

## 우리나라 크루즈항별 발전방향에 대한 탐색적 연구 †

김기태\*

### An Exploratory Study on the Developing Strategy of Korean Cruise Ports

Kim, Kitae

**Abstract** : Cruise industry is a continually growing high value industry despite of economic recession. As Chinese cruise tourists increase, the cruise industry in Northeast Asia has been attracting attention. Korean ports have constructed cruise terminals with vision of becoming a cruise home port. Asian leading cruise country , Singapore has cruise industry strategy linked with Singaporean tourism strategy. Based on the Singaporean cruise industry, several strategies for Korean cruise industry development are suggested. Analyzing the economic effect of cruise home port and call-port and Korean cruise industry environment shows that Busan port is fit for home port, Incheon port is fit for sub home port, and Jeju port is fit for call-port. Korean cruise ports are playing a role in call-port in Northeast Asia cruise market, an introduction of Korean cruise company and home port by the company are needed to develop the Korean cruise industry.

**Key Words** : cruise, cruise industry, home port

---

▷ 논문접수 : 2014. 04. 30.      ▷ 심사완료 : 2014. 05. 30.      ▷ 게재확정 : 2014. 06. 06.

† 본 연구는 2013년 영산대학교 교내연구비지원으로 이루어진 연구입니다.

\* 영산대학교 법경대학 해운항만경영학과 부교수 jeha@ysu.ac.kr +82-10-4022-3544

## I. 서론

크루즈는 선박을 이용한 여행으로, 위락 추구 여행자에게 다수의 매력적인 항구를 방문하도록 하는 해안항해이며 항구도시까지의 왕복항공료, 지상운송비, 식사, 무료 룸서비스, 선상이벤트, 나이트클럽, 어린이 프로그램 등 관광을 위한 항구정박과 육상활동이 혼합되어 있는 여행을 말한다. 결국 크루즈관광은 해상교통과 여행, 레저, 관광산업이 결합된 여가활동으로 간주된다(한국관광공사 2012). 아시아의 크루즈 인구 비율이 0.1%에 지나지 않으며 미국의 3%에 비해서 매우 많이 낮지만, 아시아 시장에서의 크루즈 시장의 잠재력은 매우 높다. 만약 아시아 인구의 1%가 크루즈 여행에 나선다면 아시아의 크루즈산업은 큰 발전을 이룰 것이며, 싱가포르 4,000만명의 잠재 크루즈 승객을 유치할 수 있을 것이라 예상된다(Melvin 2013). 우리나라도 인접한 중국의 크루즈 수요 증가에 따라 크루즈 입국객이 증가할 것으로 예상된다.

이런 크루즈수요에 대응하여 부산항 북항재개발사업지역에 새 국제여객터미널과 크루즈부두 건설이 진행중이며, 제주에는 기존 8만톤급 1선석외에 15만톤급 2선석이 2015년까지 건설될 예정이고, 인천항, 속초항에도 크루즈선을 위한 접안부두가 건설될 예정이다. 이와 같은 시설 투자는 중국, 일본, 홍콩의 크루즈산업 진출에 대비하여 늦은 출발이지만 체계적인 준비를 통하여 동북아 크루즈산업의 한 축을 형성할 수 있을 것으로 기대된다.

크루즈입국객의 증가에 대응하여 항만에 대한 크루즈 시설투자를 하고는 있지만 현재 우리나라에는 국적크루즈선사가 없으며 크루즈산업의 질적 발전이 이루어지지 않았다. 2012년 국적 크루즈선이 운항되었으나 선내 카지노가 허용되지 않는 상황에서 경영난에 봉착하여 운항이 포기된 사례도 있었다. 그러나 최근 카지노를 허용하고 크루즈선에 대한 법적 근거도 개선하면서 크루즈산업이 발전할 수 있는 법적 기반이 갖춰지고 있는 중이다.

우리나라 항만들은 모두 크루즈 모항을 지향하면서 발전전략을 구사하고 있다. 크루즈선의 기항지, 모항지, 준모항에 대한 충분한 검토없이 모항을 지향하고 있는 것으로 보인다. 그러나 모항과 기항의 경제적 효과에 대한 세밀한 비교검토없이 모항으로의 시설투자는 적지 않은 문제점을 야기할 것이다. 본 연구는 크루즈선이 기항하는 기항항과 모항의 조건과 경제적 효과를 검토하면서 우리나라 개별항만의 크루즈항으로의 발전방안을 제시하고자 한다.

## II. 선행 연구

### 1. 크루즈 산업 개요

크루즈 산업은 크루즈(cruise)라는 고급 호텔 수준의 호화 서비스(고급 객실, 고급 음식, 수영장, 연회장, 레스토랑 등)를 갖춘 호화 유람선을 활용한다는 점이 가장 큰 특징이라 할 수

있다. 소형 선박이나 보통의 정기여객선 등을 이용한 해상 관광서비스는 크루즈와 다르며, 화물과 여객을 동시에 운항하는 카훼리와도 다르다(김홍섭 2008).

크루즈산업은 1980년 이후 연간 평균 8%이상의 승객증가율을 보이고 있는 빠르게 증가하는 고부가가치산업의 하나로 미래의 성장산업이자, 전략산업이 될 수 있는 관광산업이다(Richard K. Miller & Associates 2013). 이 산업이 발전하면 해운항만, 기계산업, 관광, 조선, 항공, 인테리어 등 다양한 관련분야의 산업발전에 긍정적인 영향을 미치며, 크루즈선의 기항항과 모항 인근 도시에도 많은 영향을 줄 수 있다.

크루즈선이 기항할 경우 크루즈 승객과 선원의 육상진출, 선박의 용품구입, 각종 항만 이용 등에서 높은 부가가치가 발생할 수 있다. 기항 항구의 입출항 정박료, 항구시설 사용료, 크루즈선 항법시설과 관련된 기항지 정부가 부과하는 세금, 항만청 당국이 징수하는 크루즈 터미널 사용료, 예선과 하역 서비스 비용들은 입항국의 수입이 된다(장준호·허범영·정익준 2011). 그리고 크루즈선이 모항으로 삼는 항만도시의 경우에는 기항 항만의 수입에 더하여 크루즈승객의 숙박 및 관광, 각종 선용품 공급, 관광대리점업 등의 발전을 통해 도시발전을 이룰 수 있다. 모항이 아니라 하더라도 크루즈선이 기항하는 항만도시는 관광을 통한 수입의 창출이 가능하기 때문에 우리나라항만과 항만도시들이 크루즈항으로의 발전에 많은 관심을 보이고 있다.

크루즈산업이 가장 발전된 지역은 미국이며, 뒤를 이어 유럽 그리고 아시아시장이 뒤따르고 있다. 크루즈 산업 비중을 입항회수에 의거하여 볼 때, 미국의 카리브 지역이 34.4%로 제일 비중이 많으며, 다음으로 지중해지역이 21.7%로 양대 핵심적인 크루즈 관광지역이다. 다음으로 유럽이 10.9%, 호주가 5%, 알래스카가 4.3%, 남미가 3.9%. 아시아지역이 3.4%이며, 나머지 지역이 15.8%를 차지하고 있다. 연도별 크루즈 승객의 수와 크루즈 수요에 대응하여 건조 중인 크루즈선을 고려한 총 크루즈 공급능력은 <표 1>과 같으며, 지속적인 크루즈산업의 발전이 예상된다.

<표 1> 크루즈 총 승객과 크루즈 공급능력(Richard K. Miller, 2013)

구분	총 승객 (백만 명)	총 크루즈 공급능력(beds)
2003	9.53	
2004	10.46	220,187
2005	11.18	225,244
2006	12.01	244,271
2007	12.56	262,690
2008	13.01	271,833
2009	13.44	294,395
2010	14.82	316,271
2011	16.30	324,400
2012		342,012
2013		349,349
2014		360,510
2015		361,194

크루즈 수요에 대응하여 서비스를 제공하는 선사는 두 개의 초대형 선사와 기타 소규모 선사들로 구분된다. Carnival Corporation(이하 Carnival)과 Royal Caribbean Cruise Line(이하 RCCL) 두 선사가 전체 승객의 약 75%를 처리하고 있으며 나머지 35%를 기타 소규모 선사가 처리하고 있다. 1990년대 이전에는 여러 개의 크루즈선사들이 있었지만, 1990년대 후반에 접어들면서 규모의 경제논리에 따라 대형 크루즈선사를 중심으로 합병되거나 인수되어 두 개의 초대형 크루즈선사를 중심으로 업계가 재편되었다(Kuwornu 2013). <표 2>와 같이 두 개의 선사가 중소규모의 크루즈선사를 인수했으며, 동남아 시장에서는 Star Cruise가 대표적인 크루즈선사이며, 기타 자산관리업체가 몇 개의 크루즈선사에 투자하고 있는 상황이다. 특히 두 개의 초대형 크루즈선사는 기존의 크루즈라인을 인수합병했지만, 기존의 브랜드를 그대로 유지하면서 해당 브랜드에 부합하는 서비스를 제공하고 있다.

<표 2> 크루즈 선사(Gibson2012, MarketLine2013)

크루즈 운영업체	현 운영 크루즈	
Carnival	Carnival Cruise Line	24척, 카리브해 중심
	Holland America Line	15척
	Princess Cruise	16척
	Seabourn	6척, 북미, 1999년 합병
	Costa	2000년 합병 14척, 이탈리아, 프랑스, 독일
	Cunard	1998년 합병 3척, 영국
	Ibero	3척, 스페인어 승객 중심
	P&O Princess	2002년 합병 P&O Cruise(UK), 7척, 영국 P&O Cruise(Australia), 3척, 호주, 뉴질랜드
	AIDA Cruises	9척, 독일
RCCL	Royal Caribbean International	22척
	Celebrity Cruises	1997년 합병, 10척
	Pullmantur Cruises	2006년 합병, 5척
Prestige Cruise Holdings (Apollo Management)	Oceania	2007년 합병, 4척
	Regent Seas Cruise	2008년 인수, 3척
	Norwegian Cruise Lines	2008년 인수, 13척
Star Cruise	Star Cruise	4척

크루즈 브랜드는 크루즈산업이 제공하는 서비스의 구성요소 특징에 따라 여섯 가지의 클러스트로 구분될 수 있다. 대규모 선박과 높은 수준의 서비스를 제공하는 RCCL, 많은 브랜드의 크루즈선사를 운영하면서 다양한 경험을 제공하는 Carnival Cruise Line, 대서양횡단 크루즈선을 운영하는 Cunard, 소형 크루즈선을 중심으로 고급서비스를 제공하는 Seabourn, 상대적으로 매우 오래된 선박을 운영하는 MSC, 매우 높은 수준의 크루즈 서비스를 제공하는 Hapag-Lloyd, 낮은 수준의 크루즈 서비스를 제공하는 Costa Line으로 분류되고 있다 (Kuwornu 2013). 각 크루즈선사들은 크루즈승객에 대한 차별적 서비스를 제공하면서 특정한 계층에 해당하는 승객들의 요구에 대응하여 가격체계별로 특별한 서비스를 제공하고 있다. 그러므로 크루즈를 경험하고자 하는 승객들은 개인의 취향에 따라 해당하는 크루즈서비스를 선택하면서 선사를 선택하게 된다.

한편 크루즈 선사에 있어서 단순히 휴가객을 유치하여 크루즈서비스를 제공하는 기본적인 수익원외에 또 다른 차원의 수익원도 존재한다. 대부분의 크루즈선에는 카지노가 설치되어 크루즈선에서 카지노를 즐길 수 있다. 크루즈선에서 이루어지는 카지노 사업의 연간 시장규모는 4억 5천만 달러에 이른다. 크루즈선에서의 카지노는 기존 순항 크루즈선에서의 카지노와 카지노 전용 크루즈선으로 구분되며, 순항 크루즈선의 카지노 시장규모는 3억 5천만달러이며, 카지노 전용 크루즈선박에서의 카지노 시장규모는 1억달러에 이른다. Disney Cruise Line을 제외한 주요 크루즈 선박이 카지노를 설치하였으며 단순한 슬롯 머신으로부터, 라스베가스 스타일의 카지노를 갖춘 크루즈선까지 있다. 카지노를 전문으로 하는 크루즈선은 법률이 미치지 않는 먼 바다로 나아가서 단지 카지노만을 목적으로 하는 크루즈 승객을 대상으로 이루어지는 크루즈를 말하며, 미국의 남부 지역 항에서 주로 출항하였으며, 점차 감소하는 추세이다(Richard K. Miller & Associates 2013). 그러나 중국인들이 승선하는 크루즈의 경우에는 카지노 매출이 전체 크루즈 선내매출에서 차지하는 비율이 높다는 점을 고려할 때 동북아 크루즈 발전에서는 카지노가 중요한 역할을 담당할 것으로 보인다.

최근의 크루즈 산업 경향에 대한 분석결과를 보면 다음과 같은 특징이 있다. 첫째, 크루즈승객들이 미지의 세계에 대한 탐험에 많은 관심을 두고 있다. 둘째, 대단위 규모의 선상 오락에 많은 중요성을 두고 있다. 셋째, 전세계지역을 크루즈목적지로 고려하고 있다. 넷째, 선상에서의 이국적이면서도 특별한 식사에 관심을 가지고 있다. 다섯째, 강을 통한 하천 크루즈에 대한 관심이 높아지고 있다.

크루즈 산업의 한 축을 형성하고 있는 여행대리점들은 과거에 비해서 예약주기가 짧아지고 있으며, 고객들의 브랜드 충성도가 높아지고 있으며, 모항의 위치, 가격, 선내 설비가 크루즈 여행을 결정하는 중요한 3대 요소라고 판단하고 있다. 향후에는 소규모그룹, 결혼 기념, 신혼 여행객들이 향후 잠재 수요층으로 분류하고 있다(Duffy 2014).

한편, 아시아시장에서 Carnival은 50,000~80,000 G/T의 상대적으로 대규모 크루즈선박을

주로 운영하고 있으며, RCCL은 30,000~70,000G/T의 중간 규모 크루즈 선박을, 기타 크루즈선사들은 10,000~30,000G/T 규모의 선박을 운영하면서 틈새시장 혹은 럭셔리 브랜드를 운영하고 있는 것으로 알려져 있다(Joo 2010). 그러나 폭발적으로 증가하는 중국인 크루즈 수요에 대응하여 예전에 비해 보다 많은 크루즈선을 동북아에 투입하고 있으며, 이는 그대로 우리나라에 대한 크루즈 입항객수의 증가로 이어지고 있다. 앞으로도 지속적으로 증가할 중국인 크루즈 수요에 대응하여 점차 많은 크루즈선이 동북아에 투입될 것이다.

## 2. 우리나라 크루즈 산업환경

아시아의 크루즈시장은 2009년 1,445회의 선박기항이 있었으며, 2010년에는 2,000회가 넘었다. 동북아의 주요기항항은 상해, 가고시마, 나가사키, 부산, 제주이며, 동남아의 주요 기항항은 홍콩, 싱가포르, 방콕, 쿠알라룸푸르, 푸켓이다(Joo 2010). 우리나라를 둘러싸고 있는 동북아 크루즈시장은 성장단계로 해마다 꾸준히 성장하고 있다. 그중에서도 중국이 가장 빠른 발전을 보이고 있다. 아시아지역 크루즈 여행객수는 2005년 110만명에서 2010년 150만명으로 증가했는데, 그 중 절반이 중국인 여행자이다. 동북아크루즈시장에서는 중국동부지역과 한국, 일본을 잇는 노선이 크게 발전했으며, 중국인들의 여행방식에 대한 개념의 변화가 크루즈시장의 전망을 한층 밝게 만들고 있다.

동북아에서 크루즈선 기항노선의 전형은 중국 텐진과 상하이 등을 출발하는 선박이 부산항 경유 일본을 들르는 삼각노선이며, 일본선적 선박들은 일본의 항만을 출발해서 부산을 거쳐 다시 일본으로 되돌아가는 경우가 대부분이다. 이런 경우, 부산항 체류시간은 대부분 하루 미만 또는 짧게는 3시간 길어야 13시간 정도였다. 중국과 일본의 항만을 모항으로 사용하는 크루즈의 경우, 승객의 많은 수가 자국민이며 중국에서 출발하는 크루즈선의 중국인 여행객이 전체의 절반을 차지하였다(대한상공회의소, 2011). 이와 같이 중국과 일본의 크루즈 산업은 자국민을 주요승객으로 하여 한중일 삼각노선에 취향하고 있다.

한국의 크루즈 산업은 아직 유아기에 있으며 입항하는 해외여행객에 의존하는 인바운드 중심적인 상황에 있다. 2010년 한국 방문 크루즈 관광객은 18만 7천명 수준이고, 전체 한국방문관광객의 약 2%를 넘고 있다. 부산항의 경우, 2010년에는 10만명의 승객이 78회 입항했으나, 2013년에는 20만명의 승객이 108회 입항했으며 이런 증가세는 중국 크루즈 관광객의 증가에 따른 것이다. <표 3>은 우리나라의 항만별 크루즈선 입항 및 승객현황을 정리한 자료이다. 그런데, 우리나라의 크루즈 관련 통계자료는 여러 관련 기관에서 제공하고 있는데, 크루즈 통계의 기준 및 수집방식이 상이하여 일관성 있는 크루즈 통계를 집계하는 데 어려움이 있다(한국관광공사 2012).

2012년 2월부터 부산항을 모항으로 국적선사가 운항하던 하모니크루즈호는 1년간 운항을

하다가 경영악화로 운항을 포기하였다. 카지노 불허와 크루즈선의 법적 근거 문제 등으로 인한 경영악화가 중요한 요인이기는 했지만 아직까지 우리나라 국민의 본격적인 크루즈여행은 아직 시기상조로 보인다. 우리나라 국민이 크루즈 여행에 본격적으로 나서지 않는 이유에 대한 크루즈 여행에 대한 인식조사에 의하면 아직 크루즈 여행을 경험하지 않은 사람들의 대부분은 제일 먼저 크루즈여행이 비싸다고 인식하고 있다. 다음으로 크루즈여행에 대하여 생각을 해본 적이 없다는 사람도 있으며, 크루즈여행자체에 익숙하지 않거나, 크루즈여행을 위해서는 먼 거리를 이동해야한다는 점을 들고 있다(Hur 2013).

〈표 3〉 우리나라 항만별 크루즈선 입항 및 하선승객현황  
(Joo 2010, 김종민·김재진 2013, 한국관광공사2012)

	부산	제주	인천	여수	기타
2007	25회 (17,700)	24회 (17,285)	4회 (1,623)		
2008	29회 (32,484)	39회 (30,523)	5회 (2,573)		
2009	33회 (26,244)	37회 (38,147)	15회 (7,223)		
2010	77회 (106,312)	49회 (55,243)	13회 (7,536)		
2011	42회 (51,331)	69회 (64,995)	31회 (30,454)		
2012	135회 (180,475)	80회 (140,899)	7회 (2,748)	10회 (13,379)	동해(1회, 430)
2013	108회 (164,342)	(415,664)	(93,504)	(12,817)	광양(9,634) 동해(1,984)

그러나 팬스타 크루즈사에서 운영하는 원나잇 크루즈 승객이 한해 평균 10만명 이상이며, 우리나라 사람이 외국으로 출국하여 크루즈여행을 경험하는 사람들도 정확한 통계자료는 아니지만 한 해에 1,000명 이상인 것으로 알려져있다. 한국인들이 주로 이용하는 노선이 지중해 유럽, 북미 알래스카, 아시아 지역이라는 자료조사도 나와 있다. 이를 통해 볼 때 우리나라 국민들의 크루즈에 대한 수요는 비록 잠재하고 있지만 분명히 존재한다고 볼 수 있으며, 우리나라의 아웃바운드 크루즈산업이 본격적으로 발전하는 것은 크루즈산업 참여자와 정부정책에 달려있다고 볼 수 있다.

〈표 4〉 동북아 크루즈 부두 현황

국가	크루즈 항만	비고
일본	오사카, 도쿄, 히로시마, 오키나와, 무코란, 가고시마, 나가사키	5개 자국크루즈선사
홍콩	홍콩	-
중국	샤먼, 산야, 상해, 천진	4개의 자국크루즈선사
한국	부산, 제주, 여수	-

〈표 5〉 우리나라의 크루즈선 접안 부두 현황

	현재	계획
부산	2007. 4 영도 동삼동 크루즈터미널 개장(8만G/T, 360 미터)	2014년 국제크루즈터미널 80,000G/T
인천		150,000G/T 크루즈 1선석 80,000G/T 국제여객부두 2선석
제주	80,000G/T 1선석	15만톤 2선석
여수	80,000G/T 1선석	
평택		30,000G/T 1선석
목포		30,000G/T 1선석
속초		2014년 200m 1선석 2017년 국제여객터미널 건립방안 추진
포항		국제여객터미널(5만G/T)

크루즈 시설의 관점에서 볼 때, 일본이 현재 21개 선석의 크루즈전용부두를 보유하고, 중국이 16개의 크루즈 선착장을 보유하고 있는 데 비해, 우리나라는 아직 열악한 상태에 있다. 중국에는 천진, 상해, 샤먼, 산야 등 4개 도시에 국제크루즈 모항이 있으며, 하이난, 산둥, 저장, 푸젠, 광둥 등지에 16개의 국제크루즈 선착장이 있다. 2010년 완공된 천진 국제크루즈모항은 아시아 최대 규모로 호화크루즈국제선이 연간 86편 운행되고 출입국여행객은 105,488<sup>3)</sup>명에 달하였다. 이에 비해 우리나라는 부산항이 크루즈 전용터미널을 보유하고 있으며, 2014년 북항 재개발의 일환인 크루즈 부두가 건설되면 추가로 한 선석이 개발될 예정이다. 인천항의 신국제여객부두는 크루즈선이 기항하도록 할 수는 있으나 전용 터미널은 아니며 국제적인 규모에 부합하지는 않고 있다. 기타 우리나라의 크루즈선 접안 부두 현황은 〈표 5〉와 같다.

3) 천진 국제크루즈항을 통한 중국출입국여행객이 10만명이라는 사실과 부산항의 크루즈여행객이 10만명이 입국했다는 사실을 동일한 선상으로 비교하는 것은 곤란하다. 천진항을 통한 크루즈여행객은 천진항에서 출발하고 천진항으로 돌아오는 크루즈선에 승선한 여행객이었으며, 부산항에는 기항하는 크루즈선에서 몇 시간동안 하선한 승객이다



### 3. 우리나라 크루즈산업발전방안에 대한 기존 연구

크루즈 산업에 대한 선행연구는 주로 두 가지 연구분야로 구분된다. 첫째 크루즈업체와 크루즈 서비스에 대한 고객평가와 인식에 대한 연구와 둘째 크루즈업체의 이익을 증대시키기 위한 매출관리에 대한 연구로 구분된다. 대부분의 연구는 크루즈 업체와 크루즈 서비스에 대한 고객평가와 인식에 대한 연구였다. 가격에 둔감한 고객들은 가격에 민감한 고객들보다 크루즈경험에 대해 더 많이 긍정적으로 평가를 한다거나, 브랜드가 고객의 크루즈 구매의도에 많은 영향을 주지만 크루즈 품질에 대한 고객의 평가에서는 모항의 영향력이 브랜드보다 더 크다는 연구결과가 있었다. 크루즈 업체의 이익을 증대시키기 위한 매출관리(Revenue management)기법은 항공산업과 호텔산업에서 많이 활용되어 왔다. 그러나 크루즈 산업도 항공 및 호텔산업과 같은 매출관리의 특징을 가지고 있다. 그런데 크루즈산업에 있어서 매출관리에 대한 관심은 제한적이었다(Sun et.al 2011). 그러나 추후 국적선사가 크루즈선을 도입하고 운항하게 되는 시점에서는 매출관리기법에 대한 연구도 중요해질 것이다.

우리나라의 크루즈산업이 활성화되기 위해서는 보다 많은 우리나라 사람이 크루즈여행을 하는 것이 중요하다. 특히 우리나라의 항만이 크루즈 모항으로 발전하기 위해서는 승선객의 일정 비율이 우리나라 국민이어야 가능할 것이다. 이에 크루즈 승객 유치는 매우 중요한 문제가 된다.

국내 크루즈 수요층을 기존고객과 잠재고객으로 구분할 경우, 기존고객은 크루즈전용부두와 같은 편의시설 구축이, 잠재고객은 크루즈 기항빈도, 쇼핑 및 먹거리시설 등의 서비스 전달이 중요한 요인이다(김병일·김홍섭 2012). 크루즈서비스숙성이 크루즈 관광만족에 영향을 주며, 크루즈관광만족도는 크루즈선택 행동의도에 영향을 준다(박명섭·강용준·조성우 2012). 우리나라 사람이 크루즈관광에 나서는 관광동기중에서 가장 큰 동기는 '새로운추구' 동기이며, '과시욕구' 동기가 가장 낮았다. 여성 크루즈 관광객의 경우 남성에 비해 '자연성추구', '오락욕구', '지적추구' 동기가 높으며, 20~30세 젊은 연령층과 상대적으로 저소득층의 크루즈관광객의 '휴식추구', '오락욕구' 동기가 높았다. 친구나 친척을 동반한 크루즈의 경우에는 '새로운추구'와 '휴식추구' 동기가 높아지는 경향이 있으며, 구매유형에서 본인이 직접 크루즈 여행을 선택한 경우에 '휴식추구' 동기가 가장 높은 것으로 나타났다. 이런 관점에서 우리나라 국민을 대상으로 하는 크루즈 홍보에서 이제까지 경험하지 못했던 새로운 형태의 관광이라는 점이 가장 중요한 메시지로 부각되어야 할 필요가 있다(김민형·장준호·정호균·황영현 2013). 동북아 크루즈시장의 제일 큰 비중을 차지하고 있는 중국의 잠재 크루즈 고객들은 '자연성추구', '가족친지와 휴양추구', '휴식추구', '오락추구', '새로운 문화추구'를 기대하고 있다. 미국이나 유럽과 같은 크루즈산업성숙시장에서 크루즈고객들이 기대하는 '네트워크형성 및 사회적 활동추구'는 중국의 크루즈시장에서는 중요한 요인이 아니었다. 한편 '카지노요인'은 중국의 잠재 크루즈고객들에게 있어서 가장 약한 크루즈 의도

요인이었다(Fan et.al 2014).

반대로 우리나라 사람이 크루즈 여행에 나서지 않는 가장 큰 이유는 비용이 비싸다는 것이며, 외국인들도 이는 마찬가지이다(Hur 2013). 크루즈 여행을 경험하지 않은 사람들이 크루즈 여행을 하지 않는 가장 대표적인 이유는 제일 먼저 크루즈는 비용이 비싸다는 인식과 크루즈는 부유하고 사회적 관점에서 엘리트들이 이용하는 것이라는 인식이다. 이를 뒤이어 크루즈는 나이가 많은 사람들이 주로 탑승하여 어린이들에게는 적합하지 않아서 가족단위의 크루즈여행이 곤란하다는 생각, 선박이라는 제약된 환경에서 머물러야한다는 점, 마지막으로 배멀미에 대한 두려움의 요인이 크루즈를 시도하지 않는 요인으로 연구되었다(Gibson 2012). 그러나 크루즈 여행을 경험한 승객의 평균 연령이, 1995년에는 65세였으나, 2000년에는 55세, 2006년에는 45세로 낮아지고 있다는 사실을 볼 때 크루즈여행이 나이가 많은 부유한 은퇴자들을 위한 여행서비스가 아니며 우리나라 사람들도 크루즈관광에 나설 것으로 예상된다(Dowling 2005).

우리나라의 여행객들은 외국 특히 미국의 여행객들과는 여행에 대한 다른 특성을 보유하고 있다. 우리나라사람들은 사회문화적 정체성을 해외여행중에도 지키려는 경향이 있으며, 이는 외국에서도 한국식당을 고집하는 것으로 나타나고 있다. 또한 개인으로 즉 단독으로 여행하는 것보다 단체로 여행을 하는 것을 선호하며, 사람들보다는 인공적인 건조물에 보다 많은 관심을 가지고 있다. 서구인들에 비하여 모험적인 여행을 좋아하지 않으며, 기념품이나 선물은 서구인에 비하여 많이 사는 편으로 알려져 있다(Hur 2013). 이런 특성들은 우리나라 국민들이 크루즈 여행에 나서도록 하기 위해 충분히 고려되어야 할 것으로 보인다.

2008년 부산에 처음으로 입항한 RCCL의 Legend of the Sea는 홍콩에서 승선한 외국인 승객이 하선하고 한국인이 승선하였다(한국문화관광연구원 2011). 하선한 승객은 항공편으로 홍콩으로 돌아가고, 한국인 승객은 홍콩에서 항공편으로 한국으로 돌아왔다. 크루즈선은 모항에서 승객을 승선시켜 다수의 기항지를 순항한 후 모항에서 돌아와서 승객들을 하선시키지만 승객의 요구에 따라 일부 기항지에 승객을 하선하고 다른 승객들을 승선시키는 경우가 있다. 이런 기항지를 준모항이라 한다. 부산항이 모항을 지향하면서 준모항의 역할을 담당할 적이 있다. 그러나 최근에는 중국인 크루즈승객이 대부분의 객실을 점유하게 되면서 우리나라 항만이 준모항의 역할을 수행하는 경우는 없게 되었다.

목포 크루즈항의 경우, 관광거리 등을 포함하는 기항지에 대한 전반적 만족은 재방문 의도 및 지인 추천 의도에 유의한 영향을 미쳤으나, 크루즈 부두 및 터미널 요인의 만족도는 비교적 낮게 나타나는 상황으로 분석되었다. 그러나 목포 크루즈항을 방문한 크루즈승객은 크루즈부두 만족보다 목포항 기항지 만족요인을 더 중요하게 생각하면서 지인에 대한 목포항 크루즈 기항을 추천한다고 분석하면서 크루즈시설투자가 주장되었다(장운재 · 노창균 2014). 인천항 크루즈 산업의 발전을 위해서 김홍섭은 크루즈 서비스의 4P전략을 제시하였으며, 정부 및 지자체, 사회단체, 기업과 항만공사차원의 전략을 제시하면서 크루즈승객에 대한 4P를 이용한 고객설득

방안을 제안하였다(김홍섭 2008). 크루즈입국객이 많은 항만은 인구가 많고 큰 공항에 인접해 있는 지역에 있는 항만이며, 컨테이너 물동량에 특화되기 보다는 페리선과 설비를 공유하는 항만이다(Castillo-Manzano 2014). 우리나라의 각 항만은 항만이 처해진 조건이 다르다. 크루즈항으로 발전하고자 하는 각 항만의 발전방안이 각 항만별로 서로 달라야 할 것이다.

우리나라는 크루즈산업의 발전을 위해서 그동안 기항 크루즈선의 항만시설 사용료 감면확대, 크루즈를 해운법에 반영, 선상출입국검사 등 입출항 절차 간소화, 외국인 크루즈사에 대한 여객운송사업승인 등의 정책을 실시하였다(오정규 2013). 그리고 최근에는 카지노 허용과 크루즈선의 법적 근거 문제를 개선하는 ‘크루즈산업육성특별법’이 제정되고 있다. 이미 지자체와 항만공사를 중심으로 크루즈선사들에 대한 적극적 마케팅활동이 이루어지고 있다. 아울러 우리나라의 크루즈 관광산업발전을 위한 정책방안에 대해서도 논의가 이루어져 왔다.

먼저, 황진희는 우리나라의 크루즈 관광산업발전을 위해 단기적으로 국내 크루즈관광산업 활성화, 중장기적으로는 동북아 크루즈 관광활성화 및 국제크루즈 관광시장 진출, 나아가서는 우리나라의 동북아크루즈 허브화라는 비전을 제시하고 정책과제를 제시하였다. 특히 중장기 전략으로 우리나라 항만을 동북아 크루즈 모항지로 개발하는 전략을 제시하면서, 항만 및 지역경제 활성화 차원에서 모항으로의 개발이 중요하다고 역설했다. 또한, 모항의 조건으로 도시관광여건, 항만시설, 연계공항시설 등을 제시하였다(황진희 2006).

한편, 장준호는 우리나라의 크루즈산업발전을 위한 미래전략으로 다음과 같은 방안을 제시하였다. 정부 또는 지방 단위로 크루즈 관광산업의 발전을 위한 마스트플랜의 수립, 크루즈선 기항 전용부두의 확충, 국내크루즈선사의 육성기반 조성(한국국적선사의 국제크루즈선박 확보 운용 지원대책, 한국국적선사의 선원 고용범위 기준 완화, 외국인 여객운송사업자의 공해상 크루즈 사업 허용 등의 해운법 특례조항 신설), 통과여객으로 인정하는 출입국심사 간소화제도의 도입, 국제크루즈선의 모항유치 노력, 연계관광벨트 노선개발, 체계적인 크루즈 전문인력교육프로그램의 실행, 동북아 연계상품 개발등의 방안들이 제시되었다.

### Ⅲ. 싱가포르의 크루즈항 발전 전략

세계경제위기속에서도 상대적으로 견실한 성장을 보이는 아시아의 크루즈 산업에서 싱가폴은 아시아 국가들중에서 선도적인 위치를 차지하고 있다. 2017년까지 싱가폴에 입국하는 크루즈 승객들이 지속적으로 증가할 것으로 예상된다. 많은 크루즈 선사들이 싱가폴에 사무소를 열어 모항으로 삼고 있으며, 세계 크루즈 산업계에서 점차 중요성이 증대하고 있는 아시아시장에서 싱가폴이 크루즈허브가 될 것이라고 예측된다(Business Monitor International 2013). 동북아의 중심위치를 차지하고 있는 우리나라도 지리적으로는 장기적 관점에서 동북아의 크루즈허브가 될 수도 있을 것이다. 이에 싱가포르의 크루즈 산업 현황과 발전과정을 검토하면서 우리나

라의 크루즈 산업 발전을 위한 시사점을 찾고자 한다.

싱가폴 관광청은 싱가포르의 지리적, 자연적 환경에 의거하여 싱가포르의 크루즈산업이 확대될 것이라 예측하고 있다. 싱가폴은 사계절 따뜻한 기후와 잔잔한 바다 게다가 정치적 안정성으로 크루즈승객들을 유인하고 있다. 동남아시아 각 지역이 가지는 크루즈 기항지로서의 매력은 증가하고, 크루즈 인프라도 확대되면서, 크루즈 선들이 동남아 지역항만에 기항하는 횟수가 증가할 것으로 예측된다. 이런 기본적인 환경위에 아시아의 소비자들이 점차 크루즈여행에 대해 관심을 가지게 되고, 다양한 크루즈선의 선상 오락과 설비들에 대해 경험하게 되면서 크루즈 수용이 점점 증가할 것이라 예측된다. 한편, 항공, 해운, 내륙운송 연결성이 우수한 싱가포르의 위치는 크루즈산업을 통해 싱가포르가 보다 많은 발전을 이룰 수 있을 것이라 보고 있다. 이에 싱가폴은 아시아의 크루즈 여행에 대한 잠재력을 현실화시키기 위해 크루즈 산업 이해당사자들과 보다 긴밀히 협조하고 있다(Melvin 2013).

싱가폴은 아시아 크루즈 시장에서 홍콩보다 빨리 크루즈터미널을 건설하면서 선발주자의 이점을 누리고 있다. 싱가폴은 <표 6>과 같이 현재 두 개의 크루즈터미널을 보유하고 있다. 1992년 건설된 SCC(Singapore Cruise Center)에는 국제여객터미널과 크루즈터미널이 자리 잡고 있으며, 하루에 약 150척의 페리선박이 입항하고 출항하면서 하루 최대 15,000명의 승객을 처리하고 있다. SCC는 보다 효과적인 승객처리를 위해 비즈니스컨설팅회사인 SAP의 컨설팅을 통해 Sea Passenger Terminal Operating System for Billing을 도입하여 전통적인 종이 대신 RFID 보딩카드를 도입하여 아시아 최초로 종이를 사용하지 않는 보딩 시스템을 도입하는 등 효율적인 터미널 관리에도 관심을 기울였다(Tan 2007).

〈표 6〉 싱가포르의 크루즈 터미널(Cheong2009,  
[http://www.mpa.gov.sg/sites/pdf/singapore\\_cruise\\_centre.pdf](http://www.mpa.gov.sg/sites/pdf/singapore_cruise_centre.pdf)

크루즈 터미널	선석	특징
SCC (Singapore Cruise Center)	3개 선석 270m, 255m, 145m	1991년 완공 1998년 메가 크루즈선 터미널로 업그레이드 2009년 리노베이션
MBCCS (Marina Bay Cruise Center Singapore)	360m 2 선석 22만 G/T	6,800명 동시처리가능

크루즈승객 증가에 대비하여, 싱가폴은 2012년 5월 28,000제곱 미터의 국제크루즈 터미널(Marina Bay Cruise Center Singapore:MBCCS)을 신규로 완공하였다. MBCCS는 한번에 6,800명의 크루즈승객을 처리할 수 있으며 싱가포르의 크루즈승객 처리능력을 효과적으로 두 배 이상 증가시켰다. 또한 이 터미널은 세계에서 가장 큰 크루즈 선도 입항할 수 있는 수심과 선

석길이를 확보하였다. MBCCS의 완공과 동시에 Royal Caribbean International의 Voyager of the Seas호가 2012년부터 모항으로 MBCCS를 사용하기 시작했다. 이 크루즈선은 싱가포르에서 출발하는 3~5박의 크루즈 여행프로그램과 중국과 한국에 이르는 장거리 크루즈여행을 운영하고 있다.

크루즈 관련 시설 확대와 아울러 싱가폴은 2011년 제1회 Cruise Shipping Asia Pacific 컨벤션을 주최하면서 동남아 지역 크루즈 관광에 대한 보다 많은 관심을 크루즈선사들이 일으키도록 했다. 2012년 제2회 컨벤션에서는 전 세계로부터 보다 많은 인사들이 참석했으며, 아시아의 상당한 성장잠재력에 초점을 맞춰 동남아 지역 크루즈 비즈니스를 위한 급속한 시장확대에 대한 관리방안에 대해 논의하기도 하였다. 싱가폴을 중심으로 하는 아시아크루즈시장에서의 유일한 걸림돌은 크루즈항만인프라의 부족이며, 크루즈 항만들간의 긴 항로거리가 중요한 문제라는 논의가 이루어지기도 하였다(Singapore Tourism Board 2013).

관광도시국가로서의 싱가폴을 방문한 전체 외국인은 2011년 1,320만명에 달했으며, 그중 50만 명 이상이 크루즈 승객이었다. 이 크루즈 승객은 싱가폴에서 출발하는 크루즈선에 승선하기 위해 싱가폴을 방문한 승객을 말한다. 그런데 2011년 싱가폴항을 통해 하선한 전체 승객의 수는 총 394회의 크루즈 선박에 942,000명이었다(Business Monitor International 2013). 하선한 승객의 수는 싱가폴항에 기항한 크루즈선으로부터 하선한 승객의 수도 포함되어 있는 것을 고려하더라도 442,000명의 승객의 많은 부분은 싱가폴 국민이었다고 판단할 수 있다. 싱가폴 전체 국민이 600만 명이라고 할 때 상당히 높은 수치이다. 이와 같이 싱가폴은 이미 자국민들의 크루즈 수요가 싱가폴의 크루즈 산업 발전을 가능하게 하고 있다.

한편, 싱가폴항에서 2011년의 크루즈선 입항회수는 394회, 승객은 94만 여명이었는데 비해, 2008년에는 1,018회 크루즈 선박 입항회수에 1,139,000명이 하선하였다. 크루즈 선 입항회수와 크루즈 승객이 감소하였다는 것을 알 수 있다(Singapore Tourism Board 2013). 입항회수가 적어진 것은 싱가폴에 입항한 선박이 대형화되면서 전년도에 비해 입항회수가 적어진 것이다. 그리고, 승객의 감소 부분은 입항회수가 적어지면서 발생한 승객 감소 부분이라 판단되지만, 입항회수 감소 비율에 비하여 승객감소가 상대적으로 많지 않은 것으로 미루어볼 때 싱가폴 입항 크루즈 선의 대형화를 확인할 수 있다.

싱가폴의 크루즈 산업발전에 의거하여, 세계적인 크루즈 업체인 RCCL은 아시아 시장에서의 핵심적인 모항으로 싱가폴항을 선택했으며 아시아에 있는 크루즈선중에서 가장 큰 Voyager of the Seas 와 Mariner of the Seas 두 척을 동남아시아지역에서 운용하고 있다. 또한 Celebrity Cruise의 Celebrity Millennium호와 Costa Cruises의 Costa Victoria호 역시 싱가폴항을 모항으로 운항하고 있다. 2012년부터 9척의 선박이 신규로 싱가폴항을 기항하고 있으며 이는 2011년에 비해 두 배 였다. 이와 같은 선사를 제외하고도 동남아 지역의 대표 크루즈선사인 Star Cruise는 SCC를 모항 터미널로 삼고 동남아시아지역의 크루즈서비스를 제공하고 있다.

이와 같은 싱가포르의 크루즈산업발전에는 싱가포르 정부의 지원정책이 일정부분 기여하고 있다. 싱가포르정부는 자국민의 크루즈여행과 크루즈산업 참여자들의 발전을 위해, Cruise Development Fund를 조성하였다. 이 펀드는 크루즈업체가 수요를 개발하고 크루즈시장에서의 유통채널을 개발하는 것을 지원하기 위해 조성되었다(Singapore Tourism board, 2013). 이 펀드를 통해서 싱가포르국민들에 대해 크루즈관광을 홍보하고, 크루즈관련업체들에 대해 크루즈관광홍보기회를 제공하고 있다. 싱가포르관광청(STB)은 크루즈선사, 지상취급업자와 여행대리점들과 공동으로 매력있는 연안관광경로를 개발하고 크루즈여행객들이 싱가포르로 돌아오도록 촉진하는 사전 그리고 사후 크루즈패키지를 만드는 것을 지원하고 있다.

이와 같은 싱가포르의 크루즈산업발전과정과 노력을 되돌아볼 때 다음과 같은 시사점을 생각할 수 있다.

첫째, 크루즈산업은 해운항만산업이면서 관광산업으로도 이해되어야 한다. 즉 항만시설로 크루즈부두나 크루즈터미널을 건설하는 것도 중요하지만, 싱가포르와 동남아 각 지역의 관광지역과 연계되어야만 크루즈승객을 유인할 수 있다는 것이다.

둘째, 효율적인 하드웨어와 소프트웨어의 준비가 필요하다. 적절한 수준의 항만인프라가 필요하며, 인프라를 효과적으로 사용할 수 있는 소프트웨어의 준비 역시 중요하다. 싱가폴은 크루즈관광객이 편리하게 승선하고 하선할 수 있는 설비를 갖추기 위해 노력하였다. 심지어 하선하는 승객이 크루즈선에서 내리는 시점부터 최종입국수속이 완료되는 시점까지의 소요시간을 분석하면서 크루즈 승객의 편의성을 증대시키고자 노력하였다.

셋째, 크루즈산업 발전에서는 자국민의 크루즈관광이 일정부분 담보되는 것이 중요하다. 해외의 관광객을 유치하고 관광객에 대해 크루즈서비스를 제공하는 것에는 한계가 있다. 특히 우리나라항만에 크루즈선이 기항만 하는 상황이라면 우리나라 국민을 대상으로 하는 크루즈 관광 유치가 필요 없겠지만, 우리나라 항만이 크루즈 모항으로 발전하고자 한다면, 우리나라 국민들이 우리나라 항만에서 크루즈 여행에 나서는 것이 필요하다. 즉, 우리나라 국민이 일정숫자만큼 크루즈에 나서야 외국의 선사들이 우리나라 항만을 모항으로 사용할 수 있을 것이며 그래야만 우리나라의 크루즈 산업이 본격적으로 발전할 수 있을 것이다.

넷째, 대내외적으로 크루즈산업에 대한 관심을 유발시키는 다양한 수준의 이벤트가 필요하다. 크루즈 분야에 대한 다양한 수준의 컨벤션이 이루어 질 필요가 있다. 크루즈 산업에 대한 학술 행사부터 시작하여 크루즈 관광에 대한 마케팅 활동까지 다양한 수준의 컨벤션 행사를 통해 우리나라 국민들에 대한 크루즈 관광에 대한 관심을 유발할 수 있는 이벤트가 필요하다. 그리고 이런 이벤트의 실제적인 실행을 위한 소위 ‘크루즈 펀드’ 혹은 정부나 공공기관들의 지원정책이 필요하다.

## IV. 크루즈항의 필요조건과 항만별 발전방안

### 1. 모항과 기항항의 조건과 경제적 효과

크루즈가 이루어지는 과정에는 세 종류 지역이 관련된다. 먼저 크루즈 승객이 발생하는 혹은 크루즈 승객이 현재 거주하고 있는 지역으로서의 출발지(generating region), 크루즈 승객이 가고자하는 목적지로서의 기항지(destination regions), 크루즈 승객이 목적지에 도착하기 전에 시간을 보내는 장소로서의 모항지(transit region)가 있다(Gibson 2012). 크루즈 승객은 출발지에서 출발하여 모항지에 도착하여 기항지를 둘러보고 다시 모항지를 경유하여 출발지로 돌아오는 과정을 거친다. 크루즈산업 관점에서 마케팅 대상지로서의 출발지 분석, 선박의 운영 관점에서 모항 분석, 여행객들의 선호 관점에서 기항항을 분석하게 된다.

출발지 즉 주거지에서 출발하게 되는 잠재 크루즈 승객들의 가치분 소득, 레저시간, 동기, 인구통계학적 특징들과 같은 요인들이 크루즈 여행 실행의 동기가 된다. 우리나라 항만이 모항이 되기 위해서는 항만의 인접도시 혹은 배후지역에 일정한 숫자의 잠재 크루즈 승객이 있는 것이 일정부분 필요하다 할 것이다.

〈표 7〉 기항이 가지고 있어야 하는 특징들(Gibson 2012)

특별한 특징	도시의 특징
낮은 조석에 평균수심 10.75미터 깊은 흘수를 보장하는 부두 목적지와 가까운 관문항 항만 그 자체가 매력적인 것 면세 모항, 기항항으로 적합할 것 전문 서비스 다양한 매력을 가지는 섬으로서의 항만 최신설비의 크루즈 터미널 경치가 좋은 관광거리 활력있는 야간의 경험거리	쇼핑 대형크루즈선 접안 능력 접근이 쉬운 승객이동통로 편리하고 효율적이며 안전한 터미널 적절한 보관설비와 수화물 처리 아름다운 경관 인접한 국제공항 적절한 기후와 따뜻한 기후 문화적 역사적 보물 수상 스포츠 및 육상 스포츠

크루즈승객이 가고자 하는 목적지로서의 기항항은 기항지의 관광매력도가 중요하며, 가끔 크루즈선 자체가 기항지역의 개념에 포함될 수도 있는 데 이는 최근 보다 다양한 설비를 갖춘 선박이 건조되면서 크루즈선 자체가 하나의 관광대상이 되는 것을 보여주고 있다. 크루즈 승객을 끌어들이는 기항항이 갖추어야 할 승객유인요인들을 항만의 특징과 항만인접도시의 특징을 구분하여 보면 〈표 7〉과 같다.

Cooper는 기항항이 가져야하는 부분으로 Attractions, Access, Amenities와 Ancillary 서비스 네 가지를 제시하였다. 먼저 Attractions은 사람이나 자연이 만든 혹은 일종의 이벤트 같은 것을 의미하는 것으로 크루즈승객의 관심을 유발하는 어떤 관광대상을 말하는 것이다. 둘째로는 Access로 철도, 도로, 항공, 선박 등을 통한 교통편이 관광대상지로 크루즈승객을 편리하게 이동할 수 있어야 한다. 셋째 Amenities는 식당, 쇼핑, 바, 호텔 등을 의미하며, 마지막으로 기타 부수적인 서비스로는 이런 기항지를 개발하고 마케팅하는 대리점들의 서비스를 의미한다(Cooper 2000).

그 외 여러 연구에서 기항항이 가지고 있어야 하는 조건들을 제시하고 있지만, 오정규는 모항지 또는 기항지가 되기 위한 조건을 다음과 같이 정리하였다.

- 부두 인근에 공항/호텔이 있고, 시내에서 가까울 것
- 여행객과 언어소통이 가능할 것
- 소요물품 인프라가 갖춰져 있을 것
- 화물운송인력/안내인력이 있을 것
- 문화, 쇼핑, 요리 등 즐길 거리와 가격경쟁력이 있을 것
- 맞춤형 투어상품과 편리한 교통편의 제공
- 여행자 정보센터가 있고 비자업무가 용이할 것

이와 같은 특징들은 기항지 혹은 모항지가 가져야할 기본적인 특징으로서 우리나라의 개별항만들이 크루즈항으로서 발전하기 위해 갖춰야할 기본적인 조건들이라 할 수 있다. 그러나 이들 조건들 중에서 일부는 인위적으로 개발가능한 것도 있지만, 인위적으로는 불가능한 것이 있다. 인위적으로 개발가능한 것이라고 하더라도 단기간에 많지 않은 자본투자로 가능한 것도 있고, 장기간에 걸쳐서 많은 자본투자를 필요로 하는 것도 있다. 그러므로 크루즈항만으로 발전하기 위한 조건에 대한 적절한 분석과 이에 필요한 요인에 대한 충족 가능성과 현황에 대한 적절한 검토가 필요하다.

〈표 8〉 2012년 미국에서의 크루즈 승객과 선원의 항만에서의 지출금액(CLIA 2013)

구분	인원수(인)	지출금액(\$)	1인당 지출금액(\$)	
모항	숙박승객	3,936,609	1,008,579,010	256.20
	당일승객	6,158,186	192,978,226	31.34
	합계/평균	10,094,795	1,201,557,236	119.03
기항	5,437,901	671,997,017	123.58	
선원	6,645,600	317,327,400	47.75	
전체	22,178,296	2,190,881,653	98.78	



그럼에도 불구하고 우리나라 대부분의 항만들이 현재 장기적 비전을 크루즈모항 혹은 크루즈 허브에 두고 있는 것은 매우 우려스러운 현실이다. 모든 항만이 모항이 될 수는 없을 것이며, 또한 모항으로서 제 기능을 발휘하기 위해서는 적지 않은 자본의 투자가 필요하기 때문이다. 크루즈항만으로서 발전하는 과정에서 기항항으로서의 역할만 충실히 수행하더라도 지자체입장에서는 충분한 경제적 효과를 획득할 수 있다.

기항항과 모항이 가지는 경제적 효과를 비교해보면, 우리나라의 모든 항만이 모항으로서의 역할을 목표로 가질 필요는 없다는 것을 알 수 있다. <표 8>은 2012년 미국의 크루즈항만에서의 모항과 기항항에서 승객과 선원이 지출한 금액에 대한 자료이다. 모항에 도착하여 크루즈선을 타는 승객은 크루즈선의 출발 전에 도착하여 숙박하는 숙박승객과 출발당일 도착하여 크루즈선에 승선하는 당일승객으로 나누어진다. 자료에 의하면 숙박승객보다 당일승객이 많으며, 당일승객의 지출금액은 기항항에서 승객들이 지출하는 금액보다 적다는 것을 알 수 있다.

미국 크루즈산업에서의 자료를 볼 때, 지자체의 관점에서는 지자체의 항만이 반드시 모항이 되어야 보다 많은 경제적 수익을 창출할 수 있다고 생각할 필요는 없을 것이라 생각된다. 오히려 관광관점에서 경쟁력을 가지는 기항항이 보다 많은 크루즈승객들의 하선과 지출을 통해 경제적 효과를 가질 수 있을 것이다.

물론 미국과 우리나라의 상황은 다르다는 사실이 고려되어야 한다. 미국의 경우에는 미국 국민이 미국내의 다른 모항지로 이동하여 크루즈선에 승선하므로 당일승객이 많겠지만 우리나라의 경우에는 외국인이 우리나라 공항에 도착하여 숙박하는 승객이 많을 것이다. 그러므로 숙박객이 증대하여 모항으로서의 경제적 효과를 많이 향유할 것이므로 미국의 사례를 그대로 적용해서는 곤란할 것이다.

미국의 경우 기항항에 하선한 승객이 지출하는 비용이 123.58\$ 인것에 비하여, 우리나라에 기항하는 크루즈 승객 1인당 평균지출액은 512\$에 달하며, 기항승객의 70%에 달하는 중국관광객의 1인당 평균지출액은 998\$이다(오정규 2013). 2012년 우리나라 항만에 기항한 크루즈 승객의 지출금액은 <표 9>와 같으며 이를 통해 볼 때에도 기항항으로의 발전도 충분히 지자체의 입장에서는 충분히 의미있는 전략이 될 수 있을 것으로 생각된다.

<표 9> 우리나라 크루즈항의 크루즈승객 지출금액(달러) (한국관광공사 2013)

항만	인천	부산	제주	여수
평균 지출 금액	784	580	694	690

〈표 10〉 2012년 기준 크루즈산업의 미국 경제에 끼친 영향(CLIA2013)

구분	산업	총금액 (M\$)	일자리수	비고
크루즈 핵심영역	승객과 선원 지출	1,749	21,909	
	항만서비스/크루즈선사수입	3,245	46,590	
	운송서비스	2,676	24,615	
	항공운송	2,002	11,202	
크루즈 공급업	농축수산업	45	207	
	제조업	5,352	11,832	식음료, 의류, 화학, 석유정제, 선박수리, 전기전자, 산업기계
	도매업	589	2,897	
	기타운송서비스	21	37	
	정보시스템	264	538	
	재무-보험-부동산임대	1,022	2,887	
	기타 서비스	2,664	24,073	숙박, 예술, 오락, 관리, 쓰레기처리 등

그런데 모항과 기항항의 경제적 효과를 비교하면서 크루즈승객과 선원의 지출관점에서만 비교하는 것은 크루즈산업이 경제에 미치는 영향력을 과소평가하게 하는 결과로 이어질 수도 있다. 크루즈 산업의 발전이 직접적으로 경제에 미치는 영향은 크루즈 관광 핵심영역과 크루즈산업에 대한 공급업으로 구분된다. 먼저 크루즈 관광 핵심영역에서는 먼저 승객과 선원 지출, 항만서비스와 크루즈선사수입, 운송서비스, 항공운송 등의 영역으로 나뉘어진다. 크루즈산업 공급업으로는 농축수산업, 제조, 도매, 다른 운송서비스, 정보시스템, 재무-보험-부동산임대업, 기타서비스업으로 구분된다(CLIA 2013). 이런 구분에 기초하여 산업분야별 2012년 기준 크루즈산업이 각 산업에 직접적으로 영향을 준 금액과 일자리의 수는 〈표 10〉과 같다.

승객과 선원들의 지출은 크루즈산업 전반에서 일부분에 지나지 않는 것을 알 수 있다. 모항은 기항항보다 많은 경제적 효과를 누릴 기회를 가질 수 있다. 항공운송, 재무-보험-부동산임대, 제조업이 주로 모항의 경제적 효과에 기여하며, 운송서비스, 도매업, 기타서비스 분야는 모항과 기항항이 그 경제적 효과를 나뉘어간다.

## 2. 우리나라 크루즈항별 발전방향

우리나라 항만들은 각 지자체와의 협조를 통해 크루즈선을 유치하고 크루즈항으로서의 발전을 시도하고 있다. 항만은 배후도시의 특성이 다르므로 크루즈항으로서의 발전지향점이 서로 달라야 함에도 불구하고 대부분의 항만들이 장기적으로 크루즈 모항을 지향하고 있다. 기항항

혹은 모항으로 발전하는 과정에 경제적 효과는 어느 정도 차이가 날 수 있지만, 그만큼 시설투  
자비용도 다를 수 있다. 또한 각 항만이 처해져 있는 상황도 역시 서로 다르다. 이런 상황을  
고려하여 각 항만에 적합한 크루즈항만으로의 발전지향점이 설정되어야 한다.

크루즈승객이 크루즈여행을 하게 하는 요인으로 가처분소득과 휴가일수를 들 수 있다. 일정  
한 가처분소득이상의 잠재크루즈승객은 긴 일정의 크루즈여행을 즐길 수 있는 휴가일수가 허락  
되면 크루즈여행에 나설 수 있다. 우리나라 개별크루즈항의 배후지 특성으로 잠재크루즈고객의  
분포가 그 항만의 크루즈모항가능성에 영향을 줄 수 있다. 기존 크루즈항에 입국했던 승객 특  
징도 그 크루즈기항항으로의 발전방향을 검토하는 데 영향을 줄 수 있다.

크루즈항의 입국객수가 많은 항만은 인구가 많고 큰 공항을 배후에 두는 항만이다(Castillo-  
Manzano et.al 2014). <표 11>은 1인당 가처분소득이 많으면서 전체 인구수가 많은 서울을  
배후지로 두고 있으며 우리나라 최대의 공항이 있는 인천항이 크루즈모항 가능성이 높다는 사  
실을 보여준다. 아울러 부산, 울산, 경남권을 배후지로 가지는 부산항도 김해공항을 두고 있으  
므로 모항의 가능성을 가지고 있다. 가처분소득이 높다는 점 외에도 배후지에 거주하고 있는  
인구가 많다는 점을 고려해볼 때 부산항보다는 인천항이 우리나라 크루즈 모항 가능성이 더 높  
다. 최근 일본 크루즈선이 인천항 출발 크루즈서비스를 제공하고 있는 사실도 이를 대변하고  
있다. 제주항은 배후에 대규모 인구를 가지고 있지 않으며 가처분소득 역시 낮으므로 모항으로  
발전하는 데에는 많은 문제점을 가지고 있다.

<표 11 > 2011년 기준 시도별 1인당 가처분소득

지역	총가처분소득 (억원)	인구수 (명)	1인당 가처분소득 (천원)	비고
서울	170,092	10,249,679	16,594	
부산	50,693	3,550,963	14,275	
대구	34,704	2,507,271	13,841	
인천	36,286	2,801,274	12,953	
광주	20,566	1,463,464	14,052	
대전	22,192	1,515,603	14,642	
울산	20,154	1,135,494	17,749	
경기	165,627	11,937,415	13,874	
강원	18,571	1,536,448	12,086	
충북	19,953	1,562,903	12,766	
충남	26,855	2,101,284	12,780	
전북	23,607	1,874,031	12,596	
전남	21,381	1,914,339	11,168	
경북	34,269	2,699,195	12,696	
경남	43,688	3,308,765	13,203	
제주	7,748	576,156	13,447	

한편 <표 12>는 2013년 우리나라 크루즈항에 입국한 크루즈승객수와 그 분포<sup>4)</sup>에 대한 표이다. 인천항과 여수항은 대부분의 승객이 중국인이며, 부산항은 중국, 일본, 영어권 승객들이 골고루 입국하고 있으며, 제주항은 중국과 일본인 승객이 주로 입국했다. 이를 통해 볼 때, 부산항과 제주항은 외국인들이 선택하는 우리나라를 대표하는 크루즈기항항이며, 인천항은 인접해 있는 북중국에서 출발하는 크루즈선이 주로 기항한다는 것을 알 수 있다. 특히 영어권에서 입국하는 크루즈 승객은 부산항에 기항하는 경우가 대부분이다. 이는 컨테이너운송네트워크의 경우에도 쉽게 이해할 수 있듯이 부산항이 전체적인 기간항로에 우리나라 항들 중 가장 가깝게 위치하고 있기 때문이다.

<표 12> 2013년 기준 우리나라 크루즈항별 입국객 분포(한국관광공사 2013 정리)

구분	입국객수	중국	일본	영어권	계
인천	93,504	444	5	2	451
부산	164,342	401	288	460	1,149
제주	415,664	483	302	53	838
여수	12,817	344	0	3	347

이상과 같은 논의에 기반하여 우리나라 크루즈항의 발전방향을 제안해본다. 먼저, 제주항은 기항지로서의 강점을 충분히 보유하고 있다. 우리나라 국민이 제주까지 이동하여 크루즈여행을 나서는 것이 곤란하다는 점, 외국인이 직접 제주로 와서 크루즈여행에 나서는 것이 현재는 곤란하다는 점을 고려할 때 제주항은 동아시아의 대표적인 크루즈 기항지로서 누리는 경제적 효과를 지속적으로 강화하는 것이 필요하다. 이를 위해서 크루즈 승객들을 위해 다양한 관광 프로그램을 개발하여 갖추는 것이 필요하다.

부산항은 우리나라 대표항만으로 우리나라 국민 전체를 잠재고객으로 하는 크루즈 모항으로서의 발전을 지향하는 것이 필요하다. 배후지의 인구특징이 인천항보다는 모항에 부합하지 않는다. 그러나, 수도권과 부산을 연결시키는 다양한 교통편은 수도권을 부산항 크루즈산업배후지로 포함시킬 수 있도록 하여 모항으로서의 발전을 가능하게 할 것이다. 이는 우리나라의 수출 입해상화물이 부산항에서 처리된다는 점을 고려해볼 때, 부산항이 보다 많은 크루즈선사를 부산에 유치한다면 부산항이 우리나라를 대표하는 크루즈모항이 될 것이다.

인천항은 크루즈 모항보다는 기항항의 역할을 강화시키면서 준모항으로서의 발전을 시도하는 것이 합리적으로 보인다. 인천항은 크루즈잠재고객들이 집적해있는 수도권지역을 배후에 두고

4) 한국관광공사에서 크루즈 승객의 실태조사를 위해 실시한 설문조사에 참여한 승객들의 언어권분포이다. 우리나라의 크루즈 승객 통계자료의 수집기관별로 데이터수집방법이 상이하여 크루즈승객을 제외한 여객입국객수도 입국객수에 일부 포함되어 있다. 항만별 입국하는 승객의 국적분포를 알 수 있는 한 방법이다.

있으며 인천공항의 항공네트워크를 가지고 있으므로 모항의 조건을 충분히 가지고 있다. 그러나 인천항은 동북아 기간항로에서 벗어나 있어서 먼 거리를 이동해야 하는 문제점을 가지고 있다. 그러나 북중국 지역의 항만들과 인천을 잇는 단거리 크루즈 노선을 중심으로 하는 경우에는 모항으로서의 역할을 수행할 수 있다. 대규모 잠재고객과, 대구모공항 입지의 장점을 활용하여 준모항으로의 발전을 시도하는 것이 인천항의 장기적 크루즈항 발전방향으로 보인다.

속초항은 인접지역에 대규모 잠재크루즈고객이 존재하지 않는 측면에서 모항보다는 기항항으로서의 장점을 증대시키는 것에 초점을 맞춰야할 것이다. 2018년 평창동계올림픽을 맞이하여 강원도 항만의 크루즈기항이 유력하면서 모항으로서의 역량을 강화시키고자 하는 노력이 있으나(김종민·김재진 2013), 배후지역의 잠재고객층이 많지 않고 동북아 주요항로에서 벗어나 있는 측면을 고려할 때 기항지로서의 크루즈시설과 관광 프로그램 개발에 노력하는 것이 보다 타당해보인다. 이는 여수 해양엑스포와 관련하여 건설한 여수 크루즈항의 현재 상황을 고려해볼 때 적절한 수준의 크루즈시설 개발로 속초항의 개발을 한정하는 것이 합리적이라 판단된다. 또한 여수항, 포항항, 울산항 역시 크루즈기항항으로의 역할을 충실히 수행하는 것에 초점을 맞추는 것이 필요해보인다.

## V. 결 론

우리나라 크루즈항별 발전방안에 대한 논의에 더하여 우리나라 크루즈산업의 발전방안에 대해 제시하는 것으로 결론을 맺고자 한다. 아시아 크루즈시장에서의 싱가포르 성공사례에 대한 시사점을 참고하여 우리나라 크루즈산업의 발전방안을 모두 네 가지로 제시한다.

먼저, 싱가포르가 크루즈산업을 중요한 관광산업으로 생각했듯이 우리나라 역시 크루즈산업의 초점을 관광산업에 맞춰야 한다. 크루즈선 유치에 항만공사의 역할이 중요하지만 크루즈승객의 만족도 향상을 위해서는 지자체가 제공하는 우수한 관광거리가 보다 중요할 것이다.

둘째, 입국크루즈승객에 대해 기항항으로서 질높은 서비스를 제공하기 위해 효과적인 하드웨어와 소프트웨어 기반을 완성해야한다. 현재 건설 중인 크루즈부두를 계획대로 완공하는 것이 필요하며, 아울러 크루즈 관련 전문인력양성에도 역시 관심을 기울여야 한다.

셋째, 우리나라 국민이 크루즈여행에 나서도록 하는 것이 필요하며 이를 위해서는 단계적으로 준모항으로의 발전을 검토해볼 필요가 있다. 싱가포르의 사례에서 보았지만 비록 많은 외국인이 싱가포르에 여행을 와서 크루즈관광에 나서기도 하지만 싱가포르 국민들도 크루즈여행에 나서고 이를 통해서 크루즈모항으로의 발전이 가능했다. 우리나라 크루즈산업도 우리나라 국민들도 부산항이나 인천항을 통하여 크루즈관광에 나서야 크루즈산업의 본격적인 발전이 가능할 것이다. 그러나 단기적인 관점에서 크루즈선에 승선할 많은 수의 고객모집이 불가능하다는 점을 고려해보면, 예전의 부산항이 준모항으로 역할을 했듯이 단계적으로 준모항의 위치를 확보하면서 국

내의 크루즈수요를 서서히 증대시키는 것이 필요하다.

넷째, 싱가폴은 다양한 프로그램을 통해서 크루즈산업에 대한 싱가폴 국민의 관심을 불러일으키고 있다. 우리나라 크루즈항이 동북아 크루즈시장의 한 모항으로 발전하기 위해서는 크루즈산업에 대한 특별한 지원 정책이 필요하다. 예를 들면, 크루즈산업발전을 위해 자금을 조성하고 이 자금의 활용방안을 크루즈산업 참여자에 대해 공모하고 지원하는 프로그램 운영을 검토할 수 있다. 그리고 이런 프로그램에는 크루즈산업에 대한 홍보, 관광프로그램 발굴, 크루즈 상품개발, 전문인력양성 등이 포함될 수 있을 것이다. 또한 국적크루즈선사의 출현은 우리나라 크루즈항이 모항이 되게 하는 출발이 될 것이다. 국적크루즈선사의 크루즈선은 우리나라 항을 모항으로 하게 될 것이기 때문이다.

## 참고문헌

- 김민형 · 장준호 · 정호균 · 황영현, “크루즈관광객의 관광동기: 국제크루즈관광에 참여하는 한국인 관광객 사례연구”, 『관광·레저연구』, 한국관광·레저학회, 25권 2호, 2013, 411-425.
- 김병일 · 김홍섭, “크루즈관광에서 기존-잠재 고객간 행동의도 결정요인 차이에 관한 연구”, 『한국항만경제학회지』, 28권 4호, 2012, 39-57.
- 김종민 · 김재진, 『떠오르는 크루즈 산업 그리고 강원도』, 정책메모(제 266호), 강원발전연구원 2013, 6.18.
- 김홍섭, “크루즈(Cruise)산업의 활성화를 위한 마케팅 전략에 관한 연구-인천항의 경우-”, 『한국항만경제학회지』, 24권 4호, 2008, 407-441.
- 대한상공회의소, 『코참 차이나비즈니스 정보』 제 148호, 2011. 10. 24. 2-6.
- 박명섭 · 강용준 · 조성우, “크루즈 서비스 선택속성이 관광만족과 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 『한국항만경제학회지』, 28권 3호, 2012, 193-214.
- 오정규, 『신해양산업크루즈를 잡아라』, 74차 한국관광학회 국제학술대회, 2013.
- 장운재 · 노창균, “목포항 크루즈 부두 및 기항지 만족도 분석에 관한 연구”, 『관광연구저널』, 한국관광연구학회, 28권 2호, 2014, 171-183.
- 장준호 · 허범영 · 정익준, “한국 크루즈관광의 현황과 미래전략”, 『한국항만경제학회지』, 27권 4호, 2011, 109-127.
- 한국관광공사, 『크루즈 통계 표준화 방안 연구』, 2012. 12.
- 한국관광공사, 『2013년 외래 크루즈 관광객 실태조사』, 2013. 12.
- 한국문화관광연구원, 국제크루즈 레전드호 8월부터 부산을 모항으로 운항, 『관광관련 정부정책』, 2011, 16.
- 한국해양수산개발원, 『크루즈 관광산업 발전기반 조성방안』, 2006.
- Business Monitor International, 『Singapore Tourism Report』, 2013.
- Castillo-Manzano, Jose I., Xavier Fageda, and Fernando Gonzalez-Laxe, “Ana Analysis of the Determinants of Cruise Traffic: An Empirical Application to the Spanish Port System”, 『Transportation Research part E』, Vol.66, 2014, 115-125.
- Cheong, Teow Cheng, “Developing Cruise Tourism-A Terminal Operator’s Role”, APTIC 2009 in Seoul, 2009, 10. 28.
- Cooper, C. Fletcher, J. Gilbert D. and Wanhill S., 『Tourism Principles and Practice』, London, Pitman Publishing, 2000.
- CLIA, 『Contribution of the North American Cruise Industry to the U.W. Economy in 2012』, July 2013.
- Dowling, Ross K., Chap. 1 The Cruising Industry, Edited by Ross K. Dowling 『Cruise Ship Tourism』, 2005, 3-17.

- Duffy, Christine, “2013 Cruise Industry” , The state of the cruise industry in 2014: Global growth in passenger numbers and product offerings, Fort Lauderdale, FL, Jan 16, 2014.
- Fan, Daisy X.F., and Cathy H.C. Hsu, “Potential Mainland Chinese Cruise Travelers’ Expectations, Motivations, and Intentions” , 『Journal of Travel of Tourism Marketing』 , Vol.31, 2014, 522-535.
- Gibson, Philip, Chap.5 Planning the itinerary, 『Cruise operations management』 , Routledge, 2012.
- Hur, Yoonkyung, "Korea as a Future Cruise market: Investigating Koreans' Perceptions of Cruise shir Travel," 『International Journal of Tourism Research』 , Mar/Apr 2013, Vol.15, No.2, 2013, 171-183.
- Joo, YoungRyeol, “An Overview of Cruise market and Industry” , International Symposium on Expo 2012 Yeosu, Korea, World Ocean Forum, 2010. 11. 16.
- Kuwornu, John K.M. Richard B. Rosecky & Crystal Ellis, “Cruise Line Product Differentiation Practice: A Cluster Analysis Approach” , 『International Journal of Business and Management』 , Vol.8, No.3, 2013, 93-101.
- Market Line, 『MarketLine Industry Profile Global Hotels, Resorts & Cruise Lines』 , MarketLine, an Informa business, July 2013.
- Melvin, Vu, "Asian Advantage", 『International Cruise & Ferry Review』 , 2013 Spring/Summer.
- Papatheodorou, Andreas, Chap 3. The Cruise Industry: An Industrial Organization Perspective, Edited by Ross K. Dowling 『Cruise Ship Tourism』 , 2005, 31-39.
- Richard K. Miller & Associates, 11. Cruise Casinos, 『Casinos, Gaming & Wagering 2013』 , 2013. 6. 23, 120-122.
- Richard K. Miller & Associates, 33. Cruises, 『The Travel & Tourism Market Research Handbook, 2013-2014 Edition』 , 2013, 239-242.
- Singapore Tourism Board, 『Navigating the next phase of tourism growth』 , Tourism Industry Conference 2013 Discussion Paper, 2013.
- Sun, Xiaodong, Dinesh K. Gauri and Scott Webster, “Forecasting for cruise line revenue management” , 『Journal of Revenue and Pricing management』 , Vol.10, No4, 2011, 306-324.
- Tan, Will, "SAP Customer Success Story Transportation Passenger Services “, SAP, 2007. 8.

[http://www.mpa.gov.sg/sites/pdf/singapore\\_cruise\\_centre.pdf](http://www.mpa.gov.sg/sites/pdf/singapore_cruise_centre.pdf).



## 국문요약

# 우리나라 크루즈항별 발전방향에 대한 탐색적 연구

김기태

크루즈산업은 경제위기에도 불구하고 지속적으로 성장하는 고부가가치산업이다. 중국인의 크루즈 여행객이 증가함에 따라 동북아 크루즈산업 발전이 주목되고 있다. 우리나라의 항만들도 크루즈모항이라는 비전을 가지고 크루즈부두 건설에 나서고 있다.

아시아 크루즈산업을 선도하고 있는 싱가포르의 크루즈산업전략은 싱가포르의 관광산업발전전략과 연계되어 있었다. 싱가포르 사례에 대한 시사점에 의거하여 우리나라 크루즈산업의 발전방안을 제시한다. 크루즈 모항과 기항의 경제적 효과 비교와 우리나라의 크루즈산업환경에 기반하여, 부산항은 모항, 인천항은 준모항, 제주항은 기항항으로의 발전모델을 제시하였다. 우리나라 크루즈항은 동북아에서 기항항의 역할을 담당하고 있으며 크루즈산업의 발전을 위해서는 국적선사의 도입과 이를 통한 모항개발이 필요하다.

**핵심 주제어** : 크루즈, 크루즈산업, 모항