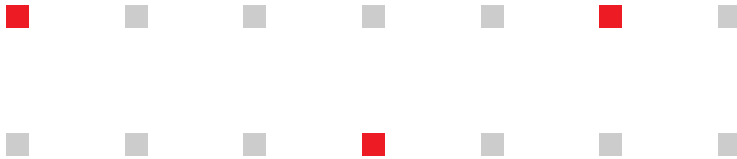




Briefing

20110418 vol.37

쇼핑관광의 성장과 전라북도 대응방안



연구진 정명희 연구위원 mhjyung@jd.re.kr

연구진 양지인 연구위원 sunshine@jd.re.kr

Chapter 1 | 새로운 여가문화코드, 복합쇼핑몰의 부활

Chapter 2 | 전라북도 쇼핑관광 여건

Chapter 3 | 쇼핑관광 육성을 위한 정책동향

Chapter 4 | 전라북도 쇼핑관광 활성화 방안



이슈브리핑 Issue Briefing

전북발전연구원 이슈브리핑 2011년 4월 18일 vol.37

발행처: 전북발전연구원 | 발행인: 원도연

주소: 전북 전주시 완산구 전라감영로 57(중앙동 4가 1) TEL : 063)280-7100 FAX : 063)286-9206

※이슈브리핑에 수록된 내용은 연구진의 견해로서 전라북도의 정책과는 다를 수도 있습니다
※지난 호 이슈브리핑을 홈페이지 (www.jthink.kr)에서도 볼 수 있습니다.

C O N T E N T S

쇼핑관광의 성장과 전라북도 대응방안

Chapter 1 새로운 여가문화코드, 복합쇼핑몰의 부활	
1. 새로운 여가공간으로서 쇼핑공간의 성장	3
2. 관광활동과 쇼핑활동의 결합, 쇼핑관광	4
3. 쇼핑관광의 성장가능성	4
Chapter 2 전라북도 쇼핑관광 여건	
1. 전라북도 내 관광객 소비실태	6
2. 전라북도 쇼핑관광 관련업체 현황	8
Chapter 3 쇼핑관광 육성을 위한 정책동향	9
Chapter 4 전라북도 쇼핑관광 활성화 방안	
1. 제도적 지원정책	12
2. 명품아울렛 등 대규모 복합쇼핑시설 개발	13
3. 쇼핑관광 명소개발(안)	14

Chapter 1

새로운 여가문화코드, 복합쇼핑몰의 부활

1. 새로운 여가공간으로서 쇼핑공간의 성장

- ▶ 쇼핑 뿐만 아니라 오락 등 여가활동을 한꺼번에 즐기려는 소비행태인 몰링(Malling)을 추구하는 소비자들이 증가하면서 쇼핑공간, 특히 대형 복합쇼핑몰이 새로운 여가공간으로 대두되고 있음
 - 쇼핑이 단순한 소비행위에서 즐거운 엔터테인먼트 경험으로 변화함을 의미함
- ▶ 최근 경기도 파주에 개장한 신세계 첼시 프리미엄 아울렛은 개장 4일만에 25만명이라는 대규모의 인파가 몰리면서 복합쇼핑몰에 대한 관심이 집중되고 있음
- ▶ 특히, 프리미엄 아울렛이 3천명 이상의 고용유발효과와 400만명 이상의 관광객 유치를 통해 지역경제 활성화와 청년실업 해소에 기여할 수 있을 것으로 기대됨에 따라 정체기에 있는 지역관광의 새로운 성장모델로 대두되고 있음
- ▶ 신세계 첼시는 이미 '07년에 여주에 25,000㎡의 규모의 프리미엄 아울렛을 개장하여 연간 5,000억원 이상의 매출을 기록하였고 매년 20% 이상 성장하고 있음
- ▶ 롯데그룹은 다양한 테마와 이벤트를 통해 쇼핑과 여가를 한꺼번에 즐길 수 있는 신개념의 쇼핑몰 '이시아폴리스점' 을 대구에 개장하고 "One-Day Life Style" 공간으로 조성할 예정에 있음



〈그림 1〉 파주 첼시 프리미엄 아울렛



〈그림 2〉 이시아폴리스점 조감도

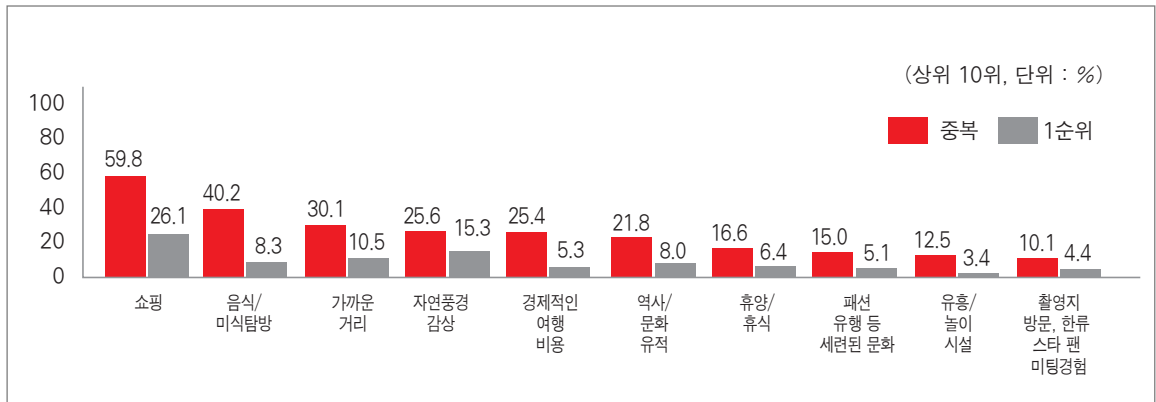
- ▶ 이러한 변화는 쇼핑공간이 쇼핑의 본원적 기능 외에 소비자의 욕구를 충족시키기 위한 부차적 기능을 결합하여 공간소비의 장으로의 전환을 시도한다는 측면에서 장소소비를 전제로 하는 관광활동과 공통점을 가지고 있음

2. 관광활동과 쇼핑활동의 결합, “쇼핑관광”

- ▶ 쇼핑활동은 소비활동으로 경제적 가치를 창출할 뿐만 아니라 관광객에게 색다른 경험을 제공한다는 측면에서 관광활동에서 중요성이 커지고 있음
 - 쇼핑활동은 관광지에서 기념될만한 추억과 관광지 이미지를 전달해 주며, 쇼핑활동 자체가 관광의 주요 목적이 되기도 하고, 쇼핑자원이 역사적·문화적·자연적 관광자원과 함께 관광객 욕구 충족에 중요한 영향을 치는 변수로 작용함
- ▶ 관광객들의 쇼핑활동이 과거에는 관광목적지나 경유과정에서 상품을 구매하는 행위를 의미했으나, 쇼핑활동이 자기를 표현하는 수단으로 인식되면서 쇼핑과 관광활동을 결합한 쇼핑관광이 새로운 관광트렌드로 부각되고 있음
- ▶ 쇼핑관광은 전통적으로 쇼핑을 주된 목적으로 하는 여행을 의미하나, 물건을 구매하는 행위 뿐만 아니라 물건을 구매하기 위하여 돌아다니는 행위까지를 포함함
- ▶ 따라서 쇼핑관광을 쇼핑이 주목적인 관광활동으로 한정하기 보다는 관광지에서 상품 및 서비스를 구매하는 행위를 포함해 관광 과정에서 부수적으로 일어나는 행위까지 포함하여 확대 해석할 필요가 있음

3. 쇼핑관광의 성장 가능성

- ▶ 쇼핑관광시장은 세계적으로 상당히 성숙되어 있으며, 홍콩, 미국, 일본 등 세계 각국이 쇼핑관광활성화를 위해 명품아울렛이나 대형쇼핑몰 유치에 주력하고 있음
 - 홍콩, 싱가포르의 경우 전체 관광수입의 절반이상이 쇼핑 관련 수입임
- ▶ 국민여행실태조사에 의하면 내국인의 해외여행 목적에서도 쇼핑활동은 '07년 24.3%, '08년 23.7%를 차지해 중요변수로 대두되고 있으며, 최근에는 아울렛 쇼핑을 테마로 한 해외 관광상품도 개발되어 판매되고 있음
- ▶ '10년 외래관광객 실태조사결과에 의하면 우리나라를 방문한 외래관광객이 방문 선택 시 최우선으로 고려하는 요소는 “쇼핑(59.8%)”인 것으로 조사됨
 - '08년 44.4% → '09년 56.5% → '10년 59.8%로 지속적 증가 추세



자료: 한국문화관광연구원(2010), 2009 외래관광객실태조사

〈그림 3〉 외래관광객이 한국방문 선택시 중요 고려요인

- ▶ 특히, 방한 중국관광객들이 한국을 찾는 이유를 보면 연령에 따라 약간의 차이가 있으나 쇼핑에 대한 선호도가 가장 높은 것으로 나타나고 있음

〈표 1〉 중국관광객이 한국을 찾는 이유

단위(%)

연령구분	관광지	먹거리	쇼핑	한류체험	시설·서비스
젊은 층	28.4	2.7	52.7	15.5	0.7
장·노년층	30.4	10.5	56.1	2.7	0.3

자료: 대한상공회의소, 2010

- ▶ 소비문화와 여가문화를 결합한 형태의 쇼핑관광은 관광객 전인력이 크고 지역에 미치는 파급효과가 크기 때문에 새로운 관광트렌드로 대두될 것으로 예상됨
- ▶ 정책적으로 쇼핑관광에 주목해야 하는 이유는 여행비용 중 교통비나 숙박비, 음식비 등이 비교적 고정비용인데 반해 쇼핑비용은 유동가능성이 크고 지역경제에 미치는 범위확대와 높은 부가가치 창출을 기대할 수 있다는데 있음
- ▶ 또한 관광산업의 양적성장 뿐 아니라 질적으로 업그레이드 된 이미지 창출을 위해 관광소비 창출과 지역경제 활성화를 유도할 수 있는 산업적 전환으로 쇼핑관광에 대한 정책적 관심이 증대될 것으로 예상됨

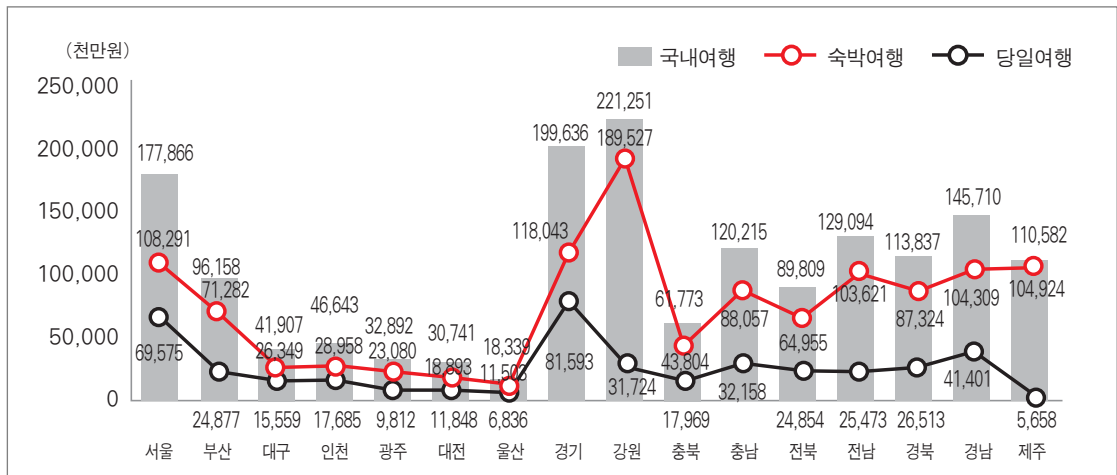
Chapter 2

전라북도 쇼핑관광 여건

1. 전라북도 내 관광객 소비실태

1) 관광소비 규모

- ▶ 국민여행총량의 지속적인 증가에도 불구하고, 1인 평균 국민국내여행 비용은 최근 3년간 감소현상을 보이고 있어 관광산업의 고부가가치화가 국가적 과제로 대두되고 있음
- ▶ 관광객이 '09년 전라북도에서 지출한 비용은 약8,980억원으로 추정되며, 전년(8,460억원) 대비 증가하였으나, 광역시를 제외한 전국 9개 광역자치단체 중 8위에 머물고 있어 관광산업 성장을 통한 관광소비 규모확대가 요구됨('09년 기준 전국관광소비규모: 약 16조 3,645억원)
- ▶ 관광객의 소비규모를 증대시키기 위해서는 관광객 수를 증가시키거나 관광객 1인당 소비액을 증가시키는 방법이 있으며, 단기적으로 관광객 수를 증가시키기에는 한계가 있기 때문에 관광객 소비 금액을 어떻게 증가시킬 것인가에 주목할 필요가 있음



자료: 한국문화관광연구원, 2009 국민여행실태조사(2010)

〈그림 4〉 2009년 방문지역별 국내여행 총 비용

2) 전라북도 관광객 소비실태

- ▶ '11년 전라북도 관광객 실태조사에 의하면 전라북도 관광지를 방문한 관광객의 1인당 소비금액은 전국평균에 비해 낮은 수준이라고 볼 수는 없음
 - ※ 전라북도 관광객 1인당 평균지출비용(당일여행 57,547원, 숙박관광 187,023원)은 '09년 국민여행 1인 평균(당일여행 55,038원, 숙박관광 155,234원)에 비해 높은 수준임
- ▶ 그러나 관광지별 관광객 소비행태나 지출금액에는 많은 차이가 있으며, 특히 교통비나 숙박비 등의 고정비용보다 쇼핑비용에서 많은 차이가 있는 것으로 조사되었음
- ▶ 관광지별 관광객 지출금액은 <표 2>와 같이 왕궁보석테마관광지가 341,789원으로 가장 많은 것으로 나타났으며, 내소사, 무주리조트, 대명리조트, 진안홍삼스파 순으로 나타남
- ▶ 특히, 왕궁보석테마관광지는 관광객들의 쇼핑비만 평균 255,266원으로 전체관광객들의 평균지출금액을 고려할 때 상당히 높은 수준이라 할수 있음

<표 2> 관광객 지출금액 상위 10개 관광지

구분	관광지명(조사장소)	평균 지출금액(원)	해당 시·군
1	왕궁보석테마관광지	341,789	익산
2	내소사	266,062	부안
3	무주리조트	190,138	무주
4	채석강(대명리조트)	172,213	부안
5	진안홍삼스파	156,269	진안
6	필봉전수관	155,370	임실
7	새만금전시관	132,974	부안
8	방화동 휴가촌	118,854	장수
9	치즈마을	101,267	임실
10	익산 미륵사지	88,515	익산

- ▶ 쇼핑 지출비용을 확대하기 위해서는 쇼핑품목을 차별화하고 관광객 쇼핑비율을 증가시키기 위한 정책적 고민이 필요함
- ▶ '10년 새만금 방조제 관광객 실태조사에서 쇼핑에 지출한 관광객 비율은 약 14.4%로 국내관광객의 평균 쇼핑비 지출비율 33.4%('08년 국민여행실태조사)에 비해 낮은 수준으로 조사되었음
- ▶ 전라북도에서 차별화할 수 있는 보석, 홍삼 등 쇼핑품목을 특화시키거나, 쇼핑을 테마로 한 관광상품 개발, 쇼핑정보 제공을 통한 쇼핑기회 확대정책이 필요함

2. 전라북도 쇼핑관광 관련업체 현황

- ▶ 전라북도 내 쇼핑관광 관련 주요시설업체는 재래시장(5일장, 상설시장)이 가장 많고, 할인매장이나 공예공방, 전통주 판매점 등이 있음
- ▶ '08년 기준 전라북도 내 관광사업체는 총 421개로 전국대비 3.5% 수준이며, 관광진흥법상 외국인 전용 관광기념품 판매업은 전무한 실정임(2008년 관광사업체 기초통계조사)
- ▶ 그러나 주요 쇼핑관광시설로 분류되고 있는 면세점, 백화점, 명품아울렛 등 쇼핑 인프라가 매우 미흡하기 때문에 이를 기반으로 한 쇼핑관광 활성화에 어려움이 있다고 판단됨

〈표 3〉 전라북도 내 쇼핑관련 업체현황

	5일장	상설시장	전문상가	백화점	할인매장	면세점	공예/공방	관광 기념품점	특산물 판매점	전통주 판매점	합계
전 국	330	180	168	70	133	23	121	26	42	42	1,093
전라북도	48	13	1	1	10	0	10	4	7	9	103
%	14.5	7.2	0.5	1.4	7.5	0	8.2	15.3	16.7	21.4	9.4

자료: www.visitkrea.or.kr

Chapter 3

쇼핑관광 육성을 위한 정책동향

- ➔ 문화부는 관광객 소비증대를 통한 관광산업의 경쟁력 제고 및 지역 경제활성화를 위하여 “쇼핑관광활성화대책”을 수립하여 추진하고 있음
- ➔ 특히, 외래관광객의 쇼핑활동에 대한 불만사항이 크게 증가함에 따라 쇼핑 품질관리가 관광산업 경쟁력 강화를 위한 주요 과제로 대두됨
 - 외래 관광객 쇼핑관련 불만 접수 현황 '08년 23.6% → '09년 32.5%
- ➔ '09년 “명품 아울렛 관광지화 및 쇼핑 인증제 도입” 대책은 명품 아울렛의 관광지화 지원 및 시내 면세점 제도를 통하여 주요 도시의 쇼핑관광을 활성화하고자 하는데 주 목적이 있음



- ➔ 또한 '10년에는 관광·레저산업 육성방안을 중심으로 고부가가치 관광산업 육성계획을 발표하고, 쇼핑관광 활성화를 위한 세부과제를 도출하였음

1) 코리아 그랜드 세일(Korea Grand Sale) 강화

- ➔ “코리아 그랜드 세일”은 “쇼핑한국”의 이미지를 구축하기 위하여 해외 국가적 세일행사를 벤치마킹한 동북아시아 최대 규모의 쇼핑축제로 육성·강화하고자 하는 정책임
- ➔ 관광업계와 백화점, 쇼핑몰, 아울렛, 면세점 등이 공동으로 가격할인과 프로모션을 추진함으로써 쇼핑관광 목적지로서의 한국 이미지를 제고하고 쇼핑관광 경쟁력을 높임과 동시에 관광소비 극대화를 통한 국내 관광산업 활성화 모색하는데 주안점을 두고 있음
 - 해외여행사, 항공사, 카드사 연계를 통한 공동 홍보 마케팅 계획으로 “한국관광통합이용권(Korea Pass 카드)” 제도 실시

- ▶ '11년 1~2월 실시된 코리아그랜드세일 기간 동안 관광객은 전년 동기 대비 3.7% 증가세를 보인 반면, 관광수입은 32.7% 증가하여 파급효과가 큰 것으로 분석됨
- ▶ 그러나 “2011 코리아 그랜드 세일”은 서울, 부산, 제주 등 대도시를 중심으로 전개되었기 때문에 전북과 같이 쇼핑관광 기반이 부족한 지역관광에는 효과가 크지 않은 것으로 분석됨

2) 사전·사후 면세제도 운영활성화를 통한 쇼핑인프라 확충

- ▶ 시내면세점 설치지역 확대 및 사전·사후 면세제도 운영활성화, 대형 명품아울렛관광지화를 위한 정책 지원방안을 통해 쇼핑인프라를 확충할 계획임
- ▶ 현재 한 곳만 운영하고 있는 인천공항 환급 창구를 추가로 설치하여 외래관광객 쇼핑에 대한 세금환급의 편리성을 제고함
 - 세금환급(tax refund)과 대중교통 할인기능을 결합한 외국인 관광객 전용카드를(여행협회·카드사 공동) 도입하여 출국시 카드만으로 환급처리
- ▶ 특히, 대구·여수 등 국제행사 지역에 사전면세점 설치근거를 마련함으로써 외래관광객을 중심으로 쇼핑환경을 적극 개선할 계획임

보세판매장운영에 관한 고시 일부 개정
 [관세청고시 제2010-106호, 2010. 7. 16]

「보세판매장운영에 관한 고시」를 다음과 같이 개정한다.

제6조 제7항 중 "제1항 내지 제6항 및 제4조제2항"을 "제4조제2항 및 제6조의3제 항"으로 하고, 같은 항 제2호 중 "대규모 국제경기 또는 국제회의시 동 대회 또는 회의기간"을 "올림픽·세계공인박람회 및 세계육상선수권대회 등 대규모 국제행사기간"으로 한다.

- ▶ 상기 법률에 의거 대구 시내면세점이 '11년 4~5월 중 개장할 예정임. 시내면세점으로는 10여년만의 신규허가이며 연간 700억~800억원대의 연매출이 예상되기 때문에 사업자간 경쟁이 치열한 상태임

3) 쇼핑만족도 제고를 위한 쇼핑인증제 도입

- ▶ 외국인 관광객의 쇼핑 신뢰도 제고 및 쇼핑목적지로서의 이미지 구축을 위한 쇼핑인증제를 도입하고 '10년 서울과 부산의 외래관광객 방문지역을 중심으로 120개 업소를 지정하여 시범운영 중에 있음
- ▶ 쇼핑인증제는 '11~'12년에 전국 관광특구와 쇼핑점을 대상으로 인증업체대상 및 범위를 500개로 확대 운영하며, '13년부터 전면 시행할 예정임
- ▶ 쇼핑인증제인 '1st(퍼스트)' 제도는 정부가 가격과 품질, 서비스 면에서 우수한 업소를 인증하는 제도로 관련분야 전문가들이 상품특성, 매장환경, 가격, 종사원서비스, 부가서비스 등에 중점을 두고 평가를 통해 인증되고 있음

Chapter 4

전라북도 쇼핑관광 활성화 방안

1. 제도적 지원정책

1) 전라북도 쇼핑인증제 도입

- ▶ 경제적 가치창출 뿐만 아니라 관광경험의 만족도 측면에서 쇼핑에 대한 중요성이 커지고 있는 만큼 쇼핑인증제도와 같은 실효성 있는 제도장치가 필요함
- ▶ 관광산업이 고도화되면서 국가 및 지역 단위에서 여행업과 관광숙박업을 대상으로 사회적으로 책임있는 관광의 기준을 제시하는 인증제도가 도입되고 있음
 - 우수 증거가 숙박시설 인증제도인 “굿스테이 인증제도”, 여행상품의 품질을 인증하는 “우수여행상품인증제” 등이 대표적이라 할 수 있음
- ▶ 쇼핑인증제는 관광지에서 쇼핑에 대한 소비자의 신뢰도 향상, 바가지 요금에 대한 불안감 해소, 소비자 만족도 제고 등 쇼핑의 질적향상을 위한 제도적 장치임
- ▶ 문화부에서 외래관광객 대상 여행상품과 쇼핑의 수준을 일정하게 유지하여 관광객 만족도 제고를 정책적 목표로 쇼핑인증제도를 시행하고 있으나, 단기적으로는 관광특구 및 대도시를 대상으로 하고 있어 전라북도에 적용 가능성이 낮음
- ▶ 전라북도 쇼핑관광의 품질을 보증해 줄 수 있는 쇼핑인증제도 또는 관광객의 쇼핑불만족 사항에 대해 공공에서 책임보상제도 등에 대한 적극적 검토가 요구됨

2) “관광객 면세특구”지정 건의

- ▶ 문화부의 쇼핑관광 활성화 정책이 대부분 대도시권과 대규모 국제행사지역 등 특정지역에 한정되어 있어 기타 지역관광 활성화에는 크게 도움이 되지 않음
 - 특히, 대형 명품아울렛의 관광지화를 통한 쇼핑인프라 구축방안, 대구·여수 등의 국제행사지역 등 사전면세점 설치가 특정지역에만 한정되어 있음
- ▶ 지역관광경쟁력을 강화하기 위해서는 향토산업을 기반으로 한 “시내면세점 확대” 및 “관광객 면세특구 지정”을 건의할 필요가 있음
 - 면세특구는 수입물품인 경우 관세와 부가가치세, 특별소비세 등을 면세, 국내물품에도 부가세와

특소세 등을 면세(Tax Free) 하는 제도이며 제주도는 섬 전역의 “관광객 면세특구” 지정을 추진하고 있음

- ▶ 장기적인 측면에서는 전라북도에서 세계공인박람회 또는 올림픽 등을 유치하여 대규모 국제행사와 연계한 보세구역에 지정하는 것이 바람직하나, 새만금의 특수성과 국가관광산업의 경쟁력강화를 위한 전략적 차원에서 별도의 면세특구 지정을 적극 검토·건의할 필요가 있음

〈제주도 시내 내국인 면세점〉

- 제주국제컨벤션센터에 조성된 내국인 면세점(매장면적 2059㎡)은 제주관광공사가 '09년에 국세청으로부터 설 영특허를 받아 개발 운영 중이며, 내국인 면세점은 17~20%의 관광객 유인효과를 가지는 것으로 분석되고 있음
- 내·외국인을 포함하여 공항과 항만을 이용한 방문객이 이용할 수 있으며, 내국인은 1회 40만원까지 연 6회 이용가능
- 개장 후 1년간 총매출은 266억 원 고용창출 300명의 효과가 있는 것으로 분석되고 있으며, 면세점의 수익금은 제주도 통합 관광마케팅의 재원으로 활용



2. 명품아울렛 등 대규모 복합쇼핑시설 개발

- ▶ 전라북도에 쇼핑목적의 관광객을 유치하기 위해서는 일차적으로 관광객들이 쇼핑할 수 있는 대표적인 쇼핑공간 개발이 필요함
- ▶ 국민소득 2만불 시대의 도래와 명품시장 규모확대, 명품시장 세분화 등 트렌드와 시설의 파급력을 감안할 때 명품아울렛과 같은 물리적 시설개발은 새로운 여가공간의 창출과 관광객 소비증대 측면에서 매우 중요함
- ▶ 쇼핑아울렛은 쇼핑관광이 하나의 트렌드로 자리 잡으면서 명품구매를 목적으로 하는 관광객을 끌어들이는 전통적인 “관광형 쇼핑” 사업 중 하나임
 - 프리미엄 아울렛은 럭셔리 브랜드 재고나 이월상품 등의 잔품처리 목적으로 브랜드 제품을 30~70% 할인판매하는 곳으로, 쇼핑을 목적으로 한 내·외국인의 관광수요 흡수에 영향력이 큰 것으로 알려져 있음

- ▶ 쇼핑아울렛의 입지결정요인은 토지가격과 접근성, 유동인구 등이며, 특히 유동인구는 800만~1,000만명, 관광지 근처는 500만~600만 명이상이 되어야 하기 때문에 전라북도와 같은 지역단위에서는 개장 가능성이 낮다고 볼 수 있음
- ▶ 그러나 전라북도 관광산업은 새만금 방조제 개통을 기점으로 새로운 전환점을 맞이하고 있으며, 황해권을 중심으로 한 동북아 관광의 전략적 기지로 성장하기 위해서는 대형 명품아울렛과 같은 매력적 아이템도입이 반드시 필요한 실정임
- ▶ 새만금 지역에서 관광산업의 중요성을 감안할 때 선도사업으로 추진하고 있는 게이트웨이나 메가리조트 중에 명품아울렛을 중심으로 한 보세판매장 허가가 선행될 필요가 있음



3. 쇼핑관광 명소개발(안)

- ▶ 명품아울렛과 같은 쇼핑시설은 민자유치가 선행되어야 하기 때문에 단기적으로 공공에서 추진하기에 한계가 있음. 그러나 지역 향토산업 특성을 살린 쇼핑관광 명소개발 및 이를 연계한 관광상품화는 정책적으로 단기에 추진할 필요가 있음
- ▶ '11년 전라북도 관광실태조사에서 관광객 소비가 높은 상위 5개 관광지 중 리조트(내소사 포함)를 제외한 '익산 보석테마관광지'와 '진안 홍삼스파'는 쇼핑관광 명소로 개발 가능성이 높음

1) 익산 보석테마관광지

- ▶ 익산시민과 외지인들에게 익산시는 “보석”의 이미지가 강하게 남아있는데, 1976년 귀금속·보석 가공단지가 조성되면서 전국에 산재해 있는 귀금속·보석 제조업체들이 집적화되고 관련 산업들이 급성장하면서 이미지가 생성됨
- ▶ 보석수입의 자유화와 새로운 집적지가 등장하면서 경쟁력이 상실되기는 했으나, 여전히 익산에 보석

이미지가 강하게 남아 있으며 귀금속·보석클러스터(주얼펠리스, 가공단지 등)를 연계한 관광벨트를 조성하고 있음

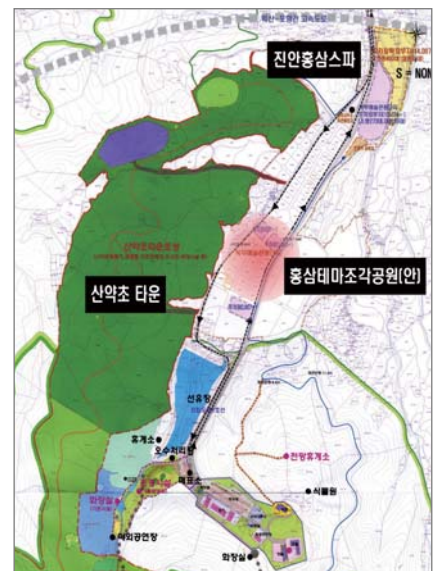
- 왕궁보석테마관광지, 귀금속·보석판매센터, 보석축제 등을 추진하고 있으나 관광객 유치효과는 아직 부족한 실정임

- ▶ 왕궁보석테마관광지는 보석박물관 및 보석판매센터가 입지해 있어 관광객의 소비규모가 큰 편이며, 보석을 테마로 한 KTX 관광상품 및 단체관광버스 코스로 개발가능성이 높음
- ▶ 보석을 테마로 쇼핑관광의 명소로 성장하기 위해서는 ① 보석가공단지와 연계하여 단순판매 뿐만 아니라 보석세공, 세팅, 보수 등 관련 산업과의 연계화 ② 방문객들이 소비와 함께 “즐거운 추억”을 만들 수 있는 즐길거리 개발을 통한 복합쇼핑몰로의 확대 개발 등이 보완될 필요가 있음



2) 진안홍삼스파 + 홍삼약재 판매

- ▶ 진안은 인삼, 홍삼, 전통약재 생산의 중심지로서 전국 인삼의 단일 최대 생산지역으로 전국의 9%, 전북의 44.5%를 생산하고 있으며 장뇌삼 재배면적이 전국의 25% 수준임(농림수산식품부, 2008)
- ▶ 진안홍삼스파는 현재 온천을 중심으로 한 단일시설이기 때문에 쇼핑기능을 확장하는데는 한계가 있음
- ▶ 그러나 홍삼한방타운 및 산약초 타운과 인접해 있어 홍삼과 인삼을 주제로 한 다양한 체험과 특산품 판매를 연계한 쇼핑관광의 거점으로서 잠재력을 가지고 있음
- ▶ 북부예술관광단지를 중심으로 인삼 및 홍삼을 테마 조각공원을 조성함으로써 체험, 쇼핑, 문화가 결합된 복합쇼핑공간으로 확장이 필요하다고 보여짐



- ▶ 익산보석테마관광지와 진안홍삼스파는 단일 관광목적지라도 경쟁력이 있지만 부가가치 창출과 시너지 효과 극대화를 위해서는 연계하여 관광상품으로 개발할 필요가 있음
- ▶ 본격적인 새만금 관광시장의 개막과 방한 중국관광객의 성장추세를 감안할 때 장기적 관점에서 중국 관광시장을 타겟으로 한 관광매력물을 개발할 필요가 있음
- ▶ 특히, '12년 “전북방문의 해”를 앞두고 “보석과 홍삼”을 연계한 쇼핑관광코스는 전라북도의 대표 관광 상품으로 발전가능성이 크며 지역경제에 기여할 수 있을 것으로 기대됨

〈참고문헌〉

문화체육관광부 (2011). 2011년 관광산업정책 대국민 업무보고
산업연구원 (2011). 익산 귀금속 · 보석산업의 고도화 전략수립 및 타당성 조사
전북발전연구원 (2011). 전북관광 2020 비전과 목표
한국문화관광연구원 (2010). 2009 국민여행실태조사
한국문화관광연구원 (2010). 2009 해외여행실태조사
www.visitkorea.or.kr(한국관광공사)