

요약 및 정책건의

I. 연구개요

1. 연구배경 및 목적

- 2000~2006년 기간 동안 외래관광객 연평균 증가율이 2.5%이었으나 민선 4기 출범 이후인 2006~2008년 기간 동안 연평균 증가율은 8.2%에 달함. 이는 서울시 민선 4기의 외래관광객 유치 정책의 효과가 어느 정도 나타나고 있는 것으로 보이나 당초 2010년 유치 목표에 비하면 그 달성률은 다소 낮은 수준임.
- 이 연구는 우선 서울시가 그간 추진한 국제관광진흥 정책들이 효과가 있었는지, 좋은 결과를 나타내고 있는 정책들은 무엇인지, 좋지 않은 결과를 나타내고 있는 정책들은 무엇인지 등 관련 정책의 효과성을 평가해 보려고 함.
- 또한 이를 통해 기존 정책을 재검토, 보완함으로써 효과성 제고를 위한 방안을 제시하려고 함.

2. 연구방법

1) 조사방법

- 서울시 관광진흥 정책들의 효과성을 평가하기 위해 2009년에 서울을 방문한 외래관광객들의 서울관광 소감을 설문조사함. 그 결과를 민선 4기 정책들이 본격적으로 추진되기 시작한 2007년에 실시한 동일한 조사결과와 겹 분석을 실시함.

구분	2007년	2009년
표본 수	총 1,000명	총 367명
조사기간	2007년 7월13일 ~23일	2009년 5월1일 ~20일
공 통	• 조사대상 : 출국외국인 • 조사장소 : 인천국제공항, 김포공항 • 조사방법 : 구조화된 조사표(Structured Questionnaire) • 표본추출방법 : 국가별 유의할당 추출	

2) 분석방법

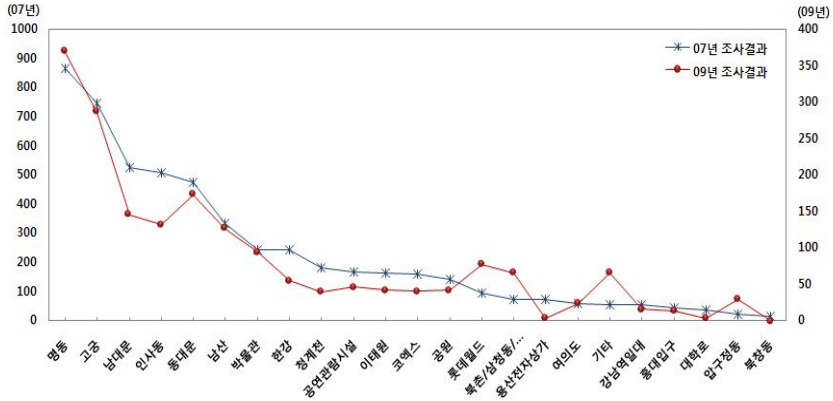
- 서울시 관광진흥정책의 시계열적 내용 검토
 - 2007~2009년 동안 정책 및 사업들의 추이 분석
- 서울 국제관광 진흥정책 효과성 분석
 - Gap analysis, Portfolio chart analysis
 - 2007년, 2009년 조사결과 비교

Ⅱ. 서울시 인바운드 관광정책 효과성

1. 서울 방문 외래관광객 여행소감 조사결과

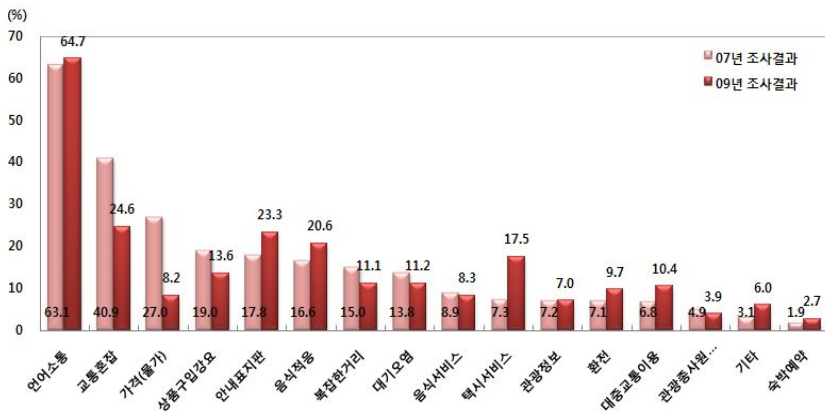
1) 서울의 Best 관광지

- 아래 그림은 외래관광객들에게 관광지를 1위~3위까지 뽑게 한 후 그 선택 빈도에 가중치를 부여한 결과임.
- ‘명동’과 ‘고궁’의 만족도는 2007년 2009년 모두 매우 높으며, ‘남대문’과 ‘인사동’의 만족도는 2007년에 비해 2009년에 하락함.
 - ‘롯데월드’, ‘북촌/삼청동/청와대’ 등의 만족도는 향상됨.



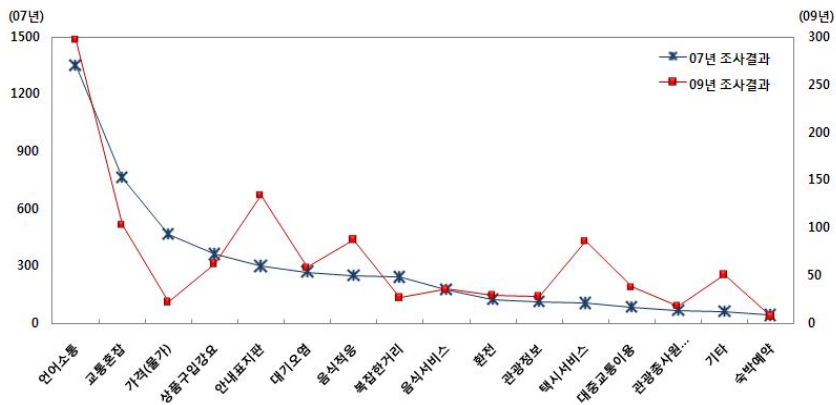
2) 관광객 불편·불만 요소

- 2007년과 마찬가지로 2009년에도 외래관광객들이 ‘언어소통’에 가장 큰 불편을 느끼고 있음.
- 상위권 불만요소들 중에 ‘교통혼잡’과 ‘가격(물가)’에 대한 불만·불편이 2007년에 비해 2009년에 크게 감소하였으며, ‘가격(물가)’의 경우 숙박가격 인하 노력과 환율효과가 어느 정도 작용한 것으로 보임.



3) 서울의 대책이 시급한 요소

- 아래 그림은 외래관광객들에게 대책이 시급한 불편·불편 사항을 1위~3위까지 선택하게 한 후 그 선택 빈도에 가중치를 부여한 결과임.
- ‘언어소통’이 가장 시급한 문제로 지적되었고, ‘교통혼잡’, ‘안내표지판’, ‘음식적용’, ‘택시서비스’ 등의 문제도 그 비중이 다소 높아짐.
- 반면 ‘가격(물가)’ 문제는 감소함.

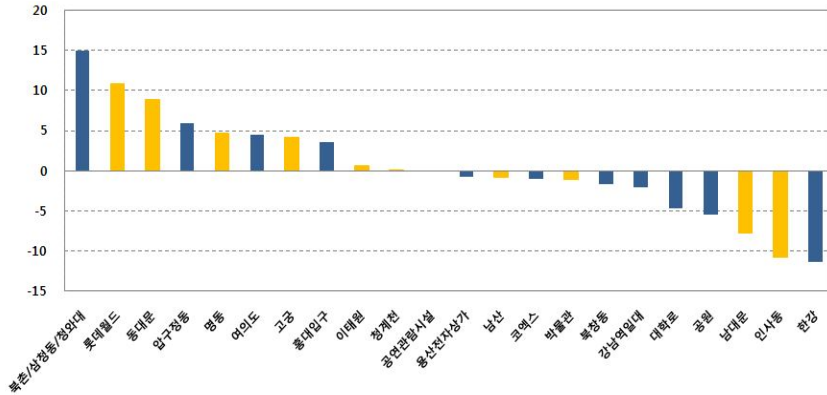


2. 서울시 인바운드 관광진흥정책 효과성 분석결과

1) 분석 결과

□ 서울 관광지 인지도의 시간적 변화(2007 → 2009)

- 2007년과 2009년에 각각 조사한 서울시 주요 관광지 인지도(호감도) 순위를 비교해보면, 상·하위권을 이동하는 커다란 순위변동은 그리 많지 않음.
- 두 조사시점 간 시간적 인지도 변화를 살펴보면 상위권에서 명동, 동대문, 고궁의 인지도가 다소 상승하였고, 하위권에서는 북촌/삼청동/청와대, 롯데



데월드가 10이상의 인지도 갭으로 급상승함.

—반면 상위권의 한강, 인사동, 남대문, 하위권의 압구정, 여의도, 홍대입구 등은 인지도가 다소 하락하는 것으로 나타나 이들 관광지에 대한 장소마케팅 노력이 강화될 필요가 있음.

□ 서울 관광지 방문선호도의 시간적 변화(2007 → 2009)

○ 대체로 상위권과 하위권 내에서 미약한 변동은 있어도 상·하위권을 이동하는 커다란 인지도 순위변동은 그리 많지 않음.

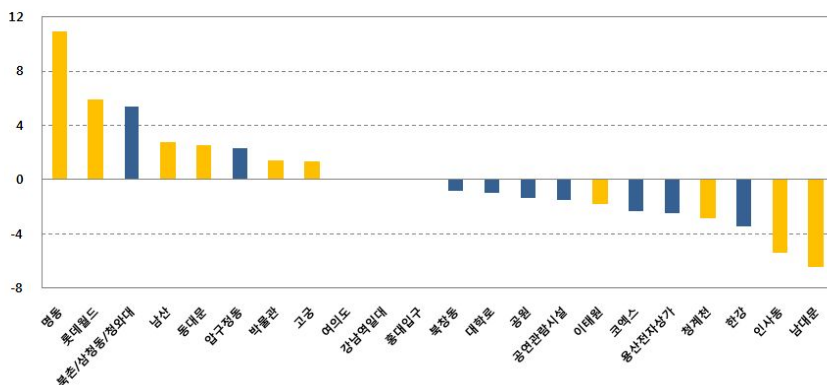
—상위권에서는 동대문패션타운이 순위가 상승하였고, 남대문시장, 한강, 청계천, 이태원 등은 순위가 하락함.

—하위권에서는 ‘압구정 일대’가 2009년에 괄목한 만한 순위상승을 보임.

○ 2007년 대비 2009년 서울 주요 관광지 인지도가 대체로 높아짐.

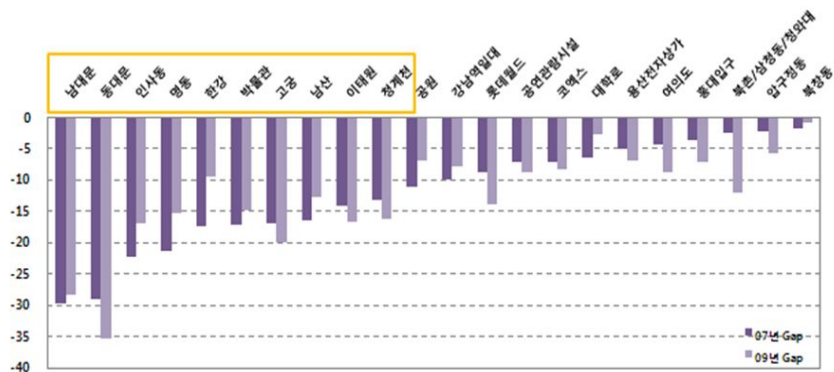
—상위권에서는 명동, 동대문, 고궁이 인지도가 다소 상승하였고, 하위권에서는 북촌/삼청동/청와대, 롯데월드가 10이상의 인지도 갭으로 급상승함.

—반면 남대문시장, 이태원, 청계천, 인사동, 용산전자상가 등은 선호도가 2007년 대비 상당히 하락한 것으로 조사됨.



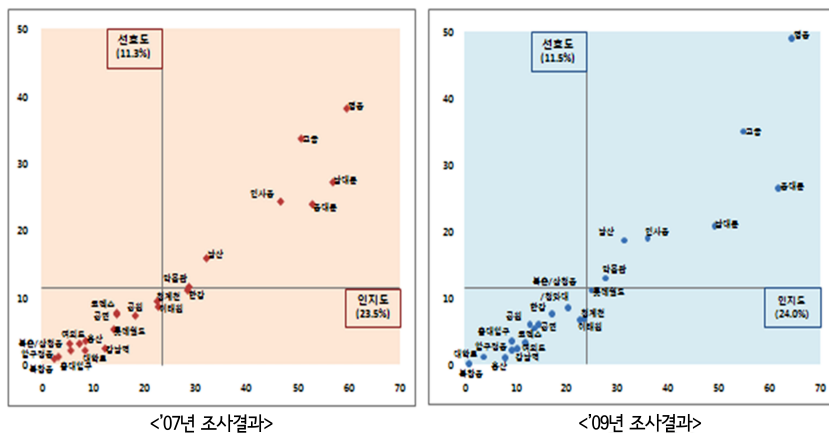
□ 서울 관광지 인지도-선호도 Gap의 시간적 변화

- 동대문, 고궁, 이태원, 청계천, 롯데월드, 여의도, 홍대입구, 북촌/삼청동/청와대, 압구정동 등은 2009년에 인지도/선호도 Gap이 커짐.
- 반면 남대문, 인사동, 명동, 한강, 남산, 공원, 강남역, 대학로 등은 인지도-선호도 Gap이 줄어들음.



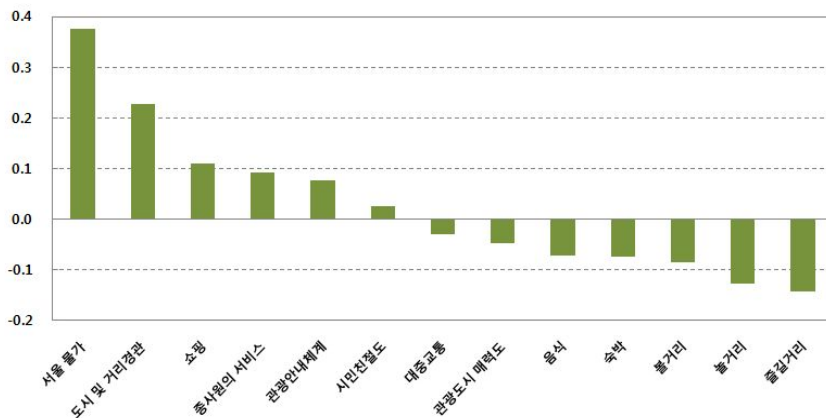
□ 서울 관광지 인지도-선호도 Portfolio chart

- 명동, 고궁, 동대문, 남대문, 인사동, 남산, 박목란 등은 2007년과 2009년 모두 인지도와 선호도가 높으며, 남대문은 1사분면을 지키고 있지만 인지도와 선호도가 모두 하락함.



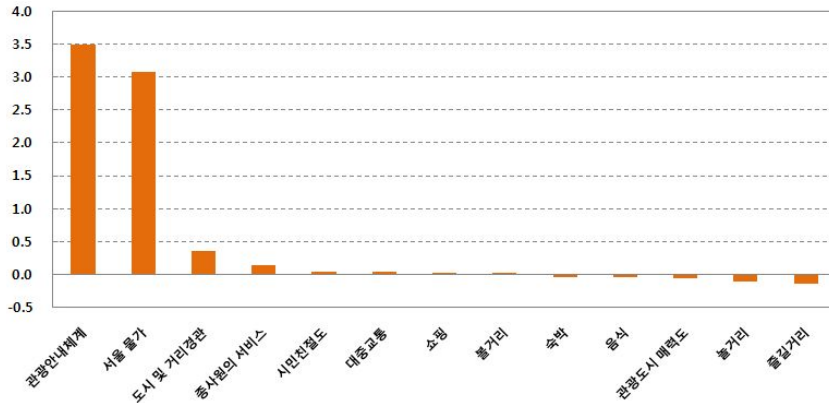
□ 서울 관광 기대도의 시간적 변화

- 반면 즐길거리, 놀거리, 볼거리, 숙박, 음식, 관광도시 매력도, 대중교통에 대한 기대도는 하락함.



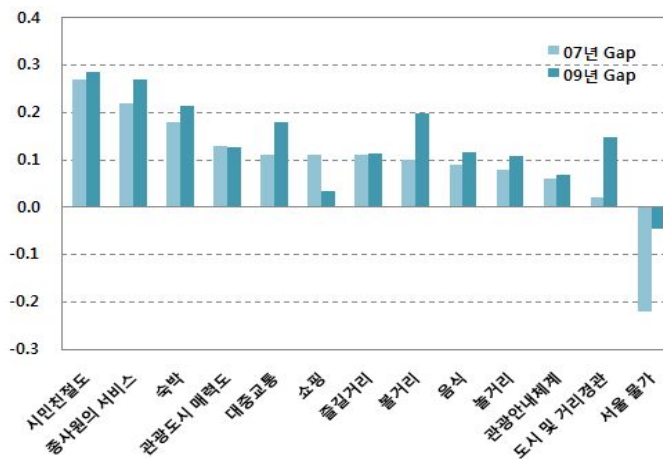
□ 서울 관광 만족도의 시간적 변화

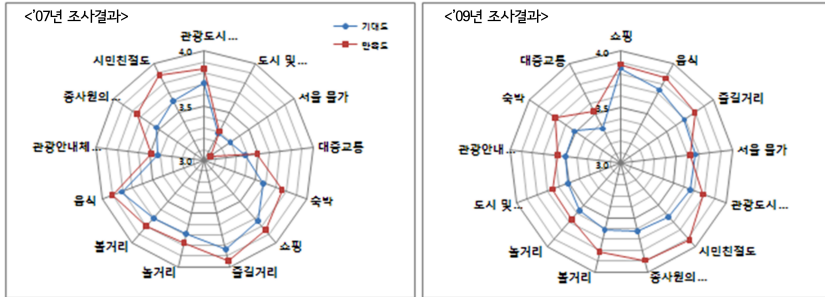
- 2007년 대비 만족도가 크게 떨어진 항목은 없음.
- 관광안내체계와 서울물가에 대한 만족도가 2007년 대비 크게 상승하였으나, 즐길거리, 놀거리 등에 대한 만족도는 다소 떨어짐.



□ 서울 관광 기대도-만족도 Gap의 시간적 변화

- 도시 및 거리경관, 볼거리, 대중교통 등에 대한 기대도/만족도 Gap이 커진 것은 외래관광객들이 기대 이상으로 만족하였음을 의미함.

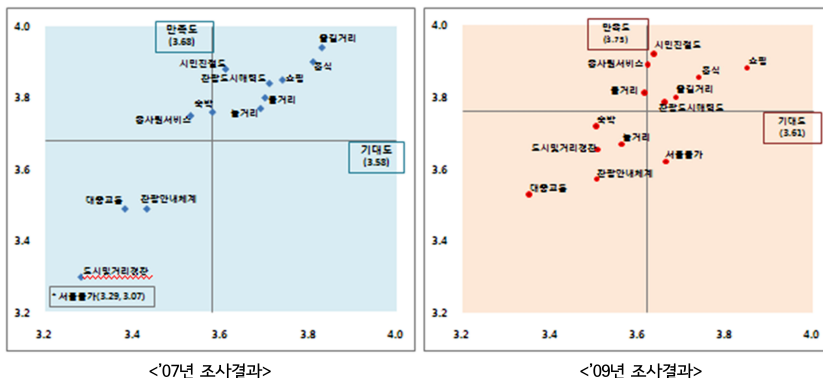




- 전반적으로 서울 물가 요소를 제외한 대부분 관광편의 요소들이 양(+)의 값을 가진 것으로 나타난 것은 서울을 방문한 외래관광객들이 기대 이상으로 서울의 관광에 만족한 것으로 볼 수 있음.

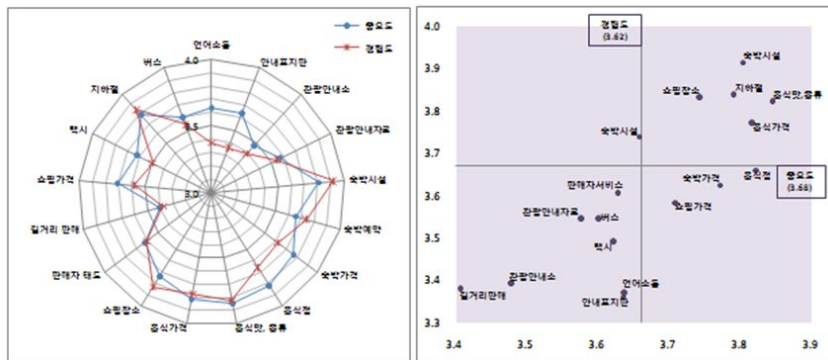
□ 서울 관광 기대도-만족도 Portfolio chart

- 기대도와 만족도의 평균이 2007년 대비 2009년 소폭 상승함.
- 시민친절도, 쇼핑, 음식, 즐거거리, 관광도시 매력도, 종사원서비스 등이 2007년과 2009년 모두 1사분면을 지키고 있음.
- 종사원의 서비스(2 → 1), 불거리(1 → 2), 놀거리(1 → 3), 숙박(1,2 → 3), 서울물가(3 → 4)는 변수 위치가 이동함.



□ 관광목적지 요소의 중요도-경험도 Gap 시전적 변화

- 총 17개 여행 요소의 중요도 평균은 3.68이고, 경험도 평균은 3.62이며, 그 Gap이 -0.06으로 중요도에 비해 경험도가 조금 낮음.
- 언어소통, 안내표지판, 관광안내소 등 관광안내와 관련된 항목과 숙박가격, 쇼핑가격 등 가격 관련 항목의 경험도가 중요도보다 떨어짐.
- 숙박시설, 쇼핑장소, 지하철 등은 중요도에 비해 경험도가 높음.



Ⅲ. 결 론

1. 서울관광지 선호도

- 관광지 방문을 변화
 - 2009년 서울시 주요 관광지 방문율은 남대문, 인사동, 한강 등을 제외 하고는 대체로 2007년 대비 증가함.
 - 특히 하위권였던 롯데월드와 북촌/삼청동/청와대의 방문율이 눈에 띄게 증가함.

- 한강의 경우 그간 한강르네상스 프로젝트 일환으로 관광매력성을 제고하기 위한 다양한 사업들이 추진되어왔으나, 그 1차사업들의 결실은 주로 2009년 하반기부터 나타나 이번 연구에는 그 효과성 평가가 포함되지 않았음을 유념할 필요가 있음.

○관광지 인지도 변화

- 2007년 대비 주요 관광지 중 동대문패션타운과 과거 하위권이었던 청와대/삼청동/북촌한옥마을, 롯데월드, 압구정 등에 대한 인지도 및 기대도가 상승함.
- 그러나 한강, 인사동, 남대문, 공원, 대학로 등에 대한 인지도는 떨어져 인지도가 하락한 관광지가 숫적으로는 더 많음.
- 장소 마케팅에 대한 노력이 요구됨.

○관광지 선호도 변화

- 2007년 대비 방문 후 선호도가 상승한 관광지는 명동, 롯데월드, 청와대/삼청동/북촌한옥마을, 남산, 동대문 등임.
- 반면 선호도가 떨어진 관광지는 남대문, 인사동, 한강, 청계천, 용산전자상가, 코엑스, 이태원 등임.

○관광지 인지도-선호도 Gap 변화

- 남대문, 인사동, 명동, 한강, 박물관, 남산 등은 상승함.
- 반면 동대문, 고궁, 이태원, 청계천, 청와대/삼청동/북촌한옥마을 등은 하락함.
- 인지도 → 장소 마케팅, 선호도 → 장소 프로그램 확충, 인지도-선호도 Gap → 맞춤형 관광플랜 등으로 개선 노력이 필요함.

2. 서울 관광서비스 만족도

○서울 관광서비스 기대도 변화

- 2007년 대비 서울물가, 도시 분위기나 가로경관, 쇼핑, 종사원서비스, 시민친절도에 대한 기대도는 상승함.
- 반면 즐길거리, 놀거리, 볼거리, 숙박, 음식, 관광매력도, 대중교통 등에 대한 기대도는 하락함.

○서울 관광 서비스 만족도 변화

- 2007년 대비 관광안내체계, 서울물가, 도시 분위기나 가로경관, 종사원 서비스 등에 대한 만족도는 상승함.
- 반면 즐길거리, 놀거리, 도시매력도, 음식, 숙박 등에 대한 만족도는 하락함.

○서울관광 서비스 기대도-만족도 Gap 변화

- 2007년 대비 서울물가 요소를 제외하고 2009년 조사된 서울의 관광 서비스 요소는 모두 기대도보다 더 큰 만족도를 제공함.
- 한편 기대도-만족도 Gap에서 쇼핑, 도시매력, 즐길거리 요소를 제외하고는 모두 만족하는 폭이 커짐.
- 특히, 도시 및 거리 경관, 볼거리, 대중교통, 종사원태도 등의 도시 서비스 요소에 대한 만족도가 크게 향상됨. 이는 서울의 관광진흥 정책의 효과가 어느 정도 나타났음을 의미함.
- 도시관광 서비스의 세분화된 요소 중요도-경험도 Gap
 - 노점상, 안내체계(관광안내소, 안내표지판, 안내자료, 언어), 대중교통(택시, 버스), 판매자태도 등에 대한 개선이 요구됨.

3. 정책적 제언

- 과거 3년간 서울시가 외래관광객들에게 제공하는 도시관광 서비스 제공 측면에서 관광객들의 만족도를 조사한 결과 서울시가 그동안 추진한 관광진흥정책은 어느 정도 효과를 나타냈다고 볼 수 있음.
- 그러나 투입한 노력 대비 산출 효과는 그리 크지 않아 향후에도 개선 여지가 많은 것으로 분석됨.
- 특히, 관광하드웨어인 시내 주요 관광지의에 대한 장소 마케팅, 그리고 소프트웨어인 즐길거리, 놀거리, 도시매력 등에 대한 보다 많은 노력이 필요한 것으로 판단됨.