

제주도의 아·태지역 관광거점화 정책방향

A Tourism Policy Of Cheju Island As Tourist Hub In Asia-Pacific Region

오 상 훈* (Oh, Sang Hoon)

〈개 요〉

관광산업은 21세기 성장산업이며, 제주지역경제발전의 선도산업이나, '90년대 이후 제주관광은 침체국면에 접어들어 고도성장을 하고 있는 아·태지역관광과 대조적인 현상을 보이고 있다. 싱가포르를 비롯한 역내 다수 국가들은 고도성장의 아·태관광시장을 겨냥하여 관광허브를 선점하기 위한 전략을 마련 중에 있어 제주관광의 상대적 위축 가능성은 더 높아지고 있다. 관광허브화는 성장하는 역내관광 매카니즘 속에서 제주 관광의 중요한 정책 대안이 될 수 있다. 이를 위해 제주도는 일본과 중국을 표적시장으로 하고, 21세기 관광비전, 전문관광기구, 새로운 관광패러다임 등을 구축하고 한계관광의 해소, 외자유치확대, 국제명소 및 국제관광마케팅, 사후면세제도의 도입, 주민관광의식의 함양 등에 관한 구체적 시책을 추진해야 할 것이다.

I. 서 론

관광산업(tourism industry)은 21세기 고부가가치 성장산업이다. 외형상 관광산업은 21세기에도 연평균 3~5%씩 지속적으로 성장이 예견되고 있으며, 전 세계적으로 1996년 관광소비규모는 \$3조8천억으로 1일 \$100억 이상 씩 소비되고 있는 실정이다. 이것은 항공수입을 제외한 통계이나 여기에 항공수입을 포함시킬 때 총량의 40~50%가 증가하는 것으로 집계되고 있다. 또, 관광관련산업은 2억6천2백 만인의 고용을 창출해 세계고용의 10.5%를 점하고 있다(WTO, 1996).

관광산업은 지구상의 대부분 국가, 지역, 도시의 전략산업이기도 하다. 세계관광에서도 가장 성장속도가 빠르고 시장잠재력이 높으며, 21세기에 치열한 투자·개발·정책·마케팅 경쟁이 예상되는 분야들 중의 하나가 바로 관광분야이다. 특히, 최근 아시아·태평양지역의 관광성장율은 이를 잘 설명해 주고 있다.

관광산업은 제주지역경제발전의 지주·선도산업이다. 제주지역의 연간 관광수입은 밀감산업의 조

* 제주대학교 경상대학 관광경영학과 조교수

수입 6,000억원을 증가하는 1조원 이상의 규모로 GRDP의 25%를 차지하는 지주산업이며, 제주지역에서 관광개발은 곧 종합적인 지역개발과 발전을 선도하는 복합산업적 특성을 잘 갖고 있다. 그러나, 제주지역의 발전을 주도해 오던 관광산업은 '70년대 도약기와 '80년대 성숙기를 거쳐 '90년대엔 쇠퇴국면에 진입하는 징후들이 많이 나타나고 있다. '98년도 내도 관광객수는 -25% 성장에 그쳐 외형상 '91년 수준으로 회귀해 버린 현재 21세기 뉴밀레니엄관광(New Millennium Tourism)의 잉태 가능성은 더욱 희박해지고 있다.

그동안, 제주관광환경은 급격하게 변화하고 국내·외적 경쟁은 더욱 치열해져 오고 있었다. 세계관광, 아·태관광은 성장하고 있으나 제주관광은 환경변화에 적응하지 못하여 크게 쇠퇴하고 있다. 20세기 관광자원, 관광매력은 이제 더 이상 21세기 포스트 모던관광객(post-modern tourists)에게 어필할 매력을 상실해 가고 있는 것이다. 21세기 제주관광은 국내를 포함하여 아·태지역 관광의 동태적 변화를 예측하고 경쟁우위적 전략을 마련하기 위한 새로운 제주관광 패러다임(paradigm) 구축이 요구되고 있음에 분명하다(오상훈, 1997).

이러한 맥락에서 여기서는 제주도가 지향하고 있는 「동북아의 거점관광도시」, 「국제자유도시」, 「아·태지역의 거점관광도시」의 실현을 촉진하는데 기여할 정책과 거점화 전략방안의 모색을 연구의 목적으로 한다. 연구방법은 기존의 2차자료의 분석과 해석을 중심으로 하는 문헌연구를 하였다.

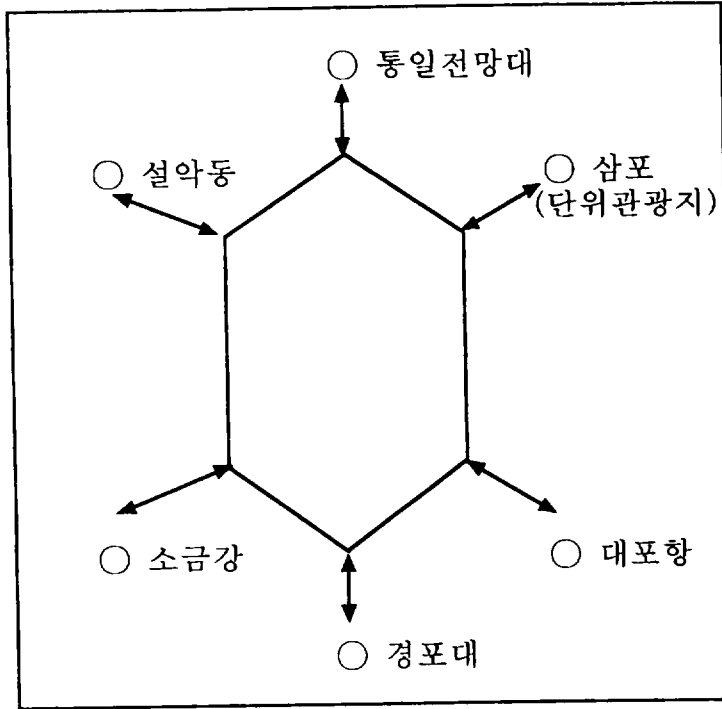
II. 지역관광거점의 개념과 특성

2.1 개념

거점(Hub, Center, Nucleus)이란 일련의 관광현상 중에서 체류, 활동 및 소비, 이동이 복합적으로 특화된 중심지를 의미하며, 거점의 단위는 협의의 관광지(area, city), 국가내의 권역(zone), 국가(nation), 다수의 국가들을 포함하는 광의의 지역(region) 등 다양하게 나누어 볼 수 있다(Pearce, 1987). 지역관광(regional tourism)이란 한국 등 25개 이상의 국가군으로 구성되며, 아·태지역 내에서 발생하고 있는 역내관광(intra-regional tourism), 그리고 아·태지역과 타지역(유럽, 아메리카, 아프리카 등) 간의 지역간 관광(inter-regional tourism)을 포괄하는 개념이다.

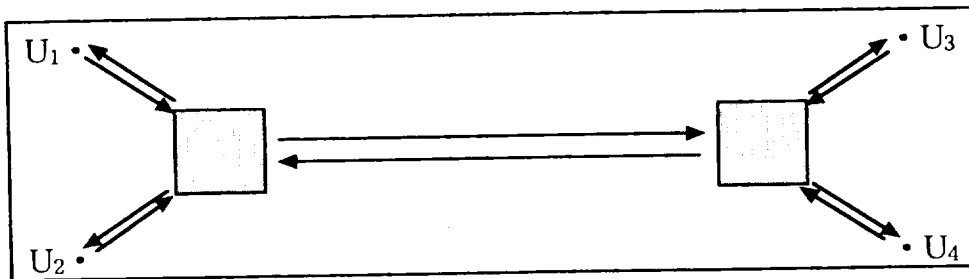
한편, 據點化란 이들 개념적·지역적 차원에서 상대적으로 중요도, 매력도, 인기도, 시장점유율 등이 높은 관광의 중심지로 만드는 것을 의미한다. 따라서, 이들 단위 지역들 중에 관광의 중심지가 있다면 거점관광지(hub destination)라 할 수 있는 것이다. 몇 가지 그림을 통하여 예시하면 <그림 1> <그림 2> <그림 3> <그림 4>와 같다.

〈그림 1〉 Honey Pot Model



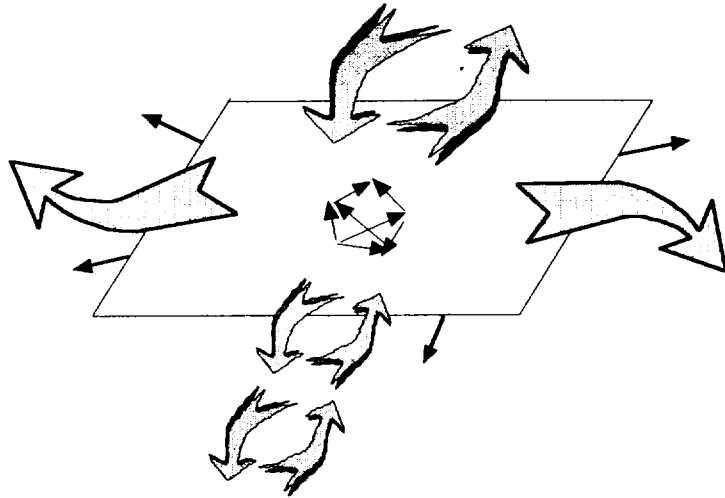
주) 엄서호, '해양관광 시설개발의 기본방향', 해양도시의 관광진흥 정책세미나, 한국해양수산개발원, 1998. p.24

〈그림 2〉 Lundgren Model



주) Lundgren, 1982

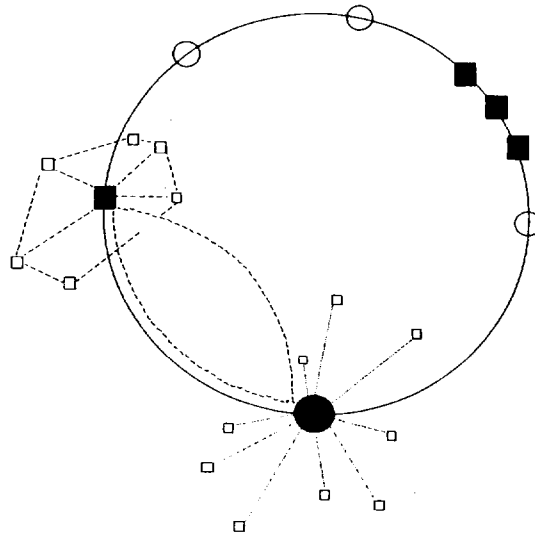
〈그림 3〉 Pearce Model



주1) Pearce, 1981

주2) 위의 그림1, 그림2에서 화살표는 관광객 흐름의 방향, 화살표의 굵기는 관광객 수의 양을 상대적으로 의미하고 있음

〈그림 4〉 Campbel Model (1996)



〈그림 4〉에서 도형의 크기, 실선과 점선 등의 굵기는 관광객의 체류 혹은 흐름의 양을 의미하고 있다.

2.2 특 성

관광의 거점지역은 국내관광 혹은 국제관광의 수위 중심지로서 위상과 역할을 구비하게 된다. 1996년 현재 아·태지역 국가 중 세계 Top 30위 관광목적지는 중국(6위), 홍콩(15위), 태국(20위), 말레이시아(21위), 싱가포르(22위), 마카오(28위), 호주(30위) 등이 포함되고 있다(WTO, 1996). 현재 연간 25만명 내외의 외래관광객을 유치하고 있는 제주를 국제관광지로 칭송하는 것은 제주도민의 오랜 염원에 불과하며 현실과는 괴리가 있음을 알 수 있다.

관광의 거점지역은 아·태지역에서 관광매력도 및 시장점유율이 상대적으로 높은 편이다. 내도관광객 중 외래객의 비중이 불과 5% 미만인 제주관광은 이런점에서 크게 뒤쳐져 있음을 부인할 수 없다.

관광거점지역은 타산업 대비 관광산업의 중요도가 상대적으로 높다는게 일반적인 현상이다. 현재 제주관광은 외형적인 비중은 높으나 인식상 그리고 정책적 비중은 상대적으로 낮아 크게 왜곡되어 있는 실정이다. 예컨대, 각종 개발계획의 연기, 축소, 취소, 국제항공편의 감축 운항 등은 이를 잘 입증하고 있다.

관광거점지역은 구체적으로 타지역에 비해 관광객의 체류 및 목적지활동이 양적 질적으로 증가하고, 교통(도착, 경유, 출발)의 중심지로서 국제적 허브(hub) 또는 노드(node)의 기능을 수행하고 있다. 이러한 의미의 대표적 예로서 싱가포르, 홍콩, 방콕은 아·태지역 관광의 거점이라고 할 수 있을 것이다.

또, 이들 지역은 아·태지역내 거점관광지의 지위를 지키기 위해 투자 및 재투자가 활발해지면 서(투자거점화) 지역발전을 촉진하게 된다. 미국 플로리다주의 올랜도에 위치한 월트디즈니월드라는 관광거점이자 투자거점화를 선도하는 대표적인 예에 해당된다.

결국 관광거점지역에서는 국내·외적으로 경쟁력이 높은 관광매력(물)의 「창조(개발) → 창조적 파괴 → 재창조(활성화)」라는 사이클이 지속적으로 발생하게 되어 지역경제를 활성화하는데 기여하게 된다는 점에서 관광거점화 정책개발이 필요성을 중시하지 않을 수 없다.

Ⅲ. 아·태지역 관광의 동향과 전망

3.1 개 황

1996년 현재 아·태지역에서 관광산업은 역내 경제활동의 8%, 역내 고용인구의 6%, 역내 총투자액의 8%를 각각 차지하고 있으며, 이 비중은 앞으로 더 증가할 전망이다.

이러한 전망에 대비하여 아·태지역 주요 국가들은 관광기구를 정비하고 21세기 관광발전 비전을 마련해 놓고 있다. 캐나다의 경우는 기존의 관광청(Tourism Canada)를 캐나다관광위원회(Canadian Tourism Commission: CTC)로 개명하여 심기일전하고 있다. 일본은 2006년 외래객 700만명 유치를 목표로 '웰컴플랜 21'(Welcom Plan 21)을 마련해 놓고 있다. 중국은 2010년 외래객 7천만명 유치를 목표로 하고 전략을 수립하고 있다. 싱가폴은 아시아여행의 관문, 세계적인 관광수도(Tourism capital) 육성을 목표로 인접국가와의 협력프로젝트들을 추진 중에 있다.

ESCAP(아태경제사회이사회)에선 아시안 하이웨이(Asian Highway) 개발을 제의·추진하고 있으며, 후발 주자인 베트남에서도 '베트남-새천년에 찾아갈 장소'와 같은 관광산업촉진계획을 수립하여 추진 중에 있다(한겨레신문, 1999).

3.2 개발사업

21세기 관광전망에 근거하여 아·태지역 주요 국가들은 개발사업도 활발하게 추진하고 있다. 이는 관광의 수용태세의 확충과 관광자원의 개발을 의미하는 것으로 관광객 유인력을 배가하기 위한 노력의 일환이라 하겠다. 주요 개발사업의 특징들은 다음과 같다.

첫째, 생존전략으로서 신규 개발사업의 대규모화 고도화가 현저해 지고 있다. 일본은 오사카시에 스튜디오(USJ), 미야자끼현에 전천후형 리조트 시가이어 오션돔을 건설 추진하고 있으며, 싱가폴은 실내 스포츠 테마파크(선테크시티)를 개장하고 크루즈 관광거점화도 추진 중에 있다. 캐나다는 에드먼톤에 세계 최대 실내 유원지를 건설하여 악천후를 극복할 수 있는 4계절형 관광을 실현해 가고 있다. 중국도 미국 스타일의 테마파크 개장(상해)과 건설계획(광주, 북경, 우한, 청두 등)을 추진 중에 있다. 인도네시아는 빈탄섬 종합리조트개발계획을 수립 추진하고 있으며, 말레이시아는 동양 최대의 카지노 리조트(겐팅하일랜드)를 건설 중에 있다. 한국도 강원도 정선에 오픈카지노 리조트를 개발하고 있다. 북한 역시 금강산, 칠보산, 평양, 백두산 등 외국인 관광지화 사업을 적극 추진하고 있다(한국관광연구원, 1998).

둘째, 참신한 대안관광과 지속가능한 개발로 전환하고 있다. 즉, 자연환경을 살린 개성 있는 지역 관광개발로 무모한 성장을 통제하고 체계적인 성장관리를 통하여 양(quantity)의 관광에서 질(quality)의 관광으로 전환하고 있다. 프랑스는 차세대 「도시 리조트 환경」 건설계획을 추진 중이며, 태국은 에코사파리 투어 등 생태관광육성책을 추진하고 있으며, 호주는 생태관광 등 지속가능한 관광개발 기법연구를 지원하고 있다. 일본은 리조트법의 재평가를 통한 차세대 리조트 개발을 모색

하고 있다. 이처럼 21세기를 지향하는 관광개발은 워터프론트(water front), 생태도시(ecopolis) 등 친환경적 공간의 창조와 같은 계획을 통한 질적 관광정책개발이 보편화되고 있음을 알 수 있다.

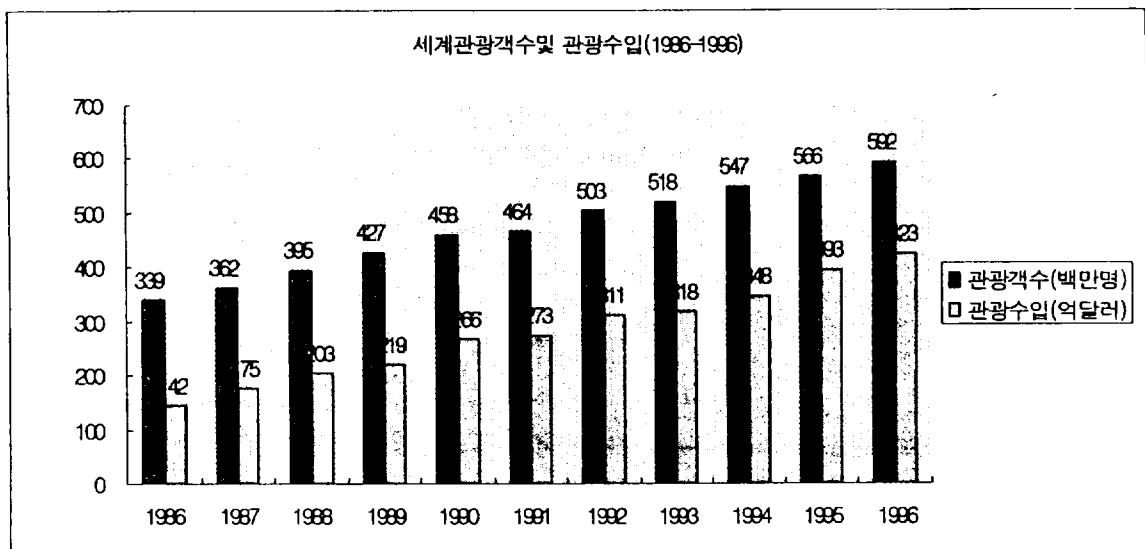
3.3 관광시장

세계의 관광객 수와 관광수입은 꾸준히 증가해 오고 있다. 이러한 추세는 2020년까지 지속될 것으로 전망되고 있다(WTO, 1996). 특히, 아·태지역은 세계 어느 지역보다 그 성장률이 높을 것으로 전망되고 있어 이에 대한 정책개발도 매우 경쟁적인 실정이다. 앞에서 살펴 본 싱가포르, 홍콩, 중국, 일본, 말레이시아 등의 예는 이를 잘 입증하고 있다.

아·태지역 관광이 1975년과 1996년 사이에 세계관광에서 차지하는 비중의 변화 추이를 보면 <표 1> <표 2>와 같다. 시장점유 및 관광수입 점유의 비중이 크게 증가하고 있었음을 쉽게 알 수 있다. 관광객 수 및 관광수입은 아·태지역 내에서도 선진국에 비해 개발도상국의 경우가 상대적으로 더 높게 나타나고 있다<표 3>.

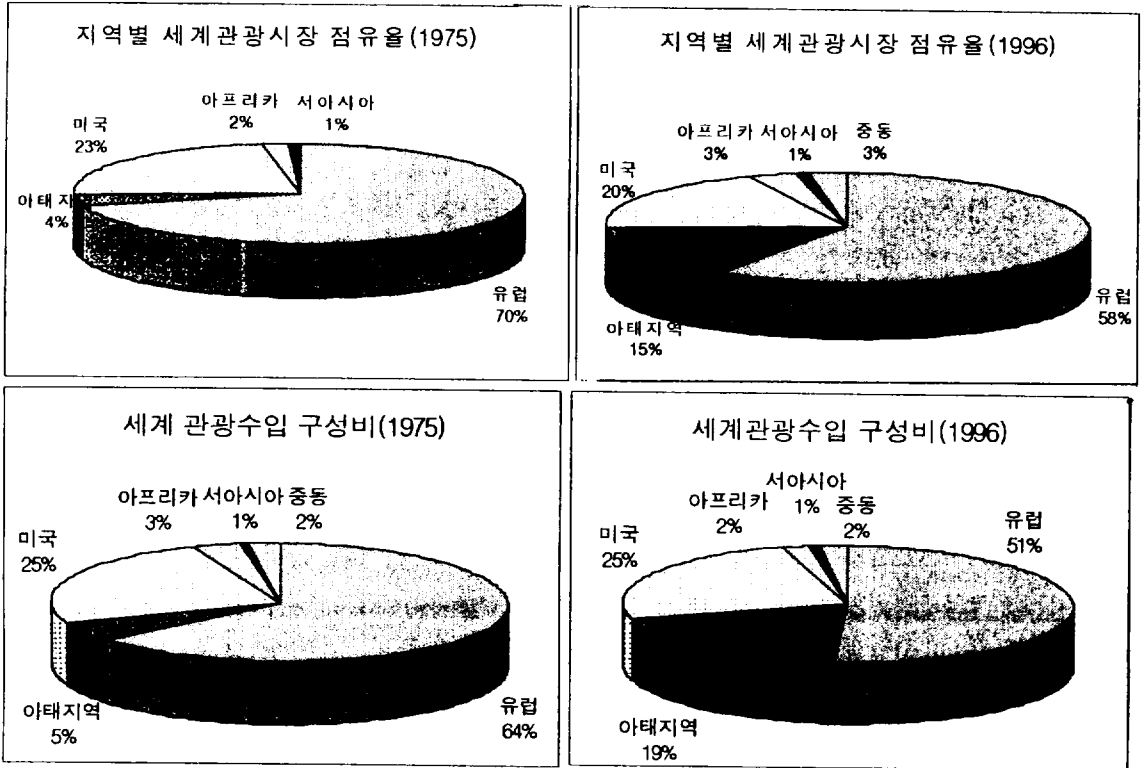
이러한 결과는 아·태지역 관광의 장래를 매우 낙관적으로 볼 수 있는 근거가 되며 투자가치가 있음을 입증해 주고 있는 것이다. 특히, 한국이나 제주도의 경우 아·태시장을 표적으로 관광개발사업, 관광객 유치사업을 적극적으로 추진해야 함을 시사하고 있는 것이다.

<표 1> 세계관광객수 및 관광수입의 추세



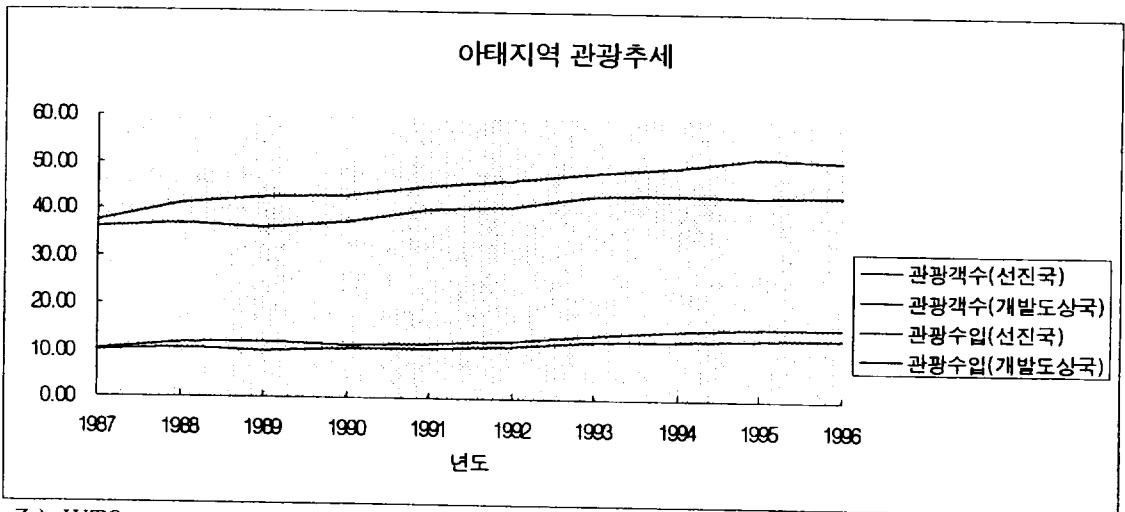
주) WTO 1996

〈표 2〉 지역별 세계관광수입 구성비 추이



주) WTO 1996

〈표 3〉 아·태지역 관광의 추세



주) WTO 1996

WTO 통계(1996)에 의하면, 아·태지역에서 상위 20개 관광목적국은 중국, 홍콩, 태국, 말레이시아, 싱가포르의 순이며, 관광수입국은 홍콩, 중국, 호주, 태국, 싱가포르, 인도네시아의 순으로 나타나고 있다. 반면에 관광소비국은 일본, 대만, 한국, 싱가포르, 호주의 순이다. 그리고, 아·태관광의 특징은 전체시장의 79%가 아·태지역 내에서 이루어지고 있다(표 4).

이러한 자료를 통하여 볼 때, 관광목적지로서 경쟁대상지가 어디이며, 매력적인 관광시장은 어디인지를 잘 알 수 있다. 제주관광은 상위 관광목적국, 상위 관광수입국들과 경쟁을 하고 경쟁우위를 확보해야 할 것임을 시사하고 있다.

3.4 2000~2010 전망(WTO)

2010년까지 아·태관광의 성장 전망치는 연평균 7.6%이다. 아·태지역에서 관광객수용국(destination)으로 평균 이상 성장이 전망되는 국가들은 중국, 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 태국 등이고(표5), 후발성장국으로 전망되는 국가들은 캄보디아, 베트남, 태평양군도 등이다. 반면, 아·태지역에서 관광객송출국(Origin)으로 평균 이상의 성장이 전망되는 국가는 일본과 중국이다(WTO).

〈표 4〉 아·태 관광시장의 구성

지 역	도착객(천명)		연평균성장률 (1985~1996)	시장구성비(%)	
	1985	1996		1985	1996
아태지역	22,781	68,978	10.6	73.9	79.3
유 럽	3,245	9,894	10.7	10.5	11.4
미 국	3,623	6,009	4.7	11.7	6.9
서아시아	840	1,356	4.4	2.7	1.6
아프리카	112	398	12.2	0.4	0.5
중 동	238	390	4.6	0.8	0.4
소 계	8,058	18,047	7.6	26.1	20.7
총 계	30,839	87,025	9.9	100.0	100.0

* 자료 : World Tourism Organization(WTO)

아·태지역에서 관광형태는 기존 대중관광 중심의 해변리조트관광(beach resort tourism), 소집단 중심의 특수흥미관광(SIT), 도시와 해변리조트 체재형의 역내관광(intra-regional tourism), 오지 부족관광(hill tribe tourism) 등이 각광을 받게 될 것이다(WTO). 환경친화적 토속문화에 근거한 지속가능성이 중요한 매력이 되고 개발의 근간이 될 것이다.

그러나, 아·태지역에서 관광허브로 성장하기 위해서는 여러 가지 도전요인(Challenges)들을 극복할 수 있어야 할 것이다. 예상되는 요인들은 대체로 관광시장정보의 데이터베이스화, 이해집단을 수용하는 관광개발계획 및 절차의 수립, 지역주민과 관광객의 욕구에 대한 대응능력, 공공부문과 민간 부문의 파트너십 형성과 실천규제의 운용, 인접지역(국)과의 연대형성, 투자자본의 확충 및 유치, 관광의 경제적 혜택의 균등배분 문제, 교육훈련체계의 개발과 운용, 다양한 세분시장에 대응하는 관광상품 범위의 확대, 지역사회의 모든 부문에 유익한 관광개발과 운용 등과 같은 것들이다(WTO, 1996).

〈표 5〉 지역별 연간관광객수의 변화

	연도별 관광객 전망(백만명)			연평균 성장률(%) 1990~2010
	1990	2000	2010	
유럽	285	397	525	3.1
아·태지역	53	122	229	7.6
미국	93	138	195	3.8
아프리카	15	25	37	4.6
중동	9	14	21	4.3
서아시아	3	6	11	6.7
세계	458	702	1,018	4.1

IV. 아·태지역 관광거점화 정책방향

4.1 기본전제

아·태지역 관광의 거점화 정책방향을 모색하기 위한 기본전제는 무엇보다 현상의 정확한 진단과 목표의 설정, 그리고 경쟁우위 전략의 추진이 중요하다. 즉, 현상·문제점·잠재력의 인식(Diagnosis &

Prognosis), 계획·목표·도민역량의 결집(Community-based Planning), 경쟁우위 전략의 부단한 추진(Competitive Strategy) 등이 핵심이 될 것이다.

첫째, 현상과 문제점의 차원에서 무엇보다 중요한 것은 관광객의 양적 감소 및 질적 저하, 경쟁력의 쇠퇴 및 혁신전략의 부재 등은 가장 근본적인 요소라 하겠다. 반면에 풍부한 자원과 거대한 잠재시장의 존재라는 잠재력도 새롭게 인식하여야 할 것이다.

둘째, 계획과 목표의 차원에서는 단계적으로 아·태관광거점화 계획을 추진하여야 할 것이다. 우선은 지역적으로 국내 수위 관광지로 발전시켜야 하고, 이어서 동북아 거점관광지화, 아·태관광거점화라는 단계로 목표를 구체화 하여야 할 것이다.

셋째, 경쟁우위 거점화 전략의 수립과 추진이다. 제주도 관광정책의 맹점은 지속성 일관성이 있는 추진력의 결여이다. 과거 대부분의 계획이 계획으로 끝나거나 부분적인 추진실적에 머무를 수 밖에 없었다는 사실은 이를 잘 입증하고 있다. 앞으로 동북아 또는 아·태지역 관광의 거점화라는 말은 더 이상 선거용 구호로 상용하는 사례가 없어야 할 것이다.

4.2 주요 전략의 제언

4.2.1 21세기 뉴 밀레니엄 관광비전(21CNew Millennium Tourism Vision)

아·태지역내 주요 경쟁국들에 비해 제주도는 세기의 전환기에 새로운 세기를 맞이할 준비가 안 되어 있다. 가칭 '제주관광비전 21'이 필요한 것이다. 관광정책, 관광사업, 관광교육, 관광의식, 국제협력 등을 담고 있는 관광비전이 마련되어야 한다. 주변국들 중에 싱가포르를 가장 대표적으로 21세기 관광비전을 연구하고 정책화 한 국가이다(STB, 1996).

따라서, 관광산업이 지역경제적 위상에 걸맞고 경쟁우위를 확보할 수 있는 중장기 종합계획을 조속히 마련해야 한다. 기존의 개발계획들은 경쟁력이 미약하고 정치적 의도가 강한 계획에 불과하였던 점을 교훈으로 삼아, 도민합의와 전문연구기관에 의한 새로운 비전과 계획을 수립하고 지속적인 추진방향을 제시해야 될 것이다.

이러한 의미에서 「제주도 국제자유도시」개발계획은 제주관광의 비전을 제시하는 중요한 계기가 될 수도 있을 것이다. 왜냐하면, 이 계획은 국제관광자유도시 계획을 담고 있기 때문이다.

4.2.2 관광조직(Tourist Organization)의 전문화 체제정비

대부분의 관광선진국(지역)에는 전문관광조직(관광부·청·국·공사, 관광연구원, 협회)이 잘 운용되고 있으며, 21세기에 이들의 기능은 더욱 경쟁적으로 전문화 추세를 보일 것이다. 이처럼, 제주 관광산업의 위상과 치열해지는 국내외 경쟁상황을 생각한다면, 국내·외적으로 전문성과 경쟁력을 인정받을 수 있는 관광조직기구를 형성하고 운용하는 것이 바람직하다. 예컨대, 관광전문가의 부지사급 임명을 비롯하여 기존 관광문화국의 관광정책전문화(관광국 또는 관광청), 관광마케팅 및 연구조직의 신설 등을 추진해야 한다.

이러한 전문체제의 정비 없이는 관광시장정보, 정책개발, 사업추진, 관광상품개발, 관광홍보 등에서 비교열위를 면하기 어렵고, 21세기 제주관광은 계속되는 쇠퇴국면에서 벗어나기 힘들 것이다. 싱가포르와 태국의 관광청, 홍콩의 관광협회의 사례는 매우 유용한 정보를 제공해 줄 것이다.

4.2.3 관광개발패러다임의 개선

시장성과 경쟁력이 없는 계획의 양산을 중단하고, 창의적·시장지향적·경쟁지향적 관광개발 패러다임(Paradigm)을 구축해야 한다. 이제 제주관광개발은 모방개발(copy development)에서 과감히 탈피하고 정말 창의적이고 혁신적인 개발을 할 준비를 해야 한다. 특정 연구기관이나 특정인이 십수년을 반복하여 성공가능성도 없는 개발계획을 남발케하는 사례가 더 이상 용납되어서는 안 될 것이다. 창의적이고 시장성 있는 계획(creative planning)이 나올 수 있도록 행정력을 정비해야 할 것이다.

관광개발계획은 세대를 초월하면서 지역주민의 미래 삶과 운명을 방향지어 주는 (부문성 보다 종합성이 높은) 지역개발계획이다. '시장'과 '경쟁' 요소는 미래를 위한 계획에서 매우 중요한 것이나, 우리는 이들을 경시하여 시장성과 경쟁력이 없는 개발계획의 양산이라는 시행착오의 연속이었음을 상기할 필요가 있다.

4.2.4 토지의존형(land-based), 자연의존형(nature-base)에서 자원종합형(resources-mixed) 관광의 모색

제주도는 국제관광지, 동북아거점관광지를 구호로 내세우면서도 여태 단편적이고 선형적인 관광개발에만 몰두해 왔는지 의심스럽다. 따라서, 종래 단편적이고 선형적인 관광개발 방식에서 제주지역자

원을 종합화 복합화하여 관광자원구조를 강화할 수 있는 개발이 필요하다. 관광자원구조의 강화란 곧 제주의 잠재자원을 국제경쟁력을 갖춘 관광자원화를 의미한다.

이를 위해서는 단순히 천혜의 자연경관에 의존하던 한계관광(marginal tourism)에서 탈피하여, 제주지역의 상공, 산, 도시, 농어촌, 해양(해변, 해상, 해면, 해중, 해저)을 입체화하고, 심지어 관광저해요소로 여겨오던 비, 바람, 계절성, 섬의 격절성, 생태계를 종합적으로 활용하는 종합개발로 전환해야 한다. 기존의 관광을 대체하거나 보완하는 대안관광(alternative tourism)의 도입이 절실한 것이다.

4.2.5 외국자본의 유치제도 개선과 추진

제주관광 개발의 한계는 또 투자재원과도 관련이 높다. 도내자본의 영세성과 국내자본투자의 기피 경향은 불가피하게 외국인자본을 유치하는 전략을 강요하고 있다. 국내자본투자는 역내 시장의 한계와 수익성을 의식하여 기피하는 경향이 높았다면, 외국인자본은 이러한 점을 어느 정도 극복할 수 있을 것으로 전망된다. 문제는 제주도종합개발특별법에도 불구하고 외국인자본투자가 전무했다는 점은 투자유인제도에 문제가 있음을 반증하고 있다.

현재 추진중인 국제자유도시 개발과 관련하여 가치 ‘특례법’이 만들어지고 여기에는 외국자본유치 촉진을 위한 모든 제도를 강화할 것으로 전망된다. 앞으로 아·태지역 관광거점화를 지향하는 투자 대상의 선정과 투자자본의 유치는 첫째, 투자대상으로서 국제공항, 크루즈항만과 같은 SOC, 아·태지역 관광 성향에 적합한 국제수준의 Resort, Theme Park, 제주관광의 계절·기상관련 한계극복형의 메가몰, 컨벤션센터, 해양관광, 문화관광, 생태관광, 관광전문기구 등을 대상으로 투자가 이루어지도록 하는 것이다.

둘째, 유치투자자본은 도내, 국내자본의 한계를 고려하여 외국자본을 유치하되, 우선적으로 해외교포, 일본, 화교의 순으로 유치우선순위를 두고, 자본과 high-tech, 홍보능력의 보유여부를 크게 고려해야 할 것이다. 미국의 월트디즈니월드(WDW)은 대표적인 예가 될 것이다.

4.2.6 세계 최고 명물·명소(World's Best) 지향

국제적·거점관광지라면 리조트, 호텔, 항공사, 도시, 여행사, 테 마파크, 크루즈, 컨벤션, 교육, 환경, 이벤트 등의 분야에서 World's Best, 최소한 A·P's Best를 만들거나 유치하기 위한 노력이 있어야 한다. 호주의 시드니, 이태리의 피렌체, 미국의 샌프란시스코 등은 세계 최고의 도시들이다. 플로리다의 리츠칼튼, 남아공의 말라말라게임리저브, 미국의 리츠칼튼은 세계 최고의 호텔·리조트이

다. 싱가포르항공, 스위스에어는 세계 최고의 항공사이다. 브라질의 삼바축제, 베니스의 카니발은 세계적인 이벤트이다.

아시아에서는 방콕, 홍콩, 싱가포르와 같은 도시, 방콕의 오리엔탈 호텔, 발리의 아만다리호텔, 싱가포르항공, 케세이퍼시픽 등이 아·태지역에서 으뜸이다. 제주도가 아·태지역이나 세계에 으뜸으로 내놓을 수 있는게 무엇인지, 무엇을 만들어야 하는지 생각해 볼 문제이다.

4.2.7 국제관광 마케팅(marketing)이 있는 관광사업

21세기는 무한경쟁의 시대, 'No Marketing, No Tourism'의 시대이다. 관광사업의 80%는 마케팅이다. 마케팅은 관광사업의 시작이고 마지막이라 할 수 있을 정도로 중요하다. 제주관광사로 통하여 볼 때, 본격적으로 해외시장조사를 하고 보고서를 발간하고 정보화한 사례는 찾아볼 수 없음은 매우 불행한 일이다. 이제는 시장을 알아야 하는 시대이며 이를 위해서는 세계관광, 아·태관광에서 경쟁우위를 확보할 수 있는 관광마케팅조직(RTMO)의 출범은 필수적이다.

4.2.8 「도전역 사후면세」제도의 시행

쇼핑(shopping)없는 현대관광은 생존할 수 없다. 현재처럼 국제관광객이 빈약한 상황에서 국제관광쇼핑시설이나 문화가 활성화 될 수도 없는 실정이다. 그러나 이것은 계란과 닭의 관계이다. 홍콩의 매력 중에 상당부분은 쇼핑이라는 점을 상기할 필요가 있다.

기존의 무질서한 상점 및 식당가를 정비하고 국제관광거리를 조성하며 외래객에 대한 사후면세제도를 확대실시하는 것부터 시작해야 할 것이다(김경호외 1998). 중장기적으로는 「국제자유도시」개발계획과 함께 쇼핑문화의 국제화 고급화라는 품격과 명성을 향상시켜 나가는 것이 바람직하다.

4.2.9 주민의 관광의식 함양

관광산업은 발전하고 관광객의 의식은 급속히 고도화되고 있으나, 제주도의 주민의식은 아직도 전근대적으로 패쇄 또는 정체되어 있다. 주민의식의 개선은 관광객, 관광사업자, 주민자신, 지방정부 모두에게 유익한 것이다.

관광발전을 선도할 수 있는 지역주민의 환대정신 개발이 필요하다. 관광사업 또는 관광객에 대하여 무관심하거나 냉소적 적대적인 지역에서 관광이 발전할 수 없다. 지역주민은 관광의 지역발전에 미치는 전반적 혜택을 잘 모르거나 오해하는 경향도 적지 않다. 그리고 환대를 보이고 싶으나 방법을

모르고 있을 수 있다. 하와이관광에서 알로하정신(Aloha spirit)을 상기해 볼 만하다.

특히, 대규모 개발에 협력하고 주민의 사업참여를 촉진할 수 있는 주민의식 고도화도 매우 중요하다. 관광개발을 추진할 때 토지수용이 어렵고, 자본유치가 어려우며, 관광개발을 해도 사업에 참여할 준비가 안되어 있는 경우가 많다(오상훈 1997). 관광산업이 커지면서 지역산업구조도 많이 바뀌고 있다. 관광개발에는 대자본이 필요하지만 주민자본으로 가능한 사업도 적지 않다. 새로운 사업환경에 적응할 수 있도록 행정, 사업, 교육, 시민단체 등의 각 분야에서 중시해야 할 부분이다.

V. 결 론

세계관광은 21세기에 3~5% 성장이 예상되고 있으며, 특히 아·태지역관광은 연평균 7.6%의 고도성장을 전망하고 있음에도 불구하고 제주관광은 '90년대부터 침체국면을 벗어나지 못하고 있을 뿐만 아니라 21세기 비전도 갖고 있지 못한 실정이다.

이 글은 제주관광의 현상과 문제점, 아·태지역 관광의 동향을 개관하고 21세기 제주관광의 지향점과 주요 전략을 모색해 보는데 목적을 두고 있었다.

90년대 제주관광의 현상과 잠재력, 아·태지역 관광의 동향검토를 통하여 21세기 제주관광의 목표는 「아·태지역 관광거점화」가 최선이며 가능성이 있다고 생각한다. 관광시장은 중국과 일본시장이 가장 중요하며, 싱가포르 홍콩 태국 중국은 제주관광의 강력한 경쟁상대임을 확인할 수 있었다.

그러나, 제주도는 1차적으로 국내 수위관광지, 동북아 수위관광지, 아·태관광거점화라는 단계적인 발전이 기본목표가 될 것이다. 이러한 목표의 완성은 결코 용이한 것이 아니지만 동시에 불가능한 것도 아니다. 정책, 개발, 사업, 주민의식 등의 분야에서 구곽의 틀을 깨고 혁신적인 비전, 계획, 투자 전략, 협력시스템의 강화 등을 위한 부단한 노력이 전제된다면 제주도 역시 아·태지역 관광에서 수위 거점그룹으로 발전할 수 있음을 확신한다.

문헌연구의 한계에도 불구하고 아·태지역 관광산업 지표는 매우 희망적임을 확인할 수 있었다. 관광산업은 지역의 모든 산업을 포괄 연계하는 종합산업이기도 하다. 따라서, 제주관광의 아·태지역 관광거점화는 지역사회의 질적 발전과 국제화를 더욱 촉진하는데 기여할 수 있다.

참 고 문 헌

- 김경호, 오상훈(1998) '제주시 관광문화거리 조성과 활용방안,' 「제주관광연구」창간호, 제주 관광학회, pp.83-97
- 엄서호(1998) '해양관광 시설개발의 기본방향,' 「해양도시의 관광진흥을 위한 정책세미나」 한국해양수산개발원, pp.11-28
- 오상훈(1997) '제주관광의 미래와 관광의식 개선방향,' 「도민 관광의식세미나」제주대학교 동아시아연구소·제주언론5사공동캠페인 기획협의회, pp. 19-46
- 오상훈(1997) '제주관광의 비교우위 향상을 위한 관광정책방향,' 「산경논집」제11집, 제주대학교 관광산업연구소, pp. 275-294
- 한국관광연구원(1998) '97세계관광동향: 휴양, 위락, 여행부문.
한겨레신문, 1999. 9. 20. 10면.
- Campbell, C. K.(1967) An approach to research in recreational geography, pp.85-90 in B. C. *Occasional Papers* No.7, Dept of Geography, University of British Columbia, Vancouver.
- Lundgren, J.O.J.(1982) The Tourist Frontier of Nouveau Quebec: functions and regional linkages, *Tourist Review*, 37(2), 10-16
- Singapore *Tourist Promotion Board*(1996) *Tourism 21: Vision Of A Tourism Capital*
- Pearce, D. (1987) *Tourism Today: A geographical analysis*, New York: John Wiley & Son, Inc. pp. 6-12
- WTO(1996) *Tourism Market Trends: East Asia & the Pacific 1986-1996)*
_____ *Global Tourism Forecasts To The Year 2000 And Beyond: East Asia and The Pacific*
_____ *Global Tourism Forecasts To The Year 2000 And Beyond: East Asia and The Pacific*
_____ *For More Details on Tourism Trends*