

관광레저 콘텐츠의 기능

최상균(김포대학교)

차 례

1. 서론
2. 관광레저 콘텐츠 개발동향
3. 관광레저 서비스 산업의 발전전략
4. 관광레저 콘텐츠의 기능
5. 결론

1. 서론

1.1 이론적 배경

관광이란 '다른 지방이나 다른 나라에 가서 그곳의 풍경, 풍습, 문물 따위를 구경함'으로 정의할 수 있다[1]. 일상생활에서 체험하기 어려운 경관과 환경 등에의 접촉을 주로 하는 생활행위로서 일상 생활권을 떠나 다른 자연, 문화 등의 환경 밑에서 감상, 지식, 체험, 활동, 휴양, 참가, 정신 등의 휴무 등 생활의 변화를 구하고자 하는 인간의 기본 욕구를 충족하기 위한 행동인 것이다.

레저는 '일이나 공부 따위를 하지 않아도 되는 자유로운 시간, 또는 그 시간을 이용하여 쉬거나 노는 일'로 정의할 수 있다[1]. 이 용어는 14세기 초 중세에 처음 나타난 옛 프랑스어 *leisir*를 통하여 허가된 여유가 있는 뜻으로 노동이나 직무로부터 일시적으로 면제되어 가지게 되는 자유 시간을 말하며 영어 단어 Leisure를 그대로 옮겨 쓴 외래어이다.

레저산업을 업종별로 살펴보면, 서비스 제공업·정보 제공업·레저용품 제조판매업 등이 있다[2]. 서비스 제공업은 여행 관련업(호텔·관광버스 등), 스포츠 관련업(골프장·스키장·스케이트장·볼링장·수영장), 옥외(屋外) 오락업(유원지 등), 음식 관련업(레스토랑·요리점·맥주홀·카바레·다방 등), 시청각 오락 관련업(영화·연극·음악·쇼·스포츠 등)이 있고, 정보 제공업에는 한국에서의 여행사 등이 있으며, 레저용품 제조판매업에는 내구소비재(텔레비전·요트 등), 스포츠 용구·악기·카메라의 제조판매업 등이 해당된다. 일반적으로는 좁은 의미의 서비스 제공업만을 레저산업이라고 보는 경우가 있다.

이들 레저산업의 첫 번째 특징은 그 제품이 대개 대량

생산의 원칙에 의해 성립된다는 것이다. 그 좋은 예가 라디오·텔레비전·주간지 등의 매스 미디어(mass media)를 통해 보내오는 정보와 오락 등이다. 두 번째 특징은 레저 우상(偶像)의 성립이다. 사회에 있어서의 이상적 인간상이 '생산의 우상', 즉 실업가·정치가 등으로부터 '소비의 우상' 내지는 '레저의 우상', 즉 예능인·운동선수 등으로 급속히 이행(移行)되고 있는 것이 선진국의 현상이다. 이들 새로운 우상은 매스 미디어에 의해 대량으로 재생산되므로 더욱더 신격화된다. 레저산업의 확대는 이처럼 문화적 가치의 전도(顛倒)를 일으키고 있다. 우리나라에서도 텔레비전이나 영화 등을 통해 레저의 우상이 출현하고 레저용품도 제조하게 되었다. 그러나 이것들은 선진국의 현상에 비하면 미미한 상태이며 선진국에서 만들어내는 우상이나 용품을 동경·애용하는 것이 대부분을 차지한다. 최근에 성장한 것으로는 서비스 모든 공업 중에 스포츠 관련업인 골프장·볼링장·탁구장 등과 여행 관련업인 호텔·관광버스 회사 등이 있다.

1.2 관광레저 산업

관광레저란 관광과 레저를 복합한 용어이다. 여기서 레저는 여가의 범주 안에서 여가 시간의 활용 상태에 따라 관광, 레크레이션, 스포츠, 놀이 등 다양한 활동 형태로 나타나는 관광보다는 상위개념이라 할 수 있다. 관광레저 산업은 관광산업과 레저산업이 공존하는 산업임을 감안하여 이 두 가지의 산업을 모두 함축하여 사용되어야 한다.

우리 관광산업의 국내·외적 위상은 아직 낮은 수준으로 우리나라의 경제규모, 국가경쟁력에 비해 관광산업의 국제경쟁력 및 위상이 취약하고, 관광산업이 국내 경제

에서 차지하는 비중도 외국에 비해 크게 낮은 수준으로 차지하고 있다[2]. 이러한 우리 관광·레저산업 경쟁력 약화요인으로는, 세계적으로 ‘한국’하면 떠오를 수 있는 우리나라만의 고유한 대표 관광 상품 등 인프라가 부족하고, 쇼핑 만족도, 관광가이드, 안내표지판 등 기본적인 품질관리 수준도 아직 미흡하며, 높은 숙박비 등 관광산업의 가격경쟁력도 취약하고, 급증하는 중국관광객 유치 위한 주변국의 경쟁 심화, 생태·농촌체험·크루즈·산업관광 등 최근 수요가 급증하는 다양한 형태의 관광에 대한 대응도 미흡하고, 레포트를 위한 인적·물적 인프라 부족, 불합리한 제도 등으로 사이클링, 스노보드 등 일부 육상레포츠에 활동인구가 집중된 현상으로 꼽을 수 있다.

2. 관광레저 콘텐츠 개발동향

2.1 관광 콘텐츠

1) 쇼핑관광

해외 유수의 국가적 세일행사를 벤치마킹하여 ‘코리아 그랜드 세일’ 등 동북아지역 최대 규모의 쇼핑축제 육성하고, 외국 관광객 쇼핑에 대한 세금환급 편리성 제고 등 외국인 쇼핑관광 환경개선을 개선시키도록 하고 있다[2].

2) 생태관광

순천만, 우포늪, DMZ를 우리나라의 대표적 3대 생태관광거점으로 집중 육성하고 있고, 생태관광 인프라 확충을 통하여 생태자원을 친환경적으로 개발·이용함으로써 생태관광산업 조기정착에 힘쓰고 있다. 또한, 새로운 생태자원을 발굴하고 훼손된 생태자원을 복원하여 지속가능한 생태관광 구현하는 생태관광 지원의 확충 및 관리강화에도 역점을 두고 있다.

3) 해양·항공 관광

해양크루즈, 항공투어, 수변관광 등 해양·항공 분야의 관광활동을 다양화하여 새로운 관광레저 수요를 창출하여 해양관광을 다양화하고 있다.

4) 농어촌 관광

농어촌 체험관광 활성화로 농어촌 잠재자원 활용한 농어촌 고유의 잠재자원(자연, 지역 전통문화, 생활양식)을

활용한 체험관광 프로그램 활성화를 꾀하고 있다. 이는 정선(아리랑과 아리랑劇), 부안(뽕과 누에타운), 문경(오미자와 문경새재) 등과 같은 지역특성과 자원을 융합, 지역별 스토리가 있는 명소를 선정하여 추진하고 있다.

5) 산업관광

우리의 주력산업인 IT, 조선, 제철, 자동차 등 제조업 시설과 한국적 특색이 강한 업체(도자기·김치·막걸리 등) 견학을 관광 상품화하는 관광 콘텐츠 산업을 육성하고 있다.

2.2 레저 콘텐츠

1) 수상 레포츠

수상레포츠 활동인구 500만 명 시대에 상응하는 인프라 확충을 통해 수상레포츠 활성화 촉진한다는 계획 하에 단기적으로는 무동력 수상레포츠 활성화 기반 조성하고, 중·장기적 과제로는 고부가가치 해양레포츠 육성을 위한 인프라 확충에 힘쓰고 있다.

2) 항공레포츠

다양한 항공레포츠 활동 증가에 따라 항공레포츠 비행 장비 및 동호인 수는 급증하고 있으나, 관련 인프라는 부족한 현실에서, 단기적으로는 다양한 항공레포츠의 활성화를 위한 기반 마련하고, 중·장기적 과제로는 항공레포츠 체계적인 육성을 위한 인프라 조성하는데 역점을 두고 있다.

3) 승마

승마 인프라 조성을 위하여 승마 저변 확대를 위한 승마시설 확충하고, 승마 대중화를 위한 국민들의 승마체험 기회 확대 및 정보제공하기 위하여 말타기 확대에 이용료를 90%지원하고 5천명/년의 승마인원을 1만 명으로 끌어올린다는 계획으로 추진하고 있으며, 아마추어 승마대회 확대하여 9회/년의 대회를 20회/년으로 확대 실시하고, 유소년 승마단을 5개소 육성한다는 목표로 추진하고 있다. 또한, 승마포털 사이트를 통한 승마시설 및 이용료 정보 제공하고, 「말산업육성법」 제정을 통해 승마를 대중적인 레저산업으로 육성한다는 목표로 추진하고 있다.

3. 관광레저 서비스 산업의 발전전략

3.1 관광레저 서비스 산업의 현황 및 문제점

관광레저 산업은 소득증가와 여가확대에 따라 수요 증가하는 추세에 있다. 이러한 관광레저 산업의 현황과 문제점은 첫째, 주5일 근무제 정착에 따른 여가 확대, 1인당 국민소득의 증가, 외국인 관광객의 증가 등으로 인해 관광수요가 증가할 전망이다. 우리나라의 외국인 관광객은 빠른 속도로 증가하여 2010년 879만 명에서 2012년 약 1,114만 명으로 연평균 12.5% 증가했다[3].

표 1. 외래관광객 유치실적

(단위 : 천명)

년도	2008	2009	2010	2011	2012
외래관광객	6,891	7,818	8,798	9,795	11,140
전년대비 증가율(%)	6.9	13.4	12.5	11.3	13.7

둘째, 선진국의 경험을 보면, 1인당 국민소득 2만 달러 전후 시기에 차별화된 소비를 원하는 계층의 새로운 소비양식으로 레저수요 등장하는 경향이 있다. 우리나라 레저시장 규모는 2001년 28조원에서 2010년 45조원으로 증가하였고, 레저에 대한 수요는 지속적으로 증가될 것으로 전망으로, 가계 최종소비지출 대비 레저비 비중은 1990년 4.9%에서 2010년 8.6%, 증가하였고, 1인당 레저비 지출규모는 1990년 24만원에서 2010년 91만원으로 각각 증가하였다, 이는 경제와 문화의 발전에 따라 선진국을 중심으로 국민의 새로운 생활양식으로서 요트, 경비행기 등 새로운 레저산업 성장하게 되는 결과를 초래하고 있다.

셋째, 소득증대와 여가 증가에 따라 관광레저 시장이 빠르게 증가하고 있으나, 선진국에 비하면 낮은 수준인 편이다. 주5일 근무제 정착 등으로 인한 국내 관광수요와 중국 및 일본 등 외국인 관광객 수요가 확대되고 있지만, 호텔 등 숙박시설, 통역 및 안내서비스 등 인프라가 부족한 현실에 처해있다.

3.2 관광레저 서비스 산업의 발전전략

관광레저 산업의 신 아시아 레저생활권을 구축한다는 목표 하에 다음과 같은 발전전략이 필요하다[4].

첫째, 환 황해생활권 구축을 통해 일본인과 중국인들이 편리하게 주말의 여가를 보낼 수 있는 환경과 시스템을

구축할 필요가 있다. 초 국경 생활권 형성을 위해서는 주말주택 및 콘도 등 체류거점, 편리한 고속 교통수단 등 인프라를 구축하고 부동산 투자 이민제, 비자 등 규제완화가 필요하다.

둘째, 레저활동, 휴식, 비즈니스, 생활을 공유할 수 있는 매력적인 레저-비즈니스-주거 복합공간개발 및 레저문화 창달이 필요하다. 즉, 크루즈항 및 요트 마arina, 클럽하우스, 호텔, 전시 및 컨벤션센터, 비즈니스 공간, 경비행장, 자전거길 및 바이크텔(BikeTel) 등 레저시설과 도시의 융합 추구가 되어야 하고, 도시계획적 차원에서 도시와 핵심 레저거점간 거리를 축소하고 레저공간을 비즈니스 휴양공간으로 복합개발하거나, 신 레저 수요확대를 위해 마arina, 경비행장, 바이크텔 등의 물리적 인프라 구축이 필요하다.

셋째, 전문인력 양성과 경쟁력 강화로, 프로그램 개발과 품질 제고를 위해 민간 중심의 사회서비스를 공급하여 다양한 서비스수요를 창출하며 전문인력 양성이 필요하다. 민간 부문에서 효율적으로 양질의 서비스가 제공될 가능성이 높을 경우 민간 시장 활성화를 위한 규제완화, 시장개방 등의 제도개선도 뒤따라야 하고, 연구개발 투자 확대와 전문인력 양성으로 사회서비스의 질을 제고시켜 다양한 계층의 서비스 수요 창출이 필요하다.

3.3 관광레저 도시 구축

관광레저 도시 사업은 기존 택지개발 및 도시개발 사업에서 수용하지 못했던 관광레저 기능과 정주 및 생활 기능이 복합된 개발방식이다[5]. 이는 세계에서 유례없이 독특한 내용으로 국가균형발전과 같은 우리 고유의 문제해결이 가능한 ‘한국형 기업도시’ 모델로서의 개념이 정립되었다. 관광레저도시는 현재 3개의 시범사업지역(무주, 태안, 서남해안)이 선정되어 정부와 지방자치단체의 적극적인 지원과 함께 추진되고 있으며, 관광레저도시별 구체적인 개요는 다음과 같다.

표 2. 관광레저도시 시범사업 지역 개요

구분	내용
무주	- 도입시설은 문화중심지구(문화거리, 중앙공원, 중앙역), 헬빙 지구(스포츠클럽, 스파, 의료), 레저스포츠클럽단지(골프장, 골프학교, 워터파크), 복합주거단지(단독형, 연립형, 복합형, 이주주택단지), 공원지역(주말농원, 스포츠클럽, 수목원, 식물원, 조각 공원, 생태학습지), 연구·연수지구(사무실, 학교, 연구시설, 컨벤션센터), 농원단지(와인농장, 농산물직판장, 전시장) 등임. - 개발목표는 국제적 관광휴양문화를 선도하는 복합레저 기업도시로서 중부내륙지역 관광거점지역으로 개발, 관광개발을 통한 지역산업·경제 활성화 기여임.

태안	<ul style="list-style-type: none"> - 도입시설은 생태스포츠클럽(대중골프장, 생태마을, 보존녹지), 첨단복합단지(미디어 산업단지, 생명공학연구소, 문화단지/지역·세계문화 체험단지), 청소년 문화공원(생활체육시설, 생태마을, 생태인공호수), 생태체험공간(수목원, 조류원, 습지원, 인공섬, 생태탐방로), 테마파크(놀이시설, 아쿠아시설, 호텔, 콘도, 공연·전시장), 아카데미 웰빙 타운(특목 초·중·고·대학 시설, 공동주택단지, 헬빙·의료시설), 보존녹지 등임. - 개발목표는 미래지향적 도시의 모델 제시, 친환경적인 도시 조성, U-Eco-Smart형 미래도시 건설임.
서남해안	<ul style="list-style-type: none"> - 도입시설은 F1레이싱 복합단지(F1경기장, 자동차학교, 자동차 박물관), 해양관광 시설(휴양호텔, 마리나, 골프장, 비치클럽, 모험테마공원), Vegas of Asia(컨벤션 센터, 쇼핑몰, 카지노호텔), 교육복합단지(캠퍼스, 전문교육시설, 상업시설), 멀티미디어(영화촬영소, 멀티플렉스 극장, 멀티미디어산업단지) 등임. - 개발목표는 국내 초유의 테마로 21세기형 관광레저도시 조성(레저, 주거, 문화, 엔터테인먼트, 상업 등 생활과 레저의 기본적인 기능을 충족시키는 자족형 공간과 여유와 건강 및 자연과의 교감이 가능한 차별화된 Resort, 기업들의 다양한 투자 마인드와 주도적인 개발임).

4. 관광레저 콘텐츠의 기능

관광레저 산업이 활성화되고 많은 사람에게 저변이 확대되어 관광레저 산업의 활용도가 높아짐에 따라, 관광레저 콘텐츠의 질 좋은 서비스가 되기 위한 콘텐츠의 기능에 대하여 제안하고자 한다.

4.1 지역의 스토리가 있는 콘텐츠

관광레저 콘텐츠는 공간정보 활용 콘텐츠 개발로 이어져야 한다. 즉, 공간정보 활용기반 신산업 창출 및 오픈 플랫폼 구축 운영하고 재난·에너지·관광 등 공공분야 및 게임, 영화, 모바일 등 콘텐츠개발(3D 등)에 적극적인 활용으로 지원되어야 한다. 이러한 콘텐츠는 지역의 스토리를 기반으로 하여 제작되어야 콘텐츠의 생명이 계속 이어질 것이다. 지역 스토리는 지역의 향토역사, 유적지, 지역전설 등의 지역 고유의 스토리 등이 포함될 수 있다.

4.2 마음의 치유가 될 수 있는 힐링 콘텐츠

관광레저는 사람이 여유 있는 삶을 가지기 위함과 동시에 마음의 치유(힐링 : Healing) 목적도 포함될 수 있다. 따라서 관광레저 콘텐츠를 제작하는 목적으로 살아 있는 힐링 콘텐츠를 제작하는 것이 중요한 일이다. 힐링 콘텐츠는 현대인이 복잡한 사회구조를 경험하면서 겪게 되는 다양한 심리적, 정서적 고통을 문화적, 감성적으로 승화하여 치유할 수 있는 콘텐츠를 말한다. 또한 기분장애, 학습장애, 생활장애, 노년장애 등을 치유할 수 있는 핵심 힐링 콘텐츠를 개발하는 것을 목적으로 삼을 수 있다.

4.3 국민적 공감대를 형성할 수 있는 콘텐츠

관광레저 콘텐츠는 우리나라 국민 정서를 잘 대변할 수 있는 콘텐츠로 구성되어야 한다. 콘텐츠 산업은 국민의 삶의 질 향상에 기여하는 촉진제이나, 우리의 경제력과 비교하여 국민이 느끼는 삶의 만족도는 선진국 대비 매우 낮은 수준이다. 우리 국민의 삶의 질 향상을 위해서는 여가 활용도 제고와 즐거운 경험의 확대가 중요하며 이를 위해 콘텐츠 서비스의 활성화가 절대적으로 필요하다.

4.4 국가 성장 동력으로서의 관광레저 콘텐츠

콘텐츠 산업은 국민소득 3만불 시대를 열어갈 먹거리 산업으로 콘텐츠산업은 우리나라 서비스산업을 이끌어갈 핵심 성장동력 산업이다. 콘텐츠 산업은 미디어, 관광, 체육 등은 물론 교육·의료 등 서비스업과 IT기기 등 제조업의 동반 성장을 견인하는 서비스산업의 핵심 분야이다. 따라서 관광레저 콘텐츠는 국가 미래 성장 동력으로서의 의치가 확고하게 구성되어야 하고 기획되어야 한다.

최근 IT산업의 스마트화·3D화·다채널화로 집약되는 패러다임 변화는 콘텐츠산업에 새로운 도약 기회를 부여할 수 있는데, 애플, 구글 등 글로벌 기업들은 기기-서비스-콘텐츠 결합 비즈니스로 세계시장을 선점하는 등 콘텐츠의 전략적 중요성을 확대하고 있는 실정이다.

세계 콘텐츠 시장은 향후 5년간 연평균 5%씩 성장하여 '14년에는 1조 6,900억 달러 규모로 성장할 전망이다. 미국은 32.4%(1위), 일본은 12.3%(2위), 독일은 5.7%(3위)를 점유하고 있으며, 우리나라는 2.2%로 아시아에서 3위, 세계에서 9위 수준으로 평가받고 있다.

5. 결론

관광레저 콘텐츠는 쇼핑관광, 생태관광, 해양·항공 관광, 농어촌 관광, 산업관광을 비롯하여, 수상레포츠, 항공레포츠, 승마 등으로 대변되는 거대한 콘텐츠를 포함하는 산업규모를 가지고 있다. 본고에서는 이러한 관광레저 콘텐츠 산업을 보았고, 관광레저 콘텐츠의 기능에 대하여 제안하였다. 관광레저 콘텐츠는 인간에게 유용한 정보를 제공하는 기능뿐만 아니라 인간의 마음을 치유할 수 있는 힐링 기능까지 제공되어야 한다고 제안하였다. 관광레저 콘텐츠의 순기능적 기능이 발휘될 때 인간의 여유있는 마음이 생기고, 선한 품성이 자연스럽게 생성

