

[**특집**]



클린 관광... 활 달라진 제주도

제주관광이 달라지고 있다. 올들어 지속적인 업종별 요금인하 분위기 확산을 통해 '바가지 관광지' 이미지를 훌훌 털어내고 업계와 행정의 유통구조 개선 및 경쟁력 강화에 나서면서 '클린 투어리즘'으로 재도약 전망을 밝게 하고 있다. 그동안 제주관광의 생존 키워드는 '변해야 산다'로 귀결됐지만 현실의 벽은 만만치 않았다. 하지만 올해 제주관광은 행정과 업계가 손을 맞잡고 뼈를 깎는 자정 노력에 나서면서 '절반 이상의 성공'을 거두며 새로운 가능성을 열었다. 하반기에는 제주관광의 재도약을 위해 송객수수료 양성화 등 유통구조 개선사업이 본격화될 예정이어서 관광객들에게 어떤 번신을 보여줄지 기대되고 있다.



녹음이 짙게 내린 한라산 백록담

**자 떠나요 제주도로!
모든 근심 떨쳐버리고**



유채꽃 반발한 들녘에서 바라본 한라산



우도 해식동굴

▲관광객 증가세 눈에 띄네=제주관광은 올해 상반기 동안 288만 7363명의 관광객을 유치해 작년 동기 대비 7% 성장세를 이끌어내는 기염을 토했다. 제주방문의 해였던 2006년 상반기 성장세를 웃돈다는 점에서 약진했다는 평가를 받고 있다. 이 기간 내국인 관광객은 263만 2178명으로, 지난해 같은 기간에 비해 6% 늘었다. 외국인 관광객도 25만 5185명으로, 전년 대비 18% 증가세를 보였다. 관광수입은 상반기 현재 1조 1421억원으로 집계돼 전년 동기 대비 9.6% 증가했다. 내국인 관광객 수입이 8441억원으로 작년보다 8.5% 늘었으며 외국인 관광객 수입도 2980억원으로 지난해에 비해 12.9% 늘었다. 제주 관광업계도 탄탄해졌다. 특급호텔 투숙율은 전년 대비 6% 포인트 증가했으며 매출액도 5% 안팎 정도 늘었다. 한라산과 성산일출봉 등 세계자연유산 관광지에도 지난해보다 10% 이상 많은 관광객이 찾았으며 렌터카와 골프장 업계도 이용객이 눈에 띄게 늘었다.

거꾸 관광객도 늘어나는 효과를 톡톡히 봤다는 평가다. 이들 관광 업종별 가격 인하 폭은 최소 10%에서 최대 50%까지 폭넓게 이뤄졌다. 특히 생선회 판매가격 하향 조정을 비롯해 골프장의 카트비, 그린피, 캐디피 인하와 해수욕장의 자릿세 없애기 등은 아직까지 호응을 얻고 있다. ▲클린 투어리즘으로 간다=제주관광의 궁극적인 지향점은 '동북아 제1의 휴양관광도시'로 향하고 있다. 이를 위해 제주도 관광당국과 관광업계에서는 관광객들에게 믿음을 주는 '클린 투어리즘' 기반 구축에 구슬땀을 쏟고 있다. 고유가 파고로 시작된 경제적 악조건 속에서도 제주관광이 '바가지'라는 오명을 씻고 소비용 구조를 깨는 진흥 전략을 대대적으로 펼친 것도 이와 맥락을 같이 한다. 이번 제주관광 진흥전략은 전국 대비 가격이 높았던 954개 업체 가운데 93%가 동참했다는 점에서 제주관광의 이미지를 새롭게 하는데 한몫을 한 것으로 평가되고 있다. 이에 힘입어 제주관광은 이제 두번째 도전에 나선다. 고비용 요금구조로 연결되고 있는 송객수수료를 적정 한도

**지속적인 요금 인하 '바가지 관광' 이미지 말끔히 씻어
올 상반기 관광객 7% 늘어...동북아 제1의 휴양도시 재도약**

▲바가지 관광은 가라=올 상반기 제주관광의 성장세는 주5일제 정착에 따른 국민 여행 패턴 변화와 원·달러 환율 상승 등에 따른 해외여행 수요의 국내여행 전환, 항공 좌석 공급 증가, 공격적인 마케팅 강화, 5·6월 연휴 집중 등이 조화롭게 맞물린 데 따른 것으로 풀이된다. 하지만 제주관광이 올 상반기동안 '바가지 관광지' 이미지를 없애기 위해 대대적으로 펼친 '관광요금 낮추기 시책'도 성장세 견인의 긍정적 요인으로 작용한 것은 확실하다는 평가를 받고 있다. 제주특별자치도에 따르면 상반기말 현재 가격인하 참여 업체는 숙박업체 424개소, 관광지 20개소, 레저스포츠 체험 시설 52개소, 음식점 364개소, 해수욕장 등 기타 10개소 등 모두 886개소에 이른다. 처음 출발 당시 목표했던 1단계 인하대상 954개소 가운데 93%가 동참하면서 제주관광의 '이미지' 개선 효과를

까지 끌어내리면서 관광서비스 품질도 유지하는 대안을 모색한다는 각오를 밝히고 있다. 제주도와 도관광협회는 이와 관련해 현재 여행업과 안내사, 전세버스 기사 등을 대상으로 한 설문조사를 통해 관광 유통구조 개선방안을 마련해놓고 있다. 이어 빠르면 이달 중으로 행정과 관광협회, 여행업, 안내사, 전세버스업, 관광지, 기념품판매업 등이 공동 참여하는 상설 협의체를 구성해 과다한 송객수수료 개선 및 친절서비스 혁신을 지속적으로 실효성 있게 추진한다는 방침이다. 제주도 고경실 문화관광교통국장은 "어려운 여건 속에서도 상반기에 관광객 580만명 목표의 49.7%를 달성했다"며 "하반기에는 제주관광의 신뢰받는 이미지 구축 차원에서 음성적인 송객수수료를 양성화하는 방안을 중점 추진할 계획"이라고 말했다.

/제주일보=김태형 기자

관광객 10명중 8명 "재방문"

관광 목적 휴식·휴양·비즈니스順

제주를 찾는 관광객 10명 가운데 7명은 '재방문객'인 것으로 나타났으며 절반 정도가 '휴식·휴양' 및 '비즈니스 겸 관광' 목적으로 제주관광에 나서는 것으로 조사됐다.

제주특별자치도와 제주발전연구원이 지난 6월 18일부터 25일까지 제주를 찾은 관광객 217명을 대상으로 제주관광 실태 여론조사에 나선 결과 이같이 분석됐다. 조사 결과를 보면 제주관광 횡수는 '처음'(50명, 23.1%)보다 '2회'(55명, 25.5%)가 더 많았으며 '5회 이상'(45명, 20.8%), '3회'(43명, 19.9%), '4회'(23명, 10.6%) 등의 순이었다.

재방문 관광객이 무려 76%에 달한다는 점에서 이들을 집중 공략하기 위한 관광 마케팅 전략이 더욱 중요시 되고 있다.

제주관광의 주된 목적은 '휴식과 휴양' 36.9%(80명), '비즈니스 겸 관광' 22.6%(49명), '자연경관 관람' 21.7%(47명), '골프·레포츠 체험' 13.8%(30명), '제주 문화·역사 체험' 4.1%(9명), 쇼핑 0.9%(2명) 등의 순으로 조사됐다.

제주관광의 최대 장점으로서는 '청정 자연환경'이 53.5%로 절반을 웃돌았으며 이어 '다양한 관광자원' 19.5%, '이국적인 분위기' 18.6%, '독특한 문화·역사' 5.6%, '지역주민의 친절성' 2.8% 등의 순이었다.

반면 제주관광의 최대 약점으로는 '관광요금과 물가'(29.3%)와 '관광지와 관광상품의 단조로움'(28.4%)이 근소한 차이로 1.2위를 차지했으며 '항공·선박 및 불가능한 접근성'(22.8%)도 높은 비중을 차지했다. '지역주민의 무관심과 불친절 및 관광종사자의 불친절과 부당 요금'(9.8%)은 상대적으로 비중이 낮았다.

/제주일보=김태형 기자



제주관광이 **빅! 다가왔습니다!**

가장 빠르고 편리하게 제주관광을 즐기세요!

■이웃마을 가도 갈수록 고질 문제가 해결되었습니다.

항목	구분	비율	구분	비율
관광객 만족도	전체	85.2%	지역별	85.2%
	지역별	85.2%	지역별	85.2%
관광객 재방문율	전체	76.0%	지역별	76.0%
	지역별	76.0%	지역별	76.0%

■관광객 만족도 향상을 위한 대책

항목	비율	항목	비율
관광객 만족도 향상을 위한 대책	85.2%	관광객 만족도 향상을 위한 대책	85.2%
관광객 만족도 향상을 위한 대책	85.2%	관광객 만족도 향상을 위한 대책	85.2%

제주관광이 빅! 다가왔습니다!