

I . 과업의 개요

1. 연구의 배경 및 목적

1) 연구의 배경 및 필요성

■ 연구 배경

- Cruise Market Watch(2020)에 따르면 세계 크루즈의 연간 이용객 수는 2019년에 3천만 명을 돌파하였고, 2009년부터 2019년 동안 지속적으로 증가하여 연평균 6.63%의 높은 성장률을 기록하였다. 이러한 성장세는 2027년까지 꾸준히 이어져 3,957만 명까지 증가할 것으로 예측됨(ACLN: Asia Cruise Leader Network, 2020).
- 2018년 아시아지역 크루즈 이용객 수(CLIA 기준)는 약 424만명으로, 2014~2017년 중 중국을 중심으로 급증한 뒤 2018년부터 성장세가 다소 둔화하였으며 아시아지역 크루즈 운항지역 중 동아시아 지역이 59.0%로 가장 높았고 동남아시아(34.4%), 남아시아(6.6%)순으로 나타남.
- 크루즈선을 이용하여 우리나라로 입국하는 외국인인 2015년 이후 국내 크루즈선의 입항실적은 전국 9개 항만인 부산, 제주, 인천, 울산, 속초, 여수, 마산, 포항, 동해항의 순으로 나타났다(해양수산부, 2020). 2015년 국내 크루즈는 기항항 중심으로 급격히 성장하여 2016년 226만명을 기록함.
- 2017년 사드 사태로 인해 중국발 크루즈가 국내 기항을 전면 중단함에 따라 국내 크루즈선 입항 및 크루즈관광객 유치 인원은 50만명으로 감소하였으며(해양수산부, 2020) 2019년에는 관계 기관 합동 Port-Sales*를 확대하여 중국발을 제외한 크루즈 기항 관광객은 '19년 약 27만 명으로 전년 대비 32% 증가하였음.
- 그러나 2019년 12월 발생한 COVID-19로 인해 크루즈관광은 전례 없는 어려움을 겪게 되었는데 COVID-19가 전 세계로 확산됨에 따라, 2020년 3월 12일 세계보건기구(WHO: World Health Organization, 2020)는 팬데믹(Pandemic)을 선언하였으며 (WHO, 2020a). 유엔세계관광기구(UNWTO: United Nations World Tourism

Organization, 2020)에 따르면 COVID-19로 인해, 국제 관광객 수는 10억 명이 감소하였고, 국제 관광수입 역시 1조 3천억 달러 이상의 손실이 발생되었음.

- 한편 2020년 1월 20일 요코하마항을 출발한 다이아몬드 프린세스호(Diamond Princess)의 일본 프린세스 크루즈 COVID-19 사건 이후 2020년 4월 미국 질병통제예방센터(CDC:Centers for Disease Control and Prevention)는 모든 크루즈에 대해 무기한 항해금지 명령을 내렸으며, 이후 다른 나라들의 잇따른 입항금지에 대부분의 크루즈 선사들은 운영을 전면 중단하였음(CLIA: Cruise Lines International Association, 2020).
- 특히 크루즈관광은 대규모의 승객들과 승무원이 밀폐된 내부 공간에서 선내 프로그램을 중심으로 관광활동을 하는 여행형태로 다양한 나라를 방문하기 때문에 바이러스 발생시 이를 방역하기가 어려운 특징이 있어서(Liu & Chang, 2020) 크루즈 관광의 피해는 다른 관광형태에 비해 더욱 큰 것으로 예상됨(유다중·김창수, 2021).
- 반면 크루즈 관광객 4,600명 대상 조사 결과, 응답자의 75%가 코로나 사태가 진정되면 다시 크루즈관광에 나설 것이라고 응답(CruiseCritic.com)하였으며 ‘21년 출항 크루즈 상품 예약이 전년 동기(3월 이후) 대비 40% 증가, 이 중에서 11%만 금년도 예약 취소자이고 나머지는 신규 예약자(LA타임스)로서 크루즈관광 대기 수요와 ‘20년 취소자들의 재예약 등으로 ’21년 크루즈관광객은 증가할 것으로 예상됨.
- 또한 크루즈 체험단 운영 및 TV방송, 보도자료 배포 등 홍보 강화의 영향으로 국내 출발 크루즈관광에 대한 수요가 증가 (‘16년 1.1만→’17년 1.5만→’18년 1.6만→’19년 3.5만)하고 있으며 COVID-19로 인해 전면 중단되었던 국내 크루즈 입항이 10월 24일부터 재개되면서 국내 크루즈시장에 대한 관심 증가도 예상됨.
- 관광패턴이 내륙관광 위주에서 해양레저관광으로 변하고 있으며 이에 따라 크루즈 이용객이 증가하는 추세에 있음(부산발전연구원 2013). 연안지역의 관광객 방문이 지속적으로 증가하고 있으며, 향후 국내 관광활동인구의 50%를 상회할 것으로 전망됨(KMI, 2014).
- 한편, 포항에서는 2019년말 포항~블라디보스톡 간 시범운항이 성황리에 실시되고 2020년 중 국제여객부두가 완공되는 등 크루즈산업 활성화에 대한 기대감이 조성되고 있으며 2019년 지정된 ‘영일만 관광특구’사업과 연계될 경우 지역의 새로운 성장동력이 될 것으로 기대됨.
- 포항시는 환동해 거점도시로서 해양관광 인프라인 국제여객부두를 기반으로 환동해권 크루즈 및 페리 항로 개발을 추진하고 있으며(경상북도, 2019) 포항 영일만항에는 2020년 5만톤급 크루즈선이 접안 가능한 국제여객부두가 완공됨.

- 포항은 포스코역사관(산업견학시설), 영일대해수욕장, 포항운하, 오어사, 장기유배마을, 칠포리 암각화 유적 등 역사성을 띤 다수 관광문화유산을 가지고 있을 뿐만 아니라 KTX로의 환승이 30분 내외로 가능하여 국내 주요 지역으로 이동이 비교적 용이하여 경북 환동해 해안권 주변 지역과 연계한 크루즈상품 개발이 가능함.
- 포항은 대표적 도심 크루즈인 포항운하크루즈를 사회적기업 형태로 설립하여 죽도시장과 영산강, 포스코 등 지역 특수성을 살린 관광상품으로 발전시켰고, 2017년부터는 관광유람선인 ‘리브크루저’와 ‘영일만크루즈’를 운영하였음. 비록 관광유람선의 운항은 2년 만에 중단하였지만 동해안 연안 관광유람선의 잠재력을 확인하는 계기가 되었음.
- 2019년 12월에 시작된 COVID-19 감염병으로 인한 사회적 거리두기에 따라 관광에 대한 욕구가 억눌려 왔으나 최근 사회적 거리두기 해제 조치에 따라 관광 재개 움직임이 가시화되고 있음.
- 장기화된 코로나 팬데믹 기간 동안 주요 관광 활동의 변화는 야외 및 청정 지역 관광지에 대한 국민들의 관심을 증가시키고 있으며 해양을 기반으로 한 여행 수요가 증가하고 있어서 경북지역 해상공관 발전에 기회가 될 것임.

■ 연구 필요성

- 크루즈산업은 기술, 자본, 노동집약적 산업으로 크루즈 입항 시 지출되는 선박용품 구입, 각종 시설 및 항만 이용비, 승무원과 승객들의 육상 지출비용 등과 같은 부가가치 창출효과가 매우 높아 세계의 해양 강국은 크루즈산업을 미래의 핵심산업으로 주목하고 있음(최용훈, 2008).
- 크루즈 입항 유치는 조선, 서비스, 관광 등 산업 간의 연쇄적인 경제적 파급효과를 발생시켜 다양한 일자리 창출 및 지역경제 활성화에 직접적인 도움을 줄 수 있음(진영재, 2018).
- 2019년 국민여행실태조사에 따르면 경북은 17개 시·도 중 10위를 차지하여 과거에 비해 관광객 방문비율이 떨어지고 있으며 외국인 관광객 유치 노력에도 불구하고 경북을 찾는 외래관광객은 3% 수준에 머물고 있어서 경북지역 관광산업 육성을 통한 지역적 위상을 높일 필요가 있음.
- 또한 포항의 부족한 인프라를 보완하고 크루즈관광객 유치를 위한 매력도를 높이기 위해 포항에서 1시간 이내이며 세계문화유산을 비롯한 다양한 문화유산을 보유한 경주를 비롯한 영덕, 울릉, 울진과 같은 주변 지역 연계하여 차별화된 상품개발이 요구됨.
- 경북 동해안 지역은 1만 5,200km에 이르는 해안선과 3,300여개가 넘는 섬, 그리고 350여개에 이르는 해수욕장 등 풍부한 자연 인프라를 바탕으로 최근 급성장하고 있는 해양레저스포츠 수요를 충족시킬 수 있는 충분한 잠재력을 가지고 있으며 이로 인한 고용효과, 부가가치 창출 등 지역경제 기여효과는 매우 높을 것임.
- 경북 동해안 지역은 청정해역과 역사문화유적, 온천 및 산악자원, 울릉도와 독도 등 다양한 관광자원들이 조화를 이루고 있는 해양관광자원의 보고로서 해양관광상품 개발의 잠재력과 경쟁력을 보유하고 있음.
- COVID-19 이후 전 세계적으로 여행에 대한 수요가 급증하고 있으며 크루즈관광에 대한 수요도 서서히 증가하고 있을 뿐 아니라 최근 국내 크루즈관광 시장도 재개되어 향후 크루즈관광에 대한 수요에 대응하기 위한 전략이 필요함.
- 국내 크루즈산업은 국내를 모항으로 운영하는 국적 크루즈가 없기 때문에 외국관광객 유치에 초점이 맞춰져 있으며 크루즈산업 발전을 위해서는 연안크루즈 활성화를 통한 크루즈 수요 환기 필요함.
- COVID-19 이후 크루즈 시장은 중소형 중심으로 변화하고 연안크루즈는 해양 크루

즈에 비해 상대적으로 선박의 크기가 작지만 방문 빈도 증가, 체류시간 증대, 기항지 체험활동 프로그램 확대 등을 통해 지역경제 활성화에 기여할 수 있음.

- 그러나 크루즈여행에 대한 위험 지각도는 52%로 일반 여행 27%보다 현저하게 높아서 여전히 크루즈여행에 대한 심리적 우려도가 높은 것으로 나타나서 안전성 확보를 위한 정책 수립 및 홍보를 통한 크루즈 여행 안전에 대한 인식 전환이 요구됨.
- COVID-19를 계기로 관광 트렌드가 변화하고 있으며 관광소비를 비롯한 전체 소비시장을 주도하는 MZ세대의 관광트렌드가 빠르게 변화하고 있어서 이에 대응하기 위한 새로운 콘텐츠가 필요함.
- COVID-19에 따른 사회적 거리두기 조치 해제 이후 증가하고 있는 관광의 수요와 야외 및 청정 관광지에 대한 국민들의 관심 증가에 대응할 전략이 필요함.
- 경북 지역 관광에서 가장 불편한 부문이 관광 교통시스템으로 나타나서 관광 모빌리티를 향상하여 경북 지역내 이동편의성과 접근성을 개선하고 경북 지역내 체류기간을 연장하기 위한 다양한 체험관광상품 개발이 요구됨.
- 경북 동해안 연안 5개 시.군을 연결하는 해상관광 및 각 시.군의 관광자원을 활용한 해상관광 콘텐츠 개발을 통해 해양관광을 활성화할 필요가 있음.

2) 연구의 목적

- '22년 해수부에서 발표한 해양레저관광 활성화 방안에 따라 COVID-19로 인한 사회적 거리두기 해제 이후 다양한 해양레저 관광 활성화 정책을 본격적으로 추진하고자 함.
- 경북지역 관광의 미래를 위하여 육상관광 중심이었던 기존의 관광정책들과 달리 해양을 중심으로 관광정책을 수립하기 위한 관점의 변화를 가져오하고자 함.
- 경북지역은 해양을 기반으로 한 관광자원의 높은 잠재력을 가지고 있으나 비해 서해안이나 남해안 등에 비해 해상관광이 다양하지 못하고 낮은 사업성으로 인해 해상관광 및 해양관광 관련 사업에 대한 투자가 미약하여 이에 대한 개선을 하고자 함.
- 포항 죽도시장, 동빈내항, 스페이스워크 등 기존 관광자원과 호미곶 해양정원, 감포

선부역사공원 등 장래 조성 예정인 관광자원을 연계한 해상관광 활성화 방안을 검토하고자 함.

- 현재 지정 추진 중인 경주 감포항을 비롯한 경북 연안 시.군(포항, 경주, 영덕, 울진, 울릉)을 연결하는 연안크루즈 루트를 개발하고 나아가 인천, 부산, 울산, 강원 등 광역 시.도와 연계한 연안크루즈 항로 개발 및 사업 추진 기본 구상에 기여하고자 함.
- 운하관, 동빈내항, 죽도시장, 여남항 등 주요 관광지를 유람선으로 연결하여 관광객 유치 및 해상교통망으로 활용하고 '23년 12월 준공 예정인 포항영일만항 국제여객 터미널로 국제 크루즈 입항시 관광지 연결 방안을 제시하고자 함.
- 후포마리나 준공('22. 7)과 형산강 마리나 준공('22. 12)에 따른 마리나 거점 해상관광과 인근지역 해양관광자원을 포함한 해양관광 프로그램을 개발하고 이를 위한 모빌리티 연계 방안을 제시하고자 함.

2. 연구의 방법론 및 프로세스

1) 연구 범위

- 시간적 범위 : 기준 년도 2022년
- 공간적 범위 : 경상북도 해상 및 5개 지역 관광지
- 내용적 범위
 - : 해상관광교통 현황 및 동향 분석
 - : 해양관광 현황 및 동향 분석
 - : 경북 동해안 연안크루즈 운영 노선 개발 및 경제성 분석
 - : 경북 포항시 해상교통망 구축 및 해상관광 활성화 방안
 - : 경북 마리나 거점을 활용한 해양관광 활성화 방안
 - : 해상관광 연계 관광상품개발 등 향후 활용 방안

2) 연구 방법

- 경북 환동해 해상관광 활성화 기본 구상 제시를 위한 기본적 이론으로서 해상관광 및 해상관광교통에 대한 개념을 정의함.
- 국내외 해상관광 현황 및 동향, 국내외 해양관광 현황 및 동향, 경북 마리니 현황 및 시장여건 분석, 경북 관광자원 및 상품 현황 등을 분석하였음. 이를 위해 문헌 조사 및 현장답사를 실시하였음.
- 경북 환동해 연안 크루즈 운영 노선 개발을 위하여 연안 크루즈 관련 정책 및 법률 검토하고 포항, 경주, 영덕, 울진, 울릉 5개 시군을 포함하는 운항항로를 개발 및 수익성 분석을 실시함.
- 경북 포항시 해상관광을 활성화하기 위하여 주요 유람선 노선 연결 구상을 통한 해상교통망을 구축하고 해상교통망을 연결한 국제 크루즈 기항지 관광상품 및 마리나 거점을 활용한 해양관광 프로그램을 개발함..
- 경북 해상관광 연계 관광상품 및 해상관광컨텐츠 개발을 위하여 포항, 경주, 영덕, 울진, 울릉 5개 시군의 관광자원 현황 분석 및 관광지 현장 답사를 실시하였음.

3) 연구 수행 프로세스

- 경북 환동해 해상관광 활성화 방안을 도출하기 위한 본 연구의 프로세스는 과업수행 준비 단계, 과업수행 단계, 과업 마무리 단계의 순으로 진행될 것임.
- 과업수행 준비 단계에서는 과업의 의의 및 목적을 파악하고 해상관광 및 해양관광에 대한 이론적 배경을 위한 문헌조사, 해상관광 현황 및 동향 분석, 해양관광 현황 및 동향 분석 등 과업 수행을 위한 실행 계획을 수립함.
- 과업수행 단계에서는 본 과업의 수행 프로세스에 입각하여 과업의 결과 도출을 위한 연안크루즈 관련 정책 및 법률 검토, 경북 동해안 연안크루즈 사업 추진을 위한 운항항로 개발, 사업의 지역경제 기여 효과 분석, 해상교통망 구축을 위한 유람선 노선 개발 및 기항지 관광상품 개발, 경북 마리나 거점 활용 해상관광 및 해양관광 프로그램 개발 방안, 지역 연계 해양관광 프로그램 개발 및 해상관광컨텐츠 개발 방안 등을 제시함.
- 과업 마무리 단계에서는 관련 사례 조사 및 분석 결과와 경북 환동해 해상관광 활

성화 방안에 대한 연구진의 자체평가, 중간 보고 및 전문가 자문 등을 거쳐 내용을 보완하고 수정함.

3. 연구의 기대 효과

- 장기화된 코로나 팬데믹으로 인한 사회적 거리두기 해제 이후 가시화 되고 있는 관광 수요 증가에 적극 대응하고 야외 및 야외 및 청정 관광지에 대한 국민들의 관심을 주도할 수 있을 것으로 기대함.
- 국민들의 다양한 해상관광 활동에 대한 요구를 수용하고 경북지역의 해상관광 및 해양관광자원 발굴 및 개발을 통한 지역경제 활성화에 기여할 것임.
- 경북지역 해상관광 및 해양관광 잠재력 발굴과 활용 방안을 제시함으로써 육상관광 중심이었던 기존의 관광정책의 관점에서 벗어나 해양을 중심으로 관광정책을 수립하기 위한 관점의 변화를 꾀할 수 있을 것으로 기대함.
- 경북지역이 가진 해상관광 및 해양관광 잠재력에 비해 낮은 사업성을 경북 연안 시.군(포항, 경주, 영덕, 울진, 울릉)을 연결하는 연안크루즈 루트 개발과 관련 관광 콘텐츠 개발을 통해 개선할 수 있음.
- 점차 증가하고 있는 해양을 기반으로 한 관광수요와 미래의 해양관광 행태 변화를 예측하고 기존의 해양관광 활동 이외 새로운 해상관광 및 해양관광 콘텐츠를 제시하여 해양관광의 변화를 선도할 것으로 기대함.
- 경북지역 내 5개 시.군을 연계한 관광 콘텐츠 개발을 통해 해상에서 체류하는 기간을 연장함으로써 경북지역 해상관광이 경유형 관광에서 체류형 관광으로 변화할 것으로 기대함.

4. 용어의 정의

- ‘해상관광’은 선박에 의한 특별한 서비스 활동이며 해상관광에는 해상에 있는 해변, 해빙, 피요르드, 산, 섬 등 매력적인 풍경들이 관련 영역으로써 해상관광은 국내의

섬을 관광하는 부분과 해외의 각 나라를 방문하는 크루즈관광을 포함함.

- ‘해상교통’은 해상에서 선박을 이용하여 사람·화물을 운송하고 그 대가로 운임을 받는 상행위를 말하며 해상교통은 해운법상 해상여객운송사업으로 운행하고 있는데 해상여객운송사업은 해상에서 여객선으로 사람 또는 사람과 물건을 운송하는 사업
- ‘관광유람선’은 선내에 객실, 식당, 스포츠·레크레이션 시설 등 관광객의 편의를 위한 각종 서비스시설과 부대시설을 갖추고 순수한 관광활동을 목적으로 관광자원이 수려한 지역을 순회하며 안전하게 운항하는 선박을 말함.
- ‘크루즈업’은 관광진흥법상 「해운법」에 따른 순항 여객운송사업이나 복합 해상여객운송사업의 면허를 받은 자가 해당 선박 안에 숙박시설, 위락시설 등 편의시설을 갖춘 선박을 이용하여 관광객에게 관광을 할 수 있도록 하는 업으로 정의함.
- ‘해양관광’은 일상생활을 벗어나 변화를 추구하기 위한 행위로서 해양과 연안에 접한 단위 지역사회에서 일어나는 관광목적의 활동이며 직·간접적으로 해양공간에 의존하거나 연관된 활동임
- ‘해양레저관광’은 해양수산물발전기본법에서 국민의 건강 휴양 및 정서생활 향상을 위해 해양과 연안에서 이루어지는 관광활동과 해양 레저 스포츠 활동으로 정의함.
- ‘마리나’는 해변의 산책길이라는 의미의 라틴어에서 유래하였으며 주로 부유층이 레저용 보트를 즐기는 시설을 지칭하였으나 소득증가와 생활수준 향상에 따라 레저 수요가 다양해짐에 따라 레저용 선박을 정박하는 기능뿐만 아니라 숙박시설, 레스토랑, 보트 판매, 관광, 쇼핑, 수리, 정비, 클럽하우스 등 다양한 기능의 시설을 의미함
- ‘연안크루즈’는 해운법에 따른 순항여객운송사업이나 복합해상여객운송사업의 면허를 받은 자가 최소 2,000톤 이상의 선박 안에 숙박시설, 위락시설 등 편의시설을 갖추고 국내 연안을 운항하며 관광객에게 관광을 할 수 있도록 하는 크루즈라 할 수 있음(김종남·진영재, 2011, 최윤석·김종남, 2020)

Ⅱ. 해상관광의 현황 및 동향

1. 해상관광과 해상관광교통

1) 해상관광의 개념

- 해상관광(maritime tour)은 해양관광(marine tourism)의 공간적 범위내 속해져 있음
- 해양관광의 공간적 범위 중 해양은 해변, 해상, 해중 및 해저를 포함하는 것이고, 도서지역 또한 해양 내의 육지이므로 해양관광의 범위에 속함.
- 해변의 범위는 해양관광이 일어나는 어촌 등 일의적으로 설정하는 것은 어렵지만 통상 해양환경이 직·간접적으로 영향을 미치는 영역으로 정의됨.
- 해상관광을 선박에 의한 특별한 서비스 활동이라고 하며 해상관광에는 국·내외의 해상에 있는 해변, 해빙, 피요르드, 산, 섬 등의 매력적인 풍경들이 포함됨(Mihail N. Diakomihalis, 2007).
- 해상관광은 선박 내에 더 많은 레저와 오락시설을 갖추고 항해하는 크루즈 관광과 공통의 관계를 갖고 있으며 이러한 측면에서 크루즈관광이라고도 볼 수 있음(Mihail N. Diakomihalis, 2007).
- 하지만 우리나라의 입장에서는 크루즈 관광이 최근의 관심사항이며 초기에 불과하기 때문에 해상관광을 국내의 섬을 관광하는 부분과 해외의 각 나라를 방문하는 크루즈관광을 모두 포함하여 받아들여지기도 함.
- 우리나라의 해상관광은 국내 해상의 다양한 섬들을 방문하는 프로그램으로 이루어져 있으며 최근에는 크루즈관광이 특별관심관광으로 증가하고 있음.
- 해상관광은 전통적으로 각 국가에서 섬 관광 개념이 일반적이고, 크루즈의 개념은 최근에 전 세계적으로 유의적인 수요증가를 보이고 있음.
- 우리나라는 크루즈관광이 시작에 불과하여 그 환경이 아직 부족하므로 관광객들이 크루즈관광에 대하여 직접적인 참여 보다는 어떠한 것인가에 궁금증을 가지고 있기 때문에, 공급자인 회사의 입장에서는 관심을 갖게 하는 소비자 트렌드를 분석하

여 대책에 초점을 맞추는 연구가 필요함(황옥선, 2017).

2) 해상공관의 발전

- 우리나라의 해상공관은 1968년 12월 한려해상국립공원이 지정되고 1969년 태종대와 대천해수욕장이 관광지로 지정되면서 발달하기 시작.
- 1978년 태안해안국립공원, 1981년 다도해상국립공원이 추가로 지정되어 해상공관개발의 도입기를 맞이함.
- 법적·제도적인 측면에서 보면 1997년 한국해양수산개발원법이 제정되고 해양수산개발원이 설립되었으며 1999년 농어촌정비법 및 농어촌발전특별법이 제정되어 해상공관의 발전기를 맞이함.
- 2002년 해양수산발전기본법이 제정되어 해양수산부가 한국의 해양문화(해양수산부, 2002)를 조사하고 해양관광진흥기본계획(해양수산부, 2003)을 수립하였으며 해양관광진흥세부실천계획(해양수산부, 2004)을 세워 실행하면서 해상공관개발은 확대됨.

3) 해상공관교통

- 해상교통(marine transportation) 또는 해운(shipping)이라함은 해상에서 선박을 이용하여 사람·화물을 운송하고 그 대가로 운임을 받는 상행위를 말함.
- 이 중에서도 해상교통은 다극화시대에 살고 있는 경제인들의 활동을 원활히 하고, 물적 유통을 효율적·경제적으로 이전시킴으로써 경제발전의 주된 수단으로 역할을 수행하고 있음.
- 최근에는 해상교통의 물적 유통뿐만 아니라 사람을 운송하는 상행위로서 역할이 점점 증가하고 있음. 특히 도서주민의 교통수단으로 이용되어 왔던 여객선은 교육수준과 생활수준의 향상에 따른 여가선용의 방법으로 미지의 바다에 대한 동경과 해양 레포츠활동 등이 급속히 확산되면서 해안관광을 겸한 연안여객선 운항이 활성화되고 있음.

- 해상교통은 해운법상 해상여객운송사업으로 운행하고 있는데, 해상여객운송사업은 해상에서 여객선(13인 이상의 여객정원을 가진 선박)으로 사람 또는 사람과 물건을 운송하는 사업으로서 항만운송사업법의 규정에 의한 항만운송부대업 이외의 것으로서 국내항 간의 해상여객운송사업, 그리고 국내항과 외국항 간의 외항여객운송사업으로 구분함.

■ 관광유람선의 개념

- 관광유람선은 정기적인 유람선의 운영이 승무원의 인건비와 유가의 원가상승 등으로 채산성이 떨어지자 부정기적 관광유람선의 형태로 발전한 것임.
- 일반적인 관광유람선이란 선내에 객실, 식당, 스포츠·레크리에이션 시설 등 관광객의 편의를 위한 각종 서비스시설과 부대시설을 갖추고 순수한 관광활동을 목적으로 관광자원이 수려한 지역을 순회하며 안전하게 운항하는 선박을 말함.
- 관광유람선 관광은 유람선을 이용한 독특한 관광여행으로 정기노선의 여객선이 아닌 여행업자 또는 선박업자가 포괄요금으로 여행객을 모집하여 운영하는 것으로서 다수의 매력적인 항구를 여행하는 형태를 가짐.
- 해상관광교통으로서 여객선은 여객의 수송을 목적으로 하고, 카페리는 사람과 차량을 싣고 주요 항구 간의 수송을 위하여 정기적으로 운항하는 것을 특징으로 하며, 쾌속여객선은 소규모 선박으로서 고속성을 특징으로 하고 있음.
- 관광순항유람선은 대형 선박으로서 적당한 속력으로 장기간 운항함으로써 마치 육지의 대규모 특급 호텔 또는 소도시를 옮겨놓은 듯한 최고급의 시설을 갖춘 여객선임.
- 그 특징은 운항목적이 지역간의 화물이나 여객수송이 아니라 순수관광목적이며, 수려한 항구 및 지역만을 운항, 다양한 관광객 이용시설구비, 계절성·시장수요·고급현황·항로변경 등에 따라 비정기적으로 운항하는 대형 선박(1만톤급이상) 또는 초대형 선박(3만톤급이상).
- 관광유람선사업은 관광진흥법 제3조 관광사업 중 관광객이용시설업의 한 종류로 구분되어 해운법에 따른 해상여객운송사업 면허를 받은 자나 유선 및 도선사업법에 따른 유선사업의 면허를 받거나 신고한 자가 선박을 이용하여 관광객에게 관광을 할 수 있도록 하는 업.

■ 관광유람선사업의 발전배경

- 지난 1980년대와 1990년대의 경우 새로운 관광유람선 상품의 다양성 측면에서 그 실효성을 높여왔음. 100명의 고객을 실을 수 있는 상품에서부터 2천 6백명 탑승이 가능한 상품에 이르기까지 다양한 관광유람선 여행상품이 선보였으며, 제반 시설과 관련휴가일정·프로그램 등이 다변화되어 누구나 손쉽게 관광유람선 여행을 즐길 수 있게 되었음.
- 순항일정을 최단 2일이 소요되는 단기상품에서 80일 이상 걸리는 장기여행상품과 세계일주여행상품을 개발하여 이용자계층을 확대.
- 주제가 있는 관광유람선의 운용을 통하여 여행객들의 상이한 여행동기를 반영하는 상품개발을 통하여 관광유람선사업의 발전을 도모함.

■ 크루즈산업

- 관광진흥법상 ‘크루즈업’은 「해운법」에 따른 순항 여객운송사업이나 복합 해상여객운송사업의 면허를 받은 자가 해당 선박 안에 숙박시설, 위락시설 등 편의시설을 갖춘 선박을 이용하여 관광객에게 관광을 할 수 있도록 하는 업으로 정의함(관광진흥법 제2조).
- 향후 2027년까지 지속적인 성장을 예측했던 크루즈산업은 코로나19로 인해 2020년 2월부터 크루즈선 국내 항구 입항이 금지되면서 여행객을 태운 크루즈선은 단 한 척도 입항하지 못하는 등 심각한 위기를 겪고 있음(문화체육관광부, 2021).
- 국내크루즈 등록기준은 일반관광유람선업에서 규정하고 있는 관광사업의 등록기준을 충족해야 하며 객실시설과 편의시설의 조건을 갖추고 있어야 함.

2. 해양관광

1) 해양관광의 개념과 특성

■ 해양관광은 일상생활을 벗어나 변화를 추구하기 위한 행위이며(목적), 해역과 연안에 접한 단위 지역 사회에서 일어나는 관광 목적의 활동이고(공간), 직·간접적으로 해양공간에 의존하거나 연관된 활동(행태)임. 해양관광의 영어 표현으로는 'Marine Tourism', 'Coastal Tourism', 'Marine and Coastal Tourism' 등이 사용되고 있으며, 일본에서는 해양관광을 블루투어리즘(blue-tourism)으로 정의하기도 함.

- 일상생활을 벗어나 스포츠·휴양·오락 등을 통하여 정신적·육체적 측면의 욕구충족적 변화를 추구하는 레크리에이션의 활동적 요소가 강함.
- 직·간접적으로 해양공간에 의존하거나 연관된 활동으로 해양공간에서 이루어지는 활동으로서 해양공간적 특성이 있음.
- 해역과 연안에 접한 단위지역사회에서 일어나며, 이러한 해안지역에서의 형태는 관광목적의 활동적 요소가 강함.
- 연안해변은 바다와 육지가 만나는 생태적인 접이지대로서 수많은 생태계의 생물종들이 서식하고 있고, 또한 파괴되기 쉬운 생태환경을 가지므로 환경친화적인 활동이 필요하므로 보호·보전 측면의 생태관광적 요소가 필요.

■ 해양관광은 공간적으로 육지부, 해안지역, 해상·중지역 등의 세 지역으로 구분

- 육지부는 해변, 해안선, 절벽, 암벽 등과 같은 지역을 말하며 주로 경관감상 위주의 자원.
- 해안지역은 해수욕장을 위주로 한 활동으로 연안지역에서 해양지역의 활동과 연계된 지역.
- 해상·중지역은 요트, 수영, 스킨스쿠버, 다이빙, 세일링 등과 같은 해양스포츠활동을 통해서 관광활동을 행하는 것임. 이는 해양공간에서 바람, 파도, 조류의 흐름에 따라서 역동적인 자연조건을 이용하는 해수면과 수중공간에서의 운동.
- 해양관광활동의 범위는 해안, 해상, 해중에서 이루어지는 모든 활동.
- 유럽은 해양관광을 해변(Costal) 관광, 해양(Maritime) 관광으로 구분.
- * 해변관광: 수영, 서핑, 해수욕 등 해안에서 일어나는 관광활동.
- * 해양관광: 보트, 요트, 크루즈, 수중레저 등 해양을 기반으로 하는 관광활동.

2) 해양관광의 유형

■ 해양관광의 유형에는 해양의존형과 해양연관형 그리고 직·간접적으로 연계된 기타 해양관광활동으로 구분.

○ 해양의존형 해양관광은 활동성에 따라 스포츠형, 휴식·휴양형, 유람형, 경관관람형으로 구분할 수 있음.

- 스포츠형 해양관광은 해상공간에서 바람, 파도, 해류의 흐름 등 역동적인 자연조건을 활용하여 수면 및 수중공간에서 이루어지는 운동으로서, 장비나 보조기구의 도움이 필요하며, 기본강습을 이수해야 하는 등 활동에 따른 기본 장비와 강습·훈련이 필요.

- 휴양형 해양관광은 휴식을 목적으로 하는 해양관광으로 주로 해변가에서 해수욕, 모래찜, 해변캠프, 해변학교 등.

- 유람형 해양관광은 관광사업으로서 미국, 유럽, 일본 등에서 가장 성장속도가 빠른 관광여행 상품으로서 경제적인 여유를 가진 계층이 선호하는 것으로서, 국내에는 금강산 크루즈 상품이 개발되어져 있었음.

- 경관관람형 해양관광은 해중경관을 관람할 수 있는 관광잠수정·해중전망대 등.

○ 해양연관형 관광으로는 해변스포츠, 모래놀이, 해변 레크레이션 활동, 해안경관감상, 산책, 낙조감상, 해양생물박물관 탐방, 문화재 답사 등으로 해양과 연관된 관광활동

○ 그 외에 각종연수·회의·연구·교육 등의 방문, 어항이나 어장 등의 관람, 쇼핑, 음식 체험 등으로, 직·간접적으로 연계된 해양관광활동.

■ 해양관광은 해변뿐 아니라 해상, 해중, 해저에서 일어나는 활동들도 많아 육상에서의 관광 활동보다 그 종류가 훨씬 다양함. 직접적인 해양관광 산업에는 해수욕장을 비롯한 해변 휴양 산업, 해양 스포츠 산업, 유람 관광 산업이 있으며 부대사업으로 해양 문화 산업, 해양 리조트업, 숙박업, 음식업 등이 이를 지원하고 있음.

3) 해양관광 활동의 유형

■ 해양관광의 유형을 활동을 기준하여 해양의존적 관광활동과 해양연관적 관광활동으로 구분.

○ 해양의존적 관광활동이란 관광활동이란 전부 또는 일부가 해역에서 이루어지는 활동을 의미.

○ 해양연관형 관광활동이란 해안에서 특별히 활발하게 이루어지는 관광활동(황기형, 2001) .

■ 해양활동 유형에는 활동형 해양관광, 자연형 해양관광, 사회·문화형 해양관광, 특정 이벤트형 등이 있음.

○ 활동형 해양관광에는 서핑, 윈드서핑, 낚시, 스쿠버다이빙, 수상스키 등의 수상레저류, 항해, 해수욕 등 관광지 보다는 관광지내에서의 활동을 우선으로 하는 관광객들에게 대한 관광활동.

○ 자연형 해양관광은 해안이나 해변 등에 자리한 다양한 자연적 해양관광자원을 감상하거나 관람하는 유형과 갯벌생태체험, 조개잡이 등이 주요 관광활동.

○ 사회·문화형 해양관광에는 전통축제, 지역축제(풍어제, 머드축제, 대하축제 등), 어촌민속전시관, 어촌역사유적 박물관 등.

○ 특정 바다낚시대회, 윈드서핑대회, 요트대회 등 이벤트 개최는 일정 기간에 관광수요가 대규모화·집적화 될수 있는 관광활동으로서 관광객들에게는 매력적인 관광대상을 제공할 뿐만 아니라 나아가 지역경제나 사회발전에 기여할 수 있는 역할 또한 매우 큼(Mark Orama, 1999).

4) 해양레저관광의 개념과 현황

■ 해양레저관광의 개념

○ 국민의 건강 휴양 및 정서생활 향상을 위해 해양과 연안에서 이루어지는 관광활동과 해양 레저 스포츠 활동(해양수산발전기본법 제28조)으로 정의.

- 수영, 서핑, 해수욕 등 해안에서 이루어지는 관광활동과 보트, 요트, 크루즈, 수중레저 등 해양을 기반으로 하는 관광 활동을 포괄.

■ 해양레저관광의 현황

- 해양레저시설의 이용객 현황 통계에 따르면, 2017년부터 코로나19 발생 이전인 2019년까지 해양레저시설 이용객 수는 체험 활동형 해양관광을 위주로 지속적인 증가.
- 해양레저관광산업은 코로나19 이전까지 지속적인 상승 세였으나 코로나19로 인해 큰 폭의 하락세를 나타내었음.

< 표2-1 해양레저시설 이용현황 >

(단위: 명)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년
해수욕장 관광	8,512,382	8,693,357 (2.1%)	7,089,277 (-22.6%)	3,163,677 (-124.1%)
해안지역 축제	2,776,276	3,480,305 (20.2%)	4,159,087 (16.3%)	1,419,208 (-193.1%)
해양 리조트	906,305	2,636,146 (65.6%)	4,033,807 (34.6%)	2,399,162 (-68.1%)
어촌체험 마을	757,166	1,051,496 (28.0%)	1,644,636 (36.1%)	987,089 (-66.6%)
해양레저 스포츠	711,277	1,732,748 (59.0%)	3,219,059 (46.2%)	1,471,322 (-118.8%)
마리나 관광	390,055	636,822 (38.7%)	901,053 (29.3%)	518,862 (-73.7%)
크루즈 관광	-	-	769,376	420,572 (-82.7%)
도서(섬) 관광	-	-	4,926,492	2,477,177 (-98.9%)

* 자료: 해양수산업통계조사 통계정보보고서, 해양수산부(2020).

- 코로나가 종식될 경우 국민들은 산·바다 등 자연경관 위주의 여행 유형을 희망하고 있으며(81.8%), 이러한 욕구는 Post 코로나시대의 아웃도어형 관광수요에 긍정적인 영향을 줄 것으로 예측됨.
- 즉, 코로나19로 인해 야외활동이 제한되면서 자연친화적이며, 휴식형태 또는 체험형 관광활동이 가능한 해양레저관광의 중요성이 더욱 커지고 있음.

■ 해양레저관광의 유형

- 해양수산업 분류체계에 따라 해양수산물레저관광업은 해양레저관광업과 수산물레저관광업으로 분류됨.
- 해양레저관광업은 해양레저시설운영업과 해양관광시설운영업으로 구분되며, 수산물레저관광업은 낚시관광업과 기타수산물레저 관광업으로 분류됨.
- 이하 세분류는 아래의 <해양수산업 분류체계>와 같이 10개의 업종으로 세분화됨.
- 기타 해양레저시설 운영업에는 요트장, 카누장 등 해양레저스포츠 관련 시설로 교육 시설 또한 포함됨.
- 기타 수산물레저관광업에는 어촌체험마을, 수련시설 등 기타 수상레저관광 관련 오락 및 시설 서비스를 제공하는 업종이 포함됨.

< 표2-2 해양수산업 분류체계 >

대분류	중분류	소분류	세분류
해양수산물레저관광업	해양레저관광업	해양레저시설운영업	마리나업
			기타 해양레저시설 운영업
		해양관광시설운영업	유람선 및 크루즈 운영업
			해양유원지 및 테마파크 운영업
			해양박물관 및 사적지 운영업
			해양수족관 운영업
			해양자연공원 운영업
	수산물레저관광업	낚시 관광업	낚시터 운영업
			낚시선박 운영업
		기타수산물레저 관광업	기타수산물레저 관광업

* 자료: 해양수산업통계조사 통계정보보고서, 해양수산부(2020).

- 또한, 해양레저는 활동 특성에 따라 물을 적극적으로 활용하여 체험하는 수중형과 수변에서 휴식 및 레저활동을 즐기는 수변활동형으로 구분됨.
- 수중형 해양레저활동은 동력 해양레저와 무동력해양레저로 구분되며, 동력과 무동력 기구를 사용하는 수중형 해양레저가 점차 인기를 끌고 있음.
- 동력 해양레저 기구는 크루저요트, 파워요트, 웨이크보드, 제트스키, 바나나보트 등이 포함됨.
- 무동력 해양레저 기구로는 dinghy, 바다래프팅, 서핑, 카약, 스킨스쿠버 등이 포함됨

■ 해양레저관광 관련 정책

- 해양레저관광 정책은 해양수산부의 최상위 법률인 「해양수산발전 기본법」에 근거하여 해양레저스포츠, 해양레저관광산업, 해양레저관광자원 등의 해양레저관광 법률을 제정함(홍장원외 3인, 2020).
- 또한, 문화체육관광부의 관광기본법, 관광진흥법, 국토교통부의 해안내륙발전법 등 타 부처의 소관 법률에 근거하여 해양레저관광 관련 정책이 간접적으로 추진되고 있음.

■ 해양레저관광의 4대 핵심산업

- 해양수산부는 해양레저관광의 고부가가치화와 일자리창출을 위한 해양레저관광 활성화 대책을 마련하여, 인프라·콘텐츠·산업·문화 분야의 추진전략을 제시하였으며, 이 중 산업 분야에서 해양레저관광 4대 핵심 산업 육성을 추진함(해양수산부, 2019).
- 성장 가능성이 높고 연관 산업의 파급효과가 큰 산업으로 ‘해양치유, 마리나, 크루즈, 수중레저’의 4대 해양레저관광 산업을 국가 경제의 신성장 동력으로 집중 육성을 하기 위한 정책을 추진함.

3. 해상관광의 현황

1) 통영케이블카

■ 천혜의 경관

- 통영케이블카가 설치된 미륵산은 통영항 남쪽 미륵도 중앙에 해발 461m로 우뚝 솟은산으로 산림청에서 지정한 100대 명산 중 하나이며, 미륵산이란 명칭은 미륵존불이 장차 강림하실 곳이라 하여 이름 붙여졌음.

- 미륵산에 오르면 동양의 나폴리라는 통영항과 한려수도의 다도해 조망이 표현할 수 없을 정도로 아름다운 풍광을 자랑하며, ‘미륵산에서 바라 본 한려수도’는 통영 8경중 제1경에 해당되고 국립공원관리공단이 선정한 국립공원 경관 100선중 해안·섬 분야에서 최우수 경관으로 선정됨.
- 심지어 정지용 시인은 ‘통영과 한산도 일대의 풍경 자연미를 나는 문필로 묘사할 능력이 없다’라고 까지 했으며 용역을 담당했던 일본 노무라 연구소 관계자들도 이곳의 풍경은 세계 어디에 내놔도 손색이 없을 정도라고 말했을 정도로 비경을 자랑함.
- 또한, 청명한 날에는 일본 대마도, 지리산 천왕봉, 여수 돌산도가 다 보일 정도로 탁월한 전망보유. 고려 말부터 외적의 침입을 알리는 봉수대가 설치.
- 다른 산악지형에 있는 케이블카가 정적인데 반해 통영케이블카는 굉장히 역동적이며 항구를 드나드는 다양한 선박들이 연출하는 풍경, 파도 등 수시로 변화무쌍한 모습을 보여주기 때문에 몇 번을 이용해도 이용할 때마다 색다른 느낌을 줌.

■ 역사적 스토리

- 한산대첩은 임진왜란의 3대 대첩(진주성대첩, 행주대첩) 중 하나이며, 세계 4대 해전(라미스해전, 칼레해전, 트라팔가해전)으로 기록됨. 견내량에 있던 일본 함대를 유인하여 조선함대가 그 유명한 ‘학인진’을 펼쳐 대승을 거둔 한산대첩의 역사적인 현장을 가장 잘 볼 수 있는 곳임.
- 또한 6.25전쟁 당시 우리 해군·해병들의 최초로 성공한 단독 상륙작전이면서 ‘귀신 잡는 해병’이라는 별칭이 유래된 통영상륙작전의 현장도 생생하게 볼 수 있고, 이런 역사적인 스토리를 통해 호국교육 현장으로써 학생들의 수학여행은 물론 해병대의 연례 방문지로써 명성을 얻게 되었음.

■ 편리한 접근성

- 도심지에 위치해 있어 대중교통을 이용해 편리하게 접근할 수 있으며 해상케이블카에 대한 선호도 및 파급효과: 통영케이블카 사례를 중심으로 주변 관광지와의 연계관광도 용이하게 할 수 있음.

- 대중교통을 이용한 편리한 접근성은 디지털 세대가 만들어 낸 완전한 신인류라 할 수 있는 밀레니얼 세대(millennials)들에게 강하게 어필할 수 있는 좋은 조건을 가짐. 왜냐하면 이들은 혼자 밥먹고, 혼자 술마시는 건 기본이고 혼자 여행하는 것에도 거부감을 느끼지 않은 세대이기 때문이며 점차 이러한 추세는 늘어날 것으로 전망.

■ 운영특징

- 400여년전 삼도수군통제영이 설치되어 그 흔적이 고스란히 남아 있을 정도로 통영은 종합관광지로 역사성을 가지고 있음. 윤이상·박경리 등 문화예술인들의 흔을 느낄 수 있는 도시인 동시에 동피랑·서피랑 마을 등 다양한 볼거리가 있음.
- 대한민국 수산업의 1번지답게 다양하고 싱싱한 해산물 등 먹거리가 풍부하고, 250개의 섬도 다양한 볼거리를 제공하면서 연간 600만명 이상이 관광객이 방문을 하고 있음.
- 많은 관광객이 방문하면서 그중 약 20% 정도가 케이블카를 이용하고 있고, 또한 케이블카는 통영 관광시장의 전체적인 규모를 확대시켜 나가는 등 지속적으로 시너지효과를 내면서 선순환 해나가고 있음.

■ 끊임없는 변신

- 케이블카 이용객을 꾸준히 유치하기 위해서는 신규 고객은 물론 방문 고객의 재방문을 유도해나가야 함. 통영케이블카는 이러한 고객들의 욕구에 부응하기 위해 끊임없는 변신을 시도하고 있음.
- 하드웨어적으로는 각종 시설의 개선 및 신규 설치를 하고 있고, 소프트웨어적으로는 홈페이지와 모바일 웹을 통한 실시간 안내서비스 제공 등을 통해 고객 눈높이에 맞춘 서비스를 끊임없이 개발하고 실현해 나가고 있음.

■ 브랜드 스토리 개발

- 통영케이블카의 성공에는 개장 시 브랜드 스토리를 개발 한 것도 성공요인 중 하

나라고 볼 수 있음. FOB 즉, ‘최초(First)’, ‘유일(Only One)’, ‘최상(Best)’이 될 수 있는 요인을 찾아내는 것.

- 통영케이블카는 관광용으로는 국내 최장 길이(1,975m), 요금은 최저(m당 5원), 국내 최초 2선(Bi-cable)식 곤돌라, 아름다운 통영항과 한려수도의 비경을 한 눈에 감상 등을 할 해상케이블카에 대한 선호도 및 파급효과: 통영케이블카 사례를 중심으로 수 있는 FOB 전략을 강조함으로써 많은 사람들로 부터 짧은 시간에 사랑을 받고 성공한 케이블카로 자리매김 하고 있음.

2) 여수해상케이블카

■ 개요

- 운영방식 자동순환식(단선식), 선로길이는 1,500m, 캐빈수 50(크리스탈 10), 정원은 8명, 운행속도 5m(최대), 수송능력 1,500명, 제작사는 포마, 개장일 2014년 12월

< 표2-3 여수해상케이블카 시설개요 >

시설개요	
운영 방식	자동순환식(단선식)
선로길이	1,500m
캐빈수	50(크리스탈 10)
정원	8명
운행 속도	5m(최대)
수송능력	1,500명
제작사	포마
개장일	2014년 12월

* 자료: 연구자 조사정리

■ 운영특징

- 여수해상케이블카는 2010. 6월 여수세계박람회 지원시설 구역으로 지정되면서 오동도를 비롯한 한려해상국립공원 천혜의 바다풍경과 저녁노을이 일품인 여자만의 아

기자기한 섬들을 볼 수 있고 육지를 연결하는 돌산대교, 거북선대교 등의 경관과 일출, 일몰, 도심야경 등을 볼 수 있다는 지리적 이점을 활용하여 국내 최초 바다 위를 지나가는 해상케이블카를 설치하여 담보상태였던 지역의 관광발전과 지역경제 활성화를 위해 추진하게 되었음.

- 여수해상케이블카는 국내 최초로 바다 위를 지나가는 해상케이블카라는 희소성과 아시아에서는 싱가포르 센토사 섬, 홍콩 란타우, 베트남 나트랑에 이어 네 번째로 설치된 해상케이블카임.
- 도심에서 시간에 따라 도시 풍경, 해넘이 노을, 도시 야경과 함께 다양한 밤바다를 볼 수 있으며, 인접한 거리에 다양한 관광시설(오동도, 세계박람회장-Big O쇼, 오동도~돌산대교 유람선, 아쿠아 플라넷, 돌상공원 야간 조명, 여수 레일바이크, 항공여행, 금오도 비렁길, 하화도 꽃섬, 웅천 마리나 요트 등)들이 위치하고 있음.
- 또한 주위에 남도 음식 전문식당, 호텔과 펜션 및 숙박시설 등 관광인프라가 잘 구축되어 있으며, 항공이나 KTX 등 교통 인프라도 잘 갖추어져 있음.

■ 운영성과

- 2008년 통영케이블카 개통 이후 2014.12. 1.에 개장한 여수해상케이블카는 ‘국내 최초로 바다 위를 지나가는 해상케이블카’, ‘바닥이 보이는 크리스탈 캐빈 최초 도입’이라는 점과 ‘여수 밤바다’라는 노래 가사의 영향에 힘입어 2015년에 216만명, 2016년도에 약 190만명의 탑승객을 유치. 1일 평균 약 5,200명, 1일 최대 약 20,000명(2015. 5.15.)의 탑승객을 유치하면서 지역경제 활성화에 크게 기여를 하고 있음.

3) 송도해상케이블카

■ 개요

- 운영방식 자동순환식(단선식), 선로길이는 1,642m, 캐빈수 59(크리스탈 13), 정원은 8명, 운행속도 5m(최대), 수송능력 1,400명, 제작사는 도펠마이어, 개장일 2017년 06월

< 표2-4 송도해상케이블카 시설개요 >

시설개요	
운영 방식	자동순환식(단선식)
선로길이	1,642m
캐빈수	39(크리스탈 13)
정원	8명
운영 속도	5m(최대)
수송능력	1,400명
제작사	도펠 마이어
개장일	2017년 06월

* 자료: 연구자 조사정리

■ 운영특징

- 송도해상케이블카는 송도해수욕장에 근접해 있고, 태종대, 해운대, 감천문화마을 등 주변 관광지에 접근할 수 있는 도로가 있으며, 365스카이워크, 암남공원 등 주변 관광인프라도 잘 조성이 되어 있음. 준공 후 기부채납 조건으로 20년간 운영권을 보유하게 됨.

■ 운영성과

- 2017년 6월 운영을 시작한 송도해상케이블카는 개장하자마자 큰 인기를 끌면서 연간 200만명일의 탑승객을 목표로 했으며 그해 송도해수욕장에 1000만명에 달하는 관광객 유치.
- 송도해상케이블카는 2020년 한국관광공사가 선정한 야간관광 100선에 선정될 만큼 국내에서도 손꼽히는 야경을 가짐. 지난해 하루 동안 케이블카를 무제한으로 탑승할 수 있는 '자유이용권'도 업계 최초로 선보여 좋은 반응을 얻고 있음.

4) 사천바다케이블카

■ 개요

- 운영방식 자동순환식(이선식), 선로길이는 2,422m, 캐빈수 45(크리스탈 15), 정원은 10명, 운행속도 6m(최대), 수송능력 1,300명, 제작사는 포마, 개장일 2018년 01월

< 표2-5 사천바다케이블카 시설개요 >

시설개요	
운행 방식	자동순환식(이선식)
선로길이	2,422m
캐빈수	45(크리스탈 15)
정원	10명
운행 속도	6m(최대)
수송능력	1,300명
제작사	포마, 라이트너
개장일	2018년 01월

* 자료: 연구자 조사정리

■ 운영특징

- 사천바다케이블카는 국내 케이블카로는 최초로 3개 정류장을 운영. 산과 바다와 섬을 동시에 운행하고 해상케이블카로는 국내 최장 길이인 2,423m임. 10인승 중형 캐빈을 사용하여 넓은 실내공간을 탑승객들에게 제공. 운영은 통영케이블카와 마찬가지로 지방공기업인 사천시 시설관리공단에서 운영.
- 크리스탈 캐빈은 총 45대 중 15대로 바닥이 크리스탈(투명 유리)로 되어 있으며, 816m 바다 구간을 최고 높이 74m(아파트 30층 높이)에서 관람가능. 일반 캐빈은 총 45대 중 30대로 빨간색으로 되어 있음.

5) 통영해상택시

■ 개요

- 통영해상택시는 국내유일한 해상택시이며 ‘빠르고’, ‘편리하고’, ‘재미있고’ 세가지의 특징점을 활용 570개의 보석같은 섬들과 이태리 나폴리항 보다 아름다운 통영항을 중심으로 펼쳐지는 해상전문투어.
- 모든 출발은 통영해양스포츠센터 옆 달보드레 해상쉼터에서 시작하며 대표프로그램은 주간과 야간으로 구분.
 - <통영밤바다 야경투어> 한국관광공사가 '대한민국 야간관광 100선'으로 선정한 는 통영의 심장인 강구안 해상, 통영운하, 충무교, 통영대교를 돌아오는 약 50분의 코스.
 - <한산대첩 승전항로 투어> 충무공 이순신장군의 한산대첩 승전지를 해상으로 40분 내외 투어하는 프로그램으로서, 해상택시의 파워풀한 속도감과, 한산대첩의 역사해설을 통해 새로운 감동을 체험. 대한민국 영화 관객수 1위인 '명량'의 김한민 감독 <이순신 3부작> 중 2021년 7월 개봉한 <한산:용의 출현>의 촬영지.
 - <연대도 만지도 투어> 에코아일랜드 연대도에 하선하여 마음을 만져주는 섬 만지도를 둘러보는 약 2시간의 섬투어. 통영의 많은 섬 중에서도 아름다운 자연경관을 보존하고 있는 연대도, 만지도, 한산도 세개의 섬을 방문.(연대도와 만지도는 하선).

■ 운영특징

- 운영: 한국해양소년단 경남남부연맹
- 통영시는 아름다운 섬과 섬이 가진 무한한 자원을 활용한 해양치유를 체험하고, 나아가 통영정착을 고민하는 이들에게 열흘의 체험기회를 제공하며 숙박비와 체험비를 지원하는 “2022년 통통해(海) 통영누림프로그램”을 추진(통영시 보도자료: 2022.09.23.).
 - 이 프로그램은 통영시 농촌신활력플러스사업의 일환으로 농촌관광 활성화와 귀농·귀촌인 등 예비 인적자원들이 섬으로 유입할 수 있는 기회제공을 목적으로, 최대 열흘간 참가할 수 있으며 참가자에게는 숙박비(팀당 5만원)와 체험비(최대10만원)를 지원하며, 통영해상택시를 활용한 통영 섬 관광·해양치유 프로그램을 체험.
 - 최초 1일~4일차까지는 필수참여 프로그램으로 진행되며, 570개의 보석같은 섬들을 무대로 통영의 우수한 해양치유 자원을 홍보하는 동시에 섬 주민과의 협력을 통한

도서지역 경제활성화도 꾀하고 있음.

- 4일차 이후의 일정은 자율활동으로 진행되며 통영에 정착한 귀농·귀어·취업·창업 우수사례를 엮어 제작한 가이드북을 활용한 통영 사전탐방 및 생활체험을 독려하고, 나아가 프로그램 직후 통영시 정착을 희망하는 이들에게 구심점으로써의 역할도 수행할 계획.
- 프로그램은 총 3차수(▲1기 10.7.~10.17. ▲2기 10.21.~10.31. ▲3기 11.4.~11.14.)로 진행되며 참가대상은 만 19세 이상으로 팀당 최대 2명까지 신청이 가능하며 최소 6박 이상을 머무르고 참여후기를 제출한 이들에 한하여 지원할 계획.
- 이번 프로그램은 통영시에서 주최하고 평소 해양과 관련한 체험 프로그램 운영이 활발하고 창립 31년의 해양교육 노하우를 겸비한 한국해양소년단 경남남부연맹에서 진행을 맡아 기대를 모으고 있음.

○ “우리함께 통영섬 힐링여행” 이벤트 추진

- 통영시에서는 11월 여행가는 달을 맞아 관광 활성화와 지역경제 활성화를 위한 “우리함께 통영섬 힐링여행” 이벤트를 한국관광공사 경남지사와 공동으로 진행.
- 코로나19와 관련하여 단계적 일상 회복이 추진됨에 따라 움츠렸던 국내 여행 수요가 증가할 것으로 예상되지만, 안전하고 힐링할 수 있는 여행지에 대한 수요가 여전히 우선하고 있어 통영의 대표적 관광지인 섬 여행 이벤트를 실시.
- 행사기간중 해상택시(섬 투어 관광상품) 50% 할인이 되는 해당 이벤트는 한산대첩 승전항로 코스, 만지도/연대도 코스 총 두 가지 코스이며 이벤트 기간은 2021년 11월 15일부터 2021년 12월 15일(기간 중 금~일요일 운항)까지 통영을 찾는 관광객을 대상으로 진행(통영시 보도자료: 2021.11.16.).

○ 통영드림스타트 아동 대상 해상 안전교육 및 통영해상관광택시 체험

- 통영시 드림스타트에서는 2021년 10월 7일 도남동 통영해양스포츠센터 일원에서 드림스타트 대상 아동 및 부모 80명을 대상으로 해상 안전사고 예방교육 및 해상택시 체험을 실시.
- 이번 프로그램은 해상 안전사고 예방교육을 통해 수상사고 방지 및 위급 시 대처할 수 있는 능력을 기르고, 통영의 관광 명소를 해상에서 둘러봄으로써 지역의 역사와 문화를 이해하고 애郷심을 갖게 하고자 마련.
- 탑승에 앞서 한국해양소년단 경남남부연맹에서 구명조끼 착용법, 선박 이용 시 주의사항, 긴급신고 요령, 물놀이 안전 수칙에 대한 안전교육을 실시하였으며, 해상택시를 탑승하여 멋진 야경이 펼쳐진 도남항~강구안~충무교~통영대교를 둘러보며 우리

통영의 주요 문화시설에 대한 설명.

6) 크루즈산업

■ 국내 크루즈 잠재수요와 실제수요

- 국내 크루즈 산업은 사드(THAAD·고고도미사일방어체계) 사태 이후 중국인 입국이 막히면서 어려움과 코로나19 사태 여파로 크루즈선의 국내 입항이 아예 금지됐고, 업계 전체가 활동을 못하는 상황.
- 코로나19 사태가 ‘엔데믹’ 국면으로 접어들면서 국내에서는 인천항, 충남 서산 대산항 등이 크루즈 선박을 받아들일 준비.
- 국내 크루즈 유효수요는 35만~51만 명으로 매우 높음으로 예상했음.

< 표2-6 국내 크루즈 수요 >

크루즈수요	3년 이내	5년 이내	비고
잠재수요	2,225,653명	3,222,075명	-모집단: 45,004,831명, 연령대: 30대 이상, 소득 구간: 300만원이상 -최근 2년간 해외여행경험율 38.3%, 향후 크루즈 이용의향 84.9% -향후 국내출발 크루즈 이용의향 27.7% -이용시기 3년 이내 23.9%, 5년 이내 34.6%
유효수요	356,367명	515,912명	

* 자료: KMI·KCTI, 크루즈 관광객 유치 및 확대를 위한 연구, 해양수산부, 2018

- 크루즈 잠재수요는 크루즈 선박공급 및 정책미흡으로 실제 수요로 연결되지 못하고 있음.

< 표2-7 크루즈 선박공급 및 실제 수요 >

구분		크루즈관광객 (명)	비고
Fly & Cruise (해외크루즈)	국내 대리점 또는 인터넷이용	25,000~35,000	-국내 주요 크루즈 관광 여행상품 판매를 통해 이루어지고 있음(롯데관광개발, 모두투어, 하나투어, 크루즈나라 등 국내여행사 이용) -젊은층의 인터넷 직접구매도 증가하는 추세
국내 출발 크루즈 관광객	국적 크루즈 (주말 크루즈)	8,500~10,000	-주말 크루즈 최근3년 평균 연간8,500명 이용. 최고 실적은 15,000명 -하모니크루즈 약35,000명(13개월)
	국내 차터 크루즈 이용	17,000~22,000	-최근 3년통계 -차터 1회당 1,500~1,800명 이용
합계		50,000~52,000	※CLIA는 국내 크루즈 관광객을 4.4만명 으로 발표

* 자료: 연구자 조사정리

■ 국내 크루즈 현황

○ 국내 크루즈 입국자현황

- 국내로 입국하는 해외 크루즈 관광객은 사드, 코로나19 등으로 급감.

▶ 2015년 105만 명 → 2019년 28만 명 → 2020년 3천 명 → 2021년 0명

< 표2-8 국내 크루즈 입국자 현황 > (단위: 명)

연도	관광 객	합계 (선원+ 관광 객)	부산		인천		제주		여수		기타	
2015	748,947	1,045,876	162,708	15.6 %	58,103	5.6 %	824,173	78.8 %	0	0 %	892	0.1 %
2016	1,644,436	2,258,334	566,653	25.1 %	149,520	6.6 %	1,531,782	67.8 %	4,538	0.2 %	5,841	0.3 %
2017	327,271	505,283	191,281	37.9 %	35,251	7.0 %	269,549	53.3 %	1,449	0.3 %	7,753	1.5 %
2018	132,991	217,944	165,694	76.0 %	17,656	8.1 %	25,497	11.7 %	5,307	2.4 %	3,790	1.7 %
2019	170,989	278,751	221,784	79.6 %	6,350	2.3 %	33,644	12.1 %	9,514	3.4 %	7,459	2.7 %
2020	0	3,489	3,489	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
2021	0	0	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %

* 자료: 한국관광공사, 2022

○ 국내 입국 크루즈선 추이

-국내 기항 크루즈선은 최대 792척에 달했으나, 2017년 사드 갈등으로 1차 충격, 2022년 코로나19로 인한 2차 충격으로 급감.

< 표2-9 국내 입국 크루즈선 > (단위: 척)

항만 \ 연도	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
부산	71	209	108	82	108	0	0
제주	285	207	98	20	30	0	0
인천	53	62	17	10	10	0	0
속초	0	1	11	2	5	0	0
울산	5	10	9	11	8	0	0
마산	0	0	2	4	3	0	0
여수	1	1	2	3	5	0	0
포항/영일만	0/1	0/1	0/0	0/0	2/0	0	0
동해	0	1	0	0	0	0	0
합계	416	792	247	132	171	0	0

* 자료: 부산항만공사·부산광역시·통계청(동남지방통계청), 「2020년 부산 크루즈 행정통계」, 2021.3

주: 크루즈관광객 승선 입항기준(물류 목적 크루즈 기항 제외)

○ 한국은 동남아 국가보다 크루즈 수요(아웃바운드)가 적은 실정.

▶ 크루즈 수요는 인구와 소득수준보다 크루즈 공급(모항 출발 회수) 빈도가 좌우하고 있음.

< 표2-10 크루즈 수요 비교 >

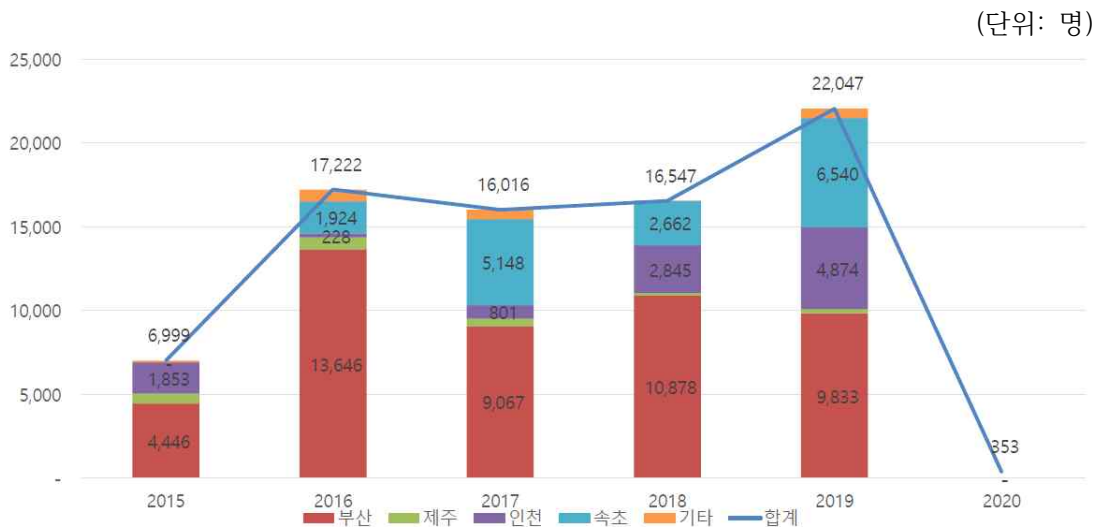
구분	인구	GDP	1인당 GDP	크루즈 관광객(만 명)		모항 출항
	(만 명)	(백만 달러)	(달러)	(2018년)	(2019년)	(2019년)
한국	5,183	1,629,532	31,430	3.9	4.4	14
대만	2,369	586,104	24,830	37.4	39.1	220
말레이시아	3,204	365,303	11,140	18.8	15.0	51
홍콩	743	372,989	50,200	23.0	25.0	71
싱가포르	579	326,818	63,990	26.7	37.3	306
스페인	4,639	1,397,870	29,960	50.0	53.0	-
이태리	5,929	1,988,636	32,950	80.0	83.1	-

* 자료: 크루즈 통계(CLIA), 경제통계(IMF 등 자료)

주: 한국과 인구, 경제규모가 비슷한 국가를 선정 비교 / 홍콩 경제 통계는 2018년부터 공식통계가 나오지 않아 추정치임

■ 국내 크루즈 관광객 출국 추이(2015~2021)

< 그림2-1 국내 크루즈 관광객 출국 >



*자료: 통계청(2021)

- 크루즈 관광의 재개를 위해 가장 활발한 움직임을 보이는 곳이 인천항이며 인천항만공사는 인천항의 크루즈 산업을 다시 일으키기 위한 활동에 돌입(인천항만공사, 2022).
- 인천항에는 국내 최대 규모의 크루즈 부두시설이 만들어졌지만, 2년 넘게 휴업 상태
- 공사 측은 해외 곳곳에서 크루즈가 재개되고 있는 상황 속에서 해외 크루즈선사와 여행사 등을 대상으로 마케팅 활동.
- 국내 최대 규모인 인천항의 크루즈 부두시설, 수도권 관광지와 가까운 입지여건 등을 적극적으로 알리면서 크루즈 선박의 입항을 추진.
- 10월 미국 오세아니아사가 운항하는 크루즈 ‘레가타호’의 입항을 성사.
- 레가타호는 일본을 모항으로 인천항과 중국 상하이를 거쳐 다시 일본으로 돌아가는 코스로 운항.
- 인천항만공사는 일본 중심의 코스이기 때문에 중국이 크루즈 입항을 금지하더라도 국내에서 입항 금지만 해제되면 운항이 가능할 것으로 내다보고 있으며 내년 3월부터 순차적으로 7척의 크루즈가 입항할 수 있을 것으로 전망.

○ 충남 서산시 국제항인 대산항에 크루즈 선박을 불러들이기로 하고 준비작업

- 중국 및 수도권과 가까우면서 해미국제성지, 백제역사문화유적지, 천혜의 해양자원 등이 두루 분포해 있는 점을 내세워 국제 크루즈 선박을 유치노력.
- 서산에는 서해안 유일의 국제 관문인 대산항 국제여객터미널이 있지만 사실상 기능을 하지 못하고 있음.
- 중국을 오가는 국제여객선의 취향을 추진했으나 사드 사태 이후 코로나19 사태가 겹치면서 여객터미널이 준공된 지 6년이 다 되도록 개점 휴업 상태를 면치 못하고 있음.
- 13만급의 크루즈 입항을 통해 지역 관광산업을 살리기 위한노력.
- 이를 위해 최근 글로벌 선사와 여행사, 관계 기관을 초청 설명회를 여는 등 다양한 마케팅 활동.

○ 국내에서는 정규 크루즈는 아니지만, 단기·소규모 크루즈가 2022년 5월부터 본격적으로 운항.

- 팬스타그룹은 부산 앞바다에서 야경과 일출 등을 볼 수 있는 ‘부산항 원나잇 크루즈’를 매주 토요일 정기적으로 운항.

■ 한국 크루즈 산업의 문제점

○ 우리나라는 동남아 국가보다 크루즈 수요(아웃바운드)가 적은 실정.

- ▶ 크루즈 수요는 인구과 소득수준보다 크루즈 공급(모항 출발 횟수) 빈도가 좌우하고 있음.

< 표2-11 국가별 크루즈 수요 >

구분	인구	GDP	1인당 GDP	크루즈 관광객(만 명)		모항출발
	(만 명)	(백만 달러)	(달러)	(2018년)	(2019년)	(2019년)
한국	5,183	1,629,532	31,430	3.9	4.4	14
대만	2,369	586,104	24,830	37.4	39.1	220
말레이시아	3,204	365,303	11,140	18.8	15.0	51
홍콩	743	372,989	50,200	23.0	25.0	71
싱가포르	579	326,818	63,990	26.7	37.3	306
스페인	4,639	1,397,870	29,960	50.0	53.0	-
이태리	5,929	1,988,636	32,950	80.0	83.1	-

* 주1) 우리나라와 인구, 경제규모가 비슷한 국가를 선정하여 비교함
 2) 홍콩 경제통계는 2018년부터 공식 통계가 나오지 않아 추정치임
 * 자료: 크루즈 통계(CLIA), 경제통계(IMF 등 자료)

○ 국내 출발 크루즈선 부족

- ▶ 크루즈는 공급이 수요를 창출하는 “세이의 법칙”(Say’s Law) 적용.
- ▶ 국내에서는 그간 크루즈 선박의 공급이 증가할 경우 크루즈 수요도 증가, 선박공급 없을 경우 수요도 감소.

국내 차터 크루즈 횟수 증가시 국내 출발 크루즈 수요 증가.

국내 연안 크루즈 수요는 2012년에 급증 후 감소(2012년 하모니크루즈 운항).

크루즈 선박 공급 부족이 수요 부진을 초래.

< 그림2-2 차터항수와 연안크루즈 이용실적 >



*자료: 연구자 작성

- 조직 및 인력문제: 공공부문-크루즈 전담 조직 부재 / 민간부문-다른 비즈니스와 겸업(중소 규모).
- 세계 주요국, 코로나 팬데믹 시기에 크루즈 운항을 다양한 대책을 마련했고, 코로나 앤데믹 도래시 COVID-19 프로그램 종료도 신속히 발표하여 크루즈 운항 적극 지원.
- 한국과 중국, 일본은 범 국가적으로 코로나19 예방체계를 마련했으나, 크루즈 부문은 입항제한 조치만 취함.
- ▶ 한국과 일본에서 해외 크루즈선 입항을 허용했으나, 그간 동북아에 배치된 대부분의 글로벌 선박은 다른 지역으로 전배가 되어 2023년 상반기 이후 운항계획에 반영 가능.
- 문화체육관광부와 해양수산부에서 ‘크루즈관광 고부가화 및 국적크루즈 취항 기반 조성’을 위해 공동 정책을 추진하고 있음.

< 표2-12 크루즈산업 관련 지원정책 >

주관부처	구분	내용
문화체육관광부	개항지 홍보 및 콘텐츠 확충	박람회 등 크루즈 외래관광객 유치마케팅 지원 및 기항지별 크루즈관광 체험·홍보 콘텐츠 확대
	해외거점 조성	뉴욕, 타이페이 등 6개소의 크루즈관광 거점시사 기능 확대와 실내화를 통한 크루즈관광산업 기반조성
해양수산부	인프라 확충 및 수요확대	크루즈 부두 및 국제여객터미널 확장·운영으로 관광객 유치기반구축 및 안전한 크루즈관광에 대한 인식개선 추진
	해외선사 유치	비대면 홍보시스템인 온라인 홍보관 및 시스템 기능개선 추진

* 자료: 관광진흥기본계획 2021년 시행계획(2021), 문화체육관광부

■ 국내 크루즈 관광의 효과

- 크루즈 산업은 승객에 의한 크루즈 전후 관광, 기항지 관광, 기념품·면세품·다양한 상품 쇼핑활동과 승무원의 쇼핑활동이 이루어지고 있음
- 크루즈 선사가 입항하며 식자재, 호텔 용품, 급유, 급수, 물품공급, 청소 등 선용품

및 크루즈 운항에 필요한 다양한 상품의 구매가 이뤄지고 있는 산업

- 또한 여행사 수수료, 광고 및 판촉비, 기타 전문 및 비즈니스 서비스 비용을 포함하여 글로벌 크루즈 운영을 지원하는 다양한 서비스에 대한 비용도 발생.
- 한국관광공사(2020)의 보고서를 보면 전 세계 크루즈 산업의 경제적 효과는 2019년 기준 1,545억달러이며, 관광객수 2,970만명, 고용창출 1,166,000명, 임금 505.3억 달러로 제시..
- 2018년 기준으로 세계 크루즈 승객들이 승선 전에 1인당 376달러, 기항지에서 1인당 101달러를 지출하여 총 680억 달러를 지출한 것으로 기록.
- 해양수산부(2017)는 2016년에 크루즈 관광으로 총 5조 4천억원의 경제적 효과가 발생하고 약 2만 4천명의 고용유발효과가 있는 것으로 발표.

< 표2-13 국내 크루즈 관광의 경제적 효과 >

부문	주요경제 파급효과	비고
지역경제	- 크루즈 관광객 195만명 입항으로 기항지에 소비 지출효과 2조 465억원, 생산유발효과 3조 4천억원, 고용유발 2만 4천만명 발생 - 기항지에 연간 40인승 관광버스 52천대, 관광가이드 52천명 투입	- 소비 2조 465억원 - (관광·쇼핑 2조 165억원+항만수입 197억원+선용품 103억원) - 생산유발 3조 4,463억원 - (소비지출 2조 465억원*생산유발승수1.6840) - 고용유발 2만 4,763명 - (소비지출 2조 465억원*고용유발승수0.0121)
항만 활성화	- 크루즈선 791척 입항, 항만시설 사용료, 예·도선 등 항만서비스 공급197억원 항만수입 발생 - 접안료 등 항만시설 사용료 87억원, 여객터미널 사용료 44억원 예·도선 48억원, 식수 등 항만서비스 18억원으로 집계	- 항만수입: (15년)78억원 → (16년)197억원 → (17년)274억원 → (20년)500억원
선용품 공급	- 한국제 품의 안전성(중국대비), 낮은가격(일본대비)등 경쟁력과 마케팅 활동강화로 해외수출 103억원 달성	- 식자재, 생수등 90억원(과일, 야채, 쌀, 육류 등) 객실용품 8억원, 화장품 등 선내 면세품 5억원 외국 크루즈선에 공급

* 자료: 해양수산부(2017)

■ 국내 크루즈 산업의 방향

- 국내 크루즈 산업은 국내를 모항으로 운영하는 국적 크루즈는 한 척도 없기 때문

에 외국관광객 유치에 초점.

- 2012년 폴라리스취핑에서 부산항을 모항으로 하모니 크루즈가 취항하였으나, 국내 이용객 확보의 어려움으로 2013년 1월 운항을 중단하였고 그 외 시범사업으로 몇 차례 출항은 하였으나, 현재는 국내 항만을 모항으로 하는 상품은 전무한 실정(단 기성 부산원나잇 크루즈상품은 판매중, 2022년 현재).
- 국내 크루즈 산업은 해외 크루즈선의 입항 여하에 영향을 받을 수 밖에 없으며 특히 국내관광을 선호하는 중국관광객의 크루즈 입항 여부가 크루즈 산업에 큰 영향을 줌.
- 안정적인 크루즈 산업을 발전시키기 위해서는 어느 정도의 국내 수요가 필요하며, 특정국가에 치우친 유치 전략보다는 다양한 국적 기반의 해외 크루즈 입항을 유인할 수 있는 마케팅과 전략이 필요..
- 선진국의 사례로 볼 때, 소득 3만불 이상 시대에는 해상에서 이뤄지는 다양한 활동에 대한 관심 및 수요가 증가.
- 우리나라는 연안을 주 무대로 하는 보트(sailing), 낚시 등의 활동은 활발한 편이지만 국내를 모항으로 서비스하는 크루즈선이 없어 크루즈에 대한 관심은 타 해양 활동에 비해 관심도가 낮음.
- 따라서 국내를 모항으로 하는 크루즈 서비스를 추진하는 것은 국내 크루즈 산업을 육성하고 안정적인 효과를 가져올 수 있는 가장 바람직한 방향.
- 크루즈 공급의 확대
해외 크루즈 유치, 크루즈 정기선 유치, 크루즈 차터 확대, 연안 크루즈 추진, 크루즈 회사 설립 추진 등
- 크루즈 수요 창출
국내 출항 크루즈 확대, 크루즈 여행사 홍보, 오피니언 리더 관심, 크루즈 행사 지속 개최 등
- 크루즈 정책 강화
크루즈 핵심 역량 육성정책 추진, 크루즈 조직 강화, 크루즈 조례 제정, 크루즈 기본계획 수립, 크루즈 예산 증액 등
- 크루즈 공급의 확대(해외 크루즈선 유치와 국내 크루즈선사 발전)
 - 외국인 유치확대 및 내수확대

- 크루즈선 공급이 수요를 창출(세이의 법칙).
 - 크루즈 수요 확대를 위해 크루즈선 공급이 우선되어야 가능
- 크루즈선 공급은 민간기업이 추진
 - 초기 리스크 많아 보수적인 운영 수요 확대(보장)을 위한 정책 필요.
 - 크루즈 체험단 추진, 기업체 인센티브 크루즈 유치
- 크루즈 정규선 유치는 현재 가장 효율적인 크루즈 공급 방법

< 표2-14 크루즈 공급 확대 방법 비교 >

구분		크루즈 유치 효과		비고
		해외 크루즈 유치	크루즈 내수 확대	
해외 선박	크루즈 정규선 유치	○	○	현실적으로 가능성이 높고 단기 성과 실현 가능
	크루즈 기항 유치	○	×	크루즈 내수 확대 불가, 경쟁 치열
	크루즈 차터 운영	△	○	해외 크루즈 유치애로, 복잡한 준비, 리스크 상존
	월드/테마 크루즈 유치	△	○	크루즈 홍보에 유리, 새로운 고객 유입
국내 선박	연안 크루즈 운영	△	○	상품 부족, 만족도 낮고 정통 크루즈선 부재
	국제 크루즈 운영	○	○	정통 크루즈선 부재, 국내 운항시 효과 높음

* 자료: 전남/여수 크루즈 세미나, 2022.10

- 해외 크루즈 유치 전략 혁신을 통해 외국 크루즈 관광객 유치 확대 필요
- 해외 크루즈 유치의 다양화 모색
- ▶ 해외크루즈유치다양화중국중심에서아시아전역(대만, 일본등)으로확대
 - ▶ Fly & Cruise 유치: 국내항공사(LCC), 외국항공사, 지역공항연계마케팅
 - 지역별 타켓층을 명확하게 선정하고 지속적관계 마케팅실시 필요
 - ▶ 여수, 인천, 제주, 속초, 부산의 해외 크루즈시장은 다름
 - 해외 선사와 국내지자체 MOU 체결 진행 필요
 - ▶ 기항시우대, 환영행사, 상호방문등 다양하게 추진

▶ 담당자/기관장 변경시에도 지속적 관계유지를 위해 인수인계 철저

- 방문객 특성 고려한 상품개발 필요

▶크루즈 상품다양화: 쇼핑, 체험, 문화, 첨단등

▶고령층, 교통약자를 배려한 무장애 관광개발

- 크루즈 관광후 재방문 프로그램 홍보

▶재방문시 기대되는 감성과 추억

▶재방문시 관광지, 교통편 등

■ 일본 크루즈 현황과 전망

○ 한국·중국·일본 등 3개 나라 중에서 일본이 크루즈 관광에 적극 노력

- 일본은 외국 크루즈 선박의 입항을 추진하기도 하지만, 자국 크루즈 선사를 통해 크루즈선박을 직접 운항.

- 일본 크루즈 선사는 자국 뿐 아니라 한국·대만·중국·싱가폴·홍콩 등을 대상으로 고객을 모집.

- 올해 출항하는 크루즈 선박의 예약이 거의 꽉 차면서 벌써 2023년 승객 유치

○ 일본 선사 재팬그레이스의 경우 ‘피스보트 세계일주 크루즈(7만7441t급, 승선정원 2419명)’의 고객을 지난해부터 모집.

- 2022년 8월 출항 ‘오로라 크루즈’의 경우, 잔여 객실이 없을 정도로 인기가 높았음

- 이 크루즈는 캐나다의 몬트리올·퀘벡을 둘러 10월 중순 아이슬란드 레이캬비크 인근 해상에서 오로라를 감상할 수 있는 기회를 제공.

- 세계 2대 운하인 파나마운하와 수에즈를 통과하며, 뉴욕·바르셀로나·로마 등 세계적으로 인기가 높은 곳을 경유.

- 12월에 출항하는 ‘지구남반구 크루즈’의 경우는 잔여석이 조금 남아있는 상황이며 이 크루즈의 경우 한국인 관광객 40여명이 예약을 마쳤음.

- 남태평양과 남미 대륙, 아프리카 남부를 일주하는 코스- 페루에서는 마추픽추 유적을, 남미 최남단 파타고니아에서는 피오르(빙하가 깎아 만든 U자형 골짜기에 바닷물이 들어와 형성된 좁고 긴 만)를 유람.

■ 아시아 크루즈 수요

- 아시아지역의 크루즈산업은 일본에 의해 시작되었고, 1990년대 중반 스타크루즈가 싱가포르를 중심으로 크루즈산업을 전개하며 동남아 크루즈산업의 성장을 주도했으나, 이후 2010년대에 들어서는 급성장하는 중국의 모습을 보게 됨.
- 2017년에 아시아 지역에서 운항된 크루즈선박의 수는 2013년도 대비 53% 증가, 이 지역 내에서 운항한 크루즈 항차의 수 역시 매년 25%씩 증가, 2013년 151만 명에서 2017년에는 424만 명까지 승객수용능력이 증가.

< 표2-15 아시아 크루즈 규모 변화 >

구분	2013년	2017년	연평균 증가율
선박수	43척	66척	11%
운항횟수	861회	2,086회	25%
운항일수	4,307일	10,196일	24%
승객수용능력	151만 명	424만 명	29%

* 자료: CLIA Asia Cruise Trends, 2017.

- 아시아 지역 크루즈승객의 수는 2012년 77만 명에서 2016년 310만 명으로 세계에서 가장 빠른 연평균 41%씩의 성장속도를 보였으며 이는 210만 명이 승선하여 해당 기간 동안 매년 76%씩 규모가 확대된 중국 시장의 역할이 중요했음. 아시아권에서 중국 다음의 시장규모의 국가는 약 20만 명 규모의 타이완·일본·싱가포르가 있으며 한국은 약 3만 명 수준으로 후발시장에 포함됨.

< 표2-16 크루즈 승객수 변화 >

연도		2012	2013	2014	2015	2016
승객수	전 세계	2,090	2,130	2,234	2,306	2,407
	아시아	77	121	155	200	310
	비중	3.7%	5.7%	6.9%	8.7%	12.9%

* 자료: CLIA Asia Cruise Trends, 2018.

- 아시아시장은 문화·민족·언어의 차이로 인해 시장 단편화 현상이 심하게 나타나고 있으며, 각각의 시장에서 크루즈산업이 독자적으로 성장해야 하는 단점을 지니고

있음. 적절한 인프라 부족, 높은 운항비용, 잠재고객의 정보부족 등은 아시아 지역의 단점으로 나타남.

< 표2-17 아시아 크루즈선박의 현황 및 전망 >

연도	선박(척)	침상(개)	시장규모(명)	연평균 증가율
2013	43	1,510,000	1,205,138	-
2014	50	1,810,000	1,553,290	28.9%
2015	52	2,170,000	2,003,270	29.0%
2016	60	3,080,000	3,098,202	54.7%

* 자료: CLIA Asia Cruise Trend Report, 2017.

- 2017년 아시아 크루즈시장에는 총 35개 크루즈 브랜드가 66척의 선박을 배치하였으나, 그중 로얄 캐리비안 크루즈, 코스타 크루즈, 스타 크루즈, 셀리브리티 크루즈, 프린세스 크루즈 등의 다섯 개 브랜드가 전체 64%를 차지함.

< 표2-18 아시아권역 크루즈선의 크기별 분류 >

구분	초대형선	대형선	중형선	소형선	탐험선	합계
척수	5	13	26	17	5	66

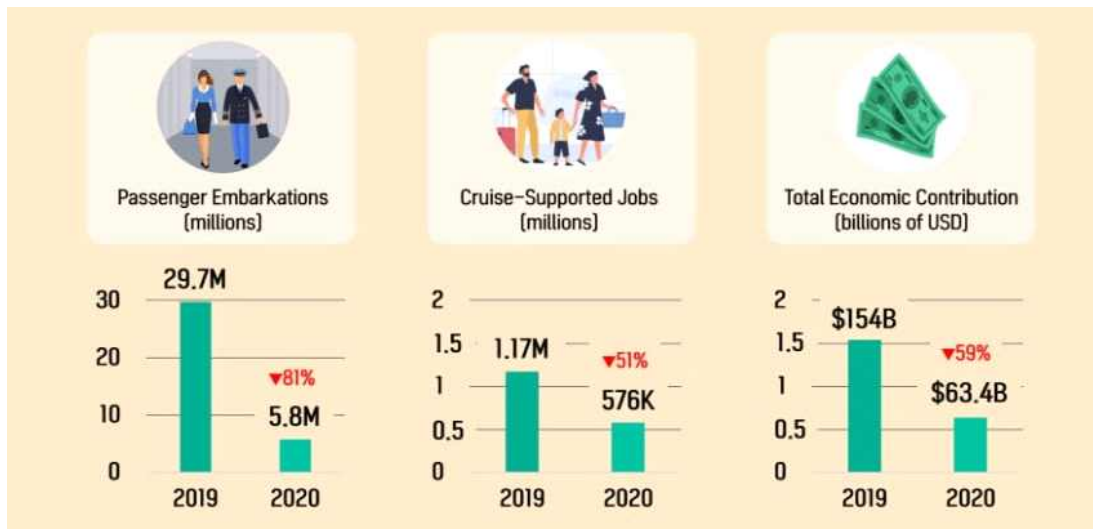
* 자료: CLIA Asia Cruise Trends, 2017.

■ 세계 크루즈사업 현황과 전망

- 1980년대 이후부터 크루즈산업은 다양한 상품을 개발·보급하면서 급속도로 성장하기 시작하였으며, 전 세계 크루즈시장의 약 50%를 차지하고 있는 북미지역을 중심으로 다국적 대형 크루즈선사들이 공동전략을 수립하여 세계 크루즈시장을 석권.
- 세계 크루즈산업은 관광객의 소비지출 증대 및 항공사와 연계된 Fly&Cruise 등 다양한 상품개발에 따른 항공·해운·조선·항만·관광 등 관련 산업에 긍정적인 영향을 미치고 있어 21세기 고부가가치산업으로 각광 받고 있는 추세임.
- Covid-19 팬데믹 이후 크루즈 시장의 변화

- Covid-19와 관련하여 크루즈에 대해서는 2020년 2월 3일, 크루즈선 ‘다이아몬드 프린세스호[2]’가 일본 요코하마항에 정박하는 과정에서 선박 내부에서 Covid-19 확진자가 발견.
- 이를 시작으로, 2020년 WHO(세계보건기구)의 팬데믹 선언 이후 각 국가가 국경 봉쇄조치 및 크루즈 항구 폐쇄와 선박 입항 금지 조치를 취하면서 크루즈 시장은 타격을 입게 되었고 이 시기에 크루즈 선사들도 자발적으로 운항을 중단.
- Covid-19 이후 크루즈는 타 관광 산업과 동일하게 큰 타격을 받게 됨. 2019년 대비 승객은 81% 감소, 관련산업은 51%의 일자리가 감소하였고, 경제적으로는 59% 감소하는 효과를 가져온 것으로 분석.

< 그림2-3 코로나 이후 크루즈와 타관광산업의 기여도 감소율 >



* 자료 : The Global Economic Contribution of Cruise Tourism in 2020, BREa

- Covid-19가 팬데믹이 안정기에 들어오면서 글로벌 크루즈 선사들은 Covid-19 위기 상황을 극복하기 위해 안전/위생과 관련한 프로토콜을 개발하고 이를 실천
- 유럽 및 아시아 시장에서는 운항 재개를 위해 새로운 건강과 안전 프로토콜 개발 및 공신력 있는 기관의 인증을 받아 크루즈 관광이 전염병에 안전하다는 신뢰를 확보.
- 각국의 보건당국과 Covid-19 극복을 위한 긴밀한 협의를 통해 크루즈 운항을 재개
- 유럽, 미국, 싱가포르 등 세계 주요 나라들은 크루즈 입항 방역체계구축 및 현지에 맞는 운항 지침과 가이드라인을 발표하며 크루즈 입항 유치를 위해 노력.

■ 세계 크루즈 수요

- 1990년대 초반 440만~590만 명 수준이었던 세계 크루즈수요는 1998년 937만 명, 2007년 1,541만 명으로 매년 5.9%씩 증가하였으며, 이후 2017년 까지는 매년 5%씩 증가하였다. 크루즈관광객의 수요는 2027년에는 3,809만 명에 이르며 지속적으로 성장할 것으로 예상되나 시장의 규모가 커지는 만큼 연평균 증가율은 점차 완만해질 것으로 전망.

< 표2-19 세계 크루즈선단의 현황 및 전망 >

연도	선박 (척)	침상 (천 객)	시장규모 (만 명)	연평균 증가율
1998	220	155	937	-
2007	294	346	1,541	5.9%
2017	365	535	2,516	5.0%
2027(전망)	434	750	3,809	4.2%

* 자료: Cruise Industry New Annual Report, 2018.

- 세계의 크루즈 수요 중 가장 많은 부분을 차지하는 지역은 북미지역으로 전체수요의 절반가량을 점하고 있어 다른 지역보다 성숙 되어 있는 편이지만 아직도 성장가능성이 높은 지역으로 평가.
- 세계크루즈선주협회(CLIA)에 따르면, 북미 크루즈 수요는 1970년 50만 명에서 2016년에는 1,230만 명으로 24배 이상 성장.

< 표2-20 주요 항해지역: 크루즈선 침상수 기준 > (단위: %)

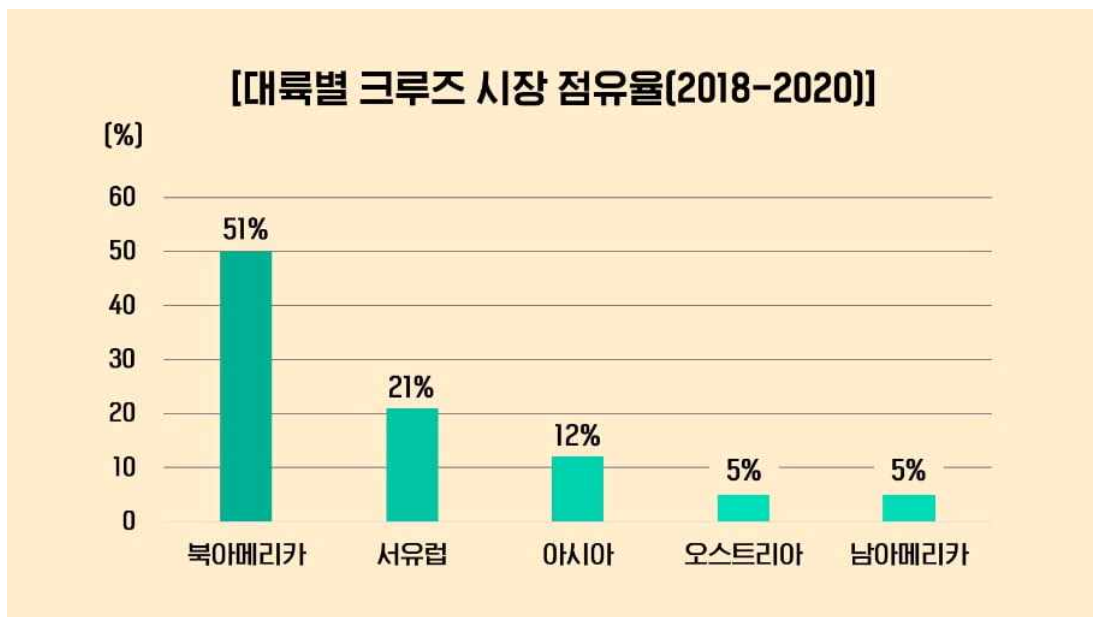
연도 지역	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
북미	50.2	53.5	51.8	49.8	49.7
아시아·태평양	8.0	9.1	10.4	13.5	15.7
호주	2.9	2.3	3.0	4.3	4.3
유럽·지중해	29.0	26.7	26.4	25.3	22.6
남미	4.0	3.1	3.1	1.9	2.5
기타	5.9	5.3	5.3	5.2	5.2

* 자료: Cruise Industry New, 2018.

■ 대륙별 크루즈 시장 점유율(2018-2020)

- Cruise Industry News(2018)에 따르면, 카니발 크루즈(44.1%), 로얄 캐리비안 크루즈(23.9%), 노르웨이지안 크루(8.8%), MSC 크루즈(7.0%) 등 4개 크루즈 선사가 세계 크루즈 시장의 84%를 차지.
- 크루즈 선사 중 미국 기반의 카니발 크루즈와 로얄 캐리비안 크루즈가 약 68%를 차지하고 있으며, 유럽기반의 크루즈 선사가 15% 정도의 점유율을 차지하고 있는 상황.

< 그림2-4 대륙별 크루즈 시장 점유율(2018~2020) >



* 자료: CLIA Global Market Report, 2020

- 북미지역과 수요량의 차이는 있으나, 다음으로 높은 수요를 보이는 지역은 유럽이며, 아시아·태평양 국가들이 그 뒤를 따르고 있음. 북미와 유럽을 제외한 지역에서 크루즈 관광의 시장침투율이 낮게 나타나고 있는 것은 역설적으로 해당 지역에서의 크루즈 여행에 대한 무한한 잠재력과 미래의 수요 확대 가능성을 의미한다고 할 수 있음.

< 표2-21 각 크루즈 권역별 시장침투율 >

(단위: %)

구분	전체 거주인구	크루즈인구	침투율
북미	3억 6천만 명	1,200만 명	3.33%
유럽	7억 명	550만 명	0.79%
남미	4억 2천만 명	50만 명	0.12%
아시아·태평양	40억 명	170만 명	0.04%

자료: Princess, 2017.

- 북미시장은 세계의 크루즈 시장에서 가장 많은 수요를 가지고 있는 지역으로 전세계 크루즈 수요의 50%를 차지하고 있고, 크루즈 목적지로서 북미지역은 최대시장과의 근접성, 온화한 기후 등과 같은 지리적 조건, 항공연계 프로그램, 상품개발에 대한 크루즈 업계의 노력, 효율적 마케팅 등으로 가장 인기 있는 크루즈 목적지.
- 북미지역의 연간 크루즈 승객수는 1980년에 연간 크루즈 승객 143만 명에서 2001년에는 663만 명으로 큰 폭의 증가를 보였고, 2006년에 이미 1,066만 명으로 집계되어 단일권역으로 연간 시장규모가 1천만 명을 넘었음.

< 표2-22 북미 크루즈선박의 현황 및 전망 >

연도	선박(척)	침상(천 개)	시장규모 (만 명)	연평균 증가율
2001	136	159	812	-
2006	155	213	1,066	5.4%
2011	146	250	1,227	3.1%
2016	158	283	1,374	2.3%
2021	160	293	1,436	0.9%

* 자료: Cruise Industry New Annual Report, 2018.

- 지중해를 포함한 유럽권역은 북미와 함께 전통적인 크루즈 시장으로서의 안정적 수요층을 갖고 있음. 전 세계 크루즈 시장수요 중 약 23%를 차지하고 있고, 과거에는 지중해지역으로 집중되어 있던 크루즈 수요가 최근에는 북유럽 피요르드지역까지 확대.
- 유럽 크루즈 이용객의 수는 2006년에서 2011년 사이 연평균 10.8%이 높은 성장률을 보였으나 2011년에 발생한 유럽 금융위기 이후 침체기를 겪고 있음.

< 표2-23 유럽 크루즈선박의 현황 및 전망 >

연도	선박(척)	침상(천 개)	시장규모(명)	연평균 증가율
2001	88	58,387	2,138,497	-
2006	113	98,186	3,188,888	8.3%
2011	110	141,866	5,319,072	10.8%
2016	120	171,998	7,166,515	6.1%
2021	124	175,990	7,351,735	0.5%

* 자료: Cruise Industry New Annual Report, 2018.

