

크루즈 관광산업 발전기반 조성방안

2006. 12

황진회 · 홍장원 · 김은수

□ 보고서 집필 내역

◆ 연구책임자

- 황 진 회 : 연구 총괄, 제1장, 제3장 제1절, 제4장 제2절 일부, 제5장 제1절 일부, 제2절, 제6장, 제7장

◆ 연구진

- 홍 장 원 : 제3장 제2절, 제4장 제1~3절
- 김 은 수 : 제2장, 제3장 제3절, 제5장 제1절 일부

◆ 외부 연구진

- 이 경 모 (경기대학교 교수)
: 제4장 4. 국내 크루즈 관광산업 발전전망 (일부)
- 김 희 수 (문화관광정책연구원 책임연구원)
: 부록 2. 우리나라 크루즈 관광 수요전망
- 若勢敏美 (일본 해사프레스(海事プレス) 전무)
: 제2장 2. 4) 아시아 크루즈 시장 (일부)
- 韓鍾吉 (日本海洋政策研究財團 研究員)
: 부록 3. 동북아 크루즈 시장의 이용자 수 추계

□ 산·학·연·정 연구자문위원

- ◆ 최 재 형 (PanStar Line 이사)
- ◆ 노 일 성 (문화관광부 국제관광과장)
- ◆ 정 홍 (해양수산부 해운정책과장)
- ◆ 김 태 훈 (해양수산부 해운정책과 사무관)

* 연구자문위원은 산·학·연·정 순임

머 리 말

크루즈 산업은 21세기 가장 유망한 성장산업 중의 하나로 주목받고 있으나, 우리나라에서는 크루즈 관광산업이 발전할 수 있는 기반이 부족한 실정이다. 크루즈 전문선사도 아직 없고, 크루즈 선박을 수용할 수 있는 항만과 터미널 여건도 불비한 상황이다.

그러나 국내에서의 크루즈 관광객은 계속 증가하고 있다. 국민소득의 증가와 주5일제 근무 확산, 휴가문화 변화 등으로 인해 크루즈 관광수요가 확산되고 있다. 그러나 국내 크루즈 선사, 선박, 상품, 인프라 등의 미비로 크루즈 관광객은 주로 외국선사 상품을 이용하는 실정이다.

따라서 국민경제적 관점에서 여행수지도 개선하고, 관광, 해운, 조선 및 관련산업의 발전을 가져올 수 있는 크루즈 관광산업 활성화 방안이 시급한 상황이다.

이와 같은 상황에서 문화관광부와 해양수산부가 2005년 10월에 크루즈 관광산업 육성을 위한 업무 협력 합의서를 체결했다. 국민의 여유로운 삶의 영위를 위하여 크루즈 관광 등을 포함한 해양관광 활성화 노력이 필요하다는 데 의견을 같이 했기 때문이다. 이에 따라 양 부처는 해양 관광 자원의 개발 및 활성화를 위하여 기존 법령에 따른 서로의 권한과 전문성 및 정책 수단을 인정하면서, 서로의 장점을 살려 협력 사업을 추진하기로 합의했다.

우리 연구소에서 「크루즈 관광산업 발전기반 조성방안」 연구를 기본과제로 선정한 것도 이와 같은 이유에서이다. 크루즈 관광산업의 성장 가능성을 고려한 정책적 판단에 기초해 착수된 것이다. 크루즈 관광산업 발전방안을 모색하면서 우리나라의 해운, 관광, 조선 산업의 역량과 여건, 그리고 최근 한·중일 3국간에 논의되고 있는 크루즈 관광산업 발전방안 등을 포함하여 종합적인 연구보고서를 발간했다는 측면에서 이 연구의 의의가 있다.

이 연구는 황진희 책임연구원의 총괄 책임하에 홍장원 책임연구원, 김은수

연구원이 집필에 참여했다. 그리고 경기대학교 이경모 교수, 문화관광정책연구원 김희수 책임연구원, 일본해양정책연구재단 한종길 연구원, 일본 해사 프레스의 와카세 씨도 연구에 공동으로 참가했다. 또한 크루즈와 관련된 해운, 관광분야의 전문가들이 정책토론회, 세미나, 선상 워크숍 등을 통해 많은 의견을 제시해 주었다. 연구에 도움을 주신 분들께 심시한 감사의 말씀을 드리며, 이 보고서가 향후 우리나라 크루즈 관광산업의 발전을 위한 정책 수립과 개별 기업의 경영활동시 의사결정의 중요한 참고자료로 활용되길 기대한다.

2006년 12월

韓國海洋水產開發院

院 長 李 正 煥

목 차

ABSTRACT	i
----------	---

요 약	v
-----	---

제1장 서 론	1
---------	---

1. 연구의 배경과 목적	1
1) 연구의 배경과 필요성	1
2) 연구의 목적	5
2. 연구의 주요 내용과 수행방법	5
1) 연구의 주요내용	5
2) 선행연구와의 차별성	6
3) 연구 방법	9

제2장 세계 크루즈 관광산업 현황과 전망	12
------------------------	----

1. 크루즈 개념 및 크루즈 관광산업 발전과정	12
1) 크루즈 개념과 분류	12
2) 세계 크루즈 시장 형성 및 발전 과정	15
2. 세계 크루즈 시장 현황과 특성 분석	19
1) 세계 크루즈 관광객 추이	19
2) 북미 크루즈 시장	22

3) 유럽 크루즈 시장	29
4) 아시아 크루즈 시장	34
3. 세계 크루즈 시장 발전 전망	40
1) 경제 규모와 크루즈 관광산업 발전 연관성 분석	40
2) 크루즈 수요 및 공급 전망	44

제3장 주요국의 크루즈 정책 및 시장환경 분석 ————— 48

1. 일본의 크루즈 정책과 시장환경	48
1) 일본의 크루즈 시장 특성	48
2) 일본의 크루즈 정책	56
3) 일본의 크루즈 공급환경	60
4) 크루즈항과 터미널	66
2. 싱가포르의 크루즈정책과 시장환경	75
1) 싱가포르 크루즈 관광산업 정책	75
2) 크루즈 관련 항만시설 개발 및 운영사례	77
3. 호주의 크루즈 정책과 시장환경	80
1) 크루즈 산업 개요	80
2) 크루즈 관련 정책	81

제4장 우리나라 크루즈 관광산업 발전여건과 전망 ————— 84

1. 국내 크루즈 관광산업 현황 분석	84
1) 우리나라의 크루즈 시장 여건	84
2) 우리나라의 크루즈 상품 판매현황	86
2. 우리나라 크루즈관련 인프라 실태분석	89
1) 항만 인프라여건	89
2) 크루즈터미널 조성계획	99

3. 크루즈 관광산업 발전 장애요인 분석	103
1) 조사개요	103
2) 조사결과 분석	105
3) 시사점	116
4. 국내 크루즈 관광산업 발전 전망	119
1) 수요전망 방법	120
2) 수요 전망 결과	123
3) 시사점	136
 제5장 크루즈 관광산업 육성 필요성과 정책목표	138
1. 크루즈 관광산업 육성의 필요성	138
1) 크루즈 관광산업 발전의 경제적 효과	138
2) 크루즈선 건조시장 진출의 효과	141
2. 크루즈 관광산업 정책목표	144
1) 크루즈 관광산업의 구성	144
2) 크루즈 관광산업 정책목표	145
 제6장 우리나라 크루즈 관광산업 발전전략과 정책과제	148
1. 단기전략 : 우리나라 크루즈 관광산업 기반조성	148
1) 크루즈관련 법·제도 정비 및 입출항 서비스 개선	148
2) 크루즈 관광산업 활성화를 위한 전담조직결성 및 지원	157
3) 외국 크루즈 선박 유치	161
4) 연안 크루즈 관광상품 개발	167
5) 국내 크루즈선사 육성	173
2. 중장기전략 : 동북아 크루즈 관광 활성화	177
1) 동북아 및 남북한 연계 크루즈 상품 개발	177

2) 크루즈터미널 건설 및 크루즈터미널관리회사 신설	180
3) 우리 항만을 동북아의 크루즈 모항(Home Port)으로 개발	182
제7장 결론 및 정책제언	184
1. 결 론	184
2. 정책제언	185
1) 크루즈 관광산업에 대한 정부 업무분장과 지원정책 개발 필요 ·	185
2) 중앙정부의 과제	186
3) 지자체의 과제	188
참고문헌	191
부록 1 : 크루즈 관광산업 선행연구 분석	203
부록 2 : 우리나라 크루즈 관광 수요전망	214
부록 3 : 동북아 크루즈 시장의 이용자 수 추계	236

표목차

〈요약 표-1〉 크루즈 선박과 정기여객선의 차이	vii
〈요약 표-2〉 크루즈 분류	vii
〈요약 표-3〉 Cruise Down Under(CDU) 개요	xi
〈요약 표-4〉 호주 크루즈 산업 발전전략 및 주요 실행계획 내용	xii
〈요약 표-5〉 크루즈 관광 수요에 미치는 주요 요소	xvi
〈요약 표-6〉 우리나라 내국인 시장의 크루즈 잠재수요 추정	xvii
〈요약 표-7〉 크루즈 산업의 경제적 추정 효과 (2004년)	xviii
〈표 1-1〉 본 연구와 선행연구와의 차별성	7
〈표 1-2〉 「크루즈 관광산업 발전기반 조성방안 연구」 관련 행사내용	10
〈표 2-1〉 크루즈 선박과 정기여객선의 차이	13
〈표 2-2〉 크루즈 분류	14
〈표 2-3〉 현대 크루즈 연대표	16
〈표 2-4〉 세계 크루즈 관광객 추이	20
〈표 2-5〉 북미 크루즈 시장의 기항지 분포 (2001~2005년)	26
〈표 2-6〉 북미 크루즈 모항지별 주요 특성	27
〈표 2-7〉 카리브 해 및 중남미 크루즈 모항지별 주요 특성	29
〈표 2-8〉 유럽 크루즈 모항지별 주요 특성 (2004/2005)	31
〈표 2-9〉 아시아호주 크루즈 모항지별 주요 특성 (2004/2005)	36
〈표 2-10〉 크루즈 관광 수요에 미치는 주요 요소	40
〈표 2-11〉 주요 국가별 1인당 GDP 추세	42
〈표 2-12〉 주요 국가별 크루즈 관광객 추이	43
〈표 3-1〉 일본의 크루즈 인구 추이	49
〈표 3-2〉 일본 크루즈 승객의 목적별 분포	52

〈표 3-3〉 일본 크루즈 승객의 여행지 분포 변화(2002~2005년)	53
〈표 3-4〉 일본 내항 크루즈 승객의 목적별 분포	54
〈표 3-5〉 미쓰이 객선의 운항선박 주요제원 및 특징	61
〈표 3-6〉 NYK CRUISE사 운항선박 주요제원 및 특징	61
〈표 3-7〉 NCC사 운항선박 주요제원 및 특징	62
〈표 3-8〉 Crystal Cruise사 운항선박 주요제원 및 특징	64
〈표 3-9〉 Japan Cruise Line사의 운항선박 주요제원 및 특징	65
〈표 3-10〉 오사카 항 여객터미널 현황	68
〈표 3-11〉 요코하마 항 국제여객터미널 일반현황	69
〈표 3-12〉 요코하마 항 국제여객터미널 크루즈 입항 현황	71
〈표 3-13〉 요코하마 항 국제여객터미널 선박별·연도별 기항횟수	72
〈표 3-14〉 시미즈 항 마린터미널 크루즈 입항 현황	73
〈표 3-15〉 시미즈 항 마린터미널 크루즈 선박별 입항 현황	73
〈표 3-16〉 일본 고베 항 여객터미널 크루즈 입항 현황	74
〈표 3-17〉 싱가포르 크루즈 관광객 현황	76
〈표 3-18〉 싱가포르 크루즈센터 시설개요	79
〈표 3-19〉 Cruise Down Under(CDU) 개요	82
〈표 3-20〉 호주 크루즈 산업 발전 전략 및 주요 실행계획 내용	83
〈표 4-1〉 국제 크루즈 선박 입항 현황(계획)	86
〈표 4-2〉 크루즈 선사별 국내 판매상품 기항지	88
〈표 4-3〉 부산항 국제여객선터미널의 규모	91
〈표 4-4〉 2005년 부산항 크루즈 입항실적	92
〈표 4-5〉 부산항 입항 크루즈 선박 통계(2001~2005)	93
〈표 4-6〉 제주항 국제여객부두 시설규모	94
〈표 4-7〉 제주도의 크루즈 선박 입항현황 및 연계항로	96
〈표 4-8〉 CIQ 및 공공기관 인력 현황	97
〈표 4-9〉 우리나라의 크루즈터미널 개발여건	99

〈표 4-10〉 부산항 크루즈터미널 사업개요	101
〈표 4-11〉 제주항 및 인천항의 크루즈터미널 조성계획	102
〈표 4-12〉 설문조사 조사설계	103
〈표 4-13〉 내국인의 항공이용 국외크루즈 이용 현황	126
〈표 4-14〉 2006년 한중일 코스타크루즈의 판매현황	126
〈표 4-15〉 관광객의 연도별 크루즈 입항현황	127
〈표 4-16〉 2006년 한중일 코스타크루즈의 판매현황	132
〈표 4-17〉 세계 국제여행자수 대비 크루즈수요 구성비	133
〈표 4-18〉 우리나라 내국인시장의 크루즈 잠재수요 추정	133
〈표 4-19〉 일본관광시장 대비 우리나라 내국인 크루즈수요 추정	135
〈표 5-1〉 크루즈 산업의 경제적 추정 효과 (2004년)	140
〈표 5-2〉 주요 크루즈 선박 조선소 현황 및 건조비용	141
〈표 6-1〉 크루즈 선박의 규모별 유형	155
〈표 6-2〉 크루즈 후발국가의 크루즈 관련 조직	159
〈표 6-3〉 주요선사의 기항지 Coordinator List	165
〈표 6-4〉 「Seatrade Cruise Shipping Convention」 행사 개요	167
〈표 6-5〉 우리나라 입항 크루즈 운항실적	169
〈표 6-6〉 팬스타라인의 비즈니스 모델	173
〈표 6-7〉 크루즈 선박 톤급·유형별 건조비용	175

그림목차

〈요약 그림-1〉 조사수행체계(Flow chart)	xv
〈요약 그림-2〉 우리나라 크루즈 관광산업의 장애요인과 발전방향(설문결과 요약)	xv
〈요약 그림-3〉 선종별 부가가치 지수 비교	xviii
〈요약 그림-4〉 크루즈 관광산업 정책목표와 과제	xix
〈요약 그림-5〉 바르셀로나 항의 초기 입출항 지원 서비스 광경	xx
〈요약 그림-6〉 유럽 크루즈 관련업체의 수직통합 형태	xxi
〈요약 그림-7〉 모항(Home Port)의 요건	xxii
〈그림 2-1〉 세계 권역별 크루즈(Ocean Cruise) 시장점유율 변화	21
〈그림 2-2〉 북미 크루즈 시장의 연령별 분포 변화	22
〈그림 2-3〉 북미 크루즈 시장의 수요 및 공급 추세	23
〈그림 2-4〉 북미 크루즈 시장의 크루즈 선사 점유율	24
〈그림 2-5〉 크루즈 이용 기간별 이용객 비중 비교	25
〈그림 2-6〉 유럽 크루즈 시장 및 관광객 실적	30
〈그림 2-7〉 영국 크루즈 시장의 수요 추세	33
〈그림 2-8〉 영국 크루즈 시장의 기항지(Destination)별 이용객 분포	34
〈그림 2-9〉 홍콩 크루즈터미널 전경	36
〈그림 2-10〉 호주 주요 크루즈터미널 전경	37
〈그림 2-11〉 주요국별 1인당 GDP와 크루즈 관광객 추세 비교	43
〈그림 2-12〉 세계 크루즈 수요 및 공급 전망	44
〈그림 2-13〉 세계 권역별 크루즈 수요 전망	45
〈그림 2-14〉 크루즈 선박 추가 소요 전망 (누적)	46
〈그림 3-1〉 일본 외항 크루즈 이용객 추이	50

〈그림 3-2〉	일본 외항 크루즈 이용객 추이	51
〈그림 3-3〉	일본 크루즈 승객의 목적별 분포(2005년)	52
〈그림 3-4〉	내항 크루즈 숙박일수별 승객수(2005년)	54
〈그림 3-5〉	내항 크루즈 인박수, 평균박수 추이(2002~2005년)	55
〈그림 3-6〉	일본 외항정기여객선 항로의 일본인 승객수 추이	56
〈그림 3-7〉	NCC사 후지마루호의 이용형태	63
〈그림 3-8〉	오사카 항 템포산 여객터미널 배치 및 전경	68
〈그림 3-9〉	오사카 항 템포산 여객터미널 크루즈 선박 기항횟수	69
〈그림 3-10〉	요코하마 항 국제여객터미널 전경	70
〈그림 3-11〉	아시아의 크루즈 이용객 증가추이	75
〈그림 3-12〉	싱가포르 크루즈 관광객 증가추이(1994~2003)	77
〈그림 3-13〉	싱가포르 크루즈센터 전경	78
〈그림 4-1〉	우리나라 항만위치도	90
〈그림 4-2〉	부산항 국제여객선 터미널	91
〈그림 4-3〉	부산항의 국제크루즈 선박 입항통계	92
〈그림 4-4〉	제주항 전경(연안여객선 터미널)	94
〈그림 4-5〉	제주항의 국제크루즈 선박 입항통계	95
〈그림 4-6〉	부산항 크루즈전용터미널 위치	100
〈그림 4-7〉	제주항 국제크루즈터미널 조성계획	102
〈그림 4-8〉	설문조사 Flow Chart	104
〈그림 4-9〉	응답자 일반특성 분석	104
〈그림 4-10〉	우리나라 크루즈 관광산업의 발전수준	105
〈그림 4-11〉	우리나라 크루즈 관광산업의 발전전망	106
〈그림 4-12〉	크루즈 관광산업의 발전전망	106
〈그림 4-13〉	크루즈 관광산업이 성장하지 못했던 장애요인	107
〈그림 4-14〉	크루즈 상품이 일반대중에게 활성화되지 못한 이유	107
〈그림 4-15〉	우리나라의 크루즈 고객층 다양화 방안	108

〈그림 4-16〉 우리나라 크루즈 산업 발전방향	108
〈그림 4-17〉 국내크루즈 관광산업 활성화를 통한 기대효과	109
〈그림 4-18〉 우리나라 주요항만위치도	110
〈그림 4-19〉 우리나라 국제 크루즈 기항지로 개발하기 좋은 지역	110
〈그림 4-20〉 국내 항만 중 연안크루즈항으로 발전가능성이 높은 지역	111
〈그림 4-21〉 크루즈 관광산업의 발전을 위하여 정비되어야 할 부문	111
〈그림 4-22〉 크루즈 관광산업 발전관련 우선 정비 사항	112
〈그림 4-23〉 항만시설 정비 및 기반시설 조성부문에서의 개선사항	113
〈그림 4-24〉 법제도의 정비부문에서의 개선사항	113
〈그림 4-25〉 재정지원과 세제감면 부문에서의 개선사항	114
〈그림 4-26〉 크루즈 상품의 홍보 및 마케팅 부문에서의 개선사항	114
〈그림 4-27〉 배후지역 관광수요여건부문에서의 개선사항	115
〈그림 4-28〉 향후 크루즈 시장의 수요전망	115
〈그림 4-29〉 우리나라 크루즈 관광산업의 장애요인과 발전방향	118
〈그림 4-30〉 우리나라 관광시장의 수요 변화	120
〈그림 4-31〉 월별 항차당 부산 연안크루즈의 평균 승선자수	124
〈그림 4-32〉 우리나라 크루즈 입항객수 추이	128
〈그림 4-33〉 우리나라 입항선박의 평균 승객수 추이	128
〈그림 4-34〉 우리나라 기항지별 크루즈 선박 입항수(2001~2005)	129
〈그림 4-35〉 우리나라 기항지별 크루즈 입항 승객수(2001~2005)	129
〈그림 4-36〉 연도별 부산항의 크루즈 선박 입항수	130
〈그림 4-37〉 연도별 부산항 크루즈 입항객수(2001~2005)	131
〈그림 4-38〉 월별 부산항의 크루즈 선박 입항수(2001~2005)	132
〈그림 5-1〉 주요 크루즈 조선소별 점유율 현황	140
〈그림 5-2〉 선종별 부가가치 지수 비교	143
〈그림 5-3〉 크루즈 관광산업 구성요소	145
〈그림 5-4〉 크루즈 관광산업 정책목표와 과제	147

〈그림 6-1〉	바르셀로나 항의 초기 입출항 지원 서비스 광경	156
〈그림 6-2〉	바르셀로나 올림픽 개막전 광경	163
〈그림 6-3〉	바르셀로나올림픽 때 호텔로 활용된 크루즈 선박	163
〈그림 6-4〉	유럽 크루즈 관련업체의 수직통합 형태	176
〈그림 6-5〉	모항(Home Port)의 요건	183

ABSTRACT

A Study on a Development Plan for the Cruise Tourism Industry in Korea

The cruise tourism industry is viewed as a promising growth industry in the 21st century. But, adequate facilities and a legislative framework to allow the cruise tourism industry to develop in Korea have not yet been fully prepared. Therefore, this study is intended to propose a development strategy for Korea's cruise tourism industry.

Cruise sightseeing that developed in North America and Europe is spreading to Australia, Asia, etc. In every country, governmental efforts played a big part in the development of the dispersed cruise industry. Singapore and Hong Kong already have well-developed government support policies and good publicity programs in operation to develop cruise sightseeing in Asia. Recently, the Australian government announced cruise sightseeing as a main strategy for national economic development. And in France, the Marseilles area lately developed cruise sightseeing, with the Marseilles local government putting much effort into the development of the cruise industry.

Thus, cruise tourism industry development in many countries is nowadays a most promising and growing industry; also because there are

great benefits for the regional economy.

Korea has good conditions for the development of the cruise tourism industry. There is large size presentation who can operate vessel that is point means of cruise industry and cruise demand is nothing less than other areas linking Korea, China and Japan. Recently, some of the world's main cruise shipping lines have been looking at Korea, China and Japan, as ports of call for their ships.

Therefore, there is a pressing need for policy development for Korea's cruise tourism industry, which is a growing industry. For Korea to prosper through the cruise tourism industry, central government and local governments must proceed by implementing policies based on mid- and long-term strategies.

The policies that Korea's central government implements that should drive growth within a short period for development of the cruise tourism industry are as follows:

First, government must establish a new organization to take complete charge of the cruise tourism industry. For our country to become a hub of the cruise tourism industry in Northeast Asia, first of all, pre-planning is important. And I suggest forming an organization that can lead development of the cruise tourism industry. And there must be adequate budgetary support for the organization's operation.

Second, government must revise legislation associated with the cruise industry. Although recently there has been a revision of the Merchant Marine Act, other regulatory amendments are necessary. For example, government should introduce a port charge levy system that considers passenger ship entry into port coinciding with entry into port of the vessel. And government must give compulsion leading wire mitigation or port

charge benefit for cruise vessels. Also the government must offer tourists the transit without visas (TWOV) system for cruise ships' transits passengers entering ports in Korea for the maximum convenience.

Third, government must supplement port facilities for berthing of large cruise vessels. Government must consider the mega-size trend of modern cruise vessels and must specify berthing requirements. Cruise terminal construction must reflect cruise organizers' port of call plans and should ensure that any risk of damage be minimized.

Fourth, government must improve public relations for attracting visits by cruise vessels. Government should do inspection tours, and public relations efforts should target cruise lines head offices and the enterprises' coordinators and travel agencies. Moreover, the government and KNTA should take part in international cruise industry exhibitions. In other words, the Ministry of Maritime and Fisheries Affairs, Ministry of Culture & Tourism, local governments, KNTA, port authorities, travel agencies, etc. should participate in such international cruise industry exhibitions.

Fifth, the government must take steps to support Korea's cruise industry enterprises and develop domestic cruise sightseeing attractions and facilities. First of all, there is a pressing need to develop a profitable business model for the cruise industry. The government should include a tourism promotion support fund for the cruise enterprises' vessel purchases, and also should include cruise passenger transport business in the vessel purchase capital support targets in accordance with the Merchant Marine Act.

And the following business should be promoted by the government as a long-term strategy for the cruise industry's development:

First, government must develop Northeast Asian and South-North Korea

linked cruises over the mid- and long-term. What is needed is the development of cruise linked attractions and facilities that connect Korea, China and Japan to achieve this goal of the formation and establishment of a Northeast Asia cruise and sightseeing industry.

Second, cruise terminal construction and cruise terminal proprietary company establishment are required. For our country to develop into a cruise hub of Northeast Asia, cruise terminals are indispensably needed. And the establishment of professional organizations and enterprises to manage and develops this over the long-term is required.

Third, to develop a cruise home port of Northeast Asia, it is necessary to have a downtown location as a main port for this, and complete facilities of the harbor and services must be equipped with convenient access to an international airport.

On the other hand, local government should work actively to attract cruise ship tourists, foreign cruise company impetus and carry out cruise terminal construction. Because a lot of investment is needed for cruise terminal construction, it will be difficult to escape running at a deficit in case there are insufficient cruise ship tourists within a given scale.

제1장 서론

1. 연구 필요성과 목적

- 본 연구의 정책적 배경은 크루즈 관광산업 육성을 위해 관련부처인 문화관광부와 해양수산부가 2005년 10월에 업무 협력 합의를 체결함으로써 시작되었음
 - 정부는 국민의 여유로운 삶 영위를 위하여 크루즈 관광 등을 포함한 해양관광 활성화 노력이 필요하다는 데 의견을 같이 했음
- 따라서 본 연구의 필요성을 요약하면 다음과 같음
 - 첫째, 크루즈 관광산업은 21세기 가장 유망한 성장산업 중의 하나로 주목받고 있으나, 우리나라에는 이와 관련된 기반이 부족한 실정이에 이에 대한 대책 연구가 긴요함
 - 둘째, 국민소득의 증가, 주5일제 근무 확산, 휴가문화 변화 등 크루즈 관광수요가 확산되고 있으나, 국내 크루즈 선사, 선박, 상품, 인프라 등의 미비로 크루즈 관광객은 주로 외국선사 상품을 이용하는 실정임. 따라서 국민경제적 관점에서 여행수지를 개선하고, 국내 크루즈 관광산업 활성화를 위한 방안이 시급한 상황임
 - 셋째, 크루즈의 활성화는 관광산업, 해운산업, 조선 산업, 그리고 관련 산업의 발전을 가져옴에 따라 우리나라 해운, 조선 산업이 지속적으로 발전하기 위해서는 크루즈 관광산업과의 연계발전정책이 긴요함
- 연구의 주요 목적은 우리나라 크루즈 관광산업 발전 기반 조성 방안을 수립하는데 있음
 - 특히, 연안 크루즈 관광 육성, 외국인 관광객 및 크루즈선사 유치, 국제여객터미널 및 인프라 정비 및 동북아 크루즈 시장 진출 등에 대해

실천 전략을 제시함

2. 선행연구와의 차별성

- 크루즈와 관련된 다양한 선행연구에서는 주로 크루즈 관광상품 개발 또는 시장 개발 및 크루즈 전용터미널 개발에 주안점을 둠
 - 크루즈 관광산업이 구성요소 중 크루즈 선사와 크루즈 선박 등 크루즈 공급부문에 대한 분석이 부족하다는 한계를 드러냄
- 본 연구는 크루즈 관광산업의 발전 방안을 국민경제적인 입장에서 발전 목표와 전략을 제시하고, 민간의 입장을 고려한 정책과제를 제시한다는 측면에서 기존 연구와 차별성이 있음

3. 연구 방법

- 본 연구의 방법론은 기본적인 국내외 문헌연구 및 통계분석을 통해 시장 및 정책을 분석하고, 관련 기업/단체 및 기관 방문조사 및 전문가 설문조사, 세미나, 정책토론회, 간담회, 워크숍 등의 각종 행사를 통해 의견을 수렴하였음
- 또한, 국내외 전문연구기관, 대학, 전문가와 협동연구를 통해 동북아 크루즈 시장 발전 전망 및 크루즈 수요 전망을 예측하였음

제2장 세계 크루즈 관광산업 현황과 전망

1. 크루즈 개념 및 크루즈 관광산업 발전과정

- 크루즈란 ‘100인 이상이 승선할 수 있는 선박에서 1박 이상의 여행일정으로 여가를 즐기는 것’으로 정의할 수 있음

- 크루즈 선박은 운항의 정기성, 객실 등급, 내부시설, 예약과 판매관리 및 승무원 구성 등에 있어 정기여객선(혹은 페리)과 확연한 차이가 있음

〈 요약 표-1〉 크루즈 선박과 정기여객선의 차이

구분	정기여객선	크루즈
운항의 정기성	• 정기 운항	• 부정기 운항
객실 등급	• 적은 등급	• 다양한 등급
선박 시설	• 최소한의 숙박·식사시설 중심	• 호텔 수준의 다양한 편의시설
예약 관리	• 비교적 단순한 예약관리	• 복잡하고 장기적인 예약관리
승무원 서비스	• 승객안전과 운송 등 기본적인 서비스	• 승객활동을 중심으로 한 다양한 서비스 지향

- 일반적으로 크루즈는 항해지역, 선박의 크기, 크루즈 성격 및 목적에 따라 분류할 수 있음

〈요약 표-2〉 크루즈 분류

항해지역별	선박크기별	크루즈 성격별	크루즈 목적별
• 해양크루즈 • 연안크루즈 • 하천크루즈	• 소형 선박 크루즈 • 중형 선박 크루즈 • 대형 선박 크루즈 • 초대형 선박 크루즈	• 전통형 크루즈 • 리조트형 크루즈 • 고급형 크루즈 • 호화형 크루즈 • 특선형 크루즈	• 관광 크루즈 • 세미나 크루즈 • 테마 크루즈

- 현대적인 개념의 크루즈 관광산업은 1970년대 초 점보 비행기의 상업적 성공을 기점으로 채산성이 악화된 기존 여객사업의 대안으로 탄생하게 됨
- 이후 크루즈 산업 발전은 크루즈 선사의 수없이 많은 인수합병의 역사와 함께 그 규모가 점점 확대되어 왔음

- 현재 세계 크루즈 시장의 공급은 주로 3대선사 그룹인 카니발 (Carnival Cruise Co. & PLC), 로열캐리비언(Royal Caribbean Cruises) 및 스타크루즈(Star Cruises)에서 주도하고 있으며, 이들은 세계시장에서 약 80%의 공급력을 지니고 있음

2. 세계 크루즈 시장 현황과 특성 분석

○ 세계 크루즈 관광객 추이

- 2001~2004년 사이 세계 크루즈 관광객 증가율은 9.5%로 세계 관광객 증가율 3.9%보다 2배 이상 높음
- 북미와 영국 시장은 약 10%의 안정적 성장세 유지, 일본을 포함한 아시아 시장은 9/11, 이라크전쟁, SARS 등의 영향으로 시장 축소, 호주 중심의 오세아니아 시장은 약 30%의 급증세를 보임
- 최근 주요 크루즈 선사들은 젊은 층이나 가족 중심으로 고객 유치를 활발히 전개하고 있음

○ 북미 크루즈 시장

- 세계 최대의 크루즈 시장으로 약 70%의 점유율을 보임
- 최근 2일~5일의 단기 크루즈 시장의 증가율이 31.4%로 가장 높음
- 최대 기항지역은 ‘카리브 해/바하마제도 지역’ 으로 약 45%를 차지함
- 주요 모항지역은 ‘세계 크루즈 산업의 수도’ 인 마이애미를 비롯하여 14개 지역에 분포되어 있음

○ 유럽 크루즈 시장

- 세계 크루즈 시장의 약 20%를 차지하며, 영국을 비롯하여 독일, 이탈리아, 스페인, 프랑스, 그리스 등으로 시장이 형성되어 있음
- 영국 크루즈 시장은 특히 여행업체의 수직통합을 통해 시장이 성장하였음
- 가장 매력적인 기항지역으로는 지중해 관광 상품임

- 아시아 크루즈 시장
 - 세계 관광시장에서 가장 성장률이 높은 지역으로 향후 크루즈 관광시장에서도 높은 증가세가 기대됨
 - 주요 시장은 크루즈 모항지역인 싱가포르, 홍콩, 일본 동경, 호주 시드니를 중심으로 형성되어 있음
 - 주요 선사는 스타크루즈그룹이며, 북미/유럽의 주요 선사들도 아시아 시장, 특히 홍콩 등 중국 시장 진출에 큰 관심을 보이고 있음

3. 세계 크루즈 시장 발전 전망

- 영국 크루즈 관광산업 분석 전문가인 Tony Peisley 씨는 2015년 세계 크루즈 수요를 약 2,500만 명으로 전망함(2006년)
- 또한 해운전문 컨설팅 회사인 OSC사는 2015년에 2,260만 명, 2020년에 2,700만 명으로 추정하였음(2005년)
- OSC사의 전망과 향후 크루즈 선박 공급 능력을 고려할 때, 2020년에 추가적으로 소요되는 크루즈 선박은 2,500개 선실 기준으로 112척에 달함

제3장 주요국의 크루즈 시장 및 발전정책 분석

1. 일본의 크루즈 시장과 발전정책

- 일본의 크루즈 관광객은 2005년 말 기준으로 약 16만 명임
 - 국제 외항크루즈보다 국내 연안크루즈가 아직까지 우세함
- 주요 선사로는 MOL사의 자회사인 미쓰이 객선, NYK Cruises사, 일본 차터 크루즈사, 크리스탈 크루즈사, 일본 크루즈라인사 등이 있음
- 일본의 대표적인 여객/크루즈선이 입출항 항으로는 오사카 항, 요코하

마 항, 시미즈 항 및 고베 항 등임

- 일본의 주요 크루즈 정책을 살펴보면 아래와 같음
 - 초기(1989년을 크루즈 원년으로 설정)에는 크루즈 발전을 위한 제도 정비 및 캠페인 실시
 - 1997년 말, 민·관 조직인 ‘크루즈사업진흥간담회’ 설립 및 비전 제시
 - 2000년 초, 경제 활성화(여행수지 적자 축소)와 연계된 크루즈 정책 추진
 - 크루즈 지방조직 구성 및 크루즈 어드바이저 인증제도 도입
 - 항만과 항로 정비(전국 14개 항만에 여객 터미널 정비 등)

2. 싱가포르의 크루즈 시장과 발전정책

- 동남아시아의 중심시장으로 2003년 기준 439척의 크루즈 선박이 기항, 총 이용객은 51만 명 수준임(1998년 100만 명 규모)
 - 1998년 이후, 아시아 금융위기, 사스(SARS), 조류독감 등으로 시장 위축
- 싱가포르의 크루즈 산업은 정부기관인 싱가포르 관광청에서 주관하며, ‘관광비전 2015’에서 크루즈 관광산업을 전략산업으로 다루고 있음
 - 관광청 내 크루즈사업부(Cruise Department)에서 제반 업무 수행
 - 싱가포르 관광비전 2015에 발표된 크루즈 관광산업의 4대 정책목표는 다음과 같음

싱가포르 크루즈 관광산업의 4대 정책목표
1. 싱가포르를 아시아 크루즈 시장의 중심으로 육성 2. 싱가포르를 기항하는 크루즈 선박을 위한 관광상품 개발 2. 크루즈 기반시설의 개발과 질적 향상 4. 다양한 연계 관광지 개발

- 2005년 5월, ‘싱가포르 항공연계 크루즈개발기금’(Fly-Cruise

Development Fund ; FCDF) 조성계획을 발표함

- 조성 규모 : 1천만 싱가포르달러 (한화 약 60억 원)
- 조성 주체 : 싱가포르관광청, 민간항공단체, 싱가포르크루즈센터
공동
- 관리 주체 : 싱가포르관광청
- 조성 목적 : 국제 크루즈선사의 아시아 진출 및 싱가포르를 모항으로
하는 크루즈체제 구축

3. 호주의 크루즈 시장과 발전정책

- 호주 국적의 크루즈 관광객은 2004년 기준으로 약 16만 명 수준임
 - 2002년에 비해 35% 급증 추세, 아시아 SARS 등의 영향으로 크루즈
선박 기항이 호주 지역으로 재배치된 것이 주 원인임
- 호주의 주요 크루즈 기항지는 오세아니아 주변 남태평양 지역이며, 호
주의 3대 크루즈 선사는 P&O Cruises Australia사, Orion Expedition
Cruises사, Captain Cook Cruises사임
- 크루즈와 관련된 주요 조직은 호주, 뉴질랜드, 그리고 주변 도서 국가
등이 참가하는 오스트랄라시아 국제크루즈협회(ICCА : International
Cruise Council Australasia) 및 호주 크루즈 마케팅 조직인
CDU(Cruise Down Under)가 있음

〈요약 표-3〉 Cruise Down Under(CDU) 개요

구 분	내 용
설립연도	1994년 설립, 1997년 법인화
기업분류	비영리(Non-Profit Association), 유한책임회사(Incorporated)
회원사 구성	항만, 관광여행사, 선사 등 57개사 (Ports, tourism agencies, shipping agencies, inbound tour operators, destinations and service providers)
특징	업계 협력 마케팅 브랜드(조직)로서, 호주 및 남태평양 지역의 크루즈 관광 목적지에 대한 마케팅과 크루즈 서비스업계를 대변함
미션	‘호주 및 남태평양’ 을 세계적인 크루즈 관광 모항지 및 목적지(기항지)로 만드는 것임

- 호주 정부는 1995년에 'National Cruise Shipping Strategy'를 발표함
 - 이어서 1997년에 Cruise Down Under(CDU)에서 '호주-태평양 크루즈 산업 발전을 위한 실행계획' 발표
 - 2006년 3월에 '1997년 실행계획'의 개정판이 발표되어 15대 핵심 이슈에 대한 실행계획을 추진 중임

〈요약 표-4〉 호주 크루즈 산업 발전전략 및 주요 실행계획 내용

구분	내 용
1995년 주요 전략	· 크루즈 관광 인프라 개발 투자 장려 및 관련 정책 및 제도 확대 · 공평하고 효율적인 세금 시스템의 지속적 개발 · 제도 환경 간소화 (출입국 절차 등) · 호주를 크루즈 목적지로서 마케팅 및 포지셔닝 하기 위해 호주 상품 및 상품 홍보활동 촉진
1997년 8대 이슈	· 세금(taxation) · 유류세 적용기준(fuel excise) · 면세점(duty free stores) · 카지노(on-board casinos) · 친환경 보호지역 항해(visits to environmentally sensitive areas) · 외국선사의 연안항해(coastal Trades) · 벙커 유(bunker Fuel) · 항비(port pricing)
2006년 신규 7대 이슈	· 자료수집 및 연구 활동(data and research) · 해사 보안(maritime security) · 지역 분산 및 신규시장 개척(regional dispersal and new markets) · 터미널 개발(infrastructure) · 환경오염(pollution) · 통관(border control) · 크루즈 산업 대표기구 창설(peak industry body)

제4장 우리나라 크루즈 관광산업 발전여건과 전망

1. 국내 크루즈 관광산업 현황 분석

- 조선업과 해운업 등이 발전한 해양선진국임에도 불구하고 크루즈 관광 산업과 관련해서는 아직 초기단계임
 - 1998년 현대아산의 ‘금강산 크루즈사업’ 실패, 2001년 스타크루즈사의 한중일 연계 크루즈 상품 판매후 수익성 부족으로 운항 중단 상태
 - 현재, 부산항의 팬스타드림호가 유일하게 통상적 개념의 크루즈사업과 유사하게 항내에서 시행하는 정도임
- 외국 크루즈 선박은 부산항과 제주항에 매년 부정기적으로 입항하며, 인천, 동해, 속초, 군산 등의 입항은 아직 미미한 편임
 - 입항 크루즈 선박은 척당 입항인원이 평균 500명 수준으로 초대형 크루즈선의 취항실적은 미비함
 - 최근에는 프린세스 크루즈사 등에서 12만 톤급(약 2,500명 승선) 등 대형 크루즈 선박을 부산항 등에 입항시키고 있음
- 우리나라의 크루즈 상품 판매는 대부분이 해외 유명 크루즈 선사의 한국대리점(GSA, General Sales Agent)을 통해 이루어짐
 - 그리고 국내 여행사 등에서도 해외여행패키지 상품의 형태로 크루즈 상품을 판매하고 있음

2. 우리나라 크루즈 관련 인프라 실태 분석

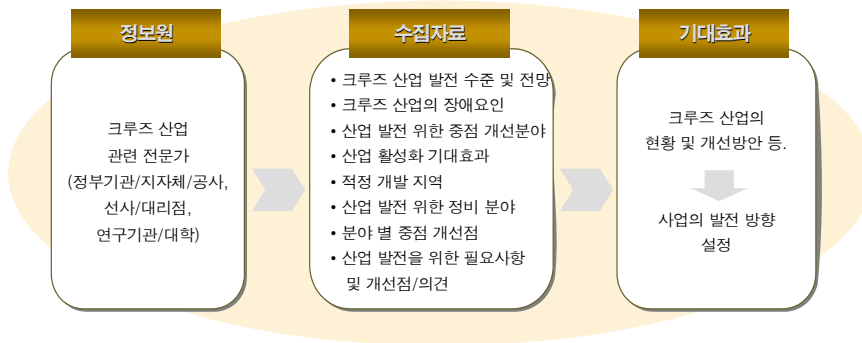
- 국제크루즈 선박의 접안시설인 전용부두 및 터미널 시설 부재
 - 무역항 28개소, 연안항 23개소 중 부산항, 인천항, 평택항, 군산항, 목포항, 제주항, 울산항, 동해항 등 7개 항에 국제여객선 터미널이 있음
 - 부산 동삼동 크루즈전용터미널이 개장에 임박해 있으나 현재까지 전용 부두 및 터미널이 부재한 상태임

- 부산항의 크루즈 선박 수용 여건
 - 국제 여객선 터미널이 조성되어 있지만 대형 크루즈 선박의 접안은 불가능하여 인근 컨테이너부두(주로 1~2부두)에서 맞이하는 실정임
 - 2001년 이후, 총 26개 선사의 크루즈 선박이 116회 입항하여, 총 66,198명이 부산지역을 방문함
- 제주항의 크루즈 선박 수용 여건
 - 우리나라 최대 관광목적지인 제주도는 부산과 함께 국제 크루즈 선박의 최대 기항지역임
 - 그러나 크루즈 선박의 전용부두가 없어 일반부두를 이용하여 접안함
 - 월드컵이 개최된 2002년에 56회 입항, 9,953명의 관광객 유치 등 최고점을 맞이했으나, 그 후 감소 추세를 보이다가 최근 증가하고 있음
 - 대형 선박의 항내 접안을 위한 예산 부족으로 대형 크루즈 선박의 입항 시마다 여수지역에서 입차해야 하는 불리한 여건이 존재함
- 인천항의 크루즈 선박 수용 여건
 - 중국 연안 10개 도시를 연결하는 국제여객선의 출항지 기능으로 특화된 인천항 역시, 크루즈 선박의 입출항 수용 여건은 양호하지 않음
 - 2개의 국제여객터미널이 존재하나, 이원화 체제에 따라 이용 관광객의 불편이 가중됨
 - 제 1터미널의 경우 접안능력이 15,000G/T 이상 선박의 수용이 어렵게 설계되어 있으며, 제2터미널은 화물선과 함께 사용하고 있어 여객 중심의 설계가 이루어지지 않았음
- 주요 항만의 크루즈 터미널 조성 계획
 - 부산항은 총 사업비 834억 원을 투입하여 8만 톤급 크루즈 선석을 완공했고, 크루즈터미널도 42억 원을 투입하여 조성하고 있음
 - 제주항의 전용부두 건설 계획은 예산 부족으로 계속 미뤄지고 있으며,
 - 인천항은 2011년까지 총 3,566억 원을 투입하여 총 10선석 규모의 국제여객부두를 인천 남항에 건설할 예정임

3. 크루즈 관광산업 발전 장애요인 분석

- 본 분석을 위해 전문가 설문조사를 실시하였고, 수행체계는 아래와 같음

〈요약 그림-1〉 조사수행체계(Flow chart)



- 설문결과에 따라 우리나라 크루즈 관광산업의 장애요인과 발전방향을 요약하면 아래와 같음

〈요약 그림-2〉 우리나라 크루즈 관광산업의 장애요인과
발전방향(설문결과 요약)



3. 국내 크루즈 관광산업 발전 전망

- 최근의 크루즈 관광시장의 발전, 즉 크루즈 관광 수요 증가는 다양한 요인에 의해서 결정됨

〈요약 표-5〉 크루즈 관광 수요에 미치는 주요 요소

주요 요소	
국제 관광의 발달 (Development of International Tourism) 수준	
여가 활용에 대한 지출 (Leisure Expenditure)	
크루즈에 대한 이미지(Cruise Image)	
크루즈 선대의 공급 정도 (Cruise Ship Supply)	
크루즈선	선상 프로그램의 특징(On board Features)
	통신(Communications) : broadband internet, mobile telephone
	안전 (Safety) : 대피/탈출 프로그램, 질병 발생에 대한 의료프로그램, 크루즈 선사의 보험, 테러 위협 예방대책
	환경 (Environment) : NOx 배출, waste disposal(쓰레기 배출), 선상에서의 에너지 재이용, 노후 선대의 교체
크루즈 비용 (Cruise Prices)	
크루즈 상품의 판매 (Cruise Sales)	
크루즈선의 안락 정도 (Vessel Suitability)	
크루즈 상품의 종류와 기간 (Cruise Type & Length)	
크루즈 정박지와 순항 패턴 (Cruise Destination & Patterns)	

- 주요 국가별 1인당 GDP 증가와 크루즈 관광 수요와의 관계를 살펴본 결과, 미국의 경우와 달리 유럽의 여러 국가들은 높은 상관관계를 보이고 있음
 - 특히, 바르셀로나, 팔마와 같은 훌륭한 크루즈 모항지를 가진 스페인의 경우 2000년도 1인당 GDP 약 14,000달러, 크루즈 관광객 약 6만 명에서 4년 동안 각각 14%, 51%라는 경이로운 증가 추세를 보임 (2004년 1인당 GDP 약 23,000달러, 크루즈 관광객 약 31만 명)
 - 우리나라의 경우 2004년 1인당 GDP가 약 14,000달러로 스페인의 2000년 경우와 유사한 상황이므로 스페인 국가 산업정책 및 크루즈 관광정책을 유심히 살펴볼 필요가 있음

- 우리나라 크루즈 수요전망 결과
 - 수요 전망을 위한 주요가정으로 중국관광시장의 성장, 출국자를 기준으로 한 해외관광시장의 성장, 우리나라 소유 크루즈 선박의 운영 및 국내항 거점 또는 기항 외국선사가 존재한다고 전제함
 - 다소 보수적인 관점에서 향후 2010년에 30만 명, 2015년에 약 42만 명으로 추정됨

〈요약 표-6〉 우리나라 내국인 시장의 크루즈 잠재수요 추정

구 분	1995	2000	2005	2010(예상)	2015(예상)
한국 국제여행자수(천명)	3,820	5,510	10,080	16,3241)	20,7192)
크루즈수요 구성비(%)	1.030 %	1.399 %	1.782 %	1.844 %	2.043 %
한국 크루즈수요 추정(천명)	39	77	180	301	423

주 : 1) 우리나라 국제여행자수 성장률이 2004년 36.9%, 2005년 18%, 2006년 13.6%인 점을 고려하여 2006~2010년까지의 국제여행자수 성장률을 연평균 10%로 추정하였음.
 2) 2011~2015년까지의 국제여행자수 성장률은 UNWTO의 세계성장률 예측치가 4%이고, 아시아시장 성장률 예측률이 6.5%인 점을 고려하여 연평균 5%로 추정하였음.

- 향후, 중국시장에 관심을 지닌 세계 3대 크루즈 선사그룹 중심으로 극동아시아 지역의 단기 크루즈 상품 확대가 예상됨으로 이에 대한 적극적인 대응이 필요할 것임

제5장 크루즈 관광산업 육성 필요성과 정책목표

1. 크루즈 관광산업 육성의 필요성

- 크루즈 관광산업이 직·간접적으로 발생하는 경제적 효과 측면과 조선 산업 등 연계산업의 발전에 따른 경제적 효과로 구분할 수 있음
- 유럽 크루즈 협회(European Cruise Council)에서 분석한 결과에 따르면, 2004년 세계 전체 관광객 수가 약 1,400만 명으로 총 경제적

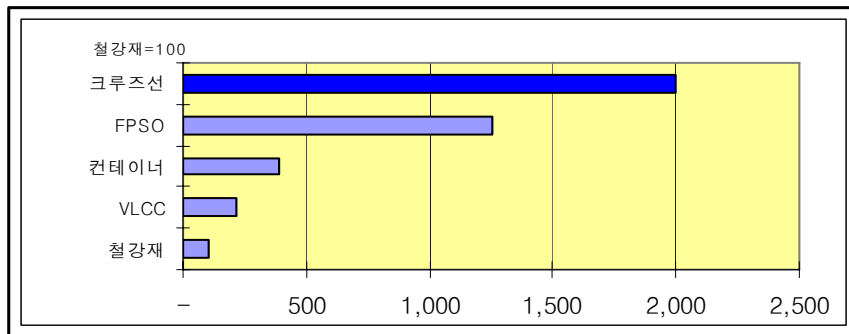
수익이 510억 달러(약 50조 원) 규모이며, 관광객, 승무원, 선사의 직접 소비액이 250억 달러에 육박, 또는 고용 규모는 약 54만 명에 이른다

〈요약 표-7〉 크루즈 산업의 경제적 추정 효과 (2004년)

항 목	북미	유럽	기타지역	전체
관광객수 (백만 명)	9.8	2.84	1.13	13.77
총 경제적 수익 (십억 달러)	36.37	10.47	4.19	51.03
직접 소비액 (십억 달러)	17.79	5.15	2.05	24.99
고용창출효과 (명)	382,115	110,005	44,023	536,143

- 또한 우리나라의 경우, 고부가가치 크루즈선 건조시장 진출효과를 가져올 수 있을 것임

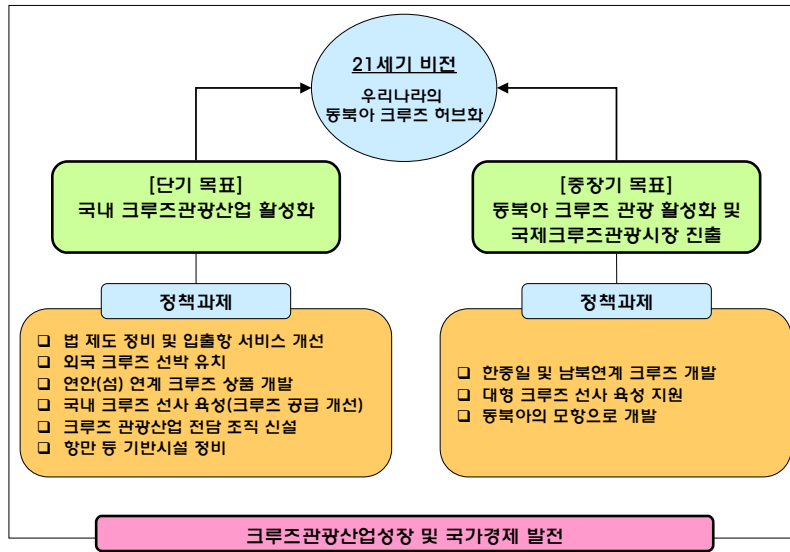
〈요약 그림-3〉 선종별 부가가치 지수 비교



2. 크루즈 관광산업 정책목표

- 우리나라 크루즈 관광산업 비전 및 발전 정책의 단기/중장기 목표와 정책 과제는 아래와 같이 요약할 수 있음

〈요약 그림-4〉 크루즈 관광산업 정책목표와 과제



제6장 우리나라 크루즈 관광산업 발전전략과 정책과제

1. 단기 전략 : 우리나라 크루즈 관광산업 기반 조성

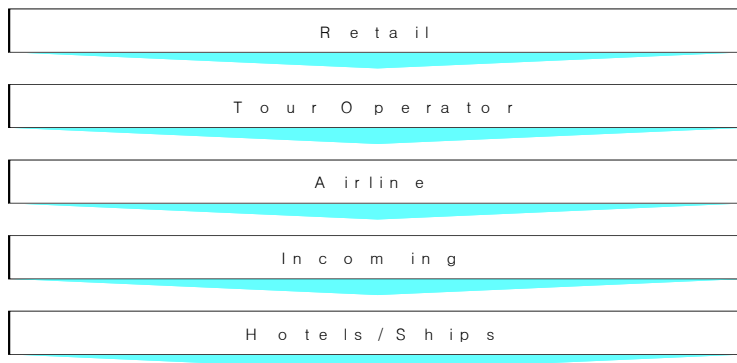
- 크루즈 관련 법·제도 정비 및 입출항 서비스 개선
 - 여객선 입항실적을 고려한 항비부과제도 도입
 - 크루즈 선박에 대한 강제도선규정 완화 또는 항비혜택 부여
 - 크루즈 승객에 대해 통과여객(TWOV) 제도 확대 적용
 - 화물선 위주의 선원법 개정
 - 크루즈 선박 집안시설 정비



- 크루즈 관광산업 활성화를 위한 전담조직 결성 및 지원
 - 크루즈 관광산업 전담조직 및 협의기구(중앙) 신설
 - 크루즈 관광 활성화를 위한 협의회(지방) 신설
- 외국 크루즈 선박 유치
 - 크루즈 선사 대상 홍보 : 코디네이터 대상 인스펙션(Inspection) 투어 실시, 크루즈 선사의 본사 대상 유치활동 전개, 크루즈 전문 언론인 초청행사 개최 및 전문지 광고 게재
 - 국제 크루즈 박람회 참가 : 매년 개최되는 Seatrade Cruise Shipping Convention 등에 공동 참가
- 연안 크루즈 관광상품 개발
 - 국내 크루즈 관광 항로(상품) 개발
 - 연안 크루즈 수익모델 개발
 - 크루즈 선사의 선박확보 지원
 - 크루즈 관광 인프라 정비

- 국내 크루즈 선사 육성
 - 크루즈 선사의 선박확보 지원 : 관광진흥기금, 선박펀드회사 활용, 별도의 정책기금 마련 등
 - 크루즈 사업자 컨소시엄 구성 : 유럽 모델인 수직통합 추진 등

〈요약 그림-6〉 유럽 크루즈 관련업체의 수직통합 형태



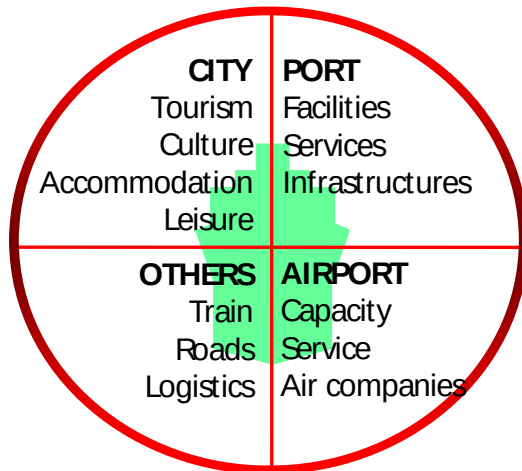
2. 중장기 전략 : 동북아 크루즈 관광 활성화

- 동북아 및 남북한 연계 크루즈 상품 개발
 - 한중일 연계 크루즈 상품 개발
 - 동북아 크루즈 관광기구 창설
 - 남북한 연계 크루즈 상품 개발
- 크루즈 터미널 건설 및 크루즈터미널관리회사 신설
 - 크루즈 터미널 시설은 크루즈 관광객이 일정 규모에 도달해야 채산성이 확보될 수 있기에, 일정기간은 국제여객터미널과 크루즈터미널을 공동으로 활용하는 방안을 모색하고, 장기적으로 크루즈 이용객이 급증할 경우 크루즈전용터미널을 건설함
 - 크루즈전용터미널이 건설되면 이를 전담하여 운영할 수 있는 조직이 필요한데 스페인 바르셀로나 등을 모델로 하여 신설을 추진함. 크루

즈터미널관리회사는 해당 영업지역의 모든 서비스 및 유지 활동을 전담하고, 입출항 여객수입, 쇼핑물 물품 공급 및 면세점 임대 수입 등으로 재원을 확보하며, 정부(또는 항만공사)에는 부두 임대료를 납부하는 형태로 운영하는 방안을 고려할 수 있음

- 우리 항만을 동북아의 크루즈 모항지로 개발
 - 항만 및 지역 경제 활성화 차원에서 모항 개발은 더욱 중요함
 - 모항의 조건 : 도시 관광 여건, 항만 시설, 연계 공항 시설 등이 있음

〈요약 그림-7〉 모항(Home Port)의 요건



제7장 결론 및 정책제언

1. 결론

- 크루즈 산업은 21세기 가장 유망한 성장 산업 중 하나이나, 우리나라의 발전 기반은 아직 미비한 실정임
- 국민 경제적 관점에서 여행수지 개선, 관광/해운/조선 및 관련 산업 발

전을 위한 크루즈 관광산업 활성화 방안 모색이 시급함

- 우리나라 크루즈 관광산업 발전을 위해 단기적으로 관련법률 정비 및 입출항 서비스 개선, 외국선사 유치 확대, 연안(선) 크루즈 관광상품 개발, 크루즈 선사 육성 및 관련조직 신설 등이 필요함
- 중장기적인 관점에서는 한중일 및 남북 연계 크루즈 개발, 크루즈 터미널 건설, 크루즈터미널관리 전문회사 설립 및 우리 항만을 동북아의 크루즈 모항으로 개발하는 노력이 필요함
- 이와 같은 정책과제를 성공적으로 추진할 경우 우리나라는 21세기 동북아 크루즈 허브로 발전할 수 있을 것으로 기대함

2. 정책제언

- 중앙정부의 명확한 업무분장 필요
 - 현재 크루즈 관광산업에 대해서는 중앙정부에서는 해양수산부와 문화관광부가 관장하고 있고, 지방자치단체도 문화관광국 등을 통해 업무를 수행하고 있음
 - 그러나 크루즈에 대한 중앙정부의 역할이 명확하지 않아 업무의 혼선, 공백, 중복도 일부 발생하고 있는 바, 이에 대한 명확한 구분이 필요함
 - 즉 크루즈 선박의 활동범위에 따라 공해상에서 우리나라 항만까지는 해양수산부, 그리고 항만을 벗어난 국내 육상지역은 문화관광부의 업무영역으로 구분할 수 있음.
- 크루즈 관광산업에 대한 지원정책 개발이 필요
 - 크루즈 관광산업에 대한 최근의 관심과 산업의 중요성에 비해 정부의 지원정책과 수단은 거의 전무한 수준임
 - 크루즈는 문화관광부의 관광진흥기금 지원대상에도 제외되어 있고, 해양수산부의 선박확보기금 지원대상에도 포함되지 않고 있음
 - 따라서 크루즈 관광산업의 육성과 발전을 위해서는 본 보고서에서 제

시된 주요 정책과제의 추진과 더불어 관광산업펀드개발, 관광진흥기
금활용방안, 크루즈 관광산업발전종합대책 등 수립을 통해 크루즈 관
광산업 지원방안을 마련해야 함

○ 중앙정부의 역할

- 크루즈 관광산업 활성화를 위한 전담 조직 신설(단기)
- 크루즈 관련 법·제도의 신속한 정비(단기)
- 항만별로 대형크루즈 선박의 접안시설 정비 및 확충(단기)
- 크루즈 선박 유치를 위한 홍보활동 지원 전개(단기)
- 크루즈 선사 육성 지원 및 국내 크루즈 상품 개발 여건 조성(단기)
- 동북아 및 남북한 연계 크루즈 상품 개발을 위한 외교적 지원(중장기)
- 크루즈 터미널 건설 우선 지원 및 크루즈터미널관리회사 신설(중장기)
- 우리항만을 크루즈 모항지로 개발 추진(중장기)

○ 지자체의 역할

- 크루즈 관광객 유치를 위한 상품개발에 전력
- 지역별 국내 연안 크루즈 관광 상품 개발 추진
- 외국 크루즈 선사 유치를 위한 홍보 및 마케팅 전개
- 크루즈 관광객 규모 일정 수준에 도달했을 때 크루즈 전용터미널 등
건설

제1장

서론

1. 연구의 배경과 목적

1) 연구의 배경과 필요성

크루즈 관광산업은 21세기에 가장 유망한 성장산업으로 주목받고 있다. 세계관광기구(UN WTO ; World Tourism Organization)에서 최단시간에 다양한 경험을 즐길 수 있는 크루즈 여행을 21세기 최고의 관광상품으로 선정했고, 북미지역 크루즈 관광객은 1980년부터 2005년까지 평균 8.2%씩 증가했다.

국제크루즈선사협의회(International Council of Cruise Lines)에서는 전 세계 크루즈 관광객이 2000년 1,010만 명에서 2006년 1,510만 명으로 증가하고, 오는 2015년에는 2,500만 명에 달할 것으로 전망했다. 특히 아시아지역은 지속적인 경제성장과 독특한 관광 목적지로서의 매력, 지리적·임지적 조건의 양호 등¹⁾으로 인하여 지역내 크루즈 이용 인구도 급증하고, 또 유럽, 북미지역의 크

1) 세계무역기구(WTO) 아시아 태평양 지역 대표인 쉰 정은 “아시아는 현재 전 세계 관광객들이 거대한 규모로 늘어나는 가운데 세계에서 가장 주목받는 관광지가 되고 있다”고 차이나 뉴스를 통해 밝혔다. WTO의 통계에 따르면, 국제 관광 산업은 전 세계 각국의 관광객들 수가 7억 6천만 명에 달한 지난 2004년 동안 이전 해에 비해 10% 이상 현저히 증가하였다. 2000년의 관광 사업과 비교하면, 북남미 지역을 제외하고는 거의 모든 지역들이 관광객들의 증가를 보였다. 아시아 지역의 관광은 그 이전 해의 불경기로부터 2004년에는 크게 회복되어 1억 5,300만 명의 해외 관광객들을 맞이했다. 이는 전 세계 총 관광객 수의 20%에 달하는 수준이다(http://www.traveldailynews.com/Regional_News/USA&Canada).

루즈 관광객이 계속 증가하는 등 새로운 크루즈 시장으로 부각되고 있다.²⁾

현재 우리나라의 크루즈 관광 수요는 아직 저조하고, 크루즈 산업의 미발달로 주로 해외의 크루즈 관광에 의존하고 실정이다. 우리나라의 크루즈 이용 인구는 연간 2만 명 정도로 추정된다.³⁾ 우리나라에서 크루즈 관광산업이 발달하지 못한 원인은 여러 가지가 거론되고 있다. 소득수준에 비해 높은 관광비용, 짧은 휴가와 대가족 공동 나들이 등의 동양적 휴가문화, 서구식 파티문화 및 외국어에 대한 거부감, 국내 크루즈 선박(선사) 및 인프라의 절대 부족, 내국민 및 외국인을 위한 크루즈 관광상품(콘텐츠) 부족 등이 여기에 해당된다.

이 중 국내 크루즈 선사와 선박의 부재, 그리고 크루즈 관광상품의 부족은 우리나라 크루즈 관광산업 발전에 가장 큰 걸림돌이 되고 있다. 우리나라 크루즈 관광산업 활성화를 위해서는 우리나라 항만으로 입항하는 크루즈 선박과 크루즈 관광 콘텐츠가 있어야 하기 때문이다.

한편 우리나라 국민이 외국의 항만에서 외국선사의 크루즈 선박을 이용하여 크루즈 관광을 하는 것처럼, 외국관광객이 국내외 항만에서 우리나라 선사의 크루즈 선박을 이용하여 크루즈 관광을 즐길 때 국내 경제발전에 많은 도움이 될 것이다. 우리나라의 1천만 여행객이 해외에서 사용하는 각종 경비지출로 인해 관광수지 적자폭이 한해 50억 달러에 이른다. 이 같은 “현상은 제조업 분야에서 400억 달러를 수출해야 얻을 수 있는 순외화기득액을 상쇄할 정도로 심각한 문제이다.”⁴⁾ 고가의 해외 크루즈 이용이 확대될 경우 국제수지는 더욱 악화될 수 있기 때문에, 우리나라는 새로운 관광상품이 될 수 있는 크루즈의 활성화가 시급하다.

2) 아시아 지역의 크루즈 시장으로서의 매력에 대해서는 다음 글을 참조할 것. Lee, Tae-Woo, *Shipping Development in the Far East Asia*, Ashgate Publishing Co., England, 1996 ; Lee, Tae-Woo, "Cruise Market Evolves in Korea", *Lloyd's List*, 1 September, 1998.

3) 이 중 해외크루즈 이용객은 4,500명 정도로 추정된다. 반면 2005년 내국민의 해외여행자는 1,008만 명으로 사상 최대치를 기록했다. 이 중 관광목적의 출국자는 552만 명으로 전체 출국자의 55% 수준이고, 전년대비 18% 증가했다. 해외관광객의 급증에도 불구하고 우리나라 여행객 중 해외 크루즈 이용객이 연간 4,500명에 불과한데, 이는 해외출국자의 0.04%, 해외 관광객의 0.08%에 불과한 실정이다.

4) 전라남도, 「전남 섬 관광자원 개발사업 기본계획」, 2005, p. 47.

크루즈 관광을 통해 국내 경제와 산업발전을 가져오기 위해서는 국내선박을 이용한 크루즈 관광이 활성화되고, 외국인 관광객이 국내로 들어오게 해야 한다. 이를 통해서만 우리나라의 해운산업, 관광산업, 조선산업, 그리고 관련산업이 발전할 수 있기 때문이다.

최근 사회적 여건과 여행문화가 변화됨에 따라 우리나라에서도 크루즈 관광이 새롭게 각광받고 있다. 우리나라의 국민소득이 증가하고, ‘해외여행을 자주 하는 여행객들의 욕구가 높아지면서 크루즈 투어가 새로운 여행상품으로 주목받기 시작’⁵⁾했기 때문에 향후 크루즈 수요는 급격히 증가할 것으로 예상된다. 주 5일제 근무의 확산과 정착으로 휴가기간이 길어졌고, 핵가족 중심의 휴가문화가 확산되고, 외국문화 적응력도 과거에 비해 높아졌다. 그리고 섬과 바다, 해양에 대한 친근감이 확대되고 배를 이용한 관광이 확대되고 있다. 2005년 한 해 동안 연안 여객선을 이용한 여객은 1,110만 명이고, 이 중 도서민을 제외한 순수 관광객은 705만 명에 달한다. 또 현재 부산항에서 운항중인 Pan Star사의 크루즈 선박도 매 항차 풀 부킹되고 있다.⁶⁾

지금 우리나라에서 실시되고 있는 국내 크루즈 상품은 북미지역의 크루즈에 비해 많은 부분에서 부족한 실정이다. 아직까지 우리나라의 크루즈 관광산업은 미성숙 단계에 있으나, 지경학적 여건 등 발전전망은 높은 것으로 평가된다. 우선 우리나라는 아름다운 해안경관과 다수의 섬을 보유하고 있어 크루즈 관광 활성화를 위한 자연적 조건이 비교적 양호한 것으로 알려지고 있다.⁷⁾ 그리고 아시아지역에서 가장 경제력이 높고 크루즈 관광산업이 발달한 일본과 지리적으로 인접하여 수요층이 일정정도 형성되어 있고, 또 아시아 전역에 걸쳐 해안선을 갖고 있는 중국이 인접하여 크루즈 관광 수요 및 관광자원을 확

5) 김혜숙, “우리나라 크루즈 관광에 관한 연구-국내사업을 중심으로”, 「호텔관광연구」, 한국관광정책학회, 2003.

6) 참고로 선박을 이용해 우리나라 항만으로 입국한 외국 관광객은 2005년에 40만 명이고, 이 중 미주, 구주, 대양주, 아프리카의 국적자는 7만 명 수준임.

7) 물론 추운 겨울이 있는 4계절 기후로 인하여 불리한 측면도 있음.

보할 수 있는 등의 장점이 있다.⁸⁾

이상과 같은 점을 고려하여 정부는 크루즈 관광산업 육성을 위해 관련부처인 문화관광부와 해양수산부가 2005년 10월에 업무 협력 합의를 체결했다. 국민의 여유로운 삶의 영위를 위하여 크루즈 관광 등을 포함한 해양관광 활성화 노력이 필요하다는 데 의견을 같이 했기 때문이다.

이에 따라 양 부처는 해양 관광 자원의 개발 및 활성화를 위하여 기존의 법령에 따른 서로의 권한과 전문성 및 정책 수단을 인정하면서, 서로의 장점을 살려 협력 사업을 추진하기로 합의했다. 특히 해양 관광 발전을 위하여 크루즈 관광 진흥 등의 사업들이 원활히 추진될 수 있도록 공동으로 노력하고 있다. 또한 문화관광부는 해양수산부에서 추진하는 크루즈 관광 진흥, 해양 스포츠 제전, 해양 관광 기반 시설 구축, 어촌 관광 등 해양 관광 진흥을 위해 필요한 사업에 대하여 관광진흥개발기금에서 사업비 일부를 지원할 수 있도록 하고 있어 사업 추진이 활기차게 진행될 것으로 판단된다.

이상의 내용을 정리하여 연구 필요성을 요약하면 다음과 같다. 첫째, 크루즈 관광산업은 21세기 가장 유망한 성장산업 중의 하나로 주목받고 있으나, 우리나라에는 이와 관련된 기반조성이 부족한 실정이기에 이에 대한 대책 연구가 필요하다.

둘째, 우리나라에서도 국민소득의 증가, 주5일제 근무 확산, 휴가문화 변화 등 크루즈 관광수요가 확산되고 있으나, 국내 크루즈 선사, 선박, 상품, 인프라 등의 미비로 크루즈 관광객은 주로 외국선사 상품을 이용하는 실정이다. 따라서 국민경제적 관점에서 여행수지를 개선하고, 국내 크루즈 관광산업 활성화를 위한 방안이 시급한 상황이다.

셋째, 크루즈의 활성화는 관광산업, 해운산업, 조선산업, 그리고 관련산업의 발전을 가져온다. 우리나라 해운, 조선 산업이 지속적으로 발전하기 위해서는 크루즈 관광산업과의 연계발전정책이 필요하다.

8) Tony Peisley, *The Future of Cruising - Boom or Bust? A Worldwide Analysis to 2015*, Seatrade Communications Ltd., 2006 ; 김범중·김균태, “동북아 크루즈 관광산업의 발전방안” , 『월간 해양수산』, 통권 194호, 한국해양수산개발원, 2000. 11, p. 42.

2) 연구의 목적

이 연구는 21세기 가장 유망한 성장산업인 크루즈 관광산업이 우리나라에서 발전할 수 있는 기반을 조성할 수 있는 방안을 마련하는 데 연구의 목적이 있다. 특히 우리나라에서 크루즈 관광산업을 발전시키기 위한 방안으로 국내 크루즈 관광 상품개발, 외국인 관광객 및 크루즈선사 유치, 국제여객터미널 및 인프라 정비, 동북아 크루즈 시장 진출 등에 대해 실천전략을 제시하는 데 주요 목적이 있다. 그리고 이를 위해서는 관련법률의 정비와 입출항 서비스 개선, 크루즈 관광산업 전담조직 신설 등이 가장 시급함을 제시했다.

이를 통해 우리나라의 크루즈 관광산업, 해운산업, 조선산업, 그리고 관련산업이 발전할 것으로 기대한다. 그리고 궁극적으로는 우리나라 국민들이 크루즈를 비롯한 해양관광을 더욱 폭 넓게 접함으로써 국민행복지수가 제고될 것으로 믿는다.

2. 연구의 주요 내용과 수행방법

1) 연구의 주요내용

이상과 같은 연구필요성과 목적에 입각하여 이 연구는 총 7개의 장으로 구성되었으며, 각 장별 연구의 구성내용은 다음과 같다.

제1장 ‘서론’은 연구의 필요성과 목적, 연구수행방법 등을 내용으로 한다. 제2장 ‘세계 크루즈 관광산업의 현황과 전망’은 세계 크루즈 관광산업의 현황을 살펴보고, 세계크루즈 시장의 발전전망을 분석한다. 특히 세계 크루즈 시장 발전전망은 향후 우리나라 크루즈선사 진출과 관련하여 특별한 의미가 있는 부분이다. 제3장 ‘주요국의 크루즈 시장환경 및 정책 분석’에서는 일본, 싱가포르, 호주 등의 크루즈 공급 및 수요특성 즉 시장환경, 정부정책, 인프라를 고찰한다. 특히 이들 국가의 경험은 시장 후발주자인 우리나라의 정책수립에 시사

하는 바가 크다고 할 수 있다. 제4장 ‘우리나라 크루즈 관광산업 발전여건과 전망분석’은 우리나라 크루즈 관광산업 실태를 시장, 상품, 법 및 제도, 인프라 등의 측면에서 살펴보고, 크루즈 관광산업의 발전장애 요인도 분석했다. 그리고 우리나라 크루즈 관광 수요를 전망했다. 제5장 ‘크루즈 관광산업 육성 필요성과 정책목표’는 우리나라에서 크루즈 관광산업을 육성해야 하는 이유를 제시하고, 크루즈 관광산업의 정책방향을 제시하는 부분이다. 여기에서는 국내 크루즈 관광산업의 활성화와 동북아 크루즈 관광활성화를 통한 국제크루즈 시장 진출이 주요 목표로 제시되고 있다. 제6장 ‘우리나라 크루즈 관광산업 발전전략과 정책과제’는 본 연구의 핵심적인 부분으로 크루즈 관련 법·제도 정비방안, 크루즈 관련 조직 신설, 외국인 관광객 및 크루즈선사 유치, 크루즈 관광 상품 개발 및 크루즈선사 육성, 항만 등 기반시설 정비, 동북아 및 남북한 연계크루즈 개발, 동북아 크루즈모항으로의 개발 등을 위한 주요전략을 제시했다. 그리고 마지막의 제7장 ‘결론 및 정책제언’에는 본 연구의 결론과 정책제언을 수록했다. 특히 정책제언에서는 중앙정부 및 지자체의 역할을 구분하여 정책당국에서 활용하기 용이하도록 하게 위해 정리했다.

2) 선행연구와의 차별성

지금까지 크루즈에 관한 연구는 다양하게 이루어졌다. 석·박사 학위논문, 교수들의 연구논문, 중앙 및 지자체관련 연구기관의 보고서, 외국 크루즈 관련 단체의 보고서 등이 이에 해당한다. 그러나 국내에서 발표된 그 동안의 연구는 주로 크루즈 관광 상품개발 또는 시장개발에 초점을 두거나, 크루즈 전용 터미널 개발에 주안점을 둔 보고서가 상당수에 달한다.⁹⁾ 크루즈 관광산업의 구성

9) 한국관광연구원, 「동북아 4개국 연계 크루즈 관광상품 개발」, 한국관광공사, 1999 ; 이재근, “국내 크루즈 관광상품 개발방향에 관한 연구”, 「관광경영연구」, 제7권, 관광경영학회, 2003. 6 ; 하인수 · 전외술, “국내 크루즈 시장개발에 관한 연구-유통경로 및 촉진전략을 중심으로”, 「관광연구」, 대한관광경영학회, 2005 ; 한국해양대학교, 「크루즈 전용 터미널의 개발 방향과 해양관광산업의 발전 방안에 관한 연구」, 2002. ; 부산발전연구원, 「부산항 연안 크루즈 개발계획」, 부산광역시, 2003.

요소¹⁰⁾ 중 크루즈 선박공급자인 선사와 선박에 대한 분석이 부족하다는 한계가 있다.

크루즈 관광은 서비스산업의 일종으로 민간사업자의 수익이 있어야 활성화될 수 있음에도 불구하고 이에 대한 접근이 부족한 면이 없지 않았다. 즉 크루즈 관광산업의 발전가능성과 중요성을 국민경제적인 관점에서 분석하고, 민간의 입장에서 크루즈사업을 영위하는 데 문제가 되는 부분을 고려하여 발전방안을 제시한 연구가 부족했다.

따라서 우리나라 현실여건을 고려하여 크루즈 관광산업의 발전을 위한 정책방안을 정부 및 지자체, 민간의 입장에서 크루즈 사업을 전개하는 데 도움이 될 수 있는 방안을 종합적으로 제시한 연구가 시급한 실정이다. 이 연구는 크루즈 관광산업의 발전방안을 국민경제적인 입장에서 발전목표와 전략을 제시하고, 민간의 입장을 고려한 정책과제를 제시했다는 측면에서 기존의 연구와 차별성이 있다.

〈표 1-1〉 본 연구와 선행연구와의 차별성

구 분	선행연구와의 차별성		
	연구목적	연구방법	주요 연구내용
주요 선행 연구	1 -과제명: 크루즈 전용 터미널의 개발 방향과 해양관광산업의 발전 방향에 관한 연구 -연구자(연도): 해양대(2002) -연구목적: 크루즈 관광산업의 발전에 대비한 크루즈 전용 터미널 개발 및 해양관광사업 발전방안 제시	-문헌분석 -통계분석 -설문 및 면담조사	-크루즈전용 터미널의 개발 방향과 해양관광산업의 발전 방향에 관한 연구 -크루즈 시장에 대한 기초적 고찰 -세계 크루즈 산업의 동향 -세계 주요 크루즈 터미널의 성공요인 -우리나라 크루즈터미널 개발여건분석

10) 크루즈 관광산업의 구성요소는 크루즈 시장수요자(여행객, 여행업체, 항공업체), 크루즈 선박공급자(선사), 크루즈 기항지(터미널, 관광상품, 해운대리점) 등으로 구성됨. 이경모, 「크루즈 관광산업의 이해」, 대왕사, 2004, p. 48.

				-크루즈 전용터미널 개발방향에 관한 고객조사 -국내 크루즈터미널 개발 우선순위 결정과 개발방향
	2	-과제명: 우리나라 해상관광산업 활성화 방안 -연구자(연도): 박태원(1995) -연구목적: 크루즈를 이용한 해상관광 활성화 방안 제시	-문헌분석 -통계분석 -설문 및 면담조사	-우리나라 해상관광산업의 현황 분석 -해상관광여건 분석 -세계 크루즈 관광산업의 구조분석 -관광유람선 운항 및 해상관광상품개발계획 -해상관광산업의 활성화 방안
	3	-과제명: 한중일 연계 오리엔트 크루즈사업의 기본추진방안 -연구자(연도): 한국관광연구원 박기홍(1998) -연구목적: 한중일을 연계한 크루즈사업 기본계획 제시	-문헌분석 -통계분석 -설문 및 면담조사	-세계 크루즈 관광산업 및 이용 현황 분석 -세계 크루즈 관광 수급전망 -오리엔트 크루즈 관광 사업추진 기본구상 -크루즈 관광 사업 추진을 위한 정책과제
본 연구		-과제명: 크루즈 관광산업 발전을 위한 기반조성 방안 -연구자(연도): 황진희(2006) -연구목적: 우리나라에서 크루즈 관광산업의 발전 필요성, 발전전망, 그리고 발전을 위한 전략과 정책과제를 제시 -기존 연구와의 차별성: 기존 연구는 대부분 외국의 크루즈 산업발전 동향과 전망을 주로 소개하거나, 또는 크루즈 상품 개발, 터미널 개발에 치중하고 있음. 크루즈를 공급하는 선사에 대한 연구가 부족함	-문헌 및 통계분석 -심층면담조사: 국내외 관련 업체 단체 면담 조사를 통해 현실적인 대안을 제시함 -공동연구수행: 한국문화관광정책연구원 등과 공동연구 수행으로 범정부적 공동의견 제시(해양부 및 문화관광부 의견)	-크루즈 관광산업 현황 및 전망 분석 -국내 크루즈 관광 현황분석 및 수요전망 -주요국의 크루즈 관광산업 관련 제도 및 인프라 조사 -크루즈 관광산업 발전을 위한 기반조성방안 -정책제언

3) 연구 방법

이 연구의 목적인 크루즈 관광산업 발전기반 조성방안을 모색하기 위해 다음과 같은 연구수행방법을 활용하였다.

첫째, 사회과학연구의 출발점인 선행연구 등 문헌분석(literature review)이다. 특히 크루즈 관광산업의 현황과 발전전망, 국민경제적 기여도 등을 분석하는데 선행연구를 최대한 활용하였다.

둘째, 우리나라 크루즈 관광수요 분석을 위해 통계분석을 실시하였다. 크루즈 수요는 선진국에서 사용하는 방식과 같이 전 세계 관광객 대비 크루즈 관광객을 비교하여 도출했고, 분석의 정확성을 제고하기 위해 일본의 사례와 비교했다.

셋째, 크루즈 관광산업관련 기관 및 업·단체의 방문을 통한 면담조사(interview)와 설문조사도 본 연구의 중요한 연구방법이다. 이 연구를 수행하는 동안 국회, 정부기관(해양수산부, 문화관광부), 지방자치단체(제주특별자치도, 부산광역시, 인천광역시, 경상남도, 평택시 등), 공사(한국관광공사, 부산항만공사, 인천항만공사, 경상남도개발공사), 대학(경기대, 경희대, 동국대, 용인대, 한영대 등), 국내 주요선사 및 크루즈선사대리점, 관련 연구소(문화관광정책연구원, 한국해사문제연구소) 등의 임직원, 교수, 연구원을 만나 우리나라 크루즈 관광산업의 문제점을 진단하고 정책방안을 토의하고 모색했다. 그리고 크루즈 관광산업의 발전방향을 모색하기 위해 관계 공무원, 임직원, 대학교수 등을 대상으로 설문조사를 실시했다.

넷째, 세미나, 정책토론회, 간담회 등도 크루즈 관광업계 및 관련기관의 의견을 파악하기 위해 활용한 연구방법이다. 본 연구와 관련하여 실시한 각종행사는 <표 1-2>와 같다. 이를 통해 각 기관 및 업체의 의견을 파악하고 또 연구에 반영했다.

다섯째, 국내외 전문 연구기관 또는 전문가와 협동연구를 실시했다. 동북아 크루즈 시장 발전전망 분석에는 일본의 「해사프레스」에서 「크루즈」 편집담당

전무를 맡고 있는 와카세 토시미(若勢敏美)씨가 참여했다. 그리고 국내의 크루즈 관광 수요전망에는 경기대학교와 문화관광정책연구원에서 참여했다.

〈표 1-2〉 「크루즈 관광산업 발전기반 조성방안 연구」 관련 행사내용

구 분	주제 또는 행사명 (주최)	일시 / 장소	비 고 (안전, 주제발표 및 참석기관 등)
KMI 정책 세미나	크루즈 관광기반 조성방안 (KMI)	2006. 4. 14 KMI 대회의실	○주제발표: 이경모 교수(경기대학교) ○참석기관: 해양수산부, 문화관광부, 한국관광공사, 한국문화관광정책연구원, 한국해양수산개발원, 경기대학교, 한국선주협회, 현대상선, 현대아산, 해성협운, 협성해운, 한국홀리데이 인터내셔널(주), 크루즈 인터내셔널, 투어마켓코리아, 썬타크루즈, 한국해사문제연구소
국회 정책 토론회	해양크루즈 관광활성화를 위한 정책토론회 (김성곤 의원)	2006. 5. 16 국회의원회관 소회의실	○주제발표 -전남의 섬관광정책과 크루즈 관광의 연계방안 (최오주, 전남도 관광국장) -해양관광활성화를 위한 크루즈 관광산업 기반 조성방안 및 법/제도적 지원(임봉구, 경남지역개발연구원) -크루즈 관광산업의 과제와 한반도 해양관광 혁신전략(김천중, 용인대학교) ○지정토론 -오필립 (크루즈 홀리데이 코리아) -황진희 (한국해양수산개발원) -김희수 (문화관광정책연구원) -심상진 (현대상선)
유관 기관 협의회	크루즈 관광 유관기관 협의회 (문화관광부)	2006.7.11 문화관광부 5층 회의실	○안전 -2006년 이후 크루즈 관련 각 기관 사업계획 협의 및 조율 -크루즈 관광진흥협의회 구성을 위한 협의 -업계 요구사항 공유 ○참석기관: 문화관광부, 해양수산부, 제주특별자치도, 부산광역시, 인천광역시, 전라남도, 평택시, 한국관광공사, 부산항만공사, 인천항만공사, 한국해양수산개발원, 문화관광정책연구원

워크숍	크루즈 관광산업 발전기반 조성을 위한 선상 워크숍	2006. 10. 21~22. 팬스타 드림호	○주제발표 -우리나라 크루즈 시장 발전전망(이경모 경기대 학교 교수) -국내 크루즈사업 성과와 발전전략-국내선사사 례(최재형 팬스타라인 이사) -우리나라 크루즈 관광산업 발전기반 조성을 위 한 정책방안(황진회 KMI 책임연구원) ○참석기관: 해양수산부, 제주특별자치도, 부산 광역시, 인천광역시, 한국관광공사, 부산항만 공사, 인천항만공사, 경남개발공사, 한국선주 협회, 한국해운조합, 유코 카 캐리어, 위동항 운, 혜성협운, 문화관광정책연구원, 해사신문
-----	-----------------------------------	-----------------------------	---

제2장

세계 크루즈 관광산업 현황과 전망

1. 크루즈 개념 및 크루즈 관광산업 발전과정

1) 크루즈 개념과 분류

(1) 크루즈의 정의

‘크루즈는 선박을 이용한 여행이다.’¹¹⁾ 단, 상업적 목적으로 이동하는 것이 아니라, 일상으로부터 벗어나 여가를 즐기기 위한 목적으로 선박을 이용하여 여행을 하는 것이다. 따라서 크루즈는 운송 서비스를 제공하는 선박, 숙박·음식의 서비스를 제공하는 호텔, 위락활동을 제공하는 리조트 및 관광의 개념을 공유하고 있다.

이에 따라 크루즈는 ‘운송보다 순수관광 목적의 여행으로 국내외 항만을 정기 또는 부정기적으로 운항하는 선박에서 다양한 등급의 숙박·음식 및 식당시설, 다양한 위락활동 등에 필요한 시설을 갖추고, 수준 높은 관광 서비스를 제공하면서 기항지를 안전하게 순항하는 여행’으로 정의할 수 있다.¹²⁾

구체적으로는 ‘100인 이상이 승선할 수 있는 선박에서 1박 이상의 여행일정으로 여가를 즐기는 것’을 크루즈라고 한다.¹³⁾

11) Marc Mancini, *Crusing: A Guide to the Cruise Line Industry*, 2nd edition, Thomson, 2004, p. 3.

12) 이경모, 「크루즈 관광산업의 이해」, 대왕사, 2004, pp. 28~33.

13) Wild and Dearing은 크루즈를 ‘the leisure activity of passengers paying for an itinerary (and, potentially, other services on board) that includes at least one night on board on a ship having a capacity of at least 100 passengers’ 로 설명함. Maria B. LEKAKOU, Athanasios A. PALLIS,

(2) 크루즈 선박의 차별성¹⁴⁾

크루즈 선박은 선박의 여러 종류 중에서 여객선(Passengers ships)의 한 종류로 정기여객선(혹은 페리), 유람선, 크루즈로 분류될 수 있다. 특히 크루즈 선박은 운항의 정기성, 객실의 등급수, 선박의 내부시설, 예약과 판매관리 및 승무원 구조에 있어 정기여객선(혹은 페리)과 확연한 차이를 나타낸다.

〈표 2-1〉 크루즈 선박과 정기여객선의 차이

구분	정기여객선	크루즈
운항의 정기성	• 정기 운항	• 부정기 운항(일부 정기 운항)
객실 등급	• 적은 등급	• 다양한 등급
선박 시설	• 최소한의 숙박·식사시설 중심	• 호텔 또는 리조트 수준의 다양한 편의시설
예약 관리	• 비교적 단순한 예약관리	• 복잡하고 장기적인 예약관리
승무원 서비스	• 승객안전과 운송 등 기본적인 서비스	• 승객활동을 중심으로 한 다양한 서비스 지향

자료 : 이경모, 「크루즈 관광산업의 이해」, 대왕사, 2004, p. 41.

(3) 크루즈의 분류¹⁵⁾

일반적으로 크루즈는 크루즈 항해 지역, 선박의 크기, 크루즈 성격 및 크루즈 목적에 따라 분류할 수 있다. 첫째, 항해 지역에 따라 해양크루즈(Ocean Cruise), 연안크루즈(Coastal Cruise) 및 하천크루즈(River Cruise)로 구분된다. 둘째, 선박 크기별로 소형 선박 크루즈(Small Ship Cruise, 2만 5,000GT 이하)

Maria N. PAPADOPOULOU, "Plain Cruising? The State of The Cruise Industry in Greece and EU Policy Developments", International Association of Maritime Economics (IAME) Conference 2005, p. 313.

14) 이경모, 상계서, 2004, pp. 40~41.

15) 이경모, 전계서, 2004, pp. 42~47.

는 일반적으로 승객을 500명 정도까지 수용, 중형 선박 크루즈(Mid-Size Ship Cruise, 2만 5,000~7만GT)는 승객 1,700명 규모를 수용, 대형 선박 크루즈(Large Ship Cruise, 7만~10만GT)는 승객 1,000명 이상을 수용, 그리고 초대형 선박 크루즈(Very Large Ship Cruise, 10만 GT이상)는 2,500명 이상의 승객을 수용할 수 있다.

셋째, 크루즈 성격, 즉 크루즈 유형과 선박 스타일에 따라서 ‘세계 크루즈 선주협회(Cruise Lines International Association, CLIA)’는 전통형(Value/Traditional), 최신 리조트형(Resort/Contemporary), 고급형(Premium), 호화형(Luxury), 특선행(Niche/Specialty)으로 분류하고 있다.

넷째, 크루즈 목적별로 관광 크루즈(Pleasure Cruise), 세미나 크루즈(Seminar Cruise) 및 테마 크루즈(Theme Cruise)로 분류된다. 특히 테마 크루즈의 경우, 오페라 크루즈(Opera Cruise), 판촉 크루즈(Sales Promotion Cruise), 상품발표회 크루즈(Product Launching Cruise) 등 다양하고 참신한 아이디어를 접목시킬 수 있는 크루즈 상품 개발이 가능하다. 일례로 서구의 크루즈선사들은 방문빈도가 낮은 극동지역 크루즈를 아시아체험 크루즈(Oriental Experience Cruise)라는 명칭으로 시행한 바 있다.

〈표 2-2〉 크루즈 분류

항해지역별	선박크기별	크루즈 성격별	크루즈 목적별
• 해양크루즈 • 연안크루즈 • 하천크루즈	• 소형 선박 크루즈 • 중형 선박 크루즈 • 대형 선박 크루즈 • 초대형 선박 크루즈	• 전통형 크루즈 • 리조트형 크루즈 • 고급형 크루즈 • 호화형 크루즈 • 특선행 크루즈	• 관광 크루즈 • 세미나 크루즈 • 테마 크루즈

자료 : 이경모, 「크루즈 관광산업의 이해」, 대왕사, 2004, p. 42.

2) 세계 크루즈 시장 형성 및 발전 과정

(1) 현대 크루즈 산업의 탄생 (the birth of Modern Cruising)¹⁶⁾

1958년 6월 최초의 상업용 제트 비행기(Jet Aircraft)가 출현하여 대서양 횡단 수단의 일대 혁명을 가져오게 되었다. 1958년은 항공보다 해상 여객수송이 많았던 마지막 해로 기록되고 있다. 특히 1970년대 초 보잉 747의 출현에 의해 1962년 100만 명 이상이었던 북대서양 횡단 해상 여객 수송실적이 1970년에는 25만 명으로 급격히 줄어들었다. 이러한 점보 비행기(Jumbo jet)의 상업적 성공에 따라 많은 여객 수송 선사(Passenger Liners)들은 채산성 악화와 도산을 맞게 되었다. 심지어 Cunard White Star Line사의 Queen Mary(80,774 Tons)호가 1967년 9월에 철수하였고, Queen Elizabeth(83,673 Tons)호¹⁷⁾마저도 1968년 10월에 마지막 대서양 항해(횡단)를 맞게 되었다.

생존을 위해 노력한 선사들은 대서양 횡단 서비스에 미 남쪽 해안, 즉 바하마 제도(The Bahamas)를 포함한 카리브 해(Caribbean Sea)를 거치는 일몰/일출 관광 여정을 혼합하게 되었다. 이것은 기존의 여객 사업의 대안으로 자리 잡았으며, 크루즈 관광의 시초가 되어 완전히 새로운 하나의 산업을 탄생시켰다.

(2) 현대 크루즈 산업의 발전 역사

크루즈 산업의 발전은 크루즈 선사의 인수 합병의 역사와 함께 그 규모가 점점 확대되어 왔다. 1963년에 최초로 Cunard Line사의 RMS Queen Elizabeth 호가 New York에서 West Indies로 실험적 크루즈 항해를 실시한 이후, 수 없이 많은 크루즈 선사들이 탄생, 소멸, 인수, 합병이 이루어졌다. 이러한 사실은 <표 2-3> 현대 크루즈 연대표에 잘 나타나 있다.

16) Douglas Ward, *Ocean Cruising & Cruise Ship 2005*, Berlitz, 2005, pp. 22~23.

17) Queen Elizabeth호는 1996년 이전까지 건조된 여객선 중에 최대 규모의 선박임.

〈표 2-3〉 현대 크루즈 연대표

연도	주요 이슈
1963	Cunard Line사의 RMS Queen Elizabeth호가 New York에서 West Indies로 실험적 크루즈 항해 실시
1965	Orient Steam Navigation Company가 P&O Group에 합병되고, Peninsular & Oriental Steam Navigation Company로 사명 변경. Princess Cruises사 설립 (Stanley B. McDonald)
1966	Black Sea Shipping Company사가 몬트리올과 레닌그라드 항해를 위해 1949년 이후 처음으로 Soviet 대서양 항해 서비스를 재개 Commdore Cruise Line사 설립 (Sanford Chobol)
1967	Cunard사의 Queen Mary호, 대서양 횡단 서비스 철수
1968	Cunard사의 Queen elizabeth호 철수 Boise Cascade씨, Princess Cruises 인수 후, 2년 후 원 주인인 Stanley씨가 되찾음
1969	Royal Caribbean Cruise Line(RCCL)사가 노르웨이 선사들(Norwegian shipping companies)의 컨소시엄에 의해 결성됨
1970	Royal Viking Line사 창설 (3명의 파트너에 의해) 독일의 Norddeutscher Lloyd사와 Hapag(Hamburg American Line)사가 Hapag-Lloyd로 합병
1971	Trafalgar House Investments사, Cunard Line사 인수 Royal Cruise Line 설립
1972	Carnival Cruise Lines 설립 (Ted Arison), 1척의 선박(Mardi Gras)으로 운영 개시
1974	P&O 그룹, Princess Cruises사 인수 NY/NJ 항만당국, 여객선 터미널(Passenger Ship Terminal) 운영 개시 Royal Cruise Line사의 처녀선인 Golden Odyssey호 도입 (425명의 승객 탑승, Boeing 747기와 동급)
1975	Princess Cruises사의 Island Princess호와 Pacific Princess호가 미국 TV 쇼 "The Love Boat" 방영을 통해 스타가 됨
1976	The Italian Line사, Lloyd Triestino사 대서양 여객 운항 중지
1977	World Explorer Cruises사 설립 (1척, Universe호) Holland America Line사, Monarch Cruise Lines사 흡수
1978	United States Cruises사 설립 (Richard Hadley씨)
1979	American Hawaii Cruises사 설립
1980	Sea Goddess Cruises사 설립 (Helge Naarstad씨) Denmark's United Steamship Company (DFAS)사가 Scandinavian World Cruises사를 설립하여 Miami에서 One-day 크루즈 서비스 개시

1981	미국의 입출항 금지(Embargo)에 따라 소련 등록 선박의 대서양 항해 서비스 중단 Astro Cruises사, 영국에서 설립
1982	영국 정부는 포클랜드 전쟁(Falkland war) 당시, 군대 이동을 위해 Cunard사의 Queen Elizabeth 2호, P&O Cruises사의 Canberra호를 용선함
1983	Premier Cruise Lines사 설립 Salen-Lindblad Cruising사의 Lindblad Explorer호는 4,790 마일(7,700 km)-Saint John's, Newfoundland, Point Barrow, Alaska-의 북서항로를 성공적으로 항해한 최 초의 크루즈 선박이 됨
1984	Sundance Cruises사 설립, 1척 (Sundancer호) 운항, Dolphin Cruise Line사, Premier cruise Lines사, Regency Cruises사 설립 (Stanley B. McDonald씨) Windstar Sail Cruises사, 상업적 항해 시대를 재개 Carnival Cruise Lines사, 최초로 미국 Network TV에 광고 게재
1985	Chandris Group of Companies, Fantasy Cruises 흡수, Chandris Fantasy Cruises사 (미국), Chandris Cruises사(영국)로 회사명 변경
1986	Signet Cruise Line사, 노르웨이에서 설립, 1998년에 Seabourn Cruise Line사로 명칭 변경Eastern Cruise Lines사, Western Cruise Lines사 및 Sundance Cruises사가 합병 하여 Admiral Cruises사 탄생 Cunard사, Sea Goddess Cruises사 흡수
1987	Carnival Cruise Lines사, 주식시장에 상장 Cunard사의 Queen Elizabeth 2호가 증기터빈에서 Diesel-electric power로 동력 장 치 변경, 이것은 해사 역사상 가장 큰 변화(엔진의 개조, Conversion) 중 하나임 Ocean Cruise Lines사, Pearl Cruises와 합병 Princess Cruises사, 약 500여 명의 영국 호텔 및 캐터링 노동조합 직원을 5척의 선 박에 고용
1988	Crystal Cruises사, NYK(Nippon Yusen Kaisha)사의 자회사로 설립 Royal Caribbean Cruise Line사, Admiral Cruises와 합병, Royal Admiral Cruises사 로 명명(그 후 Royal Caribbean Cruises사로 불림) Carnival Cruise Lines사, Holland America Line사의 육상 호텔, 운송 영업권 및 Windstar Cruises사를 포함하여 흡수함 Seabourn Cruise Line사의 처녀선인 Seabourn Pride호가 서비스 개시
1989	American Cruise Lines사, 도산 Chandris Group of Companies, Celebrity Cruises사 설립 발표 Renaissance Cruises 설립 (Fearnley & Eger) Panama Canal, 75주년 Lars-Eric Lindblad사의 Lindblad Travel Company 도산
1990	Starlite Cruises사 (Piraeus-based Lelakis Group 소속) 설립 Ocean Cruise Lines사, 프랑스의 대기업인 Accor사(Leisure company)가 매입

	Japan Cruise Line사, Orient Venus호를 가지고 일본 크루즈 시장에 진입 Gulf 전쟁 초기, 미국 정부는 작전 수행에 참여하는 공무원들의 휴식 센터로서 6개월 동안 Cunard Princess호를 용선
1991	Carnival Cruise Lines사, Seabourn Cruise Line사의 지분 25% 매입 Renaissance Cruises, 국제 투자자들에 의해 매각 Effjohn International사, Crown Cruise Line 매입 Seawind Cruise Line사, 크루즈선 운영 개시 Nippon Yusen Kaisha(NYK)사, Salen Lindblad Cruising사 매입
1992	Admiral Cruises사, 사업 중단 Carnival Cruise Lines사, 허리케인 Andrew에 의해 집을 잃은 승무원 600명이 머물 수 있도록 Mardi Gras호 투입 지원 Celebrity Cruise Lines, Inc.사, Chandris Group of Companies와 Overseas Shipholding Group(OSG)이 JV 협정 사인을 함으로써 탄생 프랑스 부동산, 레저 산업군의 Chargeurs사와 Accor사는 Costa Cruises사의 모기업인 Costa Crociere사의 지분 23%를 매입
1993	Carnival Cruise Lines사, Latin American Market을 겨냥하여 Fiesta Marina Cruises 상품을 출시했으나, 성공적이지 못함 George Poulides, Festival Cruises사 설립 SeaQuest Cruises사, 사업 중단
1994	Delta Queen Steamboat Company사, American Classic Voyages Company사로 사명 변경 (American Hawaii Cruises, Delta Queen Steamboat Company 소유) Cunard의 모회사인 Trafalgar House가 Royal Viking Line사의 사명에 대한 권리를 매입하는 협정에 사인함 Radisson Diamond Cruises사와 Seven Seas Cruise Line사가 합병하여 Radisson Seven Seas Cruises사 탄생 Star Cruises사 설립
1995	영국의 Airtours사, Norwegian Cruise Line사의 Southward호와 Royal Caribbean Cruise사로부터 Nordic Prince호 매입
1996	Norwegian Cruise Line사와 Royal Cruise Line사의 모기업인 Kloster Cruise사가 Royal Cruise Line사 사업 부문을 종결 선언 Baltic Line사와 Sunshine Cruise Lines사, 크루즈 운영 중단
1997	Hapag-Lloyd사, Hanseatic Tours사 인수 Carnival Corporation사와 Airtours사가 공동으로 Costa Cruises사 지분 매입 Royal Caribbean International사가 13억 달러에 Celebrity Cruises사 인수
1998	호주, 카보티지(Cabotage) 폐지하여 국제 크루즈선 호주 입항 및 영업 가능 'Carnival Corporation사 등의 컨소시엄' 이 5억 달러에 Cunard사 매입

1999	Crown Cruise Line사, Commodore Cruise Line사의 고품격 서비스 사업부문으로 영업 재개
2000	Star Cruises, Carnival Corporation사가 보유한 지분을 매입함으로써, Orient Lines사를 포함한 Norwegian Cruise Line사의 경영권 확보 P&O Group, 크루즈 사업을 나머지 타 사업과 별도로 분리, 핵심사업부로 운영하여 Aida Cruises, P&O Cruises, P&O Cruises(Australia), Princess Cruises로 4개 사업부문으로 관리 Carnival Corporation사, Costa Cruises사를 100% 소유
2001	스페인의 Pullmantour사는 2척의 크루즈선(Oceanic, Seawind Crown)을 매입하여 스페인 언어권 시장에 투입 Carnival Corporation사, 영국 Airtours사에 25.1%의 지분 매각 Renaissance Cruises사, 9/11 테러 이후 영업 중단되고, 연이어 American Hawaii Cruises사, United States Lines사 및 Delta Queen Coastal Cruises사 모두 운영 중단
2002	Valtur Tourism사, 크루즈 사업 중단
2003	Carnival Corporation사, P&O Princess Cruises사 합병으로 세계 최대 크루즈 선사로 등장, 총 60척의 크루즈선과 13개 브랜드 확보 Oceania Cruises사 설립 (크루즈선 2척) Regal Cruises사 사업 중단 Mauritius Island Cruises사 설립 (크루즈선 2척)
2004	Festival Cruises사, 부도 Royal Olympia Cruises사도 할인상품시장 등장과 높은 선박 및 운영비용으로 인해 부도의 위기에 처했으나 회생
2005	Sun Cruises(My Travel)사, 운영 중단하고 3척의 크루즈선 매각

자료 : Douglas Ward, *Ocean Cruising & Cruise Ships 2005*, Berlitz, 2005, pp. 26~29.

2. 세계 크루즈 시장 현황과 특성 분석

1) 세계 크루즈 관광객 추이

세계 크루즈 관광객 추이를 <표 2-4>에서 살펴보면, 크루즈 관광시장은 북미, 유럽 지역을 중심으로 형성되어 있음을 알 수 있다. 북미와 영국 시장은 약 10%대의 안정적 성장세를 보이는 반면, 일본을 포함한 아시아 시장은 오히려 축소되고 있다. 아시아 시장과는 대조적으로 호주를 중심으로 한 오세아니

아 시장은 최근 30%에 육박하는 높은 성장률을 보이며 남미 등과 함께 새로운 크루즈 시장으로 성장하고 있다.

〈표 2-4〉 세계 크루즈 관광객 추이

구분	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	연평균성장률 (2001~2004)
북미	6,906,000	7,470,000	8,195,000	9,107,000	9,670,000	9.7 %
유럽 (영국)	1,906,000 (776,000)	2,120,000 (824,000)	2,672,000 (963,000)	2,793,000 (1,029,000)	3,216,000 (1,071,000)	13.6 % (9.9 %)
아시아 (일본)	800,000 (200,000)	820,000 (220,000)	700,000 (200,000)	650,000 (200,000)	N.A.	-6.7 % (0.0 %)
오세아니아	75,000	116,000	154,000	158,000	N.A.	28.2 %
기타 (남미 등)	505,000	672,000	620,000	655,000	N.A.	9.1 %
합계	10,192,000	11,198,000	12,340,000	13,383,000	14,400,000	9.5 %

주 : 크루즈 관광객 수는 Ocean Cruise 대상임.

자료 : 1) 2001~2004년 자료 : Tony Peisley, *The Future of Cruising - Boom or Bust? A Worldwide Analysis to 2015*, Seatrade Communications Ltd., 2006, p. 109.

2) 2005년 자료 : Passenger Shipping Association, *Annual Cruise Review : Discover Cruises*, May 2006.

2001~2004년 기간 동안에 세계 크루즈 관광객의 연평균 성장률(CAGR : Compounded Annual Growth Rate)은 9.5%로 세계 관광객 연평균 성장률 3.9%보다 2배 이상 높다.¹⁸⁾¹⁹⁾ 또한 2005년 실적은 1,440만 명으로 2004년 대비 7.5%의 성장을 보였고, 지역적으로 북미시장이 967만 명, 영국이 107만 1천 명, 나머지 유럽이 214만 5천 명을 기록하였다.²⁰⁾ 이는 2001~2004년의 성장률에 비해 낮은 편이지만, 부분적으로 공급의 부족에 기인한 것으로 향후 점차적으로 개선될 것이다. 즉 크루즈 선박의 추가 공급에 따라 전체 시장 성장

18) WTO, *Tourism Highlights 2005 Edition*, 2006.

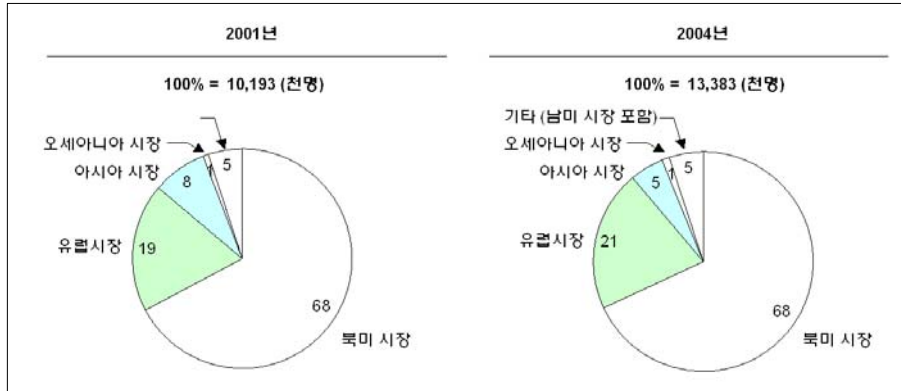
19) 세계 관광객 수는 도착 기준(International Tourist Arrivals)으로 2001년 6억 8,000만 명에서 2004년 7억 6,300만 명으로 나타남.

20) Passenger Shipping Association, *Annual Cruise Review : Discover Cruises*, May, 2006.

은 강세를 유지할 것으로 보인다.²¹⁾

〈그림 2-1〉 세계 권역별 크루즈(Ocean Cruise) 시장점유율 변화

단위 : %



자료 : Tony Peisley, *The Future of Cruising - Boom or Bust? A Worldwide Analysis to 2015*, Seatrade Communications Ltd., 2006, p. 109.

Randall Travel Marketing사의 2006년 Top 10 관광 트렌드 보고서²²⁾에 따르면, 레저 성향이 강한 여행자들의 46%가 크루즈 관광 여행에 관심이 있는 것으로 밝히고 있다. 또한 이 보고서는 CLIA 보고서를 인용하여 크루즈 관광 수요는 지속적으로 증가할 것이고, 향후 3년 안에 대략 3,000만 명이 크루즈 관광을 이용할 것으로 예상하고 있다. 특히 크루즈 선사들은 젊은 층이나 가족 등 좀 더 넓은 틈새시장에 대한 공략을 펼치고 있다고 설명한다. 왜냐하면 2004년에 100만 명 이상의 18세 이하 어린이, 청소년층이 그들의 가족과 함께 크루즈를 경험하였고, 2005년 Carnival 크루즈 선사는 과거 8년 동안 300% 증가한 약 50만 명의 어린이 고객을 유치하였기 때문이다. 〈그림 2-2〉에서 북미 시장의 예를 들면, 40~60세 사이는 ‘아이들을 가진 가족(family with children)’

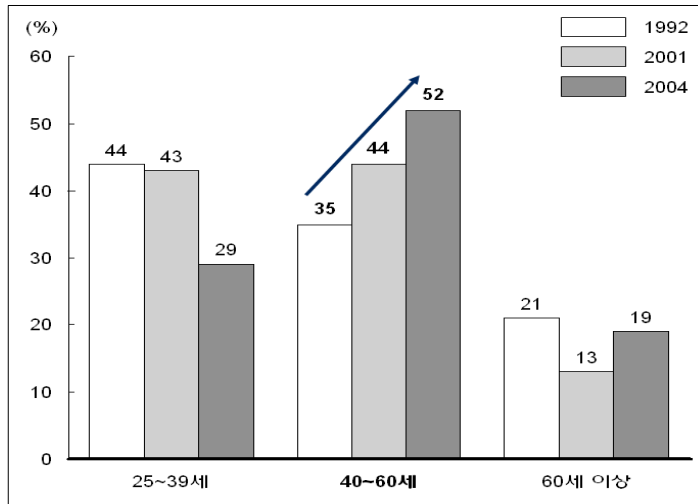
21) Tony Peisley, *The Future of Cruising - Boom or Bust? A Worldwide Analysis to 2015*, Seatrade Communications Ltd., 2006, p. 109.

22) Randall Travel Marketing, Inc., *Top Ten Travel and Tourism Trend for 2006 : Summary*, 2006, p. 4.

을 포함하는 범주로서 그 비중이 1992년 35%에서 2004년에 52%까지 지속적으로 증가하고 있음을 알 수 있다.

〈그림 2-2〉 북미 크루즈 시장의 연령별 분포 변화

단위 : %



주 : ‘40~60세’ 범주는 아이들과 함께하는 가족 단위의 크루즈를 포함함(the 40~59 year old sector, including families with children).

자료 : Ocean Shipping Consultants, *The World Cruise Shipping Industry to 2020*, 2005, p.188

2) 북미 크루즈 시장

(1) 북미 크루즈 시장 동향

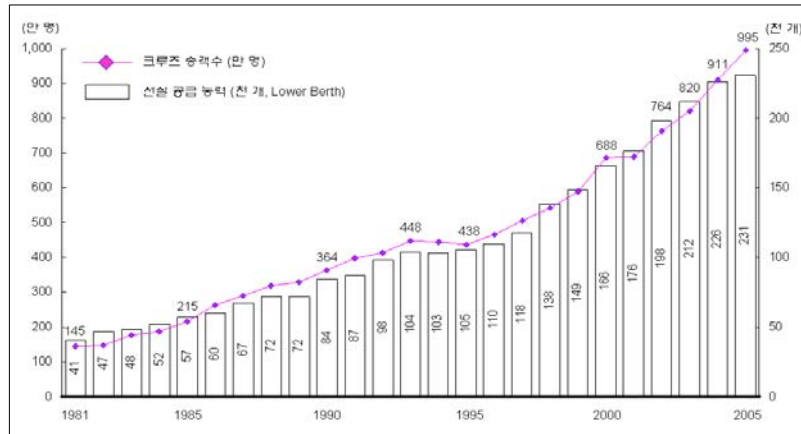
세계 크루즈 시장을 주도하는 북미시장은 뉴밀레니엄(New Millenium) 이후 2001~2002년 사이에 ‘9/11 사건’ 등을 계기로 잠시 주춤하였으나, 그 후 10%대의 높은 성장세를 나타내고 있다.

〈그림 2-3〉에서 북미 시장의 크루즈 수요와 선실 공급 현황을 연도별로 살펴보면, 1981~2005년 사이에 연평균 증가율이 수요가 8.4%로 공급 7.5%보다

높다. 특히 2001~2005년 사이에는 수요 9.6%, 공급 7.0%로 크루즈 선실의 공급이 수요를 따라가지 못하고 있는 실정이다. 결국 세계 크루즈 시장의 약 70%를 차지하는 미국 시장에서 공급 부족이 발생함으로써 세계 크루즈 시장의 최근 증가세가 약보합세로 둔화되었다고 분석되어진다.

〈그림 2-3〉 북미 크루즈 시장의 수요 및 공급 추세

단위 : 만 명, 천 개

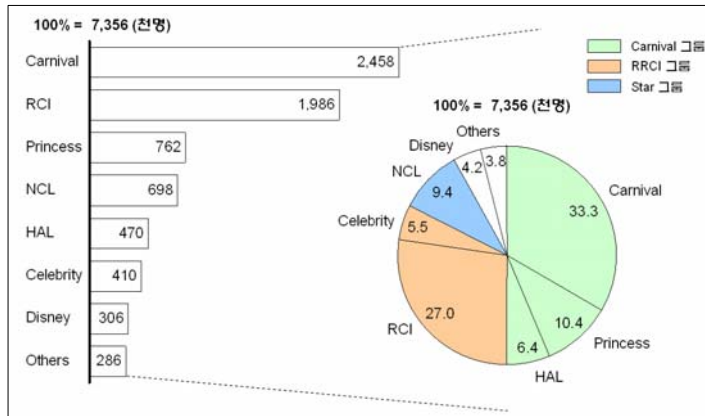


주 : 2005년 승객수는 추정치임.

자료 : Tony Peisley, *The Future of Cruising - Boom or Bust? A Worldwide Analysis to 2015*, Seatrade Communications Ltd., 2006, p. 110 ; 이경모, 「크루즈 산업의 이해」, 2004, p. 119.

북미 시장의 크루즈 선사 점유율은 〈그림 2-4〉에 보듯이, Carnival 그룹(Carnival, Princess, HAL)이 50.0%, RCCL 그룹(RCI, Celebrity)이 32.5%를 차지하며 시장을 주도하고 있다. 시장 점유율 80%를 넘는 이들 선사 그룹은 수직 통합(Horizontal Integration)을 통해 규모의 경제를 달성한 북미 시장의 대표적인 크루즈 선사 그룹이다. 또한 아시아 시장에서 주도적인 역할을 하는 Star 그룹(NCL)이 9.4%, 유명한 Disney 그룹을 모회사로 둔 Disney Cruises사가 4.2%의 점유율로 시장에 참여하고 있다.

〈그림 2-4〉 북미 크루즈 시장의 크루즈 선사 점유율

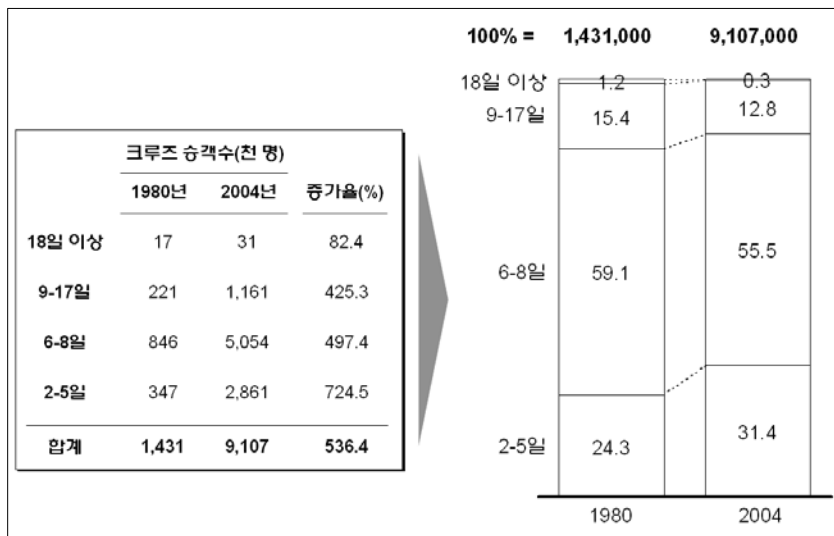


주 : Carnival은 Carnival Cruise Lines, RCCL은 Royal Caribbean Cruise Ltd., RCI는 Royal Caribbean International, NCL은 Norwegian Cruise Line, HAL은 Holland America Line, Disney는 Disney Cruise Line사의 약자임.

자료 : Tony Peisley, *The Future of Cruising - Boom or Bust? A Worldwide Analysis to 2015*, Seatrade Communications Ltd., 2006, p. 120 ; 내부 분석.

〈그림 2-5〉는 북미 크루즈 시장에서 관광객들의 크루즈 선호가 장기 크루즈에서 점점 단기 크루즈로 바뀌고 있음을 시사한다. 1980~2004년 사이, 가장 선호하는 기간의 상품은 ‘6~8일’이지만, 가장 증가율이 높은 상품은 ‘2~5일’로 1980년에 24.3%, 2004년 31.4%를 기록하여 7.1% 포인트 상승하였다. 즉, 북미의 짧은 휴가 특성으로 인해 북미 크루즈 산업은 ‘2~5일’ 크루즈 상품이 가장 높은 성장을 보이게 된 셈이다.

〈그림 2-5〉 크루즈 이용 기간별 이용객 비중 비교



자료 : CLIA, *The Overview Spring 2005*, 2005, p. 3.

(2) 북미 크루즈 시장 주요 기항지

북미 크루즈 시장의 주요 기항지 분포를 살펴보면 〈표 2-5〉에서 보듯이 매년 크게 변화하지 않고 있다. 북미 시장에서 기항지로서 부동의 1순위는 카리브 해/바하마 지역으로 최근 5년간 전체의 약 45% 비중을 차지하며, 그 뒤로 지중해, 알래스카, 서부 멕시코, 유럽 등의 순이다. 상위 5개 기항 지역은 전체의 82%를 차지할 만큼 절대적인 비중을 차지하고 있다.

다만 서부 멕시코의 리비에라(Riviera) 지역이 기항지로 2001년 2% 미만에서 2005년 약 7.5%로 성장한 것이 주목할 만하다.

〈표 2-5〉 북미 크루즈 시장의 기항지 분포 (2001~2005년)

지역(Destination)	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	증가율('05/ '04)
카리브 해/바하마	44.53	46.58	45.71	45.11	46.38	2.74
지중해	12.67	10.22	11.53	12.55	12.59	0.31
알래스카	7.89	7.95	7.45	7.65	8.30	8.51
서부 멕시코 (Riviera)	1.96	5.33	4.80	6.24	7.45	19.31
유럽/스칸디나비아	8.12	10.89	10.92	9.78	7.14	-26.96
파나마 운하	4.02	3.29	3.94	3.79	3.52	-7.23
하와이	2.61	2.99	2.76	3.40	3.76	10.57
캐나다/뉴잉글랜드	1.91	1.81	1.56	1.93	1.52	-21.12
버뮤다	2.13	1.93	2.09	1.71	1.72	0.35
남미/남극	2.47	2.31	2.49	1.59	2.03	19.92
세계일주	1.03	0.91	0.53	0.60	0.60	0.49
아시아	1.08	1.11	0.48	0.55	0.91	67.11
기타	9.58	4.68	5.74	5.10	5.36	N/A
전체	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	-

자료 : Tony Peisley, *The Future of Cruising - Boom or Bust? A Worldwide Analysis to 2015*, Seatrade Communications Ltd., 2006, p. 116.

(3) 북미 크루즈 시장 주요 모항지

북미 크루즈 시장의 모항지(Home Port, 2004~2005년)는 총 13개 항으로 Miami, Port Everglades(Fort Lauderdale), Port Canaveral, Tampa, Jacksonville, New Orleans, Galveston, Los Angeles, San Francisco, San Diego, Seattle, Boston, New York, Vancouver항이 시장을 주도하고 있다. 총 터미널 수는 46개며 10개가 추가로 건설 및 계획 중이고, 20여 이용선사에 선박 척수 규모는 114척, 객실수 20만 513개로 세계 최대 규모를 자랑한다. 세계 크루즈 관광산업의 수도(Cruise Capital of the world)로 불리는 Miami를 비롯하여 주요 항만의 개요는 아래 〈표 2-6〉에서 설명한다.

〈표 2-6〉 북미 크루즈 모항지별 주요 특성

단위 : 개, 척, 만 명

구 분	터미널 수	이용 선사	척수	객실수	주요 특징
North America 전체	46(+10)	20	114	200,514	
Miami	10(+2)	Carnival	6	13,734	- 전통적인 세계 최대 크루즈 모항지
		NCL	2	3,684	
		RCI	5	13,868	
		소계 (3)	13	31,286	
Port Everglades (Fort lauderdale)	11(+1)	Celebrity	3	5,854	- 세계 최대의 크루즈모항지로 급부상
		Costa	2	4,228	
		HAL	7	9,996	
		Imperial Majesty	1	904	
		MSC	1	1,526	
		SeaEscape	1	348	
		RCI	1	1,958	
		Princess	5	11,162	
		Radisson Seven Seas	2	1,218	
		Seabourn	1	200	
		소계 (10)	24	37,394	
Port Canaveral	6(+2)	Carnival	2	5,022	
		Celebrity	1	1,354	
		Disney	2	3,508	
		RCI	2	5,414	
		소계 (4)	7	15,298	
Tampa	3	Carnival	2	4,080	
		Celebrity Cruises	1	1,354	
		HAL	1	1,214	
		RCI	1	1,600	
		소계 (4)	5	8,248	
Jacksonville	1	Carnival	3	5,116	
		Celebrity Cruises	1	1,374	
		소계 (2)	4	6,490	
New Orleans	2(+1)	Carnival	4	8,580	
		Delta Queen	2	588	
		NCL	1	1,742	
		RCI	2	3,956	
		소계 (4)	9	14,866	
Galveston	2	Carnival	1	1,486	
		Circle Line	1	264	
		RCI	1	1,804	
		소계 (3)	3	3,554	

Los Angeles/ Long Beach	2/ 1	Carnival	3	6,204	
		NCL	1	2,240	
		Princess	2	3,564	
		Radisson Seven Seas	1	732	
		RCI	1	1,998	
		소계 (5)	8	14,738	
San Francisco	1(+3)	Celebrity	1	1,896	
		Cruise West	1	102	
		Crystal	1	940	
		Holiday Kreuz	1	722	
		Princess	1	1,590	
		소계 (5)	5	5,250	
San Diego	1	HAL	2	2,532	
		RCI	1	1,804	
		소계 (2)	3	4,336	
Seattle	2	Cruise West	2	174	
		HAL	2	3,298	
		NCL	3	5,948	
		Princess	2	5,348	
		RCI	1	2,100	
		소계 (5)	10	16,868	
Boston	1 (Black Falcon)	HAL	1	1,266	
		NCL	1	1,462	
		RCI	1	2,100	
		소계 (3)	3	4,828	
New York	1(+1)	Celebrity	1	1,848	
		Cunard	2	4,174	
		Orient Line	1	1,052	
		NCL	1	2,256	
		RCI	2	5,238	
		소계 (5)	7	14,568	
Vancouver	2	Carnival	1	2,123	
		Celebrity	2	3,934	
		HAL	5	6,678	
		NCL	1	1,936	
		Princess	3	6,018	
		RCI	1	2,100	
		소계 (6)	13	22,789	

주 : 객실 수는 Vessel Capacity로서 Lower berths를 의미함.

자료 : Ocean Shipping Consultants, *The World Cruise Shipping Industry to 2020*, 2005.

또한 북미 시장과 중첩되거나 근접해 있는 카리브 해와 중남미 크루즈 시장은 San Juan, Santos항을 모항지로 하여 카리브 해에 7개 선사, 중남미 지역에 2개 선사가 영업 중이다(〈표 2-7〉 참조). 이들 선사의 총 크루즈 선대는 13척이고, 2만 2,259개의 객실을 제공하고 있다. 이 중 세계에서 기항지로 가장 매력을 지니고 있는 카리브 해에서 운영하는 선대가 10척에 1만 9,844개의 객실을 제공하여 약 90%를 차지하고 있다.

〈표 2-7〉 카리브 해 및 중남미 크루즈 모항지별 주요 특성

구분	터미널	이용 선사	척수	객실	주요 특징
Caribbean and Central / Southern America		9	13	22,259	
San Juan (카리브 해)	N/A	Carnival	2	4,128	-카리브 해 크루즈의 기항지로서 더욱 유명함 -2004년, 130만 명
		Celebrity	3	7,968	
		NCL	1	2,022	
		Princess	1	2,022	
		Radisson Seven Seas	1	354	
		RCI	1	3,138	
		Seabourn	1	212	
		소계 (7)	10	19,844	
Santos (브라질)	(1)	Arcalia Shipping	1	583	-신흥 크루즈 시장
		Costa Cruises	2	1,832	
		소계 (2)	3	2,415	

자료 : Ocean Shipping Consultants, *The World Cruise Shipping Industry to 2020*, 2005.

3) 유럽 크루즈 시장

(1) 유럽 크루즈 시장 개요

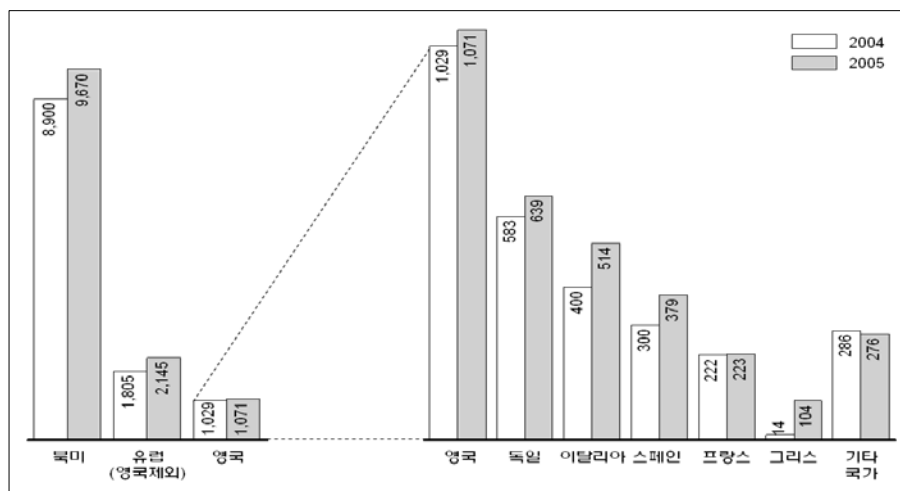
세계 크루즈 시장의 약 20%를 차지하는 유럽 크루즈 시장은 주로 영국을 비롯하여 독일, 이탈리아, 스페인, 프랑스, 그리스 등으로 형성되어 있다. 2005년

320만 명의 크루즈 관광객 실적을 기록하였으며, 영국이 2004년 이후 2005년에도 100만 명 이상의 실적을 보이고 있다.

유럽 제2의 크루즈 시장으로 불리는 독일의 경우, 2005년 64만 명을 기록하였고, 이탈리아 51만 4천 명, 스페인 38만 명, 프랑스 22만 3천 명, 그리스 10만 4천 명, 그리고 기타 국가들이 27만 6천 명 수준을 보이고 있다. 특히 2004년 대비 영국, 프랑스가 4~5%의 증가율을 보인 반면, 독일 10%, 이탈리아 29%, 스페인 26%, 그리스 643% 등 크루즈 관광 증가율이 높게 나타나고 있다.

〈그림 2-6〉 유럽 크루즈 시장 및 관광객 실적

단위 : 천 명



자료 : Passenger Shipping Association, *Annual Cruise Review : Discover Cruises*, May 2006.

유럽 크루즈 시장의 모항지는 〈표 2-8〉에서 보듯이, 총 9개 항으로 그리스의 Athens/Piraeus, 키프로스의 Limassol(Cyprus), 이탈리아의 Genoa, Venice, Civitavecchia(Rome), Savona, 스페인의 Barcelona, Palma, 영국의 Southampton으로 분포되어 있다. 총 27개 대/중소형 선사가 영업 중이며, 58척의 크루즈 선대에서 62,871개의 객실을 제공하고 있다.

〈표 2-8〉 유럽 크루즈 모항지별 주요 특성 (2004/2005)

단위 : 개, 척, 만 명

구 분	터미널	이용 선사	척	객실수	주요 특징
유럽전체			58	62,871	
Piraeus (Athens, Greece)		Swan Hellenic	1	335	• 지중해의 중심 크루즈항 • 연간 약 800만 페리선, 13만 크루즈 승객
		Golden star	1	576	
		Hansa Kreuz.	1	297	
		R.O.C	4	2,284	
		Star Clippers	1	170	
		소계 (5)	8	3,662	
Limassol (Cypriot port, Cyprus)		Louis Cruise Line	3	1,641	• 13개 선석 개발 Master Plan 이 자금 부족으로 지연 • 2004년, 22만 명 실적
		Magic Cruise Line	1	500	
		소계 (2)	4	2,141	
Genoa (Italy)	2	Costa Cruises	4	5,588	
		MSC	4	4,063	
		Phoenix	2	1,416	
		R.O.C	1	362	
		소계 (4)	11	11,429	
Venice (Italy)		Costa Cruises	1	1,928	
		Deilmann	1	470	
		Elegant Cruises	1	56	
		Pullmantur	1	702	
		Seabourn	1	200	
		소계 (5)	5	3,356	
Civitavecchia (Rome, Italy)		Celebrity	1	2,038	
		Costa Cruises	1	1,022	
		Radisson Seven Seas	1	354	
		Seabourn	1	212	
		소계 (5)	4	3,626	
Savona (Italy)		Costa Cruises	5	8,240	• Costa사, 터미널 운영권 인수로 크루즈 승객 급증 • 2004년, 약 53만 명
		소계 (1)	5	8,240	
Barcelona (Spain)	4	Celebrity	1	2,038	• 2005년 초, Costa사에 105만 달러 크루즈터미널 개발 승인
		Pullmantur	2	1,758	
		Orient	1	848	
		P&O	1	2,022	

		Princess	1	2,592	• 2003년에 717척, 105만 명 실적, 2005년 120만 명 예상
		RCI	2	3,904	
		소계 (6)	17	22,710	
Palma (Spain)		Island Cruise	1	1,512	• 2003년, 74만 명
		Ocean Village	1	1,500	
		Aida Cruises	1	1,266	
		소계 (3)	3	4,278	
Southampton (England, UK)	3	Cunard	3	4,780	• 2004년, 50만 명 예상
		P&O	3	5,660	
		Fred Olsen	2	1,195	
		Holiday Kreuz.	1	722	
		Saga	1	620	
		소계 (5)	10	12,977	

자료 : Ocean Shipping Consultants, *The World Cruise Shipping Industry to 2020*, 2005, pp. 118~125.

(2) 영국(United of Kingdom) 크루즈 시장

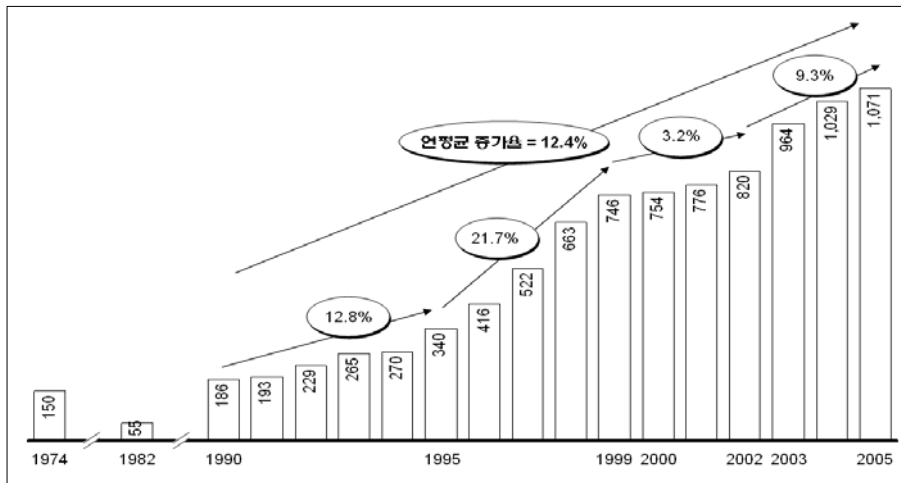
세계 제 2의 크루즈 시장이자, 유럽 최대의 크루즈 시장인 영국의 경우, <그림 2-7>에서 보듯이 1990년 이후 2005년까지 연평균 12.4%의 지속적인 성장세를 보이고, 특히 1995~1999년 사이에는 21%.7%의 고속 성장을 이루었다. 그 후 2002년까지 성장세가 주춤하다가 2002년 이후부터 다시 9.3%의 높은 성장률을 기록하였다.

영국 크루즈 시장의 특징 중 하나는 공급이 증가하면서 여행업체에 의해 시장이 주도되었다는 점이다. 대표적인 예로 2001년 My Travel 그룹으로 편입된 Airtours PLC사의 경우 P&O 선사의 Oriana호를 이용해 영국의 시장 수요만을 겨냥하면서 수요 개발의 촉매제 역할을 한 바 있다. 게다가 영국 크루즈 시장은 수직적으로 통합된 여행업체들로 인해 경쟁적인 크루즈 요금을 유지할 수 있었다는 점이다. Airtours, Saga, Thomson 및 Frist Choice사 등과 같은 영국의 대형 여행업체들은 수직통합을 통해 여행 도매업체/소매업체, 호텔, 전세항공사 및 크루즈 선사를 소유하고 있어 기존의 크루즈 선사와 경쟁이 가능한 낮은 수준의 판매요금을 유지했던 것이다.²³⁾

23) 이경모, 전게서, 2004, p. 124.

〈그림 2-7〉 영국 크루즈 시장의 수요 추세

단위 : 천 명, %



자료 : Tony Peisley, *The Future of Cruising - Boom or Bust? A Worldwide Analysis to 2015*, Seatrade Communications Ltd., 2006, p. 122 ; Passenger Shipping Association, *Annual Cruise Review : Discover Cruises*, May 2006.

영국 크루즈 시장을 주도하는 리딩 선사는 ‘Carnival UK 그룹’으로 P&O Cruises, Princess Cruises, Cunard Line, Ocean Village Holidays, Swan Hellenic, Seabourn, Costa Cruises, Carnival Cruise Lines(CCL), Holland America Lines(HAL), Windstar Cruises사 등이 2004년 기준으로 약 50%의 점유율을 차지하고 있다.²⁴⁾

〈그림 2-8〉은 영국 크루즈 시장의 기항지별 이용객 분포를 영국 항만을 이용한 관광객(Ex-UK)과 항공을 이용하여 출항지에 가서 크루즈를 이용하는 플라이크루즈 관광객(Flycruise)으로 구분하여 살펴보았다. 전체적으로 2004년 대비 영국 항만에서 출항하는 Ex-UK 관광객이 28% 증가한 반면, Flycruise 관광객은 6% 감소하였다.

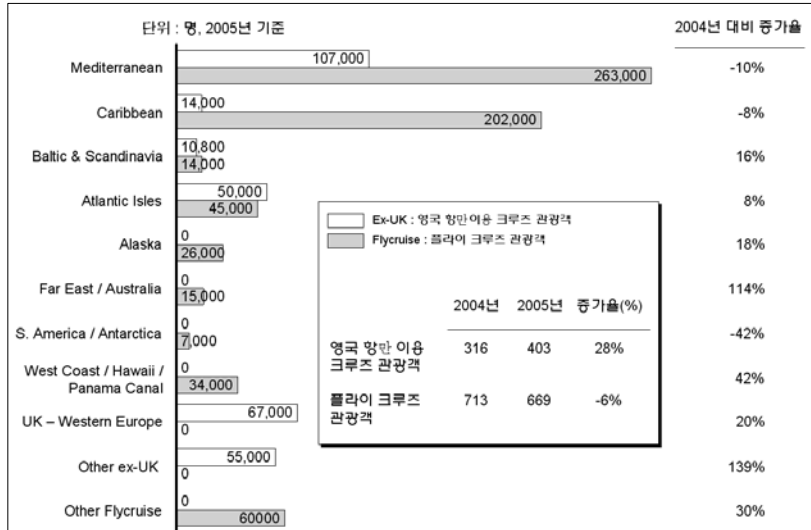
Ex-UK 관광객의 가장 매력적인 기항지로는 지중해(Mediterranean)로서 2005년 10만 7,000명이 이용하였고, Flycruise 관광객의 경우도 지중해

24) Tony Peisley, 전계서, 2006, pp. 121~122.

(Mediterranean)가 1위로 26만 3,000명, 2위로 대서양을 횡단해야 하는 카리브 해(Caribbean)가 20만 2,000명을 기록하였다.

〈그림 2-8〉 영국 크루즈 시장의 기항지(Destination)별 이용객 분포

단위 : 명, %



자료 : Passenger Shipping Association, *Annual Cruise Review : Discover Cruises*, May 2006.

4) 아시아 크루즈 시장²⁵⁾

세계관광기구(UN WTO)의 2003년판 보고서에 따르면, 아시아-태평양지역 크루즈수요는 유럽시장과 상이한 인구통계학적 특성을 지니며 행동과 선호에 있어서도 다른 모습을 보이고 있다.

동남아 크루즈 시장의 수요 성장에 많은 영향을 미친 싱가포르의 스타크루즈 뿐만 아니라 다양한 크루즈선사가 이용하는 동남아의 크루즈 거점항으로 성장하였다. 싱가포르는 1998년 1,380만 달러를 투자하여 싱가포르 크루즈센

25) 이 부분은 일본의 「해사프레스」에서 「크루즈」 편집진무를 맡고 있는 와카세 토시미(若勢敏美)씨가 집필한 내용으로 본 연구진이 수정·보완했음.

터(SCC; Singapore Cruise Centre)를 건설한 이후 대형선박의 정박이 가능한 선석을 포함하여 3개의 선석을 크루즈 선박용으로 할당하고 있으며, 2005년에 63만 5천명이 이용하였고, 공해상 크루즈를 포함하면 연간 100만 명 이상이 이용하는 터미널로 성장하였다(Pisley, 2006).

극동아시아 지역 크루즈 시장에서 중요한 지역 중 하나는 일본이라고 할 수 있다. 일본은 싱가포르를 중심으로 한 동남아시아 크루즈보다 오랜 크루즈 역사를 지니고 있으며, 관광크루즈(pleasure cruise)와 세미나크루즈(seminar cruise)²⁶⁾가 혼합되어 운영되는 독특한 형태를 지니고 있다. 일본은 이미 1970년대 초부터 일본인을 대상으로 하는 크루즈사업이 시작되어 현재는 미쯔이상선(三井商船; Mitsui O.S.K. Passenger Lines), 일본크루즈객선주식회사(JCL; Japan Cruise Lines) 및 니뽀유센가이샤(NYK; Nippon Yusen Kaisha) 등 3개의 주요 크루즈 선사에서 5척의 크루즈 선박을 운영하고 있다. 이들은 모두 일본 승객 중심의 운항을 하고 있으며, 관광크루즈와 세미나크루즈가 혼합된 형태로 운영하고 있다.

아시아-오세아니아 지역의 주요 모항지(Home port) 현황을 살펴보면, 싱가포르, 홍콩, 일본의 동경 및 호주의 시드니를 들 수 있다.

26) 세미나크루즈(seminar cruise)는 일본크루즈 시장에서의 독특한 여행형태로 중앙정부, 지방정부, 협회, 사회문화단체, 경제단체 등에서 선주(船主)로부터 크루즈 선박을 용선하여 세미나, 연수, 화합 모임 등을 목적으로 일정을 정하고 해당 구성원이 함께 크루즈여행을 실시하는 크루즈형태이다.

〈표 2-9〉 아시아·호주 크루즈 모항지별 주요 특성 (2004/2005)

단위 : 개, 척, 만 명

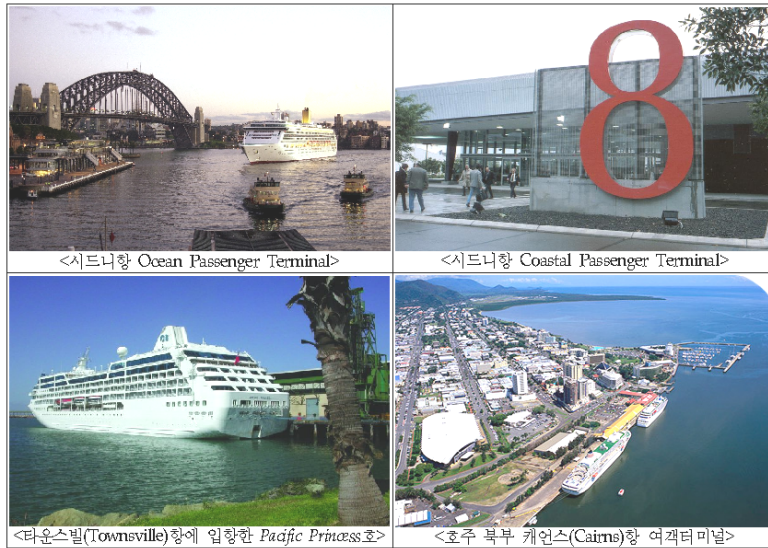
구 분	이용 선사	척수	객실수	주요 특징
Singapore	New Century Cruise	1	580	
	Arcalia Shipping	1	335	
	Star Cruises	2	683	
	소계 (3)	4	1,598	
Hong Kong	Havens	1	532	Cruise-No-where 상품 인기
	Star Cruises	2	2,197	
	소계 (2)	3	2,729	
Tokyo (Japan)	Japan Cruise Line	1	423	
	Mitsui OSK	1	364	
	Nippon Charter Cruise	2	722	
	NYK Line	1	584	
	소계 (4)	5	2,093	
Sydney (Australia)	Princess Cruises	3	4,506	
	Star Cruises	1	819	
	소계 (2)	4	5,325	

자료 : Ocean Shipping Consultants, *The World Cruise Shipping Industry to 2020*, 2005. pp.128~132.

〈그림 2-9〉 홍콩 크루즈터미널 전경



〈그림 2-10〉 호주 주요 크루즈터미널 전경



공급측면에서 아시아태평양 시장은 싱가포르와 말레이시아를 바탕으로 한 스타크루즈가 주도하고 있다. 특히 스타크루즈그룹은 3개의 선사(Star Cruises, Norwegian Cruises, Orient Lines)를 보유하고, 4개의 지역(Port Klang, Langkawi, Laem Chabang, Kijal)에 전용 터미널을 확보하여 아시아시장을 대상으로 적극적인 마케팅 활동을 전개하고 있다.

세계 크루즈 시장에서 완전히 뒤떨어진 감이 있는 북동 아시아 크루즈 시장에서 활동하고 있는 주요 크루즈선사는 일본선사와 말레이시아의 스타 크루즈이다. 그러나 일본선사는 시중 일관하여 일본인 여행객만을 대상으로 한 마케팅을 실시하고, 또 일본의 획일적인 해운법규와 해운행정방책에 얽매이면서 고가격형의 크루즈를 전개했기 때문에, 일본에서는 「크루즈 원년」이라고 불린 1990년에 비해서, 마켓은 오히려 후퇴하고 있어 크루즈 전문가들도 “희한한 현상”으로 이해하고 있다. 또한 스타 크루즈도 대만 마켓을 목표로 해 전개해 온 대만/오키나와 크루즈를 2005년까지 휴지하는 것과 같이 북동아시아 시장

은 아직 땀아기를 벗어나지 못했다.

2006년 현재, 북동 아시아에서 구미형의 크루즈를 전개하고 있는 일본, 중국, 한국 기업은, 일본의 5개사 이외에 없다. 단, 한국의 팬스타 라인이 부산~오사카 항로에 투입하고 있는 정기 페리의 선상에서, 식사 값이나 엔터테인먼트를 포함한 요금설정의 「크루즈 서비스」 및, 부산항에서의 「원 나이트 크루즈」 서비스를 전개하고 있으며, 앞으로 성장이 기대되고 있다.

현재 일본의 5개 선사가 전개하고 있는 크루즈 사업은 구미의 일반적인 크루즈 유형과 비교하면 상당히 다른 서비스의 전개가 되고 있는 등 피스 보트를 뺀 모든 선박이 같은 컨셉의 크루즈 서비스를 제공하고 있다.

한편 중국시장을 목표로 하는 중국계 말레이시아 자본 겐팅 그룹의 크루즈 회사 스타 크루즈에 따른 홍콩발 크루즈의 시도로 일정의 성과를 올리고 있는 것 같지만, 중국시장을 본격적으로 진출한 상황에는 이르지 않고 있다. 단 동사 창업이래의 거점으로 하고 있는 홍콩발착의 크루즈는 계속해서 전개하고 있으며, 2006년의 여름철에는 홍콩발착의 크루즈를 축으로, 대만의 카오슝(高雄), 아모이를 연결한 크루즈를 반복하고 있다.

그리고 스타 크루즈는 1997년 이후 대만의 기룽항을 거점으로 오키나와의 나하, 이시가키 등에 기항하는 크루즈를 계속 운항하여 최고 성수기 11만 명, 2005년에도 5만 9천명을 대만에서 관광객을 오키나와에 운반해 왔지만 2005년에 그 크루즈를 중지하고 있다. 오키나와에 오는 외국인 관광객 중 43%가 스타 크루즈에 의한 방문이었기 때문에, 오키나와의 관광객 유치에 커다란 영향을 끼치고 있다. 그 때문에, 오키나와 현에서 스타 크루즈에 재개를 요청하는 것과 함께, 나하항의 크루즈 포트의 건설에 착수하는 등 대응하고 있다.

이와는 별도로 2006년 7월부터 카니발 그룹의 이탈리아계 크루즈 회사 코스타 크루즈가 상해-나가사키-제주도를 연결하는 5일간의 정기 크루즈를 연속으로 24회 실시한다고 발표했다. 그 크루즈는 중국시장을 주요시장으로 해서 「코스타 아레그라」라고 하는 28,430총톤, 1,072명이 탈 수 있는 객선을 투입, 중국 시장을 목표로 새롭게 움직임으로써 주목받고 있다.

한편 동북아시아에서 그 동안 크루즈가 발전하지 못한 이유를 “크루즈 존”이라고 불리는 지역과의 차이를 통해 간단히 살펴보면 다음과 같다. 크루즈 존 즉, 카리브 해, 알래스카, 미국 서해안, 더불어 북구, 지중해 등의 지역에 공통하고 있는 크루즈의 특징은 ① 정기적인 크루즈라는 점, ② 투입되고 있는 객선은 에게해의 그리스해역 크루즈가 그리스 국적선인 것 이외에는 거의 편의치(便宜置)국적선이라는 것, ③ 승선요금은 1박 100달러 전후에서 대규모 시장의 크루즈라는 것 등이다.

미국은 연간 1,000만 명의 크루즈 승객을 모을 수 있다고 하는 것 같이 세계 최대의 크루즈 국가이다. 그러나 미국의 크루즈에 참가하고 있는 승객의 대부분이 카리브 해나 알래스카의 정기적 크루즈로의 참가자로 태평양을 건너 세계 일주 등 롱 크루즈를 여행하는 승객은 그렇게 많지 않다(18박 이상의 승객은 크루즈 인구의 0.3%, 2만 7천명 정도에 불과함). 물론 세계일주를 이용하는 고객은 고소득층이 많고 장기 크루즈를 주로 이용하지만, 크루즈 인구 측면에서 차지하는 비율은 매우 낮아 크루즈 여객 추정시 오차 범위내에 포함될 정도이다.

반면, 일본을 중심으로 한 기존의 북동 아시아의 크루즈는 ① 매회 목적지가 달라지는 부정기, 부정점 크루즈가 주류를 이루고, ② 일본시장의 객선은 거의 일본 국적선이며, ③ 승선요금은 1박당 3만 엔 이상으로 북미에서 성장을 보이는 대중 크루즈와는 상반된 방향으로 운영되고 있는 것을 알 수 있다. 유일하게 일본국적선이 아닌 차터(charter) 선박인 「토파즈」호를 운항하고 있는 피스 보트는 100일간 150만엔 정도의 값이 싼 승선요금으로 매년 3회 실시하고 있는 세계 일주 크루즈가 항상 만원에 가까운 승객을 모으고 있는 것이 상징적이다.

그 외에도 일본을 비롯한 동북아시아 지역은 겨울철에 바다의 물결이 크루즈 관광선 운항에 적합하지 않고, 여름부터 가을에 걸쳐 몇 번이고 태풍이 오기 때문에 안정된 크루즈가 불가능한 상황 등의 지역적인 요인도 있다.

3. 세계 크루즈 시장 발전 전망

1) 경제 규모와 크루즈 관광산업 발전 연관성 분석

1980년대 주요 북미 크루즈 시장의 크루즈 공급, 즉 크루즈 선대의 확충과 크루즈 승객의 증가 추세는 직접적인 상관관계 (Direct correlation)를 가지고 있었다. 하지만 지난 10년 동안의 북미 및 타 지역의 추세에 따르면, 향후 10~15년 후의 수요 전망에 있어 다른 여러 고려 요소를 통합할 필요가 있다.²⁷⁾ 즉 최근의 크루즈 관광 시장의 발전, 즉 크루즈 관광 수요의 증가는 <표 2-10>과 같이 여러 가지 요인에 의해 증감하는데, 국가별로 그 요인별 정도는 상이하다.

<표 2-10> 크루즈 관광 수요에 미치는 주요 요소

주요 요소	
국제 관광의 발달 (Development of International Tourism)	
여가 활용에 대한 지출 (Leisure Expenditure)	
크루즈에 대한 이미지(Cruise Image)	
크루즈 선대의 공급 정도 (Cruise Ship Supply)	
크루즈선	선상 프로그램의 특징(On board Features)
	통신(Communications) : broadband internet, mobile telephone
	안전 (Safety) : 대피/탈출 프로그램, 질병 발생에 대한 의료프로그램, 크루즈 선사의 보험, 테러 위협 예방대책
	환경 (Environment) : NOx 배출, waste disposal(쓰레기 배출), 선상에서의 에너지 재이용, 노후 선대의 교체
크루즈 비용 (Cruise Prices)	
크루즈 상품의 판매 (Cruise Sales)	
크루즈선의 안락 정도 (Vessel Suitability)	
크루즈 상품의 종류와 기간 (Cruise Type & Length)	
크루즈 정박지와 순항 패턴 (Cruise Destination & Patterns)	

자료 : OSC, *The World Cruise Shipping Industry to 2020*, 2005, pp.177~187 ; 재구성.

27) OSC, 전게서, 2005, p.177

특히, 여러 요인 중에서 ‘국제 관광의 발달(Development of International Tourism)’은 i) 경제 성장 및 개인 소득수준, ii) 해외여행에 대한 관심도(인식 정도), iii) 관광 여행에 대한 기호 혹은 호감(Propensity), iv) 항공 노선의 접근성, v) 여행 비용, vi) 선진 경제국가의 가능 여가 시간, vii) 해외 여행시, 고립 국가들(Isolated countries)의 개방 정도 등에 영향을 받는다.

크루즈 업계 및 전문가들은 크루즈 시장이 활성화되기 위해서는 개인 소득이 3만 달러를 넘어야 한다고 주장한다. 이런 주장에 따라 <표 2-11>과 <표 2-12>에서 주요 크루즈 발달 국가별 1인당 국내총생산(GDP)과 크루즈 수요와의 연관성을 살펴보았다.

최대 크루즈 시장인 북미 시장의 경우, 미국을 중심으로 발달했다는 점에서 미국의 1인당 GDP를 살펴보면 1997년 이후 지속적으로 3만 불을 넘고 있다. 이렇듯 전문가들의 의견을 충분히 만족시킨다 할지라도 미국의 크루즈 발달 배경은 역사적으로 아주 깊으며, 문화와 밀접한 관계를 맺고 있어 1인당 GDP로 크루즈 시장의 발달을 완전히 설명하기는 어려울 것이다.

세계 2위의 크루즈 시장인 유럽의 경우를 살펴보면, 특히 영국의 경우 1인당 GDP의 성장과 크루즈 관광객과의 성장세가 아주 유사함을 <그림 2-11>에서 볼 수 있다. 독일과 이탈리아는 2000년 이후 1인당 GDP 성장과 크루즈 관광객 증가율이 유사하다. 그러나 프랑스의 경우는 두 변수간의 큰 상관관계를 보여주지 못하고 있다.

그러나 1인당 GDP가 어느 정도 크루즈 산업의 발달 정도를 설명할 수 있다고 가정할 때, 우리나라의 위치 및 향후 발달 정도를 가늠하기 위해서는 <표 2-11>과 <표 2-12>에서 스페인의 예를 유심히 볼 필요가 있다. 스페인의 경우, 2000년도의 1인당 GDP가 약 1만 4,000 달러 정도이며 그 해의 크루즈 관광객 수는 약 6만 명 정도이다. 그리고 4년 동안 1인당 GDP는 연평균 14%의 고속 성장을 하였고, 크루즈 관광객 역시 연평균 51%라는 경이로운 증가 추세를 보이고 있다.

우리나라의 경우, 2004년 1인당 GDP는 1만 4,000 달러를 넘었다. 하지만

우리나라 국민이 크루즈(Ocean Cruise) 관광을 하기 위해서는 모항지가 국내에 없기 때문에 주로 비행기를 타고 모항지가 있는 타 국가로 가서 크루즈를 이용해야 하는 한계가 있다. 스페인과 같이 바르셀로나(Barcelona), 팔마(Palma)와 같은 모항지가 생긴다고 가정하면, 우리나라도 그 성장 가능성은 충분히 있다고 볼 수 있을 것이다.

〈표 2-11〉 주요 국가별 1인당 GDP 추세

단위 : 달러, 천명

국가	1인당 GDP (당해연도 기준 금액)										2004년 크루즈 관광객
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	
한국	11,471	12,244	11,237	7,477	9,549	10,888	10,178	11,485	12,707	14,144	N/A
미국	27,439	28,684	30,150	31,423	32,952	34,548	35,288	36,184	37,606	39,724	9,107
캐나다	20,153	20,745	21,352	20,472	21,751	23,599	23,071	23,504	27,402	31,106	
영국	19,679	20,579	22,866	24,430	24,992	24,515	23,241	26,489	30,292	35,855	1,029
독일	30,104	29,091	25,758	26,065	25,624	22,713	22,513	24,072	29,100	32,573	551
이탈리아	19,148	21,478	20,297	20,786	20,481	18,622	18,866	20,494	25,333	28,925	390
스페인	14,634	15,238	13,998	14,613	14,900	13,797	14,218	15,746	19,900	23,253	308
프랑스	26,713	26,598	23,966	24,678	24,431	22,097	22,191	24,069	29,336	33,490	223
일본	42,105	37,264	34,133	31,086	35,130	37,361	32,700	31,162	33,617	36,533	200
호주	20,041	22,274	22,026	19,488	20,740	19,770	18,570	20,445	25,798	30,941	158
스위스	44,952	42,999	37,082	37,869	37,102	34,331	34,241	38,359	44,533	49,385	49

자료 : 통계청 홈페이지 (2006.6.21. 국가별 1인당 GDP 검색 기준) ; Tony Peisley, *The Future of Cruising - Boom or Bust? A Worldwide Analysis to 2015*, Seatrade Communications Ltd., 2006.

〈표 2-12〉 주요 국가별 크루즈 관광객 추이

단위 : 천 명

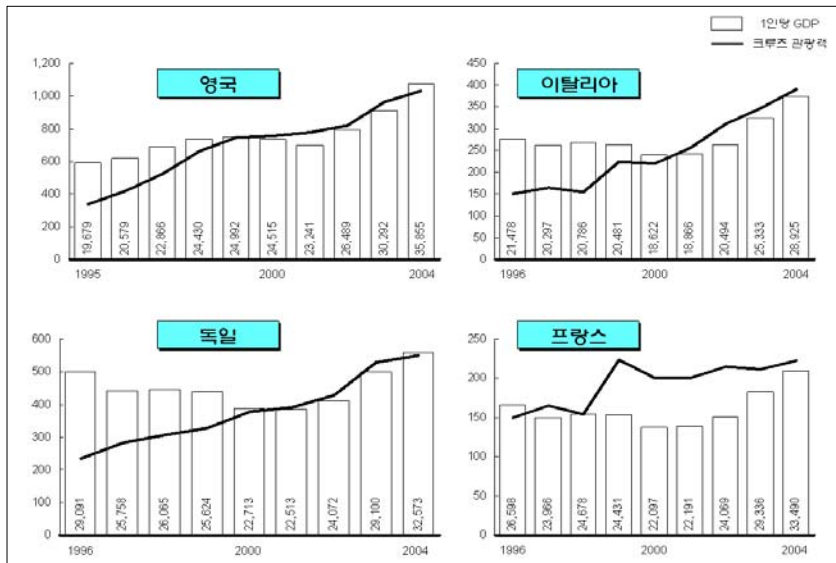
국가	크루즈 관광객									
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
한국	39	23	18	?	?	?	?	?	?	?
미국	4,378	4,656	5,051	5,428	5,894	6,882	6,906	7,640	8,195	9,107
캐나다										
영국	340	416	522	663	746	754	776	820	964	1029
독일	n.a	235	284	306	327	379	392	428	529	551
이탈리아	n.a	150	164	154	224	220	255	311	346	390
스페인	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	60	118	152	317	308
프랑스	n.a	150	165	154	224	200	200	215	212	223
일본	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	200	220	200	200
호주	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	75	116	154	158
스위스	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	45	45	50	47	49

자료 : ① 2001년 이전 : 문화관광정책연구원, 「크루즈 관광산업 육성을 위한 관광진흥계획 수립연구」, 2006, p. 19.

② 2001~2004년 : Tony Peisley, The Future of Cruising - Boom or Bust? A Worldwide Analysis to 2015, Seatrade Communications Ltd., 2006.

〈그림 2-11〉 주요국별 1인당 GDP와 크루즈 관광객 추세 비교

단위 : 달러, 천 명

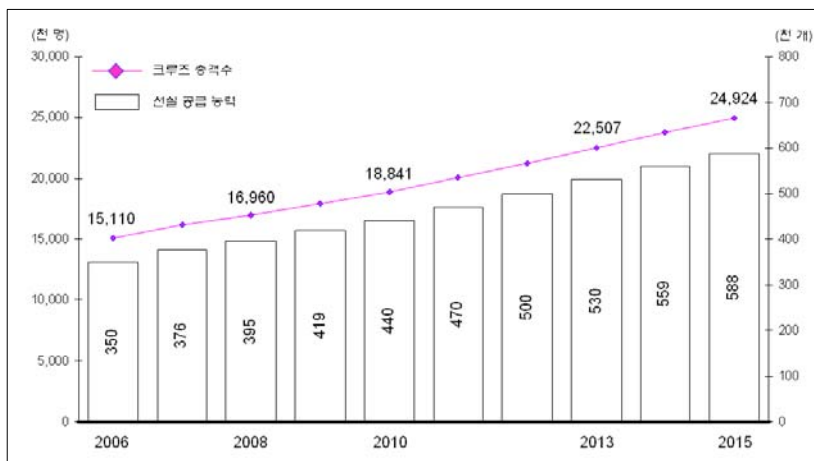


2) 크루즈 수요 및 공급 전망

A. R. Peisley Ltd.사의 이사(Director)이자 영국의 저널리스트로서 크루즈 산업 분석 전문가인 Tony Peisley씨는 2015년까지의 세계 크루즈 수요 및 공급을 <그림 2-12>와 같이 전망했다. 즉 2015년에 약 2,500만 명의 크루즈 관광 수요가 있고, 선실 공급 능력은 2006년 대비 1.7배 높은 588,000개로 전망하였다. 특히 이러한 수요 전망은 영국의 해운 전문 컨설팅사인 OSC사가 2015년 크루즈 수요를 2,260만 명으로 분석한 것보다 다소 긍정적으로 보인다.

<그림 2-12> 세계 크루즈 수요 및 공급 전망

단위 : 천 명, 천 개



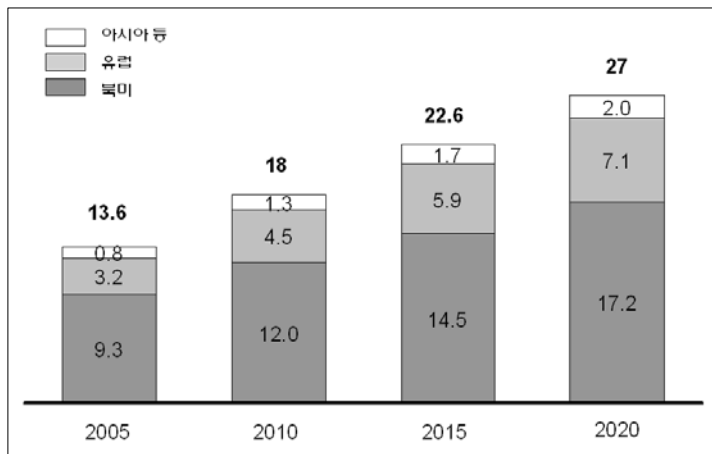
자료 : Tony Peisley, *The Future of Cruising - Boom or Bust? A Worldwide Analysis to 2015*, Seatrade Communications Ltd., 2006, p. 29.

OSC사는 주요 크루즈 권역별로 2020년까지 수요를 전망하였는데, 전체적으로 2015년에 2,260만 명, 2020년에 2,700만 명으로 추정하였다(<그림 2-13> 참조). 권역별로 살펴보면, 북미시장이 2020년에는 2005년 대비 1.85배가 증가한 1,720만 명, 유럽시장이 2005년 대비 2.22배가 증가한 710만 명, 그리고 아시아 등 나머지 지역이 약 200만 명으로 전망하고 있다.

점유율 측면에서는 북미 시장이 2005년 68.4%에서 2020년 63.7%로 약 5% 감소할 것이고, 유럽 시장은 23.5%에서 26.3%로 약 3% 증가할 것이며, 아시아 등 기타지역은 5.9%에서 7.4%로 서서히 증가할 것으로 예측하였다.

〈그림 2-13〉 세계 권역별 크루즈 수요 전망

단위 : 백만 명



자료 : Ocean Shipping Consultants, *The World Cruise Shipping Industry to 2020*, 2005.

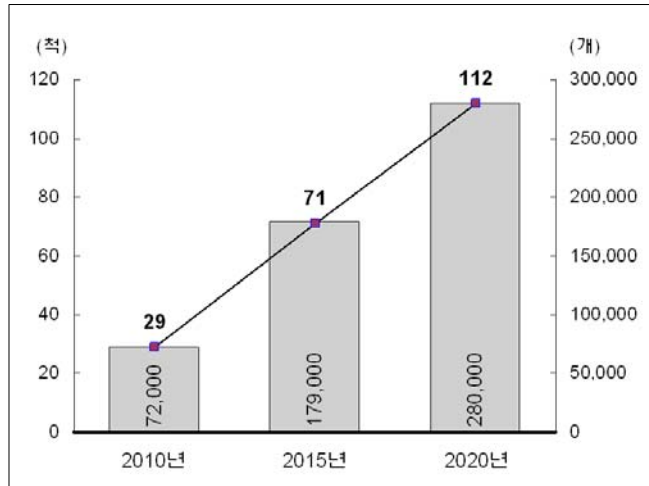
세계 크루즈 관광산업의 수요는 일반적으로 공급 상황에 많은 영향을 받는다. 즉, 크루즈 시장에서 새로운 선박이 도입되면 전체 크루즈 예약 수준에 많은 자극을 주게 되는 셈이다. 그러나 장기적인 관점에서 볼 때, 크루즈 선대의 공급은 궁극적으로 관광객(크루즈 승객)의 수요에 의해 결정될 것이다.

이와 같은 전제에 따라 〈그림 2-14〉와 같이 수요가 전망되는 경우, 2,000개의 선실을 가진 크루즈 선박이 연간 약 10만 명의 관광객을 수용한다고 가정하였을 때, 최근의 크루즈 선박 건조, 해체 시장을 고려하면 2010년까지 추가적으로 요구되는 크루즈선의 규모는 72,000선실(berth), 2015년까지 179,000선실, 2020년까지는 280,000선실이 필요한 것으로 전망되었다. 이를 2,500선실을 가진 크루즈 선박의 개수로 환산하면, 2010년까지 29척, 2015년까지 71척,

2020년까지 112척의 추가 소요가 발생하는 것이다.

〈그림 2-14〉 크루즈 선박 추가 소요 전망 (누적)

단위 : 척, 개(선실)



자료 : Ocean Shipping Consultants, *The World Cruise Shipping Industry to 2020*, 2005.

한편 아시아-태평양의 관광시장은 세계시장에서 향후 가장 높은 성장률을 예상하고 있다. 세계관광기구의 자료에 따르면 동아시아-태평양지역을 방문하는 관광객 수는 1995년 8천 100만 명에서 2010년 1억 9천 500만 명, 2020년에는 3억 9천 700만 명으로 연평균 6.5%의 성장률을 보이며, 1995년 세계 관광시장 점유율 14.4%에서 2020년에는 25.4%로 높게 전망되고 있다.

아울러 국외 여행자수에 있어서도 동아시아-태평양지역은 높은 성장률을 보일 것으로 예상된다. 즉 1995년 8천 430만 명의 국외여행자가 2010년에는 1억 9천 300만 명으로 증가하고, 2020년에는 4억 500만 명으로 증가하여 연평균 6.5%의 성장률을 보일 것으로 전망된다. 이에 따라 아시아-태평양지역은 세계 관광시장에서 25.9%의 점유율을 차지할 것으로 예상하고 있다. 이는 중국관광시장의 성장이 고려된 수치라고 할 수 있으나, 동아시아 관광시장의 성장은 다

른 지역의 성장률을 압도할 것으로 예상된다.

크루즈 시장에 있어서도 아시아지역은 높은 성장률을 기대하고 있다. 남태평양, 동남아시아, 극동아시아, 태평양횡단의 4개 권역으로 구분되는 아시아-태평양 크루즈지역에서 중국시장의 성장과 대형선사의 관심도를 고려할 때 가장 높은 성장률을 보일 권역은 동남아시아와 극동아시아로 예상된다.

아시아-태평양지역 크루즈 시장에서 또 하나의 허브로 성장하게 될 지역은 극동아시아라고 할 수 있다. 현재는 스타크루즈가 홍콩을 중심으로 운항하고 있으나, 스타크루즈 외에도 프린세스 크루즈(Princess Cruises), 쿠나드 라인(Cunard Lines), 코스타 크루즈(Costa Cruises), 로열 캐리비언 인터내셔널(Royal Caribbean International) 등 서구의 선사들도 이 지역 운항에 관심을 가지고 있어 향후 어느 지역이 극동아시아 운항의 중심지가 될지 주목되고 있다. 특히 서구의 선사들은 서구 크루즈수요 시장에서 선호도가 높은 중국지역의 운항에 많은 관심을 가지고 있어 선사에서 한중일 연계 크루즈 상품이 기획되면 우리나라가 지리적으로 경쟁우위를 확보할 수도 있을 것으로 보인다.

제3장

주요국의 크루즈 정책 및 시장환경 분석

1. 일본의 크루즈 정책과 시장환경

1) 일본의 크루즈 시장 특성

(1) 일본의 크루즈수요 동향

일본의 크루즈 인구는 2005년 말 기준으로 약 16만 명에 달한다. 일본의 크루즈 인구는 1995년에 23만 명까지 올라갔으나, 일본의 ‘잃어버린 10년’ 이후 크루즈 인구는 계속적으로 감소했다. 2004년 크루즈 인구실적은 3년 연속 감소되던 경향에 제동이 걸려 전년에 비해 14.3% 늘어난 결과이다.

일본에는 외항 크루즈와 내항 크루즈가 공존하고 있다. 이 중 외항크루즈는 일본선사가 운항하는 크루즈와 외국선사가 운항하는 크루즈로 다시 구분된다. 내항 크루즈도 외항 크루즈사가 운항하는 크루즈와 내항 페리로 구분할 수 있다.

일본 외항 크루즈 인구는 2005년 말에 7만 8천여 명이 이용했다. 외항 크루즈도 한 때 13만 명이 이용한 경우가 있었으나, 일본 경기침체 여파로 외항 크루즈 인구도 감소하였다. 일본의 외항 크루즈 이용객 중 일본 선사가 운항하는 크루즈를 이용한 승객은 16,700명으로 21%에 불과하고, 79%에 해당하는 61,200명의 승객은 외국선사 크루즈를 이용했다. 일본도 국적 크루즈 선박이 많지 않기 때문이다.

일본에서 내항 크루즈를 이용한 승객은 2005년에 73,900명에 달한다. 내항

크루즈도 외항 크루즈와 마찬가지로 최근까지 감소했으나, 2004년에 감소추세가 반전되었다.

이상으로 살펴본 바와 같이 일본의 크루즈 인구는 아직까지 국제 외항 크루즈보다 국내 연안 크루즈가 많은 편이다. 2000~2002년 동안 외항 크루즈 인구가 연안 크루즈보다 많았으나, 2003년부터 외항 크루즈보다 내항 크루즈 이용객이 많다. 이와 같은 현상은 단기 크루즈가 가능한 연안 크루즈를 중심으로 젊은 층의 이용객이 증가했기 때문이다.

〈표 3-1〉 일본의 크루즈 인구 추이

단위 : 명

구 분	국 제 크 루 즈			연 안 크 루 즈	합 계
	일 본 선 박	외 국 선 박	소 계		
1989	36,200	21,900	58,100	95,700	153,800
1990	38,100	28,600	66,700	108,200	174,900
1991	38,300	25,600	63,900	102,200	166,100
1992	46,400	30,400	76,800	120,300	197,100
1993	47,300	32,800	80,100	134,100	214,200
1994	42,500	31,400	73,900	134,200	208,100
1995	45,100	34,400	79,500	145,500	225,000
1996	34,400	39,400	73,800	119,900	193,700
1997	33,300	49,000	82,300	103,300	185,600
1998	26,700	46,100	72,800	102,900	175,700
1999	22,700	48,100	70,800	98,500	169,300
2000	21,100	109,400	130,500	85,400	215,900
2001	18,400	96,900	115,300	84,800	200,100
2002	18,600	74,800	93,400	75,300	168,700
2003	10,100	48,700	58,800	81,200	140,000
2004	15,600	57,700	73,300	86,700	160,000
2005	16,700	61,200	77,900	78,300	156,200

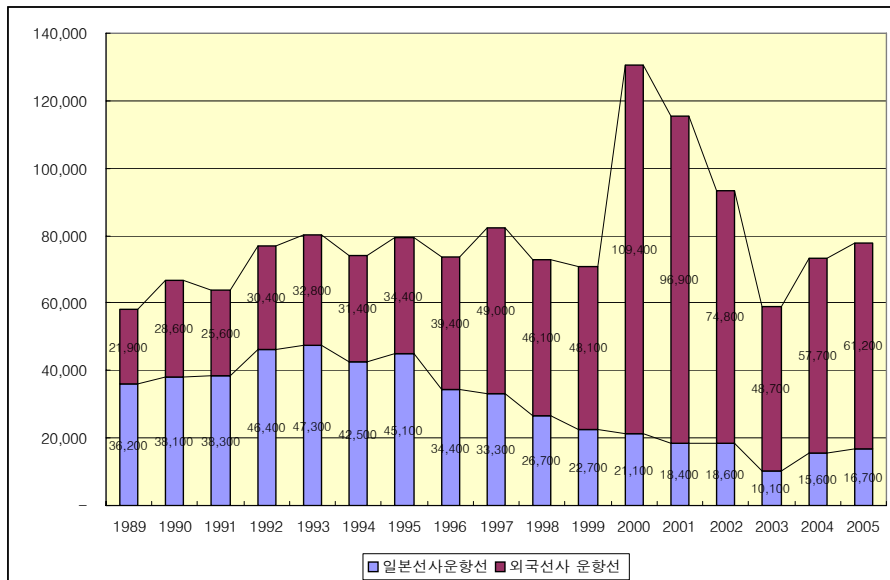
주 : 크루즈 여객은 외항 크루즈와 내항크루즈를 합한 일본인 승객수를 의미함. 선내 1박 이상을 대상으로 하며 1일 크루즈는 제외. 1997년 이후 내항 크루즈 통계는 내항훼리에 의한 크루즈 승객도 포함함.
자료 : 일본 국토교통성.

(2) 외항 크루즈 동향

2000년을 정점으로 계속 감소되던 외항 크루즈 승객수가 2004년에 반전되었다. 사스(SARS) 등의 영향으로 크루즈 여행객이 감소했던 2003년에 비해 크게 증가하였다.

일본 선사가 운항하는 일본적 외항 크루즈선 이용자 수는 약 1만 6,700명으로 전년에 비해 7% 늘어났고, 외국선사가 운항하는 선박(일본 선사가 지배하는 외국선박 포함) 이용자 수도 약 6만 1,200명으로 전년에 비해 상당히 증가했다.

〈그림 3-1〉 일본 외항 크루즈 이용객 추이

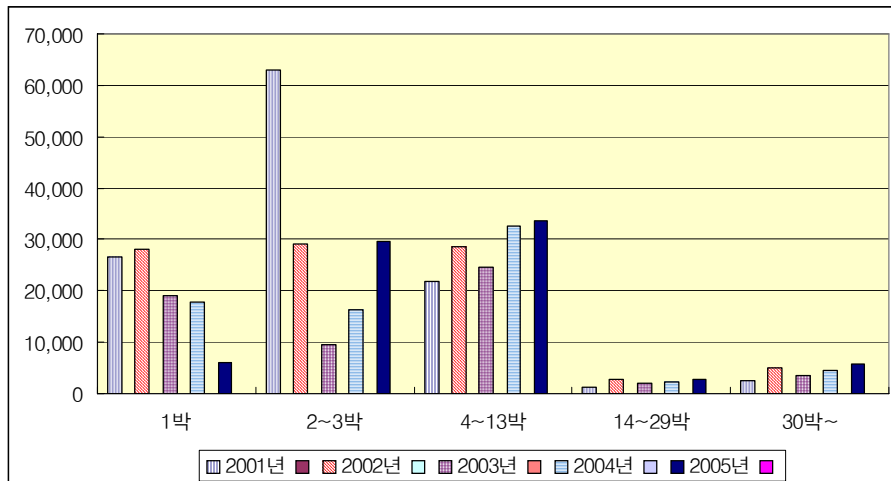


자료 : 일본 국토교통성.

일본 외항 크루즈 이용객의 여행일수는 증가하고 있다. Fly Cruise와 일본발 착 크루즈를 합쳐서 외항 크루즈 전체의 인당 숙박수를 보면, 2~3박의 짧은 크

루즈의 이용자가 감소되고, 4~13박의 이용자가 증가하고 있다. 이에 따라 장기 크루즈가 시장에서 차지하는 비율이 2003년의 41.8%에서 2005년의 43.1%로 증가했다. 그리고 크루즈 인숙박수는 약 62만 6,977명·박, 평균 박수는 8박으로 나타났다. 이는 순수하게 선편 여행을 즐기는 크루즈가 늘어나고 있는 것으로 이해된다.

〈그림 3-2〉 일본 외항 크루즈 이용객 추이



2005년 외항 크루즈 이용객의 목적별로 분포를 살펴보면, 외항 크루즈의 경우 레저 목적 이용자가 93.8%로 전년에 이어 계속해서 90%를 넘고 있다. 반면 단체 여행객은 1.0%로 전년과 마찬가지로 계속해서 감소되고 있다. 이는 크루즈 여행이 단체 여행에서 개인여행으로 전환되는 경향이 나타나는 것으로 해석된다.

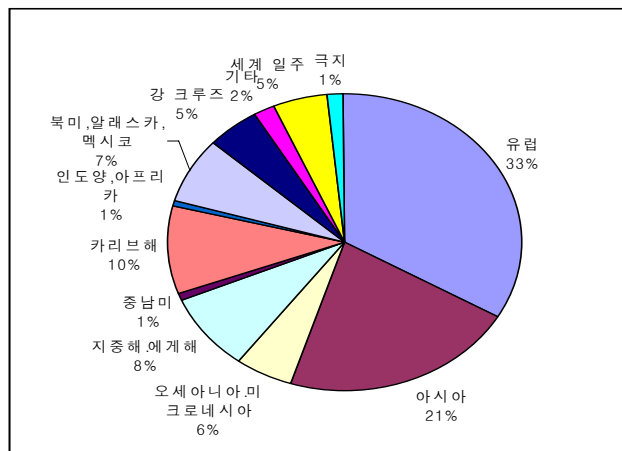
〈표 3-2〉 일본 크루즈 승객의 목적별 분포

구 분	2001년		2002년		2003년		2004년		2005년	
	승객수	점유율	승객수	점유율	승객수	점유율	승객수	점유율	승객수	점유율
레저 (일본선사)	102,400	88.8%	83,800	89.7%	55,400	94.1%	66,200	90.3%	73,100	93.8%
인센티브	6,200	5.4%	9,000	9.6%	6,700	11.4%	8,400	11.5%	12,000	15.4%
세미나	1,500	1.3%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%
단체여행	2,800	2.4%	3,900	4.2%	1,900	3.2%	3,800	5.2%	2,900	3.7%
교류	1,400	1.2%	3,100	3.3%	1,000	1.7%	700	1.0%	800	1.0%
교류	7,200	6.2%	2,600	2.8%	600	1.0%	2,600	3.5%	1,100	1.4%
계	115,300	100.0%	93,400	100.0%	58,900	100.0%	73,300	100.0%	77,900	100.0%

외항 크루즈 이용객의 방문지역을 살펴보면, 일본인이 크루즈를 이용하여 가장 많이 찾는 곳은 유럽으로 전체의 33.4%이다. 그러나 일본인이 이용하는 유럽 크루즈는 대부분 발트 해 지역에서의 2박 이하 단기 크루즈이다(26.2%). 이를 제외하면 가장 많은 비중을 차지하는 곳은 아시아 지역으로 21.3%를 차지하고 있다.

그리고 최근에는 카리브 해, 북미, 알래스카, 멕시코 등의 전통적인 크루즈를 이용하는 이용객도 점차 증가하고 있다. 반면 강 크루즈는 계속 감소하는 추세에 있다.

〈그림 3-3〉 일본 크루즈 승객의 목적별 분포(2005년)



〈표 3-3〉 일본 크루즈 승객의 여행지 분포 변화(2002~2005년)

구 분	2002년			2003년			2004년			2005년			
	일본선사 운항선	내항선사 운항선	합계	일본선사 운항선	내항선사 운항선	합계	일본선사 운항선	내항선사 운항선	합계	일본선사 운항선	내항선사 운항선	합계	비중
유럽	-	28,300	28,300	60	20,200	20,260	-	19,400	19,400	-	26,000	26,000	33.4%
(발트해 2박 이하)	-	27,400	27,400	-	19,100	19,100	-	17,700	17,700	-	20,400	20,400	26.2%
아시아	12,900	15,400	28,300	6,100	5,300	11,400	8,300	6,500	14,800	12,300	4,300	16,600	21.3%
오세아니아, 미 크로네시아	3,400	1,500	4,900	1,800	2,600	4,400	4,800	800	5,600	2,400	1,900	4,300	5.5%
지중해, 에게해	-	4,500	4,500	200	4,300	4,500	-	4,900	4,900	-	6,400	6,400	8.2%
중남미	-	400	400	-	700	700	-	900	900	-	700	700	0.9%
카리브해	-	4,600	4,600	100	5,300	5,400	-	10,000	10,000	-	7,600	7,600	9.8%
인도양, 아프리 카	-	30	30	-	30	30	300	-	300	400	20	420	0.5%
북미, 알래스카, 멕시코	600	2,600	3,200	200	3,800	4,000	400	7,500	7,900	200	5,400	5,600	7.2%
강 크루즈	-	14,500	14,500	-	3,700	3,700	-	4,400	4,400	-	3,800	3,800	4.9%
기타	1,700	2,900	4,600	1,700	2,700	4,400	1,800	3,300	5,100	1,400	5,200	6,600	8.5%
(세계 일주)	700	2,100	2,800	600	2,000	2,600	600	2,400	3,000	400	3,500	3,900	5.0%
(극지)	-	400	400	-	600	600	-	700	700	-	1,000	1,000	1.3%
계	18,600	74,730	93,330	10,160	48,630	58,790	15,600	57,700	73,300	16,700	61,200	77,900	100.0%

(3) 내항 크루즈 동향

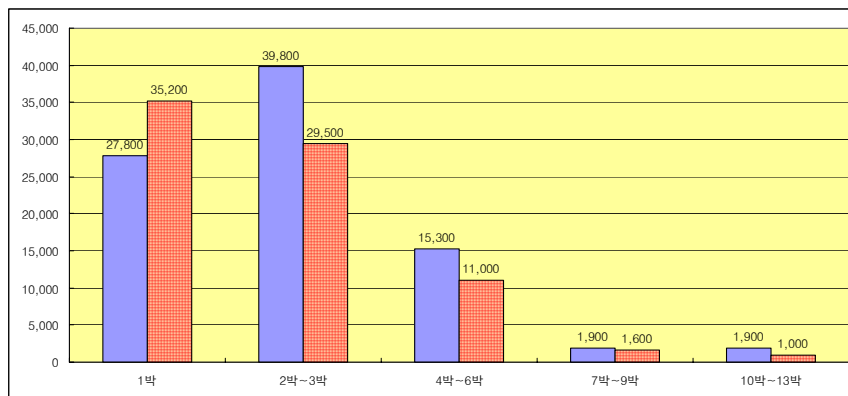
2005년의 내항 크루즈 승객수는 약 7만 8,300명이고, 1995년을 정점으로 7년 동안 계속 감소 경향을 나타냈지만, 작년에 증가세로 반전되었다. 일본 내항 크루즈의 증가세는 1박(One Night) 크루즈를 비롯한 레저 목적의 크루즈가 증가하면서 비롯되었다. 일본 내항 크루즈 이용객 중 레저가 72.3%를 차지하여 가장 많고, One Night에 의한 이용객 비율도 34.6%로 전년에 비해 급격히 증가했다.

〈표 3-4〉 일본 내항 크루즈 승객의 목적별 분포

구분	2002년		2003년		2004년		2005년	
레저 (One Night)	50,800	67.5%	57,800	71.2%	71,700	82.7%	56,600	72.3%
인센티브	15,400	20.5%	14,400	17.7%	21,800	25.1%	27,100	34.6%
세미나	7,400	9.8%	4,200	5.2%	3,100	3.6%	7,200	9.2%
단체여행	6,800	9.0%	7,500	9.2%	6,000	6.9%	4,700	6.0%
단체여행	9,700	12.9%	10,000	12.3%	5,900	6.8%	9,800	12.5%
교류	600	0.8%	1,700	2.1%	-	0.0%	-	0.0%
기타	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%
계	75,300	100.0%	81,200	100.0%	86,700	100.0%	78,300	100.0%

내항 크루즈 이용객의 숙박일수별 비율을 보면, 2~3박이 전체의 46%로 가장 많은 비중을 차지하고 있다. 그 다음은 1박으로 32% 수준이다. 따라서 일본에서의 내항 크루즈는 절대다수인 78%가 3박 이하를 선택함을 알 수 있다. 즉 외항 크루즈에서는 장기 크루즈 비율이 증가하고, 내항 크루즈에서는 단기 크루즈가 증가하고 있다.

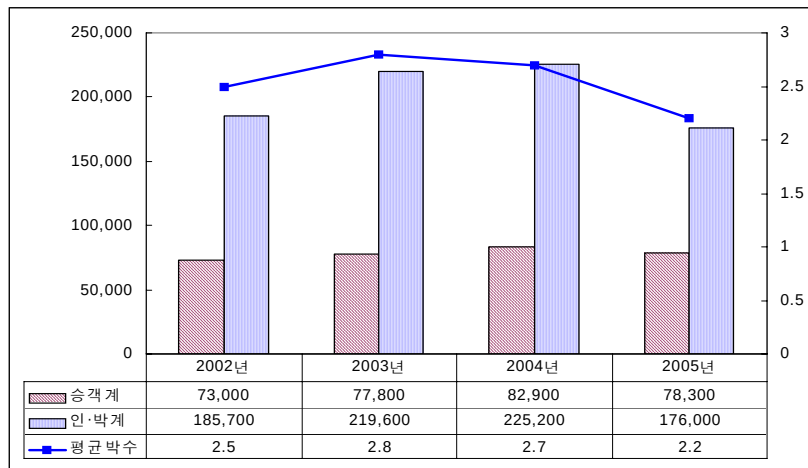
〈그림 3-4〉 내항 크루즈 숙박일수별 승객수(2005년)



일본의 외항 크루즈선사가 운항하는 내항 크루즈의 인·박수를 보면, 약 17만 6,000명·박에 달한다. 인·박수는 전년에 비해 감소하고 있는데 이는 평균 박

수가 감소하기 때문으로 분석된다. 이는 간단하게 크루즈를 즐길 수 있는 One Night 크루즈의 이용자가 늘어났기 때문으로 판단된다.

〈그림 3-5〉 내항 크루즈 인박수, 평균박수 추이(2002~2005년)



(4) 외항 여객정기 항로

일본 발착의 외항여객정기 항로는 2005년 말 기준으로 15사에서 12항로를 운항하고 있다. 2004년 말의 14사에서 14항로에서 항로가 감소하고 운항회사는 증가했다. 이에 따라 여객수도 2004년에 비해 감소했다.

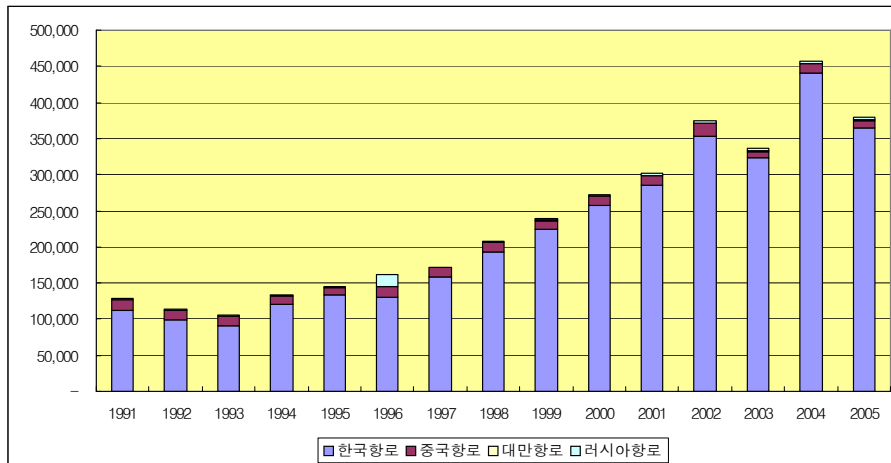
2005년에 외항여객정기항로를 이용한 일본인 승객수는 약 37만 9,000명으로 전년대비 16.9% 감소했다. 이는 2004년의 일본인 외항여객정기항로 이용 승객수가 약 45만 7,000명으로 전년대비 35.9% 증가한 것과는 대조적이다.

일본 외항여객선의 감소는 전적으로 한일항로 여객의 감소에서 기인한다. 2004년에는 한일 항로에 취항하는 고속선박이 증척되고, 페리도 신조선 취항에 따라 속력이 향상되고 증편되었기에 동 항로의 이용자가 대폭으로 증가했다. 그러나 2005년에 한일항로 여객이 감소하면서 일본 외항여객수가 감소했다.

다.

일본 외항정기여객선을 이용하는 일본 여행객의 목적지는 96% 이상이 한국이고, 일부 중국, 대만, 러시아를 선박을 이용하여 여행을 한다. 특히 중국 및 대만항로가 감소추세에 있고, 러시아항로가 답보상태에 있는 상황을 감안하면 한국항로의 여객증가추세는 매우 특이한 현상으로 볼 수 있다.

〈그림 3-6〉 일본 외항정기여객선 항로의 일본인 승객수 추이



주 : 일본 크루즈선사, 외항 크루즈선사대리점 및 크루즈를 포함한 해외여행을 취급하는 여행회사(136사)를 대상으로서 앙케이트 조사(회답수 132사, 회답률 약 97%). 참고로 2004년 조사 대상 수는 2003년 조사대상보다 9사 추가하여 실시.

자료 : 국토교통성.

2) 일본의 크루즈 정책

(1) 초기 : 크루즈발전을 위한 제도 정비 및 캠페인 실시

일본에서 일본 국적의 본격적 외항 크루즈선이 등장한 것은 1989년으로 일본에서는 ‘크루즈 원년’이라는 말로 의미를 부여한다. 이 당시 일본의 운수성은 운수정책심의회중합부회에 「외항객선소위원회」(外航客船小委員會)를 구성

해, 일본에서의 건전한 외항객선 여행의 발전을 도모하기 위한 정책을 추진하기 시작했다.

동 소위원회는 “건전한 외항객선여행의 발전을 도모하기 위해서는 안전의 확보와 이용자의 보호를 위한 기본적인 조건을 정비하는 것”이 필요하다고 판단하고, 안전운항코드 및 이용자보호코드를 책정했다. 이에 따라 일본의 주요한 외항객선사업자에 의해 설립된 사단법인 일본외항객선협회는 안전 운항 코드 및 이용자보호코드를 준수하는 것을 결의해 객선 크루즈의 보급을 위한 환경 정비를 도모해 왔다.

그 후 일본외항객선협회가 중심이 되어, 외항 크루즈에 관한 정확한 정보 제보, 외항 크루즈 적격지역의 조사 및 해외 크루즈 실태조사, 플라이 크루즈(Fly & Cruise)의 촉진 등 외항 크루즈 촉진을 위한 활동을 전개했다. 1997년에는 「크루즈 캠페인 97」을 전개했는데, 전국 4개 도시 부근에 정박 중인 외항 크루즈 객선의 홀(연회장)을 행사장으로 활용하여 외항 크루즈에 조예의 깊은 문화인이 「크루즈 문화 강연회」 등을 실시했다.

이와 같은 캠페인의 홍보 등에 힘입어 일본에서 크루즈는 대중에게 점차적으로 확산되기 시작했다. 사실 그 동안 크루즈에는 ‘호화’, ‘거북하다’, ‘뱃멀미를 피할 수 없다’라고 한 부정적인 이미지가 여전히 불식되지 못했고, 또 크루즈에 대한 정확하지 않은 정보도 확산되고 있었다. 더욱이 일본 크루즈 이용자는 반복 승선자가 주류인 것으로 인식하는 등과 같이 일부 마니아만의 세계라고 하는 이미지도 남아 있었다.

(2) 크루즈 발전을 위한 민·관 조직 설립 및 비전 제시

일본은 크루즈 활성화를 위해 민·관이 참여하는 조직인 「크루즈사업진흥간담회」를 1997년 12월에 발족했다. 이 조직은 지난 10년 동안의 성과와 한계를 평가하고, 또 일반 국민들의 크루즈 이용을 보다 확대하고 향후 크루즈 사업의 진흥을 위한 대책을 마련하기 위해 만들어졌다. 여기에는 크루즈 사업체, 여행

회사, 학식 경험자, 항만관리자 등이 위원으로 참가했다.

그 후 1998년 5월에 발간한 동 간담회의 종합보고서에서는 당시 여건에서는 크루즈 인구의 확대는 어렵다고 지적하고 다음과 같은 대책을 제시했다.

첫째, 일본 근해의 계절적인 해마(태풍) 등을 고려하여 크루즈 상품을 개발해야 한다. 이를 위해 운항 스케줄을 다양화할 필요가 있다.

둘째, 크루즈 사업자만의 노력으로는 한계가 있기 때문에 「간담회」 조직을 여행회사, 항공회사, 국가·지방 공공단체와 제휴를 확대해야 해야 한다.

셋째, 버라이어티 있는 상품이나 다른 레저 상품에 비해 경쟁력이 있는 상품을 개발하여 신규고객을 개척해야 한다.

넷째, 크루즈 인구 확대를 위해서는 거주지역과 다른 풍경과 문화에 접할 수 있다고 하는 크루즈의 매력을 최대한으로 발휘시키는 동시에 무엇보다 「부담 없이 즐길 수 있는 레저」, 「즐거운 여행」, 「사람과의 접촉」, 「자연과의 접촉」이라고 하는 이미지 구축이 필요하다.

이와 같은 일이 성공적으로 추진될 경우 2008년(平成 20년)에는 크루즈 인구가 100만 명으로 증가할 것으로 전망했다.

(3) 경제 활성화와 연계한 크루즈 정책

2000년 초부터 일본에서는 크루즈를 통해 경제를 회복·성장시키기 위해 크루즈 관광산업 활성화에 관심을 두고 정책을 추진했다. 특히 일본의 국제수지 중 서비스 수지의 여행수지가 계속 적자를 면하지 못하고 확대되고 있었기 때문에 이에 대한 대책이 시급했다.

일본의 해외여행객은 2004년에 1,683만 명 수준이나, 같은 해 외국인여행객 입국자는 676만 명에 불과하여 여기서 발생하는 여행수지 적자가 상당했기 때문이다. 이에 대한 대안으로 일본에서는 크루즈 관광의 활성화를 통해 외국인 여행객 입국을 확대하고 여행수지 적자폭을 축소하려는 정책을 추가했다.

(4) 크루즈 지방조직 구성 및 크루즈 어드바이저 인증제도 도입

일본에서는 크루즈수요확대와 해외크루즈선 유치에 위해 중앙조직에 이어 지방에 민관이 참여하는 조직을 건설했다.²⁸⁾ 즉 크루즈여행의 수요확대와 외국 크루즈 선박의 유치를 위해 「지방크루즈진흥협의회」를 조직하여 운영하고 있다. 여기에는 (사)일본외항객선협회(日本外航客船協會), 북해도(北海道), 관서(關西), 중국(中國), 구주(九州) 및 오키나와(沖縄) 등 5개 지역 자치단체, 선박운항사업자, 항만관계자, 관광사업자, 관계관청 등 관·민이 공동으로 참가하고 있다.

또 일본외항객선협회, 일본여행업협회, 일본선여업협회(日本船旅業協會) 등 3개 단체가 협력하여 크루즈에 대한 전문지식을 가진 전문가를 양성하기 위해 연수와 시험을 실시하는 「크루즈 어드바이저 인증제도」를 새롭게 만들었다. 크루즈 어드바이저는 크루즈에 대한 상담, 크루즈 상품판매, 크루즈 매력 홍보 등의 일을 하면서 크루즈 수요를 확대해 나갈 것으로 기대하고 있다.

(5) 항만과 항로의 정비

일본에서는 크루즈 진흥과 발전을 위해 항만과 항로를 정비하는 정책도 역점을 두고 추진하고 있다. 크루즈 선박을 유치하기 위해 관광교류의 촉진을 통한 지역진흥을 도모하고, 동시에 여객교통의 고속화·고급화 요청에 대응하여 뱃부 항(別府港) 등 전국 주요 14개 항만에 대해 여객 터미널을 정비했다. 또 레저형 요트의 증대에 대비하여 마리나 등의 정비를 추진하고 있다. 선박이 폭주하는 해역에서는 선박의 안전항행을 위해 관문항로 등 16개 항로를 개발하고 보전하는 사업을 시행했다.

28) 日本 國土交通省, 「平成 17年版 觀光白書」, 2006.

3) 일본의 크루즈 공급환경

(1) 미쓰이 객선(MOPAS; Mitsui O.S.K. Passenger, Ltd.)

미쓰이 객선은 1963년에 설립된 일본의 대표적인 크루즈 선사이다. 미쓰이 객선의 모회사인 MOL(三井商船)은 120년 전인 명치유신시대(1868~1912년)에 이미 크루즈를 일본에 처음 도입했다. 그리고 1989년부터 크루즈선 Fuji Maru호를 도입하여 일본 크루즈 시장에서 새로운 시대를 열었고, 그 다음 해에는 Nippon Maru호를 운항하면서 크루즈를 일본시장에서 확산시켰다. 미쓰이 객선에서는 최초의 크루즈선 도입 이후 오늘날까지 약 1억 명이 자사의 크루즈를 이용했다고 홍보하고 있다.²⁹⁾

미쓰이 객선은 인센티브 여행과 기업회의 및 연수 등을 중심으로 시장을 개척하였으며, 중장년·노년층을 중심으로 한 위락목적의 크루즈와 세계일주상품을 판매하고 있다. 미쓰이 객선의 주요항로는 일본 연안 및 극동아시아, 태평양, 오세아니아 등이다. 종업원은 2006년 3월 기준으로 총 127명(육상 46명, 해상 81명)이다.

현재 크루즈 선박은 Nippon Maru호를 운항하고 있다. 이 선박의 주요제원을 살펴보면, 총톤수 21,903톤, 승객정원 532명(최대), 선실 184, 전장 166.6m, 전폭 24.0m 등이다. Nippon Maru호는 중장년 일반인 대상으로 운항하는 레저 크루즈(Leisure Cruise) 선박으로 주로 이용되고 있다.

한편 Nippon Maru호는 동 기간에 총 6회 한국항만(부산 2회, 제주 4회)에 입항하였으며, 2006년 1회(부산항 기준) 입항 예정이다.

29) <http://www.mol.co.jp/cruise.shtml> (2006. 7. 10).

〈표 3-5〉 미쯔이 객선의 운항선박 주요제원 및 특징

선명	총톤수	전장	전폭	여객정원	비고
Nippon Maru	21,903	166.6m	24.0m	600	-건조: 1990 -조선소: 미쯔비시 -흘수 6.6m -인센티브 크루즈 -동아시아, 호주, 뉴질랜드, 캐나다, 알래스카 등 운항

(2) NYK Cruises (日本郵船會社 : Nippon Yusen Kaisha)

NYK 크루즈사는 세계 최대 해운업체 중의 하나인 NYK(日本郵船會社) 그룹에 속해 있는 회사로 크루즈선 아스카호를 이용하여 일본 최초로 1996년에 세계 일주 크루즈 서비스를 시행한 바 있다.

NYK 크루즈사는 크루즈 선박 1척으로 일본 연안 및 세계 각지를 운항하고 있다. 2006년 봄부터 운항 중인 Asuka II호는 크리스탈 크루즈사의 Crystal Harmony호를 변경한 것으로 총톤수 50,142톤급 호화 크루즈 선박이다.

Asuka호는 2001년 이후부터 총 12회 한국의 항만(부산 10회, 제주 1회, 속초 1회)에 입항했으며, 2006년에는 3회(부산항 기준) 입항 예정이다. Asuka호는 총톤수 28,856톤, 침상수 600개, 건조연도는 1991년이다.

〈표 3-6〉 NYK CRUISE사 운항선박 주요제원 및 특징

선명	총톤수	전장	전폭	흘수	여객정원 (객실)	비고
ASUKA (飛鳥)	28,856	192.5m	24.7m	6.7	592 (296)	-건조: 1991년 -일본 최초 세계일주 -승무원:400
ASUKAII	50,142	241m	29.6m	7.5	720 (400)	-진수:2006 -승무원:270

(3) 일본 차터 크루즈(NCC : Nippon Charter Cruise Ltd.)

NCC사는 일본의 대표적인 외항객선 회사인 미쯔이객선(주)과 일본크루즈객선(주)가 출자하여 2001년 10월에 설립된 회사이다. 미쯔이객선(주)는 MOL 그룹 회사로서 동 그룹의 100년 이상의 역사를 갖는 객선사업 부문을 담당하는 회사이고, 일본크루즈객선(주)는 신일본해페리(주)에 의해 1989년에 설립되었던 크루즈 전문 회사이다.³⁰⁾

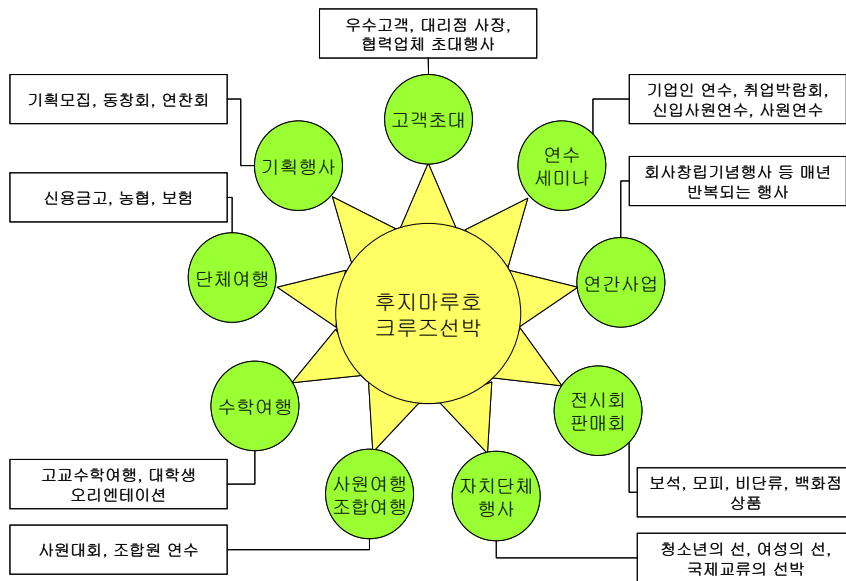
NCC사는 현재 일본적 크루즈 선박인 Fuji Maru호를 운항하고 있다. Fuji Maru호의 경우, 주로 개인승객보다 기업의 인센티브 관광 또는 콘퍼런스 및 사원교육과 같은 특수한 시장을 대상으로 하는 전세 크루즈(Charter Cruise)로 주로 이용되고 있다. Fuji Maru호는 2001년 이후 총 20회 한국 항만(부산 17회, 제주 3회)으로 입항하였으며, 2006년에는 3회(부산항 기준) 입항 예정이다.

〈표 3-7〉 NCC사 운항선박 주요제원 및 특징

선명	총톤수	전장	전폭	흘수	여객정원	기타
Fuji Maru	23,340	167.5m	24.0m	6.6m	600	-건조: 1989 -조선소: 미쯔비시 -인센티브 크루즈 -동아시아, 호주, 뉴질랜드, 캐나다, 알래스카 등 운항

30) <http://www.nc-cruise.co.jp/company.html> (2006. 7. 10).

〈그림 3-7〉 NCC사 후지마루호의 이용형태



(4) 크리스탈 크루즈 (Crystal Cruises)

크리스탈 크루즈사는 1988년에 설립된 후, 현재 Crystal Sympony, Crystal Serenity 등 2척의 호화 크루즈 선박을 운항하고 있다. 크리스탈 크루즈사의 첫 번째 크루즈 선박인 Crystal Harmony호는 시장에서 철수했다. 크리스탈 크루즈사의 크루즈 선박은 모두 NYK사의 소유이다,

크리스탈 크루즈사는 2척의 선박을 이용하여 아시아, 오세아니아, 아프리카, 카리브, 유럽, 파나마, 남미, 남태평양 등 전 세계 주요 기항지를 운항하고 있으나, 국내 입항경험은 없는 것으로 알려지고 있다.

크리스탈 크루즈사의 주요전략은 “승객에게 크리스탈만의 특별한 경험을 전달하고, 풀 서비스를 제공”하는 것이다. 이를 위해 동사에서는 “Creative Learning Institute”를 운영하면서 혁신적인 서비스를 개발하고 있다. 모든 크루즈 선박의 탑승자들에게 아마하 피아노 레슨과 벌리츠 랭귀지스쿨(Berlitz language), 클리브랜드 건강 세미나, Pepperdine 대학 경영세미나 등을 무료

로 제공하고, 스미스소니언 협회(Smithsonian Institution), 소더비경매장(Sotheby's) 등과 연계하여 교육을 실시하고 각종 인증서를 발급하는 서비스를 크리스탈 크루즈사가 새롭게 개발한 내용이다.

〈표 3-8〉 Crystal Cruise사 운항선박 주요제원 및 특징

선명	총톤수	전장	전폭	여객정원	비고
Crystal Serenity	68,000	249.9	32.3	1,080 (승무원 655)	-2003년 진수 -Per Guest space ratio 63 -등록지: 바하마
Crystal Symphony	51,044	238.0	30.2	940 (승무원 545)	-1995년 진수 -Per Guest space ratio 54 -등록지: 바하마

주 : 1990년에 진수된 Crystal Harmony호는 2005년에 시장에서 철수함.
자료 : <http://www.crystalcruises.com/home.aspx>.

(5) 일본 크루즈 라인(Nippon Cruise Line : NCL)

일본 크루즈 라인은 1989년 4월에 설립된 후 현재 크루즈선 2척을 운항하고 있다. 일본 크루즈 라인은 일본의 국내 페리 및 한국, 중국 등 일본과 인근 국가간 페리(정기여객선)를 운영하고 있는 SHK 라인(SHK Line Group)에 속해 있는 선사이다. SHK 라인은 신니혼카이(新日本海) 페리, 한큐(阪急) 페리 및 관부(關釜) 페리의 합작회사로 퍼시픽 비너스호와 오리엔트 비너스호를 운영하고 있다.³¹⁾

일본 크루즈라인 소속 크루즈 선박은 주로 일본인 승객을 위한 서비스를 제공하며, 퍼시픽 비너스호는 관광객을 표적시장으로, 오리엔트 비너스호는 인센티브 수요와 단체 수요를 표적시장으로 동남아, 호주, 알래스카 등지를 운항하고 있다. 이들 선박의 주요 기항지는 한국, 대만, 싱가포르, 호주, 중국, 하와이, 알래스카, 태국, 네덜란드, 스코틀랜드, 프랑스, 스페인, 몰타 등이다.

31) 이경모, 「크루즈 관광산업의 이해」, 대왕사, 2004, p. 133.

한편 일본 크루즈 라인의 Orient Venus호는 2001년 이후 총 5회 한국항만(부산 4회, 제주 1회)으로 입항했다. 그리고 Pacific Venus호는 동기간에 총 20회(부산 14회, 제주 6회) 들어왔고 2006년 3회(부산항 기준) 입항했다.

〈표 3-9〉 Japan Cruise Line사의 운항선박 주요제원 및 특징

선명	총톤수	전장	전폭	여객정원	비고
Orient Venus	21,884	174.0	24.0	606 (승무원수: 120명)	- 진수: 1990년 - 인센티브와 단체수요를 표적시장으로 동남아, 호주, 알래스카 등지 운항
Pacific Venus	26,518	183.4	25.0	696 (승무원수: 180명)	- 진수: 1997년 - 관광객을 표적시장으로 운항

주 : 1990년에 진수된 Crystal Harmony호는 2005년에 시장에서 철수함.
자료 : <http://www.crystalcruises.com/home.aspx>.

(6) 일본 크루즈 상품의 특징과 시사점

현재 일본에서 제공되고 있는 크루즈는 다음과 같은 특징을 가지고 있다. 첫째, 요금체계는 최저요금인 1박 3만 엔에서 4만 9천 엔으로 100달러가 일반화되어 있는 미국시장에 비해 높은 수준에 있다. 미국 마켓은 메스(mass), 프리미어, 럭셔리 등과 같이 3개 시장으로 구분되어 있지만, 일본선은 모두 럭셔리의 가격 설정. 또한 국내 이외의 리조트 호텔 등에 비해서도 비싼 감이 있다.

둘째, 인사이드 케빈을 설정하지 않으며, 전실 아웃사이드의 고급사양의 객선을 사용, 선내도 알코올류나 세탁 값 등 개인적인 비용이외에 무료, 노 칩(No Chip)이라고 하는 고급의 서비스를 전개하고 있다. 또 타깃으로 하고 있는 연령층도 은퇴한 부유층을 대상으로 하고 있다.

셋째, 크루즈의 여정(itinerary)도 같은 기항지의 크루즈를 일정기간 연속으로 반복하는 미국형과는 달리, 매회 다른 기항지를 도는 코스를 설정하고 있으며, 승객이 휴가에 맞춰 크루즈에 참가하는 것이 아닌, 크루즈에 맞춰 휴가를 잡지 않으면 안 되는 등 마케팅 측면에서도 초보적인 면이 많다.

넷째, 일본이 추워서 바다가 사나워지는 겨울철에는 세계 일주 등의 롱 크루즈를 실시하고, 여름철에는 축제, 가을에는 일본일주, 연말은 크리스마스 크루즈라고 하는 것과 같이, 후지마루선박을 뺀 3척은 거의 같은 크루즈 상품을 제공, 여정의 면에서도 경합하고 있다. 유일하게 피스 보트는 매년 저가의 세계 일주 크루즈를 3항해 실시하는 것과 같은 특징 있는 크루즈를 전개하고 있다.

일본선이 코스트가 높은 일본인 선원을 태운 일본국적선에서의 크루즈만을 전개하고 있는 이유는 카보타지 규제가 있기 때문이다. 즉, 일본 국적선이 아니면 일본국에서 크루즈가 불가능하다는 이유에 따른 것으로 ① 임금이 높은 일본국적선의 선원을 일정수를 승선시키지 않으면 안 된다. ② 육상과 같이 일본의 엄격한 관련법규의 규제를 받는 등의 상황으로 인해 코스트가 높고, 높은 코스트 구조가 일본선사에 있어서 대규모 시장의 크루즈가 아닌, 고급성향의 크루즈 시장을 목표로 하지 않으면 안 되는 이유가 되고 있다. 즉, 크루즈의 대중화를 통해 시장을 확대하지 못하고 소규모 고급시장이 반복되는 악순환을 만들어내고 있다고 말할 수 있다.

특히, 일본인 여성 승조원의 경우 회사보험을 포함해 연간 400만 엔 이상의 인건비 코스트가 들지만, 필리핀인의 경우 숙련된 남자 스태프도 연간 100만 엔 정도의 급료로 고용이 가능하다고 알려지고 있어 코스트에서 차지하는 인건비의 비율이 높은 크루즈선에서는 일본의 시장구조가 절대적으로 불리한 상황이 되고 있다.

4) 크루즈항과 터미널

일본 전국에는 총 1,079의 항구가 있다. 주요항구가 128개, 지역항구가 951개이다. 그러나 대부분 컨테이너를 비롯한 화물, 수산물을 취급하는 항만이다. 일본에서 여객선과 크루즈선이 입·출항하는 대표적인 항으로는 오사카 항, 요코하마 항, 시미즈 항, 고베 항 등을 들 수 있다. 이하에서는 이들 항만의 크루즈 터미널에 대해 상술한다.

(1) 오사카 항(大阪港) 템포산 여객 터미널

1859년에 개항된 오사카 항은 일본 최초의 현대화된 국제 무역항이고, 또 일본에서 처음으로 크루즈 터미널을 개장한 항만이다. 오사카 항에는 템포산 여객 터미널(Tempozan Passenger Terminal), 국제 페리 터미널(International Ferry Terminal), 오사카 남항 페리 터미널(Osaka Nanko Ferry Terminal)과 오사카 남항 가모메 페리 터미널(Osaka Nanko Kamome Ferry Terminal) 등 4개의 여객 터미널이 있다.

이 중 대형 템포산 여객 터미널이 크루즈 선박용 터미널이고, 국제 페리 터미널은 중국 상하이와 부산을 운항하는 고속 페리용을 사용된다. 그리고 오사카 남항 페리 터미널과 오사카 남항 가모메 페리 터미널은 일본 내 다른 도시와 연결하는 용도로 주로 활용되고 있다.

템포산 여객 터미널은 총길이 370m의 2개 선석이 나란히 있어 일반 크루즈의 접안이 용이하도록 설계되어 있다. 터미널의 총면적은 2,500㎡로 시간당 최대 1,000명의 여객이 통과될 수 있는 CIQ 처리능력을 갖추고 있다. 이 터미널은 오사카 국제공항 및 간사이국제공항까지 30분 정도의 거리로 접근성이 뛰어나며, 오사카 시내로의 접근도 용이한 편이다.

터미널 주변에 와인박물관 및 해양박물관이 있으며, 유니버설 스튜디오 또한 10분 거리에 위치하고 있고, 나라(Nara)와 교토(Kyoto) 또한 45분 거리에 위치하여 연계관광을 계획하기에도 유리한 조건이다. 그리고 템포산 터미널에는 대형 쇼핑몰과 템포산 공원이 있어 여행객들에게 편의를 제공하고 있다. 현재 이 터미널은 한국, 중국, 그리고 기타 아시아 국가로부터 연간 10만 명의 방문객을 국제여객선(페리)을 통해 맞이하고 있다.

〈그림 3-8〉 오사카 항 템포산 여객터미널 배치 및 전경



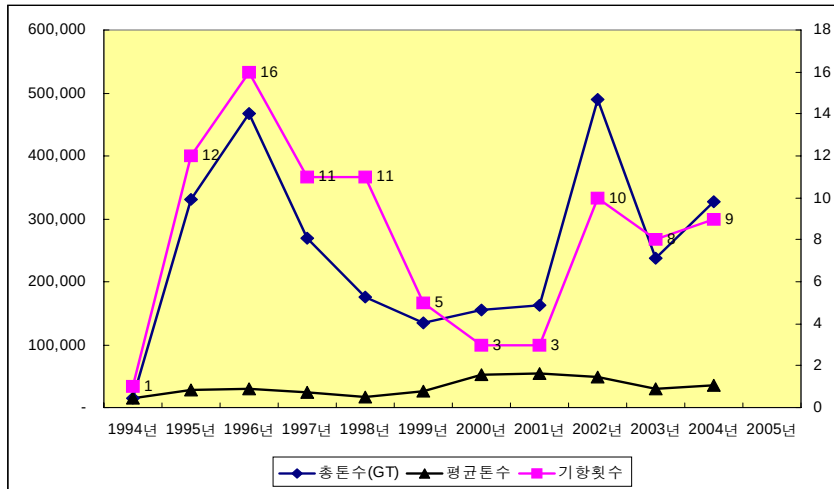
자료 : 1) http://www.city.osaka.jp/port/04_facilities/e_04_05.html,
2) <http://www.optc.or.jp/eng/service/service4.html>.

〈표 3-10〉 오사카 항 여객터미널 현황

구분	선석명	길이(m)	수심(m)	주요 특징
여객(크루즈) 터미널	Tempozan Wharf W-3, W-5	370	항로수심 11.0 안벽수심 27m	-터미널건물면적 : 2,900㎡ -CIQ 시설 완비, 시간당 1,000명 통과 -1 Passenger Gangways 연결 -수화물처리장 765㎡
	Central Pier North Wharf	210	11.0	
소형 정기 여객선 터미널	Tempozan West Wharf	196	3.0	-Thalassa사, Osaka Aquabus사 주로 이용 -Universal City Port -오사카 항 크루즈 투어항
	Tempozan East Wharf	110	4.0	-Goto Sangyo Kisen사 이용

자료 : <http://www.optc.or.jp/eng/service/service4.html>.

〈그림 3-9〉 오사카 항 템포산 여객터미널 크루즈 선박 기항횟수



자료 : 오사카시 항만국(www.city.osaka.jp/port/) 및 이경모(2004) 참조.

(2) 요코하마 항(横浜港) 국제여객터미널

요코하마 항 국제여객터미널은 1995년 요코하마 항 중심부에 크루즈 전용터미널을 건설하였으며, 현재 국내·국제 여객터미널 겸용으로 사용하고 있다. 요코하마 크루즈 터미널은 10만 톤 이상 대형 크루즈선의 정박이 가능하며, 최신 건조된 대형 크루즈 선박의 접안과 승하선이 용이하도록 설계되어 있다.

〈표 3-11〉 요코하마 항 국제여객터미널 일반현황

구분	부두길이	항로수심	안벽수심	터미널
선석A&B	450m	12m	20m	-총면적: 44,000㎡ -출입국라운지: 6,500㎡
선석C&D	450m	10-11m	20m	-식당 등 부대시설: 2,000㎡ -CIQ시설: 2,000㎡

〈그림 3-10〉요코하마 항 국제여객터미널 전경



자료 : 요코하마 항만청(www.japanwelcomesyou.com)



자료 : <http://www.city.yokohama.jp/me/port/annual/2005e/index.html>.

특히 이 터미널은 항만주변 지역이 워터프런트 형식으로 개발되어 일본의 대표적인 미향으로 손꼽히고 있어 크루즈 기항지로서 매력이 특히 많은 곳이다. 요코하마 항은 지리적 입지도 좋은 편이다. 차량으로 하네다 공항까지 20분, 나리타공항까지 90분이 소요되며 동경시내와도 차량 또는 기차로 40분 정도가 소요되는 거리에 위치하여 접근성이 우수한 편이다.

요코하마 항에서는 크루즈 선박 유치에 위해 항만당국과 지자체에서 다양한 행사와 서비스를 제공하고 있다. 입항 크루즈 승객을 위해 일본 전통 다도 시연, 기모노 입기 등을 통해 일본 전통문화 소개 및 체험을 할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 또한 관광객안내센터, 환전창구 등을 설치하여 크루즈 승객의 편의를 도모하고 있다. 그리고 국제여객터미널에서 시내에 위치한 요코하마 역까지 무료 셔틀버스를 운행하고, 크루즈 승무원을 위한 무료 시티버스타어도 제공하면서 크루즈 선박유치 홍보를 하고 있다. 크루즈선 입항시 군악대 연주와 꽃다발 및 선물증정식 등 다양한 형식의 환영식도 개최하고 있다.

요코하마 항에는 2005년에 크루즈 선박이 144회 입항했다. 이 중 일본적 선박이 133회로 절대다수를 차지하고, 외국선박은 12회에 그쳐 8.3%에 불과하다.

〈표 3-12〉 요코하마 항 국제여객터미널 크루즈 입항 현황

구분	2000	2001	2002	2003	2004	2005
일본선박	55	49	70	85	109	133
외국선박	1	4	5	6	5	12
합계	56	53	75	91	114	145

〈표 3-13〉 요코하마 항 국제여객터미널 선박별·연도별 기항횟수

구분	선박명	2000	2001	2002	2003	2004	2005	소계
외국선	Doulos	1						1
	Aurora		1		1			2
	Olvia		2					2
	Luce		1					1
	Crystal Symphony			1				1
	Crystal Serenity					1		1
	Crystal Harmony			2	2		2	6
	Clipper Odyssey			1				1
	Regal Princess			1				1
	Amsterdam				1		1	2
	Europa				1			1
	Deutschland				1	1		2
	Diamond Princess					1		1
	Queen Elizabeth2					1		1
	Sapphire Princess					1		1
	Topaz						7	7
	Columbus						1	1
	Norwegian Sea						1	1
	소계	1	4	5	6	5	12	33
일본선	Asuka	22	23	30	28	29	33	165
	Nippon Maru	6	4	12	22	36	47	127
	Orient Venus	9	12	2	-	-	-	23
	Pacific Venus	7	5	18	21	25	29	105
	Fuji Maru	11	5	8	14	19	24	81
	소계	55	49	70	85	109	133	501
합계		56	53	75	91	114	145	534

자료 : 일본 요코하마 항 홈페이지 (www.city.yokohama.jp/me/port)

(3) 시미즈 항(青水港) 마린 터미널

시미즈 항은 일본에서도 미항³²⁾에 속하는 항만 중 하나이며 후지 산이 있는 시즈오카 현에 위치하고 있다.

시미즈 항은 크루즈선 유치에 위해 지역주민과 전문단체의 참여로 진행되는

32) 일본의 3대 미항은 하코다테(函館; はこだて), 요코하마(横浜; よこはま), 고베(神戸, こうべ)을 의미함.

환영행사와 전통다도시연, 게이샤³³⁾ 공연, 전통의식 퍼레이드, 후지 산 사진전 등의 이벤트 개최와 관광정보센터, 환전, 우체국, 기념품점 등 특별 부스를 설치하여 크루즈 승객들에게 편의를 제공하고 있다. 그리고 전통차박물관, 신사 등의 관광자원과 인접하고 있어 크루즈 기항에 유리한 입지를 갖고 있다.

〈표 3-14〉 시미즈 항 마린터미널 크루즈 입항 현황

구분	2000	2001	2002	2003	2004	2005
일본선박			12	6	12	
외국선박			1	1	4	
합계			13	7	16	

〈표 3-15〉 시미즈 항 마린터미널 크루즈 선박별 입항 현황

연도	일본선박		외국선박	
	선박명	기항횟수	선박명	기항횟수
2004	Auska	4	Crystal Harmony	3
	Nippon Maru	3		
	Pacific Venus	5	Crystal Serenity	1
	소계	12	소계	4
2003	Auska	1	Crystal Harmony	1
	Nippon Maru	3		
	Pacific Venus	1		
	Fuji Maru	1		
	소계	6	소계	1
2002	Asuka	1	Crystal Symphony	1
	Nippon Maru	1		
	Orient Venus	2		
	Pacific Venus	7		
	Fuji Maru	1		
	소계	12	소계	1
총계		30	총계	6

자료 : 일본 시미즈 항 홈페이지 (www.portofshimizu.com).

33) 게이샤(芸者, げいしゃ)는 직역하면 "예술(芸)"를 행하는 "사람(者)"이 되며, 말 그대로 연회 등의 흥을 돋우기 위해 여러 가지 재주로 사람들을 즐겁게 하는 직업을 가진 사람(여성)이다. 옛날에는 일본의 이미지로 "후지산(富士山), 사무라이(侍), 게이샤"라고 불렸을 만큼 유명한 일본의 문화이다.

(4) 고베 항(新戸港) 여객터미널

고베 항 여객터미널은 고베 항의 신코 4부두에 위치하며 크루즈 선박과 일반여객선박을 동시에 수용한다.

2,500명의 승객과 360대의 주차공간을 갖춘 터미널에는 CIQ 시설과 해운선 사정보센터 등 크루즈 수속 및 관련 편의시설이 마련되어 있으며, 입·출항시 간단한 쇼핑이 가능한 기념품점 등이 마련되어 있다.

고베 항 타워, 해양박물관, 지진기념박물관 등 고베 항 인근에 관광 볼거리가 있어 크루즈선 여객들에게 즐거움을 더해 준다.

중국 텐진, 상해를 오가는 페리가 운항 중이며, 2006년 총 18척의 크루즈 선박의 입항이 예정되어 있다.

〈표 3-16〉 일본 고베 항 여객터미널 크루즈 입항 현황

크루즈 선박	총톤수 (GT)	입항횟수
Pacific Venus	26,518	6
Asuka II	50,142	3
Queen Elizabeth II	70,327	1
Saga Ruby	24,492	1
Spirit of Oceanus	4,200	2
Nippon Maru	21,903	3
Nautica	30,277	1
The Topaz	32,327	1
총	260,186	18

자료 : 일본 고베 항 홈페이지 (www.city.kobe.jp/cityoffice/39/port).

2. 싱가포르의 크루즈정책과 시장환경

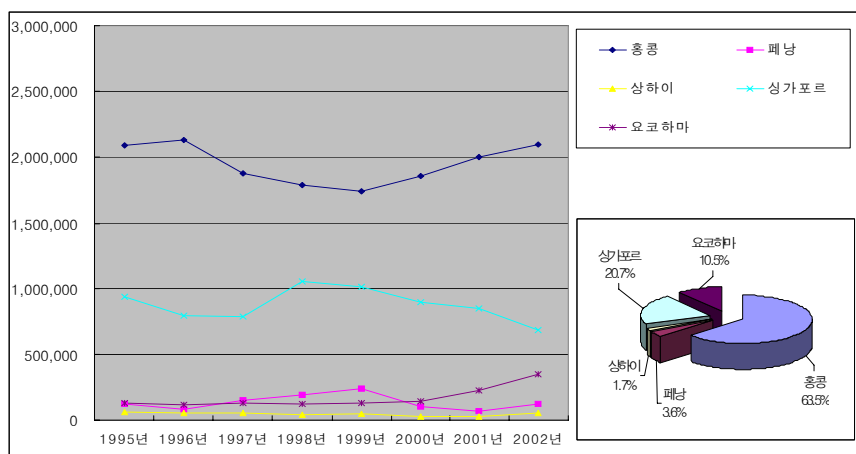
1) 싱가포르 크루즈 관광산업 정책

국제 크루즈 시장의 지속적인 성장과 더불어 카리브 해를 중심으로 하는 기존 크루즈 시장이 포화 상태에 이르자 크루즈 선사들은 신규 시장으로 아시아-태평양지역에 관심을 기울이고 있다.

아시아 크루즈 시장은 세계 4대 크루즈선사에 속하는 스타크루즈사(Star Cruises)를 중심으로 움직이고 있으며 주요 거점지역으로는 싱가포르, 홍콩, 페낭, 일본, 상하이 등이다.

아시아 주요 거점지역의 크루즈 이용객 추이를 살펴보면 <그림 3-11>과 같이 홍콩, 싱가포르가 전체 아시아 시장의 85% 정도를 차지하고 있으며 이들 각 국가들은 자국을 모항으로 하는 크루즈 시장의 구축을 위하여 노력하고 있다.

<그림 3-11> 아시아의 크루즈 이용객 증가추이



아시아의 관광 선진국인 싱가포르의 자국이 가지고 있는 다양한 관광자원과 항만시설여건 및 입지적 특성을 바탕으로 국제 크루즈라인의 허브로 발전시키기 위하여 정부차원에서 많은 노력을 기울이고 있다.

싱가포르의 크루즈 관광산업은 정부기관인 싱가포르 관광청(Singapore Tourism Board; <http://app.stb.com.sg/>)에서 주관하고 있으며, 관광청 내의 크루즈 사업부(Cruise Department)에서 크루즈사업과 관련된 제반 업무를 수행하고 있다. 아시아 크루즈 시장의 허브로 자리 잡기 위하여 싱가포르 관광청에서는 다음과 같이 4가지 정책목표를 설정하였으며, 싱가포르 「관광비전 2015」 속에 크루즈 관광산업을 주요 전략산업에 포함하였다.

첫째, 싱가포르를 아시아 크루즈 시장의 중심으로 육성

둘째, 싱가포르로 기항하는 크루즈 선박을 위한 관광상품 개발

셋째, 크루즈 기반시설의 개발과 질적 향상

넷째, 다양한 연계 관광지 개발

싱가포르를 방문하는 크루즈 관광객의 현황을 살펴보면 <표 3-17>과 같이 2003년을 기준으로 439척의 크루즈 선박이 싱가포르에 기항하였으며 이용객 규모는 51만 명 수준으로 기록되었다.

<표 3-17> 싱가포르 크루즈 관광객 현황

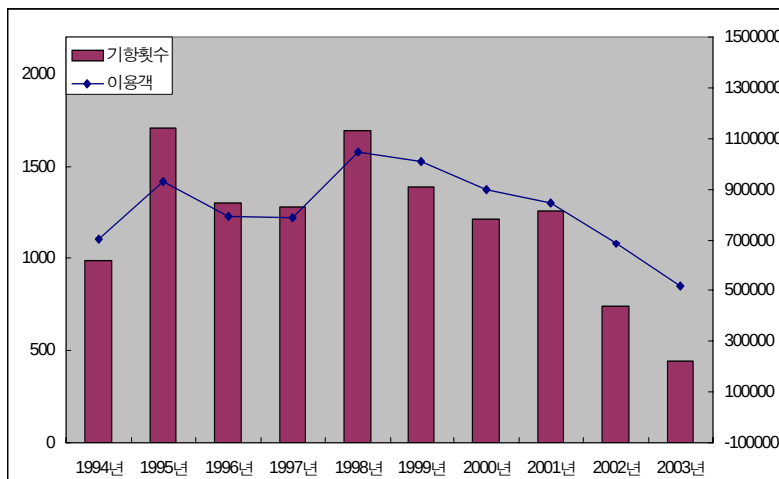
구분	입항 선박 (선사)	기항		이용객 규모	
		기항횟수	증가율	이용객(명)	증가율
1994년	49	986	186.6%	703,377	327.2%
1995년	54	1,707	73.1%	933,249	32.7%
1996년	57	1,301	-23.8%	794,357	-14.9%
1997년	51	1,279	-1.7%	787,125	-0.9%
1998년	54	1,691	32.2%	1,048,794	33.2%
1999년	51	1,387	-18.0%	1,010,121	-3.7%
2000년	47	1,213	-12.5%	898,135	-11.1%
2001년	47	1,259	3.8%	848,647	-5.5%
2002년	41	741	-41.1%	684,813	-19.3%
2003년	51	439	-40.8%	514,698	-24.8%

자료 : 싱가포르 관광청, 'Annual Report on TOURISM STATISTICS 2003' .

싱가포르의 크루즈 시장은 1998년을 정점으로 감소하는 추세를 보이고 있으며 이는 아시아권의 금융위기와 더불어 SARS, 조류독감 등의 영향으로 전체 아시아 관광시장이 위축된데 원인이 있는 것으로 판단된다(〈그림 3-12〉 참조).

한편 싱가포르에서는 크루즈 시장의 확대를 위하여 인도, 호주, 인도네시아 크루즈 관광객의 유치에 위하여 노력하고 있으며 2005년 5월 천만 달러(\$ 10 million) 규모의 싱가포르 항공연계 크루즈개발 기금(Singapore Fly - Cruise Development Fund; FCDF) 조성계획을 발표하였다. Fly-Cruise Product(항공사와 크루즈사의 여행상품을 패키지화하는 체제)의 FCDF는 싱가포르 관광청과 민간항공단체, 싱가포르 크루즈센터가 공동으로 조성하였으며 싱가포르 관광청에서 관리를 담당한다. FCDF의 조성목적은 국제 크루즈선사의 아시아 진출 및 싱가포르를 모항으로 하는 크루즈체제 구축을 위하여 사용될 예정이다.

〈그림 3-12〉 싱가포르 크루즈 관광객 증가추이(1994~2003)



2) 크루즈 관련 항만시설 개발 및 운영사례

싱가포르 크루즈 관광산업의 핵심시설인 싱가포르 크루즈터미널(싱가포르

크루즈센터, <http://www.singaporecruise.com>)은 1991년 싱가포르 항만공사에 의하여 조성되었다. 그리고 그 후 2003년에 PSA에서 민영화하였다. 싱가포르 달러로 5천만 달러가 소요된 싱가포르 크루즈센터에는 국제여객터미널(International Passenger Terminal) 2개, 연안페리터미널 1개, 테나메라 페리터미널 1곳 등 총 4개의 터미널로 구성되어 있으며 1998년 2천 2백만 달러(싱가포르 달러)를 추가로 투자하여 시설을 재정비하였다(〈그림 3-13〉 참조).

〈그림 3-13〉 싱가포르 크루즈센터 전경



크루즈 선박이 접안하는 국제터미널은 300미터와 240미터, 180미터의 3개 선적으로 이루어져 있으며 최대 12미터까지 수심이 확보되어 10만 톤급 규모

의 크루즈 선박도 접안이 가능하다(〈표 3-18〉 참조).

싱가포르크루즈센터의 부대시설로는 선착장과 갱웨이(GangWay, 크루즈 승선용 연결다리), 면세점, 환전소, 쇼핑센터, 의료시설 등의 편의시설이 완벽하게 갖추어져 있어 크루즈이용객들이 편리하게 이용할 수 있으며 싱가포르 도심 및 공항과의 교통접근성이 우수하다.

그리고 크루즈센터 건너편에는 센토사라는 싱가포르 최대의 해양관광지가 자리 잡고 있어 싱가포르를 방문하는 크루즈 관광객에게 다양한 관광프로그램을 제공할 수 있는 장점을 가지고 있다.

이와 같은 장점으로 싱가포르 크루즈센터는 연간 800만 명의 페리 및 크루즈승객이 이용하고 있고, 1일 평균 3척(크루즈 선박 1척, 페리선박 2척)이 출항하고 있다. 현재 싱가포르 크루즈터미널에서 승선은 3시간, 하선은 1시간 이내에 가능하도록 선상 출입국 심사 등이 이뤄지고 있으며, 신원보증을 위해 선사는 이용자로부터 보안(Security) 명목으로 1,500달러(US\$)를 받고, 싱가포르 크루즈센터는 이를 정부에 예치하고 있다.

〈표 3-18〉 싱가포르 크루즈센터 시설개요

구분	시설내용
운영목표	- Cruise Gateway to th Asia Pacific
시설규모	- 국제여객터미널(IPT; International Passenger Terminal): 1개 - 국제페리터미널(RFT; Regional Ferry Terminal): 1개 - 연안페리터미널(DFT; Domestic Ferry Terminal): 1개 - 테나메라 페리터미널(Tanah Merah Ferry Terminal): 1개 - 안벽길이 4개부두: 총 1.2km
주요시설	- 터미널시설: 출입국관리소, 세관, 출입국장 - 면세점, 쇼핑센터 - 은행, 여행사, 병원, 식당, 약국
주요사업	- 국제, 연안운송업(국제크루즈사업) - 국제, 연안화물 운송 - 선박용품, 용수, 유류공급 - 관광, 국내여객운송, 쇼핑산업 - 기타 국제 컨벤션 산업

3. 호주의 크루즈 정책과 시장환경

1) 크루즈 산업 개요

(1) 호주 크루즈 시장 개요

호주 국적의 크루즈 관광객은 2004년 약 16만 명으로 2002년에 비해 35% 급증하였다. 이러한 증가 현상은 중동 및 아시아에서 발생한 이라크 전쟁과 SARS라는 국제 여행의 최대 '방해꾼'으로 인해 상당한 수의 크루즈 선박이 아시아에서 호주로 재배치되었기 때문이다. 아시아 크루즈 시장은 SARS 영향으로 2002년 이후 크루즈 승객이 47%나 감소하는 등 회복하기에 상당한 시간이 걸릴 것으로 예상된다.

호주 크루즈 관광객은 주로 오세아니아 주변 남태평양(South Pacific)을 관광 목적으로 선택하고, 알래스카를 제 1의 해외 관광 목적으로 선택하고 있다. 알래스카를 선택한 호주 크루즈 관광객은 2002년과 2004년 사이에 87%가 증가하였다.

한편 호주, 뉴질랜드 및 인근 국가가 참가하고 있는 이 지역의 크루즈 단체인 오스트랄라시아³⁴⁾ 국제크루즈협회(ICC: International Cruise Council Australasia)는 Holland America사의 크루즈선 오스트랄라시아 역내 확장 배치, Pacific Princess호의 남태평양 운항(11~4월), 및 Orion Expedition Cruises사의 상품 출시 등으로 호주와 뉴질랜드 지역의 크루즈 관광객이 급증할 것으로 예상하고 있다.

(2) 호주 3대 크루즈 선사

호주의 3대 크루즈 선사는 P&O Cruises Australia, Orion Expedition

34) 오스트랄라시아(Australasia)는 오스트레일리아, 뉴질랜드와 그 부근의 남양 제도를 일컫음.

Cruises, Captain Cook Cruises사이다.

P&O Cruises Australia사는 세계 최대 크루즈 기업인 카니발 계열사(Carnival Group)로서 호주 시드니를 중심으로 약 75년 동안 지속적으로 사업을 영위한 호주의 대표적 크루즈 기업이다. 크루즈 운항 선대를 살펴보면, *Pacific Sun*, *Pacific Princess*, *Pacific Star* 및 2007년에 도입될 *Pacific Dawn*호 등이 있다.

Orion Expedition Cruises사는 호주인이 직접 경영하는 호주 기업이다. 106개의 선실을 보유한 Orion호는 2005년 4월에 처녀 취항(Maiden Voyage)을 하였고, 주요 기항지로서 Top End (Cape York, Arnhem Land, and the Kimberley), East Timor, the Great Barrier Reef³⁵⁾, Lord Howe Island, Tasmania, Antarctica 및 Sub-Antarctic islands 등이다.

Captain Cook Cruises사는 한 호주인 가족에 의해 운영되는 기업으로 30년의 역사를 자랑하고 있다. 20여 척의 선박으로 주로 단기 여행 상품을 취급하며 영역을 확장하고 있다. 20여 척 중에 단지 1척의 선박, 즉 150 선실을 지닌 *Reef Endeavour*호만이 ‘호주에서 정의하는 크루즈선³⁶⁾’으로 연중 the Great Barrier Reef 지역으로 취항한다.

2) 크루즈 관련 정책

호주 정부는 1995년 11월 Australian Department of Tourism에서 ‘*National Cruise Shipping Strategy*’를 발표하였으나, 크루즈 업계에서 전략에 구체적인 계획 부재를 지적하고 1997년에 호주 크루즈 업계의 마케팅 조직인 ‘Cruise Down Under³⁷⁾’에서 “호주-태평양 크루즈 산업 발전을 위한 실

35) The Great Barrier Reef는 대보초(大堡礁)로 알려진 오스트레일리아 북동부의 Queensland 해면과 병행하는 대규모의 산호초 지역을 말함.

36) 호주에서 크루즈 선박(Cruise Ship)은 ‘a vessel undertaking scheduled, deep water cruises of two days or more, with a passenger capacity of 100 or more’로 정의된다.

37) Cruise Down Under(CDU)는 1994년에 하나의 마케팅 조직으로 설립되어, 1997년에 유한책임회사로 법인화되었다. 회원사로부터 편당을 받는 CDU는 비영리 협회이다.

행 계획(Action Plan for the Development of the Australia-Pacific Cruise Industry)”을 수립하게 되었다. 이 계획은 2003년 11월에 호주 정부에서 발간한 관광백서(Tourism White Paper)에 포함되어 하나의 선결과제(a Priority)로 발탁된 바 있다. 주요 내용은 외국 크루즈 선박의 유치 및 지속적인 관리와 크루즈 관련 시설 확보, 호주 자국 크루즈 선대 증강 및 제도와 세금 등에 관해 포괄적으로 제시하고 있다.

〈표 3-19〉 Cruise Down Under(CDU) 개요

구 분	내 용
설립연도	1994년 설립, 1997년 법인화
기업분류	비영리(Non-Profit Association), 유한책임회사(Incorporated)
회원사 구성	항만, 관광여행사, 선사 등 57개사 (Ports, tourism agencies, shipping agencies, inbound tour operators, destinations and service providers)
특징	업계 협력 마케팅 브랜드(조직)로서, 호주 및 남태평양 지역의 크루즈 관광 목적지에 대한 마케팅과 크루즈 서비스업계를 대변함
미션	‘호주 및 남태평양’을 세계적인 크루즈 관광 모항지 및 목적지(기항지)로 만드는 것임. 구체적으로는 아래와 같음 ·To position the region as an exciting and diverse cruise destination with cruise lines, charterers and industry stakeholders and ·To encourage cruise lines to home base vessels in the region and ·To expand on the number of Cruise Down Under itineraries
홈페이지	http://www.cruisedownunder.com
연락처	General Manager - Jill Abel ·Address: PO Box 1117, Sandy Bay, Tasmania, Australia, 7006 ·Telephone / Fax: +61 3 6223 7334 ·Email: cdu@cruisedownunder.com

그리고 ‘1995년 전략’ 발표, ‘1997년 실행계획’ 발표에 이어 2006년 3월에 1997년 실행계획의 개정판(*Revised Action Plan for the Development of the Australia-Pacific Cruise Industry 2006*)이 발표되었다. 1997년의 8대 이슈에 새로운 7대 이슈가 제기되어 15대 주요 이슈에 대해 발표하였다.

〈표 3-20〉 호주 크루즈 산업 발전 전략 및 주요 실행계획 내용

구분	내 용
1995년 주요 전략	· 크루즈 관광 인프라 개발 투자 장려 및 관련 정책 및 제도 확대 · 공평하고 효율적인 세금 시스템의 지속적 개발 · 제도 환경 간소화 (출입국 절차 등) · 호주를 크루즈 목적지로서 마케팅 및 포지셔닝 하기 위해 호주 상품 및 상품 홍보활동 촉진
1997년 8대 이슈	· 세금(taxation) · 유류세 적용기준(fuel excise) · 면세점(duty free stores) · 카지노(on-board casinos) · 친환경 보호지역 항해(visits to environmentally sensitive areas) · 외국선사의 연안항해(coastal Trades) · 병커 유(bunker Fuel) · 항비(port pricing)
2006년 신규 7대 이슈	· 자료수집 및 연구 활동(data and research) · 해사 보안(maritime security) · 지역 분산 및 신규시장 개척(regional dispersal and new markets) · 터미널 개발(infrastructure) · 환경오염(pollution) · 통관(border control) · 크루즈 산업 대표기구 창설(peak industry body)

자료 : Tourism Division of the Department of Industry, Tourism and Resources, "Revised Action Plan for the Development of the Australia-Pacific Cruise Industry 2006" , March, 2006.

제4장

우리나라 크루즈 관광산업 발전여건과 전망

1. 국내 크루즈 관광산업 현황 분석

1) 우리나라의 크루즈 시장 여건

우리나라는 3면이 바다로 둘러싸여 있는 반도국가라는 지리적 특성과 더불어 조선업과 해운업 등이 발전한 해양선진국임에도 불구하고 크루즈 관광산업과 관련해서는 아직 초기 단계에 머물러 있다.

우리나라 국민의 여가활동은 산악과 내륙지역을 중심으로 이루어지고 있어 해양관광과 관련된 관광활동이나 기반시설자체가 크게 발달하지 못했다. 그리고 관광활동시기가 여름철 휴가기간에 집중되어 있으며 휴가기간 또한 1주일 미만의 비교적 짧은 시기에 이루어져 미국이나 유럽에서 판매되고 있는 중장기 크루즈 상품을 이용하는 시장여건과도 큰 차이를 보이고 있다.

이에 따라 ‘크루즈’라는 용어자체가 일반 국민들에게는 다소 생소한 편이며 이를 관광유람선이나 연안여객선 등과 동일하게 인식되는 경우도 있다. 그리고 크루즈사업을 관리하고 관련 정책을 제시하는 정부에서도 각 부처에 따라 크루즈사업의 인·허가 및 사업운영과 관련된 제반 사항에 대하여 서로 상이한 입장을 가지고 있어 실제 사업을 집행하는데도 어려움을 겪고 있다.

우리나라에 크루즈사업이 본격적으로 시작된 것은 1998년 현대아산의 ‘금강산크루즈사업’에서 시작되었다. 금강산 크루즈는 크루즈에 대한 개념이 정립되지 못했던 시기에 사업이 시작되었다. 이에 따라 사업의 인·허가와 관련된 사

항에서부터 시작하여 선박의 도입, 크루즈 터미널 등 기반시설의 정비, 크루즈 관련 물자의 운송에 이르기까지 많은 어려움을 겪었으며 금강산으로 접근하는 육상교통수단의 정비와 함께 사업이 종료되었다.

이후 스타크루즈사가 동북아 크루즈라인의 개척을 목적으로 2001년부터 부산과 평택 등을 기점으로 우리나라를 정기적으로 취항하여 중국·일본을 연계하는 크루즈 상품을 판매하였다. 하지만 스타크루즈사 또한 수익성 부족으로 인하여 2006년 현재까지 운항이 중단된 상태이다.

우리나라를 모항으로 하는 크루즈사업의 경우, 사업 허가와 관련된 근거 법령이 마련되지 못하여 사업이 추진되지 못하다가 해운법의 해상여객운송업 중 기타해상여객운송사업에 국제크루즈선 사업이 포함되면서 크루즈사업이 추진될 수 있는 계기를 마련하게 되었다.³⁸⁾

이 밖에 부산항 내항 및 울산 등 주변지역까지 운항하는 팬스타크루즈와 부산-오사카를 운항하는 팬스타호가 화물과 여객을 운반하는 페리선박 기능과 관광상품을 동시에 판매하여 통상적 개념의 크루즈사업과 유사한 형태로 운항되고 있을 뿐 크루즈사업과 관련된 국내 시장여건은 활성화되어 있지 못한 실정이며 크루즈 상품 자체도 개발이 이루어지지 못한 상태이다.

한편, 국제크루즈 선박의 수용측면에서 우리나라에 기항하는 크루즈 선박 현황을 살펴보면 <표 4-1>과 같으며 부산항과 제주항에만 매년 부정기적 형태의 크루즈 선박 입항이 있을 뿐 인천, 동해, 속초 등은 매우 미미한 편이다.

그리고 일부 선사의 초대형 선박이 부산항 등을 간헐적으로 입항했지만, 크루즈 1척당 입항인원이 부산항의 경우 평균 565명, 제주항 330명 수준을 보이고 있어 초대형 크루즈의 입항이 많지 않은 것을 알 수 있다.

38) 2005년 5월 해성협운이 국제크루즈선 운항과 관련하여 최초로 조건부 허가를 받음. 그러나 선박 확보 어려움 등의 이유로 면허를 반납함.

〈표 4-1〉 국제 크루즈 선박 입항 현황(계획)

단위 : 회, 명, 명/회

구분	부산항			제주항		
	입항횟수	관광객	평균인원	입항횟수	관광객	평균인원
2001년	19	11,783	620	28	12,805	457
2002년	28	13,237	473	56	9,953	178
2003년	18	6,396	355	4	1,445	361
2004년	22	9,930	451	2	753	377
2005년	29	24,852	857	6	3,205	534
2006년	38	20,848	548	16	8,819	551
누계	154	87,046	565	112	36,980	330
〈비고〉 -2005년 부산항 국제크루즈선 기항시간 : 평균 10.5시간 -인천항: '05년 1척 입항 -동해항: '05년 1척, PAFIFIC VENUS호(26,518톤급, 승객 408명) -속초항: '05년 PAFIFIC VENUS호와 Asuka호(28,858톤급) -울산항(제5부두): '06.5.30. PAFIFIC VENUS호, 승객 219명(한국10,일본209),승무원190명, 총430명 -군산항(제6부두): '06.6.1. PAFIFIC VENUS호, 항만관련수입 2,000만원 창출						

자료 : 각 지방해양수산청(KMI조사).

2) 우리나라의 크루즈 상품 판매현황

우리나라에서 판매되고 있는 대부분의 크루즈 상품은 해외 유명 크루즈선사의 한국대리점(GSA, General Sales Agent)을 통하여 판매가 이루어지고 있다. 이 밖에도 국내 여행사에서 해외여행패키지 상품의 형태로 크루즈 상품을 판매하고 있지만, 이것은 해외 크루즈선사의 상품을 판매하는 것이 아니라 한국 대리점의 상품을 판매하기 때문에 현지 판매사의 형태는 아니다.

그리고 한국대리점과 일반여행사를 통하여 판매되고 있는 크루즈 상품은 상품의 특성에 따라 개별 크루즈와 패키지 크루즈 상품으로 구분할 수 있다. 우선 개별 크루즈 상품은 크루즈 선내 활동만을 포함한 상품으로 크루즈 출항지까지의 항공료 및 체재비가 포함되어 있지 못하다. 따라서 기항지까지는 이용

객 스스로 교통수단을 선택하여 직접 찾아가야 하기 때문에 우리나라 관광객들이 이용하기에는 다소 불편하다. 그리고 오늘날의 일반적인 크루즈 상품(Air & Sea) 구성패턴과도 다소 차이가 있다.

반면, 패키지 크루즈 상품은 기존 개별 크루즈 상품과 달리 일반 크루즈 상품에 출항지까지의 항공편이 모두 포함된 것이다. 이는 출항지 이외 국가의 이용객을 대상으로 마련된 상품으로 크루즈 상품가격에 출항지까지의 왕복항공료 및 숙박료가 포함된 상품이다. 현재 우리나라에서 판매되고 있는 패키지 크루즈 상품은 총 16개 크루즈 선사의 상품으로 세부 내용은 <표 4-2>와 같다.

우리나라에서 판매되고 있는 패키지 크루즈 상품은 아시아 지역을 기항하는 상품으로 대부분 지중해, 알래스카, 유럽을 기항하는 일정으로 구성되어 있다. 국내 여행업계에 따르면 해외크루즈를 이용하는 국내인은 연간 4,500명으로 추정되고 있으며 매년 약 10~15%씩 증가하는 것으로 파악되고 있다.

한편 로열캐러비안 한국사무소의 자체조사에 의하면, 1997년 크루즈 상품을 이용한 한국인 여행자수는 1,300명 정도였으며 1998년에는 500여명 정도가 크루즈를 이용한 것으로 집계되어 이용객 규모가 아직까지는 그리 크지 않다는 것을 알 수 있다.

〈표 4-2〉 크루즈 선사별 국내 판매상품 기항지

구 분	크리스탈	NCL	코스타	래디슨	스타크루즈	실버시	카니발	더월드	로얄캐리비안	데일만	셀리브리티	MSC크루즈	프린세스	홀랜드아메리카	쿠나드	디즈니
미동부· 뉴잉글랜드· 캐나다	1	1											3			
북유럽· 노르웨이	2		4	1									5			
아시아				상시	6								3			
아프리카						1										
알래스카		19				1	2	1	24							
유럽	1									1	5	9	2	1		
지중해	3	3	12	1		1	2		5			24	1	1	4	
카리브	2		1						2			9	14			
타히티· 남태평양				1									4			
파나마 운하	1			1							1					
바하마																1
멕시코											1					
하와이		4											8			
남미	1										1	12	3		1	

자료 : 각 선사별 한국총판대리점, 여행사 안내 자료 정리.

2. 우리나라 크루즈 관련 인프라 실태분석

1) 항만 인프라여건

크루즈 관광산업의 발전 초기단계에 있는 우리나라에는 아직까지 국제크루즈 선박의 접안을 위한 전용 부두나 방문객들의 편의제공을 위한 터미널 시설이 조성되어 있지 않다. 즉 크루즈 관광산업의 발전을 위한 기반시설 자체가 미흡한 우리나라는 국제 크루즈 선박의 국내유치나 기항지가 되기에는 많은 어려움이 상존해 있으며 국내 연안크루즈의 운항도 용이하지 못하다.

우리나라에는 무역항 28개소, 연안항 23개소가 있으며 이 중 부산항, 인천항, 평택·당진항, 군산항, 목포항, 제주항, 울산항, 동해항 등 8곳에 국제여객선 터미널이 조성되어 있다(〈그림 4-1〉 참조).

따라서 국제 크루즈 선박은 이들 항만을 이용하여 입항해야 하지만 선석 길이 및 수심확보 때문에 대규모 크루즈 선박은 접안이 어려우며 컨테이너와 화물을 중심으로 운영되는 우리나라의 항만여건상 선석을 확보하는 일도 쉽지 않다.

우리나라의 항만지역 중 크루즈 선박의 입항이 비교적 많이 이루어지고 있는 부산항, 제주항 및 인천항의 항만인프라 여건을 살펴보면 다음과 같다.

〈그림 4-1〉 우리나라 항만위치도



(1) 부산항의 크루즈 선박 수용여건

우리나라에 가장 큰 항만인 부산항에는 국제여객선터미널이 조성되어 있지만 선석의 규모가 크지 않기 때문에 대형크루즈 선박은 접안이 불가능하다 (〈표 4-4〉 참조).

〈표 4-3〉 부산항 국제여객선터미널의 규모

선석명칭	수심(m)	길이(m)	접안능력 (DWT,척)	접안선박
10	1~4m	120m	200x2	비틀2, 비틀3, 제비, 제비2
11	4.6~6.1m	120m	3,000x1	씨플라워II
12	7.5~8.6m	220m	10,000x1	하마유, 코비, 코비3, 은하호
13	8.3~8.5m	192m	10,000x1	성희, 뉴-카멜리아
14	8.3~9.1m	200m	10,000x1	팬스타드림

우리나라와 일본을 연계하는 국제여객선이 주로 활용하고 있는 부산항 국제여객선 터미널에는 5개 선석(10~14의 선석)이 마련되어 있으나, 1만 톤급 카페리 1척, 일일평균 천명의 이용객을 기준으로 설계되어 있어 이보다 큰 규모의 선박은 접안이 어려운 실정이다(〈그림 4-2〉 참조).

이에 따라 현재 부산항에 입항하는 2만 톤급 이상의 크루즈 선박들은 일반 화물 부두인 1부두와 2부두를 통하여 입항하고 있다(〈표 4-5〉 참조).

〈그림 4-2〉 부산항 국제여객선 터미널



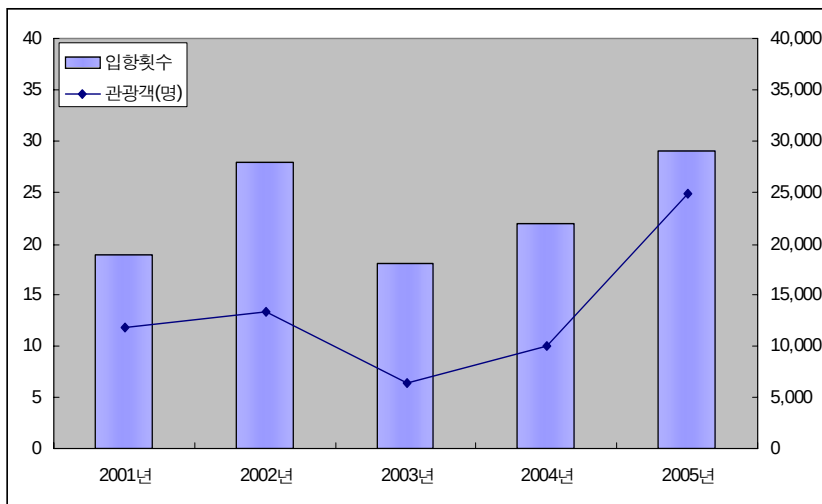
〈표 4-4〉 2005년 부산항 크루즈 입항실적

부두명	제1부두	제2부두	중앙부두	제3부두	제4부두
입항실적	11	10	4	2	2

2001~2005년까지 부산항에 입항한 크루즈 선박의 추이를 살펴보면 2002년 월드컵 기간 동안 28회에 13,237명을 정점을 기록한 후 감소하다가 2005년까지 다시 증가하는 모습을 보이고 있다(〈그림 4-3〉 참조). 한편 2006년에는 크루즈 선박의 입항횟수가 더욱 증가할 것으로 전망되고 있다(44회 예정).

2001년 이후 부산항에 입항한 크루즈 선박은 총 26개 선사에 116회가 입항하여 총 66,198명이 부산지역을 방문하였다. 선박 1척 당 방문객 규모를 살펴보면, 크루즈 선박 1회 입항에 평균 570.7명 정도의 외국인 관광객이 부산지역을 방문한 것으로 크루즈 관광산업이 외래 관광객 유치에도 긍정적 효과가 있다는 것을 알 수 있다.

〈그림 4-3〉 부산항의 국제크루즈 선박 입항통계



한편 부산항에 입항한 크루즈 선박 중 최대 규모는 2005년에 입항한 Diamond Princess(11만 6천 톤)와 Sapphire Princess(11만 5천 톤)이며 각각 3회씩 부산항에 입항하였다. 하지만 이들 선박들은 호주나 남태평양, 알래스카를 방문하는 중간에 부산항을 부정기적으로 기항하고 있다(〈표 4-5〉 참조).

부산항에 정기적으로 기항했던 선사는 스타크루즈사이며 2001년까지 매주 4회 다대포항을 통하여 기항하였으며, 한-중-일을 연계하는 크루즈사업을 검토하였으나 수익성 부족으로 사업을 포기하였다. 스타크루즈사는 2006년 부산항 크루즈 전용터미널 건립에 따라 동북아 크루즈사업 및 부산항 기항여부에 대하여 검토 중에 있다.

〈표 4-5〉 부산항 입항 크루즈 선박 통계(2001~2005)

크루즈선명	총톤수	입항횟수	크루즈선명	총톤수	입항횟수
Astor	20,606	1	Norwegian Wind	50,760	2
Asuka	28,856	8	Olivia	15,791	1
Clipper Odyssey	5,218	31	Orient Venus	21,884	4
Columbus	14,000	1	Pacific Princess	30,277	3
Delphin	16,514	1	Pacific Venus	26,518	14
Diamond Princess	116,000	3	Prinsendam	37,845	2
Europa	28,890	2	Regal Princess	70,285	10
Fuji Maru	23,340	10	Royal Princess	44,588	1
Hanseatic	8,378	1	Rus	12,798	1
Maxim Gorkiy	24,220	1	S.S Universe Exploper	22,162	2
MS Asuka	28,856	2	Sapphire Princess	115,875	3
MS Fuji Maru	23,235	7	Sea Bournsprit	9,975	2
Nippon Maru	21,903	2	Universe Explorer	22,162	1
크루즈선(중)	26		총횟수(회)	116	

자료 : 부산항만공사 내부자료.

(2) 제주항의 크루즈 선박 수용여건

우리나라 국민의 최대 관광목적지인 제주도는 부산과 함께 국제크루즈 선박의 기항횟수가 가장 많은 지역이다. 하지만 제주항 또한 국제크루즈 선박을 접안시킬 수 있는 전용부두는 조성되어 있지 않아 일반부두를 이용하여 접안하고 있다.

〈그림 4-4〉 제주항 전경(연안여객선 터미널)



〈표 4-6〉 제주항 국제여객부두 시설규모

구분	수심(m)	길이(m)	접안능력 (DWT,척)	이용선박
7부두	11m	390m	2,000x2	관공선, 유람선, 외항화물

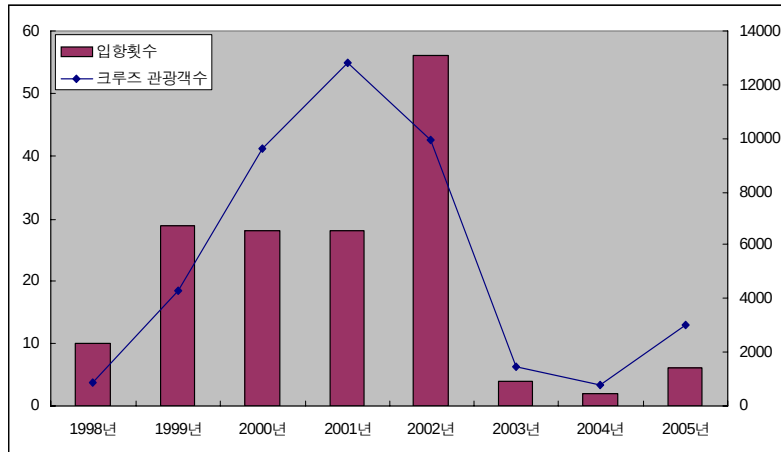
자료 : 부산지방해양수산청 제주해양관리단 내부자료..

제주항에 국제 크루즈 선박이 처음 입항한 것은 1983년 일본 국적의 HIKARI MARU호였으며 이후 1998년 입항회수 10회에 관광객 874명이었던 것이 2002년 월드컵 기간에는 56회 9,953명으로 크게 증가하였으나 이후에는 감

소하는 추세를 나타내고 있다(〈그림 4-5〉 참조).

한편 2005년을 기준으로 선박 1척당 방문객 규모를 살펴보면, 크루즈 선박 1회 입항에 평균 504.17명 정도로 나타났다.

〈그림 4-5〉 제주항의 국제크루즈 선박 입항통계



제주지역을 방문하고 있는 크루즈 선박들은 대부분 오전 9시에 입항하여 오후 6시경에 출항하고 있어 제주지역을 1일 관광코스로 활용하고 있다. 따라서 제주도의 해외 관광객유치 및 지역홍보에 크게 기여하고 있다.

그러나 제주항 또한 크루즈 선박의 접안을 위한 기반시설은 크게 미흡한 실정으로 관공선과 유람선, 외항선이 같은 장소를 사용하고 있으며 대규모 크루즈 선박의 접안이 어려운 실정이다.

그리고 대형선박의 항내 접안을 위해 사용되는 예선³⁹⁾이 부족하여 대형선 입항시마다 여수지역에서 임차하여 오기 때문에 크루즈 선박의 기항지여건으로는 불리한 실정이다.

39) 예선(Tug Boat)은 대형선박이나 독자적 항행력을 갖지 않은 선박을 항 내에서 이동시키는데 이용되는 선박을 말함.

〈표 4-7〉 제주도의 크루즈 선박 입항현황 및 연계항로

연도	선명	항로	국적	총톤수 (G/T)	입항 횟수	관광객 (명)
1998년	Xin Shanogbai Youlun	중국-제주-중국	중국	4,641	3회	503
	Hai Hua	중국-제주-인천-중국	중국	13,547	7회	371
	계				10회	874
1999년	Hai Hua	중국-인천-제주-중국	중국	13,547	1회	116
	Arafura Lily	중국-인천-제주-중국	파나마	12,304	27회	3,978
	Orient Venus	일본-제주-일본	일본	21,884	1회	178
	계				29회	4,272
2000년	향 신 란	중국-인천-제주-중국	파나마	16,071	1회	389
	Rotterdam	세계일주	네덜란드	59,652	1회	1,017
	Superstar Taurus	일본-제주-부산-일본	파나마	25,611	15회	5,498
	Superstar Aries	일본-부산-제주-일본	바하마	37,301	11회	2,730
	계				28회	9,634
2001년	Superstar Aries	일본-부산-제주-일본	바하마	37,301	14회	5,603
	Superstar Taurus	일본-제주-부산	파나마	25,611	11회	6,443
	Clipper Odyssey	일본-부산-제주-중국	바하마	5,218	1회	104
	Pacific Venus	중국-제주-일본	일본	26,518	1회	166
	Orient Venus	일본-제주-일본	일본	21,884	1회	489
	계				28회	12,805
2002년	CLIPPER ODYSSEY	일본-제주-부산	바하마	5,218	2회	202
	SEABOURN SPIRIT	중국-제주-부산	바하마	9,975	2회	350
	COLUMBUS CARAVELLE	중국-제주-중국	바하마	7,560	29회	2,242
	CROWN	중국-제주-중국	바하마	28,518	19회	4,951
	PACIFIC VENUS	일본-제주-일본	일본	26,518	1회	272
	FUJI MARU	일본-제주-일본	일본	23,235	1회	287
	NIPPON MARU	일본-제주-일본	일본	21,903	1회	355
	VOLENDAM	세계일주	네덜란드	60,906	1회	1,294
2003년	계				56회	9,953
	PACIFIC VENUS	일본-제주-일본	일본	26,518	2회	500
	AMSTERDAM	일본-제주-중국	네덜란드	60,874	1회	576
	NIPPON MARU	일본-제주-일본	일본	21,903	1회	369
2004년	계				4회	1,445
	Fuji Maru	일본-제주-일본	일 본	23,235	1회	452
	Nippon Maru	일본-제주-일본	일 본	21,903	1회	301
2005년	계				2회	753
	PACIFIC VENUS	일본-제주-일본	일본	26,818	2회	685
	Nippon Maru	일본-제주-일본	일본	21,903	1회	402
	FUJI MARU	일본-제주-일본	일본	23,235	1회	380
	Asuka	일본-제주-일본	일본	26,856	1회	458
	Amsterdam	세계일주	네덜란드	60,874	1회	1,280
2006년 (계획)	계				6회	3,205
	The World	세계일주	바하마	43,188	1회	126
	FUJI MARU	일본-제주-일본	일본	23,235	1회	370
	Costa Allegra	중국-일본-제주	이태리	28,610	13회	8,034
	Nippon Maru	일본-제주-일본	일본	21,903	1회	289
	계				16회	8,819

자료 : 제주도, 2005년도 주요관광행정현황, 2005.

(3) 인천항의 크루즈 선박 수용여건

인천항은 우리나라에서 중국 연안도시를 연결하는 국제여객선의 출항지 기능을 특화하고 있다. 인천항을 이용하는 국제 여객은 2005년에 79만 명으로 지난 10년 동안 매년 12.9%씩 증가했다. 인천항을 이용하는 여객은 대부분 중국의 단둥, 다롄, 영구, 진황도, 연태, 석도, 위해, 칭다오, 톈진, 연운항 등 연안도시를 왕래하고 있다. 현재 인천항과 중국 간에는 9개 선사가 10개 항로에서 운항하고 있다.

인천항에는 현재 국제여객터미널이 제1터미널과 제2터미널로 분리되어 운영되고 있다. 2개의 터미널로 이원화되어 있기 때문에 각 터미널별로는 세관 및 법무부 직원들의 수가 적어질 수밖에 없어 자연히 출입국 수속에 시간이 많이 소요되는 편이다. 동물 검역의 경우 검역소가 통합되어 있어 제1터미널 이용 고객은 제2국제여객터미널 인근에 위치한 동물검역소에서 검역증을 받아서 다시 제 1터미널에서 출국해야 한다. 그리고 무상임대 부분이 중복되어 나타나며, 관리비가 이중으로 부담되는 것도 부담이 되는 부분이다. 또 각 터미널마다 취항하는 항로가 다르기 때문에 처음 이용하는 여객들이 혼란을 겪는 경우도 있다.⁴⁰⁾

〈표 4-8〉 CIQ 및 공공기관 인력 현황

단위 : 명

구 분	세관	출입국관리소	안전담당기관 (검·경포함)	검역소	관광공사
제1여객터미널	15	10	21	10(비상주)	7
제2여객터미널	28	7	17(비상주)	6(비상주)	11

자료 : 전일수김혜진, “인천 국제여객운송 발전방안”, 제3회 인천광역시 물류전문가 POOL 연구발표회 자료, 2006.

40) 전일수김혜진, “인천 국제여객운송 발전방안”, 제3회 인천광역시 물류전문가 POOL 연구발표회 자료, 2006.

그리고 인천항의 국제여객터미널은 다음과 같이 터미널 및 부두시설측면에서도 개선의 여지가 있다. 먼저 여객터미널의 문제이다. 인천항 주변공간은 수변문화공간으로서 관광지화하기 위해서는 현 터미널의 시설이 빈약하다. 승선선박까지 연결된 gangway시설이나 짐을 보관할 수 있는 시설 등이 마련되어 있지 않은 상태이다. 그리고 국제 수준에 맞는 식당이나 관광안내시설 등도 아직 갖춰져 있지 않은 상태이다. 새로운 고객층을 형성하기 위한 시설이 마련되어 있지 않다고 볼 수 있다.

그리고 제1터미널은 출국이 3층, 입국이 2층, 발권 및 수화물탁송장이 1층에 위치하고 있어 이용자측면에서 불편이 많다. 주차시설 부족으로 매우 혼잡할 뿐 아니라 터미널 바로 앞 주차장에서는 개인 무역업자들의 화물분류 등이 이루어지고 있어 혼잡을 가중시키고 있다. 현재 제1터미널의 경우 노선버스가 여객터미널의 근처까지는 운행되고 있으나 버스정류장과 터미널사이 거리가 떨어져 있어 접근성이 양호하지 못한 문제가 있다.

또한 인천 이외의 지역에서 오는 이용객들을 위한 시외버스터미널, 지하철 등이 터미널과 상당한 거리가 있기 때문에 접근성도 좋지 않다. 터미널 부근의 숙박시설, 편의시설 등이 시설이 낙후하고 부족한 실정이다. 교통수단으로서 국제여객터미널이 아니라 여객, 관광객 유인책이 없다.

둘째로 부두 시설의 문제이다. 일부선사(위동해운, 진천해운)의 경우 운항하고 있는 선박의 규모가 제1터미널에는 접안할 수 없는 크기이기 때문에 인천 내항의 화물부두를 여객부두로 임대하여 사용하고 있다. 2000년에 완공한 제1국제여객터미널은 접안능력이 15,000G/T 이상 선박이 들어올 경우 수용이 어렵게 설계되었기 때문이다. 제2국제여객터미널의 부두는 화물선과 함께 사용하고 있어 여객 중심의 설계가 이루어지지 못하였다. 여객선을 타기위해 승객은 화물부두를 통과해야 한다. 현재 셔틀버스로 터미널과 부두를 연결하고 있으나, 고부가가치를 갖는 여객관광산업을 이끌기에 시설이 너무 낙후되어 있다. 제1터미널 부두에서는 기상이변이나 선박 연착시 여분의 선석이 없으므로 선박이 부두 원거리에 닻을 내리고 대기하는 경우가 발생하고 있다. 부두시설

이 부족하므로 선사들이 원하는 시간대에 출항을 하거나 항차수를 증가시킬 수 없다는 문제도 있다.

2) 크루즈터미널 조성계획

크루즈터미널은 크루즈 선박의 운항을 위해서 가장 중요한 기반시설이지만 우리나라에는 아직까지 크루즈전용터미널이 조성되어 있지 않다. 이에 따라 크루즈 관광산업의 활성화를 위해서는 기반시설의 조성 차원에서 크루즈 선박의 접안시설을 포함한 터미널의 조성이 필요한 상황이다.

한편, 우리나라의 무역항을 대상으로 크루즈 선박의 기항 여건을 조사한 결과를 살펴보면 <표 4-9>와 같다. 본 조사는 우리나라의 28개 무역항을 대상으로 수심, 항로폭, 부두길이, 굴곡도, 선회장의 5가지 물리적 지표를 기준으로 선박시물레이션을 통하여 크루즈 선박의 접안가능성을 분석한 것이다.

분석결과를 살펴보면, 8만 톤급 이상의 크루즈 선박이 기항할 수 있는 항만은 제주항, 부산항, 군산항, 보령항(계획지)이며 4만 톤급 이상의 크루즈 선박이 기항할 수 있는 항만은 모두 10곳인 것으로 나타났다.

<표 4-9> 우리나라의 크루즈터미널 개발여건

구분	항만지역	비고
4만 톤급 크루즈선 기항 (10개 항만)	동해, 포항, 울산, 부산, 광양, 제주, 군산 보령, 대산, 인천	- 포항, 울산, 광양, 제주, 군산은 현재의 물리적 여건만으로도 기항 가능 - 동해, 부산, 인천은 항로의 폭을 확장해야 함 - 보령과 대산은 선회장을 개선해야 함
8만 톤급 크루즈선 기항 (4개항만)	제주, 부산, 군산, 보령	- 제주와 군산은 현재의 물리적 여건만으로도 기항 가능 - 부산항은 항로폭을, 보령항은 선회장을 개선해야 함

자료 : 해양수산부, 「크루즈전용 터미널의 개발방향과 해양관광산업의 발전방안에 관한 연구」, 2002.

우리나라의 항만시설 여건은 대규모 크루즈 선박을 접안시키는 데 많은 제약요인을 가지고 있다. 즉 대부분의 항만시설이 화물의 운송을 중심으로 운영되고 있기 때문에 관광을 목적으로 하는 크루즈 선박 이용객의 편의성 제고는 고려되어 있지 못하다. 그리고 크루즈 선박의 규모가 최소 8만 톤에서 10만 톤 이상으로 점차 대형화 추세에 있기 때문에 향후 대규모 크루즈 선박의 국내 입항은 현재 여건으로서는 쉽지 않은 상황이다.

한편 크루즈 선박의 기반시설 조성차원에서 추진되고 있는 크루즈전용 터미널의 조성사업과 관련된 사항을 살펴보면 다음과 같다. 우선 부산지역의 경우 〈그림 4-6〉과 같이 동삼동 지역에 크루즈 전용터미널이 조성 중에 있다.

〈그림 4-6〉 부산항 크루즈전용터미널 위치



동삼동 매립지 전면해역에 조성중인 동삼동 크루즈터미널은 총 사업비 834억원을 투입하여 8만 톤급 1선석(부두축조 350m, 방파제 250m) 규모로 만들어지고 있으며 본 시설은 크루즈전용부두 및 해경함정의 전용부두로 함께 사

용될 예정이다.

크루즈 부두 배후지역에는 방문객들의 편의 제공을 위한 크루즈터미널이 함께 조성되고 있으며 주요 사업내용은 <표 4-10>과 같다.

<표 4-10> 부산항 크루즈터미널 사업개요

구분	사업내용
사업규모	- 부지면적(31,631㎡, 9,568평) - 연면적 669평(지상 2층)
사업기간	- 2005년 7월~2006년 9월
사업비	- 50억원
주요시설	- 1층 : 대합실, CIQ, 매점, 기념품점, 화장실 - 2층 : 사무실, 홍보실, 다목적공간, 기타 판매시설

자료 : 부산항만공사.

동삼동지역에 건립되고 있는 크루즈터미널은 우리나라 최초의 크루즈전용부두시설이라는 점에서 그 의의가 크다. 하지만 해경부두와 함께 사용되는 점과 더불어 영도지역의 도로시설 여건상 부산 시내 주요 쇼핑센터와의 접근성 개선이 요구되며 경주, 울산, 경남 등 주변 지역 관광지와 연계성을 강화시킬 수 있는 대안의 마련이 필요한 것으로 지적되고 있다.

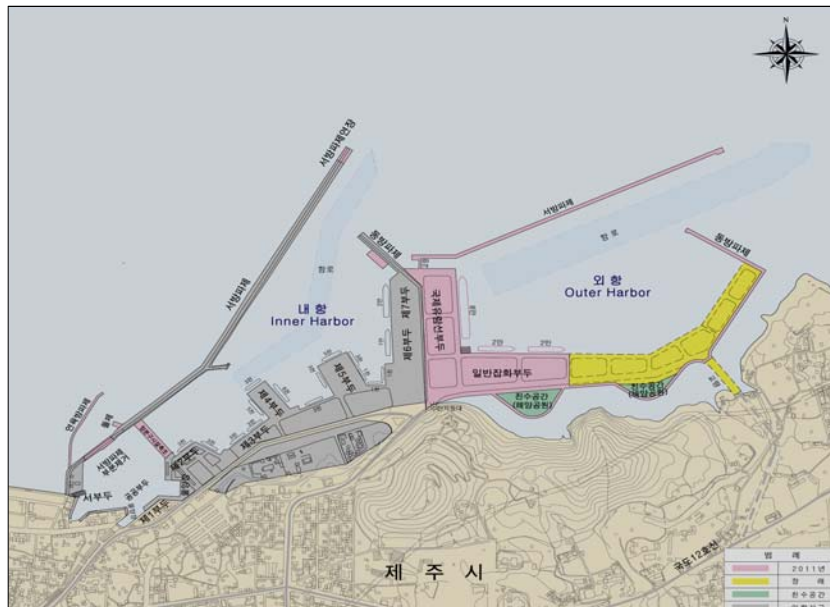
이와는 별도로 동삼동의 터미널로 여객부두를 이전할 경우 부산-일본간 페리선 운항에 상당한 차질이 있을 것으로 보인다. 현재 부산-일본을 운항하는 여객선의 경우 컨테이너도 수송하고 있는데, 이를 수송하기 위해서는 컨테이너 박스를 적재한 차량이 부산대교를 통과해야 하는 문제가 있다. 즉 대형 컨테이너를 적재한 수송차량의 중량으로 부산대교 통과가 문제가 될 것으로 보인다. 이 문제는 한일 여객선 운항사업에도 영향을 미칠 것으로 보인다.

현재 공사 마지막단계에 있는 부산지역 이외에도 전국 주요 항만지역에서는 크루즈 관광산업의 육성을 위하여 기반시설 조성과 관련된 구상을 가지고 있

다. 제주항의 경우 기존의 제주항 지역을 확장하여 8만 톤급 1선석 규모로 국 제유람선부두를 조성할 계획을 가지고 있다(〈그림 4-7〉 참조).

그리고 대중국과의 교류 관문역할을 하고 인천항은 2006년부터 2011년까지 총 3,566억 원을 투입하여 총 10선석 규모로 국제 여객부두를 건설하려는 계 획을 수립하고 있다(〈표 4-11〉 참조).

〈그림 4-7〉 제주항 국제크루즈터미널 조성계획



〈표 4-11〉 제주항 및 인천항의 크루즈터미널 조성계획

구분	사업개요
제주항	- 국제 크루즈전용부두 착공계획 - 사업규모 : 8만 톤급 1선석(2006~2011)
인천항	- 국제여객부두 건설계획 - 사업규모 : 총 사업비 3,556억원(2006~2011) - 5만 톤급 1선석, 3만 톤급8선석, 2만 톤급 1선석 등 총 10선석

3. 크루즈 관광산업 발전 장애요인 분석

1) 조사개요

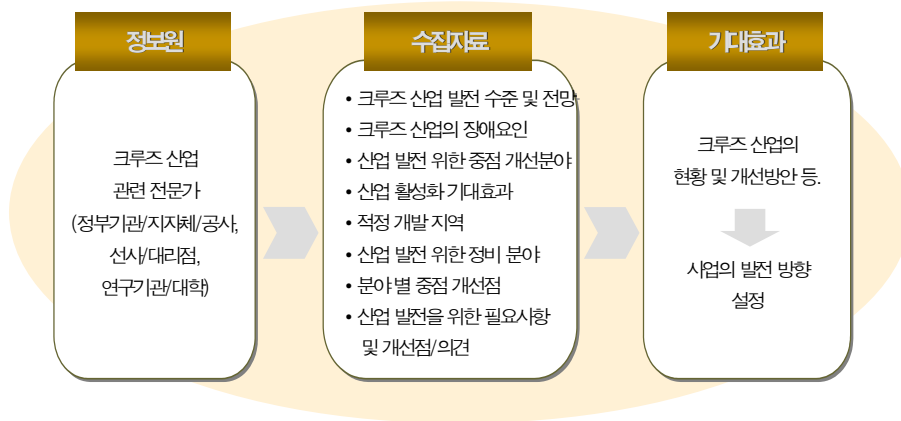
우리나라의 크루즈 시장 및 항만인프라여건에서 살펴본 것처럼 크루즈 관광산업의 기반여건은 매우 미약한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 우리나라 크루즈 산업의 발전을 저해하는 장애요인을 분석하고 크루즈 관광산업을 활성화시킬 수 있는 방안을 모색하기 위하여 설문조사를 실시하였다(〈표 4-12〉 참조).

〈표 4-12〉 설문조사 조사설계

구분	조사내용
조사대상	크루즈 관광산업과 관련된 전문가집단
조사규모	정부/공공기관(중앙부처, 광역지자체, 관광공사, 항만공사), 산업계(크루즈 관련 여행업체, 선사, 대리점 등), 학계(대학교수, 연구기관 연구원 등)의 3개 집단 각 35명씩 총 105명을 대상으로 설문조사 실시, 유효표본 95명을 분석
조사방법	전화안내를 통한 사전공지 및 FAX/E-Mail 조사
조사기간	2006년 6월 15일~2006년 7월 15일

본 설문조사는 크루즈 관광산업의 초기단계에 있는 현재의 여건상 크루즈 관광산업과 관련된 해양수산부 및 문화관광부, 한국관광공사, 지자체 관광관련 공무원(크루즈사업부문) 등 정부 및 공공기관 전문가집단과 해운업계, 크루즈 총판대리점, 선사 등 산업계 전문가 집단, 대학교, 연구소 등 학계의 전문가집단(크루즈 관련 연구실적 보유자)을 구성하고 이들에게 크루즈 관광산업 활성화를 위한 정책방향에 대하여 조사하였다. 전문가설문조사의 조사수행체계(Flow Chart)는 〈그림 4-8〉과 같다.

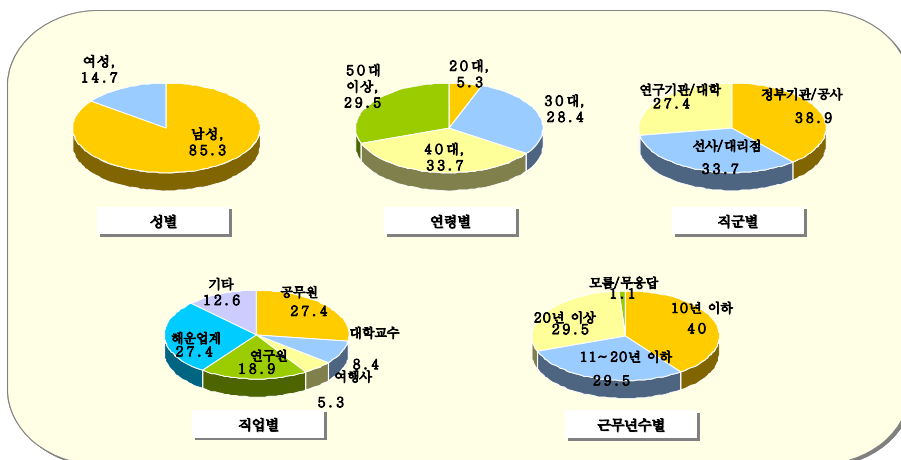
〈그림 4-8〉 설문조사 Flow Chart



설문조사의 주요 조사항목은 총 22개 문항이고 다음과 같이 크게 5개 부문으로 나눌 수 있다. 첫째, 우리나라 크루즈 관광산업의 전망, 둘째, 크루즈 관광산업의 성장 장애요인, 셋째, 크루즈 관광산업의 발전을 위한 각 분야별 개선방안, 넷째, 일반대중을 대상으로 한 홍보 및 고객층 다양화 방안, 다섯째, 국내 크루즈 관광산업 활성화를 위한 기항지평가 및 기타 건의사항 등이다.

설문조사에 참여한 전문가들의 일반적 특성을 정리하면 〈그림 4-9〉와 같다.

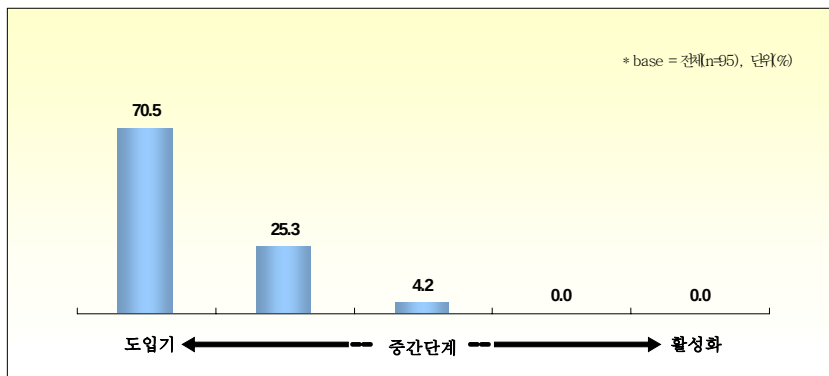
〈그림 4-9〉 응답자 일반특성 분석



2) 조사결과 분석

크루즈 관광산업의 발전전망과 관련하여 우리나라의 크루즈 관광산업 발전 수준에 대한 조사결과를 살펴보면 〈그림 4-10〉과 같다. 조사결과 전문가들은 우리나라 크루즈 관광산업의 발전수준을 도입기(70.5%)에 있다고 평가하고 있는 것으로 분석되었다. 이 결과는 우리나라 크루즈 산업이 맹아기를 지나 도입기에 있다는 학계의 의견과 일치한다.

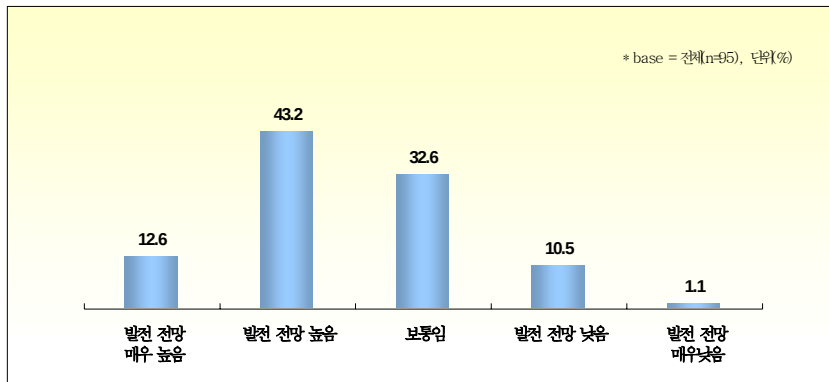
〈그림 4-10〉 우리나라 크루즈 관광산업의 발전수준



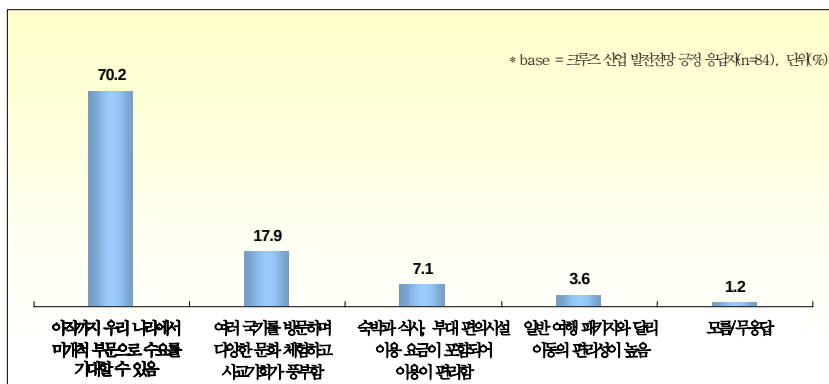
발전전망과 관련해서는 발전전망이 매우 높다는 의견이 12.6%, 높다는 의견이 43.2%로 나타났으며 보통이라는 의견은 32.6%를 제시하였다. 반면 발전전망이 낮다거나 매우 낮다는 의견은 11.6%로 나타났다. 따라서 설문응답자의 55.8%는 우리나라 크루즈 관광산업의 발전전망에 대해 긍정적인 평가를 하는 것으로 분석된다(〈그림 4-11〉 참조).

그리고 크루즈 관광산업이 발전할 전망이 있다고 응답한 이유에 대하여 분석한 결과, 〈그림 4-12〉와 같이 아직까지 우리나라에서 미개척부문으로 수요를 기대할 수 있다는 의견이 70.2%로 가장 높은 비중을 차지하였다.

〈그림 4-11〉 우리나라 크루즈 관광산업의 발전전망



〈그림 4-12〉 크루즈 관광산업의 발전전망

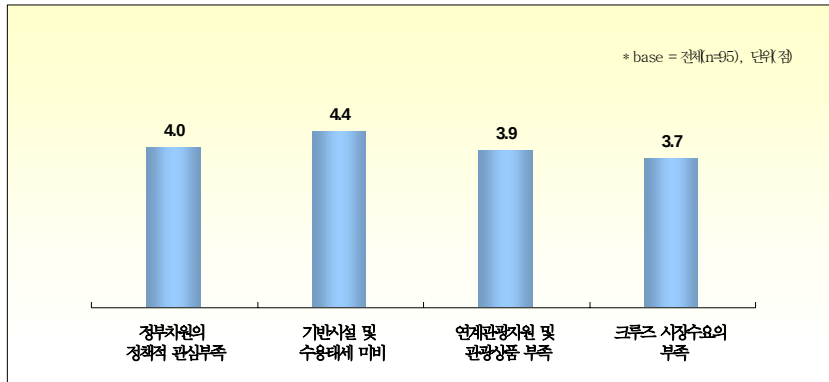


이상의 분석결과를 종합해보면, 우리나라의 크루즈 관광산업은 도입기에 있지만 새로운 시장으로서 수요를 기대할 수 있는 것으로 판단된다.

한편 우리나라 크루즈 관광산업이 성장하지 못했던 장애요인에 대한 평가를 리커트 5점 척도로 분석한 결과를 살펴보면 〈그림 4-13〉과 같다.⁴¹⁾

41) 리커트 5점 척도 평가: 각 항목에 매우 긍정적인 경우는 5점에 반대로 매우 부정인 경우 1점에 표시하여 평가함.

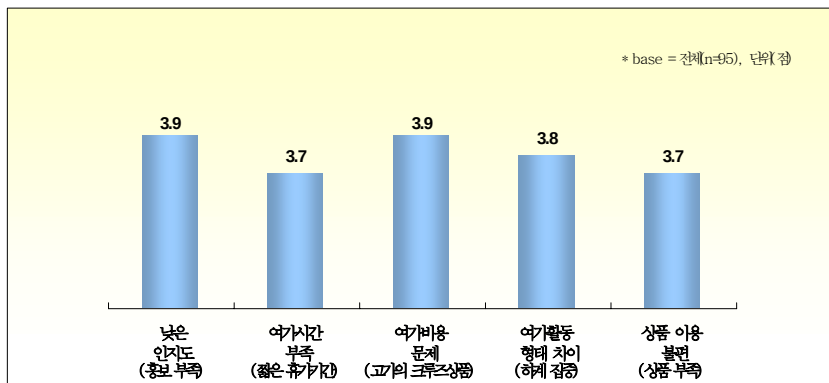
〈그림 4-13〉 크루즈 관광산업이 성장하지 못했던 장애요인



조사결과, 전문가들은 기반시설 및 수용태세의 부족(4.4)을 가장 장애요인으로 지적하고 있으며 다음으로 정부차원의 관심부족(4.0), 연계관광자원 및 상품부족(3.6) 등의 순으로 나타났다. 따라서 크루즈 관광산업의 발전을 위해서는 앞서 우리나라 크루즈 시장 및 기반시설 여건과 관련된 현황에서 나타난 문제점들을 해결하는 것이 가장 시급한 사안인 것으로 생각된다.

다음으로 우리나라 크루즈 상품이 일반 대중에서 활성화되지 못한 이유에 대한 평가를 리커트 5점 척도를 평가한 결과를 살펴보면 〈그림 4-14〉와 같이 낮은 인지도(3.9)와 여가비용(3.9), 여가활동의 차이(3.8), 여가시간의 부족(3.7) 등이 문제점인 것으로 지적되었다.

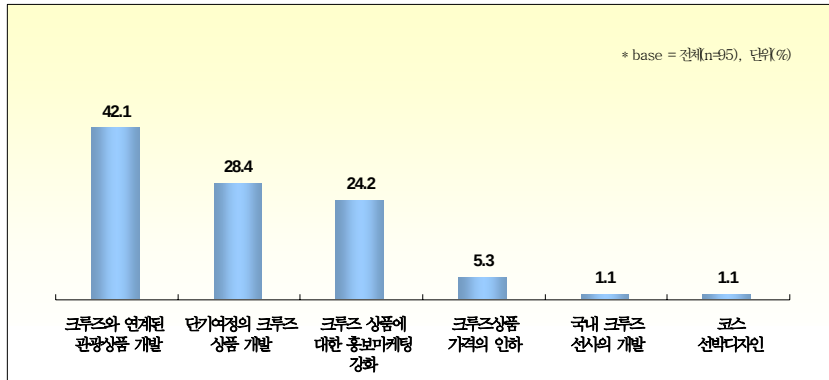
〈그림 4-14〉 크루즈 상품이 일반대중에게 활성화되지 못한 이유



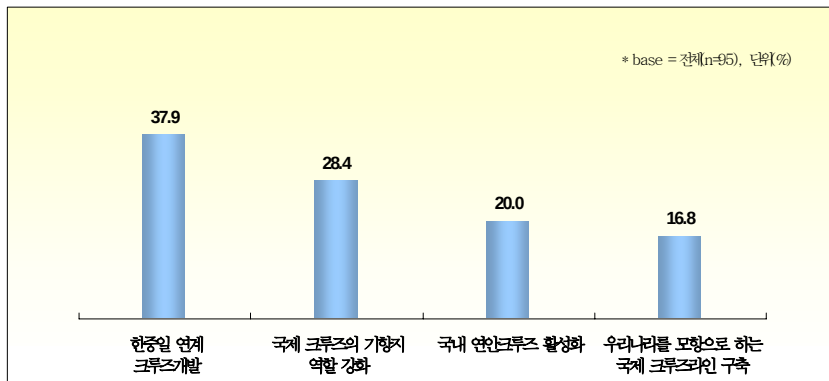
이에 따라서 크루즈의 고객층을 다양화시키기 위한 방안에 대한 조사결과를 살펴보면 <그림 4-15>와 같이 크루즈와 연계된 관광상품개발(42.1%)이 가장 중요한 것으로 분석되었다.

이와 더불어 단기여정의 크루즈 상품개발(28.4%), 크루즈 상품에 대한 홍보마케팅 강화(24.2%) 또한 필요한 것으로 나타났다.

<그림 4-15> 우리나라의 크루즈 고객층 다양화 방안



<그림 4-16> 우리나라 크루즈 산업 발전방향

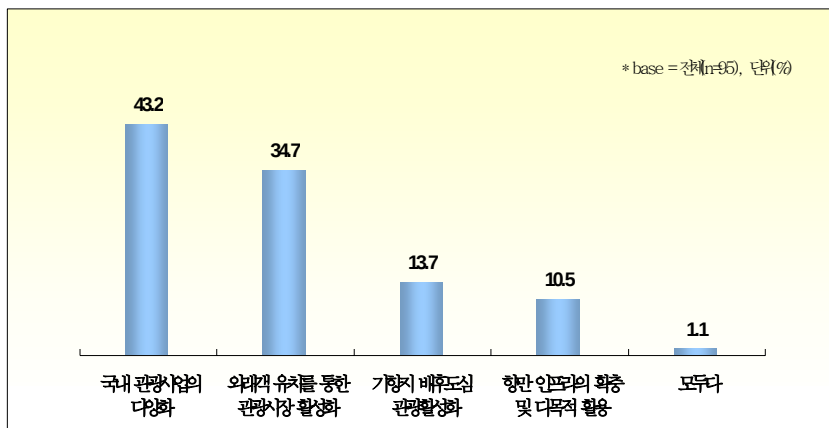


그리고 우리나라에서 크루즈 관광산업을 발전시킬 경우, 국내 연안크루즈, 국제크루즈기항지, 우리나라를 모항으로 하는 국제 크루즈라인, 한·중·일 연계

크루즈개발 등 4개 분야 중 중점적으로 추진해야 할 분야에 대한 조사에서는 한·중·일 연계 크루즈개발이 가장 우선시 되어야 한다는 의견이 37.9%로 가장 높게 제기되었다. 그리고 다음으로는 국제 크루즈 기항지 역할강화(28.4%), 국내 연안크루즈 활성화(20.0%) 등의 순으로 나타났다.

한편 크루즈 관광산업이 활성화되어 얻을 수 있는 기대효과에 대한 조사결과는 <그림 4-17>과 같이 국내 관광사업의 다양화가 가장 큰 것으로 나타났다. 이 밖에도 외래객 유치에 통한 관광시장 활성화, 기항지 배후 도심 관광활성화, 항만 인프라의 확충 및 다목적 활용 등의 순으로 나타났다.

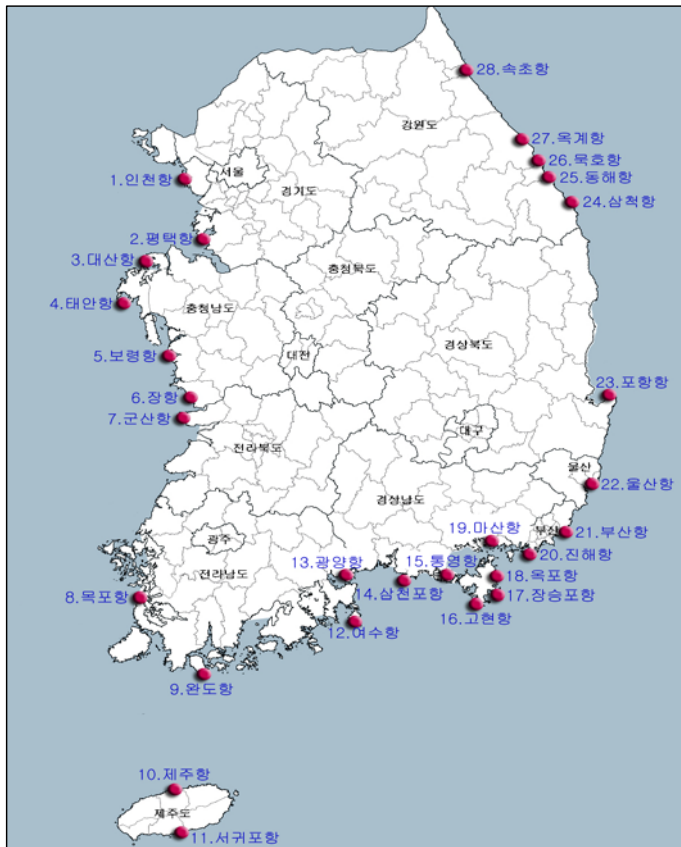
〈그림 4-17〉 국내크루즈 관광산업 활성화를 통한 기대효과



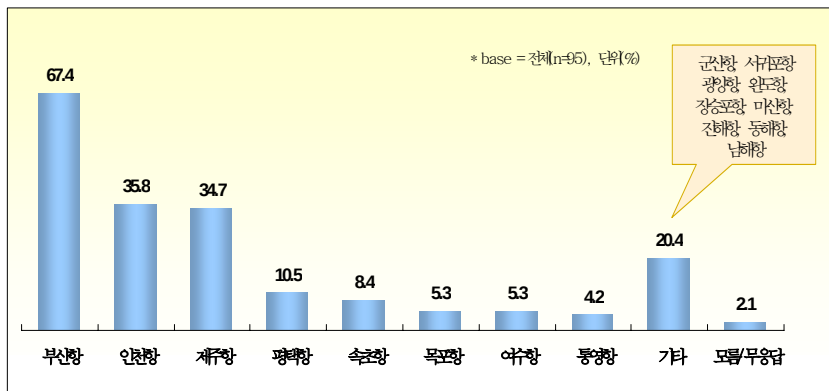
그리고 우리나라 국제크루즈의 기항지로 개발하기 좋은 지역과 관련하여 <그림 4-18>과 같이 우리나라 무역항 28곳 중 2곳을 선택하도록 조사하였다.

조사결과, 부산항(67.4%), 인천항(35.8%), 제주항(34.7%)을 선택하는 경우가 가장 높게 나타났다(<그림 4-19> 참조). 이 밖에도 평택항, 속초항 등이 기항지로 개발하기에 좋은 지역인 것으로 분석되었다.

〈그림 4-18〉 우리나라 주요항만위치도

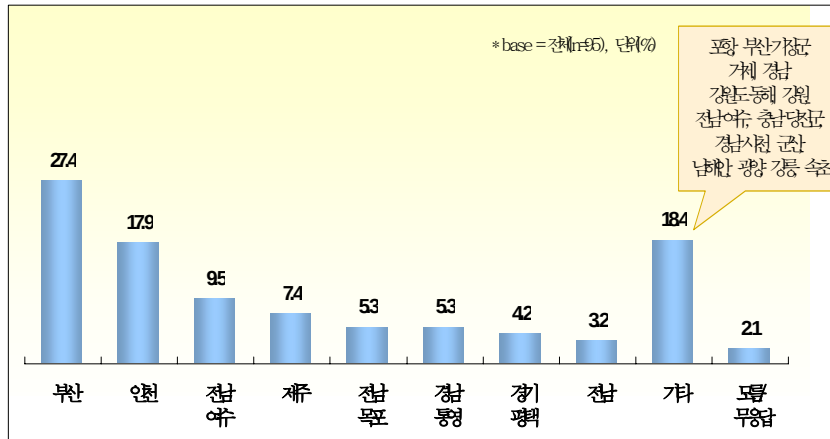


〈그림 4-19〉 우리나라 국제 크루즈 기항지로 개발하기 좋은 지역

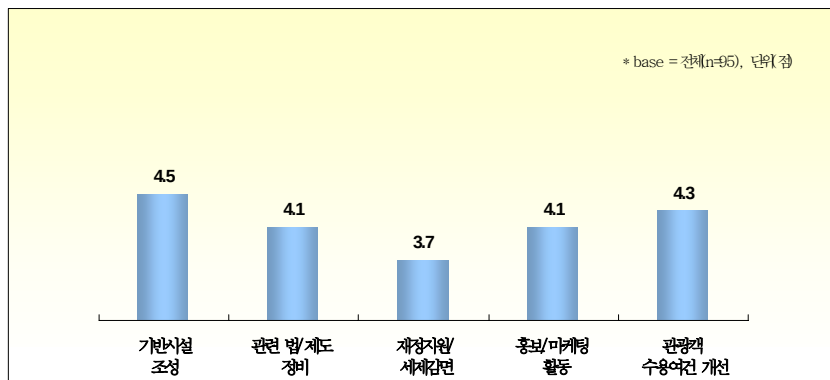


그리고 국내 항만 중에서 연안 크루즈 항으로 발전 가능성이 높은 지역에 대한 질문에서도 부산의 발전가능성이 가장 높다는 의견이 27.4%로 나타났으며 다음으로 인천(17.9%), 여수(9.5%) 등의 순으로 나타났다.

〈그림 4-20〉 국내 항만 중 연안크루즈항으로 발전가능성이 높은 지역



〈그림 4-21〉 크루즈 관광산업의 발전을 위하여 정비되어야 할 부문

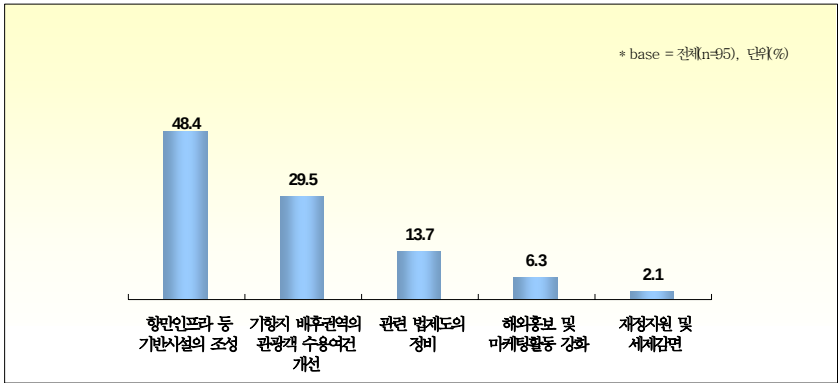


우리나라 크루즈 관광산업의 발전을 위하여 정비되어야 할 부문을 인프라, 제도, 재정지원, 홍보, 배후지여건 등 5개 부문으로 나누고 각 부문에 대하여 리커트 5점 척도를 통하여 평가한 결과를 살펴보면 〈그림 4-21〉과 같다.

조사결과 응답자들은 항만 인프라 등 기반시설의 조성(4.5)이 가장 중요하다고 응답하였으며 이밖에도 기항지 배후권역의 관광객 수용여건 개선(4.3), 관련법/제도 정비와 해외홍보 및 마케팅 활동의 강화(4.1)가 필요하다고 평가하였다.

한편 <그림 4-21>과 관련하여 가장 시급하게 정비/개선되어야 할 것에 대한 조사에서는 전체 응답자 중 48.4%가 기반시설의 정비가 가장 시급하다고 응답하였다(<그림 4-22> 참조).

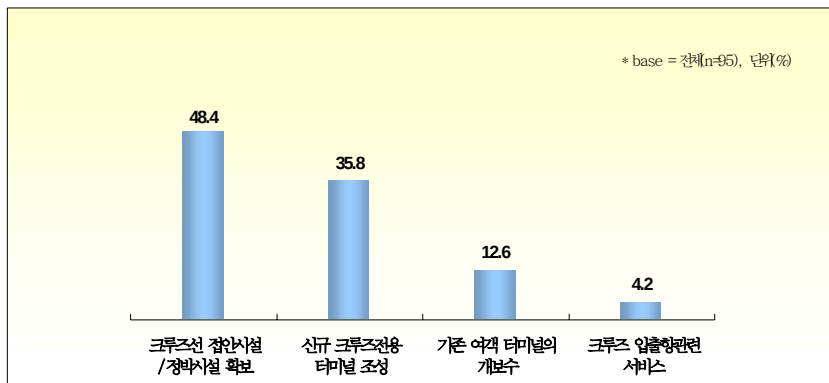
<그림 4-22> 크루즈 관광산업 발전관련 우선 정비 사항



그리고 크루즈 관광산업의 발전을 위한 5가지 정비부문에 대한 세부사항에 대하여 분석해 보면 다음과 같다. 우선 항만시설의 정비 및 기반시설 조성부문에서 정비되어야 할 세부사항에 대한 조사결과를 살펴보면 <그림 4-23>과 같이 크루즈선 접안시설(부두) 및 정박시설의 확보가 가장 중요한 것으로 나타났다.

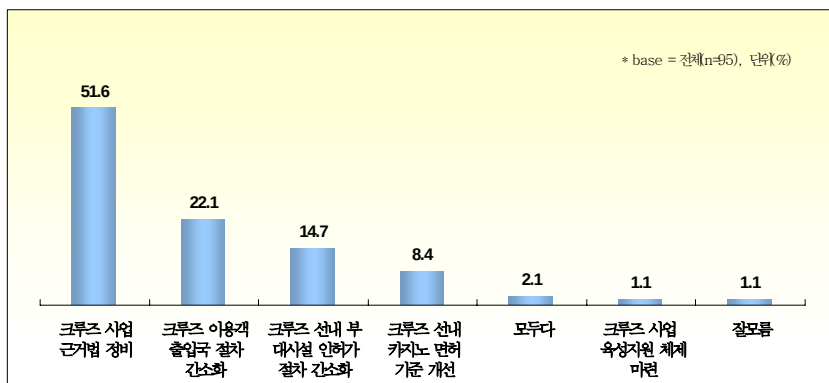
따라서 우리나라의 크루즈 관광산업을 발전시키기 위해서는 정박시설 등 기반시설의 정비가 시급한 과제인 것으로 판단된다.

〈그림 4-23〉 항만시설 정비 및 기반시설 조성부문에서의 개선사항



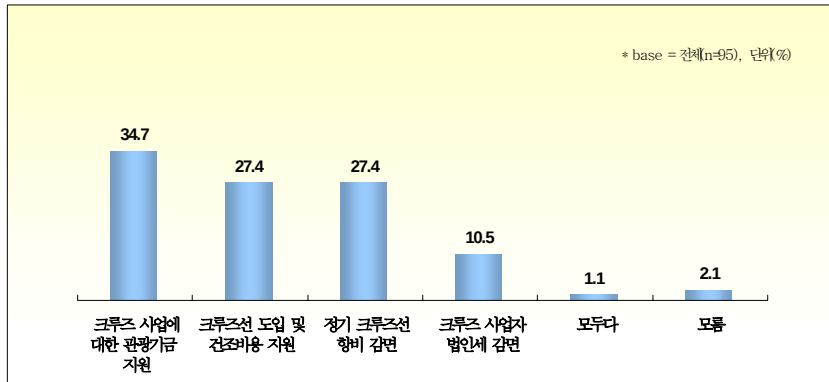
법제도의 정비부문에서는 크루즈사업 근거법 정비가 가장 시급한 개선사항으로 분석되었으며 다음으로 크루즈이용객 출입국절차 간소화(22.1%), 크루즈선 내 부대시설 인/허가절차 간소화(14.7%) 등의 순으로 나타났다.

〈그림 4-24〉 법제도의 정비부문에서의 개선사항



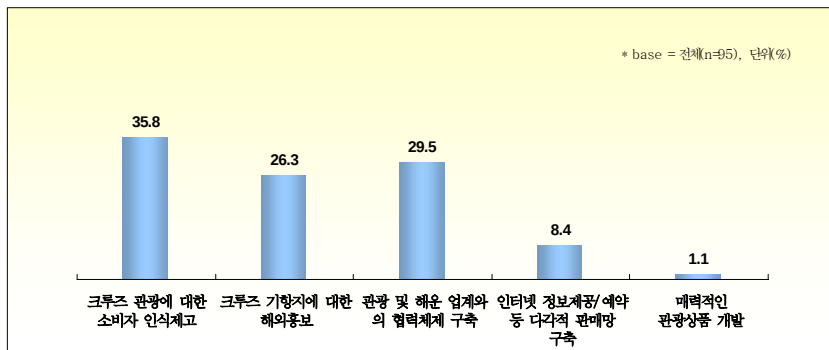
재정지원과 세제감면 부문에 대한 조사에서는 크루즈사업에 대한 관광기금 지원(34.7%), 크루즈선 도입 및 건조비용 지원(27.4%), 정기 크루즈선 항비 감면(27.4%) 등의 순으로 나타나 크루즈사업 활성화를 위한 기금의 지원이 가장 시급한 개선 사항이라는 것을 알 수 있다.

〈그림 4-25〉 재정지원과 세제감면 부문에서의 개선사항



그리고 크루즈 상품의 홍보 및 마케팅 부문의 개선사항에 대한 조사결과를 살펴보면 〈그림 4-26〉과 같다. 조사결과, 크루즈 관광에 대한 소비자 인식제고 (35.8%)가 가장 중요한 개선사항으로 나타났으며 다음으로 관광 및 해운업계의 협력체제 구축(29.5%)과 크루즈기항지에 대한 해외홍보(26.3%)가 중요하다는 응답의 비중이 높게 나타났다.

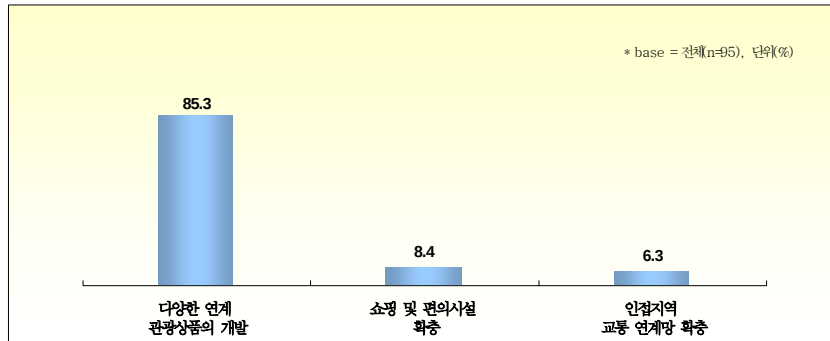
〈그림 4-26〉 크루즈 상품의 홍보 및 마케팅 부문에서의 개선사항



마지막으로 기항지 배후권역의 관광객 수용여건 부문에서는 다양한 연계 관광상품의 개발이 가장 중요하다는 응답이 85.1%로 나타나 매우 높은 비중을

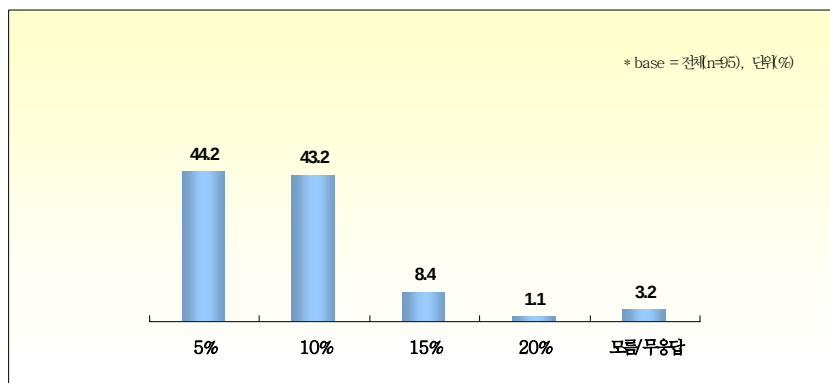
차지하고 있는 것으로 분석되었다. 다음으로 쇼핑센터 및 편의시설 확충(8.1%), 인접지역 교통연계망 확충(6.8%) 등의 순으로 나타났다.

〈그림 4-27〉 배후지역 관광수요여건부문의 개선사항



한편 향후 크루즈 시장의 전망과 관련하여 현재의 기반시설 여건이 개선된다면 우리나라의 크루즈 시장 수요는 5년 이내에 얼마나 증가할 것으로 전망할 수 있는 지에 대한 조사결과를 살펴보면 〈그림 4-28〉과 같다.

〈그림 4-28〉 향후 크루즈 시장의 수요전망



설문조사결과, 전문가들은 우리나라 크루즈 기반시설 여건이 개선될 경우 향후 크루즈 관광객 규모가 상당히 증가할 것으로 예상했다. 즉 향후 5년 이내

에 우리나라 크루즈 시장은 현재 전체 관광객 규모의 1% 미만 수준에서 5%까지는 증가할 것이라는 의견이 44.2%로 가장 높게 나타났다. 그리고 이와 비슷한 수준인 43.2%는 향후 크루즈 시장이 관광객의 10% 수준으로 증가할 것으로 예상했다. 이에 따라 크루즈 관광산업의 잠재적 수요에 대하여 전문가들은 높은 기대를 가지고 있는 것으로 판단된다.

3) 시사점

우리나라 크루즈 관광산업의 장애요인 분석 및 활성화 방안 마련을 위한 전문가 설문조사결과를 종합해보면 대부분의 전문가들은 우리나라의 크루즈 관광산업 발전수준을 도입기에 있다고 평가하였으며 향후 발전 전망에 대해서는 긍정적 견해를 비교적 높게 제기하였다.

우리나라 크루즈 관광산업에 대하여 긍정적 평가를 내리는 배경으로는 크루즈 시장은 아직까지 우리나라에서 미개척 분야이기 때문에 향후에 발전할 전망이 있다는 응답이 가장 높은 것으로 분석되었다. 한편 정부차원의 관심부족과 기반시설 및 수용태세의 미비 때문에 우리나라 크루즈 산업이 성장하지 못했다는 의견이 가장 높게 제기되었다.

우리나라 크루즈 상품이 일반대중에게 활성화되지 못한 원인은 크루즈에 대한 낮은 인지도와 더불어 여가비용, 여가시간의 부족 때문인 것으로 나타났으며 이에 대한 대응책 및 크루즈 고객을 다양화시키기 위해서는 크루즈와 연계된 관광 상품의 개발과 함께 단기여정의 크루즈 상품 개발이 필요한 것으로 분석되었다.

또한 우리나라 크루즈 관광산업을 발전시키기 위해서는 한·중·일 연계 크루즈개발과 국제 크루즈의 기항지 역할 강화에 중점을 두는 것이 가장 바람직하며 크루즈 산업의 활성화를 통한 기대효과로는 국내 관광사업의 다양화와 관광시장의 활성화를 얻을 수 있는 것으로 분석되었다.

그리고 우리나라 국제 크루즈의 기항지로 적합한 지역에 대한 조사에서는

부산항, 인천항, 제주항이라는 의견이 가장 높은 편이며, 연안 크루즈의 경우 부산시의 발전가능성이 가장 높은 것으로 분석되었다. 이는 현재 우리나라 크루즈 시장이 부산지역을 중심으로 형성되어 있으며 기반여건 또한 타 지역보다는 우위에 있는데 원인이 있는 것으로 판단된다.

우리나라 크루즈 관광산업의 발전을 위한 정비부문을 항만인프라, 제도, 재정지원, 홍보, 배후지여건 등 5개 부문으로 나누어 평가한 결과, 항만 인프라 등 기반시설의 조성이 타 부문에 비하여 가장 시급한 것으로 나타났다.

또한 각 부문별 개선 사항에 대한 분석한 결과, 항만시설의 정비 및 기반시설 조성부문에서 크루즈선의 기항을 위한 접안시설(부두)/정박시설의 확보가 가장 중요한 것으로 나타났다.

이 밖에 법제도의 정비부문에서는 크루즈사업 근거법의 정비가 요구되며, 재정지원과 세제감면 부문에서는 크루즈사업에 대한 관광기금 지원이 가장 시급하고, 크루즈 상품의 홍보 및 마케팅 부문에 있어서는 크루즈 관광에 대한 소비자 인식제고가 가장 중요한 개선사항으로 조사되었다. 그리고 기항지 배후권역의 관광객 수용여건 부문에서는 다양한 연계 관광 상품의 개발이 가장 중요한 것으로 나타났다.

마지막으로 향후 우리나라 크루즈 시장의 수요전망에 대한 전문가들의 의견을 종합해보면, 기반시설 여건이 개선될 경우 향후 5년 이내에 우리나라 크루즈 시장은 전체 관광객 규모의 5~10%까지 늘어날 것이라고 응답이 가장 높게 제시되었다.

우리나라의 크루즈 관광산업과 관련된 현황 및 발전방향과 관련된 제반여건을 종합해 볼 때, 국내 크루즈 시장의 여건은 아직 미흡한 것으로 판단된다. 시장여건이 미흡한 배경요인으로는 무엇보다도 기반시설여건 자체의 부족이 가장 큰 문제점이다. 즉 항만인프라여건의 부족과 더불어 크루즈사업을 활성화시킬 수 있는 제도적 기반이 정리되지 않았기 때문에 크루즈 시장이 활성화되지 못한 것으로 판단된다(〈그림 4-29〉 참조).

따라서 우리나라의 크루즈 시장을 활성화시키기 위한 방안으로는 크루즈에

〈그림 4-29〉 우리나라 크루즈 관광산업의 장애요인과 발전방향



대한 홍보를 통하여 국민적 공감대를 형성하는 것이 필요할 것으로 생각되며 이러한 국민적 공감대는 잠재적 수요를 이끌어 낼 수 있는 원동력이 되며 정책마련을 위한 기틀이 될 수 있을 것으로 판단된다.

이러한 토대 위에 기반시설과 관련 법/제도를 정비한다면 우리나라의 크루즈 관광산업이 발전시킬 수 있는 여건이 조성될 것으로 생각된다.

한편 우리나라의 자연적 여건 및 관광시장여건을 감안할 때 초기단계부터 국제크루즈라인의 구축이나 주요 항만별 크루즈전용 부두 개발 등은 현실적인 대안이 되지 못할 것이다.

따라서 단기적으로는 일주일 미만의 단기 크루즈 상품을 개발하고 기항지 배후지와 연계 관광프로그램의 구성이 가능한 지역을 우선적으로 하여 국내

연안크루즈를 활성화시키고, 중장기적으로는 크루즈수요층을 확산시켜 한·중·일을 중심으로 하는 국제 크루즈라인을 구축하는 것이 보다 합리적 방안인 것으로 판단된다.

4. 국내 크루즈 관광산업 발전 전망⁴²⁾

우리나라 크루즈 관광 시장 환경은 내국인의 항공이용 국외크루즈와 국내 연안크루즈 및 외래객의 크루즈 입항으로 구분하여 설명할 수 있다. 먼저 우리나라의 일반적인 관광시장은 지속적인 증가세를 보이고 있다. 외국인 방문객 입국에서 2003년 SARS로 인해 다소 성장세가 둔화되기는 하였으나, 지난 10년간 외래객 입국자수는 지속적인 성장세를 보였다. 내국인 국외여행 출국자의 경우 성장세는 더욱 가파르게 이루어져 1996년 465만 명이었던 출국자수가 2005년에는 1천만 명을 돌파하여 무려 2배에 이르는 성장세를 보였다.

내국인의 항공이용 국외크루즈와 국내 연안크루즈 변화에 가장 커다란 영향을 미칠 내국인 출국자수와 순수 관광목적의 출국자수는 지속적으로 증가하여 1996년 235만 명이던 출국자가 2005년 552만 명으로 증가해 2.35배의 증가를 보이며, 전체 출국자의 54.76%를 차지하고 있다. 또한 2005년 우리나라 전체 출국자중 45.04%인 454만 명이 순수 관광목적으로 중국과 인근 아시아 등 단거리의 여행목적지를 중심으로 출국하였다. 이는 단기 크루즈 상품이 국내시장에 소개될 경우 순수관광목적의 단기여행자에 대한 판매가 용이해질 수 있으며, 구매가능성이 높을 것으로 예상된다.

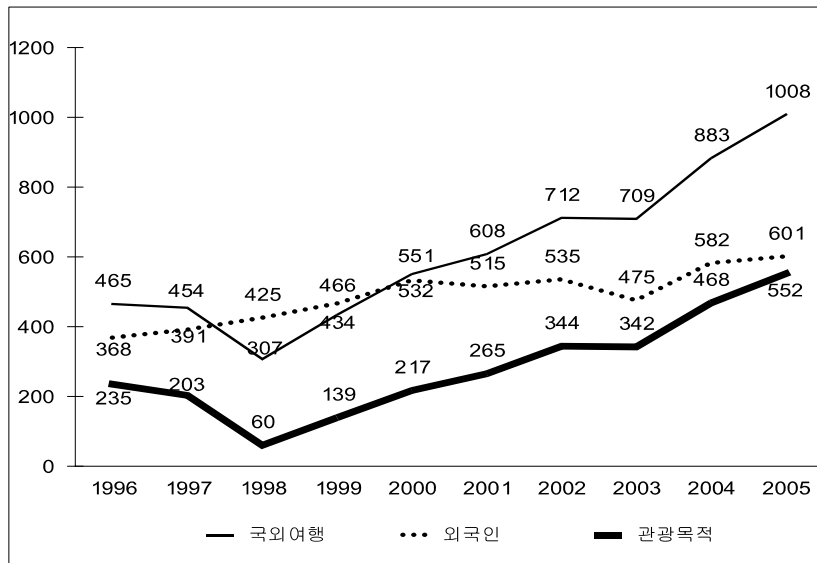
또한 외래객 크루즈 입항의 경우 부산을 중심으로 지속적인 증가세를 보이고 있으며, 중국에 관심을 지닌 서구 크루즈선사들이 부산과 제주를 기항항으로 선택하는 경우가 증가하고 있어 크루즈 입항도 증가할 것으로 예상된다. 특히 과거 부산항의 경우 선석확보의 어려움과 크루즈 선박의 화물부두 정박에

42) 이 부분은 연구계획에 의해 외부 전문가(이경모 경기대학교 교수)에게 위탁하여 집필한 부분임.

따른 불편함이 동삼동에 위치한 크루즈터미널 개설로 많은 부분 해소될 것으로 보여 부두시설이 수요를 유도할 가능성도 있다.

이미 서구의 크루즈선사들은 중국시장을 대상으로 한국에 입항하는 크루즈 상품의 판매를 시도하였으며, 특히 이러한 중국승객 대상의 상품은 단기 크루즈가 중심이 되고 있어 서구 크루즈 선박의 우리나라 입항 빈도가 높아질 것으로 예상된다.

〈그림 4-30〉 우리나라 관광시장의 수요 변화



1) 수요전망 방법

(1) 크루즈 수요의 주요 영향 변수

① 관광시장의 변화

중국관광시장의 변화는 외래객의 우리나라 크루즈 입항에 가장 큰 영향을 미칠 것으로 예상된다. 특히 서구의 선사들의 중국시장에 대한 관심이 증가하

면서 코스타크루즈, 프린세스크루즈, 로열캐리비언크루즈 등이 이미 중국 중심의 크루즈 상품을 운영하였거나 운영계획을 발표했으며, 향후 중국 중심의 크루즈 상품은 더욱 빠른 속도로 성장할 것으로 예상된다.

또한 우리나라 내국인 크루즈수요에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 경제안정성으로 이는 우리나라의 국외관광 출국자수를 통해 나타날 것으로 보인다. 우리나라의 국외관광은 1989년 해외여행 자유화 이후 지속적으로 증가하다가 1998년 외환위기와 2003년 SARS의 여파로 증가세가 둔화되기는 하였으나 2004년과 2005년에 다시 폭발적으로 증가하여 연간 국외여행 1천만 명의 높은 수치를 보이고 있다.

② 크루즈 선박의 운항과 항만시설

한국소유(또는 한국선적)의 크루즈 선박의 운영은 우리나라 내국인 크루즈 시장은 물론 외래객의 우리나라 크루즈 입항에도 큰 영향을 미칠 것으로 예상된다. 대부분 자국 소유의 크루즈 선박을 가지고 있는 미국과 일본 및 유럽의 국가와는 달리 우리나라는 자국 소유의 크루즈 선박이 없으며, 이는 크루즈 시장 개발과 입항 유치의 우위확보에 약점으로 작용하고 있다. 자국 소유 크루즈 선박의 운영은 자국을 모항 또는 거점항으로 이용하는 크루즈 상품의 운영과 해당상품의 외국판매를 통해 내국인의 국외크루즈로 인한 국가의 경제적 손실 방지효과와 외래객 입항 유치로 인한 경제적 수입효과를 동시에 확보할 수 있는 수단이기도 하다.

또한 우리나라 소유의 크루즈 선박이 아니더라도 우리나라를 거점으로 하거나 기항지로 하는 외국 크루즈 선박의 운항은 국내 수요시장과 크루즈 입항에 많은 영향을 미친다. 20023년 평택을 거점으로 운항한 바 있는 스타크루즈와 2006년 하절기에 제주를 정기적으로 기항한 바 있는 코스타크루즈로 인하여 평택과 제주의 크루즈 선박 입항수가 급증한 것은 이를 증명하고 있다. 따라서 국내항을 거점으로 운항하는 크루즈 선박은 국내외 수요에 많은 영향을 미치

는 변인으로 작용하고 있다.

아울러 크루즈 선박이 기항지에 용이하게 정박할 수 있으며, 크루즈승객이 편리하게 이용할 수 있는 항만시설은 크루즈선사의 기항 선호도를 높여 크루즈 입항에 영향을 줄 수 있다. 싱가포르의 싱가포르 크루즈센터를 통해 크루즈 전용 터미널시설을 갖추고 입항선박에 선석확보의 용이함을 제공하고 있다. 홍콩 또한 크루즈터미널을 통해 크루즈 입항 승객이 자유롭게 도시진입을 함으로서 이용객의 편의를 증진시키고 있다. 이러한 항만시설은 승객과 크루즈 선사의 기항일정 계획에 영향을 미칠 것으로 보인다.

(2) 수요예측을 위한 주요 가정

수요예측을 위하여 위에서 설명된 주요 영향변수에 대한 증감을 적용에 있어 중국관광시장의 성장, 출국자를 기준으로 한 우리나라 국외관광시장의 성장, 우리나라 소유 크루즈 선박의 운영, 국내항 거점 또는 기항 외국선사를 전제하고자 한다.

중국관광시장의 성장 기준은 세계관광기구(UN WTO)에서 추정한 중국 출국자 시장 성장을 토대로 하여 2005년 3,200만 명, 2020년에는 약 1억 명의 출국자 시장으로 세계 4위의 아웃바운드(outbound) 국가로서의 성장기준을 바탕으로 하였다. 우리나라 국외관광시장은 국제여행자수 성장률이 2004년에 36.9%, 2005년에 18%였던 점을 고려하여 2006~2010년까지의 국제여행자수 성장률은 연평균 10%를 기준으로 하였고, 2011~2015년까지의 국제여행자수 성장률은 UN WTO의 세계 성장률 예측치가 4%이고, 아시아시장 성장률 예측치는 6.5%인 점을 고려하여 연평균 5%를 기준으로 설정하였다. 또한 국내소유의 크루즈 선박 유무에 따라 크루즈 입항과 내국인 수요시장의 변화에 미치는 영향이 크기 때문에 크루즈 선박을 한 척 이상 소유하여 운항하는 공급환경 조건을 가정하였으며, 아울러 국내항 거점의 외국선사 운영이 이루어지는 것을 기준으로 설정하였다.

(3) 선행연구와의 차이

아시아에서 크루즈수요에 대한 통계자료는 거의 찾아보기 어려운 실정이며, 특히 극동아시아의 경우 일본을 제외하고 크루즈 관련 통계자료가 거의 없는 실정이다. 따라서 본 연구는 크루즈 수요의 정확한 과거 통계량 없이 현황조사만을 통해 전망되었으므로 수요예측 정확도에 한계가 있을 것으로 보인다. 아울러 국제크루즈선주협회(CLIA; Cruise Lines International Association) 등에서 실시하는 일정소득 수준 이상자에 대한 크루즈 상품 구매의사 설문조사 등을 통해 예측량에 대한 검증이 이루어져야 하나, 연구의 시간적인 한계로 인하여 이를 실시하지 못하였으므로 수요의 선호를 정확히 측정하지 못하고 있다.

하지만 본 연구는 우리나라를 중심으로 한 내국인의 크루즈수요 추정과 크루즈 입항에 대한 전망을 하였다는 측면에서 초기 연구로서의 가치를 지닌다고 할 수 있으며, 후속연구를 위해 더욱 체계적이고 정밀한 연구의 측정 변수를 제시했다는 점에서 의의가 있다고 할 수 있다. 아울러 크루즈 수요는 위에 언급된 영향요인에 의해 등락의 폭이 매우 클 수 있음에도 불구하고 본 연구에서는 국제 관광시장의 장기 흐름을 토대로 하여 보수적 관점에서 전망하였다는 점을 고려할 때 비교적 낮은 수치로 수요가 전망되었다고 할 수 있다.

2) 수요 전망 결과

(1) 우리나라 크루즈 관광 이용객 현황

우리나라 크루즈 관광 이용객을 국내 연안크루즈와 내국인의 항공이용 국외 크루즈(Fly & Cruise) 및 외래객의 크루즈 입항으로 구분하여 그 현황을 조사하였다. 또한 아직 국내에 각 분야별로 명확한 통계관리가 되지 않거나, 통계기준이 상이하여 각각의 크루즈 수요는 서로 다른 방법에 의해 조사되었다.

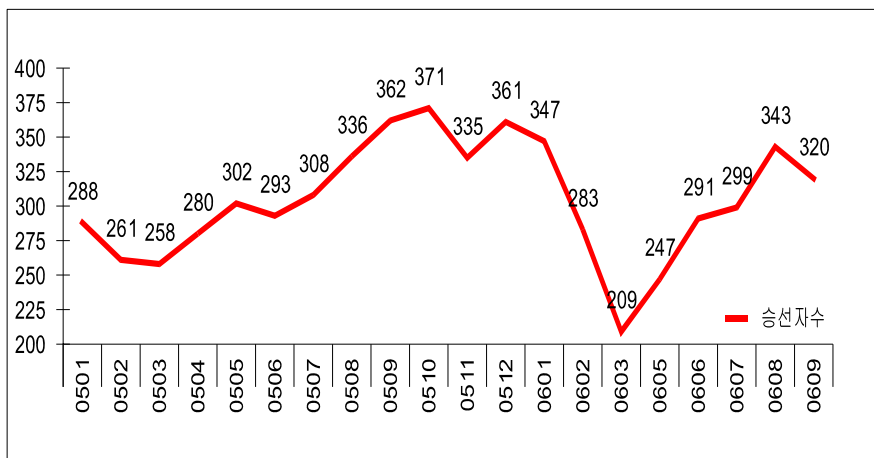
국내 연안크루즈의 경우 현재 국내에는 한 가지의 형태만 존재하고 있어 해당업체의 내부 자료를 중심으로 조사하였으며, 내국인의 항공이용 국외크루즈

(Fly & Cruise) 수요 현황은 이를 취급하는 4개 업체와의 인터뷰 조사를 통해 실시하였으며, 외래객의 크루즈 입항은 관련 기관의 내부 자료와 주요 업체의 관련자료 및 인터뷰를 통해 조사하였다. 분야별 데이터가 중복되는 경우 이를 위에 열거된 구분방법에 의해 각 분야별로 다시 분류하였다.

① 국내 연안크루즈 이용 현황

국내 연안크루즈는 아직 활성화되어 있다고 할 수는 없으나, 매주 토요일 부산여객터미널을 출항하여 선내 1박의 일정으로 연안을 순항하는 내국인 중심의 주말크루즈가 부산항에서 운항되고 있다. 주말크루즈를 운항하고 있는 업체의 내부 자료에 따르면, 2005년 부산 중심의 연안크루즈는 총 47항차에 14,653명이 승선하여 항차당 평균 311.8명이 승선한 것으로 조사되었으며, 2005년과 2006년 월별 항차당 평균 승선자수는 다음의 표와 같이 나타났다. 부산항 중심의 연안 크루즈는 선박의 성격으로는 국제수준의 크루즈 범주로 설정하기는 어려우나, 운항 프로그램의 내용적 측면에서 일반적인 크루즈 성격을 띠고 있어 국내 연안크루즈로 설정하여 조사되었다.

〈그림 4-31〉 월별 항차당 부산 연안크루즈의 평균 승선자수 (2005.1~2006.9)



주 : 그림에서 '0501'는 2005년 1월을 의미함.
자료 : (주)팬스타라인닷컴 내부자료.

② 내국인의 항공이용 국외크루즈(Fly/Cruise) 현황

내국인의 항공이용 국외크루즈는 별도의 통계량이 존재하지 않아 해당 상품을 취급하는 업체를 대상으로 인터뷰를 통해 조사되었다. 내국인의 항공이용 국외크루즈의 대부분은 주로 국내의 서구 주요 크루즈선사 대리점을 통해 판매되기 때문에 이들을 중심으로 인터뷰 조사를 실시하였다.

조사결과 다음의 표에서와 같이 국내대리점을 담당하고 있는 각 선사별로 상이한 실적을 보이고 있었으며, 공통적으로 매년 크루즈 이용객과 매출이 증가하는 것으로 나타났다. 2004년에 약 4,200명이었던 항공이용 국외크루즈 수요는 2005년 약 19% 증가하여 5,000명 수준에 달했으며, 2006년에는 전년 대비 10% 성장하여 5,500명에 달할 것으로 예상된다.

내국인의 항공이용 크루즈수요는 대부분 장거리의 고가여행임을 고려하면, 대부분의 국내 수요는 고소득층으로 형성되어 있는 것으로 보인다. 그러나 2006년 여름 코스타크루즈(Costa Cruises)가 판매한 한중일 크루즈의 경우 우리나라가 기항지에 포함되어 비교적 단거리의 크루즈 상품이 판매되었으며, 총 20회의 크루즈에서 이를 구입한 우리나라 승객이 900여 명에 달해 높은 판매율을 보였다.

특히 한국시장에는 한정된 일부 선실만을 할당받아 제한된 판매를 하였음에도 판매율이 높게 나타나는 것은 우리나라 크루즈 시장 잠재력에 대해 시사하는 바가 크다고 할 수 있다. 중국시장을 대상으로 개발되고 판매된 코스타크루즈의 2006년 판매점유율은 다음의 표와 같이 약 7.92%로 나타나 매우 높은 수준임을 알 수 있다.

〈표 4-13〉 내국인의 항공이용 국외크루즈 이용 현황

인터뷰 조사대상 업체의 취급 선사명	이용객수		
	2004	2005	2006 (예상)
Royal Caribbean, Celebrity Cruises, Star Cruises, Costa Cruises, Princess Cruises, Cunard Cruises, Silversea, Regent Seven Seas Cruises, Crystal Cruises, The World, Costa Cruises, Carnival Cruises,	4,200	5,000	5,500

자료 : 항공이용 국외크루즈 상품 취급업체의 인터뷰조사를 통해 연구자 작성.

〈표 4-14〉 2006년 한중일 코스타크루즈의 판매현황

총공급량	820명 X 20항차 X 5일 = 82,000 (berth/day*)
중국판매량	10,469명 X 5일 = 52,345 (berth/day)
한국판매량	900명 X 5일 = 4,500 (berth/day)
총판매량	11,369 X 5일 = 56,845 (berth/day)
한국판매점유율	4,500/56,845 = 7.92%

주 : berth/day는 해당 기간 크루즈일정의 공급·생산판매 단위로 크루즈일수(日數)에 침상수를 곱한 값임.
자료 : 관련업체 내부자료와 인터뷰조사를 바탕으로 연구자 작성.

③ 관광객의 크루즈 입항 현황

우리나라를 모항, 또는 기항항으로 이용하는 크루즈 선박을 기준으로 우리나라는 지난 5년간 총 269회에 걸쳐 크루즈 선박이 입항하였으며, 총 112,019명의 크루즈 승객이 방문하여 매회 평균 416명의 승객이 입항한 것으로 조사되었다. 특히 부산과 제주의 경우 안정적인 유치를 보이고 있고, 향후 목포, 속초, 여수 등 다수의 지방자치단체들이 크루즈 선박 유치에 관심을 지니고 있어 공급이 수요를 창출하는 현상도 나타날 것으로 예상된다.

〈표 4-15〉 관광객의 연도별 크루즈 입항현황

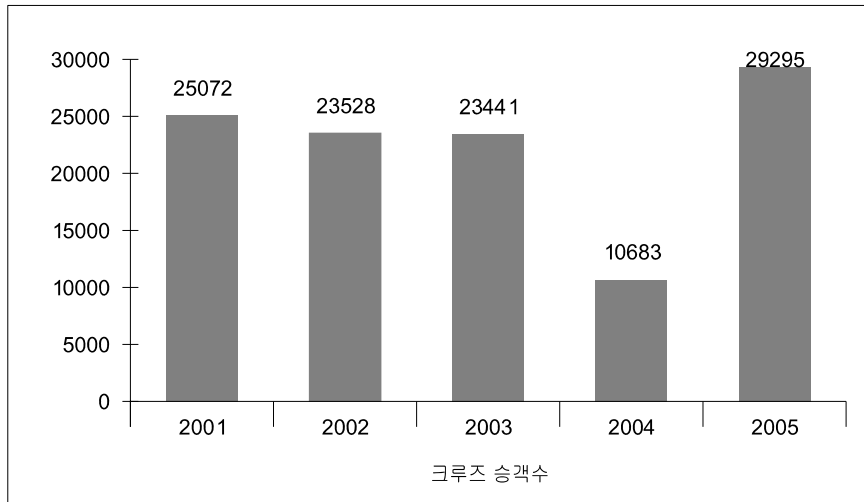
		2001	2002	2003	2004	2005	계
부산	입항수	19	28	18	22	29	116
	승객	11,783	13,237	6,396	9,930	24,582	65,928
	평균승객수	620	473	355	451	848	568
제주	입항수	28	8	4	2	6	48
	승객	12,805	2,760	1,445	753	3,205	20,968
	평균승객수	457	345	361	377	534	437
인천	입항수	1	2	2	-	3	8
	승객	484	515	1,279	-	432	2,710
	평균승객수	484	258	640		144	339
평택	입항수	-	39	55	-	-	94*
	승객	-	7,016	14,321	-	-	21,337
	평균승객수	-	180	260	-	-	227
동해/ 속초	입항수	-	-	-	-	3	3
	승객	-	-	-	-	1,076	1,076
	평균승객수	-	-	-	-	359	359
계	입항수	48	77	79	24	41	269
	승객	25,072	23,528	23,441	10,683	29,295	112,019
	평균승객수	522	306	297	445	715	416

주 : 스타크루즈가 평택을 모항으로 하는 일시적 운항으로 높은 수치를 보임.

자료 : 한국관광공사 내부자료(2006), 부산항만공사 내부자료(2006)를 근거로 연구자 작성.

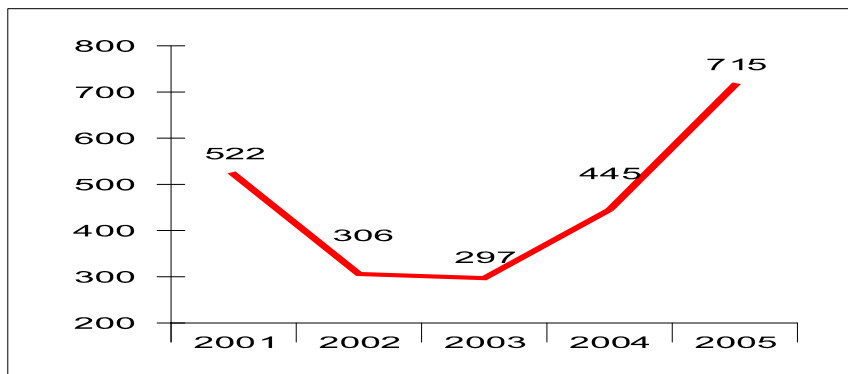
우리나라에 과거 5년간 크루즈 선박으로 입국한 관광객의 수는 2004년을 제외하고 비교적 안정적 성장세를 보이고 있다. 2001년 약 25,000명이었던 크루즈 입항객수는 2005년 약 29,000명으로 증가하였으며, 2006년에는 코스타크루즈를 이용한 중국 크루즈승객만 10,469명이 발생하여 더욱 증가된 수치를 보일 것으로 예상된다. 크루즈 입항 승객 수는 부산의 크루즈전용터미널의 개설과 함께 향후 더욱 증가할 것으로 보인다.

〈그림 4-32〉 우리나라 크루즈 입항객수 추이



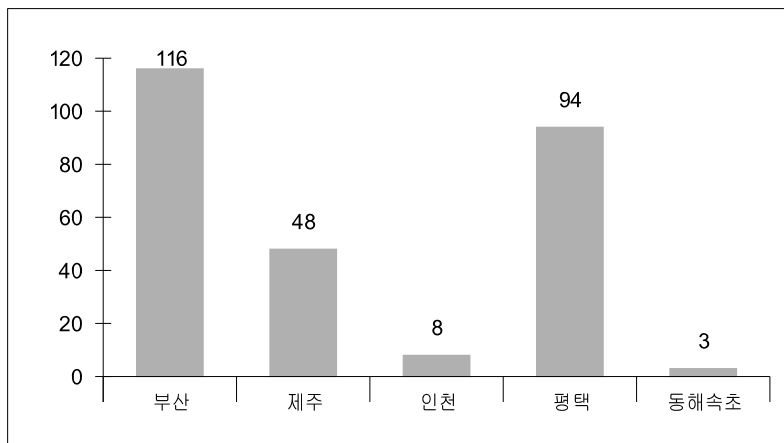
우리나라에 입항하는 크루즈 선박의 평균 승객수는 다음 그림에 나타난 것처럼 스타크루즈의 평택 입항 시기와 SARS 발병기간인 2003년에 다소 감소하였으나, 전반적으로 선박당 탑승객이 많아지는 것을 알 수 있다. 이는 우리나라에 입항하는 크루즈 선박이 중소형에서 중대형으로 바뀌고 있다는 점과 극동아시아 크루즈 상품에 대한 서구의 관심과 판매율 상승에 기인하는 것으로 보인다.

〈그림 4-33〉 우리나라 입항선박의 평균 승객수 추이



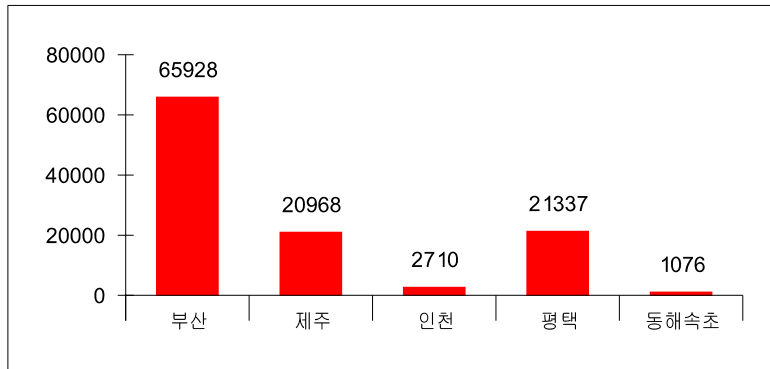
과거 5년간(2001~2005) 우리나라 기항지별 크루즈 선박의 입항수는 다음의 그림에서와 같이 부산이 총 116회로 가장 높고, 다음이 평택으로 총 94회 입항한 것으로 조사되었다. 그러나 평택항의 경우 2002년과 2003년 스타크루즈 선박의 모항 유치로 단일 선박에 의한 입항횟수여서 지속적인 유치사업으로서 시사하는 바는 낮으나, 모항유치로 인한 선박 입항 효과를 나타내고 있다. 이에 비해 제주항은 안정적인 크루즈 선박의 입항이 지속되고 있고, 평택과 동해 및 속초는 비교적 낮은 입항횟수를 보이고 있다.

〈그림 4-34〉 우리나라 기항지별 크루즈 선박 입항수(2001~2005)



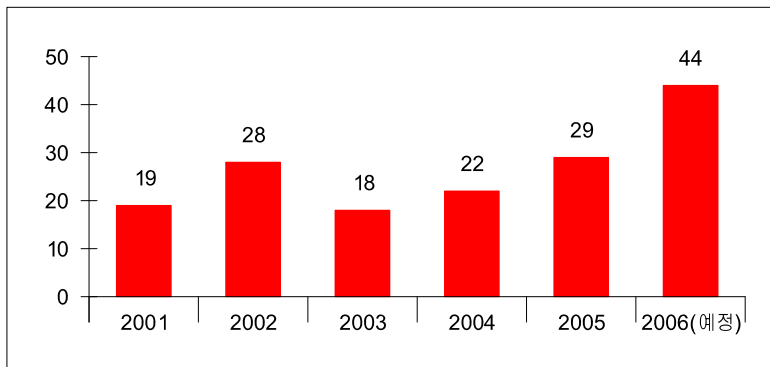
지난 5년간(2001~2005) 우리나라에 입항한 크루즈 승객의 수는 다음의 그림과 같이 부산이 65,928명으로 가장 많고, 다음이 제주와 평택으로 각각 20,968명과 21,337명인 것으로 나타났다. 향후 우리나라의 기항지는 지방자치단체의 크루즈 유치에 대한 관심이 높아지면서 다양한 지역에서 입항 승객의 유치가 이루어질 것으로 보인다.

〈그림 4-35〉 우리나라 기항지별 크루즈 입항 승객수(2001~2005)



위의 우리나라 크루즈 입항 현황에서 고찰한 바와 같이, 부산항은 우리나라 크루즈 유치에 있어 가장 안정적으로 크루즈수요를 유치하고 있으며 지속적인 성장세를 유지하고 있다. 다음의 그림에서와 같이 부산항에 입항하는 크루즈 선박의 빈도는 매년 증가하고 있으며, 2001년에서 2005년 사이 총 26종의 크루즈 선박이 총 116회 입항하여 연평균 23.2회 입항한 것으로 조사되었다.

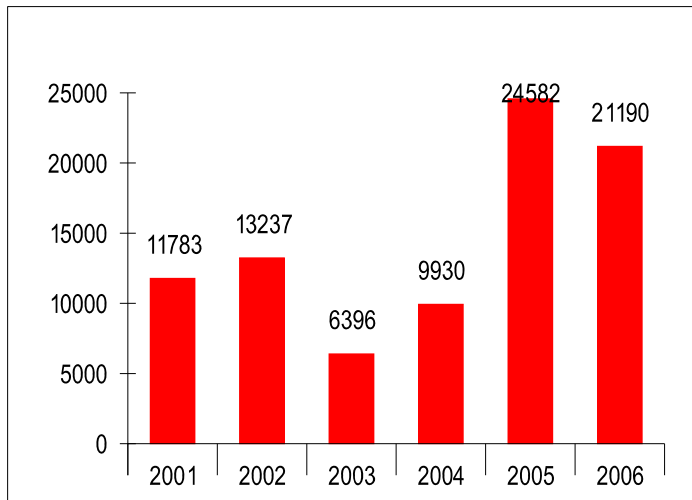
〈그림 4-36〉 연도별 부산항의 크루즈 선박 입항수



부산항에 입항하는 크루즈 선박은 주로 일본 선박(Pacific Venus 14회, Fuji

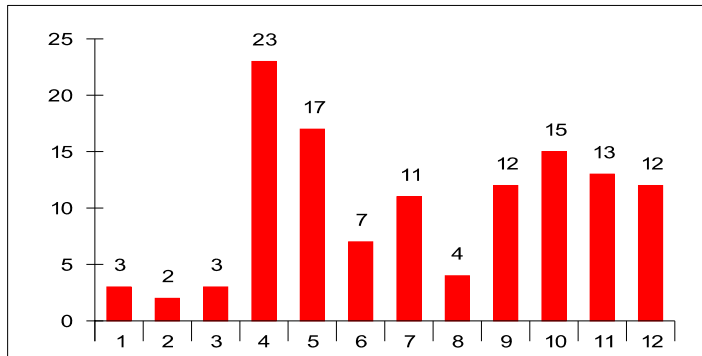
Maru 10회 등)이 많았으며, 서구 승객이 탑승한 선박으로는 프린세스크루즈(Regal Princess 10회) 선사와 소형 선박 위주의 클리퍼크루즈(Clipper Odyssey 31회) 등이 가장 높은 빈도로 부산항에 입항하였다. 일본 승객과 서구 승객이 중심이 되는 부산항 크루즈 입항객수는 연도별로 비교적 안정적인 수치를 보이고 있다. 그림에서와 같이 2001년 11,783명이 크루즈 선박으로 부산항에 입항하였으며, 2005년에는 24,582명이 입항하여 약 2배의 증가를 보였으며, 2006년에는 21,190명이 크루즈 선박으로 입항할 것으로 예상된다.

〈그림 4-37〉 연도별 부산항 크루즈 입항객수(2001~2005)



과거 5년간(2001~2005년) 부산항에 입항한 크루즈 선박의 월별 입항 현황을 보면 다음의 그림에서와 같이 주로 4~5월과 10~11월에 편중되는 현상을 보이고 있다. 이는 날씨가 더운 하절기와 추운 동절기를 피해 주로 봄이나 가을에 우리나라에 입항하려는 성향이 높은 것으로 보인다.

〈그림 4-38〉 월별 부산항의 크루즈 선박 입항수(2001~2005)



제주의 경우, 크루즈유치에 있어 연도별로 다소 높은 변동을 보이고 있으나, 지리적으로 극동아시아 크루즈 유치에서 경쟁우위를 확보하고 있기 때문에 향후 증가세를 보일 것으로 예상된다. 특히 중국시장에 관심을 갖는 서구 크루즈 선사들이 증가하면서 중국 승객의 여행지 선호도와 중국출발 상품의 지리적 경쟁우위를 점하고 있는 제주는 항만시설의 편리성 여부와 관계없이 크루즈 선박의 입항수가 증가할 것으로 예상된다.

또한 기항 선박 승객의 하선율도 높아 지역에 미치는 경제적 파급효과도 높을 것으로 예상되며, 2006년 여름 중국시장을 대상으로 판매된 코스타크루즈의 한중일 크루즈운항에서 중국승객의 하선율은 90%를 초과한 것으로 예측하고 있으며, 다음의 표에서와 같이 단체관광 신청률만으로도 70%를 넘고 있어 서구승객에 비해 높은 하선율과 기항지 단체관광 신청률을 보이고 있다.

〈표 4-16〉 2006년 한중일 코스타크루즈의 판매현황

총생산량	중국인 탑승객수 (상품 총판매량)	기항지(제주) 단체관광객수	기항지 단체관광 신청률
16,400명 (820명 X 20항차)	10,469명	7,519명	71.82%

자료 : 관련업체 내부자료와 인터뷰조사를 바탕으로 연구자 작성.

(2) 국제 크루즈 관광 수요 전망

① 내국인의 해외 크루즈 수요 전망

가. 우리나라 국제여행자수 대비 수요전망

우리나라 국제여행자수 대비 크루즈수요를 추정하기 위하여 세계의 국제여행자수에 대비한 크루즈수요를 비교하였다. 세계관광기구의 통계자료에 의하면 2000년의 세계 국제여행자수는 6억 8,700만 명이었으며, 세계의 크루즈수요는 961만 명인 것으로 나타났다. 따라서 국제여행자중 크루즈 관광객은 1.399%를 차지하고 있다. 이와 동일한 방법으로 2010년과 2015년의 세계 국제여행자수와 크루즈수요 예상치를 비교한 결과 해당시기에 크루즈 관광객은 전체 국제여행자의 1.844%, 2.043%를 차지할 것으로 예상된다.

〈표 4-17〉 세계 국제여행자수 대비 크루즈수요 구성비

구 분	1995	2000	2005	2010(예상)	2015(예상)
세계 국제여행자수(천명)	550,000	687,000	808,000	1,000,000 ¹⁾	1,220,000 ²⁾
세계 크루즈수요(천명)	5,670	9,610	14,400	18,841 ³⁾	24,924 ³⁾
크루즈수요 구성비(α)	1.030 %	1.399 %	1.782 %	1.844 %	2.043 %

- 주 : 1) UNWTO 『Tourism 2020 Vision』 에서 제시된 2010년의 국제여행자수 수요 추정치임.
 2) UNWTO 『Tourism 2020 Vision』 에서 2010년과 2020년의 국제여행자수 수요 추정치를 기준으로 국제여행자수 연평균 성장예상률 4%(2010년~2015년)로 추정된 수치임.
 3) Peisley(2006)의 크루즈수요 예측 추정치임.

이러한 크루즈수요 구성비(α)를 내국인의 크루즈 잠재수요 추정에 활용하기 위하여 우리나라의 국제여행자수에 α 를 곱하여 5년 단위별로 한국의 크루즈수요를 추정하였다. 추정결과 우리나라 내국인의 크루즈 수요는 2010년 301,000명, 2015년 423,000명으로 예상된다.

〈표 4-18〉 우리나라 내국인시장의 크루즈 잠재수요 추정

구 분	1995	2000	2005	2010(예상)	2015(예상)
한국 국제여행자수(천명)	3,820	5,510	10,080	16,3241)	20,7192)
크루즈수요 구성비(α)	1.030 %	1.399 %	1.782 %	1.844 %	2.043 %
한국 크루즈수요 추정(천명)	39	77	180	301	423

주 : 1) 우리나라 국제여행자수 성장률이 2004년 36.9%, 2005년 18%, 2006년 13.6%인 점을 고려하여 2006~2010년까지의 국제여행자수 성장률을 연평균 10%로 추정하였음.
 2) 2011~2015년까지의 국제여행자수 성장률은 UNWTO의 세계성장률 예측치가 4%이고, 아시아시장 성장률 예측률이 6.5%인 점을 고려하여 연평균 5%로 추정하였음.

위의 표에 나타난 수요전망은 크루즈수요 예측방법에 제시된 바와 같이 국내 크루즈선사의 운항, 국내 거점 크루즈 선박의 운항, 우리나라 관광시장의 지속적인 성장 등 현재의 서구시장과 유사한 환경을 가정하고 추정되었다. 따라서 이와 같은 환경이 조성되지 않은 시기(1995~2005년)에서의 수치는 실제와 상이하게 나타나고 있다.

나. 일본시장 대비 수요전망

일본시장과 대비하여 우리나라 내국인 크루즈 잠재수요 추정하기 위하여 양국의 인구수와 국외여행 출국자수 및 국외여행 성향을 고려하였다. 이러한 추정방법은 우리나라가 일본과 유사한 크루즈 관광시장 환경인 경우를 전제로 하였다. 일본의 2004년 인구는 127,923,000명이며, 국외여행 출국자수는 16,831,112명으로 인구대비 13.16%의 비율을 보였다. 또한 해양 및 연안크루즈를 포함하는 2004년 크루즈수요는 200,000명인 것으로 보고되었다(Peasley, 2006). 이러한 조사를 근거로 일본관광시장에서의 크루즈수요는 2004년 기준 1.19%를 차지하고 있다.

이에 비해 우리나라는 인구수 48,294,143명으로 2004년 국외여행출국자는 8,825,585명으로 인구대비 18.27%, 2005년에는 10,080,000명으로 인구대비

20.87%로 조사되어 일본에 비해 국외여행 성향이 높은 것으로 나타났다. 우리나라 국외여행 출국자수에 위에서 계산된 일본관광시장에서의 국외여행 출국자 대비 크루즈수요비율 1.19%를 적용하여 내국인 크루즈수요(연안크루즈 및 해양크루즈)를 추정하면 다음의 표와 같이 나타난다.

〈표 4-19〉 일본관광시장 대비 우리나라 내국인 크루즈수요 추정

우리나라 국외여행 출국자수		출국자수 대비 크루즈수요 비율	크루즈 수요추정
연도별	출국자수		
2005년	10,080,000	1.19%	119,952명
2006년	11,400,000	1.19%	135,660명
2010년	16,324,000 ¹⁾	1.19%	194,256명
2015년	20,719,000 ²⁾	1.19%	246,556명

주 : 1) 우리나라 국제여행자수 성장률이 2004년 36.9%, 2005년 18%, 2006년 13.6%인 점을 고려하여 2006~2010년까지의 국제여행자수 성장률을 연평균 10%로 추정하였음.

2) 2011~2015년까지의 국제여행자수 성장률은 UN WTO의 세계성장률 예측치가 4%이고, 아시아시장 성장률 예측률이 6.5%인 점을 고려하여 연평균 5%로 추정하였음.

② 외래객의 크루즈 입항 전망

외래객의 크루즈 입항은 공급을 중심으로 아시아 선사, 일본선사, 서구선사로 구분하여 전망해볼 필요가 있으며, 수요를 중심으로 중국과 일본 및 서구로 구분하여 전망해볼 필요가 있다.

우선 공급중심으로 우리나라 크루즈 입항에 가장 큰 영향을 미칠 선사는 아시아선사인 스타크루즈와 서구의 선사들이라고 할 수 있다. 스타크루즈는 이미 우리나라를 모항으로 2002년과 2003년에 크루즈 상품을 판매한 바 있으며, 향후 중국시장에 적극적인 마케팅 활동을 계획하고 있다. 또한 한국시장에도 재진입할 의사가 있는 것으로 보여 극동아시아는 물론 우리나라 크루즈 입항

에 큰 영향을 미칠 것으로 예상된다.

또한 일본의 선사들은 높은 성장률을 보일 것으로 예상되지는 않으나, 지속적인 세미나크루즈와 관광크루즈 상품으로 한국 입항수를 유지시킬 것으로 예상된다. 그러나 서구의 선사들도 극동아시아 및 우리나라를 기항하는 단기 크루즈 상품을 공격적으로 출시할 것으로 예상된다. 카니발크루즈(Carnival Cruises) 그룹의 계열사인 코스타크루즈(Costa Cruises)는 이미 2006년 상해를 모항(home port)으로 하고 제주를 기항하는 크루즈를 판매하여 40회에 걸쳐 제주에 기항하여 1만 명이 넘는 중국승객이 제주를 방문한 바 있으며, 경쟁사인 로열캐리비언인터내셔널(Royal Caribbean International)은 2008년 4월과 5월에 상해를 모항으로 제주와 부산, 평택을 기항하는 단기 크루즈 상품을 출시하여 승객을 모집하고 있다.

따라서 세계의 3대선사라 할 수 있는 카니발크루즈, 로열캐리비언인터내셔널 및 스타크루즈는 이미 한국을 기항하는 단기 크루즈 상품을 판매하였거나, 판매를 계획하고 있어 이들의 적극적인 공급경쟁으로 인한 향후 우리나라 크루즈 입항수는 높은 성장을 보일 것으로 예상된다.

3) 시사점

세계 관광시장은 향후 2020년까지 연평균 4.1%의 안정적인 성장률을 보일 것으로 예상되고 있다. 이에 비해 크루즈 시장은 과거 20년간 연평균 약 8%의 높은 성장률을 나타내며 수요와 공급량이 증가하고 있다. 아시아 관광시장은 2020년까지 세계 관광시장에서 외래객 입국 25.4%의 점유율을 갖게 되고, 출국자수에 있어서도 25.9%의 점유율을 갖게 될 것으로 예상되어 각각 연평균 6.5%의 성장률을 나타낼 것으로 예상된다.

이렇게 중요한 아시아시장에 이미 세계 3대 크루즈선사인 스타크루즈와 카니발크루즈 및 로열캐리비언인터내셔널은 적극적인 상품출시를 시작했으며, 향후에도 이 지역에 공급량을 늘릴 것으로 예상된다. 이들은 세계시장 공급력

의 80%를 점하고 있어 경쟁적인 극동아시아 운항을 통해 새로운 수요의 창출이 있을 것으로 보인다.

우리나라 관광시장은 2005년 최초로 국외여행자수가 1천만 명을 돌파하였으며, 그 중 순수 관광목적의 출국자수가 552만 명이 되어 비교적 비중이 높은 아웃바운드 관광시장으로 급성장하였다. 크루즈 관광 수요측면에서도 2005년 기준 국내 연안크루즈 약 15,000명, 내국인 항공이용 국외크루즈 약 5,000명, 크루즈 입항승객 약 29,000명으로 크루즈 관광객 총 53,000명 규모의 시장으로 성장하였다.

이러한 시장 환경을 토대로 우리나라 크루즈수요는 향후 2010년에 약 30만 명, 2015년에는 약 42만 명이 될 것으로 예상되며, 중국시장에 관심을 지닌 3대 크루즈선사(Star Cruises, Royal Caribbean International, Carnival Co. & PLC) 중심으로 극동아시아 지역의 단기 크루즈 상품이 확대될 것으로 예상되어 이를 적극 유치하고 수용하기 위한 계획수립이 요구된다.

제5장

크루즈 관광산업 육성 필요성과 정책목표

1. 크루즈 관광산업 육성의 필요성

크루즈 관광산업은 21세기에 가장 유망한 성장산업으로 주목되고 있다. 이에 따라 세계 각국은 크루즈 관광산업을 육성시키기 위해 다양한 정책을 계획하고 실행하고 있다. 일반적으로 크루즈 관광산업이 가져오는 경제적 효과는 관광객의 입국에 따른 국가(지역)경제 발전효과와 조선 산업 등 관련산업의 연계발전에 따른 경제적 효과로 구분된다. 이하에서는 이에 대해 상술한다.

1) 크루즈 관광산업 발전의 경제적 효과⁴³⁾

항만이나 지역에서 크루즈 산업(Cruise Activity)의 경제적 효과는 직접적(Direct), 간접적(Indirect), 유발 효과(Induced Effect) 등으로 평가된다. 각각의 항만 또는 지역의 경제적 수준(Economic Profile)에 따라 3가지 효과간의 관계는 상당히 다양하게 나타난다. 크루즈 산업의 경제적 효과에 대한 일반적인 특성을 살펴보면 아래와 같다.

첫째, 실제 크루즈 관광객 실적이 유사하다 할지라도 모항지와 기항지의 차이에 따라 그 경제적 효과는 상당히 다르게 나타난다.

둘째, 크루즈 승객의 직접 소비 수준은 i) 방문 지역의 고유 특성, ii) 항만

43) Ocean Shipping Consultants, 전게서, 2006, pp. 16~17.

/지역의 매력도, iii) 크루즈 일정 속 기항지의 상대적 지위, iv) 크루즈의 '호화 수준', v) 크루즈 관광객의 수준 등에 따라 다르다. 크루즈의 시장을 대표하는 미국에서 크루즈 관광객의 직접 소비수준은 평균적으로 1일당 100 달러 정도이다.

셋째, 크루즈 승무원의 지출 또한 크루즈 산업의 경제적 효과를 측정하는 데 주요 요소가 되며, 특히 크루즈 선사의 직접 지출은 모항지의 경우 정기적으로 요구되는 공급이나 서비스로 인해 상당한 비중을 차지할 수 있다. 크루즈 승객, 승무원, 선사 사이의 직접 소비 수준의 비율은 대략적으로 70 : 15 : 15 정도로 평가되어지고 있다.

넷째, 최근의 특정 크루즈 선사와 항만 간의 다양한 협정에서 보듯이, 계획된 크루즈 기항 프로그램은 해당 항만에 최소한의 중장기 수입을 보장할 수도 있다. 따라서 지방 혹은 중앙정부뿐만 아니라 개별 항만당국 역시 증가하는 크루즈 수요에 의한 거대한 잠재적 경제효과에 대한 인식이 점점 커져가고 있다. 기항지이든 모항지이든 크루즈 수요의 증대가 장기적으로 이익을 창출한다면, 크루즈 선사를 유치하기 위한 항만 간의 경쟁이 더욱 치열해질 것이다.

크루즈 산업의 경제적 효과에 대한 연구는 북미시장을 중심으로 많이 이루어지고 있다. 그리고 최근에는 유럽시장에서도 European Cruise Council, 영국의 Passenger Shipping Association을 중심으로 이러한 연구를 진행하고 있다.

〈표 5-1〉은 북미시장, 유럽시장 및 기타 지역으로 세분하여 크루즈 산업의 경제적 효과를 추정한 결과이다. 2004년 전체 크루즈 관광객 수가 약 1,400만 명으로 총 경제적 수익이 510억 달러(약 50조 원)이며, 관광객, 승무원, 선사의 직접 소비액이 250억 달러에 육박한다. 그리고 약 54만 명의 고용창출효과를 가져온 것으로 추정되고 있다.

〈표 5-1〉 크루즈 산업의 경제적 추정 효과 (2004년)

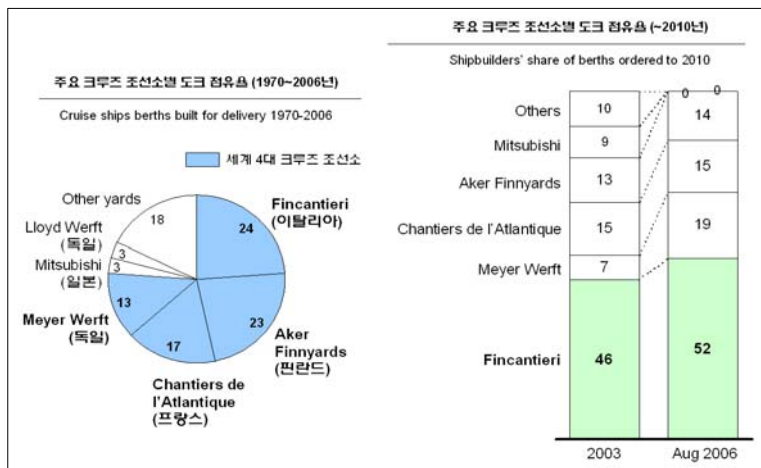
항 목	북미	유럽	기타지역	전체
관광객수 (백만 명)	9.8	2.84	1.13	13.77
총 경제적 수익 (십억 달러)	36.37	10.47	4.19	51.03
직접 소비액 (십억 달러)	17.79	5.15	2.05	24.99
고용창출효과 (명)	382,115	110,005	44,023	536,143

자료 : European Cruise Council, *The ECC Annual Review Book*, 2005, p. 48.

특히 유럽의 경우, 북미 시장에 비해 크루즈 관광이 성숙하지는 못했지만, 향후 북미 시장의 대안시장으로 거론되고 있을 뿐 아니라 크루즈 선박 건조시장이 거의 독점적이라는 특징을 가지고 있다. 이 때문에 유럽시장의 크루즈 산업 관련 경제적 파급효과는 ‘크루즈 관광 + 선박 건조’로 연결되어 더욱 더 크질 것으로 전망된다.

〈그림 5-1〉 주요 크루즈 조선소별 점유율 현황

단위 : %



자료 : Tony Peisley, *The Future of Cruising - Boom or Bust? A Worldwide Analysis to 2015*, Seatrade Communications Ltd., 2006, pp. 250~251

〈그림 5-1〉에서 보듯이, 세계 4대 크루즈 조선시장인 이탈리아, 독일, 핀란드

드, 프랑스는 2006년 8월 기준으로 2010년까지 인도해야 할 신조 크루즈선의 100%를 점유하고 있다. 또한 <표 5-2>에서 4개 조선사에 의해 신조되는 23척의 크루즈선 총 건조비용이 121억 달러(약 12조 원)를 상회할 만큼 엄청난 파급효과가 있다. 이는 크루즈 산업이 발전하면 할수록 더욱 더 경제적 효과는 높아질 것이다.

<표 5-2> 주요 크루즈 선박 조선소 현황 및 건조비용

조선소	국가	주요 고객	크루즈 선박수	총톤수 (Gross Tonnage)	승객수	건조비용 (백만 달러)
Fincantieri	이탈리아	Carnival, Costa, Cunard, HAL, Princess	10	1,073,769	28,104	5,291.50
Meyer Werft	독일	NCL, Aida, Celebrity	8	692,500	18,484	3,571.25
Aker Finnyards	핀란드	RCI	3	480,000	10,800	2,268.00
Chantiers de l'Atlantique	프랑스	MSC	2	179,200	5,100	980.00
총계			23	2,425,469	62,488	12,110.75

주 : 2005년 6월경 현황 (mid-2005).

자료 : European Cruise Council, *The ECC Annual Review Book*, 2005, p. 48.

2) 크루즈선 건조시장 진출의 효과⁴⁴⁾

세계 조선시장의 호황이 지속되면서 조선국들의 공존적 시장참여가 이뤄지고 있고, 경쟁력이 처지던 조선소들도 가동률을 높이고 있다. 특히 조선소들의 경쟁력 열위로 중국에 추월당했던 유럽은 여객선은 물론 상선의 수주 호조로 2005년 Clarkson 기준 850만CGT⁴⁵⁾를 수주하여 한국에 이어 2위의 실적을 보

44) 홍성인, “크루즈선 시장현황과 한국의 진출전략”, 「KIET 산업경제」, 산업연구원, 2006. 3.

45) Compensated Gross Tonnage (CGT, 표준화물선 환산 톤수) : CGT는 조선업계에서 사용하는 톤수로, 비교적 단순했던 선종과 선형이 복잡해지면서 그 동안 건조량을 표시하는 데 사용하던 GT로는 정확한 평가가 불가능해지자 이러한 용도의 새로운 척도의 필요성이 대두되었고 그 결과로 고안되어 1967년부터 사용되고 있다. 처음에는 AWES(Association of European Shipbuilders and

인 것으로 추정되고 있다.

그러나 조선경기가 하강곡선을 그리게 되면 조선소간의 경쟁은 매우 치열해지고 결국 경쟁력을 가진 조선소가 시장을 장악하게 된다. 일반상선 분야에서 가장 중요한 경쟁요소가 가격이고 주요 조선소 가운데 가격측면에서 가장 우위를 보일 수 있는 국가가 중국이다. 국내 조선소와 중국 조선소의 기술경쟁력 차이는 계속 좁혀지고 있으며, 특히 중국은 정부의 대대적인 지원 아래 설비투자 및 기술개발을 통하여 빠르게 추격해오고 있다.

따라서 한국이 세계 조선시장에서 중국 조선 산업을 계속 견제할 수 있으려면 생산성 제고를 위해 노력하면서, 기술력 우위 유지를 위한 전략을 추진해야 한다. 이러한 전략의 핵심이 고부가가치선에 집중하는 것이고, 대안 가운데 하나가 가장 부가가치가 높다고 평가되는 크루즈선 건조사업에 성공적으로 진출하는 것이다. 크루즈선은 선박건조기술은 물론 각종 선실 인테리어, 안전과 환경측면의 고려 등 충분한 기술개발과 기자재 분야의 준비없이 건조하기 힘든 선박으로 평가되고 있다. 또한 시장을 독점하고 있는 유럽 조선소의 기술, 가격 및 품질 격차를 뛰어 넘어야 시장 진입이 가능하다.

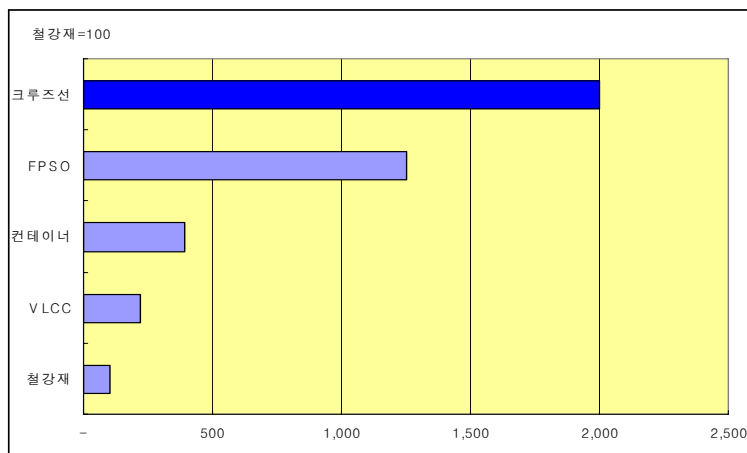
또한 우리나라가 크루즈선 건조를 준비할 시점으로 요즘이 가장 최적이다. 크루즈선 건조를 위한 R&D 투자가 필요하고, 건조 초기에는 건조와 비례하여 손실이 발생할 수 있다. 이러한 리스크는 미래를 준비하기 위한 투자이고, 이를 떠안기에는 조선경기가 호조를 보이고 있는 현재가 가장 적합하다는 판단 때문이다.

한편 우리가 크루즈선 건조시장에 진출함으로써 조선 산업의 매출 및 고용

Shiprepairers)와 일본 간에 통계 교환의 목적으로 사용되었고 CGRT (Compensated Gross Register Tonnage)로 불리었으나, 1982년에 'TONNAGE 1969'가 발효되자 GRT와 새로운 GT간의 차이를 고려해 새로운 계수를 도출하여 1984년부터 CGT로 사용하고 있다. CGT는 선박의 가공공수, 설비능력 및 선가 등 GT에서는 나타낼 수 없었던 것을 상대적인 지수표시인 CGT계수를 사용하여 구한 것이다. 즉, CGT는 표준화물선으로 환산한 수정총톤으로 기준선인 1.5만DWT(1만GT) 일반화물선의 1GT당 건조에 소요되는 공사량(가공공수)을 1.0으로 하여 각 선종 및 선형과의 상대적 지수로써 CGT 계수를 설정하고 선박의 GT에 이를 곱하여 CGT를 구한 것으로 선박의 공사량을 나타낼 수 있는 하나의 척도이다.

중대는 물론 조선 선도국으로서의 위상 제고, 연관산업에 대한 생산·고용유발 및 기술 파급효과, 조선기자재산업의 구조 고도화 등이 가능해질 전망이다. 첫째, 최고 부가가치 선종 영역의 진출로 명실상부한 조선 선도국으로 평가될 전망이다. 크루즈선 분야는 부가가치가 가장 높은 선종 분야로 기본 자재인 철강재를 100으로 할 때 20배의 부가가치 창출이 가능하고, VLCC에 비해서도 9.1 배의 높은 부가가치를 나타내는 것으로 평가되고 있다. 또한 한국이 크루즈선 까지 건조하게 됨으로써 선박생산의 대표주자로서의 이미지가 더욱 확고해질 전망이고, 선박하면 한국의 이미지로 연결될 수 있을 것이다.

〈그림 5-2〉 선종별 부가가치 지수 비교



자료 : 홍성인(2006).

둘째, 산업구조가 취약한 해상레저 장비 및 기자재 분야에 대한 파급효과가 기대된다. 현재 국내에서 주력하고 있는 선종은 원유, 화물, 가스, 컨테이너 등을 운반하는 선박에 국한되고 있으나, 크루즈선은 대표적 해양레저 수단으로 활용되는 선박이므로 해양레저, 요트, 모터보트 등의 분야에 대한 발전을 가져올 것으로 기대된다. 특히 크루즈선 인테리어 기술은 해양레저, 요트 등의 분야에도 접목이 가능하고 각종 선실 자재 등의 국산화가 이루어지면 소형 레저

보트분야의 건조기술도 크게 향상될 전망이다. 또한 크루즈선 건조에 있어 내실을 기하려면 기자재의 국산화 및 기술습득이 관건이므로 각종 선실 기자재, 크루즈선 전용 기자재의 국산화에 주력해야 하고 이는 기자재 업계의 질적 고도화로 이어질 전망이다.

셋째, 취약한 선실 설계 및 인테리어 영역의 노하우 축적이 가능해질 것이다. 크루즈선의 건조가 지속적으로 이루어지면 유럽 업체들이 독보적 위위를 누리고 있던 선실 설계 및 인테리어 영역의 노하우가 축적됨으로써 관련 기술 도입 및 수입이 감소하고 수입대체가 이루어질 것으로 평가된다.

2. 크루즈 관광산업 정책목표

1) 크루즈 관광산업의 구성

크루즈 관광산업도 다른 산업과 마찬가지로 크루즈 시장에 상품을 공급하는 공급자(선사, 여행업체 등)가 있고, 크루즈 상품을 소비하는 수요자인 관광객이 있다. 그리고 크루즈 상품의 기능을 하는 크루즈 기항지 및 관광지의 서비스 활동이 있다.

여기에서는 이와 같이 크루즈 관광산업을 이루는 공급측면, 수요측면, 상품으로 구분하여 각각의 중요성을 살펴보고 정책목표 설정에 활용하고자 한다. 우리나라 크루즈 관광산업 정책목표는 앞에서 살펴본 각국의 크루즈정책, 설문조사 결과, 그리고 여기서의 크루즈 관광산업 구성을 통해 도출한다.

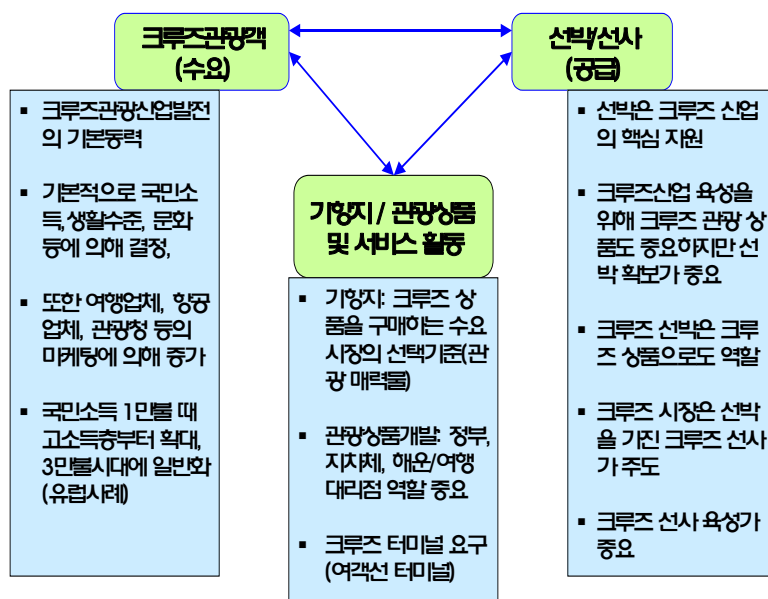
먼저 크루즈 관광산업의 주요요소 중 우리나라는 크루즈 공급자인 선사(선박)의 부족하다. 크루즈 선박은 크루즈 관광산업의 핵심자원이고, 크루즈 관광산업 육성을 위해 크루즈 관광상품도 중요하지만 선박확보가 중요하다. 특히 크루즈 선박은 크루즈 상품으로도 기능을 하기 때문에 크루즈 선박의 공급이 특히 중요하다. 현재 크루즈 선박의 공급은 선사가 주도하기 때문에 크루즈선

사의 육성 필요성도 여기서 비롯된다.

크루즈 수요측면은 긍정적이다. 우리나라에서 크루즈 수요는 이제 부분적으로 발생하고 있지만, 해외여행객 증가추세와 국민소득 등을 고려하면 수요는 꾸준히 증가할 것으로 보인다. 해외에서의 크루즈를 경험한 관광객이 확대되고 국내에서도 연안 크루즈가 시작되었다.

크루즈 상품은 아직 발전수준이 낮은 편이다. 항만으로 입항한 해외크루즈 이용객은 국내의 사찰, 재래시장 등을 중심으로 관광을 하고 있다. 기항지로서의 관광 매력물 개발이 시급하고, 크루즈 터미널 수요도 증가하고 있다.

〈그림 5-3〉 크루즈 관광산업 구성요소



2) 크루즈 관광산업 정책목표

크루즈 관광은 전 세계적으로 매우 발달해 있고, 세계 각지에서 다양한 상품을 개발하면서 각국의 소비자들을 끌어들이고 있다. 우리나라의 국민들도 세

계 각지의 크루즈 상품을 매우 편리하게 이용할 수 있다. 인터넷이나 국내 여행사, 외국의 크루즈선사대리점 등을 통하면 언제든지 외국의 크루즈를 경험할 수 있다.

따라서 이와 같은 상황에서 크루즈 활성화 정책의 목표는 ‘국가경제 발전을 위한 크루즈 관광산업 육성’이 되어야 한다. 크루즈 관광산업의 육성이 국가경제의 발전과 무관할 경우 정책적으로 큰 의미가 없기 때문이다. 단순히 일반 국민들이 크루즈를 보다 쉽게 접하고 이용하자는데 목적이 있는 것이 아니다. 크루즈를 통해 해운산업, 관광산업, 조선 산업, 기타 관련산업의 발전을 가져오고, 이를 통해 궁극적으로 국가경제발전에 기여하자는 것이다.

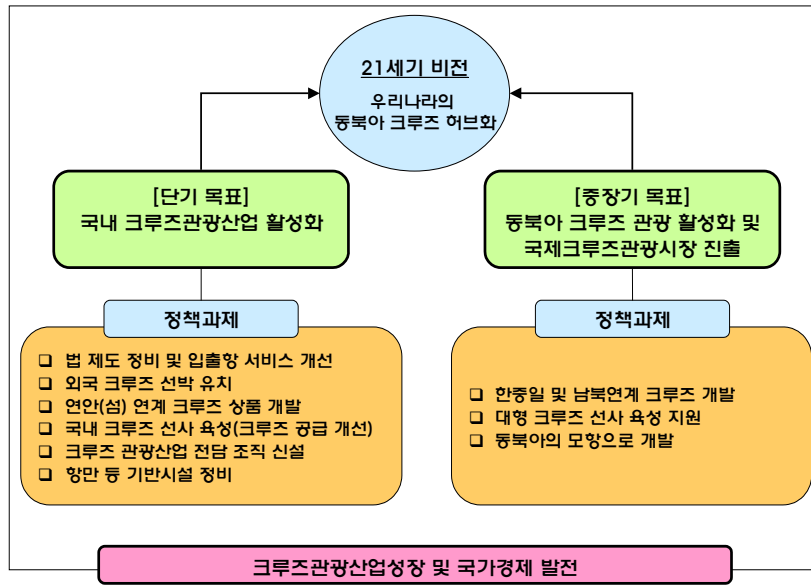
우리나라 크루즈 관광산업의 발전을 위해서는 단기적으로 크루즈 관련 법·제도 정비 및 입출항서비스 개선, 외국 크루즈 선박 유치, 연안 및 섬 관광 크루즈 상품개발, 크루즈선사 육성, 크루즈 활성화를 위한 조직 결성 등이 필요하다. 그리고 장기적으로는 한중일 연계 크루즈 상품개발, 남북한 연계 크루즈 상품 개발, 동북아의 크루즈 모항으로 개발 등이 필요하다.

연안 크루즈 관광 발전은 우리나라 크루즈 선사의 육성, 관광 콘텐츠 개발, 크루즈 관광저변 확대를 통해 가능할 것이다. 외국크루즈 선박유치는 우리나라의 크루즈 인프라 개선, 관광 콘텐츠 개발, 저변확대 등을 위해 중요한 의미가 있다. 또 국민경제적으로도 여행수지 개선에 기여할 것으로 기대된다. 그리고 크루즈 관광산업의 활성화를 위해서는 산업기반이 되는 인프라, 법·제도, 관광 콘텐츠, 홍보 등이 필요하고, 크루즈 선사가 있어야 한다.

동북아연계 크루즈 개발 및 시장진출은 세계 크루즈 시장이 북미, 유럽 중심으로 형성된 상황에서 우리나라 크루즈 선사의 발전을 위해 반드시 필수불가결한 전략이다.

다음 〈그림 5-4〉는 이상의 내용을 정리하여 도식화한 것이다.

〈그림 5-4〉 크루즈 관광산업 정책목표와 과제



제6장

우리나라 크루즈 관광산업 발전전략과 정책과제

1. 단기전략 : 우리나라 크루즈 관광산업 기반조성

1) 크루즈 관련 법·제도 정비 및 입출항 서비스 개선

(1) 필요성

그 동안 우리나라에는 크루즈 사업에 대한 근거법이 없다는 지적이 빈번히 제기되었다.⁴⁶⁾ 이는 그 동안의 크루즈 관련 법률이 해운법과 관광진흥법으로 이원화되어 있고, 또 구체적이지 못했기 때문이다. 즉 해운법에서 크루즈는 기타 해상여객운송사업에 의해 사업면허를 발급했고, 관광진흥법상에서도 관광객이용시설업에 관광유람선업의 규정이 있으나 해운법에 의한 해상여객운송사업 면허를 받은 자로서 선박을 이용하여 관광객에게 관광을 할 수 있도록 하는 업으로만 규정하고 있는 등 법체계가 미흡했기 때문이다.

이에 정부는 이와 같은 그 동안의 지적을 수용하여 해운법(법률 제8046호, 2006. 10. 4 일부개정)에 크루즈사업의 근거를 명확히 마련하였다. 즉 해운법에 '선내에 숙박시설·식음료시설·위락시설 등 편의시설을 갖춘 대통령령이 정하는 규모 이상의 여객선을 이용하여 관광을 목적으로 해상을 순회 운항(국

46) 경상남도개발공사, 「남해안 뱃길 테마관광선사업 타당성 조사」, 2006. 4, p. 171 ; 부산광역시, 「항내 해상관광유람선을 중심으로 부산항 연안 크루즈 개발계획」, 2003. 11. pp. 48~49.

내외의 관광지에 기항하는 경우를 포함한다)하는 해상여객운송사업'을 '순항여객운송사업'으로 명시하여 크루즈 사업의 근거를 마련했다(해운법 제3조 5). 그리고 기존의 내항정기여객운송사업 내지 외항부정기여객운송사업 중 어느 하나의 사업과 순항여객운송사업을 동시에 수행하는 해상여객운송사업을 '복합해상여객운송사업' (해운법 제3조6)으로 신설하여 다양한 형태의 크루즈 사업이 가능하도록 하였다.

그러나 크루즈사업은 여객과 화물을 동시에 수송하면서 국내외 항만을 정기 또는 부정기적으로 운항하고, 선내에서도 다양한 영업활동을 해야 하는 특성으로 인해 해운법 외에도 관련 법률이 다양하게 걸쳐 있어 이에 대한 정비가 필요하다.

그리고 크루즈 선박과 관광객을 유치하기 위해서는 입출항 서비스도 많은 개선의 필요하다. 크루즈 관광객은 대체로 고소득의 노년층이 많아 불필요한 통제나 불친절한 서비스에 대한 거부감이 매우 높다는 특성을 가지고 있다. 따라서 특정항만에서의 불친절과 불편은 크루즈 선사로 전달되고, 이는 크루즈 선박의 차기 운항계획에 반영되기 때문에 입출항 서비스는 매우 중요한 문제이다.

(2) 추진과제

① 해상여객운송법 제정

현행 해운법은 화물운송, 여객운송, 해운부대사업 등을 주요 대상으로 하고 있다. 그러나 해운법의 주요 내용이 화물운송과 관련된 내용이고, 여객운송에 대한 내용은 일부에 국한되고 있다. 특히 크루즈에 관한 내용은 사업형식에 대한 규정만 있을 뿐 실제 사업과 관련된 내용은 거의 없다.

그리고 선원법도 화물선에 승선하는 선원에 관련된 내용이 주류를 이루고 있고, 여객선 및 크루즈선에 승선하는 선원 및 승무원에 관한 규정은 매우 부

죽한 실정이다.

따라서 크루즈 관광을 비롯한 해상여객운송, 유람선관광, 여객터미널, 여객선 및 크루즈선의 선원과 승무원 등을 관장할 수 있는 법을 별도로 제정해야 한다.

② 여객선 입항실적을 고려한 항비부과제도 도입

우리나라 항만법에서는 현재 크루즈선을 포함한 모든 여객선에 대해 선박입출항료를 50% 감면하고 있다. 그러나 우리나라 항만의 경우 화물에 대해서는 볼륨 인센티브 등과 같은 항비 추가감면제도가 있으나 여객선에 대해서는 단일한 항비를 적용하고 있어 입항 횟수가 많은 선사와 선박에 대한 혜택이 없다.

현행 우리나라의 항만 입항료가 외국에 비해 높은 편은 아니지만 일정기간 동안 정기적으로 입항을 해야 하는 선사의 입장에서 부담이 될 수 있다는 지적이 있다. 1년에 1~2회 입항하는 선사와 20~30회 입항하는 선사가 느끼는 부담이 다를 수 있고, 외국항만에서는 일정횟수 이상 입항하는 경우 입항료를 감면해주고 있어 비교가 되는 것도 현실이다.

예를 들어, 싱가포르 항만청(Maritime and Port Authority; MPA)에서는 300톤 이상 선박이 6개월 내에 6번 이용하는 경우 300톤 이상의 선적에 대해 20%의 세금감면을 해주고 있다. 또 정기적으로 사용료를 내고 무제한으로 이용하는 제도가 있어 연간 항만이용료 S\$ 135/100 GT만 내면 1년 무제한이용이 가능하도록 하는 등 여객선에 대한 다양한 혜택이 있다.

따라서 우리나라 항만에서도 여객선의 입항실적에 따라 입항료를 우대하는 항비 부과체계를 조속히 도입해야 한다.

③ 크루즈 선박에 대한 강제도선 규정 완화 또는 항비혜택부여

현행 도선법에 따르면, 대한민국선박 즉 국적선의 선장이 같은 선박을 일정

횃수 이상 운항 후 입항시에는 강제도선을 면제할 수 있도록 하고 있다.⁴⁷⁾

그러나 이 규정은 우리나라에 크루즈 선박이 없는 상황에서 한국인 크루즈 선장을 찾기가 쉽지 않아 크루즈 선박의 경우에는 적용이 쉽지 않고, 또 외국 크루즈 선박을 유치해야 하는 우리나라의 입장에서는 유치활동에 장애가 되는 게 사실이다.

따라서 한시적으로 국내 크루즈사업의 육성과 조기 정착을 위해 크루즈가 입항시 카페리선과 같은 조건을 충족하는 경우 항비를 면제해주는 조항의 적용이 필요하다. 현재 카페리 선박의 경우 같은 선장이 같은 선박을 4회 운항시에는 항비를 면제하고 있다.

또한 아울러 국내 크루즈 관광산업의 조기 정착을 위하여 여러 항비(입항료, 선석사용료, 터미널 사용료, 면세유 공급)등을 한시적으로 면제해 주시는 방안의 도입도 검토할 필요가 있다.

④ 선원법 개정

일반적으로 크루즈에는 일반여객선과 달리 승객의 1/3 또는 1/2에 해당하는 승무원이 선내 서비스를 위해 승선을 하게 된다. 즉 일반 화물선에 승선하는 전통적인 의미의 선원(선장, 기관장, 항해사, 기관사, 통신사, 조리사, 부원 인력 등)외에 식음료, 숙박, 선내 레크리에이션 활동, 기항지 활동, 행정서비스(출입국 수속, 후불관리 등) 등을 위해 승객 2~3명당 승무원 1명이 탑승하게 된다.

따라서 화물선을 위주로 하는 선원법을 적용할 경우 일반 승무원의 활동에 상당한 제약이 따른다. 즉 현행 선원법에 따르면 선내에서 근무하는 사람은 일정기간의 선원교육을 받고 선원수첩을 소지해야 하는데, 크루즈 선박 내에서 예술활동을 하는 배우, 식음료 및 숙박에 관련된 서비스 직원이 선원교육을 받

47) '동일한 도선구에 입항하거나 출항한 횃수가 강제도선의 면제신청일부터 소급하여 1년 이내에 4회 이상 또는 3년 이내에 9회 이상'인 경우 강제도선을 면제할 수 있다. 도선법 시행령 제10조의3 및 동법 시행규칙 제18조 참조.

고 선원수첩을 소지하기란 쉽지가 않다.

특히 국내 크루즈 관광산업이 활성화 되지 못해 크루즈 승무원의 양성이 원활하지 않은 상황에서 선원법을 크루즈 선박에 적용하는 것은 시기상조라고 판단된다.

따라서 선박의 운항요원(항해, 기관, 통신 요원 등)을 제외한 관광계열의 호텔 관련 선내종사자의 선원법 적용 제외가 필요하다.

⑤ 크루즈 승객에 대해 통과여객(TWOV) 제도 확대적용

크루즈 관광은 수송보다 관광자체가 목적이다. 따라서 크루즈 승객도 특정 항만에서 하선하더라도 입국이 목적이 아니기 때문에 관광 후 재승선을 한다. 따라서 세계 주요 크루즈항만에서는 크루즈 승객에 대해 무비자 통과(TWOV; Transit Without VISA) 제도를 활용, 자국에 입항하는 관광객들에게 최대한의 편의를 제공하고 있다.

지중해의 크루즈항만에서는 EU 국민들에게 최초 입항항만에서만 여권심사를 하고 중간기항지 항만에서는 다른 출입국 검사 없이 입출항을 할 수 있도록 하고 있다. EU 외의 국민들에 대해서는 입출국 수속시의 대기시간을 줄이기 위해 출입국사무소 직원이 입항 전에 승선하여 출입국 심사를 하는 방식으로 관광객의 편의를 도모하고 있다.

따라서 우리나라에서도 크루즈 승객의 경우에는 사전에 승객 명단이 출입국 사무소에 제출되고 크루즈 유람선 자체가 경유 목적임을 표시하고 있으므로 크루즈 승객에 대해서는 특별한 이유를 제외하고는 통과여객(TWOV) 입국허가 적용해야 한다.

그리고 입출국 수속시 대기 시간을 줄이기 위해 선상수속을 확대하여 크루즈 선내 라운지에서 CIQ 기관이 직접 일괄적으로 승객과 대면 없는 수속할 수 있는 시스템을 마련하여 보다 빠르고 편하게 수속을 할 수 있는 방안을 도입해야 한다. 이를 위해 출입국관리법 시행령 제8조 2항, 출입국관리법 시행규칙 제15조 2항 등의 정비가 필요하다.

만약 여러 가지 원인에 의해 전면적인 개선이 어렵다면 한시적인 조치도 필요할 것으로 보인다. 일본이 우리나라에 대해 한시적으로 비자면제를 한 이후 단기체류에 대해서는 비자면제 조치를 무기한 연장하기로 결정했던 사실도 참고할 가치가 있다.

한편 최근 문화관광부는 인천공항에서 환승하는 여객들에 대해 통과여객(TWOV) 입국허가 제도를 적용하여 외국인이 환승(Transit) 투어를 할 수 있도록 추진하고 있어 크루즈 승객에 대해서도 조만간 적용될 것으로 판단된다.

<무비자 사례 ①>

법무부, 중국 관광객 유치 및 인천공항 허브 기능 강화 위해

법무부는 유럽여행 중국인이 인천공항을 경유할 경우, 200. 6. 30일부터 사증(VISA)없이 최장 30일간 입국이 허용된다고 밝혔다. 6월 30일부터 중국인이 인천공항을 경유하여 유럽으로 가거나 유럽에서 인천공항을 경유하여 자국으로 귀국 시 국내 관광을 희망할 경우, 유럽 30개 국가(아래 참조) 중 어느 1개국의 사증(영주권 포함) 및 예약된 연결항공권을 소지하고 있으면 국내 사증(VISA)없이 최장 30일까지 입국 가능하다.

현재 한·유럽간 직항노선이 있는 8개국은 물론, 직항노선이 없는 유럽 22개 국가로 여행하는 중국인에게도 일률적으로 적용, 최종목적지까지의 연결항공권만 확인되면 무사증입국이 허용된다. 이들은 입국시 관광통과(B-2)자격의 체류자격을 부여받게 되며 입국일로부터 최장 30일간 관광목적으로 국내체류가 보장된다.

법무부는 이번 조치로 중국인 부유층 등 고소득자와 상사주재원, 기업인 및 그 가족들이 유럽여행 전후에 우리나라를 방문할 수 있는 길이 열려 중국인 관광객 유치에 크게 기여할 것으로 예상하고 있다.

특히, 중국 지방도시 거주자가 유럽을 여행할 경우 북경공항을 거치지 않고 바로 인천공항을 이용할 가능성이 많아 항공산업 활성화와 인천공항의 허브기능 개선에도 기여할 것으로 기대된다.

한편, 법무부는 그간 중국인관광객 유치를 위해 5인 이상 단체객에 대해 단체사증을 발급하고, 일본·미국·호주·뉴질랜드·캐나다 여행자에 대해 무사증(NO-VISA)입국 조치하는 등 입국절차를 개선한 바 있다.

향후 단체관광객 허용기준을 5인 이상에서 3인 이상으로 완화하는 등 중국인의 출입국절차를 개선해 나갈 계획이다. (문화관광부와 협의 중)

2004년 한 해 동안 중국인 입국자는 약 47만 2천여 명으로 2003년도(약 34만 4천여 명) 대비 1.4배 늘어나는 등 꾸준한 증가추세에 있으며 통과여객의 경우

도 2004년 한 해 동안 49,941명이 입국 2003년도(약 30,190명)에 비해 약 1.7배 늘어났다.

※ 유럽 30개 국가

영국, 독일, 프랑스, 이탈리아, 스페인, 네덜란드, 몰타, 리히텐슈타인, 포르투갈, 폴란드, 덴마크, 스웨덴, 노르웨이, 핀란드, 스위스, 아일랜드, 헝가리, 벨기에, 룩셈부르크, 루마니아, 그리스, 체코, 오스트리아, 라트비아, 리투아니아, 에스토니아, 슬로바키아, 슬로베니아, 아이슬란드, 티프러스

<무비자 사례 ②>

일본, 한국인 무비자 단기체류 항구화 올 3월부터 실시. 활발해진 양국교류 고려

아소 다로 일본 외상은 2006. 1. 26일 각료회의 후 기자회견을 갖고 양국 교류 증진을 위해 지난해 3월부터 한시적으로 실시해 온 한국인 단기체류 입국자에 대한 비자면제 조치를 무기한 연장하기로 했다고 발표했다. 관광과 통과, 상용 목적의 한국인 입국자에 대한 최장 90일까지의 무비자 단기체류를 사실상 항구화한 것이다.

상호주의에 입각해 우리 정부도 1995년 이후 일본 단기체류 입국자에게 적용해온 비자면제 조치를 오는 3월부터 현행 30일에서 90일로 늘려 항구화하기로 했다고 밝혔다.

양국의 이러한 호혜적 조치에 따라 월드컵 공동개최와 한류 붐 등을 계기로 확산돼온 양국 인적·문화적 교류가 더욱 증진될 것으로 관측된다.

일본 정부의 이번 비자면제 항구화 조치에 따라 한국인 단기 입국자는 관광과 통과 뿐 아니라 시장조사와 업무연락, 친지 방문 및 각종 행사나 회의 참가 등 상용 목적으로도 일본을 자유롭게 드나들 수 있게 됐다. 하지만 취업과 이민, 장기체제 목적의 입국은 해당되지 않는다.

일본 정부가 지난해 아이치 만국박람회를 앞두고 한국인 관광객에 대해 한시적으로 비자면제를 실시한 데 이어 이 조치를 항구화한 것은 매우 활발해진 양국 교류의 현실이 고려된 것으로 풀이된다.

지난해 일본에 입국한 한국인은 190만 297명에 달했으며 한국을 찾은 일본인도 242만 명에 이르렀다. 특히 일본 정부로서는 지난해 비자면제 조치 이후에도 한국인 불법체류율이 악화되지 않은 점을 평가한 것으로 알려졌다.

도쿄 외교가에서는 고이즈미 준이치로 총리의 야스쿠니 신사 참배로 경색된 한일 관계에 훈풍을 불어넣기 위해 일본 외무성이 비자면제 항구화 조치에 적극적이었다는 분석이 나왔다. 또 일본 재계에서도 수요 확산을 위해 외국인 관광객에 대한 문호를 적극 개방해줄 것을 일본 당국에 촉구해왔다.

⑥ 크루즈 선박 접안시설 정비

크루즈 선박은 대체적으로 다른 화물선이나 여객선에 비해 규모가 큰 편에 속한다. 다음 표에서 보는 바와 같이 2만 5천 톤급 선박이 소형선박으로 분류된다. 특히 최근의 선박주문동향에 따르면, 중형 크루즈 선박의 주문은 감소하고 대형 및 초대형 선박의 주문이 증가하고 있어 향후 전 세계 크루즈 선박은 계속 대형화될 전망이다.

문제는 이와 같은 선박의 대형화 추세를 항만에서 수용하기가 쉽지 않다는 데 있다. 우리나라의 경우 화물선이 입항하는 부두는 초대형 선박도 접안이 가능하지만, 여객선 부두에는 5만 톤 이상을 수용할 항만이 없다.

〈표 6-1〉 크루즈 선박의 규모별 유형

선박유형	선박의 특성
소형선박 (small ship)	총톤수 2만 5천 톤 이하의 승객정원 500명 이하 규모의 선박
중형선박 (mid-size ship)	총톤수 2만 5천 톤에서 7만 톤 규모의 승객정원 500명에서 1,700명 규모의 선박
대형선박 (large ship)	총톤수 7만 톤에서 10만 톤에 승객정원 1,700명에서 2,500명 규모의 선박
초대형선박 (very large cruise ship)	총톤수 7만 톤에서 10만 톤에 승객정원 1,700명에서 2,500명 규모의 선박

따라서 우리나라에서 크루즈 관광을 활성화하기 위해서는 우선 항만에서 대형 크루즈 선박을 수용할 수 있는 부두접안시설은 준비를 해야 한다. 크루즈 터미널 건설에는 대규모 건설비용이 투자되기 때문에 크루즈 선박의 입항척수가 상당수에 이르러야 채산성을 맞출 수 있겠지만, 부두시설은 언제든지 활용할 수 있도록 해야 한다.

이를 위해서 컨테이너부두 중에서 수심 12m 이상, 선석길이 300m 이상 되는 특정부두를 크루즈 선박이 공동으로 사용할 수 있도록 대형크루즈부두로

지정하고 이에 필요한 시설을 지원해야 한다.

바르셀로나의 경우 크루즈 관광 초기에는 컨테이너부두에서 텐트를 이용하여 승객을 받았는데(사진 참조), 우리에게 시사하는 바가 크다. 즉 크루즈 관광산업의 활성화를 위해 크루즈터미널이 필요하지만 이보다 더욱 중요한 것은 항만에서의 친절한 서비스와 알찬 관광 콘텐츠가 더욱 중요함을 강조하고 있다.

〈그림 6-1〉 바르셀로나 항의 초기 입출항 지원 서비스 광경



자료 : KMI 출장조사자료 (바르셀로나항만청 제공).

⑦ “크루즈”에 상업적 사용에 대한 규제

현재 국내에서는 크루즈 상품이 다양한 형태로 소개되고 있다. 북미 및 유럽의 전형적인 크루즈 상품을 소개하는 것으로부터 우리나라 연안부두에서 운항하는 유람선의 광고까지 매우 다양하다.

그러나 크루즈 관광산업의 건전한 발전을 위해서는 크루즈에 대한 개념이 명확해야 하고, 유사상품의 홍보를 위해 남용되는 폐단은 없어야 한다.

일반적으로 크루즈는 100인 이상이 승선할 수 있는 선박에서 적어도 1박 이상의 여행일정(상업적 목적의 이동이 아님)으로 여가를 즐기는 것으로 정의된다.⁴⁸⁾ 이 개념에 따르면 국내의 유람선 및 여객선이 제공하는 상품은 개념적으로 그리고 실제 상품내용면에서 상당한 차이가 있다. 따라서 향후 크루즈 관광산업의 발전을 위해서는 ‘크루즈’라는 용어도 적절한 상품에만 사용할 수 있도록 제한해야 한다.

2) 크루즈 관광산업 활성화를 위한 전담조직결성 및 지원

(1) 필요성

우리나라에서는 그 동안 크루즈 관광사업을 하기 위해 다양한 시도가 있었으나 아직까지 크루즈 사업 자체만으로 성공한 사례는 찾기 힘들다. 현대상선의 금강산 크루즈사업, 스타크루즈사의 평택기항 크루즈사업 등이 우리나라에서 전개된 크루즈 사업이었지만 아쉽게도 중단된 상태이다.

우리나라에서 크루즈사업이 성공하지 못하는 원인은 다양하게 찾을 수 있겠지만 크루즈 관광산업을 지원하는 조직이 없다는 것도 큰 문제이다. 현재 크루즈 관광산업은 문화관광부, 해양수산부 등의 소관법률에서 다루고 있고, 법무부(출입국관리업무), 관세청, 식약청(동식물검역업무) 등이 관계가 있으나 지원 정책이나 수단을 가진 기관은 없다.

이와 같은 상황으로 인해 외국의 크루즈 선사가 기항지로 한국을 선택하는 경우에도 크루즈선사 대리점에서 해양수산부, 문화부, 지방자치단체, 해양경찰청, 출입국사무소, 세관 등을 개별적으로 접촉해야 한다. 더욱 어려운 것은 국내에서 크루즈 관련 사업을 시작하는 경우이다. 개별 사업자가 관련 부처를 찾아다니고, 사업근거를 제시해야 하는 등 사업의 시작이 매우 어려운 상황이다.

48) 이에 대해서는 본 보고서 제2장 제1절 참조.

단적으로 현대에서 금강산 크루즈사업을 시작할 때 크루즈터미널을 직접 건설하고 그 건물에 정부기관을 입주시켜주는 일을 했다. 정부가 인프라를 만들고 사업자가 이용을 하는 일반적인 관행과는 상당한 차이가 있었다.

(2) 해외사례

크루즈 관광산업에 관심을 가진 세계 각국은 자국 내에 크루즈 관련 정부 조직이나 민간의 협의기구를 중앙 및 지방단위로 운영하고 있다. 그리고 해당 국가가 참여하는 국가간 지역 협의체에서도 활동하고 있다. 이하에서는 세계 크루즈 존이라고 불리는 북미지역 외의 지역에서 크루즈 관광을 발전시키기 위해 노력을 경주하고 있는 크루즈 후발국가의 조직을 살펴본다.

프랑스의 마르세유(Marseille)에서는 크루즈 클럽(Club de la Croisière de Marseille Provence)을 결성하여 다양한 활동을 전개하고 있다. 즉 마르세유 크루즈 클럽은 외국 크루즈 선박의 마르세유 항 유치, 선주와의 정기적 미팅, 크루즈 항만 및 터미널의 서비스 개선을 통한 크루즈 선사 지원, 크루즈여행객 환영 행사, 관광정보 제공, 쇼핑 안내, 도심관광수송지원 등의 역할을 하고 있다.

마르세유 크루즈 클럽은 마르세유 지역의 관광관련 조직, 항만관련조직, 크루즈선사, 여행업체, 레저업체 등이 회원으로 참가하고 있다. 활동에 필요한 재원은 마르세유 시청, 관광청, 항만청에서 각각 10만 유로를 매년 지원받고 있다. 현재 이 조직은 정규직 6명이 근무하고 있으며 마르세유에서의 크루즈 관련 업무 전반을 지원하고 있다.

호주에는 크루즈 관광산업 발전을 위해 국내조직인 CDU(Cruise Down Under)와 지역조직인 ICCA(International Council Australasia)모항지 및 목적지(기항지)로 만들기 위해 1994년에 설립된 크루즈 마케팅 조직으로, 현재 선사, 항만관련업체, 관광여행사 등 57개사가 회원으로 있다. 그리고 ICCA는 호주, 뉴질랜드, 그리고 남태평양 부근의 도서국가들이 참여한 크루즈 협회이다. 이 협회에서는 호주의 크루즈 관광산업 발전을 위한 지역 내 현안문제 협의

및 중장기 전략을 마련하고 있다.

일본은 크루즈 관광산업과 관련된 조직을 민·관이 공동으로 조직하는 협의체 형태로 운영하고 있으며 정부가 주도하고 있다. 1989년 운수성의 운수정책심의회종합부회에 ‘외항객선소위원회’를 구성해 외항객선 여행(크루즈)의 발전을 도모하기 위한 정책을 추진하면서 사단법인 일본외항객선협회를 만들었다. 그리고 1997년에 민관이 참여하는 ‘크루즈사업진흥간담회’ 조직을 만들었고, 그 후 ‘지방크루즈진흥협의회’를 만들어 지자체, 선사, 항만업체, 관광업체, 정부기관 등이 공동으로 참가하고 있다. 일본의 크루즈 관련조직에서는 크루즈 관광사업 전문가양성, 크루즈 상품판매, 크루즈 관광홍보, 대외협력사업 등을 전개하면서 일본 크루즈 관광산업의 발전을 도모하고 있다.

이 밖에도 싱가포르의 싱가포르 관광청(Singapore Tourism Board)에 크루즈사업부를 두고 크루즈 관련 업무를 전담하고 있다. 이상의 내용을 정리하면 다음 표와 같다. 크루즈 후발국가의 크루즈 관련 조직을 정리했다.

〈표 6-2〉 크루즈 후발국가의 크루즈 관련 조직

국가명	조직명	비고
프랑스 (마르세유항)	크루즈 클럽	-민간조직 -정부,지자체지원받아 운영
호 주	CDU ICCA	-민간조직 -정부,민간 후원으로 운영 -국내 및 국외조직 이원화
일 본	(사)일본외항객선협의회 지방크루즈진흥협의회	-민·관 공동조직 -중앙, 지방 이원화
싱가포르	싱가포르관광청	-정부조직

(3) 추진과제

① 크루즈 관광산업 전담조직(중앙) 신설

현재 우리나라에서 크루즈와 관련된 공식적인 조직은 없다. 지난 4월 KMI가 주최한 「크루즈 관광산업 기반조성을 위한 세미나」에서 ‘크루즈 관광산업협의회’가 조직을 제안한 이후 이와 관련된 정부 및 관련기관, 업·단체가 비공식적인 모임을 가지는 정도이다.

크루즈 관광산업활성화를 위해서는 크루즈 관련 정보교환, 업계 의견수렴, 항만 서비스 개선, 관광정보제공, 출입국서비스 개선, 관련법률 정비 등의 업무를 관장할 수 있는 조직이 긴요한 실정이다.

조직의 위상과 성격은 두 가지로 고려할 수 있다. 첫째는 정부의 조직으로 신설하는 방안이다. 문화관광부와 해양수산부에서 관장하고 있는 크루즈 관련 업무를 특정부서에 집중시키거나 국무총리실 산하의 위원회 형태로 운영하는 것을 고려할 수 있다. 이 방안의 장점은 업무 추진이 용이하고 다양한 지원을 할 수 있어 사업 추진효과가 높다는 데 있다.

둘째는 차선택으로 민간조직으로 운영하는 방안이다. 업무의 성격상 정부 조직으로 신설하는 것이 바람직하지만, 사정이 여의치 않을 경우 고려할 수 있는 방안이다. 정부산하의 협회로 구성하고 공무원 및 민간조직에서 파견을 받아 운영하는 방법을 고려할 수 있다. 그리고 후자의 경우 정부 내 조직이 만들어지더라도 구성하여 운영을 해야 한다.

조직운영 및 사업에 필요한 예산은 국무총리실, 해양수산부, 문화관광부 등에서 예산을 확보하도록 해야 한다. 예산을 확보하는 부서에서 조직을 관장하는 방안도 고려할 수 있다.

한편 정부차원의 크루즈 관광산업 조직 신설과는 별도로 크루즈 관련 기관, 단체, 업체 등이 참가할 수 있는 중앙정부차원의 연석회의도 필요하다. 지금까지 크루즈 관광산업과 관련된 모든 조직이 참가하는 조직을 만들고 상설화시

켜 나가야 한다.

② 크루즈 관광활성화를 위한 협의회(지방) 신설

지방에서는 자치단체, 지방해양수산청, 항만공사(PA), 한국관광공사 권역별 협력단, 관광 및 여행업체, 기타 크루즈 관련단체 등이 참여하는 「크루즈 관광 활성화를 위한 협의회」를 조직하여 운영해야 한다. 이를 위해서는 지방자치단체가 적극적으로 역할을 수행해야 하는데, 항만으로 입항한 크루즈 관광객의 소비행위가 대부분 항만주변의 도시에서 발생하기 때문이다. 그리고 해당 지자체에서는 지역항만으로 들어오는 크루즈 관광객이 자기 도시에서 최대한 오래 머물 수 있도록 다양한 이벤트를 마련하고, 중장기적으로는 문화관광 콘텐츠를 개발해야 한다.

외국의 경우 크루즈 관광객 환영행사, 크루즈 관련 해외 콘퍼런스 참가 및 크루즈선사 유치, 항만서비스개선사업 등은 대부분 지역에 기반한 크루즈조직에서 전담하고 있다.

3) 외국 크루즈 선박 유치

(1) 유치 필요성

우리나라 크루즈 관광이 활성화되기 위해서는 크루즈 관광산업의 공급요소인 크루즈 선박이 국내 항만에 자주 기항을 해야 한다. 크루즈 선박의 기항은 국내 항만에서의 크루즈 승객 수용여건을 개선하는데 효과적이고, 크루즈 관광객을 위한 다양한 기항지 관광프로그램 개발 계기가 만들어진다. 더 나아가 항만에서의 크루즈터미널 수요도 새롭게 발생하게 되어 이에 대한 정부의 관심과 지원을 기대할 수 있다.

그리고 외국인 관광객 유치측면에서 보면 항공, 호텔 등 연관 산업과의 경제적인 파급효과를 고려해 볼 때 모항(Home Port) 노선 유치를 우선적으로 추진

해야 한다. 특히 모항 노선유치는 다른 선사의 신규노선 또는 기항지 결정에 상당한 영향을 미친다.

외국 크루즈 선박의 유치를 통한 국내 크루즈 관광산업을 성공적으로 활성화 시킨 사례는 스페인의 바르셀로나 항에서 찾을 수 있다. 현재 바르셀로나 항은 크루즈 관광객이 120만 명에 달하는 등 지중해의 크루즈 모항으로 명성을 날리고 있지만, 불과 10년 전에는 크루즈 여객이 10만 명도 못되는 수준이었다.

스페인의 경우 역사적으로 많은 관광자원이 보존되어 있었지만, 자국의 크루즈 선사가 없었고 기항선박도 많지 않아 바르셀로나 항은 수많은 크루즈 기항지 항만에 불과했다. 그러나 1992년의 바르셀로나올림픽을 통해 바르셀로나의 관광자원, 관계당국의 유치노력, 항만시설 등을 홍보하면서 크루즈 기항지로 그리고 지금은 크루즈 모항지로 발전하였다. 특히 바르셀로나올림픽 기간 중에는 개막식 때 범선을 주제로 한 공연을 펼쳐 해양도시임을 전 세계적으로 알렸고, 또 크루즈 선박 15척을 해상호텔로 활용하는 아이디어로 세계 크루즈 업체로부터 주목을 받았다. 그 이후에는 세계적으로 유명한 크루즈 콘퍼런스 등에 참가하고, 자국에서도 개최를 하는 등 외국 크루즈 선사를 유치하기 위해 다양한 노력을 경주하고 있다.

이를 통해 바르셀로나 항은 기항선박 691척, 입항객 120만 명, 환승객 63만 명, 관광객의 연간 소비액 8억 유로, 크루즈 관광수입 59만 유로에 달하는 세계 최고의 크루즈항으로 발전했다.

이와 같이 바르셀로나는 크루즈 관광을 발전시키기 위해 민·관이 협력하여 다양한 노력을 전개한 결과 오늘의 위상을 확보하게 되었다. 따라서 우리나라도 국내 크루즈 관광 활성화를 위해 외국 크루즈선사의 유치활동도 적극적으로 전개해야 한다.

아울러 크루즈 선박을 유치하기 위해서는 무엇보다도 의사결정권을 가진 주요 크루즈선사 본사의 한국에 대한 인식이 중요한 만큼 장기적인 안목을 가지고 지속적이고 장기적인 인적 네트워크를 구축하고 관리하는 것이 필요하다.

〈그림 6-2〉 바르셀로나 올림픽 개막전 광경



자료 : 바르셀로나항만청.

〈그림 6-3〉 바르셀로나올림픽 때 호텔로 활용된 크루즈 선박



자료 : 바르셀로나항만청.

(2) 추진과제

① 크루즈 선사 대상 홍보⁴⁹⁾

가. 선사 코디네이터 및 전문 여행사 대상 인스펙션 투어 실시

크루즈 선사에서 운항 스케줄을 조정하고 신규 기항지에 대한 의사결정권을 가진 사람은 선사 코디네이터 및 크루즈 전문 여행사들이다. 따라서 크루즈 선사를 유치하기 위해서는 선사의 코디네이터 및 주요 크루즈 전문 여행사 세일즈 담당자를 대상으로 팸투어 등을 통해 적극적인 홍보를 해야 한다.

이들을 대상으로 크루즈 목적지로서의 기항지 인프라 및 주변 연계 관광 프로그램을 홍보하고 체험할 수 있는 팸투어를 정기적으로 추진해야 한다.

이들 행사는 해양수산부, 문화관광부, 한국관광공사, 부산 및 인천항만공사, 지자체, 크루즈선사 대리점 등이 공동으로 추진할 수 있을 것이다.

49) 한국관광공사 자료 참조 및 수정보완.

〈표 6-3〉 주요선사의 기항지 Coordinator List

지사명	선사명	선사위치	성명	직위	전화	이메일
로스 앤젤레스 지사	Crystal Cruises	LA, 캘리포니아주	Shawna Mills	Manager (Marine Operations Dept.)	310- 785-9300	smills @crystalcr Uises.com
	Holland America Line	Seattle, 워싱턴주	Simon Douwes	Director (Deployment & Itinerary Planning Dept.)	206- 281-3535	Sdouwes @HollandAmerica .com
	Princess Cruises	Santa Clarita, 캘리포니아주	Crystal Morgan	Manager (Market Planning Dept.)	661- 753-0000	CMORGAN @PrincessCruises. com
시카고 지사	Clipper Cruise Line	St. Louis, Missouri	Nate Colson Doug Walburg	PR&AD Manager Vice President of Operations	314- 655-6749	-
뉴욕 지사	Silver Sea Cruises	Fort Lauderdale, FL	Jim Burnside	7VP of Revenue Performance	954- 468-301	imb @silverseacruises. com
	Seabourn Cruises	Miami, FL	Peter Cox	Director of Itinerary Development		pcox @seabourn.com
런던 지사	P&O Cruise	London	John Marden	Fleet Services Director		john.marden @pocruises.com

나. 크루즈 본사 대상 유치활동

기항지로서의 한국홍보를 위해 관련 업계, 지자체와 공동으로 기 취항선사는 관광프로그램 개발 등으로 기항횟수 확대 및 체류기간 연장을 추진하고, 미 취항선사에 대해서는 신규 노선 유치 활동을 전개한다. 기 취항 선사 및 미 취항 선사로 대상으로 다음과 같이 홍보를 추진한다.

첫째, 기존 국내 입항선사에 대해 국내 지사, GSA 등과의 긴밀한 협력체계를 구축하고 본사 대상으로 공동 세일즈 콜 실시한다.

둘째, 아시아지역 취항선사 중 국내 미입항 선사에 대해서는 본사 방문 설명회 등을 통해 Destination 홍보를 실시한다. 일본, 싱가포르 소재 선사가 우선

홍보 대상이 될 수 있다.

셋째, 신규 선사는 한국 모항(Home Port) 노선을 우선적으로 유치할 수 있도록 추진한다. 한국을 기항지로 하는 신규 노선에 대해서는 한중일 공동으로 유치를 추진한다.

다. 크루즈 전문 언론인 팸투어 및 전문지 광고 실시

크루즈 목적지로서 한국관광 홍보를 위한 관련 언론인 초청행사를 통해 전문지 기사화를 유도하고 홍보한다. 주요 대상은 크루즈선사가 많은 미주, 구주, 일본 등의 크루즈 전문 언론인으로 한다.

먼저, 크루즈 선사 자체 소식지, 선사 홈페이지, 크루즈 전문지 등 유력매체를 대상으로 선사 코디네이터, 전문 여행사 초청지원과 연계하여 팸투어를 실시하고 현지에서 기사화함으로써 크루즈 목적지로서의 한국 인지도를 제고시킨다.

이와는 별도로 향후 공사 타 언론인 및 여행업계 초청 지원시 터미널 시설, 관광 프로그램 등 크루즈 관련 일정을 팸투어에 포함시키는 방안을 추진한다.

또한 크루즈 전문 유력지에 지자체, 업계 공동으로 크루즈 목적지 홍보 광고를 시행한다. 특히 Destination 홍보 광고안은 지역별 성향에 맞도록 제작하여 광고효과를 높인다.

② 국제 크루즈 박람회 참가

매년 정례적으로 개최되는 Seatrade Cruise Shipping Convention 등과 같은 국제적인 크루즈 전문 컨벤션에 정기적으로 참가하고 주요 선사 및 관련업계를 대상으로 인적 네트워크 구축활동과 홍보부스 운영, 한국의 밤 행사, 프레스 대상 설명회 등 다양하고 체계적인 부대행사를 통해 크루즈 관광목적지로서의 한국 관광홍보활동을 실시해야 한다.

일본을 비롯한 동남아시아가 주요 크루즈 기항지 국가에서는 매년 이와 같은 컨벤션에 참가하고 있으며 2007년에는 한중일, 동남아시아 등 아시아지역 내 동일한 크루즈 관광 권역별로 공동부스를 운영할 예정이다.

국제 크루즈 전문 박람회에서는 정부, 지자체, 한국관광공사, 각 지방 항만공사, 관광업계 등 국내 관련기관이 공동으로 참가하여 홍보활동을 펼쳐야 한다.

〈표 6-4〉 「Seatrade Cruise Shipping Convention」 행사 개요

- 1) 세계 최대의 크루즈 컨벤션 행사로 2006년도에 22회 행사가 개최되었으며, 행사 방문자는 크루즈 업계 관계자에 한정하고 있음
- 2) 2006년에는 플로리다 마이애미 비치 컨벤션센터(2006년 3월 13~16일)에서 개최되었음. 행사에는 전 세계 약 1,000여개 단체 출전하였고, 2006년 아시아 주요 출전국으로는 일본, 홍콩, 싱가포르, 태국, 베트남, 인도네시아, 인도가 있었음
- 3) 2007년도 행사 계획
 - 일 시 : 2007년 5월 12~15일
 - 장 소 : 플로리다 마이애미 비치 컨벤션센터
 - ※ 관련 홈페이지 : www.cruiseshipping.net
 - 한·중·일 공동 부스운영(안)
 - 한중일 부스 또는 운영은 별도로 하고 부스를 1열로 배치하는 형태로 출전
 - ※ 세부 내용 한중일 관광공사 뉴욕지사를 통해 추후 협의토로 조치됨
 - 예) 각국이 2콥마씩 총 6콥마로 부스를 임차하여(가칭 : CRUISE EAST ASIA) 공동 또는 개별 부스 운영
- 4) 참고사항
 - 일본의 경우, 동 행사 참가비용으로 총 650만 엔(부스 2콥마 임차비, 부스 장식비, 기타 부대비용 등) 하였으며 부스 임차비용은 1콥마 3,500달러 수준임
 - 한·중·일 업무협약의 결과, 공동 부스 출전은 물론이고 크루즈와 관련한 공동 홍보물을 제작하자는 제안도 있었음
 - 일반적으로 크루즈 선사의 상품기획은 선박 운항 전 평균 2년 전에 결정됨을 감안할 때, 2007년 북경 올림픽과 2010년 상하이 만국박람회 개최를 전략적으로 활용하여 구미주 크루즈를 동북아시아로 유치 계기로 활용하는 것이 필요함

4) 연안 크루즈 관광상품 개발

(1) 우리나라 크루즈 관광 발전경과

우리나라 크루즈 시장은 현재 맹아기(萌芽期)를 지나 도입기 단계에 있다고

할 수 있다.⁵⁰⁾ 금강산 관광 유람선, 부산항의 항만 크루즈 등을 통해 크루즈 상품에 대한 인지도가 점차적으로 확대되고 있으며, 제한적이거나 크루즈 상품의 선택이 해외에 이어 국내에서도 가능하게 되는 등 선택범위가 조금 확대되었기 때문이다. 또 크루즈 관광산업의 핵심요소인 크루즈 선박을 운항하는 국내선사가 영업 중인 것도 이전과 다른 양상에 속한다.

우리나라에서 본격적인 크루즈 관광상품은 1998년 11월 현대 금강호가 동해안을 첫 출항하여 북한의 장전항에 도착하면서 시작되었다. 그러나 금강산 크루즈 관광상품은 관광객 수 감소에 따른 적장운영이 계속됨에 따라 시장에서 철수하게 되었다. 그 후 스타 크루즈사가 2000년 3월부터 토리스호, 에이리스호, 제미니호, 카프리콘호 등을 차례로 투입하면서 우리나라 크루즈 관광시장을 개척했지만 역시 성공하지 못하고 운항을 중단했다. 그리고 2004년 12월 24일부터 Pan Star Line이 부산항주변을 운항하는 포트 크루즈 상품⁵¹⁾을 서비스하고 있다.

우리나라 크루즈 관광객은 2005년 기준으로 약 2만 명으로 추정된다. 이 중에서 외국 크루즈선사 국내대리점을 통해 크루즈를 이용하는 관광객은 4,500명 정도에 불과하고, 나머지 15,000명은 Pan Star Line이 부산항에서 운항하는 항만 크루즈(Port Cruise) 이용객이다. 국내 연안 크루즈 상품이 생기면서 크루즈 관광객이 급증했다.

50) 일반적으로 크루즈 시장의 발전단계는 맹아기, 도입기, 확장기, 성숙기로 구분한다. 맹아기는 크루즈 여행에 대한 문화적인 저항감이 강하고, 크루즈 여행에 대한 인지도가 매우 낮은 상태이다. 이 단계에서는 극소수이지만 크루즈 여행을 해외에서 경험한 사람이 존재하며 그 경험이 서서히 국내 시장에 유입되기 시작하는 단계이다. 도입기는 크루즈 상품에 대한 인지도가 점차 높아지기 시작하며, 제한적이거나 크루즈 상품에 대한 공급과 선택의 범위가 넓어지고 크루즈 여행에 대한 문화적인 저항감이 다소 완화되기 시작하는 단계이다. 확장기는 크루즈 상품에 대한 인지도가 급속히 증가하고 크루즈 상품의 공급이 확대되고 가격인하를 통한 크루즈 수요가 증대되는 시기이다. 성숙기는 크루즈 상품이 매우 다양하고 가격 및 비가격 경쟁이 치열한 상태가 되며 크루즈에 대한 한계효용의 개념이 도입된다. Lee, Tae-Woo & Coggins Jr., A. O., "Asia Cruise and Ferry Market", 『해양정책연구』, 제10권 제2호, 한국해양수산개발원, 1996, pp. 320~324.

51) Pan Star Line사는 부산항 주말 크루즈 상품을 본격적인 크루즈 상품이 아닌 Semi 크루즈 상품으로 분류하고 있음.

〈표 6-5〉 우리나라 입항 크루즈 운항실적

구 분	운항기간	주요 기항지	기간중 이용자수 (항차당이용자)	비고
스타크루즈 토러스호	2000. 3. 12 ~2001. 10. 14	부산항, 제주항	90,000명 (400~500명)	내국인 비율 30%
스타크루즈 에이리스호	2000. 11 ~2001. 4	부산항, 제주항	15,000명 (300~400명)	"
스타크루즈 제미니호		평택항(모항지)		
스타크루즈 카프리콘호	2003년	"	19,000명 (380명)	
Pan Star Line	2004. 12. 24 ~ 현재	부산항(모항)	2005년: 15,000명 (310명)	주말 Port 크루즈

자료 : 각사제공 및 KMI 조사자료.

(2) 국내 크루즈 상품개발 필요성 및 가능성

크루즈 관광산업이 발전하기 위해서는 우선 자국의 크루즈 상품이 개발되어야 한다. 자국의 국민들이 자유롭게 이용할 수 있는 크루즈 상품이 있어야 자국의 크루즈 관광산업이 발전되기 때문이다.

국내에서 크루즈 상품을 개발하는 경우 기본적인 공간은 연안, 섬 해안을 이용한 관광이다. 외국에서는 육상의 관광자원과 연계한 크루즈 상품이 다양하게 개발되어 있지만, 국내에서 크루즈를 이용한 관광은 기본적으로 해양공간일 수밖에 없다. 국내인이 육상의 관광자원을 보기 위해 선박을 이용하지는 않기 때문이다.

따라서 우리나라에서 크루즈 관광이 가능한 지역은 동해, 남해, 서해 등의 연안지역과 섬 지역이다. 다행히 우리나라의 연안과 섬 지역은 자연경관이 아름다워 크루즈 관광자원으로서의 개발 잠재력이 높은 것으로 평가되고 있다.⁵²⁾ 우리나라의 크루즈 활성화를 위해 관광상품 개발 잠재력이 높은 연안

52) 우리나라의 연안 및 섬의 아름다움에 대해서는 여러 논문에서 언급되고 있다. 나은영·김형근 외(2004)에서는 “우리나라는 동서남 삼면에 걸쳐 11,542km 해안과 연근해의 크고 작은 도서들은 수려한 아름다움을 지니고 있어 관광자원으로서의 가치가 뛰어나 개발 잠재력이 매우 크다” 고 주

및 섬 관광을 크루즈와 연계해야 하는 필요성은 여기서 비롯된다.

한편 우리나라 연안 및 섬 관광과 연계한 크루즈도 발전가능성이 높을 것으로 기대된다. 현재 우리나라에서 연안 여객선을 이용한 관광객은 한해 705만 명에 달한다.⁵³⁾ 이는 선박을 이용한 관광과 여행이 이제 생활 속에 잡았다는 것을 반증한다. 선박을 이용하는 크루즈 관광의 확산에 좋은 여건이 형성되고 있음을 보여 준다.

그리고 우리나라 사람들은 일년 중 평균 10일(9.94일)을 여행에 할애하고 있는 것으로 조사되었다.⁵⁴⁾ 또 주5일 근무제 및 주5일 수업제 확대 시행으로 여행객이 조금씩 늘고 있는 것으로 나타났다. 특히 근무여건과 휴가패턴의 변화에 따라 숙박여행이 매년 6%씩 증가하고 있는 것으로 나타나 숙박을 전제로 하는 크루즈 관광 활성화에 유리한 상황이다.

이와는 별도로 우리나라 국민 중 해양관광참여 연인원은 2010년에 1억 6천만~2억 명에 달할 것으로 예상된다.⁵⁵⁾

(3) 세부 추진과제

우리나라 연안 크루즈 상품을 개발하여 국내 크루즈를 활성화하기 위해서는 연안 크루즈 수익모델 개발, 크루즈 관광항로개발, 크루즈선사 선박확보지원, 크루즈 관광 인프라 정비, 크루즈 운항 관련 법률 정비 등과 같은 몇 가지 과제가 추진되어야 한다. 이하에서는 이에 대해 상술한다.

장하고 있다. 이재곤(2003)은 “우리나라는 삼면이 바다로 둘러싸인 반도국으로서 아름다운 해안 경관을 가지고 있어 크루즈 산업발전을 위한 잠재력이 매우 큰 나라”로 묘사하고 있다.

53) 한국해운조합, 「2006년 연안여객선업체현황」, 2006.

54) 한국관광공사, 「2005 국민여행실태조사보고서」, 2006.

55) 해양수산부, 「해양관광진흥계획」, 2003 ; 전라남도, 「전남 섬 관광자원 개발사업 기본계획」, 2005, p. 48.

① 국내 크루즈 관광 항로 개발

크루즈 관광 항로는 크루즈 사업의 수익을 결정하는 중요한 핵심요소이다. 항로에 따라 크루즈 선박, 수요전망, 이용계층, 선내 콘텐츠 등이 달라지기 때문이다. 현재 항만 및 연안에 접해있는 지방자치단체의 경우 공식·비공식적으로 크루즈 관광 코스를 만들어 홍보하고 있으나, 실제 선박이 운항하고 있는 경우는 아직 없다. 이는 크루즈 관광항로 개발시 크루즈 수요층, 수익성 등을 고려하지 못한 결과를 보인다.

크루즈 항로 개발시 유의해야 할 내용은 다음과 같다.

첫째, 모항지 선택이다. 모항지는 이용자 즉 관광객의 접근이 용이하고 인구가 많은 지역을 선정해야 한다. 인구가 많은 수도권 및 대도시, KTX 연계 항만, 관광인구가 많은 유명지 등이 크루즈 관광의 모항지로서의 성공 가능성이 높다고 할 수 있다.

둘째, 기항지의 조건이다. 기항지 선정시에는 수심 등 자연적인 조건 외에 법률적 조건 등을 고려해야 한다. 즉 자연공원법, 문화재보호법, 야생동식물보호법, 수산업법, 해양오염방지법, 어업자원보호법 등에서의 선박 입출항 관련 규제를 검토해야 한다. 물론 정부에서는 크루즈 활성화를 위해 기항지에 대한 법률적인 정비작업도 추진해야 한다.

셋째, 소비자의 선호를 반영해야 한다. 우리나라 관광객들이 섬을 찾는 이유 또는 섬에서 즐기고 싶은 활동은 주로 해안과 섬, 어촌생활 등 자연경관 감상(16%), 생선회 등 바다음식을 즐기는 것(16%) 등으로 알려지고 있다.⁵⁶⁾

② 연안 크루즈 수익모델 개발

크루즈는 기본적으로 수익이 있어야 가능한 관광산업이다. 크루즈 관광이

56) 보령시, 「보령시 섬 지역 종합발전계획 수립 연구 보고서」, 2005, p. 114 ; 전라남도, 전게서, 2005에서 재인용, p. 52.

이루어지기 위해서는 고가의 선박⁵⁷⁾과 다수의 숙련된 승무원⁵⁸⁾, 고급 식음료 제공, 선내 문화관광 콘텐츠 제공 등이 필요하다. 따라서 일반 상선에 비해 높은 고정비와 운항비 등을 감당할 수 있는 수익이 발생해야 크루즈사업이 가능하다.

국내에서 크루즈사업을 경영하기 위해서는 선박 스케줄의 극대화, 수익 구조의 다양화 등이 필요하다. Pan Star Line의 경우 주중에는 부산-오사카 간 왕복 3항차를 운항하고, 주말에는 항만 크루즈 상품을 제공하는 등 선박운항 스케줄을 극대화했다. 이를 통해 하루 12,000달러에 달하는 Hirebase 손실을 축소했다. 그리고 여객운송사업, 화물운송사업, 크루즈 사업 등과 같은 다양한 서비스를 제공함으로써 크루즈사업에 따른 손실을 최소화할 수 있었다. 팬스타의 경우 부산-오사카 항의 운항으로 연간 400억원의 매출이 발생하지만, 주말 크루즈는 연간 10억 원 정도의 매출이 있을 뿐이다.

따라서 국내에서 크루즈 관광을 활성화하기 위해서는 우선 수익성이 확보될 수 있는 사업모델을 개발해야 한다.

57) 크루즈 선박의 건조비용은 선박규모, 건조연도, 실내인테리어 등에 따라 매우 상이하지만, 톤급별로 살펴보면 다음과 같다. 10,000톤급(Seabourn Spirit호, 1989년) : 5천만 달러, 45,000톤급(Royal Princess호, 1984년) : 1억 6,500만 달러, 70,000톤급(Queen Elizabeth 2, 1969년) : 2,900만불, 75,000톤급(SuperStar Virgo, 1999년) : 3억 5,000만 달러, 10만 톤급(Star Princess호, 2002년) : 4억 6,000만 달러, 15만 톤급(Queen Mary2, 2004년)의 경우 8억 달러. Douglas Ward, *Ocean Cruising & Cruise Ships 2005*, Berlitz, 2005.

58) 크루즈 선박의 경우 승무원은 보통 여객정원의 1/2~1/3 수준을 유지한다. 즉 500명 정원인 선박은 166~200명의 승무원이 있어야 정상적인 서비스가 가능하다. 이경모, 「크루즈 관광산업의 이해」, 대왕사, 2004, p. 358.

〈표 6-6〉 팬스타라인의 비즈니스 모델

보유선박	선명	Pan Star Dream
	톤수	21,535톤
	정원	550명
	객실수	127실(438인): 로열 2, 디럭스 24, 주니어 9
운영형태	평일 : 부산-오사카 주3회 왕복운항 주말 : 부산항 크루즈 운항(토~일, 1회)	
요금수준	1인당 최대 220,000원, 최소 76,000원	
승선인원	항차당 평균 350명(풀 부킹)	

자료 : 팬스타라인(주) 내부자료.

5) 국내 크루즈선사 육성

(1) 필요성

우리나라에서 크루즈 관광산업이 발달하지 못한 이유 중 가장 중요한 원인은 국내 크루즈 선사와 선박의 부재, 그리고 크루즈 관광상품의 부족이라고 할 수 있다. 우리나라 크루즈 관광산업을 활성화를 위해서는 우리나라 선박과 크루즈 관광 콘텐츠가 있어야 한다.

크루즈 관광을 통해 국내 경제와 산업발전을 가져오기 위해서는 국내선박을 이용한 크루즈 관광이 활성화되고, 외국인 관광객이 국내로 들어오게 해야 한다. 이를 통해서만 우리나라의 해운산업, 관광산업, 조선 산업, 그리고 관련산업이 발전할 수 있기 때문이다.

현재 우리나라에서 크루즈 선박을 운항하는 회사는 Pan Star Line이 대표적이다. 그 동안 크루즈사업을 추진했던 현대상선이 크루즈 사업을 중단한 상태이고, 다른 선사는 본격적인 크루즈를 운항하는 곳이 없다. 최근 크루즈사업을 준비 중인 회사(혜성협운, 대양선해개발 등)가 있으나, 2006년 말까지 선박을 확보하지 못한 상태이다.

한편 우리나라에는 크루즈와 유사한 사업을 전개하는 선사가 다양하게 있다. 크루즈와 가장 비슷한 유형은 여객선 페리(카페리)가 있고, 유람선도 숙박

이 없지만 주유(周遊, excursion)를 한다는 측면에서는 크루즈와 유사한 면이 부분적으로 있다. 그러나 카페리 및 유람선 업체는 일부를 제외하면 매우 영세하기 때문에 대규모 자본을 필요로 하는 크루즈 관광사업에는 적합하지 않고, 또 크루즈사업에 대한 전문성을 갖춘 업체도 많지 않다고 평가된다.

따라서 국내에서 크루즈사업을 본격적으로 전개하기 위해서는 대규모 자본 조달능력과 크루즈에 대한 전문성을 갖춘 업체를 육성해야 한다.

한편 선사에서도 크루즈 선박을 확보하는 방법으로 매매와 함께 용선을 할 수 있는 방안도 적극적으로 모색해야 한다. 일본에서도 사업 초기에는 크루즈 선박을 용선하여 사업을 시작했다.

(2) 세부추진과제

① 크루즈선사의 선박확보 지원

크루즈 산업은 해운의 주요 기능인 수송보다는 레저, 엔터테인먼트, 관광, 스포츠, 문화활동 등을 함께 제공하는 종합레저산업이다. 그러나 가장 중요한 수단은 크루즈 선박이고 이를 운항할 수 있는 선사가 필요하다. 따라서 우리나라에서 크루즈 관광산업을 육성하기 위해서는 크루즈선사 육성을 정책적 지원이 필요하다.

국내에서 크루즈 사업을 전개하는데 가장 큰 어려움은 선박의 확보문제이다. 크루즈 선박은 일반 상선보다 고가이고 수익성이 불안정하기 때문에 선박 확보에 따른 사업 리스크가 높다.

크루즈 선박의 건조비용은 선박규모, 건조연도, 실내인테리어 등에 따라 매우 상이하지만, 톤급별로 살펴보면 다음과 같다. 2000년에 건조된 5,000톤급 Small Ship 크루즈의 건조비용이 7,500만 달러에 달한다. NYK에서 운항하는 ASUKA호는 28,000톤 정도의 중형 크루즈이지만 건조가는 1억 5,000만 달러에 달한다.

이와 같이 크루즈 선박의 초기 도입비용이 상당히 높기 때문에 선박의 선박

확보를 위한 지원책이 필요하다. 선사의 선박확보 비용은 관광진흥기금, 선박펀드회사 활용, 별도의 정책기금 마련 등을 고려할 수 있다.

〈표 6-7〉 크루즈 선박 톤급·유형별 건조비용

구 분	선박유형	선명	Berths	건조년	건조비용 (만 달러)
2,298톤	Boutique ship	Star Clipper	180	1992	30,000
5,061톤	Small ship	Royal Clipper	255	2000	7,500
21,903톤	Small ship	Nippon Maru	607	1990	5,940
23,340톤	Small ship	Fuji Maru	603	1989	6,350
28,856톤	Mid-Size ship	Asuka	618	1991	15,000
45,000톤급	Large(Resort) ship	Royal Princess	1,910	1984	16,500
70,000톤급	Large(Resort) ship	Queen Elizabeth 2	1,906	1969	2,900
75,000톤급	Large(Resort) ship	SuperStar Virgo	2,800	1999	35,000
100,000톤급	Large(Resort) ship	Star Princess	3,102	2002	46,000
150,000톤급	Large Ocean Liner	Queen Mary 2	3,090	2004	80,000

자료 : Douglas Ward, Ocean Cruising & Cruise Ships 2005, Berlitz, 2005.

② 크루즈사업자 컨소시엄 구성

크루즈사업은 대규모 자본과 인력, 그리고 각 분야의 전문성이 결합되어야 성공할 수 있는 사업이다. 그리고 크루즈사업은 다른 산업과 달리 종합적인 서비스를 육상, 해상에서 제공해야 하는 어려움이 있다. 이를 위해서는 각 분야의 다양한 전문가 그룹이 참가해야 한다.

우선 크루즈 관광은 선박이 가장 중요한 수단이기 때문에 선박관리, 유지, 용선 등 선박관리전문가가 있어야 한다. 그리고 크루즈선 자체가 ‘떠다니는 호텔’ 이라고 불리는 만큼 호텔경영 전문가가 있어야 한다. 여기에는 세계 각국 요리, 실내, 인테리어, 접객서비스, 컨퍼런스, 행사기획 등의 전문성이 필요

로 한다. 세계의 전통공연과 문화에 대한 이해가 깊고 문화행사를 기획할 수 있는 전문가도 있어야 한다.

그리고 무엇보다 선박확보가 가능하기 위해서는 대규모 자본이 요구되는바 선사, 관광회사, 항공사, 호텔업체 등 다양한 업체의 참여가 필요하다. 유럽에서는 크루즈 관광산업의 성공적 추진을 위해 관련업체가 수직적으로 참가하는 업체가 확대되고 있다.⁵⁹⁾

따라서 우리나라에서도 크루즈 관광산업과 관련 있는 각 업체가 컨소시엄을 구성하여 사업을 추진하는 방안을 모색해야 한다. 특히 사업의 초기 안정성과 원활한 사업 추진을 위해 지방자치단체 또는 공사가 참여할 필요가 있다.

이를 위해서 중앙정부와 지방자치단체는 크루즈 관련 기관 및 단체에서 크루즈컨소시엄을 구성하거나 출자를 용이하게 할 수 있도록 지원을 해야 한다. 예를 들면 한국관광공사, 부산/인천항만공사, 지자체의 개발공사 등이 크루즈 관광사업에 참여할 수 있는 길을 마련해야 한다.

〈그림 6-4〉 유럽 크루즈 관련업체의 수직통합 형태



59) European Cruise Council(ECC), *The ECC Annual Review Book*, 2006.

2. 중장기전략 : 동북아 크루즈 관광 활성화

1) 동북아 및 남북한 연계 크루즈 상품 개발

(1) 추진경과 및 필요성

1998년 우리나라 정부는 한국·중국·일본을 연결하는 크루즈 관광상품을 개발하겠다는 의지를 밝혔다. 이를 바탕으로 당시 한국관광연구원은 한·중·일 연계 오리엔트 크루즈사업의 기본추진방안을 마련하기 시작했으며, 여기에서 이 사업은 2001년부터 시행되는 것으로 계획되었다.

1999년 5월 정부는 재정경제부에서 주재한 회의를 통해 ‘관광산업 종합발전 계획’ 실무조정회의를 열고, 2002년 월드컵과 부산 아시아경기대회를 계기로 한·중·일 ‘오리엔트 크루즈’를 개발하는 관광산업 육성방안을 마련했다.

같은 해 해양수산부는 스타 크루즈사가 부산·제주와 일본 고베·후쿠오카, 중국 상하이 등을 연결하는 오리엔트 크루즈항로를 2000년 3월부터 개설할 것이라고 밝혔다. 실제로 스타 크루즈사는 2000년 3월 11일부터 부산 대대포항-제주도-오사카-삿포로를 연결하는 크루즈항로를 개설하였으나, 이는 우리나라 정부의 ‘오리엔트 크루즈’ 개발의 일환이기보다는 크루즈 운영상 시장의 경제성에 따른 항로개설로 보인다.

또한 2001년 11월 한·중·일 3개국 정상은 3국간 역내 관광을 활성화하고 역외 공동유치를 위해 노력하기로 하는 내용의 ‘관광 인프라 개선방안’ 모색에 합의하였다. 여기에 동북아 3국의 대표적인 중국 하이난 섬, 일본 오키나와 섬, 한국의 제주도를 순회하는 크루즈 관광선을 운항하는 등 월드컵 공동개최와 연계한 3국 공동관광 패키지 상품을 개발하는 방안을 검토할 수 있을 것이라는 정부의 발표가 있었으나, 이러한 크루즈 상품도 활성화되지는 않았다.⁶⁰⁾

그러나 한·중·일 연계 크루즈 개발은 여전히 유효한 전략이다. 특히 전 세계

60) 이경모, 「크루즈 관광산업의 이해」, 대왕사, 2004, pp. 141~142.

크루즈 시장이 북미, 유럽 중심으로 편성되어 있고, 크루즈 선박도 이들 지역을 중심으로 운항하고 있어 동북아 지역의 크루즈 관광산업 육성을 위해서는 3국간 연계 크루즈 상품 개발이 시급하다.

이를 통해 동북아 지역의 크루즈 관광산업을 활성화 시키고 세계 크루즈 시장에서 동북아지역 선사의 입지도 강화해 나가야 한다.

한편 남북한을 연계한 크루즈 사업은 북한의 우수한 관광자원을 활용할 수 있다는 점에서 정치적인 어려움에도 불구하고 상업적 성공 가능성이 높다. 이미 북한의 금강산은 현대의 금강산 크루즈 사업을 통해 국제적으로 알려진 바 있고, 비무장지대(DMZ)는 한국의 관광자원으로 활용가능성이 높은 것으로 알려지고 있다.

이 밖에도 남북한 관광사업은 막대한 사업비에도 불구하고 관광사업을 통해 얻을 수 있는 효과가 어느 사업보다도 높기 때문에 정책적 의의가 중요하다.⁶¹⁾ 첫째, 남북한 관광연계사업은 남북간 경제적 불균형, 즉 남북 주민 간의 소득 불균형과 남북한 지역발전의 불균형을 타개할 수 있는 경제통합의 효과가 크다. 둘째, 남북한 간 문화의 이질감을 해소하는 문화 통합의 역할을 해낼 수 있다. 셋째, 관광을 통한 국토통합의 역할, 즉 관광공간의 재배치로서 국토기능의 균형적 회복을 도모할 수 있다. 넷째, 한민족 토대를 구축하는 정치통합의 기능과 역할을 해낼 수 있다.

(2) 세부정책과제

① 한중일 연계 크루즈 연계상품 개발

향후 신설될 국내 ‘크루즈 전담조직’에서 시급히 준비해야 할 과제가 한중일 연계 크루즈 관광상품 개발이다. 여기에서는 크루즈 상품기획 담당자 및 관련 전문 언론인을 초청하여 팸투어를 실시하고, 한중일 연계 크루즈 활성화 추진

61) 김영윤, 「남북한 관광사업 활성화 방안」, 통일연구원, 2006.

을 위한 관련국 공동홍보 및 관촉활동을 전개해야 한다. 그리고 신상품 개발 및 체류 연장 프로그램을 지속적으로 개발하고, 상품개발에 차별성을 두어 저가에서부터 고가의 크루즈 상품까지 다양한 상품을 공동으로 개발해야 한다.

② 동북아 크루즈 관광기구 창설

현재 크루즈와 관련된 국제기구는 국제크루즈선주협회(CLIA : Cruise Lines International Association), 국제크루즈선사협의회(ICCL : International Council of Cruise Lines) 등이 있다.

CLIA는 북미지역 크루즈 시장 공급력에 있어서 막대한 영향력을 지니고 있는 24개의 주요선사들로 구성되어 있는 단체로 마케팅과 교육훈련을 목적으로 1975년에 만들어졌다.⁶²⁾ 이 단체는 현재 약 17,000개의 북미지역 여행사 회원과 크루즈 수요자에게 양질의 크루즈 여행상품을 공급하고 서비스하기 위해 다양한 활동을 전개하고 있으며, 미 연방해사위원회(FMC)의 1984년 해운법(Shipping Act of 1984)에 준하여 운영하고 있다.

한편 ICCL은 북미 크루즈 시장에서 활동하고 있는 크루즈선사와 크루즈 관광산업의 전략적 동반자-공급자들의 관심사를 대변하는 비영리 무역단체로서 산업관련 규정이나 법규의 관리·감독자의 역할을 수행하며 정책입안자의 역할을 수행하는 단체이다.

그 동안 ICCL과 정회원(회원선사)들은 IMP의 9개 하원위원회에서 활동하면서 해상안전과 환경오염방지 법률을 제정하는데 참여했고, 현재에는 국제해사기구(IMO)에서 비정부조직으로서 자문기관의 역할을 수행하고 있다.

그러나 CLIA와 ICCL은 북미지역의 선사가 중심이 된 크루즈 단체로 아시아권의 이해를 대변할 수 있는 단체는 없는 실정이다. 현재 아시아권에서는 한·중·일 3국의 문화관광장관 회담에서 크루즈를 논의하는 수준이고 별도의 공식 조직은 없는 실정이다.

62) 이경모, 전게서, 2004, p. 580.

따라서 동북아 지역에서 크루즈 관광을 활성화하고 상호협력하기 위해서는 이들 국가의 정부조직, 민간단체 등이 참여하는 「동북아크루즈 관광기구」를 신설해야 한다.

신설된 「동북아크루즈 관광기구」에서는 동북아 지역의 크루즈활성화를 위한 각종 행사추진, 동북아지역 크루즈 관광상품개발, 크루즈항로개발, 항비상호감 면제도 도입, 해외 콘퍼런스 공동개최, 북미지역 크루즈 선박 공동유치 활동 등을 전개해야 한다.

③ 남북한 연계 크루즈 상품 개발

현재 외국 크루즈선사는 한반도의 유망한 관광상품으로 비무장지대(DMZ), 북한의 금강산, 백두산 등을 선정하고 있다. 특히 금강산과 백두산은 북한이라는 다른 체제하에 있는 특이한 관광자원으로 외국 관광객에게 널리 알려지고 있어 크루즈 기항지로 상품가치가 높다고 할 수 있다.

한편 북한의 입장에서 금강산과 백두산은 이미 일부가 개방되었기 때문에 외국인의 크루즈 관광객을 받는 데 큰 부담은 없을 것으로 판단된다. 물론 북한의 입장에서는 외화수입도 간과할 수 없는 매력이다.

이와 같은 상황을 종합하여 남북한을 연계하는 크루즈 관광상품 개발을 증장 기적으로 추진해야 한다. 물론 이를 위해서는 남북한간의 협의가 필수적이다.

2) 크루즈터미널 건설 및 크루즈터미널관리회사 신설

(1) 필요성

크루즈터미널은 항만으로 입항한 크루즈승객에게 활동의 편의를 제공하고 위해 건설되는 공간이다. 따라서 크루즈 터미널은 입출항 지원서비스 시설 외에 다양하고 고급스런 편의시설을 함께 갖추고 있다. 그리고 크루즈터미널의

디자인도 관광객의 주목을 끌 수 있도록 유명 건축가가 설계를 하기도 한다. 전 세계적으로 유명한 크루즈항만에는 훌륭한 크루즈터미널도 함께 갖추고 있다.

현재 우리나라에는 크루즈전용터미널이 전무한 상태이다. 그 동안 크루즈 선박의 입항이 많지 않았기 때문이다. 그러나 우리나라가 동북아의 크루즈 허브항으로 발전하기 위해서는 중장기적으로 크루즈터미널을 건설해야 한다.

(2) 크루즈터미널 건설시 고려사항

크루즈터미널 건설에는 엄청난 규모의 재원이 필요하고 또 건설 후에도 유지관리비가 지속적으로 투입되어야 하기 때문에 채산성을 우선적으로 고려해야 한다. 스페인 바르셀로나에서 초기에 크루즈 터미널 시설을 건설하지 않고 관광객과 선박을 유치하는 활동을 전개한 이유도 이 때문이다. 그리고 크루즈 관광객도 크루즈터미널 시설이 없는 것에 대해서는 크게 불편하다고 생각하지 않는 반면, 입출항서비스가 원활하지 못하거나 불필요한 규제에서 비롯되는 복잡한 절차를 훨씬 불편하게 생각한다. 또 선진 크루즈항만에서는 크루즈 승객의 수하물을 포터들이 운반하고 있어 시설 유무는 덜 중요한 문제로 인식되고 있다.

따라서 우리나라에도 크루즈터미널 건설시에는 크루즈여행객 규모, 입항선박 등을 고려하고, 또 국제여객선터미널과 연계하여 건설·운영하는 방안을 모색해야 한다. 현재 국내의 국제여객터미널 시설도 적자운영을 면하지 못하는 경우가 많고, 시설도 낙후된 곳이 있어 이에 대한 전면적인 개선책이 필요하다. 즉 국제여객선 이용객과 크루즈 관광객이 공동으로 이용할 수 있는 종합시설을 만들어 수익성과 운영 효율성을 높여야 한다.

(3) 크루즈터미널관리회사 신설

크루즈 승객의 입출항 지원 서비스, 크루즈 선박 유치활동을 전담하는 조직

으로 크루즈터미널관리회사 신설을 중장기적으로 검토해야 한다. 바르셀로나에서는 하루에 7~10척이 입항하는 크루즈 선박과 선박 1척당 약 2,000명의 승객을 서비스하기 위해 크루즈터미널관리회사를 운영하고 있다. 이 회사는 입출항 여객수입 외에 쇼핑물 물품 공급, 면세점 임대수입 등으로 재원을 확보하고 항만공사에 임대료를 납부하는 형태로 영위되고 있다.

3) 우리 항만을 동북아의 크루즈 모항(Home Port)으로 개발

크루즈항의 종류는 모항(home port), 거점항(base port), 그리고 기항항(secondly port)으로 나뉘어진다. 대부분의 선사는 모항을 가지고 있는데, 미국 동부 연안 플로리다지역의 에버글레이드 항(Port Everglades)이나 커내버럴 항(Port Canaveral)의 경우 대부분의 크루즈터미널마다 특정선사에게 우선 사용권을 주어 그들의 모항으로 사용하게 하고 있다.⁶³⁾

모항지는 기항항에 비해 항만 및 도시의 수입이 많기 때문에 각국은 크루즈의 모항으로 발전하기 위해 노력하고 있다. 지중해 항만의 경우 기항지에서는 크루즈 승객에 대해 터미널 이용료로 2.5유로 정도를 받고 있지만, 모항지에서는 9유로 정도를 받고 있다. 모항지에서는 승객의 승하선 절차가 복잡하고 수화물의 선적과 하역이 함께 발생하기 때문이다. 이에 따라 선박의 체항 시간도 길어지기 때문에 항만당국의 수입도 증가하다. 또 모항지에서는 관광객 소비도 기항지에 비해 많다.

모항의 조건은 다음 <그림 6-5>와 같다. 첫째, 크루즈 관광객을 수용할 수 있는 도시여건을 갖추어야 한다. 관광자원과 문화, 숙박 및 편의시설, 그리고 다양한 레저시설을 갖추고 있어야 한다. 그리고 항만, 공항, 철도 및 도로 등의 교통망 구축도 필수적인 조건이다. 그리고 최근에는 승객들의 안전을 담보할 수 있는 보안시스템을 갖추는 것이 중요한 과제로 대두되고 있다.

63) 이경모, 전게서, 2004, pp. 524~525.

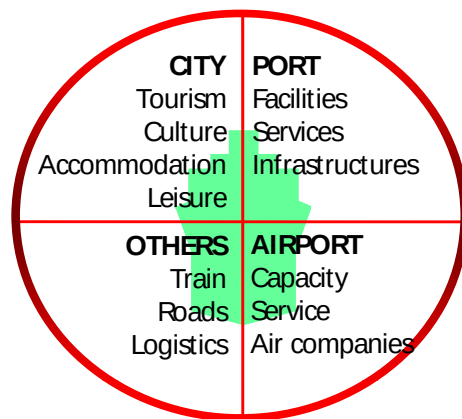
둘째, 모항은 좋은 크루즈 선박의 기항에 알맞은 항만 시설을 갖추어야 한다. 대형크루즈 선박이 입항할 수 있는 수심과 접안이 가능한 부두시설, 크루즈 승객을 편안하게 맞이할 수 있는 터미널 시설과 서비스마인드, 그리고 관광과 쇼핑을 위한 대규모 쇼핑센터, 고급 레스토랑 등도 갖추어야 한다.

셋째, 공항시설도 중요한 요건이다. 크루즈 모항이 되면 세계 각지의 여행객이 항공기를 이용하여 항만으로 집결하는데 이와 같은 Fly & Cruise를 용이하게 하기 위해서는 가까운 위치에 훌륭한 공항이 있어야 한다. 생산성이 높고 서비스가 좋고 많은 항공사가 입주한 공항이 훌륭한 공항이라 할 수 있다.

넷째, 항만과 공항, 도심을 연결하는 교통망이 잘 연계되어야 한다. 철도와 도로, 물류시설을 적절하게 갖추고 있어야 홈 포트로 발전할 수 있다.

성공적인 크루즈항은 기항항으로 출발하여 거점항, 모항으로 발전해 나가는 것이다.

〈그림 6-5〉 모항(Home Port)의 요건



제7장

결론 및 정책제언

1. 결론

크루즈 관광산업은 21세기 가장 유망한 성장산업 중의 하나로 주목받고 있으나, 우리나라에는 크루즈 관광산업이 발전할 수 있는 기반이 부족한 실정이다. 크루즈 전문 선사도 없고, 크루즈 선박을 수용할 수 있는 항만과 터미널도 여건이 좋지 않다. 국제 크루즈 사업을 영위하는 선사는 전무하고, 국내 항만에서 하버 크루즈를 이제 시작한 선사가 있을 뿐이다. 부산항과 제주항에는 국제 크루즈 선박이 매년 입항하고 있으나 대형 크루즈 선박을 수용할 수 있는 부두와 터미널이 없는 실정이다.

그러나 국내에서의 크루즈 관광객은 계속 증가하고 있다. 국민소득의 증가, 주5일제 근무 확산, 휴가문화 변화 등 크루즈 관광수요가 확산되고 있으나, 국내 크루즈 선사, 선박, 상품, 인프라 등의 미비로 크루즈 관광객은 주로 외국선사 상품을 이용하는 실정이다.

따라서 국민경제적 관점에서 여행수지도 개선하고,⁶⁴⁾ 관광, 해운, 조선 및 관련산업의 발전을 가져올 수 있는 크루즈 관광산업 활성화 방안이 시급한 상황이다.

64) 우리나라의 1천만 여행객이 해외에서 사용하는 각종 경비지출로 인해 관광수지 적자폭이 한해 50억 달러에 이른다. 이 같은 “현상은 제조업 분야에서 400억 달러를 수출해야 얻을 수 있는 순외화가득액을 상쇄할 정도로 심각한 문제이다. 전라남도, 「전남 섬 관광자원 개발사업 기본계획」, 2005, p. 47.

이와 같은 상황에서 크루즈 관광산업 육성을 위해 관련부처인 문화관광부와 해양수산부가 2005년 10월에 업무 협력 합의를 체결했다. 국민의 여유로운 삶의 영위를 위하여 크루즈 관광 등을 포함한 해양관광 활성화 노력이 필요하다는 데 의견을 같이 했기 때문이다. 이에 따라 양 부처는 해양 관광 자원의 개발 및 활성화를 위하여 기존의 법령에 따른 서로의 권한과 전문성 및 정책 수단을 인정하면서, 서로의 장점을 살려 협력 사업을 추진하기로 합의했다.

해양수산부와 문화관광부에서 추진하는 크루즈 관광산업 발전계획이 정책적 성과를 높이기 위해서는 지금까지 제시된 과제가 포함되어 추진돼야 할 것이다. 즉 우리나라 크루즈 관광산업 발전을 위해서는 단기적으로 관련법률 정비 및 입출항 서비스 개선, 외국선사 유치, 연안(섬) 크루즈 관광상품 개발, 크루즈 선사 육성 및 관련조직 신설 등이 필요하다. 그리고 중장기적으로는 한중일 및 남북 연계 크루즈 개발, 크루즈 터미널 건설 및 크루즈터미널관리회사 신설, 동북아의 크루즈 모항으로 개발 등이 필요하다. 이와 더불어 국내의 크루즈 저변확대를 위한 홍보활동도 적극적으로 전개해야 한다.

이와 같은 정책을 성공적으로 추진할 경우 우리나라는 21세기 동북아의 크루즈 허브로 발전할 수 있을 것으로 기대된다.

2. 정책제언

1) 크루즈 관광산업에 대한 정부 업무분장과 지원정책 개발 필요

현재 크루즈 관광산업에 대해서는 중앙정부에서는 해양수산부와 문화관광부가 관장하고 있고, 지방자치단체도 문화관광국 등을 통해 업무를 수행하고 있다. 그러나 크루즈에 대한 중앙정부의 역할이 명확하지 않아 업무의 혼선, 공백, 중복도 일부 발생하고 있는바, 이에 대한 명확한 구분이 필요하다.

즉 크루즈 선박의 활동범위에 따라 공해상에서 우리나라 항만까지는 해양수산부, 그리고 항만을 벗어난 국내 육상지역은 문화관광부의 업무영역으로 구분할 수 있다.

다음으로 크루즈 관광산업에 대한 지원정책 개발이 필요하다. 크루즈 관광산업에 대한 최근의 관심과 산업의 중요성에 비해 정부의 지원정책과 수단은 거의 전무한 수준이다. 크루즈는 문화관광부의 관광진흥기금 지원대상에도 제외되어 있고, 해양수산부의 선박확보기금 지원대상에도 포함되지 않고 있다.

따라서 크루즈 관광산업의 육성과 발전을 위해서는 본 보고서에서 제시된 주요 정책과제의 추진과 더불어 관광산업펀드개발, 관광진흥기금활용방안, 크루즈 관광산업발전종합대책 등 수립을 통해 크루즈 관광산업 지원방안을 마련해야 한다.

2) 중앙정부의 과제

우리나라 크루즈 관광산업의 기반조성과 발전을 위해 다음과 같은 과제를 중앙정부에서 추진할 것을 제안한다.

우선, 단기적으로 추진되어야 하는 사업이다.

첫째, 크루즈 관광산업을 전담할 전담조직의 신설이다. 크루즈 관광산업은 미래의 성장산업으로 동북아에서 우리나라가 크루즈 관광산업의 허브가 되기 위해서는 무엇보다 선점이 중요하다. 이를 위해 크루즈 관광산업의 발전을 주도할 수 있는 전담조직의 신설을 제안한다. 그리고 조직운영을 위한 예산을 지원해야 한다.

둘째, 크루즈 관련 법·제도의 정비가 필요하다. 그 동안 해운법의정비가 있었지만, 다른 법률의 정비도 필요하다. 예를 들면 선박의 입항과 관련해서는 여객선 입항실적을 고려한 항비부과제도 도입, 크루즈 선박에 대한 강제도선 완화 또는 항비혜택부여, 크루즈승객에 대한 통과여객(Transit without VISA; TWOV) 제도를 활용, 자국에 입항하는 관광객들에게 최대한의 편의를 제공해

야 한다. 크루즈 선박의 승무원들에 대해 선원법의 적용배제가 필요하고, 정부의 보증이 필요한 경우 적극적으로 검토해야 한다.

셋째, 항만별로 대형크루즈 선박의 접안을 위한 준비가 필요하다. 이를 위한 방법으로 크루즈 선박의 대형화 추세를 고려하여 적절한 선석을 크루즈 공동 사용선석으로 지정하는 방안이 필요하다. 여기에는 컨테이너 화물의 적재 등을 제한하는 방안도 검토하고 안전을 확보할 수 있도록 해야 한다. 크루즈 터미널 건설은 크루즈선사의 기항지 계획을 반영하여 손실이 최소화되도록 해야 한다.

넷째, 크루즈 선박 유치에 위한 홍보활동이 필요하다. 이를 위해 선사의 코디네이터를 대상으로 인스펙션 투어를 실시하고, 크루즈본사 대상 유치활동도 해야 한다. 그리고 국제크루즈박람회 등에도 참가해야 한다. 여기에는 해양수산부, 문화관광부, 지자체, 한국관광공사, 항만공사, 여행사 대리점 등이 참가해야 한다.

다섯째, 크루즈선사 육성을 지원하고 및 국내 크루즈 관광상품을 개발하도록 여건조성이 필요하다. 이를 위해서는 크루즈사업 수익모델 개발이 시급하고, 크루즈 선박의 선박확보를 위해 관광진흥기금 지원대상에 포함하도록 하고 해운법의 선박확보자금 지원대상에도 순항여객운송사업을 포함해야 한다.

다음은 장기적으로 추진해야 하는 사업이다.

첫째, 중장기 과제로 동북아 및 남북한 연계 크루즈를 개발해야 한다. 이를 위해 한중일 오리엔탈 크루즈 연계상품의 개발이 필요하고 동북아 크루즈 관광기구의 창설도 필요하다.

둘째, 크루즈터미널 건설 및 크루즈터미널관리회사 신설이 요구된다. 우리나라가 동북아의 크루즈허브로 발전하기 위해서는 크루즈터미널이 필수적으로 필요하고, 장기적으로 이를 관리하고 육성, 발전시켜 나갈 전문회사의 설립도 요구된다.

셋째, 동북아의 크루즈모항으로의 개발이 필요하다. 이를 위해서는 모항지로서 요구되는 도심여건을 갖추고, 항만의 시설과 서비스를 완비하고 공항과의

접근시설도 갖추어야 한다.

3) 지자체의 과제

최근 크루즈 관광에 대한 지자체의 관심이 증가하고 있는데, 지자체에서는 다음과 같은 역할이 필요하다.

우선, 모든 지자체에서는 크루즈 관광객 유치에 위한 상품개발이 필요하다. 국내로 입항하는 크루즈 승객이 자가지역의 지자체 관광지로 올 수 있도록 관광지를 개발하고 홍보하는 작업이 필요하다. 이는 문화관광부, 한국관광공사 등과 연계하여 추진하고, 크루즈선사 및 국내대리점 대상으로 홍보를 해야 한다. 이를 위해서는 당장 크루즈 승객이 자기 관광지로 방문할 경우 환영행사와 기념품 제공 등의 간단한 행사를 할 수 있도록 하고, 중장기적으로는 외국 관광객 유치를 위한 계획을 수립해야 한다. 이와 같은 사업은 가장 기본적인 사업, 대규모 투자 없이 수익을 제고할 수 있다는 장점이 있다.

둘째, 국내 연안 크루즈 관광상품 개발을 추진하는 것을 검토해야 한다. 이는 해안을 가진 지자체에서 할 수 있는 사업이다. 해금강, 외도, 백령도, 울릉도/독도, 부산 태종대, 홍도 등으로 수송하는 여객선, 유람선을 크루즈 관광으로 발전시킬 수 있는 방안이 필요하다. 최근 부산항의 주말크루즈는 지자체에서 벤치마킹할 수 있는 좋은 성공사례에 속하지만, 많은 준비작업과 카페리선 운항에서 쌓은 노하우가 있었음에도 불구하고 시행착오가 있었다는 점을 유의해야 한다.

셋째, 외국 크루즈 선사 입항을 추진해야 한다. 이는 항만을 가진 지자체에서 추진할 수 있는 사업이다. 외국 크루즈 선박의 기항은 지자체의 경제발전을 촉진하는 계기를 가져올 수 있기에 매력적인 사업이다. 이를 위해서는 물론 지자체의 관광지와 연계해야 실익이 있다. 만약 크루즈 터미널 등 시설이 없을 시에는 중장기계획으로 추진해야 한다. 외국 크루즈 선사와 MOU를 체결한 후 크루즈 관련 시설 개발에 필요한 예산을 확보하는 것도 하나의 방안이 될 수

있다. 그러나 지자체에서 유의해야 하는 것은 수익성이 없는 사업 추진시는 지자체 부담이 많고 이미지 제고에 역행할 수 있다는 것이다.

참고문헌

1. 국내문헌

1) 통계 및 연보

문화관광부, 「관광동향에 관한 연차보고서」, 2005.

한국관광공사, 「2005 국민여행실태조사」, 2006.

한국해양수산개발원, 「해운통계요람」, 2005.

한국해운조합, 「연안여객선 업체 현황」, 2006.

2) 논문 및 단행본

강신경·박용규, “동북아 관광지도와 한국의 선택” , 「Issue Paper」, 513호, 삼성경제연구소, 2005. 8.

경상남도, 「경남 발전 로드맵 : 문화·관광·체육분야」, 2006. 2.

경상남도개발공사, 「남해안 뱃길 테마 관광선 사업 타당성 조사」, 2006.

고정민 외, “전략 서비스 산업의 경쟁력 강화방안” , 「Issue Paper」, 삼성경제연구소, 2005. 8.

구문모, 「문화산업과 클러스터 정책」, 산업연구원, 2001.

길광수 외, 「국제여객터미널 관리운영 효율화 방안 연구」, 한국해양수산개발원, 2000.

김동준 외, “신조 크루즈 선박의 설계 및 건조경향에 관한 조사 연구” , 「대한조선학회논문집」, 대한조선학회, 2005. 4.

김창수, 「관광교통론」, 대왕사, 1999.

- 김천중, 「크루즈사업론」, 학문사, 1999.
- 김혜숙, “우리나라 크루즈 관광에 관한 연구” , 「호텔관광연구」, 한국관광정책학회, 2003.
- 나은영·김형근 외, “전남 다도해 연안 크루즈관광 사업의 기본구상에 관한 연구” , 「한국지역개발학회지」, 제16권, 한국지역개발학회, 2004. 12.
- 박기홍, 「한중일 연계 오리엔트 크루즈사업의 기본추진방안」, 문화관광정책연구원, 1998.
- 박태원, 「우리나라 해상공관산업 활성화 방안」, 해운산업연구원, 1985.
- 부산광역시·전라남도·경상남도, 「남해안 발전 기본구상」, 2005. 12.
- 부산항만공사, 「부산항 재래부두 재개발 방안 연구」, 2005. 12.
- 이경모 외, “한반도중심의 크루즈개발에 관한 연구” , 「여행학연구」, 제7호, 1998.
- 이경모, “우리나라 크루즈시장 발전전망” , 「크루즈 관광산업 발전기반 조성 방안」, (선상 워크숍 자료), 한국해양수산개발원, 2006. 10.
- _____, 「크루즈 관광산업의 이해」, 대왕사, 2004.
- _____, “크루즈여행의 신상품개발에 관한 연구” , 서강대학교 석사학위논문, 1994.
- 이상춘·여호근·최나리, 「해양관광의 이해」, 백산출판사, 2004.
- 이연택, 「관광정책론」, 일신사, 2003.
- 이영삼·김영모, 「여객선」, 해인출판사, 2002.
- 이재근, “국내 크루즈 관광상품 개발방향에 관한 연구” , 「관광경영연구」, 제7권, 관광경영학회, 2003. 6.
- 이태우, “크루즈 전용 터미널의 개방 방향에 관한 연구” , 「해운연구: 이론과 실천」, 한국해운학회, 2002.
- 이한석 외, “크루즈선 설계: 건축디자인과의 만남,” 「대한조선학회논문집」, 제37권, 제3호, 2000.
- 장철순, “세계 크루즈 시장과 동북아에서 크루즈사업의 가능성” , 「해양한국」, 한국해사문제연구소, 2000. 3.

- 전라남도, 「전남 섬 관광자원 개발사업 기본계획」, 2005. 12.
- 전영옥·윤종언, “웰빙 문화의 등장과 향후 전망”, 「Issue Paper」, 삼성경제연구소, 2005. 5.
- 제주도, 「2005년도 주요관광행정현황」, 2005.
- 최재형, “국내 크루즈사업 운항성과와 발전전략-국내 선사 사례”, 「크루즈 관광산업 발전기반 조성방안」, (선상 워크숍 자료), 한국해양수산개발원, 2006. 10.
- 하인수·전외술, “국내 크루즈시장개발에 관한 연구-유통경로 및 촉진전략을 중심으로”, 「관광연구」, 대한관광경영학회, 2005.
- 한국관광연구원, 「동북아 4개국 연계 크루즈 관광상품 개발」, 한국관광공사, 1999.
- 한국해사문제연구소, “크루즈 관광산업 현황과 국내 크루즈의 활성화 과제”, 「해양한국」, 한국해사문제연구소, 2005. 8.
- 한국해양대학교, 「크루즈 전용 터미널의 개발 방향과 해양관광산업의 발전 방안에 관한 연구」, 2002.
- 한철환, “아시아 크루즈시장의 성장 잠재력 및 시사점”, 「해양수산정보」, 905호, 한국해양수산개발원, 1998. 10.
- 해양수산부, 「크루즈전용 터미널의 개발방향과 해양관광산업의 발전방안에 관한 연구」, 2002.
- 황진희, “우리나라 크루즈 관광산업 발전전략”, 「한국해운물류학회 정기학술 발표논문집」, 제42호, 한국해운물류학회, 2006. 10.
- , “우리나라 크루즈 관광산업 발전기반 조성을 위한 정책방안”, 「크루즈 관광산업 발전기반 조성방안」, (선상 워크숍 자료), 한국해양수산개발원, 2006. 10.

2. 외국문헌

1) 통계 및 연보

Clarkson, *Shipping Review & Outlook*, 2005. 8.
Douglas Ward, *Ocean Cruising & Cruise Ships 2005*, Berlitz, 2005.
IMF, *World Economic Outlook*, 2006. 4.
ISL, *Shipping Statistics Yearbook 2005*, 2006.
WTO, *International Statistics 2005*, 2005.

2) 논문 및 단행본

Bow, Sandra, *Working on Cruise Ships*, Oxford : Seven Hills Books, 1999.
Cartwright, Roger & Carolyn Baird, *The Development and Growth of the Cruise Industry*, Butterworth-Heinemann, 1999.
Cooper, Jason, *Cruise Ship*, Rourke Publishing Group, 1999.
Cornell, Jimmy, *World Cruising Routes*, International Marine Publishing, 1998.
Cruise Industry News, *Cruise Industry News*, New York; Nissen-Lie Communications, 1995.
Cudahy, Brian J., *The Cruise Ship Phenomenon in North America*, Cornell Maritime Press, 2001.
Dawson, Philip, *Cruise Ship; An Evolution in Design*, Conway Maritime Press, 2000.
De la Vina, L. & J. Ford, "Economic Impact of Proposed Cruise Ship Business" , *Annals of Tourism Research*, 1998.
Dervaes, Claudine, *Selling Cruises*, Thomson Delmar Learning, 2003.

- Dickinson, Bob & Andy Vladimar, *Selling the Sea ; An Inside Look at the Cruise Industry*, John Wiley & Sons, Inc., 1997.
- Douglas, Norman, N. Douglas & R. Derrett, *Special Interest Tourism*, John Wiley & Sons Australia, Ltd., 2001.
- Dwyer, Larry & Peter Forsyth, “Economic Significance of Cruise Tourism” , *Annals of Tourism Research*, Vol. 25, No. 2, 1998.
- G.P. Wild Limited, *Maritime Tourism to the Year 2000*, G.P.Wild (International) Limited, 1995.
- Gold, Hal, *The Cruise Book*, Delmar Publishers Inc, 1990.
- Hall, C.M. & B. Weiler, *Special Interest Tourism*, London: Bellhave Press, 1992.
- Hughes, Gwyn, “The Developing Market in the Fast East” , *Seatrade Asia Pacific Convention Marketing the Product Seminar*, Singapore, 1991.
- Israel, Giora & Laurence Miller, *Dictionary of the Cruise Industry*, *Seatrade Cruise Academy Publication*, 1999.
- Klein, Ross A., *Cruise Ship Blues : The Underside of the Cruise Industry*, New Society Publishers, 2002.
- Kotler, P., J. Bowen & J. Makens, *Marketing for Hospitality and Tourism*, NJ: Prentice Hall, 1996.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, Prentice-Hall International, 1991.
- Lewis, Jay, “Onboard Revenue and the Asian Cruise Passenger” , *Seatrade Asia Pacific Convention Marketing the Product Seminar*, Singapore, 1991.
- Lloyd, Harvey, *Voyages : The Romance of Cruising - The World’ s 100 Most Exciting Ports of Call Selected by the World's Leading Travel Writers*, Dorling Kindersley, 1999.
- Mancini, Marc, *Cruising : A Guide to the Cruise Line Industry*, Delmar

- Publishing, 1999.
- Maring, Richard B., *Cruise Ship Jobs: The Insiders Guide to Finding and Getting Jobs on Cruise Ship Around the World*, Protofino Publishing, 1998.
- Miller, Mary Fallon, *How to Get a Job With a Cruise Line: How to Sail Around the World on Luxury Cruise Ship and Get Paid for It*, Ticket to Adventure, 2000.
- Miller, William H., *The Cruise Ship*, London : Conway Maritime Press, 1988.
- Monie, Gustaaf, *Strategies for Global and Regional Ports ; The Case of Caribbean Container and Cruise Ports*, Policy Research Corporation, Kluwer Academic Publishing, 1999.
- Ocean Shipping Consultants, *The World Cruise Shipping Industry to 2020*, 2005.
- _____, *Cruise Shipping To 2015 ; A Realistic Appraisal of Prospects*, 2002.
- PATA, *Cruise Asia 2005*, PATA, 1998.
- Peisley, Tony, *The Future of Cruising - Boom or Bust? A Worldwide Analysis to 2015*, Seatrade Communications Ltd. 2006.
- Qu, Hailin & Elsa Yee Ping, "A Service Performance Model of Hong Kong Cruise Travelers, Motivation Factors and Satisfaction" , *Tourism Management*, Vol. 20, No. 2, 1999.
- Ricci, P. & S. Holland, "Incentive Travel: Recreation as a Motivational Medium" , *Tourism Management*, 1992.
- Sandler, Corey, *Cruises 2003*, Globe Pequot, 2003.
- Semer-Purzycki, Jeanne Purzycki, H. Robert, *Sails for Profit : A Complete Guide to Selling and Booking Cruise Travel*, Prentice Hall, 1999.
- Shinew, K. & S. Backman, "Incentive Travel: an Attractive Option" ,

- Tourism Management*, Vol. 16, 1995.
- Showker, Kay, *The Unofficial Guide to Cruises*, Macmillan Travel, 1999.
- Sjogren, Lars, "Cruise Ship Crewing and People Factor" , Seatrade Asia Pacific Convention Marketing the Product Seminar, Singapore, 1991.
- Stern, Steven B., *Stern's Guide to the Cruise Vacation*, Pelican Publishing Company, 1988.
- Teys, Victor B., & Denis Leclerc, "Product and Service Delivery Satisfaction among North American Cruise Passengers" , *Tourism Management*, Vol. 19, No. 2, 1998.
- Tirell, John, "Cruise Tourism: What it means for the Ports of Call" , Seatrade Asia Pacific Convention Marketing the Product Seminar, Singapore, 1991.
- UN ESCAP, *Report of The Seminar on Development of Cruise Shipping and Tourism in the ESCAP Region*, 2002.
- Ward, Douglas, *Berlitz Guide to Cruising & Cruiseships*, Berlitz, 1994.
- _____, *Ocean Cruising & Cruiseships*, Berlitz, 2003.
- _____, *Ocean Cruising & Cruiseships 2005*, Berlitz, 2005.
- Wie, B. W, A dynamic game model of strategic capacity investment in the cruise line industry, *Tourism Management*, Vol. 26, 2005.
- Witt, S.F. & L. Moutinho, *Tourism Marketing and Management Handbook*, Prentice-Hall, 1994.
- Wood, Robert E., "Caribbean Cruise Tourism; Globalization at Sea" , *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, No. 2, 2000.
- WTO, *Global Tourism Forecast to the year 2000 and beyond*, World Tourism Organization, Madrid, 1998.
- _____, *Tourism 2020 Vision; A New Forecast from the WTO*, World Tourism Organization Madrid, 1999.
- _____, *Worldwide Cruise Ship Activity*, World Tourism Organization, 2003.

Wu, Bin, *The World Cruise Industry : A Profile of the Global Labour Market*, SIRC, 2005. 3.

3. 인터넷 사이트

1) 크루즈 관련 조직·기구

www.cruising.org (Cruise Line International Association)
www.f-cca.com (Florida Caribbean Cruise Association)
www.iccl.org (International Council of Cruise Lines)
www.imli.org (IMO International Maritime Law Institute)
www.imo.org (International Maritime Organization)
www.jamri.or.jp (Japanese Maritime Research Institute)
www.jsanet.or.jp (The Japanese Shipowners, Association)
www.1r.org (Lloyd' s Maritime Information Services)
www.momaf.go.kr (해양수산부)
www.nacoaonline.com (Seatrade Cruise Shipping Convention)
www.singaporemaritimeportal.com (Singapore Maritime Portal)
www.singstat.gov.sg (Statistics Singapore)
<http://jeju.momaf.go.kr> (제주해양관리단)

2) 크루즈선사 및 조선사

disneycruise.disney.go.com/disneycruiseline (Disney Cruise Line)
explore.rssc.com (Radisson Seven Seas Cruises)
intro.masa-yards.fi (Kvaerner Masa-Yards)

new.costa.it (Costa Cruises)
www.asukacruise.co.jp (Asuka Cruise)
www.carnival.com (Carnival Cruise Lines)
www.celebrity.com (Celebrity Cruises)
www.chantiersatlantique.com (Chantiers de l'Atlantique)
www.crystalcruises.com (Crystal Cruises)
www.cunard.com (Cunard Line)
www.dsme.co.kr (대우조선해양)
www.fincantieri.com (Fincantieri S.P.A)
www.freedomship.com (Freedom Ship)
www.hmd.co.kr (현대미포조선)
www.hollandamerica.com (Holland America Line)
www.marine.alstom.com (Alstom Marine)
www.meyerwerft.com (Meyer Werft)
www.mhi.co.jp (미쯔비시중공업)
www.mol.co.jp (Mitsui O.S.K Lines)
www.mopas.co.jp (Mitsuk O.S.K Passenger Line)
www.ncl.com (Norwegian Cruise Line)
www.orientlines.com (Princess Cruises)
www.princesscruises.com (Princess Cruises)
www.residensea.com (ResidenSea)
www.royalolympiccruises.com (Royal Olympia Cruises)
www.seabourn.com (Seabourn Cruise Line)
www.shi.samsung.co.kr (삼성중공업)
www.starcrises.com.au (Sydney Ports)
www.venus-cruise.co.jp (Japan Cruise Line)
www.windstarcrises.com (Windstar Cruises)
www.worldcity.com (American World City)

3) 크루즈항 및 터미널

www.pusan.momaf.go.kr (부산지방해양수산청)
www.singaporecruise.com (싱가포르 크루즈센터)
<http://app.stb.com.sg/asp/index.asp> (싱가포르 관광청)
www.aapa-ports.org (American Association of Port Authorities)
www.city.osaka.jp/port (오사카시 항만국)
www.co.broward.fl.us/port (에버글레이드 항만청)
www.co.miami-dade.fl.us/portofmiami (마이애미 항만청)
www.cruise.rotterdam.nl (Holland Centre of Cruises-Rotterdam)
www.mardep.gov.hk (Hong Kong Maritime Department)
www.mardep.gov.hk (홍콩 특별행정구(SAR) 해양부)
www.mpa.gov.sg (Maritime and Port Authority of Singapore)
www.oceanterminal.com.hk (Hong Kong Harbour City Ocean Terminal)
www.oceanterminal.com.hk (홍콩 오션 터미널)
www.optc.or.jp (오사카 항만청)
www.port-of-hakata.or.jp (하카타 항만청)
www.portcanaveral.org (커버내럴 항만청)
www.portincheon.go.kr (인천지방해양수산청)
www.portofcork.ie (아일랜드 코크 항)
www.psa.com.sg (PSA)
www.seaportsinfo.com (Seaports of Americas)
www.singaporecruise.com (Singapore Cruise Centre)
www.singaporecruise.com (싱가포르 크루즈 센터)

4) 기타

baegis.ag.uidaho.edu/~myron

dvo.free.fr/home.htm
us.amadeus.com (ABB Group)
www.cruise-community.com
www.cruiseindustrynews.com (Cruise Industry News)
www.cruiseinformatinservice.co.uk (Passenger Shipping Association)
www.cruisemates.com
www.harbourcity.com.hk/en (홍콩 하버시티)
www.iloveshipping.com
www.lloydcruise.com (www.lloydcruise.com)
www.marinelink.com (MarineLink)
www.norwayheritage.com/ships
www.panamacanal.com (The Panama Canal)
www.sea007korea.com
www.seatrade-events.com (Seatrade Cruise Review)
www.shippax.se

부 록 I

크루즈 관광산업 선행연구 분석

- 주요 정책제언 및 수요예측방법론 비교를 중심으로 -

I. 선행연구 분석

1. 「우리나라 해상관광산업의 활성화 방안 : 관광유람선 운항 타당성 검토를 중심으로」

○ 연구진 : KMI ; 박태원

○ 출처 : KMI(1995)

○ 주요내용 및 정책제언

1)해상관광산업의 발전방향

(1) 유람선운항의 기본전략

- 연안 → 근해 → 원양으로 단계적 발전
- 여름철 등 성수기에는 우리나라 연안 중심으로 일본, 중국, 러시아 등을 연결, 겨울철 비수기에는 싱가포르를 중심으로 하는 동남아 지역이나 괌 또는 호주 등으로 Fly & Cruise로 연결하는 전략 필요
- 자본과 경영 노하우 등의 취약점 보완을 위해 외국선사와의 공동 운항 추진 (특히, 일본, 동남아시아의 유람선 운항선와의 전략적 제휴를 통해 크루즈 관광 상호연계 필요)

(2) 유람선운항 활성화를 위한 제도적 보완

- 선령제한의 철폐
- 선박보유규정의 유예조치 강구

- 외국인 선원의 승선 허용
- 부정기 여객운송사업의 면허기준 신설

2. 「한중일 연계 크루즈 관광사업 추진방안」

- 연구진 : 한국관광연구원 ; 박기홍, 김대관, 김희수
- 출처 : 한국관광연구원(1999)
- 주요내용 및 정책제언
 - 1) 사업육성방안
 - (1) 관련 기반시설 확충 : 전용터미널, 전용선석, 기타부대시설 등
 - (2) 관련 법제도 정비 : 사업의 법적근거 마련(업종신설 등), 출입국절차 간소화, 부대시설허가, 정규노선 항세감면, 크루즈건조비용 지원 등
 - 2) 재원조달 및 투자계획
 - (1) 가용 재원은 해양수산부 예산(특별회계), 건설교통부 예산(SOC예산), 계획조산자금, 관광진흥개발기금, 기타 민간자본 등
 - (2) 단계별 투자계획 (2000-2005) : 기반시설확충(6000억원), 선박용선(550억), 홍보·마케팅(10억원)
- 분석방법 : 해외사례조사, 한중일 수요예측: 간접추정 (한중일의 세계관광시장 점유율 파악-)한중일 각각의 크루즈수요 추정-)한중일 연계 시나리오별 크루즈수요 추정-)연계시나리오별 경제효과 추정), 정확한 미래 수요예측 한계 밝힘

3. 「크루즈 전용 터미널의 개발 방향과 해양관광산업의 발전 방안에 관한 연구」

- 연구진 : 한국해양대학교 SG연구사업단, 이태우, 송동욱, 김창제, 송재욱, 김계섭
- 출처 : 해양수산부(2002. 9)

○ 주요내용 및 정책제언

1) 국내 크루즈터미널 개발 우선순위 및 방향 (기준: 항만의 물리적 여건, 교통, 관광자원, 쇼핑, 호텔의 5개 요소)

(1) 결과 : 제주항 > 부산항 > 인천항과 동해항

(2) 개발방향

- 제주항: 4만 톤급 이상의 크루즈 전용 터미널 개발
- 부산항: 중앙부두나 여객터미널을 크루즈 전용선석으로 개축
- 인천항(평택항) : 북중국과 연계하는 환황해권 지역 크루즈 거점항으로 개발 가능
- 동해항(속초항) : 북한의 금강산 백두산의 관광자원과 극동, 일본 서부해안과 연결하는 환동해권 지역 크루즈 거점항으로 개발 가능
- 2010 세계박람회가 여수로 유치결정이 확정될 경우, 여수항에 크루즈터미널을 개발함으로써 부산-제주항과 남해안의 국립해양관광자원을 연계

2) 정책제언

- (1) 크루즈선 유치의 가장 중요요소는 항만의 설비와 서비스이므로 터미널 건설과는 별도로 크루즈 터미널을 안정적이고 신뢰할 수 있는 수준으로 운영할 수 있도록 대비
- (2) 유럽/중동지역 운항 크루즈 선사들은 항만시설에 초점을 맞추어 기항 유치 마케팅 전략 추진, 아시아/호주 지역의 크루즈 선사들은 저렴한 항만비용에 초점을 맞추어 기항 유치 마케팅 활동 전개
- (3) 크루즈 관광객들을 유인할 수 있는 가장 중요한 요소 중 하나인 육상의 교통시설과의 연계성을 고려하여 터미널 개발

3) 후속 조치사항

- (1) 크루즈 전용터미널 개발과 크루즈 관광산업의 경제효과에 대한 연구 검토 필요
- (2) 한중일 크루즈 개발 예상 항로에 따른 크루즈 관광객 수요 예측

에 대한 연구 필요

(3) 크루즈 터미널 건설에 소요되는 자원 확보방안과 운영에 관한 연구 필요

(4) 크루즈 터미널 건설에 소요되는 해외자본 투자유치 방안에 대한 연구 필요

(5) 국내 크루즈터미널 개발시 크루즈 선박의 유형(크기)에 따른 항구별 시뮬레이션 연구 필요

○ 분석방법 : 국내 크루즈 관광 수요예측 없음

4. 「부산항 연안크루즈 개발계획 : 항내 해상관광유람선을 중심으로」

○ 연구진 : 부산발전연구원: 최도석, 주수현, 이종필, 이은진, 배은주, 유수일 등 외부 연구진

○ 출처 : 부산광역시(2003.11)

○ 주요내용 및 정책제언 :

1) 결과

(1) 크루즈 허브항 발전 잠재력 매우 높음

(2) 항내크루즈 개발 토대로 연안, 국제크루즈 활성화 여건 조성 기대

(3) 생산 3,078억원, 고용 2,637명, 부가기치 1,280억의 경제적 파급효과 기대

(4) 2011년 기준, 간편비례식을 적용한 결과, 연간 내국인 약 140만명, 외국인 약 53만 명으로 항내크루즈 수요예측

(5) 항내크루즈 터미널 : 동부산 7개소, 중부산 3개소, 서부산 3개소

(6) 항내크루즈 제안코스 : 우선순위별로 건강/성인(Health/Adult) 크루즈, 광안대로 영문애칭 크루즈, 수상카페 크루즈, 탐조·낙조 크루즈, 콘서트 크루즈, 이벤트 크루즈, 레스토랑 크루즈, 시푸드 (Seafood) 크루즈, 철도 (Train Package) 크루즈 순임

2) 정책제언

(1) 부산시

- 부산시 해양관광 행정의 전문성 강화 및 해양관광(크루즈) 전담기구 설치
- 단순물류 중심의 부산시 해양도시정책 수정
- 외래관광객 만족의 선진 관광도시 여건 조성
- 부산항 및 해양관광의 중요성에 대한 홍보 강화
- 해양관광종합계획을 바탕으로 한 부산항 크루즈 개발
- 내륙관광 중심에서 해양관광중심의 도시관광정책 수정
- 해양관광 정책 추진시 다양한 분야의 전문가 참여
- 부산시 해양관광(크루즈 등) 행정의 전문성 강화
- 부산항 항내 해상대중교통 활성화 정책과 병행한 항내 크루즈 개발
- 부산관광 수용대세 개선을 위한 새로운 관광교통정책 수립 및 크루즈 이용객에 위한 내륙 연계교통시스템 강화
- 부산의 랜드마크가 될 수 있는 크루즈터미널의 경관설계
- 세계 최고수준의 차별성 높은 크루즈 전용터미널 확보
- 크루즈 터미널 주변의 다양한 해양성 여가 및 관광기능 도입
- 다양한 장소에서 승·하선이 가능한 간이 크루즈터미널 신설
- 전통강조 및 환경창조형 크루즈터미널 신설
- 부산의 해안경관 및 야간경관 개선
- 해양관광(크루즈 등) 육성 산·학·관 협의체 구성

(2) 정부

- 해양의 중요성에 대한 홍보정책 강화
- 내륙중심의 국가관광정책을 해양관광정책 중심으로 전환
- 정부의 체계적인 해양관광 육성정책 추진
- 세계 3위(당시) 무역항 보유의 한국을 대표할 수 있는 크루즈 허브항 육성
- 국가정책차원의 크루즈 관광산업 육성 및 민간투자 여건 개선

- 해양관광(크루즈 등) 활성화를 위한 제도 개선
 - 종합적인 해양레저 및 해양관광 관련법 제정
 - 해양관광관련 시설 및 개발에 대한 제도적 기반 마련
 - 해양관광시설에 대한 관리규범 및 관리체계의 재정비 및 등록기준 정립
 - 해운법, 유도선사업법, 관광진흥법 등 다원화된 법령을 단일화된 크루즈 관련법으로 시급히 제정해야 함
 - 크루즈 선박에 대해 다양한 법률(선박 입·출항법, 관광진흥법, 선원법, 선원관리법, 항만법, 항만운송사업법, 식품위생법 등)이 적용, 법규의 간소화 필요
 - 중고선박(크루즈선) 도입 시, 선령에 따른 일률적 기준 적용보다 국제적인 각종 안전서기준 적합성 여부에 따라 규제 완화
 - 항내크루즈 선박에도 외국인 선원고용 허용 (현행 합작투자 외 항여객선에만 가능)

(3) 민간기업 및 학술단체

- 기존 항내유람선의 시설 및 운영 개선
- 외국의 주요 크루즈 전문선사와 공동 및 연계 운영
- 차별성 높은 운영 프로그램 도입 및 선내 서비스의 선진화
- 크루즈 운영선사 및 관광관련업체의 기업윤리 확보
- 크루즈 관련 연구 및 학술적 기능 강화

○ 분석방법

- 수요예측 (간편비례식 사용) : 내·외국인 국내 관광 예측치, 내·외국인 부산관광 예측치, 국내·외 해양관광 수요 예측치, 국내·외 크루즈 관광 수요 및 증가비율 고려

5. 「한국 크루즈 시장 조사」

- 연구진 : 경기대 이경모, 문기석, 김기로, 박경근, 이병호, 조현정

- 출처 : (주) 해성협운(2004.12)
 - 주요내용 및 정책제언 :
 - 1) 조사개요 : 우리나라 크루즈 수요시장의 인구통계 특성과 구매행동 특성 및 크루즈여행에 대한 인식을 조사
 - (1) 문헌, 통계자료, 설문조사 : 2004.11.22.~2004.12.10.
 - 2) 조사목적
 - (1) 수요시장의 크루즈여행에 대한 인식수준 및 수용태도 비교·고찰
 - (2) 한국 출항 해외 크루즈 상품 출시를 위한 표적시장 추출
 - (3) 잠재 크루즈 승객을 유인할 수 있는 적절한 크루즈 상품 구성요소에 대한 아이디어 수집
 - 3) 수요추정
 - (1) 수요예측 문제점
 - (2) 향후 크루즈 수요시장 규모예측(한국리서치 방법)
 - (3) 향후 크루즈 수요시장 규모예측(CLIA 가중치 방법)
 - 4) 크루즈 수요시장 규모 (종합) - 오차발생 가능성 있음을 밝힘
 - 2005년 : 최대 129,000명, 최소: 49,000명
 - 2009년 : 최대 1,111,000명, 최소: 623,000명
6. “크루즈 관광산업 현황과 국내 크루즈의 활성화 과제”
- 연구진 : 이인애
 - 출처 : 해양한국 (2005. 8)
 - 주요내용 및 정책제언
 - 1) 크루즈 관광산업의 활성화 추진과제
 - (1) 공공부문 : 한중일간 공동협력체계 구축, 기존항만시설 개보수, 크루즈전용터미널 신설, 기항지주변 수용태세 정비, 관련법·제도 정비, 재정지원 세제감면, 해외홍보 지원 등
 - (2) 민간부문 : 민간기업 사업진출, 관련업체 협력체계 구축, 판매, 예

약시스템 구축, 정보제공 및 상품홍보 등

- 2) 문화관광부와 지자체, 해양수산부, 지방항만청, 건교부, 출입국관리
소, 세관, 검역소, 제정경제부, 한국관광공사 등 광범위한 정부기관
이 관여해야 하기 때문에 과제해결 쉽지않음

7. “우리나라 크루즈 관광에 관한 연구-국내사업을 중심으로”

- 연구진 : 인하공업전문대학 관광과 교수, 김혜숙
- 출처 : 「관광정책학연구」 제10호 제1권
- 주요내용 및 정책제언

1. 지역별 사업개발

- 1) 제주도 지역 사업개발 : 전용터미널, 항만관련시설, 교통의 연계
성, 배후관광 기반시설 개발필요)
- 2) 동해항 지역 사업개발 : 금강산 유람선 전용선석 2석 등 부대시설
이 갖추어져 있으나, 쇼핑센터와 관광기반시설인 호텔 등의 인프
라가 부족, 확충 필요

2. 효과적인 프로그램 개발

1) 개발 방향

- 우선고려사항 : 상품의 매력성(각 지역의 신비한 체험), 상품의 실
행가능성과 추진의 용이성, 상품의 대표성(표적시장, 상품소재, 상
품특색), 상품의 사업성(수익효과, 여행자 유치)
- 대상 프로그램 : 다양한 해양레저 스포츠 프로그램(수상스키, 스킨
스쿠버, 낙하산 등 체험형), 매력적인 해양생태관광 프로그램(갯벌
체험, 철새도래지, 무인도 탐험, 굴탐험), 역사문화 탐방 프로그램
등

2) 일정별/부대시설/마케팅 차원의 프로그램 개발

- 우리나라 휴가 특성상 짧은 기간에 저렴한 상품개발, 신혼부부, 가
족단위, 노부부 등 다양한 표적시장의 관광성향과 추구편익에 부합

하는 선내 프로그램 개발

- 크루즈 상품 개발 및 홍보를 위한 별도 조직 운영 필요, 특히 방송-TV를 통해 홍보, 국가 지원 필요

○ 분석방법 : 설문 조사 (국내 시장 수요 예측 없음)

8. “국내 크루즈 관광상품 개발방향에 관한 연구”

- 연구진 : 상지영서대학 레저경영과 조교수, 이재곤
- 출처 : 「관광경영학연구」 제7권 제2호(2003.6)
- 주요 내용 및 정책제언

- 1) 크루즈 상품 구매시 중요 요인 : 관광경비, 다양한 유람코스, 선내 부대시설, 유람선과 해양 스포츠와의 연계순임. 특히 다양한 유람코스 및 유람선과 해양스포츠의 연계는 매우 중요한 요인으로 잠재 관광객을 유인할 수 있는 소구점으로 작용)
- 2) 정책제언 : 해양관광자원의 효율성을 증대시키고, 비수기와 성수기를 극복할 수 있는 종합적인 관광대책으로의 크루즈 관광산업 육성 필요

○ 분석방법 : 설문 조사 (국내 시장 수요 예측 없음)

9. “전남 다도해 연안 크루즈 관광 사업의 기본구사에 관한 연구-전남 신안군을 사례로”

- 연구진 : 목포해양대 강사 나은영 외 4명
- 출처 : 「한국지역개발학회지」, 16(4) (2004.12)
- 주요내용 및 정책제언

- 1) 전남 다도해 해안지역은 관광자원이 풍부하나 관광객 접근이 불가능 혹은 이용시설이 부재해 관광자원으로서의 충분한 가치를 발휘하지 못함 -> 종합적인 관광대책 필요
- 2) 국내외 조선사들과의 연계를 통한 경제성 있는 크루즈선 건조는 고용 증대와 낙후한 해양지역 발전 및 주민소득에 기여할 것임

- 3) 크루즈 관광 활동의 편의성을 제고하기 위해 주변지역과의 연계를 고려한 해상교통망 체계 개선위해 수상택시, 수상버스, 경비행기 등 선호형태에 부응하는 관광교통정책 수립 필요

○ 분석방법 : 문헌연구, 사례분석 등

10. “전략 서비스산업의 경쟁력 강화방안”

- 연구진 : 삼성경제연구소; 고정민, 이안재, 김진혁
- 출처 : 「CEO information」 512호 (삼성경제연구소)(2005.8)
- 주요내용 및 정책제언

1) 문화, 관광 강화를 위한 과제

- (1) 경쟁촉진(Competition): 정부의 직접 개입 자제
- (2) 개방과 세계화(Openness): 한중일 교류확대, 한류열풍 활용
- (3) 3.5차 산업으로 혁신유도(Renovation): 소프트 관광개발, 뷰티관광 상품 개발
- (4) 과감한 지원(Encouragement): 남해안 관광벨트, 전문인력 양성

○ 분석방법 :

11. “동북아 관광지도와 한국의 선택”

- 연구진 : 삼성경제연구소, 강신겸, 박용규, 김진혁
- 출처 : 「CEO information」 513호 (2005. 8)
- 주요내용 및 정책제언

1) 경쟁상황을 고려한 ‘그랜드 플랜’ 필요

- (1) 국토 전체를 대상으로 한 “관광 그랜드 플랜” 이 필요
- (2) 동북아 관광시장 변화를 염두에 둔 거시적인 개발 전략 필요 (경쟁국과의 차별화가 가능한 콘텐츠와 시설 계획)

2) 복합형 관광 서비스 개발이 한국의 진로

- (1) 장(場)의 복합화 : 클러스터전략

(2) 체험(體驗)의 복합화 : 소프트 관광 - 관광산업은 아이디어 전쟁
이며 대규모 하드웨어 개발도 중요하지만 소프트웨어가 핵심 성
공요인임

3) 관광 개발을 위한 소프트 인프라 정비

(1) 과감한 규제완화 및 세제 지원 추진

(2) 중국 관광객 유치를 위한 제도 정비

(3) 성공적 관광경영을 위한 역량 확보 : 민관합동 마케팅 전담조직인
CVB(Convention & Visitor's Bureau) 설치

II. 시사점

- 정책제언 내용의 정책 반영도 미흡
- 계속 반복되는 문제 제기
- 주관 책임부서의 모호성 등으로 업무 공백 발생
 - 정책 주도 및 추진력 미진
 - 구체적인 연차별 중장기 종합계획 부재 (해양관광 종합발전계획 등)
 - 법·제도 정비 미흡
 - 크루즈 관광산업의 기반시설에 대한 투자 미흡
- 수요 예측에 대한 불분명성
- 홍보 부족과 국민적 공감대 미흡
 - 관광산업의 중요성은 부각되나 해양관광에 중요성 홍보 및 공감대 부족

부 록Ⅱ

우리나라 크루즈 관광 수요전망⁶⁵⁾

I. 국내외 선행연구 비교 분석

1. 외국크루즈의 입항수요 추정

- 한국관광연구원의 “한중일 연계 크루즈 관광사업 추진방안” (1999), 해양수산개발원의 “부산항 부정기국제여객 및 해경부두 사업” (2000)
- 외래관광객 입국 전망을 토대로 각국의 입국관광시장이 세계 관광시장에서 차지하는 비율을 크루즈 관광시장에도 대입하여 국내 항만이용 크루즈수요 추정
- 세계 크루즈 시장에서 차지하는 한중일의 점유율이 세계관광시장에서 차지하는 한중일의 점유율과 같다고 가정하고 한중일 크루즈 관광수요 추정
- 외래관광객의 경우와 같이 크루즈를 이용하여 우리나라로 입국하는 경우를 염두에 두고 수요 추정
- 국제크루즈부두가 건설 공급된 상황을 가정하여 잠재적 수요를 추정

(65) 이 부분은 우리 연구원과 문화관광정책연구원(김희수 책임연구원)과의 협동연구 결과임.

〈표 1〉 국별 크루즈수요 전망

단위 : 천명

연도	한국	일본	중국	한중일
2001	72.7	70	459	601
2002	79.7	76	511	666
2003	87.4	82	568	738
2004	95.6	90	632	818
2005	104.6	98	704	906
2006	113.3	105	776	994
2007	122.6	113	855	1,091
2008	132.5	122	742	1,197
2009	143.2	131	1,039	1,313
2010	154.6	141	1,145	1,441

○ 문제점

- 우리나라의 크루즈 관광객의 이용자 수에 대한 집계자료가 없는 상황에서 크루즈 잠재수요를 추정하려는 시도를 하다보니 전제 또는 가정이 비현실적인 조건이 되었다. 특히 한국, 일본, 중국 등 동북아 크루즈 수요로 범위를 구체적으로 설정하여 수요를 추정하려고 하였으나 현지조사 등이 불가능하고 각국 마다 통일된 기준 데이터가 부족하여 다소 비현실적인 조건과 방법에 의해 수요를 추정하려는 시도가 이루어졌다. 특히 3국의 크루즈 입출국자가 일반적인 외국인 관광객 입출국자수와 비례한다고 가정하는 것은 그 논거를 찾아보기 힘들다.

2. 국내 크루즈 이용수요 추정

가. 한국 크루즈 시장 조사(2004.12)

- 서울, 경기, 부산거주자, 25세-69세 대상으로 설문조사하고 연평균소득이 3천만 원 이상인자만 구매가능집단으로 설정하여 수요시장 추정

- 소비자에게 구매 또는 사용할 가능성을 물어본 후 응답치에 각각 가중치를 곱하여 신제품을 구매할 확률로 환산하는 방법인 구매의도분석 방법 이용
- 이 조사에서는 “반드시 할 것이다” 100%, “할 것이다” 30%의 가중치 적용
- CLIA(Cruise Line International Association)에서는 설문조사에 다음과 같은 가중치를 적용하여 수요 산정

〈표 2〉 CLIA 가중치

구분	반드시 할 것이다	할 것이다
최대수요예측	0.75	0.5
최소수요예측	0.6	0.2

- 제품의 포지셔닝이 잘되고 공격적인 마케팅 전략을 구사하는 경우 “분명히 사겠다” 는 소비자의 약 90%, “아마도 살 것이다” 이라는 소비자의 약 40%, “살지도 모르겠다” 는 소비자의 약 10% 정도가 실제로 제품을 사게 될 것이라는 것이 일반적인 마케팅 연구가들의 의견임(Urban and Hauser, 1993)

〈표 3〉 수요 추정결과

단위 : 명

구분	2005년까지	2006년까지	2007년까지	2008년까지	2009년까지
최대수요	113,000	337,000	567,000	627,000	977,000
최소수요	44,000	171,000	320,000	352,000	548,000

- 문제점
- 이 조사 분석은 크루즈 성향을 조사하는 과정에서 부가적으로 수요추정이

이루어졌고 그 방법도 단순한 구매의도분석(purchase intention analysis)에 의해 이루어져 소비자의 의향만을 고려하고 선호도는 고려하지 못하는 단점을 가지고 있다. 구매의도분석은 소비자들의 선호강도가 고려되지 않기 때문에 소비자들이 각 대안을 비슷할 정도로 좋아할 경우 실제와는 전혀 동떨어진 시장점유율 추정치를 얻을 수 있는 단점이 있다. 따라서 선호도를 고려한 분석이 추가되고 소비자 대상 설문조사만으로는 조사 분석의 정확성, 신뢰성에 결함이 있을 수 있으므로 시계열적인 분석이 보완적으로 추가되어 다양한 분석방법에 의한 수요추정이 종합적으로 해석되어야 할 것이다.

나. 기타 추정

- 해양수산부는 일주일 이내의 단기 크루즈 상품 시장이 형성돼 2009년이면 60만-100만 가량이 크루즈 관광을 즐길 것으로 추산(해운산업 중장기 발전계획)
- 국내여행업계에 따르면 해외크루즈를 이용하는 국내인은 연간 2,500-3,000명으로 추정되고 있으며 매년 약 10%씩 증가하는 것으로 파악됨(해양수산개발원)
- 1999년 로열캐러비안 한국사무소 조사에 따르면, 1997년 크루즈 여행 한국인 여행자수는 1,300명 정도, 1998년에는 500여명 정도가 크루즈를 경험한 것으로 나타남(하인수 “국내 크루즈 산업의 개발방안에 관한 연구, 63p)

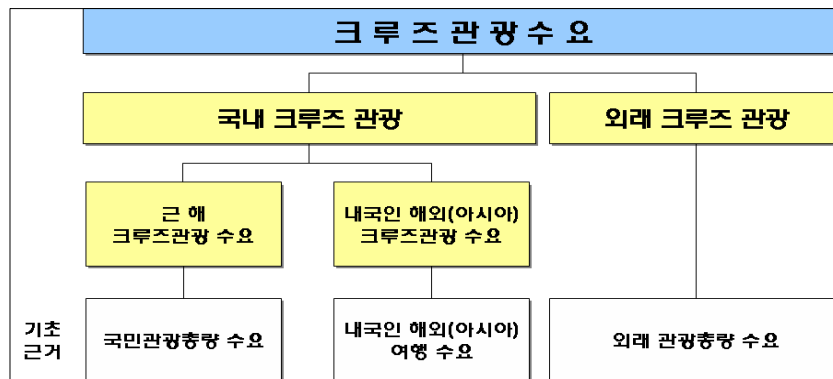
3. 국내외 크루즈 수요 종합 추정

- 경상남도개발공사, “남해안 뱃길 테마관광사업 타당성 조사” , 2006.4

가. 수요예측 방법

- 관광객 조사 데이터를 대리변수로(proxy variable) 이용하여 남해안으로 지역 범위를 한정하여 크루즈 관광수요 추정
- 크루즈 관광 수요는 크게 내국인이 이용하는 국내 크루즈 관광 수요와 외국인이 이용하는 외래 크루즈 관광 수요로 구분

〈그림 1〉 크루즈 관광수요 추정방법



- 추정의 전제 및 가정
 - 국내 크루즈 관광의 근해 크루즈 관광 수요는 “국민여행 실태조사”의 숙박관광 중 여가, 위락, 휴가를 목적으로 하는 관광객의 비율(46.6%), 교통수단 중 선박을 이용하는 비율(0.7%)을 동시에 적용하여 수요 추정
 - 연도별 국내 국민관광 총량예측은 “제2차 관광개발기본계획”의 자료 인용
 - 국내 크루즈 관광의 내국인 해외 크루즈 관광 수요는 관광목적의 해외여행자수(1995~2004년)에 해외여행시 선박이용비율(7.28%)에 “한국크루즈 시장 조사” 보고서의 크루즈여행 경험자 비율(11.9%)을 적용하여 산출
 - 해외여행자수 증가율은 5년 단위로 구분하여 2005년-2009년에는 평균증

가율의 50%인 6.41%를 적용하고 다음 5년 단위로 50%씩 감소하는 것으로 가정하여 적용

- 외래크루즈 관광수요는 “외래관광객 실태조사”의 방문목적 항목 중 여가, 위락, 휴가를 목적으로 하는 관광객의 비율(44.4%)과 숙박형태 항목 중 호텔, 여관, 친척집 외의 기타 숙박시설 이용비율(1.9%)의 50%를 적용하여 산출
- 연도별 외래관광객 총량예측은 “제2차 관광개발기본계획”의 자료 인용

나. 추정 결과

- 남해안 크루즈 관광의 총 수요는 2005년 113,528명, 2010년 199,633명, 2015년 477,907명, 2020년 969,931명으로 예측됨

〈표 4〉 남해안 크루즈 관광 수요

단위 : 명

구 분		2005년	2010년	2015년	2020년
국내크루즈 관광	근해 크루즈 관광	58,349	101,794	116,693	133,824
	내국인 해외 크루즈 관광	22,291	60,425	318,650	787,680
외래크루즈 관광		32,888	37,414	42,564	48,427
합계		113,528	199,633	477,907	969,931

- 문제점
- 별도의 크루즈 이용자수에 대한 통계자료가 없는 것을 한국관광공사에서 조사 발표하는 “외래관광객 실태조사”, “국민여행 실태조사”, “국민 해외여행 실태조사”의 해양, 크루즈 항목 응답 집계수치를 이용하여 대리적으로 크루즈 상품 이용수요를 추정하려 하고 있다. 그러나 정확하게

대응되는 proxy data가 없는 경우가 많아 무리하게 성격이 다른 변수나 의도하는 바와 통계상 정확하게 일치하는 것이 아닌 변수를 인용하고 있는 문제점이 있다. 관광공사 조사항목과 그 결과 집계된 수치에 대한 이해도가 부족한 채 조사수치를 단순하게, 비논리적으로 인용한 면이 있다. 연도별 관광객 추정으로 연장하는 방법에서는 2005년 자료에 단순 증가율로 곱하여 추정하고 있어서 비논리적이고 적용근거를 찾아보기 힘들다. 또한 단점으로는 남해안에 한정하여 수요를 추정하였으므로 전 국민으로 크루즈 수요를 확대하는 데에는 무리가 있다.

II. 시계열적 수요 예측

1. 크루즈 외국인입국자 수요 추정

가. 현황

- 한국관광통계를 통해 살펴보면 항구를 통한 입국은 2005년 외래관광객 6,021,764명 중 2005년 5,178,673명 중 403,162명으로 7.7%를, 2004년에는 4,929,517명 중 400,510명으로 8.1% 차지하고 있음
- 이를 실제 크루즈 입항자수 data와 비교해보면 2005년 29,565명으로 항구를 통한 외래관광객 403,162명의 7.3%를 차지하고 있으며 전체 외래관광객 6,021,764명과 비교할 경우에는 0.5%를 차지하고 있음
- 외국 크루즈선사의 입항은 부산, 제주를 중심으로 30~40회, 2만~3만 명 사이로 나타나고 있음
 - 2005년 전국 41회 입항, 입국관광객 29,565명

〈표 5〉 국제크루즈선 입항 실적

구분	부산		제주		인천		평택		동해, 속초	
	입항	관광객	입항	관광객	입항	관광객	입항	관광객	입항	관광객
2001	19	11,783	28	12,805	1	484	-	-	-	-
2002	28	13,237	8	2,760	2	515	39	7,016	-	-
2003	18	6,396	4	1,445	2	1,279	55	14,321	-	-
2004	22	9,930	2	753	-	-	-	-	-	-
2005	29	24,852	6	3,205	3	432	-	-	3	1,076

주 : 1. 부정기여객선 제외
2. 평택항의 입항 실적은 스타크루즈의 운항 실적 포함

나. 방법

- 크루즈 외래관광객은 외래관광객 수요예측을 바탕으로 여기에 크루즈입국자의 비율을 적용하여 2015년까지 추정하기로 하되 2005년 현재 0.5%에서 향후 전망을 반영하여 비율을 0.5% 이상에서 결정하기로 한다.
- 2006년에는 코스타 알레그라의 영향으로 입국자가 크게 늘 것으로 예상되고 향후 부산(2006년), 제주(2010년)의 전용터미널이 완공되고 크루즈기항이 지속적으로 증가할 것으로 예상되고 있으므로 이를 반영하여 1%를 적용하기로 한다.

다. 결과

- 1961년-2005년의 시계열자료를 이용하여 수요예측 결과한 결과 log damped trend Exponential smoothing이 가장 적합한 것으로 나타나고 향후 비선형 증가추세를 보일 것으로 예측되고 있다.
- Mean Absolute Percent Error 10.339, R2 0.981

〈표 6〉 추정결과

구분	외래관광객 추정	크루즈 외래관광객 예측
2006년	6,362,435	63,624
2007년	6,727,413	67,274
2008년	7,133,197	71,331
2009년	7,587,865	75,878
2010년	8,100,721	81,007
2011년	8,682,573	86,825
2012년	9,346,088	93,460
2013년	10,106,228	101,062
2014년	10,980,784	109,807
2015년	11,991,046	119,910

2. 국민 연안크루즈 수요

가. 현황

○ 국민여행실태조사

- 국내숙박여행 교통수단 항목 중 선박이용비율 2004년 0.7%, 2005년 1.0%
- 국내당일여행 교통수단 항목 중 선박이용비율 2004년 0.0%, 2005년 0.2%
- 국내 숙박여행 증가율은 1996년부터 2005년까지는 연평균 3%의 성장률로 증가

〈표 7〉 연도별 국내여행 참가자 수 총량(1995-2005)

연도	국내여행	국내숙박여행	국내당일여행
1995년	31,307,134명	23,395,828명	27,081,009명
1996년	32,691,290명	23,232,754명	29,166,816명
1997년	31,612,369명	21,434,553명	28,195,788명
1999년	33,014,966명	22,909,078명	27,836,148명
2001년	36,323,833명	26,670,032명	32,266,983명
2004년	37,134,692명	31,707,910명	29,769,774명
2005년	36,888,642명	31,255,594명	30,003,805명

자료 : 한국관광공사, 각년도 국민여행실태조사.

- 부산주말 크루즈 2005년 이용객 합계 14,918명은 전체 국내숙박여행 참가자수의 31,255,594의 0.05%

〈표 8〉 팬스타 크루즈 이용현황

연도	월	부산-오사카 페리	크루즈 페리	부산 주말 크루즈
2005년	1	11,294		1,763
	2	6,905		1,036
	3	7,053		1,032
	4	6,932		1,069
	5	5,923		907
	6	6,086		1,173
	7	9,098		1,542
	8	12,065		1,343
	9	5,859		1,086
	10	9,482		1,853
	11	6,440		670
	12	7,295		1,444
2006년	1	10,537	57	810
	2	7,548	376	1,147
	3	3,965	322	464

나. 방법

- 2006년 이후 국내 숙박여행 증가율은 이전의 연평균증가율 3%와 동일하게 성장하는 것으로 전제
- 국민 연안크루즈 이용수요는 국내숙박여행참가자수의 증가율에 0.05% 이상의 수치를 적용하여 연도별 국민 연안크루즈 이용객수 추정
- 2006년-2010년까지는 0.05% 적용, 2011년부터는 이전연도의 증가율에 0.01%씩 증가율이 상승하는 것으로 전제
- 연안크루즈가 계속적으로 공급이 확대되고 수요도 증가할 것이라는 전망을 반영

다. 결과

〈표 9〉 추정결과

구분	국내숙박여행자수	국민연안크루즈 수요 추정
2006년	32,193,261	16,096
2007년	33,159,059	16,579
2008년	34,153,830	17,076
2009년	35,178,445	17,589
2010년	36,233,799	18,116
2011년	37,320,813	22,392
2012년	38,440,437	26,908
2013년	39,593,650	31,674
2014년	40,781,460	36,703
2015년	42,004,903	42,004

3. 국민 해외크루즈 이용 수요

가. 현황

- 한국관광통계에서 항구를 통한 출국은 2005년 9,206,192명, 2004년 8,008,903명
- 현재의 대략적인 크루즈 여행상품 구매 수치 2,500-3,000명은 전체 국민 해외출국자의 약 0.03% 정도
 - 한국에서 패키지 크루즈 형태로 판매되는 상품에 대한 정확한 통계를 내기 어려운 상태이나, 스타크루즈사의 경우 한개 상품에 대하여 월평균 80-90명의 내국인이 구매하는 것으로 나타남. 또한, 크루즈 인터내셔널의 패키지 크루즈 상품은 월평균 20-30명이 구매하는 것으로 집계되어, 스타크루즈와 크루즈 인터내셔널에서 판매하는 5개 크루즈 선사의 상품이 월평균 100건 이상 판매되는 것으로 예상됨
- 이 외의 크루즈 선사별 상품판매 실적과 여행사를 통한 판매실적을 감안하면 그 수요는 더욱 클 것으로 예상

나. 방법

- 출국자 증가 추세분석에 크루즈 이용비율을 현재의 0.03% 이상에서 결정하여 적용함으로써 2020년까지 추정
- 크루즈 이용비율은 2006년에는 코스타 알레그라의 영향으로 해외크루즈 출국자 수가 크게 늘 것으로 예상되고 향후 국내 모항 크루즈 사업이 증가할 것으로 예상되므로 2006년-2010년은 0.2%를 적용하고 2011년 이후에는 0.4%를 적용하기로 한다.
- 해외로 항공편으로 나가지 않더라도 우리나라에 정박하는 크루즈선을 타는 것이 가능해지는 경우를 고려할 때는 2011년 이후에는 크루즈 이용비율이 크게 상승할 것으로 전망됨

다. 결과

- 먼저 국민 해외출국자 예측에서는 통계방법상으로는 log damped trend Exponential smoothing이 가장 오차가 적은 것으로 나타남
- log linear trend가 추세상 가장 적합한 것으로 나타나고 비선형 증가추세를 보일 것으로 예측(1981년-2005년 자료 이용)
- Mean Absolute Percent Error 12.587, R2 0.971

〈표 10〉 추정결과

연도	해외출국자수 추정	연도	해외출국자수 추정
2006년	11,787,546	2011년	25,760,988
2007년	13,785,563	2012년	30,111,383
2008년	16,120,515	2013년	35,192,693
2009년	18,848,929	2014년	41,127,086
2010년	22,036,766	2015년	48,057,050

- 통계적인 방법론상으로는 추세분석의 Exponential이 가장 오차가 적은 것으로 나타나지만 향후 해외 출국자의 수가 일정수준 이상 성장하면 증가율이 둔화될 것이라는 가정이 설득력이 있으므로 S 곡선추세를 염두에 두고 Logistic추세분석(상한치 3,000만 명 대입)에 의해 예측
- R2 0.955

〈표 11〉 추정결과

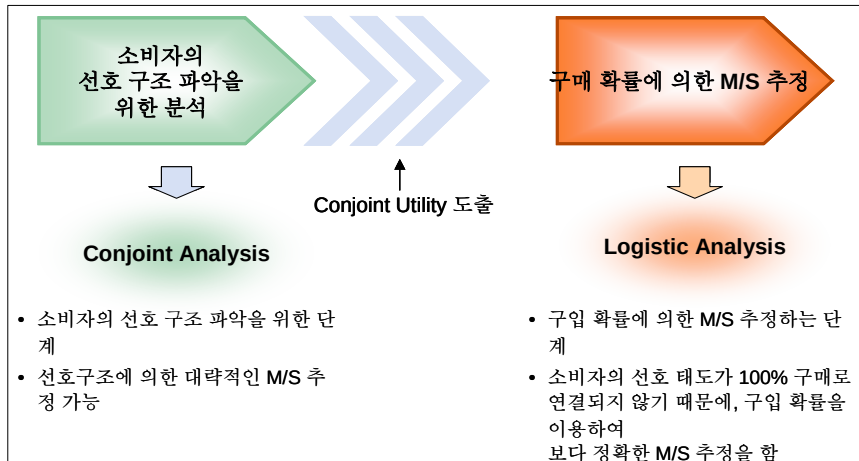
구분	해외출국자수 추정	크루즈 이용 출국자 예측
2006년	11,215,487	22,430
2007년	12,351,996	24,703
2008년	13,520,776	27,041
2009년	14,707,980	29,415
2010년	15,898,856	31,797
2011년	17,078,467	68,313
2012년	18,232,437	72,929
2013년	19,347,630	77,390
2014년	20,412,711	81,650
2015년	21,418,533	85,674

Ⅲ. 설문조사에 의한 수요예측

1. 추정 방법

가. 개요

- 컨조인트 분석을 통해 크루즈 상품에 대한 소비자의 선호도를 파악하고 선호도와 구매의향 여부를 각각 독립변수와 종속변수로 하는 Logistic 회귀분석을 통해 소비자의 크루즈 상품 구매확률, 빈도, 시장점유율 등을 추정



나. Conjoint 분석 설계

- 컨조인트 분석은 소비자들이 여러 상품 중에서 특정한 하나의 상품을 선택할 경우에는 상품이 가지고 있는 여러 속성들이 어우러진 상태의 제품에 대한 총체적인 이미지, 혹은 가장 큰 효용을 주는 속성의 제품을 선택한다는 가정 하에 여러 속성의 수준들이 조합된 상품을 제시하여 각각의 선호 정도를 통해 속성별 중요도와 각각의 수준에 따른 효용치를 계산하여 분석하는 방법임
- 설문조사에서는 총 3개 수준(여행상품 유형, 여행기간, 여행비용)에 대해 각각 3개 속성을 조합하여 총 9개의 여행상품에 대한 카드를 만들어 제시한 후 선호 순위를 응답받음(총 27개 가능한 조합 중 카드의 선택은 직교계획법에 의해 선택함)
 - 여행상품 유형 : 자유여행 상품, 크루즈 여행상품, 여행사 패키지 상품
 - 여행 기간 : 1주 이내, 1~2주, 2주 이상
 - 여행비용 : Economic 저가격, Normal 보통가격, Premium 고가격

〈표 12〉 3개 속성(여행상품유형, 여행기간, 여행비용)별 카드 분류

구분	여행상품 유형	여행기간	여행비용	선호순위
Card1	자유여행상품	2주 이상	Premium 고가격	
Card2	크루즈 여행상품	1-2주	Economic 저가격	
Card3	자유여행상품	1주 이내	Economic 저가격	
Card4	크루즈 여행상품	2주 이상	Normal 보통가격	
Card5	여행사패키지상품	2주 이상	Economic 저가격	
Card6	자유여행상품	1-2주	Normal 보통가격	
Card7	여행사패키지상품	1-2주	Premium 고가격	
Card8	여행사패키지상품	1주 이내	Normal 보통가격	
Card9	크루즈 여행상품	1주 이내	Premium 고가격	

다. Logistic 회귀분석 설계

- 로지스틱 회귀모형은 종속변수가 두 범주로 구성되어 있는 명목변수일 때 적용되는 통계적 기법으로, 종속변수가 0,1 만의 값을 가지는 가변수 (dummy variable)인 경우에 독립변수들 간의 인과관계를 로지스틱 함수를 이용하여 추정하는 방법임
- 두 개의 값만을 가지는 종속변수(예를 들어, 주택유무, 보험 가입여부 등)와 독립변수들 간의 인과관계를 로지스틱 함수를 이용하여 추정하는 통계기법
- 본 조사에서는 각각의 Conjoint 카드에 대한 향후 이용의향(이용의향이 있다/이용의향이 없다)을 Dummy Variable로 질문하여 응답자별 크루즈 상품에 대한 선호도와 이용의향 여부를 변수로 설정하여 로지스틱회귀분석 실행
- 로지스틱회귀분석 실행결과 이용확률 수치를 0.5를 기준으로 판별하여 0.5이상의 구확률을 갖는 응답자가 전체 표본집단에 차지하는 비율을 통해 크루즈 상품의 이용의향 비율 추정

라. 시기별 이용자수 추정

- 이용의향 비율을 향후 이용시기에 대한 질문에 적용하여 연도별 예상이용률을 뽑아내고 이를 모집단(광역시 거주 20-60대 인구 12,892,062명)에 곱하여 예상 이용자수 산출
- 예상 이용자수를 보수적으로 해석하여 현실적 수요규모를 추정하기 위해 수요보정계수 경험치를 적용하여 최종 이용자수 산출

2. 추정 과정 및 결과

가. Conjoint 분석

1) 과정

- ① SPSS를 이용하여 컨조인트 카드 설계(추가 응답자 카드 포함) → 상관관계가 커지고, 모든 수준들이 포함되지 않을 수 있는 문제로 인해 Fractional Factorial Design방법을 이용하여 9(3X3)개 카드완성
- ② 컨조인트 카드 data를 저장함
- ③ 컨조인트 카드를 이용해 설문지 작성
- ④ 설문지를 이용하여 조사데이터 완성
- ⑤ 컨조인트 카드 data와 조사데이터를 이용해 컨조인트 분석 실행
- ⑥ 컨조인트 분석을 통해 Utility값을 산출함

2) 분석 결과

- 여행상품 유형 중 크루즈 상품은 효용치(Utility)가 0.033으로 여행사패키지 상품(0.132) 보다는 낮으나 자유여행 상품(-0.165) 보다는 선호하는 것으로 나타남

- 크루즈 여행 상품 개발시 기간은 1주이내, 비용은 보통이 가장 적절한 것으로 나타남
- 컨조인트 분석 결과 여행상품 유형, 여행 기간보다 여행비용이 보다 중요한 요소로 나타남

〈표 13〉 해외여행 상품별 이용의향 세부분석

Factor	중요도	Utility	Factor Level
여행상품유형	33.3	0.033	크루즈여행 상품
		0.132	여행사 패키지 상품
		-0.165	자유여행 상품
여행기간	32.1	0.312	1주 이내
		-0.141	1-2주
		-0.171	2주 이상
여행비용	34.6	0.125	고가(Premium)
		0.174	보통(Normal)
		-0.299	저가(Economic)

나. 로지스틱 분석

1) 과정

- ① 컨조인트를 통해 얻은 응답자별 Utility값을 이용
- ② Utility값을 독립변수로 대입하고, 이용의향(있다=1 없다=2)을 종속변수로 하여 9개 카드 중 크루즈 여행에 관한 Card(Card2, Card4, Card9)가 있으므로 세 번 로지스틱 회귀분석 실행
- ③ 로지스틱 회귀분석 결과로 나타난 확률치를 0.5를 기준으로 구분하여 크루즈이용의향자 빈도 계산

2) 분석 결과

〈표 14〉 로지스틱 분석 결과

구 분	의향	빈도	비율(%)
자유여행상품/2주 이상/Premium 고가격	의향있음	17	3.8
	의향없음	433	96.2
크루즈 여행상품/1-2주/Economic 저가격	의향있음	332	73.8
	의향없음	118	26.2
자유여행상품/1주 이내/ Economic 저가격	의향있음	400	88.89
	의향없음	50	11.1
크루즈 여행상품/2주 이상/ Normal 보통가격	의향있음	150	33.3
	의향없음	300	66.7
여행사패키지 상품/2주 이상/ Economic 저가격	의향있음	450	100.0
	의향없음	0	0
자유여행상품/1-2주/Normal 보통가격	의향있음	326	72.4
	의향없음	124	27.6
여행사패키지상품/1-2주/ Premium 고가격	의향있음	108	24.0
	의향없음	342	76.0
여행사패키지상품/1주 이내/ Normal 보통가격	의향있음	400	88.9
	의향없음	50	11.1
크루즈 여행상품/1주 이내/ Premium 고가격	의향있음	0	0
	의향없음	450	100.0

다. 시기별 이용자수 추정

1) 과정

- ① 크루즈 상품과 관련된 이용의향자 빈도를 전체 빈도 중에서 차지하는 비율을 계산하여 이용의향자 비율 산출 : $(332+150)/(450 \times 9)=11.9\%$
- ② 향후 이용시기에 대한 전체 응답자는 323명이고, 1년 이내 이용 의향자(2.5%), 2년 이내 이용 의향자(10.8%), 3년 이내 이용 의향자(23.2%), 4년 이내 이용 의향자(8.4%), 5년 이후 이용 의향자(55.1%)를 11.9%로 환산하면, 1년 이내 이용 의향자(0.3%), 2년 이내 이용 의향자(1.3%), 3년 이내 이용 의향자(2.8%), 4년 이내 이용 의향자(1.0%), 5년 이후 이용 의향자(6.6%)임

- ③ 하지만, 1년 이내, 2년 이내, 3년 이내, 4년 이내, 5년 이후는 누적이 되므로 1년 이내 이용 의향자(0.3%), 2년 이내 이용 의향자(1.6%), 3년 이내 이용 의향자(4.3%), 4년 이내 이용 의향자(5.3%), 5년 이후 이용 의향자(11.9%)가 됨
- ④ 현실적인 이용률을 추정하기 위해 경험치(73.5%)를 적용한 경우는 1년 이내 이용 의향자(0.2%), 2년 이내 이용 의향자(1.2%), 3년 이내 이용 의향자(3.2%), 4년 이내 이용 의향자(3.9%), 5년 이후 이용 의향자(8.7%)로 추정됨
- 현실적 수요 규모를 추정하기 위해 강한 보수적 수요(Strongly Conservative Demand) 추정을 위한 수요 보정 계수 경험치(Norm값, 73.5%)를 추가로 적용함
 - Norm값은 1974년 노무라연구소의 이용 의향과 실제 수요에 대한추적조사 결과로 도출된 값임

2) 추정 결과

〈표 15〉 크루즈 수요추정 결과

구분	1년 이내	2년 이내	3년 이내	4년 이내	5년 이후
시점별 이용자수	37,988	166,240	356,228	128,242	845,448
이용자수(누적)	37,988	204,238	560,466	688,708	1,534,156
보정치 적용시 이용자수(누적)	27,929	150,115	411,943	506,200	1,127,605
보정치 적용시 시점별 이용자수	27,929	122,186	261,828	94,257	621,405

- 크루즈여행을 1년 이내 바로 이용해 보겠다는 수요는 3.8만 명 정도로 예상되며, 보수적 수요는 2.8만 명 정도로 파악됨. 향후 3년 이내 예상되는 수요 규모는 41만 명 내외로 수요 확대의 초기 시점으로 판단되며, 5년 이후가 되면 수요가 대폭 확대될 것으로 예상됨

- 제시된 수요는 경쟁에 의한 시장 Volume의 확대나 여행 관련 법률적 환경, 소비자 인지의 확대나 소비자 심리에 따른 태도 변화 등의 외생변수에 대한 부분이 수요 예측에 전혀 고려되지 않은 것이며 Conjoint 카드로 제시된 상품에 대한 수요를 기준으로 예측된 수요 Volume임을 감안하여 볼 필요가 있음

3. 외국인 이용수요

- 내국인의 크루즈이용은 설문조사에 의한 구매의도분석으로도 대략 나올 수 있는데 외국인의 이용가능성이 문제이다. 이것은 외국인 현지조사로도 힘들다. 외국인이 우리나라에 와서 얼마나 탈것인가가 관건인데 동북아 위주로 왕복으로 운항한다고 한다면 스타크루즈, 일본의 크루즈, 홍콩의 크루즈가 있는 상태에서 우리나라까지 와서 탑승할 가능성은 높지 않을 것임
 - 태국에서의 크루즈 상품 주고객은 가족단위 관광객, 직장인과의 MICE 참가자들이며 현재 고객의 80%는 태국인인 것으로 알려짐
 - 싱가포르 스타크루즈의 경우, 주변국가를 비롯한 외국인 승객의 비율이 40%, 싱가포르인의 비율이 60%인 것으로 알려짐
- 한편 Fly & Cruise 등에 의해 크루즈를 왕복이 아닌 편도로 이용한다고 한다면 우리나라에 다른 방법으로 입국하여 크루즈로 귀국하는 경우가 있을 수 있다. 예전의 스타크루즈에서도 이러한 방법으로 운항하였고 동북아에서도 현재 중간에 탑승하거나 내리는 상품이 많이 나타나고 있음. 이러한 경우의 수요는 각국마다 조사하기가 어렵고 비용측면에서도 비효율적이므로 내국인 수요에 일정비율을 과거 경험적 수치로 곱하여 예측하는 것이 적절할 것으로 판단됨
 - 스타크루즈의 경우에는 외국인의 탑승비율이 토리스호의 경우 일본 등

외국인의 비율이 70%, 평택의 제미니호는 5%이었던 것으로 나타난다.

- 기사에 의하면 부산항에서 운항한 스타크루즈의 토리스호와 에이리스호의 한국인 승객이용률이 30% 수준이었던 것으로 나타남
- 외국인의 이용 수요는 국가별로 파악하기는 힘들고 일본 노선의 경우 이용비율이 높고 중국 노선의 경우에는 이용비율이 낮을 것으로 판단되므로 국내 수요의 30% 정도를 외국인 수요로 추정

〈표 16〉 크루즈 이용자수 종합

단위 : 명

구분	1년째	2년째	3년째	4년째	5년 이후
내국인 이용자수	27,929	122,186	261,828	94,257	621,405
외국인 이용자수	8,378	36,655	78,548	28,277	186,421
계	36,307	158,841	340,376	122,534	807,826

주 : 기준 시점은 2006년.

4. 외국선사 입항수요

- 외국 크루즈선사의 입항은 부산, 제주를 중심으로 30-40회, 2만 명-3만 명 사이로 나타나고 있음
 - 2005년 전국 38회 입항, 입국관광객 29,133명
- 현황에 아래 고려사항을 반영하여 수요 추정
 - 외국의 크루즈 선박공급 증가율 : G. P. Wild에 따르면 2006년 4.8%, 2007년 0.7%
 - 동북아 시장의 증가율 : Ocean Shipping Consultants에 따르면 2005년 44만 명에서 2010년 72만 명으로 증가예상(연간 10.3% 증가)
 - 부산, 제주 전용부두 확충효과 고려 : 2006년과 2009년에 증가
 - 외국선사의 2006년 입항 계획 : 부산 38척, 21,000명

○ 결론

- 연도별로 편차를 보일 수 있으나 매년 5-10% 정도의 증가율을 보이되 2006년과 2009년에는 증가율을 평균증가율보다 높을 것으로 추정됨

부 록Ⅲ

동북아 크루즈 시장의 이용자 수 추계⁶⁶⁾

I. 여행시장의 수요예측과 크루즈 이용자 수의 추정

- 관광 시장의 수요예측은 각종 기관이나 전문가에 따라서 정량적 방법과 정성적 방법이 있음
- 정량적 수요예측은 주로 국내관광 총수요 등 거시적 수요예측에 주로 사용되며, 과거의 통계데이터가 충분하게 축적되어 있는 경우에 많이 사용함
- 정성적 수요예측은 이벤트 관광, 특수분야 관광수요예측에 주로 이용됨. 충분한 데이터가 없고 새로운 축제나 관광이벤트 등의 수요예측에 자주 사용됨
- 이와 같이 관광 수요 예측에는 다양한 방법론이 존재함
- 그러나 일반 관광 수요예측과는 다르게 크루즈 수요예측에 관한 연구는 거의 전무한 상태임
- 업계에서는 크루즈 시장 수요예측의 대부분은 구미나 싱가포르 등 크루즈 선진국의 인구 대비 크루즈 인구의 비율을 해당국의 인구비율에 일정한 가설을 적용하여 추정하는 것이 가장 일반적임
- 미국과 영국은 전체인구 대비 크루즈 관광인구는 1.75%, 홍콩, 싱가포르, 대만은 3.77%, 일본은 0.22%임
- 본 연구에서는 정성적인 방법과 정량적인 방법을 동시에 사용하여 추정함
- 크루즈의 기항이 어디냐에 따라 수요예측이 상이하게 됨으로 본 연구는 우리 나라의 경우, 새롭게 크루즈 부두의 개항을 준비하고 있는 부산을 중심

66) 이 부분은 KMI와 일본해양정책연구재단(한종길 연구원)과 협동연구로 진행한 결과임.

으로 시장 예측

- 본 연구는 동북아 크루즈 시장의 규모추정을 위하여, 일본의 경우 국토교통성의 통계를 중심으로, 우리나라의 경우는 부산을 기점으로 한 크루즈 시장 규모를 추정하였음

II. 일본 크루즈 시장의 현황과 규모

1. 일본의 크루즈 시장 규모의 추이

- 일본은 국토교통성에서 매년 크루즈 이용객(크루즈 인구) 통계를 발표하고 있음. 일본 크루즈 시장은 일본국적의 외항 크루즈 선이 본격적으로 취항한 1989년을 크루즈 원년이라고 하여 이때부터 정책적으로 크루즈 통계를 취합 발표하고 있음
- 크루즈 인구란 외항 크루즈와 내항 크루즈를 합친 일본인 승객수를 말함. 선내에서 1박 이상을 한 사람을 대상으로 하고 일일 승선 프로그램은 포함하지 않음. 내항 크루즈 승객수는 일본선적 외항크루즈 선에 의한 내항 크루즈 승객에 내항 페리에 의한 크루즈를 포함한 수치임
- 일본의 크루즈 인구 추이는 표1, 표2와 같음
- 일본의 크루즈 인구는 2005년 현재 내항과 외항을 합쳐 모두 156,200명으로 외항이 77,900명, 내항이 78,300명임
- 1989년의 크루즈 인구 153,800명이었던 것과 비교하여도 이는 과거 16년간 거의 변화가 없는 상태라는 것을 알 수 있음
- 가장 높은 수준이었던 2000년의 경우, 외항 및 내항을 합하여 225,900명으로 전년 대비 33.4%의 증가율을 보여 1989년부터 2005년 기간 중 가장 높은 증가율을 보였음. 그 주요 원인은 스타크루즈가 일본발착의 크루즈 운항을 개시하여 그 동안 일본에서 없었던 단기, 정점, 정기, 저가격 크루즈의

운항을 개시하였고 동시에 2척을 투입하였고 증가분의 약 6만 명이 스타 크루즈 이용객이었음. 그러나 2001년 스타 크루즈가 일본시장에서 완전히 철수 하면서 성장세는 둔화되고 예전 상태로 되돌아감

- 스타크루즈의 경우, 1박 1만5천 엔에서 시작하는 대중시장을 타깃으로 한 데 반하여 일본 선사는 이민선 이후의 단체여행객을 대상으로 한 고급레저 산업이라는 역사적인 발전 경과가 달라 일박 5-6만 엔의 고급 니치 마켓을 타깃으로 하였음. 스타크루즈의 성공은 기존의 일본선사들이 제공하는 크루즈 상품이 장기, 고가격 위주였다는 점에서 저가격의 단기 크루즈 시장 수요가 일본에 존재하고 있다는 점을 말해주고 이는 크루즈 시장의 성장 가능성을 말해주는 것임. 일본의 국토교통성도 이러한 성장에 고무되어 크루즈 100만 명 계획을 수립하기도 함

〈일본의 크루즈 인구 추이〉

연도	외항크루즈				내항크루즈				총합계	
	일본선사 운항선	외국선사 운항선	소계	전년대비	외항 크루즈선	내항 페리	소계	전년대비 증가율	합계	전년대비
1989	36200	21900	58100	132.6%	95700		95700	106.5%	153800	115.0%
1990	38100	28600	66700	114.8%	108200		108200	113.1%	174900	113.7%
1991	38300	25600	63900	95.8%	102200		102200	94.5%	166100	95.0%
1992	46400	30400	76800	120.2%	120300		120300	117.7%	197100	118.7%
1993	47300	32800	80100	104.3%	134100		134100	111.5%	214200	108.7%
1994	42500	31400	73900	92.3%	134200		134200	100.1%	208100	97.2%
1995	45100	34400	79500	107.6%	145500		145500	108.4%	225000	108.1%
1996	34400	39400	73800	92.8%	119900		119900	82.4%	193700	86.1%
1997	33300	49000	82300	111.5%	95400	7900	103300	86.2%	185600	95.8%
1998	26700	46100	72800	88.5%	97700	5200	102900	99.6%	175700	94.7%
1999	22700	48100	70800	97.3%	92900	5600	98500	95.7%	169300	96.4%
2000	21100	109400	130500	184.3%	83400	2000	85400	86.7%	215900	127.5%
2001	18400	96900	115300	88.4%	81600	3200	84800	99.3%	200100	92.7%
2002	18600	74800	93400	81.0%	73000	2300	75300	88.8%	168700	84.3%
2003	10100	48700	58800	63.0%	77800	3400	81200	107.8%	140000	83.0%
2004	15600	57700	73300	124.7%	82900	3800	86700	106.8%	160000	114.3%
2005	16700	61200	77900	106.3%	73900	4400	78300	90.3%	156200	97.6%

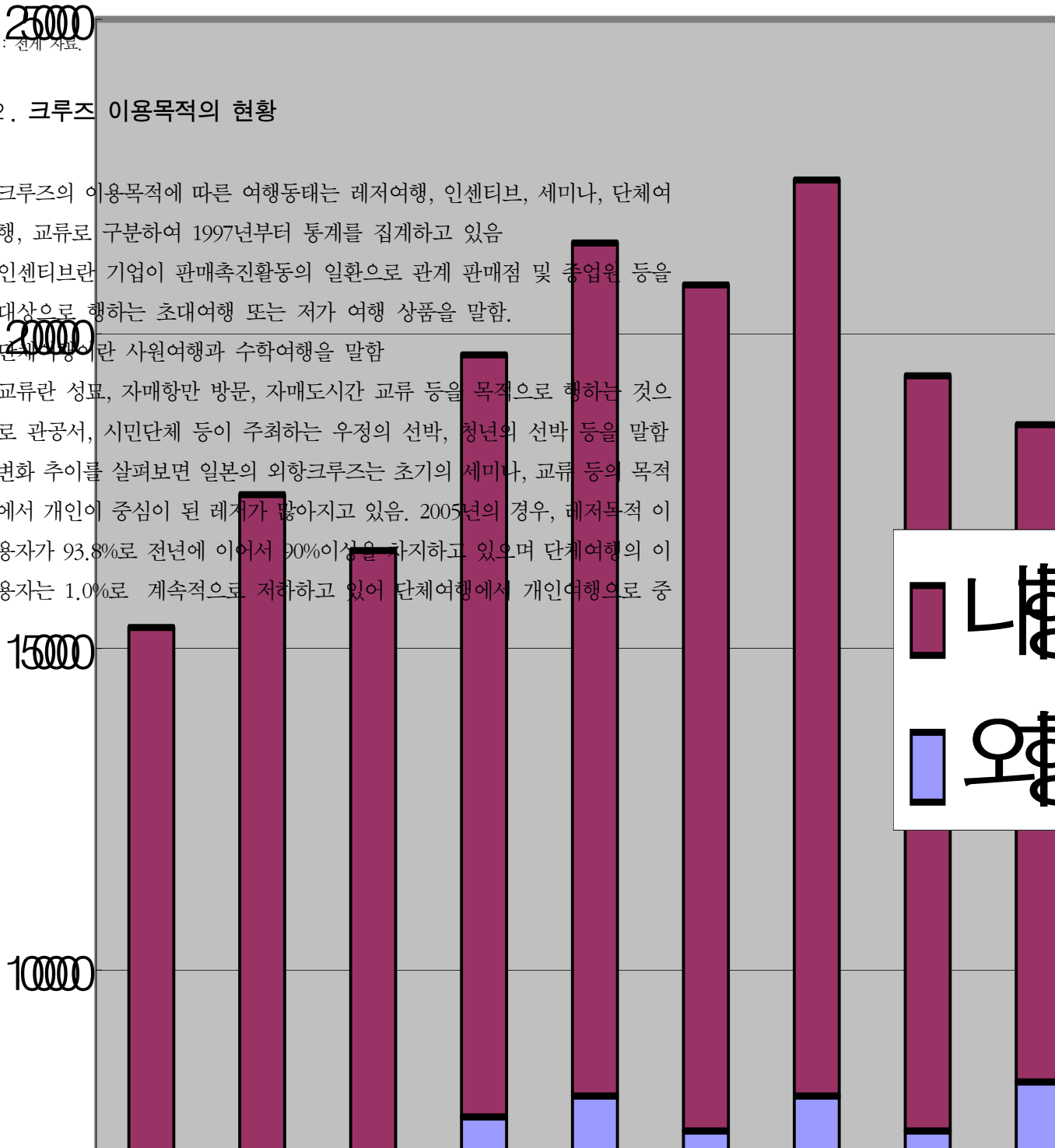
출처 : 2005年わが国のクルーズ等の動向について.

일본 크루즈

출처 : 전세 자료

2. 크루즈 이용목적의 현황

- 크루즈의 이용목적에 따른 여행동태는 레저여행, 인센티브, 세미나, 단체여행, 교류로 구분하여 1997년부터 통계를 집계하고 있음
- 인센티브란 기업이 판매촉진활동의 일환으로 관계 판매점 및 종업원 등을 대상으로 행하는 초대여행 또는 저가 여행 상품을 말함.
- 단체여행이란 사원여행과 수학여행을 말함
- 교류란 성묘, 자매향만 방문, 자매도시간 교류 등을 목적으로 행하는 것으로 관공서, 시민단체 등이 주최하는 우정의 선박, 청년회 선박 등을 말함
- 변화 추이를 살펴보면 일본의 외항크루즈는 초기의 세미나, 교류 등의 목적에서 개인이 중심이 된 레저가 많아지고 있음. 2005년의 경우, 레저목적 이용자가 93.8%로 전년에 이어서 90%이상을 차지하고 있으며 단체여행의 이용자는 1.0%로 계속적으로 저하하고 있어 단체여행에서 개인여행으로 중



내항
외항

십이 이동하는 경향을 나타내고 있음

- 이에 반하여 외항 크루즈 객선을 이용한 내항 크루즈는 외항에 비하여 단체여행(Charter Cruise)가 많음. 그러나 전반적으로 단체여행 수요도 감소하고 있음을 알 수 있음

〈외항 크루즈의 이용 목적별 승객 수〉

연도	1997년	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
레저	59300	54200	58700	116700	102400	83800	55400	66200	73100
인센티브	600	600	0	300	1500	0	0	0	0
세미나	9400	8500	4800	1800	2800	3900	1900	3800	2900
단체여행	2800	2800	800	3400	1400	3100	1000	700	800
교류	10100	6700	6500	8300	7200	2600	600	2600	1100
계	82200	72800	70800	130500	115300	93400	58900	73300	77900

출처 : 전계 자료.

〈내항크루즈의 이용목적별 승객수〉

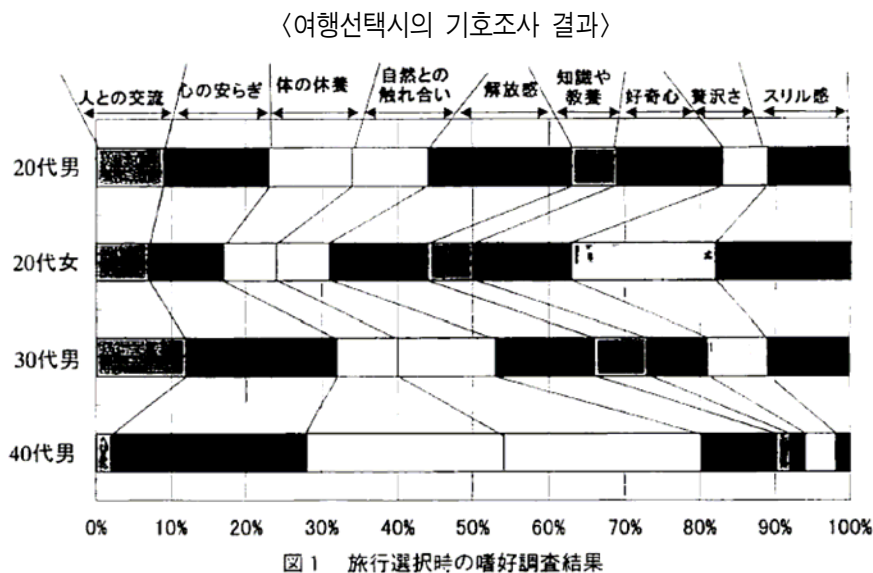
연도	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
레저	60300	70500	49300	44600	50800	57800	71700	56600
인센티브	10000	8600	14600	14800	7400	4200	3100	7200
세미나	13600	7400	5800	6600	6800	7500	6000	4700
단체여행	13000	5200	7900	11700	9700	10000	5900	9800
교류	6000	6400	0	7100	600	1700	0	0
계	102900	98100	77600	84800	75300	81200	86700	78300

출처 전계자료.

3. 정성적 방법에 일본 크루즈 시장의 규모 추계⁶⁷⁾

1) 연구방법론의 소개

- 일본 오사카부립대학의 이케다 교수연구실에서는 일본의 크루즈 수요예측을 실시하였음(2001년)
- 이케다 연구는 크루즈 시장의 규모를 정성적 방법으로 예측한 유일한 자료라고 할 수 있음.
- 먼저 20대에서 40대까지의 연령대별 레저 선택행동(여행선택시의 기호)을 분석함
- 여행목적은 타인과의 교류, 마음의 여유, 육체적 쉼, 자연과의 교감, 해방감, 지식과 교양, 호기심,満足さ, 스릴감의 9가지 중에서 무엇을 즐기려고 여행을 선택하는가를 일반인 대상으로 설문

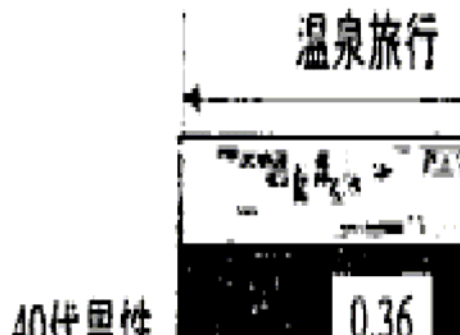


67) フェリー・客船情報 2002' pp. 17-19 인용. (일본의 이케다 교수의 수요예측 조사 결과)

- 두 번째로 AHP법을 이용하여 크루즈, 골프여행, 해외 투어여행, 온천여행의 4가지를 대표하는 특성을 관광객 대상으로 조사
- 결과는 그림 2의 4가지의 대표적인 여행의 특성 평가
- 1의 조사결과와 합할 경우, 연령대별 크루즈 여행 선택 가능성을 알 수 있음



- 그림 3과 각 여행의 잠재적 수요와 같이 이케다 교수의 조사에 의하면 일본의 크루즈 잠재수요는 전체 여행수요의 30% 정도임



- 이 수치에서 1박 이하의 단기여행, 캠프 이용자 등의 저렴한 여행상품 이용자를 제외한 크루즈 이용 가능자 층을 추출한 후, 크루즈 이용의 장애요인이라고 할 수 있는 배멀미, 낮은 크루즈 관광에 대한 인지도를 고려하여 분석. 이때 장애요인에 대하여는 연구자가 적절한 관수를 가정하여 이 계수를 최종결과가 현재의 일본의 크루즈 실적과 일치하도록 결정하였음
- 그림 4가 이러한 예측법에 의하여 얻어진 결과와 실측의 비교임

passeng

- 예측시에는 크루즈 요금을 일본선적 크루즈 객선의 평균 요금 42000엔/1박으로 하고 비교하였음. 실적치와 추정치가 매우 일치하였음을 보여줌
- 결과, 1박 42000엔으로 하였을 경우 1만 5천여 명의 잠재수요자가 있다는 것을 알 수 있음

2) 추정결과의 소개

- 크루즈 요금을 인하시 이용자의 변화에 대하여 분석한 것이 그림 5 크루즈

요금과 수요와의 관계를 나타낸 것이 표1 재산계산의 결과임.

- 카리브 수준의 요금인 일박 1만5천 엔 수준으로 하려면 초대형선이 투입되어야 함을 알 수 있음
- 그러나 초대형선을 일본 국적선으로 할 경우, 1만 5천 엔 정도의 저렴한 크루즈는 실현이 불가능함
- 이는 현실적으로 일본의 크루즈 선이 4만 2천 엔 정도의 요금수준을 설정하고 연간 10만여 명 전후의 관광객을 유치하고 있는 현실과 일치한 연구 결과임



旅行代金(円/泊)	需要(人/日)	人数
14444	4444	1

3) 이케다 연구실의 추정결과를 이용한 일본의 크루즈 잠재수요의 크기

- 일본선사가 카리브 수준의 1만 5천 엔의 요금수준을 설정하면 일본의 크루즈 인구는 현재의 6배로 증가할 수 있다는 것을 의미함
- 이를 위하여 초대형 카페리의 도입, 현재의 50대 이상의 은퇴한 일부 노년 부유층을 대상으로 한 Charter Cruise에서 벗어나 특정 항만을 기점으로 운항하는 정점, 요일을 지정한 정기, 3박 4일 이하의 단기, 연가 대중 크루즈를 실시하고 청장년층을 타깃으로 한 여행 상품을 개발할 필요가 있음.
- 이케다 연구실의 연구 결과를 바탕으로 일본의 크루즈 인구는 120만 명 정도로 추정됨(현재는 20만 명 수준)

Ⅲ. 국내 시장의 이용자 추계

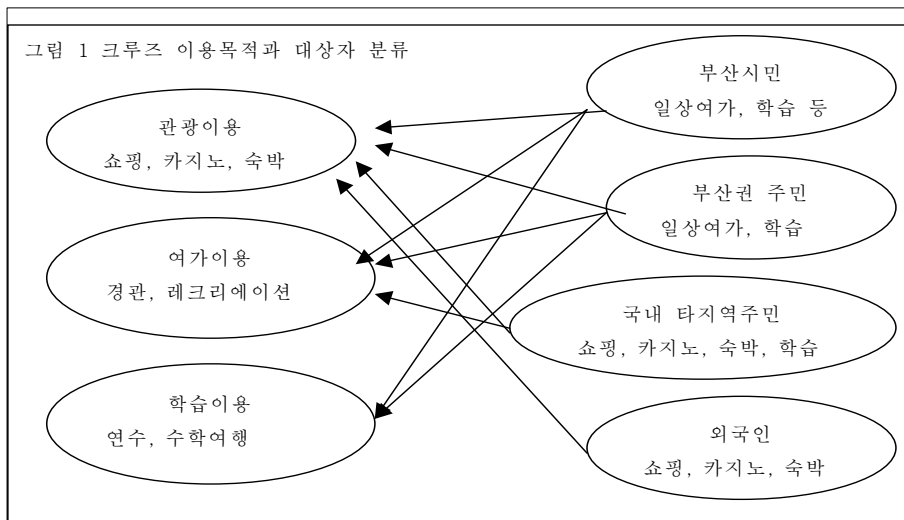
1. 크루즈 이용 형태 및 크루즈 이용자의 분류

- 본 조사가 대상으로 하는 부산을 중심으로 하는 크루즈 이용자의 수치 추정은 수요자의 다양한 이용형태를 규명하는 것이 중요함.

- 크루즈선은 단순한 유람관광 이외에도 카지노, 대학 및 기업연수, 해양환경 연구, 수학여행 등의 다양한 이용형태가 있음.
- 육상과 연계된 이용형태도 고려해야 함 부산항의 크루즈 부두의 주변에는 친수 공간 시설이 계획되고 있고 부산권역에는 호텔이나 콘도미니엄 등의 숙박시설 이외에도 또, 해양관련연구 시설의 이전 등의 사회환경시설도 계획되어 있음
- 따라서 본 연구의 중심인 크루즈선의 이용형태는 육상의 관광, 학습 및 사회활동 등과 연계된 이용 형태가 존재한다고 생각할 수 있음.
- 본 연구에서도, 부산을 기점으로 한 해양성 관광 공간의 정비, 「관광 이용」과 「해양 환경」이 양립하는 공존 공간의 창출, 부산 지역을 대표하는 관광기반의 확보, 지역과 조화를 이루는 관광 이미지 연출의 실현, 배후 관광 시설과의 제휴를 목표로 한 지역 활성화에 기여 등 크루즈로 예상되는 각종 편익을 고려한 이용 형태를 설정하고자 함
- 풍부한 해양 관광 자원의 이용이라고 하는 시점과 함께, 부산권이라고 할 수 있는 경주 등의 관광지와 제휴를 염두에 둔 이용이라고 하는 시점에서, 주로 "해양 관광이용", "여가 이용" 및 "학습 이용"으로 분류할 수 있다고 생각할 수 있음
- 따라서, 본 연구에서는 해양관광 및 여가 이용과 학습 이용으로 구분하여 각각의 이용자가 어디에서 어느 정도 크루즈 관광을 이용할 가능성이 있는지를 추계하고자 함
- 관광이용이란 크루즈선을 이용한 외국여행을 구매하여 숙박, 카지노, 쇼핑 등을 즐기는 욕구를 말함
- 여가이용이란 크루즈선을 이용한 부산을 중심으로 한 일일 해안경관 유람, 웨일 워칭(Whale Watching), 해양스포츠 및 이벤트 관람, 고급식사와 함께 하는 나이트(또는 데이) 크루징 등의 욕구를 말함
- 학습이용이란 크루즈선을 이용한 사원 연수 및 수학여행 등을 말함
- 수요 예측 등을 행하기 위한 대상권역(유치권)을 설정하기에 위하여 가장

먼저 해양관광, 여가 이용과 학습 이용의 목적의 주가 되는 이용객을 설정해, 그 의식이나 행동 특성을 충분히 파악한 다음, 시간 거리, 가격 부담력 등을 감안하여 검토할 필요가 있음

- 현재, 부산을 중심으로 하는 크루즈선을 이용한 관광 및 학습의 이용자는, 부산시민, 범부산권역 주민, 국내 타지역 주민, 외국인 등으로 이용자층은 크게 4 분류를 생각할 수 있음. 본 연구에서는 자료수집의 편의상 부산시민, 내국인, 외국인으로 구분하였음
- 크루즈 이용 목적과 그 대상자의 분류는 다음 그림과 같이 설정하였음



2. 크루즈 이용자의 추계

- 이상의 사항을 고려하여 이용자 추계를 실시함
- 추계를 실시함에 있어서 우리와 크루즈 관광에 대한 문화사회적인 여건이 유사한 일본의 경우를 최소의 경우(0.22%)로, 영미의 경우(1.75%)를 최대 로 설정하여 추정하였음

- 관광목적의 크루즈 이용의 경우, 부산시민의 해외관광 출국자를 김해공항 및 부산항 이용 관광목적 출국자로, 부산시를 방문한 내국인 및 외국인의 유료관광객의 수치를 이용하여 추정하였음
- 여가이용자의 경우, 이는 레저문화시설 이용이라는 점에 있어 유사 성향을 가진 부산 시민 및 전국민의 골프장이용횟수를 원용하였음. 골프 및 스키 등의 경우, 전국민이 연 몇 회 이용하는가를 조사한 결과가 있으며 매우 유사한 수치임
- 학습이용을 알아보기 위하여는 고교 및 대학의 총 학생 수에서 해외 관광 목적 출국자를 구하고 그 수치를 활용하는 것이 이상적이나 자료가 전무한 관계로 10세에서 20세까지의 내국인 출국자 중에서 관광목적 출국자의 수치를 이용하였음. 학습이용의 경우, 사원연수나 국내외 학술회의 등의 목적으로 이용할 수 있다는 점을 고려하면 추정치보다는 많은 이용자를 확보할 수 있을 것으로 사료됨
- 추정에 이용한 통계는 모두 2005년 데이터임
- 그 결과 국내 크루즈 이용자는 최소 6만 4천여명, 최대 15만 3천여명으로 추정됨
- 단, 어느 경우에 대하여도 본 크루즈 관광이 국내의 다른 관광상품과 차별화를 도모하고 이용자의 요구에 맞는 서비스가 제공되는 것이 대전제가 됨

〈크루즈 이용자의 추계(정량적 단순 추계)〉

이용목적	대상자	이용지표	동향	추계방법	추계치	비고
관광	부산시민	김해공항 및 부산항이용 관광목적 출국자수	759,801명 (2005년통계)	Min;0.22% Max;1.75%	1,672명 13,297명	2005년통계
	내국인	내국인 부산 방문자 수	4,169,341명 (전년대비86%성장)	Min;0.22% Max;1.75%	9,172명 72,964명	
	외국인	부산방문자수	244,332명 (전년대비66%성장)	Min;0.22% Max;1.75%	5,38명 4,276명	
여가	부산시민	부산시민의 휴양시설이용률	0.09% (부산시 인구 2005년 365만 명)	골프장이용횟수를 원용	3,285명	

	내국인 휴양시설 이용률	내국인의 휴양시설이용률	0.11% (전국인구 2005년 4,362만 명)	골프장 이용횟수를 원용	47,982명	
	외국인	대상없음	대상없음	대상없음	0	
학습	부산시민	전국통계를 사용	2005년도 10세-20세 관광목적 출국자	Min;0.22% Max;1.75%	1,408명 11,200명	64만 명 관광목적 출국
	내국인					
	외국인	대상 없음	대상 없음	대상 없음	0	
소계			Min		64,057명	
			Max		153,004명	

3. 추정결과의 함의

- 크루즈 이용자 추계를 위하여는 다음과 같은 데이터가 추가 보완되어야 함
 - 부산 지역 중고교 및 대학의 해외 수학여행비용
 - 국내기업들의 사원연수 및 위문관광 횟수 및 비용
 - 크루즈 객선의 선원비를 비롯한 운항비용
- 일본의 조사결과에서 알 수 있듯이 정확한 추정은 매우 곤란하므로 정성적 조사방법에 의한 추계를 실시하는 것이 현 단계에서는 적절하다고 봄
 - 이를 위하여 보다 여행전문가를 대상으로 한 크루즈 상품의 가능성 여부에 대한 실증분석과 일반 여행자들의 관광특성 분석을 통한 크루즈 이용여부 등을 조사할 필요가 있음
- 현재시점에서 일본시장의 크루즈 시장은 20만 명, 우리나라의 시장은 6만 여 명 정도로 추정되고 단기, 정점, 정기, 염가의 비즈니스 모델을 구사한 새로운 크루즈 상품이 개발될 경우, 일본 시장은 120만 명, 우리나라의 경우, 15-6만 명의 시장이 될 것으로 예측됨

<참고문헌>

- 国土交通省, 2005年わが国のクルーズ等の動向について, 2006.
- 船とみなと編集室, フェリー・客船情報, 2000, 同2002, 同2004, 海事プレス社.

크루즈 관광산업 발전기반 조성방안

2006年 12月 26日 印刷

2006年 12月 28日 發行

編輯兼
發行人

李 正 煥

發行處

韓 國 海 洋 水 產 開 發 院
서울특별시 서초구 방배3동 1027-4
수암빌딩

전 화

2105-2700 FAX : 2105-2800

등 록

1984년 8월 6일 제16-80호

組版・印刷 / 해항사 393-0836

정가 15,000원

판매 및 보급 : 정부간행물판매센터

Tel : 394-0337, 734-6818