

제주 관광기념품산업 활성화를 위한 마케팅전략연구[†]

A Study on Marketing Strategy of Souvenir Industry in Jeju

목 차

- I. 서 론
- II. 관광기념품의 이론적 배경
- III. 제주관광기념품 시장분석
- IV. 제주 관광기념품산업 활성화를 위한 마케팅 전략과 정책적 과제
- V. 결 론

김 형 길*

(Hyoung Gil Kim)

I. 서 론

세계의 보물섬인 제주는 2002년 유네스코 지정 생물권보전지역, 2007년 세계자연유산 등재, 2010년 세계지질공원 인증, 세계 7대 자연경관 선정 등에 따라 국제사회에서 제주의 브랜드 인지도를 강화하고 브랜드 가치가 상승하는 계기가 되었다. 지난 3년 동안 제주도를 방문한 총 관광객 수는 2010년에는 7,578,300명 이었으며, 2011년에는 8,740,976명, 2012년에는 9,691,703명이 방문하여 3년간 27.9%가 증가하였고, 외국인 관광객은 2010년에 777,000명, 2011년에는 1,045,637명, 2012년에는 1,681,399명이 방문하여 3년간 216.4% 증가가 이루어졌다(제주특별자치도관광협회, 2011, 2012,

[†] 이 논문은 2011년 제주대학교 경영대학원 발전기금 연구과제 지원비로 작성되었음.

* 제주대학교 경상대학 경영학과 교수

2013). 2012년 제주특별자치도의 총 관광수입은 5조 5천억 원에 이르렀으며, 2013년도에는 제주 방문 관광객 수가 1,000만 명을 상회할 것으로 예상하고 있어 관광수입은 더욱 증가 할 것으로 예상된다. 이러한 성장세는 국내외 경기침체와 유가급등 등의 관광환경이 좋지 않은 상황임에도 불구하고, 괄목할만한 성과를 보인 것이라고 할 수 있는데, 2012년 외국인 관광객 증가에 크게 기여한 국가는 중국으로 전체 외국인 관광객 중 64.3%를 차지하는 약 108만 명의 중국관광객이 제주를 찾았다(제주특별자치도관광협회, 2012). 그러나 제주와 비슷한 경쟁력을 가지고 있는 섬 관광지인 하와이, 오키나와, 하이난, 발리 등과 비교해 볼 때 총 관광객 수와 관광객 증가율은 제주가 월등히 앞서있지만 총 관광 수입을 보면 제주와 비슷하거나 높게 나타나고 있다(제주관광공사, 2012). 이는 제주를 찾는 외국인 관광객들의 쇼핑이나 유희비용과 같은 비경직성 비용에 대한 수입이 적기 때문인데, 중국관광객을 대상으로 조사한 실태조사에서도 제주지역 내에 구매할 만한 상품 및 쇼핑에 대한 인프라가 부족하다는 것을 알 수 있다. 제주를 방문한 외국인 관광객들의 쇼핑 6대 품목은 화장품, 식료품, 의류, 건강식품, 액세서리, 잡화류로 나타났는데, 중국, 홍콩, 대만 등 중화권 관광객들의 쇼핑지출이 다른 국가에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다(제주관광공사, 2012). 특히 문화체육관광부(2013)의 자료에 따르면, 외국인관광객들의 주요 참여 활동 중 쇼핑이 72.8%로 가장 비율이 높았으며, 한국방문선택 시 고려 요인 중에서도 쇼핑이 66.0%로 가장 높은 것으로 분석되었다. 그러므로 제주를 방문하는 관광객들을 위한 쇼핑관광인프라의 확대와 함께 관광수입의 제주지역 잔류효과를 극대화 하고, 제주의 고부가가치 관광을 실현할 수 있는 쇼핑, 관광, 오락, 휴식, 레저, 외식이 하나의 또는 집적화된 공간에서 이루어지는 복합 쇼핑물 구성과 제주명품을 판매 할 수 있는 시스템구축이 종합적으로 이루어질 필요가 있다.

관광기념품은 지역의 문화적 소재를 활용한 산업 활동 과정을 통해 생산되는 산물로 문화적 가치가 높은 아이디어 집약적 상품이며, 문화와 기술, 창조의 산물로 고부가가치 특성을 지니고 있다(김형길, 2003). 그러나 우리나라의 관광기념품은 제주는 물론 전국 관광지마다 차별성이 없고, 중국산이나 동남아지역 상품이 범람하고 있는 실정이다. 또한 국내 전반적으로 지역의 향토성과 차별적인 관광기념품이 적고, 생산업체가 영세하여, 시장의 욕구를 반영한 혁신적인 관광기념품 생산이 잘 이루어지지 못하고 있는 실정이다. 본 연구에서는 관광산업의 성장과 함께 동반 성장의 잠재력이 있는 제주 관광기념품 시장의 특성과 관광객들의 소비행태를 분석하고, 제주관광기념품산업의 활성화를 위한 마케팅 전략과 정책적 과제를 제시하고자 한다.

Ⅱ. 관광기념품의 이론적 배경

2.1. 관광기념품의 개념과 특성

관광기념품은 관광객들이 관광지에서 구입하는 토산품과 식품, 농수축산물 등 특산물, 민예품, 공예품, 지역의 향토자원과 문화를 소재로 제조한 공산품 등을 포함하는 통합적인 개념이다(김형길, 2013). 소득 수준이 올라 갈수록 인간의 문화적 삶에 대한 욕구가 증가하는데, 관광기념품산업은 문화적 자아실현의 기회를 제공하는 특성이 있어 문화생활에 비례하여 수요가 증가하는 산업이다. 또한 예술적, 문화적, 산업적, 특성을 고루 갖춘 복합형 산업으로, 레저, 관광 산업을 부양하는 기반산업, 디자인 관련 산업이고, 전통적 문화와 민족 고유성을 표현하는 예술성과 상품성이 가미된 정체성 높은 산업이어서, 21세기 문화경쟁의 시대에서 국가와 지방의 경쟁력을 제고 하는데 중요한 역할을 한다(정연택, 2005).

2.2. 제주 관광기념품산업 발전의 중요성

제주 관광기념품산업 발전의 중요성을 정리하면 다음과 같다(김형길, 2003).

첫째, 제주지역 경제의 가장 큰 비중을 차지하고 있는 관광산업 중에서 관광기념품산업은 제주 지역 농축수산물 등의 원자재와 향토자원을 활용하고, 지역의 기술과 노동력을 기반으로 생산 활동이 이루어져, 지역소득 환류 효과가 가장 높은 산업 중의 하나이다.

둘째, 관광기념품은 관광객이 여행 중 거의 필수적으로 지출하는 비용과 관련되어 있어 관광산업의 성장과 함께 지속적인 성장 잠재력이 있는 분야이다. 그러므로, 혁신적인 관광기념품 개발과 시장지향적인 마케팅 수행을 통하여 살거리와 볼거리, 먹거리 등을 제공해주며, 관광객들의 관광욕구를 충족시킬 수 있는 관광산업 성장의 중요한 요소이다.

셋째, 관광기념품 산업은 1차(농업 등), 2차(제조업), 3차 산업(관광)을 융복합하여 6차 산업의 시너지효과를 창출 할 수 있는 산업적 특성을 가지고 있어, 지역주민의 소득 증대 및 고용창출에 이바지하고, 지역 중소기업육성과 창업, 지역경제 활성화에 기여 할 수 있다.

넷째, 독특한 관광기념품의 생산과 판매, 명품 개발, 브랜드화 등을 통하여 그 지역의 관광이미지 제고에 기여하여 지역의 홍보와 촉진전략에도 중요한 역할을 담당할 수 있다.

다섯째, 지역의 문화와 전통, 자연 등을 소재로 한 관광기념품의 개발을 통한 문화의 전승과 발전에 기여 할 수 있다.

Ⅲ. 제주관광기념품 시장분석

3.1. 조사의 개요

1차 조사는 2011년 10월 27일~2011년 11월 3일까지 예비조사를 거쳐 완성된 설문지를 가지고 훈련된 조사원들을 통해 제주를 방문한 내국인 관광객들을 대상으로 제주 공항에서 조사를 시행하였다. 총 500부의 설문지를 배포하여 불성실한 응답설문지 26부를 제외한 474부를 최종 실증분석에 이용하였다.

3.2. 자료 분석 방법

수집된 자료는 SPSS For Window 17.0 통계프로그램을 사용하여 통계분석을 실시하였는데, 실증분석에 활용된 통계분석방법은 빈도분석, 기술통계 등을 사용하였다.

3.3. 표본의 특성

응답자의 인구통계적 특성은 <표 3-1>에서 보는바와 같이 여성(53.4%)이 남성(46.6%)보다 다소 많았고, 연령은 40대(30.6%)가 가장 많았으며, 월평균 수입은 300-400만원 미만이 18.8%로 가장 많았으며, 직업은 주부가 17.7%로 가장 많았다.

<표 3-1> 응답자의 인구통계적 특성

구 분		빈도(명)	비율(%)
성 별	여성	253	53.4
	남성	221	46.6
연 령	20대	107	22.6
	30대	128	27.0
	40대	145	30.6
	50세 이상	94	19.8
	고졸 이하	120	25.3
학 력	대학 재학 및 졸업	257	54.2
	대학원 이상	97	20.5
	100만원 미만	75	15.8
월평균 수입	100-200만원 미만	80	16.9
	200-300만원 미만	83	17.5
	300-400만원 미만	89	18.8
	400-500만원 미만	41	8.6
	500-600만원 미만	45	9.5
	600-700만원 미만	25	5.3
	700만원 이상	36	7.6
	직업	전문직	66
사무직/공무원		81	17.1
기술직		34	7.2
판매/서비스직		30	6.3
학생		72	15.2
주부		84	17.7
농/수산업		39	8.2
자영업		68	14.4
합 계		474	100.0

3.4. 관광기념품 구매행동 분석

3.4.1. 관광기념품 구매품목

관광기념품을 구매한 비율은 81.0%였으며, 구매항목 중 가장 많은 항목은 농수축산물로 55.1% 이었으며, 면세품 53.4%, 농수축산 가공품 48.9%, 공예품 11.2% 순이었다.

〈표 3-2〉 관광기념품 구매여부

구 분		빈도(명)	비율(%)
구 매		384	81.0
비구매		90	19.0
구매 항목	농수축산물(감귤류, 갈치, 전복, 돼지고기 등)	261	55.1
	면세품(주류, 담배, 화장품, 가방, 홍삼류 등)	253	53.4
	농수축산 가공품(감귤초콜릿, 과자류, 차 등)	232	48.9
	공예품(갈옷, 가방, 모자, 액세서리 등)	53	11.2
	기타	22	4.6

* 주 : 복수응답 처리

3.4.2. 관광기념품 구매 장소

관광기념품 구매 장소로는 JDC 내국인 면세점(51.1%)이 가장 많았고, 다음으로 관광지 기념품점(28.5%), 농수축특산물 판매점(26.2%) 순으로 나타났으며, 대형마트에서 구입하는 비율도 16.5%로 다소 높은 편인 것으로 분석되었다. 한편 전통시장의 구입비율은 5.9%에 불과하였고, 관광농원은 5.7% 였으며, 편의점에서 구입하는 비율도 5.3%로 분석되었다.

〈표 3-3〉 관광기념품 구매 장소

구 분	빈도(명)	비율(%)
JDC 내국인면세점(제주공항)	242	51.1
관광지 기념품점	135	28.5
농수축 특산물 판매점	124	26.2
대형마트(이마트, 롯데마트 등)	78	16.5
제주관광공사 내국인 면세점(중문)	30	6.3
전통시장	28	5.9
관광농원	27	5.7
편의점	25	5.3
기 타	21	4.4

* 주 : 복수응답 처리

3.4.3. 제주 관광기념품 경쟁력

제주 관광기념품 중 경쟁력이 높다고 생각하는 분야는 감귤가공식품(5.12)이었으며,

감물염색 등 천연염색(4.87), 해산물 가공식품(4.86), 화산석(토)을 활용한 액세서리(4.75)순으로 나타났다.

<표 3-4> 제주 관광기념품의 분야별 경쟁력

품 목	평 균	표준편차
감귤가공식품	5.12	1.246
감물염색 등 천연염색	4.87	1.164
해산물 가공식품	4.86	1.233
화산석(토)을 이용한 액세서리	4.75	1.315
제주 화산토 도자기	4.63	1.322
제주산 원재료를 이용한 향장품	4.51	1.274
제주옹기	4.38	1.322
유리공예	4.23	1.287
말가죽 공예	4.18	1.302
제주산 약초를 이용한 상품	4.16	1.275

* 주: 1점 매우 미흡, 7점 매우 우수

3.4.4. 관광기념품 만족도

관광기념품 만족도는 향토성이 4.78로 가장 높았고, 품질(4.50), 실용성(4.32), 기능성(4.28) 순이었는데, 가격의 적정성(3.99)과 다양성(3.97) 항목의 만족도는 다소 낮은 것으로 분석되었다.

<표 3-5> 관광기념품 항목별 만족도

항 목	평 균	표준편차
향토성	4.78	1.342
품질	4.50	1.272
실용성	4.32	1.254
기능성	4.28	1.325
색상	4.26	1.367
포장	4.25	1.354
디자인	4.16	1.328
가격의 적정성	3.99	1.377
다양성	3.97	1.326

* 주: 1점 매우 미흡, 7점 매우 우수

3.4.5. 제주 관광기념품 산업 활성화를 위해 필요한 사항

제주 관광기념품 산업 활성화를 위해 가장 필요하다고 인식하고 있는 사항은 제주명품 육성(73.8%), 프리미엄 쇼핑아울렛조성(71.7%), 알선수수료 근절(70.5%), 향토자원 이용 신제품개발(69.1%), 면세제도도입(68.9%), 관광기념품의 기능성 강화(68.2%), 품질 인증제 도입(66.1%) 순으로 나타났다.

〈표 3-6〉 관광기념품산업 활성화를 위해 필요한 사항

(단위: 명, %)

항 목	필요한 사항의 정도							계
	매우 불필요	불필요	조금 불필요	보통	조금 필요	필요	매우 필요	
유통거리조성	15 (3.2)	17 (3.6)	81 (17.0)	128 (27.0)	96 (20.3)	75 (15.8)	62 (13.1)	474 (100)
디자인 개선	3 (0.6)	8 (1.7)	23 (4.9)	132 (27.8)	146 (30.8)	97 (20.5)	65 (13.7)	474 (100)
품질 인증제 도입	3 (0.6)	9 (1.9)	37 (7.8)	112 (23.6)	120 (25.3)	112 (23.6)	81 (17.2)	474 (100)
관광기념품의 기능성 강화	4 (0.8)	7 (1.5)	15 (3.1)	125 (26.4)	112 (23.6)	114 (24.1)	97 (20.5)	474 (100)
제주명품 육성	3 (0.6)	5 (1.1)	13 (2.7)	103 (21.8)	77 (16.2)	153 (32.3)	120 (25.3)	474 (100)
향토자원 이용 신제품개발	7 (1.5)	10 (2.1)	12 (2.5)	117 (24.8)	108 (22.7)	122 (25.7)	98 (20.7)	474 (100)
면세제도 도입	5 (1.1)	7 (1.5)	33 (7.0)	102 (21.5)	92 (19.4)	121 (25.5)	114 (24.0)	474 (100)
알선 수수료 근절	3 (0.6)	12 (2.5)	15 (3.2)	110 (23.2)	103 (21.8)	96 (20.2)	135 (28.5)	474 (100)
프리미엄 쇼핑아울렛 조성	5 (1.1)	12 (2.5)	28 (5.9)	89 (18.8)	97 (20.5)	138 (29.1)	105 (22.1)	474 (100)

* 주 : 1점 매우 미흡, 7점 매우 만족

3.5. 잠재시장 규모 추정

제주관광기념품 시장 규모를 정확히 추정하기는 어렵다. 그러나 기본적으로 2012년 JDC 내국인면세점과 JTO 내국인면세점의 매출액과 롯데와 신라면세점의 매출규모 자료

등에 의하면 1년 동안 제주지역에서 판매된 면세품 판매 총액은 약 7,180억 정도의 규모가 된다(제주세관, 2013). 또한 내국인 관광객의 1인당 관광기념품 평균 구입액을 80,000-100,000원 규모로 추정하고⁴⁾, 내도 관광객의 관광기념품 구입비율에 관한 실증 분석 자료 등을 참고하여, 구입비율을 65-75% 정도로 추정하면⁵⁾, 2012년 내국인 관광객의 제주관광기념품 구매 규모는 약 4,000-6,000억 원 정도의 규모로 추정 할 수 있다. 이에 따라 제주지역 관광기념품 시장의 총 규모는 약 1조 1,000억 - 1조 3,000억 원 정도로 추정 해 볼 수 있다. 이와 같이 제주는 엄청난 규모의 관광기념품 시장이 형성되어 있으나 그 중 외국면세품 시장이 차지하는 비중은 60% 내외가 되고 있는데, 제주지역 면세점 내에 제주특산품 취급은 롯데중문 면세점에 제이어스와 제주오렌지, JTO 면세점에 제주코르아르, 신라면세점에는 주 사업장이 제주도내에 위치한 업체는 없고 제주산 원료를 가공후 납품 받은 도외업체만 5개 브랜드가 들어와 있는 실정이며,(제주세관, 2013), 특히 외국인 관광객인 경우 제주의 관광기념품 구입 비율은 낮은 실정이다. 그러므로 제주의 독특한 향토자원을 바탕으로 제주 명품개발과 혁신적인 신제품 개발을 통한 제주지역 면세점 입점 확대와 관광기념품 시장과 지역산업과의 연계를 위한 전략적인 접근과 정책적 지원이 매우 필요한 실정이다.

IV. 제주 관광기념품산업 활성화를 위한 마케팅전략과 정책적 과제

4.1. 제주관광기념품 산업 마케팅전략

4.1.1. 제주 관광기념품산업 SWOT 분석

제주 관광기념품산업의 SWOT 분석을 해보면 강점으로는 유네스코 자연과학분야 3관

- 4) 내국인관광객의 관광기념품 구입액은 조사기관과 조사시점 등에 따라 차이가 있어, 오준석 숙명여대교수의 2010년 제주 내국인 관광객 평균지출비용(37만원) 분석 자료와 제주대학교 관광과 경영경제연구소(2012) 자료 등을 고려하여 1인당 구입액 추정한 김형길(2013) 자료를 참조하였음.
- 5) 내국인 관광객의 관광기념품 구입비율은 김형길(2005, 2008, 2011)와 제주대학교 관광과 경영경제연구소(2012)의 제주천연염색산업 실태조사 및 디렉토리 자료 등에 의하면 87년 82.5%에서 92년 71.5%, 2003년 60.8%, 2005년 72.3%, 2008년 80.2%, 2011년(본 연구의 실태조사자료) 81.0%, 2012년 66.3% 였음.

광과 세계 7대 자연경관 선정에 따른 국내외 관광브랜드 강화, 꾸준한 관광객 증가로 큰 잠재시장 형성, 국제수준의 관광인프라 구비를 들 수 있다. 약점으로는 관광기념품 관련 업체의 영세성과 특화된 상품 부족, 쇼핑 인프라 부족, 알선수수료에 대한 부정적 인식으로 정리해 볼 수 있다.

기회 요인으로는 중앙정부와 지방정부의 지속적인 관광산업 육성 정책 추진, 크르즈 및 국제직항노선의 꾸준한 증가와 휴양, 레저관광 수요의 증가, 중국인 해외여행자 수의 폭발적 증가세, 향토성 있는 신제품 개발이 점진적으로 확산되고 있는 점이다. 그러나 위협적 요소로는 관광산업의 무한경쟁 시대 도래, 면세품 시장의 확산, 남북관계 개선 시 내국인 관광객 감소전망, 유사한 관광기념품의 범람으로 정리 해 볼 수 있다.

<표 4-1> 제주 관광기념품산업 SWOT 분석

강 점	약 점
<ul style="list-style-type: none"> · 유네스코 자연과학분야 3관광과 세계 7대 자연경관 선정에 따른 국내외 관광브랜드 강화 · 꾸준한 관광객 증가로 큰 잠재시장 형성 · 국제수준의 관광인프라 구비 	<ul style="list-style-type: none"> · 관광기념품 관련 업체의 영세성 · 특화된 상품 부족 · 쇼핑 인프라 부족 · 알선수수료에 대한 부정적 인식
기 회	위 험
<ul style="list-style-type: none"> · 중앙정부와 지방정부의 지속적 관광산업 육성 정책 추진 · 크르즈 및 국제직항노선의 꾸준한 증가와 휴양, 레저관광 수요의 증가 · 중국인 해외여행자 수의 폭발적 증가세 · 향토성 있는 신제품 개발 확산 	<ul style="list-style-type: none"> · 관광산업의 무한경쟁 시대 도래 · 면세품 시장의 확산 · 남북관계 개선 시 내국인 관광객 감소 전망 · 유사한 관광기념품의 범람

4.1.2. 시장세분화와 표적시장 분석

제주 관광기념품 시장은 크게 내국인 시장과 외국인 관광객 시장의 2가지로 나누어 볼 수 있다. 내국인 관광객인 경우 최근 4년 동안 분석 자료들을 종합해 보면(제주특별자치도관광협회, 2009-2012) 4회 이상 방문자들이 34.9%-48.1% 나 되고 있으며, 재방문의 비율이 65.3%-85.4% 수준에 이르고 있다는 점을 고려해야 한다. 또한 제주 관

광기념품 시장은 여행형태와 방문목적 등을 고려한 시장세분화 방법이 있다. 최근 몇 년 사이에 비중이 점진적으로 확대되고 있는 계층은 본인이 스스로 여행상품을 계획하고, 방문지와 숙박지 등을 인터넷을 통하여 결정하는 개별관광객 비율과 가족관광객의 비중이 높아져가고 있다는 점을 간과해서는 안된다. 또한 단체관광객과 학생단체, 국내외 회의나 포럼 등을 목적으로 방문하는 관광객들이 있는데, 이러한 관광유형과 방문목적 등에 따른 관광기념품 개발 전략을 고려 해야한다. 그러므로, 관광기념품 제조업체들은 필수적으로 어떤 표적시장에 집중 할 것인가를 자사의 능력과 여건 등을 고려하여 선택해야 한다.

외국인 관광객인 경우 중국관광객이 가장 큰 비중을 차지하고 있는데, 이들인 경우 롯데와 신라면세점과 화교자본에 의해 형성된 관광기념품 취급점을 주로 이용하고 있는데, 제주지역의 명품들이 롯데와 신라면세점, JDC, JTO 내국인면세점에서 판매 될 수 있도록 행정적 지원을 할 필요가 있다. 특히 중국 관광객들이 좋아하는 6대 품목인 화장품, 식료품, 의류, 건강식품, 액세서리, 잡화류 등의 분야에 제주지역 관광기념품들이 판매될 수 있는 방안을 강구해야 한다.

4.1.3. 명품개발시스템 구축

명품이란 만들어지는 것이 아니라 인정되는 것으로 장인적인의 철학과 창조적인 독창성이 결부되어진 제품에게 부여되는 것이다. 또한 명품은 기본적인 명성과 투철한 장인정신을 제품 속에 담고 있으며, 소비자들로부터 오랜 세월 동안 충분한 검증받은 전통성과 희소성, 일반적으로 고가라는 특성을 가지고 있다. 이러한 명품들이 신세대들에게까지 폭넓게 널리 사랑을 받는 이유는 전통성과 아이덴티티를 유지하면서도 놀랍도록 새로운 시대의 흐름을 자연스럽게 담아내며 현대적인 감각을 상품에 반영하기 때문이다. 또한 세계적인 명품회사들의 공통점에서 발견 할 수 있듯이 철저한 에프터서비스 정신을 가지고 있다는 점이다. 제주 관광기념품산업의 핵심 역량을 강화하고 경쟁력 제고를 위해 가장 중요한 내용으로 고려 할 필요가 있는 영역은 바로 명품개발시스템 구축 전략이며, 이를 중장기적으로 단계적으로 추진해야 한다.

1) 1단계

제주지역의 향토적인 소재 중 명품으로서의 성장 잠재력과 경쟁력이 있는 소재와 기

술수준 등을 평가하여 분야를 선정하고, 명품 개발을 지원하고 관리하는 시스템을 구축해야 한다.

2) 2단계

선정된 분야 기념품의 고품질·고품격화를 위한 혁신적인 기술, 디자인, 포장, 신제품 등을 개발하고, 지역적·전국적 명품을 넘어 세계적인 명품이 될 수 있도록 하기 위한 명장제도와 명품 지정제도를 적극 도입 활용하고, 명품 브랜드전략을 수립 시행해야 한다.

3) 3단계

선정된 제품과 기업에 대해서는 공신력 있는 국내외 기관의 인증 확보와 획기적인 생산, 유통과 홍보마케팅 지원 등과 함께 지속적인 전략적 관리가 필요하다.

4.1.4. 제품개발

제주 관광기념품 시장의 특성들을 고려 해볼 때 관광기념품 제조업체들이 어떤 표적 시장을 선택하였는지 간에 가장 기본적으로 고려해야하는 제주관광기념품 제품개발의 방향은 제주의 향토성과 기능성을 바탕으로 한 실용적인 상품개발과 차별화된 혁신 상품개발과 디자인 개선 등을 지속적으로 수행 할 필요가 있다. 또한 과도한 디자인의 현대적 변형보다는 제주의 문화와 미를 바탕으로 한 창의적인 디자인 제품 개발과 포장디자인 개발 등이 필요하다. 특히 제주하면 바로 연상 될 수 있는 스타상품 개발이 필요하다. 그러나 제주의 대부분 관련 업체들이 영세하기 때문에 이 문제를 극복 할 수 있는 통합적인 지원시스템을 구축해야 한다.

4.1.5. 가격전략

가격정책은 일반적으로 초기 고가격 정책과 초기 저가격정책, 소비자의 심리에 바탕을 둔 가격책정 방법 등이 있다(김형길, 김정희, 2010). 제주관광기념품의 가격전략은 제주 관광기념품 시장의 세분화전략에 따른 관광객의 특성과 소득수준 등을 고려하여 책정되어야 한다. 면세품과 지역의 명품들은 어느 정도의 품질에 대한 인증이 이루어져 있으며

로 고가격 정책을 유지한다. 그러나 단체관광객이나 학생단체, 중산층 이하의 저소득층을 표적고객으로 하는 관광기념품은 저가격정책이 유리하다고 할 수 있다. 가격전략은 표적시장과 제품의 특성에 따라 다양한 가격대의 형성이 필요하다.

4.1.6. 유통전략

제주 관광기념품 산업의 진흥을 위해서는 제주도의 공예품, 농수축산물, 전통식품 등 제주의 특색 있는 생산품들을 포괄하고 연계하여 강력한 브랜드파워를 구축 할 수 있는 공동브랜드 전략 수립을 고려 할 필요가 있다. 이를 통해 시장에서의 경쟁력을 강화하고 관련 상품들을 연계한 마케팅 활동을 지원해야 한다. 특히 제주 관광기념품산업 발전의 걸림돌이 되고 있는 유통구조 개선을 위해서는 유통업체의 유통혁신을 위한 자구 노력과 함께 제주지역의 정체성을 바탕으로 한 특화된 기념품들을 취급하고 판매하는 특화된 기념품스트리트 조성(예: 천연염색거리 등)등을 적극 강구해볼 필요가 있다. 또한 2013년 7월부터 제주지역 유망 중소기업 대외경쟁력 강화의 일환으로 추진되고 있는 '흔디 손잡go' 민관협의회⁶⁾ 운영을 통해 고 상품성, 고품질의 지역우수제품을 발굴하고, 관할 면세점 입점을 지원하는 사업(제주세관, 2013)이 효과적으로 잘 추진되어 제주지역 우수 관광기념품이 면세점에 입점되고 세계시장으로 뻗어가는 계기가 될 수 있도록 해야 한다.

4.1.7. 촉진전략

제주 관광기념품의 촉진전략은 개별기업의 홍보마케팅 활동, 인터넷을 통한 촉진활동 이외에, 제주중소기업지원센터와 중소기업진흥공단, 제주특별자치도 등에서 수행하는 특별할인판매, 해외전시 및 박람회 참가, 수출을 위한 바이어 초청 행사 등이 있다. 그러나 관광기념품만을 집중적이고 체계적으로 촉진 할 수 있는 Gift Show 개최 및 유치 등 획기적인 촉진전략이 필요하다. 특히 제주의 브랜드 강화를 위한 종합적인 마케팅전략 수행이 필요한데, 현재 IBM에서 수행중인 제주 글로벌브랜드마케팅전략의 용역결과를 반영하여, 실행계획에 따른 제주의 브랜드 강화는 물론 제주 관광기념품 공동브랜드를 효

6) 제주특별자치도(기업지원과, 중소기업지원센터, 테크노파크) 담당자, 제주세관과 제주지역 각 면세점 담당자, 지역우수중소업체 등의 인원으로 구성 됨.

과적으로 홍보할 수 있는 계획수립과 행재정 지원이 필요하다. 또한 제주 관광기념품별로 스토리텔링과 접목하여 관광객들에게 깊은 인상을 남기고 구전효과를 극대화 할 수 있는 방안과 인터넷마케팅 전략 수립도 필요하다.

4.2. 제주 관광기념품 산업 활성화의 정책적과제⁷⁾

4.2.1. 제주 관광기념품산업 중장기 발전계획 수립

제주의 관광기념품산업은 제주 관광산업 발전과 더불어 성장 할 수 있는 잠재력과 충분한 가능성을 가지고 있다. 그럼에도 불구하고, 그동안 이러한 시장을 공략하기 위한 전략적인 접근과 정책적인 지원은 미흡하였다. 그러므로 제주 관광기념품산업과 연계한 지역 관련 산업의 육성과 1차, 2차 3차 산업의 융복합화를 통한 시너지효과 제고와 지역경제 활성화 및 지속적 성장을 위한 클러스터 구축, 향토자원을 바탕으로 한 혁신적인 신제품 개발과 특히 제주를 대표 할 수 있는 명품개발 등을 위한 제주관광기념품산업 중장기 발전전략을 수립 할 필요가 있다. 제주특별자치도에서 이에 대한 용역을 수행한 적이 있으나(2010), 그동안 관광기념품 산업 환경이 많이 변하였고, 실행적인 내용이 많이 부족한 실정이어서 이를 보완하여, 제주의 관광기념품 산업 경쟁력을 강화하고, 지역경제 활성화와 산업구조 개선을 위한 관광기념품 제조업 육성 방안 등의 내용이 포함된 제주 관광기념품산업 중장기발전방안을 조속히 수립하고 실행 할 필요가 있다.

4.2.2. 제주명장 및 명품 선정제도 시행

현재 제주의 관광기념품산업의 중요한 과제중의 하나는 제주의 향토자원을 활용한 제주를 대표하는 스타상품인 명품개발이다. 특히 제주지역 면세점 시장의 공략은 물론 제주의 관광기념품이 세계 시장으로의 진출을 위해서도 면세점에서 취급하고 있는 세계적인 명품들과 어깨를 나란히 견줄 수 있는 품질과 브랜드가 확립된 제주의 명품개발이

7) 김형길(2003, 2005, 2013) 자료와 김형길,이광진(2011), 제주대학교 관광과 경영경제연구소(2012)자료를 참조하여 수정 보완하였음.

필요하다. 명품이 짧은 시간에 만들어지는 것은 아니다. 그러나 2008년 이미 제정된 ‘제주 관광기념품 개발 및 육성 조례’에 제주 명장선정과 명품 선정이 명시되어 있으나 이를 시행하지 않고 있는데, 이러한 제도의 조속한 시행을 통해 지속적으로 제주명장을 선정하고 명품개발의 여건과 계기를 만들어주며 꾸준히 지원함으로써 제주명품 탄생을 앞당길 수가 있을 것이다.

4.2.3. 인증시스템 강화

제주 관광기념품산업 발전을 위해서는 소비자들이 관광기념품을 안심하고 구매 할 수 있는 인증시스템 구축이 필요하다. 현재 중소기업공동브랜드인 제주마썸, 농수축산물의 인증브랜드인 J 마크와 제주시의 헤울렛과 서귀포시의 서귀포에버 등의 공동브랜드들이 어느 정도의 기능은 수행하고 있으며, 감귤, 축산물 등도 자체적인 브랜드 개발을 통해 활용하고 있지만 이러한 브랜드와 인증체계가 혼돈되고 난립해 있는 실정이다. 그러므로 브랜드통합과 소비자들의 품질에 대한 신뢰성을 확보하여 선호도를 높일 수 있는 관리 제도의 강화가 절대 필요하다. 또한 인증시스템의 효율적 운영과 효과를 극대화하기 위해서는 선정된 상품과 기업에 대한 지원체계를 강화해야 한다.

4.2.4. 교육시스템 구축

제주 관광기념품산업의 지속적인 경쟁력강화와 성장을 위해서는 관련 분야 인적자원 양성을 위한 교육시스템 구축은 필수적이다. 이를 위해 관광기념품산업 관련 생산 및 유통업체 등의 경영자와 종업원들을 위한 정례적인 세미나 및 디자인, 기술, 마케팅, 경영 교육프로그램을 수립하고 시행 할 필요가 있다. 또한 현재 제주지역 대학에서 연간 관광기념품 산업 관련 공예, 산업디자인, 광고, 미술 등 관련 분야 졸업생들이 약 120명 내외 정도가 배출 되고 있지만 취업 할 영역이 매우 한정되어 있고, 창업은 더욱 어려운 실정이다. 그러므로 이러한 인재들이 제주의 특화된 관광기념품 관련 특수 분야의 재교육이나 특별과정 교육을 통해 기술을 연마하고, 창업을 할 수 있는 기회를 제공해주는 교육시스템 구축을 통해 제주 관광기념품산업 경쟁력 강화의 근간이 마련 될 수 있을 것이다.

4.2.5. 관광기념품산업 추진주체로서 통합적 기능을 수행하는 기구 설립

현재 관광기념품 관련 행정 업무는 중앙정부에서도 공예품은 산업통상부 산하 중소기업청에서 관리하고, 관광기념품은 문화체육관광부에서 관장하여 이원화 되어있다. 이에 따라 제주특별자치도에서도 공예품 관련 행정은 기업지원과에서, 관광기념품 관련 업무는 관광정책과에서 수행하고 있어 업무의 중복성과 지원체계의 이중구조라는 문제를 근본적으로 가지고 있다. 또한 담당공무원들이 1-2년 이내에 계속 바뀌어 업무의 연계성과 전문성이 다소 부족 할 수 있는 문제점이 있다. 그러므로 경북 영천의 (재)경북천연염색산업연구원이나 나주, 전주 등의 사례에서 볼 수 있듯이 전문성을 바탕으로 관련 산업의 경쟁력을 강화하고, 주도적으로 산업 생태계를 구축하고 지원하는 기구의 설립이 필요하다. 여기에서 관련 산업 진흥을 위한 국책 연구, 지원 사업의 수행과 제주 관광기념품 시장과 소비자 트렌드 분석, 교육과 인력 양성, 창업, 디자인 지원, 맞춤형 경영컨설팅, 스토리텔링 개발, 스타기업 육성과 신제품 개발 등 통합적 기능을 수행하고 총괄하며, 국내외 관련 기관들과 네트워크 구축, 관광기념품산업 관련 DB 구축 등 제주의 관광기념품산업을 이끌어 갈 혁신 주체인 (가칭)제주관광기념품산업진흥원을 조속히 설립 할 필요가 있다.

4.2.6. 관광기념품산업 정보시스템 구축

혁신적인 제주관광기념품 개발과 관련 제조업의 육성 및 효율적인 행재정 지원 정책 수립과 시행을 위해서 세계시장의 동향과 전망, 국내 및 제주 관광기념품 시장에 대한 소비트렌드 및 관광객 욕구조사, 구매행동분석과 불만요소 등에 대한 주기적인 연구조사는 물론 관련업체 등의 산업생태계 실태조사가 지속적이고, 전문적으로 이루어져야한다. 그리고, 제주의 관광기념품 개발과 발전에 도움이 될 수 있는 다양한 정보를 계속 집적하고 분석하여, 업체들이 활용 할 수 있는 실질적인 정보와 자료를 제공해주는 관광기념품산업 정보시스템 구축이 필요하다. 여기에 담아 낼 내용들을 예를 들면, 제주 관광기념품 업체들의 네트워크 구축에 도움이 될 수 있는 생산업체, 유통업체, 국내외 관련 기관 등에 대한 관광기념품산업 DB 구축과 제주의 다양한 향토자원의 특성과 특허 자료와 정보, 연중 계절별로 이루어지고 있는 제주의 크고 작은 100여개의 축제와 관련 된 주제별, 특성별 정보 제공, 역사적인 스토리텔링 소재 등이다. 이러한 자료들은 제주 관

광기념품 업계의 신제품 개발 및 교육 자료 등으로 유용하게 활용 할 수 있을 것이다.

V. 결 론

제주지역 경제의 리드산업으로 제주지역 경제발전에 중요한 역할을 하고 있는 관광산업의 성장과 함께 동반성장의 가능성 및 잠재력을 가지고 있는 제주 관광기념품 산업의 발전과 경쟁력 제고는 매우 중요한 과제이다. 특히 3차 산업에 편중되어 있는 제주의 산업구조를 개선하고, 6차 산업으로 융복합화하며, 지역의 강소기업 육성 및 지역경제 활성화와 일자리 창출, 창업 활성화 등의 기대효과가 있다는 점에서 매우 중요한 의미가 다. 또한 관광기념품 산업의 특성상 지역의 향토자원과 노동력과 기술을 바탕으로 생산과 유통 등의 활동이 이루어지기 때문에 지역 소득 잔류효과가 가장 높은 분야라는 점에서 더욱 그러하다. 그러므로 제주 관광기념품산업의 경쟁력을 제고 하기 위해서는 무엇보다도 기술의 창출, 축적, 공유, 활용의 선순환 고리를 형성함으로써 관광기념품 개발기술혁신의 핵심 역량을 제고해야 한다. 또한 지역의 향토성과 정체성을 바탕으로 한 명품화 가능성과 경쟁의 잠재력이 있는 분야를 선정하여 클러스터화하고, 관광기념품 생산업체들이 디자인혁신 상품을 지속적으로 개발 할 수 있도록 경영 및 기술지원시스템을 구축하여 업체들의 경쟁력을 제고해가며, 스타상품과 리드기업을 육성해 가야한다. 이를 위한 추진에 있어 무엇보다도 지방정부의 관광기념품 산업의 중요성에 대한 인식제고와 함께 강력한 행재원 지원이 뒷받침되어야 한다. 또한 제주 관광기념품산업의 경쟁력을 강화하고 체계적인 발전전략을 담은 제주 관광기념품산업 중장기발전전략을 수립 시행해야한다. 그리고, 이러한 내용을 중앙정부와 지방정부의 강력한 지원하에 주도적으로 전문성있게 이끌어가고 추진해 갈 주체인 (가칭)제주관광기념품산업진흥원의 설립이 필요하다.

참고문헌

- 강숙영·서용건·김의근, 선물용 관광기념품의 선택속성에 관한 연구. 관광레저연구, 19(4), 2007.
- 김성후, 전라남도 관광상품 및 관광기념품 개발, 논문집, 16(1), 2006.
- 김형길, 김정희, 마케팅의 이해, 두남, 2010.
- 김형길, 제주도 관광기념품산업 활성화 전략과 과제, 제주도연구 제24집, 제주학회, 2003.
- 김형길, 제주 관광기념품산업 경쟁력 강화시스템 구축에 관한 연구, 제주도연구 제28집, 제주학회, 2005.
- 김형길, 제주관광기념품산업 활성화 방안 워크숍 발표자료, 2013.
- 김형길, 이광진, 향토자원 활용 신성장 관광연계 공예품 발굴 및 육성 클러스터 구축 방안, 제주대학교 산학협력단, 2010.
- 김형길, 정연중, 문영만, 문화관광축제 기념품의 시장분석을 통한 디자인 혁신방안과 마케팅전략 연구, 산업자원부, 2002.
- 문화체육관광부, 외래관광객 실태조사, 2013.
- 이강일·이상락, 관광기념품 개발을 위한 마케팅 전략에 관한 연구, 디자인학연구, 48, 2002.
- 제주관광공사, 2012 외래관광객 실태조사, 2012.
- 제주대학교 관광과경영경제연구소, 제주 천연염색산업 실태조사 및 디렉토리, 2012.
- 제주세관, 지역중소기업 우수제품 면세점 입점지원을 위한 '2013 핫디 손잡고' 민관협의회 자료, 2013.7.
- 제주특별자치도 관광협회, 관광객 통계자료, 2009-2012.
- 제주특별자치도 관광협회, 제주방문 관광객 설문조사 결과분석 보고서, 2009-2012.
- 제주특별자치도(재)한국자치경제연구원 관광기념품 개발 및 육성사업에 따른 발전전략의 수립 연구용역, 2010.
- 한국공예발전위원회, 우리나라 공예산업의 현실과 활로 모색, 국회 문화정책포럼, 2005.
- 허갑중, 관광기념품 개발 활성화 방안 연구, 한국관광연구원, 2001.
- Kotler, P., Marketing Management 13th, Prentice Hall International, 2011.
- Urban, Glen. L., Steven H. Star, Advanced Marketing Strategy, Prentice Hall International, 1991.

국문 요약

유네스코 자연과학분야 3관왕과 세계 7대 자연경관에 선정된 제주의 관광산업은 매우 괄목할 만한 성장을 보이고 있다. 지난 2010년 대비 2012년 내국인 관광객은 27.9%가 증가하였고, 특히 외국인 관광객 중 중국 관광객의 증가율은 지난 3년간 216.4% 성장하였다. 이에 따라 여행 중 필수적으로 지출하는 제주 관광기념품 시장이 급속도로 성장하고 있는데, 그동안 이 분야에 관한 전략적이고 체계적인 접근이 부족하였다.

본 연구에서는 관광기념품의 의미와 특성 및 중요성 등 관광기념품의 이론적 고찰을 하였고, 내국인 관광객을 대상으로 설문조사를 시행하여 관광기념품 구매행동을 분석하였다. 분석 결과 관광객들이 주로 구입하는 품목은 농축수산물, 면세품, 농수축산 가공품 순이었으며, 관광기념품의 구입장소는 JDC 내국인 면세점, 관광지 기념품점, 농수축산물 판매점 순이었다. 관광객들이 제주지역 관광기념품 중 경쟁력이 높다고 생각하는 분야는 감귤가공식품, 감물염색 등 천연염색, 해산물 가공식품 순이었으며, 제주관광기념품의 만족도는 향토성이 가장 높았고, 품질, 실용성 순이었다. 제주 관광기념품 산업 활성화를 위해 가장 필요하다고 인식하고 있는 사항은 제주명품육성, 쇼핑아울렛조성, 알선수수료 근절, 향토자원이용 신제품개발 순이었다. 이러한 분석결과를 토대로 제주관광기념품산업의 SWOT 분석을 시행하였으며, 시장세분화와 표적시장 선정 및 마케팅믹스 전략을 제안하였다. 제주 관광기념품산업 발전을 위한 정책적 과제로는 제주 관광기념품산업 증장기 발전계획 수립과 제주명장 및 명품 선정제도 시행, 인증시스템 강화, 교육시스템 구축, 관광기념품산업 추진주체로서 통합적 기능을 수행하는 기구 설립, 제주관광기념품산업 정보시스템 구축 등을 제시하였다.

