

코로나19 엔데믹 시대, 제주관광 경쟁력 강화방안

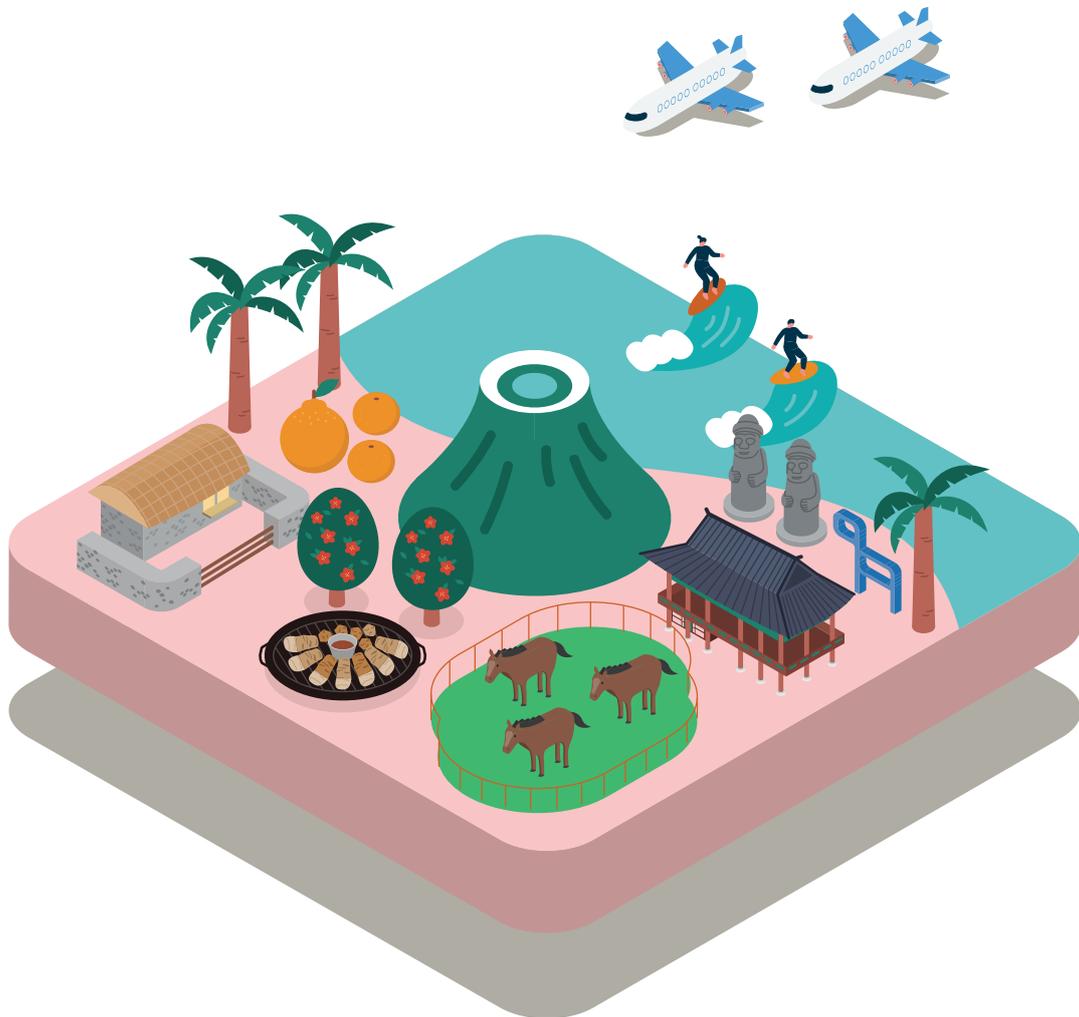
마련을 위한 세미나

일시 2023년 3월 20일(월), 15:00 ~ 17:30

장소 제주관광공사 웰컴홀

주최  제주특별자치도
Jeju Special Self-Governing Province

주관  제주연구원 Jeju Research Institute  제주관광공사 JEJU TOURISM ORGANIZATION  제주특별자치도관광협회 JEJU TOURISM ASSOCIATION  社團法人 濟州觀光學會



코로나19 엔데믹 시대, 제주관광 경쟁력 강화방안 마련을 위한 세미나

□ 세부 프로그램(안)

구 분	시 간	내 용	
등 록	14:30~15:00 (30분)	-	
개 회 식	15:00~15:10 (10분)	개회사 : 양덕순 제주연구원 원장	
기조강연	15:10~15:20 (10분)	제주관광의 새로운 봄을 여는 대도약 오영훈 제주특별자치도지사	
1주제	15:20~16:10 (50분)	엔데믹시대의 제주관광 현황과 대응	
		발표 홍성화 제주대학교 관광경영학과 교수	
		좌장 정승훈 제주대학교 관광개발학과 교수	
		토론	양경호 제주특별자치도의회 의원
			변덕승 제주특별자치도 관광교류국장
			김경진 (주)더좋은여행 대표
박재아 태평양관광기구 한국지사장			
송상섭 제주관광학회 회장			
Break Time	16:10~16:20 (10분)	휴식 및 장내정리	
2주제	16:20~17:10 (50분)	데이터로 보는 제주관광 물가 실태와 대응	
		발표 고선영 제주연구원 책임연구원	
		좌장 문성종 한라대학교 관광경영학과 교수	
		토론	양필수 제주관광공사 관광산업혁신그룹장
			도해용 레드테이블 대표
			양성수 제주대학교 관광융복합학과 교수
하승우 (주)제주토박이 대표			
변지철 연합뉴스 기자			
질의응답	17:10~17:30 (20분)	질의응답	
폐회	17:30	마무리	

코로나19 엔데믹 시대,
제주관광 경쟁력 강화방안 마련을 위한 세미나

개 회 사



오늘 “코로나19 엔데믹 시대, 제주관광 경쟁력 강화”를 주제로 제주특별자치도, 제주관광공사, 제주특별자치도관광협회, 제주관광학회 등 도내 관광유관기관과 제주연구원이 한마음으로 제주관광의 새로운 도약을 위한 정책토론회를 개최하게 되어 매우 뜻깊게 생각합니다.

특히 오늘 세미나에서는 오영훈 제주특별자치도지사님께서 “제주관광의 새로운 봄을 여는 대도약”이라는 주제의 기조강연을 합니다. 도지사께서 이렇게 직접 기조강연을 하는 자체는 제주관광이 지역에서 차지하는 비중과 위상을 보여주는 것이며 오영훈 도정이 제주관광에 대한 정책적 관심이 그 어느 제주도정보다 높다는 것과 관광인들과 함께 하겠다는 의지를 보여주는 것입니다.

다 아시는 바와 같이 지난 코로나19 시기, 전 세계가 유례 없는 관광 침체를 경험하였습니다. 이제 코로나 종결로 인해 관광은 점차 정상화되어 가고 있지만 관광콘텐츠, 관광마케팅, 관광행태, 관광수용태세 등은 코로나 이전과는 매우 다를 것이다. 이에 대한 새로운 철저한 준비가 요구되고 있습니다.

이에 엔데믹이라는 새로운 환경에서 제주관광의 현황을 진단하고 경쟁력을 강화하기 위한 방안을 마련해보고자 저희 연구원과 도내 관광유관기관 모두가 손을 맞잡고 이 자리를 마련하였습니다.

오늘 세미나에서 주제발표를 허락해 주신 제주대 홍성화 교수님과 제주연구원 고선영 책임연구원님, 그리고 좌장과 토론으로 참여 해주시는 제주대 정승훈 교수님, 한라대 문성종 교수님, 제주도의회 양경호 의원님, 제주특별자치도 변덕승 관광교류국장님, 제주특별자치도관광협회 김경진 부위원장님, 태평양관광기구 박재아 한국지사장님, 제주관광학회 송상섭 학회장님, 제주관광공사 양필수 관광산업혁신그룹장님, 레드테이블 도해용 대표님, 제주대 양성수 교수님, 제주특별자치도관광협회 하승우 국내외여행업분과위원장님, 연합뉴스 변지철 기자님께 감사의 말씀을 드립니다.

아무썽 심도 있는 발제와 날카로운 토론을 통해 재도약하는 제주 관광의 미래를 그릴 수 있는 시간이 되기를 기대하겠습니다.

제주연구원장 양덕순

코로나19 엔데믹 시대,
제주관광 경쟁력 강화방안 마련을 위한 세미나

기조강연

제주관광의 새로운 봄을 여는 대도약

오영훈

제주특별자치도지사

코로나19 엔데믹 시대,
제주관광 경쟁력 강화방안 마련을 위한 세미나

주제발표

엔데믹시대의 제주관광 현황과 대응

홍성화

교수 / 제주대학교 관광경영학과



엔데믹시대 제주 관광의 현황과 대응

2023. 3. 20.

제주대학교 관광경영학과
홍성화 교수

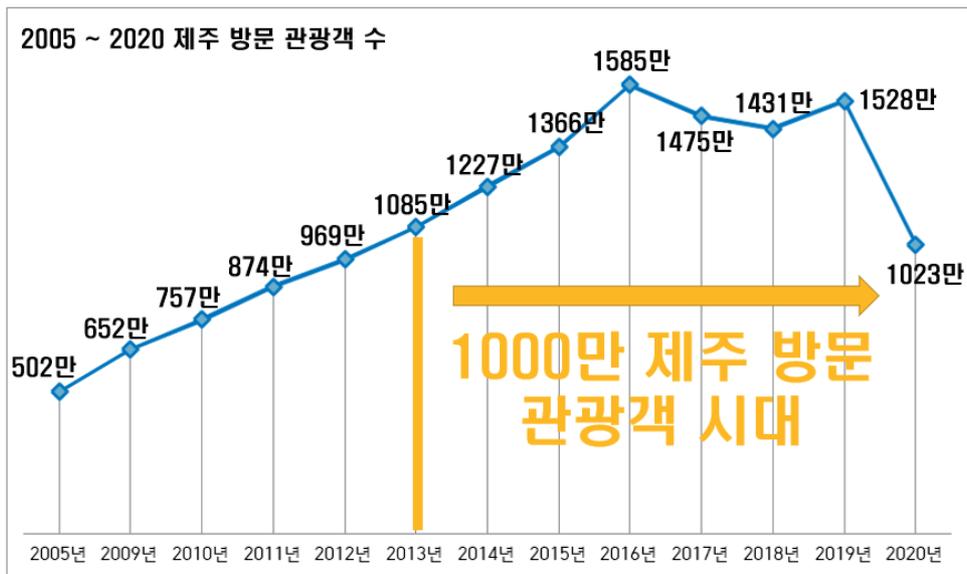
목 차

1. 천만 관광객 돌파 10주년
2. 소상공인의 생명줄 - 제주관광
3. 해외여행 급증과 위기의 내수시장
4. 때로는 공격적 마케팅 필요 - 비교마케팅
5. 중국 해외여행 전문연구소(COTRI)의 23년 예측 보고서
6. 국내외 MZ세대 유치의 핵심 "야간경제 활성화"

1. 천만 관광객 돌파 10주년

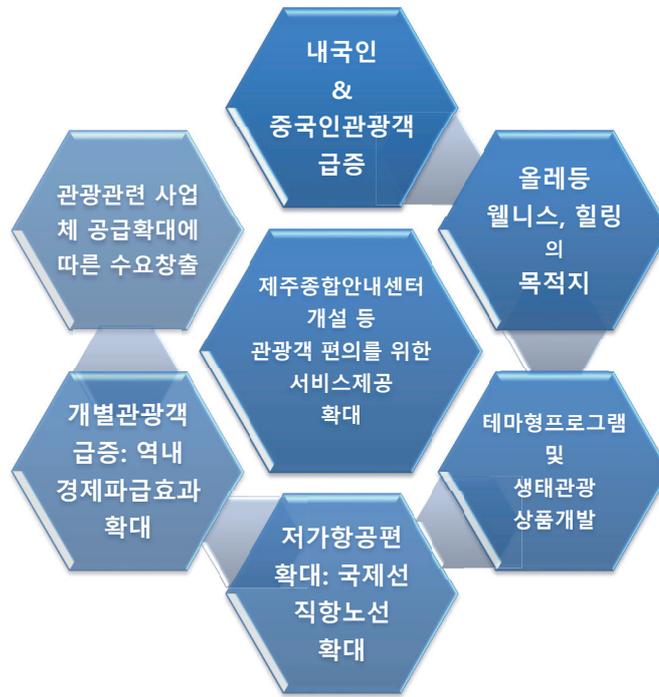
3

제주방문 관광객 현황



4

천만 제주관광시대를 이끈 주요 요인



5

자연관광중심의 제주관광

공동의 가치 추구

제주관광

제주관광의 기본축

- 청정자연, 힐링, 건강, 생태관광 등

청정가치와의 공존

- 지속가능한 관광개발 추진
- 친환경 가치와 조화를 이룸

미래가치

- 친환경 관광이 미래 제주관광의 핵심주제

가치 공유

- 지역주민과 관광객 그리고 관광사업체가 인식하는 **친환경 관광가치의 공유**

청정 자연환경과 힐링 프로그램: 일등공신

6

제주에서 관광산업이란?

- 23년은 제주 관광객이 천만명을 돌파한 2013년 이후 10년차가 되는 해임
- 제주관광 산업이 지역 총생산(GRDP)에서 차지하는 비중은 약30% 내외임. 참고로 한국 반도체 산업의 국가 GDP 비중은 19년 기준 약 8%정도임
- 제주안에서 관광 산업은 반도체 산업이 국가에서 차지하는 비중의 4배 정도 임을 알 수 있음
- 또한, 한국관광산업이 GDP에서 차지하는 비중이 약2.8% 수준임을 감안하면 제주에서 관광산업이 차지하는 비중은 국가관광산업 비중 대비 10배 정도임을 알 수 있음
- 관광산업 GRDP 비중에 따라 전후방 산업연관효과 역시 확대 되었고 그 과실은 산업 전반에 퍼져 나갔음
- 특히, 지역 소상공인(도소매업과 서비스업) 전체 매출에서 관광객 소비지출이 차지하는 비중은 30~40% 정도로 분석되고 있음

7

제주에서 관광산업이란?

- 제주 관광객은 우리가 꼭 지켜야 하는 내국인 시장(집토끼)과 적극 유치해야 하는 외국인 관광객(산토끼)로 나눌 수 있음
- 내국인 관광객 비중은 코로나 이전 약90% 수준이었고 코로나 시절에는 99%에 육박하였음
- 메르스와 코로나 그리고 사드 사태 위기에도 제주관광을 지켜준 것은 내국인 관광시장 이었는데 최근 내국인 해외여행 급증으로 인해 크게 흔들리고 있음
- 2018년에도 해외여행 급증이라는 비슷한 상황이 있었지만 내부의 노력과 외부 환경변화로 인해 흔들리는 내수 시장을 방어 할 수 있었음
- 최근 흔들리는 내수 시장을 방어하려면 마케팅 전략에 있어 보다 혁신적인 변화가 필요함

8

제주에서 관광산업이란?

- 최근 중국의 리오픈닝이 진행되면서 제주관광에 기회의 문이 열리고 있음
- 중국 전문 관광기관은 코로나 이전과 지금의 중국 해외여행객은 매우 다를 것이라는 분석을 내놓았고 이에 대한 제주의 대응이 필요함
- 지금까지 제주에서 관광객 유치의 키워드는 자연관광, 힐링, 웰니스 등으로 요약되는데 일등 공신이라 할 수 있음
- 다만, 이제는 플러스 알파가 요구됨. 특히, 국내외 MZ 세대는 즐거움과 재미 그리고 로컬 문화적 체험에 대한 욕구가 매우 강함
- 제주는 이러한 MZ 세대의 욕구를 채워줄 수 있는 각종 인프라가 충분히 갖추어져 있다고 판단됨
- 다만, 이를 효율적으로 활용할 수 있는 정책이 필요한데 '야간경제' 도입이 그 대안이 될 수 있다고 생각함

9

2. 소상공인의 생명줄 -제주관광

10

2. 제주지역 소상공인의 생명줄 "관광객 소비"

- 지역 소상공인은 코로나 시기 대출 규모가 급증했고 지금은 고금리로 인한 대출이자 확대에 의해 매우 큰 어려움을 겪고 있음
- 소상공인 영업매출 대상은 크게 지역주민과 관광객으로 나눌 수 있는데 지역주민 매출을 큰 변화 없는 상수로 가정했을 때 관광객 매출은 변화의 폭이 큰 변수로 설정할 수 있음.
- 지역 소상공인 지원기관에 근무하는 내부 전문가 인터뷰에 의하면 소상공인 매출에 영향을 미치는 가장 큰 영향변수는 '제주지역방문 관광객 수'라고 답하면서 이를 뒷받침하고 있음 (향후 시장조사 통한 검증 要)
- 소상공인은 도소매업과 서비스업의 경우 상시근로자 5인 미만을 지칭하는데 대부분 자영업 형태를 띠고 있음
- 제주지역 자영업자수는 2010년 이후 전국에서 가장 높은 증가율을 보이고 있고 평균소득은 전국대비 77.2%에 머물고 있음(지역경제보고서, 2021. 한국은행 제주본부)

11

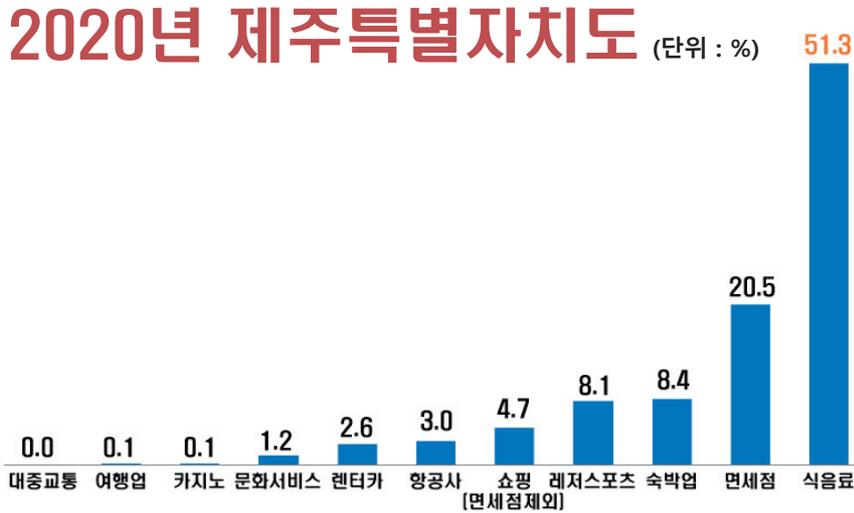
2. 제주지역 소상공인의 생명줄 "관광객 소비"

- 2022년 기준 제주 방문 관광객 신용카드 총 지출액은 약 3조 4561억원으로서 이는 제주도내 전체 카드지출액의 47.5%의 비중을 차지하고 있음
- 2020년 제주관광공사에서 실시한 "신용카드 빅데이터를 활용한 제주관광상권 분석"에 의하면 도소매업체와 서비스 업체를 도민지출과 관광객 지출로 나누어 분석하고 있음
- 도내 한식당의 경우 도민 48%, 관광객 52%, 중식/일식/양식의 경우 도민 51%, 관광객 49%, 외식업 기타는 도민 54%, 관광객 46%, 제과/커피/패스트푸드 업종의 경우는 도민 60% 관광객 40%의 매출 비율을 보여주고 있음
- 본 조사 결과는 신용카드 빅데이터 조사이므로 정확도가 매우 높다고 볼 수 있는데 지역 자영업 중심의 소상공인 업체 매출에서 관광객이 차지하는 비중은 절대적이라 할 수 있음
- 한국관광공사 데이터 랩에서 실시한 제주지역 카드소비 매출 빅데이터 분석을 보더라도 지역 서비스 소상공인 매출에서 관광객이 차지하는 비중을 파악할 수 있음

12

빅데이터 분석에 의한 제주방문 관광객 소비지출 내역

빅데이터활용 여행행태분석 | 한국관광공사 데이터랩



제주지역 식음료 & 쇼핑 상위 검색순위 - 네비게이션 데이터 : 빅데이터 활용 여행행태분석

[출처: 2020. 한국관광공사 데이터랩]

제주 식음료	
1위	오는 정 김밥
2위	자매국수 본점
3위	제주김만복 본점
4위	우진해장국
5위	명진전복
6위	올래국수
7위	가시아방 국수
8위	바다다
9위	몽상드애월
10위	스타벅스 제주용담DT점
11위	춘심이네 본점
12위	제주김만복 동문시장점
13위	순옥이네명가
14위	하이엔드제주
15위	돈사돈 본관
16위	스타벅스 제주애월DT점
17위	수우동
18위	봄날카페
19위	맛나식당
20위	제주김만복 서귀포점
21위	더클리프
22위	국수바다 본점

제주 쇼핑	
1위	서귀포매일올레시장
2위	동문재래시장
3위	동문공설시장
4위	제주관광공사면세점
5위	동문수산시장
6위	수목원길야시장
7위	바이제주
8위	다이소 서귀포점
9위	제주민속오일장입구
10위	서귀포향토오일시장
11위	제주민속오일시장
12위	중문향토5일시장
13위	모이소
14위	다이소 제주노형점
15위	다이소 제주한림점
16위	모슬포 중앙시장
17위	다이소 제주본점
18위	대정 5일시장
19위	서문공설시장
20위	다이소 제주연동점
21위	세화민속오일시장
22위	다이소 제주하귀점

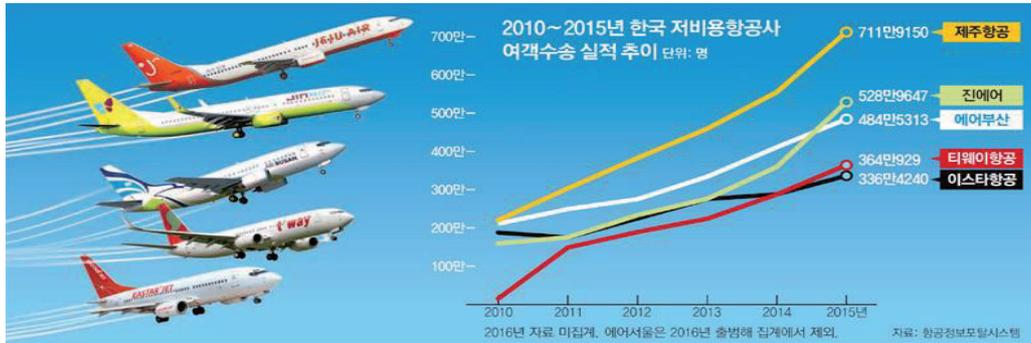
3. 해외여행 급증과 위기의 내수시장

2016년 일본 관광시장 급부상

내수 시장의 최대경쟁자로 급부상한 일본관광시장



2017년 LCC(저가항공)의 해외노선 급증



- LCC, 국제선 하늘길 넓히기 경쟁 '치열'
: 제주항공, 티웨이, 에어부산, 에어서울 등 LCC, 국제선 노선 확장에 집중
- 2010년 당시 2.3%에 불과하던 LCC의 국제선 분담률은
▲ 2011년 4.3% ▲ 2015년 14.6% ▲ 2017년 26.4%로 급성장함.
- LCC 국내선 여객은 내륙 노선에서 3.8%, 제주 노선에서 5.1% 좌석공급감소
- 제주관광의 성장을 견인했던 저가항공이 국제선 확대와 국내선 축소로 인해 위협요인으로 작용

17

2018년 신문기사.... 엔화가치 6년 전 3분의 2로 하락

[단독] 제주도 갈 돈이면 일본 ... 29세 직장인 "15번 여행"

[중앙일보] 일력 2018.04.02 02:30 수정 2018.04.02 18:42



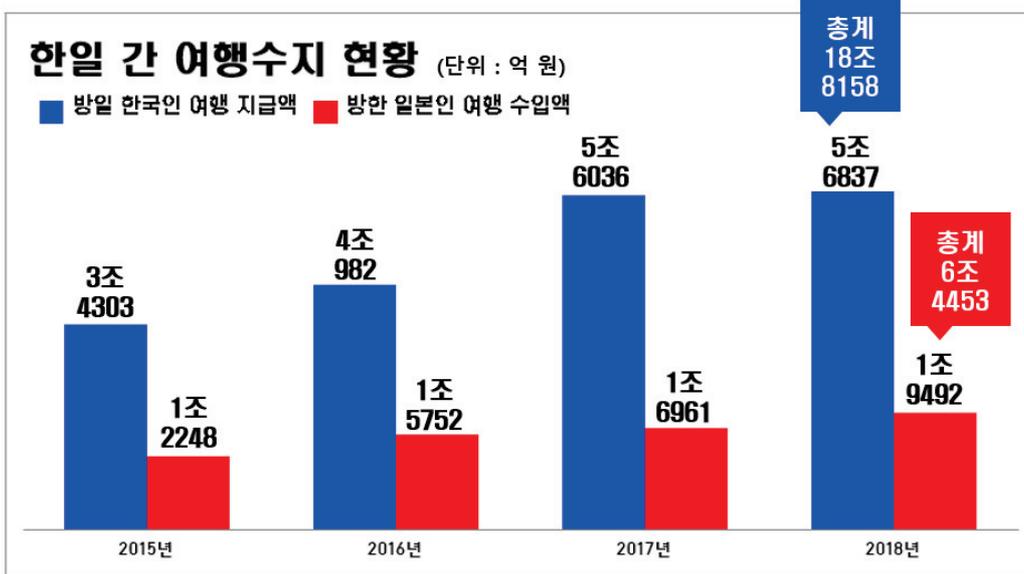
한국인의 필수 여행지로 떠오른 일본 오사카의 도톤보리 풍경.

#직장인 오모(29)씨는 지난해 12월 회사 동료 넷과 일본 돗토리현을 찾았다. 대학교 3학년 때 첫 일본 여행 이후 15번째 일본행이었다. 2박을 료칸(일본식 숙소)에서 머무르며 쓴 비용은 70만원 남짓이다. 저비용항공사(LCC)를 이용하고, 하룻밤에 30만원 남짓하는 료칸도 넷이 나눠 내니 1인당 7만~8만원만 부담하면 됐다. 나머지 교통비·식비·쇼핑까지 30만~40만원이면 충분했다.

- ✓ 2박 3일 여행비용: 1인당 70만원
- ✓ '가깝고도 먼 나라' 일본이 '가깝고도 싼 나라' = 엔화가치 하락 덕분
- ✓ 2012년 1월 100엔당 1499원까지 올랐던 엔화 가치 현재 약1000원(2018. 4월 기준)
- ✓ '가성비'를 따지는 20~30대에 일본은 '가성비 갑(甲)' 여행지로 꼽힘.
'제주에 갈 바엔 일본에 가겠다'는 말이 공공연하게 나오는 이유
- ✓ 일본에 다녀온 젊은 여행자들은 인스타그램과 같은 소셜네트워크서비스(SNS)로 견문록을 전파하며, **여행을 재소비함.**
- ✓ **일본 여행 확산의 촉매제**
- ✓ 엔저와 함께 저비용항공사가 늘어난 것도 일본 여행을 부추김

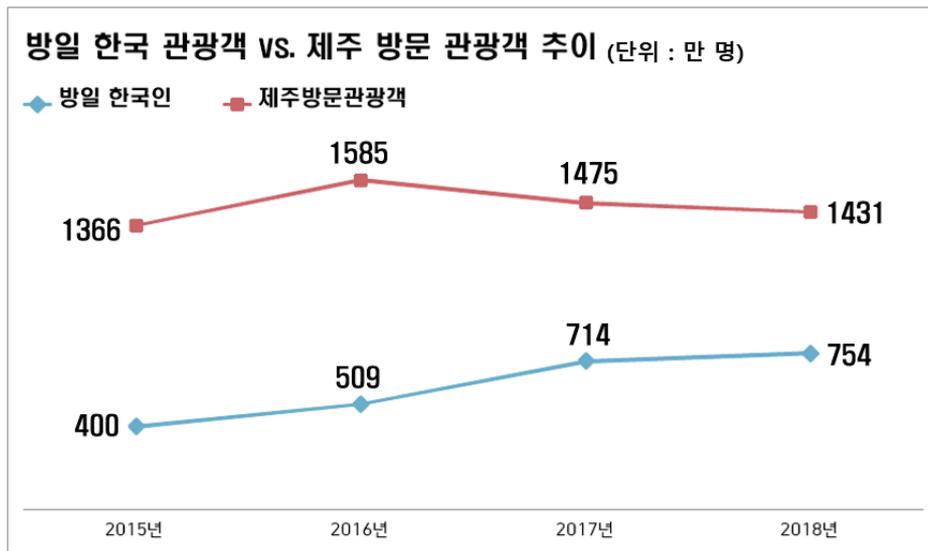
18

한일 간 여행수지 현황



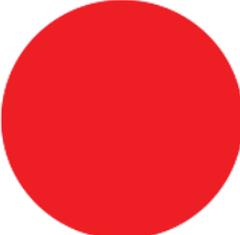
19

내국인 관광수요 제주외면하고 일본으로의 급증



20

2019년 제주방문 관광객 회복 1528만명 (2018년 1432만명)

N 

BOYCOTT JAPAN
'가지 않습니다'
'사지 않습니다'

STOP  **P**
BOYCOTT JAPAN

일제 불매운동에
동참합니다!



21

급증하는 해외여행과 줄어드는 내국인 관광시장

- "제주 갈 돈으로 일본행" "만석" (채널A 뉴스, 2023년 3월1일자 방송)
- "제주도 가느니 일본간다, 일본 여행객수 전년비 20배 증가" (서울 파이낸스 2022년 10월 25일자)
- "특급호텔도 아는데 1박 50만원, 제주가느니 일본간다" "한번 갔다오면 볼 것 없는 바가지 쓰는 이미지" (한경 2022년 10월 25일자)
- "제주도 가느니 동남아...아니 일본간다"(아시아경제 2023년 1월 6일자)
- 2017년과 2018년 제주대신 일본관광을 부추겼던 기사가 해외여행문이 다시 열리면서 23년 오늘날 다시 나타나고 있음
- 일본정부관광국(JNTO)에 따르면 1월 일본을 방문한 한국인 관광객은 약56만명이고 같은 기간 제주를 방문한 내국인 관광객은 약103만명임
- 일본방문 내국인보다 제주방문 내국인 규모가 약 2배 정도이지만 향후 이 간격은 계속 좁혀질 것으로 예상됨

22

너도나도 日 여행, 방문객 3명 중 1명은 한국인... "비싸도 떠날래!"



지난 12월 일본 도쿄의 한 거리. photo 김혜인 기자

요즘 SNS를 들여다보면 심심찮게 '일본여행' 게시물들이 눈에 띈다. 미식의 도시 오사카와 꺼지지 않는 불빛의 도쿄, 눈의 도시 삿포로 등 지역도 가지각색이다. 편도 2시간이면 갈 수 있는 가까운 거리와 대중교통으로 자유여행이 편리한 덕에 일본의 빛장이 열린 뒤로는 잡아왔던 여행 욕구를 분출하는 상황이다. 심지어 항공권이 조금 비싸더라도 일본에 가겠다는 사람들도 늘어나면서 일본 여행수요는 당분간 이어질 것으로 전망된다.

앞서 일본 정부는 작년 6월 외국인의 단체 관광을 허용한 이후 단계적으로 국경을 개방하면서 10월 11일부터 코로나19 확산으로 중단했던 한국 등 세계 68개 국가·지역에 대한 비자 면제 조치를 재개했다.

“틈새여행족이 대세”... 지마켓, 상반기 해외여행 트렌드 분석

짧은 일정으로 다녀오기 좋은 일본·동남아 선호



사진=지마켓

약 3년만에 하늘길이 열리면서 가까운 해외로 틈틈이 떠나려는 일명 '틈새여행족'이 대세로 떠오르는 모양새다.

Google에 의해 종료된 광고입니다.

국내 대표 온라인 마켓플레이스 지마켓이 올해 초(2023/1/2-1/17) 판매된 해외항공권 예약 현황을 분석한 결과, 예약 인원은 전월 대비 84% 증가했고 평일 출발 비중도 50%를 넘겼다.

월요일 출발 비중이 11%, 화요일 12%, 수요일 14%, 목요일 15% 수준이다. 주말(금-일) 출발 비중은 평균 16%로, 주말에 편중되지 않고 시간이 될 때 틈틈이 출발하는 것으로 해석할 수 있다.

연령별로는 MZ세대로 불리는 2030세대 비중이 48%로 가장 많았고 4050세대가 45%, 60대 이상은 6%로 나타났다. 코로나19 발생 이전인 2019년 동기인과 비교하면 20대 비중이 5%포인트 상승하는 등 젊은 연령층의 수요가 증가했다.

비수기와 성수기 구분도 모호해지고 있다. 통상 해외여행 비수기로 알려진 3-4월 출발 비중은 26%로, 2019년과 비교하면 4%포인트 증가했다.

월별 출발 비중도 비교적 고르게 분산되고 있다. 1월이 21%, 2월이 34%, 3월 15%, 4월 11%, 5월 6%, 6월 4%, 7-12월 10%다.

굳이 긴 연휴나 휴가기간이 아니더라도 틈틈이 여행을 즐기려는 이들이 늘어난 것으로 풀이된다. 3월부터 해외항공 노선이 증편되는 등 항공기 공급이 늘어날 전망도 영향을 미친 것으로 보인다.

여행지는 가까운 곳을 선호했다. 짧은 일정으로 가볍게 다녀오기 좋은 일본, 동남아권이 '선호 여행지' TOP10을 차지했다.

1-3위는 오사카, 후쿠오카, 도쿄다. 2019년 동기인과 비교해 오사카 예약 인원은 2배(119%) 증가했고 후쿠오카 114%, 도쿄 53% 늘었다.

"한국보다 싸요"...日 관광객 10명 중 4명은 한국인-아사히



1일 일본 도쿄에서 사람들이 꽃꽃을 배경으로 사진을 찍고 있다. © 포이타+뉴스1 © News1 편집장 기자

일본 정부가 코로나19 질병 등급을 독감 수준으로 낮추고 마스크 규제도 완화한 가운데, 한국인이 전체 관광객의 40%를 차지하는 것으로 나타났다.

지난 2월15일 일본정부관광국(INTO)은 올해 1월 일본을 방문한 외국인 관광객 총 149만7300명 중 37.7%인 56만5200명이 한국인이었다고 발표했다. 2019년 1월 대비 72.5% 회복률을 보였다.

5일 아사히신문에 따르면 최근 일본행 비행기 티켓은 2만 엔(약19만 원) 안팎, 저비용항공사(LCC) 항공편은 만석 행진을 이어가고 있다. 대한항공은 이란 추세를 반영해 3월26일부터 한일 노선을 왕복 16회에서 19회로 늘릴 전망이다.

4. 때로는 공격적 마케팅도 필요 - 비교마케팅

현재 제주관광은 우월한 포지셔닝을 구축하였는가?

- 공격적 마케팅은 시장의 도전자가 시장 선도자와 경쟁할 때 많이 사용하는 마케팅 전략임
- 대표적 방법으로 '비교광고' 혹은 '비교마케팅'을 들 수 있는데 비교 마케팅은 고객의 입장에서 교환관계(Trade-Off)분석을 통해 앞서가는 경쟁자를 따라 잡으려는 전략임 (The Role of Comparison Marketing in the Customer Decision-Making Process, by Brock Kaye. 2017)
- 경쟁자와 자신의 장단점을 객관적 사실에 근거하여 투명하게 비교하여야 하고 다만 고객에게는 상품구매 의사결정과정에서 경쟁자보다 우월한 영향을 끼칠 수 있는 기능적 요소를 강하게 어필해야 함
- 엔데믹 이후 해외여행이 급증하는 현재 시점에서 일본과 동남아 등을 경쟁 관광지로 인식한다면 제주관광은 비교마케팅을 효율적으로 구사할 필요가 있음
- 여행을 준비중인 내국인 입장에서 제주갈까? 일본갈까? 동남아갈까? 의사결정단계에서 영향을 끼칠 수 있는 마케팅 필요
- 왜냐하면 고객은 가격, 기능, 서비스 측면에서 본인에 가장 적합한 상품구매에 대한 확신이 서지 않는 경우가 대부분임. 여행상품이 특히 여기에 해당됨

27

“엔저에 무비자라 가봤는데,,,, 그냥 제주도 같걸”

- 비교마케팅의 대상을 제주와 일본으로 한정하는 경우 두 관광지의 경쟁력을 정확히 분석하는 것이 우선임
- 여행리서치 전문기관 컨슈머인사이트가 조사한 내국인 일본여행 만족도를 보면 코로나 직전인 2019년 경우 1000점 만점에 675점을 기록하였고 동기간 제주의 여행만족도는 1000점만점에 739점을 기록하였음
- 본 조사는 관광지에서 얼마나 만족하였는지, 주변인에게 추천할 의향이 있는지 등을 묻는 관광지 종합만족도를 측정하는 척도임
- 관광비용을 비교하자면, 제주와 오키나와 여행시 5성급호텔이용, 항공가격 그리고 4박5일의 동일 체류 조건을 관광 소요 비용에 대비시키면 오키나와가 제주보다 2배 이상 비싸다는 것을(한국일보 2023년 2월8일자) 알 수 있음.
- 정리하자면 내국인 입장에서 제주방문 만족도가 일본보다 높지만 여행비용은 일본여행이 제주 여행의 2배수준임을 알 수 있음

28

"삿포로 왜 가요?"...MZ세대들 올겨울 '이곳'으로 몰렸다

눈 내린 울산바위의 이국적 풍경
속초 해변 랜드마크 된 '속초아이'
레지던스 늘면서 저렴한 숙소 급증
지난해 1943만명 방문 '역대 최대'



영양호에 비친 울산바위. 독자 제공

"울산바위가 이렇게 멋있는 줄 몰랐어."

인스타 맛집 더 앰브로시아



요즘 SNS에서 가장 핫한 명소 중 하나는 바로 소노펠리체 델피노 10층에 있는 카페 '더 앰브로시아'다. 전면이 통창으로 되어 있어 울산바위를 바로 앞에서 볼 수 있다. 투숙객이 아니더라도 누구나 이용해 카페 문이 열리자마자 자리를 차지하기 위해 '오른란'이 벌어지기도 한다. 4계절이 아름답지만 겨울철 눈이 내린 울산바위는 최고의 절경을 뽐낸다. 시그니처 메뉴는 울산바위 모양의 오렌지 판나코타다.

31

일본관광정부(JNTO)의 한국 관광시장분석

- JNTO가 2022년 작성한 한국관광시장보고서 내용을 보면, 일본은 한국인 입장에서 볼 때 볼거리 부족과 이국적 면모 부족. 지구상에서 한국과 가장 비슷한 나라가 일본 "서울=도쿄, 부산=오사카"
- 일본관광지 포장전략이 우수하지만 막상 현지방문을 하면 실망하는 경우 다수 있음
- 일본 개인상점과 대형 프랜차이즈 일부 카드 결제불가(일본 카드 가맹 수수료 5% 이상, 한국은 1.7%~)
- 일본은 전기를 재물로 간주하고 있어 카페와 공공장소, 교통시설 등에서 스마트폰 충전 불가. 관광객이 함부로 사용하면 절도죄로 간주
- 영어를 포함 외국어가 잘 통하지 않고 'Japanese Only' 간판이 있어 외국인을 배척하는 문제가 있음. "최근 와사비 테러"
- 일본 교통요금(택시, 주차, 고속도로)이 매우 비싸고 지하철의 경우 민간기업이 운영하는 사철과 JR이 운행 중인데 매우 복잡
- 한국관광시장을 공략하기 위해서는 이러한 내용을 개선해야 할 것으로 제안

32

한국인의 획일적인 일본여행

- 일본 여행을 다녀온 한국 관광객의 블로그와 인스타그램 등이 넘쳐나는 지금 일본 여행의 주요 동기가 되고 있음
- 후쿠오카의 경우 후쿠오카 타워, 캐널시티, 니카스 강변, 모모치 해변, 오호리 공원 등에 한국인 관광객이 집중 되어 있는 모습을 볼 수 있음
- 기타 일본내 관광지도 한국인 여행객이 집중적으로 몰리는 장소가 대부분임 이런 관광지는 한국과 비슷하여 새로운 체험을 기대하기 힘들
(‘한국인의 획일적인 일본여행’ 오마이뉴스, 2023년 2월 12일)
- 일본을 방문하는 주요 20개 국가의 여행객 중 가장 지출이 적은 국가는 한국인으로 조사됨
- 2017년 일본 국토교통성 관광청 자료에 의하면 중국 관광객의 경우 1인당 지출비용이 약230만원에 이르지만 한국의 경우 1인당 지출은 약74만원 수준임
(인터비즈, 2017년 11월 24일자)
- 따라서 일본 내에서는 한국 관광객 지출이 경제적 편익 측면에서 크게 도움은 되지 않는다는 인식이 있음

33

日 언론 “한국인들, 일본여행 절대로 안 한다더니...크게 도움도 안 돼”

반일감정 약화 속 ‘비용’, ‘안전’ 등 3대 요인 분석
“한국인 방문 늘어도 일본에 오는 혜택은 제한적”



▲ 일본 오사카의 대표적 관광지인 산세카이 혼도리 상점가. 김태관 기자

지난해 10월 일본의 코로나19 방역 조치 완화 이후 일본을 찾는 한국인 관광객이 폭발적으로 증가하는 가운데 그 배경과 추이에 현지에서 높은 관심을 보이고 있다.

2019년 여름 아베 신조 정권의 반도제 수출규제 등 경제보복 조치로 폭발했던 ‘노 재팬(No Japan)’ 열기가 사그라든 데 대해 일본에서는 낙관론과 신중론이 혼재돼 나타나고 있다. 우익 진영에서는 “그토록 대단했던 반일의 열기는 대체 어디로 간 것이냐”는 빈정거림도 나온다.

뉴스위크 일본판은 24일 ‘방일 한국인 급증...아무리 저렴해도 일본에 가지 않는다는 태도 달라져...그 이유는?’이라는 제목의 기사를 통해 현상을 짚었다.

기사는 지난 15일 일본정부관광국(NTO) 발표를 인용해 올해 1월 일본을 찾은 외국인 149만 7300명 중 56만 5200명이 한국인으로 전체의 38%에 달했다고 전했다. 이는 2위 대만(25만 9300명), 3위 홍콩(15만 9000명)에 비해 2~3배 이상 많은 것이다.



▲ 4일 일본 도쿄의 번화가 아사부사 거리에서 여성 2명이 일본 전통의상을 입고 횡단보도 신호를 기다리고 있다. 도쿄 AP/연합뉴스

34

5. 중국 해외여행 전문연구소(COTRI) 의 23년 예측보고서

35

중국 해외여행 전문연구소(COTRI)의 23년 보고서에 주목하기

- 'Chinese Tourist are Coming Back, Here's What Needs to Change' by Lebawit Lily Girma. Pursuits Travel. 2023. 1: 중국해외여행 전문연구소 (COTRI: China Outbound Tourism Research Institute)의 23년도 중국 해외여행에 대한 분석기사를 게재함
- "중국 해외여행은 코로나 이전과 같지 않을 것입니다. 변했습니다" COTRI의 CEO. Wolfgang Georg Artl.
- COTRI 보고서 주요 내용을 보면 우선, 항공편 재편, 해외 비용상승, 비자처리 병목 등의 이유로 장거리 보다는 단거리 해외여행이 대세 될 것 예상
- MZ세대와 Z세대 중심의 독립적 개별 여행이 대세가 될 것. 단체 패키지 여행은 해외여행 경험이 없는 중국내 소도시에게 어필될 것
- 가처분소득 여유가 있는 2억명의 18세 ~35세 젊은 여성층 시장에 주목할 것
- 해외여행 1순위로 바라는 것은 'local food & local life' 체험
- 북미와 유럽 등지에서 나타나는 반아시아 혐오 현상으로 인해 안전에 매우 민감함
- 비용지출시 가치있는 경험 원하고 친환경 관광에 호감이 매우 강함

36

COTRI 보고서와 제주관광

- COTRI 보고서 내용을 제주관광에 반추해보면 기회적인 요인이 많음
- 현실적으로 단거리 해외여행이 대세가 될 것이라는 부분은 중국 주요 도시와 매우 가까운 제주 입장에서 큰 장점이 될 수 있음
- 중국 여행객이 민감해 하는 안전문제는 코로나 시기를 겪으며 제주에서 한층 더 강화시킨 사안이기 때문에 역시 강점으로 볼 수 있고
- 중국은 친환경 관광에 민감하다고 평하였는데 제주는 탄소중립 등 친환경 부문에서 앞서가고 있고 친환경 관광인프라를 다수 보유하고 있음
- 다만, 중국 여행객 시각에서 보았을때 제주의 local food와 local life가 얼마나 이색적이고 매력적인지는 정확한 진단과 개선이 필요하다고 판단됨
- 중국 1선도시의 가처분소득에 여유있는 개별관광객 집단과 소규모 도시의 패키지 관광객 모두를 성공적으로 유치할 수 있는 전략마련이 요구되고 있음
- 특히, 중국 개별 여행객은 여행후기나 온라인 리뷰에 매우 민감해 씨트립이나 마펑위 같은 온라인 여행 플랫폼 사이트에 주의를 집중할 필요가 있음

37

중국최대 여행정보 공유플랫폼 '마펑위'의 힘

주요 특징

 <p>사용자 1억 3천만명이 넘고 앱다운로드는 5억9000만회에 달하는 여행후기 전문 플랫폼 '마펑위'</p>	 <p>내국인이 블로그를 통해 여행후기를 검색하듯이 중국에서는 마펑위를 통해 관광지와 맛집 그리고 숙박을 검색함</p>	 <p>수많은 후기중 마펑위는 에센스만 골라 '공략집' 을 만들었음. '공략집'에 집중할 필요</p>
---	---	---

밀레니얼 세대의 특징은 타인의 여행후기를 통해 본인 여행계획을 세우는 것임. 여행계획과 실제 여행이 맞아 떨어지면 성취감 느끼고 재방문 욕구를 강하게 갖는다“

38

중국 관광객 수용태세 개선

- 제네바협약으로 인해 중국 여행객은 국제운전면허증이 있어도 제주에서 렌터카를 이용할 수 없음. 중국 개별여행객(2인~8인)의 제주 관광 교통편의를 어떻게 제공할 것인지 매우 중요한 부분임
- 핀란드에서 시작된 'Maas(Mobility as a Service)'는 다양한 교통수단에 대한 검색과 예약 그리고 결제를 통합하는 서비스제공과 이동시간 및 교통비용을 포함한 최적경로의 정보제공을 실시간으로 제공하는 내용을 담고 있고
- 도요타 자동차가 개발한 앱 "my route"를 후쿠오카에서 2019년 도입하였는데 렌터카와 카셰어 그리고 대중교통 업체가 제휴하여 캐시리스 결제앱을 도입한 것으로 (KOTRA 일본무역관 자료) 제주에서 시급히 벤치마킹 필요
- 최근 제주도의 노력으로 제주 무사증 64개국을 대상으로 K-ETA(전자여행허가제) 면제라는 성과를 이루어 냈고 중국도 여기에 포함되어 있음
- 제주 제외한 육지부에서는 여전히 중국 여행객 대상 전자여행허가제가 필요한 상황이기 때문에 중국 여행객에게 제주는 입국 절차상의 접근성에 있어 상대적으로 유리한 입장임

39

중국 야간경제는 소비진작과 경기부양의 '황금열쇠'

- 최근 수년 중국에서는 야간경제가 관광시장을 견인하는 핵심경제로 떠올랐는데 야간 소비가 주간 소비의 3배 정도로 나타나고 있음
 - 중국 야간경제 시장규모는 20년 30조위안, 21년 36조안 그리고 22년에는 40조 위안에 이를 것으로 예상됨
 - 온라인 관광플랫폼 '통칭'에서 발표한 보고서에 따르면 중국 여행자의 80% 이상이 야간관광을 놓칠 수 없는 부분으로 꼽음
 - 90년대생인 주링허우와 2000년대생인 링링허우가 야간경제의 핵심소비자로 떠올랐으며 여성이 남성보다 야간 경제 소비를 더 선호하는 것으로 나타남
- (“코로나 전보다 더 잘나가.....” 야간경제 뭉길래, 중앙일보, 2022년 8월 20일)
- 텐진시는 야간 경제 시범거리를 조성하여 각종 야간 축제를 개최하고 식음료업장의 심야 영업을 밤 늦게까지 운영하도록 유도함. 2019년 야간 소비액은 20억 위안을 넘기며 전년대비 43.3% 늘어남(KOTRA 텐진무역관)
 - 중국 소셜커머스 메이탄에 따르면 노동절 기간동안 22시에서 익일 새벽 05시까지 소비액은 전년대비 197.4% 증가하였는데 소비 주도층은 주링허우와 링링허우 세대였음

40

“코로나 전보다 더 잘나가”...中 야간 경제 뒤흔들라

최근 수년간 ‘야간 경제(夜經濟)’가 점점 대중화되면서 중국 관광 시장을 부양하는 주요 경제로 떠올랐다. 야간 경제는 오후 6시부터 다음날 오전 6시까지 12시간 동안 이루어지는 각종 상업활동을 말한다.

관련 통계에 따르면 중국의 1인당 관광 소비 기여도 중 야간 소비가 주간 소비의 최소 3배인 것으로 집계됐다. 중국 야간 경제 시장 규모는 2020년 30조 위안을 넘어섰고 2021년 36조 위안, 2022년 40조 위안에 이를 것으로 예상된다. 야간 경제는 중국의 도시 기능 전환의 신흥 시공간이자 소비를 진척시키고 경기를 부양하는 ‘황금 열쇠’가 되고 있다.



온라인 관광 예약 플랫폼인 동청(同程)여행에서 발표한 '2022년 여름 야간 여행 보고서'에 따르면 사용자의 80% 이상이 여행지의 야간관광을 여행에서 가장 놓칠 수 없는 부분으로 꼽았다. 길거리 음식, 도시의 야경 명승지 공연 관람, 산책 등의 요소가 사람들이 밤 여행을 선택하는 이유가 되는 것으로 나타났다.

또 야간 관광 인파 선호도를 분석한 결과 ‘주링허우(九零後·1990년대 출생자)’와 ‘링링허우(零零後·2000년대 출생자)’가 야간 여행 소비의 핵심 집단으로 떠올랐으며, 여성이 남성보다 야간 여행을 선호하는 것으로 나타났다.

41

제주, 주간경제와 구별되는 야간경제 도입 고민해야

- 베이징 역시 야간경제발전조치 3.0전을 22년에 발표하며 야간경제 육성에 나서고 있음
- 이처럼 야간경제에 점차 익숙해지는 중국 관광객을 유치하려면 제주 역시 야간경제와 관련된 관광프로그램을 적극적으로 제시할 필요가 있음
- 하지만 중국 온라인에 나타난 제주관광 후기에 따르면 여전히 자연관광이 압도적인 모습을 보여주고 있음
- 제주의 자연관광이 매력적이긴 하나 90년대생인 주링허우와 2000년대생인 링링허우 유치를 위해서는 야간경제 콘텐츠의 보완이 절대적으로 필요한 시점임
- 야간경제 선호는 비단 중국뿐만 아니라 국내외 주요 도시 MZ세대에게 어필하는 핵심 아젠다가 되고 있음

42

OTA 선정 주요 관광지 평점

【 중 화 권 / 씨트립 】



중국 여행객이 주목하는
주요 관광지 12 곳 중
자연 관광지가 대다수
야간관광 매우 취약
문화콘텐츠 1곳 불과

2018년 7월 30일 기준 자료

43

6. 국내외 MZ세대 유치의 핵심 "야간경제 활성화"

44

“야간경제(Night Time Economy) 활성화”는 세계적 흐름

- 야간경제는 심야 시간대도 공식적인 경제활동 영역으로 편입하려는 시도의 결과물임
- 2004년 7월에 실시한 주5일제는 제주관광의 기폭제가 되었는데 비수기가 사라지고 일자리 창출에 큰 기여를 하였다는 평가를 받고 있음
- 야간 경제의 도입은 부가가치 창출과 고용창출에 있어 큰 기회적 요인임
- 야간경제는 야간 시간에 발생하는 여가활동으로서 교통, 인프라, 치안, 거리 위생 그리고 공공서비스를 아우르는 모든 활동과 경험이라고 설명하고 있음
- 야간 경제의 핵심 콘텐츠는 공연과 음악 그리고 박물관과 미술관으로 설명할 수 있는데 뉴욕과 런던은 문화예술 시설의 늦은 시간대까지 개장하고 있고 독일은 ‘Long Night of the Museums’ 슬로건을 가지고 있음
- 런던은 2017년 ‘London Night Time Commission’을 설치하여 문화와 여가 산업을 핵심 산업으로 육성하였는데 이를 통해 약40조원의 부가가치 창출과 72만개의 직접 고용을 창출한 것으로 평가되고 있음
- 암스테르담의 경우 야간활동에 대해 규제보다는 양성화 전략을 가져갔음. 도시외곽에 야간 경제 복합단지를 조성하였고 24시간 라이선스(인증제) 제도를 운영하고 있음

“야간경제(Night Time Economy) 인증제와 공모제”

- 암스테르담은 또한 야간경제를 담당하는 책임자로서 야간시장(Night Mayor) 임명하여 야간시간대 공동체 보호와 경제활성화 임무를 진행하였음
- 영국은 ‘퍼플 플래그’라는 이름의 야간경제 우수도시 인증제를 시행하면서 안전과 위생 그리고 예술문화 명소 육성 그리고 야간시간대 교통 원활화를 꾀하였음. 이미 브리스톨, 뷰리시, 길리포드 등 70개 인증도시를 선정하였음
- ‘퍼플 플래그’ 즉 보라색 깃발이 휘날리는 인증 지역은 심야에 안전과 편의를 보장한다는 의미임
- 국내의 경우 문체부는 ‘야간관광 특화도시’ 라는 공모제를 통해 야간 경제 활성화를 꾀하고 있는데 이미 부산, 대전, 인천, 전주, 진주, 통영, 강릉의 7개 도시가 선정되어 관광 중심의 야간경제 활성화 정책을 진행하고 있음
- 물론 야간경제가 만병통치약은 아님. 밤문화가 갖는 유흥 등의 부정적인 측면이 존재하는 것은 사실임
- 야간 소음과 알코올 소비 등으로 인한 지역주민과의 갈등, 범죄와 마약, 야간 시간근무하는 종사원의 건강문제, 노숙자와 부랑인 증가 우려, 야간경제 활성화에 따른 젠트리피케이션 우려는 수년전부터 야간경제를 추진했던 도시의 해결해야할 과제가 되고 있음(야간경제, 도시의 밤을 깨우다, 정은주, 2018)

뉴욕·홍콩 같은 '불야성' 야간관광 도시 만든다

문체부·관광공사, 야간관광 특화도시 공모...관광객 체류일수 늘려 지역소비 증대 노려



부산 야간관광 콘텐츠, /사진제공=한국관광공사

문화체육관광부는 한국관광공사와 함께 광역기초자치체를 대상으로 다음달 23일까지 '야간관광 특화도시'를 공모한다고 7일 밝혔다. '국제명소형', '성장지원형' 지방자치단체를 한 곳씩 선정해 미국 라스베이거스 처럼 밤 여행이 매력있는 도시로 도약할 수 있게 최대 4년 동안 관광 콘텐츠 개발과 인프라 개선 등을 지원한다.

이번 사업은 관광객이 지역에 하루 더 머무르게 해 지역경제를 활성화하기 위해 올해 처음 추진하는 사업이다. 야간관광 특화도시는 야간시간(저녁 6시~오전 6시)에 즐길 수 있는데다 콘텐츠와 경관 명소가 집약돼 있고, 이동·숙박·식음·치안 등 관광 수용태세를 갖춰 야간 관광활동에 제약이 없는 도시를 일컫는다.

지역경제 활성화를 위한 방안으로 관광이 주목받는 상황에서 야간관광은 관광효과를 대폭 키울 수 있다는 분석이다. 실제로 공사의 '2021 국민여행조사'에 따르면 체류 일수 증대는 지역 내 소비 증대에 직접적인 영향을 미친다. 당일여행은 평균 5만9000원을 지출하지만, 숙박여행의 경우엔 3배가 넘는 평균 19만2000원을 지출하는 것으로 나타났다.

이에 따라 지역 차원에서 야간관광에 큰 관심을 보이고 있지만, 전문성 부족으로 야간조명 등 기반시설 구축에만 집중하거나 축제·공연같은 일회성 행사 위주로 콘텐츠를 마련해 지속가능성이 부족하단 지적을 받고 있다. 또 야간 시설과 콘텐츠, 서비스 간 연계성도 부족해 시너지 효과도 전무한 실정이다. 이에 관광당국이 직접 야간관광 특화 사업으로 도시 브랜드 가치를 높일 수 있게 돕기로 결정했다.



통영시, 대한민국 제1호 야간관광도시 선정 쾌거

중소도시 야간관광 대표주자 우뚝...12억원 국비 지원 야간관광 정책 수립 및 콘텐츠 개발 자문 기본모델 구축



통영시가 문화체육관광부, 한국관광공사에서 주관한 2022년 야간관광 특화도시 공모사업에 최종 선정됐다.

통영시가 문화체육관광부, 한국관광공사에서 주관한 2022년 야간관광 특화도시 공모사업에 최종 선정됐다.

이번 공모사업은 지역체류형 관광을 육성하고 새로운 국가 관광 성장 동력 창출 및 정부 차원의 통합적 야간관광 정책 및 체계 구축을 위해 문화체육관광부와 한국관광공사에서 2022년 처음으로 추진했다.

국제명소형과 성장지원형으로 구분, 전국지자체를 대상으로 공모를 실시, 지난달 24일 서면 심사와 29~31일 현장심사를 통해 국제공모형은 인천시, 성장지원형은 통영시가 선정됐다.

야간관광 특화도시에 부산·대전·강릉·전주·진주 5곳 선정



야간관광 특화도시인 인천의 모습
[문화체육관광부 제공, 재판에 및 DB 금지]

(서울=연합뉴스) 신선미 기자 = 문화체육관광부와 한국관광공사는 올해 공모를 통해 야간관광 특화도시로 5곳을 선정했다고 28일 밝혔다.

국제명소형으로 부산광역시·대전광역시가 선정됐고 성장지원형으로는 강원 강릉시·전북 전주시·경남 진주시가 뽑혔다.

국제명소형은 국제적 수준의 관광인프라를 기반으로 세계적인 야간관광도시로 성장할 잠재력을 가진 곳을 뜻한다. 성장지원형은 차별화된 콘텐츠로 국내 관광객을 유치, 지역 성장을 견인할 지역이다.

이번 선정으로 국내 야간관광 특화도시는 7곳으로 늘었다.

앞서 지난해 인천광역시(국제명소형)와 경남 통영시(성장지원형)가 야간관광 특화도시로 선정됐다.

“제주의 야간경제(Night Time Economy) ” 도전해봤으면...

- 전세계적으로 경제침체가 진행되면서 돌파구의 하나로 야간경제를 활성화 하려는 도시가 늘고 있음
- 제주가 본격적으로 야간경제를 도입하려 할 때 얻을 수 있는 장점은 기존 주요 도시의 야간경제가 보여준 성과와 시행착오를 면밀히 분석하여 이로 인한 성과는 극대화하고 부작용은 최소화 할 수 있는 기회가 존재한다는 것임
- 엔데믹 이후 해외여행 수요가 늘면서 제주방문 관광객 수가 줄어들고 있는데 야간경제를 성공적으로 도입했을 경우 반전의 계기가 될 수도 있음
- 특히, 관광중심의 야간경제에 익숙한 국내외 주요도시 MZ 세대를 유치하기 위해서는 필수적이라 할 수 있음
- 국가경찰과 자치경찰이 있는 제주가 최고의 안전 도시를 꾀하고 지역 주민과의 심층적인 논의를 통해 야간경제로 인한 부작용을 사전에 차단시킬 수 있는 지혜와 역량을 모아 나간다면 야간경제 도입은 도전해 볼만한 가치가 있는 것으로 생각됨
- 주간시간대 관광객에게 최고수준의 웰니스와 힐링 관광 프로그램을 제공하고 있는 제주가 야간시간대 문화예술 중심의 관광 프로그램을 제공할 수 있으면 한단계 품격 높은 관광지가 될 수 있을 것임

“박물관과 미술관 그리고 관광인프라를 야간경제에 활용”

- 제주도는 인구대비 박물관과 미술관 숫자가 가장 많은 지역으로서 문화예술에 대한 인프라가 탄탄한 편임
- 이러한 문화예술 인프라를 야간 시간대에도 개방하여 관광객들의 욕구를 충족시키고 경제 활성화에도 기여하는 공간으로 활용하였으면 함
- 주간시간 햇볕에 비치는 박물관과 심야 조명이 비치는 박물관은 관람객 입장에서 느낌이 다를 것이고
- 햇볕이 비치는 관광지과 심야 조명이 비치는 자연 관광지 역시 느낌이 다를 수 밖에 없음
- 아름다운 카페가 많은 제주에서 낮에 마시는 커피와 밤 풍경을 즐기며 마시는 커피 역시 그 분위기가 다를 것임
- 야간경제에 대해 거부감과 우려가 있을 수 있으나 그 잠재력과 가능성을 믿고 진지한 논의가 시작되었으면 하는 바램이 있음

51

Question and Answer

52

코로나19 엔데믹 시대,
제주관광 경쟁력 강화방안 마련을 위한 세미나

주제발표

데이터로 보는 제주관광 물가 실태와 대응

고선영

책임연구원 / 제주연구원

데이터로 보는
**제주관광 물가
실태와 대응**

2023. 3. 20

제주연구원 고선영

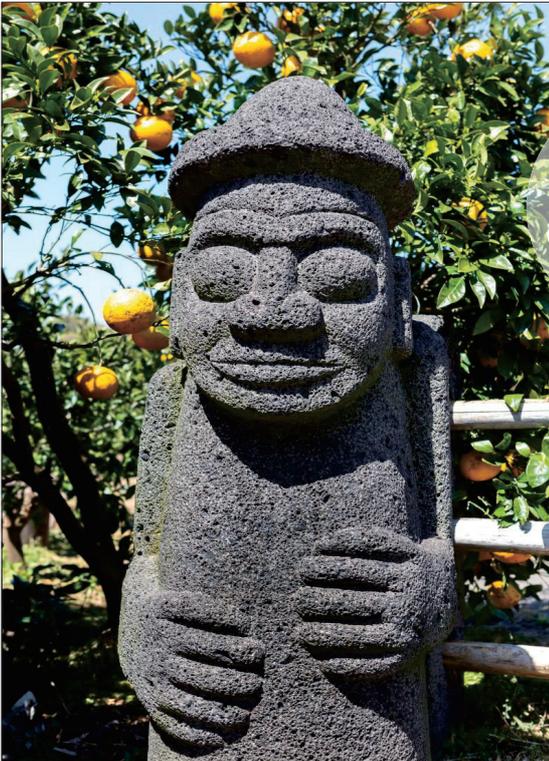


TABLE OF CONTENTS

- 배경 및 목적
- 데이터로 보는 제주관광 물가 실태 비교
- 제주-해외여행 소비 비교
- 제주관광 물가 경쟁력 제고방안

배경 및 목적



배경 및 목적

제주방문 관광객의 제주관광 물가에 대한 인식 실태와 실제 서비스 물가 분석을 통해 제주관광 물가에 대한 현황을 파악하고 고품질 제주관광을 위한 대응 방안 제시



관광서비스 가격에 대한 주관적 만족도를 의미하는 물가만족도 개념으로 접근



제주관광 물가에 대한 빅데이터, 스몰데이터 등 모든 조사 결과 총괄 검토

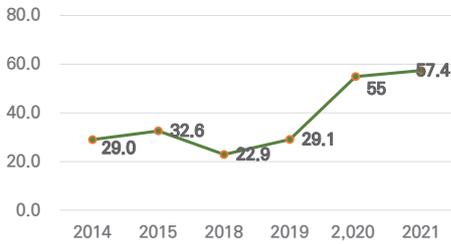


국내 타 경쟁지역과 제주의 관광물가 만족도 비교를 통해 객관적 현황 파악



빅데이터 활용 해외-제주여행 소비지출실태 파악

■ 제주관광 불만족 사유 1위 : 높은 물가



- ▶ 제주방문관광객 실태조사 '제주여행 불만족 사항' → 고물가 29.0%(2014) → 57.4%(2021)
- ▶ 2019년까지 20%대 → 코로나 이후 고물가 불만족 급격히 상승

■ 국내 언론 연일 '제주관광 비싸다'

"다낭 풀빌라보다 비싸다"...천정부지 제주에 '깜짝' [이미경의 인사이드]



▶ 컨슈머인사이트 국내 여름휴가 여행만족도 발표(2022)

- 제주여행 종합만족도 1위
- 전년대비 큰폭 하락 → 물가/상도의 항목 최하위

[그림] 2022년 국내 여름휴가 여행 종합만족도(광역 시·도)

시도	순위	작년 대비	점수(1,000점 만점)	작년대비(점)
제주도	1	-	757	-23
부산시	2	▲1	732	-4
강원도	3	▽1	731	-8
서울시	4	▲3	729	+9
경상북도	5	-	719	-10
경상남도	6	-	719	-4
전라남도	7	▽3	717	-17
전라북도	8	▲1	715	+7
16개 시도 평균				
			698	-4
충청북도	9	▽1	697	-20
울산시	10	▲1	682	-
충청남도	11	▽1	681	+6
경기도	12	▲1	668	+6
대구시	13	▲2	662	+3
인천시	14	-	661	-
광주시	15	▽3	655	-9
대전시	16	-	640	-2

Q. 여름휴가 목적으로 대도시 여행지는 어디입니까?
 Q. 전반적으로 방문 때 '주 여행지에 대해 여행지로서 얼마나 만족하십니까?'
 Q. '주 여행지(유행) 여름휴가 여행지로 다른 사람에게 추천할 의향이 얼마나 있습니까?'
 주 Base: 여름휴가 기간 1박 이상 국내여행자. 사례수는 '22년 18,001명, '21년 18,081명.
 * 출처: 컨슈머인사이트, 2022년 여름휴가만족도 조사

배경 및 목적

■ 관광물가에 대한 접근 : 물가 / 주관적

▶ 가격? 물가?

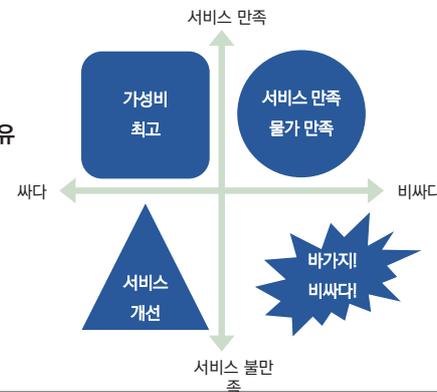
- 가격 : 개별 상품(재화, 서비스)의 화폐가치
- 물가 : 여러 상품의 가격을 종합한 평균개념

→ 개별 품목은 가격의 등락폭과 방향이 달라 종합적 가격수준을 알기 어려움

→ 관광상품 가격에 대한 인식은 개별상품군의 총합/ 평균 개념이므로 **관광물가**로 통칭

▶ 관광물가에 대한 관점 : 만족도

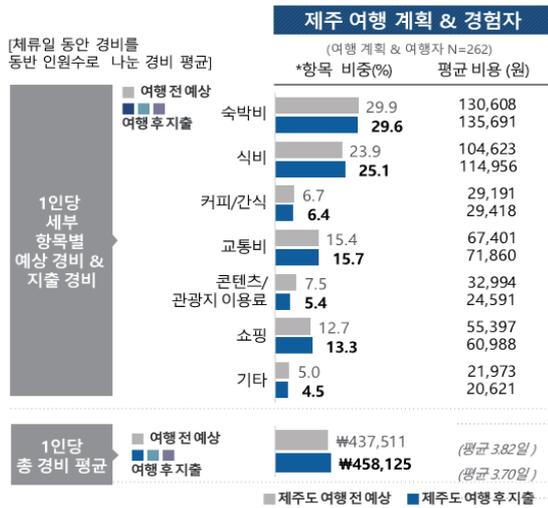
- 관광상품은 동일 상품군이라도 차별화된 품질을 보유
- 관광객마다 상이한 라이프스타일, 가치, 기호 보유
- 가격대비 얼마나 만족시키느냐의 심리적 요소
- 물가대비 주관적 만족도 = 물가만족도



배경 및 목적

데이터로 보는 제주관광물가 실태 비교

■ 여행 전/후 제주관광 예상경비-소요경비 비교



▶ 조사 개요

- 2020. 12월 ~ 2021년 1월
- 여행전: 제주여행을 계획한 성인 남녀 1,000명
- 여행후: 그 중 실제 방문한 성인 남녀 262명

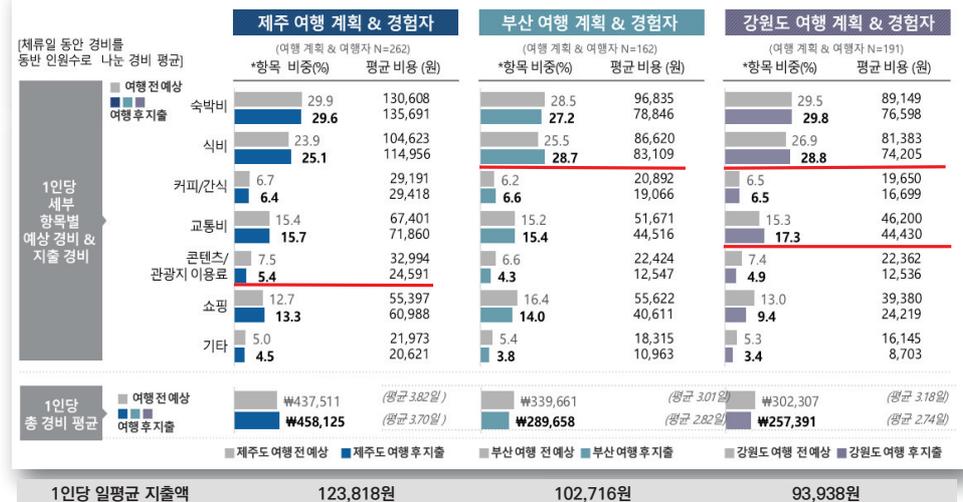
▶ 조사결과

- 전반적으로 예상비용(전) 대비 소요경비(후) 차이가 크지 않음
- 숙박비 > 식비 > 교통비 순으로 지출
- 식비는 예상대비 초과, 콘텐츠/관광지 이용료 감소
- 숙박비 비중 30%, 식비 비중 25%로 전체 지출비용의 50% 이상 차지
- 지출비용: (전) 43만원 → (후) 45만원
- 체류일수: (전) 3.82일 → (후) 3.70일

출처: 제주방문관광객 실태조사: 제주관광물가조사(제주관광공사, 2020)

데이터로 보는 제주관광물가 실태 비교

■ 국내 주요 관광지역과 여행전후 소요경비 비교



출처: 제주방문관광객 실태조사: 제주관광물가조사(제주관광공사, 2020)

- 여행전후 세부 항목별 경비 비중 지역별 큰차이 없음
- 평균체류일수 제주 > 강원 > 부산 순
- 1인당 일평균 지출액 제주 > 부산 > 강원 순

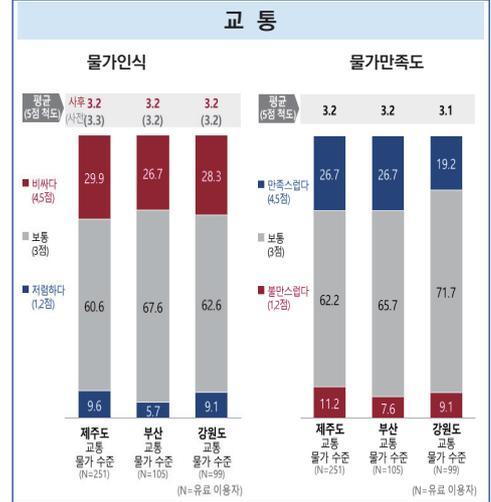
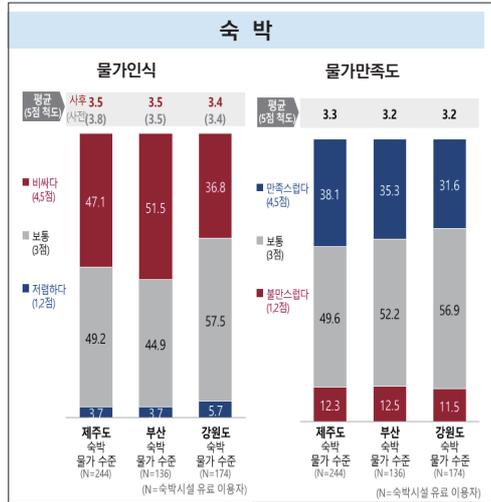
- 항목별 비중 기준
- 제주는 콘텐츠/관광지이용료, 부산은 식비, 강원 식비, 교통비 비중이 상대적으로 높음

데이터로 보는 제주관광물가 실태 비교

■ 세부항목별 물가 만족도 : 숙박, 교통

- 부산지역 숙박 '비싸다' 인식 비중이 가장 큼
부산(51.5) > 제주(47.1) > 강원(36.8)
- 제주지역 숙박 물가만족도 가장 높음
제주(38.1) > 부산(35.3) > 강원(31.6)

- 제주지역 교통 '비싸다' 인식 비중이 가장 큼
제주(29.9) > 강원(28.3) > 부산(26.7)
- 제주, 부산지역 교통 물가만족도 높음
제주, 부산(26.7) > 강원(19.2)



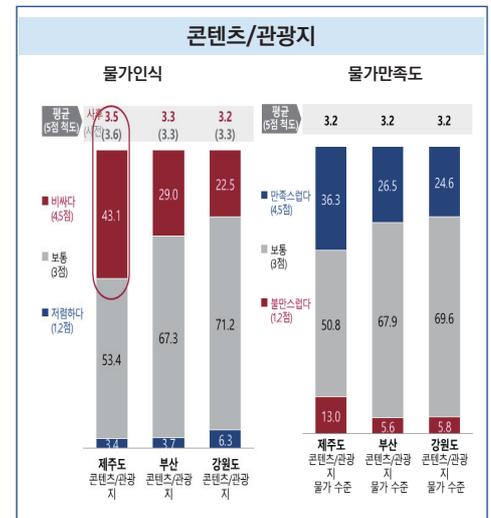
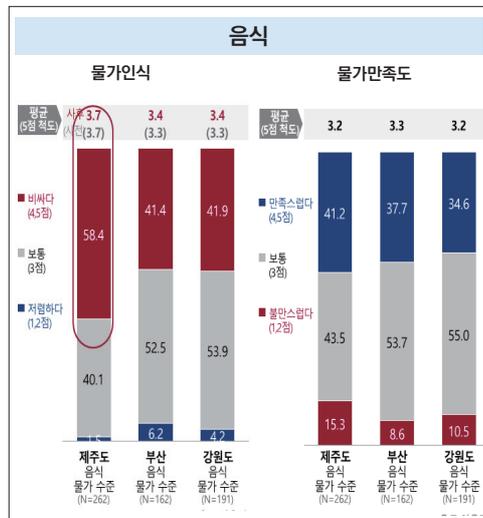
출처 : 제주방문관광객 실태조사: 제주관광물가조사(제주관광공사, 2020)

데이터로 보는 제주관광물가 실태 비교

■ 세부항목별 물가 만족도 : 제주 음식, 콘텐츠/관광지

- 제주지역 음식 '비싸다' 인식 비중이 가장 큼
제주(58.4) > 부산(41.4) > 강원(41.9)
- 제주지역 음식 물가만족도 가장 높음
제주(41.2) > 부산(37.7) > 강원(34.6)

- 제주지역 콘텐츠/관광지 '비싸다' 인식 비중이 가장 큼
제주(43.1) > 부산(29.0) > 강원(22.5)
- 제주지역 콘텐츠/관광지 물가만족도 가장 높음
제주(36.3) > 부산(26.5) > 강원(24.6)

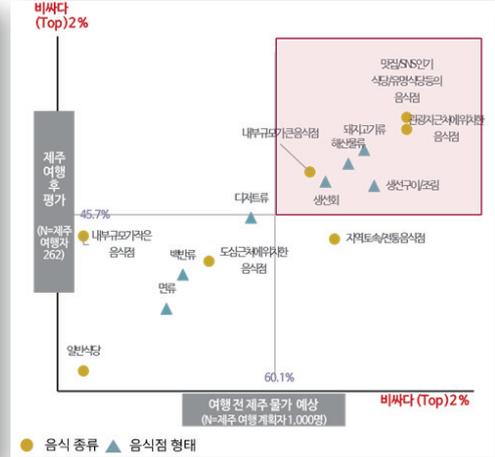
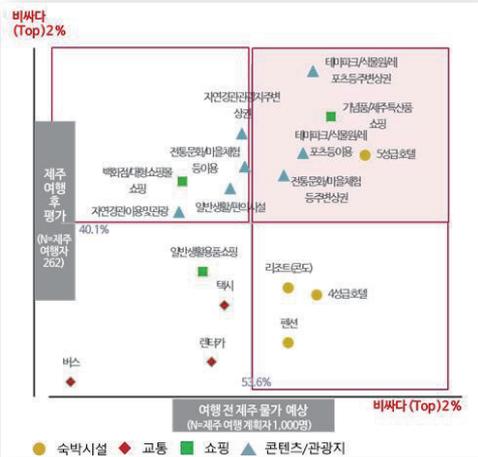


출처 : 제주방문관광객 실태조사: 제주관광물가조사(제주관광공사, 2020)

데이터로 보는 제주관광물가 실태 비교

■ 제주관광 여행전후 물가인식

- 여행 전후 제주도에서 모두 비싸다 평가를 받는 항목에 대한 세밀한 조사와 분석 필요
- 전반적으로 유명 관광지 주변상권이 여행 전후 모두 비싸다고 인식
- 전반적으로 여행 전 비싸다는 선입견이 존재하는 항목은 숙박(6성급 호텔 제외)
- 대중교통 물가(택시, 버스)는 여행전후 모두 저렴하게 인식. 단, 렌터카 물가 역시 저렴하다고 인식하고 있으나 요금탄력성이 큰 상품으로서 조사시기(겨울철)의 영향으로 보임
- 음식은 전반적으로 여행전후 모두 비싸게 인식. 유명음식점, 관광지 인근 음식점, 해산물류와 돼지고기가 특히 비싸게 인식



출처 : 제주 방문관광객 실태조사: 제주관광물가조사(제주관광공사, 2020)

■ 렌터카 물가불만 현황

- 제주관광 항목 중 가격탄력성이 가장 큰 항목
→ 렌터카, 골프 등
⇒ 관광객의 렌터카 물가불만 해소
- 제주 자동차대여사업 등록업체 총 113개 업체, 29,793대('22. 12월 현재)
- 저렴한 가격에도 바가지 오명

■ 제주렌터카 대여요금 공시가격 운영(2019년 기준)

구분	A사	B사	C사	D사	...
경차	71,500	98,000	85,000	101,333	...
소형	90,000	108,000	98,000	108,000	...
중형	159,286	160,000	148,000	160,000	...
대형	250,000	252,000	285,000	252,000	...
.....					...

- 경차부터 수입차까지 차종별 공시가격 운영
- 실제로는 공시가격 이하 범위에서 요금 책정

저렴한 제주 렌터카 찾기

여행레저 : 최승표의 여행의 기술

비수기 하루 5000원 하더니... 요즘 제주 렌터카 사흘 50만원

중앙일보 | 입력 2021.07.22 05:00 업데이트 2021.07.22 19:44

최승표 기자

구독

최승표의 여행의 기술 >

구독

데이터로 보는 제주관광물가 실태 비교

데이터로 보는 제주관광물가 실태 비교

■ 렌터카 대여요금 공시가격과 실제가격 차이

- 차종별 고시된 대여요금이 있지만 실질적 대여요금은 비성수기 5% ~ 50% / 성수기에는 60% 수준
- 비수기-성수기 요금 차이
 - 상대적으로 가격이 높은 성수기 관광객 불만 제기
- 렌터카 운영사업이 장기간동안 과당경쟁 지속
 - 차량 정비 불량, 서비스 만족도 하락 원인
 - 업체 재무상태 악화로 신규 투자 수동적, 노후차 증가

여행레저 : 최승표의 여행의 기술

비수기 하루 5000원 하더니... 요즘 제주 렌터카 사흘 50만원

증명일부 | 입력 2021.07.22 05:00 업데이트 2021.07.22 19:44

최승표 기자 [구독](#)

[최승표의 여행의 기술 >](#) [구독](#)

■ 차종별 적정요금 산정 노력

- 원가산출과 차량가액 반영 적정요금 산출 : 렌터카 수급조절에 따른 요금안정화방안 연구용역(2019)
 - 최저/최고요금 범위를 합리적 수준에서 산출하여 업체간 과당경쟁 방지 자정노력
 - **현실 요금은 최저요금 대비 50% 이하, 최대요금 대비 2배 이상가임**
 - ⇒ **할인금액에 대한 높은 기대가 성수기 요금체계에 대한 불만으로 표출**
 - 공정거래위원회 정상적인 시장기능 왜곡 및 담합 우려 의견 / 제주특별법상 자동차대여사업 수급조절위원회의 요금조절 기능 부재 → 제도적 조정 한계
- ⇒ 과도한 할인경쟁이 오히려 '성수기 바가지' '업체 재무상태 악화' '서비스 질 하락'으로 이어짐

이 댓글만 3000개 “제주도 렌터카 불쾌하고 불안하다”

증명일부 | 입력 2019.07.12 01:00 업데이트 2019.09.19 13:33

자면보기 ①

손민호 기자 [구독](#)

구분	제주도				적정요금(안)		서울시		부산시	
	원가산정		차량가액반영		최저금액	최고금액	최저금액	최고금액	최저금액	최고금액
	최저	최고	최저	최고						
경형	28,000	34,000	23,000	43,000	23,000	43,000	40,000	60,000	45,000	60,000
소형	27,000	34,000	25,000	48,000	27,000	48,000	40,000	60,000	40,000	60,000
중형	34,000	43,000	21,000	71,000	34,000	71,000	50,000	90,000	55,000	100,000
대형	63,000	76,000	54,000	111,000	54,000	110,000	70,000	130,000	80,000	150,000
특대형	98,000	121,000	82,000	211,000	82,000	211,000	130,000	250,000	140,000	300,000

출처 : 렌터카 수급조절에 따른 요금안정화 방안 연구용역(2019)

■ 제주-해외 관광비용 차이(1) : “제주여행 비용으로 동남아 간다??”

- 국내-해외 관광객 소비액 비교(2016, 컨슈머인사이트)
 - 동일 조건 평균 지출비용 조사 : 3박4일 일정 / 아시아(일본, 중국, 동남아시아)
 - 1인당 1박 소비비용 : 제주 10.6만원 / 동남아 22.3만원
 - 해외여행 경비 제주여행 대비 2배 이상 차이

1인당 평균비용	해외여행 (N=1,951)	국내여행 (N=1,263)	해외/국내
• 총비용	• 93.1만원	• 28.9만원(국내)	• 3.2 배
• 1인당 비용	• 23.3만원	• 10.6만원(제주)	• 2.9배(제주)
• 개별여행	• 21.2만원 • 일본 20.5만원 • 동남아 22.3만원		
• 단체패키지	• 27.0만원 • 일본 28.7만원 • 동남아 24.6만원		

제주-해외 관광소비 비교

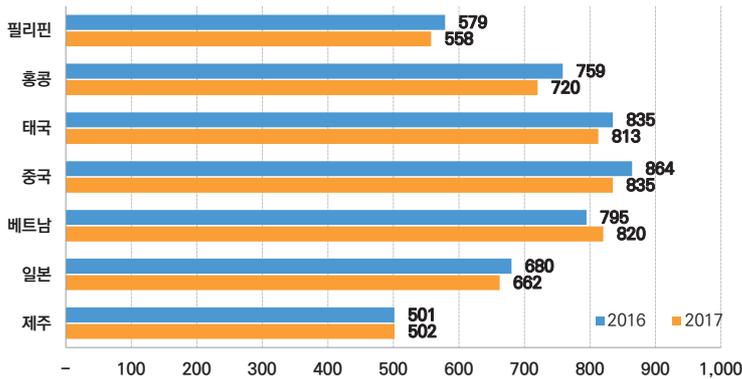
제주-해외 관광소비 비교

■ 제주-해외 관광비용 차이(II) : “제주여행 비용으로 동남아 간다??”

➢ '16-'17년 내국인 신용카드 데이터 분석

▪ 제주와 해외여행 모두를 동시에 경험한 관광객 대상 현지 결제금액

- 1인당 카드이용금액은 제주가 50.2만원으로 가장 낮음
- 해외는 태국·중국·베트남(80.0만원 이상) > 홍콩(72.0만원) > 일본(66.2만원) > 필리핀(55.8만원) 順
- 해외 여행의 경우, 항공+숙박+관광지입장료+교통권 등 국내 사전결제, 현지 결제는 추가비용
- 해외는 현금이용 비율이 높음을 고려할 때 그 차이는 현저히 커질 것으로 판단



출처 : 제주관광공사, 2018. 한국인의 제주와 해외관광지 소비 분석

제주관광물가 경쟁력 제고 방안

요약

가격대비 만족도 관점에서 제주관광물가는 항목별로 비싸다는 인식, 물가만족도는 높게 나타남

국내 주요관광 지역과의 비교결과, 고물가 인식은 비슷한 수준, 물가만족도는 가장 높게 나타남

제주관광 고물가, 바가지요금 평가가 높은 항목은 렌터카, 골프 등 가격탄력성이 높은 항목에서 발생

비수기 할인경쟁이 오히려 정상요금에 대한 가격불만, 업체 재무상태 악화, 서비스 질 하락 등으로 악순환

제주-해외여행 비용 실태분석 결과, 해외(아시아권) 여행은 제주여행 대비 약 3배 비용 소요

제주관광물가 경쟁력 제고 방안

여행객이 하루에 사용하는
여행물가지수 평균 **₩14,379**(서울·부산)



익스피디아 여행물가지수(2017)
세계 주요도시별 일평균 여행지출비용 비교

제주 관광물가 정책의 방향 : **철저한 품질전략**
관광객이 충분히 지불할 의향이 있는 고품질 서비스 제공
“**제 값 받는 고품질 제주관광**”

**새로운
제주관광 품질인증
제도 도입**

가격을 낮추고자 추진했던
착한 가격업소 제도는 가격
기준만으로 선정하고 인센
티브가 크지 않아 활성화되
지 않음

→ 가격+서비스 만족도
평가체계 마련
제주관광품질인증제도
현실적 인센티브

**제주
관광물가지수
개발**

- 관광물가지수 개발(2016)
한국은행 제주본부

- 제주-국내-해외 비교가능한
제주관광물가지수 개발
- 종합적이고 객관적인 물가지수준 측정
- 관광객과 업계에 객관적인
정보 제공
- 세부업종별 관광물가
모니터링을 통한
정책수립 근거 마련

**적극적
평판관리**

- 부정적 언론보도
팩트 중심 적극
대응
- 주요 여행 정보
획득 채널을 통해
적극적인 인식
개선 활동

**차별화된 서비스
적극적
설명과 홍보**

→ (업계) 상품만의 차별성
적극 설명/홍보

Thank you

