

# 중국인 관광객 유치증진을 위한 제주관광의 과제

제주발전연구원 선임연구위원 정승훈

2020년에 1억 명을 송출할 것이 예상되는 중국은 세계 각국에서 주요 시장으로 전략적 접근을 하고 있다. 단기간에 많은 중국인 관광객을 유치하는 것도 중요하나, 중국 관광시장의 동향과 중국인 관광객의 해외여행 성향을 파악하는 노력이 과학적인 시장조사에 바탕을 두어서 이루어져야 한다

## I. 들어가며

세계 관광시장의 규모는 지속적으로 확대되는 추세에 있으며 각국의 관광산업 육성 경쟁이 심화되고 있다. 전 세계 관광객 수는 '02년 709백만명에서 '09년 880백만명으로 증가하였다. 아태지역의 세계시장 점유율은 2020년 25.4%로 전망되고 있으며, 동북아 관광시장의 성장 지속과 중국시장의 급부상이 예상되고 있다.

중국경제 성장과 소득 증가로 중국인의 해외관광이 늘어나고 있으며, 소비규모도 커서 중국인 관광객이 세계 관광업계의 핵심고객으로 부상하고 있다. 2010년 기준 중국인의 해외여행객수는 1,610만명(홍콩, 마카오를 포함할 경우 5,739만명)으로 전 세계에서 10위의 송출국가이다. 세계관광기구(UNWTO)에 의하면, 중국은 2020년에 독일, 일본, 미국에 이어 세계 4위로 약 1억명의 관광객을 송출할 것으로 예상되고 있다.

한편 2010년 제주를 방문한 중국인 관광객은 406,164명으로 전체 내도 외국인 관광객중 52.3%의 비율을 차지하여, 2009년부터 제1의 관광시장으로 부상하였다. 제1의 관광시장이었던 일본인 관광시장이 수년동안 답보상태에 있음에 따라 중국인 관광시장이 제주관광의 명운을 좌우하는 절대변수가 되었음을 부인할 수 없게 되었다.

따라서 제주특별자치도는 관광산업의 트렌드 변화에 지속적으로 대응책을 마련하고 제주의 주요 시장인 중국인들의 요구변화에 주목하여 관광행태와 욕구를 주도할 수 있는 관광정책과 관광상품을 개발하여 관광시장에서의 경쟁우위를 만들어 나가야 한다.

본 고에서는 중국인 관광객 유치 증진하는데 있어 제주관광의 과제를 중심으로 내용을 제시하고자 한다.

## II. 제주관광의 현황

### 1. 외국인 관광객 수 증가 추이

외국인 관광객 수는 1990년대에서 2000년대 중반까지는 등락을 거듭, 그 이후 2004년부터 상승세로 전환하였다. 1990년대 급락을 거듭하다가 1998년 IMF의 영향이후 3년간 증가추세에 있었으나, 2003년 SARS의 영향으로 전년 대비 23.7% 하락하였다. 2006년 제주특별자치도 무사증 입국허가 국가(중국 포함)가 확대되면서 입도 중국인 관광객 수가 급격히 증가하였다. 2004년부터 2010년까지 외국인 관광객 연평균 성장률은 13.06%로 급성장하고 있다.

〈표 1〉 제주방문 관광객 수 및 관광수입 현황

구 분	전 국 (외국인: 천명)	제주특별자치도					
		관광객(천명)			관광수입(억원)		
		계	내국인	외국인	계	내국인	외국인
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
2007	6,448	5,429	4,888	541	22,144	16,034	6,110
2008	6,890	5,822	5,281	540	23,736	17,537	6,199
2009	7,817	6,523	5,891	632	28,282	21,018	7,264
2010	8,797	7,578	6,801	777	33,867	25,232	8,634

자료: 제주특별자치도(2011), 2010년도 관광현황 자료

## 2. 국적별 외국인 관광객 현황

중국인 해외여행수요 증가, 제주기점 직항노선과 부정기노선 확대, 제주 인지도 상승 등으로 중국인 단체관광객이 지속적으로 입도하여 전반적으로 상승추세에 있다. 2009년부터 제주방문 중국인 관광객 수가 일본인 관광객 수보다 많아지기 시작하였다.

2010년 방한 외국인 관광객은 8,797,658명이며, 제주방문 외국인 관광객은 777,000명으로 방한 관광객 대비 8.8%를 차지하고 있다. 방한 일본인 관광객은 3,023,009명이며, 제주방문 일본인 관광객 수는 187,790명으로 방한 일본인 관광객 대비 6.2%를 차지하고 있다. 방한 중국인 관광객은 1,875,157명이며, 제주방문 중국인 관광객 수는 406,164명으로 방한 중국인 관광객 대비 21.7% 비중이다. 최근 중국인 관광객이 폭발적인 증가추세에 있으나, 방한 관광객 중 일본인 관광객이 비중이 가장 크며, 일본인 관광시장 확대를 위한 적극적인 노력도 필요하다.

〈표 2〉 제주방문 국적별 외국인 관광객 현황

년도	계	일본	중국	대만	홍콩	싱가폴	말레이시아	미국	기타
2001	290,050 (100%)	158,026 (54.5%)	71,650 (24.7%)	2,414 (0.8%)	20,329 (7.0%)	9,506 (3.3%)		10,935 (3.8%)	17,190 (5.9%)
2002	289,496 (100%)	140,779 (48.6%)	92,805 (32.1%)	940 (0.3%)	7,838 (2.7%)	11,363 (3.9%)		12,005 (4.1%)	23,766 (8.2%)
2003	221,017 (100%)	101,808 (46.1%)	69,671 (31.5%)	9,893 (4.5%)	5,173 (2.3%)	8,762 (4.0%)		10,753 (4.9%)	14,957 (6.8%)
2004	329,215 (100%)	140,351 (42.6%)	101,236 (30.8%)	21,435 (6.5%)	7,609 (2.3%)	13,472 (4.1%)		17,518 (5.3%)	27,594 (8.4%)
2005	378,723 (100%)	151,419 (40.0%)	115,199 (30.4%)	39,552 (10.4%)	8,582 (2.3%)	13,841 (3.7%)		18,528 (4.9%)	28,602 (7.6%)
2006	460,360 (100%)	183,168 (39.8%)	142,912 (31.0%)	57,358 (12.5%)	8,376 (1.8%)	18,167 (3.9%)		19,329 (4.2%)	31,050 (6.7%)
2007	541,274 (100%)	183,240 (33.9%)	176,878 (32.7%)	93,169 (17.2%)	8,683 (1.6%)	21,699 (4.0%)	10,270 (1.9%)	20,478 (3.8%)	26,857 (4.9%)
2008	540,516 (100%)	177,459 (32.8%)	174,902 (32.4%)	67,993 (12.6%)	11,365 (2.1%)	28,580 (5.3%)	13,220 (2.4%)	23,349 (4.3%)	43,648 (8.1%)
2009	632,354 (100%)	183,168 (29.0%)	258,414 (40.9%)	41,480 (6.6%)	15,079 (2.4%)	32,727 (5.2%)	14,806 (2.3%)	23,712 (3.7%)	62,968 (9.9%)
2010	777,000 (100%)	187,790 (24.2%)	406,164 (52.3%)	40,867 (5.3%)	11,793 (1.5%)	31,405 (4.0%)	23,550 (3.0%)	19,895 (2.6%)	55,536 (7.1%)

자료: 제주특별자치도(2011), 2010년도 관광현황 자료.

### 3. 직항·크루즈이용 외국인 관광객 내도 현황

2010년 제주방문 외국인 관광객은 777,000명이며, 이중 제주와 타 국가와 연계하는 직항노선과 크루즈선을 이용하여 제주를 방문한 외국인 관광객은 385,237명으로 전체 외국인 관광객 대비 49.6%를 차지하고 있다.

2010년 제주를 방문한 중국인 관광객은 406,164명이며, 이중 제주와 중국 간 직항노선과 크루즈선 이용 제주를 방문한 중국인 관광객은 162,112명으로 39.9%를 차지하고 있다. 중국인 관광객의 경우 21세~40세가 전체의 45.5%를 차지하고 있으며, 41세~60세가 38.6%, 61세 이상은 7.3%를 차지하고 있다.

〈표 3〉 2010년 직항·크루즈이용 외국인관광객 내도현황

(연령별)

구 분	계	0~10세	11~20세	21~30세	31~40세	41~50세	51~60세	61~70세	71세이상
중 국 (명)	162,112	6,297	7,554	32,272	41,576	40,470	21,985	8,636	3,322
점유율 (%)	100	3.9	4.7	19.9	25.6	25.0	13.6	5.3	2.0
일 본 (명)	155,194	3,083	3,478	11,787	17,290	22,111	39,177	43,608	14,660
점유율 (%)	100	2.0	2.2	7.6	11.2	14.2	25.2	28.2	9.4
대 만 (명)	39,226	1,910	3,120	6,438	8,758	7,620	6,442	3,400	1,538
점유율 (%)	100	4.9	8.0	16.4	22.3	19.4	16.4	8.7	3.9

자료: 제주출입국관리사무소, 「내부자료」, 2010.  
주) 승무원 제외

### 4. 관광사업체 현황

#### 1) 중국 단체관광객 유치 전담 여행사 현황

2010년 8월말 기준 국내 중국 단체관광객 유치 전담 여행사는 122개소가 지정되어 있으며, 이중 제주지역 여행사는 대명해외관광, 국제여행사, 학신여행사, 세도여행사, 대한동방국제여행사 등 5개 여행사가 있다. 도내 여행사의 경쟁력이 있어야 중국 현지 여행사와 연계하여 단체 관광객의 직접적인 모객을 도모할 수 있다.

#### 2) 카지노업체 현황

외국인전용카지노는 2010년 말 기준으로 전국에 16개 업체가 운영 중에 있으며, 지역별로는 서울 3개소, 부산 2개소, 인천 1개소, 강원 1개소, 대구 1개소, 제주

8개소이다. 내국인 출입 카지노는 강원랜드 카지노 1개소가 운영중이다.

2010년 기준 카지노업체 총 매출액은 2조 2,626억 원(외국인전용카지노 1조 57억 원, 강원랜드 카지노 1조 2,569억 원)이고 입장객은 504만 명(외국인전용카지노 195만명, 강원랜드 카지노 309만명)이다. 2010년말 기준 16개 외국인전용카지노의 외국인 관광객 대비 카지노 이용객 점유율은 16.1%이다. 2010년 기준 제주지역 외국인전용카지노의 총 매출액은 97,535백만원으로 전국 외국인전용카지노 총 매출액의 9.7%를 차지하고 있으며, 입장객 수로는 7.8%를 차지하고 있다. 2010년 말 기준 8개 제주지역 외국인전용카지노의 제주방문 외국인 관광객 대비 카지노 이용객 점유율은 19.5%이다.

〈표 4〉 제주지역 카지노업체 현황

(단위: 명, 백만원)

구 분	2010년		2009년		2008년		2007년		2006년	
	매출액	입장객	매출액	입장객	매출액	입장객	매출액	입장객	매출액	입장객
라마다프라자 카지노	12,673	19,903	11,167	17,912	3,053	15,875	2,900	9,772	7,100	19,962
파라다이스 그랜드카지노	20,972	30,522	16,310	23,617	20,517	22,118	11,355	21,762	13,240	24,177
신라호텔 카지노	140	4,376	16	215	1,050	4,122	4,337	8,928	2,405	3,745
로얄팔래스 카지노	10,620	9,174								
제주오리엔탈 카지노			12,917	10,978	10,184	12,206	3,841	8,514	6,111	9,548
롯데호텔제주 카지노	20,744	33,322	20,248	34,576	24,098	27,380	24,229	32,409	20,023	36,706
엘베가스 카지노	13,404	23,091	19,247	24,199	19,328	15,176	7,469	12,261		
남서울프라자 카지노									9,343	14,193
하얏트호텔 카지노	5,424	5,640	6,900	6,784	4,836	4,619				

구 분	2010년		2009년		2008년		2007년		2006년	
	매출액	입장객	매출액	입장객	매출액	입장객	매출액	입장객	매출액	입장객
골든비치 카지노	13,558	25,573	1,664	3,301						
트로피카나 카지노					2,272	4,916	8,506	14,785	12,012	18,823
합계	97,535	151,601	88,469	121,582	85,338	106,412	62,637	108,431	70,234	127,154

자료: 문화체육관광부, 관광동향에 관한 연차보고서 각년도 자료.  
 주) 제주오리엔탈카지노는 2010년에 로얄팔래스카지노로 사업장 명칭 변경, 주) 남서울호텔카지노는 2007년에 엘베가스카지노로 사업장 명칭 변경, 주) 트로피카나카지노는 2009년에 골든비치카지노로 사업장 명칭 변경

## 5. 중국~제주 연계 여행상품 현황

제주를 단일 관광목적지로 한 여행상품의 경우 최대 3박 4일 상품이 많으며, 국내 타 도시와 연계된 여행상품의 경우 1박 2일 상품이 주류를 이루고 있다. 2011년 기준 중국 국제여행사와 청년여행사의 제주여행상품 현황에 대한 주요 내용은 다음 <표 5>와 같다.

<표 5> 중국 주요 여행사의 제주여행상품 현황

구 분	여행상품 주요 내용
국제여행사	<ul style="list-style-type: none"> <li>여행상품가격은 4,100위안부터 4,880위안까지 다양하게 구성됨.</li> <li>체재기간은 제주상품인 경우 3박 4일이며, 타 지역과 연계된 상품은 4박 5일~5박 6일 상품임.</li> <li>쇼핑은 주로 면세점, 화장품·특산품 가게 등임.</li> <li>공연관광상품은 한류뮤지컬 난타로 구성되어 있음. 김치만들기 체험 프로그램이 있다는 점이 독특함.</li> <li>제주시내 방문지는 용두암, 제주민속박물관 등임. 동부권인 경우 성산일출봉, 섭지코지,성읍민속마을 등이 주요 코스에 포함됨. 서귀포중문권의 경우 주상절리대, 천지연폭포, 테디베어박물관, 롯데호텔(풍차관람) 등이 주요 코스임. 드라마·영화 촬영지는 대장금 촬영지 등이 주요 코스로 구성됨. 그 외 신비의 도로, 해안도로, 한라산 어리목 코스, 한라산 자연전시관 등이 방문코스로 구성됨.</li> </ul>
청년여행사	<ul style="list-style-type: none"> <li>여행상품가격은 3,380위안부터 6,500위안까지 다양하게 구성됨.</li> <li>체재기간은 제주상품인 경우 3박 4일이며, 타 지역과 연계된 상품은 4박 5일~5박 6일 상품임.</li> </ul>

구 분	여행상품 주요 내용
청년여행사	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 쇼핑은 주로 자수정 가공공장, 중앙로 지하상가 등임.</li> <li>· 공연관광상품은 한류뮤지컬 난타로 구성되어 있음.</li> <li>· 제주 시내 방문지는 용두암, 제주민속박물관, 한라수목원 등임. 동부권인 경우 성산일출봉, 섭지코지, 성읍민속마을 등이 주요 코스에 포함됨.</li> <li>· 서귀포중문권의 경우 정방폭포, 서북전시관, 분재예술원, 천치연폭포, 테디베어박물관, 월드컵경기장 등이 주요 코스이며, 사찰은 약천사가 주요 방문코스로 구성됨. 그외 신비의 도로 등이 방문코스로 구성됨.</li> </ul>

자료: www.cits.com.cn, www.cytsonline.com

### III. 제주관광의 과제

#### 1. 선진 관광정책 기반 구축

제주의 관광산업은 중저가 관광상품에 의존하는 소득창출형의 기반산업으로써 역할을 수행하였고, 시대적 패러다임 변화에 따라 가치창출형 복합산업화를 유도하는 정책전환이 필요하다.

첫째, 관광정책 기반 강화를 위한 관광통계 기반 구축. 관광통계가 기반이 되어야만 정확한 시장정보에 의한 정책개발, 미래 발전과제 등을 만들어 나갈 수 있다. 입도하는 관광객 수 통계 뿐만 아니라 숙박, 관광지, 교통, 골프 등 관광시설을 이용하는 관광객 수와 비중을 파악할 수 있는 통계조사 및 자료가 우선적으로 갖추어야 하며, 이를 통해 각 분야별 관광정책 수립에 활용할 수 있을 것이다.

둘째, 기후변화시대에 부응한 제주형 녹색관광 정책 추진. 제주도의 경우 다른 지역과는 달리, 섬이라는 특수한 입지적·자연적 여건으로 인하여 기후변화에 더욱 취약한 상황이다. 제주도는 항공, 해운 교통으로만 접근이 가능함으로 기후변화시대에 자연적 측면에서 뿐만 아니라 탄소세 등으로 인하여 가장 영향을 많이 받을 것임으로 기후변화에 대응한 관광정책 개발이 필요하다.

셋째, 중국인 개별 관광객 유치 강화. 관광목적 방한 중국인 관광객중 개별관광객 비중은 2008년 40.5%에서 2010년 44.6%로 증가추세에 있다. 단체 관광객 시장 뿐만 아니라 개별 관광객의 유치를 강화하기 위해 관광정보 제공 앱 개발·보급, 중저가 숙박시설(게스트하우스 등) 확대, 정기적 실태조사와 만족도 제고방안 마련 등이 필요하다.

넷째, 관광투자유치에 대한 재검토 필요. 관광투자유치는 단기적인 성과보다는

장기적인 관점에서 우선 유치환경을 구축하는 데 주력하여야 할 것이며, 다소 유치성도가 부족하더라도 개발내용에 맞는 전략적 투자유치를 강화해야 한다. 최근 복합 리조트 조성사업이 증가추세에 있으며, 신규 조성되는 리조트의 컨셉이 기존 리조트와 차별화되지 않을 경우 과감히 허가하지 않는 정책적 판단이 필요하다.

다섯째, 관광사업체 육성책 마련 필요. 도내 중국 단체관광객 유치 전담 여행사는 5개여행사이며, 이들 여행사의 모객능력이 향상되어야 제주를 단일 관광목적지로 하는 여행상품의 비중을 높일 수 있다. 현재 제주는 중국인 단체 관광객의 비중이 높기 때문에 중국 현지 여행사와의 관계마케팅이 무엇보다 중요하다. 도내 카지노산업의 경쟁력을 강화하기 위하여 외국인 전용 카지노간 합병을 유도하는 방안도 고려할 필요가 있다.

## 2. 관광수용태세 개선

중국인 관광객을 유치하기 위한 수용태세 개선을 위해 교통, 가이드, 식단, 쇼핑 등 다양한 측면에서 수용태세에 대한 점검과 개선이 이루어져야 한다.

첫째, 교통체계 정비 필요. 제주방문 내·외국인 관광객 1,000만명 시대를 대비하고, 외국인 개별 관광객들의 교통수요를 충족시키기 위해서는 기존 렌터카와 전세버스 운용체계를 개선해야 한다. 이를 위해서는 대중교통 활성화가 가장 바람직하나, 정책적 추진이 쉽지 않을 것으로 예상되므로 시티투어 버스 도입(제주시내권, 서귀포시내권, 동부권, 서부권 등)을 적극 고려해야 한다. 또한 중국인 관광객 유치 및 수출활성화를 위해서도 중국-제주도-일본을 연계하는 카훼리 운항을 장기적으로 추진할 필요가 있다.

둘째, 관광인력 양성을 위한 체계적인 육성책 마련. 2011년 1월 문화체육관광부의 실태조사 결과, 관광통역안내사중 중국어의 경우 서울 70%이상, 제주 약 90%가 무자격 안내사가 관광안내를 하고 있는 것으로 나타났다. 중국어 통역이 가능한 관광통역안내사 관리체계(현업 근무자 파악, 재교육 등)를 확립할 필요가 있다. 또한 도내 거주 중국인 유학생은 2010년 3월기준 596명으로 유학생을 활용한 제주관광 알리기 위촉사업, 우수 학생을 제주특별자치도 공무원, 제주관광공사 직원으로 특별 채용 등의 적극적 활용방안을 모색할 필요가 있다. 그 외에도 도내 상가의 상인에 대한 중국어 교육, 중국인 응대예절 등에 대한 교육을 강화해 나가야 한다.

셋째, 쇼핑관광 기반구축. 외래관광객 실태조사에 의하면, 외래관광객의 방한기간 중 활동으로 쇼핑이 1순위(2010년 60.9%, 2009년 62.5%, 2008년 57.1%)로 나타날 만큼 쇼핑관광이 주요 관광자원이 되고 있음에도 불구하고, 제주를 방문한 외국인 관광객들이 제대로 된 쇼핑장소가 없다는 불만이 제기되고 있다. 문화체육관광부와



한국관광공사에서 시행하고 있는 우수 쇼핑인증제도 도입의 적극 추진, 사후면세점인 면세판매장 확대, 중국 은련카드 가맹업체 확대, 지역상권이 참여하는 국제적인 브랜드의 제품을 판매하는 명품 프리미엄 아울렛 조성, 관광기념품 육성책 마련(내국인 면세점에 관광기념품 판매점 코너 개설 검토 등) 등이 필요하다.

넷째, 음식관광 기반구축. 중국인 관광객 수용태세 개선을 위해 2011년 중국인관광객 전문음식점이 서귀포시와 제주시에 1호점, 2호점이 개설되었다. 문화의 거리 조성사업, 야간관광전략지구 조성사업 등과 연계하여 외국인들의 입맛에 맞는 음식거리를 조성할 필요가 있다. 또한 고령친화산업, 장수마을 조성 사업 등과 연계하여 차별화된 제주의 음식상품을 개발할 필요가 있다.

다섯째, 개별 관광객 편의증진을 위한 시외버스에 번호표 부착, 관광웹사이트 개편. 외국인 개별 관광객들이 쉽게 관광지를 찾아갈 수 있도록 시외버스에 번호표를 부착하여 행선지를 찾는 데 용이하도록 할 필요가 있다. 또한 싱가포르 관광청의 웹사이트(yoursingapore.com)와 같은 개별 여행자 등을 위한 맞춤형 관광정보 서비스를 구축하기 위한 제주관광 콘텐츠 DB 구축 및 업그레이드가 필요하다.

### 3. 관광마케팅 강화

관광시장세분화 측면에서는 중국이라는 거대한 시장에 대한 인구적 특성, 계층, 지역 등에 따른 세분화에 의거하여 시장의 수요 동향을 파악하고 제주방문 관광객 행태를 조사분석하여 전략 수립에 활용할 자료를 구축하는 것이 중요하다. 또한 관광상품개발 측면에서는 저가 관광상품의 박리다매 전략을 지양하고, 고부가 관광상품을 제공하는 고급화 전략을 도입할 필요가 있다.

첫째, 관광시장의 세분화와 틈새시장 공략. 중국 시장 세분화와 각 지역의 여건 및 잠재력 분석에 기반하여 타깃시장을 설정하고, 중장기적 전략을 수립하여 정책들을 추진하는 것이 필요하다.

〈표 6〉 주요 타킷시장 및 틈새시장 예시

구분	세분시장
지역별	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 질적 전환군: 선전, 상하이, 난징, 항저우, 베이징, 다롄</li> <li>· 고 성장군: 둥관, 텐진, 우한, 충칭</li> <li>· 성장 잠재후보군: 하얼빈, 3선도시(산터우, 상판 등)</li> </ul>
고령자시장	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 2015년도 중국의 총인구 전망치는 1,369,742천명이며, 55세~69세 인구는 205,247천명으로 전체 인구의 15%를 차지할 것으로 전망, 70세 이상 인구는 79,417천명으로 전체 인구의 5.8%를 차지할 것으로 전망</li> </ul>

구분	세분시장
고령자시장	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 2020년도 중국의 총인구 전망치는 1,387,791천명이며, 55세~69세 인구는 234,909천명으로 전체 인구의 16.9%를 차지할 것으로 전망. 70세 이상 인구는 96,098천명으로 전체 인구의 6.9%를 차지할 것으로 전망</li> </ul>
신혼여행시장	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 매년 탄생하는 중국 신혼부부는 1천만쌍 이상. 결혼준비 비용은 6000억 위안 이상(한화로 약 100조원)이며, 지출 규모는 매년 20~30%씩 증가</li> </ul>
수학여행시장	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 2010년에 15,000명의 중화권 청소년이 방한하여 전년대비 100% 이상의 급증세</li> <li>· 숫자는 미비하나 청소년간의 교류 활성화를 통하여 양국간 우의증진은 물론 미래의 잠재고객에게 관광제주의 이미지를 각인시키는 차원에서 의미</li> </ul>
인센티브시장	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 바오젠 유한공사 인센티브단 유치의 사례와 같이, MICE산업중에서도 대규모 관광객을 유치할 수 있다는 측면에서 적극적인 시장 공략 필요</li> </ul>

자료: 삼성경제연구소(2011), "신중국 도시의 부상과 인프라 사업기회 -아시아·아프리카의 유망도시를 중심으로-, 한국관광공사, 2011.6.7 보도자료, UN, "World Population Prospects: The 2010 Revision population Database. ", 문화체육관광부(2011), 2010년도 관광동향에 관한 연차보고서.

둘째, 제주관광 대표 슬로건 창출. 싱가포르의 'Your Singapore'와 같은 제주관광의 대표 슬로건을 관광환경변화에 맞게 만들 필요가 있다. 제주관광 정책의 수립과 집행, 효과적 마케팅 활동을 위해 제주관광 대표 슬로건을 창출하고, 지속적인 브랜드화를 통해 제주관광의 상징성과 매력도 제고가 필요하다.

셋째, 해외 관광홍보사무소 확대 설치. 제주특별자치도는 외국인 관광객 200만명 유치를 위한 현지 마케팅 거점 확대를 위해 기존 6개 도시이외에 4개 도시에 해외홍보사무소 개설을 추진하고 있다. 홍보사무소 신규 개설도 필요하나, 기존 해외홍보사무소의 전문인력 보강과 인력 확충이 우선시 되어야한다.

넷째, 복융합 관광상품 개발. 스마트폰 등에 친숙한 스마트 관광객을 위한 IT 관광환경 구축, 승마산업·물산업·자연휴양림 등을 연계한 치유·명상 관광상품 개발, 지역농어촌에서 숙박과 체험프로그램 개발, 삼다수 공장·넙치 양식장 등 산업시찰관광 육성 등 지역의 자원과 관광산업을 연계시키는 창의관광이 실현되어야 한다. 이를 제도적으로 뒷받침하기 위해 관광진흥조례 제73조(관광 홍보 및 관광자원 개발)에 의거 복·융합 관광자원 및 관광상품개발사업에 대한 지원체계 근거 마련이 필요하다.

다섯째, 한류 활용 드라마·영화 촬영지 홍보 강화. '10년 6월 KOTRA의 설문조사결과에 의하면, 중국인의 한국여행 선망 분야는 음식(40.7%), 쇼핑(27.1%), 드라마 촬영장(11.5%), 의료관광(4.6%), 오락시설(1.5%) 등으로 나타났다. 중국 내 한류 드라마 인기 등으로 대장금, 울인 등 제주의 드라마 촬영지를 선호하는 중국인들이

늘어나고 있다. 기존 드라마, 영화 촬영지를 재정비하고, 드라마·영화촬영지 맵 개발, 제주관광홈페이지 소개 등 다양한 홍보방안을 마련할 필요가 있다.

#### 4. 지역특화 관광산업 육성

중국인 관광객을 타깃으로 한 대표적인 관광상품 개발을 위해 중점 육성분야를 선정할 필요가 있다.

첫째, MICE산업 육성. 국제협회연합(UIA) 조사에 따르면, 2010년 한 해 동안 전 세계에서 총 11,519건의 국제회의가 개최되었으며(2009년 11,503건), 이 중 한국은 총 464건의 국제회의를 개최하여 세계 8위를 차지했다. 제주특별자치도는 67건을 개최, 세계 27위, 아시아 7위를 기록하였다. MICE산업중에서도 집객력이 높고, 규모가 큰 인센티브 투어단을 유치하기 위해 인센티브 투어가 가능한 중화권 기업 리스트를 파악하여 적극적인 마케팅이 필요하다.

둘째, 크루즈관광 육성. 해외여행 수요가 확대되면서 수준이 고도화된 관광객의 욕구를 충족시켜줄 새로운 관광상품으로 크루즈관광이 주목을 받고 있다. 동북아 크루즈 관광객 수는 2005년 44만명, 2010년 72만명, 2015년 100만명으로 지속적인 성장세에 있을 전망이다. 크루즈선 유치를 위한 인센티브 부여 및 주요 선사 의사결정자(코디네이터)와 인적 네트워크 구축, 크루즈 전문 박람회 참가를 통한 해외홍보 네트워크 구축, 4~8시간의 기항지 관광일정을 1박 2일 관광일정으로 전환시키기 위한 마케팅 강화 등이 필요하다.

셋째, 치유·명상관광 육성. 자연휴양림의 치유 프로그램(음악, 푸드, 미술, 명상 등), 물산업의 수치료, 마산업의 승마치료, 녹색관광자원(자연유산, 지질공원, 올레, 숲길, 습지 등), 마을관광 등 녹색관광자원과 치유관광 프로그램을 융복합하여 고급 관광객 유치전략 마련이 필요하다. 이러한 연계 프로그램을 기획하고 서비스 제공을 담당할 메인센터로 가칭 '제주치유센터' 설립이 필요하다.


넷째, 공연예술관광 육성. 제주는 자연경관측면에서는 유네스코 세계자연유산 등재, 세계 7대 자연경관 도전 등으로 인해 세계적으로 인정받고 있으나, 문화예술관광 활성화 측면에서는 극히 미약하다. 제주도가 국제적인 관광목적지로 도약하기 위해서는 자연환경 뿐만 아니라 문화예술측면에서도 세계적인 경쟁력을 갖추어야 한다. 제주가 가지고 있는 문화자원을 활용하는 것도 중요하나, 국내·외 문화예술인들이 제주에서 창작활동을 할 수 있는 여건 조성, 국제적 인지도가 높은 정기공연 유치, 영화·드라마 촬영유치, 거리공연 활성화 등을 위한 제도적 지원책 마련이 필요하다.

다섯째, 해양레저레포츠관광 육성. 지금까지 중국인 관광객 유치 정책은 통상적으로 고소득자들이 몰려 있는 북경, 상해, 광주 등의 대도시와 연안 도시에 집중돼 있었다. 중국 내륙 신규시장을 공략하기 위한 관광상품으로 해양레저스포츠 관광상품을

개발할 필요가 있으며, 해양레저스포츠관광 육성을 지원할 지원센터(안전교육, 정보제공, 장비지원 등의 기능 담당)를 도내 거점 지역별로 설립할 필요가 있다.

#### IV. 맺으며

2020년에 1억 명을 송출할 것이 예상되는 중국은 세계 각국에서 주요 시장으로 전략적 접근을 하고 있다. 단기간에 많은 중국인 관광객을 유치하는 것도 중요하나, 중국 관광시장의 동향과 중국인 관광객의 해외여행 성향을 파악하는 노력이 과학적인 시장조사에 바탕을 두어서 이루어져야 한다.

특히 양적 확대와 더불어 중국인 1인당 체재일수 증가, 1인당 소비액 증가 등 질적 향상에 초점을 둔 관광정책 수립이 필요하다. 또한 단지 자연경관을 보여주는 것을 뛰어넘어 세분시장별로 소구력있는 상품이 개발되어야 하며, 제주의 관광브랜드를 명확히 심어주도록 하여야 할 것이다. 중국인 관광객 유치 확대를 관광수용태세를 재점검하고, 중국인 관광객이 선호하는 관광상품 개발과 새로운 관광콘텐츠 개발 등을 지속적으로 추진할 필요가 있다. 관광객 1,000만명 시대를 준비하는데 있어 중국은 매우 중요한 시장이므로, 체계적이고 창의적 관광정책과 전략 수립, 특성화된 관광상품 개발로 소구력있는 틈새시장을 개발해 나가야 할 것이다. 

#### \*\*\* 참고문헌

- 김향자(2010), “최근 관광산업 트렌드 변화와 제주관광,” 국제자유도시에 부응하는 제주 관광산업 발전방향, 한국은행 창립 60주년 기념 지역경제세미나, 한국은행 제주본부.
- 문화체육관광부(2011), 관광숙박시설 확충 및 중국 관광객 유치 확대 방안.
- 문화체육관광부(2011), 2010년도 관광동향에 관한 연차보고서.
- 삼성경제연구소(2011), “신흥국 도시의 부상과 인프라 사업기회 -아시아·아프리카의 유망도시를 중심으로.”
- 제주관광2020워킹그룹(2011), 제주관광비전 2020.
- 제주발전연구원(2010), 제주지역의 녹색관광 실태 및 활성화 방안.
- 제주발전연구원(2010), 고령자 관광객 유치증진방안.
- 제주특별자치도(2011), 제2차 제주국제자유도시종합계획(안).
- 제주특별자치도(2011), 2010년도 관광현황 자료.
- 제주출입국관리사무소(2010), 내부자료.
- 최경은(2011), “중국과의 관광교류 및 관광객 유치 전략,” 중국시장 변화에 따른 제주의 대응전략, 제주미래포럼, 제주발전연구원.
- 한국관광공사, 2011.6.7 보도자료.
- UN, World Population Prospects: The 2010 Revision population Database.
- www.cits.com.cn
- www.cytonline.com