

정책연구 2005-6

중화권관광객 유치증진방안

2005. 12

제주발전연구원

발간사

세계관광기구(WTO)에 의하면 동북아 관광객수는 2000년 51.7백만명에서 2010년에는 109.3백만명으로 증가할 것으로 전망하고 있습니다.

특히 '08년 북경올림픽 개최 이후에는 중국인의 해외여행 전면자유화가 예상되는 등 중국정부의 개방정책 확대에 따른 중국인 관광객이 급증할 것으로 전망됩니다.

제주도가 국제관광지로서의 위상을 제고하기 위해서는 장기적인 안목에서 중화권 관광시장을 일본인 관광시장과 함께 표적시장으로 개척해야 할 것입니다.

최근에 중국인 관광객의 지속적인 증가와 더불어 대만인 관광객의 폭발적인 증가는 제주관광에 있어 매우 고무적인 일이라고 봅니다.

따라서 제주관광산업의 발전을 위한 중화권 관광시장의 역할이 기대되고 있는 가운데 보다 많은 중화권 관광객을 유치하기 위해서는 중화권 관광객들의 해외여행 성향 및 제주방문 여행성향에 대한 조사·연구가 필요하며 이에 따른 중화권관광시장에 대한 심층적인 이해를 돕기 위해 본 보고서를 발간하게 되었습니다.

본 연구에서는 중국, 홍콩, 대만, 싱가포르인들의 관광성향에 대해 개괄적인 연구를 수행하였으나, 향후 연구에서는 국가별로 세분화된 연구가 뒷받침되어야 할 것입니다.

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

2005. 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. 중화권 관광시장 분석	4
1. 중국	4
2. 홍콩	9
3. 싱가포르	15
4. 대만	21
III. 중화권 관광객 방한 현황	25
1. 전담여행사 지정 및 교통수단	25
2. 중화권 각국의 방한 성향	28
IV. 제주관광 실태분석	42
1. 제주관광 현황	42
2. 중화권 관광객 내도 현황	47
V. 실증분석	54
1. 조사개요	54
2. 분석결과	59
3. 시사점	94

VI. 중화권관광객 유치를 위한 과제 및 방안	96
1. 주요 과제	96
2. 유치방안	98
VII. 결론	114
참고문헌	116
부 록	118

표 목 차

<표Ⅱ-1> 중국의 해외여행 자유화정책 추진 현황	6
<표Ⅱ-2> 중국인 해외여행 현황	7
<표Ⅱ-3> 중국인의 주요 해외여행 목적지	7
<표Ⅱ-4> 기타 지역 관광개발 상황	8
<표Ⅱ-5> 홍콩의 사스타개 정책	9
<표Ⅱ-6> 홍콩인의 해외여행 현황	13
<표Ⅱ-7> 홍콩인의 주요 해외여행 목적지	13
<표Ⅱ-8> 싱가포르인의 해외여행 현황	19
<표Ⅱ-9> 대만관광국의 외국인 관광객 우대정책	23
<표Ⅱ-10> 대만인의 해외여행 현황	24
<표Ⅱ-11> 대만인의 주요 해외여행 목적지	24
<표Ⅲ-1> 시·도별 지정현황(2005)	25
<표Ⅲ-2> 중화권 국제항공노선 현황	26
<표Ⅲ-3> 한·중 국제여객선(정기) 운항현황	27
<표Ⅲ-4> 국제여객선(정기) 여객수송 실적	28
<표Ⅲ-5> 방한 중국인 연도별 증가추이	29
<표Ⅲ-6> 연도별, 국적별 시장점유율 추이	29
<표Ⅲ-7> 월별/연도별 중국인 입국	30
<표Ⅲ-8> 방한 중국인의 여행목적별 분포	31
<표Ⅲ-9> 방한 중국인의 인구사회학적 특성	32
<표Ⅲ-10> 방한 대만인 연도별 증가추이	33
<표Ⅲ-11> 월별/연도별 대만인 입국	33
<표Ⅲ-12> 방한 대만인의 여행목적별 분포	34

<표Ⅲ-13> 방한 대만인의 인구사회학적 특성	35
<표Ⅲ-14> 방한 홍콩인 연도별 증가추이	36
<표Ⅲ-15> 월별/연도별 홍콩인 입국	36
<표Ⅲ-16> 방한 홍콩인의 여행목적별 분포	37
<표Ⅲ-17> 방한 홍콩인의 인구사회학적 특성	38
<표Ⅲ-18> 방한 싱가포르인 연도별 증가추이	39
<표Ⅲ-19> 월별/연도별 싱가포르인 입국	39
<표Ⅲ-20> 방한 싱가포르인의 여행목적별 분포	40
<표Ⅲ-21> 방한 싱가포르인의 인구사회학적 특성	41
<표Ⅳ-1> 제주도 관광사업체 현황(2004. 12. 31 현재)	43
<표Ⅳ-2> 제주↔중국(대만) 간 직항노선 현황(2004년)	44
<표Ⅳ-3> 중화권관광객 유치 추진(2005년도)	45
<표Ⅳ-4> 시·도별 중국전문식당 지정 현황	45
<표Ⅳ-5> 관광안내소 운영 현황	46
<표Ⅳ-6> 관광통역안내사 자격증 발급 누계현황(2005년 현재)	46
<표Ⅳ-7> 중화권 관광객 입도현황(2003-2004)	47
<표Ⅳ-8> 연도별·국적별 외국인 관광객 입도 현황	48
<표Ⅳ-9> 관광객 시장점유율 현황	48
<표Ⅳ-10> 연도별 관광수입 현황	49
<표Ⅳ-11> 월별 중국인 관광객 입도현황	50
<표Ⅳ-12> 월별 대만인 관광객 입도현황	50
<표Ⅳ-13> 월별 홍콩인 관광객 입도현황	51
<표Ⅳ-14> 월별 싱가포르인 관광객 입도현황	51
<표Ⅳ-15> 계절별 중국인 관광객 입도현황	52
<표Ⅳ-16> 계절별 대만인 관광객 입도현황	52

<표IV-17> 계절별 홍콩인 관광객 입도현황	53
<표IV-18> 계절별 싱가포르인 관광객 입도현황	53
<표V-1> 성별 특성	55
<표V-2> 연령별 특성	55
<표V-3> 연평균소득 특성	56
<표V-4> 학력별 특성	57
<표V-5> 직업별 특성	58
<표V-6> 제주지역이 갖고 있는 이미지	59
<표V-7> 한국 방문횟수	60
<표V-8> 제주 방문횟수	60
<표V-9> 한국방문 체재예정일수	61
<표V-10> 한국방문중 제주방문 체재예정일수	62
<표V-11> 제주방문목적	62
<표V-12> 제주지역을 선택한 동기	63
<표V-13> 제주여행형태	64
<표V-14> 제주여행에 대한 정보원	65
<표V-15> 제주방문중 쇼핑여부	66
<표V-16> 제주방문중 구입한 주요 물품	66
<표V-17> 제주여행중 가장 기대했던 활동	67
<표V-18> 제주여행중 가장 즐기고 싶은 여행상품	68
<표V-19> 제주에서 체험하고자 하는 활동	69
<표V-20> 제주여행중 가장 만족스러웠던 활동	70
<표V-21> 제주여행중 가장 불편했던 점	71
<표V-22> 제주지역을 방문하는데 저해요인	72
<표V-23> 제주지역에 필요한 관광시설 및 관광지	73

<표 V-24> 제주방문후 기억에 남는 지역	74
<표 V-25> 중국관광객의 중요도-실행도 평균값 및 차이	76
<표 V-26> 중국관광객의 중요도-실행도 분석	78
<표 V-27> 대만인의 중요도-실행도 평균값 및 차이	79
<표 V-28> 대만관광객의 중요도-실행도 분석	81
<표 V-29> 싱가포르인의 중요도-실행도 평균값 및 차이	82
<표 V-30> 싱가포르 관광객의 중요도-실행도 분석	84
<표 V-31> 제주지역 여행상품의 적정한 가격(1일 기준)	85
<표 V-32> 여행상품의 서비스 개선과 가격 인상을 할 경우 재방문의사	86
<표 V-33> 재방문 의사가 있는 경우 지불할 용의가 있는 가격	87
<표 V-34> 제주관광에 대한 전반적 만족도	88
<표 V-35> 기대수준과 비교한 만족도	89
<표 V-36> 이상적인 관광지와 제주도와의 비교	90
<표 V-37> 제주도 관광품질을 고려할 때에 가격의 적정성	91
<표 V-38> 재방문의사	92
<표 V-39> 제주방문 추천의향	93
<표 V-40> 제주방문 추천의향	94

그림 목차

[그림 V-1] 항목전체를 이용한 CS Portfolio 분석(중국)	77
[그림 V-2] 항목전체를 이용한 CS Portfolio 분석(대만)	80
[그림 V-3] 항목전체를 이용한 CS Portfolio 분석(싱가포르)	83

I. 서론

1. 연구 배경 및 목적

- 2004년 제주관광은 국내 경기침체, 금강산 육로관광, 고속철도 개통, 성매매특별법 시행, 외국인 전용카지노 신규허가(서울, 부산) 등 외부환경 변화에 따라 큰 어려움을 겪고 있어 이에 대한 체감 반응이 높은 상황임.
- 제주도는 국제자유도시라는 구체적인 계획을 가지고 21세기 동북아 중심축을 구축하고자 하고 있음.
- 제주국제자유도시 건설은 제주관광의 변화를 주도하고 경쟁력을 갖춘 관광목적지로 발돋움할 수 있는 생존적 의미가 있으며, 나아가 한국을 세계관광선진국으로 진입시켜야 하는 국가적 사명을 가지고 있음.
- 따라서 내국인 관광객 위주의 시장구조에서 점차적으로 외국인 관광객 시장위주로 변화시켜 나가야 함.
- 중화권(중국, 홍콩, 대만, 싱가포르) 관광시장은 중국을 중심으로 급속하게 성장하는 추세를 보이고 있음.
- 우리나라는 중화권 인접국가로서 중화권 관광시장은 전략적 가치가 매우 큼.
- 세계관광기구(WTO)에 의하면 동북아 관광객 수는 2000년 51.7백만명에서 2010년에는 109.3백만명으로 증가할 것으로 전망하고 있음.
- 특히 '08년 북경올림픽 개최 이후에는 중국인의 해외여행 전면자유화가 예상되는 등 중국정부의 개방정책 확대에 따른 중국인 관광객이 급증할 것으로 전망됨.
- 2005년 제주관광은 500만명 관광객 돌파를 목전에 두고 있음. 특히 중국, 대만 등을 중심으로 한 중화권 관광객들의 증가가 이러한 목표치를 달성하는데 크게 기여했다고 할 수 있음.

- 또한 우리나라와의 국교단절이후 크게 감소했던 대만 관광시장의 급부상은 중국시장의 지속적인 성장과 함께 제주관광에 큰 활력을 불어넣고 있고, 향후에도 지속적인 증가가 기대됨.
- 한편 우리나라를 방문하는 전체 중화권 관광객들을 대상으로 한 시장조사는 한국관광공사에서 지속적으로 이루어지고 있음.
- 그러나 제주관광에 있어 중화권 관광시장에 대한 중요성은 인식하고 있으나, 이에 대한 체계적인 조사와 연구는 미흡한 것이 현실임.
- 물론 중화권 관광시장의 지속적인 성장이 제주도와 제주도관광협회의 협력적 마케팅의 산물이라고도 할 수 있음.
- 그러나 현재 제주를 방문하는 일본인 관광객 수가 답보상태에 머무르고 있는 것을 보면 알 수 있듯이, 시장조사를 등한시 할 경우 지속적인 관광객 증가를 기대하기 어려움.
- 따라서 중화권 관광객들의 제주도 방문 동기 및 실태에 대한 심층적인 시장조사를 바탕으로 한 전략마련의 필요성이 제기됨.
- 제주관광의 핵심 표적시장이며 새로운 성장동력인 중화권 관광시장을 체계적으로 조사·연구하여 제주관광의 대응책을 마련하기 위해 연구를 수행함.

2. 연구 방법

- 중화권 관광시장 관련 2차 자료를 중심으로 한 문헌연구와 자료분석 (Literature study and Data analysis)
- 설문조사를 통한 실증연구(Empirical study)
 - 제주지역 방문 중화권관광객 대상 설문조사

3. 연구 구성

- 제1장은 서론부문으로 연구의 배경과 목적, 연구의 방법, 연구구성에 대해 다룸.
- 제2장은 중화권 관광시장 분석부문으로 중국, 홍콩, 대만, 싱가포르의 관광정책과 관광동향에 대해 다룸.
- 제3장은 중화권 관광객 방한동향부문으로 전담여행사 지정 및 교통수단 현황, 중국, 홍콩, 대만, 싱가포르 관광객의 방한성향 등에 대해 다룸.
- 제4장은 제주관광 실태분석부문으로 제주지역 관광사업체 수, 중국전문식당 현황, 중화권국가와 제주간 교통편 현황, 중국, 홍콩, 대만, 싱가포르 관광객의 내도현황 등에 대해 다룸.
- 제5장은 실증분석부문으로 제주를 방문한 중국, 대만, 싱가포르 관광객을 대상으로 설문조사를 시행한 개요와 결과를 분석함.
- 제6장은 중화권 관광객 유치를 증대시키기 위한 방안을 모색함.
- 제7장은 결론부문으로 연구의 주요내용과 시사점을 제시함.

II. 중화권 관광시장 분석1)

1. 중국

가. 주요 관광정책 및 현황

- 개혁이후 중국은 사회전반에 걸쳐 급속한 변화를 가져왔으며, 그 중에서 관광산업은 가장 두드러진 성장을 보이고 있는 분야 중 하나임.
- 중국은 “관광산업의 국가 지주(支柱)산업으로의 육성, 세계 관광강국 건설”을 전략목표로 선정하고 있음.
 - 2004년 중국을 방문한 관광객수(inbound)는 4,100만명으로 세계 4위의 관광대국으로 성장함.
 - 2008년 베이징 올림픽과 2010년 상하이 세계박람회 개최를 거점으로 관광객을 유치하기 위한 전략을 수립함.
- 특히 소비성산업으로 인식해오던 관광산업은 정부의 엄격한 규제 대상이었지만, 개혁개방이후 외국과의 교류가 활발해지고 중국경제가 고도성장을 거듭하면서 외환벌이를 위해 관광산업을 비약적으로 발전시킴.
- 개혁개방이 시작되는 1978년 2억달러 남짓하던 중국의 관광수입이 1996년에 102억 달러로 세계 9위로 늘어났으며 2천년대에는 미국을 제치고 세계 제1위의 관광대국으로 성장할 것으로 전망되고 있음.
- 2000년 9월부터 중국국가여유국(CNTA)은 중국의 아웃바운드여행사에 대하여 강력한 규제를 시행하고 있음. 새로운 조치는 불법, 무면허 여행사에 대한 소비자 고발 시스템을 전국적으로 운영하고 있음.
- 중국정부는 내국인의 국내여행보다는 외국인 관광객 유치에 주력하고 있으며, 품질보증금제도, 귀국보증금 예치, 여행사 관리 등에 의하여 출국자를 관리하고 있음.

1) 강신겸, 동북아 관광지도와 한국의 선택, 삼성경제연구소, 2005와 한국관광공사의 각년도 보고서, 홈페이지 현황자료 등에 근거하고 있음.

- 1990년 싱가포르, 태국, 말레이시아를 최초로 해외여행자유국가로 지정하였고, 2001년에는 WTO(세계무역기구)에 가입을 하여 중국의 해외여행을 단계적으로 자유화하고 있음.
- 우리나라의 경우 지난 1993년 양국간 국교가 정상화 된 이래 중국여행을 하는 한국인수가 다른 어떤 국가보다 월등히 높은 성장률을 보여 왔고 1998년 4월 胡錦濤 부주석이 방한한 후 한국을 여행자유화지역으로 추가 설정하였고 한국정부도 제주도를 무비자 여행지역으로 지정한 바 있음.
- 2002년 10월 제주도 노비자 출국허용과 같은해 11월 제5차 한·중관광진 흥협의회 개최(중국 상해)하여 중국 신규 528개 해외여행취급여행사에 대한 비자발급 협의를 하였음.
- 2004년에는 영국을 포함, 유럽 30개국을 여행자유국가로 개방하였음.
- 2005년 9월 15일 현재 중국과 관광목적지 양해각서(ADS)를 체결한 국가는 총 76개 국으로 연말에는 100여 개로 늘어날 전망이다.
- 한편 해외여행자에 대한 여권발급이 간소화되어 출국시 신분증과 호적등본만 제출하면됨. 2002년부터 상해, 심천 등 일부 도시를 시작으로 2005년까지 중·대형 도시민들은 출국 시 이 두 가지 서류만 제출하면 초청장 없이도 여권을 발급받을 수 있게됨.
- 이 조치로 중국인의 공무, 비즈니스 해외여행이 확대될 것으로 보이며, 해외여행이 특정계층 위주에서 일반서민 계층으로 확대될 것으로 전망됨.

〈표II-1〉 중국의 해외여행 자유화정책 추진 현황

연도	내 용
1990	싱가포르, 태국, 말레이시아를 최초로 해외여행자유국가로 지정
1996	전국 주 5일 근무제 실시, 유급휴가제 정식 실시
1998	한국, 호주, 뉴질랜드, 스위스를 해외여행자유국가로 지정
1999	일본을 해외여행자유국가로 지정, 포르투갈로부터 마카오 반환
2001	WTO(세계무역기구)가입
	11월 : 해외여행의 단계적 자유화 - 6개항 출입국관리 개혁
2002	2월 북경 출국담보금제도 폐지
	5월 : 홍콩, 마카오 단기방문 7가지 완화조치
	7. 1. : “중국공민출국여유관리관법” 시행
	9. 1. : Outbound 업무 취급자격 여행사를 종전 67개사에서 528개사로 대폭 확대
	10월 : 중국정부 제주도 노비자 출국 허용
11월 : 제5차 한·중관광진흥협의회 개최(중국 상해) (중국 신규 528개 해외여행취급여행사에 대한 비자발급 협의, 제주도 노비자 출국시 제주출입국관리사무소장 확인서 제도 폐지 등)	
2003	남아프리카공화국, 몰디브, 인도 등을 여행자유국가로 개방
2004	영국을 포함, 유럽 30개국을 여행자유국가로 개방

자료: 강신검, 동북아 관광지도와 한국의 선택, 삼성경제연구소, 2005
한국관광공사, 중국관광객 유치 전략, 2002. 12

나. 중국인 해외여행 성향

- 세계은행이 발표한 순위에 따르면 2004년 중국의 GDP는 1조 3,651억 달러로 세계 7위이며, 중국의 경제 성장은 중국의 국내여행 및 해외여행 수요를 촉진시키는 데 가장 큰 요인으로 작용하고 있음.
- 특히 국내여행의 경우 노동절 휴가 기간 중 4,600만명, 국경절 기간 중 6,000만명이라는 대규모의 사람들이 여행하고 있으며, 해외여행도 점진적으로 증가하고 있음.
- 중국은 2004년 해외여행자 수가 2,880만명을 초과하여 전년대비 42.7%증가로 아시아 최대 관광 송출국으로 자리잡아 가고 있음.
- 2020년까지 중국 해외여행자 수는 1억 명이 될 것으로 추산됨.

〈표 II-2〉 중국인 해외여행 현황

연도	해외여행자수(명)	증감률(%)
1994	3,734,000	-0.2
1995	4,520,000	21.0
1996	5,061,000	12.0
1997	8,172,000	61.5
1998	8,426,000	3.1
1999	9,232,000	9.6
2000	10,473,000	13.4
2001	12,133,000	15.8
2002	16,602,000	36.8
2003	20,222,000	21.8
2004	28,852,800	42.7

자료 : 세계관광기구(WTO). Compendium of Tourism Statistics, 각년도. 한국관광공사, 현황자료에서 재인용.

〈표 II-3〉 중국인의 주요 해외여행 목적지

(단위:만명)

순위	2001		2002		2003		2004	
	목적지	출국자수	목적지	출국자수	목적지	출국자수	목적지	출국자수
1	홍콩	532	홍콩	777	홍콩	931	홍콩	1,300
2	마카오	180	마카오	278	마카오	479	마카오	749
3	태국	65	일본	76	일본	80	일본	102
4	일본	61	러시아	69	러시아	66	러시아	81
5	러시아	61	태국	69	한국	56	한국	70
6	한국	46	한국	55	태국	53	태국	68
7	미국	42	미국	42	미국	35	미국	44
8	싱가포르	28	싱가포르	29	싱가포르	26	싱가포르	43
9	북한	17	북한	25	말레이시아	24	말레이시아	34
10	호주	17	말레이시아	23	호주	20	북한	30

자료 : 중국국가여유국 자료. 한국관광공사, 현황자료에서 재인용.

다. 주요 지자체 관광개발 현황

- 연평균 24~30도의 따뜻한 기온을 유지하고 있어 4계절 골프 라운딩이 가능한 하이난따오(海南島)는 골프관광의 메카로 급부상하고 있음.
 - 중국에서 가장 큰 섬으로서, '88년 경제특구로 지정되어 4개의 관광단지(산야, 하이코우, 동짜이, 싱룽)를 중심으로 연간 1,200만명이 방문하여 1억9백만 달러를 지출
- 상하이(上海) 지역에는 세계적인 거대 테마파크 투자가 진행중임.
 - 홍콩 디즈니랜드의 4.7배 규모의 상하이 디즈니랜드를 2010년 상하이 세계박람회 이전 개장을 목표로 추진중임.
 - 롯데그룹은 상하이 롯데 차이나월드에 테마파크와 함께 백화점·호텔 등을 건설하기 위해 부지선정 작업을 진행 중임('05. 3).

〈표 II-4〉 기타 지역 관광개발 상황

지 역	주요 개발내용
센젠(深川)	아시아 최대 규모의 수상공원, 소인국, 세계의 창 등의 테마파크를 조성
지린(吉林)	창천 영화스튜디오 테마파크
헤이룽장성(黑龍江省)	스키리조트와 빙설관광으로 차별화 - 70여곳의 스키장이 있으며, 이는 전국 스키장 수의 70%를 차지 - 야포리(亞布力)스키장은 세계 10대 스키장중 하나
텐진(天津)	세계 최대의 군사테마파크(211만평)건설을 추진중 - 50억 위엔(6억 1천만 US\$)을 투자할 예정

자료: 강신겸, 동북아 관광지도와 한국의 선택, 삼성경제연구소, 2005.

2. 홍콩

가. 주요 관광정책 및 현황

1) 홍콩의 사스타개정책

- 홍콩은 제조업 기반이 없어 관광 서비스산업과 중개무역으로 지탱하는 도시임.
- 따라서 2003년 여름 창궐한 사스는 홍콩 방문객을 급감시킨 치명적인 위기였음. 홍콩관광청에서는 다음과 같은 이벤트를 기획하여 난관을 타개하였음.

〈표 II-5〉 홍콩의 사스타개 정책

사업명	주요 내용
쇼핑 페스티벌 개최	<ul style="list-style-type: none"> · 2003년 6월~8월을 제1회 쇼핑 페스티벌 기간으로 정한 뒤, 그 기간 동안 각 상점들이 늦은 밤까지 문을 열기로 합의 · 정부는 300홍콩달러 이상 구매한 쇼핑객들을 대상으로 초고가 경품행사도 준비했음. 1등 당첨자에게 20억원 상당의 고급 맨션을 제공 · 2004년 6~8월에 열었던 제2회 쇼핑 페스티벌에서도 1등 당첨자에게 50만 홍콩달러(약 6,000만원) 상당의 롤렉스시계를 제공하는 등 전 세계 쇼핑객의 시선을 끌었음
다양한 페스티벌 개최	<ul style="list-style-type: none"> · 2003년 10월 빅토리아항구에서 제1회 국제 불꽃놀이 대회를 개최 · 홍콩 주민들만 즐겼던 구정(음력 1월1일) 페스티벌도 국제적인 규모의 거창한 행사로 업그레이드 하는 등 다양한 축제를 기획하고 이를 성공적으로 개최
야경 상품화	<ul style="list-style-type: none"> · 2004년 1월부터 주요 빌딩 18곳 옥상에 레이저빔을 쏘는 시설을 설치해 맞은 편인 구룡반도의 빅토리아항구 쪽에서 한밤에 심포니를 들으며 레이저 쇼를 감상할 수 있게 하는 행사 기획
항공사와의 전략적 제휴	<ul style="list-style-type: none"> · 홍콩 방문객의 약 10%를 차지하는 한국인 방문객을 늘리기 위해 내놓은 프로그램은 이 같은 세심한 노력의 일환 · 캐세이퍼시픽항공과 함께 서울에서 홍콩으로 비즈니스 여행을 오는 이들에게 동반자 1인의 항공 요금을 50% 할인해 주는 프로그램을 기획

자료 : 한국관광공사, 현황자료, 2004.

2) 중국 중앙정부 대상 본토인 홍콩 개별여행 허용 건의 및 확대

- 본토인의 홍콩 개별방문 허용 및 확대(중국정부↔홍콩 자유무역협정 체결)
 - 2003. 7-8월 : 광둥성 東莞, 佛山, 中山, 江門, 廣州, 深圳, 珠海 등 7개 도시 주민 홍콩 개별관광 허용
 - 2003. 9월 : 북경, 상해 거주자도 홍콩 개별여행 허용
 - 2004. 5월 : 광둥성 21개市로 확대(7.1일부터 복건성, 강소성, 절강성으로 확대)
- 동조치 효과 및 의미
 - 2003. 8월이후 홍콩방문 중국인 급증하여 연간 846만명의 본토인 입국, 금년에는 1,000만명 이상의 중국인이 홍콩관광 전망
 - 홍콩/마카오 지역으로의 FIT형태의 해외여행을 허용함으로써 실질적인 '해외 여행자유화' 조치의 첫걸음으로 평가됨.

나. 홍콩 여유발전국의 홍보사례

- 홍콩 여유발전국은 2003년 9월 10억 홍콩달러(한화 1,600억)를 투자, SARS로 인한 이미지 하락과 손실을 극복, 홍콩 재도약을 목표로 한 새로운 캠페인 “Hong Kong-Live it, Love it!”을 런칭했음.
- 홍콩 여유발전국은 새 캠페인 런칭 배경으로서 더 이상 홍콩의 경쟁력을 기존의 쇼핑과 음식에만 의존할 수 없다고 판단하고 모든 연령층이 다양한 경험을 즐길 수 있는 ‘도시’의 이미지로 홍콩을 재포지셔닝함.
- “Hong Kong-Live it, Love it!” 캠페인은 대규모 이벤트 등을 통해 도시의 생동감과 활기를 강조하는 캠페인으로, 특히 동북아 국가를 대상으로 쇼핑과 음식에 국한되어 있던 관심을 다양한 관심으로 전환시키고자 대규모 이벤트를 통해 다양한 연령대가 공존하는 가족 관광객을 타겟으로 동-서가 융합된 독특한 문화를 소개하는 데 초점을 맞추었음.

- 또 각 지역의 미디어와 협력, 미식 단체를 타겟으로 한 ‘음식만들기 경연 대회’ 등 오락적 이벤트를 통해 홍콩에서 할 수 있는 경험의 폭과 깊이를 강조할 예정이라고 밝혔으며 호주, 뉴질랜드와 남태평양 등 대양주 대상으로도 기존의 홍콩의 이미지에서 벗어나 도시의 생동감과 문화의 다양성을 강조함.
- 매년 구정 20여개 국가가 참가하는 대규모 행사인 ‘International Chinese New Year Parade’ 의 경우에는 야경을 배경으로 퍼레이드를 더욱 돋보이게 하기 위해 시간을 재조정, ‘International Chinese New Year Night Parade’로 바꾸기도 했음.
- 홍콩 여유발전국은 이같은 대규모 이벤트를 통해 홍콩의 인지도를 높이고 여행 수요를 촉진하며 여행 도매업자들의 관심을 증대시킴.
- 미주 지역 대상으로도 “Hong Kong-Live it, Love it!”을 통해 홍콩과 본토와의 차이점을 부각시킬 계획으로 있음.
- “Hong Kong-Live it, Love it!” 캠페인의 이벤트로는 Hong Kong Shopping Festival (2004. 6.26- 8.31), Best of the Best Culinary Awards (2004.10-11), Hong Kong WinterFest (2004.12-2005.1), International Chinese New Year Night Parade (2004. 2.9) 등이 있었음.
- 이밖에도 ‘A Symphony of Lights’가 2004년 1월에 열렸으며 성룡을 홍콩 관광 홍보 대사로 임명, 관광 CF 제작 등 스타 마케팅도 적극적으로 전개하고 있음.

다. 홍콩인의 해외여행 동향

1) 개관

- ‘98년 방한 홍콩인은 전년대비 137.0%의 성장을 보였는데, 이는 외환위기로 원화가치가 대폭 하락함에 따라 저렴한 상품을 선호하는 홍콩여행객이 집중적으로 방한하였음.

- '98년 이후 홍콩시장은 원화가치의 점진적인 안정세에 따른 구매력 감소 및 경제 침체 등으로 위축되어 오고 있음.
- 2003년은 SARS의 영향으로 전체 홍콩인 출국 규모 및 방한 수요 감소하였으며 2004년 4월 홍콩인에 대한 일본 방문 비자면제 조치에 따라 상대적으로 일본이 호조를 보였음.
- 2005년에는 홍콩경제의 점진적인 상승, 대장금 등 한국드라마 등의 인기 및 공사의 적극적인 마케팅 활동 전개에 힘입어 방한 수요가 점차 회복되고 있음.

2) 홍콩인의 해외여행 특성

- 홍콩은 여름방학이 길고 겨울방학이 짧으며 크리스마스 연휴, 부활절, 중추절 등의 연휴가 있으며 겨울관광을 선호하고 있음.
- 가족, 친구 및 동료와의 여행을 선호하며 전통적으로 홍콩은 패키지 상품을 이용하는 비율이 높으나 호텔-항공 패키지 상품 선호가 증가 추세임.
- 쇼핑, 미용, 온천, 스키상품을 선호하고 있으며 겨울스키와 연계한 온천, 쇼핑상품이 경쟁력을 갖고 있음.
- 신문광고, 잡지 및 TV방송(트레블로그 포함)을 통해 여행정보를 접하게 되며 가격에 민감함을 보임.
- 전체 방한객의 94% 이상이 순수 관광목적의 여행자로 한국을 여행하고 있으며 이중에서 여성이 52%를 차지함.
- 홍콩 여성의 경제활동 참여 비율이(84%) 높아 해외여행시장에서 결정권 및 구매력을 보유하고 있음.

〈표 II-6〉 홍콩인의 해외여행 현황

연도	해외여행자수(명) (중국, 마카오 포함)	증감률 (%)	해외여행자수(명) (중국, 마카오 제외)	증감률 (%)
1994	32,586,892	6.3	2,798,000	12.7
1995	34,442,678	5.7	3,023,000	8.0
1996	37,139,568	7.8	3,445,000	14.0
1997	41,605,128	12.0	3,758,000	9.1
1998	47,594,322	14.4	4,197,000	11.7
1999	53,143,675	11.7	4,175,000	-0.5
2000	58,901,071	10.8	4,611,000	10.4
2001	61,095,895	3.7	4,799,000	4.1
2002	64,540,132	5.6	4,709,367	-1.8
2003	60,936,082	-5.6	4,427,857	-5.9
2004	68,903,433	13.1	5,003,960	13.0
2005.1~9	53,905,901		4,156,455	

자료 : 홍콩관광청(HKTB), A Statistical Review of Hong Kong Tourism, 각년도. 한국관광공사, 현황자료에서 재인용.

〈표 II-7〉 홍콩인의 주요 해외여행 목적지

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

자료 : 홍콩관광청(HKTB), A Statistical Review of Hong Kong Tourism, 각년도. 한국관광공사, 현황자료에서 재인용.

3) 홍콩인의 향후 출국 전망

- 최근 홍콩의 경제는 '98년 11월 이후 지속되었던 장기 디플레이션이 종료되고 있으며 미국, 일본 등의 경제 회복과 중국 정부의 홍콩지원책 시행으로 홍콩 경제는 회복 중에 있으나 청년실업 문제를 포함한 6%대의 높은

실업률, 임금수준 정체현상 등에 따른 개인부담의 증가로 대중의 소비를 크게 진작할 만한 수준에는 도달하지 못하고 있음.

- 2004년 홍콩의 아웃바운드 관광객은 5,003,960명으로 2003년 동기 대비 13% 증가하였으며 2005년 9월 누계치로는 4,156,455명으로 전년 동기 대비 8% 성장세를 나타내는 등 회복 국면에 있음.
- 한국 드라마 등 한류의 영향 및 이를 활용한 공사의 적극적인 마케팅 전개로 한국에 대한 인지도가 지속 상승하고 있어 방한 여건은 개선되고 있는 상황이나 겨울 스키상품 가격 상승 등 경쟁국들과의 상품 가격 경쟁력 제고를 위한 노력이 요구되고 있음.

3. 싱가포르

가. 주요 관광정책 및 현황

1) 싱가포르관광청(STB)의 'Make It Singapore' 캠페인

- 싱가포르관광청(STB)의 'Make It Singapore' 캠페인이 한국, 중국, 태국 그리고 말레이시아 같은 이웃나라들과의 심한 경쟁 중에도 좋은 성과를 보여주고 있음.
- 'Make It Singapore' 캠페인은 이벤트 플래너들이 싱가포르에서 이벤트를 개최하도록 유인하기 위해 다양한 인센티브를 제공하는 것임. 이 캠페인 결과 현재 24개의 이벤트가 구체화 단계에 들어가 있음.
- 이미 인센티브를 받은 이벤트들은 올해 초에 개최된 Nortel Networks Asia Sales and Training Rally 2004 (corporate meeting)와 3GSM Asia (전시회)가 있음.
- 싱가포르관광청(STB)은 비즈니스 여행과 MICE 부문 입국자수를 2003년 1.25백만명으로부터 2005년 1.8백만명으로 증가시키기 위해 더 많은 MICE 인구를 싱가포르로 유치하려고 하고 있고, 이를 위해 2004년부터 2007년까지 싱가포르화 1천 5백만 달러 (미화 8.7백만 달러)를 투자할 것임.
- 싱가포르관광청은 비즈니스 여행과 MICE 부문을 진척시키기 위해 활용할 여러 기회들을 발견했음.
- 새로운 기회들은 여행에 소비할 더 많은 가치분 소득을 가진 동남아시아 지역 내로부터의 중산층의 증가, 더 많은 사람들이 여행할 수 있도록 한 저가 항공기들의 출현, 그리고 미국, 일본, EU와 체결한 다양한 자유무역 협정(FTA)와 진행중인 다른 FTA협상들의 효력들임.

2) 영화산업육성을 통한 관광객 유치 도모

- 영화 '반지의 제왕'이 전 세계적인 성공을 거둔 이후 많은 사람들이 영화

촬영지를 방문하기 위해 뉴질랜드로 모여들고 있음.

- 이에 자극을 받은 싱가포르 관광청은 영화와 TV 쇼가 싱가포르에서 촬영 되도록 국제적인 영상제작자들 특히 중국, 한국 그리고 인도로부터의 영상 제작자들을 유혹하기 위해 1천만 싱가포르달러(한화 약 68억)를 제시함으로써 뉴질랜드가 누린 똑같은 상황이 창조되길 바라고 있음.
- 싱가포르관광청(STB)에 의해 착수된 ‘Film In Singapore!’계획 하에, 영상제작자들은 현지에서 발생하는 제작비용의 50%까지를 청구할 수 있다는 것임.
- 향후 3년 동안 지출될 1천만 싱가포르달러 교부금은 현지 연예인 고용비에서 영상 제작진 숙박비까지의 비용을 충당할 것임.
- STB의 계획은 언론개발당국(Media Development Authority)의 Film and Location Service와 제휴하여 이 프로젝트를 실행하고 있음. 무엇보다도 영상제작을 용이하도록 하기위해 영화제작자들이 싱가포르 관련당국과 긴밀한 연계를 가지도록 도울 것임.
- 싱가포르 관광청의 계획을 홍보하기 위해, 관련 정보를 전세계 STB 사무소를 통해 홍보하고 있음.

3) 중국 상용관광객 대상 VISA 복수비자 발급

- 중국 국제항공(Air China)의 Platinum 및 Gold 카드 소지자 대상 1년 복수 비자를 발급함('03.12월부터 시행).
- 카드 소지자는 물론 배우자나 자녀에게도 복수 비자 발급되며, 동 조치는 중국 남방항공, 동방항공 회원사까지도 확대하여 더 많은 엘리트 중국인 유치를 도모함.
- 동제도는 관광객수 증대보다는 양질의 관광객 유치를 목적으로 하고 있음.

나. 싱가포르 관광청의 홍보사례

- 'Uniquely Singapore-독특한 매력을 지닌 싱가포르'라는 새로운 브랜드 구축과 동시에 "the Great Singapore Sale, Singapore Arts Festival, Singapore Food Festival" 등 초대형 메가톤급 이벤트를 통해 국내외 공격적인 마케팅 캠페인을 펼쳤음.
- 일각에서는 피상적이고 가볍다는 비난도 받고 있지만 싱가포르 관광공사는 다양한 인종, 풍광, 지리적 위치, 전통 등의 면에서 "Unique"라는 단어는 싱가포르를 가장 잘 설명해주는 단어라고 밝혔음.
- 동 캠페인은 싱가포르가 동남아의 중심에 위치, 동-서를 잇는 다리로서 존재하며 음식, 문화, 예술, 건축 등 극과 극의 색깔을 가지면서 전통과 현대가 조화되어 있는 다양한 문화를 강조할 계획임.
- 1996년 새로이 전개되는 아시아 시대라는 지평에서 싱가포르를 자리매김하려는 목적으로 '새 아시아의 싱가포르(New Asia Singapore)'라는 슬로건을 내세운 바 있는 싱가포르 관광청은 이제 단순히 아시아나 특정 지역에 얽매이지 않고 싱가포르 내에 전 세계 어느 곳에서도 찾을 수 없는 독특한 특징이 있다는 점에 주목했고 이것이야말로 싱가포르를 알리는 이미지라는 사고의 전환에 기반을 두고 새로운 캠페인을 런칭했음.
- 싱가포르 관광청은 싱가포르를 다양한 인종과 문화가 융합된 국가로 인식시킬 목적으로 하루 만에 과거와 미래를 돌아볼 수 있는 일일여행, 오랑우탄과 함께 하는 자연 속에서의 아침식사, 1시간에 걸친 중국식 다도(茶道) 시연, 지척에 있는 중국의 절과 이슬람 모스크, 힌두교 사원과 교회를 둘러보는 색다른 경험 등을 홍보할 예정임. 싱가포르 관광청은 이 캠페인을 통해 2004년에는 전년보다 24% 증가한 760만 명이 싱가포르를 방문할 것으로 기대하고 있음.
- "Uniquely Singapore" 캠페인은 관광청이 주도하고 있기는 하지만 단지 관광 분야에 국한된 작업이 아니라 국가 브랜드 구축을 위한 통일된 개념임.

- 싱가포르에서 국가 브랜딩을 위한 정부 내 조직체계로는 경제개발청(EDB)이 과거에 해왔던 것과 마찬가지로 외국인투자자들을 상대로 싱가포르 투자환경에 대한 브랜딩 업무를 계속하고 있음.
- 국제기업 싱가포르(International Enterprise Singapore)는 싱가포르 기업들의 해외 이미지 브랜딩 업무를 하며, 인력부는 외국인 인력을 상대로, 특히 관광청(STB)은 관광에 중심을 두면서도 국가 전반적인 브랜딩 업무에 가장 적극적으로 참여하고 있다고 밝혔음.
- 브랜딩 작업에서 특별히 역점을 두는 분야는 단순히 경제적 이익 추구가 아니라 다양한 즐거움을 추구하는 투자자들이나 주재원, 관광객들에게 살고 싶은 곳이고 다시 방문하고 싶은 곳으로 강하게 이끌리도록 하는데 주안점을 두는 것으로 알려졌다.
- 싱가포르는 단순히 ‘깨끗하고 안전한 도시’ ‘작지만 강한 나라’ 라는 이미지에서 벗어나 문화 국가라는 브랜드에 도전하고 있는 것임.

다. 싱가포르인의 해외여행 및 한국관광에 대한 성향

1) 해외여행 성향

- 6월, 12월 방학기간을 이용한 가족단위의 해외여행 형태를 보임.
- 목적지 선정에 있어서 가격을 우선시하는 구매 형태를 보임.
- 연간 해외여행시장 규모는 약 400만명 이상으로서 1인당 1.1회 이상 여행하는 해외여행성향이 높은 시장이나 인도네시아, 말레이시아, 태국 등 인접국을 여행하는 단거리 여행이 대부분임.
- 여행하기 전 목적지 정보취득 및 상품내용 파악 등 준비를 철저히 하는 성향을 가짐.

〈표 II-8〉 싱가포르인의 해외여행 현황

연도	해외여행자수(명)	증감률(%)
1991	1,607,162	29.9
1992	1,863,190	15.9
1993	2,156,236	15.7
1994	2,446,519	13.5
1995	2,867,242	17.2
1996	3,304,714	15.3
1997	3,671,149	11.1
1998	3,744,944	2.0
1999	3,971,180	6.0
2000	4,443,542	11.9
2001	4,363,077	-1.8
2002	4,399,000	0.8
2003	4,221,000	-4.1

자료 : 싱가포르관광공사(STB), Singapore Annual Report on Tourism Statistics, 각년도. 한국관광공사, 현황자료에서 재인용.

2) 한국관광에 대한 성향

- 방학기간중이면서 눈과 스키를 즐길 수 있는 12월에 방한객이 집중되는 강한 계절성을 지님. 그러나 만성적인 항공좌석 부족 현상이 초래됨.
- 한국은 홍콩, 중국, 호주와 함께 역내 목적지를 제외한 중장거리 인기목적지 중의 하나로 자리 잡고 있음.
- 취업, 상용, 공무 등 기타 목적 입국자가 매우 적어 방한객 대부분이 순수관광목적 입국자임.
- 단체관광객과 병행하여 Free and easy tour를 원하는 관광객들이 지속적으로 증가하는 성향을 보이고 있음.
- 현지 매체의 한국관련 기사 및 공사의 홍보활동으로 여행사 직원 뿐만 아니라 소비자들도 한국에 관하여 대체로 잘 알고 있으며, 최근에는 방문지 및 투숙지도 수도권 중심에서 제주도를 비롯한 부산, 대구, 전주 등 전국으로 확산되고 있는 추세임.

- 싱가포르에서 두 번째로 큰 시장인 무슬림시장을 공략하기 위해서는 우선 무엇보다도 먼저 한국여행 중 음식문제가 해결되어야 함.
- 싱가포르에서 사계절을 홍보하는데 있어 가장 큰 애로사항은 여름 홍보에 있음. 한국의 여름이 시작되는 6월은 이 지역에서 방학기간으로 가족관광객이 한국을 찾을 수 있는 절호의 기회이나 뚜렷하게 여름을 홍보할 수 있는 아 이템이 없음.

4. 대만

가. 주요 관광정책 및 현황

- 대만 행정원을 비롯한 대만 정부는 관광산업을 외부로 이동할 수 없는 녹색산업으로서 인식함과 동시에 외래 관광객 유치에 위한 각종 정책을 수립하고 있음.
- 교통부 관광국은 관광객 배증계획을 수립, 2008년에는 외래 관광객 500만명 유치를 목표로 삼고 있음.
- ‘2004년 대만방문의 해’를 맞이하여 대만 관광국은 전세기 보조금 지급, 대만 경유 관광객에 대한 무료 일일관광 시행, 고궁 박물관 무료 입장 등 각종 우대정책을 통해 외래 관광객 유치에 총력을 기울인 결과, 2004년 대만 방문 외래객은 2,428,117명으로 전년 동기 대비 31.24% 라는 큰 폭의 성장률을 기록함.
- 2005년 5월 20일 대만 행정부는 중국 정부의 대만 관광시장 개방에 대해 기본적으로 환영 입장을 밝혔으며, 여행업계 등 관련 업계에서는 매년 1,300만 명의 중국 관광객이 방문할 것으로 예상하고 있음.
- 이 거대한 신흥시장을 선점하기 위해 업계에서는 항공 노선 확보, 숙박시설 확충, 관광상품 개발 등 중국 관광객 유치를 위한 발 빠른 행보를 보이고 있음.
- 중국인의 대만관광시장 개방 발표에 따라 양안 관광업계 간의 협력도 활발히 이루어지고 있음.
- 중국 푸젠성과 대만 여행협회 관계자들은 상호간 정보 공유와 공동 마케팅 활동 전개, 관광협력지구 조성 및 공동 관광브랜드 구축 등 상호 긴밀한 협조체제를 구축할 계획임.
- 2005년 5월 12일 대만 집권당주석 송추위(宋楚瑜)와 최대여당 국민당 주석 쑨롄(連戰)의 중국 방문 즈음에 중국정부는 대대만 유화책으로 “매일 1,000명 규모 10일 이내”로 중국대륙주민 대만 관광 개방의사를 밝혔음.

- 현재 중국-대만간의 직항 전세기 노선개설 시점을 논의하는 등 양국은 상호 관광시장 개방에 박차를 가하고 있음.
- 특히 양안 간 직항로 개설시 제주경유 중국대륙 노선 폐쇄, 대만 관광객 방한 수 감소를 비롯하여 인근 국가들의 국제관광교류에 적지 않은 영향을 미칠 것으로 전망됨.
- 2005년 8월 1일, 대만 재정부는 자국의 영화산업 경쟁력 강화를 위해 25년 여간 면세혜택을 주었던 외국영화 및 드라마의 수입에 20%의 세금을 부여하기 시작, 단기적으로 관련 상품의 수출에 큰 영향을 미치지 않는 것으로 전망되나, 동 조치는 자국문화산업 보호와 관련된 조치이므로, 향후 콘텐츠의 질적 향상은 물론이고 전략적이고 체계적인 접근방식을 강구해야 할 것임.
- 관광국의 유일한 유럽 지역 사무소는 독일 프랑크푸르트에 사무소가 개소되어 있음.
- 유럽시장이 넓고 시장 잠재력이 커 영국과 프랑스는 별도의 마케팅사에 의뢰, 현지 시장에서 각각 프로모션을 대행케 하고 있으며 마케팅대행사가 없는 기타 유럽지역은 대만과 직항 노선이 있는 비엔나, 로마, 암스테르담 등 지역(런던과 파리 제외)을 우선으로 마케팅을 펼칠 계획임.

나. 타이완 관광국의 홍보사례

- 타이완은 2004년을 ‘타이완 방문의 해(Naruwan, Welcome to Taiwan)’로 정하고 “Touch Your Heart, Taiwan” 이라는 슬로건 하에 범국민 관광객 유치 캠페인을 전개하였음.
- “Touch Your Heart, Taiwan”라는 슬로건이 표현하듯 주로 감동을 주는 여행이라는 이미지로 홍보하였으며, 타이완을 방문하는 관광객들을 대상으로 다양하고 직접적인 혜택을 줄 수 있는 우대정책을 실시하였음.

〈표 11-9〉 대만관광국의 외국인 관광객 우대정책

사업명	주요 내용
국립박물관 무료 입장	타이완 최고의 관광명소인 고궁박물관을 비롯한 모든 국립박물관에 무료로 입장
노비자 시행	2003년부터 30일간은 비자없이 타이완을 방문할 수 있음
시티투어 무료 제공	타이완 경유 여행객에게는 반나절 시티투어가 무료로 제공
지방 특별식 제공	투어일정에 지방축제를 포함한 여행상품 개발시 각 지방 특별식을 제공
Taiwan Tourism Passport 지급	다량의 우대 및 할인 쿠폰이 있는 Taiwan Tourism Passport를 지급
무료 시티투어 제공	국제회의 참관 등을 위한 인센티브 단체에 1일 무료 시티투어를 제공
환영만찬 제공	50인 이상의 단체에는 환영만찬을 제공
보조금 지급	한국-타이완간 전세기를 단독 운영하는 여행사에는 보조금이 지급
국제적인 이벤트 개최	여러 가지 지방의 축제들과 국제마라톤대회, 행글라이더 대회, 범선 축제 등 국제적인 이벤트를 개최

자료 : 한국관광공사, 현황자료, 2004.

다. 대만인의 해외여행 동향

- 대만은 전 세계 화교 국가의 구심점 역할을 담당하는 중요한 전략시장으로 완전 개방형 시장구조와 소비자의 민감하고 까다로운 요구로 인해 세계 유명 제품들의 중화권 진출을 위한 테스트마켓의 역할을 하는 시장임.
- 관광시장 및 문화(한류 등) 산업 역시 전 화교국가는 물론이고, 세계 시장에 진출하는 교두보 역할을 하는 중요한 마켓임.
- 대만 내국인 해외여행 출국인 수는 2005년 상반기 430만명으로 연간 16.5% 성장세를 나타냄. 이는 아시아태평양지역 중 7위로 올 해외여행자수 800만 명 돌파 예상 (전체인구 약 2,300 만명)
- 약 과반수가 중국, 홍콩, 마카오 등 인접한 중화문화권 국가로 출국함. 중화권을 제외한 국가로는 10명 중 1명 정도가 일본으로 출국함.
- 2004년도 대만관광객 출국자수는 7,780,652명으로 전년대비 31.4%로

두 자리 수의 증가율을 보였는데, 이는 2003년 SARS로 인하여 사상 최대의 감소세(-19.1%)를 나타낸 것에 대한 반등작용으로 해석됨.

- 2004년도 최대 출국목적지는, 홍콩 2,559,705명(+36.9%), 일본1,051,954명 (+43.8%), 마카오 1,038,006명(+23.9%), 미국 536,217명(+11.9%) 등의 순으로 나타남.

〈표II-10〉 대만인의 해외여행 현황

연도	해외여행자수(명)	증감률(%)
1994	4,744,434	1.9
1995	5,188,658	9.4
1996	5,713,535	10.1
1997	6,161,932	7.8
1998	5,912,383	-4.0
1999	6,558,663	10.9
2000	7,328,785	11.8
2001	7,189,334	-1.9
2002	5,815,278	-5.9
2003	5,923,072	-19.08
2004	7,780,652	31.36
2005. 1 ~ 10	7,092,780	6.9

자료 : 臺灣觀光局, 中華民國 觀光年報, 각년도, 한국관광공사, 현황자료에서 재인용.

〈표II-11〉 대만인의 주요 해외여행 목적지

(단위:천명)

순위	2000		2001		2002		2003		2004	
	목적지	인원	목적지	인원	목적지	인원	목적지	인원	목적지	인원
1	홍콩	2,311	홍콩	2,320	홍콩	2,418	홍콩	1,869	홍콩	2,559
2	마카오	1,032	마카오	1,152	마카오	1,269	마카오	837	일본	1,051
3	일본	811	일본	741	일본	797	일본	731	마카오	1,038
4	미국	651	미국	542	미국	532	미국	479	미국	536
5	태국	557	태국	540	태국	530	태국	392	태국	422
6	말레이시아	299	말레이시아	253	인도네시아	259	인도네시아	251	한국	298
7	싱가포르	234	인도네시아	221	베트남	225	베트남	222	인도네시아	283
8	인도네시아	221	싱가포르	191	싱가포르	190	한국	179	베트남	266
9	베트남	199	베트남	188	말레이시아	186	싱가포르	125	말레이시아	180
10	캐나다	181	캐나다	139	캐나다	132	말레이시아	121	싱가포르	160

자료 : 臺灣觀光局, 中華民國 觀光年報, 각년도, 한국관광공사, 현황자료에서 재인용.

Ⅲ. 중화권 관광객 방한 현황

1. 전담여행사 지정 및 교통수단

가. 전담여행사 지정

- 문화관광부는 일반여행업중에서 중국인 관광객 유치 능력 등을 감안하여 전담여행사로서 자격조건과 수행능력이 있다고 판단되는 여행사를 업무 시행지침을 마련하여 전담여행사로 선정하고, 관리위원회를 설치하여 전담여행사들을 관리함.
- 문화관광부는 2005년 10월 현재 전국 86개소의 중국인 관광객 유치를 위한 전담여행사를 지정하고 있으며, 그 중 제주에는 7개의 전담여행사가 운영 중에 있음.

〈표 III-1〉 시·도별 지정현황(2005)

(단위: 개소)

시·도	서울	부산	인천	대구	대전	광주	경기	강원	충북	전북	전남	경북	경남	제주	계
전담여행사	69	4	-	-	-	-	3	-	1	-	1	-	1	7	86

자료: 문화관광부, 현황자료.

나. 교통수단

- 1993년 8월 한·중 정기항공노선 개설과 한·중 해운협정 체결을 한 이후 양국의 교통망은 꾸준히 확충됨.
- 2004년 현재 한국 측은 대한항공과 아시아나항공의 2개 항공사, 중국 측은 동방항공의 7개 항공사, 싱가포르 측은 싱가포르항공(SIA)을 비롯한 2개의 항공사, 대만은 원동항공(FEA)을 비롯한 5개 항공사, 홍콩은 에어홍콩(AHK)을 비롯한 2개항공사가 운항중에 있으며 총 18개 항공사가 50개 노선에 주당 348편을 운항하고 있음.

〈표 III-2〉 중화권 국제항공노선 현황

구 분	노 선 수	전제운항회수	여객운항회수	화물운항회수	비 고
싱가포르항공(SIA)	3	22	22	0	싱가포르
싱가포르화물항공(SQC)	2	2	0	2	싱가포르
산둥항공(CDG)	1	3	3	0	중 국
상해항공(SAL)	1	5	5	0	중 국
중국국제항공(CCA)	7	62	62	0	중 국
중국남방항공(CSN)	8	51	51	0	중 국
중국동방항공(CES)	10	95	88	7	중 국
하문항공(CXA)	1	3	3	0	중 국
해남항공(CHH)	1	2	2	0	중 국
부흥항공(TNA)	2	4	4	0	타이완
윈둥항공(FEA)	7	31	31	0	타이완
입영항공(UND)	2	16	16	0	타이완
장영항공(EVA)	1	9	9	0	타이완
중화항공(CAL)	1	9	9	0	타이완
에어홍콩(AHK)	1	5	0	5	중국(홍콩)
캐세이퍼시픽항공(CPA)	2	29	28	1	중국(홍콩)

자료 : 건설교통부, 현황자료, 2005.

- 한편, 국제여객선 정기운항은 1970년 6월 부산-시모노세끼간 웨리호 취항을 시초로 현재 2004년 12월 현재 한·중간 13개사, 14개 항로 14척이 운항되고 있음.
- 그러나, 선편 이용은 일반 관광객보다는 소규모 무역상들이 주로 이용하고 있으며, 간혹 청소년단체 등의 저렴한 여행 수요자들의 수송에 활용되고 있는 실정으로 전체적으로 한·중 교통망을 시급히 확충시킬 필요성이 있음.

〈표 III-3〉 한·중 국제여객선(정기) 운항현황

(2004년 12월 31일 현재)

항 로	사 업 자	선 명	총톤수	수 송 능 력	운항 횟수	건조일(국적)	항 로 개설일
인천/위해 (238마일,440km)	위동항운유한공사 (한·중합작)	뉴 골든 브릿지Ⅱ	26,463	여객 : 656명 화물 : 250TEU	주 3회 (14H)	'90. 2 (파나마)	'90. 9
인천/청도 (330마일,611km)	"	뉴 골든 브릿지Ⅴ	29,544	여객 : 450명 화물 : 280TEU	주 3회 (20H)	'97. 2 (일 본)	'93. 5 ('02.3)
인천/천진 (460마일,852km)	진천국제객화항운 (한·중합작)	천 인	26,463	여객 : 604명 화물 : 249TEU	주 2회 (25H)	'90. 2 (파나마)	'91.12
인천/연운항 (390마일,722km)	연운항중환운도유 한공사(한·중합작)	Zi Yu Lan (자육란)	16,071	여객 : 392명 화물 : 293TEU	주 2회 (24H)	'95. 8 (중 국)	'04.12
인천/연태 (283마일,522km)	연태중환륜도유 한공사(한·중합작)	향설란	16,071	여객 : 392명 화물 : 293TEU	주 3회 (15H)	'96. 3 (중 국)	'00. 10
인천/대련 (288마일,533km)	대인훼리(주) (한·중합작)	대 인	12,365	여객 : 555명 화물 : 125TEU	주 3회 (17H)	'88. 7 (파나마)	'95.10
인천/단둥 (284마일,526km)	단둥국제항운유 한공사(한·중합작)	동방명주 (오리엔탈펠Ⅱ)	10,648	여객 : 599명 화물 : 130TEU	주 3회 (16H)	'86. 8 (파나마)	'98. 7
인천/석도 (220마일,407km)	영성화동해운유 한공사(한·중합작)	화동명주 (화동펄)	12,659	여객 : 599명 화물 : 132TEU	주 3회 (13H)	'87. 7 (파나마)	'02. 7
인천/영구 (420마일,778km)	범영훼리(주) (한·중합작)	자정향 (아라프랄리)	12,304	여객 : 332명 화물 : 228TEU	주 2회 (22H)	'96.11 (파나마)	'03. 1
인천/진황도 (394마일,730km)	진인해운유한공사 (한·중합작)	옥금향	12,304	여객 : 348명 화물 : 228TEU	주 2회 (21H)	'95.11 (중 국)	'04. 4
평택/영성 (210마일,388km)	영성대룡해운유 한공사(한·중합작)	대 룡	8,091	여객 : 834명 화물 : 150TEU	주3회 (12H)	'80. 1 (한 국)	'01.10
평택/일조 (372마일,689km)	황해훼리(주) (한·중합작)	모닝글로리	16,340	여객 : 600명 화물 : 107TEU	주 3회 (20H)	'80. 1 (한 국)	'03. 6
군산/청도 (310마일,574km)	청해운도(주) (한·중합작)	세원1호	12,304	여객 : 300명 화물 : 228TEU	주 3회 (18H)	'72. 1 (한 국)	'04. 11

자료: 문화관광부, 관광동향에 관한 연차보고서, 2005.

〈표 III-4〉 국제여객선(정기) 여객수송 실적

(단위 : 천명)

구 분		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	
한 / 중	계	249	402	446	464	454	507	761	
	인천/위해	위동항운유한공사	112	136	147	150	91	81	104
	인천/청도	"	31	51	53	31	35	38	60
	인천/천진	진천국제객화항운	29	41	62	56	57	37	56
	인천/대련	대인훼리	43	69	74	65	50	44	63
	부산/연태	연태중환론도유한공사	8	16	17	12	8	3	-
	인천/연태	"	-	-	5	35	40	64	104
	인천/단둥	단둥국제항운유한공사	17	62	72	85	56	56	84
	인천/석도	영성화동해운유한공사	-	-	-	-	8	32	66
	인천/영구	범영훼리	-	-	-	-	-	18	40
	평택/영성	대룡해운	-	-	-	11	75	69	97
	평택/일조	황해훼리	-	-	-	-	-	19	73
	기타	6개항로	9	27	16	19	34	46	14

자료 : 문화관광부, 관광동향에 관한 연차보고서, 2005.

2. 중화권 각국의 방한 성향

가. 중국인의 방한 성향

1) 방한 중국인 수 및 추이

- 중국에 거주하는 한국인을 대상으로 한 고향방문과 친족방문이 허용된 1984년 이래 중국인의 입국자수는 급속한 증가추세를 보여 왔음.
- 특히, 정식수교가 이루어진 1992년 이후의 입국자수가 눈에 띄게 증가하고 있으며, 최근 2000년대에 들어와서는 사스에 영향을 받은 2003년을 제외하고는 방문객수와 평균 체재일수가 지속적으로 증가하고 있음.

〈표Ⅲ-5〉 방한 중국인 연도별 증가추이

(단위: 명,%)

연도	방문객수	성장율(%)	평균체재일수
2000	442,794	39.8	7.1
2001	482,227	8.9	7.6
2002	539,466	11.9	8.6
2003	512,768	-4.9	10.2
2004	627,264	22.3	9

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

2) 연도별, 국적별 시장점유율 추이

- 중국관광시장의 시장점유율은 1998년 5.0%로 다소 감소한 것을 제외하고는 지속적으로 매년 증가추세에 있음.
- 2004년 기준 중국관광시장의 시장점유율은 10.8%를 차지하고 있고, 단일 국가로는 일본 다음으로 제2의 관광시장을 형성하고 있음.

〈표 Ⅲ-6〉 연도별, 국적별 시장점유율 추이

(단위 : %)

연도	일본	중국	미국	구주	교포	기타	계
1962	12.0	-	48.3	8.6	14.8	16.3	100.0
1970	29.8	-	31.9	3.5	19.5	15.3	100.0
1980	48.0	-	12.4	5.0	16.1	18.5	100.0
1990	49.4	1.4	11.0	6.5	10.9	20.8	100.0
1991	45.5	2.5	9.9	7.7	9.8	24.6	100.0
1992	43.3	2.7	10.3	8.6	9.7	25.4	100.0
1993	44.8	3.0	9.8	9.7	9.8	22.9	100.0
1994	45.9	3.9	9.3	10.6	8.9	21.4	100.0
1995	44.4	4.8	9.6	10.9	8.9	21.4	100.0
1996	41.4	5.4	10.8	11.5	8.2	22.7	100.0
1997	42.9	5.5	10.9	10.5	7.9	22.3	100.0
1998	46.0	5.0	9.5	8.9	7.4	23.2	100.0
1999	46.9	6.8	8.5	8.3	6.5	23.0	100.0
2000	46.5	8.3	8.6	8.5	5.2	22.9	100.0
2001	46.2	9.4	8.3	8.3	5.6	22.2	100.0
2002	43.4	10.1	8.6	9.4	5.9	22.6	100.0
2003	37.9	10.8	8.9	10.1	6.0	26.3	100.0
2004	42.0	10.8	8.8	8.6	5.2	24.6	100.0

자료 : 한국관광공사, 관광통계, 각년도.

3) 월별 중국인 수 추이

- 2000년 이후 방한 중국인들의 월별 분포를 살펴보면, 방한 중국인들은 1년 내내 변동이 크지 않은 것으로 나타남.
- 2004년도 중국인의 월별 입국 현황을 살펴보면, 8월에 가장 많이 방문하였고, 다음으로 10월, 5월, 1월 순으로 입국을 많이 하였음.
- 계절별로는 여름과 가을에 가장 많이 방한하고 있음.

〈표 III-7〉 월별/연도별 중국인 입국

(단위: 명)

월 년도	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
2000	32,309	34,802	32,249	36,001	42,578	34,333	40,065	45,180	38,679	38,344	32,280	35,974	442,794
2001	42,890	30,853	33,234	37,729	43,723	37,087	42,896	49,532	39,973	48,270	37,905	38,135	482,227
2002	33,783	46,477	38,929	41,251	42,326	61,256	38,927	50,036	50,592	57,501	40,036	38,352	539,466
2003	35,851	47,062	40,687	32,852	20,759	25,213	39,023	54,971	54,932	58,477	51,436	51,505	512,768
2004	54,966	42,682	44,632	52,630	56,581	49,838	54,860	60,832	51,000	59,731	51,569	47,943	627,264

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

4) 목적별 중국인 수

- 중국인의 방한 목적을 살펴보면, 2001년이후 WTO 가입이전인 1990년대에 비해 순수관광을 목적으로 방문하는 중국인들의 비중이 커지고 있음.
- 2004년 현재 관광을 목적으로 하는 중국인은 전체 방한객수중 42.2%, 상용 목적은 14.1%, 공용 0.6%, 기타 43.4%로 나타남. 순수관광목적이 꾸준히 증가추세를 보이고 있음.

〈표 III-8〉 방한 중국인의 여행목적별 분포

(단위: 명,%)

목적 연도	관광		상용		공용		기타	
	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율
2000	194,266	43.9	48,714	11.0	1,215	0.3	198,599	44.9
2001	222,170	46.1	71,437	14.8	1,161	0.2	187,459	38.9
2002	237,904	44.1	75,054	13.9	1,517	0.3	224,991	41.7
2003	190,492	37.1	76,942	15.0	1,314	0.3	244,020	47.6
2004	264,910	42.2	88,322	14.1	1,762	0.3	272,270	43.4

자료: 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

5) 방한 중국인의 인구사회학적 특성

- 성별로는 남성비율이 여성비율보다 약 10%이상 높게 나타남.
- 연령대로는 31~40대의 연령대가 높은 비중을 차지하고 있고, 다음이 21~30대의 연령대가 차지하고 있음.
- 2004년을 기준으로 볼 때, 중국인들이 한국을 방문할 때 81.2%가 인천국제공항을 이용하고 있으며, 김해공항은 9.8%, 제주공항은 4.2%를 보이고 있음.
- 2004년 현재 인천항(86.5%)과 부산항(2.4%)등 항구를 이용하는 경우도 13.9% 정도에 이르고 있음.
- 제주공항을 통한 입국자 수의 점유율은 2004년 현재 4.2%이며, 2001년 6.3%를 기점으로 하여 점차 감소하는 추세를 보이고 있음.
- 평균 체재일수는 2004년 기준 9일로 2001년 이후 계속 증가하는 추세임.

〈표 III-9〉 방한 중국인의 인구사회학적 특성

(단위: 명, %, 일)

구 분	2000년		2001년		2002년		2003년		2004년			
	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)		
성별	남성	156190	35.3	185,846	38.5	214,386	39.7	189,154	36.9	250,558	39.9	
	여성	111886	25.3	131,913	27.4	127,878	23.7	120,722	23.5	162,977	26.0	
	승무원	174718	39.5	164,468	34.1	197,202	36.6	202,892	39.6	213,729	34.1	
계	442,794	100.0	482,227	100.0	539,466	100.0	512,768	100.0	627,264	100.0		
연령별	20이하	21,489	7.7	25,654	7.6	24,512	6.7	20,359	5.9	28,840	6.1	
	21~30	66,485	23.8	77,954	23.1	86,564	23.7	82,333	23.9	106,694	22.6	
	31~40	89,235	31.9	112,231	33.3	128,932	35.3	115,863	33.6	151,077	32.0	
	41~50	58,199	20.8	72,290	21.4	78,510	21.5	80,116	23.3	119,129	25.2	
	51~60	31,154	11.1	35,599	10.6	33,257	9.1	31,063	9.0	47,931	10.1	
	61이상	13,010	4.7	13,482	4.0	13,288	3.6	14,739	4.3	18,968	4.0	
계	279,572	100.0	337,210	100.0	365,063	100.0	344,473	100.0	472,639	100.0		
교통수단별	항공	김포	215,553	89.5	-	-	-	-	-	-	-	
		인천	-	-	254,496	86.9	269,485	80.8	252,252	82.8	334,218	81.2
		김해	12,264	5.1	19,764	6.8	34,041	10.2	29,930	9.8	40,394	9.8
		제주	12,930	5.4	18,441	6.3	20,616	6.2	9,506	3.1	17,273	4.2
		기타	0	0.0	0	0.0	9,390	2.8	13,132	4.3	19,616	4.8
	계	240,747	100.0	292,701	100.0	333,532	100.0	304,820	100.0	411,501	100.0	
	선박	부산	6,772	17.4	2,948	6.6	2,979	9.4	2,138	5.4	1,490	2.4
		인천	26,066	67.1	28,462	63.9	22,529	71.5	32,893	83.0	52,851	86.5
		기타	5,987	15.4	13,099	29.4	6,023	19.1	4,622	11.7	6,789	11.1
	계	38,825	100.0	44,509	100.0	31,531	100.0	39,653	100.0	61,130	100.0	
평균체제일	7.1		7.6		8.6		10.2		9			

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

주) 연령별 · 교통수단별은 교포 · 승무원 제외, 장기거주자 포함

나. 대만인의 방한 성향

1) 방한 대만인 수 및 추이

- 2003년 대만 방한객수가 전년대비 42.1%로 급격한 성장을 보이고 있으며, 2004년 현재 304,908명, 전년대비 56.7%증가를 보이고 있음.
- 대만인의 평균체제일수는 2004년 현재 4.5일이며 2000년 이후 거의 변동이 없음.

〈표 III-10〉 방한 대만인 연도별 증가추이

(단위: 명, %, 일)

연도	방문객수	성장율(%)	평균체재일수
2000	127,120	15.0	4.8
2001	129,410	1.8	4.9
2002	136,921	5.8	4.8
2003	194,586	42.1	4.8
2004	304,908	56.7	4.5

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

2) 월별 대만인 수 추이

- 2000년 이후 방한 대만인들의 월별 분포를 살펴보면, 방한 중국인들처럼 변동이 크지 않음.
- 2004년 대만인의 월별 입국 현황을 살펴보면, 7월에 가장 많이 방문하였고, 다음으로 6월, 1월, 8월 순으로 입국을 많이 하였음.
- 계절별로는 여름과 겨울에 많이 방한하고 있음.

〈표 III-11〉 월별/연도별 대만인 입국

(단위: 명)

월 년도	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
	2000	10,859	12,329	9,733	10,324	10,575	9,310	11,146	10,707	10,617	10,792	10,076	10,652
2001	9,786	11,179	9,039	10,551	10,628	10,994	11,004	11,916	9,613	12,553	10,477	11,670	129,410
2002	13,112	11,607	10,419	10,653	9,377	7,894	11,242	12,855	10,566	14,436	11,131	13,629	136,921
2003	17,235	15,171	10,391	6,993	4,240	8,576	18,747	24,323	18,969	26,881	20,988	22,072	194,586
2004	29,896	20,081	16,495	20,368	23,839	31,793	32,397	29,669	21,450	29,415	26,915	22,590	304,908

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

3) 목적별 대만인 수

- 대만인의 방한 목적을 살펴보면, 순수관광을 목적으로 방문하는 대만인들이 대부분임.
- 2004년 현재 관광을 목적으로 하는 대만인은 전체 방한객수중 96.7%, 상용 목적은 0.2%, 공용 0.1%, 기타 3.0%로 나타남.

〈표 III-12〉 방한 대만인의 여행목적별 분포

(단위: 명,%)

목적 연도	관광		상용		공용		기타	
	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율
2000	116,519	91.7	451	0.4	203	0.2	9,947	7.8
2001	121,849	94.2	396	0.3	125	0.1	7,040	5.4
2002	129,172	94.3	375	0.3	118	0.1	7,256	5.3
2003	185,554	95.4	388	0.2	106	0.1	8,538	4.4
2004	295,247	96.7	481	0.2	121	0.1	9,059	3.0

자료: 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

4) 방한 대만인의 인구사회학적 특성

- 성별 현황을 살펴보면 2001년까지는 남성비율이 여성비율보다 높게 나타나지만 2002년부터는 여성 방한 비율이 높게 나타나고 있음.
- 연령별 현황은 중국인과 마찬가지로 31~40대의 연령대가 높은 비중을 차지하고 있지만, 그 다음으로는 41~50대의 연령대가 많음.
- 2004년 현재 대만인들이 한국을 방문할 때 항공을 이용하는 방문객중 91.0%가 인천국제공항을 이용하고 있으며, 그 다음으로 제주공항 5.2%, 김해공항은 1.6%를 보이고 있음.
- 2004년 현재 선박을 통해 방한하는 대만인들은 인천항(84.8%)과 부산항(2.3%)등 항구를 통하는 경우도 있음.
- 제주공항을 통한 입국자 수의 점유율은 2004년 현재 5.2%로써, 2000년 이후 계속해서 증가하는 추세를 보이고 있음.
- 평균 체재일수는 2004년 기준 4.5일로 거의 변동이 없음.

〈표 III-13〉 방한 대만인의 인구사회학적 특성

(단위: 명, %, 일)

구분		2000년		2001년		2002년		2003년		2004년		
		방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	
성별	남성	64,138	50.5	62,226	48.1	63,624	46.5	85,273	43.8	127,537	41.8	
	여성	53,567	42.1	60,737	46.9	66,730	48.7	101,588	52.2	169,203	55.5	
	승무원	9,415	7.4	6,447	5.0	6,567	4.8	7,725	4.0	8,168	2.7	
계		127,120	100.0	129,410	100.0	136,921	100.0	194,586	100.0	304,908	100.0	
연령별	20이하	12,380	8.0	12,460	7.9	12,839	7.9	18,499	8.3	34,520	10.2	
	21~30	29,652	19.1	31,945	20.2	35,785	22.0	44,322	19.9	66,524	19.7	
	31~40	43,340	27.9	43,107	27.3	44,074	27.1	54,919	24.7	80,643	23.9	
	41~50	41,126	26.5	39,111	24.8	39,409	24.2	51,919	23.4	73,664	21.8	
	51~60	18,540	11.9	19,228	12.2	19,378	11.9	30,957	13.9	47,907	14.2	
	61이상	10,307	6.6	11,904	7.5	11,230	6.9	21,557	9.7	34,745	10.3	
계		155,345	100.0	157,755	100.0	162,715	100.0	222,173	100.0	338,003	100.0	
교통수단별	항공	김포	132,326	99.0	-	-	-	-	-	-	-	
		인천	-	-	138,510	99.0	143,559	97.9	165,443	82.0	285,848	91.0
		김해	1,114	0.8	1,099	0.8	2,022	1.4	4,667	2.3	5,107	1.6
		제주	189	0.1	249	0.2	204	0.1	7,227	3.6	16,366	5.2
		기타	-	-	0	0.0	901	0.6	24,357	12.1	6,863	2.2
	계		133,629	100.0	139,858	100.0	146,686	100.0	201,694	100.0	314,184	100.0
	선박	부산	716	3.3	649	3.6	444	2.8	373	1.8	551	2.3
		인천	20,389	93.9	16,229	90.7	12,575	78.5	17,571	85.8	20,213	84.8
		기타	611	2.8	1,019	5.7	3,010	18.8	2,535	12.4	3,059	12.8
		계		21,716	100.0	17,897	100.0	16,029	100.0	20,479	100.0	23,823
평균체제일		4.8		4.9		4.8		4.8		4.5		

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

주) 연령별 · 교통수단별은 교포 · 승무원 제외, 장기거주자 포함

다. 홍콩인의 방한 성향

1) 방한 홍콩인 수 및 추이

- 2001년을 제외하고 2000년 이후 계속해서 방한객수가 감소하고 있으며, 2004년 현재 155,058명으로 전년대비 0.8% 감소함.
- 홍콩인의 평균체제일수는 2004년 현재 4.1일임.

〈표 III-14〉 방한 홍콩인 연도별 증가추이

(단위: 명, %, 일)

연 도	방문객수	성장율(%)	평균체재일수
2000	200,874	-14.2	3.9
2001	204,959	2	3.9
2002	179,299	-12.5	4
2003	156,358	-12.8	4.1
2004	155,058	-0.8	4.1

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

2) 월별 홍콩인 수 추이

- 2001년 이후 방한 홍콩인들의 월별 분포를 살펴보면, 계절별 편차가 심하게 나타나고 있으며, 계절별로는 겨울과 여름에 많이 방한하고 있음.
- 2004년도 홍콩인의 월별 입국 현황을 살펴보면, 1월에 가장 많이 방문하였고, 다음으로 12월, 8월 순으로 입국을 많이 하였음.

〈표 III-15〉 월별/연도별 홍콩인 입국

(단위: 명)

년도 \ 월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
2000	14,817	28,213	13,046	19,206	12,012	16,359	20,669	19,962	10,984	12,557	13,053	19,996	200,874
2001	27,344	13,894	18,649	14,521	12,545	17,725	17,432	20,995	13,457	12,578	13,572	22,247	204,959
2002	13,119	24,386	14,256	10,268	11,450	12,175	15,852	19,370	10,853	14,369	12,449	20,752	179,299
2003	15,176	17,606	7,623	5,344	7,663	15,598	16,475	18,543	9,834	12,276	9,853	20,367	156,358
2004	24,709	11,656	8,438	11,681	9,692	12,460	13,075	14,738	8,599	11,337	10,741	17,932	155,058

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

3) 목적별 홍콩인 수

- 홍콩인의 방한 목적을 살펴보면, 순수관광을 목적으로 방문하는 것이 대부분임.

- 2004년 현재 관광을 목적으로 하는 홍콩인은 전체 방한객수중 94.1%, 상용 목적은 0.2%, 공용 0.1%, 기타 5.6%로 나타남.

〈표 III-16〉 방한 홍콩인의 여행목적별 분포

(단위: 명,%)

목적 연도	관광		상용		공용		기타	
	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율
2000	194,160	96.6	519	0.3	2	0.1	6,193	3.1
2001	196,908	96.0	555	0.3	1	0.1	7,495	3.6
2002	168,720	94.0	479	0.3	1	0.1	10,099	5.6
2003	147,297	94.0	302	0.2	3	0.1	8,756	5.6
2004	146,091	94.1	261	0.2	1	0.1	8,705	5.6

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

4) 방한 홍콩인의 인구사회학적 특성

- 성별 현황을 살펴보면 여성비율이 남성비율보다 높게 나타나고 있음.
- 연령별 현황은 2001년까지는 21~30대의 연령대가 많이 방한을 하고 있지만, 2002년 이후에는 31~40대의 연령대가 많음.
- 2004년 현재 홍콩인들이 한국을 방문할 때 항공을 이용하는 방문객중 98.9%가 인천국제공항을 이용하고 있음.
- 2004년 현재 선박을 통해 방한하는 대만인들은 인천항(61.5%)과 부산항(31.1%) 등 항구를 통해 방문하는 경우도 있음.
- 제주공항을 통한 입국자 수의 점유율은 2004년 현재 0.1%로써, 2000년 이후 계속해서 감소하는 추세를 보이고 있음.
- 평균 체재일수는 2004년 기준 4.1일임.

〈표 III-17〉 방한 홍콩인의 인구사회학적 특성

(단위: 명, %, 일)

구 분	2000년		2001년		2002년		2003년		2004년			
	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)		
성별	남성	90,267	44.9	92,100	44.9	81,548	45.5	67,584	43.2	67,641	43.6	
	여성	104,559	52.1	105,567	51.5	87,940	49.0	80,323	51.4	79,059	51.0	
	승무원	6,048	3.0	7,292	3.6	9,811	5.5	8,451	5.4	8,358	5.4	
계	200,874	100	204,959	100	179,299	100	156,358	100	155,058	100		
연령별	20이하	30,500	15.6	31,377	15.9	24,425	14.4	21,213	14.3	21,254	14.5	
	21~30	57,925	29.7	56,620	28.6	45,999	27.1	37,047	25.0	34,141	23.2	
	31~40	55,717	28.6	55,861	28.2	49,375	29.1	40,847	27.6	40,320	27.5	
	41~50	31,548	16.2	33,844	17.1	31,456	18.6	28,920	19.5	30,755	20.9	
	51~60	11,376	5.8	12,323	6.2	11,482	6.8	12,566	8.5	13,022	8.9	
	61이상	7,847	4.0	7,722	3.9	6,827	4.0	7,408	5.0	7,353	5.0	
계	194,913	100	197,747	100	169,564	100	148,001	100	146,845	100		
교통수단별	항공	김포	187,423	96.4	-	-	-	-	-	-	-	
		인천	-	-	193,694	98.2	165,943	98.1	146,790	99.3	145,100	98.9
		김해	135	0.1	221	0.1	2,393	1.4	863	0.6	1,339	0.9
		제주	6,868	3.5	3,358	1.7	774	0.5	111	0.1	218	0.1
		기타	0	0.0	0	0.0	51	0.0	35	0.0	34	0.0
	계	194,426	100.0	197,273	100.0	169,161	100.0	147,799	100.0	146,691	100.0	
	선박	부산	88	18.1	95	20.0	148	36.7	39	19.3	50	31.1
		인천	227	46.6	206	43.5	135	33.5	68	33.7	99	61.5
		기타	172	35.3	173	36.5	120	29.8	95	47.0	12	7.5
	계	487	100	474	100	403	100	202	100	161	100	
평균체제일	3.9		3.9		4		4.1		4.1			

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

주) 연령별 · 교통수단별은 교포 · 승무원 제외, 장기거주자 포함

라. 싱가포르인의 방한 성향

1) 방한 싱가포르인 수 및 추이

- 2000년 이후 격년으로 방문객수가 증감하는 현상을 보이고 있으며, 2004년 현재 85,202명으로 전년대비 11.5% 증가함.
- 싱가포르인의 평균체재일수는 2004년 현재 5.5일임.

〈표 III-18〉 방한 싱가포르인 연도별 증가추이

(단위: 명,%)

연 도	방문객수	성장율(%)	평균체재일수
2000	82,871	10.0	5
2001	71,240	-14	5.1
2002	79,403	11.5	5.4
2003	76,432	-3.7	5.6
2004	85,202	11.5	5.5

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

2) 월별 싱가포르인 수 추이

- 2000년 이후 방한 싱가포르인들의 월별 분포를 살펴보면, 1월에서 10월까지의 편차가 크지 않지만 11월부터 급격히 방한객수가 증가 하고 있음.
- 2004년도 싱가포르인의 입국 현황을 살펴보면, 12월 16,435명으로 가장 많이 방문하였고, 다음으로 11월, 6월 순으로 나타남.

〈표 III-19〉 월별/연도별 싱가포르인 입국

(단위: 명)

월 년도	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
2000	3,887	6,649	5,496	5,850	6,628	7,582	4,471	5,155	5,708	5,952	8,229	17,264	82,871
2001	6,182	3,884	5,197	5,975	6,294	7,552	4,452	4,362	4,484	4,409	5,907	12,542	71,240
2002	4,107	5,677	5,474	5,882	5,914	4,493	4,387	4,617	5,540	6,352	9,179	17,781	79,403
2003	5,179	4,969	4,412	2,973	2,979	5,549	4,886	4,867	6,161	7,572	9,393	17,492	76,432
2004	5,613	4,000	5,878	6,572	7,129	7,886	4,260	4,781	5,195	7,094	10,359	16,435	85,202

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

3) 목적별 싱가포르인 수

- 싱가포르인의 방한 목적을 살펴보면, 순수관광을 목적으로 방문하는 것이 대부분임.
- 2004년 현재 관광을 목적으로 하는 싱가포르인은 전체 방한객수중 78.2%, 상용 목적은 0.4%, 공용 0.1%, 기타 21.3%로 나타남.

〈표 III-20〉 방한 싱가포르인의 여행목적별 분포

(단위: 명,%)

연도 \ 목적	관광		상용		공용		기타	
	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율	방한객수	비율
2000	63,129	76.1	193	0.2	12	0.1	19,537	23.6
2001	52,427	73.5	274	0.4	17	0.1	18,522	26.0
2002	60,908	76.6	333	0.4	17	0.1	18,145	22.9
2003	59,322	77.5	307	0.4	19	0.1	16,784	22.0
2004	66,730	78.2	321	0.4	28	0.1	18,123	21.3

자료: 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

마. 방한 싱가포르인의 인구사회학적 특성

- 성별 현황을 살펴보면 여성비율이 남성비율보다 높게 나타나고 있음.
- 연령별 현황은 2001년까지는 21~30대의 연령대가 많이 방한을 하고 있지만, 2002년 이후에는 다음으로는 31~40대의 연령대가 많음.
- 2004년 현재 싱가포르인들이 한국을 방문할 때 항공을 이용하는 방문객 중 91.0%가 인천국제공항을 이용하고 있음.
- 2004년 현재 선박을 통해 방한하는 대만인들은 인천항(84.8%)과 부산항(2.3%)등 항구를 통해 방문하는 경우도 있음.
- 제주공항을 통한 입국자 수의 점유율은 2004년 현재 5.2%로써, 2000년 이후 계속해서 증가하는 추세를 보이고 있음.
- 평균 체재일수는 2004년 기준 4.5일임.

〈표 III-21〉 방한 싱가포르인의 인구사회학적 특성

구분		2000년		2001년		2002년		2003년		2004년		
		방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	방한객수	비율(%)	
성별	남성	64,138	50.5	62,226	48.1	63,624	46.5	85,273	43.8	127,537	41.8	
	여성	53,567	42.1	60,737	46.9	66,730	48.7	101,588	52.2	169,203	55.5	
	승무원	9,415	7.4	6,447	5.0	6,567	4.8	7,725	4.0	8,168	2.7	
계		127,120	100.0	129,410	100.0	136,921	100.0	194,586	100.0	304,908	100.0	
연령별	20이하	12,380	8.0	12,460	7.9	12,839	7.9	18,499	8.3	34,520	10.2	
	21~30	29,652	19.1	31,945	20.2	35,785	22.0	44,322	19.9	66,524	19.7	
	31~40	43,340	27.9	43,107	27.3	44,074	27.1	54,919	24.7	80,643	23.9	
	41~50	41,126	26.5	39,111	24.8	39,409	24.2	51,919	23.4	73,664	21.8	
	51~60	18,540	11.9	19,228	12.2	19,378	11.9	30,957	13.9	47,907	14.2	
	61이상	10,307	6.6	11,904	7.5	11,230	6.9	21,557	9.7	34,745	10.3	
계		155,345	100.0	157,755	100.0	162,715	100.0	222,173	100.0	338,003	100.0	
교통수단별	항공	김포	132,326	99.1	-	-	-	-	-	-	-	
		인천	-	-	138,510	99.0	143,559	97.9	165,443	82.0	285,848	91.0
		김해	1,114	0.8	1,099	0.8	2,022	1.4	4,667	2.3	5,107	1.6
		제주	189	0.1	249	0.2	204	0.1	7,227	3.6	16,366	5.2
		기타	-	-	0	0.0	901	0.6	24,357	12.1	6,863	2.2
	계		133,629	100.0	139,858	100.0	146,686	100.0	201,694	100.0	314,184	100.0
	선박	부산	716	3.3	649	3.6	444	2.8	373	1.8	551	2.3
		인천	20,389	93.9	16,229	90.7	12,575	78.5	17,571	85.8	20,213	84.8
		기타	611	2.8	1,019	5.7	3,010	18.8	2,535	12.4	3,059	12.8
		계		21,716	100.0	17,897	100.0	16,029	100.0	20,479	100.0	23,823
평균체재일		4.8		4.9		4.8		4.8		4.5		

자료 : 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.

주) 연령별 · 교통수단별은 교포 · 승무원 제외, 장기거주자 포함

IV. 제주관광 실태분석

1. 제주관광 현황

가. 관광사업체 현황

- 업종별 분류기준에 의거 관광사업체 등록 현황을 살펴보면 제주지역의 관광사업체 수는 2004년말 현재 656개 업체가 있음.
- 업종별로 보면 업종별로 보면 여행업이 521개업체로 가장 많고, 그 다음으로 관광숙박업 69개, 관광객이용시설업 30개, 관광편의시설업 25개, 카지노업 8개, 국제회의업 3개 순으로 나타났음.
- 국제회의기획업 등록업체는 2001년 1개 업체에 불과하였지만 2004년 말 현재 3개소로 증가하고 있어 제주도에 국제회의나 컨벤션산업이 점차 활성화 되고 있는 것을 알 수 있음.
- 여행업의 경우 264개 업체(2000년)에서 521개 업체(2004년)로 최근 5년사이 97%가 증가하여 여행업의 난립현상이 가속화되고 있음.
- 이중 중국 단체관광객 유치 전담여행업체도 1개업체에서 7개업체로 증가하였으며, 더불어 중국인 관광객들도 증가하고 있음.
- 카지노업의 경우 전국 14개 업체 중 8개 업체가 제주지역에 있으나, 규모가 영세하여 경영이 어려움을 겪고 있음. 중화권 관광객이 카지노 이용을 즐겨 한다는 측면에서 볼 때 카지노업의 활성화방안 마련이 필요함.

〈표 IV-1〉 제주도 관광사업체 현황(2004. 12. 31 현재)

(단위 : 개소)

구 분		시·군별		계	제주시	서귀포시	북제주군	남제주군		
		시	군							
합		계		656	539	65	37	15		
여 행 업	계				521	468	31	16	6	
	일반여행업				42	39	1	-	2	
	국외여행업				62	56	4	1	1	
	국내여행업				417	373	26	15	3	
관 광 숙 박 업	계				69	29	17	18	5	
	호 텔 업	소		계		49	28	14	6	1
		종합관광호텔업				43	26	12	4	1
		일반관광호텔업				4	2	1	1	-
		가족호텔				1	-	-	1	-
	한국전통호텔업				1	-	1	-	-	
휴양 콘도미니엄업				20	1	3	12	4		
관 광 객 이 용 시 설 업	계				30	17	7	2	4	
	전문휴양업				8	-	4	2	2	
	외국인전용관광기념품판매업				14	13	1	-	-	
	유원시설업				8	4	2	-	2	
국 제 회 의 업	국제회의기획업				3	1	1	1	-	
카 지 노 업				8	5	3	-	-		
관 광 편 의 시 설 업	계				25	19	6	-	-	
	소		계		10	6	4	-	-	
	관 광 유 홍 음 식 점 업	한국음식점업				4	2	2	-	-
		관광극장식당업				6	4	2	-	-
	외국인 전용유홍음식점업				-	-	-	-	-	
	관광식당업				12	10	2	-	-	
	관광사진업				3	3	-	-	-	

자료: 제주도, 주요관광행정현황, 2005.

나. 중화권 직항노선 현황

- 2004년 현재 중화권 국가중 직항노선은 중국과 대만만 직항노선이 운항 중에 있으며, 이중 제주-중국간 직항노선은 3개 노선으로, 대한항공, 아시아나항공, 동방항공이 운항되고 있음.
- 2004년 현재 제주-대만간 직항노선은 1개노선이며, 원동항공이 2003년 1월 취항하여 정기성 전세기 형태로 주7회 운항하고 있음.
- 2001년 10월 28일자로 제주-홍콩노선(대한항공)은 운항 중단중에 있음. 제주-상해노선(아시아나항공)은 2001년 10월 28일자로 운항 중단중이었으나, 2002년 4월부터 재운항중임.
- 항공노선의 불안정은 중화권 관광객 유치에 큰 걸림돌로 작용함. 향후 중국 대도시와 제주간 직항노선 확충뿐만 아니라 대만이나 홍콩, 싱가포르와 함께 안정적 항공노선 확보가 필요함.

〈표 IV-2〉 제주↔중국(대만) 간 직항노선 현황(2004년)

국명	노선명	취항일	운항편수(주당)	공급석(주당)	비고
중	제주/상해(AAR)	'00. 5.26	주1회	143	
	제주/상해(동방항공)	'00. 7.23	주7회	1,106	
국	제주/북경(KAL)	'00. 8. 3	주2회	322	
대만	제주/타이페이(원동항공)	'03.1.3	주7회	1,246	정기성 전세기
계	4개 노선		17	2,817	

자료 : 제주도, 주요관광행정현황, 2005.

다. 제주관광 홍보 현황

- 2005년도 중화권관광객 유치 추진현황을 살펴보면, 국제관광박람회 참가홍보, 언론인 초청 특별취재 지원, 직항노선 확충, 직항노선 도시 공격적 마케팅 전개 등을 수행하고 있음.

〈표 IV-3〉 중화권관광객 유치 추진(2005년도)

홍보수단	홍보내용
박람회	· 국제관광박람회 참가 홍보 : 7회(베이징, 싱가포르, 타이베이 등)
특별취재 지원	· 언론인 초청 특별취재 지원 : 72개사(TV 16, 일간지 42, 전문잡지 14)
직항노선 확충	· 신규노선 개설 : 3개 노선(다롄 주2회, 선양 주4회, 가오슝 주4회) · 운항노선 증편 : 2개 노선(상하이 주7→14회, 타이베이 주7→16회)
직항노선 도시 공격적 마케팅 전개	· 중화권 현지 관광설명회 : 3회(타이베이, 가오슝, 다롄) · 여행업자 초청 팸투어 : 3회 34개사 · 베이징 국제공항 와이드칼라 광고물 설치 · 상해 장미혼례이벤트 개최 : 1회 21쌍

자료 : 제주도 국제자유도시관광국, 2005년도 행정사무감사 주요업무보고 자료, 2005.11.

라. 한국관광공사 지정 중국전문식당 현황

- 중국관광객 전문식당은 한국관광공사가 중국인이 가장 많이 체류하는 서울, 경기, 강원, 부산, 제주지역을 중심으로 선정이 되고 있으며, 이중 제주지역에는 총 14개의 업체가 있음.
- 중국인들의 한국방문에서 불편하게 느끼는 점이 음식문제라고 볼 때 중국인들의 입맛에 맞는 제주도 전통음식 개발, 중국 식단 개발, 음식점의 서비스 개선 등에 보다 더 많은 관심을 기울여야 함.

〈표 IV-4〉 시·도별 중국전문식당 지정 현황

(단위 : 개소)

구분	서울	경기	강원	인천	부산	울산	광주	대전	대구	경북	경남	전북	전남	충북	충남	제주	합계
선정	36	8	7	6	9	1	2	3	2	3	1	4	3	1	1	14	101

자료: 문화관광부, 현황자료, 2005.

마. 관광안내소 운영 현황

- 관광안내소는 제주를 방문하는 중화권 관광객들에게 정보제공과 함께 적극적인 홍보의 수단으로 활용해야 할 것임.
- 제주시권 10개소, 서귀포권 7개소, 남제주권 4개소, 북제주권 5개소 등 총 26개의 관광안내소가 운영중에 있음.

〈표 IV-5〉 관광안내소 운영 현황

시·군별	개소	내 용
제주시권	10	· 제주국제공항 관광안내소, 부두터미널 관광안내소, 제주민속자연사박물관 관광안내소, 삼성혈 관광안내소, 신비의도로 관광안내소, 용두암 관광안내소, 한라산국립공원 관광안내소, 제주민속관광타운 관광안내소, 신제주 관광안내소, 탐동 관광안내소
서귀포권	7	· 서귀포시청, 서귀포종합관광안내소, 관광안내소(한국관광공사제주지사), 정방 관광안내소, 천제연 관광안내소, 주상절리대 관광안내소, 서귀포감골박물관 관광안내소
남제주권	4	· 성산일출봉 관광안내소, 산방산 관광안내소, 추사적거지 관광안내소, 남제주군 관광정보센터
북제주권	5	· 북제주군청, 제주항일기념관 관광안내소, 항공유적지 관광안내소, 한림공원 관광통역안내소, 만장굴 관광통역안내소, 비자림 관광안내소
계	26	

자료: 제주도, 현황자료, 2005.

바. 관광통역안내사 현황

- 2005년 현재 중국어 통역안내사 자격증을 보유한 제주도 거주자는 175명임.
- 실제 활동중인 통역안내사는 훨씬 적은 것으로 알려져 있음.

〈표 IV-6〉 관광통역안내사 자격증 발급 누계현황(2005년 현재)

구분	영어	일어	중국어	불어	독일어	스페인어	러시아어
서울	2,176	3,948	1,170	89	51	44	36
부산	360	1,235	169	4	5	4	4
대구	232	207	127	6	5	3	9
인천	249	409	155	4	5	6	10
광주	78	68	34	4	1	-	2
대전	76	86	53	4	4	-	6
울산	34	57	25	-	1	-	2
강원	64	38	42	-	1	1	-
경기	564	863	363	23	13	17	6
충북	51	31	41	9	2	-	-
충남	37	44	34	1	1	-	1
전북	73	57	33	2	3	-	1
전남	44	44	22	4	1	6	-
경북	87	110	64	2	4	-	3
경남	92	180	50	4	1	2	4
제주	109	597	175	-	1	-	2
기타	3	6	1	-	-	-	-
계	4,329	7,980	2,558	156	99	83	86

자료: 한국관광공사, 현황자료, 2005.

2. 중화권 관광객 내도 현황

가. 연도별 중화권 관광객 수

- 2004년도에 제주지역을 방문한 중화권 관광객수는 전년 대비 중국 관광객은 45.3%, 대만 관광객은 116.7%, 싱가포르 관광객은 53.8%, 홍콩 관광객 47.1%로 증가율이 상당히 큼.

〈표 IV-7〉 중화권 관광객 입도현황(2003-2004)

(단위:명, %)

국적	관광객 수		변화율	구성비	
	2003	2004		2003	2004
아시아주	192,449	279,954	45.5	87.1	85.0
일본	98,950	136,202	37.6	44.8	41.4
대만	9,893	21,435	116.7	4.5	6.5
홍콩	5,173	7,609	47.1	2.3	2.3
중국	69,671	101,236	45.3	31.5	30.7
싱가포르	8,762	13,472	53.8	4.0	4.1
미주	10,753	17,518	62.9	4.9	5.3
미국	10,753	17,518	62.9	4.9	5.3
구주	1,595	2,060	29.2	0.7	0.6
영국	379	613	61.7	0.2	0.2
독일	552	800	45.0	0.2	0.2
러시아	664	647	-2.6	0.3	0.2
교포	2,858	4,149	45.2	1.3	1.3
기타	13,362	25,534	91.1	6.0	7.8
총계	221,017	329,215	49.0	100	100

자료: 제주도, 제주 관광동향에 관한 연차보고서, 2004

- 2004년도 기준으로 중화권 4개국의 제주도 입도 현황은 143,752명으로 중국관광객이 가장 많은 101,236명으로 70.4%를 차지하고 있음.
- 2004년도 기준으로 중국관광객은 제주지역 국외관광시장의 30.8%, 대만관광객은 6.5%, 홍콩관광객은 2.3%를 차지하고 있음.

〈표 IV-8〉 연도별·국적별 외국인 관광객 입도 현황

(단위: 명)

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

자료: 제주도, 제주 관광동향에 관한 연차보고서, 2004

〈표 IV-9〉 관광객 시장점유율 현황

(단위: %)

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

자료: 제주도, 제주 관광동향에 관한 연차보고서, 2004

나. 연도별 관광수입

- 전체적으로는 1996년 이후(1998년 제외) 1조원 이상의 수입을 올리고 있고 2004년에는 1조6,787억원의 수입을 기록하였음. 2003년도와 비교해서는 약 7.2% 증가하였음.

〈표 IV-10〉 연도별 관광수입 현황

구 분	전 국 (외국인 : 천명)	제 주 도					
		관 광 객 (천명)			관 광 수 입 (억원)		
		계	내국인	외국인	계	내국인	외국인
'70	173	245	238	7	8		
'75	632	359	331	28	59		
'80	976	669	649	20	260	227	33
'85	1,426	1,323	1,249	74	1,157	899	258
'90	2,959	2,992	2,757	235	4,319	3,308	1,011
'91	3,196	3,205	2,929	276	5,132	3,838	1,294
'92	3,231	3,422	3,179	243	7,970	6,217	1,753
'93	3,331	3,464	3,187	277	8,516	6,442	2,074
'94	3,580	3,693	3,470	223	8,895	7,153	1,742
'95	3,753	3,997	3,755	242	9,814	7,844	1,970
'96	3,684	4,144	3,935	209	10,179	8,400	1,779
'97	3,908	4,363	4,179	184	10,756	9,143	1,613
'98	4,250	3,291	3,067	224	9,558	7,523	2,035
'99	4,660	3,667	3,420	247	10,295	8,037	2,258
2000	5,000	4,110	3,822	288	14,975	10,877	4,098
2001	5,200	4,197	3,907	290	14,954	10,917	4,037
2002	5,347	4,515	4,226	289	15,265	11,525	3,740
2003	4,753	4,913	4,692	221	15,661	13,073	2,588
2004	5,818	4,932	4,603	329	16,787	13,079	3,708
2005계획		5,100	4,700	400	17,879	13,354	4,525

자료: 제주도, 주요관광행정현황, 2005

주: 2000년도부터 관광수입 증가율(합계 기준 전년대비 45.5% 증가)이 급증한 것은 관광객 1인당 지출액에 대해 새롭게 조사한 기준액을 적용하였기 때문임.

다. 월별 중화권 관광객 수

1) 중국

- 2000년~2004년간 월별 중국인 내도 분포를 보면 평균적으로 10월에 가장 많은 중국인들이 방문하는 것으로 나타났고, 그 다음은 8월임. 중국인이 가장 적게 방문하는 월은 1월임.

〈표 IV-11〉 월별 중국인 관광객 입도현황

(단위: 명, %)

년도	월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
		2000	관광객수	2,141	4,351	2,783	5,277	6,400	4,036	4,838	6,648	5,887	8,690	
	비율(%)	3.7	7.6	4.9	9.2	11.2	7.1	8.5	11.6	10.3	15.2	5.0	5.8	100.0
2001	관광객수	6,172	1,693	2,127	4,738	8,538	4,588	7,147	8,802	7,297	12,215	3,835	4,498	71,650
	비율(%)	8.6	2.4	3.0	6.6	11.9	6.4	10.0	12.3	10.2	17.0	5.4	6.3	100.0
2002	관광객수	2,677	8,173	3,821	6,089	8,476	13,003	5,417	11,815	7,853	14,718	6,154	4,609	92,805
	비율(%)	2.9	8.8	4.1	6.6	9.1	14.0	5.8	12.7	8.5	15.9	6.6	5.0	100.0
2003	관광객수	4,005	7,380	3,604	2,107	340	408	2,467	7,282	7,389	13,554	10,320	10,815	69,671
	비율(%)	5.7	10.6	5.2	3.0	0.5	0.6	3.5	10.5	10.6	19.5	14.8	15.5	100.0
2004	관광객수	10,357	3,504	4,511	8,251	11,041	8,166	9,048	9,457	9,051	14,282	7,956	5,612	101,236
	비율(%)	10.2	3.5	4.5	8.2	10.9	8.1	8.9	9.3	8.9	14.1	7.9	5.5	100.0

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

2) 대만

- 2000년~2004년간 월별 대만인 내도 분포를 보면 평균적으로 8월에 가장 많은 관광객들이 방문하는 것으로 나타났고, 그 다음은 7월임.
- 대만인이 평균적으로 가장 적게 방문하는 월은 12월임.

〈표 IV-12〉 월별 대만인 관광객 입도현황

(단위: 명, %)

년도	월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
		2000	관광객수	66	67	121	394	426	250	134	251	173	165	
	비율(%)	2.9	2.9	5.3	17.2	18.6	10.9	5.8	10.9	7.5	7.2	9.3	1.5	100.0
2001	관광객수	13	26	200	544	368	236	204	247	89	257	152	78	2,414
	비율(%)	0.5	1.1	8.3	22.5	15.2	9.8	8.5	10.2	3.7	10.6	6.3	3.2	100.0
2002	관광객수	10	3	184	242	166	100	27	41	114	18	5	30	940
	비율(%)	1.1	0.3	19.6	25.7	17.7	10.6	2.9	4.4	12.1	1.9	0.5	3.2	100.0
2003	관광객수	775	757	808	535	171	267	1,319	1,300	625	1,525	1,222	589	9,893
	비율(%)	7.8	7.7	8.2	5.4	1.7	2.7	13.3	13.1	6.3	15.4	12.4	6.0	100.0
2004	관광객수	557	459	875	1,457	1,960	3,120	2,856	3,030	1,559	2,026	2,105	1,431	21,435
	비율(%)	2.6	2.1	4.1	6.8	9.1	14.6	13.3	14.1	7.3	9.5	9.8	6.7	100.0

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

3) 홍콩

- 2000년~2004년간 월별 홍콩인 내도 분포를 보면 평균적으로 8월에 가장 많은 관광객들이 방문하는 것으로 나타났고, 그 다음은 7월임.
- 홍콩인이 평균적으로 가장 적게 방문하는 월은 12월임.

〈표 IV-13〉 월별 홍콩인 관광객 입도현황

(단위: 명, %)

년도	월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
		2000	관광객수	1,354	2,481	3,058	3,496	2,106	2,618	3,348	2,851	2,143	2,632	
	비율(%)	4.7	8.6	10.6	12.1	7.3	9.1	11.6	9.9	7.4	9.1	4.6	4.7	100.0
2001	관광객수	2,522	840	1,647	2,089	1,336	1,702	2,379	2,884	1,508	1,714	1,108	800	20,529
	비율(%)	12.3	4.1	8.0	10.2	6.5	8.3	11.6	14.0	7.3	8.3	5.4	3.9	100.0
2002	관광객수	645	1,201	721	600	640	342	899	827	660	434	487	382	7,838
	비율(%)	8.2	15.3	9.2	7.7	8.2	4.4	11.5	10.6	8.4	5.5	6.2	4.9	100.0
2003	관광객수	148	284	111	255	11	223	525	734	536	1,055	627	664	5,173
	비율(%)	2.9	5.5	2.1	4.9	0.2	4.3	10.1	14.2	10.4	20.4	12.1	12.8	100.0
2004	관광객수	1,310	543	425	753	482	687	256	394	737	494	1,138	390	7,609
	비율(%)	17.2	7.1	5.6	9.9	6.3	9.0	3.4	5.2	9.7	6.5	15.0	5.1	100.0

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

4) 싱가포르

- 2000년~2004년간 월별 싱가포르 관광객 내도 분포를 보면 평균적으로 12월에 가장 많은 관광객들이 방문하는 것으로 나타났고, 그 다음은 11월임. 평균적으로 가장 적게 방문하는 월은 7월임.

〈표 IV-14〉 월별 싱가포르인 관광객 입도현황

(단위: 명, %)

년도	월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
		2000	관광객수	269	789	488	1,030	980	1,037	196	211	661	656	
	비율(%)	2.8	8.1	5.0	10.6	10.1	10.7	2.0	2.2	6.8	6.8	10.1	24.8	100.0
2001	관광객수	491	151	363	1,119	1,121	1,119	250	389	682	547	783	2,491	9,506
	비율(%)	5.2	1.6	3.8	11.8	11.8	11.8	2.6	4.1	7.2	5.8	8.2	26.2	100.0
2002	관광객수	346	485	680	1,312	840	159	257	178	694	1,247	1,411	3,754	11,363
	비율(%)	3.0	4.3	6.0	11.5	7.4	1.4	2.3	1.6	6.1	11.0	12.4	33.0	100.0
2003	관광객수	661	942	324	368	224	271	328	799	666	1,279	1,088	1,812	8,762
	비율(%)	7.5	10.8	3.7	4.2	2.6	3.1	3.7	9.1	7.6	14.6	12.4	20.7	100.0
2004	관광객수	901	432	673	1,336	1,206	1,031	329	309	805	909	2,159	3,382	13,472
	비율(%)	6.7	3.2	5.0	9.9	9.0	7.7	2.4	2.3	6.0	6.7	16.0	25.1	100.0

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

라. 계절별 중화권 방문객 수

1) 중국

- 계절별 중국인 내도 분포를 보면 평균적으로 가을에 가장 많은 중국인들이 내도하고 있으며, 그 다음은 여름, 봄, 겨울 순임.

〈표 IV-15〉 계절별 중국인 관광객 입도현황

년도	월	봄 (3월,4월,5월)		여름 (6월,7월,8월)		가을 (9월,10월,11월)		겨울 (12월,1월,2월)		계
		관광객수	비율(%)	관광객수	비율(%)	관광객수	비율(%)	관광객수	비율(%)	
2000	관광객수	14,460		15,522		17,437		9,817		57,236
	비율(%)	25.3		27.1		30.5		17.2		100.0
2001	관광객수	15,403		20,537		23,347		12,363		71,650
	비율(%)	21.5		28.7		32.6		17.3		100.0
2002	관광객수	18,386		30,235		28,725		15,459		92,805
	비율(%)	19.8		32.6		31.0		16.7		100.0
2003	관광객수	6,051		10,157		31,263		22,200		69,671
	비율(%)	8.7		14.6		44.9		31.9		100.0
2004	관광객수	23,803		26,671		31,289		19,473		101,236
	비율(%)	23.5		26.3		30.9		19.2		100.0

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

2) 대만

- 계절별 대만인 내도 분포를 보면 평균적으로 여름에 가장 많은 관광객들이 내도하고 있으며, 그 다음은 가을, 봄, 겨울 순임.

〈표 IV-16〉 계절별 대만인 관광객 입도현황

(단위: 명, %)

년도	월	봄 (3월,4월,5월)		여름 (6월,7월,8월)		가을 (9월,10월,11월)		겨울 (12월,1월,2월)		계
		관광객수	비율(%)	관광객수	비율(%)	관광객수	비율(%)	관광객수	비율(%)	
2000	관광객수	941		635		551		167		2,127
	비율(%)	44.2		29.9		25.9		7.9		100.0
2001	관광객수	1,112		687		498		117		2,297
	비율(%)	48.4		29.9		21.7		5.1		100.0
2002	관광객수	592		168		137		43		897
	비율(%)	66.0		18.7		15.3		4.8		100.0
2003	관광객수	1,514		2,886		3,372		2,121		7,772
	비율(%)	19.5		37.1		43.4		27.3		100.0
2004	관광객수	4,292		9,006		5,690		2,447		18,988
	비율(%)	22.6		47.4		30.0		12.9		100.0

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

3) 홍콩

- 계절별 홍콩인 내도 분포를 보면 평균적으로 여름에 가장 많은 홍콩 관광객들이 내도하고 있으며, 그 다음은 봄, 가을, 겨울 순임.

〈표 IV-17〉 계절별 홍콩인 관광객 입도현황

(단위: 명, %)

년도	월	봄	여름	가을	겨울	계
		(3월,4월,5월)	(6월,7월,8월)	(9월,10월,11월)	(12월,1월,2월)	
2000	관광객수	8,660	8,817	6,103	5,197	28,777
	비율(%)	30.1	30.6	21.2	18.1	100.0
2001	관광객수	5,072	6,965	4,330	4,162	20,529
	비율(%)	24.7	33.9	21.1	20.3	100.0
2002	관광객수	1,961	2,068	1,581	2,228	7,838
	비율(%)	25.0	26.4	20.2	28.4	100.0
2003	관광객수	377	1,482	2,218	1,096	5,173
	비율(%)	7.3	28.6	42.9	21.2	100.0
2004	관광객수	1,660	1,337	2,369	2,243	7,609
	비율(%)	21.8	17.6	31.1	29.5	100.0

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

4) 싱가포르

- 계절별 싱가포르 관광객의 내도 분포를 보면 평균적으로 겨울에 가장 많이 내도하고 있으며, 그 다음은 봄, 가을, 여름 순임.

〈표 IV-18〉 계절별 싱가포르인 관광객 입도현황

(단위: 명, %)

년도	월	봄	여름	가을	겨울	계
		(3월,4월,5월)	(6월,7월,8월)	(9월,10월,11월)	(12월,1월,2월)	
2000	관광객수	2,498	1,444	2,298	3,470	9,710
	비율(%)	25.7	14.9	23.7	35.7	100.0
2001	관광객수	2,603	1,758	2,012	3,133	9,506
	비율(%)	27.4	18.5	21.2	33.0	100.0
2002	관광객수	2,832	594	3,352	4,585	11,363
	비율(%)	24.9	5.2	29.5	40.4	100.0
2003	관광객수	916	1,398	3,033	3,415	8,762
	비율(%)	10.5	16.0	34.6	39.0	100.0
2004	관광객수	3,215	1,669	3,873	4,715	13,472
	비율(%)	23.9	12.4	28.7	35.0	100.0

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

V. 실증분석

1. 조사개요

가. 조사개요

- 조사목적 : 제주방문 중화권관광객의 관광성향 파악
- 설문구성 : 중화권 관광객의 행동 특성, 제주관광에 대한 기대도-실행도부문, 여행경비와 지출의사, 제주관광에 대한 만족도 및 재방문의사, 인구통계적 특성 등으로 구성
- 모집단²⁾ : 제주방문 중국, 대만, 싱가포르인 관광객
- 표본크기 : 601명
- 표본추출방법 : 무작위표본추출법
- 자료수집도구 : 구조화된 설문지
- 조사방법 : 1:1 개별 면접에 의한 자기기입식 설문지법
- 조사기간 : 2005년 12월 12일 ~ 24일
- 조사요원 : 중국어 가이드
- 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 주로 빈도분석, 교차분석을 이용하였음.

2) 홍콩인 관광객은 조사대상에서 제외하였음.

나. 인구통계적 특성

- 성별은 중국 관광객이 남성 104명(53.9%), 여성 89명(46.1%)이며, 대만 관광객이 남성 90명(34.6%), 여성 170명(65.4%)임. 싱가포르 관광객은 남성 58명(47.2%), 여성 65명(52.8%)으로 나타남.

〈표 V-1〉 성별 특성

(단위: 명, %)

구 분			거주지			전체
			중국	대만	싱가포르	
성별	남	응답자수	104	90	58	252
		비율	53.9%	34.6%	47.2%	43.8%
	여	응답자수	89	170	65	324
		비율	46.1%	65.4%	52.8%	56.3%
합계		응답자수	193	260	123	576
		비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 연령별로는 중국 관광객이 20대 19명(9.3%), 30대 38명(18.6%), 40대 40명(19.6%), 50대 67명(32.8%), 60대 40명(19.6%)이며, 대만 관광객이 20대 22명(8.3%), 30대 68명(25.8%), 40대 65명(24.6%), 50대 74명(28.0%), 60대 35명(13.3%)로 나타남. 싱가포르 관광객은 20대 20명(16.5%), 30대 21명(17.4%), 40대 25명(20.7%), 50대 27명(22.3%), 60대 28명(23.1%)으로 나타남.

〈표 V-2〉 연령별 특성

(단위: 명, %)

구 분			거주지			전체	
			중국	대만	싱가포르		
연령	20대	응답자수	19	22	20	61	
		비율	9.3%	8.3%	16.5%	10.4%	
	30대	응답자수	38	68	21	127	
		비율	18.6%	25.8%	17.4%	21.6%	
	40대	응답자수	40	65	25	130	
		비율	19.6%	24.6%	20.7%	22.1%	
	50대	응답자수	67	74	27	168	
		비율	32.8%	28.0%	22.3%	28.5%	
	60대	응답자수	40	35	28	103	
		비율	19.6%	13.3%	23.1%	17.5%	
	전체		응답자수	204	264	121	589
			비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 연평균 소득은 중국 관광객이 100불이하 3명(2.0%), 101~500불 25명(16.6%), 501~1,000불 17명(11.3%), 1,001~1,500불 22명(14.6%), 1,501~2,000불 22명(14.6%), 2,001~2,500불 25명(16.6%), 2,501~3,000불 7명(4.6%), 3,001~3,500불 1명(0.7%), 3,501불 이상 29명(19.2%)으로 나타남.
- 대만 관광객은 100불이하 10명(5.2%), 101~500불 27명(14.1%), 501~1,000불 28명(14.6%), 1,001~1,500불 36명(18.8%), 1,501~2,000불 17명(8.9%), 2,001~2,500불 12명(6.3%), 2,501~3,000불 5명(2.6%), 3,001~3,500불 6명(3.1%), 3,501불 이상 51명(26.6%)으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 100불이하 1명(1.1%), 101~500불 0명(0%), 501~1,000불 24명(26.4%), 1,001~1,500불 6명(6.6%), 1,501~2,000불 4명(4.4%), 2,001~2,500불 26명(28.6%), 2,501~3,000불 1명(1.1%), 3,001~3,500불 1명(1.1%), 3,501불 이상 28명(30.8%)으로 나타남.

〈표 V-3〉 연평균소득 특성

(단위: 명, %)

구 분			거주지			전체
			중국	대만	싱가포르	
연평균 소득	US \$ 100이하	응답자수	3	10	1	14
		비율	2.0%	5.2%	1.1%	3.2%
	US \$ 101~500	응답자수	25	27	0	52
		비율	16.6%	14.1%	.0%	12.0%
	US \$ 501~1,000	응답자수	17	28	24	69
		비율	11.3%	14.6%	26.4%	15.9%
	US \$ 1,001~1,500	응답자수	22	36	6	64
		비율	14.6%	18.8%	6.6%	14.7%
	US \$ 1,501~2,000	응답자수	22	17	4	43
		비율	14.6%	8.9%	4.4%	9.9%
	US \$ 2,001~2,500	응답자수	25	12	26	63
		비율	16.6%	6.3%	28.6%	14.5%
	US \$ 2,501~3,000	응답자수	7	5	1	13
		비율	4.6%	2.6%	1.1%	3.0%
	US \$ 3,001~3,500	응답자수	1	6	1	8
		비율	.7%	3.1%	1.1%	1.8%
	US \$ 3,501 이상	응답자수	29	51	28	108
		비율	19.2%	26.6%	30.8%	24.9%
전체		응답자수	151	192	91	434
		비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 학력별로는 중국 관광객이 정규교육을 받지 않음 0명(0.0%), 초등학교 졸업 10명(5.3%), 중학교 졸업 10명(5.3%), 고등학교 졸업 79명(42.0%), 전문대 및 대학 졸업 78명(41.5%), 대학원졸업 이상 11명(5.9%)으로 나타남.
- 대만 관광객이 정규교육을 받지 않음 1명(0.4%), 초등학교 졸업 16명(6.2%), 중학교 졸업 18명(7.0%), 고등학교 졸업 102명(39.5%), 전문대 및 대학 졸업 114명(44.2%), 대학원졸업 이상 7명(2.7%)으로 나타남.
- 싱가포르 관광객이 정규교육을 받지 않음 0명(0.0%), 초등학교 졸업 8명(7.1%), 중학교 졸업 2명(1.8%), 고등학교 졸업 23명(20.5%), 전문대 및 대학 졸업 78명(69.6%), 대학원졸업 이상 1명(0.9%)으로 나타남.

〈표 V-4〉 학력별 특성

(단위: 명, %)

구 분			거주지			전 체
			중국	대만	싱가포르	
학 력	정규 교육을 받지 않음	응답자수	0	1	0	1
		비율	.0%	.4%	.0%	.2%
	초등학교 졸업	응답자수	10	16	8	34
		비율	5.3%	6.2%	7.1%	6.1%
	중학교 졸업	응답자수	10	18	2	30
		비율	5.3%	7.0%	1.8%	5.4%
	고등학교 졸업	응답자수	79	102	23	204
		비율	42.0%	39.5%	20.5%	36.6%
	전문대 및 대학 졸업	응답자수	78	114	78	270
		비율	41.5%	44.2%	69.6%	48.4%
	대학원 졸업 이상	응답자수	11	7	1	19
		비율	5.9%	2.7%	.9%	3.4%
전 체		응답자수	188	258	112	558
		비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 직업은 중국 관광객이 공무원/군인 42명(20.5%), 기업인/경영직 10명(4.9%), 사무/기술직 14명(6.8%), 판매/서비스직 13명(6.3%), 전문직 8명(3.9%), 생산/기능/노무직 13명(6.3%), 자영업자 10명(4.9%), 학생 14명(6.8%), 주부 25명(12.2%), 은퇴자 28명(13.7%), 무직 0명(0.0%), 기타 28명(13.7%)으로 나타남.

- 대만 관광객은 공무원/군인 23명(8.6%), 기업인/경영직 29명(10.9%), 사무/기술직 62명(23.2%), 판매/서비스직 10명(3.7%), 전문직 4명(1.5%), 생산/기능/노무직 15명(5.6%), 자영업자 11명(4.1%), 학생 8명(3.0%), 주부 52명(19.5%), 은퇴자 30명(11.2%), 무직 4명(1.5%), 기타 19명(7.1%)으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 공무원/군인 1명(0.8%), 기업인/경영직 7명(5.6%), 사무/기술직 74명(58.7%), 판매/서비스직 7명(5.6%), 전문직 3명(2.4%), 생산/기능/노무직 0명(0%), 자영업자 3명(2.4%), 학생 9명(7.1%), 주부 15명(11.9%), 은퇴자 7명(5.6%), 무직 0명(0.0%), 기타 0명(0.0%)으로 나타남.

〈표 V-5〉 직업별 특성

(단위: 명, %)

구 분			응답자수			전체
			중국	대만	싱가포르	
직업	공무원/군인	응답자수	42	23	1	66
		비율	20.5%	8.6%	.8%	11.0%
	기업인/경영직	응답자수	10	29	7	46
		비율	4.9%	10.9%	5.6%	7.7%
	사무/기술직	응답자수	14	62	74	150
		비율	6.8%	23.2%	58.7%	25.1%
	판매/서비스직	응답자수	13	10	7	30
		비율	6.3%	3.7%	5.6%	5.0%
	전문직	응답자수	8	4	3	15
		비율	3.9%	1.5%	2.4%	2.5%
	생산/기능/노무직	응답자수	13	15	0	28
		비율	6.3%	5.6%	.0%	4.7%
	자영업자	응답자수	10	11	3	24
		비율	4.9%	4.1%	2.4%	4.0%
	학생	응답자수	14	8	9	31
		비율	6.8%	3.0%	7.1%	5.2%
	주부	응답자수	25	52	15	92
		비율	12.2%	19.5%	11.9%	15.4%
은퇴자	응답자수	28	30	7	65	
	비율	13.7%	11.2%	5.6%	10.9%	
무직	응답자수	0	4	0	4	
	비율	.0%	1.5%	.0%	.7%	
기타	응답자수	28	19	0	47	
	비율	13.7%	7.1%	.0%	7.9%	
전체		응답자수	205	267	126	598
		비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

2. 분석결과

가. 중화권 관광객의 행동특성

1) 제주지역에 갖고 있는 이미지

- 제주지역에 갖고 있는 이미지는 각 유효 응답자중 중국관광객 100명(54.3%), 대만관광객 123명(46.9%), 싱가포르관광객 45명(35.7%)이 자연경관이 수려한 곳으로 가장 많이 인지하고 있는 것으로 나타남.

〈표 V-6〉 제주지역이 갖고 있는 이미지

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
자연경관이 수려한 곳	응답자수	100	123	45	268
	비율(%)	54.3%	46.9%	35.7%	46.9%
중국의 고위층 인사들이 다녀간 곳	응답자수	7	12	2	21
	비율(%)	3.8%	4.6%	1.6%	3.7%
독특한 섬문화가 있는 곳	응답자수	25	29	4	58
	비율(%)	13.6%	11.1%	3.2%	10.1%
2002 한일월드컵 예선경기가 개최된 곳	응답자수	36	51	6	93
	비율(%)	19.6%	19.5%	4.8%	16.3%
레저/스포츠장소로 알맞는 곳	응답자수	2	2	1	5
	비율(%)	1.1%	.8%	.8%	.9%
하와이와 같은 섬 휴양지	응답자수	11	18	42	71
	비율(%)	6.0%	6.9%	33.3%	12.4%
대만과 유사한 섬	응답자수	0	8	0	8
	비율(%)	.0%	3.1%	.0%	1.4%
드라마 대장금, 올인 등이 촬영된 곳	응답자수	3	17	26	46
	비율(%)	1.6%	6.5%	20.6%	8.0%
기타	응답자수	0	2	0	2
	비율(%)	.0%	.8%	.0%	.3%
합 계	응답자수	184	262	126	572
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

2) 한국 방문횟수

- 한국방문횟수에 대해 응답한 중국, 대만, 싱가포르 관광객 모두 첫 번째 방문자수가 많았으며, 각각 163명(79.1%), 179명(67.5%), 103명(82.4%)으로 나타남.

〈표 V-7〉 한국 방문횟수

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
1번째	응답자수	163	179	103	445
	비율(%)	79.1%	67.5%	82.4%	74.7%
2번째	응답자수	31	53	19	103
	비율(%)	15.0%	20.0%	15.2%	17.3%
3번째	응답자수	11	22	3	36
	비율(%)	5.3%	8.3%	2.4%	6.0%
4번째	응답자수	1	7	0	8
	비율(%)	.5%	2.6%	.0%	1.3%
5번째이상	응답자수	0	4	0	4
	비율(%)	.0%	1.5%	.0%	.7%
전체	응답자수	206	265	125	596
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

3) 제주방문횟수

- 제주방문횟수도 중국, 대만, 싱가포르 관광객 모두 첫 번째 방문자 수가 많았으며, 각각 179명(86.9%), 234명(87.0%), 116명(92.1%)으로 나타남.

〈표 V-8〉 제주 방문횟수

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
1번째	응답자수	179	234	116	529
	비율(%)	86.9%	87.0%	92.1%	88.0%
2번째	응답자수	17	22	6	45
	비율(%)	8.3%	8.2%	4.8%	7.5%
3번째	응답자수	9	8	0	17
	비율(%)	4.4%	3.0%	.0%	2.8%
4번째	응답자수	1	4	1	6
	비율(%)	.5%	1.5%	.8%	1.0%
5번째이상	응답자수	0	1	3	4
	비율(%)	.0%	.4%	2.4%	.7%
전체	응답자수	206	269	126	601
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

4) 한국방문 체재예정일수

- 한국방문 체재 예정일수는 중국, 대만, 싱가포르 관광객 모두가 3박4일체재 예정이라는 응답이 가장 많았으며, 각각 89명(43.4%), 172명(66.4%), 57명(45.6%)으로 나타남.

〈표 V-9〉 한국방문 체재예정일수

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
2박3일이하	응답자수	32	7	0	39
	비율(%)	15.6	2.7	0.0	6.6
3박4일	응답자수	89	172	57	318
	비율(%)	43.4	66.4	45.6	54.0
4박5일	응답자수	69	67	7	143
	비율(%)	33.7	25.9	5.6	24.3
5박6일	응답자수	12	9	4	25
	비율(%)	5.9	3.5	3.2	4.2
6박7일	응답자수	3	4	55	62
	비율(%)	1.5	1.5	44.0	10.5
7박8일	응답자수	0	0	2	2
	비율(%)	0.0	0.0	1.6	.3
전체	응답자수	205	259	125	589
	비율(%)	100.0	100.0%	100.0%	100.0%

5) 한국방문중 제주방문 체재예정일수

- 제주방문 체재 예정일수 역시 중국, 대만, 싱가포르 관광객 모두가 3박4일 체재예정이라는 응답이 가장 많았으며, 각 85명(41.3%), 170명(64.2%), 60명(47.6%)으로 나타남.

〈표 V-10〉 한국방문중 제주방문 체재예정일수

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
당일	응답자수	23	5	3	31
	비율(%)	11.2%	1.9%	2.4%	5.2%
1박2일	응답자수	59	24	2	85
	비율(%)	28.6%	9.1%	1.6%	14.2%
2박3일	응답자수	31	36	56	123
	비율(%)	15.0%	13.6%	44.4%	20.6%
3박4일	응답자수	85	170	60	315
	비율(%)	41.3%	64.2%	47.6%	52.8%
4박5일	응답자수	8	30	3	41
	비율(%)	3.9%	11.3%	2.4%	6.9%
5박6일이상	응답자수	0	0	2	2
	비율(%)	.0%	.0%	1.6%	.3%
전 체	응답자수	206	265	126	597
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

6) 제주방문목적

- 제주도 방문목적에 대해 여가/위락/휴가를 즐기기 위해서 중국 관광객 183명(89.3%), 대만 관광객 231명(87.5%), 싱가포르 관광객 116명(92.1%)이라 대답하였고, 그 다음으로 친구/친지 방문을 위한 목적이 중국 관광객 9명(4.4%), 대만 관광객 13명(4.9%), 싱가포르 관광객 6명(4.8%)으로 나타남.

〈표 V-11〉 제주방문목적

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
여가/위락/휴가	응답자수	183	231	116	530
	비율(%)	89.3%	87.5%	92.1%	89.1%
친구/친지방문	응답자수	9	13	6	28
	비율(%)	4.4%	4.9%	4.8%	4.7%
사업/전문활동	응답자수	2	3	1	6
	비율(%)	1.0%	1.1%	.8%	1.0%
건강 및 치료	응답자수	1	6	0	7
	비율(%)	.5%	2.3%	.0%	1.2%
종교 및 순례	응답자수	4	2	1	7
	비율(%)	2.0%	.8%	.8%	1.2%
기타	응답자수	6	9	2	17
	비율(%)	2.9%	3.4%	1.6%	2.9%
전 체	응답자수	205	264	126	595
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

7) 제주지역을 선택한 주요 동기(복수응답)

- 제주지역을 선택한 주요 동기에 대해 중국 관광객은 여행사에 추천 69명 (25.5%), 대만관광객은 여행비용이 저렴해서 80명 (23.0%), 싱가포르관광객은 여행사의 추천 48명(31.4%)이 가장 많은 것으로 나타남.

〈표 V-12〉 제주지역을 선택한 동기

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
거리가 가까워서	응답자수	62	67	1	130
	비율(%)	22.9	19.3	0.7	16.8
제주에 대해 알고 싶어서	응답자수	26	43	33	102
	비율(%)	9.6	12.4	21.6	13.2
친지, 친구의 추천	응답자수	9	15	35	59
	비율(%)	3.3	4.3	22.9	7.6
여행비용이 저렴해서	응답자수	65	80	27	172
	비율(%)	24.0	23.0	17.6	22.3
과거방문경험이 있어서	응답자수	9	14	2	25
	비율(%)	3.3	4.0	1.3	3.2
여행사의 추천	응답자수	69	44	48	161
	비율(%)	25.5	12.6	31.4	20.9
TV, 라디오, 신문, 잡지 등을 보고	응답자수	7	49	3	59
	비율(%)	2.6	14.1	2.0	7.6
대장금, 올인 등의 촬영지를 방문하고 싶어서	응답자수	21	30	4	55
	비율(%)	7.7	8.6	2.6	7.1
기타	응답자수	3	6	0	9
	비율(%)	1.1	1.7	0.0	1.2
전체	응답자수	271	348	153	772
	비율(%)	100.0	100.0	100.0	100.0

8) 제주여행형태

- 제주여행형태에 대해서는 패키지여행이 중국 174명(85.7%), 대만 226명 (84.0%), 싱가포르 122명(97.6%)으로 가장 많았음.

〈표 V-13〉 제주여행형태

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
개별여행	응답자수	21	25	1	47
	비율(%)	10.3%	9.3%	.8%	7.9%
PACKAGE TOUR	응답자수	174	226	122	522
	비율(%)	85.7%	84.0%	97.6%	87.4%
AIR-TEL PACKAGE TOUR	응답자수	8	18	2	28
	비율(%)	3.9%	6.7%	1.6%	4.7%
전체	응답자수	203	269	125	597
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

9) 제주여행에 대한 정보원(복수응답)

- 제주여행에 대한 정보는 중국 관광객은 160명(60.8%)이 여행사를 통해서 얻는다는 응답이 가장 많았고, 그 다음으로는 TV광고 또는 기사를 통해서 정보를 얻는다는 의견이 35명(13.3%)인 것으로 나타남.
- 대만 관광객 역시 127명(38.0%)이 여행사를 통해서 얻는다고 가장 많이 응답하였고, 그 다음으로는 TV광고 또는 기사를 통해서가 106명(31.7%)인 것으로 나타남.
- 싱가포르 관광객 역시 79명(52.3%)이 여행사를 통해서 얻는다고 가장 많이 응답하였고, 그 다음으로는 TV광고 또는 기사를 통해서가 36명(23.8%)인 것으로 나타남.
- 세 국가 모두 여행사와 TV광고 또는 기사를 통해서 여행정보를 얻는다고 응답하여 중화권 국가들에 대한 제주여행 홍보수단과 방법을 다양화할 필요가 있음.

〈표 V-14〉 제주여행에 대한 정보원

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
여행사	응답자수	160	127	79	366
	비율(%)	60.8	38.0	52.3	48.9
항공사	응답자수	2	4	1	7
	비율(%)	0.8	1.2	0.7	0.9
신문광고 또는 기사	응답자수	22	24	3	49
	비율(%)	8.4	7.2	2.0	6.6
잡지광고 또는 기사	응답자수	5	7	0	12
	비율(%)	1.9	2.1	0.0	1.6
TV광고 또는 기사	응답자수	35	106	36	177
	비율(%)	13.3	31.7	23.8	23.7
친구 및 친지	응답자수	15	27	28	70
	비율(%)	5.7	8.1	18.5	9.4
소속회사 및 단체	응답자수	7	2	2	11
	비율(%)	2.7	0.6	1.3	1.5
관광안내책자	응답자수	7	20	0	27
	비율(%)	2.7	6.0	0.0	3.6
한국공관(대사관 등)	응답자수	2	6	0	8
	비율(%)	0.8	1.8	0.0	1.1
인터넷(한국관광공사 홈페이지)	응답자수	4	6	2	12
	비율(%)	1.5	1.8	1.3	1.6
인터넷(제주도 홈페이지)	응답자수	1	3	0	4
	비율(%)	0.4	0.9	0.0	0.5
기타	응답자수	3	2	0	5
	비율(%)	1.1	0.6	0.0	0.7
전체	응답자수	263	334	151	748
	비율(%)	100.0	100.0	100.0	100.0

10) 제주방문중 쇼핑여부

- 제주방문중 쇼핑여부에 대해 유효 응답자 중 중국관광객이 134명(68.0%), 대만관광객 183명(74.1%), 싱가포르관광객 90명(75.6%)가 쇼핑하였음이라고 응답하여 제주에서 쇼핑하는 비중이 큰 것으로 나타남.

〈표 V-15〉 제주방문중 쇼핑여부

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
하였음	응답자수	134	183	90	407
	비율(%)	68.0%	74.1%	75.6%	72.3%
하지 않았음	응답자수	63	64	29	156
	비율(%)	32.0%	25.9%	24.4%	27.7%
전체	응답자수	197	247	119	563
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

11) 여행중 구입한 주요 물품

- 제주방문중 주요 쇼핑물품으로는 유효 응답자 중 중국관광객 79명(44.9%), 대만관광객 108명(41.9%)은 식품류를 가장 많이 구입하였고, 싱가포르 관광객은 66명(54.5%)이 인삼류를 가장 많이 구입하는 것으로 나타남.

〈표 V-16〉 제주방문중 구입한 주요 물품

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
인삼류	응답자수	65	103	66	234
	비율(%)	36.9	39.9	54.5	42.2
식품류	응답자수	79	108	45	232
	비율(%)	44.9	41.9	37.2	41.8
주류	응답자수	7	13	1	21
	비율(%)	4.0	5.0	0.8	3.8
의류	응답자수	6	19	4	29
	비율(%)	3.4	7.4	3.3	5.2
화문석	응답자수	2	6	3	11
	비율(%)	1.1	2.3	2.5	2.0
도자기, 나전칠기 등	응답자수	4	1	2	7
	비율(%)	2.3	0.4	1.7	1.3
보석류	응답자수	10	2	0	12
	비율(%)	5.7	0.8	0.0	2.2
완구류	응답자수	1	1	0	2
	비율(%)	0.6	0.4	0.0	0.4
기타	응답자수	2	5	0	7
	비율(%)	1.1	1.9	0.0	1.3
전체	응답자수	176	258	121	555
	전체(%)	100.0	100.0	100.0	100.0

12) 제주여행중 가장 기대했던 활동(복수응답)

- 제주여행중 가장 기대했던 활동에 대해 중국 관광객은 자연환경 감상이 98명(27.2%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 제주지역 문화역사의 이해 95명(26.4%), 쇼핑 48명(13.3%) 등의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 자연환경 감상 147명(33.2%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 제주지역 문화역사의 이해 99명(22.3%), 쇼핑 67명(15.1%) 등의 순으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 자연환경 감상 57명(33.9%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 제주지역 문화역사의 이해 42명(25.0%), 쇼핑 41명(24.4%) 등의 순으로 나타남.

〈표 V-17〉 제주여행중 가장 기대했던 활동

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전 체
		중국	대만	싱가포르	
제주지역 문화 역사의 이해	응답자수	95	99	42	236
	비율(%)	26.4	22.3	25.0	24.3
제주도민들과의 만남	응답자수	34	38	3	75
	비율(%)	9.4	8.6	1.8	7.7
자연환경 감상	응답자수	98	147	57	302
	비율(%)	27.2	33.2	33.9	31.1
유홍오락(카지노, 마작 등)	응답자수	21	20	1	42
	비율(%)	5.8	4.5	0.6	4.3
쇼핑	응답자수	48	67	41	156
	비율(%)	13.3	15.1	24.4	16.1
식도락	응답자수	21	36	18	75
	비율(%)	5.8	8.1	10.7	7.7
각종 레크레이션활동	응답자수	10	9	2	21
	비율(%)	2.8	2.0	1.2	2.2
산업시찰	응답자수	8	9	1	18
	비율(%)	2.2	2.0	0.6	1.9
대장금, 올인 등 드라마 촬영지 방문	응답자수	7	16	3	26
	비율(%)	1.9	3.6	1.8	2.7
기타	응답자수	18	2	0	20
	비율(%)	5.0	0.5	0.0	2.1
전체	응답자수	360	443	168	971
	전체 %	100.0	100.0	100.0	100.0

13) 가장 즐기고 싶은 제주지역 여행상품(복수응답)

- 제주여행중 가장 즐기고 싶은 제주지역 여행상품으로 중국 관광객은 역사문화 관련상품 81명(30.2%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 쇼핑관광상품 80명(29.9%) 등의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 역사문화 관련상품 96명(28.2%)이 가장 많았고, 그 다음으로는 쇼핑관광상품 78명(22.9%) 등의 순으로 나타남.
- 유효 응답한 싱가포르 관광객중 역사문화 관련상품 57명(47.9%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 쇼핑관광상품 48명(40.3%) 등의 순으로 나타남.

〈표 V-18〉 제주여행중 가장 즐기고 싶은 여행상품

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전 체
		중국	대만	싱가포르	
역사문화 관련상품	응답자수	81	96	57	234
	비율(%)	30.2	28.2	47.9	32.2
자연경관과 관련한 상품	응답자수	48	76	8	132
	비율(%)	17.9	22.4	6.7	18.2
쇼핑관광상품	응답자수	80	78	48	206
	비율(%)	29.9	22.9	40.3	28.3
월드컵 관련상품	응답자수	23	34	2	59
	비율(%)	8.6	10.0	1.7	8.1
놀이시설과 카지노가 연계된 상품	응답자수	1	7	3	11
	비율(%)	0.4	2.1	2.5	1.5
제주지역의 발전된 모습과 관련된 여행상품	응답자수	33	41	1	75
	비율(%)	12.3	12.1	0.8	10.3
복합적인 여행상품	응답자수	2	8	0	10
	비율(%)	0.7	2.4	0.0	1.4
전체	응답자수	268	340	119	727
	전체 %	100.0	100.0	100.0	100.0

14) 제주에서 체험하고자 하는 활동(복수응답)

- 제주에서 체험하고자 하는 활동에 대해 중국 관광객은 제주지역 전통음식 만들기 71명(23.5%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 제주전통문화 배우기

체험 56명(18.5%), 대장금, 올인 등 드라마 촬영지 체험 39명(12.9%) 등의 순으로 나타남.

- 대만 관광객은 제주지역 전통음식 만들기 106명(25.7%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 레저/스포츠활동 54명(13.1%), 제주전통문화 배우기 체험 47명(11.4%) 등의 순으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 제주전통문화 배우기 체험 26명(29.5%), 레저/스포츠 활동 26명(29.5%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 제주지역 전통음식 만들기 12명(13.6%), 전통집 숙박 11명(12.5%) 등의 순으로 나타남.

〈표 V-19〉 제주에서 체험하고자 하는 활동

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전 체
		중국	대만	싱가포르	
제주지역 전통음식 만들기	응답자수	71	106	12	189
	비율(%)	23.5	25.7	13.6	23.6
레저/스포츠활동	응답자수	26	54	26	106
	비율(%)	8.6	13.1	29.5	13.2
목장에서 목축 체험	응답자수	9	15	2	26
	비율(%)	3.0	3.6	2.3	3.2
해녀와 함께 해산물채취	응답자수	18	34	1	53
	비율(%)	6.0	8.3	1.1	6.6
감귤농사체험	응답자수	33	27	1	61
	비율(%)	10.9	6.6	1.1	7.6
고사리깍기 체험	응답자수	28	32	2	62
	비율(%)	9.3	7.8	2.3	7.7
전통고기남시	응답자수	7	9	1	17
	비율(%)	2.3	2.2	1.1	2.1
제주전통문화 배우기 체험	응답자수	56	47	26	129
	비율(%)	18.5	11.4	29.5	16.1
전통농기구 제작 체험	응답자수	1	1	0	2
	비율(%)	0.3	0.2	0.0	0.2
전통집 숙박	응답자수	14	49	11	74
	비율(%)	4.6	11.9	12.5	9.2
대장금, 올인 등 드라마 촬영지 체험	응답자수	39	38	6	83
	비율(%)	12.9	9.2	6.8	10.3
전체	응답자수	302	412	88	802
	전체 %	100.0	100.0	100.0	100.0

15) 제주여행중 가장 만족스러웠던 활동(복수응답)

- 제주여행중 가장 만족스러웠던 활동에 대해 중국 관광객은 자연환경 감상 126명(34.7%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 제주지역 문화역사의 이해 85명(23.4%), 쇼핑 42명(11.6%) 등의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 자연환경 감상 158명(35.7%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 제주지역 문화역사의 이해 119명(26.9%), 쇼핑 34명(7.7%), 제주도민들과의 만남 34명(7.7%) 등의 순으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 자연환경 감상 74명(50.3%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 쇼핑 44명(29.9%), 식도락 16명(10.9%) 등의 순으로 나타남.

〈표 V-20〉 제주여행중 가장 만족스러웠던 활동

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전 체
		중국	대만	싱가포르	
제주지역 문화 역사의 이해	응답자수	85	119	6	210
	비율(%)	23.4	26.9	4.1	57.9
제주도민들과의 만남	응답자수	41	34	1	76
	비율(%)	11.3	7.7	0.7	20.9
자연환경 감상	응답자수	126	158	74	358
	비율(%)	34.7	35.7	50.3	98.6
유흥 오락 (카지노, 마작 등)	응답자수	13	8	1	22
	비율(%)	3.6	1.8	0.7	6.1
쇼핑	응답자수	42	34	44	120
	비율(%)	11.6	7.7	29.9	33.1
식도락	응답자수	28	31	16	75
	비율(%)	7.7	7.0	10.9	20.7
각종 레크리에이션 활동(골프, 낚시 등)	응답자수	10	10	1	21
	비율(%)	2.8	2.3	0.7	5.8
산업시찰	응답자수	8	19	2	
	비율(%)	2.2	4.3	1.4	0.0
대장급, 올인 등 드라마 촬영지 방문	응답자수	8	26	1	35
	비율(%)	2.2	5.9	0.7	9.6
기타	응답자수	2	3	1	6
	비율(%)	0.6	0.7	0.7	1.7
전체	응답자수	363	442	147	952
	전체 %	100.0	100.0	100.0	262.3

16) 제주지역 여행중에 가장 불편했던 점(복수응답)

- 제주여행중 가장 불편했던 점에 대해 중국 관광객은 언어소통 145명(60.9%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 교통시설 20명(8.4%), 음식 16명(6.7%) 등의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 언어소통 196명(54.7%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 밤의 유흥 31명(8.7%), 음식 27명(7.5%), 사람들의 불친절 27명(7.5%) 등의 순으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 언어소통 90명(61.6%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 교통시설 27명(18.5%), 문화적차이 19명(13.0%) 등의 순으로 나타남.

〈표 V-21〉 제주여행중 가장 불편했던 점

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전 체
		중국	대만	싱가포르	
음식	응답자수	16	27	1	44
	비율(%)	6.7	7.5	0.7	5.9
숙박	응답자수	11	4	1	16
	비율(%)	4.6	1.1	0.7	2.2
언어소통	응답자수	145	196	90	431
	비율(%)	60.9	54.7	61.6	58.1
문화적 차이	응답자수	11	8	19	38
	비율(%)	4.6	2.2	13.0	5.1
교통시설	응답자수	20	19	27	66
	비율(%)	8.4	5.3	18.5	8.9
사람들의 불친절	응답자수	5	27	1	33
	비율(%)	2.1	7.5	0.7	4.4
화장실	응답자수	7	14	1	22
	비율(%)	2.9	3.9	0.7	3.0
관광지 해설체계	응답자수	6	6	2	14
	비율(%)	2.5	1.7	1.4	1.9
쇼핑	응답자수	4	6	2	12
	비율(%)	1.7	1.7	1.4	1.6
제주여행정보	응답자수	3	7	0	10
	비율(%)	1.3	2.0	0.0	1.3
위락시설 및 놀이	응답자수	3	9	1	13
	비율(%)	1.3	2.5	0.7	1.8
밤의 유흥	응답자수	4	31	0	35
	비율(%)	1.7	8.7	0.0	4.7
기타	응답자수	3	4	1	8
	비율(%)	1.3	1.1	0.7	1.1
전체	응답자수	238	358	146	742
	전체 %	100.0	4	1	8

17) 제주지역을 방문하는데 저해요인(복수응답)

- 제주지역을 방문하는데 저해요인에 대해 중국 관광객은 여유시간 65명(30.4%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 사증발급 61명(28.5%), 여행정보 부족 28명(13.1%) 등의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 여유시간 68명(25.4%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 여행정보부족 58명(21.6%), 여행경비 44명(16.4%) 등의 순으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 여유시간 76명(67.3%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 여행정보부족 23명(20.4%), 입국지점의 제한 6명(5.3%) 등의 순으로 나타남.

〈표 V-22〉 제주지역을 방문하는데 저해요인

(단위: 명, %)

구 분		제주지			전 체
		중국	대만	싱가포르	
사증발급	응답자수	61	29	2	92
	비율(%)	28.5	10.8	1.8	15.5
귀국정부의 규제	응답자수	12	6	1	19
	비율(%)	5.6	2.2	0.9	3.2
여행정보 부족	응답자수	28	58	23	109
	비율(%)	13.1	21.6	20.4	18.3
입국지점의 제한	응답자수	18	16	6	40
	비율(%)	8.4	6.0	5.3	6.7
정기항로(해상, 항공)의 부족	응답자수	7	25	1	33
	비율(%)	3.3	9.3	0.9	5.5
여행 경비	응답자수	19	44	2	65
	비율(%)	8.9	16.4	1.8	10.9
여유시간	응답자수	65	68	76	209
	비율(%)	30.4	25.4	67.3	35.1
기타	응답자수	4	22	2	28
	비율(%)	1.9	8.2	1.8	4.7
전체	응답자수	214	268	113	595
	전체 %	100.0	100.0	100.0	100.0

18) 제주지역에 필요한 관광시설 및 관광지(복수응답)

- 제주지역에 필요한 관광시설 및 관광지에 대해 중국 관광객은 제주문화를 소재로 한 신화·역사공원 104명(41.3%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 디즈니랜드와 같은 현대적 테마파크 30명(11.9%), 카지노 25명(9.9%) 등의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 제주문화를 소재로 한 신화·역사공원 114명(38.0%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 대장금, 올인 등 드라마 촬영지 정비 44명(14.7%), 대규모 쇼핑시설 31명(10.3%)순으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 대장금, 올인 등 드라마 촬영지 정비 32명(28.1%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 대규모쇼핑시설 25명(21.9%), 디즈니랜드와 같은 현대적 테마파크 21명 (18.4%) 등의 순으로 나타남.

〈표 V-23〉 제주지역에 필요한 관광시설 및 관광지

(단위: 명, %)

구 분	거주지			전 체	
	중국	대만	싱가포르		
제주문화를 소재로 한 신화·역사공원	응답자수	104	114	18	236
	비율(%)	41.3	38.0	15.8	35.4
디즈니랜드와 같은 현대적 테마파크	응답자수	30	24	21	75
	비율(%)	11.9	8.0	18.4	11.3
대규모 쇼핑시설 (쇼핑몰렛)	응답자수	21	31	25	77
	비율(%)	8.3	10.3	21.9	11.6
골프장	응답자수	11	17	0	28
	비율(%)	4.4	5.7	0.0	4.2
차이나타운	응답자수	15	22	2	39
	비율(%)	6.0	7.3	1.8	5.9
중화권 문화 관련 소재 및 시설	응답자수	19	19	0	38
	비율(%)	7.5	6.3	0.0	5.7
카지노	응답자수	25	23	15	63
	비율(%)	9.9	7.7	13.2	9.5
중국유명인사들의 방문했던 장소의 관광자원화	응답자수	6	0	1	7
	비율(%)	2.4	0.0	0.9	1.1
대장금, 올인 등 드라마 촬영지 정비	응답자수	21	44	32	97
	비율(%)	8.3	14.7	28.1	14.6
기타	응답자수	0	6	0	6
	비율(%)	0.0	2.0	0.0	0.9
전체	응답자수	252	300	114	666
	전체 %	100.0	100.0	100.0	100.0

19) 기억에 남는 지역(복수응답)

- 제주방문후 기억에 남는 지역에 대해 중국 관광객은 성산일출봉 67명 (17.3%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 천지연 폭포 58명 (15.0 %), 대포동 주상절리 52명(13.4%), 성읍민속마을 29명(7.5%) 등의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 성산일출봉 124명(23.1%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 여미지 식물원 41명(7.6%), 약천사·도깨비도로 각 37명(6.9%), 분재예술원·천제연폭포 각각 32명(6.0%) 등의 순으로 나타남.
- 싱가포르 관광객중 성산일출봉 108명(35.5%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 도깨비도로 38명(13.1%), 대포동 주상절리 32명(11.0%), 약천사 30명 (10.3%) 등의 순으로 나타남.

〈표 V-24〉 제주방문후 기억에 남는 지역

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전 체
		중국	대만	싱가포르	
성산일출봉	응답자수	67	124	103	294
	비율(%)	17.3	23.1	35.5	24.2
분재예술원	응답자수	10	32	6	48
	비율(%)	2.6	6.0	2.1	4.0
도깨비도로	응답자수	19	37	38	94
	비율(%)	4.9	6.9	13.1	7.7
산방산과 용머리 해안가	응답자수	5	12	1	18
	비율(%)	1.3	2.2	0.3	1.5
여미지 식물원	응답자수	8	41	2	51
	비율(%)	2.1	7.6	0.7	4.2
약천사	응답자수	26	37	30	93
	비율(%)	6.7	6.9	10.3	7.7
대포동 주상절리	응답자수	52	28	32	112
	비율(%)	13.4	5.2	11.0	9.2
천지연 폭포	응답자수	58	31	0	89
	비율(%)	15.0	5.8	0.0	7.3
천제연 폭포	응답자수	9	32	23	64
	비율(%)	2.3	6.0	7.9	5.3
정방폭포	응답자수	16	21	4	41
	비율(%)	4.1	3.9	1.4	3.4

〈표계속〉

구 분		거주지			전 체
		중국	대만	싱가포르	
만장굴	응답자수	14	14	5	33
	비율(%)	3.6	2.6	1.7	2.7
한림공원	응답자수	13	17	2	32
	비율(%)	3.4	3.2	0.7	2.6
목석원	응답자수	8	13	3	24
	비율(%)	2.1	2.4	1.0	2.0
용두암	응답자수	23	10	24	57
	비율(%)	5.9	1.9	8.3	4.7
제주자연사박물관	응답자수	1	9	0	10
	비율(%)	0.3	1.7	0.0	0.8
성읍민속마을	응답자수	29	16	3	48
	비율(%)	7.5	3.0	1.0	4.0
제주민속촌	응답자수	7	25	13	45
	비율(%)	1.8	4.7	4.5	3.7
월드컵경기장	응답자수	3	11	0	14
	비율(%)	0.8	2.1	0.0	1.2
한라산	응답자수	14	12	1	27
	비율(%)	3.6	2.2	0.3	2.2
섭지코지	응답자수	2	5	0	7
	비율(%)	0.5	0.9	0.0	0.6
송악산	응답자수	3	5	0	8
	비율(%)	0.8	0.9	0.0	0.7
기타	응답자수	0	4	0	4
	비율(%)	0.0	0.7	0.0	0.3
전체	응답자수	387	536	290	1,213
	전체 %	100.0	100.0	100.0	100.0

나. 제주관광에 대한 중요도-실행도

- 중화권 관광객들이 제주관광의 시설 및 서비스와 실제 제주관광을 경험 하면서 중요하게 생각한 부문에 대한 실제적 평가를 하였음.
- 본 연구에서는 중요도의 평균값과 성과의 평균값의 차이를 산출하여 속 성들을 분석하였고, 그 결과는 다음과 같음.

1) 중국

(1) 개별항목 중요도 및 실행도

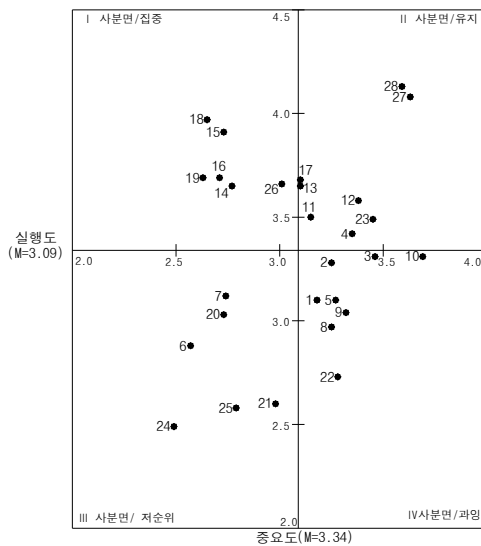
- 전체적으로 볼 때, 중국 관광객은 실행도보다는 중요도가 높게 나타났음. 실행도가 높게 나타난 부분은 이국적인 풍광, 독특한 제주의 전통음식, 관광하기에 적합한 기후, 다양한 지역특산물 및 쇼핑상품, 편리한 쇼핑장소 등으로 나타남.
- 중요도와 실행도간의 차이값이 크게 나타나 집중적 관리가 필요한 항목들은 언어소통의 원활함(1.33), 한문 표시 관광안내판(1.17), 관광객 불평·불만의 신속한 처리(1.06), 상세한 관광안내책자(0.98), 제주도민과 친교 할 수 있는 기회(0.84), 제주도민의 환대태도(0.55) 등의 순으로 나타났음.

〈표 V-25〉 중국관광객의 중요도-실행도 평균값 및 차이

구 분	중요도(평균값)	실행도(평균값)	중요도-실행도
교통접근성	3.10	3.18	-0.08
편리한 교통수단	3.28	3.25	0.03
수준 높은 고급 숙박시설	3.31	3.46	-0.15
다양한 중저가의 숙박시설	3.42	3.35	0.07
마작 등이 있는 카지노 시설	3.10	3.27	-0.17
디즈니랜드와 같은 현대적 놀이시설	2.88	2.57	0.31
중국어 노래방 구비	3.12	2.74	0.38
다양한 지역특산물 및 쇼핑상품	2.97	3.25	-0.28
편리한 쇼핑장소	3.04	3.32	-0.28
독특한 제주의 전통음식	3.31	3.69	-0.38
입맛에 맞는 중화권 음식	3.50	3.15	0.35
관광중사자의 서비스	3.58	3.38	0.20
제주도민의 환대태도	3.65	3.10	0.55
제주도민과 친교할 수 있는 기회	3.61	2.77	0.84
한문 표시 관광안내판	3.91	2.73	1.17
상세한 제주관광안내책자	3.69	2.71	0.98
노련한 통역안내 서비스	3.68	3.10	0.58
언어소통의 원활함	3.97	2.65	1.33
관광객 불평·불만의 신속한 처리	3.69	2.63	1.06
야간 먹거리·볼거리·놀거리	3.03	2.73	0.31
관광하기에 적합한 기후	2.60	2.98	-0.38
이국적인 자연풍광	2.73	3.28	-0.55
독특한 섬문화 체험	3.49	3.45	0.03
다양한 레저활동 체험	2.49	2.62	-0.14
특색있는 축제 체험	2.58	2.79	-0.21
물가가 저렴	3.66	3.01	0.65
관광하기에 안전	4.08	3.63	0.45
관광지·음식 등이 청결하고 위생적	4.13	3.59	0.54

(2) 항목전체를 이용한 CS Portfolio 분석

- I 사분면에 속하는 속성을 살펴보면, 집중적인 관리 및 운영을 해야 할 항목으로는 제주도민과 친교 할 수 있는 기회, 한문 표시 관광안내판, 상세한 제주관광안내책자, 언어소통의 원활함, 관광객 불평·불만의 신속한 처리, 물가가 저렴이 나타나고 있어 이 부분에서의 개선이 절실히 필요함.
- II 사분면에 속하는 속성들을 살펴보면, 다양한 중저가의 숙박시설, 입맛에 맞는 중화권 음식, 관광종사자의 서비스, 제주도민의 환대태도, 노련한 통역안내 서비스, 독특한 섬문화 체험, 관광하기에 안전, 관광지·음식 등이 청결하고 위생적인 면이 나타나고 있음. 다른 부분보다 높은 수준의 실행 결과를 갖고 있음.
- III 사분면은 중요도도 낮고 성취도도 낮은 속성이므로 실행도가 낮은 지라도 과도하게 집중해서는 안되는 부분임. 그 속성들을 살펴보면, 디즈니랜드와 같은 현대적 놀이시설, 중국어 노래방 구비, 야간 먹거리·볼거리·놀거리, 관광하기에 적합한 기후, 다양한 레저활동 체험, 특색 있는 축제 체험이 나타남.
- IV 사분면은 낮은 중요도의 속성을 가지지만 상대적으로 높은 성취도를 가지고 있어서 이 부분의 속성에 대해 현재의 노력을 고려해야 함.



(그림 V-1) 항목전체를 이용한 CS Portfolio 분석(중국)

1.교통접근성	2.편리한 교통수단	3.수준 높은 고급 숙박시설
4.다양한 중저가의 숙박시설	5.마작 등이 있는 카지노 시설	6.디즈니랜드와 같은 현대적 놀이시설
7.중국어 노래방 구비	8.다양한 지역특산물 및 쇼핑상품	9.편리한 쇼핑장소
10.독특한 제주의 전통음식	11.입맛에 맞는 중화권 음식	12.관광종사자의 서비스
13.제주도민의 환대태도	14.제주도민과 친교할 수 있는 기회	15.한문 표시 관광안내판
16.상세한 제주관광안내책자	17.노련한 통역안내 서비스	18.언어소통의 원활함
19.관광객 불평·불만의 신속한 처리	20.야간 먹거리·볼거리·놀거리	21.관광하기에 적합한 기후
22.이국적인 자연풍광	23.독특한 섬문화 체험	24.다양한 레저활동 체험
25.특색있는 축제 체험	26.물가가 저렴	27.관광하기에 안전
28.관광지·음식 등이 청결하고 위생적		

〈표 V-26〉 중국관광객의 중요도-실행도 분석

구 간	속 성	
I 사분면/집중	14.제주도민과 친교 할 수 있는 기회 16.상세한 제주관광안내책자 19.관광객 불평·불만의 신속한 처리	15.한문 표시 관광안내판. 18.언어소통의 원활함, 26.물가가 저렴
II 사분면/유지	4.다양한 중저가의 숙박시설 12.관광종사자의 서비스 17.노련한 통역안내 서비스 27.관광하기에 안전	11.입맛에 맞는 중화권 음식, 13.제주도민의 환대태도 23.독특한 섬문화 체험 28.관광지·음식 등이 청결하고 위생적
III 사분면/저순위	6.디즈니랜드와 같은 현대적 놀이시설 20.야간 먹거리·볼거리·놀거리 24.다양한 레저활동 체험	7.중국어 노래방 구비, 21.관광하기에 적합한 기후 25.특색 있는 축제 체험
IV 사분면/과잉	1.교통접근성 3.수준 높은 고급 숙박시설 8.다양한 지역특산물 및 쇼핑상품 10.독특한 제주의 전통음식	2.편리한 교통수단 5.마작 등이 있는 카지노 시설 9.편리한 쇼핑장소 22.이국적인 자연풍광

2) 대만

(1) 개별항목 중요도 및 실행도

- 전체적으로 볼 때, 대만관광객들도 마찬가지로 실행도보다는 중요도가 높게 나타남. 실행도가 높게 나타난 부분은 마작 등이 있는 카지노 시설, 이국적인 자연풍광, 독특한 제주의 전통음식 등인 것으로 나타남.
- 중요도와 실행도간의 차이값이 크게 나타나 집중적 관리가 필요한 항목들은 언어소통의 원활함(1.26), 한문 표시 관광안내판(1.24), 관광객 불평·불만의 신속한 처리(0.95), 상세한 제주관광안내책자(0.86), 제주도민과 친교할 수 있는 기회(0.8), 물가가 저렴(0.8) 등의 순으로 나타남.

〈표 V-27〉 대만인의 중요도-실행도 평균값 및 차이

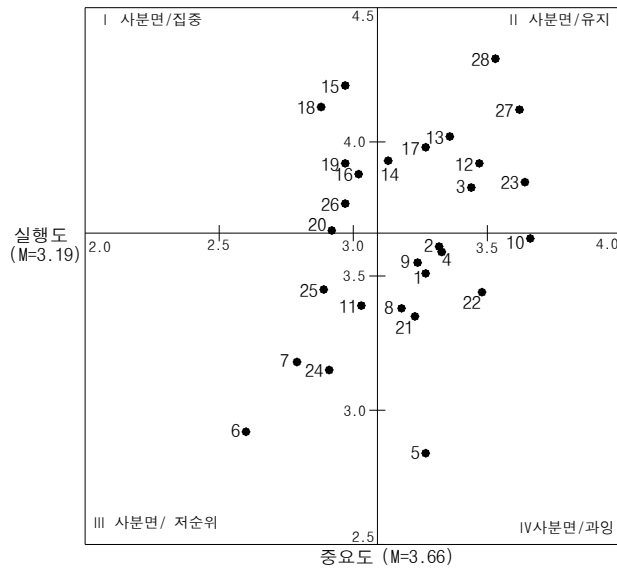
구 분	중요도(평균값)	실행도(평균값)	중요도-실행도
교통접근성	3.51	3.27	0.24
편리한 교통수단	3.61	3.32	0.29
수준 높은 고급 숙박시설	3.83	3.44	0.39
다양한 중저가의 숙박시설	3.59	3.33	0.27
마작 등이 있는 카지노 시설	2.84	3.27	-0.43
디즈니랜드와 같은 현대적 놀이시설	2.92	2.60	0.32
중국어 노래방 구비	3.18	2.79	0.39
다양한 지역특산물 및 쇼핑상품	3.38	3.18	0.20
편리한 쇼핑장소	3.55	3.24	0.31
독특한 제주의 전통음식	3.64	3.66	-0.02
입맛에 맞는 중화권 음식	3.39	3.03	0.36
관광종사자의 서비스	3.92	3.47	0.45
제주도민의 환대태도	4.02	3.36	0.65
제주도민과 친교할 수 있는 기회	3.93	3.13	0.80
한문 표시 관광안내판	4.21	2.97	1.24
상세한 제주관광안내책자	3.88	3.02	0.86
노련한 통역안내 서비스	3.98	3.27	0.71
언어소통의 원활함	4.13	2.88	1.26
관광객 불평·불만의 신속한 처리	3.92	2.97	0.95
야간 먹거리·볼거리·놀거리	3.67	2.92	0.75
관광하기에 적합한 기후	3.35	3.23	0.12
이국적인 자연풍광	3.44	3.48	-0.04
독특한 섬문화 체험	3.85	3.64	0.21
다양한 레저활동 체험	3.15	2.91	0.24
특색있는 축제 체험	3.45	2.89	0.57
물가가 저렴	3.77	2.97	0.80
관광하기에 안전	4.12	3.62	0.51
관광지·음식 등이 청결하고 위생적	4.31	3.53	0.78

(2) 항목전체를 이용한 CS Portfolio 분석

- I사분면에 속하는 속성을 살펴보면, 한문 표시 관광안내판, 상세한 제주 관광안내책자, 언어소통의 원활함, 관광객 불평·불만의 신속한 처리, 야간 먹거리·볼거리·놀거리, 물가가 저렴이 나타나고 있어 이 부분에서의 개선이 절실히 필요함.
- II사분면에 속하는 속성들을 살펴보면, 수준 높은 고급 숙박시설, 관광종사자의 서비스, 제주도민의 환대태도, 제주도민과 친교할 수 있는 기회, 노련한 통역안내 서비스, 독특한 섬문화 체험, 관광하기에 안전, 관광지·

음식 등이 청결하고 위생적 면이 나타나고 있음. 다른 부분보다 높은 수준의 실행결과를 갖고 있음.

- III사분면은 중요도도 낮고 성취도도 낮은 속성이므로 실행도가 낮을 지라도 과도하게 집중해서는 안되는 부분임. 그 속성들을 살펴보면, 디즈니랜드와 같은 현대적 놀이시설, 중국어 노래방 구비, 입맛에 맞는 중화권 음식, 다양한 레저활동 체험, 특색 있는 축제 체험이 나타남.
- IV사분면은 낮은 중요도의 속성을 가지지만 상대적으로 높은 성취도를 가지고 있어서 이 부분의 속성에 대해 현재의 노력을 고려해야 함.



(그림 V-2) 항목전체를 이용한 CS Portfolio 분석(대만)

1.교통접근성	2.편리한 교통수단	3.수준 높은 고급 숙박시설
4.다양한 중저가의 숙박시설	5.마작 등이 있는 카지노 시설	6.디즈니랜드와 같은 현대적 놀이 시설
7.중국어 노래방 구비	8.다양한 지역특산물 및 쇼핑상품	9.편리한 쇼핑장소
10.독특한 제주의 전통음식	11.입맛에 맞는 중화권 음식	12.관광종사자의 서비스
13.제주도민의 환대태도	14.제주도민과 친교할 수 있는 기회	15.한문 표시 관광안내판
16.상세한 제주관광안내책자	17.노련한 통역안내 서비스	18.언어소통의 원활함
19.관광객 불평·불만의 신속한 처리	20.야간 먹거리·불거리·놀거리	21.관광하기에 적합한 기후
22.이국적인 자연풍광	23.독특한 섬문화 체험	24.다양한 레저활동 체험
25.특색있는 축제 체험	26.물가가 저렴	27.관광하기에 안전
28.관광지·음식 등이 청결하고 위생적		

〈표 V-28〉 대만관광객의 중요도-실행도 분석

구 간	속 성	
I 사분면/집중	15.한문 표시 관광안내판 18.언어소통의 원활함 20.야간 먹거리·볼거리·놀거리	16.상세한 제주관광안내책자 19.관광객 불평·불만의 신속한 처리 26.물가가 저렴
II 사분면/유지	3.수준 높은 고급 숙박시설 13.제주도민의 환대태도 17.노련한 통역안내 서비스 27.관광하기에 안전	12.관광종사자의 서비스 14.제주도민과 친교할 수 있는 기회 23.독특한 섬문화 체험 28.관광지·음식 등이 청결하고 위생적
III 사분면/저순위	6.디즈니랜드와 같은 현대적 놀이시설 11.입맛에 맞는 중화권 음식 25.특색 있는 축제 체험	7.중국어 노래방 구비, 24.다양한 레저활동 체험
IV 사분면/과잉	1.교통접근성 4.다양한 중저가의 숙박시설 8.다양한 지역특산물 및 쇼핑상품 10.독특한 제주의 전통음식 22.이국적인 자연풍광	2.편리한 교통수단 5.마작 등이 있는 카지노 시설 9.편리한 쇼핑장소 21.관광하기에 적합한 기후

3) 싱가포르

(1) 개별항목 중요도 및 실행도

- 전체적으로 볼 때, 싱가포르 관광객들도 마찬가지로 실행도보다는 중요도가 높게 나타났음. 실행도가 높게 나타난 부분은 독특한 제주의 전통음식, 다양한 지역특산물 및 쇼핑상품, 이국적인 자연풍광인 것으로 나타났음.
- 중요도와 실행도간의 차이값이 크게 나타나 집중적 관리가 필요한 항목들은 언어소통의 원활함(1.35), 편리한 교통수단(1.17), 한문 표시 관광안내판(1.17), 디즈니랜드와 같은 현대적 놀이시설(1.01), 관광객 불평·불만의 신속한 처리(0.94), 노련한 통역안내 서비스(0.93) 등의 순으로 나타났음.

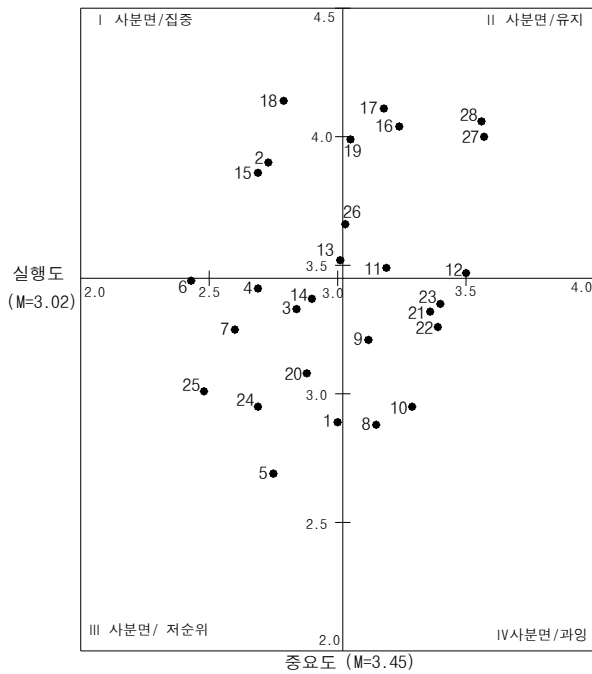
〈표 V-29〉 싱가포르인의 중요도-실행도 평균값 및 차이

구 분	중요도(평균값)	실행도(평균값)	중요도-실행도
교통접근성	2.89	3.00	-0.11
편리한 교통수단	3.90	2.73	1.17
수준 높은 고급 숙박시설	3.33	2.84	0.48
다양한 중저가의 숙박시설	3.41	2.69	0.73
마작 등이 있는 카지노 시설	2.74	2.75	-0.01
디즈니랜드와 같은 현대적 놀이시설	3.44	2.43	1.01
중국어 노래방 구비	3.25	2.60	0.65
다양한 지역특산물 및 쇼핑상품	2.88	3.15	-0.26
편리한 쇼핑장소	3.21	3.12	0.09
독특한 제주의 전통음식	2.95	3.29	-0.34
입맛에 맞는 중화권 음식	3.49	3.19	0.30
관광종사자의 서비스	3.47	3.50	-0.03
제주도민의 환대태도	3.52	3.01	0.51
제주도민과 친교할 수 있는 기회	3.37	2.90	0.47
한문 표시 관광안내판	3.86	2.69	1.17
상세한 제주관광안내책자	4.04	3.24	0.80
노련한 통역안내 서비스	4.11	3.18	0.93
언어소통의 원활함	4.14	2.79	1.35
관광객 불평·불만의 신속한 처리	3.99	3.05	0.94
야간 먹거리·볼거리·놀거리	3.08	2.88	0.20
관광하기에 적합한 기후	3.32	3.36	-0.04
야간 먹거리·볼거리·놀거리	3.08	2.88	0.20
관광하기에 적합한 기후	3.32	3.36	-0.04
이국적인 자연풍광	3.26	3.39	-0.13
독특한 섬문화 체험	3.35	3.40	-0.04
다양한 레저활동 체험	2.95	2.69	0.26
특색있는 축제 체험	3.01	2.48	0.53
물가가 저렴	3.66	3.03	0.63
관광하기에 안전	4.00	3.57	0.43
관광지·음식 등이 청결하고 위생적	4.06	3.56	0.50

2) 항목전체를 이용한 CS Portfolio 분석

- I 사분면에 속하는 속성을 살펴보면, 편리한 교통수단, 제주도민의 환대태도, 한문 표시 관광안내판, 언어소통의 원활함이 나타나고 있어 이 부분에서의 개선이 절실히 필요함.

- II사분면에 속하는 속성들을 살펴보면, 입맛에 맞는 중화권 음식, 관광종사자의 서비스, 상세한 제주관광안내책자, 노련한 통역안내 서비스, 관광객 불평·불만의 신속한 처리, 물가가 저렴, 관광하기에 안전, 관광지·음식 등이 청결하고 위생적으로 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, 교통접근성, 수준 높은 고급 숙박시설, 다양한 중저가의 숙박시설, 마작 등이 있는 카지노 시설, 디즈니랜드와 같은 현대적 놀이시설, 중국어 노래방 구비, 제주도민과 친교할 수 있는 기회, 야간 먹거리·볼거리·놀이거리, 다양한 레저활동 체험, 특색 있는 축제 체험이 나타남.
- IV사분면은 낮은 중요도의 속성을 가지지만 상대적으로 높은 성취도를 가지고 있어서 이 부분의 속성에 대해 현재의 노력을 고려해야 함.



(그림 V-3) 항목전체를 이용한 CS Portfolio 분석(싱가포르)

1.교통접근성	2.편리한 교통수단	3.수준 높은 고급 숙박시설
4.다양한 중저가의 숙박시설	5.마작 등이 있는 카지노 시설	6.디즈니랜드와 같은 현대적 놀이 시설
7.중국어 노래방 구비	8.다양한 지역특산물 및 쇼핑상품	9.편리한 쇼핑장소
10.독특한 제주의 전통음식	11.입맛에 맞는 중화권 음식	12.관광종사자의 서비스
13.제주도민의 환대태도	14.제주도민과 친교할 수 있는 기회	15.한문 표시 관광안내관
16.상세한 제주관광안내책자	17.노련한 통역안내 서비스	18.언어소통의 원활함
19.관광객 불평·불만의 신속한 처리	20.야간 먹거리·볼거리·놀거리	21.관광하기에 적합한 기후
22.이국적인 자연풍광	23.독특한 섬문화 체험	24.다양한 레저활동 체험
25.특색있는 축제 체험	26.물가가 저렴	27.관광하기에 안전
28.관광지·음식 등이 청결하고 위생적		

〈표 V-30〉 싱가포르 관광객의 중요도-실행도 분석

구 간	속 성	
I 사분면/집중	2.편리한 교통수단 15.한문 표시 관광안내관	13.제주도민의 환대태도 18.언어소통의 원활함
II 사분면/유지	11.입맛에 맞는 중화권 음식 16.상세한 제주관광안내책자 19.관광객 불평·불만의 신속한 처리 27.관광하기에 안전	12.관광종사자의 서비스 17.노련한 통역안내 서비스 26.물가가 저렴 28.관광지·음식 등이 청결하고 위생적
III 사분면/저순위	1.교통접근성 4.다양한 중저가의 숙박시설 6.디즈니랜드와 같은 현대적 놀이시설 14.제주도민과 친교할 수 있는 기회 24.다양한 레저활동 체험	3.수준 높은 고급 숙박시설 5.마작 등이 있는 카지노 시설 7.중국어 노래방 구비, 20.야간 먹거리·볼거리·놀거리 25.특색 있는 축제 체험
IV 사분면/과잉	8.다양한 지역특산물 및 쇼핑상품 10.독특한 제주의 전통음식 22.이국적인 자연풍광	9.편리한 쇼핑장소 21.관광하기에 적합한 기후 23.독특한 섬문화 체험

다. 여행경비와 지출의사

1) 가장 적당한 제주지역 여행상품의 1일 기준가격

- 제주지역 여행상품의 적정한 가격(1일기준)에 대해 중국 관광객은 미화 51~100불 101명(51.8%), 미화 50불 이하 54명(27.7%), 미화 101~150불 19명(9.7%), 미화 151~200불 17명(8.7%) 등의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 미화 51~100불 126명(54.8%), 미화 50불 이하 41명(17.8%), 미화 151~200불 28명(12.2%), 미화 101~150불 22명(9.6%) 등의 순으로 나타남.

- 싱가포르 관광객은 미화 51~100불 83명(69.7%), 미화 50불 이하 32명(26.9%), 미화 101~150불 2명(1.7%), 미화 151~200불 2명(1.7%) 등의 순으로 나타남.

〈표 V-31〉 제주지역 여행상품의 적정한 가격(1일 기준)

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
미화 50불 이하	응답자수	54	41	32	127
	비율(%)	27.7%	17.8%	26.9%	23.3%
51~100불	응답자수	101	126	83	310
	비율(%)	51.8%	54.8%	69.7%	57.0%
101~150불	응답자수	19	22	2	43
	비율(%)	9.7%	9.6%	1.7%	7.9%
151~200불	응답자수	17	28	2	47
	비율(%)	8.7%	12.2%	1.7%	8.6%
201~250불	응답자수	3	5	0	8
	비율(%)	1.5%	2.2%	.0%	1.5%
251불	응답자수	1	8	0	9
	비율(%)	.5%	3.5%	.0%	1.7%
전체	응답자수	195	230	119	544
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

2) 여행상품의 서비스를 개선하고 가격을 인상할 경우 재방문의사

- 여행상품의 서비스 개선과 가격인상을 할 경우 재방문 의사에 대해 중국 관광객은 방문의사 있음 91명(48.7%), 방문의사 없음 96명(51.3%)인 것으로 나타남.
- 대만 관광객은 방문의사 있음 137명(55.9%), 방문의사 없음 108명(44.1%)인 것으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 방문의사 있음 66명(74.2%), 방문의사 없음 23명(25.8%)인 것으로 나타남.

〈표 V-32〉 여행상품의 서비스 개선과 가격 인상을 할 경우 재방문의사

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
예	응답자수	91	137	66	294
	비율(%)	48.7%	55.9%	74.2%	56.4%
아니오	응답자수	96	108	23	227
	비율(%)	51.3%	44.1%	25.8%	43.6%
전체	응답자수	187	245	89	521
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

3) 재방문 의사가 있는 경우 지불할 용의가 있는 가격

- 재방문 의사가 있는 경우 지불할 용의가 있는 가격에 대해 중국 관광객은 미화 11~30불 59명(37.6%), 미화 31~50불 44명(28.0%), 미화 51~70불 21명(13.4%) 등의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 미화 11~30불 93명(46.5%), 미화 31~50불 54명(27.0%), 미화 10불이하 29명(14.5%) 등의 순으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 미화 11~30불 57명(52.3%), 미화 31~50불 38명(34.9%), 미화 10불이하 9명(8.3%) 등의 순으로 나타남.

〈표 V-33〉 재방문 의사가 있는 경우 지불할 용의가 있는 가격

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
미화 10불 이하	응답자수	16	29	9	54
	비율(%)	10.2%	14.5%	8.3%	11.6%
미화 11~30불	응답자수	59	93	57	209
	비율(%)	37.6%	46.5%	52.3%	44.8%
미화 31~50불	응답자수	44	54	38	136
	비율(%)	28.0%	27.0%	34.9%	29.2%
미화 51~70불	응답자수	21	8	3	32
	비율(%)	13.4%	4.0%	2.8%	6.9%
미화 71~90불	응답자수	15	14	1	30
	비율(%)	9.6%	7.0%	.9%	6.4%
미화 91불이상	응답자수	2	2	1	5
	비율(%)	1.3%	1.0%	.9%	1.1%
전체	응답자수	157	200	109	466
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

라. 만족도 및 재방문의사

1) 제주관광에 대한 전반적 만족도

- 제주관광에 대한 전반적 만족도에 대해 중국 관광객은 매우 만족 72명(35.0%), 보통 71명(34.5%), 만족 59명(28.6%), 매우 불만족 2명(1.0%), 불만족 2명(1.0%)의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 만족 121명(44.8%), 보통 91명(33.7%), 매우만족 50명(18.5%), 불만족 6명(2.2%), 매우 불만족 2명(0.7%)의 순으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 만족 44명(34.9%), 보통 41명(32.5%), 매우만족 39명(31.0%), 불만족 2명(1.6%)의 순으로 나타남.

〈표 V-34〉 제주관광에 대한 전반적 만족도

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
매우 불만족	응답자수	2	2	0	4
	비율(%)	1.0%	.7%	.0%	.7%
불만족	응답자수	2	6	2	10
	비율(%)	1.0%	2.2%	1.6%	1.7%
보통	응답자수	71	91	41	203
	비율(%)	34.5%	33.7%	32.5%	33.7%
만족	응답자수	59	121	44	224
	비율(%)	28.6%	44.8%	34.9%	37.2%
매우만족	응답자수	72	50	39	161
	비율(%)	35.0%	18.5%	31.0%	26.7%
전체	응답자수	206	270	126	602
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

2) 기대수준과 비교한 만족정도

- 기대수준과 비교한 만족도에 대해 중국 관광객은 보통 73명(35.8%), 기대에 비해 훨씬 좋음 70명(34.3%), 좋음 55명(27.0%), 못미침 6명(2.9%)의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 좋음 114명(42.5%), 보통 85명(31.7%), 기대에 비해 훨씬 좋음 48명(17.9%), 못미침 19명(7.1%), 기대에 훨씬 못미침 2명(0.7%)의 순으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 보통 41명(33.1%), 좋음 41명(33.1%), 기대에 비해 훨씬 좋음 39명(31.5%), 못미침 3명(2.4%)의 순으로 나타남.

〈표 V-35〉 기대수준과 비교한 만족도

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
기대에 훨씬 못미침	응답자수	0	2	0	2
	비율(%)	.0%	.7%	.0%	.3%
못미침	응답자수	6	19	3	28
	비율(%)	2.9%	7.1%	2.4%	4.7%
보통	응답자수	73	85	41	199
	비율(%)	35.8%	31.7%	33.1%	33.4%
좋음	응답자수	55	114	41	210
	비율(%)	27.0%	42.5%	33.1%	35.2%
기대에 비해 훨씬 좋음	응답자수	70	48	39	157
	비율(%)	34.3%	17.9%	31.5%	26.3%
전체	응답자수	204	268	124	596
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

3) 가장 이상적(ideal)인 관광지와 제주도와의 비교

- 이상적인 관광지와 제주도를 비교해 볼 때 중국 관광객은 보통 97명(47.1%), 매우 이상적 60명(29.1%), 이상적 46명(22.3%), 못미침 2명(1.0%), 이상적인 곳에 훨씬 못미침 1명(0.5%)의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 보통 142명(54.6%), 이상적 58명(22.3%), 매우 이상적 48명(18.5%), 못미침 9명(3.5%), 이상적인 곳에 훨씬 못미침 3명(1.2%)의 순으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 보통 55명(44.7%), 매우 이상적 48명(39.0%), 이상적 16명(13.0%), 못미침 4명(3.3%)의 순으로 나타남.

〈표 V-36〉 이상적인 관광지과 제주도와의 비교

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
이상적인 곳에 훨씬 못미침	응답자수	1	3	0	4
	비율(%)	.5%	1.2%	.0%	.7%
못미침	응답자수	2	9	4	15
	비율(%)	1.0%	3.5%	3.3%	2.5%
보통	응답자수	97	142	55	294
	비율(%)	47.1%	54.6%	44.7%	49.9%
이상적	응답자수	46	58	16	120
	비율(%)	22.3%	22.3%	13.0%	20.4%
매우 이상적	응답자수	60	48	48	156
	비율(%)	29.1%	18.5%	39.0%	26.5%
전체	응답자수	206	260	123	589
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

4) 제주도 관광품질을 고려할 때에 가격의 적정성

- 제주도 관광품질을 고려할 때 가격의 적정성에 대해 중국 관광객은 보통 104명(51.2%), 싸 53명(26.1%), 품질에 비하여 아주 싸 26명(12.8%), 품질에 비하여 비쌌 12명(5.9%), 비쌌 8명(3.9%)의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 보통 150명(57.5%), 싸 59명(22.6%), 품질에 비하여 아주 싸 30명(11.5%), 비쌌 13명(5.0%), 품질에 비하여 비쌌 9명(3.4%)의 순으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 싸 61명(50.8%), 보통 50명(41.7%), 품질에 비하여 아주 싸 6명(5.0%), 품질에 비하여 비쌌 2명(1.7%), 비쌌 1명(0.8%)의 순으로 나타남.

〈표 V-37〉 제주도 관광품질을 고려할 때에 가격의 적정성

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
품질에 비하여 비쌈	응답자수	12	9	2	23
	비율(%)	5.9%	3.4%	1.7%	3.9%
비쌈	응답자수	8	13	1	22
	비율(%)	3.9%	5.0%	.8%	3.8%
보통	응답자수	104	150	50	304
	비율(%)	51.2%	57.5%	41.7%	52.1%
쌈	응답자수	53	59	61	173
	비율(%)	26.1%	22.6%	50.8%	29.6%
품질에 비하여 아주 쌈	응답자수	26	30	6	62
	비율(%)	12.8%	11.5%	5.0%	10.6%
전체	응답자수	203	261	120	584
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

5) 제주 재방문 의향

- 재방문 의사에 대해 중국 관광객은 보통 106명(52.7%), 다시 방문할 것이다 50명(24.9%), 꼭 다시 방문할 것이다 33명(16.4%), 방문할 생각이 없다 11명(5.5%), 다시 방문할 생각이 전혀없다 1명(0.5%)의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 보통 124명(46.6%), 다시 방문할 것이다 81명(30.5%), 꼭 다시 방문할 것이다 30명(11.3%), 방문할 생각이 없다 24명(9.0%), 다시 방문할 생각이 전혀 없다 7명(2.6%)의 순으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 다시 방문할 것이다 63명(50.4%), 보통 58명(46.4%), 꼭 다시 방문할 것이다 2명(1.6%), 다시 방문할 생각이 전혀 없다 2명(1.6%)의 순으로 나타남.

〈표 V-38〉 재방문의사

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
다시 방문할 생각이 전혀 없다	응답자수	1	7	2	10
	비율(%)	.5%	2.6%	1.6%	1.7%
방문할 생각이 없다	응답자수	11	24	0	35
	비율(%)	5.5%	9.0%	.0%	5.9%
보통	응답자수	106	124	58	288
	비율(%)	52.7%	46.6%	46.4%	48.6%
다시 방문할 것이다	응답자수	50	81	63	194
	비율(%)	24.9%	30.5%	50.4%	32.8%
꼭 다시 방문할 것이다	응답자수	33	30	2	65
	비율(%)	16.4%	11.3%	1.6%	11.0%
전 체	응답자수	201	266	125	592
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

6) 제주방문 추천의향

- 제주방문 추천의향에 대해 중국 관광객은 꼭 추천할 것이다 67명(32.7%), 추천할 의향이 있다 56명(27.3%), 보통 52명(25.4%), 의향이 없다 22명(10.7%), 추천할 의향이 전혀 없다 8명(3.9%)의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 추천할 의향이 있다 109명(40.4%), 꼭 추천할 것이다 72명(26.7%), 보통 57명(21.1%), 의향이 없다 21명(7.8%), 추천할 의향이 전혀 없다 11명(4.1%)의 순으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 보통 68명(53.1%), 추천할 의향이 있다 51명(39.8%), 꼭 추천할 것이다 7명(5.5%), 의향이 없다 2명(1.6%)의 순으로 나타남.

〈표 V-39〉 제주방문 추천의향

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
추천할 의향이 전혀 없다	응답자수	8	11	0	19
	비율(%)	3.9%	4.1%	.0%	3.2%
의향이 없다	응답자수	22	21	2	45
	비율(%)	10.7%	7.8%	1.6%	7.5%
보통	응답자수	52	57	68	177
	비율(%)	25.4%	21.1%	53.1%	29.4%
추천할 의향이 있다	응답자수	56	109	51	216
	비율(%)	27.3%	40.4%	39.8%	35.8%
꼭 추천할 것이다	응답자수	67	72	7	146
	비율(%)	32.7%	26.7%	5.5%	24.2%
전체	응답자수	205	270	128	603
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

7) 다른 사람에게 제주여행에 대해 말할 의향

- 다른 사람에게 제주여행에 말할 의향에 대해 중국 관광객은 꼭 말할 것이다 68명(33.0%), 말할 의향이 있다 60명(29.1%), 보통 49명(23.8%), 의향이 없다 27명(13.1%), 말할 의향이 전혀 없다 2명(1.0%)의 순으로 나타남.
- 대만 관광객은 말할 의향이 있다 107명(39.8%), 꼭 말할 것이다 74명(27.5%), 보통 67명(24.9%), 의향이 없다 18명(6.7%), 말할 의향이 전혀 없다 3명(1.1%)의 순으로 나타남.
- 싱가포르 관광객은 보통 68명(53.1%), 말할 의향이 있다 48명(37.5%), 꼭 말할 것이다 10명(7.8%), 의향이 없다 2명(1.6%)의 순으로 나타남.

〈표 V-40〉 제주방문 추천의향

(단위: 명, %)

구 분		거주지			전체
		중국	대만	싱가포르	
말할 의향이 전혀 없다	응답자수	2	3	0	5
	비율(%)	1.0%	1.1%	.0%	.8%
의향이 없다	응답자수	27	18	2	47
	비율(%)	13.1%	6.7%	1.6%	7.8%
보통	응답자수	49	67	68	184
	비율(%)	23.8%	24.9%	53.1%	30.5%
말할 의향이 있다	응답자수	60	107	48	215
	비율(%)	29.1%	39.8%	37.5%	35.7%
꼭 말할 것이다	응답자수	68	74	10	152
	비율(%)	33.0%	27.5%	7.8%	25.2%
전체	응답자수	206	269	128	603
	비율(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

3. 시사점

- 첫째, 중화권 관광객들은 공통적으로 언어소통의 원활함, 한문 표시 관광 안내판 시설, 상세한 관광안내책자 등이 부족한 것으로 인식하고 있음. 관광통역안내사 육성, 관광관련종사자에 대한 교육, 관광지 해설체계 마련, 중화권 관광안내책자의 보완작업이 이루어져야함.
- 둘째, 제주도민과 친교 할 수 있는 기회가 있었으면 좋겠다는 응답이 높게 나타나, 향후 중화권 자치단체와의 자매결연 확대, 시민단체간의 교류, 동호회간의 교류 등 인적·물적 교류 확대를 단계적으로 확산시켜 나가야함.
- 셋째, 관광객 불평·불만의 신속한 처리에 대한 문제도 제기되어, 현재 도·시·군, 제주도관광협회 등에 분산되어 있는 관광객 불편신고센터를 일원화하고, 통합적인 관리체계를 구축하는 방안을 모색해야함.
- 넷째, 실행도가 높게 나타난 카지노 시설에 대한 육성방안 마련과 독특한 제주의 전통음식을 판매하는 전통음식점의 육성방안 마련도 필요함.
- 다섯째, 현지 여행사와의 밀접한 관계마케팅이 필요함. 중국, 싱가포르 관

광객이 제주관광을 선택한 주요 동기가 여행사의 추천이라는 응답이 높게 나타났음. 또한 제주여행정보원에 대해서도 여행사를 통해서 얻는다는 응답이 가장 높게 나타났음.

- 여섯째, 쇼핑품목의 다양화가 필요. 제주방문중 주요 쇼핑품목이 식품류와 인삼류가 가장 높게 나타남. 식품류의 경우 꿀, 오미자, 말짱, 김치 등을 많이 구입한다는 것이 업계의 의견임. 제주의 특성을 반영할 수 있는 상품개발 필요성이 제기됨.
- 일곱째, 제주의 전통문화를 체험할 수 있는 상품개발과 레저/스포츠 상품개발이 필요함.
- 중화권 관광객들은 제주여행중 가장 기대했던 활동에 대해 자연환경 감상 다음으로 제주지역 문화역사의 이해가 가장 높게 나타남. 또한 가장 즐기고 싶은 여행상품과 체험하고자 하는 활동에 대해 역사문화관광상품, 전통음식 만들기, 전통문화 배우기가 가장 높게 나타남.
- 대만, 싱가포르 관광객들은 체험하고자 하는 활동에 대해 레저/스포츠 활동을 두 번째로 선호하여 이와 연관된 상품개발도 필요함.
- 여덟째, 중화권 관광객이 제주지역을 방문하는데 저해요인으로 사증발급, 여행정보 부족 등이 높게 나타남. 중국인 관광객에 대한 출입국제도 개선이 우선적으로 이루어져야 하고, 여행사, TV광고 또는 기사에 한정된 정보를 다양한 루트를 통해 전달할 수 있는 방안을 강구해야 함.
- 아홉째, 여행상품의 서비스를 개선하고 가격을 인상할 경우 재방문의사에 대해 중국, 대만 관광객은 가격에 민감하게 반응하였으며, 싱가포르 관광객은 가격에는 민감하게 반응하지 않았음. 제주도 관광품질을 고려할 때에 가격의 적정성에 대해서도 중국, 대만 관광객은 보통이라는 응답이 높았으나, 싱가포르 관광객은 싸다는 응답이 높게 나타났음.

VI. 중화권 관광객 유치에 위한 과제 및 방안

1. 주요 과제

가. 접근성 향상방안 마련

- 중화권 지역과의 접근성 향상방안을 지속적으로 모색해야함.
- 제주내도 중화권 관광객의 지속적인 증가는 중국, 대만 지역과의 직항노선 확충과 운항편수 확대 등에 기인함.
- 제주도가 섬지역임을 고려할 때, 중화권 관광객 유치의 첫걸음은 해당 지역과의 직항노선 확충이 지속적으로 이루어져야 함.
- 특히 중국-대만간의 직항 전세기 노선개설 시점을 논의하는 등 양국은 상호 관광시장 개방에 박차를 가하고 있어, 양안 간 직항로 개설시 제주경유 중국대륙 노선 패쇄로 대만 관광객 감소가 예상되므로 이에 대한 대책을 시급히 마련해야함.

나. 다양한 체험상품 개발 필요

- 중화권 관광객들이 제주에서만 체험할 수 있는 다양한 체험상품개발이 필요함.
- 사계절 기후 중 특히 겨울철의 눈은 동남아지역 관광객들의 매력적인 관광소재가 되고 있음. 한편으로 제주관광에 있어 겨울철은 전체적으로 볼 때 관광비수기로서 사계절 전천후 관광의 한계요인으로 작용함.
- 제주의 역사문화와 관련된 상품선호도가 높게 나타나, 건강·미용 증진과 관련된 상품과 함께 제주의 역사문화를 체험할 수 있는 소개개발이 필요함.

다. 모객시스템 개선

- 중국인 관광객을 유치하는 과정에서 나타나는 가장 큰 문제는 서울 화

교여행사에 의존하는 모객 시스템임.

- 화교 여행사를 통해 모객된 중국인 관광객을 하청 받는 형식으로 관광이 이루어지고 있음.
- 이로 인해 제주는 서울이나 국내 주요 관광지와 연계된 관광지로 경험되고 있을 뿐, 독자적으로 제주의 자연과 문화, 쇼핑과 체험거리를 경험할 수 있도록 하는 여행상품 판매에 한계를 가짐.

라. 시장환경에 맞는 가격전략, 품질전략 추진

- 제주 관광상품이 여행사 간 가격 경쟁의 틀 속에서 저가(低價) 경쟁력 확보에 초점을 맞춰 싸구려로 만들어지다 보니, 숙박·식사를 포함한 전체 관광프로그램의 질과 서비스 수준이 떨어지고 있는 실정임.
- 우리보다 경제수준이 한 단계 위인 일본은, 중국 관광객 유인 전략상품을 테마관광 등 고품질·고가격 상품 전략으로 추진하여, 국가 이미지 향상과 관광수입 양면 모두에서 좋은 성과를 거두고 있음.
- 급속하게 증가하고 있는 중화권 내 고소득층을 대상으로 하는 고품질·고가격 관광상품을 개발하며, 보다 적극적이고 체계적으로 외국인 관광객 유치 전략을 수립해야 할 것임.

마. 중화권 관광시장에 대한 체계적인 조사

- 중화권 관광시장에 대한 조사가 정기적으로 수행되고 있지 않아 중화권 관광시장에 대한 성향을 조사하는데 한계를 가지고 있음.
- 또한 제주를 방문하는 중화권 관광객들의 인구통계적 특성에 대해 출입국관리사무소와의 협력체계 미흡으로 이에 대한 조사가 전혀 이루어 지지 않고 있음.

바. 관광종사원, 상인 등의 언어소통 개선노력

- 본 조사에 의하면 제주여행중 가장 불편했던 점에 대해 언어소통이 가장 높게 나타났음.
- 관광종사원 뿐만 아니라 관광관련종사자의 언어소통능력 향상을 위한 대책이 필요함.

2. 유치방안

가. 제도 개선

1) 도내 관광지의 외국인 단체관광객에 대한 단체적용인원 축소

- 제주관광의 가격경쟁력이 약하다는 점을 고려할 때, 도내 관광지 입장시 외국인 단체관광객 적용대상 인원을 줄이는 방법을 고려함.
- 현재 관광지별로 단체 관광객 적용대상 인원이 상이하게 다르므로, 이를 일원화하는 방안을 모색함.
- 도·시·군에서 관리하는 13개의 관광지(단체적용 인원 10명~30명)부터 단체 적용 대상인원을 줄여나감.
- 중국인 관광객의 제주도 무사증 입국 허용 범위가 5인 이상임을 고려할 때, 5명~10명 정도가 적당하다고 사료됨.

2) 중국인 여행자에 대한 출입국제도 개선

- 제주도를 방문하는 중국인 단체관광객의 입국조건으로 제주출입국관리사무소장이 발급한 초청확인서 휴대 제도를 폐지함.
- 중국인이 제주도를 관광하기 위해서는 제주출입국관리사무소장이 발행한 ‘초청확인서’와 중국측 여행사가 작성한 ‘단체여행객명단’을 소지하여야 하며, 구성인원은 5명 이상이어야 함.

- 이는 제주국제자유도시특별법에 따라 '02.5.1부로 시행된 제도로, 중국인 단체관광객에게 제주도 무사증입국을 허용하여 제주도의 국제관광도시화를 지원하기 위하여 도입된 제도임에도 불구하고, 제주사무소장의 초청확인서를 발급받는데 불편 하다는 민원이 제기되고 있는 실정임.
- 문화관광부와 중국정부의 협의가 중요하므로 이에 대한 대책을 마련함.
- 세관 통과시 중화권 관광객이 불편함이 없도록 가이드가 협조할 수 있는 방안 등도 강구함.
- 한편 중국인 관광객의 제주도 무사증 입국 허용 범위를 현행 5인 이상 단체관광객에서 5인 미만의 가족과 개인까지 확대함.

3) 관광호텔 영세율 적용

- 타 국가에 비해 높은 호텔요금에 환율문제가 더해져 제주관광상품의 가격은 경쟁력을 상실하고 있음.
- 지상비에서 70~80% 차지하는 것이 호텔비용임. 또한 호텔요금이 낮게 책정된다는 것도 상품을 구성하는 데 장애요인임.
- 관광호텔업을 수출산업으로 인정해 영세율을 적용하고, 교통유발부담금 등을 해소해야 함. 디너쇼, 결혼식을 제외하고는 호텔이 교통체증을 일으키는 일은 없는데 교통유발부담금을 부과한다는 것은 부당함.

나. 관광교통 개선전략

1) 직항노선 또는 경유노선 촉진

- 중화권 관광객 유치를 촉진하기 위해서는 해당지역과의 직항노선 개설이 필수적임.
- 그러나 현실적인 측면을 고려할 때, 관광수요가 이를 뒷받침하지 못할 경우

직항노선 개설이 어려움.

- 중국의 항저우, 칭다오 등 중국지역과의 직항노선 확충을 지속적으로 추진해야 함.
- 또한 대한항공에서 홍콩→부산→제주 노선을 추진하고 있는 것과 같이, 직항노선 개설이 어려울 경우 경유노선을 확보하는 방안을 마련해야 함.

2) 인천-제주 국내노선 확대

- 제주도는 국내 타 지역과 달리 접근수단이 한정되어 있고, 외국 주요 도시와의 직항노선이 개설되어 있지 않을 경우 인천-김포-제주 노선을 통해 제주를 방문하고 있음.
- 김포를 경유할 경우 약 2시간 정도의 소요시간이 추가되어, 제주를 방문하는데 불편함이 많으므로 인천-제주 노선의 운항시간 확대를 지속적으로 추진함.

3) 외국인 렌트카 이용자에 대한 도로교통정보 제공

- FIT 관광객을 겨냥한 에어텔상품, 에어+펜션상품 등의 개발이 촉진될 것으로 전망되어 외국인 렌트카 이용자에 대한 교육과 도로교통 정보 제공이 필요함.
- 제주의 도로특성상 첫 방문한 내·외국인의 경우 과속할 우려가 있고, 제한 규정 속도이상을 초과하여 벌칙금이 발급되는 사례가 많으므로 이에 대한 대책을 마련함.
- 이와 관련하여 렌트카업체에 도로교통자료 제공, 직원 교육 등을 시행함.

다. 쇼핑관광 활성화

1) 특산품, 홍보물, 안내표지판 등에 대한 외국어 검증시스템 구축

- 도내에서 생산되는 특산품, 관광지 홍보물·안내표지판, 지자체 홍보물 등에 대한 내부 검증시스템을 구축해야 함.
- 개별상품 설명서, 홍보물 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 마련해야 함.

2) 쇼핑장소의 언어불편 해소책 마련

- 중화권 관광객의 주요 쇼핑장소인 면세점, 재래시장 등에 중국어 가능 판매원 배치, 중국어 안내표지판 및 중국어 상품 설명서 확충 등 쇼핑 지출이 가장 많은 중화권 관광객의 언어불편 해소 노력이 시급히 요구됨.

3) 갈옷상품의 고품질화 추진

- 중화권 관광객들이 제주지역에서 실제적으로 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.

라. 홍보 및 마케팅 강화

1) 관광시장 조사의 강화

- 제주도관광협회에서 시행하고 있는 국내·외 관광시장에 대한 조사를 보다 더 강화해야함. 제주도에서는 이에 따른 시장조사에 필요한 예산지원을 보다 확대해야 함.
- 현재 중화권 관광시장조사는 문화관광부·한국관광공사 등이 조사한 2차 자료, 제주도관광협회의 중화권 관광객 대상 설문조사, 관광설명회를 통한 중화권 관광시장 정보, 팸투어를 통한 중화권 관광시장 정보 등을 활용하고 있음.
- 중화권 현지 관광설명회시 설문·면접조사, 팸투어시 설문·면접조사, 매년 분기별 중화권 관광객 대상 설문·면접조사, 여행업자·중국어통역안내원과의 간담회 개최 등 다양한 방법으로 중화권 관광시장에 대한 조사 수행이 필요함.

2) 인터넷 활용 홍보

- 제주 웹사이트의 경우 제주도청과 한국관광공사를 중심으로 멀티미디어 정보 제공, 여행사를 중심으로 하는 상업적 사이트들이 다수 존재함.
- 사이트 검색이 어렵고, Hub의 개념을 갖고 있지 못함. 또한 제주도를 통합 대표하는 웹사이트상의 Gate가 부재함.
- 따라서 제주관광의 토탈 솔루션을 실현할 수 있는 허브 사이트(Hub-site)를 개발할 필요성이 있음. 이에 따른 제주의 브랜드 로열티 강화와 제주방문 유도라는 효과를 가져올 수 있음.
- 허브 사이트를 방문하는 회원의 데이터베이스를 확보하여 메일링 리스트를 확보하고, 정기적인 뉴스레터(관광상품 소개, 각종 이벤트 고지 등)를 발송하고, 고객 취향에 맞는 e-카탈로그의 발송 등을 수행함.

- 허브 사이트의 홈페이지 구성은 무엇보다 서양인과 동양인이 선호하는 콘텐츠가 다를 수 있으므로, 선진 관광국가의 홈페이지를 벤치마킹할 필요성이 있으며, 최신의 관광정보를 신속하게 업로드하고 이벤트를 지속적으로 마련하여 잠재 관광객들의 호기심을 유발할 필요성이 있음.
- 시장계층별로 차별화된 선호도를 반영한 인터넷 콘텐츠 서비스를 제공함.
- 예를들어, 홍콩관광청, 싱가포르 관광공사, 한국관광공사 홈페이지는 일본, 중국, 영어, 러시아 등 외국시장별로 선호도를 반영한 다른 콘텐츠를 제공하고 있음.

3) 중화권 관광담당 관계자와의 휴먼 네트워크 구축

- 제주도에서 과거 각종 설명회, 팸투어시 제주도를 방문한 언론인, 여행업자 등에 대한 인적 데이터베이스를 구축함.
- 대부분 한국 여행상품을 취급하는 해당국가의 여행사는 한정되어 있으며, 이들 여행사 관계자들과의 긴밀한 협력관계가 필요함.
- 이들 관계자에게 제주관광 정보를 지속적으로 제공하여 유대관계를 마련해야함.
- 제주도에서도 이에 대한 중요성을 인식하여, 인적 데이터베이스를 구축하였으나, 이에 대한 활용도가 떨어짐. 활용도가 떨어지는 이유는 결국 현지 여행사 입장에서는 경제적 인센티브 제공에 의해 대상지를 선정하는 경우가 많기 때문임.
- 그러나 지속적인 인적관계 형성이 중화권 관광객유치의 시발점이라고 할 수 있음.
- 본 연구의 설문조사에서도 중국, 싱가포르 관광객이 제주관광을 선택한 주요 동기가 여행사의 추천이라는 응답이 높게 나타났음.
- 중화권 현지 관광담당 관계자에 대한 인적 데이터베이스 구축의 지속적

확산, E-mail를 활용한 지속적인 제주관광정보 제공 등을 수행함.

4) 무비 맵 사이트 구축

- 영국에서는 'Discover The Magic of Britain'이라는 이름으로 '해리 포터와 마법사의 돌' 영화 소개 홈페이지를 따로 개설하고 영국 지도 중 어떤 구역을 선택하면 해당 영화 촬영지가 바로 표시되는 시뮬레이션 시스템을 통해 영화에 관한 관심과 영국 방문을 직접 연계시키고자 하였음.
- Movie Map 사이트에서는 제주지역에서 어떤 영화, 드라마, CF광고 등이 촬영되었는지, 촬영되고 있는지 검색할 수 있도록 함.
- 영화, 드라마 등 소개, 배우 소개, 현재 진행 중인 영화, 드라마 등에 관한 뉴스 등을 제공함.
- 영화, 드라마, CF광고 등의 촬영지역 지도화는 해당 영화, 드라마 정보를 함께 제공하므로 제주를 방문하고자 하는 동기를 가진 영화나 드라마팬을 타겟으로 보다 직접적으로 소구할 수 있을 것임.

5) 아시아나·대한항공 등 항공사와의 네트워크 구축

- 한국관광공사 해외지사를 활용한 지속적인 공동협력사업 추진과 함께 중화권 현지 아시아나·대한항공 지사, 외국 항공사와의 긴밀한 네트워크를 구축하여 공동 판촉방안을 마련함.
- 항공사의 경우 항공수요 확보차원에서 국가관광기구, 여행사, 지자체 등과 공동으로 상품개발을 추진하고 있음.
- 따라서 항공사와의 협약체결을 통해 제주도 관광상품 개발을 유도하기 위한 공동마케팅활동을 모색하고, 팸투어 공동개최, 공동 관광상품 개발, 관광홍보물 제공 등의 협력사업을 추진함.

6) 관광객 관계관리 마케팅 전략 실행

- 제주를 방문하는 국내·외 관광객을 대상으로 한 데이터베이스를 지속적으로 구축함. 예를들어, 제주관광 홈페이지, 정기적 설문조사를 활용하여 관광객 경품행사 마련 등을 통해 이메일, 명함수집 등을 추진함.
- 이를 통해 정기적인 제주관광관련 E-mail 서비스 제공, 그랜드 세일시 할인혜택을 받을 수 있는 쿠폰 제공 등의 마케팅 전략을 구사함.
- 이러한 관광객 관계관리 마케팅 활동을 통해 제주에 대한 관광객의 충성도를 높일 수 있을 것임.

7) VIP 관광상품 개발 및 카드사와의 제휴 추진

- 한국관광공사, 중국 최대의 신용카드사인 중국은행연합카드사(中國銀聯 China Unionpay), 한국의 BC카드사는 '05년 10월 10일 3자간 협력을 위한 양해각서(MOU)를 체결하였음.
- 협약내용은 약 8억장의 신용카드 소유자를 가지고 있는 중국 최대의 신용카드사인 중국은행연합카드사와 은련카드 소지자를 대상으로 한국여행 공동 관측활동을 전개하고, 공사가 운영하는 공항과 해항의 면세점에서 은련카드의 사용을 가능토록 하며, 중국은행연합카드사는 한국 BC카드사와 가맹점 개설 및 결제 시스템을 구축하게 됨.
- 제주도는 공사와 BC카드사와의 제휴를 통해 도내 관광호텔, 음식점, 면세점, 쇼핑센터 등이 가맹점 개설이 될 수 있도록 추진함.
- 가맹점을 연계하는 VIP 관광상품 구성도 고려할 수 있음.

마. 인력양성 및 교육

1) 현지가이드 의무 이용제도의 실시

- 중화권관광객 내도시 제주관광에 대한 안내는 육지여행사에 소속된 화교 가이드들이 안내하고 있는 실정임.
- 제주지역의 실정을 잘 모르는 화교가이드들이 안내를 할 경우 제주의 참모습을 소개하기에는 한계가 있을 수 밖에 없음.
- 한편으로는 제주지역내에 중화권 관광객을 안내할 수 있는 자질있는 관광통역안내사가 부족하다는 것도 문제점으로 지적할 수 있음.
- 2005년 현재 중국어 통역안내사 자격증을 보유한 제주도 거주자는 175명임. 실제 활동하고 있는 안내사는 소수임.
- 중화권 관광시장을 핵심시장으로 선정하고 있으나, 통역안내사에 대한 관리체계가 미흡하다는 것은 큰 문제라고 할 수 있음.
- 제주도내 역사, 문화관광지 및 시설에 대해서는 제주도 거주 가이드들의 의무적으로 이용하는 제도를 도입할 필요성이 있음.
- 이러한 제도의 도입은 제주도의 역사와 문화를 보다 전문적이고 해박한 지식으로 관광객들에게 이해시킬 수 있다는 장점과 더불어 제주거주 관광종사자들의 자생력과 전문성 향상의 기회로도 활용가능함.
- 관광통역안내사의 수급이 가능하도록 중국어 관광통역안내사 시험 등을 제주도관광협회에 위임하고 인력양성을 해 나가는 방안도 모색함.

2) 중화권문화, 중국어 교육 강화

- 한 국가의 관광객을 유치하기 위한 주요 과제중의 하나가 해당 국가의 문화에 대한 이해라고 할 수 있음.
- 아직까지 중화권 문화에 대해 도내 관광종사원들이 충분하게 인지되지 못하고 있는 것이 현실이므로 관광업계 관광종사자 교육, 요식업소 종사자교육, 운수업체 종사자 교육 등에 중화권 문화에 대한 이해를 도울 수 있는 프로그램 개발과 교육, 중국어 기초회화 교육 등이 필요함.

- 중국어 통역 안내원 및 중국 여행업체 관리자 교육, 중저가 호텔 지배인의 재교육, 택시기사 기초 중국어 및 관광요원화 교육, 시장상인 대상 소양 교육, 중저가 숙박·요식업소 종사원 교육, 상인대상 중국어 기초회화 교육 등을 시행함.

3) 관광종사자 교육센터 설치

- 관광전문인력의 현장 실무능력 및 국제경쟁력 향상을 위한 환경적응형, 상시대응형 관광인적자원관리체계 구축이 필요함.
- 지역의 수요에 맞는 전문인력의 양성, 교육을 추진함. 인력 양성, 재교육·훈련, 공무원 전문화 프로그램, 시민봉사자 교육 프로그램 등 지역의 문화관광 육성을 위한 프로그램을 개발함.
- 제주도 전체의 관광서비스를 업그레이드(upgrade)하기 위하여 제주도민, 공무원, 관광종사원, 대학생 등 관광시스템의 주·객체에 대한 기본교육 및 환대정신 강화가 필요함.
- 관광전문교육을 위한 도내·외 전문가의 인적 풀(pool) 시스템 구축으로 상시 교육시스템을 가동해야함.

바. 관광상품 개발

1) 음식문화관광상품 육성

- 제주음식을 관광산업화하고 세계화하기 위해서는 음식의 품질과 음식문화를 개선해나가면서, 시연회, 경연대회, 전문식당 지정 등 다양한 방식을 통해 음식문화관광을 육성함.
- 제주 전통음식의 메뉴 다양화, 고급화 등으로 국제적으로 경쟁력 있는 제주음식문화 개발 및 관광상품화를 추진함.
- 제주전통음식과 제주문화와 결합된 관광상품의 구성도 고려해 볼 필요가 있음.

- 도내 전문식당을 선정하여 평가하고 보상(관광홍보물에 게재, 시상, 실내 인테리어나 음악 등 프로그램 개선을 위한 제주관광진흥자금 지원)하는 시스템 구축, 우수 요리사를 해외에 파견하여 연구하게 하는 등 주방장 교류사업을 통한 국제 전문인력 양성, 중화권관광객 선호음식 요리경연대회를 통해 우수 조리법을 공개하고 보급, 우수 요리사를 선정하여 해외연수 기회 제공 등을 추진함.

2) 무슬림시장을 공략하기 위한 음식개발

- 싱가포르에서 두 번째로 큰 시장인 무슬림시장을 공략하기 위해서는 무엇보다도 제주여행 중 음식문제가 해결되어야 함.
- 이슬람교도들은 돼지고기를 먹지 않고 쇠고기, 닭고기인 경우에도 할랄을 거친 후에 만 먹으므로 '할랄식당'개설이 시급함.
- 최근 또 하나의 중화권 시장이라고 할 수 있는 말레이시아 관광객을 적극적으로 유치하기 위해서도 할랄식당 개설과 음식개발이 이루어져야함.

3) 도내 박물관 활용 역사·문화 체험상품 개발

- 중화권 관광객들이 제주에서 체험하고자 하는 활동으로 전통음식 만들기, 전통문화 배우기가 높게 나타나, 이와 연관된 상품개발이 필요함.
- 우선적으로 제주도내 박물관을 방문한 외국인들에게 제주문화의 이해도를 높임과 동시에 상설체험코너의 공간을 확대하고 프로그램을 다양화함.
- 우천시에도 이용이 가능한 국립제주박물관, 제주민속자연사박물관 등에 우선적으로 외국인을 대상으로 한 체험프로그램을 시행함.

4) 한류를 활용한 관광상품 개발 및 지역주민에 혜택부여

- 2000년대 초 중국, 홍콩, 대만을 중심으로 범 중화권과 몽골, 베트남 등 여러 지역에 거세게 불고 있는 '韓流' 열풍은 유관관광상품의 등장과 더불어 관광마케팅의 한 분야로서 크게 부각되고 있음.
- 중화권에서 인기가 높은 '대장금', '올인'이 높은 인기를 누리고 있어 이에 대한 상품개발과 더불어 한류스타 배용준이 주연으로 출연하는 '태왕사신기', 최지우가 출연한 '연리지'에 대한 영화촬영전, 영화촬영중, 영화촬영후의 관광상품 개발방안 마련과 홍보방안 마련이 필요함.
- 촬영지를 중심으로 한 관광상품 개발, 촬영지에 대한 주변 환경개선 및 안내체계 마련, 현지 주민들이 기념품 판매, 사진촬영 등으로 주민소득을 향상시킬 수 있도록 지원함.

5) 뮤직비디오, 드라마, 영화 촬영지 장소 제공

- 한류를 활용하기 위해 국내 드라마, 영화 촬영지 장소제공 및 행정지원에 제주도는 많은 노력을 기울여 왔음.
- 이와 더불어 중화권 TV와 영화제작사, 기획사 등을 활용하여 드라마, 영화, CF, 뮤직비디오 등의 촬영장소와 각종 촬영 편의를 제공하는 것도 중요함.
- 예를들어 중화권 특급가수(천밍, 순쯔, 커이민, 쓰친거르러, 궁푸 등)을 초청하여 제주에서 뮤직비디오를 촬영하게 한다면, 해당 지역의 관광객을 유치하는 데 큰 효과를 가져올 수 있음.
- 한류열풍을 활용하여 동남아국가에 진출한 국내 대기업의 CF촬영을 유치하는 방안 마련도 필요함.

6) 체험형 겨울관광상품 개발

- 중화권 관광객의 제주유치에 절대적으로 필요한 체험형 겨울관광상품이 부재함.
- 대장금 촬영지, 한라산 눈꽃 트래킹, 돌가마체험, 사우나체험 등을 연계한 겨울관광상품을 개발함.
- 제주도에서 눈꽃 트래킹 최적 코스 선정 및 상품개발, 한라산에 관광객의 접근이 용이하도록 지속적인 제설작업 추진 등을 지원함.
- 궁극적으로는 일정 지역을 선정하여 스키장을 조성하는 방안이 마련되어야 겨울철에도 중화권 관광객을 지속적으로 유치할 수 있을 것임.

7) 로맨틱 웨딩상품 개발 지원

- 드라마 올인, 대장금에 의해 형성된 제주도에 대한 로맨틱한 사랑의 이미지를 활용하여 신혼여행객, 결혼예정자 웨딩포토앨범 촬영 커플 및 커플들을 제주도로 유치함.
- 틈새시장 공략으로 신규상품 개발 및 고가 상품판매로 관광수입 증대에 기여함.
- '80년대 최고의 신혼여행지로 각광받았던 제주로 국내외 신혼여행객을 유치하기 위해서는 우선적으로 신혼여행지로서의 제주의 인지도를 높여야함.
- 제주도와 국내 유명 패션 디자이너가 공동으로 기획한 웨딩을 테마로 한 패션쇼를 개최함. 배용준, 최지우, 이병헌, 송혜교, 안재욱, 김희선 등 한류스타가 참여하도록 하고, 제주의 주요 관광지를 배경으로 한 영상물 또는 사진을 촬영하도록 하여 제주관광의 홍보물로 적극 활용함.
- 제주도에서 신혼여행 상품개발을 지원하고, 웹사이트를 통한 다양한 로맨틱한 장소를 선정하고 제공함.

- 해당국가에서 예식을 치른 후 제주에서 웨딩사진 촬영과 허니문투어를 할 수 있는 상품, 제주의 올인하우스나 레인보우채플(제주하얏트호텔)에서 결혼식을 하는 상품 등을 개발함.

8) 수학여행상품 개발 지원

- 틈새시장 공략으로 관광객 유치 증대 및 학생들의 수학여행을 통해 잠재 고객을 양성함.
- 중국 정부의 산아제한정책으로 양산된 외동아이들이 '샤오황디(小皇帝)'라 불릴 만큼 과보호를 받고 있으며, 자녀교육에 열성인 중국인은 초등학교부터 해외수학여행을 보내고 있음.
- 중국의 학교는 한국 학교와의 자매결연을 강력히 희망하고 있음. 제주지역학교와 중국의 학교와의 자매결연을 우선적으로 추진함.
- 중국 교사대상 팸투어 실시로 수학여행지로서의 제주도에 대한 이미지를 형성함.
- 웹사이트를 통한 다양한 장소 소개 및 제주도 방문 학생 대상 수필공모 이벤트 등을 실시함.

9) FIT 관광객 유치를 위한 상품 개발

- 중화권시장에서 FIT 관광객 비율이 점차 증가할 것으로 예상되어 에어텔 상품, 에어+펜션상품 등의 개발과 수용태세를 개선할 필요성이 있음.
- 제주방문 FIT 관광객의 편의를 위해 제주관광지도 제공, 렌트카 예약 편의 제공, 텔레메틱스 시범사업과의 연계 등을 추진함.

10) 인센티브, 연수상품 개발

- 세계 500대 기업에 속하는 많은 다국적 기업들이 중국 전역에 진출해 있음.
- 중국의 경우 청소년 단체, 부녀회 등 전국적인 조직망을 갖고 있는 단체들이 많아 이들을 대상으로 한 타깃마케팅을 펼쳐나가야함.
- 특히 중국 현지 기업과 중국에 진출한 한국기업 등과의 제휴를 통해 제주를 기업 연수지로서 포지셔닝하는 등 이미지를 다각화해야 함.
- 현지 직원 국내 연수와 현지 사업파트너 연수 등 중국 현지 협력업체의 국내 연수 기회가 커지고 있음에 따라 중국에 진출한 한국기업들과 제휴를 맺어 '딜러 컨벤션'을 제주에 유치하는 방안을 모색함.
- 기업체의 여행 계획 수립 및 여행사의 상품개발 시 주 고려 요인이 여행 가격과 여행지의 매력으로 나타나고 있어, 가격대비 가치(Value for money)를 높게 평가 받을 수 있는 제주 여행지의 매력 포인트를 찾아 여행사 및 기업체를 상대로 적극적인 커뮤니케이션을 할 필요성이 있음.
- 호텔과 일반연수원의 중간형태인 고급연수원 등 인프라 확충과 대기업 등을 대상으로 한 적극적인 마케팅, 제주의 장점을 살린 연수 프로그램 개발 등이 필요함.

11) 의료관광상품 개발

- 제주도의 핵심산업으로 포함된 의료산업 육성책으로 제주대학교병원, 한국병원, 한마음병원 등 종합병원에서 암 조기진단 및 치료를 겸한 첨단 장비들을 도입하여 의료관광상품을 개발할 필요성이 있음.
- 첨단의료시설이 충분치 않은 중국 부유층을 타겟으로 하여, 건강증진 프로그램 개발(예를들어 제주한화콘도의 테라피센터 등), 제주의 향토음식으로 구성된 건강증진식단, 암 조기진단 프로그램 등을 연계한 의료관광상품을 개발함.

- 의료관광 육성을 위해 제주특별자치도법에 관련 근거를 명시하고, 중국 부유층 유치를 위한 언론인, 여행사 대표 등에 대한 의료관광 팸투어를 실시함.

12) 레저스포츠상품 개발

- 제주도는 해양 스포츠, 카지노 등 활동성이 풍부한 레저상품을 기획하기에 알맞은 곳임.
- 본 연구의 설문조사의 결과에서도 대만, 싱가포르 관광객들이 제주에서 체험하고자 하는 활동에 대해 레저·스포츠 활동에 대한 선호도가 높게 나타났음.
- 이러한 레저·스포츠 상품들은 선택관광으로 즐기도록 구성하는 것이 바람직함. 낚시 관광, 수렵, 승마, 스쿠버 다이빙, 윈드서핑, 패러글라이딩, 행글라이딩, 열기구, 레저스포츠축제 등도 관광상품의 좋은 소재임.
- 이를 여행상품으로 기획시 중화권 관광객의 욕구를 충족시킬 수 있는 관광루트와 프로그램을 어떻게 구성할 것이냐가 무엇보다 중요함.

VII. 결론

- 본 연구는 제주관광의 핵심 표적시장이며 새로운 성장동력인 중화권 관광시장을 체계적으로 조사·연구하여 제주관광의 대응책을 마련하기 위해 본 연구를 수행하였음.
- 연구방법은 중화권 관광시장 관련 2차 자료를 중심으로 한 문헌연구와 자료분석, 설문조사를 통한 실증연구(제주지역 방문 중국, 대만, 싱가포르 관광객 대상 설문조사)을 통해 개선과제를 도출하고 그에 대한 대응방안을 모색하였음.
- 중화권 관광시장은 제주관광에 있어 일본 관광시장과 더불어 가장 중요한 관광시장이며, 지속적으로 개척해야 나가야 할 시장임.
- 최근에 중국 관광객의 지속적인 증가와 더불어 대만 관광객의 폭발적인 증가는 제주관광에 있어 매우 고무적인 현상임.
- 이러한 중국, 대만 관광객의 증가추세는 다른 요인도 많으나, 우선적으로 중국, 대만과 제주도간의 직항노선의 개설과 운항시간 확대에 기인한다고 할 수 있음.
- 그러나 현재 중국-대만간의 직항 전세기 노선개설 시점을 논의하는 등 양국은 상호 관광시장 개방에 박차를 가하고 있고, 특히 양안 간 직항로 개설시 제주경유 중국대륙 노선 패쇄, 대만 관광객 감소로 이어질 가능성이 큼.
- 따라서 대만 관광시장에 대한 체계적 조사, 신상품 개발, 인센티브 개발 등이 지속적으로 이루어지지 않을 경우 중화권 관광시장 확대에 큰 어려움이 발생할 가능성이 있음.
- 또한 섬이라는 태생적 한계를 가진 제주도가 동북아 관광허브로 나아가기 위해서는 무엇보다 외국 주요도시와의 직항노선 확충이 지속적으로 추진되어야 하며, 이와 관련하여 제주특별자치도가 추진하고자 하는 항공자유화 구상이 실현되어야 할 것임.

- 이와 더불어 전문관광기구 설립, 중화권 관광객이 선호하는 관광상품 개발, 중화권 전담 전문인력 양성, 관광관련 종사자에 대한 언어·서비스 교육 등 제주관광의 소프트웨어 부분의 경쟁력 향상을 위해서도 많은 노력을 기울여야 할 것임.
- 마지막으로 중화권 관광객 유치증진을 위해서는 여러 가지 전략을 구사해야 하나, 기본적으로 마케팅 자료의 근거가 되는 통계자료가 연도별로 갖추어져 있어야 함.
- 예를들어, 직항노선이 개설된 중국인, 대만인의 제주방문시 인구통계적(성별, 연령별 등) 자료가 월별, 연도별로 조사되어야 하고, 관광성향에 대한 시장 조사가 주기적으로 이루어져야 마케팅 전략을 수립할 수 있음.
- 현재와 같이 기초자료가 없이 홍보가 이루어지고, 상품이 개발될 경우 표적시장을 선정하고, 마케팅 전략을 구사하는데 있어서 한계가 있을 수 밖에 없음.
- 지속적인 시장조사를 수행하지 않은 결과, 최근 일본 관광시장이 답보상태에 머물고 있음을 보더라도 시장조사의 중요성을 알 수 있음.
- 본 연구에서는 중국, 홍콩, 대만, 싱가포르인들의 관광성향에 대해 개괄적인 연구를 수행하였으나, 향후 연구에서는 국가별로 세분화된 연구가 뒷받침 되어야 할 것임.

참고문헌

- 강신겸, “경주지역 외래관광객 유치방안-중국관광객을 중심으로-,” 경주관광 활성화를 위한 심포지엄, 경주문화관광진흥협의회·경주시 주최, 2000.
- 강신겸, 동북아 관광지도와 한국의 선택, 삼성경제연구소, 2005.
- 김덕기, “월드컵 계기 관광수용여건 개선방안,” 계간 한국관광정책, 통권 제13호, 2002. 2.
- 송성진, “중국관광객의 유치방안,” 제주관광학회, 제주관광학연구, 제5집, 2001.
- 이태희, “월드컵 개최이후 한국관광 국제경쟁력 제고방안,” 계간 한국관광정책, 통권 제13호, 2002. 2.
- 최승철, “월드컵 활용 중국관광객 유치 촉진방안,” 계간 한국관광정책, 통권 제13호, 2002. 2.
- 한광수, “중국시장, 하나가 아니다,” 한국경제신문사·삼성경제연구소, 우리경제의 활로, 중국시장, 중국 심포지엄, 2002. 3. 6.
- 문화관광부, 관광동향에 관한 연차보고서, 2005.
- 문화관광부, 2005, 현황자료.
- 부산발전연구원, 부산관광발전을 위한 싱가포르 벤치마킹, 2001.
- 삼성경제연구소. 중국 IT산업의 현황과 전망, 2001. 9.
- 세계관광기구(WTO). Compendium of Tourism Statistics, 각년도.
- 싱가포르관광공사(STB), Singapore Annual Report on Tourism Statistics, 각년도.
- 인천발전연구원, 인천지역 중국관광객 유치방안, 2001.
- 제주도, 제주 관광동향에 관한 연차보고서, 2004.
- 제주도, 주요관광행정현황, 2005.
- 제주도 국제자유도시관광국, 2005년도 행정사무감사 주요업무보고 자료, 2005.11.
- 제주발전연구원, 제주도 관광통계 작성에 관한 연구, 2000.
- 제주발전연구원, 제주지역의 중국관광객 유치방안, 2001.
- 제주발전연구원, 제주지역 일본관광시장에 대한 마케팅전략, 2002.
- 중국국가여유국, www.cnta.com.
- 중국국가통계국. 「중국통계연보」, 2001.
- 한국관광공사, 한국 문화유산 관광상품화 방안, 1996.

- 한국관광공사, 홍콩/싱가포르 관광시장 분석, 2001.
- 한국관광공사, 중국관광시장분석, 2000.
- 한국관광공사, 중국관광시장분석, 2001.
- 한국관광공사, 2002년 중국관광시장동향, 2002.
- 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각년도.
- 한국관광공사, 각국 NTO의 관광홍보 캠페인 사례 및 시사점, 2004.
- 한국관광공사, 중국관광동향, 각년도 자료.
- 한국관광공사, 중국관광객 유치 전략, 2002. 12
- 한국관광연구원, 중국관광객 유치확대를 위한 관광상품개발방안, 1999.
- 홍콩관광청(HKTB), A Statistical Review of Hong Kong Tourism, 각년도.
- LG경제연구원, “중국에 적합한 마케팅전략 7,” 주간경제 674호, 2002. 5. 28.
- 臺灣觀光局, 中華民國 觀光年報, 각년도.
- Hanqin Qiu Zhang & King Chong, John Ap, An analysis of tourism policy d
 evelopment in modern China, Tourism Management, 20, 1999.
- World Tourism Organization. 「Tourism 2020 Vision」, 2000.
- World Tourism Organization. 「Tourism Highlights 2001」, 2001.

부 록

1. 중화권관광객 대상 설문조사서(한국어)
2. 중화권관광객 대상 설문조사서(중국어)

ID

중화권 관광객 대상 설문지

안녕하십니까?

제주발전연구원은 제주지역의 미래 비전 제시와 각종 현안에 대한 해결방안 모색 등 지역발전을 위한 종합적인 정책을 개발하는 비영리 공익연구기관입니다.

본 조사는 우리 연구원에서 현재 수행하고 있는 “중화권 관광객 유치증진방안” 연구의 효율적 추진을 위한 중화권 관광객 대상 의견조사입니다.

아울러 응답해 주신 내용은 통계적 분석에만 사용될 뿐이며, 다른 용도로는 절대로 전용하지 않을 것을 약속드립니다.

대단히 감사합니다.

2005년 12월

제주발전연구원장 高 富 彦

본 설문조사에 대한 의문사항은 아래로 문의하시기 바랍니다.

☞ 제주발전연구원 사회조사센터 崔 榮 根 연구원

☎ : 751-2166~ 7 FAX : 751-2168 E-mail : choi7561031@jdi.re.kr

14. 금번 제주여행 중 가장 만족스러웠던 활동은 무엇입니까?(해당되는 모든 것에 표시)

- ① 제주지역 문화 역사의 이해 ② 제주도민들과의 만남 ③ 자연환경 감상
④ 유흥 오락(카지노, 마작 등) ⑤ 쇼핑 ⑥ 식도락
⑦ 각종 레크리에이션 활동(골프, 낚시 등) ⑧ 산업 시찰
⑨ 대장금, 울인 등 드라마 촬영지 방문 ⑩ 기타(구체적 : _____)

15. 제주지역 여행중에 가장 불편했던 점은 무엇입니까?(해당되는 모든 것에 표시)

- ① 음식 ② 숙박 ③ 언어 소통 ④ 문화적 차이
⑤ 교통 시설 ⑥ 사람들의 불친절 ⑦ 화장실 ⑧ 관광지 해설체계
⑨ 쇼핑 ⑩ 제주여행정보 ⑪ 위락시설 및 놀이 ⑫ 밤의 유흥
⑬ 기타(구체적 : _____)

16. 일반적으로 귀하 또는 친지·동료들이 제주지역을 방문하는데 저해요인은 무엇이라고 생각하십니까?(해당되는 모든 것에 표시)

- ① 사증 발급 ② 귀국정부의 규제 ③ 여행정보 부족
④ 입국지점의 제한 ⑤ 정기항로(해상, 항공)의 부족 ⑥ 여행 경비
⑦ 여유 시간 ⑧ 기타(구체적 : _____)

17. 제주지역에서 앞으로 중화권관광객을 유치하기 위해 필요하다고 생각하시는 관광시설 또는 관광지는 무엇입니까?(해당되는 모든 것에 표시)

- ① 제주문화를 소재로 한 신화·역사공원 ② 디즈니랜드와 같은 현대적 테마파크
③ 대규모 쇼핑시설(쇼핑아울렛) ④ 골프장
⑤ 차이나타운 ⑥ 중화권 문화 관련 소재 및 시설
⑦ 카지노 ⑧ 강택민 주석 등 중국유명인사들의 방문했던 장소의 관광자원화
⑨ 대장금, 울인 등 드라마 촬영지 정비 ⑩ 기타(구체적으로 : _____)

18. 제주를 방문하고 나서 기억에 남는 지역은 어디입니까? 다음 보기중에서 번호를 기입하여 주시기 바랍니다. _____

<보기>

- | | | | | |
|----------------------|--------------|---------------|------------------|----------|
| (1) 성산일출봉 | (2) 분재예술원 | (3) 도깨비 도로 | (4) 산방산과 용머리 해안가 | |
| (5) 여미지 식물원 | (6) 약천사 | (7) 대포동 주상절리 | (8) 천지연 폭포 | |
| (9) 천제연 폭포 | (10) 정방폭포 | (11) 만장굴 | (12) 한림공원 | |
| (13) 목석원 | (14) 용두암 | (15) 제주자연사박물관 | (16) 성읍민속마을 | |
| (17) 제주민속촌 | (18) 월드컵 경기장 | (19) 한라산 | (20) 섭지코지 | (21) 송악산 |
| (22) 기타(구체적으로 _____) | | | | |

II. 제주도 관광을 하시기전에 아래에 제시된 시설, 서비스 등이 얼마나 중요하다고 생각하십니까?

항 목	전혀 중요하 지 않음	중요 하지 않음	보통	조금 중요	매우 중요
1. 교통 접근성 (중국·홍콩·대만↔제주도)	①	②	③	④	⑤
2. 편리한 교통수단(제주도내에서)	①	②	③	④	⑤
3. 수준 높은 고급 숙박시설	①	②	③	④	⑤
4. 다양한 중저가의 숙박시설	①	②	③	④	⑤
5. 마작 등이 있는 카지노 시설	①	②	③	④	⑤
6. 디즈니랜드와 같은 현대적 놀이시설	①	②	③	④	⑤
7. 중국어 노래방 구비	①	②	③	④	⑤
8. 다양한 지역특산물 및 쇼핑상품	①	②	③	④	⑤
9. 편리한 쇼핑장소	①	②	③	④	⑤
10. 독특한 제주의 전통음식	①	②	③	④	⑤
11. 입맛에 맞는 중화권 음식	①	②	③	④	⑤
12. 관광종사자의 서비스	①	②	③	④	⑤
13. 제주도민의 환대태도	①	②	③	④	⑤
14. 제주도민과 친교할 수 있는 기회	①	②	③	④	⑤
15. 한문 표시 관광안내판	①	②	③	④	⑤
16. 상세한 제주관광안내책자	①	②	③	④	⑤
17. 노련한 통역안내 서비스	①	②	③	④	⑤
18. 언어소통의 원활함	①	②	③	④	⑤
19. 관광객 불평·불만의 신속한 처리	①	②	③	④	⑤
20. 야간 먹거리·볼거리·놀거리	①	②	③	④	⑤
21. 관광하기에 적합한 기후	①	②	③	④	⑤
22. 이국적인 자연풍광	①	②	③	④	⑤
23. 독특한 섬문화 체험	①	②	③	④	⑤
24. 다양한 레저활동 체험	①	②	③	④	⑤
25. 특색있는 축제 체험	①	②	③	④	⑤
26. 물가가 저렴	①	②	③	④	⑤
27. 관광하기에 안전	①	②	③	④	⑤
28. 관광지·음식 등이 청결하고 위생적	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 제주도를 관광하신 후에 아래에 제시된 시설, 서비스 등에 대해 어떻게 평가하십니까?

항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 교통 접근성이 좋았다(중국·싱가포르·대만↔제주)	①	②	③	④	⑤
2. 교통수단은 편리했다(제주도내에서)	①	②	③	④	⑤
3. 수준 높은 고급 숙박시설이 있었다	①	②	③	④	⑤
4. 다양한 중저가의 숙박시설이 있었다	①	②	③	④	⑤
5. 마작 등이 있는 카지노시설 이용이 가능했다	①	②	③	④	⑤
6. 디즈니랜드와 같은 놀이시설 이용이 가능했다	①	②	③	④	⑤
7. 중국어 노래방 이용이 가능했다	①	②	③	④	⑤
8. 다양한 지역특산물 및 쇼핑상품이 있었다	①	②	③	④	⑤
9. 편리한 쇼핑장소가 있었다	①	②	③	④	⑤
10. 독특한 제주의 전통음식을 맛볼수 있었다	①	②	③	④	⑤
11. 입맛에 맞는 중화권 음식을 맛볼수 있었다	①	②	③	④	⑤
12. 관광종사자의 서비스는 좋았다	①	②	③	④	⑤
13. 제주도민의 환대태도는 좋았다	①	②	③	④	⑤
14. 제주도민과 친교할 수 있는 기회가 있었다	①	②	③	④	⑤
15. 관광안내판에 한문표시가 되어 있었다	①	②	③	④	⑤
16. 상세한 제주관광안내책자가 있었다	①	②	③	④	⑤
17. 노련한 통역안내 서비스를 받았다	①	②	③	④	⑤
18. 언어소통이 원활했다	①	②	③	④	⑤
19. 관광객 불평·불만이 신속하게 처리되었다	①	②	③	④	⑤
20. 야간 먹거리·볼거리·놀거리가 많았다	①	②	③	④	⑤
21. 관광하기에 적합한 기후를 갖추고 있었다	①	②	③	④	⑤
22. 이국적인 자연풍광을 볼 수 있었다	①	②	③	④	⑤
23. 독특한 섬문화를 체험할 수 있었다	①	②	③	④	⑤
24. 다양한 레저활동을 체험할 수 있었다	①	②	③	④	⑤
25. 특색있는 축제를 체험할 수 있었다	①	②	③	④	⑤
26. 물가가 저렴했다	①	②	③	④	⑤
27. 관광하기에 안전했다	①	②	③	④	⑤
28. 관광지가 청결하고 위생적이었다	①	②	③	④	⑤

3. 가장 이상적(ideal)인 관광지를 상상해 볼 때에 제주도는 어디에 해당된다고 생각합니까?

← 이상적인 곳에 훨씬 못미침 보통 매우 이상적 →
① ② ③ ④ ⑤

4. 제주도 관광품질을 고려할 때에 가격이 적정하다고 생각하십니까?

← 품질에 비하여 비쌌 보통 품질에 비하여 아주 쌌 →
① ② ③ ④ ⑤

5. 제주도를 재방문하실 의향이 있으십니까?

다시 방문할 생각이 전혀 없다 방문할 생각이 없다 보통 다시 방문할 것이다 꼭 다시 방문할 것이다.
① ② ③ ④ ⑤

6. 다른 사람(친구나 친척 등)에게 제주방문을 추천할 의향이 있으십니까?

추천할 의향이 전혀 없다 의향이 없다 보통 추천할 의향이 있다 꼭 추천할 것이다.
① ② ③ ④ ⑤

7. 다른 사람(친구나 친척 등)에게 제주여행에 대해 말할 의향이 있으십니까?

말할 의향이 전혀 없다 의향이 없다 보통 말할 의향이 있다 꼭 말할 것이다.
① ② ③ ④ ⑤

VI. 다음은 귀하의 **일반적 사항**에 대한 내용입니다. 해당번호에 표시하여 주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은? ① 남 ② 여

2. 귀하의 연령은? ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상

3. 귀하의 학력은?

- | | |
|----------------|-------------|
| ① 정규 교육을 받지 않음 | ② 초등학교 졸업 |
| ③ 중학교 졸업 | ④ 고등학교 졸업 |
| ⑤ 전문대 및 대학 졸업 | ⑥ 대학원 졸업 이상 |

4. 귀하의 직업은?

- | | | | |
|----------|-------------|----------|-----------|
| ① 공무원/군인 | ② 기업인/경영직 | ③ 사무/기술직 | ④ 판매/서비스직 |
| ⑤ 전문직 | ⑥ 생산/기능/노무직 | ⑦ 자영업자 | ⑧ 학생 |
| ⑨ 주부 | ⑩ 은퇴자 | ⑪ 무직 | ⑫ 기타 |

5. 귀하의 연평균 소득은?

- | | | |
|----------------------|----------------------|----------------------|
| ① US\$ 100 이하 | ② US\$ 101 ~ 500 | ③ US\$ 501 ~ 1,000 |
| ④ US\$ 1,001 ~ 1,500 | ⑤ US\$ 1,501 ~ 2,000 | ⑥ US\$ 2,001 ~ 2,500 |
| ⑦ US\$ 2,500 ~ 3,000 | ⑧ US\$ 3,001 ~ 3,500 | ⑨ US\$ 3,501 이상 |

6. 귀하의 현 거주지는? ① 중국 ② 대만 ③ 싱가포르

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

☺ 끝까지 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. 즐거운 하루 되세요 ☺

ID

中国游客问卷调查

您好!

济州发展研究院是为了开发济州地区的发展方案而隶属于济州道的非赢利公益政府机关。

本调查是为了更有效地研究如何维持与增加中国游客的方案而进行的问卷调查。

我们将以该调查结果为基础，探索解决方案，以此开发使游客满意而归的济州旅游商品的目的而进行调查。

本次调查仅用于研究所内数据统计，绝对保护个人权益。

非常感谢您的合作。

2005年 12月

济州发展研究院 院长 高富彦

如对本问卷有任何疑问请与我们联系。

☞ 济州开发研究院 社会调查中心 崔 荣 根 研究员

☎ : 751-2166~ 7 FAX : 751-2168 E-mail : choi7561031@jdi.re.kr

- ①了解济州历史，文化
- ②与济州人民的直接接触
- ③欣赏自然风光
- ④娱乐活动(赌博，麻将等)
- ⑤购物
- ⑥美食
- ⑦体育活动(打高尔夫球，钓鱼等)
- ⑧商务考察
- ⑨访问大长今等韩剧拍摄地
- ⑩其他()

12.您最期待的旅游纪念品是什么？(多项选择)

- ①有关历史，文化的商品
- ②有关自然景观的商品
- ③购物观光商品
- ④有关世界杯足球大赛的商品
- ⑤娱乐设备与赌博有关的商品
- ⑥有关济州发展面貌的商品
- ⑦如果您希望其他综合性旅游纪念品，请进行具体说明()

13.您在济州最希望亲身体验的活动是什么？(多项选择)

- ①亲手烹饪州传统食品
- ②娱乐，体育活动
- ③在牧场体验畜牧
- ④和海女一起采捞海产品
- ⑤体验摘桔子
- ⑥体验挖蕨菜
- ⑦用传统方法钓鱼
- ⑧学习济州传统文化
- ⑨亲手制做传统农具
- ⑩在传统民家住宿
- ⑪亲身去大长今，ALL IN等韩剧拍摄地拍照

14. 此次旅行您最满意的活动是什么？(多项选择)

- ①了解济州历史，文化
- ②与济州人民的直接接触
- ③欣赏自然风光
- ④娱乐活动(赌博，麻将等)
- ⑤购物
- ⑥美食旅行
- ⑦体育活动(打高尔夫，钓鱼等)
- ⑧商务考察
- ⑨ 访问大长今等韩剧拍摄地
- ⑩其他()

15.济州旅行过程中最不方便的是什么？(多项选择)

- ①饮食 ②住宿 ③语言沟通 ④文化差异
 ⑤交通设施 ⑥感到人们不亲切 ⑦厕所 ⑧旅游地点的解说
 ⑨购物 ⑩济州旅行信息 ⑪娱乐设施及活动 ⑫夜间娱乐活动
 ⑬其他()

16. 一般情况下，您或者您的亲戚好友访问济州的**困难或阻碍**是什么？（多项选择）

- ①护照和签证的发行 ②贵国政府的限制 ③旅行信息的不足
 ④入境地点的限制 ⑤定期航班，班轮的不足 ⑥旅行费用
 ⑦闲暇时间 ⑧其他()

17. 您认为济州将来可以吸引中国游客的**观光设施或观光地点**是什么？（多项选择）

- ①以济州文化作为主题的生态，神话，历史公园 ②和迪斯尼乐园一样的游乐场
 ③大型购物中心(商场) ④高尔夫球场
 ⑤唐人街 ⑥与中国文化历史有关连的地方
 ⑦赌场 ⑧江泽民主席，中国著名人士访问过的地方成为观光景区
 ⑨大长今，ALL IN等韩剧拍摄地点 ⑩其他()

18. 访问济州之后，给您留下的深刻印象的地方是哪里？以下所列中选择一项。

请写出选项号码: _____

<例子>

- | | | | |
|-----------|--------------------------------|-------------|-------------|
| (1)城山日出峰 | (2)盆栽艺术园 | (3)神秘之坡 | (4)山房山与龙头海岸 |
| (5)如美地植物园 | (6)药泉寺 | (7)大浦住壮节理带 | (8)天池渊瀑布 |
| (9)天池帝渊瀑布 | (10)正房瀑布 | (11)万丈窟 | (12)翰林公园 |
| (13)木石园 | (14)龙头岩 | (15)济州自然博物馆 | (16)城邑民俗村 |
| (17)济州民俗村 | (18)西归浦世界杯足球大赛场 | (19)汉拿山 | (20)摄支考地 |
| (21)松岳山 | (22)其他() | | |

II. 在您访问济州之前，您认为下列出示的设施，服务等事项有多重要？

項 目	一点也不 不重要	不 重要	一般 重要	有点 重要	非常 重要
1. 航班的方便性 (中國·台湾·新加坡↔濟州島)	①	②	③	④	⑤
2. 交通工具的方便性 (濟州島內)	①	②	③	④	⑤
3. 高級的住宿設施	①	②	③	④	⑤
4. 多樣的中低价住宿設施	①	②	③	④	⑤
5. 包括麻將等賭博設施	①	②	③	④	⑤
6. 像迪斯尼乐园一样的现代化游乐场	①	②	③	④	⑤
7. 有中國語的練歌房，歌廳等設施	①	②	③	④	⑤
8. 多樣化的濟州特產等購物商品	①	②	③	④	⑤
9. 多樣化的購物設施	①	②	③	④	⑤
10. 獨特的濟州傳統菜肴	①	②	③	④	⑤
11. 合口味的中國菜肴	①	②	③	④	⑤
12. 服務人員的服務質量	①	②	③	④	⑤
13. 濟州島民的歡迎態度	①	②	③	④	⑤
14. 可以跟濟州島民直接接觸的機會	①	②	③	④	⑤
15. 用漢字來標示的景區牌	①	②	③	④	⑤
16. 具體的導游指南	①	②	③	④	⑤
17. 翻譯服務	①	②	③	④	⑤
18. 語言溝通	①	②	③	④	⑤
19. 迅速處理投訴事項	①	②	③	④	⑤
20. 夜間活動 (吃，看，玩)	①	②	③	④	⑤
21. 適合旅行的氣候	①	②	③	④	⑤
22. 異國風光	①	②	③	④	⑤
23. 體驗獨特的島文化	①	②	③	④	⑤
24. 體育活動(打高爾夫，釣魚等)	①	②	③	④	⑤
25. 體驗有特色的聯歡節	①	②	③	④	⑤
26. 物價低廉	①	②	③	④	⑤
27. 安全性	①	②	③	④	⑤
28. 旅遊區飯店，食品等的衛生	①	②	③	④	⑤

III. 在您访问济州之后，您认为下列出示的设施，服务等事项有怎样评价？

項 目	一点 也不是	不是	還可以	是的	非常好
1. 航班很方便 (中國·台灣·新加坡↔濟州島)	①	②	③	④	⑤
2. 交通很方便性 (濟州島內)	①	②	③	④	⑤
3. 有高級的住宿設施	①	②	③	④	⑤
4. 有多樣的中低價住宿設施	①	②	③	④	⑤
5. 可以使用包括麻將等賭博設施	①	②	③	④	⑤
6. 可以體驗像迪斯尼樂園一樣的現代化遊樂場	①	②	③	④	⑤
7. 可以使用有中國語的練歌房，歌廳等設施	①	②	③	④	⑤
8. 有多樣化的濟州特產等購物商店	①	②	③	④	⑤
9. 有多樣化的購物設施	①	②	③	④	⑤
10. 吃到了獨特的濟州傳統菜肴	①	②	③	④	⑤
11. 吃到了合口味的中國菜肴	①	②	③	④	⑤
12. 服務人員的服務質量很好	①	②	③	④	⑤
13. 濟州島民的歡迎態度很熱情	①	②	③	④	⑤
14. 有跟濟州島民直接接觸的機會	①	②	③	④	⑤
15. 旅遊景區牌是用漢字來標示的	①	②	③	④	⑤
16. 有具體的導遊指南	①	②	③	④	⑤
17. 翻譯服務很好	①	②	③	④	⑤
18. 可以進行語言溝通	①	②	③	④	⑤
19. 迅速的處理了投訴事項	①	②	③	④	⑤
20. 有很多夜間活動 (吃，看，玩)	①	②	③	④	⑤
21. 很适合旅行的气候	①	②	③	④	⑤
22. 異國風光	①	②	③	④	⑤
23. 體驗了獨特的島	①	②	③	④	⑤
24. 體驗了體育活動(打高爾夫，釣魚等)	①	②	③	④	⑤
25. 體驗了有特色的聯歡節	①	②	③	④	⑤
26. 物價低廉	①	②	③	④	⑤
27. 安全性	①	②	③	④	⑤
28. 旅遊區飯店，食品等的衛生條件很好	①	②	③	④	⑤

IV. 以下是有关您的旅行费用和支出的内容。

1. 以一天为标准, 您认为最适当的旅行费用是多少? (济州地区, 不包括飞机票)

- | | |
|------------|------------|
| ①50美元以下 | ②51~100美元 |
| ③101~150美元 | ④151~200美元 |
| ⑤201~250美元 | ⑥251美元 以上 |

2. 如果因提高旅行产品质量而旅行商品价格上涨, 您是否有意向再次访问济州?

- ①有 ②无

3. 在上项您选择"有"项的话, 价格的增加幅度哪一项合适?

- | | | |
|----------|----------|----------|
| ①10美元以下 | ②11~30美元 | ③31~50美元 |
| ④51~70美元 | ⑤71~90美元 | ⑥91美元以上 |

V. 以下是有关您对济州观光的满意程度和再次访问与否的内容。

1. 访问济州之后, 您对济州观光的满意程度是多少?

- | | | | | |
|------|-----|----|----|-----|
| 很不满意 | 不满意 | 一般 | 满意 | 很满意 |
| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

2. 与您期待的程度相比, 满意程度是多少?

- | | | | | |
|------|-----|----|----|-----|
| 很不满意 | 不满意 | 一般 | 满意 | 很满意 |
| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

VI. 以下是有关个人事项的内容。

1. 性别? ①男 ②女

2. 年龄? ①20代 ②30代 ③40代 ④50代 ⑤60代以上

3. 学历?

- | | |
|------------|---------|
| ①没有受到正规教育 | ②小学毕业 |
| ③初中毕业 | ④高中毕业 |
| ⑤专科学校/大学毕业 | ⑥硕士学位以上 |

4. 职业?

- ①国家公务员/军人 ②企业家/经营人员 ③一般职员/技术工作者 ④售货员, 服务员
⑤专家 ⑥生产/劳动/工人 ⑦个体户 ⑧学生
⑨家庭主妇 ⑩退休人员 ⑪无职人员 ⑫其他()

5. 您的年平均收入?

- ①100美元以下 ②101~500美元 ③501~1000美元
④1001~1500美元 ⑤1501~2000美元 ⑥2001~2500美元
⑦2500~3000美元 ⑧3001~3500美元 ⑨3501美元以上

6. 您现在的居住地? ①中国 ②台湾 ③ 新加坡

7. 如果您对济州旅行有不满意之处, 或是希望今后要改进的地方, 请您写下来。

☺感谢您的合作, 祝您旅途愉快!☺

연 구 진

· 연구책임	정 승 훈	제주발전연구원 책임연구원
· 공동연구	표 성 수	경기대학교 관광경영학과 교수
	신 동 일	제주발전연구원 연구원

중화권 관광객 유치증진방안

인 쇄 일	2005. 12
발 행 일	2005 12
발 행 인	고 부 언(제주발전연구원장)
발 행 처	제주발전연구원
인 쇄 처	경신인쇄사

ISBN 89-88021-83-5 93320

이 책에 실린 내용은 출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 無斷轉載나 複製는 금합니다.