

정책연구 2006-4

제주지역의 고부가가치관광 활성화방안

2006. 12

제주발전연구원

발간사

제주는 지리적으로는 동아시아의 중심에 위치하고 특수한 천혜의 자연환경과 섬 문화를 갖고 있으며 이전까지의 관광 개발을 통해 공항, 항만, 도로 등 잘 갖추어진 기반시설에 따라 기본 인프라를 확보하고 있습니다.

최근 관광위락시설 부족과 언어불편, 가격경쟁력 열세 등의 요인으로 관광지로서의 발전에 한계를 맞고 있는 것이 사실입니다.

제주관광에 기회요인으로 작용할 각종 대형 이벤트가 제주에서, 해외에서 개최될 예정입니다. 미주여행업협회 제주총회가 2007년에 제주에서 개최되고, 베이징 올림픽(2008년), 상하이 엑스포(2010년), 광저우 아시안게임(2010년) 등 중국에서 대형이벤트가 개최될 예정입니다.

이러한 기회요인을 잘 활용하여 준비한다면 제주관광에 또 다른 호기를 맞을 수 있을 것입니다.

따라서 중국인 관광객을 비롯하여 여타 국가의 외국인 관광객 유치와 국내 관광객의 유치·확대를 위하여 국내·외 관광객이 모두 선호하는 고부가가치 관광상품을 개발할 필요성이 있습니다.

국내적으로는 국가경제의 성장, 국민 생활수준의 향상, 여가시간 증대에 따른 국민관광의 가족중심형, 참여·모험형, 자기개발형 관광패턴 변화가 일어나고 있습니다. 이에 대한 효과적 대응의 일환으로 레저형 관광자원 발굴이 필요합니다.

레저·스포츠 관광활동 참여는 일반적으로 높은 관광비용을 창출시키고, 장기 숙박여행을 유발하며, 관광객들의 만족이나 여행가치를 한층 높이는 역할을 하고, 다른 사람들에게 긍정적 구전 및 선전효과를 가져다 주며, 더 많은

재방문객들을 보유할 수 있게 하는 것으로 알려져 있습니다.

또한 쇼핑은 관광객들의 거의 필수적인 관광행동중 하나로 여겨져 왔으며, 이러한 관광객들의 쇼핑행위는 관광지에 높은 부가적 이익을 창출시킨다는 것은 자명한 것입니다.

그러므로 제주도의 아름다운 자연환경과 독특한 문화적 특성 등과 더불어 어떻게 하면 제주도가 유명한 쇼핑 관광지(장소)로 변모할 수 있는지, 어떻게 관광객들의 쇼핑비용을 늘릴 수 있는지 등에 대한 보다 실질적인 연구가 필요합니다.

본 연구는 상대적으로 활성화되지 못했던 제주에서의 레저스포츠관광과 쇼핑관광의 과제와 활성화방안을 모색하기 위한 기초연구로써 시작하였습니다.

아무쪼록 본 보고서가 업계 및 관계기관의 국내·외 관광객 유치전략을 수립하는데 도움이 되기를 기대합니다.

2006. 12

제주발전연구원

원장 고 부 언

목 차

I. 서 론	1
1. 연구 배경 및 목적	1
2. 연구 방법	2
3. 연구 구성	3
II. 국내·외 사례분석	4
1. 레저스포츠 육성사례	4
2. 쇼핑관광 육성사례	13
III. 제주관광 실태분석	31
1. 레저스포츠 육성 현황	31
2. 쇼핑관광 육성 현황	36
IV. 실증분석	43
1. 내국인 관광객 대상 설문조사	43
2. 관광기념품업자 대상 설문조사	71
3. 재래시장 상인 대상 설문조사	79
V. 관광객 유치를 위한 과제 및 방안	85
1. 주요 과제	85

2. 활성화방안	86
VI. 결 론	100
참고문헌	102
부 록	107

표 목 차

<표 2-1> 강원도 레저·스포츠 2005년 개최현황	4
<표 2-2> 강원도 인제군의 모험레포츠 클러스터 육성을 위한 부문별 사업계획	6
<표 2-3> 영국의 관광과 스포츠 진흥을 위한 지역수준에서의 정책 매트릭스	8
<표 2-4> 강원도 쇼핑관광 육성사례	15
<표 2-5> WEM과 MOM의 쇼핑몰 특성 비교	26
<표 3-1> 제주도내 레저스포츠 관련 축제 및 이벤트개최 현황(2006년)	31
<표 3-2> 제주지역 해수욕장 현황	33
<표 3-3> 제주지역 운영중인 골프장 현황	34
<표 3-4> 제주지역 근해 다이빙 포인트	36
<표 3-5> 외국인 전용 관광기념품 판매업 현황	37
<표 3-6> 보세판매장(면세점) 현황	38
<표 3-7> 제주 내국인 면세점 내·외국인 이용현황 및 구매실적	39
<표 3-8> 제주도 관광기념품 육성사례	40
<표 3-9> 제주도 재래시장 육성사례	41
<표 3-10> 제주도내 오일장 현황	42
<표 4-1> 인구통계적 특성	45
<표 4-2> 제주방문횟수	46
<표 4-3> 제주방문목적	47
<표 4-4> 제주방문 체제일수	47
<표 4-5> 제주여행형태	48
<표 4-6> 제주여행 선택 주요 결정요인	48
<표 4-7> 제주여행을 위해 가장 중요하게 이용한 정보원	49

<표 4-8> 제주여행중 가장 불편했던 점	50
<표 4-9> 레저·스포츠 활동에 대한 관심과 참여	51
<표 4-10> 수상관련 레저·스포츠 관광활동	52
<표 4-11> 육지에서의 레저·스포츠 관광활동	53
<표 4-12> 팀 스포츠 및 게임 관련 레저·스포츠 관광활동	54
<표 4-13> 상공 레저·스포츠 관광활동	55
<표 4-14> 겨울철 관련 레저·스포츠 관광활동	56
<표 4-15> 제주도의 레저·스포츠 환경 여건 및 시설 평가	57
<표 4-16> 방문 쇼핑장소	58
<표 4-17> 제주도 면세점에 대한 평가	59
<표 4-18> 제주도 재래시장에 대한 평가	60
<표 4-19> 제주도 지역중소소매점에 대한 평가	61
<표 4-20> 제주도 관광기념품 상가에 대한 평가	62
<표 4-21> 관광농원 및 특산물판매점에 대한 평가	63
<표 4-22> 대형할인매장에 대한 평가	64
<표 4-23> 제주도에서의 쇼핑 구매물품과 선호물품	65
<표 4-24> 인구통계적 및 기념품점 특성	72
<표 4-25> 상품판매형태(기념품업자)	73
<표 4-26> 1일 평균 매출액(기념품업자)	73
<표 4-27> 1일 평균 고객수(기념품업자)	74
<표 4-28> 지난 3년간 판매실적(기념품업자)	74
<표 4-29> 중요도-실행도 평균값 및 차이	75
<표 4-30> 중요도-실행도 분석	77
<표 4-31> 인구통계적 및 점포 특성(재래시장)	80
<표 4-32> 상품판매형태(재래시장)	81

<표 4-33> 1일 평균 매출액(재래시장)	82
<표 4-34> 1일 평균 고객수(재래시장)	82
<표 4-35> 지난 3년간 판매실적(재래상인)	83
<표 4-36> 중요도-실행도 평균값 및 차이	84

그림 목차

[그림 4-1] 항목전체를 이용한 Portfolio 분석	77
---------------------------------------	----

I. 서 론

1. 연구 배경 및 목적

- 2005년 제주도를 방문한 관광객 수는 500만여명으로 내도 관광객 500만명 시대를 개막하였음.
- 국내·외 관광객은 증가하고 있으나, 가격경쟁력, 서비스 질 저하, 상품 부족 등의 과제는 개선이 더딤.
- 베이징 올림픽(2008년), 상하이 엑스포(2010년), 광저우 아시안게임(2010년) 등 중국에서 대형이벤트가 개최됨. 이를 기점으로 해서 중국인의 해외여행 전면 자유화가 실현될 가능성이 큼.
- 이를 기회요인으로 활용하여 중국인 관광객 뿐만 아니라 여타 국가의 외국인 관광객 유치확대에 전력을 기울여야함.
- 또한 국내적으로는 국가경제의 성장, 국민 생활수준의 향상, 여가시간 증대에 따른 국민관광의 가족중심형, 참여·모험형, 자기개발형 관광패턴 변화에 대한 효과적 대응의 일환으로 레저형 관광자원 발굴이 필요함.
- 증가된 국민의 레저활동을 관광으로 적극 전환시킬 수 있는 레저스포츠를 매개로한 관광상품 개발이 필요함.
- 제주도는 섬이라는 지역의 특성상 육지부와는 차별화된 레저스포츠를 즐길 수 있는 곳임. 주 5일 근무제 도입에 따른 국민의 여가시간 증대와 휴가제도의 다양화, 활동형 관광수요 증가에 따른 레저스포츠 관광 활성화 대책이 필요함.
- 한편 선진 관광지의 경우 관광수입 가운데 쇼핑관광이 차지하는 비중이 높는데 반해, 제주도의 쇼핑관광환경은 심각하게 낙후되어 있음. 쇼핑관광 활성화

화를 위해 관광기념품 개발, 재래시장 활성화, 내국인 면세점 운영의 활성화 등 환경개선 및 판매촉진을 강화할 수 있는 방안에 대한 연구가 필요함.

- 본 연구는 상대적으로 활성화되지 못했던 레저스포츠관광과 쇼핑관광의 과제와 활성화방안을 모색하기 위한 기초연구로서, 국내·외 사례조사, 도내 실태조사를 통해 시사점을 도출하고, 레저스포츠관광과 쇼핑관광의 활성화방안을 마련하는데 연구의 목적이 있음.

2. 연구 방법 및 한계

- 연구방법은 자료를 중심으로 한 문헌연구와 자료분석(Literature study and Data analysis)을 수행함. 또한 설문조사를 통한 실증연구(Empirical study)를 수행함. 구체적으로는 제주지역 방문 국내 관광객 대상 설문조사, 도내 관광기념품업자 대상 설문조사, 도내 재래시장 상인 대상 설문조사 등을 수행함.
- 본 연구는 제주지역의 고부가가치관광 활성화를 위한 전략으로 레저스포츠관광과 쇼핑관광에 초점을 두고 연구를 수행하였으나, 기초조사로서의 성격을 갖고 있음.
- 레저스포츠관광객의 경우, 제주의 여건상 각종 스포츠대회에 관람차 방문하는 관광객도 중요하나, 관광객이 직접적으로 참여하는 레저스포츠에 초점을 두고 조사를 수행하였음.
- 쇼핑관광의 경우에도 재래시장, 기념품점, 면세점, 특산품점 등 모두 개별적인 연구과제를 수행해야 할만큼 연구범위가 크나, 쇼핑관광을 육성해야한다는 포괄적인 관점에서 개괄적으로 연구가 수행되었음.

3. 연구 구성

- 제1장은 서론부문으로 연구의 배경과 목적, 연구의 방법, 연구구성에 대해 다룸.
- 제2장은 국내·외 사례분석부문으로 국내 지자체와 영국, 프랑스, 캐나다, 두바이 등의 레저스포츠, 쇼핑 육성현황에 대해 다룸.
- 제3장은 제주관광 실태분석부문으로 레저스포츠 관련 축제 및 이벤트 개최, 외국인전용관광기념품판매업, 내국인 면세점 등의 현황내용을 다룸.
- 제4장은 실증분석부문으로 제주를 방문한 국내 관광객을 대상으로 한 설문조사, 도내 관광기념품업자 대상 설문조사, 도내 재래시장 상인 대상 설문조사를 시행한 개요와 결과를 분석함.
- 제5장은 레저스포츠 관광과 쇼핑관광의 과제와 활성화 방안을 모색함.
- 제6장은 결론부문으로 연구의 주요내용과 시사점을 제시함.

II. 국내·외 사례분석

1. 레저스포츠 육성 사례

가. 국내

1) 강원도

- 강원도는 레저스포츠와 관광을 접목시켜 새로운 관광수요를 창출하고 국제적 레저스포츠의 최적지로서 위상과 명성 제고를 위해,
- 도내에서 산발적으로 개최되는 레저스포츠 행사를 '강원국제레저스포츠페어'로 한데 묶어 시너지효과를 극대화하고 있음.
- 2005년도의 경우 16개 시·군에서 23개 대회(공중 2, 지상 12, 수상 5, 동계 4)를 개최하였음.

〈표 2-1〉 강원도 레저·스포츠 2005년 개최현황

· 춘천 : 인라인마라톤, X게임, 스피드래프팅	· 강릉 : 힐클라임, 정동진패러글라이딩대회
· 원주 : 전국산악자전거대회	· 동해 : 전국어머니비치발리볼대회
· 속초 : 설악아쿠아슬론대회, 빙벽등반대회	· 삼척 : 삼척비치마라톤대회
· 횡성 : 전국클레이사격대회, 윈터 X Games	· 영월 : 전국래프팅 대회
· 평창 : 패러글라이딩, 전통스노우체험대회	· 정선 : 정선가리왕산산악마라톤대회
· 철원 : 철원서바이벌대회	· 화천 : 청정물결화천핀수영대회, 전국물축구대회
· 양구 : DMZ 마라톤대회	· 인제 : 전국얼음축구대회
· 고성 : 전국바다래프팅대회	· 양양 : 프로-암원드서핑대회

자료 : 강원도, 도정백서, 2006..

- 동계 눈·스키 관광상품의 다양화 추진. 동계시즌에는 눈·스키 및 특색 있는 동계이벤트 상품개발·육성과 동계관광상품의 고급화, 다양화 추진 및 스키고객의 재방문 유도에 중점을 두고 있음.
- 기존 동계 이벤트인 편스키 페스티벌, 크레이지 스키&스노우보드 등을

확대 추진하고, 업계·시군 등 업무협의를 통해 이벤트 및 상품개발을 추진함.

- 사전에 여행업계와의 조율을 통해 시장성 타진 및 상품화를 추진하고, 가격 등 상품내용의 구체화 및 시장세분화를 통한 마케팅계획을 수립하고 있음.
- 모험 레포츠지원 시설단지 조성을 추진. 모험·체험 레포츠시설을 거점화, 단지화, 벨트화하여 종합적인 배후기지로 활용하기 위해 인제군 인제읍 원대리 일원(300천㎡, 97천평)에 2005년부터 2010년까지 6년간 9,900백만 원을 투자하여 모험레포츠교육연수시설, 오프로드체험장, 다목적오토캠핑장, 청소년수련시설, 서바이벌게임장 등을 조성하고 있음.
- 강원관광 레저·아카데미 개설운영. 2014년 동계올림픽 유치, 알펜시아 조성 등 국내·외 관광환경 및 관광수요의 질적·양적 확대에 능동적으로 대처코자 호텔리어, 캐디, 딜러 등 국제수준의 관광인력 육성을 위한 신규 전문인력 양성과정을 운영함.
- 교육기관은 도내 사업장에서 선정토록 하며, 사업의 주요내용은 해외 전문아카데미의 강사진 확보 및 커리큘럼 도입, 과정운영에 따른 행·재정적 지원, 법·제도적 절차 마련 등임.
- 장기적으로는 관광 R&D파크 조성사업 계획에 반영하여 세계적인 전문기관으로 발전을 도모함.

2) 강원도 인제군 : 모험레포츠 클러스터 육성

- 접경지역의 하나인 인제군은 주민보다 영내거주 군인들의 수요가 더 많으며, 군사시설보호법, 자연환경보전법 등 각종 법규의 중복규제로 국토 개발에서 철저히 소외되어 왔음.

- 주 5일 근무제의 도입과 체험을 중시하는 현대관광의 조류에 부응하고, 많은 관광객 유인을 기대할 수 있는 모험레포츠산업을 인제군의 지역특화산업으로 육성하고 있음.

〈표 2-2〉 강원도 인제군의 모험레포츠 클러스터 육성을 위한 부문별 사업계획

부문별 사업명	사업내용
모험레포츠 혁신역량 강화	<ul style="list-style-type: none"> · 모험레포츠 역량 조사와 평가 : 예비조사, 본조사, 상시조사 등을 강원통계청, 지역대학, 연구소와 협력하여 실시 · 공공부문 혁신역량 강화 : 공무원들의 기획력 향상에 초점을 두고, 지역혁신을 주제로 하는 기본교육과 기획·경영, 국제·정보교육으로 구성된 프로그램을 운영 · 민간부문 혁신역량 강화 : 모험레포츠관련업체의 벤처창업, 프랜차이즈, 경영·재무관리, 통상능력 등의 능력향상에 초점을 두고 모험 레포츠 소재 지역의 창조성 개발을 주도할 수 있는 마을리더 양성 프로그램을 운영 · 지역혁신협의회의 운영 지원 : 지역혁신협의회 중심으로 연계사업 통합시스템 구축 및 효율적인 사업관리를 위하여 사업성과 분석과 모니터링을 실시하고 지역혁신발전 워크숍 개최, 신활력사업 연차보고서 발간. 화천-양구-인제 지역혁신연구회의 공동사업으로 발굴·지원하여 인근지역과의 협력 도모
모험레포츠 경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> · 모험레포츠 연구회 구성 및 운영. 업체 관계자, 공무원, 지역주민, 외부 전문가 등이 참여하는 소규모 연구회 구성. 연구회를 통하여 타 지역과의 경쟁력 분석 등을 수행하며 지역적 특성을 활용한 4계절 프로그램을 연구·개발하여 추진 · 모험레포츠 관련 조합의 결성 지원. 현재 레프팅 업체는 25개 업체가 허가를 받아 운영하고 있는데, 대한레프팅협회, 인제레프팅협회의 2가지로 분리되어 있음 · 연구개발 및 시범사업 추진. 모험레포츠의 계절적 제약을 극복하고 겨울에 즐길 수 있는 프로그램을 개발하여 4계절 체류형 관광지로 전환하는 방안 연구의 필요성에 따라 겨울철 신규종목개발, 기존 종목 부가가치 제고, 국제화 프로그램 개발 및 먹거리, 살거리 등의 지역 연관산업 발굴 및 연계방안 연구 · 모험레포츠 홍보 마케팅 강화. 도내 대학 약 2만 5천명의 대학생을 중심으로 매니아 확보를 위한 모험레포츠 체험 기회 제공. 군장병을 대상으로 한 홍보 강화 · 모험 레포츠 문화기반 조성. 지역적 특성을 함축하고 있는 모험레포츠를 소재로 하는 문화콘텐츠 개발·보급. 인근대학에 인제군을 소재로 하는 교양교과목 개발지원. 시, 소설 등 문학작품 공모, 드라마, 영화의 시나리오 공모 등 추진

부문별 사업명	사업내용
모험레포츠 그린투어리즘 활성화	<ul style="list-style-type: none"> · 농산어촌 체험프로그램 개발. 마을단위 혁신연구회를 통해 향토자원의 부가가치를 제고하고 소득을 증대하는 방안 모색 · 도농 교류 프로그램 지원. 도·농교류 우수마을을 지원하고 우수 프로그램 공모 및 마을단위 소규모 축제 육성 · 산림·산악 자원 활용. 산림·산악자원 연구회 구성 및 운영. 산악초 등 특용작물 우수마을 선정 및 지원

나. 국외

1) 영국

- 영국에서는 1960년대부터 레저·스포츠 관광에 대한 연구가 시작되었으나 1982년 Glyptis의 연구 “서유럽에서의 스포츠와 관광(Sport and Tourism in Western Europe)”에서 스포츠 관광의 경제적 가치를 높게 평가하기 시작하면서 정책적으로 연구·개발·투자 등이 본격화되기 시작함.
- 1998년 영국의 관광통계에서는 영국인들의 55%이상이 여행시 스포츠와 레크레이션 활동을 하는 것으로 조사되어(UKTS, 1998), 관광객들의 레저·스포츠 활동에 대한 참여가 크게 증가하고 있음을 인식함.
- 영국 스포츠국의 2001년 자료에 따르면 각종 스포츠이벤트를 통한 경제적 효과를 측정하면서 정부에서는 레저·스포츠 시설이나 개발(이벤트 포함) 등에 대하여 정책적으로 지원하고 관리하는 역할을 담당하고 있음.

(1) 지역수준(regional level)의 레저·스포츠관광 개발과 관리정책

- 1992년 영국 스포츠 협의회(the Sport Council)와 지역 관광위원회들(Country Tourist Boards)은 지역수준에서 관광과 스포츠의 구체적 연결

방안 및 개발을 통한 지역경제의 활성화를 시도하였음(표 2-3 참조).

- 한동안 정부와 스포츠관련 협의회 및 지역 관광위원회간의 모호한 역할 (예, 누가 정책 및 실행을 선도할 것인가 등), 기금 문제(예산 삭감 등), 레저·스포츠 관광에 대한 전략 부재 등으로 인하여 실행에 있어서 어려움을 겪기도 하였음.

〈표 2-3〉 영국의 관광과 스포츠 진흥을 위한 지역수준에서의 정책 매트릭스

기본 정책	정책 시행분야	구체적 목표
자원과 기금 (Resources and Funding)	보완기금	경기장, 시설전문가, 경제공헌, 지역정체성
	기금마련을 위한 공동 입찰	경기장, 시설전문가, 경제공헌, 지역정체성, 유럽연합(EU)기금, 사회적 목표
	경제·사회적 재창출	회의산업 시장, 비수기 타개, 경기장, 경제공헌, 지역정체성, 유럽연합(EU)기금, 사회적 목표
정책과 기획 (Policy and Planning)	지역토론회	지역정체성, 사회적 목표와 관광
	마케팅 활동	경제공헌, 관광정보센터, 유럽연합(EU)기금
	갈등해결	수상스포츠 관련 및 스포츠�관광 장애요소 해결
	정책실행 규약	경기장, 시설전문가, 수상스포츠, 장애요소, 사회적 목표
정보와 진흥 (Information and Promotion)	공동로비(lobby)단체	경기장, 시설전문가, 수상스포츠, 자전거 및 도보여행, 장애요소, 지역정체성, 유럽연합(EU)기금, 사회적 목표
	정보배포와 채널	지역정체성, 여가센터, 관광정보센터
	연구개발과 정책제언	시설전문가, 경기장, 장애요소, 경제공헌, 유럽연합(EU)기금
스포츠관련 휴가여행 (Sport Holidays)	스포츠훈련	시설전문가, 경기장, 스포츠 개발
	Activity 휴가여행	장애요소, 비수기타개, 수상스포츠, 자전거 및 도보여행, 스포츠 개발, 사회적 목표
	고소득층 지향의 스포츠 관련 휴가여행	회의산업 시장, 시장 장애요소
	스포츠 관광활동과 관련된 일반 휴가여행	수상스포츠, 여가센터, 회의산업 시장, 스포츠 개발
	스포츠이벤트	경제공헌, 지역정체성, 시설전문가, 회의산업 시장, 경기장

기본 정책	정책 시행분야	구체적 목표
시설관련 문제 (Facility Issues)	관광객시설의 중복 사용	가격차별화 전략, 비수기 사용계획, 경기장, 시설전문가, 사회적 목표
	호텔 및 여가 시설	비수기타개, 회의산업 시장, 비수기 사용계획
	관광에서의 지역시설 활용	경기장, 시설전문가, 가격차별화 전략, 여가센터, 사회적 목표
환경과 수질문제 (Environmental countrysides and Water Issues)	농촌 및 농장의 다양화	장애요소, 유럽연합(EU)기금
	시골지역의 접근성과 확장	수상스포츠, 자전거 및 도보여행, 장애요소, 사회적 목표
	해안 개발	회의산업 시장, 비수기타개, 경기장, 시설전문가, 수상스포츠, 장애요소, 지역정체성

자료: Deane and Callanan (2004), pp. 266-267.

- 그러나 2003년에 ETC(English Tourism Council)와 BTA(the British Tourist Authority) 관광기구의 합병·통합으로 VisitBritain 탄생, 스포츠 복권기금 등으로 인하여 스포츠관광 정책에 더욱 박차를 가하고 있음.
- 지역수준에서의 관광과 스포츠 진흥에 관한 기본정책은 크게 (1) 자원과 기금, (2) 정책과 기획, (3) 정보와 프로모션, (4) 스포츠관련 휴가여행, (5) 시설관련 문제, (6) 환경과 수질문제 등의 여섯 가지로 분류하고 있으며, 이에 대한 정책시행분야와 구체적 목표까지 포함하고 있음.
- 여러 가지 세부적인 목표 중에서 경제적 공헌, 지역정체성과 사회적 목표 등을 최우선 과제로 관광과 스포츠 진흥을 위한 정책을 펼치고 있음.

(2) 국가적 차원(national level)의 레저·스포츠관광 전략

- 1999년 이후 관광 정책 슬로건은 “미래의 관광(Tomorrow’s Tourism)”으로 설정되었으며, 이 정책에서 스포츠관광의 사회적·경제적 공헌도를 인정하면서 레저·스포츠관광을 혁신적 틈새시장(niche markets)중의 하나로 간주하고 있음.

- 정책목표 달성을 위해 우선 정부와 각종 위원회 및 협의회간의 공동마케팅(joint marketing) 프로그램을 개발하고 국제스포츠경기(international sports events)를 포함한 다양한 스포츠활동 및 관광의 프로모션을 위해 공동 조사 및 연구를 실시하고 있음.
- 이 정책은 또한 지역의 다양한 문화적 자원에 대한 관심을 함께 고취시키고 균형적 지역개발을 위한 목적도 갖고 있음(The Modernising Agenda for Tourism).
- 정부는 관광과 직·간접적으로 관련된 산업과의 전략적 제휴(alliance)를 통해 스포츠관광의 경제적·사회적 편익을 알리고 품질 교육프로그램(quality training programs for the industry)을 개발·실시하고 있음.
- 관광과 연계한 2000년 스포츠 정책 슬로건은 “모든 사람들을 위한 스포츠를 즐기는 미래(A Sporting Future for All)”로 설정되었음.
- 이 정책의 중점전략은 자국내 스포츠경기 열광적 참관자들 또는 여행자들을 프로모션하고 국제여행객들에게는 영국 여행시 다양한 스포츠 활동 경험뿐만 아니라 스포츠경기 참관 등을 고취시키는 것임.
- 이러한 전략은 다음과 같은 다섯 가지 목적을 가지고 있음.
 - 역사와 문화 등을 중심으로 한 기존 관광상품의 확대된 개념(상품)으로서의 스포츠관광을 포지셔닝
 - 경제적 편익과 국제관광객들로 인한 시장잠재력을 스포츠관련 산업에 홍보 및 인지도시킴.
 - 주요 국제스포츠 이벤트 유치 노력
 - 스포츠관광 개발 선도자로서의 BTA(British Tourist Authority, now VisitBritain) 포지셔닝

- 다른 스포츠관련 단체 또는 협의회(예, Department for Culture, Media and Sport/the Scottish Parliament and the Welsh Assembly)의 스포츠 전략을 수정·보완함.

2) 캐나다

- 캐나다에서는 레저·스포츠 관광활동과 관련하여 여행활동과 동기 조사(Travel Activities & Motivation Survey: TAMS)를 중앙정부와 지방정부, 그리고 관광산업간의 연구 협력하에 1983년 이후로 5-6년마다 캐나다인의 미국여행과 미국인의 캐나다 여행에서의 관광활동과 동기뿐만 아니라 여행경험, 선호도, 장·단기 휴가여행, 캐나다와 미국의 이미지 조사 등 광범위하게 연구하고 있음.
- TAMS 프로젝트는 조사시점으로부터 과거 2년 간의 관광행동을 검토하고 향후 2년 간의 여행의도와 같은 미래행동을 예측하고 있으며, 여행활동(Travel Activity) 기반 시장세분화와 향후 25년까지 시장성장 잠재력을 예측하고 있음.
- 본 연구에서의 레저·스포츠 관광활동은 캐나다의 TAMS 프로젝트에서 Hard Outdoor Adventure(예, 스쿠버다이빙, 산악자전거, 암벽등반, 행글라이더 등), Soft Outdoor Adventure(예, 관광지에서의 자전거 여행, 윈드서핑, 모터보트, 카약/카누 등), Winter Outdoor Activities(스키, 스노우보드 등)와 관련이 되고 있음.
- 연구결과, 미국인 관광객의 캐나다에서의 레저·스포츠 관련 관광활동은 2000년부터 2025년까지 Hard Outdoor Adventure는 20%, Soft Outdoor Adventure는 25%, 그리고 Winter Outdoor Activities 26%까지 성장할 것

으로 예측하고 있음.

- 이러한 연구결과를 바탕으로 관련 관광산업에 고객유치 및 마케팅 실행에 도움을 주고, 해당 지역(주)의 레저·스포츠 관련 환경 및 시설에 대한 투자유치에 활용됨.

3) 프랑스

(1) 산악지역에서의 어드벤처 스포츠와 관광 재개발

- 프랑스에서 산악지역은 휴가목적지로서 해안지역과 시골마을 다음으로 세번째에 위치해 있음. 산악지역의 관광객은 여름철에 매년 약 6백만명, 겨울철에 약 4백만명 정도가 방문함.
- 그럼에도 불구하고 전통적으로 프랑스인들의 산악지역 여행에 대한 부정적 이미지(예, 위험한 지역, 등산과 하이킹과 같은 한정된 관광활동만 할 수 있는 곳 등)때문에 산악지역에 대한 성장 잠재력이 간과되어 왔음.
- 고객들의 레저·스포츠 활동에 대한 수요와 선호 변화 등으로 인해 1985년부터 2000년까지 프랑스 산악지역에서는 어드벤처 스포츠(adventure)와 관광에 대한 재개발이 시행됨.
- 관련업자들의 신기술과 혁신으로 새로운 스포츠 레저 활동(New Sports Leisure Activities) 개념 도입으로 스포츠 관광활동의 다양화 전략을 추구함.
- 다양화 전략에서 “새로운 산악지역에서의 레저·스포츠”는 기존의 산악 관광활동 뿐만 아니라 테니스, 골프, 수영, 승마, 트레킹, 래프팅, 산악자전거 등의 산(mountain), 육지(land), 수상(water), 그리고 상공(air)에서의 다양한 레저·스포츠 관광활동을 통합한 개념임.

- 단체스포츠 활동 뿐만 아니라 개인위주의 스포츠 활동 개발.
- 참여 모델의 다양화: 다목적 스포츠활동 참여(multi-sports participation)
- 스포츠활동 참여 관광객들에 대한 시장세분화
- 겨울철 레저·스포츠에 대한 고객들의 변화에 대한 대응
- 자연환경에서의 레저·스포츠 활동을 통한 어드벤처 관광 활성화

(2) 산악지역에서의 레저·스포츠 관광 개발의 이슈

- 지역수준에서 산악 레저·스포츠 시설 개발(재개발)은 대규모 리조트 지역과 본의 아니게 경쟁(competition) 상태에 있게 될 수 있음.
- 지역에 따라 시설개발을 위한 인프라 구축을 위해 막대한 자금이 소요되며 자연환경에 관한 전문적 지식이 요구됨.
- 레저·스포츠 시설 및 상품이 다양화됨에 따라 많은 부분들이 개인사업자들(예, 장비임대, 산악전문가, 스포츠클럽 등)에게 의존할 수밖에 없는 상태에 이를 수 있어서 경영과 정책에 혼선이 야기될 수 있음.
- 산악 스포츠와 관련된 관광활동이 다양해짐에 따라 지속가능한 개발과 환경적 문제가 대두됨.

2. 쇼핑관광 육성사례

가. 국내

1) 강원도

- 관광기념품·특산품 등 살거리 관광상품화. 강원도의 특성을 살린 우수

관광기념품·특산품의 관광상품화 육성을 추진함. 관광기념품 발굴, 생산지의 체험관광코스 개발 등의 상품화를 추진하고 있음.

- 강원관광기념품의 차별성과 우수성을 부각시키고 품질향상·생산장려 등 강원관광산업을 활성화하기 위하여 '98년 3월 28일 제정된 강원관광기념품고유상표관리지침에 따라 강원관광기념품공모전에 입상한 제품중 신청을 받아 강원관광기념품 고유상표 사용승인을 하고, 도 홈페이지에 홍보하고 있음.
- 사용승인된 기념품에 대하여는 생산업체와 인근 관광자원을 연계하여 테마·체험관광상품화를 추진하는 등 각종 지원육성책을 강화해 나가고 있음.
- 지역특성과 우리 고유의 문화적 가치를 담은 경쟁력 있는 우수한 관광기념품 개발을 장려하고 관광기념품 생산업체의 원활한 자금운영 등 경영안정을 도모하기 위하여 강원관광기념품공모전 및 중앙공모전에 입상한 업체에 대하여 개발장려금을 지원함으로써 지역경제 활성화를 도모함.
- 재래시장 육성. 강원도에서는 재래시장 및 중소기업 구조개선을 위하여 재래시장 및 소상공인 활성화 종합대책을 마련하고 도내 39개 재래시장이 지역중심 상권으로 발전할 수 있도록 2001년부터 국도·비를 지원하며 재래시장 활성화계획을 적극 추진하고 있음.
- 재래시장 현대화사업(주차장 조성, 화장실 신축, 아케이드 설치 등), 화재보험료 지원, 재래시장 안전감시요원 배치, 전통 5일장 활성화를 위하여 전통시장 개장현황을 도청 홈페이지에 게재하고, 관광열차를 운행하는 등 관광상품화, 상거래 현대화 교육, 국내·외 우수시장 견학 등을 추진하고 있음.
- 시장별 특화상품 및 연계 관광지를 집중 수록한 “우리이웃 강원도 재래시장”을 발간 배부할 계획임. 우리이웃 강원도 재래시장에는 도내 각 시·

군별 재래시장 및 전통 5일장 현황, 시장별 먹거리 등을 깔끔한 사진과 함께 소개하고 있으며, 교통편과 연계관광지 등도 함께 수록하여 지역 관광정보물로의 활용도 가능토록 제작했음. 2007년도에는 우선 1만3천부를 제작하여 각 시·군 및 상인연합회 등에 우선 배부하고, 한국관광공사 등 유관기관과 협의하여 관광정보물로도 적극 활용될 수 있도록 할 계획임.

- 이 밖에 여행사, 버스터미널 다중밀집시설 등에도 배부하여 도내 재래시장을 적극 홍보해 나갈 계획임. 또한 홍보책자를 PDF화일로 작성하여 시·군 및 유관기관 홈페이지에 적극 게재하는 등 온라인 홍보도 함께 추진해 나갈 계획임.

〈표 2-4〉 강원도 쇼핑관광 육성사례

구분	사업내용
관광기념품·특산품 등 살거리 관광상품화	<ul style="list-style-type: none"> • 관광기념품공모전 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 응모부문 : 2개부문(일반상품부문, 창작아이디어부문) - 시상 : 30점(부문별 금상1, 은상2, 동상3, 가작4, 입선5~10) - 지원 : 도 고유상표 사용승인, 상품개발비 및 홍보지원 • 기념품·특산품의 실태조사 및 홍보지원 <ul style="list-style-type: none"> - 상품화·유통 실태조사 및 발전방안 강구 - 홍보물 제작배포, 인터넷 홍보 지원 등 • 우수 생산업체에 대한 체험관광코스 지속 개발 <ul style="list-style-type: none"> - 옥광산, 민예품단지, 도자연구원 등 • 관광기념품·특산품 상설판매장 설치운영 <ul style="list-style-type: none"> - 호텔, 콘도, 휴게소 등
일요관광장터 운영	<ul style="list-style-type: none"> • 운영시기 : 3월~11월까지(동절기 제외) • 설치장소 : 주요 도로변 상행휴게소 3개소 내외 • 방법 : 생산자(농어업인) ↔ 소비자(관광객)간 직거래 형태 • 운영 : 농협, 휴게소, 강원도, 시·군 <ul style="list-style-type: none"> - 농협 : 일요관광장터 운영 주관, 생산자 참여 등 - 도, 시·군 : 휴게소 장소확보 협의지원, 홍보·마케팅 등 행정지원 • 취급품목 : 도내생산 농수축산물(단, 휴게소 취급품목 제외) • 특별행사 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 취급품목 할인행사 : 품목에 따라 시중가의 20~30% - 경품추천권 제공 : 구매가격에 따라 매수 차등 제공 - 기타 특산물 무료시식코너, 계절상품 특별판매전 개최 등

자료 : 강원도, 도정백서, 2006.

- 일요관광장터 운영. 주5일 근무제 확산 등 주말관광이 크게 활성화될 전망임에 따라 주요 도로변 상행휴게소의 일요관광장터를 운영하여 귀향 관광객의 농특산물 구매편의 제공과 도민소득증대를 도모함.

2) 경기도

- 도자기 기술개발을 통한 공예산업 육성, 1차 산업 생산물에 대한 품질제고 사업 등을 통해 도내 관광상품의 개발 및 육성, 그리고 분야별 상품의 경쟁력 강화를 추진하고 있음.
 - 도내 영세 도자기 업체의 경쟁력 강화를 위하여 '98년부터 경기도와 명지대학교가 공동으로 '비전 2002 도자기 관광상품 개발 3개년 계획'을 수립, 추진하였고 '02년부터 '04년까지는 명지대학교와 청강문화산업대학이 함께 도자기 기술개발사업에 참여하였음.
 - 동 사업의 주요 내용으로는 도자기 신소재 및 디자인 개발, 마케팅 능력 개발과 실무자들에 대한 해당 부문별 교육이었으며 일시적인 산업지원활동을 탈피하고자 '도자문화산업진흥조례'를 제정하여 향후 지속적인 육성 및 발전을 도모하였음.
- 이외에도 경기도는 도내 각 시군별로 공예제조업체의 기술개발 및 보조금 지원, 공예품 디자인 개발, 홍보책자 제작 등과 함께 민속공예품전을 개최하여 관광상품의 품질향상에 기여하였음.
 - 2005년의 경우, 경기도에서 전국 공예품 대전에 출품한 작품들이 단체부문 최우수상을 수상하는 결과를 이루었음.
- 경기도는 재래시장 활성화를 통한 서민생활 안정 및 지역경제활성화를 도모하고자 '03년부터 재래시장활성화 5개년 계획을 수립하여 추진해 오

고 있음.

- 본 계획은 대형 업체와 중소기업체들의 물류 경쟁력 확보를 위하여 5개소에 이르는 공동물류센터를 건립 등을 포함, 크게 재래시장 시설 및 경영 현대화 사업으로 구분되는 전략사업들을 도입, 추진하고 있으며 총 50개 시장에 대해 총 1,204억 9,400만원을 투자할 계획임.
- 이외에 2005년 중소기업청이 주체가 된 재래시장 박람회를 통하여 경기도는 재래시장 환경개선사업, 시장특성화 등과 더불어 도자기와 식품 등 도내 특산품의 판매와 홍보활동을 추진하였음.

3) 충청남도

- 관광마케팅의 시각에서 출발하여 도가 보유하고 있는 관광자원 및 상품의 발굴, 개발, 육성에 적극적인 지원활동이 이어지고 있음.
- 관광객의 입장에서 판단하여 관심을 가질 수 있고 구매로 이어질 수 있는 관광자원의 상품화를 위해 서울시내 대형 여행사와 공동으로 수학여행, 머드관광, 골프여행 등의 상품을 개발하였고, 이들 상품이 지역 문화를 함께 습득할 수 있도록 머드 마사지, 인삼 캐기, 도자기 만들기 등의 체험요소도 강화하였음.
- 관광기념품의 개발에 있어서 지역문화의 특성을 살린 우수관광기념품을 개발하고 발굴하고자 '99년부터 관광기념품 공모전을 개최해오고 있으며 입상자에 대해서는 생산장려금 지원이 이루어졌음.
- 특히 인삼과 관련한 상품개발에 있어서 엑스포 개최기간의 특성을 고려하여 추석 특가상품, 추석 단체 여행상품 등의 개발이 이루어졌고 주목표 연령대 시장을 고려한 공연 등 공격적인 마케팅도 함께 진행되었음.

- 일본과 중국인 관광객들을 대상으로 한 국내·외 관광홍보전에 참가했음. 또한 충청권역에 대한 관광 홍보를 위하여 대전시와 충청남북도가 공동으로 현지 설명회를 개최하였고 국내 관광교역전을 통해서도 도내 관광홍보활동을 전개했음.
- 지역 특작물에 대한 지속적 지원과 홍보
 - 마케팅에 비중을 둔 고려인삼 관련 국제행사 개최 필요성을 바탕으로 인삼종주국으로써의 국제인삼심포지엄, 인삼교역상담회 등을 개최하였고 고려인삼 거래지로서 지역 브랜드 이미지 형성의 기반 형성과 지역소득기반 마련을 목적으로 2003년, 세계인삼엑스포를 개최하였고 현재까지 동 행사에 대한 조직위원회 법인 구축, 민간인 조직위원장 임명, 관련 시설 조성과 도민 지원협의회 조성 등 일련의 지원과정들이 진행되고 있음.
 - 세계인삼엑스포에 대한 홍보를 위하여 영상, 인쇄 등 기본 홍보물을 포함하여 한·영·중·일 4개 국어 홈페이지를 구축하고 사이버 이벤트를 개최했고 TV, 라디오 대담 프로그램, 보도, 수도권 중심가 전광판 광고, 전철 광고 등을 실시했음.
 - 또 인삼종합유통센터(GINDEX)를 개장하여 지역생산 인삼 관련 마케팅 정책이 실질적으로 생산 농민과 주민의 소득에 직접적으로 연계될 수 있는 근본적 기반을 구축하였음.

4) 경상북도

- 지역 특성을 기반으로 한 고부가가치 문화산업 육성기반 조성
 - 지역 문화산업과 전통문화를 기초로 한 관광기념품 개발·육성하고자 전통문화에 풍습과 기술이 가미된 관광기념품 개발에 주안점을 두고 전국

처음('97년 제1회)으로 관광기념품경진대회를 개최하였음. 그 결과 업계와 관광객들로부터 큰 호응을 얻은 바 있으며, 다양한 관광기념품 개발로 쇼핑거리 제공, 관광기념품업계 및 지역경제 활성화를 도모하였음.

- 산학연계 기술지도, 우수업체 생산 장려금 지원, 홍보관측 활동 전개, 판매대행 등 도를 대표하는 고부가가치 관광기념품으로 개발하고 업계의 생산의욕을 고취시키기 위해 매년 7월중 정기적으로 개최하기로 함.
- 세계문화엑스포를 통한 문화산업의 대외 경쟁력 강화
 - 문화엑스포를 통해 구축·확보한 문화 콘텐츠와 인프라를 활용하여 다양한 세계문화를 체험하는 새로운 문화테마공원으로 상설 운영함.
 - 지역주민에 대한 문화 향유의 기회제공과 함께 청소년들에게 폭넓은 문화체험과 자연학습의 기회를 제공하는 등 세계적 문화명소 조성을 위한 노하우를 확보하였음.
- '경북형' 문화산업 육성 추진
 - 정부의 □□지식기반산업육성전략□□ 및 □□문화산업진흥 5개년 계획□□과 지역내 문화적 자산과 첨단산업기술을 연계하여 문화산업발전기반구축과 고부가가치의 문화산업 육성, 문화복지 증진을 위하여 지역에 적합한 문화산업 시책을 중점 추진함.
 - 경상북도 상징캐릭터 개발, 전통문양디자인 경진대회 개최 등을 통하여 지역 문화산업에 대한 인식을 높였고, 특히 전통문양디자인의 기술발전과 전통문양개발에 애로를 겪고 있는 중소기업에 개발 성과 자료집을 제공하여 지역경제 활성화에 기여하였음.
 - 이외에도 1971년 이래로 상품의 품질고급화와 포장디자인의 개선으로 제품의 경쟁력을 높이기 위한 산업디자인 전람회를 1971년부터 매년 개최해

오고 있음.

- 또한 새롭고 우수한 공예품의 개발촉진과 상품화, 품질고급화를 유도하고 지역의 공예산업 육성을 위하여 매년 공예품경진대회를 개최해 오고 있으며 공예품기술 지도교수제를 실시하고 있음.
- 상품 및 브랜드개발, 마케팅 경쟁력 향상을 위한 유통전문인력 양성
 - 분야별로 특화된 농산물 유통교육 시스템을 갖추어 산지·소비지농산물 유통현장의 전문인력을 육성하고 농산물 유통개혁을 선도할 인적 기반을 구축하고자 분야별·대상별 『마케팅 전문과정』을 신설·운영함.
 - 산지·소비지·품목별 마케팅, 유통업 경영혁신 분야에서 현장수요가 증가하는 세부분야를 중점적으로 교육하여 농산물 유통에 종사하는 전문인력(총 15천명 수준 추정) 중 매년 500~600명 수준을 교육하며 특히, 산지 유통과 신유통업 종사자를 우선적으로 교육하여 국내의 우수한 사업장을 방문하여 성공사례와 창의적 아이디어를 공유하고 현장에서 실습하는 참여·체험하도록 운영함.

5) 부산광역시

(1) 공예품 개발장려금 지원

- 전통공예품 육성을 위하여 공예품의 신제품 개발을 위한 개발장려금을 '95~'99년까지 총 165개 업체에 140백만원을 지원하였고, 2000년도에는 30개 업체에 29.9백만원을, 2001년, 2002년에는 30개 업체에 30백만원을 2003년, 2004년에는 32개 업체에 40백만원을 지원함.
- 전문가의 기술지도비 및 재료비를 보조함으로써 창의적이고 우수한 공예품 개발이 가능하도록 하는 등 주민소득 증대와 수출기반 조성에 기여하였음.

(2) 공예품 경진대회 개최

- 지역공예인의 사기양양과 제품개발을 촉진하고자 지방공예품 경진대회를 개최하였음.
- 수상작품에 대해서는 시상금을 지급하고 전국 공예품 대회에 출품토록 지원하여 지방공예품 산업육성에 크게 기여하였음.

(3) 부산 공예품 전시판매장 설치·운영

- 지역 공예산업의 기반조성과 판매지원을 통한 공예산업 발전 및 지역경제 활성화에 기여하기 위해 설치하였음.
- 2001년 9월 13일에 개장하였으며, 전시판매장의 위치는 부산광역시 해운대구 우동 (주)부산전시컨벤션센터 지하1층 BEXCO몰이며 면적(실 사용 면적)은 65.88평이고 8억원(국비 4억, 시비 4억, 집행 : 임차료 7억, 전시대 제작 1억)이 소요되었음.
- 전시판매장의 운영은 부산공예품전시판매장 운영위원회를 구성하여 총괄하고 관리기관은 부산공예협동조합을 지정하여 위탁관리 협약을 체결하여 운영하고 있음.
- 현재 41개업체 350종 1,500여점을 판매하고 있으며 2001년도 9월 개장이후 판매실적은 총 42,300천원이며, 2002년 판매액은 179,200천원으로 월드컵, 아시안게임 등으로 판매가 증가하였으나, 2003년 총판매액은 103,012천원으로 다소 감소하였고, 2004년은 172,671천원을 판매하였음.
- 2005년은 APEC 개최 등으로 전년대비 21,292천원이 늘어난 193,963천원을 판매하였음.

(4) 한·일 전통공예품 교류사업 기반 조성

- 한·일 해협 연안 7개 시·도·현간 전통공예교류사업을 통해 공예산업 발전과 양국간의 우호를 증진하고 경제 활성화 및 문화발전 도모를 위해 인적교류사업, 한일 전통공예품 홍보팸플렛 공동제작, 전시회 개최 등을 '98년부터 2005년까지 추진하였음.

(5) 부산디자인센터 건립

- 낙후된 중소기업의 디자인 기술개발을 지원하고 산업디자인 종합인프라 구축을 통한 지역산업의 경쟁력을 제고하기 위하여 산업자원부의 영남권 지역디자인센터 건립사업을 부산시에 유치하여 한국디자인진흥원과 사업 협약을 체결하고 본격적으로 사업을 추진하고 있음.
- 2006년도까지 국·시비 473억원을 들여 지하 3층, 지상 8층 연면적 7,100평 규모로 해운대구 우동 센텀시티 지방산업단지 내 산업시설용지에 건립될 예정임.
- 첨단 디자인장비 구축을 통한 디자인기술개발 지원, 국내·외 최신 디자인 정보기술 구축, 디자인 전문회사 집적 및 육성지원, 디자인개발 상품의 전시·판매 지원, 산업체에서 필요로 하는 디자인 실무전문인력 양성, 모직물 디자인시설 구축을 통한 모직물 디자인상품 개발보급 등의 주요사업을 수행하게 됨.

(6) 재래시장 경쟁력 강화

- 부산진시장 등 24개 시장을 대상으로 사업비 16억원을 투자하여 공동이

용·편의시설 설치, 시장 활성화 연구용역, 이벤트·홍보, 상인교육 등 재래시장의 경영현대화를 추진하고 있음.

- 또한 창선상가시장 등 17개 시장에 사업비 108억원을 투자하여 건물 리모델링, 아케이드 등 노후건물 개·보수를 계획하고 있으며 6개시장, 시장당 100억원 한도내 사업자금을 융자 지원하여 시장 정비를 추진하고 있음.
- 이와 함께 재래시장 공동 상품권에 대한(2종류 30억원) 취급을 확대하여 현 12개 시장에서 이용되는 상품권을 '07년에는 64개 시장으로 넓힐 계획에 있음.
- 재래시장 특화전문시장 육성
 - 부산 시내에 위치한 4개 시장을 '06년 부산전자종합시장(전자제품), 부전인삼시장(인삼), 골드테마거리(귀금속, 시계), 자갈치시장(활어, 건어물) 등으로 선별하여 전문·관광시장으로 육성하고자 계획하고 '07년부터 해당 사업을 추진중에 있으며 이들 시장에 대한 디지털전시관 설치, 점포인테리어, 공동브랜드·캐릭터 개발 등을 지원하고 있음.

6) 전라남도

- 전라남도는 주 5일 근무제의 확산과 함께 가족단위 여행객의 증가 등 다양한 관광수요에 대비한 계절별·테마별 관광상품을 개발하여 여행업체와 각계 전문가를 초청 팸투어를 실시하였음.
- 관광여행상품을 주제별로 구분하면 남도의 맛, 남도의 소리 6종, 문화유적 순례 4종, 체험상품 4종, 그리고 골프투어 2종임.
- 이와 함께 우수 관광여행상품 개발 공모전을 개최하여 18개 업체가 총

57개 상품으로 참여하여 총 9개 상품에 14,000천원에 달하는 상금을 수여하였음.

○ 공예산업 육성 및 판로지원

- 지역내 전통공예산업을 전승 발전시키기 위해 도에서는 우수공예품 개발지도 사업과 공예품 상품화 촉진을 위한 우수공예품 발굴을 목적으로 전국공예품대전 전라남도 예선대회를 매년 개최하고 있음.
- 또한 영호남 교류사업의 일환인 「영호남 전통공예품 교류전」에 적극 참여하여 지역 공예품의 우수성을 홍보하고 있고 2004. 11월에 일본 후쿠오카에서 개최되었던 「한일해협연안 8개시도현 공예품 교류전」에 30여종의 작품이 참가하여 우수성을 입증하였음.

○ 천연염색 문화상품 지원

- 역사성과 타 지역보다 우수한 장인들이 많은 「천연염색 산업」을 집중 육성하고자 2002년부터 나주에 “천연염색 문화관”과 보성에 “천연염색 공예관” 건립을 추진중에 있으며, 천연염색상품 저변확대를 위하여 패션쇼, 고운빛깔전 등을 개최하였음.
- 천연염색 문화상품의 차별화를 통한 특화 문화상품 육성을 위해 나주 지역은 천연염색의 역사성을 한눈에 알아볼 수 있는 역사관, 자료관을 중심센터로 육성하고 보성지역은 전남 동부지역 염색가들의 작품을 전시·판매하고 체험장을 설치하여 주로 상품판매 홍보와 테마관광객 유치에 중점을 두고 추진하기로 함.

나. 국외

1) 듀바이의 쇼핑축제(Dubai Shopping Festival: DSF)

- 아랍에미리트(Unted Arab Emirates)의 두바이는 가장 최신의 최고의 쇼핑 관광목적지로 각광을 받고 있음.
- 두바이 쇼핑축제(Dubai Shopping Festival: DSF)는 1996년 2월부터 시작 되었으며, 정부 주도 하에 소매점을 포함한 모든 쇼핑장소를 프로모션하기 위해 매년 1월과 2월 사이에 한 달간 개최됨.
- 2003년에는 한 달간의 축제기간동안 약 3백만명의 관광객들을 유치함.
- 이 축제에서는 두바이 전통 시장(souk: 무슬림 국가에서의 노천 야외시장)과 노점상(street-seller)에서부터 가장 최신의 쇼핑몰에 이르기까지 모든 쇼핑장소들이 참여함.

2) 캐나다와 미국의 대규모 다목적 쇼핑몰(mega-multi-mall)

(1) The West Edmonton Mall(WEM)

- The West Edmonton Mall(WEM)은 캐나다(Canada)의 앨버타주(Alberta)의 수도인 애드먼튼에 위치해 있으며, 세계에서 가장 큰 쇼핑몰로 알려 져 있음. 이는 대규모의 다목적 쇼핑몰(mega-multi-mall)의 개념을 도입하여 개발되었음.
- WEM 쇼핑몰은 이미지(image)와 규모(scale)의 면에서 기존의 쇼핑몰과는 다른 차원에서 건설되었음.
- WEM 쇼핑몰은 주요 네 가지 특징을 가지고 있음(표 2-5 참고).
 - 넓은 쇼핑공간과 다양한 점포
 - 다양한 레크레이션 및 위락시설 보유
 - 주제거리(themed streets)에 따른 점포와 레크레이션 및 위락시설 배치

- 지역주민뿐만 아니라 방문객을 위한 레저·관광 서비스 제공(예, 관광 정보센터로서의 역할)
- WEM 쇼핑몰의 연간 경제적 효과는 약 12조 캐나다 달러로 추정되었으며, 전체 방문자의 40-50%가 앨버타주의 거주민이 아닌 외부방문객(국제관광객 포함)인 것으로 나타났음.
- 통계적으로 볼 때, WEM 쇼핑몰은 앨버타주의 대표적 쇼핑장소로서 뿐만 아니라 캐나다 내에서 가장 많은 사람들이 방문하는 여행목적지(자원)가 되었음(로키산맥의 Banff 국립공원이나 나이아가라 폭포의 방문객 수보다도 훨씬 많음).

〈표 2-5〉 WEM과 MOM의 쇼핑몰 특성 비교

구 분	West Edmonton Mall	Mall of America
영업개시(Open)	1981년	1992년
사이즈(Size)	5.3 million ft ²	4.2 million ft ²
점포개수(Number of Stores)	> 800개	> 520개
직원수(Number of Employees)	23,500명	11,000명 (13,000명 in high season)
주차장 공간(Parking Spaces)	최소 20,000대 주차	최소 12,550대 주차
출입구수(Number of Entrances)	58개	
주요 레저·위락·관광시설 (Activity Centres)	호텔, 수상공원, 놀이공원, 아이스하키장, 미니골프장, 실내호수 등	호텔, 놀이공원, 실내 롤러코스터, 스케이트장, 카지노, 번지점프, 미니골프장, 나이트클럽 등
식당수(Number of Restaurants)	110개	49개
극장수(Number of Cinemas)	26개	14개

자료: Timothy (2005), p. 50.

(2) The Mall of America(MOA)

- The Mall of America(MOA)는 미국의 미네소타주(Minnesota) 브루밍턴(Bloomington)에 위치해 있으며, 세계에서 두 번째로 크며 미국 내에서는 가장 큰 쇼핑몰임.
- MOA 쇼핑몰은 캐나다의 WEM과 마찬가지로 대규모의 다목적 쇼핑몰(mega-multi-mall)의 개념을 도입하여 개발되었으며, 넓은 쇼핑공간과 다양한 점포와 레크레이션 및 위락시설 등을 갖추고 있음.
- 따라서 MOA 쇼핑몰은 단순한 쇼핑장소로서 뿐만 아니라 미국내 단일 휴가목적지로서 명성이 높음.
- MOA 쇼핑몰이 미네소타 주에 미치는 연간 경제적 효과는 약 2조의 미국 달러로 추정되었으며, 이 중에서 8%는 국제관광객들에 의한 것으로 추정되었음. 가장 많이 방문한 관광객의 국적은 캐나다, 일본, 영국 등의 순으로 나타났음.
- 통계적으로 볼 때, MOA 쇼핑몰은 미국 및 세계적 주제공원인 플로리다(Florida)의 디즈니월드(Disney World)보다 더 많은 사람들이 방문하는 여행목적지이며 쇼핑장소가 되었음(평균 매년 약 4천3백만명 방문).

3) 캐나다 뉴브론즈윅(New Brunswick)주, 몽튼(Moncton)의 소규모의 다목적 쇼핑몰(small-scale-multi-mall)

- 뉴브론즈윅(New Brunswick)주의 몽튼(Moncton)시는 관광을 진흥시키기 위해 캐나다 연해주(Maritime)¹⁾에서 주말 가족(연인)여행과 쇼핑객들을

1) Maritime Provinces는 캐나다 동부의 New Brunswick, Nova Scotia와 Prince Edward Island를 포함한 지역을 의미함.

주 목표시장으로 정하고 있음.

- 몽튼의 시내중심가(downtown)에는 역사·문화적 건물과, 현대적 건축양식이 어우러져 다양한 쇼핑몰이 밀집되어 있음.
- 여러 쇼핑몰 중에서도 Champlain Place는 소규모의 다목적 쇼핑몰 (small-scale-multi-mall)의 개념으로 신축된 쇼핑몰임. 이는 앞에서 살펴 본 캐나다와 미국의 대규모 다목적 쇼핑몰(mega-multi-mall)의 개념과 유사하지만, 규모와 시설 면에서 중·소도시에 적합한 모델임.
- 이 쇼핑몰은 Crystal Palace라고 불리는 놀이공원, 소규모 호텔, 식당, 서점, 극장, 넓은 주차장 등의 레크레이션, 위락 및 편의시설들을 포함하고 있음.
- 특히 이 쇼핑몰은 관광비수기인 겨울철에도 어린이를 동반한 가족여행의 단일 목적지로서도 각광을 받고 있음.

3. 시사점

가. 레저·스포츠 관광

1) 정책 및 지원프로그램 개발

- 영국의 사례조사에서 밝혀진 바와 같이 제주도에 적합한 레저·스포츠 관광 진흥을 위한 기본정책과 정책시행분야, 구체적 목표 등에 관한 정책 개발을 단계적으로 시행하는 것이 바람직함.
- 제주특별자치도, 시와 관련 업체 및 단체간의 유기적 협력을 위한 지원 프로그램도 함께 마련돼야 함.

2) 관광객의 레저·스포츠 관광활동에 대한 추세와 패턴(참여, 관심 및 선호도 등)에 대한 지속적 연구조사

- 캐나다의 사례에서와 같이 정기적인 내·외국인 관광객에 대한 조사가 실시되어야 함.
- 만약 고객들의 레저·스포츠 관광활동에 대한 수요가 크게 증가되거나 증가되는 것으로 예측된다면, 대규모 자금이 필요한 레저·스포츠 시설에 대한 산업 투자유치에 적극적으로 활용될 수 있음.
- 고객들의 욕구와 선호에 기초하여 처음 단계의 레저·스포츠관광 개발은 제주도의 자연자원(바다, 산, 독특한 전원적 풍경 등)과 적절한 투자자금을 기본 모델로 하여 관광객들의 레저·스포츠 활동에 기여할 수 있는 종류부터 개발되어야 할 것임(예, 해양 스포츠, 새로운 등산 및 암벽등반 루트, 낚시, 수렵, 승마, 스쿠버 다이빙, 윈드서핑 등)

3) 지속가능한 개발과 환경문제 대비

- 프랑스의 사례에서와 같이 환경파괴와 오염에 대한 대비를 철저히 하면서 지속가능한 개발 범위내에서 다양한 레저·스포츠관광에 대한 개발이 진행되어야 할 것임.

나. 쇼핑관광

1) 쇼핑축제

- 제주도에서도 모든 관련 업체 및 지역주민이 참여하는 쇼핑 및 음식축제를 기획할 필요가 있음.

- 비용-편익의 측면에서 최소의 비용으로 쇼핑관광을 성공적으로 프로모션 하기 위한 구체적인 기획과 프로그램이 필수적임.

2) 쇼핑관광객 시장세분화

- 관광객들의 관광활동(activities) 중에서 가장 많이 참여하는 것은 쇼핑활동인 것은 잘 알려진 사실이지만, 고객들의 눈높이와 여건에 맞는 쇼핑 장소와 물품을 구비함으로써 고부가 가치적 관광소득을 올릴 수 있음.
- 어떤 면에서는 국내 대도시(서울, 부산 등)에서의 대형백화점이나 면세점에서보다도 제주도의 쇼핑장소에서 더 매력적인 요소(고객 편익)를 갖추고 차별화된 상품 등을 구비할 필요가 있음.
- 국내 어디에서든 비행기 이용의 제주도 여행은 시간적으로 가까운 거리에 있으므로 차별화된 쇼핑시설과 세분화된 고객 편익을 갖춘다면 충분히 많은 단기쇼핑관광객을 유치할 수 있음.
- 따라서 쇼핑관광객들의 세분화를 통한 쇼핑 시설, 자원 및 공급계획은 필수적임.

3) 새로운 개념의 쇼핑장소와 시설

- 기존의 관광기념품 상가, 백화점, 재래시장 등의 쇼핑장소와 시설을 넘어서는 새로운 개념의 쇼핑장소와 시설에 대한 연구가 필요함.
- 신개념의 쇼핑장소와 환경 및 시설은 고객들에게 새로운 쇼핑경험을 제공하고 캐나다의 사례에서와 같이 단독 여행목적지로서도 가치와 위상을 가질 수 있음.

Ⅲ. 제주관광 실태분석

1. 레저스포츠 육성 현황

가. 레저스포츠 관련 축제 및 이벤트개최 현황

- 2006년도 도내 축제 및 이벤트 계획은 총 57개의 축제 및 이벤트가 개최될 예정이다.
- 종류별로는 관광축제 25개, 지역민속축제 9개, 향토문화축제 7, 산업축제 4개, 먹거리특산물축제 5개, 특수목적축제 3개, 향토역사관광축제 2개, 지역문화제 1개, 기타 1개임.
- 레저스포츠 관련 축제 및 이벤트는 겨울바다 펭귄수영대회를 비롯한 총 9개가 개최될 예정이다.

〈표 3-1〉 제주도내 레저스포츠 관련 축제 및 이벤트개최 현황(2006년)

축 제 명	일 시	지 역	주최/주관	행사내용
겨울바다 펭귄수영대회 (7회)	1. 1	서귀포시 중문해수욕장	관광협의회 /연합청년회	<ul style="list-style-type: none"> • 펭귄에어로빅 • 겨울바다 수영 체험 • 감귤농축액 맛사지
서귀포칠십리 국제걷기축제 (8회)	3. 24 ~3. 26	국 제 컨 벤 션 센터 광장	서귀포시 /체육진흥 협의회	<ul style="list-style-type: none"> • 10, 20, 30km 걷기 대회 • 국제친교의밤, 페스티벌 등
세계일보 서귀포국제 마라톤축제	4. 16	서귀포시 월드컵 경기장	서귀포시, 세계일 보사 /세계일보마라톤조 직위원회	<ul style="list-style-type: none"> • 풀코스(42km), 하프코스(21km), 10km, 5km 구간별 마라톤
제주마라톤 축제 (11회)	6. 4	김녕해수욕 장 ~ 종달 백록농수산	제주도 /제주도관광 협회	<ul style="list-style-type: none"> • 풀코스(42km), 하프코스(21km), 10km • 김치만들기 체험 등

축 제 명	일 시	지 역	주최/주관	행사내용
제주레저 스포츠축제 (제7회)	7. 17 ~9월말	제주시일원	제주시 /조직위원회	<ul style="list-style-type: none"> • 마스터즈수영대회, 윈드서핑, 칠인3중, 낚시대회 • 해변자전거 대행진 • 전국인라인스케이팅 등
돌이맹이 골프대 회	9월중	오라 골프장 (36hole)	제주시 / 제주도골 프협회	<ul style="list-style-type: none"> • 골프대회(개인전, 남녀혼성 대항전, 부부대항전)
스포츠서울 서귀 포반딧불이마라톤 대회	10월초	제 주 월 드 컵 경기장, 서귀포시일원	서귀포시 /스포츠서울	<ul style="list-style-type: none"> • 마라톤 풀코스(42km), 하 프 코 스 (2 1 k m) , 10km, 5km
서귀포 삼성하우젠배 겨울마라톤대회	12월중	서 귀 포 시 월 드컵 경기장	서귀포시	<ul style="list-style-type: none"> • 풀코스, 하프코스, 10km, 5km
제주국제자유도시 배 제3회 서귀포 마라톤/인라인축 제	12월중	제 주 월 드 컵 경기장, 서귀 포시일원	서귀포시, 국제 자 유도시포럼 /마라톤인라인 축 제조직위원회	<ul style="list-style-type: none"> • 마라톤(풀코스, 하프 코 스, 10km, 5km) • 인라인 (12.5km)대회

나. 관광승마장 및 수렵장

- 2005년 12월말 현재 23개소의 관광승마장이 운영중에 있음.
- 제주지역에서의 사냥 기간은 매년 11월 1일에서 다음해 2월말 까지이며 사냥가능 조수는 꿩, 까마귀류, 오리류, 참새, 멧비둘기, 도요류 등이고, 사냥 불가능 조수는 사냥 가능 조수의 모든 조수류임.

다. 해수욕장 현황

- 도내 공설 해수욕장은 11개소이며, 이용객 수는 2000년 437,035명, 2001년 461,369명, 2002년 451,872명, 2003년 581,357명, 2004년 763,319명, 2005년 813,200명으로 매년 증가추세에 있음.

〈표 3-2〉 제주지역 해수욕장 현황

시군별	해수욕장 별	면적(m ²)	백사장		시설물			
			면적(m ²)	길이(m)	화장실 (동)	샤워장	식수대	주차장 (대)
합계	11개소	2,005,730	828,234	4,710	23	17	30	2,539
제주시	소계	48,000	42,000	800	4	2	3	490
	이호	42,000	36,000	600	2	1	2	450
	삼양	6,000	6,000	200	2	1	1	40
서귀포시	중문	107,400	39,200	560	4	4	2	153
제주시 (구북제주군)	소계	1,014,000	517,034	2,150	10	7	17	1,536
	협재	239,000	107,243	700	2	2	6	304
	곽지	150,000	128,926	350	1	1	2	235
	김녕	160,000	49,587	200	3	1	3	197
	함덕	465,000	231,278	900	4	3	6	800
서귀포시 (구남제주군)	소계	836,330	230,000	1,200	5	4	5	360
	하모	178,513	26,000	250	1	1	1	30
	신양	307,439	24,000	300	1	1	2	70
	화순	99,174	20,000	250	2	1	1	150
	표선	251,204	160,000	400	1	1	1	110

라. 골프장 현황

- 2005년 12월말 현재 운영중인 도내 골프장업체는 16개소, 승인업체는 12개소, 절차이행업체는 7개소, 예정자 지정업체는 5개소로 총 40개임.

〈표 3-3〉 제주지역 운영중인 골프장 현황

골프장명	사업체		소재지	부지 면적			홀 수	
	업체명	대표		계	회원	대중	회원	대중
오 라CC	오라관광(주)	김부경	오라 289	2,012,304	2,012,304	-	36	-
제 주CC	(주)제주cc	백일선	영평2238-2	1,726,291	1,442,771	283,520	18	9
중 문GC	한국관광공사	유건	색달3125-1	917,764	917,764	-	18	-
캐슬렉스제주CC	시조레저(주)	이인우	광평산125,금악산41	1,152,660	875,800	276,860	18	9
크라운CC	(재)관정이종환	조용직	북촌 산63	996,240	852,866	143,374	18	9
핑크스GC	(주)핀 크 스	김홍주	상천 산62-3	1,244,848	874,521	370,327	18	9
해비치CC	해비치리조트(주)	김창희	신흥 산30	1,099,627	797,237	302,390	18	9
나인브릿지CC	CJ개발(주)	김운용	광평산3, 봉성 산16	1,277,544	962,756	314,788	18	9
레이크힐스CC	(주)레이크힐스	허심	중문 산5	1,210,254	1,210,254	-	27	-
봉개프라자	한화국토개발(주)	김관수	봉개 산53	442,376	-	442,376	-	9
라운GC	라운레저개발(주)	손천수	저지 산18	1,293,050	1,293,050	-	27	-
엘리시안CC	LG건설(주)	김갑렬	어음 산17	1,545,143	1,131,858	413,285	27	9
스카힐 재주CC	(주)호텔롯데	권원식	색달 산24	1,727,204	1,254,670	472,534	27	9
로드랜드CC	(주)로드랜드	정홍희	봉성 산5	1,164,583	1,164,583	-	27	-
블랙스톤	(주)블랙스톤	원용권	금악 산67-1	1,446,128	1,021,348	424,780	18	9
수농	(주)수농	박찬수	가시 205	263,196	-	263,196	-	9

마. 패러글라이딩

- 한라산 산록에서 부는 바람과 해발 100~200m의 구릉지가 많아 패러글라이딩을 즐기기에 적당한 지형적 조건을 갖추고 있음.
- 특히 동부산업 도로의 성읍주변 일대의 영주산, 월랑봉, 백약봉 등 높고 낮은 오름이 많이 분포되어 있어 최적지로 각광 받고 있음.
- 영주산은 바람조건이 뛰어나고 풍향을 맞추기가 적당하여 마스터컵배쟁탈 패러글라이딩 대회와 그외 전국에서 유명한 각종 대회가 개최되고 있음.
- 그외에도 서부산업도로에 있는 금악도로, 당오름도 좋은 여건을 지니고 있고, 어승생오름, 정물오름, 군산, 산천단, 별도봉도 패러글라이딩을 즐기기에 좋은 조건을 갖추고 있음.

바. 다이빙 포인트 및 윈드서핑

- 제주도는 아열대 영향으로 연중 수온이 20~25℃(최저 15℃, 최고 30℃)로 유지되기 때문에 한 겨울에도 다이빙이 가능하며, 수중 투명도는 평균 15미터로서 최고 30미터까지 올라감.
- 1년중 투명도가 가장 높을 때는 산란기가 끝나고 수온이 올라가는 4, 5월과 9, 10월로 이 때가 스쿠버 다이빙을 하기에 가장 좋은 적기로 꼽힘.
- 제주 전역에 걸쳐 괴석과 계곡이 많이 산재해 있고 수중 투명도가 높은 편이지만 그 중에서도 산호 군락이 빼어난 곳으로는 서귀포 앞바다와 우도, 형제섬, 차귀도, 추자도가 다이빙 포인트로 유명함.
- 또한 해양 스포츠의 꽃으로 불리는 윈드서핑이 점차 대중적인 스포츠로

자리잡아가면서 더불어 윈드 서핑의 최적지로 제주도가 각광을 받고 있음.

- 제주도는 바람이 많아 윈드 서핑을 하기에 좋음. 그 중에서도 신양, 중문, 함덕, 괄지, 화순 해수욕장등 섬을 둘러싼 해변 곳곳은 여름철마다 서핑을 즐기는 관광객들의 많음.

〈표 3-4〉 제주지역 근해 다이빙 포인트

구분	수심(m)	시야(m)	특징
제주시	10~20	10~20	
우도	15~20	15~30	· 많은 종류의 산호와 각종 어종이 분포되어 있으며, 조류가 심함
차귀도	10~30	15~30	· 많은 종류의 산호와 각종 어종이 분포되어 있으며, 조류가 심함
섬섬	10~30	15~30	· 연산호, 꽃동산, 동물 등의 경관이 수려
문섬	10~30	15~30	· 연산호 군락이 장관이며 세계적으로 연산호 군락은 희귀함
범섬	10~30	15~30	· 연산호 군락과 어종이 다양함
형제섬	10~30	15~30	· 5개의 크고 작은 아치 및 연산호 군락과 어종이 다양
지귀도	10~30	15~30	· 아치 및 연산호 군락, 어종이 다양
송악산	15~30	15~30	· 아치 및 연산호 군락이 분포

자료 : 제주도, 해양관광 업무편람, 2002, p.105.

2. 쇼핑관광 육성 현황

가. 외국인전용관광기념품판매업 현황

- 관광진흥법에 의한 외국인 전용 관광기념품 판매업은 16개소임.

〈표 3-5〉 외국인 전용 관광기념품 판매업 현황

업 체 명	소 재 지	등 록 일
(주)한국기념품 백화점	제주시 노형동 908-5	'82. 8. 1
풍산식품	제주시 연동 304-22	'92. 3.10, '06.3.28대표자 변경
(주)호호식품, (주)명품(변경)	제주시 연동 512-3	'93.11. 9
그랜드민예사	제주시 연동 263-15	'82. 8. 1
롯데호텔 제주면세점	제주시 용담 2동 2002	'04. 3. 3
칼호텔토산품	제주시 이도1동 1691-9	'97. 9.12
낙원쇼핑	제주시 노형동 1288-5	'94. 4.22
뉴서울프라자	“ 911-3	'93. 6.21
서아통상(주) 제주지점	“ 908-5, 연동 1407-2(변경)	'04. 6.21
화창토산(주) 제주지점	제주시 도두1동 2618-9	'04. 7.17
롯데호텔 제주면세점	서귀포시 색달동 2812-4	'00. 4.17
(주)호텔신라 신제주면세점	제주시 연동 252-20	'00. 7.11
달우자수정	제주시 연동 1371-5	'02. 2. 4
진보식품	제주시 용담3동 1034-35	'05. 5. 23
한화토산	제주시 도두2동 1651-8	'06. 2. 6
삼화외국인쇼핑센터	제주시 이호2동 1558	'06. 4. 11

나. 보세판매장(면세점)현황

- 도내 면세점은 7곳이 설치되어 있으며, 제주국제자유도시개발센터(JDC)가 운영하는 면세점은 내국인 면세점임.
- 내국인 면세점은 제주를 방문한 여행객에 대한 면세혜택 부여로 제주 접근비용을 인하여 제주관광 활성화를 도모하는데 있음. 운영수익금은 국제자유도시 개발 및 지역산업 발전재원으로 활용함.

- 이용대상자는 항공기나 선박을 이용하여 출항하는 19세이상인자임.
- 구입한도는 1인 1회당 40만원(년 4회), 주류 1병 12만원 이하, 담배 10갑 이내임.
- 면세품목은 15개 품목으로 주류, 담배, 향수, 시계, 선그라스, 스카프 등임.
- 구입가격은 시중가보다 20% ~ 50% 저렴하게 구입이 가능함.
- 2006년 8월 현재 운영인원은 501명으로 개발센터 직원 141명, 입점업체 직원 335명, 용역직원 25명이며, 직원중 제주도민은 461명(전체인원의 92%)임.

〈표 3-6〉 보세판매장(면세점) 현황

보세판매장 (지정면세점)	소재지	개점 년월일	매장면적 (창고.m ²)	종업 원수
계			7,649 (2,834)	727
롯데제주 공항면세점	제주시 용담2동 2002번지 (제주공항내)	2004.02.07	123 (262)	43
(주)호텔신라 신제주면세점	제주시 연동 252-20	2000.06.07	3,344 (609)	157
(주)호텔롯데 롯데호텔제주 면세점	서귀포시 색달동 2812-4 (중문관광단지 롯데호텔내)	2000.03.22	2,292 (982)	94
JDC 공항면세점	제주시 용담2동 2002번지 (제주공항내)	2002.12.06	1,617 (849)	417
JDC 제주항1면세점	제주시 건입동 918-30 (제주항여객터미널내)	2002.12.06	142 (77)	16
JDC 제주항2면세점	제주시 건입동 908-1 (제주항국제여객터미널내)	2002.12.06	82 (34)	
JDC 성산포항면세점	제주도 남제주군 성산읍 성산리 347-9 (종합여객터미널내)	2005.4.30	49 (21)	

〈표 3-7〉 제주 내국인 면세점 내·외국인 이용현황 및 구매실적

(단위: 천명, 천달러, %)

구분		내국인	구성비	외국인	구성비	계
인원	2003년	1,206	98	23	2	1,229
	2004년	1,276	98	33	2	1,309
	2005년	1,672	97	45	3	1,717
금액	2003년	83,927	99	1,241	1	85,168
	2004년	100,657	98	2,033	2	102,690
	2005년	147,039	98	2,775	2	149,814

자료 : 관세청. 문화관광부, 2006년 관광동향에 관한 연차보고서, 2006, p.86.

나. 관광기념품 육성 현황

- 지역특성과 고유문화성을 살린 우수한 관광기념품 개발 장려 및 경영안정을 도모하고, 디자인 공모 등을 통해 제주를 대표하는 브랜드 관광기념품을 육성하고 있음.
- 민속공예품품질인증제도(제주지방중소기업청) 획득 장려 지원을 하고 있으며, 이를 통해 안정적인 판매확보를 지원함.

〈표 3-8〉 제주도 관광기념품 육성사례

연도	사업내용
2005년	<ul style="list-style-type: none"> · 민속공예품 개발 육성 및 한·일전통공예 교류사업 추진 - 공예품 경진대회 개최 지원 및 전시박람회 참가 지원 (3회) - 전국공예대전 출품결과 : 대통령상(갈옷인형), 장려상 등 6점 및 우수기관상 수상 - 한일해협연안 8개시도현 전통공예 공동전시회 개최 : 공예품 240여점 공동 전시 및 제작시연 (제주컨벤션센터)
2006년	<ul style="list-style-type: none"> · 특색있는 공예품 개발을 위한 공예품 공모전 개최(05. 6월) 및 마케팅 지원 - 전국공예대전 출품 대통령상 및 우수기관상 수상, 전시 및 박람회 참가지원 : 3회
2007년 계획(안)	<ul style="list-style-type: none"> · 제주도 관광기념품 공모전 개최 및 전국 공모전 참가 - 시기 : 2007년 6월, 9월 - 지역특성과 고유문화 특색 우수 관광기념품 시상 확대 - 입상작품에 대한 시상금 이외 포장비 등 일부 지원으로 출품작 확대 - 전국 공모전 입상작품에 대한 생산 장려금 지원(최저 6백만원→최고 4천만원) · 관광기념품 제작체험 지역공방 및 전시판매장 시설 - 시 기 : 2007. 3 - 2008. 5월 - 사업시행주체 : 제주특별자치도관광공예조합 - 장 소 : 제주시 지역 - 주요시설 : 창작공방, 체험공간, 전시·판매장, 정보·자료실, 회의·세미나실 - 소요예산 : 550,000천원(기금 300,000, 자부담 250,000)

자료 : 제주특별자치도 관광마케팅과, 2007년 주요 업무계획, 2006..

라. 재래시장 육성 현황

- 제주의 재래시장은 19개소이며, 상설시장 10개소, 오일시장 9개소가 운영 중임.
- 2006년에는 사업비 47억원(국비 25, 지방비 21, 기타 1)이 투입되어, 재래 시장 주차장 및 진입로 확충, 내부 환경개선, 장육·아케이드 시설 등을 추진하였음.

- 향후에도 기반시설 지속 확충 및 경영현대화로 재래시장 경쟁력 강화를 추구하고 있고, 소비자 구매패턴 변화에 부응하는 재래시장 활성화 방안을 강구하고 있음.
- 향후 재래시장 육성계획은 고객편의시설 지속 확충 및 환경개선사업, 소프트웨어 중심의 경영현대화사업 지속 추진, 시범육성시장 선정 집중 지원, 관광객 유입확대를 위한 재래시장 관광자원화 등을 추진할 예정임.

〈표 3-9〉 제주도 재래시장 육성사례

연도	사업내용
2005년	<ul style="list-style-type: none"> · 총 20개소 · 8,555.8백만원 · 시설현대화 사업 : 7개소, 7,907백만원 · 경영현대화 사업 : 13개소, 636.8백만원 - 전국단위 온라인 쇼핑몰 및 홈페이지 구축 개통 - 상인·공무원 워크샵, 도외 우수시장 비교연수, 상인교육 등 · 관광자원화 사업 : 12백만원
2006년 추진 및 향후 추진계획(안)	<ul style="list-style-type: none"> · 고객편의시설 지속 확충 및 환경개선사업 추진 - 대상시장 : 제주시민속오일시장 등 7개시장 - 사업비 : 4,745백만원(국비 2,546, 지방비2,084, 기타 115) · 소프트웨어 중심의 경영현대화사업 지속 추진 - 재래시장 활성화 이벤트 지원 : 7개시장 83백만원 - 상인·전문가 합동 도외 우수재래시장 비교연수 : 20명 6백만원 - 시장 이미지 제고를 위한 디자인 개발 지원 등 : 10백만원 · 시범육성시장 선정 집중 지원 - 대상시장 : 2개시장(동문재래수산물시장, 서귀포 매일시장) - 사업내용 : 경쟁력 확보 시장 또는 경쟁력 확보 가능시장을 시범 선정, 시설개선·경영혁신을 향후 2년간 집중 지원 · 관광객 유입확대를 위한 재래시장 관광자원화 추진 - 재래시장 Love Tour 개설 운영 : 7개시장 27백만원 - 외국어 병용 재래시장 홍보리후렛 제작 배부 등

자료 : 제주도 재정경제국, 2005년도 도의회 행정사무감사 주요업무보고 자료, 2005. 제주특별자치도 경제정책과, 제230회 제주특별자치도의회 임시회시 주요업무계획, 2006..

〈표 3-10〉 제주도내 오일장 현황

시군별	명칭	소재지	개설일	대지면적 (㎡)	개장일
계	9개소				
제주시 (3)	제주시민속 오일시장	도두1동 1204-1	98.11.22	49,042	2, 7일
	세화 오일시장	구좌읍 세화리 1500-43	80. 9. 7	4,752	5, 10일
	한림 오일시장	한림읍 대림리 1698-4	2002.9.14	12,416	4, 9일
서귀포시 (6)	서귀포향토 오일시장	동홍동 775-1	95. 9. 29	28,283	4, 9일
	중문 오일시장	중문동 2123-1	65. 1. 5	2,889	3, 8일
	대정 오일시장	대정읍 하모리 1067	83. 10. 1	13,975	1, 6일
	고성 오일시장	성산읍 고성리 1875-1	84. 4. 19	6,445	4, 9일
	성산 오일시장	성산읍 성산리 181-6	64.12. 29	1,665	1, 6일
	표선 오일시장	표선면 표선리 664-2	88. 6. 7	9,137	2, 7일

IV. 실증분석

1. 내국인 관광객 대상 설문조사

가. 조사개요

- 조사목적 : 제주방문 내국인의 레저·스포츠 관광활동과 쇼핑활동에 관한 과거경험과 미래의향 및 쇼핑 구매물품과 선호물품 파악
- 설문구성 : 관광객의 일반적 행동 특성, 레저·스포츠 관광활동에 대한 과거 경험과 미래 참여의향, 레저·스포츠 활동에 대한 전반적 관심과 참여도, 제주도의 레저·스포츠 환경 여건 및 시설 평가, 방문 쇼핑장소와 평가, 쇼핑 구매상품과 선호상품, 인구통계적 특성 등으로 구성
- 모집단 : 제주방문 내국인 관광객
- 표본크기 : 510명
- 표본추출방법 : 무작위표본추출법
- 자료수집도구 : 구조화된 설문지
- 조사방법 : 1:1 개별 면접에 의한 자기기입식 설문지법
- 조사기간 : 2006년 12월 13일~16일
- 조사기관 : 제주발전연구원 사회조사센터
- 수집된 자료는 데이터 코딩과정을 거쳐, 통계분석 프로그램 SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)를 이용하여 분석함.
- 표본의 특성을 파악하기 위해 서술적 통계(Descriptive Statistics)를 중심으로 빈도분석과 각 항목별 비율(%)을 활용한 평균값 비교분석 및 쌍체 비교 t-검증(paired-samples t-test) 등을 이용하였음.

나. 인구통계적 특성

- 성별 분포에서는 남성이 269명(52.7%), 여성이 241명(47.3%)으로 나타남.
- 연령별에서는 20대가 111명(21.8%), 30대가 141명(27.6%), 40대가 134명(26.3%), 50대가 93명(18.2%), 그리고 60대가 31명(6.1%)으로 나타남. 조사대상자의 연령별 분포는 대체로 고르게 분포된 것으로 나타남.
- 조사대상자의 학력별 분포에서는 대학졸업자가 가장 분포를 차지함(319명; 62.5%). 한편, 중학교 졸업 21명(4.1%), 고등학교 졸업 140명(27.5%), 대학원졸업 28명(5.5%), 그리고 기타 2명(0.4%)으로 나타남.
- 직업에서는 공무원/군인 30명(5.9%), 기업인/경영직 39명(7.6%), 사무/기술직 88명(17.3%), 판매/서비스직 58명(11.4%), 전문직 54명(10.6%), 생산/기능/노무직 23명(4.5%), 자영업자 87명(17.1%), 학생 41명(8.0%), 주부 79명(15.5%), 그리고 기타 11명(2.2%)으로 나타남.
- 거주지별 분포에서는 서울이 157명(30.8%)으로 가장 많은 빈도를 보임. 한편, 부산 71명(13.9%), 대구 35명(6.9%), 인천 56명(11.0%), 광주 26명(5.1%), 대전 20명(3.9%), 울산 14명(2.7%), 경기도 58명(11.4%), 강원도 3명(0.6%), 충청도 20명(3.9%), 경상도 18명(3.5%), 전라도 15명(2.9%), 그리고 기타 17명(3.3%)으로 나타남.
- 월평균 소득에서는 50만원 미만 47명(9.2%), 50~100만원 36명(7.1%), 101~200만원 158명(31.0%), 201~300만원 185명(36.3%), 그리고 300만원 이상 84명(16.5%)으로 나타남.
- 510명의 조사대상자들의 인구통계적 분포로 볼 때, 내국인 관광객들에 대한 표본조사가 잘 반영된 것으로 판단됨.

〈표 4-1〉 인구통계적 특성

구 분	변 수	응답자수(명)	비 율(%)
성 별	남자	269	52.7
	여자	241	47.3
연 령	20대	111	21.8
	30대	141	27.6
	40대	134	26.3
	50대	93	18.2
	60대 이상	31	6.1
학 력	중졸 이하	21	4.1
	고졸 이하	140	27.5
	대졸 이하	319	62.5
	대학원졸	28	5.5
	기타	2	0.4
직 업	공무원/군인	30	5.9
	기업인/경영직	39	7.6
	사무/기술직	88	17.3
	판매/서비스직	58	11.4
	전문직	54	10.6
	생산/기능/노무직	23	4.5
	자영업자	87	17.1
	학생	41	8.0
	주부	79	15.5
	기타	11	2.2
거주지	서울	157	30.8
	부산	71	13.9
	대구	35	6.9
	인천	56	11.0
	광주	26	5.1
	대전	20	3.9
	울산	14	2.7
	경기도	58	11.4
	강원도	3	0.6
	충청도	20	3.9
	경상도	18	3.5
	전라도	15	2.9
	기타	17	3.3
월평균 소득	50만원 미만	47	9.2
	50 - 100만원	36	7.1
	101 - 200만원	158	31.0
	201 - 300만원	185	36.3
	300만원 이상	84	16.5

다. 분석결과

1) 내국인 관광의 행동특성

(1) 제주방문횟수

- 전체 조사대상자의 제주방문횟수 조사에서는 재방문이 83.1%를 차지하고 있는 것으로 나타남.
- 첫 번째 방문자는 86명으로 16.9%이며, 2번째 방문자 169명(33.1%), 3번째 방문자 130명(25.5%), 4번째 방문자 44명(8.6%), 그리고 5번째 이상의 방문자는 81명으로 15.9%를 차지하고 있는 것으로 나타남.

〈표 4-2〉 제주방문횟수

구 분	응답자수(명)	비 율(%)
1번째	86	16.9
2번째	169	33.1
3번째	130	25.5
4번째	44	8.6
5번째 이상	81	15.9

(2) 제주방문목적

- 제주도 방문목적에서는 휴가여행/관광이 334명으로 65.5%를 차지함.
- 개인사업 여행 67명(13.1%), 공무출장 34명(6.7%), 회의 혹은 전시회 참가 23명(4.5%), 친지 및 친척방문 49명(9.6%), 기타 3명(0.6%)으로 나타남.

〈표 4-3〉 제주방문목적

구 분	응답자수(명)	비 율(%)
휴가여행/관광	334	65.5
개인사업	67	13.1
공무출장	34	6.7
회의 혹은 전시회 참가	23	4.5
친지 및 친척방문	49	9.6
기타	3	0.6

(3) 제주방문 체재일수

- 제주방문 체재일수에서는 2박 3일 여행이 가장 많은 것으로 조사됨(164명; 32.2%). 당일 여행자는 3명(0.6%), 1박 2일 88명(17.3%), 3박 4일 145명(28.4%), 4박 5일 74명(14.5%), 그리고 5박 6일 이상 36명(7.1%)으로 나타남.

〈표 4-4〉 제주방문 체재일수

구 분	응답자수(명)	비 율(%)
당일	3	0.6
1박 2일	88	17.3
2박 3일	164	32.2
3박 4일	145	28.4
4박 5일	74	14.5
5박 6일 이상	36	7.1

(4) 제주여행형태

- 제주여행형태에서는 개인여행이 309명(60.6%)으로 가장 많은 것으로 나타남. 한편, 여행을 통한 단체여행 124명(24.3%), 다른 조직에 의한 단체여행이

58명(11.4%), 위로·연수여행 10명(2.0%), 그리고 기타 9명(1.8%)으로 나타남.

〈표 4-5〉 제주여행형태

구 분	응답자수(명)	비 율(%)
개인여행(가족 및 비즈니스 여행)	309	60.6
여행사를 통한 단체여행	124	24.3
다른 조직에 의한 단체여행	58	11.4
위로·연수여행	10	2.0
기타	9	1.8

(5) 제주여행 선택 주요 결정요인

- 제주지역을 선택한 주요 결정요인에서 “저렴함 여행경비”라고 응답한 조사 대상자가 186명(36.5%)으로 가장 많은 것으로 조사됨.
- 한편, 다른 결정요인으로서 “짧은 여행거리 99명(19.4%)”, “교통의 편리성 26명(5.1%)”, “자연 관광자원의 매력 59명(11.6%)”, “역사·문화 관광자원의 매력 12명(2.4%)”, “한국의 대표적 섬이므로 82명(16.1%)”, 그리고 기타 46명(9.0%)으로 나타남.

〈표 4-6〉 제주여행 선택 주요 결정요인

구 분	응답자수(명)	비 율(%)
짧은 여행거리	99	19.4
저렴한 여행경비	186	36.5
교통의 편리성	26	5.1
자연 관광자원의 매력	59	11.6
역사·문화 관광자원의 매력	12	2.4
한국의 대표적인 섬이므로	82	16.1
기타	46	9.0

(6) 제주여행을 위해 가장 중요하게 이용한 정보원

- 제주여행을 위한 가장 중요하게 이용한 세가지 정보원은 여행사 129명(25.3%), 친구 및 친지 106명(20.8%), 그리고 제주도 인터넷 홈페이지 104명(20.4%)으로 조사됨.
- 다른 정보원으로 항공사 33명(6.5%), 신문광고 또는 기사 25명(4.9%), 잡지광고 또는 기사 22명(4.3%), TV광고 또는 기사 24명(4.7%), 소속회사 및 단체 35명(6.9%), 관광안내책자 27명(5.3%), 그리고 기타 5명(1.0%)으로 나타남.

〈표 4-7〉 제주여행을 위해 가장 중요하게 이용한 정보원

변 수	응답자수(명)	비 율(%)
여행사	129	25.3
항공사	33	6.5
신문광고 또는 기사	25	4.9
잡지광고 또는 기사	22	4.3
TV광고 또는 기사	24	4.7
친구 및 친지	106	20.8
소속회사 및 소속단체	35	6.9
관광안내책자	27	5.3
제주도 인터넷 홈페이지	104	20.4
기타	5	1.0

(7) 제주지역 여행중 가장 불편했던 점

- 쇼핑(81명; 15.9%), 제주여행정보(78명; 15.3%), 위탁시설 및 놀이(77명; 15.1%), 안내표지판(59명; 11.6%), 그리고 교통시설 및 교통수단(58명; 11.4%) 등이 조사대상자의 내국인 관광객들의 제주여행중 가장 불편했던 것들로 조사됨.

〈표 4-8〉 제주여행중 가장 불편했던 점

변 수	응답자수(명)	비 율(%)
음식	11	2.2
숙박	42	8.2
언어소통	9	1.8
문화적 차이	8	1.6
교통시설 및 교통수단	58	11.4
사람들의 불친절	20	3.9
화장실	12	2.4
관광지 해설체계	16	3.1
쇼핑	81	15.9
제주여행정보	78	15.3
위락시설 및 놀이	77	15.1
밤의 유흥	12	2.4
안내표지판	59	11.6
기타	27	5.3

2) 내국인 관광객의 레저·스포츠 관광활동과 평가

(1) 레저·스포츠 활동에 대한 관심과 참여도

- 평상시 레저·스포츠 활동에 대한 관심도는 100점 만점중 60.3점인 것으로 나타남. 평상시 레저·스포츠 활동에 관심이 많은 조사대상자는 242명(47.5%)으로 나타난 반면, 관심이 없는 응답자는 47명(9.2%)으로 나타남.
- 평상시 레저·스포츠 활동에 대한 참여도는 100점 만점중 56.9점인 것으로 나타남. 평상시 레저·스포츠 활동에 참여하는 조사대상자는 180명(35.3%)으로 조사된 반면, 참여하지 않는 응답자는 51명(10.0%)으로 나타남.
- 여행시 레저·스포츠 활동에 대한 관심도는 100점 만점중 58.7점으로 조사됨. 여행시 레저·스포츠 활동에 관심이 많은 조사대상자는 194명(38.0%)으로 나타난 반면, 관심이 없는 응답자는 37명(7.3%)으로 나타남.

- 여행시 레저·스포츠 활동에 대한 참여도는 100점 만점중 55.3점인 것으로 나타남. 여행시 레저·스포츠 활동에 참여하는 조사대상자는 144명(28.2%)으로 조사된 반면, 참여하지 않는 응답자는 50명(9.8%)으로 나타남.

〈표 4-9〉 레저·스포츠 활동에 대한 관심과 참여

구 분		응답자수(명)	비 율(%)	평균값
평상시 레저·스포츠 활동에 대한 관심	관심 없음	47	9.2	60.3
	보통	221	43.3	
	관심 많음	242	47.5	
평상시 레저·스포츠 활동에 대한 참여	참여하지 않음	51	10.0	56.9
	보통	279	54.7	
	참여함	180	35.3	
여행시 레저·스포츠 활동에 대한 관심	관심 없음	37	7.3	58.7
	보통	279	54.7	
	관심 많음	194	38.0	
여행시 레저·스포츠 활동에 대한 참여	참여하지 않음	50	9.8	55.3
	보통	316	62.0	
	참여함	144	28.2	

주) 각 항목별 빈도(응답자수)와 비율은 5점 척도를 3가지 분류의 범주형 변수로 변환하여 서술한 것이며, 평균값은 5점 척도를 0~100의 점수 척도로 환산하여 산출한 값임.

(2) 수상관련 레저·스포츠 관광활동

- 조사대상자들의 과거 2년 동안의 국내 여행시 참여했던 수상관련 레저·스포츠 활동에서는 해수욕(306명; 60.0%)을 가장 많이 참여한 것으로 조사됨. 다음으로는 낚시 184명(36.1%), 스쿠버 다이빙 56명(11.0%), 요트 39명(7.6%), 수상스키 38명(7.5%) 등의 수상관련 레저·스포츠 활동에 참여한 것으로 나타남.

- 이번 제주도 여행과 과거 2년 동안의 제주도 여행시 참여했던 수상관련 레저·스포츠 활동에서는 해수욕(238명; 46.7%)을 가장 많이 참여한 것으로 조사됨. 다음으로는 낚시 86명(16.9%), 스쿠버 다이빙 32명(6.3%), 요트 30명(5.9%), 윈드서핑 13명(2.5%) 등의 수상관련 레저·스포츠 활동에 참여한 것으로 나타남.
- 향후 2년 이내의 국내 여행시 참여하고 싶은 수상관련 레저·스포츠 활동에서는 스쿠버 다이빙(121명; 23.7%)을 가장 많이 하고 싶은 것으로 조사됨. 다음으로는 해수욕 114명(22.4%), 수상 스키 86명(6.3%), 낚시 79명(15.5%), 요트 66명(12.9%) 등의 수상관련 레저·스포츠 활동에 참여하고 싶은 것으로 나타남.

〈표 4-10〉 수상관련 레저·스포츠 관광활동

구 분		과거 2년 동안의 국내여행시 참여했던 활동	이번과 2년 동안의 제주도 여행시 참여했던 활동	향후 2년 이내의 국내여행시 참여하고 싶은 활동
낚시	응답자수	184	86	79
	비율(%)	36.1	16.9	15.5
카약/카누	응답자수	8	5	30
	비율(%)	1.6	1.0	5.9
모터보트	응답자수	29	11	38
	비율(%)	5.7	2.2	7.5
요트	응답자수	39	30	66
	비율(%)	7.6	5.9	12.9
스쿠버 다이빙	응답자수	56	32	121
	비율(%)	11.0	6.3	23.7
스노클(잠수용 호흡기구) 이용 잠수	응답자수	12	11	48
	비율(%)	2.4	2.2	9.4
해수욕	응답자수	306	238	114
	비율(%)	60.0	46.7	22.4
수상스키	응답자수	38	7	86
	비율(%)	7.5	1.4	16.9
윈드서핑	응답자수	22	13	61
	비율(%)	4.3	2.5	12.0

(3) 육지에서의 레저·스포츠 관광활동

- 조사대상자들의 과거 2년 동안의 국내 여행시 참여했던 육지에서의 레저·스포츠 활동에서는 등산(284명; 55.7%)을 가장 많이 참여한 것으로 조사됨. 다음으로는 골프 86명(16.9%), 승마 54명(10.6%), 관광지에서의 자전거 여행 35명(6.9%) 등의 레저·스포츠 활동에 참여한 것으로 나타남.
- 조사대상자들의 이번과 과거 2년 동안의 제주도 여행시 참여했던 육지에서의 레저·스포츠 활동에서는 등산(249명; 48.8%)을 가장 많이 참여한 것으로 조사됨. 다음으로는 승마 106명 (20.8%), 골프 87명(17.1%), 관광지에서의 자전거 여행 36명(7.1%) 등의 레저·스포츠 활동에 참여한 것으로 나타남.

〈표 4-11〉 육지에서의 레저·스포츠 관광활동

구 분		과거 2년 동안의 국내여행시 참여했던 활동	이번과 2년 동안의 제주도 여행시 참여했던 활동	향후 2년 이내의 국내여행시 참여하고 싶은 활동
등산	응답자수	284	249	118
	비율(%)	55.7	48.8	23.1
암벽등반	응답자수	15	2	43
	비율(%)	2.9	0.4	8.4
관광지에서의 자전거 여행	응답자수	35	36	64
	비율(%)	6.9	7.1	12.5
산악자전거	응답자수	12	7	24
	비율(%)	2.4	1.4	4.7
골프	응답자수	86	87	170
	비율(%)	16.9	17.1	33.3
승마	응답자수	54	106	192
	비율(%)	10.6	20.8	37.6
사냥	응답자수	15	11	97
	비율(%)	2.9	2.2	19.0
모터사이클	응답자수	0	1	23
	비율(%)	0	0.2	4.5
스케이트보드	응답자수	2	1	24
	비율(%)	0.4	0.2	4.7

- 향후 2년 이내의 국내 여행시 참여하고 싶은 육지에서의 레저·스포츠 활동에서는 승마(192명; 37.6%)를 가장 많이 참여하고 싶은 것으로 조사됨. 다음으로는 골프 170명(33.3%), 등산 118명 (23.1%), 사냥 97명(19.0%), 관광지에서의 자전거 여행 64명(12.5%) 등의 레저·스포츠 활동에 참여하고 싶은 것으로 나타남.

(4) 팀 스포츠 및 게임관련 레저·스포츠 관광활동

- 조사대상자들의 과거 2년 동안의 국내 여행과 제주도 여행(이번 여행을 포함)시 참여했던 팀 스포츠 및 게임관련 레저·스포츠 활동에서는 볼링과 축구를 가장 많이 참여한 것으로 조사됨.
- 반면, 향후 2년 이내의 국내 여행시 참여하고 싶은 팀 스포츠 및 게임관련 레저·스포츠 활동에서는 테니스(33명; 6.5%)와 비치 배구(28명; 4.5%)를 가장 많이 참여하고 싶은 것으로 나타남.

〈표 4-12〉 팀 스포츠 및 게임 관련 레저·스포츠 관광활동

구 분		과거 2년 동안의 국내여행시 참여했던 활동	이번과 2년 동안의 제주도 여행시 참여했던 활동	향후 2년 이내의 국내여행시 참여하고 싶은 활동
비치 배구	응답자수	21	17	28
	비율(%)	4.1	3.3	4.5
볼링	응답자수	65	43	9
	비율(%)	12.7	8.4	1.8
축구	응답자수	25	28	5
	비율(%)	4.9	5.5	1.0
테니스	응답자수	24	22	33
	비율(%)	4.7	4.3	6.5
배구	응답자수	8	16	1
	비율(%)	1.6	3.1	0.2

(5) 상공 레저·스포츠 관광활동

- 조사대상자들의 과거 2년 동안의 국내 여행시와 제주도 여행시 참여했던 상공 레저·스포츠 활동에서는 열기구 타기를 가장 많이 참여한 것으로 조사됨.
- 향후 2년 이내의 국내 여행시 참여하고 싶은 상공 레저·스포츠 활동에서도 열기구 타기(120명; 23.5%)를 가장 많이 참여하고 싶은 것으로 나타났으며, 다음으로는 행글라이더(89명; 17.5%)와 낙하산 타기(46명; 9.0%)로 나타남.

〈표 4-13〉 상공 레저·스포츠 관광활동

구 분		과거 2년 동안의 국내여행시 참여했던 활동	이번과 2년 동안의 제주도 여행시 참여했던 활동	향후 2년 이내의 국내여행시 참여하고 싶은 활동
행글라이더	응답자수	8	3	89
	비율(%)	1.6	0.6	17.5
열기구 타기	응답자수	31	70	120
	비율(%)	6.1	13.7	23.5
낙하산 타기	응답자수	1	1	46
	비율(%)	0.2	0.2	9.0

(6) 겨울철 관련 레저·스포츠 관광활동

- 조사대상자들의 과거 2년 동안의 국내 여행시 참여했던 겨울철 관련 레저·스포츠 활동에서는 스키(156명; 30.6%)를 가장 많이 참여한 것으로 조사됨. 다음으로는 겨울산악 67명(13.1%), 스노우보드 35명(10.6%), 얼음 낚시 29명(5.7%) 등의 레저·스포츠 활동에 참여한 것으로 나타남.
- 과거 2년 동안의 제주도 여행과 이번 여행시 참여했던 겨울철 관련 레저·스포츠 활동에서는 겨울산악(61명; 12.0%)를 가장 많이 참여한 것으로 조사됨.

- 향후 2년 동안의 국내 여행시 참여하고 싶은 겨울철 관련 레저·스포츠 활동에서도 스키(180명; 35.3%)를 가장 많이 참여하고 싶은 것으로 나타남. 다음으로는 얼음 낚시 128명(25.1%), 겨울산악 118명(23.1%) 등의 레저·스포츠 활동에 참여하고 싶은 것으로 나타남.

〈표 4-14〉 겨울철 관련 레저·스포츠 관광활동

구 분		과거 2년 동안의 국내여행시 참여했던 활동	이번과 2년 동안의 제주도 여행시 참여했던 활동	향후 2년 이내의 국내여행시 참여하고 싶은 활동
스키	응답자수	156	5	180
	비율(%)	30.6	1.0	35.3
스케이트	응답자수	14	6	18
	비율(%)	2.7	1.2	3.5
스노우보드	응답자수	35	1	55
	비율(%)	6.9	0.2	10.8
겨울 산악	응답자수	67	61	118
	비율(%)	13.1	12.0	23.1
얼음 낚시	응답자수	29	6	128
	비율(%)	5.7	1.2	25.1

(7) 제주도의 레저·스포츠 환경 여건 및 시설 평가

- 관광객을 위한 제주도 현재의 레저·스포츠 활동 환경 평가에서는 100점 만점중 51.5점인 것으로 나타남. 우수하지 못하다고 평가한 응답자는 114명(22.4%)인 반면, 우수하다고 평가한 조사대상자는 152명(29.8%)으로 나타남.
- 관광객을 위한 제주도의 미래 레저·스포츠 활동 환경여건 평가에서는 100점 만점중 61.5점인 것으로 나타남. 우수하지 못하다고 평가한 응답자는 45명(8.8%)인 반면, 우수하다고 평가한 조사대상자는 236명(46.3%)으로 나타남.
- 관광객을 위한 제주도 현재의 레저·스포츠 시설 평가에서는 100점 만점중 50.4점인 것으로 나타남. 우수하지 못하다고 평가한 응답자는 124명(24.3%)인 반면, 우수하다고 평가한 조사대상자는 132명(25.9%)으로 나타남.

- 관광객을 위한 제주도의 레저·스포츠 활동관련 상품개발 정도에 대한 평가에서는 100점 만점중 52.3점인 것으로 나타남. 우수하지 못하다고 평가한 응답자는 119명(23.3%)인 반면, 우수하다고 평가한 조사대상자는 156명(30.6%)으로 나타남.

〈표 4-15〉 제주도의 레저·스포츠 환경 여건 및 시설 평가

구 분		응답자수	비 율	평균값
관광객을 위한 제주도의 레저·스포츠 활동의 현재 환경	우수하지 못함	114	22.4	51.5
	보통	224	47.8	
	우수함	152	29.8	
관광객을 위한 제주도의 레저·스포츠 활동의 미래 환경여건 평가	우수하지 못함	45	8.8	61.5
	보통	229	44.9	
	우수함	236	46.3	
관광객을 위한 제주도의 레저·스포츠 활동 시설 수준	우수하지 못함	124	24.3	50.4
	보통	254	49.8	
	우수함	132	25.9	
관광객을 위한 제주도의 레저·스포츠 활동의 상품개발 정도 평가	우수하지 못함	119	23.3	52.3
	보통	235	46.1	
	우수함	156	30.6	

주) 각 항목별 빈도(응답자수)와 비율은 5점 척도를 3가지 분류의 범주형 변수로 변환하여 서술한 것이며, 평균값은 5점 척도를 0~100의 점수 척도로 환산하여 산출한 값임.

3) 내국인 관광객의 쇼핑 활동과 평가

(1) 방문 쇼핑장소

- 응답자들의 과거 2년 동안의 국내 여행시 방문했던 쇼핑장소에서는 관광기념품 상가(246명; 48.2%)를 가장 많이 방문했던 것으로 조사됨. 다음으로는

대형할인매장 244명(47.8%), 면세점 209명(41.0%), 지역중소소매점 183명(35.9%), 재래시장 163명(32.0%), 관광농원 및 특산물판매점 136명(26.7%)의 순으로 방문했던 것으로 나타남.

- 반면, 조사대상자들의 이번 여행과 과거 2년 동안의 제주도 여행시 방문했던 쇼핑장소에서는 면세점 318명(62.4%)을 가장 많이 방문했던 것으로 나타남. 다음으로는 관광기념품 상가(304명; 59.6%), 관광농원 및 특산물판매점 178명(34.9%), 대형할인매장 190명(37.3%), 재래시장 157명(30.8%), 지역중소소매점 128명(35.9%)의 순으로 방문했던 것으로 나타남.

〈표 4-16〉 방문 쇼핑장소

구 분		과거 2년 동안의 국내여행시 쇼핑장소	이번과 2년 동안의 제주도 여행시 쇼핑장소	t값	p값(Sig.)
면세점 (또는 내국인 면세점)	응답자수	209	318	-8.215	.000
	비율(%)	41.0	62.4		
재래시장	응답자수	163	157	.457	.648
	비율(%)	32.0	30.8		
지역중소소매점 (의류전문점 등)	응답자수	183	128	4.874	.000
	비율(%)	35.9	24.1		
관광기념품 상가	응답자수	246	304	-4.589	.000
	비율(%)	48.2	59.6		
관광농원 및 특산물판매점	응답자수	136	178	-3.887	.000
	비율(%)	26.7	34.9		
대형할인매장	응답자수	244	190	4.288	.000
	비율(%)	47.8	37.3		

주: 쌍체비교 t-검증(paired-samples t-test)은 각 항목별 비율(%)을 평균값으로 고려하여 산출한 결과임.

- 한편, 방문 쇼핑장소에 대한 쌍체비교 t-검증 결과, 내국인 관광객들은 제주도에서 면세점, 관광기념품 상가, 관광농원 및 특산물판매점을 다른 국내의 관광지에서보다도 더 많이 방문하는 쇼핑장소인 것으로 조사됨.

(2) 제주도 쇼핑장소에 대한 평가

(1) 면세점

- 제주도의 면세점에 대한 전체 평가점수는 100점 만점중 72.6점으로 나타남.
- 면세점 평가에 대한 세부항목에서 서비스는 83.5점으로 가장 우수한 속성으로 나타난 반면, 제품의 다양성은 57.4점으로 가장 낮은 것으로 나타남. 다음으로는 품질(76.3), 시설(73.4), 가격(72.6)의 순으로 나타남.

〈표 4-17〉 제주도 면세점에 대한 평가

(단위: 명, %; n=318)

구 분		우수하지 못함	보통	우수함	평균(72.6)
서비스	응답자수	4	97	217	83.5
	비율(%)	1.3	30.5	68.2	
시 설	응답자수	15	139	164	73.4
	비율(%)	4.7	43.7	51.6	
가 격	응답자수	8	158	152	72.6
	비율(%)	2.5	49.7	47.8	
품 질	응답자수	7	137	174	76.3
	비율(%)	2.2	43.1	54.7	
다양성	응답자수	41	189	88	57.4
	비율(%)	12.9	59.4	27.7	

주) 전체 평균값과 항목별 평균값은 3점 척도를 0~100의 점수 척도로 환산하여 산출한 값임.

(2) 재래시장

- 제주도의 재래시장에 대한 전체 평가점수는 100점 만점중 68.7점으로 나타남.
- 재래시장 평가에 대한 세부항목에서 상품의 다양성이 74.2점으로 가장 우수

한 속성으로 나타난 반면, 시설은 60.8점으로 가장 낮은 것으로 조사됨. 다음으로는 가격(72.6), 품질(70.7), 서비스(65.3)의 순으로 나타남.

〈표 4-18〉 제주도 재래시장에 대한 평가

(단위: 명, %: n=157)

구 분		우수하지 못함	보통	우수함	평균(68.7)
서비스	응답자수	10	89	58	65.3
	비율(%)	6.4	56.7	36.9	
시 설	응답자수	13	97	47	60.8
	비율(%)	8.3	61.8	29.9	
가 격	응답자수	5	76	76	72.6
	비율(%)	3.2	48.4	48.4	
품 질	응답자수	3	86	68	70.7
	비율(%)	1.9	54.8	43.3	
다양성	응답자수	4	73	80	74.2
	비율(%)	2.5	46.5	51.0	

주) 전체 평균값과 항목별 평균값은 3점 척도를 0~100의 점수 척도로 환산하여 산출한 값임.

(3) 지역중소소매점

- 제주도의 지역중소소매점에 대한 전체 평가점수는 59.1점으로 나타남.
- 지역중소소매점 평가에 대한 세부항목에서 서비스가 68.1점으로 가장 우수한 속성으로 나타난 반면, 가격은 52점으로 가장 낮은 것으로 조사됨. 다음으로는 품질(62.9), 시설(57.4), 제품의 다양성(54.3)의 순으로 나타남.

〈표 4-19〉 제주도 지역중소소매점에 대한 평가

(단위: 명, %; n=128)

구 분		우수하지 못함	보통	우수함	평균(59.1)
서비스	응답자수	14	52	62	68.8
	비율(%)	10.9	40.6	48.4	
시 설	응답자수	12	85	31	57.4
	비율(%)	9.4	66.4	24.2	
가 격	응답자수	26	71	31	52.0
	비율(%)	20.3	55.5	24.2	
품 질	응답자수	16	63	49	62.9
	비율(%)	12.5	49.2	38.3	
다양성	응답자수	18	81	29	54.3
	비율(%)	14.1	63.3	22.7	

주) 전체 평균값과 항목별 평균값은 3점 척도를 0~100의 점수 척도로 환산하여 산출한 값임.

(4) 관광기념품 상가

- 제주도의 관광기념품 상가에 대한 전체 평가점수는 64.3점으로 나타남.
- 관광기념품 상가 평가에 대한 세부항목에서 서비스가 73.2점으로 가장 우수한 속성으로 나타난 반면, 가격은 53.3점으로 가장 낮은 것으로 조사됨. 다음으로는 품질(69.1), 시설(65.5), 제품의 다양성(60.7)의 순으로 나타남.

〈표 4-20〉 제주도 관광기념품 상가에 대한 평가

(단위: 명, %; n=304)

구 분		우수하지 못함	보통	우수함	평균(64.3)
서비스	응답자수	16	131	157	73.2
	비율(%)	5.3	43.1	51.6	
시 설	응답자수	20	170	114	65.5
	비율(%)	6.6	55.9	37.5	
가 격	응답자수	62	160	82	53.3
	비율(%)	20.4	52.6	27.0	
품 질	응답자수	19	150	135	69.1
	비율(%)	6.3	49.3	44.4	
다양성	응답자수	39	161	104	60.7
	비율(%)	12.8	53.0	34.2	

주) 전체 평균값과 항목별 평균값은 3점 척도를 0~100의 점수 척도로 환산하여 산출한 값임.

(5) 관광농원 및 특산물판매점

- 제주도의 관광농원 및 특산물판매점에 대한 전체 평가점수는 100점 만점중 61.6점으로 나타남.
- 관광농원 및 특산물판매점 평가에 대한 세부항목에서 품질이 66.6점으로 가장 우수한 속성으로 나타난 반면, 가격은 53.4점으로 가장 낮은 것으로 조사됨. 다음으로는 서비스(66.3), 시설(64.3), 제품의 다양성(57.6)의 순으로 나타남.

〈표 4-21〉 관광농원 및 특산물판매점에 대한 평가

(단위: 명, %; n=178)

구 분		우수하지 못함	보통	우수함	평균(61.6)
서비스	응답자수	11	98	69	66.3
	비율(%)	6.2	55.1	38.8	
시 설	응답자수	15	97	66	64.3
	비율(%)	8.4	54.5	37.1	
가 격	응답자수	38	90	50	53.4
	비율(%)	21.3	50.6	28.1	
품 질	응답자수	14	91	73	66.6
	비율(%)	7.9	51.1	41.0	
다양성	응답자수	33	85	60	57.6
	비율(%)	18.5	47.8	33.7	

주) 전체 평균값과 항목별 평균값은 3점 척도를 0~100의 점수 척도로 환산하여 산출한 값임.

(6) 대형할인매장

- 제주도의 대형할인매장에 대한 전체 평가점수는 76.5점으로 나타남.
- 대형할인매장 평가에 대한 세부항목에서 서비스가 81.8점으로 가장 우수한 속성으로 나타난 반면, 제품의 다양성은 73.4점으로 가장 낮은 것으로 조사됨. 다음으로는 시설(76.8), 품질(75.8), 가격(74.7)의 순으로 나타남.

〈표 4-22〉 대형할인매장에 대한 평가

(단위: 명, %; n=190)

구 분		우수하지 못함	보통	우수함	평균(76.5)
서비스	응답자수	4	61	125	81.8
	비율(%)	2.1	32.1	65.8	
시 설	응답자수	4	80	160	76.8
	비율(%)	2.1	42.1	55.8	
가 격	응답자수	4	88	98	74.7
	비율(%)	2.1	46.3	51.6	
품 질	응답자수	4	84	102	75.8
	비율(%)	2.1	44.2	53.7	
다양성	응답자수	6	89	95	73.4
	비율(%)	3.2	46.8	50.0	

주) 전체 평균값과 항목별 평균값은 3점 척도를 0~100의 점수 척도로 환산하여 산출한 값임.

(3) 제주도에서의 쇼핑 구매물품과 일반적 선호물품

- 전체적으로 볼 때, 조사대상자들의 여행시 쇼핑 선호물품과 이번 제주도 여행에서의 구매한 또는 구매하고자 하는 물품들의 상위 품목들은 거의 동일한 것으로 조사됨(관광기념품류, 지역토산품, 지역 농·수산물, 건강 식품류, 의류, 주류, 전통주(토속주), 향수 및 화장품, 담배류, 전통공예품/민예품 등).
- 쇼핑 구매물품에 대한 쌍체비교 t-검증 결과, 내국인 관광객들은 제주도에서 담배류와 주류를 일반적으로 선호되는 정도보다도 더 많이 구매된 것으로 조사됨.

〈표 4-23〉 제주도에서의 쇼핑 구매물품과 선호물품(단위: 명, %; n=510)

구 분		제주에서 구매한 또는 구매하고자 하는 상품	여행시 일반적 쇼핑 선호상품	t값	p값(Sig.)
관광기념품류	응답자수	232	220	1.029	.304
	비율(%)	45.5	43.1		
전통 공예품/민예품	응답자수	91	88	0.272	.785
	비율(%)	17.8	17.3		
지역토산품	응답자수	196	208	-0.943	0.346
	비율(%)	38.4	40.8		
지역 농·수산물	응답자수	147	154	-0.670	.503
	비율(%)	28.8	30.2		
전통주(술), 토속주	응답자수	129	138	-0.752	.452
	비율(%)	25.3	27.1		
의류(옷)	응답자수	97	139	-3.565	.000
	비율(%)	19.0	27.3		
향수, 화장품	응답자수	95	107	-1.078	.282
	비율(%)	18.6	21.0		
액세서리	응답자수	66	88	-2.441	.015
	비율(%)	12.9	17.3		
보석류	응답자수	22	43	-2.906	.004
	비율(%)	4.3	8.4		
전기 및 전자제품	응답자수	17	29	-1.952	.050
	비율(%)	3.3	5.7		
자기, 도자기	응답자수	13	39	-3.802	.000
	비율(%)	2.5	7.6		
담배류	응답자수	129	91	3.738	.000
	비율(%)	25.3	17.8		
주류	응답자수	157	139	1.606	.109
	비율(%)	30.8	27.3		
건강식품류	응답자수	102	151	-4.075	.000
	비율(%)	20.0	29.6		
식료품	응답자수	29	35	-0.973	.331
	비율(%)	5.7	6.9		
서적, 잡지, 문구류	응답자수	15	19	-0.707	.480
	비율(%)	2.9	3.7		
인형, 장난감, 게임기	응답자수	7	17	-2.513	.012
	비율(%)	1.4	3.3		
신발류	응답자수	9	22	-2.615	.009
	비율(%)	1.8	4.3		
시계	응답자수	12	33	-3.312	.001
	비율(%)	2.4	6.5		
기타	응답자수	2	1	1.000	.318
	비율(%)	0.4	0.2		

다. 시사점

1) 레저·스포츠 관광활동

- 첫째, 전반적으로 내국인 관광객들은 평상시 레저·스포츠 활동에 대한 관심과 참여보다는 여행시 관광지에서의 레저·스포츠 활동에 대한 관심과 참여가 상대적으로 낮은 것으로 파악되었으나, 분석결과와 같이 향후 여행시 참여하고 싶은 세부적 레저·스포츠 종류에서는 모험적(adventurous)이고 독특한(unique) 레저·스포츠 관광활동에 대한 참여 의향이 높은 것으로 파악되었음. 그러므로 장기적 측면에서 제주도 환경 특성과 부합하고 시장성이 충분히 있는 레저·스포츠 관광활동에 대한 시설이나 상품개발을 도모해야 함.
- 둘째, 수상관련 레저·스포츠 관광활동에서 낚시와 해수욕을 제외한 다른 모든 종류들(카약/카누, 모터보트, 요트, 스쿠버 다이빙, 스노클 이용 잠수, 수상스키, 윈드서핑)은 과거나 현재 참여경험에 비해 미래의 여행시 참여 의향이 높은 종류인 것으로 파악되었음. 그러므로 이러한 수상관련 레저·스포츠 관광활동 종류들을 중심으로 제주도 환경여건에 맞는 것들을 개발하여 상품화하는 것이 중요함.
- 셋째, 육지에서의 레저·스포츠 관광활동에서 등산을 제외한 다른 모든 종류들(암벽등반, 관광지에서의 자전거 여행, 산악자전거, 골프, 승마, 사냥, 모터사이클, 스케이트보드)은 과거나 현재 참여경험에 비해 미래 여행시 참여 의향이 높은 종류인 것으로 파악되었음. 그러므로 이러한 육지에서의 레저·스포츠 관광활동 종류들을 중심으로 제주도 환경여건에 맞는 것들을 개발하여 상품화하는 것이 중요함. 특히 승마와 골프 관광활동이 미래의 의향에 가장 높게 나타난 항목들인데, 제주도의 경우 환경 여건도 좋고 이미 개발된 것이지만 좀더 고객 지향적인 상품이 되도록 노력해야

함(예, 관광객을 위한 승마 및 골프 현장교육 프로그램과 체험상품). 또한 장기적 측면에서의 자전거(cycling or biking)나 도보(hiking) 여행자를 위한 도로 여건 개선 등을 고려해야 하고, 제주도의 아름다운 자연경관과 역사·문화적 자원들을 결합한 새로운 자전거 및 도보 여행루트나 코스 등의 개발도 필요할 것으로 사료됨.

- 넷째, 전반적으로 팀 스포츠 및 게임관련 레저·스포츠 관광활동에 대한 미래 참여 의향은 과거나 현재 경험에 비해 낮은 것으로 파악되었으나, 비치 배구와 테니스가 미래 여행시 참여 의향이 높은 종류인 것으로 파악되었음. 그러므로 이러한 팀 스포츠 및 게임관련 레저·스포츠 관광활동 종류들을 중심으로 제주도 환경여건에 맞는 것들을 개발하여 상품화하는 것이 중요함.
- 다섯째, 상공 레저·스포츠 관광활동에 대한 미래 참여 의향은 과거나 현재 경험에 현저히 높은 것으로 파악되었음. 따라서 제주도에서 향후 관광객들의 레저·스포츠 관광활동에 대한 욕구를 충족시키고, 부가 가치적 관광수입을 얻기 위해서는 열기구 타기, 행글라이더 및 낙하산 타기와 같은 상공 레저·스포츠에 대한 시설 및 상품개발이 시급히 이루어져야 할 것으로 판단됨.
- 여섯째, 겨울철 관련 레저·스포츠 관광활동에 대한 미래 참여 의향은 과거나 현재 경험에 현저히 높은 것으로 파악되었음. 따라서 제주도에서 향후 관광객들의 이러한 레저·스포츠 관광활동에 대한 욕구를 충족시키고, 비수기의 어려움을 타개시키며, 부가 가치적 관광수입을 얻기 위해서는 스키, 얼음 낚시, 겨울산악, 스노우보드 및 스케이트 등과 같은 겨울철 레저·스포츠에 대한 시설 및 상품개발이 시급히 이루어져야 할 것으로 판단됨.

- 일곱째, 제주도의 레저·스포츠 환경 여건 및 시설과 상품개발에 대한 평가는 전반적으로 긍정적으로 평가되었으며, 미래 가치도 높게 평가된 것으로 파악되었음. 그러므로 손익분석(cost-benefit analysis)을 통하여 제주도의 환경 및 시설(특히 자원 및 하부구조) 여건에 잘 맞고 시장성, 성장가능성 및 경쟁력이 충분한 레저·스포츠 관광활동에 대한 관련시설을 개발하여 이를 상품화하여 미래의 관광객 욕구충족에 부합할 수 있도록 대비해야 함. 이러한 결과는 비수기의 어려움을 타개시키며 부가 가치적 관광수입을 가져다 줄 것으로 판단됨.
- 결론적으로 단순한 볼거리 여행을 넘어서 관광객들의 높은 레저·스포츠 관광활동 참여는 일반적으로 높은 관광비용을 창출시키고, 장기숙박여행을 유발하며, 관광객들의 만족이나 여행가치를 한층 높이는 역할을 하고, 다른 사람들에게 긍정적 구전 및 선전효과를 가져다 주며, 더 많은 재방문객들을 보유할 수 있게 하는 것으로 알려져 있음. 그러므로 관광객들에게 다양하고 독특한 관광활동이나 경험을 제공할 수 있는 시설이나 상품개발이 무엇보다 중요하다고 판단됨.

2) 쇼핑활동

- 첫째, 내국인 관광객들은 면세점과 관광기념품 상가, 관광농원 및 특산물 판매점을 다른 국내의 관광지에서 보다 제주도 여행시 더 많이 방문했던 쇼핑장소인 것으로 밝혀졌으며, 다섯 가지 평가 항목(서비스, 시설, 가격, 품질, 다양성)을 활용한 내국인 관광객들의 제주도 쇼핑장소에 대한 전체 평가에서 대형할인매장이 가장 높은 점수(76.5)를 받은 반면, 지역중소소매점은 가장 낮은 점수(59.1)를 받은 것으로 나타남. 다음으로는 면세점(72.6), 재래시장(68.7), 관광기념품 상가(64.3), 관광농원 및 특산물판매점

(61.6) 등의 순으로 나타남. 내국인 관광객들이 많이 방문하는 쇼핑장소에서 면세점을 제외한 관광기념품 상가와 관광농원/특산물판매점에 대한 평가 점수가 상대적으로 낮은 것에 주목해야 함. 그러므로 내국인 관광객들의 제주도에서의 주요 쇼핑장소에 대한 서비스, 시설, 가격, 품질, 다양성 등에 대한 개선의 노력이 필요함을 시사함.

- 둘째, 면세점에 대한 내국인 관광객들의 평가에서 서비스, 품질, 시설, 가격은 우수하다고 평가된 반면, 제품의 다양성은 상대적으로 덜 우수한 것으로 나타남. 따라서 면세점에서는 더 많은 쇼핑관광객을 유치하고, 쇼핑 체험의 만족과 가치를 높여주기 위해서는 다양한 제품들을 판매하려는 노력이 요구됨.
- 셋째, 재래시장에 대한 내국인 관광객들의 평가에서 제품의 다양성, 가격, 품질은 우수하다고 평가된 반면, 서비스나 시설은 상대적으로 덜 우수한 것으로 나타남. 그러므로 재래시장에서 더 많은 관광객들을 유치하여 관광수입을 증대시키기 위해서는 서비스와 시설의 개선이 필요함을 시사하고 있음.
- 넷째, 지역중소소매점에 대한 내국인 관광객들의 평가에서는 서비스, 시설, 가격, 품질, 다양성 모두 다른 쇼핑장소에 비해 전반적으로 우수하지 못한 것으로 평가되어 많은 개선의 노력이 필요함을 시사함. 따라서 지역중소소매점에서는 어떻게 다른 쇼핑장소와 차별화하여 관광객들을 유치하고, 관광수입과 기타 다른 편익이나 이점을 있는지에 대한 연구가 필요함.
- 다섯째, 관광기념품 상가에 대한 내국인 관광객들의 평가에서 서비스는 우수하다고 평가된 반면, 시설, 가격, 품질 및 제품의 다양성은 상대적으로 덜 우수한 것으로 나타남. 관광기념품 상가는 관광객들이 가장 많이 방문하는 쇼핑장소이므로 관광기념품 상가의 쇼핑관광객들의 다른 장소로의

이탈을 방지하고 더 많은 관광수입을 증대시키기 위해서는 다각적인 개선의 노력이 필요함을 시사하고 있음.

- 여섯째, 관광농원 및 특산물판매점에 대한 내국인 관광객들의 평가에서 서비스, 시설, 가격, 품질 및 제품의 다양성 모두 전반적으로 덜 우수한 것으로 나타남. 관광기념품 상가와 마찬가지로 관광농원과 특산물판매점은 제주도에서 관광객들이 많이 방문하는 쇼핑장소이므로 고객의 유지와 수입증대를 위하여 장소 차별화 전략, 판매전략, 브랜드전략, 좋은 이미지가꾸기 등과 같은 다각적인 개선의 노력이 필요함을 시사하고 있음.
- 일곱째, 대형할인매장에 대한 내국인 관광객들의 평가에서 전반적 평가 뿐만 아니라 서비스, 시설, 가격, 품질, 제품의 다양성에서도 모두 우수하다고 평가되었음. 그러나 대형할인매장은 관광객들이 가장 많이 방문하는 쇼핑장소가 아니므로 지역주민 뿐만 아니라 더 많은 관광객들을 유치하고 관광수입을 증대시키기 위해서는 관광객들을 대상으로 한 홍보 및 판매전략을 극대화시킴으로써 더 많은 이점을 확보할 수 있을 것으로 기대됨.
- 여덟째, 내국인 관광객들은 제주도에서 관광기념품류를 가장 많이 구매하는 것으로 밝혀졌으며, 지역토산품, 주류, 지역 농·수산물, 전통술(토속주), 일반 주류, 건강식품류, 전통공예품/민예품, 의류, 향수/화장품, 액세서리, 식료품 등도 많이 구매하는 것으로 파악되었음.

2. 관광기념품업자 대상 설문조사

가. 조사개요

- 조사목적 : 관광기념품업의 경영실태를 파악하여 개선방안을 마련하고자 설문조사를 시행함.
- 설문구성 : 경영상태, 경영상태 개선을 위한 전략, 인구통계적 변수 등으로 구성함.
- 모집단 : 관광기념품업자
- 표본크기 : 120명
- 표본추출방법 : 무작위표본추출법
- 자료수집도구 : 구조화된 설문지
- 조사방법 : 1:1 개별 면접에 의한 자기기입식 설문지법
- 조사기간 : 2006년 12월 13일 ~ 20일
- 조사기관 : 제주발전연구원 사회조사센터
- 수집된 자료는 데이터 코딩과정을 거쳐, 통계분석 프로그램 SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)를 이용하여 분석함.
- 표본의 특성을 파악하기 위해 서술적 통계(Descriptive Statistics)를 중심으로 빈도분석을 이용하였음.

나. 인구통계적 및 기념품특성

- 성별은 남자 70명(58.3%), 여자 50명(41.7%)임.
- 연령별로는 50대 51명(42.5%), 40대 46명(38.3%), 30대 14명(11.7%), 60대 이상 8명(6.7%) 등으로 나타남.
- 경영년수로는 4~5년 35명(29.2%), 6~10년 32명(26.7%), 11~15년 18명(15.0%), 16~20년 16명(13.4%) 등으로 나타남.
- 소유형태로는 임대 74명(61.7%), 본인점포 44명(36.7%), 노점 2명(1.7%) 등으로 나타남.

〈표 4-24〉 인구통계적 및 기념품점 특성

구 분	변 수	응답자수(명)	비 율(%)
성 별	남자	70	58.3
	여자	50	41.7
연 령	20대	1	.8
	30대	14	11.7
	40대	46	38.3
	50대	51	42.5
	60대 이상	8	6.7
경영년수	1년이하	2	1.7
	2~3년	13	10.8
	4~5년	35	29.2
	6~10년	32	26.7
	11~15년	18	15.0
	16~20년	16	13.3
	21년이상	4	3.3
소유형태	본인점포	44	36.7
	임대	74	61.7
	노점	2	1.7

다. 분석 결과

1) 기념품점 경영상태

(1) 상품 판매형태

- 상품 판매형태로는 소매전문 56명(46.7%), 소매위주 30명(25.0%), 도매전문 14명(11.7%), 도매위주 11명(9.2%) 등의 순으로 나타남.

〈표 4-25〉 상품판매형태(기념품업자)

구 분	응답자수(명)	비율(%)
도매전문	14	11.7
도매위주(도매매출이 50%이상)	11	9.2
소매위주(도매매출이 50%미만)	30	25.0
소매전문	56	46.7
기타	9	7.5
합계	120	100.0

(2) 1일 평균 매출액

- 1일 평균 매출액은 30~50만원 미만 39명(32.5%), 50~100만원미만 24명(20.0%), 20~30만원미만 22명(18.3%), 10~20만원미만 21명(17.5%) 등의 순으로 나타남.

〈표 4-26〉 1일 평균 매출액(기념품업자)

구 분	응답자수(명)	비율(%)
5~10만원미만	7	5.8
10~20만원미만	21	17.5
20~30만원미만	22	18.3
30~50만원미만	39	32.5
50~100만원미만	24	20.0
100만원이상	7	5.8
합계	120	100.0

(3) 1일 평균 고객수

- 1일 평균 고객수는 10~29명 40명(33.3%), 30~49명 38명(31.7%), 50명이상 34명(28.3%), 10명미만 8명(6.7%) 등의 순으로 나타남.

〈표 4-27〉 1일 평균 고객수(기념품업자)

구 분	응답자수(명)	비율(%)
10명미만	8	6.7
10~29명	40	33.3
30~49명	38	31.7
50명이상	34	28.3
합계	120	100.0

(4) 지난 3년간 판매실적

- 지난 3년간 판매실적에 대해 조금씩 감소 64명(53.3%), 변화 거의 없다 25명(20.8%), 급격히 감소 24명(20.0%), 조금씩 증가 7명(5.8%) 등의 순으로 나타남.

〈표 4-28〉 지난 3년간 판매실적(기념품업자)

구분	응답자수(명)	비율(%)
급격히 감소	24	20.0
조금씩 감소	64	53.3
변화 거의 없다	25	20.8
조금씩 증가	7	5.8
급격히 증가	0	0.0
합계	120	100.0

2) 관광객 유치·확대를 위해 기념품점에서 필요한 전략

- 관광객 유치·확대를 위해 기념품점에서 필요한 전략에 대해 개별항목에 대한 중요도와 실제 이루어진 성과에 대한 실제적 평가를 하였음.

- 본 연구에서는 중요도의 평균값과 성과의 평균값의 차이를 산출하여 속성들을 분석하였고, 그 결과는 다음과 같음.

(1) 중요도-실행도 분석

- 전체적으로 볼 때, 실행도보다는 중요도가 높게 나타났음.
- 중요도와 실행도간의 차이값이 크게 나타나 집중적 관리가 필요한 항목들은 운영자금 지원(2.06), 지자체의 세제지원(1.89), 업자들에 대한 경영과 마케팅 교육(1.7), 점포 환경 개선 및 시설관련 자료 지원(1.5) 등의 순으로 나타났음.

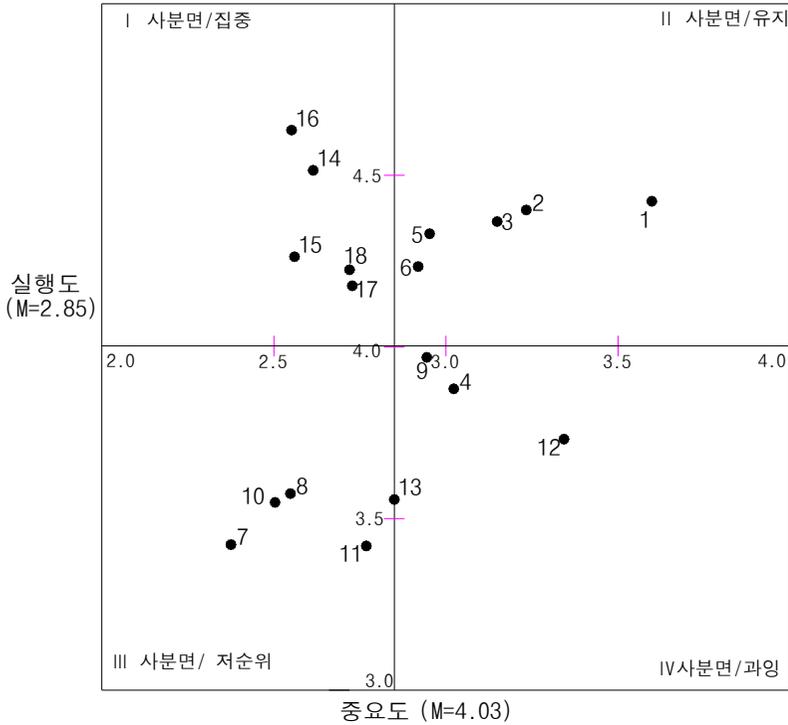
〈표 4-29〉 중요도-실행도 평균값 및 차이

구 분	중요도(평균값)	실행도(평균값)	중요도-실행도
1. 고객에 대한 일대일 서비스 개선 및 강화	4.43	3.60	0.83
2. 취급상품의 특화와 차별화	4.40	3.21	1.19
3. 광고, 홍보, 판촉 및 이벤트 강화	4.36	3.15	1.21
4. 점포 및 매장의 인테리어 강화와 시설 현대화	3.86	3.03	0.83
5. 가격 경쟁력 확보	4.32	2.95	1.37
6. 제품 디자인 개선	4.22	2.90	1.32
7. 인근 기념품점과 공동광고 시행	3.40	2.38	1.02
8. 인근 기념품점과 공동물류(수송, 배송)	3.57	2.55	1.02
9. 취급 상품 품질 제고	3.97	2.94	1.03
10. 공동 브랜드 도입	3.55	2.49	1.06
11. 반품제도 도입	3.41	2.78	0.63
12. 카드결제 도입	3.71	3.34	0.37
13. 영업시간의 차별화	3.55	2.85	0.7
14. 지자체의 세제지원	4.50	2.61	1.89
15. 업자들에 대한 경영과 마케팅 교육	4.26	2.56	1.7
16. 운영자금 지원	4.61	2.55	2.06
17. 유통정보시스템 도입(POS, EDD)	4.19	2.72	1.47
18. 점포 환경 개선 및 시설관련 자료 지원	4.20	2.70	1.5

(2) 항목전체를 이용한 Portfolio 분석

- I사분면에 속하는 속성을 살펴보면, 집중적인 관리 및 운영을 해야 할 항목으로는 지자체의 세제지원, 업자들에 대한 경영과 마케팅 교육, 운영자금 지원, 유통정보시스템 도입(POS, EDI), 점포 환경 개선 및 시설관련 자료 지원 등이 나타나고 있어 이 부분에서의 개선이 필요함.
- II사분면에 속하는 속성들을 살펴보면, 고객에 대한 일대일 서비스 개선 및 강화, 취급상품의 특화와 차별화, 광고, 홍보, 판촉 및 이벤트 강화, 가격 경쟁력 확보, 제품 디자인 개선 등이 나타나고 있음. 다른 부분보다 높은 수준의 실행결과를 갖고 있음.
- III사분면은 중요도도 낮고 성취도도 낮은 속성이므로 실행도가 낮은 지라도 과도하게 집중해서는 안되는 부분임. 그 속성들을 살펴보면, 인근 기념품점과 공동광고 시행, 인근 기념품점과 공동물류(수송, 배송), 공동 브랜드 도입, 반품제도 도입, 영업시간의 차별화 등이 나타남.
- IV사분면은 낮은 중요도의 속성을 가지지만 상대적으로 높은 성취도를 가지고 있어서 이 부분의 속성에 대해 현재의 노력을 고려해야 함.

1. 고객에 대한 일대일 서비스 개선 및 강화	2. 취급상품의 특화와 차별화
3. 광고, 홍보, 판촉 및 이벤트 강화	4. 점포 및 매장의 인테리어 강화와 시설 현대화
5. 가격 경쟁력 확보	6. 제품 디자인 개선
7. 인근 기념품점과 공동광고 시행	8. 인근 기념품점과 공동물류(수송, 배송)
9. 취급 상품 품질 제고	10. 공동 브랜드 도입
11. 반품제도 도입	12. 카드결제 도입
13. 영업시간의 차별화	14. 지자체의 세제지원
15. 업자들에 대한 경영과 마케팅 교육	16. 운영자금 지원
17. 유통정보시스템 도입(POS, EDI)	18. 점포 환경 개선 및 시설관련 자료 지원



[그림 4-1] 항목전체를 이용한 Portfolio 분석

<표 4-30> 중요도-실행도 분석

구 간	속 성
I 사분면/집중	14. 지자체의 세제지원 15. 업자들에 대한 경영과 마케팅 교육 16. 운영자금 지원 17. 유통정보시스템 도입(POS, EDI) 18. 점포 환경 개선 및 시설관련 자료 지원
II 사분면/유지	1. 고객에 대한 일대일 서비스 개선 및 강화 2. 취급상품의 특화와 차별화 3. 광고, 홍보, 판촉 및 이벤트 강화 5. 가격 경쟁력 확보 6. 제품 디자인 개선
III 사분면/저순위	7. 인근 기념품점과 공동광고 시행 8. 인근 기념품점과 공동물류(수송, 배송) 10. 공동 브랜드 도입 11. 반품제도 도입 13. 영업시간의 차별화
IV 사분면/과잉	4. 점포 및 매장의 인테리어 강화와 시설 현대화 9. 취급 상품 품질 제고 12. 카드결제 도입

다. 시사점

- 첫째, 지난 3년간 판매실적에 대해 조금씩 감소(53.3%)와 변화 거의 없다(20.8%) 등으로 높게 나타나 기념품점들이 경영상에 어려움에 처해 있는 것으로 나타남.
- 둘째, 전체적으로 볼때, 관광기념품점에서 필요한 경영전략들은 중요도에 비해 실질적인 실행도는 낮은 것으로 파악되어, 모든 부문에 대한 개선이 필요함.
- 셋째, 기념품업자들은 지자체의 세제지원, 운영자금지원 등 지자체에 요구하는 사항은 많으나 기념품업 스스로의 자국책 마련이 선행되어야 할 것임.
- 넷째, 점포 환경개선 및 시설관련 자료 지원과 기념품업자들에 대한 경영과 마케팅 교육은 필요한 것으로 사료되며, 이를 위한 지자체 차원의 프로그램 마련과 교육예산에 대한 지원이 필요함.
- 다섯째, 국내·외 타 지역의 관광기념품과 차별화된 상품의 특화와 고급화, 브랜드화 전략마련이 필요함. 이를 위해 기업, 지역대학, 지자체간 네트워크를 구성하여 혁신체제 구축을 통한 실질적인 정책처방 마련이 필요함.
- 여섯째, 유통업체 판매조합 등을 중심으로 유통혁신을 위한 자구 노력이 필요하며, 유통정보시스템 도입으로 수시로 매출동향을 파악하며, 재고를 적정수준으로 유지하고, 잘 팔리는 상품의 진열을 확대하는 등 상품관리 및 업무자동화가 이루어질 수 있도록 추진함.

3. 재래시장 상인 대상 설문조사

가. 조사개요

- 조사목적 : 재래시장의 경영실태를 파악하여 개선방안을 마련하고자 설문 조사를 시행함.
- 설문구성 : 경영상태, 경영상태 개선을 위한 전략, 인구통계적 변수 등으로 구성함.
- 모집단 : 재래시장 상인
- 표본크기 : 128명
- 표본추출방법 : 무작위표본추출법
- 자료수집도구 : 구조화된 설문지
- 조사방법 : 1:1 개별 면접에 의한 자기기입식 설문지법
- 조사기간 : 2006년 12월 13일 ~ 20일
- 조사기관 : 제주발전연구원 사회조사센터
- 수집된 자료는 데이터 코딩과정을 거쳐, 통계분석 프로그램 SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)를 이용하여 분석함.
- 표본의 특성을 파악하기 위해 서술적 통계(Descriptive Statistics)를 중심으로 빈도분석과 등을 이용하였음.

나. 인구통계적 및 점포 특성

- 성별은 남자 52명(40.6%), 여자 76명(59.4%)임.
- 연령별로는 50대 58명(45.3%), 40대 45명(35.2%), 60대이상 20명(15.6%), 30대 5명(3.9%) 등으로 나타남.
- 주된 취급품목으로는 생선 23명(18.0%), 육류·육가공품 17명(13.3%), 의류·아동복 15명(11.7%), 과일 13명(10.2%) 등으로 나타남.
- 경영년수로는 16~20년 38명(29.7%), 6~10년과 11~15년이 각각 26명(20.3%), 21년 이상 22명(17.2%), 2~3년 5명(3.9%) 등으로 나타남.
- 소유형태로는 임대 85명(66.4%), 본인점포 27명(21.1%), 노점 16명(12.5%) 등으로 나타남.

〈표 4-31〉 인구통계적 및 점포 특성(재래시장)

(단위: 명, %)

구 분	변 수	응답자수	비 율
성 별	남자	52	40.6
	여자	76	59.4
연 령	30대	5	3.9
	40대	45	35.2
	50대	58	45.3
	60대 이상	20	15.6
경영년수	1년이하	1	.8
	2~3년	5	3.9
	4~5년	10	7.8
	6~10년	26	20.3
	11~15년	26	20.3
	16~20년	38	29.7
	21년이상	22	17.2

구 분	변 수	응답자수	비 율
주된 취급품목	채소	12	9.4
	과일	13	10.2
	부식, 반찬	12	9.4
	생선	23	18.0
	건어물	9	7.0
	육류, 육가공품	17	13.3
	의류, 아동복	15	11.7
	포목류	3	2.3
	가구류	5	3.9
	약재, 건강식품	4	3.1
	신발류	8	6.3
	잡화, 생활용품	6	4.7
	기타	1	0.8
소유형태	본인점포	27	21.1
	임대	85	66.4
	노점	16	12.5

다. 분석 결과

(1) 상품 판매형태

- 상품 판매형태로는 소매전문 89명(69.5%), 소매위주 21명(16.4%), 도매위주 10명(7.8%), 도매전문 8명(6.3%) 등의 순으로 나타남.

〈표 4-32〉 상품판매형태(재래시장)

구 분	응답자수(명)	비율(%)
도매전문	8	6.3
도매위주(도매매출이 50%이상)	10	7.8
소매위주(도매매출이 50%미만)	21	16.4
소매전문	89	69.5
합계	128	100.0

(2) 1일 평균 매출액

- 1일 평균 매출액은 30~50만원 미만 36명(28.1%), 20~30만원미만 30명(23.4%), 10~20만원미만 29명(22.7%), 5~10만원미만 22명(17.2%) 등의 순으로 나타남.

〈표 4-33〉 1일 평균 매출액(재래시장)

구 분	응답자수(명)	비율(%)
5만원미만	7	5.5
5~10만원미만	22	17.2
10~20만원미만	29	22.7
20~30만원미만	30	23.4
30~50만원미만	36	28.1
50~100만원미만	3	2.3
100만원이상	1	0.8
합계	128	100.0

(3) 1일 평균 고객수

- 1일 평균 고객수는 10~29명 71명(55.5%), 30~49명 41명(32.0%), 10명미만 15명(11.7%), 50명이상 1명(0.8%) 등의 순으로 나타남.

〈표 4-34〉 1일 평균 고객수(재래시장)

구 분	응답자수(명)	비율(%)
10명미만	15	11.7
10~29명	71	55.5
30~49명	41	32.0
50명이상	1	.8
합계	128	100.0

(4) 지난 3년간 판매실적

- 지난 3년간 판매실적에 대해 조금씩 감소 51명(39.8%), 급격히 감소 49명(38.3%), 변화 거의 없다 26명(20.3%), 조금씩 증가 2명(1.6%) 등의 순으로 나타남.

〈표 4-35〉 지난 3년간 판매실적(재래상인)

구분	응답자수(명)	비율(%)
급격히 감소	49	38.3
조금씩 감소	51	39.8
변화 거의 없다	26	20.3
조금씩 증가	2	1.6
급격히 증가	0	0.0
합계	128	100.0

2) 중요도-실행도 분석

- 전체적으로 볼 때, 실행도보다는 중요도가 높게 나타났음.
- 중요도와 실행도간의 차이값이 크게 나타나 집중적 관리가 필요한 항목들은 운영자금 지원(2.64), 지자체의 세제지원(2.37), 상인들에 대한 경영과 마케팅 교육(2.24), 점포 환경 개선 및 시설관련 자료 지원(2.07), 주차공간 확보(1.88), 유통정보시스템 도입(1.87), 제품 디자인 개선(1.84) 등의 순으로 나타났음.

〈표 4-36〉 중요도-실행도 평균값 및 차이

구 분	중요도(평균값)	실행도(평균값)	중요도-실행도
1. 고객에 대한 일대일 서비스 개선 및 강화	4.11	2.79	1.32
2. 취급상품의 특화와 차별화	4.08	2.62	1.46
3. 상품별 특화된 쇼핑거리 조성	4.21	2.40	1.81
4. 광고, 홍보, 판촉 및 이벤트 강화	4.23	2.45	1.78
5. 주차공간 확보	4.47	2.59	1.88
6. 점포 및 매장의 인테리어 강화와 시설 현대화	4.17	2.48	1.69
7. 가격 경쟁력 확보	4.36	2.60	1.76
8. 제품 디자인 개선	4.29	2.45	1.84
9. 공동광고 시행	3.96	2.22	1.74
10. 공동물류(수송, 배송)	3.94	2.35	1.59
11. 취급 상품 품질 제고	4.22	2.50	1.72
12. 공동 브랜드 도입	3.78	2.11	1.67
13. 반품제도 도입	3.80	2.39	1.41
14. 카드결제 도입	4.00	2.50	1.5
15. 영업시간의 차별화	3.85	2.27	1.58
16. 야시장으로 개발	3.82	2.18	1.64
17. 지자체의 세제지원	4.33	1.96	2.37
18. 상인들에 대한 경영과 마케팅 교육	4.07	1.83	2.24
19. 운영자금 지원	4.42	1.78	2.64
20. 유통정보시스템 도입(POS, EDI)	3.81	1.94	1.87
21. 점포 환경 개선 및 시설관련 자료 지원	4.10	2.03	2.07

다. 시사점

- 전체적으로 볼때, 재래시장에서 필요한 경영전략들은 중요도에 비해 실질적인 실행도는 낮은 것으로 파악되어, 모든 부문에 대한 개선이 필요함.
- 재래상인들은 지자체의 세제지원, 운영자금지원 등이 필요한 것으로 인식하고 있으며, 유통혁신을 위한 유통정보시스템 도입이 필요한 것으로 인식함.
- 점포 환경개선 및 시설관련 자료 지원과 재래상인들에 대한 경영과 마케팅 교육을 위한 프로그램 마련과 교육예산에 대한 지원이 필요함.

V. 관광객 유치를 위한 과제 및 방안

1. 주요 과제

가. 레저스포츠관광

- 첫째, 사계절 레저스포츠지역으로서의 이미지 강화전략 마련이 필요함. 제주지역에서는 골프나 일부 축제를 제외하고는 대부분 여름철에만 행해지는 한계를 보유하고 있음. 활동의향이 높으면서도 계절편향성이 상대적으로 적은 모험, 휴양레포츠의 강화를 고려해야함.
- 둘째, 육상 레저스포츠, 항공 레저스포츠, 수상 레저스포츠, 팀 레저스포츠 활동 등을 관광상품화하기 위해서는 제주도 환경여건에 적합한 종목을 선정하여 관광객들을 대상으로 상품테스트화과정을 거쳐 관광상품화해야함.
- 셋째, 지역이벤트 등 어트랙션 요인의 비수기중심 개최를 고려해야함.

나. 쇼핑관광

- 첫째, 보다 다양한 관광쇼핑품목의 발굴과 개발을 통한 관광객 만족을 극대화할 수 있는 노력이 필요함.
- 둘째, 보다 선진화되고 신뢰가 가는 쇼핑시설의 확충을 위해 재래시장, 기념품점 등의 물리적시설 개선과 소프트웨어적 경영개선이 함께 이루어져야함.
- 셋째, 제주가 유명한 쇼핑 관광지(장소)로 변모할 수 있는지, 어떻게 관광객들의 쇼핑비용을 늘릴 수 있는지 등에 대한 보다 구체적인 연구가 필요함.

2. 활성화 방안

가. 레저스포츠관광 활성화

1) 레저스포츠 연구회 구성

- 강원도 인제군의 경우 모험레포츠 연구회를 구성하여 모험레포츠경쟁력 방안을 연구하고 있음.
- 기 구성된 제주특별자치도관광진흥협의회 상임협의회는 관광산업 전반에 관한 심의·조정 기능을 담당하고, 분과협의회를 구성하여 제주관광을 육성하기 위한 실제적인 연구를 수행하도록 함.
- 학계, 업계, 공무원, 언론인 등으로 민·관이 참여하는 분과협의회를 구성하고, 국제회의관광, 이벤트관광, 생태관광, 해양관광, 골프관광, 문화관광, 쇼핑관광, 농어촌관광 등으로 제주관광의 테마를 세분화하여 분과를 구성함.
- 이 분과협의회에서 레저스포츠관광에 대한 연구도 수행할 수 있으며, 학습과 토의를 통해 제주관광상품개발의 방향설정과 상품테마 발굴, 관광홍보 방안, 상거래질서 개선방안 등의 개선책을 마련할 수 있을 것임.

2) 레저스포츠 체험공간 개발

- 주5일 근무제 확대실시에 따른 여가시간의 증대는 여가활동의 다양화와 고급화, 대중화, 활동성이 강한 레저활동에 대한 욕구 증대를 촉진시키고 있으며, 인터넷 활용의 일상화는 이를 촉진하고 있음.
- 레저스포츠 수요를 충족시키기 위해서는 지역의 전통 문화 특히 해양 및 어촌과 관련된 무형문화재, 향토문화재, 민속 등을 해양 공간과 접목시켜 지방문화의 보존과 후세 전승 및 관광의 상품개발차원에서 특화시설물이

개발되어야함.

- 그린스키장, 산악자전거경주장, 카트장, 수상스키장, 윈드서핑장, 활공장 등의 조성과 미지정 레저스포츠공간의 체육시설화 추진 등 다양한 레저 스포츠 시설 및 공간 개발이 필요함.

3) 익스트림 스포츠 조빙의 관광상품화

- 조빙(zorbing)이라는 익스트림 스포츠가 영국에서 인기를 얻고 있음.
- 조빙은 약 10년 전 앤드류 에이커스를 포함해 두 명의 뉴질랜드 청년이 고안해냈음. 레오나르도 다 빈치의 인체 그림에서 영감을 얻었다고함.
- 조빙 애호가들은 자신들을 우주비행사(astronaut)와 조빙을 합쳐 조버노트(Zorbanaut)라고 부르기도 함.
- 조빙은 PVC 재질의 거대한 투명 공 속에서 들어가 '굴러다니는' 스포츠임. 공의 지름은 3.2미터이며, 공 내부는 안락하고 폭신함. 충격 흡수를 위한 요철 부위가 1천 개에 달하기 때문에 어디를 굴러 다녀도(벼랑에서 떨어지지만 앓는다면) 안전함.
- 공을 부풀리는 데에는 약 15분 정도 소요되며, 이용자가 조빙 속으로 들어가 벨트만 매면 준비가됨.
- 언덕, 빙판, 방안, 도심의 거리, 물위 등에서 조빙을 즐길 수 있음.
- 생태관광과 같은 적정 이용이 필요한 오름, 해수욕장 등에서 조빙을 활용하여 국내·외 관광객을 유치하는 방안을 모색함.

4) 활동적인 시니어들을 위한 레저스포츠체험프로그램 개발

- 일본에서는 1948년 전후로 출생률이 높아져 베이비 붐 세대를 이루었는데, 이들을 단카이(團塊) 세대라함.
- 일본어로 '뭉치, 덩어리'를 뜻하는 단카이 세대는 1948년을 전후한 폭발적인 출생률 증가 때 태어나 1960~70년대의 학생운동을 경험하고 고도성장기에 기업에 입사해 지금은 장년으로 일본 사회를 주도하고 있는 세대임.
- 단카이는 모리 요시로(森喜朗) 내각에서 경제기획청 장관을 지내다가 2000년 말의 개각에서 물러난 사카이야 다이치(堺屋太一)의 소설 '단카이의 세대'(1976년)에서 기원함.
- 단카이 세대는 취미, 기호가 다양하고 각각이 <까다로운 취향>을 갖고 있어 <단카이 세대에게 맞는 정형적 상품이라는 것이 없다> 고함.
- 최근 일본에서는 단카이 세대를 대상으로 한 「에이스 플러스 (가칭) : 어른들의 스포츠 체험」 상품을 개발하였음.
- 각종 스포츠에는 천천히, 그리고 정성스럽게 어드바이스를 하는 전문 강사를 동행하도록 하였음.

- 홋카이도에서 1일 <+ 스포츠> : 스키, 크로스 컨트리, 승마 등 (윈저(winsor) 도야)
- 오키나와에서 1일 <+ 스포츠> : 다이빙 (이시가키 石垣 : 돌담, 축벽)
- 규슈에서 1일 <+ 스포츠> : 골프
- 도호쿠에서 1일 <+ 스포츠> : 세계 유산 스노우 트래킹(시라카미 산지(白山地)를 트래킹, 스노우 모빌이나 예전처럼 놀이를 체험

- 국내에도 경제적으로 부유한 시니어층이 증가추세에 있어, 활동적인 시니어들을 위한 레저스포츠체험프로그램 개발하여 관광상품화하는 방안을

적극 추진함.

5) '제주국제레저스포츠페어' 개최

- 현황부문에서 고찰한 바와 같이, 2006년에 도내 축제 및 이벤트는 총 57이며, 이중 레저스포츠 관련 축제 및 이벤트는 겨울마다 펭귄수영대회를 비롯한 총 9개임.
- 이중 마라톤을 소재로 한 레저스포츠 관련 축제가 4개여서, 소재가 빈약하고 중복됨.
- 강원도의 경우 도내에서 산발적으로 개최되는 레저스포츠 행사를 '강원국제레저스포츠페어'로 한데 묶어 시너지효과를 극대화하고 있음.
- 개별적으로 개최되는 레저스포츠 행사를 비치발리볼, 패러글라이딩, 요트 등 다양한 소재를 활용하여 '제주국제레저스포츠페어'로 묶어 이벤트 개최 효과의 극대화를 꾀할 필요가 있음.

6) 레저스포츠 교육프로그램 운영

- 레저스포츠 교육프로그램의 운영을 통해 교육 소비자들의 만족도를 충족시키기 위해서는 지도자 확보, 교육장비 및 편의시설 등 제반 여건이 시급히 개선되어 보다 나은 교육환경에서 교육이 이루어질 수 있도록 많은 지원이 있어야함.
- 체육 관련 대학에 레저스포츠학과 신설과 교과목 개설, 체육교사의 일반 연수 확대, 생활체육지도자 육성, 각 사회단체 강사프로그램 개발 등이 선결과제임.

- 레저스포츠 산업에 대한 시장조사, 스폰서십 및 광고 효과분석, 종합적인 마케팅전략 수립, 중계권 협상, 라이선싱 등의 전문스포츠마케팅 업무에 대한 노하우를 지니고 있는 전문인력(레저 스포츠 마케팅 전문가)을 시급하게 양성해야함.

7) U-TOUR 구축

- 다시 찾고 싶은 제주관광을 만들기 위해 레저스포츠 관광지, 관광자원을 연계하여 유비쿼터스 환경을 조성함.
- RFID 및 USN 기술을 기반으로 신규 여행 상품 연계개발, 각종 관광 안내 정보 제공 및 안전 서비스 전반에 적용, 차별화된 서비스 제공 및 신규 수요를 발굴함.
 - 오락서비스 : 센서를 이용한 서바이벌 게임 및 사냥프로그램 서비스, 골프 라운딩 정보 및 e-sports등 오락 프로그램 서비스를 제공함.
 - 정보·안내 서비스 : 레저스포츠를 즐길 수 있는 지역 및 관련 정보의 여행객에 찾아가는 서비스
 - 교통, 주변 상업지역 정보 안내 서비스
 - 안전 서비스 : 등산 여행객을 위한 위치 파악서비스 (조난 등 대비)
 - 실시간 날씨정보 및 산악지역 상태안내서비스

8) 스킨스쿠버 관광 활성화를 위한 제도 개선

- 우리나라에서는 스포츠 잠수를 법 적용대상으로 포함시키지 않고 있어, 정부기관에서 발행하는 스포츠 잠수 면허제도가 없음. 대한수중협회, 한

국잠수협회 등 다이빙단체들에 의해 자체 발급된 자체자격제도가 인정되고 있음.

- 한편 제주특별자치도 특별법에 의거 유어객은 유어장 안에서 유어행위를 하도록 되어 있음.
- 스킨스쿠버들은 다이빙 포인트 지점에 가기 위해서 주로 낚시어선을 이용하고 있으나, 이에 대한 법적 근거가 없어 안전사고 발생시 보험혜택을 받을 수 없음. 또한 스쿠버다이버들에 의한 어·패류 불법포획행위도 매년 문제점으로 부각되고 있음.
- 한국관광공사에서는 스킨스쿠버 목적지로서 제주를 홍보하기 위해 2004년부터 단계적으로 홍보방안을 마련하여 시행중이고, 2005년 5월에도 독일 스킨스쿠버 전문가를 초청하여 팸투어를 시행하였음. 독일 스킨스쿠버 동호회 회원은 100만명 규모로 파악됨
- 스킨스쿠버 다이빙샵(현재 자유업) 제도개선, 스킨스쿠버 다이빙 구역 설정, 편의시설설치, 행위 제한 등에 관한 사항을 도 조례로 제정함.
- 스킨스쿠버 목적지로서 제주지역의 제반여건에 대한 실태조사와 개선책 마련이 필요함. 동남아시아 스킨스쿠버 목적지와 차별화 가능한 요소 발굴이 관건임.

9) 수상레저기구 사업자에 대한 안전관리 강화

- 해양관광 참여인구는 2010년경 약 30%증가하여 선진국형 체제로 변화할 것으로 전망되며, 레저활동 참여형태도 과거 해수욕장이나 바다낚시 위주에서 벗어나 수상레저·스포츠 활동에 대한 참여인구가 크게 증가할 것으로 전망됨.

- 도내에는 2005년말을 기준으로 모터보트 1백17대, 고무보트 1백75대 등 총 294대의 수상레저기구가 운영중인 것으로 파악됨.
- 수상레저 활동자가 지속적으로 증가하고 레저기구 또한 증가·다양화되고 있는 상황에서 수상레저활동의 질서 및 안전확보를 위해서는 안전관리가 무엇보다 중요하며 안전관리의 실효성 확보방안으로 법·제도의 개선과 함께 민·관이 참여하는 현장 중심의 입체적 관리체계 구축이 필요함.
- 지금까지 대부분 수상레저기구들은 등록을 하지 않고 수상레저활동에 이용되는 사례가 많았으나, 수상레저안전법의 법규정 강화로 수상레저기구 사업자에 대한 실태조사와 사전교육을 강화함.

10) 레저스포츠 동호인 대상 관광상품 개발

- 우선 각종 레저스포츠 국내·외 동호인 모임의 실태를 조사, 데이터베이스화 하는 작업이 필요함.
- 제주에서 각종 조사를 하는 것은 한계가 있으므로, 한국관광공사 해외지사의 정보활용, 국내·외 레저백서 등 관련 자료 참고 등 다양한 루트를 통해 정보를 수집하고 데이터베이스화 하는 작업이 선행되어야함.
- 동호인 모임의 제주방문을 촉진하기 위해서는 이들 동호인들의 도내 동호인 그룹과의 친선, 교류에 대한 수요를 만족시킬 수 있는 맞춤형 관광상품을 개발하여 판매되어야함.
- 이에선 각종 연구, 세미나, 연수, 총회, 친선경기 개최, 관련장소 방문, 자매결연 등이 포함될 수 있음.

11) 레저스포츠관광 활성화를 위한 발전계획 수립

- 레저스포츠관광을 체계적으로 육성하기 위해서는 이와 연관된 발전계획이 수립되고, 이에 따른 로드맵 작성이 필요함.
- 스포츠행사에도 부가적으로 관광을 치밀하게 연계하여 관광수입을 창출하는 방안, 국내·외 관광객들이 레저스포츠를 즐길 수 있는 여건을 조성하는 방안 등에 초점을 맞추어 계획을 수립할 필요성이 있음.

나. 쇼핑관광 활성화

1) 물리적 시설과 경영 개선

(1) 재래시장의 시설과 서비스의 지속적 개선

- 재래시장의 관광자원화는 지역주민의 소득증대와 지역경제의 활성화 등에 긍정적인 영향을 미친다는 측면에서 적극 검토해야 할 사항임.
- 재래시장을 현대화하여 관광자원화 한 스페인 바르셀로나 산호세시장을 벤치마킹할 필요성이 있음.
- 산호세 시장의 경우 현대적인 시설과 시장 종사원의 근무복장을 통일하여 깨끗한 이미지와 볼거리를 제공함.
- 설문조사 결과, 내국인 관광객들의 평가에서 재래시장은 서비스나 시설은 상대적으로 덜 우수한 것으로 나타남.
- 재래시장 현대화 사업의 지속적 추진과 더불어 깨끗하고, 통일된 유니폼을 착용하게 하여 종사원들에게는 서비스 마인드 강화, 관광객들에게는 긍정적 이미지 형성이라는 효과를 거둘 수 있을 것임.

(2) 쇼핑상가의 언어불편 해소책 마련

- 재래시장, 기념품점 등의 종사원들을 대상으로 기초 회화가 가능하도록 외국어(영어, 중국어, 일본어 등) 교육 강화, 외국어 가능 판매원 배치, 외국어 안내표지판 및 외국어 상품 설명서 확충 등 쇼핑 지출이 많은 외국인 관광객의 언어불편 해소 노력이 요구됨.
- 또한 한 국가의 관광객을 유치하기 위한 주요 과제중의 하나가 해당 국가의 문화에 대한 이해라고 할 수 있음.
- 표적시장이라 할 수 있는 중화권 문화 등에 대해 쇼핑업소 종사원들이 충분하게 인지되지 못하고 있는 것이 현실이므로 관광기념품점, 재래시장 상인 등을 대상으로 중화권 문화에 대한 이해를 도울 수 있는 프로그램 개발과 교육, 기초회화 교육 등이 필요함.

(3) 기념품, 특산품, 공예품 등에 대한 외국어 검증시스템 구축

- 도내에서 생산되는 기념품, 특산품, 공예품 등에 대한 내부 검증시스템을 구축해야 함.
- 개별상품 설명서 등에 표기되는 외국어가 검증시스템 없이 개별 업체에 의해 제작되어 오류가 발생하는 경우가 많고 제주관광의 이미지를 흐리게 하고 있음.
- 지자체 차원에서 이를 검증하는 전문인력 충원과 인증하는 절차를 마련해야함.

(4) 우수 관광기념품, 공예품 등에 대한 품질인증제도 시행

- 관광품질인증정책은 관광지 및 관광관련업소의 지속적인 품질인증을 통해

관광객들이 질 높은 관광서비스 혜택을 받도록 하기 위한 제도임.

- 우수한 관광기념품 및 공예품 등을 적극적으로 홍보·판매하기 위해서 개별 상품에 대한 상품인증이 필요함.
- 엄격한 심사를 거쳐 품질인증을 실시하고, 이에 합격한 제품들은 일정한 품질이나 디자인 수준을 충족시키는 것이므로 상품에 대한 적극적인 홍보로 쇼핑관광과 연결시키도록함.
- 인증을 받은 제품에 대해서는 사후관리를 철저히 하여 제품의 불량 등으로 인한 이미지 손실을 방지하는 장치가 필요함.
- 중소기업청에서 운영중인 관광기념품, 공예품 품질인증제도를 활성화시킬 필요성이 있음.
- 품질인증제를 통해 소비자들로부터 신뢰확보 및 구매활성화를 유도함.

(5) 관광기념품 제작업체 및 공방 지원

- 관광기념품은 고도의 문화적 상징제품임에도 불구하고 외래 관광객을 만족시키는 질적 수준을 확보하지 못하고 있어 지원과 육성이 요구됨.
- 쇼핑관광객 유치율 증대하고 만족도를 제고하기 위해서는 관련시설의 정비 및 확충, 상품의 다양화, 우수 관광기념품 육성이 필요함.
- 관광기념품은 매년 개발되고 있으나 종합 전시·판매장 부족, 체계적인 상품화 및 마케팅 등의 부재로 구매력이 낮아 이에 대한 대응정책이 요구되는 상황임.
- 우수 관광기념품을 전시·판매하고 쇼핑과 체험관광을 촉진할 수 있는 적절한 장소가 부족함.
- 체험관광을 중심으로 한 사업계획서의 심사를 통한 공개경쟁(주제가 있는

관광자원개발 발표대회)을 통하여 우수 관광기념품 제작업체 및 공방을 선전하여 집중지원함.

2) 쇼핑상품 개발

(1) 쇼핑축제 개최

- 아랍에미리트(United Arab Emirates)의 두바이의 쇼핑축제(DSF)를 벤치마킹 하여 특별자치도 주도하에 모든 쇼핑장소를 알리기 위해 쇼핑축제를 개최함.
- 재래시장, 기념품점, 지하상가 쇼핑점, 대형마트 등 노점상(street-seller)에 서부터 가장 최신의 쇼핑몰에 이르기까지 모든 쇼핑장소들이 참여함.

(2) 갈옷상품의 고품질화 추진

- 중화권 관광객들이 제주지역에서 실제로 구매하는 것은 인삼류와 일반 식품류가 대부분이어서 다양한 쇼핑상품 개발이 필요함.
- 현재 시중에 시판되고 있는 갈옷인 경우 디자인면에서 외국인관광객들이 직접구매로 연계되기에는 한계가 있음.
- 중화권 관광객들이 선호하는 디자인으로 갈옷을 리모델링하고, 개별 상품 별로 국어, 영어, 일본어 등으로 된 상품설명서를 구비하도록함.

(3) 쇼핑상품의 다양화

- 중화권관광객들은 제주방문중 주요 쇼핑품목은 식품류와 인삼류가 가장 높은 것으로 조사되었음.²⁾

2) 제주발전연구원, 중화권관광객 유치증진방안, 2005.

- 식품류의 경우 꿀, 오미자, 말뚝, 김치 등을 많이 구입한다는 것이 업계의 의견임. 제주의 특성을 반영할 수 있는 상품개발 필요성이 제기됨.

3) 쇼핑상품 유통체계 개선

(1) 유통정보시스템 구축 및 전자상거래 활성화

- 설문조사에 의하면, 기념품점과 재래시장 모두 유통정보시스템 도입의 필요성이 제기되었음.
- 유통정보시스템 도입으로 수시로 매출동향을 파악하며, 재고를 적정수준으로 유지하고, 잘 팔리는 상품의 진열을 확대하는 등 상품관리 및 업무자동화가 이루어질 수 있도록 추진함.
- 또한 관광기념품 공급자와 유통업자, 소비자를 수직적으로 연결하거나, 재래시장 상인과 소비자를 직접 연계하는 공급자와 소비자를 연결하는 수평적 네트워크를 강화함.
- 다양한 재래상품과 기념품·공예 문화상품을 인터넷상에서 소비자들이 편리하게 구매케함.
- 정보화 마인드와 전자상거래에 대한 전문인력 부족으로 대부분의 업체들이 전자상거래에 집중하지 못함.
- 전자상거래 활성화를 위한 공예 e-Marketplace 구축, B2B, B2C 네트워크를 구축함.

(2) 쇼핑장소를 소개하는 홍보 입체지도 및 쇼핑책자 제작·배포

- 도내 쇼핑업소에 대한 인식을 강화하기 위해서는 내국인과 외국인 관광객에게 흥미롭고 일목요연하게 정리되어 있는 홍보물을 제작하여 배포하는

것이 필요함.

- 강원도 사례조사에 의하면, 각 시·군별 재래시장 및 전통 5일장 현황, 시·장별 먹거리 등을 소개하는 홍보물을 제작했음.
- 도내 쇼핑장소(재래시장, 전통 5일장, 기념품점, 특산품 판매점 등)와 관광 기념품 및 공예품 등이 제주지역 어디에서 생산되고, 제작자는 누구인지를 홍보할 수 있는 홍보물을 제작함.
- 매년 국어, 외국어(중국어, 일본어, 영어 등) 입체지도 제작과 상세한 쇼핑 책자 제작, 도내 통합 쇼핑 사이버 몰 구축을 추진함.

4) 상인들에 대한 교육체계 개선 및 강화

(1) 관광기념품점, 재래시장 입주업체 대상 멘토링(Mentoring) 프로그램 운영

- 한국관광공사는 '07년 2월 우리나라 기념품산업의 경쟁력 제고와 세계화를 위하여 관광기념품 업체와 전문가가 만나는 관광기념품 품질관리위원회를 구성하고, 관광기념품 품질관리를 위한 전문가 멘토링 프로그램을 시작함.
- 전국관광기념품공모전에서 장려상이상 수상한 업체들의 협의체인 한국관광명품협회 회원사를 대상으로 품질관리에 대한 자문을 수행함.
- 1차로 금속분야 참가신청 4개 업체, 유진공예(장신구보석함, 귀금속공예품), 제주바이오에너지(마그마팔찌, 흑기석 액세서리) 등에 대해 전문가 멘토링(Mentoring)을 우선적으로 실시할 예정이며, 향후 각 분야 기념품 업체로 확대할 예정임.
- 이를 벤치마킹하여 관광기념품, 공예품, 향토음식 등 분야별로 디자인, 포장, 마케팅, 광고 등에서 전문가 Pool을 구성하여 연중 지속적으로 멘토링 프로그램을 운영함.

(2) 상인들에 대한 전문교육 강화

- 사례조사에 의하면 경상북도에서는 농산물 유통에 종사하는 전문인력(총 15천명 수준 추정) 중 매년 500~600명 수준을 교육하며 특히, 산지유통과 신유통업 종사자를 우선적으로 교육하고, 국내의 우수한 사업장을 방문하여 성공사례와 창의적 아이디어를 공유하고 현장에서 실습하는 참여·체험하도록 운영하고 있음.
- 설문조사에서도 재래상인과 기념품업자들 모두 경영과 마케팅 교육의 필요성을 제기하였음.
- 지자체에서 대학, 중소기업청 등과 협력하여 상인들을 교육시키기 위한 교육프로그램을 개발하고 운영할 필요성이 있음.

VI. 결론

- 본 연구는 제주관광이 최근 관광위락시설 부족과 언어불편, 가격경쟁력 열세 등의 요인으로 관광지로서의 발전에 한계를 맞고 있다는 인식하에,
- 국내·외 관광객의 유치·확대를 위해서는 관광객들이 선호하는 고부가가치 관광상품을 개발할 필요성이 있다는 인식하에 출발하였음.
- 연구의 주요 결과를 요약하면 다음과 같음.
- 첫째, 레저스포츠관광을 활성화하기 위해서는 레저스포츠연구회 구성, 레저스포츠 체험공간 개발, 익스트림스포츠의 관광상품화, 레저스포츠 체험 프로그램 개발, 동호인 대상 관광상품개발, 제주국제레저스포츠페어 개최, 레저스포츠 교육프로그램 운영, 레저스포츠 U-TOUR구축 등의 필요성을 제기하였음.
- 둘째, 쇼핑관광활성화를 위해서는 쇼핑업체들의 물리적 시설과 서비스, 경영개선 노력 필요, 쇼핑축제와 같은 모든 쇼핑업체가 참여하는 행사의 필요성 제기, 쇼핑상품 유통체계 개선, 상인들에 대한 교육체계 개선 및 강화의 필요성을 제기하였음.
- 제주지역은 해양 스포츠, 육상 스포츠 등 활동성이 풍부한 레저상품을 기획하기에 알맞은 곳임.
- 이러한 레저·스포츠 상품들을 선택관광으로 즐기도록 구성하는 것이 바람직하며, 낚시 관광, 수렵, 승마, 스쿠버 다이빙, 윈드서핑, 패러글라이딩, 행글라이딩, 열기구 등의 관광상품 소재를 여행상품으로 기획시 국내·외 관광객의 욕구를 충족시킬 수 있는 관광루트와 프로그램을 어떻게 구성할 것이냐가 무엇보다 중요함.
- 재래시장의 경우 무엇보다도 상인들의 시장시설 개선비용 부담의지, 상품

특성화전략, 고객만족을 위한 노력(카드기 사용, 품질보장, 신선도 유지 등) 및 전자상거래망 구축, 경영현대화를 위한 노력 등 상인이 갖추어야 할 올바른 상도가 요구됨.

- 결론적으로 쇼핑은 관광객들의 거의 필수적인 관광행동중 하나로 여겨져 왔으며, 이러한 관광객들의 쇼핑행위는 관광지에 높은 부가적 이익을 창출시킨다는 것은 자명한 것임.
- 그러므로 제주도의 아름다운 자연환경과 독특한 문화적 특성 등과 더불어 어떻게 하면 제주도가 유명한 쇼핑 관광지(장소)로 변모할 수 있는지, 어떻게 관광객들의 쇼핑비용을 늘릴 수 있는지 등에 대한 보다 구체적인 연구가 필요함.
- 본 연구에서는 레저스포츠관광, 쇼핑관광에 대한 개괄적인 연구를 수행하였으나, 향후 연구에서는 레저스포츠 유형별, 쇼핑유형별로 세분화된 연구가 뒷받침되어야 할 것임.

참고문헌

강원도, 도정백서, 2005, 2006.

강원발전연구원, 강원관광진흥을 위한 정책개선방향 연구, 2000.

경기도, 도정백서, 2006.

대구경북개발연구원, 대구·경북지역 재래시장의 실태와 육성방안, 2003.

문화관광부, 제주지역 관광객유치증진을 위한 상품개발연구, 2006.

제주대학교 관광과경영경제연구소, 제주도내 재래시장 및 지역상권 활성화방안에 관한 연구, 2003.

제주시, 제주시 동문공설시장 및 주변재래시장 경영혁신 연구, 2005.

제주특별자치도 관광마케팅과, 2007년 주요업무보고, 2006.

제주발전연구원, 제주지역 일본관광시장에 대한 마케팅전략, 2002.

제주발전연구원, 중화권관광객 유치증진방안, 2005.

Belsky, G., Watch Out, Disneyland!, *Money*, 21(10), 213-222, 1992.

Bourdeau, P., Corneloup, J., and Mao, P., Adventure Sports and Tourism in the French Mountains: Dynamics of Change and Challenges for Sustainable Development (pp. 101-116), In Ritchie, Brebt W., *Sport tourism: Interrelationships, Impacts and Issues*. Clevedon, UK: Channel View Publications, 2004.

British Tourist Authority, *Sport Tourism: Trade Advisory Pack*. London: BTA, 2000.

Butler, R. W., West Edmonton Mall as a Tourist Attraction. Canadian

- Geographer, 35(3), 287-295, 1991.
- City of Moncton, <http://www.moncton.org/>. Accessed January 6, 2007.
- Crystal Place, <http://www.crystalpalace.ca/EN/index.html>. Accessed January 6, 2007.
- CTC, *Activity-based Tourism Segments in Canada and the USA: An Overview - A Special Analysis of the Travel Activities and Motivation Survey*, Ottawa: Canadian Tourism Commission, 2003.
- Deane, John and Callanan, Michelle, Sport Tourism in the UK: Policy and Practice (pp. 253-280), In Ritchie, Brecht W., *Sport tourism: Interrelationships, Impacts and Issues*. Clevedon, UK: Channel View Publications, 2004.
- Department for Culture, Media and Sport (Sports Division), *A Sporting Future for All: The Government Strategy for Sport*. London: DCMS, 2000.
- Department for Culture, Media and Sport (Tourism Division), *Third Tourism Summit: Key Conclusions and Action Points to Drive Forward the Modernising Agenda for Tourism*, London: DCMS, 2002.
- Department for Culture, Media and Sport (Tourism Division), *Tomorrow's Tourism: A Tourism Strategy for England*. London: DCMS, 1999.
- Department for Culture, Media and Sport, *Staging International Sporting Event: Government Response to the Third Report from the Culture, Media and Sport Committee Session 2000 - 2001, A Sporting Future for All: The Government Strategy for Sport*. London: The Stationary Office, 2001.
- Dubai Tourism, Events in Dubai(Online). http://guide.theemiratesnetwork.com/living/dubai/shopping_festival.php, accessed January 4, 2007.
- Dubai Tourism, www.dubaitourism.ae/, accessed January 5, 2007.

- Finn, A. and Rigby, J. West Edmonton Mall: Consumer Combined-purpose Trips and the Birth of the Mega-multi-mall. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 9(2), 134-145, 1992.
- Glyptis, S., *Sport and Tourism in Western Europe*, London: British Travel Educational Trust, 1982.
- Hall, C. M., Adventure, Sport and Health Tourism, In B. Weiler and C. M. Hall (eds.), *Special Interest Tourism* (pp. 141-158), Belhaven: London, 1992.
- Hinch, Thomas, *Sport Tourism Development*, Clevedon, UK: Channel View Publications, 2003.
- Mall of America, Welcome to the Mall of America(Online). <http://www.mallofamerica.com>. Accessed January 5, 2007.
- Mitchell, R. G., *Mountain Experience: The Psychology and Sociology of Adventure*. Chicago: University of Chicago Press, 1983.
- Moncton Shopping Mall, <http://www.champlainplace.ca/tourist/index.ch2>. Accessed January 6, 2007
- Ritchie, Brebt W., *Sport tourism: Interrelationships, Impacts and Issues*, Clevedon, UK: Channel View Publications, 2004.
- The Economist, Heathrow, Shopping Mall, 27(July), 52 1996.
- Thorpe, D., The Mall of America. *Parabola*, 19(2), 25-29, 1994.
- Timothy, Dallen J., *Shopping Tourism, Retailing and Leisure*, Clevedon, UK: Channel View Publications, 2005.
- Tourism Moncton, <http://www.gomoncton.com/ENSite/Home/HomeEn.html>. Accessed January 6, 2007.
- UK Sport. *Report of Major Events Group*, 3, April, 2001.
- UKTS. *The UK Tourist: Statistics 1997, English, Scottish, Wales and*

Northern, 1998.

US Sport: www.uksport.gov.uk

VisitBritain: www.visitbritain.com/sport

Weed, M. and Bull, C., The Search for a Sport-tourism Policy Network. In M. F. Collins and I. Cooper (eds.), *Leisure Management Issues and Applications*. Oxon: CAB International, 1999.

West Edmonton Mall, West Edmonton Mall: The World's Largest Entertainment and Shopping Centre(Online). <http://www.westedmall.com/>. Accessed January 5, 2007.

부 록

1. 국내 관광객 대상 설문조사서
2. 관광기념품업자 대상 설문조사서
3. 재래상인 대상 설문조사서

제주지역의 고부가가치 관광 활성화방안 연구를 위한 관광객 의견조사

ID

--	--	--

인 사 말 씀

안녕하십니까?

제주발전연구원은 제주도 출연 정책연구기관으로 현재 제주지역의 고부가가치관광 활성화방안을 위한 기초연구를 수행하고 있습니다.

본 의견조사의 조사결과는 통계적으로 처리되어 개인적 신상내용은 밝혀

지지 않으며, 응답내용의 비밀이 절대로 보장됩니다.

비록 바쁘시더라도 설문항목에 빠짐없이 응답하여 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2006. 12.

제주발전연구원장 고부언

본 의견조사에 대한 의문사항은 아래로 문의하시기 바랍니다.

☞ 제주발전연구원 사회조사센터 최영근 연구원 (☎ 726 - 7403)

레저·스포츠 관광활동	A. 과거 2년 동안의 국내 숙박여행시 참여했던 활동	B. 이번 여행과 과거 2년 동안의 제주도 숙박여행시 참여했던 활동	C. 향후 2년 이내의 국내 숙박여행시 참여하고 싶은 활동
수상관련 레저·스포츠 활동			
낚시	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
카약 또는 카누	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
모터 보트	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
요트	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
스쿠버 다이빙	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
스노클(잠수용의 호흡 기구)이용 잠수	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
해수욕	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
수상 스키	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
윈드 서핑	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
육지에서의 레저·스포츠 활동			
등산	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
암벽등반	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
관광지에서의 자전거 여행	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
산악자전거	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
골프	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
승마	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
사냥	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
모터사이클	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
스케이트 보드	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

레저·스포츠 관광활동	A. 과거 2년 동안의 국내 숙박여행시 참여했던 활동	B. 이번 여행과 과거 2년 동안의 제주도 숙박여행시 참여했던 활동	C. 향후 2년 이내의 국내 숙박여행시 참여하고 싶은 활동
팀 스포츠 및 게임 활동 (Team Sports and Games)			
비치 배구	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
볼링	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
축구	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
테니스	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
배구	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
상공 레저·스포츠 활동 (Air-Based Activities)			
행글라이더	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
열기구 타기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
낙하산 타기(Parachuting)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
겨울철 관련 레저·스포츠 활동 (Winter Outdoor Activities)			
스키	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
스케이팅	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
스노우보드 타기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
겨울 산악	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
얼음 낚시	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. 레저·스포츠 활동에 대한 전반적 관심과 참여도

1) 귀하의 평상시 레저·스포츠 활동에 대한 관심 정도는?

- ① 전혀 관심 없음 ② 관심 없음 ③ 보통 ④ 관심 많음 ⑤ 매우 관심 많음

2) 귀하의 평상시 레저·스포츠 활동에 대한 참여 정도는?

- ① 전혀 참여하지 않음 ② 참여하지 않음 ③ 보통 ④ 참여함 ⑤ 적극 참여함

3) 귀하의 여행시 관광지에서의 레저·스포츠 활동에 대한 관심 정도는?

- ① 전혀 관심 없음 ② 관심 없음 ③ 보통 ④ 관심 많음 ⑤ 매우 관심 많음

4) 귀하의 여행시 관광지에서의 레저·스포츠 활동에 대한 참여 정도는?

- ① 전혀 참여하지 않음 ② 참여하지 않음 ③ 보통 ④ 참여함 ⑤ 적극 참여함

3. 제주도의 레저·스포츠 환경 여건 및 시설 평가

1) 관광객을 위한 제주도의 레저·스포츠 활동의 현재 환경은?

- ① 전혀 우수하지 못함 ② 우수하지 못함 ③ 보통 ④ 우수함 ⑤ 매우 우수함

2) 관광객을 위한 제주도의 레저·스포츠 활동의 미래 환경여건 정도는?

- ① 전혀 우수하지 못함 ② 우수하지 못함 ③ 보통 ④ 우수함 ⑤ 매우 우수함

3) 관광객을 위한 제주도의 레저·스포츠 활동의 시설 수준은?

- ① 전혀 우수하지 못함 ② 우수하지 못함 ③ 보통 ④ 우수함 ⑤ 매우 우수함

4) 관광객을 위한 제주도의 레저·스포츠 활동의 상품개발 정도는?

- ① 전혀 우수하지 못함 ② 우수하지 못함 ③ 보통 ④ 우수함 ⑤ 매우 우수함

Ⅲ. 다음은 귀하의 이번 제주도 여행시 쇼핑 활동에 대한 질문입니다.

1. 방문 쇼핑장소와 평가

※ 아래의 쇼핑장소에 대하여 A, B, 그리고 C에 대하여 각각 표시(✓) 및 응답하여 주시기 바랍니다.

※ A는 과거 2년 동안 귀하의 국내지역 2박 이상의 숙박 여행시 쇼핑했던 장소들에 대하여, B는 이번 여행과 과거 2년 동안 제주도 여행시 쇼핑했던 장소들에 대하여 표시하여 주시고, C는 B에서 표시된 쇼핑장소에 대한 평가와 관련된 것입니다.

쇼핑장소	A. 과거 2년동안 국내지역 여행시 쇼핑장소	B. 이번 여행과 과거 2년동안 제주도여행시 쇼핑장소	C. 이번 여행과 과거 2년 동안 제주도 여행시 각각의 쇼핑장소에 대한 서비스, 시설, 가격, 품질, 쇼핑품목 다양성에 대한 전반적 평가
면세점 (또는 내국 인 면세점)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> →	1. 서비스: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 2. 시 설: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 3. 가 격: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 4. 품 질: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 5. 다양성: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함
재래시장	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> →	1. 서비스: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 2. 시 설: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 3. 가 격: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 4. 품 질: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 5. 다양성: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함
지역중소소매 점(의류전문 점 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> →	1. 서비스: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 2. 시 설: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 3. 가 격: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 4. 품 질: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 5. 다양성: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함
관광기념품상 가	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> →	1. 서비스: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 2. 시 설: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 3. 가 격: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 4. 품 질: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함 5. 다양성: <input type="checkbox"/> 우수함 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 우수하지 못함

2. 쇼핑 구매상품 및 선호상품

※ 이번 제주도 여행에서 구매했던 혹은 구매하고자 하는 쇼핑품목과 귀하께서 여행 시 선호하시는 쇼핑상품을 모두 표시하여 주시기 바랍니다.

상품	A. 이번 여행시 구매한 또는 구매하고자 하는 상품	B. 여행시 일반적 쇼핑 선호상품
관광기념품류	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
전통 공예품 및 민예품	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
지역 토산품	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
지역 농산물 및 수산물	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
전통주(술), 지역 토속주	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
의류 (옷)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
향수, 화장품	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
액세서리	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
보석류	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
전기 및 전자제품	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
자기, 도자기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
담배류	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
주류	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
건강식품류	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
식료품	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
서적, 잡지, 문구류	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
인형, 장남감, 게임기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
신발류	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
시계	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
기타 ()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

IV. 다음은 귀하의 일반적 사항에 대한 내용입니다. 해당번호에 표시하여 주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은?

- ① 남 ② 여

2. 귀하의 연령은?

- ① 20~29세 ② 30~39세 ③ 40~49세
④ 50~59세 ⑤ 60세 이상

3. 귀하의 학력은?

- ① 중졸이하 ② 고졸이하 ③ 대졸이하 ④ 대학원졸 ⑤ 기타

4. 귀하의 직업은?

- ① 공무원/군인 ② 기업인/경영직 ③ 사무/기술직 ④ 판매/서비스
⑤ 전문직 ⑥ 생산/기능/노무직 ⑦ 자영업자 ⑧ 학생
⑨ 주부 ⑩ 기타 ()

5. 귀하의 현 거주지는?

- ① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천
⑤ 광주 ⑥ 대전 ⑦ 울산 ⑧ 경기도
⑨ 강원도 ⑩ 충청도 ⑪ 경상도 ⑫ 전라도
⑬ 제주도민 ⑭ 기타

6. 귀하의 월 평균 소득수준은?

- ① 50만원 미만 ② 50~100만원 ③ 101~200만원
④ 201~300만원 ⑤ 300만원이상

7. 제주지역 여행 중에 불편하셨거나, 개선해야 할 사항이 있으시면 적어주십시오.

☺ 끝까지 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. 즐거운 하루 되세요 ☺

제주지역의 고부가가치 관광 활성화방안 연구를 위한 관광기념품 업자 의견조사

--	--	--

인 사 말 씀

안녕하십니까?

우리 연구원은 제주도 출연 정책연구기관으로 현재 제주지역의 고부가가치관광 활성화방안 연구를 위한 기초연구를 수행하고 있습니다.

본 설문조사는 관광객들의 관광기념품점의 이용 행태를 파악하고, 관광기념품점의 경영상 개선사항을 묻고자 합니다.

본 의견조사의 조사결과는 통계적으로 처리되어 개인적 신상내용은 밝혀지지 않으며, 응답내용의 비밀이 절대로 보장됩니다.

비록 바쁘시더라도 설문항목에 빠짐없이 응답하여 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2006.12

제주발전연구원장 고부언

본 의견조사에 대한 의문사항은 아래로 문의하시기 바랍니다.

☞ 제주발전연구원 사회조사센터 최영근 연구원 (☎ 726 - 7403)

3. 귀 기념품점의 1일 평균 이용고객수는 몇 명입니까?

- ① 10명 미만 ② 10~29명 ③ 30~49명 ④ 50명 이상

4. 귀 기념품점의 지난 3년간 판매실적은?

- ① 급격히 감소 ② 조금씩 감소 ③ 변화 거의없다 ④ 조금씩 증가 ⑤ 급격히 증가

Ⅲ. 관광객 유치·확대를 위해 기념품점에서 필요한 전략에 대한 중요도와 실제 성과에 대한 귀하의 의견은?

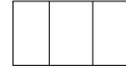
구 분	관광객 유치·확대를 위한 귀 기념품점에서 필요한 전략의 중요도				
	① 전혀 중요하지 않음	②중요하지 않음	③ 보통	④ 중요함	⑤ 매우 중요함
1. 고객에 대한 일대일 서비스 개선 및 강화	①	②	③	④	⑤
2. 취급상품의 특화와 차별화	①	②	③	④	⑤
3. 광고, 홍보, 판촉 및 이벤트 강화	①	②	③	④	⑤
4. 점포 및 매장의 인테리어 강화와 시설 현대화	①	②	③	④	⑤
5. 가격 경쟁력 확보	①	②	③	④	⑤
6. 제품 디자인 개선	①	②	③	④	⑤
7. 인근 기념품점과 공동광고 시행	①	②	③	④	⑤
8. 인근 기념품점과 공동물류(수송, 배송)	①	②	③	④	⑤
9. 취급 상품 품질 제고	①	②	③	④	⑤
10. 공동 브랜드 도입	①	②	③	④	⑤
11. 반품제도 도입	①	②	③	④	⑤
12. 카드결제 도입	①	②	③	④	⑤
13. 영업시간의 차별화	①	②	③	④	⑤
14. 지자체의 세제지원	①	②	③	④	⑤
15. 업자들에 대한 경영과 마케팅 교육	①	②	③	④	⑤
16. 운영자금 지원	①	②	③	④	⑤
17. 유통정보시스템 도입(POS, EDI)	①	②	③	④	⑤
18. 점포 환경 개선 및 시설관련 자료 지원	①	②	③	④	⑤

구 분	관광객 유치·확대를 위해 귀하가, 재래시장에서, 지자체에서 추진한 사항에 대한 평가				
	① 전혀 이루어지지 않음	② 이루어지지 않음	③ 보통	④ 잘 이루어짐	⑤ 매우 잘 이루어짐
1. 고객에 대한 일대일 서비스 개선 및 강화	①	②	③	④	⑤
2. 취급상품의 특화와 차별화	①	②	③	④	⑤
3. 광고, 홍보, 판촉 및 이벤트 강화	①	②	③	④	⑤
4. 점포 및 매장의 인테리어 강화와 시설 현대화	①	②	③	④	⑤
5. 가격 경쟁력 확보	①	②	③	④	⑤
6. 제품 디자인 개선	①	②	③	④	⑤
7. 인근 기념품점과 공동광고 시행	①	②	③	④	⑤
8. 인근 기념품점과 공동물류(수송, 배송)	①	②	③	④	⑤
9. 취급 상품 품질 제고	①	②	③	④	⑤
10. 공동 브랜드 도입	①	②	③	④	⑤
11. 반품제도 도입	①	②	③	④	⑤
12. 카드결제 도입	①	②	③	④	⑤
13. 영업시간의 차별화	①	②	③	④	⑤
14. 지자체의 세제지원	①	②	③	④	⑤
15. 업자들에 대한 경영과 마케팅 교육	①	②	③	④	⑤
16. 운영자금 지원	①	②	③	④	⑤
17. 유통정보시스템 도입(POS, EDI)	①	②	③	④	⑤
18. 점포 환경 개선 및 시설관련 자료 지원	①	②	③	④	⑤

* 쇼핑환경 개선을 위해 필요한 사항이 있으시면 적어주십시오.

☺ 끝까지 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. 즐거운 하루 되세요 ☺

제주지역의 고부가가치 관광 활성화방안 연구를 위한 재래시장 상인 의견조사



인 사 말 씀

안녕하십니까?

우리 연구원은 제주도 출연 정책연구기관으로 현재 제주지역의 고부가가치 관광 활성화방안 연구를 위한 기초연구를 수행하고 있습니다.

본 설문조사는 관광객들의 재래시장의 이용 행태를 파악하고, 시장을 이용하는 데 있어서 불편사항이나 개선사항들에 대한 상인들의 의견을 묻고자 합니다.

본 의견조사의 조사결과는 통계적으로 처리되어 개인적 신상내용은 밝혀지지 않으며, 응답내용의 비밀이 절대로 보장됩니다.

비록 바쁘시더라도 설문항목에 빠짐없이 응답하여 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2006.12

제주발전연구원장 고부언

본 의견조사에 대한 의문사항은 아래로 문의하시기 바랍니다.

☞ 제주발전연구원 사회조사센터 최영근 연구원 (☎ 726 - 7403)

4. 귀 점포의 지난 3년간 판매실적은?

- ① 급격히 감소 ② 조금씩 감소 ③ 변화 거의 없다 ④ 조금씩 증가 ⑤ 급격히 증가

Ⅲ. 관광객 유치·확대를 위해 재래시장에서 필요한 전략에 대한 중요도와 실제 성과에 대한 귀하의 의견은?

구 분	관광객 유치·확대를 위한 재래시장에서 필요한 전략의 중요도				
	① 전혀 중요하지 않음	② 중요하지 않음	③ 보통	④ 중요함	⑤ 매우 중요함
1. 고객에 대한 일대일 서비스 개선 및 강화	①	②	③	④	⑤
2. 취급상품의 특화와 차별화	①	②	③	④	⑤
3. 상품별 특화된 쇼핑거리 조성	①	②	③	④	⑤
4. 광고, 홍보, 판촉 및 이벤트 강화	①	②	③	④	⑤
5. 주차공간 확보	①	②	③	④	⑤
6. 점포 및 매장의 인테리어 강화와 시설 현대화	①	②	③	④	⑤
7. 가격 경쟁력 확보	①	②	③	④	⑤
8. 제품 디자인 개선	①	②	③	④	⑤
9. 공동광고 시행	①	②	③	④	⑤
10. 공동물류(수송, 배송)	①	②	③	④	⑤
11. 취급 상품 품질 제고	①	②	③	④	⑤
12. 공동 브랜드 도입	①	②	③	④	⑤
13. 반품제도 도입	①	②	③	④	⑤
14. 카드결제 도입	①	②	③	④	⑤
15. 영업시간의 차별화	①	②	③	④	⑤
16. 야시장으로 개발	①	②	③	④	⑤
17. 지자체의 세제지원	①	②	③	④	⑤
18. 상인들에 대한 경영과 마케팅 교육	①	②	③	④	⑤
19. 운영자금 지원	①	②	③	④	⑤
20. 유통정보시스템 도입(POS, EDI)	①	②	③	④	⑤
21. 점포 환경 개선 및 시설관련 자료 지원	①	②	③	④	⑤

구 분	관광객 유치·확대를 위해 귀하가, 재래시장에서, 지자체에서 추진한 사항에 대한 평가				
	① 전혀 이루어지지 않음	② 이루어지 지 않음	③ 보통	④ 잘 이루어짐	⑤ 매우 잘 이루어짐
1. 고객에 대한 일대일 서비스 개선 및 강화	①	②	③	④	⑤
2. 취급상품의 특화와 차별화	①	②	③	④	⑤
3. 상품별 특화된 쇼핑거리 조성	①	②	③	④	⑤
4. 광고, 홍보, 판촉 및 이벤트 강화	①	②	③	④	⑤
5. 주차공간 확보	①	②	③	④	⑤
6. 점포 및 매장의 인테리어 강화와 시설 현대화	①	②	③	④	⑤
7. 가격 경쟁력 확보	①	②	③	④	⑤
8. 제품 디자인 개선	①	②	③	④	⑤
9. 공동광고 시행	①	②	③	④	⑤
10. 공동물류(수송, 배송)	①	②	③	④	⑤
11. 취급 상품 품질 제고	①	②	③	④	⑤
12. 공동 브랜드 도입	①	②	③	④	⑤
13. 반품제도 도입	①	②	③	④	⑤
14. 카드결제 도입	①	②	③	④	⑤
15. 영업시간의 차별화	①	②	③	④	⑤
16. 아시장으로 개발	①	②	③	④	⑤
17. 지자체의 세제지원	①	②	③	④	⑤
18. 상인들에 대한 경영과 마케팅 교육	①	②	③	④	⑤
19. 운영자금 지원	①	②	③	④	⑤
20. 유통정보시스템 도입(POS, EDI)	①	②	③	④	⑤
21. 점포 환경 개선 및 시설관련 자료 지원	①	②	③	④	⑤

* 쇼핑환경 개선을 위해 필요한 사항이 있으시면 적어주십시오.

☺ 끝까지 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. 즐거운 하루 되세요 ☺

연 구 진

· 연구책임	정 승 훈	제주발전연구원 연구위원
	윤 동 구 (Dongkoo Yun, Ph.D.)	Research Data Manager, Tourism Research Centre, University of Prince Edward Island, Canada
· 설문담당	최 영 근	제주발전연구원 사회조사센터 위촉연구원
· 연구보조	황 민 영	제주발전연구원 위촉연구원

제주지역의 고부가치관광 활성화방안

인 쇄 일	2006. 12
발 행 일	2006. 12
발 행 인	고 부 언(제주발전연구원장)
발 행 처	제주발전연구원
인 쇄 처	일신옵셋인쇄사

ISBN 978-89-6010-004-6 93530

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