

『더 나은·더 행복한 제주』를 위한
실용적 정책 연구기관

제55회 제주미래포럼 중국관광시장 재개 대비 관광수용태세 점검과 대응

일시 2023. 4. 26 (수) 장소 제주연구원 윗세오름



제55회 제주미래포럼

중국관광시장 재개 대비 관광수용태세 점검과 대응

▶ 세부 프로그램

구 분	시 간	내 용	
등 록	13:30~14:00 (30분)	-	
개 회 식	14:00~14:20 (20분)	개회사 : 양덕순 제주연구원 원장 환영사 : 강인철 제주특별자치도관광협회 회장 직무대행	
주제발표 1	14:20~14:35	중국 관광객 유치 확대를 위한 대응방안 이현진 한국관광공사 국제마케팅실 중국팀장	
주제발표 2	14:35~14:50	중국시장 개방에 따른 제주의 대응 현황과 방안 양필수 제주관광공사 관광산업혁신그룹장	
	14:50~15:00	Break	
토론	15:00~16:10 (70분)	좌장	신왕근 제주관광대학교 호텔관광과 교수
		토론자	양영식 제주특별자치도의회 의원
			이 철 주식회사 뽀놀자 이사
			박재아 태평양관광기구 한국지사장
			송상섭 제주관광학회 회장
			양승열 제주특별자치도 관광정책과장
			이상묵 제주대학교 관광경영학과 교수
			고선영 제주연구원 부연구위원
자유토론	16:10~16:30 (20분)	관광업계 자유 토론	
폐 회	16:30	마무리	

개 회 사

안녕하십니까, 제주연구원장 양덕순입니다.

오늘 우리 연구원과 제주도관광협회가 공동으로 “중국관광시장 재개 대비 관광수용태세 점검과 대응”의 주제로 제주미래포럼을 개최하게 됨을 기쁘게 생각하면서 공동 개최를 허락해 주신 제주특별자치도관광협회 강인철 회장 직무대행님께 감사드립니다.

지난 코로나19 시기에 세계의 관광업계는 유례없는 침체를 겪었습니다. 하지만 코로나의 종결로 이제 세계는 과거의 일상생활로 속속 복귀하고 있으며 관광업계 역시 빠른 회복세를 보이고 있습니다. 국가별 여행제한 조치 해제, 해외 직항노선 개설, 국제 크루즈 운항 재개 등 국제관광 시장은 빠르게 열리고 있으며 지방정부를 비롯한 각국 정부는 이의 주도권을 잡기 위한 치밀한 전략을 수립 중에 있습니다.

우리와 인접해 있는 중국은 제주의 가장 큰 국제관광시장입니다. 다 아시는 바와 같이 중국의 개별관광시장은 지난 3월 16일을 기점으로 재개되었고 단체관광에 대해서도 9월경에 허용될 것으로 예측되고 있습니다. 따라서 우리는 지금부터 이에 대한 철저한 준비를 해야 합니다. 기존의 면세쇼핑 위주의 관광, 텃밭관광 등의 고질적인 문제를 해결하면서 중국시장의 새로운 관광트렌드를 감안한 중국관광객 수용태세 모색이 필요한 때입니다.

이에 중국 관광시장 재개에 앞서 중국 관광객 수용에 대한 제주의 현주소를 엄격히 진단하고 선제적 대응방안을 함께 고민하는 자리를 마련하게 되었으며 이를 통해 제주관광이 한 단계 성장 발전하는 계기가 되기를 기대하고 있습니다.

특히 오늘은 제주관광과 관련된 다양한 분야에서 활동하고 계시는 전문가님들이 참여하고 있습니다. 주제발표를 해주시는 한국관광공사의 이현진 팀장님, 제주관광공사의 양필수 그룹장님, 토론 좌장이신 제주관광대학교 신왕근 교수님, 토론자인 제주특별자치도의회 문화관광체육위원회 양영식 의원님, ㈜뛰놀자여행사 이 철 이사님, 태평양관광기구 박재아 한국지사장님, 제주관광학회 송상섭 학회장님, 제주특별자치도 양승열 관광정책과장님, 제주대학교 이상묵 교수님, 제주연구원 고선영 부연구위원님께 감사의 말씀을 드립니다.

아무쪼록 심도 있는 발제와 토론을 통해 늘 준비된 제주관광, 다양함이 존재하는 제주관광, 제주발전을 선도하는 제주관광을 그릴 수 있는 시간이기를 기대합니다.

감사합니다.

2022년 4월 26일

제주연구원장 양 덕 순

환영사

안녕하십니까. 제주특별자치도관광협회 강인철 회장 직무대행입니다.

먼저, 중국 관광시장 대응책 마련을 위해 제주연구원과 협회가 함께하는 「제55회 제주미래포럼」에 참석해 주신 여러분께 환영과 감사의 말씀을 드립니다.

그리고 바쁘신 일정에도 좌장과 패널로 참여해주신 여러분께 감사 말씀을 전합니다.

지난 2019년 제주에 입도한 중국 관광객은 전체 외국인 관광객의 62.5%인 107만 9천명에 이릅니다. 코로나와 국제정세 등 상황이 계속 변화하고 있지만, 중국은 제주 관광에서 가장 크고 중요한 해외 관광시장입니다.

현재 우리는 중국의 한국 단체관광 허용과, 이를 기반으로 직항노선 확충을 통해 제주관광이 다시금 활성화되기를 기다리고 있습니다.

또한 도내의 지역업체 및 국내 항공사의 중국 시장 저변확대와 과거에 문제가 되었던 저가 관광 개선 등, 지역과 상생하는 건전한 여행산업 문화가 자리잡을 수 있도록 모두의 노력이 필요한 때입니다.

이런 중요한 시기에 오늘 포럼은 앞으로 중국 관광시장을 어떻게 수용하고 대응할 것인가를 고민하고 준비할 수 있는 의미있는 자리가 되리라 생각합니다.

이번 포럼을 통해 중국 관광시장의 확대와 지역 상생 및 발전을 모색할 수 있는 다양한 방안들이 도출되기를 기대합니다. 저희 협회에서도 오늘의 고견을 적극적으로 사업에 반영하고 추진할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

포럼을 준비해주신 제주연구원 양덕순 원장님을 비롯한 관계자 여러분께 감사의 말씀을 드리며, 유익하고 발전적인 시간이 되길 바랍니다.

감사합니다.

2022년 4월 26일

제주특별자치도관광협회장 **강인철**

제55회 제주미래포럼
중국관광시장 재개 대비
관광수용태세 점검과 대응

주제발표 1

중국 관광객 유치 확대를 위한 대응방안

이현진

한국관광공사 국제마케팅실 중국팀장

중국 관광객 유치 확대를 위한 대응방안

2023. 4. 26

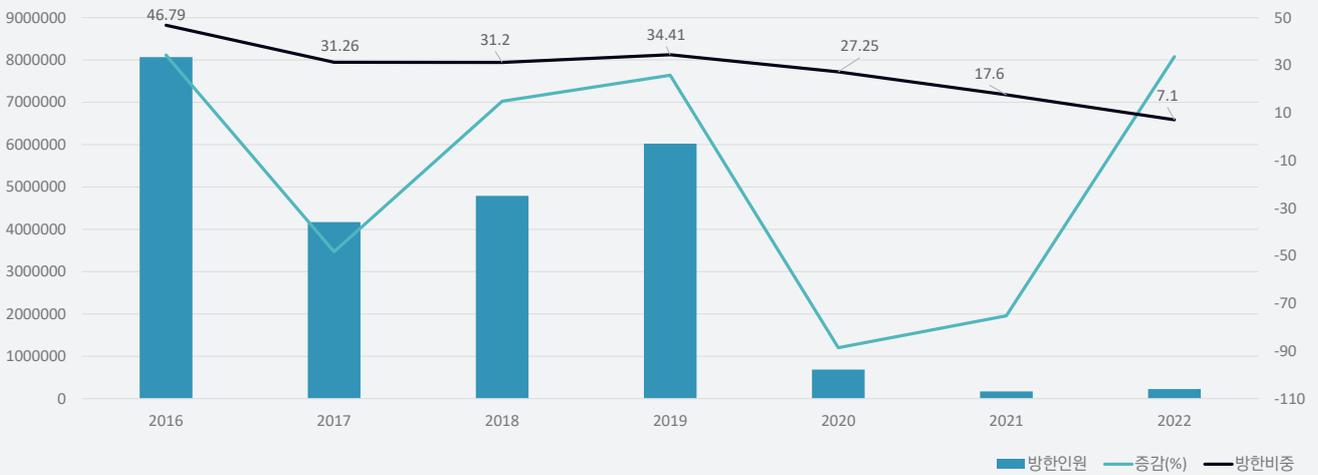


1. 중국관광객 방한 규모 및 추이

〈2015-2023.2월 중국인 방한 추이〉

(출처 : 한국관광통계)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023.1-2월
중국	인원(명)	8,067,222	4,169,353	4,789,512	6,023,021	686,430	170,215	227,358
	증감(%)	34.8%	-48.3%	14.9%	25.8%	-88.6%	-75.2%	33.6%
중국/전체 입국객 비중	46.79%	31.26%	31.20%	34.41%	27.25%	17.60%	7.11%	7.8%



2. 중국 관광객 유치 전략

가. 중국 국제관광 개방 경과

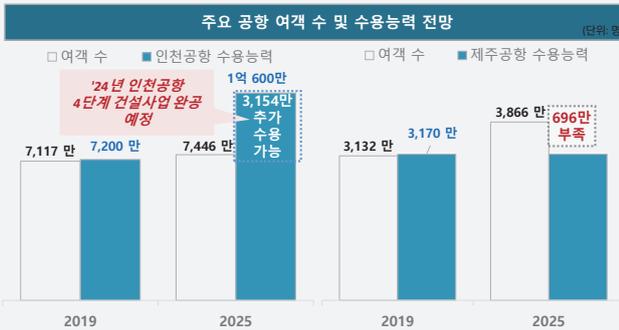
- (2022.11.10) 코로나19 방역 조치 완화 시행 (해외 입국자 격리 기간 단축 5+3 등)
 - (2022.12.2) 공공장소 진입 의무 핵산검사 철폐 등 방역 완화 발표
 - (2022.12.7) 중국식 워드코로나 전환, <신방역 최적화 10개 조치> 발표 (핵산검사 범위/빈도 감소 및 최소화, 자가격리 허용 등)
 - (2022.12.12~) 확진자 통계 집계 중단, 행정추척 코드 사용 중단
 - (2022.12.26) **중국, 코로나19 유행 감염병 관리로 조정 발표('23.1.8부 시행)**
 - (2023.1.20) **중국, 2월 6일부 자국민 해외 단체관광 시범 재개 국가 발표(1차)**
 - 태국, 인도네시아, 필리핀, 싱가포르 등 20개국 (한국·미국·일본 제외) 대상 단체관광 및 에어텔 상품 재개
 - 한-중간 항공편 증편 합의(3.3~), 항공편 공급 회복 추세 (한-중 노선 코로나19 前 주 1,100여 회 운항*/한국 국제선 운항의 24% 차지)
 - * (2월말) 62회 → (3월2주) 80여회 → (3월4주) 110여회 → (3월 5주) 200회 이상
 - 인천-베이징, 상하이, 칭다오, 제주-상하이 등 주요 노선 중심 증편, 국적항공사(FSC) 19년 대비 항공 회복율 40~50%전망
 - ** (항공 협정상 운수권) 한-중 양국 각 주 608회, 산동성 및 하이난 성은 자유화 지역.
 - (2023.3.10) **중국, 3월 15일부 자국민 해외 단체관광 시범 재개 국가 2차 발표**
 - 베트남, 몽골, 이란, 요르단, 이탈리아, 덴마크, 포르투갈, 브라질, 칠레 등 40개국 (한국·미국·일본 제외) 대상 단체관광 및 에어텔 상품 재개
- 한국, 중국발 입국객 대상 비자 발급 재개(2.11~) 및 입국후 PCR 검사 폐지(3.1~), 입국전 PCR 검사 종료(3.11~)
 • 중국 현지 여행업체, 2023년 노동절 전후 해외여행 수요 본격화, 하계휴가 및 방학기간 해외여행이 피크를 맞이할 것으로 기대

2. 중국 관광객 유치 전략

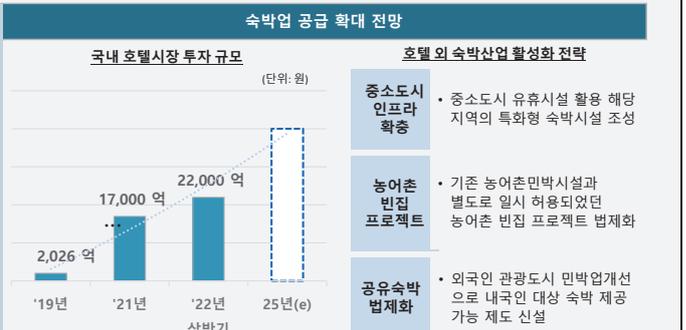
(출처: 한국관광공사 2023-2027 중장기 인바운드마케팅 전략 수립 재구성)

나. 코로나19 기간 국내 환경 변화

- (숙박) ▲호텔, 22년 국내 호캉스 수요 증가 및 한류 영향으로 외래객 유치 잠재력 상승, 호텔 공급 확대 전망
 - ▲중소 숙박시설, 기존시설 활용 숙박업 신설 및 공유 숙박 법제화 등을 통한 공급 확대 전망
- (항공) ▲인천공항, '24년 3,154만명 추가 수용 가능, ▲제주공항, 25년 약 696만명 여객 수용력 초과 예측



(인천공항) 4단계 건설사업 '24년 완공 시(예정) 3,154만 명을 추가 수용 가능. 인프라 확대에 따른 항공사 추가 취항 등으로 공급력도 확대될 것으로 예측
 (제주공항) '19년 항공기 지연운항 비중이 14%에 육박하는 등 활주로 수용능력의 한계. 높은 수요 회복세로 인해 '25년에는 약 696만 명 여객 수용력을 초과할 것으로 예측. 인프라 확장 시급



(호텔산업) '21년 서울 유명호텔의 매각, 용도변경 및 재개발을 위한 투자액 급증, '22년 호캉스 국내 수요 증가 및 한류 영향으로 높은 외래객 유치 잠재력을 가지면서 메리어트 등 호텔 신설 투자로 공급이 확대될 전망이다
 (호텔 외 중소 숙박시설) 기존 시설 활용 숙박업 신설 및 공유숙박 법제화를 통해 공급 확대 예정이나, 품질인증 숙박업체 확대 및 중소숙박업 지원 등 근본적 해결책이 필요할 것으로 보임

(자료 출처: 제 6차 공항개발 종합계획(2021, 국토부) 및 보도자료, 2022-2023 한국 호텔 투자 시장 전망(JLL), 서비스산업 코로나19 대응 및 발전전략('21.03, 기획재정부)) (2023-2027 중장기 인바운드마케팅전략수립 재인용)

2. 중국 관광객 유치 전략

(출처: 한국관광공사 2023-2027 중장기 인바운드마케팅 전략 수립 재구성)

다. 중국 관광객 유치 환경 분석

관점	영향요인	기회(O)	위협(T)
사회문화적 환경	레저스포츠/액티비티/캠핑 등 건강, 여가 활동 관련 수요 증가 추세	●	
	중국의 지속적인 경제성장에 따른 소득수준 및 소비규모 증대	●	
	(코로나기간) 비대면 가속화 및 모바일/플랫폼 활용 대중화	●	
	지인간 소규모(10명 미만) 개별 맞춤형, 체험형 상품 선호도 증가	●	
	다자녀 가족 정책 확대에 따라 가족여행시장 성장가능성 증대	●	
	고령화 사회 진입에 따른 실버시장 확대	●	
정치/지정학적 환경	중국 영향력 확대 및 미-중 패권주의 갈등 본격화로 인한 한국의 지정학적 위기 요인 증가		●
	한한령 이후 K콘텐츠 노출 급감 및 애국주의(귀차오)로 인한 호감도 감소 추세		●
	한-중 교류 중단 장기화 및 험한-협중 기조 형성으로 갈등 양상 확대		●
산업구조적 환경	중국 국내여행 시장 확대 및 인프라 확충에 따른 인프라바운드 경쟁력 증가		●
	여행상품 공급채널/정보 범람, 소비자 주도 시장으로 급전환		●
	중국 자체 독립적 온라인 생태계에 따라 글로벌 채널(구글, 유튜브 등) 도달 한계		●

가족/지인 단위 소규모 여행, SIT 체험형 및 실버관광 활성화 기대. 단, 중국관광객의 정치 자원화 현상 등 불확실성 심화

2. 중국 관광객 유치 전략

(출처: 한국관광공사 2023-2027 중장기 인바운드마케팅 전략 수립 재구성)

다. 중국 관광객 유치 환경 분석

관점	영향요인	강점(S)	약점(W)
가격경쟁력	중국 국내여행 대비 편리하고 합리적 가격대의 해외여행 가능	●	
브랜드 인지/선호도	(상대적으로) 한국의 위상이 높은 e스포츠, 골프 등의 SIT 상품 관심 증가	●	
	K-드라마, 영화 등을 통해 한국형 스타일에 대한 선호도 증가	●	
	중국 주력 소비층인 20-30대 여성과 주요 방한 소비층과의 동조화	●	
관광 콘텐츠 및 상품	우리 정부의 중국인 방한 비자 간소화 정책 지속(복수비자 간소화 등)	●	
	중국 지방 공항/항만 인프라 조성으로 전세기, 페리/크루즈 등 회복 가능성 증대	●	
	코로나19 계기 험한-협중 확산 등 유커에 대한 현대 분위기 급랭		●
	제주, 부산 외 지방관광의 접근성 및 콘텐츠 부족		●
정책/인프라	플랫폼내 최신 한국 관광 콘텐츠 확충 및 업데이트 필요		●
	중국 송객 여행사 우위로 국내 접객 여행사와의 불평등 구조 심화		●
	국내 여행업계 인력 이탈 및 유실로 시장 재개 대비 부족		●

중국에서의 방한 시장은 합리적 가격으로 트렌디한 한류 문화를 즐길 수 있는데 강점이 있지만, 중국과 국내 여행사 간의 불평등 구조 개선과 험한-협중 분위기 극복에 대한 과제가 존재함

2. 중국 관광객 유치 전략

(출처: 한국관광공사 2023-2027 중장기 인바운드마케팅 전략 수립 재구성)

다. 중국 관광객 유치 환경 분석

	기회요인(O)	위험요인(T)
강점(S)	SO1. MZ 세대 주력 방한시장 타깃 확대 SO2. 상대적 우위 e스포츠, 골프 등 특화관광 확대 SO3. 중국 지역별 선호 반영 지방관광 테마상품 확대 SO4. 복수비자 간소화 대상 지역 집중 홍보 강화 SO5. 재방문을 제고를 위한 상품 다각화	ST1. 스포츠/액티비티 등 특화 테마 콘텐츠 확대 ST2. 레저, 여가 소비 및 소득수준 증대에 따른 중고가 우수상품 확대 ST3. 방한 여행 가족단위/소규모 그룹/개별화에 따른 여행업계 대응 방안 마련 ST4. 생애주기별 방한관광 마케팅 강화 ST5. 디지털 플랫폼 연계 마케팅 강화
	SO	ST
약점(W)	WO1. 지역관광자원 발굴 및 콘텐츠 확대 WO2. 방한 관광 조기 활성화를 위한 네트워크 재건 및 유통채널 정상화 지원	WT1. 중국관광객 확대 분위기 조성 및 민간교류 전방위 확대 WT2. 불평등한 한-중 여행업계 거래구조 개선 WT3. 미래시장 선점을 위한 청소년 대상 수학여행/연수여행 강화 WT4. 주요 OTA 등 여행 플랫폼 및 소셜 미디어 내 방한 관광 콘텐츠 확대
	WO	WT

2. 중국 관광객 유치 전략

(출처: 2022 잠재소비자 방한의향 조사, 한국관광공사)

라. 중국 (잠재) 소비자 방한수요 분석

- (방한상품 구매 경로) Ctrip(28.1%), 同程旅游(11.3%), Qunar去哪儿(9.5%) 등 온라인 사이트/앱 이용
- (방한관광 정보 탐색) Douyin(22.6%), Xiaohongshu(14.8%), BILIBILI(11.3%) 등의 SNS/동영상 플랫폼 활용
- (방한시 체류기간/비용) 평균 체류 기간 8.1일, 1일 식비 US\$101, 희망 숙박시설 4성급 관광호텔(20.4%), 5성급 관광호텔(18.6%) 順 선호
- (방한시 여행 형태) 완전 개별여행(45.2%), 에어텔(20.7%) 등 65.9%가 FIT형태 방한 선호, 일부 패키지(17.4%)+전체 패키지 (16.7%)로 34.1%가 패키지 선택
- 패키지 희망자 적정 그룹규모는 평균 8.5명, 여행 동반자는 주로 배우자(54.4%), 친구(27.2%), 부모(22.5%) 등 꼽음
- (방한시 희망활동) 자연풍경 감상(54.9%), 쇼핑(47.9%), 맛집/미식탐방(47.2%) 등. 한국 방문시 선호하는 여행스타일로 현지 음식 체험 선호, 좋았던 곳 재방문 등의 성향이 강하게 나타남
- (서울 이외 지역 인지도) 서울 이외 인지는 도시/지역에 대한 인지는 55.3%, 방문 경험은 39.3%, 방문의향은 56.7% 부산, 제주, 인천 등의 응답률이 20% 이상으로 높게 나타남.
- (방한 소비 주력층) 해외여행 목적지로서의 한국 인지도, 선호도, 방문 의향 모두 중국 30대 여성이 전 계층에서 가장 높게 나타남. 방한 비용 지불 의사 역시 평균 상회, 1일 식비 지불 의사는 전 계층에서 가장 높음(US\$114.6)

2. 중국 관광객 유치 전략

(출처 : 2022 잠재소비자 방한의향 조사, 한국관광공사)

라. 중국 (잠재) 소비자 방한수요 분석(일반 외국인 조사)

○ (한국 VS 아시아 경쟁국 방문 희망자 간 해외여행 의향 및 목적지 결정 영향 요인)

해외여행 의향 결정 영향 요인	해외여행 목적지 결정 영향 요인
<ul style="list-style-type: none"> - 생활의 여유로움을 즐기기 위해(85.2%) - 일상 생활에서 느껴보지 못한 것을 경험하기 위해(82.3%) - 스트레스 해소를 위해(80.2%) - 현지의 역사/문화를 경험하기 위해(79.7%) - 여행 동반자와 친밀감/유대감을 확보하기 위해(76.6%) 	<ul style="list-style-type: none"> - 독특하거나 고유한 문화를 즐길 수 있을 것 같아서(84.4%) - 가볼 만한 관광지가 많은 것 같아서(83.1%) - 우수한 자연 경관을 갖고 있는 것 같아서(83.0%) - 여행중 문화체험/즐길거리가 많을 것 같아서(81.1%) - 여행 경비나 물가가 적당한 것 같아서(78.7%)

○ (한국 도시/지역 인지) (베이스: 일반 중국인 중 한국 인지도 항목에서 1점 "전혀 모른다" 응답자 제외, N=3,508명)

구분	서울만 인지	알고있는 한국 도시/지역없음	서울이외 도시/지역알고있음	서울 외 인지하고 있는 한국 도시/지역 (응답률 20% 이상 중복응답 기준)
중국인 전체	42.2%	3.6%	54.1%	부산(79.4%), 제주(60.2%), 인천(57.8%), 대구(33.8%), 광주(24.5%)
남성 40대	37.9%	3.7%	58.4%	부산(85.0%), 제주(69.9%), 인천(65.2%), 대구(39.1%), 광주(35.1%), 울산(33.0%), 전주(27.9%), 수원(24.5%), 경주(23.1%), 여수(20.3%)
여성 30대	34.9%	1.2%	64.0%	부산(85.8%), 제주(67.7%), 인천(58.8%), 대구(39.9%), 광주(22.9%), 전주(21.5%)

[서울 이외 도시/지역 방문 경험자(n=560)] 중 제주 방문(전체 47.1%, 중국 40대 남성 54.8%, 여성 30대 49%, 여성 50대 49.9%) 가장 높은 응답률 [한국 도시/지역 방문 의향 서울 이외 도시/지역 방문 의향자(n=1,799)] 중 제주 방문 의향(전체 45.0%, 남성 40대 52.6%, 여성 30대 50.7%)

2. 중국 관광객 유치 전략

(출처 : 2022 잠재소비자 방한의향 조사, 한국관광공사)

라. 중국 (잠재) 소비자 방한수요 분석(방한 의향자 조사)

○ (한국 방문시 희망 활동)

(중복응답 기준, 응답률 상위 3위, 단위 : %)

BASE		중국인 방한 의향자, n=3,800명		
중국인 전체		자연풍경 감상(54.9%)	쇼핑(47.9%)	맛집/미식 탐방(47.2%)
가구 연평균 소득 (CNY)	8만 미만	자연풍경 감상(58.4%)	쇼핑(52.5%)	맛집/미식 탐방(48.5%)
	8만 이상~12만 미만	자연풍경 감상(56.8%)	쇼핑(48.7%)	맛집/미식 탐방(47.4%)
	12만 이상~16만 미만	자연풍경 감상(56.5%)	맛집/미식 탐방(50.1%)	쇼핑(49.0%)
	16만 이상	아웃도어 활동(51.6%)	자연풍경 감상(43.1%)	맛집/미식 탐방(41.3%)

○ (한국 도시/지역 인지)

구분	중국인 방한 의향자, n=3,800명			서울 이외 도시/지역 인지도, n=2,102명
	서울만 인지	알고있는 한국 도시/지역없음	서울이외 도시/지역알고있음	서울 외 인지하고 있는 한국 도시/지역 (응답률 20% 이상 중복응답 기준)
중국인 전체	42.2%	2.5%	55.3%	부산(77.5%), 인천(57.7%), 제주(56.7%), 대구(31.8%), 광주(23.7%)
남성 40대	28.6%	0.3%	71.2%	부산(75.3%), 인천(57.5%), 제주(53.7%), 대구(35.1%), 광주(27.8%), 울산(22.4%), 여수=전주(21.2%)
여성 30대	30.9%	2.8%	66.3%	부산(83.8%), 제주(63.2%), 인천(59.4%), 대구(35.0%), 광주(23.1%), 여수=전주(22.6%)

[가구 연평균 소득] 제주 인지 응답률 8만 이상~12만 미만 평균 이상(60.8%), 16만 이상 (46.5%), 8만 미만(54.1%) 평균치 이하

2. 중국 관광객 유치 전략

(출처 : 2022 잠재소비자 방한의향 조사, 한국관광공사)

라. 중국 (잠재) 소비자 방한수요 분석(방한 의향자 조사)

○ (한국 도시/지역 방문 경험) 제주 방문 경험 평균 이상 여성/남성 15-19세, 여성 30대(50.6%), 남성 40대(46.6%), 남성 60세 이상(56.3%)

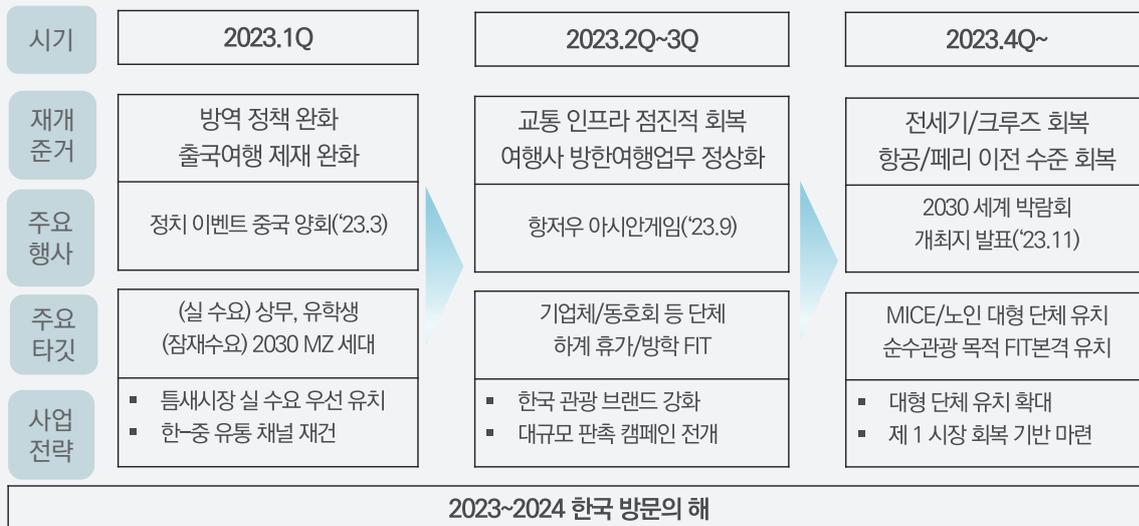
BASE	중국인 방한 의향자&방한경험자&한국도시/지역 인지자, n=1,645명		서울 이외 도시/지역 방문 경험자, n=646명
구분	알고있는 한국 도시/지역 없음	서울 이외 도시/지역 알고 있음	서울 이외 방문 경험 있는 한국 도시/지역 (응답률 20% 이상 중복 응답 기준)
중국인 전체	60.7%	29.3%	부산(57.7%), 제주(44.7%), 인천(32.8%)
남성 15-19세	79.2%	20.8%	부산(80.0%), 제주(60.0%), 인천(20.0%)
여성 15-19세	69.2%	30.8%	부산(57.1%), 제주(53.6%), 인천(21.4%)

○ (한국 도시/지역 방문 의향)

BASE	중국인 방한 의향자&한국도시/지역 인지자, n=3,705명			서울 이외 도시/지역 방문 경험자, n=2,100명	
구분	서울만 방문 의향	항후 방문 의향(지역 없음)	서울 이외 도시/지역 방문 의향 있음	서울 이외 방문하고 싶은 한국 도시/지역 (응답률 20% 이상 중복 응답 기준)	
중국인 전체				부산(60.2%), 제주(43.4%), 인천(33.2%)	
남성 40대	45.9%	1.4%	52.7%	부산(58.4%), 제주(44.9%), 인천(34.5%), 대구(21.7%)	
여성 20대	25.5%	0.5%	73.9%	부산(59.7%), 제주(47.5%), 인천(22.3%)	
가구 소득	8만 미만	40.3	0.7	59.0%	부산(59.1%), 제주(39.1%), 인천(32.7%)
	8만 이상~12만 미만	43.2	0.8	56.0%	부산(62.2%), 제주(47.1%), 인천(33.6%)
	12만 이상~16만 미만	33.6	1.2	65.2%	부산(57.9%), 제주(43.3%), 인천(36.2%)
	16만 이상	53.6	1.0	45.4%	부산(59.3%), 제주(39.2%), 인천(28.7%), 대구(25.7%)

2. 중국 관광객 유치 전략

마. KTO 중국 시기별 회복 전망 및 추진 전략



2. 중국 관광객 유치 전략

(출처: 한국관광공사 2023-2027 중장기 인바운드마케팅 전략 수립 재구성)

마. KTO 인바운드마케팅 전략 및 과제 (중국지역)

인바운드 마케팅 전략 과제

- 고부가 FIT 수요 확대를 위한 관광상품 다각화
- 새로운 경험 및 지속 가능 여행 콘텐츠 확대
- K 콘텐츠 활용 한국 관광 스토리 확산
- 새로운 타깃 맞춤형 방한관광 관심 확대
- 디지털 플랫폼을 활용한 한국관광 수요 촉진
- 민관 협력을 통한 방한 프로모션 확대
- 지역 관광 브랜딩 강화로 외래객 유치 활성화

중국지역 인바운드 마케팅 실행 과제

- 관광시장 재개 대비 유통 채널 재건 지원 강화
- 새로운 수요 대응을 위한 SIT상품 다각화
- 현지 밀착형 채널 활용 타깃 마케팅 강화
- 가치 소비형, 체험형 상품으로 생애 주기별 방한 관광 콘텐츠 강화
 - 20-30 MZ 타깃 트렌드 선도 상품 개발
 - 30-50 세대 및 액티브 시니어 특화 상품 다각화
 - 소규모 그룹별 맞춤형 개별여행 상품 발굴
 - 현지 체류형 관광 상품화 촉진
- 디지털 플랫폼 활용 마케팅 고도화

3. 제주 인바운드 관광객 유치 확대 방안

가. 제주의 SWOT 및 포지셔닝 전략은?

강점&기회(SO)	약점&위험(WT)
<ul style="list-style-type: none"> 간편한 입국 절차 (중국인 제주 무비자/B2) 편리한 교통편 (중국과의 직항편 운항) (코로나후) 레저 및 실외 활동에 대한 선호 증가 (코로나후) 다양한 테마의 관광지 지속적 확충 	<ul style="list-style-type: none"> 공항 등 관광 인프라 포화 상태 내국 관광객의 오버 투어리즘 기피 심화 원자재 및 인건비 상승에 따른 가격 경쟁력 약화 관광지 비수기/성수기 극명
브랜드 포지셔닝	순수한 천혜의 자연관광지 VS 고급스러운 복합 휴양지 젊고 새로운 제주의 이미지 부각
타깃별 이원화 전략	(단체) 여가와 레저를 즐기 위한 중장년층 VS (FIT) 일상 스트레스 해소와 친목 나들이
인바운드 관광 수용태세	코로나 이후 여행 형태/방식/목적 변화에 대응 (규모별 맞춤형) 중국 여행객 소규모/그룹화에 따른 운송수단 다양화 (단체여행 다양화) 제주 당일 1일 투어/반일 투어 등 결합형/접목형/파생형 프로그램 기획 지원 (소비 제고) 가족 대상 타깃층 대상 체류형/체험형 관광 강화 (재방문 확대) 계절별, 또는 한정판 이벤트를 통해 지속적인 제주 방문 유도 (콘텐츠) 한국/한국 문화적 요소 강화로 중국 국내 관광지와의 차별화 (연계와 협업) 제3국 및 내륙 단체 방문객의 제주 방문 유도 위한 공동 마케팅, 협업 확대 (특수단체 발굴 지속) 인센티브관광/기업회의 및 수학여행 외 e스포츠, 트레킹 동호회 등 SIT 시장

제55회 제주미래포럼
중국관광시장 재개 대비
관광수용태세 점검과 대응

주제발표 2

중국시장 개방에 따른
제주의 대응 현황과 방안

양필수

제주관광공사 관광산업혁신그룹장

중국시장 개방에 따른 제주의 대응 현황과 방안

2023. 4. 26.

양 필 수



중국 관광시장 개방 현황

- 중국 자국민 대상 해외 20개국 단체여행 재개 조치. 한국 제외(2023. 2. 6.)
- 중국 발 입국자에 대한 단기 비자 발급 제한조치 해제(2023. 2. 11.)
- 중국, 대한민국 국민 대상 중국 단기 비자 발급 재개(2023. 2. 18.)
- 중국 발 항공기 인천공항 입국 일원화 조치 해지(2023. 3. 1.)
- 중국 단체여행 허용 국가 40개국 추가 발표(2023. 3. 15.) → 총60개국
- 중국정부, 외국인 입국 비자 발급 및 입국 정책 변경(2023. 3. 15.)



중국정부의 한국 단체관광 시장 개방은 언제쯤?

3

제주도 관광객 유치 현황

2015년 메르스 이후

2016년 1585만명 최대 유치!

2017년 사드분쟁으로 한한령, 단체관광 중지로 외국인 급감, 전체 -6.9% 감소

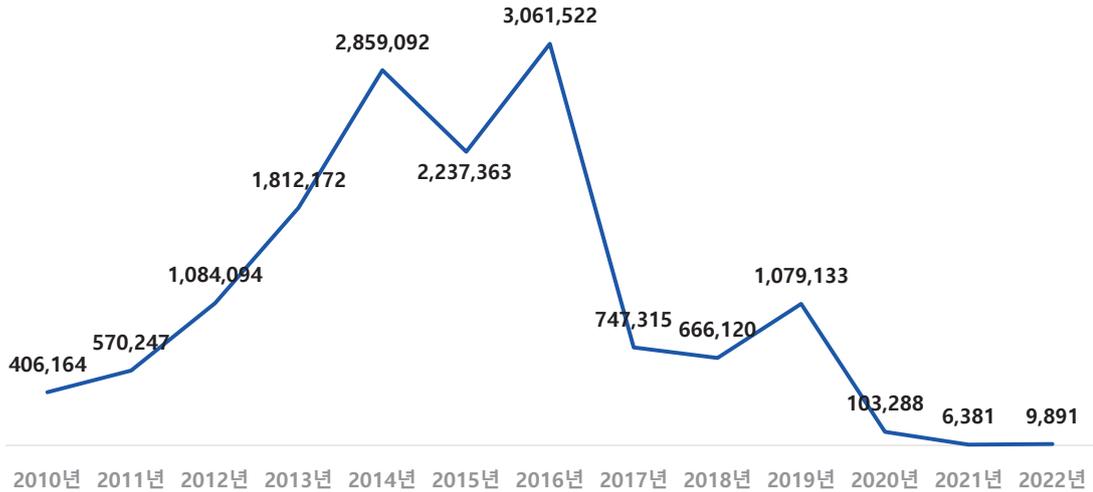
2020년 코로나19 팬데믹으로 2022년까지 이어져...

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
총 관광객	15,852,991	14,753,246	14,313,958	15,286,140	10,236,419	12,008,456	13,889,517
증감율	16.0	-6.9	-3.0	6.8	-33.0	17.3	15.7
내국인	12,249,959	13,522,632	13,089,129	13,560,004	10,023,678	11,960,159	13,803,058
증감율	11.0	10.4	-3.2	3.6	-26.1	19.3	15.4
외국인	3,603,021	1,230,604	1,224,832	1,726,132	212,767	48,278	86,444
증감율	37.3	-65.8	-0.5	40.9	-87.7	-77.3	79.1

4

중국인 관광객 유치 현황

2016년 3,061천명 최대 유치 이후
 2017년 747천명으로 급감, 2019년 1,079천명 회복세
 2021~2022년 1만명 미만... 2023년 4월 20일 기준 13,500여명



5

제주 ↔ 중국 직항노선 현황

2019년 23개 노선 6,005편 운항
 2023년 4월 기준 6개 도시 주 49편 운항 중
 2025년까지 30개 노선 확충 목표 추진 중



시안	진에어	주2편
상하이	진에어, 길상항공, 춘추항공	주23편
난징	길상항공	주7편
베이징	대한항공	주4편
타이베이	타이거, 티웨이	주11편
홍콩	홍콩익스프레스	주2편



6

제주 중국 홍보 사무소 현황



구분	베이징	상하이	선양	광저우	청두	타이베이
개소일	1999. 11. 18.	2006. 3. 27.	2011. 11. 15.	2011. 12. 15.	2013. 4. 1.	2006. 5. 22.
사무소장	袁春雨 (원춘위)	赖妍艳 (라이옌옌)	杨扬 (양양)	乔欣 (차오신)	罗君 (뤄진)	양유현
관할지역	내몽고, 산서성, 하북성, 섬서성, 감숙성, 산둥성, 영하자치구, 신강, 서장, 칭해	강소성, 안휘성, 절강성, 하남성, 호북성, 호남성, 강서성	동북3성 (흑룡강성, 길림성, 요녕성)	광둥성, 복건성, 광서자치구, 해남성, 홍콩, 마카오	사천성, 귀주성, 운남성	타이완

7



8

한류 속 제주

오징어 게임 정호연(팔로워 2161만) 샤넬 촬영 제주 인스타그램

hoooooyeony

SCREEN ACTORS GUILD AWARDS
NOMINEE
OUTSTANDING PERFORMANCE BY A FEMALE ACTOR IN A DRAMA SERIES
JUNG HO-YEON

좋아요 2,338,150개
hoooooyeony Thank you SAG members!
First, I am truly excited for the best ensemble... 더 보기
댓글 4,711개 모두 보기
sooyoungchoi 너무멋져 🥰🥰
hyeri_0609 축하해 호연아 너무 너무 멋지다 🥰🥰
2022년 1월 13일 · 번역 보기

hoooooyeony

좋아요 373,049개
hoooooyeony #샤넬인제주 @chanelofficial #협찬 #chanelinjeju
댓글 686개 모두 보기
iamzeessi 요즘 진짜 쎄 예쁜 호연이 😍

hoooooyeony

좋아요 78,075개
댓글 89개 모두 보기
2021년 4월 20일

Source : Instagram(www.instagram.com)

9

한류 속 제주

김연아 중문해수욕장 화보 촬영 인스타그램

yunaworld_sg

좋아요 1,344개
yunaworld_sg #YunaKim #김연아 #NewBalance 🇺🇸
댓글 26개 모두 보기
yunaworld_sg 🇺🇸

yunaworld_sg

좋아요 1,186개
yunaworld_sg #YunaKim #김연아 #NewBalance 🇺🇸
댓글 14개 모두 보기
yunaworld_sg 🇺🇸

yunaworld_sg

좋아요 1,553개
yunaworld_sg #YunaKim #김연아 #NewBalance 🇺🇸
댓글 24개 모두 보기

Source : Instagram(www.instagram.com)

10

한류 속 제주

황치열 신곡 발표 제주에서 촬영, 갤럭시 Z플립3 제주 촬영 광고



갤럭시 Z플립3 광고 [나를. 새로. 활짝.]

조회수 1.6만회 1년 전 더보기



[MV] HWANG CHI YEUL(황치열) _ Too Late(끝이라고 말할 것 같았어)

조회수 29만회 1년 전 #MV #1theK #NEWRELEASE 더보기

Source : YouTube(www.youtube.com)



갤럭시 Z플립3 광고 [나를. 새로. 활짝.]

조회수 1.6만회 1년 전 더보기

11

한류 속 제주

디스커버리 광고 제주 촬영, 공유 출연 골프, 여행 등 시리즈 촬영



NEW 디스커버리 등산화 #마운틴퓨어 와 맞이하는 봄의 시작

조회수 263만회 1년 전 더보기



[#디스커버리X공유] 2021 SPRING 골프 편 | 메인 영상

조회수 392만회 2년 전 더보기

Source : YouTube(www.youtube.com)



[디스커버리] 2022 SPRING 비하인드 영상을 공개합니다!

조회수 2.1만회 1년 전 #디스커버리 #디스커버리X공유 #디스 더보기

12

한류 속 제주

우리들의 블루스 제주어 사용하여 제주에서 촬영



임영웅 X 우리들의블루스

조회수 2513만회 11개월 전 뮤직비디오 인기 21위 더보기



최고시청률 14.6% 찍은 이병헌과 김혜자가 신급 연기로, 전국민 눈물바다에서 피서 보내게...

조회수 340만회 10개월 전 #우리들의블루스 #tvn 더보기



임영웅 X 우리들의블루스

조회수 2513만회 11개월 전 뮤직비디오 인기 21위 더보기



최고시청률 14.6% 찍은 이병헌과 김혜자가 신급 연기로, 전국민 눈물바다에서 피서 보내게...

조회수 340만회 10개월 전 #우리들의블루스 #tvn 더보기

Source : YouTube(www.youtube.com)

13

한류 속 제주

이상한 변호사 우영우 제주 돌고래 및 촬영지 명소화



드디어 났다!! 《이상한 변호사 우영우》 13화!! 한바다 2호 커플 탄생..?! (우영우 맛집 하몽 더 무비) 하몽 : The Movie · 조회수 59만회 · 8개월 전



드디어 났다!! 《이상한 변호사 우영우》 13화!! 한바다 2호 커플 탄생..?! (우영우 맛집 하몽 더 무비) 하몽 : The Movie · 조회수 59만회 · 8개월 전



드디어 났다!! 《이상한 변호사 우영우》 13화!! 한바다 2호 커플 탄생..?! (우영우 맛집...)

조회수 59만회 8개월 전 #이상한변호사우영우 #우영우 #넷플 더보기



드디어 났다!! 《이상한 변호사 우영우》 13화!! 한바다 2호 커플 탄생..?! (우영우 맛집...)

조회수 59만회 8개월 전 #이상한변호사우영우 #우영우 #넷플 더보기

Source : YouTube(www.youtube.com)

14

한류 속 제주

한류스타 트와이스 뮤직 비디오 촬영지로 유명해진 명소

더클리프, 중문색달해변



오래된 구름(선힐리)



Source : Instagram(www.instagram.com)

15

한류 속 제주

한류스타 트와이스 뮤직 비디오 촬영지로 유명해진 명소

제라진 오프로드



금오름



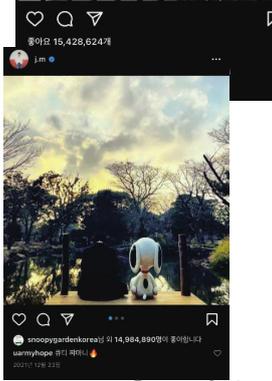
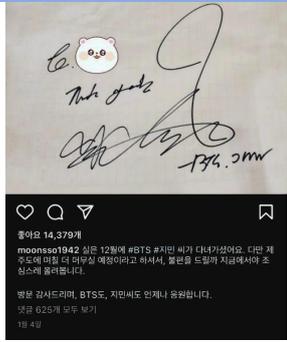
Source : Instagram(www.instagram.com)

16

한류 속 제주

한류스타 BTS 방문으로 유명해진 관광지 및 장소

협재해변, 문소 제주협재점, 애월빙공장 앤카페, 남경미락, 포도뮤지엄, 스누피가든



17

Source : Instagram(www.instagram.com)

한류 속 제주

한류스타 BTS 방문으로 유명해진 관광지 및 장소

이호테우해변, 제주빅볼랜드, 삼원정 증문본점, 카멜리아힐, 안돌오름, 외돌개 동너분덕, 제주베스트힐



Source : Instagram(www.instagram.com)

18



슬리핑라이언
소리를 통해 제주를 느끼는 Sound Trip

온+오프라인 체험형 캠페인 제주 척 시리즈

중국 MZ세대 대상, 7대 주요도시에서 진행 총 조회수 112,921,697회

광저우(제주에 여행 온 척), 선양(제주에서 달리는 척), 상하이(서귀포에 있는 척),

청두(제주에서 사진 찍는 척), 베이징(제주에서 먹는 척), 홍콩(제주를 비행하는 척), 샤먼(제주에서 체험하는 척)



假装在济州
花博会 西归浦园 제주에 있는척~

장장~
漂亮

예뵤요
漂亮

一直播: 张小奈naice
6月9日 14:00
参与直播送花博会门票!



제주 트렌드 반영 체험프로그램 팝업 OO 제주 in OO

최신 유행 트렌드 반영 팝업 스토어 설치 통한 체험 기회 제공
 온라인 홍보 조회수 49,500,000회, 중국내 언론보도 50건
 선양(필환경), 광저우(캠핑), 타이베이(미식), 쑤저우(힐링)



21

K-Pop스타 활용 제주 관광 콘텐츠 제작 홍보

한류 스타들이 대한민국 대표 관광지를 다니며, 지역의 역사, 문화, 명소, 음식 등을 소개하는 관광 프로그램 제작 및 방영 - KBS World 협업 142개국 방송



22

외신기자 활용 언론을 통한 제주 홍보

변화되고 있는 제주관광 콘텐츠(친환경, 체험여행, 마을여행, 세계자연유산축전, 해녀문화 등) 해외 홍보를 위한 외신기자 프레스 투어 2년 연속 진행

외교부 재외공관 연계 해외 및 국내 인플루언서 팸투어 지원 및 주한 대사, 외교관 대상 제주관광 설명회 진행도...



图为牛岛工作人员讲解资源循环系统。 万往欣 摄



온라인 해외 제주관광전문가 양성과정 운영

중국 여행업자 및 MZ 대상 웰니스, 최신 유행 포토 존, 관광지, 음식점에 대한 정보를 퀴즈 형식으로 홍보를 진행하여 제주에 대한 교육 및 심도 있는 정보 제공

SNS 조회수 78,990,000회, 테스트 참여 8,801명, 언론보도 45건



제주 국제 트래블마트 2022

국제 관광산업의 조기 회복 지원을 위한 도내업체, 해외업체 간 온라인 B2B 진행
32개 셀러, 58개 바이어 참여 173건 미팅



25

EV PASS
관광형 스마트모빌리티 플랫폼

당신의과수원
정기구독 멤버십 및 체험서비스 제공



26

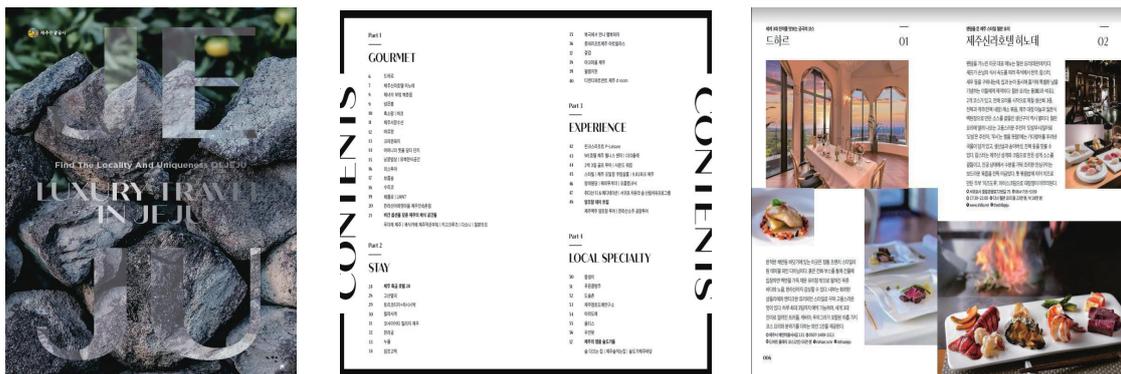
해외관광객대상 체험 여행 테마 발굴

코로나 이후, 관광업계 조기 회복 지원 및 글로벌 제주관광 경쟁력 강화
상반기 2회 공모전 실시 40개 체험 여행 테마 발굴 및 공동 마케팅 추진



럭셔리 관광 콘텐츠 발굴

코로나 이후, 뉴노멀시대 제주를 럭셔리 관광목적지로 리포지셔닝
제주 음식, 숙소, 체험, 장인 등 럭셔리 중심의 상품 콘텐츠 기획



구분	주요 내용
GOURMET	제주 지역 특색이 가미된 향토음식, 한식, 일식 등 음식, 음식점, 셰프 소개
STAY	제주 전통 가옥을 활용한 전통 숙소, 특색 있는 고급 풀 빌라, 리조트, 호텔 등
EXPERIENCE	제주 유일 건축, 예술, 문화 등 전통, 로컬체험, 요트, 글램핑 등 다양한 체험거리 소개
LOCAL SPECIALTY	제주 장인이 만드는 특별한 기념품 및 인물 소개

제주형 관광 벤처 비즈니스 모델 발굴 및 육성

제주관광 혁신기업 발굴, 맞춤 지원, 비즈니스 확장까지 관광비즈니스 모델 발굴 및 육성



도내 예비 창업자 및 스타트업 대상으로
신규 비즈니스 창출을 위해
경쟁력 강화 및 소득 창출을 위해

→ 사업화 지원
→ 연속성 있는 마케팅 지원
→ 컨설팅 및 일자리 지원



글로벌 트렌드 치유, 회복 “웰니스관광” 신성장동력 마련



제주 웰니스 인증 관광지(11개 업체)

환상숲 꽃자왈, 서귀포치유의 숲, 가뒀물, 머체왓숲길, 제주901, 신홍2리 동백마을, WE호텔 웰니스센터, 제주힐링명상센터, 취다선리조트, 파파빌레, 풀개협동조합

수용태세 개선	역량 강화	상품 판매
시설 개선 지원	43명 호스트 양성 95개 상품 발굴	1,365건 판매

↓
웰니스관광 육성 제3차 제주국제자유도시종합계획 반영

↓
팬데믹 이후 웰니스관광 신성장동력 마련

웰니스 패키지 판매 샘플

[상품명]: 제주 Well-Recovery 웰니스 패키지 (제주 웰니스관광지거점시설 연계형 프로그램)

[스토리텔링]

제주에서의 힐링을 넘어, 이제는 '회복'이 필요한 당신을 위해 준비한 토달 회복 패키지 프로그램입니다.

- ✓ 비건이 아니어도 맛있게 즐길 수 있는 제주 901의 비건식사 체험을 통해 건강한 음식을 먹으며 내 몸 챙기기
- ✓ 취다선리조트에서의 차명상을 통해 내면을 돌보는 심을 경험하고, 움직임과 음악을 통해 정서 치유와 감정 정화하기
- ✓ 서귀포 치유의숲에서 느껴지는 감각에 집중해 스트레스를 풀고 맨발걷기를 통해 순환축진과 근육피로 회복하기
- ✓ 국내 유일, 메디컬 웰니스가 가능한 WE호텔에서의 경두개자기장치료(TMS), 크리스탈 사운드 테라피, 아쿠아 플로팅을 통해 스트레스, 불면증, 우울 완화하기

제주에 오시면 이 모든 웰니스 체험들이 준비되어 여러분을 맞이합니다.

제주 웰니스만의 전문적인 메디컬 케어와, 오감을 만족시키는 다양한 치유 프로그램들로 여러분의 몸과 마음의 건강을 회복해보세요.

[프로그램]

(1일차): 제주901에서의 비건 브런치 식사 → 취다선리조트에서의 차명상, 동적명상

(2일차): 서귀포 치유의숲에서의 HRV검사, 맨발걷기, 숲 족욕, 차롱도시락 → WE호텔에서의 TMS, 크리스탈 사운드 테라피, 아쿠아 플로팅, 사후검사(HRV)



Step 1. (제주 901) 비건 브런치 영양과 흡수를 고려하여 구성된 내 몸을 지키는 건강한 채식 브런치



Step 2. (취다선리조트) 차명상 & 동적 명상 차로 마음을 열고(차명상) 움직임으로 마음을 치유하는 프로그램(동적명상)



Step 3. (서귀포 치유의숲) 느영나영 힐링숲 숲에서 맨발 걷기, 족욕, 도시락 먹기 등 함께하는 체험을 통한 관계치유 프로그램



Step 4. (WE호텔) 메디컬 사운드 테라피 TMS 치료와 사운드 테라피를 결합한 메디컬 웰니스로 마음과 머리를 치유하는 프로그램

지역주민이 직접 기획, 운영, 수익창출 카름스테이

지역관광 생태계 조성

거점지역 통합 브랜딩

경쟁력, 자생력 강화

- 100세 김갑생 할망 골감주 레시피 원데이 클래스
- 머체왓숲길 주인장과 함께 4.3사건으로 사라진 옛 한남리 탐방
- 새벽카약을 타고 난 후 즐기는 하호맘표 차롱 도시락 조식
- 신년 해돋이 승마체험, 보름달이 뜨는 밤 야간 승마체험
- 의귀 민오름 앞 목장 별보기 프로그램
- 양감수 할망이 알려주는 고사리 손질법과 파스타 쿠킹



카름스테이
KaReum Stay

카름스테이(마을) 육성	카름스테이(마을) 매출	브랜드 채널 방문	카름스테이(마을) 방문자
10곳	31억원	14만명	321,266명



청정환경 휴양지에서의 워케이션 육성

탁 트인 환경에서 업무를 처리하고 퇴근시간에는 여행을 즐긴다!
 CJENM, 현대백화점, 네이버, 당근마켓, 야놀자 등 워케이션 프로그램 도입
 향후 세계적으로 기업들이 도입 확장 추세이며, 디지털 노마드족은 증가 추세



33

관광객, 지역주민이 함께하는 각종 문화체험 프로그램

제주의 사람, 문화, 역사, 친환경을 모토로 지역주민과 관광객이 함께 즐기며 참여할 수
 있는 프로그램 개발로 관광산업 육성을 통한 지역경제 활성화 도모



34



외국인 관광객 대상 “안전한 클린 키트 및 메뉴얼” 제공

코로나 시기 제주방문 외국인 관광객이 안전하고 안심한 제주여행을 위한 클린 키트 제공



QR코드 다국어 디지털 메뉴판 제작 지원

FIT 관광객 수용태세 개선 및 안전 관광 만족도 제고 수용태세 개선
특허 서비스, 189업체 보급

**외국인 손님도
반갑게! 자신있게!**



QR코드만 찍으면 손안에 다국어 메뉴판이 쏙~



디지털 다국어 메뉴판 제작 참여업체 모집

메뉴 하나하나 정확한 번역, 편리한 사용법으로 외국인 손님의 입맛도 마음도 모두 사로잡으세요!

참수기간 2022. 7. 26(월) ~ 8. 11(목)	신청대상 도내 관광음식업 및 우수관광사업체
지원사항 · 다국어(영어, 일본어, 중국어 간체/번체) · QR코드 스탠딩 POP 2개	참고사항 · 해당 다국어(영어) 관련 실용 메뉴판이 아닌 다국어 번역이 된 QR코드로 제공 · 접수이달 후 3주 이내 번역 완료
메뉴판 제작 예시 및 접수방법 상단 QR코드 또는 URL 접속 후 신청서 제출 https://naver.me/50bEnvzo	문의 제주관광공사 Tel. 064-740-6949

영어, 중국어(간체, 번체), 일본어



오굿제주(5 GOOD JEJU) 환대 캠페인

다시 찾는 관광 제주를 위해 관광사업체가 참여하는 자정노력 캠페인 전개

**5
OH! GOOD
JEJU**

다시 제주를 찾는 관광객이
안전하고 즐거운 여행이 될 수 있도록
오 굿 제주 캠페인 우리 함께 해요!



Good Smile

우리의 미소로
더 친절한
제주를 만듭니다



Good Place

모두 함께
안전한 여행을
만듭니다



Good Service

합법적으로 등록된
업체가 좋은 서비스를
만듭니다



Good Price

공정한 가격으로
투명한
여행을 만듭니다



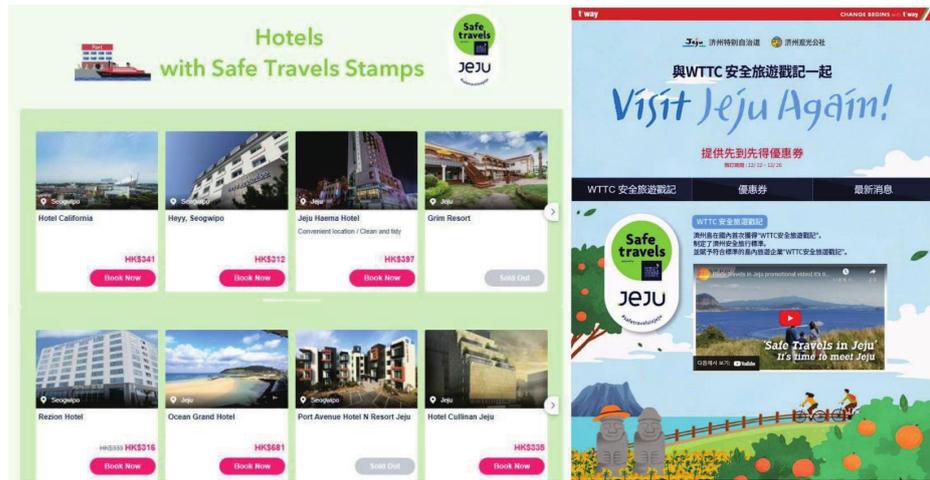
Good Travel

다시 찾는 제주가
되기 위해
좋은 여행을 만듭니다



국제여행 스탬프 획득과 안전 여행 글로벌 캠페인

- ▶ 세계여행협회(WTTC) 안전여행기준 제주여행기준마련 : 국내 최초 WTTC 안전 여행 스탬프 획득
- ▶ 관광객 주요 접점 대상 안전 여행 스탬프 확산(숙박, 음식, 관광, 교통, 여행업)
- ▶ 획득 업체 대상 Safe Travels in JEJU 글로벌 홍보영상 제작 및 유튜브 송출
- ▶ 글로벌 OTA(트립닷컴), 국내 항공사(티웨이항공) 협업 캠페인 확대 : 싱가포르, 태국, 일본, 대만



39

무장애 관광 전문인력 트래블 헬퍼 모델 구축



JTO, 노사발전재단, 두리함께 → 무장애 관광 육성 협약
 무장애 관광콘텐츠 제작, 관광약자 참여형 프로그램 개발
 신증년 경력형 일자리 사업 수행, 트래블 헬퍼 양성 협력

☞ 유형별 오감으로 느끼는 무장애 관광코스 등 콘텐츠 개발 및 마케팅 강화



시각	색채여행, 아르떼뮤지엄 미디어아트, 산굼부리 역사
청각	사운드 투어, 싱잉볼 명상, 혼인지 이야기
후각	제주편백센트스톤 향수만들기, 다도명상, 숲 체험
미각	해녀밥상, 흑돼지구이, 차롱도시락, 빙떡·지름떡 만들기
촉각	한림공원, 오름 레일바이크, 치유의 숲 힐링 등

40

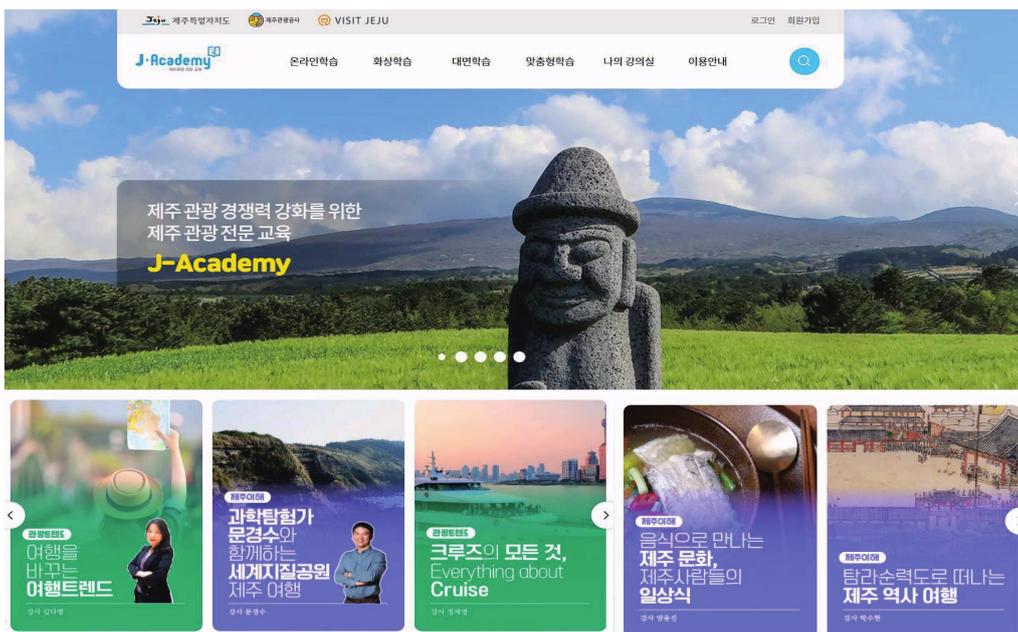
제주관광 전문인력 양성 J-Academy 운영

제주관광시장 다변화 대응 관광산업 인력양성 및 경쟁력 강화
 2022년 4,813명 교육, 만족도 95.1점, 신규 관광통역안내사 합격 19명



제주관광 전문인력 양성 J-Academy 운영

제주관광 전문교육 온라인 플랫폼 오픈
<https://Jacademy.ijto.or.kr>





앞으로는?

팸 투어
매칭 강화

- 상품 개발을 위한 중국내 여행사 대표 및 상품 담당자 초청, **변화된 콘텐츠 소개**
- 베이징, 상하이, 광저우, 청두, 시안, 칭다오, 난징, 홍콩, 타이베이 등 직항노선 지역
- 제주 기업 방문, 직거래 고객확보를 위한 **신규 비즈니스 창출 지원**

신뢰도
향상 지원

- 도내 기업 + 중국 기업과의 **비즈니스 구축 지원 강화**(골프, 낚시, 웨딩 등)
- 비즈니스 상담 공공기관 동행, 방문 세일즈 콜 공동 시행 등



앞으로는?

공동 마케팅 지원 및 강화

- ▶ 중국 관광객 트렌드에 맞는 **고품격 상품개발**(한류, 웨딩, 음식, 해양, 웰니스 등)
- ▶ B2B, B2C 마케팅 강화를 위한 주요 도시 순회 **제주관광 설명회** 개최
 - 베이징, 상하이, 광저우, 청두, 시안, 칭다오, 난징, 홍콩, 타이베이 등 직항노선 지역 우선

산·관·학 교류 강화

- ▶ 지역정부 및 단체, 학교 등 **교류 강화 지원**(교육, 스포츠, 문화, 예술 등)
- ▶ **관광관련 국제기구 등 활용** 교류 및 협력 강화
 - 섬관광정책포럼(HINAN), 태평양관광기구, PATA, UNWTO 등



앞으로는?

환대 캠페인 및 교육 강화

- ▶ 중국인 관광객 **환대 캠페인 연중 실시**(방송 캠페인 등)
- ▶ 안전, 안심, 친환경, 친절 등의 환대 캠페인 강화
- ▶ **지역 관광통역안내사 활성화** 및 프리미엄 통역 안내사 육성
 - 관광통역안내사 양성 확대 및 제주에 대한 교육 강화



앞으로는?

관광 안내 시스템 개선

▶ 찾아가는 관광안내 서비스 시스템 도입(고정형 → 이동형)

- 다국어 전기자동차 관광안내시스템 도입
- ▶ 도내 관광안내 표지판 일제 점검 보수

서울시 레드 엔젤은 명동, 남대문, 시청, 동대문, 북촌, 홍대, 서촌, 고 속터미널, 광장시장에서 걸어 다니는 이동형 관광 안내로 관광객 들에게는 높은 만족을 주고, 젊은이들에게는 인기있는 일자리로 각광받고 있다.

제주에서는 전 지역을 대상으로 중국어, 일본어, 영어, 기타 언어 등 3인 또는 4인으로 구성된 종합 찾아가는 관광안내소 운영 청년 일자리 창출, 외국인 관광객의 언어, 쇼핑 등 전반적인 불편사 항 해소, 지역 소상공인 매출 증진 기여 등 효과 예상



47

앞으로는?

제도 개선

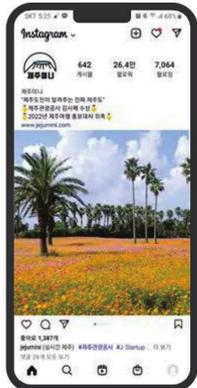
▶ 제주관광진흥기본계획 → 기존과는 차별화된 내용이 포함되어야

- 도민, 도내기업, 전문가 등 참여를 통한 목표 설정 및 달성을 위한 계획수립
- ▶ (가칭)제주 관광스타트업 육성 지원에 관한 조례 제정
- ▶ 일정규모 이상 단체관광 지역 관광통역안내사 의무 배치 제도 개선

5기 제주미니 제주관광 질적 성장을 위한 OTA 플랫폼

"제주도민이 알려주는 진짜 제주도"

여행객이 필요로 하는 제주여행 정보 제공 서비스입니다.



48

앞으로는?

도내 기업 육성

- ▶ 로컬 여행플랫폼, 모빌리티, 미식여행 등 다양한 분야 관광스타트업 육성
- ▶ 스타트업의 신규 비즈니스 확장을 위한 지원 집중
- ▶ 관광객 욕구의 다양화로 충족시키기 위한 관광사업자 다양화 필요



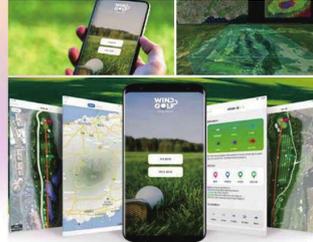
4기 브로컬리컴퍼니 로컬여행, 미식여행 상생을 추구하는 로컬 브랜드 컴퍼니

로컬 문명이 농산물을 업사(클링한 브랜드 UGLYCHIC(아글리시크)와 가장 한국적인 비건 스낵케어 브랜드 owin(오윈)을 운영하고 있습니다.



27기 윈드워시 3D골프 백링크서비스

그동안 백링크는 제주에서 골프하기 윈드센서? 골프에 가장 큰 영향을 주는 바람을 고정밀 시가상모듈과 드론 IoT센서를 3D 디지털트윈을 활용하여, 출발 백링크서비스 가이던스를 제공합니다.



감사합니다

제55회 제주미래포럼
중국관광시장 재개 대비
관광수용태세 점검과 대응

토론

좌장	신왕근 제주관광대학교 호텔관광과 교수
토론자	양영식 제주특별자치도의회 의원
	이 철 주식회사 뛰놀자 이사
	박재아 태평양관광기구 한국지사장
	송상섭 제주관광학회 회장
	양승열 제주특별자치도 관광정책과장
	이상묵 제주대학교 관광경영학과 교수
	고선영 제주연구원 부연구위원

