

## 부산지역 역사·문화테마파크 조성을 위한 예상고객성향 기초조사연구

Specialty of customer to be expected when cultural theme park is constructed in Pusan

최승복(Choi, Seung-pok)

신라대학교 실내디자인공학과 강사

## 1. 서론

- 1.1 연구의 목적 및 의의
- 1.2 연구 범위 및 방법

## 2. 기초시장 환경

- 2.1 기초시장 조사
- 2.2 시장조사 설문 구성 및 통계학적 분석방법

## 3. 내 외국인 관광객 시장조사

- 3.1 내국인 관광객 시장조사
  - 3.1.1 응답자의 특성
  - 3.1.2 여가비용 및 여가활동분석
  - 3.1.3 직업별 부산 역사·문화테마파크 설립시 강조점
  - 3.1.4 방문의사 분석
  - 3.1.5 선호시설 조사
- 3.2 외국인 관광객 마켓조사분석
  - 3.2.1 응답자의 특성
  - 3.2.2 방문 의사 분석
  - 3.2.3 시장세분화

## 4. 시장조사 분석종합

- 4.1 내국인 관광객 시장조사 분석종합
- 4.2 외국인 관광객 시장조사 분석종합

## 5. 결론

## 참고문헌

## (要約)

부산은 다양한 역사·문화자원을 보유하고 있으나 체계적으로 정비되고 집적화된 시설이 없어 다양한 역사·문화수요에 대한 대처가 어려운 실정이다. 부산의 전통문화 계승·발전을 통해 부산의 뿌리를 재조명하고, 부산다운 매력의 역사·문화관광 인프라를 구축하기 위한 테마파크의 시설도입을 통해 세계적인 관광도시로 성장할 수 있는 매력적이고 경쟁력 있는 체류형 관광단지 조성이 필요하다.

본 연구는 부산을 방문하는 내, 외국인을 대상으로 역사·문화 관련 테마 파크 조성시 예상고객의 성향 파악을 위한 기초 연구로서, 부산의 내, 외국인 방문객 및 시민의 일반적인 여가성향과 기존 유사시설의 이용성향, 부산의 역사·문화 관련 테마파크의 유형 및 방문의향으로 세분화하여 부산 역사·문화 관련 테마파크의 효율적이고 현실적인 도입 구상을 위한 기초자료를 제시하고자 한다.

## (Abstract)

It is a matter of fact that Pusan, doesn't have enough systematic history and culture, has face on very difficult situation. A competative and fashionate tourist theme park need to be constructed to develop their historical theme park, and to make own culture which is related to Pusan' tradition.

The subject of this study is to suggest the basic knowledge about specialty of customer to be expected when cultural theme park is built up. The questionare to customer is consist of the propensity of lesure, the use of similar facility, the type of theme park, and inclination of visitation to forign and domestic tourist.

## (Keyword)

Theme Park, Expected Customer, Pusan

# 1. 서론

## 1.1 연구의 목적 및 의의

부산시는 다양한 역사·문화자원을 보유하고 있으나 체계적으로 정비되고 집적화 된 시설이 없어 다양한 역사·문화수요에 대한 대처가 어려운 실정이다. 따라서, 국제화와 개방화 시대를 맞아 부산이 세계적인 관광도시로 성장할 수 있는 매력적이고 경쟁력 있는 체류형 관광단지 조성이 필요하다. 나아가, 국가적인 측면에서 지역간은 물론 국가간의 상호 이해 증진과 홍보에도 도움을 줄 수 있는 계기의 모색이 필요한 실정이다.

본 연구는 부산의 전통문화 계승·발전을 통해 부산의 뿌리를 재조명하고, 부산의 지역적 특성을 나타내는 역사문화관광 인프라의 구축이 필요하다. 따라서, 선사시대에서 근대에 이르는 부산의 역사, 문화, 건축, 생활상 등을 복원·재현하기 위한 목적으로 부산을 방문하는 내·외국인을 대상으로 역사·문화 관련 테마파크 조성시 예상고객의 성향을 연구하고자 한다.

## 1.2 연구 범위 및 방법

본 연구는 예상고객의 성향을 파악하기 위해 기초자료 조사를 시장 기초 조사설계, 시장조사 (설문조사 및 심층분석),마켓분류를 실시 하였다.

시장조사의 대상은 부산의 내·외국인 방문객, 부산시민, 전문가들의 의견을 수렴한다. 인구통계변수, 편의변수를 활용하여 표본 추출을 위하여 내국인 400명, 외국인 200명(일본권 100명, 중국권 40명, 영어권 60명)의 설문 조사를 실시 하였으며 김해국제공항을 주요 설문 장소로 활용하였고, 층화추출법<sup>4)</sup>에 의한 구별 가구 방문도 함께 실시 하였다. 설문 조사 와 심층분석을 위하여 조사 대상을 일반이용객 및 전문가 조사로 구분하였으며 표본의 신뢰성을 위해 작위/무작위 추출을 동시에 시행하는 직접면접 조사와 전문가 조사<sup>5)</sup>의 방법을 활용하였다. 특히 교차분석, 빈도분석(Frequency), 요인분석, 군집분석의 시장분석 방법으로 시장세분화와 예상고객군의 성향을 파악하여 조사를 실시하였다.

설문 조사의 내용으로 부산 내국인 방문객 및 시민의 일반적인 여가성향과 기존 유사시설의 이용성향, 부산의 역사·문화 관련 테마파크의 유형 및 방문의향, 인구 및 통계들

1) 우리 나라 제2의 도시로서 인근의 김해, 마산, 창원, 진해, 울산, 양산 등 1시간 이내의 거리에 약 300만명 이상의 소비인구가 분포되어 있고, 매년 100만명 이상의 일본관광객이 방문하고 있으며, 최근에는 중국관광객 및 러시아관광객이 증가하고 있는 추세  
 2) 심상도, 관광지의 사회문화구조 변화에 관한 연구, 박사학위논문 경기대학교, 1992, p. 61  
 3) 표본 추출법 중의 하나인 Stratified Sampling 방법을 활용하였음 (모집단이 서로다른 소집단으로 이루어져 있을때 각각을 충분히 표현할 수 있도록 추출하는 방법)  
 4) 층화 추출법(Stratified Random Sampling):모집단의 성격이 서로 상이한 경우에는 모집단을 서로 중첩되지 않도록 유사한 성격을 묶은 여러 개의 부분집단으로 나눈 층(Strata)을 형성하여, 각 층으로부터 단 순임의 추출법에 의해서 표본을 추출하는 방법  
 5) 일반인 대상의 설문조사에서 분석될 수 없는 구체적인 전문적인 컨셉 도출을 위하여 전문가 인터뷰 (Fax/직접면접조사)를 실시 하였음

위한 일반문항으로 세분화하여 예상고객의 성향에 관한 기초자료를 제시하고자 한다.

# 2. 기초시장 환경

## 2.1 기초시장 조사

조사대상과 지역 및 방법, 표본수에 대한 내용은 아래 <표-1>와 같다.

<표 1> 시장분석 조사설계

구분	내국인	외국인
표본 추출	<ul style="list-style-type: none"> <li>1차 대상은 부산지역에서 거주변수를 주요 범위로 층화 추출된 무작위 추출.</li> <li>2차 대상인 서울, 경기지역은 김해국제공항 국내선 방문객 중 서울출발자를 대상으로 작위 추출.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>부산국적별 관광객 비율을 적용하여 일본권, 중국권, 영어권으로 구분하여 설문조사를 실시</li> </ul>
조사 범위	<ul style="list-style-type: none"> <li>부산은 지역별 분포를 고려하여 가구방문 조사 실시</li> <li>김해국제공항 국내선 청사 / 부산역 (서울을 출발하는 부산방문객을 대상으로 작위 추출 후 설문조사)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>부산시 전역 : 외국인 상가 및 호텔, 여행사 (단체 관광객), 관광지 설문 조사</li> </ul>
조사 일시	2003년 2월 12일 ~ 2003년 2월 19일 (7일간)	
조사 방법	직접설문 조사	
조사자	사전 교육을 받은 대학생10명	
필요 유효 표본수	380부 이상	-
조사 표본수	400부 ▶ 유효율 96% (384부) ▶ 군집유효표본수 365부	200부(일본권100부,중국권40부,영어권60부) ▶ 유효율 96% (192부)

## 2.2 시장조사 설문 구성 및 통계학적 분석방법

시장조사 설문은 인구통계학적 특성, 기존 유사시설<sup>6)</sup> 이용성향, 역사·문화테마파크 개발구상으로 구성되었으며 세부 내용은 <표-2>다음과 같다.

<표 2> 마켓조사 설문구성

설문구성	내용
인구통계학 특성	성별, 연령, 거주지역, 소득수준, 직업, 월평균 수입
기존유사시설 이용성향	방문여부, 방문장소, 선호이유, 선호하지 않은 이유
역사문화테마파크 구상	역사문화촌의 조점, 유형, 방문의향

6) 부산시 통계자료, [http://www.busan.go.kr/busanlife/busaninfo/statistics/statistics\\_data.jsp?code=BEF0000663](http://www.busan.go.kr/busanlife/busaninfo/statistics/statistics_data.jsp?code=BEF0000663)  
 7) 기존 유사시설은 역사관련 시설인 민속촌으로 선정하였음

<표 3> 시장조사 통계학적 분석방법하

분석방법	내용
빈도분석 (Frequency Analysis)	표본의 인구 통계 분석
교차분석 (x2 Analysis)	기존 유사시설의 성향에 대해 집단 간의 차이 비교
요인분석	선호시설을 요인별로 분류하여 분석
군집분석	선호시설을 군집조사한 후 시장세분화

95%의 신뢰구간에서 5%의 오차 허용한도(α)를 감안할 경우, 전체적으로 각 집단별로 380매 이상의 표본수를 확보 하려면 표본선정의 Bias를 줄일 수 있으나, 본 연구에서는 400 매를 조사하였다.

### 3. 내 외국인 관광객 시장조사

#### 3.1 내국인 관광객 시장조사

##### 3.1.1 응답자의 특성

시장을 세분화시키는 데 중요한 요인 중 하나가 지역별 구분이기 때문에 응답자의 거주지가 층화추출된 무작위 표 본을 활용하였다.

거주지는 부산을 구 (區) 별로 나누었으며, 분석에 있어 부산역사촌 대상부지의 거리에 따라 부산 북동부(5-15km), 부산 중부(15-25km), 부산 남서부(25km이상)로 분류하였다. 성별은 남자 180명(47%), 여자 204명(53%)으로 여자가 약 6%가 많 으며, 연령대는 20대가 47%, 30대 23%, 40대 16%, 50대 9% 순으로 20대가 다소 많은 편으로 조사되었다.

<표 4> 성별 및 연령별 조사

구분		응답자수(%)	
성별	남자	180	47%
	여자	204	53%
	무응답	0	0%
	계	384	100%
연령	19세 이하	19	5%
	20대	180	47%
	30대	88	23%
	40대	61	16%
	50대 이상	36	9%
	무응답	0	0%
	계	384	100%

8) 통계학적 분석 방법으로 빈도, 교차, 요인, 군집분석을 실시하여 표 본의 이용성향의 집단간 차이점을 검증한다.

9) 허용한계오차

$n_0$ : 조사표본수,  $e$ : 요구오차한도(0.07),  $Z$ : 신뢰율의 수준(95%) = 1.95

$P$ : 정밀도(level of precision) = 0.5,  $q = 1 - p$

$$n_0 = \frac{Z^2 pq}{e^2} = 380$$

직업별로는 대학생이 100명(25%), 서비스직 13%, 주부 12%, 사무직11%, 자영업 11%로 높은 편이고 다음의 <표 5>와 같다.

<표 5> 직업별 조사

구분	응답자수(%)	구분	응답자수(%)
대학생	100 26%	학생	15 4%
서비스직	50 13%	관리직	15 4%
주부	46 12%	생산직	8 2%
사무직	42 11%	자유직	8 2%
자영업	42 11%	교사	8 2%
전문직	35 9%	무응답	3 1%
기타	12 3%	계	384 100%

거주지별로는 구별로 부산진구, 사하구, 북구 순으로 나타 났고, 층화추출하여 대체적으로 고르게 분포하게 하였으며 조사결과는 <표 6>과 같다.

<표 6> 거주지별 조사

구분	응답자수(%)	구분	응답자수 (%)
부 산 지 역	중구	4	1%
	서구	8	2%
	동구	12	3%
	영도구	8	2%
	부산진구	31	8%
지 역	등래구	15	4%
	남구	12	3%
	북구	19	5%
	해운대구	19	5%
	사하구	27	7%
부 산 지 역	금정구	23	6%
	강서구	19	5%
	수영구	15	4%
	사상구	19	5%
	기장군	8	2%
지 역	서울	84	22%
	경기	46	12%
	기타	15	4%
	무응답	0	0%
합계	384	100%	

지역별로는 부산 북동부는 104명으로 27%이고, 부산 중부 는 73명으로 19%, 부산 남서부는 69명으로 18%이고, 서울, 경기 지역은 131명으로 34%이며 <표 7>과 같다.

<표 7> 주요 지역별 구분

구 분	응답자수	비율
서울, 경기	131	34%
부산 북동부	104	27%
부산 중부	73	19%
부산 남서부	69	18%
기타	7	2%
계	384	100%

#### 3.1.2 여가비용 및 여가활동분석

(1) 일회 평균 여가비용

부산을 방문하는 서울, 경기 지역 내국인과 부산 시민은 여 가에 한번 사용하는 비용으로 평균적으로 1.3만이며, 1만원 이하, 3.5만원을 지출하는 사람도 많은 것으로 조사되었으며 <표 8>과 같다.

<표 8> 일회 평균여가비용

구분	응답자수	비율
1만원미만	123	32%
1-3만원	154	40%
3-5만원	77	20%
5-7만원	15	4%
7만원이상	12	3%
무응답	3	1%
계	384	100

(2) 지역별 일회 평균 여가비용

1만원 이하를 일회 평균 여가비용으로 지출하는 지역은 부산 북동부(43%), 부산 중부(38%), 부산 남서부(33%) 순으로 서울, 경기(25%)보다 다소 많은 편이었다. 1-3만원을 지출하는 지역은 서울, 경기(46%)가 부산 지역보다 다소 많아 서울, 경기 지역 거주자가 부산 거주자보다 여가비용을 더욱 많이 지출하는 편이다. 부산 지역에서도 부산 남서부, 부산 중부, 부산 북동부 순으로 여가비용을 많이 지출하는 것으로 조사 되었다.

역사·문화테마파크 설립시 가격대는 일인당 일회 1-3만원 선에서 결정되어야 한다고 조사되었으며, 거리에 따라 가격을 유동적으로 조절할 필요성이 제시되어졌다.

(3) 여가활동

여가활동은 주로 평일 저녁과 주말 오후, 주말 저녁, 공휴일에 주로 많은 것으로 전체의 83%를 차지하며 세부적 조사 내용은 <표 9>와 같다.

<표 9> 주요 여가활동 시간

구분	응답자	비율
평일 오후	50	13%
평일 저녁	73	19%
주말 오전	12	3%
주말 오후	100	26%
주말 저녁	73	19%
공휴일	73	19%
무응답	3	1%
계	384	100%

(4) 연령별 여가활동 시간대

19세 이하는 평일 오후(35%)가 가장 많고 주말 오후에도 여가를 많이 즐기는 경향이고, 20대는 평일 저녁(28%)과 주말 오후(28%)에, 30대는 주로 주말 오후 (28%), 주말 저녁(22%), 공휴일(23%)에 여가활동을 즐긴다. 40대에는 주말 저녁(24%), 공휴일(25%)에 주로 여가시간을 즐기고, 50대 이상은 공휴일(32%)과 평일 오후(26%)에 주로 여가시간을 즐기는 것으로 조사되었다. 저연령층대 일수록 평일과 주말 오후에 여가를 즐기는 편이고, 30대 이상의 연령층에는 주로 주말과 공휴일에 여가를 즐기는 편이다.

이는 부산역사·문화테마파크 이벤트 프로그램 구성시 평일에는 저연령층 위주로, 주말이후에는 연령층이 높은 방문

자와 가족 중심의 내용으로 편성되어야 할 것으로 조사되어졌다.

3.1.3 직업별 부산 역사문화테마파크 설립시 강조점

부산 역사·문화테마파크 설립시 직업별로 강조하는 내용에 대한 조사는 공공성을 제외한 수익, 오락 및 흥미, 교육, 문화적인 부분에서는 차이가 없음이 조사되었으며 <표 10>과 같다.

<표 10> 역사문화촌 설립시 강조점

구분	순위	빈도	구성비율 (%)	구분	순위	빈도	구성비율 (%)
수익성	1	26	5.2	공공성	1	49	9.8
	2	42	8.4		2	67	13.4
	3	63	12.6		3	121	24.2
	4	117	23.4		4	167	33.3
	5	252	50.4		5	97	19.4
오락성	1	83	16.6	교육성	1	137	27.3
	2	110	22.0		2	162	32.4
	3	107	21.4		3	121	24.2
	4	103	20.6		4	53	10.6
	5	98	19.6		5	28	5.6
문화성	1	207	41.3	-	-	-	-
	2	120	24.0	-	-	-	-
	3	90	18.0	-	-	-	-
	4	59	11.8	-	-	-	-
	5	25	5.0	-	-	-	-

만약 부산시 일대에 역사·문화테마파크가 생길 경우 어떠한 형태로 조성되었으면 바람직한가에 대한 내용의 질문에 역사와 문화중심 공간 10.5%, 재미와 교육을 겸비한 학습 체험공간 31.3%, 이 두 문항을 합친 공간이 54.9%, 놀이시설 중심의 위락공간 3%였다.

이는 역사와 문화 중심의 공간과 재미와 교육을 겸비한 학습 체험공간을 합친 공간이 역사·문화테마파크의 가장 이상적인 공간으로 나타났다. 이는 기존의 '보는 관광'의 차원에서 한걸음 나아가 적극적 접촉과 교류를 통해 '문화를 체험하는 관광'을 진정한 문화관광<sup>10)</sup>으로 고려되어지며, 현실적인 측면에서 재미와 교육을 겸비한 학습 체험공간이 역사와 문화 중심의 공간보다 비교적 우위에 있음을 알 수 있다.

3.1.4 방문의사 분석

(1) 방문하고자 하는 조성 형태

만약 부산시 일대에 역사·문화테마파크가 생길 경우 어떠한 역사·문화테마파크가 생긴다면 방문하기를 원하는가에 대한 질문은 역사와 문화 중심의 공간은 13.6%이고, 재미와 교육을 포함한 학습 체험공간은 20.6%, 이 두 문항을 합친 공간이 62.9%, 놀이시설 중심의 위락공간이 1.7%이다.

바람직한 조성 형태와 방문하고자 하는 조성 형태의 결과는 비슷하게 나왔고, 이는 자신이 생각하는 역사·문화테마파크의 조성 형태가 곧 방문의향에 크게 영향을 미친다고

10) 이광진, 전통민속마을 관광상품화방안, 한국관광공사, 1998, p.8

할 수 있다.

(2) 방문의사 조사

부산시 일대에 방문하기를 원하는 역사·문화테마파크가 생긴다면 방문할 의향이 있는지의 질문에 매우 가보고 싶다(24.6%), 가보고 싶다(58.0%)의 긍정적인 대답이 82.6%로 대단히 높은 편으로 조사되어졌다. 그저 그렇다(15.1%), 별로 가보고 싶지 않다(0.2%), 절대로 안가겠다(2.2%)의 부정적인 대답이 17.5%로 매우 낮은 편으로 나타났다.

대체적으로 부산시 일대에 역사문화테마파크가 생긴다면 방문하고자 하는 긍정적인 대답이 높은 것으로 조사된다.

'방문하고 싶지 않는 이유'에 대한 조사는 별로 가보고 싶지 않다(11명), 절대로 안가겠다(1명) 중 방문하고 싶지 않는 이유를 질문한 경우, 전체 응답자 11명 가운데 거리가 멀 것 같다가 (6명) 으로 가장 많고, 재미가 없을 것이다 (3명), 기존의 민속촌과 비슷할 것 같다는 관심이 없다는 각각 (1명) 씩 나왔다. 이는 부산 역사문화·테마파크의 대상 부지가 사용자와의 거리가 인접할수록 방문객의 방문의사를 유도할 수 있으며, 기존 유사시설과 차별화를 두어 관광 소프트웨어의 경쟁력을 강화<sup>11)</sup>하여 다른 모습의 재미있는 공간이 되어야 할 것으로 조사되어졌다.

지역별 방문의사에서는 부산 북동부, 부산 중부, 부산 남서부의 차이가 그리 많지 않아 거리와는 상관없이 방문 의사를 표시한 것으로 조사되었다. 반면 서울, 경기 지역은 '가보고 싶다'가 (49.1%)로 부산 북동부(63.9%), 부산 중부(65.3%), 부산 남서부(66.7%)보다 낮게 나타나 부산지역보다는 다소 방문 의사가 낮은 것으로 나타났다.

<표 11> 지역별 방문의사 조사

지역별	구분	매우가보고 싶다	가보고 싶다	그저 그렇다	별로가보고 싶지 않다	절대로 안가겠다
부산 북동부	빈도구성	27	66	10		1
	비율	26%	63%	10%		1%
부산 중부	빈도구성	18	48	5		2
	비율	25%	65%	7%		3%
부산 남서부	빈도구성	19	46	4		
	비율	27.4%	66.7%	7.45%		
서울, 경기	빈도구성	28	64	31	1	7
	비율	21%	49%	24%	1%	5%
기타	빈도구성	2	3	2	0	0
	비율	22%	55%	22%	0%	1%

(3) 서울, 경기 지역 거주자의 직업별 방문의사 분석

부산 역사·문화테마파크에 대한 방문의사 중 업무차 방문할 것인지, 순수 여행 목적으로 방문할지 구분해 보기 위해 서울, 경기 지역 거주자를 대상으로 직업별로 방문의사 분석을 실시하였다.

11) 강신걸·김현주, 관광활성화를 위한 소프트웨어 경쟁력 강화방안, 삼성경제연구소 정책연구센터, 1999, 09, p. 65-91

서울, 경기 지역 거주자를 대상으로 직업별로 부산 역사문화테마파크에 대한 방문의사의 차이를 검증한 결과 근소한 차이로 직업과 방문의사의 관계는 차이가 없다고 조사되었다. 이는 직업과는 관계없이 부산 역사·문화테마파크의 방문의사는 매우 높다고 할 수 있다.

3.1.5 선호시설 조사

전시시설, 체험시설, 식음시설, 이벤트, 영화스튜디오 세트장 5부분을 세분하여 조사하였고, 영화 스튜디오 세트장이 가장 선호도가 높았으며 그 다음으로 체험시설, 식음시설, 전시시설, 이벤트 순으로 나타났다.

이는 사람들이 전시시설과 단순로운 이벤트 등 단순히 보고 관람하는 시설보다는 생동감있고, 직접 참여하여 즐길 수 있는 시설을 많이 선호하는 것으로 조사되었다.

선호시설에 대한 대상별 세부내용은 50대 이상의 관리직, 자영업, 주부, 식음시설, 외국역사관, 민속촌 및 조형물 시설 순으로 선호하며, 5-60대는 자녀의 교육과 문화에 대한 관심이 높았다. 3-40대 전문직, 관리직, 사무직, 생산직, 자영업, 교사, 주부, 우리나라 시대별 관람시설 및 이벤트, 식음시설, 체험시설 순으로 선호하며, 외국의 역사보다는 부산에 대한 역사에 대한 애착을 가지고 있고 가장 여가 비용이 많은 시장으로 나타났다. 19세 미만, 20대, 30대 일부의 사무직, 판매/서비스직, 자유직, 교사, 학생, 대학생으로 체험시설, 관람시설 등을 선호하며, 보다 체험적인 공간과 영상 및 영화에 대한 욕구가 강하며, 부산의 과거보다는 부산의 미래 및 세계화에 대한 관심이 깊은 것으로 조사되어졌다.

3.2 외국인 관광객 마켓조사분석

3.2.1 응답자의 특성

부산을 방문하는 국적별 관광객 비율을 토대로 설문 부수를 일본 17%(100장), 중국 32%(40장), 영어설문 54%(60장)로 나누어 부산을 방문하는 외래관광객에 설문조사를 실시하였다. 중국어, 영어설문은 방문자의 비율을 참고하였으며 설문 부수의 설정은 다음의 <표 12>를 참고로 하였다.

<표 12> 부산 국적별 관광객 분석을 통한 설문 부수 설정

구분	방문객수(명)	비율(%)	설문 부수(장)
일본권	593,007	17	100
중국권	125,436	32	40
영어권	112,005	54	60

국적별로는 일본, 중국, 미국 순<sup>12)</sup>이고, 국적별 외래관광객을 일본권, 중국권, 영어권으로 나누어 분석하였고, 중국권은 대만, 홍콩 등을 포함시켰고, 영어권은 미국, 캐나다, 영국, 호주 등을 포함시켰다. 언어권 및 국적별 조사 비율은 <표 13>과 같다.

12) 부산시 통계자료, [http://www.busan.go.kr/busanlife/busaninfo/statistics/statistics\\_data.jsp?code=BEF0000663](http://www.busan.go.kr/busanlife/busaninfo/statistics/statistics_data.jsp?code=BEF0000663)

<표 13> 언어권 및 국적별 조사 비율<sup>13)</sup>

문화권	빈도 (명)	비율 (%)	국적별	빈도(명)	비율(%)
일본권	98	51	일본	98	51
중국권	38	20	중국, 대만	38	20
영어권	56	29	미국, 캐나다	41	21
			영국, 호주등	15	8
합계	192	100.0	합계	192	100.0

직업별 구분에 있어서는 회사원이 52명(27%), 전문직 31명(16%), 학생 17명 (9%), 판매서비스직 15명(8%) 순이었으며 다음의 <표 14>와 같다.

<표 14> 직업별 조사<sup>14)</sup>

직업별	빈도 (명)	비율 (%)	직업별	빈도 (명)	비율 (%)
회사원	52	27	제조업	10	5
전문직	31	16	주부	2	1
학생	17	9	자영업	6	3
판매/서비스업	15	8	기타	2	1
			무응답	42	22
교육직	15	8	계	192	100

### 3.2.2 방문 의사 분석

#### (1) 부산 방문 횟수

일본권, 중국권, 영어권, 기타 문화권으로 구분해 부산을 방문한 횟수를 조사했을 때 일본권이 비교적 5회 이상 36%로 많이 분포되어 있어 부산을 자주 방문하는 것으로 조사되었으며, 중국권은 1회가 56%로 많이 분포되어 있어 부산 방문을 평균 1회 또는 2회 정도 방문하는 것으로 조사되었다. 영어권 또한 1회가 44%로 조사 되어졌다.

따라서, 일본권 외래관광객이 다른 국가보다 부산을 많이 방문할 뿐 아니라, 자주 방문한다고 볼 수 있다.

#### (2) 국내외 유사 시설의 방문유무 및 장소

국내외 역사를 주제로 한 유사시설의 방문 유무에 있어서 방문한 사람이 125명(65%)이었고, 방문한 적이 없는 사람은 67명(35%)이었으며 <표 15>와 같다.

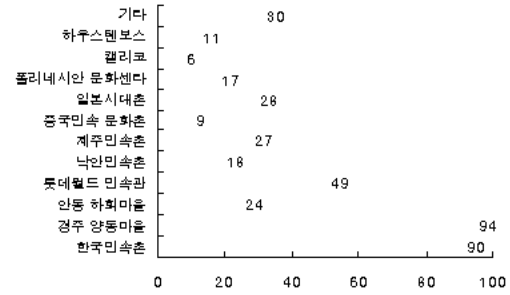
<표 15> 유사시설 방문유무 조사

방문유무	응답자수	비율(%)
있다	125명	65
없다	67명	35
계	192명	100

국내, 외 유사시설의 방문장소에 따른 질문에 방문했던 응답자 192명 중 가장 많이 방문한 곳은 경주 양동마을, 한국민속촌 순으로 나타났으며, 그 외에 롯데월드 민속관과 안동하회마을에 높은 인지도를 보이고 있으며 다음

의 <표 16>과 같다.

<표 16> 국내, 외 역사를 주제로 한 시설의 방문장소



#### (3) 국내외 역사를 주제로 한 시설의 방문시 좋았던 점과 좋지 않았던 점

역사를 주제로 한 시설을 방문했던 방문객 중 좋았던 점은 전통문화 체험(46%), 색다른 체험(23%), 식음료, 공연 등이 재미있었음(15%), 교육적 효과 (10%)순으로 내국인 관광객의 응답과 비슷하게 나타났다. 이는 기존의 유사시설이나 역사를 소재로 한 시설이 교육적인 부분보다는 전통문화 체험과 색다른 체험을 더욱 더 선호하는 것으로 나타났다. 역사를 주제로 한 시설을 방문했던 방문객 중 좋지 않았던 점은 안내 및 해설 시설 부족(25%), 단순 시설 구성(21%), 프로그램 미비(19%)순으로 나타났다.

기존의 유사시설이나 역사를 소재로 한 시설의 해설과 안내 시스템이 외국인 방문객에게 충분한 만족을 주지 못하고, 일반적인 시설 구성에 좋지 않은 인상을 남긴 것으로 나타났다.

### 3.2.3 시장세분화

외래관광객의 성향을 국적별로 세분화하면 다음의 <표 17>과 같다.

<표 17> 외래관광객의 시장세분화

구분	일본권	중국권	영어권, 기타
성향	관광 목적으로 부산을 자주 방문하며, 부산의 문화에 관심이 많음	부산의 문화에 대한 관심이 많지만, 방문의사는 그리 높지 않음	체험시설, 이벤트에 대한 선호도가 높고 방문의사가 높음.
방문 회수	5회 이상이 다수이며 부산 방문이 잦은 것으로 나타남	평균 1-2회 정도	평균 1회 정도
구성 방향	역사, 문화의 공간과 흥미, 교육을 고려한 학습 체험공간(35%) 역사, 문화 중심의 공간(30%)	역사와 문화의 공간과 재미와 교육을 겸비한 학습 체험공간(72%)	역사와 문화의 공간과 재미와 교육을 겸비한 학습 체험공간(73%)
방문 의사	가보고 싶다 (60%) 매우 가보고 싶다 (19.5%)	보통이다(52.3%) 가보고 싶다 (31.6%)	매우 가보고 싶다 (58%) 가보고싶다 (36.9%)

13) 조사표본수 : 300, 유효표본수 : 287

14) 조사표본수 : 300, 유효표본수 : 287

#### 4. 시장조사 분석종합

##### 4.1 내국인 관광객 시장조사 분석종합

내국인 관광객에 대한 이상의 조사결과를 종합하면 다음의 <표 18>과 같다.

<표 18> 내국인 시장조사 분석 종합

구분	분석종합
국내외 역사를 주제로 한 시설의 이용성향	· 방문자의 선호방문 시설은 한국민속촌, 제주민속촌, 안동하회마을, 롯데월드 민속관 순. · 선호하였던 점은 전통문화 역사체험, 색다른 체험, 교육적 효과, 식음료, 공연의 순서 · 좋지 않았던 점은 해설 및 안내시스템의 미비, 체험 프로그램 미비, 단순 시설구성 순서 · 단순 시설 구성 위주의 프로그램 배제, 체험 프로그램의 개선 요구
부산 역사·문화 테마파크의 유형설정 및 방문의사	· 설립시 시설구성에 대한 요구 사항은 문화성, 교육성, 공공성, 오락성의 순 · 문화적, 교육적 요소가 가미된 역사문화 테마파크의 차별화 방안 필요 · 역사와 문화 중심의 공간과 재미와 교육을 겸비한 학습 체험 공간을 합친 공간을 가장 선호하며, 방문의사가 높은 공간 · 대체적으로 방문의사에 있어서, 긍정적인 답변이 높았고, 지역을 구분하여 부산 북동부, 부산 중부, 부산 남서부로 나눈 거리와는 상관이 없는 것으로 나타났다. · 경기, 서울 지역에서는 부산보다 방문의사가 낮은 것으로 나타났다.
선호시설에 의한 시장세분화	· 요인분석 결과 영화스튜디오 세트장, 체험시설, 식음시설, 전시시설, 이벤트의 순. · 50대 이상의 관리직, 자영업, 주부의 직업대상은 식음시설, 외국역사관, 민속촌 및 조형물 시설 순으로 선호하며, 자녀의 교육과 문화에 대한 관심이 높음. · 3-40대 전문직, 관리직, 사무직, 생산직, 자영업, 교사, 주부의 직업대상은 우리나라 시대별 관람시설 및 이벤트, 식음시설, 체험시설 순으로 선호하며, 외국의 역사보다는 부산에 대한 역사에 강한 기호를 가지고 있고 가장 여가 비용이 높음 · 3-19세 미만, 20-30대의 사무직, 판매/서비스직, 자유직, 교사, 학생, 대학생의 직업대상은 체험시설, 관람시설 등을 선호하며, 체험적 공간과 영상, 영화에 대한 기호가 높으며, 부산의 과거보다는 부산의 미래에 대해 많은 관심을 나타냄

##### 4.2 외국인 관광객 시장조사 분석종합

외국관광객의 성향을 분석 종합하면 다음의 <표 19>와 같다.

<표 19> 외래관광객 시장조사 분석종합

구분	내용
국내외 역사를 주제로 한 시설의 이용성향	· 방문자 대상자 중 기호도가 높은 장소는 한국민속촌, 경주 양동마을, 롯데월드 민속관 순. · 좋았던 점은 전통문화체험, 색다른 체험, 교육적 효과, 식음료, 공연의 순서 · 좋지 않았던 점은 해설 및 안내시스템의 미비, 단순 시설구성, 체험 프로그램 미비의 순 · 내국인의 성향과 비슷함

부산역사·문화 테마파크의 유형설정 및 방문의향	· 내국인의 성향과 마찬가지로 재미와 교육을 겸비한 학습 체험 공간을 선호하며, 방문의사가 매우 높음 · 대체적으로 방문에 대한 답변은 긍정적인 대답이 높았지만, 중국권의 외래관광객은 방문의사에 다소 낮은 태도를 보였음. 반면 영어권 외래관광객은 매우 긍정적인 태도를 나타냈음
---------------------------	---

#### 5.결론

부산지역 역사·문화 테마 파크 조성시 현실적이고 효율적인 도입시설과 예상고객 대상의 성향을 파악하기 위한 기초조사의 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 국내외 역사를 주제로 한 시설의 이용성향에 있어서 단순한 시설 관람 위주의 프로그램 배제, 체험 프로그램 시설의 확충에 높은 기호도를 나타냈다. 대체적으로 방문의사에 있어서, 긍정적인 답변이 높았고 좋지 않았던 점은 안내 및 해설시설의 부족, 체험 프로그램의 미비, 단순 시설구성의 순서를 보였으며, 설명력 있는 해설시설과 안내시스템 및 프로그램의 다각적인 개선을 요구 하였다.

둘째, 흥미위주의 엔터테인먼트 시설보다는 역사문화테마파크로서의 차별화된 문화적, 교육적 요소, 역사와 문화 중심적인 학습 체험 공간을 합친 공간을 방문의사가 높은 공간으로 나타났다. 특히 대상별 선호도에 있어서 설립시 강조점으로 문화성, 교육성, 공공성, 오락성의 순의 높은 관심을 보였다

셋째, 선호시설 요인분석 결과 체험시설, 식음시설, 시대별 관람시설 및 이벤트 시설, 민속촌 및 조형물의 순이었으며 세부 대상별 관심 분야는 다음과 같다.

- 50대 이상은 자녀의 교육과 문화에 대한 관심이 높은 것으로 나타났다.
- 3-40대는 외국의 역사보다는 부산에 대한 역사에 강한 기호를 가지고 있고 가장 여가 비용이 높은 것으로 나타났다.
- 3-19세 미만, 20-30대는 부산의 과거보다는 부산의 미래에 대해 많은 관심을 나타냈다.

#### 참고문헌

- 심상도, 관광지의 사회문화구조 변화에 관한 연구, 박사학위논문 경기대학교, 1992, p.61
- 전소희, 지역문화축제의 관광상품화에 관한 연구, 명지대학교 무역경영대학원, 1999, 06
- 강신겸·김현주, 관광활성화를 위한 소프트웨어 강화 방안, 삼성경제연구소 정책연구센터, 1999, 09, p.65-91
- 이광진, 전통민속마을 관광상품화방안, 한국관광공사, 1998, p.8
- <http://www.ispwin.com/sa/lecture/sampling/03/lecture%2003.htm>
- <http://kr.ks.yahoo.com/service/question>
- 부산시 통계자료, [http://www.busan.go.kr/busarlife/busarinfo/statistics/statistics\\_data.jsp?code=BEF0000663](http://www.busan.go.kr/busarlife/busarinfo/statistics/statistics_data.jsp?code=BEF0000663)