

## 서울의 대외 관광경쟁력 강화방안

1. 동아시아의 관광환경 변화 전망
2. 동아시아권 관광도시와 서울의 관광여건 비교
3. 동아시아 6개국의 관광인지도 비교
4. 서울의 관광경쟁력 증진방안

### 1. 동아시아의 관광환경 변화 전망

- 환아시아 관광시장을 둘러싼 동아시아 관광도시 간 경쟁은 갈수록 심화되며, 중국/동남아시아가 최대 관광시장으로 급부상될 전망이다.
  - 동아시아/태평양지역을 찾는 관광객수는 2010년에 약 2억명으로 추정되며, 관광시장 성장률은 연 7.4%(세계평균 4.5%)에 이를 전망이다(<표 1 참조>).
  - 동아시아/태평양지역의 국제관광 시장점유율은 1995년 14.4%에서 2000년에 16.0%로 증가하였고, 2020년에는 그 점유율이 25%를 넘어설 것으로 예상되고 있음.

<표 1> 국제 관광객수 증가 추세 및 전망

(단위 : 백만명, %, 억불)

구 분	2000년	2005년	2010년
세계 관광객수	698	820	1,006
성장률	4.3	4.2	4.5
동아시아/태평양 관광객수	93	135	195
성장률	-	7.7	7.4
동아시아 관광수입	400	-	912

자료 : WTO, 2001, *Tourism Vision 2020*.

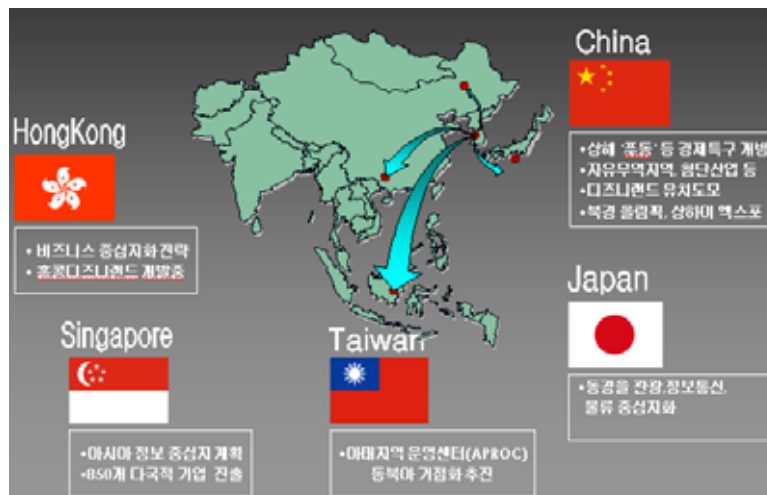
- WTO는 한국이 2020년에 외래관광객 수가 약 천만 명으로 동아시아/태평양 지역국가 중 10위를 차지할 것으로 전망하고 있음(<표 2> 참조).

<표 2> 동아시아·태평양 지역의 10대 관광국(입국기준)

구 분	2020년 관광객 수 (백만명)	연평균 성장률 (1995~2020년)
중 국	130.0	7.77
홍콩 특별행정구	56.6	7.09
태 국	36.9	6.91
인도네시아	27.4	7.66
말레이시아	25.0	4.96
호 주	17.6	6.40
싱가포르	15.4	3.55
베 트 남	13.5	9.65
필 리 핀	11.3	7.72
한 국	10.3	4.11

자료 : WTO, 2001, *Tourism Vision 2020*.

- 동아시아 국가들은 환아시아 관광시장을 선점하기 위해 대규모 신규 투자를 계획 중이거나 시행중임.
  - 태국, 말레이시아, 캄보디아, 베트남 등 동남아 국가들도 국제관광수요에 대한 관심이 높아져 대규모 신규 투자를 계획 중임.
  - 홍콩은 디즈니랜드 개장(2005. 9)에 맞추어 레저도시로 변신하기 위해 대규모 관광투자를 추진 중이며, 마카오는 카지노와 컨벤션산업을 집중 지원하고 있음.
  - 중국은 베이징 올림픽(2008년), 상하이 세계박람회(2010년)를 계기로 관광선진국으로 도약하기 위해 관광부문에 지속적인 투자를 하고 있음.
  - 일본은 이미 80년대 후반부터 대규모 관광투자를 했는데, 과잉투자로 일부 실패를 경험하면서 지역 밀착형 개발전략으로 전환하고 있음.



[그림 1] 관광시장 선점을 위한 동아시아 주변국의 대응

## 2. 동아시아권 관광도시와 서울의 관광여건 비교<sup>1)</sup>

### ○ 관광환경지표로 본 서울의 경쟁력

- 서울은 생활의 질 측면에서 동아시아 6개 주요 도시 중 '쇼핑매력' 3위, '외국인 커뮤니티 활성화 정도' 5위, '외국인에 대한 배타적 태도' 6위, '외국문화 개방도' 5위로 평균 4.8위로 평가받음.
- 관광기반시설 측면에서 서울은 '외국인의 출·입국 용이성' 3위, '도시기반 시설의 외국어 표기 정도' 5위, '항공편으로 접근가능 도시' 4위, '주요 도시행 항공편 수' 5위, '도심부에서 공항까지의 접근성' 5위, '특급호텔 수' 6위, '컨벤션 개최빈도' 2위, '컨벤션 중심지 경쟁력 평가' 2위로 평균 3.9위로 평가받음.
- 인적자원 측면에서 서울은 '국제회의 기획자 수' 3위, '동시통역자 수' 3위, '영어사용 능력' 4위로 평균 3.3위로 평가받음.

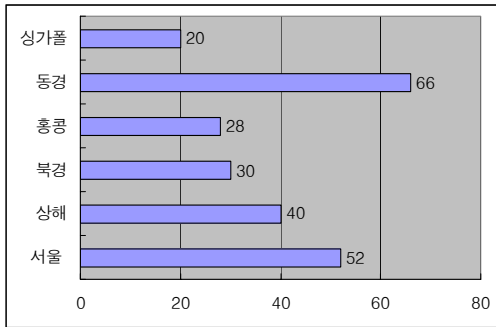
<표 3> 관광환경지표별 서울의 경쟁력 현황

분류	항목	현황	서울 경쟁력	1위 도시
생활의 질	쇼핑의 매력	싱가포르, 도쿄에 뒤떨어짐.	3위	홍콩
	외국인 커뮤니티활성화 정도	외국인 커뮤니티 활성화 되어 있지 않는 도시	5위	홍콩
	외국문화 개방도	중국과 비슷 폐쇄적인 도시	5위	홍콩
	외국인에 대한 배타적 태도	경쟁 도시 중 가장 강한 편임	6위	싱가포르
기반 시설 환경	외국인의 출입국 용이성	홍콩, 싱가포르에 비해서는 부족	3위	홍콩
	도시기반 시설의 외국어 표기정도	외국인이 이용하기에 불편한 여건	5위	홍콩
	항공편으로 접근가능도시	홍콩, 도쿄, 싱가포르에 비해 접근가능한 도시 수 적음.	4위	홍콩
	주요 도시행 항공편 수	도쿄와 홍콩에 비해 뒤떨어짐.	5위	북경
	공항까지의 접근성	도심까지 소요시간 많이 걸림.	5위	싱가포르
	특급호텔 수	경쟁도시 중 가장 적음.	6위	도쿄
	도시 인근공항 이용 외국인 입국자 수	동아시아 지역에서는 가장 유리한 고지를 선점하고 있음.	3위	홍콩
	컨벤션 중심지 경쟁력 평가	아시아에서 2번째로 많은 수준	2위	싱가포르
인적 자원	컨벤션 개최빈도	싱가포르와 함께 가장 앞섬	2위	싱가포르
	국제회의의 기획자의 수	절대적 부족	3위	홍콩
	동시통역자 수	북경과 도쿄에 비해 부족	3위	북경
	영어사용 능력	홍콩, 싱가포르에 비해 절대열세	4위	싱가포르

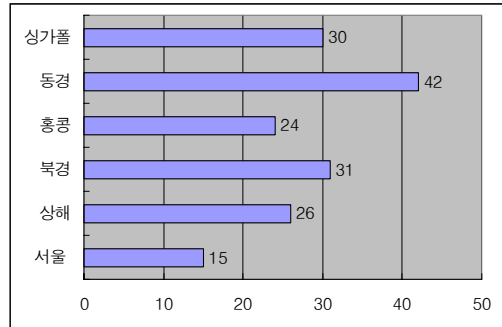
자료 : 서울시정개발연구원 · 노무라종합연구소, 2003, 「세계도시 서울은 가능한가」.

1) 동아시아 도시들 중 최근 5년간 연평균 경제성장률이 5.0% 이상 되고 1인당 GDP가 700달러 이상인 국가의 중심도시인 상하이, 북경, 홍콩, 싱가포르, 도쿄, 서울 등을 동북아 주요 중심도시로 선정하여 비교함.

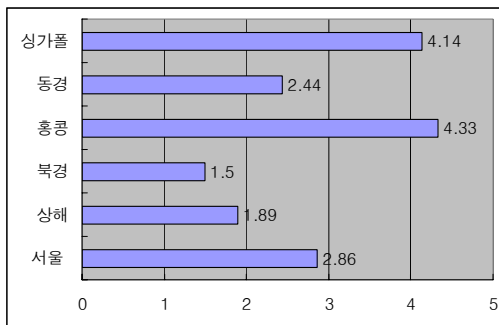
- 도심에서 공항까지 거리는 도쿄를 제외하고 가장 먼 수준임( [그림 2] 참조).
- 외국인 출·입국의 용이성과 쇼핑의 매력은 동아시아에서 중간 수준인 반면, 컨벤션 개최 수는 갈수록 증가하고 있음( [그림 5] 참조).
- 서울시민의 외국인에 대한 배타적 태도는 경쟁도시 중 가장 강함. 외국인 및 외국문화에 대한 부정적 인식은 서울이 관광중심지가 되는데 상당한 제약요인으로 작용하고 있음.
- 경쟁도시 가운데 특급호텔의 수가 가장 적음( [그림 3] 참조). 경쟁력을 높이기 위해서는 특급호텔 및 비즈니스호텔에 대한 서울시 차원의 지원이 필요함.
- 영어사용 능력은 영어가 공용어인 싱가포르와 홍콩을 제외하면 중국과 서울, 일본이 비슷한 수준이어서 외국어 구사능력을 강화하기 위한 대책 마련이 요구됨.



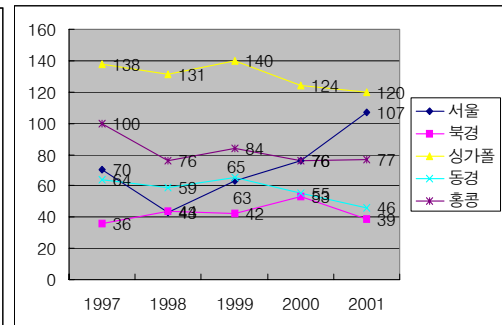
[그림 2] 공항까지 거리



[그림 3] 특급 호텔객실수



[그림 4] 외국인 출/입국 용이성



[그림 5] 컨벤션 개최수

○ 관광인프라 투자

- 서울은 국제적 수준의 동아시아 관광도시에 비해 아직 관광인프라 및 다양한 관광상품 개발이 열악함. 경제규모에 비해 관광투자가 상대적으로 낮음.

- 지난 10년간 외래관광객이 55% 증가하는 동안 관광호텔은 25% 증가에 그침.
- 호텔객실료는 도쿄를 제외하면 아시아에서 가장 높은 수준으로 인근 경쟁도시들에 비해 가격경쟁력이 매우 취약함(<표 4> 참조).

<표 4> 동아시아 관광도시 호텔객실비 비교

국가명	도쿄	홍콩	상하이	싱가포르	서울
호텔객실비 (US \$)	406.25	308.92	230.04	227.02	334.46

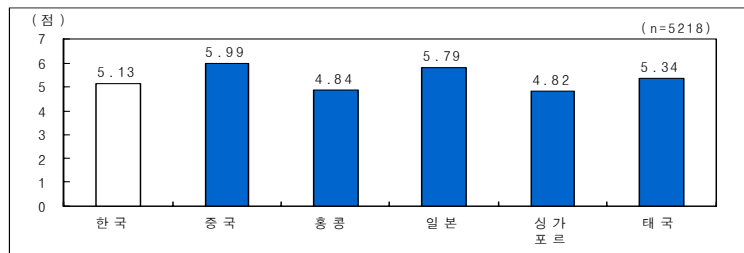
자료 : Business Travel News, 2004, 「2004년 비즈니스 여행 지수」.

주 : 특1급 호텔에서 숙박을 해결하는 미국인 비즈니스맨을 기준으로 함.

### 3. 동아시아 6개국의 관광인지도 비교<sup>2)</sup>

#### ○ 역사·문화적인 매력(Historic/Cultural Attractiveness)

- 역사·문화적인 매력에 대한 이미지 평가에서는 중국이 5.99점으로 가장 높은 점수를 받음. 다음이 일본 5.79점, 태국 5.34점의 순이었으며 한국은 4번째인 5.13점을 받음. 도시 국가인 홍콩(4.84점)과 싱가포르(4.82점)는 다른 국가들에 비해 역사·문화적 매력이 낮게 평가됨((그림 6) 참조).

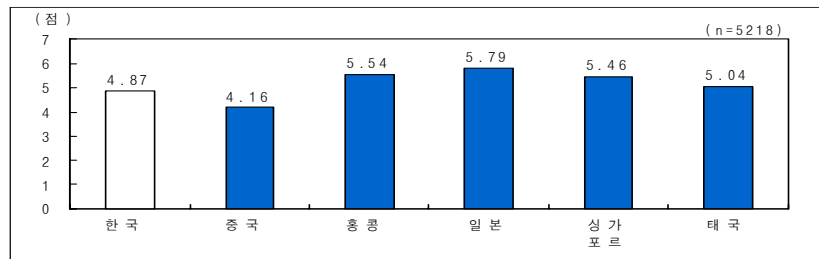


[그림 6] 역사·문화적인 매력에 대한 이미지

2) 한국관광공사에서 2001년도에 발표한 「한국관광 인지도에 대한 세계 여론조사」의 자료를 이용하였음.

○ 관광인프라(Tourism Infrastructure)

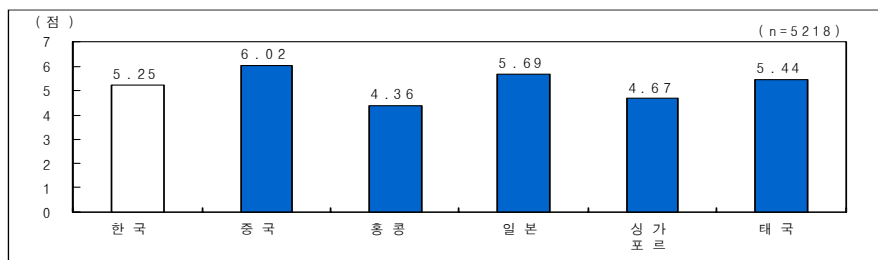
- 관광인프라에 대한 이미지 평가에서는 일본이 5.79점으로 가장 좋은 평가를 받음. 그 다음으로 홍콩(5.54점), 싱가포르(5.46점), 태국(5.04점) 순으로 좋게 평가되었고, 한국은 4.87점으로 최저 점수를 받은 중국(4.16점)과 함께 낮은 평가점수를 받음(그림 7) 참조.



[그림 7] 관광인프라에 대한 이미지

○ 자연경관(Natural Scenery)

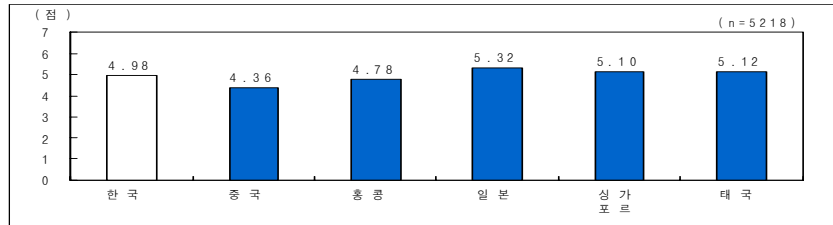
- 자연경관에 대해서는 중국이 6.02점으로 가장 높게 평가받았으며 다음은 일본 5.69점, 태국 5.44점, 한국 5.25점 순으로 평가를 받았음. 홍콩(4.36점)과 싱가포르(4.67점)에 대한 평가는 낮게 나타났음(그림 8) 참조.



[그림 8] 아시아 주요국의 자연경관에 대한 이미지

○ 환대성(Hospitality)

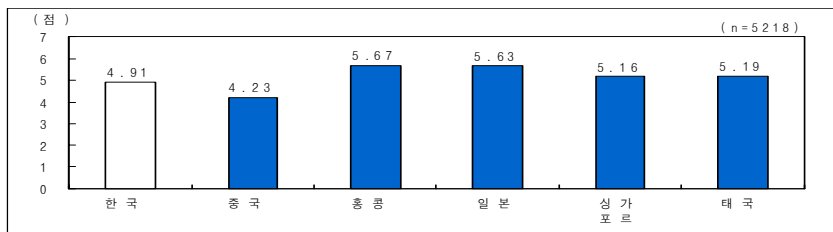
- 환대성(hospitality) 측면에서는 일본이 5.32점으로 가장 높았고, 그 다음은 태국이 5.12점, 싱가포르가 5.10점을 받음. 반면 한국은 4.98점으로 좋은 평가를 받지는 못했지만 홍콩(4.78점)과 중국(4.36점)에 비해 평가점수가 높았음(그림 9) 참조.



[그림 9] 환대성에 대한 이미지

○ 즐길거리(Entertainment)

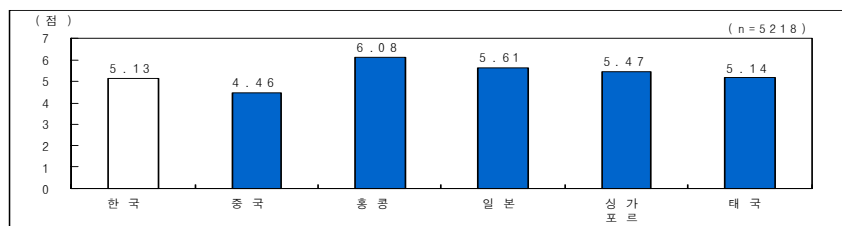
- 즐길거리에 대해 홍콩(5.67점)과 일본(5.63점)은 '훌륭하다'에 가까운 좋은 평가를 받은 반면, 한국은 4.91점으로 태국(5.19점), 싱가포르(5.16점) 보다 낮은 5위로 평가받음. 중국은 4.23점으로 즐길거리가 가장 미흡한 국가로 평가받음((그림 10) 참조).



[그림 10] 즐길거리에 대한 이미지

○ 쇼핑(Shopping)

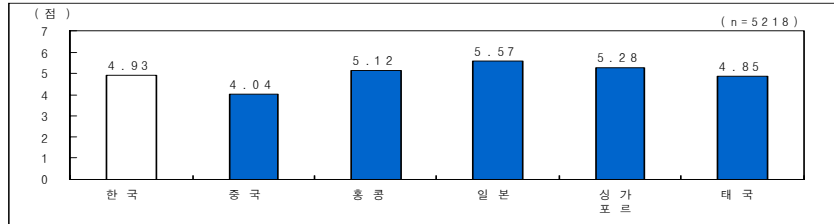
- 동아시아 6개국 중 쇼핑에 대해서는 홍콩이 6.08점으로 가장 좋은 평가를 받아 쇼핑천국으로서의 전통적 이미지가 강하게 부각되어 있으며, 다음으로 일본 5.61점, 싱가포르 5.47점, 태국 5.14점 순이었음. 한국은 태국과 비슷한 수준인 5.13점이었고 중국은 4.46점으로 가장 낮은 평가를 받음((그림 11) 참조).



[그림 11] 쇼핑에 대한 이미지

○ 서비스(Quality of Service)

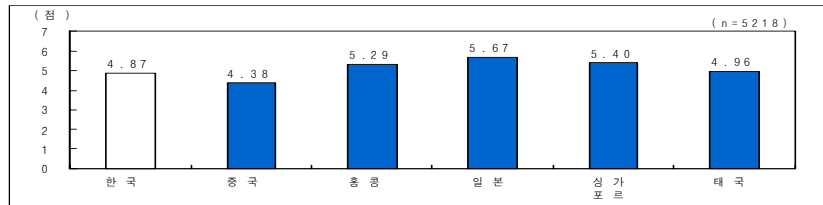
- 서비스 측면에서는 일본이 5.57점으로 가장 좋은 평가를 받았고 그 다음으로 싱가포르(5.28점), 홍콩(5.12점)에 대한 평가가 좋았음. 한국은 4.93점으로 6개국 중 5번째였으며, 중국은 4.04점을 받아 서비스 수준이 가장 낮은 것으로 인식되고 있음(그림 12) 참조.



[그림 12] 서비스에 대한 이미지

○ 관광지로서의 브랜드이미지(Destination Brand Image)

- 관광목적지로서의 브랜드 이미지에서는 일본이 5.67점으로 가장 좋은 평가를 받음. 다음은 싱가포르(5.40점), 홍콩(5.29점) 순이었으며, 한국은 4.87점으로 태국(4.96점)보다도 낮은 평가를 받음(그림 13) 참조.



[그림 13] 관광목적지로서의 브랜드 이미지

#### 4. 서울의 관광경쟁력 증진방안

○ 서울 특성을 살린 관광상품 개발

- 현재 동북아의 관광도시들이 치열한 경쟁을 벌이고 있으나 서울은 단순, 획일, 저품질, 이미지 부재 속에서 서울특성을 살린 관광상품이 없는 실정임. 서울이 동북아 타 도시(도쿄, 상하이, 북경)와 경쟁하기 위해서는 관광상품의 차별성, 정체성 확보가 중요함.



- 서울은 자연경관에서 중국에 비해 열세이고, 리조트시설 면에서는 일본에 비해 상대적으로 열세임. 따라서 서울이 이들 도시들과 경쟁하기 위해서는 첨단도시시설, 쇼핑, 레저, 문화전통 등 다양한 관광자원을 복합화시켜 시너지 효과를 창출해야 함. 전통문화, 생활양식, 음식, 대중문화 축제 등 과거에는 주목받지 못했던 관광자원을 재발견하고, 관광상품화 하는 노력이 필요함.
  - 중국, 동남아를 겨냥한 세계적 브랜드의 테마파크를 수도권에 유치하기 위해서는 관광휴양시설을 개발·육성할 수 있도록 수도권정비계획법이 개선되어야 하고, 외국인투자에 대한 세제감면 등 각종 유인책이 필요함.
- 하드웨어(H/W) 중심의 물리적 개발방식에서 문화컨텐츠 중점의 소프트웨어(S/W) 및 스토리텔링 등의 관광연출력 강화로 전환
- 기존 서울시 관광계획은 하드웨어(H/W) 중심의 물리적 개발(계획 및 설계)에 중점을 두었으나, 앞으로는 서울의 지역특성을 살린 지식, 문화, 창의, 감성 등 문화컨텐츠를 충분히 활용한 관광개발에 관심을 가져야 함. 하드웨어만 중시하는 관광개발은 더 이상 경쟁력이 없으므로 다양한 문화관광 컨텐츠의 개발을 통해 관광객의 마음을 움직이는 것이 중요함.
  - 테마별 문화유산 해설가이드 및 해설프로그램을 보강하고, 첨단기술을 활용한 해설장비(PDA) 등으로 유비쿼터스 관광이 이루어질 수 있도록 함.
  - 대중문화, 엔터테인먼트, 전통문화 등이 복합된 테마형 관광상품 개발에 주력하고, 드라마, 가요, 영화 등 연예 위주의 한류열풍을 음식, 쇼핑 등 각 분야로 다원화하여 산업군간 상호 시너지 효과를 창출하도록 함.
- 숙박시설의 정비
- 국제수준의 시설 및 서비스를 갖춘 중저가호텔(Budget Hotel) 건설을 지원하고, 중저가 관광호텔제도를 대폭 정비하여 외래관광객의 숙박난을 해결함.
  - 일반모텔의 관광호텔로의 진/출입 제한을 완화시켜 일정수준 이상의 일반 숙박시설은 관광호텔로 인정함.
  - 장기 체류자나 가족단위 체류를 위한 주거호텔을 개발함.
  - 유명호텔과의 체인화(서비스의 표준화, 공동브랜드 사용 등)를 지원함.
- 선택과 집중이 가능하도록 핵심테마와 보완테마로 구분된 차별화된 관광상품 개발
- 핵심테마는 도시/오락형 관광(city entertainment tourism)으로 주간에는 고궁, 박물관,

미술관 등의 방문을 통한 역사문화를 체험하고, 오후에는 스포츠와 문화이벤트를, 야간에는 쇼핑을 즐기는 관광임. 서울 관광산업의 지식집약화가 가능한 관광분야로는 테마파크, 컨벤션센터, 예술문화관광, 역사체험관광, 특색있는 레저산업, 놀이공원(Amusement park), 사이버 관광 등임.

- 보완테마는 연극/뮤지컬/음악공연 관람 등의 문화관광(cultural tourism), 신병치료/건강관리 등의 보건관광(health tourism), 미용/성형 등의 미화관광(beauty tourism), 어학연수/세미나 등 교육관광(education tourism), 세일즈관광(business travel) 등임. 특히 성형/미용 및 건강 관련 특화관광상품의 개발과 홍보를 지원할 필요가 있음. 건강과 치료목적의 방문객은 장시간 체류하며 관광지출 규모가 큰 것이 특징이기에 서울 특화 관광상품으로 잠재력이 높음.

○ 관광기초 인프라의 획기적 개선

- 외국인의 체류에 불편이 없을 정도로 관광인프라를 획기적으로 개선함. 관광인프라 개선을 위해서는 우선 특색 있는 쇼핑환경 조성, 외국어 가능 안내원 배치 및 관광안내소 설치, 환전소/은행/화장실 확충, 시티투어의 활성화 및 복합 승차권 제도의 도입, 표지판 개량, 관광지도 개선 등이 필요함.
- 숙박, 언어, 친절, 안내 등 관광 기초환경의 경쟁력을 강화함.
- 관광행정의 전문화, 관광인력의 고급화 등을 통해 정책 및 제도 측면에서 경쟁력을 강화함.
- 관광교통 서비스체계를 획기적으로 정비하여 외래관광객의 교통불편을 해소함.

○ 주요 관광업종의 가격경쟁력 강화

- 서울의 관광업종은 외국에 비해 높은 고정비용 부담과 낮은 설비투자 효율, 높은 객실가격 및 낮은 수익성 등으로 가격경쟁력이 떨어지고 있음.
- 최근 환율하락에 따른 원화가치 절상으로 미주외국인 관광객의 여행경비 부담이 늘어났고, 또 영세율 폐지로 관광호텔의 객실요금이 10% 이상 올라갔음(서울의 도시 체재비는 세계 11위(\$486.39), 하루 음식비는 세계 15위(\$131.94)임)<sup>3)</sup>.
- 이에 반해 국내 관광산업의 경쟁력을 향상시킬 수 있는 실질적인 관광지원책은 미흡한 실정임. 고물가, 출입국 절차 복잡, 교통 및 언어 불편, 위생문제, 외국어 안내체계 미흡 등

3) Business Travel New, 2003, 「2004년 비즈니스 여행지수」

외국인 관광객 유치에 걸림돌이 많으므로 관광여건 개선을 위한 금융 및 세제 지원과 관광규제 개선이 필요함.

○ 관광산업의 전문화, 대형화, 복합화를 통한 산업 클러스터망 구축

- 호텔 및 여행업 업종을 집적(Agglomeration)할 수 있도록 지구지정 및 영세한 전/후방 사업에 대한 지원을 강화함.
- 쇼핑업체, 향토토산품, 통역/번역 업체, 이벤트업체, 운송/렌터카 업체, 관광인력 공급업체, 보험사 등 관광산업의 업종 다양화를 위해 관광진흥기금의 지원대상을 확대함.
- 쇼핑관광을 활성화하기 위해 우리 문화와 예술성이 가미된 고품위 관광기념품의 발굴 및 유통 지원을 강화함.
- 서울관광기념품센터에 면세점을 운영하여 무형문화재 기능 보유자의 작품 판매와 유통 기능을 병행하도록 함.
- 중앙정부와의 협의를 통해 공항출국장에 환급사무소를 설치하고 사후면세점을 지정함.

○ 중점 목표시장 설정 및 서울 홍보활동 강화

- 중국은 빠른 속도로 성장해 2010년에는 외래관광객 유치 규모가 일본에 버금갈 것으로 전망됨. 한국정부는 2011년에 1,050만명의 관광객 유치를 정책목표로 설정하고 있음. 목표의 실현가능성에 대해 비판적인 시각도 있으나 중국 관광시장의 성장추이를 감안할 때 달성 가능성 또한 상존함.
- 근거리 저비용 국제선 항공사업을 성공적으로 추진하기 위해서는 동북아 지역 한·중·일 3국간 통합항공운송시장 구축이 필요함. 유럽의 저비용항공사가 성공적으로 운영될 수 있었던 것은 유럽통합 항공운송시장이 구축되었기 때문임.
- 일본, 중국, 동남아 지역 등을 외래관광객 유치를 위한 중점 마케팅 시장으로 설정하고 국별, 지역별 특성을 살려 중장기적 관점에서 지속적인 서울 홍보활동으로 공략해 나갈 것임.

박종구 | 서울시정개발연구원 부연구위원  
02-2149-1240  
jpark85@sdi.re.kr