

정책연구 2007-23

동남아 관광객 유치증진방안

2007. 12

제주발전연구원

발 간 사

제주관광에 있어 동남아 관광시장은 잠재 관광시장으로 중요시 되고 있으나, 동남아 관광객들이 한국 방문시 서울, 부산 등 대도시를 경유하여 제주에서 1박 또는 2박정도 체재하는 이유로 중국, 대만, 일본 관광시장에 비해 상대적으로 덜 중요시되고 있습니다.

지난 2001년 9월 11일 미국 테러사건에서 보았듯이 국제관광이라는 것은 외부의 충격에 힘없이 노출되어 현재의 주시장이 어느 순간 어떻게 변할지 아무도 예측할 수 없는 상황이 발생할 수 있습니다.

따라서 중국, 대만, 일본 관광시장구조에서 탈피하여 관광시장의 다변화정책은 절대적으로 필요합니다.

따라서 제주관광산업의 발전을 위한 동남아 관광시장의 역할이 기대되고 있는 가운데 보다 많은 동남아 관광객을 유치하기 위해서는 동남아 관광객들의 해외여행 성향 및 방한 관광실태 등에 대한 연구가 필요하며 이에 따른 동남아 관광시장에 대한 심층적인 이해를 돕기 위해 본 보고서를 발간하게 되었습니다.

본 연구에서는 홍콩인, 싱가포르인, 말레이시아인 등의 관광성향에 대해 개괄적인 연구를 수행하였으나, 향후 연구에서는 국가별로 세분화된 연구가 뒷받침되어야 할 것입니다.

아무쪼록 본 보고서가 업계 및 관계기관의 동남아 관광객 유치전략을 수립하는데 도움이 되기를 기대합니다.

2007년 12월

제주발전연구원장 허 향 진

목 차

I. 서 론	1
1. 연구 배경 및 목적	1
2. 연구 방법	2
3. 연구 구성	2
II. 동남아 관광시장 분석	3
1. 홍콩	3
2. 싱가포르	6
3. 말레이시아	16
4. 태국	22
III. 동남아 관광객 방한 현황	27
1. 홍콩	27
2. 싱가포르	31
3. 말레이시아	35
4. 태국	38
IV. 동남아 관광객 관련 제주관광 실태분석	41
1. 동남아 관광객 내도 현황	41
2. 동남아 관광객 대상 제주관광상품 현황	46
3. 동남아 국가 대상 제주관광홍보 현황	49
4. 시사점 모색	51

V. 동남아 관광객 유치를 위한 과제 및 방안	52
1. 주요 과제	52
2. 유치방안	53
VI. 결론	68
■ 참고문헌	70

표 목 차

<표 II-1> 홍콩인의 해외여행 현황	5
<표 II-2> 홍콩인의 주요 해외여행 목적지	6
<표 II-3> 싱가포르 대표 저가항공 취항 현황	11
<표 II-4> 싱가포르인의 해외여행 현황	15
<표 II-5> 태국 어메이징 타일랜드의 7가지 정의	22
<표 II-6> 태국인 해외여행자수 대비 방한 태국인수 추이	25
<표 II-7> 태국인의 주요 해외여행 목적지	26
<표 III-1> 방한 홍콩인 연도별 증가추이	27
<표 III-2> 월별/연도별 홍콩인 입국	28
<표 III-3> 방한 홍콩인의 여행목적별 분포	28
<표 III-4> 방한 홍콩인의 인구사회학적 특성	30
<표 III-5> 방한 싱가포르인 연도별 증가추이	31
<표 III-6> 월별/연도별 싱가포르인 입국	32
<표 III-7> 방한 싱가포르인의 여행목적별 분포	32
<표 III-8> 방한 싱가포르인의 인구사회학적 특성	34
<표 III-9> 방한 말레이시아인 연도별 증가추이	35
<표 III-10> 월별/연도별 말레이시아인 입국	35
<표 III-11> 방한 말레이시아인의 여행목적별 분포	36
<표 III-12> 방한 말레이시아인의 인구사회학적 특성	37
<표 III-13> 방한 태국인 연도별 증가추이	38
<표 III-14> 월별/연도별 태국인 입국	38

<표 III-15> 방한 태국인의 여행목적별 분포	39
<표 III-16> 방한 태국인의 인구사회학적 특성	40
<표 IV-1> 연도별·국적별 외국인 관광객 입도 현황	41
<표 IV-2> 관광객 시장점유율 현황	42
<표 IV-3> 연도별 관광수입 현황	42
<표 IV-4> 월별 홍콩인 관광객 입도현황	43
<표 IV-5> 월별 싱가포르인 관광객 입도현황	44
<표 IV-6> 계절별 홍콩인 관광객 입도현황	45
<표 IV-7> 계절별 싱가포르인 관광객 입도현황	46
<표 IV-8> 홍콩관광객 대상 주요 제주관광 상품 현황	47
<표 IV-9> 싱가포르관광객 대상 주요 제주관광 상품 현황	48
<표 IV-10> 말레이시아관광객 대상 주요 제주관광 상품 현황	49
<표 IV-11> 동남아 국가 대상 제주관광 주요 홍보현황(2007년)	50
<표 V-1> 크루즈산업 육성방안	55
<표 V-2> 브랜드마케팅 예시	56
<표 V-3> 주요 국가 쇼핑활성화 추진 내용	60
<표 V-4> 세계자연유산 활용전략	61
<표 V-5> 주요 메가 이벤트 현황	62
<표 V-6> 무슬림 관광객 유치를 위한 전략 마련	66
<표 V-7> FIT 관광객 유치를 위한 수용태세 개선	67

I. 서 론

1. 연구 배경 및 목적

- 동남아 관광시장은 홍콩, 싱가포르, 태국, 말레이시아를 중심으로 급속하게 성장하는 추세를 보이고 있음.
- 또한 세계의 투자자들이 매우 관심 깊게 주목하고 있는 가장 활기찬 시장인 베트남을 비롯하여 인도네시아, 필리핀 등 동남아시아국가연합(ASEAN)에 포함된 국가들도 향후 관광잠재력이 높다고 할 수 있음.
- 우리나라는 동남아 인접국가로서 동남아 관광시장은 전략적 가치가 매우 큼. 그러나 우리나라를 방문하는 동남아 관광객 수를 고려할 때 제주를 방문하는 관광객 수는 미미한 실정임.
- 제주관광에 있어 동남아 관광시장은 잠재 관광시장으로 중요시 되고 있으나, 동남아 관광객들이 한국 방문시 서울, 부산 등 대도시를 경유하여 제주에서 1박 또는 2박정도 체재하는 이유로 일본, 중국, 대만 관광시장에 비해 상대적으로 덜 중요시되고 있음.
- 지난 2001년 9월 11일 미국 테러사건에서 보았듯이 국제관광이라는 것은 외부의 충격에 힘없이 노출되어 현재의 주시장이 어느 순간 어떻게 변할지 아무도 예측할 수 없는 상황이 발생할 수 있음.
- 따라서 일본, 중국, 대만 관광시장구조에서 탈피하여 관광시장의 다변화정책은 절대적으로 필요함.
- 지금까지 동남아 관광시장에 대한 체계적인 조사와 연구도 미흡한 것이 현실이므로, 동남아 관광객들의 제주도 방문 동기 및 실태에 대한 심층적인 시장조사를 바탕으로 한 전략마련의 필요성이 제기됨.
- 제주관광의 새로운 성장동력인 동남아 관광시장을 체계적으로 조사·연구하여 제주관광의 대응책을 마련하기 위해 연구를 수행함.

2. 연구 방법

- 동남아 관광시장 관련 문헌, 통계자료, 인터넷 등 다양한 경로를 통해 2차 자료를 수집하고 이를 토대로 문헌연구와 자료분석(Literature study and Data analysis)을 시행함.

3. 연구 구성

- 제1장은 서론부문으로 연구의 배경과 목적, 연구의 방법, 연구구성에 대해 다룸.
- 제2장은 동남아 관광시장 분석부문으로 홍콩, 싱가포르, 말레이시아, 태국 등의 관광정책과 관광동향에 대해 다룸.
- 제3장은 동남아 관광객 방한동향부문으로 홍콩, 싱가포르, 말레이시아, 태국 등의 관광객의 방한성향 등에 대해 다룸.
- 제4장은 제주관광 실태분석부문으로 동남아 관광객 내도현황, 동남아 관광객 대상 관광상품 현황, 동남아 관광객 대상 홍보현황, 시사점 등에 대해 다룸.
- 제5장은 동남아 관광객 유치를 증대시키기 위한 과제와 방안을 모색함.
- 제6장은 결론부문으로 연구의 주요내용과 시사점을 제시함.

II. 동남아 관광시장 분석1)

1. 홍콩

가. 주요 관광정책 및 현황

1) 무슬림 관광객 유치정책

- 홍콩관광청의 홈페이지 동남아시아 섹션에서 할랄음식 준비에 대한 홍보를 하므로써 무슬림 여행객의 음식에 대한 우려를 해소하고 있음. 할랄식당 리스트 및 주소, 전화번호, 할랄 인증여부 등에 대해 자세히 안내하고 있음.
- 홍콩관광청 홈페이지에서 이슬람 사원에 대한 안내 및 기도시간표를 제공함. 기도시간표를 클릭하면 홍콩 이슬람 연합의 홈페이지로 연결됨.

2) 정직한 고품질 관광상품 캠페인

- 홍콩관광청은 홍콩을 여행하는 중국관광객들이 투어가이드로부터 쇼핑을 강요당하는 등의 문제가 잇달아 일어나면서 중국인들의 홍콩관광에 대한 부정적인 이미지를 쇄신하기 위해 중국정부와 함께 '정직한 고품질 관광상품' 캠페인을 전개함.
- 정직한 고품질 관광상품 여행코스는 단체쇼핑 일정이 제외되어 있어 관광객들이 보다 자유롭게 일정을 즐길 수 있도록 설계되어 있음.
- 2006년 11월 14일 중국 베이징에서 동 상품을 이용하는 첫 단체관광객이 입국하였음.

3) 관광위원회, 중국관광객 홍콩 방문시 강매금지 권고

- 관광위원회는 홍콩여행사들이 중국 여행객의 홍콩관광시 쇼핑을 강요하지

1) 한국관광공사의 각년도 보고서, 홈페이지 현황자료 등에 근거하고 있음.

않는다는 서면약속을 추가해 줄 것을 요청했으며, 홍콩이 관광명소로 자리매김하기 위해서는 쇼핑 강요관광이 되어서는 안된다는 판단하에 홍콩 여행사들의 추이를 계속 감시할 계획임.

- 이 규정은 2007년 2월 15일부터 발효됨.

4) 새로운 크루즈터미널 2012년 오픈

- 3대의 크루즈선을 동시 수용가능한 홍콩의 새로운 크루즈터미널이 2012년 2월부터 운영 예정임.
- 이 새로운 크루즈터미널은 구 카이탁공항부지에 건설될 예정임. 현재 크루즈터미널은 침 사초이 오션터미널에 위치해 있으며, 이곳은 동시에 두 개의 크루즈 선박이 정박 가능함.

5) 홍콩 컨벤션센터, 제3기 확장공사 계획

- 홍콩무역발전국에 의하면, 2007년말 전 홍콩 인근지역인 마카오, 심천, 광주, 상해 등에 각각 대규모 전람회장이 완공될 예정으로, 향후 홍콩이 국제회의전람 중심적 지위에 위협을 받게 될 것으로 우려돼 수개월내로 홍콩 컨벤션센터 제3기 확장공사계획안(2015년 완공)을 정부에 제출할 예정임.
- 한편 2006년 홍콩 컨벤션현황을 살펴보면 31개 무역전람회가 전시된 가운데 전람회 참여회사는 약 2만 5천개사(전년대비 15%증가), 참가 바이어 5만 3천명(전년대비 10%증가)임.

나. 홍콩인의 해외여행 동향

- 1997년 이후 홍콩의 해외 여행자 수는 두 자리 수의 증가율을 보이며 높은 성장세를 나타냈으나 2001년 9·11테러 발발과 2003년 SARS 및 조류독감의 출현으로 마이너스 성장을 보였음.

- 2004년 4월에는 홍콩인에 대한 일본방문 비자 면제 조치에 따라 일본 방문으로의 출국자 수가 뚜렷이 증가하는 데에 힘입어 전년에 비해 13.1% 성장하였음. 2005년 이후 홍콩 경제 역시 안정적인 성장세를 보이면서, 홍콩 해외여행자 수는 2004년에 비해 4.9% 증가한 72,299,897명을 기록하였음.
- 2002년 이후 홍콩인의 주요 해외여행 목적지를 살펴보면, 중국본토-마카오-태국-일본-대만은 별 다른 순위 변동없이 상위권을 형성하고 있으며, 한국은 4년 연속 8위를 차지하였으나, 방한객 수는 점차 감소하고 있음.
- 여행사들에 따르면, 장기적으로 단체 방한객은 계속 감소할 것으로 예상되지만 상대적으로 FIT 방한객은 꾸준히 증가할 것으로 예상하고 있음. 한국관광공사에서도 FIT시장을 대상으로 새로운 마케팅 활동을 지속적으로 전개할 예정임.

<표 II-1> 홍콩인의 해외여행 현황

연도	해외여행자수(명) (중국, 마카오 포함)	증감율 (%)	해외여행자수(명) (중국, 마카오 제외)	증감율 (%)
1994	32,586,892	6.3	2,798,000	12.7
1995	34,442,678	5.7	3,023,000	8.0
1996	37,139,568	7.8	3,445,000	14.0
1997	41,605,128	12.0	3,758,000	9.1
1998	47,594,322	14.4	4,197,000	11.7
1999	53,143,675	11.7	4,175,000	-0.5
2000	58,901,071	10.8	4,611,000	10.4
2001	61,095,895	3.7	4,799,000	4.1
2002	64,540,132	5.6	4,709,367	-1.8
2003	60,936,082	-5.6	4,427,857	-5.9
2004	68,903,433	13.1	5,003,960	13.0
2005	72,299,897	4.9	4,956,893	-0.8

자료) 홍콩관광청, A statistical review of Hong KONG Tourism, 각년도. 한국관광공사, 방한 관광시장 분석, 2006.

<표 11-2> 홍콩인의 주요 해외여행 목적지

순위	2002		2003		2004		2005	
	목적지	인원(천명)	목적지	인원(천명)	목적지	인원(천명)	목적지	인원(천명)
1	중국본토	55,648	중국본토	52,555	중국본토	59,675	중국본토	46,690
2	마카오	4,182	마카오	3,952	마카오	4,223	마카오	3,059
3	태국	571	태국	691	태국	723	태국	470
4	대만	538	일본	479	일본	586	일본	434
5	일본	521	대만	414	대만	536	대만	419
6	싱가포르	314	싱가포르	268	싱가포르	310	싱가포르	285
7	필리핀	271	필리핀	240	필리핀	246	영국	191
8	한국	253	한국	220	한국	220	한국	182
9	말레 이시아	193	영국	192	영국	215	필리핀	170
10	영국	191	말레 이시아	172	말레 이시아	200	미국	157

자료) 홍콩관광청, A statistical review of Hong KONG Tourism, 각년도. 한국관광공사, 방한 관광시장 분석, 2006.

2. 싱가포르

가. 주요 관광정책 및 현황

1) 싱가포르 2007년 관광정책 및 목표 수립

- 싱가포르는 2007년에 천만명의 관광객 유치, 관광수입 136억달러 달성을 목표로 하고 있음.
- 이 목표는 2006년의 관광객, 관광수입 대비 10%, 5%가 각각 증가된 수치로 STB는 관광 분야의 실적을 유지 발전시키기 위해 러시아 및 중동 등 떠오르는 아웃바운드 시장을 대상으로 마케팅 활동을 강화할 것이며 이를 위해 2007년 상반기에 모스크바에 지사를 개설 예정에 있음.
- 2006년의 싱가포르 호텔 숙박업수입은 15억 달러이며, 이는 2005년도 대비 21%가 증가한 수치임.
- 관광분야의 성장기조가 유지되기 위해서 특히 호텔 객실 및 양질의 서비스 인력의 공급을 증가시켜야 한다고 인식하고 있으며, 이와 관련 2년간

1,000개의 객실을 개보수, 추가 공급할 것이며 2010년에는 두개의 종합리조트가 완공됨에 따라 4,300개의 룸을 추가로 공급할 수 있게 되었음.

- 서비스 인력과 관련해서는 STB가 교육기관과 연계하여 양질의 고급인력을 창출할 수 있는 관광전문 과정을 개설하여 양질의 인력을 공급할 예정에 있음.
- ITB Berlin을 개최하고 있는 Messe Berlin를 대상으로 2008년 싱가포르에서의 ITB Asia 개최를 유치하였음.

2) Transit 유치정책 및 Stopover 유치 정책

□ Transit 유치정책

- 싱가포르관광청(STB)은 Transit 유치를 통한 자국기 이용 증대를 위해 싱가포르항공(SQ) 이용객에 한해 무료 시내관광 서비스(약 2시간 소요)를 제공하고 있음.
- 무료시내관광 비용은 SQ(싱가포르 항공), STB(싱가포르 관광청), CAAS (Civil Aviation Authority of Singapore) 측에서 지불하고 있음

□ Stopover 유치 정책

- 싱가포르 관광청(STB)은 싱가포르를 스톱오버 목적지로 만들기 위해 홍보를 시작했으나 캠페인 시작 얼마 후 중단한 바 있음.
- 이유는 당시 싱가포르항공사(SQ)에서 스톱오버 관광객들(예 : SQ를 이용 싱가포르를 경유하여 유럽으로 향하는 호주 관광객들)에게 스톱오버 요금을 기존 항공요금에 추가하였기 때문임. 스톱오버 요금이 포함된 항공료는 기존 항공료에 비해 비쌌기 때문에 가격경쟁력이 없는 것으로 결론
- 이에 STB는 SQ 경영진과의 스톱오버 공동유치 회의를 거쳐 스톱오버 요

금을 기존 항공료에 추가하지 않고 면제해 주는 것으로 협상결과를 이끌어 내었음. 이 조치는 스톱오버 관광객 유치에 매우 성공적으로 작용하여 싱가포르를 스톱오버의 성공적인 유치국가로 자리매김 함.

- STB는 추가로 싱가포르호텔업협회 등과 스톱오버 유치활성화 회의를 개최하여 SQ를 이용, 싱가포르에서 1박을 하는 외국인 관광객들에게 싱가포르 숙박료를 대폭 할인하여 주는 정책을 이끌어 내었음. STB는 자사 홈페이지를 이용하여 "Singapore Stopover Holiday"라는 캠페인을 호텔들을 대신하여 홍보하여 주고 있으며 또한 스톱오버 관광객들을 위한 호텔숙박 예약 또한 SQ가 서비스해주고 있음. 대신 호텔들은 스톱오버 관광객들을 위한 특별요금을 책정하여 정상요금에서 약 20% 정도 할인된 저렴한 숙박료 서비스를 시행하고 있음
- 싱가포르해외여행객을 대상으로 한국으로 스톱오버 유치 시 주력시장은 하와이와 미국을 목적지로 하는 시장이 가능성이 있는 것으로 보임. 현재 싱가포르에서 하와이와 미국을 최종 목적지로 하는 스톱오버관광객을 위한 경유지로는 일본이 인기가 있음.

3) 카지노를 포함한 복합리조트 단지 건설

- 현재 카지노가 하나도 없는 싱가포르는 홍콩 디즈니랜드 및 마카오 카지노에 관광객이 몰리는 것에 자극을 받고 싱가포르 방문 관광객 유치 증진을 위해 2005년에 도박금지법을 없앴음.
- 시내에 위치한 Marina Bay, 그리고 센토 사섬에 위치한 카지노가 2009년과 2010년에 개설될 예정임.
- 싱가포르에 현재 건설 추진 중인 복합리조트 2개가 완공되는 2011년, 싱가포르가 카지노로 벌어들이는 수입이 US\$22억에 달할 전망이라고 PwC (PricewaterhouseCoopers)社에서 'Global Entertainment and Media Outlook 2007~2011' 보고서를 통해 발표함.

- 보고서에 따르면, 첫 번째 카지노가 개장하는 2009년에는 US\$157백만이 싱가포르로 유입되고, 두 번째 카지노가 개장하는 2010년에는 수입이 US\$755백만으로 증가할 것으로 전망
- 아울러, 아시아태평양 지역이 현재 세계에서 3번째로 큰 카지노 시장으로 전체 시장규모가 매년 15.7% 성장해, 2006년 US\$146억에서 2011년 US\$303억에 달할 것이라 함.

4) Budget Traveller 유치정책 - 저가항공사 및 저가호텔 육성

- STB(Singapore Tourism Board : 싱가포르 관광청) 차원에서의 Budget Traveller 유치를 위한 캠페인 사례는 아직까지 없으나, STB는 Budget Traveller를 중심으로 한 FIT시장이 싱가포르 인바운드시장에서 성장시장이라는 점을 잘 인식하고 있음.
- 싱가포르에서 FIT 유치전략은 기본적으로는 저가항공사 육성 및 중저가 호텔 육성으로 요약할 수 있음. FIT의 특성이 가격에 민감하기 때문에 여행경비 중 대부분을 차지하는 항공과 숙박에서 저렴한 서비스를 제공하는 것이 FIT 인바운드 시장 육성의 기본이라는 점을 STB는 잘 인식하고 있음.

□ 저가항공 취항 현황 및 전망

- 2007년 6월 현재 항공시장 내 저가항공의 점유율은 해외노선 14.5%를 점유(공항점유율 기준)하고 있음.
- 저가항공 총 취항 현황을 살펴보면, 해외노선수는 19개 노선이며 취항 항공사는 Tiger airway, Air india Express, Cebu Pacific, Jet star, AIR ASIA임.
- 현재 계획 중인 신규 국내 및 해외 저가항공 노선에 대해 살펴보면, 해외

노선은 Tiger Airways(싱가포르항공 출자기업) 항공사가 KL-싱가포르간 노선 취항 협상중에 있음.

- 역내 관광수요 및 해외여행수요에 미친 영향을 살펴보면 다음과 같음.
 - 싱가포르의 위치상의 이점 (2시간 반 거리에 122개의 공항 및 30개 주요 도시, 5시간 거리안에 363개의 공항 및 128개의 주요도시가 위치함)으로 저가항공의 취항은 싱가포르 인, 아웃바운드 관광객 증가에 긍정적인 영향을 미침.
 - 2004년도 저가항공 출범시기에 3개노선 취항 4%의 점유율에서 현재 14%의 점유율을 기록할 정도로 저가항공 이용객이 증가하고 있음.
- 관광상품 구조에 미친 영향을 살펴보면,
 - 역내 여행 및 호주 등의 중장거리 여행에도 저가항공을 이용한 FIT 시장이 확대되었음
 - 중국 본토의 신규 목적지에 저가항공의 시범 운행함으로 관광목적지의 다변화를 초래함.
- 한국노선 취항 확대에 따른 방한수요에 미칠 영향(전망)을 살펴보면,
 - 싱가포르- 한국간 저가항공 취항시 항공요금인하 효과로 FIT 관광객의 증가 및 단체여행객의 증가가 예상됨 : 1박 3일 쇼핑 상품 등 개발 가능
 - 성수기 항공좌석 공급의 확대로 방한객 증가가 예상됨.

<표 II-3> 싱가포르 대표 저가항공 취항 현황

항공사명	노선(출발지-도착지)	가 격(원)		좌석 수(주간)
	해외	저가항공	일반항공	
Tiger Airway	싱가포르 - 방콕	S\$330(200,000원)	S\$425(261,000원)	3000(17편)
	싱가포르 - 푸켓	S\$170(104,000원)	S\$552(339,000원)	1980(11편)
Air india Express	싱가포르 - CHENNAI	S\$593((364,000원)	S\$1126(692,000원)	2500(14편)
Cebu Pacific	싱가포르 - 마닐라	S\$280(172,000원)	S\$599(368,000원)	800(6편)
AIR ASIA	싱가포르 - 방콕	S\$235(144,000원)	S\$425(261,000원)	3700(21편)
Jet star Asia	싱가포르 - DARWIN	S\$1,144(700,000원)	S\$1596(981,000원)	900(5편)
	싱가포르 - 홍콩	S\$434(266,000원)	S\$599(368,000원)	2520(14편)

□ 저가호텔 육성정책

- 현재 싱가포르 내에는 20~30개의 저가호텔이 운영중인 것으로 추정됨.
- 객실점유율은 2005년 50%, 2006년 70% 수준임.
- 평균 숙박비는 1박 기준 S\$40(per single room) 수준임. 반면에 중저가 호텔의 경우 1박 기준 S\$80(per single room)이며, 특급호텔의 경우 1박 기준 S\$200(per single room) 수준임.
- 싱가포르관광청에서는 FIT 인바운드 시장 육성을 위해 현재 부족한 저가호텔확충이 관건이라는 사실을 인지하고, 수년 내 저가호텔 증축을 위한 육성정책 마련 중임.

5) 싱가포르 의료관광 현황

- 싱가포르는 인구가 외국인 영주권자 110만명을 포함, 현재 470만명이며 550만명까지 증가가 예상되고는 있으나 세계적인 수준인 자국내 의료시설이 남아 돌 것으로 보임. 이에 따라 싱가포르는 외국인 의료 관광객

유치에 적극적인 편임.

- 지난 2000년 싱가포르 정부는 공공의료부분을 병원 3곳, 전문진료센터 5곳, 폴리클리닉 7곳을 보유한 SingHealth과 병원 3곳, 전문진료센터 6곳, 폴리클리닉 8곳을 보유한 National Healthcare Group(NHG)으로 크게 2개의 의료 클러스터로 구조조정을 단행하였음
- 각 의료 클러스터는 외국인 환자를 치료할 수 있는 자체 전문 의료진을 보유하고 있음. SingHealth의 국제 의료서비스(IMS; International Medical Service) 센터는 1,500 병상의 싱가포르 종합병원 내에, NHG의 국제 환자 연결센터는 943 병상의 국립 대학병원 내에 위치하고 있음.
- NHG의 국제 업무개발 부서의 GM인 Kamaljeet Singh Gill에 따르면 2000년 구조조정은 공공의료서비스의 공급자 방식의 효율성 제고와 비용 분담이 목적이었다고 함. 현재 NHG는 외국인 환자 65천명을 포함 1,267천명의 환자를 치료하고 있으며 2010년까지는 싱가포르가 유치목표로 삼고 있는 1백만명 환자들 중에 약 15-18%를 담당할 계획을 가지고 있음.
- SingHealth 관계자 역시 싱가포르 의료관광의 높은 가격 경쟁력을 강조하고 특히 SingHealth는 환자들에게 번들형 서비스 패키지를 제공함으로써 입원결정시 가격에 대한 투명성을 확보하는 데 주안점을 두어 오고 있다고 강조함. 특히 미국이나 영국환자들로부터 의료수준 대비 경쟁력 있는 가격으로 많은 인기를 받고 있음을 언급함.
- 아울러 싱가포르는 해외 의료 제휴나 협력사업도 활발하게 추진하고 있음. 대표적으로 8,000만명의 인구와 급격한 경제성장을 이루고 있는 베트남의 경우 NHG 소속의 싱가포르 국립대학병원(NUH)가 호치민시 Tu Du 여성병원과 의료진 교류, 세미나 등을 포함한 의료교육, 연구 및 환자교류 등에 대한 MOU를 체결함. 관계자에 따르면 NUH는 불임치료에 대해 상당한 의료수준을 보유하고 있으며 1987년 아시아 최초로 체외수정을 통한 임신에 성공하였음. 지난 한 해 동안 Tu Du 병원은 베트남 병원으로서는 최초로 체외수정법(IVF; in vitro fertilization)으로 86,794명

내국인 환자와 125,79명의 외래환자를 시술하여 2천여명이 임신에 성공함.

- 싱가포르의 해외 의료관광객 유치 현황은 2002년 20만명, 2005년 37만명, 2006년 41만명이며, 2012년 백만명 유치를 목표로 하고 있음.

6) 싱가포르 내 온라인여행사 현황

- zuji.com은 2001년 창립되었으며, 한국 내 동일 회사인 nexttour.co.kr은 2004년 개설됨.
 - 싱가포르 소비자 선호도 1위이며, 싱가포르 내 온라인 시장점유율 1위를 차지함.
 - 홈페이지 내 77,000여개의 호텔 보유, 400여개의 항공사, 50여개의 렌트카 보유함.
 - 주요 판매상품으로는 호텔예약, 항공권 예약, 렌트카 예약, 여행패키지상품(숙박 및 항공권)임.
 - 사이트이용 고객 목적지 순위는 1위 홍콩, 2위 태국, 3위 일본(한국은 11위)임.
- asiarooms.com은 싱가포르 내 소비자 선호도 2위이며, 싱가포르 내 온라인 시장점유율 2위이나 zuji.com과의 격차가 큰 것으로 보임.
 - 홈페이지 내 60,000여개의 호텔 정보 보유
 - 판매상품은 호텔예약(호텔은 zuji.com에 비해 가격이 저렴하나 판매상품이 호텔에 한정되어 있어 zusi.com에 비해 경쟁력이 떨어짐)

7) 싱가포르, 주말 관광객 유치노력 전개

- 싱가포르를 '주말 관광지'의 이미지 매김을 위하여 싱가포르에서 비행기로 4시간 거리에 있는 방콕, 홍콩, 말레이시아의 쿠알라룸푸르, 조호바루, 중

국의 광주 등의 도시를 타겟으로 주말관광객 유치 캠페인을 전개함.

- 바, 식당, 쇼핑아웃렛에서 할인을 받을 수 있고, 현지인에 우선하여 예약이 가능함.

나. 싱가포르인의 해외여행 및 한국관광에 대한 성향

1) 아웃바운드 시장 성향

- 패키지(GIT)상품에 의한 아웃바운드시장 점유율은 약 50%, FIT상품에 의한 아웃바운드시장 점유율은 약 50%임.
- 싱가포르 아웃바운드 시장에서 과거에는 홍콩, 태국, 말레이시아 등은 단체관광 목적지였으나, 현재는 에어텔을 중심으로 한 완전한 FIT시장으로 변화하였음.
- 한국은 언어문제로 싱가포르에서 FIT방한시장의 급격한 성장을 기대하기는 어려우나 꾸준히 FIT시장 비율이 증가할 것으로 예측됨.

2) 싱가포르 아웃바운드 시장 온라인/오프라인 시장 점유율

- 온라인 판매 비중 40% 수준이며, 온라인 판매는 zuji.com 등 온라인여행사 판매 뿐만 아니라 대형 오프라인 여행사가 개설한 자체 웹사이트에 의한 예약분까지 포함되어 있음.
- 오프라인 판매비중 60% 수준이며, 오프라인 판매는 여행사 창구판매, 여행사 인하우스페어 판매, 관광전시박람회 판매 등임.

<표 11-4> 싱가포르인의 해외여행 현황

연도	해외여행자수(명)	증감률(%)
2000	4,443,542	11.9
2001	4,363,077	-1.8
2002	4,398,840	0.8
2003	4,221,464	-4.1
2004	5,164,906	18.3
2005	5,159,403	-0.1

자료 : 싱가포르관광공사(STB), Singapore Annual Report on Tourism Statistics,.

2) 싱가포르 해외웨딩촬영시장 현황

- 싱가포르내 웨딩포토샵 숫자는 약 100개소로 추정되며, 연간 결혼하는 평균 숫자는 20,000커플임.
- 연간 해외로 웨딩포토 목적으로 출국하는 평균 숫자는 7,000커플로 전체 결혼 커플의 약 35% 수준임.
- 웨딩포토 인기 목적지는 말레이시아로 대부분 싱가포르와 인접해 있는 조호바루 주로 웨딩포토 촬영을 위해 방문함.
- 한국을 웨딩포토 목적지로 하는 평균 숫자는 140커플로 전체 해외 웨딩포토상품 출국자의 2% 정도를 차지함.
- 한국내에서의 인기 촬영지는 서울 50%, 강원 30%, 제주 등 기타지역 20% 의 목적지 순을 보이고 있음.
- 방한 웨딩포토상품의 평균가격은 커플당 S\$ 2,200내외이며, 평균일정은 3박 5일 상품이 주류를 이루고 있음. 방문단 규모는 통상 5커플 정도가 한 그룹을 이루어 방한하는 경우가 많으며, 이 때 촬영기사 분장사 등이 함께 방한하기 때문에 한 그룹당 평균 방한인원은 15명 내외임. 상품성격은 일반 방한상품에 비해 고부가가치 상품이며, 방한 웨딩포토상품의 경우 성장 잠재성이 큼.

- 한국의 웨딩포토 목적지로서의 잠재성. 한국의 뚜렷한 4계절에 의한 수려한 봄과 가을풍경이 강점이며, 한국드라마에서 접하게 되는 한국 남녀연예인들의 수려한 외모와 복장에 매료되기 때문임

3) 해외여행에 대한 성향

- 여행 시기는 6월, 12월 등 방학기간 및 연휴기간을 많이 이용하며, 주로 가족단위(3-4명)의 해외여행 행태를 보임.
- 여행상품은 여행사를 통한 상품구매가 대부분이며, 주로 3월, 9월 개최되는 싱가포르 소비자대상 최대박람회인 NATAS Travel Fair 및 박람회전에 개최되는 여행사 자체 Travel Fair시 구매가 집중됨.
- 여행목적별로 보면 취업, 상용, 공무 등 기타 목적 입국자가 매우 적어 방한객 대부분이 순수관광목적 입국자임.
- 여행정보는 주로 여행사를 통해 정보 수집을 하고 있으며, 늘어나는 free & easy 관광객들의 경우 인터넷 및 NTO 사무실 등을 직접 방문하여 필요한 정보를 수집함.
- 싱가포르 소비자들은 여행하기전 목적지 정보취득, 상품내용 파악 등 준비를 철저히 하는 성향임.
- 관광목적지 선정에 있어 가격을 우선시하는 구매형태를 보임.
- 싱가포르는 여름밖에 없는 나라로, 주로 봄(꽃), 가을(단풍), 겨울(눈, 스키) 등 계절별 체험 및 관광을 선호함.

3. 말레이시아

가. 주요 관광정책 및 현황

1) 말레이시아 제9차 국가발전계획

- 말레이시아 정부는 제9차 5개년(2006-2010) 국가발전계획을 2006년도에 수립하였음.
- 관광산업부문 주요계획으로는 2010년까지 외래관광객 2,460만명 유치 목표, 말레이시아관광청(Tourism Malaysia)에 민간경영기법 도입, 관광인프라 시설 현대화 및 관리비용 1조 링깃 책정, 의료관광산업 집중 육성 등임.

2) 2007 말레이시아 방문의 해

- 2006년도에만 총 2억 4천만 링깃(약 624억원)의 광고캠페인 비용이 투입된 '2007 말레이시아 방문의 해'를 통해 말레이시아는 연간 2,010만명의 외래객 유치 및 445억 링깃의 관광수입을 예상하고 있음.
- 말레이시아 독립 50주년을 맞는 2007년도에는 1월 1일 방문의 해 출범식, 말레이시아 오픈 골프대회, F1 국제자동차경주대회 등 50여개의 대형 이벤트 및 행사가 매월 다채롭게 개최될 예정임.
- RM600백만에 달하는 예산을 각종 홍보 및 프로모션에 투입할 계획임.
- 2007년 말레이시아 방문의 해'(Visit Malaysia Year 2007)의 성공적 개최를 위해 'VMCC 2007'(Visit Malaysia Cyber Campaign 2007) 캠페인을 추진함. 이 캠페인은 말레이시아 국민들로 하여금 전세계 각국의 친구나 지인들에게 말레이시아를 방문하도록 권유하는 이메일 또는 이카드를 최대한 많이 발송하도록 유도하는 내용이며, 동 캠페인에 사용할 이카드는 www.vmcc.com.my에서 입수할 수 있음.

3) MICE 유치 적극 추진

- 말레이시아관광청(Tourism Malaysia)는 2007년부터 MICE(meetings, incentives, conventions and expositions) 유치 확대를 위해 적극적인 마케팅을 전개할 계획임.

- 말레이시아를 방문하는 일반관광객들의 1인당 소비지출액은 2,000 링깃 (약US\$543) 수준이며, MICE 관련 방문객은 이의 두배 이상에 달함.
- 최근 3년간 말레이시아의 MICE 방문객 유치 평균실적은 매년 550,000명 이상으로 전체외래관광객의 5%정도였으며, 수입은 30억 링깃(미화 약 8억 1천 5백만불)으로 전체관광수입의 약 10%를 차지했음.
- 말레이시아관광청은 2007년도 MICE 관련 방문객 유치목표를 전체외래관광객의 10%, 수입목표는 전체관광수입의 20%로 설정하였으며, 이 수치는 MICE 관련 방문객수 2백만명, 수입 80억 링깃(미화 약 22억불)에 해당함.

4) 중국 지사 현황

- 2007년 6월 말레이시아 관광부는 더 많은 중국인 관광객을 유치하기 위해 중국에 4개의 지사를 신설한다고 밝혔음. 신설되는 지사는 서안(Xian), 하문(Xiamen), 남경(Nanjing), 항주(Hangzhou)의 4개이며, 현재 북경(Beijing), 상해(Shanghai), 광주(Guangzhou), 청도(Chengdu)에 지사를 보유하고 있음.

5) 전세계 8천개 말레이시아 식당 설치 및 관광안내소화 추진

- "Malaysia: The Truly Asian Kitchen" 또는 "Malaysia Kitchen" 프로그램에 따르면, 2015년까지 전세계에 걸쳐 8천개의 말레이시아 식당을 설치하고, 이들을 모두 관광정보를 제공하는 안내센터 기능을 수행하도록 추진키로함.
- 동 식당들은 말레이시아의 요리와 음식을 판매할 뿐만 아니라 말레이시아의 브랜드를 알리고 농산제품 및 수공예품도 판매할 계획임.
- 계획의 컨셉은 농업과 관광산업을 접목시키는 것이며, 말레이시아에 즉각적이고 가시적인 혜택을 가져다주지는 못하겠지만, 국가 이미지를 개선하고

인지도를 제고하고자함.

- 해외에 말레이시아 식당을 오픈하는 민간업자에게는 세제혜택 및 3% 이율로 90%까지의 자금대출이 이루어질 예정이며, 이미 1억 3천만 링깃(약 340억원)의 기초자본이 이미 Exim Bank로 투입되었음.
- 각국의 말레이시아 대사관과 무역진흥공사가 본국으로부터의 원료를 특별 물류비용으로 공급할 계획이나, 식당업자들이 강제적으로 이용해야하는 사항은 아님.
- 말레이시아 정부는 특히 북미와 유럽지역에 대량의 식당개설을 희망하고 있으며, 첫 번째 식당은 2006년 12월에 도쿄에 오픈됨.
- 동 프로그램은 말레이시아의 제9차 개발계획의 일환으로 마련되었으며, 말레이시아의 식품 해외수출 촉진을 통한 2010년까지 식료품 수출국으로의 전환 목표를 달성하기 위한 방편이기도함.

6) 말레이시아 남부 조호바루 일대 국제자유지역화(FAZ)

- 2006년 11월 4일 말레이시아 정부가 발표한 조호바루(Johor Bahru) 개발 프로젝트에 따르면 외국인들도 비자없이 자유로이 출입할 수 있는 국제 자유지역(FAZ: Free Access Zone)을 두 군데 설치할 계획임.
- 향후 20년간 3,800억 링깃을 투자하여 경제, 무역, 레저, 문화의 새로운 국제중심지로 건설함으로써 약 80만개 일자리를 창출할 계획임.
- 조호바루는 말레이반도 남단에 위치한 인구 100만명의 중소도시로서 싱가포르와 접경하고 있어 앞으로 정부의 적극적인 지원에 힘입어 말레이시아 제 2의 거점도시로 성장할 것으로 기대되고 있음.
- 한편, 조호바루 주정부는 국제자유지역 설치로 외국인들이 세관검색절차 없이 쇼핑, 식사 및 호텔투숙이 가능해지므로 보다 많은 관광객 유입이 가능할 것으로 기대하고 있음. 현재 일일 24,000명의 싱가포르인이 조호

바루를 왕래하고 있으며, 이는 동지역 방문객의 50%이상을 차지하고 있음.

7) 말레이시아 북부지역 관광산업 육성 청사진

- 말레이시아 북부지역 경제특구연합(NCER)의 '2007-2025 NCER 경제사회 발전 청사진'에 따르면 북부지역내 관광산업을 양대 섬 관광지인 페낭과 랑카위를 중심으로 집중 육성시킨다면 2012년까지 외래관광객을 매년 5%씩 성장시켜 2,780만명을 유치하고 556억 링깃(미화 159억불)의 관광산업을 창출할 수 있다고 발표함.
- 페낭과 랑카위는 고급 갤러리, 요트시설, 부띠끄샵, 위탁 서비스 등을 6성급 수준으로 높이고, 특히 의료, 스파, 전통요법 등 헬스 관광산업을 집중 육성할 계획임.

8) 온라인 여행예약 대중화

- 말레이시아 여행업계는 5년 전부터 에어아시아를 중심으로 항공사들이 도입하기 시작한 온라인 항공권 예약 및 구입 시스템으로 인해 영업에 막대한 지장이 초래되고 있다고 인식하고 있음.
- 여행업자들은 고객들이 온라인을 통해 보다 저렴한 항공권과 호텔 예약이 가능해짐에 따라 여행사 이용 고객이 줄어들고 있다고 분석했음.
- 에어아시아의 부사장 캐슬린 탄에 의하면, 홈페이지 월평균 접속 수는 1백만 건에 달하며, 4년 전 온라인예약시스템을 도입한 말레이시아 항공사도 지난 6월말 쿠알라룸푸르에서 개최한 말레이시아 국제관광전을 통해 예약 받은 고객의 14%가 인터넷 고객이었다고 밝혔음.

9) 동말레이시아 사라왁주 정부, 홈스테이 웹사이트 출범

- 사라왁주 관광부는 홈스테이 관광객 유치 증대를 위해 최근 12개 마을에 분산된 118개 홈스테이 가정을 운영하는 전용 웹사이트를 출범시킴.
- 외국인 관광객들은 동 사이트를 통해 홈스테이 예약 뿐만 아니라 교통편 예약까지 할 수 있도록 구성되어 있음.
- 말레이시아 중앙정부는 이를 육성하기 위해 240만 링깃(약 6억5천만원)을 지원함

나. 말레이시아인의 해외여행 동향

- 말레이시아는 전체 인구 2,600만명(2005년 기준) 중 약 58%가 말레이계, 25%가 중국계, 인도 및 기타 종족이 17%로 구성되어 있으며, 해외여행 주 수요층은 소득수준이 가장 높은 중국계임.
- 소득수준이 낮은 말레이계(무슬림)의 경우 해외여행 비율이 낮은 편이나, 말레이시아 정부의 지속적인 부미푸트라(중국계 억제, 말레이계 우대) 정책으로 무슬림 자산가 및 고소득층이 증가추세에 있고, 말레이시아 무슬림들의 해외여행도 증가하고 있음.
- 2001-2003년 간 감소추세를 보이던 말레이시아 해외여행객 수는 2004년부터 성장세로 전환되면서 빠르게 회복, 2005년에는 전년대비 8.9% 증가한 3,336만명이 해외로 출국함.
- 단, 말레이시아의 해외여행객 수에는 인접국가인 싱가포르로의 출퇴근 인구가 포함되어 있어 실제보다 과대 집계되는 점을 유의해야 함.

4. 태국

가. 주요 관광정책 및 현황

1) 태국관광청 어메이징 타일랜드

- 1998년에 태국관광청이 캠페인으로 사용한 ‘어메이징 타일랜드(Amazing Thailand)’를 2007년 새롭게 재탄생시키며 이 캠페인에 대한 7가지 정의를 발표함.
- 2007년 7월 태국의 차암(Cha am) 지역에서 열린 태국관광청 마케팅회의에서 이 캠페인을 통해 2007년에는 14,800,000명의 관광객을 그리고 2008년까지 15,7000,000명의 관광객 유치를 목표로 삼았음.

<표 II-5> 태국 어메이징 타일랜드의 7가지 정의

구분	내용
1. Thai-ness : 태국적인 것	태국 생활의 예술적인 부분을 경험해 보자.” 태국식 생활 방법은 항상 미소로 손님을 맞는 것이다. 이 말의 의미를 태국의 어느 지역을 방문하더라도 직접 느껴볼 수 있다.
2. Treasures : 보물 - “태국의 진정한 보물을 탐험해 보자.”	수코타이 지방과 같은 유적지부터 풍부한 란나 문화, 방콕의 매혹적인 왕궁 등 매력적인 태국의 역사를 되살려 보자. 태국의 역사적 풍부함이 무슨 의미인지 알게 될 것이다.
3. Beaches : 해변	- “태국 해변의 태양, 밀려드는 파도 그리고 청명함을 느껴보자.” 후아힌과 같이 가족 휴양지로 적합한 바다부터 끝없는 즐거움과 여흥으로 가득한 푸켓 뽀뽀비치 등 태국의 다양한 해변 중에 취향에 맞는 한 곳을 골라보자. 당신을 유혹할 태국 스타일만의 해변의 품에 안겨볼 수 있을 것이다.
4. Nature : 자연 - “태국 문화의 순수한 아름다움과 마주해 보자.”	카오야이 국립공원에서 코끼리를 타고, 간차나부리에서는 스틸 낚치는 카누를 경험해 보자. 에코 투어리즘의 진정한 의미를 흥분되는 래프팅을 통해서 느끼게 될 것이다. 태국의 자연적 경이로움을 만나보자.
5. Health & Wellness : 건강과 건강 관리 - “태국의 건강관리로 당신의 건강을 향상시키자.”	유명한 의학적 치료뿐 아니라 전체관적 의학의 마음과 정신을 위한 치료까지, 태국의 의료는 다양한 세계적으로 유명한 클리닉, 스파, 명상 센터 등을 모두 제공한다. 태국에서 휴가를 보내는 동안 내면적인 자신의 모습까지 향상시킬 수 있기를 바란다.
6. Trends : 트렌드 - “무수한 태국의 트렌드로 당신을 즐겁게 하자.”	대형 쇼핑센터, 부티크 숍, 감각적인 야외 시장 등에서 조금은 과하게 쇼핑을 누리보자. 또한 테마파크, 골프장, 클럽, 고급 레스토랑 등 무엇이든 원하는 모든 것이 가능하다. 새로운 트렌드와 끝이 없는 상품 속에서 즐거움을 만끽해 보자.
7. Festivals : 축제 - “1년 내내 흥미로운 축제가 펼쳐지는 태국.”	수 만개의 미소와, 축제 그리고 이벤트가 있는 곳. 어느 시기에 태국을 방문하던지 늘 다채롭고 재미있는 축제에 함께 동참하여 즐길 수 있다.

자료 : 한국관광공사, 현황자료에서 재인용.

2) 태국관광청 E-Marketing

- 태국 관광청은 태국관광포털사이트 thailandhotdeal.com 의 런칭파티에서 TAT의 E-Marketing 프로젝트를 공개하였음.
- 태국관광청측이 마케팅 플랜은 전략적 파트너인 Born Distinction 社와 전략적 제휴를 통해 진행될 예정임.
- 태국관광 신규포털사이트의 thailandhotdeal.com의 웹사이트 구축, 프로젝트 매니지먼트, 부킹엔진 등도 Born Distinction 측에서 아웃소싱을 담당하고 있음.
- E-Marketing 프로젝트 주요내용은 다음과 같음.
 - 신규 관광포털사이트 집중홍보. 총 6백만바트(한화 약 15억원)의 예산이 투입된 관광포털사이트(www.thailandhotdeal.com) 활성화. 2007년 7월까지 사이트내 미화 5.3백만불(200백만 바트)의 거래유치 및 20,000 건이상의 온라인 예약 실적 목표.
 - 주요 홍보 계획으로는 야후, 구글 등 글로벌 포털 사이트에 온라인 광고 및 검색엔진 키워드 등록 사업 실시. CRM을 활용한 20여차례의 이메일 캠페인 실시. 포털사이트 고객대상 Weblog 시상식 개최. 온라인 트래블이 활성화 된 27개국을 집중 타겟으로 홍보
 - TAT가 포털 사이트의 수익사업 담당 - 광고유치 등을 추진.

3) 은퇴이민 유치 정책

- 태국은 International Living Magazine이 선정한 은퇴하면 살고 싶은 국가 Top 10에 선정되었음. 선정기준은 부동산 가격, 은퇴자에 대한 혜택, 문화, 안전성, 기후 등 은퇴자가 생활에 필요한 조건들이 검토되었음.
- 일본, 한국 등 인근국가의 은퇴이민(Long Stay)장려를 위해 의료보험, 주택

임차 등의 편의제공 등 다양한 혜택을 늘려나가고 있으며 각종 전시 박람회 참가 등을 통해 자국 은퇴이민을 적극 홍보하고 있음.

4) 방콕 페스트 & 펀 이벤트 개최

- 방콕시는 페스트 & 펀 이벤트의 일환으로 2007년 8월부터 12월까지 방콕을 방문하는 여행객들은 방콕 페스트 마일리지 카드를 구입하여 다양한 아울렛 매장에서 쇼핑을 하고 행운의 금 추첨에 응모할 수 있는 기회도 연계됨.
- 방콕시는 이번 이벤트를 통해 전국적인 그랜드세일이 끝난 후에도 쇼핑을 위한 관광수요가 지속될 것으로 전망함.

나. 태국인의 해외여행 동향

- 태국인의 여가에 대한 생각은 소득에 따라 차이를 보이는데, 여가를 여행으로 생각할 만큼 국민들의 여행 열기가 높음.
- 여행 유형은 소득계층에 따라 차이가 있으나 일반적으로 여유 있게 관광지를 둘러보는 것을 선호하고 쇼핑에도 관심이 높음. 여행형태로는 패키지투어가 해외여행의 과반수를 점하고 있음.
- 1991년 해외여행자 수가 100만 명을 돌파한 이후 11년만인 2001년 200만 명을 돌파하였음.
- 2002년 11.9% 증가하여 증가세가 지속되었으나, 2003년 SARS 및 이라크 전쟁 등의 원인으로 4.35% 감소한 2,151,709명을 기록하였음. 2004년에는 해외여행자수가 25.9% 급등한 2,708,941명을 기록하였음. 2005년 해외여행자수는 3,046,549명으로 전년 동기 대비 12.5% 증가하여 해외여행객 300만 시대에 들어섰음.

<표 II-6> 태국인 해외여행자수 대비 방한 태국인수 추이

연도	출국자수(명)	증감률(%)	방한 태국인수(명)	증감률(%)	구성비1(%)	구성비2(%)
1994	1,657,373	9.3	69,343	-8.6	4.2	1.9
1995	1,798,324	8.5	73,770	6.4	4.1	2
1996	1,823,676	1.4	74,162	0.5	4.1	2
1997	1,637,595	-10.2	62,374	-15.9	3.8	1.6
1998	1,393,845	-14.9	49,973	-19.9	3.6	1.2
1999	1,686,000	21	63,679	27.4	3.8	1.4
2000	1,908,928	13.2	87,885	38	4.6	1.7
2001	2,010,616	5.3	73,163	-16.8	3.6	1.4
2002	2,249,639	11.89	61,070	0.8	2.7	1.4
2003	2,151,709	-4.35	78,243	5.7	3.6	1.6
2004	2,708,941	25.9	102,588	31.1	3.8	1.8
2005	3,046,549	12.5	112,724	9.9	3.7	1.9

주 1) 출국자수는 태국에서 집계한 통계치이며 방한 태국인수는 한국에서 집계한 통계치임.

2) 구성비 1은 태국인 출국자수에 대한 비율이며, 구성비2는 방한 외래객수에 대한 비율임.

자료 : 한국관광공사, 방한 관광시장 분석, 2006.

- 2002년 이후 태국인의 해외여행 주요 목적지를 살펴보면, 인접국가인 말레이시아와 싱가포르가 각각 1위, 2위를 차지하였으며, 그 다음으로 중국, 홍콩, 라오스 순으로 나타났음. 한국은 2003년까지는 9위, 2004년과 2005년에는 8위를 차지하였으며 방한객 수는 계속 증가 추세임.

<표 11-7> 태국인의 주요 해외여행 목적지

순위	2002		2003		2004		2005	
	목적지	구성비(%)	목적지	구성비(%)	목적지	인원(명)	목적지	인원(명)
1	말레이시아	32.92	말레이시아	36.63	말레이시아	863,665	말레이시아	831,338
2	싱가포르	10.84	싱가포르	9.56	싱가포르	287,597	싱가포르	316,754
3	중국	9.95	중국	7.24	중국	285,893	중국	363,156
4	홍콩	9.00	홍콩	6.95	홍콩	238,566	라오스	271,988
5	대만	5.51	일본	5.18	일본	143,152	홍콩	253,737
6	일본	4.42	대만	4.85	대만	107,749	일본	168,456
7	라오스	3.33	라오스	3.85	라오스	106,880	대만	114,400
8	호주	2.90	호주	2.90	한국	68,402	한국	84,804
9	한국	2.40	한국	2.56	호주	64,896	호주	63,537
10	독일	2.00	독일	2.14	독일	54,184	독일	62,407

자료) 태국관광청, Statistical Report, 각년도. 한국관광공사, 방한 관광시장 분석, 2006.

Ⅲ. 동남아 관광객 방한 현황

1. 홍콩인의 방한 성향

가. 방한 홍콩인 수 및 추이

- 2000년 이후 홍콩인 방한객수는 지속적으로 감소추세에 있음. 2006년도에는 142,786명이 방한하여 전년대비 -14.1% 감소함.

<표 III-1> 방한 홍콩인 연도별 증가추이

(단위 : 명, %, 일)

연 도	방문객수	성장율(%)
2000	200,874	-14.2
2001	204,959	2
2002	179,299	-12.5
2003	156,358	-12.8
2004	155,058	-0.8
2005	166,206	7.2
2006	142,786	-14.1

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

나. 월별 홍콩인 수 추이

- 방한 홍콩인의 여행시기는 동·하계 휴가기간인 7-8월과 12월-2월에 집중됨.
- 겨울철 방문객이 많은 이유는 성탄절 및 구정연휴를 이용하여 방한하는 사람들이 많고, 최근에 스키관광 목적지로서 한국의 이미지가 홍보되었기 때문인 것으로 판단됨.
- 휴가집중기간인 7, 8월에 입국자가 많은 것은 다른 국가와 비슷한 경향을 보이고 있음.

<표 III-2> 월별/연도별 홍콩인 입국

(단위: 명)

연도 \ 월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
2000	14,817	28,213	13,046	19,206	12,012	16,359	20,669	19,962	10,984	12,557	13,053	19,996	200,874
2001	27,344	13,894	18,649	14,521	12,545	17,725	17,432	20,905	13,457	12,578	13,572	22,247	204,959
2002	13,119	24,386	14,256	10,268	11,450	12,175	15,852	19,370	10,853	14,369	12,449	20,752	179,299
2003	15,176	17,606	7,623	5,344	7,663	15,598	16,475	18,543	9,834	12,276	9,853	20,367	156,358
2004	24,709	11,656	8,438	11,681	9,692	12,460	13,075	14,738	8,599	11,337	10,741	17,932	155,058
2005	10,953	25,319	15,639	11,368	12,463	13,549	17,456	16,125	8,651	9,977	10,130	14,576	166,206
2006	14,480	12,127	7,659	13,061	9,607	10,721	11,924	14,724	9,681	13,019	10,204	15,579	142,786

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

다. 여행목적별 홍콩인 수

- 홍콩인의 방한 목적을 살펴보면, 순수관광을 목적으로 방문하는 것이 대부분임.
- 2006년 관광을 목적으로 하는 홍콩인은 전체 방한객수중 93.8%, 상용 목적은 0.2%, 기타 6.0%로 나타남.

<표 III-3> 방한 홍콩인의 여행목적별 분포

(단위: 명,%)

연도 \ 목적	관광		상용		공용		기타	
	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율
2000	194,160	96.6	519	0.3	2	0.1	6,193	3.1
2001	196,908	96.0	555	0.3	1	0.1	7,495	3.6
2002	168,720	94.0	479	0.3	1	0.1	10,099	5.6
2003	147,297	94.0	302	0.2	3	0.1	8,756	5.6
2004	146,091	94.1	261	0.2	1	0.1	8,705	5.6
2005	157,569	94.8	331	0.2	2	0.1	8,304	4.9
2006	133,903	93.8	295	0.2	0	0	8,588	6.0

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

라. 방한 홍콩인의 인구사회학적 특성

- 성별 현황을 살펴보면 여성비율이 남성비율보다 높게 나타나고 있음. 한류의 영향으로 여성층의 방한이 높기 때문인 것으로 보임.
- 방한 홍콩인의 연령별 분포를 살펴보면 전체적으로 20-30대가 가장 많은 비율을 차지하고 있음. 남자는 30대가 28.8%로 주 고객층을 형성하고 있는 반면, 여자는 20대, 30의 비율이 높게 나타나고 있음.
- 2006년 현재 홍콩인들이 한국을 방문할 때 항공을 이용하는 방문객중 98.0%가 인천국제공항을 이용하고 있음.
- 2006년 현재 선박을 통해 방한하는 홍콩들은 인천항(12.9%)과 부산항(87.1%) 등 항구를 통해 방문하는 경우도 있음.
- 제주공항을 통한 입국자 수의 점유율은 2004년 현재 0.1%로써, 2000년 이후 계속해서 감소하는 추세를 보이고 있음.

<표 III-4> 방한 홍콩인의 인구사회학적 특성

(단위: 명, %, 일)

구 분	2002년		2003년		2004년		2005년		2006년			
	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)		
성별	남성	81,548	45.5	67,584	43.2	67,641	43.6	70,818	42.6	60,432	42.3	
	여성	87,940	49.0	80,323	51.4	79,059	51.0	87,500	52.7	74,293	52.0	
	승무원	9,811	5.5	8,451	5.4	8,358	5.4	7,888	4.7	8,061	5.7	
계	179,299	100	156,358	100	155,058	100	166,206	100	142,786	100.0		
연령별	20이하	24,425	14.4	21,213	14.3	21,254	14.5	22,343	14.1	17,927	13.3	
	21~30	45,999	27.1	37,047	25.0	34,141	23.2	33,638	21.2	30,425	22.6	
	31~40	49,375	29.1	40,847	27.6	40,320	27.5	43,027	27.1	35,537	26.4	
	41~50	31,456	18.6	28,920	19.5	30,755	20.9	35,012	22.1	30,642	22.7	
	51~60	11,482	6.8	12,566	8.5	13,022	8.9	14,933	9.4	13,135	9.7	
	61이상	6,827	4.0	7,408	5.0	7,353	5.0	9,493	6.0	7,059	5.2	
계	169,564	100	148,001	100	146,845	100	158,446	100.0	134,725	100.0		
교통수단별	항공	김포	-	-	6	0.0	80	0.0	144	0.1	176	0.1
		인천	165,943	98.1	146,784	99.3	145,015	99.0	155,186	98.2	138,987	98.0
		김해	2,393	1.4	863	0.6	1,337	0.9	1,278	0.8	1,352	1.0
		제주	774	0.5	111	0.1	218	0.1	1,348	0.9	1,383	1.0
	소계	169,110	100.0	147,764	100.0	146,650	100.0	157,956	100.0	141,898	100.0	
	선박	부산	148	53.3	39	36.4	50	33.6	300	75.2	493	87.1
		인천	135	47.7	68	63.6	99	66.4	99	24.8	73	12.9
	소계	283	100.0	107	100.0	149	100.0	399	100.0	566	100.0	
	기타	171	100.0	130	100.0	46	100.0	91	100.0	322	100.0	
	총계	169,564	100.0	148,001	100.0	146,845	100.0	158,446	100.0	142,786	100.0	

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

주 1) 연령별·교통수단별은 교포·승무원 제외, 장기거주자 포함

주 2) 2006년 교통수단별은 승무원 포함

2. 싱가포르인의 방한 성향

가. 방한 싱가포르인 수 및 추이

- 2000년 이후 격년으로 방문객수가 증감하는 현상을 보이고 있으며, 2006년 현재 88,386명으로 전년대비 8.1% 증가함.

<표 III-5> 방한 싱가포르인 연도별 증가추이

(단위: 명,%)

연 도	방문객수	성장율(%)
2000	82,871	10.0
2001	71,240	-14
2002	79,403	11.5
2003	76,432	-3.7
2004	85,202	11.5
2005	81,751	-4.1
2006	88,386	8.1

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

나. 월별 싱가포르인 수 추이

- 2000년 이후 방한 싱가포르인들의 월별 분포를 살펴보면, 1월에서 10월까지의 편차가 크지 않지만 11월, 12월에 집중되어 있음.
 - 겨울에 방한객 수가 집중된 이유는 눈, 스키 등의 동계상품이 싱가포르인에게 인기 있기 때문인 것으로 분석됨.
- 2006년도 싱가포르인의 입국 현황을 살펴보면, 12월 17,572명으로 가장 많이 방문하였고, 다음으로 11월, 10월 순으로 나타남.

<표 III-6> 월별/연도별 싱가포르인 입국

(단위: 명)

연도 \ 월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
2000	3,887	6,649	5,496	5,850	6,628	7,582	4,471	5,155	5,708	5,952	8,229	17,264	82,871
2001	6,182	3,884	5,197	5,975	6,294	7,552	4,452	4,362	4,484	4,409	5,907	12,542	71,240
2002	4,107	5,677	5,474	5,882	5,914	4,493	4,387	4,617	5,540	6,352	9,179	17,781	79,403
2003	5,179	4,969	4,412	2,973	2,979	5,549	4,886	4,867	6,161	7,572	9,393	17,492	76,432
2004	5,613	4,000	5,878	6,572	7,129	7,886	4,260	4,781	5,195	7,094	10,359	16,435	85,202
2005	4,424	4,790	5,895	6,421	6,241	6,949	4,393	4,350	5,898	8,204	8,689	15,497	81,751
2006	4,968	4,675	6,041	7,853	6,710	7,631	4,719	4,678	5,698	8,228	9,613	17,572	88,386

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

다. 목적별 싱가포르인 수

- 싱가포르인의 방한 목적을 살펴보면, 순수관광을 목적으로 방문하는 것이 대부분임.
- 2006년 관광을 목적으로 하는 방문한 싱가포르인은 79.3%, 상용 목적은 0.5%, 기타 20.2% 등의 순으로 나타남.

<표 III-7> 방한 싱가포르인의 여행목적별 분포

(단위: 명,%)

연도 \ 목적	관광		상용		공용		기타	
	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율
2000	63,129	76.1	193	0.2	12	0.1	19,537	23.6
2001	52,427	73.5	274	0.4	17	0.1	18,522	26.0
2002	60,908	76.6	333	0.4	17	0.1	18,145	22.9
2003	59,322	77.5	307	0.4	19	0.1	16,784	22.0
2004	66,730	78.2	321	0.4	28	0.1	18,123	21.3
2005	63,971	78.2	369	0.4	26	0.1	17,385	21.3
2006	70,104	79.3	445	0.5	22	0.1	17,815	20.2

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

라. 방한 싱가포르인의 인구사회학적 특성

- 성별 현황을 살펴보면 남성비율이 여성비율보다 높게 나타나고 있음.
- 연령별 현황은 31~40대의 연령대가 많으며, 다음으로는 41~50대의 연령대가 많음.
- 2006년 싱가포르인들이 한국을 방문할 때 항공기를 이용하는 방문객중 98.8%가 인천국제공항을 이용하고 있음.
- 2006년 선박을 통해 방한하는 싱가포르인들은 부산항(90.7%)과 인천항(9.3%)등 항구를 통해 방문하는 경우도 있음.

<표 III-8> 방한 싱가포르인의 인구사회학적 특성

구 분		2002년		2003년		2004년		2005년		2006년		
		방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	
성별	남성	32,610	41.1	30,944	40.5	35,109	41.2	34,762	42.5	36,819	41.7	
	여성	28,889	36.4	28,971	37.9	32,311	37.9	30,023	36.7	34,124	38.6	
	승무원	17,904	22.5	16,517	21.6	17,782	20.9	16,966	20.8	17,443	19.7	
계		79,403	100.0	76,432	100.0	85,202	100.0	81,751	100.0	88,386	100.0	
연령별	20이하	10,425	16.9	9,780	16.3	11,425	16.9	10,145	15.6	11,407	16.1	
	21~30	10,428	16.9	9,340	15.6	9,285	13.8	8,500	13.1	9,043	12.7	
	31~40	17,701	28.7	16,690	27.8	18,558	27.5	18,050	27.8	18,901	26.6	
	41~50	14,199	23.1	14,355	23.9	16,506	24.5	16,624	25.6	18,134	25.6	
	51~60	6,183	10.0	6,888	11.5	8,084	12.0	8,193	12.6	9,576	13.5	
	61이상	2,653	4.3	2,936	4.9	3,624	5.4	3,344	5.2	3,882	5.5	
계		61,589	100.0	59,989	100.0	67,482	100.0	64,856	100.0	70,943	100.0	
교통수단별	항공	김포	-	-	3	0.0	72	0.1	197	0.3	259	0.3
		인천	60,469	98.4	58,466	97.6	66,697	99.1	63,772	98.7	86,459	98.8
		김해	871	1.4	1,378	0.3	451	0.7	534	0.8	475	0.5
		제주	85	0.1	28	0.1	107	0.2	132	0.2	339	0.4
	소계		61,425	100.0	59,875	100.0	67,327	100.0	64,635	100.0	87,532	100.0
	선박	부산	75	89.3	32	84.2	50	64.1	95	87.2	321	90.7
		인천	9	10.7	6	15.8	28	35.9	14	12.8	33	9.3
	소계		84	100.0	38	100.0	78	100.0	109	100.0	354	100.0
	기타		80	100.0	76	100.0	77	100.0	112	100.0	500	100.0
	총계		61,589	100.0	59,989	100.0	67,482	100.0	64,856	100.0	88,386	100.0

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

주 1) 연령별·교통수단별은 교포·승무원 제외, 장기거주자 포함

주 2) 2006년 교통수단별은 승무원 포함

3. 말레이시아인의 방한 성향

가. 방한 말레이시아인 수 및 추이

- 2002년 이후 지속적으로 말레이시아인 방한객수가 증감하는 현상을 보이고 있으나, 2006년 89,854명으로 전년대비 -7.0% 감소함.

<표 III-9> 방한 말레이시아인 연도별 증가추이

(단위: 명, %, 일)

연 도	방문객수	성장율(%)
2000	59,933	23.7
2001	55,848	-6.8
2002	82,720	48.1
2003	90,623	9.6
2004	93,982	3.7
2005	96,583	2.8
2006	89,854	-7.0

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

나. 월별 말레이시아인 수 추이

- 2000년 이후 월별 말레이시아인 방한객 수를 살펴보면, 12월에 가장 많이 방문하고 있음.
- 2006년 말레이시아인의 월별 입국 현황을 살펴보면, 12월에 가장 많이 방문하였고, 다음으로 10월, 4월 순으로 입국을 많이 하였음.

<표 III-10> 월별/연도별 말레이시아인 입국

(단위: 명)

연도 \ 월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
2000	3,639	5,222	4,701	6,466	6,179	3,449	3,530	3,824	5,079	4,831	5,299	7,714	59,933
2001	4,678	3,044	3,940	5,355	6,493	3,729	3,422	3,907	4,385	4,358	3,993	8,544	55,848
2002	3,231	6,504	5,029	7,234	6,577	3,917	4,583	4,775	7,430	8,421	8,135	16,884	82,720
2003	5,834	7,923	5,365	4,134	2,896	3,433	6,104	6,457	9,728	10,356	11,471	16,922	90,623
2004	8,098	5,265	6,651	9,949	7,336	5,658	5,107	5,897	5,464	7,847	10,802	15,908	93,982
2005	4,539	7,413	6,801	9,287	7,268	5,592	4,284	4,788	6,731	12,510	11,462	15,908	96,583
2006	6,430	5,609	9,084	10,469	6,530	4,898	4,121	4,855	5,752	10,985	7,626	13,495	89,854

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

다. 목적별 말레이시아인 수

- 말레이시아인의 방한 목적을 살펴보면, 순수관광을 목적으로 방문하는 것이 대부분임.
- 2006년 관광을 목적으로 하는 말레이시아인은 전체 방한객수중 81.2%, 상용 목적은 0.4%, 기타 18.3% 등의 순으로 나타남.

<표 III-11> 방한 말레이시아인의 여행목적별 분포

(단위: 명,%)

목적 연도	관광		상용		공용		기타	
	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율
2000	43,662	72.9	381	0.6	47	0.1	15,843	26.4
2001	37,998	68.0	337	0.6	48	0.1	17,465	31.2
2002	62,608	75.7	304	0.4	85	0.1	19,723	23.8
2003	72,776	80.3	374	0.4	52	0.1	17,421	19.2
2004	74,270	79.0	422	0.4	48	0.1	19,242	20.5
2005	80,511	83.4	428	0.4	45	0.1	15,599	16.1
2006	72,939	81.2	399	0.4	46	0.1	16,470	18.3

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

라. 방한 말레이시아인의 인구사회학적 특성

- 성별 현황을 살펴보면 남성보다 여성비율이 높게 나타나고 있음.
- 연령별 현황을 살펴보면 31-40대 연령대가 가장 많이 방한을 하고 있으며, 다음으로는 21-30대 연령대가 비중이 높음.
- 2006년 말레이시아인들이 한국을 방문할 때 항공기를 이용하는 방문객중 98.8%가 인천국제공항을 이용하고 있음.
- 2006년 선박을 통해 방한하는 방한객은 부산항(86.2%)과 인천항(13.8%) 등 항구를 통해 방문하는 경우도 있음.

<표 III-12> 방한 말레이시아인의 인구사회학적 특성

(단위: 명, %, 일)

구 분		2002년		2003년		2004년		2005년		2006년		
		방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	
성 별	남성	31,815	38.5	34,885	38.5	36,855	39.2	39,063	40.5	36,212	40.3	
	여성	31,716	38.3	38,920	42.9	38,591	41.1	42,815	44.3	38,124	42.4	
	승무원	19,189	23.2	16,818	18.6	18,536	19.7	14,705	15.2	15,518	17.3	
계		82,720	100.0	90,623	100.0	93,982	100.0	96,583	100.0	89,854	100.0	
연 령 별	20이하	8,377	13.2	9,822	13.3	9,749	12.9	11,078	13.5	8,190	11.0	
	21~30	14,812	23.3	16,374	22.1	16,617	22.0	17,097	20.8	16,034	21.6	
	31~40	17,651	27.7	20,067	27.1	20,576	27.2	21,893	26.7	20,565	27.7	
	41~50	12,915	20.3	15,207	20.6	15,684	20.8	17,062	20.8	15,534	20.9	
	51~60	6,503	10.2	8,258	11.2	8,490	11.2	9,648	11.8	9,390	12.6	
	61이상	3,361	5.3	4,207	5.7	4,461	5.9	5,290	6.5	4,623	6.2	
계		63,619	100.0	73,935	100.0	75,577	100.0	82,068	100.0	74,336	100.0	
교 통 수 단 별	항 공	김포	1	0.0	2	0.0	53	0.1	117	0.1	190	0.2
		인천	62,482	98.6	73,181	99.3	74,761	99.3	80,833	99.3	84,996	98.8
		김해	751	1.2	489	0.6	404	0.5	362	0.4	514	0.6
		제주	129	0.2	35	0.1	93	0.1	95	0.1	301	0.4
	소계		63,363	100.0	73,707	100.0	75,311	100.0	81,407	100.0	86,001	100.0
	선 박	부산	98	81.7	53	71.6	90	50.3	377	83.6	1,205	86.2
		인천	22	18.3	21	28.4	89	49.7	74	16.4	193	13.8
	소계		120	100.0	74	100.0	179	100.0	451	100.0	1,398	100.0
	기타		136	100.0	154	100.0	87	100.0	210	100.0	2,455	100.0
	총계		63,619	100.0	73,935	100.0	75,577	100.0	82,068	100.0	89,854	100.0

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

주 1) 연령별·교통수단별은 교포·승무원 제외, 장기거주자 포함

주 2) 2006년 교통수단별은 승무원 포함

4. 태국인의 방한 성향

가. 방한 태국인 수 및 추이

- 2002년 이후 지속적으로 태국인 방한객수가 증감하는 현상을 보이고 있으나, 2006년 현재 128,555명으로 전년대비 14.0% 증가함.

<표 III-13> 방한 태국인 연도별 증가추이

(단위: 명, %, 일)

연 도	방문객수	성장율(%)
2000	87,885	38.0
2001	73,163	-16.8
2002	74,000	1.1
2003	78,243	5.7
2004	102,588	31.1
2005	112,724	9.9
2006	128,555	14.0

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

나. 월별 태국인 수 추이

- 2000년 이후 월별 태국인인 방한객 수를 살펴보면, 12월에 가장 많이 방문하고 있음.
- 2006년 태국인의 월별 입국 현황을 살펴보면, 12월에 가장 많이 방문하였고, 다음으로 4월, 10월, 3월 등의 순으로 입국을 많이 하였음.

<표 III-14> 월별/연도별 태국인 입국

(단위: 명)

연도 \ 월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
2000	4,793	7,245	11,211	11,981	11,507	6,306	4,708	4,453	5,955	6,803	5,488	7,435	87,885
2001	5,083	5,522	6,880	8,926	7,348	5,624	5,293	5,208	5,096	5,597	5,132	7,454	73,163
2002	4,553	5,810	6,022	8,980	6,597	6,365	4,743	4,811	5,678	7,536	4,836	8,069	74,000
2003	5,894	6,543	5,565	4,859	5,036	4,041	5,553	6,633	6,266	8,978	8,549	10,326	78,243
2004	8,624	7,922	8,504	10,828	8,867	7,449	7,605	6,749	6,986	10,398	6,508	12,148	102,588
2005	7,353	7,730	11,369	13,351	9,138	7,628	6,963	7,643	8,581	10,239	7,388	15,341	112,724
2006	7,229	11,291	12,410	14,285	10,828	9,321	8,696	9,771	8,822	12,472	8,273	15,157	128,555

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

다. 목적별 태국인 수

- 태국인의 방한 목적을 살펴보면, 순수관광 목적이 많으나 기타 비율도 상당한 비중을 차지하고 있음.
- 2006년 관광을 목적으로 하는 방문한 태국인은 56.2%, 기타 목적이 43.6% 등의 순으로 나타남.

<표 III-15> 방한 태국인의 여행목적별 분포

(단위: 명,%)

목적 연도	관광		상용		공용		기타	
	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율
2000	57,796	65.8	227	0.2	263	0.3	29,599	33.7
2001	41,666	57.0	154	0.2	341	0.5	31,002	42.3
2002	45,256	61.2	113	0.2	402	0.5	28,229	38.1
2003	42,216	54.0	104	0.1	253	0.3	35,670	45.6
2004	59,794	58.3	171	0.2	168	0.2	42,455	41.3
2005	66,209	58.7	148	0.1	221	0.2	46,146	40.9
2006	72,201	56.2	178	0.1	164	0.1	56,012	43.6

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

라. 방한 태국인의 인구사회학적 특성

- 성별 차이가 높지 않으나, 2002년을 기점으로 남자의 비율이 여자보다 약 2-3% 정도 상회하는 수준임.
- 연령별 현황은 남·여 모두 30대의 비율이 가장 높음.
- 2006년 태국인들이 한국을 방문할 때 항공을 이용하는 방문객중 95.9%가 인천국제공항을 이용하고 있음.
- 2006년 선박을 통해 방한하는 태국인은 부산항(78.6%)과 인천항(21.4%) 등 항구를 통해 방문하는 경우도 있음.

<표 III-16> 방한 태국인의 인구사회학적 특성

(단위: 명, %, 일)

구 분		2002년		2003년		2004년		2005년		2006년		
		방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	
성 별	남성	25,064	33.9	26,413	33.8	37,069	36.1	41,854	37.1	46,267	36.0	
	여성	23,228	31.4	24,067	30.8	33,547	32.7	38,666	34.3	42,329	32.9	
	승무원	25,708	34.7	27,763	35.4	31,972	31.2	32,204	28.6	39,959	31.1	
계		74,000	100.0	78,243	100.0	102,588	100.0	112,724	100.0	128,555	100.0	
연 령 별	20이하	4,497	9.2	4,047	7.8	6,457	9.0	6,981	8.6	8,240	9.3	
	21~30	12,308	25.1	12,793	24.8	17,821	24.9	20,492	25.1	22,786	25.7	
	31~40	15,671	31.9	17,734	34.4	23,670	33.0	26,906	33.0	28,232	31.9	
	41~50	9,877	20.1	10,367	20.1	14,265	19.9	15,478	19.0	16,074	18.1	
	51~60	4,941	10.1	4,898	9.5	7,070	9.9	8,343	10.2	9,674	10.9	
	61이상	1,832	3.7	1,753	3.4	2,358	3.3	3,318	4.1	3,590	4.1	
계		49,126	100.0	51,592	100.0	71,641	100.0	81,518	100.0	88,596	100.0	
교 통 수 단 별	항 공	김포		6	0.0	108	0.2	93	0.1	118	0.1	
		인천	46,074	94.4	48,935	95.8	68,337	95.9	77,574	95.7	119,066	95.9
		김해	2,688	5.5	2,105	4.1	2,746	3.9	3,336	4.1	4,748	3.8
		제주	20	0.1	20	0.1	34	0.0	44	0.1	204	0.2
	소계		48,782	100.0	51,066	100.0	71,225	100.0	81,047	100.0	124,136	100.0
	선 박	부산	34	82.9	34	63.0	54	73.0	92	81.4	1,914	78.6
		인천	7	17.1	20	37.0	20	27.0	21	18.6	520	21.4
	소계		41	100.0	54	100.0	74	100.0	113	100.0	2,434	100.0
	기타		303	100.0	472	100.0	342	100.0	358	100.0	1,985	100.0
	총계		49,126	100.0	51,592	100.0	71,641	100.0	81,518	100.0	128,555	100.0

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

주 1) 연령별·교통수단별은 교포·승무원 제외, 장기거주자 포함

주 2) 2006년 교통수단별은 승무원 포함

IV. 동남아 관광객 관련 제주관광 실태분석

1. 동남아 관광객 내도 현황

가. 연도별 동남아 관광객 수

- 2006년도 기준으로 홍콩관광객의 점유율은 1.82%, 싱가포르관광객의 점유율은 3.95%를 차지하고 있음.
- 기타 동남아 국가는 입도객 수가 적어 통계자료에 기타로 포함되고 있음.

<표 IV-1> 연도별·국적별 외국인 관광객 입도 현황

(단위: 명)

국적 연도	교포	일본	대만	홍콩	미국	영국	독일	중국	러시아	싱가 포르	기타	계
1990	30,824	140,454	36,290	9,974	10,573	845	-	-	-	-	6,113	235,073
1991	24,085	181,962	39,739	14,166	8,048	1,117	806	-	-	-	5,448	275,371
1992	12,224	161,983	43,033	13,595	5,420	1,835	-	-	-	-	4,486	242,576
1993	23,891	189,535	28,668	16,229	9,299	2,564	-	-	-	-	7,173	277,359
1994	31,180	156,900	19,587	4,294	5,344	648	-	1,117	-	-	3,372	222,442
1995	20,323	152,670	29,471	28,017	3,164	346	-	2,582	-	-	5,577	241,884
1996	21,610	128,529	25,778	18,447	3,800	254	462	3,944	587	1,403	4,439	209,253
1997	15,594	121,446	13,102	18,191	3,523	691	648	5,075	742	1,347	4,044	184,403
1998	18,324	117,948	8,467	43,101	5,079	605	651	15,142	1,884	7,083	5,417	223,701
1999	15,139	126,128	2,222	31,894	7,788	482	621	46,247	422	8,673	7,349	246,965
2000	14,737	147,358	2,294	28,777	11,216	325	612	57,236	473	9,710	15,687	288,425
2001	10,501	147,525	2,414	20,329	10,935	358	710	71,650	358	9,506	15,764	290,050
2002	6,659	134,120	940	7,838	12,005	1,030	1,764	92,805	517	11,363	20,455	289,496
2003	2,858	98,950	9,893	5,173	10,753	379	552	69,671	664	8,762	13,362	221,017
2004	4,149	136,202	21,435	7,609	17,518	613	800	101,236	647	13,472	25,534	329,215
2005	5,058	149,361	39,552	8,582	18,528	729	1,140	115,199	875	13,841	25,858	378,723
2006	5,283	177,385	57,358	8,376	19,329	910	1,128	142,912	847	18,167	28,165	460,360

자료: 제주특별자치도관광협회, 내부자료.

<표 IV-2> 관광객 시장점유율 현황

(단위: %)

국적 년도	교포	일본	대만	홍콩	미국	영국	중국	기타	계
1990	13.1	59.8	15.4	4.2	4.5	0.4	-	2.6	100
1991	8.7	66.1	14.4	5.2	2.9	0.4	-	2.3	100
1992	5.0	66.8	17.7	5.6	2.2	0.8	-	1.9	100
1993	8.6	68.3	10.3	5.9	3.4	0.9	-	2.6	100
1994	14.0	70.5	8.8	1.9	2.4	0.3	0.5	1.5	100
1995	8.4	63.1	12.2	11.6	1.3	0.1	1.0	2.3	100
1996	10.3	61.4	12.3	8.8	1.8	0.1	1.9	3.3	100
1997	8.4	65.8	7.3	9.9	1.7	0.4	2.8	3.7	100
1998	8.2	52.7	3.8	19.3	2.3	0.3	6.9	6.7	100
1999	6.1	51.1	0.9	12.9	3.2	0.2	18.7	6.9	100
2000	5.1	51.1	0.8	10	3.9	0.1	19.8	9.2	100
2001	3.6	50.9	0.8	7	3.8	0.1	24.7	9.1	100
2002	2.3	46.3	0.3	2.7	4.1	0.4	32.1	11.8	100
2003	1.3	44.8	4.5	2.3	4.9	0.2	31.5	10.5	100
2004	1.3	41.4	6.5	2.3	5.3	0.2	30.8	12.2	100
2005	1.3	39.4	10.4	2.3	4.9	0.2	30.4	11.0	100
2006	1.2	38.6	12.5	1.8	4.2	0.2	31.0	10.5	100

자료: 제주특별자치도관광협회, 내부자료.

나. 연도별 관광수입

- 전체적으로는 1996년 이후(1998년 제외) 1조원 이상의 수입을 올리고 있고 2006년에는 1조8,468억원의 수입을 기록하였음.

<표 IV-3> 연도별 관광수입 현황

구 분	전 국 (외국인 : 천명)	제 주 도					
		관 광 객 (천명)			관 광 수 입 (억원)		
		계	내국인	외국인	계	내국인	외국인
2000	5,000	4,110	3,822	288	14,975	10,877	4,098
2001	5,200	4,197	3,907	290	14,954	10,917	4,037
2002	5,347	4,515	4,226	289	15,265	11,525	3,740
2003	4,753	4,913	4,692	221	15,661	13,073	2,588
2004	5,818	4,932	4,603	329	16,787	13,079	3,708
2005	6,021	5,020	4,641	379	17,202	13,031	4,171
2006	6,155	5,312	4,852	460	18,468	13,460	5,008

자료: 제주도, 주요관광행정현황, 2007

다. 월별 동남아 관광객 수

1) 홍콩

- 제주를 방문하는 홍콩인 관광객들은 2000년, 2001년과 비교하여 지속적으로 감소하는 추세를 보이고 있음.
- 월별 홍콩인 내도 분포를 보면 뚜렷하게 시사점을 찾기가 힘들다는 것을 알 수 있음.

<표 IV-4> 월별 홍콩인 관광객 입도현황

(단위: 명, %)

년도	월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
		2000	관광객수	1,354	2,481	3,058	3,496	2,106	2,618	3,348	2,851	2,143	2,632	
	비율(%)	4.7	8.6	10.6	12.1	7.3	9.1	11.6	9.9	7.4	9.1	4.6	4.7	100.0
2001	관광객수	2,522	840	1,647	2,089	1,336	1,702	2,379	2,884	1,508	1,714	1,108	800	20,529
	비율(%)	12.3	4.1	8.0	10.2	6.5	8.3	11.6	14.0	7.3	8.3	5.4	3.9	100.0
2002	관광객수	645	1,201	721	600	640	342	899	827	660	434	487	382	7,838
	비율(%)	8.2	15.3	9.2	7.7	8.2	4.4	11.5	10.6	8.4	5.5	6.2	4.9	100.0
2003	관광객수	148	284	111	255	11	223	525	734	536	1,055	627	664	5,173
	비율(%)	2.9	5.5	2.1	4.9	0.2	4.3	10.1	14.2	10.4	20.4	12.1	12.8	100.0
2004	관광객수	1,310	543	425	753	482	687	256	394	737	494	1,138	390	7,609
	비율(%)	17.2	7.1	5.6	9.9	6.3	9.0	3.4	5.2	9.7	6.5	15.0	5.1	100.0
2005	관광객수	291	746	346	736	1,099	1,155	987	989	519	785	590	339	8,582
	비율(%)	3.4	8.7	4.0	8.6	12.8	13.5	11.5	11.5	6.0	9.1	6.9	3.9	100.0
2006	관광객수	172	324	311	1,128	612	618	651	855	791	1,124	724	1,066	8,376
	비율(%)	2.1	3.9	3.7	13.5	7.3	7.4	7.8	10.2	9.4	13.4	8.6	12.7	100.0

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

2) 싱가포르

- 2000년~2006년간 월별 싱가포르 관광객 내도 분포를 보면 평균적으로 12월에 가장 많은 관광객들이 방문하는 것으로 나타났고, 그 다음은 11월임. 평균적으로 가장 적게 방문하는 월은 7월임.

<표 IV-5> 월별 싱가포르인 관광객 입도현황

(단위: 명, %)

연도	월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
		2000	관광객수	269	789	488	1,030	980	1,037	196	211	661	656	
	비율(%)	2.8	8.1	5.0	10.6	10.1	10.7	2.0	2.2	6.8	6.8	10.1	24.8	100.0
2001	관광객수	491	151	363	1,119	1,121	1,119	250	389	682	547	783	2,491	9,506
	비율(%)	5.2	1.6	3.8	11.8	11.8	11.8	2.6	4.1	7.2	5.8	8.2	26.2	100.0
2002	관광객수	346	485	680	1,312	840	159	257	178	694	1,247	1,411	3,754	11,363
	비율(%)	3.0	4.3	6.0	11.5	7.4	1.4	2.3	1.6	6.1	11.0	12.4	33.0	100.0
2003	관광객수	661	942	324	368	224	271	328	799	666	1,279	1,088	1,812	8,762
	비율(%)	7.5	10.8	3.7	4.2	2.6	3.1	3.7	9.1	7.6	14.6	12.4	20.7	100.0
2004	관광객수	901	432	673	1,336	1,206	1,031	329	309	805	909	2,159	3,382	13,472
	비율(%)	6.7	3.2	5.0	9.9	9.0	7.7	2.4	2.3	6.0	6.7	16.0	25.1	100.0
2005	관광객수	399	621	759	1,510	1,089	1,370	480	368	679	1,703	1,699	3,164	13,841
	비율(%)	2.9	4.5	5.5	10.9	7.9	9.9	3.5	2.7	4.9	12.3	12.3	22.9	100.0
2006	관광객수	763	429	540	2,156	1,134	1,555	432	320	679	2,212	2,317	5,630	18,167
	비율(%)	4.2	2.4	3.0	11.9	6.2	8.6	2.4	1.8	3.7	12.2	12.8	31.0	100.0

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

라. 계절별 동남아 방문객 수

1) 홍콩

- 2000~2006년까지 계절별 홍콩인 내도 분포를 보면 평균적으로 여름에 가장 많이 방문하고 있으며, 그 다음은 가을, 겨울, 봄 순임.
- 2006년도의 경우 겨울철이 가장 높은 점유율을 보이고 있음.

<표 IV-6> 계절별 홍콩인 관광객 입도현황

(단위: 명, %)

연도	계절	봄	여름	가을	겨울	계
		(3월,4월,5월)	(6월,7월,8월)	(9월,10월,11월)	(12월,1월,2월)	
2000	관광객수	8,660	8,817	6,103	5,197	28,777
	비율(%)	30.1	30.6	21.2	18.1	100.0
2001	관광객수	5,072	6,965	4,330	4,162	20,529
	비율(%)	24.7	33.9	21.1	20.3	100.0
2002	관광객수	1,961	2,068	1,581	2,228	7,838
	비율(%)	25.0	26.4	20.2	28.4	100.0
2003	관광객수	377	1,482	2,218	1,096	5,173
	비율(%)	7.3	28.6	42.9	21.2	100.0
2004	관광객수	1,660	1,337	2,369	2,243	7,609
	비율(%)	21.8	17.6	31.1	29.5	100.0
2005	관광객수	2,181	3,131	1,894	1,376	8,582
	비율(%)	25.4	36.5	22.1	16.0	100.0
2006	관광객수	1,562	2,051	2,124	2,639	8,376
	비율(%)	18.6	24.5	25.4	31.5	100.0

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

2) 싱가포르

- 계절별 싱가포르 관광객의 내도 분포를 보면 평균적으로 겨울에 가장 많이 내도하고 있으며, 그 다음은 가을, 봄, 여름 순임.
- 겨울철이 상대적으로 타 계절과 비교하여 점유율은 높으나, 12월에 치중되어 있고 1, 2월에는 방문객 수가 미미함.

<표 IV-7> 계절별 싱가포르인 관광객 입도현황

(단위: 명, %)

연도	계절	봄	여름	가을	겨울	계
		(3월,4월,5월)	(6월,7월,8월)	(9월,10월,11월)	(12월,1월,2월)	
2000	관광객수	2,498	1,444	2,298	3,470	9,710
	비율(%)	25.7	14.9	23.7	35.7	100.0
2001	관광객수	2,603	1,758	2,012	3,133	9,506
	비율(%)	27.4	18.5	21.2	33.0	100.0
2002	관광객수	2,832	594	3,352	4,585	11,363
	비율(%)	24.9	5.2	29.5	40.4	100.0
2003	관광객수	916	1,398	3,033	3,415	8,762
	비율(%)	10.5	16.0	34.6	39.0	100.0
2004	관광객수	3,215	1,669	3,873	4,715	13,472
	비율(%)	23.9	12.4	28.7	35.0	100.0
2005	관광객수	3,358	2,218	4,081	4,184	13,841
	비율(%)	24.3	16.0	29.5	30.2	100.0
2006	관광객수	3,830	2,307	5,208	6,822	18,167
	비율(%)	21.1	12.7	28.7	37.6	100.0

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

2. 동남아 관광객 대상 제주관광상품 현황

가. 홍콩

- 제주도가 2006년에 비해 홍콩 관광객들에게 큰 관심을 모으고 있음. 2006년 발매된 홍콩 유명가수 해큰리의 음악 DVD(제주도 및 서울을 배경으로 뮤직비디오 제작) 등 최근 제주도에 관심이 높아지고 있으며 상품판매도 잇따르고 있음.

- 홍콩 여행사들은 2007년 4월에는 제주도의 유채꽃상품 및 한국 전역의 벚꽃상품을 판매하였음.
- EGL여행사는 홍콩항공과 함께 10월 19일부터 21일까지 홍콩-제주도간 전세기를 운행함. 이 상품(제주 3일/HK \$2,299)은 소비자들의 뜨거운 관심 속에 상품을 판매하자마자 164명 모두 예약완료가 되었음. 성공적인 판매에 대해 해당 여행사에서는 상품의 질이 좋고 값싼 가격 그리고 소비자들의 제주도에 대한 관심 등으로 해석하고 있음.

<표 IV-8> 홍콩관광객 대상 주요 제주관광 상품 현황(2007년 10월 상품)

여행업체명	상품명(내용)	전년동기 판매실적	금년도 판매실적	증감율	비고
EGL여행사	제주, 서울 HK \$3,899(5일)	1,123	1,421	26.5%	
모닝스타여행사	제주, 서울 HK \$3,699(5일)	558	688	23.3%	

자료 : 한국관광공사, 「월간 관광시장동향」, 2007.11..

나. 싱가포르

- 2008년 신상품 개발을 위한 싱가포르여행사 사장단 팸투어를 2007년 10월 2일-6일 기간중 실시하였음. 주된 목적지는 강원도 H1과 인근 연계 관광지(화암동굴과 레일바이크), 경기도 부천의 인도어스키장 및 여주프리미엄 아웃렛, 제주도내 해녀박물관 및 태왕사신기 촬영지, 서울시내 미용성형 시술소 및 세븐럭 카지노 등이었으며, 이중 상당수가 2008년 신상품으로 싱가포르시장에 선보일 것으로 기대됨.
- 방한상품 판매 Top5 여행사들의 10월 판매한 방한상품 현황은 아래와 같음.

<표 IV-9> 싱가포르관광객 대상 주요 제주관광 상품 현황(2007년 10월 상품)

여행사명	상품명	상품일수	가격	주요 방문지
ASA Holiday	8D Korea Autumn Discovery + 제주도	8D/6N	\$ 1,288	제주, 내장산, 남이섬, 난타, 에버랜드, 롯데월드, 동대문시장
	8D Discovery + 제주도	8D/6N	\$ 1,368	제주, 피닉스 스키리조트, 남이섬, 난타, 에버랜드, 롯데월드
Chan Brothers	8D Grandeur of Korea	8D/6N	\$ 1,328	에버랜드, 제주, 상수허브, 남이섬, 롯데월드, 스파벨리
	8D Korea Ski Escapade	8D/6N	\$ 1,328	제주, 대구, 스키체험, 춘천, 서울, 롯데월드
CTC	8D Korea + Jeju Autumn Romance	8D/6N	\$ 1,238	제주2박, 설악산, 영주 선비촌(한스타일투어), 에버랜드, 서울
	8D Korea Winter Wonderland + Jeju Island	8D/6N	\$ 1,269	제주2박, 설악산, 스키체험, 에버랜드, 서울
Five Stars	8D Korea Fabulous	8D/6N	\$ 1,358	제주, 에버랜드, 설악산, 여주프리미엄아웃렛, 남산골, 한옥빌리지, 서울
	8D Winter Ski + Jeju Island	8D/6N	\$ 1,388	제주, 에버랜드, 롯데월드, 눈체험, 설악산, 여주프리미엄아웃렛, 서울
SA Tours	8D Korea Discovery+ Jeju	8D/6N	\$ 1,388	제주, 용평리조트(스키체험), 설악산, 서울

자료 : 한국관광공사, 「월간 관광시장동향」, 2007.11.

다. 말레이시아

- 무슬림들이 한달 간의 라마단 이후 즐기게 되는 하리라야 축제 및 연휴 기간이 전년에 비해 짧아지면서 10월중 해외여행객이 많이 감소한 것으로 나타남.
- Golden Tourworld Travel에서 만든 관광상품도 2006년도에 비해 모객수가 크게 감소하였음.

<표 IV-10> 말레이시아관광객 대상 주요 제주관광 상품 현황(2007년 10월 상품)

여행업체명	상품명(내용)	전년동기 판매실적	금년도 판매실적	증감율	비고
Golden Tourworld Travel	Korea Autumn & Winter(제주도, 설악산, 단양, 대구, 서울)	1,634	890	-45.5%	주요 여행사들의 방한상품 판매실적이 전년대비 급감하고 있으나, FIT시장이 꾸준히 성장하고 있는 것으로 파악됨

자료 : 한국관광공사, 「월간 관광시장동향」, 2007.11.

3. 동남아 국가 대상 제주관광홍보 현황

- 2007년도 제주특별자치도관광협회에서 수행한 제주관광 홍보현황을 보면, 중국, 일본, 대만 등 제주관광의 표적시장에 홍보가 집중됨.
- 동남아 국가로는 싱가포르, 말레이시아, 필리핀, 홍콩 등에 극한됨.
- 향후 동남아 관광시장 확대를 위해서는 기존 4개 국가에 대한 시장조사와 마케팅전략 강화와 함께 베트남, 인도 등 여타 국가에 대한 시장조사도 강화해 나가야 할 것임.

<표 IV-11> 동남아 국가 대상 제주관광 주요 홍보현황(2007년)

사업명	기간	참가인원	주요내용	비고
싱가포르 골프잡지 웹투어	1.10-13	2명	도내 주요 골프장 소개 및 답사	기사화를 통한 골프상품 홍보 및 제주인지도 제고
싱가포르 골프상품개발 웹투어	1.10-13	4명	도내 주요 골프장 소개 및 관광지답사	골프상품개발을 통한 관광객 유치
말레이시아 MATTA 국제관광전	3.16-18	관광전 참가객 90,000명	제주관광홍보	관광인지도 제고
말레이시아 제주관광설명회	3.14	40명	제주상품개발을 위한 설명회	관광인지도 제고
홍콩스타 TV 제주취재	5.6-9	2명	제주유명관광지 특집취재	제주관광 홍보 및 제주관광상품 소개를 통한 관광객 유치
싱가폴 TV 제주취재	7.6-9	8명	제주풍물체험 취재	제주관광 홍보 및 제주관광상품 소개를 통한 관광객 유치
말레이시아 도매여행사	8.15-17	40명	세계자연유산 및 관광홍보	상품개발을 통한 여행촉진
싱가폴 국제관광 박람회 참가	9.14-16	3명	홍보부스를 통한 제주관광 및 제주상품 홍보	동절기 제주관광상품 홍보 및 한류상품 홍보를 위한 부스 운영
홍콩 언론인 웹투어	9.17-19	8명	세계자연유산 등재관련 취재	제주세계자연유산 홍보를 통한 관광객 유치
필리핀 직항노선 상품개발을 위한 여행업자 관광설명회	9.17-19	30명	직항노선 상품개발을 위한 제주관광설명회 및 웹투어	상품개발 추진
말레이시아 위성방송 (ASTRO)	9.30-10.3	10명	세계자연유산 및 관광취재지원	상품개발 추진
싱가포르 사장단 웹투어	10.4	10명	세계자연유산 등재지역 답사 신설 관광지 시찰	세계자연유산관련 상품개발을 통한 관광객 유치
홍콩 정보언론 웹투어	10.29-11. 1	4명	세계자연유산 등재관련 취재	제주세계자연유산 홍보를 통한 관광객 유치

자료 : 제주특별자치도관광협회, 내부자료, 2007...

4. 시사점 모색

- 첫째, 동남아 주요 도시와의 접근성 향상방안이 마련되어야함. 제주도가 섬지역임을 고려할 때, 동남아 관광객 유치의 첫걸음은 해당 지역과의 직항노선 확충이 지속적으로 이루어져야함. 동남아 주요 도시와의 직항노선이 개설되어 있지 않아 향후 지속적인 정기항공노선 개설과 제도적인 지원책 마련이 필요함.
- 둘째, 동남아 관광시장에 대한 체계적인 조사와 분석이 필요함. 제주를 방문하는 동남아 관광객에 대한 기본통계도 홍콩, 싱가포르에 한정되어 있어 보다 세분화된 자료가 필요함. 또한 한국관광공사에서 조사하는 외래 관광객실태조사, 동남아 관광객 방한시장 분석 등의 자료만으로는 제주 관광의 과제 및 유치증진방안을 마련하는데 한계가 있음.
- 셋째, 동남아 관광객들의 체류시간을 증가시키는 방안이 필요함. 동남아 관광객 대상 관광상품 대부분이 제주에서 1박 또는 2박 정도 체재하는 것으로 되어 있어 지역경제에 미치는 파급효과는 미미함. 동남아 관광시장에 대한 체계적인 조사와 분석을 통해 제주를 주요 방문지로 하는 관광상품 개발이 필요함. 사계절 기후 중 특히 겨울철의 눈은 동남아지역 관광객들의 매력적인 관광소재가 되고 있으나, 한편으로 제주관광에 있어 겨울철은 전체적으로 볼 때 관광비수기로서 사계절 전천후 관광의 한계요인으로 작용하고 있음.
- 넷째, 과학적인 분석에 의한 홍보전략 수립이 필요함. 동남아 국가에 대한 대부분의 홍보활동이 팸투어, 설명회, 국제관광박람회 참가 등으로 한정되어 있어 향후 홍보예산을 증액하여 보다 공격적인 전략 마련이 필요함. 또한 동남아 관광객들이 대부분 타 지역을 경유하여 제주를 방문하는 것을 고려할 때, 제주도의 독자적인 홍보·마케팅도 중요하나 광역권 도시와 공동 홍보·마케팅 방안 등을 강구해야함.

V. 동남아 관광객 유치를 위한 과제 및 방안

1. 주요 과제

1) 동남아 주요 도시와의 접근성 향상방안 마련

- 제주도가 섬지역임을 고려할 때, 동남아 관광객 유치의 첫걸음은 해당 지역과의 직항노선 확충이 지속적으로 이루어져야함.
- 직항노선 확충이 당장 추진되기 곤란하므로 동남아국가-국내 타 도시-제주를 연계(안정적 항공좌석 확보, KTX-여객선 연계 관광상품 개발, 인천-제주연계 항공편 증편 등) 하는 접근성 향상방안 마련도 필요함.
- 홍콩 여행업계에서는 제주도의 고질적인 항공좌석 및 호텔 객실부족 문제가 지속적으로 제기되고 있음. 서울에 머물고 있는 방한관광객들이 제주도를 방문할 시 김포공항 대신에 인근 원주나 청주공항으로 이동해 제주도로 향하고 있어 관광객들의 불만이 끊임없이 발생함.

2) 다양한 체험상품 개발 필요

- 외국인 관광객의 획기적 유치를 위해서는 관광매력 상실 및 관광만족도 하락에 대비하여 흡입력있는 관광상품의 혁신적 개발이 요구됨.
- 한국을 방문하는 동남아 관광객들의 성향이 한국의 특정지역을 방문하기 보다는 여러지역을 방문하려는 성향이 강함. 제주도 방문시에도 1박, 2박 정도 체류하는 경우가 대다수임.
- 동남아 관광객들이 제주에서만 체험할 수 있는 다양한 체험상품개발이 필요함.
- 사계절 기후 중 특히 겨울철의 눈은 동남아지역 관광객들의 매력적인 관광소재가 되고 있으나, 한편으로 제주관광에 있어 겨울철은 전체적으로

불 때 관광비수기로서 사계절 전천후 관광의 한계요인으로 작용하고 있음.

3) 과학적 분석에 의한 다양한 홍보전략 마련

- 동남아 관광시장에 대한 세부시장 조사가 이루어지고 있지 않음. 한국관광공사에서 수행하는 외래관광객실태조사, 월간관광시장동향 등의 자료로는 제주방문 동남아 관광객 성향에 대한 구체적인 자료를 얻는데 한계가 있음.
- 과학적인 관광시장조사방법에 의해, 동남아 국가별 관광시장을 분석하고 이를 토대로 홍보·마케팅 전략을 수립하는 정책마련이 필요함.
- 동남아 관광객들이 대부분 타 지역을 경유하여 제주를 방문하는 것을 고려할 때, 제주도의 독자적인 홍보·마케팅도 중요하나 광역권 도시와 공동 홍보·마케팅 방안 등을 강구해야함.

4) 관광객 수용태세 개선

- 선행연구에 따르면 동남아 관광객들과 현지여행사에서는 제주관광이 시급히 개선할 사항으로 언어소통, 상세한 관광안내책자, 항공좌석확보의 원활함, 음식문제 등을 공통적으로 제기하고 있음.
- 이에 대한 수용태세 개선책을 수립하고 정기적인 평가를 시행함.

2. 유치증진방안

가. 관광교통 개선전략

1) 동남아 주요 도시와의 직항로 개설

- 제주~마닐라 노선이 2007년 12월 15일부터 2008년 1월 12일까지 한달동안 주 2회 4편씩 운항될 예정임.

- 필리핀항공은 운항 결과에 따라 정기노선으로 전환기로 하고 2007년 9월 필리핀관광청과 현지 여행사 등과 함께 제주를 방문, 한라산 등 세계자연유산과 주요 관광시설 등을 둘러봤음.
- 제주도는 필리핀을 시작으로 싱가포르와 홍콩, 말레이시아 등지의 직항로 개설을 적극 추진하여야함.
- 또한 동남아 주요 국가의 저가 항공사를 유치하여, FIT관광객 유치를 도모할 필요가 있음.

2) 제주항공활용 동남아 주요 도시와의 직항로 개설

- 제주항공은 2008년부터 B737-800 항공기 2대를 구입, 2008년 5월부터 제주-김포노선에 투입할 계획임.
- 같은 기종으로 2009년 3대와 2011년 2대, 2012년 2대, 2013년 3대 등 향후 6년동안 15대를 추가로 도입해 정기항공사에 걸맞는 수송규모와 안전성과 서비스를 구축할 계획임.
- 또한 제주항공은 2008년부터 중국과 일본 국제노선에 전세기 취항을 추진하고 있음.
- 1년 여간 국제선 전세기 운항 경험을 토대로 2009년 일본·중국·동남아 등 아시아권에 국제선 정기노선을 띄울 계획임.
- 이를 적극적으로 추진할 수 있도록 건설교통부, 제주항공 등과의 협력마케팅이 필요함.

3) 크루즈선 취항 유도

- 한·중·일 동북아 지역의 교류 협력 증진과 역내 관광 시장 규모 증가, 한국관광 인지도 상승 및 관광자원의 다양화는 크루즈를 통한 외래관광객

유치에 새로운 기회로 대두됨.

- 외국 크루즈선의 입항은 부산·제주를 중심으로 연간 2~3만명, 40~70회 정도임.
- 크루즈선 기항 여건 및 수용태세 개선, 해외 홍보 및 판촉활동을 통한 크루즈 기항 확대 등을 통해 크루즈 관광객 만족도 및 재방문율을 제고함.

<표 V-1> 크루즈산업 육성방안

구 분	추진 내용
크루즈선 기항 여건 및 수용태세 개선	<ul style="list-style-type: none"> · 크루즈선 기항 전용부두 확충 : 현재 제주항에 1개 선석(8만톤급)이 개발 중 · 고부가 가치 체험형 관광프로그램 개발 : 세계자연유산, 해녀공연 등 제주 전통 문화 콘텐츠와 연계한 고부가가치형 크루즈 전용 관광상품 개발 · 선상 홍보 프로그램 개발 : 취향에정 선사를 대상으로 제주관광 정보 제공 및 이벤트 지원 관련 협의, 정보 제공 전문인력 양성, 선상홍보 매뉴얼 제작 · 국제 크루즈선의 국내 항만 기항 확대를 유도하고자, 항만시설사용료(선박 입출항료 및 접안료, 정박료) 감면혜택 부여 · 크루즈 관광객에 대한 통과여객 (TWOV: Transit Without Visa) 인정 및 선상수속절차의 인정
해외 홍보 및 판촉활동을 통한 크루즈 기항 확대	<ul style="list-style-type: none"> · 크루즈선 유치 계획서 작성 및 중앙정부 제출 · 크루즈 주요 컨벤션 참가를 통한 해외홍보 네트워크 구축 : Seatrade Cruise Shipping Convention, Seatrade Europe 등 참가 · 중앙정부와 협력하여 크루즈 본사 대상 기항확대를 위한 홍보 판촉 강화 · 해운선사 및 총판 대리점의 외국 크루즈 유치 의욕을 고취하는 차원에서 유치실적에 따른 인센티브 제공 : 입항횟수, 승객인원 등 외국 크루즈 유치 실적 대비 인센티브 제공 방법 및 규모에 대한 사전 기준 마련 · 크루즈 전문 박람회 참석을 통해 구축한 주요 선사 의사결정자 및 관계 여행사 등에 제주관광 관련 홍보물 및 기념품 정기적 발송

자료 : 문화관광부·해양수산부, 해양크루즈 관광산업 활성화 방안, 2007.4. 일부내용 수정 작성

4) 항공자유화 확대

- 항공회담을 통한 제5자유 운수권 추가 확대 실적이 전무한 상태임. 상호 주위에 입각한 항공협상으로는 상대국이 제주도를 제5자유 운수권 허용 희망지역으로 선택하지 않는데 기인함.
- 제주도에 한해 제8자유 운수권(외국항공사가 자국에서 출발하여 한국내 지점간 여객·화물을 운송할 수 있는 자유) 허용 검토 및 외국항공사의

투자를 적극 유치함.

- 국내 항공산업에 미치는 영향, 항공 자유화정책 등을 감안, 제주도에 한해 시범 실시방안을 검토함.

나. 홍보 및 마케팅 강화

1) 브랜드 마케팅 강화

- 관광의 브랜드화란 관광산업에 대한 국내·외 소비자들의 인식과 차별화된 이미지를 제고하기 위한 전략적 노력으로 자연, 풍속, 유적 등 다양한 관광거리에 이름을 붙이거나 의미를 부여하여 이를 각종 마케팅 수단을 통해 전달하고, 결과평가를 통해 장기적 자산으로 구축하는 과정을 일컫음.
- 다양한 국가의 해외 관광객에게 일관된 메시지를 통한 일관된 이미지를 배양이라는 차원에서 제주관광의 브랜드 마케팅 강화는 중요한 의의를 가짐.

<표 V-2> 브랜드마케팅 예시

구 분	내 용
마라도	· 머나먼 바다의 노래 국토 끝 섬
크루즈	· 로맨틱 제주 섬
알뜨르 비행장	· 찬란함 속에 숨겨진 전쟁의 상처
제주세계자연유산	· 자연의 신비, 자연생태의 보물 창고
만장굴	· 그리스신화에 등장하는 궁전의 복도
정방폭포	· 진시황, 서불과지의 전설

자료 : 김영호, “세계자연유산 제주도의 관광마케팅 방향,” 한국관광·레저학회, 제31차 한국관광·레저학회 국제학술연구발표대회, 2007.11

2) 광역권 홍보 · 마케팅 협력 강화

- 한국관광공사에서도 해외 홍보 · 마케팅 사업 지원은 광역단위 활동 지원의 비중을 높여 나갈 예정이다.
- 아세안 회원국들은 아세안 지역을 하나의 관광목적지로 홍보 (Promoting the region as one destination)한다는 슬로건 아래 아세안 관광투자 포럼 (ATIF: Asean Tourism Investment Forum), 아세안 관광 포럼(ATF: Asean Tourism Forum), 아세안 관광장관 회의(Asean Tourism Ministers Meeting)을 정기적으로 개최하여 왔음.
- 특히 2006년 1월 필리핀 다바오에서 개최된 아세안 관광장관 회의에서 'VAC(Visit Asean Campaign) 프로모션에 대해 회원국들이 적극적인 참여의사를 밝혔으며, 회원국 공동 관광 홍보 홈페이지www.asean-tourism.com을 운영하는 등 지속적으로 관광분야 협력방안을 모색하는 등 역내관광 활성화를 중점적으로 추진하고 있음.
- 제주도의 독자적인 홍보 · 마케팅도 중요하나 호남권(광주 · 전북 · 전남), 영남권(대구 · 경북 · 경남), 부산권(부산 · 울산) 등과의 공동 홍보 · 마케팅 하는 방안을 강구함.
- 국내 · 외 기자, 관광업자, 항공업자 등과의 관광설명회, 팸투어 개최시 광역권 지역과 공동으로 추진하는 방안을 고려해야 함.

3) 현지 여행사, 한국관광공사 해외지사, 항공사와의 협력체계 강화

- 한국관광공사 해외지사를 활용한 지속적인 공동협력사업 추진과 함께 동남아권 현지 아시아나 · 대한항공 지사, 외국 항공사와의 긴밀한 네트워크를 구축하여 공동 판촉방안을 마련함.
- 여행사, 항공사 직원을 대상으로 한 팸투어를 강화하고, 주력 여행사에 대하여는 상품개발, 광고, 판촉을 위한 지원을 수행함.

- 제주관광의 최신 정보를 담은 News Letter를 지속적으로 발송함.
- 동남아 소재 아웃바운드 여행사와 송객 관련 MOU 체결을 통해 전략적 협력을 추진함. 광주광역시는 중국, 일본 소재 아웃바운드 여행사와 송객 관련 MOU 체결을 통해 전략적 협력을 추진하였으며, 홍보 및 모객에 있어서 단시간 내 4,581명을 모객하는 뚜렷한 성과를 획득함.

4) 말레이시아 버자야 그룹과의 협력체계 구축

- 제주특별자치도·제주국제자유도시개발센터(JDC)와 버자야랜드가 제주신 화역사공원 J지구에 대한 투자합의각서(MOA)를 체결함.
- 버자야 그룹과의 협력마케팅(공동 홍보, 설명회 등)을 실시하여 말레이시아 관광객 뿐만 아니라 주변 동남아 국가의 관광객 유치에 추진함.

5) 체계적인 관광설명회 개최

- 2007년 10월 17일 태국 방콕의 한 컨벤션센터에서 열린 강원관광설명회장에 현지 여행사 관계자 300여명이 참여하였음.
- 이 행사에는 김진선 강원지사가 직접 참여하였으며, 강원도립예술단 공연도 이어졌음.
- ‘고고 강원도’는 동남아 관광객을 유치하는 것을 목적으로 하는 설명회의 캐치프레이즈로 쉽고 간결한 문구로 인해 현지인들로 큰 호응을 얻었음.
- 2006년 강원도를 찾은 외국인 가운데 싱가포르 7만104명, 말레이시아 7만 2939명, 태국 7만2201명 등으로 나타남.
- 제주특별자치도도 매년 국내·외 관광객들을 유치하기 위한 다양한 설명회, 팸투어를 개최하고 있으나 요식적인 행위로 전략하지 않도록 이에 대한 철저한 분석과 평가를 통해 개선해 나가려는 노력이 필요함.

6) 동남아 인센티브 관광객 유치

- 우리나라 문화관광부는 싱가포르, 말레이시아, 태국 등 주력시장 대상 인센티브 유치사업 강화 및 인도, 베트남, 중동 등 유망 잠재시장 개척을 통해 동남아 관광객 100만명을 유치하고자함.
- 2007년 제주도의 외국인 인센티브 관광객 유치실적은 43회이며, 이중 대부분이 중국과 대만에 편중되어 있음.
- 문화관광부, 한국관광공사, 현지 기업 등과 협력하여 인센티브 관광객 유치를 위한 공동 마케팅 활동을 전개함.

7) 고객 데이터베이스 구축

- 동남아 국가 주요 여행사·단체·학교·기관 등 세일즈 유치 및 웹투어 등을 통하여 입수된 고객에 대한 데이터베이스 구축으로, 지속적인 고객 관계마케팅을 시행함.
- 데이터베이스 구축(여행사, 단체, 기관, 인사, 실적, 동향 등), 정기적인 DM발송, 행사 및 기념일 축하기념품 발송 등을 지속적으로 추진함.

다. 관광상품 개발

1) 제주겨울축제 개최

- 홍콩은 2007년에도 11월 30일부터 2008년 1월 1일까지 홍콩 겨울축제 (2007 Hong Kong WinterFest)를 개최함.
- 신제주 중심가, 칠성동, 광양 등의 상가를 중심으로 연말 쇼핑 행사 개최, 도내 겨울철 축제의 체계적 개최 및 홍보, 도립예술공연단, 제주시립교향악단의 공연 등 다양한 볼거리·즐길거리를 갖추어 제주겨울축제를 개최할 필요가 있음.

<표 V-3> 주요 국가 쇼핑활성화 추진 내용

구 분	추진 내용
메가 세일 카니발	· 말레이시아 관광부의 주도하에 6월 16일부터 9월 2일까지 11주간 말레이시아 전국 유명 쇼핑몰이 '메가 세일 카니발' 진행
The Great Singapore Sale	· 2007년에는 5월 25일부터 7월 22일까지 진행됨. · 동기간중 최고 70%까지 할인을 받을 수가 있음.
어메징 타일랜드 그랜드세일	· 태국 관광청에서는 금년 6월부터 8월까지 3개월간 관광객 유치에 위해 어메징 타일랜드 그랜드세일(Amazing Thailand Grand Sale) 실시 · 그랜드 세일은 관광객들이 많이 방문하는 방콕, 팟타야, 치앙마이, 푸껫, 핫야이 등의 도시에 있는 백화점과 쇼핑센터에서 실시

자료 : 한국관광공사, 월간관광시장동향, 2007년 월별자료.

2) 남해안 지역 등과 연계 관광상품 개발

- 다목적지 여행상품은 장기간 경쟁력을 유지하는데 도움을 줄 수 있고 다양한 관광객을 유치하기에 확실한 상품임.
- 홍콩은 국제네트워크와 고품질 서비스의 강점을 살려 중국의 인바운드와 아웃바운드 모든 측면에서 홍콩이 우선 방문지가 되도록 중국특별 관광지와 제휴하고 있음.
- 빠르게 관광객이 증가하고 있는 광둥지역과 새로운 관광시설을 유치하고 있는 마카오와 함께 “광둥, 홍콩 그리고 마카오”의 협력상품을 내세워 해외시장을 유치하고 있음.
- 제주를 방문하는 단체 동남아 관광객들은 한국의 주요 도시와 연계하는 여행상품을 선호함.

3) 세계자연유산 연계 관광상품 개발 및 홍보 전개

- 유네스코(UNESCO.유엔교육과학문화기구)는 2007년 6월 27일 '제주 화산

섬과 용암동굴'을 세계자연유산 목록에 올렸음.

- 호주정부 관광국은 2007년 9월 여행사, 항공사와 공동으로 '체험하는 오스트레일리아 세계유산' 캠페인을 전개함.
- 제주특별자치도도 한국관광공사, 여행사, 항공사와 협력하여 '체험하는 제주도 세계유산' 홍보 및 관광상품 개발을 지속적으로 추진함.

<표 V-4> 세계자연유산 활용전략

사업명	활용전략
세계자연유산의 날 지정	· 등재된 매해 6월 27일을 세계자연유산의 날로 지정 · 자연유산지구 방문객들을 위한 다양한 프로그램과 관광상품 개발
자연유산 가이드 북 및 시청각 매체 제작	· 다국어 표기(한국, 영어, 일어, 중국어, 불어, 스페인어)형 제주 자연유산 가이드북 제작, 시청각 매체 제작
세계자연유산마을 지정	· 세계자연유산마을 지정을 위한 조례제정, 마을발전계획 수립
세계자연유산센터 설립	· 제주 화산섬과 용암동굴의 가치와 우수성을 알리고 3개 유산지역을 연결하는 구심체 역할 수행 · 유산보존활동과 국제홍보의 중심적 역할 수행 · 미공개 동굴(용천동굴, 당처물동굴) 재현 체험실, 교육 및 전시관
자연유산서 인증서 및 패스 개발	· 유산관광지를 방문하는 관광객들을 대상으로 인증서 배포

자료 : 고계성의 2인, "세계자연유산의 관광상품 개발에 따른 정책방향에 관한 연구," 한국관광·레저학회, 제31차 한국관광·레저학회 국제학술연구발표대회, 2007.11. 내용 보완 작성

4) 메가이벤트와 연계한 관광상품 개발

- 2008년 북경올림픽, 2010년 상해박람회, 2012년 여수박람회 등 다양한 메가이벤트가 개최됨.
- 특히 메가 이벤트는 주변 국가 내지 지역의 관광객 유치 및 이미지 제고에 상당한 영향을 미치므로 시의적절한 대응책 마련이 필요함.
- 북경올림픽 관련하여 제주가 전지훈련 목적지로서 인식강화를 위해 노력해야 함.
- 상해박람회와 관련해서는 정부, 한국관광공사와 적극 협력하여 박람회기

간중 제주관광홍보와 제주를 경유하는 관광상품이나 상해-제주를 연계하는 관광상품 개발에 총력을 기울여야 함.

- 여수박람회도 기획단계에서부터 제주와 여수간 교통편, 관광상품 등이 연계될 수 있도록 해야 함.

<표 V-5> 주요 메가 이벤트 현황

메가이벤트	내 용
북경올림픽	<ul style="list-style-type: none"> · 기간 : 2008.8.8~8.24(17일간) · 참가 : IOC가입된 200여국가 선수단·기자단·체육인 등 스포츠 관광객 · 경기종목 : 육상, 수영, 축구, 유도, 태권도 등 28개 종목
상해엑스포	<ul style="list-style-type: none"> · 기간 : 2010년 5월 1일 ~ 10월 31일(184일) · 대회 규모 : 엑스포조직위원회는 엑스포 참가국과 조직 수가 200개 이상일 것으로 예상 · 상해엑스포 관람객은 약 7,000만명, 이중 외국인은 약 350만명 예상
여수엑스포	<ul style="list-style-type: none"> · 주제 : 살아있는 바다 숨쉬는 연안(The Living Ocean and Coast) · 개최장소 : 여수시 신항 지구 97만㎡ - 전시구역 25만㎡ · 개최기간 : 2012년 5월 12일 ~ 8월 12일(3개월간) · 도입시설 : 주제관, 해양테마관, 국가관, 국제기구관, 협력기업관, 상징탑, 아쿠아리움 등 · 파급효과 : 생산유발 10조 300억원, 부가가치 4조 120억원 · 참가규모 : 795만명(내국인 752만명, 외국인 43만명), 80개국, 10개 국제기구

5) 해녀와 연계한 관광상품 개발

- 제주여성의 근면과 자립을 상징하고 우리나라 100대 문화상징중 하나인 잠수(해녀)문화를 국내·외 관광객들이 체험할 수 있도록 잠수(해녀)와 함께하는 체험 관광프로그램을 개발하고 해녀의 유네스코 세계문화유산 등재를 추진함.
- 2007년 싱가포르 여행업자 팸투어시에도 이에 대한 상품개발 호응이 높았으므로 관광상품개발에 필요한 관련 정보, 공연기획, 연계코스 개발 등을 현지 여행사에 적극적으로 제공할 필요가 있음.

6) 태왕사신기 등 드라마·영화 촬영지 연계 관광상품 개발

- 김종학 감독, 송지나 작가 등 1990년대 모래시계 제작진이 참여하고 한류 스타 배용준을 비롯한 최민수, 박상원, 문소리 등이 주연하는 태왕사신기는 2006년 10월 17일 본격적인 촬영이 시작되면서 일본 관광객은 물론 도민들의 많은 관심대상이 되어 왔음.
- 시설비 200여억을 투자한 드라마 세트장은 고구려 국내성을 재현한 모습으로 국내 최대 규모의 웅장함을 자랑하며, 사진촬영 장소로 인기가 높음.
- 일본 NHK에서 '태왕사신기'를 방송하는 등 70여개국으로 수출돼 외국인 관광객도 큰 폭으로 늘어날 것으로 전망하고 있음.
- 촬영지를 단순히 구경만 하는 곳이 아닌 테마가 있는 관광지로 개발하고 영화장면을 체험할 수 있도록 코스를 개발함.

라. 수용태세 개선

1) 5대 수용태세 개선 : 관광품질인증제 강화

- 숙박, 교통, 식당, 안내소, 기념품점 등에 대한 글로벌 스탠더드(global standard) 기준을 적용하여 수용태세 개선을 집중적으로 추진함.
- 홍콩은 품질관광서비스 인증제(QTS) 제도를 시행하고 있음. 이 제도는 홍콩경제부의 전폭적인 지원아래 홍콩관광진흥청에 의해 1999년 11월 처음 추진되었음. 정부, 기업, 관광업계 및 관련업체의 일원들로 구성된 독립적인 QTS자문위원회는 이 계획의 전반적인 장려책과 운영상태를 점검하고 있음.
- 품질관광서비스 인증제 마크는 2000년 4월부터 홍콩내 각 상점과 레스토랑에 부착됐음. QTS마크는 그 업소가 독자적인 기술평가단에 의해 심사를 거쳐 환경상태, 종업원, 친절도, 제품의 품질, 운영상태 등 모든 항목에서 엄격한 기준을 통과하였다는 것을 의미함.

- QTS제도는 모든 홍콩방문객의 만족을 추구하는 홍콩당국의 의지의 일환으로, 모든 기준을 통과한 업체만이 이 QTS마크를 부여받게됨. 일단 이 마크가 부여된 후에도 손님을 가장한 평가단에 의해 일정한 수준의 서비스가 유지되고 있는지 계속해서 감사를 받게됨.
- 스페인은 스페인 관광청 관리아래 관광품질관리소(ICTE)를 설립하여 2000년부터 운영하고 있으며, 호텔 등 숙박업소, 여행사, 식당, 민박 등을 대상으로 한 '품질 인증제'를 실시하고 있음.
- 제주특별자치도 특별법에 관광품질인증제 강화를 위한 법적 근거를 마련하였으므로, 외국인을 주로 상대하는 모든 서비스업체에 관광품질인증제도를 실시함.
- 또한 기존 관광지 화장실 개선사업의 성공적 추진모델을 확대하여 국제적인 벤치마킹의 대상이 되었듯이, 화장실 성공사례인 베스트, 워스트 제도를 도입하여 획기적인 수용태세 개선에 만전을 기함.

2) 외국어 표기 일원화 추진

- 외국인 관광객들이 제주 방문시 외국어 표기가 일원화되어 있지 않거나 오류가 많아 관광객에게 혼란을 가중시키며 제주관광 이미지에도 부정적 영향을 미치고 있음.
- 도내에서 생산되는 각종 특산물, 관광안내책자, 도로표지판 등에 대한 외국어표기 일원화 관리체계를 구축할 필요성이 있음.
- 외국어 표기를 관할하는 위원회 설치나 제주특별자치도와 제주대학교 통역대학원간의 MOU체결 등을 통해 이에 대한 해결방안을 강구함.

3) 관광지 통합입장권 도입

- 홍콩 디즈니랜드는 홍콩 내 다른 관광명소와 연계해 입장할 수 있는 통합 할인입장권을 개발함.
- 현재 미국과 캐나다에서 도입, 활용하고 있는 Citypass를 도입하여 홍콩에서는 디즈니랜드와 피크의 마담투소, 그리고 빅토리아 하버크루즈를 묶어 상품화함.
- 제주도에서도 권역별, 테마별로 관광지를 세분류하여 통합입장권을 이용할 수 있는 정책을 추진함.
- 제주도와 업계 공동 비용 부담 조건으로 유명관광지와 기존 관광지를 패키지로 관람할 수 있는 여행사 전용 할인쿠폰 발행이 필요함.

4) 무슬림 관광객 유치를 위한 수용태세 개선

- 무슬림 관광시장은 전 세계 인구의 1/5이 넘는 13억명 규모의 거대 잠재 시장임.
- 말레이시아는 이슬람회의 기구소속 57개 국가 중 방한객 수가 가장 많은 국가임.
- 최근 동남아 관광시장에서는 중국계 중심의 외국인 관광객 방한시장의 성장이 둔화되면서, 말레이시아 등에서 신흥경제세력으로 자리잡고 있는 무슬림에 대한 시장성이 높이 평가받고 있음.
- 무슬림들은 무슬림 예법에 맞게 도축한 고기만을 먹고 하루 다섯 차례 기도를 하는 등 종교적 특수성으로 인하여 관광객 유치가 어려운 것으로 알려져 왔음.
- 말레이시아의 무슬림 관광객 유치 증진을 목적으로 무슬림 관광객용 가이드북 발간, 전문 통역안내원 육성과 전문식당 개설 등이 수용태세개선 측면에서 이루어져야함.

<표 V-6> 무슬림 관광객 유치를 위한 전략 마련

구분	주요 내용
전문식당 개설	· 할랄식당 인증사업 추진(식당내 기도시설, 우두실<세정실 마련), 음식점에 대한 신뢰도를 높이기 위해 한국이슬람중앙회에서 교부한 인증마크 부여
무슬림 관광객용 가이드북 발간	· 할랄식당, 이슬람 사원 등을 소개하는 무슬림 전용 가이드북 발간
전문 통역안내원 육성	· 내부 관광전문인력 양성, 해외 전문인력의 채용규제 완화
팸투어 추진	· 무슬림 여행을 적극적으로 팸투어에 초청 · 이맘(이슬람 종교지도자) 등 오피니언 리더를 대상으로 팸투어
인센티브 관광	· 말레이시아에 진출한 기업과의 연계를 통해 무슬림을 다수 고용한 기업의 인센티브 관광을 한국으로 유치

자료 : 한국관광공사, 말레이시아 무슬림 관광시장조사, 2006. 내용 추가 작성.

5) FIT 관광객 유치를 위한 수용태세 개선

- 외래관광객 실태조사(한국관광공사, 2006)에 따르면 방한 외국인 개별여행자는 언어소통, 교통, 관광안내 등과 관련하여 불편을 많이 느낀 것으로 나타났음.
- 홍콩 여행사들에 따르면, 장기적으로 단체 방한객은 계속 감소할 것으로 예상되지만 상대적으로 FIT 방한객은 꾸준히 증가할 것으로 예상하고 있음.
- 싱가포르의 패키지(GIT)상품에 의한 아웃바운드시장 점유율은 약 50%, FIT상품에 의한 아웃바운드시장 점유율은 약 50%으로 추정하고 있음.
- IT를 활용한 통역안내 서비스 개발, 외국어 안내 서비스 제공, 홍보의 다양화, 다양한 관광상품 개발 등을 추진함.

<표 V-7> FIT 관광객 유치를 위한 수용태세 개선

구 분	주요 내용
도보관광 프로그램 개발	<ul style="list-style-type: none"> 영국의 경우, 주요 관광지에 대한 상세한 해설을 담은 MP3 파일을 이용하여 음성가이드를 제공하는 도보관광 프로그램(Walking Tour 개발). 이를 벤치마킹하여 프로그램 개발
외국어 안내 서비스 제공	<ul style="list-style-type: none"> 터미널 및 버스차량에서 외국어 안내 서비스(음성안내, 정보 책자) 제공
홍보의 다양화	<ul style="list-style-type: none"> 외국인 개별여행자들 사이에 자주 이용되고 인기 있는 웹 사이트나 채널을 통해 제주관광에 대한 온라인 마케팅 강화 (travelocity.com, asiaroom.com 등) 방송매체, 여행전문 TV채널, 전문잡지 등 홍보(CNN, Discovery Channel, national geographic travel magazine 등)
다양한 관광상품 개발	<ul style="list-style-type: none"> 특정 관심분야나 테마여행(제주문화답사, 세계자연유산, 제주음식 탐방 등) 개발 및 체계적인 관리·운영
렌트카 이용자에 대한 도로정보 제공	<ul style="list-style-type: none"> 외국인 렌트카 이용자에 대한 교육과 도로교통 정보 제공을 위해 렌트카업체에 도로교통자료 제공, 직원 교육 등을 시행

자료 : 한국문화관광연구원, 외국인 개별여행자(FIT) 시장 특성과 정책 방향, 2007.의 내용 보강 작성.

VII. 결론

- 제주관광에 있어 동남아 관광시장의 중요성은 인식되고 있으나, 제주도 관련 관광상품이 대부분이 타 시·도를 경유하여 제주를 방문하는 일정으로 되어 있어 고부가가치 관광시장으로 인식되지 못하고 있음.
- 그러나 일본, 중국, 대만 관광시장위주에서 벗어나 관광시장 다변화전략 마련과 동남아 관광시장의 성장을 고려할 때 보다 더 적극적인 시장확대 전략이 마련되어야함.
- 최근 경제성장으로 해외여행 수요가 점차 증가하는 베트남, 베트남을 비롯하여 인도네시아, 필리핀 등 동남아시아국가연합(ASEAN)에 포함된 국가들에 대한 관광객 유치증진을 위한 전략도 필요함.
- 그러한 측면에서 본 연구는 제주관광의 잠재시장이며 새로운 성장동력인 동남아 관광시장에 대해 방한실태분석, 내도실태분석 등을 통하여 관광객 유치증진방안을 마련하는데 연구의 목적이 있음.
- 섬이라는 태생적 한계를 가진 제주도가 동북아 관광허브로 나아가기 위해서는 무엇보다 동남아 주요도시와의 직항노선 확충이 지속적으로 추진되어야 하며, 이와 관련하여 제주특별자치도가 추진하고 있는 항공자유화가 실질적인 효과를 발휘하여야 함.
- 이와 더불어 동남아 관광객 대상 맞춤형 체험상품 개발, 과학적 분석에 의한 다양한 홍보전략 마련, 동남아 관광객 대상 전문인력 양성, 관광관련 종사자에 대한 언어·서비스 교육 등 제주관광의 소프트웨어 부문의 경쟁력 향상을 위해서도 많은 노력을 기울여야 할 것임.
- 동남아 관광객 유치증진을 위해서는 여러 가지 전략을 구사해야 하나, 기본적으로 마케팅 자료의 근거가 되는 기본통계 자료가 연도별로 갖추어져 있어야함.
- 현재와 같이 기초 통계자료가 없이 마케팅 전략이 수립되고, 이를 통한

홍보와 관광상품개발이 이루어질 경우 지속적인 동남아 관광객 증가를 담보할 수 없음.

- 본 연구는 동남아 관광시장 관련 2차 자료를 중심으로 한 문헌연구와 자료분석에 의존하여 동남아 관광시장에 대한 체계적인 조사와 분석에는 한계가 있음.
- 향후 연구에서는 설문조사, 관광사업자 면담조사 등 실증적인 연구를 토대로 기 제시된 개선전략과 더불어 수용태세 개선전략 등이 마련되어야 할 것임.
- 일본, 중국, 대만 관광시장 못지않게 동남아 관광시장의 중요성과 가변성에 대응하기 위한 산·학·민·관의 협력이 더욱 절실한 시기임.

참고문헌

- 고계성의 외 2인, “세계자연유산의 관광상품 개발에 따른 정책방향에 관한 연구,” 한국관광·레저학회, 제31차 한국관광·레저학회 국제학술연구발표대회, 2007.11.
- 김영호, “세계자연유산 제주도의 관광마케팅 방향,” 한국관광·레저학회, 제 31차 한국관광·레저학회 국제학술연구발표대회, 2007.11
- 김유경, “관광브랜드의 구축방안에 대한 전략적 고찰,” 한국문화관광연구원, 한국관광정책(통권 제27호), 2007년 봄호.
- 김혜선, “지자체 해외 홍보·마케팅 역량강화,” 한국문화관광연구원, 한국관광정책(통권 제27호), 2007년 봄호.
- 문화관광부·해양수산부, 해양크루즈 관광산업 활성화 방안, 2007.4.
- 제주발전연구원, 제주지역의 중국관광객 유치방안, 2001.
- 제주발전연구원, 중화권관광객 유치증진방안, 2005.
- 제주특별자치도, '07~'08년 외래관광객 총량 증대 10대 추진전략, 2007.
- 제주특별자치도, 관광행정현황, 2007.
- 제주특별자치도관광협회, 내부자료, 2007.
- 한국관광공사, 방한 관광시장 분석, 2006.
- 한국관광공사, 말레이시아 무슬림 관광시장조사, 2006.
- 한국관광공사, 월간관광시장동향, 2007.
- 한국문화관광연구원, 외국인 개별여행자(FIT) 시장 특성과 정책 방향, 2007.
- 제민일보, 2007.12.2일자.
- <http://www.discoverhongkong.com/>
- 싱가포르관광공사(STB), Singapore Annual Report on Tourism Statistics,.

연 구 진

연구책임	정 승 훈	제주발전연구원 연구위원
------	-------	--------------

동남아 관광객 유치증진방안

인 쇄 일	2007. 12
발 행 일	2007. 12
발 행 인	허 향 진(제주발전연구원장)
발 행 처	제주발전연구원
인 쇄 처	삼화상사인쇄소(☎753-2018)

ISBN 978-89-6010-044 2 93320

□ 이 책에 실린 내용은 出處를 밝히는 한 자유로이 引用할 수 있으나 無斷轉載나 複製는 금합니다.