

한일해협권 관광객 관광행동에 관한 비교연구

신 동 일*

— 목 차 —

- I. 시작하며
- II. 조사 설계
- III. 조사 결과
- IV. 시사점 도출
- V. 맺으며

I. 시작하며

한국과 일본은 서로가 중요한 관광시장으로서 많은 관광객들이 서로의 지역을 방문하고 있다. 제주 역시 약 38만명(2005년 기준)의 외국인관광객 가운데 절반 정도가 일본인관광객들로서 제주관광에 미치는 영향이 매우 크다고 할 수 있다. 따라서 일본인관광객들의 한국관광에 대한 인식 및 만족도, 요구와 욕구 등을 정확하게 분석하여 제주관광의 향후 대응방안을 마련하는 연구가 필요하다. 이에 제주발전연구원과 나가사키경제연구소는 한국과 일본인관광객에 대한 상호 비교연구의 필요성을 공감하여 관광객 관광행동에 대한 공동연구를 수행하게 되었다. 본 연구의 궁극적인 목적은 한국과 일본 양 지역, 특히 해협권지역을 방문하는 관광객들의 요구와 욕구를 정확히 분석하여 상호간의 마케팅 전략을 개발하는 데 있다. 이와 같은 궁극적인 목표를 달성하기 위하여 본 연구는

* 제주발전연구원 책임연구원

다음의 구체적인 목적을 달성하고자 한다. 첫째, 한국과 일본관광에 대한 관광객들의 관광행태 및 만족도를 분석한다. 둘째, 관광객들이 인식하는 한일 해협권 지역관광의 장·단점 및 향후 발전방안 등을 파악하여 향후 관광정책의 기초자료로 활용한다.

II. 조사 설계

1. 조사 목적

한국과 일본관광에 대한 인식 및 만족도 등을 조사하여 양 지역관광의 문제점을 분석하고, 향후 관광정책의 개선안을 마련하는 기초자료로 활용하고자 조사를 실시하였다.

2. 조사 목적

한국과 일본을 관광한 경험이 있는 관광객들과 아직 경험은 없지만 잠재관광객인 사람들을 대상으로 하였다.

3. 조사 방법

한국인을 대상으로 한 제주발전연구원의 조사는 연구원 산하 사회조사센터 면접원에 의한 1대1 면접조사를 실시하였고, 일본인을 대상으로 한 나가사키경제연구소의 조사는 전화면접 조사를 실시하였다.

4. 조사 기간

한국인을 대상으로 한 제주발전연구원의 조사는 2006년 4월 24일부터 30일까지(7일간) 이루어졌고,, 일본인을 대상으로 한 나가사키경제연구소의 조사는 2006년 4월중에 사전양해를 얻은 후에 조사가 가능한 사람들을 대상으로 전화 면접 조사를 실시하였다.

5. 표본 수집

표본의 경우 한국인을 대상으로 한 제주발전연구원의 조사는 일본관광 경험자는 321명, 미경험자는 309명 이었고, 일본인을 대상으로 한 나가사키경제연구소의 조사는 한국관광 경험자 68명, 미경험자 161명이었다.

6. 분석 방법

수집된 자료는 데이터 코딩 과정후 통계 분석 프로그램 SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)를 이용하여 표본의 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였다.

Ⅲ. 조사 결과

1. 일반 통계

<표 1-1> 한국인 응답자의 인구통계학적 특성

구 분		경험자		미경험자	
		빈도	비율	빈도	비율
성별	남성	184	57.3	154	50.0
	여성	137	42.7	154	50.0
	합계	321	100	308	100
연령	20대	74	23.0	98	31.9
	30대	109	33.9	99	32.1
	40대	73	22.7	55	17.9
	50대	54	16.8	39	12.7
	60대 이상	12	3.7	16	5.2
	합계	322	100	307	100
결혼여부	기혼	214	68.6	171	56.1
	미혼	98	31.4	134	43.9
	합계	312	100	305	100
거주지	서울, 수도권	163	50.6	150	48.7
	영남권	34	10.6	39	12.7
	호남권	35	10.9	35	11.4
	강원권	14	4.3	11	3.6
	충청권	24	7.5	19	6.2
	제주	52	16.1	54	17.5
직업	회사원	97	30.1	84	27.3
	임원, 간부	18	5.6	4	1.3
	자영, 전문직	67	20.8	60	19.5
	농, 수, 축산업	9	2.8	11	3.6
	공무원	20	6.2	19	6.2
	학생	46	14.3	60	19.5
	무직	47	14.6	52	16.9
	기타	18	5.6	18	5.8
	합계	322	100	308	100
회화능력	잘 구사한다	25	7.8	9	3.0
	조금 가능하다	126	39.1	86	28.2
	불가능한 편이다	171	53.1	210	68.9
	합계	322	100	305	100

<표 1-2> 일본인 응답자의 인구통계학적 특성

구 분		경험자		미경험자	
		빈도	비율	빈도	비율
성별	남성	34	51.5	66	42.1
	여성	32	48.5	90	57.8
	합계	66	100	156	100
연령	20대	6	8.9	14	8.9
	30대	10	14.9	18	11.4
	40대	10	14.9	39	24.3
	50대	19	29.2	42	26.2
	60대 이상	22	32.8	45	28.0
	합계	67	100	158	100
결혼여부	기혼	58	85.3	121	76.2
	미혼	8	14.7	35	23.8
	합계	66	100	156	100
직업	회사원	17	25.0	56	34.8
	임원,간부	3	4.4	5	3.1
	자영,전문직	11	16.2	22	13.7
	농,수,축산업	1	1.5	1	0.6
	공무원	7	10.3	7	4.3
	학생	0	0.0	2	1.2
	무직	27	39.7	62	38.6
	기타	2	2.9	6	3.7
합계	68	100	161	100	
회화능력	잘 구사한다	1	1.5	0	0.0
	조금 가능하다	9	13.2	4	2.7
	불가능한 편이다	57	83.8	153	97.3
	합계	67	100	157	100

2. 항목별 분석 결과

가. 알고 있는 도시

한국인들이 알고 있는 일본도시를 질문한 결과, 일본관광 유무에 관계없이 도

료가 가장 높은 인지도를 보였고, 다음으로는 오사카와 요코하마의 순이었다. 특히 후쿠오카(약 70%), 나가사키(약 60%)에 대한 인지도도 예상외로 높은 것은 최근 큐슈지역을 방문하는 한국인이 급증한 데서 기인한 것으로 보인다. 일본인들이 알고 있는 한국도시를 질문한 결과, 한국관광 유무에 상관없이 서울과 부산이 가장 높은 인지도를 보이는 것으로 나타났다. 그런데 한국관광 경험자의 88%와 미경험자의 80% 이상이 제주를 알고 있다는 점은 특이할 만한 사항이었다.

<표 2-1> 알고 있는 일본 도시

구 분	경험자		미경험자	
	빈도	비율	빈도	비율
동경(도쿄)	317	98.4	304	98.1
요코하마	276	85.7	265	85.4
나고야	232	72.0	201	64.7
교토	237	73.5	200	64.4
오사카	286	88.8	256	82.8
기타큐슈	126	39.3	54	17.8
후쿠오카	236	73.2	213	69.3
사가	33	10.3	15	4.9
나가사키	191	59.2	132	42.7
사세보	32	10.3	23	7.4
오이타	77	24.3	65	21.0
벳부	70	21.8	36	11.7
구마모토	71	22.1	37	12.0
미야자키	110	34.6	108	35.0
카고시마	146	45.4	77	24.9
합계	321	100	309	100

<표 2-2> 알고 있는 한국 도시

구분	경험자		미경험자	
	빈도	비율	빈도	비율
서울	65	95.6	155	96.3
대구	28	41.2	42	26.1
경주	32	47.1	38	23.6
대전	21	30.9	26	16.1
전주	7	10.3	3	1.9
인천	38	55.9	34	21.1
부산	62	91.2	154	95.7
울산	10	14.7	11	6.8
진주	4	5.9	5	3.1
광주	10	14.7	25	15.5
목포	14	20.6	15	9.3
제주	60	88.2	130	80.7
무응답	1	1.5	3	1.9
합계	68	100	161	100

2) 관광후의 인상

<표 2-3> 일본관광후의 인상

구 분		매우 좋았다	좋았다	보통이다	나빴다	매우 나빴다
일본합계	전반적인 인상	72 22.9	179 57.0	60 19.1	3 1.0	0 0.0
	교통시설	69 23.2	173 58.1	51 17.1	5 1.7	0 0.0
	숙박시설	51 17.2	142 47.8	99 33.3	5 1.7	0 0.0
	음식점,식사	36 12.1	150 50.3	91 30.5	19 6.4	2 0.7
	관광시설	74 24.8	160 53.7	63 21.1	1 0.3	0 0.0
	토산품(기념품)	41 13.8	154 51.9	100 33.7	2 0.7	0 0.0
	안내,표지판	45 15.2	129 43.4	108 36.4	15 5.1	0 0.0
큐슈	전반적인 인상	5 6.9	39 54.2	27 37.5	1 1.4	0 0.0
	교통시설	11 15.9	30 43.5	27 39.1	1 1.4	0 0.0
	숙박시설	7 10.1	32 46.4	29 42.0	1 1.4	0 0.0
	음식점,식사	7 10.1	31 44.9	24 34.8	6 8.7	1 1.4
	관광시설	8 11.6	37 53.6	22 31.9	2 2.9	0 0.0
	토산품(기념품)	11 15.9	33 47.8	23 33.3	2 2.9	0 0.0
	안내,표지판	3 4.3	33 47.8	29 42.0	4 5.8	0 0.0
나가사키	전반적인 인상	4 7.0	30 52.6	22 38.6	1 1.8	0 0.0
	교통시설	1 1.9	28 51.9	24 44.4	1 1.9	0 0.0
	숙박시설	4 7.4	24 44.4	25 46.3	1 1.9	0 0.0
	음식점,식사	5 9.3	21 38.9	22 40.7	5 9.3	1 1.9
	관광시설	8 14.8	20 37.0	23 42.6	3 5.6	0 0.0
	토산품(기념품)	5 9.3	22 40.7	27 50.0		0 0.0
	안내,표지판	5 9.3	14 25.9	30 55.6	5 9.3	0 0.0

한국인들의 일본관광후의 인상에 대해서는 전반적으로 만족하는 것으로 나타났는데, 특히 교통시설 부문에 대해서 가장 만족하는 것으로 나타났다. 일본인들 역시 한국관광에 대해 만족하는 편이 높게 나타났는데, 음식부문에 대해 가장 만족하는 것으로 나타났다.

<표 2-4> 한국관광후의 인상

구 분		매우 좋았다	좋았다	보통이다	나빴다	매우 나빴다
한국전체	전반적인 인상	4 5.9	30 44.1	19 27.9	1 1.5	0 0.0
	교통시설	2 2.9	11 16.2	28 41.2	10 14.7	2 2.9
	숙박시설	4 5.9	22 32.4	25 36.7	1 1.5	0 0.0
	음식점,식사	9 13.2	26 38.3	14 20.6	3 4.4	0 0.0
	관광시설	3 4.4	22 32.4	27 39.6	1 1.5	0 0.0
	토산품(기념품)	2 2.9	18 26.5	30 44.1	4 5.9	0 0.0
	안내,표지판	1 1.5	4 5.9	33 48.6	12 17.6	2 2.9
남부	전반적인 인상	5 7.4	15 22.1	11 16.2	0 0.0	0 0.0
	교통시설	0 0.0	11 16.2	14 20.6	3 4.4	0 0.0
	숙박시설	2 2.9	7 10.3	17 25.0	1 1.5	0 0.0
	음식점,식사	5 7.4	7 10.3	13 19.1	3 4.4	0 0.0
	관광시설	2 2.9	7 10.3	19 27.9	0 0.0	0 0.0
	토산품(기념품)	1 1.5	4 5.9	19 27.9	2 2.9	1 1.5
	안내,표지판	0 0.0	5 7.4	18 26.5	5 7.4	0 0.0
제주도	전반적인 인상	3 4.4	3 4.4	4 5.9	1 1.5	0 0.0
	교통시설	0 0.0	1 1.5	8 11.8	1 1.5	0 0.0
	숙박시설	0 0.0	3 4.4	5 7.4	1 1.5	0 0.0
	음식점,식사	0 0.0	2 2.9	5 7.4	1 1.5	1 1.5
	관광시설	1 1.5	3 4.4	6 8.8	0 0.0	0 0.0
	토산품(기념품)	0 0.0	3 4.4	6 8.8	1 1.5	0 0.0
	안내,표지판	0 0.0	1 1.5	7 10.3	2 2.9	0 0.0

3) 관광횟수

<표 2-5> 관광횟수

일본관광횟수	빈도	비율	한국관광횟수	빈도	비율
1회	188	58.4	1회	30	44.1
2회	87	27.0	2회	15	22.1
3회	29	9.0	3회	6	8.8
4회	5	1.6	4회	8	11.8
5회 이상	13	4.0	5회 이상	7	10.3
합계	322	100	합계	68	100

한국인들의 일본관광횟수는 1회와 2회가 전체의 80% 이상을 차지하는 것으로 나타났고, 일본인들의 한국관광횟수는 1회와 2회가 가장 높으나 4회(11.8%)와 5회 이상(10.3%)의 경우도 상당히 있는 것으로 나타났다.

4) 향후 관광의사

<표 2-6> 향후 일본관광의사

재관광 의사	경험자		미경험자	
	빈도	비율	빈도	비율
꼭 다시 가고 싶다	79	24.6	60	19.4
가능하면 가고 싶다	223	69.5	206	66.7
안가겠다	19	5.9	43	13.9
합계	321	100	309	100

<표 2-7> 향후 한국관광의사

재 관광 의사	경험자		미경험자	
	빈도	비율	빈도	비율
꼭 다시 가고 싶다	18	26.5	24	14.9
가능하면 가고 싶다	36	52.9	87	54.1
안가겠다	14	20.6	50	31.0
합계	68	100	161	100

한국인들의 향후 일본관광 의향에 대해서는 경험자의 약 94%가 다시 방문하고 싶다는 의사를 보였고, 미경험자의 경우에도 약 86%가 방문의사를 보였다. 일본인들의 향후 한국관광 의향에 대해서는 경험자의 약 79%가 다시 방문하고 싶다는 의사를 보였고, 미경험자의 경우에는 69%가 방문의사를 보였다.

5) 향후 관광희망시기

<표 2-8> 향후 일본관광 희망시기

재 관광 시기	경험자		미경험자	
	빈도	비율	빈도	비율
1년 이내	54	17.9	32	12.0
2년 이내	49	16.3	39	14.6
3년 이내	27	9.0	41	15.4
시기는 모르겠다	171	56.8	155	58.1
합계	301	100	267	100

<표 2-9> 향후 한국관광 희망시기

재관광 시기	경험자		미경험자	
	빈도	비율	빈도	비율
1년 이내	8	11.8	12	7.5
2년 이내	5	7.4	9	5.6
3년 이내	3	4.4	4	2.5
시기는 모르겠다	38	55.8	86	53.3
합계	54	100	101	100

* 무응답이나 비해당 포함

한국인들의 일본관광 희망시기에 대해서는 경험자의 약 34%, 미경험자의 약 27%가 1-2년내에 방문하고 싶다는 의사를 보였지만, 시기를 모르겠다는 응답이 양쪽 모두에서 높게 나타났다.

일본인들의 한국관광 희망시기에 대해서는 경험자의 약 19%, 미경험자의 13%가 1-2년내에 방문하고 싶다는 의사를 보였지만, 역시 시기를 모르겠다는 응답이 약 54% 이상으로 가장 높게 나타났다.

6) 숙박일수

한국인들의 일본관광 숙박일수의 경우 경험자들은 과거에는 3박(30.5%)이 가장 높게 나타났으나, 향후에는 5박 이상(25.6%) 하겠다는 응답이 가장 높게 나타났다, 미경험자의 경우에도 3박(29.5%)과 5박 이상(42.3%)의 경우가 높게 나타났다.

일본인들의 한국관광 숙박일수의 경우 경험자들은 과거와 향후 상관없이 3박이 경우가 가장 높게 나타났고, 미경험자의 경우에는 2박(32.2%)의 경우가 높은 것으로 나타났다.

<표 2-10> 일본관광 숙박일수

경험자 과 거	빈도	비율	경험자 향 후	빈도	비율	미경험자	빈도	비율
2박	22	6.9	1박	2	0.7	1박	4	1.3
3박	98	30.5	2박	5	1.8	2박	17	5.6
4박	75	23.4	3박	31	11.0	3박	90	29.5
5박	63	19.6	4박	31	11.0	4박	65	21.3
6박	10	3.1	5박	72	25.6	5박 이상	129	42.3
7박 이상	53	16.5	6박	20	7.1	합계	305	100
합계	321	100	7박 이상	120	42.7			
			합계	281	100			

<표 2-11> 한국관광 숙박일수

경험자 과 거	빈도	비율	경험자 향 후	빈도	비율	미경험자	빈도	비율
2박	8	11.8	1박	1	1.5	1박	3	1.9
3박	38	55.8	2박	15	22.1	2박	52	32.2
4박	11	16.2	3박	29	42.6	3박	45	28.0
5박	3	4.4	4박	2	2.9	4박	4	2.5
6박	3	4.4	5박	2	2.9	5박 이상	5	3.1
7박 이상	1	1.5	6박	1	1.5	합계	109	100
합계	64	100	7박 이상	1	1.5			
			합계	54	100			

7) 정보입수경로

한국인들의 일본관광에 대한 정보입수는 과거에는 여행사(26.5%)가 가장 높았으나, 향후에는 경험 유무에 상관없이 인터넷이 가장 많이 활용될 것으로 나타났다.

일본인들의 한국관광에 대한 정보입수는 경험자는 과거 여행사와 여행잡지(38.2%) 등을 가장 많이 활용하였으나, 향후에는 인터넷(35.3%)을 많이; 활용할

것으로 나타났다.

<표 2-12> 일본관광 정보입수경로

경험자 과 거	빈도	비율	경험자 향 후	빈도	비율	미경험자	빈도	비율
여행사	85	26.5	인터넷	113	36.9	인터넷	87	28.2
가족/지인	81	25.2	여행사	66	21.6	여행잡지 /가이드북	65	21.0
여행잡지 /가이드북	79	24.6	여행잡지 /가이드북	60	19.6	여행사	52	16.8
여행팸플릿	20	6.2	가족/지인	27	8.8	텔레비전	32	10.4
인터넷	18	5.6	여행팸플릿	14	4.6	가족/지인	31	10.0
텔레비전	14	4.4	텔레비전	4	1.3	여행팸플릿	17	5.5
신문/잡지	10	3.1	교역전/이벤트	3	1.0	신문/잡지	16	5.2
교역전/이벤트	3	0.9	신문/잡지	2	0.7	교역전/이벤트	1	0.3
라디오	2	0.6	기타	17	5.6	기타	8	2.6
기타	9	2.8	합계	306	100	합계	309	100
합계	321	100						

<표 2-13> 한국관광 정보입수경로

경험자 과 거	빈도	비율	경험자 향 후	빈도	비율	미경험자	빈도	비율
여행사	26	38.2	인터넷	24	35.3	여행팸플릿	67	41.6
가족/지인	14	20.6	여행사	17	25.0	여행잡지 /가이드북	65	40.4
여행잡지 /가이드북	26	38.2	여행잡지 /가이드북	16	23.5	인터넷	35	21.7
여행팸플릿	14	20.6	가족/지인	10	14.7	신문/잡지	28	17.4
인터넷	10	14.7	여행팸플릿	10	14.7	텔레비전	23	14.3
텔레비전	5	7.4	텔레비전	1	1.5	여행사	23	14.3
신문/잡지	10	14.7	교역전/이벤트	0	0.0	가족/지인	18	11.2
교역전/이벤트	1	1.5	신문/잡지	7	10.3	교역전/이벤트	10	6.2
라디오	1	1.5	라디오	0	0.0	라디오	2	1.2
기타	5	7.3	기타	2	2.9	기타	2	1.2
합계	68	100	합계	68	100	합계	161	100

8) 관광하는 이유

<표 2-14> 일본관광의 이유

일본관광의 이유-과거	빈도	비율	일본관광의 이유-향후	빈도	비율
지리적 가까움	123	38.2	독특한 자연과 온천	118	38.3
지인, 친척 등을 만나러	68	21.1	일본어 공부를 위해	40	13.0
독특한 자연과 온천	57	17.7	지리적 가까움	36	11.7
유명 관광지 많다	25	7.8	유명 관광지 많다	32	10.4
일본어 공부를 위해	11	3.4	지인, 친척 등을 만나러	25	8.1
쇼핑을 즐기러	10	3.1	일본의 역사, 전통을 배우러	18	5.8
일본의 역사, 전통을 배우러	5	1.6	쇼핑을 즐기러	18	5.8
타지역보다 싼비용	4	1.2	일본요리를 즐기러	8	2.6
전기제품의 구매	3	0.9	타지역보다 싼비용	2	0.6
기타	16	5.0	전기제품의 구매	1	0.3
합계	322	100	기타	10	3.2
			합계	308	100

<표 2-15> 한국관광의 이유

한국관광의 이유-과거	빈도	비율	한국관광의 이유-향후	빈도	비율
지리적 가까움	33	48.5	지리적 가까움	15	22.1
지인, 친척 등을 만나러	7	10.3	지인, 친척 등을 만나러	8	11.8
미용	8	11.8	미용	5	7.4
유명 관광지 많다	2	2.9	유명 관광지 많다	5	7.4
한국어 공부를 위해	1	1.5	한국어 공부를 위해	2	2.9
쇼핑을 즐기러	19	27.9	쇼핑을 즐기러	16	23.5
한국의 역사, 전통을 배우러	12	17.6	한국의 역사, 전통을 배우러	22	32.4
타지역보다 싼비용	42	61.8	타지역보다 싼비용	19	27.9
한국요리를 맛보기 위해	21	30.9	한국요리를 맛보기 위해	31	45.6
기타	4	5.9	기타	0	0.0
합계	68	100	합계	68	100

한국인들의 일본관광의 주된 이유는 과거와 향후 모두 지리적 가까움이 가장 큰 것으로 나타났고, 반면 일본인들의 한국관광의 주된 이유는 지리적 가까움(48.5%)도 큰 요인이었지만 타 지역보다 상대적으로 저렴한 관광비용(61.8%)이 보다 중요한 선택요인으로 나타났다.

9) 동행자

한국인들의 일본관광 동행자에 대해서는 경험자는 과거와 향후 모두 가족이라는 응답이 높게 나타났고, 미경험자의 경우에는 가족(38.9%)과 친구(32.7%)가 높게 나타났다.

일본인들의 한국관광 동행자에 대해서는 경험자는 과거(36.8%)와 향후(47.1%) 모두 친구가 가장 높게 나타났고, 미경험자의 경우에도 36.6%가 친구와 하겠다는 의사를 보였다.

<표 2-16> 일본관광 동행자

경험자 과 거	빈도	비율	경험자 향 후	빈도	비율	미경험자	빈도	비율
가족	97	30.1	가족	149	48.1	가족	119	38.9
친구	91	28.3	친구	58	18.7	친구	100	32.7
단체관광	41	12.7	부부	48	15.5	부부	50	16.3
직장동료	37	11.5	혼자여행	43	13.9	혼자여행	15	4.9
혼자여행	32	9.9	직장동료	3	1.0	단체관광	7	2.3
부부	20	6.2	단체관광	3	1.0	직장동료	5	1.6
기타	4	1.2	기타	6	1.9	기타	10	3.3
합계	322	100	합계	310	100	합계	306	100

<표 2-17> 한국관광 동행자

경험자 과 거	빈도	비율	경험자 향 후	빈도	비율	미경험자	빈도	비율
가족	12	17.6	가족	20	29.4	가족	41	25.5
친구	25	36.8	친구	32	47.1	친구	59	36.6
단체관광	14	20.6	부부	15	22.1	부부	42	26.1
직장동료	17	25.0	혼자여행	5	7.4	혼자여행	6	3.7
혼자여행	5	7.4	직장동료	2	2.9	단체관광	6	3.7
부부	12	17.6	단체관광	5	7.4	직장동료	2	1.2
기타	1	1.5	기타	0	0.0	기타	0	0.0
합계	68	100	합계	68	100	합계	161	100

10) 관광목적

한국인들의 일본관광 목적에 대해서는 경험자의 경우 과거(66.1%), 향후(74.8%)가, 미경험자의 82.8%가 순수관광이라는 응답을 보였다.

일본인들의 한국관광 목적에 대해서는 경험자의 경우 과거(78%), 향후(61.8%)가, 미경험자의 64%가 순수관광이라는 응답을 보여 양 지역 모두 순수관광이 주된 목적으로 나타났다.

<표 2-18> 일본관광목적

구분	관광목적	빈도	비율	구분	빈도	비율	미경험자	빈도	비율
과거	순수관광	209	66.1	향후	228	74.8	순수관광	250	82.8
	업무겸 관광	30	9.5		15	4.9	방문겸 관광	39	12.9
	방문겸 관광	66	20.9		47	15.4	업무겸 관광	8	2.6
	기타	11	3.5		15	4.9	기타	5	1.7
	합계	316	100		305	100	합계	302	100

<표 2-19> 한국관광목적

구분	관광목적	빈도	비율	구분	빈도	비율	미경험자	빈도	비율
과거	순수관광	53	78.0	향후	42	61.8	순수관광	103	64.0
	업무겸 관광	8	11.8		2	2.9	방문겸 관광	0	0.0
	방문겸 관광	3	4.4		6	8.8	업무겸 관광	1	0.6
	기타	2	2.9		0	0.0	기타	0	0.0
	합계	68	100		68	100	합계	161	100

11) 관광형태

한국인들의 일본관광 형태에 대해서는 경험자의 경우 과거와 향후 모두 개인적으로 수배한 관광이 높게 나타났고, 미경험자는 개인수배(48.5%), 패키지(43.2%)가 비슷하게 높게 나타났다.

일본인들의 한국관광 형태에 대해서는 정도의 차이는 있지만 경험자와 미경험자 모두 패키지관광이 주된 형태인 것으로 나타났다.

<표 2-20> 일본관광형태

구분	관광형태	빈도	비율	구분	빈도	비율	미경험자	빈도	비율
과거	패키지관광	92	29.3	향후	71	23.5	패키지관광	131	43.2
	단체관광	86	27.4		27	8.9	단체관광	25	8.3
	개인수배 관광	136	43.3		204	67.5	개인수배 관광	147	48.5
	합계	314	100		302	100	합계	303	100

<표 2-21> 한국관광형태

구분	관광형태	빈도	비율	구분	빈도	비율	미경험자	빈도	비율
과거	패키지관광	31	45.6	향후	34	50.0	패키지관광	77	47.8
	단체관광	19	27.9		4	5.9	단체관광	16	9.9
	개인수배 관광	15	22.1		13	19.1	개인수배 관광	13	8.1
	합계	68	100		68	100	합계	161	100

12) 예약방법

한국인들의 일본관광 예약방법에 대해서는 경험자의 경우 과거에는 전부 여행을 통하는 경우가 많았으나, 향후에는 일부 혹은 개인적으로 예약하겠다는 응답이 높았다.

일본인들의 한국관광 예약방법에 대해서는 경험자와 미경험자에 상관없이 전부를 여행사에 맡기겠다는 응답을 보였다.

<표 2-22> 일본관광 예약방법

구분	예약방법	빈도	비율	구분	빈도	비율	미경험자	빈도	비율
과거	전부 여행사	122	38.9	향후	54	17.9	일부 여행사	129	43.1
	일부를 여행사	89	28.3		131	43.5	전부 여행사	94	31.4
	전부 개인준비	103	32.8		116	38.5	전부 개인준비	76	25.4
	합계	314	100		301	100	합계	299	100

<표 2-23> 한국관광 예약방법

구분	예약방법	빈도	비율	구분	빈도	비율	미경험자	빈도	비율
과거	전부 여행사	44	64.7	향후	25	36.8	일부 여행사	13	8.1
	일부를 여행사	16	23.5		19	27.9	전부 여행사	84	52.1
	전부 개인준비	5	7.4		6	8.8	전부 개인준비	3	1.9
	합계	68	100		68	100	합계	161	100

13) 관광시 불편사항

한국인들의 일본관광시에 가장 불편한 점으로는 경험자와 미경험자 모두 의사소통의 문제가 가장 큰 것으로 나타났다. 일본인들의 한국관광시에 가장 불편한 점으로는 한국인과 마찬가지로 의사소통의 문제가 가장 크게 느껴지는 것으로

로 나타났다.

<표 2-24> 일본관광시 불편사항

구 분	과거 경험		향후 예상		미경험자	
	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
항공교통편	4	1.3	8	2.6	9	3.0
버스,택시 등 대중교통	41	12.9	35	11.4	66	21.6
주민의 불친절	4	1.3	4	1.3	6	2.0
화장실 등 위생면	3	0.9	1	0.3		
관광정보의 입수	27	8.5	27	8.8	39	12.8
음식	37	11.7	23	7.5	12	3.9
의사소통	162	51.1	149	48.5	143	46.9
안내표지가 일본어 위주	34	10.7	48	15.6	20	6.6
기타	5	1.6	12	3.9	10	3.3
합계	317	100	307	100	305	100

<표 2-25> 한국관광시 불편사항

구 분	과거 경험		향후 예상		미경험자	
	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
항공교통편	2	2.9	2	2.9	9	5.6
버스,택시 등 대중교통	9	13.2	3	4.4	7	4.3
주민의 불친절	3	4.4	0	0.0	4	2.5
화장실 등 위생면	7	10.3	4	5.9	28	17.4
관광정보의 입수	0	0.0	0	0.0	4	2.5
음식	7	10.3	2	2.9	12	7.5
의사소통	21	30.9	18	26.6	70	43.5
안내표지가 한국어 위주	11	16.2	11	16.2	6	3.7
기타	1	1.5	2	2.9	11	6.8
합계	68	100	68	100	161	100

14) 희망하는 관광경험

한국인들의 일본관광시에 희망하는 경험으로는 온천(58%)과 경치관람(55.4%)이 가장 높게 나타났고, 일본인들은 경치관람(47.8%)과 전통요리식사(47.2%)가 가장 큰 것으로 나타났다.

<표 2-26> 희망하는 관광경험

구 분	한국인		일본인	
	빈도	비율	빈도	비율
경치관람	169	55.4	77	47.8
전통요리식사	70	22.9	76	47.2
쇼핑	111	36.3	43	26.7
온천	177	58.0	17	10.6
편안한 휴식	114	37.3	25	15.5
지역주민과의 교류	10	3.2	12	7.5
축제,이벤트참가	63	20.6	17	10.6
사적,문화재,박물관 등	29	9.5	62	38.5
테마파크,유원지	62	20.3	24	14.9
골프 등 스포츠	4	1.3	9	5.6
기타	8	2.6	1	0.6
합계	305	100	161	100

IV. 시사점 도출

1. 한국관광에의 시사

가. 한국관광에 대한 지속적 정보전달이 필요하다

지리적으로 가까움에도 불구하고 한국에 대해서 잘 모르는 점 때문에 한국관광을 결정하지 못하는 일본인들을 위한 정보전달이 필요하다. 실제로 조사에 의하면 한국관광 경험이 있는 일본인들에 비해 경험이 없는 일본인들이 한국관광 의사를 약하게 보이고 있다.

나. 여행사를 통한 홍보가 효율적이다

일본인들의 대부분은 여행사와 여행팸플릿, 여행잡지 등에서 관련 정보를 입수하는 것으로 나타났고, 향후에도 이러한 경향은 크게 변하지 않을 것으로 나타났다. 따라서 고비용이 드는 텔레비전 광고 보다는 일본인들이 선호하는 여행잡지 등을 활용하는 것이 보다 효율적일 수 있다. 특히 일본내의 브랜드 있는 여행사와의 제휴를 통한 관광객 유치가 가장 효과적인 방안으로 활용될 수 있다.

다. 특색있는 한국요리를 적극 활용해야 한다

일본인들이 한국관광시에 가장 만족하는 부분은 한국의 독특한 요리인 것으로 나타났다. 이러한 경향은 일본인관광객들이 한국관광시에 구매하는 물품에서도 드러나고, 향후 한국관광의 가장 주된 이유로 꼽은 데에서도 나타났다. 따라서 기존의 김치, 불고기, 갈비와 같이 일본인에게 익숙해진 요리와 더불어 다양한 한국요리를 관광상품화하는 방안을 강구할 필요성이 크다.

라. 젊은층 특히 친구투어를 개발해야 한다

많은 일본인들이 한국관광을 비교적 만족하고, 희망하는 것으로 나타났지만, 상대적으로 젊은 층에서 보다 더 선호하는 것으로 나타났다. 또한 일본인들은 한국인들과 달리 가족 보다는 친구와 동행하고 싶은 욕구가 강한 것으로 나타났다. 따라서 친구와 동행시에 항공료와 호텔숙박료를 할인해 주거나, 친구끼리 즐길 수 있는 테마프로그램을 개발하는 등의 친구투어를 지속적으로 개발할 필요성이 크다.

2. 일본관광에의 시사

가. 일본관광에 대한 만족도는 높은 편이다

한국인들이 일본관광을 한 후의 인상은 응답자의 80% 이상이 만족하는 것으로 나타나 상당히 긍정적인 것으로 나타났다. 다만 안내표지판과 식사 등은 상대적으로 낮게 나타나 이에 대한 보완이 이루어지면 보다 큰 만족을 이끌어 낼 수 있을 것으로 보인다.

나. 개인수배를 통한 가족여행의 증가가 예상된다

한국인들은 일본인들에 비해 여행사를 통하는 경우가 적고, 개인적으로 취향에 맞는 여행형태를 선택하는 것으로 나타났다. 또한 친구 보다는 가족과 같이 여행을 하고 싶어 하는 경향이 있어 향후에는 가족관광의 형태가 증가할 것으로 보인다.

다. 장기간의 본격적 여행수요가 기대된다

일본이 지리적으로 가까움에도 불구하고 5박 이상의 관광을 원하는 한국인이 상당수 있다는 점과 기존의 관광동기와는 달리 일본어 공부 등 다분히 시간을

필요로 하는 관광동기를 보여준다는 점에서 향후 한국인들의 일본관광은 장기체재형 관광으로 나타날 가능성이 크다. 이런 점에서 교육과 휴양을 겸하는 관광프로그램의 개발이 상당한 호응을 얻을 가능성이 크다.

라. 인터넷을 통한 관광홍보가 가장 효율적이다

일본인들과 달리 한국인들은 인터넷을 통한 관광정보의 입수와 수배에 상당한 관심을 보이고 있다. 이는 여행사를 통한 획일화된 관광 보다는 자유스러운 관광형태를 선호하는 한국인들의 관광행태와 인터넷이 대중화된 한국문화를 반영하는 것으로 향후 한국인관광객들을 유치하기 위해서는 인터넷마케팅을 적극적으로 활용할 필요성이 크다.

V. 맺으며

관광객의 인식 및 만족도 조사는 관광정책의 개발이나 마케팅전략의 수립, 관광객권익보호를 위한 기초자료로써 필수적인 것임에도 여태까지는 필요에 따라 간헐적으로 이루어져 왔다. 더구나 관광객들의 요구와 욕구는 다양하고 빠르게 변하기 때문에 최소한 분기별(계절별) 조사가 필수적임에도 여러 가지 제약요인으로 실행하지 못하는 것이 사실이다. 또한 간헐적인 관광객 조사 역시 비용과 편리성의 이유로 관광객이 관광을 하는 중에 이루어지기 때문에 보다 정확한 정보를 얻는 데에 한계가 있던 것이 현실이었다.

이에 본 연구는 제주발전연구원과 나가사키경제연구소가 협력하여 이러한 한계를 최소화하고자 하는 데서 시작되었다. 다시 말해 과거에는 제주가 일본인관광객을 조사할 시 제주를 방문한 일본인관광객들을 대상으로 하였으나, 금번에는 일본 현지의 일본인들을 대상으로 한 조사라는 점에서 의의가 있다. 이것은 나가사키경제연구소의 입장에서도 마찬가지일 것이다. 또한 아직 한국과 일본은 관광한 경험이 없는 잠재관광객들을 대상으로 한 조사가 가능했던 점도 상당한

의의를 가진다고 생각한다. 다만 비록 이번 조사가 해협권지역 관광객들의 행동을 연구하기 위한 점이라는 데서 한계가 있었지만, 향후에는 한국과 일본을 관광하는 주된 계층이 한국의 경우에는 일본의 관동과 관서지방이고, 일본의 경우에는 서울과 경기도라는 점에서 이들 지역에 대한 실조사가 보완된다면 더욱 의미있는 결과를 도출할 수 있을 것이라 여겨진다.