

기본연구 2011-6

고령자 관광객 유치증진방안

정승훈 · 윤동구



발간사

인구의 고령화는 21세기의 세계적인 추세이며, OECD 국가의 대부분이 이미 2000년에 고령인구 비중이 14%를 넘어 고령사회로 진입했습니다. 이와 관련하여 다양한 비즈니스 분야에서 경제적으로 부유한 시니어 소비자들을 잡기 위한 경쟁이 치열하게 전개되고 있습니다.

관광산업에서도 프랑스를 비롯한 관광선진국 뿐만 아니라 서울, 광주, 강원도, 전라북도 등 국내 대부분의 대도시들이 고령자 관광시장의 중요성을 파악하여, 고령자에 적합한 관광상품 개발과 홍보·마케팅방안을 강구하는데 전력을 다하고 있습니다.

제주를 방문하는 일본인 관광객 중 고령자 관광객 비중은 상당히 높으며, 내국인 관광객 중에서도 고령자 관광객이 차지하는 비중은 향후 더 높아질 것으로 전망됩니다.

사실상 고령자 관광시장에 대한 연구는 시작단계에 있다고 할 수 있습니다. 과거 고령자층의 관광특성과 최근 뉴 고령자층의 관광특성은 상당한 차이가 있으므로, 이를 반영한 비교 연구가 필요합니다.

따라서 국내·외 고령자 관광시장별로 더 많은 비교연구가 있어야 이 거대 잠재 시장의 기회가 현실화될 수 있을 것입니다.

본 연구는 향후 고령자 관광객의 증가에 대비하여, 제주특별자치도가 준비해야 할 과제와 전략을 중심으로 고령자 관광객 유치증진 방안을 제시하였습니다.

본 보고서가 향후 고령자 관광객 유치 확대를 위한 전략 수립과 도내 관광사업체의 경영활동시 의사결정의 중요한 참고자료로 활용되기를 기대합니다.

2011. 6

제주발전연구원
원장 양영오

요약문

1. 연구의 배경 및 목적

- 인구 고령화가 우리 사회에 가져 올 다양한 변화 가운데 거대 소비 집단의 부상이라는 측면에서 고령자 시장의 중요성이 높아지고 있음. 경제적 능력을 지니고 있는 은퇴한 고령층은 향후 각 분야의 중요한 소비시장으로 성장할 가능성 이 매우 높다고 할 수 있음.
- 본 연구는 고령자 관광시장의 중요성을 감안하여 한국·일본·중국 중심의 고령자 관광시장의 특성을 문헌과 설문조사를 통해 고찰하고, 제주방문 고령자 관광객의 유치증진방안을 모색하는데 연구의 목적이 있음.

2. 이론적 배경

□ 고령자의 개념

- 고령자(高齡者, 노인 老人)는 생리적 및 신체적 기능의 퇴화와 더불어 심리적인 변화가 일어나서 개인의 자기유지 기능과 사회적 역할 기능이 약화되고 있는 사람을 일컬으며, 개인의 자각(self-awareness), 사회적 역할 상실(사회적 노인), 연령, 기능적 연령, 생물학적 나이 등에 의해 정의될 수 있음.
- 국내 법적으로는 대부분 연령(55세 이상, 60세 이상, 65세 이상 등)에 의해 고령자를 구분하고 있음.
- 미국 인구통계국에서는 노인의 연령기준을 55세로 낮추어 55-65세(the olders), 65-74 세(the elders), 75-84세(the aged), 85세 이상(the very old) 등 4단계로 분류함.

□ 고령자 추이

- 우리나라는 인구의 고령화가 급진전됨에 따라 총 인구중 65세 이상 비율이 1970년 3.1%→2000년 7.2%(고령화 사회)→2018년 14.3%(고령사회)→2026년 20.8%(초고령사회)에 진입할 예정임.
- 일본은 2006년 세계 최초로 전체 인구중 65세 이상 인구의 비율이 20% 이상인 '초고령사회'에 진입했음.
- 중국은 인구의 급속한 노령화로 2015년에는 중국 가정의 절반 이상이 만 60세 이상 노인들이 차지하게 될 것으로 전망됨.

□ 고령자 관광시장의 중요성과 성향 분석

- 경제적 능력을 지니고 있는 은퇴한 고령 인구층은 향후 중요한 소비시장으로 성장할 가능성이 높음. 여유있는 시간과 금전적 여유를 가진 소비계층으로서 향후 여행관광시장의 주요 소비계층으로 등장할 수 있기 때문에 이들을 유인하기 위한 관광기업간 경쟁이 한층 가열될 전망임.
- 국내·외 고령자 관광객의 일반적인 특성은 근거리·안전한 여행지 선호, 실제연령과 인지연령의 차이 가능성, 경제력에 따른 관광활동 참여의 양극화 심화, 패키지 투어 시장과 개별여행 시장으로 대별, 자연친화·건강관련 관광에 대한 선호도 증가 등으로 고찰할 수 있음.

3. 고령자 관광시장 동향 분석

□ 고령자 관광객 방한시장 동향 분석

- 최근 3년간 제주를 가장 많이 방문한 아시아 6개국(일본, 중국, 대만, 홍콩, 싱가포르, 말레이시아)의 2010년 총 방문객 수는 5,759,630명이며, 이 중 60세 이상 방문객은 677,003명으로 전체 방문객 수의 11.8%를 차지함.

□ 직항·크루즈 이용 외국인 고령자 관광객 내도 실태 현황

- 2010년 직항·크루즈이용 제주를 방문한 외국인 관광객은 385,237명으로 전체 외국인 관광객 대비 49.6%를 차지함.
- 61세 이상 외국인 관광객의 경우 중국인 관광객은 7.3%, 일본인 관광객은 37.6%, 대만인 관광객은 12.6%를 차지하고 있음.

4. 고령자 관광객 대상 설문조사

□ 외국인 고령자 관광객(2009년 외래관광객 실태조사의 원테이터 활용 재분석)

- 고령자 관광객들에 대한 거주 국가별 분석 결과, 외국인 고령자 관광객의 국가별 표적시장으로는 우선 일본시장을 최우선적으로 선정할 수 있으며, 미주, 유럽, 그리고 중국 시장이 다음으로 고려될 수 있음.
- 외국인 관광객들은 개별여행을 통하여 한국을 방문한 사례가 더 많은 것으로 나타났으나, 연령층이 높을수록 단체여행을 통한 방한 비율이 높음.
- 55세 이상의 고령자 외국인 관광객들의 한국방문 선택 고려 요인 중 전체적으로 쇼핑이 가장 높았고, 다음으로는 음식/미식탐방, 가까운 거리, 경제적 여행비용, 역사/문화유적, 자연풍경 감상, 안전 등의 순으로 나타났음.
 - 특히 역사/문화유적, 안전, 숙박시설/편리한 교통 등이 비고령자 관광객들에 비해 한국방문 선택시 상대적으로 더 중요하게 고려했던 것으로 나타났음.
- 고령자 관광객들의 한국 여행정보 입수경로는 주로 친구나 친지로 부터의 구전, 인터넷, 그리고 여행사인 것으로 조사되었음.
- 고령자 관광객들은 배우자 또는 자녀들(손자/손녀 포함)과 함께 한국을 방문한 비율이 높게 나타났음.

- 고령자 관광객들의 충성도(최근 방문횟수, 여행 계획시 처음부터 한국을 목적지로 선정, 재방문 의향, 타인 추천 의향 등)가 높게 나타났음.

□ 내국인 고령자 관광객(본 연구에서 제주방문 고령자 관광객 대상 실태조사)

- 국내 고령자 관광객들의 이번 제주도 여행에 대한 평균 숙박일수가 2.25박으로 조사되어 과거 3년간 국내 여행시 평균 숙박일수(1.92박)보다 높게 나타났으나, 체재기간을 늘릴 수 있는 방안 마련이 필요함.
- 국내 고령자 관광객들이 가장 관심이 높은 관광활동은 '휴식'이나 '긴장 해소'를 위한 '자연감상'과 관련된 여행상품인 것으로 파악되었으며, 다음으로는 '지적 호기심'이나 '다른 지역이나 문화에 대한 체험의 욕구'를 충족시켜줄 수 있는 '역사 및 문화'와 관련된 여행상품임.
- 제주방문 고령자 관광객들의 가장 중요한 여행정보 원천은 '친구, 가족 또는 친지로부터의 추천(구전)'인 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 '과거 제주도 방문경험', '여행사의 광고나 추천', 그리고 '기타 관광/여행에 관한 웹사이트' 등의 순으로 조사되었음.
- 제주도 여행 중에 가장 경험하고 싶었던 관광활동으로는 '세계자연유산 탐방'이 가장 높게 나타났고, 다음으로는 전통음식 체험, 올레길 탐방, 숲길, 자연휴양림 방문 등 자연체험관광인 것으로 나타났음.
- 전체 고령자 관광객들의 90% 이상이 휴가 및 순수여행 목적으로 제주도를 방문했던 것으로 조사되었고, 과반수 이상이 개별·단독 여행자인 것으로 나타났으나 단체여행도 47.2%를 차지하는 것으로 나타나 내국인 고령자 관광시장은 여전히 단체여행도 중요한 부분임이 입증되었음.
- 내국인 고령자 관광객들도 외국인 관광객들과 마찬가지로 부부·연인과 함께 여행하는 비율이 35.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 친구나 동료와

함께 여행하는 비율이 24.1%로 높았으며, 자녀들과 함께 여행하는 가족여행의 비율(19.9%)도 약 20%로 비교적 높게 나타났음.

- 호텔에서 투숙하는 비율이 가장 높게 나타났으나 외국인 고령자들과는 다르게 내국인 고령자 관광객들은 제주도에서 좀 더 다양한 숙박시설(휴양콘도미니엄과 휴양펜션/민박 등)을 이용하는 것으로 조사되었음.
- 전반적으로 내국인 고령자 관광객들의 제주도 재방문 비율이 아주 높은 것으로 나타났으며, 재방문 관광객들 중에서 최근 2년(2010년 또는 2009년) 이내에 제주도를 방문했던 응답자들이 거의 70%정도 차지하는 것으로 나타났음.
- 제주도 여행에서의 관광활동에 대한 만족도 결과, 전체적으로 ‘국립공원/도립공원 방문’, ‘아름다운 자연경관 감상’, ‘해안경관 감상’, ‘제주도 문화와 생활양식의 경험’, ‘역사문화 유적지 방문’, ‘건강관리 프로그램 참가’, ‘박물관/전시장/미술관 방문’, ‘지역 특유의 자연자원 탐방’, ‘지역 음식이나 음료 맛보기’, ‘지역 축제나 이벤트 참가’ 등의 관광활동에서 고령자 관광객들은 높은 만족도를 보이고 있는 것으로 나타났음.
- 금번 제주도 여행에 대한 전반적 평가는 대체로 긍정적으로 나타났으나 ‘제주도의 물가나 가격수준’에 대해서는 상대적으로 가장 낮은 평가 점수를 보이고 있음. 전체 고령자 관광객들의 응답자 중 약 14% 정도가 이번 제주도 여행에서 불편사항을 경험하였거나 만족하지 못한 것으로 조사되었음.

5. 고령자 관광객 유치증진 방안

□ 유치증진방안

- 고령자 관광객 유치를 증진하기 위한 방안을 요약하면 다음과 같음.
- 첫째, 관광시장의 세분화로 내국인, 일본인, 중국인 관광시장별로 세분화 전략을 모색하였음.

- 둘째, 고령자 유치를 위한 인프라 구축 및 서비스방안으로 고령자 편의를 고려한 배리어 프리 관광시설 확대, 고령자 관광객의 서비스 제고를 위한 교육 강화 및 안내도우미 제도 도입, 은퇴고령 인력을 관광해설사로 활용, 고령자 응대 서비스 매뉴얼 개발, 외국인 관광객 통계기반 강화, 부동산 투자자 영주권 제도를 활용하여 중국인 부유층 고령자 관광객 유치 등을 제시함.
- 셋째, 주요 시장 관광상품 개발방향과 관광상품에 대한 예시를 제시함. 예시된 주요 상품으로는 교육형 관광프로그램 개발, 건강증진 관광상품 개발, 동호인 대상 관광상품(틈새 관광상품), 문화교류 관광상품, 크루즈 관광객을 대상으로 한 상품개발, 자연체험 관광상품 개발, 장수식단 음식관광 개발, 공연관광상품 개발, 미용관광상품 개발, 한류관광상품 개발, 쇼핑관광상품 개발 등을 제시함.
- 넷째, 홍보방안으로는 가족 등 구전계층에 대한 홍보 강화, 중국 현지 노인단체와 교류협정 및 노인계층 대상 언론매체와 협약 체결, 일본·중국 현지 메이저 여행사와의 협력마케팅 강화, 고령자 관광객 특성에 맞는 홍보물과 관광홈페이지 정보 제공, 해외홍보사무소 전문인력 보강 및 확충 등을 제시함.

□ 연구의 한계 및 과제

- 향후 연구에서는 국내인, 일본인, 중국인 등 국적별로 고령자 관광시장에 대한 세분화된 조사·연구가 필요함. 설문조사를 토대로 한 방법과 더불어 제주를 방문하여 관광활동을 마친 고령자 관광객들을 대상으로 한 질문·답변식의 조사방법과 고령자들의 관광활동을 관찰하는 방법 등을 병행하여 보다 정교한 조사를 진행할 필요가 있음.
- 고령자 관광시장에 대한 연구는 시작단계에 있다고 할 수 있음. 국내·외 고령자 관광시장별로 더 많은 비교연구가 있어야 이 거대 잠재 시장의 기회가 현실화될 수 있을 것임.

목 차

I. 서 론	1
1. 연구배경 및 목적	1
2. 연구방법 및 범위	3
3. 연구 구성	4
II. 이론적 배경	5
1. 고령자의 개념	5
2. 각국의 고령자 추이분석	6
3. 고령자 관광객 성향분석	12
III. 고령자 관광시장 동향 분석	22
1. 고령자 관광객 방한시장 동향분석	22
2. 외국 주요 국가와 도시의 고령자 관광객 유치 현황 분석	30
3. 고령자 관광객 제주방문 실태 분석	38
IV. 고령자 관광객 실태조사	62
1. 외국인 고령자 관광객 실태분석	62
2. 내국인 고령자 관광객 실태조사	91

V. 고령자 관광객 유치 증진방안	129
1. 기본전략	129
2. 고령자 관광객 유치 증진방안	132
3. 주체별·시기별 추진방안	165
VI. 결론	167
참고문헌	169
<부록 1> 전문가포럼 개최 개요 및 결과	13
<부록 2> 고령자 관광객 대상 설문조사서	19
영문초록	189

표 목 차

<표 II-1> 연령별 인구추이 분석(한국)	7
<표 II-2> 주요국의 인구고령화 속도	7
<표 II-3> 일본 인구 전망	10
<표 II-4> 중국 인구 전망	12
<표 II-5> 전후세대와 구별되는 베이비붐 세대의 특징	14
<표 II-6> 일본 뉴 실버세대의 특징	16
<표 II-7> 일반 고령자, 일본인 고령자의 특성 및 관광선호	20
<표 II-8> 중국인 고령자의 특성 및 관광선호	21
<표 III-1> 한국방문 주요 외국인 고령자 방문객 연도별 현황	23
<표 III-2> 한국방문 60세 이상 일본인 방문객 현황	24
<표 III-3> 한국방문 60세 이상 중국인 방문객 현황	25
<표 III-4> 한국방문 60세 이상 대만인 방문객 현황	26
<표 III-5> 한국방문 60세 이상 홍콩인 방문객 현황	27
<표 III-6> 한국방문 60세 이상 싱가포르인 방문객 현황	28
<표 III-7> 한국방문 60세 이상 말레이시아인 방문객 현황	29
<표 III-8> 싱가폴 방문 중국인 관광객 수	31
<표 III-9> 싱가폴 방문 홍콩인 관광객 수	32
<표 III-10> 싱가폴 방문 대만인 관광객 수	33
<표 III-11> 싱가폴 방문 일본인 관광객 수	34
<표 III-12> 하와이 방문객 수	35
<표 III-13> 하와이를 방문한 유럽지역 방문객 수	36

<표 III-14> 하와이를 방문한 일본인 방문객 수	37
<표 III-15> 하와이를 방문한 기타 아시아 지역 방문객 수	38
<표 III-16> 내국인 관광객 연도별·형태별 현황	39
<표 III-17> 내국인 관광객 연도별·관광목적별 현황	40
<표 III-18> 외국인 국적별 내도 실태 현황	42
<표 III-19> 2009년 직항·크루즈 이용 외국인관광객 내도현황(연령별)	43
<표 III-20> 2010년 직항·크루즈 이용 외국인관광객 내도현황(연령별)	44
<표 III-21> 제주관련 돌봄여행 상품	45
<표 III-22> 제주 효도상품 사례(하나투어)	46
<표 III-23> 제주 효도상품 사례(실버투어 여행사)	47
<표 III-24> 일본여행사의 고령자 상품 예시	50
<표 III-25> 제주방문 여행상품 현황(한큐 여행사)	51
<표 III-26> 제주방문 여행상품 현황(JTB 여행사)	54
<표 III-27> 중국여행사의 제주 여행상품 예시	58
<표 IV-1> 방한 외국인 관광객의 연령층별 거주 국가	66
<표 IV-2> 방한 외국인 관광객의 연령층별 인구통계적 특성	68
<표 IV-3> 방한 외국인 관광객의 여행행태와 방문목적 및 방문횟수	70
<표 IV-4> 방한 외국인 관광객의 다른 국가방문 검토	72
<표 IV-5> 방한 외국인 관광객의 한국방문 선택 고려 요인	73
<표 IV-6> 방한 외국인 관광객의 한국 여행정보 입수경로	74
<표 IV-7> 방한 외국인 관광객의 동반 인원수와 동반자 유형	75
<표 IV-8> 방한 외국인 관광객의 체재기간과 이용 숙박시설	76
<표 IV-9> 방한 외국인 관광객의 한국 여행 중 인상 깊은 방문지와 관광활동	78
<표 IV-10> 방한 외국인 관광객의 쇼핑관련 행동	80
<표 IV-11> 방한 외국인 관광객의 한국 여행에 대한 전반적 만족도와 항목별 만족도	82

<표 IV-12> 방한 외국인 관광객의 한국 여행시 인상 깊었던 점과 불편사항	84
<표 IV-13> 방한 외국인 관광객의 재방문과 타인 추천 의향 및 한국 이미지 개선	86
<표 IV-14> 내국인 관광객의 인구통계적 특성과 기타 개인적 배경	95
<표 IV-15> 과거 3년간 국내 숙박여행 횟수와 평균 숙박일수	97
<표 IV-16> 국내 여행동기의 중요도	98
<표 IV-17> 국내 여행시 관광활동의 중요도	100
<표 IV-18> 향후 3년간 국내 숙박여행 전망	101
<표 IV-19> 제주도 여행정보 원천	102
<표 IV-20> 제주도 여행 중에 가장 경험하고 싶었던 관광활동	103
<표 IV-21> 제주도 여행행태와 여행목적	104
<표 IV-22> 제주도 여행 동반자 수와 구성원	105
<표 IV-23> 제주도 체재기간과 이용 숙박시설	106
<표 IV-24> 제주도 방문형태와 최근 5년간 방문횟수	107
<표 IV-25> 여행동기에 따른 여행경험의 평가	108
<표 IV-26> 관광활동에 대한 만족도	110
<표 IV-27> 관광시설과 서비스 품질 평가	111
<표 IV-28> 여행의 전반적 평가와 만족 및 미래행위 의도	112
<표 IV-29> 불편사항과 불만족 여부	113
<표 IV-30> 여행동기에 대한 중요도와 제주도에서의 성과분석: 전체 고령자 관광객	114
<표 IV-31> 여행동기에 대한 중요도와 제주도에서의 성과분석: 준고령자 관광객	115
<표 IV-32> 여행동기에 대한 중요도와 제주도에서의 성과분석: 고령자 관광객	116
<표 IV-33> 국내여행시 관광활동의 중요도와 제주도에서의 관광활동 만족 분석(전체)	118
<표 IV-34> 국내여행시 관광활동의 중요도와 제주도에서의 관광활동 만족 분석(준 고령자)	119
<표 IV-35> 국내여행시 관광활동의 중요도와 제주도에서의 관광활동 만족 분석(고령자)	120
<표 V-1> 세분시장별 전략	135

<표 V-2> 베리어 프리 관광시설·서비스 예시	136
<표 V-3> 노인 일자리 유형 및 현황	140
<표 V-4> 고령자 응대 서비스 매뉴얼 내용 예시	141
<표 V-5> 세분시장별 주요 관광상품 개발 전략	146
<표 V-6> 제주특별자치도의 자매결연지역 및 우호협력지역 현황	151
<표 V-7> 중국관광객 방문도시 순위별 은행카드 가맹점 및 매출액 현황	159
<표 V-8> 중국의 유망도시	161
<표 V-9> 해외주재 관광홍보사무소 현황	164
<표 V-10> 세분시장별 전략	164
<표 V-11> 주체별·시기별 추진일정(안)	166

그림 목차

[그림 II-1] OECD 국가들의 고령화 수준	8
[그림 II-2] 2007년 일본인 가계당 소비지출 현황	15
[그림 III-1] 한국방문 60세 이상 일본인 방문객 현황	24
[그림 III-2] 한국방문 60세 이상 중국인 방문객 현황	25
[그림 III-3] 한국방문 60세 이상 대만인 방문객 현황	26
[그림 III-4] 한국방문 60세 이상 홍콩인 방문객 현황	27
[그림 III-5] 한국방문 60세 이상 싱가포르인 방문객 현황	28
[그림 III-6] 한국방문 60세 이상 말레이시아인 방문객 현황	29
[그림 IV-1] 방한 외국인 관광객 연령층 시장구조	64
[그림 IV-2] 방한 외국인 관광객 시장구조: 제주도 방문객 vs 비방문객	65
[그림 IV-3] 방한 외국인 관광객 연령층 시장구조	65
[그림 IV-4] 제주도 내국인 고령자 관광객 응답자 연령층 구분	93
[그림 IV-5] 제주도 내국인 고령자 관광객 응답자에 대한 준고령자와 관광객 구분	94

I. 서 론

1. 연구 배경 및 목적

- 인구의 고령화는 21세기의 세계적인 추세이며, 산업 선진국일수록 그 현상이 강하게 나타남.¹⁾
 - OECD 국가의 대부분이 이미 2000년에 고령인구 비중이 14%를 넘어 고령사회로 진입했음.
 - 특히 독일, 프랑스, 이탈리아, 일본, 노르웨이, 스페인, 스웨덴, 영국 등은 2000년에 65세 이상 인구 비중이 15%를 상회했음.
 - 대한민국 통계청 인구 추계에 의하면 2010년 전체 인구에서 시니어(55세 이상)계층의 비중은 29%이지만 2021년에는 그 비중이 40%를 넘어서고, 2032년에는 50%, 2050년에는 60%에 달할 전망임.
- 인구 고령화가 우리 사회에 가져 올 다양한 변화 가운데 거대 소비 집단의 부상이라는 측면에서 시니어 시장의 중요성이 높아지고 있음.²⁾
 - 경제적 능력을 지니고 있는 은퇴한 노령인구층은 향후 중요한 소비시장으로 성장할 가능성이 높음.³⁾
- 세계 관광대국인 프랑스는 향후 강력한 잠재력을 가진 관광객으로 선진국가의 장년층을 1차적으로 꼽고 있으며, 특히 상대적으로 젊은 층에 속하는 영시니어(les jeunes seniors)가 핵심 타겟임.⁴⁾

1) 삼성경제연구소, 「SERI 전망 2011」, 2010, p.462.

2) 정지혜, “시니어 시장의 불편한 진실과 과제,” 「LG Business Insight」, LG경제연구원, 2009.8.12., p.2.

3) 한국문화관광연구원, 「최근 관광트랜드 변화와 향후 정책방향」, 2010, p.169.

4) 노영순, “관광대국 프랑스의 자존심 회복 : 프랑스의 중장기 관광발전 전략,” 「한국관광정책」 제43호, 한국문화관광연구원, 2011, p.116.

- 장년층은 체류기간이 타 연령층에 비해 길며, 관광소비 또한 35~44세의 유럽 관광객들에 비해 15% 이상 더 높을 것으로 추정하고 있음.
- 결국 관광시장에서 은퇴자를 비롯한 시니어 계층의 영향력은 앞으로 더욱 증대될 것이므로 이에 대한 전략이 필요하다고 강조함.
- o 한국은 경제성장의 주역이었던 국내 베이비붐 세대가 은퇴 시점이 다가오고 있으며, 베이비붐 세대의 은퇴가 본격화됨에 따라 시간적·경제적 여유를 가진 소비계층이 등장할 전망임.
- 삼성경제연구소의 「SERI 전망 2011」에 의하면 2011년에는 시니어 여가산업에서 베이비붐 세대 은퇴자들을 대상으로 한 퇴직여행이 인기를 끌 것으로 예상하고 있음.⁵⁾
- 2011년을 포함해 베이붐세대의 은퇴가 시작되는 초기에는 은퇴 기념으로 부부 두 사람이, 혹은 자녀나 손주와 함께 떠나는 장기체재 여행이 증가할 전망임.
- o 한편 제주출입국관리사무소의 자료에 의하면 2010년 직항노선과 크루즈선을 이용하여 제주를 방문한 일본인 관광객은 155,194명이며, 이중 41세~60세 39.4%, 61세 이상 37.6%로 중장년층 중심의 제주방문이 이루어지고 있음.
- 타 외국인 관광시장의 경우에 고령자층의 비율이 10% 내외로 파악되고 있으나, 향후 지속적인 증가가 예측됨.
- o 향후 제주에서도 고령자 관광객 유치를 확대하기 위한 제도개선, 관광시설 개발, 관광상품 개발, 관광홍보 및 마케팅 전략 수립 등이 필요한 것으로 판단됨.
- o 본 연구는 고령자 관광시장의 중요성을 감안하여 한국·일본·중국 중심의 고령자 관광시장의 특성을 문헌과 설문조사를 통해 고찰하고, 제주방문 고령자 관광객의 유치증진방안을 모색하는데 연구의 목적이 있음. 세부적인 목적은 다음과 같음.

5) 삼성경제연구소, 「SERI 전망 2011」, 2010, p.468.

- 첫째, 국내·외 고령자 추이와 관광시장 현황, 고령자 관광객을 유치하기 위한 정책현황분석을 근거로 하여, 제주지역에 적용할 수 있는 정책적 시사점을 도출하고자 함.
- 둘째, 국내·외 사례분석과 설문조사를 통해 정책적 시사점을 도출하고, 제주 특별자치도에 적용할 수 있는 고령자 관광객 유치 증진방안을 마련하고자 함.
- 셋째, 이를 통해 본 연구는 제주특별자치도 관광정책 수립과 관광사업자의 마케팅 전략을 수립하는데 유용한 자료로 활용될 수 있을 것임.

2. 연구방법 및 범위

- 연구방법은 국내·외 문헌을 중심으로 한 문헌연구(Literature study)와 자료 분석(Data analysis)을 수행함.
- 또한 설문조사를 통한 실증연구(Empirical study)를 수행함.
 - 구체적으로는 고령자 관광객의 제주방문동기, 유형별 제주관광상품 선호도 및 만족도 등을 조사하기 위해 제주방문 내국인 고령자 관광객에 대한 설문 조사를 시행함.
 - 외국인(중국·일본 등) 관광객에 대해서는 한국문화관광연구원에서 조사한 「2009 외래관광객실태조사」의 원데이터를 활용하여 고령자 관광객의 특성에 대해 분석함.
- 본 연구에서는 고령자의 범위를 55세 이상~65세 미만의 준고령자와 65세 이상의 고령자로 구분하여 설정함.
- 50대를 노인으로 분류하지는 않으나, 55세 이상은 잠재 고령자로 분류할 필요가 있음.

- 과거 환갑(60세)의 나이가 되었을 때 육체적으로 늙었다고 인식되고, 대다수의 사람이 현직에서 은퇴하는 시점이나, 최근 고령자들의 인지연령(cognitive age)이 낮아진다고 보았을 때 55세~64세까지를 준고령자로 설정함.
- 인지연령이 낮아진다고 하더라도 65세 이상은 육체적으로 한계가 있는 연령층이므로 고령자에 해당된다고 판단함.

3. 연구 구성

- 제1장은 서론부문으로 연구의 배경과 목적, 연구의 방법, 연구구성에 대해 다룸.
- 제2장은 이론적 배경부문으로 고령자의 개념, 각국의 고령자 추이 분석, 고령자 관광객 성향분석 등에 대해 다룸.
- 제3장은 고령자 관광시장 동향 분석부문으로 고령자 관광객 방한시장 동향 분석, 외국 주요 국가와 도시의 고령자 관광객 유치 현황 분석, 고령자 관광객 제주방문 실태 분석, 고령자 관광객 대상 여행상품 현황 등에 대해 다룸.
- 제4장은 고령자 관광객 실태조사부문으로 방한 외국인 고령자 관광객 실태조사, 제주방문 내국인 고령자 관광객 실태조사 결과에 대해 다룸.
- 제5장은 고령자 관광객 유치 증진방안부문으로 기본 전략과 유치 증진방안, 주체별·시기별 추진일정에 대해 다름.
- 제6장은 결론부문으로 연구의 주요내용과 시사점을 제시함.

II. 이론적 배경

1. 고령자의 개념

- 고령자(高齡者, 노인 老人)는 생리적 및 신체적 기능의 퇴화와 더불어 심리적인 변화가 일어나서 개인의 자기유지 기능과 사회적 역할 기능이 약화되고 있는 사람을 일컬으며, 개인의 자각(self-awareness), 사회적 역할 상실(사회적 노인), 연령, 기능적 연령, 생물학적 나이 등에 의해 정의될 수 있음.⁶⁾
 - 사회학 또는 사회정책학에서 고령이란 65세 이상을 의미함.
 - 과거 노인이라는 명칭이 가장 많이 사용되다가 실버세대라는 명칭으로 대치 되었으며, 이는 일본에서 주로 사용되었다는 비판과 함께 최근 고령이라는 용어가 대두됨.⁷⁾
 - 노령인구에 대한 영문명칭으로는 'elderly', 'the old'가 가장 많이 사용됨. 근래에는 사회적 위치를 강조하는 'senior(원로)'와 신체적, 정신적, 경제적으로 성숙되었다는 의미를 지닌 'mature'가 더 빈번하게 사용됨.
- 법적으로는 대부분 연령에 의해 고령자를 구분하고 있음.
 - 통계청 자료 '2010 고령자 통계'에서는 65세 이상 인구를 대상으로 하고 있음.
 - 고용상 연령차별금지 및 고령자고용촉진에 관한 법률에서는 고령자는 55세 이상, 준고령자는 50세 이상 55세 미만인 자로 정의하고 있음.
 - 노인복지법에서는 65세 이상인 자를 노인으로 규정하고 있음.
 - 국민연금법에서는 60세(특수직종 근로자는 55세)부터 노령연금 수급권자인 노인으로 규정하고 있으며, 국제법 및 자료에는 65세 이상을 일반적으로 고령자로 정의함.

6) 코리안메디뉴스, 2011.02.24. <http://blog.daum.net/koreanmedi/7547984>

7) 문화관광부, 「국내 고령관광 수요예측 및 트렌드 분석」, 2006.12, pp.11-12.

- 한국관광공사의 '2007 국내실버관광실태조사'에서는 실버계층에 대해 일본을 포함한 관광업계에서는 50세(중고년) 이상을 포함하여 광의의 의미로 사용되고 있어 50세 이상을 실버계층으로 구분함.
 - 연령적으로는 50세 이상을 예비 노인층, 60세 이상을 노인층으로 정의함.
- 미국 인구통계국에서는 노인의 연령기준을 55세로 낮추어 55-65세(the elders), 65-74 세(the elders), 75-84세(the aged), 85세 이상(the very old) 등 4단계로 분류함.⁸⁾
- 최근 베이비 부머 세대의 고령화 진전에 따라, 시니어 계층을 타깃으로 한 비즈니스 동향을 예측할 때 베이비붐 세대 이외에도 뉴시니어(new senior), 액티브 시니어(Active Senior), 엘더(elder) 등 다양한 키워드가 제안되고 있음.⁹⁾
 - 뉴 시니어는 현재의 시니어층이 과거 세대와는 다른 소비성향을 보인다는 점에 착안하고 있음.
 - 주로 50-64세 연령층에서 경제력과 건강을 바탕으로 능동적인 삶을 추구하며 소비수준이 높은 세대를 액티브 시니어(Active Senior) 계층으로 칭하기도 함.¹⁰⁾

2. 각국의 고령자 추이 분석

가. 한국

- 인구의 고령화가 급진전됨에 따라 총 인구중 65세 이상 비율이 1970년 3.1% → 2000년 7.2%(고령화 사회)→2018년 14.3%(고령사회)→2026년 20.8%(초고령사회)에 진입함.
 - 우리나라는 지난 2000년 65세 이상 인구 비율이 7.2%에 이르러 고령화사회에 들어섰음.

8) 한국관광공사, 「2007 국내실버관광실태조사, 2007」, p.40.

9) 삼성경제연구소, 「SERI 전망 2011」, 2010, p.463.

10) KT경영경제연구소, 「액티브시니어가 이끄는 실버시장의 변화와 준비」, 2010.5.

- 향후 2018년에는 이 비율이 14.3%가 되어 고령사회에 진입하고, 2026년에는 20.8%로 초고령사회에 도달할 것으로 전망됨.

<표 II-1> 연령별 인구추이 분석(한국)

(단위 : 천명,%)

구분		1970	1980	1990	2000	2005	2010	2020	2030	2040	2050
인구수	0~14세	13,709	12,951	10,974	9,911	9,241	7,907	6,118	5,525	4,777	3,763
	15~64세	17,540	23,717	29,701	33,702	34,530	35,611	35,506	31,299	26,525	22,424
	65세이상	991	1,456	2,195	3,395	4,367	5,357	7,701	11,811	15,041	16,156
구성비	0~14세	42.5	34	25.6	21.1	19.2	16.2	12.4	11.4	10.3	8.9
	15~64세	54.4	62.2	69.3	71.7	71.7	72.9	72	64.4	57.2	53
	65세이상	3.1	3.8	5.1	7.2	9.1	11	15.6	24.3	32.5	38.2
	계	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

출처 : 통계청, 「장래인구추계」 2006.

- 한국의 고령화는 미국, 프랑스 등 기타 선진국에 비해 훨씬 빠른 속도로 진행되어 고령인구 비율이 14%(고령사회)에서 20%(초고령사회)로 도달하는데 걸리는 시간이 8년에 불과함.¹¹⁾

<표 II-2> 주요국의 인구고령화 속도

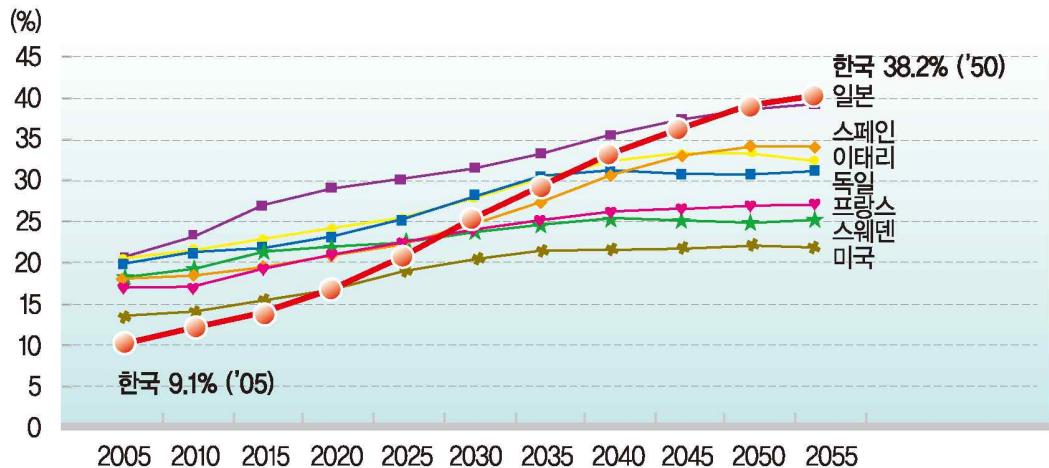
구분	도달년도			소요년수	
	고령화 사회(7%)	고령사회(14%)	초고령사회(20%)	고령사회 도달	초고령사회 도달
한국	2000	2018	2026	18	8
일본	1970	1994	2006	24	12
독일	1932	1972	2010	40	38
미국	1942	2014	2030	72	16
프랑스	1864	1979	2019	115	40

자료 : 통계청, 「장래인구특별추계」, 2005. 자료 : 대한민국 정부, 제1차 저출산 고령사회 기본계획(보완판), 2009.

()는 65세이상 인구비율

11) 통계청, 「2010 고령자통계 보도자료」, 2010.9.30.

[그림 II-1] OECD 국가들의 고령화 수준(65세 이상 노인인구 비율)



자료 : UN, 「World Population Prospects」, 2006 (한국은 '06년 통계청 장래인구추계 결과).
대한민국 정부, 「제1차 저출산 고령사회 기본계획(보완판)」, 2009.

나. 일본

- 일본은 1970년에 7%를 넘어 '고령화사회'에 진입한지 24년만인 1994년에 14%를 넘음으로써 유래없이 빠른속도로 고령화되고 있음.¹²⁾
 - 2006년 세계 최초로 전체 인구중 65세이상 인구의 비율이 20%이상인 '초고령 사회'에 진입했음.
 - 2010년 10월 현재 일본의 65세 이상 고령자 인구는 2,930만명으로 전체 인구의 23%를 차지하는 것으로 조사됨.
- UN에서 전망한 2010년, 2015년, 2020년도 55세 이상의 일본 인구 전망치는 다음과 같음과 같음.

12) KOTRA, 「일본 실버산업 현황과 비즈니스 기회」, 2010.4, p.3.

- 2010년도 일본의 총인구 전망치는 126,539천명이며, 이중 55세~59세 인구는 8,643천명으로 전체 인구의 6.8%를 차지할 것으로 전망됨.
 - 60세~64세 인구는 9,835천명으로 전체 인구의 7.8%를 차지하며, 65세~69세 인구는 8,048천명으로 전체 인구의 6.4%를 차지할 것으로 전망됨.
 - 70세 이상 인구는 20,661천명으로 전체 인구의 16.3%를 차지할 것으로 전망됨.
- 2015년도 일본의 총인구 전망치는 126,073천명이며, 이중 55세~59세 인구는 7,468천명으로 전체 인구의 5.9%를 차지할 것으로 전망됨.
 - 60세~64세 인구는 8,424천명으로 전체 인구의 6.7%를 차지하며, 65세~69세 인구는 9,467천명으로 전체 인구의 7.5%를 차지할 것으로 전망됨.
 - 70세 이상 인구는 23,642천명으로 전체 인구의 18.8%를 차지할 것으로 전망됨.
- 2020년도 일본의 총인구 전망치는 124,803천명이며, 이중 55세~59세 인구는 7,760천명으로 전체 인구의 6.2%를 차지할 것으로 전망됨.
 - 60세~64세 인구는 7,295천명으로 전체인구의 5.8%를 차지하며, 65세~69세 인구는 8,134천명으로 전체 인구의 6.5%를 차지할 것으로 전망됨.
 - 70세 이상 인구는 27,298천명으로 전체 인구의 21.9%를 차지할 것으로 전망됨.
- 본 연구의 주요 대상 연령인 55세~69세 인구는 23,189천명으로 전체 인구의 18.6%를 차지할 것으로 전망됨.

<표 II-3> 일본 인구 전망

(단위 : 천명)

연도	연령	소계	남성	여성
2010년	0~54세	79,352	40,340	39,013
	55~59	8,643	4,280	4,363
	60~64	9,835	4,807	5,028
	65~69	8,048	3,828	4,220
	70세 이상	20,661	8,399	12,258
	합계	126,539	61,654	64,882
2015년	0~54세	77,072	39,223	37,844
	55~59	7,468	3,707	3,761
	60~64	8,424	4,124	4,300
	65~69	9,467	4,547	4,920
	70세 이상	23,642	9,688	13,954
	합계	126,073	61,289	64,779
2020년	0~54세	74,316	37,866	36,452
	55~59	7,760	3,862	3,898
	60~64	7,295	3,583	3,712
	65~69	8,134	3,917	4,217
	70세 이상	27,298	11,312	15,986
	합계	124,803	60,540	64,265

주) 2010년 인구는 전망치이므로, 현 인구와 상이할 수 있음.

자료 : UN, 「World Population Prospects: The 2010 Revision population Database.」

다. 중국

- 중국노령화위원회는 중국 인구의 급속한 노령화로 2015년에는 중국 가정의 절반이상이 만 60세 이상 노인들이 차지하게 될 것으로 전망됨.¹³⁾
 - 2015년에는 도시와 농촌의 노인 가정의 비중이 50%를 넘고, 일부 대도시의 경우는 노인 가정 비중이 70%에 달할 것으로 전망됨.

13) 신화통신, 2011.3.2. 「한국관광공사, 세계 관광시장 동향」, 2011, p.48.에서 재인용.

- 2010년, 2015년, 2020년도 55세 이상의 중국 인구 전망치는 다음과 같음.
- 2010년도 중국의 총인구 전망치는 1,341,337천명이며, 이중 55세~59세 인구는 80,619천명으로 전체 인구의 6%를 차지할 것으로 전망됨.
 - 60세~64세 인구는 55,307천명으로 전체인구의 4.1%를 차지하며, 65세~69세 인구는 38,998천명으로 전체인구의 2.9%를 차지할 것으로 전망됨.
 - 70세 이상 인구는 70,848천명으로 전체인구의 5.3%를 차지할 것으로 전망됨.
 - 본 연구의 주요 타겟 연령인 55세~69세 인구는 174,924천명으로 전체 인구의 13%를 차지할 것으로 전망됨.
- 2015년도 중국의 총인구 전망치는 1,369,742천명이며, 이중 55세~59세 인구는 78,264천명으로 전체 인구의 5.7%를 차지할 것으로 전망됨.
 - 60세~64세 인구는 76,472천명으로 전체 인구의 5.6%를 차지하며, 65세~69세 인구는 50,511천명으로 전체인구의 3.7%를 차지할 것으로 전망됨.
 - 70세 이상 인구는 79,417천명으로 전체 인구의 5.8%를 차지할 것으로 전망됨.
 - 본 연구의 주요 타겟 연령인 55세~69세 인구는 205,247천명으로 전체 인구의 15%를 차지할 것으로 전망됨.
- 2020년도 중국의 총인구 전망치는 1,387,791천명이며, 이중 55세~59세 인구는 90,013천명으로 전체 인구의 6.5%를 차지할 것으로 전망됨.
 - 60세~64세 인구는 74,574천명으로 전체 인구의 5.4%를 차지하며, 65세~69세 인구는 70,322천명으로 전체인구의 5.1%를 차지할 것으로 전망됨.
 - 70세 이상 인구는 96,098천명으로 전체 인구의 6.9%를 차지할 것으로 전망됨.
 - 본 연구의 주요 대상 연령인 55세~69세 인구는 234,909천명으로 전체 인구의 16.9%를 차지할 것으로 전망됨.

<표 II-4> 중국 인구 전망

(단위 : 천명)

연도	연령	소계	남성	여성
2010년	0~54세	1,095,565	574,602	520,964
	55~59	80,619	41,619	39,000
	60~64	55,307	27,981	27,326
	65~69	38,998	19,586	19,412
	70세 이상	70,848	32,554	38,296
	합계	1,341,337	696,342	644,998
2015년	0~54세	1,085,078	570,346	514,731
	55~59	78,264	40,264	38,000
	60~64	76,472	39,036	37,435
	65~69	50,511	25,056	25,455
	70세 이상	79,417	36,441	42,975
	합계	1,369,742	711,143	658,596
2020년	0~54세	1,056,784	557,149	499,636
	55~59	90,013	45,589	44,423
	60~64	74,574	37,958	36,616
	65~69	70,322	35,234	35,088
	70세 이상	96,098	43,972	52,126
	합계	1,387,791	719,902	667,889

주) 2010년 인구는 전망치이므로, 현 인구와 상이할 수 있음.

자료 : UN, 「World Population Prospects: The 2010 Revision population Database」 .

3. 고령자 관광객 성향 분석

가. 고령자 관광시장의 중요성

- 경제적 능력을 지니고 있는 은퇴한 고령 인구층은 향후 중요한 소비시장으로 성장할 가능성이 높음.¹⁴⁾

14) 한국문화관광연구원, 「최근 관광트렌드 변화와 향후 정책방향」, 2010, p.169.

- 여유있는 시간과 금전적 여유를 가진 소비계층으로서 향후 여행관광시장의 주요 소비계층으로 등장할 수 있기 때문에 이들을 유인하기 위한 관광기업간 경쟁이 한층 가열될 전망임.
- 관광활동이 고령층의 삶에서 중요하다고 생각하기 때문에 경제적·시간적 기회만 주어진다면 관광참여의 욕구는 더욱 더 증가할 것으로 예상됨.

1) 국내 베이비붐 세대¹⁵⁾

- 한국의 베이비붐 세대는 통상적으로 1955년에서 1963년의 9년간 출생한 약 713.8만 명의 세대를 지칭함.
 - 베이비붐 세대란 출산율이 급등한 특정기간에 태어난 세대를 지칭하며, 세계적으로도 2차 세계대전 이후에 많은 수의 베이비붐 세대가 출생함.
- 한국의 베이비붐 세대는 2010년 기준으로 총 인구의 약 14.6%를 차지하는 거대 인구집단임.
 - 6·25 전쟁이 종결되고 한국사회가 안정기에 접어들면서 베이비붐이 촉발되었고, 이후 산아제한 정책의 실시로 베이비붐이 종식됨.
- 베이비붐 세대는 현재 만47세에서 55세의 9개의 연령층으로 구성되어 있으며, 각 연령층은 60만명에서 80만명 정도의 규모로 추정되고 각 연령층 내에서 남성과 여성의 규모는 큰 차이없이 반반을 차지하고 있음.¹⁶⁾
 - 베이비붐 세대의 맏형격인 1955년생들이 2010년에 기업의 일반적 정년연령인 만55세에 도달하면서 베이비붐 세대 임금 근로자인 311만명이 9년(2010~18)에 걸쳐 은퇴할것으로 추정됨.

15) 삼성경제연구소, 「베이비붐 세대 은퇴의 과급효과와 대응방안」, 2010.10.

16) 전북발전연구원, “베이비붐 세대의 부상, 정책패러다임 변화 필요하다,” 「이슈 브리핑」 Vol.35., 2011.4.11., p.3.

<표 II-5> 전후세대와 구별되는 베이비붐 세대의 특징

구분	내용
사회적 역할	<ul style="list-style-type: none"> · 선진화로 인한 다양한 제도 및 인프라 혜택을 누림과 동시에 외환위기, 글로벌 금융위기 등 성장에 따른 진통까지 목격하고 체험한 세대 · 경제성장의 주역으로 무엇보다 일을 최우선시하며 휴일근무, 초과근무 등을 당연시
세대관계	<ul style="list-style-type: none"> · 소비지출중 부모생활비, 자녀교육비가 큰 부분을 차지하며 자녀 결혼비용 등도 자신이 책임질 뜻으로 인식 · 반면, 자신에 대한 배우자와 자식의 의무는 상대적으로 덜 기대하는 편이어서 직업, 학업 등의 이유로 가족과 떨어져 사는 베이비붐 세대가 다수
건강인식	<ul style="list-style-type: none"> · 건강관리에 대한 관심은 전체 인구 대비 다소 높은 편이며, 향후 노인돌봄서비스에 대한 기대도 높은 편 · 특히 2009년 전후 경제위기 기간 중 정신건강에 대한 관심이 높아지면서 육체관리 뿐만 아니라 마음관리에도 주의할 필요성을 인식
미래전망	<ul style="list-style-type: none"> · 소득, 직업, 교육, 재산 등을 고려한 사회경제적 지위 의식에 관해 중간층 이상이라고 응답한 비율이 전체 가구 수 대비 높은 편 · 앞으로 소득수준에 대해 대체로 감소할 것으로 예측하면서도 연금 이외에 마땅한 노후 준비는 없는 실정
對사회 기대	<ul style="list-style-type: none"> · 사회적 활동을 위한 자신의 체력과 활력이 아직 충분하다고 확신하며, 사회·심리적 위로의 시선보다는 스스로 경제·실리적 혜택 및 안정을 추구
은퇴 후 거주	<ul style="list-style-type: none"> · 현재 보유한 총 자산 중 부동산 비중이 압도적이며, 만족스러운 처분이 어려우므로 은퇴 이후에도 현 거주지를 유지할 가능성이 높음
문화적 특성	<ul style="list-style-type: none"> · 급속한 선진화와 문화적 풍요를 만끽한 세대인만큼 부유층 베이비붐 세대를 제외한 상당수 베이비붐 세대들이 은퇴후 금전자원 축소와 증대된 문화욕구간 괴리로 인한 갈등을 경험할 것으로 예상

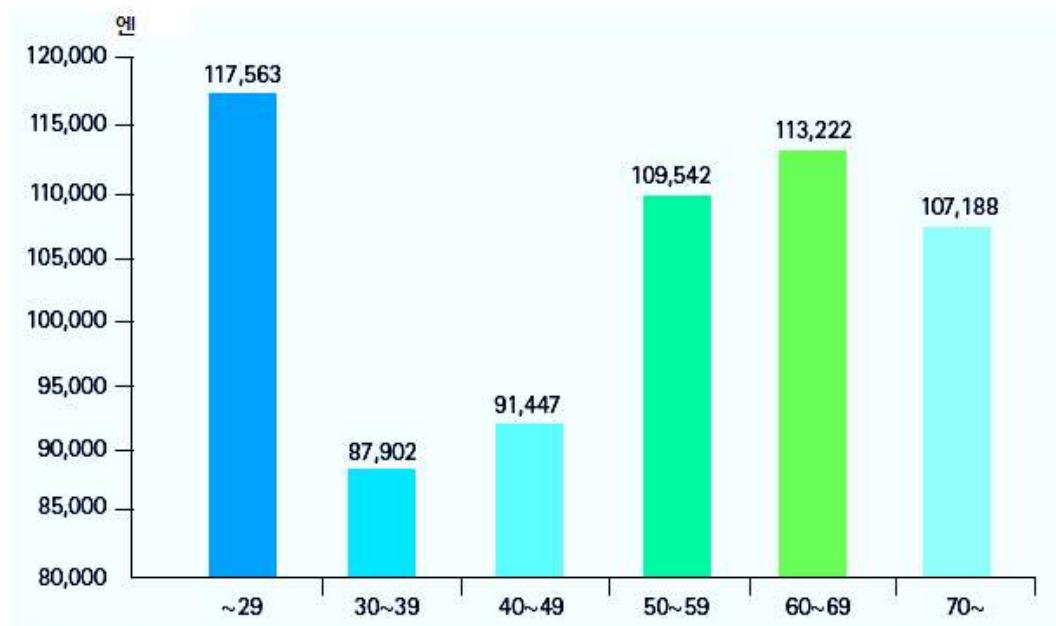
자료: 삼성경제연구소, 「베이비붐 세대 은퇴의 과급효과와 대응방안」, 2010.10.

2) 일본 베이비붐 세대¹⁷⁾

- 일본의 베이비붐 세대는 소위 단카이 세대라 불리며, 단카이세대는 활동적이며, 소비지향적으로 기술혁신에 대한 높은 호기심을 가진 일본 경제의 근간으로 부(富)를 형성함.

17) KOTRA, 「일본 실버산업 현황과 비즈니스 기회」, 2010.4. 삼성경제연구소, 「베이비붐 세대 은퇴의 과급효과와 대응방안」, 2010.10.

- 단카이 세대가 2012년 정년연령에 달하면서 퇴직이 본격화될 전망임.
- 단카이 세대는 1947~1949년 종전 이후 1차 베이비붐 기간에 태어난 약 664만명(약 700만명으로 추산하기도함)을 지칭하며, 2009년 기준 총 인구(1억 2,751만명)의 5.21%를 차지함.
- 1950~1951년 태어난 인구까지 포함하면 약 820만 명으로 추산하기도함.
- 만형 격인 62세(1947년생) 근로자가 2012년에 일반적인 일본기업의 정년 연령인 65세에 달하면서 은퇴하기 시작함.
- 2012~2014년이라는 단기간에 걸쳐 약 739만명에 달하는 단카이 세대 취업자가 정년을 맞아 직장을 떠나게 될 전망임.
- 통계청의 2007년도 자료를 보면 50세이상 연령층이 30~49세 대비 훨씬 더 높은 소비지출 경향을 보임.



[그림 II-2] 2007년 일본인 가계당 소비지출 현황

자료 : 일본내각부, 통계청. 「KOTRA, 일본 실버산업 현황과 비즈니스 기회」, 2010.4, p.12에서 재인용.

- 도쿄상공회의소는 지난 2002년 실버세대마켓전략 전문위원회를 설치, 도쿄도 내 50~65세 생활자 500명과 사업소 1000개를 대상으로 설문조사를 실시함. 이를 기초로 다음 <표 II-6>과 같이 뉴실버세대의 특징을 기술함.
 - 결과조사 이후 현 시점에서도 뉴 실버세대의 소비형태에는 큰 변화가 감지되지 않아 여전히 유효한 키워드로 자리매김함.

<표 II-6> 일본 뉴 실버세대의 특징

구분	뉴 실버세대의 특징
쾌적	·누구나 쓰기 쉬운 유니버설 디자인 등을 사용한다
대접	·나이에 걸맞는 고품질의 상품과 서비스를 선호한다
추억	·상품이나 서비스를 통해 자신의 인생을 돌이켜본다
모임	·평생 현역으로 살며, 풍부한 경험을 살린다
개성	·유행에 관계없는 나다움을 추구한다
배움과 즐거움	·새로운 지식과 정보를 즐거움과 함께 추구한다
관계성	·손자나 애완동물 등 주위엔 항상 누군가 있다
활기참	·자기 자신을 실버세대라고 생각하지 않는다

자료: 도쿄 상공회의소. KOTRA, 「일본 실버산업 현황과 비즈니스 기회」, 2010.4, p.37에서 재인용.

나. 고령자 관광시장의 특성¹⁸⁾

- 지금까지 고령자를 대상으로 한 관광은 효도관광이 전부라는 인식이 확산되었음.
 - 고령층의 신체적·경제적·사회적 특성을 고려하지 못한 단체 관광상품으로 인식되면서 참여가 저조한 실정이며, 최근에는 친구·지인·가족 단위의 개별여행객이 증가추세임.

18) 한국관광공사, 「2007 국내실버관광 실태조사」, 2007.의 내용을 토대로 기술함.

- 그러나 가처분 소득의 증가, 교육수준의 향상, 기대수명의 연장 등으로 인해 고령자계층이 과거와는 달리 신체적으로 건강하고 활기차며, 생활을 적극적으로 즐기려는 사조의 침투, 복지정책의 확충 등으로 관광특성이나 관광지 선호에서 다른 행태를 보일 수 있다는 점을 주목할 필요가 있음¹⁹⁾.
- 고령자 관광객의 특성을 국내·외 문헌을 통해 살펴보고자 함. 다만, 국내 고령자 관광객과 국적별 외국인 고령자 관광객의 특성이 상이할 수 있으므로 분석에는 한계가 있음.

1) 근거리·안전한 여행지 선호

- 일반적으로 고령자 관광객은 근거리 여행지·안전한 여행지를 선호하며, 여행지에서의 개인의 건강보호와 보험이 중요함.
- 이동의 제약으로 인해 중장거리 관광목적지보다는 근거리 여행지를 선호할 것이며, 테러나 질병이 없는 안전한 관광지를 선호하는 경향이 높음.

2) 실제연령과 인지연령의 차이 가능성²⁰⁾

- 고령관광시장은 하나의 동일 시장으로 보기 어려우며, 인구통계학적 변수, 건강상태, 태도, 여행의 제약, 관광동기, 라이프스타일 등의 변수를 이용하여 시장세분화가 필요한 것으로 지적되었음.
- 그중 고령시장 세분화의 기준으로 가장 많이 이용되는 실제연령(chronological age)보다는 인지연령(cognitive age)이 더 적합하다는 연구들이 제시되고 있음.

19) 곽재용·하정순, “노인의 개인 가치가 관광지 선호속성과 과시적 관광행동에 미치는 영향에 관한 연구,” 「Journal of the Korean Gerontological Society」, 제26권 제4호, 2006.

20) 김현정·최기탁, “인지연령에 따른 고령관광객의 관광지 선호속성과 관광행동,” 「관광경영연구」 제14권 4호, 관광경영학회, 2010.12, p.102.

3) 경제력에 따른 관광활동 참여의 양극화 심화

- 경제력과 시간, 건강을 갖춘 고령소비층 '스트롱 시니어'가 확대될 것임.²¹⁾
 - 새로운 소비주체로 높은 경제력과 소비성향을 지닌 시니어 등장, 의학밸달로 늘어난 평균수명과 퇴직 등으로 증가한 여유시간 소비욕구로 시니어 마켓이 확대가 예상됨.
- 이와 관련하여 안신현은 최근 대거 정년을 맞은 한국의 전후 베이붐 세대가 고령화시대의 새로운 소비계층 '뉴시니어(New senior)'로 부상하고 있다고 강조하면서, 뉴시니어를 움직이는 동기를 짚음, 향수, 자아 등 3대 키워드를 제시함.²²⁾
 - 뉴시니어는 시니어 세대가 보편적으로 원하는 건강이라는 욕망을 넘어선 신체적·정신적인 짚음을 중요시하는 경향을 보임.
 - 뉴시니어의 유·청년 시절 문화와 가치, 감성에 대한 향수를 자극하는 콘텐츠가 문화산업의 블루오션으로 부상함.
 - 뉴시니어는 성취감을 중요시하고 학습의지가 높아 자기계발형 활동에 대한 관심이 높음.
- 한편으로는 국가차원에서 노년층에게 지원을 하지 않을 경우 관광활동을 하기 어려운 노년층이 발생할 것이며, 복지관광의 중요성이 대두될 것임.

4) 패키지 투어 시장과 개별여행 시장으로 대별

- 일반적으로 고령층들은 여행사에서 여행의 전 일정을 기획하여 제공하는 패키지 투어를 선호함.

21) 문화체육관광부, 「제3차 관광진흥 5개년 계획」, 2009, p.31.

22) 삼성경제연구소, "뉴시니어 세대의 3대 키워드", 「SERI 경영노트」, 2011.3.24.

- 그러나 50대의 비교적 젊은 노인층과 고소득 노년층은 개별 여행을 선호하는 경향이 강하게 나타남.

5) 고령자 관광객은 상품에 대한 충성도가 높음²³⁾

- 고령자들은 구매한 상품에 대해 만족할 경우 특정기업의 제품을 반복 구매하는 경향이 매우 강하게 나타남. 특히 관광업계중 여행업의 경우에도 이에 해당됨.
- 영국, 프랑스에서는 실버관광회사의 대부분이 회원카드를 작성하여 이를 기초로 효과적으로 고객을 관리함.

6) 자연친화·건강관련 관광에 대한 선호도 증가

- 고령화 사회의 가속화로 인해 건강에 더욱 관심을 쏟게 되고 정신적 안정과 휴식을 강조하며, 주말농장이나 전원주택 등을 찾고 농촌관광, 생태관광 등의 선호도가 증가할 것으로 전망됨.²⁴⁾
 - 구경하는 관광보다 정신적·육체적 건강 증진 관광을 선호함.
 - 리조트 역시 온천리조트, 산악리조트보다 건강유지·회복이나 질병차단 건강리조트를 선호함.
- <표 II-7>과 <표 II-8>에서는 일반적인 국내·외 고령자 관광객의 특성과 일본인·중국인 고령자의 특성을 선행연구에서 고찰하여 살펴보았음.

23) 신현웅, “문화·스포츠를 연계한 관광상품 개발 및 활성화방안 연구-일본의 고령자 관광객 유치를 중심으로-,” 「서울대학교 석사학위논문」, 2000, p.23.

24) 문화체육관광부, 「제3차 관광진흥 5개년 계획」, 2009, p.48.

<표 II-7> 일반 고령자, 일본인 고령자의 특성 및 관광선호

구분	고령자의 특성 및 관광선호
일반 고령자	<ul style="list-style-type: none"> · 평균 수명이 긴 여성의 참여가 압도적 · 그룹 단위의 패키지 여행 상품 선호 <ul style="list-style-type: none"> - 여행사가 주관, 계획한 여유로운 일정 - 50대 후반의 고소득 노인층의 경우 개인 단위 여행 선호(노인 취급 받기 쉽음) · 휴식과 기분 전환이 주된 여행 동기 · 여행 목적지로서 역사적 유적지 선호 · 인적 서비스에 대한 기대가 높음 · 구매한 상품에 대해 만족한 경우 반복 구매하는 경향이 강함 · 해외 여행 시 저렴하고 안전한 교통 수단 선호(고혈압 등 고려 패리 여행)
일본인 고령자	<ul style="list-style-type: none"> · 역사·문화 관광 여행과 같이 학습이나 교육을 주제로 한 관광형 선호 · 다른 세대에 비해 시간적 여유를 가지고 있으며, 여행지 향 또한 상대적으로 높아 활발하게 여행 · 단카이 세대가 향후 여행 시장의 중핵이 될 가능성 높음 · 총무성 발표 가계 조사 연보에 의하면 2008년 패키지 여행에 대한 소비자 출이 가장 많은 세대는 60대, 70대, 50대, 40대의 순위 기록 · 크루즈 이용 고령자 관광객 지속적 성장세

자료1) 신현웅, “문화·스포츠를 연계한 관광상품 개발 및 활성화 방안 연구-일본의 고령자 관광객 유치를 중심으로-”, 「서울대학교 석사학위논문」, 2000, pp.21-23.

자료2) 한국관광공사, 「2007 국내 실버관광 실태조사」, 2007, p.45.

자료3) 서병곤, “한·중 실버관광교류 활성화 방안”, 한중 연해 지역 관광교류 협력 방안 세미나, 제3회 「한중 연해 지역 관광포럼」, 문화체육관광부 등, 2009.9.

자료4) KOTRA, 「일본 실버 산업 현황과 비즈니스 기회」, 2010.4.

<표 II-8> 중국인 고령자의 특성 및 관광선호

구분	고령자의 특성 및 관광선호	
중국인 고령자	<ul style="list-style-type: none"> ·과거 노인들은 단순한 생활을 영위하며 거의 여행문화를 즐길 겨를이 없었으나, 개혁개방정책으로 경제사회에 큰 변화가 나타남에 따라 노인들의 보상적 차원의 소비 특징 ·고학력 노인들이 복고형 여행상품에 대한 선호 ·중장년무용단, 중장년합창단 등 취미생활과 연계한 국제문화 교류 활성화 	지양징란(2009)
	<ul style="list-style-type: none"> ·노인들의 건강상태가 서로 다르므로, 서비스에 대한 요구치가 높음 ·일반적인 여행코스에 비해 소요시간이 길며, 일정이 여유로운 편 ·노인은 절약정신이 강해, 여행시 사용경비가 적으며, 구매능력도 낮음 	황어(2009)
	<ul style="list-style-type: none"> ·관광목적지 선택과 일정 배정을 중시 ·소비습관 및 소비능력 상의 요인으로 인해 비용 지출이 많은 레저관광 참여자가 적은 반면 대부분의 여행경비를 음식, 숙박, 교통, 관광, 오락에 지출하며 쇼핑은 거의하지 않음 ·단체여행을 위주로 하며, 완비된 의료보장 체계가 중요 ·자연경관과 전통 민속문화는 노인 관광객 유치의 양대 주요 요소 ·장거리 여행노선 선택할 가능성 낮음 	린샨차이(2009)
	<ul style="list-style-type: none"> ·퇴직이후 소외감을 관광활동을 통해 해소함과 동시에 자아발전 계기로 간주 ·관광소비의 양극화 계층 존재 ·문화적 배경이 농후하고 여유로운 일정 선호 ·높은 고객 충성도 : 단체 영향을 쉽게 받아 구전효과가 높음 ·자비부담 고소득 노인관광 수요자 점차 증가 ·비슷한 연령대로 구성된 관광단체 선호(일반 관광단체 기피) ·강한 호기심과 지적 욕망을 가지고 있어, 현재의 풍속, 경제 상황, 문화특색 등을 상세히 설명 필요 	박정하(2009)

자료1) 지양징란, “중국의 실버관광상품 개발현황,”한중 연해지역 관광교류 협력방안 세미나, 「제3회 한중 연해지역 관광포럼」, 문화체육관광부 등, 2009.9.

자료2) 황어, “한중 노인국제 문화교류 시장상황 소개,”한중 연해지역 관광교류 협력방안 세미나, 「제3회 한중 연해지역 관광포럼」, 문화체육관광부 등, 2009.9.

자료3) 린샨차이, “실버관광시장 분석,” 한중 연해지역 관광교류 협력방안 세미나, 「제3회 한중 연해 지역 관광포럼」, 문화체육관광부 등, 2009.9.

자료4) 박정하, “중국노인관광시장 개발 전략,” 한중 연해지역 관광교류 협력방안 세미나, 「제3회 한중 연해지역 관광포럼」, 문화체육관광부 등, 2009.9.

III. 고령자 관광시장 동향 분석

1. 고령자 관광객 방한시장 동향 분석

- 한국방문 외국인 고령자 관광객 유치 현황 분석은 최근 3년간 제주를 가장 많이 방문한 아시아 6개국(일본, 중국, 대만, 홍콩, 싱가포르, 말레이시아)의 방한시장 동향을 분석함.
- 2008년 아시아 6개국의 총 방문객 수는 4,206,276명이며, 이 중 60세 이상 방문객은 469,441명으로 전체의 11.2%를 차지함.
 - 일본인 방문객 중 60세 이상 방문객은 371,942명으로 15.6%를 차지하고 있으며, 중국인 60세 이상 방문객은 54,349명으로 4.7%를 차지함.
 - 대만인 방문객 중 60세 이상 방문객은 25,728명으로 8%를 차지하고 있으며, 홍콩인 방문객 중 60세 이상 방문객은 8,590명으로 5.4%를 차지함.
 - 싱가포르인 방문객 중 60세 이상 방문객은 4,816명으로 5%를 차지하고 있으며, 말레이시아인 방문객 중 60세 이상 방문객은 4,016명으로 4.8%를 차지함.
- 2009년 아시아 6개국의 총 방문객 수는 5,168,752명이며, 이 중 60세 이상 방문객은 648,649명으로 전체의 12.5%를 차지함.
 - 일본인 방문객 중 60세 이상 방문객은 527,980명으로 17.3%를 차지하고 있으며, 중국인 60세 이상 방문객은 68,462명으로 5.1%를 차지함.
 - 대만인 방문객 중 60세 이상 방문객은 30,794명으로 8.1%를 차지하고 있으며, 홍콩인 방문객 중 60세 이상 방문객은 11,922명으로 5.5%를 차지함.
 - 싱가포르인 방문객 중 60세 이상 방문객은 5,675명으로 5.9%를 차지하고 있으며, 말레이시아인 방문객 중 60세 이상 방문객은 3,816명으로 4.8%를 차지함.

- 2010년 아시아 6개국의 총 방문객 수는 5,759,630명이며, 이 중 60세 이상 방문객은 677,003명으로 전체의 11.8%를 차지함.
- 일본인 방문객 중 60세 이상 방문객은 510,774명으로 16.9%를 차지하고 있으며, 중국인 60세 이상 방문객은 114,211명으로 6.1%를 차지함.
- 대만인 방문객 중 60세 이상 방문객은 25,760명으로 6.3%를 차지하고 있으며, 홍콩인 방문객 중 60세 이상 방문객은 12,651명으로 5.5%를 차지함.
- 싱가포르인 방문객 중 60세 이상 방문객은 7,291명으로 6.5%를 차지하고 있으며, 말레이시아인 방문객 중 60세 이상 방문객은 6,316명으로 5.6%를 차지함.

<표 III-1> 한국방문 주요 외국인 고령자 방문객 연도별 현황

(단위:명)

구분	2008			2009			2010		
	총방문 객수	60세 이상	비율	총방문 객수	60세 이상	비율	총방문 객수	60세 이상	비율
일본	2,378,102	371,942	15.6%	3,053,311	527,980	17.3%	3,023,009	510,774	16.9%
중국	1,167,891	54,349	4.7%	1,342,317	68,462	5.1%	1,875,157	114,211	6.1%
대만	320,244	25,728	8.0%	380,628	30,794	8.1%	406,352	25,760	6.3%
홍콩	160,325	8,590	5.4%	215,769	11,922	5.5%	228,582	12,651	5.5%
싱가포르	95,960	4,816	5.0%	96,622	5,675	5.9%	112,855	7,291	6.5%
말레이시아	83,754	4,016	4.8%	80,105	3,816	4.8%	113,675	6,316	5.6%
합계	4,206,276	469,441	11.2%	5,168,752	648,649	12.5%	5,759,630	677,003	11.8

자료: 한국관광공사, 「통계월보」 각년도.

*승무원 제외

가. 일본

- 2008년, 2009년, 2010년 월별 일본인 60세 이상 방문객을 살펴보면 2008년은 10월(42,929명)이 방문객 수가 가장 높게 나타났으며, 2009년은 4월(63,179명), 2010년은 10월(59,816명)이 높은 것으로 나타났음.

- 월별 일본인 고령자 방문객 현황을 보면 대체적으로 4월, 5월과 10월, 11월에 방문객수가 증가하는 것을 알 수 있음.

<표 III-2> 한국방문 60세 이상 일본인 방문객 현황

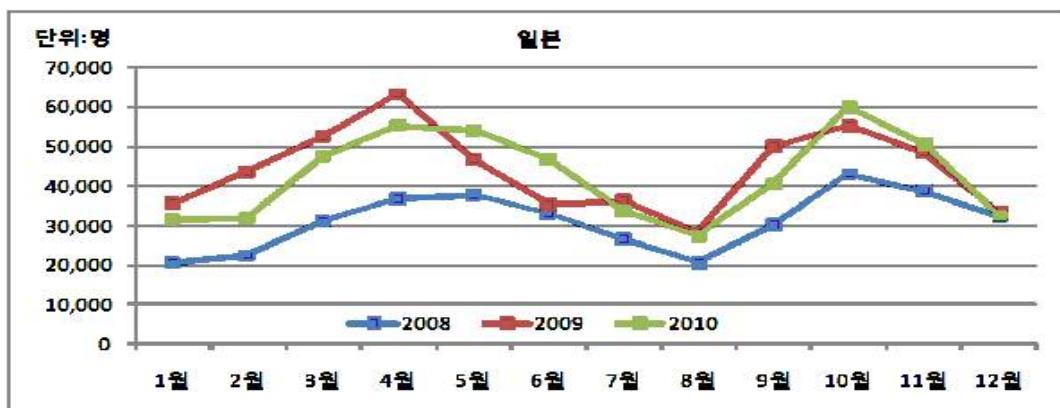
(단위:명)

구분	2008년	2009년	2010년
1월	20,545	35,549	31,416
2월	22,405	43,519	31,788
3월	31,004	52,475	47,372
4월	36,750	63,179	55,269
5월	37,656	46,714	54,024
6월	32,816	35,256	46,698
7월	26,441	36,201	33,693
8월	20,446	28,194	27,350
9월	30,061	49,954	40,435
10월	42,929	55,157	59,816
11월	38,727	48,411	50,402
12월	32,154	33,371	32,511
합계	371,934	527,980	510,774

자료: 한국관광공사, 「통계월보」, 각년도.

*승무원 제외

[그림 III-1] 한국방문 60세 이상 일본인 방문객 현황



나. 중국

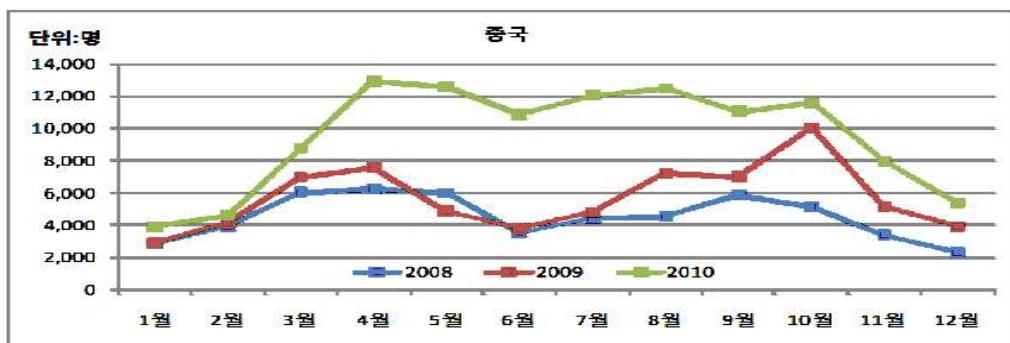
- 2008년, 2009년, 2010년 월별 중국인 60세 이상 방문객을 살펴보면 2008년은 4월(6,275명)이 방문객 수가 가장 높게 나타났으며, 2009년은 10월(10,034명), 2010년은 4월(12,920명)이 높은 것으로 나타났음.
- 월별 중국인 고령자 방문객 현황을 보면 대체적으로 겨울철에 방문객수가 줄어드는 것을 알 수 있음.

<표 III-3> 한국방문 60세 이상 중국인 방문객 현황

구분	2008년	2009년	2010년	(단위:명)
1월	2,855	2,922	3,927	
2월	3,919	4,138	4,614	
3월	6,033	6,981	8,754	
4월	6,275	7,589	12,920	
5월	6,009	4,864	12,562	
6월	3,545	3,769	10,857	
7월	4,437	4,814	12,082	
8월	4,545	7,251	12,490	
9월	5,869	7,006	11,053	
10월	5,164	10,034	11,591	
11월	3,388	5,157	7,972	
12월	2,310	3,937	5,389	
합계	54,349	68,462	114,211	

자료: 한국관광공사, 「통계월보」, 각년도. *승무원 제외.

[그림 III-2] 한국방문 60세 이상 중국인 방문객 현황



다. 대만

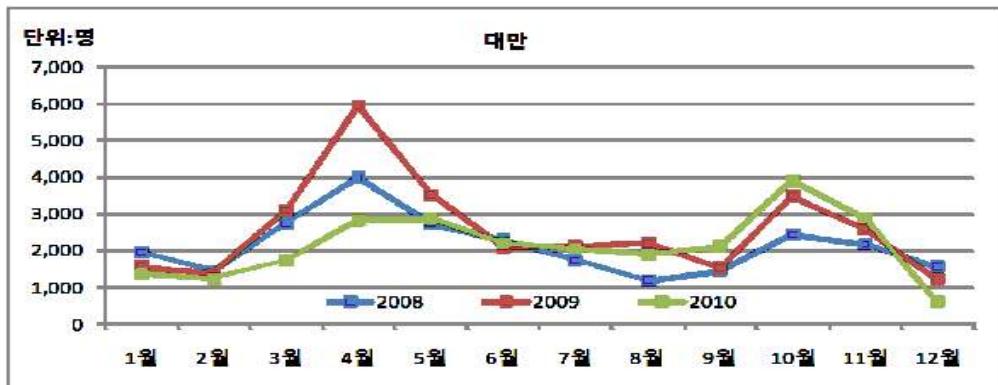
- 2008년, 2009년, 2010년 월별 대만인 방문객 중 60세 이상 방문객을 살펴보면 2008년은 4월(3,990명)이 방문객 수가 가장 높게 나타났으며, 2009년은 4월(5,933명), 2010년은 10월(3,892명)이 높은 것으로 나타났음.
- 월별 대만인 고령자 방문객 현황을 보면 대체적으로 4월과 10월에 방문객수가 증가하는 것을 알 수 있음.

<표 III-4> 한국방문 60세 이상 대만인 방문객 현황

구분	2008년	2009년	2010년	(단위:명)
1월	1,956	1,569	1,379	
2월	1,430	1,398	1,247	
3월	2,758	3,099	1,738	
4월	3,990	5,933	2,831	
5월	2,728	3,531	2,866	
6월	2,304	2,093	2,202	
7월	1,731	2,131	2,072	
8월	1,198	2,201	1,903	
9월	1,455	1,531	2,121	
10월	2,433	3,482	3,892	
11월	2,180	2,596	2,887	
12월	1,565	1,230	622	
합계	25,728	30,794	25,760	

자료: 한국관광공사, 「통계월보」, 각년도. *승무원 제외.

[그림 III-3] 한국방문 60세 이상 대만인 방문객 현황



라. 홍콩

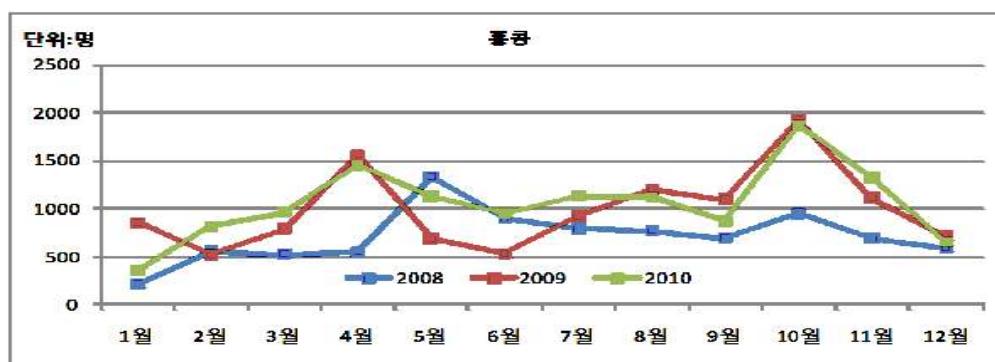
- 2008년, 2009년, 2010년 월별 홍콩인 방문객 중 60세 이상 방문객을 살펴보면 2008년은 5월(1,333명)이 방문객 수가 가장 높게 나타났으며, 2009년은 10월(1,931명), 2010년은 10월(1,870명)이 높은 것으로 나타났음.
- 월별 홍콩 고령자 방문객 현황을 보면 대체적으로 4월과 5월, 10월에 비교적 방문객 수가 증가하는 것을 알 수 있음.

<표 III-5> 한국방문 60세 이상 홍콩인 방문객 현황

구분	2008년	2009년	2010년	(단위:명)
1월	219	857	358	
2월	556	521	821	
3월	528	787	969	
4월	551	1,561	1,453	
5월	1,333	688	1,126	
6월	902	533	951	
7월	793	922	1,134	
8월	772	1,197	1,120	
9월	700	1,102	870	
10월	947	1,931	1,870	
11월	695	1,112	1,323	
12월	594	711	656	
합계	8,590	11,922	12,651	

자료: 한국관광공사, 「통계월보」, 각년도, *승무원 제외.

[그림 III-4] 한국방문 60세 이상 홍콩인 방문객 현황



마. 싱가포르

- 2008년, 2009년, 2010년 월별 싱가포르인 60세 이상 방문객을 살펴보면 2008년은 5월(725명)이 방문객 수가 가장 높게 나타났으며, 2009년은 4월(1,083명), 2010년은 4월(1,218명)이 높은 것으로 나타났음.
- 월별 싱가포르인 고령자 방문객 현황을 보면 대체적으로 4월과 12월에 방문객 수가 증가하는 것을 알 수 있음.

<표 III-6> 한국방문 60세 이상 싱가포르인 방문객 현황

구분	2008년	2009년	2010년	(단위:명)
1월	79	314	128	
2월	217	130	278	
3월	287	319	445	
4월	585	1,083	1,218	
5월	725	437	639	
6월	483	382	902	
7월	181	120	266	
8월	165	183	217	
9월	393	460	553	
10월	570	718	884	
11월	460	649	687	
12월	671	880	1,074	
합계	4,816	5,675	7,291	

자료: 한국관광공사, 「통계월보」, 각년도, *승무원 제외.

[그림 III-5] 한국방문 60세 이상 싱가포르인 방문객 현황



바. 말레이시아

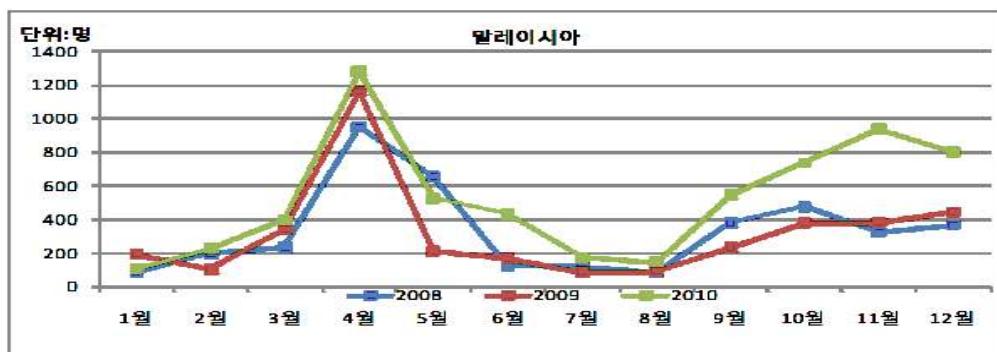
- 2008년, 2009년, 2010년 월별 말레이시아인 60세 이상 방문객을 살펴보면 2008년은 4월(951명)이 방문객 수가 가장 높게 나타났으며, 2009년은 4월(1,160명), 2010년은 4월(1,297명)이 높은 것으로 나타났음.
- 월별 말레이시아인 고령자 방문객 현황을 보면 대체적으로 4월과 11월에 방문객수가 증가하는 것을 알 수 있음.

<표 III-7> 한국방문 60세 이상 말레이시아인 방문객 현황

구분	2008년	2009년	2010년	(단위:명)
1월	86	195	108	
2월	200	106	227	
3월	237	341	395	
4월	951	1,160	1,297	
5월	654	215	527	
6월	128	170	433	
7월	121	89	177	
8월	88	95	146	
9월	381	234	546	
10월	475	380	740	
11월	325	385	939	
12월	370	446	799	
합계	4,016	3,816	6,334	

자료: 한국관광공사, 「통계월보」, 각년도, *승무원 제외

[그림 III-6] 한국방문 60세 이상 말레이시아인 방문객 현황



2. 외국 주요 국가와 도시의 고령자 관광객 유치 현황 분석

가. 싱가폴

- 2009년 싱가폴을 방문한 중국 관광객 수는 936,747명이며, 2010년도 방문 중국 관광객 수는 1,171,032명임.
 - 2009년 55세~64세 관광객은 110,874명으로 전체 관광객의 11.8%를 차지하며, 65세 이상 관광객은 57,213명으로 전체 관광객의 6.1%를 차지함.
 - 2010년 55세~64세 관광객은 130,229명으로 전체 관광객의 11.1%를 차지하며, 65세 이상 관광객은 65,774명으로 전체 관광객의 5.6%를 차지함.
- 2009년 싱가폴을 방문한 홍콩인 관광객 수는 294,420명이며, 2010년도 관광객 수는 387,427명임.
 - 2009년 55세~64세 관광객은 30,446명으로 전체 관광객의 10.3%를 차지하며, 65세 이상 관광객은 14,837명으로 전체 관광객의 5%를 차지함.
 - 2010년 55세~64세 관광객은 39,488명으로 전체 관광객의 10.2%를 차지하며, 65세 이상 관광객은 19,695명으로 전체 관광객의 5.1%를 차지함.

<표 III-8> 싱가폴 방문 중국인 관광객 수

구분	중국		
	관광객수	비율(%)	증감
2009년	총계	936,747	100
	14세 이하	46,163	4.9
	15-19	30,803	3.3
	20-24	74,797	8
	25-34	220,956	-19.6
	35-44	223,056	-21.2
	45-54	170,931	-7.2
	55-64	110,874	13.5
	65세 이상	57,213	12.3
	무응답	1,954	-15.3
2010년	총계	1,171,032	25.0
	14세 이하	70,771	6
	15-19	38,529	3.3
	20-24	96,669	8.3
	25-34	276,332	23.6
	35-44	282,323	24.1
	45-54	208,106	17.8
	55-64	130,229	11.1
	65세 이상	65,774	5.6
	무응답	2,299	0.2

자료 : Singapore, 「TOURISM FOCUS」, 2009, 2010.

<표 III-9> 싱가폴 방문 홍콩인 관광객 수

구분	홍콩		
	관광객수	비율(%)	증감
2009년	총계	294,420	100
	14세 이하	26,159	8.9
	15-19	6,235	2.1
	20-24	11,322	3.8
	25-34	60,280	20.5
	35-44	83,888	28.5
	45-54	60,634	20.6
	55-64	30,446	10.3
	65세 이상	14,837	5
	무응답	619	0.2
2010년	총계	387,427	31.6
	14세 이하	37,343	9.6
	15-19	9,778	2.5
	20-24	15,800	4.1
	25-34	78,510	20.3
	35-44	107,257	27.7
	45-54	78,807	20.3
	55-64	39,488	10.2
	65세 이상	19,695	5.1
	무응답	749	0.2

자료 : Singapore, 「TOURISM FOCUS」, 2009, 2010.

- 2009년 싱가폴을 방문한 대만인 관광객 수는 156,761명이며, 2010년도 관광객 수는 191,110명임.
 - 2009년 55세~64세 관광객은 18,735명으로 전체 관광객의 12%를 차지하며, 65세 이상 관광객은 9,195명으로 전체 관광객의 5.9%를 차지함.
 - 2010년 55세~64세 관광객은 21,795명으로 전체 관광객의 11.4%를 차지하며, 65세 이상 관광객은 10,636명으로 전체 관광객의 5.6%를 차지함.

<표 III-10> 싱가폴 방문 대만인 관광객 수

구분	대만		
	관광객수	비율(%)	증감
2009년	총계	156,761	100
	14세 이하	12,132	-13.8
	15~19	4,016	-7.4
	20~24	6,790	-6.1
	25~34	37,554	-13.9
	35~44	37,222	-16.5
	45~54	30,665	-10.9
	55~64	18,735	0.9
	65세 이상	9,195	6.4
	무응답	452	3.7
2010년	총계	191,110	21.9
	14세 이하	17,443	43.8
	15~19	5,632	40.2
	20~24	8,342	22.9
	25~34	43,707	16.4
	35~44	47,378	27.3
	45~54	35,741	16.6
	55~64	21,795	16.3
	65세 이상	10,636	15.7
	무응답	436	-3.5

자료 : Singapore, 「TOURISM FOCUS」, 2009, 2010.

- 2009년 싱가폴을 방문한 일본인 관광객 수는 489,987명이며, 2010년도 관광객 수는 528,682명임.
 - 2009년 55세~64세 관광객은 71,475명으로 전체 관광객의 14.6%를 차지하며, 65세 이상 관광객은 37,644명으로 전체 관광객의 7.7%를 차지함.
 - 2010년 55세~64세 관광객은 78,042명으로 전체 관광객의 14.8%를 차지하며, 65세 이상 관광객은 39,498명으로 전체 관광객의 7.5%를 차지함.

<표 III-11> 싱가폴 방문 일본인 관광객 수

구분	일본		
	관광객 수	비율(%)	증감
2009년	총계	489,987	100
	14세 이하	26,311	5.4
	15-19	34,943	7.1
	20-24	31,240	6.4
	25-34	91,097	18.6
	35-44	108,732	22.2
	45-54	87,685	17.9
	55-64	71,475	14.6
	65세 이상	37,644	7.7
	무응답	860	0.2
2010년	총계	528,682	100
	14세 이하	26,554	5
	15-19	35,406	6.7
	20-24	30,141	5.7
	25-34	95,263	18
	35-44	121,062	22.9
	45-54	101,790	19.3
	55-64	78,042	14.8
	65세 이상	39,498	7.5
	무응답	926	0.2

자료 : Singapore, 「TOURISM FOCUS」, 2009, 2010.

나. 하와이

- 2008년 하와이를 방문한 총 방문객 수는 6,713,436명이며, 2009년 방문객 수는 6,420,449명임.
 - 2008년 41세~59세 방문객은 2,246,835명으로 전체 방문객의 33.5%를 차지하며, 60세 이상 고령자 방문객은 1,139,180명으로 전체의 17%를 차지함.
 - 2009년 41세~59세 방문객은 2,091,258명으로 전체 방문객의 32.6%를 차지하며, 60세 이상 고령자 방문객은 1,117,041명으로 전체의 17.4%를 차지함.

<표 III-12> 하와이 방문객 수

구분	하와이 방문객						
	남성	비율(%)	여성	비율(%)	합계	비율(%)	
2008년	총계	3,246,986	48.4	3,466,450	51.6	6,713,436	100.0
	12세 이하	256,191	3.8	270,197	4.0	526,388	7.8
	13-17	128,805	1.9	144,195	2.1	273,000	4.1
	18-24	223,745	3.3	337,776	5.0	561,521	8.4
	25-40	933,828	13.9	1,032,684	15.4	1,966,512	29.3
	41-59	1,115,184	16.6	1,131,651	16.9	2,246,835	33.5
	60세 이상	589,233	8.8	549,947	8.2	1,139,180	17.0
2009년	총계	3,056,551	47.9	3,363,897	52.1	6,420,449	100.0
	12세 이하	241,197	3.8	253,553	3.9	494,750	7.7
	13-17	113,138	1.8	132,888	2.1	246,026	4.8
	18-24	212,551	3.3	331,839	5.1	544,390	8.5
	25-40	902,140	14.1	1,024,844	15.9	1,926,984	30.0
	41-59	1,016,060	15.9	1,075,198	16.6	2,091,258	32.6
	60세 이상	571,465	9.0	545,576	8.4	1,117,041	17.4

자료 : <http://www.hawaiitourismauthority.org>

1) 하와이 방문 유럽지역 방문객 수

- 2008년 하와이를 방문한 유럽 지역 총 방문객 수는 115,173명이며, 2009년 방문객 수는 104,403명임.
 - 2008년 41세~59세 방문객은 36,421명으로 전체 방문객의 31.6%를 차지하며, 60세 이상 고령자 방문객은 18,024명으로 전체의 15.6%를 차지함.
 - 2009년 41세~59세 방문객은 30,261명으로 전체 방문객의 29%를 차지하며, 60세 이상 고령자 방문객은 15,406명으로 전체의 14.8%를 차지함.

<표 III-13> 하와이를 방문한 유럽지역 방문객 수

구분	유럽					
	남성	비율(%)	여성	비율(%)	합계	비율(%)
2008년	총계	62,914	54.6	52,259	45.4	115,173
	12세 이하	2,169	1.9	2,125	1.8	4,294
	13-17	1,644	1.4	1,713	1.5	3,357
	18-24	4,627	4.0	5,621	4.9	10,248
	25-40	23,489	20.4	19,340	16.8	42,829
	41-59	20,632	17.9	15,789	13.7	36,421
	60세 이상	10,353	9.0	7,671	6.7	18,024
2009년	총계	56,124	53.8	48,279	46.2	104,403
	12세 이하	1,986	1.9	1,972	1.9	3,957
	13-17	1,455	1.4	1,614	1.5	3,070
	18-24	4,681	4.5	6,174	5.9	10,855
	25-40	22,342	21.4	18,512	17.7	40,854
	41-59	16,818	16.1	13,443	12.9	30,261
	60세 이상	8,842	8.5	6,564	6.3	15,406

자료 : <http://www.hawaiitourismauthority.org>

2) 하와이 방문 일본인 방문객 수

- 2008년 하와이를 방문한 일본인 총 방문객 수는 1,175,197명이며, 2009년 방문객 수는 1,326,284명임.
 - 2008년 41세~59세 방문객은 296,358명으로 전체 방문객의 25.2%를 차지하며, 60세 이상 고령자 방문객은 174,679명으로 전체의 14.9%를 차지함.
 - 2009년 41세~59세 방문객은 314,960명으로 전체 방문객의 23.8%를 차지하며, 60세 이상 고령자 방문객은 217,885명으로 전체의 16.4%를 차지함.

<표 III-14> 하와이를 방문한 일본인 방문객 수

구분	일본					
	남성	비율(%)	여성	비율(%)	합계	비율(%)
2008년	총계	493,976	42.0	681,221	58.0	1,175,197
	12세 이하	39,182	3.3	42,536	3.6	81,718
	13~17	12,997	1.1	15,066	1.3	28,064
	18~24	39,531	3.4	81,485	6.9	121,016
	25~40	196,052	16.7	277,311	23.6	473,363
	41~59	124,816	10.6	171,542	14.6	296,358
	60세 이상	81,398	6.9	93,281	7.9	174,679
2009년	총계	627,956	47	698,328	53	1,326,284
	12세 이하	49,581	3.7	38,942	2.9	88,523
	13~17	11,927	0.8	13,176	1.0	25,103
	18~24	44,252	3.3	85,840	6.6	130,092
	25~40	261,217	19.6	288,504	21.9	549,721
	41~59	149,487	11.2	165,473	12.6	314,960
	60세 이상	111,492	8.4	106,393	8.0	217,885

자료 : <http://www.hawaiitourismauthority.org>

3) 하와이 방문 기타 아시아지역 방문객 수

- 2008년 하와이를 방문한 기타 아시아 지역 방문객 총 수는 112,549명이며, 2009년 방문객 수는 110,379명임.
 - 2008년 41세~59세 방문객은 43,560명으로 전체 방문객의 38.7%를 차지하며, 60세 이상 고령자 방문객은 10,030명으로 전체의 8.9%를 차지함.
 - 2009년 41세~59세 방문객은 35,498명으로 전체 방문객의 32.2%를 차지하며, 60세 이상 고령자 방문객은 9,521명으로 전체의 8.6%를 차지함.

<표 III-15> 하와이를 방문한 기타 아시아 지역 방문객 수

구분	기타 아시아						
	남성	비율(%)	여성	비율(%)	합계	비율(%)	
2008년	총계	64,973	57.8	47,576	42.2	112,549	100.0
	12세 이하	3,037	2.7	2,810	2.5	5,847	5.2
	13-17	1,195	1.1	1,173	1.0	2,368	2.1
	18-24	2,032	1.8	3,712	3.3	5,743	5.1
	25-40	23,841	21.2	21,159	18.8	45,000	40.0
	41-59	29,590	26.3	13,970	12.4	43,560	38.7
	60세 이상	5,278	4.7	4,752	4.2	10,030	8.9
2009년	총계	58,146	52.7	52,234	47.3	110,379	100.0
	12세 이하	2,927	2.7	3,080	2.8	6,007	5.4
	13-17	1,336	1.2	1,443	1.3	2,779	2.5
	18-24	2,540	2.3	4,429	4.0	6,969	6.3
	25-40	24,413	22.1	25,192	22.8	49,605	44.9
	41-59	21,603	19.6	13,895	12.6	35,498	32.2
	60세 이상	5,326	4.8	4,195	3.8	9,521	8.6

자료 : <http://www.hawaiitourismauthority.org>

3. 고령자 관광객 제주방문 실태 분석

가. 내국인 관광객 내도 실태 현황

1) 내국인 관광객 연도별·형태별 현황 분석

- 내국인 관광객의 방문은 최근 5년간 꾸준히 증가추세에 있음. 최근 3년은 내국인 관광객 수가 폭발적인 증가추세를 보이고 있음.
- 관광패턴이 개별관광객 위주로 전환되고, 개별관광객이 시장을 주도하는 것으로 나타나고 있음.
- 단체관광객은 향후에도 항공기 좌석공급에 많은 영향을 받을 것으로 예측됨.

<표 III-16> 내국인 관광객 연도별·형태별 현황

(단위 : 명)

연도	합계	개별관광객	단체관광객	전년대비 증감
2003년	4,692,376	3,070,633	1,621,743	-
2004년	4,603,297	2,950,464	1,652,833	개별 -3.9% 단체 1.9%
2005년	4,641,552	2,949,410	1,692,142	개별 -0.04% 단체 2.4%
2006년	4,852,638	3,221,138	1,631,500	개별 9.2% 단체 -3.6%
2007년	4,887,949	3,368,758	1,519,191	개별 4.6% 단체 -6.9%
2008년	5,281,501	3,537,098	1,744,403	개별 5.0% 단체 14.8%
2009년	6,523,938	4,154,377	1,737,207	개별 17.5% 단체 -0.4%
2010년	7,578,301	4,955,247	1,846,054	개별 19.3% 단체 6.3%

자료 : 제주특별자치도, 「내부자료」, 각년도.

2) 내국인 관광객 연도별·관광목적별 현황 분석

- 제주도를 방문하는 관광목적이 휴양 및 관람에서 레저스포츠, 회의 및 업무 등 다양해 질것으로 전망됨.
 - 제주를 방문하는 관광목적이 보다 세분화되어, 휴양 및 관람 목적으로 방문하는 관광객의 비중이 감소됨.
- 고부가가치 관광객인 회의 및 업무 목적으로 방문하는 관광객은 도내 각종 국제회의, 학술행사, 제주혁신도시의 국제회의·연수기능 확대 등으로 지속적인 증가추세를 보일 것으로 전망됨.

- 레저스포츠를 목적으로 방문하는 관광객을 집중적으로 유치할 필요가 있으며, 이와 관련하여 육상·해상·항공을 연계하는 레저스포츠관광 활성화를 위한 인프라 구축과 체험프로그램 개발, 전문인력 양성 등이 뒷받침되어야 할 것임.

<표 III-17> 내국인 관광객 연도별·관광목적별 현황

(단위 : 명)

구 분	레저스포츠	회의 및 업무	휴양 및 관람	친지방문	교육여행	기타방문
2003년	282,303	362,643	3,445,544	139,198	418,819	43,869
2004년	228,002	328,075	3,446,794	110,092	432,555	57,779
2005년	276,189	360,155	3,298,970	113,901	527,809	64,528
2006년	264,827	345,786	3,508,968	102,335	558,962	71,760
2007년	303,908	609,239	3,191,860	157,850	591,843	33,249
2008년	589,839	770,222	2,982,252	198,663	656,990	83,535
2009년	786,769	819,208	3,458,777	225,913	504,605	96,312
2010년	1,179,251	890,721	3,715,142	233,036	704,629	78,522

자료 : 제주특별자치도, 「내부자료」, 각년도.

나. 외국인 관광객 내도 실태 현황

1) 외국인 관광객 국적별 내도 현황 분석

- 제주도를 방문하는 외국인 관광객은 IMF 직후인 1998년 21.3%로 급증한 이후 연평균 약 6.9%의 증가율을 보이다가 2003년 SARS의 영향으로 23.7%의 급락 폭을 보였음.
- 2004년에는 전년도 급락의 반작용으로 외국인 관광객의 증가율이 49%로 크게 증가하였으며, 2006년에는 전년 대비 21.5%의 증가율을 보이며 46만명이 방문 하였음.
- 2007년에도 상승세가 이어져 전년대비 17.6%로 증가하였으나, 2008에는 전 세 계적인 금융위기, 대만-제주 직항노선의 항공편수 감소 등에 기인하여 0.14%가 감소하였음.

- 일본인 관광객은 사스의 영향을 받은 2003년과 전반적으로 외국인 관광객 수가 하락한 2008년을 제외하고는 소규모 증가추세에 있으나, 최근 답보 상태가 지속됨.
 - 국내 일본인 관광객의 증가추세에도 불구하고 제주도는 답보상태에 머물고 있으며, 이는 일본인 관광시장에 대한 시장분석이 미흡한 측면도 있는 것으로 판단됨.
 - 서울, 부산 등에는 20-30대 관광객을 중심으로 쇼핑관광, 의료관광 등이 활성화되고 있으나, 제주도는 이와 연관된 관광인프라와 상품 개발이 미흡함.
- 중국인 해외여행수요 증가, 제주기점 직항노선 확대, 제주 인지도 상승 등으로 중국인 단체관광객이 지속적으로 입도하여 전반적으로 상승추세에 있음.
 - 중국인의 전반적인 해외여행 수요 증가와 함께 한국 방문 관광객의 비중이 점차 증가하고 있어 향후 제주도를 방문하는 중국 관광객이 지속적으로 증가 할 것으로 예상됨.
 - 세계 인구의 20%가 넘는 13억 중국인은 향후 수십년간 제주의 가장 큰 잠재 고객으로 유지될 가능성이 높음.
- 대만인 관광객은 꾸준한 증가추세를 보였으나, 2009-2010년은 답보상태에 있음.
- 2009년부터 제주방문 외국인 관광객중 중국인 관광객 수가 일본인 관광객 수 보다 많아지기 시작함.
 - 향후에도 제주방문 외국인 관광객 중 중국인 관광객 수 비중이 가장 높을 것으로 전망됨.

<표 III-18> 외국인 국적별 내도 실태 현황

연도	계	일 본	중 국	대 만	홍 콩	싱가폴	말레 이시아	미 국	기 타
2001	290,050 (100%)	158,026 (54.5%)	71,650 (24.7%)	2,414 (0.8%)	20,329 (7.0%)	9,506 (3.3%)		10,935 (3.8%)	17,190 (5.9%)
2002	289,496 (100%)	140,779 (48.6%)	92,805 (32.1%)	940 (0.3%)	7,838 (2.7%)	11,363 (3.9%)		12,005 (4.1%)	23,766 (8.2%)
2003	221,017 (100%)	101,808 (46.1%)	69,671 (31.5%)	9,893 (4.5%)	5,173 (2.3%)	8,762 (4.0%)		10,753 (4.9%)	14,957 (6.8%)
2004	329,215 (100%)	140,351 (42.6%)	101,236 (30.8%)	21,435 (6.5%)	7,609 (2.3%)	13,472 (4.1%)		17,518 (5.3%)	27,594 (8.4%)
2005	378,723 (100%)	151,419 (40.0%)	115,199 (30.4%)	39,552 (10.4%)	8,582 (2.3%)	13,841 (3.7%)		18,528 (4.9%)	28,602 (7.6%)
2006	460,360 (100%)	183,168 (39.8%)	142,912 (31.0%)	57,358 (12.5%)	8,376 (1.8%)	18,167 (3.9%)		19,329 (4.2%)	31,050 (6.7%)
2007	541,274 (100%)	183,240 (33.9%)	176,878 (32.7%)	93,169 (17.2%)	8,683 (1.6%)	21,699 (4.0%)	10,270 (1.9%)	20,478 (3.8%)	26,857 (4.9%)
2008	540,516 (100%)	177,459 (32.8%)	174,902 (32.4%)	67,993 (12.6%)	11,365 (2.1%)	28,580 (5.3%)	13,220 (2.4%)	23,349 (4.3%)	43,648 (8.1%)
2009	632,354 (100%)	183,168 (29.0%)	258,414 (40.9%)	41,480 (6.6%)	15,079 (2.4%)	32,727 (5.2%)	14,806 (2.3%)	23,712 (3.7%)	62,968 (9.9%)
2010	777,000 (100%)	187,790 (24.2%)	406,164 (52.3%)	40,867 (5.3%)	11,793 (1.5%)	31,405 (4.0%)	23,550 (3.0%)	19,895 (2.6%)	55,536 (7.1%)

자료 : 제주특별자치도, 「제주관광 현황자료」, 2011.

2) 직항·크루즈 이용 외국인 고령자 관광객 내도 실태 현황

(1) 2009년

- '09년 직항·크루즈 이용 제주를 방문한 외국인 관광객은 335,704명으로 전체 외국인 관광객 대비 53.1%를 차지함.
- 중국인 관광객의 경우 21세~40세가 전체의 46.5%를 차지하고 있으며, 41세~60세가 38.2%, 61세 이상은 6.5%를 차지하고 있음.

- 직항·크루즈 이용비율은 전체 내도 중국인 관광객의 41.4%를 차지하고 있으며, 중국인 관광객은 젊은층과 중장년층 중심의 제주여행이 이루어지고 있음.
- 일본인 관광객의 경우 21세~40세가 전체의 18%를 차지하고 있으며, 41세~60세가 40.6%, 61세 이상은 37.4%를 차지하고 있음.
- 직항·크루즈 이용비율은 전체 내도 일본인의 84.0%를 차지하고 있으며, 일본인 관광객의 경우 중장년층 중심의 제주여행이 이루어지고 있음.
- 대만인 관광객의 경우 21세~40세가 전체의 36.7%를 차지하고 있으며, 41세~60세가 37.3%, 61세 이상은 15.5%를 차지하고 있음.
- 직항·크루즈이용 비율은 전체 내도 대만인의 95.0%를 차지하고 있으며, 대만인 관광객의 경우 젊은층과 중장년층 중심의 제주여행이 이루어지고 있음.

<표 III-19> 2009년 직항·크루즈이용 외국인관광객 내도현황(연령별)

구 분	계	0~10세	11~20세	21~30세	31~40세	41~50세	51~60세	61~70세	71세이상
중 국(명)	106,995	3,971	5,333	21,717	28,052	26,036	14,882	5,060	1,904
점유율(%)	100%	3.7	5.1	20.3	26.2	24.3	13.9	4.7	1.8
일 본(명)	153,943	2,943	3,154	11,156	16,688	21,202	41,277	42,792	14,731
점유율(%)	100%	1.9	2.1	7.2	10.8	13.8	26.8	27.8	9.6
대 만(명)	39,407	1,752	2,411	6,429	8,058	7,078	7,597	4,288	1,794
점유율(%)	100%	4.4	6.1	16.3	20.4	18.0	19.3	10.9	4.6

자료 : 제주출입국관리사무소, 「내부자료」, 2010.

주) 승무원 제외

(2) 2010년

- '10년 직항·크루즈이용 제주를 방문한 외국인 관광객은 385,237명으로 전체 외국인 관광객 대비 49.6%를 차지함.

- 중국인 관광객의 경우 21세~40세가 전체의 45.5%를 차지하고 있으며, 41세~60세가 38.6%, 61세 이상은 7.3%를 차지하고 있음.
 - 직항·크루즈 이용비율은 전체내도 중국인의 39.9%를 차지하고 있으며, 중국인 관광객은 젊은층과 중장년층 중심의 제주여행이 이루어지고 있음.
- 일본인 관광객의 경우 21세~40세가 전체의 18.8%를 차지하고 있으며, 41세~60세가 39.4%, 61세 이상은 37.6%를 차지하고 있음.
 - 직항·크루즈 이용비율은 전체내도 일본인의 82.6%를 차지하고 있으며, 일본인 관광객의 경우 중장년층 중심의 제주 여행이 이루어지고 있음.
- 대만인 관광객의 경우 21세~40세가 전체의 38.7%를 차지하고 있으며, 41세~60세가 35.8%, 61세 이상은 12.6%를 차지하고 있음.
 - 직항·크루즈 이용비율은 전체 내도 대만인의 96%를 차지하고 있으며, 대만인 관광객의 경우 젊은층과 중장년층 중심의 제주여행이 이루어지고 있음.

<표 III-20> 2010년 직항·크루즈이용 외국인관광객 내도현황(연령별)

구 분	계	0~10세	11~20세	21~30세	31~40세	41~50세	51~60세	61~70세	71세이상
중 국(명)	162,112	6,297	7,554	32,272	41,576	40,470	21,985	8,636	3,322
점유율(%)	100	3.9	4.7	19.9	25.6	25.0	13.6	5.3	2.0
일 본(명)	155,194	3,083	3,478	11,787	17,290	22,111	39,177	43,608	14,660
점유율(%)	100	2.0	2.2	7.6	11.2	14.2	25.2	28.2	9.4
대 만(명)	39,226	1,910	3,120	6,438	8,758	7,620	6,442	3,400	1,538
점유율(%)	100	4.9	8.0	16.4	22.3	19.4	16.4	8.7	3.9

자료 : 제주출입국관리사무소, 「내부자료」, 2010.

주) 승무원 제외

다. 고령자 여행상품 현황

- 내국인 고령자 대상 여행상품에 대해 고찰하고, 일본인·중국인 대상 제주방문 여행상품에 대해 고찰함.

1) 내국인 대상 관광상품 현황

- 제주를 관광목적지로 하는 고령자 관광객 대상 상품은 효도상품, 돌봄여행 상품 등이 있었으나, 여행상품 수는 극히 제한적이며 단순한 관광지 투어가 대부분이었음.
- 보건복지부에서 시행하고 있는 바우처사업 중 지역사회서비스투자사업은 중앙부처가 전국을 대상으로 일괄 실시하는 기존의 국가 주도형 서비스 제공방식에서 탈피하여 지차체가 지역 특성 및 주민 수요에 맞는 사회서비스를 발굴·기획하는 사업임.
 - (주)씨티엘네트웍스는 지역사회서비스투자사업의 일환으로 돌봄여행 상품을 기획함. 돌봄여행상품 중 제주 여행상품을 소개하면 다음의 <표 III-21>와 같음.

<표 III-21> 제주관련 돌봄여행 상품

구 분	내 용	비고
여행상품명	·환상의 제주도 탐험 [2박 3일]	
기간 및 가격	·2011.6.13~15, 200,000원	
상품특전	·목욕서비스 : 여행의 피로를 풀 수 있도록 전문 요양보호사 및 사회복지사에 의한 목욕서비스 제공 ·건강관리서비스 : 혈압 및 체온체크를 통한 안전사고 예방 및 대상자의 심적 안정을 위한 케어서비스 ·안심전화서비스 : 전용 화상 휴대폰 운영으로 가족 등 보호자가 언제든지 서비스 참여자의 안전여부 등의 확인 가능(화상통화 가능) ·여행 완료 후 집까지 무사히 귀가 할 수 있도록 장애인 콜택시 예약 서비스 제공	
포함사항	·항공료(공항세/유료활증료), 차량비, 일정표 내 관광지 입장료, 숙박, 식사(총6식), 기사/가이드 봉사료, 여행자보험	
주요 방문지	·용두암관광, 제주민속자연사 박물관, 오설록녹차박물관, 유리의 성, 더마파크, 천지연폭포, 성읍민속마을, 선녀와나무꾼, 제주특산품센터	

자료 : <http://www.caretour.co.kr/>

- 모두투어, 자유투어 아주관광, 롯데관광 등 국내 대형 여행사에 문의결과, 제주를 관광목적지로 하는 효도여행상품을 기획한 여행사는 많지 않았음. 그중 하나 투어는 제주관련 효도여행상품을 기획·판매하고 있음.
 - 효도 관광 상품의 경우 고령자를 위한 의료진 구성 등에 대한 대비는 마련되어 있지 않으며, 현지 긴급 연락처만 제공하고 있음.
 - 80세 이상은 여행자 보험 가입 불가이며, 가이드/운전기사 TIP과 선택 관광의 경우 현지에서 지불하는 옵션으로 구성되어 있음.

<표 III-22> 제주 효도상품 사례(하나투어)

구분	내용
여행상품 예시 1	상품명 당신에게 드리는 최고의 선물 Again 허니문
	여행사 하나투어
	일정 2박 3일
	금액 538,000원(유류할증료 26,400 미포함)
	호텔 JEJU KAL HOTEL
	항공 부산-제주-부산
	코스 1일차: 제주도착→용두암→러브랜드→석식(제주산 흑돼지 샤브샤브 +소면 +밥)→호텔투숙 및 자유시간 2일차: 호텔조식→천지연 폭포→제주관광농원→중식(향토 응기뷔페) →분제예술원→서커스월드→오설록→석식(제주산 갈치조림)→호텔투숙 자유시간 3일차: 호텔조식→동부지역관광→웨딩촬영→중식(해물전골)→쉼지코지→성읍민속마을→에코랜드→석식(전복죽)→제주공항 이동→부산도착
	특전 웨딩액자(20cm*25cm), 사진 1점(13cm*18cm) 증정
	홈페이지 http://www.hanatour.com
	상품명 당신에게 드리는 최고의 선물
여행상품 예시 2	여행사 하나투어
	일정 2박 3일
	금액 422,000~480,000원(유류할증료 26,400 미포함)
	호텔 ORIENTAL HOTEL & JEJU KAL HOTEL(패키지 금액에 따라 변동)
	항공 김포-제주-김포
	코스 1일차: 제주도착→용두암→러브랜드→석식(제주산 흑돼지 샤브샤브+소면+밥)→호텔투숙 및 자유시간 2일차: 호텔조식→천지연 폭포→제주관광농원→중식(향토 응기뷔페) →분제예술원→서커스월드→오설록→석식(제주산 고등어조림)→호텔투숙 자유시간 3일차: 호텔조식→동부지역관광→우도팔경투어→중식(해물전골) → 쉼지코지→성읍민속마을→에코랜드→석식(전복죽)→제주공항 이동 →김포도착
	홈페이지 http://www.hanatour.com

- 코리아월드트래블은 인터넷 실버여행 전문회사인 '실버투어'를 개장하여, 고령자 관광객들을 대상으로 한 전문 실버관광상품을 기획·판매하고 있음.
- 효도여행상품이라고 소개하고 있으나, 고령자 관광객 뿐만 아니라 전 연령층에 대해 모객하고 있음.

<표 III-23> 제주 효도상품 사례(실버투어 여행사)

구분	내용
여행상품 예시 1	상품명 『효도연합』 당신에게드리는 최고의선물 효도여행
	여행사 실버투어
	일정 2박 3일
	금액 349,000원(국내선 유류할증료 26,400원 별도)
	호텔 오리엔탈호텔
	항공 김포-제주-김포
	코스 1일차 : 제주도착후 → 용두암 → 성(性)테마공원 러브랜드 → 석식(제주산 흑돼지 샤브샤브+소면+죽) → 호텔 투숙 및 자유시간 2일차 : 호텔조식 후 → 휴애리테마공원 → 천제연폭포 → 제주관광농원 → 중식(향토옹기뷔페) → 문재예술원 → 서커스월드 → 오설록 녹차재배단지 → 석식(제주산 갈치조림) 3일차 : 호텔조식 후 관광시작 → 우도팔경투어(기상악화시 성산일출봉, 섭지코지, 성읍민속마을) → 에코랜드 → 석식(자연산전복죽) → 김포도착
여행상품 예시 2	홈페이지 http://www.silvertours.co.kr/
	상품명 [연합] 제주도2박3일짜찬일정
	여행사 실버투어
	일정 2박 3일
	금액 359,000원(국내선 유류할증료 26,400원 별도)
	호텔 제주KAL호텔 또는 그랜드호텔 2박
	항공 김포-제주-김포
	코스 1일차 : 제주도착후 → 용두암 → 해안도로 걷기 → 도두봉 트래킹 → 석식(흑돼지 샤브샤브 + 소면 + 죽 등) → 호텔 투숙 및 자유시간 2일차 : 호텔조식 후 관광시작 → 한라산 어리목(기상악화시 한라수목원) → 정통기에서커스 관람 → 유리의성 → 중식(전복해물전골 + 옥돔구이) → 관광농원 → 서귀포 칠십리 해상, 해저관광 (선택관광 - 잠수함/유람선) → 외돌개 → 천제연폭포 → 선임교 → 석식(제주에서 직접 숙성시킨 아삭한 묵은지 고등어조림) → 호텔투숙 및 자유시간 3일차 : 호텔조식 후 관광시작 → 제주특산기념품 쇼핑 → 코끼리쇼 (선택관광) → 절물휴양림 → 중식(토종돼지불고기) → 조랑말 승마체험 → 성읍민속마을 → 일출랜드 → 성산일출봉 → 풍차 해안도로 기념촬영 → 석식(전복죽)
	홈페이지 http://www.silvertours.co.kr/

2) 일본인 고령자 대상 관광상품 현황

- 일본의 메이저 여행사인 한큐여행사와 JTB의 제주관광 여행상품을 조사한 결과에 의하면, 고령자를 대상으로 한 여행상품은 없었음.
- 한큐여행사의 제주도를 목적지로 하는 여행상품중 상품가격, 여행일정, 여행코스, 쇼핑, 음식 등을 살펴보면 다음과 같음.
 - 여행상품가격은 19,800엔부터 79,800엔까지 다양하게 구성됨. 체재기간은 대부분 2박 3일이며, 최대 3박 4일 상품임.
 - 쇼핑은 대부분 면세점에서 하고 있는 것으로 나타남.
 - 음식은 조식(성게미역국, 옥돔정식), 중식(돌솥비빔밥, 펑샤브샤브), 석식(전복정식, 흑돼지갈비, 불고기, 해물모듬)을 제공하는 것으로 나타남.
 - 재래시장 방문은 동문시장이 있으나, 방문코스로는 한정됨.
 - 제주시내 방문지는 용두암, 삼성혈, 자연사박물관 등임. 동부권인 경우 성산일출봉, 섭지코지, 만장굴, 산굼부리 등이 주요 코스에 포함됨. 서귀포중문권의 경우 조안스튜디오, 주상절리, 천제연폭포 등이 주요 코스이며, 사찰은 약천사가 주요 방문코스로 구성됨. 드라마·영화 촬영지는 쉬리언덕, 대장금세트장, 태왕사신기 세트장이 주요 코스로 구성됨. 그 외 도깨비도로, 1100고지, 한라산, 산방굴사 등이 방문코스로 구성됨.
- JTB여행사의 제주도를 목적지로 하는 여행상품중 상품가격, 여행일정, 여행코스, 쇼핑, 음식 등을 살펴보면 다음과 같음.
 - 여행상품가격은 39,800엔부터 91,800엔까지 다양하게 구성됨. 체재기간은 대부분 2박 3일이며, 최대 3박 4일 상품임.
 - 쇼핑은 면세점, 민예품점, 식품점 등에서 하고 있는 것으로 나타남.
 - 음식은 중식(돌솥비빔밥, 펑샤브샤브, 옥돔구이), 석식(해물뚝배기, 흑돼지갈비)을 제공하는 것으로 나타남.

- 공연관광상품은 한류뮤지컬 난타가 옵션상품으로 구성되어 있음.
- 올레길을 걷는 여행상품도 있음.
- 재래시장 방문은 동문시장이 있으나, 방문코스로는 한정됨.
- 제주시내 방문지는 용두암, 사라봉, 용연야경, 삼성혈 등임. 동부권인 경우 성산일출봉, 섭지코지, 만장굴, 성읍민속마을, 제주민속촌 등이 주요 코스에 포함됨. 서부권의 경우 협재굴, 쌍용굴, 용머리해안 등임. 서귀포중문권의 경우 조안스튜디오, 주상절리, 천제연폭포, 정방폭포, 외돌개, 제주국제컨벤션센터 등이 주요 코스이며, 사찰은 약천사가 주요 방문코스로 구성됨. 드라마·영화 촬영지는 쉬리언덕, 태왕사신기 세트장이 주요 코스로 구성됨. 그 외 도깨비 도로, 1100고지, 한라산 등이 방문코스로 구성됨.

<표 III-24> 일본 여행사의 고령자상품 예시

구 분	내 용	비고
HIS 시니어 유학플랜 (Elderhostel)	<ul style="list-style-type: none"> · 50세 이상 일본 노인층을 겨냥한 단기 어학 프로그램 · 코스 1: 영국 체스터에서 379,000円~457,000円 <ul style="list-style-type: none"> - 기간: 15일간 / 22일간 - 영어연수&홈스테이 - 영어연수기관 / ENGLISH IN CHESTER · 코스 2: 영국 본머스에서 386,000円~535,000円 <ul style="list-style-type: none"> - 기간: 16일간 / 23일간 / 30일간 - 영어연수&홈스테이 - 영어연수기관 / Anglo · Continental · 코스 3: 영국이스트본에서 458,000円~469,000円 <ul style="list-style-type: none"> - 기간: 22일간 - 영어연수&홈스테이 - 영어연수기관 / EASTBOURNE SCHOOL OF ENGLISH 	
클럽투어리즘 (Club Tourism)	<ul style="list-style-type: none"> · 近畿日本tourist 사의 실버관광상품 <ul style="list-style-type: none"> - 일본 실버관광 최대 조직 – 여행과 여유를 접목 시킨 ‘여유 창조 산업’ 목표 - 여행친구가 필요하다는 컨셉에서 시작된 클럽 형태로 700만명의 회원 확보 - 활력있는 고령자 문화 창조를 목표로 전국 200개 이상의 클럽 조직 - 약 300만세대의 고객 데이터를 확보하고 고객 니즈에 부합된 차별화된 상품개발에 주력 - 고객과의 대화를 담당하는 전담 직원(일명 friendly staff)을 통해 고객과의 상담, 정보제공 등 지속적인 접점 유지 - 클럽활동, 고객 참가형 이벤트 등 지속적인 테마개발을 통한 상품의 차별화. 	
고액여행전문 여행 살롱, “로얄로드간자 (ロイヤルロード銀座)	<ul style="list-style-type: none"> · JTB 여행사의 고액여행전문 여행 살롱 <ul style="list-style-type: none"> - 퍼스트클래스나 초특급 호텔 등을 상품으로 한 주문식 여행상품 및 50세 이상의 고품격 여행 기획 - 쾌적한 환경, 일대일 고객 대응, 고객맞춤서비스가 성공 전략 	
혜택이 많은 지팡그클럽 (ジパング俱楽部)	<ul style="list-style-type: none"> · 65세 이상만 가입이 가능한 회원제 클럽 <ul style="list-style-type: none"> - 연회비 3,670円, JR線이용시 2~3% 할인 혜택 - 여행잡지 지팡그클럽(ジパング俱楽部) 매월 구독 가능 - 국내여행을 좋아하는 실버 계층에게 인기 	

자료 : 한국관광공사, 「2007 국내실버관광 실태조사」, 2007, pp.59~62.

<표 III-25> 제주방문 여행상품 현황(한큐 여행사)

구분	내용
여행상품 예시 1	여행사 한큐여행사
	일정 2박 3일
	금액 19,800엔~39,800엔
	호텔 Standard Class
	항공 후쿠오카-제주(아시아나)-후쿠오카
	코스 1일차: 제주도착→용두암→삼성현→제주 자연사 박물관→신라 면세점 (수요일 출발 경우 점심 돌솥비빔밥, 저녁 제주도 명물 흑돼지 갈비) 2일차: 성산일출봉(세계유산)→섬지코지→산굼부리→올레산책, 쉬리 언덕(중식: 꿩 샤브샤브 및 면세점 쇼핑, 석식: 전복) 3일차: 주상절리→산방산과 산방굴사→조안스튜디오→김치 등 선물 구입→공항(중식: 돌솥비빔밥)
	홈페이지 http://www.hankyu-travel.com/
여행상품 예시 2	여행사 한큐여행사
	일정 2박 3일
	금액 29,800엔(수요일 출발)~39,800엔(금요일 출발)
	호텔 라마다 프라자
	항공 간사이-제주-간사이
	코스 1일차: 제주도착→호텔 (석식: 흑돼지 갈비) 2일차: 도깨비 도로→쇼핑센터→천제연 폭포→영화 쉬리 촬영지→롯데면세점→주상절리→약천사→조안 스튜디오→호텔 이동 (조식: 성계미역국, 중식: 꿩 샤브샤브, 석식: 전복정식) 3일차: 조식→용두암→동문시장→신라 면세점→한국 식품점→공항 (중식: 돌솥비빔밥)
	홈페이지 http://www.hankyu-travel.com/

구분	내용
여행상품 예시 3	여행사 한큐여행사
	일정 2박 3일
	금액 65,800엔(수요일 출발)~79,800엔(목요일 출발)
	호텔 신라호텔
	항공 간사이-제주-간사이
	<p>1일차: 제주도착→시내관광→주상절리→약천사→천제연폭포→롯데면세점→호텔 (조식: 기내식, 중식: 돌솥비빔밥, 석식: 흑돼지 갈비)</p> <p>2일차: 조식→섬지코지→성산일출봉→태왕사신기 세트장→만장굴→민예품점→호텔 (조식: 옥돔정식, 중식: 꿩 샤브샤브, 석식: 없음)</p> <p>3일차: 조식→용두암→동문시장→삼성혈→한국 식품점→공항 (조식: 성계미역국 or 옥돔정식, 중식: 꿩 샤브샤브, 석식: 기내식)</p>
여행상품 예시 4	홈페이지 http://www.hankyu-travel.com/
	여행사 한큐여행사
	일정 3박 4일
	금액 74,800엔(일요일 출발)
	호텔 JEJU KAL HOTEL(1일, 2일), Superior Class(3일)
	항공 고마츠-인천-김포-제주-김포-고마츠
여행상품 예시 4	<p>1일차: 제주도착→호텔 (석식: 흑돼지 갈비)</p> <p>2일차: 제주시내 관광→만장굴→성산일출봉→우도관광→삼성혈→용두암→민예품점→호텔 (조식: 성계미역국, 중식: 고등어 조림, 석식: 해물모듬)</p> <p>3일차: 조식→한라산→천제연 폭포→주상절리→롯데면세점→한국식품점→제주공항→김포공항→고마츠 공항 (조식: 정식, 중식: 돌솥비빔밥, 석식: 불고기)</p> <p>4일차: 호텔→식료품점→공항</p>
	홈페이지 http://www.hankyu-travel.com/

구분	내용
여행상품 예시 5	여행사 한큐여행사
	일정 4박 5일
	금액 59,800엔(일요일 출발)
	호텔 Standard Class(1일), Superior Class(2,3,4일)
	항공 다카마스-김포-제주-김포-인천-다카마스
	1일차: 서울도착→호텔
	2일차: 서울시내 관광(종묘→남산 한옥마을→남대문)→제주공항→용두암→신라면세점 (조식: 정식, 중식: 돌솥비빔밥, 석식: 흑돼지 갈비)
	3일차: 조식→태왕사신기 세트장→만장굴→성산일출봉→섬지코지→대장금 세트장→민예품점 (조식: 해장국, 중식: 해물뚝배기, 석식: 옥돔구이)
	4일차: 조식→도깨비 도로→한라산 1100고지→천제연 폭포→산방굴사→면세점 (조식: 전복죽, 중식: 꿩 샤브샤브, 석식: 전복 영양솥밥)
	5일차: 조식→삼성혈→자연사 박물관→동문시장→한국식품점→제주공항→김포공항→인천공항→다카마스 공항 (조식: 성게 미역국, 중식: 야채 불고기)
홈페이지	http://www.hankyu-travel.com/

<표 III-26> 제주방문 여행상품 현황(JTB 여행사)

구분	내용
여행상품 예시 1	여행사 JTB 여행사
	일정 2박3일
	금액 39,800엔
	호텔 B등급 호텔
	항공 나리타-제주-나리타
	<p>1일차: 제주도착→용두암→도깨비 도로→신라 면세점→늘봄→호텔</p> <p>2일차: 태왕사신기 세트장→만장굴→올레길→성산일출봉→섬지코지 →성읍민속마을→해비치 호텔→민예품점→호텔 (옵션: 한류뮤지컬 난타 감상 1인 8000엔 석식포함)</p> <p>3일차: 12시까지 자유시간→한국 식품점→공항</p>
여행상품 예시 2	홈페이지 http://www.jtb.co.jp
	여행사 JTB 여행사
	일정 2박3일
	금액 59,800엔
	호텔 JEJU KAL HOTEL
	항공 나리타-제주-나리타
여행상품 예시 3	<p>1일차: 제주도착→용두암→도깨비 도로→신라 면세점→늘봄→호텔</p> <p>2일차: 태왕사신기 세트장→만장굴→올레길→성산일출봉→섬지코지 →성읍민속마을→해비치 호텔→민예품점→호텔 (옵션: 한류뮤지컬 난타 감상 1인 8000엔 석식포함)</p> <p>3일차: 12시까지 자유시간→한국 식품점→공항</p>
	홈페이지 http://www.jtb.co.jp
	여행사 JTB 여행사
	일정 2박3일
	금액 55,800엔
	호텔 B등급 호텔
여행상품 예시 3	항공 나리타-제주-나리타
	<p>1일차: 제주도착→면세점 쇼핑→호텔</p> <p>2일차: a코스 - 성산일출봉 만끽 플랜: 한라산→제주민속촌→섬지코지→만장굴→호텔 (중식: 흑돼지 갈비)</p> <p>b코스 - 제주도 서해안 만끽플랜: 한라산→협재굴→쌍용굴→용머리해안→천제연 폭포→외돌개→주상절리→호텔 (중식: 꿩 샤브샤브)</p> <p>3일차: 출발까지 자유시간→공항</p>
	홈페이지 http://www.jtb.co.jp

구분	내용
여행상품 예시 4	여행사 JTB 여행사
	일정 2박3일
	금액 84,800엔
	호텔 특급호텔
	항공 간사이-제주-간사이
	<p>1일차: 제주도착→한라산 중턱 고수목마→도깨비 도로→사라봉→신라 면세점→용연야경→카지노</p> <p>2일차: 영실기암→감귤박물관→정방폭포→드라마 촬영지→롯데호텔→주상절리→컨벤션센터→조안 스튜디오→호텔</p> <p>3일차: 용두암→성산일출봉→성읍 민속마을→식품점 쇼핑→공항</p>
여행상품 예시 5	홈페이지 http://www.jtb.co.jp
	여행사 JTB 여행사
	일정 3박4일
	금액 91,800엔
	호텔 하얏트 호텔
	항공 나리타-제주-나리타
여행상품 예시 6	<p>1일차: 제주도착→면세점 쇼핑→호텔</p> <p>2일차: 자유여행(선택옵션 요금 추가)</p> <p>a코스 - 삼성혈→만장굴→성산일출봉→천제연 폭포→주상절리→한라산→호텔</p> <p>b코스 - 태왕사신기 세트장→섬지코지→제주민속촌→외돌개→쉬리언덕→조안스튜디오→면세점→호텔</p> <p>3일차: 자유여행</p> <p>4일차: 출발까지 자유시간→공항</p>
	홈페이지 http://www.jtb.co.jp
	여행사 JTB 여행사
	일정 2박3일
	금액 84,800엔
	호텔 JEJU KAL HOTEL
여행상품 예시 6	항공 간사이-제주-간사이
	<p>1일차: 제주도착→용두암→삼성혈→동문시장→면세점→호텔 (중식: 돌솥비빔밥, 석식: 해물뚝배기)</p> <p>2일차: 성산일출봉→만장굴→산굼부리→섬지코지→성읍민속마을→호텔 (중식: 옥돔구이, 석식: 흑돼지 갈비)</p> <p>3일차: 한라산→천제연 폭포→주상절리→약천사→도깨비 도로→면세점→공항(중식: 꿩 샤브샤브)</p>
	홈페이지 http://www.jtb.co.jp

구분	내용
여행상품 예시 7	여행사 JTB 여행사
	일정 2박3일
	금액 73,800엔
	호텔 라마다 프라자
	항공 간사이-제주-간사이
	코스 <p>1일차: 제주도착→용두암→삼성혈→동문시장→면세점→호텔 (중식: 돌솥비빔밥, 석식: 해물뚝배기)</p> <p>2일차: 성산일출봉→만장굴→산굼부리→섬지코지→성읍민속마을→호텔 (중식: 옥돔구이, 석식: 흑돼지 갈비)</p> <p>3일차: 한라산→천제연 폭포→주상절리→약천사→도깨비 도로→면세점→공항(중식: 꿩 샤브샤브)</p>
	홈페이지 http://www.jtb.co.jp

3) 중국인 고령자 대상 관광상품 현황

- 조사대상 여행사 중, 제주를 목적지로 하는 고령자 관광상품은 유사한 한 개의 여행상품이 있었으며, 나머지는 일반 여행상품임.
- 중국 국제여행사의 제주도를 목적지로 하는 여행상품 중 상품가격, 여행일정, 여행코스, 쇼핑 등을 살펴보면 다음과 같음.
 - 여행상품가격은 4,100위안부터 4,880위안까지 다양하게 구성됨. 체재기간은 제주 상품인 경우 3박 4일이며, 타 지역과 연계된 상품은 4박 5일- 5박 6일 상품임.
 - 쇼핑은 주로 면세점, 화장품·특산품 가게 등에서 하고 있는 것으로 나타남.
 - 공연관광상품은 한류뮤지컬 난타로 구성되어 있음. 김치만들기 체험 프로그램이 있다는 점이 독특함.

- 제주시내 방문지는 용두암, 제주민속박물관 등임. 동부권인 경우 성산일출봉, 섭지코지, 성읍민속마을 등이 주요 코스에 포함됨. 서귀포중문권의 경우 주상 절리대, 천지연폭포, 테디베어박물관, 롯데호텔(풍차관람) 등이 주요 코스임. 드라마·영화 촬영지는 대장금 촬영지 등이 주요 코스로 구성됨. 그 외 신비의 도로, 해안도로, 한라산 어리목 코스, 한라산 자연전시관 등이 방문코스로 구성됨.
- 중국 청년여행사의 제주도를 목적지로 하는 여행상품중 상품가격, 여행일정, 여행코스, 쇼핑 등을 살펴보면 다음과 같음.
 - 여행상품가격은 4,100위안부터 4,880위안까지 다양하게 구성됨. 체재기간은 제주 상품인 경우 3박 4일이며, 타 지역과 연계된 상품은 4박 5일- 5박 6일 상품임.
 - 쇼핑은 주로 자수정 가공공장, 중앙로 지하상가 등에서 하고 있는 것으로 나타남.
 - 공연관광상품은 한류뮤지컬 난타로 구성되어 있음.
 - 제주시내 방문지는 용두암, 제주민속박물관, 한라수목원 등임. 동부권인 경우 성산일출봉, 섭지코지, 성읍민속마을 등이 주요 코스에 포함됨. 서귀포중문권의 경우 정방폭포, 서복전시관, 분재예술원, 천지연폭포, 테디베어박물관, 월드컵경기장 등이 주요 코스이며, 사찰은 약천사가 주요 방문코스로 구성됨. 그 외 신비의 도로 등이 방문코스로 구성됨.
 - 예시상품 8은 연령기준 제시는 없지만 붉은 저녁노을 이란 패키지 이름으로 고령자를 대상으로 함(노인을 저녁노을로 비유함).

<표 III-27> 중국 여행사의 제주 여행상품 예시

구분	내용
여행상품 예시 1	여행사 중국 국제여행사
	일정 5박6일
	금액 4,880위안
	호텔 5성급 호텔
	항공 심양-인천-김포-제주-김포-심양
	코스 1일차: 인천도착→김포→제주→호텔 2일차: 조식→테디베어 박물관→성읍민속촌→중식→성산일출봉→섬지 코지→용두암→난타공연→식식→호텔 3일차: 조식→서울이동→통일전망대→한강유람(식사포함)→호텔 4일차: 조식→경복궁→국립민속박물관→청와대→남산한옥마을→남산 타워→광화문 광장→청계천(식사포함)→호텔 5일차: 조식→동대문 시장→명동→청담동 등 자유여행 및 쇼핑 6일차: 조식→특산물 판매처→인천→심양
	홈페이지 www.cits.com.cn
여행상품 예시 2	여행사 중국 국제여행사
	일정 5박6일
	금액 4,480위안
	호텔 4성급 호텔
	항공 북경-제주-부산-경주-대구-청주-서울-인천-북경
	코스 1일차: 북경→제주→해녀박물관→성산일출봉→섬지코지→호텔 2일차: 조식→대장금 촬영지→주상절리대→테디베어박물관→신비의도 로→호텔 3일차: 조식→부산→광안리대교→APEC회의장→경주→불국사→대구→호텔 4일차: 조식→청주→허브공원→애버랜드→서울→청계천→서울광장→ 서울야경→워커힐 호텔→호텔 5일차: 조식→경복궁→청와대→광화문광장→고려삼 판매처→한국화장 품 판매처 6일차: 조식→특산물 판매처→인천→북경
	홈페이지 www.cits.com.cn

구분	내용
여행상품 예시 3	여행사 중국 국제여행사
	일정 3박4일
	금액 4,050위안
	호텔 5성급 호텔
	항공 상해-제주-상해
	<p>1일차: 상해→제주→해안도로→용두암→신비의 도로→호텔</p> <p>2일차: 조식→성산일출봉→섬지코지→성읍민속촌→천지연폭포→중문 관광단지→롯데호텔(풍차관람)→롯데DFS→테디베어 박물관</p> <p>3일차: 조식→제주민속박물관→한라산 어리목 코스→한라산 자연전시관→ 한국화장품 판매처→DFS신라면세점→해수온천→김치만들기 체험</p> <p>4일차: 조식→고려인삼전시관→자수정 가공공장→특산품 판매처→중 앙로상가→상해</p>
여행상품 예시 4	홈페이지 www.cits.com.cn
	여행사 중국 국제여행사
	일정 4박5일
	금액 4,100위안
	호텔 4성급 호텔
	항공 상해-서울-제주-부산-상해
여행상품 예시 4	<p>1일차: 상해→서울→경복궁→민속박물관→청와대→한국 전통춤→호텔</p> <p>2일차: 조식→청계천→한강유람선→63빌딩→자수정 가공공장→인삼판 매처→호텔</p> <p>3일차: 조식→도라 전망대→임진각→자유의 다리→명동→동대문시장→서 울→제주→용두암→신비의 도로→호텔</p> <p>4일차: 조식→성산일출봉→성읍민속촌→섬지코지→해안도로→천지연 폭포→화장품판매처→특산물 판매처→호텔</p> <p>5일차: 조식→부산→용두산 공원→국제시장→상해</p>
	홈페이지 www.cits.com.cn

구분	내용
여행상품 예시 5	여행사 중국청년여행사
	일정 4박5일
	금액 3,580위안
	호텔 4성급 호텔
	항공 천진-인천-제주-인천-천진
	<p>1일차: 천진→인천→제주→호텔</p> <p>2일차: 조식→섭지코지→성읍민속촌→테디베어박물관→약천사→호텔</p> <p>3일차: 조식→용두암→서울→경복궁→국립민속박물관→고려인삼 판매처→자수정가공공장→청와대→한국명품화장품 판매처→동대문 자유 쇼핑→호텔</p> <p>4일차: 조식→통일전망대→한가유람→63빌딩→김치학원→면세점→워 커힐 호텔→호텔</p> <p>5일차: 조식→인천→천진</p>
	홈페이지 www.cytsonline.com
여행상품 예시 6	여행사 중국청년여행사
	일정 4박5일
	금액 3,480위안
	호텔 4성급 호텔
	항공 광주-인천-서울-제주-서울-인천-광주
	<p>1일차: 광주→인천→서울→호텔</p> <p>2일차: 조식→통일전망대→한국성형문화탐방→청계천→광화문광장→서울→제주→호텔</p> <p>3일차: 조식→용두암→성선일출봉→섭지코지→성읍민속촌→테디베어 박물관→신비의 도로→호텔</p> <p>4일차: 조식→서울→김치체험관→경복궁→청와대→인삼판매처→해파텍 트→화장품판매처→특산품 판매처→명동→워커힐 호텔→호텔</p> <p>5일차: 조식→인천→광주</p>
	홈페이지 www.cytsonline.com

구분	내용
여행상품 예시 7	여행사 중국청년여행사
	일정 4박5일
	금액 6,500위안
	호텔 5성급 호텔
	항공 상해-인천-서울-제주-서울-인천-상해
	<p>1일차: 상해→인천→제주→저녁만찬→호텔</p> <p>2일차: 조식→용두암→감귤농장→성산일출봉→점심식사(흑돼지오겹살) →정방폭포→서복전시관→분재예술원→신비의 도로→저녁특식 (전복특식)</p> <p>3일차: 조식→서울→통일전망대→점심식사(한정식)→명동(자유쇼핑)→화장 품 판매처→저녁특식(한우)→호텔</p> <p>4일차: 조식→조선왕조문화탐방→인삼판매처→점심식사(전주비빔밥)→ 한식마사지→워커힐 호텔→혜파텍트→화장품판매처→특산품 판매처→명동→워커힐 호텔 공연→저녁식사(고급부페)→호텔</p> <p>5일차: 조식→월드컵경기장→인천→상해</p>
	홈페이지 www.cytsongline.com
여행상품 예시 8	여행사 중국청년여행사
	일정 4박5일
	금액 3,380위안
	호텔 5성급 호텔
	항공 북경-제주-북경
	<p>1일차: 북경→제주→호텔</p> <p>2일차: 조식→성산일출봉→섬지코지→성읍민속촌→김치박물관→석식 →호텔</p> <p>3일차: 조식→한라수목원→중문관광단지→약천사→천지연폭포→월드 컵경기장→자수정 가공공장→난타공연→석식→호텔</p> <p>4일차: 제주도 자유여행</p> <p>5일차: 조식→용두암→민속박물관→중앙로 지하상가→북경</p>
	홈페이지 www.cytsongline.com

IV. 고령자 관광객 실태조사

1. 외국인 고령자 관광객 실태조사²⁵⁾

1-1. 분석 개요

가. 분석 목적

- 2009년 외래관광객 여론조사 데이터를 활용하여 외국인 고령자 관광객의 한국 여행실태 및 한국 여행 평가와 여행성향을 비고령자 관광객과 비교·분석하고자 함.
- 도출된 결과를 바탕으로 향후 제주도에서 외국인 고령자 관광객 유치 증대 및 관광수용태세 개선을 위한 관광정책 수립의 기초 자료를 제공하고자 함.

나. 조사 방법 및 자료 개요

- 조사대상 : 한국을 방문한 후 출국하는 외래관광객(만 15세 이상으로 체류기간 1박 이상, 90일 이하)
- 조사장소 : 인천공항, 김포공항, 제주공항, 김해공항, 인천항, 부산항
- 조사기간 : 2009년 1월부터 12월까지
- 조사방법 : 공항 및 항구 출국대기실에서 탑승 대기 중인 외래 관광객들에게 조사 취지를 설명 후 설문지 배포
- 설문지 언어 : 구조화된 설문지로 영어, 일어, 중국어, 태국어, 독어, 불어, 러시아어의 8개 언어로 된 설문지 사용

25) 본 자료 분석에 사용된 데이터는 국가승인통계인 2009년 외래관광객 실태조사의 원자료를 한국문화관광연구원으로부터 제공받아 연구의 성격에 맞게 재분석한 내용임.

- 표본크기 : 11,912명
- 표본추출방법 : 5월까지는 국가별 유의할당(Quota Sampling)으로 추출, 6월부터는 소규모 표본총을 분석하는데 오차를 최소화하기 위해 월별 국가별 30표본 배분 후, 2008년 입국자수 제곱근 비례배분 할당으로 추출함.

다. 자료처리 방법

- 수집된 자료는 Editing, Coding, Punching 과정을 거쳐 SPSS(Statistical Package for the Social Sciences) 프로그램으로 전산처리하였고, 거주국, 방한목적 등 필요한 독립변수별로 조사결과 집계표를 작성하여 표시하였다.
- 유효표본 선정기준 : 수집된 표본 중 응답내용이 부실한 설문지를 제외하고 유효표본은 11,912명으로 구성됨.
- 가중치(Weighting) : 유효표본을 2009년 1~12월간 국적별, 월별 입국비율에 따라 가중치를 주는 것으로, 이때 매월 국적별 입국자수를 고려하여 모수(평균, 비율)에 대한 추정치를 계산하였고, 입국자의 국적을 총으로 하여 사후총화를 실시하고 추출률(=국적별 표본크기/입국자수)의 역수를 가중치로 적용하여 모수에 대한 추정을 수행하였다.

라. 조사 내용

- 한국 여행실태 : 방문횟수, 방문시기, 방문목적, 다른 국가 방문 검토 여부, 한국 방문 선택 고려요인, 한국 여행정보 입수 경로, 동반자 현황, 체재기간, 이용 숙박시설, 한국 여행 중 방문지, 인상 깊은 방문지, 여행 형태, 관광활동
- 소비실태 : 지출경비 및 쇼핑 실태

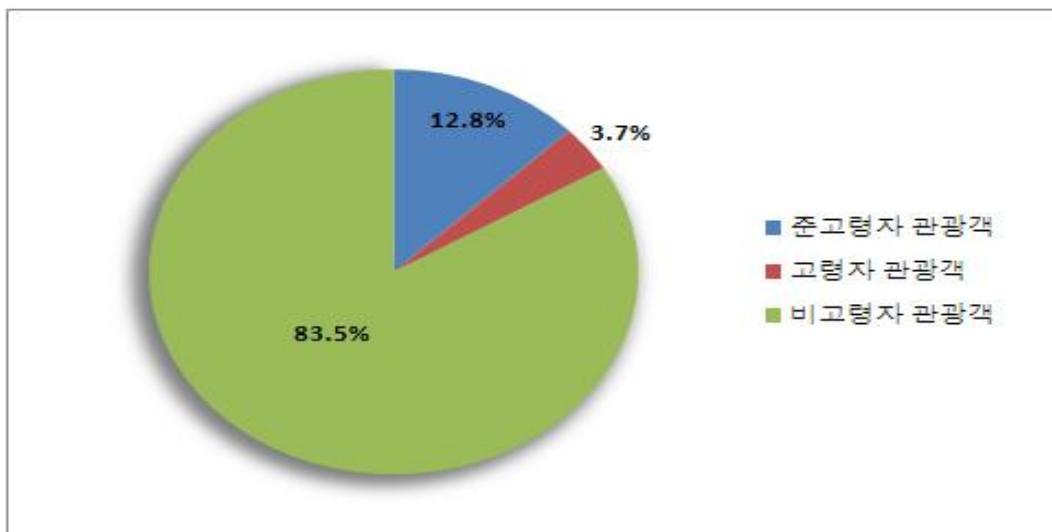
- 한국 여행 평가 : 만족도, 인상 깊었던 점, 불편사항, 향후 3년 내 한국 재방문 의향, 타인 추천 의향, 한국 여행 후 이미지 변화
- 인구통계적 질문 : 주거 국가, 성별, 생년월일, 학력, 직업, 연평균 소득

1-2. 분석결과

가. 방한 외국인 관광객 연령층 시장구조

- [그림 IV-1]에서 보는 바와 같이, 조사대상 방한 외국인 관광객 중 만 55세 이상의 관광객은 16.5%로 나타났으며, 이중 준고령자(55세~64세) 관광객은 12.8%이고, 고령자(65세 이상) 관광객은 3.7%로 조사되었음.
- [그림 IV-2]에서 나타난 것과 같이, 조사대상 방한 외국인 관광객 중 12.4%가 제주도를 방문한 것으로 조사되었음.

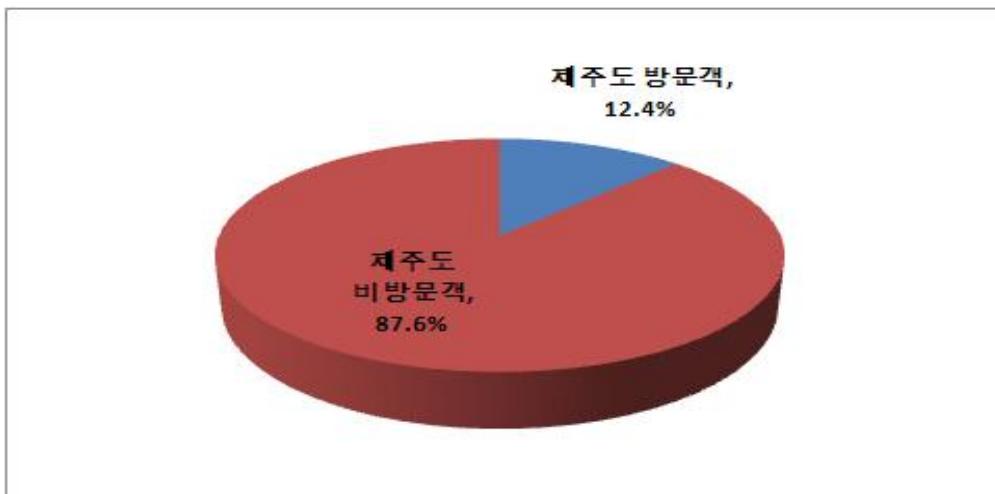
[그림 IV-1] 방한 외국인 관광객 연령층 시장구조



주: 전체 응답자 11,912명 중에서 출생년도에 대한 질문에서 무응답자(103명)를 제외한 11,809명에 대하여 2009년 현재 나이를 기준으로 세 집단의 연령층별 관광객으로 구분하였음(54세 이하=비고령자; 55세~64세=준고령자; 65세 이상=고령자 관광객).

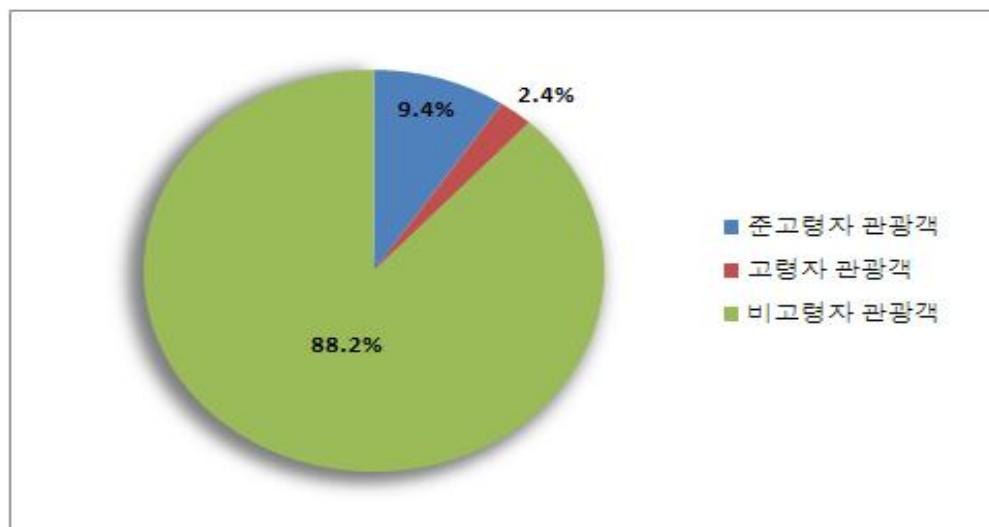
- 12.4%의 제주도 방문 외국인 관광객 중 11.8%가 만 55세 이상의 관광객인 것으로 추정되었으며, 이중 9.4%는 55세에서 64세까지의 준고령자 관광객들이고, 2.4%는 65세 이상의 고령자 관광객들인 것으로 나타났음[그림 IV-3].

[그림 IV-2] 방한 외국인 관광객 시장구조: 제주도 방문객 vs. 비방문객



주: 전체 유효표본=11,912(제주도 방문객=1,478명; 비방문객=10,434명)

[그림 IV-3] 제주도 방문객 연령층 시장구조



주: 제주도 방문객 1,478명 중에서 출생년도에 대한 무응답자(18명)를 제외한 1,460명을 대상으로 2009년 현재 나이를 기준으로 세 집단의 연령층별 관광객으로 구분하였음(54세 이하=비고령자; 55세~64세=준고령자; 65세 이상=고령자 관광객).

나. 거주 국가

- 준고령자(55세-64세)는 일본인 관광객들(60.8%)이 가장 많은 것으로 조사되었으며, 다음으로는 미주(11.6%), 중국(4.8%), 유럽(4.6%) 등의 국가에서 고령자 관광객들의 비율이 높았음.
- 65세 이상의 외국인 고령자 관광객들의 국가별 비율도 준고령자와 비슷하게 나타났음(일본 57.2%, 미주 16.0%, 유럽 4.2%, 중국 3.7%).
- 특히 일본과 미주 지역의 외국인 비고령자(54세 이하) 관광객들의 비율은 준고령자 또는 고령자의 비율보다 훨씬 낮은 것으로 조사되었음.
- 반면 중국인 비고령자 관광객들의 비율은 19.9%로 고령자 관광객들의 비율(3.7%-4.8%)보다 훨씬 높은 것으로 나타났음.

<표 IV-1> 방한 외국인 관광객의 연령층별 거주 국가

(단위: %)				
구 분	비고령자 관광객 (54세 이하)	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체
사례수	9,866 (83.5%)	1,510 (12.8%)	433 (3.7%)	11,809 (100.0%)
일 본	36.5	60.8	57.2	40.4
중 국	19.9	4.8	3.7	17.4
홍 콩	3.2	1.1	0.5	2.8
대 만	5.5	2.0	2.5	5.0
호 주	1.2	1.5	3.0	1.3
중 동	1.0	0.8	0.2	0.9
인 도	1.1	0.3	0.2	1.0
미 주	8.9	11.6	16.0	9.5
유 럽	5.3	4.6	4.2	5.1
동남아	5.5	2.5	1.6	5.0
기 타	11.8	10.1	10.9	11.6

주: 교차분석 유의수준 *** $p < 0.001$

다. 인구통계적 특성

- 성별에 따른 외국인 관광객 연령층을 살펴보면, 전체적으로 조사대상 방한 외국인 관광객들은 남성이 여성보다 많은 것으로 조사되었음.
 - 특히 준고령자(55세-64세) 관광객들의 남성의 비율은 비고령자나 고령자 관광객들의 남성 비율보다 상대적으로 훨씬 높게 나타났음.
- 학력별로 살펴보면, 고령자 관광객(65세 이상)들은 고졸이하의 비율이 비고령자나 준고령자 관광객들에 비해 상대적으로 높게 나타난 반면, 비고령자 관광객(54세 이하)은 대학교 졸업에서 높게 나타났으며, 고령자(65세 이상)는 대학원 이상에서 다른 연령층에 비해 상대적으로 높게 나타났음.
- 외국인 관광객들 중 준고령자 관광객들의 연평균 수입이 비고령자나 고령자 관광객들에 비해 상대적으로 높은 것으로 조사되었음.
- 연간수입 50,000달러 이상은 준고령자 관광객들의 비율이 45.9%인 반면, 비고령자 관광객들의 비율은 31.1%, 고령자 관광객들의 비율은 22.4%로 나타났음.
- 비고령자 관광객들의 직업은 사무, 기술직, 판매/서비스직, 생산/기능/노무직 또는 기타 직업의 종사자가 준고령자나 고령자 관광객들에 비해 높은 비율을 차지하고 있는 것으로 나타났음.
- 준고령자 관광객들의 직업은 공무원이나 군인, 기업인/경영직이나 자영업자의 비율이 다른 연령층에 비해 높게 나타났음.
- 고령자 관광객들의 직업은 전문직, 주부, 은퇴자 또는 무직의 비율이 다른 연령층에 비해 높게 나타났음.

<표 IV-2> 방한 외국인 관광객의 연령층별 인구통계적 특성

구 분		비고령자 관광객 (54세 이하)	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	(단위: %)
사례수		9,866 (83.5%)	1,510 (12.8%)	433 (3.7%)	11,809 (100.0%)
성별***	남성	52.1	58.3	50.1	52.8
	여성	47.9	41.7	49.9	47.2
학력별***	고졸이하	20.2	31.3	49.2	22.6
	대졸	55.8	44.4	26.1	53.2
	대학원이상	15.8	15.1	16.4	15.8
	기타	6.3	5.6	5.1	6.2
	모름/무응답	1.9	3.6	3.2	2.1
연수입***	10,000달러 이하	6.1	2.0	1.8	5.4
	10,001 ~ 30,000달러	11.2	4.2	6.7	10.1
	30,001 ~ 50,000달러	7.9	6.5	8.1	7.8
	50,001 ~ 100,000달러	18.8	22.5	10.6	19.0
	100,001 달러 이상	12.3	23.4	11.8	13.7
	모름/ 무응답	43.7	41.4	61.1	44.0
직업별***	공무원, 군인	5.6	6.7	1.8	5.6
	기업인, 경영직	17.1	21.4	8.5	17.3
	사무, 기술직	20.4	12.5	3.9	18.8
	판매, 서비스직	10.6	3.6	0.2	9.3
	전문직	8.9	9.1	10.4	8.9
	생산/기능/노무직	2.6	1.8	0.9	2.4
	자영업자	8.9	15.1	10.9	9.8
	학생	10.8	0.0	0.5	9.0
	주부	6.6	16.6	31.2	8.7
	은퇴자	0.3	5.6	23.1	1.8
	무직	0.9	1.4	3.5	1.0
	기타	6.4	5.3	2.8	6.2
	무응답	0.9	0.9	2.3	1.0

주: *** $p < 0.001$

라. 여행형태와 방문목적 및 최근 3년간 방문 횟수

- 여행형태별로 살펴보면, 전체적으로 개별여행의 비율이 단체여행이나 Air-tel Package Tour보다 훨씬 높게 나타났음.
- 그러나 나이가 많은 집단일수록 단체여행의 비율이 높아지는 경향이 있는 것으로 조사되었고, 특히 65세 이상의 고령자 관광객들의 단체여행에 대한 비율이 비고령자나 준고령자 관광객들에 비해 상대적으로 높게 나타났음.
- 한국방문 목적별로 세부적으로 살펴보면 다음과 같음.
 - 비고령자 관광객들은 사업 또는 전문활동 목적의 비율이 다른 연령층에 비해 높게 나타난 반면, 준고령자(55세-64세) 관광객들은 친구/친지방문 또는 종교 및 순례 목적이 여행이 다른 연령층에 비해 상대적으로 높게 나타났음.
 - 고령자(65세 이상) 관광객들은 여가, 위락, 휴가 목적이나 건강 및 치료 목적의 방문이 다른 연령층에 비해 상대적으로 높게 나타났음.
- 비고령자 관광객들의 첫방문 비율이 57.9%로 나타나 준고령자나 고령자 관광객들에 비해 상대적으로 높은 것으로 조사되었음.
- 최근 3년간 방문횟수에서는 준고령자 관광객들이 4.64회로 나타나 비고령자나 고령자 관광객들에 비해 준고령자 관광객들의 재방문 비율이 상대적으로 높은 것으로 나타났음.
- 여가/위락/휴가 목적 관광객들의 한국방문 목적을 자세히 살펴보면, 준고령자나 고령자 관광객들은 순수 관광목적이 비고령자 관광객들에 비해 상대적으로 높은 것으로 조사되었음.

<표 IV-3> 방한 외국인 관광객의 여행형태와 방문목적 및 방문횟수

(단위: %)

구 분		비고령자 관광객 (54세이하)	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세이상)	전체
사례수		9,866 (83.5%)	1,510 (12.8%)	433 (3.7%)	11,809 (100.0%)
여행 형태	개별여행	62.6	61.8	57.9	62.3
	단체여행	26.3	27.8	31.7	26.7
	Air-tel Package Tour ¹⁾	11.0	10.4	10.4	10.9
한국방문 목적***	여가, 위락, 휴가	47.2	47.7	57.5	47.6
	친구, 친지 방문	11.1	14.0	11.5	11.5
	사업 또는 전문활동	36.9	34.6	25.6	36.2
	건강 및 치료	0.2	0.3	0.9	0.2
	종교 및 순례	0.8	1.5	1.2	0.9
	기타	3.8	1.9	3.2	3.5
이번 여행을 포함한 최근 3년간 한국방문 횟수***	1회	57.9	46.7	54.0	56.4
	2회	15.0	13.2	19.6	14.9
	3회	7.9	12.0	3.9	8.2
	4회 이상	19.2	28.1	22.4	20.5
최근 3년간 한국방문 횟수(평균)***		3.62회b	4.64회a	3.45회b	3.74회
사례수		4,661 (82.8%)	720 (82.8%)	249 (4.4%)	5,630 (100.0%)
여가/위락/휴가 목적 관광객의 한국방문 목적***	관광목적	91.8	96.4	97.6	92.6
	신혼여행	1.0	0.0	0.0	0.9
	수학여행	1.5	0.4	0.0	1.3
	동호인 단체여행	1.9	2.2	1.2	1.9
	직장 인센티브 여행	3.7	1.0	0.4	3.2
	무응답	0.0	0.0	0.8	0.1

주: ¹⁾ Air-tel package tour는 semi-package tour를 가리킴; 교차분석 및 분산분석 유의수준 *** $p < 0.001$; a > b는 분산분석에서의 사후검정 결과임.

마. 다른 국가 방문 검토 여부와 방문 검토 국가

- 다른 국가 방문 검토 여부 결과를 살펴보면, 연령이 높은 집단일수록 여행계획시 처음부터 한국을 목적지로 선정하는 경향이 높은 것으로 나타났으며, 반대로 연령층이 낮을 수록 다른 국가와 비교하여 한국을 목적지로 선정했던 것으로 조사되었음.
- 다른 국가와 비교하여 한국을 목적지로 선정한 외래 관광객들 중, 비고령자(54세 이하) 관광객들은 일본(43.0%), 대만(14.6%), 태국(13.3%), 홍콩(11.5%) 등의 국가들과 많이 비교한 것으로 조사되었음.
- 한편 준고령자(55세-64세) 관광객들은 일본(21.4%), 태국(14.3%), 중국(10.0%) 등의 국가를 한국과 비교한 반면, 고령자(65세 이상) 관광객들은 중국(25.0%), 태국(25.0%), 호주(16.7%) 등의 국가들과 많이 비교한 것으로 나타났음.
- 준고령자 관광객들의 비교국가들 중에서 미국, 캐나다, 인도의 비율은 다른 연령층에 비해 상대적으로 높게 나타났으며, 고령자 관광객들의 비교국가들로는 중국, 태국, 호주 등의 비율이 다른 연령층에 비해 상대적으로 높게 나타났음.

<표 IV-4> 방한 외국인 관광객의 다른 국가방문 검토

(단위: %)

구 분	비고령자 관광객 (54세 이하)	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체
사례수	4,660 (82.8%)	721 (12.8%)	246 (4.4%)	5,627 (100%)
다른 국가 방문 검토 여부***	여행 계획시 처음부터 한국을 목적지로 선정	86.9	90.3	94.4
	다른 국가와 비교하여 한국을 목적지로 선정	13.1	9.7	4.8
사례수	610 (88.2%)	70 (10.2%)	12 (1.7%)	692 (100%)
방문 국가 ¹⁾	일 본	43.0	21.4	8.3
	중 국	8.7	10.0	25.0
	홍 콩	11.5	5.7	0.0
	싱가폴	5.6	4.3	0.0
	대 만	14.6	8.6	0.0
	호 주	4.1	0.0	16.7
	태 국	13.3	14.3	25.0
	미 국	3.8	4.3	0.0
	캐나다	0.0	4.3	0.0
	영 국	1.3	0.0	0.0
	독 일	0.5	0.0	0.0
	프랑스	0.5	0.0	0.0
	러시아	0.8	0.0	0.0
	인 도	0.8	2.9	0.0
	말레이시아	3.9	1.4	8.3
	중 동	0.7	0.0	0.0
	기 타	13.9	21.4	33.3
	모름/무응답	2.5	2.9	0.0
				2.5

주: 무응답자를 제외하고 여가/위락/휴가 목적 관광객들만 대상으로 얻어진 결과임(n=5,627); ¹⁾ 다른 국가와 비교하여 한국을 목적지로 선정한 응답자들(n=692)에 대한 복수응답 결과임.

바. 한국방문 선택 고려 요인

- 방문 외국인 관광객들의 한국방문 선택 고려 요인 중 전체적으로 쇼핑(56.6%)이 가장 높았고, 다음으로는 음식/미식탐방(42.1%), 경제적 여행비용(38.5%), 가까운 거리(37.7%), 자연풍경 감상(21.8%), 역사/문화유적(20.8%) 등의 순으로 나타났음.

- 외국인 비고령자(54세 이하) 관광객들은 쇼핑, 패션, 유행 등 세련된 문화, 유홍/놀이시설, 드리마/영화 촬영지 방문, 한류 스타 팬 미팅 경험 등의 요인을 다른 연령층에 비해 한국방문 선택시 더 중요하게 고려했던 것으로 조사되었음.
- 반면 준고령자(55세~64세) 관광객들은 가까운 거리, 음식/미식탐방, 안전 등이 다른 연령층에 비해 한국방문 선택시 상대적으로 더 중요하게 고려했던 것으로 나타났음.
- 한편 고령자(65세 이상) 관광객들은 경제적 여행비용, 역사/문화유적, 자연풍경 감상, 휴양/휴식, 숙박시설이나 편리한 교통 등이 다른 연령층에 비해 한국방문 선택시 상대적으로 더 중요하게 고려했던 것으로 조사되었음.

<표 IV-5> 방한 외국인 관광객의 한국방문 선택 고려 요인

(단위: %)

구 분	비고령자 관광객 (54세 이하)	준고령자 관광객 (55세~ 64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체
사례수	4,661 (82.8%)	720 (82.8%)	249 (4.4%)	5,630 (100.0%)
쇼핑	58.4	49.6	43.4	56.6
음식/미식탐방	42.2	45.7	31.3	42.1
경제적인 여행비용	38.1	37.1	50.2	38.5
가까운 거리	35.3	49.2	47.8	37.7
자연풍경 감상	22.5	16.7	23.7	21.8
역사/문화유적	19.2	27.5	30.9	20.8
휴양/휴식	14.2	13.5	15.7	14.2
유홍/놀이시설	12.0	9.0	2.8	11.2
패션, 유행 등 세련된 문화	12.8	2.8	3.2	11.1
안전	8.7	12.4	6.4	9.0
드라마/영화촬영지 방문, 한류스타 팬 미팅 경험	8.9	8.5	5.2	8.7
기후/뚜렷한 사계절	7.0	2.2	4.0	6.3
숙박 시설/ 편리한 교통	3.9	5.1	6.8	4.2
기타	5.1	3.6	7.2	5.0

주: 여가/위락/휴가 목적 관광객만을 대상으로 한 결과이며, 1~3순위까지의 복수응답에 대한 결과임.

사. 한국 여행정보 입수경로

- 한국 여행정보 입수경로에 대한 결과를 살펴보면, 전체적으로 인터넷(61.0%)이 가장 높게 나타났고, 친지/친구/동료(53.0%), 여행사(38.2%), 관광안내서적(33.4%) 등이 높게 나타났음.
- 준고령자나 고령자 관광객들은 여행사, 보도(TV, 라디오, 신문, 잡지 등), 항공사/호텔 등 관광기업으로부터 한국 여행에 대한 정보를 비고령자 관광객들에 비해 상대적으로 더 많이 얻는 것으로 조사되었음.
- 한편, 정보를 얻지 않았다는 준고령자나 고령자 관광객들의 비율도 비고령자들에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났음.

<표 IV-6> 방한 외국인 관광객의 한국 여행정보 입수경로

구 분	비고령자 관광객 (54세 이하)	준고령자 관광객 (55~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	(단위: %)
사례수	9,866(83.5%)	1,510(12.8%)	433(3.7%)	11,809 (100.0%)
인터넷	64.8	43.6	34.2	61.0
친지, 친구, 동료	54.1	49.1	42.6	53.0
여행사	38.0	37.5	44.0	38.2
관광안내서적	34.2	30.1	27.0	33.4
보도 (TV, 라디오, 신문, 잡지 등)	19.8	18.7	20.7	19.7
항공사, 호텔	8.7	9.6	6.7	8.7
한국기관 (관광 공사, 대사관, 무역관 등)	8.8	7.9	5.8	8.6
기타	10.1	10.5	10.9	10.2
정보를 얻지 않았다	6.7	13.9	14.7	7.9

주: 1~3순위까지의 복수응답에 대한 결과임.

0a. 동반 인원수와 동반자 유형

- 고령자(65세 이상) 관광객들은 본인을 제외한 다른 여행 동반자 수가 1명인 비율이 53.7로 나타나 다른 연령층에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났음.
- 한국을 함께 여행한 동반자 수는 평균 4.7명으로 나타난 가운데, 고령자 관광객들의 평균 동반자 수는 5.5명으로 비고령자(4.8명)나 준고령자(3.9명) 관광객들의 동반자 수보다 상대적으로 높은 것으로 나타났음.
- 동반자 유형을 살펴 보면, 고령자 관광객들은 배우자/연인 또는 자녀와 함께 한국을 방문한 비율이 다른 연령층에 비해 상대적으로 높게 나타났으며, 비고령자 관광객들은 친구나 직장동료와 함께 한국을 방문한 비율이 다른 연령층에 비해 상대적으로 높게 나타났음.

<표 IV-7> 방한 외국인 관광객의 동반 인원수와 동반자 유형

(단위: %)

구 분		비고령자 관광객 (54세 이하)	준고령자 관광객 (55~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체
사례수		6,515 (83.0%)	1,031 (13.1%)	302 (3.9%)	7,848 (100.0%)
동반자 수 (본인 제외)***	1명	40.5	46.1	53.7	41.8
	2명	19.5	18.6	16.1	19.3
	3명	13.4	12.1	10.4	13.1
	4명	5.1	6.2	1.7	5.1
	5명 이상	21.4	17.0	18.1	20.7
평균 동반 인원수(본인 제외)**		4.83명ab	3.86명b	5.48명a	4.72명
동반자 유형1)	배우자/연인	21.2	34.8	39.7	23.7
	자녀	7.5	9.9	16.2	8.2
	부모	7.5	1.0	0.7	6.4
	친구	34.8	31.5	30.1	34.1
	직장동료	27.9	20.1	12.6	26.3
	기타 가족/친척	12.2	12.1	11.6	12.2
	기타	4.2	3.3	5.0	4.1

주: 혼자 한국을 방문한 관광객들을 제외한 응답자들(n=7,848)에 대한 결과임; 교차분석 및 분산분석 유의 수준 ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$; a > b는 분산분석에서의 사후검정 결과임; ¹⁾ 복수응답 결과

자. 체재기간(박)과 이용 숙박시설

- 외래관광객의 평균 체재기간은 약 6박으로 조사되었으며, 세부적으로 살펴보면, 2박이 28.9%로 가장 높았고, 다음은 3박(17.9%), 4박(15.7%), 11박 이상(11.0%) 등의 순으로 나타났음.

<표 IV-8> 방한 외국인 관광객의 체재기간과 이용 숙박시설

(단위: %)

구 분		비고령자 관광객 (54세이하)	준고령자 관광객 (55~64세)	고령자 관광객 (65세이상)	전체
사례수		9,866 (83.5%)	1,510 (12.8%)	433 (3.7%)	11,809 (100.0%)
체재기간***	1박	3.8	3.9	4.4	3.8
	2박	27.3	37.1	38.0	28.9
	3박	17.8	19.3	14.7	17.9
	4박	16.7	10.2	11.7	15.7
	5박	7.8	5.8	6.1	7.4
	6박	5.1	5.1	4.9	5.1
	7박	5.0	4.5	4.9	5.0
	8박	1.4	1.9	1.4	1.5
	9박	1.2	1.1	2.6	1.3
	10박	2.5	2.2	1.9	2.5
	11박 이상	11.4	8.9	9.6	11.0
평균 숙박일수***		6.13박a	5.05박b	5.12박b	5.95박
주요 이용 숙박시설***	호텔	76.2	84.2	82.2	77.4
	유스호스텔, 게스트 하우스, 여관	6.9	3.6	3.9	6.4
	콘도, 펜션, 레지던스 인	2.3	1.0	0.9	2.0
	친척 또는 친구집	9.5	8.9	9.7	9.4
	학교./회사 기숙사, 연수원	4.6	1.8	3.2	4.2
	사찰	0.1	0.1	0.0	0.1
	기타	0.4	0.3	0.0	0.4
	무응답	0.0	0.1	0.0	0.0

주: 교차분석 및 분산분석 유의수준 *** $p < 0.001$; a > b는 분산분석에서의 사후검정 결과임.

- 2박을 체류한 외국인 준고령자(55세-64세) 또는 고령자(65세 이상) 관광객들의 비율이 비고령자 관광객들에 비해 상대적으로 높게 나타났음.

- 평균 숙박일수는 비고령자 관광객들이 고령자 관광객들이 비해 높은 것으로 조사되었음.
- 이용 숙박시설을 살펴보면, 전체적으로 호텔(77.4%)의 비율이 가장 높게 나타났으며, 다음은 친척 또는 친구집(9.4%), 유스호스텔/게스트하우스/여관(6.4%), 학교/회사 기숙사, 연수원(4.2%) 등의 순으로 많았음.
- 호텔에 투숙한 준고령자 또는 고령자 관광객들의 비율이 비고령자 관광객들이 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났음.

차. 한국 여행 중 인상 깊은 방문지와 관광활동

- 외국인 관광객들이 방문한 관광지 가운데 인상 깊었던 방문지로는 명동(27.8%)이 가장 많이 꼽혔고, 다음은 고궁(18.4%), 동대문 시장(15.8%), 남대문 시장(14.8%), 제주도(12.7%), 남산/N서울타워(12.2%) 등의 순으로 나타났음.
- 준고령자(55세-64세)나 고령자(65세 이상) 관광객들은 방문한 관광지 가운데 인상 깊었던 방문지로는 고궁이 가장 많이 꼽혔고, 다음은 명동, 남대문 시장, 부산, 남산/N서울타워, 동대문 시장, 박물관(기념관), 제주도 등의 순으로 조사되었음.
- 비고령자 관광객들은 동대문 시장이, 준고령자나 고령자 관광객들은 남대문 시장이 더 인상 깊은 곳이라고 응답하였고, 제주도는 비고령자 관광객들이 고령자 관광객들에 비해 더 인상 깊은 방문지로 선택한 것으로 조사되었음.
- 한국 방문기간 중 주요 관광활동으로 쇼핑이 62.6%로 가장 높게 나타났으며 다음으로는 관광지 방문(50.4%), 식도락 관광(39.9%), 업무수행(23.5%) 등의 순으로 나타났음.
- 준고령자와 고령자 관광객들은 관광지 방문, 식도락 관광, 미팅/회의, 학술대회 및 박람회 참가, 전통문화 체험, 온천/스파, 카지노, 공연/민속행사/축제 참가, 치료 등의 관광활동을 비고령자 관광객들이 비해 상대적으로 더 많이 참여하였던 것으로 조사되었음.

<표 IV-9> 방한 외국인 관광객의 한국 여행 중 인상 깊은 방문지와 관광활동

구 분		비고령 관광객 (54세 이하)	준고령 관광객 (55세~ 64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	(단위: %)
사례수		9,866 (83.5%)	1,510 (12.8%)	433 (3.7%)	11,809 (100%)
인상 깊은 방문지 ¹⁾	명동	29.1	20.9	21.9	27.8
	고궁	17.5	21.1	29.8	18.4
	동대문 시장	17.0	10.6	8.3	15.8
	남대문 시장	14.2	16.8	20.8	14.8
	제주도	13.5	8.5	9.5	12.7
	남산/N서울 타워	12.5	9.7	13.6	12.2
	부산	9.7	15.2	10.4	10.4
	인사동	8.3	8.3	7.9	8.3
	롯데월드	8.1	3.0	5.8	7.4
	박물관(기념관)	5.8	8.7	10.9	6.4
관광활동 ²⁾	쇼핑	63.3	59.1	60.0	62.6
	관광지 방문	49.4	52.8	63.7	50.4
	식도락 관광	38.8	46.7	40.9	39.9
	업무수행	23.9	23.2	15.5	23.5
	미팅, 회의, 학술대회 박람회 참가	11.5	14.4	10.4	11.8
	유홍/ 오락 (나이트 라이프)	8.8	5.1	5.1	8.2
	미용관광 (피부 관리, 마사지 등)	8.1	8.0	4.6	8.0
	연수, 교육, 연구	7.7	6.7	4.4	7.4
	테마파크	7.9	3.0	3.7	7.1
	휴양, 휴식 (리조트)	7.0	5.6	7.2	6.8
	전통문화 체험	5.5	4.1	6.5	5.4
	시찰 (산업 시설 등)	4.8	3.9	2.5	4.6
	온천, 스파	4.1	5.0	3.9	4.2
	공연, 민속 행사, 축제 참가 및 관람	4.2	3.0	8.1	4.2
	카지노	3.7	4.5	2.8	3.7
	스포츠 활동	3.8	1.7	3.0	3.5
	레포츠 활동	1.3	0.6	1.2	1.2
	치료 (안과, 치과, 성형 수술)	0.6	0.7	1.6	0.7
	직업적 스포츠 활동	0.6	0.2	0.2	0.5
	기타	1.7	3.9	2.5	2.0

주: ¹⁾ 복수응답을 기준으로 상위 10위까지 도출한 결과이며, 제주도의 경우는 제주도내 개별방문지를 선택한 응답자들을 합산한 결과임; ²⁾ 복수응답

카. 쇼핑 품목과 장소 및 쇼핑 중 불편사항

- 외래 관광객들이 구입한 쇼핑품목은 식료품(37.7%), 향수/화장품(35.4%), 의류(32.3%), 인삼/한약재(18.7%), 김치(18.7%), 보석/액세서리(13.1%), 신발류(12.4%) 등의 순으로 많았음.
 - 연령층별로 살펴보면, 식료품, 인삼/한약재, 피혁제품, 전통 민예품, 칠기 및 목각 제품, 실크, 섬유류, 자기 및 도자기 제품은 준고령자(55세-64세)와 고령자(65세 이상) 관광객들에서 상대적으로 높았고, 향수/화장품, 의류, 신발류, 술, 담배, 전자 및 전기 제품 등은 비고령자(54세 이하)에서 높게 나타났음.
- 쇼핑장소로는 공항 면세점이 44.8%로 가장 높았고, 다음은 명동(31.6%), 백화점(26.9%), 소규모 상점(25.0%), 동대문 시장(23.3%), 시내 면세점(20.5%), 대형 할인점(20.3%), 남대문 시장(16.7%) 등의 순으로 높게 나타났음.
 - 연령층별로 살펴보면, 준고령자와 고령자 관광객들은 백화점, 소규모 상점, 시내 면세점, 남대문시장, 인사동, 이태원시장 등의 이용 비율이 비고령자 관광객들에 비해 상대적으로 높았음.
- 준고령자의 49.2%와 고령자의 52.9%가 '쇼핑에 대한 불편사항이 없다'라고 인식하는 것으로 나타나 연령층이 높을수록 불만이 덜 한 것으로 조사되었음.
 - 쇼핑 불편사항으로는 전체적으로 볼 때, 언어소통 불편(37.2%)이 가장 많았으며, 다음은 안내표지판 부족(15.7%), 고객행위(12.7%), 점원 불친절(8.2%) 등의 순으로 나타났음.
 - 비고령자 관광객들은 언어소통 불편, 안내표지판 부족, 고객행위 등에서 준고령자나 고령자 관광객들에 비해 상대적으로 더 불편하다고 생각하는 반면, 고령자 관광객은 '한국적인 물품이 없다'와 '쇼핑품목이 다양하지 않다'라는 것에 비고령자에 비해 상대적으로 더 불편하다고 인식하는 것으로 조사되었음.

<표 IV-10> 방한 외국인 관광객의 쇼핑관련 행동

(단위: %)

구 분		비고령 관광객 (54세 이하)	준고령 관광객 (55세~ 64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체
사례수		9,866 (83.5%)	1,510 (12.8%)	433 (3.7%)	11,809 (100%)
쇼핑품목1)	식료품	36.1	45.9	43.4	37.7
	향수, 화장품	37.5	25.4	23.8	35.4
	의류	34.4	21.9	20.3	32.3
	인삼, 한약재	18.4	20.3	21.7	18.7
	김치	18.1	20.7	26.8	18.7
	보석/ 액세서리	13.1	12.7	13.4	13.1
	신발류	13.1	10.1	5.1	12.4
	파혁 제품	9.0	16.6	17.6	10.3
	술	10.6	8.3	4.8	10.1
	담배	10.6	6.3	4.6	9.8
	전자, 전기 제품	6.8	3.4	4.2	6.3
	전통 민예품, 칠기, 목각 제품	5.6	6.1	9.7	5.8
	인형, 장난감, 게임기	5.6	5.8	7.4	5.7
	서적, 잡지, 문구류	4.2	4.8	4.6	4.3
	실크, 섬유류	3.4	8.4	3.7	4.1
	음반, DVD	3.8	2.8	3.9	3.6
	자기, 도자기	3.0	5.0	5.1	3.3
	스타 관련 상품	2.5	2.7	3.5	2.5
	시계	2.4	2.9	0.9	2.4
쇼핑장소1)	공항면세점	45.8	40.4	36.7	44.8
	명동	33.5	21.5	21.9	31.6
	백화점	26.7	26.8	31.2	26.9
	소규모 상점	24.9	25.9	21.9	25.0
	동대문시장	24.8	15.4	17.3	23.3
	시내면세점	19.7	24.8	22.9	20.5
	대형 할인점	20.9	18.4	14.3	20.3
	남대문시장	16.0	18.7	24.9	16.7
	인사동	7.3	8.5	7.4	7.4
	이태원시장	5.7	6.4	6.5	5.9
	기타	1.1	1.1	0.9	0.6

주: 1) 3가지 선택의 복수응답을 기준으로 도출한 결과임.

<표 IV-10> 계속

구 분		비고령 관광객 (54세 이하)	준고령 관광객 (55세~ 64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	(단위: %) 전체
사례수		9,866 (83.5%)	1,510 (12.8%)	433 (3.7%)	11,809 (100%)
쇼핑중 불편사항2)	없음	34.9	49.2	52.9	37.4
	언어소통 불편	39.3	27.9	22.2	37.2
	안내표지판 부족	16.8	11.4	5.5	15.7
	호객행위	13.0	10.8	12.7	12.7
	점원 불친절	8.6	6.1	5.8	8.2
	상점 문 닫는 시간이 이르다	7.5	2.5	1.2	6.6
	한국적인 물품이 없다	5.6	3.8	6.9	5.4
	쇼핑품목이 다양하지 않다	5.4	2.5	6.7	5.1
	쇼핑할 곳이 적음	2.7	0.9	0.2	2.4
	기타	3.1	1.7	1.4	2.9
	모름/ 무응답	2.7	4.6	4.4	3.0

주: ²⁾ 복수응답 결과임.

타. 한국 여행에 대한 전반적 만족도와 항목별 만족도

- 2009년 한국 여행에 대한 전반적 만족도는 4.12점(5점 만점)으로 나타났음.
- 세부적으로 살펴보면, '만족한다'(매우 만족: 24.9% + 대체로 만족: 63.4%)는 응답이 88.3%로 외래 관광객 10명 중 약 9명 이상은 한국 여행에 대해 만족을 하고 있는 것으로 나타났음.
- 한편, '보통이다'는 11.2%, '불만족한다'(매우 불만족: 0.1% + 대체로 불만족: 0.4%)는 0.5%로 조사되었음.
- 준고령자 또는 고령자 관광객들의 전반적 만족도(4.16~4.19점)가 비고령자의 만족도(4.12점)보다 약간 높게 나타났음.

- 한국 여행에 대한 항목별 만족도를 살펴보면, 출입국 절차에 대한 만족도가 4.11점으로 가장 높았고, 다음은 숙박(4.06점), 쇼핑(4.03점), 음식(4.02점), 대중교통(3.93점) 등의 순으로 높게 나타났음.
- 반면, 관광안내서비스에 대한 만족도는 3.84점으로 항목들 중 가장 낮은 것으로 나타났음.
- 쇼핑항목을 제외한 다른 여섯 가지 항목별 만족도에서 준고령자 또는 고령자 관광객들의 만족도가 비고령자의 만족도보다 높은 것으로 나타났음.

<표 IV-11> 방한 외국인 관광객의 한국 여행에 대한 전반적 만족도와 항목별 만족도

(단위: %)

구 분		비고령 관광객 (54세 이하)	준고령 관광객 (55세~ 64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체
사례수		9,866 (83.5%)	1,510 (12.8%)	433 (3.7%)	11,809 (100%)
항목별 만족도	출입국 절차	4.11	4.15	4.14	4.11
	대중교통*	3.92b	3.96b	4.02a	3.93
	숙박**	4.05b	4.11ab	4.13a	4.06
	음식***	4.00b	4.11a	4.00b	4.02
	쇼핑	4.03a	4.03a	3.95b	4.03
	관광지 매력도 (관광지/여행일정 등)***	3.84b	3.98a	3.94a	3.86
	관광안내 서비스**	3.83b	3.87b	3.96a	3.84
전반적 만족도***	매우 불만족 (1)	0.2	0.0	0.2	0.1
	대체로 불만족 (2)	0.4	0.3	1.2	0.4
	보통 (3)	11.6	9.1	8.1	11.2
	대체로 만족 (4)	63.4	64.7	60.2	63.4
	매우 만족 (5)	24.5	24.5	30.3	24.9
전반적 만족도 (평균)***		4.12b	4.16ab	4.19a	4.12

주: 5점 리커트(Likert Type) 척도를 기준으로 산출한 결과임; 교차분석 및 분산분석 유의수준 * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$; a > b는 분산분석에서의 사후검정 결과임.

파. 한국 여행시 인상 깊었던 점과 불편사항

- 한국 여행시 가장 인상 깊었던 점으로 ‘사람들이 친절하다’(55.3%)를 가장 많이 꼽았고, 다음은 ‘음식이 맛있다’(50.7%), ‘쇼핑하기가 좋다’(42.6%), ‘안전하다’(40.8%), ‘독특한 문화유산이 있다’(33.4%) 등의 순으로 높게 나타났음.
- 준고령자(55세-64세)와 고령자(65세 이상) 관광객들이 한국 여행시 인상 깊었던 점으로 ‘사람들이 친절하다’, ‘음식이 맛있다’, ‘안전하다’, ‘독특한 문화유산이 있다’, ‘활기에 차있다’ 등이 비고령자 관광객들에 비해 상대적으로 깊은 인상을 받았던 것으로 조사되었음.
- 한국 여행 중 겪었던 어려움이나 불편했던 것으로 ‘언어소통’(55.8%)을 가장 많이 꼽았고, 다음은 ‘안내 표지판’(21.4%), ‘교통 혼잡’(21.1%), ‘물가가 비싸다’(12.3%), ‘음식이 입에 맞지 않음’(12.0%) 등의 순으로 나타났음.
- 준고령자와 고령자 관광객들은 한국 여행시 ‘안내 표지판’과 ‘교통 혼잡’에 대하여 비고령자 관광객들에 비해 상대적으로 더 많은 불편을 겪었던 것으로 조사되었음.

<표 IV-12> 방한 외국인 관광객의 한국 여행시 인상 깊었던 점과 불편사항

구 분		비고령자 관광객 (54세이하)	준고령자 관광객 (55~64세)	고령자 관광객 (65세이상)	(단위: %)
사례수		9,866 (83.5%)	1,510 (12.8%)	433 (3.7%)	11,809 (100%)
인상 깊었던 점	사람들이 친절하다	54.5	58.6	64.0	55.3
	음식이 맛있다	49.8	56.4	50.8	50.7
	쇼핑하기가 좋다	43.0	41.1	37.2	42.6
	안전하다	40.4	41.7	46.2	40.8
	독특한 문화유산이 있다	32.8	36.4	36.0	33.4
	거리가 깨끗하다	33.2	27.5	37.6	32.6
	자연 경관이 아름답다	30.8	27.4	32.8	30.4
	활기애 차있다	28.7	32.5	33.9	29.4
	날씨가 청명하다	23.2	22.3	23.1	23.0
	산업이 발달한 나라이다	20.7	17.5	23.3	20.3
	밤에 놀거리가 많다	16.9	8.4	7.4	15.5
	사계절이 뚜렷하다	7.2	5.0	8.3	6.9
	기타	1.4	1.8	2.3	1.5
불편사항	언어소통	57.9	44.5	46.0	55.8
	안내 표지판	21.3	22.3	22.2	21.4
	교통 혼잡	21.2	22.6	15.2	21.1
	물가가 비싸다	13.2	7.5	7.2	12.3
	음식이 입에 맞지 않는다	12.8	7.7	7.2	12.0
	상품 구입 강요	10.9	7.9	6.5	10.3
	택시기사의 서비스	7.2	8.2	6.0	7.3
	관광 정보를 얻기 어렵다	6.3	3.6	4.2	5.8
	대중교통 이용	5.6	3.2	5.1	5.3
	숙박시설과 서비스	3.2	3.2	0.9	3.1
	공항 (해항) 출입국 수속	3.0	2.6	2.8	2.9
	관광 종사원 불친절	3.0	1.6	1.2	2.8
	방한 비자 취득	2.7	0.3	0.0	2.3
	관광안내소 시설과 서비스	1.7	1.9	1.4	1.7
	기타	2.3	2.4	2.1	2.3

주: 복수응답 기준

하. 향후 3년 내 관광목적 재방문 의향과 타인 추천 의향 및 이미지 개선

- 향후 3년 내 관광목적 재방문 의향은 평균 3.92로 나타났음.
 - 세부적으로 살펴보면, 긍정 응답 비율은 72.3%(매우: 24.4% + 대체로: 47.9%), '보통이다'는 23.3%, 부정 응답 비율은 4.4%(전혀: 0.8% + 별로: 3.6%)로 나타났음.
 - 준고령자 관광객들의 재방문 의향(4.00)이 가장 높은 것으로 나타났으며, 다음으로는 비고령자(3.91)들이며, 고령자 관광객들의 재방문 의향(3.83)은 상대적으로 가장 낮은 것으로 조사되었음.
- 한국 여행 추천 의향 비율은 81.2%(매우: 22.3% + 대체로: 58.9%)로 나타났음.
 - 타인 추천 의향이 없는 외래 관광객 비율은 2.0%(전혀: 0.3% + 별로: 1.7%)였으며, '보통이다'는 16.7%로 나타났음.
 - 준고령자 관광객들의 타인 추천 의향(4.06)이 비고령자(4.00)나 고령자(4.02) 관광객들에 비해 약간 높은 것으로 조사되었음.
- 한국 여행 후 한국에 대한 이미지 개선 점수는 평균 3.84로 나타났음.
 - 세부적으로 살펴보면, 방문 외래 관광객의 69.0%는 '그렇다'(매우: 16.9% + 대체로: 52.1%)고 응답한 반면, 1.4%는 '그렇지 않다'(전혀: 0.2% + 별로: 1.2%)고 응답하였으며, '보통이다'는 응답은 29.4%로 나타났음.
 - 고령자 관광객들의 한국 방문 후 이미지 개선이 3.88로 비고령자(3.85)나 준고령자(3.88) 관광객들에 비해 약간 높은 것으로 조사되었음.

<표 IV-13> 방한 외국인 관광객의 재방문과 타인 추천 의향 및 한국 이미지 개선

(단위: %)

구 분		비고령자 관광객 (54세이하)	준고령자 관광객 (55~64세)	고령자 관광객 (65세이상)	전체
사례수		9,866 (83.5%)	1,510 (12.8%)	433 (3.7%)	11,809 (100%)
재방문 의향***	전혀 그렇지 않다 (1)	0.7	0.9	1.2	0.8
	별로 그렇지 않다 (2)	3.5	3.1	5.8	3.6
	보통이다 (3)	24.2	17.7	23.7	23.3
	대체로 그렇다 (4)	47.4	52.1	47.2	47.9
	매우 그렇다 (5)	24.2	26.2	22.1	24.4
재방문 의향 (평균)***		3.91b	4.00a	3.83c	3.92
타인 추천 의향***	전혀 그렇지 않다 (1)	0.3	0.4	0.9	0.3
	별로 그렇지 않다 (2)	1.9	1.1	0.9	1.7
	보통이다 (3)	17.5	12.4	14.6	16.7
	대체로 그렇다 (4)	57.8	64.9	63.1	58.9
	매우 그렇다 (5)	22.5	21.4	20.4	22.3
타인 추천 의향 (평균)*		4.00b	4.06a	4.02b	4.01
한국 여행 후 한국 이미지 개선	전혀 그렇지 않다 (1)	0.2	0.3	0.0	0.2
	별로 그렇지 않다 (2)	1.3	0.9	1.4	1.2
	보통이다 (3)	29.2	32.0	25.4	29.4
	대체로 그렇다 (4)	52.1	51.0	56.6	52.1
	매우 그렇다 (5)	17.1	15.8	16.6	16.9
이미지 개선 (평균)*		3.85ab	3.81b	3.88a	3.84

주: 5점 리커트(Likert Type) 척도를 기준으로 산출한 결과임; 교차분석 및 분산분석 유의수준 * $p < 0.05$, *** $p < 0.001$; a > b > c는 분산분석에서의 사후검정 결과임.

1-3. 결과에 대한 논의와 시사점

- 조사대상 방한 외국인 관광객의 연령층 시장구조 분석 결과, 만 55세 이상의 고령자 관광객은 16.3%로 나타났으나, 제주도 방문 외국인 관광객의 경우에는 고령자 관광객이 11.7%인 것으로 조사되었음.
 - 따라서 향후 제주도에서는 외국인 관광객 유치 전략 중에서 준고령자(55세-64세)와 고령자(65세 이상) 관광객을 포함한 고령자 관광객의 비중을 높일 수 있는 유치 전략을 세우는 것이 필요함.
- 고령자 관광객들에 대한 거주 국가별 분석 결과, 외국인 고령자 관광객의 국가별 표적시장으로는 우선 일본시장을 최우선적으로 선정할 수 있으며, 미주, 유럽, 그리고 중국 시장이 다음으로 고려될 수 있음.
 - 이들 시장에서 전문직의 직업을 가지고 있으며, 은퇴자 또는 향후 은퇴를 고려하고 있는 사람들로서 50,000달러 이상의 연평균 소득이 있으며, 대학교 이상의 학력을 가지고 있는 고령의 남자들과 50,000달러 이상의 연평균 소득이 있는 여성 주부들이 최우선적 고려대상이 될 수 있을 것으로 판단됨.
- 2009년 현재 외국인 관광객들은 개별여행을 통하여 한국을 방문한 사례가 더 많은 것으로 나타났으나, 연령층이 높을수록 단체여행을 통해 방한한 비율이 높은 것으로 나타나 단체 고령자 관광객들을 위한 인클루시브 패키지(all-inclusive package), 준패키지(semi-package) 또는 맞춤형 패키지(customized package) 여행상품의 개발이 필요함.
 - 이러한 단체여행 상품 개발을 위해서는 여러 인바운드 여행사들과의 협력과 공동 마케팅 노력이 가장 중요하며, 효과적인 상품 개발과 판매를 위한 마케팅적 또는 정책적 뒷받침이 함께 효율적으로 이루어져야 할 것으로 사료됨.

- 고령자 관광객들의 한국방문 목적으로는 순수목적의 휴가 및 여가 여행이 가장 많은 것으로 나타났고, 전체 비율은 그다지 높지 않지만 친구 또는 친지 방문과 건강 및 치료 목적의 여행도 비고령자에 비해 상대적으로 높게 나타났으므로 이러한 세분시장에 대응한 관광유치 전략도 필요할 것으로 판단됨.
 - 제주도의 경우 천혜의 아름다운 자연자원과 맑은 공기 및 쾌적한 기후 등이 구비되어 있으므로, 향후 장기체류의 건강 및 휴식 목적 또는 계절형 장기 거주(seasonal residence 또는 second home) 목적의 외국인 고령자 관광객들에게 소구될 수 있을 것으로 판단되어 이에 대한 구체적인 대안을 마련해야 할 것임.
- 다른 국가와 비교하여 한국을 목적지로 선정한 외래 관광객들 중, 준고령자(55세-64세) 관광객들은 일본, 태국, 중국 등의 국가를 한국과 비교한 반면, 고령자(65세 이상) 관광객들은 중국, 태국, 호주 등의 국가들과 많이 비교한 것으로 나타남. 준고령자 관광객들의 비교 국가들 중에서 미국, 캐나다, 인도의 비율은 다른 연령층에 비해 상대적으로 높게 나타났으며, 고령자 관광객들의 비교 국가들로는 중국, 태국, 호주 등의 비율이 다른 연령층에 비해 상대적으로 높게 나타났음.
 - 따라서 외국인 고령자 관광객 시장은 비고령자에 비해 덜 경쟁적이기는 하지만 가까운 주변국가(일본, 중국, 홍콩, 대만, 태국 등)뿐만 아니라 호주, 미국, 캐나다 등의 장거리 관광목적지도 치열한 경쟁국가임을 인식해야 함.
- 55세 이상의 고령자 외국인 관광객들의 한국방문 선택 고려 요인 중 전체적으로 쇼핑이 가장 높았고, 다음으로는 음식/미식탐방, 가까운 거리, 경제적 여행비용, 역사/문화유적, 자연풍경 감상, 안전 등의 순으로 나타났지만, 특히 역사/문화유적, 안전, 숙박시설/편리한 교통 등이 비고령자 관광객들에 비해 한국방문 선택시 상대적으로 더 중요하게 고려했던 것으로 나타났음.

- 따라서 외국인 고령자 관광객 유치를 위한 관광목적지 마케팅 캠페인(광고나 프로모션 등)을 시행하고자 할 때, 합리적인 여행비용이나 거리(물리적, 심리적 거리), 그리고 편리한 교통과 숙박시설 등을 우선 강조할 필요가 있음.
 - 또한 풍부한 볼거리(역사/문화 유적지)와 먹거리(음식/미식탐방)와 쇼핑, 그리고 안전에 대한 메시지도 결합한다면 이들 시장에 대한 마케팅 커뮤니케이션의 극대화를 가져 올 것으로 기대됨.
- 고령자 관광객들의 한국 여행정보 입수경로는 주로 친구나 친지로 부터의 구전, 인터넷, 그리고 여행사인 것으로 조사되었음.
- 따라서, 제주도 공식 관광웹사이트나 인터넷을 통하여 일반적인 여행정보 제공 뿐만 아니라 특정 계층을 위한 여행정보(예, 고령자 관광객을 위한 추천 관광 활동, 방문지 등)를 제공해 줄 수 있다면 고령자 관광객들에게 더욱 효과적일 것으로 판단됨.
 - 또한 고령자 관광객들이 선호하거나 자주 이용하는 여행사 또는 대리점 등과의 공동 마케팅을 강화할 필요가 있음(유용한 관광정보 제공 장소, 시장변화 모니터링 등).
- 고령자 관광객들은 배우자 또는 자녀들(손자/손녀 포함)과 함께 한국을 방문한 비율이 높게 나타나 제주도의 경우 고령층의 관광객 뿐만 아니라 가족여행지로서도 아주 적합한 관광목적지임을 강조할 필요가 있음.
- 한국 여행시 고령자 관광객들은 비고령자에 비해 짧게 체재하는 경향이 있는데 이러한 결과는 대부분의 고령자 관광객들이 상대적으로 비싸지만 안전한 호텔에 체류하는 것과 관련이 있는 것으로 판단됨.
- 제주도의 경우 안전하고 저렴하며 다양한 숙박시설을 홍보함으로써 비수기에 더 많은 중장기 체류 목적의 고령자 관광객을 유치해야 할 것으로 사료됨.

- 관광목적지로서 제주도는 고령자 관광객 보다는 비고령자 외국인 관광객들이 더 인상 깊은 방문지라고 인식하고 있어서 고령자 관광객층의 제주도에 대한 인식도(perception or awareness)과 긍정적이고 강한 인상(impression)을 심어 줄 수 있는 제주도 이미지 광고 또는 세부적인 프로모션 전략이 필요함.
- 고령자 관광객들은 관광지 방문, 식도락 관광, 미팅/회의, 학술대회 및 박람회 참가, 전통문화 체험, 온천/스파, 공연, 민속행사 및 축제참가, 카지노, 치료 등의 관광활동을 비고령자 관광객들에 비해 상대적으로 더 많이 참여하였던 것으로 조사되었음.
 - 이러한 결과를 토대로 고령자 관광객들을 위한 특별한 여행상품이나 코스의 개발(식도락 코스 개발, 건강/미용 관련 여행상품개발, 치료 또는 고급 휴양 상품의 개발 등)이 필요함.
- 방한 외국인 관광객의 쇼핑관련 행동 결과, 외국인 관광객들에게 쇼핑은 가장 중요한 선택고려 요인이고 또한 가장 많이 참여한 관광활동인 것으로 나타났으며, 특히 고령자 관광객들은 식료품, 인삼/한약재, 피혁제품, 전통 민예품, 칠기 및 목각 제품, 실크, 섬유류, 자기 및 도자기 제품 구입이 상대적으로 높았음.
 - 따라서 제주도에서도 고령자 관광객들의 쇼핑 매력도를 높일 수 있는 세부전략이 필요함(쇼핑장소의 다양성, 가격경쟁력이나 불편해소 방안 등).
- 고령자 관광객들의 충성도(최근 방문횟수, 여행 계획시 처음부터 한국을 목적지로 선정, 재방문 의향, 타인 추천 의향 등)가 높게 나타났음.
 - 따라서 이러한 결과로 볼 때 고령층 고객들의 일반적 또는 특정한 요구나 욕구 또는 편익에 최대한 부합할 수 있는 여행상품 개발이 중요함.

2. 내국인 고령자 관광객 실태조사

2-1. 조사 개요

가. 조사 목적

- 제주도 방문 내국인 고령자 관광객들을 대상으로 국내여행에 대한 일반적 여행동기 및 관광활동의 중요도를 분석하고, 제주도에서의 여행 경험과 평가를 준고령자 관광객(55세-64세)과 고령자 관광객(65세 이상)으로 구분하여 비교·분석하고자 함.
- 도출된 결과를 바탕으로 향후 제주도에서 내국인 고령자 관광객 유치 증대 및 관광수용태세 개선을 위한 관광정책 수립의 기초 자료를 제공하고자 함.

나. 표본추출 및 조사방법

- 모집단(Population) : 제주도를 방문한 내국인 고령자 관광객
- 표본크기 : 318부
- 표본추출방법 : 임의(편의)추출
- 자료수집도구 : 구조화된 설문지
- 조사 방법 : 면접원에 의한 1:1개별면접조사
- 조사기간 : 2011. 5. 12 ~ 5. 25
- 조사장소 : 제주국제공항 대합실
- 조사기관 : 제주발전연구원 사회조사센터

다. 자료수집 및 분석방법

- 자료 수집은 제주발전연구원 부설 사회조사센터에 면접원으로 활동 중인 도내 대학생으로 구성된 조사원들이 제주도를 방문한 내국인 고령자 관광객들을 대상으로 1:1 개인면접법으로 실시하였음.
- 검증을 거쳐 완성된 질문지는 Editing, Coding, Punching 과정을 거쳐 사회과학을 위한 패키지인 SPSS PC+ 14 (Statistical Package for the Social Science) Program을 활용하여 빈도분석, 교차분석 등을 실시하였음.

라. 조사 내용

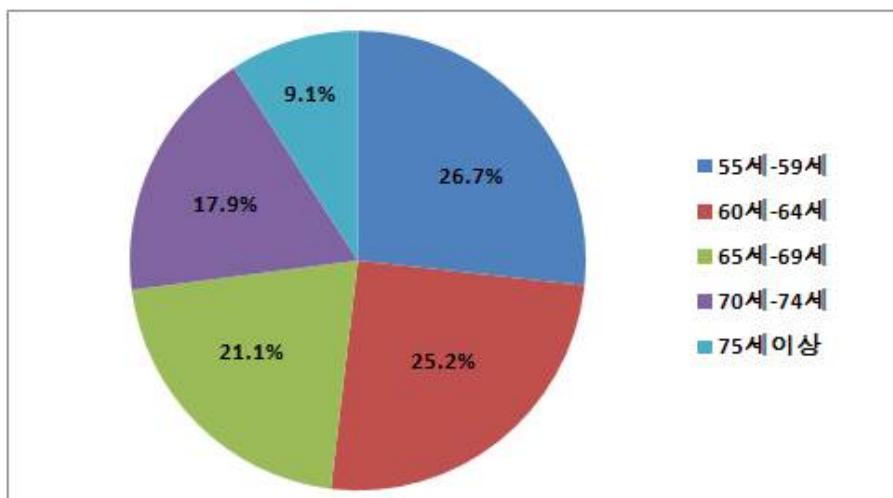
- 국내여행에 대한 일반적 경험과 지각 : 과거 3년간 국내 숙박여행 횟수, 평균 숙박일수, 국내여행시 여행동기과 관광활동의 중요도, 향후 3년간 국내여행 참여 전망
- 제주도 여행경험과 평가 : 여행정보원천, 제주도에서 가장 하고 싶었던 관광활동, 여행형태, 여행목적, 여행 동반자 수와 구성원, 체재기간(박)과 이용 숙박 시설, 방문형태(처음방문과 재방문)와 최근 5년간 방문횟수, 여행동기에 따른 여행경험의 지각된 평가, 관광활동에 대한 만족도, 제주도 여행에 대한 전반적 평가, 전반적 만족 및 미래행위 의도(추천의향과 재방문 의도), 제주도 여행시 불편사항이나 불만족 여부
- 인구통계적 질문 : 주거지, 성별, 연령, 학력, 월평균 소득
- 기타 개인적 배경 질문 : 직업유지와 은퇴 여부, 배우자 및 자녀와의 동거 여부, 건강상태와 노후 준비에 대한 자신의 평가

2-2. 분석결과

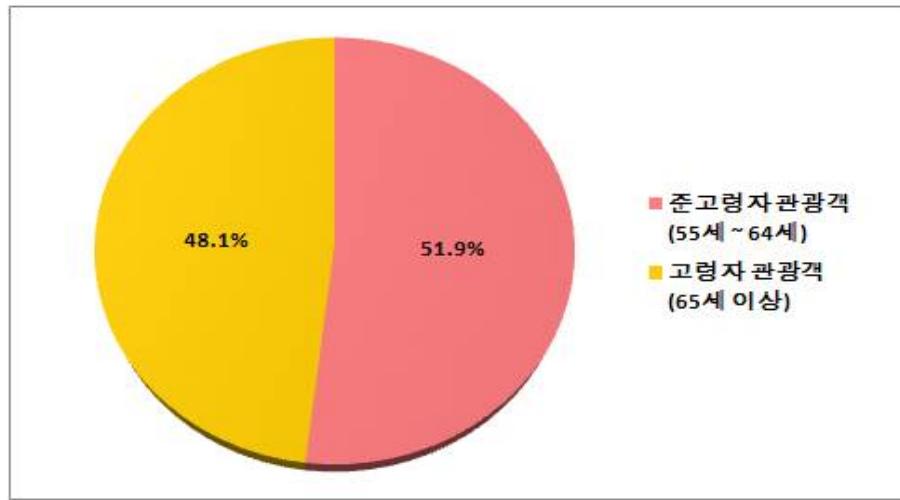
가. 내국인 관광객 연령별 구분

- [그림 IV-4]는 제주방문 내국인 고령자 관광객들에 대한 설문조사로 부터 수집된 총 유효 응답자 수 318명을 다섯 개의 연령층으로 구분한 결과를 나타냄.
- 55세에서 59세는 26.7%이고, 60세에서 64세까지는 25.2%이며, 65세에서 69세까지는 21.1%로 나타났고, 70세에서 74세까지는 17.9%이며 75세 이상의 응답자 비율은 9.1%로 조사되어, 연령이 높을수록 응답자 비율이 조금씩 낮아짐.
- 다섯 개의 고령자 관광객 연령층은 [그림 IV-5]에서 보여 지는 바와 같이 두 개의 고령자 관광객 집단, 즉 55세에서 64세까지의 준고령자와 65세 이상의 고령자 집단으로 구분할 수 있음.
- 준고령자 관광객 집단(55세-64세)은 165명으로 51.9%를 차지하고 있으며, 고령자 관광객 집단(65세 이상)은 153명으로 48.1%로 나타났음.
- 이후의 결과에서는 두 개의 고령자 관광객 집단으로 구분하여 분석하고자 함.

[그림 IV-4] 제주도 내국인 고령자 관광객 응답자 연령층 구분



[그림 IV-5] 제주도 내국인 고령자 관광객 응답자에 대한 준고령자와 고령자 관광객 구분



나. 인구통계적 특성과 기타 개인적 배경

- 55세에서 64세까지의 준고령자 관광객의 응답자들은 고령자 관광객들에 비해 서울, 강원도, 충청도/대전, 전라도/광주에서 제주도를 방문한 것으로 나타났으며, 65세 이상의 고령자 관광객들은 준고령자 관광객들에 비해 경기도와 인천에서 더 많이 제주도를 방문한 것으로 나타났음.
- 준고령자와 고령자 관광객들의 성별과 학력은 서로 비슷하게 분포된 것으로 조사되었으나, 전체적으로 볼 때 여성 응답자가 56.3% 남성 응답자에 비해 많은 것으로 나타났으며, 학력에서는 전체 응답자의 47.0%가 고등학교 졸업자이고 42.6%가 대학교(4년제) 졸업자인 것으로 조사되었음.
- 월평균 수입에서는 준고령자 관광객들은 고령자 관광객들에 비해 150-200만원 미만, 250-350만원 미만, 300-400만원 미만, 그리고 400만원 이상의 응답자들이 더 많은 것으로 조사된 반면, 고령자 관광객들은 준고령자 관광객들에 비해 150만원 미만과 350-400만원 미만의 응답자들이 많은 것으로 나타났음.

<표 IV-14> 내국인 관광객의 인구통계적 특성과 기타 개인적 배경

(단위: %)

구 분		준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체
사례수		165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100.0%)
거주지역*	서울	36.4	33.3	34.9
	경기도/인천	13.3	27.5	20.1
	강원도	6.1	5.2	5.7
	충청도/대전	7.9	5.2	6.6
	전라도/광주	15.8	8.5	12.3
	경상도/대구/부산	20.6	20.3	20.4
성별	남성	43.6	43.8	43.7
	여성	56.4	56.2	56.3
학력별	중졸이하	1.2	5.9	3.5
	고등학교 졸업	45.1	49.0	47.0
	전문대학 졸업	7.9	3.3	5.7
	대학교(4년제)졸업	44.5	40.5	42.6
	대학원 졸업	1.2	1.3	1.3
월평균 수입**	100만원 미만	12.7	21.6	17.0
	100~150만원 미만	7.9	10.5	9.1
	150~200만원 미만	18.8	9.2	14.2
	200~250만원 미만	14.5	22.2	18.2
	250~300만원 미만	15.2	13.7	14.5
	300~350만원 미만	11.5	8.5	10.1
	350~400만원 미만	4.2	9.8	6.9
	400~450만원 미만	6.7	2.6	4.7
	450~500만원 미만	3.0	0.0	1.6
	500만원 이상	5.5	2.0	3.8
직업유무***	있다	59.4	18.3	39.6
	없다	40.6	81.7	60.4
배우자동거여부***	배우자와 함께 살고있음	95.8	92.8	94.3
	배우자와 따로 살고있음	4.2	0.7	2.5
	현재 배우자없음	0.0	6.5	3.1
자녀동거여부*	자녀(들)와 함께 살고있음	58.2	44.4	51.6
	자녀(들)와 따로 살고있음	41.2	55.6	48.1
	현재 자녀없음	0.6	0.0	0.3
건강상태	좋지 않음	0.0	0.7	0.3
	보통임	20.6	26.1	23.3
	좋음	79.4	73.2	76.4
노후준비	준비되어 있지 않음	1.2	2.0	1.6
	보통임	29.1	27.5	28.3
	준비되어 있음	69.7	70.6	70.1

주: 교차분석 유의수준 * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

- 전반적으로 볼 때 준고령자 관광객들의 월평균 수입이 고령자 관광객들에 비해 다소 높은 것으로 조사되었음.
- 예상된 바와 같이, 준고령자 관광객들이 고령자 관광객들에 비해 훨씬 많이 직업을 갖고 있는 것으로 나타났음.
- 배우자와 자녀와의 동거 여부에 대한 결과에서도 준고령자 관광객들이 고령자 관광객들에 비해 배우자와 함께 살고 있고 자녀와도 함께 동거하고 있는 비율이 상대적으로 높은 것으로 조사되었음.
- 건강상태에 대한 자기 평가에서는 전체적으로 볼 때, 최소 76% 이상의 응답자들이 자신의 건강상태가 좋거나 아주 좋다고 응답한 것으로 나타났음.
- 전체 조사대상 고령자 관광객들의 최소 70% 이상이 노후 준비가 어느 정도 되어 있거나 아주 잘 준비되어 있다고 응답한 것으로 조사되었음.

다. 국내여행에 대한 경험과 지각

1) 과거 3년간(2008년~2010년)의 국내 숙박여행 횟수와 평균 숙박일수

- 응답자들의 과반수 정도가 과거 3년간 1회 또는 2회의 국내에서 숙박여행을 경험한 것으로 조사되었으며, 36% 이상의 고령자 관광객들이 국내에서 3-4회 정도의 숙박여행을 경험한 것으로 나타났음.
- 반면 응답자의 약 3% 정도가 국내에서 숙박여행을 경험하지 않았던 것으로 조사되었음.
- 고령자 관광객들이 국내에서 숙박여행을 할 때 평균 약 2박 정도로 짧게 여행을 하는 것으로 조사되었으며, 준고령자 관광객들의 국내여행시 평균 숙박일수는 2.12박으로 고령자 관광객들의 평균 숙박일수인 1.69박 보다 상대적으로 높은 것으로 나타났음.

<표 IV-15> 과거 3년간 국내 숙박여행 횟수와 평균 숙박일수

(단위: %)

구분	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체
사례수	165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100.0%)
국내 숙박여행 횟수			
없었음	1.2	5.2	3.1
1~2회	53.3	46.4	50.0
3~4회	35.8	36.6	36.2
5회 이상	9.7	11.8	10.7
사례수	163 (52.9%)	145 (47.1%)	308 (100.0%)
국내여행시 평균 숙박일수***	2.12박	1.69박	1.92박

주: T-test 유의수준 *** p < 0.001

2) 국내 여행시 여행동기에 대한 중요도

- 국내여행에 대한 여행동기 항목들의 중요도를 살펴보면, 전반적으로 고령자 관광객들이 준고령자 관광객들에 비해 여행에 대한 내적 동기 또는 욕구가 상대적으로 더 높은 것으로 나타났음.
- 전체적으로 볼 때 조사대상 고령자 관광객들은 국내여행에 대한 동기 항목들 중에서 '휴식', '일상생활로부터의 탈출', '긴장완화', 그리고 '즐거움의 추구' 등의 동기 요인들을 국내여행시 가장 중요한 동기 요인으로 인식하고 있는 것으로 나타났음.
 - 다음으로는 '특별하고 소중한 사람과 함께 할 수 있는 기회', '건강유지와 체력단련', '자신에 대한 재발견의 기회', '새로운 것을 보거나 경험하기', '다른 지역이나 문화에 대한 체험', '유사한 취미나 관심사를 가진 사람들과 함께 할 수 있는 기회', 그리고 '다른 사람에게 이야기해 줄 여행경험을 쌓을 기회' 등의 순으로 나타났음.

- 한편 65세 이상의 고령자 관광객들은 55세에서 64세까지의 준고령자 관광객들에 비해 '일상생활로부터의 탈출', '긴장완화', '유사한 취미나 관심사를 가진 사람들과의 만남', '다른 지역이나 문화에 대한 체험', '지적 호기심의 충족', '자신에 대한 재충전의 기회', '자신에 대한 재발견의 기회' 등의 동기요인들이 상대적으로 더 중요하다고 인식하고 있는 것으로 나타났음.

<표 IV-16> 국내 여행동기의 중요도

구 분	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체	t값
사례수	165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100.0%)	
일상생활로부터의 탈출	4.16	4.34	4.25	-2.594**
휴식	4.24	4.35	4.29	-1.480
긴장완화	4.15	4.32	4.23	-2.197*
즐거움의 추구	4.18	4.25	4.21	-0.809
건강유지와 체력단련	4.05	4.19	4.12	-1.623
특별하고 소중한 사람(가족, 친구 등)과 함께 할 수 있는 기회	4.16	4.20	4.18	-0.478
유사한 취미나 관심사를 가진 사람들과 함께 할 수 있는 기회	3.96	4.17	4.06	-2.297*
새로운 것을 보거나 경험하기	4.01	4.16	4.09	-1.626
다른 지역이나 문화에 대한 체험	3.94	4.22	4.08	-3.108**
나와 스타일이 다른 사람들을 보거나 만날 수 있는 기회	3.90	3.99	3.94	-1.063
지적 호기심의 충족	3.70	3.97	3.83	-2.977**
자신에 대한 재충전의 기회	3.84	4.11	3.97	-3.237***
자신에 대한 재발견의 기회	3.92	4.29	4.10	-3.966***
자기만족과 성취감	3.95	3.96	3.96	-0.114
다른 사람에게 이야기해 줄 여행경험을 쌓을 기회	3.98	4.12	4.04	-1.598

주: 평균값은 여행동기에 대한 5 중요도 측정척도에 의한 것임(1=전혀 중요하지 않음; 5=매우 중요함); 유의수준 * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

3) 국내 여행시 관광활동에 대한 중요도

- 55세 이상 전체 고령자 관광객들이 국내 여행시 중요하게 생각하고 있는 관광 활동을 살펴보면, '아름다운 자연경관 감상', '해안경관 감상', '지역 특유의 자연자원 탐방', '국립공원/도립공원 방문', '지역 음식이나 음료 맛보기' 등의 관광활동이 다른 관광활동에 비해 상대적으로 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났음.
- 반면 '야간 유흥시설 방문', '골프', '레저·스포츠 활동', '공연/쇼/콘서트 관람', 그리고 '고급 휴양리조트 또는 최상급 호텔에서의 채류' 등은 상대적으로 덜 중요한 관광활동인 것으로 조사되었음.
- 앞의 여행동기에 대한 중요도 결과와 마찬가지로 고령자 관광객들이 준고령자 관광객들에 비해 전반적으로 국내의 관광목적지에서 다양한 관광활동에 대한 참여가 더 중요하다고 인식하고 있는 것으로 조사되었음.
- 구체적으로 살펴보면, 65세 이상의 고령자 관광객들은 55세에서 64세까지의 준고령자 관광객들에 비해 '아름다운 자연경관 감상', '국립공원/도립공원 방문', '지역 문화와 생활양식의 경험', '역사문화 유적지 방문', '박물관/전시장/미술관 방문', '지역 축제나 이벤트 참가', '지역 음식이나 음료 맛보기', '테마/주제공원 또는 놀이시설 방문', '고급 휴양리조트 또는 최상급 호텔에서의 체류', '건강관리 프로그램의 참가', '공연/쇼/콘서트 관람', '쇼핑(지역 특산물 또는 일반 상품)' 등의 관광활동이 상대적으로 더 중요하다고 인식하고 있는 것으로 나타났음.

<표 IV-17> 국내 여행시 관광활동의 중요도

구 분	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체	t값
사례수	165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100.0%)	
아름다운 자연경관 감상	3.94	4.22	4.08	-4.092***
지역 특유의 자연자원 탐방 (자연생태계, 동굴, 오름 등)	4.04	4.09	4.07	-0.579
해안경관 감상	4.07	4.10	4.08	-0.338
국립공원/도립공원 방문	3.93	4.21	4.07	-3.157**
지역 문화와 생활양식 (라이프스타일)의 경험	3.85	4.07	3.96	-2.661**
역사문화 유적지 방문	3.75	4.10	3.92	-3.471***
박물관/전시장/미술관 방문	3.71	3.96	3.83	-2.556*
지역 축제나 이벤트 참가	3.80	4.02	3.91	-2.289*
지역 음식이나 음료 맛보기	3.90	4.11	4.00	-2.208*
교육 및 체험관광 프로그램 참가	3.73	3.84	3.78	-1.128
테마/주제공원 또는 놀이시설 방문	3.58	3.86	3.71	-2.839**
고급 휴양리조트 또는 최상급 호텔에서의 체류	2.78	3.10	2.93	-2.320*
도보/산책 여행	3.56	3.69	3.62	-1.525
건강관리 프로그램 참가 (온천, 피부미용, 헬스센터 등 포함)	3.44	3.73	3.58	-2.690**
스포츠/운동경기 관람	3.00	3.06	3.03	-0.481
공연/쇼/콘서트 관람	2.70	2.99	2.84	-2.546*
야간 유흥시설 방문 (나이트클럽, 주/바 등)	2.42	2.35	2.39	0.558
쇼핑: 지역 특산물이나 관광 기념품 (토산품, 농수산물 등)	3.14	3.56	3.34	-3.746***
쇼핑: 일반 상품 (의류, 신발, 가방, 액세서리, 화장품, 향수 등)	3.24	3.69	3.46	-3.572***
골프	2.35	2.41	2.37	-0.478
기타 레저·스포츠 활동 (수상 스포츠, 낚시, 사이클, 등산 등)	2.68	2.75	2.71	-0.533

주: 평균값은 관광활동에 대한 5 중요도 측정척도에 의한 것임(1=전혀 중요하지 않음; 5=매우 중요함); 유의수준 * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

4) 향후 3년간(2011년 6월~2013년 5월까지) 국내 숙박여행에 대한 전망

- 향후 3년간의 국내 숙박여행에 대한 응답자들의 전망에 대하여 과반수 이상의 전체 고령자 관광객들이 '모르겠다'라고 응답한 것으로 조사되었음.
- 그러나 고령자 관광객들의 여행경험에 대한 미래 전망이 준고령자 관광객들에 비해 다소 구체적인 것으로 조사되었으며, 고령자 관광객들은 '과거 3년간의 국내여행 횟수보다 비슷하거나 더 많이 하게 될 것이다'라고 응답한 사람이 45.8%로 준고령자들의 36.3%보다 훨씬 높게 나타났음.

<표 IV-18> 향후 3년간 국내 숙박여행 전망

(단위: %)

구 분	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체
사례수	165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100.0%)
과거 3년간의 국내여행 횟수 보다 덜 여행하게 될 것이다	3.6	5.9	4.7
과거 3년간의 국내여행 횟수 보다 비슷하게 여행할 것이다	21.8	27.5	24.5
과거 3년간의 국내여행 횟수 보다 더 많이 여행하게 될 것이다	14.5	18.3	16.4
잘 모르겠다	60.0	48.4	54.4

라. 제주도 여행 경험과 평가

1) 여행정보 원천

- 전체 조사대상의 고령자 관광객들은 '친구, 가족 또는 친지 등으로 부터의 구전이나 추천'에 의해 가장 많이 제주도에 대한 여행정보를 얻은 것으로 나타났으며, 다음으로는 '과거 방문경험으로부터의 지식이나 정보', '여행사의 추천이나 권유', '기타 여행/관광에 대한 웹사이트' 등의 순으로 나타났음.

- 전반적으로 고령자 관광객들이 준고령자 관광객들에 비해 상대적으로 더 많은 여행정보를 수집 및 이용했던 것으로 조사되었으며, 특히 '관광/여행에 관한 웹사이트', '신문이나 잡지에서의 기사 또는 광고' 등을 많이 이용했던 것으로 조사되었음.

<표 IV-19> 제주도 여행정보 원천

구 분	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	(단위: %)
사례수	165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100.0%)
과거 방문경험으로부터의 지식/정보	55.8	58.8	57.2
친구, 가족 또는 친지 등으로 부터의 추천	60.6	77.8	68.9
제주도 내에서의 여행정보센터	7.9	5.9	6.9
여행사(온라인 여행사 포함)의 광고/브로슈어	4.2	6.5	5.3
여행사(온라인 여행사 포함)의 추천/권유	16.4	13.7	15.1
항공사의 광고/브로슈어	3.6	7.2	5.3
여행지도	10.3	0.7	5.7
제주도의 공식 여행 홈페이지/웹사이트	2.4	7.2	4.7
기타 관광/여행에 관한 웹사이트	8.5	17.0	12.6
여행자 블로그/여행 리뷰에 관한 웹사이트	4.2	6.5	5.3
페이스 북, 트위터 등 기타 온라인 사이트	5.5	5.2	5.3
관광지로부터의 홍보 이메일	0.0	0.0	0.0
TV에서의 관광지에 대한 기사 또는 광고	4.2	8.5	6.3
라디오에서의 관광지에 대한 기사 또는 광고	0.6	0.0	0.3
신문에서의 관광지에 대한 기사 또는 광고	3.0	17.0	9.7
여행관련 잡지에서의 여행기사 또는 광고	4.8	11.1	7.9
여행 가이드 책자(여행 가이드 북)	10.3	9.2	9.7
영화나 TV 드라마	7.3	3.3	5.3
기타	13.3	14.4	13.8

주: 복수응답 결과임.

2) 제주도 여행 중에 가장 경험하고 싶었던 관광활동

- 전체 고령자 관광객들은 '세계자연유산(성산일출봉, 거문오름 등) 탐방'을 가장 경험하고 싶었던 관광활동으로 선택하였고, 다음으로는 '전통음식 체험관광', '올레길 탐방', 그리고 '숲길, 자연휴양림 방문 등 자연체험관광' 등의 순으로 나타났음.
- 준고령자 관광객들은 '올레길 탐방'과 '전통음식 체험'이 고령자 관광객들에 비해 상대적으로 훨씬 높게 나타났으며, 고령자 관광객들은 '세계자연유산 탐방', '도서지역 탐방', '숲길, 자연휴양림 방문 등 자연체험관광', '건강미용 체험관광', 그리고 '축제와 이벤트'에서 상대적으로 높게 나타났음.

<표 IV-20> 제주도 여행 중에 가장 경험하고 싶었던 관광활동

(단위: %)

구 분	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체
사례수	165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100.0%)
올레길 탐방	18.2	7.2	12.9
세계자연유산(성산일출봉, 거문오름 등)탐방	24.8	29.4	27.0
도서지역 탐방(마라도, 우도 등)	8.5	11.1	9.7
템플스테이(사찰) 체험관광	0.6	1.3	0.9
숲길, 자연휴양림 방문 등 자연체험관광	8.5	15.7	11.9
전통음식 체험관광	19.4	9.8	14.8
축제와 이벤트 참가	0.6	3.3	1.9
공연관람	1.2	0.7	0.9
건강미용 체험관광	0.0	3.9	1.9
역사문화 유적지 방문	0.6	0.0	0.3
박물관 탐방	0.6	0.0	0.3
기타	17.0	17.6	17.3

주: 교차분석 $p < 0.01$ 에서 유의함.

3) 여행형태와 여행목적

- 조사대상 전체 고령자 관광객들의 과반수 이상이 ‘개별/단독’ 여행자 인 것으로 나타났으며, 약 92% 정도가 ‘휴가 및 순수여행’의 목적으로 제주도를 방문한 것으로 조사되었음.
- 한편 준고령자 관광객들의 ‘업무 및 사업관련 여행’ 목적의 비율이 고령자 관광객들에 비해 상대적으로 높은 것으로 조사되었으며, ‘가족, 친구 및 친지방문’ 목적의 비율은 고령자 관광객들이 준고령자 관광객들에 비해 상대적으로 높게 나타났음.

<표 IV-21> 제주도 여행형태와 여행목적

(단위: %)

구 분	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체
사례수	165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100.0%)
여행형태			
개별/단독 여행	53.3	49.7	51.6
여행사를 통한 단체여행	29.7	31.4	30.5
다른 조직에 의한 단체여행	17.0	16.3	16.7
기타	0.0	2.6	1.3
여행목적*			
휴가 및 순수여행	90.9	92.8	91.8
업무 및 사업관련 여행	4.2	0.0	2.2
가족, 친구 및 친지방문	4.2	7.2	5.7
기타	0.6	0.0	0.3

주: 교차분석 유의수준 * $p < 0.05$

4) 여행 동반자 수와 구성원

- 조사대상 고령자 관광객들의 평균 여행 동반자 수는 7명으로 다소 높게 나타났는데, 이는 여행 동반자의 구성원 결과에서와 같이 24% 이상이 ‘친구나 동료와 함께’ 여행한 것과 13% 이상이 ‘단체나 동호인들과 함께’ 여행했던 것에 기인하는 것으로 볼 수 있음.

- 고령자 관광객들의 '부부/연인'의 남녀 2명의 여행 구성원 비율이 41%로 나타나 준고령자 관광객들의 비율(29.4%)에 비해 훨씬 높은 것으로 조사되었음.
- 반면 준고령자 관광객들의 '19세 이하의 자녀를 동반한 가족여행'의 비율이 10.4%로 나타나 고령자 관광객들의 비율(4.6%)에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났음.

<표 IV-22> 제주도 여행 동반자 수와 구성원

(단위: %)

구 분	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체
사례수	165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100.0%)
여행 동반자 수	7.28명	6.87명	7.08명
구성원*			
혼자	1.2	0.0	0.6
부부/연인(남녀2명)	29.4	41.2	35.1
가족과 함께(19세 이하의 자녀를 동반한)	10.4	4.6	7.6
가족과 함께(19세 이하의 자녀를 동반하지 않은)	12.3	12.4	12.3
내 가족과 다른 가족과 함께 (두 가족 이상)	4.3	6.5	5.4
내 가족과 친구와 함께	0.6	2.0	1.3
친구나 (회사)동료와 함께	23.3	24.8	24.1
단체나 동호인들과 함께	17.8	8.5	13.3
기타	0.6	0.0	0.3

주: 교차분석 유의수준 * $p < 0.05$

5) 체재기간과 이용 숙박시설

- 조사대상 전체 고령자 관광객들의 이번 제주도 여행에서의 체재기간은 2.3박으로 나타났으며, 약 70% 정도가 일반 관광호텔이나 특급호텔에서 투숙했던 것으로 조사되었음.

<표 IV-23> 제주도 체재기간과 이용 숙박시설

(단위: %)

구 분		준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체
사례수		165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100.0%)
체재기간		2.24박	2.26박	2.25박
숙박시설	특급관광호텔(특1급, 특2급)	23.6	24.8	24.2
	관광호텔(1, 2, 3등급 호텔)/ 일반호텔	42.4	48.4	45.3
	휴양콘도미니엄	9.1	8.5	8.8
	모텔/여관/여인숙	1.8	0.0	0.9
	휴양펜션/민박	18.2	14.4	16.4
	친구 또는 친지 집	4.8	3.9	4.4

6) 방문형태와 최근 5년간 방문횟수

- 조사대상 전체 고령자 관광객들의 약 82% 이상이 재방문자인 것으로 조사되었음.
- 제주도 재방문 고령자 관광객들의 최근 5년간 방문횟수는 약 2.3회인 것으로 조사되었으며, 약 70% 정도의 전체 고령자 관광객들이 2009년과 2010년에 제주도를 방문했던 것으로 조사되었음.

<표 IV-24> 제주도 방문형태와 최근 5년간 방문횟수

(단위: %)

구 분		준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체
사례수		165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100%)
방문형태	처음방문	17.6	18.3	17.9
	재방문	82.4	81.7	82.1
사례수		136 (52.1%)	125 (47.9%)	261 (100%)
최근 5년 동안 제주도 방문횟수		2.40번	2.13번	2.27번
최근 제주도를 방문했던 해**	2010년	54.4	34.4	44.8
	2009년	19.9	30.4	24.9
	2008년	9.6	7.2	8.4
	2007년	5.9	6.4	6.1
	2006년	3.7	11.2	7.3
	2005년 또는 그 이전	6.6	10.4	8.4

주: 교차분석 유의수준 ** $p < 0.01$

7) 여행동기에 따른 여행경험의 평가

- 조사대상 전체 고령자 관광객들의 여행동기에 따른 제주도 여행경험에 대한 평가 결과, ‘일상생활로부터 탈출의 기회’, ‘충분한 휴식’, ‘즐거움의 추구’, 그리고 ‘긴장완화’ 등이 상대적으로 다른 항목들에 비해 가장 긍정적으로 달성된 것으로 조사되었음.
- 반면 ‘지적 호기심’과 ‘나와 스타일이 다른 사람들을 보거나 만날 수 있는 기회’ 등은 가장 낮게 충족된 것으로 나타났음.
- 전반적으로 고령자 관광객들이 준고령자 관광객들에 비해 긍정적 경험을 많이 한 것으로 조사되었음.

<표 IV-25> 여행동기에 따른 여행경험의 평가

구 분	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체	t값
사례수	165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100.0%)	
이번 여행을 통하여 나는				
일상생활로부터 탈출의 기회를 가질 수 있었다.	4.12	4.28	4.20	-2.251*
충분한 휴식을 가질 수 있었다.	4.16	4.14	4.15	0.320
긴장을 완화시킬 수 있었다.	4.07	4.14	4.11	-0.924
즐거움을 마음껏 추구할 수 있었다.	4.11	4.20	4.15	-1.302
건강을 유지하고 체력을 단련하는 기회를 가질 수 있었다.	4.04	4.10	4.07	-0.762
특별하고 소중한 사람(가족, 친구 등)과 함께 할 수 있었다.	4.05	4.16	4.10	-1.599
유사한 취미나 관심사를 가진 사람들과 함께 할 수 있었다.	3.88	4.16	4.02	-3.420***
새로운 것을 보고 경험할 수 있었다.	3.99	4.01	4.00	-0.204
제주도의 독특한 문화에 대하여 체험 할 수 있었다.	3.93	4.19	4.05	-3.130**
나와 스타일이 다른 사람들을 보거나 만날 수 있었다.	3.85	4.10	3.97	-2.773**
나의 지적 호기심의 충족시킬 수 있었다.	3.72	4.12	3.92	-4.204***
재충전의 기회를 가질 수 있었다.	3.93	4.20	4.06	-3.063**
나에 대한 재발견의 기회를 가질 수 있었다.	3.88	4.21	4.04	-3.928***
나에 대한 만족감과 성취감을 느낄 수 있었다.	4.01	4.07	4.04	-0.728
다른 사람에게 이야기해 줄 수 있는 유익한 여행경험을 할 수 있었다.	4.02	4.01	4.02	0.232

주: 평균값은 여행동기에 대한 5점 리커트식 측정척도에 의한 것임(1=전혀 그렇지 않다; 5=매우 그렇다); 유의수준 * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

- 특히 고령자 관광객들은 ‘일상생활로부터의 탈출’, ‘유사한 취미나 관심사를 가진 사람들과의 만남’, ‘제주도의 독특한 문화에 대한 체험’, ‘나와 스타일이 다른 사람과의 만남’, ‘지적 호기심의 충족’, ‘자신에 대한 재충전의 기회’, ‘자신에 대한 재발견의 기회’ 등에서 준고령자 관광객들에 비해 훨씬 긍정적으로 경험한 것으로 나타났음.

8) 관광활동에 대한 만족도

- 조사대상 전체 고령자 관광객들은 ‘국립공원/도립공원 방문’에서 가장 높은 만족도를 보이고 있고, 다음으로는 ‘아름다운 자연경관 감상’, ‘해안경관 감상’, ‘제주도 문화와 생활양식의 경험’, ‘역사문화 유적지 방문’, ‘건강관리 프로그램 참가’, ‘박물관/전시장/미술관 방문’, ‘지역 특유의 자연자원 탐방’, ‘지역 음식이나 음료 맛보기’, ‘지역 축제나 이벤트 참가’ 등의 관광활동이 다른 활동들에 비해 상대적으로 만족스러운 관광활동이었던 것으로 나타났음.
- 반면 ‘골프’, ‘공연/쇼/콘서트 관람’, 그리고 ‘야간 유흥시설 방문’ 등은 상대적으로 가장 낮은 관광활동들인 것으로 조사되었음.
- 준고령자와 고령자 관광객들의 관광활동에 대한 만족 차이분석에서는 준고령자 관광객들은 ‘지역 특유의 자연자원 탐방’과 ‘골프’ 등의 관광활동에서 고령자 관광객들에 비해 상대적으로 높은 만족도를 보이고 있는 것으로 나타났음.
- 반면 고령자 관광객들은 ‘국립공원/도립공원 방문’, ‘역사문화 유적지 방문’, ‘테마/주제공원 또는 놀이시설 방문’, ‘도보/산책 여행’, ‘쇼핑(지역특산물과 일반상품)’ 등의 관광활동이 준고령자 관광객들에 비해 상대적으로 높은 만족도를 보이는 것으로 파악되었음.

<표 IV-26> 관광활동에 대한 만족도

구 분	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체	t값
사례수	165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100.0%)	
아름다운 자연경관 감상	4.42	4.42	4.42	-0.022
지역 특유의 자연자원 탐방 (자연 생태계, 동굴, 오름 등)	4.31	4.15	4.23	1.900*
해안경관 감상	4.39	4.36	4.37	0.409
국립공원/도립공원 방문	4.40	4.55	4.47	-2.289*
지역 문화와 생활양식 (라이프스타일)의 경험	4.29	4.37	4.33	-1.126
역사문화 유적지 방문	4.05	4.48	4.29	-4.733***
박물관/전시장/미술관 방문	4.19	4.35	4.28	-1.542
지역 축제나 이벤트 참가	3.92	4.12	4.02	-1.641
지역 음식이나 음료 맛보기	4.22	4.18	4.20	0.563
교육 및 체험관광 프로그램 참가	4.30	4.27	4.28	0.279
테마/주제공원 또는 놀이시설 방문	3.82	4.12	3.98	-3.075**
고급 휴양리조트 또는 최상급 호텔에서의 체류	4.11	3.80	3.94	1.560
도보/산책 여행	3.91	4.07	3.99	-2.058*
건강관리 프로그램 참가 (마사지, 피부미용, 헬스센터 등 포함)	4.36	4.23	4.29	1.007
스포츠/운동경기 관람	3.89	3.89	3.89	0.016
공연/쇼/콘서트 관람	3.36	3.17	3.26	0.765
야간 유홍시설 방문 (나이트클럽, 주/바 등)	3.52	3.28	3.38	1.537
쇼핑: 지역 특산물이나 관광 기념 품 (토산품, 농수산물 등)	3.53	3.71	3.62	-2.034*
쇼핑: 일반 상품 (의류, 신발, 가방, 액세서리, 화장품, 향수 등)	3.66	4.14	3.91	-4.495***
골프	3.82	2.93	3.18	2.128*
기타 레저·스포츠 활동 (수상 스포츠, 낚시, 사이클, 등산 등)	3.90	3.64	3.74	1.280

주: 평균값은 관광활동에 대한 5점 리커드식 만족 측정척도에 의한 것임(1=전혀 만족하지 않음; 5=아주 만족함); 유의수준 * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

9) 관광시설과 서비스품질 평가

- 제주도의 관광시설과 서비스품질에 대한 평가 결과를 살펴보면, 조사대상 전체 고령자 관광객들은 제주도의 관광시설과 서비스품질에 대하여 4점 이상으로 나타나 대체로 우수하다고 평가하고 있는 것으로 나타났음.
- 모든 평가 항목들에서 65세 이상의 고령자 관광객들의 평가 점수가 준고령자 관광객들의 평가 점수 보다 상대적으로 높은 것으로 조사되었음.

<표 IV-27> 관광시설과 서비스품질 평가

구 분	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체	t값
사례수	165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100.0%)	
숙박시설	4.12	4.29	4.20	-2.625**
식당시설	4.04	4.33	4.18	-3.953***
음식의 질	3.97	4.06	4.01	-1.091
교통수단/시설 및 도로	4.03	4.32	4.17	-4.305***
개별 방문지/관광지	4.09	4.30	4.19	-2.740**
안내와 정보 제공	4.01	4.18	4.09	-2.374*
지역주민의 환대와 친절성	3.98	4.23	4.10	-3.724***
종사원의 친절과 전문성	4.06	4.21	4.14	-2.028*

주: 평균값은 5점 리커트식 품질 측정척도에 의한 것임(1=아주 열악함; 5=아주 우수함); 유의수준 * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

10) 여행의 전반적 평가와 만족 및 미래행위 의도

- 이번 제주도 여행에 대한 전반적 평가는 추천의도를 제외한 다른 모든 항목들에서 평균 4점미만으로 나타났으며, 특히 '제주도의 물가나 가격수준'은 가장 낮은 평가 점수를 보이고 있음.
- 통계적으로 유의한 모든 항목들에서 고령자 관광객들이 준고령자 관광객들에 비해 상대적으로 더 긍정적으로 평가한 것으로 나타났음.

<표 IV-28> 여행의 전반적 평가와 만족 및 미래행위 의도

구 분	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체	t값
사례수	165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100.0%)	
제주도는 관광지로서 양질의 상품과 서비스를 제공하고 있다.	3.73	3.90	3.81	-2.100*
제주도의 물가나 가격수준은 합리적이었다.	3.28	3.33	3.30	-0.471
이번 제주도 여행은 기대했던 것 보다 훨씬 좋았다.	3.76	3.90	3.83	-1.957*
이번 제주도 여행은 내가 지불한 비용 만큼 충분한 가치가 있었다.	3.87	3.90	3.88	-0.448
이번 제주도 여행에서 내가 하려고 했던 많은 것들을 경험했다.	3.83	4.10	3.96	-3.320***
이번 제주도 여행에서 나는 정말 즐거웠다.	3.93	3.95	3.94	-0.253
나는 이번 제주도 여행에 대하여 전반적으로 만족한다.	3.98	3.86	3.92	1.449
내가 아는 사람들에게 제주도 방문을 적극 추천할 것이다.	3.97	4.16	4.06	-2.380*
기회가 된다면 나는 제주도를 다시 방문할 것이다.	3.86	3.96	3.91	-1.247

주: 평균값은 관광활동에 대한 5점 리커드식 측정척도에 의한 것임(1=전혀 그렇지 않다; 5=매우 그렇다); 유의수준 * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

11) 불편사항과 불만족 여부

- 전체적으로 볼 때 고령자 관광객들의 응답자 중 약 14% 정도가 이번 제주도 여행에서 불편사항을 경험하였거나 만족하지 못한 것으로 나타났음.
- 고령자 관광객들의 불편사항에 대한 비율은 13.7%로 준고령자 관광객들의 비율 15.8%에 비해 상대적으로 낮은 것으로 파악되었음.

<표 IV-29> 불편사항과 불만족 여부

(단위: %)

구 분	준고령자 관광객 (55세~64세)	고령자 관광객 (65세 이상)	전체
사례수	165 (51.9%)	153 (48.1%)	318 (100%)
불편사항이나 불만족 요소가 없다	84.2	86.3	85.2
불편사항이나 불만족 요소가 있다	15.8	13.7	14.8

마. 여행동기에 대한 중요도와 제주도 여행경험의 성과에 대한 차이 분석

1) 전체 고령자 관광객

- <표 IV-30> 전체 고령자 관광객에 대한 여행동기의 중요도와 제주도 여행경험의 성과에 대한 차이 분석 결과, 세 가지 변수가 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났음.
- 전체 고령자 관광객들의 여행동기 중에서 '휴식'과 '긴장완화'는 중요정도에 비해 이번 제주도 여행에서 덜 달성되었음을 의미하며, '지적호기심의 충족'은 중요도에 비해 이번 제주도 여행을 통하여 더 많이 달성되었음을 의미함.

2) 준고령자 관광객

- <표 IV-31> 준고령자 관광객에 대한 국내여행의 여행동기 중요도와 제주도 여행경험의 성과에 대한 차이 분석 결과, 모든 변수에서 통계적으로 차이가 없는 것으로 나타났음.
- 이는 준고령자 관광객들의 개인적 여행동기 수준에 있어서는 이번 제주도 여행이 잘 부합되었음을 의미함.

<표 IV-30> 여행동기에 대한 중요도와 제주도에서의 성과 분석: 전체 고령자 관광객

구 분	국내여행시 여행동기 중요도	제주도에서의 여행동기에 대한 성과	[차이] (중요도-성과)	t값
일상생활로부터의 탈출	4.25	4.20	0.05	0.727
휴식	4.29	4.15	0.14	2.699**
긴장완화	4.23	4.11	0.12	2.476*
즐거움의 추구	4.21	4.15	0.06	0.896
건강유지와 체력단련	4.12	4.07	0.05	0.198
특별하고 소중한 사람(가족, 친구 등)과 함께 할 수 있는 기회	4.18	4.10	0.08	1.402
유사한 취미나 관심사를 가진 사람들과 함께 할 수 있는 기회	4.06	4.02	0.04	0.885
새로운 것을 보거나 경험하기	4.09	4.00	0.09	1.316
다른 지역이나 문화에 대한 체험	4.08	4.05	0.03	0.374
나와 스타일이 다른 사람들을 보거나 만날 수 있는 기회	3.94	3.97	-0.03	-0.699
지적 호기심의 충족	3.83	3.92	-0.09	-1.484
자신에 대한 재충전의 기회	3.97	4.06	-0.09	-1.777*
자신에 대한 재발견의 기회	4.10	4.04	0.06	0.990
자기만족과 성취감	3.96	4.04	-0.08	-1.599
다른 사람에게 이야기해 줄 여행경험을 쌓을 기회	4.04	4.02	0.02	0.419

주: T-test 유의수준 * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

<표 IV-31> 여행동기에 대한 중요도와 제주도에서의 성과 분석: 준고령자 관광객

구 분	국내여행시 여행동기 중요도	제주도에서의 여행동기에 대한 성과	차이 (중요도-성과)	t값
일상생활로부터의 탈출	4.16	4.12	0.04	0.638
휴식	4.24	4.16	0.08	1.008
긴장완화	4.15	4.07	0.08	1.105
즐거움의 추구	4.18	4.11	0.07	0.961
건강유지와 체력단련	4.05	4.04	0.01	0.000
특별하고 소중한 사람(가족, 친구 등)과 함께 할 수 있는 기회	4.16	4.05	0.11	1.696
유사한 취미나 관심사를 가진 사람들과 함께 할 수 있는 기회	3.96	3.88	0.08	1.032
새로운 것을 보거나 경험하기	4.01	3.99	0.02	0.256
다른 지역이나 문화에 대한 체험	3.94	3.93	0.01	0.000
나와 스타일이 다른 사람들을 보거나 만날 수 있는 기회	3.90	3.85	0.05	0.486
지적 호기심의 충족	3.70	3.72	-0.02	-0.296
자신에 대한 재충전의 기회	3.84	3.93	-0.09	-1.128
자신에 대한 재발견의 기회	3.92	3.88	0.04	0.315
자기만족과 성취감	3.95	4.01	-0.06	-0.920
다른 사람에게 이야기해 줄 여행경험을 쌓을 기회	3.98	4.02	-0.04	-0.717

주: T-test 결과 모든 변수에서 통계적으로 유의하지 않음.

3) 고령자 관광객

- <표 IV-32> 고령자 관광객에 대한 여행동기의 중요도와 제주도 여행경험의 성과에 대한 차이 분석 결과, 세 가지 변수에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났음.
- 고령자 관광객들의 개인적 여행동기 중에서 '휴식'과 '긴장완화'는 중요정도에 비해 이번 제주도 여행에서 덜 달성되었음을 의미하며, '지적호기심의 충족'은 중요도에 비해 이번 제주도 여행을 통하여 더 많이 달성되었음을 의미함.

<표 IV-32> 여행동기에 대한 중요도와 제주도에서의 성과 분석: 고령자 관광객

구 분	국내여행시 여행동기 중요도	제주도에서의 여행동기에 대한 성과	차이 (중요도-성과)	t값
일상생활로부터의 탈출	4.34	4.28	0.06	1.069
휴식	4.35	4.14	0.21	3.395***
긴장완화	4.32	4.14	0.18	2.563**
즐거움의 추구	4.25	4.20	0.05	0.640
건강유지와 체력단련	4.19	4.10	0.09	1.164
특별하고 소중한 사람(가족, 친구 등)과 함께 할 수 있는 기회	4.20	4.16	0.04	0.587
유사한 취미나 관심사를 가진 사람들과 함께 할 수 있는 기회	4.17	4.16	0.01	0.095
새로운 것을 보거나 경험하기	4.16	4.01	0.15	1.952*
다른 지역이나 문화에 대한 체험	4.22	4.19	0.03	0.436
나와 스타일이 다른 사람들을 보거나 만날 수 있는 기회	3.99	4.10	-0.11	-1.292
지적 호기심의 충족	3.97	4.12	-0.15	-1.999*
자신에 대한 재충전의 기회	4.11	4.20	-0.09	-1.468
자신에 대한 재발견의 기회	4.29	4.21	0.08	0.993
자기만족과 성취감	3.96	4.07	-0.11	-1.213
다른 사람에게 이야기해 줄 여행경험을 쌓을 기회	4.12	4.01	0.11	1.327

주: T-test 유의수준 * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

바. 관광활동에 대한 중요도와 제주도 관광활동 만족도에 대한 차이 분석

1) 전체 고령자 관광객

- <표 IV-33>에서 나타난 바와 같이, 전체 고령자 관광객에 대한 관광활동의 중요도와 이번 제주도에서의 관광활동에 대한 만족도 차이 분석 결과, 19개의 변수가 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났음.
- 통계적으로 차이를 보이는 19개의 모든 항목들에서 조사대상 전체 고령자 관광객들은 국내여행시 관광활동의 중요도 보다 이번 제주도 여행에서의 관광 활동에 대한 만족도가 높다고 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났음.

2) 준고령자 관광객

- <표 IV-34>에서 보는 바와 같이, 준고령자 관광객에 대한 국내여행시 관광활동의 중요도와 이번 제주도에서의 관광활동에 대한 만족도 차이 분석 결과, 21개의 항목 중에서 15개의 변수가 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났음.
- 통계적으로 차이를 보이는 15개의 모든 항목들에서 준고령자 관광객들은 국내여행시 관광활동의 중요도 보다 이번 제주도 여행에서의 관광활동에 대한 만족도가 높다고 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났음.

3) 고령자 관광객

- <표 IV-35>에서 나타난 바와 같이, 고령자 관광객에 대한 관광활동의 중요도와 이번 제주도에서의 관광활동에 대한 만족도 차이 분석 결과, 21개의 항목 중에서 16개의 변수가 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났음.
- 통계적으로 차이를 보이는 16개의 모든 항목들에서 고령자 관광객들은 국내여행시 관광활동의 중요도 보다 이번 제주도 여행에서의 관광활동에 대한 만족도가 높다고 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났음.

<표 IV-33> 국내 여행시 관광활동의 중요도와 제주도에서의 관광활동 만족 분석(전체)

구 분	국내여행시 관광활동 중요도	제주도에서의 관광활동에 대한 만족	차이 (중요도-만족)	t값
아름다운 자연경관 감상	4.08	4.42	-0.34	-7.246***
지역 특유의 자연자원 탐방 (자연생태계, 동굴, 오름 등)	4.07	4.23	-0.16	-2.350*
해안경관 감상	4.08	4.37	-0.29	-5.975***
국립공원/도립공원 방문	4.07	4.47	-0.40	-6.554***
지역 문화와 생활양식 (라이프스타일)의 경험	3.96	4.33	-0.37	-7.356***
역사문화 유적지 방문	3.92	4.29	-0.37	-2.411*
박물관/전시장/미술관 방문	3.83	4.28	-0.45	-4.146***
지역 축제나 이벤트 참가	3.91	4.02	-0.11	0.254
지역 음식이나 음료 맛보기	4.00	4.20	-0.20	-2.810**
교육 및 체험관광 프로그램 참가	3.78	4.28	-0.50	-4.257***
테마/주제공원 또는 놀이시설 방문	3.71	3.98	-0.27	-3.159**
고급 휴양리조트 또는 최상급 호텔에서의 체류	2.93	3.94	-1.01	-4.239***
도보/산책 여행	3.62	3.99	-0.37	-5.403***
건강관리 프로그램 참가 (온천, 피부미용, 헬스센터 등 포함)	3.58	4.29	-0.71	-5.098***
스포츠/운동경기 관람	3.03	3.89	-0.86	-2.528*
공연/쇼/콘서트 관람	2.84	3.26	-0.42	0.636
야간 유흥시설 방문 (나이트클럽, 주/바 등)	2.39	3.38	-0.99	-6.881***
쇼핑: 지역 특산물이나 관광 기념품 (토산품, 농수산물 등)	3.34	3.62	-0.28	-3.700***
쇼핑: 일반 상품 (의류, 신발, 가방, 액세서리, 화장품, 향수 등)	3.46	3.91	-0.45	-5.832***
골프	2.37	3.18	-0.81	-3.301**
기타 레저·스포츠 활동 (수상 스포츠, 낚시, 사이클, 등산 등)	2.71	3.74	-1.03	-3.527***

주: T-test 유의수준 * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

<표 IV-34> 국내 여행시 관광활동의 중요도와 제주도에서의 관광활동 만족 분석(준고령자)

구 분	국내여행시 관광활동 중요도	제주도에서의 관광활동에 대한 만족	차이 (중요도-만족)	t값
아름다운 자연경관 감상	3.94	4.42	-0.48	-7.624***
지역 특유의 자연자원 탐방 (자연생태계, 동굴, 오름 등)	4.04	4.31	-0.27	-2.823**
해안경관 감상	4.07	4.39	-0.32	-4.443***
국립공원/도립공원 방문	3.93	4.40	-0.47	-5.049***
지역 문화와 생활양식 (라이프스타일)의 경험	3.85	4.29	-0.44	-5.505***
역사문화 유적지 방문	3.75	4.05	-0.30	-1.054
박물관/전시장/미술관 방문	3.71	4.19	-0.48	-3.966***
지역 축제나 이벤트 참가	3.80	3.92	-0.12	0.476
지역 음식이나 음료 맛보기	3.90	4.22	-0.32	-3.397***
교육 및 체험관광 프로그램 참가	3.73	4.30	-0.57	-3.207**
테마/주제공원 또는 놀이시설 방문	3.58	3.82	-0.24	-1.541
고급 휴양리조트 또는 최상급 호텔에서의 체류	2.78	4.11	-1.33	-2.772**
도보/산책 여행	3.56	3.91	-0.35	-3.633***
건강관리 프로그램 참가 (온천, 피부미용, 헬스센터 등 포함)	3.44	4.36	-0.92	-5.611***
스포츠/운동경기 관람	3.00	3.89	-0.89	-0.862
공연/쇼/콘서트 관람	2.70	3.36	-0.66	0.548
야간 유흥시설 방문 (나이트클럽, 주/바 등)	2.42	3.52	-1.10	-3.061**
쇼핑: 지역 특산물이나 관광 기념품 (토산품, 농수산물 등)	3.14	3.53	-0.39	-4.253***
쇼핑: 일반 상품 (의류, 신발, 가방, 액세서리, 화장품, 향수 등)	3.24	3.66	-0.42	-3.803***
골프	2.35	3.82	-1.47	-2.283*
기타 레저·스포츠 활동 (수상 스포츠, 낚시, 사이클, 등산 등)	2.68	3.90	-1.22	0.360

주: T-test 유의수준 * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

<표 IV-35> 국내 여행시 관광활동의 중요도와 제주도에서의 관광활동 만족 분석(고령자)

구 분	국내여행시 관광활동 중요도	제주도에서의 관광활동에 대한 만족	차이 (중요도-만족)	t값
아름다운 자연경관 감상	4.22	4.42	-0.20	-2.860**
지역 특유의 자연자원 탐방 (자연생태계, 동굴, 오름 등)	4.09	4.15	-0.06	-0.492
해안경관 감상	4.10	4.36	-0.26	-3.988***
국립공원/도립공원 방문	4.21	4.55	-0.34	-4.192***
지역 문화와 생활양식 (라이프스타일)의 경험	4.07	4.37	-0.30	-4.884***
역사문화 유적지 방문	4.10	4.48	-0.38	-2.286*
박물관/전시장/미술관 방문	3.96	4.35	-0.39	-2.234*
지역 축제나 이벤트 참가	4.02	4.12	-0.10	-0.120
지역 음식이나 음료 맛보기	4.11	4.18	-0.07	-0.420
교육 및 체험관광 프로그램 참가	3.84	4.27	-0.43	-2.817**
테마/주제공원 또는 놀이시설 방문	3.86	4.12	-0.26	-3.137**
고급 휴양리조트 또는 최상급 호텔에서의 체류	3.10	3.80	-0.70	-3.173**
도보/산책 여행	3.69	4.07	-0.38	-4.013***
건강관리 프로그램 참가 (온천, 피부미용, 헬스센터 등 포함)	3.73	4.23	-0.50	-2.029*
스포츠/운동경기 관람	3.06	3.89	-0.83	-3.260**
공연/쇼/콘서트 관람	2.99	3.17	-0.18	0.347
야간 유흥시설 방문 (나이트클럽, 주/바 등)	2.35	3.28	-0.93	-6.919***
쇼핑: 지역 특산물이나 관광 기념품 (토산품, 농수산물 등)	3.56	3.71	-0.15	-1.162
쇼핑: 일반 상품 (의류, 신발, 가방, 액세서리, 화장품, 향수 등)	3.69	4.14	-0.45	-4.567***
골프	2.41	2.93	-0.52	-2.478*
기타 레저·스포츠 활동 (수상 스포츠, 낚시, 사이클, 등산 등)	2.75	3.64	-0.89	-4.393***

주: T-test 유의수준 * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

2-3. 결과에 대한 논의와 시사점

- 제주도의 국내 고령자 관광객에 대한 주요 표적시장은 서울, 경기도/인천과 경상도/대구/부산을 우선 설정할 수 있으며, 외국인 고령자 관광객들과는 다르게 여성들이 우선이며, 고등학교 또는 대학교 졸업자이며 배우자 또는 자녀들과 함께 살고 있고 건강상태가 좋으며 노후준비가 잘 되어 있는 계층으로 파악할 수 있음.
- 국내 고령자 관광객들의 이번 제주도 여행에 대한 평균 숙박일수가 2.25박으로 조사되어 과거 3년간 국내 여행시 평균 숙박일수(1.92박)보다 높게 나타났으나, 고령자 관광객들이 제주도에서 체재기간을 늘릴 수 있는 구체적인 방안 마련이 필요함을 시사함.
 - 제주도에서의 평균 숙박일수에 대한 결과는 조사대상자의 약 70% 정도가 상대적으로 가격이 비싼 호텔(특급호텔과 일반관광호텔)에서의 체재하는 것과 관련이 있는 것으로 판단됨.
 - 따라서 상대적으로 가격이 저렴하면서도 이용에 큰 불편이 없는 다양한 숙박 시설의 이용 가능성에 대하여 적극적으로 홍보함으로써 제주도에서의 평균 체재기간을 늘릴 수 있을 것으로 판단됨.
 - 또한 대부분의 고령자 관광객들은 직업으로부터 은퇴한 사람들이거나 직업이 없는 사람들이 많이 포함되어 있어서 여행시기(계절)와 여행기간(숙박일수)에 대한 융통성이 많이 있으므로 비수기 때의 장기체류 고령자 관광객 유치 증대에 초점을 맞추는 것도 하나의 유치증대 방안이 될 수 있을 것으로 판단됨.
- 국내 여행시 여행동기에 대한 중요도 결과, 조사대상 전체 고령자 관광객들의 여행에 대한 내적 동기 또는 욕구는 매우 높은 것으로 나타났음.

- 특히 ‘휴식’, ‘일상생활로부터의 탈출’, ‘긴장완화’, 그리고 ‘즐거움의 추구’ 등의 동기 요인들을 국내여행시 가장 중요한 동기 요인으로 인식하고 있는 것으로 나타났으며, 다음으로는 ‘특별하고 소중한 사람과 함께 할 수 있는 기회’, ‘건강유지와 체력단련’, ‘자신에 대한 재발견의 기회’, ‘새로운 것을 보거나 경험하기’, ‘다른 지역이나 문화에 대한 체험’, ‘유사한 취미나 관심사를 가진 사람들과 함께 할 수 있는 기회’, 그리고 ‘다른 사람에게 이야기해 줄 여행경험을 쌓을 기회’ 등의 중요도 순으로 나타났음.
- 따라서 제주도가 잠재 고령자 관광객들의 여행에 대한 심리적 욕구를 충족시켜줄 수 있는 이상적인 관광목적지임을 상기시키는 광고나 메시지 개발과 여행동기를 자극시키기 위한 제주도 관광이미지 전략을 개발하는 것이 중요함.
- 조사대상 전체 고령자 관광객들이 국내 여행시 중요하게 생각하고 있는 관광활동을 분석한 결과, ‘아름다운 자연경관 감상’, ‘해안경관 감상’, ‘지역 특유의 자연자원 탐방’, ‘국립공원/도립공원 방문’, ‘지역 음식이나 음료 맛보기’ 등의 관광활동을 다른 관광활동에 비해 상대적으로 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났음. 반면 ‘야간 유흥시설 방문’, ‘골프’, ‘레저·스포츠 활동’, ‘공연/쇼/콘서트 관람’, 그리고 ‘고급 휴양리조트 또는 최상급 호텔에서의 체류’ 등은 상대적으로 덜 중요한 관광활동인 것으로 조사되었음.
- 국내 고령자 관광객들이 가장 관심이 높은 관광활동은 ‘휴식’이나 ‘긴장 해소’를 위한 ‘자연감상’과 관련된 여행상품인 것으로 파악되었으며, 다음으로는 ‘지적 호기심’이나 ‘다른 지역이나 문화에 대한 체험의 욕구’를 충족시켜줄 수 있는 ‘역사 및 문화’와 관련된 여행상품임을 시사하고 있음.
- 따라서 향후 더 많은 국내 고령자 관광객들을 유치하기 위해서는 고령자 관광객들의 다양한 여행동기에 부합하는 여행상품의 개발과 이를 통한 시장전략을 수립하는 것이 최우선 과제임.

- 과거 3년간 국내여행의 경험에서는 준고령자 관광객들이 고령자에 비해서 더 많이 경험한 것으로 나타났으며, 향후 3년간의 국내 숙박여행에 대한 전망에서는 과반수 이상의 전체 고령자 관광객들이 '불확실하다'라고 응답한 것으로 조사되었음.
 - 65세 이상의 고령자 관광객들의 여행경험에 대한 미래 전망이 준고령자 관광객들에 비해 좀 더 구체적인 계획을 가지고 있는 것으로 나타났음.
 - 이는 55세에서 64세까지의 준고령자 관광객들은 여전히 직업이나 은퇴에 대해 고민을 많이 하고 있으며, 미래에 대한 불확실성을 인식하고 있는 것에 기인한 것으로 볼 수 있으나, 국내여행에 대한 과거 경험 결과로 비추어 볼 때 준고령자 관광객들의 미래 여행경험에 대한 전망도 최소한 비슷한 수준에서 지속될 것으로 판단됨.
 - 국내 고령층 인구가 점차적으로 늘어날 것이라는 일반적 전망과 연금을 수령하거나 안정적인 경제적 기반을 마련한 잠재 고령자 관광객들의 비율이 높아질 것이라는 전망됨.
 - 이에 따라 국내·외 다른 관광목적지에 비해 경쟁적 우위를 확보하고 더 많은 고령자 관광객을 유치하기 위해서는 전략적이고 적극적인 마케팅 활동(예를 들면, 앞의 결과에 따른 심리적 욕구에 부합하는 광고 및 마케팅 전략과 선호하는 여행상품이나 여행코스 및 테마상품의 개발)을 펼쳐야 할 것으로 판단됨.
- 제주도 방문 고령자 관광객들의 가장 중요한 여행정보 원천은 '친구, 가족 또는 친지로부터의 추천(구전)'인 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 '과거 제주도 방문경험', '여행사의 광고나 추천', 그리고 '기타 관광/여행에 관한 웹사이트' 등의 순으로 조사되었음.

- 구전이나 자기 경험으로부터의 여행정보 습득이 가장 중요한 여행정보 원천으로 나타난 것이 시사하는 점은 제주도를 방문한 모든 관광객들에게 고품질의 관광서비스를 제공하여 제주도 여행에 대한 긍정적 경험이나 반응의 결과에서 극대화를 피할 수 있음.
 - 이는 단기적 노력 뿐만 아니라 중·장기적 측면에서 관광품질 개선에 끊임없는 노력을 해야 함을 시사하는 것임.
 - 여행사의 광고나 추천도 내국인 고령자 관광객들의 중요한 여행정보 원천으로 나타나 여행사와의 협력적 또는 공동적 상품개발이나 마케팅 노력이 절실히 요구됨.
 - 인터넷이나 관광/여행에 관한 웹사이트는 더 이상 짧은 충만이 이용하는 것이 아니며, 거의 모든 관광객들이 아주 중요하게 이용하는 정보 수단으로 나타났음.
 - 따라서 제주도 여행에 관한 인터넷 홈페이지의 내용과 디자인 등 전반적인 부분에 대한 정기적이고 체계적인 개선(update)의 노력이 절실히 요구된다고 할 수 있음.
 - 향후 인터넷 홈페이지를 이용한 효과적인 여행정보 제공 뿐만 아니라 고객과의 효율적인 커뮤니케이션 및 고객 조사(예를 들면, 고객들의 사전 요구나 욕구의 변화 모니터링, 데이터 수집 및 조사, 연령별로 선호하는 여행 유형이나 상품 선호도 조사 등) 도구로서 함께 기능할 수 있도록 개선되어야 할 것으로 사료됨.
- 제주도 여행 중에 가장 경험하고 싶었던 관광활동으로는 '세계자연유산 탐방'이 가장 높게 나타났고, 다음으로는 전통음식 체험, 올레길 탐방, 숲길, 자연휴양림 방문 등 자연체험관광인 것으로 나타났음.

- 이러한 결과는 앞에서 언급된 국내 여행시 관광활동에 대한 중요도 조사 결과와 마찬가지로 내국인 고령자 관광객들이 가장 중요하게 생각하는 여행상품 요인은 아름답고 독특한 제주도의 자연자원을 바탕으로 개발된 여행상품인 것임을 알 수 있으므로, 제주도의 다양한 자연자원을 체험을 할 수 있는 상품 개발이 매우 중요하다고 할 수 있음.
- 또한 전통음식 체험이 두 번째로 가장 하고 싶었던 관광활동인 것으로 파악되어 제주도 전통음식과 음료 그리고 주류 등을 모두 포함한 전통 먹거리 상설 시장이나 전통음식 이벤트나 축제와 같은 다양한 형태의 상품개발이 매우 중요하다고 할 수 있음.
- 전체 고령자 관광객들의 90% 이상이 휴가 및 순수여행 목적으로 제주도를 방문했던 것으로 조사되었고, 과반수 이상이 개별·단독 여행자인 것으로 나타났으나 단체여행도 47.2%(여행사를 통한 단체여행 30.5%, 다른 조직에 의한 단체여행 16.7%)를 차지하는 것으로 나타나 내국인 고령자 관광시장은 여전히 단체여행도 중요한 부분임이 입증되었음.
- 내국인 고령자 관광객들도 외국인 관광객들과 마찬가지로 부부·연인과 함께 여행하는 비율이 35.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 친구나 동료와 함께 여행하는 비율이 24.1%로 높았으며, 자녀들과 함께 여행하는 가족여행의 비율(19.9%)도 약 20%로 비교적 높게 나타났음.
- 내국인 고령자중 순수여행 목적의 개별·단독 여행자들을 더 많이 유치하기 위해서는 부부/연인이나 자녀를 포함한 가족여행의 최적의 관광지라는 광고나 메시지 전달이 매우 중요함.
- 제주도는 오래 전부터 국내에서 가장 명성이 있는 신혼여행지로서 각광을 받아왔으며, 현재 내국인 고령자들의 신혼여행지가 제주도였던 사람들이 많을 것으로 추정되기 때문에 ‘은혼식/금혼식 여행지로서의 제주도’, ‘황혼기의 로맨

스나 추억을 상기시키기 위한 장소로서의 제주도, '자신(부모)들의 신혼여행지를 자녀와 함께 추억을 즐길수 있는 곳으로서의 제주도' 등을 강조하는 것도 내국인 고령자 관광객 유치 중대를 위한 하나의 광고나 마케팅적 방법이 될 수 있을 것으로 사료됨.

- 제주도 여행을 위해 이용한 여행정보 원천 결과를 볼 때, 더 많은 고령자 관광객을 유치하기 위해서는 여행사와의 협력 및 여행사에서의 단체여행 상품개발이 매우 중요하며, 또한 다양한 고령자 단체여행(친구모임, 동호인 단체 등)에 부합하는 다양한 단체 여행상품 개발 등이 매우 중요함.
- 고령자 관광객들이 과거 3년간 국내여행시 평균 숙박기간 보다 제주도에서의 체재기간이 약간 높은 것으로 조사되었으며, 여전히 호텔에서 투숙하는 비율이 가장 높게 나타났으나 외국인 고령자들과는 다르게 내국인 고령자 관광객들은 제주도에서 좀 더 다양한 숙박시설(휴양콘도미니엄과 휴양펜션/민박 등)을 이용하는 것으로 조사되었음.
- 그러나 제주도에서의 평균 체재일수를 늘리고, 많은 고령자 관광객들이 숙박 시설로서 호텔에만 집중되어 있는 것을 타개시키기 위해, 앞에서 언급된 바와 같이 장기체류의 고령자 관광객 유치를 위해 다양한 숙박시설의 이용 가능성을 널리 홍보할 필요가 있음.
- 전반적으로 내국인 고령자 관광객들의 제주도 재방문 비율이 아주 높은 것으로 나타났으며, 재방문 관광객들 중에서 최근 2년(2010년 또는 2009년) 이내에 제주도를 방문했던 응답자들이 거의 70%정도 차지하는 것으로 나타났음.
- 제주도의 많은 내국인 고령자 관광객들의 재방문은 비교적 짧은 기간 내에 이루어지고 있고 충성도가 높은 경향이 있지만, 제주도에 좀처럼 재방문을 하지 않는 일탈형이나 포기형 고령자 관광객들에 대한 향후 연구가 이루어져야 할 것으로 판단됨.

- 여행동기에 따른 제주도 여행경험에 대한 평가 결과, '일상생활로부터 탈출의 기회', '충분한 휴식', '즐거움의 추구', 그리고 '긴장완화' 등이 상대적으로 다른 항목들에 비해 가장 긍정적으로 달성된 것으로 조사되었음.
- 제주도 여행에서의 관광활동에 대한 만족도 결과, 전체적으로 '국립공원/도립 공원 방문', '아름다운 자연경관 감상', '해안경관 감상', '제주도 문화와 생활양식의 경험', '역사문화 유적지 방문', '건강관리 프로그램 참가', '박물관/전시장/미술관 방문', '지역 특유의 자연자원 탐방', '지역 음식이나 음료 맛보기', '지역 축제나 이벤트 참가' 등의 관광활동에서 고령자 관광객들은 높은 만족도를 보이고 있는 것으로 나타났음.
 - 앞에서 언급된 바와 같이, 국내 고령자 관광객들이 가장 관심이 높은 관광활동은 '휴식'이나 '긴장 해소'를 위한 '자연감상'과 관련된 여행상품과 '지적 호기심'이나 '다른 지역이나 문화에 대한 체험의 욕구'를 충족시켜줄 수 있는 '역사 및 문화'와 관련된 여행상품이 중요하다고 하겠음.
 - 따라서 고령자 관광객을 위한 여행상품 개발이나 마케팅전략 개발시 여행동기(고객의 요구나 욕구)와 관광활동(상품)의 관련성을 결합하여 시행하는 것이 중요하다고 할 수 있음.
- 제주도의 관광시설과 서비스품질에 대한 평가 결과, 조사대상 전체 고령자 관광객들은 제주도의 관광시설과 서비스품질에 대하여 대체로 우수하다고 평가하고 있고, 이번 제주도 여행에 대한 전반적 평가는 대체로 긍정적으로 나타났으나 '제주도의 물가나 가격수준'에 대해서는 상대적으로 가장 낮은 평가 점수를 보이고 있음. 전체 고령자 관광객들의 응답자 중 약 14% 정도가 이번 제주도 여행에서 불편사항을 경험하였거나 만족하지 못한 것으로 조사되었음.

- 낮은 서비스품질 수준이나 불만족을 경험한 관광객은 당사자의 미래 행위의도(재방문이나 추천 및 구전)에 직접적으로 부정적 영향을 미치는 것 뿐만 아니라 다른 잠재관광객들에게 더 큰 부정적 영향을 미칠 수 있으므로 관광객 만족 증대나 서비스 향상을 위한 꾸준한 노력이 절실히 요구됨.
- 따라서 고령자 관광객들의 미래 행위의도에 상대적으로 적게 영향을 미치거나 부정적으로 영향을 미치는 서비스품질 요인이나 불만족 요소에 대하여 철저한 조사를 통해 중·장기적이고 전체적인 관점에서 획기적인 개선의 노력이 필요함.
- 여행동기의 중요도와 제주도에서의 여행경험의 성과에 대한 차이 분석 결과 전반적으로 고령자 관광객들은 국내 여행시 여행동기 항목들에 대한 중요도 보다 여행동기에 따른 제주도 여행경험에 대한 성과가 더 높은 것으로 나타났음. 휴식과 긴장완화의 여행 욕구는 중요도에 비해 이번 제주도 여행에서 덜 달성되었다고 인식하는 것으로 조사되었으며, 지적호기심의 충족에 대한 욕구는 제주도 여행을 통하여 더 많이 달성되었다고 인식하고 있는 것으로 나타났음.
- 제주도를 방문한 고령자 관광객들의 휴식이나 긴장완화의 내적 욕구에 대한 성과가 낮다는 것은 단체패키지 여행에서의 바쁘고 과다한 여행일정과 관련이 있을 수 있으므로, 고령자 관광객들의 신체적 여건이나 특정 요구 및 욕구에 부합하고 다른 일반 패키지 상품과 차별화된 여행상품의 개발과 판매가 중요함.
- 국내 여행시 관광활동 항목들에 대한 중요도와 이번 제주도에서의 관광활동에 대한 만족도의 차이 분석에 따르면, 국내 여행시 관광활동 항목들에 대한 중요도 보다 이번 제주도 여행에서의 관광활동에 대한 만족도가 상대적으로 높은 것으로 조사되어 제주도에서의 관광활동은 고령자 관광객들의 요구를 대체로 충족시켜주고 있다고 할 수 있음.

V. 고령자 관광객 유치 증진방안

1. 기본 전략

가. 관광시장의 세분화

- 어떤 연령 집단보다 집단 내 동질성이 떨어지는 시니어 집단이 다양한 세분시장의 집합체로 이해하고 고객에 밀착한 니즈 파악 노력이 필요함.²⁶⁾
 - 고령자 시장은 경제적측면, 욕구측면 등에서 다양성이 존재하는 시장임을 인지해야 함.
 - 따라서 고령자 시장에 대한 획일적인 접근방법으로는 고령자 관광객들의 욕구를 충족시키지 못함.
- 전체 고령자 관광시장에서 부유한 은퇴층과 일반 은퇴층을 구분한 양면적 접근이 필요함.²⁷⁾
 - 세계적 베스트셀러 작가 메리 파이퍼는 “노인들은 젊은 노인들과 늙은 노인들로 나뉜다.”고 말함.²⁸⁾ 세계적 미래학자 마티아스 호르크스는 평균수명이 연장되면서 사회는 노화하지 않고 오히려 급격히 젊어지고 있다고 주장함.²⁹⁾
 - 부유한 은퇴층의 경우 한국과 일본의 베이비붐 세대를 주목할 필요가 있음. 다만, 베이비 봄 세대의 경우에도 경제적 여유층과 경제적 비여유층으로 대별될 수 있다는 점에 유의해야 함.
 - 일반 은퇴층의 경우에는 건강한 일반 은퇴층과 건강하지 않은 일반 은퇴층으로 구분할 필요가 있음.

26) 정지혜, “시니어 시장의 불편한 진실과 과제,” 「LG Business Insight」, LG경제연구원, 2009.8.12, p.2.

27) 삼성경제연구소, 「베이비붐 세대 은퇴의 과급효과와 대응방안」, 2010.10. p.161.

28) 박동석 외, 「고령화 쇼크」, 굿인포메이션, 2003, p.153.

29) 한국문화관광연구원, 「2011 문화예술 트렌드 분석 및 전망」, 2010, p.196.

나. 고령자 세분시장별 홍보 및 마케팅 추진

- 고령자는 장년의 소비경험을 바탕으로 하는 '소비의 프로'임에 유의할 필요가 있음.
- 관광상품으로서의 접근보다는 노후 정신적 여가활동으로서의 홍보 접근방안이 필요하며,³⁰⁾ 신문광고에 의존했던 마케팅 수단에서 상품원가 절감효과를 고려한 새로운 마케팅 수단 강구가 필요함.³¹⁾
- 고령자를 대상으로 한 마케팅의 특징은 아이들을 위한 제품과 마찬가지로 구매자와 사용자가 다른 경우가 많다는 점도 유의해야함.³²⁾

다. 고령자 특성에 맞는 관광상품과 프로그램의 개발

- 은퇴한 노년계층을 위해서 기존의 관광프로그램과는 다른 노년층의 요구에 맞는 새로운 형태의 관광프로그램 및 그러한 관광프로그램을 운영할 수 있는 민간을 위한 정책적 지원이 필요함.³³⁾
- 고령층을 대상으로 한 다양한 테마상품의 개발을 통해 상품을 특성화해야 함.
 - 문화·자연체험, 건강증진, 세대공동(3세대 가족관광 프로그램), 취미, 역사 유적지 답사 프로그램, 식도락 프로그램 등 다양화되고 있는 고령층의 욕구를 충족할 수 있는 프로그램 개발이 필요함.
- 건강한 고령층 뿐만 아니라 신체적으로 장애가 있거나 허약한 고령자를 위한 관광 프로그램 개발이 필요함.

30) 박정하, "중국노인관광시장 개발 전략," 「한중 연해지역 관광교류 협력방안 세미나, 제3회 한중 연해지역 관광포럼」, 문화체육관광부 등, 2009.9.

31) 한국관광공사, 「2007 국내실버관광실태조사」, 2007, p.42.

32) 정지혜, "시니어 시장의 불편한 진실과 과제," 「LG Business Insight」, LG경제연구원, 2009.8.12.

33) 한국문화관광연구원, 「최근 관광트랜드 변화와 향후 정책방향」, 2010, p.170.

- 장년층을 위한 서비스나 관광상품에 시니어(senior)라고 적시하는 것은 거부감을 조장할 수 있어 위험하다고 지적함.³⁴⁾
 - 실제로 프랑스에서 장년층 전문여행사의 대부분은 ‘séniorisation’이라는 표기를 사용하지 않으며, 전반적으로 ‘seniors’라고 이름붙인 상품은 10%에 불과함.
- 청장년층과는 다른 고령자의 특성을 감안한 관광상품 개발방안을 모색해야 함.

라. 관광안내체계의 전문화

- 관광안내체계를 구축하는데 있어서도 고령층의 눈높이에 맞춘 안내서비스를 제공할 필요가 있음.
- 고령층은 다른 연령집단에 비해 인적서비스에 대한 기대가 높으며, 신체적·정서적으로 타인에게 의존하는 경향이 강하므로 전문적인 인적 서비스의 제공은 고령자 관광시장의 활성화를 위해 반드시 수반되어야 할 분야임.

마. 배리어 프리 관광시설의 확대

- 하드웨어적인 측면에서 관광목적지의 교통, 시설, 안전 등에 대한 배리어 프리 정책이 추진되어야 함.
 - 유니버설 디자인 컨셉이나 배리어프리 시설 등을 활용하고, 법제화를 통해 보다 편리한 편의시설을 갖추어야 함.³⁵⁾
- 소프트웨어적인 측면에서 불편한 노인의 신체적 기능을 보완, 유지해 줄 수 있는 의료 및 인적서비스에 대한 검토가 필요함.

34) 노영순, “관광대국 프랑스의 자존심 회복 : 프랑스의 중장기 관광발전 전략,” 「한국관광정책」, 제43호, 한국문화관광연구원, 2011, p.117.

35) 강창수, “노인 관광정책 연구,” 경기대학교 대학원 박사학위논문, 2006, p.132.

2. 고령자 관광객 유치 증진방안

가. 관광시장의 세분화

□ 내국인 관광시장

- 내국인 고령자 관광시장은 성장기 시장이며, 단체여행객보다는 개별여행객의 비중이 크기 때문에 관광정보채널의 다양화와 맞춤형 관광상품 개발, 재방문과 장기체류 유도에 초점을 맞추어야함.
 - 특히 한국전쟁이 종료된 후인 1955년부터 1963년까지 출생한 베이비 부머세대(약 720만명)가 2011년 기준, 한국 나이로 49세~57살에 이르고 있고, 이들의 은퇴할 시기가 도래하고 있어 이 연령층을 표적시장으로 선정할 필요가 있음.
 - 다만, 한경혜 외(2011), 「한국의 베이비 부머 연구」에 의하면 은퇴 후 생활비를 211만원 정도로 예측하고 있는데, 준비가 되어 있는 경우는 약 30%에 불과한 수준이었음.³⁶⁾ 따라서 베이비 부머 세대간에도 경제적 양극화가 심하며, 이 시장을 단일 관광시장으로 보기에는 무리가 있음.
- 국내의 은퇴 노년계층은 절대적인 비율 측면에서는 급증하고 있는 것이 확실하다고 볼 수 있으나 가처분 소득이라는 관광활동을 위한 필요 자원을 여타 서구의 은퇴노인계층과 같은 정도로 보유하고 있지는 않다고 볼 수 있음.³⁷⁾
- 따라서 내국인 관광시장인 경우에도 엑티브한 고령층 시장, 일반 고령층 시장, 정부차원에서 지원을 해야 관광이 가능한 고령층 시장으로 구분할 필요가 있음.

36) 2010년 5월 24일-9월 6일까지 약 16주 동안 전국 15개 시·도의 도시지역, 일반 가정에 거주하는 베이비 부머 4,668명을 대상으로 조사되었음. 한경혜외, 「한국의 베이비 부머 연구」, 서울대 노화·고령사회연구소 & 메트라이프 코리아재단, 2011. 원시연, “베이비 부머 : 은퇴 이후의 소득보장방안,” 「이슈와 논점」 제251호, 국회입법조사처, 2011.6.17.에서 재인용.

37) 한국문화관광연구원, 「최근 관광트랜드 변화와 향후 정책방향」, 2010, p.171.

□ 일본인 관광시장

- 일본의 실버세대는 다른 세대에 비해 시간적 여유를 가지고 있으며, 여행에 대한 지향성이 상대적으로 매우 높은 것으로 나타남.³⁸⁾
 - 총무성 발표 「가계조사연보」에 의하면 2008년 패키지여행에 대한 소비지출이 가장 많은 세대는 60대로, 이어서 70대, 50대, 40대의 순위를 기록함.
- 일본의 단카이 세대 등 잠재적인 수요층이 많은 노인계층의 선호상품을 개발할 필요가 있음. 다만, 단카이 세대의 경우에도 출생 시기라는 공통점을 제외하고는 개별 소비자의 특성으로 이해해 보았을 때 다양한 세분시장으로 구별될 수 있으므로 보다 정교한 세분화 전략이 필요함.³⁹⁾
- 일본 닛세이기초연구소의 실버산업 전망(2010.1)에 의하면 실버시장은 ‘다양한 미시적 시장의 집합체’로 고려할 필요가 있다고 하였음.
 - 실버시장을 구분하면 부유(10%), 보통(80%), 허약(10%) 고령자의 3개의 시장으로 구분함.
 - 즉, 1할의 건강 부유층을 위한 호화여행이 제공되는 시장, 1할의 허약고령자에 대하여 개호(介護)복지관련 서비스가 제공되는 시장, 나머지 8할은 중년층과 다름없는 보통 고령자 시장을 의미함.⁴⁰⁾
- 2010년 직항·크루즈노선 이용 제주를 방문한 일본인 관광객중 61세 이상 연령층은 37.6%(58,268명)를 차지하고 있으며, 총관광객을 성별로 보면 남성이 70,962명, 여성이 84,414명임.⁴¹⁾ 이는 61세 이상 노년층에도 상당수가 여성일 가능성이 높은 것으로 추정됨. 여성 고령층에 적합한 관광상품 개발과 홍보방안 수립이 필요하다는 시사점을 제시함.

38) KOTRA, 「일본 실버산업 현황과 비즈니스 기회」, 2010.4.

39) 정지혜, “시니어 시장의 불편한 진실과 과제,” 「LG Business Insight」, LG경제연구원, 2009.8.12.

40) KOTRA, 「일본 실버산업 현황과 비즈니스 기회」, 2010.4, p.37

41) 제주출입국관리사무소의 조사자료 인용에 있어 성별 합계와 연령별 합계가 다소 차이가 발생함. 성별·연령별 교차한 자료는 없어서 분석에 한계가 있음.

- 제주도는 일본과 지리적으로 가깝고 기후와 자연조건면에서 흡사하기 때문에 일본인 고령자 관광객이 자기집처럼 편안하게 쉴 수 있는 관광지로 접근하기에도 유리한 점이 있음.

□ 중국인 관광시장

- 춘·추계 관광 특수기 이외 연간 관광수요 발생하고 있으며, 전체 관광인구의 20-25% 점유하고 있음.⁴²⁾
 - 전국적으로 분포해 있지만, 동부 경제발전지역이 주력군임. 북경, 천진, 주삼각지역, 장삼각지역, 산동 연해지역 등임.
- 유교문화의 영향으로 효도관광이 보편화되어 있는 중국시장이 급속한 고령화 현상 뿐만 아니라 조기 퇴직제도가 늘어나면서 노인층 관광수요가 증가할 것으로 전망됨.⁴³⁾
- 2010년 직항노선 이용 제주를 방문한 중국인 관광객중 61세 이상 연령층은 7.3%(11,958명)를 차지하고 있으며, 총관광객을 성별로 보면 남성이 74,346명, 여성이 87,617명임. 고령자 관광시장은 도입단계의 관광시장이라 할 수 있음.

42) 박정하, “중국노인관광시장 개발 전략,” 「한중 연해지역 관광교류 협력방안 세미나, 제3회 한중 연해지역 관광포럼」, 문화체육관광부 등, 2009.9.

43) 세계여행신문, 2007년 11월 5일자.

<표 V-1> 세분시장별 전략

구 분	고령자 관광시장 특성	주요 전략	비고
내국인	<ul style="list-style-type: none"> ·개별여행객과 단체여행객이 혼합 ·개별여행객의 비중이 큼 ·성장기 시장 ·재방문 비율 높음 ·자연자원과 음식 등이 특히 중요 	<ul style="list-style-type: none"> ·베이비붐 세대 집중공략 필요 ·재방문과 장기체류 유도 전략 필요 ·고령층 눈높이에 맞춘 정보 제공과 시설 개선 	1차 표적시장
일본인	<ul style="list-style-type: none"> ·개별여행객과 단체여행객이 혼합 ·동호회 시장 활성화 ·성숙기 시장 ·쇼핑과 역사문화 유적지 선호 	<ul style="list-style-type: none"> ·단카이세대 집중공략 필요 ·근거리, 안전한 관광목적지 강조 ·현지 여행사, 국내 대형 여행사와의 협력 마케팅 ·고령층 대상 차별화되고, 특성화된 관광상품 개발 	1차 표적시장
중국인	<ul style="list-style-type: none"> ·단체 관광객 중심 ·도입기 시장 ·첫방문 비율 높음 ·쇼핑, 자연자원 및 역사문화 유적지 선호 	<ul style="list-style-type: none"> ·중국 노인단체, 현지 여행사와 연계한 관광객 유치 ·중장기적인 관점에서 접근 	2차 표적시장

자료 : 연구자 작성

나. 인프라 구축 및 서비스

1) 고령자 편의를 고려한 배리어 프리 관광시설 확대

- 한국문화관광연구원의 '관광도우미 제도 도입을 위한 기초연구(2010)'의 조사 결과에 따르면, 노인이 관광활동에 많은 불편함을 느끼고 있는 요인들 중 경제적 내용을 제외하고 가장 큰 제약요인으로 인식하고 있는 것은 관광인프라 (교통, 편의시설), 관광콘텐츠(프로그램)의 다양성, 관광정보의 접근성임.
- 일본 오끼나와의 사례를 벤치마킹하여 고령자, 장애자, 외국인 등을 배려하여 시설은 물론 안내, 정보 등의 소프트적인 측면에서도 배리어 프리화(Barrier Free)를 추진할 필요가 있음.

- 고령자, 장애자 등을 위한 베리어 프리시설의 관광지·관광시설에 도입기준 및 도입범위 설정, 도입방법, 도입시기 등을 검토하는 연구를 선행적으로 추진함.
- 연구결과를 토대로 제주관광진흥조례에 의거 신규·기존 관광지·관광시설 등에 베리어 프리시설의 도입을 추진함.
- 다만, 이러한 베리어 프리 시설을 도입하는데 있어, 모든 부문에 고령자·장애인을 대상으로 한 시설도입에 초점을 맞추기 보다는 연령이나 신체적 기능 차이에 관계없이 가능한 한 많은 사람들이 사용하기 쉬운 시설과 서비스를 개발한다는 기본 가치를 전제로 하는 유니버설 디자인(Universal Design) 도입에 주목해야함.⁴⁴⁾
- 제주특별자치도에서는 베리어 프리시설을 갖춘 관광지, 관광시설 등에 대해 제주관광포털을 통한 홍보와 행·재정적 지원체계를 마련함.

<표 V-2> 베리어 프리 관광시설·서비스 예시

구 분	베리어 프리 시설 및 서비스 예시	비고
숙박시설 및 관광지	<ul style="list-style-type: none"> ·장애인, 고령자 전용 주차장 ·장애인, 고령자 편의를 고려한 화장실 ·장애인, 고령자 편의를 고려한 계단 ·알레르기, 칼로리 등을 계산한 음식 제공 ·휠체어 대여 ·욕실에 미끄럼 방지시설 설치 ·고령자 돌봄 간호사 배치 ·건강진단 기기 설치 – 고령자들이 혈압이나 당뇨 수치 등을 수시 확인 가능하도록 함 	
교통시설	<ul style="list-style-type: none"> ·전세버스, 시내버스 등을 중장기적으로 저상버스로 교체하고, 전세버스에 휠체어 리프트 및 좌석 탈착이 가능한 레일 설치 등의 개조를 지원 	
관광안내	<ul style="list-style-type: none"> ·고령자, 장애인의 눈높이에 맞춘 관광안내소 설치 (관광지도 제작, 관광홍보물 제작, 관광포털 구성) 	

자료 : 연구자 작성

44) 정지혜, “시니어 시장의 불편한 진실과 과제,” 「LG Business Insight」, LG경제연구원, 2009.8.12.

■ 클럽투어리즘社, 시니어층 겨냥해 관광지의 배리어프리화 추진

- 시니어층을 겨냥한 여행상품 개발에 주력하고 있는 클럽투어리즘社는 '시코쿠88개소메구리'(四國88ヵ所巡り) 여행상품을 구상하면서 사찰, 숙박시설, 관광지 등과 제휴해 배리어프리화 추진
- 관광지의 배리어 프리화에는 계단의 개선, 욕실과 화장실 배리어프리화, 휠체어용 리프트를 설치한 버스 등이 있음

자료 : KOTRA, 일본 실버산업 현황과 비즈니스 기회, 2010.4, p.24.

■ 관광 배리어 프리화(Barrier Free, 무장애) 추진 – 일본 오키나와

- 오키나와현은 2004년부터 관광 배리어 프리화 작업에 돌입함. 2004년부터 3년에 걸쳐 실시한 '관광 배리어 프리화 추진사업'에서는 행정(관광, 복지, 토목, 교육 등), 민간사업자, 관광추진단체, 복지단체, NPO 등이 밀접하게 연계·협력하여 다양한 사업을 전개했음.
- '모두가 즐길 수 있는 행복한 관광지'를 목표로 하며, 관광 배리어 프리화, 질 높은 오키나와 관광 실현, 지역경제 활성화, 지역생활 안정, 지역주민 생활환경 향상을 목적으로함.
- 구체적으로는 의식계발·인재육성사업(관광배리어프리 세미나 개최, 관광 배리어프리 팬드백 제작 등), 정보제공사업(배리어프리 관광정보 사이트 개설, 휠체어 화장실 및 지도 제작 등) 등임.
- 오키나와 관광 배리어 프리화는 행정중심의 의식계발사업 위주로 실시된 1단계를 거쳐 오키나와 배리어프리투어센터 설립(2007.11.17)과 함께 민간사업자 중심의 구체적 사업영역을 다루는 2단계에 진입했음.
- 배리어프리투어센터 주요 사업 내용은 배리어 프리 숙박시설과 관광시설 안내, 장애인용 택시·버스·렌터카 소개, 휠체어·음성 집음장치 등 보조기구 대여 안내, 관광 케어 섬포터(센터가 인정하는 개별 보호와 안내가 가능한 관광 가이드) 파견 등임.

자료 : 한국문화관광연구원, 월간 너울, 2008년 4월호(201호).

2) 고령자 관광객의 서비스 제고를 위한 관광교육 강화 및 안내도우미 제도 도입

- 일본에서는 전국의 여행지에서 고령자, 장애인이 트래블헬퍼의 보호를 받을 수 있는 체제의 정비를 서두르고 있음.⁴⁵⁾
 - 트래블 헬퍼란 여행의 전문지식을 가지고 그 위에 보호나 간호기술과 경험을 가진 프로페셔널 스텝을 말하며 여행계획부터 여행당일의 이동, 관광, 숙박지에서의 돌봄까지 여행의 목적과 당사자의 컨디션에 맞추어 다양하게 도움을 주는 사람을 의미함.
 - 비영리 법인인 일본 트래블헬퍼협회(Nippon Travel Helpers Association)에서 2009년 4월 1일부터 트래블헬퍼 자격제도를 도입하여 트래블헬퍼 자격 검정 시험을 실시하고 있음.
 - 홈헬퍼, 간호계열(간호 복지사, 간호사), 여행계열(여정관리 주임자, 여행업무 취급 주임 자격자) 등의 자격을 가진자에 한함.
- 고령자 관광 전문인력은 기존 관광종사원과 달리 고령자의 건강을 관리할 수 있는 의료 및 케어 능력, 고령자활동에 적합한 프로그램 개발 및 운영능력, 고령자 와의 원활한 커뮤니케이션 능력 등이 요구됨.
- 단기적으로는 제주자치도 관광사업체에 속한 관광종사원에 대한 교육시 고령자 관광객의 특성, 응대예절, 의료 및 케어서비스 등에 대한 교육프로그램을 기획하여 운영할 필요가 있음.
 - 제주특별자치도 관광진흥조례 제67조(교육) 제1항에 의거 제주자치도 관광사업 체에 속한 관광종사원은 도지사가 정하는 바에 따라 실시하는 교육을 받아야함.
- 중장기적으로는 관광진흥법 제38조(관광종사원의 자격 등)관련 고령자 관광객 대상 전문 안내자 자격증을 신설하는 방안과 동법 제39조(교육)에 의거 교육을 강화하는 방안을 모색할 필요가 있음.

45) 한국문화관광연구원, 「관광도우미 제도 도입을 위한 기초연구」, 2010.

- 내·외국인 관광객이 제주관광을 할 때, 제주에 거주하는 관광종사원만 관광안내를 하는 것이 아니기 때문에 관광진흥법 개정이나 교육프로그램 강화가 먼저 선행되어야 함.
- 제주특별자치도 관광진흥조례 제66조(관광종사원의 자격 등) 제1항에 의거 도지사는 별표 18의 관광업무별 자격기준에 ‘국내·외 고령자를 안내’ 항목을 신설하고, 이에 합당한 자격기준을 가진 전문 안내자가 안내를 해야 한다는 내용을 삽입할 필요가 있음.
- 즉, 고령자 관광객에게 맞춤형 서비스를 제공할 수 있는 전문 관광도우미 자격제도를 신설할 필요성이 있음.

■ 노인단체 여행시 의사동행 의무화 규정

- 베이징시 여유국은 ‘베이징시여행사안전관리규범’정책 발표를 통해 노인단체 여행시 안전 사항을 의무화하는 등 안전에 만전을 기하는 내용을 제시했음
- 여행사 안전관리규범에 따르면 앞으로 여행사가 노인단체 모객시 전 일정에 전문 간호사는 물론 일상적인 노인질병(심장병등)에 대해 치료를 할 수 있는 의사를 동행하고, 구급 약품을 구비해야함
- 또한 여행일정 중에 응급실에 예약을 해놓는 등 관광계약서에 안전조항을 포함시키기로 했음

자료 : 세계여행신문, 2007년 9월 17일자.

3) 은퇴고령 인력을 관광해설사로 활용

- 고령자는 건강하게 노동을 해서 사회에 공헌하면서 만족감을 갖게 하는 것이 중요함.
- 중앙정부에서 지원하는 노인 일자리사업은 <표 V-3>과 같으며, 노인복지 차원에서 사업이 지원되고 있음.

- 새로운 노년계층의 등장은 은퇴 이후 소외감에 빠지기 쉬운 고학력 노령인력을 특히 문화예술관련 산업과 관광산업에서 유용하게 활용할 수 있는 가능성을 보여주고 있음.⁴⁶⁾
 - 은퇴자들의 고립감과 소외감을 극복하는데 도움을 줄 수 있고, 은퇴자들이 지니고 있는 전문적 지식과 상대적으로 여유로운 시간을 활용할 수 있게 만드는 여러 관광프로그램(해설사, 안내센터 등)에 재취업을 유도하는 정책마련이 필요함.
- 도내 은퇴한 고령자 인력을 관광산업에 종사하게 하면서 사회에 기여하는 정책을 추진할 필요성이 있으며, 사회적 참여프로그램의 일환으로 추진함.
 - 은퇴한 초·중등 교원, 대학 교원, 기타 전문직 종사자들을 문화해설사, 숲 해설사, 관광안내센터 등 다양한 관광해설사로 활용할 수 있을 것임.
- 따라서 고령자 인력을 문화관광해설사로 육성하기 위한 재취업 프로그램을 운영할 수 있는 교육기관 지정 및 지원이 필요함.

<표 V-3> 노인 일자리 유형 및 현황

유형		지원	정의	일자리 예시	2011년 계획 ⁴⁷⁾
공공	공익형	<보수> 월 70만원(7개월) <부대경비>	지역사회 공헌 전문지식 나눔형 소외계층 지원형	거리환경지킴이, 급식도우미 문화재 해설사 노-노케어, 보육도우미	17만6천개 (7개월간)
	교육형				
	복지형	1인당 11~13만원			
민간	시장형	<부대경비> 1인 130만원	제조, 판매 등 사업운영 수익형	아파트 택배, 밑반찬 판매	2만개 (연중)
	인력파견형	<부대경비> 1인 10~15만원	수요처에 파견지원	시험감독관, 주유원	

자료: 보건복지부, 「2011 노인보건복지사업안내」, 2011. 국회입법조사처, “베이비부머: 은퇴 이후의 소득보장방안”, 원시연, 2011.에서 제인용.

46) 한국문화관광연구원, 「최근 관광트랜드 변화와 향후 정책방향」, 2010, p.174.

47) 공공형과 민간형 외에 시장 자립형 일자리가 2011년 연중 4천개가 계획되어 있음.

4) 고령자 응대 서비스 매뉴얼 개발

- 고령자 관광객의 관광만족도를 높이기 위해서는 고령자 관광객을 접객하는 관광사업관련 경영자, 종사원 등의 친절한 서비스가 무엇보다 중요함.⁴⁸⁾
 - 고령자 응대 서비스 매뉴얼을 개발하여 도내 숙박시설, 여행사, 렌트카, 전세버스 등 관광관련 종사자들의 교육자료로 활용함.
- 매뉴얼의 내용은 누구나 이해하기 쉬운 수준으로 하고 삽화를 곁들여 이해도를 높임. 기본적인 응대예절, 보건서비스, 식사서비스, 객실서비스, 안내서비스, 해설서비스 등에 대한 내용을 담음.

<표 V-4> 고령자 응대 서비스 매뉴얼 내용 예시

구 분	구체적 예시
응대예절	<ul style="list-style-type: none">·입끝을 살짝 올리고 밝고 약간 크되 명랑한 음성으로 대화함·높은 서비스 마인드와 자질을 지닌 인솔자와 가이드 배치
여행일정	<ul style="list-style-type: none">·여행상품의 여행스케줄은 고령층의 신체적 특성을 고려하여 충분한 휴식과 수면시간을 보장해야 하며, 밤에 승차하는것을 피함·여행시 관광객이 집중되는 시간대를 피함
음식 서비스	<ul style="list-style-type: none">·노인들의 생리적 특성을 고려하여, 담백하고 부드러운 음식 위주로 식단을 구성하고, 식이섬유와 비타민이 풍부한 음식으로 구성
보건 서비스	<ul style="list-style-type: none">·간단한 응급처리술을 숙지함·인근 보건기관과의 연계 등 비상시 대비책을 마련하고, 고령자들에게는 이를 설명하여 안심시킴
안내 서비스	<ul style="list-style-type: none">·알기 쉽게 큰 활자의 안내지도 등을 제시하여 안내함·고령자의 신체적 능력의 둔화를 고려하여 여행상품패키지를 선명히, 접객 할 시에는 큰소리로 하는 등의 고령자를 위한 배려가 필요·날씨를 수시로 예보하여 노인들이 관광활동 중 어떤 옷과 신발, 모자를 착용해야 하는지 알려줌

자료 : 한국문화관광정책연구원, 「노인복지관광 활성화방안」, 2003, p.56. 린산차이, "실버관광시장 분석," 「한국관광학회지」, 2004, 10(1), pp.1-15. 중 연해지역 관광교류 협력방안 세미나, 2004, p.296. 의 내용을 토대로 일부내용 수정 작성.

48) 강창수, "노인 관광정책 연구," 경기대학교 대학원 박사학위논문, 2006.

5) 외국인 관광객 통계기반 강화

- 제주를 방문하는 외국인 관광객들에 대한 성향을 파악하기 위해서는 성별, 연령별 등 기본적인 데이터가 필요함.
- 한국관광공사에서는 한국을 방문하는 외국인 관광객들의 방한목적별, 성별·연령별 입국현황을 매월 발표하고 있음.
- 제주관광공사에서는 매월 제주관광시장 동향분석을 발표하고 있지만, 외국인 관광객들의 성별·연령별 입국현황에 대한 자료는 없음.
- 제주특별자치도와 제주관광공사에서는 제주출입국관리사무소의 협조를 얻어 매월 관련 자료를 공표하는 방안을 모색해야 함.
- 제주특별자치도 관광진흥조례 제72조 (관광 통계) 제2항, 제3항에 의하면 필요하면 실태조사를 하거나, 관련 기관, 법인, 단체 등을 협조하게끔 되어 있음.
 - 제2항에 의하면 도지사는 관광통계를 작성하기 위하여 필요하면 실태조사를 하거나, 공공기관 · 연구소 · 법인 · 단체 · 민간기업 · 개인 등에게 협조를 요청할 수 있음.
 - 제3항에 의하면 관광통계 작성에 필요한 자료를 요청받은 기관, 법인, 단체 등은 이에 적극 협조하여야함.
- 실태조사를 정기적으로 해야 한다는 내용으로 수정하고, 기관, 법인, 단체 등은 특별한 사유가 없는 한 의무적으로 통계를 제공해야 한다고 명시되어야함.

6) 부동산투자자 영주권 제도 활용 중국인 부유층 고령자 관광객 유치

- 부동산투자자 영주권제도란 부동산 간접투자이민제도의 하나로, 기업경영 목적의 직접투자에 한해 영주자격을 부여하던 방식에서 국내 특정부동산에 일정금액 이상을 투자한 외국인에게 영주자격을 부여할 수 있도록 하는 제도임.

- 기업경영 뿐만 아니라 5억원 이상의 휴양체류시설(콘도 등) 관광레저 부동산에 투자한 경우 거주비자(F-2)을 부여하고, 체류기간동안 결격사유없이 5년이상 체류한 경우 영주자격(F-5) 부여한다는 측면에서 기존 제도와 다름.
- 부동산 투자자 영주권 제도는 2010년 2월 1일부터 제주도에 한해 적용되고 있으며, 이 제도가 향후 전국적으로 확대될 수 있으나 제주도는 섬지역으로서 타 지역과 차별화될 수 있는 지역임.
- 부동산 투자자 영주권 제도를 적극 활용하여 중국인 부유층 고령자 관광객들을 유치할 필요가 있음.

나. 관광상품 개발방안

1) 주요 시장 관광상품 개발방향

□ 내국인 관광시장

- 삼성경제연구소(2011)의 「뉴시니어 세대의 3대 키워드」 연구에서 뉴시니어를 움직이는 동기를 짚음, 향수, 자아 등 3대 키워드를 제시하였으며, 이와 연관하여 관광상품을 제시하면 다음과 같음.
 - 짚음(신체적·인지적·외양적 짚음)과 연계된 관광상품을 제시하면, 뷰티관광상품과 자연휴양림 등에서의 치유프로그램과 융합한 관광상품을 기획할 필요가 있음.
 - 향수(유·청년시기 경험하였던 문화와 정서에 대한 그리움)와 연계된 관광상품을 제시하면, 팝스타의 내한공연상품, 70·80세대 가수의 콘서트상품, 제주를 신혼여행지로 방문했던 뉴시니어 대상 추억의 신혼여행상품 등을 사례로 들 수 있음.

- 자아(자기계발과 교류를 통한 자아실현)와 연계된 관광상품을 제시하면, 공연 관광상품, 문화체험관광상품, 스포츠 동호회대상 관광상품 등을 사례로 들 수 있음.
- 거동이 불편한 고령자들을 위해서는 중앙정부차원의 돌봄여행프로그램이 기획되어야 함.

□ 중국인 관광시장

- 중국인 대상 실버관광상품 개발과 관련하여 지양징란은 웰빙형 관광상품(요양 프로그램 특화), 보상적 성격의 소비관광상품(금혼여행, 노인대학여행), 복고풍 관광상품(예: 국내 고학력 노인들을 타겟으로 한 러시아 방문 관광상품), 취미형 소비상품(예: 해외 노인예술단체와 교류여행) 등을 제시함⁴⁹⁾.
- 황어는 문화교류, 건강·요양, 의료체험 등의 다양한 관광상품 개발 필요성을 제시함.⁵⁰⁾
 - 일정 구성을 여유롭게 하고, 식사는 부드러운 것을 위주로 하며, 역사 유적을 좀더 많이 추가해야 함을 강조함.
 - 헬스케어센터(Health Care Center) 방문, 특색있는 문화공연, 교류 행사, 김치 담기, 떡 만들기 체험 같은 전통민속체험 행사 등을 좀더 집중적으로 편성할 필요성을 강조함.
 - 비행기외에 폐리, 크루즈 등의 관광상품을 개발하여 노인들이 자신에게 맞는 여행상품을 선택할 수 있도록 선택의 폭을 넓혀야 함을 강조함.

49) 지양징란, “중국의 실버관광상품 개발현황,” 「한중 연해지역 관광교류 협력방안, 제3회 한중 연해 지역 관광포럼」, 문화체육관광부 등, 2009.9.

50) 황어, “한중 노인 국제 문화교류 시장상황 소개,” 「한중 연해지역 관광교류 협력방안, 제3회 한중 연해지역 관광포럼」, 문화체육관광부 등, 2009.9.

- 린샨차이는 자연경관과 전통 민속문화는 노인관광객 유치의 양대 주요 요소로 강조함.⁵¹⁾
- 종합적으로 검토해 볼때, 중국인 고령자 대상 관광상품은 문화교류, 크루즈, 문화체험관광 활성화, 웰빙형 관광상품 등을 특화할 필요가 있음.

□ 일본인 관광시장

- 일본에서 조사한 자료에 의하면 60대 이상의 관광활동은 휴식이나 휴양을 목적으로 한 곳에서 지내는 체재형 보다는 역사·문화 관광여행과 같이 학습이나 교육을 주제로 한 관광형을 선호하는 것으로 조사됨.⁵²⁾
- 일본인 관광시장의 경우 역사·문화 관광여행과 같이 학습이나 교육을 주제로 한 관광상품을 특화할 필요가 있음.
- 최근 일본 유명 화장품 메이커들이 60세 이상 여성을 대상으로 한 화장품을 출시하고, 시니어 층에 신뢰를 얻기 위한 각별한 노력을 기울이고 있는 상황⁵³⁾을 고려할 때 고령자의 미용서비스관련 관광상품도 각광을 받을 것으로 전망됨.

51) 린샨차이, “실버관광시장분석,” 「한중 연해지역 관광교류 협력방안, 제3회 한중 연해지역 관광포럼」, 문화체육관광부 등, 2009.9.

52) 한국관광공사, 「2007 국내실버관광 실태조사」, 2007.12.

53) KOTRA, 「일본 실버산업 현황과 비즈니스 기회」, 2010.4, p.139.

<표 V-5> 세분시장별 주요 관광상품 개발 전략

구 분	주요 상품	비고
공통 상품	·건강증진 관광상품	·건강증진 관광상품은 국내·외 고령자들이 가장 선호하는 관광상품
	·문화교류 관광상품	·국내·외 지역과 문화교류 관광상품
	·공연연계 관광상품	·야간관광 활성화 차원에서도 중요한 관광상품
	·미용관광상품개발	·신체적·정신적 짙음을 중요시하는 뉴시니어층을 대상으로 한 미용상품 개발
내국인 관광시장	·동호인 대상 관광상품	·뉴시니어 세대 맞춤형 동호인 대상 상품 개발
	·가족여행 상품	·고령자, 아들·딸, 손자·손녀가 함께 할 수 있는 3세대 동반 관광상품 개발 ·가족애를 느낄 수 있는 프로그램 구성
	·효도상품	·퇴직여행, 환갑여행 등 자녀가 추천하는 상품 개발
	·크루즈 관광상품	·국내 연안크루즈 활성화시 관광상품 개발 ·뉴시니어 대상 관광상품 개발
	·녹색관광상품	·세계자연유산, 자연휴양림, 숲길, 올레걷기 등을 고령자 특성에 맞게 코스개발 및 상품 구성
일본인 관광시장	·교육형 관광상품	·영어교육도시, 대학 연계
	·크루즈 관광상품	·일본은 크루즈관광이 대중화 단계
	·동호인 대상 관광상품	·야구, 축구, 게이트볼, 골프 등 틈새시장 공략
	·퇴직여행상품	·단카이 세대를 대상으로 한 퇴직여행상품
	·문화체험 관광상품	·고령자층이 참여할 수 있는 체험관광상품
	·한류관광상품	·일본 시니어여성의 직접적인 한류관련 지출만도 수백억엔 규모로 추정
중국인 관광시장	·크루즈 관광상품	·고소득층 대상
	·자연체험 관광상품	·세계자연유산 연계 상품개발 ·내륙지역 고령층대상 바다체험 상품 개발
	·문화체험 관광상품	·고령층이 참여할 수 있는 체험관광상품 개발

자료 : 연구자 작성

2) 관광상품 예시

- 본 연구에서 제시된 관광상품들은 예시적으로 제시된 관광상품들이며, 국내·외 고령자 관광객들을 대상으로 한 단일 관광상품으로 개발보다는 융·복합화한 관광상품 개발을 통해 보다 더 큰 시너지 효과를 기대할 수 있을 것임.

- 또한 제시된 관광상품을 중심으로 도내 주요 관광지를 연계하는 프로그램이 중요하며, 현황부문에서 고찰한 바에 의하면 국내·외 고령자들을 대상으로 한 여행상품은 체험프로그램이 극히 미약하며 문화·치유 체험프로그램을 특화하여 여행상품을 기획할 필요성이 있음.

(1) 교육형 관광프로그램 개발

- 일본의 사례와 같이 고령층의 관광활동 목적이 단순한 오락이나 주유를 목적으로 하기 보다는 은퇴 후 인생준비를 위한 학습과 자기계발의 기회를 제공 할 수 있는 고령자관광 프로그램 개발이 필요함.
- 영어교육도시에는 영어교육센터가 개설되고, 일본인 고령자들을 대상으로 한 영어교육 연수 여행상품을 개발할 필요가 있음.
 - 언어를 교실에서 교과서를 통해 배우기보다 흥겹고 재미있게 습득하고 활용 할 수 있는 전 연령 대상의 교육·문화·예술·스포츠체험시설 등이 들어설 교육문화예술단지가 조성되므로 이와 연계하여 추진 가능할 것임.
- 또한 도내 대학에서도 방학기간을 이용하여 고령자 관광객들을 위한 학습과 전통문화이해 교육프로그램 등을 개발할 필요가 있음.

■ 엘더호스텔

- 엘더호스텔은 한해 전세계 20만 명이 참가하는 세계 최대의 시니어 생애학습 서비스기관
- 유스호스텔이 젊은이들의 여행과 만남의 장이라면 엘더호스텔은 55세 이상의 시니어들의 교육과 여행의 장이 되고 있음.
- 엘더호스텔은 1975년 보스톤의 뉴햄프셔 대학에서 학생들이 없는 방학기간에 기숙사와 강의실을 빌려 시작한 이래로, 현재 세계 90개국의 대학과 박물관들에서 진행되고 있음.
- 엘더호스텔은 시니어 세대에 널리 퍼져있던 학습 욕구를 자극하였을 뿐 아니라 여행 프로그램과 접목되면서 한해 140억 달러의 매출을 올리면서 비영리 프로그램의 성공모델인 동시에 시니어 마케팅의 전설이 되었음.
- 이러한 성공의 배경에는 실버시장의 급속한 팽창뿐 아니라 도전과 교육을 중심으로 하는 흥미진진하고 다양한 프로그램 개발에의 노력이 있음.
- 시카고 인스티튜트의 간판 프로그램으로 5박6일의 미술관, 공연장, 도서관 방문의 문화향유 프로그램은 1인당 100만원대의 높은 참가비에도 불구하고 신청자들이 많음.
- 뿐만 아니라 크루즈 대학 및 손자, 손녀들과 함께 여행할 수 있는 프로그램을 개발하여 선택과 기회의 폭을 더욱 넓히고 있음.
- 국내에서 역시 지난 12월 천안대학교에서 '1박2일간의 대학명예학생 특별 교육과정'으로 엘더호스텔 프로그램이 실시되자 그 반응이 뜨거웠으나 아직은 접근의 폭이 제한되어 있음.

자료 : 사회서비스선도사업 뉴스레터 제7호 , 2009년 4월 21일.

2) 건강증진 관광상품 개발

- 뉴 고령자 시대의 소비계층은 웰빙, 헬스케어에 관심이 많은 세대로 의료관광, 헬스관광 등에 대한 폭넓은 기반을 확보하는 것이 중요함.⁵⁴⁾
- 선행연구에서 살펴본 바와 같이, 많은 연구자들이 고령자 관광객이 가장 관심을 가질 수 있는 상품으로 가격경쟁력을 갖춘 건강관련 상품 및 고령자의 신체적 특징에 맞는 상품에 대한 수요가 증가할 것으로 전망하고 있음.

54) 심원섭, "관광트렌드 변화의 중요성과 관광정책 방향 모색," 「2010 지역문화관광포럼」, 한국문화관광연구원, p.127.

- 고령층의 관광활동의 선호도가 휴양과 건강이라는 점에서 제주의 청정이미지를 활용한 다양한 테마의 상품개발을 추진할 필요가 있음.
- 고령자들이 건강을 중시하는 사회적 추세를 반영하여 고령자 관광객들의 제주 여정 중 건강을 위한 프로그램 및 체험을 할 수 있는 관광형태를 육성하는 신 개념의 건강·치유 관광프로그램을 활성화해야함.
- 고령층의 건강관련 관심도를 고려하여 건강을 진단하고, 증진시킬 수 있는 상품이 개발될 수 있음.
 - 한의사의 건강진단과 관련 처방, 한방 건강법 강의, 간단한 수지침 사용법, 마사지, 숲길 체험 등을 받는 과정을 프로그램화 할 수 있음.
 - 제주를 방문하여 관광객 자신의 건강을 체크하면서 저렴한 비용으로 건강검진 등의 의료기술을 접할 수 있는 의료관광을 연계하는 방안도 고려할 수 있음.
 - 서울, 부산 등에서의 성공적인 의료관광과 연계한 옵션 관광상품으로 경증수술, 중증수술 후 제주도에서는 회복기 환자 등을 대상으로 요양 및 휴양 프로그램을 운영하는 방안을 모색할 필요가 있음.⁵⁵⁾
 - 제주 물산업의 수치료 프로그램을 고령자들의 음용수, 입욕프로그램 등으로 특화시키고, 선진화된 클리닉 및 의료인력(의사, 테라피스트)을 연계하는 방안을 모색할 필요가 있음.
 - 제주지역 농촌마을 중 유기농 기법으로 농사를 짓는 마을을 선정하여, 유기농 농사법을 소개하고, 음식을 체험하는 프로그램도 기획해 볼 필요가 있음.
 - 더불어 제주지역의 장수지역 이미지를 홍보하고, 장수마을 방문 프로그램 개발, 고령층을 위한 건강식품 개발, 건강음식 조리 및 시식체험 등을 개발할 필요가 있음.

55) 제주발전연구원, 「제주지역의 장수이미지를 활용한 관광객 유치 중대방안」, 2009, p.95.

3) 동호인 대상 관광상품 : 틈새 관광상품 개발

- 일본에는 야구가 국기라 할 만큼 인기가 매우 높음. 일본 실버야구단연맹이 있으며, 실버야구단이 5000~6000개, 대만은 500~600개 정도임.
- 2011년 11월에 제주에서 한국, 일본, 대만 실버야구팀이 참여하는 대회가 개최 될 예정임.
- 한국, 일본, 대만 실버야구팀의 참여하는 대회를 정례화하여, 지속적으로 고령층 관광객을 유치할 필요가 있음.
- 실버야구단이외에도 게이트볼, 축구 등 스포츠동호회의 교류 활성화를 통해 일본, 중국 등의 동호인 대상 관광상품을 개발한다면 지속적인 관광객 유치효과가 있을 것임.

4) 문화교류 관광상품

- 음악, 미술 등 다양한 문화예술계의 교류 활성화를 통해 관광객 유치증진 방안을 모색할 수 있음.
 - 제주시에서는 2011년에 실버악단을 창단하였음. 현재 9명으로 구성되어 있으며, 노인복지관에서 운영을 담당하고 있음.
 - 예술적 재능을 가진 노인들에게 자기계발과 봉사활동을 통한 사회참여 기회를 확대하고, 국제 문화예술교류를 활성화하여 관광객 유치효과도 도모함.
- 우선적으로 제주특별자치도(제주시, 서귀포시 포함)와 자매결연·우호협력지역인 중국, 일본지역과의 고령자 문화교류 프로그램을 기획하여, 해당지역의 고령자 관광객을 유치하고 문화교류도 활성화하는 방안을 모색할 필요가 있음.

<표 V-6> 제주특별자치도의 자매결연지역 및 우호협력지역 현황

구 분	자매결연지역 및 체결일자	우호협력지역 및 체결일자
제주특별자치도	<ul style="list-style-type: none"> · 미국 하와이주('86.11.25) · 인도네시아 발리주('89.6.16) · 러시아 사할린주('92.1.17) · 중국 해남성('95.10.6) · 포르투칼 마데이라('07.1.23) 	<ul style="list-style-type: none"> · 대만 타이페이시('97.8.11) · 호주 태즈매니아주('97.10.27) · 일본 시즈오카현('00.11.14) · 중국 대련시('01.3.24) · 베트남 키엔장성('08.5.21) · 중국 상해시('09.9.25)
제주시	<ul style="list-style-type: none"> · 일본 와카야마현 와카야마시('87.11.12) · 중국 산동성 래주시('95.12.11) · 미국 캘리포니아주 샌타로사시('96.10.22) · 일본 효고현 산다시('97.7.31) · 중국 광서장족자치구 계림시('97.10.29) · 프랑스 루昂시('04.10.14) 	<ul style="list-style-type: none"> · 미국 네바다주 라스베가스('97.9.28) · 중국 강소성 양주시('00.11.4) · 중국 강소성 곤산시('02.11.20) · 일본 벳푸시('03.1.17) · 일본 동경도 아라카와구('06.2.17) · 중국 길림성 훈춘시('07.10.17) · 독일 로렐라이시('09.11.28)
서귀포시	<ul style="list-style-type: none"> · 일본 와카야마현 나가군('87.11.12) · 일본 사가현 가라쓰시('94.9.4) · 중국 요녕성 홍성시('96.11.12) · 일본 이바라키현 카시마시('03.11.26) 	<ul style="list-style-type: none"> · 중국 해남성 삼아시('99.11.19) · 중국 하북성 진황도시('09.7.7)

자료 : 제주특별자치도, 「2011년 주요행정총람」, 2011.

▣ 광주광역시의 노인관광 문화교류 프로그램 사례

- 광주광역시는 문화와 예술이 숨쉬는 광주만의 특화된 관광상품과 체험프로그램을 접목하여 문화교류, 의료관광, 전통시장체험 등으로 구성된 노인관광 문화교류프로그램을 운영중임.
 - 2011년 3월~12월까지 중국, 일본, 대만, 홍콩, 러시아 등의 개별여행객과 단체여행객들을 대상으로 추진중임.
 - 주최는 광주광역시이며, 주관은 광주관광협회, 광주노인복지관협회 등이 수행함.

규모(명)	장소	주요행사
500~1,000명 이상	빛고을노인건강타운, 예술의거리	환영행사, 교류행사거리페레이드
100~500명 이상	빛고을노인건강타운, 예술의거리	환영행사(약식), 교류행사 의료관광서비스
100명 이내	구청 노인복지관	교류행사
기타교류	빛고을노인건강타운, 관내체육관 등	게이트볼교류, 탁구(라지볼)교류
	빛고을노인건강타운, 김대중컨벤션센터 등	서예, 서화교류, 바둑교류 등
체험상품 (공통)	의료관광	검진, 치료, 시술 등
	전통시장	쇼핑, 먹을거리 등

자료 : <http://utour.gwangju.go.kr>

5) 크루즈 관광객을 대상으로 한 상품개발

- 국내 크루즈 관광객중 고령자 관광객이 비율이 높게 나타나고 있음.
- 일본 국토교통성의 조사에 따르면, 2008년 크루즈 여행객은 약 19만명으로 전년 대비 33%증가하였음.⁵⁶⁾
 - 불경기의 영향을 거의 받지 않고 있는 것인데 그 이유는 시간적, 경제적으로 여유가 있는 고령자가 주요 타깃 고객이기 때문에 향후 확대될 전망임.
 - 일본에서도 2007년부터 단카이 세대가 정년퇴임을 시작하면서 본격적으로 크루즈 여행 비즈니스가 전개되고 있음.

56) KOTRA, 「일본 실버산업 현황과 비즈니스 기회」, 2010.4., pp.33-34.

- 신체활동의 제약을 지원할 수 있는 케어서비스 개발 등 크루즈 기본수요 계층인 고령층에 대한 최적의 편의와 서비스를 제공할 수 있는 여건 조성이 필요함.⁵⁷⁾
 - 청년·중년층과 장년층으로 구분하여 관광코스를 개발하는 방안을 모색함.
 - 제주에 기항시 자유일정 프로그램이 많으므로, 크루즈 관광객들이 하선하여 주요 관광지, 쇼핑시설 등을 방문할 수 있는 홍보물 제작과 관광코스(동부권, 서부권, 제주시내권, 중문관광단지권 등) 개발이 필요함.
 - 고령층에 체력적으로 부담되는 육상관광 코스 및 일정을 지양하고, 고령층에 적합한 체험관광, 웰빙 케어서비스 제공 등이 필요함.

6) 자연체험 관광상품 개발

- 세계자연유산, 세계지질공원, 자연휴양림, 숲길, 올레코스, 농어촌체험마을과 연계된 특화된 녹색관광 체험 프로그램을 개발할 필요가 있음.
- 다만, 고령층을 대상으로 한 관광상품 기획시에는 고령자 관광객의 신체적 특성을 고려해야 함.
 - 올레코스의 경우에도 1/2코스, 1/3, 1/4코스만 활용하는 방안을 모색할 필요가 있으며, 고령층 관광객이 걷기 어려운 곳은 코스에 포함하지 않도록 함.
- 숲길, 자연 휴양림 등을 활용하여 에코힐링 관광상품을 적극적으로 개발할 필요가 있음.
 - 도내 자연휴양림, 숲길 등에서 정신이완 요법인 아트테라피인 미술치료, 음악치료, 푸드치료 등과 연계하여 명상치유프로그램을 활성화할 필요가 있음.⁵⁸⁾
 - 자연휴양림중 가장 인기가 높은 제주절물휴양림에 치유센터를 설립하여, 보다 세분화된 치유프로그램을 기획·운영할 필요가 있음.

57) 한국관광공사, 「2010년 국내 입항 크루즈관광객 만족도 조사 결과보고서」, 2010, p.66.

58) 제주발전연구원, 「제주지역의 녹색관광 실태 및 활성화 방안」, 2010, p.82.

7) 장수식단 음식관광 개발

- 소비자들이 식품 선택 기준이 양에서 질로 이동하고 식문화에 대한 관심이 커지면서 식품이 새로운 문화 콘텐츠로 부상하고 있으며, 체험형 관광이 증가하면서 음식이 관광의 주요 아이템으로 부각됨.⁵⁹⁾
 - 현지의 식문화나 요리를 체험하는 전문 여행상품이 다수 등장했고, 음식을 테마로 한 관광시설도 인기임.
- 2010년 11월 1일 현재 우리나라의 100세 이상 고령자인구는 1,836명으로 2005년(961명)에 비해 875명(91.1%)이 증가함.⁶⁰⁾
 - 시 · 도별로는 경기도가 360명(19.6%)으로 가장 많고, 인구 10만 명당 100세 이상 인구는 제주도가 15명으로 가장 많음.
 - 시 · 군 · 구별 고령자 규모를 보면 제주 제주시가 58명으로 가장 많음.
- 제주는 섬이라는 지형적 특성 때문에 음식문화가 타 지역과는 차별화되었으나, 서구적인 식생활 문화의 도입으로 장수의 핵심비결인 전통적인 장수 식생활 문화가 퇴색되고 있는 것이 현실임.⁶¹⁾
 - 제주의 전통적인 식생활 문화를 복원하여, 제주지역의 장수식단을 활용한 음식관광과 요리체험을 수반한 관광 프로그램을 연계하여 개발할 필요가 있음.
 - 제주돔배고기, 제주콩, 농약을 치지 않은 채소, 각종 해산물 등 장수노인들이 즐겨했던 장수식단을 개발하고 장수 프로그램 체험시 시식할 수 있도록 추진함.
- 특히 일본인 여성 고령자 관광객들이 선호할 수 있는 장수음식관련 식도락 프로그램을 기획할 필요가 있음.

59) 삼성경제연구소, “식품산업 : 새로운 가치와 도전”, 「CEO Information」, 제725호, 2009.10, p.9.

60) 통계청, 100세 이상 고령자조사 집계결과 보도자료, 2011.6.21.

61) 제주발전연구원, 「제주지역의 장수이미지를 활용한 관광객 유치 중대방안」, 2009, pp.73-74.

▣ 경북 미식(美食)기행

- 대개의 고장인 영덕, 울진군도 인근 포항·경주시와 연계한 관광상품 개발로 2009년 3월 매회 20명씩 3박4일 일정으로 일본인 관광객을 유치함.
- '경북 미식(美食)기행'이란 테마로 영덕 등 경북 동해안을 찾고 있는 일본 관광객들은 첫 날 영덕 강구항 일대에서 대개 미식 투어를 하고 이튿날 포항에서 과매기를 맛분 뒤 구룡포 일대의 일본인 가옥 거리를 둘러보고, 마지막 날 경주 불국사 등을 관광하는 일정을 즐김.
- 관광상품은 약 200만원 정도로 1948년 전후로 태어난 베이비붐 세대인 '단카이세대'가 주 고객임.

자료 : 한국경제신문, 2009.3.9.

8) 공연관광상품 개발

- 최근 베이비부머를 문화예술계의 블루칩으로 보는 기획들이 증가하고 있음.⁶²⁾
 - 연극, 뮤지컬, 해외 유명 연주자들의 내한공연에 중·장년층의 티켓파워가 영향을 미치고, 예술의 전당이나 총무아트홀 등에서 클래식, 오페라, 성악 등의 교양강좌 수강생 대다수가 40-50대인만큼 문화예술계는 다양한 공연물로 이들의 참여를 유도하고 있음.
- 제주난타로 시작된 공연관광이 최근에는 다양한 주제의 공연으로 확대되고 있음.
 - 제주난타는 2008년 4월부터 제주시 신산공원 내 제주영상미디어센터 예술극장을 임대해 공연해 왔으나, 전용관 부지를 매입하여 2014년 개관을 목표로 전용극장 건립을 추진중임.⁶³⁾

62) 박소현, "문화예술정책의 환경변화와 정책방향 -최근 트랜드 변화 양상과 2011년 정책방향을 중심으로-", 「2010 개원기념 심포지엄」, 한국문화관광연구원, 2010, p.59.

63) 제주의 소리, 2011.4.29일자.

- 이외에도 점프(한국의 전통무술인 태권도를 근간으로 한 대표적 비언어극(넌버벌 퍼포먼스), 아리랑 파티(타악 연주를 기본으로 한국무용, 태권도, 비보이, 상모놀음 아티스트들이 공연하는 넌버벌 퍼포먼스) 등이 상설 공연되고 있음.⁶⁴⁾
- 제주 창작공연팀 '자파리연구소'의 일본에서의 인형극 공연이 큰 인기를 얻고 있음. 순수 창작극인 '오돌또기'는 일본 인형극축제 나가노 아이다 페스티벌과 큐슈 하키 국제 공연예술축제, 춘천 인형극제 등 유명 페스티벌에 초청됨.⁶⁵⁾
- 이러한 공연물의 증가는 제주도의 공연관광시장 규모가 과거보다 크게 확대되었다는 것을 의미함.
- 다양한 공연개최는 국내·외 관광객 유치 확대 및 야간관광 활성화에도 기여할 것으로 기대되며, 고령자 관광객을 위한 테마형 상품개발에도 기여할 수 있을 것으로 판단됨.
- 현황분석에서 살펴본 바와 같이, 일본 JTB여행사의 여행상품중 옵션상품으로 난타 공연이 포함되어 있음. 다만, 이러한 공연상품들이 제주를 배경으로 한 창작작품이 극소수에 불과하다는데 문제점이 있음.
- 따라서 공연관광상품은 단기간에 제작되는 것이 아니므로, 중장기적인 관점에서 지원체계 마련을 고려해야 함.
- 국내·외 관광객 대상 고품격 공연 콘텐츠 발굴·육성 및 상설공연 단체에 대한 지원 강화가 필요하며, 특히 제주의 전통문화와 연계된 공연콘텐츠를 개발·운영하는 민간단체에 대한 지원 강화가 필요함.
- 해외 주요 공연예술 조직과의 협력 사업을 개발·발굴 지원하여, 도내 공연예술계의 국제 기획역량을 강화하는 방안도 모색해야 함.

64) 제주일보, 2011.4.27일자. 제주의 소리, 2011.4.29일자.

65) 제민일보, 2010.10.25일자.

- 과거와 달리 현재 도내 아트센터, 문예회관, 한라아트홀 등에서 다양한 공연이 이루어지고 있으므로, 이를 국내·외 관광객들에게 상세한 공연정보를 제공할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있음.
 - 제주특별자치도 관광정보 홈페이지에 월별 주요 공연물 소개, 제주공연을 소개하는 안내 브로슈 발간 등을 고려할 필요가 있음.

(9) 미용관광상품 개발

- 노화를 막은 안티에이징(anti-aging)과 젊어지려는 다운에이징(down-aging)이 패션, 잡화, 뷰티 산업의 주요 트렌드로 부상함.
- 시니어들은 오랜기간 독립적이고 나이보다 젊게 살기 위해 건강과 외모에 대한 투자에 아낌이 없음.⁶⁶⁾
 - 특히 액티브 시니어들은 이 시장에 대한 관심이 매우 높아 이들을 위한 헬스 케어, 미용, 패션분야의 잠재력이 큼.
- 화장품업계에서는 경쟁적으로 링클케어(wrinkle care·주름개선), 화이트닝 (whitening·미백), 피부재생 등으로 특화한 기능성 제품을 선보이고 있음.⁶⁷⁾
- 해외 대부분의 휴양관광지는 스파를 중심으로 한 뷰티산업을 관광객 유치의 주요한 테마로서 활용하고 있는 상황임.⁶⁸⁾
- 부유한 시니어 층을 대상으로 한 옵션상품으로 제주여행 일정중 스파, 마사지, 피부관리 프로그램을 기획할 필요가 있음.

66) 정지혜, “대한민국의 시니어 그들은 어떤 소비자일까,” 「LG Business Insight」, LG경제연구원, 2010.8.18., p.20.

67) 노년시대신문, 2010.12.16일자.

68) 삼성경제연구소·제주발전연구원, 「제2차 제주국제자유도시종합계획(안) : 중간보고자료(2차)」, 2011.3.

- 이러한 프로그램이 명상치유프로그램(자연휴양림 등), 수(水)치료 프로그램, 스킨케어(감귤·농산물·해조류 등 활용) 개발 등이 연계될 때 그 효과가 극대화 될 수 있을 것임.

(10) 한류관광상품 개발

- 현황부문에서 살펴본바와 같이, 일본 메이저 여행사인 한큐여행사와 JTB여행사의 제주여행상품 관광코스 구성시 조안스튜디오, 태왕사신기 세트장, 쉬리의 언덕, 대장금 세트장 등 드라마·영화 촬영지와 한류스타와 연계한 관광지가 주요 방문지로 구성되어 있음.
- 특히 한류스타 배용준을 주제로 한 곰인형 관광지인 조안스튜디오는 일본인 관광객들에게 매우 인기가 높음.
- 일본 시니어 여성의 직접적인 한류관련 지출만도 수백억 엔 규모로 추정됨.⁶⁹⁾
- 드라마 ‘아이리스’ 촬영지인 제주허브동산 앞 도로에 있는 등대와 주인공 이 병헌이 사망한 도로 등을 연계한 관광코스를 기획할 필요가 있음.
- 국내 하나투어와 일본 JTB여행사에서는 2010년 제주 아이리스 촬영지를 중심으로 한 여행상품을 일본인 관광객 대상으로 모색했었음.
- 영화와 드라마 촬영지의 경우 시간이 지남에 따라 관리·운영에 있어 문제점이 발생하여 방문객들에게 실망감을 주는 경우가 많으므로, 일본인들이 선호하는 도내 드라마·영화 촬영지에 대한 지속적인 점검을 통해 드라마·영화 촬영지도 제작, 촬영지의 스토리텔링 부여 등을 지속적으로 추진할 필요가 있음.

69) KOTRA, 「일본 실버산업 현황과 비즈니스 기회」, 2010.4., p.76.

(11) 쇼핑관광상품 개발

- 중국 유일의 카드사인 은련카드는 중국내 14개 은행이 연합한 통합 브랜드로 약 22억장이 발행되고 있으며, 제주지역 은련카드 가맹점수는 2,000개에 이르고 있음.⁷⁰⁾
 - 2011년 2월에는 은련카드사와 공동으로 2011 제주 은련카드 춘절맞이 사은대잔치 행사를 개최하였음.
- 제주시에 체재하는 중국인 관광객들은 중앙지하상가, 칠성통 상가 등에서 쇼핑하고자 하는 관광객들이 많음.
 - 해외 신용카드 취급 수수료 부담은 상인들에겐 문제가 되고 있음.⁷¹⁾
- 가맹업체 수를 확대할 필요가 있으며, 가맹업체는 중국 간자체를 입구에 명시할 필요가 있음. 또한 종사원에 대한 중국어 교육과 중국문화교육도 강화해야 함.

<표 V-7> 중국관광객 방문도시 순위별 은련카드 가맹점 및 매출액 현황

구분	방문 도시 (방문율)	은련카드 가맹점수	은련카드 매출액 비율
1위	서울 (88.9%)	26,144	68%
2위	인천/경기 (58.6%)	17,291	20%
3위	제주 (32.1%)	1,964	10%

자료 : 대한민국국회, 김을동의원 「국정감사자료」, 2010년 10월 7일

70) 미디어제주, 2011.1.28일자.

71) SBS, 2010.11.10일자.

라. 홍보방안

1) 가족 등 구전계층에 대한 홍보 강화

- 고령자 관광객들은 직접적인 대중 매체를 통한 정보보다 구전에 대한 의존도가 다른 연령층에 비해 상대적으로 높기 때문에 자녀들에게 먼저 신뢰를 확보한다면 이들을 정보원으로 고령자들에게 접근하는 것이 훨씬 용이함.⁷²⁾
- 일본의 저가 여행 전문사 HIS도 주로 20-30대 젊은 이들을 중심으로 사업을 하고 있었지만, 단카이 세대를 겨냥한 신상품을 출시하면서 기존 충성고객인 20-30대에게 홍보했음.
- 자녀들이 팜플렛을 가지고 집으로 돌아가서 부모님께 매력적인 여행상품을 알리는 입소문 전파자가 될 수 있다는 이유에서였음.
- 본 연구의 내국인 고령자 관광객들을 대상으로 한 설문조사 결과에서도, 가장 중요한 여행정보 원천은 ‘친구, 가족 또는 친지로부터의 추천(구전)’인 것으로 나타났음.

2) 중국 현지 노인단체와 교류협정 및 노인계층 대상 언론매체와 협약 체결

- 광주시는 중국 노인 문화교류 행사를 통해 대중국 노인관광 시장을 확대해 나감.
 - ‘중국 노인문화교류’ 행사는 2011년까지 1만여명의 강서성, 섬서성지역 노인 단체 관광객이 빚고을 노인건강타운 등 노인복지시설과 관광지를 견학하고 전통무용, 바둑, 스포츠댄스 등 다양한 분야의 문화·체육 교류행사를 열어 한·중 노인들의 우의를 다지는 자리로 진행될 예정임.
- 중국 노인체육협회, 노인과학기술협회 등과 협약을 체결하여 문화교류행사를 추진할 필요가 있음.

72) 정지혜, “시니어 시장의 불편한 진실과 과제,” 「LG Business Insight」, LG경제연구원, 2009.8.12, pp.19-20.

- 노인계층 대상 언론매체인 노년생활보(老年生活報) 등과 업무협약을 체결하여 제주도를 홍보하는 방안 모색도 필요함.

<표 V-8> 중국의 유망도시

구분	이름	GRDP증가량 (억달러) ⁷³⁾	GRDP (억달러)	1인당 GRDP (달러)	GRDP 성장률(%)	인구(만명)
성장 잠재후 보균	하얼빈	1,190	80	5,000	16.6	340
	3선 도시평균 ⁷⁴⁾	469	39	3,632	15.3	228
고 성장군	등관	2,280	180	6,000	15.6	642
	톈진	1,071	480	5,090	6.7	944
	우한	931	406	6,390	6.8	636
	충칭	831	374	7,280	6.7	513
	선전	4,620	5,510	21,000	10.7	898
질적 전환군	상하이	3,569	5,057	11,780	7.0	1,263
	난징	3,470	3,870	14,000	13.4	612
	항저우	3,190	3,620	14,000	12.6	643
	베이징	2,591	3,652	9,750	7.1	1,087
	다롄	1,320	2,800	20,000	10.2	293

자료: 삼성경제연구소, “신흥국 도시의 부상과 인프라 사업기회 –아시아·아프리카의 유망도시를 중심으로–”, 2011.

3) 일본·중국 현지 메이저 여행사와의 협력마케팅 강화

- 일본·중국의 현지 메이저 여행사와의 협력마케팅을 통해 고령자 관광객 대상 여행상품을 개발할 수 있도록 추진함.
 - 일본 JTB, 긴끼니혼투어리스트(KNT), 니혼료코, 잘파, 한큐교통 등의 여행사와 중국 청년여행사, 중국국제여행사, 화평여행사 등

73) 인구, GRDP는 2007년 기준이며, 증가량과 증가율은 2007~2025년 예상 연평균 증가율

74) 산터우, 상판 등 1인당 GRDP 4,000달러 내외의 14개 중국 중대형 도시의 평균

- 대형여행사에 제주홍보 협조를 위한 관광정보를 제공하고 협력마케팅의 범위와 내용을 협의해야 할 것임.
 - 협력 내용으로는 공동광고, 카탈로그 제작 지원, 공동 판촉활동, 전시회 공동 참가, 팸투어 지원, 공동 설명회 개최 등을 예로 들수 있음.

4) 고령자 관광객 특성에 맞는 홍보물과 관광홈페이지 정보 제공

- 고령자 관광객이 선호할 수 있는 홍보물과 관광홈페이지 제작도 필요함.
 - 고령자들의 정신적·신체적 특징이 일반인과 다르다는 것을 염두해 두어야함.
 - 고령자에 맞는 프티 테크(Petit Tech)⁷⁵⁾를 추구하여 홍보물과 관광홈페이지 제작을 고려해야 할 것임.
 - 제주특별자치도 관광홈페이지 구성에 있어서도 고령자 관광객들이 특성을 고려한 고령자 전용 관광정보 링크시스템을 구성할 필요가 있음.
- 방송통신위원회·한국인터넷진흥원의 「인터넷이용실태조사」를 살펴보면, 2009년 국내 60세 이상 인구의 37.6%가 인터넷을 이용해 본 경험이 있는 것으로 나타났으며, 이는 '08년 32.0%에 비해 5.6%p 증가한 것임.⁷⁶⁾
 - 성별로는 남자의 인터넷 이용률이 56.3%로 여자(23.4%)보다 두배 이상 높았음.
 - 인터넷 이용 목적은 '자료 획득 및 정보 획득(66.8%)', '커뮤니케이션(62.8%)', '여가활동(51.1%)' 등의 순으로 나타남.

75) 프티 테크란 고도의 기술을 담고 있으면서도 겉으로는 기술의 얼굴을 하지 않은 기술을 의미. 일본에서도 2002년 이후 고령자를 위해 글자크기를 키운 휴대폰, 물리적인 터치나 시각, 소리, 온도, 자세에 따라 반응하는 귀여운 로봇 인형 등이 고령자들에게 대인기를 얻음. 삼성경제연구소, 베이비붐 세대 은퇴의 파급효과와 대응방안, 2010.10, p.161.

76) 통계청, 「2010 고령자 통계」, 2010.9.29.

- 최기탁(2011)의 「고령 문화·관광 포털에 관한 탐색적 연구」의 설문조사 결과에 따르면, 고령자들은 인터넷 자료유형으로 사진/그림과 문자를 동영상과 소리 정보보다 선호하였는데, 보통 동영상이나 소리정보는 노안으로 물체와 색깔구분이 어려우며 청각분석능력이 떨어지는 고령자들이 이해하기 어려움.
 - 그러나 선행연구를 보면, 이용환경이 개선되거나, 시청각능력이 떨어지는 노년 후반기에는 오히려 시청각이 보완관계를 가지는 동영상이 선호될 수 있음.
 - 즉, 제공하는 콘텐츠의 자료유형은 향후 인터넷 이용환경의 기술적 개선과 연령별 목표시장에 따라 달라져야 한다는 시사점을 제시하고 있음.
- 관광·IT 전문가, 고령자들의 의견수렴을 토대로 관광홍보물 제작이나 관광포털 구축 등이 단계적으로 개선되어야 할 것임.

5) 해외홍보사무소 전문인력 보강 및 확충

- 제주특별자치도는 외국인 관광객 200만명 유치를 위한 현지 마케팅 거점 확대를 위해 기존 6개 도시이외에 4개 도시에 해외홍보사무소 개설을 추진하고 있음.
- 홍보사무소 신규 개설도 필요하나, 기존 해외홍보사무소의 전문인력 보강과 인력 확충이 우선시 되어야함.
- 이를 통해 해당 국가와 도시의 해외 여행객 추이와 성향 파악, 현지 여행사와의 협력 마케팅 프로그램 개발, 제주홍보물 제공, 국내 여행사와의 협력 마케팅 방안 모색 등 다양한 마케팅 프로그램을 기획·홍보할 수 있을 것임.

<표 V-9> 해외주재 관광홍보사무소 현황

구 분	해외 관광홍보사무소 개설도시 및 개설년도
중국	·베이징(한국관광공사 북경지사 내, 1999년), 상하이(한국관광공사 상해지사 내, 2006년)
일본	·도쿄(한국관광공사 도쿄지사 내, 2006년), 오사카(한국관광공사 오사카지사 내, 2003년), 후쿠오카(한국관광공사 후쿠오카지사 내, 2003년)
대만	·타이페이(타이완 타이베이시, 2006년)

자료1) 제주특별자치도, 「민선5기 공약 세부자료집」, 2010, p.321.

자료2) 제주특별자치도, 「관광정책과 내부자료」, 2010.

<표 V-10> 세분시장별 전략

구 분	홍보 전략	홍보수단
내국인 관광시장	·고령자들이 관광하기 편안지역, 가족여행이 가능한 지역 ·액티브한 시니어 관광객이 즐길 수 있는 지역	·TV 프로그램 활용 ·대형 여행사 협력
일본인 관광시장	·안전, 근거리, 편안한 지역 강조 ·세계자연유산 강조 ·액티브한 시니어 관광객이 즐길 수 있는 지역	·메이저 여행사 ·동호회 잡지 ·opinion leader를 활용한 홍보 강화
중국인 관광시장	·한류, 섬자연풍광, 중국 저명인사 방문지로 홍보 ·직항노선이 개설된 지역 우선 홍보 ·제주특별자치도와 자매결연도시에 홍보 ·1인당 GRDP가 높은 지역 홍보	·메이저 여행사 ·노인단체, 노인신문 ·opinion leader를 활용한 홍보 강화

자료 : 연구자 작성

3. 주체별·시기별 추진방안

- 본 연구에서 제안된 국내·외 고령자 관광객 유치증진방안 과제별로 현재의 제주관광정책의 기조, 예산범위, 제도 등을 고려하여 과제별 추진주체를 선정하고, 적정 추진시기를 단계별로 설정하였음.
- 추진주체의 설정은 제주특별자치도, 제주관광공사, 제주특별자치도관광협회, 민간업계 등을 중심으로 기술하였음.
- 추진시기는 단기, 중기, 장기 등 3단계로 구분하였는데, 향후 10년을 고려하여 설정함.
 - 추진시기 구분은 고령화 추세를 고려하여, 단기는 2012년-2015년, 중기는 2016년-2018년, 장기는 2019년-2021년으로 설정함.
 - 대부분의 사업이 단기, 중기에 추진되어야 할 사업이며, 인프라 구축사업인 경우에만 장기적으로 추진해야 할 사업이라고 할 수 있음.
 - 관광상품 개발의 경우에도 대부분의 사업이 단기, 중기 기간안에 추진해야 할 사업이나 국내·외 고령자 관광객의 여행패턴과 경제력을 고려하여 추진 시기를 조정할 필요도 있음.
- 향후 관광정책을 시행하는 과정에서 추진 주체와 추진 시기는 변동이 있을 수 있음.

<표 V-11> 주체별·시기별 추진일정(안)

구 분	주요 사업	추진주체	추진시기		
			단기	중기	장기
시장세분화	국내·외 고령자 시장별 세분화 전략 마련 및 점검	도, 공사, 협회			
인프라 구축 및 서비스	배리어프리 관광시설 확대	도, 사업자			
	교육 강화 및 도우미 제도 도입	도			
	관광해설사 활용	도			
	서비스 매뉴얼 개발	도			
	통계기반 구축	도			
	영주권 제도 활용 유치	도, 공사, 사업자			
관광상품 개발	각종 관광상품 개발	도, 공사, 협회, 사업자			
홍보방안	구전계층 홍보강화	도, 공사, 협회, 사업자			
	중국 노인단체, 언론매체와 협약 체결	도, 공사			
	일본·중국 메이저 여행사와 협력마케팅	도, 공사			
	홍보물 제작 및 홈페이지 개편	도			
	홍보사무소 인력보강	도			

자료 : 연구자 작성

VII. 결론

- 고령층은 여가를 즐길 수 있는 시간적 여유가 풍부하고 가치분 소득의 증가로 어느 정도의 경제성을 갖추고 있어 매력적인 표적시장으로 떠오르고 있음.
- 저출산으로 젊은 계층의 인구 및 구매력은 감소하고 있는 반면, 정년의 연장 등으로 고령층의 경제활동이 늘어나면서 관광시장에도 큰 변화가 있어날 것으로 전망됨.
- 제주관광시장을 세분화할 때, 제주를 방문하는 내국인과 일본인 고령자 관광시장의 비중이 매우 크다고 할 수 있으며, 기타 외국인 관광시장은 숫자상으로는 미미하나 향후 잠재력이 큰 관광시장이라 할 수 있음.
- 따라서 본 연구는 고령자 관광객들의 제주도 방문 동기 및 실태에 대한 심층적인 시장조사를 바탕으로 한 마케팅 전략마련의 필요성이 제기됨에 따라 연구를 추진하게됨.
- 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같음.
- 첫째, 관광시장의 세분화로 내국인, 일본인, 중국인 관광시장별로 세분화 전략을 모색하였음.
- 둘째, 고령자 유치를 위한 인프라 구축 및 서비스방안으로 고령자 편의를 고려한 배리어 프리(무장애) 관광시설 확대, 고령자 관광객의 서비스 제공을 위한 교육강화 및 안내도우미 제도 도입, 은퇴고령 인력을 관광해설사로 활용, 고령자 응대 서비스 매뉴얼 개발, 외국인 관광객 통계기반 강화, 부동산 투자자 영주권 제도를 활용한 중국인 부유층 고령자 관광객 유치 등을 제시함.
- 셋째, 주요 시장 관광상품 개발방향과 관광상품에 대해 제시함. 예시된 주요 상품으로는 교육형 관광프로그램 개발, 건강증진 관광상품 개발, 동호인 대상

관광상품(틈새 관광상품), 문화교류 관광상품, 크루즈 관광객을 대상으로 한 상품 개발, 자연체험 관광상품 개발, 장수식단 음식관광 개발, 공연관광상품 개발, 미용관광상품 개발, 한류관광상품 개발, 쇼핑관광상품 개발 등을 제시함.

- 넷째, 홍보방안으로는 가족 등 구전계층에 대한 홍보 강화, 중국 현지 노인단체와 교류협정 및 노인계층 대상 언론매체와 협약 체결, 일본·중국 현지 메이저 여행사와의 협력마케팅 강화, 고령자 관광객 특성에 맞는 홍보물과 관광홈페이지 정보 제공, 해외홍보사무소 전문인력 보강 및 확충 등을 제시함.
- 본 연구의 한계로는 국내·외 고령자 관광시장에 대한 심층적 조사를 통해 세부적인 전략을 수립하지 못했다는 한계가 있음.
 - 향후 연구에서는 국내인, 일본인, 중국인 등 국적별로 고령자 관광시장에 대한 세분화된 조사·연구가 필요함.
 - 또한 설문조사를 토대로 한 방법과 더불어 제주를 방문하여 관광활동을 마친 고령자 관광객들을 대상으로 한 질문·답변식의 조사방법과 고령자들의 관광 활동을 관찰하는 방법 등을 병행하여 보다 정교한 조사를 진행할 필요가 있음.
- 고령자 관광시장에 대한 연구는 시작단계에 있다고 할 수 있음. 국내·외 고령자 관광시장별로 더 많은 비교연구가 있어야 이 거대 잠재 시장의 기회가 현실화 될 수 있을 것임.

참 고 문 헌

- 강창수, “노인 관광정책 연구,” 경기대학교 대학원 박사학위논문, 2006.
- 곽재용·하정순, “노인의 개인 가치가 관광지 선호속성과 과시적 관광행동에 미치는 영향에 관한 연구,” 「Journal of the Korean Gerontological Society」, 제26권 제4호, 2006.
- 김현정·최기탁, “인지연령에 따른 고령관광객의 관광지 선호속성과 관광행동,” 「관광경영연구」, 제14권 4호, 관광경영학회, 2010.12.
- 노년시대신문, 2010.12.16일자.
- 노영순, “관광대국 프랑스의 자존심 회복: 프랑스의 중장기 관광발전 전략,” 「한국관광정책」, NO.43, 한국문화관광연구원, 2011.
- 대한민국 정부, 「제1차 저출산 고령사회 기본계획(보완판)」, 2009.
- 린샨차이, “실버관광시장분석,” 「한중 연해지역 관광교류 협력방안, 제3회 한중 연해지역 관광포럼」, 문화체육관광부 등, 2009.9.
- 문화관광부, 「국내고령관광 수요예측 및 트랜드 분석」, 2006.12.
- 문화체육관광부, 「제3차 관광진흥 5개년 계획」, 2009.
- 문화체육관광부·한국문화관광연구원, 「2009년 외래관광객 실태조사」, 2010.
- 미디어제주, 2011.1.28일자
- 박동석 외, 「고령화 쇼크」, 굿인포메이션, 2003.
- 박소현, “문화예술정책의 환경변화와 정책방향 -최근 트랜드 변화 양상과 2011년 정책방향을 중심으로-,” 「2010년 개원기념 심포지엄」, 한국문화관광연구원, 2010.
- 박정하, “중국노인관광시장 개발 전략,” 한중 연해지역 관광교류 협력방안 세미나, 「제3회 한중 연해지역 관광포럼」, 문화체육관광부 등, 2009.9.
- 사회서비스 선도사업 뉴스레터 제7호, 2009.04.12.

- 삼성경제연구소, SERI 전망 2011, 2010.
- 삼성경제연구소, 베이비붐 세대 은퇴의 파급효과와 대응방안, 2010.10.
- 삼성경제연구소, 식품산업 : 새로운 가치와 도전, CEO Information, 2009.10.7.
- 삼성경제연구소, “신흥국 도시의 부상과 인프라 사업기회 -아시아·아프리카의 유망도시를 중심으로-”, 2011.
- 삼성경제연구소·제주발전연구원, 「제2차 제주국제자유도시종합계획(안) : 중간보고자료(2차)」, 2011.3.
- 삼성경제연구소, 뉴시니어 세대의 3대 키워드, 「SERI 경영노트」, 2011.3.24.
- 신현웅, “문화·스포츠를 연계한 관광상품 개발 및 활성화방안 연구-일본의 고령자 관광객 유치를 중심으로-,” 「서울대학교 석사학위논문」, 2000.
- 심원섭, “관광트랜드 변화의 중요성과 관광정책 방향모색,” 「지역문화관광포럼」, 한국문화관광 연구원, 2010.
- 서병곤, “한·중 실버관광교류 활성화 방안,” 「한중 연해지역 관광교류 협력방안 세미나, 제3회 한중 연해지역 관광포럼」, 문화체육관광부 등, 2009.9.
- 세계여행신문, 2007년 9월 17일자.
- 세계여행신문, 2007년 11월 5일자.
- 원시연, “베이비 부머 : 은퇴 이후의 소득보장방안,” 「이슈와 논점」, 제251호, 국회입법조사처, 2011.6.17.
- 전북발전연구원, “베이비붐 세대의 부상, 정책패러다임 변화 필요하다”, 「이슈 브리핑」, Vol.35., 2011.4.11.
- 제민일보, 2010.10.25일자.
- 제주발전연구원, 「제주지역의 야간관광 활성화방안」, 2008.
- 제주발전연구원, 「제주지역의 장수이미지를 활용한 관광객 유치 증대방안」, 2009.

제주발전연구원, 「제주지역의 녹색관광 실태 및 활성화 방안」, 2010.

제주일보, 2011.4.27일자.

제주의 소리, 2011.4.29일자.

제주출입국관리사무소 내부자료.

제주특별자치도, "민선 5기 공약 세부 자료집," 2010. 제주특별자치도 관광정책과 내부자료

제주특별자치도, 「2011 주요행정총람」, 2011.

제주특별자치도 관광정책과, 「외국인 관광객 2백만명 유치 기본계획」, 2010.10.

제주특별자치도, 「제주관광 현황자료」, 2011.

정지혜, "시니어 시장의 불편한 진실과 과제," 「LG Business Insight」, LG경제
연구원, 2009.8.12.

정지혜, "대한민국의 시니어 그들은 어떤 소비자일까," 「LG Business Insight」,
LG경제연구원, 2010.8.18.

지양정란, "중국의 실버관광상품 개발현황," 「한중 연해지역 관광교류 협력방안」,
제3회 한중 연해지역 관광포럼, 문화체육관광부 등, 2009.9.

통계청, 「장래인구특별추계」, 2005.

통계청, 「장래인구추계」, 2006.

통계청, 「2010 고령자통계 보도자료」, 2010.9.29.

통계청, 「100세 이상 고령자조사 집계결과 보도자료」, 2011.6.21.

최기탁, "고령 문화·관광 포털에 관한 탐색적 연구," 「관광연구」 제25권 제6호,
대한관광경영학회, 2011.2

한겨례21, 베이비붐 세대 문화계에 블을 일으키다, 2009.5.28.

한국경제신문, 2009.03.09.

한국관광공사, 「통계월보」, 각년도.

- 한국관광공사, 「2007 국내실버관광 실태조사」, 2007.12.
- 한국관광공사, 「2010년 국내 입항 크루즈관광객 만족도 조사 결과보고서」, 2010.
- 한국문화관광연구원, 「월간 너울」, 2008년 4월호(201호).
- 한국문화관광연구원, 「최근 관광트랜드 변화와 향후 정책방향」, 2010.
- 한국문화관광연구원, 「2011 문화예술 트렌드 분석 및 전망」, 2010.
- 한국문화관광연구원, 「관광도우미 제도 도입을 위한 기초연구」, 2010.
- 황어, “한중 노인 국제 문화교류 시장상황 소개,” 「한중 연해지역 관광교류 협력 방안, 제3회 한중 연해지역 관광포럼, 문화체육관광부 등」, 2009.9.
- Singapore, 「Tourism Focus」, 2009, 2010.
- UN, 「World Population Prospects: The 2010 Revision population Database」 .
- 코리안메디뉴스, 2011.02.24.
- KOTRA, 「일본 실버산업 현황과 비즈니스 기회」, 2010.4.
- KT경영경제연구소, 「액티브시니어가 이끄는 실버시장의 변화와 준비」, 2010.5.
- <http://blog.daum.net/koreanmedi/7547984>
- <http://www.caretour.co.kr/>
- <http://www.hawaiitourismauthority.org>
- <http://utour.gwangju.go.kr/>
- <http://www.hanatour.com/>
- <http://www.hankyu-travel.com/>
- <http://www.jtb.co.jp/>
- <http://www.ctrip.com/>
- <http://www.uzai.com/> ; <http://www.huantu.com/>

<부록 1>

전문가포럼 개최 개요 및 결과

I. 전문가포럼 개요

- 일 시 : 2011년 5월 30일, 오후 4시~6시
- 장 소 : 제주발전연구원 회의실
- 참석자 : 김대산(제주국제여행업협의회 회장), 문성환(제주관광공사 총무팀장), 이민구(예하투어 대표), 정윤종(제주특별자치도관광협회 정책기획부장), 정승훈(제주발전연구원 선임연구위원)

II. 전문가포럼 결과

1. 관광시장 특성

공통 내용

- 고령자들의 건강관리, 짚음에 대한 욕구가 강하게 나타날 것임.
- 고령자 시장은 중·장기적으로 전략시장으로 관리하고 육성해야 함.

일본인 관광시장

- 일본 고령자들은 대부분 연금생활을 하지만 짚은총보다 경제력 있음.
- FIT여행은 향후에도 5-10%정도이지 크게 증가하지 않을 것임.

□ 중국인 관광시장

- 연평도사건이후로 안보 불안이 가중되어, 2011년에는 제주방문 중국인 관광객 유치가 활성화되지 못함. 그 이면에는 정치적 이유가 매우 큼.
 - 중국의 아웃바운드 시장은 20-30대 시장이 크게 차지함. 서울, 부산은 FIT가 증가한 것으로 보여짐. 제주도는 쇼핑에서 취약함.
- 중국인 고령자 관광시장은 이윤을 창출하기가 쉽지 않은 상황. 여행일정중에 쇼핑이 차지하는 부문이 매우 큰데, 이에 대해 타 연령층시장보다 매력적이지 않음.

□ 내국인 관광시장

- 제주방문 60세 이상 내국인 관광객도 완만하지만 지속적 증가 추세임.
- 내국인 고령자 관광시장은 FIT가 큰 비중을 차지함.

2. 관광 제도·인프라 구축

- 고령자 관광을 위한 상품기획, 홍보 등에 앞서 기반시설을 먼저 갖추어야함.
- 일본 오끼나와의 베리어 프리 운동 참조 필요. 장애인, 노인, 어린이 등을 배려한 관광이 되어야 함. 호주, 뉴질랜드에서도 이에 대한 정책적 관심도 높음.
- 중국인에게 운전면허증 발급정책은 실효성 있으며, 중국인 관광객들이 사용가능한 네비게이션이 개발이 필요함. FIT 관광객 유치에 크게 기여할 것임.
 - 다만, 외국인 개별 관광객들이 렌트카를 이용하다가 교통벌칙금 발생시 문제가 발생함. 벌칙금이 5-6개월 후에 청구되므로 렌트카회사에서 지불해야함.

3. 관광상품 개발

□ 공통 내용

- 고령자 특성에 맞는 관광상품 개발이 필요함.
- 단기적으로는 편안하게 제주를 방문할 수 있게 하는게 매우 중요하며, 중장기적으로 의료관광, 명상, 치유관광 등을 자연스럽게 엮어서 상품 개발이 이루어져야 할 것임.
- 의료관광, 명상+한방관광, 지역사회 스포츠단체(친선경기: 게이트볼 등)와 연계 등 융합 관광상품 개발이 필요함.
- 대규모 노인관광객 유치를 위한 노인대학별 자매결연을 추진하여 교류활성화가 필요함.
- 관광상품 개발시 한방, 의료상품 등에 앞서 고령자들의 눈높이에 맞춘 상품 구성이 선행되어야 함. 올레코스의 경우에도 1/5, 1/6로 나누어서 상품 개발이 필요함.
- 제주의 장수마을을 소개하고, 장수마을에서 관광자원화할 수 있는 소재 발굴이 필요함. 예를들어 어떤 물건을 만지면 소원이 이루어진다는 스토리텔링 개발이 필요함.

□ 일본인 관광시장

- 대부분의 고령자 관광객들은 패키지투어 상품으로 제주를 방문함.
- 짧은층과 실버층이 함께하는 여행상품이며, 실버층만을 위한 패키지상품이 부재함.
- 서울, 부산과 비교하여 제주상품의 가격이 고가이며, 이는 항공요금 1.5배 고가이기 때문에 기인함. 전체 여행상품 가격에서 항공료가 차지하는 비중이 50%가 넘는 상황임.

- 올레코스는 고령자들에게도 크게 부담이 되지 않음. 6코스가 고령자에게 적합한 코스임.
- 샤리니 숲길, 장생이 숲길, 올레 코스 등 도시락과 간식을 먹으면서 천천히 도보여행 할 수 있을 것임.
- 일본인 고령자들을 유치하기 위해 실버타운 건설이 필요함.
- 제주음식은 대부분 선호하며, 음식에 대한 불평은 없음. 비빔밥, 갈비, 전복죽, 된장찌개, 옥돔구이 정식, 회, 꿩샤브샤브 등 하루 회, 하루 육고기 등 10-20년간 고착된 음식 패턴임.
 - 실버투어가 구성된다면 선호하는 음식개발이 필요함.
- 제주도 골프장은 최고 수준이며, 일본인 부부가 골프치러 방문하는 관광객들도 있음.
 - 도민대우의 수준을 해 준다면 60대 이상 노년층 수요도 많을 것임.
- 코스와 음식이 고령자 관광객 취향에 맞게 기획할 필요가 있음. 항공료+지상비(버스, 관광지 입장료 등 15,000엔)
- 한국전통음식을 먹을 수 있는 뷔페식당 조성도 필요함. 식당 한 곳에서 제주를 대표하는 음식을 먹을 수 있으면 좋겠음. 가격은 30,000원정도도 가능함.

□ 중국인 관광시장

- 서불과지 개념을 활용하고, 장기 체재할 수 있는 진시황제투어(식도락+맛사지 투어 등) 개발이 필요함.
- 장수식품 연구·개발이 필요함. 노인질병에 따라 무엇이 좋다는 식의 향토음식 개발이 필요하며, 스토리텔링과 연계 필요.

- 건강에 좋은 톳(해조류), 양배추 등이 식당에서 밑반찬으로 나올 수 있도록 해야함.
- 생선회는 중국지역에 따라 선호도에서 차이가 있으며, '회'는 옵션으로 취급
- 중국인 관광객들은 바다목장 체험(갯바위 체험 등) 선호도가 높음.
- 상해와 제주도는 매우 가까운 거리에 인접해 있으므로, 상해 부유층 대상 해수욕 수요를 유인할 수 있는 상품개발이 필요함.

4. 관광 홍보·마케팅

- 해외홍보사무소의 역할 제고방안이 필요함.
- 홍보마케팅시 공항에서부터 고령자 전문 안내카운터가 필요함.
- 고령자를 위한 포켓 관광북, 지도 등 고령자 눈높이에 맞춘 홍보물 제작이 필요함.
- 도민, 관광객 등 분류 맛집지도, 장수마을 스토리텔링이 필요함.

5. 관광인력 양성

- 고령자들을 안내하고, 돌보기 위한 전문인력 양성이 필요함.
- 해외여행 T/C인 경우에도 고령자 전문 T/C 육성이 필요함.

6. 행정적 지원 사항

□ 일본인 관광시장

- JTB, 한큐 등 일본 메이저 여행사가 상품을 만들 수 있도록 지원 필요

- 민선 5기에서 추진하고 있는 외국인 관광객 200만명 유치를 위해서는 일본인 50만명은 유치해야함. 동북지방 항공노선이 개설되어야 함.
 - 오사카, 후쿠오카, 나고야, 나리타 등 기존 노선인 경우에도 하루 2편이상 운항되어야 함.

□ 중국인 관광시장

- 중국인 대상 저가 여행상품에 대한 철저한 단속이 필요함.
- 전국 시·도에서 중국인 관광객을 유치하기 위한 인센티브 지원으로 중국 여행사에서 과다 요구하는 상황임.
- 도내 시외버스에도 번호표 부착이 필요함. 번호표가 있어야 외국인 관광객 (FIT)들이 쉽게 관광지를 찾아갈 수 있음.

7. 기타

□ 일본시장

- 제주항공이 2011년 6월 22일부터 일주일에 3번 수, 금, 일에 취항예정(189석)
 - 2박 3일, 3박 4일 상품 만들 수 있음.
- 나리타-제주노선보다는 하네다-제주노선이 개설되면, 일본 수도권 사람들이 더 쉽게 제주를 방문할 수 있을 것임.
- 일본 대학의 각종 동아리들은 방학때 여행을 많이함. 제주홍보물을 일본 대학 동아리에 제공할 필요가 있음.

□ 기타시장

- 무슬림시장을 공략하기 위한 준비를 서둘러야함.

<부록 2>

고령자 관광객대상 설문조사서

안녕하십니까? 우선 본 조사에 참여해 주셔서 대단히 감사합니다.

제주발전연구원에서는 고령자 관광객의 중요성을 인식하고, 제주도를 방문하는 55세 이상의 관광객을 대상으로 여행과 관련된 설문조사를 실시하고 있습니다. 이를 통해 향후 제주특별자치도의 합리적인 관광정책 수립 및 관광사업자 마케팅 전략을 수립하는데 기여할 수 있는 방안을 제시하고자 합니다. 선생님의 의견은 통계법 제8조에 의거 비밀이 보장되며, 오직 통계적인 목적으로만 사용될 것입니다. 다소 바쁘시더라도 설문에 응답하여 주시기를 부탁드립니다. 귀하의 소중한 의견에 다시 한 번 감사드리며, 즐거운 여행되시기 바랍니다. 감사합니다.

2011년 5월

제주발전연구원장 양영오

본 설문조사에 대한 의문사항: ☎ 연구책임 : 정승훈 박사 (☎ 726 - 6143)

☎ 제주발전연구원 사회조사센터 최영근 박사
(☎ 726 - 7403)

통계적 목적을 위하여 꼭 필요한 질문입니다. 해당되는 곳에 표시(✓)하여 주십시오.

11. 다음은 여행 동기나 욕구에 관한 질문입니다. 휴가여행이나 순수목적으로 국내 관광지를 여행을 할 때, 귀하께서는 다음의 동기 항목들에 대하여 얼마나 중요하게 생각하십니까? 해당되는 번호에 표시(✓)하여 주십시오.

	전혀 중요하지 않음	보통		매우 중요함
(1) 일상생활로부터의 탈출	①	②	③	④
(2) 휴식	①	②	③	④
(3) 긴장완화	①	②	③	④
(4) 즐거움의 추구	①	②	③	④
(5) 건강유지와 체력단련	①	②	③	④
(6) 특별하고 소중한 사람(가족, 친구 등)과 함께 할 수 있는 기회	①	②	③	④
(7) 유사한 취미나 관심사를 가진 사람들과 함께 할 수 있는 기회	①	②	③	④
(8) 새로운 것을 보거나 경험하기	①	②	③	④
(9) 다른 지역이나 문화에 대한 체험	①	②	③	④
(10) 나와 스타일이 다른 사람들을 보거나 만날 수 있는 기회	①	②	③	④
(11) 지적 호기심의 충족	①	②	③	④
(12) 자신에 대한 재충전의 기회	①	②	③	④
(13) 자신에 대한 재발견의 기회	①	②	③	④
(14) 자기만족과 성취감	①	②	③	④
(15) 다른 사람에게 이야기해 줄 여행경험을 쌓을 기회	①	②	③	④

12. 다음은 관광지에서의 특정한 관광활동에 관한 내용입니다. 휴가여행이나 순수목적으로 국내 관광지를 여행 할 때 귀하께서는 다음의 관광활동에 대하여 얼마나 중요하게 생각하십니까? 해당되는 곳에 표시(✓)하여 주십시오.

	전혀 중요하지 않음	보통		매우 중요함
(1) 아름다운 자연경관 감상	①	②	③	④
(2) 지역 특유의 자연자원 탐방(자연생태계, 동굴, 오름 등)	①	②	③	④
(3) 해안경관 감상	①	②	③	④
(4) 국립공원/도립공원 방문	①	②	③	④
(5) 지역 문화와 생활양식(라이프스타일)의 경험	①	②	③	④
(6) 역사문화 유적지 방문	①	②	③	④
(7) 박물관/전시장/미술관 방문	①	②	③	④
(8) 지역 축제나 이벤트 참가	①	②	③	④
(9) 지역 음식이나 음료 맛보기	①	②	③	④
(10) 교육 및 체험관광 프로그램 참가	①	②	③	④
(11) 테마/주제공원 또는 놀이시설 방문	①	②	③	④
(12) 고급 휴양리조트 또는 최상급 호텔에서의 체류	①	②	③	④
(13) 도보/산책 여행	①	②	③	④
(14) 건강관리 프로그램 참가 (온천, 피부미용, 헬스센터 등 포함)	①	②	③	④
(15) 스포츠/운동경기 관람	①	②	③	④

(12번 계속) 휴가여행이나 순수목적으로 국내 관광지를 여행 할 때 귀하께서는 다음의 관광활동에 대하여 얼마나 중요하게 생각하십니까? 해당되는 곳에 표시(✓)하여 주십시오.

	전혀 중요하지 않음	보통		매우 중요함
(16) 공연/쇼/콘서트 관람	①	②	③	④
(17) 야간 유흥시설 방문 (나이트클럽, 주점/바 등)	①	②	③	④
(18) 쇼핑: 지역 특산물이나 관광기념품 (토산품, 농수산물 등)	①	②	③	④
(19) 쇼핑: 일반 상품 (의류, 신발, 가방, 액세서리, 화장품, 향수 등)	①	②	③	④
(20) 골프	①	②	③	④
(21) 기타 레저·스포츠 활동 (수상스포츠, 낚시, 사이클, 등산 등)	①	②	③	④

13. 귀하의 과거 3년 동안 1박 이상의 국내여행 경험 횟수와 비교하여, 향후 3년간 (2011년 6월부터 2013년 5월까지) 얼마나 많은 국내여행을 경험하실 것으로 예상하십니까?

- (1) 과거 3년간의 국내여행 횟수 보다 덜 여행하게 될 것이다
- (2) 과거 3년간의 국내여행 횟수와 비슷하게 여행할 것이다
- (3) 과거 3년간의 국내여행 횟수 보다 더 많이 여행하게 될 것이다
- (4) 잘 모르겠다

다음의 질문부터는 이번 제주도 여행에 대한 질문입니다. 해당되는 곳에 표시(✓) 하여 주십시오.

14. 다음은 **여행정보 원천** 항목들입니다. 이번 제주도 여행을 위해 이용하셨던 정보원천을 모두 표시(✓)하여 주십시오. (복수응답)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> (1) 과거 방문경험으로부터의 지식 또는 정보 | <input type="checkbox"/> (2) 친구, 가족 또는 친지 등으로 부터의 추천(이야기) |
| <input type="checkbox"/> (3) 제주도 내에서의 여행정보센터 | <input type="checkbox"/> (4) 여행사(온라인 여행사 포함)의 광고/브로슈어 |
| <input type="checkbox"/> (5) 여행사(온라인 여행사 포함)의 추천/권유 | <input type="checkbox"/> (6) 항공사의 광고/브로슈어 |
| <input type="checkbox"/> (7) 여행지도 | <input type="checkbox"/> (8) 제주도의 공식 여행 홈페이지/웹사이트 |
| <input type="checkbox"/> (9) 기타 관광/여행에 관한 웹사이트 | <input type="checkbox"/> (10) 여행자 블로그/여행 리뷰에 관한 웹사이트 |
| <input type="checkbox"/> (11) 페이스 북, 트위터 등 기타 온라인 사이트 | <input type="checkbox"/> (12) 관광지로부터의 홍보 이메일 |
| <input type="checkbox"/> (13) TV에서의 관광지에 대한 기사 또는 광고 | <input type="checkbox"/> (14) 라디오에서의 관광지에 대한 기사 또는 광고 |
| <input type="checkbox"/> (15) 신문에서의 관광지에 대한 기사 또는 광고 | <input type="checkbox"/> (16) 여행관련 잡지에서의 여행기사 또는 광고 |
| <input type="checkbox"/> (17) 여행 가이드 책자(여행 가이드 북) | <input type="checkbox"/> (18) 영화나 TV 드라마 |
| <input type="checkbox"/> (19) 기타 (_____) | <input type="checkbox"/> |

15. 이번 제주도 여행 중에 가장 경험하고 싶었던 **관광활동**은 다음의 항목들 중 무엇입니까? (한 가지만 선택)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) 올레길 탐방 | <input type="checkbox"/> (2) 세계자연유산(성선일출봉, 거문오름 등) 탐방 |
| <input type="checkbox"/> (3) 도서지역 탐방(마라도, 우도 등) | <input type="checkbox"/> (4) 템플스테이(사찰) 체험관광 |
| <input type="checkbox"/> (5) 숲길, 자연휴양림 방문 등 자연체험관광 | <input type="checkbox"/> (6) 농어촌 체험관광 |
| <input type="checkbox"/> (7) 전통음식 체험관광 | <input type="checkbox"/> (8) 축제와 이벤트 참가 |
| <input type="checkbox"/> (9) 공연관람 | <input type="checkbox"/> (10) 건강미용 체험관광 |
| <input type="checkbox"/> (11) 역사문화 유적지 방문 | <input type="checkbox"/> (12) 쇼핑관광 |
| <input type="checkbox"/> (13) 박물관 탐방 | <input type="checkbox"/> (14) 기타(_____) |

16. 이번 제주도 **여행의 형태**는 다음 중 어디에 해당됩니까? (한 가지만 선택하여 주십시오.)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> (1) 개별/단독 여행 | <input type="checkbox"/> (2) 여행사를 통한 단체여행 (패키지 여행상품 구매) |
| <input type="checkbox"/> (3) 여행사가 아닌 다른 조직에 의한 단체여행 | <input type="checkbox"/> (4) 기타 (_____) |

17. 이번 제주도 여행의 주된 목적은 다음 중 어디에 해당됩니까? (한 가지만 선택하여 주십시오.)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> (1) 휴가 및 순수여행 | <input type="checkbox"/> (2) 업무 및 사업관련 여행 |
| <input type="checkbox"/> (3) 가족, 친구 및 친지 방문 | <input type="checkbox"/> (4) 기타 목적 (_____) |

18. 이번 제주도 방문에 귀하를 포함하여 모두 몇 명이 함께 오셨습니까? 여행일행/동반자 수

(_____) 명

19. 여행일행(동반자)의 구성원은 다음 중 어디에 해당됩니까?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) 혼자 | <input type="checkbox"/> (2) 부부/연인 (남녀 2명) |
| <input type="checkbox"/> (3) 가족과 함께 (19세 이하의 자녀를 동반한) | <input type="checkbox"/> (4) 가족과 함께 (19세 이하의 자녀를 동반하지 않은) |
| <input type="checkbox"/> (5) 내 가족과 다른 가족과 함께 (두 가족 이상) | <input type="checkbox"/> (6) 내 가족과 친구와 함께 |
| <input type="checkbox"/> (7) 친구나 (회사)동료와 함께 | <input type="checkbox"/> (8) 단체나 동호인들과 함께 |
| <input type="checkbox"/> (9) 기타(기재하여 주십시오) : | |

20. 제주도에서 몇 박을 체류하셨습니까? (_____) 박

21. 귀하의 제주도에서의 숙박시설은? (두 가지 이상의 숙박시설을 이용하셨다면 주된 숙박시설 한 가지만 선택)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> (1) 특급관광호텔(특1급, 특2급) | <input type="checkbox"/> (2) 관광호텔(1, 2, 3등급 호텔)/일반호텔 |
| <input type="checkbox"/> (3) 휴양콘도미니엄 | <input type="checkbox"/> (4) 모텔/여관/여인숙 |
| <input type="checkbox"/> (5) 휴양펜션/민박 | <input type="checkbox"/> (6) 친구 또는 친지 집 <input type="checkbox"/> (7) 기타 (_____) |

22. 귀하께서는 이번 제주 여행이 처음이었습니까?

- (1) 예 (처음방문) ➔ 다음의 질문 25번으로 이동하여 응답하여 주십시오.
 (2) 아니오 (재방문) ➔ 23. 귀하께서는 최근 5년 동안(2006년 1월부터 2010년 12월까지)

제주도를 몇 번이나 방문하셨습니까? (_____) 번

24. 이번 제주도 방문 이전에, 가장 최근에 제주도를 방문했던 때는 언제였습니까?

- | | | |
|------------------------------------|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> (1) 2010년 | <input type="checkbox"/> (2) 2009년 | <input type="checkbox"/> (3) 2008년 |
| <input type="checkbox"/> (4) 2007년 | <input type="checkbox"/> (5) 2006년 | <input type="checkbox"/> (6) 2005년 또는 그 이전 |

25. 제주도에서 지출하신 총 여행경비에 대한 질문입니다. 귀하가 이번 제주방문을 여행사 및 인터넷을 통해 패키지상품을 구매하셨다면 25-1번 문항에, 그렇지 않다면 25-2번 문항에 응답해 주시기 바랍니다.

25-1. 여행사 및 인터넷을 통한 패키지상품 이용 여행

- | | |
|--|-----|
| (1) 여행일행의 제주도에서의 총 여행경비 (패키지 요금, 기타 개인 지출금액, 세금 및 봉사료 모두 포함) | (원) |
| (2) 위의 총 여행경비에 포함된 여행일행의 인원수 | (명) |

25-2. 패키지상품을 이용하지 않은 개별여행

- | | |
|---|-----|
| (1) 여행일행의 제주도에서의 총 여행경비 (항공요금 제외, 기타 개인 지출금액, 세금 및 봉사료 모두 포함) | (원) |
| (2) 위의 총 여행경비에 포함된 여행일행의 인원수 | (명) |

26. 귀하께서는 다음의 내용들에 대하여 어떻게 느끼시고 경험하셨는지 해당되는 곳에 표시(✓)하여 주십시오.

이번 여행을 통하여, 나는	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
(1) 일상생활로부터 탈출의 기회를 가질 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
(2) 충분한 휴식을 가질 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
(3) 긴장을 완화시킬 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
(4) 즐거움을 마음껏 추구할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
(5) 건강을 유지하고 체력을 단련하는 기회를 가질 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
(6) 특별하고 소중한 사람(가족, 친구 등)과 함께 할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
(7) 유사한 취미나 관심사를 가진 사람들과 함께 할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
(8) 새로운 것을 보고 경험할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
(9) 제주도의 독특한 문화에 대하여 체험할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
(10) 나와 스타일이 다른 사람들을 보거나 만날 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
(11) 나의 지적 호기심을 충족시킬 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
(12) 재충전의 기회를 가질 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
(13) 나에 대한 재발견의 기회를 가질 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
(14) 나에 대한 만족감과 성취감을 느낄 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
(15) 다른 사람에게 이야기해 줄 수 있는 유익한 여행경험을 할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤

27. 이번 제주도 여행을 통하여 귀하께서는 다음의 관광활동에 대하여 얼마나 만족하셨습니까?

	전혀 만족하지 않음	보통		아주 만족함
(1) 아름다운 자연경관 감상	①	②	③	④
(2) 지역 특유의 자연자원 탐방(자연생태계, 동굴, 오름 등)	①	②	③	④
(3) 해안경관 감상	①	②	③	④
(4) 국립공원/도립공원 방문(한라산 등)	①	②	③	④
(5) 지역 문화와 생활양식(라이프스타일)의 경험	①	②	③	④
(6) 역사문화 유적지 방문	①	②	③	④
(7) 박물관/전시장/미술관 방문	①	②	③	④
(8) 지역 축제나 이벤트 참가	①	②	③	④
(9) 지역의 음식이나 음료 맛보기	①	②	③	④
(10) 교육 및 체험관광 프로그램 참가	①	②	③	④
(11) 테마(주제)공원/놀이시설 방문 (식물원, 조각공원, 워터월드 등)	①	②	③	④
(12) 고급 휴양리조트 또는 최상급 호텔에서의 체류	①	②	③	④
(13) 도보/산책 여행	①	②	③	④
(14) 건강관리 프로그램 참가 (피부미용, 마사지, 헬스센터 등 포함)	①	②	③	④
(15) 스포츠/운동경기 관람	①	②	③	④
(16) 공연/쇼/콘서트 관람	①	②	③	④
(17) 야간 유흥시설 방문 (나이트클럽, 주점/바 등)	①	②	③	④
(18) 쇼핑: 지역 특산물이나 관광기념품 (토산품, 농수산물 등)	①	②	③	④
(19) 쇼핑: 일반 상품 (의류, 신발, 가방, 액세서리, 화장품, 향수 등)	①	②	③	④
(20) 골프	①	②	③	④
(21) 기타 레저·스포츠 활동 (낚시, 등산 등)	①	②	③	④

28. 귀하께서는 이번 제주도 여행에서 다음의 항목들에 대하여 전반적으로 어떻게 평가하십니까?

	아주 열악함		보통		아주 우수함	잘 모름 (의견 없음)
(1) 숙박시설	①	②	③	④	⑤	①
(2) 식당시설	①	②	③	④	⑤	①
(3) 음식의 질	①	②	③	④	⑤	①
(4) 교통수단/시설 및 도로	①	②	③	④	⑤	①
(5) 개별 방문지/관광지	①	②	③	④	⑤	①
(6) 안내와 정보 제공	①	②	③	④	⑤	①
(7) 지역주민의 환대와 친절성	①	②	③	④	⑤	①
(8) 종사원의 친절과 전문성	①	②	③	④	⑤	①

29. 귀하께서는 다음의 내용들에 대하여 어떻게 느끼시고 경험하셨는지 동의하시는 곳에 표시(✓)하여 주십시오.

	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
(1) 제주도는 관광지로서 양질의 상품과 서비스를 제공하고 있다.	①	②	③	④	⑤
(2) 제주도의 물가나 가격수준은 합리적이었다.	①	②	③	④	⑤
(3) 이번 제주도 여행은 기대했던 것 보다 훨씬 좋았다.	①	②	③	④	⑤
(4) 이번 제주도 여행은 내가 지불한 비용만큼 충분한 가치가 있었다.	①	②	③	④	⑤
(5) 이번 제주도 여행에서 내가 하려고 했던 많은 것들을 경험했다.	①	②	③	④	⑤
(6) 이번 제주도 여행에서 나는 정말 즐거웠다.	①	②	③	④	⑤
(7) 나는 이번 제주도 여행에 대하여 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
(8) 내가 아는 사람들에게 제주도 방문을 적극 추천할 것이다.	①	②	③	④	⑤
(9) 기회가 된다면 나는 제주도를 다시 방문할 것이다.	①	②	③	④	⑤

30. 귀하께서는 이번 제주도 여행 중 불편했던 점이나 불만족스러운 것들이 있었습니까?

- (1) 아니오 ➔ 다음의 질문 32번으로 이동하여 응답하여 주십시오.
- (2) 예 ➔ 31. 불편했거나 불만족스러운 부분은 무엇이었습니까? 기술하여 주십시오

귀하의 인구통계에 관한 사항입니다. 통계적 분류 목적을 위한 것이므로 빠짐없이 응답하여 주시기 바랍니다.

32. 귀하의 성별은? (1) 남성 (2) 여성

33. 귀하의 최종학력은?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> (1) 중졸이하 | <input type="checkbox"/> (2) 고등학교 졸업 |
| <input type="checkbox"/> (3) 전문대학(2년/3년제 대학) 졸업 | <input type="checkbox"/> (4) 대학교(4년제) 졸업 |
| <input type="checkbox"/> (5) 대학원 졸업 | <input type="checkbox"/> (6) 기타 (_____) |

34. 귀하의 월평균 총 소득은? (세금이나 기타 공제 전의 월평균 총 소득)

- | | | | |
|---|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> (1) 100만원 미만 | <input type="checkbox"/> (2) 100~150만원 미만 | <input type="checkbox"/> (3) 150~200만원 미만 | <input type="checkbox"/> (4) 200~250만원 미만 |
| <input type="checkbox"/> (5) 250~300만원 미만 | <input type="checkbox"/> (6) 300~350만원 미만 | <input type="checkbox"/> (7) 350~400만원 미만 | <input type="checkbox"/> (8) 400~450만원 미만 |
| <input type="checkbox"/> (9) 450~500만원 미만 | <input type="checkbox"/> (10) 500만원 이상 | | |

35. 귀하께서 거주하는 지역은 어디입니까? (_____) 도/광역시
(_____) 시/구/군

ABSTRACT

Characteristics of the Senior Travel Market and Marketing Implications: The Case of Jeju Island

Chung, Seung-Hoon & Yun, Dongkoo

Keywords: Jeju Island, Senior Travellers(Younger Senior and Older Senior Travellers), Segmentation, Institutional Improvements, Specific Infrastructures for Seniors, Promotion and Advertising

1. Background of the Study

The world's senior population has been steadily growing due to increasing life expectancy and aging the baby boomer segment in western countries. This trend is predicted to continue during this century. With such a large demographic shift, the senior market has been cited as one of the most important consumer segments.

Specifically, retired senior people who are healthy with disposable income are of great potential and significance to the consumer industries. Furthermore, time flexibility after retirement seems to make the senior market more attractive to travel destinations that are suffering from seasonal demand fluctuation.

This evidence emphasizes the importance of the senior travel market. Many prior studies demonstrated that the senior travel market is significantly different from non-senior markets or other age groups in terms of their travel behaviour at a particular destination. Thus, it is critical for tourism marketers to understand the characteristics of the senior travellers. Yet, the senior travel market in Jeju Island is a relatively recent development. In fact, this is the first serious study focused on this subject.

2. The Purpose of the Study

This study had two main purposes. Firstly, to identify the differences between the two groups of senior travellers (55 to 64 and 65 and over) for both international and domestic visitors in order to better understand the characteristics of the senior travel market; secondly, to provide basic information to help tourism marketers and policy makers that will improve tourism businesses in Jeju Island and attract more senior travellers to Jeju Island.

3. Research Method

To accomplish the purpose of the study, related literature including academic articles and commissioned related reports were reviewed and empirical analyses for both international and domestic travellers were performed. Literature review embraced the concept of seniors and senior travellers, senior population growth trend in Korea, Japan, and China, the trend of senior travellers to Korea and other particular destinations, and review of specific travel products for senior travellers based on travel packages.

The empirical analysis was divided into the two parts: international visitors to Korea and domestic travellers to Jeju Island. For analyzing international visitors to Korea, the official 2009 International Visitor Survey (IVS) data (Korea Culture & Tourism Institute, 2010) was used to identify the differences in trip-related behaviours in Korea among the three age groups (under 54, 55 to 64, and 65 and over). The target population for the survey consisted of international visitors, aged 15 and older who stayed overnight in Korea. Throughout the year, face-to-face interviews were conducted and the questionnaire was distributed after explaining the purpose of the survey to foreign visitors waiting to depart Korea in airport or port departure lounges. A total of 11,912 useable surveys were collected and 11,809 surveys were used in this study, excluding those who did not answer in their year

of birth. 11,809 respondents were segmented into the three age groups: (1) non-senior visitors who were aged under 54 ($n=9,866$; 83.5%), (2) younger senior visitors between the ages of 55 and 64 ($n=1,510$; 12.8%), and (3) older senior visitors who were 65 years of age and over ($n=433$; 3.7%).

For domestic senior travellers to Jeju Island, an on-site survey was administrated to travellers who were leaving Jeju Island from the Jeju International Airport. The primary data were collected by personal interviews using a self-administered questionnaire with a convenience sampling procedure due to the number of people available for interviewing and the inability to use a probability sample which is the lack of availability of a known sampling frame. The survey was conducted from May 12 to May 25, 2011. During the survey period, efforts of personal interviews involved those who were sitting and waiting in lounges and restaurants before their departure processing at the Jeju International Airport. Potential respondents who were aged 55 and over were selected after a simple screening question to determine their age. A total of 350 surveys were distributed and 335 collected during the survey period. After performing multiple missing value analyses, 17 surveys were discarded. As a result, 318 samples were used for further data analysis. 318 domestic respondents were divided into the two groups: (1) younger senior travellers between the ages of 55 and 64 ($n=165$; 51.9%) and (2) older senior travellers 65 years of age and over ($n=153$; 48.1%).

4. Summary of Findings

International Senior Visitors to Korea

Overall, international visitors tended to visit Korea as an independent traveler, rather than a travel package user. However, it is noted that senior visitors who were aged 55 and over were more likely to prefer to use a travel package to visit Korea than non-senior visitors. According to the result of the factors that influence a visit

to Korea, 'shopping' was the most important for all international travellers. The next most important factors included 'tasting Korean food', 'reasonable travel expenses', 'short travel distance', 'historical and cultural sites', 'natural scenes', and 'safety'. Meanwhile, all senior visitors to Korea who were aged 55 and over considered 'historical and cultural sites', 'safety', and 'accommodation and convenient transportation' to be of more importance than other factors.

With respect to results of travel information used, senior visitors to Korea were more likely to use recommendations from their friends or relatives (words of mouth), internet, and travel agencies. For all senior visitors to Korea, the most common travel party composition was travelling with their spouse or children. Trip duration in Korea for senior visitors (5.07 nights) is likely to be shorter than that of non-seniors (6.13 nights). Further, findings indicate that there are significant differences in the level of satisfaction, intentions to revisit Korea and recommend others to travel to Korea, and image changes of Korea as a travel destination after traveling between the senior and non-senior visitors. Senior travellers were more likely to be positive than non-seniors.

Domestic Senior Travellers to Jeju Island

Overall, domestic senior travellers were most likely to be motivated by 'resting', 'escaping from daily life', 'relaxing', and 'pursuing pleasure' when they were planning a pleasure trip to a domestic destination. In terms of preferred activities at domestic destinations for pleasure trips, senior travellers tended to be more interested in 'seeing natural beauty' and 'experiencing different culture'. This implies that 'nature' and 'culture' should be considered the most important activity factors when tourism marketers or operators develop travel products and emphasized when they promote to the domestic senior market.

With respect to results of travel information used, domestic senior travellers to Jeju Island were most likely to use recommendations from their friends, family or relatives (words of mouth). This was followed by past travel experience, recommendations from travel agencies, and other travel-related websites. Although just over half of domestic senior travellers visited Jeju Island as independent travellers, it was also found that travel packages or group tours are still important for the domestic senior travel market.

For all domestic senior travellers to Jeju Island, the most common travel party composition was travelling with their spouse or friends or family with children. With respect to results regarding trip duration, average trip duration of domestic senior travellers to Jeju Island (2.25 nights) was more likely to be longer than that of those to other domestic travel destinations (1.92 nights). However, it is noted that senior travellers' average overnight stays in Jeju Island were much shorter than international seniors' stays in Korea. Thus, Jeju tourism marketers should make efforts to increase length of stays by domestic senior travellers. Overall, domestic senior travellers to Jeju Island were more likely to stay in hotels but their accommodation used in Jeju Island was likely to be more diverse than that of international senior visitors to Korea.

Domestic senior travellers most wanted to visit 'Jeju World Natural Heritage' before visiting Jeju Island. It was also found that 'sampling Jeju traditional food', 'visiting natural forest', and 'experiencing Olle trail routes' were the second most wanted activities. With respect to results regarding satisfaction with activities participated in while in Jeju Island, domestic senior travellers were most satisfied with 'visiting a national park', 'viewing natural beauty', 'appreciating coastal scenic view', 'experiencing Jeju culture', 'visiting historical and cultural sites', 'participating in health related programs', 'visiting museums/exhibits/galleries', 'tasting local food',

and 'attending local festivals/events'. Overall, domestic senior travellers to Jeju Island tended to be very positive in terms of their satisfaction, travel evaluation, and behavioural intentions. However, 14% of domestic senior travellers reported that they encountered inconveniences while traveling in Jeju Island or were not satisfied.

5. Suggestions

Based on a review of related literature and empirical analyses for both international and domestic senior travellers, some suggestions are summarized as follows. First, strategies for senior market in Jeju Island should be segmented into the three national groups (domestic, Japanese, and Chinese visitors) due to the size and significance of the markets in Jeju Island. Beyond the segmentation method by age groups used in this study, other segmentation methods may be more effective for the three country groups. For example, segmentation for senior travellers by a mix of the level of physical health condition and economic ability, by psychological factors such as benefits sought for pleasure travel and attitudes toward pleasure travel, by past travel experiences, and so on.

Second, Jeju Island as a travel destination wanting to attract more seniors needs to prepare certain institutional improvements, build specific infrastructures, and develop special service programs for senior travellers' conveniences. For instance, these may include extension of barrier-free tourism facilities, development of special service training programs, improvement of travel guide services, promotion of seasonal residents or second home owners, and so on.

Third, product differentiation strategies and development of new products to attract more senior travellers should be undertaken. For example, specific travel products for the senior market may include educational tourism products such as hands-on learning programs, health improvement related tourism products, cruise

ship packages, culinary centred products, and cosmetic travel packages, other niche products such as golf packages and recreational sports related products, and so on.

Fourth, Jeju Island should reinforce promotion and advertising campaign to increase consumer awareness and attract more senior travellers. For instance, the official Jeju Island tourism website needs to be considered providing travel information for specific segments, such as for seniors in this study. Further, since travel package products are still important for seniors, tourism marketers in Jeju Island need to reinforce cooperative marketing efforts with major outbound travel agencies in Japan and China.

6. Limitations and Future Research

Despite useful information and insights into building fundamentals or marketing strategies for the senior market in Jeju Island provided by the findings of this study, undeniable limitations still remain. First, empirical analysis for international visitors was based on secondary data. Although the survey data is reliable and the official survey for international visitors to Korea, it was not for senior visitors only, but for all visitors. Thus, future research needs to develop a survey for international visitors to Jeju Island and compare the results with the domestic ones. Second, this study performed segmentation by seniors' age groups as the senior market is not a single market. However, segmentation used in this study may not cover many critical issues in the senior market. Therefore, further research needs to apply different segmentation methods to find out more practical knowledge about the market. The results of this study should be also substantiated by further research.

연 구 진

- 연구책임 정승훈 제주발전연구원 선임연구위원
- 공동연구 윤동구 캐나다 프린스 에드워드대
관광리서치센터 리서치 데이터 매니저
- 연구보조 윤원수 제주발전연구원 위촉연구원
- 설문조사 최영근 제주발전연구원 초빙연구위원

기본연구 2011-6

고령자 관광객 유치증진방안

발행인 || 양영오
발행일 || 2011년 6월
발행처 || 제주발전연구원
690-029 제주시 청사로1길 18-4번지
전화: (064) 726-0500 팩스: (064) 751-2168
홈페이지: www.jdi.re.kr
인쇄처 || 경신인쇄사

ISBN : 978-89-6010-194-4-93320

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서, 제주특별자치도의 정책적 입장과는 다를 수 있습니다. 또한 이 보고서는 출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단전재나 복제는 금합니다.