

제10차제주관광미래전략워크숍 특별세션(제1회 제주면세포럼) 결과보고서

# 제주의 질적성장을 위한 저가관광 개선방안 모색

- ▶ **주최** 제주관광공사
- ▶ **일시** 2016년 9월 28일(수), 15:30~
- ▶ **장소** 제주웰컴센터 3층 대회의실
- ▶ **진행** 문성중 제주한라대학 관광경영학과 교수
- ▶ **주제발표** 홍성화 제주대학교 관광경영학과 교수  
조아라 한국문화관광연구원 관광산업연구실 부연구위원
- ▶ **토론(가나다순)**
  - 고낙천 호텔신라신제주면세점 점장
  - 김남진 제주특별자치도관광협회 부분부장
  - 김주남 롯데면세점 제주 대표
  - 김태석 제주특별자치도의회 의원
  - 문성환 제주관광공사 면세사업단 단장
  - 홍주표 한국면세점협회 사무국장

- 제주관광공사는 관광산업의 최신 트렌드와 제주관광의 현안문제에 대한 선제적 대응을 위하여 매월 특정 이슈와 관련한 전문가들과의 워크숍을 지속적으로 개최하고 있습니다.
- 본 워크숍을 통하여 보다 다양하고 합리적인 발전적 대안들이 도출되어, 도민의 삶의질 향상과 제주발전에 디딤돌이 되기를 기원합니다.



제주관광공사  
JEJU TOURISM ORGANIZATION

# 거버넌스체제 구축을 통한 지역사회와 면세점의 상생전략

제주대학교  
관광경영학과  
홍성화 교수

2016. 12. 05

## 거버넌스체제 구축을 통한 지역사회와 면세점의 상생전략

### INDEX

1. 글로벌 면세점 시장현황
2. 국내 면세점 시장현황
3. 제주지역 면세점 시장현황
4. 면세점 시장에 있어 송객수수료가 갖는 의미
5. 관광산업체질 개선을 위한 면세점의 역할

## 1. 글로벌 면세점 시장현황

단위(억 달러)

연도	시장규모 (억 달러)
2014년	~100
2015년	150
.....	.....
2029년	1,250

(Moodie's Report: Generation Research 발표자료)

2014년 세계 면세점 시장 규모  
66조 8천억 원 수준

2015년 세계면세점 시장규모  
620억 달러 규모수준

2025년에는 연평균 7.3% 성장하여  
1,250억 달러에 달할 것으로 전망

주로 아시아-태평양지역에서  
면세점 시장의 성장을 주도할 것으로 전망

## 1. 글로벌 면세점 시장현황

한국이 타국가에 비해 현저한 차이로 1위를 차지하고 있음

10.5 %

7.0 %

5.9 %

5.5 %

1위 한국

2위 미국

3위 중국

4위 영국

국가별 점유율

- 2 -

## 1. 글로벌 면세점 시장현황

Global Dutyfree shop

### 글로벌 면세점 판매 전략은



글로벌화



대형화



명품 브랜드  
유치경쟁 심화



수익성 강화를 위한  
원가 인하 추진 경향

## 1. 글로벌 면세점 시장 현황

**중** <sup>중국</sup> **국** <sup>Free Consumer</sup> **관** **광** **객**은 구매력 상승으로 인해 세계적으로 면세점의 핵심 소비자가 되었음  
따라서 중국관광객(요우커)을 면세점으로 유치하기 위한 경쟁은 더욱 치열해질 것임

이미 중국은 2014년 해외 관광지출액(1,649억 달러) 1위, 전 세계 관광지출액의 13%를 차지하며,  
그 뒤를 이어 미국은 1,118억 달러의 관광지출을 보이고 있음

**중** **국** **정** **부**는 외화유출을 방지하기 위해 중국내 주요 입국장 19곳에 면세점을 신설하였고,  
면세품 범위와 구매한도를 높여서  
중국관광객이 자국내에서 면세수요를 해결하도록 유도하고 있음



## 1. 글로벌 면세점 시장 현황

### ASIA 아시아의 나라들...



태국은 방콕에 있는 킹파워면세점을 중심으로 중국 요우커를 유치 中  
Thailand 2014년 기준 전체 매출은 2조1000억원임



대만은 2014년 5월 중국과 인접한 섬에  
Taiwan 4,500평 규모 면세점을 열고중국 요우커 유치 中



일본은 도쿄 긴자 구역에 시내면세점을 도입하여  
Japan 소비세, 수입세 및 주세와 담배세를 면세

## 2. 국내 면세점 시장현황

### 〈내·외국인별 면세점 이용자 및 매출액〉

구분		이용자(단위:천명)				매출액(단위:백만 달러)			
		시내		출국장		시내		출국장	
			구성비		구성비		구성비		구성비
'14	내국인	4,963	44.1	10,456	52.8	983	19.2	1,095	45.9
	외국인	6,300	55.9	9,351	47.2	4,146	80.8	1,291	54.1
	계	11,263	100	19,807	100	5,129	100	2,386	100
'15	내국인	6,746	48.6	12,298	57.5	1,136	20.8	1,121	51.1
	외국인	6,857	50.4	9,075	42.5	4,334	79.2	1,071	48.9
	계	13,603	100	21,373	100	5,470	100	2,192	100

자료: 관세청

2015년 기준 우리나라의 면세점 시장의 총 매출액은 9.2조원

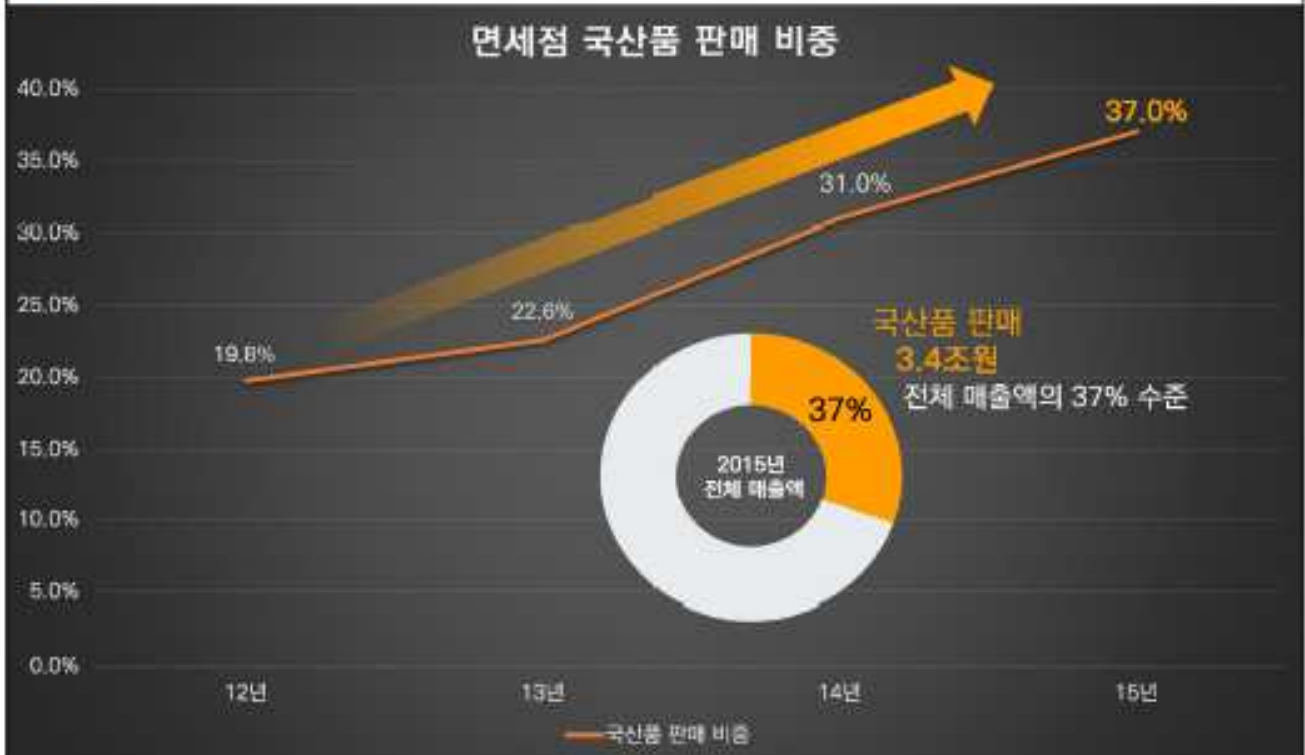
2015년 매출은 2014년대비 10.7% 증가

2016년 1월~9월까지 국내 면세점 50곳 매출액은 8조9331억원으로 작년 동기 대비 36.4%증가

2011년에서 2014년까지 연평균 15% 성장의 매출을 보였으나 2015년은 메르스의 영향으로 성장세가 떨어짐  
시내면세점의 경우는 외국인의 비율이 80%수준이고 출국장의 경우는 내국인 비율이 51%에 달하고 있음

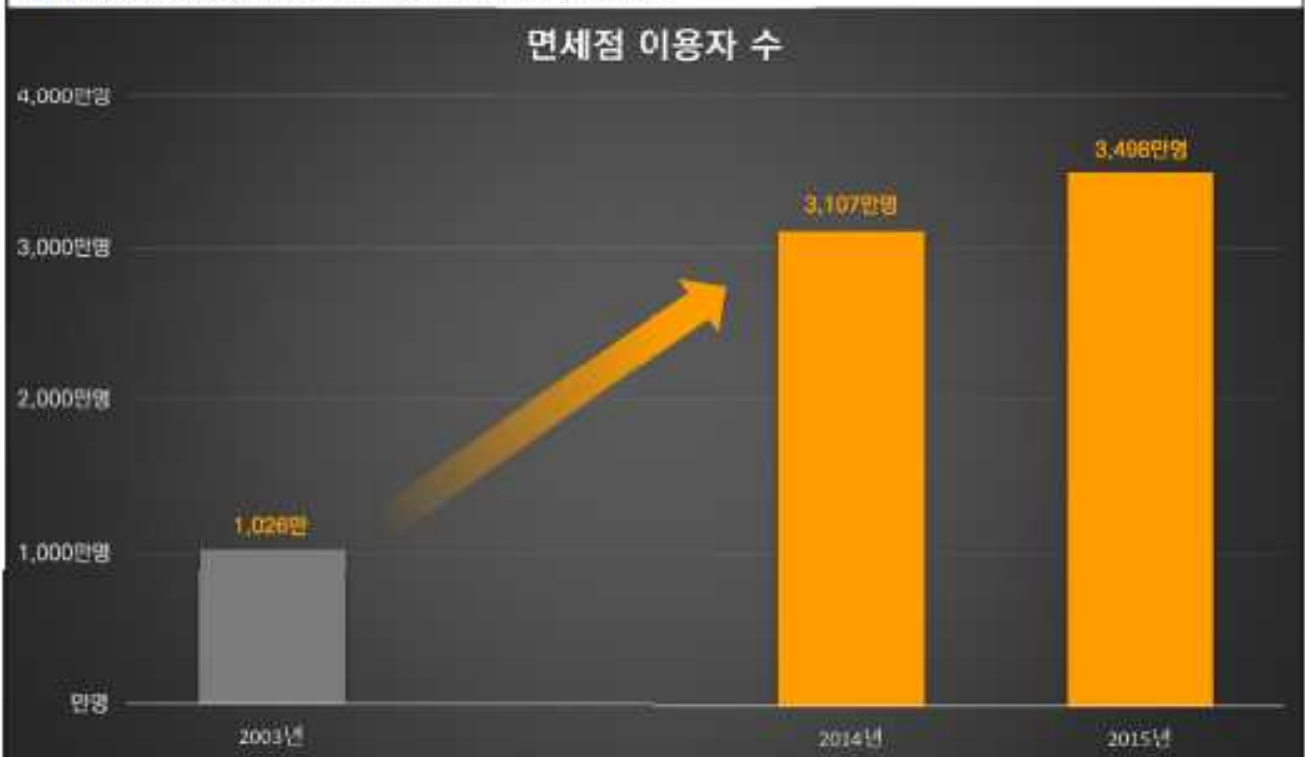
## 2. 국내 면세점 시장현황

■ 면세점 내에서 국산품 판매 비중이 지속적으로 늘어나고 있음



## 2. 국내 면세점 시장현황

■ 면세점 이용자가 매년 지속적으로 늘어나고 있음



## 2. 국내 면세점 시장현황

〈국내 주요면세점 매출현황〉

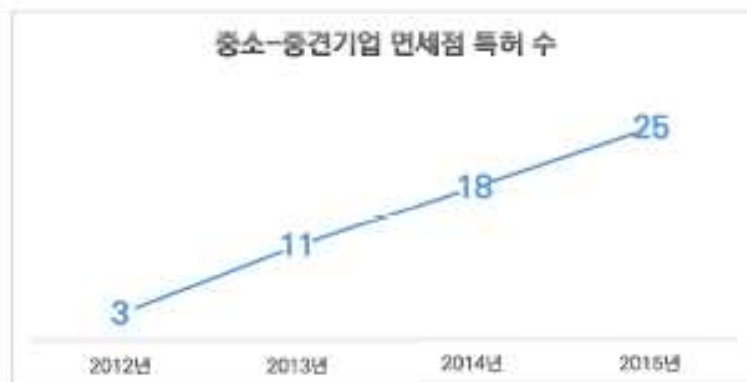
구분	'10		'11		'12		'13		'14		'15	
	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율
롯데	21,328	47.1%	27,257	50.7%	32,341	51.1%	35,758	52.3%	42,170	50.8%	47,300	51.5%
신라	12,134	26.8%	15,235	28.4%	19,179	30.3%	20,904	30.6%	25,378	30.5%	25,888	28.1%
JDC	3,025	6.7%	3,383	6.3%	3,427	5.1%	3,450	5.0%	3,666	4.4%	4,882	5.3%
동화	1,993	4.4%	2,198	4.1%	2,446	3.9%	2,080	3.1%	2,926	3.5%	3,200	3.5%
관광공사	1,986	4.4%	2,243	4.2%	2,295	3.6%	2,107	3.1%	1,986	2.4%	1,110	1.2%
SK	1,296	2.9%	1,513	2.8%	1,832	2.9%	1,958	2.9%	2,747	3.3%	2,874	3.1%
신세계	1,253	2.9%	1,438	2.7%	1,339	2.1%	1,503	2.3%	2,602	3.1%	3,512	3.8%
전체 합계	45,191	100%	53,716	100%	63,292	100%	68,326	100%	83,077	100%	91,984	100%

■ 중소규모의 면세점 특히 수와 매출액 비중이 점차 증가하는 특징을 보임

■ 롯데와 신라 면세점 매출 합계 점유율은 79.6%임  
JDC와 JTO를 합친 점유율은 6.5%임

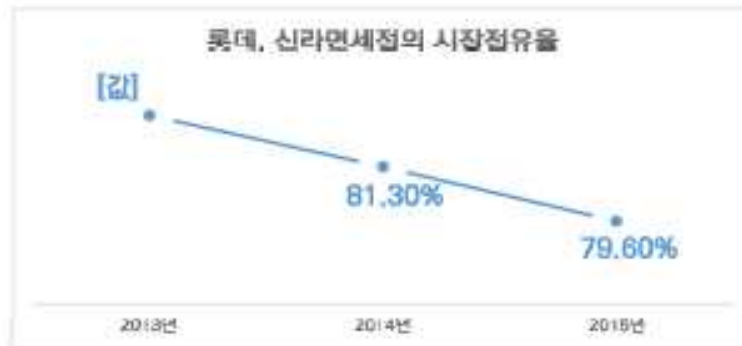
## 2. 국내 면세점 시장현황

■ 중소규모의 면세점 특히 수와 매출액 비중이 점차 증가하는 특징을 보임.  
대기업 면세점 매출비중은 93.8%, 중소규모 면세점 매출비중은 6.2%수준



## 2. 국내 면세점 시장현황

2015년 기준 롯데 면세점 매출은 4.7조원(51.5%의 시장점유율) 신라는 2.6조원(28.1%)  
국내 면세점 시장매출을 주도하고 있는 롯데와 신라의 시장점유율은  
2013년 82.9%이었는데 2014년은 81.3%, 2015년에는 79.6%로 하락추세를 보임



## 2. 국내 면세점 시장현황

〈국내 주요 영업이익 현황〉

자료: 면세점

연도	업체명	매출액	특허 수수료	공항 임대료	마케팅비용	영업이익
2014	롯데면세점	4,217,050	2,109	342,207	278,599	408,300
	호남신라	2,037,083	1,208	226,038	172,490	148,903
	SK유통	274,862	137	-	40,600	8,283
	신세계	260,161	130	53,771	4,390	▲20,688
	동화	282,516	29	-	46,485	6,685
	합계	7,582,072	3,674	691,817	540,434	582,575
2015	롯데면세점	4,738,979	2,389	339,870	318,700	411,454
	호남신라	2,588,817	1,294	271,813	145,291	148,327
	SK유통	287,429	143	-	38,605	▲1,458
	신세계	351,180	178	65,235	6,747	▲33,087
	동화	320,006	32	-	52,600	▲1,558
	합계	8,286,411	4,014	676,918	561,943	521,678

2015년 기준 특허수수료, 공항 임대료 및 마케팅 비용은 롯데와 신라는 매출액 대비 13.9%, 16.2%임  
2015년 영업이익이 악화되고 있음이 보이는데, 이는 마케팅 비용 상승이 주요인으로 보임  
영업이익률을 보면 롯데와 신라가 압도적으로 높은 것을 알 수 있음

그러나 2015년 입찰을 통해 사업권을 판 신규면세점의 경우 적자여 시달리고 있음  
공시자료에 따르면 금년 5월 오픈한 신세계면세점 명동점의 경우 1월에서 9월까지 4개월동안 372억원의 적자를 기록

작년 12월 개장한 갤러리아면세점 63과 HDC신라면세점은 9월까지 각각 305억원과 167억원의 영업손실을 기록,  
금년 2월 개장한 SM면세점은 9월까지 208억원의 적자를 기록하였음



## 3. 제주지역 면세점 시장현황

〈제주지역 주요면세점 사업자 현황〉

보세판매장		소재지	특허면적(㎡)	종류별
롯데면세점 제주점		제주도 제주시	7,717.80	시내
신세계면세점 신제주점		제주도 제주시	7,399.30	시내
갤러리아 Duty프리(한화)		제주도 제주시	845.11	출국장
JDC	제주공항면세점	제주도 제주시	5,264.46	지점
	제주항1면세점	제주도 제주시	219.37	지점
JTO	서귀포면세점	제주도 서귀포시	3,616	시내
	자정면세점	제주도 서귀포시	2,517.30	지점
	성산포항면세점	제주도 서귀포시	133.44	지점

## 3. 제주지역 면세점 시장현황

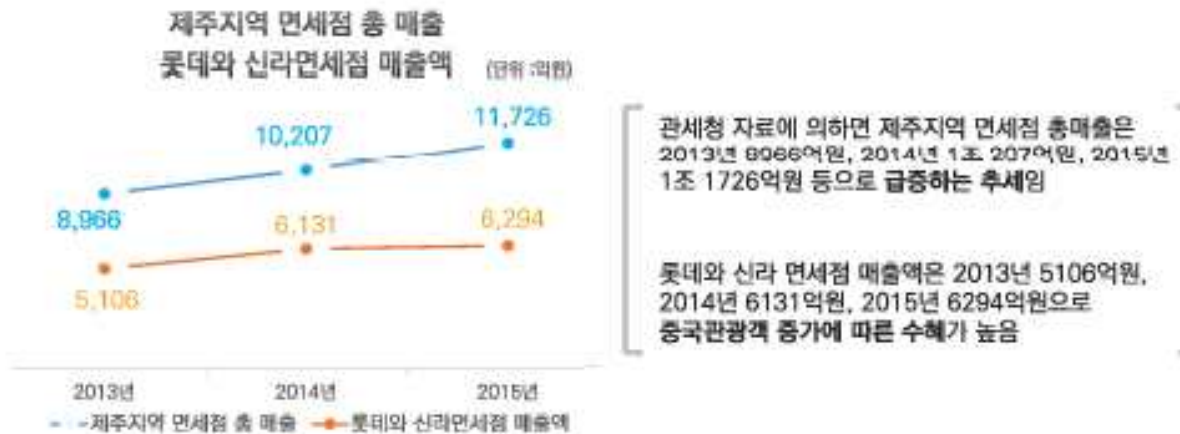
〈제주지역 최근 3년간 면세점 매출현황〉

단위: (천달러)

구분	2013년	2014년	2015년
롯데면세점 제주점	133,622	191,084	201,256
롯데 제주공항	55,547	14,070	
신세계면세점 신제주점	275,357	380,007	354,521
갤러리아 Duty프리(한화)		48,633	54,657
제주관광공사	37,426	39,045	48,643
JDC(공·항인)	315,142	348,743	431,487
총 계	817,095	1,021,596	1,090,596

※ 각 업체별 조사에 의한 자료

### 3. 제주지역 면세점 시장현황



### 3. 제주지역 면세점 시장현황

〈제주지역 면세점 시장점유율〉

구분	롯데	신라	한화	JDC	JTO
점유율(%)	18.5	32.5	5.0	39.6	4.5

※ 2015년 매출기준임

2015년 제주지역 면세점 매출현황을 보면 롯데 2292억원, 신라 4002억원, 제주국제자유도시개발센터 4882억원 그리고 제주관광공사 550억원임

특허수수료의 경우 롯데와 신라 두곳 면세점이 2015년에 납부한 금액은 3억1천4백만원에 그치고 있음

카지노사업은 매출액의 10%를 관광진흥기금, 경마는 16%를 레저세로 납부하고 있음

롯데와 신라 면세점의 경우 매출액 대비 지역사회에 대한 공적기여도가 낮다는 평가가 주류

서울 현대백화점면세점의 경우 금년 면세점 신규 특허 취득시 5년 누계 예상 영업이익의 20%인 500억원 한원약속(관광인프라 개발투자금액 300억원 + 지역문화육성 및 소외계층 지원금액 200억원)

### 3. 제주지역 면세점 시장현황

#### 〈제주지역 내국인과 외국인 면세점 이용 현황〉

(출국장 및 시내면세점 기준, 2015년말 기준)

구분	내국인		외국인		합계
	매출액	비율	매출액	비율	
매출액(천달러)	5,385	0.88%	605,049	99.12%	610,434
인 원(명)	38,787	2.20%	1,676,350	97.74%	1,715,137

※ 2015년 매출기준임(각 업체별 조사자료)

제주지역 면세점은 외국인 구매 비율이 99%이상을 차지하고 있으며, 면세점 이용자수에 있어서도 외국인수가 97.74%로 압도적 수치를 보이고 있음

### 3. 제주지역 면세점 시장현황

#### 〈제주지역 면세점 지역사회 기여 현황〉

보세판매장	주요 사회 공헌 활동	비고
롯데면세점 제주점	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제주소상공인연합회와 공동협력</li> <li>- 소상공인 상권활성화</li> <li>- 지역 특산물 판매 활성화</li> <li>- 자사 유통 노하우 및 마케팅역량 활용</li> <li>- 장학금 후원, 도서관 리모델링 사업, 특수교육 봉사자 육성 지원, 각종 후원금 지원 등</li> </ul>	
에스엘신라 신제주면세점	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 맛있는 제주만들기</li> <li>- 드림하이커(고교생 직업교육 활성화 및 사회진출 지원)</li> <li>- 신라오름코스(대학생 산학실습프로그램)</li> <li>- 공공기관지역 사회공헌프로그램</li> </ul>	
엘리미아 유티프르(면세점)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 초록우산 어린이재단 협력</li> <li>- 각종 후원금 지원</li> </ul>	
JDC	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제주 지역 중소기업 코오프 상생협력</li> <li>- JDC아카데미 운영</li> <li>- 다들지원사업</li> <li>- 소외계층 지원사업</li> <li>- 드림나눔 봉사단 운영 등</li> </ul>	
JTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제주 관광마케팅 채널 활용</li> <li>- 공차량 공유화 기금지원</li> <li>- 해업지가 봉사단 운영</li> <li>- 지역농산물 활용 면세점 프로모션</li> <li>- 도내 취약계층 학생 장학금</li> <li>- 관광역자를 위한 공익사업 전개</li> <li>- 각종 후원금 지원</li> </ul>	

※ 기업제출 조사자료

#### 4. 면세점 시장에 있어 송객수수료가 갖는 의미



최근 중국인 관광객 모객 경쟁 심화에 따른 송객수수료 경쟁이 심화되고 있음  
일부 여행업계에서 발생하고 있는 비정상적인 초저가관광과 전담여행사의 명의대여 발생

서울 시내면세점의 경우 신규 면세점수가 늘면서 중국 여행사가 원하는 송객수수료가 높아지고 있음  
이에 따라 면세점 확대정책으로 인한 최대의 수혜자는 중국여행사라는 지적

서울시내 면세점은 면세점간 브랜드 입점이 비슷하고 대부분 1시간 이내 거리에 위치해있어  
송객수수료가 관광객을 유치하는 가장 큰 변수로 작용

#### 4. 면세점 시장에 있어 송객수수료가 갖는 의미



2016년 1월~9월까지 국내 면세점 50곳 매출액은 8조9331억원으로  
작년 동기간 대비 36.4%증가하면서 송객수수료도 큰폭으로 증가하고 있음

국회에서 이러한 송객수수료 문제를 해결하기 위해  
리베이트 범위를 정하는 관세법 개정안이 발의된 상태임



#### 4. 면세점 시장에 있어 송객수수료가 갖는 의미

〈A 면세점 일반패키지 수수료 및 인센티브를 통한 송객수수료〉



(관련업계 내부인터뷰를 통한 추정치임)

#### 4. 면세점 시장에 있어 송객수수료가 갖는 의미

〈A 면세점 크루즈 수수료 및 인센티브를 통한 송객수수료〉



(관련업계 내부인터뷰를 통한 추정치임)

#### 4. 면세점 시장에 있어 송객수수료가 갖는 의미

제주지역으로 오는 중국인 관광객의 95%를 조선족 여행사가 가져가고  
그가운데 특정여행사가 80%이상을 독점하고 있음

이들 여행사는 마케팅 명목으로 중국관광객 유치에 위해 '인두세'를 건네고  
이를 회수하기 위해 송객수수료에 절대적으로 의존

중국여행사가 1인당 10만원이 넘는 인두세를 만회하기 위해 시내면세점 등에  
송객수수료를 최대 40%까지 요구하고 있음(연합뉴스, 2016년 10월21일)

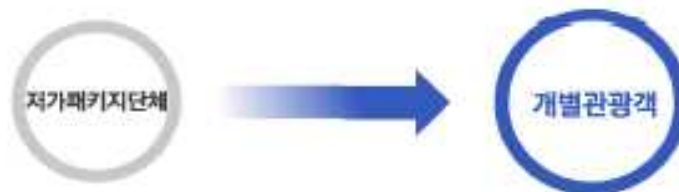
한편으로는 면세점의 송객수수료가  
중국 관광객을 유치하는 핵심 요인이라는 주장이 제기되고 있음

면세점 송객수수료로 인해 주변 경쟁도시보다 제주를 방문하는 비용이 저렴함

중국 단체관광객을 수용하는 숙박업과 관광지업 그리고 음식점종은  
저가 단체관광객 의존이 강함

#### 5. 관광산업체질 개선을 위한 면세점의 역할

〈저가패키지단체 유치에서 개별관광객 유치 중심으로 이동〉



중국관광객 유치와 국산제품의 면세점 판매라는 순기능을 적극적으로 실현면서  
동시에 저가패키지 관광객의 근원인 과도한 송객수수료 문제를 해결할 수 있는 방안이 필요

이를 위해 중국인단체 요우커 중심의 고객유치 전략을 개별관광객 인 섀커 중심으로 이동할 필요가 있음

현재 비용이 크지는 않지만 중국의 개별관광객이나 소수 단체만을 전문적으로 유치하는 여행사가 활동 중

여행사로의 송객수수료가 불가피하다면  
중국특정여행사 대신 이들 중국개별관광객 유치 제주여행사에 지불하는 것이 바람직함

소셜판매 네트워크로 인해 국내시장에서 고전중인 제주지역 여행업의 돌파구 역할을 해주었으면 함

## 5. 관광산업체질 개선을 위한 면세점의 역할

이미 서울지역의 경우 중국인단체 요우커는 자취를 감추고 있고  
개별관광객 싹커가 그 자리를 대신하고있음 (마지막경제 11월 22일)

제주지역 역시 경쟁심화와 중국정부 압박으로  
중국저가단체관광객 유치에 발간불이 켜졌는데 싹커유치를 대안으로 모색해야함

싹커유치는 저가 단체관광객의 폐해를 극복하고  
최근 중국당국이 발표한 관광객 20%축소와 1일1쇼핑 같은 압박에서 자유로울 수 있음

한국관광공사 발표에 따르면 싹커의 큰 특징은 젊은세대 그리고 여성임  
특히, 20대 싹커의 1인 평균비용지출이 3-40대 장년층보다 웃돌고 있음

지난해 요우커 71%가 모바일을 통해 상품과 여행정보 검색했는데 이중 48%가 실제  
모바일을 통해 여행상품을 예약하거나 결제하고 있음

중국인들은 관광지 선택시 감성적인 요인에 의해 좌우되는 특징이 강함.  
따라서 소셜판매사이트에 나오는 내용이 강한 영향력을 지님

## 5. 관광산업체질 개선을 위한 면세점의 역할

### 〈면세점 관련 거버넌스 체제 구축을 통한 상생전략〉

관광진흥법 시행령 개정을 통해 면세점이 “관광업”에 포함되면서 “면세점업”으로 포함될 것으로 보임  
따라서 면세점은 관광진흥법상의 관광사업체로서의 권한과 책임을 갖게 될 것임



▶ 거버넌스 체제는 공적영역과 민간영역이 문제해결을 위해 함께 노력하는 시스템

이제 막 출범하는 제주면세점협의회는 민간기업으로만 구성되어 있음

면세점을 둘러싼 이해집단간 우월적 지위 해소, 절차의 비효율성 해소 그리고 공공이익 달성 등  
과 관련해서는 민간영역만으로 해결하기에 한계가 있음

출범이후에는 민간영역이 주도적으로 활동하되

적절한 시점에 제주도를 포함하는 공적영역과 함께 거버넌스 체제를 구축할 필요가 있음

## 5. 관광산업체질 개선을 위한 면세점의 역할



거버넌스체제라는 틀 속에서 면세점은 수익창출을 극대화하고 공적영역은 면세점이 효율적으로 **지역사회에 기여**할 수 있도록 두 마리토끼를 잡을 수 있는 지혜가 필요하며,

거버넌스 체제는

면세점이 외국인관광객 유치에 걸림돌이 되는 장애요인을 함께 제거할 수 있도록 노력해야함

**과다한 송객수수료와 전도금 문제도**

거버넌스 체제속에서 합리적으로 해결할 수 있도록 아이디어를 모아야 하며.

필요하다면 제도적 차원에서 문제해결을 시도할 필요가 있는데 송객수수료 상한선을 제주특별자치도 특별법 제도개선에 반영하는 부분에 대해 함께 논의할 필요가 있음





## 방한 쇼핑관광 주요 이슈

외국인 관광객 절반 "쇼핑하러 왔다"... 작년 11조원 소비

현대경제연구원 보고서

등록 : 2016.07.05 15:29

아시아 7개국 비중 95%

중국인 쇼핑 관광객 64.1% 차지



서울 명동역사 유대인은 중국인 관광객들의 쇼핑을 진상한 선일가자 seishin@hankookilbo.com

지난해 외국인 관광객 중 쇼핑 목적으로 한국을 찾은 관광객 비중이 절반에 육박하는 것으로 나타났다. 이들이 한국에서 쓰고 간 돈은 지난해에만 98억달러(약 11조 3,000억원)에 이른 것으로 추정된다.

5일 현대경제연구원이 내놓은 '방한 쇼핑관광객의 특징과 시사점' 보고서에 따르면 지난해 한국을 찾은 외국인 관광객 중 방문 목적이나 동기가 '쇼핑'이라고 응답한 비율은 전체의 46.9%로 2011년(36.6%)보다 10.3%포인트 높아졌다. 쇼핑 관광객 수는 2011년 263만7,000명에서 지난해 475만7,000명으로 212만명 늘어났고, 이들이 한국에서 쓴 소비비, 숙박비, 교통비 등 총액은 같은 기간 40억7,000만달러에서 98억달러로

세계일보

세계관광 힘쓰는 중국인... 1억2000만명 여행 115조원 지출

본문보기 | 설정

기사입력 2016-11-08 14:59 | 기사원문 | 댓글 0 | 공감 0

지난 2015년에만 1억명이 넘는 중국인들이 해외여행을 다녀간 것으로 집계됐다. 다른 나라에서 쓴 돈만 100조원이 넘는다는.

전 세계 관광업계를 움직였다고 중국 관광당국이 자랑한 것도 허튼 말은 아니다.

지난 7일(현지시간) 중국 인민망에 따르면 국가여유국 집계 결과 2015년에만 1억2000만명 규모의 중국인이 해외로 나가 관광을 즐긴 것으로 파악됐다.

## 일본 찾는 中 유커 '싸슬이쇼핑' 사라진다

홍순준 기자

댓글 0 | 공감 0

입력 : 2016.10.05 13:26 | 수정 : 2016.10.05 13:26

일본을 찾는 중국인 관광객, 유커가 계속 늘어나고 있지만 이전의 '싸슬이 쇼핑'은 점차 사라지고 있는 것으로 나타났습니다.

관광 신흥통신은 비자발급 완화와 항공여객 개선, 일본 상품 및 서비스에 대한 높은 평판에 힘입어 일본을 찾는 중국 관광객이 역사상 최대치를 기록하고 있다고 보도했습니다.

뛰워치한 중국 국가여유국 주일대표처 수석대표는 올해 들어서도 일본을 찾는 중국 관광객은 여전히 높은 증가세를 유지하고 있다면서 지난 8월까지 방일 유커 수치는 450만 명이며, 올해 700만 명에 이를 것으로 예상된다고 전했습니다.

3

## 방한 쇼핑관광 주요 이슈

연합뉴스

"면세점 리베이트 2009년 이후 1조1천654억원"

기사입력 2016-10-14 15:27 | 등록일 2016-10-14 15:07 | 댓글 29



재벌 면세점 리베이트 여행사에 무차별 지급

이민희 기자 | hgmh@yna.co.kr

재벌 면세점의 여행사에 무차별 지급하는 '리베이트'가 여행사 업계에 문제가 되고 있다. 재벌 면세점의 여행사에 '리베이트'를 지급하고 있다는 사실이 밝혀졌다.

이 문제는 여행사 업계에 문제가 되고 있다. 재벌 면세점의 여행사에 '리베이트'를 지급하고 있다는 사실이 밝혀졌다.

이 문제는 여행사 업계에 문제가 되고 있다. 재벌 면세점의 여행사에 '리베이트'를 지급하고 있다는 사실이 밝혀졌다.

이 문제는 여행사 업계에 문제가 되고 있다. 재벌 면세점의 여행사에 '리베이트'를 지급하고 있다는 사실이 밝혀졌다.

이 문제는 여행사 업계에 문제가 되고 있다. 재벌 면세점의 여행사에 '리베이트'를 지급하고 있다는 사실이 밝혀졌다.

이 문제는 여행사 업계에 문제가 되고 있다. 재벌 면세점의 여행사에 '리베이트'를 지급하고 있다는 사실이 밝혀졌다.

이 문제는 여행사 업계에 문제가 되고 있다. 재벌 면세점의 여행사에 '리베이트'를 지급하고 있다는 사실이 밝혀졌다.

(서울=연합뉴스)까지 여행객들이 1조1천654억

14일 관세청이 장갑사 자료에 신라면세점이

해럴드경제

면세점 승객 수수료의 빛과 그림자

본문보기 | 설정

기사입력 2016-11-09 14:58 | 기사원문 | 댓글 0 | 공감 1

- 승객 수수료는 관광객 유치의 수단이라 여룰 수 없다는 평가

- 하지만 지난해 승객 수수료 지급이 면세점 적자와 국격 손상으로 이어지고 있어

[해럴드경제=김성우 기자] 정치권이 승객 수수료를 제한해야 한다는 주장이 제기되고 있다. 최근 문을 연 신규 면세점들의 '적자 주병'이 승객 수수료라는 의견이 제기되면서, 유커(過客·중국인 관광객)들이 쓰고 가는 금액의 상당부분이 다시금 중국 여행사에 주는 수수료로 나가고 있다는 비판이 나왔기 때문이다. 승객 수수료란 면세점들이 중국인 단체관광객을 유치

[경제이야기]-지금, 현장은? ⑥관광업계 공멸 부추기는 '콤비'...승객수수료

본문보기 | 설정

기사입력 2016-09-08 07:30 | 기사원문 | 댓글 0 | 공감 0



4



## 방한 쇼핑관광 주요 이슈

### 상해 출발 단체여행상품 가격 비교

여행지	여행일수 (A)	가격 (위안) (B)	1일 평균 (B/A)
미국-캐나다(전경)	14	27,800	1,986
프랑스-이탈리아-스위스	10	16,800	1,680
영국	10	18,600	1,860
뉴질랜드 북섬	9	16,999	1,889
미국서해안	9	16,800	1,867
대만(전섬)	8	4,980	623
호주 그레이트 배리어 리프	8	17,999	2,250
방콕 파타야(호화)	6	4,850	808
몰디브	6	12,980	2,163
괌	6	6,940	1,157
일본(도쿄-후지산-오사카)	6	8,800	1,467
일본(호화)	6	12,000	2,000
일본(도쿄-오키나와)	6	9,999	1,667
한국	5	4,990	998
싱가포르	5	8,780	1,756
일본(도쿄)개인여행	5	5,380	1,076
일본(큐슈)	5	5,999	1,200
크루즈(후쿠오카-제주도)	5	3,680	736
일본(오키나와)	4	5,299	1,325

자료: JNTO(2013), 인바운드 핸드북

중국인의 해외여행 낮은  
경험도 및 가격민감도

증거가 시장 포지셔닝

신규 여행사 진입 어려움

지방관광상품 어려움

\*주: 1일 평균 가격은 패키지 가격과 여행일수에 비례한 가격으로 항공운임을 산정하지 않아, 주변 인접국가(항공운임이 비슷함)와의 비교만 가능함

5

## 1 방한 쇼핑관광 주요 실태

### ✓ 방한 쇼핑관광 실태

#### ☑ 방한 여행 목적 및 참여 활동 : 쇼핑은 주요 방한 동기이며 경험임

- 방한 외국인의 10% 쇼핑 목적으로 방한, 대부분의 외국인이 쇼핑에 참여 (71.5%)
- 한국 관광경험에서 쇼핑 경험이 차지하는 비중이 큼

### 주요 방한 목적

구분	비율
여가/취미/휴가	56.6
사업/전문활동	18.7
쇼핑	10.0
친구/친지 방문	9.1
교육	3.6
뷰티/건강/치료	1.1
종교/순례	0.7
기타	0.0

자료: 한국문화관광연구원(2016), 2015 외래관광객 실태조사, 문화체육관광부

### 주요 방한 여행 참여활동

구분	2015	2014	2013
쇼핑	71.5	74.0	70.9
식도락 관광	47.3	46.4	39.0
자연경관 감상	30.0	31.7	17.6
고궁/역사유적지 방문	26.2	27.2	16.2
업무수행	12.9	14.3	16.6
유출/오락	11.9	9.2	9.6
박물관/전시관 방문	10.5	8.9	7.1
테마파크	8.3	8.9	6.5
휴양/휴식	7.6	7.4	8.9
미팅/회의/학술대회 등 참가	7.3	6.4	6.1

6

## 1 방한 쇼핑관광 주요 실태

### ✓ 방한 쇼핑관광 실태

- ✓ **쇼핑 관광 만족도** : 쇼핑에 대한 만족도는 대체적으로 높은 편
- 방한 외국인의 28%가 가장 좋았던 활동으로 쇼핑을 꼽음 (식도락보다 월등히 높은 비중)
  - 쇼핑 만족도는 매년 증가 추세, 중국인의 쇼핑 만족도는 높은 편

#### 가장 좋았던 활동

구분	비율
쇼핑	28.0
식도락 관광	13.8
자연경관 감상	13.2
고궁/역사유적지 방문	7.7
업무수행	6.1
공연/민속행사/축제 참가	4.1
유흥/오락	3.4
테마파크	3.2
미팅/회의/학술대회 등 참가	2.7
박물관/전시관 방문	2.1

자료: 한국문화관광연구원(2016), 2015 외래관광객 실태조사, 문화체육관광부

#### 한국여행 중 쇼핑 만족도



자료: 한국문화관광연구원(2015), 2014 외래관광객 실태조사, 문화체육관광부

7

## 1 방한 쇼핑관광 주요 실태

### ✓ 방한 쇼핑관광 실태

- ✓ **여행경비 및 쇼핑 지출** : 방한 외래객의 여행경비 중 쇼핑비 비중은 매우 높은 편
- 개별여행객보다 단체여행객의 쇼핑 금액이 높음
  - 중국인 단체여행객의 총 여행경비 및 쇼핑 지출비 높은 편

#### 1인당 지출 경비

(단위: US\$, %)

구분	개별여행객	단체여행객
총 지출경비	1,673.4	1,908.4
쇼핑비	914.4	1,317.4
숙박비/거주지 지출경비	363.3	522.6
식음료비	241.3	51.6
교통비	71.0	4.2
오락관련 지출	25.9	5.5
문화관련 지출	7.9	0.9
운동관련 지출	2.2	0.6
한국여행사 지불비	0.8	2.1
기타 비용	46.6	3.6

자료: 한국문화관광연구원(2016), 2015 외래관광객 실태조사, 문화체육관광부

#### 단체관광객 쇼핑비 지출 현황

(단위: US\$, %)

구분	쇼핑비(A)	총지출비(B)	A/B
일본	460.8	1,038.6	44.4
중국	1,551.5	2,080.3	74.6
홍콩	864.7	1,593.2	54.3
싱가포르	1,081.9	2,574.9	42.0
대만	765.3	1,388.2	55.1
태국	551.2	1,165.9	47.3
말레이시아	490.4	1,425.52	34.4
구미주	393.9	2,032.4	19.4
기타	686.5	1,771.8	38.7
전체	1,317.4	1,908.4	69.0

자료: 한국문화관광연구원(2016), 2015 외래관광객 실태조사, 문화체육관광부

8

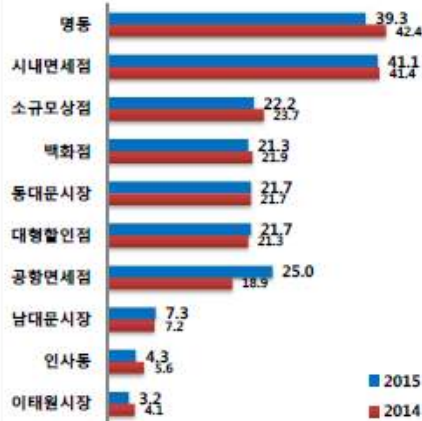


## 1 방한 쇼핑관광 주요 실태

### ✓ 방한 쇼핑관광 실태

- ✓ **쇼핑 장소** : 시내면세점이 주요 쇼핑 장소, 특히 중국인 이용 높음
- 2015년 조사 결과 시내면세점(41.1%)이 명동(39.3%)을 역전함
  - 시내면세점을 가장 많이 이용하는 국가는 중국(75.9%)

방한 외래객 쇼핑 장소



자료: 한국문화관광연구원(2016), 2015 외래관광객 실태조사, 문화체육관광부

시내면세점 대(多) 이용 상위 5개국



자료: 한국문화관광연구원(2016), 2015 외래관광객 실태조사, 문화체육관광부

9

## 2 면세산업 주요 실태

### ✓ 세계 면세기업 매출 현황

- ✓ **면세기업 경쟁력** : 매출액 기준 롯데 3위, 신라 6위
- 스위스 Dufry, 2014년 2위였으나, 이탈리아 WDF 인수로 1위로 상승
  - 태국 King Power 전년 대비 매출액 67% 급증, 프랑스 LS 트레블 리테일 전년 대비 15% 증가

세계 면세기업 매출현황 (2015)

순위	그룹	매출액	비고
1	Dufry	56억 8천 300만 유로	스위스 면세기업, 2014년 5위 사업자인 WDF 인수
2	DFS	37억 7천만 유로	미국 면세기업
3	롯데면세점	37억 5천만 유로	-
4	LS 트레블 리테일	35억 7천만 유로	프랑스 면세기업, 전년 대비 15% 증가
5	Gebr. Heinemann	28억 유로	독일 면세그룹
6	신라 면세점	22억 8천 600만 유로	전년도 7위에서 6위로 상승
7	King Power	19억 7천 100만 유로	태국 면세기업, 매출 67% 급증, 국영기업 (방콕, 루엣 시내면세점)
8	두바이 면세점	17억 2600만 유로	아랍에미리트 면세기업
9	Ever Rich	15억 7000만 유로	대만 면세기업
10	선라이즈	13억 4400만 유로	중국 면세기업

10

## 2 면세산업 주요 실태

### ✓ 면세점 매출 현황

#### ✓ 면세시장 동향: 면세시장은 성장세, 외국인 고객의 중요성 증가

- 면세시장 매출액의 69%가 외국인 구매로 발생
- 1인당 평균 이용금액 외국인이 내국인의 2배 이상

#### 내외국인 연도별 면세시장 매출현황



자료: 한국면세점협회(2015), 내부자료

#### 1인당 평균 이용금액



11

## 2 면세산업 주요 실태

### ✓ 면세점 유통 구조

#### ✓ 유통 특성: 직매입 기반, 브랜드 협상력 중요

- 면세점의 유통구조는 직매입을 기반으로 운영되어 재고관리와 운영 노하우가 중요
- 면세점 운영의 핵심 사안은 브랜드와의 협상력

#### 면세점 유통 구조 특성



#### 면세점 지정 현황



13

## 2 면세산업 주요 실태

### ✓ 시내면세점 산업 구조

- ✓ **산업구조 분석: 규모의 경제가 유리한 구조**
- HHI, CR3 지수 독과점 지수로 나타나는데, 이는 산업적 특성에서 기인된 측면이 큼

※ CR3: 시장매출액 1~3위 업체 시장점유율  
 ※ HHI: Hirshmann-Herfindahl Index  
 시장 내에서 특정 주체가 갖는 집중도를 파악해 시장의 경쟁도 평가 지수가 높을 수록 해당 기업의 산업 집중도가 높음

#### 독과점 구조 진단 (2014기준)

- 시장매출액 순위 1~3위 업체의 시장점유율을 의미하는 CR3 지수로 독과점 구조 추정
- HHI 지수가 0.15~0.25구간에 해당되면 독과점 시장 구조로 평가됨

구분		2014	2013	2012	3개년 평균
CR3 (롯데, 신라, 동화)		91.5	91.2	91.1	-
HHI	점포 기준	0.205	0.202	0.201	0.203
	업체 기준 <sup>1)</sup>	0.418	0.418	0.404	0.413

#### 독과점 구조 원인

규모의 경제	매출규모가 클수록 재고관리가 유리
MD 유지	매출규모가 작은 면세점의 애로사항
입지조건	서울 vs. 지방, 도심 접근성 등

독과점 구조의 원인은 주로 산업적 특성에서 찾을 수 있음

시장질서를 왜곡시키지 않는 수준의 정책적 개입이 필요

14

## 3 여행산업 주요 실태

### ✓ 인바운드 여행사 현황

- ✓ **인바운드 여행사: 여행업 경쟁 심화, 아웃바운드 여행사는 특히 영세**
- 1981년 여행업 허가제에서 등록제로 전환
  - 중국 단체관광객 유치 전담 여행사 총 161개사 영업 중(2016년 11월 4일 기준)

#### 아웃바운드 독과점 구조 진단

- HHI가 0.1 이하 구간에 해당되므로 경쟁적 구조로 추정됨
- CR1, CR3, CR5 모두 경쟁적 구조로 추정됨

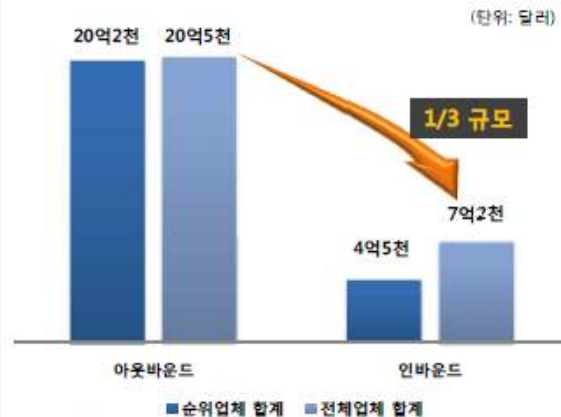
연도	2011	2012	2013.1~6
HHI	0.05716	0.05933	0.06245
CR1 <sup>1)</sup>	6.5%	5.9%	6.2%
CR3 <sup>2)</sup>	16.8%	16.2%	16.6%
CR5 <sup>2)</sup>	25.7%	24.5%	24.0%

자료: 한국콘텐츠 미디어(2013)

주: 1) 인바운드 여행산업 매출액 1~25위 업체 기준

2) 인바운드 전체 매출액 대비 비율

#### 인/아웃바운드 여행사 매출액 비교



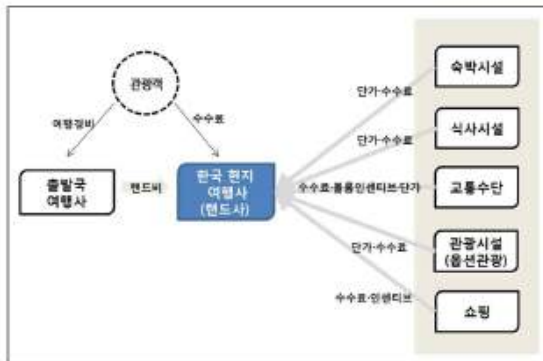
15

### 3 여행산업 주요 실태

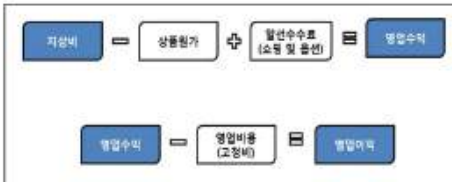
#### ✓ 인바운드 여행사 현황

- ✓ **인바운드 여행사**: 수익은 자상비와 알선수수료로 창출
  - 렌드사의 경우 수익은 자상비 및 알선수수료로 창출

#### 여행사 수익구조



- FIT: 시티투어 또는 특정 이벤트로 대부분 자상비 확보를 통하여 수익 창출
- GT: 자상비 + 쇼핑 및 옵션 관광으로 인한 수수료
- 저가단체여행객: 자상비 없음(zero tour fee)
  - 100% 쇼핑 및 옵션관광으로 충당



16

### 3 여행산업 주요 실태

#### ✓ 인바운드 여행사 현황

- ✓ **인바운드 여행사**: 글로벌 OTA도 알선수수료/송객수수료로 수익 창출
  - 주요 OTA 운영 수익은 알선 수수료로 창출 (Airbnb는 공급자 및 소비자 양측에 소정의 수수료 부과)
  - 글로벌 체인 호텔은 홈페이지에 송객 수수료 명시

#### 여행사 수익구조

**THE PRICELINE GROUP**

- BOOKING.COM
- agoda.com
- priceline.com
- rentalcars.com

- ✓ 온라인 여행 서비스 제공
- ✓ 호텔 23% 수수료
- ✓ 항공 3% 수수료
- ✓ 차 렌탈서비스/크루즈 9%

**Expedia**

- ✓ 온라인 여행 서비스 제공
- ✓ 주로 호텔 서비스 제공
- ✓ 호텔 23% 수수료

#### 호텔 송객 수수료

**ACCOR HOTELS**

- ✓ 호텔그룹 내 브랜드 별로 상이한 수수료 측정
- ✓ 국가별 상이한 수수료
- ✓ 수수료 범위는 4~10% 내외

**Hilton HOTELS & RESORTS**

- ✓ Travel Agency Commission Settlement(TACS) 시스템을 통해 여행사들에게 통합된 수수료 지급
- ✓ 수수료는 10%

17

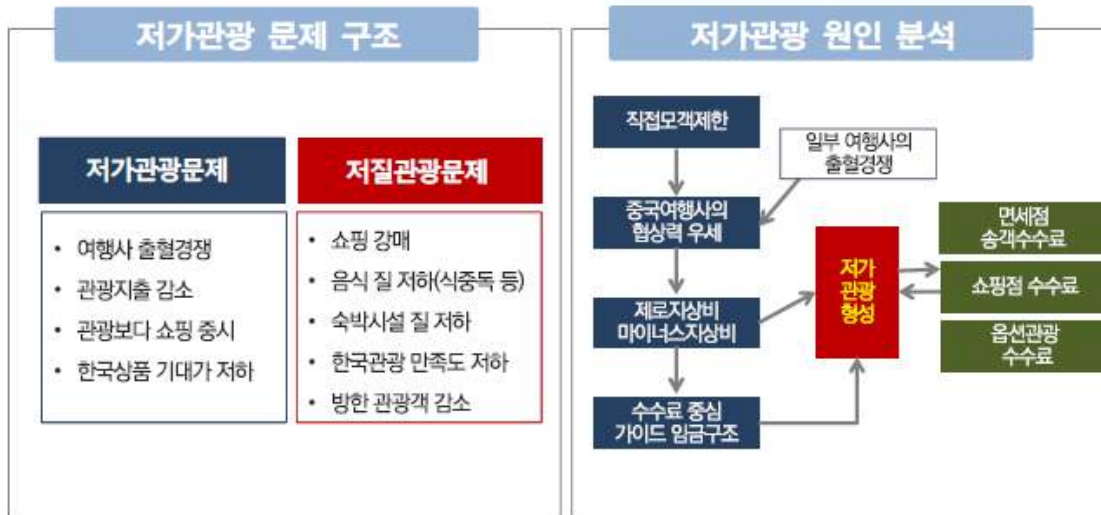


### 3 여행산업 주요 실태

#### ✓ 저가관광 원인 및 문제 구조

##### ☑ 저가관광보다 '질이 낮은' 관광이 과제 필요

- 저가관광=질이 낮은 관광은 아님, 다만 저가가 질적 저하로 이어지기는 쉬움, 가격통제보다는 질적 확보가 중요
- 송객수수료는 저가관광 구성의 하나의 고리, 그러나 송객수수료가 제약되더라도 저가관광구조가 해소되는 것은 아님



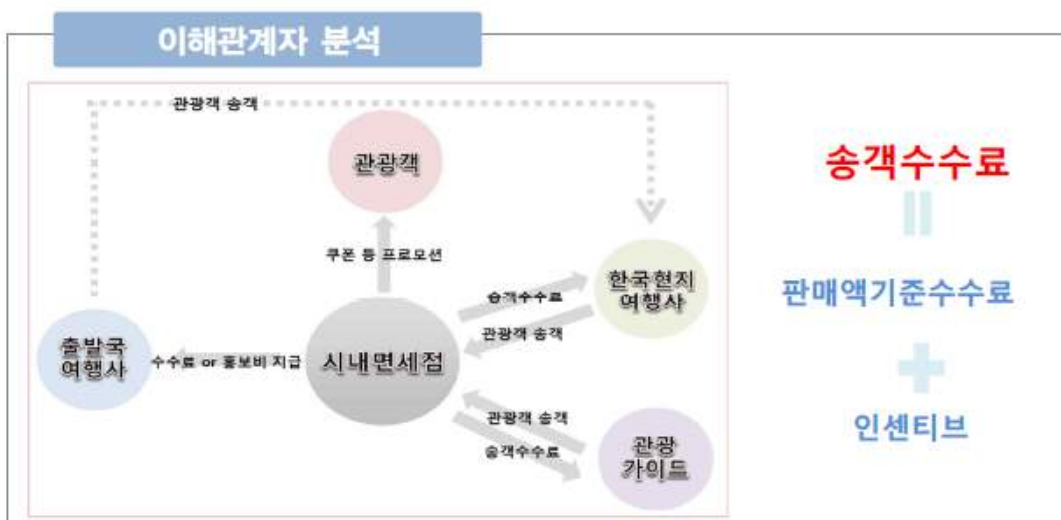
18

### 4 이해관계 및 지불구조 분석

#### ✓ 송객수수료 이해관계자

##### ☑ 출발국 여행사, 시내면세점, 한국현지 여행사, 관광 통역 안내사, 관광객

- 송객수수료는 판매액 기준 수수료 + 인센티브로 구성



19

## 4 이해관계 및 지불구조 분석

### ✓ 송객수수료 계약 현황

#### ☑ 여행사 및 관광통역안내사 등 계약 차이

- 여행사와 관광객 송객은 대부분 연 단위로 진행되나, 요율은 상품별로 상이하므로 구두로 계약
- 가이드와의 계약서는 존재하지 않으며, 가이드 등록을 통하여 면세점에서 수수료 지급
- 관광진흥법상의 '관광통역안내사'가 아닌 경우에도 지급하는 경우가 이슈화되기도 함

여행사 계약		관광통역안내사 계약	
관광객 송객	▶ 대부분 연 단위 계약/ 마케팅 활동 or 알선수수료로 명시	관광객 송객	▶ 여행사 일정 계약서 X 등록카드 O
송객수수료 요율	▶ 대부분 구두로 계약 품목별로 수수료율 다름	송객수수료 요율	▶ 알 수 없으며, 면세점이 월 단위 지급
인센티브	▶ 면세점이 여행사로 공문 발송		

20

## 4 이해관계 및 지불구조 분석

### ✓ 송객수수료 지급 현황

#### ☑ 대기업, 서울시내 중견기업, 지방 중소기업 입장 차이 존재

- 신규 진입 기업, 지방 중소기업 등 송객수수료 지급 판단 여부에 따른 입장차이 존재
- 기업의 마케팅 활동은 요율 대비 송객수수료 지급 외에도 다방면으로 전개 되고 있음

## 승객수수료 현황

단위: 백만원, %

업체명	매출액	마케팅 비용		영업이익	
		금액	비중	금액	비중
호텔롯데	4,738,979	318,700	6.7	411,454	8.7
호텔신라	2,588,817	145,291	5.6	146,327	5.7
SK워커힐	287,429	38,605	13.4	-1,458	-0.5
신세계	351,180	6,747	1.9	-33,087	-9.4
통화	320,006	52,600	16.4	1,558	0.5
합계	8,286,411	561,943	6.8	559,339	6.8

주: 마케팅 비용은 승객수수료(여행사+키오스크)만 계산

자료: 다문화경제정책연구원(2016), 관광산업 발전을 위한 면세점 제도개선 방안 연구

## 적정 수수료율에 대한 인식

- 응답 대상: 국내 시내면세점 13개 지점 (2015. 3~4)
- 조사 내용: 여행업계 지급 수수료 현황 및 인식조사

수수료율 (%)	지점 수
5%	1개
5-10%	1개
10%	6개
10-15%	4개
15%	1개

자료: 한국문화관광연구원(2015) 여행산업의 재구조화에 관한 연구, 한국연세금융협회

주: 마케팅 비용은 송객수수료(여행사+가이드)만 계상  
자료: 미외경제정책연구원(2016), 관광산업 발전을 위한 면세점 제도개선 방안 연구

21

## 4 이해관계 및 지불구조 분석

### ✓ 송객수수료 고려 사항

- ✓ 송객수수료에 대한 직접적인 규제는 신중히 검토할 필요가 있음
  - 수수료 요율 규제시 '품목별'로 다른 요율 통제 과제 제기
  - 인센티브 성격의 수수료가 강화될 우려, 기업의 마케팅 활동 제약
  - 아웃바운드 여행사와 형평성 제기, 관광산업 위축 우려

### 제약시 우려되는 시나리오



자료: 한국문화관광연구원(2015) 여행산업의 저가구조 개선에 관한 연구, 한국면세점협회

22

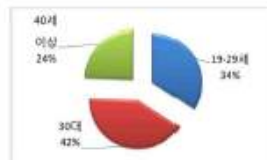
## 5 소비자 설문조사 분석

### ✓ 조사 개요

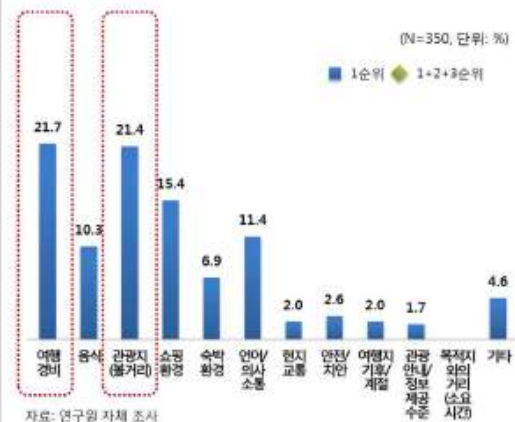
- ✓ 시내면세점 이용 중국인 단체관광객 대상 쇼핑 현황 및 인식 조사
  - 방한 여행 상품 선택 시 '여행경비', '관광지(불거리)', '쇼핑환경' 고려

### 조사 설계

- 시내면세점 이용 경험이 있는 만 19세 이상 중국인 단체관광객(대만, 홍콩, 마카오 국제 제외)
- 표본 수 350명/ 면세점에 의한 개별면접조사(FTF)
- 조사기간 2015.4.17~4.27.(총 11일간)
- 조사장소: 명동, 백화점 및 시내면세점
- 95% 신뢰수준에서 최대허용 표본오차  $\pm 5.24\%$



### 방한여행상품 선택시 주 고려사항

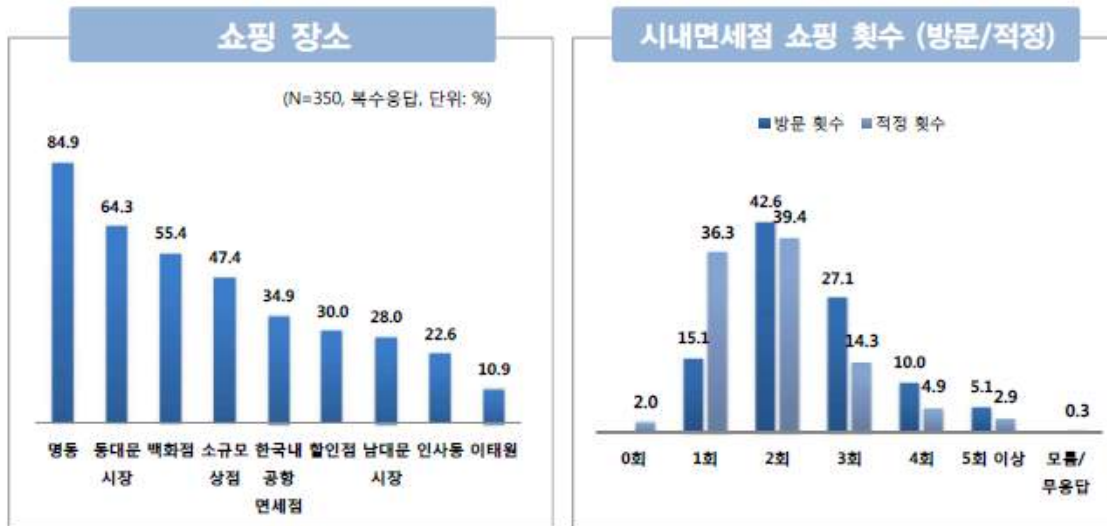


23

## 5 소비자 설문조사 분석

### ✓ 쇼핑 장소 및 시내면세점 쇼핑 횟수

- ☒ 시내면세점 뿐 아니라 지역상권 이용도 다수, 시내면세점은 여러 곳 방문
- 면세점에서 수수료를 지급하기 때문에 여러 곳을 방문, 시내면세점 방문횟수는 '2회'가 가장 많음.
  - 적정 횟수보다 실제 쇼핑횟수가 다소 많게 나타남

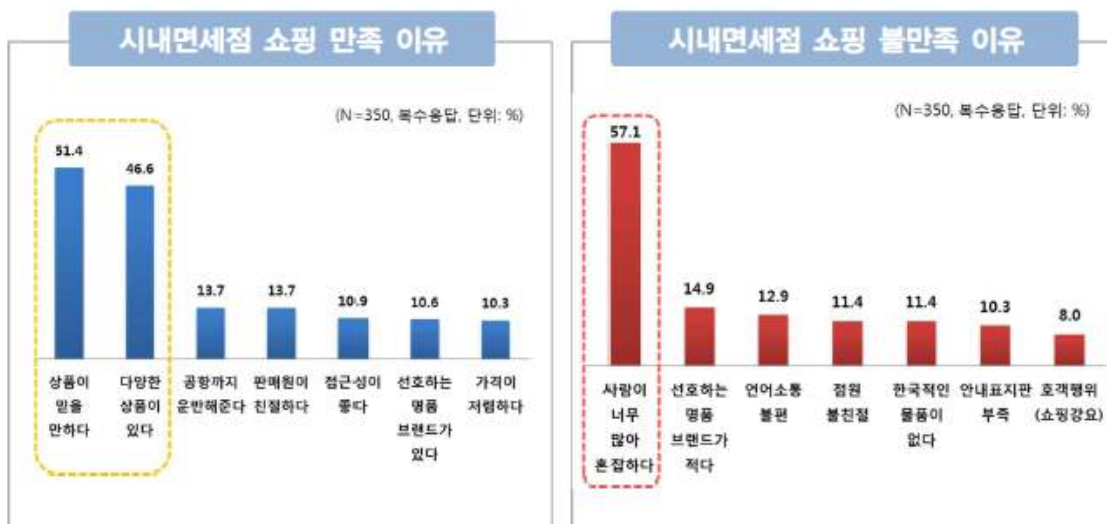


24

## 5 소비자 설문조사 분석

### ✓ 시내면세점 쇼핑 만족 및 불만족 이유

- ☒ 상품 신뢰성 및 다양성 측면에서 만족
- 상품의 신뢰성이 높고, 다양한 상품을 구비했다는 점에서 시내 면세점 쇼핑에 만족
  - 중소/중견 면세점의 경우 대기업의 장점 이외의 '특장'을 발굴 및 어필할 필요가 있음



25

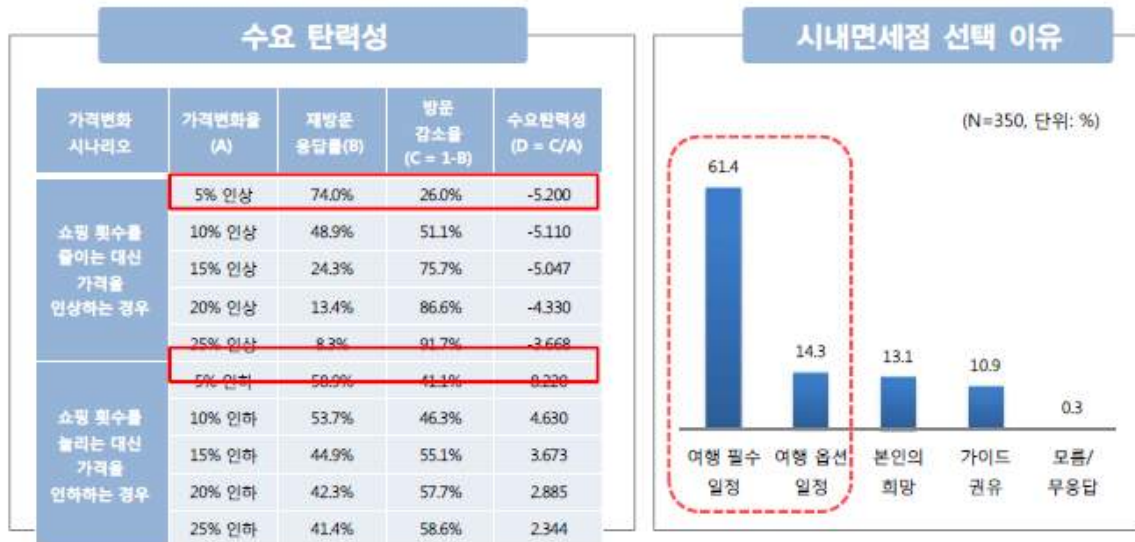


## 5 소비자 설문조사 분석

### ✓ 시나리오에 따른 수요 탄력성

#### ☑ 쇼핑 횟수 감소 대신 가격을 인상할 경우 수요 탄력성 분석

- 중국 단체 여행상품은 가격에 민감하게 반응
- 그러나 가격이 인하되더라도 쇼핑이 증가하면 방문 감소



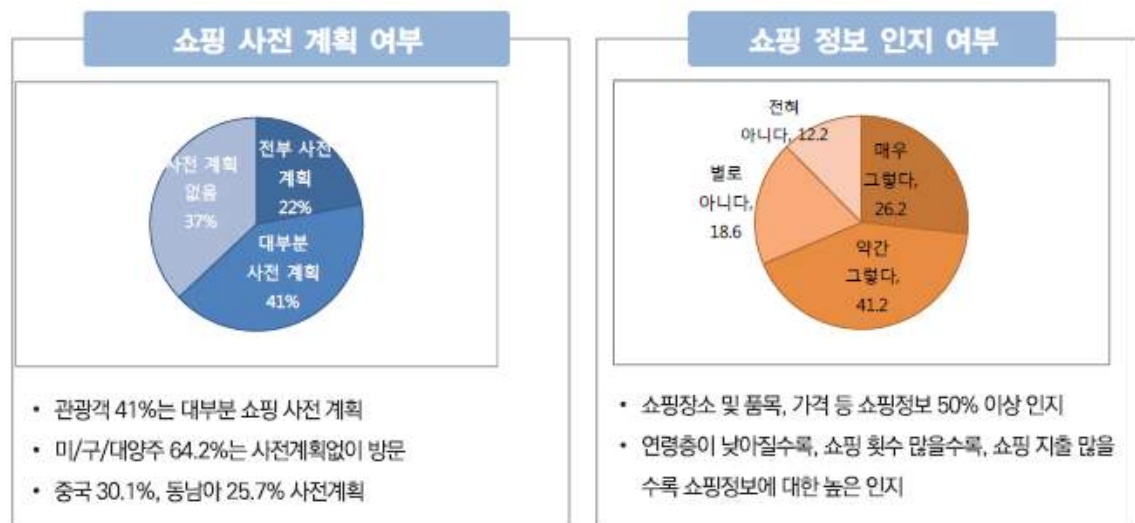
26

## 5 소비자 설문조사 분석

### ✓ FIT 쇼핑 관광객의 특성

#### ☑ 서울연구원 조사, FIT 쇼핑 관광객은 사전 계획 및 정보 인지

- 단체관광객에서 개별관광객으로 변화
- FIT 관광객의 41%는 대부분 쇼핑 사전 계획, 50% 이상이 쇼핑 장소 및 가격 등 정보 인지



자료: 서울연구원, 2016, 서울시 쇼핑관광 실태분석 연구

27

## 6 쇼핑관광 활성화를 위하여

### ✓ The Globe Shopper Index



**쇼핑관광 경쟁력 : 아시아권 도시 중 서울 9위, 상점 외 관광매력 경쟁력 강화 필요**

- 글로벌 블루(Global Blue) 발표, 상점, 편의성, 문화/기후, 구매력, 호텔/교통 등 5개 범주로 평가
- 홍콩, 관광객의 87%가 쇼핑에 참여, 쿠알라룸푸르 Malaysian Mega Sales 등

### 아태지역 도시 쇼핑관광 순위

순위	전체순위		순위	전체순위	
	도시	점수		도시	점수
1	홍콩	68.5	11	마닐라	51.5
2	쿠알라룸푸르	65.1	12	타이베이	51.2
3	상하이	63.1	13	오슬랜드	50.0
4	베이징	60.7	14	방갈로르	49.6
5	싱가포르	60.2	15	광저우	48.4
6	시드니	58.4	16	뭄바이	48.3
7	방콕	57.1	17	자카르타	45.7
8	도쿄	56.4	18	오사카	45.1
9	서울	54.8	19	호치민	44.9
10	델리	52.8	20	부산	44.8

\*자료: Global Blue(2016), The Globe Shopper Index: Asia-Pacific  
\*주: 점수는 0~100으로 평가, 100=최우수 쇼핑 환경

28

## 6 쇼핑관광 활성화를 위하여

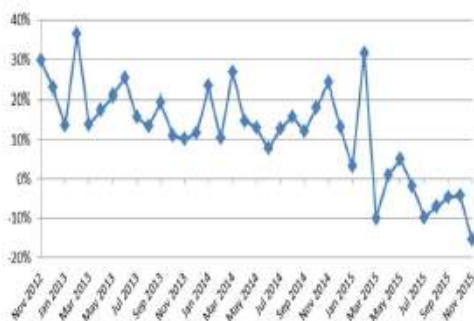
### ✓ 홍콩 쇼핑 관광 사례



**이상 징후 : 달러 강세에 따른 비용 상승, 일본 선호에 따른 경고등**

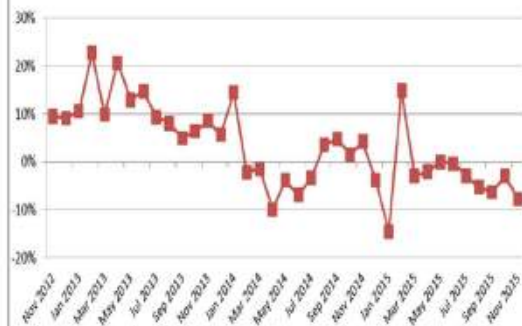
- 중국 방문객의 쇼핑 폭증에 따른 갈등 심화로 '현대성' 약화
- 유로 강세로 인해 홍콩과 유럽 가격차이 축소, 온라인 쇼핑 등 유통경로 다양화
- 중국인 관광객이 단순히 저렴한 상품이 아니라, 경험과 서비스를 중시하는 방향으로 전환
- 파리, 로마, 도쿄와 같이 문화적 경험을 제공해야 한다는 위기의 목소리 증가

### 홍콩 방문 중국인 증감율



\*자료: Schroders (2016), Sector Focus: Luxury goods firms face up to new Hong Kong reality.

### 홍콩 쇼핑 판매액 증감율



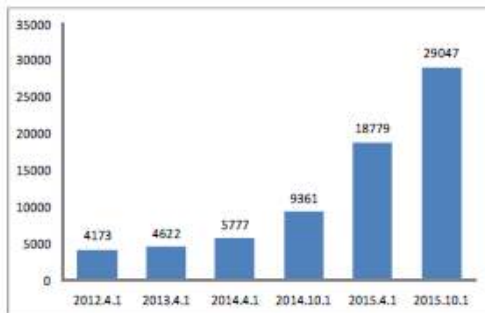
29

## 6 쇼핑관광 활성화를 위하여

### ✓ 일본 소비세 면세제도 사례

✓ **쇼핑 관광 정책 목표** : 지역 상권 활성화를 목표로 제시하며 소비세 면세점 확대 정책 추진

#### 소비세 면세정책



#### 방일 중국인의 쇼핑 만족 이유

##### 일본인과 '동일한 상품, 동일한 매장' 안심

- 쇼핑을 목적으로 방문한 중국인에 대해 쇼핑 만족 이유를 조사(넷케 소비 인사이트)
- 첫째, 저가격 상품이지만 만족
- 둘째, 일본인 고객과 동일한接客
- 셋째, 일본인 고객이 있는 쇼핑 장소
- 넷째, 일본인이 일반적으로 구매하는 상품
- 다섯째, 쿠폰 등 특전

외국인용 쇼핑 장소보다  
동일한 쇼핑 장소 선호

30

## 6 쇼핑관광 활성화를 위하여

### ✓ 세계 100대 럭셔리 브랜드 상품

✓ **브랜드 경쟁력** : 유통 측면 경쟁력은 높으나, 브랜드 경쟁력은 저조

- 이탈리아, 스위스, 미국의 브랜드 경쟁력 높음
- 아시아권에서는 홍콩, 일본, 중국 등도 한국보다 강세

#### 세계 100대 럭셔리 브랜드 기업

국가	브랜드 수	국가	브랜드 수
이탈리아	29	중국	3
스위스	14	독일	3
미국	12	인도	3
프랑스	9	오스트리아	2
영국	7	브라질	2
홍콩	5	덴마크	1
스페인	5	룩셈부르크	1
일본	3	한국	1

\*자료: Deloitte (2016), Global Powers of Luxury Goods 2015

31

## 6 쇼핑관광 활성화를 위하여

### 방한 쇼핑관광 경쟁력 강화



32



33



## 주요 토론내용



**좌 장 : 문 성 종** 제주한라대학교 교수

주제발표 잘 들었습니다. 제주의 질적성장을 위한 저가관광 개선방안 모색을 위해 거버넌스 체제 구축을 통한 지역사회와 면세점의 상생전략과 여행산업과 면세산업, 쇼핑관광활성화 방안에 대한 발표를 통해 제주도의 면세산업에 대한 전반적인 내용과 주요이슈에 대해 잘 설명해 주셨습니다.

오늘 이 자리에는 행정, 업계, 전문가 등 이 문제에 대해서 풍부한 대안들과 고민을 갖고 계신 분들께서 자리해 주셨습니다. 앞으로 제주관광의 질적성장을 위해 저가관광을 개선하기 위한 제주지역면세점의 나아가야 할 방향과 관련하여 유익한 의견 제시해 주시면 좋겠습니다.

**홍 주 표** 한국면세점협회 사무국장

제주지역 포럼과 업계가 상생해서 발전할 수 있는 방안을 말씀드리고자 합니다. 관세청 자료에 따르면 작년 면세업계의 송객수수료 규모가 약 5,700억 원이라고 합니다. 금년에는 경쟁심화로 인해서 4,790억 원이 상반기에 집행되었습니다. 올해는 약 1조원에 육박할 것이라는 전망도 나오고 있습니다.

이러한 과도한 여행사 송객 수수료의 문제점을 두 가지로 보고 있습니다. 첫째, 관광객 유치에 위해 수익성을 고려하지 않는 공격적 마케팅으로 인해 면세점 업계의 경쟁력 악화가 우려된다는 점입니다. 최근 면세점 특허 수 증가에 따라서 각 면세점 사업자들은 방한 외래 관광객 유치에 사활을 걸고 있습니다. 관광객 유치 노력은 좋으나 수익성을 고려하지 않은 업계의 행태는 매우 우려스러운 상황입니다. 기업의 본질인 수익성을 포기한 사업은 영속성을 가질 수 없으며 장기적으로 세계 면세 시장에서 경쟁력 상실이라는 결과를 초래할 수 있습니다.

둘째, 현재 대두되고 있는 국부유출 혹은 인도세로 인해 관광품질의 저하를 초래한다는 점입니다. 최근 제주지역을 중심으로 중국 국적 여행사가 증가하고 있으며 이들 여행사로 송객수수료가 지급됨에 따라 국부유출논란이 제기되고 있는 상황입니다. 이 문제로 현재 국회를 중심으로 여행사 송객수수료 상한선에 대한 관세법 개정안이 지난 8월 4일 발의되어 대응하고 있습니다. 개정안이 통과될 경우

## 주요 토론내용

송객 수수료를 일시적으로 감소시켜 수익성 개선 효과가 기대 되는 바 이지만 (조아라 박님의 발표에서 지적하였듯이) 송객수수료에 대한 직접적 규제는 다양한 부작용을 발생시킬 수 있다는 점을 염두에 두시기 바랍니다.

송객 수수료에 대한 직접 규제를 가정했을 때 문제점에 말씀드리겠습니다. 첫째, 매출 규모가 영세한 여행사와 가이드의 어려움 가중될 수 있다는 점입니다. 여행사 송객수수료 감소에 따라 매출 감소가 예상되며 이에 따른 영세 여행사의 폐업이 우려됩니다. 그 자리를 중국에 기반을 둔 여행사가 진입하여 국부유출을 가속화시킬 가능성을 배제할 수 없습니다.

둘째, 여행사 송객수수료의 양성화 노력이 오히려 음성화를 초래할 수 있다는 점입니다. 즉 법률에 의해 감소된 송객 수수료를 보존하기 위해서 불법적이고 편법적인 상황이 증가될 수 있습니다.

셋째, 일률적인 수수료 규제는 대내외 환경변화에 적절히 대응하지 못해 다른 국가에 관광객을 빼앗기는 등 우리나라 관광 산업의 양적 규모의 경쟁력 저하를 가져올 수 있음을 지적해 드립니다. 그러므로, 적정 수수료에 대한 의사결정은 정부의 가치 판단이 아닌 시장 경제 원리에 의해 결정될 필요가 있다고 생각합니다. 1999년도 관광진흥법 개정 법률안 제40조 관광종사원의 관광객에게 물품의 판매 및 기타 알선과 관련된 판매업자 혹은 관계인으로부터 금품을 수수하는 행위를 금지하는 규정이 삭제된 바 있습니다. 삭제 이유가 관광산업의 경쟁력 강화를 위해 불필요한 규제를 폐지하는데 있었음을 상기할 필요가 있습니다. 송객 수수료 문제는 담합 등의 문제로 민간의 영역만으로는 해결하는데 한계가 있다는 것은 사실입니다.

그래서 여행사 송객 수수료 문제에 대해 저희 업계가 생각하는 대안을 말씀드리겠습니다. 첫째, 법으로 강제하기보다 업계 스스로의 자정노력을 유도하는 방안을 모색할 필요가 있다고 생각합니다. 현재 보세 판매장의 경우 특허를 받거나 갱신하기 위해서는 판매장 특허 심사위원회의 심사를 받아야 합니다. 대안으로서 평가표에 의해서 여행사 송객 수수료 규모와 영업이익을 함께 반영한 평가 지표를 활용한다면 업계의 자율적 자정노력을 유도할 수 있을 것으로 보입니다. 또한 개별 여행객인 산커의 유치를 위해 민간 영역 및 공공 영역간의 상생 거버넌스 구축을 통해서 여행사 송객 수수료 문제를 해소하고 그 규모도 시장에 의해서 자율적으로 조정될 수 있도록 노력하는 것 또한 중요하다고 생각합니다.



### 고 낙 천 호텔신라 제주면세점 점장

송객 수수료 문제는 면세업자에게는 피할 수 없는 어려운 과제입니다. 1차원적으로는 기업들의 자정노력이 가장 중요하며, 이와 더불어 제주도나 정부차원의 협업이 분명히 필요한 부분입니다. 이 부분은 면세업자가 짊어져야 할 책임이라고 생각하며, 면세업자로서 시장 현장의 흐름을 말씀드리고자 합니다.

송객 수수료가 이슈가 되는 부분들이 여행사에서 단체관광 고객들을 모시고 오는 것에 대한 문제인데 최근 시장의 단체관광에 변화가 감지되고 있습니다. 개선책 중에 제주 관광의 질적 성장을 위해서 개별관광객을 위한 관광 인프라 구축 등이 있었는데 최근 개별여행객 성격의 고객들이 단체관광화되어가는 추세를 보이고 있습니다. 지금 시장에서 여행사들은 SNS와 인터넷을 통해 개별여행객들을 모객을 하고 개별 여행객들이 사는 상품에 대해서 payback 제도가 운영되고 있습니다. 이러한 개별관광객의 단체관광화라는 변칙적 구조의 발생은 제주 관광 인프라 즉, 제주 관광 환경의 경쟁력 부족에 기인한 것이라고 볼 수 있습니다.

개별여행객들을 조사해 보았을 때 가장 큰 어려움을 느끼는 부분이 이동수단이었습니다. 제주의 교통 환경이 개별관광객이 자유롭게 여행하는데 어려움을 느끼게 하기 때문에 이러한 욕구에 대한 틈새 시장으로 픽업 서비스 등을 제공하는 가이드나 랜드사가 등장하여 개별관광객에서 오히려 단체관광화를 양산하는 상황이 되어가고 있습니다. 또한 과거에는 면세점 상품의 가격 경쟁력이 높았지만 현재는 명품브랜드의 가격 상승 등으로 인해 현지 가격과의 갭이 점차 줄어들고 있는 상황에서 오히려 수수료 부분들이 더욱 이슈가 되는 것 같습니다.

다양한 시장 상황에서 한 가지 관점으로 이 문제를 해결하는 것 보다는 내부적인 관리 감독과 관광객 유치를 위한 마케팅 활동, 자정 노력과 함께 시장 환경에 대한 분석과 파악을 통해 면세업자의 입장에서 개선책을 제안해야 할 것이며, 또한 제주도나 정부차원에서도 건전한 쇼핑과 관광의 질적 향상을 위한 인프라 구축 부분에 대한 협업을 함께 해나가야 할 것입니다.





## 주요 토론내용

김 주 남 롯데면세점제주 대표

면세산업이 유통산업이라기보다 관광산업의 연장선이며 수출산업이라는 관점에서 바라보아야 한다고 생각합니다. 최근 해외에서는 면세산업을 국가육성산업으로 발전시키고자 노력하는데 반해서 국내 면세산업은 내수산업이라는 규제 프레임에 갇혀 좋은 비즈니스 모델을 오히려 사장시키고 있지 않나 하는 우려가 됩니다.

오늘 주제가 제주 고품격 관광을 위한 질적 성장을 마련하는 자리이니 만큼 그 부분에 대해 집중해서 말씀드리겠습니다. 수수료는 순기능과 역기능이 함께 존재합니다. 수수료를 당장 내일부터 없앤다면 첫째, 외국 관광객들이 한국행 선택을 주저하게 되고 그 만큼 한국이라는 상품이 경쟁력을 잃게 됩니다. 둘째, 여행업의 주 수입원이 수수료라고 할 수 있는데 수수료가 없어진다면 여행업의 생존에도 문제가 발생하게 됩니다. 더 중요한 것은 국산품 매출의 감소입니다. 면세점 매출의 60% 이상이 국산품이며 국산품의 수수료가 절대적으로 높기 때문에 국내 국산품 매출에도 영향을 미칠 것이라 예상할 수 있습니다. 과유불급이라고 지나치게 경쟁적으로 높은 수수료는 부작용이 있다고 봅니다. 그래서 적정수수료에 대한 논의가 필요하며 제도적인 장치도 필요하겠지만 시장의 수요와 공급, 그리고 관광시장의 변화를 보면서 업계 스스로 자정해야 할 것으로 봅니다.

무엇보다도 가장 중요한 것은 제주의 근본적인 경쟁력을 강화시켜야 한다는 것입니다. 금일 개최한 제1회 제주면세포럼과 제주면세점 협의회가 스스로의 자정노력과 더불어서 면세점의 근본적인 경쟁력을 키우는데 초점을 맞추어야 한다고 생각하며, 이에 다음과 같이 세 가지를 제안해 보고자 합니다.

첫째, 질적 관광을 위한 관광정책에 있어서의 비전이 바뀌어야 될 것입니다. 제주의 재방문율과 관광객의 소비 지출액 중심으로 기준을 바꾸고 그 변화를 지속적으로 가져갈 수 있는 제도의 변화가 필요합니다. 둘째, 면세산업에 대한 쇼핑 매력도가 증가하고 있고 제주의 만족도를 향상시키는 쇼핑은 근원적인 경쟁력이 될 수 있습니다. 따라서 쇼핑과 더불어서 연관 산업들이 시너지를 낼 수 있도록 면세점 협의체에서 공동으로 제주 관광객 유치를 위한 대형 이벤트를 기획해야 합니다. 중국뿐만 아니라 다국적 관광객을 유인할 수 있는 한류테마의 K-pop 콘서트, 팬 미팅 등 관광객을 공동으로 유치하는 이벤트들을 내년에 시행하고자 합니다.

셋째, 면세기업이 지역과 어떻게 상생할 것인가에 관한 문제입니다. 지난 7월 6일 제주롯데면세점을 제주현지 법인으로 바꾸었습니다. 이러한 것들이 모델이 되어서 지역 문제에 대해 기민하게 대응하고 제주의 가치와 면세점의 기업 가치를 일관되게 끌어나가는 노력들을 대기업들도 해나가야 한다고 생각합니다.





## 주요 토론내용

김 태 석 제주특별자치도의회 의원

저가관광개선을 위해 송객수수료 문제가 나오는데 송객 수수료가 저가관광 원인의 하나이지 그 전부라고 할 수는 없으며 관광정책의 문제도 있다고 봅니다. 저가관광의 문제를 질 낮은 관광이라고 단정 지을 수는 없습니다. 저가 관광, 중저가 관광, 고가 관광이라는 다양한 관광 상품 중의 하나라고 생각합니다.

업계에서 자정노력에 대해 많이 언급하셨는데 시장은 자본의 논리에 의해 움직이지, 도덕적 윤리에 따라 움직인다고 생각하지 않습니다. 수수료도 시장의 논리에 의해서 주게 되는 것이기 때문에 만약 데드라인을 넘게 된다면 규제하는 방법 밖에 없습니다. 시장은 자본의 논리에 따르기 때문에 스스로 자정하지 못합니다. 우리나라에 공정거래위원회가 있는 이유가 그 때문입니다. 업계가 스스로 자정하지 못하고 무한히 자본에 의해 확장되고 중소상인까지 피해를 만든다면 더더욱 정책적 규제선을 만들어 나가야 할 것입니다.

이런 면에서 송객수수료는 신중하게 접근해야 할 문제라고 생각합니다. 송객 수수료를 찬성하는 것은 아니지만 필요악적인 존재이기 때문에 어느 선까지 어떻게 해나갈 것인가에 대해서는 업계 스스로 판단해야 하며 데드라인을 넘는다면 규제가 필요하다는 것입니다.

서울에 수십 개의 면세점이 있는데 과거에 몇 개의 면세점만 있을 때는 황금알을 낳는 거위였지만, 현재 과당경쟁으로 점차 수익성이 낮아지고 있습니다. 이에 따라 제주도 내에서의 시장규모는 어디까지 한정되어야 할 것인가의 문제가 발생합니다. 시장의 규모에 따라 면세점의 총 수를 고려해야 할 필요가 있으며, 물론 이러한 문제는 관세청에서 결정해야 할 문제이지만 총 수를 규제한다면 신라, 롯데, 한화 등 기존 면세점은 기득권을 가지게 되는 것이기 때문에 기득권을 가진 만큼 제주와의 상생에 기여해야 할 것입니다.

한국은행 발표에서 수천억 원의 매출을 비롯해 영업이익은 급증했는데 직원 보수는 제자리 혹은 떨어지고 있다고 합니다. 또한 대부분 비정규직과 기간제인 것으로 알고 있습니다. 면세점이 지역과 상생하고 싶다면 적어도 자기 가족인 직원들에 대한 보수, 정규직화 등 이러한 것들이 지역과 상생하는 첫걸음이라고 생각합니다.



## 주요 토론내용

김 남 진 제주특별자치도관광협회 부분부장

여행업에 있어 패키지는 꽃이라고 합니다. 여행사의 자본력과 기획력을 모두 아우르기 때문입니다. 지금 패키지가 왜곡되고 있습니다. 제주에는 저가 관광이 아니라 마이너스 투어라고 봐야 합니다. 이런 마이너스 투어피를 개선해야 하는데 현재 씨트립에서 제주관광이 53만원에 판매되고 있습니다. 태국은 1.5배, 일본은 2.5배 정도의 상품 비용으로 제주보다 더 높습니다. 송객수수료가 일반 항공기로 들어왔을 때 약 13%, 크루즈는 23%로 보완화되어 있는데, 제가 걱정하는 부분은 볼륨인센티브로 5만명, 10만명, 15만명 단위로 볼륨이 나가고 있다는 것입니다.

최근 태국 총리가 제로 투어피를 단속하겠다고 발표했습니다. 태국내 중국합작으로 운영하는 여행사는 호텔, 쇼핑, 전세버스, 식당 등을 대규모로 독점하는 형태로 운영되고 있습니다. 이 여행사로 고객이 몰릴수록 태국인들에게 손해가 돌아가는 것이 아니라 중국과 해당 여행사만 부를 축적하게 됩니다. 이것을 거울삼아 질적 관광으로 인해 제주도민에게 관광으로 인한 수익이 돌아가도록 해야 할 것입니다.

또 다른 문제점은 쇼핑을 위한 관광이라는 점입니다. 크루즈가 들어와서 6시간 동안 수목원, 용두암, 면세점을 돌고 돌아가게 되는데 이러한 점들 때문에 도민 인식 또한 나빠지고 있습니다. 크루즈 관광객들이 용두암과 시내 거리만 보고서 과연 제주가 아름답다, 혹은 관광지를 돌며 배울 점이 많다고 이야기 할 수 없습니다. 오히려 이러한 관광행태는 국제 관광으로 가는 제주이미지를 저해하는 요인이 될 수 있습니다.

해결방안으로는 수수료의 한계점에 도달했기 때문에 법률적으로 정할 수밖에 없습니다. 올해 초 제주도, 협회, 언론사, 관광학회, 면세점 등이 함께 모여 공정관광협의회를 운영하고 있습니다. 공정관광협의회에서는 관광진흥법 상의 법률이나 시행령, 혹은 시행규칙에 이러한 내용들이 명시화되어야 한다고 생각합니다, 또한 공정거래법상 시장지배적 사업자에 대해서도 고민하고 있습니다. 관세법에 면세점 수수료 상한가 제한을 두는 것에 대해 8월 4일 입법 발의되었는데, 11월 30일자 국회기획재정부 조세소위원회 심의결과 보류되었습니다. 그 이유는 지금 송객 수수료는 면세점 뿐 아니라 모든 관광에 적용되는 내용입니다. 그렇기 때문에 송객 수수료 상한선 제한을 두는 것은 관세법뿐 아니라 관광진흥법상에 법률적 명시를 하는 것이 더 나을 것이라는 의견들이 있어서라고 합니다. 조속한 명시가 이루어져야 수수료의 한계점을 초과해 버린 상황에서 대책이 될 수 있을 것이라 여겨집니다.

마이너스 투어피로 손님을 받다보니 도내 여행사 및 우수한 도내 관광통역안내사들의 기회가 박탈되고 있습니다. 자격증은 없지만 상술이 뛰어난 조선족 무자격 가이드들이 크루즈가 들어오면 부두로 손님을 받는 지경에 이르고 있습니다. 제주의 질적 관광과 제주의 공정관광을 위해 이러한 부분들은 개선되어야 하며, 업계의 자정노력도 중요하지만 법률적으로 명시될 수 있도록 최선을 다할 것입니다.



## 주요 토론내용

### 문 성 환 제주관광공사 면세사업단 단장

오늘 토론을 통해서 시장 참여자인 면세점 대표들은 송객수수료에 대해 자정노력을 통한 해소할 수 있을 것이라는 의견이고, 의원님과 관광협회에서는 법제화가 반드시 필요하다고 말씀하고 계십니다. 저는 반드시 법제화가 필요하다고 생각합니다. 기업이 수익창출 목적을 가지고 있다는 것은 제주 관광 역사에 있어서 이미 충분히 경험했던 내용입니다. 1990년대 후반부터 2000년대 초반까지 국내에 초저가 상품이 등장했고 그 기저에는 과도한 송객수수료가 있었습니다. 이러한 과거의 예를 보면 시장 참여자들 간의 자정노력은 어려운 것이라고 생각합니다. 강제력을 행사할 수 있는 정부라든가 국회가 가이드라인을 정해주어야 전체적으로 이 문제가 해결될 수 있을 것이라고 생각합니다.

저가상품이 질 낮은 상품이라고 단정할 수는 없지만 제주도에 있어서 저가상품은 질 낮은 상품이라고 단정해도 될 만큼 초저가의 질 낮은 상품이 주류를 이루고 있습니다. 아시다시피 크루즈 상품이 매우 저가로 형성된 시장 상황에서 송객 수수료가 35%라는 것은 수익을 포기한 것이라고 밖에 말할 수 없습니다. 이것은 면세점에만 해당되는 것이 아니라 저가상품을 만드는 여행사가 가격을 낮추어 모객하기 때문에 그 손해부분에 대한 벌충수단이기도 합니다. 소득과 부의 합리적 분배가 이루어지고 있지 않고 있고, 기존의 제주도민의 향토자본은 인바운드 관광시장에 완전히 소외되고 있습니다.

송객수수료를 법제화했을 때는 다양한 분야에서 문제가 발생할 수 있습니다. 앞에서 말씀하셨듯이 여행사 수입원 감소, 관광객 총량 감소, 국산품 제품에 대한 매출 감소를 들 수 있지만 송객 수수료 상한선을 둠으로써 이 부분을 축소한다면 여행상품 가격은 일정부분 올라가는 효과가 있습니다. 이 부분은 시장 참여자들의 합의와 관광으로 인해 수혜를 입는 사람들의 공통된 인식으로 충분히 극복될 수 있는 수준이 될 것입니다. 단, 송객 수수료를 일시에 급격하게 내리지 말고 시장 상황에 맞추어 단계적으로 축소해나가는 방안을 제시합니다. 송객 수수료를 상한선을 법제화하는데 반대하지 않고 법제화가 현실이 되어 전체 시장의 투명성을 개선시키는데 함께 노력하고자 하는 것이 업계의 공통된 의견입니다.

앞으로 면세점 운영협의회는 과도한 송객 수수료에 대해 면세점 리딩그룹으로서의 역할을 수행하며, 관광수익의 배분 문제, 미흡한 지역 낙수효과에 대한 인식을 함께 하며, 제주지역을 위한 공헌 사업의 발굴 및 추진에 함께 노력하기로 약속하였습니다. 이러한 움직임에 관심과 지원 부탁드립니다.





## 주요 토론내용

문 성 종 제주한라대학교 관광경영학과 교수

오늘 참여한 제주지역의 면세점들과 이해관계자들의 자정노력이 매우 중요하고 그에 못지않게 자본주의 사회에서 법제화를 병행해서 송객 수수료 문제를 풀어야 한다고 생각합니다. 또 하나, 지역 고용 창출에 대한 면세점의 역할은 알지만 제주지역 청년들이 적당한 대우를 받고 있는지에 대한 업계의 노력이 필요하다고 여겨집니다.

마지막으로 면세점이 쇼핑을 활성화 할 수 있도록 융복합 관광, 즉 쇼핑과 연관된 관광을 활성화하여 제주 관광에 있어 시너지 효과를 창출해야 할 것입니다. 면세점협의회에 대한 도민의 기대가 큰 만큼 제주 지역과 함께 상생할 수 있는 방안을 면세점협의회에서 모색하셔서 서로가 상생하는 전략을 도출할 수 있었으면 합니다.

바쁘신 와중에도 다양한 기관에서 오늘 '제1회 제주면세포럼'을 참여해주셨는데 제주관광의 리딩그룹인 면세점을 통한 제주관광의 질적성장을 위한 저가관광 개선방안 모색을 위해 오늘 자리에 함께하신 분들과 제주관광의 다양한 이해관계자들에게 앞으로 많은 과제가 있다고 생각합니다. 더 나은 제주를 만들기 위해 더 많은 노력이 필요하겠습니다. 감사합니다.





### ■ 추진성과

#### ○ 제1차 제주관광 미래전략 워크숍 개최

- 일자 : 2016년 1월 19일(화)
- 주제 : 제주관광 질적성장 방안 모색
- 세부내용

·주제발표 : 국내외 질적성장 지표 관리 사례 (한국문화관광연구원 정보통계·R&D센터장 전효재)

·참가자 명단(가나다 순)

강석창 JIBS 보도국장

고 미 제민일보 경제부 부국장

고승익 제주특별자치도관광협회 마케팅국 국장

김창식 제주관광학회 학회장

김태엽 제주특별자치도청 관광정책과 과장

문경호 제주관광공사 해외마케팅처 처장

박운정 제주대학교 관광경영학과 교수

양필수 제주관광공사 관광산업처 처장

양호석 한국은행 제주본부 기획금융팀 팀장

오문향 제주특별자치도관광협회 정책기획실 실장

오홍욱 한국소비자원 여행소비자권익증진센터 센터장

오창현 제주관광공사 지역관광처 처장

윤철수 헤드라인제주 대표

이재홍 제주관광공사 본부장

임성준 세계일보 사회2부 차장

임철수 한국관광공사 관광시장조사팀 팀장

임홍철 호남지방통계청 제주사무소 행정팀 팀장

장문봉 제주특별자치도청 관광정책과 관광정책담당

장성수 제주대학교 관광개발학과 교수

전효재 한국문화관광연구원 정보통계·R&D센터 센터장

정승훈 제주발전연구원 연구기획실 실장

조진훈 제주컨벤션뷰로 마케팅팀 팀장

## 주요 토론내용

### ○ 제2차 제주관광 미래전략 워크숍 개최

- 일자 : 2016년 2월 16일(화)
- 주제 : 제주관광 서비스 품질관리 방안 및 안내체계 개선
- 세부내용
  - 주제발표 : 관광품질 통합인증제 도입을 통한 관광발전방안 (한국관광공사 관광인프라실 실장 안덕수)  
「움직이는 관광안내소」 사례 및 제주지역 적용 방안(서울특별시관광협회 안내소사업팀장 김현숙)
  - 참가자 명단(가나다 순)
    - 고승철 제주특별자치도관광협회 관광지업 제1분과장
    - 권오성 한국표준협회 서비스경영센터 센터장
    - 김남선 제주특별자치도청 관광산업과 과장
    - 김동훈 전국렌터카사업조합연합회 제주조합 정책이사
    - 김아미 (사)한국관광통역안내사협회 제주지부 부지부장
    - 김재환 나사렛대학교 경영학과 교수
    - 김중문 한국호텔전문경영인협회 제주지회 지회장
    - 김현숙 서울특별시관광협회 안내소사업팀장
    - 김화경 제주국제대학교 호텔경영학과 교수
    - 안덕수 한국관광공사 관광인프라실 실장
    - 오승철 제주 MBC 보도제작국장
    - 오홍욱 한국소비자원 여행소비자권익증진센터 센터장
    - 이난영 한국표준협회 서비스경영센터 책임전문위원
    - 이재홍 제주관광공사 본부장
    - 임재영 동아일보 편집국 사회부 차장
    - 조부연 제주대학교 경영학과 교수
    - 한덕환 서귀포시 관광진흥과 관광진흥담당

### ○ 제3차 제주관광 미래전략 워크숍 개최

- 일자 : 2016년 3월 21일(월)
- 주제 : 제주 미래관광에 대한 대안적 논의
- 세부내용
  - 주제발표 : 제주의 미래 관광, 준비에 대한 논의(제주 방문수요 증가에 대한 대응)  
(한국문화관광연구원 관광산업연구실 선임연구위원 김향자)
  - 참가자 명단(가나다 순)
    - 고승익 제주특별자치도관광협회 마케팅국 국장
    - 김종기 제주상공회의소 제주지역인적자원개발위원회 책임연구원
    - 서용건 제주대학교 관광경영학과 교수
    - 송규진 제주YMCA 부설 제주교통연구소 소장

## 주요 토론내용

신왕근 제주관광대학교 항공서비스과 교수  
양성창 제주항공정책연구소 소장  
양정철 세계환경과섬연구소 특별연구원  
양필수 제주관광공사 관광산업처 처장  
이성은 제주관광공사 경영지원처 처장  
이재홍 제주관광공사 본부장  
장문봉 제주특별자치도 관광정책과 관광정책담당  
정승훈 제주발전연구원 연구기획실 실장

### ○ 제4차 제주관광 미래전략 워크숍 개최

- 일자 : 2016년 4월 27일(수)
- 주제 : 정부의 중국인 단체관광 개선 대책에 따른 제주관광의 대응 방향
- 세부내용  
·주제발표 : 중국 단체관광시장 개선 대책 및 향후 계획(문화체육관광부 관광정책실 전략시장과 사무관 왕기영)  
·참가자 명단(가나다 순)  
김남선 제주특별자치도청 관광산업과장  
김남진 제주특별자치도관광협회 부분부장  
김은영 한국관광통역안내사협회 제주지부 부지부장  
김지훈 JIBS 취재부장  
김태엽 제주특별자치도청 관광정책과장  
문성종 제주한라대학교 관광경영과 교수  
서대훈 한국여행업협회 회원사업국 부장  
이재홍 제주관광공사 본부장  
양필수 제주관광공사 관광산업처 처장  
홍유식 (주)하나투어제주 대표이사  
홍종훈 제주공룡랜드 상무

### ○ 제5차 제주관광 미래전략 워크숍 개최

- 일자 : 2016년 5월 26일(목)
- 주제 : 관광브랜드 조명을 통한 미래전략 방향 모색
- 세부내용  
·주제발표 : 관광브랜딩과 커뮤니케이션(한국관광공사 마케팅지원실 브랜드마케팅팀 팀장)  
·참가자 명단(가나다 순)  
김남선 제주특별자치도청 관광산업과장  
고경실 제주대학교 관광개발학과 강사(전 제주도 공무원)  
김진우 CJ E&M 미디어솔루션부문 사업1국 부장  
문경호 제주관광공사 해외마케팅처 처장

## 주요 토론내용

박상곤 한국문화관광연구원 관광정책연구실 부연구위원

양필수 제주관광공사 관광산업처 처장

임재영 동아일보 편집국 사회부 차장

장문봉 제주특별자치도청 관광정책과 관광정책담당

조익준 영진경영법인 대표

### ○ 제6차 제주관광 미래전략 워크숍 개최

- 일자 : 2016년 6월 24일(금)
- 주제 : 제주관광인력의 전문성 강화 방안 모색
- 세부내용
  - 주제발표 : 제주관광의 핵심인재 육성 방안(장혜정 한국직업능력개발원 성과관리센터 센터장)
  - 참가자 명단(가나다 순)
    - 고태호 제주발전연구원 경제산업연구부 부장
    - 김우신 오라관광(주) 인사총무팀 팀장
    - 김창호 제주특별자치도관광협회 정책기획실 실장
    - 문성중 제주한라대학교 관광경영과 교수
    - 양인실 (사)한국관광통역안내사협회 제주지부 대외협력이사
    - 양필수 제주관광공사 관광산업처 처장
    - 임유미 사우스웨스트미네소타주립대학 교수(서비스경영 전공)
    - 홍성화 제주대학교 관광경영학과 교수

### ○ 제7차 제주관광 미래전략 워크숍 개최

- 일자 : 2016년 7월 25일(월)
- 주제 : 제주관광의 질적성장을 위한 저가패키지 개선방안 모색
- 세부내용
  - 주제발표 : 여행산업 저가구조 개선과제: 송객수수료를 중심으로(조아라 한국문화관광연구원 관광산업연구실 부연구위원)
  - 참가자 명단(가나다 순)
    - 김남진 제주특별자치도관광협회 부분부장
    - 김주남 롯데면세점 상무
    - 배성환 비단국제여행사대표(한국여행업미래발전협의회)
    - 송윤심 제주특별자치도청 관광산업과 관광산업담당
    - 오창현 제주관광공사 관광산업처 처장
    - 장문봉 제주특별자치도청 관광정책과 관광정책담당
    - 장지명 (주)세리월드 대표
    - 정기정 한국관광공사 해외마케팅실 아시아중동팀 팀장
    - 진정일 제주특별자치도자치경찰단 관광경찰과 관광경찰담당
    - 홍성화 제주대학교 관광경영학과 교수



### ○ 제8차 제주관광 미래전략 워크숍 개최

- 일자 : 2016년 8월 26일(금)
- 주제 : 관광객 수용태세 대응체계의 고도화, 불만족요소 관리
- 세부내용
  - 주제발표 : 서울특별시관광협회 관광객 불만족 대응 사례(최일태 서울특별시관광협회 대외사업본부 본부장)
  - 참가자 명단(가나다 순)
    - 고민정 제주관광공사 제주웰컴센터 관광안내소 대리
    - 김승한 제주특별자치도관광협회 정책기획실 팀장
    - 김희수 한국문화관광연구원 관광정책연구실 연구위원
    - 문성종 제주한라대학교 관광경영학과 교수
    - 안혜영 제주특별자치도 관광정책과
    - 오선애 제주안내 120콜센터 센터장
    - 오창현 제주관광공사 관광산업처 처장
    - 오흥국 한국소비자원 여행소비자권익증진센터장
    - 이재홍 제주관광공사 본부장
    - 왕재욱 한국관광공사 관광안내팀 차장

### ○ 제9차 제주관광 미래전략 워크숍 개최

- 일자 : 2016년 9월 28일(수)
- 주제 : 관광에서의 위기 및 안전관리
- 세부내용
  - 주제발표 : 관광에서의 위기 및 안전관리 사례(이성태 한국문화관광연구원 관광산업연구실 부연구위원)
  - 참가자 명단(가나다 순)
    - 김남진 제주특별자치도관광협회 부분부장
    - 김동규 제주특별자치도자치경찰단 관광경찰과 과장
    - 문성종 제주한라대학교 관광경영학과 교수
    - 오창현 제주관광공사 관광산업처 처장
    - 윤철수 헤드라인제주 대표이사
    - 이재홍 제주관광공사 본부장
    - 장문봉 제주특별자치도청 관광정책과 관광정책담당

○ 제10차 제주관광 미래전략 워크숍(특별세션 : 제 1회 제주면세포럼) 개최

- 일자 : 2016년 12월 5일(월)

- 주제 : 제주의 질적성장을 위한 저가관광 개선방안 모색

- 세부내용

·주제발표 : 거버넌스 체제 구축을 통한 지역사회와 면세점의 상생전략(홍성화 제주대학교 관광경영학과 교수)

여행산업과 면세산업, 쇼핑관광 활성화(조아라 한국문화관광연구원 관광산업연구실 부연구위원)

·참가자 명단(가나다 순)

고낙천 호텔신라신제주면세점 점장

김남진 제주특별자치도관광협회 부분부장

김주남 롯데면세점제주 대표

김태석 제주특별자치도의회 의원

문성종 제주한라대학교 관광경영학과 교수

문성환 제주관광공사 면세사업단 단장

홍주표 한국면세점협회 사무국장

## ■ 향후 추진계획

- 제주관광 이슈 관련 월별 워크숍 지속 추진 및 기관간 네트워크 강화
- 월별 워크숍 개최 결과 공사홈페이지 게재([www.ijto.or.kr](http://www.ijto.or.kr))