[JDI 제11회 제주미래포럼]

관광객 800만 시대의 제주관광이 나아갈 길은?

토 론 문

JDI 제주발전연구원
Jeju Development Institute

< 토 론 요 지 >

함 석 종
(강릉원주대학교 사회과학대학장
/ 한국관광연구학회장)

1. 제주MICE산업의 경쟁력 현황과 과제

Meeting, Incentive travel, Convention, Exhibition이라는 다른 기능과 성경을 가진 현상들을 함께 묶어서 MICE산업이라고 하는 이유는 이러한 현상들 모두가 많은 다국적인 단체 방문자들로 구성된다는 것과 회의와 전시 등이 동일 시간대에 동일 장소에서 종합적으로 이루어지는 경우가 많다는 것이다. MICE산업의 발달은 지역의 국제화 수준 파악의 지표가 될 수 있으며, 지역의 국제적인 이미지 향상에도 기여하게 된다.

제주 MICE산업의 발전에 따른 효과는 경제적 효과(시설투자비 및 관광소비액 증대), 사회/문화적 효과(지역주민의 삶의 질 향상 및 지역문화의 창달), 국제교류 증대, 관광마케팅효과 등 다양한 긍정적인 효과가 있다.

제주MICE산업의 발전은 기본적으로 필요한 시설(infrastructure)인 hardware의 확보가 요구되지만 제주도만이 특성을 살린 운영시스템과 다양한 연계프로그램인 software의 개발이 필요하다.

최근 홍콩을 벤치마킹한 제주에서 시행되는 테마파티나 팀빌딩과 결합한 엔터테인먼트는 meeting에 참여한 사람들 간에 상호 이해와 연대감을 조성하는 좋은 계기를 마련하는 프로그램이라고 할 수 있다.

본 연구 발표는 경제적(관광산업과의 연계) 파급 효과를 중심으로 되어 있다. 따라서 사회문화적 효과, 이미지 증대 방안, 지역사회에 미치는 영향(긍정적 및 부정적) 등을 destination marketing(관광지 마케팅) 내지 place marketing(장소마케팅)의 차원에서 종합적으로 접근할 필요가 있다고 생각된다.

2. 제주지역 생태관광 육성 전략

생태관광은 자연을 관찰하고 야외에서 휴양을 하되 자연을 훼손하지 않으면서 관광을 하자는 데에서 출발했다. 자연과 유적, 지역의 문화를 보호하면서 동시에 지역주민들에게도 관광에서 이익을 얻을 수 있도록 하며 자연에 대한 적절한 학습을 통한 지적 만족감과 자연을 보호한다는 개인적인 보람도 느낄 수 있는 관광이다. 또한 관광의 대상 지역을 지속적으로 보존할 수 있는 관광의 방식이라 할 수 있다. 따라서 관광지역의 자연환경 보전, 고유문화와 역사유적의 보전, 생태적으로 양호한 지역에 대한 관찰과 학습, 관광지역과 사업체의 지속 가능한 관광사업, 관광객의 지속가능한 관광 활동 등을 포괄하는 관광이다.

생태관광은 지속가능한 관광(sustainable tourism), 녹색관광(green tourism), 자연관광(nature tourism) 등과 유사한 개념이다.

우리나라의 생태관광의 사례를 살펴보면 다음과 같다. 문화기행, 아름다운 농촌(어촌과 산촌) 마을에서의 체험과 체류 기행, 템플 스테이, 제주도 올레 걷기, 병영체험까지도 포함될 수 있다. 최근의 구릉지와 마을 산을 연결하는 걷기 외에도 자전거 여행 등도 생태관광의 좋은 사례이다. 보다 확대되고 적극적인 생태관광으로는 친환경적인 시설이나 구조물, 자연환경을 고려한 단지 계획, 이용객들의 자연스러운 생태계를 보호하려는 행동 유도 등이 모두 포함된다.

따라서 이러한 생태관광과 자연관광은 전체 관광시장 성장률보다 3배가 빠른 연간 20% 이상 성장하면서 2012년 점유율이 25%에 달할 것으로 전망된다. 정부는 글로벌 이슈인 '기후변화'의 관광영향의 중요성을 인식하고, 저탄소 녹색성장사업을 추진하고 있으며 관광분야에서도 탄소배출감소, 녹색관광 등 많은 책임이행과 권장사항 요구를 확대하고 있다. 그리고 기후변화와 관련하여 3대 분야 17개 신성장동력을 제시하였으며, 관광분야는 MICE 및 생태관광 분야가 선정되었으며, 이외 글로벌 헬스케어, 첨단 그린도시 등 관광 적용 분야도 다수 포함된다. 정부는 저탄소녹색성장 관광자원개발 가이드라인('09)을 통해 관광지 개발, 관광단지 개발, 문화관광자원개발, 생태녹색관광자원개발, 광역권 관광개발 등 5개 사업군을 대상으로 지원을 확대하고 있다. 특히, 생태자연관광은 대규모 시설조성 중심의 관광개발이 아닌 지역이 보유한 특색 있는 자연자원을 활용하는 지역사회 중심적 관광지 개발을 추구하고 있다.

제주도의 경우 환경부와 문화체육관광부가 한국형 생태관광모델사업 대상지 자원 대부분의 유형(DMZ를 제외)을 갖고 있는 성장 잠재력이 큰 지역이다. 따라서 본 연구는 제주 관광발전에 크게 기여할 수 있는 연구라고 생각된다. 그러나 생태관광자원은 파괴되거나 열악해지기가 쉽기 때문에, 그리고 일단 잘못되기 시작하면 원상회복이 어렵거나 회복에 많은 노력과 기간이 소요되기 때문에 단위 관광지마다 수용력(carrying capacity), 이용 및 보전 프로그램, 전문업체의 선정과 사업허가, 참여업체들의 자율적인 준수 지침 마련, 지속적인 교육(관광자, 가이드, 해설가, 업자 등) 등에 대한 문제들에 대비한 철저한 준비가 요망된다.

3. 중국인 개별관광객 유치증진을 위한 제주관광의 과제

세계관광시장은 '10년 연간 10억 명, '20년에는 연간 15억 명 이상(세계인구의 약 20%)이 관광활동에 참여할 것으로 예상되며, 특히, 아시아·태평양 지역은 '10년 1억 9,500만 명, '20년 3억 9,700백만 명까지 증가할 것으로 전망되고 있다. 특히 동북아시아 지역이 국제적인 관광목적지로 지속 성장할 것으로 전문가들은 예측하고 있다. 동북아 관광객 수는 '95년 4억 4천만 명에서 '20년 22억 4천만 명으로 증가하여 연평균 6.7%의 높은 성장률을 보일 것으로 전망되고 있으며, 동북아 지역에서 한·중·일·홍콩의 4강 구도 형성으로 인한 국가간 교류가 증가하고 향후, 2020년에는 국제관광객 4명중 1명이 동아시아/태평양 지역을 방문하게 될 것으로 전망된다.

중국 관광시장의 동북아 관광시장 성장을 리드할 것이다. UNWTO에 의하면 '20년까지 아·태지역의 역내·외 관광 성장률은 각각 6.7%와 5.9%로 예상되어 세계 6대 권역 중 가장 높은 수준이며, 중국은 '20년까지 연평균 8.9%의 성장을 통해 세계 5대 아웃바운드 송출국에 오를 것으로 전망하고 있다. 그리고 중국 관광산업의 국가GDP 기여율은 '08년 12.2%이나, '18년에는 12.5%까지 성장할 것으로 전망되며, 동북아 관광시장 국가들 중 최다 방문국임과 동시에 잠재시장으로 부상하고 있다. 중국 국제 관광객수는 '00년 31.3백만 명에서 급속하게 증가하여 '05년 46.8백만 명, '07년 54.7백만 명이었으며, '08년 53.0백만 명에서 '09년 50.5백만 명으로 전년대비 4.8%의 감소세를 보였으나 장기적으로 증대될 것으로 전망된다. 방한 중

국인관광객은 2005년에 71만명에서 2010년에 187만명으로 5년동안 2.6배 이상 성장하였고 한국 인바운드 시장의 역 4분1 정도에 육박하고 있다.

특히 젊은층에 의한 순수관광목적의 중국인 관광객들의 한국 방문이 증가할 것이고 가족관광을 비롯한 소비지향형 FIT관광이 점차적으로 증가할 것이다. 최근에 중국관광객의 제주방문이 급증하고 있는데, 특히 중국 바오젠 그룹 우수외판사원 관광단의 방문은 incentive travel의 일종으로 제주도가 지향하는 MICE산업과도 관련이 있는 것으로 이러한 틈새시장을 파고드는 전략도 유용할 것이다.

제주도가 중국관광객을 수용함에 있어서 많은 문제점들이 있겠지만 그 중에서도 수용태세 미비, 다양한 상품(쇼핑 및 오락 등) 및 프로그램 부족, 중장기적인 유치 전략의 부재 등을 지적할 수가 있다. 따라서 지속적인 마케팅활동이 요망된다. 중국관광객들의 지향성(필요와 욕구)을 파악하여 이를 충족시킬 수 있는 방안이 요망되며, 전체 중국인 아웃바운드관광시장을 세분화(market segmentation)하여 표적시장(target market)을 선정하고 이들에 대한 지속적인 포지셔닝(positioning)이 필요하다.

제주도 관광수용태세 개선과 마케팅전략
- 외래(중국)관광객 유치를 중심으로

서 용 건
(제주대학교 관광경영학과 교수)

Ⅰ. 관광수용태세 문제점과 개선방안

1) 관광안내서비스

■ 문제점

○ 중국관광객 대상 무자격 가이드의 관광안내 서비스

○ 온라인을 통해 외국인이 얻을 수 있는 정보가 지자체가 운영하는 관광지에 머물고 있음

○ 구글 등 해외통합검색사이트에서 제주 관광지 관련 홈페이지를 찾기 어려움

○ 외국어로 안내되는 대중교통 이용 정보가 부족하거나 없음

○ 외국어 웹사이트가 생성되어 있더라도 관광정보의 내용이 한국어 웹사이트에 비해 현저히 미흡하며 또한 한글웹사이트를 그대로 번역한 것이 많아 외래관광객이 필요로 하는 필수 정보 전달에 한계가 있음

○ 영어, 일어, 중국어, 불어, 독일어, 스페인어, 이탈리아어, 아랍어 등 지속적인 언어 확장을 통한 온라인 관광정보 서비스를 제공

■ 개선방안

○ 무자격 가이드에 대한 현실적 대책 마련 시급
(예) 교육기회 제공 및 가이드 자격증 취득 유도

○ 제주도청 홈페이지에 각 개별 관광지 홈페이지(영문)를 링크시켜 각 관광지에 대한 정보를 쉽게 얻을 수 있도록 함

○ 도청 홈페이지에 외국인을 위한 관광안내지도를 다운로드할 수 있는 서비스 제공

○ 외국인 관광객을 위한 관광 어플리케이션 개발이 필요함

○ 호텔 등에 대한 예약 서비스와 개별 홈페이지와의 연계, 커뮤니티 활성화를 이끌어 내야 함

○ 제주특별자치도 홈페이지 연계를 통한 관광정보 서비스 제공에서 한 발 더 나아가, SNS, 제주 외국인 홈페이지(야후 Rhymes with Jeju)와의 연계를 통해 보다 정확한 관광 서비스 정보 제공

2) 관광 교통 서비스

■ 문제점

○ 대중교통에 더 많은 외국어 서비스가 필요함

○ 주요 관광지까지의 도착 예정 시간 서비스 제공이 되지 않음

○ 대중교통 이용시 외국어 능력의 부재가 가장 큰 어려움임
(티켓구입, 경우-목적지 확인 등)

■ 개선방안

○ 외국인 FIT 관광개의 입장에서 관광 교통 서비스를 제공할 필요가 있음

○ 일본인 여성 FIT 관광객을 대상으로 하는 관광 정보 시스템 구축 필요

○ 외국인 FIT 관광객의 렌트카, 스쿠터 임대 등을 쉽게 할 수 있도록 정보와 제도 마련

○ 각 관광지에서 외국인들이 다음 관광지로 이동할 때 콜택시 서비스를 이용할 수 있도록 하는 안내 서비스 제공

3) 숙박 서비스

■ 문제점

○ 외국인 관광객들에게 모텔이나 팬션에 대한 정보 제공이 전무하다시피 함

○ 외국인들에게 숙박 정보가 lonely planet 위주의 단순화된 정보만 제공되고 있음

○ 트윈베드가 있는 숙소가 극히 드묾
○ 외국인이 안내지도를 통해 숙소 예약하기에 정보가 매우 부족함
○ 민박, 모텔, 펜션 등 중저가 숙박업소들의 외국어 서비스 인터넷 예약시스템이 필요함

■ **개선방안**

○ 외국인 관광객들이 머물 수 있는 펜션을 발굴하여 홍보할 필요성이 있음
○ 공항에서 외국인들이 손쉽게 호텔과 펜션에 대한 정보를 구할 수 있도록 관광안내소와 숙박시설 연계 서비스를 전개
○ 시내 중심가 오래된 모텔을 유스호스텔로 전환시켜 전세계 유스호스텔과 연합한 마케팅을 실시
○ 호텔 및 펜션 방에 인터넷이 가능한 컴퓨터 시설을 보강
○ 관광안내소에서 머물기 좋은 숙소를 추천할 수 있도록 장려
○ 외국인을 위한 중저가 숙박시설 예약 대행 회사가 필요함

4) 식음료 서비스

■ **문제점**

○ 한글 메뉴판에 음식 그림도 없어 외국인 관광객들에게 적합하지 않음
○ 음식점 대부분이 횟집이나 흑돼지 삼겹살 등으로 단순화되어 있음
○ 음식에 대한 외국어 설명이 전혀 되어 있지 않음
○ 채식주의자를 위한 식당 홍보가 되어 있지 않음

■ **개선방안**

○ 외국인 의사소통 만족도는 메뉴판의 외국어 표기 및 메뉴 사진 등의 제공 여부와 종사자 의사소통 가능언어 등으로 평가됨
○ 메뉴판에 주된 메뉴에 대한 자세한 설명을 곁들임
○ 영어, 일본어, 중국어에 의한 외국어 표기와 메뉴 그림을 삽입해 외국인 이용자의 편의를 도모함
○ 제주특별자치도 홈페이지에서 외국인이 좋아할 수 있는 식당에 대한 정보 수록

○ 채식주의자, 이슬람권 관광객 등을 위한 식당을 따로 홍보할 필요가 있음
○ 음식의 이름, 특징, 유래, 첨가된 식재료, 조리법 등에 대한 다국어 표기가 필요함
○ 제주의 특색 있는 식문화를 체험할 수 있는 프로그램을 개발하여 외국인 관광객에게 체험의 기회를 제공하는 등 지역특화음식을 하나의 관광 상품으로 정착시켜야함(국수거리 등)
○ 외국인 개인 관광객이 증가하는 현 시점에서 음식 문화에도 1인 메뉴 판매 등의 개인 관광객을 위한 서비스 개선이 필요함

5) 관광지 서비스

■ **문제점**

○ 대부분의 관광지 매표소에 외국어 표기가 없어 이용에 불편함을 초래함
○ 관광지 주변 환전을 할 수 있는 곳이 극히 드묾
○ ATM기의 위치에 대한 설명이 되어있지 않음
○ 관광지까지 연결되는 대중교통 이용이 매우 불편함
○ 관광지로 연결되는 직행버스가 거의 없음

■ **개선방안**

○ 지역별로 방문객 수가 증가하는 시기의 임시 관광안내소 및 문화관광해설사의 수를 증가시키는 방안이 필요함
○ 외국인 의사소통 만족도는 외국어 안내표기 수준, 안내 표기 외국어 종류 등의 안내표지와 외국어 해설 서비스 제공여부로 평가됨
○ 관광지나 숙소로부터 가까운 ATM기기에 대한 설명을 쉽게 할 수 있도록 안내도를 만듦

6) 기념품 및 쇼핑 서비스

■ **문제점**

○ 기념품들이 제주와 연관성이 없는 경우가 많음
○ 외국어의 의사소통이 어려움

○ 특색 있는 제주 토속 상품(돌하르방, 갈옷 등)에 대한 마케팅이 부족함

■ **개선방안**

○ 외국인이 제주에서 구입하고자 하는 상품에 대한 연구 필요

○ 중국산 관광 기념품이 아닌, 제주산 관광기념품에 대한 홍보 마케팅 필요

○ 제주에서 구입한 관광기념품을 본국에 우체국을 통해 보낼 수 있도록 하는 안내 서비스와 마케팅 활동이 필요함

Ⅱ. 관광마케팅 측면 시사점

관광마케팅 측면에서 시사점을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 중국은 관중심의 정치사회적 구조 특성을 갖고 있다. 경제는 철저히 자본주의지만 정치는 사회주의로서 이중적 성격을 갖는다. 따라서 중국관광객 유치마케팅은 현지의 관을 배제하고 민간중심으로 이루어지는 것은 한계를 갖는다. 즉 정치경제적으로 자본주의 체계를 갖고 있는 우리식으로 접근하는 데는 효과가 제한적이라는 것이다. 외화획득과 자국 이미지 제고 차원에서 인바운드는 장려하지만 기본적으로 아웃바운드는 규제대상이다. 수출중심의 경제구조를 내수중심의 구조로 전환하려는 중국정부로서도 국내관광의 활성화는 장려하겠지만 자국민의 해외관광은 우선순위가 아니다. 따라서 대 중국 관광마케팅은 대중들에게 어필하는 것과 동시에 정부와 성 등 공공부문에게 어필하는 것이 매우 중요하다.

둘째, 지역별 세분시장별로 철저한 시장조사에 근거한 기획과 특화된 관광상품 개발 그리고 사후 마케팅까지 연계되는 통합적인 공동 관광마케팅 활동이 이루어져야한다. 현재 공공부문과 민간부문에서 각각 개별적인 마케팅활동은 어느 정도 이루어지고 있다. 그러나 고객 확보, 개발, 유지로 연결되는 고객관계관리적 측면에서 효율적, 효과적인 공동마케팅 사례를 찾기는 어렵다. 정부부처간, 지방자치단체간, 한국관광공사와 지자체간, 지방관광공사와 한국관광공사간, 관광사업체간, 중국진출기업과의 공동 마케팅과 관광과 의료, 교육, 문화, 쇼핑, 한식 등 다른 부문간 공동마케팅에 대한 수요와 필요는 증가하고 있다. 따라서 이러한 마케팅 수요를 연결시켜주고 필요하다면 특정 조직이 컨트롤 타워 역할도 할 수 있도록 제도

적 뒷받침도 정책적으로 이루어질 필요가 있다.

셋째, 예산과 인력을 투입하는 양적인 대중 홍보활동(팸투어, 박람회, 한류스타 활용 등)도 지속적으로 이루어질 필요가 있고 동시에 특정 시장별로 구전효과를 극대화할 수 있는 소셜 네트워크 서비스(SNS: Social Network Service)도 시의적절하게 활용할 필요가 있다. 중국의 대표적 포털사이트인 'QQ'의 메신저 활용도는 한국보다 훨씬 광범위하게 쓰이고 있으며 여행포털사이트인 ctrip(www.ctrip.com)의 활용도와 성장세는 매우 빠르게 올라가고 있다. 오프라인과 온라인 마케팅 전략을 적절하게 이용함으로써 마케팅 효과를 극대화할 필요가 있다. 아울러 중국 자본의 투자유치 마케팅과 관광마케팅 활동을 연계함으로써 장기적으로 마케팅 비용을 절감하고 효과를 높이는 방안도 강구해야 할 것이다. 이는 재방문이 높은 휴양관광객을 유치하는 차원에서 리조트나 콘도미니엄 분양권 또는 회원권 등의 구입, 관광휴양시설에 대한 직접 투자, 합작 투자 등 다양한 투자형태를 포괄하는 것이다. 접근성 측면에서 북경과 상해에서 제주도가 중국의 대표적인 섬 휴양 관광목적지인 해남도보다 훨씬 가깝기 때문에 이러한 지리적 우위를 충분히 활용할 필요가 있다.

<끝>

< 토 론 요 지 >

오 창 현
(제주관광공사 마케팅팀장)

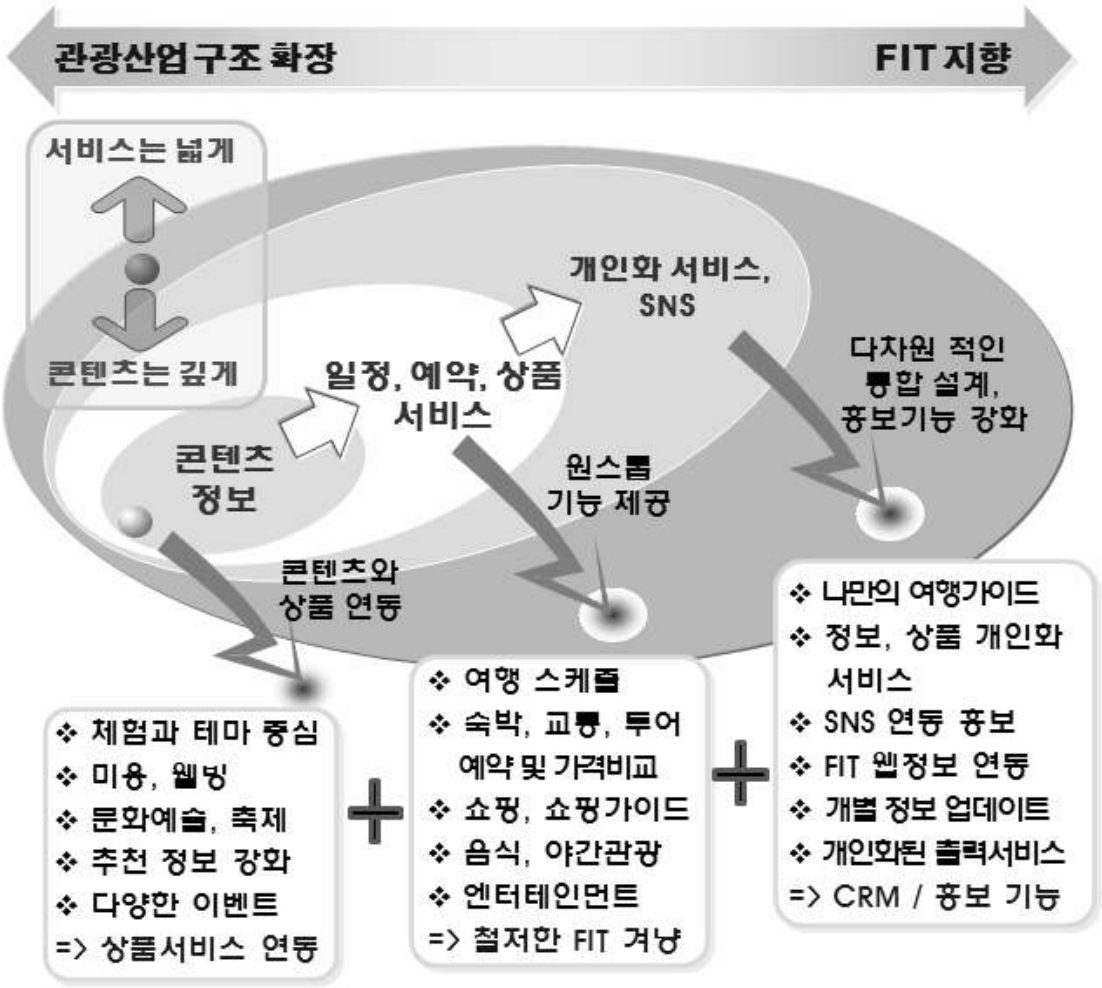
중국인 개별관광객 유치증진을 위한 제주관광의 과제

□ 본 주제발표는 외래개별관광객 증가세에 맞추어, 그동안 단체관광객에 의존하던 제주가 고부가가치 외래관광객 유치 전략으로 이행함에 있어 매우 시의적절하고 유익한 내용을 담고 있음.

□ 개별관광객은 체류가 길고, 소비가 크며, 방문지에 대한 만족도가 높아, 지역경제 활성화 및 지역 홍보에 큰 도움이 되고 있음. 또한 기존 단체관광의 문제점 중에 하나인, 현지에서의 저가 여행비용으로 인한 폐해를 해결하는 대안으로서, 개별관광객 유치는 지역 관광기업 이익을 증진시키는 방안이기도 함.

□ 싱가포르는 “유어 싱가포르(Your Singapore)”를 통해, 개별관광객에게 관광정보와 상품예약을 원스톱으로 서비스하고 있으며, ‘나 만의 가이드북’ 등 각종 이용자 편의 관광정보를 제공하고 있음. 싱가포르는 전체 관광객의 약 40%가 개별관광객일 정도로 국가적으로 단체관광객에서 개별관광객으로 관광객 유치 패러다임을 변화시키고 있으며 큰 성과를 얻고 있음.

□ 이는 개별관광객 시대를 미리 예견하고 이를 적극 수용한 결과이며, 싱가포르의 관광산업은 고도의 발전 모델을 창출하고 있으며, 이를 통해 기존 단체관광으로 경직된 산업구조를 확장시키고, 기업의 직접 소득 이익을 증가시키고 있음.



□ 또한 개별관광객의 증가와 이를 소재로, MICE산업 + 복합리조트(마리나베이샌즈 & 리조트월드센토사) + 의료관광을 융복합화 한 고부가가치 관광산업으로 더 큰 성장을 예고하고 있음.

□ 근래에 들어 중국, 동남아 시장의 개별관광객 증가는 눈에 띠게 크게 증가하고 있음. 특히 중국의 최근 여행 키워드가 '웰빙', '녹색', '자유여행', '온라인', '여성'으로 나타남.

- '웰빙'과 '녹색' 키워드에 가장 적합한 목적지로 제주를 꼽을 수 있음.
- '여성' 키워드는 쇼핑이 포함된 것이며, 한류와 쇼핑이 주된 관심사로 볼 수 있으며,
- '온라인', '자유여행' 키워드는 젊은 층을 나타내는 것으로, 한류와 도시

문화 그리고 쇼핑이 주된 관심사로 ‘여성’ 키워드와 겹침.

□ 따라서 콘텐츠 측면에서 제주의 강점과 약점을 보완하는 전략이 필요함.
- 자연과 녹색 이미지를 강화하면서, 체험적 요소(전통문화) 개발 강화
- 한류를 활용한 상품 개발
- 취약점인 쇼핑을 보완하기 위한, 엔터테인먼트 가미된 복합 명품쇼핑몰이 들어서거나,
- 이러한 것이 어렵다면 악세사리와 화장품과 같은 특정분야 이거나, 한류와 같은 소재로 개발된 기획제품 쇼핑거리가 필요함.

□ 또한 FIT 유치를 위해서는 '유어 싱가포르‘와 같은 다국어로 된 개별관광객을 위한 종합관광정보 및 상품예약시스템 구축이 반드시 필요함.
- 최근 동남아지역의 개별관광객 증가세는 중국을 앞지르고 있다고 보임. SNS가 매우 발달한 동남아의 경우 제주에 대한 선호도가 높으며(말레이시아의 경우, 한국상품 중 70%가 제주경유 상품을 구매), 한국과 제주에 대한 개별여행 욕구가 큼.

□ 제주는 중국과 일본을 중심시장으로 하는 편향적 시장구조에서 벗어나, 외부환경에 강한 시장 포트폴리오 전략을 추진하고 있으나, 외형확장 지향의 사회구조로 여전히 중심시장이 제공하는 성과의 향기에 머무른다면, 질적 강화를 통한 관광산업 구조 내실화는 더딜 수밖에 없음.

□ 국내관광객의 개별관광객으로의 전환은 불과 5년 사이에 이루어졌음. 지금처럼 한류가 외래관광객을 끌어들이는 좋은 호재가 지속될 수는 없을 것임. 따라서 지금의 호재를 적극 활용하여 외래 개별관광객을 맞이하지 못한다면, 동아시아 관광시장 경쟁에서 뒤쳐질 수 있음.

제주지역 생태관광 육성 전략

□ 유네스코 자연과학분야 3관왕과 세계7대자연경관 선정으로, 제주는 '자연'을 활용한 생태관광을 주요한 핵심 관광전략으로 표방해야 할 당위성이 충분해졌음.

□ 유네스코 세계지질공원 인증은 제주의 생태관광의 방향과 모델을 제시해 줄 수 있다고 봄.

- 유네스코의 다른 인증 프로그램과 달리 세계지질공원은 보존을 전제로 '활용'을 권고하면서, 지역주민에 경제적 이익이 발생하는 지질관광 활성화를 요구
- 지질관광은 생태관광의 개념에서 나옴.
- 따라서 제주에 있어 생태관광을 본격적으로 접목하고 지질자원을 활용한 생태관광모델을 제시할 것으로 기대가 됨.

□ 지질은 제주의 원형자원으로서, 역사·문화·생태·해양 자원에 기저를 이루고 있어, 지질관광은 역사, 문화, 생태가 어우러진 독특한 상품가치를 지님.

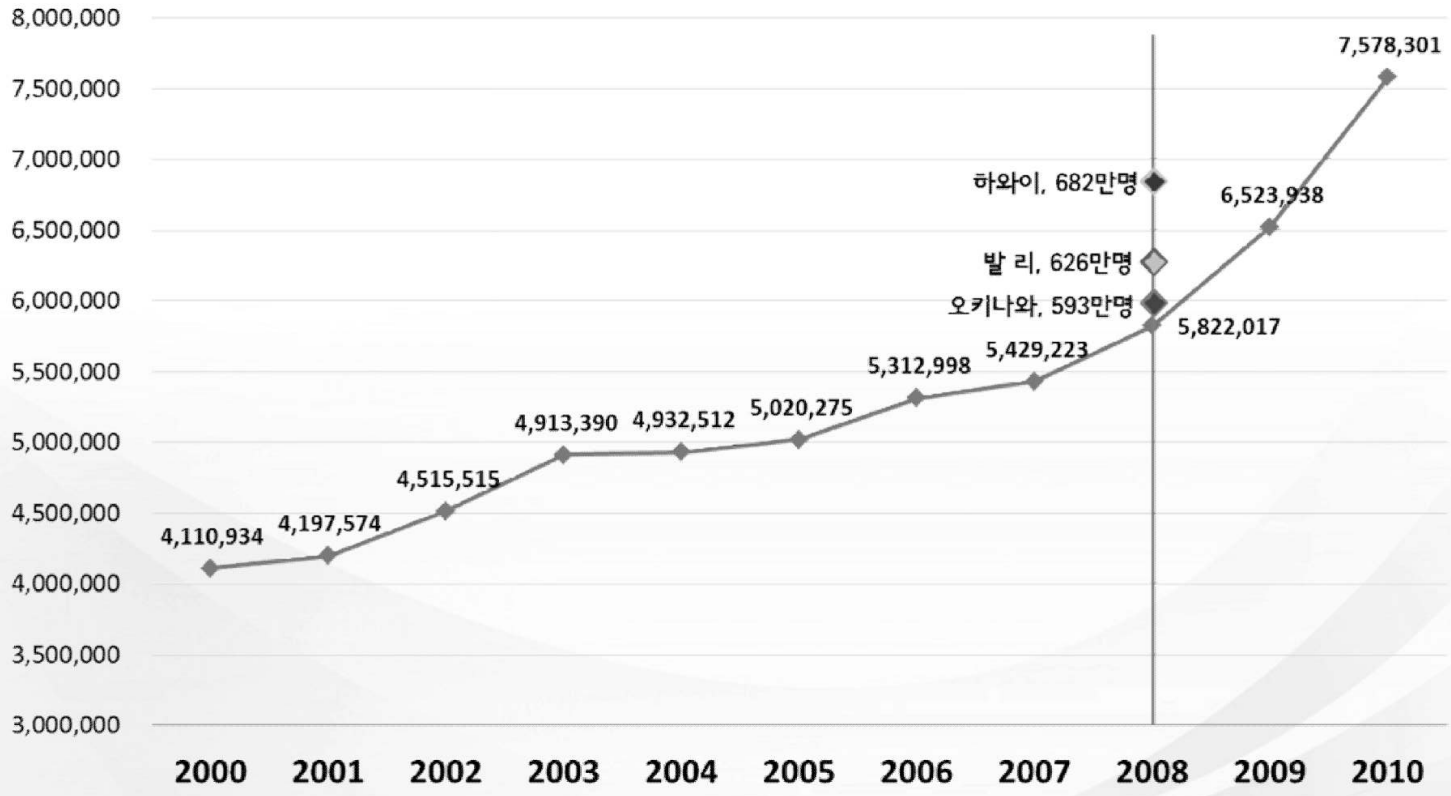
- 지질자원에 대한 교육과 체험적 요소를 포함하는데 있어서는, 최근 도보여행 트렌드를 활용하여 지질트레일을 개발하는 것이 바람직하며,
- 지난 10월에 제주관광공사와 제주도 그리고 지질TF팀(강만생 위원장)에서, 고산 수월봉을 중심으로, 지질관광 콘텐츠와 지질트레일 코스를 개발하여 호평을 받은 바 있음.
- 따라서 지질트레일을 활성화하고, 세분화된 체험요소 개발 및 지역주민의 참여를 통한 지역커뮤니티 비즈니스 조성을 위한 지속적인 지원이 요구됨.

제11회 제주미래포럼

제주관광 800만 시대 동향 및 과제

제주특별자치도관광협회 김 창 효

최근 10년간 관광객 입도현황(2000~2010)



제주방문 관광객 동향

- 2011년 제주 방문 관광객 : 7,936,413명(11.23일 잠정)
  - 내국인 : 7,005천명(전년 동기대비 12.8% 증/외국인 : 931천명 30.2% 증)
    - ☞ 입도 예상관광객 : 870만 전후(내국인 760, 외국인 110)
- 내국인 목적별 동향(10월말 현재)
  - "휴양및 관람" : 315만 전년동기 대비 19.7% 증
  - "레저스포츠" : 113만 전년동기 대비 18.4% 증
  - "교육여행" : 54.8만 " 전년동기 대비 14.8% 감
- 외국인 관광객 : 중국인 관광객 증(30.0%), 일본인 관광객 감(9.0%)

중국인 관광객 주요 입도경로

- 총 입도 관광객 : 477,689명(10월말 현재)
- 국내항공 (61.8%), 국제항공 (26.6%), 국제 크루즈 (10.4%), 국내선 선박(1.2%)

제주관광 과제(관련 인프라 확충)

- **공항 시설 및 국내외 직항노선 확충**
  - 제주공항 활주로 2개 (공항 이용시간 : 06:00~23:00/슬롯 34회/1시간)
  - 항공노선 : 국내 13개/ 해외 4 개국 13노선(중국7,일본4, 대만1,베트남1)
    - ☞ 다양한 관광 소비층 확충을 위한 항공 인프라 확충 절실(제8운수권 등)
- **숙박시설 확충**
  - 도내 숙박시설 객실 수 : 24,616실(1일 입도관광객 수 : 24,241명)
  - 특히, 중국인 패키지 관광객은 도내 관광호텔 객실 확보에 어려움이 있어, 콘도미니엄, 펜션, 일반호텔에까지 투숙하고 있는 실정
    - ☞ 숙박시설 확충 및 개선을 위한 행 재정적 지원 절실

도내 관광업계 경쟁력 강화

- **글로벌 경쟁시대 관광객 송출시장 중심의 예속적 시스템 탈피를 위한 노력**
  - ☞ 민간(업계) 중심의 관광 마케팅 전개를 통한 효율적 마케팅 절실 등

MEMO

MEMO

MEMO

MEMO

MEMO

MEMO

MEMO

MEMO

MEMO