

# 외국인관광객 200만명 유치를 위한 제언

제주대학교 경상대학장 오 상 훈

## 1. 들어가면서

외국인관광객 200만 명 유치는 수출 1조원 시대의 개막과 함께 지난 7월에 출범한 민선 5기 우근민 도정의 주요 정책 중의 하나이다. 즉 2014년에는 2009년 632,354명의 3.2배에 달하는 규모의 외국인 관광객을 제주지역으로 유치한다는 것이다. 단순 집계로 보더라도 외국인관광객 유치에 따른 관광수입도 현재 7천 250억원에서 2조 3천 억원 이상의 규모로 늘어날 전망이다.

수출 1조원 달성에 목이 마를 정도임을 감안할 때 외국인 관광객을 유치하여 돈을 쉽게 벌고 국가나 지역경제에 바로 기여할 수 있다는 점이 얼마나 매력적인가를 알 수 있다. 외국인 관광객 유치에 역점을 두는 관광정책은 수출산업과 같은 경제적 효과 외에도 여러 가지 부수효과가 숨겨져 있음을 간과할 수 없다.

관광산업은 세계 관광 10대국(프랑스, 미국, 스페인, 중국, 이탈리아, 영국, 우크라이나, 터키, 독일, 멕시코)은 물론 케냐, 르완다, 자메이카, 과테말라, 파라과이, 캄보디아, 미얀마 등 저개발국에서도 매력적인 산업으로 받아들여지고 있음은 주지의 사실이다. 관광산업 진흥을 동반하지 않는 경제개발을 기대하기 어려울 정도이며, 관광산업이 매력적인 만큼

세계관광의 경쟁상황은 더욱 치열해지고 있는 것이다. 그러나 이러한 상황은 관광수용국의 입지와 자원, 주변의 관광송출국의 시장 규모와 근접성 등에 따라 여건은 크게 다를 수 있기 때문에 크게 두려워할 바도 아니다.

2009년 세계의 국제관광객 수는 8억 8천 만 명이었다. 우리는 왜 외국인관광객을 유치하려고 노력해야 하는가? 제주는 2014년 외국인 관광객 200만 명 유치, 가능할까? 이에 대한 제주관광의 잠재력과 걸림돌은 무엇인가? 이에 대하여 매크로적 논의와 함께 필자의 제언을 지면이 허락하는 대로 간략히 정리해 보기로 한다.

## 2. 외국인관광객 유치 이유

세계 각 국은 거의 예외 없이 외국인 관광객을 많이 유치하려고 노력하고 있으며 그 정책이 성공하길 희망하고 있다. 어느 지역이나 국가를 막론하고 외국인관광객을 많이 유치하려는 데는 공통적인 이유와 함께 각 지역이나 국가가 처한 입장에 따라 크게 다른 이유도 있을 수 있다.

가장 큰 공통분모는 관광수입을 통한 경제발전과 소득향상을 도모하는 것이다. 역사적으로 순수한 세

계관광의 흐름(flow)은 북에서 남으로 향하는 남-북(North-South) 관광을 전형으로 한다. 지구 북반구 회색문화권의 부유한 나라 사람들이 남반부 흰색문화권의 가난한 나라를 찾아 휴양과 관광을 하며 돈을 쓰는 것이었다. 지구촌의 선벨트(sunbelt) 지역에 휴양지가 많이 개발되어 있지만 부유한 나라는 드물며 이들 지역은 관광수입에 의존하는 바가 높다.

외국인관광객 유치 증대는 정치적으로 이용되기도 한다. 과거 필리핀의 마르코스 대통령, 중미의 니카라과 독재정부는 외국인 관광객을 많이 유치하고 풍요롭게 접대함으로써 자신의 독재정권을 대외적으로 위장하거나 용서받으려는 시도를 포기하지 않았다. 관광은 사회문화적 현상으로서 국제관광은 국가간의 민간차원의 교류의 한 형태라고 할 때 외래관광객의 유치는 매우 순수해 보이기도 한다. 국내의 지방선거에서도 관광진흥의 전시적 효과를 의도적으로 활용하려는 경향을 쉽게 발견할 수 있다.

이와 유사하게 외국인관광을 많이 유치하는 국제관광진흥의 매력은 지역이나 국가의 이미지를 개선하고 국제적으로 전파하는 효과이다. 물론 지역의 부정적인 이미지가 전파되는 경우도 있을 수 있지만, 외국인 관광객을 유치하는 마케팅활동과 수용태세의 개발 및 정비과정에서 지역의 SOC, 문화인프라 및 소프트웨어, 랜드마크의 출현, 고급의 인적서비스 개발, 지역주민의 현대정신 함양 등으로 인하여 긍정적인 파급효과가 훨씬 더 많이 전파될 것이다. 즉 국제적으로 관광목적지(도시, 지역, 국가)의 브랜드 가치가 높아지면서 지역의 다른 산업부문에 까지 긍정적인 파급효과를 기대할 수 있는 것이다.

특히 제주, 사이판, 하와이, 발리처럼 섬(island)은 대륙의 여타 지역에 비하여 1, 2차 산업이 취약하고 지역자체의 경제발전 기반이 약하였다. 기후가 온난하고 자연조건이 뛰어난 이들 섬에는 예외 없이 외부의 관광자본이 유입되면서 섬경제(island economy)는 관광산업을 중심으로 형성된다. 예전

과 달리 현대와 같이 교통수단이 발달하면서 섬관광(island tourism)은 더욱 더 외국인관광객 유치에 매력을 느끼게 되었다.

또 하나 간과할 수 없는 이유는 지역문화의 국제화이다. 외국인관광객의 유치는 이문화(異文化) 사이에 문화접변과 문화변용을 거쳐 지역문화에 영향을 미치게 된다. 어떠한 문화권의 외국인관광객을 많이 유치하느냐에 따라 관광수용지에서 이문화간 상호작용의 결과는 크게 다르다. 결국 지역주민의 의식과 가치, 생활문화의 변화를 가져오고 주민의식과 서비스가 국제화 경향으로 나아가게 된다. 그러나 대부분의 경우 이러한 지역문화의 변화를 주요 목적으로 외국인관광객 유치정책을 강화하는 사례는 찾아보기 힘들다.

외국인관광객을 유치하는 일반적인 이유 몇 가지를 살펴보았다. 특히 인구 56만 7천의 제주는 산업의 다양성이 빈약하고 관광경제가 중심인 섬이다. 국제자유도시 건설을 추진하고 있는 가운데 실질적인 국제교류와 협력강화의 필요성을 절감하고 있다. 유네스코 세계자연유산 등 남반구의 야생적 자연적 매력을 보유하여 세계인에게 동경의 섬으로 남아있다. 세계 정상회담과 국제회의 등을 통하여 제주의 이미지가 개선되고 있다. IT, BT, 수출산업의 육성을 통하여 국제관광의 다양화라는 건전한 발전궤도 개척도 필요하다.

이러한 맥락에서 볼 때, 외국인관광객 유치목표와 가치는 단순한 문제가 아니다. 단순히 외형적으로 200만 명, 300만 명이 목표라면 이것은 경제적 정치적 효과에 비중을 두는 정책이라 할 것이다. 아무리 경제적 목표가 우선일지라도 200만, 300만 명의 문화권별 국적별 세분시장별 내부 구성비율은 더욱 중요하다. 어떠한 관광영향을 지향하느냐에 따라 200만 명의 내용은 크게 달라져야 하기 때문이다.

제주특별자치도는 외국인관광객 유치와 관련한 국제관광정책에서 단순히 경제적인 목적에 국한하지

말고 보다 복합적 장기적으로 지향해야 할 가치를 정립해야 할 것이다.

### 3. 외국인관광객 유치 잠재역량

제주특별자치도가 2014년까지 목표로 하고 있는 외국인관광객 200만 명 유치 가능성을 말하기 전에 우리는 잠재역량을 어디에서 찾아야 할지에 대하여 표적시장믹스, 관광어트랙션믹스, 휴먼웨어와 휴먼서비스믹스의 관점에 한정하여 이야기 하고자 한다.

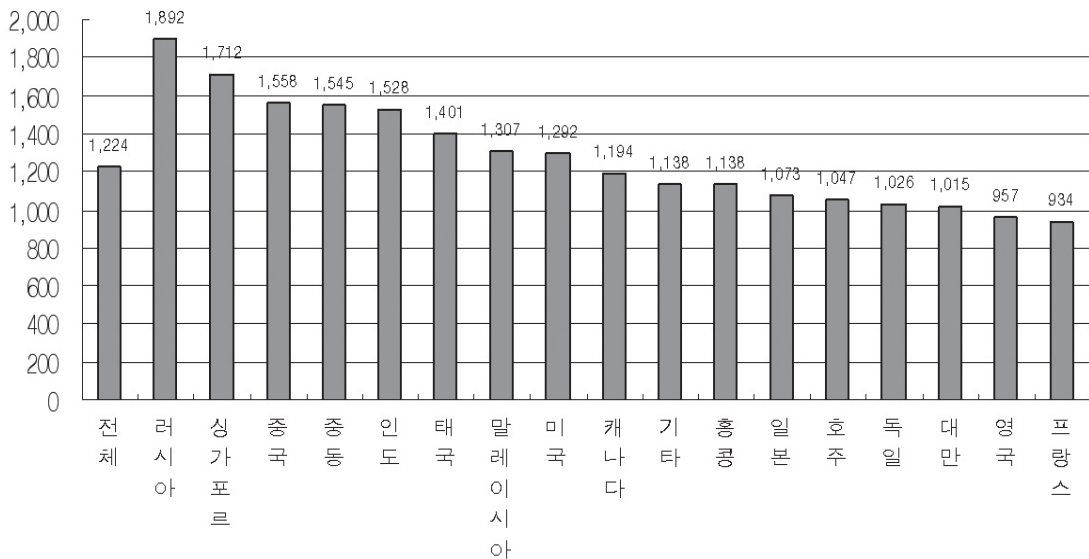
제주를 목적지로 하는 해외의 관광송출국은 중국과 일본이 지배적이다. 2009년 제주방문 외국인관광객은 총 632,354명으로 그 중 아시아권은 89.6%, 서구권은 10.4%를 점유하고 있다. 국적별

로는 중국 258,414명(40.9%), 일본 183,168명(29.0%), 대만 41,480(6.6%), 싱가포르 32,727(5.2%), 홍콩 15,079(2.4%), 말레이시아 14,806(2.3%), 미국 등 서구 65,998(10.4%) 등으로 분포하고 있다.

제주방문 외국인 관광객의 국적별 1인당 관광조수입은 일본 216만으로 가장 높고, 서구 영어권 80만원, 중국 75만 수준으로 국적별 시장가치가 큰 차이를 보이고 있다. 한국문화관광연구원 방한외래객 지출경비 보고에 따르면 2009년 1인당 총지출경비는 US\$1,224이며 국적별로는 러시아, 싱가포르, 중국(1,558달러)의 순이며, 일본(1,073달러)은 중국에 비하 훨씬 낮은 시장으로 나타나고 있어, 제주의 인바운드시장은 한국의 인바운드시장과 비교해 볼 때 질적으로 적지 않은 차이가 있음을 발견할 수 있다.

〈표 1〉 한국방문 주요국별 총 지출경비

(단위: US\$)



출처: 한국문화관광연구원(2009), 「외래관광객실태조사」

이러한 결과는 우리에게 여러 가지 시사점을 던져 주고 있다. 예컨대, 아시아권의 표적시장 믹스(target market mix)를 어떻게 구성할 것인가? 제주에서 중국인 관광객의 소비지출을 늘리는 방안은 무엇인가? 러시아와 싱가포르 같은 고부가가치 시장에 대한 장기적 전략은 무엇인가? 제주특별자치도가 외국인관광객유치정책이나 전략을 합리적으로 마련하여 추진하고 있는가?

세계적인 관광어트랙션(tourist attractions)으로써 에펠탑, 제주의 세계자연유산은 세계 모든 국가의 방문객들의 관광시선(tourist gaze)을 끌어들이는 것이다. 그러나 중국인이 좋아하는 음식과 일본인이 좋아하는 음식이 다르듯이, 제주관광은 표적해외시장에 따라 관광매력믹스(tourist attractions mix)를 달리 구성하는 유연성을 발휘해야 한다. 당연히 그렇게 하고 있는데 무슨 뚱딴지 같은 소리냐고 할 수 있을 것이다. 문제는 뛰어난 관광어트랙션이란 단기간에 만들어지는 것이 아니기 때문에 걱정이 된다.

관광어트랙션은 자연적인 것과 문화적인 것, 그리고 인위적인 것들로 구분할 수 있다. 지역에 따라 이들 한 가지 메가 어트랙션(mega-attractions)에만 의존해도 외래객유치에 성공하는 경우가 적지 않다. 나이아가라 폭포, 지붕 없는 박물관 로마, 라스베이가스나 디즈니월드 등은 대표적인 예이다. 그러나 이러한 예는 제주관광과는 너무 거리가 있는 것이지만 제주관광의 어트랙션 개발을 위하여 시사하는 바가 적지 않은 것이다.

예컨대, 제주의 제1 해외시장으로 부상한 중국인의 방문(訪韓) 목적은 여가/위락/휴가(40.2%) 보다 사업/전문활동(42.0%)이 더 높은 반면, 제주방문 목적은 거의 자연/레저 등 휴양관광이 지배적이다. 이것은 동일한 중국인관광객처럼 보이지만 제주의 관광어트랙션믹스는 달라져야 함을 보여주는 것이다.

외국인관광객 200만 유치를 위하여 우리가 원하는 표적시장에 내놓을 수 있는 관광어트랙션믹스는

무엇인가? 우리가 원하는 표적시장에 대하여 우리가 갖추고 있지 못한 관광어트랙션은 무엇이며 장단기적 보완대책은 무엇인가? 그들은 우리가 제시하는 믹스에 어느 정도 만족할 것인가?

단언컨대, 제주의 관광어트랙션의 강점은 깨끗한 자연환경과 UNESCO 세계자연유산과 같은 수준급의 자연비경, 그리고 이러한 환경 속에서 나오는 식자재 등을 꼽을 수 있다. 한편으로 자문화를 사랑한다는 관점에서 섭섭해 할지 모르지만 제주의 문화적 인위적 요소는 국제관광무대에서 크게 미약함을 인정하고 제주형의 관광어트랙션믹스 개발의 영역을 넓혀나가야 할 것이다.

표적시장과 관광어트랙션 다음에 생각해야 할 과제는 관광마케팅기구의 능력이다. 사실 관광정책의 상당부분은 마케팅이거나 관련 사업임을 주목해야 할 것이다. 그리고 외국인관광객유치와 관련해서는 마케팅기구의 독립성과 전문성이 매우 중요하다. 다행히 제주에는 2년 전에 제주관광공사가 설립되었다. 해외마케팅사업의 전문성을 높이기 위하여 선결과제는 적지 않지만 일단 잠재역량은 있다고 보아야 할 것이다.

관광은 서비스산업임과 동시에 사람산업(people industry)이다. 즉 환자에게 훈련이 잘 된 간호원이 필요하듯이, 관광부문에서 교육수준이 높은 휴먼웨어(human-ware)와 질 높은 휴먼서비스(human service)는 매우 중요한 역할을 한다. 외래관광객들의 방문목적이 무엇이든 간에 휴먼서비스의 중요성은 줄어들지 않는다.

관광의 인적요소는 관광업계나 관광지현장에서 뿐만 아니라 행정과 의회, 심지어 지여주민 차원에서도 간과할 수 없는 것이다. 관광리더십을 생각할 때 지역의 정치인에까지 인적 역량을 찾아보지 않을 수 없다.

윌트 디즈니가 있었기에 디즈니랜드와 디즈니월드가 태어날 수 있었던 것이다. 스탠리 호가 있었기에 마카오의 카지노관광산업이 번창할 수 있었다. 넘치

는 비전과 뛰어난 리더십을 갖춘 경영자와 잘 훈련되고 충실한 종업원들이 일하는 호텔은 틀림없이 좋은 성과를 기대할 수 있을 것이다.

다행히 제주관광도 그 역사가 오래 되면서 관광교육기관이 발달하고 고등교육을 받은 인적자원이 풍부해지고 있다. 행정과 의회분야에 있는 사람들의 관광에 관한 지식과 경험도 많이 축적되어 왔다. 국제자유도시건설 및 외래관광객유치 등을 통하여 업계와 주민의 관광의식도 크게 향상되고 있다는 점은 정말 고무적이라 하겠다.

그럼에도 불구하고 제주관광의 휴먼웨어와 휴먼서비스 역량은 아직도 갈 길이 먼 것 같다.

## 4. 장애요인과 개선방안

### 1) 접근성 개선

접근성 문제는 누구나 다 알고 있지만 아직까지 해결이 안 되고 제주관광의 발목을 잡고 있는 숙명적 과제이다. 지금도 2014년 외국인관광객 200만명 유치에 대하여 회의적 반응을 보이는 근거는 단지 미흡한 접근성 문제가 상존하기 때문이다. 공항신·확충과 24시간 운용, 주요 국제노선의 확대, 국제페리노선 개설 등등 오래된 답안은 있지만 현실성이 미약하다. 특히 향후 4년 이내라는 시한을 두고 볼 때 접근성 개선 문제는 요원하기만 하다.

단기간에 제주관광의 해외시장은 중국, 일본 등 근거리 주변국임을 감안할 때 다음과 같은 방안을 고려해 볼만 하다.

첫째, 기존 국내의 저가항공사의 제주기점 중, 일 국제노선을 가능한 조속히 확충하는 것이 가장 시급한 과제이다.

둘째, 국내의 제주-부산, 서울 노선의 항공편의 대형화를 통해 우회 접근하는 외국인 관광객 좌석난을 경감시켜야 할 것이다.

셋째, 기존 여행사의 인바운드 항공전세관광에 대한 지원을 확대한다.

넷째, 한중일 상공회의소 공동 출자로 서틀항공사를 설립 운용토록 한다.

다섯째, 항공 이외의 국제페리운용의 도입과 활성화를 도모한다.

여섯째, 중국과 일본의 저가항공사 제주취항을 확대한다.

### 2) 관광정책의 개선

제주관광의 발전을 지체시키고 있는 요인 중에 하나는 분명히 관광정책분야와 관련이 있다. 단언컨대 정책이란 미래의 행동방향을 정해 놓은 것이라고 할 때, 지금까지 제주관광은 10년 20년 30년 50년을 내다보지 못한 부문이 너무 많았다. 5년마다 종합계획을 마련하고 수정하고 있다지만 그 정도에 안주할 수 없는 것이다. 이러한 현상의 배경에는 관광정책을 담당하는 인적자원과의 관련성을 면키 어렵다. 관광정책부문에 과감한 개혁이 있어야 할 것이다. 관광관련 기구간의 기능중복과 부조화도 대표적인 예이다.

첫째, 지방자치단체 장(도지사)의 관광부문에 대한 이해와 관심, 추진력을 더욱 강화해야 할 것이다. 아울러 산하의 관관관련 단체장도 과거에 비해 비전과 리더십이 뛰어나야 할 것이다. 말레이시아, 싱가포르에 카지노사업이 도입되기 어려운 문화인에도 카지노사업이 성공하고 있는 것은 수상이 관심을 가졌기

때문이다.

둘째, 관광공무원들의 국내외(특히 해외) 연수와 수학기회를 확대하여 경쟁력을 갖춘 관광행정 및 마케팅 전문가와 미래 CEO를 양성해야 한다.

셋째, 장기적인 종합계획 외에도 제주관광의 외래 관광객유치 강화 전략을 마련해야 한다. 단기적이고 2차 자료의 인용 수준을 넘어 제주관광에 부가가치가 높은 해외시장을 찾고 이에 적합한 수용태세믹스를 확충하는 것이 필요하다.

넷째, 제주관광관련 공적기구(간)의 시스템개선은 정책의 몫이다. 현재 제주특별자치도관광협회, 제주관광공사, 제주특별자치도(관광국), 컨벤션 관련 기구 사이에 분산되어 있는 기능도 개혁적으로 조정과 통합을 추진하는 것도 정책분야의 과제이다. 나누어 먹기식으로 업무를 분장하여 관리감독이나 하는 정도의 정책은 재고되어야 한다.

### 3) 관광매력의 개선

제주관광의 매력은 아직도 청정한 자연환경과 관련 이미지가 지배적이며, 역사문화나 인위적 매력은 매우 취약하다. 단 예외적으로 회의나 인센티브 관광 매력은 크게 높아지고 있는 실정이다. 그러나 이들도 결국은 제주의 자연관광매력과 깊이 연계되어 있기 때문에 가능한 현상이다. 이처럼 자연적 매력은 관광의 기본 베이스가 되는 것이다. 자연환경에 관련한 개발과 보존 사이에 갈등은 더욱 커질 것이다.

그러나 포스트모던 시대에 관광소비자들의 지적 수준과 소비경험은 단순한 자연관광에 만족하지 않으며 제주의 자연환경도 이들의 호화롭고 높은 욕구를 계속 충족시켜 주는 데는 곧 한계에 직면할 수밖에 없다. 이렇게 볼 때 제주관광의 매력은 자연적 매

력이 지배적인 가운데 문화적 요소와 인위적 요소가 융합되는 절묘한 대안들을 찾아내는 데 있다.

첫째, 세계자연유산을 비롯하여 현재 제주의 자연환경은 가능한 잘 보존하여 관광적 가치와 매력을 더욱 높이는데 기여할 수 있어야 할 것이다.

둘째, 제주의 문화적 요소, 인위적 요소, 새로운 의료관광요소들을 개발하여 관광어트랙션믹스의 대안이 다양하게 나올 수 있는 기반을 조성해야 한다. 1930년대 발리는 유명한 예술인들의 체류와 예술활동이 있었기에 오늘날 자연과 문화가 어우러진 최후의 휴양 낙원으로 발전하게 되었다.

셋째, 바다스튜디오, 제주타워, 기타 대규모 랜드마크형 개발은 장기사업이지만 관광어트랙션믹스 운용에 매우 중요한 사안이므로 장기종합계획에 반드시 반영해 나가야 할 것이다.

넷째, 200만 명 중 절반은 중국인이 차지할 것이고, 4년 이후에도 장기적으로 중국인 관광객은 폭발적으로 증가할 것으로 예상되는 상황에서 중국자본과 화교자본 유치를 통한 관광어트랙션 확충도 매우 바람직한 전략이다. 주력시장의 자본을 유치할 경우 항공편, 관광객 유치, 목적지마케팅 등 다양한 효과를 우리는 쉽게 얻을 수 있는 것이다.

### 4) 관광마케팅의 개선

2년전, 오랜 논란 끝에 제주관광공사가 설립되었다. 제주관광의 마케팅전문기구로 출범하였으나 재정과 인력의 전문성이 매우 취약하다. 어려운 재정기반을 해결하기 위하여 내국인 면세점을 운영하면서 공사의 업무본질이 뒤바뀌고 있는 것이 아니냐는 우려도 낳고 있다.

해외마케팅을 하려면 막대한 예산과 전문인력이 필요하다. 현실적으로 영세한 조직에게 많은 것을 기대하기는 어렵다. 당초 제주관광공사를 왜 그렇게 영세하고 옹졸하게 출범시켰는지 궁금하다.

첫째, 제주관광공사가 명실공히 국제관광마케팅 사업을 충분히 수행할 수 있도록 충분한 재정적 기반이 확충되어야 할 것이다. 제주관광을 위하여 그 명분은 너무나 명확하다.

둘째, 관광마케팅 전문가를 10여 명 정도 더 수혈해야 할 것이다. 현재 인력의 전문성을 간략히 검토해 본 결과 국내외 관광마케팅사업을 과학적 체계적으로 수행(계획-집행-평가)할 능력을 갖추고 있지 못하다. 하물며 해외관광시장개척 문제까지 나아갈 때 외부의 전문기구들과 경쟁력을 어찌 비교할 수 있을지 궁금하다. 열악한 근무조건으로 높은 이직율도 숨겨진 사실이다.

셋째, 제주관광에 관한한 제주관광공사는 명실공히 경쟁력을 갖춘 유일한 통합마케팅전문기구로 변신해야 한다. 최근 많은 논의가 되고 있는 도내 관련 기구들간에 비효율적으로 분산되어 있는 업무와 기능에 대한 재검토와 혁신적 통합화과정이 필요하다.

넷째, 기존 관광마케팅사업의 효율성을 평가하고 전반적 전략을 개선해야 할 것이다. 이러한 과제는 위에서 말한 사업들과 서로 연계되어 있어서 제주의 관광마케팅전략의 개혁차원에서 통합적으로 접근하여야 할 것이다.

## 5) 휴먼웨어와 서비스의 개선

제주도내 특급호텔의 경우 휴먼웨어와 서비스는 국제적 수준에 손색이 없다. 먼저 서비스측면에서 보

면, 중심부를 조금만 벗어나면 제주관광의 인적자원 및 서비스 관련 문제는 쉽게 발견할 수 있는 게 제주관광의 현주소이다. 제주를 찾은 관광객들이 꼭 무대화된 장소와 업소에만 들어가란 법이 없지 않은가? 오히려 제주지역의 후면부(back region)를 더 엿보고 싶어 하는 게 관광객의 기본 심리가 아니던가? 자기의 손님이 아닐 경우에 너무 냉담한 지역주민의 환대정신의 수준도 큰 문제이다.

이미 앞에서 언급한 대로 행정, 의회, 업계 각 부문에서 휴먼웨어의 역량을 더 키워야 할 필요성도 간과할 수 없다. 최근에는 도의회에서도 분과별 연구포럼을 운용하는 것은 이러한 역량을 강화하기 위한 방법으로 볼 수 있다. 인적요소와 관련하여 다음과 같은 몇 가지 제언을 하고자 한다.

첫째, 제주관광분야에 국제관광분야에서 CEO 경력을 충분히 갖고 있는 외부인력을 수혈할 필요가 있다. 제주관광의 시스템과 사고를 바꾸고 성공하는 방법을 우리들에게 학습시켜 줄 것이다.

둘째, 가장 중요한 것은 관광교육이다. 대학의 관광전문교육도 중요하지만 초·중·고 교육과정에서 관광관련 지식과 환대정신을 함양하여 제주지역의 전반적 환대정신의 뿌리를 깊게 만들어야 할 것이다.

셋째, 특급수준의 관광사업체를 제외한 각 부문의 관광관련 사업체의 경영관리, 종사원의 교육을 장기적 체계적으로 이루어져야 한다. 대학자체의 노력이 부족할 경우 대부분은 재정문제이므로 이에 대한 지원과 프로그램 개발이 필요하다.

넷째, 제주특별자치도 관광국 공무원의 해외연수 실적이 극히 미미하거나 없는 것으로 집계되는 바, 해외 관광기구(대학)의 연수와 수학기회를 확대 정착시켜야 한다. 공무원에 대한 교육투자 없이 제주관광

의 백년경쟁우위를 확보하기 어렵다고 본다.

## 5. 나오면서

민선 5기 우근민도정의 제주특별자치도에서 외래 관광객 200만 명 유치는 중요한 관광정책과제 중의 하나로 받아들여진다. 이 정책은 곧 바로 일각에서 실현 가능성에 대한 회의론, 질을 무시한 양적 정책의 표본이라는 냉대를 받기도 하였다. 필자의 입장에서 이 주장을 완전히 무시하고 싶지는 않았다. 왜냐하면 앞에서 말한 여러 가지 난제들은 차치하더라도 공무원들의 소극적인 사고와 자세를 필자가 직접 체감했기 때문이다.

결론부터 말하면 2014년 외국인관광객 200만 명 유치 목표 달성은 가능하다고 본다. 단, 중국의 10대 도시와 일본의 주요도시로부터 항공접근성을 개선, 확충해야 하는 선결과제를 풀어야 할 것이다. 신공항 건설 여부는 200만 명 유치와는 별개의 과제이므로 논의의 대상이 아니었다.

그 외에도 관광정책의 개선, 관광매력의 개선, 관광마케팅의 개선, 인적자원과 서비스의 개선 등도 매우 중요한 과제이며 개선방향을 함께 제시하여 두었다.

200만 명 유치목표가 양적이냐 질적이냐는 누가 선불리 예단할 과제는 아니라고 본다. 200만 명이 부유층에서 나온다면 어떻게 답할 것인지 묻고 싶다. 이것은 관광마케팅과 관련이 있는 문제로서 얼마든지 비난을 피해갈 뿐만 아니라 좋은 평가를 받을 수도 있을 것이다.

200만 명 유치는 4년을 내다보는 중기 정책목표라고 생각한다. 이러한 과정에서 제주를 국제경쟁력이 높은 관광목적지로 체질개선을 해 놓겠다는 전략으로 해석하고 싶다. 향후 장기적인 그림을 그리려는 노력도 있을 것으로 기대해 본다.

우도정은 그동안 침체되었던 제주경제와 발전에 활

력을 불어 넣고 가능성의 정책과 세계를 열어가려고 한다. 이러한 과제들은 우도정의 정책 곳곳에서 발견할 수 있다. 크고 작은 관광정책과 사업들이 모두 성공하여 제주사회가 더욱 나아지기를 바랄뿐이다.