

동남아 관광객 유치증진방안

정 승 훈*

목 차

- I. 서 론
- II. 동남아 관광객 내도 실태분석 및 과제
- III. 동남아 관광객 유치증진방안
- IV. 결론

I. 서 론

동남아 관광시장은 홍콩, 싱가포르를 중심으로 급속하게 성장하는 추세를 보이고 있다.

우리나라는 동남아 인접국가로서 동남아 관광시장은 전략적 가치가 매우 크다. 그러나 우리나라를 방문하는 동남아 관광객 수를 고려할 때 제주를 방문하는 관광객 수는 미미한 실정이다.

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

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

* 제주발전연구원 연구위원

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

지금까지 동남아 관광시장에 대한 체계적인 조사와 연구가 미흡한 것이 현실이므로, 동남아 관광객들의 제주도 방문 동기 및 실태에 대한 심층적인 시장조사를 바탕으로 한 전략마련의 필요성이 제기된다.

새로운 성장동력인 동남아 관광객의 내도현황, 상품현황, 홍보현황 등을 분석하여 제주관광의 대응책을 마련하는데 본 연구의 목적이 있다. 연구방법은 동남아 관광시장 관련 2차 자료를 중심으로 한 문헌연구와 자료분석(Literature study and Data analysis)을 수행하였다.

II. 동남아 관광객 내도 실태분석 및 과제

1. 동남아 관광객 내도 현황

가. 연도별 동남아 관광객 수

2006년도 기준으로 홍콩관광객의 점유율은 1.82%, 싱가포르관광객의 점유율은 3.95%를 차지하고 있다. 기타 동남아 국가의 관광객은 입도객 수가 적어 통계자료에 기타로 포함되고 있다.

<표 II-1> 연도별·국적별 외국인 관광객 입도 현황 (단위 : 명)

국적 년도	교포	일본	대만	홍콩	미국	영국	독일	중국	러시아	싱가포르	기타	계
2000	14,737	147,358	2,294	28,777	11,216	325	612	57,236	473	9,710	15,687	288,425
2001	10,501	147,525	2,414	20,329	10,935	358	710	71,650	358	9,506	15,764	290,050
2002	6,659	134,120	940	7,838	12,005	1,030	1,764	92,805	517	11,363	20,455	289,496
2003	2,858	98,950	9,893	5,173	10,753	379	552	69,671	664	8,762	13,362	221,017
2004	4,149	136,202	21,435	7,609	17,518	613	800	101,236	647	13,472	25,534	329,215
2005	5,058	149,361	39,552	8,582	18,528	729	1,140	115,199	875	13,841	25,858	378,723
2006	5,283	177,385	57,358	8,376	19,329	910	1,128	142,912	847	18,167	28,165	460,360

자료 : 제주특별자치도관광협회, 내부자료.

나. 연도별 관광수입

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

<표 II-2> 연도별 관광수입 현황

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

자료 : 제주특별자치도, 주요관광행정현황, 2007.

다. 월별 동남아 관광객 수

1) 홍콩

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

<표 II-3> 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

년도	월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
		2002	관광객수	645	1,201	721	600	640	342	899	827	660	434	
	비율(%)	8.2	15.3	9.2	7.7	8.2	4.4	11.5	10.6	8.4	5.5	6.2	4.9	100.0
2003	관광객수	148	284	111	255	11	223	525	734	536	1,055	627	664	5,173
	비율(%)	2.9	5.5	2.1	4.9	0.2	4.3	10.1	14.2	10.4	20.4	12.1	12.8	100.0
2004	관광객수	1,310	543	425	753	482	687	256	394	737	494	1,138	390	7,609
	비율(%)	17.2	7.1	5.6	9.9	6.3	9.0	3.4	5.2	9.7	6.5	15.0	5.1	100.0
2005	관광객수	291	746	346	736	1,099	1,155	987	989	519	785	590	339	8,582
	비율(%)	3.4	8.7	4.0	8.6	12.8	13.5	11.5	11.5	6.0	9.1	6.9	3.9	100.0
2006	관광객수	172	324	311	1,128	612	618	651	855	791	1,124	724	1,066	8,376
	비율(%)	2.1	3.9	3.7	13.5	7.3	7.4	7.8	10.2	9.4	13.4	8.6	12.7	100.0

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

2) 싱가포르

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

<표 II-4> 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
2005	관광객수	399	621	759	1,510	1,089	1,370	480	368	679	1,703	1,699	3,164	13,841
	비율(%)	2.9	4.5	5.5	10.9	7.9	9.9	3.5	2.7	4.9	12.3	12.3	22.9	100.0
2006	관광객수	763	429	540	2,156	1,134	1,555	432	320	679	2,212	2,317	5,630	18,167
	비율(%)	4.2	2.4	3.0	11.9	6.2	8.6	2.4	1.8	3.7	12.2	12.8	31.0	100.0

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

라. 계절별 동남아 관광객 수

1) 홍콩

2000~2006년까지 계절별 홍콩인 내도 분포를 보면 평균적으로 여름에 가장 많이 방문하고 있으며, 그 다음은 가을, 겨울, 봄 순이다.

2006년도의 경우 겨울철이 가장 높은 점유율을 보이고 있다.

<표 II-5> 계절별 홍콩인 관광객 입도현황

(단위: 명, %)

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

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

2) 싱가포르

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

겨울철이 상대적으로 타 계절과 비교하여 점유율은 높으나, 12월에 치중되어 있고 1, 2월에는 방문객 수가 미미하다.

<표 II-6> 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
2005	관광객수	3,358	2,218	4,081	4,184	13,841
	비율(%)	24.3	16.0	29.5	30.2	100.0
2006	관광객수	3,830	2,307	5,208	6,822	18,167
	비율(%)	21.1	12.7	28.7	37.6	100.0

자료 : 제주도관광협회, 내부자료, 각년도.

2. 동남아 관광객 대상 제주관광 상품 현황

가. 홍콩

제주도가 2006년에 비해 홍콩 관광객들에게 큰 관심을 모으고 있다. EGL여행사는 홍콩항공과 함께 10월 19일부터 21일까지 홍콩-제주도간 전세기를 운행하였다. 이 상품(제주 3일/HK \$2,299)은 소비자들의 뜨거운 관심 속에 상품을 판매하자마자 164명 모두 예약완료가 되었다. 성공적인 판매에 대해 해당 여행사에서는 상품의 질이 좋고 값싼 가격 그리고 소비자들의 제주도에 대한 관심을

등으로 해석하고 있다.

<표 II-7> 홍콩관광객 대상 주요 제주관광 상품 현황(2007년 10월 상품)

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

자료 : 한국관광공사, 「월간 관광시장동향」, 2007.11..

나. 싱가포르

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

방한상품 판매 Top5 여행사들의 10월 판매한 방한상품 현황은 아래와 같다.

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

여행사명	상품명	상품일수	가격	주요 방문지
ASA Holiday	8D Korea Autumn Discovery + 제주도	8D/6N	\$ 1,288	제주, 내장산, 남이섬, 난타, 에버랜드, 롯데월드, 동대문시장
	8D Discovery + 제주도	8D/6N	\$ 1,368	제주, 피닉스 스키리조트, 남이섬, 난타, 에버랜드, 롯데월드
Chan Brothers	8D Grandeur of Korea	8D/6N	\$ 1,328	에버랜드, 제주, 상수허브, 남이섬, 롯데월드, 스파벨리
	8D Korea Ski Escapade	8D/6N	\$ 1,328	제주, 대구, 스키체험, 춘천, 서울, 롯데월드

여행사명	상품명	상품일수	가격	주요 방문지
CTC	8D Korea + Jeju Autumn Romance	8D/6N	\$ 1,238	제주2박, 설악산, 영주 선비촌(한스타일투어), 에버랜드, 서울
	8D Korea Winter Wonderland + Jeju Island	8D/6N	\$ 1,269	제주2박, 설악산, 스키체험, 에버랜드, 서울
Five Stars	8D Korea Fabulous	8D/6N	\$ 1,358	제주, 에버랜드, 설악산, 여주프리미엄아웃렛, 남산골, 한옥빌리지, 서울
	8D Winter Ski + Jeju Island	8D/6N	\$ 1,388	제주, 에버랜드, 롯데월드, 눈체험, 설악산, 여주프리미엄아웃렛, 서울
SA Tours	8D Korea Discovery+ Jeju	8D/6N	\$ 1,388	제주, 용평리조트(스키체험), 설악산, 서울

자료 : 한국관광공사, 「월간 관광시장동향」, 2007.11.

다. 말레이시아

무슬림들이 한달 간의 라마단 이후 즐기게 되는 하리라야 축제 및 연휴기간이 전년에 비해 짧아지면서 10월중 해외여행객이 많이 감소한 것으로 나타났다. Golden Tourworld Travel에서 만든 관광상품도 2006년도에 비해 모객수가 크게 감소하였다.

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

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

자료 : 한국관광공사, 「월간 관광시장동향」, 2007.11.

3. 동남아 국가 대상 제주관광 홍보 현황

2007년도 제주특별자치도관광협회에서 수행한 제주관광 홍보현황을 보면, 중국, 일본, 대만 등 제주관광의 표적시장에 홍보가 집중되었다.

동남아 국가로는 싱가포르, 말레이시아, 필리핀, 홍콩 등에 극한되고 있다. 향후 동남아 관광시장 확대를 위해서는 기존 4개 국가에 대한 시장조사와 마케팅 전략 강화와 함께 베트남, 인도 등 여타 국가에 대한 시장조사도 강화해 나가야 할 것이다.

<표 II-10> 동남아 국가 대상 제주관광 주요 홍보현황(2007년)

사업명	기간	참가인원	주요내용	비 고
싱가포르 골프잡지 팸투어	1.10-13	2명	도내 주요 골프장 소개 및 답사	기사화를 통한 골프상품 홍보 및 제주인지도 제고
싱가포르 골프상품개발 팸투어	1.10-13	4명	도내 주요 골프장 소개 및 관광지답사	골프상품개발을 통한 관광객 유치
말레이시아 제주관광설명회	3.14	40명	제주상품개발을 위한 설명회	관광인지도 제고
말레이시아 MATTA 국제관광전	3.16-18	관광전 참가객 90,000명	제주관광홍보	관광인지도 제고
홍콩스타 TV 제주취재	5.6-9	2명	제주유명관광지 특집취재	제주관광 홍보 및 제주관광상품 소개를 통한 관광객 유치
싱가폴 TV 제주취재	7.6-9	8명	제주풍물체험 취재	제주관광 홍보 및 제주관광상품 소개를 통한 관광객 유치
말레이시아 도매여행사	8.15-17	40명	세계자연유산 및 관광홍보	상품개발을 통한 여행촉진
싱가폴 국제관광 박람회 참가	9.14-16	3명	홍보부스를 통한 제주관광 및 제주상품 홍보	동절기 제주관광상품 홍보 및 한 류상품 홍보를 위한 부스 운영
홍콩 언론인 팸투어	9.17-19	8명	세계자연유산 등재관련 취재	제주세계자연유산 홍보를 통한 관광객 유치
필리핀 직항노선 상품개발을 위한 여행업자 관광설명회	9.17-19	30명	직항노선 상품개발을 위한 제주관광설명회 및 팸투어	상품개발 추진
말레이시아 위성방송 (ASTRO)	9.30-10.3	10명	세계자연유산 및 관광취재지원	상품개발 추진
싱가포르 사장단 팸투어	10.4	10명	세계자연유산 등재지역 답사 신설 관광지 시찰	세계자연유산관련 상품개발을 통 한 관광객 유치
홍콩 명보언론 팸투어	10.29-11.1	4명	세계자연유산 등재관련 취재	제주세계자연유산 홍보를 통한 관광객 유치

자료 : 제주특별자치도관광협회, 내부자료, 2007.

4. 과제

첫째, 동남아 주요 도시와의 접근성 향상방안이 마련되어야 한다. 제주도가 섬지역임을 고려할 때, 동남아 관광객 유치의 첫걸음은 해당 지역과의 직항노선 확충이 지속적으로 이루어져야 한다. 동남아 주요 도시와의 직항노선이 개설되어 있지 않아 향후 지속적인 정기항공노선 개설과 제도적인 개선책 마련이 필요하다.

둘째, 동남아 관광시장에 대한 체계적인 조사와 분석이 필요하다. 제주를 방문하는 동남아 관광객에 대한 기본통계도 홍콩, 싱가포르에 한정되어 있어 보다 세분화된 자료가 필요하다. 또한 한국관광공사에서 조사하는 외래관광객실태조사, 동남아 관광객 방한시장 분석 등의 자료만으로는 제주관광의 과제 및 유치증진방안을 마련하는데 한계가 있다.

셋째, 동남아 관광객들의 체류시간을 증가시키는 방안이 필요하다. 동남아 관광객 대상 관광상품 대부분이 제주에서 1박 또는 2박 정도 체재하는 것으로 되어 있어 지역경제에 미치는 파급효과는 미미하다. 동남아 관광시장에 대한 체계적인 조사와 분석을 통해 제주를 주요 방문지로 하는 관광상품 개발이 필요하다. 사계절 기후 중 특히 겨울철의 눈은 동남아지역 관광객들의 매력적인 관광소재가 되고 있으나, 한편으로 제주관광에 있어 겨울철은 전체적으로 볼 때 관광비수기로써 사계절 전천후 관광의 한계요인으로 작용하고 있다.

넷째, 과학적인 분석에 의한 홍보전략 수립이 필요하다. 동남아 국가에 대한 대부분의 홍보활동이 팸투어, 설명회, 국제관광박람회 참가 등으로 한정되어 있어 향후 홍보예산을 증액하여 보다 공격적인 전략 마련이 필요하다. 또한 동남아 관광객들이 대부분 타 지역을 경유하여 제주를 방문하는 것을 고려할 때, 제주도의 독자적인 홍보·마케팅도 중요하나 광역권 도시와의 공동 홍보·마케팅 방안 등을 강구해야 한다.

Ⅲ. 동남아 관광객 유치증진방안

1. 관광교통 개선전략

첫째, 동남아 주요 도시와의 직항로 개설. 제주~마닐라 노선이 2007년 12월 15일부터 2008년 1월 12일까지 한달동안 주 2회 4편씩 운항될 예정이다. 제주도는 필리핀을 시작으로 싱가포르와 홍콩, 말레이시아 등지의 직항로 개설을 적극 추진하여야 한다.

둘째, 제주항공활용 동남아 주요 도시와의 직항로 개설. 제주항공은 2008년부터 중국과 일본 국제노선에 전세기 취항을 추진하고 있다. 2009년 일본·중국·동남아 등 아시아권에 국제선 정기노선을 띄울 계획이므로 이를 적극적으로 추진할 수 있도록 건설교통부, 제주항공 등과의 협력마케팅이 필요하다.

셋째, 항공자유화 확대. 항공회담을 통한 제5자유 운수권 추가 확대 실적이 전무한 상태이다. 상호주의에 입각한 항공협상으로는 상대국이 제주도를 제5자유 운수권 허용 희망지역으로 선택하지 않는데 기인하고 있다. 제주도에 한해 제8자유 운수권(외국항공사가 자국에서 출발하여 한국내 지점간 여객·화물을 운송할 수 있는 자유) 허용 검토 및 외국항공사의 투자를 적극 유치하여야 한다.

넷째, 크루즈선 취항 유도. 한·중·일 동북아 지역의 교류 협력 증진과 역내 관광시장 규모 증가, 한국관광 인지도 상승 및 관광자원의 다양화는 크루즈를 통한 외래관광객 유치에 새로운 기회로 대두되고 있다. 크루즈선 기항 여건 및 수용태세 개선, 해외 홍보 및 판촉활동을 통한 크루즈 기항 확대 등을 통해 크루즈 관광객 만족도 및 재방문율을 제고한다.

<표 III-1> 크루즈산업 육성방안

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

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

2. 쇼핑관광 활성화

첫째, 관광품질인증제 강화. 홍콩의 품질관광서비스 인증제(QTS) 제도는 홍콩경제부의 전폭적인 지원아래 홍콩관광진흥청에 의해 1999년 11월 처음 추진되어, 정부, 기업, 관광업계 및 관련업체의 일원들로 구성된 독립적인 QTS자문 위원회가 이 계획의 전반적인 장려책과 운영상태를 점검하고 있다. 스페인은 스페인 관광청 관리 아래 관광품질관리소(ICTE)를 설립하여 2000년부터 운영하고 있으며, 호텔 등 숙박업소, 여행사, 식당, 민박 등을 대상으로 한 ‘품질 인증제’

를 실시하고 있다. 제주특별자치도 특별법에 관광품질인증제 강화를 위한 법적 근거를 마련하였으므로, 도내 쇼핑센터를 대상으로 품질인증제를 실시하여 도내 쇼핑업체의 질적 향상을 도모한다.

둘째, 외국어 표기 일원화 추진. 외국인 관광객들이 제주 방문시 외국어 표기가 일원화되어 있지 않거나 오류가 많아 관광객에게 혼란을 가중시키며 제주관광 이미지에도 부정적 영향을 미치고 있다. 도내에서 생산되는 각종 특산품, 관광안내책자, 도로표지판 등에 대한 외국어표기 일원화 관리체계를 구축할 필요가 있다. 외국어 표기를 관할하는 위원회 설치나 제주특별자치도와 제주대학교 통역대학원간의 MOU체결 등을 통해 이에 대한 해결방안을 강구한다.

3. 홍보 및 마케팅 강화

첫째, 광역권 홍보·마케팅 협력 강화. 한국관광공사에서도 해외 홍보·마케팅 사업 지원은 광역단위 활동 지원의 비중을 높여 나갈 예정이다. 제주도의 독자적인 홍보·마케팅도 중요하나 호남권(광주·전북·전남), 영남권(대구·경북·경남), 부산권(부산·울산) 등과의 공동 홍보·마케팅하는 방안을 강구해야 한다. 국내·외 기자, 관광업자, 항공업자 등과의 관광설명회, 팸투어 개최시 광역권 지역과 공동으로 추진하는 방안을 고려한다.

둘째, 현지 여행사, 한국관광공사 해외지사, 항공사와의 협력체계 강화. 한국관광공사 해외지사, 국내·외 항공사, 현지 여행사와의 공동 협력마케팅 방안(상품개발, 홍보 등)마련이 필요하다. 지속적인 관계 마케팅 시행을 통해 협력관계를 지속화할 필요가 있다.

셋째, 무슬림 관광객 유치를 위한 가이드북 발간. 호주관광청이 말레이시아의 무슬림 관광객 유치 증진을 목적으로 최근 무슬림 관광객용 가이드북(Muslim Visitors Guide to Australia)을 출시했다. 동남아 국가의 무슬림 관광객을 유치하기 위해서는 제주관광 가이드북 마련이 필요하다. 또한 무슬림 관광객을 유치하기 위한 전문 통역안내원 육성과 전문식당 개설 등이 수용태세개선측면에서 이루어져야 한다.

넷째, 말레이시아 버자야 그룹과의 협력체계 구축. 제주특별자치도·제주국제자유도시개발센터(JDC)와 버자야랜드가 제주신화역사공원 J지구에 대한 투자합의각서(MOA)를 체결하였다. 버자야 그룹과의 협력마케팅을 실시하여 말레이시아 관광객 뿐만 아니라 주변 동남아 국가의 관광객을 유치하여야 한다.

다섯째, 체계적인 관광설명회 개최. 2007년 10월 17일 태국 방콕의 한 컨벤션센터에서 열린 강원관광설명회장에 김진선 강원지사가 직접 참여하였으며, 강원도립예술단 공연도 있었다. ‘고고 강원도’는 동남아 관광객을 유치하는 것을 목적으로 하는 설명회의 캐치프레이즈로 쉽고 간결한 문구로 인해 현지인들로 큰 호응을 얻었다. 제주특별자치도도 매년 국내·외 관광객들을 유치하기 위한 다양한 설명회, 팸투어를 개최하고 있으나 요식적인 행위로 전락하지 않도록 이에 대한 철저한 분석과 평가를 통해 개선해 나가려는 노력이 필요하다.

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

일곱째, 고객 데이터베이스 구축. 동남아 국가 주요 여행사·단체·학교·기관 등 세일즈 유치 및 팸투어 등을 통하여 입수된 고객에 대한 데이터베이스 구축으로, 지속적인 고객관계마케팅을 시행한다. 데이터베이스 구축(여행사, 단체, 기관, 인사, 실적, 동향 등), 정기적인 DM발송, 행사 및 기념일 축하기념품 발송 등을 지속적으로 추진한다.

4. 관광상품 개발

첫째, 제주겨울축제 개최. 홍콩은 2007년에도 11월 30일부터 2008년 1월 1일까지 홍콩 겨울축제(2007 Hong Kong WinterFest)를 개최하고 있다. 신제주 중심가, 칠성통, 광양 등의 상가를 중심으로 연말 쇼핑 행사 개최, 도내 겨울철 축

제의 체계적 개최 및 홍보, 도립예술공연단, 제주시립교향악단의 공연 등 다양한 볼거리·즐길거리를 갖추어 제주겨울축제를 개최할 필요가 있다.

둘째, 세계자연유산 연계 관광상품 개발 및 홍보 전개. 유네스코(UNESCO. 유엔교육과학문화기구)는 2007년 6월 27일 '제주 화산섬과 용암동굴'을 세계자연유산 목록에 등재하였다. 제주특별자치도도 한국관광공사, 여행사, 항공사와 협력하여 '체험하는 제주도 세계유산' 홍보 및 관광상품 개발을 지속적으로 추진하여야 한다.

<표 III-2> 세계자연유산 활용전략

사업명	활용전략
세계자연유산의 날 지정	<ul style="list-style-type: none"> · 등재된 해 6월 27일을 세계자연유산의 날로 지정 · 자연유산지구 방문객들을 위한 다양한 프로그램과 관광상품 개발
자연유산 가이드 북 및 시청각 매체 제작	<ul style="list-style-type: none"> · 다국어 표기(한국, 영어, 일어, 중국어, 불어, 스페인어)형 제주 자연 유산 가이드북 제작, 시청각 매체 제작
세계자연유산마을 지정	<ul style="list-style-type: none"> · 세계자연유산마을 지정을 위한 조례제정, 마을발전계획 수립
세계자연유산센터 설립	<ul style="list-style-type: none"> · 제주 화산섬과 용암동굴의 가치와 우수성을 알리고 3개 유산 지역을 연결하는 구심체 역할 수행 · 유산보존활동과 국제홍보의 중심적 역할 수행 · 미공개 동굴(용천동굴, 당처물동굴) 재현 체험실, 교육 및 전시관
자연유산서 인증서 및 패스 개발	<ul style="list-style-type: none"> · 유산관광지를 방문하는 관광객들을 대상으로 인증서 배포

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

셋째, 남해안 지역 등과 연계 관광상품 개발. 다목적지 여행상품은 장기간 경쟁력을 유지하는데 도움을 줄 수 있고 다양한 관광객을 유치하기에 확실한 상품이다. 제주를 방문하는 단체 동남아 관광객들은 한국의 주요 도시와 연계하는 여행상품을 선호하고 있으므로 국내·외 타 지역과 공동 상품개발, 홍보방안 등을 상품개발 초기부터 시행하는 것이 필요하다.

넷째, 메가이벤트와 연계한 관광상품 개발. 2008년 북경올림픽, 2010년 상해박람회, 2012년 여수박람회 등 다양한 메가 이벤트가 개최된다. 특히 메가 이벤트는 주변 국가 내지 지역의 관광객 유치 및 이미지 제고에 상당한 영향을 미치므로 시의적절한 대응책 마련이 필요하다. 북경올림픽 관련하여 제주가 전지훈련 목적지로서 인식강화를 위해 노력해야 한다. 상해박람회와 관련해서는 정부, 한국관광공사와 적극 협력하여 박람회기간중 제주관광홍보와 제주를 경유하는 관광상품이나 상해-제주를 연계하는 관광상품 개발에 총력을 기울여야한다. 여수박람회도 기획단계에서부터 제주와 여수간 교통편, 관광상품 등이 연계될 수 있도록 추진해야 한다.

<표 III-3> 주요 메가 이벤트 현황

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

다섯째, 해녀와 연계한 관광상품 개발. 제주여성의 근면과 자립을 상징하고 우리나라 100대 문화상징중 하나인 잠수(해녀)문화를 국내·외 관광객들이 체험할 수 있도록 잠수(해녀)와 함께하는 체험 관광프로그램을 개발하고 해녀의 유

네스코 세계문화유산 등재를 추진해야 한다. 2007년 싱가포르 여행업자 팸투어 시에도 이에 대한 상품개발 호응이 높았으므로 관광상품개발에 필요한 관련 정보, 공연기획, 연계코스 개발 등을 현지 여행사와 공유하여 적극적으로 추진할 필요가 있다.

여섯째, 태왕사신기 등 드라마·영화 촬영지 연계 관광상품 개발. 한류스타 배용준을 비롯한 최민수, 박상원, 문소리 등이 주연하는 태왕사신기는 일본 NHK에서 '태왕사신기'를 방송하는 등 70여개국으로 수출돼 외국인 관광객도 큰 폭으로 늘어날 것으로 전망되고 있다. 촬영지를 단순히 구경만 하는 곳이 아닌 테마가 있는 관광지로 개발하고 영화장면을 체험할 수 있도록 코스를 개발해야 한다.

IV. 결 론

제주관광에 있어 동남아 관광시장의 중요성은 인식되고 있으나, 제주도 관련 관광상품이 대부분이 타 시·도를 경유하여 제주를 방문하는 일정으로 되어 있어 고부가가치 관광시장으로 인식되지 못하고 있다.

그러나 일본, 중국, 대만 관광시장위주에서 벗어나 관광시장 다변화전략 마련과 동남아 관광시장의 성장을 고려할 때 보다 더 적극적인 시장확대전략이 마련되어야 한다.

그러한 측면에서 본 연구는 제주관광의 잠재시장이며 새로운 성장동력인 동남아 관광시장에 대해 내도실태분석을 통하여 관광객 유치증진방안을 마련하는데 연구의 목적이 있다.

본 연구는 동남아 관광시장 관련 2차 자료를 중심으로 한 문헌연구와 자료분석에 의존하여 동남아 관광시장에 대한 체계적인 조사와 분석에는 한계가 있다.

향후 연구에서는 설문조사, 관광사업자 면담조사 등 실증적인 연구를 토대로 기재된 개선전략과 더불어 수용태세 개선전략 등이 마련되어야 할 것이다.

일본, 중국, 대만 관광시장 못지않게 동남아 관광시장의 중요성과 가변성에 대응하기 위한 산·학·민·관의 협력이 더욱 절실한 시기이다.

■ 참고문헌 ■

고계성의 2인, “세계자연유산의 관광상품 개발에 따른 정책방향에 관한 연구,” 한국관광·레저학회, 제31차 한국관광·레저학회 국제학술연구발표대회, 2007.11.

김혜선, “지자체 해외 홍보·마케팅 역량강화,” 한국문화관광연구원, 한국관광정책 (통권 제27호), 2007년 봄호.

문화관광부·해양수산부, 해양크루즈 관광산업 활성화 방안, 2007.4.

제민일보, 2007.12.2일자.

제주발전연구원, 중화권관광객 유치증진방안, 2005.

제주특별자치도, 주요관광행정현황, 2007.

제주특별자치도, '07~'08년 외래관광객 총량 증대 10대 추진전략, 2007.

제주특별자치도관광협회, 내부자료, 2007.

한국관광공사, 월간관광시장동향, 2007.11.

한국관광공사, 방한 관광시장 분석, 2006.

<http://www.discoverhongkong.com/>