

12-07 (통권 제 508호)

2012. 7. 11.

지속가능 성장을 위한

VIP REPORT

■ 일천만 외래관광객 시대의 새로운 트렌드 변화

발행인 : 김 주 현
편집주간 : 한 상 완
편집위원 : 주원, 장후석, 백흥기
발행처 : 현대경제연구원
서울시 종로구 연지동 1-7
Tel (02)2072-6240 Fax (02)2072-6249
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 산업연구본부(02-2072-6240)로 연락해 주시기 바랍니다.

목 차

■ 일천만 외래관광객 시대의 새로운 트렌드 변화

Executive Summary	i
1. 1,000만 외래관광객 시대의 한국 관광산업	1
2. 국내 외래관광객의 4대 트렌드 변화	3
3. 관광산업 경쟁력 확보를 위한 시사점	12

■ HRI 경제 지표	14
-------------------	----

1,000만 외래관광객 시대	
외래 관광객 증가	<ul style="list-style-type: none"> - 2012년 국내 외래관광객 1,000만 시대 돌파 예상 · 국내 외래관광객 2000년 532만명에서 2011년 979만명 연평균 5.7% 증가
관광산업의 경제적 효과	<ul style="list-style-type: none"> - 관광산업의 경제적 비중 감소 · 2000년 GDP의 6.6%에서 2011년 5.2%로 1.4%p 감소 - 국내 GDP의 5.2%(589억 달러), 고용의 5.6%(138만명)로 주요국 대비 낮음 · 프랑스 GDP의 9.3%, 고용의 10.4%, 미국 GDP의 8.7%, 고용의 10.2%, 중국 GDP의 9.2%, 고용의 8.1%, 일본 GDP의 6.7%, 고용의 7.0%

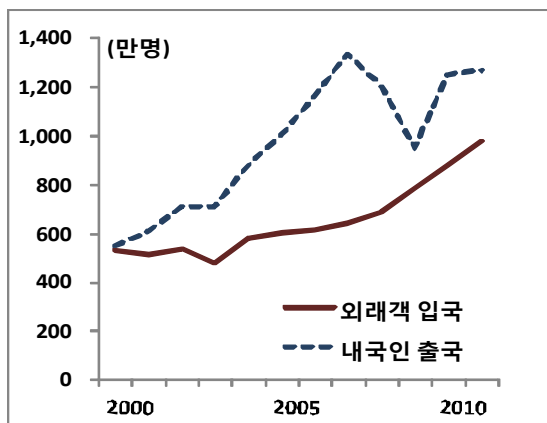
외래관광객의 4대 트렌드 변화	
지역	<ul style="list-style-type: none"> - 아시아 관광객의 증가 · 일본, 중국 및 동남아시아 등 아시아 지역 관광객이 지속적으로 증가 · 2005~2011년 연평균 증가율: 중국 20.9%, 동남아 8.7%, 일본 5.1% · 중국 관광객 급증으로 중국 비중 2005년 11.8%에서 2011년 22.7%로 증가 · 여행 거리와 관광수요는 반비례, 국내 관광객의 80% 이상이 5,000km 이내
계층	<ul style="list-style-type: none"> - 1인당 평균 총지출 1,000달러 이상의 관광객 비중 확대 · 전체 관광객의 1인당 평균 총지출은 1,333달러에서 1,410달러로 증가 · 1,000달러 이상 관광객의 비중은 2005년 45.1%에서 2011년 52.7%로 증가 - 특히, 3,000달러 이상 고소비를 주도하는 중국 관광객 계층의 증가 · 중국의 3,000달러 이상 지출 비중 2005년 14.6%에서 2011년 21.9%로 증가
유형	<ul style="list-style-type: none"> - 관람형 관광보다 쇼핑형 관광이 새롭게 각광받고 있음 · 쇼핑형 관광객 2007년 12.6%에서 2011년 35.5%로 약 3배 정도 급증 · 쇼핑 지출 2005년 392달러(29.4%)에서 2011년 588달러(41.7%)로 크게 증가 - 아시아 관광객의 경우 쇼핑형 관광 비중이 가장 높음 · 2011년 쇼핑형 관광객 비중: 일본 38.8%, 중국 38.2%, 동남아시아 34.9%
기간	<ul style="list-style-type: none"> - 3박이하의 관광객보다 4박 이상 등의 장기체류 관광객이 증가 · 3박이하의 관광객은 2005년 49.6%에서 2010년 45.6%로 감소 · 반면, 4박~6박 이하 관광객은 29.0%에서 29.9%로 소폭 증가했으며, 6박 이상의 장기 체류 관광객도 2005년 21.5%에서 2010년 24.5%로 증가함

관광산업 경쟁력 강화를 위한 시사점
<p>첫째, 쇼핑관광을 선호하는 사람들을 위한 테마 쇼핑형 관광지 개발에 주력</p> <p>둘째, 중국 등 아시아 고소비 관광객 계층에 적합한 맞춤형 관광프로그램 개발</p> <p>셋째, 장기체류관광객을 관람 등 다양한 관광으로 유도하는 연계 프로그램 개발</p> <p>넷째, 아시아 관광객을 위한 관광 인프라 개선으로 관광산업의 기반 경쟁력 확보</p>

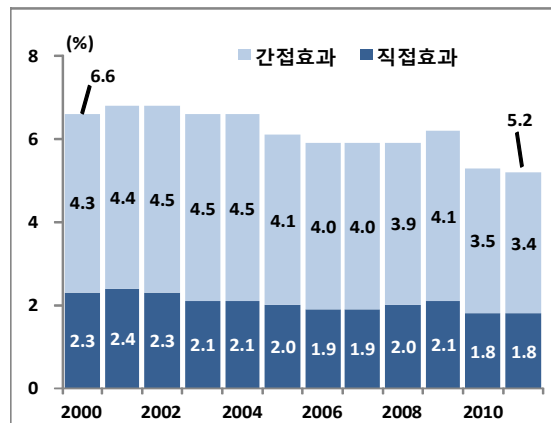
1. 1,000만 외래관광객 시대의 한국 관광산업

- 최근 아시아 지역의 관광객이 큰 폭으로 증가함에 따라 국내 총 외래 관광객 수는 2012년 1,000만 명을 돌파할 것으로 예상
 - 한국을 방문한 외래 관광객은 2000년 532만 명에서 연평균 5.7%로 증가해 2011년에는 약 두 배 규모인 979만 명 규모로 증가
 - 특히 최근 일본, 중국, 필리핀, 태국 등 아시아 지역 관광객 수는 2005년 444만 명에서 2011년 766만 명 규모로 연평균 약 10% 수준으로 증가하였으며, 이에 따라 총 외래 관광객 중 비중도 2005년 73.7%에서 2011년 79.7%로 증가
- 외래 관광객 수 증가에도 불구하고 국내 관광산업의 GDP 대비 비중 및 총고용에서 차지하는 비중 등의 경제적 파급효과는 2000년 이후 감소 추세임
 - 숙박, 운수, 여행업 등 국내 관광산업으로 인한 직접적 경제적 효과는 2000년 GDP의 2.3%에서 2011년 1.8%로 0.5%p 감소하였으며, 간접 효과를 고려한 경제적 총효과는 GDP의 6.6%에서 2011년 5.2%로 1.4%p 감소¹⁾
 - 관광산업의 직간접적 고용효과를 고려한 총고용 대비 비중 역시 2000년 6.7%에서 2011년 5.6%로 1.1%p 감소

< 외래객 입국 및 내국인 출국 추이 >



< 국내 관광산업의 GDP 대비 비중 추이 >



자료: 관광지식정보시스템, WTTC.

주: 외교, 방문동거, 거주, 군인 및 영주 자격은 외래객 입국에서 제외되며, 외래객 입국 목적에 따라 관광, 상용, 공용, 유학연수 등으로 분류.

1) 직접효과는 숙박, 운수, 여행업 등 관광산업과 직접적으로 연계된 부문의 총부가가치 산출 규모를 의미하며, 간접효과는 직접효과가 전체 산업 부가가치에 미치는 영향을 산업연관분석을 통해 산출한 값을 의미함.

일천만 외래관광객 시대의 새로운 트렌드 변화

- 주요국과 비교해 볼 경우 국내 한국의 여행 및 관광산업의 부가가치와 고용 창출력은 낮은 수준임
 - 한국의 경우 GDP 및 고용에 미치는 직접효과가 일본(GDP 2.1%, 고용 2.2%), 중국(GDP 2.8%, 고용 2.9%), 프랑스(GDP 3.7%, 고용 4.3%), 미국(GDP 2.9%, 고용 4.7%) 등과 비교시 다소 적은 편임
 - 그러나 간접효과를 고려한 경제적 총효과를 비교해보면(GDP 5.2%, 고용 5.6%)로 중국, 프랑스, 미국 등과의 격차가 더 벌어지는 것으로 나타남

- 한편 UNWTO에 따르면 2011년 국제 관광객수는 9.8억명 수준이며 2012년에는 10억 명을 돌파할 것으로 전망²⁾
 - 전세계 여행객수는 2002년 이후 연평균 약 3.7%로 증가하여 2011년 현재 9.8억 명에 달하며, 관광으로 인한 수입은 2010년 기준 9,260억 달러 수준임

< 각국별 관광산업의 경제적 효과 비교 >

구 분		한국	일본	중국	미국	프랑스
직접 효과	GDP	207억 달러 (1.8%)	1,234억 달러 (2.1%)	1,815억 달러 (2.6%)	4,340억 달러 (2.9%)	1,028억 달러 (3.7%)
	고용	53만 명 (2.2%)	140만 명 (2.2%)	22백만 명 (2.9%)	570만 명 (4.7%)	120만 명 (4.3%)
총효과	GDP	589억 달러 (5.2%)	3,905억 달러 (6.7%)	6,427억 달러 (9.2%)	1조 3천억 달러 (8.7%)	2,569억 달러(9.3%)
	고용	138만 명 (5.6%)	439만 명 (7.0%)	62백만 명 (8.1%)	14백만 명 (10.2%)	273만 명 (10.4%)

자료: Travel & Tourism Economic Impact 2012, WTTC.

주: 2011년 연평균 환율 적용.

- 따라서, 관광산업의 부가가치 창출력을 제고하고 관광 선진국으로 발돋움하기 위해 외래 관광객들의 특징을 분석하고 이를 통해 국내 관광산업의 경쟁력 제고를 위한 시사점을 살펴봄

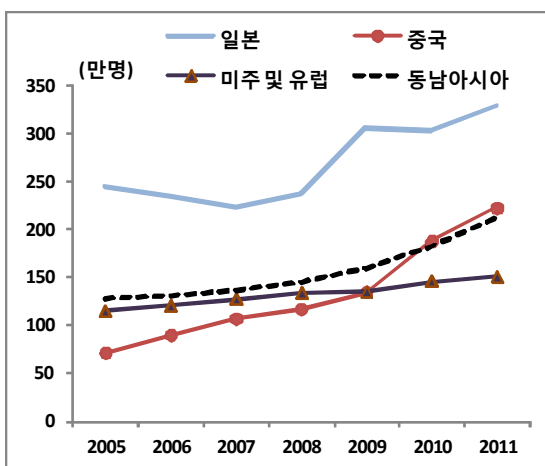
2) 'One billion tourists key to creating jobs and stimulating the economy(WTO, 2012.3.6).'

2. 국내 외래 관광객의 4대 트렌드 변화

○ 지역 : 근거리형 아시아 관광객 증가

- 2005년 이후 국가별 외래 관광객 추이를 볼 경우 일본, 중국 및 동남아시아 등 아시아 지역 관광객이 지속적으로 증가
 - 일본 관광객은 2005년 244만 명에서 2007년 224만 명으로 다소 감소했으나 이후 한류 열풍에 힘입어 2011년 329만 명으로 다시 빠르게 증가
 - 중국 관광객은 2005년 71만 명에서 2011년 222만 명으로 연평균 20.9%로 급격히 증가하였으며, 동남아시아 관광객 역시 연평균 8.7%로 빠르게 증가
- 이에 따라 중국과 동남아시아의 외래 관광객 비중이 증가하였으며 일본, 미주 및 유럽 지역의 외래 관광객 비중은 감소
 - 중국 관광객이 급격히 증가함에 따라 전체 외래 관광객 중 중국이 차지하는 비중은 2005년 11.8%에서 2011년 22.7%로 크게 증가함
 - 국내 외래 관광객 중 일본이 차지하는 비중은 2005년 40.5%에서 2011년 33.6%로 감소하였지만 여전히 가장 높은 비중을 차지
 - 미주 및 유럽 관광객의 비중은 2005년 19.1%에서 2011년 16.6%로 감소

< 국가별 외래 관광객 추이 >



< 국가별 외래 관광객 비중 변화 >

	(%)		
	2005	2008	2011
아시아	73.5	72.5	77.9
일본	40.5	34.5	33.6
중국	11.8	16.9	22.7
동남아시아	21.2	21.1	21.6
미주 및 유럽	19.1	19.4	16.6
미국	8.8	8.9	6.8
캐나다	1.4	1.5	1.2
러시아	2.4	2.0	1.6
영국	1.2	1.3	1.1

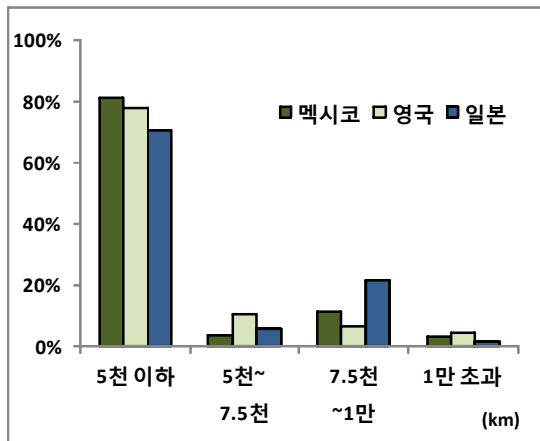
자료: 관광지식정보시스템 자료를 연구원 자체 재구성.

주: 아시아는 일본, 중국, 홍콩, 싱가포르, 대만, 태국, 말레이시아, 미주 및 유럽은 미국, 캐나다, 영국, 프랑스, 독일, 러시아를 포함.

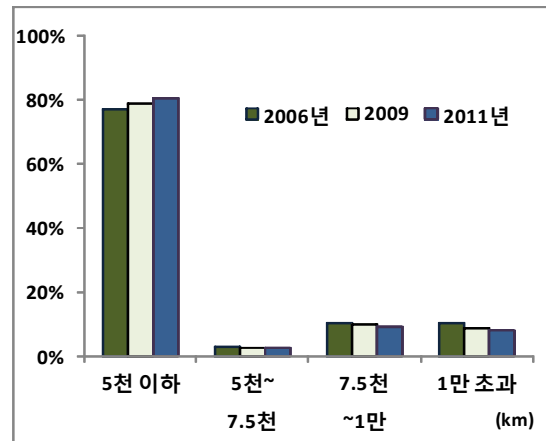
< 참고 > 거리조락 현상과 근거리 관광객 현황

- 특정 국가에 대한 관광수요는 거리가 멀어질수록 관광객이 감소하는 거리조락현상(Distance decay)³⁾이 발생
 - 국제관광시 이동시간을 고려하여 여행거리를 5,000km(5시간), 7,500km(9시간), 10,000km(11시간 이상)로 구분⁴⁾
 - 거리에 따른 멕시코, 영국, 일본의 외래 관광객 수 변화를 보면 거리가 멀어질수록 관광객이 감소하는 현상이 뚜렷이 나타남
 - 5,000km 이내 국가의 경우 멕시코 81%, 영국 78%, 일본 71% 등 근거리 국가의 관광객이 전체 관광객의 70~80%를 차지
- 한국 역시 거리와 관광수요간 반비례 관계가 나타나며, 특히 5,000km 이내의 관광객이 전체 관광객의 80% 이상을 차지하고 있음
 - 한국의 경우도 일본(330만명), 중국(220만명), 대만(43만명), 홍콩(28만명) 등 2,500km 이내 국가의 관광객이 2011년 기준 전체의 66%를 차지
 - 필리핀(34만명), 태국(31만명), 말레이시아(16만명) 등 5,000km 이내 국가를 포함할 경우 전체 관광객의 80%인 762만명 수준임

<주요국 여행 거리별 외래 관광객 비중>



<국내 여행 거리별 외래 관광객 비중>



자료: Sector Turístico en México, Japan National Tourism Organization, 한국관광공사.
 주: 멕시코, 영국은 2010년 기준, 일본은 2011년 기준.

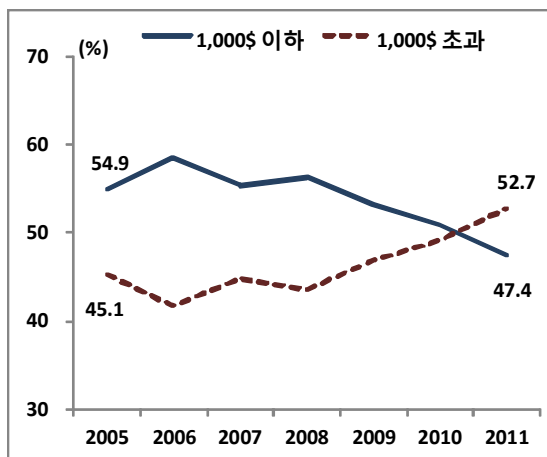
3) 거리조락(Distance decay): 공간상에서 거리가 멀어질수록 특정 현상의 밀도나 크기가 감소하는 현상.
 4) 비행시간은 해당 거리에 위치한 주요 취항지에 대한 왕복 비행시간 평균으로 산출. 이동시간이 3~5시간 이내의 경우 만나질 내에 이동이 가능한 거리인 반면 9시간 이상은 이동에 약 1일이 소요됨을 감안.

○ 계층 : 고소비 계층의 관광객 비중 확대

- 한국을 방문하는 외래 관광객 중 1인당 평균 지출액이 1,000달러를 초과하는 관광객 비중은 증가 추세임
 - 1인당 평균 지출액이 1,000달러 초과인 관광객 비중은 2005년 45.1% 수준이었으나 2011년 52.7%로 증가
 - 반면 1,000달러 이하인 관광객 비중은 2005년 54.9%로 절반 이상이였으나 2011년 47.4%로 감소하였음

- 국내 외래 관광객 중 비중이 빠르게 증가하고 있는 아시아 지역 관광객의 경우 1인 평균 지출액이 1,000달러를 초과하는 비중이 크게 증가함
 - 아시아 지역 관광객 중 1,000달러 초과 비중은 2005년 43.3%에서 2011년 54.6%로 크게 증가한 반면 1,000달러 이하는 56.7%에서 45.4%로 감소
 - 특히 2,000달러 이상 지출하는 비중이 2005년 16.0%에서 2011년 18.3%로 증가하는 등 지출 금액이 큰 고소비형 아시아 관광객 비중이 증가하고 있음

< 1인당 평균 총지출 천달러 초과 관광객 비중 추이 >



< 아시아 관광객의 1인당 평균 총지출 경비별 비중 >

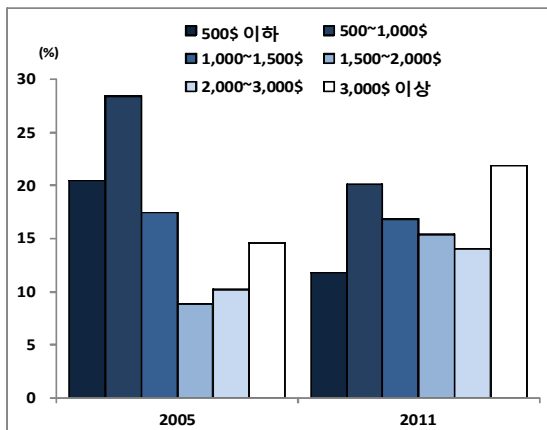
	비중 (%)	
	2005년	2011년
1,000\$ 이하	56.7	45.4
500\$ 이하	23.3	15.2
500~1,000\$	33.4	30.2
1,000\$ 초과	43.3	54.6
1,000~2,000\$	27.3	36.4
2,000\$ 이상	16.0	18.3

자료: 관광지식정보시스템 자료를 연구원 자체 재구성.
 주: 1인 평균 총지출비용은 숙박비 포함.

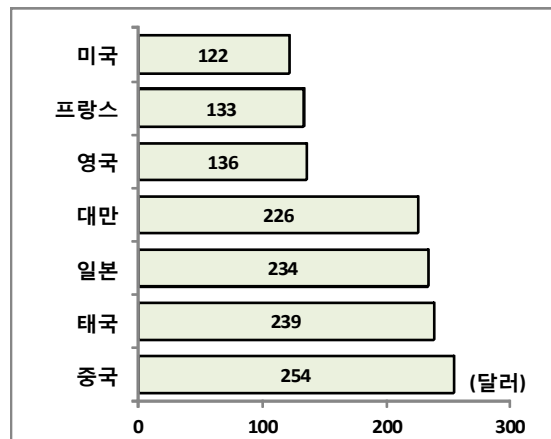
일천만 외래관광객 시대의 새로운 트렌드 변화

- 특히 중국의 1인당 총지출경비 분포 변화를 보면 고액을 지출하는 관광객 비중이 매우 높은 수준으로 증가함
 - 중국 관광객 중 1,000달러 이하 지출 비중은 2005년 48.9%에서 2011년 31.9%로 감소한 반면 1,000달러 이상 지출 비중은 51.1%에서 68.1%로 크게 증가
 - 보다 세부적으로 볼 경우 중국의 3,000달러 이상 지출 비중은 2005년 14.6%에서 2011년 21.9%로 증가하였으며, 2,000~3,000달러 비중도 10.2%에서 14.0%로 증가한 것으로 나타남
- 체류기간을 고려한 1일 평균 지출의 경우 2011년 중국 등 아시아 국가의 지출이 높게 나타났으며, 미국, 프랑스, 영국 등의 지출은 상대적으로 낮게 나타남⁵⁾
 - 1인당 총지출 경비가 체류기간이 길수록 증가하는 경향을 고려하여 1일 평균 지출액을 비교해 볼 경우에도 중국은 평균 254달러로 가장 높게 나타났으며, 태국(239달러), 일본(234달러), 싱가포르(232달러) 순으로 나타남
 - 영국(136달러), 프랑스(133달러), 미국(121달러), 독일(119달러)은 전체 평균인 213달러보다 낮은 수준으로 나타남

<중국의 1인당 평균 지출 경비 분포 변화>



<국가별 1일 평균 지출 경비(2011년)>



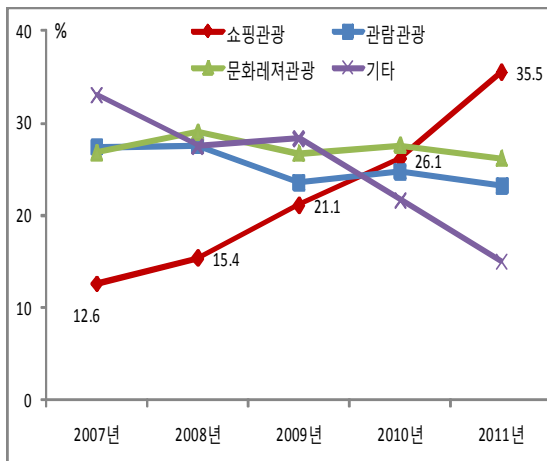
자료: 관광지식정보시스템 자료를 연구원 자체 재구성.
 주: 1인 평균 총지출비용은 숙박비 포함.

5) 국가별 1인당 평균 지출을 보면 2011년 기준 중동(2,030달러), 러시아(1,973달러), 중국(1,940달러), 싱가포르(1,872달러) 순서로 나타남.

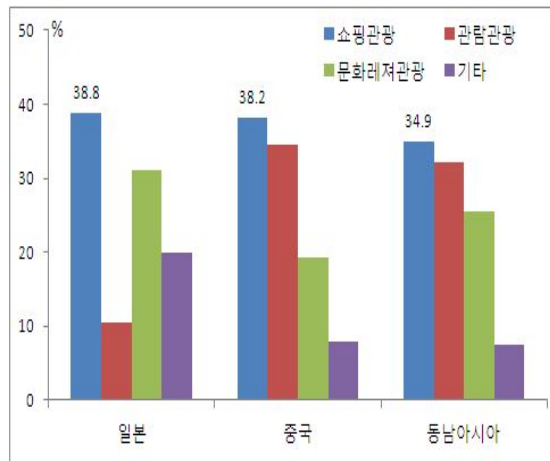
○ 유형 : 쇼핑형 관광객의 증가

- 국내 외래 관광객을 분석해보면, 단순 관람형 관광객보다 쇼핑형 관광객이 최근 급격히 증가하고 있음
 - 자연이나 인문역사 등을 관람하는 관람관광이나 문화레저관광의 경우 관광객 비중은 25% 전후에서 정체되거나 감소되고 있음
 - 반면, 쇼핑형 관광객 비중은 2007년 전체 관광객 중 12.6%에 불과했으나, 2011년에는 35.5%를 기록하는 등 약 3배 정도 급증하는 추세를 나타냄
- 국가별로 살펴보면, 최근 증가 추세에 있는 중국이나 일본 등 아시아 국가 관광객의 경우 2011년 쇼핑관광 비중이 가장 많았음
 - 일본 관광객의 관광 동기 비중은 쇼핑관광, 문화레저관광, 관람관광 순이었고, 중국이나 동남아시아 관광객은 쇼핑관광, 관람관광 순이었음
 - 특히, 쇼핑관광을 주로 하는 아시아 관광객의 증가는 쇼핑 관광자원이 주변 아시아 관광 경쟁국에 비해 상대적으로 경쟁력을 유지하고 있는 것으로 추정될 수 있어 이를 적극적으로 활용할 수 있는 방안 마련이 필요할 것으로 보임

<전체 관광객의 관광 동기별 비중 추이>



<아시아 관광객의 관광 동기 비중(2011년)>

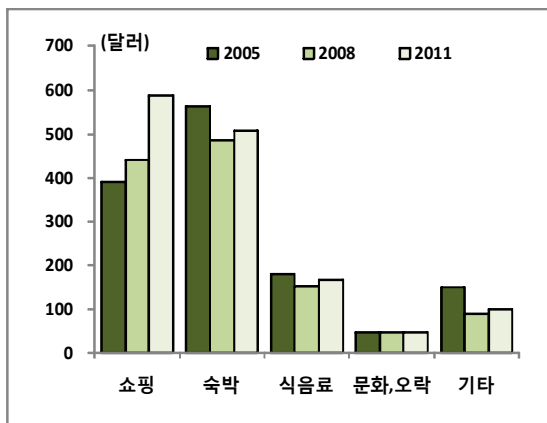


자료: 관광지식정보시스템 자료를 연구원 자체 재구성.

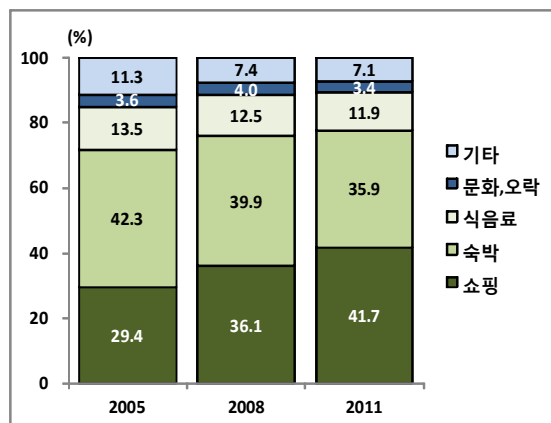
주: 쇼핑관광(쇼핑 목적의 관광), 관람관광(자연풍경,기후,역사문화유적 감상 목적의 관광), 문화레저관광(음식,휴양휴식,유희놀이,패션문화,한류경험 목적의 관광), 기타 관광(경제적인 여행비용,거리,안전,여행가능시간,교통편리성,무응답,기타 목적의 관광).

- 다만, 국내 외래 관광객의 소비 행태를 볼 경우 1인당 평균 총지출비용 증가에도 불구하고 숙박, 식음료, 문화·오락 등 관광 인프라적인 지출은 감소
 - 국내 외래 관광객의 1인당 총 지출 비용은 2005년 평균 1,333달러에서 2011년 1,410달러로 증가
 - 세부 항목별로 살펴볼 경우 쇼핑 지출이 2005년 평균 392달러에서 2011년 588달러로 크게 증가하였으며, 총 지출비 중 비중도 29.4%에서 41.7%로 증가
 - 숙박비는 563달러(42.3%)에서 506달러(35.9%)로 감소하였으며, 식음료는 180달러(13.5%)에서 168달러(11.9%), 문화·오락은 47.7달러(3.6%)에서 47.5달러(3.4%)로 비중과 금액 모두 소폭 감소

<세부항목별 1인당 평균 지출액 추이>



<세부항목별 1인당 평균 지출 비중 추이>



자료: 관광지식정보시스템 자료를 연구원 자체 재구성.

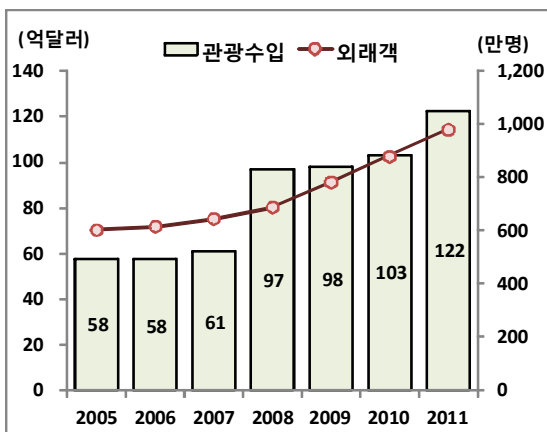
주: 기타는 교통비, 운동 관련 지출 등을 포함.

- 외래 관광객 중 1일 평균 지출이 가장 큰 중국의 세부항목 지출 변화를 볼 경우, 중국 관광객의 1인당 평균 쇼핑 지출은 2005년 500달러(32.2%)에서 2011년 1,122달러(57.8%)로 두 배 이상 증가
 - 다만, 총지출비용 증가에도 불구하고 숙박, 식음료, 문화·오락 지출 금액과 비중이 오히려 감소하고 있음
 - 중국 관광객의 숙박비 지출 비중은 38.8%에서 21.6%로 감소하였으며, 문화·오락 지출액은 69달러(2011년 기준 3.5%)로 감소하지는 않았으나 비중은 0.9%p 감소

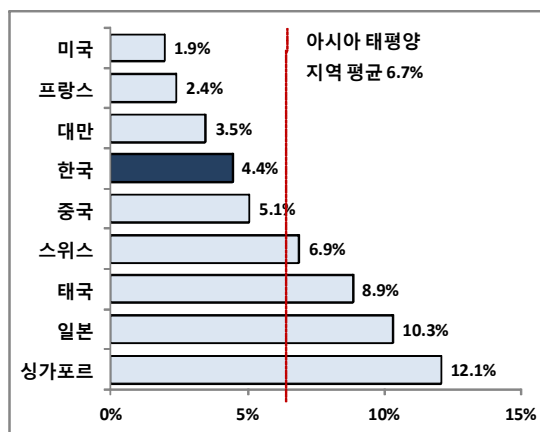
<참고> 상대적으로 저조한 증가율을 보이는 1인당 관광수입

- 2005년 이후 국내 외래 관광객 규모와 관광수입은 아시아·태평양 관광시장 규모 확대에 힘입어 약 2배 규모로 급격히 증가
 - 아시아·태평양 지역 관광객은 2005년 1,536만 명에서 2011년 2,170만 명으로 연평균 5.9% 증가, 관광수입은 1,389억 달러에서 2,890억 달러로 연평균 13.0% 증가
 - 국내 외래 관광객은 동기간 602만 명에서 979만 명으로 증가(연평균 8.4%) 하였으며, 관광수입은 58억 달러에서 122억 달러로 증가(연평균 13.3%)
 - 세계 관광수입 점유율을 볼 경우 아시아·태평양 지역은 20.4%에서 28.1%로 7.7%p 증가하였으며 한국은 0.9%에서 1.2%로 0.3%p 증가
- 그러나 관광객 1인당 관광수입 증가율은 4.4% 수준으로 아시아·태평양 주요국에 비해 다소 낮은 편으로 나타남
 - 한국의 외래 관광객 1인당 관광수입은 2005년 968달러에서 2011년 1,250달러로 연평균 4.4% 수준으로 증가
 - 반면 아시아·태평양 지역은 동기간 관광객 1인당 관광수입 증가율이 연평균 6.7% 수준이며, 싱가포르 12.1%, 일본 10.3%, 홍콩 9.8%, 호주 9.7%, 태국 8.9%, 중국 5.1% 등으로 나타남

< 국내 외래관광객 및 관광수입 추이 >



< 관광객 1인당 관광수입 증가율 >



자료: 한국관광공사, UNWTO.

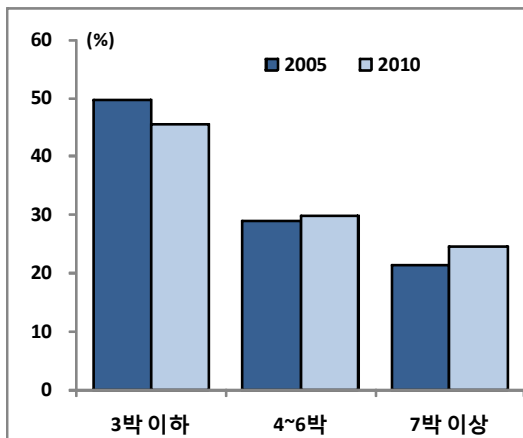
주: 1인당 관광수입 증가율은 2005년에서 2011년 연평균 증가율임.

○ 기간 : 장기체류형 관광객의 증가

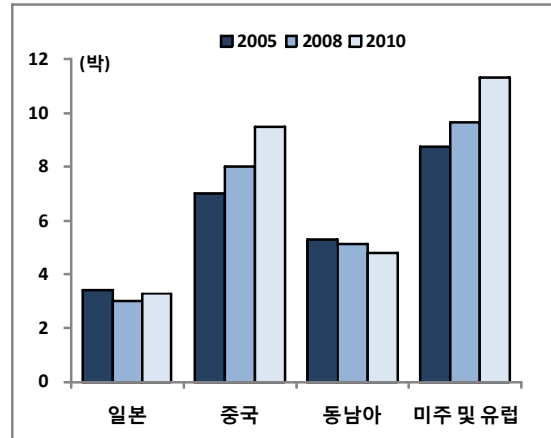
- 외래 관광객이 국내에 체류하는 평균 기간은 지속적으로 증가하고 있으며, 4박 이상 체류하는 장기체류 관광객 비중이 증가함
 - 전체 외래 관광객의 평균 체류기간은 2005년 5.7박에서 2008년 6.4박, 2010년 7.0박으로 지속적으로 증가⁶⁾
 - 특히 3박 이하의 단기체류 관광객은 2005년 49.6%에서 2010년 45.6%로 감소한 반면, 4~6박 관광객은 29.0%에서 29.9%로 소폭 증가하였으며, 7박 이상의 장기체류 관광객은 21.5%에서 24.5%로 증가

- 국가별로 볼 경우 일본과 동남아시아 관광객의 체류기간은 다소 감소하였으나 중국과 미주 및 유럽 관광객의 체류기간이 크게 증가
 - 일본 관광객의 경우 평균 체류기간이 2005년 3.4박에서 2010년 3.3박으로 소폭 감소하였으며, 동남아시아의 경우 5.3박에서 4.8박으로 감소
 - 반면 중국 관광객의 평균 체류기간은 2005년 7.0박에서 2010년 9.5박으로 증가하였으며, 미주 및 유럽 관광객은 8.7박에서 11.3박으로 증가함

< 체류기간별 관광객 비중 변화 >



< 국가별 관광객의 국내 체류기간 추이 >



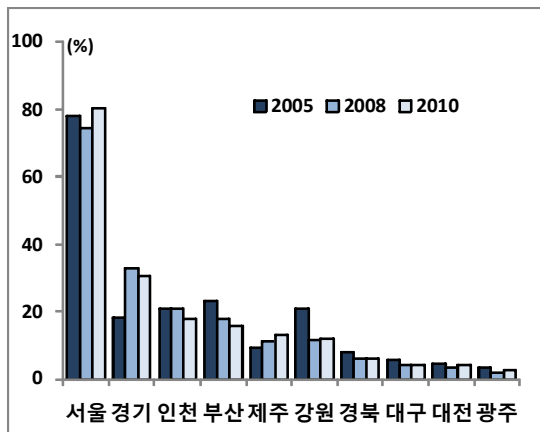
자료: 관광지식정보시스템 자료를 연구원 자체 재구성.

6) 체재기간에 대한 조사는 2010년 ‘박(泊)’ 기준에서 2011년 ‘일(日)’ 기준으로 변경됨에 따라 자료의 연속성을 위해 2011년 조사결과를 제외하였음(2011년 평균 체류기간은 7.5일).

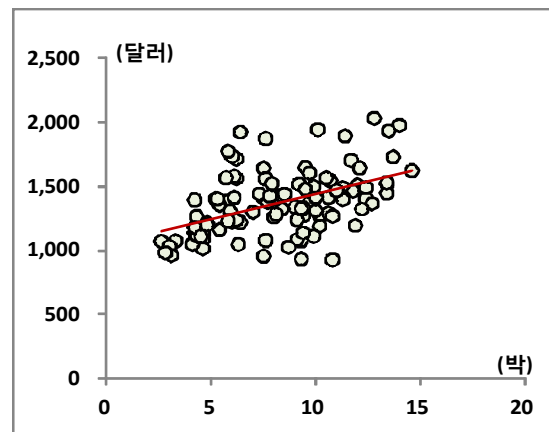
- 다만, 체류기간 증가에도 불구하고 외래 관광객의 방문 지역이 서울 및 수도권에 지나치게 집중되고 있음
 - 외래 관광객이 한국 체류기간 중 방문하는 지역은 대부분 서울 및 수도권 지역에 집중되는 현상이 지속되고 있음
 - 외래 관광객의 주요 방문지는 2010년 기준 서울이 80.3%로 가장 높게 나타났으며, 경기 30.5%, 인천 17.6%으로 편중됨
 - 수도권을 제외한 지방의 경우 부산 15.7%, 제주 13.1%, 강원 11.7% 순으로 극히 저조한 실정임

- 수도권에 집중되는 외래 관광객을 다양한 지역의 관광지로 유도·연계하는 것은 향후 외래 관광객의 체류기간 증가와 관광수입 증대를 위해 보완해야할 과제로 판단됨
 - 체류기간이 길어질수록 지출비용이 증가하는 점에서 장기체류 관광객의 증가는 관광수입 증가 측면에서 긍정적인 효과가 존재
 - 지방 관광지의 개발을 통해 현재 수도권에 집중되는 외래 관광객을 유도함으로써 외래 관광객의 체류기간 증가와 재방문 가능성을 높일 필요가 있음

< 연도별 외래관광객 주요 방문지 >



< 체류기간과 1인당 평균 지출액간 관계 >



자료: 관광지식정보시스템 자료를 연구원 자체 재구성.
 주: 주요 방문지는 복수응답 기준임.

7) 주요 방문지에 대한 조사가 2011년부터 기준이 변경됨에 따라 자료의 연속성을 위해 2010년 조사결과를 사용


3. 관광산업 경쟁력 확보를 위한 시사점

- 첫째, 자연관람이나 인문역사관광보다 쇼핑관광을 선호하는 사람들을 위한 테마 쇼핑형 관광지 개발에 노력해야 함
 - 현재 국내의 대표적 쇼핑관광 명소는 명동이나 동대문 등 단발적인 쇼핑 장소로 국한되어 있어 쇼핑관광에 적합한 장소가 많지도 않고 분산되어 있는 단점이 존재함
 - 따라서 최근 붐을 형성하고 있는 쇼핑아울렛 등을 적극 활용하여, 국내 대표적인 쇼핑 시설과 레저를 결합할 수 있는 새로운 쇼핑 테마 파크 기획을 위해 노력해야 함

- 둘째, 중국 등 아시아 고소비 관광객 계층의 취향에 적합한 맞춤형 관광프로그램을 마련해야 함
 - 최근 들어 중국 등 아시아 관광객들 중 고소비층이 급격히 증가하는 추세이며 이들의 쇼핑 규모도 점차 확대되고 있으므로 이들을 겨냥한 맞춤형 쇼핑 관광 프로그램을 기획해야 함
 - 예를 들어 중국 고소비층이 좋아하는 명품 쇼핑 등을 매개로 한 쇼핑 관광지를 통해 최고급 관광이 가능하도록 하는 프로그램을 적극 개발하는 것도 이들을 유인하는데 도움이 될 것임

- 셋째, 쇼핑관광과 관람관광의 연계 프로그램 마련 등을 통해 쇼핑관광객들이 관람관광에 적극적으로 참여하도록 유도해야 함
 - 쇼핑 관광객의 증가가 국내 관광산업에 일정 도움을 주고 있으나 관광객들이 관람관광이 유인되지 않고 단순히 쇼핑관광만을 선호한다면 국내 관광산업 경쟁력 제고에 크게 도움이 되지 않을 것임
 - 따라서, 중국 등 아시아 관광객들을 위한 맞춤형 자연휴양지나 현대적 문화 관광지를 쇼핑 프로그램과 연계시키는 프로그램을 개발하는 등의 노력을 통해 쇼핑 후 관람형 관광 활성화를 유도해야 함

- 넷째, 'Hidden Korea' 프로그램 등의 활성화를 통해 장기체류 관광객들에게 다양한 볼거리를 제공해야 함
 - 영국의 경우 'Hidden Britain' 프로그램을 통해 영국 내 알려지지 않는 많은 명소들을 찾아내고 이를 통해 관광객들을 유인하는 정책을 시행함
 - 우리나라도 서울이나 수도권에 국한된 외국 관광객들에게 다양한 볼거리를 제공한다는 차원에서 국내 숨은 명소를 찾아내고 이를 수도권 여행지와 연계하는 프로그램을 만들어야 함

- 다섯째, 국내 우수 관광지의 경쟁력 확보를 위해 적극적으로 아시아 관광객을 겨냥한 관광인프라 개선에 노력해야 함
 - 근본적으로 관광산업에 있어서 거리조락 현상이 불가피하므로, 아시아 관광객에 대한 적극적 지원이 뒷받침 되어야만 관광산업의 경쟁력을 확보할 수 있음
 - 국내 관광지에 대한 아시아 관광객을 겨냥한 국제적 수준의 인프라 구축과 더불어 다양한 문화·오락 등 체험활동 개발을 통해 관광산업이 부가가치를 높일 수 있는 기반을 조성해야함 

조규림 연구원 (jogyurim@hri.co.kr, 02-2072-6240)

장후석 연구위원 (chahus@hri.co.kr, 02-2072-6234)

HRI 經濟 指標

🔗 主要 經濟 指標 推移와 展望

主要 經濟 指標 推移와 展望

구 분		2010	2011					2012		
			1/4	2/4	3/4	4/4	연간	1/4	연간 ^E	
국 민 계 정	경제성장률 (%)	6.3	4.2	3.5	3.6	3.3	3.6	2.8	3.5	
	민간소비 (%)	4.4	2.9	3.0	2.1	1.1	2.3	1.6	2.5	
	건설투자 (%)	-3.7	-11.0	-4.2	-4.0	-2.1	-5.0	1.5	2.1	
	설비투자 (%)	25.7	10.3	7.7	1.2	-3.3	3.7	8.6	6.3	
대 외 거 래	경상수지 (억 \$)	294	26	55	69	115	265	26	130	
	통 관 기 준	무역수지 (억 \$)	412	70	83	63	92	308	17	196
		수출 (억 \$)	4,664	1,310	1,426	1,413	1,404	5,552	1,349	5,799
		증감률 (%)	(28.3)	(29.6)	(18.6)	(21.4)	(9.0)	(19.0)	(3.0)	(4.5)
		수입 (억 \$)	4,252	1,239	1,343	1,349	1,313	5,244	1,333	5,603
증감률 (%)	(31.6)	(26.2)	(27.1)	(27.6)	(13.4)	(23.3)	(7.5)	(6.9)		
소비자물가 상승률 (%)		3.0	3.8	4.0	4.3	4.0	4.0	3.0	2.9	
실업률 (%)		3.7	4.2	3.4	3.1	2.9	3.4	3.8	3.3	
국고채수익률 (3년, 평균, %)		3.7	3.8	3.7	3.6	3.4	3.6	3.5	3.6	
원/달러 환율 (평균, 원)		1,156	1,120	1,083	1,085	1,144	1,108	1,131	1,125	

주: P(Preliminary)는 잠정실적치, E(Expectation)는 전망치.



 **현대경제연구원**