

제주발전연구원 개원 16주년 기념 세미나

관광객 1천만 시대를 대비한 제주관광의 질적성장 전략 모색

- 일 시 : 2013년 5월 3일(금) 15:00~18:00
- 장 소 : 제주발전연구원 대회의실
- 주최·주관 : 제주발전연구원

관광객 1천만 시대를 대비한 제주관광의 질적성장 전략 모색

□ 개최 목적

- 제주관광산업의 현주소를 진단하고 중장기적인 성장·발전을 위하여 ‘질적 성장’을 주요 의제로 개최함
- 제주관광산업의 미래 환경변화를 예측하고 새로운 전략 방향을 모색하기 위한 논의도 진행함

□ 개요

- 일 시 : 2013년 5월 3일(금) 15:00~18:00
- 장 소 : 제주발전연구원 대회의실
- 주최 및 주관 : 제주발전연구원

□ 세부내용

- 대 주 제 : 관광객 1천만 시대를 대비한 제주관광의 질적성장 전략 모색
- 기조강연 : 관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?
- 주제발표1 : 관광산업의 질적성장을 위한 선진 관광국가의 사례와 제주에의 시사점
- 주제발표2 : 제주관광의 질적성장을 위한 과제와 전략

□ 행사 프로그램

진행 : 강창민(연구기획팀장)

구 분	시 간	담 당
개회식 개회사	15:00~15:05	양영오 (제주발전연구원장)
기 조 강 연	15:05~15:35	관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나? - 김철원 (경희대학교 호텔관광대학 학장)
휴 식	15:35~15:50	Coffee Break
1주제 발 표	15:50~16:20	관광산업의 질적성장을 위한 선진 관광국가의 사례와 제주에의 시사점 - 김향자 (한국문화관광연구원 선임연구위원)
2주제 발 표	16:20~16:50	제주관광의 질적성장을 위한 과제와 전략 - 고계성 (경남대학교 관광학부 교수)
휴 식	16:50~17:05	Coffee Break
총 합 토 론	17:05~17:50	좌장 - 장성수 (제주대학교 관광개발학과 교수) 토론자 - 서용건 (제주대학교 관광경영학과 교수) - 신왕근 (제주관광대학교 항공·컨벤션경영학 교수) - 신동일 (제주발전연구원 연구위원) - 오창현 (제주관광공사 융복합사업단장) - 이재성 (한국관광공사 정책사업본부장)
자 유 토 론	17:50~18:00	Floor 토론
마무리	18:00	사회자

목 차

■ 기조강연

- 관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?

김 철 원 (경희대학교 호텔관광대학 학장) 7

■ 주제발표 1

- 관광산업의 질적 성장을 위한 선진 관광국가의 사례와 제주에의 시사점

김 향 자 (한국문화관광연구원 선임연구위원) 31

■ 주제발표 2

- 제주관광의 질적성장을 위한 과제와 전략

고 계 성 (경남대학교 관광학부 교수) 69

■ 토론자료

- 서 용 건 (제주대학교 관광경영학과 교수) 93
- 신 왕 근 (제주관광대학교 항공·컨벤션경영과 교수) 99
- 신 동 일 (제주발전연구원 연구위원) 102
- 오 창 현 (제주관광공사 융복합사업단장) 105
- 이 재 성 (한국관광공사 정책사업본부장) 109

개 회 사

계절의 여왕인 5월의 싱그러운 자연은 우리에게 생명력이 충만함을 느끼게 합니다.

봄기운이 충만하게 느껴지는 이 계절에 저희 제주발전연구원이 개원 16주년을 맞아 주최하는 개원 기념 세미나에 참석해 주신 내외 귀빈 및 주제발표자와 토론자 여러분 그리고 참석하신 모든 분들께 진심으로 감사의 말씀을 드립니다.

‘관광객 1천만 시대를 대비한 제주관광의 질적성장 전략 모색’이라는 주제로 열리는 본 세미나는 제주관광산업의 현주소를 진단하고 중장기적인 성장·발전을 위하여 어떤 전략이 필요한지를 진지하게 고민해보기 위해 마련된 기획 세미나입니다.

이번 세미나를 통해 제주관광산업의 전략 및 과제 등에 대해 분야별로 새로운 아이디어 창출 및 연구영역을 발굴하고, 전문가들의 의견수렴을 통해 제주관광산업의 미래 환경변화를 예측하고 새로운 전략 방향을 모색하고자 합니다.

오늘 세미나를 통해 제주관광의 양적 성장과 질적 성장의 균형 있는 발전을 도모하기 위해 제주가 지향해야 하는 관광정책의 우선순위를 검토하고 논의하는 장이 되기를 기대하며, 전문가들의 진지한 논의를 통해 창의적이고 실용적인 대응방안이 많이 도출 되었으면 하는 바램입니다.

오늘 세미나에서 기조강연을 해 주실 김철원 경희대학교 호텔관광대학 학장님, 주제발표를 해 주실 김향자 한국문화관광연구원 선임연구위원님,

고계성 경남대학교 관광학부 교수님을 비롯해 좌장을 맡아주실 장성수
제주대학교 관광개발학과 교수님, 그리고 토론자 여러분께 다시 한번 감
사의 말씀을 드립니다.

또한 참석하신 모든 분들의 건승을 기원합니다.

2013년 5월 3일

제주발전연구원장 양 영 오

기조강연

관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?

김 철 원

(경희대학교 호텔관광대학 학장)

제주발전연구원 세미나

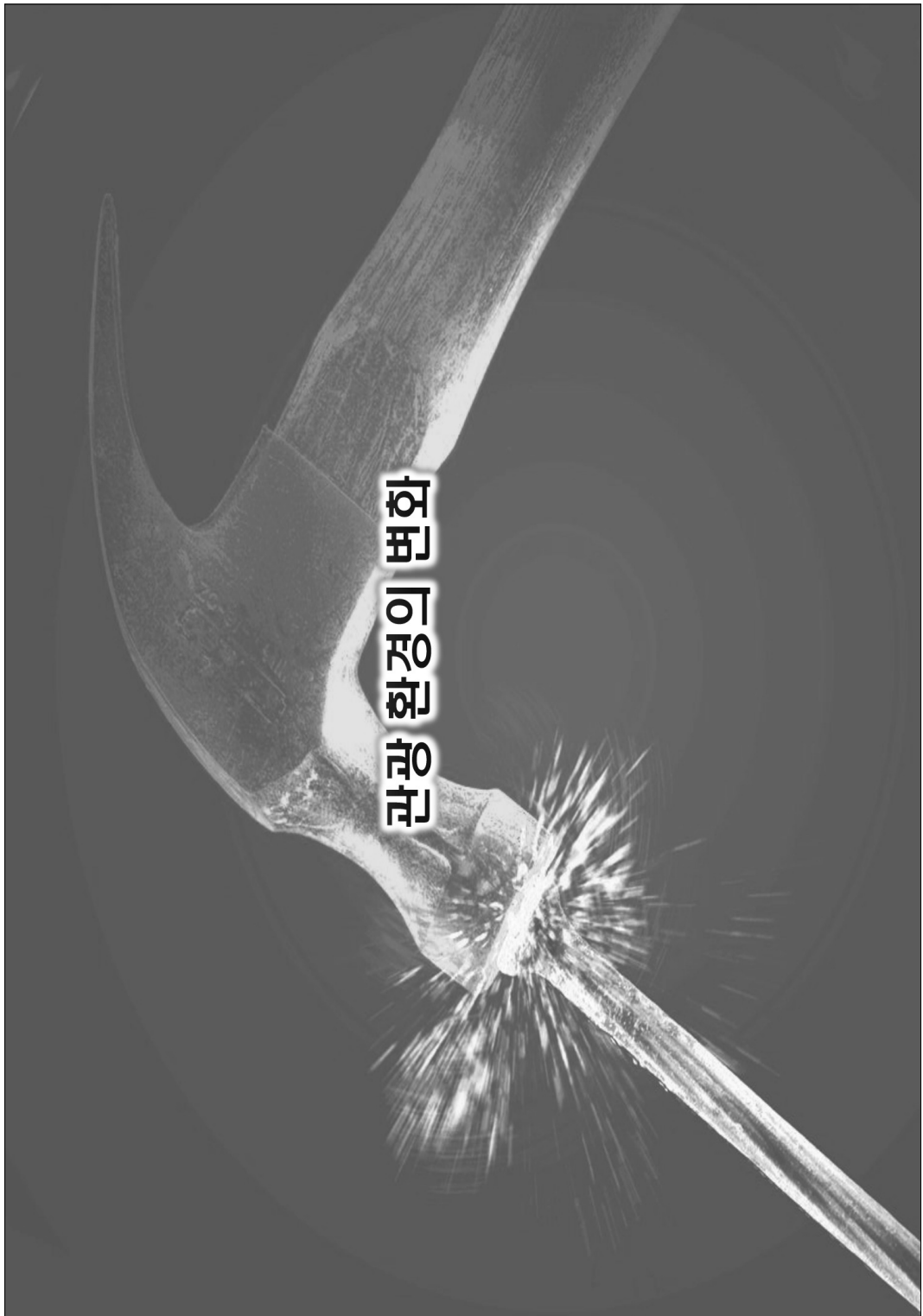


관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?

2013. 5. 03

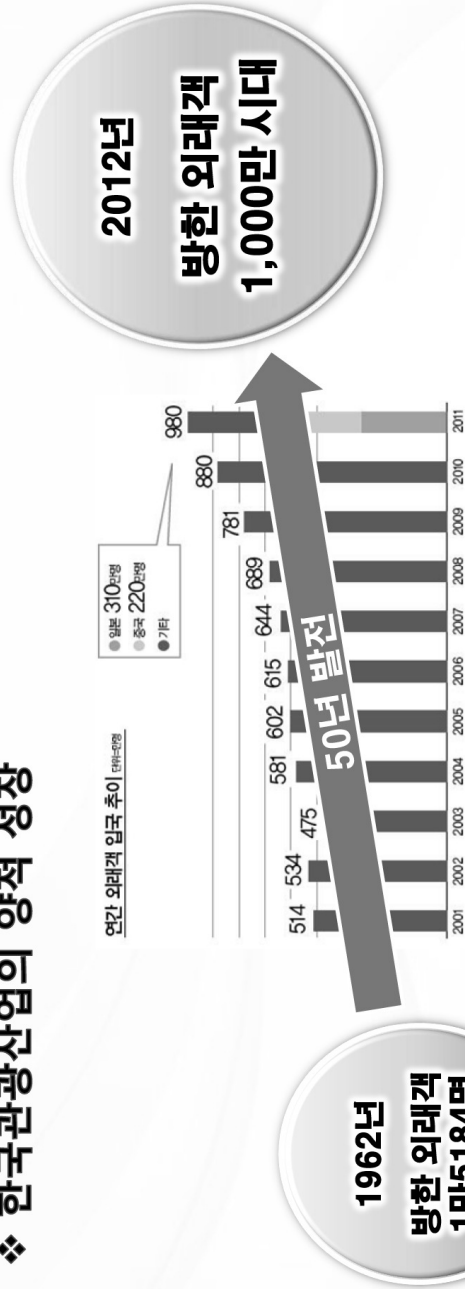
경희대학교 호텔관광대학

김 철 원 학장



1. 한국관광산업 성장

❖ 한국관광산업의 양적 성장



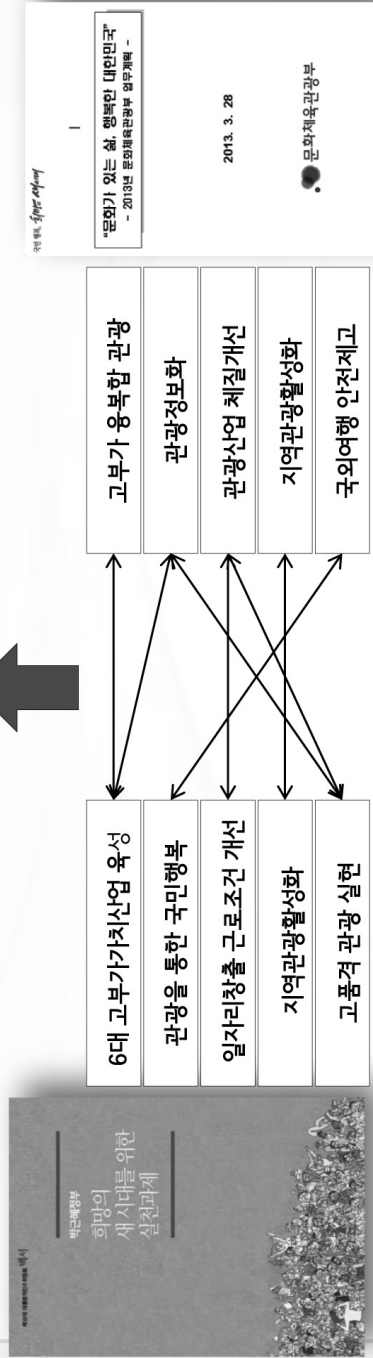
제주발전연구원 세미나

관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?

1. 박근혜 정부 국정과제와 문화체육관광부 계획

외래객 1,600만명 · 관광수입 240억 달러 · 신규고용 6만명 달성

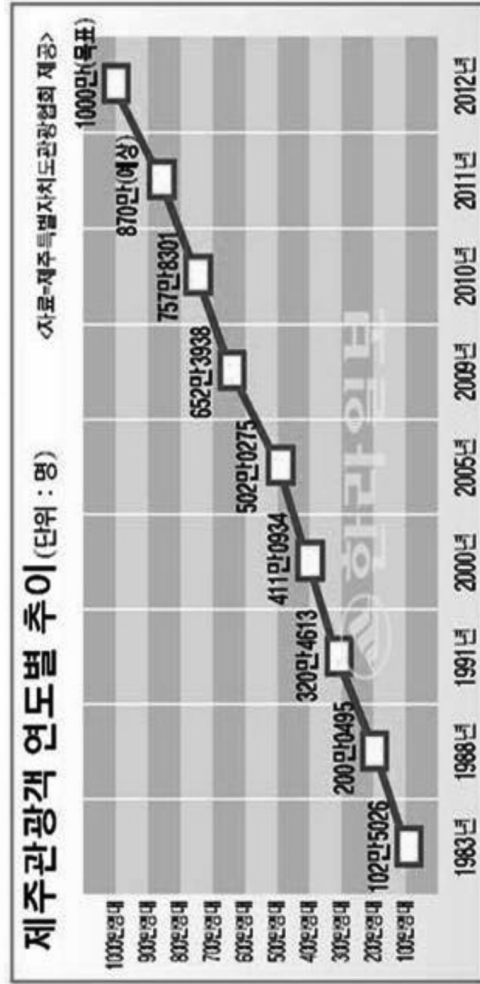
(2017년 기준)



제주발전연구원 세미나

관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?

1. 제주도 관광산업의 양적 성장



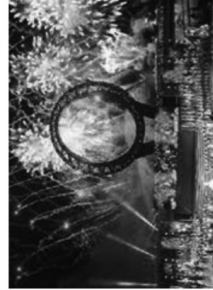
제주관광시장은 지난 1983년 최초로 100만 시대 달성
이후 최근 30년만에 관광객 수 10배 성장 (제주외래관광은 100만명 돌파)



한국관광산업 성장의 빛과 그림자

2. 한국관광산업 성장의 빛과 그림자

- 2018 평창동계올림픽 ('88 서울올림픽, 86, 02, 12, 아시안게임)
- 2012 여수 세계엑스포 (1993 대전)
- 제주도 국내외 관광객 증가 (세계7대 자연경관 선정)
- 세계 8위의 국제회의 개최지
- F1 코리아 그랑프리 (세계 3대 스포츠 이벤트 개최)
- 한류 열풍, 한국적 콘텐츠의 국제화 (K-pop, 한류드라마 등)

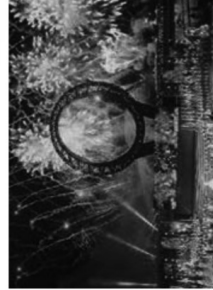


제주발전연구원 세미나

관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?

2. 한국관광산업 성장의 빛과 그림자

- 올림픽 : 국제적인 동계 스포츠 메카로서의 브랜드 파워 미약
- 엑스포 : 참가자 만족 극대화 및 사후 활용에 따른 지속 가능한 발전 어려움
- F1 코리아 : 운영 미숙, 적자 발생, 지역 경제 파급 제약
- 한류 관광 : 한류 스타 연계 외에 다양한 한국 문화 접목 한계
- MICE : 연계 관광을 통한 고부가가치 경제적 파급효과 창출 제약
- 제주도 : 소비촉진 관광 인프라 및 야간 관광 콘텐츠 부족



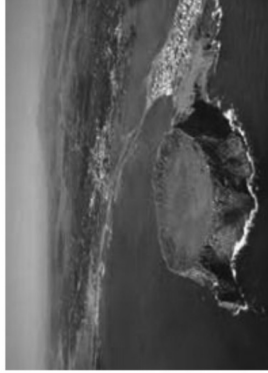
제주발전연구원 세미나

관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?

2. 제주관광산업 성장의 한계



VS



하와이 관광객 1인당
평균 190만원 소비

제주 관광객 1인당
평균 43만원 소비

- 관광객 1인당 소비수준 비교 = 제주 < 하와이 (4배 이상)
- 제주 여행 1회 기준 1인 평균 숙박여행비용도 해마다 감소세 기록
- 2007년 관광객 750만명의 하와이는 1,000만명 명목상의 유치 목표를 버리고
신혼부부와 국제회의의 참가자 유치 등 고부가가치 관광산업 육성 정책 목표 수정

2. 제주관광산업 성장의 한계

제주도 관광산업 양적 성장의 한계

- 제주도 관광객의 약 75%가 야간관광에 대한 관심은 높지만 경험하지 못함
- 제주의 야간 관광 매력 개발? 무엇이 가능할 것인가??



- 관광객 1,000만 제주의 질적 성장을 위해서는 기존의 양적 성장 목표를 버리고 고부가가치 관광 개발 증대와 관광객 만족도 제고에 집중하는 것이 필요
- BT-MICE, 고급레저스포츠, 의료관광, 체류휴양, 엔터테인먼트, 쇼핑관광 등 집중 육성을 통해 달성 가능



3. 양적 성장 중심의 개발 패러다임 변화의 필요성

제주 관광 산업의 양적 성장과 발전보다 더 중요한 것!

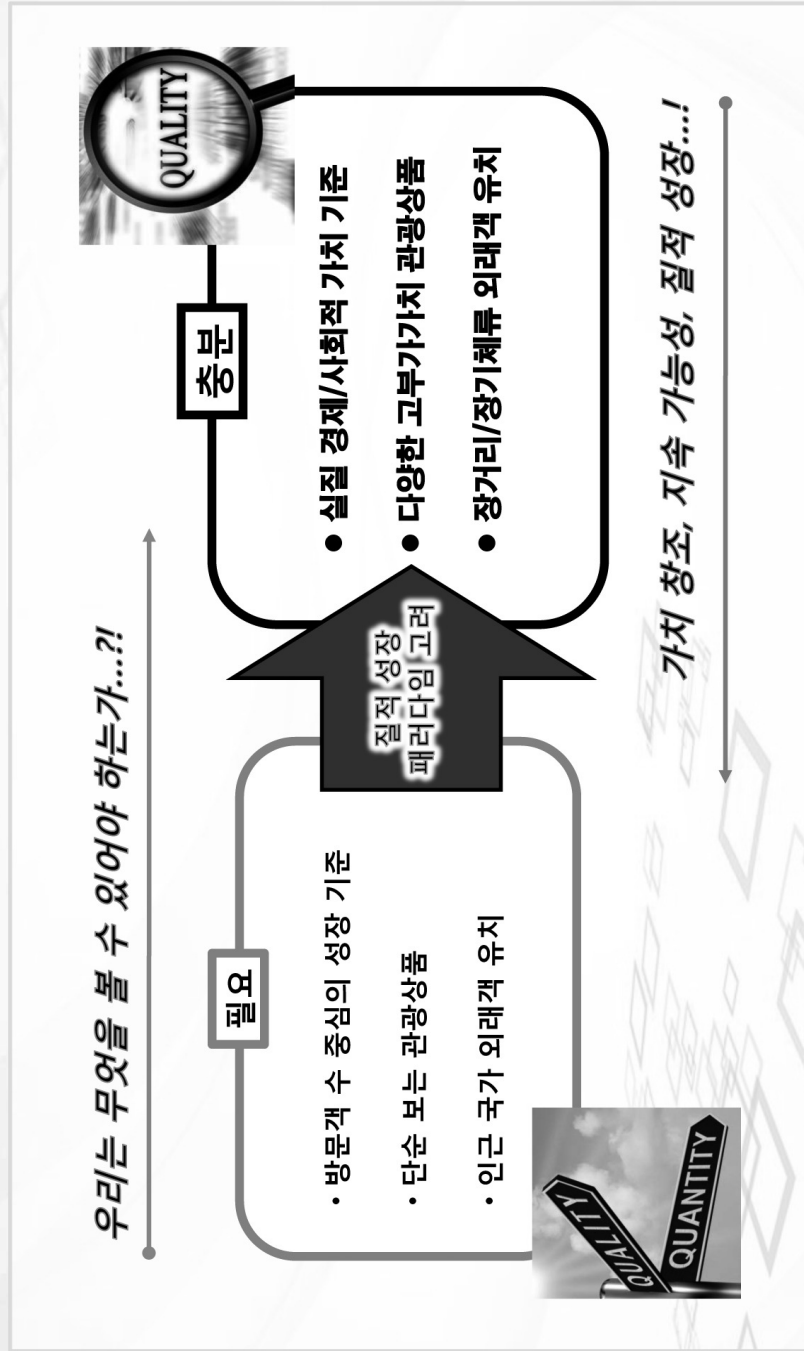


일부 기득권자에 의한 양적 성장 중심이 아닌..

다양한 이해당사자들이 가치를 공감하고 참여하는
新관광산업의 패러다임 구축의 중요성

NEW PARADIGM for QUALITY TOURISM

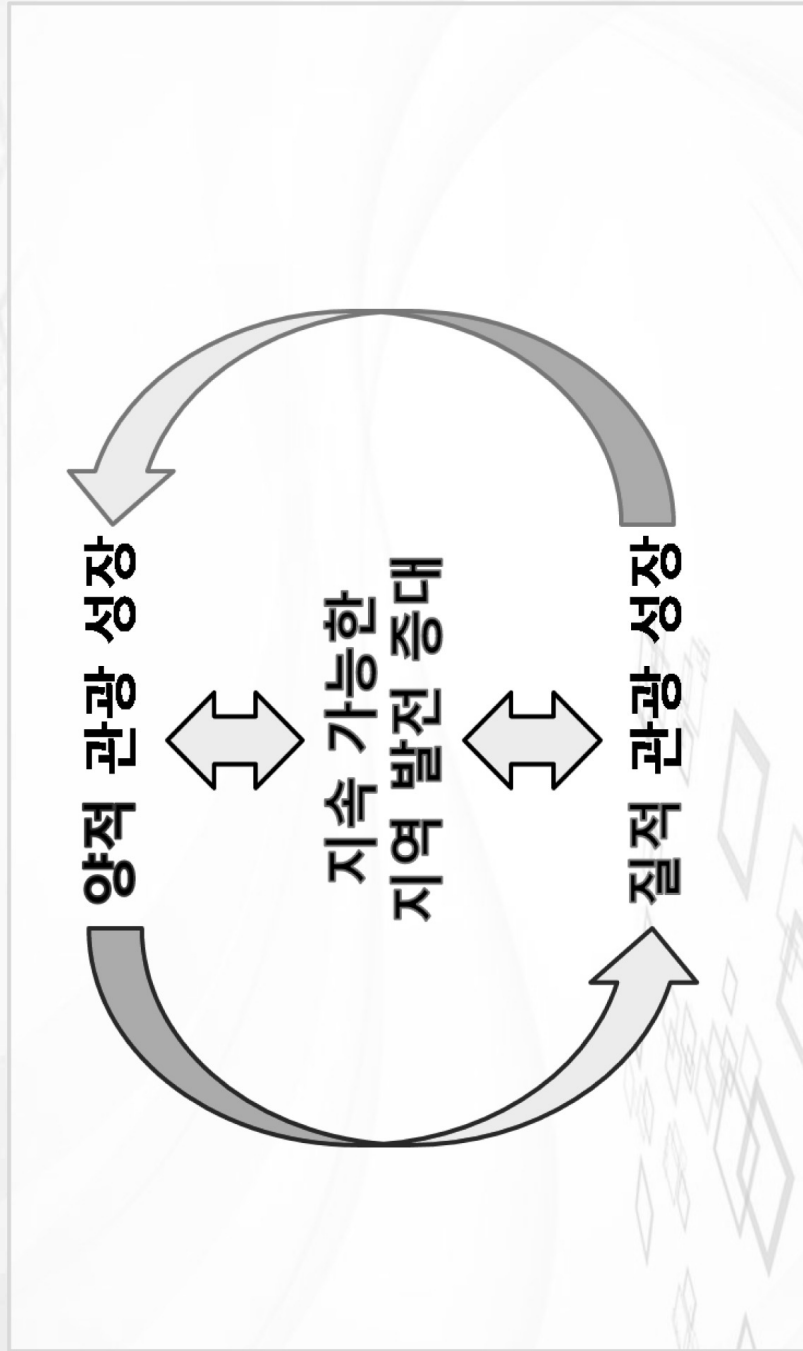
3. 질적 성장으로의 Paradigm Shift



제주발전연구원 세미나

관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?

3. 질적 성장으로의 Paradigm Shift



제주발전연구원 세미나

관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?



창조경제시대의 제주관광의 질적 성장 전략

4. 창조경제시대의 제주관광 질적 성장



**"외국인 관광객 1000만 시대,
관광산업 질적 발전 터닝포인트"**

외국인 관광객 1,000만명 시대 달성 후, 이제는 그들이 한국을 재방문하고 싶은지, 얼마나 많은 돈을 뿌리고 갈지가 더 중요한 문제

1,000만 관광객 시대가 일회성 이벤트가 아니라 지속적으로 유지되기 위해서는 숙박 등 부족한 관광 인프라를 갖추기 위한 규제완화가 시급

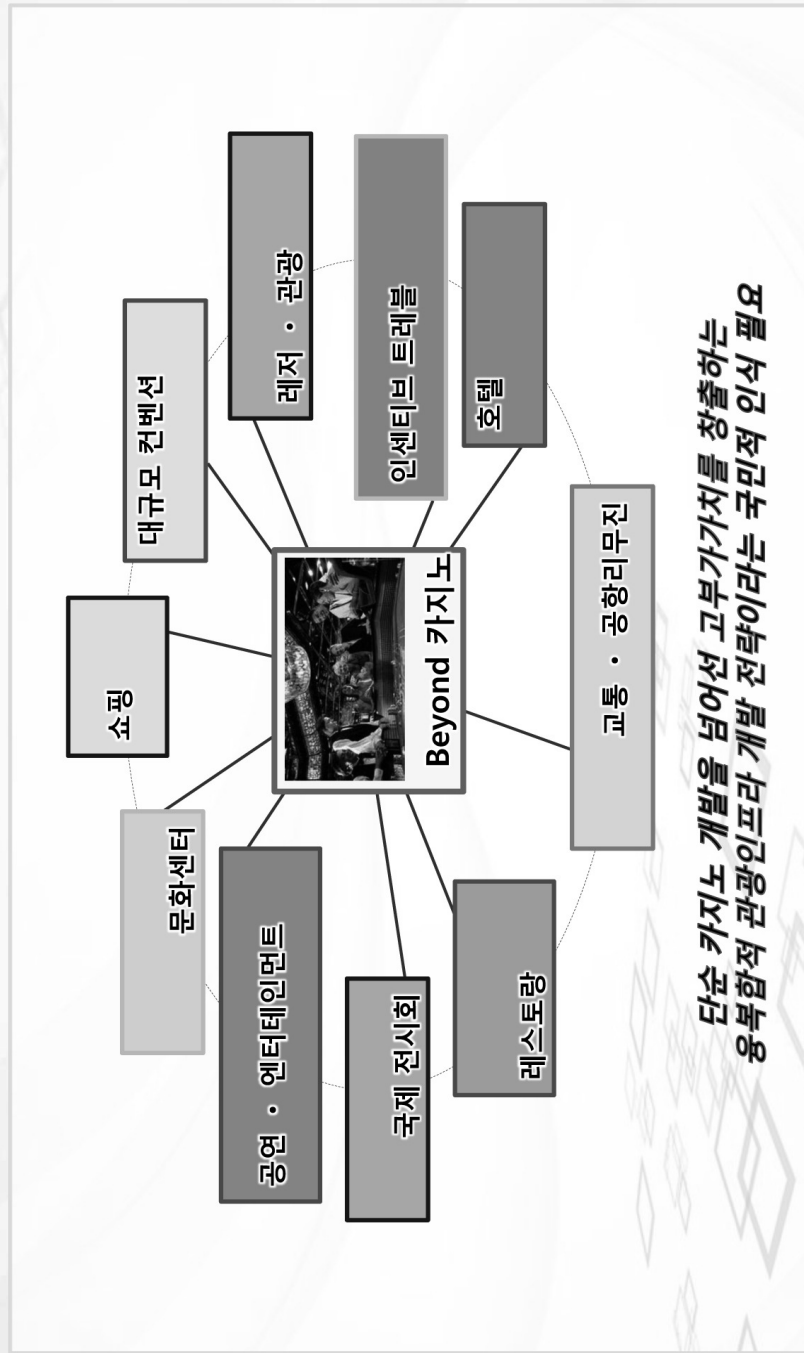
"스위스에는 알프스만 있는 것이 아니며, 싱가포르, 마카오와 같이 호텔과 컨벤션센터를 중심으로 테마파크 · 쇼핑센터 · 카지노 등이 한데 모여 있는 복합비즈니스센터를 만들어야 수익 창출이 가능하다."



제주발전연구원 세미나

관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?

4. 창조경제시대의 제주관광 질적 성장



제주발전연구원 세미나

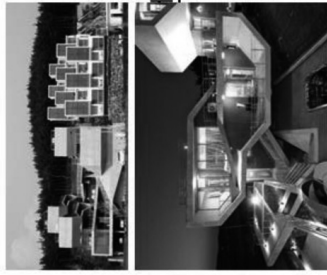
관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?

4. 창조경제시대의 제주관광 질적 성장

나라면 어느 펜션에 묵고 싶을까 ?



OR



“ 일상의 사람들이 가지고 있는 ‘특별한 공간’에 대한 갈증 해소
관광객들이 가지고 있는 ‘특별한 관광 경험’에 대한 가치 창조 ”

과연 제주도 관광 경험의 질적 가치는 ?

제주발전연구원 세미나

관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?

4. 창조경제시대의 제주관광 질적 성장



Quality in Tourism
The assessment service for VisitEngland



Australian Government
Department of Resources, Energy and Tourism

Since 1996



CALIDAD TURISTICA



QUALITY TOURISM SERVICES
優質旅遊服務



本店擔保
This Store's Pledge
10th Anniversary
QUALITY TOURISM SERVICES

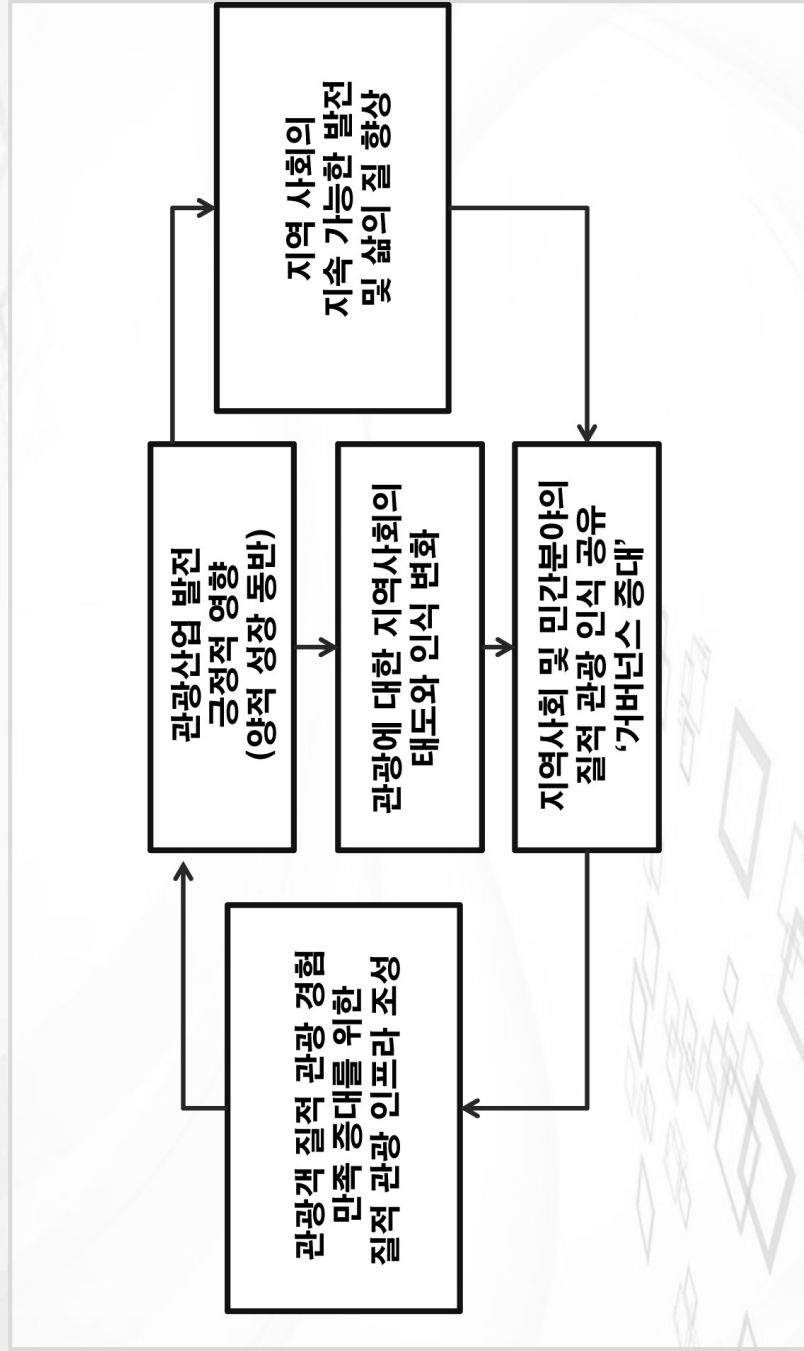


QISA
QUALITY TOURISM SERVICES ASSOCIATION
優質旅遊服務協會
(A trade name of the Association of Better Business & Tourism Services)
(旅遊服務業協會商標)

제주발전연구원 세미나

관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?

4. 창조경제시대의 제주관광 질적 성장



제주발전연구원 세미나

관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?

5. 마치며...

King Lear tell us that nothing comes from nothing.
Everything in the world already exists; whatever seems new
is only something old rearranged. Only creative approach can
make something old something new



제주발전연구원 세미나

관광객 1천만 시대, 제주관광 어떻게 변해야 하나?



제주관광의 질적 성장 창조적 전략?

How does Jeju Tourism move on in the era of creative economy?

Focus
on
Quality

김철원 교수

경희대학교 호텔관광대학장 & 관광대학원장
kimcw@khu.ac.kr / 02) 961-0816

관광산업의 질적 성장을 위한 선진 관광국가의 사례와 제주에의 시사점

김 향 자

(한국문화관광연구원 선임연구위원)

제주발전연구원 개원기념세미나(2013.5.3)

관광산업의 질적 성장을 위한 선진 관광국가의 사례와 제주에의 시사점

한국문화관광연구원 김향자 선임연구위원

Contents

- I. 관광산업의 질적 성장 의미
- II. 저성장시대의 관광정책 방향
- III. 주요 외국의 관광산업 정책
- IV. 관광산업의 질적 성장 방향
(제주 관광산업의 방향)



관광산업의 질적 성장 의미

01. 논의의 필요성
02. 제주 관광객 1,000만 명 시대의 의미
03. 관광산업의 질적 성장 의미
04. 저성장 시대의 관광정책 방향

1. 논의의 필요성

제주 관광객 1,000만 명 시대 대응

양적 성장은 이루어졌으나

제주도의 경제적 기여와 관광객의 만족 여부에 대해서는 의문
지속적으로 제주관광산업의 경쟁력을 갖추기 위해서는 새로운 도약 필요

관광산업을 둘러싼 여건의 급격한 변화시대

저성장 시대 및 고령화 시대 돌입

관광트렌드의 변화 지속

주변 경쟁시장의 약진으로 경쟁의 심화

관광패러다임 변화와 질적 성장의 요구 지속화

관광산업의 성장을 위해서 패러다임의 변화 필요

소비자(관광객) 및 주민들의 관광에 대한 인식 변화

해외 관광선진국의 관광산업의 질적 발전을 위한 정책 추진

제주 자연환경의 보전과 관광산업의 발전을 공존시켜나갈 수 있는 방향 모색 필요

02. 제주 관광객 1,000만 명 시대의 의미

양적 성장에 기초한 질적 발전 시대로의 전환

연간 제주도방문 관광객 1,000만 명(83년 100만 명에서 약 30년 만에 이룬 성과)
입도객 확대라는 양적 성장 목표에서 관광객의 만족도 제고, 재방문 확대,
체류기간 연장, 소비지출액 증대라는 질적 발전 중심으로의 전환이 중요하게 대두
(재방문 시장, FIT시장 등중시)

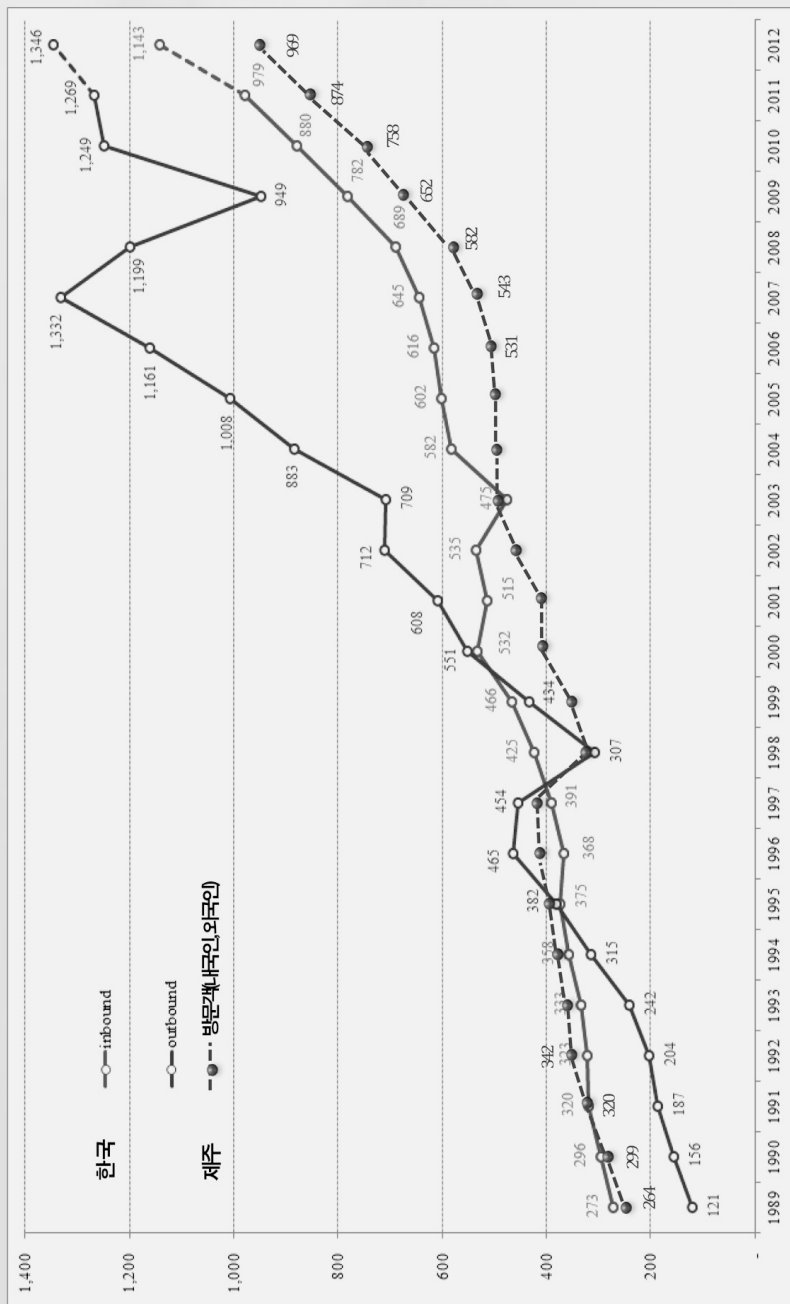
글로벌 관광지로서 글로벌 표준화를 넘어 특성화 요구

세계적 관광목적지에 부응하는 글로벌 표준화 중요
제주만의 고유성 및 독특성을 보여줄 수 있는 관광상품과 서비스 개발 필요
국내외 시장확대는 전략적으로 대응(제주의 발전방향과의 부합성 고려)

새로운 관광산업 정책시스템 추진

관광정책의 체계적 관리 필요: 성과 중심의 정책에서 나타나는 부정적 폐해 개선
국제적인 관광목적지로 거듭나기 위해서 관광산업에 대한 인식 제고, 예산 확대
부처, 부서의 칸막이 정책에서 상호 협력적 정책 추진

관광성장



03. 관광산업의 질적 성장의 의미

질적(質的) 성장의 의미

질적(質的)이란 사물의 속성, 가치, 유용성, 등급 따위의 총체와 관련된 것

- 질(質)은 품질과 동일하게 사용되며, 품질은 제품과 서비스를 모두 포함
- 품질은 소비자의 기대와 요구의 만족에 대응하는 지에 대한 평가를 할 수 있는 고유한 특성

질적 성장이란 사물이 지닌 가치가 현재보다 나아진다는 의미

- 성장이란 규모나 질을 이전보다 더 크게 하거나 낮게 하는 것
- 영어로는 development, progress, advance(ment), growth 등(발전과 동의어)

관광산업의 질적 성장이란

관광산업의 질적 성장이 무엇인지에 대한 명확한 기준과 정의는 없으나

관광산업의 고도화와 고부가가치화를 통한 관광산업 경쟁력 제고

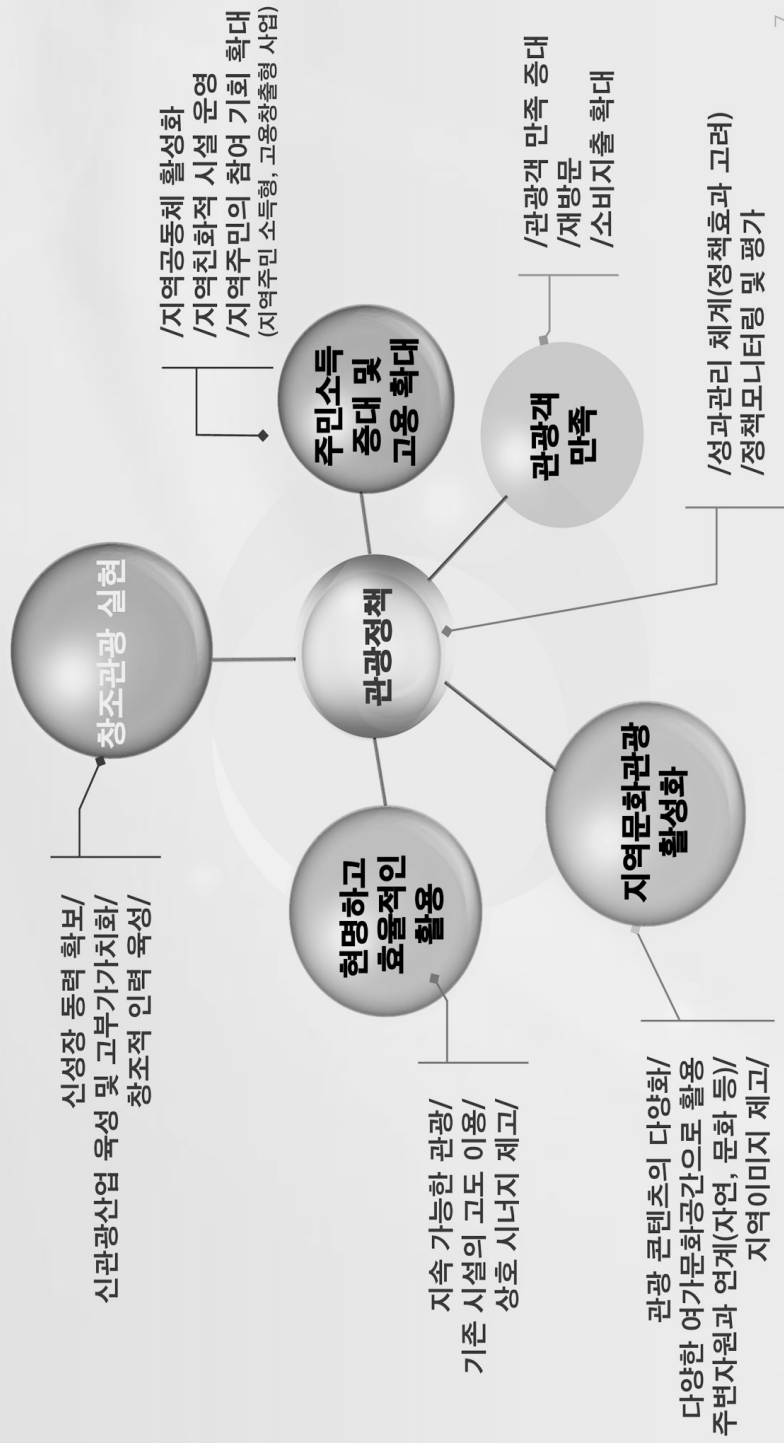
관광서비스 접점에서 최고 수준의 환대서비스 제공(소비자의 관점으로 전환)

질적 성장에 주안점을 두면서 지속적으로 체계적인 관광품질 관리 등으로 이해됨

- ※ 그동안 양적 성장에 관심을 두면서 등한시 하였던 것들(소소한 것들)에 관심을 두면서 소외되는 부분 없이 고루 발전해 나가는 것

04. 저성장 시대의 관광정책 방향

관광정책의 새로운 방향성 ...





저성장 시대의 관광정책 방향

01. 박근혜정부의 관광정책 : 정책공약
02. 2013 관광정책: 문화체육관광부 업무보고
03. 기존 관광개발 정책의 한계
04. 제3차 관광개발기본계획의 비전과 목표

01. 박근혜정부의 관광정책: 정책공약

국정목표3: 창의교육과 문화가 있는 삶

81. 고부가가치, 고품격 한국관광 실현 및 국내관광 활성화

과제목표: 고부가 고품격의 복용합 관광산업을 집중 육성하여 2017년
외래관광객 1,600만 명을 달성하고 1박2일 캠페인으로 국내관광을
활성화하여 치유와 재충전의 여행이 있는 삶을 실현

주요 내용

- (1) MICE 등 고부가가치 6대 관광 레저산업 육성
- (2) 관광을 통한 국민행복, 관광복지 실현
- (3) 관광 일자리 창출과 관광 거버넌스 체계 정립
- (4) 고품격 관광추진 및 안내 숙박 등 관광수용태세 개선
- (5) 국민 국외여행 안전 제고 및 고품격 출입국 행정 서비스 제공
- (6) GCF 유치 계기로 녹색관광 어젠다 주도 등 국제관광 협력 강화

기대효과: 저가관광지 인식을 개선하고 경쟁력있는 차별적 관광 브랜드
구축으로 외래관광객 유치의 정책적 효과를 증대하고 일자리를 창출
하며, 여행을 통한 국민의 행복한 삶을 구현하여 내수 진작 및 지역경
제 활성화에 기여

01. 박근혜정부의 관광정책: 정책공약(계속)

복용합 관광: 고부가가치 신시장 창출 및 관광경쟁력 제고

- 융·복합 관광으로 고부가가치, 新시장과 일자리를 창출
 - MICE 복합지구 제도 도입
 - 체류형 의료관광클러스터 조성('13년 시범단지 지정)
 - 크루즈관광 진흥
 - 한류관광
 - 역사·전통문화 체험관광: 템플스테이 지원, 전통한옥 관광지원화
 - 레저·스포츠관광: 자전거 관광 활성화, 스키 코리아(Ski Korea) 브랜드화
- IT를 활용한 관광정보화 구축 및 외래관광객 유치 지원
 - 모바일용 앱콘텐츠 개발
 - 스마트 투어가이드
 - 온라인 플랫폼 활용, 글로벌 마케팅 활동 강화

02. 2013 관광정책: 문화체육관광부 업무보고

관광수용태세 정비: 저가에서 고품격 관광으로 산업구조 고도화

- 수용태세 정비(관광 체질 개선)
 - 중국 전담여행사 관리 강화, 외국인 전용 ‘기념품판매점업’제도 개선
 - 관광호텔 및 대체숙박시설 조기 확충, 등급제 확대
 - 관광경찰제도 도입, 지자체의 ‘공공책임포상제’ 활용
 - 다국어 관광안내표지 확충 등 관광 수용태세를 선진화

국민관광: 행복과 여유를 찾아주는 국내관광 활성화

- 국민이 중심이 되는 지역관광 활성화
 - 대체휴일제, 방학분산제 도입 등
 - 문화마을 · 문화유산과 연계한 스토리관광 활성화, 문화콘텐츠와 접목한 노후 관광시설 재생사업과 연계
 - 올해의 문화관광도시 선정
 - 학습관광과 초등학생 토요 체험여행 프로그램 확대
 - 지역관광협의회 설립 추진
- 국민의 해외여행 안전 제고
 - 우수 여행상품 인증, 여행상품 표시 가이드라인 제정, 여행업법 제정 등

03. 기존 관광개발 정책의 한계

- 1** **시설 개발 위주**
콘텐츠의 부족, 관리운영에 대한 고려 미흡
- 2** **이용자보다는 공급자 위주**
이용하는 관광객 고려 미흡, 관광객의 욕구변화 및 시장변화에의 대응력 부족
- 3** **지역 전체 보다는 단위 시설 자원 중심**
주변 자원, 기존 시설에 대한 연계활용 미흡,
관광의 매력성을 지속시켜나가는 것은 주민의 몫
- 4** **각 부처/부서의 칸막이식 추진(중앙정부, 광역 기초 자치단체 등)**
지역개발정책 사업은 결국 관광을 추구,
관광개발정책의 영역 한계(관광진흥법에 의한 추진)
- 5** **관광개발의 정치적 추진**
사업성 혹은 효과성에 대한 고려, 기존 시설 이용보다는 신규시설 개발

04. 제3차 관광개발기본계획(2012~2021)의 비전 및 목표

비전: 글로벌 녹색한국을 선도하는 품격 있는 선진관광

5대 목표

- (1) 한국 문화가 생동하는 창조관광
- (2) 관광자원의 보전과 재생을 유도하는 녹색관광
- (3) 국민의 생활 속에 스며드는 생활관광
- (4) 책임과 참여로 정의사회를 실천하는 공정관광
- (5) 성장동력산업으로 부가가치를 창출하는 경제관광

6대 전략

- ▶ 품격관광을 실현하는 관광개발 정책 효율화
- ▶ 미래환경에 대응한 명품 관광자원 확충
- ▶ 문화를 통한 품격 있는 한국형 창조관광 육성
- ▶ 국민이 행복한 생활관광 환경 조성
- ▶ 저탄소 녹색성장을 선도하는 지속가능한 관광 확산
- ▶ 관광경쟁력 제고를 위한 국제협력 강화



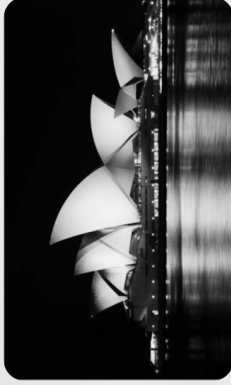
주요 외국의 관광산업 육성정책(정책사례)

01. 호주
02. 영국
03. 프랑스
04. 스페인
05. 캐나다
06. 뉴질랜드
07. 일본
08. 말레이시아

01. 호 주

국가 차원의 국가장기관광전략(2010~2020)

- 중점과제 일환으로 관광산업 진흥을 위해 관광분야의 인적서비스 교육 및 개발, 규제 개혁, 교통계획 및 도시계획 수립 시 관광산업 우선 고려, 관광 상품 및 서비스에 대한 국가 인증체계 확립 등의 노력을 요구



관광산업 육성을 위한 관광산업 잠재력(2020TIP) 추진

- 관광객의 장기체류 및 적극적인 관광 상품 참여를 유도함으로써 관광객의 소비지출 증가를 통해 경제적 이익을 증가시키고자 함
- 2020TIP 달성을 위해 관광수요 및 관광공급 측면에서 각 6개 전략 중점
 - 공급 측면: 관광시장 비중 증대, 관광수의 향상, 관광분산 제고, 전략적 항공산업 성장, 미래의 더욱 매력있는 호주를 위한 시설투자 유지, 자본 효율성 증대, 노동력 기술력 생산성 구축
 - 수요측면: 고소비 관광객 맞춤형 전략, 관광객 요구에 맞춰 질적 관광개발, 수억층대 지원을 위한 항공산업과의 파트너쉽, 중국의 중요성 인식하고 중국 기반사업 구축, 글로벌 마케팅 전략과 국내 관광산업과의 파트너십 지속



기존 계획을 수정 보완한 관광2020 추진(기존 계획의 통합)

- Tourism2020은 관광산업의 생산성을 향상시키기 위한 것임
- 6대 추진전략: 아시아 시장 수요 증대, 경쟁력있는 디지털 역량 구축, 투자 촉진 및 규제개혁 의제 이행, 관광교통시설 및 인프라 개선을 통한 관광산업의 성장, 인력기술 공급 및 토착문화관광 참여 증진, 관광산업 성장탄력성 생산성, 우수한 관광상품 및 서비스 구축 등



02. 영국

2003~2004년도 영국 관광진흥 10대 정책 계획을 수립

- 동 계획 중 질적 발전을 위해 다음과 같은 전략을 진행
 - 서비스의 품질 향상을 위해 해외 주재 관광홍보관의 컨택포인트수 상향
 - 3년 이내에 VB(VisitBritain)의 소비자 데이터베이스 확대
 - 온라인상에서 고객과의 접촉 계획의 개발

A Strategic Framework for Tourism: 2010-2020 수립

- 영국 NTO인 VB는 관광사업 발전을 위해 4대 목표 중 하나로 관광객의 만족도 증대를 제시하고 전략을 수립하고 있음
- 관광객 만족도 증진을 위해 최신 관광정보 프로그램 및 e-tourism 플랫폼 구축, 관광대중교통 실행계획 수립, 관광제반시설 재점검, 'Welcome to England 프로그램' 실행, 사회적 약자(장애인, 노년층 등)의 접근성 개선을 위한 계획 수립 등의 계획을 진행하고 있음
- 이외에도 관광시장의 동향 및 사업 효율성을 평가할 수 있는 국가차원의 조사, 지식프로그램 개발, 국가기술전략(종업원 직무교육 가이드라인) 수행 등을 진행하고 있음

영국은 2012년 런던 올림픽 이후의 관광전략

- 영국의 최근 관광전략은 성공적인 관광전략 2012년과 그 이후 (A tourism strategy for 2012 and beyond)에 초점을 두고 있음
- 영국의 관광전략은 VisitBritain, VisitEngland, 지역개발기관, 그리고 산업체들과 함께 2012년 런던 올림픽 개임을 맞이하여 관광수익의 극대화를 모색 중임



02. 영국(계속)

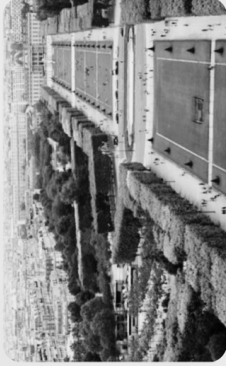
- 2012 런던 올림픽을 계기로 영국 관광발전을 도모하기 위한 관광부문의 추진목표는 다음과 같음
- 런던 올림픽과 이후 관광전략(A tourism strategy for 2012 and beyond)

구분	세부 내용
모든 영국 관광산업체 참여 유도	· 매력적이고 다양한 영국이미지 조성을 위한 대담하고 독특한 브랜드 구축 · 올림픽 계기로 영국의 모든 관광산업계의 새로운 기회를 제공하기 위한 전략 수립
영국의 국제 이미지 개선	· 분명하고 명백한 국가브랜드 구축을 통한 국제관광시장에서의 영국의 지각 개선 · 프리미어 관광목적지 및 투자 · 수출 · 문화 · 교육 등에서의 확고한 포지션 구축
방문객 확대전략	· 국내외 관광객을 대상으로 최고수준의 확대전략 수립 · 공항과 다른 접점에서의 확대서비스 개선 · 완전한 시설 및 정보접근성 제공
관광종사원 확대서비스 개선	· 현재 및 미래 종사원을 대상으로 서비스교육, 직원채용, 직무개발 등을 통한 서비스리더십 구축
숙박시설 질 개선	· 새로운 인증과 건설을 통한 호텔객실수의 안정적 공급
비즈니스 방문과 이벤트 기회 극대화	· 올림픽을 계기로 비즈니스 이벤트와 회의시장에서의 리딩국가 이미지 확보
이윤의 효율적 분배	· 올림픽 개최의 효과의 공평한 분배와 이익 공유
지속가능성 향상	· 관광의 환경적 영향과 관광발전에 대한 지역사회의 요구의 조화 · 올림픽 역사상 최고의 녹색올림픽 개최 추진

03. 프랑스

프랑스 관광공사의 주요 관광 진흥 계획(~2010)의 목적

- 동 계획 중 질적 발전을 위해 다음과 같은 전략을 진행
 - 양적 성장과 질적 성장 그리고 지속가능하고 균형 잡힌 개발과 프랑스 관광자원의 고품격화 등 고급화 정책을 추진
- * 양적 성장 : 2010년 9천만 명 유치
- * 질적 성장 : 2010년까지 관광수입 460억 유로, 관광객의 시간적 분산 유치, 관광객의 공간적 분산 유치, 미래형 관광 및 청소년 관광 진흥, 원거리 시장 대상 '파리가 유럽의 관문'이라는 인식 정립 유도
- 주요 관광 고급화 정책은 상표와 라벨부여, 품질 등급제도 등임
- * 상표와 라벨부여 : 프랑스 후기촌 연합 등 약 11가지 라벨과 상표를 부여하는 정책(공공부문), 고유의 품질에 관한 개념정의와 헌장(캐치프레이즈)
- * 품질등급
- 주요 관광 추진 방향 및 전략은 관광시설, 관광상품, 관광서비스로 나누어 질적 수준을 제고시키고자 함
- 관광시설의 질적 수준: 알프스지역과 같은 내륙지역을 개발하여 스포츠 및 야영장 시설 확충, 도로 · 항만 · 항구시설 개발
- 관광상품의 질적 수준: 보양을 위한 온천지역 개발, 문화예술 · 축제행사 개최, 행동형 관광 상품을 개발하여 관광객의 관광행동을 장려
- 관광서비스의 수준: 출입국제도, 외환규제 및 관광개발육성정책 등 정부의 적극적 대책 강구, 호텔 및 후기촌 건립시 정부의 지원해택, 관광유관 비영리단체에 대한 영업세와 유흥세의 면제



03. 프랑스(계속)

중장기 관광발전계획(A Strategic Destination France: 2010-2020): 프랑스 NTO인 Atout France

- 프랑스 NTO인 Atout France는 관광산업을 경제성장과 일자리 창출의 기회로 보고, 새로운 시장기회를 창출하기 위해 중장기 관광발전계획(A Strategic Destination France(2010-2020))을 수립함
- 계획 목표: (1) 잠재고객 개발, (2) 전략시장 개발, (3) 프랑스의 리더십 회복
- 주요 과제:

구분	세부내용
고품질 관광공급개발	- 지역 간 다양성을 부가시킬 수 있는 참신한 상품개발, 낙후지역 개선을 통한 새로운 관광 지역 개발 - SMB, POS 형태의 관광분야 중소기업 경쟁력 강화 - 새롭게 도입된 관광분야 펀드 TSI(Tourism Social Investment) 등 다양한 방식을 통한 지방, 소규모 독립호텔 등에 투자유치 - 항공허브 전략, 국내 교통체계 개선을 통한 도시 간 접근성 강화 등 - 전문 인력 육성을 통한 서비스 경쟁력 강화
지속가능한 관광지향	- 관광자원 재개발 시 환경적 측면 우선고려 - 숙박시설, 자연 보호구역, 해수욕 등에 '친환경 상표(등급제)' 도입
유통강화	- 특정지역에 국한된 유통구조 확대 - 온라인 공급망(e-tourism 플랫폼) 확대 - 소규모 지역의 해안, 산악자원을 활용한 관광프로그램 개발 - 수익률 관리(Yield Management)를 근간으로 성수기/비수기에 차별화 된 요금 및 유통정책 도입
차별화된 마케팅 활동	- 블로그, 소셜 네트워크, Web 2.0 등 다양한 마케팅 채널 활용 - 전 세계 유명인사, 칸 영화제 등의 국제행사 등을 활용한 '모던&럭셔리'한 프랑스 국가관광브랜드 구축 - 관광객이 쉽게 접근할 수 있는 '지식정보시스템'을 도입하여 관광 상품 및 서비스의 품질을 보증할 수 있도록 함
평가시스템 정비	- 관광경제 경영 시스템 구축하기(방문 비율, 경제 효과, 고용효과 등에 대한 정보 제공) - 정책 및 사업추진 성과 평가 - R&D 기능강화

03. 프랑스(계속)

- 프랑스 관광정책의 주요 목표는 관광이미지 개선과 관광상품의 질 개선에 있음
- 우선 관광이미지 개선과 관련하여 국가홍보 및 마케팅 등 관련 분야에서 예산의 87% 이상을 프랑스 NTO인 Atout France에 부여하기로 결정했음
- 또한 관광상품의 질 개선을 위해서 프랑스 숙박업은 관광분야에서 질적 개선이 가장 필요한 분야라는 인식 하에 중소호텔에 대한 국가적 지원을 추진하고 있음
- 다음으로 관광목적지로서의 질적 수준을 유지하고 홍보하기 위해 고부가가치 관광상품개발, 자연·환경친화 관광상품을 북유럽 고객에게 집중 홍보하고 청소년 계층 대상 미래형 관광상품 홍보 등을 추진하고 있음
- 전문 인력 육성을 통한 서비스 경쟁력 강화 등 고품질 관광공급개발, 숙박시설·자연 보호구역·해수욕 등에 '친환경 상표(등급제)'도입 등 지속가능한 관광지향, 관광객이 쉽게 접근할 수 있는 '지식정보시스템'을 도입하여 관광 상품 및 서비스의 품질을 보증할 수 있도록 함 등 차별화된 마케팅 활동 등을 수립함
- 관광목적지로서의 질적 수준을 유지하고자 2011년 3월 1일 프랑스 경제재무산업부 주도로 관광담당 차관과 운송업계, 지역별 관광안내사무소, 요식업계, 호텔업계, 컨벤션업계 대표들이 참석한 가운데 프랑스의 관광수용태세 품질개선을 위한 공동노력 협약서에 서명하고 관광정책을 강화하고 있음
- 관광품질을 높이기 위해 관광인증제(Label Qualite Tourisme) 프로그램 추진
 - 2백만 유로의 예산을 투입하고 프랑스 NTO(ATOUT la France)와 경제 재무산업부의 관광국이 사업주체 관광인증제는 프랑스와 해외의 일반 대중들, 그리고 이 인증서에 큰 관심을 보이는 호텔, 요식업, 여행사, 운송업자를 대상
- 장애인 이용이 가능한 관광시설 인증제(Tourisme & Handicaps) 실시(2003년~)
 - 이 제도에 의해 숙박시설, 박물관, 유적지, 성당, 교회 등 전 분야에 걸쳐 4,065개에 달하는 기관이 Tourisme & Handicaps 시설로 인증 받음

04. 스페인

스페인 Turismo 2020의 주요 전략

- 새로운 관광경제 창출: 스페인 관광을 위한 지식체계를 개발하고 지식으로의 접근 극대화, 혁신모델 개발을 통해 과학적, 기술적 능력을 강화하고 관리 과정의 효율성과 효과를 증대, 관광분야 인력의 재능 개발, 리더십 강화, 노동력관리 및 교육시스템 개편
- 고객가치 존중: 관광객 체험 극대화를 위한 고객이 만족하는 고품격 관광상품의 개발과 판촉, 관광목적지의 정체성과 독특성에 기반한 고객 인식 제고 확대, 2020을 위해 새로운 관광포지셔닝과 차별화된 가치 창조, 고객을 위한 공동의 서비스 책임과 차별화된 상품 생산
- 경쟁력 확보를 위한 환경 조성: 스페인 관광시스템의 경쟁력을 최적화하기 위한 규제환경 개선, 기업가정신 및 혁신 장려, 공공정책의 개념정의와 실행에서 행정간 소통 및 민간참여 장려, 관광분야 정부책임자의 역할 강화, 파트너십, 협력 환경 조성 및 비즈니스 경영의 플랫폼 조성을 통해 효율성 및 효과를 제고할 수 있는 경쟁력 강화계획 창출, 새로운 교통인프라 기술 및 서비스 개선
- 관광 리더십 공유: 새로운 스페인 관광시스템을 강화하기 위한 리더십 공유, 기관 · 사회적 기업뿐만 아니라 국제사회 등 다자간의 참여와 협력 고려

스페인 관광청의 5대 계획

- EDITUISMO: 관광산업에 대한 정보교환을 위한 네트워크 개발
- TURINTER: 관광산업에 관한 모든 자료를 체계적으로 수집, 정리하여 해당 인터넷 정보망에 올림
- TURCENTRAL: 지자체, 민간업체를 중심으로 추진되는 계획으로 관광상품의 보다 빠른 상품화를 목적으로 함
- TURISCAL: TourEspaña가 추진하는 관광의 질적 향상 프로그램을 보완하기 위해 1997년 개시된 실험계 획으로 민간단체와 호텔협회가 운영을 맡고 있음
- HOTEL OK: 바르셀로나 지역 호텔협회에 의해 추진된 계획으로 보다 효율적인 호텔운영이 목표이며 정부의 지원을 받고 있음

04. 스페인(계속)

	PICTE 2000	스페인 Turismo 2020
정책목표	세계리더를 확고하기 위한 관광분야 질적 향상 강화	스페인의 관광정책 모델이 글로벌 차원에서 지속가능하고 경쟁력 있는 모델로 성장하고자 함
세부목적	고객민족의 극대화를 위한 관광객들의 충성도 높임, 직원들의 생산성 높임, 경비 절감을 통한 이익의 극대화	관광정책 모델이 글로벌 차원에서 지속가능하고 경쟁력 있는 모델로 성장하기 위함
추진과제	- 관광목적지로서의 질적 향상 - 관광상품의 질적 향상 - 관광기업 분야의 질적 향상 - 질적 통일성을 위한 교육 등의 강화 - 발전된 기술과 혁신의 활용 강화 - 관광기업의 국제화를 통한 질적 향상 - 국제 협력의 강화 - 통계 정보와 경제 분석의 강화 - 해외 프로모션의 강화 - 마케팅의 강화	- 관광대상지의 다변화 전략 - 관광의 스페인 경제사회에 미치는 영향력 확대 - 관광산업의 고용연계를 통한 국내외 사회통합 - 국내 생산성의 증가 - 관광산업의 지속적인 혁신 도모
전략	- 제도측면 - 시설개발 - 안내체계 개선 - 관광산업 지원	- 새로운 관광경제 창출 - 고객기치 존중 - 경쟁력 확보를 위한 환경 조성 - 관광 리더십 공유



05. 캐나다

관광산업 중장기 발전계획(2020): 캐나다 산업부

- Economic Action Plan의 일환으로 발표
 - 인력, R&D 등 산업적 측면과 마케팅을 중점으로 두고 있으며 또한 지리적 한계극복을 위한 접근성 강화에 강조
- 목표: 2020년까지 방문 외래객 수와 외래객 지출 측면에서 세계 Top10의 관광국이 되도록 하고 관광수지를 750억 US\$까지 증가시킴
- 주요 내용
 - 최고의 현대 제공: 최고의 현대 서비스를 제공하기 위한 세부전략으로는 인력개발로써 정부와 기업이 협력하여 이민자, 자원봉사자, 활용되지 않은 노동력(청년층, 노인층, 캐나다 원주민, 장애인 등)을 활용하고 전문 인력 육성 및 교육 프로그램을 개발하고자 함
 - 최고의 경험 제공: 새로운 환경 및 시장기회에 적합한 관광상품 개발과 투자 활성화
 - 접근성 강화: 정부와 협력을 통한 국경 정책 개선과 교통체계 정비
 - 평판 제고
- 관광마케팅 전략: 캐나다관광위원회(CTC)는 관광소비자 지향적인 관광상품을 발굴하기 위해 '탐험자지수(The Explorer Quotient)'를 개발하여 소비자인 방문객들의 요구사항을 파악하는데 활용하고 있음
 - 방문객들이 자신들의 여행경험을 해석하며, 그 방문체험이 어떤 의미를 가지는 지에 대한 연구 도구
- 캐나다관광위원회(CTC)가 개발한 캐나다 스페셜리스트 프로그램(Canada Specialist Program)은 캐나다의 관광지와 관광산업의 세계적으로 알리고자 개발된 관광전문가 양성교육 프로그램임
 - 이 프로그램은 관광객들의 욕구를 만족시키는 것 뿐만 아니라 관광전문가를 양성하고자 하는데 목적



06. 뉴질랜드

뉴질랜드 관광전략 2015

- 2007년 11월 뉴질랜드 정부는 '뉴질랜드 관광전략 2015'를 발표하고 관광객 만족도 증대와 관광객 소비 지출 증대를 관광전략의 목표로 함
- 2001년 '뉴질랜드 관광전략 2010'보다 업그레이드 된 새로운 계획

관광추진 전략

- 뉴질랜드는 모호(aitiakitanga)와 한대(manaakitanga)라는 두 가지 주요 가치로 관광전략을 내세움
- 관광전략은 관광객들에게 세계적 수준의 경험제공, 관광부문을 지속적으로 발전시키고 지속적인 투자 유치 추진, 관광은 환경을 보호하고 강화하는데 선도적 역할, 관광과 지역사회가 함께 상호이익을 위해 협력함 등 크게 네 가지로 나누어 볼 수 있음
- 관광전략 중 하나인 관광객들에게 세계적 수준의 경험을 제공하고자 다음과 같은 세부 전략을 계획
 - 세부전략으로 뉴질랜드는 관광객들에게 매력적이고 높은 질의 목적지로서 보여주기 위한 노력을 가함
 - 관광객들에게 편리한 예약 서비스를 제공하고 I-SITE 네트워크를 통해 객관적이고 양질의 정보를 제공한다는 인식을 제고
 - 웰마크(Qualmark)는 소비자들에게 품질인증제로 인식시킴
 - 관광산업은 방문객의 만족과 품질 인식을 모니터링 하는 것에 전념
 - 뉴질랜드의 인프라 구축은 여행의 단계 단계에서 관광객에게 품격 높은 경험을 제공
 - 국내 여행자들은 방문객을 위한 상품과 서비스에 높은 수요를 창출함
 - 마오리족은 관광 사업에 활발히 참여하고 투자



07. 일본

관광입국 실현 추진체계 강화: 2009년 관광입국추진본부 발족

- 2009년 10월 국토교통성 성장전략회의 설립: 중국 등 동아시아 시장에 중점을 두고 방일여행 촉진사업의 전개, 지역주체 관광지 조성에 대한 지원 등
- 관광입국 실현체계 강화: 방일 중국인 비자의 대폭 완화, 저가 항공사 및 카지노 신설을 통한 중국관광객 유치 등
- 관광 연계 콘소시엄 부서는 맞춤형 관광, 의료관광 등 다양한 관광상품에 대해 관련 부처와 연계하여 개발 검토



관광부문 신성장 전략(2011~2020)의 7개 부문 중 관광

- 향후 일본 경제를 주도할 전략 분야로서 관광입국 · 지역활성화, 환경 · 에너지, 건강 등 7개 부문(21개 프로젝트 제시)
- 이중 관광입국 전략은 방일 외래객수를 2020년 초까지 2,500만 명, 장기적으로 3,000만 명 이상 증대를 목표 세부과제를 추진
- 관광비자취득 간소화, 교통접근성 개선, 매력적인 관광지 조성 등 세부과제를 추진하는 동시에 관광입국추진기본계획도 재검토



- 관광권 정비에 따른 관광객 방문 및 체류촉진(법률로 제정)

- 자연, 역사, 문화 등이 밀접하게 연관된 관광지를 선정하여 하나의 관광권으로 설정하여 관광객 방문 및 체류를 촉진하고자 함
- 국내외 관광객의 2박3일 이상 체류를 유도하는 관광권의 정비 · 지원

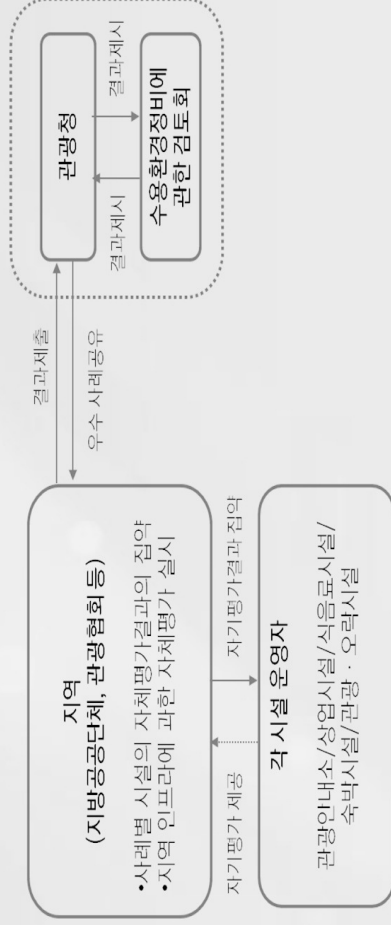


- 전략거점 지방거점 수용환경 정비(외래관광객 수용환경 정비사업의 일환)

- 지역 수용환경 정비 수준의 파악 · 평가하고, 수용환경의 향상에 이바지
- 수용환경 정비를 통하여 외래관광객의 만족도 제고

07. 일본(계속)

- 일본의 수용환경 정비 수준 평가(受入環境整備水準の評価)
 - 일본의 관광청에서는 매년 관광수용태세에 대한 평가를 위하여 수용환경정비수준평가(受入環境整備水準の評価)를 실시하고 있음
 - 평가의 목적: 방일 외국인여행자의 수용태세가 각 지역에서의 수용환경의 정비수준을 측정하고 평가해서 지역에 있어서 독자적인 관광수용환경의 개선을 촉구하고 전국적인 관광수용태세의 환경수준을 향상하는 것을 목적
 - 평가 대상: 지역내의 공공교통기관, 숙박시설, 음식점, 상점시설, 관광시설, 오락시설 등
 - 평가 항목: 외국어에 관한 정보제공, 안내·유도표시, 긴급시의 대응 등
 - 수용태세 환경정비 수준의 평가 및 활용방법



08. 말레이시아

제10차 말레이시아 계획(10MP: 2011~2015) 과 관광정책

- 10MP 추진전략2의 일환으로 12개 국가지력경제부문에서 관광수용태세 개선을 통해 경제성장을 촉진하고자 함
- 12개 중 관광, 민간의료서비스, 글로벌 Greater Kuala Lumpur 관광지 조성 등 3개 부문을 통한 관광경쟁력을 확보함

제10차 말레이시아계획(10MP)의 관광관련 부문 정책 추진계획

스페인 Turismo 2020	
관광목표	- 말레이시아를 세계 관광객 유치에서 top 10위 안에 들도록 개선하는 것이 목표 - 향후 2015년 관광부문의 GDP 기여율을 2.1배로 증대 · 관광수입 RM 115억, 일자리 200만 개 창출 목표
관광상품 (민간의료서비스) 개선	- 의료관광 수익을 매년 10%씩 늘려 말레이시아를 선호하는 의료관광지로 조성하는 것을 목표 · 주요 전략은 국내외 민간 의료 서비스 제공자들 사이의 전략적 제휴, 투자 홍보 그리고 효율성 제고를 위한 최신 의료 기술 활용 조성 등
글로벌 Greater Kuala Lumpur 관광지 조성	- Greater KL을 세계적인 도시로 만들기 위해서 경제 성장과 양질의 삶을 추구하는 전략 필요 · 국립 박물관 Istana Budaya와 Malaysia Truly Asia Centre 등 기존 기관들을 활용해 Greater KL을 글로벌 관광지로 조성등전략 추진

주: RM 1=US\$0.33 (2012년 10월 현재)

자료: Ministry of Tourism Malaysia



08. 말레이시아(계속)

경제변혁계획(ETP)의 일환으로 관광부문 12개 진입단계프로젝트(EPPs) 추진

- 10MP 추진전략2에 이어 관광부문을 비롯한 12개 국가주력경제부문(NKEA)이 ETP의 핵심추진사업으로 총 131개 진입단계프로젝트(Entry Point Projects, EPPs)를 추진
- 2010년 10월 고소득국가 진입을 위한 경제변혁계획(Economic Transformation Programme, 이하 ETP)(2011~20년)을 시행
- 향후 2020년까지 GDP를 매년 최소 6%씩 성장시켜 1조 4,000억 링깃 NKEA 투자(민간투자 92%+공공투자 8%)로 국민총소득(GNI) 1조 7천억 링깃(1인당 GNI 2009년 6,700달러 수준에서 2020년 1만 5,000달러), 일자리 300만 개가 창출될 전망

- 면세쇼핑목적지로서 위상 강화
- The Bukit Bintang (BB)-Kuala Lumpur City Centre(KLCC)를 주요 쇼핑지구로 지정 · 육성
- 3개 신규 프리미엄 아울렛 건립
- 글로벌 생물다양성 허브 육성
- Sabah Krambunai 생태자연통합리조트 시티 조성
- 크루즈 목적지로서의 경쟁력 강화
- 국제행사 유치 확대
- 방문객 엔터테인먼트 지구(Dedicated Entertainment Zones, DEZ) 구축
- 스파&골프 산업 육성
- 주요 비즈니스 관광목적지 구축
- 주요 종거리 시장과의 항공 접근성 강화
- 관광객 증대를 위한 양질의 호텔 확충

관광부문 12개 진입단계프로젝트(EPPs)의 5가지 테마

- ① 소비지출 가능 명품쇼핑 ② 가족 즐거움 ③ 행사 · 엔터테인먼트와 스파 · 스포츠
- ④ 비즈니스관광 ⑤ 생태자연체험

IV

제주 관광산업의 질적 성장 방향

01. 외국의 관광정책 시사점
02. 제주 관광산업의 방향
03. 제언

01. 외국의 관광정책 시사점

양적 성장과 질적 성장, 지속가능한 균형잡힌 정책 추진

국가, 지역의 관광이미지 개선

내수 관광 활성화

관광대상지의 다변화 전략

세계 수준의 관광경험 제공

관광 경쟁력 강화에 집중

관광산업의 지속적인 혁신 도모

관광산업과 고용연계를 통한 국내외 사회 통합
보호(conservation)라는 가치의 관광전략

국가 차원의 조사, R&D 체계

사회적 약자를 위한 고려: 접근성 개선 등

01. 외국의 관광정책 시사점(계속)

관광객의 만족 및 소비지출 증대 (경제적 이익 증대)

관광객의 만족도 제고

- 관광객 만족과 품질 인식을 모니터링, 지표화

관광객의 장기 체류

관광소비 지출증가(고소비 맞춤 전략)

관광시설 매력성 제고

관광시설의 질적 개선 (← 인증 제도)

관광자원의 고품격화

관광서비스 경쟁력 강화

방문객 확대 전략(최고의 환대 제공)

소비자 지향적인 관광상품 개발

적극적인 관광상품 개발(새로운 관광상품 개발, 관광의 계절성 타파 등)
관광상품, 서비스의 질적 개선(← 품질관리를 위한 인증제도)

01. 외국의 관광정책 시사점(계속)

전문인력 육성 및 교육

관광종사원 한대서비스 개선(전문인력 육성)
활용되지 않은 노동력 활용

관광품질 관리

관광상품, 서비스, 시설 등에 대한 국가 인증체계 확립
- 인증제도, 품질 등급, 상표 라벨 등

기타

네트워크 연계 체계
재생, 기존 시설 활용
전략시장형 접근
도시 관광 전략
글로벌 관광지 전략
마케팅 전략

02. 제주 관광산업의 방향

- 1 경제 위기 시대에 관광을 통한 행복 증진과 경기활성화에 기여
관광산업 진흥을 통한 고용 활성화, 관광산업이 공생발전 수단으로서의 역할 강화
- 2 공급자 위주의 정책에서 소비자(관광객) 중심의 정책으로 전환
관광객의 만족, 관광편의 증진 고려, 사회적 약자를 고려한 정책접근
관광소비 지출 확대 및 시장변화에의 대응
- 3 환경 가치 지향과 지속가능한 관광(이것이 곧 경쟁력을 인식)
부존 자원 가치 인식, 기존 시설의 효율적 이용, 자원 재생 노력
- 4 관광시설, 상품, 서비스의 품질 관리
창의적인 관광상품 개발 및 운영
관광종사원 확대 서비스 제고, 제주도 차원의 통합인증 제도 운영
- 5 관광산업 정책 추진
관광산업의 육성 기반 강화
MICE, 물산업, 의료관광 산업 등 제주형 복합관광산업 정책 추진(고부가가치화)
전락시장에 대한 효과적 대응, 전락 관광지(원도심 포함)의 글로벌화 전략 추진

03. 제언

장기 비전계획과 단기 전략계획의 운영
사회 경제 문화 전반에 걸친 장기 비전계획 안에서의 관광산업 비전계획
관광산업을 제주의 전략산업으로 집중 육성(예산 및 조직 등)
관광산업의 전략적 육성(질적 성장)을 위한 Action Plan 운영과 성과평가 체계

기본에 충실
관광조사, 통계 기반 강화
관광 전문인력의 확충 및 인적서비스 향상에 집중

특별자치도 기업 시민 단체 등의 파트너십과 상생
정부 부처내, 부서간 협력 체계
관광거버넌스와 파트너십 촉진, 관광공동체 육성 등

제주의 특화관광 산업화 추진을 지원체계
제주 관광발전을 위한 R&D 강화
창조인력의 육성 및 지원
창조경제시대에 창조관광산업 육성



제주관광의 질적성장을 위한 과제와 전략

고 계 성

(경남대학교 관광학부 교수)

제주관광의 질적 성장을 위한 과제와 전략

고 계 성

(경남대학교 관광학부 교수)

I. 들어가는 말

현재 제주에는 외래관광객 1,000만명 시대를 눈앞에 두고 있다. 제주의 관광산업은 지역경제의 30%를 차지하는 핵심 산업이자 지역경제의 큰 기둥으로서 위치를 차지하고 있다. 최근 제주에는 관광객이 급격하게 증가하고 있다. 제주 관광객 수의 증가율을 살펴보면, 2004년 이전까지 4백만 시대에서 2005년 이후 5백만시대, 2009년에는 6백만명, 2012년에는 9백만명을 넘어서고 있다. 증가율도 2011년과 2012년 비교 시, 10.9% 증감율을 보이는 등 관광산업이 양적으로 큰 호황을 지속하고 있다.

기존 관광정책이 관광객 유치 확대라는 양적 성장 목표에서 관광객의 만족도 제고, 재방문확대, 체류기간 연장, 소비지출액 증대라는 질적 발전 중심으로 전환이 중요하게 대두되고 있다. 또한 선진국형 관광산업으로의 질적 개선은 현 정부의 관광산업부문 국정과제에서도 제시되고 있다.

과거의 관광산업은 대중관광의 메커니즘 속에서 양적 성장을 도모하면서 관광정책은 관광수용태세 중심의 하드웨어가 핵심이 되어왔으며, 이로 인해 관광인프라의 상당부분이 개선되었다. 그러나 외부 여건의 다양한 변화, 즉 생활수준 및 소득수준의 향상으로 삶의 질에 대한 관심이 더욱 높아지면서 관광행태 및 관광욕구가 다변화됨에 따라 관광환경과 트렌드 또한 급격하게 변화하고 있다. 제주의 주요 고객인 일본, 중국 및 동남아시아 지역 관광객이 지속적으로 증가하고 있으며, 고소비 계층의 관광객이 확대되고

있고, 관람형 관광보다 쇼핑형 관광이 새롭게 각광받고 있으며, 장기체류 관광객이 증가하고 있다.

외래관광객1,000만명 시대는 이전과는 다른 새로운 시대를 의미한다. 공급자가 아닌 소비자의 관점에서 품질관리가 중요하다. 인프라 중심의 공급 지향적인 마인드에서 방문객과 지역주민 상호간 만족하고, 지역환경과 문화의 토대하에 관광산업과 지역사회가 지속적으로 발전할 수 있는 질적 성장을 위한 관광정책 수립이 필요한 시대이다. 따라서 양적 성장에 기초한 질적 발전을 전제로 제주관광산업의 부가가치 창출력을 제고하고 관광선진국으로 나아가기 위한 과제와 전략은 무엇인지 관광수용태세, 고부가가치 산업육성, 그리고 관광정책 측면에서 모색하고자 한다.

II. 제주 관광산업 현황

2011년과 2012년 비교 시, 10.9% 증감율을 보이는 등 관광산업이 호황을 지속하고 있으며 양적으로 큰 변화가 있었다고 판단할 수 있다.

〈표 1〉 관광객 형태별 입도현황

(단위: 명)

구분	2012	2011	증감율(%)
총계	9,691,703	8,740,976	10.9
내국인	8,010,304	7,695,339	4.1
외국인	1,681,399	1,045,637	60.8

자료: <http://www.hijeu.or.kr>(제주특별자치도관광협회)

휴양 및 관람은 2008년 이후, 레저스포츠는 2007년 이후 급증세를 보이고 있지만 나머지 목적별 관광객 성장률은 정체상태에 머물러 있다.

〈표 2〉 관광객 목적별 입도현황

(단위: 명)

구분		2012	2011	증감율(%)	
총계		9,691,703	8,740,976	10.9	
내국인	소계	8,010,304	7,695,339	4.1	
	레저스포츠	1,359,390	1,386,454	-2.0	
	회의 및 업무	911,611	918,860	-0.8	
	휴양 및 관람	4,844,425	4,445,336	9.0	
	친지 방문	247,018	248,226	-0.5	
	교육 여행	558,125	603,094	-7.5	
	기타 방문	89,735	93,369	-3.9	
외국인	소계	1,681,399	1,045,637	60.8	
	아시아	일본	180,357	173,700	3.8
		중국	1,084,094	570,247	90.1
		홍콩	38,980	26,601	46.5
		대만	51,012	31,661	61.1
		싱가폴	63,818	55,927	14.1
		말레이시아	76,192	53,045	43.6
		기타	101,565	60,603	67.6
	서구권	미국	25,143	26,648	-5.6
		기타	60,238	47,205	27.6

자료: <http://www.hijeju.or.kr>(제주특별자치도관광협회)

2006년 이후 세계자연유산 선정, 올레길 활성화 등 생태, 레저형 관광이 활성화되면서 제주지역 내국인 관광객의 목적별 방문 형태가 휴양 및 관람형, 레저스포츠형으로 변화하고 있음을 보여주고 있으며, 전 세계적인 관광패턴 현상과 매우 유사하다¹⁾. 제주를 찾는 내국인 관광객 1인당 평균 소비지출액은 34만5000원이었고, 목적별로는 레저스포츠 관광객의 지출이 41만7000원으로 가장 높았다. 외국인 관광객의 지출액은 국적별로 76만4000~216만5000원으로 내국인보다 훨씬 많았다. 2012년 제주관광 조수입은 5조 5,293억여원으로 전년대비 22.73% 증가하였으며, 외국인관광객 조수입은 2조 3,446억여원으로 전년 대비 64.76% 증가하였다.

1) 제주특별자치도(2012). 유네스코 3관왕 · 세계7대자연경관 제주 생태관광 기본 및 실시계획.

〈표 3〉 관광객 조수입 현황

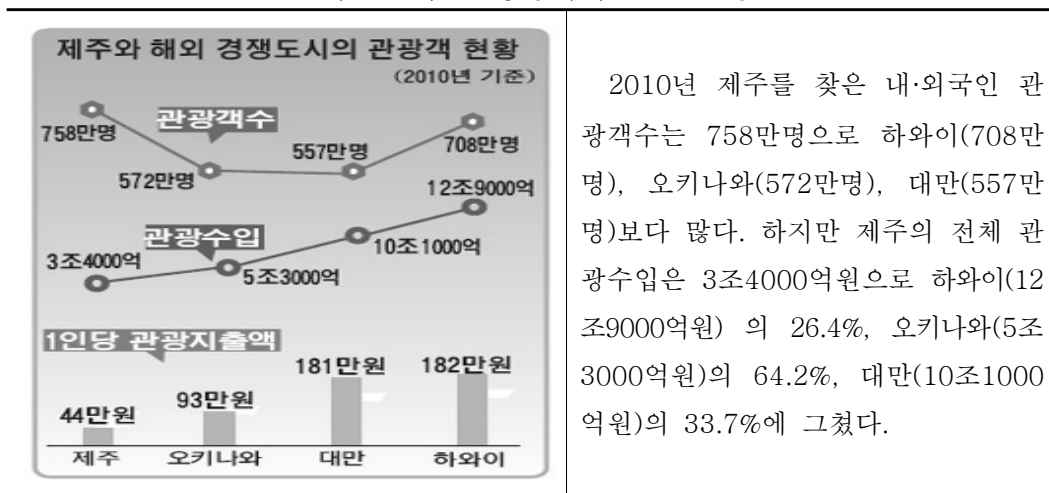
(단위: 원)

년도	내국인	외국인	계
2012	3,184,663,479,286	2,344,657,578,742	5,529,321,058,028
2011	3,082,156,391,873	1,423,107,691,711	4,505,264,083,584
증감(%)	3.33	64.76	22.73

자료: <http://www.ijto.or.kr> (제주관광공사, 제주관광시장동향분석보고서, 2013, Vol.1).

제주 방문 내·외국인 관광객의 1인당 소비지출액 역시 해외 경쟁도시에 비하면 턱없이 낮았다. 각 지역의 물가와 소득수준을 감안하지 않은 단순 비교이긴 하지만 제주의 경우 내·외국인 관광객의 1인당 소비지출액이 약 44만6000원으로 집계됐다. 반면에 오키나와 93만원, 하와이 182만원, 대만은 181만원으로 나타났다.

〈그림 1〉 주요 경쟁지역 비교 현황²⁾



제주가 세계 최초로 유네스코(UNESCO) 자연과학분야 3관왕³⁾에 등재되면서, 세계적인 유산 지역이자 국제적인 관광지로 자리매김 되어 있다. 연차

2) 제주발전연구원·제주관광공사 내부자료: 2011년 기준 일본 오키나와 관광객수 550만명(관광수입 약 4조 4000억원), 발리 843만명(4조 2000억원), 하와이 717만명(13조원)으로 제시되고 있음.

3) 2002년 생물권보전지역 지정, 2007년 세계자연유산등재, 2010년 세계지질공원 가입

적으로 탐방객 수는 2007년 2,484,962명, 2008년 2,972,643명, 2009년 3,353,777명, 2010년 4,026,360명, 2011년 4,401,006명으로 지속적 증가 추세에 있다. 그리고 제주가 지향해야 할 관광개발의 방향성이 자연·문화의 고부가가치, 생태, 레저, 휴양, MICE 등의 복합형 관광이 육성되어야 한다는 당면과제가 대두되면서 다양한 개발계획이 수행되고 있다.

〈표 4〉 제주 지역개발 계획에 따른 주요 내용

구분	계획명	계획목표	계획의 관광관련 주요 내용	비고
2009	제주특별 광역경제권 발전계획	·비전: 아시아 최고 수준의 국제자유도시	·관광레저산업 육성(MICE산업 육성 프로젝트)	국가균형 발전특별법
2009	제주특별 자치도 관광진흥계획	·최종목표: 글로벌 경쟁력을 갖춘 아 시아 최고의 섬 관 광휴양지 조성 ·중간목표: 문화산 업의 고부가가치화, 관광매력의 다양화, 녹색관광 육성	·선도·전략산업과 융복합화 ·문화콘텐츠 다각화 ·선택과 집중에 의한 프로젝트 추진 ·고부가가치 관광의 다양화 ·내재된 자원의 세계적 브랜드화 ·생태자원 활용 녹색 생태관광 육성	제주특별 자치도 관광진흥 조례
2011	제2차 제주국제 자유도시 종합계획	·비전: 투어피아 제 주(Toupia Jeju) ·전략: 친환경, 집중 화-고급화, 복합화, 글로벌	·세계자연유산, 지질공원 등 활용 친환경 관광육성 ·치유단지 조성 등 건강·휴양관광 육성 ·MICE 멀티홀 조성 등 MICE산업 육성 ·프리미엄 아울렛 조성 등 위락·쇼 핑관광 육성 ·다목적 해양레저센터 건립 등 해양 관광 육성 ·국제자유도시 전략사업: 랜드마크 적 복합리조트, 뷰티케어 빌리지, E여-MICE사업 등	제주특별 자치도 설치 및 국제자유 도시 조성을 위한 특별법

자료: 제주발전연구원(2012). 내부자료. 재인용.

Ⅲ. 관광산업 고찰

2004년 이후 내국인 개별관광객은 꾸준히 증가세를 보이고 있으며, 2011년과 2012년 비교 시, 5.8%의 증감율을 보이고 있듯이 82%를 차지하고 있으며, 단체관광객은 18% 비중을 차지하고 있다. 내국인 관광객 중 단체관광객의 비중은 2006년부터 증가세가 둔화되어 2012년에는 전년대비 -3.3% 감소세를 보이고 있다.

〈표 5〉 내국인 관광동향

구분		2012	2011	증감율(%)
내국인	개별관광	6,600,638	6,238,306	5.8
	단체관광	1,409,666	1,457,033	-3.3

자료: <http://www.hijeju.or.kr>(제주특별자치도관광협회)

개별관광객, 휴양 및 관광과 레저스포츠 목적, 가족동행 관광객의 급증하는 등 내국인 관광객은 지속적으로 증가가 예상된다. 비록 가치 있는 시간 활용에 중요성 인식으로 레저경제(Leisure Economy)가 가속되겠지만, 저가 관광 시장은 당분간 큰 흡입력으로 제주 관광시장에서 유지될 것으로 판단된다.

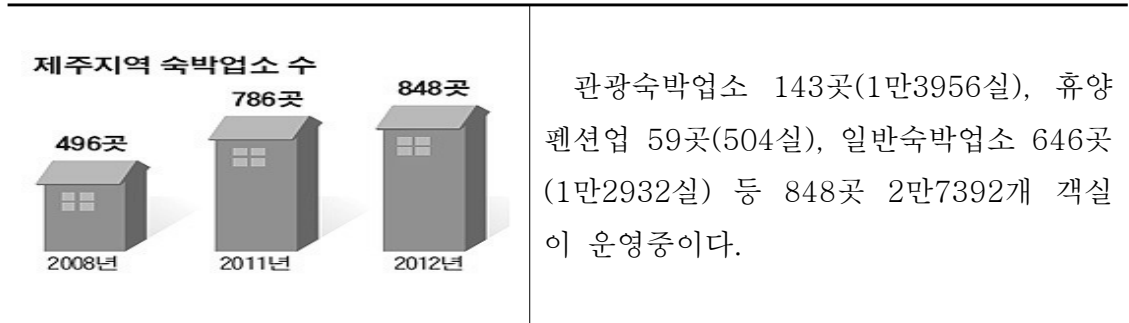
개별관광객의 증가는 이들을 주요 대상으로 하는 소규모 여행업체들의 증가를 초래하였다. 2013년도 기준으로 도내 여행업체는 총 853개소이며, 이는 2011년도 비교 시 134개소가 늘어난 수치이다. 도내 여행업체 운영수는 관광시장 규모에 비해 과다한 수준이라는 지적을 받고 있으며, 업체간 과당경쟁 등으로 도내 여행사들의 매출액은 2006년 34.5%, 2007년 16.4%, 2008년 -15.1%, 2009년 -25.5% 등 매년 큰 폭의 감소세를 보이는 등 수익구조가 악화되거나 심각한 수준에 이른 것으로 풀이되고 있다⁴⁾. 렌터카, 골프장도 예외는 아니다.

지속적으로 외국인 관광객들이 크게 늘어나면서 고급관광수요가 증가에 따라 숙박시설도 급속히 증가하고 있다. 2013년 현재까지 제주도에 접수된 관광숙박시설 사업계획 신청도 48곳 2186실이나 된다. 2012년에 비해 건수가 4.4배, 객실수로는 5.8배 증가한 것이다. 숙박업은 호텔, 콘도, 여관, 펜션 등 유형별로 체감경기가 다른 것으로 보이며 이는 최근 관광수요의

4) 정수연·윤대혁·이병희(2011). 제주 관광산업의 역내경쟁 현황 및 시사점, p. 49-51.
최근 여행업의 경우 허가제에서 신고제로 전환되면서 큰 폭으로 사업체 수가 늘어났다. 관광수요의 양적 증가에도 불구하고 여행업은 대부분의 소규모 영세업체들이 비용비효율적인 상태에서 영업중인 것으로 해석되고 있으며, 품질이 낮은 저가 여행상품의 난립은 많은 잠재적 문제를 초래할 가능성이 높다.

고급화로 호텔 및 휴양콘도의 경우에는 호황을 누리고 있는 반면 여관, 펜션 등 소규모 숙박업체의 경우에는 불황을 겪는 등 경영난의 우려가 없지 않다.

〈그림 2〉 숙박업소 현황



자료: <http://news.chosun.com>(2013.4.19. 제주, 불어난 숙박시설 . . . 적자골프장 꼴 날라).

그 외 면세특구, 공항포화문제, 환승문제, 관광객 부가가치세 환급, 관광지 등급제, 송객수수료 투명제 제고에 따른 클린카드제도, 저가관광상품, 전염병 위협에 따른 관광산업 위기관리 전략 등 다양한 정책이 도입되고 있지만 실효성은 불투명하고 제도화되지 못하는 경우가 허다한 상황이다.

최근 제주도는 방문관광객의 양적 증가를 질적 소비증가로 이어지게 하기 위하여 수용태세 정비 등 고부가가치 관광상품 개발(의료, MICE, 생태 등)과 가치분소득 상위 관광객 및 장기체류 관광객 유치를 통한 관광수입 증대를 도모하고 있다.

IV. 질적 관광에 따른 실천적 과제와 전략

양적 및 질적 관광이 적절히 조화를 이루면서 관리 및 운영되는 성공적인 제주 관광산업을 위한 논의는 관광수용태세, 고부가가치 산업육성, 그리고 관광정책 측면 등을 중심으로 과제와 전략을 제안하고자 한다.

1. 관광수용태세

관광객을 위하여 준비된 관광지의 제반 관광시설, 자원, 서비스 등의 상태를 의미하며, 교통, 안내·정보, 숙박, 환대, 기념품 등을 중심으로 살펴보고자 한다.

〈그림 3〉 관광수용태세

구 분	수용태세	내 용
관광 수용 태세 (관광 교통)	공항	제주방문 관광객수의 지속적이 증가에 따른 항공수요가 급격한 증가추세임. 2025년경 현 제주국제공항 ⁵⁾ 은 포화가 예상되고 있음. 공항개발의 사업 소요시간(통상 10년 이상 소요)을 감안하여, 제주 발전속도와 항공수요의 변화에 대비하여 다양한 형태의 제주공항개발 방안에 대한 검토가 필요함
	버스	현재 지방도 및 일주도로 시외버스에서는 관광객을 위하여 목적지정보 제공차원에서 영어, 일어, 중국어 서비스를 제공하고 있음. 그러나 정류소 정차 전후마다 지나친 소음을 야기하고 있는 상태이기 때문에 스피커를 통한 정보제공보다는 가변문자전광판(VMS: Variable Message Signs)을 통한 정보제공이 가능하겠음. 동시에 초저공해형 친환경교통수단 보급과 확대는 필수적이다.
	렌터카	렌터카 이용고객 증가에 따른 교통사고 사망자가 전국 평균보다 8배나 많다고 조사됨 ⁶⁾ . 교통문화 개선 캠페인, 음주운전 신고 보상제, 안전운행 음성 서비스 등이 적용되고 있으며, 고속도로 유경험자가 대부분인 이용객들 대상의 속도제한장치 도입(100km 미만) 도입 검토단계임. 렌터카 업체별 차량 블랙박스 설치가 운전자 안전의식제고와 사고감소에 단기적으로 효과가 있을 것이며 장기적인 교통문화 개선 정책안 요구됨

5) 지역발전위원회(2012). 제주특별자치도 특성화 발전 구상 최종보고서.

제주공항은 제주시와 이호동 등의 시가지가 500m 이내로 인접하고 있어 추가 확장시 가용부지가 부족한 상태로 해안을 매립하여 활주로를 조성해야 하는 상황이며, 대형항공기의 이착륙을 위해서는 동서방향의 4,000m 이상의 활주로 조성이 필요한 상황임.

6) <http://www.segye.com>(렌터카 교통사고 전국 평균의 8배... 왜?)

〈그림 4〉 관광수용태세-계속

구 분	수용태세	내 용
관광 수용 태세 (안내 정보, 숙박, 기념품)	안내·정보 (디지털)	아날로그에서 디지털시대로 전환되면서 현재 인터넷과 모바일 통한 정보를 파악하는 시대임 추후 지속적으로 이용객, 특히 관광객들은 관광지 여행시 의존도가 증가하기에, 스마트형 관광안내서비스 시스템 구축 ⁷⁾ 은 필수적임. 주요 관광선진국의 사례를 통한 벤치마킹을 넘어선 제주형 구축을 모색해야 하겠음.
	안내·정보 (아날로그)	최근 소비 시장의 큰 손으로 떠오른 ‘액티브 시니어’들은 관광 시장에서 큰 고객층이다. 디지털보다 아날로그에 익숙한 세대들로서, 인터넷과 스마트폰보다는 감성을 느끼고자 원하기에 제주 지역에 소재하는 마을별 특화정보를 소개하면서 느낄 수 있는 감성 여행서 제작 보급하여 관광객의 감성까지 가이드하는 여행지로의 변신도 가능하겠음. 마을별 특화정보 제공은 지역소재 사업체 활성화 초래할 수 있음
	숙박	외래관광객 중 75% 이상이 관광호텔을 이용한다고 한다 ⁸⁾ . 그러나 모든 관광객을 수용할 수 없는 상황이며, 이에 따라 지속적으로 숙박시설이 급증하고 있다. 2012년 ‘관광숙박시설 확충 특별법’ 시행에 따라 용적률 및 부설주차장 설치기준이 완화되고, 관광숙박시설 확충대책에 따라 관광진흥기금이 확대 지원되면서 숙박업소 증가에 영향을 미치게 되었다 ⁹⁾ . 공급과 수요측면, 그리고 기타 차원에서 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 공급과잉 우려가 있다. 숙박총량에 대한 정보제공을 통하여 내외국인 투자에 대한 가이드라인을 제시해야 하고 어느정도 신규숙박시설 허가제한 등이 고려된다. 둘째, 수요자에게는 다양한 숙박시설 정보제공이 요구되며, 이에 대한 정보를 제공할 수 있는 대행서비스 체계가 필요하다 ¹⁰⁾ . 특히 외국어 안내는 필수이다. 셋째, 지역별 활성화 차원에서 마을에 소재하는 종교시설, 마을회관, 수련원 등 활용도 가능하겠음
	관광기념 품	면세점은 구매자가 넘치고 기념품 구매는 그 반대이다. 관광기념품업이 생산·제조에서부터 유통까지 유기적으로 연결된 상황이 아닌데다 ‘장인’ 또는 ‘전문가’개념도 희박해 경쟁력을 확보하지 못하고 있다. 전국적으로 유사한 상황이다. 따라서 제주의 기념품 제작자, 작업실, 수요창출, 제작 지속할 수 있는 경제적 여건 마련 등의 환경을 구축해야 하겠다. 현재 제주에 거주하는 장인, 전문가 등의 실제 작업실, 공방, 제작소 등에 대한 정보(위치, 작업시간, 접근방법, 가격과 품질정도, 주소, 연락처, 웹주소 등)을 전문적으로 보여주는 안내지도 개발 및 안내서가 필요함. 교육적 요소가 가미된 에듀컬처형(education+ culture) 공간연출과 구매와 소비가 가능한 장소, 제작자에게는 수익창출 마련 등에 따른 지속성이 담보될 수 있는 구축이 필요함

7) 한국관광공사에서 서울 청계천, 종로, 광화문 일대의 16개 장소를 안내하는 ‘스마트 투어가이드’, ‘서울 도보여행’ 어플리케이션을 출시했으며, 외국어 버전으로는 영어, 일어, 중국어가 있다. 동시에 GPS 기능을 탑재하고 있어서, 처음 방문객에게도 방문지역에 대한 정보를 편리하게 받아볼 수 있음.

〈그림 5〉 관광수용태세-계속

구 분	수용태세	내 용
관광 수용 태세 (환대)	환대	-자연유산과 관광교육, 그리고 환대- 관광은 서비스산업임과 동시에 사람산업(people industry)이다. 외래관광객 천만명 시대를 준비하는 제주관광의 시작은 도민의 관광의식 제고와 관광환대문화 정립 및 전문가적 지식함양에서 비롯된다. 지역의 대표이자 한국을 대표하는 제주 자연유산을 비롯한 관광자원에 대한 이해를 바탕으로 관광교육의 개선이 필요하다. 초·중·고 대상의 아카데미 과정 및 자원봉사 프로그램, 대학생 대상의 학점부여 방식의 특별과정, 일반인 대상의 평생교육과정 프로그램, 직장인과 기업체 대상의 파트너쉽 프로그램, 전문가 대상의 자격증 취득과정, 관광종사원 교육, 관광객 대상의 특별 프로그램 등을 개설하여 양성과 향상교육을 통하여 지속적으로 제주지역의 전반적 환대정신의 뿌리를 깊게 만들어야 하겠다. 〈그림 6〉 운영 모델 제주도 인재개발원, 세계자연유산센터 등이 총괄업무를 담당하면서 지역산업계, 교육계, 종사자, 연구원 및 공사, NGO 등이 참여하고 공동운영 방식이다. 특히 제주의 자연을 이해시킬 수 있는 교육프로그램 개발과 운영은 곧 지속가능한 발전과 질적 성장의 시작이자 환대문화의 시발점이라 할 수 있으며, 국민행복, 관광복지 실현, 그리고 일자리 창출이라는 현정부 경쟁력 강화방안과 일맥상통한다.

8) 김향자(2012). 외래관광객 1,000만 명 시대의 관광수용태세 정비방안, p. 292. 재인용.

9) <http://news.chosun.com>(제주, 불어난 숙박시설 · · · 적자골프장 꼴 날라).

10) 해당국가 관광청 홈페이지, 호텔예약전문기업 등에서 관련 대행서비스를 제공하고 있지만, 지역에 소재하는 숙박정보 제공은 제한적이다.

2. 고부가가치 산업육성

관광산업과 타 산업과의 융복합은 대세이며 잠재적인 미래형 고부가가치 산업 육성의 시작이다. 이에 따라 지역설정에 맞는 산업선정과 육성체계가 마련되어야 하겠다.

1) 항노화(Anti-aging) 산업과 융복합 관광

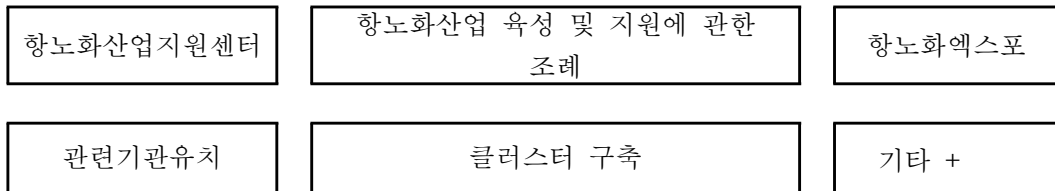
미래부는 2014년도 정부연구개발 투자방향 및 기준에서 4대 중점 추진분야와 10대 핵심과제 중 노인 등 사회적 약자의 편익 증진을 위한 R&D 투자 및 항노화·웰니스 등 고령친화산업의 성장잠재력에 투자를 확충할 예정이다. 특히 한국은 이미 고령화시대로 진입하였다. 2013년 기준 전체 인구 중 65세 이상 인구가 차지하는 비중은 11.0%이며, 한국의 고령화는 매우 빠른 속도로 진전되고 있으며, 2018년에는 노인인구 비율이 14.3%, 그리고 2050년에는 1615만여명으로 증가할 것으로 전망되고 있다.

전세계 항노화사업 시장규모는 2010년 기준 115조 5000억 달러로, 지난 10년간 연평균 8.78%씩 고속 성장하는 미래형 신성장동력 산업이다. 항노화산업은 고령친화산업이자 제주지역은 온난한 기후와 장수의 섬 이미지 등 최적지이다. 건강, 장수, 생태환경의 최적지라는 이미지와 의료관광산업 등과 연계가 충분히 가능하기에, 의료형 제품의 상용화, 마케팅 등이 연계된 특화전략이 가능하겠다. 제주는 가까운 중국과 일본 등 거대한 아시아권 시장의 고객을 유치할 수 있는 잠재경쟁력도 대단히 높다. 여기에 MICE, 사회적기업 설립, 의료기기, 주거, 식품, 여가 및 레저, 요양 등 융복합형 관광으로 새로운 비즈니스 모델 개발과 관련사업 진출 등으로 고부가가치 신시장과 일자리 창출에도 기여하게 될 것이다¹¹⁾.

11) 최근 전국 최초로 부산시가 관련 산업을 부산의 신성장동력으로 육성하기 위한 노력을 시작하고 있으며, 성남시도 가세하고 있다. 그러나 지리적여건과 환경, 국제적 이미지 등에서 조건이 미비하고 제한적이다.

특히 항노화 산업과 연계된 융복합형 관광산업(노인, 복지, 의료, 승마, 농촌, 자연·문화유산, IT, MICE, 쇼핑 등 1차+2차+3차+4차+5차 +++)을 통하여 제주의 특성화를 꾀할 수 있다.

〈그림 7〉 항노화산업 인프라



2) 산업관광: 제주맥주와 MICE 그리고

1810년 이후 매년 9월 22일 토요일 개최하여 10월 7일 마감하는 독일 옥토버페스트는 1년 중 600~700만명이 넘는 방문객들을 끌어 모으고 있는 세계 최대 규모의 축제이다. 축제의 모든 행사 중심에는 맥주가 있다. 이미 전세계적으로 맥주는 중요한 자원이자 자산으로 활용되면서 지역경제를 성장시키고 있다.

제주도에는 제주맥주(제스피)가 있다. 한국 최고의 물과 제주산 보리(백호) 100% 사용하고 있어서 결코 세계 유명맥주와 경쟁에서 뒤지지 않는 품질과 맛을 지니고 있다. 이러한 제주의 물과 보리로 만든 제주맥주사업을 제주도지방개발공사가 본격적으로 추진하고 있다¹²⁾. 특히 제주지역 소규모 맥주 제주(판매)업의 활성화를 도모하기 위해 축제 공동개최, 기술지원 등 협조체제구축도 추후 마련하고 있다. 그리고 제주맥주는 프리미엄맥주 상품화, 제주농업 경쟁력 향상, 그리고 1~3차 연관산업 육성을 주요 비전으로 설정하여 사업을 지속하고 있다¹³⁾.

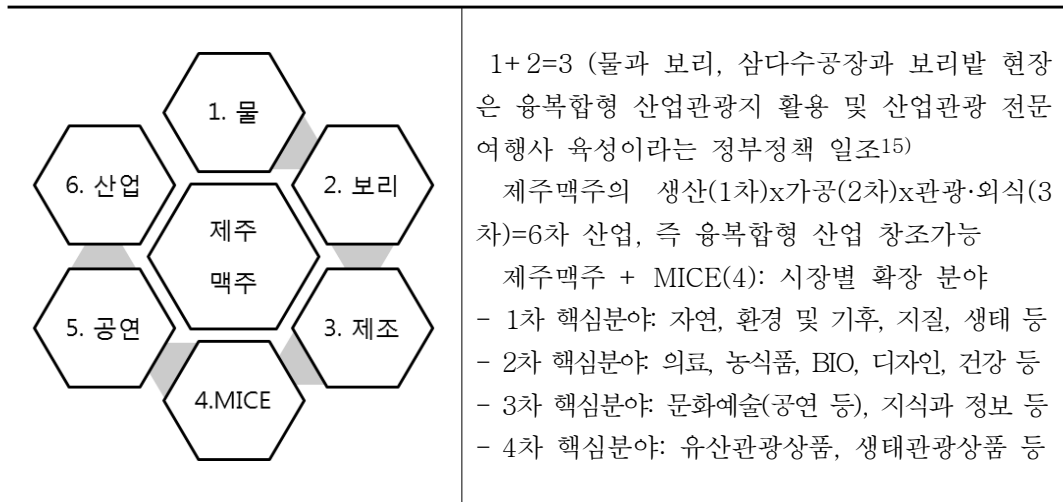
현재 경남 남해의 독일 교포 정착촌인 남해 독일마을에서는 독일의 맥주 축제 옥토버 페스트를 벤치마킹해 맥주축제가 열리고 있다. 독일 정통맥주

12) <http://www.ihalla.com>. 개발공사는 음료·주류 사업 포함 조례 개정을 추진하고 있음.

13) <http://www.jpdc.co.kr>(제주특별자치도개발공사)

와 국산 생맥주, 흑마늘을 첨가한 흑맥주 등 맥주제품이 소개돼 다양한 볼거리를 선보이고 있다¹⁴⁾. 그러나 소형 축제행사로 마무리되고 있다.

〈그림 8〉 제주맥주와 MICE 융합 모델



3. 관광정책

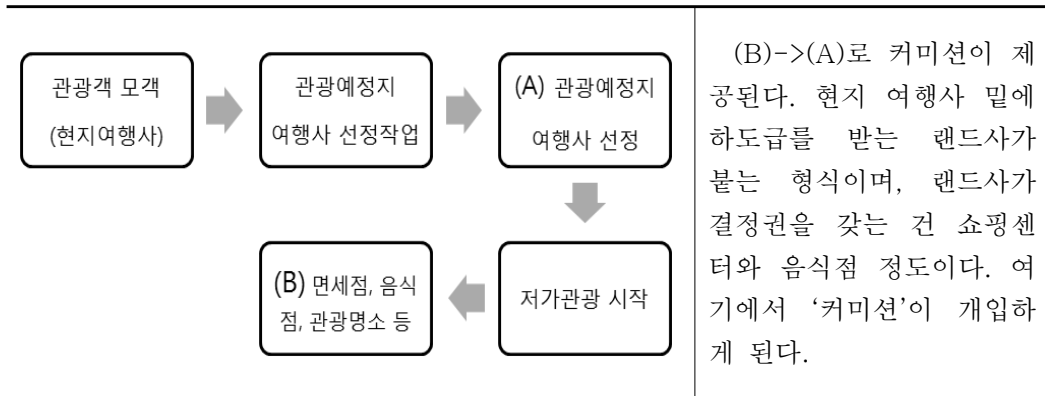
1) 저가관광상품 난립 방지를 위한 가이드라인-여행사와 유자격자 가이드 중심

전국 여행사는 대략 15만 5000여개업체가 운영중이며, 제주도내 등록된 여행업체수만 800여개에 달해 구조적으로 출혈경쟁과 저가관광상품의 부작용이 늘어나고 있다. 항공사의 선납금 제도도 문제지만, 저가관광상품은 커미션으로 운영되는 구조하에서 무등록업체, 무자격가이드, 마이너스 투어 피(Tour fee) 등 불법·무등록·무자격자들이 여행시장 질서를 어지럽히고 불법적 카르텔도 형성되고 있는 실정이다.

14) <http://tour.namhae.go.kr>(경남 남해군)

15) <http://article.joinsmsn.com>(2012.12.12). 정부는 추후 5년간 약 1,000억원 들여 산업관광객 연 600만명까지 늘리는 산업관광 활성화 방안 발표함.

〈그림 9〉 커미션 구조 및 저가관광 여건



여행업은 사업범위와 서비스 대상에 따라 구분되지만, 현재 미등록 유사 여행사의 영업행위 기승, 여행사의 과당경쟁에 따른 대형화된 여행사의 시장 점유율 증대와 중소형 여행사의 원가 이하의 저가상품 판매를 통한 생존경쟁, 그리고 현지 랜드사의 저가 덤핑 등으로 여행시장의 악순환의 고리는 고스란히 소비자, 즉 관광객들에게 전가되고 있다.

2003년 자격증 소유자 의무종사제 폐지, 2009년 의무종사제 재도입, 2010년 9월부터 유자격 가이드 의무고용이 시작되었지만 자격증소지자가 업계에서 가이드를 할 수 없는 여건이 형성되어 있다. 제주의 주요 외래관광객 중국을 살펴보면, 중국 내 현지 여행사와 커넥션이 있는 화교들이 장악한 중국 인바운드 시장은 심할 경우 무자격 가이드들끼리 카르텔까지 형성하고 있다. 이와 더불어 제주 현지여행사가 저가관광에 따른 적자해소 차원에서 ‘무임금 무자격자 가이드’를 선호하다 보니, 실제 유자격 중국어통역가이드 다수가 ‘장롱자격증 소지자’ 신세로 전락하고 있는 실정이다. 대표적인 사례가 제주지역 통역안내사가 그러한 상황이며, 갑과 을이 바뀐 경우이다. 따라서 질적 관광시대를 대비하여 다음과 같은 가이드라인이 제도화되어야 하겠다

〈그림 10〉 여행사 가이드라인

여행사	· 여행사는 반드시 기초자치단체에 등록하고 여행업보증보험에 가입해야 함 · 여행목적지, 여행요금, 숙박시설, 음식, 교통, 쇼핑, 선택관광, 안내사 및 라이선스 번호 등 구체적인 서비스 내용 등 여행일정 및 여행견적서는 여행 시작 전 지자체(위임기관 포함)의 승인을 받아야 함 · 여행일정 및 여행견적서는 지자체의 승인 없이는 수정이 불가능하도록 해야 함 · 승인된 여행일정 및 여행견적서는 24시간내 관광객들에게 이메일로 제공되어야 함 · 여행사는 반드시 자격증을 소지한 가이드에게만 외래관광객 접객하도록 함 · 여행사는 가이드와 합의된 임금을 지불한다는 동의서 제출 의무화¹⁶⁾(직접고용 및 프리랜서 가이드 모두 적용) · 여행사는 신용카드 결제시스템이 구축되어 있어야 한다¹⁷⁾
-----	--

〈그림 11〉 유자격자 가이드라인

가이드 자격증 소지자	· 가이드자격증 소지자만이 관광객 접객을 할 수 있음 · 가이드는 언어, 안내 등 가이드 전문성 확보차원에서 지자체와 관련 기관에서 운영되는 전문교육 프로그램을 정기적으로 이수해야 함 · 가이드는 여행일정의 시간을 반드시 준수해야 하고, 쇼핑을 강요하거나 거짓된 정보를 제공해서는 안되며, 만약 커미션 연계 쇼핑이 포함되어 있다면 정확한 정보를 관광객에게 제공해야 함
-------------------	---

16) 규정된 임금을 지불함으로써 가이드의 커미션 의존 절감효과 기대할 수 있음

17) 신용카드 사용이 일반화됐지만 제주의 대부분 여행사는 신용카드 가맹점이지만 수수료 등 여러 가지 이유로 신용카드 결제시스템 구축이 되어 있지 경우가 많다. 연간 매출액 2400만원 이상인 가맹점은 세원 투명화 등의 이유로 신용카드 수납이 의무화되어 있어 신용카드 가맹점이 카드결제를 거부하면 여신전문금융업법 19조(가맹점 카드거부 불가) 위반임.

〈그림 12〉 행정당국 가이드라인

행정 당국	· 여행사에 대하여 정기적으로 재무상황 및 신용정도, 업종적합성(전문성, 경험 등), 사업준법성(여행일정, 견적서, 종사자대우, 약관이행여부, 면세점과 여행사 출자관계, 비자관련 위법행위 등) 및 경영자질 등 평가와 관리 시행함 · 사업 운영에 대한 심사와 평가를 통하여 위법여부 판단하되, 여행사에 소명기회 제공 및 재심 등의 절차를 거쳐 벌점제, 자격중지 및 취소처분 등의 조치를 취함 · 적법하게 사업을 운영하는 여행사에게는 다양한 인센티브 및 재정지원 등의 혜택을 제공함(인증제 방안도 고려 가능함) · 여행사가 쇼핑을 여행일정에 포함할 경우에 쇼핑점은 지자체(위임기관 포함)에 등록하도록 의무화함. 가맹점포의 건전한 상거래질서 위한 행정절차 마련 외에 쇼핑 환불보장 제도 도입 추진
----------	---

2) 지역사회 기반의 마을중심형 사회적기업 확대 및 육성

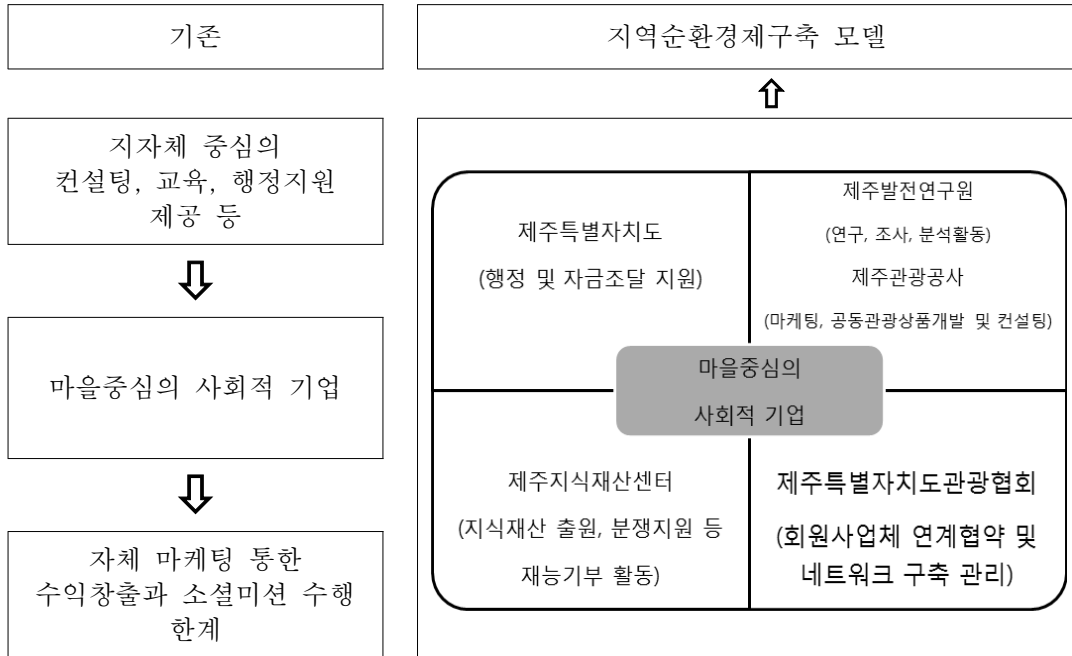
현재 제주에는 다양한 사회적 목적 실현을 위하여 사회적기업¹⁸⁾ 17개소, 예비사회적기업 41개 기업이 활동을 하고 있으며, 다양한 마을지원 사업¹⁹⁾들이 운영되고 있다. 이 중 생태관광, 기념품 및 특산품 제작, 조랑말체험, 음식, 문화관광 및 공연, 체험, 명상, 농어촌 체험 및 관광상품 개발 등을 중심으로 관광관련 사업이 운영되고 있다. 이러한 사회적기업의 역할로는 지속가능한 일자리 및 소득 창출, 이에 따른 소득지역사회 활성화, 지역특성 활용과 지역의 관광복지화가 구현될 수 있다. 그리고 체험, 체류, 교육 등의 프로그램 운영에 따른 관광객 유인이 가능하고 궁극적으로 관광산업에 공헌하게 된다. 즉 관광객의 수요충족이 가능하고 착한 소비문화 조성 등으로 착한관광(공정관광)의 여건구축도 가능하겠다.

18) <http://www.jejueb.kr>(주)제주사회적기업경영연구원.

주주나 소유자에 대한 이윤극대화를 추구하기 보다는 우선적으로 사회적 목적을 추구하면서 이를 위해 이윤을 사업 또는 지역공동체에 다시 투자하는 기업

19) 정부 부처별 외에 커뮤니티비즈니스 마을(도청), 베스트 특화마을(제주시), 자립형 마을만들기(서귀포시) 등이 시도되고 있음.

〈그림 13〉 지역사회 중심 사회적기업 모델



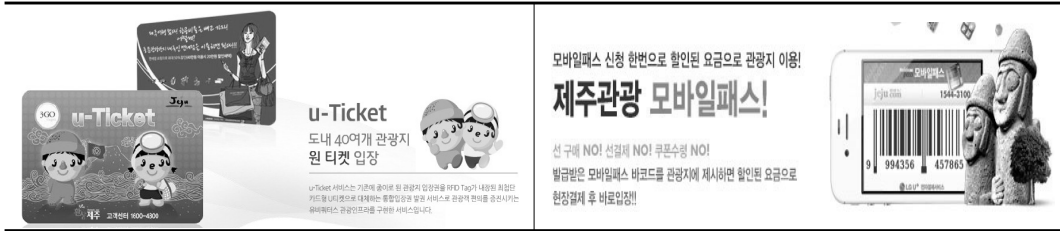
기존 지자체 주도형 사회적기업 운영에서 탈피하여 커뮤니티 비즈니스 사업위주로 육성 지원하는 것이 바람직하다. 제시된 지역순환경제구축 사회적 기업 모델은 단기적으로는 일자리 창출, 장기적으로는 다양한 테마사업에 따른 방문객 유치로 지역소재 소상공인들에게 쇼핑관광 활성화 기회가 부여될 수 있다.

4. 기타

1) 탐라 PASS(가칭)

현재 제주관광공사에서 운영중인 유-티켓서비스가 있다. 공항에서 티켓을 구입하여 40여개의 관광지를 입장할 수 있는 패스이다. 그리고 관광지에서 제시하면 할인된 요금으로 입장이 가능한 제주관광 모바일패스가 운영중이다. 그리고 한국관광공사에서 제공되는 코리아PASS²⁰⁾가 있다

<그림 14> 현재 적용된 PASS 유형



자료: 제주관광공사; <http://blog.naver.com>

최근 외국인 관광객의 불편을 해소하기 위해 수도권 교통관광통합패스인 MVP(Metropolitan Visiting Pass)²¹⁾의 도입이 제안되어 외래관광객 방한 활성화를 기대하고 있다. MVP는 단기 정기권개념을 적용해 구입 후 해당기간 내 수도권 대중교통수단의 이용과 유료관광지 입장이 무제한 가능한 올인원카드 방식이다.

국외권 중 홍콩은 옥토퍼스 카드(Octopus Card)를 활용하고 있다. 옥토퍼스 카드로 AEL, MTR, 버스, 페리, 택시 등 홍콩의 모든 교통수단을 이용할 수 있도록 하였으며, 교통수단 외에 편의점을 비롯해 프렌차이즈 레스토랑, 자판기, 극장 등 다양한 수의 가맹점에서도 모두 결제가 가능하도록 하고 있다. 할인 혜택 외에 카드의 보증금과 잔액은 돌려주도록 하고 있으며 유효기간은 마지막 충전일로부터 3년이다²²⁾.

<그림 15> 탐라 PASS 사용가능 영역

대중교통 및 택시	유람선, 잠수함, 낚시배 등 시설이용	유료관광지 입장
관광사업체	면세점, 기념품 및 특산물 판매업 등	일반 사업체 등 지역 전 영역

20) 여행특화카드로서 신용체크카드와 선불카드가 있음.

21) <http://news.mk.co.kr>. 경기개발연구원에서는 수도권 관광지 방문과 대중교통수단을 하나의 패스로 이용할 수 있는 방안을 제시하고 있음.

22) 프렌즈 홍콩·마카오, 서울: 중앙books.

V. 맺는 말

제주도의 관광산업이 중요성을 가지는 이유는 제주지역내 여타 산업을 발전시킬 수 있는 매개체 역할을 할 뿐만 아니라 타 산업 육성기반을 마련하는 산업으로서의 성격을 가지고 있기 때문이다. 현재 제주는 수요측면에서는 호황을 누리고 있으며, 외래관광객 1천만 시대를 대비하고 있다. 종합적으로 볼 때, 제주의 관광산업은 현재 수요의 양적증가로 호황중이나 이제는 선진국형 관광산업으로서의 질적 개선이 필요한 시점이다.

따라서 현재의 양적성장을 유지하면서 질적성장의 조화로운 발전을 꾀할 수 있는 과제와 전략에 대해서 제시하였으며 다음과 같다.

첫째, 관광수용태세 중심으로 제시하였다

둘째, 고부가가치 산업육성과 융복합형 관광산업을 중심으로 제시하였다

셋째, 관광정책 측면에서 제시하였다

넷째, 기타에서 관광PASS를 제시하였다

이외에도 친환경구축, 관광법, 관광산업으로 유발된 경제적 효과가 지역 내에 재투자되는 선순환 구조 구축, 공정관광, 레저스포츠 관광객 유치, 최근 AI 등 질병문제 등으로 인한 외래 관광시장의 변동 등 고민해야 할 과제도 많지만 추후 관련 연구자들의 노력이 있을 것으로 기대해 본다.

-참고문헌-

- 국가경쟁력강화위원회(2012). 고부가가치 관광육성 등 관광산업을 활성화하고, 교통편의 및 안전제 고 대책을 강구, 11월 14일자 보도자료.
- 김태영(2012). 중국인 관광시장 고속성장과 경남의 대응방안, 경남발전연구원.
- 김향자(2012). 외래관광객 1,000만 명 시대의 관광수용태세 정비방안. 한국문화관광연구원.
- 김현철(2011). 제주 관광산업의 현황과 발전방안, 지역경제, 7(1), 산업연구원,
- 박상곤(2001). 제주관광 성장의 동태성에 관한 연구, 경기대학교대학원 석사학위논문.
- 서용건(2012). 제주관광의 선진화 방안, 제주발전포럼, 40.
- 오상훈(2010). 외국인관광객 200만명 유치를 위한 제언, Jeju Development Forum. 20.
- 이용관(2011). 문화산업 지속성장을 위한 정책패러다임 연구, 한국문화관광연구원.
- 전북발전연구원(2013). 박근혜 정부 출범과 전북의 대응과제, 이슈브리핑, 102, 3.18.
- 정수연 · 윤대혁 · 이병희(2011). 제주 관광산업의 역내경쟁 현황 및 시사점, 한국은행제주본부 2011-10.
- 정승훈(2013). 박근혜정부의 관광산업 육성정책과 제주의 대응과제.
- 제주관광공사, 제주관광시장동향분석보고서, 2013, Vol.1
- 제주특별자치도(2012). 유네스코 3관왕 · 세계7대자연경관 제주 생태관광 기본 및 실시 계획.
- 제주특별자치도(2013). 업무편람. 문화관광스포츠국.
- 지역발전위원회(2012). 제주특별자치도 특성화 발전 구상 최종보고서.
- 프렌즈 홍콩 · 마카오, 서울: 중앙books.
- 한국문화관광연구원(2012). 외래관광객 1,000만명 돌파, 그 의미와 과제, 가치와 전망, 제10호, 11.20
- 한국은행강원본부 · 제주본부(2012). 강원 및 제주지역 관광산업 분석을 통한 지역관광 발전방안에 관한 연구.
- 현대경제연구원(2012). 지속가능 성장을 위한 VIP REPORT: 일천만 외래관광객 시대의 새로운 트렌드 변화, 508호, 12-07.
- <http://article.joinsmsn.com>
- <http://blog.naver.com>
- <http://news.chosun.com>
- <http://news.mk.co.kr>
- <http://tour.namhae.go.kr>
- <http://www.hijeju.or.kr>
- <http://www.ihalla.com>
- <http://www.ijto.or.kr>
- <http://www.jejueb.kr>
- <http://www.jpdc.co.kr>
- <http://www.segye.com>

토론자료

토 론 문

서 용 건

(제주대학교 관광경영학과 교수)

2010년 이후 국제관광객 수에서 아시아지역은 연 평균 8.8%로서 가장 높은 증가세를 나타내고 있다. 이는 중국과 인도 등 신흥국들의 경제성장에 따른 해외관광객 증가가 주요 견인차 역할을 하고 있기 때문이다. 중국의 해외여행객은 5,700만명(2010년), 6,600만명(2011년), 8,000만명(2012년)으로 연 평균 18%의 폭발적인 성장세를 나타내고 있다. 한국방문 중국관광객은 1,875,157명(2010년), 2,220,196명(2011년), 2,836,892명(2012년)으로 연평균 23%의 눈부신 성장세를 나타냈다. 중국 해외여행객 시장에서 한국의 점유율은 3.5%(2012년)로서 접근성과 편의성 등을 고려할 때 앞으로도 성장 가능성은 매우 크다고 볼 수 있다.

제주도 방문 총 관광객 수는 7,578,300명(2010년), 8,740,976명(2011년), 9,691,703명(2012년)으로 연평균 13%의 성장세를 나타내고 있다. 내국인은 3년간 연평균 8.6% 증가세를 나타낸 반면 외래관광객은 777,000명(2010년), 1,045,637명(2011년), 1,681,399명(2012년)으로 연평균 48%라는 눈부신 증가세를 나타내고 있다. 이를 주도한 것은 중국관광객들인데 406,164명(2010년), 570,247명(2011년), 1,084,094명(2012년)으로 나타났다. 한국을 방문하는 중국관광객 중 제주도를 방문하는 비중은 22%(2010년), 26%(2011년), 38%(2012년)로 증가추세에 있다. 이는 한국을 대표하는 관광지로 제주가 부상하고 있음을 방증한다고 볼 수 있다.

위와 같이 양적인 측면에서 관광객이 급증함에 따라 질적 측면에서 개선 사항은 많다고 볼 수 있다. 필요한 사항은 다음과 같이 요약해 볼 수 있다. 첫째, 관광정책 목표를 질적 성장에 두고 관광객 질적 지표를 개발하고 이에 따라 정책을 수행할 필요가 있다. 양적 성장도 정책목표상 중요하다. 그러나 앞으로 장기적으로 언제까지 이러한 양적인 고도성장이 유지될 지도

의문이지만 이러한 양적 성장은 궁극적으로 질적 성장에 기반하고 있다. 특히 앞으로 저성장 패러다임에 대비한 질적 성장에 유념할 필요가 있다. 따라서 관광객 만족도, 소비지출액 등 지역경제 파급효과, 체류기간, 재방문, 관광에 대한 지역주민 만족도와 관련된 사회문화적 파급효과, 서비스 투어리즘 전략을 통한 관광부문 시너지효과, 관광콘텐츠, 수용태세와 관련된 것으로서 관광객 뿐만 아니라 지역주민을 포함한 내외부 이해관계자를 고려한 질적 지표를 개발하고 관리해야 한다.

둘째, 전반적으로 관광객 천만 시대를 맞아 수용태세 개선과 확충이 필요하다. 2000년대 국제자유도시 프로젝트가 실행되고 2010년대 이후 앞으로 가시적인 성과가 나타날 것으로 예상된다. 따라서 과거의 패러다임에서 벗어나 하드웨어와 소프트웨어적 측면에서 지속적인 혁신이 요구된다. 관광과 다른 산업이 융복합화되어가는 추세에 따라 지자체 차원에서는 독립적인 관광행정이 아닌 부처간 협업이 더욱 필요하고 관광부문이 융복합화의 선도적 역할을 할 수 있도록 환경을 조성해야 한다.

단기적으로는 관광상품, 숙박시설, 식음료, 교통 등 부문별로 정기적 점검과 강화된 행정력 아울러 자율적 시장 환경조성 등이 필요하다. 특히 중국단체관광객 대상 저가 덤핑 여행상품과 관련해서는 강화된 행정제재, 최저원가제도 확립, 우수관광상품 인증제 등을 통해 공정거래제도의 확립이 필요하다. 중장기적 차원에서는 외국인 개별관광객을 위한 수용태세 확충을 지속적으로 해 나간다면 단체관광객 덤핑상품 문제도 상당부분 해소될 수 있을 것으로 판단된다. 예로써 제주도내 주요 관광지를 연결하는 순환형 투어버스를 도심형(제주시내, 서귀포시내)과 광역형(제주시내-서귀포시연계)으로 나누어 서울과 부산 등 국내도시와 해외 주요 도시의 시티투어 버스를 벤치마킹하여 운영할 필요가 있다 (첨부된 그림 참조).

끝으로 중앙정부의 법제도적 지원과 공공부문 투자가 확충되어야 한다. 제주특별자치도와 국제자유도시 설치를 위한 제도개선 측면에서 아직도 미흡한 사항이 많다. 예를 들어 도전역 면세화는 내국인관광객 쇼핑 활성화 측면에서 매우 효과적인 제도이지만 관련 부처의 반대로 시행되지 못하고 있다. 제주도 관광사업체의 경우 서비스산업 경쟁력 강화 차원에서 각 종

공과금에 제조업 수준의 영세율을 적용하는 것도 고려할 필요가 있다.

공공부문 투자와 관련하여 가장 중요한 것은 공항이다. 제주국제공항은 섬 지역 특성상 가장 중요한 인프라이다. 앞으로 건설될 공항은 24시간 운영이 가능해야 하며 현재 공항과 통합되어 효율성과 효과성을 극대화해야 한다. 공항은 너무나 중요한 이슈이기 때문에 백년대계 차원에서 결정되어야 하며 절대적으로 정치논리가 개입되어서는 안 되는 사안이다. 24시간 운영이 가능하려면 소음에 대한 민원이 가장 큰 이슈가 되기 때문에 해양 매립형이 최적으로 판단되며 제주도 면적과 주변 환경을 고려할 때 현재 공항과 연계하여 건설될 필요가 있다.

즉 제주도는 주변에 비행노선이 연결될 섬이 없고 수 개 또는 수십개의 섬으로 이루어진 군도와는 다른 환경이다. 군도의 경우 연륙교통과 섬 연결 차원에서 규모가 다른 두 개의 공항운영이 타당할 수도 있다. 아울러 현재 제주국제공항의 항공과 교통 접근성이 좋다는 것도 고려해야 한다. 현재 제주-김포 등 국내노선과 중국 도시들과의 접근성, 제주시내와 서귀포시 중문관광단지 등과의 접근성 등을 고려할 때 현재 공항의 입지는 매우 좋은 것으로 판단된다.

따라서 1)24시간 운영, 2)현재 공항과 통합형으로 효율성 극대, 3)현재 공항의 접근성 등을 고려하여 공항 개념도를 제시하면 첨부된 그림과 같다(첨부된 그림 참조). 앞으로 단·중기적으로 공급이 부족한 것이 활주로와 계류장이면 이를 먼저 건설하고 단계적으로 확충을 통해 제2터미널을 해양 매립형으로 확장해 나갈 수 있을 것이다.

● 신공항 고려사항

- 24시간 운영이 관건 (해양 매립형 Vs 육상형)
- 현재 공항과 통합형으로 효율성 증대
(제주도 상황: 국제공항 1개 Vs 국제공항 2개)
- 현재 공항의 접근성 양호
(중국 노선, 국내노선, 도착 후 제주 시내, 서귀포시
중문 접근성 등)



토 론 문

신 왕 근

(제주관광대학교 항공·컨벤션경영학 교수)

■1,000만 관광시대의 내부 환경 변화

- 관광수입이 증가로 제주 지역 경제에 차지하는 비중이 더욱 커지면서 지역 1,2,3차 산업간 불균형이 심화될 수 있음.
- 관광객 증가에 따라 제주 지역1,2차 산업의 생산성도 동반성장할 것이다
- 관광사업체 수 증가와 함께 관광시장의 복잡성이 초래된다.
- 양적 성장에 따른 후유증으로 관광상품의 질이 떨어지며, 관광자원의 소모가 가속화 될 수 있다
- 가시적 수익을 올릴 수 있는 분야에 대한 대기업들의 진출(예: 롯데 및 신라 호텔의 쇼핑 및 시티 호텔 진출), 중국 기업 등이 진출이 거셀 것이다. 관광객이 정체되는 상황에서 상대적으로 제주 도내 중소 관광 기업들이 어려움에 직면할 수 있다.(관광사업체의 부익부 빈익빈 현상)

■질적 성장을 위한 제주 관광의 발전 방향

- 관광객 수 보다는 관광객의 소비 단가를 높일 수 있는 고부가가치 상품 개발
- 보는 관광에서 관광객의 감성을 사로잡을 수 있는 관광상품 개발
- 스포츠, 건강, 체험 학습 등을 테마로 체류일 수를 늘릴 수 있는 관광 환경 조성 및 상품 개발

■ 질적 성장을 위한 실천 전략

1. 관광사업자에 대한 지속적 교육을 통한 관광상품의 다양성 확대

강소관광기업 육성을 위한 관광상품 개발, 마케팅 교육

- 제주 관광사업의 차별화를 촉진할 수 있는 환경을 조성하는 것이 중요
- 강소 관광기업 육성- 작지만 강한 관광 기업 육성이 대안
- 관광객들이 관광경험이 많아짐에 따라 제주 관광은 보는 관광에서 즐기고 느끼는 감성관광이 주류를 이룬다. 큰 것보다 작은 것이 더 감동적인 분야도 많다.

제주의 자연, 인문 환경을 활용한 새로운 컨셉의 관광 상품들이 개발되어야 함.

- 테마가 있는 음식점 성공: 건강, 친환경적 메뉴와 함께 식당 분위기 연출, 테마 카페, 테마 여행사(건강, 스포츠, 웨딩, 골프, 엔터테인먼트 등)

2. MICE 산업과 지역 산업이 융복합을 통한 고부가가치 상품 개발

- MICE 행사 유치 뿐만 아니라 제주의 핵심산업 및 미래 신성장 동력 산업을 소재로한 지역 대표 MICE 행사 발굴을 통해 지역 MICE 산업과 지역 산업이 동반성장할 수 있는 새로운 MICE 환경조성
- 예: LOHAS를 소재로한 박람회, 컨벤션, 테마파티, 팀빌딩

3. 관광서비스 품질 향상을 위한 평가 시스템 구축 및 확대

관광사업체 수가 많아짐에 따라 관광요금, 관광사업체간의 과열경쟁 등 제주 관광의 혼란스러워지고 있음

소비자인 관광객 입장에서는 너무나 많은 대안이 있다보니 구매결정에 있어서 상당한 혼란에 빠지고 있음

관광서비스 품질의 고급화를 실현하는 방향에서 관광사업체들에 대한 지속적인 평가를 통해 관광시장 소비자들에게 지속적인 정보를 제공할 의무가 있음

관광사업자들이 신뢰할 수 있는 평가기구 설립

- 정기적으로 관광객의 관점에서 시설과 서비스를 평가하여 관광객들의 합리적인 소비 결정을 할 수 있도록 지원. 현재, 호텔 등급, 우수 관광사업체 평가가 이루어지고 있지만 부분적으로 이루어지는 만큼 이를 모든 관광시설에 적용.

자발적 평가 신청 제도 도입:

- 평가에 따른 일정 비용 업체 부담
 - : 평가내용에 대하여 공개하고 그 수준을 충족시킬 수 있는 업체들이 평가 신청할 수 있도록 유도
 - : 평가 후 제주 관광협회 서비스 인증 업체로 제주관광협회 홈페이지, 기타 매체를 통해 공지하여 도내 관광객들이 구매결정시 참조할 수 있도록 함으로서 업체 매출 증진에 기여- 효과가 있다면 업체들이 자발적으로 참여할 것임

토 론 문

신 동 일

(제주발전연구원 연구위원)

관광산업이 질적으로 성장하기 위해선 무엇보다 시민의식 및 손님맞이 태도가 개선돼야 함. 국가적으로도 관광객 1천만 시대에 맞춰 문화부와 관광공사, 방문위는 이를 위해 현재 국민 특유의 정서인 '인정'에 근거한 환대 정신을 바탕으로 지자체, 시민, 관광종사자 등이 함께 참여하는 민간 주도의 '프렌들리 캠페인'을 실시하기도 하였음. 이는 호텔, 식당 등 관광서비스업종에 종사하는 종업원들의 환대의식 수준을 높이기 위한 것으로 소비자와 관련 업종 경영자들로 구성된 시민점검단이 각 지역마다 자발적으로 나서 활동을 펼치고 있음. 아울러 문화부와 관광공사, 방문위는 관광품질을 높이기 위해 관광분야 각 업소 등을 대상으로 친절 캠페인을 실시하고 우수 참여업체에는 인증 스티커를 부착해 주는 등 우수쇼opping인증제를 지속적으로 추진하고 있음.

제주도 역시 관광객 1천만명 시대를 맞아 그 동안의 양적인 성장 위주 정책에서 벗어나 질적 성장을 동시에 이루어내야 할 시기가 되었음. 관광객 1천만 명 시대라 함은 명실상부하게 국제적인 관광목적지로 도약하기 시작했음을 의미하는 것임. 이에 맞춰 제주관광의 질적 성장을 위해서는.....

1) 최일선에서 관광객을 대하는 관광사업체 종사원은 물론 도민들의 수준 높은 환대 서비스 교육에 만전을 기해야 함. 이를 위해 관광종사원과 도민을 차별화 하는 서비스 함양 교육프로그램이 중요함. 직접 관광객과 응대하는 관광종사원은 당연하지만 도민의 서비스 마인드가 제주관광의 품질을 좌우하는 중요한 요소가 될 수 있음임. 우리 자신이 관광객이 되어 여행을 하던 중에 지나가던 이름 모를 소시민의 친절한 말 한마디에 감동

하고 만족했던 기억을 떠올린다면 충분히 공감할 수 있음임.

2) 관광 상품의 다양화와 관광인프라의 고급화를 통해 질적인 성장을 이루어내야 하는 때임. 에너지산업이 발달한 중국 산시(山西)성은 석탄가격이 지속적으로 하락하고 공업이윤이 감소한 반면 관광산업이 크게 활기를 띠고 있음. 2012년 상반기 산시성 국내외 관광객 수는 연인원 9,000만 명 이상으로 동기 대비 25% 증가하고, 관광수입은 800억 위안 이상으로 32.04% 증가함. 추석/국경절 연휴기간 산시성 국내외 관광객 수는 연인원 2,248만 4,800명으로 43.77% 증가했고, 관광수입은 143억 9,800만 위안으로 67.08% 증가했음. 산시성은 1980년대 ‘중국 에너지 중화학공업기지’로 포지셔닝하면서 풍부한 문화관광 자원이 일시적으로 주변화(marginalization)되는 듯 했지만 1998년 아시아 금융위기로 심각한 타격을 입으면서 산시성은 그제서야 석탄자원에 따른 부정적인 영향을 직시하기 시작했음. 그리하여 1999년에 산업구조조정이라는 전환을 본격적으로 가동했고 그해에 관광산업도 산시성의 7대 우위/주력산업으로 자리매김했음. 이후 산시성은 관광 테마 이미지 홍보 슬로건을 세계적으로 공모하고 전대미문의 규모로 대대적인 홍보를 진행하는 한편, 우타이산 등 12개 종합개혁시범 관광지를 선정해 관광명소 조성을 추진함. 또한 ‘제1회 산시 관광 박람회’를 성공리에 개최하여 다양한 컨벤션, 페스티벌, 고급 문화상품을 만들어냈으며 지역 간 관광제휴를 추진하여 시장 개발력을 강화하는 동시에 브랜드 영향력을 높였음. 이렇듯 산시성 관광산업은 양적 성장에서 질적 성장으로 전환/업그레이드하는 과정에서 심층적으로 발전하고 있음. 산시성 창즈(長治)의 경우 국가급 빈곤현인 우향(武鄉)은 팔로군(八路軍, 항일전쟁 때 화북에서 활약한 중국 공산당 군대) 문화를 심층 발굴하는데 힘썼다. 팔로군 문화원, 게릴라전 체험원, 《타이항산(太行山)》 대형 실경공연의 중점문화산업 프로젝트에 약 6억 위안을 투자해 2011년에 준공하여 개장했음. 불과 1년 만에 우향의 홍색(紅色)문화 관광은 ‘폭발적’인 인기를 끌었고 올 상반기 관광지 방문객이 최초로 산시성 Top3에 들 정도임. 천사오칭(陳少卿) 산시성 여유국(관광국) 행정관리처 처장은 “관광산업은 ‘우둔하고 멀대같이 크

고 가무잡잡하며 투박하다' 는 외부사람들에게 오래도록 각인되어온 산시성의 대외이미지를 바꿔놓고, 관광산업 발전에 따른 인적, 물적, 정보 교류는 산시성의 외향성 경제 성장에 일조할 것으로 기대함.

제주관광의 질적 성장을 위해서는 그 동안 자연경관 관람 위주였던 관광패턴을 다양화하는 노력이 시급함. 이를 위해 제주관광 성장에 크게 기여한 올레길이 완성된 것을 계기로 이에 대한 국제적 홍보를 강화하는 한편 친환경 및 치유·휴양 관련 상품 등 올레에 버금가는 대표적인 고부가가치 제주관광상품을 적극 개발, 신규 수요를 창출해야 함.

3) 관광마케팅 패러다임의 전환이 필요함. 제주와 환경이 유사한 일본의 오키나와, 인도네시아 발리, 미국의 하와이 등 세계적으로 유명한 섬 관광지와 관광통계를 비교한 결과 최근 3년간 제주 방문객은 이들 주요 경쟁 섬지역보다 높은 성장률을 보였지만 관광객 대비 관광수입은 거의 꼴찌 수준임. 제주도가 2011년 관광객 874만 명에 관광수입 4조 42억 원을 올린 반면 하와이는 717만 4,000명에 12조 7,854억 원으로 2배 이상 벌어들였음. 관광객이 547만 9,000명으로 제주보다 훨씬 적은 오키나와는 관광수입에서는 4조 4,296억 원으로 별 차이를 보이지 않았고, 발리는 843만 1,000명에 4조 2,006억 원으로 제주와 비슷한 것으로 집계됐음. 이처럼 제주지역 관광수입이 상대적으로 적은 것은 관광객 체류시간은 물론 쇼핑 등 소비를 위한 시간이 짧은데 가장 큰 원인이 있는 것으로 분석됨. 따라서 기존의 M/S(Market Share : 시장점유율)에서 C/S(Customer Share : 고객점유율)로 전환해야 함. M/S에 의한 양적접근방식은 1,000명이 1만원의 상품을 구매하게 하여 1,000만원의 수입을 올렸다면, C/S에 의한 질적 접근방식에서는 100명에게 10만원의 구매를 유발시켜 1,000만원의 수입을 올리는 것으로 수입은 같지만 충성고객을 관리하기 쉬울 뿐만 아니라 단골고객처럼 자발적인 홍보 역할을 수행하기에 미래 잠재관광객 창출에 아주 중요한 전략수단이 되기도 함. 또한 대규모의 관광객으로 인한 환경훼손, 오염, 소음 등의 환경비용을 절감하고 최소화하는 순기능을 동시에 보이기에 제주관광의 지속가능성을 담보하는 것에도 중요한 대안임.

토 론 문

오 창 현

(제주관광공사 융복합사업단장)

○ 정보통신 환경의 변화

- 모바일폰은 전세계적으로 '12년 하반기 10억대에서 2015년 20억대가 판매되어 그 사이 100% 성장이 예상됨
- 특히 아태지역 모바일폰 가입자 수는 매년 약 30%씩 큰 폭으로 증가하고 있으며, 전세계 가입자 수의 29%를 차지
- 국내인 경우에도 2012년 8월 기준 3천만명을 돌파하여 2015년에는 5천 5백만대가 판매될 것으로 예상됨
- * 한국콘텐츠진흥원 발표자료

○ 관광정보 입수 경로

- 한국을 찾는 외국인들의 관광정보 입수경로는 전통적인 매체인 가이드북, 신문 등 오프라인 매체는 29%에 불과한 반면, 인터넷과 모바일 기기는 71%에 달함. 관광정보의 제공 채널이 완전히 인터넷과 모바일로 이동함
- 특히 말레이시아, 홍콩, 싱가포르 관광객은 75%를 상회함
- * 한국문화관광연구원 발표자료

○ 개별관광객 꾸준한 증가

- 제주방문 내국인 관광객의 개별관광 비중은 89%로 집계됨. 수학여행을 제외하면 더욱 높음
- 외래관광객에 대한 개별관광 비중에 대한 정확한 조사는 없지만 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타남

○ 주요 방문국가 아웃바운드의 FIT 비율

- 중국의 경우 FIT와 에어텔 비율이 67%에 이르며, 단체관광객 비율은 33%에 불과함
- 싱가포르 87.4%와 12.6%, 말레이시아는 83.2%, 16.8%임
- 에어텔을 포함한 FIT 관광은 이미 정착되어 있으나, 방한 및 제주방문 FIT는 주요국가의 아웃바운드 FIT비율에 미치지 못함
- * 제주관광공사 발표(각 국가별 자료 취합)

○ 현재 관광정보 제공 현황

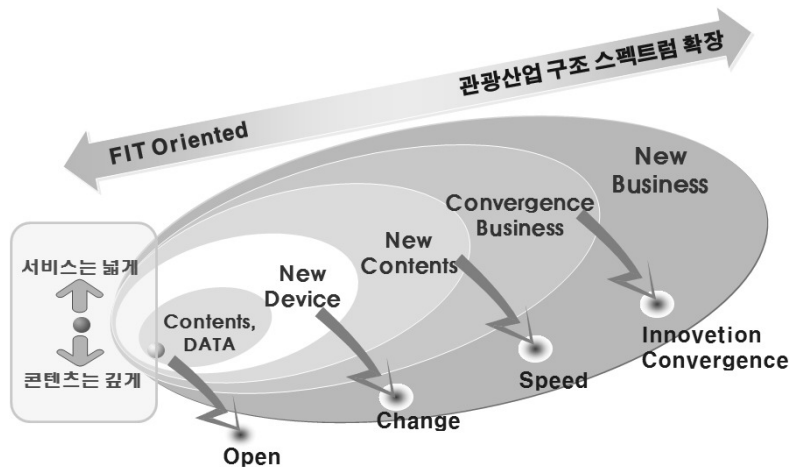
- 외래관광객을 위한 스마트 디바이스를 활용한 제주관광 정보제공은 거의 전무한 실정으로, 외래관광객 대상 관광상품을 취급하는 일부 여행사, 호텔, 게스트하우스에서 단편적으로 제공하는 것이 전부라고 할 수 있음
- 현재 도에서 제공하는 웹기반 관광서비스는 콘텐츠의 질과 양적 측면에서 현대 트렌드를 따라가지 못하고 있으며, 제대로 된 스마트 디바이스 기반 관광정보 제공은 전무한 실정임
- 한국관광공사의 'Visit Korea' 앱은 대한민국 관광정보 개요 수준의 서비스를, '스마트투어가이드' 앱은 특정 문화유적 및 주요 관광자원 안내를, '서울도보여행' 앱은 '스마트투어가이드'와 연계하여 도보여행정보를 서비스하고 있음
- 서울시 'i TourSeoul'은 서울 명소에 국한하여 서비스를 하고 있음

○ 타 지역 사례

- 마카오 관광청은 다양한 언어로 기본적인 여행정보 외에 스케줄만들기, 증강현실 뷰를 통한 간접체험 등을 제공하고 있으며,
- 일본관광청은 추천코스, 나만의 일정, 관광사진 공유, 리얼맵, 번역기 등의 기능과 정보를 제공함
- 런던의 경우에도 오랜 역사를 자랑하는 시내 경관을 현재 모습과 과거 모습을 증강현실을 통해 체험할 수 있도록 하고 있으며,

- 홍콩관광청, 호주관광청, 캐나다관광청 할 것 없이 외래관광정보를 스마트 디바이스를 통해 제공하고 있음
- 특히 싱가포르르는 ‘유어싱가포르’ 라는 브랜드로 싱가포르의 관광정책을 개별관광으로 전환을 위해 그 도구로서 관광정보를 웹과 앱기반으로 철저하게 제공하여 관광트렌드를 바꾸어내고 있음

○ 스마트 디바이스를 통한 제주관광 정보제공 필요



* 편집자 주

- 개별관광객 유치 증진 및 외래관광객 서비스를 위한 모바일 정보 제공 및 ICT를 다양한 콘텐츠 제공 필요
- 개별관광객 증가는 제주 관광산업 스펙트럼을 확장시키고, 지역경제 파급효과를 제고시키며, 최근 관광트렌드에 맞는 관광 비즈니스모델 창출을 통해 혁신기업과 새로운 경쟁력 있는 기업 발굴에 도움이 될 것임

○ 결론

- 제주의 외래개별관광객을 위한 정보서비스는 매우 취약하며, 서울시의 수준 이상의 정보서비스 제공이 필요함
- 대한민국 관광지 전체에 대한 표준화된 기술과 DB 및 지역차별성을 가미한 스마트 디바이스 관광정보 시스템 구축이 요구됨
- GIS, GPS, LBS, RFID, NFC 기술 등을 활용, 개별관광객을 위한 정보로

특화되어야 하며, 소셜차트 등 참여형, 관계형 콘텐츠에 대한 서비스도 포함되어야 할 것임

- 또한 ICT를 활용하여 지역 관광자원 잠재력을 극대화할 수 있는 아이디어를 포함하며, 예약 및 스케줄 등 지역적 특수성이 있는 경우에는 지자체 혹은 지역관광공사에서 이를 개발하여 운영 필요
- 외래관광객의 수 및 증가 추세로 볼 때, 제주에 대한 서비스를 우선 시범적으로 추진할 필요가 있음

토 론 문

이 재 성

(한국관광공사 정책사업본부장)

〈 인바운드 관광현황 〉

우리나라 외래관광객은 2012년 1,114만명으로 연평균 13%를 상회하는 급속한 성장을 하고 있습니다. 이중, 중국인은 지난 5년간 167%가 증가하여 중심축이 일본에서 중국으로 이동하는 추세에 있으며, 수년 내 중국이 제1시장으로 부상할 것으로 예상됩니다.

외래관광객 2천만 시대를 열기 위해서는, 수도권에 치중되어 있는 관광객을 지역으로 분산시키기 위한 정책적인 지원이 절실히 필요한 시점이며, 이를 실현하기 위해 지역 관광인프라를 점검하고 적극적인 확충을 시행해야 할 것입니다.

〈 아웃바운드 관광현황 〉

우리나라의 아웃바운드 시장은 2008년 글로벌 금융위기 여파로 감소하였으나, 차년도 부터 빠른 회복세로 2012년에는 2007년 수준 1,374만명으로 집계되었으며, 관광수지 적자는 16억불을 기록하였습니다.

관광수지 적자를 해소를 위해 의료관광, MICE 확대 및 고부가가치 시장발굴을 위한 노력이 필요합니다.

〈 인트라바운드 관광현황 〉

국내관광은 주40시간 근무제 정착, 주5일 수업제의 전면 시행으로 가족 및 어린이 체험관광, 주말 관광 등 국내 관광이 더욱 활성화 될 것으로 예상되

며, 기업들은 직원의 복지와 생산성을 높이기 위해, 선진 휴가문화인 리프레시 장기휴가 여행을 기업문화로 받아들이고, 점차 확산 중에 있습니다.

정부는 내수경기 활성화 차원에서 공휴일이 일요일과 겹칠 경우 다른 날 쉬도록 하는 ‘대체휴일제’ 도입을 검토하고 있습니다. 휴일제 변경으로 국민의 45%가 국내관광을 하겠다는 한국문화관광연구원 연구결과에도 짐작할 수 있듯이 내국인 관광수요는 지속적으로 증가할 것으로 예상됩니다.

〈 제주도 관광현황 〉

제주도의 입도관광객은 2007년 543만명에서 2012년 969만명으로 연평균 약 15% 성장하여 양적확대가 급격하게 증가하는 추세이며, 항공좌석이 부족한 상황이 지속되고 있습니다.

작년 외국인 방문객은 2011년보다 61%가 증가한 168만명이 방문하는 등 큰 폭으로 증가하였으며, 특히, 중국인 방문객은 작년 한 해 동안 90%가 증가하였으며, 중국 인민일보사 환구시보의 조사에 따르면 ‘중국인이 가장 선호하는 섬 여행지’ 1위로 향후 중국관광객의 증가가 빠를 것으로 예상됩니다.

그러나, 제주도는 지리적인 특성상 양적인 성장에는 한계가 존재하며, 이러한 점을 인식하여 관광객의 질적인 성장에 대한 고민이 필요한 시점입니다.

〈 제주도 관광의 개선점 및 제언 〉

먼저, 제주도는 관광객이 증가하는 추세로 단기적으로 지속적인 관광객의 증가가 예상되어, 관광수용태세의 점진 및 확충이 시급히 필요한 상황입니다.

한국관광공사에서 조사한 자료에 따르면, 제주도는 국내외 여행사에서 숙박예약이 어려워 관광객을 송객하지 못한 지역 2위로(1위 서울) 조사되었습니다. (한국관광공사, 2012)

실제로, 제주도의 관광호텔 객실 수는 2007년 6,357실에서 2011년 7,017실

로 연평균 2.6%증가에 그치고 있으며, 관광객 증가에 비하여 매우 낮은 숙박 시설이 확충되고 있어, 관광객 유치에 직접적인 장애요인이 되고 있습니다.

한국관광공사는 최근의 숙박수요에 대처하기 위해 굿스테이, 베니키아 등의 사업으로 기존 숙박시설의 서비스를 제고 및 신규사업자의 원스톱 컨설팅으로 신규 숙박시설 확충에 기여하고 있으며, 코리아스테이, 한옥숙박 사업을 통하여 민박사업 활성화로 숙박시설 확대에 노력하고 있습니다. 단기적인 숙박공급 확대에 착안점이 될 수 있을 것입니다.

두 번째, 현재 제주를 방문하는 관광객은 1인당 약 45만원 정도를 소비하고 있으나, 경쟁도시인 대만, 하와이의 25%, 오키나와의 48% 수준으로 관광객의 소비 지출액이 경쟁도시에 비하여 낮은 수준입니다.

소비지출 증가를 위해서는 관광객 친화적인 즐길 거리가 확충되어야 할 것이라 생각합니다.

MICE, 의료관광 등 고부가가치 융복합 상품개발을 강화하고, 패션 음식 한옥 등 고유의 문화콘텐츠를 활용한 고품격 관광상품 개발이 필요하다고 사료됩니다.

세 번째, 관광트렌드에 대응하는 특화된 관광상품 및 프로그램 발굴이 필요합니다.

제주도의 올레길을 시작으로 지리산 둘레길 등 ‘길’ 여행과 보는 관광에서 체험하는 관광으로 변하고 있습니다. 관광형태 또한 수요자가 여행에서 찾는 무형적 가치, 의미를 우선시하는 형태로 바뀌고 있기 때문에 현재의 변화된 관광 트렌드에 맞춰 손님 맛을 준비를 해야 합니다.

혼성과 융합의 시대, 농업과 IT, 건설과 예술 등 사회 곳곳에서 나타나는 장르 간 융합이 관광분야에서도 다양한 타 분야 및 타 영역 간 융합과 공동개발, 창조관광의 확산이 예상됩니다.

이제는 보는 관광에서, 느끼고 경험하는 관광으로 관광의 ‘격(格)’이 다양한 가치와 관광활동으로 구현되는 시대로 변화하고 있습니다.

스위스는 동적인 생태관광으로 ‘스위스 모빌리티(Swiss Mobility)’가 새로운 관광 트렌드로 떠오르고 있습니다. 인간의 힘으로 자연을 체험하는 모

빌리티 시스템을 통해 트레킹, 사이클링, 산악자전거, 카누, 스케이팅 등을 간단하게 즐길 수 있습니다. 도로와 하이킹 코스마다 알기 쉬운 표지판이 갖추어져 있고, 케이블카나 등산열차 등 교통 또한 연계되어있어, 하이킹에 필요한 조건이 잘 갖추어진 이상적인 여행지라는 평가를 받고 있습니다.

제주 관광객에게 적극적인 경험을 제공하기 위해 스위스 모빌리티를 벤치마킹하여 ‘업그레이드 제주올레’ 사업을 검토할 수 있을 것이라 생각합니다.

〈 결언 〉

해의 학계에서는 창조관광을 기존 대중관광, 문화관광의 다음단계로 나타나는 형상이며 존재의식에 의거하여 ‘자기개발’에 초점을 두고 있어, 유형적 관광자원 구매에서 벗어나 무형적 관광자원을 구매하는 것으로 정의하고 있습니다.(Richards & Wilson, 2007)

과거에는 관광이 주어진 환경을 관리 개선하는 기능적 접근으로 상품과 서비스를 판매하는 사업이었다면, 창조경제 시대의 관광은 창조산업의 영역과 개인의 창조적 경험, 타 산업과의 연계와 융합을 강조하는 광의적 관점에서 이해 할 필요가 있습니다.

즉, 관광객의 창조성 고양뿐 아니라 시스템적 접근에서 새로운 콘텐츠를 생산 활용하는 창조적 접근으로 다양하고 광범위한 문화적 체험을 파는 비즈니스로 변모해야 할 것입니다.

제주도의 질적 성장을 위해 숙박, 교통, 안내체계 등 관광 수용태세를 강화하고 관광객의 니즈에 맞춘 서비스를 준비한다면 제주관광객 1,000만명 유치와 함께 질적 성장을 제고할 수 있을 것이라 생각합니다.

감사합니다.

MEMO

MEMO

MEMO

