

弘報室 : (02)  
6050-3602~5

이 자료는 5/7(水)자 夕刊부터 보도해 주시기 바랍니다.  
- 통신, 인터넷 등은 5/7(水) 06:00부터

문의 : 유통산업정책실 이영준 실장(6050-1510), 이은철 선임연구원(6050-1512)

## 한국 찾은 中·日 쇼핑관광객 불만사항은... 中 ‘의사 소통’, 日 ‘상품 강요’

- 대한상의 조사 ... 中은 명동에서 ‘동대문’으로, 日은 명동에서 ‘남대문’으로
- ‘화장품’, ‘의류’ 가장 많이 구매 ... 그 외 中은 ‘한약재’, 日은 ‘김, 건어물’ 주로 구매
- ‘큰 손’ 관광객, 중국인이 더 많아 ... 中은 ‘신용카드’, 日은 ‘현금’으로 결제
- “국가적 쇼핑주간, 관광산업 활성화에 도움” ... 中 90%, 日 67% ‘쇼핑주간 신설시 韓 다시 올것“

### #1. 천송이 액세서리 사러왔다 ‘매장 찾느라 애먹은’ 중국인 A씨

‘별에서 온 그대’를 보고 한국을 찾은 중국인 A씨는 의사소통 때문에 쇼핑하는데 애를 먹었다 . A씨는 드라마 촬영지를 둘러본 후, 천송이가 사용한 액세서리를 사기 위해 지방의 한 쇼핑몰을 찾았지만 천송이 액세서리를 파는 매장을 찾느라 한참을 혼냈다. A양은 “중국어로 된 쇼핑안내 책자가 없어 영어로 된 표지판을 보며 여기저기 찾아 다녀야만 했다”면서 “매장에서도 종업원이 중국어를 할 줄 몰라 구입하는데 애로사항이 있었다”고 하소연 했다.

### #2. 일본인 관광객 B씨 “무료시식 권하더니 상품 구입 강요해”

일본인 관광객 B씨는 관광 가이드에 따라 관광명소를 둘러본 후 유명 쇼핑지역을 안내 받았다. 그곳에서 건강식품을 파는 상인은 처음에 공짜라며 제품 시식을 권한 뒤 계속 귀찮게 상품구입 을 독촉했다. B씨는 “무시할 수도 있었지만 같이 동행한 가이드의 체면도 생각하여 제일 싼 걸로 하나 구입했다”며 “쇼핑하는 내내 계속 짐짓한 기분이 들었다”고 말했다.

한국을 찾은 중국인 관광객은 의사소통의 어려움이, 일본인 관광객은 지나친 상품구입 강요가 가장 큰 불만인 것으로 조사됐다.

대한상공회의소(회장 박용만)가 최근 한국 관광을 마치고 출국하는 중국인 150명, 일본인 150명을 대상으로 쇼핑실태를 조사한 결과, 한국에서 쇼핑할 때 가장 불편한 사항으로 중국인은 '언어소통 불편'(57.3%)을, 일본인은 '상품구입 강요'(29.3%)를 꼽았다고 7일 밝혔다. <복수응답>

<표1> 한국에서 쇼핑시 불편사항 (단위:%)

|    | 중국인 관광객        | 일본인 관광객        |
|----|----------------|----------------|
| 1위 | 언어소통 불편(57.3)  | 상품구입 강요(29.3)  |
| 2위 | 안내표지판 부족(34.0) | 언어소통 불편(22.7)  |
| 3위 | 불편한 교통(21.3)   | 안내표지판 부족(21.3) |
| 4위 | 비싼 가격(17.3)    | 종업원 불친절(16.7)  |
| 5위 | 종업원 불친절(12.7)  | 비싼 가격(10.0)    |

중국인은 이어 '안내표지판 부족'(34.0%), '불편한 교통'(21.3%), '비싼 가격'(17.3%)을, 일본인은 '언어소통 불편'(22.7%), '안내표지판 부족'(21.3%), '종업원 불친절'(16.7%) 등의 불만사항을 차례로 꼽았다.

대한상의는 "1990년대 중반부터 한국을 찾는 일본인이 꾸준히 늘다보니 명동, 남대문을 비롯한 주요 관광지에 일본어를 할 수 있는 상인은 늘었지만, 지난 5년 새 3배 가까이 급증한 중국인 관광객을 응대할 수 있는 상인은 아직까지 부족한 실정"이라고 설명했다.

최근 5년간 한국을 찾은 중국인 입국자수는 연평균 34.1%씩 성장했다. 특히 지난해는 한국을 방문한 중국인이 433만 명으로 외국인 출입국 조사를 실시한 이후 처음으로 일본 입국자수를 넘어섰다. 관광을 목적으로 한 입국자 수도 중국인이 314만 명으로 일본인 263만 명을 앞질렀다.

<그림> 중국·일본 입국자 추이 (단위:만명)



※출처: 문화체육관광부 출입국관광통계

대한상의는 "중국인은 환승관광 무비자 입국 등 출입국 절차가 간소화되어 관광객이 급증하고 있으나 일본은 엔화약세의 영향으로 관광객이 줄어들고 있다"며 "중국인 관광객을 사로잡기 위해 유통현장에 있는 종사자들을 대상으로 중국어 회화 가능자를 채용하고 중국어 쇼핑안내 방송 운영, 쇼핑정보가 담긴 안내책자를 제공하는 등의 전략적 노력이 필요하다"고 설명했다.

아울러 “상품구입 강요, 바가지 요금은 외국인 관광객이 관광불편처리센터를 통해 신고할 수 있도록 적극 홍보하고, 위반행위에 대해서는 엄중 처벌에 나서야 한다”고 말했다.

### 中은 명동 찍고 ‘동대문’으로, 日은 명동 찍고 ‘남대문’으로

한편, 중국인과 일본인 관광객은 관광경로, 쇼핑장소, 지불수단 등에서 여러 차이를 보였다.

가장 자주 찾는 쇼핑장소로 중국인(86.7%)과 일본인(81.3%) 모두 ‘명동’을 꼽은 가운데 중국인은 ‘동대문’(72.0%), ‘인사동’(28.7%), ‘강남’(23.3%), ‘남대문’(17.3%), ‘이태원’(11.3%) 순의 선호도를 보였다. 반면 일본인은 중국인과 달리 ‘남대문’(51.3%), ‘동대문’(38.0%), ‘인사동’(36.7%), ‘강남’(17.3%), ‘이태원’(14.7%)을 차례로 선호했다. <복수응답>

대한상의는 “백화점, 면세점, 호텔 등이 밀집한 명동은 중국어·일본어 구사자가 많고, 각종 외국어 표지판도 잘 구비돼 예나 지금이나 외국인 관광객의 1순위 쇼핑장소”라며 “중국인은 명동에서 의류와 화장품을 구매한 후 한약재 시장이 밀집된 동대문을 찾는 반면, 일본인은 명동에 들른 후 김과 건어물을 사러 남대문을 주로 찾고 있다”고 설명했다.

실제, 한국에서 쇼핑한 품목을 살펴보면 중국인은 ‘화장품’(86.7%), ‘의류’(61.3%) 이외에 ‘한약재’(39.3%)를 가장 많이 구입했고, 일본인 관광객은 ‘의류’(60.7%), ‘화장품’(52.7)에 이어 ‘김, 건어물’(52.7%)을 주로 구매한 것으로 조사됐다. <복수응답>

<표1> 중일 관광객 쇼핑품목 (단위:%)

|    | 중국           | 일본           |
|----|--------------|--------------|
| 1위 | 화장품(86.7)    | 의류(60.7)     |
| 2위 | 의류(61.3)     | 화장품(52.7)    |
| 3위 | 한약재(39.3)    | 김, 건어물(52.7) |
| 4위 | 가방, 지갑(34.0) | 과자류(38.7)    |
| 5위 | 김치, 장류(28.7) | 가방, 지갑(38.0) |

업태별 쇼핑장소에서도 양국 관광객은 선호도가 같렸다. 중국인은 ‘시내면세점’(76.7%)을 가장 선호한데 이어 ‘백화점’(49.3%), ‘공항면세점’(47.3%) 순이었으나, 일본인이 즐겨 찾는 업태는 ‘소규모 전문점’(60.0%), ‘시내면세점’(50.0%), ‘백화점’(47.3%) 순으로 집계됐다. <복수응답>

상품을 고르는 기준도 중국인은 ‘품질’(68.7%), ‘가격’(57.3%), ‘브랜드’(35.3%), ‘한국 전통성’(26.7%) 순서인<‘디자인’ 20.7%, ‘상품의 독특함’ 19.3%> 반면 일본인은 ‘가격’(72.7%), ‘디자인’(36.7%), ‘품질’(27.3%), ‘브랜드’(15.3%)인 것으로 드러났다. <‘한국의 전통성’ 11.3%, ‘상품의 독특함’ 11.3%, 복수응답>

### ‘큰 손’ 관광객, 중국인이 더 많아 ... 中은 ‘신용카드’, 日은 ‘현금’으로 결제

한국에서 쇼핑에 지출한 금액을 묻는 질문에 ‘100만원 이상 썼다는 응답이 중국인 관광객은 전체의 38.7%, 일본인 관광객은 28.7%로 이른바 ‘큰 손’ 관광객도 중국인이 일본인보다 많은 것으로 조사됐다.

결제 수단에서도 중국인은 ‘현금’(24.7%)보다 ‘카드’(75.3%)를, 일본인은 ‘카드’(32.7%)보다 ‘현금’(67.3%)을 더 많이 사용하는 것으로 나타났다.

### “국가적 쇼핑주간, 관광·쇼핑산업 활성화에 도움 될 것”

국가적 쇼핑주간은 국내 외국인 관광활성화에 도움을 줄 것으로 기대됐다. ‘홍콩, 싱가포르와 같은 국가적 쇼핑축제가 생기면 한국을 재방문할 의향이 있는가’라는 질문에 중국인 관광객의 90.7%, 일본인 관광객의 66.7%가 ‘그렇다라고 답했다. <‘모르겠다’ 중국 8.0%, 일본 30.6%, ‘아니다’ 중국 1.3%, 일본 2.7%>

홍콩은 매년 여름(7~9월), 겨울(12~1월) 두 차례에 걸쳐 ‘메가세일’이라는 쇼핑축제를 개최하며, 명품을 최대 70%까지 할인하는 등 대대적인 세일행사를 통해 전 세계 관광객을 끌어 모으고 있다.

김경종 대한상의 유통물류진흥원장은 “중국, 일본을 중심으로 지난해 한국을 방문한 외국인 수가 1,200만 명을 돌파하면서 외국인 관광객이 유통시장에서 차지하는 비중이 커지고 있다”면서 “한국만의 차별화된 국가적 쇼핑축제를 개발하여 보다 적극적으로 해외관광객을 유치할 필요가 있다”고 강조했다.

\* 외국인입국자 추이(만 명) : 781('09) → 879('10) → 979('11) → 1,114('12) → 1,210('13)

< 조사 개요 >

- 조사기간 : 4/2(수)~4/9(수)
- 조사대상 : 한국을 방문한 중국 관광객 150명, 일본 관광객 150명
- 조사방법 : 개별면접 형태로 설문조사 실시