

# 제주 관광산업의 현황과 발전방안

김 현 철

(제주발전연구원 연구위원)

## I. 서론

흔히 환경의 시대라 불리는 21세기는 여러 가지 측면에서 20세기와 다른 측면을 보이고 있다. 기술문명의 제약으로 인한 국가 간 장벽을 배경으로 한 지역적 독점, 유형의 물질을 생산하는 원초적 제조업의 막대한 비중 등등. 허나 지역 간 장벽이 인간의 실생활에 거의 영향을 주지 않는 현 세기는 어떠한가. 불과 십수년 전에는 생각지도 못한 새로운 IT기술의 발전에 힘입어 과거에 역동하던 산업형태를 탄소시대라는 구시대로 규정짓고 새로운 형태의 산업이 태동하였으며 과거에 만화나 영화로만 볼 수 있었던 다양한 문명의 이기들이 창조되고, 영역 간의 고유성이 점점 무너지고 융합되는 현상들을 보이고 있다.

이러한 환경의 변화는 한반도에서 가장 큰 섬인 제주에도 변화의 바람을 불게하고 있다. 과거에 제주는 사람이 정착하기 쉽지 않은 척박한 환경으로 인해 고립의 땅으로 여겨졌다. 세월이 흘러 산업이 부흥하던 1970~80년대에도 물류비용이 높다는 태생적 한계로 인해 제조업이 거의 전무하고 자연자원을 이용한 농업이나 관광

산업이 주종을 이루는 산업형태를 노정하여 왔다. 하지만 세계의 트렌드가 바뀌면서 자연자원이나 청정환경이 주요한 경쟁요인으로 부각되면서 제주 관광산업의 위상이 새롭게 부상하고 있다.

1970년대 이후 제주에서 줄곧 주류로 자리 잡아온 관광산업은 일단의 사람들을 모아서 특정한 교통수단을 이용하여 특정한 관광지를 단순하게 돌아보게 하는 고전적 형태에서 탈피하여 다양한 개념을 동반한 역동적 형태로 변모하고 있다. 또한 과거의 관광산업은 대중관광의 메커니즘 속에서 양적으로 성장해 왔으나, 생활수준 및 소득수준의 향상으로 삶의 질에 대한 관심이 더욱 높아지면서 관광행태 및 관광욕구가 다변화함에 따라 관광환경이 급격하게 변화하고 있다. 특히, 미래형 관광산업에서는 IT발달에 힘입은 회의(MICE)산업, 지속가능한 관광개발의 확대에 기인하는 다양한 생태관광 등이 새로운 화두가 되고 있다. 이 글에서는 현재 제주 관광산업에서 새로운 트렌드를 이어가고 지역내에서 혁신적인 변화를 보이고 있는 부분을 간략히 서술하고자 한다. 논의의 체계화를 위해 다음 절에서는 국내외 관광시장의 동향

과 주요 트렌드를 기술하고, 제3절에서는 마이스산업, 올레길 그리고 의료관광의 추진방향 및 과제를 일별함으로써 제주관광산업의 현황과 발전방안을 논의하고자 한다.

## II. 국내외 관광시장의 동향 및 주요 트렌드

### 1. 국내외 관광시장의 최근 동향

세계 관광시장의 현황에서 가장 두드러진 점은 세계 관광산업의 지속적 성장아래 아시아·태평양 지역이 세계관광 성장을 견인하고 있다는 것이다.

세계 관광수입은 2001년 4,620억 달러에서 2008년 9,460억 달러로 연 10.8% 증가하였는데 아·태 관광시장 점유율을 보면 1990년 12.8%에서 2005년 19.3%로

성장하였고, 2020년에는 26.6%를 점유할 것으로 전망되고 있다. 2001년 1,200만명 선이었던 중국인 해외여행객의 경우 폭발적 증가로 2010년 5,300만명으로 증가하였고, 2020년에는 1억명을 돌파할 것으로 전망되고 있다. 방한 관광시장의 현황을 보면 일본은 경기침체로 해외여행 위축세가 지속되고 있으나 2009년 305만명이 방한하여 여전히 가장 큰 규모를 보이고 있으며 방한 중국인은 2007년 관광객 100만명 돌파 이후 증가세를 지속하여 2009년 이후 일본인 관광객을 제치고 제주 제1위의 외국인 관광시장으로 부상하였다.

제주 관광현황을 보면 유네스코 3대 자연과학분야 인증에 따른 생태관광의 부각, 국제관광객 증가에 따른 여객인프라의 한계점 노정 및 총 관광객 점유율 중 외국인 관광객 비중의 취약 등으로 요약될 수 있다. 2002년 유네스코 생물권보전지역 지정, 2007년 유네스코 세계자연유산 등재, 2010년 유네스코 세계지질공원 가입 인증에 따라 제주관광의 트렌드는 친환경 생태관광 및 고부가가치 관광으로 변화하고 있으며 특히 세계지질공원 인증에 따라 보전과 더불어 지속가능한 개발과 지역경제 활성화에 동시에 기여하는 생태관광이 집

〈표 1〉 제주 방문 주요 외국인 현황

	2006년	2007년	2008년	2009년	2010.11월
외국인(명)	460,360	541,274	540,516	632,354	728,139
증감(%)	21.6	17.6	-0.1	17.0	24.8
중국인(명)	142,912	176,878	174,902	258,414	391,934
증감(%)	24.1	23.8	-1.1	47.7	61.6
일본인(명)	183,168	183,240	177,459	183,168	174,802
증감(%)	18.6	0.04	-3.2	3.2	1.9
대만인(명)	57,358	93,169	67,993	41,480	39,522
증감(%)	12.4	17.2	-27.0	-39.0	-0.2

자료 : 제주특별자치도, 외국인관광객 200만명 유치 기본계획.

〈표 2〉 세계지질공원 가입 인증 현황(2010년 10월 기준)

세계지질공원	중국	일본	한국
25개국 77개소	22개소	3개소(2009년)	제주도 유일

중적으로 부각되고 있다. 세계지질공원은 생물권보전지역이나 세계자연유산과는 달리 지속가능한 관리와 개발을 더욱 중시하는 프로그램으로 지질교육, 지질관광, 지역주민의 참여와 이익창출, 기타 이와 연계한 활동 여부가 세계지질공원으로 인정 받는 요소로 인식되고 있다.

관광여객 인프라의 경우 국제직항 관광객 및 국제 크루즈 관광객의 증가에도 불구하고 노선 부족현상이 가중되고 있다. 2010년 국제 크루즈관광객은 5만 4,996명으로 전년 대비 46% 증가세를 유지하고 있는 가운데 2010년 국제직항을 이용하여 내도한 외국인 관광객은 약 36만명으로 전체 외국인 관광객의 약 50%를 차지하고 있으며, 2010년 말 기준으로 국제 정기항공 노선은 일본 노선 4개, 중국 노선 6개, 대만 노선 1개로 부정

〈표 3〉 제주도의 세분시장별 마케팅 전략

		지역·도시(연령)	전략상품(분야)	비고
1차시장	중국	베이징, 상하이 (20~40대)	세계자연유산, 대장금, 기업체 인센티브단, 크루즈 등	
	일본	도쿄, 오사카, 나고야, 후쿠오카 (40~60대)	세계자연유산, 골프, 태왕사신기, 올레, 크루즈 등	
	대만	타이베이, 가오슝 (30~50대)	세계자연유산, 대장금, 골프, 올레 등	
2차시장	중국	남/북방, 내륙지역 (20~30대)	기존상품+ 해양자원, 골프 등	
	일본	히로시마, 오카야마 등 지방도시 (50대, 20대)	기존상품+전세기, 올레 등	
	동남아	싱가포르(30~40대), 말레이시아 (30~40대), 태국(20~30대) 등	드라마촬영지, 세계자연유산, 기업체 인센티브단, 해녀 등	방한상품 연계
	동북아	몽골(40~50대)	드라마촬영지, 해양, 세계자연유산, 무사증 등	
잠재시장	미국	뉴욕, LA 등 (40~50대)	세계자연유산, 해녀, 크루즈, 국제회의, SIT 등	방한상품 연계
	아시아 (극동, 중앙)	러시아, 카자흐스탄 등 (30~40대)	해양, 레저, 드라마촬영지, SIT 등	방한상품 연계
	유럽 등	독일, 영국, 프랑스 등 (30~40대)	해양, 레저·스포츠, 국제회의, 해녀, 크루즈, SIT 등	방한상품 연계

자료 : 제주특별자치도, 외국인관광객 200만명 유치 기본계획.

기 항공노선에 크게 의존하는 상황이다. 또한 외국인 관광객 비중을 보면 2010년 전체 내도 관광객 757만명 가운데 외국인 관광객은 10%를 조금 넘는 78만명 수준으로, 목표시장별 세분화된 마케팅 전략을 수립·추진 중이나 내도 관광객 중 외국인 관광객 점유율은 여전히 미약한 것으로 나타나고 있다.

## 2. 세계 관광시장의 주요 트렌드

전 세계적으로 관광개발은 복합 형태를 갖춘 기능과 시설의 개념이 활발하게 적용되어 많은 복합 리조트 조성을 유도하고 있다. 관광 개발 및 시설 조성의 복합화, 고급화, 대형화는 이용자의 다변화된 요구를 증가시키고, 공급자에게는 이러한 수요에 능동적으로 대응하기 위해 특성화된 시설을 도입하게 하는 측면이 있다. 최근 많은 국가에서 관광개발 시 쇼핑, 테마파크, 컨벤션, 숙박시설 등이 복합된 리조트를 조성하여 관광객의 다양한 욕구에 대응하는 추세를 보이고 있다.

최근 부각되고 있는 주요 트렌드 중의 하나로서 복합 쇼핑몰에서 쇼핑뿐만 아니라 여가도 즐기는 소비 행태가 부각되고 있는데 이를 몰링이라 하며 이러한 몰링의 시대가 도래하고 있다. 관광시설도 몰링을 선호하는 소비자의 욕구를 반영하여 교통수단으로 이동하지 않고 한 곳에서 복합적인 경험이 가능하도록 복합형 리조트화가

진행 중인 것으로 알려지고 있으며 싱가포르의 경우 2010년 대규모 복합형 리조트를 2개 조성하여 관광객을 유인하고 있다. 대표적 리조트로는 마리나 베이 샌즈와 센토사 월드를 들 수 있는데 전자는 카지노, 컨벤션 센터, 대형 쇼핑몰, 숙박시설 등이 결합한 리조트를 말하며 후자는 카지노, 테마파크, 쇼핑시설, 숙박시설, 공원 등이 결합한 리조트이다. 마카오는 카지노와 대형 컨벤션 센터, 테마파크, 쇼핑몰, 숙박시설, 문화유산 등이 결합된 복합 리조트 도시를 조성하였으며 발리의 누사두아 지구는 다양한 등급의 숙박시설, 해수욕장, 갤러리, 스파, 골프장, 컨벤션 등 폭넓은 고객의 욕구에 대응할 수 있는 시설 및 서비스를 제공하고 있는 것으로 알려지고 있다.

UNWTO(1997)에 따르면 동아시아·태평양 관광시장 규모는 2000년 9,300만 명에서 2020년 3억 9,700만 명으로 확대되고 시장 점유율은 13.9%(2000년)에서 25.4%(2020년)로 증가할 것으로 예측한 바 있으며 동아시아·태평양 관광시장은 세계에서 가장 빠른 속도로 성장할 것으로 전망되어 그 시장의 중요성이 가중되고 있다. 따라서 아시아 각국은 아시아·태평양 시장에서 빠른 속도로 성장할 것으로 예상되는 관광산업을 육성하기 위해 무한 경쟁 체제에 돌입한 것으로 알려지고 있다.

특히 동아시아·태평양 지역의 해외관광객 중 75.2%(2010년), 77.7%(2020년)가 역내 지역으로 여행하는 것으로 전망되어

역내 관광의 중요성이 커지고 있다. 홍콩이 디즈니랜드를 개장하고 MICE, 쇼핑 등과 복합된 레저도시로 변신하기 위해 대규모 투자를 추진하고 있는 사례에서도 알 수 있는 것처럼 인근 주요 국가들은 각기 아시아 관광허브를 구축하기 위해 다양한 시설을 조성하고 관광산업 육성 정책을 실시하는 등 관광산업 활성화를 위해 대규모 재원을 투입하고 있다.

최근에는 세계적으로 성형 및 미용, 헬스케어 관련 특화된 관광상품이 각광받고 있는데 이는 경제적 여유와 웰빙 등의 가치관의 변화, 노령화 사회의 진입 등으로 자기 자신의 건강과 미용을 위한 소비경향의 표출로 보인다. 건강과 치료 목적의 방문객은 장기간 체류하며 지출 규모도 큰 것이 특징이다. 한국관광공사에 따르면 건강·치료 목적 방문객의 평균 체재기간은 최장 11박에 이른다. 싱가포르는 2003년부터 ‘교육과 의료도 관광상품’이라는 전략으로 의료시스템과 여행사를 연계, 건강

여행 패키지, 영어·중국어 연수프로그램을 개발하고 있다.

21세기 들어 수명연장과 더불어 고령화 사회에 대한 관심도 증가되고 있다. 우리나라는 2000년에 이미 고령화 사회(Aging Society, 65세 이상 인구 7%)로 진입하였고, 2019년에는 고령사회(Aged Society, 65세 이상 인구 14%)로 진입할 것으로 예상된다. 고령화의 진전으로 수요 측면에서는 고령자의 생활을 지탱하는 새로운 산업분야의 비중이 확대되어 틈새시장의 출현이 가속화될 것으로 예측되고 있는데 이에 따라 각종 여가 활동 및 주거시설, 의료·건강 등에 대한 노인들의 수요가 증가하고 보양, 명상, 요가, 미용, 정신적 수양 등 관련 휴양시장도 성장할 것으로 전망된다.

2007년 시작된 제주올레의 성공을 기반으로 2009년에는 전국적으로 100여 개의 도보여행 코스가 조성되었을 정도로 도보와 생태관광이 크게 부각되고 있다. 올레탐방객 1인당 평균지출액은 39만 4,000원

〈표 4〉 동아시아·태평양 인구의 활성화 시책

	활성화 시책
홍콩	디즈니랜드 개장, 복합리조트단지 건설
싱가포르	대형 카지노 2개와 컨벤션센터, 쇼핑몰, 테마파크 등이 결합된 2곳의 대형 복합 리조트를 조성
마카오	카지노와 컨벤션, 대형 쇼핑몰이 결합한 리조트를 대대적으로 개발
중국	베이징 올림픽(2008년), 상하이엑스포(2010년)를 계기로 관광 선진국으로 도약하기 위한 투자를 지속
일본	2012년까지 중국인 관광객 300만 명 유치를 목표로 삼고, 2010년 7월부터 중국인 관광객에 대한 비자 발급조건을 완화

으로, 내국인 1인당 지출비용 33만 2,000원에 비해 높고, 2015년에는 172만 명·6,781억 원에 달할 것으로 예상되며 제주올레를 시발점으로, 거문오름 트레킹 코스, 한라산 사라오름, 사려니숲길, 절물휴양림 장생의 숲길 등 다양한 부문에서 내국인 및 외국인의 도보여행은 증가 추세를 보일 것으로 전망된다.

2007년 세계자연유산의 등재는 제주관광의 핵심 전략이 친환경 생태관광으로 옮겨가는 계기가 되었고, 2010년 세계지질공원 인증으로 그 트렌드화에 박차를 가하고 있다. 전 세계적인 저탄소 녹색성장 전략은 관광 분야에도 상당한 영향을 미쳐 인위적인 대규모 개발을 지양하고, 지속가능한 개발을 지향하는 인식전환의 계기가 되고 있으며 정부의 녹색성장 중시 정책과 맞물려 제주 세계자연유산을 중심으로 이루어지는 생태관광은 제주의 핵심 관광자원으로 부각되고 있다.

### Ⅲ. 제주 관광산업의 발전방안

#### 1. 제주 MICE산업

##### 1) MICE산업의 개념

1990년대 중반 호주와 싱가포르 등 아시아지역에서 산업정책적 개념으로 사용되기 시작한 MICE라는 용어는 통상 국제기관

및 협회 등이 정보교류와 토론을 목적하는 회의와 비즈니스를 주목적으로 하는 Meeting, Incentives, Conventions, Exhibition의 4개 분야를 총칭하는 용어이다. MICE라는 용어에 대해서는 명확히 합의된 바가 없어 개념적 중복이 되는 논리적 모순을 가지고 있지만, 일반적으로 산업의 범주를 확대하고 사회적 네트워크를 구성하는 포괄적 개념으로 상용되고 있다(인천관광공사, 2009). MICE산업은 회의장 및 전시장을 활용해 각종 회의 및 전시박람회를 개최하고, 이를 지원하기 위해 교통, 숙박, 관광, 서비스업 등 다양한 연관산업으로 구성된 융복합 산업이자 고부가가치 산업이라 볼 수 있다.

이러한 MICE산업을 산업적 측면에서 구분해 보면 크게 세 가지로 구분된다(인천관광공사, 2009). 첫째, MICE산업은 장치산업의 범주에 포함된다. 이는 각종 회의 및 전시회를 유치하기 위해서는 숙박시설과 회의시설, 전시장, 연회장 및 음향·조명시설 등이 필요하며, 접근성과 편의성 확보가 가능한 항공, 도로, 항만, 통신 등의 사회간접시설을 갖추고 있어야 하기 때문이다. 둘째, MICE산업은 서비스산업이다. 즉 MICE산업은 타 산업에 비해 인적 서비스의 의존도가 높은 산업으로 국제회의 또는 전시회 등 행사가 성공적으로 이루어지기 위해서는 MICE의 기획 및 진행, 통·번역, 의전 등의 서비스가 제공되어야 하는 산업이다. 셋째, 따라서 MICE산업은

복합산업이다. MICE산업은 회의·전시 기획 및 여행업, 숙박, 식음료, 이벤트 등 타 산업들과 유기적으로 결합된 산업이다. 국제산업표준분류나 한국표준산업분류상 MICE산업의 구체적인 산업분류가 이루어지지 못하고 있으나, MICE산업을 살펴보면 크게 회의 및 전시기획, 회의장·숙박·음식, 수송, 관광으로 나뉜다.

## 2) 제주 MICE산업 현황

제주의 국제회의 개최현황을 살펴보면 UIA기준 2005년 세계 74위에서 2009년 세계 29위 아시아 6위로 급부상 중이다. 또한 UIA기준에 포함되지 않는 협회회의 및 기업회의를 포함하면 2009년 제주에서 개최된 국제회의는 137건에 이른다.

2009년 6월부터 2010년 4월까지 약 1년간 제주지역 국제회의 및 인센티브 분야에 대한 유치실적을 살펴보면, 총 279건의 국제회의 및 인센티브를 유치했으며 컨벤션이 128건 개최, 5만 7,827명이 참가하였고, 인센티브가 151건 1만 4,828명이 참가한 것으로 나타나고 있다(제주발전연구원, 2010).

정부는 2010년 1월 경제성장 과 고용창출을 위한 17개 신성장동력 산업으로 MICE산업을 지정하였으며, 지식경제부는 제

주광역경제권 발전을 위한 선도산업으로 관광·레저산업을 지정하였다. 이에 제주광역경제권 선도산업지원단은 제주를 “동북아 최고의 리조트형 Green MICE 거점 도시로 조성”하는 것을 목표로 테마파티 및 팀빌딩 상품개발 및 MICE 정보 원스톱 서비스 시스템 구축, MICE 아카데미 및 현장요원 양성, 효율적 MICE 유치지원 및 홍보 마케팅 등의 사업을 추진해오고 있다. 또한 MICE산업 인재양성을 위해 제주대학교 관광·레저선도산업 인재양성센터는 “MICE산업 육성을 위한 고용친화형 인재

〈표 5〉 제주의 국제회의 개최 현황(UIA기준)

	개최건수	개최도시 중 순위	
		세계	아시아
2005년	22	74위	11위
2006년	41	47위	9위
2007년	57	39위	9위
2008년	58	38위	9위
2009년	61	29위	6위

자료 : 제주특별자치도(2010.6), “관광진흥전략 총결산 보고회 자료”

〈표 6〉 제주의 MICE 유치 실적

기간	구분	건수	참가자(명)	내외국인별(명)	
				내국인	외국인
2009. 6 ~ 2010. 4	전체	279	72,665	내국인	52,143 (73%)
				외국인	19,512 (27%)
	컨벤션	128	57,827	내국인	41,506 (71.8%)
				외국인	15,321 (28.2%)
	인센티브	151	14,828	내국인	11,637 (78.5%)
				외국인	3,191 (21.5%)

자료 : 제주관광공사(2010), 「MICE 현황보고서」

양성”을 비전으로 융·복합 교육프로그램 및 산학협력프로그램을 운영 중에 있다.

### 3) 제주 MICE산업 육성방향

제주 MICE산업을 육성하기 위한 주요 방향은 크게 네 가지로 요약될 수 있다. 첫째, 제주만의 경쟁력 확보를 위한 MICE 상품개발 및 행사운영 방안을 개발하는 것이다. 예를 들어 제주의 관광산업과 연계한 차별적인 테마파크 상품개발을 통해 중·장기적으로 한국을 대표하는 MICE 상품을 개발하고 첨단IT기술 활용 또는 친환경 컨벤션 운영 등 운영면에서도 제주의 장점을 부각시킬 수 있는 방안을 모색해야 한다. 둘째, 전시시설 확충을 통한 MICE 산업의 고부가가치화가 필요하다. 국내외 MICE 도시들과의 치열한 경쟁속에서 부가가치 창출을 위해 ICC JEJU의 전시공간 확충이 필수적이다. 또한 제주지역내 호텔 및 리조트 등 회의시설을 갖춘 MICE 시설들 간의 네트워크 구축을 통한 MICE 인프라 규모의 경제를 실현할 필요가 있다. 셋째, 국내외 MICE산업 민간교류 확대를 통한 네트워크 구축 및 주도의 필요성이다. 즉, MCI와 같은 국제적 네트워크를 갖춘 글로벌 DMC 및 PCO 등과의 유대관계 강화를 통해 제주 MICE산업의 취약점을 보완해야 할 필요가 있으며 기존 제주의 자매결연 도시 중 관광산업 및 MICE 산업에 특화된 도시들과의 협력네트워크를

구축하고 이를 주도적으로 활용해야 한다. 넷째, MICE산업체 맞춤형 인재양성 교육 프로그램 개발을 통한 인재 확보의 필요성이다. 현재 존립 중인 제주대학교 관광·레저선도산업 인재양성센터와 제주관광공사, 제주관광대학 항공·컨벤션경영과 상호간의 인재양성 방향을 명확히 구분해 중복투자를 최소화함으로써 보다 다양한 분야의 인재를 양성하고 체계적인 교육프로그램을 개발해야 한다. 제주 MICE산업을 발전시켜 나가기 위해서는 제주 MICE산업이 지니고 있는 네 가지의 선결과제를 해결해야 할 것이다. 하지만 이는 단기적 차원의 접근이 아닌 중장기적이고 단계적인 접근을 통해 산업의 기반을 다지고, 산업구조를 강화시켜 나가는 것을 전제로 해야 한다.

## 2. 제주 올레길

### 1) 올레길의 개념

제주올레는 제주의 바람을 느끼고 돌담을 끼고 돌며 바다와 하늘을 보고, 제주의 흙과 돌을 밟고 천천히 걷고자 만들어졌다. 제주올레를 찾는 이유는 다양하겠지만 무엇보다 여행사나 타인에 의해서 짝 짜여진 프로그램이 아닌 자연을 느끼며 천천히 걷는 새로운 체험형태를 원하는 사람들의 요구에 제주올레가 부합하기 때문일 것이다. 제주올레는 2007년 9월 1코스를 개장한 이후 현재까지 14개 코스가 개설되었고 제



주올레를 다녀간 올레꾼이 13만 명 이상일 정도로 주목을 받고 있다. 도민뿐만 아니라 전국의 관광객과 외국인들의 발길도 잦아지고 있다. 올레란 제주어로 ‘거릿길에서 대문까지 집으로 통하는 아주 좁은 골목길’을 뜻한다. 제주의 올레는 놀이 및 생활의 장이며 공적 공간에서 사적 공간으로 들어가는 전이 공간인 것이다.

2010년 7월 문화체육관광부가 국내관광 발전에 기여한 개인과 단체 10곳을 ‘2010 한국관광의 별’로 선정했는데 제주올레가 관광매력을 부문에 선정되었다. 2010년 11월 9일부터 13일까지 제주올레 1~5코스에서 ‘2010 제주올레 걷기 축제’가 2010 월드트레일 컨퍼런스를 비롯하여 국제행사로 열렸고, 일본 등 세계 11개국 올레꾼 7,500여 명이 참가하는 등 제주올레가 국내뿐 아니라 세계로 알려지고 세계의 유명 트레일(trail)로 자리잡고 있다. 제주올레는 느낌에 새로운 기회가 있다고 주장한 삼성경제연구소의 연구에서 슬로트렌드(slow trend)의 4대 키워드인 ‘감속’, ‘친환경’, ‘감성’, ‘건강’을 모두 충족하는 걷는 길이며, 2010년 9월 개장된 17개 코스를 포함하여 총 22개 코스에 길이는 357km에 달하고 있다.

제주올레는 차량을 이용한 제주의 관광에서 탈피하여 제주의 자연을 걸으면서 보는 측면에서 ‘감속’, 제주의 해안과 자연을 보고 걷는다는 점에서 ‘친환경’, 경쟁의 삶에서 지친 마음을 돌아보고 마음의 여유를

재충전한다는 면에서 ‘감성’, 일상에 쫓겨 소홀히 했던 몸을 단련하는 측면에서 ‘건강’으로 볼 수 있다. 즉, 이러한 슬로(slow)트렌드가 제주에서는 제주올레로 부각되었고, 전국적인 붐을 불러일으키면서 전국의 지자체에서 사례조사를 오는 등 벤치마킹의 대상이 되고 있다. 불과 1년 만에 전국에는 제주올레와 유사한 명칭의 걷는 길이 다수 만들어졌고 현재도 진행 중이라 볼 수 있다.

## 2) 현황 및 발전방안

제주올레를 계기로 걷는 길에 대한 관심이 집중되기 이전에도 도내에는 탐방길들이 존재하고 있었다. 세계자연유산으로 지정된 한라산의 탐방로와 성산일출봉 탐방, 또한 368개의 오름 중 많은 오름들이 그 예라 할 수 있다. 현재 제주올레의 탐방객은 집계하지 않고 있지만 2009년 250만~300만명 가량이 다녀간 것으로 알려지고 있다. 한라산의 경우는 현재 6개 탐방로에 98만 8,000명, 성산일출봉은 2009년에 162만 4,000명 다녀갔다.

제주 올레를 향후 더욱 발전시키기 위해서는 몇 가지 사항들이 충족되어야 할 것으로 사료된다. 먼저, 제주올레 등과 같은 걷는 길에 대한 운영 및 관리에 관한 법률 제정 및 국가차원의 통합적 설치·관리기준 마련 등 법적·제도적 틀이 정비되어야 할 것이다. 여기에는 제주올레 설치의 기

〈표 7〉

도내 걷는 길 탐방객 현황

단위 : 천명

		2007년	2008년	2009년
제주올레 및 숲길	제주올레	-	-	250~300
	장생의 숲길	397	416	463
	사려니 숲길	-	-	-
세계자연유산	한라산	805	926	988
	성산일출봉	1,192	1,394	1,624
	거문오름	-	26	40
오름	386개 오름	-	-	-

자료 : 걷는길의 가치를 높인 제주 올레 보전 및 관리 방안, JDI OPINION, 2010.12, p.5, 재인용

본원칙을 구체화하고 명문화하는 작업이 요구되는 것은 물론이다. 표준지침안을 작성할 수 있을 것이고 표준지침 안은 기존의 원칙과 향후의 유지관리 보수 등에 적극 활용될 수 있을 것이다. 민관의 역할분담과 지원시스템의 공식화 및 지속화가 필요하고 올레지기의 육성 및 길동무 연결, 올레코스에 대한 정화 등 세분화된 역할분담이 필요하다. (사)제주올레의 역할·기능을 분명히 하고 제주도와 행정시에서도 제주올레와 관련된 영역에서 현재와 같이 지원만 할 것이 아니라 역할과 기능을 배분하는 제3섹터방식의 관리방안을 고려해 보아야 할 것이다. 여기서 제3섹터란 일반적으로 공공부문(제1섹터)과 민간부문(제2섹터)이 공동으로 출자하고 있는 사업체를 의미하며, 이러한 형태의 사업주체가 시행하는 사업방식을 지칭하기도 한다. 우리나라는 본격적인 지방자치제의 실시와 관련,

지방자치단체의 재정확충과 지역경제 활성화의 필요성에 의해 1991년에 처음 도입되었고, 1992년 「지방공기업법」의 개정으로 제도화되었다. 제3섹터는 민간의 투자로 공공사업의 자금을 단기간에 조성할 수 있고, 민간이 사업에 참여하게 되므로 민간의 창의성과 효율성을 살릴 수가 있다는 특징이 있다.

다음으로, 제주올레 코스별 네이밍 공모를 들 수 있다. 현재까지 개설된 17개 코스의 제주올레가 번호로만 불릴 것이 아니라 기업인 또는 특정단체나 사람의 이름을 별칭으로 부여하는 것이 좋은 예라 할 수 있겠다. 2009년 4월 신설된 조항 「도로명주소법」 제8조의2항에 의하면 도로구간의 전부 또는 일부에 대하여 기업유치, 국제교류 등만을 목적으로 하는 도로명(이하 “명예도로명”이라 한다)을 추가적으로 부여할 수 있다. 따라서 제주올레에도 이러한 네

이밍(naming)제도를 도입하여 전국 및 세계인을 대상으로 일정한 비용이나 자격요건을 전제로 하여 올레코스에 원하는 별칭을 부여하고 00올레(제주올레3코스)라고 부를 수 있다.

마지막으로, 제주올레를 통한 제주관광의 다양화를 도모하는 것이다. 최근 제주올레로 인해 관광객의 체류일정이 늘어나고 기존의 관광에서 느끼지 못한 것을 제주올레에서 많이 느낀다는 관광객들이 늘고 있다고 알려지고 있다. 따라서 제주올레를 계기로 제주관광을 한층 더 업그레이드해야 하며 단순한 걷기뿐만 아니라 체험을 포함한 복합적이고 다양한 관광상품을 많이 만들어야 할 것이다. 즉 점적 자원인 오름, 선적 자원인 제주올레나 한라산을 비롯한 탐방로와 세계자연유산을 자연자원으로 하고 기존의 시설관광지와 복합화한다면 체류기간의 증대, 관광객들의 만족도 제고 및 관광객 1,000만 명 시대를 앞당길 수 있을 것이다.

### 3. 의료관광

#### 1) 의료관광의 개념

의료관광이 일반화되고 하나의 산업형태로 발전된 것은 최근의 일이다. 의료관광에 대한 국내외 선행연구에서 나타난 정의를 살펴보면, Goodrich(1987)는 의료관광이란 건강과 관련된 서비스나 시설을 의도적으로

홍보함으로써 여행객을 끌어들이는 관광시설이나 목적지라 정의하였다. Hall(1992)은 특별한 흥미가 있는 관광(Special Interest Tourism) 중 하나로서 주요 동기가 건강과 관련 있는 관광이라고 하였으며, Eric(1996)은 건강상태를 개선시킬 목적을 가진 사람이 집을 떠나 행하는 레저형태라고 정의하였다. Charatan(2001)은 공급적 측면에서 외국인 환자들에게 의료행위를 제공하는 사업이라고 정의하였으며, 위키 백과사전에서는 의학 치료, 치과 치료 그리고 외과 수술을 위하여 다른 국가로 여행하는 활동이라 정의하고 있다.

우리나라에서는 아직 학문적으로 의료관광에 대한 개념이 미미한 실정이라고 볼 수 있다. 단지 한국보건산업진흥원에서 보건 분야에서 관광자원으로 활용 가능한 부분을 발굴, 개발하고 관광을 상품화하여 서비스 또는 제품을 제공하는 사업으로서, 우수한 보건 서비스와 관광이 결합된 보건관광프로그램을 개발하여 재외 한국인을 포함하여 외국인에게 제공함으로써 관련 산업분야의 발전을 꾀하고 아울러 외국인 유치를 통한 외화 획득 중 국가경제에 이바지하고자 하는 사업이라고 규정하고 있다. 이용균(2005)은 건강증진 및 치료를 목적으로 하는 관광프로그램, 서비스라고 정의하였으며, 조구현(2006)은 건강증진 및 치료를 목적으로 하는 환자들에게 관광활동과 결합하여 우수한 의로서비스를 제공하는 관광의 유형이라고 정의하고 있다.

요약하면, 의료관광은 인간의 재활력(Rejuvenation), 육체적(Physically), 감성적(Emotionally) 및 정신적(Mentally) 측면을 위하여 휴양(Relaxation)과 레저(Leisure)를 함께 추구하며 웰니스(Wellness)와 헬스 케어(Healthcare)를 결합하는 기능을 하는 관광의 유형이라 정의할 수 있다(김민철·문성중·부창산, 2008).

## 2) 제주 의료관광 관련 제도 개선 및 환자유치활동

제주도의 경우 국내외 우수 의료기관 유치 및 의료관광 활성화를 통하여 지역산업의 발전과 국가경제에 기여하기 위해 의료관광 육성·개발의 필요성과 시급성을 인정하여 법·제도 마련 및 지속적 개선, 유치협의회

〈표 8〉 의료관광 상품 홍보 및 환자유치 활동 현황

행사명	기간	장소
의료관광 상품 해외 합동 설명회	2008.11.3~11.6	· 중국(북경) 신세계호텔 · 중국(상해) 은하빈관 · 일본(오사카) 한일관 · 일본(동경) 아리랑
중국 북경지역 언론인 및 여행업자 제주방문 지원	2009.3.23~3.24	· 도 일원
중국보건협회 국제교류부 제주방문 지원	2009.4.4~4.6	· 도 일원
중국 절강성 소화기계통 의료단 제주방문 지원	2009.6.12~6.14	· 도 일원
중국 북경, 상해지역 의사단체 제주방문 지원	2009.6.26~6.29	· 도 일원
의료관광상품 해외 합동설명회	2009.7.14~7.18	· 중국(북경) 그랜드 밀레니엄 호텔 · 중국(상해) 레인보우호텔
한국관광공사 해외지사 방문 (해외홍보사무소 포함)	2009.7.15	· 북경지사 사무실
블루스카이(여행사) 관계자 미팅	2009.8.17	· 메트로호텔
재일본 대한민국 민간관계자 미팅	2009.8.17	· 일본(오사카) 한일관
관서 제주도민회 방문	2009.8.18	· 도민회 사무실
아뮤자여행사 방문	2009.8.18	· 여행사 사무실
의료관광상품 해외합동 설명회	2009.8.17~8.19	· 일본(오사카) 닛코오사카호텔
중국(북경, 상해)의료관계자 초청 팸투어	2009.8.21~8.23	· 도 일원
외국인환자 유치를 위한 설명회 개최	2009.9.4	· 제주웰컴센터 대회의실
중국 무한시 병원장 등 관계자 제주방문 지원	2009.10.9~10.10	· 도 일원

자료 : 제주특별자치도관광협회 내부자료.

구성 등을 통해 국내외 우수 의료기관을 유치하고자 노력하고 있다.


현재 제주도는 제주특별자치도 특별법에 근거하여 의료산업을 육성하기 위해 1, 2, 3단계 제도개선을 완료하였으며, 4단계 제도개선을 추진 중에 있다. 1·2단계 제도개선의 주요 내용은 비전속 진료제도 도입, 외국법인 영리병원 개설 허용, 외국 영리병원의 운영에 필요한 제반 여건 개선, 의료법인의 부대사업 범위를 확대하여 호텔업 등 운영 허용, 도내 의료기관 중 외국인 진료소 지정, 의료요양 비자제도 등 의료관광 활성화 기반 마련 등이다. 3단계 제도개선의 주요 내용은 외국 의료기관 설립·운영 자유화 확대, 외국의료기관 운영, 국내 의료기관 설립·운영 규제 완화 등인 것으로 볼 수 있다.

그러나 이러한 제도개선에도 불구하고, 아직 의료기관에 대한 정보와 홍보가 미흡한 상태이며 각 의료기관에서 무엇을 준비하고 어느 분야를 활성화할 것인지 구상단계에 머물러 있는 것이 현실이라 할 수 있다. 4단계 제도개선에서는 ‘투자개방형 병원 허용’ 과 ‘제주 의료특구’ 지정을 추진하고 있다. 제주도는 의료관광 활성화를 위해 의료기관, 여행사, 관련기관(병원협회, 제주관광공사 등)의 공동 네트워크를 구축하여 운영하고 있으며 또한 제주특별자치도관광협회, 제주관광공사 등이 협력하여 팸투어, 해외 합동설명회 개최 등을 지속적으로 추진하고 있다.

### 3) 발전방안

의료관광산업 분야를 보다 발전시키기 위해서는 마케팅적인 접근과 틀을 통해 관광객을 보다 체계적으로 이해해야 한다. 한편으로는 의료인프라를 갖추기 전에 제주의 강점을 이용하여, 우선적으로 시행할 수 있는, 천연자원을 이용한 예방 및 치유형 의료관광 상품 개발 및 전략설정이 시급히 필요한 것으로 보인다. 또한, 제주지역에서는 의료서비스가 주이고 관광이 부인 의료관광 형태인 Medical Tourism보다는 관광이 주이고 휴양·건강의료서비스가 부인 의료관광 형태인 Health Tourism을 첫 기본단계로 하여 의료관광산업을 발전시키는 방안이 필요하다.

Health Tourism의 발전·성숙단계에서, 기존 제주지역 의료기관의 업그레이드 및 국내외 유명 의료기관 유치를 통한 Medical Tourism으로의 확대 발전 방안이 필요하다. 장기적으로는 Medical Tourism 활성화와 취약한 제주지역의 진료·의료서비스의 발전을 위해서 의료산업 클러스터를 정책적으로 추진하는 전략이 필요하고, 제주도가 의료산업을 육성하기 위해서는 중견 이상의 전문 의료 관련 기관을 유치하는 외생형 발전전략 추진이 바람직한 것으로 보인다. 최종적으로는 제주도가 의료 분야의 국제적인 연구기관 등을 유치하여 국내 기술역량을 강화할 필요가 있으며 이러한 의료관광의 발전적 전략을 위해서는 의료관광

시장 내 참여자(Players : 의료관광 콘텐츠 의 적합한 비즈니스 모델(Business Model)  
 제공자, 에이전시, 관광공사, 관광객 등) 간 을 구축해야 할 것이다. 

## 참 고 문 헌

- 김대관 외(2010.5), “MICE 산업 통계 조사 개선 방안 연구: 2009년 MICE 산업 통계 조사를 중심으로”, 한국관광, 레저학회 관광, 레저연구, 통권 제52호, pp.483~500.
- 김민철, 문성중, 부창산(2008a), “AHP를 이용한 제주지역 의료관광 분야의 우선순위 분석에 관한 연구”, 「관광연구」, 22(4): 281~300.
- 김민철, 문성중, 부창산(2008b), “제주지역 내 의료관광 기초조사를 통한 추진 모형수립”, 「한국지역지리학회」, 14(4): 382~393.
- 김철원(2008), “MICE 산업 활성화 전략”, 한국문화관광연구원 한국관광정책 제32호.
- 강원발전연구원(2009.12), “국내외 트레일 개발사례와 시사점”.
- 문화체육관광부(2010.3), “10년 MICE 유치, 개최 강화방안”.
- 삼성경제연구소(2010.2.23), “MICE 산업의 기회와 도전”, SERI 경제 포커스, 제281호.
- 인천발전연구원(2009.12), “인천광역시 MICE산업 경쟁력 연구”, 연구보고서 2009-46.
- 이용균(2005), 병원성공경영, 한국병원경영연구원, 서울3.
- 조광익, 이돈재(2010), “관광 연구의 정치화 녹색관광의 의미 변화”, 「관광학연구」, 제34권 제6호.
- 조구현(2006), “한국 의료관광(Medical Tourism) 활성화 방안에 관한 탐색적 연구”, 「호텔경영학연구」, 15(4): 189~203.
- 제주관광공사(2010), “MICE 현황보고서”.
- 제주발전연구원(2010), “제주지역 컨벤션 개최에 따른 지역경제파급효과 분석”, 정책연구 2010-11.
- 제주특별자치도(2010.6), “관광진흥전략 총결산 보고회 자료”.
- 제주발전연구원(2009.11.11), JDI OPINION(제97호), 제주올레 현황 및 활성화 방안.
- 제주특별자치도(2010), 한생태연구부, 수목시험과.
- 한국보건산업진흥원, 한국관광공사(2008), Korea Medical Tourism Conference.

- 
- 환경부(2010), 동백동산 습지보호지역 지정계획.
  - Charatan F.(2001), Foreigners flock to Cuba for medical care, *Br. med. J* 322, 1198
  - Eric Laws(1996), Health Tourism : A business Opportunity Approach, " In Stephen J. page (Ed.) *Health and International Tourist*, New York: Routledge.
  - Goodrich, J. N.&Goodrich, G. E.(1987), "Health-care tourism: An exploratory study", *Tourism Management*, 8(3): 217~222.
  - Hall C.M.(1992), Adventure, sport, and Health Tourism. In B Weiler & C.M Hall(Ed). *Special-interest Tourism*, London : Bellhaven Press.