하여야 한다.

따라서 제주도만의 독특한 경관과 문화, 건축양식, 생활양식, 환대서비스 방식 등이 잘 포

현되어 제공될 때 제주를 방문하는 관광객들이 '제주다움의 매력'에 찬사를 보낼 것이고, 지속적인 방문이 이루어질 것이다.

향후 일본관광시장을 대상으로 한 조사와 연구가 지속적으로 추진되어 매년 일본의 관광정책, 타 국가의 일본 관광객 유치정책, 한국의 일본 관광객 유치정책, 타 지방자치단체의 일본 관광객 유치정책, 일본 관광시장에 대한 동향과 성향조사 등이 수록된 Annual Report가 발행되어야 하며, 이에 대한 자료는 관광사업체 등에 유용한 자료로 활용될 수 있기를 기대한다.

<참고문헌>

- 1) 정토신문, 2003. 2. 21일자.
- 2) 문화관광부, 관광동향에 관한 연차보고서, 2002.
- 3) 삼성경제연구소, 2003년 해외 10대 트렌드, CEO Information(제382호), 2003.1.8
- 4) 제주도관광협회, 각종 현황자료.
- 5) 제주도, 각종 현황자료.
- 6) 제주도·제주발전연구원, 제주도 관광품질관리체계 확립에 관한 연구, 2000.
- 7) 제주발전연구원, 제주지역 축제의 진단과 활성화 방안, 2000.
- 8) 제주발전연구원, 제주지역 일본군 전적지의 역사교육장화를 통한 관광상품화 방안, 2001.
- 9) 제주도출입국관리사무소, 현황자료.
- 10) 한국관광공사, 쇼핑관광 활성화 방안, 1998.
- 11) 한국관광공사, 일본 20-30대 여성층 시장조사, 1998.
- 12) 한국관광공사, 방한 외래객 추이분석, 1999.
- 13) 한국관광공사, 일본실버층관광조사, 1999.
- 14) 한국관광공사, 2000년도 축제기획담당자 교육 세미나 자료집, 2000.
- 15) 한국관광공사, 일본관광시장분석, 2001.
- 16) 한국관광공사, 신한류관광마케팅, 2002.
- 17) 한국관광공사, 관광불편신고종합분석서, 2002.
- 18) 한국관광공사, 9.11 테러 발생 후 1년, 관광산업의 현황과 전망 - WTO, 2002.
- 19) 한국관광공사, 2003년 공동 해외마케팅계획-지자체·관광업계 공동협력사업을 중심으로 -, 2002.
- 20) 한국관광공사, 2002 방한외래객 추이 분석, 2002.
- 21) 한국관광공사, 2002년 세계 국제관광 잠정통계 -WTO-, 2003.
- 22) 한국관광공사, 일본 수학여행시장 동향, 2003.
- 23) 한국관광공사, 일본의 인바운드 관광진흥정책, 2003.
- 24) 한국관광공사, 지자체 및 축제조직위 여행사 대상 인센티브 제공계획, 2003.
- 25) 한국관광공사, 한국관광통계연보, 각년도.