

VIP REPORT



■ 관광산업의 5대 트렌드 변화와 육성을 위한 시사점

발행인 : 김 주 현
편집주간 : 한 상 완
편집위원 : 이주량, 주원, 이장균
발행처 : 현대경제연구원
서울시 종로구 계동 140-2
Tel (02)3669-4334 Fax (02)3669-4332
Homepage. <http://www.hri.co.kr>
인쇄 : 서울컴퓨터인쇄사 Tel (02)2636-0555

- 본 자료는 기업의 최고 경영진 및 실무진을 위한 업무 참고 자료입니다.
- 본 자료에 나타난 견해는 현대경제연구원의 공식 견해가 아니며 작성자 개인의 견해임을 밝혀 둡니다.
- 본 자료의 내용에 관한 문의 또는 인용이 필요한 경우, 현대경제연구원 산업전략본부(02-3669-4334)로 연락해 주시기 바랍니다.

목 차

■ 관광산업의 5대 트렌드 변화와 육성을 위한 시사점

Executive Summary i

1. 문제제기 1

2. 한국 관광산업의 현황과 평가 2

3. 관광산업의 5대 트렌드 변화 7

4. 관광산업 육성을 위한 시사점 12

■ HRI 경제 지표 14

1. 문제제기

최근 환율효과로 국내 관광수지가 개선되고 있지만, 관광산업이 성장과 고용 등 한국경제의 전반에 미치는 역할은 경쟁국 대비 최하위 수준이다. 한국의 GDP 대비 관광산업의 비중은 6.7% (2007년 기준)로 OECD 30개국 중 30위 (OECD 평균: 11.5%)이며, 중국의 12.2%와도 격차가 크다. 한 해 전 세계 관광객 9억 명 중 한국 방문객 수는 689만 명으로 전체의 0.77%에 불과하다. 전체 고용에서 관광산업이 차지하는 비중도 7.4%로 OECD 평균 12.3%를 크게 하회한다.

비록 2008년 환율 상승의 영향으로 관광수지 적자규모가 2007년 대비 69% 개선된 31억 달러를 기록하였다. 그러나 이는 근본적인 관광 경쟁력 향상에 기인한 것이 아니기 때문에 '반짝 효과'에 그칠 가능성이 높다. 따라서 관광산업을 신 성장 동력 및 일자리 창출을 위한 고부가 산업으로 육성하기 위한 새로운 전환점을 시급히 마련하는 것이 필요하다.

2. 한국 관광산업의 현황과 평가

첫째, 인프라 등 관광산업의 기반 경쟁력이 취약하다. 세계경제포럼 (WEF)은 2008년 한국의 관광산업 경쟁력 지수를 130개국 중 31위로 평가하였다. 이는 OECD 30개국 중 25위에 해당하며 호주, 홍콩, 싱가포르, 일본 등 아·태 지역의 주요관광국에 비해서도 낮은 평가이다. 특히 관광친밀성(112위), 가격경쟁력(106위), 관광인프라(70위) 등이 취약한 요소로 지적되고 있다.

둘째, 산업구조가 영세하고 생산성이 낮다. 국내 상위 50대 여행사의 평균매출과 고용인원은 각각 미국 상위 50개 여행사의 1.3%, 5.0%로 규모의 경제를 창출하지 못하고 있다. 또한 한국의 상위 50대 여행사의 1인당 연간생산성도 2억 8,500만원으로 미국의 상위 50개 여행사의 1인당 연간생산성 10억 원의 1/3 수준에도 미치지 못하고 있다.

셋째, 관광 자원개발의 부진으로 볼거리가 부족하다. 외국인 관광객이 지목하는 국내관광의 가장 큰 불만사항은 볼거리 부족이었으며 두 번째가 높은 관광비용이었다. 내국인 관광객 역시 높은 관광비용에 이어 볼거리 부족을 두 번째로 큰 불만사항으로 지적하였다. 반면 불친절한 서비스, 도로 및 교통문제는 크게 개선된 것으로 조사되었다.

넷째, 국내 인바운드 시장의 중국과 일본 의존도가 과도하다. 2007년 일본과 중국 국적의 방문객이 전체 방문객의 51.2%를 차지하였다. 일본인 방문객은 지난 10년간 지

속적으로 감소하고 있지만 2007년 기준 34.7% 가장 높은 점유율을 유지하고 있다. 1998년 5%에 불과했던 중국인 방문객은 2007년 16.6%를 기록하며 10년 사이 11.6%p 상승하였다. 반면 미주 9.1%, 구주 8.7% 등 원거리 관광객은 2000년 이후 전혀 증가하지 못하고 있다.

다섯째, 인트라바운드 시장의 활성화가 미흡하다. 내국인의 해외관광 수요를 흡수해서 국내관광으로 유도하는 인트라바운드 활성화 방안의 수립과 실행이 미흡하다. 예로써 제주도 관광의 경우, 2001년부터 2008년까지 내국인의 관광객 수는 31% 증가, 관광지출은 58% 증가했다. 그러나 동기간 해외관광은 관광객 수가 97%, 관광지출이 89% 증가했다. 이는 내국인의 관광수요가 꾸준히 증가하고 있음에도 불구하고, 국내관광으로 충분히 흡수하고 있지 못함을 의미한다.

3. 관광산업의 5대 트렌드 변화

① 아·태지역 신흥경제국의 관광 수요 급증

아·태지역의 아웃바운드 관광객은 2000년부터 연평균 6.9%씩 증가하여 2007년 1억 8,000만 명에 이르러 전 세계 관광객 중 20.1%를 차지하고 있다. 그 중에서도 베트남, 중국, 태국, 인도 등 1인당 GDP가 2,500달러에서 8,000달러 사이에 있는 아·태지역 신흥경제국의 아웃바운드 관광수요 급성장이 돋보인다. 특히 중국인 해외여행자는 2000년 이래 급속한 성장을 지속해 오고 있으며 2007년에만 4,095만 명을 송출해 아시아 최대 아웃바운드 시장으로서 부상하였다. 해외여행의 80%가 동일한 역내에서 이루어지면서 한국을 방문하는 아·태 지역 신흥 경제국의 방문자 수도 급증하고 있다.

② Tourism Technology (T2)의 부상과 관광산업의 융·복합

관광수요 다양화와 행태 다변화의 패러다임 변화 속에서 관광과 타산업간 융·복합화를 지향하는 T2를 적용한 다양한 관광상품이 출현하고 있다. T2는 관광 상품 개발에서 전달에 이르는 가치사슬 각 단계마다 부가가치를 더해 주는 공학적 틀을 의미한다. T2는 새로운 패러다임을 관광산업에 접목함으로써 축제관광, 의료관광, 웰빙관광, 음식관광, 스포츠관광, 영화관광 등과 같이 산업 간 융·복합된 관광형태를 창출해 부가가치를 향상시키고 있다. 향후 이러한 융·복합된 관광형태의 급성장이 예상된다. 예로써, 세계 의료관광 시장은 2008년 210억 달러에서 2017년 4,950억 달러로 급팽창이 예상된다.

③ 생태자연관광의 확산

소규모 생태자연관광이 확산되고 있다. 생태자연관광이란 대규모 시설조성 중심의 관광개발이 아닌 지역이 보유한 특색 있는 자연자원을 활용하는 지역사회 중심적 관광개발을 의미한다. **환경 친화적 관광개발과 훼손된 생태계의 보존·복원을 지향하는 생태자연관광은 대안관광, 지속가능관광 등으로 개념이 확대되고 있다.** 생태 자연관광의 핵심은 환경인식을 제고하고 지역정서에 좋은 영향을 미치는 자연, 지역, 관광객이 어울릴 수 있는 양질의 프로그램 개발이다. 향후 생태자연관광은 전체 관광시장 성장률보다 3배가 빠른 연간 20% 이상 성장하면서 점유비율이 2004년 7%에서 2012년 25%까지 증가할 것으로 전망된다.

④ Business Tourism 시장의 부상

Business Tourism은 사람을 중심으로 상품, 지식, 정보 등의 교류를 위한 모임을 주선하는 관광 형태로서 MICE로 표현되는 회의, 포상관광, 컨벤션, 전시 등을 포함한다. 전 세계 MICE 시장은 300억 달러 규모로 추정되며 연간 5,000만 명이 MICE 참석을 목적으로 여행한다. Business Tourism의 시장성장률은 관광산업 평균수준으로 예상되며, 고수익 관광분야이며 도시마케팅의 중요한 수단으로 부상하고 있다. 한편 한국의 경우 MICE는 국제회의위주로 발전되어 왔지만 발전 속도가 더딘 것으로 판단된다. 2006년 한국의 300인 이상 국제회의 개최건수는 185건으로 2001년의 131건에 비하여 41% 증가했지만, 세계순위는 18위에서 16위로 2단계 상승하는데 그쳤다.

⑤ 체험관광의 확산

체험관광은 단순히 보고 즐기는 관광을 벗어나 스스로 손과 몸을 움직여 직접해 보고 배우는 관광을 의미한다. 체험관광은 이문화적 요소 혹은 기억에 남을만한 현상에 대한 강도 높은 체험활동으로 이루어진다. 한옥 등을 활용한 전통생활체험, 템플 스테이를 활용한 종교문화체험, 지역 특산물과 연계한 특이지역탐방체험 등은 한국이 발전시킬 수 있는 체험관광의 대표적인 예이다. 향후 관광소비자는 관광 상품 그 자체가 아닌 상품에 담겨 있는 스타일과 이야기, 신체적 감동, 정신적 감동을 동시에 구매하려 할 것이다. 따라서 관광 상품의 개발은 관광자원과 서비스의 단순한 조합에 그치지 않고 이들과 문화, 이미지, 상징을 결합하는 체험상품의 개발로 전환되어야 한다.

4. 관광산업 육성을 위한 시사점

첫째, 경기부양을 위한 재정지출을 활용하여 지역관광 인프라를 확충하여야 한다.

현재 한국의 관광상품은 서울과 제주도 등 지역적 편중 현상은 심하고, 지역관광 자원은 제대로 활용하지 못하고 있는 상황이다. 이는 지역관광 자원의 외국인 관광객 접근성이 떨어지고, 외국인을 위한 숙소와 음식 등 지역관광 인프라의 글로벌화가 부족한 것이 주요 원인이다. 따라서 경기부양이 필요한 현시점에서 정부 재정을 활용하여 지역관광 인프라를 대폭 확충한다면, 관광산업의 기본 경쟁력을 강화하는 한편 지역경제 활성화도 함께 도모할 수 있을 것으로 판단된다.

둘째, 역내 관광 범위를 아·태지역으로 확대하는 관광전략이 필요하다.

지금의 관광전략에서는 역내 관광의 범위가 한·중·일 3국로 한정되어 있다. 이로 인해 관광객 유인책도 중일에 집중되어 있어, 급성장하는 아·태 신흥경제국 관광수요를 충분히 흡수하지 못하고 있다. 따라서 역내관광의 범위를 아태지역으로 확장하고 이들을 위한 특화 상품 개발 등 유인 전략을 확대하여야 한다. 예로써 아태지역 관광객에게 한국은 겨울과 눈을 즐길 수 있는 가장 저렴한 해외관광지가 될 수 있다.

셋째, 산업 간 융합을 통한 관광 상품 개발을 지속적으로 활성화해야 한다.

헬스케어, 영화축제 등 콘텐츠가 부가된 복합상품은 관광객의 능동적 참여를 유도할 수 있고 부가가치도 높아 집중육성이 필요하다. 예로써, 잠재력이 큰 의료관광 분야를 적극 육성하기 위해서는 관광상품에 대해 의료산업의 상업성을 제한적으로 인정하고 규제를 완화할 필요도 있다. 또한 함평나비축제의 사례처럼 지역 특산물을 활용해 관광 자원화하는 노력도 지속해야 한다.

넷째, 고수익 관광분야인 MICE를 집중 육성하여야 한다.

비즈니스와 연결된 MICE는 우리의 취약한 가격경쟁력과 가격민감성을 극복하고 불거리 부족의 단점을 보완할 수 있는 최적의 대안이다. MICE 확충을 위해서는 MICE 산업육성을 위한 전문기구의 설치, 전시장의 대형화, 교육 과정 개발, MICE 행사 유치 기업에 대한 인센티브 및 금융·세제 지원을 강화 하는 방안 등을 고려해 볼 수 있다.

다섯째, 한국적인 체험의 관광 상품화를 확대하여야 한다.

한국적 체험인 김치 담그기, 도자기 만들기, 태권도 교습, 불교사찰 생활체험(템플 스테이) 등의 관광 상품은 이미 고정 고객을 확보할 정도로 그 가능성을 입증 받고 있다. 따라서 체험 관광 상품의 확산을 위해 상품 기획능력을 갖춘 전문 인력의 양성을 추진하고 정부와 지자체 등 유관기관 간의 협력체계를 구축하는 것이 중요하다.

관광산업의 5대 트렌드 변화와 육성을 위한 시사점

1. 문제제기

- 국내 관광산업은 빠른 산업성장 속도에도 불구하고 한국경제의 성장과 고용 창출 측면에서 그 역할이 미흡
 - 국내 경제에서 관광산업이 차지하는 비중은 GDP 대비 6.7% (2007년 기준)에 불과해 OECD 30개국 중 30위 (OECD 평균: 11.5%)
 - 전 세계 관광객 9억 명 중 한국 방문객수는 689만 명 (비중: 0.77%)에 그치고 있고 총 고용에서 관광산업의 비중은 7.4%에 불과 (OECD 평균: 12.3%)
 - 원화 강세와 국내 관광경쟁력 저하로 관광수지 적자규모는 2004년 이후 해마다 기록을 경신해왔으며 2007년에는 사상최대치인 100억 달러를 넘어섬

< 관광지표 국제비교 (2007년 기준) >

구분	한국	중국	일본	미국	프랑스	스페인	태국	OECD
GDP대비 관광비중(%)	6.7	12.2	10.1	10.2	10.9	18.2	14.9	11.5
총고용대비 관광비중(%)	7.4	9.4	11.8	10.3	13.2	20.0	11.3	12.3
외래관광객 (백만명)	6.9	54.7	8.3	56.0	81.9	59.2	14.5	19.1
관광수지 (억달러)	-101	121	-172	205	175	381	104	0.3

자료: WTTC(2007), UNWTO(2007), 국가경쟁력강화위원회(2008).

- 따라서, 관광산업을 신 성장 동력 및 일자리 창출을 위한 고부가 산업으로 육성하기 위한 새로운 전환점을 마련하는 것이 시급
 - 한국 관광산업의 현 위상과 세계 관광시장의 주요 트렌드를 파악한 후 관광산업 육성을 위한 시사점을 도출하는 것이 필요

2. 한국 관광산업의 현황과 평가

- (취약한 관광경쟁력) 세계경제포럼 (WEF)은 2008년 한국의 관광산업 경쟁력 지수를 130개국 중 31위로 평가하였으며 OECD 30개국 중 25위를 차지
 - 호주, 홍콩, 싱가포르, 일본 등 아·태 지역의 주요관광국에 비해서도 낮은 평가를 받고 있음
 - 특히 관광친밀성 (112위), 가격경쟁력 (106위), 자연자원 (80위), 관광인프라 (70위) 등이 취약한 요소로 지적되고 있음

< 아태 지역 주요 국가의 국제관광경쟁력 비교 (2008년) >

구분	홍콩	싱가포르	호주	일본	중국	태국	한국
종합순위	14	16	4	23	62	42	31
제도와 규제	2	7	30	34	103	63	38
정책 및 법규	2	1	22	32	89	52	33
환경적 지속가능성	60	27	8	48	110	78	50
안전과 보안	7	8	3	74	121	115	67
건강과 위생	1	53	4	23	99	66	38
정책우선순위	9	5	19	41	36	25	34
관광사업 여건 및 인프라	16	13	11	21	70	42	34
항공수송인프라	13	15	3	21	36	27	39
육상수송인프라	2	1	43	9	61	51	15
관광인프라	67	43	12	46	119	39	70
정보통신인프라	8	23	14	18	66	67	6
가격경쟁력	46	25	111	94	17	11	106
인적·문화적·자연 자원	42	37	1	16	13	30	29
인적자원	8	1	14	12	48	65	9
관광친밀성	14	13	63	128	126	20	112
자연자원	55	98	4	40	8	20	80
문화자원	67	47	5	14	19	51	22

자료: WEF(2008), The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008.

- (높은 가격 민감성) 2008년 환율 상승의 영향으로 관광수지 적자규모가 2007년 대비 69% 개선된 31억 달러를 기록하였지만 근본적인 관광경쟁력 향상에 기인한 것이 아니기 때문에 '반짝 효과'에 그칠 가능성이 높음
 - 2008년 관광수입은 전년대비 61.3% 증가한 930억 달러로 집계된 반면 관광지출은 전년대비 22% 감소한 124억 달러를 기록함
 - 이에 따라 지난해 관광수지적자는 2007년 101억 달러보다 70억 달러 (69%) 가량 줄어든 31억 달러로 대폭적인 개선이 이루어짐

< 연도별 방문객수, 출국자수, 관광수지 추이 (2000~2008) >

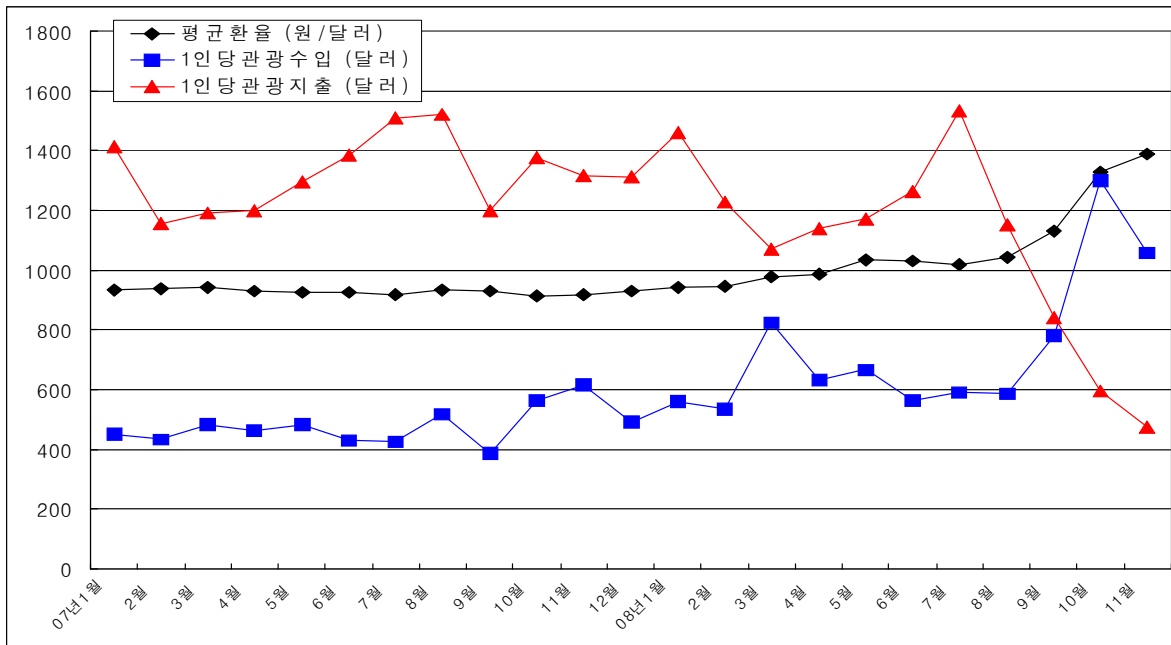
(단위: 명, 천 달러)

연도	방문객수	증가율	출국자수	증가율	관광수입	관광지출	관광수지
2000	5,321,792	14.2%	5,508,242	26.9%	6,811,300	6,174,000	637,300
2001	5,147,204	-3.3%	6,084,476	10.5%	6,373,200	6,547,000	-173,800
2002	5,347,468	3.9%	7,123,407	17.1%	5,918,800	9,037,900	-3,119,100
2003	4,752,762	-11.1%	7,086,133	-0.5%	5,343,400	8,248,100	-2,904,700
2004	5,818,138	22.4%	8,825,585	24.5%	6,053,100	9,856,400	-3,803,300
2005	6,021,764	3.5%	10,080,143	14.2%	5,793,000	12,025,000	-6,232,000
2006	6,155,047	2.2%	11,609,878	15.2%	5,759,800	14,335,900	-8,488,500
2007	6,448,241	4.8%	13,324,977	14.8%	5,750,100	15,879,500	-10,129,400
2008(E)	6,890,841	6.9%	11,996,094	-10.0%	9,300,000	12,400,000	-3,100,000

자료: 한국관광공사 관광통계.

- 2008년 11월, 1인당 수입액 역시 환율효과로 전년 동월 대비 61.9%의 급격한 성장률을 보였으나 1인당 지출액은 전년 동월 대비 50.1%의 감소율을 기록

< 월별 환율 및 1인당 관광수입/지출액 (2007.1~2008.11) >



자료: 한국관광공사, 외환은행.

- (영세한 산업구조와 낮은 생산성) 국내 상위 50대 여행사의 평균매출, 고용인원, 1인당 연간생산성은 각각 미국 상위 50개 여행사의 1.3%, 5.0%, 27% 수준에 불과
 - 한국 상위 50대 여행사의 평균 매출액과 고용인원은 각각 미국 상위 50개 여행사의 1.3%, 5% 수준으로 규모의 경제를 창출하지 못하고 있음
 - 한국의 상위 50대 여행사의 연간 1인당 생산성 역시 미국의 상위 50개 여행사의 1인당 연간생산성 10억 원의 1/3 수준에도 미치지 못하고 있음

< 한국과 미국 상위 50위 여행사의 생산성 비교 >

(단위: 백만 원, 명)

구분		평균매출액	평균고용인원	1인당생산성
한국 상위 50대 여행사	인바운드	8,793	56	157.5백만원/인
	아웃바운드	43,558	128	339.3백만원/인
	평균	26,363	92	285.0백만원/인
미국 상위 50대 여행사	평균	1,956,247	1,849	1,058백만원/인

자료: 류광훈 (2008), 관광산업의 선진화를 위한 과제, 한국관광정책.

- (자원개발의 부진으로 불거리 부족) 외국인 관광객이 지목하는 국내관광의 가장 큰 불만사항은 불거리 부족임
 - 내국인 관광객 역시 높은 관광비용에 이어 불거리 부족을 두 번째로 큰 불만사항으로 지적함

< 외국인과 내국인이 느끼는 국내관광의 불만사항 >

(단위: %)

구분	불거리 부족	열악한 숙박시설	높은 관광비용	열악한 관광시설	불친절한 서비스	도로 및 교통문제	기타	계
외국인	40.8	4.9	26.8	16.0	4.9	3.9	2.7	100.0
내국인	18.4	5.9	46.2	14.8	4.6	9.5	0.6	100.0

자료: 대한상공회의소, 우리나라 관광산업의 경쟁력 및 실태조사, 2007.10.

- (중국과 일본 의존적인 인바운드¹⁾ 시장) **2007년 일본과 중국 국적의 방문객이 전체 방문객의 51.2%를 차지**
 - 일본인 방문객은 지난 10년간 지속적으로 감소하고 있지만 가장 높은 점유율을 유지하고 있음
 - 1998년 5%에 불과했던 중국인 방문객은 2007년 16.6%를 기록하며 10년 사이 11.6%p 상승

< 연도별 국적별 방문객 점유율 추이 (1998~2007) >

(단위: %)

연도	일본	중국	미국	구주	교포	기타	계
2000	46.5	8.3	8.6	8.5	5.2	22.9	100.0
2001	46.2	9.4	8.3	8.3	5.6	22.2	100.0
2002	43.4	10.1	8.6	9.4	5.9	22.6	100.0
2003	37.9	10.8	8.9	10.1	6.0	26.3	100.0
2004	42.0	10.8	8.8	8.6	5.2	24.6	100.0
2005	40.5	11.8	8.8	8.4	4.7	25.8	100.0
2006	38.0	14.6	9.0	8.7	3.7	26.0	100.0
2007	34.7	16.6	9.1	8.7	4.6	26.3	100.0

자료: 한국관광공사 관광통계.

- (미흡한 인트라바운드 시장 활성화) 내국인의 해외관광 수요를 흡수해서 국내관광으로 유도하는 인트라바운드 활성화 방안의 수립과 실행이 미흡
 - 2001년부터 2008년 까지 내국인의 제주도 관광의 경우 관광객 수 31% 증가, 관광

1) 관광시장은 외국인 국내관광 (Inbound Tourism), 내국인 해외관광 (Outbound Tourism), 국민 국내관광 (Intrabound Tourism)의 세 가지 영역으로 구분됨.

관광산업의 5대 트렌드 변화와 육성을 위한 시사점

- 지출 58% 증가했으나, 동기간 해외관광은 관광객 수 97%, 관광지출 89% 증가
- 이는 내국인의 관광수요가 꾸준히 증가하고 있음에도 불구하고, 국내관광에서 충분히 흡수하고 있지 못함을 의미

< 내국인의 제주도 관광과 해외 관광 추이(2001~2008) >

(단위: 천 명, 백만 달러, %)

구분	제주도		해외		제주도		해외	
	관광객수	증가율	출국자수	증가율	관광지출	증가율	관광지출	증가율
2001	3,907	2.2	6,084	10.5	10,917	0.4	6,547	△1.5
2002	4,226	8.2	7,123	17.1	11,525	5.6	9,038	△7.4
2003	4,692	11.0	7,086	-0.5	13,073	13.4	8,248	△30.8
2004	4,603	△1.9	8,826	24.5	13,079	0.0	9,856	43.3
2005	4,641	0.8	10,080	14.2	13,031	△0.4	12,025	12.5
2006	4,852	4.5	11,610	15.2	13,460	3.3	14,336	20.1
2007	4,888	0.7	13,325	14.8	16,034	19.1	15,880	22.0
2008(E)	5,150	5.4	11,996	-10.0	17,330	8.1	12,400	25.5

자료 : 제주특별자치도 관광정책과, 한국관광공사.

- 특히, 국내 골프수요를 수용할 수 있는 인프라 부족으로 지난해 골프 관광으로 인한 적자규모가 3조 원에 이르렀으며 향후 급속히 증가할 것으로 전망됨

< 골프 관광수지 적자 추이 (1998~2007) >

(단위: 만 명)

연도	관광객 수				관광수지적자
	내국인 출국		외국인 입국		
	총인원	골프관광	총인원	골프관광	
2006	1,150	100 (8.7%)	617	6 (1.0%)	1.88조
2007	1,265	125 (9.9%)	642	5 (0.8%)	2.40조
2008	1,391	153 (11%)	668	5 (0.8%)	2.96조
2009	1,530	171 (12%)	695	5 (0.7%)	3.32조
2010	1,645	186 (13%)	724	5 (0.7%)	3.62조
2011	1,768	201 (14%)	752	5 (0.7%)	3.92조
2012	1,901	304 (16%)	783	5 (0.6%)	5.98조

자료: 정경일, 국내 골프관광상품 활성화 방안, 2008.10.17 재인용.

3. 관광산업의 5대 트렌드 변화

① 아·태지역 신흥 경제국의 관광수요 급증

- (동향) 아·태지역의 아웃바운드 관광객은 2000년부터 연평균 6.9%씩 증가하여 2007년 1억 8,000만 명에 이르러 전 세계 관광객 중 20.1%를 차지
 - 베트남, 중국, 태국, 인도 등 1인당 GDP가 2,500달러에서 8,000달러 사이에 있는 아·태지역 신흥경제국의 아웃바운드 관광수요가 급성장
 - 중국인 해외여행자는 2000년 이래 급속한 성장을 지속해 오고 있으며 2007년 4,095만 명을 송출해 아시아 최대 아웃바운드 시장으로서 부상
 - 해외여행의 80%가 동일한 역내에서 이루어짐에 따라 한국을 방문하는 아·태 지역 신흥 경제국의 방문자 수도 급증

< 아태 지역 주요 신흥 경제국의 1인당 GDP와 한국 방문자수 (2005~2008) >

(단위: 달러, 명)

국가	1인당 GDP	2005년	2006년	2007년	2008년	연평균성장률
베트남	2,589	45,455	46,077	60,262	76,402	18.9%
중국	5,325	710,243	896,969	1,068,925	1,167,891	18.0%
태국	7,907	112,724	128,555	146,792	160,687	12.5%
인도네시아	3,728	62,294	62,869	67,450	81,001	9.1%
인도	2,563	58,560	62,531	68,276	73,130	7.7%
필리핀	3,383	222,655	248,262	263,799	276,710	7.5%

자료: IMF, 한국관광공사 관광통계.

- (전망) 아·태 지역 신흥경제권의 관광수요는 지속적으로 증가하고 특히 중국은 2020년 세계 5대 아웃바운드 시장으로 성장할 것으로 전망됨
 - UNWTO에 의하면 2020년까지 아·태지역의 역내, 역외 관광 성장률은 각각 6.7%와 5.9%로 예상되어 세계 6대 권역 중 가장 높은 수준임
 - 특히, 중국은 2020년까지 연평균 8.9%의 성장을 통해 세계 5대 아웃바운드 송출국에 오를 것으로 전망됨

② Tourism Technology (T2)의 부상과 관광산업의 융·복합

- (개념) 관광수요 다양화와 행태 다변화의 패러다임 변화 속에서 산업간 융·복합화를 지향하는 T2의 적용으로 다양한 관광 상품이 출현
- T2는 관광 상품 개발에서 전달에 이르는 가치사슬 각 단계마다 부가가치를 더해 주는 공학적 틀을 의미
- T2는 새로운 패러다임을 관광산업에 접목하여 농어촌 관광, 의료관광, 음식관광, 스포츠 관광 등과 같은 융·복합된 관광형태를 창출해 부가가치를 향상시키는 것이 궁극적인 목적

< 타 산업과 관광산업 간 융복합 유형과 사례 >

유형	설명	주요 사례
축제관광	전통문화와 독특한 주제를 배경으로 한 지역 축제를 관광상품화	안동국제탈춤 페스티벌 함평나비축제
의료관광	의료서비스와 휴양, 레저, 문화 활동 등 관광 활동이 결합된 새로운 관광형태	한류성형관광 제주헬스케어타운
웰빙관광	휴양 문화와 관광이 결합된 형태로써 '관광을 통해 삶의 질 향상을 추구하는' 관광 트렌드	자연휴양림 관광 온천관광 상품
음식관광	지역 특산물과 고유 음식의 공급, 유통 및 소비의 통로로 관광활동을 유발	보성 차밭 관광프로그램 대구의 김치 관광
스포츠관광	스포츠이벤트와 관광을 연계시켜 상품화하는 관광형태	올림픽 관광 월드컵 관광
영화관광	영화·드라마와 관광을 연계시켜 영화제, 세트장, 촬영지 등을 관광상품화 하는 관광형태	부산 국제영화제

자료: 한국관광연구원, 관광산업 복·융합 촉진방안, 2006.

- (전망) 의료, 휴양, 레저, 요양, 스포츠, 문화 활동 등과 관광서비스가 융·복합된 관광형태의 급성장이 예상됨
- 2008년 전 세계 의료관광 시장은 210억 달러에 달하며 2017년에는 4,950억 달러에 달할 것으로 전망됨
- 국내 공인문화축제는 1999년 21개에서 2007년 52개로 증가하였으며 총관광객 수도 1999년 950만 명에서 2010년 5,200만 명으로 급증할 것으로 전망됨

③ 생태 자연관광의 확산

- (개념) 생태자연관광은 대규모 시설조성 중심의 관광개발이 아닌 지역이 보유한 특색 있는 자연자원을 활용하는 지역사회 중심적 관광지 개발을 추구
 - 환경친화적 관광개발과 훼손된 생태계의 보존·복원을 지향하는 생태관광에서 자연관광, 대안관광, 지속가능관광 등으로 개념이 확대되고 있음
 - 환경인식을 제고하고 지역정서에 좋은 영향을 미치는 자연생태, 지역, 관광객이 어울릴 수 있는 양질의 프로그램 개발이 핵심

< 생태자연관광과 기존관광의 차이점 >

구분	생태자연관광	기존 관광
특성	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 질을 중시한 관광 ▪ 자원을 고려한 적절한 규모 결정 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 양을 중시한 관광 ▪ 대규모 관광객을 유치하는 것이 관건
관광목표	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 자연의 독특한 특성을 유지하고 활용 ▪ 소규모, 분산, 저밀도 개발 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 대규모, 집중적, 고밀도 개발 ▪ 자원 관광화에 따른 경제적 이익 우선
계획초점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 관광객을 위한 프로그램 발굴 ▪ 자연과의 조화 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 관광객 이용시설 중심 개발 ▪ 물리적 시설 중심
개발주체	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 지방자치단체 및 기타 공공 기관 ▪ 지역주민의 적극적인 참여 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 국가, 공공기관, 민간사업자, 대기업 ▪ 지역주민은 종속적, 방관적
계획수립 방향	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 환경보전과 지속가능한 발전 ▪ 환경을 우선한 시설배치 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 先개발 後보전의 형태 ▪ 관광서비스 개발을 위한 시설물 배치
관광화 결과	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 환경, 지역, 관광객의 상생 ▪ 환경인식제고, 지역정서에 좋은 영향 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 자연훼손으로 인한 관광매력 감소 ▪ 환경인식저하, 지역정서에 부정적 영향
시장성격	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 소규모 시장, 특정 지배시장 없음 ▪ 계절성 극복 가능 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 대규모, 하나의 지배적인 표적시장 ▪ 높은 계절성

자료: 국토연구원, 생태관광 활성화 방안 연구, 2005 참조 재구성.

- (전망) 세계 관광시장에서 녹색 생태관광의 점유비율은 2004년 7%에서 2012년 25%까지 증가할 것으로 전망됨
 - 생태관광과 자연관광은 전체 관광시장 성장률보다 3배가 빠른 연간 20% 이상 성장하면서 2012년 점유율이 25%에 달할 것으로 보임
 - 전 국민 여행행태조사에서 우리나라 국민 중 약 11.7%는 철새도래지, 갯벌, 습지 등을 방문한 것으로 조사되었으며 2010년 생태관광의 국내관광 총량은 6천 8백만 명에 이를 것으로 전망됨

④ **Business Tourism** 시장의 부상

- (개념) **Business Tourism**은 사람을 중심으로 상품, 지식, 정보 등의 교류를 위한 모임을 주선하는 관광 형태로서 **MICE**²⁾로 표현되는 회의, 포상관광, 컨벤션, 전시 등을 포함
 - 회의는 국내외 모든 유형의 회의를 포함하여 포상관광은 기업 직원이나 고객에게 포상의 일환으로 제공되는 단체여행
 - 컨벤션은 특정 이슈를 토론하기 위해 공인된 3개국 이상의 단체가 참가하는 회의이며 전시는 박람회 등 회의를 유발할 수 있는 산업전시를 의미
- (동향) 전 세계 **MICE** 시장은 **300억 달러** 규모로 추정되며 국내 **MICE** 시장은 국제회의 유치 위주로 발전되어 왔음
 - 전 세계 MICE 시장은 300억 달러 규모로 추정되며 연간 5,000만 명이 MICE 참석을 목적으로 여행
 - 국내 MICE 시장은 국제회의유치 위주로 발전되어 왔으며 전체참가자 수가 300명 이상인 국제회의의 2006년 국내 개최건수가 2001년 대비 41% 증가

< 주요국가별 국제회의 개최 수 추이 (2001~2006) >

구분		2001	2002	2003	2004	2005	2006
세계	개최건수(회)	9,670	10,349	10,990	10,785	10,050	8,871
	증감율(%)	-7.1	7.0	6.2	-1.9	-6.8	-11.7
한국	개최건수(회)	131	123	160	164	185	185
	세계순위(등)	18	20	18	17	14	16

자료: UIA (Union of International Associations), 한국관광공사, 2007.

- (전망) **Business Tourism**의 시장성장률은 관광산업 평균수준으로 예상되지만 고수익 관광분야이며 도시마케팅의 중요한 수단으로 부상
 - MICE의 시장 성장률은 평균 수준이나 고수익 관광산업 분야로서 방한관광객의 국내지출액이 일반관광객보다 2.8배 (\$2,488)나 높음

2) MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibition) - 기업회의, 포상관광, 컨벤션, 전시

⑤ 체험관광의 확산

- (개념) 단순히 보고 즐기는 관광을 벗어나 스스로 손과 몸을 움직여 직접 해보고 배우는 관광을 의미
 - 체험관광은 이문화적 요소 혹은 기억에 남을만한 현상에 대한 강도 높은 체험활동으로 이루어짐
 - 지역사회나 자연환경과의 직접적인 접촉을 통해 이해의 폭을 넓히고 적극적으로 창조적인 참여활동을 통하여 지적요구를 충족

< 체험관광의 유형 >


구분	주요동기	체험내용	주요사례
문화체험	창의적 체험, 지적체험	다른 지역의 문화 및 예술에 대한 지적 호기심을 충족하기 위하여 창조적인 형태의 활동을 추구하는 체험	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 제작실습체험 ▪ 전통문화 교육체험 ▪ 종교문화체험
생활체험	대인교류감	일정기간 체류를 통해 현지인과 교류하며, 현지생활을 있는 그대로 체험	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 전통생활체험 ▪ 농어촌생활체험
생태체험	자연친화감	자연을 훼손하지 않으면서 자연의 일부분으로서 동화(同化)되려는 체험	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 관찰체험(갯벌생태체험, 조류관찰체험 등)
모험체험	모험감	경쟁심이나 모험심 등의 심리적 욕구에 의한 활동으로 일반적으로 신체활동을 필요로 하며, 때로는 위험을 수반하는 체험	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 특이지역탐방체험 ▪ 레포츠체험(트래킹, 래프팅, 산악자전거 등)
특이체험	신기·이색체험	거주지역에서는 경험할 수 없는 방문지역에서만 특이한 문화 체험	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 건강미용체험 ▪ 안보체험

자료: 한국관광연구원, 체험관광상품 개발 활성화 방안, 1999.

- (전망) 향후 관광 상품의 개발은 관광자원과 서비스의 단순한 조합에 그치지 않고 이들과 문화, 이미지, 상징을 결합하는 경험상품의 개발로 전환될 것으로 예상됨
 - 관광소비자는 관광 상품 그 자체가 아닌 상품에 담겨 있는 스타일과 이야기, 신체적 감동, 정신적 감동을 동시에 구매

4. 관광산업 육성을 위한 시사점

- **(재정지출을 활용한 지역관광 인프라 확충)** 경기부양이 필요한 현시점에서 정부재정을 활용하여 지역관광 인프라를 대폭 확충한다면 관광산업의 기본 경쟁력을 강화하는 한편 지역경제 활성화도 함께 도모할 수 있음
 - 현재 한국의 관광상품은 서울과 제주도 등 지역적 편중 현상이 심하여, 지역 관광자원의 효율적 활용이 불가능한 상황
 - 이는 지역관광 자원의 외국인 관광객 접근성이 떨어지고, 외국인을 위한 숙소와 음식 등 지역관광 인프라의 글로벌화가 부족한 것이 주요 원인
- **(신흥경제국 관광수요의 흡수) 한·중·일 3국으로 한정되어 있는 역내 관광의 범위를 아·태 지역 신흥 경제국까지 확대하여 관광 전략을 수립**
 - 중국과 일본 의존적인 인바운드 시장을 개선하기 위하여 급성장하고 있는 아·태 지역 아웃바운드 수요를 흡수할 수 있는 방안을 구상
 - 예로써 아태지역 관광객에게 한국은 겨울과 눈을 즐길 수 있는 가장 저렴한 해외 관광지가 될 수 있음
- **(융합 관광상품 개발의 활성화) T2를 활용하여 산업 간 융합을 통한 관광 상품 개발을 활성화하여 불거리 부족 문제를 해결**
 - 헬스 케어, 영화축제 등 콘텐츠가 부가된 복합상품은 관광객의 능동적 참여를 유도할 수 있고 부가가치도 높아 집중 육성 해야 함
 - 예로써 잠재력이 큰 의료관광 분야를 적극 육성하기 위해서는 의료산업의 상업성을 관광상품에 대해 부분적으로 인정하고 규제를 완화할 필요도 있음
 - 또한 서비스 유형, 가격, 선호, 국가를 기준으로 환자군을 세분화하고 통역을 제공하는 등 서비스의 질을 높일 수 있는 특화된 환자유치 전략을 시행

- **(관광산업의 고부가화) 취약한 가격경쟁력과 가격민감성을 극복하기 위하여 고수익 관광분야인 MICE를 육성하여 관광산업의 고부가화를 도모**
 - MICE 전 영역을 포괄하는 육성전략의 수립과 정부 부처 간, 정부 기업 간 협력 시스템 구축이 시급
 - 업종별로 국제 수준의 MICE 상품을 발굴하고 소규모의 전시회를 통합하며 지역별 특화 상품을 개발
 - MICE 산업 육성을 위한 정부 내 전담기구의 설치, 전시장의 대형화, 교육 과정 개발, MICE 행사 유치 기업에 대한 인센티브 및 금융·세제 지원을 강화
- **(한국적 체험의 관광 상품화) 세계관광시장에서 한국 관광자원 (상품)의 차별화를 위한 포지셔닝 전략의 일환으로 한국적인 체험의 관광 상품화를 추진**
 - 한국적 체험인 김치 담그기, 도자기 만들기, 태권도 교습, 불교사찰 생활체험 (템플 스테이) 등의 관광 상품은 이미 고정 고객을 확보할 정도로 그 가능성을 입증 받고 있음
 - 상품 기획능력을 갖춘 전문 인력의 양성을 추진하고 상품개발을 위한 유관기관 간의 협력체계 구축 

김종호 연구위원 (3669-4133, jonghokim@hri.co.kr)

HRI 經濟 指標

🔗 主要 經濟 指標 推移와 展望

주요 경제지표 추이와 전망							
		2007(P)	2008(E)	2009(E)	상반기	하반기	
국민 계정	경제성장률 (%)	5.0	4.1	3.1	2.2	3.8	
	최종소비지출 (%)	4.7	2.3	1.1	0.9	1.2	
	민간소비 (%)	4.5	2.0	0.8	0.7	0.9	
	총고정자본형성 (%)	4.0	0.3	2.1	1.3	2.9	
	건설투자 (%)	1.2	-1.4	2.2	1.5	2.8	
	설비투자 (%)	7.6	1.5	2.3	1.2	3.3	
대외 거래	경상수지 (억 \$)	60	-59.3	25	15	10	
	통 관 기 준	무역수지 (억 \$)	146	-130	54	20	34
		수출 (억 \$)	3,715	4,224	4,558	2,194	2,364
		증가율 (%)	(14.1)	(17.4)	(4.0)	(2.5)	(5.4)
		수입 (억 \$)	3,568	4,354	4,504	2,174	2,330
		증가율 (%)	(15.3)	(22.0)	(0.8)	(-1.5)	(3.1)
기 타	소비자물가 (평균, %)	2.5	4.7	3.3			
	실업률 (%)	3.2	3.3	3.5			
	국제유가(Dubai, \$)	68	94	60			
금 용	원/\$ 환율 (평균, 원)	929.0	1,103.4	1,200.0			
	국고채금리 (3년만기, 평균 %)	5.23	5.27	4.8			