

## 동북아 크루즈산업의 현황과 발전방안

하명신\* · 박경희\*\*

Status and development policy of cruise industry in North-East Asia

Myung-Shin Ha · Geong-Hee Park

### 목 차

- |                    |                     |
|--------------------|---------------------|
| I. 서론              | 2. 동북아의 크루즈산업 현황    |
| II. 크루즈산업의 개념      | 3. 크루즈산업의 경제 파급효과   |
| 1. 크루즈산업의 정의       | IV. 동북아 크루즈산업 발전방안  |
| 2. 크루즈산업의 유형       | 1. 동북아 크루즈 산업의 저해요인 |
| 3. 크루즈산업의 발전과정     | 2. 한중일 연계 프로그램      |
| III. 동북아 크루즈 산업 현황 | 3. 발전방안             |
| 1. 세계의 크루즈산업 현황    | V. 결론               |

Key Words: status of world cruise industry, cruise industry of North-East Asia, cruise-related law and institution

### Abstract

Cruise industry in the world has been one of the most prosperous industries for the past 30 years and thus its effect is classified by both economic side incurred from its own tourism industry directly and indirectly, and another economic one from development of related-industries such as shipbuilding, heavy industries, and so on. Under these circumstances, it is evaluated that Korea will have good circumstances of activating the highly value-added cruise industries. In order to do it, this country will have to meet as follows: the significant investment in cruise infrastructure, the organization of North-East Asia cruise council, the building-up of cooperation between government and private, the improvement of cruise-related law and institution, the simplification of entry procedure for cruise tourists, the active development and public relation of cruise tourism industry, and so on.

▷ 논문접수: 2007.08.21   ▷ 심사완료: 2007.09.12   ▷ 게재확정: 2007.09.16

\* 대표저자, 부경대학교 국제통상학부 교수, msinha@pknu.ac.kr, 051)620-6530

\*\* 교신저자, 부경대학교 국제통상학부 강사, pgh6424@hanmail.net, 019-526-6424

## I. 서론

세계 크루즈산업은 경제성장과 더불어 지난 30년간 가장 많이 성장한 관광분야 중의 하나로서 전 세계 크루즈 여객 수요가 1,000만명을 넘어섰으며 해운산업 중에서도 가장 부가가치가 높은 미래산업으로 인식되어 해운강국을 중심으로 크루즈사업 활성화 움직임이 일고 있다.

승객의 꾸준한 증가, 선사들의 지속적인 영업전략, 크루즈상품의 다양화에 따른 수요유발, 그리고 특히 최근 유럽 및 아시아지역의 급속한 경제성장 등으로 1985년 이후 크루즈산업의 연평균 성장률은 8%를 기록하며 수요측면에서의 성장잠재력이 확대되고 있다.

세계 지역별 크루즈의 수요는 북미, 유럽, 기타지역으로 대별할 수 있으며, 북미시장이 68%, 유럽 19%, 아시아 7%의 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다.<sup>1)</sup>

한편, 아시아지역에는 리조트 부대시설이 잘 정비되어 있고 주변에 푸켓, 발리섬 등 매력적인 관광자원이 풍부한 싱가포르가 대표적인 크루즈시장이 되고 있으며, 기타 대형 크루즈선사들이 홍콩, 인도네시아(발리), 중국(상해, 북경, 대련), 태국(방콕), 베트남(호치민시), 말레이시아(쿠알라룸푸르), 일본(나가사키), 한국(인천, 부산) 등에도 기항하고 있다.

아시아지역은 새로운 크루즈시장으로 부각되고 있는데, 북미와 유럽의 대형 크루즈선사들은 아시아지역의 진출을 적극적으로 모색하고 있으며 크루즈산업은 21세기의 고부가가치 산업으로 세계적인 붐을 맞고 있다. 이러한 크루즈산업의 붐은 아시아지역도 예외가 아니어서 스타크루즈가 싱가포르를 거점으로 크루즈사업을 급성장시키면서 세계 4대 크루즈선사로 부상하였다.

이에 반해 현재 반도국가인 우리나라와 도서국가인 일본, 아시아 전역에 걸쳐 해양과 접해 있는 중국 등 동북아 지역의 국가들은 매력적인 동양의 역사문화 유산과 함께 크루즈 관광상품으로 개발 가능한 잠재여건들을 갖추고 있음에도 불구하고 이를 적극적으로 활용하지 못하고 있는 실정이다.<sup>2)</sup>

우리나라를 비롯한 동북아 국가들은 반도 해양국으로서의 지리적 장점, 태평양 횡단의 연계지점, 관광매력의 상호보완성 등의 장점을 지니고 있어 한국, 중국, 일본을 중심으로 한 동북아 크루즈상품을 개발하면 동일문화권이며 상호우방국인 각국들에게 충분한 시너지효과를 가져다 줄 수 있을 것으로 기대된다.

또한 국가경제측면에서 크루즈산업은 관광 및 조선 산업의 경제적 파급효과가 매우 큰 것으로 나타나고 있어 우리나라 조선산업의 미래전략으로, 또한 크루즈선박의 기항지로서의 외화획득효과, 고용증대효과, 사회문화적 측면에서 여타 관광형태보다 무해하고, 지속가능하고, 연성적인 관광으로 인식되어 크루즈산업에 대한 보다 활발한 연구가 필요하다고 사료된다.

1) 해양한국, “동북아크루즈 성장 잠재력 높다”, 해양한국, 2007. 1. 기획점검, pp.74-75.

2) 김범중외, “동북아 크루즈산업의 발전방안”, 월간 해양수산 통권, 제194호, 2000. 11. pp.33-34.

선행연구로 김도영(2006), “크루즈(Cruise)여행 선택속성에 기초한 마케팅전략에 관한 연구”, 김범중외(2000), “동북아 크루즈산업의 발전방안”, 박기홍외(1999), “한중일 연계 크루즈 관광사업 추진방안”, 이태우(1998), “크루즈항으로서의 성공요인에 관한 연구”, 장철순(2003), “세계 크루즈시장과 동북아에서 크루즈사업의 가능성”, 하인수(2005)(2006), “국내 크루즈산업의 장애요인”, “크루즈 브로셔에 관한 콘텐츠 분석-카리브와 알래스카를 중심으로”, 한국해사문제연구소(2005), “크루즈 관광산업 현황과 국내 크루즈의 활성화 과제”, 한철환(1998), “아시아 크루즈시장의 성장잠재력 및 시사점”, 한국해양수산개발원(2006), “크루즈 관광산업 발전기반 조성방안”, 홍성인(2006), “크루즈선 시장현황과 한국의 진출전략” 등이 있으나 대부분이 관광산업부에서 발표된 논문으로서 항만부에서의 논문은 제한적이다. 따라서 향후 항만부에서의 연구과제로 충분히 연구되어야 할 것이다.

본 논문에서는 현재의 세계 크루즈산업과 동북아 크루즈산업의 현황을 살펴보고 한중일을 중심으로 한 동북아 크루즈산업의 발전전망을 예측해봄으로써 우리나라 크루즈산업의 발전방안을 모색해 보고자 한다.

## II. 크루즈산업의 개념

### 1. 크루즈산업의 정의

크루즈에 대한 여러 가지 정의를 살펴보면 다음과 같다.

Marc Mancini<sup>3)</sup>는 ‘크루즈는 선박을 이용한 여행이다’라고 정의했으며, Maria B. Lekakou<sup>4)</sup>는 ‘100인 이상이 승선할 수 있는 선박에서 1박 이상의 여행일정으로 여가를 즐기는 것’이라고 정의하였다. 국내의 박기홍외<sup>5)</sup>의 논문에서는 ‘크루즈관광이란 위락추구 여행자를 위한 선박여행으로 숙박, 식음, 위락시설 등 관광객을 위한 각종 시설을 갖추고 수준 높은 서비스를 제공하면서 관광을 목적으로 역사도시, 항구도시, 휴양지, 자연경관이 뛰어난 곳 등 관광적인 요소가 내재되어 있는 관광지를 기항하면서 안전하게 운항하는 선박관광을 의미한다’로 정의하고 있다.

### 2. 크루즈산업의 유형

크루즈 관광의 유형은 크게 장소와 활동범위, 운항유형에 따라 구분할 수 있다. 운항하

3) Marc Mancini, Cruising: A Guide to the Cruise Line Industry, 2nd edition, Thomson, 2004. p.3.  
 4) Maria B. LEKAKOU, arhanasios A. PALLIS, 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.  
 5) 박기홍외, 「한·중·일 연계 크루즈 관광사업 추진방안」, 한국관광연구원, 1999. p.6.

는 장소에 따라 내륙의 호수, 하천을 이용하는 내륙크루즈와 바다를 이용하여 관광지 해안을 순항하는 해양크루즈로 나뉘고, 활동 범위에 따라 국내영해만을 운항하는 국내크루즈, 국내와 외국을 순회 유람하는 국제크루즈로 구분되며 운항유형에 따라 항만크루즈 등 6개 유형으로 구분된다.<표 1>참조.

<표 1> 크루즈관광의 분류

기준	종류	비고
장소	내륙크루즈	호수, 하천 운항
	해양크루즈	바다 항
활동범위	국내크루즈	해양법상 국내영해 순항
	국제크루즈	자국내, 자국의 모두 순항
운항유형	항만크루즈	주요 항구 순항
	도서순항크루즈	경관이 좋은 섬들 순회
	파티크루즈	특별한 이벤트, 파티 실시
	레스토랑크루즈	식사, 만남을 목적으로 함
	장거리크루즈	대형선박, 장거리, 장기간운항
	외항크루즈	외항여객선에 오락시설 갖춘

자료: 김천중, 크루즈 사업론, 학문사, 1999.

<표 2> 크루즈 선박과 정기여객선의 차이

구분	정기여객선	크루즈
운항의 정기성	정기 운항	부정기 운항(일부 정기운항)
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.

크루즈 선박과 정기여객선을 비교해 보면 <표 2>에서 보이는 바와 같이 정기여객선은 정기 운항이나 크루즈는 부정기 운항이며, 다양한 객실등급이며, 선박시설, 예약관리, 승무원서비스 등에서 차이가 나고 있다.

크루즈산업과 관련한 주요 기반시설로는 일반 선박의 기본시설과 기능시설 외에 관광객 대합실, 숙박시설, 위락시설, 편의시설 등이 추가된다.<표 3>참조.

<표 3> 크루즈 관련 주요 기반시설

구분		구성요소	
항만 시설	기본시설	수역시설	항로, 박지, 계류장, 선회장
		외곽시설	방파제, 방사제, 방제제, 갑문도류제, 호안
		계류시설	안벽, 물양장, 잔교, 부잔교, 계선부표, 계선
		입항교통시설	도로, 철도, 교량, 운하
		항행보조시설	항로표지, 항무통신, 조명시설
	기능시설	화물처리시설	하역기, 상옥, 창고, 야적장
		보관시설	저탄장, 사이로, 저유시설, 위험물저장소
		종합여객시설	대합실, 숙박시설, 위락시설, 편의시설
		선박보급시설	급수시설, 급유시설, 급병시설, 항만후생시설, 항만시설용지
		기타시설	항만운영시설, 선박수리시설
비 항만시설		교통 및 숙박시설	
		관광자원 및 시설	
		관광안내 및 편의서비스 시설	

자료: CWDT, National Cruise Shipping Strategic, 1995.

이태우, “크루즈항으로서의 성공요인에 관한 연구”, 해상교통정책, 12월호, 1998.

항만법(법률 제5914호) 제2호.

### 3. 크루즈산업의 발전과정

크루즈의 역사는 제1차 세계대전 이후 대서양의 정기여객항로에 순항되었던 대형 여객선들의 운항효율을 높이기 위해 겨울철 비수기동안 아열대 해역에 여객선들을 관광유람선으로 투입하면서 시작되었다고 볼 수 있다.(<표 4>참조).

이후 크루즈는 1980년대 미국에서의 ‘크루즈 혁명(cruise revolution)’을 발판으로 하여 세계관광산업 중에서 연 9%라는 가장 빠른 성장을 하고 있는 분야가 되었다. 현재 크루즈 관광은 ‘꿈의 관광’이라고 불리면서 21세기에 무한한 성장력을 가진 ‘젊은 시장(young market)’으로 각광을 받고 있다. 크루즈관광이 ‘젊은 시장’으로 각광을 받는 이유는 지구상의 많은 사람들이 크루즈관광을 경험하지 못했다는 점이다. 크루즈의 제1시장인 미국의 경우만 하더라도 전 국민의 12%만이 크루즈를 경험하였을 뿐 나머지는 잠재시장으로 남겨져 있는 상태이다.<sup>6)</sup>

6) 하인수, “국내 크루즈산업의 장애요인”, 관광연구저널, 제19권 제3호, 2005, p.497.

<표 4> 세계 크루즈관광의 발전과정

연 대	발 전 내 용
1960	케트기출현이 대중여가관광에 이용되면서 크루즈관광사업 발전에 기여
	1~4만톤의 선박이 크루즈선으로 사용
	주요목적지는 카리브해, 지중해, 남지나해
	고비용, 노년층만의 관광이라는 잘못된 인식으로 발전에 장애
1970	단순한 수송수단이 아닌 여가활동으로서의 크루즈 관광으로 인식 변화
	최초의 15,000~30,000톤 규모 크루즈 전용선박 등장
	항공산업의 급속한 발전으로 카리브해가 주요 크루즈 목적지로 부각
	7~14일, 3~4곳의 목적지를 연계한 크루즈 관광상품 개발
1980	크루즈 상품의 판매는 여행사에 의존
	70년대 중반 이후의 경제불황으로 인해 정체(76~80년)
	TV "리브보트" 프로그램 방영으로 일반인에게 인기 상승
	크루즈선 건조기술의 급속한 발전
	크루즈상품의 적극적인 마케팅활동과 fly cruise 패키지 개발
	알래스카, 버뮤다, 유럽 등이 주요 목적지로 추가
1990	3~4일의 단기 크루즈상품 등장
	주요 휴가활동의 하나로 크루즈 정착
	연안 관광 등을 통해 대다수가 크루즈관광을 간접 경험
2000	고소득층에서 중소득층까지 확대 추세
	Carnival Corporation사 Costa Cruise사를 100%소유
	Carnival Corporation사 P&O Princess Cruises사 합병으로 세계 최대 크루즈 선사로 등장, 총 60척의 크루즈선과 13개 브랜드 확보
	2001~2004년 기간 연평균 성장률 9.5%로 지속적 성장 추세

자료: Koran Tourism News, "세계 크루즈산업의 발전동향", 1994, 6월호.

Douglas Ward, Ocean Cruising & Ships 2005, Berlitz, 2005, pp.26-29. 참조하여 재구성.

### Ⅲ. 동북아 크루즈산업 현황

#### 1. 세계의 크루즈산업 현황

7) WTO, Tourism Highlights 2005 Edition, 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. 또한 2005년 실적은 1,440만 명으로 2004년 대비 7.5%의 성장을 보였고, 지역적으로 북미시장이 967만명, 영국이 107만 1천명, 나머지 유럽이 214만 5천명을 기록하였다.<sup>8)</sup> 이는 2001~2004년의 성장률에 비해 낮은 편이지만, 부분적으로 공급의 부족에 기인한 것으로 향후 점차적으로 개선될 것이다. 즉 크루즈 선박의 추가 공급에 따라 전체 시장 성장률은 강세를 유지할 것으로 보인다.<sup>9)</sup>

2003년 통계에 의하면, 세계 크루즈시장의 시장 점유 선사는 카니발이 73척의 선박으로 전체 44.0%, 로얄 캐러비언이 28척으로 24.6%, 스타그룹이 16척으로 11.47%를 점유하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 대형 3사가 117척을 소유하며 세계 크루즈시장의 80%를 차지하고 있다.

국가별로는 미국기업이 전체 크루즈 선박량의 약 70%를 차지하고 있으며 그 다음으로 스타그룹, NYK 등의 아시아 기업이 약 20% 정도, 유럽기업이 10% 정도의 점유율을 보이고 있다. 세계 크루즈 시장의 공간적 기여도는 카리브/바하마지역이 51.5%로 가장 큰 지리적 점유율을 차지하고 있으며, 그 다음으로 지중해지역 15.0%, 알래스카지역 6.7%로 3대 시장을 형성하고 있으며, 아시아/남태평양지역이 6.4%로 그 다음의 시장을 형성하고 있다.<sup>10)</sup>

<표 5> 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%
기 타 (남미 등)	505,000	672,000	620,000	655,000	N.A	9.1%
합 계	10,192,000	11,198,000	12,340,000	13,383,000	14,400,000	9.5%

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

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

8) 한국해양수산개발원, 『크루즈 관광산업 발전기반 조성방안』, 2006. p.20.

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

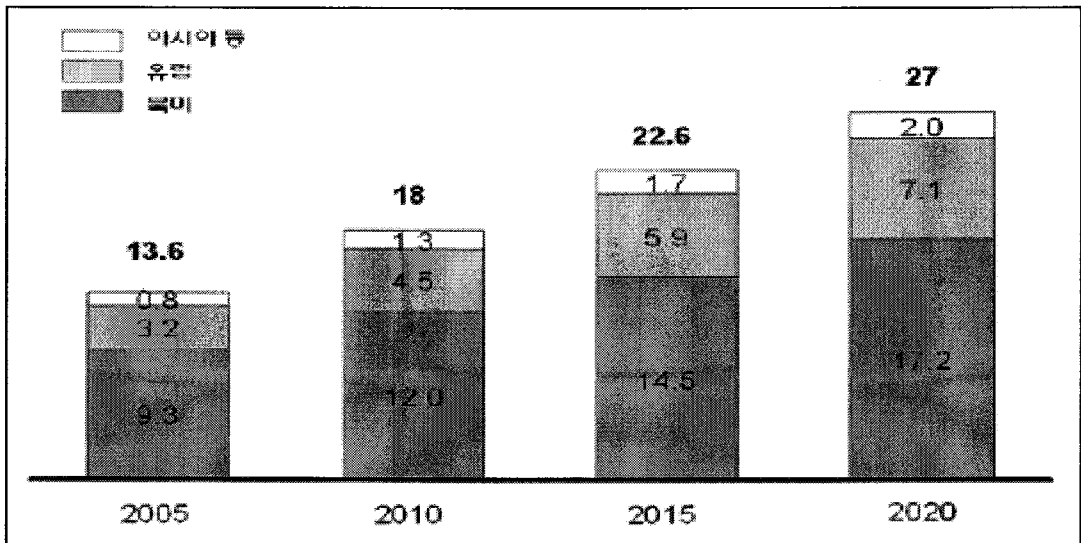
10) 김범중외, “동북아 크루즈산업의 발전방안”, 월간 해양수산 통권, 제194호, 2000. 11, p.499.

<그림 1>에서 영국의 해운 전문 컨설팅사인 OSC사는 주요 크루즈 권역별로 2020년까지 수요를 전망하였는데, 전체적으로 2015년에 2,260만명, 2020년에 2,700만명으로 추정하였다. 권역별로는 북미시장이 2020년에는 2005년 대비 1.85배가 증가한 1,720만명, 유럽시장이 2005년 대비 2.22배가 증가한 710만명, 그리고 아시아 등 나머지 지역이 약 200만명으로 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.

한편, 아시아·태평양의 관광시장은 세계시장에서 향후 가장 높은 성장률을 예상하고 있다. 세계관광기구의 자료에 따르면 동아시아·태평양지역을 방문하는 관광객 수는 1995년 100만 명에서 2010년 1억 9천 500만 명, 2020년에는 3억 9천 700만 명으로 연평균 6.5%의 성장률을 보이며, 1996년 세계 관광시장 점유율 14.4%에서 2020년에는 25.4%로 높게 전망되고 있다.<sup>11)</sup>

<그림 1> 세계 권역별 크루즈 수요 전망 (단위: 백만명)

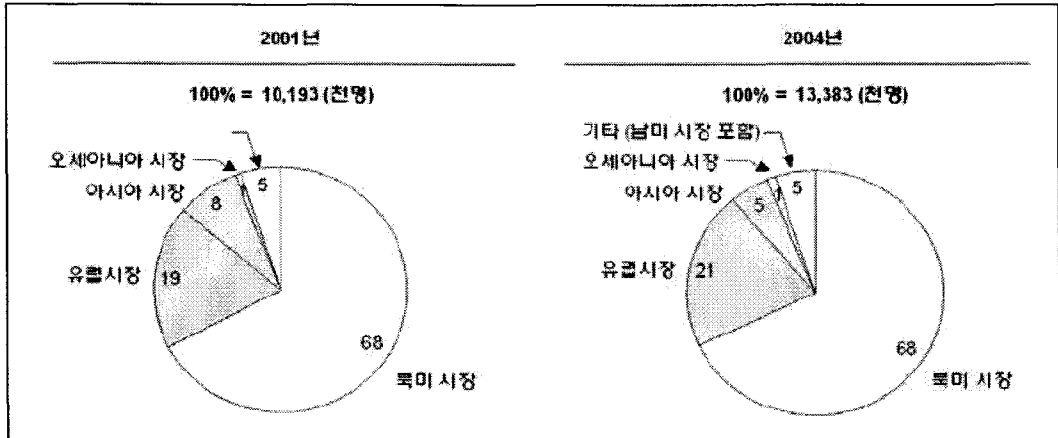


자료: Ocean Shipping Consultants, The World Cruise Shipping Industry to 2020, 2005.

11) 한국해양수산개발원, “크루즈 관광산업 발전기반 조성방안”, 2006, pp.44-46.



<그림 2> 세계 권역별 크루즈(Ocean Cruise) 시장점유율 변화 (단위: %)



자료: Tony Peisley, The Future of Cruising · Boom of Bust? A Worldwide Analysis to 2015, Seatrade Communications Ltd., 2004, p.109.

## 2. 동북아의 크루즈산업 현황

### 1) 동북아의 크루즈 시장

현재 전 세계에서 가장 인기 있는 관광레저 상품으로 크루즈 투어가 성행하나 서구(미국/유럽)지역에 거의 편중되어 있고, 동북아지역에는 대표적인 상품이 없는 실정이다.

일본 및 동남아(싱가폴/말레이시아/태국/홍콩)지역에 소수의 상품이 있으나 우리나라에서의 접근성이 떨어지고, 선내 프로그램 등이 우리 정서와 잘 맞지 않고 있다. 예전에 스타크루즈에서 한/중/일을 대상으로 상품을 도입하였으나 일년 여 만에 마케팅 미흡, 프로그램의 부적절 등의 이유로 철수한 적이 있다.

동북아시아 크루즈 시장에서 활동하고 있는 주요 크루즈선사는 일본선사와 말레이시아의 스타 크루즈이다. 그러나 일본선사는 지금까지 일본인 여행객만을 대상으로 한 마케팅을 실시하고, 또 일본의 획일적인 해운법규와 정책에 얽매이면서 고가격형의 크루즈를 전개했기 때문에 일본에서 '크루즈 원년'이라고 불리운 1990년에 비해서, 마켓은 오히려 후퇴하고 있다. 또한 스타 크루즈도 대만 마켓을 목표로 전개해 온 대만/오키나와 크루즈를 2005년까지 휴지하는 등, 동북아시아 시장은 아직 맹아기를 벗어나지 못하고 있다.

2006년 기준으로 동북아시아에서 구미형의 크루즈를 전개하고 있는 일본, 중국, 한국기업의 경우 일본의 5개사 이외에는 없다. 단, 한국의 팬스타 라인이 부산-오사카 항로에 투입하고 있는 정기 페리의 선상에서, 식사와 엔터테인먼트를 제공하는 '크루즈 서비스' 및 부산항에서의 '원 나이트 크루즈' 서비스를 전개하고 있으며 앞으로 성장이 기대되고 있기는 하다.

한편, 중국시장을 목표로 하는 중국계 말레이시아 자본의 크루즈회사 스타 크루즈에 따르면, 홍콩발 크루즈의 시도로 일정의 성과를 올리고 있는 것 같지만 중국시장을 본격적으로 진출한 상황에는 이르지 않고 있다. 단동사 창업이래의 거점으로 하고 있는 홍콩발착의 크루즈는 계속해서 전개하고 있으며, 2006년에는 홍콩발착의 크루즈를 축으로, 대만의 카오슝, 아모이를 연결한 크루즈를 반복하고 있다.

그리고 스타 크루즈는 1997년 이후 대만의 기류항을 거점으로 오키나와의 나하, 이시가키 등에 기항하는 크루즈를 계속 운항하여 최고 성수기 11만명, 2005년에도 5만 9천명을 대만에서 오키나와로 연결했지만, 2005년에 크루즈를 중지하고 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 주목을 받고 있다.<sup>12)</sup>

## 2) 한·중, 한·일 여객선 항로 현황

한국과 중국, 일본 여행에서 숙박과 이동을 겸한 여객선(카페리)을 이용하는 여행객은 해마다 증가추세에 있다. 한중 수교이전 1990년부터 위동항운이 카페리 서비스를 시작해 한중간에 첫 뱃길을 연 이후 현재까지 동 구간에는 모두 15개 항로가 개설되어 있고, 한일 구간은 1970년 일본선사 관부훼리의 카페리서비스를 시작으로 해 1983년 한국선사 부관훼리가 서비스를 추가한 이래 쾌속 여객선과 카페리선 6개 항로에 15척의 선박이 여행객들을 운송하고 있다.

한·중간에는 15개 모든 서비스가 여객과 화물을 함께 실을 수 있는 카페리선박이 배선되고 있으며, 한·일구간에는 5개 루트만 카페리선박이 운영되고 8개 루트는 고속의 여객선으로 여행객을 서비스하고 있다.

한·중, 한·일간의 해상여객서비스를 통해 여행할 수 있는 지역은 중국의 경우 청도와 위해, 단둥, 연운항, 훈춘, 대련, 영성, 진황도, 일조, 연태, 석도, 영구, 천진 등이다. 이들 지역을 기점으로 한 중국의 여행코스는 우리 민족의 역사와 관계가 있는 유적지를 중심으로 중국문화를 탐방할 수 있는 명소에 이르기까지 다양한데 백두산, 압록강, 두만강, 해상왕 장보고 유적지, 고구려의 천리장성과 유적지, 공자마을인 곡부, 북경, 항주, 소주, 서안, 황산 등의 중국의 명소와 문화 유적지를 연계하는 상품들이 나와 있다.

일본의 경우에는 대마도와 후쿠오카, 오사카 지역에 해상여객서비스가 제공되고 있으며, 대마도 여행상품과 구마모토 일주, 벳부의 온천, 아소 활화산 등의 여행코스가 인기이다. 이외에 오사카, 고베, 나라, 교토를 둘러보는 상품도 주요 관광상품이다.<sup>13)</sup>

12) 한국해양수산개발원, "크루즈 관광산업 발전기반 조성방안", 2006. pp.37-38.

<표 6> 한·일 여객선 현황

항로	회사(국적)	투입선명	수송인원	운항회수
부산-시모노세키	부관훼리(한국)	성희	601명(화물 120teu)	주 3회
	관부훼리(일본)	하마유	500명(114teu)	주 3회
부산-하카다	카멜리아라인(일본) 구주여객철도(일본)	뉴 카멜리아	522명(220teu)	주 6회
		비틀 2	215명	주 7회
		비틀 3	215명	주 7회
		제비	215명	주 4회
		비틀 5	200명	주 4회
	미래고속(한국)	코비	222명	주 7회
		코비 III 코비 V	221명 215명	주 7회 주 7회
부산-대마도 부산-오사카 부산-고쿠라 부산-히로시마	대아고속(한국) 팬스타라인닷컴(한국) C&훼리 홍아해운	씨플라워 2호 팬스타드림 KC 브릿지	376명 688명(220teu) 사업내용 미확정 사업내용 미확정	주 3.5회 주 3회

자료: 해양한국, “배타고 떠날 한·중·일 여행지 다양해졌다”, 2007년 6월호, 테마기획, p.49.

<표 6>에서 보이는 바와 같이 한·일간을 운항하는 여객선 현황을 보면 부산과 시모노세키항을 비롯한 일본의 5개항과 주 3회 이상을 운항하고 있으며, 한·중 항로는 우리나라의 인천, 평택, 군산, 목포, 속초항에서 출발하여 중국의 남부지방과 북부지방을 운항하는 14개 업체가 있다.(<표 7>참조).

<표 7> 한·중 항로 카페리 항로 현황

항로	사업자	선명	수송능력	운항회수
인천-위해	위동항운	뉴골든브릿지 II	731명(250teu)	주 3회
인천-청도	위동항운	뉴골든브릿지 V	660명(280teu)	주 3회
인천-천진	진천국제객화항운	천인	800명(275teu)	주 2회
인천-연운항	연운항중한운도	자옥관	392명(293teu)	주 2회
인천-연태	연태중한운도	향설관	392명(293teu)	주 3회
인천-대련	대인훼리	대인	555명(125teu)	주 3회
인천-단동	단동국제항운	동방명주	599명(130teu)	주 3회
인천-석도	영성화동해운	화동명주	599명(132teu)	주 3회
인천-영구	범영훼리	자정향	332명(228teu)	주 2회
인천-진황도	진인해운	옥금향	348명(228teu)	주 2회
평택-영성	대룡해운	대룡	834명(150teu)	주 3회
평택-일조	씨앤훼리	케이씨레인보우	735명(220teu)	주 3회
군산-청도	창명라이너스	씨칭다오	405명(228teu)	주 3회
목포-상해	K훼리	선박물색 중	사업중단 중	
속초-훈춘-블라디보스톡	동춘항운	뉴동춘호	599명(119teu)	주 3회

자료: 해양한국, “배타고 떠날 한·중·일 여행지 다양해졌다”, 2007년 6월호, 테마기획, p.49.

13) 해양한국, “배타고 떠날 한·중·일 여행지 다양해졌다”, 2007년 6월호, 테마기획, pp.48-49.

<표 8> 한·일, 한·중 항로 여객 실적 (2006년)

한·일 항로		한·중 항로	
항로	이용객(증감)	항로	이용객(증감)
		인천-위해	158,027명(27%증가)
		인천-청도	84,320명(11%증가)
		인천-천진	73,997명(7%증가)
		인천-연운항	65,889명(47%증가)
		인천-대련	97,896명(4%증가)
		인천-연태	95,994명(10%감소)
		인천-단동	104,037명(11%증가)
		인천-석도	115,196명(9%증가)
		인천-영구	40,299명(2%증가)
		인천-진황도	46,594명(28%증가)
		평택-일조	135,937명(108%증가)
		평택-영성	95,486명(18%감소)
		군산-청도	55,520명(1%감소)
		속초-훈춘	62,060명(8%증가)
부산-시모노세키(성희)	113,271명(22%증가)		
부산-시모노세키(하마유)	86,016명(16%증가)		
부산-하카다(뉴카멜리아)	207,042명(63%증가)		
부산-하카다(비틀즈 4척)	291,296명(11%증가)		
부산-하카다(코비 3척)	248,770명(13%증가)		
부산-대마도(씨플라워)	86,975명(14%증가)		
부산-오사카(퀵스타드림)	118,161명(25%증가)		

자료: 해양한국, “배타고 떠날 한·중·일 여행지 다양해졌다”, 2007년 6월호, 테마기획, p.51.을 참고하여 재작성.

2006년의 한·일, 한·중 항로 여객 실적을 <표 8>에서 살펴보면, 2005년에 비해 각각 높은 증가 수치를 나타내며, 한·일 항로의 경우 부산-하카다항이 248,770명으로 가장 많고, 한·중 항로의 경우 평택-위해의 경우가 158,027명으로 가장 많은 것으로 나타났다.

### 3. 크루즈산업의 경제 파급 효과

#### 1) 크루즈산업 경제적 효과의 특성

항만이나 지역에서 크루즈 산업(Cruise Activity)의 경제적 효과는 직접적(Direct), 간접적(Indirect), 유발효과(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 다음과 같다.

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

둘째, 크루즈 승객의 직접 소비 수준은 ① 방문 지역의 고유 특성 ② 항만 지역의 매력도, ③ 크루즈 일정 속 기항지의 상대적 지위, ④ 크루즈의 ‘호화수준’ ⑤ 크루즈 관광객의 수준 등에 따라 다르다.<sup>14)</sup>

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.<sup>15)</sup>

넷째, 최근의 특정 크루즈 선사와 항만 간의 다양한 협정에서 보듯이, 계획된 크루즈 기항 프로그램은 해당 항만에 최소한의 중장기 수입을 보장할 수도 있다.<sup>16)</sup>

세계 4대 크루즈 조선시장인 이탈리아, 독일, 핀란드, 프랑스는 2006년 8월 기준으로 2010년까지 인도해야 할 신조 크루즈선의 100%를 점유하고 있다. 또한 5개 조선사에 의해 신조되는 23척의 크루즈선 총 건조비용이 121억 달러(약 12조원)를 상회할 만큼 엄청난 파급효과가 있다. 이는 크루즈 산업이 발전하면 할수록 더욱 더 경제적 효과는 높아짐을 나타내고 있다.<sup>17)</sup>

## 2) 크루즈산업의 경제적 추정 효과

크루즈산업의 경제 파급 효과는 크루즈 관광산업이 직·간접적으로 발생하는 경제적 효과 측면과 조선 산업 등 연계산업의 발전에 따른 경제적 효과로 구분할 수 있는데, 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 50조원) 규모이며, 관광객, 승무원, 선사의 직접 소비액이 250억 달러에 육박, 고용 규모는 약 54만 명에 이른다고 발표되었다. (<표 9>참조).

<표 9> 크루즈산업의 경제적 추정 효과(2004년)

항목	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)	383,115	110,005	44,023	536,143

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

14) 크루즈시장을 대표하는 미국에서 크루즈 관광객의 직접 소비수준은 평균적으로 1일당 100달러 정도이다.

15) 크루즈 승객, 승무원, 선사 사이의 직접 소비 수준의 비율은 대략적으로 70: 15: 15 정도로 평가 되어진다.

16) Ocean Shipping Consultants, *The World Cruise Shipping Industry to 2020*, 2006. pp.16-17.

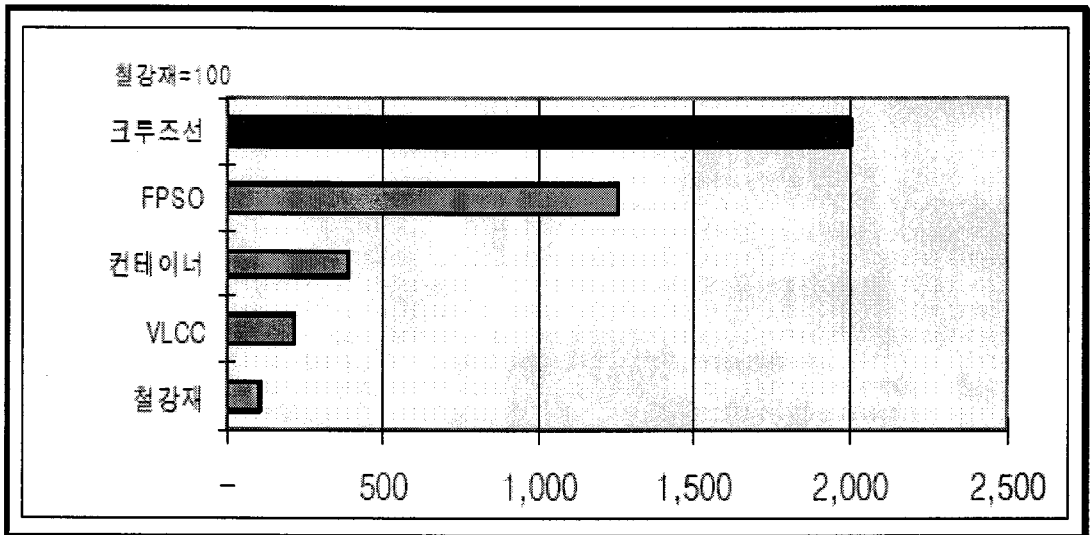
17) 특히 유럽의 경우, 북미 시장에 비해 크루즈 관광이 성숙하지는 못했지만, 향후 북미 시장의 대안시장으로 거론되고 있을 뿐 아니라 크루즈 선박 건조시장이 거의 독점적이라는 특징을 가지고 있다. 이 때문에 유럽시장의 크루즈 산업 관련 경제적 파급효과는 '크루즈관광+선박 건조'로 연결되어 더욱 더 크질 것으로 전망된다.

### 3) 크루즈선 건조시장 진출의 효과

크루즈관광산업의 활성화에 따른 크루즈선박을 건조할 경우 <그림 3>에서 보이는 바와 같이 철강재의 20배, VLCC선의 9.1배에 달하는 부가가치를 이룰 수 있는 것으로 나타났다. 세계 조선 1위 국가인 우리나라의 경우, 고부가가치 크루즈선 건조시장 진출의 효과를 충분히 가져올 수 있을 것으로 전망되고 있다. 물론 크루즈선 건조를 위한 R&D 투자가 필요하고, 건조 초기에는 건조와 비례하여 손실이 발생할 수 있으나 크루즈선 건조시장에 진출함으로써 조선 산업의 매출 및 고용증대는 물론 조선 선도국으로서의 위상 제고, 연관산업에 대한 생산고용유발 및 기술 파급효과, 조선기자재산업의 구조 고도화 등이 전개 될 것이다.

또한 산업구조가 취약한 해양레저 장비 및 기자재 분야에 대한 파급효과가 기대된다. 크루즈선은 대표적인 해양레저 수단으로 활용되는 선박이므로 해양레저, 요트, 모터보트 등의 분야에 대한 발전을 가져 올 것으로 전망된다.<sup>18)</sup>

<그림 3> 선종별 부가가치 지수 비교



자료: 홍성인, "크루즈선 시장현황과 한국의 진출전략", KIET 산업경제, 산업연구원, 2006. 3.

18) 홍성인, "크루즈선 시장 현황과 한국의 진출전략", NIET 산업경제, 산업연구원, 2006.

## IV. 동북아 크루즈산업 발전방안

### 1. 동북아 크루즈산업의 저해 요인

#### 1) 크루즈산업에 대한 인식 부족

우리나라를 비롯한 동북아 국가들은 반도 해양국으로서의 지리적 장점, 태평양 횡단의 연계지점, 관광매력의 상호보완성 등의 장점을 지니고 있어 크루즈관광산업의 발전요인이 충분하나 아직 크루즈관광에 대한 문화적 인식이 낮다.

#### 2) 크루즈 기반시설 미흡

크루즈전용 선석이 마련되어 있는 항만이 있긴 하나, 크루즈산업을 활성화시킬 만큼의 연계 항만들의 크루즈선 계류 및 정박시설, 부대서비스 시설, 크루즈 전용 여객터미널 및 전용선석이 제대로 구비되어 있지 않다.

#### 3) 크루즈산업에 대한 지원 미흡

크루즈산업을 하기 위한 근거법, 부대시설 인허가 절차 간소화, 항만의 입출국절차 간소화 등의 법과 제도적인 부분에서의 지원이 크루즈산업을 활성화시키는 요인이 되나 아직 그러한 법과 제도 정비가 마련되어 있지 않다.

#### 4) 크루즈관광객의 불편한 입국절차

크루즈 관광의 특성상 크루즈 관광객들은 여러 나라들을 거치면서 수차례의 입국과 출국절차들을 거쳐야 하나 다른 관광객과 차별화된 편리한 수속절차가 없다.

#### 5) 고가의 크루즈관광

‘크루즈 존’이라고 불리는 지역과 비교해보면 정기적이고, 편의치적선을 이용한 코스트절감으로 승선요금미 1박에 100달러 전후의 대규모 시장<sup>19)</sup>인데 비하여 일본을 중심으로

19) 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 불과한 것으로 나타났다.

한 기존의 동북아시아의 크루즈는 매회 목적지가 달라지는 부정형 크루즈가 주를 이루고, 일본시장의 경우 거의 일본국적선으로 승선요금은 1박당 3만엔 이상으로 북미의 크루즈와는 달리 고가의 비대중적이라는 것이다.

#### 6) 크루즈 프로그램 미흡

우리나라와 일본, 중국 등 동북아 지역의 국가들은 매력적인 동양의 역사와 문화의 유산과 함께 크루즈관광 상품으로 개발 가능한 잠재여건들을 갖추고 있음에도 불구하고 이를 적극적으로 개발하지 못하고 있다.

#### 7) 태풍 등 기후요인

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.<sup>20)</sup>

## 2. 한중일 연계 프로그램

동북아시아 국가간의 협력을 통해, 역내 국가간 관광교류 활성화는 물론이거니와 구주, 미주 관광시장을 적극적으로 유치함으로써 외화수입을 확대하고 한·중·일을 중심으로 한 동북아 경제발전의 경제적 효과를 달성할 수 있을 것이다.

### 1) 기항지 선정

크루즈 관광개발의 초기단계에 있는 동북아 지역 연계 크루즈의 기항지는 다음과 같은 몇 가지 기준에 중점을 두어 우선 선정할 수 있을 것으로 판단된다. 첫째, 즉각적으로 크루즈가 입항할 수 있는 지역으로 과거에 국제크루즈선이 입항한 실적이 있는 곳, 둘째, 단기적으로 크루즈가 입항할 수 있는 곳으로 항만개발 등 크루즈관련 개발계획이 수립되어 있는 곳 셋째, 장기적으로 크루즈항 개발이 필요한 곳으로 기타 향후 크루즈 거점으로서 개발잠재력이 우수한 곳 등이다.

이러한 관점에서 한·중·일 연계 크루즈 기항지가 될 수 있는 곳은 우리나라의 경우, 인천, 부산, 목포, 동해(속초), 제주 등, 중국의 경우 북경, 홍콩, 청도, 상해, 대련 등, 그리고 일본의 경우 후쿠오카, 요코하마, 나가사키, 고베, 벳부 등을 들 수 있다.

특히 관광객의 욕구를 충족하고 사업자의 이익을 확보할 수 있는 관광코스를 개발하기

20) 한국해양수산개발원, “크루즈 관광산업 발전기반 조성방안”, 2006. p.39.



위해서는 가능하면 기항지 주변의 관광자원이 매력적이고 개발잠재력이 높아야 하며 동시에 크루즈 수요시장의 선호도를 충분히 반영하여 개발되어야 할 것이다.

이 밖에도 크루즈 기항지를 선정할 경우 한·중·일 지역의 계절적, 지리적 특징에 따른 비수기를 고려해야 하며, 세계적 크루즈 선사들의 기항빈도를 높일 수 있는 방안도 고려하는 것이 바람직할 것이다.<sup>21)</sup>

## 2) 연계코스 구성

동북아 연계 크루즈 관광코스는 일단 한·중·일 3개국 연계를 기본으로 하되 제반조건과 일정을 감안하여 운항루트내 유동적인 코스의 설정이 전제되어야 할 것이다. 또한 크루즈 사업자의 수익도 확보할 수 있도록 고려되어야 한다. 특히 코스설정에 있어서 기본적으로 연계지역범위, 관광일정, 코스주체를 기준으로 하되 각각의 기준을 상호 조합함으로써 다양한 코스를 개발할 수 있을 것이다.

먼저 연계지역범위에 있어서 동북아 지역의 한국, 중국, 일본을 대상으로 연계코스를 설정할 경우 '한중일 연계코스', '한중 연계코스', '한일 연계코스'를 기초로 다양한 루트 개발이 가능하며, 향후 북한이나 러시아를 연계한 코스를 개발할 경우 더욱 다양한 코스 개발이 이루어질 수 있다.

관광일정에 따른 코스는 최단코스인 1박2일부터 한중일의 휴가일정에 적합한 6박7일까지의 유형을 기본으로 하여, 장기휴가에 적합한 7박8일~12박13일 일정의 상품을 추가로 개발할 수 있다.

테마 코스로 한국, 중국, 일본의 역사·문화와 자연자원, 동계 및 해양스포츠, 각국의 전통음식 및 축제, 대형이벤트(2008 중국올림픽) 등을 기본으로 하여, 향후 북한과 러시아를 연계할 경우에는 사회주의 국가 체험과 문화에 관련된 새로운 주제들을 추가로 개발하는 등 여러 가지 대안이 나올 수 있다.

## 3. 발전 방안

동북아 크루즈산업을 발전시키기 위해서는 다음과 같은 노력이 필요하다.

### 1) 크루즈 기반시설 확충

크루즈관광에 있어 가장 기본적인 필수시설은 관광객의 출입국 편의시설과 전용선석을 갖춘 크루즈 전용터미널로써, 이는 장기간에 걸쳐 단계적 준비가 요구되는 사항이다.

일본의 경우 크루즈선이 이용 가능한 항만이 총 9개로서 비교적 잘 갖추고 있는 편이

21) 박기홍외, "한·중·일 연계 크루즈 관광사업 추진방안", 한국관광연구원, 1999. p.75.

나, 한국이나 중국의 경우에는 아직까지 정비되지 않은 상태이다.

## 2) 동북아 크루즈 협의체 구성(민·관)

크루즈사업은 국제협력사업의 성격을 강하게 띠고 있으므로 사업의 성공적 추진을 위해서는 민간 협력체와의 긴밀한 협조뿐만 아니라 정부간의 협조체제도 필요하다. 민간 공동협력체는 동북아 연계 크루즈 관광 사업추진에 직접 협의하며, 국가간 협력에 장애가 되는 각종 환경요인을 파악하여 정부차원에서 장애요인을 제거해 줌으로써 활발한 사업진행을 기대할 수 있다.

## 3) 크루즈 관련법 및 제도 개선

크루즈산업을 추진하기 위해서는 크루즈사업에 대한 효율적 관리와 제도적 지원을 위한 법적 체계가 확보되어야 하며, 크루즈 사업은 대규모의 자금투입을 필요로 하는 사업이므로 참여하는 민간기업에 대한 정부의 재정적 지원이 필요하다.

## 4) 크루즈관광객 입국절차 간소화

여러 나라를 여행하게 되는 크루즈관광은 그 특성상 관광객이 수차례의 출입국 절차를 거쳐야 한다. 따라서 출입국 절차는 크루즈 관광객의 이용편의에 있어서 중요한 의미를 지니며 방문지의 이미지에도 큰 영향을 주게 되므로 크루즈 관광객의 편의증진을 위해 출입국 절차를 최소화하여야 한다.

## 5) 관광상품 개발 및 홍보

동북아의 크루즈 관광 연계 프로그램으로 한일, 한중, 한중일 연계 코스의 개발과 이어 한국, 중국, 일본, 북한과 연결하는 동북아 4개국, 러시아와 연결한 동북아 5개국의 프로그램을 개발할 수 있을 것이다. 이에 대한 홍보로서 각종 심포지엄, 세미나, 홍보물 제작, 각국의 항공사, 선박대리점, 기타 유관기관 등 관련 민간기업과의 필요에 따른 공동협의체를 구축하여 공동홍보활동을 펼치는 것도 유효할 것이다.

<표 10> 크루즈산업 추진을 위한 과제별 역할 분담 방안

부문	과제명	세부내용	추진기관
공공부문	공동협력체계 구축	*한·중·일 협력체계 구축 *정부, 민간협력체계 구축	문화관광부, 지자체
	기존항만시설 개보수	*기존 여객터미널 개보수 *크루즈계류 또는 정박시설 확보 *크루즈선 부대서비스 시설확보 (도선, 예인, 선박 정비, 연료·음식공급, 쓰레기 처리, 주차 등)	해양수산부, 지방항만청
	크루즈전용 터미널 건설	*크루즈전용 여객터미널 및 전용선석 건설 *크루즈선 부대서비스 시설 설치 (도선, 예인, 선박정비, 장비비축, 연료·음식공급, 쓰레기 처리, 화물처리, 주차 등)	해양수산부, 지방항만청
	기항지주변 수용태세정비	*숙박시설, 관광안내정보시설등 관광편의시설확충 *인접지역 교통 연계망 확충	문화관광부, 건교부, 지자체
	관련법, 제도정비	*크루즈사업 근거법 정비 *크루즈선내 부대시설 인허가 절차 간소화 *크루즈선내 카지노업 허가기준 개선 *크루즈관광객 입국절차 간소화 *국제해사기구의 FAL협약 가입	해양수산부, 문화관광부, 출입국관리소, 세관, 검역소
민간부문	재정지원, 세제감면	*크루즈선 도입 및 건조비용 지원 *크루즈기항지 수용태세개선지원 *정기크루즈선 항세 감면 *크루즈사업자 법인세 감면	해양수산부, 지방항만청, 문화관광부, 건설교통부, 재정경제부
	해외홍보지원, 민간기업사업 진출	*크루즈 관광 상품 해외홍보지원 *크루즈선의 도입 *크루즈관광 상품 개발	한국관광공사, 크루즈사업자
	관련업체협력 체계 구축	*관광 및 해운관련 업계와의 협력체계 구축 *지자체와의 협력체계 구축	관련사업자 등
	판매, 예약시스템 구축	*다각적 유통망 구축 *전자판매, 예약시스템 구축	관련사업자 등
	정보제공, 상품홍보	*크루즈관광정보 제공 및 홍보 *크루즈관광에 대한 소비자 인식제고	관련사업자 등

자료: 박기홍외, "한중일 연계 크루즈 관광사업 추진방안", 한국관광연구원, 1999, p.87.

## V. 결론

항만이나 지역에서 크루즈 산업의 경제적 효과는 직접적, 간접적, 유발효과 등으로 평가되며, 우리나라의 경우 고부가가치 크루즈선 건조시장 진출효과를 가져올 수 있을 것으로 전망되는 등 그 경제적 파급효과는 상당한 것으로 나타나고 있다.

더군다나 크루즈산업은 관광객의 직접소비 외에도 외화획득 효과, 조세수입 효과, 고용증대 효과, 무역증진 효과 및 지역경제활성화 등을 기대할 수 있어 국가적 차원의 개발 및 추진이 필요한 것으로 사료된다.

현재 크루즈관광산업이 북미와 선진국위주로 진행되고 있으나 동북아시아의 성장잠재력에 비추어 한·중·일을 중심으로 한 연계상품개발과 3국간의 협력 체제를 잘 운용한다면 구주, 미주 관광시장의 외화수입을 확대하고 동북아 경제발전의 경제적 효과를 달성할 수 있을 것이다.

크루즈산업의 저해요인 및 문제점으로는 1) 크루즈산업에 대한 인식 부족, 2) 크루즈 기반시설 미흡, 3) 크루즈산업에 대한 지원 미흡, 4) 크루즈관광객의 불편한 입국절차, 5) 고가의 크루즈관광, 6) 크루즈 프로그램 미흡, 7) 태풍 등 기후요인이 있다. 이에 대한 발전 방안으로 무엇보다 1) 크루즈 기반시설 확충이 마련되어야 하며, 2) 정부와 민간부문의 협력을 위한 동북아 크루즈 협의체 구성, 3) 크루즈 관련법 및 제도 개선, 4) 크루즈 관광객 입국절차 간소화, 5) 관광상품 개발 및 홍보 등이 필요하다.

## 참 고 문 헌

1. 김도영, "크루즈(Cruise)여행 선택속성에 기초한 마케팅전략에 관한 연구", 『Tourism Research』, 한국관광산업학회, 제 22호, 2006. 6.
2. 김병제, "우리나라 연안여행객 향로의 활성화에 관한 연구", 『한국항만경제학회지』, 제22집, 제3호, 2006. 9.
3. 김범중외, "동북아 크루즈산업의 발전방안", 『월간 해양수산』, 통권 제194호, 2000. 11. pp.33-34.
4. 김천중, 『크루즈 사업론』, 학문사, 1999.
5. 박경희, "한·일간 항만관리 형태의 비교분석", 『한국항만경제학회지』, 제22집, 제4호, 2006. 12.
6. 박기홍외, "한·중·일 연계 크루즈 관광사업 추진방안", 『한국관광연구원』, 1999. p.6.
7. 이경모, 『크루즈 관광산업의 이해』, 대왕사, 2004, p.41.
8. 이태우, "크루즈항으로서의 성공요인에 관한 연구", 『해상교통정책』, 12월호, 1998.
9. 장철순, "세계 크루즈시장과 동북아에서 크루즈사업의 가능성", 『해양한국』, 2003, 3.
10. 하명신외, 『항만물류의 이해』, 삼영사, 2007.
11. 하인수, "국내 크루즈산업의 장애요인", 『관광연구저널』, 제19권 제3호, 2005, p.497.
12. -----, "크루즈 브로셔에 관한 콘텐츠 분석-카리브와 알래스카를 중심으로", 『호텔경영연구』, 제15권, 제4호, 2006. 9.
13. 하헌구외, "연안운송의 활성화를 위한 연계체제 구축방안에 관한 연구", 『한국항만경제학회지』, 제22집, 제2호, 2006. 6.
14. 한국해사문제연구소, "크루즈 관광산업 현황과 국내 크루즈의 활성화 과제", 『해양한국』, 2005. 8.

15. 한철환, "아시아 크루즈시장의 성장잠재력 및 시사점", 『해양수산동향』, 제905호, 1998. 10. 26.
16. 한국해양수산개발원, "크루즈 관광산업 발전기반 조성방안", 2006. p.20.
17. 항만법(법률 제5914호) 제2호.
18. 해양한국, "동북아크루즈 성장 잠재력 높다", 『해양한국』, 2007. 1월호, 기획점검, pp.74-75.
19. -----, "배타고 떠날 한·중·일 여행지 다양해졌다", 『해양한국』, 2007년 6월호, 테마기획, p.48.
20. 홍성인, "크루즈선 시장현황과 한국의 진출전략", 『KIET 산업경제』, 산업연구원, 2006. 3.
21. CWDT, National Cruise Shipping Strategic, 1995.
22. Douglas Ward, Ocean Cruising & Ships 2005, Berlitz, 2005, pp.26-29.
23. European Cruise Council, The ECC Annual Review Book, 2005, p.48.
24. Marc Mancini, Cruising: A Guide to the Cruise Line Industry, 2nd edition, Thomson, 2004. p.3.
25. Maria B. LEKAKOU, arhanasios A. PALLIS, 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.
26. Koran Tourism News, "세계 크루즈산업의 발전동향", 1994, 6월호.
27. Ocean Shipping Consultants, The World Cruise Shipping Industry to 2020, 2005.
28. Passenger Shipping Association, Annual Cruise Review: Discover Cruises, May 2006.
29. Tony Peisley, The Future of Cruising Boom or Bust? A Worldwide Analysis to 2015, Seatrade Communications Ltd., 2006, p.109.
30. WTO, Tourism Highlights 2005 Edition, 2006.

<요 약>

## 동북아 크루즈산업의 현황과 발전방안

하명신 · 박경희

세계 크루즈산업은 경제성장과 더불어 지난 30년간 가장 많이 성장한 관광분야 중의 하나로서 해운산업 중에서도 가장 부가가치가 높은 미래산업으로 인식되어 해운강국을 중심으로 크루즈사업 활성화 움직임이 일고 있으나 세계의 크루즈 산업 현황은 미주와 유럽지역에 거의 편중되어 있고 동북아지역의 크루즈산업은 대표적인 상품이 없는 실정이다.

크루즈산업의 경제 파급 효과는 크루즈 관광산업이 직간접적으로 발생하는 경제적 효과 측면과 조선 산업 등 연계산업의 발전에 따른 경제적 효과로 구분될 수 있으며 특히 우리나라의 경우 고부가가치 크루즈선 건조시장 진출효과를 가져올 수 있을 것으로 전망되고 있다.

크루즈산업의 저해요인 및 문제점으로는 1) 크루즈산업에 대한 인식 부족, 2) 크루즈 기반시설 미흡, 3) 크루즈산업에 대한 지원 미흡, 4) 크루즈관광객의 불편한 입국절차, 5) 고가의 크루즈관광, 6) 크루즈 프로그램 미흡, 7) 태풍 등 기후요인이 있다. 이에 대한 발전방안으로 무엇보다 1) 크루즈 기반시설 확충이 마련되어야 하며, 2) 정부와 민간부문의 협력을 위한 동북아 크루즈 협의체 구성, 3) 크루즈 관련법 및 제도 개선, 4) 크루즈 관광객 입국절차 간소화, 5) 관광상품 개발 및 홍보 등이 필요하다.

□ 주제어: 세계의 크루즈산업 현황, 동북아 크루즈산업, 한중일 연계 프로그램