
濟州地域 觀光土產品業의 課題

金 敬 昊

目 次

- I. 序 論
- II. 觀光土產品業의 現況
 - 1. 土產品의 定義와 現代의 意味
 - 2. 土產品 開發事業의 現況
 - 3. 土產品에 대한 調查結果의 分析
- III. 觀光土產品業의 課題
 - 1. 土產品 生産業體의 零細性
 - 2. 土產品開發의 時急性
 - 3. 土產品 販売經路의 前近代性
 - 4. 土產品 完備秩序의 確立
- IV. 結 論

I. 序 論

현재 觀光濟州圈域에는 特異한 自然的 資源, 傳統的인 固有한 風俗, 人情, 文化와 社会的 資源 등 觀光資源이 多種多樣하여 넓은 觀光市場構造의 範圍에 걸치고 있으며,¹⁾ 特히 自然觀光資源은 漢拿山을 中心으로 南쪽의 瀑布와 北쪽의 熔岩窟, 그리고 섬의 到處에 散在하고 있는 溪谷, 奇岩 絶壁, 寄生火山 등이 다른 地域과는 달리 獨特한 景觀을 形成하고 있다. 이것은 特히 本道內에 서는 一日圈內에 屬해 있으므로 짧은 時日에 많은 것을 玩賞할 수 있는 長點을 갖고 있다. 그리고 이러한 自然資源을 하나 하나 따로 떼어 놓는다면, 世界의 有數한 自然的인 觀光資源과는 그 規模의 雄大함에 비하여 比較가 될 수 없겠지만, 여러가지 要素가 한 곳에 密集되어 있다는 것이 重要한 資源의 價値가 되는 것으로²⁾ 觀賞의 觀光資源과 保養的 觀光資源을 고루 갖춘 天惠의 觀光地로 評價받고 있다. 그리하여 本道를 國際水準의 綜合觀光地로 開發하기 위하여 政府에서 는 濟州道觀光綜合開發計劃을 마련하여 1973年度 부터 着手하여 오늘에 이르고 있다.

이러한 國家政策의 뒷받침과 經濟發展의 高度成長에 따른 所得增大와 餘暇時間의 增加로 觀光의 大衆化가 普遍化 되었고, 이에 따라 來道觀光客이 계속하여 增加하게 되었다. 即, 濟州道觀光綜合開發의 着手年度인 73年の 來道觀光客 360,636名을 基準으로 볼 때 74年度와 75年度에는 각각 11.71%, 0.32%가 減少했을 뿐이고 그 이후 부터는 꾸준한 增加趨勢를 보여주어 79年度에는 約 106.43%가 增加된 744,447名으로 集計되었으며 年平均 約 13.98%의 增加率을 記錄하여 왔다. 이와 같은 觀光客의 增加趨勢에 따른 觀光收入을 보면, 77年度에는 內國人 9,341百萬元, 外國人 3,662百萬元으로 都合 13,003百萬元이고, 78年度에는 內國人 13,473百萬元, 外國人 4,710百萬元으로 都合 18,183百萬元이며, 79年度에는 內國人 20,048百萬元, 外國人 4,410百萬元으로 都合 24,458百萬元의 收入이 集計되어 있으며, 또한 外國人 觀光記念品 外貨 獲得実績을 보면, 77年度에는 292,459달러, 78年度에는 397,596달러, 79年度에는 428,911달러로 각각 前年度에 비해 78年度에는 35.95%, 79年度에서 7.88%가 增加된 셈이다.³⁾ 이 를 圓貨로 換算(480원 : 1달러)하여 外國人의 觀光收入에서 土產品收入이 占有하는 比率을 보면, 77年度에는 約 3.83%, 78年度에는 約 4.05%, 79年度에는 約 4.67%로 나타나고 있다. 한편, 內國人의 土產品收入은 道內의 一般土產品小売業이 販賣指定業所가 아니고 申告制에 의한

1) 高南旭; 濟州地域의 觀光事業의 實態와 振興方案, 濟州大學 觀光開發研究所, 논문집, 第2輯, 1976, p.19.

2) 徐庚林; 濟州道の 觀光資源 利用實態와 課題, 濟州大學論文集 第8輯, 1976, p.227.

3) 濟州道庁 觀光課

販賣業所이기 때문에 確實한 統計가 集計되지 않아서 比較가 事實上 不可能하다. 그러나 한 統計에 의하면 4) 78年度의 總 觀光收入 18,183 百萬원의 1.5%도 안되는 259 百萬원이 土產品收入으로 發表하고 있으며, 同年度의 필리핀의 土產品收入은 觀光收入의 23%를 占有하고 있다. 어떠한 觀光客의 土產品에 대한 消費를 觀光消費의 20% 5) 이상으로 보고 있다는 점에서 土產品業의 經濟的 意義를 찾아 볼 수 있는 것이다.

이와 같은 環境下에서 來道觀光客 및 觀光收入의 增加趨勢를 前提로 한다면, 앞으로 觀光土產品收入은 增加할 것으로 豫見할 수가 있는 것이고, 또한 觀光事業에 있어서의 土產品業은 重要한 比重을 갖고 있음에 비추어 볼 때 濟州地域의 觀光土產品業을 考察한다는 것은 重要한 課題인 것이다.

本稿 第II章에서 보는 바와 같이 濟州地域 觀光土產品業의 重要한 課題는 生産業體의 零細性, 流通秩序의 紊亂, 土產品開發의 時急性, 觀光從事員에 의한 商行為의 不条理 등으로, 이는 또한 紙上을 통해 여러번 指摘된 內容이기도 하다. 그리하여 本稿는 이러한 問題點을 土產品小売業者의 立場에서 把握하고 그 改善策을 講究함으로써 觀光開發의 一翼을 担当하고, 觀光收入의 增大, 土產品開發意欲의 鼓吹, 地域住民의 遊休勞動力 活用, 生活水準의 向上 등에 도움이 될 것이며, 나아가 濟州觀光의 이미지刷新에 寄與하게 될 것이라는 점에 研究目的이 있다.

本 研究의 方法은, 첫째 濟州地域의 土產品小売店을 對象으로 質問紙에 의한 現地 面接調査의 方法으로 全數調査를 實施하여 對象業所 60個所 중 52個所가 응하므로써 86.7%의 回收率을 보였고, 둘째 生産業體 및 土產品의 諸般 問題點에 대해서는 濟州土產品生産開發會와의 面談形式으로 質問하여 調査하였으며, 셋째 調査期間은 1979年 10月부터 1980年 1月 25日까지이며, 事前에 간단한 豫備調査를 實施하였고 調査員은 筆者와 國立濟州大學 觀光科 學生 吳起煥 外 3名이 參加하였으며, 넷째 質問紙의 內容은 앞서 提示한 問題點을 根拠로 하여 本稿 第II章의 表를 中心으로 多項選擇 形式으로 構成하였다.

II. 觀光土產品業의 現況

1. 土產品의 定義와 現代的 意味

觀光客이 土產品을 購入하는 心理에는 여러가지가 있다. souvenir 라는 用語는 프랑스語로 英語에서도 使用되고 있지만, 그 語源은 「생각해 내다」라는 뜻이며 旅行의 追憶으로서 購入하는 記念品을 意味하게 되었다. 本來는 自己自身の 旅行記念으로 保存하는 것이기도 하였지만, 同

4) 제주신문, 1979.2.28. (2) 參照.

5) 安鍾允; 觀光學概論, 創文閣, 1975. p.236.

時에 그 追憶을 家族이나 友人에게 선물하는 것이기도 하였다.⁶⁾ 그러므로 史的 觀點에서 보면 土產品은 그 地域 固有의 特産物이라는 意義 보다는 旅行地를 象徵化하고 그 地域에 대한 旅行記念과 家族이나 親知에게 선물할 수 있는 그러한 것이 土產品임을 強調하고 있다.

韓國農家工產品開發本部의 土產品에 대한 定義를 보면 「그 地域의 特有한 原資材를 加工하여 傳統的인 技術에 의하여 生産되는 造形藝術品으로 韓國人の 業이 담겨 있고 우리나라의 情趣와 風土性이 加味된 製品을 말한다」라고 規定하고 있다. 그런가 하면, 土產品이란⁷⁾ 우리 民族 固有의 傳統과 文化와 함께 生成되어 있는 이른바 先祖代代로 이어 나왔기 때문에 民族文化를 代表할 수 있는 有形的 製品들인 것이며 土產品의 意味는 여기에 있는 것이다. 이와 같이 土產品은 그 地域 또는 그 나라에서 採取할 수 있는 材料를 主原料로 하고 傳統的인 技術로 生産되어 온 固有의 特産物 내지는 藝術的 製品이라 할 수 있을 것이다.

土產品은 原來 그 地域에서 生産되어 온 手工藝品이었고 그래서 土產品의 性質로서는⁸⁾ ① 觀光旅行을 하고 온 것을 象徵할 수 있는 것이라야 하고, ② 特徵이 있는 또는 자랑할 수 있는 것이라야 하고, ③ 다른 觀光地에서는 전혀 볼 수 없는 珍奇 또는 珍味한 것이라야 한다고 說明하고 있다. 그러나 土產品의 購入目的을⁹⁾ ① 선물로서, ② 自身の 足跡의 記念으로서, ③ 生活用品으로, 등으로 区分하고 있으며, 觀光土產品으로서 갖추어야 할 要件은¹⁰⁾ ① 國民色이 豊富할 것, ② 簡便하여 携帶에 便利할 것, ③ 堅固하고 實用的인 것, ④ 오랫동안 保存하기에 便利할 것, ⑤ 價格이 合理的으로 適切할 것, 등을 提案하고 있는 점에서 알 수 있듯이 오늘날의 土產品은 그 地域의 固有産物이라는 意味의 限界를 벗어나고 있다. 이러한 變遷은 土產品이 旅行과 不可分의 關係를 맺어 오면서 旅行의 急速한 普及과 더불어 發展되어 온 現象인 것이다. 周知하는 바와같이, 우리가 觀光地에서 손쉽게 購入할 수 있는 그림엽서, 記念타월, 觀光地圖, 심지어 다른 地域의 固有한 特産物도 旅行地에서 購入한다면 이것 또한 그 地域의 土產品으로 認定하고 있는 것이 現實이다. 그런가 하면, 쇼핑觀光을 目的으로 海外旅行을 하는 경우에도 볼 수 있듯이 旅行地에서 自國産 商品이나 輸入商品을 購入했을 때의 그 商品도 土產品의 範疇에 包含시키고 있다. 그러기 때문에 土產品은 항상 觀光客과 關聯이어서 考慮해야 하는 것이며 觀光客을 對象으로 하지 않는 一般商品도 그것을 觀光客이 購入한다면 土產品으로 看做할 수 있는 것이다. 그러한 意味에서 香港은 土產品의 一大集積地인 同時에 一般大衆의 쇼핑觀光地로 脚光을 받고 있는 觀光地인 것이다.

6) 財団法人 國際觀光年記念行事協力會：觀光と觀光事業，1967. p.179.

7) 金仁謙·李永華·許衛·朴大津·南相教；觀光土產品의 開發方案(1)，세마운運動·研究論壇，1978. p.150

8) 岡庭博；觀光論概要，法律文化社，1972. p.298.

9) 岡田喜秋；みやげモノのイメージとでの変化，觀光(月刊)，149号，日本觀光協會，1979.2. p.4.

10) 金震燮；觀光事業論，同和文化社，1975. pp.183~184.

2. 土産品 開發事業의 現況

78年 현재 우리나라에서 生産하여 市販하고 있는 土産品의 指定對象品目은 <表II-1>과 같이 59個 品目에 이르고 있는 반면, 濟州地域의 그것은 <表II-2>와 같은데 8個 品目에 約 60餘個의 品名에 달하고 있다. 이 중에서 石製品, 珊瑚製品, 貝殼製品 등이 大量生産品目인 반면, 竹製品, 草莖製品, 剝製品 등의 生産은 少量에 지나지 않고 있다. 그런데, 珊瑚製品은 特別

<表II-1> 觀光土産品 指定 對象品目

(1) 人形 및 手芸品	(21) 人造眞珠	(41) 硝子製品
(2) 木工芸品	(22) 黑珊瑚 및 玳瑁류	(42) 종이공예품
(3) 나전칠기	(23) 獸角製品	(43) 樹脂製品
(4) 완골제품	(24) 佩刀	(44) 弓矢
(5) 手糊織	(25) 觀光用文具	(45) 재봉합
(6) 훌치기	(26) 石膏製品	(46) 실크팩
(7) 葛布 및 莞草製品	(27) 韓紙類	(47) 뱀피 및 장어피제품
(8) 眞鱈製品	(28) 模型, 拓本影印本	(48) 海苔
(9) 民俗陶磁器	(29) 구슬제품	(49) 人蔘
(10) 粘土製品	(30) 附着畫	(50) 옥수수껍질제품
(11) 土器(模造品)	(31) 民俗樂器	(51) 수세미제품
(12) 金冠(模造品)	(32) 土鈴	(52) 갓
(13) 佛像 및 仏具	(33) 民俗衣裳 및 裝身具	(53) 담뱃대
(14) 石工芸品	(34) 民俗畫	(54) 魚類剝製品
(15) 竹細工芸品	(35) 書芸品	(55) 그림엽서
(16) 草莖製品	(36) 羽毛製品	(56) 우표
(17) 仮面	(37) 樹實製品	(57) 裝飾用 양초
(18) 水晶製品	(38) 술가락	(58) 완구
(19) 玉 및 輝石製品	(39) 皮革製品	(59) 其他 民俗土産品
(20) 七宝製品	(40) 造花	

資料: 韓國農家工産開發本部, 土産品開發事業案內書, 1978. 取扱品目一覽表에서 作成

〈表Ⅱ-2〉 濟州産 土産品の 品目

品 目	品 名
木 刻 製 品	해녀, 물러벽, 하루방, 果盤, 목걸이, 빗, 필통, 나막신, 떡살, 떡통, 숯박류, 쫓대, 켜, 뽕주
珊 瑚 製 品	목걸이, 재털이, 브로우치, 파이프, 반지
石 製 品	돌하루방, 맷돌, (연자)방아, 재털이, 절구, 들거북, 해녀
剝 製 品	정, 어류, 새우
貝 殼 製 品	목걸이, 브로우치, 반지, 귀걸이, 단추, 보석함, 사진틀, 재털이
石膏 및 호마이카	재털이, 화병, 스탠드, 수반, 보석함, 사진틀, 단지
草蓆 및 竹製品	정동모자, 여행용가방, 패랭이類, 바구니, 아기구덕, 차통, 짚신
말 총 製 品	탕건, 장갑, 핸드백, 브레지어, 펜티, 바둑무늬모자, 양배식남녀모자, 탕건식남녀모자, 탕건식식남모자

資料：道商工課 및 實態調査에 依拠 作成함

消費稅의 対象品目으로 指定되어 있기 때문에 小売店의 取扱忌避 現象이 顯著하며, 剝製品은 搬出許可 過程이 까다로워 販賣에 支障을 招來하고 있다. 또한 말총 製品은 原料難, 技能工 不足, 高價格品 등으로 인하여 需要層이 限定되어 있다는 점 등으로 事實上 生産이 中斷되고 있는 實情이다. 한편 石膏 및 호마이카製品, 木刻製品은 他道産의 大量供給으로 本道産은 極少數로 流通되고 있다.

土産品の 主原料가 그 地域에서 쉽게 採取할 수 있고 傳統的인 技術에 의해 生産되고 있는 점에 土産品の 意義가 있는 것이고 보면, 草蓆製品, 竹製品, 木刻製品, 말총製品 등은 本道の 固有한 土産品이라 할 수 있다. 그러므로 이들 製品의 生産은 積極的으로 推進되어야 함은 물론이고 아울러 旅行記念品の 本質에 適合하도록 꾸준한 開發이 並行되어야 할 것이다.

79年 현재 觀光土産品生産 指定業所는¹¹⁾ 全國적으로 192個所에 달하고 있으나 濟州地域은 濟州市家内工業센타, 貝殼類加工副業団地, 미광土産品工藝社, 안성土産品工業社, 濟州家内工業社 등의 5個業所에 不過하다. 또한 生産非指定業所는¹²⁾ 約 60~70 餘個所로 推定하고 있으며, 이

11) 土産品生産指定業體로 指定받으려면 다음과 같은 資格要件의 各1号에 該当하여야 한다. 即, ① 生産 実績이 있고 常時 從業員이 10名 이상인 業體, ② 全國 觀光民芸品 競進大會에서 入賞을 해야 하고, ③ 文化財 保護法에 의거 指定文化財의 製造를 위하여 指定된단지, ④ 文化公報部 長官으로 부터 無形文化財로 指定을 받은 者, ⑤ 新製品을 開發하여 販賣登錄業所에 納品하고 있는 者, ⑥ 기타 韓國農家工産品開發本部 理事長이 特히 必要하다고 指定하는 業體 등이다. (註: 商工部 告示 第 77~45号, 金仁謙外 4人; 前掲論文, p.157에서 再引用.)

12) 濟州土産品生産開發會 會長 宋繼元氏의 提言

중에 濟州土產品生産開發會에 加入된 業所는 30 個所에 이르고 있다고 하나 確實한 業所數는 把握할 수 없는 實情이다.

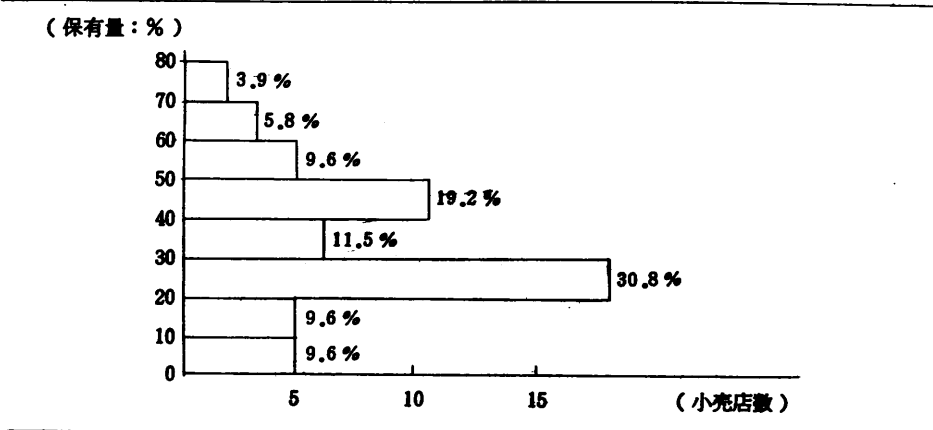
한편 道內 外國人專用 觀光記念品業 登錄現況을 보면 韓國記念品百貨店, 多元社, 空港販売 Co. 株式会社大主, 韓星觀光記念品店, 濟州 KAL 호텔區內土產品店 등의 6 個販賣店에 이르고 있다. 그리고 非登錄販賣業所는 約 80 餘個所로 보고 있으나, 一般販賣業所의 土產品販賣는 申告에 의한 自由販賣業이므로 土產品의 範疇에 包含되는 商品만을 專門으로 販賣하는 販賣業所는 60 餘個所로 質問調査時 集計되었다.

3. 土產品에 대한 調査結果의 分析

本節에서는 質問紙의 各 項目에 대한 応答內容을 分析 檢討하여 그 問題點을 提示하기로 한다.

(1) 濟州産 土產品의 小売店 保有現況: <圖 II - 1 >에서 보는 바와 같이 그 保有現況은 30 ~ 50 %의 占有率을 보이고 있어서 他地域産 土產品의 搬入量이 相對적으로 많음을 보여주고 있다. 이것은 土產品 開發의 時急性을 指摘하는 것이다.

<圖 II - 1 > 小売店の 濟州産 土產品 保有現況



(2) 觀光土產品 小売店의 商品購買經路: 購買經路를 濟州道産과 他道産으로 区分하여 보면 <表 II - 3 >과 같이 集計되고 있는데, 單一販賣經路를 利用하는 小売業者는 한 곳도 없었다. 濟州道産 土產品의 購買經路는 小売業者가 生産業體를 訪問하여 購入하는 經路가 첫째이고, 都売商, 個人, 行商의 順으로 回答하고 있다. 여기서 個人의 順位가 比較的 높은 것은 生産業體의 零細性과 販賣經路의 無秩序를 示唆하고 있는 것이다. 即, 自己家庭에서 스스로 生産한 土產品을 都売

機構를 經由하지 않고 직접 小売業者와 去來하고 있으며, 特히 南郡에 位置한 小売店일수록 個人으로 부터 購入하는 傾向이 濃厚하게 나타났다. 調査內容을 綿密히 檢討하여 보면 流通機構의 系列化는 거의 찾아 볼 수 없었다.

他道産 土産品の 購売經路는 都売商, 行商, 個人의 順으로 集計되었는데, 都売商이 第1位라는 事實은 生産業体→都売業者→小売業者→消費者의 傳統的 販売經路를 形成하고 있음을 보여주고 있다. 그러나 小売業者가 他道の 生産業者를 직접 訪問하여 土産品을 購買하고 있다는 것은 여러 가지 意味를 暗示해 주는 것이겠으나, 都売機構의 마진이 比較的 높다는 점에 있다고 보며, 行商이 第2位라는 事實도 이와 關聯된 問題라고 思料된다.

<表II-3> 小売店の 土産品 購買經路 (단위: %)

購入 処 区 分	生産業体	都 売 商	行 商	個 人	其 他
濟 州 道 産	38.1	21.7	16.5	19.6	4.1
他 道 産	10.1	40.5	31.7	11.4	6.3

註: 個人은 生産業者 자신이 小売店을 訪問하여 販売하는 場合 意味함

(3) 濟州道産 土産品の 販売順位: <表II-4>에서 보는 바와 같이, 男子는 石製品, 珊瑚製品, 貝殼製品 등의 順位이고, 女子는 貝殼製品, 珊瑚製品, 石膏 및 호마이카製品 등의 順位를 보이고 있다. 따라서 石製品, 珊瑚製品, 貝殼製品이 人氣品임을 알 수 있다.

<表II-4> 濟州産土産品の 販売順位 單位: %

品 目 区 分	木刺製品	珊瑚製品	石製品	刺 製 品	貝殼製品	石膏·호 마이카製 品	草 蓆 竹 製 品	합성製品
男 子	6.6 (3)	21.7(10)	54.3(25)	2.2 (1)	8.7 (4)	4.3 (2)	2.2 (1)	0
女 子	2.2 (1)	26.1(12)	6.5(3)	0	50 (23)	13.0 (6)	2.2 (1)	0

註: (1) ()內는 応答者數임 (2) 無応答者는 13.0% (6名)임.

(4) 土産品店の 割引現況: 土産品小売店은 현재 價格表示制가 全部 實施되고 있다. 그러나, 販賣時 表示價格의 割引与否에 대한 質問에서는 約 96.2%인 50個業所가 可能하다고 応答하였으며, 2個店舖만이 表示價格을 正札로 販賣하고 있다. <表II-5>에서 알 수 있듯이 10%까지 割引이 可能的한 店舖가 46%인 23個所이고, 20%까지가 28%로 나타나고 있다. 그러나 6%

인 3 個店舖는 30 %까지도 割引이 可能하다는 점을 보면, 小売利幅이 높음을 알 수 있다.

<表Ⅱ-5> . 土產品店의 割引現況

할인 범위 (%)	5	10	15	20	30
응답 현황 (%)	2 (1)	46 (23)	18 (9)	28 (14)	6 (3)

註: ① ()内는 割引이 可能한 販賣店數임
 ② 正札制 實施 販賣店은 2 個所임

(5) 最多 販賣土產品의 單價: 현재 觀光客이 가장 많이 購入하고 있는 土產品의 小売價格은 2 千원 미만의 製品이 第1位이고 2~3千원이 34.6%를 보이고 있다. 그래서 比較的 낮은 價格의 商品이 많이 팔리고 있는 것으로 認定할 수 있으나, <表Ⅱ-4> 및 <表Ⅱ-7>과 關聯시켜 본다면 純粹한 土產品의 開發이 踏步狀態임을 反映한 것으로 본다.

<表Ⅱ-6> 最多販賣土產品의 單價

單 價(단위:천원)	2미만	2~3	3~4	4~5	5이상
응답 현황(%)	55.8 (29)	34.6 (18)	9.6 (5)	0	0

註: ()内는 応答者數임

(6) 土產品의 選擇基準: 土產品小売店에서 본 顧客의 土產品에 對한 選擇基準은 <表Ⅱ-7>에서와 같이 「郷土色이 豊富하고 디자인이 아름답다」에 75%의 높은 回答을 주고 있다. 이것은 土產品의 本質的 屬性이 그 地域에서 採取할 수 있는 材料를 使用하여 伝來의 技術과 傳統에

<表Ⅱ-7> 土產品의 選擇基準 (단위:%)

郷土色이 풍부하고 디자인이 아름답다	간편하고 휴대하 기 편리하다	적정한 價格이다	堅固하고 實用的이다
75 (39)	9.6 (5)	7.7 (4)	7.7 (4)

註: ()内는 応答者數임

의한 方法으로 生産되는 그 地域의 固有한 産物임을 再認識시키고 있는 것이다. 그런데 <表Ⅱ-2>에서 보더라도 郷土色이 豊富한 것은 石製品, 草蓆 및 竹製品, 갈총製品, 木刻製品 등을 들 수 있다.

(7) 土産品 購入目的: 顧客의 土産品購入에 대한 目的은 <表Ⅱ-8>과 같다. 即, 「親이나

<表Ⅱ-8> 土産品の 購入目的 (단위: %)

旅行記念	親이나 家族에게 善物하기 위해	生活用品으로 使 用하기 위해	土産品 蒐集을 위해
31.4 (16)	68.6 (35)	0	0

註: ① ()内는 応答者數임 ② 無応答者數는 1名임

家族에게 선물하기 위해서」가 「旅行記念」보다 倍이상의 応答率을 보이고 있다. 土産品業의 振興이 窮極의으로 旅行客의 購買에 있는 것이고, 土産品業이 旅行의 普及과 더불어 發展하여 왔음을 勸案할 때 이 項目의 応答에 다소 疑心의 餘地가 있는 것으로 보인다. 그러나 <圖Ⅱ-1>과 本節 第6項의 內容과 比較하여 본다면, 濟州道産 土産品이 旅行의 記念品으로서의 價值가 없다는 점과 우리나라 어느 地域에서도 購入이 可能한 同一製品이 市販되고 있기 때문에 旅行記念으로서의 購買動機를 誘發시킬 수 없다는 점에서 首肯할 수 있다고 본다. 또한 「生活用品으로 使用하기 위해」라는 項目에 回答이 없는 점도 問題라 하겠는데, 결국 竹製品이나 草蓆製品이 生活用品으로서의 價值가 없음을 뜻하는 것으로, 이 項의 內容은 土産品開發의 方向을 提示하고 있는 것으로 본다.

(8) 土産品 選定方法: 觀光客이 土産品을 어떠한 方法으로 選定하여 購入하고 있는가에 대한 応答內容은 <表Ⅱ-9>와 같다.

<表Ⅱ-9> 觀光客의 土産品 選定方法 (단위: %)

顧客 스스로	店員의 勸誘에 의 하여	案内員의 勸誘에 의하여	일행의 勸誘에 의하여
80.8 (42)	13.5 (7)	1.9 (1)	3.8 (2)

註: ()内는 応答者數임

(9) 土産品店 選定動機: 顧客이 土産品店을 選定하게 된 動機에 대한 調査에서는 <表Ⅱ-10>에서와 같이 「顧客스스로」가 絶對多數를 보이고 있다.

紙上을 통해 指摘¹³⁾되었던 交通業從事員의 案内나 旅行社職員의 案内에 對한 質問結果는 各

13) 계남신문; 1978年9月28日字 4面의 記事內容(濟州觀光 먹칠하는 「봉」잡는 運轉士들) 및 同年 11月2日字 記事內容(運轉士·案内員 不条理 深刻)을 參照.

<表Ⅱ - 10> 觀光客의 土產品店 選定動機 (단위: %)

顧客 스스로	交通業 從事員의 案内로	旅行社 職員의 案内로	宿泊業 從事員의 案内로
96.2 (50)	1.9 (1)	1.9 (1)	0

註: ()内는 応答者數임

各 1.9%의 微微한 応答率을 보였다. 그러나 質問過程에서 土產品店 案内手數料를 條件으로 한 商行爲가 여전함을 알 수 있었다.

(10) 土產品에 대한 業者의 建議內容: 土產品 販賣增進 또는 土產品의 開發方案에 대한 提案과 濟州土產品生産開發會와의 面談內容의 概要를 다음과 같이 整理한다.

- ① 純粋한 郷土色이 갖는 土產品을 觀光客은 要求한다.
- ② 民芸品의 土產品化가 時急하다.
- ③ 土產品의 高級化와 土俗인 土產品開發이 要求된다.
- ④ 土產品開發도 중요한 課題지만, 技能工養成이 더욱 時急하다.
- ⑤ 濟州道의 特色을 살린 木刻製品開發의 促進과, 石製品의 大量生産에 의한 粗雜性이 止揚되어야 한다.
- ⑥ 濟州道産 土產品이 他道産 보다 高價인 반면, 質이 좋지 못하고 實用性이 뒤지고 있다.
- ⑦ 生産者가 零細業者이기 때문에 單純한 販賣爲主의 生産이 恣行되고 있으며, 아이디어模倣이 심하다.
- ⑧ 2回 이상 濟州에 오는 觀光客은 土產品이 언제 어디서나 同一製品이고 地域特性에 適合한 것이 없어서 購買意慾을 喪失하고 있는 것으로 보인다.
- ⑨ 協定價格制가 實施되고 있으나 地域別로 價格差異가 있다.
- ⑩ 顧客誘致를 위해 덤핑이 恣行되고 있다.
- ⑪ 무리한 旅程計劃이 쇼핑할 機會를 주지 않고 있다.
- ⑫ 土產品販賣業所의 申告制를 許可制로 變更할 必要가 있다.

이상의 內容을 綜合하여 보면, 첫째 土產品開發과 아울러 技能工養成制度를 마련하여야 하고, 둘째 生産業者에 대한 財政支援을 現實에 符合되도록 合理化해야 하고, 셋째 正札制度의 導入과 土產品店의 亂立을 防止해야 하는 등의 問題點으로 集約된다.

Ⅲ. 觀光土產品業의 課題

1. 土產品 生産業體의 零細性

濟州地域의 土產品 生産業체는 零細性を 벗어나지 못하고 있다. 零細性を 벗어나기 위한 中小 企業 育成資金이나 商工部の 民芸土產品 育成計劃에 따른 財政支援策의 惠沢을 받을 수 있는 條件인 土產品生産 指定業체의 資格要件, 担保能力, 設備規模 및 施設 등을 갖추지 못한 實情에 있기 때문에 生産業체의 零細성은 深刻한 課題다. 그러므로 同一한 土產品目을 生産하고 있는 業所別로 統合을 誘導하여 品目別 生産業체를 單一化시키므로서 土產品生産 指定業체의 資格要件이나 財政支援을 받을 수 있는 契機가 될 것이다. 또한 이러한 單一化方案은 同一品目を 生産하고 있는 業所들이 서로 다른 業所의 土產品을 模倣하는 行爲를 根絶시키는 效果도 바라볼 수 있는 것이다.

한편, 우리나라는 현재 專門學校, 實業高等學校 등에서 專門인 技能工 養成을 위한 制度가 마련되어 있으나, 土產品 部門은 이 制度가 마련되지 못하고 있다. 더욱이 道内の 土產品 生産 業체는 家族 中心의 家内手工業으로서 技能工養成에 注力할 수 없을 뿐더러 傳統的 技能保有者도 없는 業所가 大多數이다. 그러므로 技能工 養成을 위한 根本的인 制度가 마련되어야 할 것이며 아울러 현재 施行되고 있는 觀光民芸品 競進大會를 더욱 強化시켜 各 業所의 參與를 義務化시킴으로써 土產品開發의 意慾을 鼓吹시킬 수 있는 것이고, 自然스러운 技能工 養成의 契機도 마련될 것이다.

2. 土產品開發의 時急性

新製品開發이란¹⁴⁾ 단순히 狹義의 新製品을 開發하는 것이 아니라 製品革新 내지 製品變化를 가져오게끔 하는 廣義의 모든 製品改善 내지 開發活動을 가리켜 新製品開發이라 한다. 이러한 新製品은 革新利潤을 가져다 주어 企業成長의 바탕이 되는 것이다. 그런데 質問紙의 建議內容에서 主要課題로 提案된 것은 土產品 生産業者가 消費者의 動態的 變化에 따른 新製品開發의 情報에 매우 鈍感하다는 事實이다. 卽 零細規模이기 때문에 製品多樣化가 不可能하겠지만, 製品아이디어의 蒐集을 다른 生産業체의 製品을 模倣하는 것으로 代身하고 있다는 점이다. 그래서 建議內容과 応答內容을 綜合하여 보면 다음과 같은 開發方向이 必然的임을 알 수 있다.

첫째 郷土色이 豊富하고 디자인이 아름다워야 하며, 旅行記念 및 선물용에 適合하고 消費者價格은 2~3千원 程度의 土產品이어야 한다.

이러한 條件에 適合한 土產品을 羅列한다면, 들하르방, 방아, 목걸이, 브로우치 등인데, 모두가 製品改善의 餘地를 지니고 있다. 卽, 들하르방은 郷土色이 짙은 것이 어떠한 形狀의 製品인지 알 수 없을 만큼 各樣各색의 粗雜品이 大量으로 市販되고 있으며, 방아는 계구실을 갖춘 것이 거의

14) 金元錄; 마아케팅管理論, 經文社, 1979. p.496.

없었다. 또한 貝殼製品인 목걸이나 브로우치는 全國 어디서나 購入할 수 있는 製品과 거의 恰似한 디자인으로 一貫되어 있어 購買意慾을 誘發시킬 수 없을 뿐만 아니라 陳列效果도 없는 것으로 思料된다. 그래서 本稿은 歷史的 資料에 符合되는 돌하르방의 原形과 이를 土產品으로 生産할 때의 製造基準을 制定하여 指導하고 철저한 事後監督이 並行되어야 所期의 目的을 達成할 수 있다고 본다. 그리고 貝殼製品은 裝飾用品으로서의 價值가 높고도 重要한 것이므로 地域的 特性이 濃厚하고 보다 實用的인 方向으로 스타일改善이 이루어져야 할 것이다.

둘째 濟州道 固有의 民具類인 草蓆製品, 竹製品, 木刻製品 등은 單純한 縮小品으로 一貫해서 生産되고 있으며, 特別 顧客이 取扱을 잘못했을 경우 손을 다칠 念慮가 있는 등 매우 粗雜하게 生産되고 있어서 購買抵抗의 要因이 되고 있다. 이들 製品도 現代生活의 用品으로는 물론이고 土產品의 本質을 가장 強調할 수 있는 土產品이라는 점에서 開發方向을 찾을 수 있는 것이다. 예컨대, 바구니, 차통, 帽子類, 뒤풀이 등을 現代生活에 알맞도록 自然的 品質¹⁵⁾에 立脚해서 開發한다면 土產品으로서의 價值나 市場性이 높을 것으로 본다.

3. 土產品 販賣經路의 前近代性

濟州地域에서 市販되고 있는 土產品의 販賣經路는 地域的 特性을 反映해 주고 있는데, <表Ⅱ-3>에서 보는 바와 같이 다음과 같은 形態를 취하고 있다.

- ① 生産業者 → 小売業者 → 消費者
- ② 生産業者 → 都売業者 → 小売業者 → 消費者
- ③ 生産業者 → 行商 → 小売業者 → 消費者
- ④ 生産業者 → 個人 → 小売業者 → 消費者 등의 經路로 表示할 수 있는데, 濟州道産 土產品의 購買經路는 ①, ②, ④, ③의 順으로 利用되고 있으며, 他道産의 경우는 ②, ③, ④, ①의 順位를 보이고 있다.

①의 形態는, 一般製造業의 경우 生産業者의 販賣員이 直接 小売店을 訪問하여 行하는 경우가 많다. 이런 경우 小売業者에게는 特約小売店과 一般小売業者가 있는데¹⁶⁾ 本道의 경우를 보면 小売業者가 生産業者를 直接 訪問하여 購買하고 있다. 이러한 形態는 流通經路의 變則的인 系列化가 아니고 土產品에 대한 小売店의 情報蒐集이 거의 不可能한 狀態이고, 또한 小売店이 網

15) 自然的 品質이란 製品의 自然的 屬性으로서 使用目的에 비추어 가지는 製品의 有用性을 말한다. 다시 말한다면 이는 製品의 物理的 내지 化學的 性質에 입각하는 實質的 性能이나 消費에 有用한 具體的 機能 등을 말하는 것이다. 그런데 自然的 品質이라 하더라도 商品實體를 構成하고 있는 物質固有의 自然的 屬性을 말하는 것이 아니라 消費者의 使用目的과 관련하여 特定目的에 有用하다고 인정되는 實質的 有用性이다. 金元鍊; 前掲書, p. 454.

16) 金東基; 現代流通機構論, 博英社, 1974. p. 79.

光地에 位置해 있는 關係로 小量購入이 不可避한 与件에서 오는 前近代의인 購買經路인 것이다.

②와 ③의 經路는 濟州道産 보다 他道産 土産品의 購入時 多量이 利用되고 있는데, 다른 經路와 比較하여 보면, 이 形態는 地理的인 与件에서 오는 現象으로 特히 行商의 都壳商役割이 問題視 된다.

④의 經路는 濟州道産의 土産品購入에 多量이 利用되고 있는데, 앞서서도 指摘했듯이 濟州地域 生産業체의 零細性이 이러한 販壳經路를 形成시키는 要因이다.

이상의 購買經路를 綜合하여 보면 다음과 같은 問題點을 列挙할 수 있다. 即, 첫째 原来 行商은 小壳業의 한 形態로 戶別訪問 販壳가 中心이었는데, ③의 經路와 같이 都壳機構의 介入은 오히려 流通의 多段階化를 招來하여 流通利幅의 拡大를 可能케 하는 要因이 될 수 있으며, 둘째 生産業者인 個人이 直接 小壳商을 訪問하여 販壳하거나 小壳商이 生産業者를 訪問하여 購買하므로서 前近代의이고 低生産的인 流通經路가 持續되고 있으며, 셋째 生産業者와 小壳業者 사이에 일어나는 市場支配力의 競争은 生産者 또는 消費者의 保護를 外面하는 結果를 낳게 되고, 넷째 生産業者는 販壳經路의 選定이 不透明하여 土産品開發 意慾을 喪失하게 되고, 小壳業者는 新製品에 대한 正確하고 精密한 情報蒐集이 어려워 消費者의 購買意慾을 充足시킬 수 없는 점 등으로, 이에 대하여 다음과 같은 改善方向을 提案한다.

濟州道産 土産品에 대해서는 流通機構의 系列化가 바람직하다. 流通機構系列化는¹⁷⁾ 既存流通網을 組織化·統合化하는 作業이므로, 系列化를 위한 前提條件은 첫째 生産業체의 統合, 둘째 共同販壳場의 開設 또는 既存都壳商의 整備에서 부터 出發해야 한다. 即, <II.1>에서 提案한 바와 같이 同一品目을 生産하는 業所가 統合하고 여기서 生産하는 모든 製品은 共同販壳場 또는 整備된 都壳商을 經由하여 小壳商으로 流通시킴으로써 都壳機構의 自立이 可能할 것이다. 이는 결국 流通近代化의 確立을 뜻하며 流通마진의 減縮을 可能케 하는 捷徑이 될 것이다.

他道産 土産品의 販壳經路는 地理的인 餘件으로 ②의 伝統의 形態가 가장 合理的으로 判斷된다. 特히 ③의 形態가 第2位로 浮上되고 있어서 流通經路의 合理化 내지는 近代化가 必然的으로 要求되는 바 그 方向은 都壳機構의 整備에 의한 專門化 또는 統合化 및 協業化로 그 體質을 改善해야 될 것이며, 혹은 小壳機構와 都壳機構가 參加하는 共同壳買를 前提로 한 組合의 結成도 바람직한 方向이다.

4. 土産品 賣價秩序의 確立

앞서 <表II-5>에서 檢討한 바와 같이 道内の 土産品小壳店은 거의 모두가(96.2%) 顧客

17) 金東基; 前掲書, p.129.

의 割引要求에 응하고 있으며 그 範圍는 表示價格의 5%에서 30%까지로 나타나고 있다. 問題의 深刻性은 無秩序한 割引과 그 範圍에서 비롯되고 있는 바 告示價格制度 그 自体가 制度的 矛盾으로 指摘된다. 卽 道内の 土產品小売店은 觀光地 周辺마다 자리잡고 있는데, 이미 購入한 土產品이 地域에 따라 더 많은 割引惠沢을 받을 수 있다는 事實을 顧客이 認知하므로써 土產品의 購買抵抗이 일어나게 되는 것이다. 이러한 割引의 弊端은 결국 觀光意慾을 抹殺시켜 버리고 나가서는 濟州觀光의 이미지를 損傷시키는 要因이 되는 것이다.

紙上을 통해 여러번 指摘되고 있는 內容을 보면 18) 「觀光地에선 최고 2倍까지 올려 받아」·「土產品業者들은 運轉士가 上典」·「土產品店은 商品 팔기 위해 呼客行爲」·「저마다 틀린 價格, 觀光土產品店 價格表示 外面」·「不良土產品 販売」·「土產品 代價가 低價」·「土產品店 바가지 盛行」등인데, 이상의 記事內容은 一言해서 土產品價格秩序의 紊亂을 뜻하는 것으로 正札制의 實施가 時急함을 여기서도 찾아 볼 수 있다.

현시점에서 正札制度를 導入한다는 것은 生産業所의 零細性, 無秩序한 流通経路, 販売價格의 紊亂, 正札制實施의 指導·監督의 어려움 등 問題點을 안고 있어서 無理한 提案이 될 수도 있다. 그러나 앞서 提示한 方案이 先行된다면 正札制度의 實施는 用易한 施策이 될 것이다. 한가지 附言해야 될 것은 道内の 土產品小売店이 觀光地 또는 特定地域에 密集되어 있으므로써 呼客行爲의 競争이 恣行되고 있다는 점이다. 土產品業의 觀光的 意義 및 經濟的 意義가 地域社會發展의 一翼임을 勸案한다면 차제에 小売店의 과감한 整備는 至당한 施策이라 思料된다.

IV. 結 論

濟州地域의 觀光土產品業은 土產品의 本質面에서 볼 때 開發의 餘地가 豊富한 地域의 特性을 갖고 있으나 生産業體의 零細性, 流通秩序의 前近代性, 原資材確保難, 技能工 不足 등의 諸問題點을 改善하지 않는 限 土產品業의 發展을 期待하기는 매우 어려운 岐路에 와 있다.

현재 濟州地域에서 市販되고 있는 土產品은 거의가 他道産이고 濟州道産은 石製品, 貝殼製品, 珊瑚製品 程度가 다른 製品에 비해 大量으로 市販되고 있다. 그러나 郷土色이 짙은 들하르방, 멧돌, 방아, 해녀상 등은 質이 낮고 粗雜한 製品에 不通하다. 草蓆製品, 말총製品 등은 代表的인 地域固有의 特性을 지닌 民芸品이지만 原資材難으로 生産이 中斷狀態에 이르고 있으며, 現代生活의 用品으로서 他製品 보다 市場性이 優秀함에도 開發이 안되어 있고, 더욱이 市販되고 있는 製

18) 東亞日報, 1978.3.25.(2)·계남신문, 1978.9.28.(4)·계남신문, 1979.4.12.(3)·제주신문, 1979.4.23.(5)·제주신문, 1979.4.24.(2)·東亞日報, 1979.5.1.(6)·계남신문, 1979.6.18.(4) 參照.

品은 태반이 마감處理가 不良하여 傳統的 民芸品의 特性을 喪失하고 있다.

上記와 같은 課題는 그 原因이 여러 側面에서 惹起되는 것으로 보이겠으나 그 要因은 濟州地域의 土產品生産業體의 零細性에서 起因되고 있는 것이다. 앞서 본 바와 같이 道內 生産業體는 대부분 家內手工業으로 生産의 機械化나 技能工養成이 不可能한 現實이고, 더욱이 不透明한 都壳機構의 無秩序는 小売價格의 不安定을 惹起시켜 消費者의 購買抵抗을 받게 되고, 따라서 生産意慾의 喪失을 招來하는 惡循環의 連続이 反復되고 있다.

木刻製品 石膏 및 호마이카製品은 他道産과 競争下에 있으나, 生産技術, 디자인, 材料確保, 生産基盤施設, 情報, 製品開發 등에서 落後性을 면하지 못하고 있으며, 他道産의 模倣에 지나지 않고 있다. 또한 剥製品은 搬出過程의 複雜한 節次로 인하여 小売業者의 販売忌避가 있는가 하면 혹산호製品은 寶石類로 認定하여 特別消費稅의 対象品目으로 指定하고 있어 이 또한 販売忌避의 原因이 되고 있다.

그래서 濟州地域 觀光土產品業의 이와 같은 課題를 解決하기 위한 方案을 要約하여 보면 다음과 같은 結論을 얻을 수 있다.

첫째 零細性을 면치 못하고 있는 家內手工業을 同一品目 生産業體別로 統合하여 大規模化시켜 單一生産業 體制로 誘導해야 한다. 이것은 이하의 改善方案의 前提條件이며 土產品生産指定業體로 指定받을 수 있는 始點과 技能工養成의 契機가 될 것이다.

둘째 土產品開發意慾을 鼓吹시키기 위한 根本的인 制度를 마련해야 한다. 현재 道內 觀光民芸品競進大會가 매년 開催되고 있으나, 이것은 土產品開發 보다 오히려 全國大會의 入選을 위한 方便에 치우친 감이 없지 않다. 그래서 例컨대 入選品에 對한 生産支援과 아이디어保護에 萬全을 期하는 것도 한 方案이 될 것이다.

셋째 都壳機構 및 小売機構를 整備 強化하여 流通經路의 系列化를 推進시켜야 한다. 流通機構 系列化는 生産業者와 販賣業者 兩者가 利潤極大化를 目的으로 하는 結合이므로 이를 위해서는 生産業者가 流通部門에 投資할 수 있는 資本力을 確保할 수 있어야만 可能한 것이다. 그러므로 이의 實現을 可能케 하는 原動力은 生産業體의 統合과 아울러 流通段階別 結合이 並行되어야 할 것이다. 또한 이 方案은 流通利幅의 合理化와 正札制實施의 捷徑이며, 流通經路에서 恣行되고 있는 다른 生産業所의 製品을 模倣하는 商行為의 非理를 除去하는 方策이 될 수도 있는 것이다.

넷째 木刻製品, 貝殼製品, 石膏 및 호마이카製品 등은 他道産이 大量으로 流入되어 市販되고 있는데, 地方이나 그 地方의 特徵을 文句로 記入했을 뿐 全國 어느 觀光地에서도 購入할 수 있는 製品이기 때문에 顧客의 購買抵抗을 받게 되고 그 影響은 濟州道産 土產品에 까지 미치고 있다. 그러므로 都·小売業者가 參加하는 共同購買 方法으로 他道産의 購入을 抑制 또는 嚴選해야 한다.

끝으로 이상의 改善方案은 生産業體와 流通機構의 共同參與만으로는 現實적으로 目的達成이 어려운 環境이므로 道의 積極的인 參與가 있어야 한다. 即, 현재 商工部의 觀光民芸土產品 育成計

劃에 따른 財政支援策은 本道의 경우 單純한 制度에 不遇한 것이고, 또한 土產品開發의 必要性에 따른 土產品綜合生産센터의 設置도 道의 積極的인 推進策이 마련되어야 할 것이며, 濟州土產品生産 開發會가 組織되어 生産에 임하고 있으나 實効를 거두지 못하고 있는 것도 財政의 뒷받침이 없음을 있다고 본다. 그리고 原資材難이 深刻하게 抬頭되고 있다는 現實도 政府의 長期的인 對策이 없이는 克服할 수 없는 것이다. 그러므로 行政의 뒷받침과 아울러 現實에 알맞는 財政支援策이 무엇보다 先行되어야 비로소 所期의 目的을 達成할 수 있는 것이다.

— Summary —

A Study on Souvenir Shop of Jeju District

Kim, Kyung Ho

From a view of the district produces, the local produce industry for tourists in Jeju-do has local characteristics capable of developing in abundance, but the industry will face many difficulties in developing if we don't solve such several problems as small-scale style of the business, premodern distribution structure, and the lack of raw materials and skilled workers.

The most of goods now placed on the market in Jeju-do are come from other districts. Only stone articles, shellworks and coral articles are in abundance made and put on the market in Jeju-do. Most of them fall short of the standard, are of bad quality and are roughly made. There are few district produces of rich local color. Specially stem articles, bamboo articles, and horsehair articles are the objects of folkcrafts with regional characteristics but the lack of raw materials has prevented such goods from being produced and developed, though they have practical value. Because the articles on the market are the things which have not dealt with well at last, they have lack of traditional characteristics in articles of folkcraft.

Even though the above-mentioned problems take place from several primary factors, main causes result from the small-scale style of the local produce industry for tourists in Jeju-do. That is to say, most of production enterprises in Jeju-do have domestic industries, so that they can not be mechanized and they can't train workers. Especially random wholesale dealers produce distribution disorder, which makes retail prices tremble in the balance and decreases the number of buyers, and so result in the decrease of the will to produce the district produces.

A plan in order to solve the problems with which the tourist local produce industry in Jeju-do can be summarized as follows:

- (1) Small-scale production enterprises producing the same articles should be integrated and changed into a large-scale enterprise.
- (2) The fundamental regime should be made in order to inspire the will to develop the district produces.
- (3) Wholesale structures and retail structures should be consolidated and strengthened, and the channel differentiation of distribution channels should be accelerated.
- (4) The purchase of the district produces made in other regions should be rigidly selected in principle and do cooperative buying if it is possible.

In concluding my thesis, I would like to say that the above-mentioned remedies can't serve

their purposes with the assistance of only production enterprises and distribution structure presently, so that they need active help of the authorities concerned. Though financial assistance of the authorities concerned is now enforced according to the plan of the Ministry of Commerce and Industry to raise the district produces, production enterprises can't receive the assistance because of small-scale style. Therefore, such support plan is in name only. Without the administrative help and financial assistance of authorities concerned, they cannot attain the desired end.