

새로운 관광콘텐츠로서 나홀로 여행족의 사회문화적 배경 및 특성 Sociocultural background and traits of solo traveler Contents

이재민

안동대학교 창조산업연구소 연구원

Lee, jae-min

Research Center for Creative Industry

요약

본 연구는 최근 관광 트렌드로 부상하고 있는 '나홀로 여행족'이 나타나게 된 사회문화적 배경을 각종 문헌자료를 통해 탐색하고 개념을 살펴보고자 하였다. 그리고 본 연구에서는 나홀로 여행족의 사례를 여성 3명을 대상으로 나홀로 여행이 어떠한 속성을 지니고 있는지 밝히고 나홀로 여행이 가지고 있는 의미와 특성을 고찰하였다. 뿐만 아니라 최근 우리나라에 불고 있는 나홀로 여행족에 대한 열풍이 새로운 관광콘텐츠로서 지속성을 가질 수 있는지에 대해서도 검토하였다.

I. 관광트렌드와 관광콘텐츠

최근 '1인 가구의 증가'로 혼자서 여행을 구상하고 실행하는 '나홀로 여행족'이 급증하는 추세이다. 한 온라인 여행사에서는 20대~40대 직장인 남녀 각 500명씩 총 1000명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본 설문조사에서 '나홀로 여행'을 기본 경험(또는 의향)을 묻는 질문에 남성의 80.2%, 여성의 79.2%가 나홀로 여행을 가보았거나, 갈 의도가 있는 것으로 조사된 것으로 보아, '나홀로 여행'에 대한 일반인들의 인식이 매우 긍정적이라는 것을 알 수 있다.

그리고 한국문화관광연구원에서는 2015년 국내의 관광트렌드를 세계관광트렌드 7가지, 국내관광트렌드 3가지, 총 10가지의 키워드를 발표하였다¹⁾. 본 자료에서는 세계관광트렌드 7가지 중 6번째로 '나홀로 여행족'을 선정하였고, 이는 나홀로 여행족 대한 관심이 국내뿐만 아니라, 전 세계적인 추세임을 알려주고 있다. 이러한 세계적인 추세임에도 불구하고, '나홀로 여행족'의 사회문화적인 발생배경 및 그들의 특성에 대한 연구는 부족한 실정이다.

우리나라의 관광트렌드는 유행에 매우 민감하며, 빠르고 다양하게 변하고 있다. 하루가 다르게 급변하는 관광트렌드에 따라 정부와 민간에서는 부단히 노력하고 있다. 따라서 오늘날 관광산업은 매우 복잡하고 불확실하며 급변하는 정세 및 정책에 따라 객관적이며 실천적인 분석과 전망이 요구되고 있다. 더구나 최근의 관광트렌

드는 새로운 방식의 상호작용과 융합을 통한 새로운 관광콘텐츠를 창출하고 있다. 관광콘텐츠는 지역이나 도시의 가장 핵심적 관광자원의 역할을 한다. 대개 지역의 정체성과 관련 깊은 것이 일반적이내외, 최근에는 인물, 트렌드 등에서 생산된 관광콘텐츠도 많이 나오고 있다.

본 논문에서는 '나홀로 여행족'이 출현한 사회문화적 배경과 의미 및 특성을 여성 3명의 사례를 통해서 설명한다. 그리고 새로운 관광콘텐츠로서 나홀로 여행족이 가지는 가능성 및 잠재력을 분석하고, 지속가능하고 안전한 관광콘텐츠로 활용되기 위한 개선, 보완 될 부분을 나타내고자 한다. 따라서 최근 우리 사회의 관광 트렌드로 부상할 나홀로 여행족에 대한 학문적 시사점과 함께 관광정책에 관여하는 연구자들을 위한 실무적 시사점을 제시하는데 기여할 것이다.

II. 나홀로 여행족의 사회문화적 배경

최근 우리나라에 1인 가구가 증가함에 따라 1인 가구와 관련된 연구는 이루어지고 있지만, 관광학 및 여가측면에서 이들을 대상으로 하는 연구는 아직 부족한 실정이다. 따라서 '나홀로 여행족'에 대한 정확한 정의가 확립되어 있지 않다. 하지만, 문맥상으로 보아, '가족, 친구 등 동행인 없이 혼자서 하는 여행을 즐겨하는 사람'을 가리키는 것을 알 수 있다. 이와 비슷한 의미를 가진 말 중에는 '싱글(single)족', '글루미(gloomy)족', '포미(For me)족' 등이 새로 생겨났다.

나홀로 여행족은 여행 및 관광에 국한하는 의미이지만, '싱글족', '포미(For Me)족', '글루미족'은 자신의 가치를 두는 제품에 돈과 시간을 과감히 투자한다는 의미로, 여행은 물론 전반적인 생활에서 '나 혼자'를 지향하는 사람들을 일컫는 말이다.

1) 한국문화관광연구원에서는 세계관광트렌드 7가지로 모바일 사이클링(Cycling), 포슈텔(Poshtels), 브래기스(Braggie), 현지인처럼 여행하기, 나홀로 여행족, 힐링&웰빙관광을 선정하였고, 국내관광트렌드 3가지로 황금연휴, 저유가·저비용 항공사, 크루즈관광을 키워드로 선정하였다.

나홀로 여행족이 출현하게 된 배경요인 중 가장 큰 부분으로 '1인 가구의 증가'를 꼽을 수 있다. 1인가구는 1인으로 구성되어 취사, 취침 등의 생계를 독립적으로 유지하고 있는 가구를 말하며, 인구주택총조사(2010)에 의하면 1인가구 비율은 23.6%를 차지하고 있다. 앞으로도 1인 가구의 비율은 낮은 취업으로 인한 초혼 연령의 상승과 함께 꾸준한 증가가 예상되며 따라서 1인 가구를 형성하는 기간도 길어 질 것으로 전망된다. 이에 맞춰 기업들은 이러한 싱글족들을 위한 각종 상품들을 발 빠르게 내놓고 있으며, 이 외에도 식당, 카페, 노래방, 항공편, 싱글 생활을 위한 어플리케이션 등 많은 문화, 여가 상품도 출시되고 있는 실정이다.

'고령화 현상'도 나홀로 여행족이 출현하게 된 배경으로 꼽을 수 있다. 일본의 중·장년 남성의 경우, 은퇴 후 나홀로 여행을 즐기는 남성이 크게 늘고 있다. 또한 이들은 대상으로 여행상품을 대거 출시 중에 있다.

또한, 새로운 패러다임의 양상으로 인한 새로운 소비 패턴의 출현이 나홀로 여행족의 증가를 가져왔다. 최근 대한민국은 '아프니까 청춘이다', '멘토', '힐링' 열풍은 자기 위로를 위한 자기선물(self-gifting)과 자기힐링(self-healing)을 위한 소비를 출현시켰으며, 이러한 소비가 '나홀로 여행족'의 증가를 가져온 것이다. 이밖에도, 주 5일제 정착에 따른 개인 여가시간의 증가와 양적 발전 보다는 질적 발전을 우선시하는 개인 취향의 변화를 들 수 있다. 마지막으로, 개인이 추구하는 삶의 욕구가 다양해진 것도 나홀로 여행족이 늘어난 요인으로 판단된다.

Ⅲ. 나홀로여행족의 사례와 특성

나홀로 여행족의 사회문화적 배경 및 목적, 의미와 특성을 연구하기 위해서 20대, 30대, 40대의 여성 1명을 대상으로 심층면접을 실시하였다. 제보자들은 모두 자신이 '나홀로 여행족'이라고 확실한 신념을 가진 사람들을 대상으로 하였으며, 심층면접은 서술적 설문지 및 인터뷰 방법을 이용하여 실시하였다.

심층면접 결과 나홀로 여행족들이 나홀로 여행을 떠나는 이유는 주로 혼자이기 때문에 즉흥적인 여행이 가능하고 자유로움을 만끽할 수 있으며, 자아발견과 여행지를 통한 새로운 인맥관계가 형성되기 때문에 여행을 다니는 것으로 조사되었다.

나홀로 여행족들의 여행지로는 '산', '바다' 등의 자연자원을 비롯하여 성당 등의 종교건물, 역사유적, 축제, 공연 등 다양하게 나타났다. 이들은 트래킹 코스를 걸으며 자연의 좋은 공기를 마시기도 하고, 자신이 가고 싶은 축제 또는 공연에 가서 몸을 맡기기도 하는 등 다양한 콘텐츠로 나홀로 여행을 하고 있다. 나홀로 여행족들에게 여행은 오롯이 자신을 바라보게 되는 계기가 되고 이것이 자신의 인생에서 긍정적인 작용을 하게 되는 특징을 보인다.

Ⅳ. 새로운 관광콘텐츠로서 나홀로 여행족

본 연구는 국내뿐만 아니라 전 세계적으로 주목하고 있는 나홀로 여행족의 사회문화적 배경을 알아보고, 그들의 특성을 분석하여 새로운 관광콘텐츠로서 자리매김하기 위한 가능성을 알아보기 위한 시도이다.

우리나라 관광트렌드의 변화 속도는 매우 빠르게 변화하고 있으며, 다양한 콘텐츠 들이 매우 빠르게 양산되고 있다. 최근 여러 가지 1인 가구의 증가와 고령화 현상, 자기힐링을 위한 소비의 증가 등으로 나홀로 여행을 하는, '나홀로 여행족'이 늘어나게 되었다.

여성 3명의 사례조사를 통해서 나홀로 여행족들은 자유를 만끽할 수 있고 자신을 돌아볼 수 있어 나홀로 여행을 즐기고 있었으며, 산·바다·문화시설 등 개인의 취향에 맞게 다양한 곳을 여행하고 있다.

따라서 새로운 관광콘텐츠로서 나홀로 여행족이 지속 가능하기 위해서는 나홀로 여행족에 대한 인프라 구축이 시급하다. 나홀로 여행족들이 편하게 이용할 수 있는 1인 전용 숙박시설 및 식당 등의 시설을 도입하고, 이들의 안전을 보장할 수 있는 제도 및 장치를 다각적으로 마련해야 한다.

본 연구는 최근 주목하고 있는 '나홀로 여행족'을 대상으로 그들의 배경과 특성을 사례조사를 통해 알아봄으로써 새로운 연구대상을 제공하고 새로운 관광콘텐츠로서의 의미를 알아보는데 학문적 의의가 있다. 또한 실제적으로 여행사 및 기업들에게는 나홀로 여행족에 대한 사회문화적 분석을 통한 새로운 관광콘텐츠를 제공함으로써 여행 및 관광상품에 대한 기초적인 자료제공의 의의가 있다. 하지만 본 연구는 적은 수의 사람들을 대상으로 했다는 데에 한계점이 있다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 한국문화관광연구원, "키워드로 보는 2015 국내의 관광트렌드" 투어고포커스 제 160호, 2015
- [2] 최지연, "관광콘텐츠 활용에 관한 지역간 비교연구", pp766, 한국콘텐츠학회 추계종합학술대회, 2007
- [3] 백혜진 외, "나홀로 국내 여행객의 여행계약, 협상, 태도 및 행동의도 간 구조관계 연구", pp115~134, 관광레저 연구, 제 27권 제1호, 2015