

코로나 팬데믹 이후의 아산 온천 이용 선호도에 관한 연구

우 종 민[‡]

[‡](재)헬스케어스파산업진흥원 책임연구원

A Study on the Perception of Asan Hot Springs Utilization Post-Corona Pandemic

Jong-Min Woo, Ph.D[‡]

[‡]Team of test & evaluation, Healthcare & Spa industry Promotion Agency, Senior Researcher

Abstract

Purpose: This study aims to investigate the preferences of hot spring users regarding the utilization of Asan's hot springs after the COVID-19 pandemic.

Methods: A survey was conducted on 340 hot spring users visiting hot spring resorts in the Onyang, Dogo, and Asan hot spring districts. The survey was conducted twice from November 5th to November 7th, 2021, and from May 25th to 26th, 2022. The survey included general questions, such as the frequency of hot spring usage, the purpose of visits, and the intention for future visits. Specific questions were related to Asan hot springs, focusing on the reasons for choosing Asan, its perceived advantages, and improvement suggestions.

Results: The survey revealed that the average number of visits to hot springs was less than five in the past five years, and the main reason for visiting was to recover from fatigue. A percentage of respondents said they would use hot springs more often when the COVID-19 pandemic ends. When asked about their reasons for visiting Asan hot springs, responses varied by age. However, across all groups, the majority considered "good water" as an advantage of Asan hot springs, while improvements to "hot spring facilities" was the highest response among all age groups. Thus, despite the decline in the number of customers due to COVID-19, the overall perception of hot springs remains positive. This suggests a promising future for the hot spring industry, with the potential for a return to pre-pandemic usage levels.

Conclusion: These results provide valuable foundational data for informing policy development aimed at revitalizing the hot spring industry in the post-COVID-19 era.

Key Words : Asan hot springs, COVID-19, survey

[‡]교신저자 : 우종민, jmwoo@hespa.or.kr

제출일 : 2023년 10월 11일 | 수정일 : 2023년 11월 6일 | 게재승인일 : 2023년 11월 13일

I. 서론

1. 연구의 배경 및 필요성

우리나라는 이미 2000년에 고령화 사회(65세 이상 인구 7% 이상)에 진입했고, 2026년에는 초고령사회(65세 이상 인구 21% 이상)의 진입을 앞두고 있다. 노인의 상대 빈곤율은 44%로 OECD 평균인 15%에 약 3배에 이를 정도로 상황이 심각하다. 노인인구가 증가하면서 고혈압, 당뇨병, 관절염 등의 고질적 만성질환 유병률이 증가하고, 이와 더불어 노인 의료비 부담도 날로 더해가고 있다. 게다가 대도시와 수도권에 의료기관과 의료인이 집중돼 농어촌 등 지역 간 의료격차는 갈수록 증가하고 있다. 고령 인구 증가와 일상 건강관리 중요성이 커지면서 질병 치료 중심에서 예방과 관리, 건강한 삶 영위 중심으로 의료 패러다임이 전환되고 있다. 건강수명 연장과 소득수준의 증가로 스트레스 해소나 휴양, 요양 등 건강과 관련된 목적의 관광이 보편화되는 추세이며, 행복·안녕·복지를 추구하는 ‘웰빙’에 대한 관심이 높아지고 있다.

온천관광은 건강을 관리하면서 휴식을 취할 수 있는 대표적인 웰빙 상품이다(Erfurt, 2021). 우리나라는 삼국시대부터 온천을 이용하기 시작했다고 알려진다. 조선시대에는 행궁을 지어 임금이 거주하면서 요양·휴양을 했던 유적이 남아 있다. 서양에서는 히포크라테스의 시대부터 온천의 효능에 관심을 두기 시작했다고 알려진다. 로마 시대에 온천의 대중적 이용이 확대되었다가 중세 시대에 이르러 성적(性的) 규율이 엄격해지면서 목욕과 수영이 금기시되었고 이러한 여파로 온천 이용이 급감하였다. 그러다가 르네상스 시대가 도래하면서 다시금 온천의 대중적, 의학적 이용이 활발해졌다(Clark-Kennedy & Cohen, 2017; Lin, 2014).

현대 의학이 발전하면서 약물, 수술 등 보다 강력한 치료법이 대두되어 의학적 치료에 차지하는 온천의 역할이 많이 줄어들기는 하였으나 최근 어느 정도의 부작용이 발생할 수 있는 현대의학적 치료법을 보완하는 대체 요법으로써 다시 주목받기 시작했다. 독일, 프랑스 등 유럽에서는 치료 수단으로써 중요성을 인지하고 의료보험을 적용하여 온천 이용을 장려하고 있다.

예로부터 온천은 신경통, 근육통, 피로회복, 냉한체질 등에 효과가 있는 것으로 밝혀졌으나, 온천 성분 및 함유량에 따른 명확한 효능검증은 아주 부족한 상태이다(Yoon, 2020). (사)대한온천학회, 연구기관, 자치단체가 주관하여 온천의 효능에 관한 일부 연구를 수행했다지만 온천치료에 표준화된 프로토콜 정립이나, 의학적으로 검증된 효능 데이터는 미미한 실정이다. 그나마 다행스러운 것은 정부가 「온천법 시행령」을 개정하여 의료기관이나 연구기관에 온천수 이용을 허용했다는 점이다. 온천 부흥 정책에 힘입어 온천의 연구 활동과 과학적 근거에 기반한 치유 활동이 더욱 활발해질 것으로 기대된다. 유럽 등 여러 나라는 온천을 치료뿐 아니라 화장품, 음용수 등 다양한 제품군에 적용하여 산업적 가치를 높이고 있다. 이처럼 우수한 수자원을 보유한 우리나라도 온천 상품화에 관심을 기울인다면 더 많은 대중적 수요가 창출될 것이다.

아산시는 남쪽의 광덕산, 북쪽의 영인산에 둘러싸인 남고북저형의 지형이며, 중앙이 낮고 평평한 평야가 전개되어 있다. 면적은 542.24 km²로 동쪽으로는 천안시, 남쪽으로는 공주시, 서쪽으로는 당진시·예산군, 북쪽으로는 경기도 평택시와 접하고 있으며 서해안고속도로, 경부고속도로, 아산천안고속도로, 장항선 등으로 편리한 교통망을 갖추고 있다. 게다가 현충사, 영인산 자연휴양림, 곡교천 등 우수한 관광자원을 갖고 있다. 특히 아산 시에는 온양온천지구, 도고온천지구, 아산 온천지구 등 3대 온천지구가 있다. 온양온천(溫陽溫泉)은 충남 아산시 온천동 일원에 위치한 문헌 기록상 가장 오래된 온천이다. 1,300여 년 전 백제 때에는 탕정군(湯井郡), 신라 때에는 탕정주, 고려 시대 때에는 온수군(溫水郡)으로 지칭되었다(Ryu, 2016). 1442년 세종대왕이 온양온천 행차 시 온양군으로 개칭한 이후로 ‘온양’으로 불리고 있다. 조선시대에는 세종대왕 15년(1443) 정월에 안질 치료차 방문했었고, 그 후 현종·숙종·영조·정조 등 여러 임금이 휴양이나 병의 치료차 머물렀다는 기록이 전해진다(Kim, 2015a; Ryu, 2016). 온양온천의 온천수는 지하 300m 암반에서 직접 뽑아 올린 55~60℃ 사이의 온천수를 공급하고 있다. 실리카 함유가 많고 수량이 풍부하여 피부병, 부인병, 신경통, 위장병, 빈혈, 혈관경화증 등 각종 질병 치료와 피부미용에 효과가 높다고 알려져 있다

(Chung & Lee, 1997). 도고온천(道高溫泉)은 충청남도 아산시 도고면 기곡리에 있는 유황 함유가 많은 온천으로써 학이 도고온천에 다친 다리를 담가 낫는 것을 보고 아픈 아버지를 데려와 낫게 했다는 소녀의 설화가 전해 내려오고 있다. 도고온천의 물은 25~35.5 °C 정도의 약알칼리성을 띠고 있으며 위장병, 신경통, 관절염, 위장병, 부인병, 피부병 등에 효과가 있다고 한다. 실제로 도고온천수에 함유된 유황성분이 NC/Nga 마우스의 아토피 피부염을 개선하는 데 긍정적 효과를 나타냈다(Jang 등, 2013). 아산 온천(牙山溫泉)은 충청남도 아산시 영인면 아산리와 음봉면 신수리 일대에 있는 온천으로써 1987년 발견되어 1991년 관광지로 지정됐으며, 지구 내에는 온천시설과 더불어 워터파크, 눈썰매장 등이 조성된 테마파크가 있다(Kim, 2015b; Park 등, 2011).

지속적인 성장세를 유지하던 온천산업은 2000년대 들어서 쇠퇴 국면에 접어들었다(Jeong & Choi, 2012). 아산의 3대 온천관광지기도 얼마 전까지 코로나-19 팬데믹 등의 영향을 받아 관광객이 현격히 감소하여 지역 상권 붕괴 위기에 직면했다. 그렇지만 다른 한편으로는 코로나-19 이후에 개인위생 중요성이 부각하면서 시설의 안전과 위생에 각별한 신경을 쓰고 있다. 아산시는 노령인구 증가로 인해 노동인구 감소, 부양 노인 및 사회적 비용 증가 등의 문제점 대응을 위해 신성장동력 발굴을 통한 인구 유입 및 지역경제 활성화가 필요한 상황이다. 아산시는 현대자동차, 삼성디스플레이 등이 대기업과 중소기업이 다수 분포하여 높은 제조업 비중을 보인다. 그러나 최근 경제성장 둔화, 러시아의 우크라이나 침공, 이스라엘-하마스 전쟁 등의 악재 속에 글로벌 스태크플레이션으로 인한 위기가 고조되면서 대내외 산업적으로 어려운 상황에 몰리고 있다. 이에 안정적이고 지속적인 성장을 위해 산업구조를 다변화할 필요가 있다. 이러한 방안으로 온천산업은 ‘웰빙’이라는 사회 트렌드에 부합하고 역사적, 지리적인 인지도가 높아 지역 특성에 맞는 차별적 전략산업이자 신성장 동력으로서 육성하기에 적합하다.

2. 연구의 목적

이 연구는 코로나-19로 인한 아산 지역 온천의 이용실

태와 인식도를 조사하여 코로나 팬데믹 이후의 온천산업 재건에 필요한 대응 방안을 제안하고자 한다. 이러한 결과는 온천관광 전략을 수립하는 데 유용한 통계 결과를 제공할 것이며, 더 나아가 아산 온천관광산업 정책의 기초자료로써 활용할 수 있다.

II. 연구방법

이 연구는 2021년 11월 5일~11월 7일과 2022년 5월 25일~26일까지 연구자가 직접 아산 3대 온천지구(온양온천지구, 도고온천지구, 아산온천지구)를 두 차례 순회하면서 참여자에게 연구목적과 방법을 설명하면서 동의를 구한 후 구조화된 설문지를 사용하여 실시하였다. 온양온천지구는 신천탕(충남 아산시 온천대로 1469), 도고온천지구는 파라다이스스파도고(충남 아산시 선장면 도고온천로 176-1), 아산온천지구는 아산스파비스(충남 아산시 음봉면 아산온천로157번길67)에서 각 영업장의 허가를 받아 온천 이용객에게 직접 설문지를 배분하였다. 온천 이용객 대다수가 아산 지역민임을 고려하여 지역표본 추출은 생략하였다.

총 340명을 대상으로 조사하였으며 일부 미완성된 결과지를 제외하여 최종 결과분석에는 321부를 사용하였다. 조사결과는 온천도시 지정 등에 관한 사항을 제외한 11개 문항에 대해 분석하였다.

설문지는 총 17개 문항으로 구성하였다. 온천 이용에 관한 사항 5개, 아산 온천에 관한 사항 6개, 온천도시 지정 등에 관한 사항 6개로 구성하였다. 설문지 문항은 (사)대한온천학회 소속 회원과 온천과 관련이 있는 의과학지질학 교수에게 자문받아 작성했으며, ‘전혀 그렇지 않다(1)’에서 ‘매우 그렇다(5)’ 등 리커트 5점 척도로 측정하였다.

III. 결 과

1. 표본의 특성

표본 중 남성은 166명(52%), 여성은 154명(48%)이다.

연령별로는 20·30대가 124명(39%), 40·50대가 110명(34%), 60대 이상이 86명(27%)이다. 거주 지역으로는 서울·인천·경기 지역권이 156명(49%), 대전·세종·충청 지역권이

155명(49%), 대구·부산·울산·경상 지역권이 3명(1%), 광주·전라 지역권이 4명(1%), 기타 강원·제주 지역권이 2명(1%)이다(Table 1).

Table 1. Demographics of the respondents (n= 320)

Characteristics		Total no.	Ratio (%)
Gender	Male	166	51.88
	Female	154	48.13
Age (years)	20~39	124	38.75
	40~59	110	34.38
	> 60	86	26.88
Region of residence	Seoul, Incheon, and Gyeonggi province	156	48.75
	Daejeon, Sejong, and Chungcheong province	155	48.44
	Daegu, Busan, Ulsan, and Gyeongsang province	3	.94
	Gwangju and Jeolla provinces	4	1.25
	Gangwon-do and Jeju-do province	2	.63

2. 온천이용 빈도와 이용목적

최근 5년 이내에 온천을 얼마나 자주 이용하는지에 대한 물음에 남성과 여성 모두 ‘5회 이내’로 응답한 비율이 가장 높았다. 나이가 많아질수록 온천을 이용하는 횟수가 증가하는 것으로 나타났으며 60대 이상 응답자 중의 29%가 최근 5년 이내에 50회 이상으로 온천을 이용한

다고 응답했다. 아산 온천을 이용하는 시민을 대상으로 조사한 것이라 지리적으로 가까운 곳에 있는 대전·세종·충청 지역의 이용 횟수가 많았다. 그런데도 온천이 거의 없는 서울·인천·경기 지역에서도 온천 이용이 활발한 것을 알 수 있었다(Table 2).

Table 2. Visit frequency for Asan hot springs during the past 5 years (n= 320)

Characteristics	No. of visits				
	1	< 5	< 50	≥ 50	
Gender	Male	38 (22.89)	65 (39.16)	42 (25.30)	21 (12.65)
	Female	31 (20.13)	69 (44.81)	41 (26.62)	13 (8.44)
Age (years)	20~39	45 (36.29)	66 (53.23)	11 (8.87)	2 (1.61)
	40~59	19 (17.27)	49 (44.55)	35 (31.82)	7 (6.36)
	> 60	5 (5.81)	19 (22.09)	37 (43.02)	25 (29.07)
Region of residence	Seoul, Incheon, and Gyeonggi province	48 (30.77)	71 (45.51)	32 (20.51)	5 (3.21)
	Daejeon, Sejong, and Chungcheong province	16 (10.32)	60 (38.71)	51 (32.90)	28 (18.06)
	Daegu, Busan, Ulsan, and Gyeongsang province	1 (33.33)	1 (33.33)	0	1 (33.33)
	Gwangju and Jeolla provinces	3 (75.00)	1 (25.00)	0	0
	Gangwon-do and Jeju-do province	1 (50.00)	1 (50.00)	0	0

The ratio(%) are presented as the parenthesis, the questions allowed for multiple answers

온천을 이용하는 주된 목적을 묻는 물음에 모든 성별에서 ‘피로회복’과 ‘건강치유’를 가장 많이 응답했다. 연령별로 ‘피로회복’을 응답한 비율은 40~50세대가 70 %로 가장 많았고 20~30세대는 67 %에 달했다. 60세 이상 연

령층에서는 ‘건강치유(34 %)’ 목적의 온천이용 비율이 높았다. 거주지로 구분하면 ‘피로회복’을 위하여 온천을 이용하는 비율은 대전·세종·충청 지역민에서 65 %로 가장 높았다(Table 3).

Table 3. Major purposes for hot spring use

(n= 320)

Characteristics		Fatigue recovery	Beauty	Healing	Bath	Others
Gender	Male	87 (62.59)	9 (6.47)	29 (20.86)	11 (7.91)	3 (2.16)
	Female	87 (62.14)	5 (3.57)	30 (21.43)	16 (11.43)	2 (1.43)
Age (years)	20~39	61 (67.03)	7 (7.69)	8 (8.79)	12 (13.19)	3 (3.30)
	40~59	67 (69.79)	4 (4.17)	17 (17.71)	6 (6.25)	2 (2.08)
	> 60	46 (50.00)	3 (3.26)	34 (36.96)	9 (9.78)	0
Region of residence	Seoul, Incheon, and Gyeonggi province	73 (58.40)	9 (7.20)	33 (26.40)	7 (5.60)	3 (2.40)
	Daejeon, Sejong, and Chungcheong province	98 (65.33)	5 (3.33)	25 (16.67)	20 (13.33)	2 (1.33)
	Daegu, Busan, Ulsan, and Gyeongsang province	1 (50.00)	0	1 (50.00)	0	0
	Gwangju and Jeolla provinces	1 (100.00)	0	0	0	0
	Gangwon-do and Jeju-do province	1 (100.00)	0	0	0	0

The ratio(%) are presented as the parenthesis, the questions allowed for multiple answers

응답자를 대상으로 코로나19 팬데믹이 종료된 이후에도 온천을 얼마나 자주 할 것인지에 대한 물음에 ‘남성’

Table 4. Intention to use Asan hot springs after the end of the COVID-19 pandemic

(n= 320)

Characteristics		Not at all	Less use	Same use	More use	No thought
Gender	Male	2 (1.67)	23 (19.17)	52 (43.33)	37 (30.83)	6 (5.00)
	Female	3 (2.48)	32 (26.45)	36 (29.75)	48 (39.67)	2 (1.65)
Age (years)	20~39	2 (2.74)	22 (30.14)	26 (35.62)	17 (23.29)	6 (8.22)
	40~59	2 (2.27)	23 (26.14)	38 (43.18)	24 (27.27)	1 (1.14)
	> 60	1 (1.25)	10 (12.50)	24 (30.00)	44 (55.00)	1 (1.25)
Region of residence	Seoul, Incheon, and Gyeonggi province	4 (4.04)	22 (22.22)	37 (37.37)	36 (36.36)	0
	Daejeon, Sejong, and Chungcheong province	1 (.72)	33 (23.74)	48 (34.53)	49 (35.25)	8 (5.76)
	Daegu, Busan, Ulsan, and Gyeongsang province	0	0	1 (100.00)	0	0
	Gwangju and Jeolla provinces	0	0	1 (100.00)	0	0
	Gangwon-do and Jeju-do province	0	0	1 (100.00)	0	0

The ratio(%) are presented as the parenthesis, the questions allowed for multiple answers

은 ‘이전만큼 이용’하겠다는 비율이 43 %로 가장 높았으나, 반면에 ‘여성’은 ‘더 자주 이용’하겠다는 비율이 높았다. 연령별로는 20-30대와 30-40대는 ‘이전만큼 이용’하겠다는 비율이 가장 높았으나, 반면에 60세 이상 연령층에서는 절반 이상(55 %)이 ‘더 자주 이용’하겠다고 응답했다(Table 4).

아산 온천을 방문하는 주된 이유를 묻는 물음에 남성과 여성 모두에서 ‘교통이 편리하다’는 것을 가장 많이 선택했다. 그러나 연령별로 볼 때, 20-30세대는 ‘유명해서’라는 응답이 가장 많았고, 40-50세대는 ‘교통이 편리해서’라는 응답이 많았으며, 60세 이상의 연령층에서는 ‘효능이 좋아서’라는 응답이 가장 많았다(Table 5).

3. 아산 온천의 장점과 개선점

Table 5. Major purposes for Asan hot springs use (n= 320)

Characteristics		Convenient transportation	Good effect	Fame	Convenient shopping and accommodation	Others
Gender	Male	42 (34.71)	33 (27.27)	33 (27.27)	7 (5.79)	6 (4.96)
	Female	37 (33.94)	34 (31.19)	29 (26.61)	5 (4.59)	4 (3.67)
Age (years)	20~39	17 (31.48)	7 (12.96)	27 (50.00)	3 (5.56)	0
	40~59	33 (37.93)	21 (24.14)	27 (31.03)	5 (5.75)	1 (1.15)
	> 60	30 (34.88)	39 (45.35)	8 (9.30)	4 (4.65)	5 (5.81)
Region of residence	Seoul, Incheon, and Gyeonggi province	29 (32.58)	24 (26.97)	27 (30.34)	8 (8.99)	1 (1.12)
	Daejeon, Sejong, and Chungcheong province	50 (35.71)	43 (30.71)	34 (24.29)	4 (2.86)	9 (6.43)
	Daegu, Busan, Ulsan, and Gyeongsang province	0	0	1 (100.00)	0	0
	Gwangju and Jeolla provinces	0	0	0	0	0
	Gangwon-do and Jeju-do province	0	0	0	0	0

The ratio(%) are presented as the parenthesis, the questions allowed for multiple answers

Table 6. Advantages of Asan hot springs (n= 320)

Characteristics		Good water quality	Convenient transportation	Low rate	Spa program	Others
Gender	Male	52 (42.98)	47 (38.84)	4 (3.31)	8 (6.61)	10 (8.26)
	Female	50 (45.87)	34 (31.19)	7 (6.42)	4 (3.67)	14 (12.84)
Age (years)	20~39	23 (43.40)	16 (30.19)	4 (7.55)	5 (9.43)	5 (9.43)
	40~59	40 (43.48)	38 (41.30)	4 (4.35)	6 (6.52)	4 (4.35)
	> 60	39 (45.88)	27 (31.76)	3 (3.53)	1 (1.18)	15 (17.65)
Region of residence	Seoul, Incheon, and Gyeonggi province	42 (46.15)	32 (35.16)	5 (5.49)	6 (6.59)	6 (6.59)
	Daejeon, Sejong, and Chungcheong province	59 (42.75)	49 (35.51)	6 (4.35)	6 (4.35)	18 (13.04)
	Daegu, Busan, Ulsan, and Gyeongsang province	1 (100.00)	0	0	0	0
	Gwangju and Jeolla provinces	0	0	0	0	0
	Gangwon-do and Jeju-do province	0	0	0	0	0

The ratio(%) are presented as the parenthesis, the questions allowed for multiple answers

아산 온천의 장점으로 남성과 여성, 그리고 모든 연령층에서 ‘좋은 물’을 가장 많이 선택했다. 그다음으로 ‘편리한 교통’을 많이 손꼽았다(Table 6).

아산 온천이 개선해야 할 점으로는 남성과 여성 모두 ‘온천장 시설’를 가장 많이 응답했고, 그다음으로 ‘청결

상태’라고 응답했다. ‘온천장 시설’을 개선해야 할 점이라고 응답한 연령은 20·30세대 및 30·40세대에서 압도적으로 많았다. 서울·인천·경기 등의 수도권 지역의 거주자는 개선해야 할 것으로써 ‘온천장 시설’을 많이 선택했다(Table 7).

Table 7. Requirements for improvement of Asan hot springs (n= 320)

Characteristics		Aging facilities	Clean liness	User fee	Employee kindness	Others
Gender	Male	57 (45.60)	24 (19.20)	16 (12.80)	12 (9.60)	16 (12.80)
	Female	40 (35.71)	28 (25.00)	9 (8.04)	11 (9.82)	24 (21.43)
Age (years)	20~39	27 (45.76)	12 (20.34)	2 (3.39)	7 (11.86)	11 (18.64)
	40~59	41 (46.07)	21 (23.60)	8 (8.99)	6 (6.74)	13 (14.61)
	> 60	29 (32.58)	19 (21.35)	15 (16.85)	10 (11.24)	16 (17.98)
Region of residence	Seoul, Incheon, and Gyeonggi province	43 (47.25)	20 (21.98)	8 (8.79)	6 (6.59)	14 (15.38)
	Daejeon, Sejong, and Chungcheong province	53 (36.55)	32 (22.07)	17 (11.72)	17 (11.72)	26 (17.93)
	Daegu, Busan, Ulsan, and Gyeongsang province	1 (100)	0	0	0	0
	Gwangju and Jeolla provinces	0	0	0	0	0
	Gangwon-do and Jeju-do province	0	0	0	0	0

The ratio(%) are presented as the parenthesis, the questions allowed for multiple answers

IV. 고 찰

최근 5년간의 온천 이용 빈도를 묻는 조사에서 응답자 대다수가 ‘5회 이내’로 응답했다. 입욕문화 등 사회 트렌드의 변화와 코로나-19로 인해 온천 이용이 급격히 감소한 결과라고 해석된다. 20·30대 중에는 최근 5년간 온천 이용을 처음 하는 경우가 36 %에 달했다. 성별·거주 지역과 관계없이 5회 미만 이용자 중 절반 이상이 5회 미만이라고 응답했다. 다만, 60세 이상 연령자는 코로나-19 기간에도 온천을 자주 이용하는 것으로 나타났다. Shavanddasht과 Allan(2019)은 400명의 Ardebil의 Sarein 온천 관광객을 대상으로 조사한 결과, 처음 방문하는 사람에 비해 재방문자의 온천이용 만족도와 충성도(royalty)가 더 높았다고 했다. 온천에 높은 충성도를 갖

는 60세 이상인 연령층이 다른 연령층보다 코로나-19라는 악조건에서도 이용 횟수가 높은 이유일 것으로 해석된다.

온천을 이용하는 주된 목적으로 ‘피로회복’이라고 응답한 비율이 성별과 연령에 관계없이 가장 많았다. 같은 물음에서 ‘목욕’이라고 응답한 비율은 거의 모든 연령층에서 10 % 내외에 불과했다. 전통적으로 온천은 따뜻한 물로 몸을 청결하게 하고 심신의 피로를 해소하는 장소였다. 근대에 들어서는 공중 목욕시설과 사우나 시설을 갖춘 온천장이 들어서고 외관상 일반 목욕탕과 거의 유사한 형태가 자리 잡기 시작했다. 여러 사람과 함께 몸을 씻는 장소가 바로 온천이었다. 단지 차이라면 제공하는 물이 수돗물이 아니라 온천수란 점이다. 당시에 온천 문화는 곧 입욕 문화였었다. 그러다가 1990년 후반부터

차츰 욕실이 딸린 아파트가 보편화되고 대형 찜질방이 들어서면서 온천산업이 서서히 쇠퇴하기 시작했다. 거기에 코로나 팬데믹은 간신히 명맥만 유지해 오던 다중이용시설 형태의 온천산업에 커다란 내상을 입혔다. 그렇지만 이 연구에서 다수의 응답자가 온천의 목적을 ‘피로 회복’과 ‘건강치유’라고 응답한 것은 고무적이라 할 수 있다. 온천산업이 궁극적으로 지향하는 웰니스 또는 헬스케어 산업으로 진입해 가는 청신호라 볼 수 있기 때문이다. 특히 60세 이상인 연령층에서 높은 비율(37%)로 ‘건강치유’를 위해 이용한다는 것은 고령화 시대에서 시니어 건강개선과 활력 증진을 위해 온천이 헬스케어 산업으로써 다시금 도약할 수 있다는 가능성을 전망케 해준다.

전술한 바와 같이 온천산업은 코로나 팬데믹으로 가장 큰 피해를 본 산업 중 하나이다. 행정안전부의 [2022 전국온천현황]에 따르면 우리나라 온천이용자 수가 2019년에 63,817,000명에서 2020년에 42,190,000명, 그리고 2021년에 34,356,000명으로 감소했다. 특히 대전 유성 온천지구는 코로나 팬데믹 영향을 가장 심하게 받은 지역으로써, 코로나 발생 이전인 2019년에는 연간 이용자 수가 4,797,000명으로 전국 지구별 온천이용 순위에서 가장 높았으나, 그 후에 직격탄을 받아 2021년에 933,000명으로 급감하여 전국 지구별 온천이용 순위 7위로 급락했다. 이러한 탓에 리베라호텔, 아드리아 호텔 등이 잇따라 폐업하였고 아직도 많은 온천장이 휴업한 상태이다. 대전에서 가장 큰 규모를 자랑했던 107년 역사의 유성호텔도 오는 2024년에 문을 닫는다는 소식이 나오고 있다. 이러한 악조건에서도 코로나 팬데믹 종료 후 온천을 ‘이전만큼 하겠다’는 높은 응답률은 그나마 희망적인 신호라 할 수 있다. 고령층이 온천 이용에 적극적인 것은 예상할 수 있지만 20~40대 연령층에서도 이전만큼 이용하겠다는 응답은 코로나 팬데믹 이후에 빠른 회복을 기대하게 한다. 특히 대전·세종·충청 등 인근 지역주민의 긍정적인 답변은 아산과 충청지역의 온천산업 재건에 희망의 불씨를 지피게 한다.

충청남도 아산시는 천 년이 넘는 온천의 역사를 지닌 명실공히 온천의 도시이다. ‘삼국사기 백제본기’에 따르면 온조왕 36년(서기 18년)에 ‘축탕정성 분대두성민호거지(築湯井城 分大豆城民戶 居之) ; 탕정성을 쌓아 대두

성 주민을 이주시켜 살도록 했다’라는 기록이 있어 아주 오래전부터 ‘뜨거운 우물’(湯井)이 있었음을 짐작하게 한다. 이번 조사에서 아산 온천의 ‘유명세’가 방문객을 모으는 주된 이유인 것으로 나타났다. 이러한 인지도는 SNS 이용률이 높은 20·30세대에서 유효한 것으로 조사됐다. 재미있는 사실은 연령별로 아산 온천을 찾는 이유가 다르다는 점이다. 다시 말해 아산 온천 방문이라는 같은 목적을 두고서도 연령대별로 다소 차이가 있었다. 40·50세대는 ‘교통이 편리해서’, 60대 이상 연령층에서는 ‘효능이 좋아서’라고 가장 많이 응답했다. 아산 온천에 대하여 호감이 연령별로 다르기 때문에 온천관광 상품을 기획·홍보할 때 세대별로 공략 포인트에 다르게 하면 좋을 것이다. 가령 20·30세대에게는 인플루언서와 협업을 통해 아산 온천의 역사와 관광상품 등을 안내하면서 젊은 트렌드에 맞게 생동감 있고 활기찬 이미지를 연출하면 좋을 것이다. 40·50세대에게는 편리한 교통과 숙박을 강조하면서 바쁜 일상에서 탈출하여 해방감을 충족시키고, 가족 구성원에게 오락과 힐링, 기쁨을 동시에 만끽해 줄 수 있다는 건전한 이미지를 연출하면 좋을 것이다. 60세 이상에게는 온천 고유의 치유 기능을 강조하여 따뜻한 물이 주는 편안함과 건강한 삶의 풍요로움을 만끽하도록 헬스케어 이미지를 연출하면 좋을 것이다. 그동안 아산 온천의 홍보는 온양·도고·아산으로 이어지는 온천관광 루트와 ‘온양행궁’의 왕실온천 이미지를 지나치게 강조해 왔었다. 이제부터 온천 고유의 기능에 더욱 충실하여 치유와 웰니스적 요소를 강조하되 세대별 호감도에 따라 홍보 전략을 차별화할 필요가 있다.

앞서 Kim(2016)은 온양온천 이용객을 대상으로 한 연구에서, 온천지를 선택하는 요인으로서 온천공간 시설, 온천 접근성, 온천수 및 주변지역, 온천 비용, 쇼핑 및 친절성 및 관광 공간 등 6개 요소를 제시했다. 그리고, 좋은 물, 접근성, 좋은 시설, 온천 공간에 의해 만족도 영향을 받는다고 했다. 이 연구에서는 아산 온천의 장점을 묻는 물음에 응답자는 ‘좋은 물’과 ‘편리한 교통’을 꼽았다. 온양온천은 예로부터 물이 좋아서 조선 임금들이 질병을 치료하고 일부 정사를 보기 위해 행궁을 지었을 정도이다. 지리적으로 남고북저의 지형으로 중앙이 낮고 평평한 평야가 전개되고 있다. 수도권 근교에 위치하고 수도권 전철 1호선이 지나며, 장항선과 경부고속철도가

통과하여 우수한 교통망을 구성하고 있다. 이처럼 온천수의 우수함과 교통의 편리함으로 아산 온천은 다른 곳과 비교해 높은 경쟁력을 갖고 있다. 아산 온천의 ‘좋은 물’을 이용한 헬스케어 분야의 산업적 가치는 무궁무진하다.

현재 아산 온천이 활성화되는데 가장 큰 걸림돌은 노후화된 시설이다. 과거에 인기 있는 신혼여행지였던 아산 온천은 1970~80년대 전례 없던 황금기를 거쳐 서서히 대중목욕탕 역사와 함께 ‘과거의 산물’로 퇴색되어 가고 있다. 세월의 흐름에 따라 배관은 녹슬고 시설은 점점 낡아가고 있다. 이에 따른 시설 노후화로 인한 안전사고 발생, 감염병 취약, 부정적 이미지 확산 등 악순환이 반복되고 있다. 이러한 고리를 끊기 위해서는 무엇보다 시설개선, 개축 등 재투자가 필요하다. 그렇지만, 사업자 대다수가 영세해서 재원 마련이 현실적으로 어렵고 사양 산업으로 고착되다 보니 외부인의 투자유인도 쉽지 않다. 최근 아산시 당국은 온천산업을 활성화하기 위해 사업자에 직접 재원을 지원하기보다 ‘온천도시 시범사업(2021-2022)’, ‘온천의 의료적 효능 검증체계 사업(2023-2025)’을 시행하여 온천 의료와 관광산업의 붐을 조성하고자 노력하고 있다. 이것이 시설을 개선하고 편의를 도모하여 방문객을 모객하는 것보다 속도는 더디겠지만 온천이 갖는 고유 특성을 규명하고 치유 기능을 강화함으로써 효과가 광범위한 것으로 기대한다. 특히 온천에 갖는 대국민 인식을 ‘호의적’으로 전환하여 잠재적 온천 이용을 활성화하고, 외부 온천관광객을 유치하는데는 훨씬 긍정적인 것이라 본다.

V. 결론

위드·포스트 코로나 시대에 온천산업의 활로를 모색하고자 온천 이용객을 대상으로 온천이용 횟수, 이용목적, 온천 이용 의사 등 일반적인 사항과 아산 온천을 찾는 이유와 장점, 개선점 등 아산온천에 관한 사항을 조사했다. 그 결과, 온천 방문 횟수는 최근 5년 내 5회 미만에 불과했고, 온천을 찾는 주된 이유는 ‘피로회복’이었으며, 코로나 팬데믹이 종식될 때는 ‘이전만큼’ 또는 ‘더 자주

이용하겠다’라고 응답한 비율이 높았다. 아산 온천을 찾는 이유를 묻는 질문에 연령별로 ‘교통이 편리해서’, ‘효능이 좋아서’, ‘유명해서’라고 응답했다. 한편 아산 온천의 장점이 ‘좋은 물’이라는 것과, 개선점으로 ‘온천장시설’을 응답한 비율은 모든 연령층에서 동일하게 가장 높게 나타났다.

새로운 트렌드 변화에 제대로 대응하지 못해 위기에 처한 온천산업에 코로나 팬데믹 사태는 산업 전반에 철퇴를 휘두르고 있다. 그렇지만 다소 희망적인 것은 온천에 대한 인식이 아직은 긍정적이란 점이다. 코로나 팬데믹의 긴 터널이 끝나면 온천산업에도 생기가 돌 것으로 기대한다. 국가의 존폐가 달린 심각한 고령화·저출산 문제 해결을 위해 정부 관료들이 머리를 맞대고 있다. 인구 유출로 인한 지방소멸과 농어촌 지역의 의료격차가 날로 심해지는 상황에서 노인과 임산부의 건강을 증진하는 안전한 수단으로 온천요법을 제안한다(Yamagiwa 등, 2004). 온천이 분포하는 곳의 상당수가 인구소멸지역과 겹치므로 인구수가 적어 의료기관 유입이 쉽지 않은 곳에 건강격차 또는 지역 간 ‘삶의 질 격차’를 해소하는 유용한 수단이 될 수 있다.

코로나 팬데믹 이후에 저비용으로 만족도 높은 건강개선 효과를 얻을 수 있다는 점에서 온천 헬스케어 산업이 다시금 주목받고 있다. 과거에 온천탕 내 몸을 담그는 보편적 방식에서 벗어나 수중운동을 통한 물리요법 등을 결합한 다양하고 적극적인 온천 치유 방법이 개발 중이다. 2021년부터 아산시와 (재)헬스케어스파산업진흥원은 파라다이스스파도고와 아산스파비스에 설치된 바데풀(bade pool) 시설을 이용해 근골격계 질환 예방을 위한 수중운동 동작을 개발하고 있다. 새로운 변화의 바람에 힘입어 최근에 행정안전부는 아산시, 창녕군, 충주시 등 3곳을 온천법에 따른 법정 ‘온천도시’로 지정했다. 온천도시는 온천산업을 통해 지역발전과 지역경제 활성화에 이바지할 것으로 예상되는 지역이다. 앞으로 이곳은 정부 차원의 행정 및 재정적 지원을 받을 수 있다. 이처럼 온천을 지역 경제발전의 원동력이자 시민 건강증진 수단으로 활용하겠다는 방침이다. 온천은 단순히 ‘몸 씻기 위한 따뜻한 물’이 아니라, ‘자연이 주는 치유와 힐링 자원’이자, ‘무궁무진한 개발 가치를 갖는 산업 소재’로 활용되어야 한다. 그리하여 선조로부터 물려받은 우수한

수(水)자원인 온천의 부가가치를 창출하고 글로벌 웰니스 국가로 발전시켜 나가야 할 것이다.

참고문헌

- Chung SH, Lee SK(1997). Research on tourist's motivation in using Onyang hot-spring resort. *Int J Tour Hosp Res*, 7(1), 17-29.
- Clark-Kennedy J, Cohen M(2017). Indulgence or therapy? exploring the characteristics, motivations and experiences of hot springs bathers in Victoria, Australia. *Asia Pac J Tour Res*, 22(5), 501-511. <https://doi.org/10.1080/10941665.2016.1276946>.
- Erfurt P(2021). *The geoheritage of hot springs*. 1st ed, Cham, Springer international publishing, pp.1-16.
- Jang MH, Go GY, Ahn YC, et al(2013). Effect of DOGO phreatic water containing sulphur on Atopic dermatitis in NC/Nga mouse. *J Korean Med Ophthalmol Otolaryngol Dermatol*, 26(3), 36-53. <https://doi.org/10.6114/jkood.2013.26.3.036>.
- Jeong JT, Choi MJ(2012). A research on healthy hot spring facilities in Korea and standards improvement -focused on the comparison between Korea and Germany-. *J Korea Reg Assoc Archit Inst*, 14(4), 69-76.
- Kim IH(2015a). A study on spring bath method of royal family in Joseon dynasty. *J Hosp Tour Stud*, 58, 37-83.
- Kim SJ(2015b). The analysis of similarity in image and selection factor recognition for spa touristy places in Chungcheong area. *J Korean Assoc Reg Geogr*, 21(3), 569-582.
- Kim SJ(2016). A study on the impact visitors satisfaction on revisit and recommend Intention to other in Onyang spa destination. *J Korean Assoc Reg Geogr*, 22(3), 566-575.
- Lin CH(2014). Effects of cuisine experience, psychological well-being, and self-health perception on the revisit intention of hot springs tourists. *J Hosp Tour Res*, 38(2), 243-265. <https://doi.org/10.1177/1096348012451460>.
- Park KS, Lee YK, Lee SH(2011). Korean hot spring culture and medical tourism. *Korean Thought Cult*, 57, 319-339.
- Ryu EJ(2016). Hot spring tourism planning of Asan city and its characteristics: using historical and cultural resources in the tourism development of Onyang hot spring. *Northeast Asia Tour Res*, 12(4), 143-164.
- Shavanddasht M, Allan M(2019). First-time versus repeat tourists: level of satisfaction, emotional involvement, and loyalty at hot spring. *Anatol*, 30(1), 61-74. <https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1498363>.
- Yamagiwa S, Shiota T, Yamauchi K, et al(2004). Effects of hot spring bathing on pregnancy and labor. *J Japanese Soc Balneology Climatol Phys Med*, 67(3), 173-178. <https://doi.org/10.11390/onki1962.67.173>.
- Yoon HY(2020). Considering the effectiveness and evidence-based research direction of balneotherapy. *J Wellness*, 15(3), 403-415. <https://doi.org/10.21097/ksw.2020.08.15.3.403>.