

제주도 관광기념품 산업의 활성화를 위한 정책적 과제

김 형 길*

요 약

국제자유도시를 추진해가는 제주도 관광산업의 진흥과 함께 성장의 잠재력을 가지고 있는 제주 관광기념품 산업은 시장규모나 경제적 파급효과, 고용창출, 관광 이미지 제고, 지역 중소기업 육성 등을 통한 지역경제 활성화의 중요한 영역으로 의미가 있다. 본 연구는 제주도 관광기념품 산업 육성의 당위성과 내도 관광객들의 관광기념품 구매행동분석에 관한 추세분석, 관광기념품 생산과 유통업체의 현황과 정책적 지원시스템의 문제점들을 고찰하고, 관광기념품 산업의 활성화를 위한 정책적 과제를 제안하였다.

key Word : 관광기념품 산업, 활성화, 정책적과제

* 제주대학교 경영학과 교수

1. 서론

21세기는 세계경제의 글로벌화와 더불어 문화와 지식과 기술이 중심이 되는 지식 산업시대로 빠르게 변모하고 있는데 이에 따라 세계 각국은 자국의 경쟁력 제고를 위해 문화와 지식기반 사업에 많은 투자를 하고 있다.

이러한 급변하는 국내외 환경의 흐름속에 인간의 창의성과 감성가치에 바탕을 둔 혁신적인 디자인과 지역적 정체성을 바탕으로 한 문화상품 및 관광기념품 개발은 국가 경쟁력 제고와 지역경제 활성화를 위한 중요한 영역이다.

최근 제주도는 감귤산업을 중심으로 한 1차산업의 경쟁력 약화로 지역경제가 어려움을 겪고 있어 감귤산업을 대체할 수 있는 산업의 선정과 활성화 대책이 시급한 실정인데, 현재 국제자유도시의 7대 선도프로젝트를 중심으로 휴양관광도시로의 추진에 박차를 가하고 있다.

특히 제주도에는 2002년 12월 국내 최초의 내국인면세점이 개점 운영되고 있으며, 향후 국제자유도시가 성공적으로 추진되어 갈 경우 쇼핑관광지로서의 잠재력과 성장 가능성이 있어 제주 관광기념품 산업의 경쟁력 강화와 대응전략이 매우 필요한 시점에 있다.

본 연구는 제주관광기념품 산업육성의 당위성과 시장규모를 추정하고, 제주관광기념품 구매 행동의 추세분석과 제주관광기념품 생산·유통업체 현황과 정책적 지원의 문제점 등을 고찰하고 제주관광기념품산업 활성화를 위한 행·재정지원방안과 정책적 과제를 제시하고자 한다.

II. 관광기념품 산업 육성의 필요성과 시장규모의 추정

1. 관광기념품의 정의

관광기념품이란 관광객들이 관광지를 기념하거나 필요에 의해 여행 중에 구입하는 관광지의 특산물, 공예품, 일상용품 등의 상품을 말한다. 문화관광부에 따르

면 기념품의 개념적 정의를 한국고유의 전통성을 지닌 공예품과 일상용품 등 관광객이 방문지에서 구입 또는 취득할 수 있는 물건으로 포괄적으로 정의하고 있다.

〈표 1〉 관광기념품과 토산품, 공예품, 민예품, 특산품의 개념과 정의

용어	규정주체	정의 개념
관광 기념품	안 종 윤	상품이나 사진 등 지나간 여행을 회상하도록 하는 물건
	C. Dervase	관광지를 기념하기 위하여 여행중에 구입한것
	문화관광 학부	한국 고유의 전통성을 지닌 공예품과 일상용품 등 관광객이 방문지에서 구입 또는 취득할 수 있는 모든 물건
토산품	한국사전	어느 지방 또는 나라에서 생산되는 독특한 상품
	일본사전	여행지에서 구입한 그 고장 토지의 산물
공예품	중소기업 진흥공단	-민간에 의해 전해 내려오는 전통적 기능, 기술, 기법, 또는 토속 원재료를 근간으로 하여 생산되는 조형제품으로서 제조과정의 주요부분이 수공업적 특성을 갖는 제품(다만, 일부 생산공정이 기계화되어 대량생산되는 제품을 포함한다.) -특정한 지역의 자연환경, 풍속, 유적 등의 특성을 소재로 하여 생산되는 조형제품으로 당해 지역의 전통적 또는 예술적 특성을 가진 제품
	공예협동 조합 연합회	기능인이나 숙련공이 예술적 가치가 있기 만든 공작품을 총칭하는 것으로서, 생산지역이 전통적 예술적 특징과 가내 수공업적 특징 및 장식적 특징을 가진다.
민예품	한국산업 경제연구원	과거에 사용되었거나 오늘날 사용되고 있는 제품중 인간에 의하여 상당한 가공이 이루어진 것. 단, 실용성의 유무와는 관계없으며 일반적으로 건축물은 제외한다.
	중소기업청	민간에 의해 전해 내려오는 공예기능에 의한 제품 및 향토성이 있는 창조적 제품
특산품	행정자치부	각 지방에서 특별히 생산한 우수한 제품
	한국관광 공사	일반적으로 그 지방에서 전통적 방식에 의해 생산되는 특징있는 독특한 산물(토산품과 동일한 의미로 사용)

용어	규정주제	정의 개념
	한국산업 디자인 진흥원	관광객이 방문하는 방문국 또는 방문지의 지역 특성이 표출된 공산품, 공예품, 민예품, 농가 부업제품, 식품 등을 포함한 상품으로 그 지역이 특유산업과 연결되어 있으며 관광지에서의 관광 여행 추억을 간직할 수 있는 취득 가능한 상품

이와 유사한 용어로는 여행지에서 구입한 그 고장의 특징있는 전통적 방식에 의해 생산되는 독특한 산물을 말하는 토산품의 개념이 있고, 특정한 지역의 자연 환경, 풍속, 유적 등의 특성을 소재로 하여 생산되는 조형제품으로 당해 지역의 전통적 또는 예술적 특성을 가진 제품인 공예품이 있으며, 그외에도 민간에 의해 전해 내려오는 공예기능에 의한 제품 및 향토성이 있는 창조적 작품을 민예품이라 한다.

2. 관광기념품 산업 육성의 필요성과 중요성

관광기념품은 관광객이 여행 중 필수적으로 지출하는 비용 항목의 성격이 있어 관광산업의 성장과 함께 지속적인 성장 잠재력이 있는 분야이다. 제주도가 추진하고 있는 국제자유도시추진 관련 사업들의 70-80%가 관광분야에 집중되어있어 제주관광기념품산업의 육성은 제주국제자유도시 추진 또한 함께 꼭 고려해야 할 중요한 영역이다.

제주도 관광기념품 산업의 육성은 제주지역 중소기업체의 육성과 1차 2차, 3차산업의 연계 육성, 농어가소득 증대 및 3차 산업에 편중되어있는 제주도 산업구조의 개선에도 기여 할 수 있다.

특히 지역의 농축수산물 등의 원자재를 활용하고, 지역의 기술과 노동력을 기반으로 생산 활동이 주로 이루어지므로 지역경제 환류효과가 높고, 관련 산업의 진흥을 통해 지방중소기업의 육성에도 기여할 수 있는 분야이다.

그 뿐만 아니라 혁신적인 디자인과 독특하고 지역정체성에 바탕을 둔 향토

성 있는 관광기념품 개발과 판매로 관련업체와 지역상권 활성화에도 기여 할 수 있는 중요한 영역이며, 이를 통해 도내 대학의 관광기념품 산업 관련학과 졸업생들의 고용촉진과 디자인 벤처기업의 창업과 육성을 통해 지역경제 활성화에 기여 할 수 있다.

그리고, 독특한 관광기념품의 생산과 판매, 명품 개발, 브랜드화 등을 통하여 그 지역의 관광이미지 제고에 기여하여 지역의 홍보와 촉진전략에도 중요한 역할을 담당할 수 있다. 그러므로 국제자유도시 추진과정의 마케팅 분야 촉진과 홍보 등을 위해 설립된 내국인면세점 설립 목적과 수익금의 용도와 관련하여 생각 해 볼 때 수익금의 일부를 제주 관광기념품 산업의 활성화를 위해 투자할 당위성이 있다.

지역적인 것이 가장 세계적이라는 말처럼, 향후 제주 관광기념품 개발의 근저는 지역의 정체성을 바탕으로 이루어져야 하는데, 제주지역의 문화와 전통, 역사, 자연 등을 소재로 한 관광기념품의 개발을 통한 문화의 전승과 발전에 기여할 수 있다.

그러므로 최근 참여정부에서 추진중인 국가경쟁력 강화와 지방의 상생 발전을 위한 국가 균형 발전 5개년 계획 속에 제주도의 관광기념품산업을 지역전략산업으로 확정하고 장기적인 관점에서 체계적인 육성정책을 추진해 가야 한다.

3. 제주도 관광기념품 산업 시장규모의 추정

제주도는 연간 460만명(2002년말기준)의 관광객이 내도하는 국내 최대의 관광지인데, 관련 자료에 의하면 국제자유도시 종합계획기간의 최종년도인 2011년에 내도하는 제주관광객은 총 약656만명으로 추정하고 있다.

현재 제주관광기념품과 특산품의 연간 잠재 시장 규모를 정확하게 추정하기는 어렵기는 하지만 <표 2>에서 보는 바와 같이 현재 제주에서 영업활동을 하고 있는 5개 면세점과 223개의 관광기념품점(2002년 말 현재)과 관광농원 24개소 및 재래시장에서 연간 판매되는 제주 특산물과 관광기념품 등의 시장과 관광객들의 관광기념품구입비율과 1인당 구입 평균금액 등을 기초로 추정해보면 연간 약 5,000

억 - 6,000억원 정도로 추정된다.

그러나 향후 제주국제자유도시를 성공적으로 추진해간다면 추진 내용의 70-80%가 관광산업과 관련된 점을 고려 할 때 브랜드 상품과 혁신적인 디자인에 의한 신제품 개발과 포장 등의 개선으로 관광객들의 관광기념품 구매비율과 1인당 지출비용의 증가가 이루어 진다면 2011년에는 약 1조억원 정도의 시장이 형성될 수 있는 큰 잠재력을 가지고 있어 전략적인 육성이 시급한 실정이다.

〈표 2〉 제주도내 면세점 매출액 추이

구 분	2000년	2001년	2002년	2003년 (목표액)	개점일	전국매장 수
한 진	360억	251억	174억	246억	1991.11	2개소
롯데	181억	276억	236억	240억	2000.3	5개소
신라	231억	382억	375억	360억	2000.8	2개소
관광공사 면세점	(62억)	103억	89억	89억	1981	9개소
내국인면세점 (JDC)	-	-	19.6억	1,098억	2002.12	1개소
합 계	834	1,032	893.6	2,033억		19개소

자료 : 김형길, 장성수, 강기춘, 내국인면세점 개점에 따른 제주도내 관련업체에 대한
영향 및 대응방안에 관한 조사연구, 제주대학교 관광과 경영경제연구소,
2003.3. p.68.

III. 제주 관광기념품 구매행동 추세분석

1. 분석의 개요

제주 관광기념품에 대한 관광객 구매행동의 흐름을 비교 조사하기 위하여 필자가 86년 8월 - 86년 11월까지 내국인 관광객 220명을 대상으로 조사한 자료와 87

년 10월 - 88년 9월까지 내국인 관광객 630명을 대상으로 조사한 자료 그리고 92년 6월 - 92년 9월말까지 내국인 관광객 510명을 대상으로 조사한 자료, 2003년 2월 20일부터 2003년 3월 1일까지 조사한 관광객 구매 행동 분석 자료를 비교 분석자료로 이용하였다.

2. 관광객 구매행동 동향분석

1) 관광기념품 구입비율과 구입동기

87년에 비해 92년의 관광기념품 구입비율은 11.0 %나 감소했으며, 2003년도에는 87년 대비 21.7%가 감소한 것으로 나타났다. 구입동기에서는 선물이 가장 주된 동기로 나타났는데 87년도 43.0%에서 2003년도에는 58.3%로 계속 높아지고 있는 것으로 분석되었다. 또한 여행을 기념하기 위한 항목의 비율은 낮아지고 있으며, 생활용품으로 사용하기 위한 개인적인 동기의 비율은 높아지고 있는 것으로 나타났다. 그러므로 이러한 시장의 동향분석을 감안하면 향후 제주도 관광기념품 개발에 있어 소득수준과 소비자들의 라이프스타일 변화에 따른 브랜드 명품개발이 필요하며, 생활용품과 기능성이 가미된 상품 개발이 필요할 것으로 사료된다.

〈표 3〉 관광기념품 구입여부와 구입동기 단위 : 명(%)

구 분		1987년	1992년	2003년
구 입 여 부	구 입	499(82.5)	347(71.5)	264(60.8)
	구입하지 않음	106(17.5)	138(28.5)	170(39.2)
관광기념품 구 입 동 기	선 물	211(43.0)	243(49.8)	154(58.3)
	선물과여행기념	181(36.9)		
	여 행 기 념	67(13.6)	100(20.5)	47(17.8)
	기 념 품 수 집	3(0.6)	2(0.4)	63(23.9)
	생 활 용 품 (개인적동기)	22(4.5)	54(11.1)	

려하여야 할 요인은 87년 디자인실용성포장가격의 순에서 92년엔 실용성과 가격 디자인포장 순으로 바뀌어 실용적인 측면과 가격을 중시하는 경향이 나타나고 있다(표 7 참조).

〈표 7〉 관광기념품 개발시 고려요인 순위

구분	1987년	1992년	2002년 (기념품 개발 소재)
1순위	향토성	향토성	지역역사, 설화
2순위	디자인	실용성	지역역사, 설화
3순위	실용성	가격	지역 자연
4순위	포장	디자인	동물 형태
5순위	가격	포장	식물, 기타

관광기념품 개발시 희망재료로 2002년도김형길 외)의 연구에 따르면 관광기념품개발시 희망하는 재료는 토기(21.3%), 목재(16.6%), 칠기(10.5%),패각(9.1%)순이었다.

IV. 제주관광기념품 생산·유통업체 현황과 정책적 과제

1. 생산업체

제주도 관광기념품 산업관련 생산업체는 제주도 공예협동조합의 자료에 의하면 50여개업소가 생산활동을 하고 있는데, 관련업체의 평균 종업원수가 3명-5명 정도로 영세하여, 전문 디자이너 고용이 거의 이루어지지 못하고 있는 실정이다. 그러므로 관광기념품 시제품 한품목의 개발을 위한 최소 비용이 1,000만원에서 3,000만원정도 소요됨(기능성 상품인 경우 소요금액이 더욱 증가함)으로 상품의 시장 경쟁력을 갖추기 위한 신제품 개발이 실제적으로 어려운 형편이어서 경쟁력이 있는 업체에 대한 심의 선정 후 신제품 개발 비용을 전략적으로 지원하는 방안

을 고려해 볼 필요가 있다.

또한 그동안 관광기념품 생산업체의 영세성을 극복할 수 있는 산학연계 시스템 가동과 지원이 미흡한 실정이었으며, 생산업체들의 영세함으로 디자인과 향토성 및 기능성 등이 가미된 차별적인 혁신상품개발이 어려운 실정이다.

이를 극복하기 위한 방안으로 도입된 제주도 중소기업청의 신제품 개발을 위한 기자재를 위한 시설도 운영요원의 부족으로 기술지원이 미흡하여 업체들이 실제적인 이용에 어려움이 있으므로 관련 시설의 가동율과 이용율을 높이기 위한 인적지원 등 지원이 시급한 실정이다.

특히 급변하고 있는 시장동향과 소비자 욕구 변화에 따른 정보 획득이 어려워 생산자 중심의 시스템을 탈피하지 못하고 있으며 경영 및 마케팅, 디자인에 관련된 교육이 필요한 실정이다.

2. 관광기념품 유통의 현황과 문제점

제주도의 관광기념품점은 <표 8>에서 보는 바와 같이 20001년 182개소에서 2002년도에는 22.5%가 증가한 223개소인데, 제주시 소재 관광기념품점 수는 2001년도(116개소) 보다 12.9%가 증가한 131개소였으며, 서귀포시는 25% 증가한 59개소, 북제주군 관광기념품점 수는 2001년 대비 70%에 해당하는 7개 업소가 문을 닫아 3개 업소로 감소하였으며, 이와 같은 도내 관광기념품점의 증가는 내국인면세점 개점에 따른 동종업계의 과당 경쟁으로 인한 매출액 감소에 기여하는 것으로 사료된다.

제주도내 관광기념품점들의 주된 경영상 애로사항은 5점만점에 의한 리커트스케일에 의한 조사분석결과에 따르면(2003.2) 판매 감소(4.06), 매장임대료(3.54), 자금조달(3.45), 상품가격의 인상(3.24)으로 나타났다(김형길 외, 2003).

제주도 관광기념품산업의 구조적 문제 중에 하나인 알선 수수료(10-40% 정도)의 악순환으로 관광기념품 판매가격 경쟁력이 타지역에 비해 약화되고 있으며, 판매자 중심의 관행은 소비자들에게 부정적 이미지와 구전효과의 파급으로 제주도

관광기념품 시장을 침체시키고 있는 것으로 사료된다.

또한 제주의 독특한 차별적인 관광기념품 개발이 이루어지지 못하고 있으므로 관광기념품점의 취급상품 중 80-90% 정도가 중국산 등 타시도나 외국에서 제조된 것이어서 우리나라 관광지 어디에서나 쉽게 구입할 수 있는 특색이 없는 상품들이 많아 상품구매력을 떨어뜨리고 있는 실정이다.

년도	2001년도					2002년도				
	제주시	서귀포시	북제주군	남제주군	합계	제주시	서귀포시	북제주군	남제주군	합계
관광농원	2	5	10	8	25	2	5	9	8	24
관광기념품점	116	24	10	32	182	131	30	3	59	223
면세점	3	1			4	3	1			4
합계	121	30	20	40	211	136	36	12	67	251

3. 행정적 지원제도 및 정책적 문제점

그 동안 관광산업이 제주도의 가장 중요한 지역산업으로 성장하였음에도 불구하고 지역소득 잔류효과가 가장 높은 관광기념품 산업의 중요성에 대한 인식부족과 적극적인 성장전략을 위한 정책적 투자와 지원이 미흡한 실정이었다. 예를 들면 우수한 관광기념품 신제품 개발과 진흥을 위한 관광기념품, 공예품 경진대회나 디자인벤처경진대회의 지원금이 미흡하여 몇 년째 똑같은 금액으로 명맥을 유지하고 있는 실정이다.

또한 관광기념품 관련 공예품경진대회, 관광기념품경진대회, 디자인벤처 등 각종 경진대회 입상 작품 상품화 지원이 미흡하였으며, 특히 학생 작품인 경우의 상품화 비율이 매우 저조한 실정인데, 이를 위한 지원체계를 획기적으로 마련할 필요가 있다. 그리고 관광기념품의 향토적이고, 독특하고, 혁신적인 신제품 개발을 위한 산학협동 컨소시엄의 지원이 미흡하여 수혜업체 수가 미미한 실정이다.

현재 운영중인 내국인면세점과 제주국제자유도시 7대 선도프로젝트 사업계획 중의 하나인 쇼핑아웃렛 사업인 경우도 판매를 계획하고 있는 대부분의 취급상품이 외국의 유명브랜드와 명품들을 주로 판매 할 예정이며, 또한 2004년도에는 PATA총회를 비롯한 여러 국제적인 회의가 예정되어 있고, 향후 제주에서 국제적인 대회나 회의가 자주 열릴 것임을 감안할 때 제주의 브랜드 상품과 명품개발을 위한 전략적이고 지속적인 정책적 지원과 투자가 필요하다.

V. 결 론

제주도 관광기념품 산업을 위해서 살펴본 바와 같이 제주지역 경제 활성화를 위해 진흥시켜야할 당위성이 있다. 특히 국제자유도시를 추진해가며 이 분야의 활성화를 위해 정책적인 지원이 적극 필요하다. 이를 위한 정책적과제를 제언해 보면 다음과 같다.

1) 제주도 관광기념품산업의 경쟁역량 강화를 위해서는 정책적인 지속적 관심을 가지고 단계적으로 관련 산업발전을 위한 인프라의 구축은 물론 국내의 타 지역의 관광기념품과 차별적인 상품의 특화와 고급화, 브랜드화, 혁신적인 디자인과 가능성이 가미된 상품개발이 필요하다.

2) 관광기념품 산업의 지속적인 성장을 위한 정책적 자료와 신제품 개발 및 관련업체 종사자의 교육자료로 활용 위한 지속적인 관광객 욕구조사와 쇼핑 구매행동분석과 정보활용을 위한 지방정부의 재정지원이 이루어져야 한다.

3) 생산업체들의 경쟁역량강화를 위한 중소기업청의 중소기업 기술혁신제도의 적극 활용과 지원, 한국 디자인 진흥원의 디자인 혁신상품개발, 포장개발지원 제도의 적극 활용을 위한 홍보강화 및 브랜드(공동) 개발을 위한 제도 적극 활용해야 한다. 그러나 이러한 사업도 업체부담금의 비율이 25-30% 정도가 되고 있으므로

이러한 제도의 활용율이 그다지 높지 않은 형편인데 성장가능성과 혁신적인 아이디어를 상품화 할 수 있는 지원제도를 고려할 필요가 있다.

4) 관광기념품 유통업체들도 관광기념품 관련 판매조합 등을 중심으로 관광객들의 쇼핑만족도 분석에서 나타난 대로 가격에 대한 불만족을 해결할 수 있도록 유통혁신을 위한 자구 노력이 필요하다.

5) 제주도 중소기업청에서 운영중인 관광기념품, 공예품 등의 품질인증제도를 활성화하여야 한다. 품질인증으로 그치는 차원이 아니라 관광객들에게 신뢰감을 주어 지속적인 시장 창출에 도움이 될 수 있도록 품질인증 상품들의 홍보지원을 강화하는 방안도 모색해 볼 필요가 있다.

6) 쇼핑아울렛과 예술인 촌 조성 등의 관광쇼핑에 관련한 개발사업 추진시 쇼핑 스트리트의 조성(예: 오키나와의 국제거리 등)으로 지역별로 취급상품을 특화시킨 쇼핑업체의 집단화와 제주만의 독특한 관광기념품 취급점을 활성화 시킬 필요가 있다.

7) 생산업체, 유통업체 등 관광기념품산업 관련자들을 위한 정례적인 세미나 및 교육프로그램 지원과 공예협동조합, 판매조합 활성화 방안을 마련해야 한다.

8) 제주도의 특색있는 공예품과 관광기념품 관련 전시관 및 박물관을 건립하여 전통공예 기술의 전승과 문화보존 및 발전에 기여할 수 있도록 적극 검토할 필요가 있다.

9) 특색있는 관광기념품을 제주도에서만 구입할 수 있도록 하기 위한 방안으로 제주도에서 생산되는 원재료와 소재를 활용하여 관광기념품을 개발하고, 제주에서 시행되고 있는 축제 관련 기념품 생산을 장려하고 적극 지원할 필요가 있다. 특히 관광기념품 산업의 진흥을 통한 지역경제 활성화를 위해서는 산업형 축제에 초점을 맞추어 관광기념품 개발을 유도할 필요가 있다.

10) 제주도 관광기념품 산업의 경쟁력 강화를 위해 관광기념품 생산, 유통 관련 기업과 지역대학, 연구소, 지방자치단체, 산학연간의 네트워크를 통한 지역혁신체제 구축을 위한 세부적 실천방안을 구상할 필요가 있다.

11) 제주도 정체성의 바탕을 둔 향토적이고 혁신적인 관광기념품 개발을 위해 관광기념품 DB를 구축과 초경제품 수지 석공예, 목공예, 칠보, 농수산물, 특산물 등 분야별 신상품 개발과 포장 디자인 개발을 위한 장단기 육성과 지원 정책을 위한 마스터 플랜을 수립할 필요가 있다.

본 연구에서는 제주도 관광기념품산업의 활성화를 위한 정책적 과제를 중심으로 고찰하였으나 관광객들의 특성별 시장세분화전략에 의한 구체적인 관광기념품 개발에 관한 내용과 외국의 선진관광지 사례를 다루지 못한 제약점이 있어 이러한 과제는 다음의 연구과제로 미룬다.

참고문헌

- 김형길, 김범국, 고재건, 제주도 관광토산품 개발과 농어가 소득 증대와의 연계에 관한 연구, 관광학연구 제13호, 한국관광학회, 1990.1
- 김형길, 김범국, 고재건, 제주관광기념품 개발방향에 관한 연구, 산경논집 제 4집, 제주대학교 관광산업연구소, 1990.2
- 김형길, 김범국, 제주 관광토산품업의 육성에 관한 연구, 사회발전연구 제 9집, 제주대학교 지역사회발전연구소, 1993.8
- 김형길, 제주 관광기념품 산업의 활성화 방안에 관한 연구, 제주도공예협동조합 세미나 발표자료, 1999.
- 김형길, 정연중, 문영만, 문화관광축제 기념품의 시장분석을 통한 디자인혁신 방안과 마케팅전략 연구, 제주대학교 관광과 경영경제연구소, 2002.8
- 김형길, 장성수, 강기춘, 내국인면세점 개점에 따른 제주도내 관련업체에 대한 영향 및 대응 방안에 관한 조사연구, 제주대학교 관광과 경영경제연구소, 2003.3
- 허갑중, 관광기념품 개발 활성화 방안 연구, 한국관광연구원, 2001.10
- 문화관광부, 관광기념품 관련 부문 실태조사, 1999.
- 문화관광부, 공예문화상품 제작 유통실태조사, 2000.

A Study on Policies for the Vitalization of Jeju Souvenir Industry.

Kim, Hyoung-Gil

(Professor of Cheju National University Business Administration
Department)

〈Abstracts〉

As the Province of Jeju makes every necessary effort to accomplish the plan of becoming an International Free City, the souvenir industry of the province is considered to be a very critical area which has a great deal of potentials that will vitalize the regional economy by expanding the market scale, providing more jobs for the local residents, creating a positive tourism image for the province and etc. This study examines the need for the further development of the Jeju souvenir industry and tourist buying behavior and trend analysis, while, first, attempting to scrutinize the present conditions of the souvenir production and its distributors, and, secondly, making systematical suggestions to bring about the stimulation of the souvenir industry.

Key word : Jeju Souvenir industry, vitalize, Policy