

제주도 외래관광객 유치촉진방안

김 상 태
(한국관광연구원 정책1팀장)

< 차 례 >

- I. 들면서
- II. 제주관광의 현황
- III. 시장의 변화
- IV. 종합분석(SWOT)
- V. 유치촉진전략
- VI. 나가며

I. 들면서

천혜의 자연조건을 배경으로 1960년대부터 발전되어온 제주관광은 1996년 이후 관광객이 감소하고 또한 국내외 관광객의 재방문결여로 관광객의 증가세가 현저히 둔화되고 있다는 여러 가지 증후들이 나타나고 있다. 이에 따라 최근에는 “국제관광지 제주가 도산되었다”라는 극단적인 표현까지 나오고 있는 실정이다.

이러한 원인은 1989년 해외여행자유화로 인한 내국인의 감소, 특히 신흥여행지로서의 매력상실 등과 내국인의 해외여행선호 등으로 인한 내국인 감소의 지속된 파급효과 속에 1997년 11월 이후 IMF 경제난으로 인한 관광부문의 소비저하, 내국인의 고비용 국내여행 감소, 1998년 11월의 금강산 관광개시 등으로 인한 관광경쟁환경의 급격한 변화 등 거시적인 환경변화에 주로 기인한 것으로 평가되어지고 있다.

그러나, 이러한 외형적인 환경의 변화 이외에 제주도로 관광객을 유인하기 위한 시설 개발의 지속적 추진, 다양한 상품개발의 노력, 관광서비스의 개선 노력 등이 부족한 것도 큰 원인으로 지적할 수 있다. 이처럼 외형적인 요인만으로 최근의 제주관광의 현실을 설명하기에는 부족한 점이 있다. 따라서 본 고에서는 제주관광의 현황과 시장의 변화에 대한 분석을 통해 외래관광객을 적극적으로 유치할 수 있는 방안 모색과 제주관광이 21세기에 동북아의 중심 관광지로 거듭나는 방안을 모색코자 한다.

II. 제주관광의 현황

1. 상품(products)

가. 사회경제환경

<표 II-1>는 제주도의 인문자원 현황을 인터넷을 통해 살펴본 자료이다. 1998년 12월 말 현재 제주도의 주민은 전년대비 1.2% 늘었으며, 인구밀도는 전국평균에 비해 낮은 수준으로 나타났다. 도내 총생산액(GRDP)은 44,663억원으로 전국대비 구성비의 1.0%이며, 경제성장률은 5.8%, 이중 서비스업 기타(경산)에 대한 생산량이 산업의 비중에 비해 매우 높은 수준으로 나타났다.

제주도의 경제활동인구는 65.3%이며, 15세이상 실업률은 3.4%, 이중 산업별 취업자를 보면, 258명중 3차산업 종사자가 168명으로 전체 산업종사자의 65.1%로 3차산업의 의존도가 매우 높다. 경제활동인구와 3차산업의 비중이 높은 반면, 재정자립도는 37.0%로 전국평균인 59.6%(순계규모)와 비교할 때, 비효율적인 경제활동이 높은 것으로 판단된다. 이러한 재정자립도는 95년 이후 자립도 수준이 지속적으로 떨어지고 있는 추세이다. 이는 3차산업의 의존도가 높은 것을 감안하면 생산성이 떨어지고 있다는 것을 말해주고 있다. 전세계적으로는 서비스업 비중이 증가하는 추세(삼성경제연구소)에 있는데 구체적으로 살펴보면, 연 1%씩 증가하던 서비스산업 취업자 비중이 97년 이후 3%씩 상승하고 있으며, 99년에는 60%를 넘을 전망이다. 명목GDP에서 차지하는 서비스산업의 비중도 상승(98년 52.7%)하였다. 그러나, 미국(73.1%), 싱가포르(69.4%), 일본(61.5%)에 비하면 아직 낮은 수준이다.

숙박 및 음식점업은 전년대비 0.8% 증가했다. 전년대비 전체 총사업체수 증감평균 2.2%에 비해 증가 수준이 매우 둔화된 상태이다. 그밖에 폐기물발생량은 전년도 일일 1,010톤인데 비해 98년 일일 1,695톤으로 매년 급격한 폐기물 발생량의 증가를 나타내고 있다.

전체적으로 제주도의 생산수준은 둔화되고 있는 것을 알 수 있으며, 생활의 질은 떨어지고 있으며, 환경오염도 증가하고 있는 실정이다.

<표 II-1> 인문자원 현황

구 분		중요내용
세대 및 인구	170,388세대 534,715명	세대당 인구수 3.2명(전국 3.1명), 인구밀도 290/km ² (전국 475명/km ²) 전년대비 1.2% 증가
도내총생산(GRD P)	44,663억원	전국대비구성비 1.0% 서비스업 및 기타 경제성장률(불변) 5.8% 서비스업 기타(경상) 55.5%
경제활동인구	65.3%	15세이상, 실업률 3.4%
산업별 취업자	258명	3차산업 168명(65.1%)
재정자립도	37.0%	전국평균 59.6%(순계규모) 95년 이후 감소 추세
대학	6개	교수 686명, 학생 28,311명
숙박 및 음식점업	8,478개소	전년대비 0.8% 증가 (전년대비 총사업체수 증감평균 2.2%)
공예품 제조업체	56개소	석공예, 목공예, 산호폐각, 수지, 도자기 초경, 기타
폐기물발생량	1,695톤/일	전년 1,010톤/일, 매년 증가 추세

자료 : 제주도 관광진흥과, 1998. 12. 31.

나. 관광자원환경

제주도 자연자원 일반현황으로 제주도에서 운영하는 지정관광지로는 현재 12개소로 용머리, 만장굴, 김녕 해수욕장, 돈내코, 함덕 해안, 제주 남원, 송악산, 토산, 봉개 휴양림, 묘산봉, 미천굴 등이 있다(<표 II-2> 참조). 특히 제주도의 자연경관은 관광지선택 동기에 대한 이미지를 형성시켜주는 가장 중요한 요소라고 볼 때, 제주도는 자원성이 매우 뛰어나다고 할 수 있다.

제주도는 3개 관광단지 10개 관광지구에 대한 사업추진 등으로 많은 활동을 벌이고 있지만, 공격적 마케팅을 펼침으로서 자연경관에 대한 이미지와 함께 제주의 활동적 관광형태를 대외적으로 홍보할 준비를 갖추어야 한다. 멀티미디어의 발달과 더불어 국내·외미디어 홍보방안을 강구한 구체적인 타겟 마케팅의 도입을 지방자치단체의 투자방안이 강구되어야 한다.

천혜의 자연환경은 관광과 공생관계를 지속시켜야 할 것이다.¹⁾ 제주도의 가장 높은 인지도는 자연환경 그 자체이다. 천연의 자연환경을 지키고 보전하는 것은 제주도의 관광자원의 핵심이라 할 수 있다. 이외에 IMF 경제상황과 해외투자객 유치에 난항을 겪고 있던

1) 오상훈, 21세기 관광산업과 제주관광의 미래, 제주국제협의회·제주대 관광산업연구소, 1998, 도서출판 오름, p. 44.

동양최대의 식물원이 해외 매각이 추진됨으로서 새로운 시장가치의 형성이 기대된다.

<표 II-2> 자연관광자원 현황

경 관	개 소	중요내용
영주십경	10	성산일출, 녹담만설, 굴림추색, 영구춘화, 산포조어, 고수목마, 정방폭포, 산방굴사, 사봉낙조, 영실기암
계 곡	11	탐라계곡, 구구곡, 안덕계곡, 어승생, 백록담, 성판악, 삼각봉, 왕관릉, 무수천, 돈내코, 수악계곡
폭포 및 소연	6	천지연, 천제연, 정방폭포, 용연, 영또폭포, 용소연포
동 굴	10	만장굴, 빌레못굴, 김녕사굴, 미천굴, 외흘굴, 소천굴, 협재굴, 협재쌍용굴, 구린굴, 황금굴
기 암	10	용두암, 성산기암, 외돌개, 바람바위, 오백라한, 방선문, 절부암, 우두암, 용암대형, 산방산
수 림	4	비자림, 동백군, 구상나무군, 철쭉
기생화산	360	노루오름, 사라오름, 입산봉, 산굼부리, 송악산 등
식 물	1,635 종	왕벚나무, 문주란, 난(한란, 새우란) 등
동물 및 곤충	800종	뽕, 황새, 팔색조, 노루, 오소리, 제주족제비 등
해 수 욕 장	10개소	이호, 광지, 함덕, 협재, 김녕, 화순, 중문, 표선, 신양, 하모
낙 시 터	15개소	사라봉, 서부두, 용두암, 도두, 달여도, 형제도, 비양도, 토끼섬, 두모, 용수, 하가, 차귀도, 마라 도, 우도, 추자도
등 산	4코스	관음사, 어승생, 영실, 성판악
수 림	2	대유수림장, 도전역(수림구내)
보 물	2	관덕정, 불탑사 5층석탑
사 적 지	1	삼성혈
기 타	16	감굴원, 송당목장, 이시돌목장, 제동목장, 향몽유적지, 모충사, 삼매봉, 목석원, 성읍민속마을, 제주민속촌, 제주민속촌, 베릿내어촌, 분재예술원, 관광식물원, 해양수족관, 제주조각공원, 신천지미술관 등

자료 : 제주도 관광진흥과, 1998. 12. 31.

다. 관광시설 현황

관광객 수용시설로 해외관광객이 집중되어있는 호텔과 향후 국제회의 시설의 투자, 골프장 축진 방안을 통한 일본과 중국 시장에 대한 새로운 향후 시장에 집중되어야 한다(<

표 II-3> 참조).

숙박시설을 보면, 특1급 호텔의 객실수가 1,679개로 이용율 74%를 기록하고 있다(<표 II-4> 참조). 제주도의 주고객층인 신혼여행과 외국인이 특1급 호텔의 수요를 뒷받침한다고 볼 수 있다. 그러나 이러한 상황의 반전은 최근 제주도의 안일한 관광객 맞이 준비로 인해 경쟁대상국인 동남아 주변으로 많은 영향을 받고 있다.

<표 II-3> 수용시설 현황

구분	구성	중요내용
호텔	47개소(5,762실)	
국제회의 가능시설	9개소	500명 이상 수용시설 - 4개실 400명~200명 - 7개실 200명~100명 - 4개실 100명 이하 수용수실 - 5개실
골프장	11개소	운영 중 6개소, 건설 중 5개소
문화재	122점	국가지정문화재(44점), 도지정문화재(78점)
체육시설	580개	골프장, 종합체육시설, 수영장, 테니스장 등
근린공원	57개소	
유원지	21개소	
청소년수련시설	22개소	

자료 : 제주도 관광진흥과, 1998. 12. 31.

<표 II-4> 숙박시설 현황

구분	개소수	객실수	이용율	외국인 이용율	
관광호텔 및 일반호텔	특1급 호텔	5	1,679	74	32
	특2급 호텔	5	882	70	17
	1등급 호텔	15	1,432	69	6
	3등급 호텔	8	481	31	1
	일반호텔(갑)	3	155	45	1
	일반호텔(을)	39	2,063	40	
	여관(갑)	40	1,345	40	
	여관(을)	63	1,637	31	
국민호텔업	1	113			
가족호텔업	1	58			
한국전통호텔업	1	30			
휴양콘도미니엄	3	512			

자료 : 제주도 관광283진흥과, 1998. 12. 31.

제주도의 최근 카지노 지정업체의 현황은 다음 <표 II-5>과 같다. 정부의 카지노 진흥

전략은 해외관광객을 증대를 가져올 수 있는 방안으로 자유시장의 경제상황하에 자유로이 방치한 결과, 제주의 카지노 공급의 과잉을 유발시켰다. 몇몇 업체에 매출액이 시장의 균형을 파괴하면서, 각종 문제를 대두시키고 있다.

호텔에 위치한 카지노는 내국인의 통제 속에 외국인의 전용실로 많은 내국인이 동남아와 미주 등지로 가 카지노에 소비형태를 부추이고 있다.

이러한 내국인의 카지노 소비는 정확한 산출이 힘들며, 통제와 제한으로 정부의 정책이 일관화 되고 있다. 불법 외화반출의 행태를 조장하는 현상황에 대한 적극적 정책입안의 과제를 안고 있으면서도, 정책입안에 대한 적극적 검토가 중앙정부 뿐만 아니라, 지방자치의 움직임이 동기화 되어야 한다.

<표 II-5> 카지노 업체 현황

(단위 : 백만원)

업 체 명	매출액
제주칼 카지노	9,886
파라다이스그랜드 카지노	20,930
홀리데이인 크라운 프라자 호텔 카지노	6,592
제주 오리엔탈 호텔 카지노	1,976
하얏트 호텔 카지노	5,687
서귀포칼 호텔 카지노	104
신라 카지노	9,339
라곤다 카지노	2,715

자료 : 제주도 관광진흥과, 1998. 12. 31.

라. 관광축제 및 상품개발현황

제주에서 있을 예정인 2000년도 문화축제 행사 현황을 보면, 다음 <표 II-6>와 같다. 지속적인 문화행사를 통해 많은 제주의 방문을 유도하고 있다. 이러한 축제의 홍보가 해외홍보방안의 수단일 수 있다. 제주도의 화려한 4계절은 가장 독특한 계절성 상품의 촉진 방안이다. 방문시기에 맞는 상품개발을 통한 축제의 참여를 유도함으로써 경험 위주의 해외 방문객의 제주이미지를 심어줌으로서 다시 오고 싶은 동기를 유발시켜주어야 한다. 제주의 문화축제 행사는 내국인을 위한 상품개발과 외국인을 위한 해외홍보를 고려한 어울림의 마당이 될 수 있는 홍보방안이 강구되어야 한다.

문화축제 행사의 개최 중심이 아니라, 참여 중심의 홍보와 축제의 개발이 지방자치단체가 적극적으로 검토되어야 한다.

<표 II-6> 문화축제행사 현황(2,000년 계획 현재)

구 분		중요내용
1월	2	새천년 성산일출제, 한라산 눈꽃축제
2월	1	정월 대보름 들불축제
3월	.	
4월	4	유채꽃 큰잔치, 왕벚꽃 큰잔치, 제주 국제 열기구대회, 고사리꺾기대회
5월	2	질선녀축제, 철쭉제
6월	1	제주국제마라톤대회
7월	2	한여름밤의 해변축제, 제주해양축제
8월	2	해변축제, 제주오름축제
9월	3	허니문어개인페스티벌, 한라문화제, 칠십리축제
10월	1	제주역새꽃축제
11월	1	제19회 제주감귤축제
12월	1	제7회 새천년 성산일출제(전야제및부대행사)

자료 : 제주도 관광진흥과, 1998. 12. 31.

제주도에 위치한 특산품 판매점, 관광기념품, 면세점 등 제주시에 등록된 상품의 종류 중에서 최근 제주향수판매점은 제주만의 성공적인 상품개발이다(<표 II-7> 참조). 기념품은 지역의 특성을 반영할 수 있는 가장 중요한 수단이다. 제주도를 찾은 외래관광객은 자국으로 돌아가 제주의 향수를 맡으며, 제주에서의 추억을 생각할 수 있다. 경험을 함으로서 줄 수 있는 관광객의 내적 이미지는 제주의 방문을 촉진시킬 수 있는 방안이다. 외래관광객은 위한 상품의 개발은 제주의 쇼핑에 대한 인식을 제고시킬 수 있어야 한다.

“최근 제주 공기맑은 것 빼고는 먹을 것, 살만한 물건도없다(조선일보, 99. 10. 11)” 보도는 제주관광의 현실을 단적으로 보여주는 예이다. 이러한 지적은 최근 증가 되고 있으며, 제주관광의 새로운 변화를 요구하고 있다.

<표 II-7> 쇼핑 업체

구 분		중요내용
특산품 판매		감귤, 옥돔, 제주돈육, 토종꿀, 표고버섯, 먹는 샘물
관광기념품	관광기념품	색자정낭필통/도자기, 핑털지갑/모, 빨래방망이/목각 하르방매듭/목각, 조랑말/목각, 흑산호목걸이/산호 풀고레/식각, 송이석돌하르방/식각, 연자방아/식각 돌시계/식각, 갈천지갑/섬유, 여인상펜꽃이/수지 설화시리즈/수지, 초가액자/수지, 해녀꽃병/수지 정동제품/초경, 골채매듭/초경, 신띠지갑/초경
	제주향수판매점	제주향수/향수
	외국인전용관광 기념품 판매점	12개업체 중 제주시 11개업체 위치
면세점		등록업체 3개사

자료 : 제주도 관광진흥과, 1998. 12. 31.

2. 가격(price)

최근 등장한 세계 최대의 관광수요를 보유한 중국은 자유화의 물결이 증대되면서 제주 방문의 증대에 큰 영향을 끼치고 있다. 방문객은 일본인이 줄어들고, 중국인이 증가하는 추세를 반영하고 있다. 이러한 추세는 본 고의 시장변화에 자세히 논한다.

제주도는 중국인에 대한 새로운 외래관광객의 인식을 새로이 해야 한다.

가격적 측면에서 동남아와 제주도를 단적으로 비교할 관광상품은 이제 쉽게 여행사를 통해 알 수 있다. 해외여행의 동기는 증대되는 반면, 이제 제주도의 내국인의 인식은 어떻게 받아들여지고 있는지 재고해야할 단계에 온 것이다. 제주도여행상품 보다 싼 해외여행상품은 내국인의 구매심리를 자극할 뿐만 아니라, 제주도를 방문한 외래관광객은 서비스의 수준은 저급이며, 요금은 바가지라는 말을 서슴치 않고 있다. 현실정을 직시해야한다. 제주의 관광수요가 떨어지고 있는 것을 직시해야 한다.

중국인을 제외한 가장 큰 수요층이 존재하던 일본인 수요가 이제는 발길을 돌리고 있는 것이다. 차기에 찾아올 중국외래관광객의 소비행태에 대한 연구가 있어야한다. 일본인을 중심으로한 상품팔기에 집중할 것이 아니라, 가격을 중심으로 한 외래관광객의 방문이 증대되고 있는 것이다.

내국인 관광객도 마찬가지이다. 신희여행상품을 이용하면서 요금에 대한 불만이 증대되며, 방문경험을 악화시키고 있다. 국내관광지의 인식을 대표할 수 있는 제주의 인식이 이제는 사라져갈 위험에 있는 것이다.

3. 유통(place)

유통측면에서는 제주도의 교통접근성과 교통수단 등을 살펴보고자 한다.

현재 제주도는 섬이라는 지형학적인 특성으로 인하여 교통접근성은 매우 취약한 실정이다. 주변 비슷한 동남아의 접근성은 증대되는 반면, 제주의 접근성을 향상시킬 수 있는 새로운 형태의 접근로가 개설되어야 한다.

현재까지 단 4개의 일본항로만이 제주와 직항이 가능하며, 중국과 동남아의 직항로가 적극적으로 검토되어야 한다. 해외의 경우, 인도네시아의 ‘발리’는 26개 국제노선을 갖고 있다(<표 II-8> 참조).

<표 II- 8> 항공사 취항 현황

구 분	취항선		중요내용
대한항공	국내선	13	일본(부산경유 1개노선, 직항로 2개노선)
	국제선	3	
아시아나항공	국내선	10	일본 직항
	국제선	1	

자료 : 제주도 관광진흥과, 1998. 12. 31.

여객선 등록업체는 총7개사로 나타났으며, 관광유람선업 1개소, 해저관광유람선업 1개소이다. 최근 등장한 크루즈 여행상품의 개발이 가장 활발히 강구되어야할 목적지는 섬으로서의 위치를 가지고 있는 제주도이다(<표 II-9> 참조). 제주도가 목적지이자, 접근시간 자체가 상품으로 개발되어야한다. 국제선이 가장 많이 취항하는 김포국제공항과 김해국제공항, 그리고 인천국제공항에서 들어오는 외래관광객에게 보여줄 수 있는 상품을 개발해 홍보방안 적극적으로 이루어져야할 대상이다.

<표 II-9> 여객선 취항 현황

구 분	출 항 일
제주 - 부산	일요일 제외 매일(1회)
제주 - 목포	매일(1회)
제주 - 완도	매일(2회)
제주 - 인천	격일
서귀포-성산-부산	격일

자료 : 제주도 관광진흥과, 1998. 12. 31.

대여자동차 등록업체 현황으로 23개소가 등록되어 있다. 대여자동차 현황('99년 6월말 현재)은 총보유대수 3,160대로 승용차가 2,381대, 승합차가 779대 등록되어 있다(<표 II-10> 참조).

<표 II-10> 대여자동차 업체 현황

구 분	구 성	중요내용
대여자동차	23개소	도내 17개소, 도외 6개소

자료 : 제주도 관광진흥과, 1999. 6.

교통편 현황으로 제주를 찾는 국내·외 관광객의 접근 수단은 일대부분이 항공노선을 이용하고 있는 것으로 나타났다(<표 II-11> 참조). 상대적으로 선박에 대한 이용불편과 가격의 재고가 요구된다.

<표 II-11> 교통편 현황

구 분	년 간	1일평균	이용율(%)
항 공	3,131천명	8,578명	95
선 박	160천명	438명	5

자료 : 제주도 관광진흥과, 1999. 6.

4. 홍보(promotion)

'93년 제주를 찾은 외래관광객이 27만 7천여명까지 올라간 적이 있었지만, 이후 계속적으로 줄어들고 있다. 97년에는 외국인 방문객이 18만 4천여명이었다가 98년에 22만 4천명으로 약간 상승세를 타고 있다. 증가원인은 중국으로부터 오는 관광객 수요가 증대되었다고 볼 수 있다. 그러나 이 수준은 안동 하회마을 방문객 수준이라는 비평도 일고 있다. '관광 제주'의 위기는 투자와 홍보에 대한 적극적 대처방안을 전혀 강구하지 않았다. 해외 시장조사 등 과학적 연구에 전혀 투자하지 않은 결과이다. 지방자치단체가 출범하면서 대응해야 할 문제점에 대해 중앙정부의 기대감을 아직도 가지고 있다. 지역적 차원의 통합적 수요증대 방안과 홍보방안이 검토되어야 한다.

홍보의 미약은 유력 여행잡지인 '비즈니스 트래블러'가 97년의 비즈니스맨을 대상으로 아시아-태평양 지역 관광지를 19위까지 순위를 매겼으나 제주를 빠져 있었다. 제주발전연구원 송재호 박사는 97년 아태관광협회총회에서 제주에 대해 아는 외국기자는 10명중 1명꼴이라고 한다.

Ⅲ. 시장의 변화

1. 제주관광객 동향

제주 관광관련 지표 추이는 한국은행에서 밝힌 제주지역의 최근관광산업의 동향을 살펴보면, 9월중 내도 관광객수는 가족 및 개별관광객을 중심으로 전년동월대비 6.8% 증가하여 전월(+3.9%)보다 증가세가 높아졌으나, 신혼여행객의 감소세가 확대되고 외국인여행객도 감소로 돌아섬에 따라 관광수입은 2.2% 감소한 것으로 나타났다. 내국인 관광객은 신혼여행객이 일기 불순 및 해외여행 선호 등으로 대폭 줄어들었으나 가족 및 개별여행객이 호조를 보여 전년동월대비 8.2% 증가를 보였으며, 외국인 관광객도 홍콩인 등 중국계 관광객이 줄어들면서 전년동월대비 6.4% 감소하였다고 밝혔다(<표 Ⅲ-1> 참조).

<표 Ⅲ-1> 제주 관광관련 지표 추이

(천명, %, 억원)

구 분	1998			1999		
	연 간	1~9월중	9월	1~9월중	8월	9월
관 광 객 수	3,291.1 (-24.6)	2,480.3 (-27.0)	230.5 (-21.4)	2,718.5 (9.6)	412.6 (3.9)	246.2 (6.8)
내 국 인	3,067.4 (-26.6)	2,312.7 (-29.0)	207.6 (-25.3)	2,533.8 (9.6)	386.6 (3.8)	224.7 (8.2)
(신혼여행객)	424.0 (19.1)	282.6 (49.7)	28.1 (123.9)	201.8 (-28.6)	2.6 (-36.1)	9.9 (-64.8)
외 국 인	223.7 (21.3)	167.6 (16.8)	22.9 (48.6)	184.6 (10.2)	26.0 (5.4)	21.5 (-6.4)
(일 본)	117.9 (-2.9)	89.0 (-6.6)	11.9 (9.4)	95.9 (7.8)	10.3 (-13.1)	11.3 (-5.0)
(홍 콩)	43.1 (136.9)	33.6 (158.2)	3.8 (209.1)	24.3 (-27.5)	5.7 (15.3)	1.8 (-52.1)
(대 만)	8.5 (-37.5)	6.8 (-38.9)	0.7 (-21.7)	1.9 (-71.9)	0.2 (-79.7)	0.1 (-82.5)
(중 국)	15.1 (198.4)	8.6 (159.7)	1.9 (560.3)	34.4 (298.4)	6.4 (142.2)	4.5 (127.3)
(싱 가 폴)	7.1 (425.8)	3.5 (285.0)	0.4 (1237.0)	3.6 (2.8)	0.1 (-80.0)	0.6 (70.6)
(기 타)	32.0 (28.9)	26.1 (31.4)	4.2 (97.8)	24.5 (-6.0)	3.3 (-13.0)	3.2 (-25.5)
관 광 수 입	9,558 (-11.1)	7,093 (-12.4)	717 (0.1)	7,554 (6.5)	1,092 (4.3)	701 (-2.2)

자료 : 한국은행, 1999, 12월, 주 : ()내는 전년동기대비 증감률

관광객 유치 현황을 살펴보면, 관광객이 감소 추세를 보이고 있다. 중국인관광객의 유입이 많은 영향을 주고 있다(<표 III-2> 참조).

<표 III-2> 관광객 유치 현황

(단위 : 천명, 억원)

구분		1993	1994	1995	1996	1997	1998
관광객	계	3,464	3,693	3,997	4,144	4,363	3,291
	내국인	3,178	3,470	3,775	3,935	4,179	3,067
	외국인	277	223	242	209	184	224
	증가율(%)	101	107	108	100	105	75
관광수입	계	8,516	8,895	9,814	10,179	10,755	9,558
	내국인	6,442	7,153	7,844	8,400	9,142	7,523
	외국인	2,074	1,742	1,970	1,779	1,613	2,035
	증가율(%)	107	104	110	104	105	89

자료 : 제주도 관광진흥과, 1998. 12. 31.

외국인 국적별 내도 현황은 일본관광객의 감소추세가 나타나고 있으며, 대만의 지진과 국교에 관한 문제도 많은 영향을 미쳤다. 그러나 중국의 경우 매년 증가추세를 보이며, 향후 최대의 시장으로서의 가능성을 보여준다. 이와 더불어 홍콩, 나타나지 않은 기타국가에 대한 시장세분화 전략이 강구되어야 한다(<표 III-3> 참조).

<표 III-3> 외국인 국적별 내도 현황

(단위 : 명)

구분	1993	1994	1995	1996	1997	1998
교포	23,891	31,180	20,323	21,610	15,594	18,324
일본	189,535	156,900	152,672	128,529	121,446	117,948
미국	9,299	5,344	3,163	3,800	3,082	5,079
대만	28,668	19,587	29,471	25,778	135,43	8,467
영국	2,564	6,48	3,46	254	691	605
중국	.	1,117	2,582	3,944	5,075	15,142
홍콩	16,229	4,294	2,020	18,447	18,191	43,101
기타	7,173	3,372	5,307	6,891	6,781	15,035

자료 : 제주도 관광진흥과, 1998. 12. 31.

<표 III-4> 무사증 입도 현황이다. 최근 내도관광객 산출방법에 대한 문제점으로 모집단을 대상으로 관광행태를 분류하면, 일반단체, 신혼여행, 수학여행, 가족관광, 개별여행을 분류하고 있으나 육안으로 구분하는 것에 대한 신뢰성의 문제를 제기하고 있다.

삼성경제연구소의 최근 1999년 3분기 소비자 태도조사(정준섭)에서 소비자들이 느끼는 생활 경기를 실사한 소비자의 태도조사결과 전체적으로 소비자들이 현재 경기 회복세를 실질적으로 체감하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 대기업 구조조정에 의한 금융시장 불안, 유가상승 및 수해에 의한 물가상승 우려 등으로 인해 향후 전망은 지난 분기에 비해 다소 하락한 것으로 나타났다. 주요한 소비자 태도는 아래와 같이 요약되었다.

첫째, 3/4분기 소비자태도지수는 56.7로 소비 회복세의 지속적인 확대 반영이고, 둘째, 현재 소비지출의 회복세가 지속되는 가운데 미래 소비지출은 증가 예상되며, 셋째, 현재는 여전히 내구재 및 주택 구입시기로 적기로 보고 있으며, 넷째, 경기 및 생활에 대한 현재지표는 상승한 반면 미래지표는 다소 하락추세이며, 다섯째, 소비자들의 물가상승에 대한 우려 지속되고 있으며, 마지막으로 생활불안도는 다소 증가하고 있는 수준이다.

<표 III-4> 무사증 입도 현황

(단위 : 명)

구 분	1993	1994	1995	1996	1997	1998
인 원	80,311	103,255	135,378	111,644	96,514	97,089

자료 : 제주도 관광진흥과, 1998. 12. 31.

소비자 태도조사 중에서 소비자태도지수 56.7로 소비 회복세의 지속적인 확대 반영되고 있으며, 99년 3/4분기 소비자태도지수(Consumer Sentiment Index)는 56.7을 기록하여 지난 분기의 56.2보다 상승하였다.(<그림 III-1> 참조). 동 지수는 98년 4/4분기 이후 지속적인 상승세를 유지함으로써 95년 1/4분기 이후 최대치를 기록하여 경제의 본격적인 회복세를 예고하였다.

<그림 Ⅲ-1> 소비자 태도조사



자료 : 삼성경제연구소, 1999. 12.

<그림 Ⅲ-2>의 소비자 태도조사에 대한 경기 및 생활에 대한 현재지표는 상승한 반면 미래지표는 다소 하락하였으며, 현재 경기상태를 나타내는 현재경기판단지수는 57.9를 기록하여 조사를 시작한 91년 4/4분기 이래 가장 높게 나타났다. 이러한 소비자의 태도는 최근의 산업생산 호조, 외환시장 안정, 주식시장 회복세, 실업률 하락 등 경제 전반에 걸친 본격적인 회복세를 반영하고 있다. 또한 소비자들의 향후 경기에 대한 예상을 나타내는 국내경기예상지수는 65.1로 지난 분기(67.6)보다 다소 하락했으나, 여전히 낙관적인 것으로 나타났다.

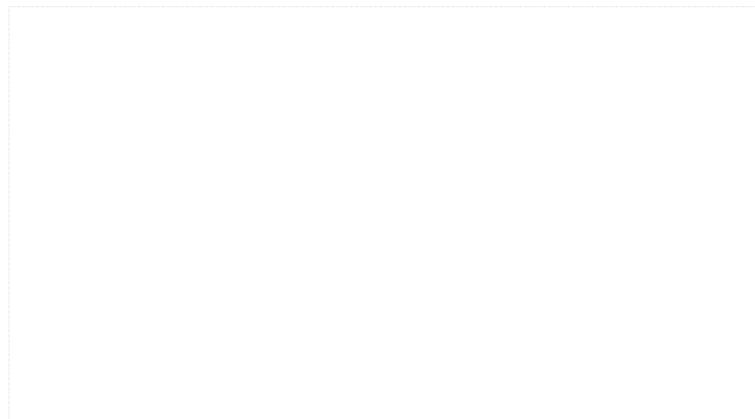
<그림 Ⅲ-2> 소비자 태도조사



자료 : 삼성경제연구소, 1999. 12.

<그림 Ⅲ-3>의 소비자 태도조사에서 현재 소비지출의 회복세가 지속되는 가운데 미래 소비지출은 증가 예상되며, 소비지출지수는 46.1을 기록하여 지난 분기(42.3)보다 크게 회복됨으로써 빠른 경기 회복세를 바탕으로 한 소비심리 회복을 반영하고 있다. 미래소비지출지수는 51.1로 지난 분기(49.1)보다 상승했으며, 특히 교통통신비(53.5)와 교육문화비(59.2)가 향후 소비지출 증가를 주도할 것으로 보인다.

<그림 Ⅲ-3> 소비자 태도조사



자료 : 삼성경제연구소, 1999. 12.

2. 아시아태평양 지역 관광시장동향

지역별 연간관광객수의 변화는 향후 관광시장에 대한 대응 방안의 대처 수준을 감안할 수 있다. 아·태지역의 관광객 증가는 7.6%로 전세계에서 가장 높은 성장률을 보여주고 있다(<표 III-5> 참조).

아·태지역에서 관광수용국(destination)으로 평균 이상 성장이 전망되는 국가들은 중국, 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 태국 등이고, 후발성장국으로 전망되는 국가들은 캄보디아, 베트남, 태평양군 등을 제주관광의 경쟁대상으로 보며, 관광객송출국(origin)으로 평균이상의 성장이 전망되는 국가는 일본과 중국을 제주관광의 주요시장으로 본다.²⁾

<표 III-5> 지역별 연간관광객수의 변화

지 역	연도별 관광객 전망(백만명)			연평균 성장률(%) (1990~2010)
	1990	2000	2010	
유 럽	285	397	525	3.1
아·태지역	53	122	229	7.6
미 국	93	138	195	3.8
아프리카	15	25	37	4.6
중 동	9	14	21	4.3
서아시아	3	6	11	6.7
세 계	458	7.2	1,018	4.1

자료 : WTO, 1998.

오상훈(1999), 제주도의 아·태지역 관광거점화 촉진방안, 제주도, p. 49. 재인용

2) 오상훈, 제주도의 아·태지역 관광거점화 촉진방안, 제주발전연구원·한국관광연구원, 1999., p. 49.

IV. 종합분석(SWOT)

제주관광의 외래객 유치촉진을 위하여 종합적인 차원에서 분석하는 방법은 크게 관광 시스템적으로 분석하는 방법과 SWOT 방법에 의한 분석방법이 있는데, 본 고에서는 SWOT 분석방법으로 기술하였다.

제주도에 외래관광객을 유치하는데 있어서 강점(strengths)요인이라 한다면, 제주도가 지닌 독특하고 고유한 문화성과 제주도가 지닌 천혜의 자원성과 청정성을 들 수 있다.

약점(weaknesses)요인으로는 제주도의 지리적 특성상 항공과 해운을 통해서만 접근이 가능하므로 접근이 용이하지 않으며, 상대적으로 비싼 교통비로 가격경쟁력이 약하다는 점이다. 또한 현재, 관광상품의 고가격구조와 서비스의 불량으로 인한 상품 경쟁력이 약하다는 점을 들 수 있다.

기회(opportunities)요인을 지적한다면, 제주도의 산업적 특성상 관광산업에 대한 정책비중이 강화되고 있어 많은 지원이 이루어질 수 있다는 점이다. 또한 일본, 중국 등 주변에 외래객 송출 능력이 큰 시장이 근거리에 있으며, 특히, 중국의 경우 한국이 관광자유지역으로 지정된 이후 꾸준히 내방객이 증가하고 있다.

위협(threats)요인은 주변국들에서 다양한 관광진흥정책을 추진함으로써 인하여 국제시장의 경쟁력이 약화되고 있으며, 국내적으로는 금강산 관광객의 증가에 따른 시장 분산과 인천 용유무의도 개발 등 국내 우수 리조트 개발의 가속화로 경쟁시장이 증대하고 있음을 지적할 수 있다. 또한 섬이라는 특성상 제한된 토지여건은 개발의 제한적 요인으로 작용하고 있으며, 또한 관광부문에 대한 투자를 확대할 수 있는 재정적 여건이 미흡함을 들 수 있다.

<그림 IV-1> 제주관광의 SWOT 분석

S	<ul style="list-style-type: none"> · 독특한 고유 문화성 · 천혜의 자원성 · 제주도의 해안 및 자연의 청정성 	W
O	<ul style="list-style-type: none"> · 관광산업을 전략산업으로 육성하고자 하는 정책비중강화 · 주변시장의 확대 · 제주도내 각종 개발계획의 추진 미흡으로 새로운 개발대안 요구 증대 · 도내 각종 개발계획 추진으로 외국인 투자여건 양호 	T

V. 유치촉진방안

1. 제주관광의 발전방향

제주도의 외래관광객 유치촉진을 위한 발전방안의 주요 과제는 관광수용태세 선진화 및 관광인프라 구축, 우수한 관광상품의 개발: 자원의 개발 및 상품 개발, 관광서비스의 개선 및 홍보활동 강화, 가격경쟁력 제고방안, 밀레니엄 이벤트의 성공적 추진 등을 들 수 있다.

가. 관광수용태세 선진화 및 관광인프라 구축

관광수용태세의 선진화 측면에서 제주관광에서 가장 먼저 고려되어야 하는 것은 교통서비스체계이다. 이는 지속적으로 지적되는 문제로서 관광의 활성화를 위한 필수불가결요소이다. 이러한 문제점을 극복하기 위한 방안으로는 관광교통연계시스템 강화 및 제주직항로 개설 등이 가시화되어야 한다. 관광교통시스템 연계시스템강화에서는 주요도시로부터의 관광지 또는 지역축제 개최지 등을 연결하는 관광교통망을 구축하고 주요 관광지로 이동하는 투어버스나 셔틀버스 등을 고려할 수 있다.

관광교통시설이외에 제주도는 컨벤션시설의 확보가 조속히 이루어져야 한다. 제주도의 자연 및 자원특성과 입지적 특성을 고려할 때, 주변 국가들의 컨벤션 수요를 적극적으로 수용하기 위한 제주컨벤션 센타의 건립이 성공적으로 추진되어야 한다.

이외에 볼거리, 놀거리 시설로서 관광자원의 확충이 지속적으로 이루어져야 한다. 제주지역에 적합한 테마파크의 개발, 테마의 거리, 테마마을 등 각기 고유한 독특성을 가지고 자원이 개발되어야 한다고 본다.

나. 우수한 관광상품의 개발: 자원의 개발 및 상품 개발

제주관광의 가장 큰 장점이라 한다면 천혜의 자연자원을 가지고 독특한 문화를 형성하고 있다는 점이다. 그러나 이러한 자원의 효율적 활용이라는 측면에서 매우 취약하다. 일반적으로 우리가 외국인들에 제주를 보여준다고 가정할 때, 떠오르는 장소는 제주민속촌, 천재연폭로, 삼궁부리 등 몇 개의 관광지를 벗어나지 못한다. 우리가 보유한 엄청난 보물의 힘에 대하여 너무나 모르고 있다. 제주도내에 집성하고 있는 자연그대로의 민가, 제주해안도로를 따라 펼쳐지는 경관, 그리고 제주도에서 생산되는 특산품 등을 우수한 관광상품으로 개발하여야 한다.

최근들어 각광받고 있는 체험지향적인 관광상품의 적극적 개발이 필요하며, 제주도를 주로 방문하는 일본관광객과 중국관광객들의 구미에 맞는 토속음식의 발굴 및 국제적인 음식의 개발이 이루어져야 한다. 특히 중국인들이 즐겨하는 음식이 한국의 음식과는 매우 달라 불편함을 호소하고 있다.

다. 관광서비스의 개선 및 홍보활동 강화

관광서비스는 무형의 자원으로서 일반적인 시설개발이나 상품개발보다 더욱 중요하다고 할 수 있다. 한번은 외래관광객이 다시 찾아올 수 있도록 하는 힘은 이들을 감동시키는 관광서비스 인 것이다. 관광서비스라 하면 출입국의 편리성, 관광안내원의 친절함, 안내, 지역주민의 미소, 종업원의 친절서비스 등 눈으로는 안보이는 무형의 자원이다. 그러나 관광에 대한 인식개선, 종업원과 지역민의 관광서비스 교육을 통한 친절 서비스 제공 등이 이루어질 때, 다시한번 외래관광객은 제주도의 자연과 더불어 '윈더풀'을 외칠 것이라고 본다.

이외에 제주관광의 주 표적시장의 선정과 관리가 이루어져야 한다. 국내시장에 대한 표적시장관리는 물론 외래관광객의 주시장, 전략시장, 잠재시장 등으로 나누어 별도의 전략을 수립하여야 한다. 또한 해당 시장별로 홍보주제, 슬로건, 특화상품, 홍보매체 등을 별도로 개발하여 홍보를 추진하여야 한다. 이외에 제주도지사 혹은 유명 연계인들의 제주관광홍보를 위한 CF출연 및 제주문화관광대사 등의 활동추진도 고려할 만하다.

라. 가격경쟁력 제고.

외래관광객의 유치촉진을 위해서는 우수한 관광상품개발이나 마케팅 강화 등이 필요하나 무엇보다도 제주도의 관광상품의 가격이 국내의 경쟁 관광지, 그리고 주변국의 경쟁지와 비교 우위에 있어야 한다. 일반적으로 가격이 구매결정에 가장 큰 영향요인으로 작용하는 것을 볼 때, 전략적인 가격정책이 수립되어야 한다.

적게는 성수기의 과다 요금 책정으로 인한 불친절, 고물가의 인식을 없애기 위하여 성수기 가격고시제를 실시한다거나 비수기의 가격인하 등의 정책을 추진하도록 한다.

크게는 일차적으로 제주도의 접근교통수단의 가격을 낮출 수 있는 전략을 수립하여 전체적인 가격을 하향시키도록 하여야 한다. 그러나 근본적인 가격인하가 어려운 것을 고려할 때, 가격에 적합한 양질의 상품개발과 서비스질 제고로 경쟁력을 가져야 할 것이다.로 수

마. 밀레니엄 이벤트의 성공적 추진

21세기의 한국관광의 미래비전을 달성하기 위해서는 제주도의 역할이 매우 중요하다. 특히, 제주도는 일본과 중국을 연결할 수 있는 동북아의 주요 관광지로서 성장할 수 있는 잠재력을 가지고 있다.

밀레니엄이 시작하는 2000년을 기하여 제주관광이 새로운 이미지로 거듭나기 위해서는 이벤트의 성공적 추진을 위하여 전략적인 대응노력이 필요하다. 이제 지역의 축제는 어느 한 행정부서의 행사, 그리고 민간업체의 행사가 아닌 지역의 모든 사람들이 만족하는 지역만의 특성있는 축제로서 이루어져야 한다. 특히 본 고에서 강조하고자 하는 것은 별도의 새로운 밀레니엄 이벤트를 계획하는 것보다는 기존의 이벤트를 밀레니엄 이벤트로 확

대·개최하도록 하는 것이 효과가 클 것이라는 것이다.

2. 유치촉진정책 추진방안

제주도의 외래관광객 유치촉진을 위해서 집중적으로 추진하여야 하는 정책과제는 크게 첫째, 도민의 협의를 통한 정책의 정당성 확보, 둘째, 각종 유치촉진정책들에 대한 우선순위에 의한 정책적 추진, 셋째, 다양한 상품개발을 통한 매력성 및 유인력 강화, 넷째, 정책실행에 대한 지속적인 통계수집과 모니터링 강화로 미래적 정책추진 등을 제시할 수 있다.

가. 정책의 정당성 확보

□ 이해관계자들의 협력

제주도는 각종 계획 수립 및 발표를 통하여 관광발전을 꾀하고 있다. 그러나 제주도의 발전에 있어서 가장 큰 걸림돌이 되고 있는 것은 정책의 정당성 확보의 미흡으로 인한 힘의 분산이라 할 수 있다.

협력은 행정기관과 민간사업자와의 협력, 행정기관과 지역주민과의 협력, 민간사업자와 지역주민과의 협력, 그리고 지역전문가와의 협력, 행정기관간의 협력 등을 제시할 수 있으며, 협력의 방법은 지식 및 정보의 공유, 각종 협의체 구성을 통한 의견교류, 제3섹타, 제4섹타 등의 방식을 통한 자본의 공동투자 등 여러 가지 방법을 제시할 수 있다.

□ 자본의 공동투자를 통한 정책 추진

이중 자본의 민관공동출자장식인 제3섹터 방식³⁾은 관광사업 추진에 있어서 가장 주목 받을 수 있다(삼성경제연구소, 지방시대의 기업경영, 1997. 6., 김갑성, 박용규, 박원석). 물론 국내 제3섹터의 경우 아직 자본금 규모가 작고 사업영역도 편중되어 있을 뿐만 아니라 그 성공여부에 대하여 아직 확신할 수 없으나, 소규모 자본의 민간자본을 적극 활용할 수 있다는 측면에서 고려할 만하다. 또한 앞으로 환경, 체육, 문화, 여가, 관광 분야에 대한 민관 공동사업체의 설립이 늘어날 것이 전망되고 있다.

또한 각 지방자치단체와의 관광객 유치촉진을 위한 업무제휴를 통해 해외시장의 외래객 유치설명회의 공동 개최, 역내 제품의 해외시장의 공동 판매 등의 협력을 할 수 있다.

3) 국내 제3섹터는 92년 지방공기업법의 개정으로 설립근거가 마련되었으며 92년 출범한 장항 표고유통공사를 비롯하여 현재 18개가 설립(일본은 96년 현재 5,219개)되어 있음.

- 지역특산물 생산 및 가공 분야: 안성축산진흥공사, 철원농특산물유통공사
- 도시 및 지역개발 분야: 인천터미널공사, 김제개발공사, 문경도시개발공사 등

2. 정책 우선순위에 의한 정책적 추진: 집중과 배제의 원칙

□ 관광비전의 수립

세계 각국은 새로운 세기를 맞이하여 새천년을 위한 관광진흥계획을 수립하고 있다. 영국의 경우에도, 홍콩, 싱가포르, 중국 등도 계획을 수립하고 정책추진을 서두르고 있다. 그리고 이는 지방정부라고 예외라 할 수 없다. 21세기는 지방자치체가 꽃피우는 시대가 될 것으로 예견하고 있다. 따라서 21세기의 사회환경변화에 맞는 제주관광의 국제화를 위한 비전계획이 반드시 필요하다고 볼 것이다. 또한 이러한 비전계획에 의한 장기 마스터 플랜하에 정책이 추진되어야만 각 정책의 효과가 커질 수 있다.

□ 정책의 우선순위 결정

제주도의 경우도 타 지방자치단체와 마찬가지로 다양한 정책들이 추진되고 있다. 그러나 이러한 정책추진은 정책실시에 대한 의의와 재원의 규모, 파급효과 등에 대한 별도의 고려없이 전년도 예산배정 계획에 의한 정책이 추진이 되고 있는 실정이다. 관광을 둘러싼 환경이 급격히 변화하고 있어 이들 정책에 대하여 정책 우선순위에 대한 사전 고려가 반드시 필요하다고 본다. 또한 정책의 효과성을 고려할 때, 지속적인 사업에 대한 추진과 집중적으로 추진하여야 하는 사업, 선별적으로 추진하여야 하는 사업 등에 대한 별도의 기준을 가지고 정책을 추진하도록 한다.

□ 관광산업 성장의 장애요인 제거

그리고 관광시장에서 가장 큰 걸림돌이 무엇인가에 대한 정확한 판단이 요구된다. 규제나 진흥이나의 측면에서 아무리 진흥정책을 추진한다고 해도 하나의 규제가 오히려 관광산업 진흥에 걸림돌이 되고 있을 수 있다. 따라서 행정부서는 산업계가 우선적으로 요구하는 정책추진이 무엇인가에 귀를 기울여야 한다.

□ 관광조직의 전문화 체제정비

제주 관광의 위상과 치열해지는 국내외 경쟁상황을 고려할 때, 국내외적으로 전문성과 경쟁력을 인정받을 수 있는 관광조직의 운영이 필요하다. 이를 위해서는 관련 담당공무원을 전문인력화 하여야 한다. 전문인력화 하기 위해서는 관광공무원의 전문직화가 있을 수 있으며, 특별공무원의 채용을 통한 인력의 보완, 지속적인 교육 훈련을 통한 전문인력화 등을 추진하여야 한다. 특히, 외래객 유치촉진을 위한 정책의 입안, 추진에 있어서는 마케팅적 지식을 가진 전문인력의 보완이 요구된다고 본다.

3. 다양한 상품개발을 통한 매력성 및 유인력 강화

□ 제주도 만이 지닌 자원성을 발굴

앞에서도 지적하였듯이 제주관광의 가장 큰 문제는 제주관광의 매력성을 제대로 보여 주지 못하고 있다는 것이다. 우리는 천제연폭포나 성산일출봉 등 유명한 관광자원 및 관광지에만 초점을 맞추어 외래관광객을 유치하려 하고 있다. 그러나 제주도 자연의 아름다움은 그러한 곳에만 있는 것이 아니다. 제주민가의 정경, 해안도로를 따라 펼쳐지는 해안의 경관, 그리고 제주도민의 삶 자체가 그들에게는 비로소 보고 싶은 풍경일 것이다.

□ 세계시장을 겨냥한 컨벤션 산업의 육성

지방자치단체의 각종유관기관들이 민자유치를 통한 컨벤션 시설의 전문적 컨셉을 도입하기 위한 각종 움직임이 다양하게 나타나고 있다. 서울 중심의 국제회의 행사를 이제는 수도권 주변으로 끌고오기 위한 지방자치단체의 민자유치열기는 식을 줄 모른다. 최근 수원, 일산, 인천 등 주변지역에서 세계적 국제회의 시설을 지역으로 끌어들여 산업구조의 변화 및 고용효과, 세수효과 등의 국제회의를 통해 얻을 수 있는 경제적, 사회적, 문화적 파급효과를 인식하고 있다.

제주도는 주변국으로 부터의 접근성 제고와 출입국 서비스의 개선이 개선이 조속한 추진을 통하여 매력적인 관광자원과 천혜의 자연자원을 매개로한 세계 시장을 겨냥한 컨벤션 산업 육성정책을 추진하도록 한다.

□ 외래관광객을 겨냥한 쇼핑매력성 증대

쇼핑에 대한 인식의 증대는 상품 그 자체의 고유성과 가격을 중심으로 외래관광객에게 접근하고 있다. 중국인관광객의 경우 서울주변의 재래시장을 중심으로 많은 관광객이 집중됨으로서 과거 간과되었던 재래시장의 관광상품화 육성책을 제시하고 있다. 또한 이러한 재래시장이 현대와 조화되어 대형 매장의 서비스 시설과 현대적 감각의 건물이 조화되어 상품의 가격은 싸지고, 외래관광객의 관광명소로서 인식을 증대시키고 있다.

제주도를 찾는 일본, 중국 관광객을 겨냥한 고급쇼핑가로의 조성 및 대형 아울렛의 조성을 통하여 제주도를 관광객의 쇼핑장소로 만들어나가는 전략이 필요하다.

4. 정책실현에 대한 지속적인 통계수집과 모니터링 강화로 미래적 정책추진

□ 지식산업으로서의 인식.

관광산업은 21세기 서비스 경제를 주도할 핵심산업의 하나로 정보통신산업, 환경산업과 함께 미래 3대 고부가가치 사업으로 전망한다. 특히 정보화 시대의 등장으로 새로운 가치를 인정받고 있는 정보기반의 산업이다. 그러므로 관광산업은 정보의 가치를 지식의 수준

으로 향상시킬 수 있는 사회기반시설의 조성으로 향후 새로운 산업의 영역으로 재인식될 수 있는 지식기반 구축에 투자해야 한다.

제주도의 경우는 도내에서의 관광산업에의 의존도는 높으나 관광조직, 교육, 연구분야에 대한 투자는 매우 미흡한 실정이다. 따라서 관광산업을 21세기형 지식산업으로서 부가가치를 위해서는 관광분야에 대한 적극적인 투자가 요청된다.

□ 지속적인 통계수집

관광정책, 산업의 지속적 성장을 위해서는 무엇보다도 중요한 기반자료의 구축이 이루어져야 한다. 각종 관광관련 통계자료의 정기적 산출, 각종 정책자료 및 정보를 데이터베이스(database)화 시킴으로서 현재의 제주도의 현황을 분석하여 향후 발전전략을 지속적으로 제시할 수 있는 유기적 체계를 구축하는 사회기반이 요구된다.

□ 미래적인 정책추진을 위한 연구기능 강화

제주도는 최근 「제주경제개발연구소」 개소함으로써 제주 자체적으로 연구기능 강화 움직임이 진행되고 있다. 이러한 학제적 기반의 조성은 미래를 준비하는 제주관광의 발전방안을 제시하는 구체적 기본 전략을 수립하는 첫단계이자, 미래 고부가가치를 창출할 수 있는 수단이 될 수 있다.

교육과 연구의 투자는 현재 제주관광의 침체시기를 정확히 파악할 수 있는 기관이다. 제주는 지금까지 없었던 관광산업의 최대위기에 처해 있다. 현재의 침체시기 제대로 파악하여 미래에 대비해야할 정책추진의 과학적 근거를 제시하는 효율적 체제이다. 연구기능 강화는 곧 발전의 기반조성에 첫걸음임으로 정부와 업계, 학계는 이에 대한 적극적인 투자를 하여야 한다.

VI. 나가며

상기에서 언급한 바와 같이 21세기를 목전에 둔 우리사회의 환경은 한치앞을 예측할 수 없을 정도로 급격히 변화하고 있다. 이러한 급변하는 환경속에서 적절한 대응책이 없다면 제주관광은 또한번의 표류를 경험하게 될 것이다.

본 고에서 제시한 과제는 결코 현재의 상황을 반전시키고자 제시하는 일시적 방편이 아니라, 향후 10년 이상 관광산업의 전성기를 기다리는 줄자의 연구과제와 같다. 현재의 침체기가 21세기 제주관광이 지향하는 차선의 길을 제시하는 것이라 할 수 있을 것이다.

미흡하나마, 제주관광의 진흥방안을 모색하는 새로운 전략을 제시하는데 기초자료로서 종합적 사고를 가진 많은 학자와 연구기관이 제주관광의 새로운 모습을 기대하는 일심이다.

다시한번 강조하고자 하는 것은 외래관광객의 유치 확대는 물론 한 제주도 관광의 전

체적인 발전을 위해서는 각계 전문가들로 구성된 정책자문단을 통한 관광정책비전의 제시와 관광정책자문이 수행되어야 한다.

마지막으로, 제주관광이 다시 태어나 동양의 진주로 발전된 모습을 기대해 보며, 본 고를 마감한다.

參考文獻

- 동아일보, 한겨레신문, 조선일보, 경향신문, 서울신문, 한국일보, 문화일보(1998~1999), 제주관광관련 기사
- 사회과학도서관 소장(1991~1998), 제주관련 석박사 학위논문
- 사회과학도서관 소장(1991~1998), 제주관련 학회지 발표 논문
- 삼성경제연구소(1999), 소비자 태도조사
 - 오상훈(1999), 제주도의 아·태지역 관광거점화 촉진방안, 제주도
- 제주국제협의회, 제주대 관광산업연구소(1999), 21세기 관광산업과 제주관광의 미래, 으뜸
- 제주국제협의회, 제주대 관광산업연구소(1999), 21세기 국가관광정책과 제주관광의 발전 전략, 제주도4