제주형 복합 쇼핑몰 조성방안에 관한 연구

(A Study on the Development Strategics of Complex Shopping Mall in Jeju Island)

이 진 희*
(Jin-hee Lee)

목 차

Ⅰ. 서 론
Ⅱ. 복합 쇼핑몰의 이론적 고찰
Ⅲ. 제주형 복합 쇼핑몰 시설의 입지
Ⅳ. 제주형 복합 쇼핑몰 시설의 도입형태
Ⅴ. 결 론

Ⅰ. 서 론

제주도의 관광산업은 80년대의 자연경관감상 위주에서 90년대 중반 이후부터 휴양 및 체험목적의 관광객이 증가하고 있고, 여행행태로는 단체관광객의 비중이 줄어든 대신 개인 및 가족관광객의 비중이 증대하였고, 재방문객의 비중은 90년대 이후 계속 증가하여 왔으나 시장상황이 빠르게 변화하고 있다.

1990년대 후반기 부터 제주도에서는 제주의 아름다운 자연환경을 보전하면서 도민의 삶의 질을 높일 수 있는 제주국제자유도시를 추진하였다. 국제자유도시를 추진하면서 국제자유도시본부를 신설하였고, 원활한 투자유치와 신속한 관광개발을 추진하여 많은 신설 관광지들이 개장되면서 오늘에 이르고 있다.

제주특별자치도의 출범과 함께 교육, 의료, 관광 등이 핵심산업으로 육성되면서 국제적인 관광·휴양 중심지로 도약할 수 있는 여건은 마련되었으나 국제적인 관광휴양지로 도

* 제주대학교 경상대학 관광개발학과 교수

약하기 위해서는 내국인과 외국인 관광수요를 증대시키는 전략 또한 필요한 것이다.

관광객이 느끼는 제주관광의 강점과 약점이 무엇이고, 어떤 관광시설이 필요한지를 파악하기 위하여 제주를 방문한 관광객을 대상으로 2007년 12월 27일부터 2008년 1월 20일까지 25일간 제주관광이전과 이후 이미지에 대하여 총 412명을 대상으로 한 설문조사를 실시하였다(이진희, 2008).

제주관광을 오기 전의 이미지에 대해 '환경 청정성(4.24)'이 가장 높게 나타났으며 다음으로 '기후와 경관(4.20)', '좋은 추억 만들기(4.11)', '볼거리와 즐길거리(4.03)' 순으로 나타났다. 가장 낮게 나타난 항목은 '바가지 상술(3.03)'이며 다음으로 '여행비용(3.24)', '쇼핑(3.34)' 순으로 나타났다.

제주관광을 마친 후의 이미지에 대해 '좋은 추억 만들기(3.99)'가 가장 높게 나타났으며 다음으로 '환경 청정성(3.96)', '기후와 경관(3.70)', '숙박시설(3.66), '볼거리와 즐길거리(3.63)' 순으로 나타났다. 가장 낮게 나타난 항목은 '쇼핑(2.83)'으로 부정적 인식이 높게 나타났으며 다음으로 '여행비용(3.05)', '토속음식(3.20)'과 '바가지 상술(3.20)' 순으로 나타났다. 제주관광을 오기 전과 후의 이미지에 대해 '매우 그렇다' 5점, '전혀 그렇지 않다' 1점으로 환산한 평균점수로 측정한 결과이다.

국내관광이나 국제관광 모두에 있어 방문객의 여행목적지에서의 활동은 대체적으로 순수관광객인 경우 관광(sightseeing), 쇼핑(shopping), 오락 (entertainment), 식도락(eating) 등이며 상용관광객의 경우 비즈니스 활동 (business), 관광(sightseeing), 쇼핑(shopping), 오락(entertainment), 식도락 (eating) 등이다. 관광객을 대상으로 한 제주관광의 이미지를 분석한 결과 가장 큰 문제점은 쇼핑이었으며, 이를 근거로 제주형 복합 쇼핑몰 시설의 조성방안을 제시하고자 한다.

Ⅱ. 복합 쇼핑몰의 이론적 고찰

2.1. 쇼핑관광

쇼핑에 대한 필요성과 욕구는 관광객들을 여행으로 이끄는 동기가 되며(Timothy & Butler, 1995), 이는 일상탈출, 휴식 등과 같은 요인에 근거한다(Law & Au, 2000). 관광객들은 즐거운 쇼핑경험과 실용적인 쇼핑경험을 추구하며, 실제로 상품을 구매하지 않더라도 즐거움을 얻을 수 있다(Yuksel, 2004). 오늘날 쇼핑은 세계적으로 가장 일반적인 여

가활동의 하나이며, 미국, 캐나다 등 서구국가에서 많은 시간과 금전을 소비하고, 즐기는 여가활동의 형태로 인식되고 있다(Jackson, 1991).

여가활동으로서 쇼핑을 즐기는 사람들은 쇼핑의 놀이적 측면을 즐긴다. 또한 이들에게 쇼핑은 중요한 사회적 활동이자 지루한 일상으로부터의 탈출이라 할 수 있다.

쇼핑관광은 쇼핑을 주목적으로 하는 관광뿐만 아니라, 관광객이 관광목적지 또는 관광이 이루어지는 과정에서 물건을 구매하는 행위를 포함하며, 먹기, 구경하기 등 부수적으로 이루어지는 모든 행위를 의미한다(문화관광연구원, 1999; 김성섭 외, 2006; 오상훈 외, 2008). 쇼핑 관광객은 쇼핑을 통한 물건구매 이외에도 여러 가지 활동을 하는데, 구매하지 않고 물건을 구경하기도 하고, 쇼핑몰이나 쇼핑거리등과 같은 특정장소에서 다양한 방식으로 경험을 추구하기도하며, 친구나 다른 쇼핑객들과 접촉을 하기도 한다(Jones, 1999).

많은 리조트들과 호텔들은 지역적 특색을 가진 수공예품위주의 상품들을 진열해 놓은 가게를 운영하고 있으며, 공항은 쇼핑센터가 되어가고 있다(Goeldner & Ritchie, 2003; 서용건 외, 2006).

2.2. 복합 쇼핑몰 시설의 유형

쇼핑몰의 역사가 길지 않은 국내에서는 공식적으로 통용되는 용어는 없고, 복합상업시설, 쇼핑몰 등으로 혼재되어 사용되고 있다. 복합적 용도의 쇼핑몰이 출현하여 실내공간에서 쇼핑, 식사, 위락을 포함한 다양한 활동을 제공함에 따라 중요성이 더욱 커지고 있다(심창섭 · 서용석, 2010).

쇼핑몰이란 다양한 유형의 소매점포가 집적된 유통시설로서 쇼핑과 요식서비스, 오락을 결합하여 방문객에게 원스톱 쇼핑체험을 제공하는 쇼핑센터를 말한다. 쇼핑몰은 소비자의 편리성 제고와 체류시간의 연장을 위해 계획적으로 개발한 쇼핑센터로 미국과 유럽을 중심으로 발전해오고 있다. 1930년대에 미국에서 처음으로 현대적 의미의 쇼핑몰이 계획적으로 개발되었고 1970년대에 본격적인 엔터테인먼트 쇼핑몰이 등장하여 최근까지도 그 형태나 기능의 진화가 계속되고 있다(서용건·서용구, 2003).

복합 쇼핑몰은 특정사업자가 주체가 되어 시설전체를 계획, 개발하는 소매업태의 하나로서 판매시설 및 기타 서비스 시설이 집합된 형태를 의미한다(심창섭 · 서용석, 2010). 일반적으로 보행자 위주의 환경에서 소매시설(Retail), 식음료시설(dining), 엔트테인먼트시설(entertainment)이 제공된다.

복합 쇼핑몰은 지역주민과 관광객에게 여가공간뿐만 아니라 중요한 매력물로서의 역할

을 하고 있다. 캐나다의 West Edmonton Mall, 미국의 Mall of America, 일본의 롯본기 힐즈 등은 각국의 대표적인 관광명소로서 많은 관광객들이 찾는 곳이다.

현대식 메가 쇼핑몰은 비즈니스와 업무시설, 쇼핑시설, 관광, 엔터테인먼트 시설 등을 다양하게 갖춘 즉, 쇼핑, 비즈니스, 관광, 레저의 기능을 복합적으로 갖춘 도심 위락시설이다. 관광·엔터테인먼트 기능에 초점을 맞춤으로써 소비자들의 흥미와 관심을 유발하고 있으며, '즐거움'을 통한 삶의 질 제고를 표방하고 있다.

테마형 전문쇼핑몰은 여러 가지 기능들이 유기적으로 복합될 수 있도록 테마를 부여하거나, 동선을 재배치하거나, 패키지형 상품을 마련하는 등의 입체적인 운영전략을 내세운 쇼핑몰이다. 테마형 전문쇼핑몰은 판매되는 상품, 시설 및 공간, 제공되는 서비스 등을 통일된 컨셉으로 소비자들에게 '색다른 경험'을 주는 것이다.

리조트형 쇼핑몰은 가족이 즐길 수 있는 쇼핑공간 및 엔터테인먼트 시설로 쇼핑객들이 쾌적한 환경에서 쇼핑을 즐길 수 있는 환경을 조성하여 쇼핑하는 동안 편안하고 안락한 분위기를 제공하여 쇼핑을 즐길 수 있는 공간이다.

아울렛 몰은 유명 브랜드, 메이커, 스토어 등의 상품수급을 조정하려는 점포형태이다. 팩토리 아울렛(Factory's Outlet/메이커 재고 처리점)과 리테일 아울렛(Retailer's Outlet/소매업의 재고 처리점) 상점들이 군집 형태로 모여 있다. 아울렛 몰은 대부분 도심에서 떨어져 있는 관광지와 인접한 곳에 위치하며, 극장, 볼링장, 당구장 등의 엔터테인먼트 시설을 도입하고 있다.

<표 1> 쇼핑몰 시설의 유형

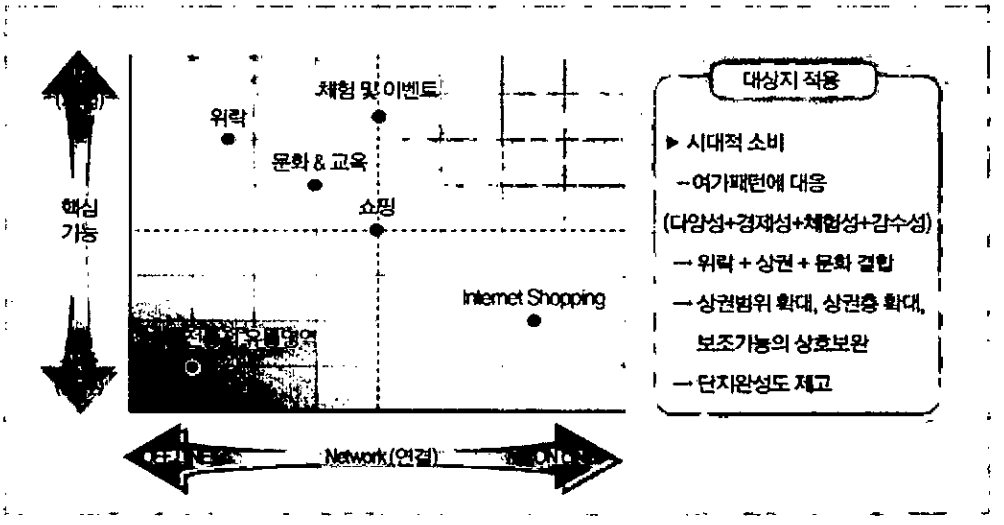
구분	현대식메가쇼핑몰	테마형전문쇼핑몰	리조트형쇼핑몰	아울렛몰
특징	대도시내에 입지하며, 쇼핑, 관광, 숙박, 위락시설, 부대시설, 편의시설 등이 한 곳에 모여 있으며, 대규모로 개발됨	독창적인 테마를 부여하여 방문객을 유인하는 대형 쇼핑몰로 다양한 시설을 유기적으로 통합	유명 관광지중심으로 개발되며, 스포츠, 레크리에이션, 쇼핑 등을 즐길 수 있는 시설이 완비된 체재형 리조트	도심지에서 떨어진 곳에 100여개 이상의 고급브랜드 제품매장이 편의시설과 함께 밀집되어 아울렛 타운을 형성
키워드	Convenience	Fun	Holiday	Value
강점	-상업시설과 다양한 시설을 한 곳에 밀집시킴으로써 원스톱 쇼핑을 가능하게 함. -편의성과 시간소모에 주력	-방문객들에게 색다르고 차별화된 경험 제공 -가상적인 공간 및 시간 창조를 통해 일상에서 탈피할 수 있는 기회를 제공	- 가족동반으로 갈 수 있는 리조트 나 놀이시설에 대한 수요 증가 -주5일 근무제의 확 산으로 인해 쇼핑 공간에서의 체류 시간 장기화 추세	-합리적인 구매와 엔터테인먼트 제공 -고급브랜드 선호가 높은 아시아 관광객 흡인력 높음 -염가성과 품질을 동시에 만족시켜 줌
약점	-막대한 쇼핑몰 개발비용 -대규모 부지가 확보되어야 함	-통일된 컨셉유지의 어려움 -컨셉이 소비자에게 장기간 어필할 수 없는 리스크 존재	-방문객의 체류시간을 늘릴 수 있는 다양한 시설 및 프로그램개발이 요구됨	-기존 유통채널과의 마찰 가능성 -타겟고객이 선호 하는 명품브랜드를 입점시켜야 집객력 발생

자료 : 서용건·서용구, 관광·엔터테인먼트 쇼핑몰 개발전략에 관한 연구-제주 국제자유도시를 중심으로, 관광·레저연구, 14(3), 2003, 361-380

Ⅲ. 제주형 복합 쇼핑몰 시설의 입지

주5일 근무제가 정착되고 있지만 시간은 부족하고 즐기고 싶은 일은 더욱 많아지고 있어 소비자들은 한 장소에서 볼거리, 먹거리, 살거리 등을 해결할 수 있는 종합 소비 공간을 선호하고 있다. 최근의 쇼핑시설은 단순히 쇼핑을 위한 공간이 아니라 문화, 레저 기능까지 담당하는 복합 쇼핑몰(Mall)의 개념이 적극적으로 도입되고 있다. 복합 쇼핑몰에서 쇼핑, 놀이, 공연, 교육, 문화 등을 동시에 해결하는 것으로, 일반적인 쇼핑과는 달리 다양한 문화를 즐기고 생활하는 세태의 변화를 반영하고 있다.

최근 쇼핑몰 조성의 트렌드는 대형화, 복합화, 엔터테인먼트화로 요약할 수 있으며, 이러한 트렌드는 관광객에게 색다른 경험과 즐거움을 제공하고 있다.



자료 : 디이파트너스 · 한국관광공사(2008). 중문관광단지 특산품상가 및 쇼핑몰 시설 개발 기본 구상

제주도의 상권은 섬이라는 특성상 단일 배후시장으로 관광객보다는 지역주민위주로 형성되어 있는 것이 특징이다. 상권별로 뚜렷한 특성을 지니며, 제주시는 제주시청, 광양로, 칠성로, 신제주권이 상권의 핵심이고, 서귀포시는 유동인구가 많고, 재래시장이 입지한 구시가지권과 신흥주택지가 밀집한 신시가지권이 대표 상권이다(디이파트너스 · 한국관광공사, 2008).

제주형 복합 쇼핑몰의 입지는 공항이나 관광객의 주요 숙박지역에서 승용차로 15-20분 거리에 위치하고, 대규모의 부지확보가 가능한 곳인 공항주변이나 오라관광지구 등과 같은 곳에 조성할 것을 제안한다.

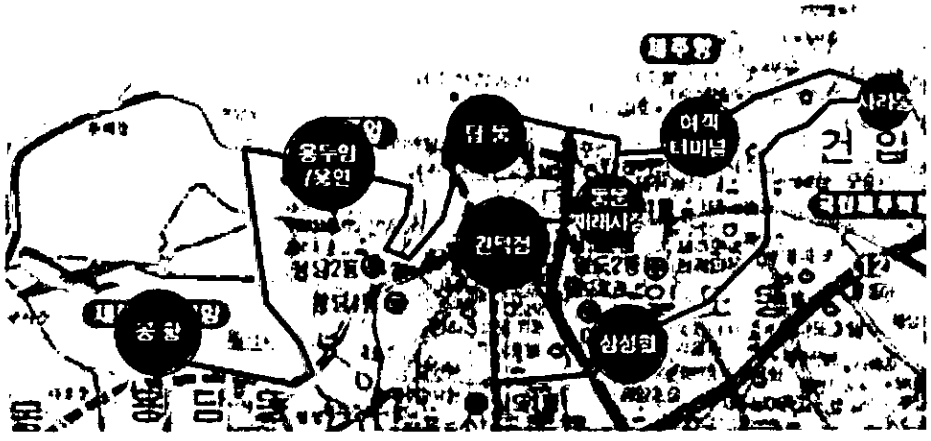
복합 쇼핑몰에서는 명품을 판매하는 면세점, 다양한 종류의 유명 메이커제품과 명품을 판매하는 쇼핑아울렛, 제주토속 먹거리와 토산품을 판매하는 야시장, 영화관이나 공연장 등을 한곳에 조성한 후 각종 이벤트를 개최한다. 비행기시간이 남는 잔여시간을 유용하게 활용할 수 있는 공간으로 활용할 수 있도록 하고, 신제주나 탑동 등 주변 숙박시설에 투숙하는 관광객을 위한 야간관광명소로 활용되도록 해야 한다. 공항과 주변 호텔에서는 정기적으로 셔틀버스를 운행하도록 한다.

3.1. 도심활성화를 위한 시티투어와 연계

패키지 관광객이나 개별관광객을 대상으로 제주시 구도심의 역사문화관광자원, 복합 쇼핑몰을 연계하여 관광객들에게 색다른 즐거움을 제공하도록 한다(이진희, 2009).

· 시티투어노선 예

: 공항→용두암→용연→탑동(라마다, 오리엔탈, 이마트, 서울호텔 등)→산지천→동문재래시장→관덕정(목관아지)→퍼시픽호텔→칼호텔(하니관광)→삼성혈(민속자연사박물관)→사라봉→여객터미널→탑동→공항



3.2. 제주기점 국제직항노선 확대를 위한 Stopover 관광상품으로 개발

해외로 여행을 떠나는 내국인 관광객을 잠시라도 제주에서 머물게 할 수 있는 상품이 필요하다. 내국인 대상 해외여행 상품은 대개 인천공항 또는 김포공항 및 김해공항에서 출발하여 해외 관광목적지까지 이동하는 코스로 되어 있다. 육지부 공항에서 출발하여, 제주를 거쳐 해외관광목적지까지 이동하는 코스로 제주공항에 직항노선이 확보되어 있는 해외관광목적지인 경우에는 실현 가능성이 있을 것이다. 제주에 중간 기착하게 되면 제주자치도에서는 제주시 구도심의 역사문화관광자원, 복합 쇼핑몰 등을 중심으로 반일관광 또는 전일관광을 무료로 제공하고 해당 여행사에게는 적절한 인센티브를 부여한다. 스톱오버가 활성화되면·그동안 인·아웃 불균형 및 탑승률 저조로 인한 제주기점 국제직항노선 축소 문제는 물론 지속적인 노선 유지 및 신설에도 많은 도움을 줄 수 있을 것이다.

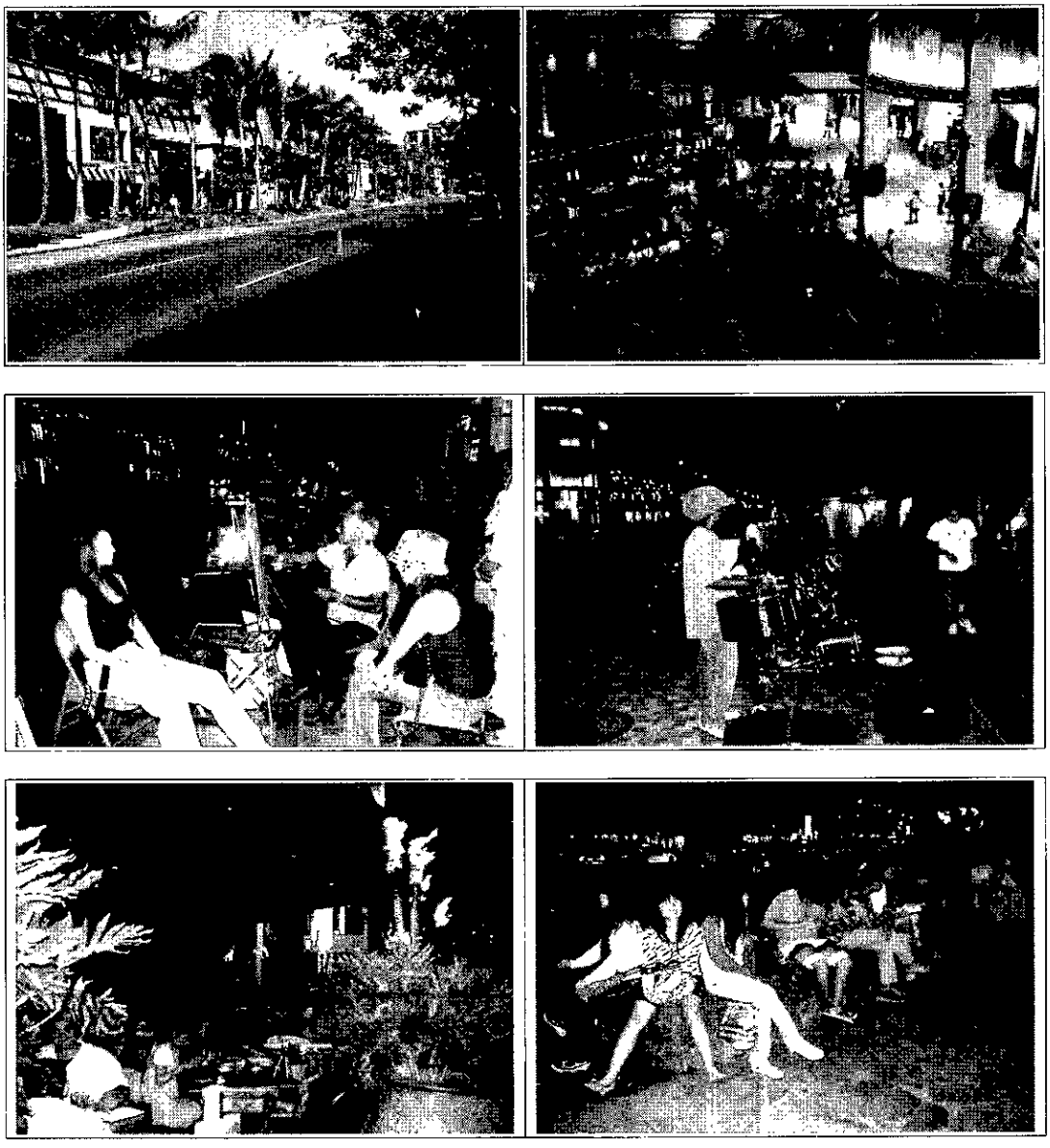
· 스톱오버 관광상품 예) 수도권에 거주하는 사람이 일본 오사카로 해외여행을 떠나는 경우, 김포출발→ 제주에 기착, 제주에서 반일관광 또는 전일관광 후 오사카로 출발→ 오사카→ 인천공항

Ⅳ. 제주형 복합 쇼핑몰 시설의 도입형태

4.1. 쇼핑거리는 명소화되어야 함

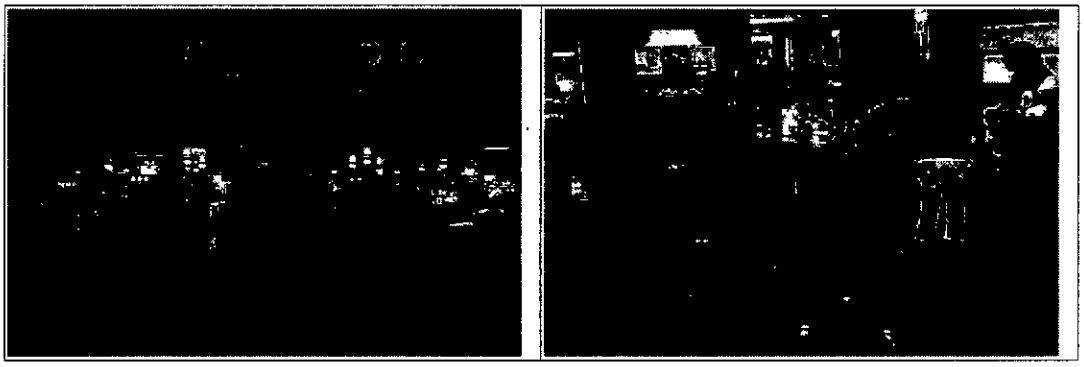
쇼핑거리에는 밤낮으로 거리축제, 공연, 낯선 사람과의 만남 등과 같은 볼거리와 즐길거리, 먹거리가 제공되어 관광객들로 북적이는 관광명소가 되어야 한다.

하와이 칼라카우아 거리(Kalakaua Avenue)는 와이키키 해변에 붙어서 동서로 길게 뻗어 있는 와이키키의 메인 스트리트로 관광객들을 위한 거리이다. 야자수가 늘어서 있고, 아침이면 조깅을 하는 사람, 낮에는 해변에서 일광욕을 즐기는 사람, 저녁에는 쇼핑이나 산책을 나온 사람들로 하루 종일 붐빈다. 고급 호텔과 레스토랑 외에도 120여 개가 넘는 기념품 가게나 고급 브랜드의 상점, 킹스 빌리지나 로열 하와이안 쇼핑센터와 같은 대형 쇼핑센터들이 들어차 있다.



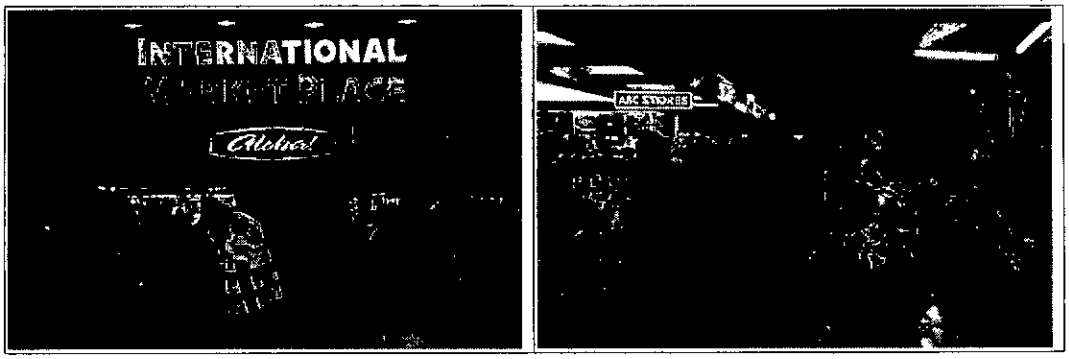
4.1.1. DFS 면세점(DFS Galleria Waikiki)

하와이 정부공인 면세점인 DFS 와이키키 체인점은 와이키키 비치에서 가까운 로얄 하와이언 에비뉴에 위치해 있고, 세계 유명제품 들을 다양하게 구비하고 있다. 주류, 담배, 향수, 화장품, 보석, 패션제품, 가죽제품 등 세계 최고급 브랜드를 저렴한 가격에 구입할 수 있다.



4.1.2. 인터내셔널 마켓(야시장)

하와이 칼라카우아 거리의 북쪽 중앙에 위치하고 있는 인터내셔널 마켓 플레이스(International Market Place)는 야시장으로 액세서리나 토산품을 파는 150여 채의 작은 가게들로 이루어진 곳인데, 한국 교포 상인들이 많다. 1957년에 개장되었으며 엘비스 프레슬리 주연의 '블루 하와이'에도 나왔던 쇼핑센터가 지금도 보존되고 있다. 입구에는 보리수나무 숲이 있고, 야자나무와 대나무가 시원한 느낌을 더하며, 바닥에는 갈색 벽돌이 깔려있다. 액세서리, T-SHIRTS, 소품 등을 판매하는 독특한 선물센터와 레스토랑이 있다.



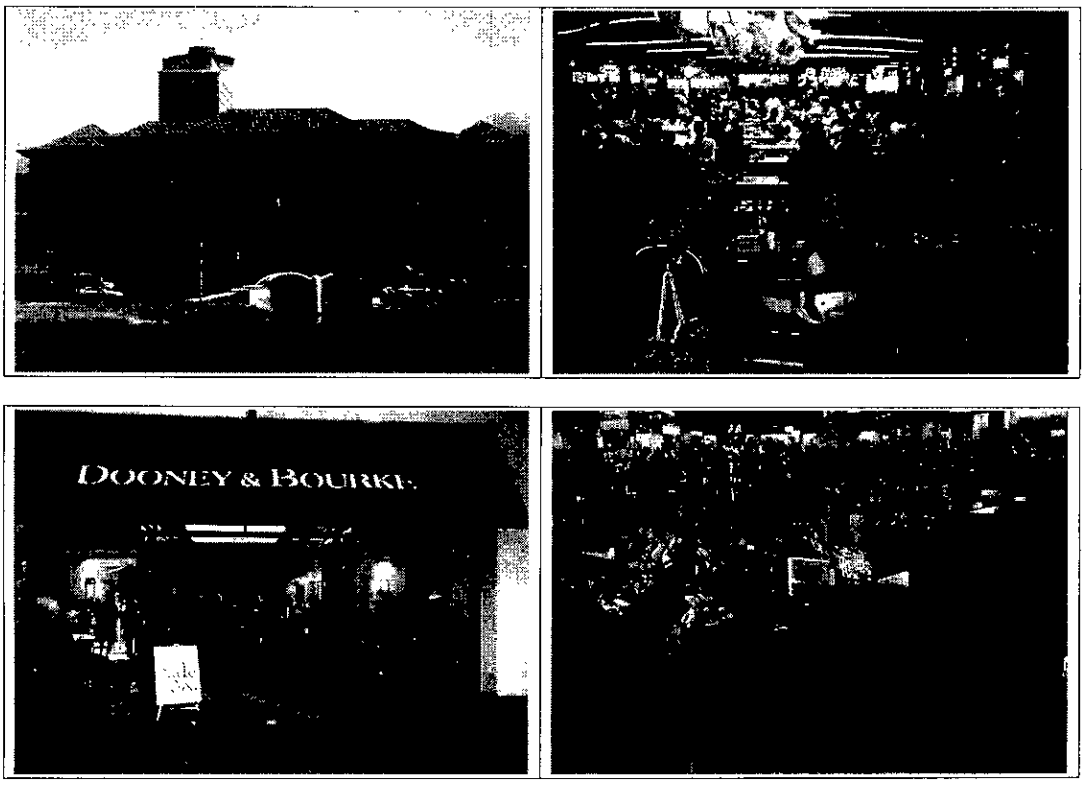
4.2. 주된 시설은 복합 쇼핑몰이 되어야 함

유명브랜드, 메이커제품, 제주향토토산품과 특산품, 편의시설 식음시설 등을 갖추고, 4

계절내내 각종 이벤트를 개최하여 관광명소로 육성해야 한다.

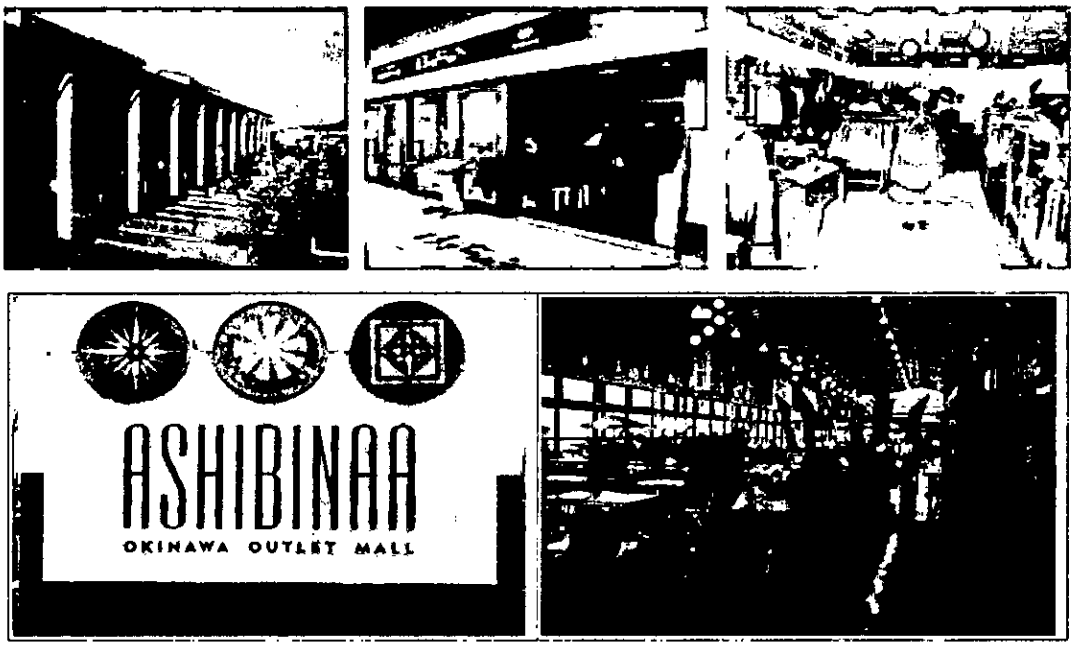
4.2.1. 알라모아나 쇼핑센터

하와이 와이키키 해변 서쪽으로 알라모아나 비치, 알라모아나 공원 앞에 자리한 알라모아나 쇼핑센터는 6만 평의 부지에 백화점을 비롯해서 수많은 점포가 줄지어 있는 쇼핑과 레스토랑의 종합시설이다. 일용잡화나 식료품, 선물용품은 물론 간단한 소품이나 세계 일류 제품까지 다양한 물건을 준비해 두고 있어서 관광객이나 현지인으로 북적인다. 1F에는 이탈리언 피자에서부터 프랑스식, 미국식, 한국식, 중국식, 타이식, 일본식 등 세계 각국의 식당이 있고 2F에는 세계 유명 브랜드 중 샤넬, 구찌, GAP, 크리스챤 디올, 루이비통 등 세계 유명 토탈 패션 브랜드의 부틱숍이 있다. 그 이외에도 각종 생활용품 및 일반용품을 판매하는 JC PENNY, SEARS, 리버티 하우스, 시로기아 등의 종합 백화점이 자리 잡고 있는 하와이 최대의 쇼핑센터이다.



4.2.2. 오키나와 아울렛 몰 아시비나

오키나와 대규모 아울렛 몰 아시비나(沖縄アウトレットモールあしびなー)는 나하공항에서 약 20분 거리인 도미시로시(豊見城市) 도요자키(豊崎) 지역에 위치하여 버스와 모노레일로 접근이 용이하고, 나하공항에서 무료셔틀버스를 운행하고 있다.



자료 : http://blog.naver.com/disgurst/90042799660

부지면적 47,066㎡의 규모에 유명 브랜드를 비롯하여 총 80여개의 브랜드가 모여 있는 대규모 쇼핑몰로, 저렴한 가격의 각종 브랜드 샵이 즐비하다.

고급 브랜드의 재고와 샘플용으로 제작되었던 제품을 정상가격에서 30~80%까지 대폭 할인된 가격으로 판매하고 있다. 600석 규모의 대형 푸드코트와 5개의 레스토랑에서 쇼핑과 식도락을 즐길 수 있다.

1층은 아시비나 광장을 중심으로 특산품숍 미야라비와 각종 매장들이 있는 층이고, 2층은 아시바나즈 푸트코트와 이탈리안 카페레스토랑과 도톤보리 보테쥬 오코노미야키점과 중화요리점등이 있다.

오키나와 민속행사와 다양한 이벤트가 항상 개최되는 문화의 장으로 온가족이 함께 즐길 수 있는 곳이다(류큐신보 2006년 12월 26일).

4.3. 영화관, 뮤지엄 등의 위락시설이 추가되어야 함

복합 쇼핑몰 부지내에서 즐기고, 놀고, 먹고, 물건을 구입하기 위해서는 명품점, 야시장, 아울렛 등의 쇼핑시설이외에도 극장, 공연장, 볼링장, 당구장 등의 위락시설이 추가되어야 한다.

동경 디즈니 리조트(Tokyo Desney Resort)는 1983년 4월에 제3섹터방식으로 개장한 일본 최대의 주제공원으로 도쿄 중앙에서 10km 떨어진 우라야스(浦安)에 위치한다. 세계 최대 주제공원회사인 「디즈니랜드」사의 3번째 공원으로서 미국이외의 지역에서는 최초이다. 도쿄 디즈니 리조트는 1983년 개장한 도쿄디즈니랜드 파크와 2001년 개장한 도쿄 디즈니씨(sea) 파크로 이루어져 있고, 각종 부대시설이 있다(이진희, 2005).

숙박시설은 공원내 도쿄 디즈니 씨의 호텔 미라코스타, 디즈니 호텔인 디즈니 멤버서더 호텔, 5개의 도쿄디즈니리조트 오피셜 호텔에서 고품격 서비스를 제공한다. 본 보야쥬에서는 디즈니 리조트 방문 기념품을 구입할 수 있고, 익스피어리에서는 쇼핑과 영화를 즐길 수 있다.

익스피어리(IKSPIARI)는 트리이드즈 페세이지, 트레일 & 트렉, 가든 사이트, 더 콧야드, 그레이셔스 스퀘어, 뮤지엄 레인, 쉐프스 로우, B 웨이, 시어터 프론트 등의 9가지 테마로 구성된 거리이며, 테마에 의해 모여진 120개의 숍들과 레스토랑을 포함해 「종합영화센터」등 복합형 상업시설이다.

- ㅇ 총건평: 약 117,000㎡
- ㅇ 주요시설: - 상품판매시설: 85점포, 식음료판매시설: 30점포
  - 서비스시설 등: 5점포, 시네마 콤플렉스 3,500석

4.4. 테마가 있는 주제공원이 추가되어야 함

복합 쇼핑몰 부지내에는 다양한 이벤트와 공연이 이루어지는 주제공원지구가 추가되어야 한다. 제주관광의 약점으로 지적되고 있는 야간관광을 활성화시키기 위하여 주제공원에서는 야간공연, 야간전시, 야간쇼 등을 기획하여 관광객들의 참여를 유도하고, 지출을 극대화시켜 지역경제에 기여하도록 해야 한다.

중국민속문화촌(中國民俗文化村)은 홍콩의 중국여행사와 심천 화교성경제바런총공사가 합작 투자하여 1991년10월 개장하였다(MSIE5.0,Windows98;DigExt). 심천만에 위치하고 있으며, 18만㎡의 부지위에 21개 민족의 24개 마을이 모두 원래 건축물과 같은 크기로 조성되어 여러 소수민족들의 건축스타일을 이해할 수 있으며, 민족공예품과 민족음식을 즐길 수도 있다.

민속촌의 운영은 공연위주로 이루어지고 있는데 여러 민족이 출연하는 춤과 노래를 즐길 수 있고, 직접 공연에 참가할 수도 있는데, 시설물을 둘러보는 것은 공연이 없는 시간에 주로 이루어지고 있다.

민속문화촌 내부

민속문화촌 공연

민속문화촌 공연

V. 결 론

제주의 관광지들은 관광객에게 다양한 볼거리와 즐길거리를 제공하여 제주를 찾는 관광객수가 빠르게 증가하도록 한 긍정적인 측면도 있으나 대부분이 보는 관광 위주이며, 쇼핑에 대한 만족도가 낮은 것이 현실이다. 현재의 관광추세가 보는 관광보다는 참여하는

관광 즉, 체험관광으로 가는 추세이기 때문에 이벤트를 통하여 관광객의 욕구를 충족시킬 수 있으면서 쇼핑도 할 수 있는 시설이 필요한 시점이다.

복합 쇼핑몰은 제주를 찾은 관광객뿐만 아니라 stop-over 방문객 또는 무비자 방문 관광객에게 단시간에 다양한 시설을 방문할 수 있게 해주는 편의성이 제공되기 때문에 경제적 파급효과가 클 것으로 예상된다.

제주도에 도입 가능한 복합 쇼핑몰은 제주국제공항주변이나 오라관광지구등과 같이 접근성이 양호하고, 대규모의 부지확보가 가능한 곳에 쇼핑, 관람, 공연, 체험, 식음 등의 기능을 한곳에 집약한 복합몰의 형태로 개발되어야 한다. 복합 쇼핑몰이 제주도내에 성공적으로 도입되기 위해서는 개발계획을 실시할 단계부터 지역주민의 동참이 필수적이다. 지역주민의 참여방안을 살펴보면 다음과 같다(제주대학교·제주국제자유도시개발센터, 2010).

첫째, 야시장의 경우 지역의 특성을 살려 문화관광자원으로 발전시켜나갈 수 있으며, 대규모의 자본이 투자되기보다는 소규모 상가가 밀집해있어야 하는 성격 때문에 지역주민의 참여가 용이할 것이다. 지역주민 중에서 지역의 특성을 살리는 음식, 토산품 등을 판매할 수 있도록 하는 전략이 필요하다.

둘째, 복합 쇼핑몰의 경우 할인된 다양한 상품이 전시되고 판매될 것이며, 관광객뿐만 아니라 지역주민의 방문이 많을 것이다. 복합 쇼핑몰내의 상점에는 현재 지역에서 운영하고 있는 상가들의 참여를 보장해줌으로써 지역경제 활성화에도 기여해야 한다.

셋째, 면세점 및 위락시설 종사원은 지역주민을 우선적으로 채용하는 전략을 펼쳐나가는 노력이 필요하다. 공공성을 가진 기관에서 사업을 추진할 경우에는 사업장의 일부를 지역주민에게 할당하거나 지역주민을 우선적으로 채용하는 전략이 될 것이다.

참고문헌

김성섭 · 황진수 · 한학진(2006), 의사결정나무분석방법을 이용한 방한 일본인 쇼핑 관광객의 상품 구매활동 연구, 관광연구, 20(3), 61-78.

디이파트너스 · 한국관광공사(2008), 중문관광단지 특산품상가 및 쇼핑몰 시설 개발 기본구상

문화관광연구원(1999), 쇼핑관광 활성화에 관한 연구.

서용건 · 고광회(2006), 관광객의 쇼핑특성에 관한 연구-제주도 방문객을 대상으로, 관광학연구, 30(6), 177-198.

서용건 · 서용구(2003), 관광 · 엔터테인먼트 쇼핑몰 개발전략에 관한 연구-제주 국제자유도시를 중심으로, 관광 · 레저연구, 14(3), 361-380.

심창섭 · 서용석(2010), 도시여가공간으로서 복합쇼핑몰의 사회문화적 의의, 관광학연구, 34(6), 191-210.

오상훈 · 고성효 · 고미영 · 박인호(2008), 쇼핑동기에 따른 관광객 시장세분화에 관한 연구, 관광연구저널 22(4), 265-281.

이진희(1983), 명동지구 보행전용상가(Shopping Mall) 계획안, 서울대학교 환경대학원 석사학위논문.

이진희(2005), 아시아의 관광명소, 대왕사.

이진희(2008), 제주관광 이미지개선을 위한 실태조사, 제주특별자치도.

이진희(2009), 관광객 잠재시장 및 목표시장 설정을 위한 국내외관광시장 조사, 제주특별자치도.

제주대학교 · 제주국제자유도시개발센터(2010), JDC 경제적 · 비경제적 파급효과분석 연구.

Goeldner, Charles R., & Ritchie, J. R. Brent(2003), Tourism: Principles, Practices, Philosophies, John Wiley & Sons, 226-227.

Jackson, E. L.(1991), Shopping and Leisure: Implication of Western Edmonton Mall for Leisure and Leisure Research, Canadian Geographer, 35(3), 280-287.

Jones, M. A.(1999), Entertaining Shopping Experiences: An exploratory investigation, Journal of Retailing and Consumer Services, 6(3), 129-139.

Law, R., & Au, N.(2000), Relationship modeling in tourism shopping; A decision rules induction approach, Tourism Management, 21, 241-249.

Timothy, D. J., & Butler, R. W.(1995), Cross-border shopping: A North American Perspective, Annals of Tourism Research, 22(1), 16-34.

Yuksel, Atilia(2004), Shopping experience evaluation: A case of domestic and international visitors, Tourism Management, 25, 751-752.