

정책연구 2000-12

북제주지역의 문화관광상품 개발 방안

2000. 12.

제주발전연구원

정책연구 2000-12

북제주지역의 문화관광상품 개발 방안

Plans to promote North Jeju County's cultural tourism

2000. 12.

제주발전연구원

목 차

제 1 장 연구 개요	1
1. 연구 목적	1
2. 연구 범위 및 방법	2
3. 용어 정의	2
제 2 장 북제주지역의 문화관광 잠재력 분석	7
1. 문화관광자원 현황	7
2. 현황 분석의 시사점	17
제 3 장 해외 사례 연구	18
1. 벨기에 문화관광자원	18
2. 프랑스 사부아(Savoie)지방의 문화관광자원	19
3. 독일의 문화패키지 전문 투어여행사	20
4. 아일랜드의 Muckross House	20
5. 사례 조사의 시사점	21
제 4 장 관광객 의견조사	23
1. 조사개요	23
2. 조사결과	26
3. 시사점 및 평가	65
제 5 장 문화관광상품 개발 제안	72
1. 관광상품 선정의 기준	72
2. 북제주군이 개발 가능한 관광상품	73
3. 제주도에서 개발할 관광상품	78
<참고문헌>	84
부록(설문지)	85

〈 표 차례 〉

<표 2-1>	주요 관광지 현황	7
<표 2-2>	북제주군 지정문화재 현황	8
<표 2-3>	제주도 관광 토산품 현황	8
<표 2-4>	숙박시설 현황	10
<표 2-5>	절차 이행 골프장업 현황	10
<표 2-6>	북제주군 해수욕장 현황	11
<표 2-7>	제주경마장	12
<표 2-8>	관광승마장 현황	12
<표 2-9>	북제주군 지정 동굴 현황	13
<표 2-10>	북제주군 관광지구 개발사업 추진 현황	14
<표 2-11>	제주도 종합개발계획상 북제주군내 관광지구 지정 현황	14
<표 2-12>	관광지구 추진 계획	15
<표 2-13>	북제주군 유료관광지의 관광객 현황	15
<표 2-14>	북제주군 해수욕장 이용객 현황	16
<표 3-1>	벨기에 Open Monument Days 방문객 수(명)	18
<표 3-2>	Muckross House의 방문객 추이(명)	21
<표 4-1>	조사 주제	23
<표 4-2>	응답자의 인구통계학적 특성	24
<표 4-3>	제주도 방문 횟수	26
<표 4-4>	제주도 방문 목적	27
<표 4-5>	제주도 관련 정보 탐색 방법	27
<표 4-6>	선호하는 관광유형	28
<표 4-7>	북제주군에 대한 인지도	28
<표 4-8>	선호하는 북제주군의 관광지	29
<표 4-9>	들불축제 참가 여부	30

<표 4-9-1> 들불축제 참가 만족도	30
<표 4-9-2> 연령별 들불축제 참가 경험	30
<표 4-9-3> 연령별 들불축제 참가 만족도	31
<표 4-9-4> 수입별 들불축제 참가 만족도	31
<표 4-9-5> 수입별 들불축제 만족도	32
<표 4-10> 향몽유적지 방문 여부	32
<표 4-10-1> 향몽유적지 방문 만족도	33
<표 4-10-2> 연령별 향몽유적지 방문 여부	33
<표 4-10-3> 연령별 향몽유적지 방문 만족도	34
<표 4-10-4> 수입별 향몽유적지 방문 경험	34
<표 4-10-5> 수입별 향몽유적지 만족도	35
<표 4-11> 제주 항일기념관 방문 여부	35
<표 4-11-1> 제주 항일기념관 방문 만족도	36
<표 4-11-2> 연령별 제주 항일관 방문 여부	36
<표 4-11-3> 연령별 제주항일관 만족도	37
<표 4-11-4> 수입별 제주항일관 방문 경험	37
<표 4-11-5> 수입별 제주항일관 만족도	38
<표 4-12> 문화예술인마을 방문의사	38
<표 4-12-1> 연령별 문화예술인마을 방문의사	39
<표 4-12-2> 수입별 문화예술인마을 방문의사	39
<표 4-13> 돌박물관 방문의사	40
<표 4-13-1> 연령별 돌박물관 방문의사	40
<표 4-13-2> 수입별 돌박물관 방문의사	41
<표 4-14> 제주역사공원 방문 의사	41
<표 4-14-1> 연령별 제주역사공원 방문 의사	42
<표 4-14-2> 수입별 제주역사공원 방문 의사	42
<표 4-15> 탐라순력도 기행상품 구매의사	43
<표 4-15-1> 연령별 탐라순력도 기행상품 구매의사	43
<표 4-15-2> 수입별 탐라순력도 기행상품 구매의사	44

<표 4-16>	제주·일본우정기념관 방문의사	44
<표 4-16-1>	연령별 제주·일본우정기념관 방문 의사	45
<표 4-16-2>	수입별 제주·일본우정기념관 방문 의사	45
<표 4-17>	제주·중국우정기념관 방문의사	41
<표 4-17-1>	연령대별 제주·중국우정기념관 방문의사	46
<표 4-17-2>	수입별 제주·중국우정기념관 방문의사	47
<표 4-18>	제주여성박물관 방문의사	47
<표 4-18-1>	연령별 제주여성박물관 방문의사	48
<표 4-18-2>	수입별 제주여성박물관 방문의사	48
<표 4-19>	해녀박물관 방문의사	49
<표 4-19-1>	연령별 해녀박물관 방문의사	49
<표 4-19-2>	수입별 해녀박물관 방문의사	50
<표 4-20>	유배자박물관 방문의사	50
<표 4-20-1>	연령별 유배자박물관 방문의사	51
<표 4-20-2>	수입별 유배자박물관 방문의사	51
<표 4-21>	동물박물관 방문의사	52
<표 4-21-1>	연령별 동물박물관 방문의사	52
<표 4-21-2>	수입별 동물박물관 방문의사	53
<표 4-22>	이색적 숙박시설 투숙 여부	53
<표 4-22-1>	연령별 이색적 숙박시설 투숙 여부	54
<표 4-22-2>	수입별 이색적 숙박시설 투숙 여부	54
<표 4-23>	제주 영화촬영장 답사 상품 구매 여부	55
<표 4-23-1>	연령별 제주 영화촬영장 답사 상품 구매 여부	55
<표 4-23-2>	수입별 제주 영화촬영장 답사 상품 구매 여부	56
<표 4-24>	민속공예품제작 체험 여부	56
<표 4-24-1>	연령별 민속공예품제작 체험 여부	57
<표 4-24-2>	수입별 민속공예품제작 체험 여부	57
<표 4-25>	오름 일출 감상 상품 구매 여부	58
<표 4-25-1>	연령별 오름 일출 감상 상품 구매 여부	58

<표 4-25-2> 수입별 오름 일출 감상 상품 구매의사	59
<표 4-26> 자연골프장 이용 여부	59
<표 4-26-1> 연령별 자연골프장 이용 여부	60
<표 4-26-2> 수입별 자연골프장 이용 여부	60
<표 4-27> 해수욕장골프장 이용 여부	61
<표 4-27-1> 연령별 해수욕장골프장 이용 의사	61
<표 4-27-2> 수입별 해수욕장골프장 이용 의사	62
<표 4-28> 태풍체험 상품 구매 의사	62
<표 4-28-1> 연령별 태풍체험 상품 구매의사	63
<표 4-28-2> 수입별 태풍체험 상품 구매의사	63
<표 4-29> 맛조개잡이 체험 상품 구매의사	64
<표 4-29-1> 연령별 맛조개잡이 체험 상품 구매의사	64
<표 4-29-2> 수입별 맛조개잡이 체험 상품 구매의사	65
<표 4-30> 조성중인 문화관광상품 평가	67
<표 4-31> 문화관광 신상품에 대한 선호도	68
<표 4-32> 체험관광 신상품에 대한 선호도	70
<표 5-1> 새로운 문화관광 신상품에 대한 종합 선호도	72

제 1 장 연구 개요

1. 연구 목적

- 제주지역은 급속하게 진행되고 있는 세계화와 정보화 등의 국내외 환경 변화에 적절하게 적응하여 지역경쟁력을 확보 해야함.
- 제주의 지주산업인 관광산업과 감귤산업은 세계 시장이 개방되기 전까지는 국내에서 독점적인 지위를 누리면서 지역경제를 이끌어 왔음.
- 그러나 WTO 체제 이후 양대 산업이 급작스럽게 개방·변화되는 시장환경에 적절한 대응을 하지 못함으로써 제주 경제는 침체되고 있으며, 북제주 지역 역시 마찬가지임.
- 특히 농수산물의 완전 개방은 제주 감귤산업의 경쟁력을 약화시키면서 이에 대한 구조조정을 요구하고 있음. 이러한 현실을 직시할 때, 비록 관광산업이 침체되어 있지만 위기의 제주경제를 극복해 나갈 핵심 전략산업임을 부정할 수 없음.
- 제주의 관광산업은 '89년 전면적인 해외여행 자율화 이후, 동남아에 위치한 주요 관광목적지들과 비교할 때 경쟁력에서 뒤지고 있고 최근에는 북한관광의 개방 폭이 넓어지면서 제주관광에 커다란 위협요인으로 작용할 것이라는 전망도 있음. 더욱이 제주의 관광은 비교적 부가가치가 떨어지는 관광상품에 의존하면서 변화하는 세계관광의 추세에 부응하지 못하고 있음.
- 이처럼 침체한 제주관광산업을 부흥하기 위해서는 천혜의 관광자원과 독특한 제주 문화를 보존하는 것을 기본 방향으로 설정하고 이를 적극적으로 활용·개발하는 것이 필요함.
- 기존의 시각에서 탈피하여 새로운 관점에서 타 지역과는 차별적이고 고부가가치 창출이 가능한 제주의 독특한 문화관광이 개발된다면 위기의 관광산업을 극복하는데 크게 기여하게 될 것임.
- 따라서 본 연구는 북제주 지역에 널리 분포 되어있는 문화자원을 대상으로 내국인과 외국인이 손쉽게 방문하여 북제주만의 차별화 되고 독특한 문화

를 깊이 있게 체험할 수 있도록 하고 더불어 관광객 자신의 문화적 수준을 끌어올릴 수 있게 문화자원을 관광상품화 할 수 있는 다양한 방안을 강구하는 데 목적이 있음.

2. 연구 범위 및 방법

□ 연구 범위

- 공간적 범위는 제주도의 북제주 지역임.
- 주요 내용은 북제주 지역의 문화관광 자원에 대한 현황과 문제점을 분석하고, 외국의 성공적인 문화관광상품 개발 사례를 벤치마킹하여 북제주 지역에서 실천력 있는 문화자원의 관광상품화 방안을 마련하는 것임.

□ 연구 방법

- 연구방법은 관련 문헌조사, 성공적인 해외사례 분석, 그리고 가상 문화관광상품에 대한 관광객 선호도를 분석하는 시나리오 기법을 활용한 설문조사를 시행하였음.

3. 용어 정의

□ 문화관광의 개념

- 문화적 소비는 나로 증가하고 있으며 관광은 문화적 소비를 점차 중요시하고 있고 지역, 국가적 차원에서 이를 조장하고 자극하고 있음. 다시 말해 문화적 소비는 시간이 지날수록 급속도로 증가하고 있으며 관광의 경우도

문화적 요소가 관광소비의 중요한 영역으로 자리매김 하고 있음.

- 문화의 선진지역이라 할 수 있는 유럽지역에서도 점차 사양화되고 있는 제조업을 대신하여 문화관광이 급속도로 발전하고 있음.
- 이러한 문화관광에 대한 소비를 주도적으로 사용하는 사람들은 누구인가? 그들은 왜 문화관광에 참여하는가? 문화의 어떤 요소들이 문화관광객들에게 매력을 느끼게 하는가? 문화관광객들에 의해 소비되는 것은 누구의 문화인가? 등을 연구하는 것이 문화관광에 대한 주요 연구 주제임.
- 관광과 문화는 밀접한 상호 연관성을 가지고 있는데 유럽에 있어서는 풍부한 문화 및 역사적 유산이 많은 관광객들을 유치하는 중요한 관광동기중의 하나임.
- 주로 바다와 태양, 아름다운 해변에서 휴식을 즐기던 관광객들이 보다 높은 욕구차원에서 문화관광자원을 바탕으로 하는 문화관광지를 찾는 추세임.
- 세계관광기구는 문화관광의 정의를 협의의 개념과 광의의 개념으로 정리하고 있음.
- ‘협의의 문화관광’은 수학여행, 예술활동, 축제와 기타 이벤트를 위한 여행, 유물과 유적지 방문, 자연학습을 위한 여행, 민속축제 참관 등과 같은 문화적 동기에 의한 사람들의 이동을 뜻함.
- 반면 ‘광의의 문화관광’은 사람들의 모든 이동을 포괄하는 개념으로서, 이는 관광이라는 활동이 인간의 다양한 욕구를 충족시키고 개인의 문화수준을 향상시키며 새로운 지식과 경험을 접할 수 있는 모든 활동을 말함.
- 하지만 이러한 광의적 접근방법은 문화관광이 실제로 무엇인지에 대한 명확한 구별 기준을 제시해 주지 못하므로 거의 사용되고 있지 않음.
- 한편 1991년 ATLAS(European Association for Tourism and Leisure Education)에서 발간한 문화관광 연구보고서에 의하면 문화관광은 상품에 기초를 둔 접근법과 과정에 근거를 둔 활동으로 구분·설명하고 있음.
- ATLAS는 문화관광을 개념적 측면에서는 ‘개인의 문화적 욕구를 충족시키고 새로운 정보와 경험을 획득할 목적으로 한 거주지에서 문화자원의 이동’으로 규정하고 있고, 기술적 측면에서는 ‘개인이 거주지와는 다른 외부의 유산과 유적, 예술적이고 문화적인 표현, 미술과 드라마와 같은 특수한 문화

자원을 향유하기 위해 행하여 지는 모든 이동'으로 정의하고 있음.

- 맥카넬(MacCannell, 1993)은 모든 관광활동을 문화적 경험이라고 주장하고 있고 Urry(1990)도 관광을 문화로 정의하는 등 관광과 문화간의 경계를 허물어버리는 주장들이 있음.
- 문화와 관광정책에 대한 경제적·사회적 조건 변화의 영향은 유럽 도시들에서 잘 나타나고 있는데 도시의 주요 기업들은 제조업의 쇠퇴와 그로 인해 야기된 구조적인 실업문제들과 같은 경제와 사회적 변천에 의해 강한 타격을 받았음.
- 문화와 관광은 황폐한 도시내 공공기능들의 재생, 다민족 공동체의 해방, 그리고 사회적 통합의 수단으로서 도시들의 경제부흥을 이룰 수 있는 중요한 요소로 인식됨으로써 문화와 관광 관련 정책들은 도시정책의 주요 과제로 부각되고 있음. (Corijn & Mommaas, 1995).
- 이러한 문화관광정책은 지방정부 차원에서 확실하게 나타나고 있는데, 도시는 소비중심지에서 생산중심지로의 전환을 위한 각고의 노력을 기울여 왔고 점점 경쟁이 치열해 지는 상황에서 문화는 도시 마케팅의 주요수단이 되었음. 농업생산으로부터 토지용도 전환과 외부로의 이주, 시골지역의 경제적·사회적 변화 또한 교외의 문화관광개발을 자극하고 있음.
- '농업관광' 개발프로그램들은 현재 지역관광개발과 마케팅 프로그램의 중요한 특징이고 특히 남유럽에서 이러한 현상이 두드러지게 나타나고 있음.

□ 문화관광의 범위

- 관광자원에 대한 반응은 관광객들마다 다르지만 관광이 주는 강한 매력은 다른 이질문화에 대한 체험으로서, 관광객들은 시간적·감각적으로 들어오는 사물을 선택적으로 이해하게 됨으로 만족을 느끼게 되는 것임.
- 문화를 창조한 인류는 그 문화를 발달시켜 왔지만 문화에 의해 그 자신이 구속되기도 하는데, 다시 말해서 인간이 누리는 문화는 인간의 삶의 방식과 행동에 커다란 영향을 끼치고 있다는 것임.

○ 맥킨토쉬는 관광매력이 있는 문화적 요소를 그 지역의 미술, 음악, 민속춤, 공예품, 산업과 판매업, 문학과 언어, 과학, 정부, 종교, 음식, 역사문화유산 등 15개의 요소로 구성된다고 언급하고 있음(이영진·권대웅 편저, 1999년 재인용).

- **미술** : 유화, 조각, 스케치, 수채화, 필사예술, 조경건축 등
- **음악** : 하와이, 멕시코, 하이티, 스페인에서와 같이 음악은 관광객에게 가장 흥미 있는 소구(appel)대상으로서 관광진흥에 음악의 이용은 가장 바람직함. 그 밖에 콘서트와 야외음악당의 프로그램과 디스크와 카세트 테이프의 판매는 인기가 있음.
- **민속춤** : 거의 대부분의 나라는 민속춤을 갖고 있는데 이 춤과 관련해서 색상, 의상, 음악, 무대장치, 춤의 기교와 숙련이 관람자에게 호소적인 매력을 주고 있음. 멕시코의 발레민속, 일본의 카부키 댄스, 한국의 부채춤과 가면탈춤 등이 있음.
- **공예** : 생활필수품이나 장식품으로 사용되면, 공예품이 관광자에게 큰 매력을 주게 됨. 특히 관광객들의 선물구매를 만족하게 하기 위해 각국에서는 수공업 또는 기계로 대량생산을 하게 됨.
- **산업** : 산업은 여행의 동기부여에 있어 중요한 요소인데, 상당수의 국제 관광객들은 지역 또는 국가의 상공업, 상품과 경제적 기반에 많은 흥미를 느끼게 됨.
- **쇼핑** : 쇼핑은 관광에 있어서 가장 중요한 요소 중의 하나인데 세계적인 쇼핑국가인 홍콩과 함께 한국의 이태원과 같은 곳은 최근 쇼핑의 주요 목적지로 부상하고 있음.
- **농업특산물** : 지역의 특성을 담은 농업특산물, 낙농업품, 농작물, 과일과 채소류 등도 지역문화를 담은 문화관광의 범주에 속함.
- **교육** : 각국의 교육제도는 방문객에게 흥미거리가 되는데 아름답게 조성된 대학캠퍼스는 매력적인 장소로 부각되고 있음. 또한 대학에서는 다양한 국제학술회의가 개최되면서 과학자, 학자, 교육자 등이 참석하게 됨.
- **문학** : 책, 잡지, 신문, 소책자, 기타 팸플렛 등은 가장 중요한 지역문화 표현임.

- **언어** : 언어에 대한 흥미는 관광에 대한 동기를 부여할 수 있는데 “언어를 배우려면 그 언어를 사용하는 나라를 방문하라”라는 표현이 있듯이 언어를 배우는 목적은 그 국가의 문화를 배우기 위함이라고 할 수 있음.
- **과학** : 기술산업, 교육 또는 과학적 연구조사 등과 같은 과학적 활동은 관광객에게 흥미의 대상이 되고 있음. 산업박물관, 천문관, 원자로, 미국의 NASA 등은 과학적 관광자원의 좋은 사례임.
- **공공기관** : 공공기관 역시 문화관광의 소재가 될 수 있음. 예를 들면 미국 워싱턴에 있는 국회 의사당을 방문하여 상하원의 입법절차를 참관하는 것도 방문객에게는 흥미거리임.
- **종교** : 종교순례는 여행의 동기요인 중의 하나임. 예루살렘과 카톨릭의 본산인 바티칸은 성지로 가장 잘 알려져 있음.
- **음식** : 방문지역의 독특한 토속음식을 즐기는 것도 빼놓을 수 없는 문화경험임.
- **역사·문화유산** : 역사·문화유산은 한 국가와 민족을 상징하는 자원으로 이 이러한 문화유산은 대부분 야외에 있는 반면, 박물관은 특정 장소에 집중적으로 보존하고 있어 한눈에 감상할 수 있음.

제 2 장 북제주 지역의 문화관광 잠재력 분석

1. 문화관광자원 현황

1) 주요 관광지 현황

- <표 2-1>은 북제주 지역을 동부지역과 서부지역으로 구분하여 관광지, 관광 명소, 해수욕장, 문화관광축제 등 지역의 관광자원을 정리한 것임.

<표 2-1> 주요 관광지 현황

구 분	주 요 관 광 지	
관광지	동부지역	만장굴, 김녕사굴, 산굼부리, 비자림
	서부지역	한림공원, 향몽유적지, 신천지미술관, 분재예술원
관광명소	동부지역	경주마육성목장, 제주향일기념관, 만세동산, 조천연복정, 하도리철새도래지, 문주란자생지, 별방성지, 크라운골프장
	서부지역	제주경마장, 수월봉, 절부암, 선인장자생지, 구엄·신엄해안도로, 명월대, 남읍금산공원
해수욕장	동부지역	함덕, 김녕해수욕장
	서부지역	협재, 곽지해수욕장
문화관광축제	정월대보름 들불축제, 유채꽃큰잔치, 억새꽃 축제	

자료 : 북제주군, 「21세기 북제주군 읍면별 발전 전략」, 1999. 9.

2) 문화재 현황

- <표2-2>는 지역의 문화재현황을 국가에서 지정한 문화재와 제주도에서 지정한 문화재로 나누어 제시하였는데 2000년 현재, 국가지정문화재는 12건, 도에서 지정한 문화재는 60건임.

<표 2-2> 북제주군 지정문화재 현황

유 형		주 요 문 화 재	수량
국가지정 문 화 재	구가지정 사 적 지	항파두리 향몽유적지, 고산리 선사유적, 연자매	12
	천연기념물	협재용암동굴지대, 산굼부리분화구, 빌레못동굴, 비자림, 김녕굴(뽕굴)과 만장굴, 문주란자생지 등	
도지정 문화재	유 형	연북정(戀北亭), 신촌향사, 추자처서각	3
	무 형	송당리마을제, 해녀노래, 영감놀이 등	6
	기 념 물	광령지석묘, 하귀지석묘, 연대, 환해장성 등	46
	민속자료	문시행씨 초가, 조규창씨 와가, 방사탑 등	9
합 계			72

자료 : 북제주군

3) 특산품 및 공예품 현황

- <표2-3>은 제주도에서 생산되는 특산물과 다양한 공예품을 정리한 것임.

<표 2-3> 제주도 관광 특산물 현황

구 분	종 류	품 목
농·수 · 축·임 산물	농 산 물	감귤, 파인애플, 바나나, 키위, 금강, 무말랭이, 유채유, 오미자차 등
	수 산 물	옥돔, 자리젓, 오분자기젓, 게웃젓, 성게젓, 멸치젓, 건미역, 톳 등
	임 산 물	표고버섯, 영지버섯
	축 산 물	벌꿀, 로얄젤리, 화분립, 양털스웨터, 양털지갑, 털마후라, 양털모자, 양털담요 등
공예품	석 각	돌하르방, 돌시계, 해녀상, 연자방아, 돌거북, 맷돌 등 15종
	목 각	술박, 나막신, 방망이, 등잔대, 목하르방, 해녀상, 붓통, 목걸이, 전화받침대, 과반 등 30종
	초 경	띠지갑, 띠부채, 띠모자 띠편지꽃이 띠핸드백, 띠스탠드갓, 넝줄바구니, 넝줄허벅, 넝줄꽃병, 넝줄삼대기, 정동모자, 정동바구니 등 20종

구 분	종 류	품 목
공예품	구 슬	얼구슬버개, 얼구슬지갑, 얼구슬бут통, 얼구슬자동차, 등받침, 영주, 영주버개 등 15종
	산 호	목걸이, 재떨이, 브로우치, 파이프, 반지, 열쇠고리 등 15종
	패 각	목걸이, 반지, 열쇠고리, 재떨이, бут통, 스탠드, 사진을 등 15종
	박 제	괘, 어류, 새우 등 5종
	죽 세	대바구니, 핸드백, 차롱, 아기구덕, 샷갓 등 10여 종
	호마이카	하루방, 해녀상, 담배함, 삼각선인장, 화초류, 해물류 등 20여종
	섬 유	타올, 벽걸이, 감천가방, 감천지갑, 등 30여 종
	수 지	차반벽걸이, 수반, 재떨이, 라이타 등 30여 종
	도 자 기	청자도자기, 백자도자기, 송이주병, 민구류, 재떨이, 접시 등 30여 종
	등 공 예	등가방, 등차반, 등차롱 등 10여 종
	박 공 예	박매듭 등 5종
	금 속	메달, 명패, 위인상 등 10여 종
	말 총	탕건, 핸드백, 바둑무늬 모자, 양태식 모자
	종 이	종이꽃액자, 그림액자 등 5종
	칠 보	풍물액자, 그림액자 등 5종
	점 토	꽃바구니, 인형, 화병 등 10종
피 혁	지갑, 허리띠 등	

자료 : 제주도. 「제주도 관광품질관리체계 확립에 관한 연구」. 1998.

4) 숙박시설 현황

- <표2-4>는 북제주군에 소재한 숙박업체를 정리한 것으로, 제주도 전체에서 차지하는 숙박업체 비중을 보면, 판매객실 비율은 1.42%, 투숙객은 2.73%임.

<표 2-4> 숙박시설 현황

(단위 : 개소, 실, %)

숙박시설 종류	업 체 수(실, %)
관 광 호 텔	2 (173실, 0.3)
일 반 호 텔	2 (76실, 0.3)
콘 도 미 니 엄	5 (250실, 0.9)
여 관	37 (6.6)
여 인 숙	11 (1.9)
민 박 가 옥	499 (90)
계	554 (100)

자료 : 북제주군, 「21세기 북제주군 읍면별 발전 전략」, 1999.

5) 골프장 현황

- <표 2-5>는 북제주군에서 절차 이행 중인 골프장 현황을 정리한 것이며, 현재 북제주 지역에서 운영되고 있는 골프장은 크라운 골프장 1개뿐임.

<표 2-5> 절차 이행 골프장업 현황

구 분	골프장명	위 치	면적 (㎡)	출 수
절차이행 골프장 (9개소)	뉴제주 C.C	조천 와흘 산 26	976	회원 : 18
	아도니스 C.C	한경 저지 산 18	1,241	회원 : 18, 대중 : 9
	제주칼 C.C	조천 교래 산 16	1,341	회원 : 18, 대중 : 18
	프라자 C.C	애월 상가 산 94	916	회원 : 18
	세화 C.C	구좌 세화 1789-23	1,467	회원 : 27, 대중 : 9
	이어도 C.C	구좌 덕천 산 84	916	회원 : 18, 대중 : 6
	챔피온 C.C	구좌 송당 산 178	1,940	회원 : 27, 대중 : 9
	대상 C.C	애월 봉성 산 5	1,222	회원 : 27
	제주신안 C.C	애월 어음 산 25	1,106	회원 : 18, 대중 : 9
공사중 (1개소)	탐라 C.C	애월 어음 산 17	1,580	회원 : 27, 대중 : 9

자료 : 제주도, 「주요행정 현황」, 제주도문화관광국, 1998.

6) 해수욕장 현황

- <표 2-6>은 북제주군내 입지하고 있는 해수욕장 현황을 정리한 것임.
- 도내 10개 해수욕장 중 4개 해수욕장이 북군에 위치하고 있고 이용객 수도 전체 이용객의 절반 가량을 차지하고 있음.
- 수질은 1등급으로 매우 양호한 상태임.

<표 2-6> 북제주군 해수욕장 현황

시군별	해수욕장별	면적(㎡)	백사장		시설물			
			면적(㎡)	길이(m)	화장실	샤워장	식수대	주차장(대)
계	4개소	1,013,792	517,034	2,150	10	7	18	1,536
북제주군	함 덕	465,000	231,278	900	4	3	6	800
	협 재	238,792	107,243	700	2	2	6	304
	괭 지	150,000	128,926	350	1	1	2	235
	김 녕	160,000	49,587	200	3	1	4	197

자료 : 제주도, 「주요 행정 총람」.1999.

7) 경마장 현황

- 제주경마장은 관광 진흥과 도민 여가 선용을 확대할 목적으로 1990년에 개설되었는데 연평균 입장객 증가율은 10.9%이고 전체이용객중 관광객이 차지하는 비율은 12%정도로 조사됨.
- <표 2-7>은 제주경마장 현황을 정리한 것임.

<표 2-7> 제주경마장

구 분	주 요 내 용
위 치	북군 애월읍 유수암리 1206
면 적	21만평
주 요 시 설	·관람대(3층) : 5,918㎡, ·본 관 : 505평 ·마주로 : 1,600m ·숙 소 : 3동, 91세대, ·주차시설 : 12,226평(1,931대)
경주마 등록두수	1,500여두 (경마장 입사마 : 500여두 - 마주 146명)

자료 : 제주경마장 내부자료, 1999.

8) 승마장 현황

- <표 2-8>은 조랑말 승마장 업소 현황을 정리한 것임.
- 승마장은 주로 중산간 목초지에 위치해 있으며, 신혼부부들로부터 많은 인기를 끌고 있음.

<표 2-8> 관광승마장 현황

	승마장명	마 필 보 유 현 황		
		계	조 랑 말	지 타
합 계	7	344	270	74
북제주군	소 계	172	135	37
	제 주	20	28	2
	탐 라	24	17	7
	송 당	38	30	8
	그 린	40	30	10
	납 읍	30	22	8
	서 진	20	18	2

자료 : 제주도, 「주요 행정 현황」, 제주도 관광문화국, 1998.

9) 동굴 현황

- <표 2-9>는 북제주군에 있는 동굴 현황을 정리한 것임.
- 제주도에서 지정한 도 지정동굴 10개소가 모두 북제주지역에 있음.

<표 2-9> 북제주군 지정 동굴 현황

구분	동굴명	소재지	연장(m)	비고
지정 동굴	만장굴	구좌읍 김녕	8,928	천연기념물 98호
	김녕굴	"	705	"
	협재굴	한림읍 협재	99	천연기념물 236호
	황금굴	"	180	"
	소천굴	"	2,980	"
	싸용굴	"	392	"
	제주 어음리 빌레못 동굴	애월읍 어음	11,749	천연기념물 342호
	당처물 동굴	구좌읍 월정	105	천연기념물 384호
	북촌 동굴	조천읍 북촌	100	도기념물 제53호
	선흘 병뒤굴	조천읍 선흘	4,481	도기념물 제52호

자료 : 제주도. 「주요 행정 총람」. 제주도 관광문화국. 북제주군 관광교통과. 1999

10) 관광지구 사업 현황

- <표 2-10>은 북제주군에서 추진 중인 관광지구 개발사업을 제시한 것으로서 1994년부터 2001년까지 8개년간을 계획기간으로 잡고 있음.

<표 2-10> 북제주군 관광지구 개발사업 추진 현황

일 시	내 용
1995. 11. 30.	5개지구 사업시행예정자 선정
1996. 4. 9.	묘산봉지구 사업시행예정자 지정 취소(이행계획서 미제출)
1996. 5. 3.	세화·송당지구 사업시행예정자 지정 취소(조건 미이행)
1996. 9. 25.	5개지구 경관고도규제계획 수립 공고
1996. 9. 30.	묘산봉지구 사업시행예정자 지정
1997. 2. 14.	종합개발계획 변경(면적 조정 및 4개지구 추가 지정)
1998. 5. 25.	원동지구 경관고도규제계획 수립 공고
1998. 8. 3.	교래지구 사업시행예정자 지정 취소(개발사업시행승인 미신청)
1998. 12. 17	세화·송당지구 사업시행예정자 지정
1999. 3. 8.	묘산봉지구 사업시행예정자 지정 취소(개발사업시행 승인 미신청)

자료 : 북제주군, 「21세기 북제주군 읍면별 발전전략」, 1999.

11) 제1차제주도종합개발계획상의 관광지구

- <표2-11>은 제주도 종합개발계획상에 계획된 북제주군 관광지구 지정 현황으로서, 일부 지구의 경우는 사업시행자에 대한 지정이 취소되는 등 투자비 확보에 어려움을 안고 있

<표 2-11> 제주도 종합개발계획상 북제주군내 관광지구 지정 현황

구 분	지구명	면적(천㎡)	투자액(억)	사업시행자
계	9개지구	16,945	43,217	-
기존	묘산봉	4,665	21,806	미정
	함덕	465	1,074	함덕, 신성리조트(주)
	만장굴	2,528	1,201	만장굴문화원(주)
	교래	504	1,096	미정
	세화·송당	2,528	7,034	(주)제주온천 (가칭)제주온천지구 토지구획정리조합
추가	원동	640	4,770	(주)원광개발
	곽지	1,113	1,595	미정
	재릉	3,025	3,078	미정
	차귀도	1,642	1,563	미정

자료 : 북제주군, 「21세기 북제주군 읍면별 발전전략」, 1999.

제주일보사, 「관광지 개발사업 위축」, 제주일보사, 1999. 10월.

12) 관광지구사업 추진계획

- <표 2-12>는 1996년을 전후해 관광지구 추진계획을 정리한 것으로, 경기침체의 장기화 등으로 인해 사업 추진에 어려움을 겪고 있음.

<표 2-12> 관광지구 추진 계획

지역	추진계획
함덕 지구	합작투자자를 선정 계획 사업의 정상적으로 마무리 되도록 추진.
묘산봉 지구	사업시행 예정자를 공모하여 적격자 선정 후 사업추진.
만장굴·원동 지구	합작투자자를 선정하여 계획 사업의 정상 추진 독려.
교래 지구	지구지정 해제.
세화·송당 지구	계획사업이 정상 추진되도록 추진 독려.
곽지·재릉·차귀도 지구	분할 개발하여 우선 개발토록 사업시행 예정자 공모 추진.

자료 : 북제주군, 「21세기 읍면별 발전전략」, 북제주군, 1999

13) 유료관광지 관광객 현황

- <표 2-13>은 북제주군의 유료 관광지를 방문한 관광객 현황을 정리한 것으로서, 1999년 기준 북제주지역을 찾은 관광객 수는 총 305만명, 관광수입은 약 64 억원임. 이는 1997년과 비교할 때 관광객 수는 38%, 입장료 수입은 24.8% 감소한 것임.

<표 2-13> 북제주군 유료관광지의 관광객 현황

(단위: 천명, 백만원)

관광지명	연도		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
	만장굴	인 원	1,328	1,134	1,126	1,084	921	867	1,040	531	533
징수액		929	1,065	933	919	1,124	1,015	1,200	833	815	
한림공원	인 원	1,324	1,384	1,296	1,373	1,494	1,507	1,287	798	1,020	
	징수액	906	1,005	1,053	988	1,865	2,889	3,690	806	3,004	

관광지명		연도								
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
산굼부리	인 원	1,247	1,368	1,305	1,449	1,581	1,677	1,589	881	949
	징수액	459	549	610	579	1,212	1,325	2,308	1,387	1,445
항몽유적지	인 원	160	161	149	180	195	214	214	82	108
	징수액	23	14	11	11	30	35	36	29	35
비자림	인 원	56	117	92	126	178	231	203	96	104
	징수액	17	16	37	26	110	139	119	94	105
신천지미술관	인 원	234	260	194	189	143	191	203	110	93
	징수액	165	198	132	141	106	199	252	155	193
제주분재예술원	인 원	-	16	84	152	170	220	308	229	246
	징수액	-	38	207	378	439	780	999	778	871
계	인 원	4,349	4,440	4,246	4,553	4,682	4,907	4,844	2,718	3,053
	징수액	2,499	2,885	2,983	3,042	4,886	6,382	8,604	5,695	6,468

14) 해수욕장 이용객 현황

- <표 2-14>는 북제주군에 입지한 해수욕장 이용객 현황을 정리한 것으로서 북제주군에 위치한 해수욕장은 수질이 좋아 외래 관광객들로부터 많은 호평을 받고 있음.

<표 2-14> 북제주군 해수욕장 이용객 현황

<단위 : 명>

구 분	1993	1994	1995	1996	1997	1998
협재해수욕장	37,470	53,500	58,000	64,290	85,990	43,130
함덕해수욕장	66,550	102,520	73,000	126,040	71,590	75,779
곽지해수욕장	12,580	16,760	13,000	25,780	15,670	20,375
김녕해수욕장	7,035	-	21,000	35,600	33,343	17,930
계	123,635	172,780	165,000	251,710	206,593	157,214

2. 현황 분석의 시사점

- 북제주군의 문화관광상품으로는 향몽유적지, 신천지 미술관, 분재예술원, 제주항일기념관, 조천만세동산, 고산리 선사유적, 별방성지와 축제로서 들불축제가 있음.
- 북제주 지역은 독특한 부속 섬과 이색적인 문화자원을 많이 가지고 있지만 문화관광자원에 대한 인식과 전문인력 부족 등으로 이를 관광 상품화하지 못하고 있음.
- 기존의 문화관광상품도 관광객을 유인할 수 있는 다양한 관광유인 요소가 결여되어 있음.
- 홍보 부족으로 전국적 차원 혹은 외래객들의 관심을 불러일으키지 못해 관심권에서 벗어나 있고 인적 서비스도 체계화 되어있지 못해 관광객들로 하여금 편안한 방문을 유도하지 못하고 있음.
- 따라서 다양한 북제주 지역의 역사·문화자원을 수준 높은 관광상품화 하기 위해서는 전문가에 의해 매력성과 흥미가 부여된 상품화 노력을 지속적으로 추진해야 하고 인적 서비스 체계도 개선을 해야 함.

제 3 장 해외 사례 연구

1. 벨기에 문화관광자원¹⁾

- 벨기에에는 스페인, 네덜란드, 프랑스 등과 대항하여 전쟁을 하였던 항쟁의 역사에 기반을 둔 역사유적을 포함해서 종교적 유산의 예술적 기념물들이 다수 분포되어 있음.
- 박물관으로는 중세에서 20세기까지 벨기에 문화유산을 정리한 로열박물관과 19세기와 20세기 조각물을 모아 전시하고 있는 앤트워프의 Middelheim 박물관이 유명함. 박물관에 대한 벨기에 정부의 정책은 일반인들의 접근이 용이하도록 개선하는데 목표를 두고 있고 가족 유치를 위한 흥미 있는 이벤트를 지속적으로 개발하는데 역점을 두고 있음.
- 브뤼셀에 있는 "Mini-Europe"은 유럽연합 소속국가들의 주요 역사적 건조물들을 모형으로 축소하여 전시한 건축공원으로서 각광을 받고 있음.
- 벨기에에는 역사적 시설을 관광자원으로 활용하고 있음. Sint-Joris 호텔은 유럽에서 가장 오래된 호텔 중에 하나인데, 현대적 편의시설을 갖춘 성공적인 숙박시설로 활용되고 있음.
- 벨기에 관광정책기구는 대중에게 개방을 제한하였던 역사적 건물을 대상으로 일정기간만 개방하는 "Open Monument Days"를 1989년부터 연중 문화관광축제로서 매년 시행한 결과 문화관광 수요를 크게 성장시켰음.

〈표 3-1〉 벨기에 Open Monument Days 방문객 수(명)

1990년	725,000
1991년	800,000
1992년	860,000
1993년	930,000

자료 : Secretariats of the Open Monument Days in Flanders and in the Walloon Provinces, 1994.

1) Richards, G. "Cultural Tourism in Europe," CAB International, 1995.
(조명환 역, 백산출판사, 2000년)에서 참조하였음.

- “유럽문화의 중심지”라는 슬로건을 표방하면서 앤트워프 도시에서 개최되는 “Antwerp, the history of metropolis”라는 문화관광 테마축제는 다양한 유럽의 문화유산, 예술작품 등을 전시하면서 1천만명 이상의 방문객과 2백20만명의 문화프로그램 참여를 이끌어 내었음.
- 농촌지역의 경제 활성화를 위해 문화관광과 농촌개발을 병행하고, 농촌지역의 민속문화 유물을 재건하는 정책을 실행하였음.
- 농촌지역의 소규모 농장주택은 프랑스 농촌 숙박 모델을 도입하여 숙박시설로의 전환을 도모하였음.

2. 프랑스 사부아(Savoie)지방의 문화관광자원

- 프랑스의 남동부 지역에 위치한 인구 35만명의 사브아 지방은 빈곤에 시달리는 집단 이주지역이었고, 지역의 문화유산은 잘 보호되지 못하고 있었음.
- 원래 사브아 지방은 국경지역에 위치해 있어 17세기 카톨릭과 프로테스탄트 교회간 투쟁의 중심지역이었고, 바로크풍의 교회, 예배당 등과 같은 풍부한 종교적 문화유산을 가지고 있었음.
- 처음에 프랑스에서 바로크풍의 문화유산은 경시되었지만 지역당국이 나서서 바로크 문화유산에 대한 적극적인 조사를 했고 1992년에는 “Heritage Programme” 개발에 착수하였음.
- 사브아 지방에는 바로크 예술의 근원이라 할 수 있는 사브아 박물관이 건설되면서 본격적인 바로크 예술을 감상하기 위한 관광객 방문이 증가하기 시작하였음.
- 문화유산에 대한 보존을 게을리 하지 않으면서 동시에 관광객의 이해를 돕기 위해 다수의 해설센터를 설치하였고 곳곳에 가이드북을 배치하였음. 가이드와 자원봉사자들은 관광객에게 정확한 설명을 해주기 위해 심도 깊은 교육을 받았음.
- 사브아 지방은 바로크 예술이라는 문화관광 상품과 스키상품을 패키지로 묶어 판매하는 마케팅 전략을 통해 관광객들을 끌어들이고 있음.

3. 독일의 문화패키지 전문 투어여행사

- 독일의 Studiosus는 유럽지역에서 문화 테마 패키지 상품을 판매하는 전문 여행사임.
- Studiosus 여행사는 관광목적지의 문화에 대하여 전문적인 지식을 갖춘 가이드를 통해 관광객에게 교육관광 측면에서 새로운 지식을 얻을 수 있도록 배려해 주고 있음.
- Studiosus 여행사는 1994년에 관련 상품의 시장점유율 32%를 기록하였고 8만여명의 고객과 3억 마르크가 넘는 수익을 거두었음.
- 이 여행사의 철학은 지속적인 품질개선으로서, 강력한 브랜드 이미지를 유지하고 일관성 있는 상품개발과 마케팅 전략을 통해 독일에서 문화관광 전문여행사로의 위치를 확립하였음.
- 650명의 소속 가이드들에게는 지속적인 교육과 세미나 등을 통해 전문적인 소양을 계속 높이고 있음.
- Studiosus 여행사가 소속 가이드에게 요구하는 능력은 전문적 지식, 정보를 정확하게 전달할 수 있는 능력, 여행중 고객을 즐겁게 해줄 수 있는 능력, 관광객들이 생생한 체험을 할 수 있도록 유도하는 능력, 논리적인 언변 등임.

4. 아일랜드의 Muckross House

- Muckross House는 아일랜드의 유명한 Killarney 국립공원안에 위치해 있으며, Muckross 대성당과 인접해 있고 Muckross 전통농원과 같이 관리되고 있음.
- 1843년 스코틀랜드의 건축가에 의해 설계된 이 저택은 엘리자베스 시대의 건축 양식을 재현한 것임.
- Muckross House는 1963년 지역 시민대표들이 민속박물관으로 활용하자는 제안을 하기 전까지 약 30년동안 방치된 상태였음. 박물관 조성 이후 빅토리아 시대의 많은 가구들이 복구되기 시작하였으며 Muckross 지역주민들로

부터 약 3,000점에 달하는 민속품을 기증 받아 저택 대부분의 공간이 민속품 전시와 수공예관으로 활용되고 있음.

- “미래를 위해 과거를 보존하는 곳”이라는 슬로건 아래, 빅토리아 여왕시대의 민속품을 수공예로 제작하기 위해 대장간, 마구제작소, 제분소 등이 설치되었으며, 견습공들에 의해 기념품들이 제작되고 있음.

<표 3-2> Muckross House의 방문객 추이(명)

1987년	118,400
1988년	120,734
1989년	151,989
1990년	163,949
1991년	166,755
1992년	184,000
1993년	211,000

- Muckross House는 설립된 25년간 약 2백만명 정도의 관광객들이 방문하였고 더불어 입장료 수입도 큰 폭으로 증가하였음. 이러한 수익금은 Muckross House의 발전을 위해 상당부분 재투자되고 있음.

5. 사례 조사의 시사점

- 각국은 문화자원이 세계의 관광객을 유인할 수 있는 매력적인 요소로 인식하고 이를 적극 보전·계승하면서 관광상품으로 개발하고 있음.
- 문화자원의 관광자원화는 지역경제 활성화를 도모하기 위한 관광객 유인정책일 뿐만 아니라 지역주민에게는 고장의 역사와 전통을 알리는 교육 프로그램의 일환이기도 함.
- 문화자원을 성공적으로 관광자원화 하기 위해서는 정부의 적극적인 후원과 지역주민 및 단체들이 적극적인 동참 등이 이루어질 때 가능함.

- 문화를 테마로 한 전문적인 여행사가 필요하며, 지역에 자긍심을 가지고 있는 가이드들은 지역의 전통과 문화에 대해 충분한 지식을 갖고 관광객들에게 지역의 문화와 전통을 쉽게 설명하고 이를 이해시킬 수 있는 능력이 있음.
- 가이드들의 이러한 능력과 소양을 배양하기 위해서는 여행사와 자치단체는 이들에 대한 지속적인 교육과 투자가 필요함.
- 문화관광상품의 시장경쟁력을 확보하기 위해서는 관광객들이 지역의 문화를 감상하고 전통을 쉽게 이해할 수 있는 언어별 안내책자가 필요함.
- 관광객들이 당시의 상황을 재현할 수 있는 체험공간이 확보되어야 함.
- 문화관광상품에 대한 마케팅은 독자적으로 수립·추진되기 보다는 지역의 다른 관광상품과 연계하여 추진할 때 그 효과는 극대화됨.

제 4 장 관광객 의견조사

1. 조사개요

□ 조사방법 및 내용

- 본 연구는 시나리오 기법을 이용한 설문조사를 실시하였음.
- 시나리오 기법은 본 연구에서 제시된 문화관광 상품화 방안과 이미 준비 중에 있거나 개발해 놓은 문화관광 상품에 대해 제주를 방문한 관광객이 어떻게 인식하고 있는가를 파악하는 것임.
- 시나리오 조사 주제는 관광관련 전문가(관광관련 교수, 관광업계 대표, 관광관련 연구원) 50명으로부터 새로운 문화관광상품 개발 프로그램에 대한 의견을 수렴하여, 이중 상위 16개안을 선정하였음.
- 문화관광상품에 대한 주제는 다음과 같음.

<표 4-1> 조사 주제

구 분	내 용	비 고
문화관광상품에 대한 주제	제주역사공원	
	탐라순력도 기행	
	제주·일본우정기념관 건립	
	제주·중국우정기념관 건립	
	해녀박물관	
	유배지박물관	
	제주여성박물관	
	동굴박물관	
	테마가 있는 이색적 숙박시설	
	제주영화촬영장 답사	
체험관광상품에 대한 주제	민속공예품 제작 체험	
	오름 일출 감상 및 오름트레이킹	
	자연골프장	
	해수욕장골프 연습장	
	태풍 체험	
	맛조개 잡이 체험	
개발중인 문화관광상품	문화예술인 마을	
	돌박물관	
들 불 축 제 참 가		

- 조사대상은 제주 관광을 모두 끝낸 20세 이상의 성인 남녀를 대상으로 삼았고 조사기간은 2000년 12월 6일-7일, 장소는 제주공항내 대합실임.
- 표본추출방법으로는 설문조사에 대한 사전교육을 받은 조사원에게 구역을 할당하는 방법인 임의표본 추출법을 사용하였고, 조사방법은 구조화된 설문지를 이용한 대인 면접조사임.

□ 응답자의 특성

- <표 4-2>는 응답자의 일반적 특성을 정리한 것으로서, 총응답자는 274명임.

<표 4-2> 응답자의 인구통계학적 특성

변 인		빈 도(%)
성 별	남 성	159(58.0)
	여 성	115(42.0)
변 인		빈 도(%)
계		274(100.0)
주소지	서 울	76(27.7)
	경기도	41(15.0)
	충청도	6(2.2)
	경상도	92(33.6)
	전라도	42(15.3)
	강원도	7(2.6)
	인 천	10(3.6)
계		274(100.0)
연 령	20세 미만	10(3.6)
	20대	150(54.7)
	30대	75(27.4)
	40대	35(12.8)
	50대	4(1.5)
계		274(100.0)

변 인		빈 도(%)
직 업	자영업	33(12.2)
	농수산업	6(2.2)
	판매/서비스직	35(12.8)
	관리/사무직	62(22.6)
	전문직	68(24.8)
	학 생	17(6.2)
	주 부	27(9.9)
	기 타	26(9.5)
계		274(100.0)
교육정도	고졸 미만	7(2.6)
	고 졸	99(36.1)
	전문대졸	80(29.2)
	대 졸	75(27.4)
	대학원졸	13(4.7)
계		274(100.0)
월수입	100만원 미만	86(31.4)
	100만원 이상-200만원 미만	130(47.4)
	200만원 이상-300만원 미만	39(14.2)
	300만원 이상-400만원 미만	12(4.4)
	400만원 이상	7(2.6)
계		274(100.0)

- 성별로는 총응답자 274명중 남성이 159명, 여성 응답자가 115명임.
- 주소지별로는 경상도 33.6%, 서울 27.7%, 전라도와 경기도가 각각 15%대임.
- 연령별로는 20대가 54.7%로서 가장 많고 30대 27.4%, 40대 약 15%임.
- 직업별로는 전문직 24.8%, 관리/사무직 22.6%, 자영업과 판매/서비스직 각각 12%대임.
- 교육수준은 고졸이 36%로 가장 높고 전문대졸 29% 대졸 27%임.
- 월수입은 100만원-200만원 47.4%, 100만원 미만이 31%, 200만원 이상 18%임.

2. 조사결과

1) 일반사항

(1) 제주도 방문 횟수

- 응답자 274명중 처음 방문하는 관광객이 126명(46%)로서 가장 많으며 5회 이상 방문객도 48명으로 17.5%를 나타남.

<표 4-3> 제주도 방문 횟수

통계량	분류	빈도	비율(%)
	처음	126	6.0
	2회	57	20.8
	3회	25	9.1
	4회	18	6.6
	5회이상	48	17.5
	합계	274	100.0

(2) 제주도 방문 목적

- 제주도를 방문한 목적에 대해서는 신혼여행이 63.5%으로 가장 높고, 사업차, 휴식차, 가족여행, 친지, 친구 방문, 회의 참석 순이었으며, 유독 신혼여행객이 많은 것은 조사기간이 신혼시즌이었기 때문으로 추론됨.

<표 4-4> 제주도 방문 목적

통계량	분 류	빈 도	비 율(%)
	사업자	29	10.6
	회의참석	9	3.3
	신혼여행	174	63.5
	가족여행	23	8.4
	친지, 친구방문	13	4.7
	휴식차	26	9.5
	합 계	274	100.0

(3) 제주도 관련 정보 탐색 장소

- 제주도를 여행하기 전에 제주관광에 관한 자료를 획득하는 방법에 대해서는 여행사가 38%로 가장 높고, 친구나 친지 25%, 인터넷 13%로 나타남.
- 향후 정보화시대에 걸맞게 인터넷을 통한 자료 습득이 매우 중요한 정보 수집 수단으로 자리매김을 할 것으로 예상되는 바 이에 대한 정책적 배려가 필요함.

<표 4-5> 제주도 관련 정보 탐색 방법

통계량	분 류	빈 도	비 율(%)
	여행사	105	38.3
	친구, 친지	70	25.5
	인터넷	35	12.8
	신문, 잡지	9	3.3
	텔레비전, 라디오	5	1.8
	관광홍보책자	26	9.5
	기타	24	8.8
	합 계	274	100.0

(4) 선호하는 관광유형

- 제주에서의 선호하는 관광상품은 자연관광과 휴양관광이 40.5%와 39.1%로 가장 많았고 문화관광은 10.9%에 머물러 있음.

<표 4-6> 선호하는 관광유형

통계량	분류	빈도	비율 (%)
	휴양관광	107	39.1
	자연관광	111	40.5
	생태관광	18	6.6
	문화관광	30	10.9
	골프관광	8	2.9
	합 계	274	100.0

(5) 북제주군에 대한 인지도

- 북제주군에 대한 인지도는 응답자의 77.4%가 인지하고 있어 높은 인지도를 보임.
- 그러나 본 조사가 제주관광을 마친 관광객을 대상으로 한 점을 감안할 때 22.6%가 북제주군을 인지하지 못하는 것은 방문관광객에 대한 이미지 전략에 문제가 있는 것으로 보임.

<표 4-7> 북제주군에 대한 인지도

통계량	분류	빈도	비율 (%)
	들어본적 있다	212	77.4
	들어본적 없다	62	22.6
	합 계	274	100.0

(6) 선호하는 북제주군의 관광지

- 북제주군에서 가장 선호하는 관광지는 한림공원이 26.6%로 가장 높았고, 산굼부리 17.2%, 분재예술원 10.6%, 항몽유적지와 조천만세동산 각각 0.7%임.
- 특히 항몽유적지, 조천만세동산 등 지역의 역사와 관련이 있는 관광지에 대한 선호도가 낮는데 이에 대한 유인 정책이 강구되어야 함.

<표 4-8> 선호하는 북제주군의 관광지

통계량	분 류	빈도	비 율(%)
	한림공원	73	26.6
	산굼부리	47	17.2
	분재예술원	29	10.6
	신천지미술관	17	6.2
	만장굴	35	12.8
	비자림	3	1.1
	항몽유적지	2	0.7
	조천만세동산	2	0.7
	모름	66	24.1
	합 계	274	100.0

2) 북제주지역 문화관광상품에 대한 의견

□ 기존 상품

(1) 들불축제

- 들불축제 참가 경험이 있는 자는 84명으로 전체의 30.7%에 해당하며, 이중 만족한 경우는 약 39%, 불만족은 약 14%로 나타남.

<표 4-9> 들불축제 참가 여부

통계량	분 류	빈 도	비 율(%)
	있다	84	30.7
	없다	190	69.3
	합 계	274	100.0

<표 4-9-1> 들불축제 참가 만족도

통계량	분 류	빈 도	비 율(%)
	참가경험없음	190	69.3
	매우불만족	1	1.1
	불만족	11	13
	보통	39	46.4
	만족	31	36.9
	매우만족	2	2.3
	합 계	84	100.0

- 연령별로는 20대 30%, 30대 32%, 40대 30.8%로 나타남.

<표 4-9-2> 연령별 들불축제 참가 경험

들불축제 경험	연 령	30세미만	30대	40세이상	계
있 다		48	24	12	84
		30.0%	32.0%	30.8%	30.7%
없 다		112	51	27	190
		70.0%	68.0%	69.2%	69.3%
계		160	75	39	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 40대가 12.8%로 가장 높은 만족도를 보였고, 20대가 11.9%로 가장 낮으며 전체적인 만족도는 10%대로 낮은 편임.

<표 4-9-3> 연령별 들불축제 참가 만족도

들불축제 참가요감 \ 연 령	30세미만	30대	40세이상	계
참가경험 없음	112	51	27	190
	70.0%	68.0%	69.2%	69.3%
불만족	7	2	3	12
	4.4%	2.7%	7.7%	4.4%
보통	22	13	4	39
	13.8%	17.3%	10.3%	14.2%
만족	19	9	5	33
	11.9%	12.0%	12.8%	12.0%
계	160	75	39	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 고수입 집단이 34.5%로서 가장 높은 참가 경험을 보여주고 있음.

<표 4-9-4> 수입별 들불축제 참가 만족도

들불축제 경험 \ 월수입	100만원미만	100~200만원미만	200만원이상	계
있 다	28	36	20	84
	32.6%	27.7%	34.5%	30.7%
없 다	58	94	38	190
	67.4%	72.3%	65.5%	69.3%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 저수입 집단이 만족도가 가장 높고, 중수입 집단과 고수입 집단은 10%대의 비슷한 만족도를 보여줌.

<표 4-9-5> 수입별 들불축제 만족도

들불축제 참가인감	월수입	100만원미만	100~200만원미만	200만원이상	계
참가경험 없음		58	94	38	190
		67.4%	72.3%	65.5%	69.3%
불만족		2	4	6	12
		2.3%	3.1%	10.3%	4.4%
보통		13	18	8	39
		15.1%	13.8%	13.8%	14.2%
만족		13	14	6	33
		15.1%	10.8%	10.3%	12.0%
계		86	130	58	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(2) 향몽유적지 방문

- 향몽유적지 방문에 대해서는 응답자의 21.9%가 방문한 경험이 있음.

<표 4-10> 향몽유적지 방문 여부

통계량	분류	빈도	비율(%)
	있다	60	21.9
	없다	214	78.1
	합계	274	100.0

- 약 21.6%의 응답자가 만족한다는 응답을 하였고 불만족은 16.6%임.

<표 4-10-1> 향몽유적지 방문 만족도

통계량	분 류	빈 도	비 율(%)
	방문경험없음	214	78.1
	불만족	10	16.6
	보통	37	61.6
	만족	12	20
	매우만족	1	1.6
	합 계	60	100.0

- 연령대가 낮을수록 방문경험이 높은 것으로 나타났는데 이는 수학여행 코스에 향몽유적지가 대부분 포함되어 있기 때문으로 추측됨.

<표 4-10-2> 연령별 향몽유적지 방문 여부

향몽유적지방문경험	연 령	30세미만	30대	40세이상	계
있다		32	17	11	60
		20.0%	22.7%	28.2%	21.9%
없다		128	58	28	214
		80.0%	77.3%	71.8%	78.1%
계		160	75	39	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 연령대가 낮을수록 만족도가 떨어지는 모습을 보여주고 있음.

<표 4-10-3> 연령별 향몽유적지 방문 만족도

향몽유적지방문소감 \ 연령	30세미만	30대	40세이상	계
방문경험없음	128	58	28	214
	80.0%	77.3%	71.8%	78.1%
불만족	6	3	1	10
	3.8%	4.0%	2.6%	3.6%
보통	19	10	8	37
	11.9%	13.3%	20.5%	13.5%
만족	7	4	2	13
	4.4%	5.3%	5.1%	4.7%
계	160	75	39	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

○ 고수입 집단으로 갈수록 방문경험이 높은 것으로 나타났음.

<표 4-10-4> 수입별 향몽유적지 방문 경험

향몽유적지 방문경험 \ 월수입	100만원미만	100 ~ 200만원미만	200만원이상	계
있다	15	25	20	60
	17.4%	19.2%	34.5%	21.9%
없다	71	105	38	214
	82.6%	80.8%	65.5%	78.1%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

○ 고소득자일수록 만족도가 높은 것으로 나타남.

<표 4-10-5> 수입별 향몽유적지 만족도

향몽유적지 방문소감	월수입	100만원미만	100~200만원미만	200만원이상	계
방문경험없음		71	105	38	214
		82.6%	80.8%	65.5%	78.1%
불만족		2	6	2	10
		2.3%	4.6%	3.4%	3.6%
보통		10	13	14	37
		11.6%	10.0%	24.1%	13.5%
만족		3	6	4	13
		3.5%	4.6%	6.9%	4.7%
계		86	130	58	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(3) 제주 향일기념관(조천만세동산)

- 전체 응답자중 16.8%가 방문한 경험이 있는 것으로 나타남.

<표 4-11> 제주 향일기념관 방문 여부

통계량	분류	빈도	비율(%)
	있다	46	16.8
	없다	228	83.2
	합 계	274	100.0

- 약 15%가 만족한 것으로 나타났고 21.7%가 불만족스럽다는 응답을 함.

<표 4-11-1> 제주 항일기념관 방문 만족도

통계량	분 류	빈 도	비 율(%)
	방문경험없음	228	83.2
	불만족	10	21.7
	보통	29	63
	만족	5	10.8
	매우만족	2	4.3
	합 계	274	100.0

○ 연령이 높을수록 방문경험이 많은 것으로 나타남.

<표 4-11-2> 연령별 제주 항일관 방문 여부

항일기념관 방문경험	연령	30세미만	30대	40세이상	계
		있 다	24	13	9
		15.0%	17.3%	23.1%	16.8%
없 다		136	62	30	228
		85.0%	82.7%	76.9%	83.2%
계		160	75	39	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

○ 연령이 높을수록 만족도가 높은 것으로 나타남.

<표 4-11-3> 연령별 제주항일관 만족도

항일기념관 방문소감 \ 연령	30세미만	30대	40세이상	계
방문경험 없음	136	62	30	228
	85.0%	82.7%	76.9%	83.2%
불만족	7	1	2	10
	4.4%	1.3%	5.1%	3.6%
보통	15	10	4	29
	9.4%	13.3%	10.3%	10.6%
만족	2	2	3	7
	1.3%	2.7%	7.7%	2.6%
계	160	75	39	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

○ 고소득자일수록 방문경험이 많은 것으로 나타남.

<표 4-11-4> 수입별 제주항일관 방문 경험

항일기념관 방문경험 \ 월수입	100만원미만	100~200만원미만	200만원이상	계
있 다	10	16	20	46
	11.6%	15.4%	27.6%	16.8%
없 다	76	110	42	228
	88.4%	84.6%	72.4%	83.2%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

○ 수입이 많을수록 만족도가 높은 것으로 나타남.

<표 4-11-5> 수입별 제주항일관 만족도

항일기념관 방문소감	월수입	100만원 미만	100~200만원미만	200만원 이상	계
방문경험 없음		76	110	42	228
		88.4%	84.6%	72.4%	83.2%
불만족		4	3	3	10
		4.7%	2.3%	5.2%	3.6%
보통		5	16	8	29
		5.8%	12.3%	13.8%	10.6%
만족		1	1	5	7
		1.2%	0.8%	8.6%	2.6%
계		86	130	58	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

□ 조성중인 상품

(1) 문화예술인마을

- 문화예술인마을에 대해서는 약 36%의 응답자가 문화예술인 마을이 조성되면 방문하겠다고 응답하였으며 17%의 응답자는 방문의사가 없는 것으로 나타났음.

<표 4-12> 문화예술인마을 방문의사

통계량	분류	빈도	비율(%)
	전혀방문의사없음	4	1.5
	방문의사없음	42	15.3
	보통	129	47.1
	방문의사있음	87	31.8
	적극적방문	12	4.4
	합계	274	100.0

- 이를 연령별로 보면, 40대가 43%로서 가장 높은 방문의사를 보여줌.

<표 4-12-1> 연령별 문화예술인마을 방문의사

문화예술인마을 \ 연 령	30세미만	30대	40세이상	계
방문의사 없음	27	15	4	46
	16.9%	20.0%	10.3%	16.8%
보통	75	36	18	129
	46.9%	48.0%	46.2%	47.1%
방문의사 있음	58	24	17	99
	36.3%	32.0%	43.6%	36.1%
계	160	75	39	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 수입별로는 고소득자일수록 방문의사가 강하다는 의견을 제시함.

<표 4-12-2> 수입별 문화예술인마을 방문의사

문화예술인마을 \ 월수입	100만원미만	100~200만원미만	200만원이상	계
방문의사 없음	16	21	9	46
	18.6%	16.2%	15.5%	16.8%
보통	42	62	25	129
	48.8%	47.7%	43.1%	47.1%
방문의사 있음	28	47	24	99
	32.6%	36.2%	41.4%	36.1%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(2) 돌박물관

- 돌박물관에 대해서는 약 50%의 응답자가 돌박물관에 방문의사가 있다고 답변하였고 방문의사가 없다는 의견은 7%정도에 그쳤음.

<표 4-13> 돌박물관 방문의사

통계량	분류	빈도	비율(%)
	전혀방문의사없음	2	0.7
	방문의사없음	18	6.6
	보통	115	42.0
	방문의사있음	128	46.7
	적극적방문	11	4.0
	합계	274	100.0

- 연령별로는 나이가 많을수록 돌박물관에 대한 방문의사가 더 높은 것으로 나타났다.

<표 4-13-1> 연령별 돌박물관 방문의사

돌박물관	연령	30세미만	30대	40세이상	계
방문의사없음		14	6	0	20
		8.8%	8.0%	0.0%	7.3%
보통		70	28	17	115
		43.8%	37.3%	43.6%	42.0%
방문의사있음		76	41	22	139
		47.5%	54.7%	56.4%	50.7%
계		160	75	39	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 수입별로는 고소득자가 저소득자보다 방문의사가 더 많은 것으로 나타났다.

<표 4-13-2> 수입별 돌박물관 방문의사

돌 박물관 \ 월수입	100만원 미만	100 ~ 200만원미만	200만원 이상	계
방문의사없음	8	10	2	20
	9.3%	7.7%	3.4%	7.3%
보통	41	51	23	115
	47.7%	39.2%	39.7%	42.0%
방문의사있음	37	69	33	139
	43.0%	53.1%	56.9%	50.7%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

3) 시나리오 관광상품에 대한 의견

□ 문화관광상품

(1) 제주역사공원

- 제주역사공원에 대해서는 약 55%정도가 방문하겠다는 의사를 가지고 있고 방문의사가 없는 경우는 약8%, 중간정도의 답변을 한 경우가 36.5%임.

<표 4-14> 제주역사공원 방문 의사

통계량 \ 분류	빈 도	비 율(%)
전혀 방문의사 없음	4	1.5
방문의사 없음	18	6.6
보통	100	36.5
방문의사 있음	131	47.8
적극적 방문	21	7.7
합 계	274	100.0

- 연령별로 보면 40대 이상이 61.5%로서 가장 높고, 30대 50.7%, 30세 미만 56.3%로 나타나 연령에 상관없이 제주역사에 대한 관심이 높은 것으로 추론됨.

<표 4-14-1> 연령별 제주역사공원 방문 의사

제주역사공원 \ 연령	30세미만	30대	40세이상	계
방문의사 없음	8	12	2	22
	5.0%	16.0%	5.1%	8.0%
보통	62	25	13	100
	38.8%	33.3%	33.3%	36.5%
방문의사있음	90	38	24	152
	56.3%	50.7%	61.5%	55.5%
계	160	75	39	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 월수입별로 보면 중수입(100만원-200만원) 소득자가 58%로 가장 높고 고수입자(200만원 이상) 51.7%, 저수입자(100만원 미만) 55.8%로 나타나 월 수입에 상관없이 제주역사에 관한 관심이 높은 것으로 나타남.

<표 4-14-2> 수입별 제주역사공원 방문 의사

제주역사공원 \ 월수입	100만원미만	100-200만원미만	200만원 이상	계
방문의사 없음	5	10	7	22
	5.8%	7.7%	12.1%	8.0%
보통	33	46	21	100
	38.4%	35.4%	36.2%	36.5%
방문의사있음	48	74	30	152
	55.8%	56.9%	51.7%	55.5%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(2) 탐라순력도 기행

- 탐라순력도 기행상품에 대해서는 약 25%가 구매의사를, 17%가 구매의사가 없음.

<표 4-15> 탐라순력도 기행상품 구매의사

통계량	분류	빈도	비율(%)
	전혀구매의사없음	7	2.6
	구매의사없음	40	14.6
	보통	159	58.0
	구매의사있음	59	21.5
	적극적구매	9	3.3
	합 계	274	100.0

- 연령별로 보면, 30대가 33.3%로 가장 높고, 40대 30.8%, 20대 19.4%로 나타남.

<표 4-15-1> 연령별 탐라순력도 기행상품 구매의사

탐라순력도기행	연령	30세미만	30대	40세이상	계
		31	12	4	47
구매의사없음		19.4%	16.0%	10.3%	17.2%
	98	38	23	159	
보통		61.3%	50.7%	59.0%	58.0%
	31	25	12	68	
구매의사있음		19.4%	33.3%	30.8%	24.8%
	160	75	39	274	
계		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 수입별로는 중수입과 고수입대가 약 29%이고 100만원 미만의 저수입의 경우는 15.1%로 이에 대한 관심도가 상대적으로 적은 편임.

<표 4-15-2> 수입별 탐라순력도 기행상품 구매의사

탐라순력도기행 월수입	100만원 미만	100-200만원미만	200만원 이상	계
	구매의사 없음	15 17.4%	22 16.9%	10 17.2%
보통	58 67.4%	70 53.8%	31 53.4%	159 58.0%
구매의사 있음	13 15.1%	38 29.2%	17 29.3%	68 24.8%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(3) 제주·일본우정기념관

- 제주·일본우정기념관을 건립하였을 경우 이에 대한 방문의사에 대해서는 약 22%가 방문을, 34%정도가 방문할 의사가 없다고 하였음.

<표 4-16> 제주·일본우정기념관 방문 의사

통계량	분류	빈도	비율(%)
전혀방문의사없음		20	7.3
방문의사없음		73	26.6
보통		122	44.5
방문의사있음		54	19.7
적극적방문		5	1.8
합계		274	100.0

- 연령별로는 40세 이상이 30.8%로서 가장 높고, 20대는 19.4%로 나타남.

<표 4-16-1> 연령별 제주·일본우정기념관 방문 의사

일본우정기념관 \ 연령	연령			계
	30세미만	30대	40세이상	
방문의사없음	49	27	17	93
	30.6%	36.0%	43.6%	33.9%
보통	80	32	10	122
	50.0%	42.7%	25.6%	44.5%
방문의사있음	31	16	12	59
	19.4%	21.3%	30.8%	21.5%
계	160	75	39	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

○ 월수입별로는 200만원이상 24.1%, 100만미만 23.3%, 100-200만원 19.2%임.

<표 4-16-2> 수입별 제주·일본우정기념관 방문 의사

일본우정기념관 \ 월수입	월수입			계
	100만원 미만	100-200만원미만	200만원 이상	
방문의사없음	27	49	17	93
	31.4%	37.7%	29.3%	33.9%
보통	39	56	27	122
	45.3%	43.1%	46.6%	44.5%
방문의사있음	20	25	14	59
	23.3%	19.2%	24.1%	21.5%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(4) 제주·중국우정기념관

○ 제주·중국우정기념관에 대해서는 방문의사 22.3%, 방문의사없음 21.2%, 전혀 방문의사없음 4.7%, 적극적방문 1.8% 보통 50%임.

<표 4-17> 제주 · 중국우정기념관 방문의사

통계량	분류	빈 도	비 율(%)
	전혀방문의사없음	13	4.7
	방문의사없음	58	21.2
	보통	137	50.0
	방문의사있음	61	22.3
	적극적방문	5	1.8
	합 계	274	100.0

- 이를 연령별로 보면, 세 집단 모두가 22%에서 26%대의 비슷한 방문 의사를 보여주고 있음.

<표 4-17-1> 연령별 제주 · 중국우정기념관 방문의사

중국우정기념관	연령	30세미만	30대	40세이상	전체
방문의사없음		38	21	12	71
		23.8%	28.0%	30.8%	25.9%
보통		83	37	17	137
		51.9%	49.3%	43.6%	50.0%
방문의사있음		39	17	10	66
		24.4%	22.7%	25.6%	24.1%
전체		160	75	39	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 월수입별로는 세 집단 모두 20%대의 방문의사를 가지고 있음.

<표 4-17-2> 수입별 제주·중국우정기념관 방문의사

중국 우정기념관	월수입	100만원 미만	100-200만원미만	200만원 이상	계
	방문의사없음		22 25.6%	35 26.9%	14 24.1%
보통		44 51.2%	61 46.9%	32 55.2%	137 50.0%
방문의사있음		20 23.3%	34 26.2%	12 20.7%	66 24.1%
계		86	130	58	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(5) 제주여성박물관

- 응답자의 42%가 방문 의사를, 약15%가 방문할 의사가 없음을 보여줌.

<표 4-18> 제주여성박물관 방문의사

통계량	분류	빈도	비율(%)
전혀방문의사없음		9	3.3
방문의사없음		31	11.3
보통		118	43.1
방문의사있음		104	38.0
적극적방문		12	4.4
합계		274	100.0

- 이를 연령별로 보면, 40세 이상이 48.7%로서 가장 높은 방문의사를 보인 반면, 30대는 34.7%로 가장 낮은 방문의사를 보여주고 있음.

<표 4-18-1> 연령별 제주여성박물관 방문의사

제주여성박물관 \ 연령	30세미만	30대	40세이상	계
방문의사없음	23	14	3	40
	14.4%	18.7%	7.7%	14.6%
보통	66	35	17	118
	41.3%	46.7%	43.6%	43.1%
방문의사있음	71	26	19	116
	44.4%	34.7%	48.7%	42.3%
계	160	75	39	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 수입별로는 저수입 집단이 45%로 가장 높은 방문 의사를 보였지만 대체적으로 세 집단 모두 비슷한 방문의사를 보여주고 있음.

<표 4-18-2> 수입별 제주여성박물관 방문의사

제주여성박물관 \ 월수입	100만원 미만	100-200만원미만	200만원 이상	계
방문의사없음	8	25	7	40
	9.3%	19.2%	12.1%	14.6%
보통	39	52	27	118
	45.3%	40.0%	46.6%	43.1%
방문의사있음	39	53	24	116
	45.3%	40.8%	41.4%	42.3%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(6) 해녀 박물관

- 해녀박물관에 대해서는 57%가 방문의사를, 9%가 방문하지 않겠다는 의견을 제시함.

<표 4-19> 해녀박물관 방문의사

통계량	분 류	빈 도	비 율(%)
	전혀방문의사없음	4	1.5
	방문의사없음	21	7.7
	보통	92	33.6
	방문의사있음	136	49.6
	적극적방문	21	7.7
	합 계	274	100.0

- 이를 연령별로 보면, 40세 이상이 71%라는 가장 높은 방문의사를 보여주었으며, 20대와 30대는 53%대의 비슷한 수치를 보여주고 있음.

<표 4-19-1> 연령별 해녀박물관 방문의사

해녀박물관	연령	30세미만	30대	40세이상	계
방문의사없음		12	9	4	25
		7.5%	12.0%	10.3%	9.1%
보통		59	26	7	92
		36.9%	34.7%	17.9%	33.6%
방문의사있음		89	40	28	157
		55.6%	53.3%	71.8%	57.3%
계		160	75	39	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 월수입별로는 고수입 집단이 62%로 가장 높고 20대와 30대가 각각 51%와 59%임.

<표 4-19-2> 수입별 해녀박물관 방문의사

해녀박물관 \ 월수입	100만원 미만	100 ~ 200만원미만	200만원 이상	계
방문의사없음	9	10	6	25
	10.5%	7.7%	10.3%	9.1%
보통	33	43	16	92
	38.4%	33.1%	27.6%	33.6%
방문의사있음	44	77	36	157
	51.2%	59.2%	62.1%	57.3%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(7) 유배자박물관

- 응답자의 약 43%가 방문 의사를, 약14%가 방문의사가 없다고 함.

<표 4-20> 유배자박물관 방문의사

통계량 \ 분류	빈 도	비 율(%)
전혀방문의사없음	4	1.5
방문의사없음	35	12.8
보통	116	42.3
방문의사있음	102	37.2
적극적방문	17	6.2
합 계	274	100.0

- 이를 연령대별로 보면, 40세 이상이 56.4%로서 가장 높은 방문의사를 보였고 30대가 37.3%로 비교적 낮은 방문의사를 보였음.

<표 4-20-1> 연령별 유배자박물관 방문의사

유배자 박물관 \ 연 령	30세미만	30대	40세이상	계
방문의사없음	20	15	4	39
	12.5%	20.0%	10.3%	14.2%
보통	71	32	13	116
	44.4%	42.7%	33.3%	42.3%
방문의사있음	69	28	22	119
	43.1%	37.3%	56.4%	43.4%
계	160	75	39	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 월수입별로는 고수입 집단 50%, 중수입 집단 47%, 저수입 집단 32%로서 수입이 높을수록 방문의사가 높음.

<표 4-20-2> 수입별 유배자박물관 방문의사

유배자 박물관 \ 월수입	100만원 미만	100~200만원미만	200만원 이상	계
방문의사없음	12	20	7	39
	14.0%	15.4%	12.1%	14.2%
보통	46	48	22	116
	53.5%	36.9%	37.9%	42.3%
방문의사있음	28	62	29	119
	32.6%	47.7%	50.0%	43.4%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(8) 동굴박물관

- 동굴박물관에 대해서는 약 65%가 방문의사를 보인 반면, 8%가 방문의사가 없다고 함.

<표 4-21> 동물박물관 방문의사

통계량	분 류	빈 도	비 율(%)
	전혀방문의사없음	3	1.1
	방문의사없음	19	6.9
	보통	74	27.0
	방문의사있음	155	56.6
	적극적방문	23	8.4
	합 계	274	100.0

- 이를 연령대별로 보면, 40세 이상이 76%로 높은 방문의사를 보였고 20대에서는 약67%의 방문 의사를 보임.

<표 4-21-1> 연령별 동물박물관 방문의사

동물박물관	연 령	30세미만	30대	40세이상	계
방문의사없음		10	9	3	22
		6.3%	12.0%	7.7%	8.0%
보통		43	25	6	74
		26.9%	33.3%	15.4%	27.0%
방문의사있음		107	41	30	178
		66.9%	54.7%	76.9%	65.0%
계		160	75	39	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 40세 이상이 76%의 높은 방문의사를 보였고, 20대는 약67%로 나타남.

<표 4-21-2> 수입별 동물박물관 방문의사

동물박물관 \ 월수입	100만원미만	100~200만원미만	200만원이상	계
방문의사없음	4	12	6	22
	4.7%	9.2%	10.3%	8.0%
보통	27	34	13	74
	31.4%	26.2%	22.4%	27.0%
방문의사있음	55	84	39	178
	64.0%	64.6%	67.2%	65.0%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(9) 이색적 숙박시설

- 이색적 숙박시설에 대한 투숙 여부에 대해서는 응답자 중 약 72%가 숙박의사를 보여주었고 약 9%정도가 숙박의사가 없다고 함.

<표 4-22> 이색적 숙박시설 투숙 여부

통계량 \ 분류	빈도	비율(%)
전혀숙박의사없음	4	1.5
숙박의사없음	21	7.7
보통	52	19.0
숙박의사있음	153	55.8
적극적숙박	44	16.1
합계	274	100.0

- 이를 연령대별로 보면, 20대가 가장 높은 75.6%의 방문의사를 보여주고 있는데, 특히 젊은 계층에게 호소력이 높은 것으로 나타났다.

<표 4-22-1> 연령별 이색적 숙박시설 투숙 여부

이색숙박시설 \ 연 령	30세미만	30대	40세이상	계
숙박의사없음	14	6	5	25
	8.8%	8.0%	12.8%	9.1%
보통	25	22	5	52
	15.6%	29.3%	12.8%	19.0%
숙박의사있음	121	47	29	197
	75.6%	62.7%	74.4%	71.9%
계	160	75	39	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 월수입대별로는 저수입 집단이 79%의 방문의사를 보였고 중수입 집단 69%, 고수입 집단 67%로서 수입이 적을수록 높은 방문의사를 보여주고 있음.

<표 4-22-2> 수입별 이색적 숙박시설 투숙 여부

이색숙박시설 \ 월수입	100만원미만	100-200만원미만	200만원 이상	계
숙박의사없음	5	10	10	25
	5.8%	7.7%	17.2%	9.1%
보통	13	30	9	52
	15.1%	23.1%	15.5%	19.0%
숙박의사있음	68	90	39	197
	79.1%	69.2%	67.2%	71.9%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(10) 제주 영화촬영장 답사코스

- 영화촬영장 답사코스 개설에 대한 응답자의 의견을 보면 약 59%가 구매의사를 보여주었고 9.5%가 구매의사가 없다고 함.

<표 4-23> 제주 영화촬영장 답사 상품 구매 여부

통계량	분류	빈도	비율(%)
	전혀구매의사없음	2	0.7
	구매의사없음	24	8.8
	보통	86	31.4
	구매의사있음	131	47.8
	적극적구매	31	11.3
	합계	274	100.0

- 이를 연령별로 보면, 20대가 66.3%로 가장 높고, 30대 52%, 40대 43%로 나타나 나이가 젊을수록 높은 구매의사를 보여줌.

<표 4-23-1> 연령별 제주 영화촬영장 답사 상품 구매 여부

영화촬영장답사코스	연령	30세미만	30대	40세이상	계
구매의사 없음		14	7	5	26
		8.8%	9.3%	12.8%	9.5%
보통		40	29	17	86
		25.0%	38.7%	43.6%	31.4%
구매의사 있음		106	39	17	162
		66.3%	52.0%	43.6%	59.1%
계		160	75	39	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 수입이 적은 집단일수록 높은 방문의사를 보여주고 있는데 이는 젊은 계층이 영화속의 주인공이 되고 싶어하는 욕구 때문으로 판단됨.

<표 4-23-2> 수입별 제주 영화촬영장 답사 상품 구매 여부

영화촬영장답사코스	월수입	100만원미만	100~200만원미만	200만원이상	계
구매의사 없음		7	12	7	26
		8.1%	9.2%	12.1%	9.5%
보통		25	38	23	86
		29.1%	29.2%	39.7%	31.4%
구매의사 있음		54	80	28	162
		62.8%	61.5%	48.3%	59.1%
계		86	130	58	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

□ 체험관광상품

(1) 민속공예품 제작 체험

- 민속공예품제작 체험 여부에 대해서는 약 54%의 응답자가 참여 의사가 있는 것으로 나타났고 11%정도의 답변자가 참여의사가 없는 것으로 나타났음.

<표 4-24> 민속공예품제작 체험 여부

통계량	분류	빈도	비율(%)
	전혀구매의사없음	5	1.8
	구매의사없음	25	9.1
	보통	95	34.7
	구매의사있음	127	46.4
	적극적구매	22	8.0
	합 계	274	100.0

- 연령별로는 20대가 55%로 가장 높고 40대가 51%로 가장 낮음.

<표 4-24-1> 연령별 민속공예품제작 체험 여부

민속공예품제작체험 \ 연령	30세미만	30대	40세이상	계
구매의사 없음	17	5	8	30
	10.6%	6.7%	20.5%	10.9%
보통	55	29	11	95
	34.4%	38.7%	28.2%	34.7%
구매의사 있음	88	41	20	149
	55.0%	54.7%	51.3%	54.4%
계	160	75	39	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 수입별로는 소득이 낮을수록 참여의사가 높은 것으로 나타났는데 저수입 집단의 참여의사는 55.8%임.

<표 4-24-2> 수입별 민속공예품제작 체험 여부

민속공예품제작체험 \ 월 수입	100만원미만	100~200만원미만	200만원 이상	계
구매의사 없음	9	12	9	30
	10.5%	9.2%	15.5%	10.9%
보통	29	47	19	95
	33.7%	36.2%	32.8%	34.7%
구매의사 있음	48	71	30	149
	55.8%	54.6%	51.7%	54.4%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(2) 오름 일출 감상

- 오름 일출 감상 상품 구매 여부에 대해서는 56%의 응답자가 구매의사를, 약 7%의 응답자가 구매의사가 없다고 함.

<표 4-25> 오름 일출 감상 상품 참여 여부

통계량	분 류	빈 도	비 율(%)
	전혀구매의사없음	3	1.1
	구매의사없음	18	6.6
	보통	98	35.8
	구매의사있음	134	48.9
	적극적구매	21	7.7
	합계	274	100.0

○ 연령별로는 20대가 59.4%로 가장 높은 구매의욕을 보여줌.

<표 4-25-1> 연령별 오름 일출 감상 상품 구매 여부

오름일출감상	연 령	30세미만	30대	40세이상	계
구매의사 없음		9	7	5	21
		5.6%	9.3%	12.8%	7.7%
보통		56	31	11	98
		35.0%	41.3%	28.2%	35.8%
구매의사 있음		95	37	23	155
		59.4%	49.3%	59.0%	56.6%
계		160	75	39	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

○ 학생과 같은 저소득 집단이 58.1%로서 구매의욕이 가장 높은 것으로 나타났음.

<표 4-25-2> 수입별 오름 일출 감상 상품 구매의사

오름일출감상	월수입	100만원미만	100~200만원미만	200만원이상	계
구매의사 없음		6	9	6	21
		7.0%	6.9%	10.3%	7.7%
보통		30	48	20	98
		34.9%	36.9%	34.5%	35.8%
구매의사 있음		50	73	32	155
		58.1%	56.2%	55.2%	56.6%
계		86	130	58	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(3) 자연골프장

- 골프에 관심 있는 응답자만 기입하도록 유도한 결과 약 67%의 응답자가 답변을 하였고 이중 38%가 이용의사를, 약 35%는 이용의사가 없음을 제시함.

<표 4-26> 자연골프장 이용 여부

통계량	분류	빈도	비율(%)
	무응답	89	32.5
	전혀구매의사없음	20	10.8
	구매의사없음	45	24.3
	보통	51	27.5
	구매의사있음	55	29.7
	적극적구매	14	7.5
	합계	185	100.0

- 연령별로는 40대 41%, 30대 29.3%, 30세미만 29.4%로 나타남.

<표 4-26-1> 연령별 자연골프장 이용 여부

자연골프장 \ 연령	30세미만	30대	40세이상	계
관심조차 없음 (무응답)	56	23	10	89
	35.0%	30.7%	25.6%	32.5%
구매의사 없음	44	10	11	65
	27.5%	13.3%	28.2%	23.7%
보통	29	20	2	51
	18.1%	26.7%	5.1%	18.6%
구매의사 있음	31	22	16	69
	19.4%	29.3%	41.0%	25.2%
계	160	75	39	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

○ 수입별로는 고소득자일수록 이용의사가 높음.

<표 4-26-2> 수입별 자연골프장 이용 여부

자연골프장 \ 월수입	100만원 미만	100-200만원미만	200만원이상	계
관심조차 없음(무응답)	26	49	14	89
	30.2%	37.7%	24.1%	32.5%
구매의사 없음	25	30	10	65
	29.1%	23.1%	17.2%	23.7%
보통	19	23	9	51
	22.1%	17.7%	15.5%	18.6%
구매의사 있음	16	28	25	69
	18.6%	21.5%	43.1%	25.2%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(4) 해수욕장골프장

○ 해수욕장골프장 이용 의사에 대해서는 약 37%의 응답자가 이용의사를 보여주었고 약34%의 응답자는 이용의사가 없는 것으로 나타났음.

<표 4-27> 해수욕장골프장 이용 여부

통계량	분류	빈도	비율(%)
	무응답	89	32.5
	전혀구매의사없음	23	11.3
	구매의사없음	38	22.4
	보통	57	30.1
	구매의사있음	52	29.5
	적극적구매	15	7.8
	합계	185	100.0

○ 이를 연령별로 보면, 나이가 들수록 이용의사가 높음.

<표 4-27-1> 연령별 해수욕장골프장 이용 의사

해수욕장골프장	연령	30세미만	30대	40세이상	계
관심조차 없음		56	23	10	89
		35.0%	30.7%	25.6%	32.5%
구매의사 없음		43	9	9	61
		26.9%	12.0%	23.1%	22.3%
보통		31	23	3	57
		19.4%	30.7%	7.7%	20.8%
구매의사 있음		30	20	17	67
		18.8%	26.7%	43.6%	24.5%
계		160	75	39	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

○ 수입별로는 고소득자일수록 이용의사가 높음.

<표 4-27-2> 수입별 해수욕장골프장 이용 의사

해수욕장골프장	월수입	100만원미만	100-200만원미만	200만원이상	계
관심조차 없음		26	49	14	89
		30.2%	37.7%	24.1%	32.5%
구매의사 없음		23	28	10	61
		26.7%	21.5%	17.2%	22.3%
보통		19	27	11	57
		22.1%	20.8%	19.0%	20.8%
구매의사 있음		18	26	23	67
		20.9%	20.0%	39.7%	24.5%
계		86	130	58	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(5) 태풍체험

- 태풍체험 상품 구매에 대해서는 약 65%의 응답자가 구매의사를 보여주었고 약 11%의 응답자는 구매의사가 없는 것으로 나타났음.

<표 4-28> 태풍체험 상품 구매 의사

통계량	분류	빈도	비율(%)
	전혀구매의사없음	9	3.3
	구매의사없음	20	7.3
	보통	67	24.5
	구매의사있음	133	48.5
	적극적구매	45	16.4
	합 계	274	100.0

- 연령별 모두 60%대의 구매의사를 보여주면서 큰 차이가 없음.

<표 4-28-1> 연령별 태풍체험 상품 구매의사

태풍체험 \ 연령	30세미만	30대	40세이상	계
구매의사 없음	18	7	4	29
	11.3%	9.3%	10.3%	10.6%
보통	37	22	8	67
	23.1%	29.3%	20.5%	24.5%
구매의사 있음	105	46	27	178
	65.6%	61.3%	69.2%	65.0%
계	160	75	39	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- 고수입 집단이 74.1%로서 가장 높은 구매의욕을 보여주었고, 30대는 60%대의 구매의사를 나타내고 있음.

<표 4-28-2> 수입별 태풍체험 상품 구매의사

태풍체험 \ 월수입	100만원미만	100~200만원미만	200만원이상	계
구매의사 없음	8	15	6	29
	9.3%	11.5%	10.3%	10.6%
보통	21	37	9	67
	24.4%	28.5%	15.5%	24.5%
구매의사 있음	57	78	43	178
	66.3%	60.0%	74.1%	65.0%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(6) 맛조개 잡이 체험

- 맛조개잡이 체험 상품에 대해서는 72%의 응답자가 구매욕구를 보이면서 가장 높은 수치를 보여주고 있고 약 5%대의 응답자만이 구매욕구가 없는 것으로 나타났음.

<표 4-29> 맛조개잡이 체험 상품 구매의사

통계량	분 류	빈 도	비 율(%)
	전혀구매의사없음	4	1.5
	구매의사없음	10	3.6
	보통	62	22.6
	구매의사있음	148	54.0
	적극적구매	50	18.2
	합 계	274	100.0

○ 이를 연령별로 보면, 40대가 82%로 가장 높고 30대 65.3%, 20대 73.1%임.

<표 4-29-1> 연령별 맛조개잡이 체험 상품 구매의사

맛조개잡이 체험	연 령	30세미만	30대	40세이상	계
구매의사 없음		8	2	4	14
		5.0%	2.7%	10.3%	5.1%
보통		35	24	3	62
		21.9%	32.0%	7.7%	22.6%
구매의사 있음		117	49	32	198
		73.1%	65.3%	82.1%	72.3%
계		160	75	39	274
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

○ 수입별로는 저수입 집단이 가장 높은 77.9%의 구매의사를 보였고, 30대는 68.5%의 구매의사를 나타냄.

<표 4-29-2> 수입별 맛조개잡이 체험 상품 구매의사

맛조개잡이 체험 \ 월수입	100만원 미만	100-200만원미만	200만원 이상	계
구매의사 없음	4	6	4	14
	4.7%	4.6%	6.9%	5.1%
보통	15	35	12	62
	17.4%	26.9%	20.7%	22.6%
구매의사 있음	67	89	42	198
	77.9%	68.5%	72.4%	72.3%
계	86	130	58	274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

3. 시사점 및 평가

- 본 연구의 목적은 북제주군 지역의 문화관광을 활성화시킬 수 있는 방안을 제시하는 것임.
- 기존의 연구는 주로 기존 문화관광상품에 대한 만족도 측정을 통해 이에 대한 개선점을 제시하였지만, 본 연구는 관광상품으로 개발 가능한 주제를 선정하여 이에 대한 관광객들의 선호도를 평가하였음.
- 새로운 주제에 대한 의견 조사 결과, 전체적인 선호도는 고연령 집단과 고수입 집단이 저연령 집단과 저수입 집단보다 평균적으로 높게 나왔지만, 체험 및 이색적 상품에 대해서는 오히려 저연령, 저수입 집단이 선호도가 더 높은 것으로 나타남.

1) 기존 문화관광상품 평가

□ 기존 문화관광상품

- 본 연구에서는 북제주군의 대표적인 문화관광상품인 들불축제, 향몽유적지, 제

- 주향일기념관(조천만세동산)을 대상으로 관광객 설문조사를 시행하였음.
- 우선 이러한 문화관광상품을 관람한 경험이 있는가를 먼저 조사하였고 이어 관람경험자를 대상으로 만족도 측정을 하였는데, 관람경험이 있다고 대답한 응답자의 만족도는 평균정도인데, 문제는 전체 관광객 대비 관람경험자가 매우 낮다는 점임.
 - 따라서 기존의 문화관광상품에 대한 인지도를 높일 수 있도록 적극적인 홍보방안이 강구되어야 할 것으로 판단됨.
 - 들불축제의 경우, 4개의 상품중 가장 높은 관람 경험을 보여주고 있음. 관람자들은 연령대와 월수입에 상관없이 고른 수치를 보여주고 있어 특정 계층에 대한 마케팅 전략을 세우기 보다는 가족관광층과 같은 집단을 대상으로 홍보전략을 세워야 할 것임.
 - 특히, 들불축제의 경우 세부행사 프로그램이 매년 차별화 없이 진행되고 있다는 관광업계 전문가 면담 결과가 있었는데 불을 소재로 하는 축제인 만큼 불을 이용한 프로그램 개발이 요구되고 있음.
 - 예를 들면, 들불이 퍼지게 되면 소화해야 하는데 소화하는 과정을 그냥 방치할 것이 아니라 소방용품을 제작하는 업체들을 초빙하여 업체간에 서로 자신의 회사가 갖는 첨단기법을 이용하여 소화하는 과정을 서로 경쟁하게 하는 방법도 좋은 프로그램이 될 것임.
 - 향몽유적지, 제주향일기념관(조천만세동산)의 경우, 관람경험이 전체 관광객 대비 각각 21.9%, 17.5%에 머무르고 있음. 하지만 일단 관람경험이 있는 계층에 있어서는 만족도가 평균 이상의 수치를 보이고 있음, 따라서 마케팅 전략은 내부 수용태세의 개선보다는 관광객들에게 인지도를 높일 수 있는 방안에 초점을 두어야 함.
 - 저비용으로 홍보 효과를 극대화하기 위한 좋은 방법중의 하나는 향몽유적지와 같은 문화적 자원을 소재로 하는 시나리오나 극본을 공모하는 방법도 있음. 우수한 시나리오가 확보되면 영화기획사와 적극적으로 제휴하여 이를 영화화하면, 일반인들에게 인지도를 단시간에 높일 수 있는 계기가 될 것임.

□ 조성중인 문화관광상품

- 현재, 북제주군에서는 '문화예술인 마을'과 '돌박물관'을 조성하고 있는데 이러한 상품이 관광객에게 어느 정도 호감을 줄 것인가를 조사한 결과 두 상품 모두 평균 이상의 선호도를 보여주었고 특히 '돌박물관'이 '문화예술인 마을'보다 높은 선호도를 보여줌.

<표 4-30> 조성중인 문화관광상품 평가

조성중인 문화관광 상품	평균	표준편차	선호도 순위
돌 박물관	3.4672	.7115	1
문화예술인 마을	3.2226	.8107	2

- 문화예술인 마을 조성시에는 가능하면 전국적인 지명도를 갖고 있는 예술가 몇 명을 유치해야 하고 예술인 마을촌이라는 분위기에 맞도록 조경과 인테리어를 꾸며야 함.
- 돌박물관의 경우도 이미 기존의 유사한 형태의 관광상품이 있으므로 차별화 전략이 필요함. 예를 들면 도시민이 시골에 나무를 심고 자주 방문하여 관리를 하듯이 돌을 수집하여 관광객이 직접 돌을 다듬어 지속적으로 작품을 만들어 가는 체험 프로그램도 상품가치가 있음.

2) 시나리오 문화관광상품 평가

□ 문화관광상품

- 사전 전문가 면담, 문헌탐색, 업계 면담 등을 통해 총 10개의 신상품 개발 방안을 제시하였고 이에 대한 선호도 평가를 위해 관광객을 대상으로 설문조사를 시행함.

- 이중 가장 높은 선호도를 보인 상품은 레이디 전용호텔, 클래식 분위기 호텔, 예술가의 명칭과 분위기를 살릴 수 있는 호텔 등의 “이색적 숙박상품”이 선정되었는데 주로 젊은 계층과 월수입이 낮은 집단에서 선호도가 높게 나타남.
- 조만간 제주지역에 펜션과 같은 숙박시설이 대량 들어설 것으로 예상되고 있는데 획일적인 시설을 조성할 것이 아니라 앞서 제시한 바와 같이 테마를 가지고 이색적인 숙박시설을 조성한다면 그 자체가 충분히 관광상품화 될 것임.

<표 4-31> 문화관광 신상품에 대한 선호도

문화관광 신상품 개발방안	평균	표준편차	선호도 순위
이색적 숙박시설	3.7737	.8601	1
동굴 박물관	3.6423	.7773	2
제주 영화촬영장 답사코스	3.6022	.8290	3
해녀 박물관	3.5438	.8029	4
유배자 박물관	3.3394	.8330	5
제주 여성 박물관	3.2883	.8478	6
탐라순력도 기행상품	3.0839	.7681	7
제주·중국 우정기념관	2.9526	.8351	8
제주·일본 우정기념관	2.8212	.8941	9

- 두번째 선호도는 동굴박물관으로서 도에 산재해 있는 각 동굴의 특징만을 모아 소규모 동굴박물관 혹은 동굴테마파크를 조성한다면 이 역시 젊은 계층을 크게 유인할 것임.
- 환경 보존을 위해 기존 동굴을 직접 활용하기 보다는 새로이 모조 동굴을 만들고 그 안에 첨단 테크닉 기법을 적용하여 미로 탐험, 제주 동굴의 특징을 재현하는 것이 바람직함.

- 영화촬영장 답사 코스도 선호도가 높은 상품 중에 하나인데, 흥행에 성공하고 제주에서 촬영한 영화 촬영세트를 복원 혹은 보존하여 그 안에서 관광객들이 실제 연기체험을 한다면 좋은 상품이 될 것이며, 이 역시 젊은 계층을 크게 유인할 것임.
- 해녀박물관의 경우는 젊은 계층과 중년 계층 그리고 월수입에 상관없이 비교적 고른 선호도를 보여주고 있는데, 이는 해녀가 갖는 제주의 상징성에 크게 기인한다고 판단됨.
- 첨단 영상을 통해 해녀들의 채취 모습을 재현하고 실제 해녀체험 등의 프로그램을 관광상품화 한다면 관광객을 유인할 수 있음.
- 다섯번째 선호를 보인 제주역사공원 역시 연령, 수입에 관계없이 고른 선호도를 보이고 있는데 제주의 역사를 한정된 장소와 시간안에 감상할 수 있고, 도내·외 청소년 교육에 크게 기여할 것으로 판단됨.
- 유배자 박물관과 제주여성 박물관의 경우, 기존 문헌 탐색을 통해 제시한 상품화 방안으로서 젊은계층 보다는 주로 중년층에서 선호도를 보이고 있음. 제주가 유배자의 섬이라는 특징을 살리고 현대여성이 갖는 사회적 활동과 사고를 이미 오래전에 실천하였던 제주 여성이 갖는 강인함을 전시하고자 하는 상품임.
- 제주의 박물관은 유물을 백화점식으로 전시하고 있는데 이처럼 테마를 가지고 박물관을 조성하게 된다면 좀더 높은 관심을 끌 수 있을 것으로 판단됨.
- 탐라순력도의 경우 조선시대의 상류층이 제주에서 행하였던 관광활동을 오늘날 재현코자 한 코스로서 타 상품에 비해 비교적 낮은 선호도를 보였으나 이는 친환경적 상품이고 비용이 거의 소요되지 않는다는 장점을 가지고 있음.
- 제주·일본 우정 기념관과 중국과의 우정 기념관의 경우 선호도가 매우 낮게 나타났으며, 주로 젊은 계층 보다는 중년 계층이 선호하고 있음.
- 이러한 기념관은 내국인 보다는 일본과 중국인 관광객에게 설문조사를 하면 높은 선호도를 보일 것으로 판단됨. 외국인 관광객 유치에 좋은 계기가 될 수 있고 주요 관광시장과 선린 우호관계를 맺을 수 있는 방안이라고 판단 됨.

□ 체험관광상품

- 총 6개의 체험관광 신상품 개발 방안을 제시하였는데 전체적으로 앞서의 문화 관광 신상품 개발 방안 보다 높은 선호도를 보여주고 있음. 이는 현대관광의 추세가 체험형으로 전환되고 있음을 입증하는 것임.

<표 4-32> 체험관광 신상품에 대한 선호도

체험관광상품 변인	평균	표준편차	긍정도 순위
맛조개잡이체험	3.8394	.8141	1
태풍체험	3.6752	.9456	2
오름일출감상 및 트래킹	3.5547	.7743	3
민속공예품제작체험	3.4964	.8397	4
자연골프장	3.2318	.7826	5
해수욕장골프장	3.2182	.7891	6

- 6개의 상품 중 맛조개잡이 체험이 가장 높은 선호도를 보여주고 있는데 연령과 월수입에 상관없이 골고루 높은 선호도가 나왔음. 이러한 결과를 볼 때 맛조개잡이 체험상품은 타켓을 가족단위 관광객으로 설정하는 것이 바람직하다고 판단됨.
- 구좌읍 종달리처럼 넓은 모래갯벌에서 맛조개 잡이를 체험할 수 있는 공간을 확대하고 잡은 조개는 즉석에서 요리해 시식할 수 있는 시설적인 배려를 추가한다면 좋은 관광상품이 될 것임.
- 두 번째 선호도를 보인 태풍체험 상품은 태풍이 불면 관광이 불가능하다는 인식의 전환을 가져오기 위한 상품임. 스트레스에 찌든 도시민에게 파도가 휘몰아치는 장관을 보여주고 피로 해소와 호연지기를 길러주기 위해 제안한 상품으로서 고연령층 집단과 고수입 집단에서 높은 선호도를 보임.
- 세 번째 선호도를 보인 오름 일출 감상 및 트래킹 상품은 주로 젊은 계층과 월

수입이 적은 집단에서 비교적 높은 선호를 보이고 있는데 제주의 상징이라 할 수 있는 오름을 훼손하지 않고 있는 그대로 감상하면서 레포츠 활동을 즐길 수 있다는 장점을 가짐.

- 민속공예품 제작 체험 역시 주로 젊은 계층과 월수입이 적은 집단일수록으로 더 높은 선호도를 보여주고 있음. 조선시대 말총과 대나무를 엮어 제주여인들이 제작하던 양반의 갓을 다시 재현하는 프로그램을 구성하는 것도 바람직함.
- ‘자연골프장’과 ‘해수욕장 골프연습장’의 상품화 방안의 경우 전체적인 선호도는 여타 상품에 비해 낮았지만 고수입자와 고연령 집단에 있어서는 높은 선호도를 보임. 이러한 상품은 이용할 수 있는 집단이 한정되어 있기 때문에 표적 시장을 설정하고 홍보를 충실히 한다면 인기 있는 체험상품이 될 것임.

제 5 장 문화관광상품 개발 제안

1. 관광상품 선정의 기준

- 문화관광상품을 개발함에 있어서는 아래와 같은 기본원칙이 준수되어야 함.
 - 북제주지역의 역사문화를 최대한 활용한 상품을 개발함.
 - 친환경적인 문화관광상품을 개발함.
 - 비용을 최소화하면서 효과는 극대화할 수 있는 문화상품을 개발함.
 - 소규모 테마파크형 문화관광상품을 추구함
 - 전문성과 대중성을 포함하는 이미지 연출전략에 초점을 둠.
- 문화관광 상품 개발의 기본원칙과 <표 5-1>에서 제시되고 있는 새로운 문화관광상품에 대한 관광객 선호도를 종합적으로 분석해 본 결과, 제주 전지역은 역사적·문화적·관광적 측면에서 많은 유사성을 갖고 있어 본 연구에서 제시되고 있는 모든 프로그램들이 어느 자치단체에서나 적용 가능하다 하겠음.

<표 5-1> 새로운 문화관광상품에 대한 종합 선호도

문화관광상품명	찬성율(%)	종합순위	지역
맛조개잡이체험	72.2	1	북제주군
이색적 숙박시설	71.9	2	제주도
동굴 박물관	65.0	3	북제주군
태풍체험	64.9	4	제주도
제주 영화촬영장 답사코스	59.1	5	제주도
해녀 박물관	57.3	6	제주도
오름일출감상 및 트래킹	56.6	7	북제주군
민속공예품제작체험	54.4	8	북제주군
유배자 박물관	43.4	9	제주도
제주 여성 박물관	42.4	10	북제주군
해수욕장골프장	37.3	11	북제주군
자연골프장	37.2	12	제주도
탐라순력도 기행상품	24.8	13	제주도
제주·일본 우정기념관	24.1	14	제주도
제주·중국 우정기념관	21.5	15	제주도

- 그러나 문화관광상품 개발은 프로그램의 내용과 문화자원의 지역적 분포 현황 그리고 시장경쟁력과 지역간 균형적인 관광개발을 감안할 때, 북제주군이 독자적으로 개발할 필요성이 있는 문화관광상품과 제주도 차원에서 광역적으로 개발 필요성이 있는 상품으로 구분하여 그 대안을 모색함.

2. 북제주군이 개발 가능한 관광상품

1) 맛조개 잡이 체험

(1) 개발 필요성

- 구좌읍 종달리는 맛조개잡이로 유명한데, 이곳은 빼어난 해안절경, 한라산과 오름들의 어우러져 아름다운 경관을 이루는 지역임.

(2) 개발 내용

- 관광객들이 약10만명 정도 되는 모랫벌에서 직접 맛조개를 잡으며 잡은 조개는 즉석에서 요리해 먹을 수 있도록 편의시설을 갖추.
- 맛조개 잡이에 필요한 각종 도구를 현장에서 빌릴 수 있고, 관광객을 위한 각종 편의시설이 갖추어져 있어야 함.
- 맛조개 번식력의 한계를 극복하기 위해 바류, 소라, 낚시 등의 연관상품을 함께 묶어 제시하는 방안이 필요함.
- 맛조개 잡이 체험 상품만으로는 시장의 경쟁력을 확보하기 어렵기 때문에 해안 드라이브 코스나 성산일출봉과 연계된 패키지 상품으로 개발되어야 함.

2) 동굴 박물관

(1) 개발 필요성

- 천연기념물 98호인 만장굴을 포함하여 도에서 지정한 지정동굴 10개소가 모두 북제주군에 입지하고 있음.
- 도내에 입지한 동굴은 모두 나름대로의 특색을 가지고 있는데 관광객들이 시간상의 제약으로 인해 10개소의 모든 동굴을 관람하기는 힘들고 더불어 동굴 보존정책 때문에 제한된 장소에서 동굴의 신비를 감상해야 하는 한계가 있음.
- 프랑스 서남부에 위치하고 있는 세계적 명성의 Lascaux동굴의 경우 많은 방문객으로 인해 동굴이 손상을 가져와 관람을 제약할 수밖에 없게되자 대안으로 Lascaux동굴을 그대로 모방한 박물관을 다른 장소에 개장한 결과 방문객도 크게 늘고 동굴도 보호하는 이중효과를 가져왔음.

(2) 개발 내용

- 최근 주요 관광선진국들은 문화재 보존과 관광상품화라는 상충점을 극복하는 방안으로 원형을 모방한 박물관을 조성함으로써 보존과 상품화를 동시에 추구하는 "Model Culture" 정책이 주류를 이루고 있음.
- 도내 10개 동굴의 특징적인 모습을 재현한 모조 동굴 박물관을 개설하여 제주 동굴의 역사를 한눈에 조명할 수 있게 하고 첨단 조명과 영상을 설치하여 환상적인 분위기를 자아내게 함.
- 청소년들의 모험심을 길러주는 차원에서 동굴탐방코스를 미로형으로 만드는 등 소규모 동굴테마파크로 개발함.

(3) 입지 선정

- 동굴박물관을 특정 지역에 독자적으로 입지하기 보다는 현재 추진 중인 돌박물관과 연계하는 것이 바람직함.

4) 오름 일출 감상 및 오름 트래킹

(1) 개발 필요성

- 오름은 제주의 역사이며 제주 선조들의 숨결을 간직하고 있으나 관광객 뿐만 아니라 제주도민들 역시 오름에 대한 지식을 제대로 갖고 있지 않고 오름에 접근하기가 쉽지 않은 상황임. 이러한 오름이 갖고 있는 특성을 관광상품화하여 도민과 관광객들에게 알리고자 함.

(2) 개발 내용

- 오밀조밀한 오름들 사이로 떠오르는 일출과 일몰광경, 밤에 오름에서 반짝이는 별을 바라보는 것을 상품화 함.
- 오름 트래킹 코스를 만들어 오름이 진미를 느껴보고 살아 숨쉬는 듯한 오름의 숨결을 직접 체험하는 상품을 개발함.
- 최근에 오름이 훼손되기 시작했다는 조사 결과가 발표되었는데 오름을 보존하면서 상품화 할 수 있는 방안을 제시해야 함.

(3) 대상지

- 고산 수월봉의 일몰광경을 상시 상품화하고 고산 유적지와 연계된 상품을 개발 함.
- 서부산업도로변 이시돌목장 전망터의 일몰관경도 좋은 상품임.

4) 제주여성 박물관

(1) 개발 필요성

- 제주의 여성은 예로부터 매우 강인한 생활력을 갖고 있었고 사실 신화나 구전

으로 전해 내려오는 설화 가운데 힘센 여성의 이야기가 많이 나오고 있음.

- 조선 고종황제의 고문이었던 미국 외교관 윌리엄 샌드는 당시 제주를 현지 조사한 후 '코리아의 아마존'이라는 표현을 통해 제주여자는 진짜 만능이고 실질적인 가장이었으며 모든 재산을 소요하였다는 모계이상의 사회라는 보고서를 제출한 바 있음.
- 반면 사랑을 찾아 적극적으로 행동하는 여성상인 '자청비', 사재를 털어 흉년에 배고픈 제주백성을 구한 김만덕 할머니는 '의녀'로서 칭송을 받고 있는데 이처럼 독특한 이미지를 갖고 있는 제주의 여성상을 정리하여 그 정신을 높여 나감.
- 특히, 해녀는 제주를 떠올릴 때 가장 먼저 연상되는 이미지 중의 하나인데, 제주 해녀들이 만들어낸 제주의 문화적 특성과 일제시대 해녀들의 항일투쟁 등을 관광상품화 차원에서 체계적으로 정리할 필요가 있음.
- 제주전복은 조정에 진상하는 주요 물품 중의 하나였고 조선왕조실록·성종실록에 제주 해녀의 활약상이 기록되어 있음.

(2) 개발 내용

- 제주여성에 대한 올바른 이해를 위해 과거 기록을 정밀 탐색하고 이를 통해 제주에서 여성이 차지하는 지위와 역할 등을 규명, 이를 첨단기법 등을 활용하여 전시관을 개설함.
- 오늘날 현대 여성들의 적극적인 사회활동은 결국 과거 제주여성들의 활동상과 유사한 점이 많은데 여성 관광객들이 이 곳을 방문하여 제주여성들의 강인한 생활상을 감상케 함.
- 지역사회의 일꾼, 가장의 역할, 항일운동 등 다양한 역할을 수행한 제주 해녀들의 활약상을 첨단기법을 활용하여 전시함.
- 여성박물관에는 제주여인을 신화에 나오는 제주여인, 제주에 공헌한 제주여인, 해녀 등 보편적인 제주여인 등으로 분류하여 전시실을 배치함.

5) 민속 공예품 제작 체험

(1) 개발 필요성

- 조천읍 서반부와 애월읍 동반부의 여인들이 조선시대 양반들이 써왔던 갓을 수백년동안 정교하고 우아하게 제작하여 왔고 지금도 몇 분은 무형문화재로 지정되어 있음.
- 최근에 그 수량이 다소 줄어들기는 했지만 제주는 예로부터 말이 많은 고장이라 말총이 흔하고 대나무 역시 양쪽의 명산지였음.
- 옛것에 대한 새로운 인식이 높아지고 있어 옛 민속공예품을 관광상품화 할 수 있음.

(2) 개발 내용

- 관광객들이 제주의 말총과 대나무를 이용하여 직접 양반 갓을 제작하는 체험관광 상품을 개발함.
- 제작과정이 다소 까다로운 점을 극복하기 위해 손쉽게 제작할 수 있는 방안을 강구해야 함.
- 작품을 1회 완성품으로 제작할 수 없을 때에는 2차 방문시 완성하거나 차후 방문한 가족이 인계 받아 완성하는 방법도 있음.

6) 해수욕장 골프 연습장

(1) 개발 필요성

- 북제주군 관내 해수욕장은 뛰어난 경관과 바다 수질의 양호성으로 인해 많은 관광객이 여름에 방문하고 있으나 그 이외의 계절에는 방문객이 거의 없는 실정임.

- 따라서 여름 이외의 계절에 해수욕장을 골프연습장으로 활용하면 해수욕 비수기 관광객들에게 레저프로그램을 제공할 수 있고 골프애호가들에게 인지도를 높일 수 있을 것임.

(2) 개발 내용

- 모래사장에 골프 연습을 할 수 있는 간단한 시설을 조성하고 바다를 향해 골프를 칠 수 있도록 연습장을 설치함.
- 바다로 떨어지는 골프공은 훈련된 개를 이용하여 수거하게 하면 이 또한 하나의 재미있는 관광상품이 될 수 있을 것임.

3. 제주도에서 개발할 관광상품

1) 이색적 숙박시설

(1) 개발 필요성

- 독특하고 이색적인 숙박시설은 자체만으로도 충분한 관광상품이 될 수 있다는 사례들이 있음.
- 제주에 있는 숙박시설을 보면 대부분 획일적인 시설을 갖추어 이용객들로부터 별다른 흥미를 불러오지 못하고 있음.
- 최근 제주만의 독특한 특징을 살려 조성된 소규모 숙박시설이 관광객들에게 호평을 받으면서 하나의 관광상품으로 자리잡고 있음.

(2) 개발 내용

- 제주도개발특별법이 통과되면서 제주에 펜션형 숙박시설이 급속히 확장될 것임

로 예상되고 있는데 만약 획일적인 유형의 펜션이 조성된다면 매력이 상실될 것임.

- 유명 예술인·연예인 등의 이름을 딴 가칭 “앙드레 김 펜션”, “서태지 펜션”을 조성하고 그 내부는 이들의 활동상을 첨단기법을 통해 전시하는 등의 이색적인 숙박 시설을 조성함.
- 레이디 전용호텔, 실버층 전용호텔, 일본인 혹은 중국인 전용의 숙박시설 등 이색적이고 테마를 가진 호텔을 조성할 필요가 있음.
- 또는 주요 관광선진국의 독특한 전통 숙박시설을 한 곳에 모은 ‘국제전통 숙박촌’ 건설도 고려해 볼 필요가 있음.

2) 태풍체험

(1) 개발 필요성

- 제주에는 태풍이 자주 거쳐가는 위치에 있는데 태풍이 몰아치면 관광활동은 모두 중단되는 현황임. 이에 새로운 발상으로 태풍을 오히려 관광상품화함.

(2) 개발 내용

- 태풍으로 관광일정이 변경된 관광객들은 태풍현장으로 안내하여 태풍의 위력을 직접 목격하게 함.
해안가 파도, 나무의 흔들림, 피항선박 등
- 특히 태풍 체험 상품에 대해서는 조사 응답자들이 높은 선호도를 보이고 있음에도 불구하고 태풍을 정확히 예측할 수 없다는 한계를 가지고 있기 때문에 대기중인 관광객들이 직접 태풍을 관람할 수 없을 때에는 영상자료를 활용, 과거 태풍을 관람하거나 시뮬레이션 기법을 통해 간접 체험케함.
- 태풍체험을 위해서는 태풍진로에 따라 관람할 수 있는 위치 선정과 시설 등을 갖추고 평상시에는 다른 용도로 활용하는 다각적인 프로그램 구성이 필요함.

3) 제주 영화 촬영장 답사 코스

(1) 개발 필요성

- 제주도에서는 많은 영화가 촬영되고 있는데 촬영이 끝난 후 활용이 안되고 있음. KBS드라마 '왕건' 세트촬영장소가 유명한 관광상품화가 되었다는 사실에 비추어 볼 때 제주에서도 영화촬영 세트를 보존하여 관광상품화 하는 방안을 고려할 수 있음.
- 제주에서 촬영된 주요 영화로는 '연풍연가', '쉬리', '시월애', '단적비 연수', '이재수의 난' 등이 있는데 영화 대부분이 관중동원에 커다란 성공을 거두었음. 이를 관광상품화 한다면 충분히 젊은 관광객을 유인할 수 있음.

(2) 개발 내용

- 이들 영화촬영세트를 현지에 보존 혹은 복원하고 이를 신영영화박물관과 함께 코스화하여 젊은 연인이나 영화 학도를 타겟으로 판매하도록 함.
- 우도에서 촬영된 영화 '시월애'의 경우 극중 은주(전지현)가 사용했던 방이라든가 자전거를 탔던 길을 활용하여 관광객이 직접 주인공이 된 듯한 기분에서 연기를 해보고 그 연기하는 장면을 비디오에 담아 판매함.

4) 유배자 박물관

(1) 개발 필요성

- 제주는 진도·완도 등과 더불어 우리 나라의 대표적인 유배 대상지로서 조선시대에만 약 200명 내외가 제주에서 유배생활을 하였음.
- 몽고가 세운 원나라에서부터 유배지 역사는 시작되는데 “목마의 섬” 혹은 “유배의 섬”이라는 이미지는 이때부터 비롯되었고 이들 유배인들이 제주에 와서

끼친 문화적 영향은 실로 막대하였음. 이러한 유배지 문화를 체계적으로 정리하여 관광상품화 하고자 함.

(2) 개발 내용

- 유배지의 역사를 중국 원나라 시대, 조선전기 시대, 조선후기 시대로 나누어 각 시대 유배자들의 인물 소개 및 그들이 제주사회에 끼친 문화적 영향을 첨단 기법을 활용하여 전시함.
- 또한 유배자 중에는 역사적으로 존경받는 인물과 그렇지 아니한 인물이 있었는데 이를 분류하여 정치적 소신으로 유배된 충신 전시관과 반역을 꾀하다 유배된 인물의 소개관을 설치하여 역사적 교훈으로 삼게 함.
- 제주도내에서 유배자들이 많이 적거한 지역은 대정지역이므로 지역성을 고려하여 후보지를 선정함.

6) 자연 골프장

(1) 개발 필요성

- 제주를 찾는 골프관광객은 급증하고 있으나 공급의 한계로 골프관광객을 놓치고 있는 실정이고 골프장을 신설하는데는 환경문제로 인해 민원이 많이 발생하고 있음.
- 최근 국내에서 골프가 점차 대중화되면서 이용객들이 급증하고 있으나 골프장 이용 가격이 너무 비싸 이용에 제한을 가져오는 경우가 많은데 자연골프장을 활용하면 저렴한 가격에 이용할 수 있을 것임.

(2) 개발 내용

- 일반 골프장과는 달리 모든 골프코스를 잔디화 하지 않고 그린(green)에만 잔

디를 조성하고 나머지 부분은 홀의 크기에 따른 코스만 설정함. 나무와 돌을 그대로 장애물 삼아 자연 그대로의 상태에서 골프를 즐기도록 함.

7) 탐라 순력도 기행

(1) 개발 필요성

- 병와 이형상 선생이 1702년 제주목사로 부임하여 관내를 순력하면서 자연, 역사, 산물, 풍속 등을 자세히 기록한 탐라순력도 기행 내용을 관광코스로 개발하여 관광객들이 답사하도록 함.
- 이러한 상품코스 개발은 제주의 역사문화를 다시금 돌아볼 수 있는 계기가 됨.

(2) 개발 내용

- 탐라순력도에 나와있는 조선시대의 제주의 역사, 산업, 군사편제, 예술 등을 정리하고 이 내용을 각 목적지마다 해설을 담은 표지판을 설치함으로써 교육관광 측면에서도 활용함.
- 이 프로그램은 도내의 수학여행단 및 청소년 수련단들의 여행코스로 활용함.

8) 제주·일본 & 제주·중국 우정기념관

(1) 개발 필요성

- 탐라는 지질학적으로 일본과 함께 대륙에 연결되어 있었다는 연륙설이 있고 이로 인해 두 지역에서 발굴되는 토기와 철기 중에는 같은 유물이 나타나고 있음.
- 제주에 있는 일본 관련 관광지는 모두 대일항쟁의 역사만 기록하고 있는데 우정기념관을 건립함으로써 양지역의 우호적 교류를 촉진하고 일본관광객도 유인함.

- 제주 산지항에서 발굴된 유물은 중국 후한시대 화천에서 발굴된 유물과 똑같은 것이고 후한시대의 동전 화폐들이 제주에서 다량 발굴된 점으로 미루어 볼 때, 양지역간은 매우 활발한 교류가 있었음을 알 수 있음.
- 최근에 중국의 강택민 주석과 주룽지 총리 등이 제주를 방문하여 정상회담 및 관광활동을 즐겼고, 이러한 사실은 중국 인민들에게 제주를 알리는 계기가 되었을 뿐만 아니라 긍정적인 이미지를 심어줌.

(2) 개발 내용

- 기념관을 건립하여 제주와 일본 그리고 중국에서 발굴된 같은 모양의 유물들을 비교 전시하여 양지역의 교류를 촉진하고 관광객을 유인함.
- 탐라 개국신화에 나오는 벽랑국 여성을 소개하고 제주 여인과 일본 여인의 공통성을 비교하여 문화적 동질성을 강조한 기록을 전시함.
- 7세기에 탐라와 일본국간에 정식 외교관계가 성립되어 서로 사신이 내왕하는 등 활발한 선린 교류를 행하였던 기록을 보여줌.
- 서불과지 전설에 따라 제주에 불로초가 있다는 스토리를 활용하여 제주의 뛰어난 약초를 전시하는 부스를 마련함.
- 최근 일본의 하시모토 전 총리 그리고 강택민 주석, 주룽지 총리 등이 제주를 방문하여 정상회담을 개최하였고 이를 기념하는 '정상 집'설립을 추진하고 있는데 이와 연계하는 방안도 고려해 볼 필요가 있음.

<참고문헌>

이영진 · 권대웅, 「문화와 관광」, 학문사, 서울, 1999.

Corijn, E. & Mommas, H., "Urban Cultural Policy Developments in Europe," Council of Europe, Strasbourg, 1995.

MacCannell, D., "Empty Meeting Grounds: the Tourist Papers," Routledge, London, 1993.

Richards, G. "Cultural Tourism in Europe," CAB International, 1995.

Secretariats of the Open Monument Days in Flanders and in the Walloon Provinces, 1994.

Urry, J., "The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies," Sage London, 1990.

부록.

북제주지역의 문화관광상품 개발 방안

--	--	--

안녕하십니까?

제주발전연구원은 제주지역의 현안과 발전에 관한 각종 정책과제를 연구하는 공익연구기관으로서, 금번 ‘북제주지역의 문화관광상품 개발 방안’에 관한 연구를 진행 중에 있습니다.

본 연구의 목적은 날로 증가하는 관광객들의 문화관광에 대한 욕구를 충족시킬 수 있는 북제주지역의 문화자원을 활용한 문화관광상품을 개발하는 것입니다.

본 조사는 통계관련 법규를 철저히 준수하여 익명으로 처리되며 선생님이 응답해 주신 내용은 학술적 통계분석에만 사용됩니다.

바쁘시더라도 솔직한 응답으로 도움을 주실 것을 부탁드립니다. 설문에 관한 의문 사항은 아래 기재된 연구진에게 문의하시기 바랍니다.

선생님의 가정에 사랑과 행복이 충만하시기를 기원하며, 추억에 남는 제주관광이 되시기를 기원합니다.

감사합니다.

2000 년 12 월

제주발전연구원 원장 이 문 교

※ 본 설문에 대한 의문사항은 아래 연락처로 문의해주시기 바랍니다.

연구자 : 제주발전연구원 책임연구원 양덕순,
제주관광대학 교수 홍성화

☎ 690-732

제주도 제주시 이도2동 390번지 제주도중소기업지원센터 4층 제주발전연구원
TEL : 064) 751~5166/7, FAX : 064) 751~2168

II. 앞으로 개발하고자 하는 문화관광상품에 관한 사항입니다. 생각하시는 항목에 √를 표시해 주시기 바랍니다.

1. 제주지역의 선사시대, 고대사, 중세사, 근세사, 현대사에 나오는 주요 사건들을 중심으로 제주의 역사를 한눈에 볼 수 있는 ‘제주 역사공원(Jeju History Park)’을 북제주 지역에 조성한다면?

①	②	③	④	⑤
┌-----┴-----┬-----┬-----┬-----┴-----┐				
전혀 방문 의사 없음	방문 의사 없음	보통	방문 의사 있음	적극적으로 방문하겠음

2. 숙종 28년(1702) 이형상 제주목사가 제주에 부임한 직후 제주도 관내를 여행하면서 자연, 역사, 산물, 풍속 등을 감상하였는데, 이 ‘탐라순력도 기행’을 관광상품화 한다면?

①	②	③	④	⑤
┌-----┴-----┬-----┬-----┬-----┴-----┐				
전혀 구매 의사 없음	구매 의사 없음	보통	구매 의사 있음	적극적으로 구매하겠음

3. 제주의 개벽설화에는 일본이 등장하는 등 제주와 일본간에는 7세기부터 정식 외교관계가 체결되었으며 최근에는 하시모토 총리 등이 방문하였습니다. 이를 관광자원화 하여 ‘제주-일본 우정기념관(Jeju-Japan Friendship House)’을 건립한다면?

①	②	③	④	⑤
┌-----┴-----┬-----┬-----┬-----┴-----┐				
전혀 방문 의사 없음	방문 의사 없음	보통	방문 의사 있음	적극적으로 방문하겠음

Ⅲ. 현재 북제주군에서 개발을 기획하고 있는 문화관광상품에 관한 사항입니다. 생각하시는 항목에 √를 표시해 주시기 바랍니다.

1. 북제주군 한경면 저지리 택지지구 일대에 시인, 수필가, 소설가, 화가 등이 거주하는 ‘문화예술인 마을’ 조성을 추진하고 있습니다. 방문의사는?

①	②	③	④	⑤
┌-----┴-----┴-----┴-----┴-----┘				
전혀 방문 의사 없음	방문 의사 없음	보통	방문 의사 있음	적극적으로 방문하겠음

2. 탐라목석원에서 기증한 1만 2천점의 돌자원을 활용하여 북제주군 조천읍 교래리 일대에 ‘돌 박물관’ 건립을 추진하고 있습니다. 방문의사는?

①	②	③	④	⑤
┌-----┴-----┴-----┴-----┴-----┘				
전혀 방문 의사 없음	방문 의사 없음	보통	방문 의사 있음	적극적으로 방문하겠음

Ⅳ. 관광객들이 직접 체험할 수 있는 문화자원을 소재로 한 체험관광상품에 관한 사항입니다. 생각하시는 항목에 √를 표시해 주시기 바랍니다.

1. 조선시대부터 말총과 대나무를 이용한 갓 제작 등이 제주의 여성들에 의해 대량 제작되어 왔습니다. 만약 이런 “민속공예품 제작 체험”을 관광상품화 한다면?

①	②	③	④	⑤
┌-----┴-----┴-----┴-----┴-----┘				
전혀 구매 의사 없음	구매 의사 없음	보통	구매 의사 있음	적극적으로 구매하겠음

연 구 진		
· 연구책임	양 덕 순	제주발전연구원 책임연구원
	홍 성 화	제주관광대학 호텔경영학과 교수

북제주지역의 문화관광상품 개발 방안

인 쇄 일 2000. 12

발 행 일 2000. 12

발 행 인 이 문 교(제주발전연구원장)

발 행 처 제주발전연구원

690-732 제주도 제주시 이도2동 390

Tel : 064) 751~2166/7

Fax : 064) 751~2168

인 쇄 처 경신인쇄사(☎ 746-2044)

ISBN 89-88021-16-9-93320

□ 이 책에 실린 내용은 出處를 밝히는 한 자유로이 引用할 수 있으나
無斷轉載나 複製는 금합니다.