

# 관광환경 변화에 따른 테마형 문화공간(TCS) 연구

- 콘텐츠 E5(교육, 위락, 체험, 감성, 산업)를 적용한 일본과 한국사례를 중심으로 -

## Study of Theme-based Cultural Space According to the Changing Tourism Environment

- Focus on examples of Japan and Korea to which Contents E5(Education, Entertainment, Experience, Emotion and Economy) were applied -

**Author** 오상민 Oh, Sang-Min / 정회원, 상명대학교 대학원 조형예술·디자인학과 박사과정  
정용섭 Jung, Yong-Sub / 정회원, 상명대학교 산학협력단 특임교수  
한영호 Han, Young-Ho / 명예회장, 상명대학교 디자인대학 실내디자인학과 교수\*

**Abstract** The purpose of present study is that according to the changing tourism environment, detailed cultural environment will be utilized in the active way as systematized theme-based cultural space, and the increase of small theme-based cultural space will contribute to active participation of customers and local development with various programs.  
TCS was classified to theme-based cultural space contents E5(Education, Entertainment, Experience, Emotion and Economy) in focus of contents in which software is regarded more importantly than hardware, and was analyzed as contents of ten key tourism trend of the future.  
The present study indicate that experience centered tourism environment stood out in theme-based cultural space, and new era of cultural tourism to which storytelling in focus of emotion is applied will be coming.

**Keywords** 테마형 문화공간(TCS), 콘텐츠 E5, 미래 핵심관광트렌드, 체험  
Theme based Cultural Space, Contents E5, Future's key tourism trends, Experience

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경과 목적

21세기는 문화의 시대라고 한다. 문화는 한 시대를 대변하면서 한 민족과 국가의 성장성과 더불어 경제적인 부가가치의 중추적인 역할을 하고 있다. 현대 사회는 대중들의 물질적인 욕구가 충족되고 점차 관심의 초점이 삶의 질을 높이기 위한 방향으로 진행되면서 점차 문화공간이 삶의 질을 높여줄 수 있는 수단으로 각광 받고 있다. 이미 전 세계적으로 문화와 연관된 산업의 개발은 무한한 가능성을 인정받고 있으며, 국가경제에 미치는 막대한 효과로 인하여 다수의 나라들이 이에 주목하고 있다.

이에, 급변하는 관광환경 변화에 따른 배경에서 관광산업을 둘러싼 최근 환경변화 양상을 체계적으로 이해하고 정치, 경제, 사회, 문화, 환경 등 분야별 환경변화를

분석하여 문화공간의 범위를 확산시킴으로 관광의 자유로움과 즐거움을 확대시키고자 한다.

최근 국민 여가활동 패턴은 수동적인 형태에서 능동적인 형태로 변화되고 있으며, 여가시설도 질적·양적 측면에서 확충되어 이용자 선택의 폭이 확대되고 있다. 이용자들은 여가활동에 단순히 참여하기보다는 경험의 질적 가치를 중시하는 경향을 보이고 있다.<sup>1)</sup> 테마형 문화공간(TCS)<sup>2)</sup>은 특정 주제를 중심으로 상호 연관된 기능이 제고되도록 연출·운영하는 유희적인 공간으로 자연 조건이나 입지적 제약을 받지 않고도 이용자들의 다양한 소비 패턴 변화를 충족시키고 있다.<sup>3)</sup> 시대가 변하면서 문화적 욕구를 필요로 하는 사람들의 경향도 다양해지고 있다. 그로 인해 이러한 TCS는 관광환경이 변함을 인지

- 1) 오정학·김유일, 주제공원 이용자의 감정반응에 관한 연구, 관광학 연구, 2001, p.286
- 2) 테마형 문화공간은 본 연구에서 TCS(Theme based Cultural Space)로 표현한다.
- 3) 홍성권·이재원, 주제공원 이용자의 선택행동 이해 논리적 행위이론의 적용으로, 한국공원휴양학회지 1(1), 1999, pp.93-111

\* 교신저자(Corresponding Author): yhhan@smu.ac.kr

하고 여가의 형태에 따라 테마가 변함으로써 교육, 위락, 체험, 감성, 산업<sup>4)</sup>의 콘텐츠를 적극 적용하게 되었다.

이에 본 연구는 관광환경 변화에 따라 세분화된 문화 환경이 적극적으로 콘텐츠화 된 테마형 문화공간으로 활용되며 특정테마를 중심으로 하는 소규모의 테마형 공간이 증대되어 소비자의 적극적인 참여와 다양한 프로그램으로 지역발전에 기여하는 데 그 목적이 있다.

## 1.2. 연구 방법 및 범위

이론적 고찰을 통해 발췌한 테마형 문화공간(TCS) 중 90년도 이후의 사례들로 선정하였다. 또한 각각의 사례들 중 국외 사례들은 일본 테마파크의 사례와 전략(김희진, 커뮤니케이션북, 2008)에서 언급한 ‘일본을 사례연구의 대상으로 정한 배경<sup>5)</sup>에 의해 특정테마를 중심으로 한 테마형 문화공간이 형성이 잘 된 일본의 사례들로 제안하였다. 콘텐츠 E5(교육, 위락, 체험, 감성, 산업)를 도입한 TCS를 전문가 집단10인(트렌드 분석가, 테마형 문화공간 디자이너)들이 10곳을 직접 선정하도록 하였다. 각 사례들 10곳은 콘텐츠 특징요소 5가지와 핵심관광트렌드변화 10가지의 특징요소<sup>6)</sup>로 사례를 분류하여 분석하였다. 따라서 테마형 문화공간(TCS)이 관광환경 변화에 따라 달라진 다양한 테마로 문화공간을 연출함으로써 TCS의 새로운 시각과 즐거움으로 다양한 체험을 경험할 수 있도록 한다.

## 2. 관광환경의 변화와 특성

### 2.1. 관광환경의 변화구조

관광환경을 보면, 현재 우리사회는 고령화 사회로 진입하면서 환경에 대한 관심이 증대되고 있으며 경제성장 과 소비의 양극화 등 미래사회 경향 변화로 인해 맞춤형 관광상품을 선호하고 가치형 관광비용의 계획과 함께 교류·체류 활동이 증가되고 있다.

과거에는 휴양 위주의 수동적 관광형태를 보았다면 현재에는 목적이 다양화되어 자기개발이나 자아발견을 위한 체험·참여 위주의 적극적·능동적 관광형태로 변화하

고 있다. 그러면서 자연 친화적이고 문화·체험을 중시하는 새로운 관광패러다임이 출현하고 있다.

수요자·공급자의 경향을 보면 수요자는 중장년세대 참여 증가와 여가활동이 자아개발적 활동으로 형태가 변화하였고, 몰링(Malling)족의 등장, 여가시간의 증대로 여가활동은 가족중심형으로 바뀌면서 몰링족이 등장하게 되었다. 주 5일제 근무제로 여가시간이 증대되어 숙박제형 여가활동의 유형으로 바뀌었고, 웰빙문화를 중시하는 삶의 질의 가치를 높이 여기게 되었다. 이로 인해 공급자는 다양한 패턴의 여가 공간을 개발하며 복합적이며 특성화를 고려한 공간연출 마케팅을 추구해야 한다. 주거와 여가공간의 통합화시키는 시너지를 창출하는 패러다임을 제시해야 한다.

<표 1> 수요자·공급자의 경향 변화

구분	내용
수요자 경향 변화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중장년세대 참여 증가 : 와인세대와 시니어세대의 여가활동 참여 증가</li> <li>• 여가활동 형태변화 : 코코형(소극적 활동)→활동형(적극적 활동)→실속형(자아개발적 활동)</li> <li>• 가족중심형 여가활동 : 핵가족화 중심, 개별적이고 특화된 여가활동</li> <li>• 몰링족(Malling) 등장 : 쇼핑, 레저, 스포츠를 동시에 즐기는 경향, one-stop 여가생활</li> <li>• 여가시간 증대 : 주5일 근무제 정착, 숙박제형 여가활동 증가</li> <li>• 삶의 질 중시 : 여가활동 관심증대, 웰빙 문화 대두</li> </ul>
공급자 경향 변화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다양한 여가 공간 개발 : 신규고객 창출을 위한 다양한 패턴의 개발 지향</li> <li>• 복합화 및 특성화 공존 : Multi-complex지향, Specialized space 지향, 공간연출 마케팅 추구</li> <li>• 환경 및 자연친화적 여가 공간 개발 : 현대사회의 이슈인 친환경적 개발 지향</li> <li>• 주거와 여가공간의 통합화 : 주거공간과 여가공간의 통합화로 시너지 창출</li> </ul>

<표 1><sup>7)</sup>의 수요자·공급자의 경향 변화로 인해 미래의 관광환경의 변화는 <그림 1><sup>8)</sup>과 같은 키워드를 도출해 낼 수 있었다. 키워드는 여성, 시니어, 감성, 레저 스포츠, 체험, 가족, 자연, 예술 문화, 건강, 교육, 위락, 첨단 미술, 산업 등이다. 미래사회가 요구되어지는 변화를 미래관광 환경의 패러다임을 제시할 수 있다.

1990년대 후반 IMF 이후, 개인뿐만 아니라 사회 전반적으로 빈익빈 부익부 현상이 심화되고 있으며, 이는 여가부분에서도 고소득층의 소비 증가 현상이 두드러지고 있다. 하지만 대다수의 중산층 및 저소득층은 실질소득의 감소 및 물가상승으로 인한 가처분 소득의 축소로 가정 또는 거주지 주변지역에서의 소극적 여가활동(home based leisure activity)을 선호하는 추세이다.

여가환경의 양극화에 따라 여가시간의 소비방향은 시간과 가격을 고려한 합리적인 구매 패턴이 나타나고 있으며, 건전한 여가 즉, 자연 및 문화체험, 스포츠를 동반

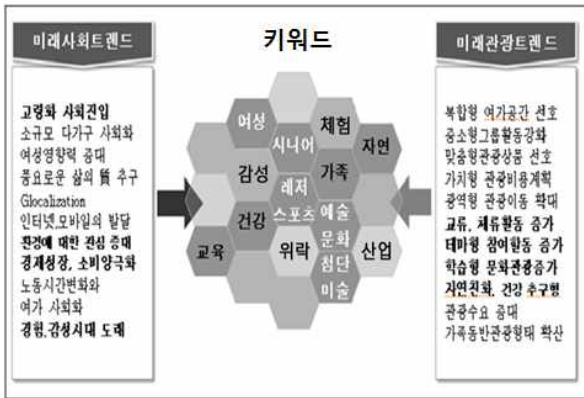
4) 산업의 영문은 (industry)로 쓰이나, 본 연구에서는 E5의 이니셜을 맞추기 위해 비슷한 의미의 경제: Economy라는 용어로 대체함.

5) 일본을 사례연구의 대상으로 정한 배경-1. 일본은 지역을 효과적으로 개발하고 경제를 활성화시키기 위한 전략의 하나로 일찍이 테마파크에 관심을 두어 그 역사가 깊고 규모도 세계적인 수준에 도달하고 있다. 2. 일본은 테마파크를 둘러싼 시장 환경이나 지역여건이 우리와 비슷한 점이 많아 다른 나라를 모델로 참고했을 경우보다 부작용과 위험부담이 매우 적다. 3. 일본은 유럽이나 미국에서 성공한 수많은 테마파크의 다양한 유형의 모방과 재현을 통한 비즈니스 모델을 창출하는 데에는 상당한 경험과 노하우를 가진 나라이므로 벤치마킹할 수 있는 대상으로 비교적 적합하다.

6) 심원섭, 최근 관광트렌드 변화와 향후 정책방향, 한국문화관광연구원, 2010.5, pp.227-229

7) 강원랜드 모터스포츠 기본계획서. 관광 트렌드 경향 보고서, 2011

8) 강원랜드 모터스포츠 기본계획서. 관광 트렌드 경향 보고서, 2011, 재편집



<그림 1> 미래 관광경향

한 활동, 관광과 노동을 동시에 체험하는 프로그램 등 실질가치를 추구하는 활동이 증가하고 있다.

이때, 여가는 체험, 참여, 학습 등의 목적성 여가형태로 나타나고 있으며, 유명 관광지 또는 리조트 등의 문화공간에서 자연, 환경, 문화, 스포츠 등을 다루는 테마형 여가환경으로 변화되고 있는 추세이다. 그리고 노동의 유연성 증대, 법정 공휴일 축소 및 휴가 일수의 증대로 이용자의 시간선택 및 목적지 선택의 여지가 증가함으로써 촉진된다고 볼 수 있다. 이것은 여가시기의 분산 및 개인별 취향에 따른 장소, 활동 등의 선택이 다양화, 구체화되고 있으며, 투자비를 줄여 시설의 규모 및 종류는 축소하되, 서비스 및 콘텐츠의 개발로서 이용자를 유인하는 문화공간이 등장하였다. 다음 <표 2><sup>9)</sup> 주5일 근무와 소프트산업의 변화에서 보듯이, 주5일 근무로 인해 가족과 함께 학습의 기회를 체험을 통해 휴식과 오락을 함께 즐길 수 있는 관광여가 환경으로 바뀌고 있음을 알 수 있다.

<표 2> 주5일 근무에 따른 7대 경향

구분	Family	Recreation	Experience	Education	Dual Job	Outdoor	Mania
경향	가족과의 유대강화	휴식과 오락 선호	체험형 소비의 일반화	학습의 기회증가	복수직업 보유	야외활동 강화	매니어의 활동 활발

최근 시설환경 경향은 체류형관광지와 같은 차별화된 컨셉을 가진 복합시설로서, 3가지 이상의 컨셉을 가진 시설로 이루어진다. 이러한 복합시설의 진화는 자연, 건강체험, 문화와 아트, 교육 등의 프로그램이 강화, 다양한 시설의 복합화 및 연계화 등 고객구성 및 니즈변화에 적극 대처하기 위한 시설로 경향을 변화시켰다. 이러한 변화는 레저에 대한 소비자 의식과 라이프스타일의 변화로 질 높은 서비스 욕구에 대응하기 위한 복합리조트 시대가 도래한 것으로 분석된다.

또한 한국관광공사의 2008년 국내여행실태조사에 따르

9) 주5일 근무와 소프트산업의 변화, 삼성경제연구, 2002

면, 국내여행 만족도는 유지 관리 영역, 중점 개선 영역, 개선 영역, 현상 유지 영역의 총 4가지 영역으로 분류할 수 있는데, 분석결과 국내여행 방문객은 유지관리 영역인 숙박시설 및 볼거리/관광내용의 중요도 및 만족도가 가장 높은 것으로 나타났고, 방문객은 교통/식당 및 음식의 중요성 보다는 관광편의시설, 숙박 및 볼거리/관광내용 등 체류형 시설과 콘텐츠 요소를 중요하게 생각하는 것으로 분석되었다. 국내여행의 관광객 만족도에 따른 경향은 볼거리/관광내용과 연계한 숙박시설의 도입으로 해석할 수 있다.

## 2.2. 관광환경의 미래경향과 특성

관광환경의 사회적, 정치적, 경제적인 변화구조로 인해 소비자층의 관광 경향이 변하고 있음을 알 수 있었다. 이러한 변화는 최근 관광 트렌드 변화와 향후 정책방향에 관해 발표한 <표 3><sup>10)</sup>과 같이 10대 핵심관광트렌드에서 키워드를 추출하였다.

<표 3> 10대 핵심관광트렌드와 가치

10대 핵심관광트렌드	트렌드 가치
멀티컬처 관광소비 확산	다문화적 가치를 통한 관광 멀티컬처에 기반한 새로운 한류관광의 준비 좋은 코리아 이미지 형성
뉴시니어 핵심관광 소비계층으로 부상	관광의 새로운 도전, 시니어 관광의 본격화 소극적 실버관광을 넘어, 본격적 실버복지관광 시대 도래
웰스투어리즘의 확산	여행과 건강을 한꺼번에, 웰빙관광의 확산 웰빙관광과 휴양문화의 조화
소비자가 주도하는 창조관광 시대	크리투어슈머(Cretoursumer)의 확산 당신의, 당신을 위한, 당신에 의한 관광 현명한(WISE)관광 소비의 시대
체험기반 관광소비자, 트라이투어슈머의 부상	체험기반 가치소비 관광의 확산 감성기반 체험관광의 확산 스토리텔링 관광의 확대 디자인과 스타일(문화, 이미지, 상징의 조화) 관광의 시대
소셜네트워크가 주도하는 관광의 시대	호모 모빌리쿠스(Homo Mobilicus)의 확산 모바일 기반 관광비즈니스 개발경쟁 가속화 온라인 네트워킹을 통한 생산적 여가관광활동의 증가
관광, 그리니비즈니스 (Greener Business)화 진입	그린 관광비즈니스의 부상 녹색관광 서비스 산업의 부가가치 상승 그리니엄 관광소비, 에코러셔리 관광소비 확산
네오 럭셔리 관광소비의 확산	메스티지 관광시장의 확산 고급 여행관광, 일상 속으로 고품질 저비용 관광에 대한 수요 확산 합리적 명품 관광소비(가치관광)의 확산
레저재핑 (Leisure Zapping)의 시대	블레저(Bleisure) 계층의 확산 일과 여가, 여가와 관광의 영역 모호화 현상의 가속화 창조적 계층이 주도하는 여가시장
착한 관광소비자, 착한 관광기업의 시대	사회적 책임관광의 확산 공정관광의 확산 관광기업의 사회적 책임요구의 증대 아름다운 여행소비의 시대

10) 심원섭, 최근 관광트렌드 변화와 향후 정책방향, 한국문화관광연구원, 2010

관광환경 미래의 10대 핵심관광트렌드를 살펴보면 위의 <표 3>에서 보듯이 멀티컬처 관광소비 확산, 뉴시니어 핵심관광 소비계층으로 부상, 헬스투어리즘의 확산, 소비자가 주도하는 창조관광 시대, 체험하는 관광소비자, 트라이투어슈머의 부상, 소셜네트워크가 주도하는 관광의 시대, 관광, 그리너비즈니스화 진입, 네오 럭셔리 관광소비의 확산, 레저재평의 시대, 착한 관광소비자, 착한 관광기업의 시대 등이다. 10대 핵심관광트렌드의 각각의 요소들은 미래의 더욱 세분화된 관광 트렌드 가치를 제시해주는 중요한 기반이 될 것이다. 때문에 10대 핵심관광트렌드를 본 연구의 4장 TCS 사례조사에서 체크리스트의 평가요소로 사용하고자 한다.

### 3. 테마형 문화공간(TCS)의 이해

#### 3.1. 문화공간과 테마파크의 융합

문화공간이란 일상생활에 있어서 삶의 질을 향상 시켜 줄 수 있는 공간으로서 삶의 여유를 느낄 수 있도록 가꾸어진 환경이다. 생리적 욕구의 충족을 위한 생활과 환경, 공간의 질이 요구되지만, 궁극적으로 문화적인 자아 실현 욕구의 만족을 보장하는 생활과 문화공간의 질이 요구된다. 또한 문화공간의 개념에는 관습적으로 문화공간이라고 인식하고 있는 세종문화회관, 예술의 전당, 아트갤러리(Art-Gallery) 등의 문화시설로 분류하는 ‘협회의 문화공간’과 문화의 거리, 문화지구, 문화벨트로 구분되는 시민의 일상적 삶이 이어지는 다양한 ‘일상공간’이 포함된다.<sup>11)</sup>

경제적인 부가가치의 중추적인 역할을 하고 있는 관광환경 경향의 의미와 맥락으로 세계화에 따른 다문화 형성 및 인식전환, 고령화 사회와 부상하는 시니어, 소비자의 영향력이 강해지고 있는 밀바탕에는 디지털기술의 발달과 뉴미디어의 등장이 자리를 잡고 역할의 증대, 소비자는 상품 및 서비스의 기능이나 성능보다는 정신적, 심리적 만족을 더 중시하는 감성자극 체험소비의 확산, 통신과 미디어 시장의 지형변화, 녹색산업의 성장은 자연과 인간이 상생하면서 성장하는 사회를 만드는 장기적인 공존 전략이 되면서 녹색산업의 부상하고 있다.

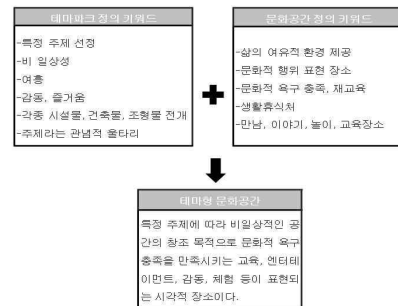
본 연구를 위한 테마형 문화환경의 범위는 ‘장르로서 문화’가 아닌 ‘삶과 사회, 공간의 컨텍스트로서 문화’이다. 즉 광의의 개념에서 문화공간을 연구대상으로 한다.

문화환경의 형태는 크게 세 가지로 구분된다. 첫 번째 점적인 시설영역이다. 예컨대 공연장이나 전시장, 공원 등과 같은 다양한 시설들이 여기에 포함된다. 두 번째는

면적인 지역영역으로, 여기에는 문화환경 조성을 목적으로 조성된 ‘문화지구’나 ‘관광특구’, ‘특화거리’ 등 다양한 유형이 존재한다. 그리고 마지막으로 무형이지만 지역의 문화환경을 조성하는 ‘축제·이벤트 영역’이 있다.

문화가 복잡다양하고 포괄적이기 때문에 한마디로 결론을 내리기는 어렵지만 인간을 중심으로 일어나고 지역 특성에 따라 변화돼 나타나기 때문에 문화를 담아내는 공간, 문화공간도 이와 비슷한 양상을 띤다. 인간의 상호작용에 의해 만들어지는 문화공간은 공간적 개념으로 구체적인 문화행위를 담을 수 있는 ‘장소’로서의 의미를 지닌다고 할 수 있다. 문화행위가 특정 지역과 시대정신의 표출이라면 이를 수용하는 문화공간의 개념은 결국 그 시대 그 지역이라는 시·공간적 개념으로 인식된다. 도심이라는 장소의 공간적 개념과 다양성이 요구되는 현대라는 시간적 개념이 더해진 도심지 문화공간은 도시 속에서 쉽게 시민들이 접근할 수 있는 여가, 취미활동의 장소이고 오락과 휴식을 위한 장소로서의 의미를 지닌다. 더 나아가 시민들의 다양한 문화적 욕구를 충족시키고 재교육할 수 있는 장소로서의 의미를 지니고 있다.

문화공간과 테마파크의 선행연구자료에서 보면, 문화공간은 김경환, 김관희, 위대복, 이범재, 전윤진, 주용욱이 특정 주제 선정, 비 일상성, 여흥, 감동, 즐거움, 각종 시설물, 건축물, 조형물 전개, 주제라는 관념적 울타리의 키워드를 추출하였고, 테마파크는 J.Cameron, Marriot, Perry, 최혜실, 한국관광공사, 권오흡은 삶의 여유적 환경 제공, 문화적 행위 표현 장소, 문화적 욕구 충족, 재교육, 생활휴식처, 만남, 이야기, 놀이, 교육장소 키워드를 추출하였다.

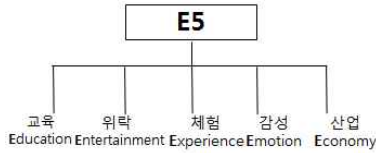


<그림 2> 테마형 문화공간으로의 융합

위의 <그림 2>는 선행연구에서 나타난 특징들을 서로 융합해 테마형 문화공간의 키워드를 정리한 것이다.

문화공간과 테마파크 정의를 융합한 결과, 다음 <그림 3>과 같이 콘텐츠 E5를 도출할 수 있었다.

11) 위대복, 중소도시의 문화공간 확보방안에 관한 연구 : 청주시 전시공간을 중심으로, 서원대학교 석사학위논문, 2010, p.12



<그림 3> 콘텐츠 E5 추출

이는 선행연구에서 추출한 키워드를 정리하여 도출하였지만, 앞서 2장에서 <그림 1> 미래 관광경향의 키워드에서도 공통적으로 나타났음을 알 수 있었다. 이에 콘텐츠 E5는 관광환경의 변화와 함께 문화공간에 대한 연계성을 입증해주는 부분이라 할 수 있다. 콘텐츠 E5는 본 연구 4장에서 사례들의 특징을 살펴보고 분석요인으로 사용된다.

### 3.2. 콘텐츠 E5(교육, 위락, 체험, 감성, 산업) 테마형 문화공간의 분류 및 특성

콘텐츠 E5는 놀이 체험교육을 중요시 여기는 교육 콘텐츠(교육: Education), 탈일상의 공간에서 몰입을 유도하는 위락 콘텐츠(위락: Entertainment), 소비자의 욕구에 부응하는 체험테마 중심의 체험 콘텐츠(체험: Experience), 스토리로 인한 감성적인 마케팅을 전달하는 감성 콘텐츠(감성: Emotion), 테마상품을 개발하여 고부가가치를 창출시키는 산업 콘텐츠(산업: Economy)로 분류하였다. 다음 <표 4>에서는 구체화된 특성을 제시하고 있다.

<표 4> 콘텐츠 E5의 분류와 특성

콘텐츠 E5	특성
교육	어린이의 발달단계에 맞춘 놀이 체험 형식으로 제공 다양한 프로그램을 지역의정서 및 환경과 트렌드에 맞게 해석 탈일상적 공간에서 흥미로운 체험을 하게 됨으로써 진정한 에듀테인먼트를 경험
위락	차별화된 흥미진진한 탈일상 공간으로 관람객의 몰입 유도 캐릭터 산업과 재미있는 비주얼 테마로 부분적인 선택적 입장 시스템을 통하여 관람객의 동선을 분산하고, 수익성을 강화
체험	여가시간이 늘면서 체험을 테마로 하는 여행이 증가 가족중심으로 자연, 건강을 추구하는 참여활동이 주목을 받음 웰빙과 지역의 독특한 테마가 접목, 지역성과 역사성을 연결하여 프로그램을 형성 소비자의 요구에 부응하는 테마 추구
감성	스토리를 바탕으로 문화 체험과 다양한 캐릭터 산업으로 연계 로하스 <sup>12)</sup> 체험 프로그램과 감성적인 마케팅(동화, 애니메이션, PPL, 공중파 드라마 등)전략을 도입
산업	고품질의 다양한 상품을 마련, 그와 관련된 다양하고 재미있는 체험 프로그램을 구비 농업을 가공, 판매단계를 거쳐 고부가가치 산업으로 창출 '체험'을 주제로 하는 테마상품으로 개발하여 탈일상적인 휴식의 환경을 구현 역사문화요소를 축제로 결합시켜 행사와 행정적 지원을 연계

12) 로하스(LOHAS): 네이버 지식사전

Lifestyles of Health And Sustainability 2000년에 미국의 '내추럴 마케팅 연구소'가 처음으로 사용한 용어로 건강과 지속적인 성장을 추구하는 생활방식 또는 이를 실천하려는 사람을 말한다. 뉴욕타임즈 2003년 7월 미래 소비를 주도할 키워드로 소개하기도 했다.

## 4. 관광환경 변화에 따른 테마형 문화공간(TCS)

### 4.1. 사례조사 선정

이론적 고찰을 통해 발췌한 테마형 문화공간(TCS) 중 90년도 이후의 사례들로 선정하였다. 또한 각각의 사례들 중 국외 사례들은 일본 사례를 중심으로 하였다.

일본을 사례연구의 대상으로 정한 배경은 첫째, 일본은 지역을 효과적으로 개발하고 경제를 활성화시키기 위한 전략의 하나로 일찍이 테마파크에 관심을 두어 그 역사가 깊고 규모도 세계적인 수준에 도달하고 있다. 둘째, 일본은 테마파크를 둘러싼 시장 환경이나 지역여건이 우리와 비슷한 점이 많아 다른 나라를 모델로 참고했을 경우보다 부작용과 위험부담이 매우 적다. 셋째, 일본은 유럽이나 미국에서 성공한 수많은 테마파크의 다양한 유형의 모방과 재현을 통한 비즈니스 모델을 창출하는 데에는 상당한 경험과 노하우를 가진 나라이므로 벤치마킹할 수 있는 대상으로 비교적 적합하다.<sup>13)</sup>에 의해 특정테마를 중심으로 한 테마형 문화공간이 형성이 잘 된 일본의 사례들로 제안하였다.

또한, 이러한 사례 선정은 콘텐츠 E5(교육, 위락, 체험, 감성, 산업)를 도입한 TCS를 전문가 집단10인(트렌드 분석가, 테마형 문화공간 디자이너)들이 10곳을 직접 선정하도록 하였다. 선정기준은 최근 10년 동안의 테마파크 관련논문, 어린이 교육, 위락, 체험, 감성의 테마공간논문, 지역발전을 위한 테마파크 등의 1차적 자료 중 사례 분석으로 3번 이상 언급된 사례와 10명의 전문가 집단이 경험적 자료를 통하여 10개의 사례들을 선정하였다.

### 4.2. 사례조사 분석

분석틀은 콘텐츠 E5(교육, 위락, 체험, 감성, 산업)가 잘 적극적으로 표현된 사례들로 총 10곳의 TCS를 조사하여 콘텐츠 특징요소 5가지와 핵심관광트렌드변화 10가지의 특징요소로 사례를 분류하여 분석하였다.

핵심관광트렌드 10의 분석방법은 (유●, 무○)로 구분하여 분류하였고, 콘텐츠 E5는 5단계로 구분하여 이는 서로 각각의 콘텐츠들이 다른 콘텐츠들과 연계되어 연관성을 가지고 있음을 나타내고자 쉽게 비교할 수 있도록 도표화시켰다. <표 5> 사례분석은 다음과 같다.

13) 김희진, 일본 테마파크의 사례와 전략, 커뮤니케이션북, 2008, 머리말 v


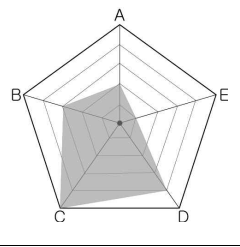

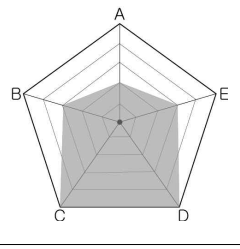

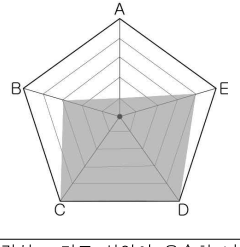

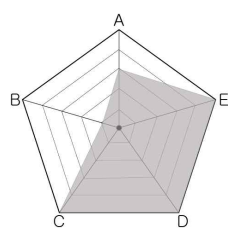
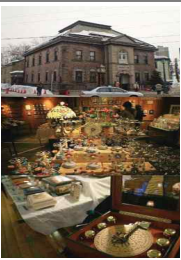
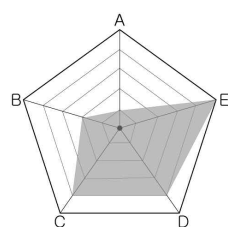
<표 5> 사례분석

※핵심관광트렌드 : ● :유, ○ :무

※콘텐츠 E5

A:교육 Education, B:위락 Entertainment, C:체험 Experience, D:감성 Emotion, E:산업 Economy

사례명	년도·장소	이미지	개념	핵심관광트렌드 10	콘텐츠 E5	
1	1995년 서울특별시 송파구 신천동		삼성어린이박물관은 삼성문화재단이 1995년 5월 5일에 어린이들에게 선진적인 문화체험의 기회를 제공하기 위해 세운 최초의 어린이 박물관이며, 주 관람자인 어린이들에게 각양각색의 학습환경을 제공하며 재미있는 체험전시를 통하여 희망과 미래 비전을 꿈꿀 수 있도록 구성된 전시장이다.	멀티컬처 관광소비	○	
				뉴시니어 핵심관광	○	
헬스투어리즘	○					
소비자주도 창조관광	●					
트라이투어슈머	●					
소셜네트워크 관광	●					
관광 그리너비즈니스	●					
네오 럭셔리 관광	○					
레저재핑	○					
착한 소비자, 착한 기업시대	○					
평가	핵심관광트렌드 10에서 소비자주도 창조관광, 트라이투어슈머, 소셜네트워크 관광, 관광 그리너비즈니스가 나타났고, 콘텐츠 E5에서는 교육과 체험의 요소가 크게 나타나고 있음을 알 수 있다.					
2	1997년 일본 아사키시 기타구 오기마치		일본 아사키시에 위치한 키즈플라자는 지적호기심과 창조성, 타인 및 타 문화의 교류와 상호이해, 자연 및 우주의 이해와 공생, 일본 전통문화의 전승 및 창조의 4가지 기본 이념을 바탕으로 운영되고 있다.	멀티컬처 관광소비	○	
				뉴시니어 핵심관광	○	
헬스투어리즘	○					
소비자주도 창조관광	●					
트라이투어슈머	●					
소셜네트워크 관광	●					
관광 그리너비즈니스	●					
네오 럭셔리 관광	○					
레저재핑	○					
착한 소비자, 착한 기업시대	○					
평가	핵심관광트렌드 10에서 소비자주도 창조관광, 트라이투어슈머, 소셜네트워크 관광, 관광 그리너비즈니스가 나타났고, 콘텐츠 E5에서는 교육과 체험의 요소가 두드러짐을 알 수 있다.					
3	2005년 경기도 파주시 탄현면 법흥리 1652번지 헤이리예술마을		‘딸기가 좋아’는 기존의 따분하고 획일적인 프로그램에서 벗어나 딸기만의 상상력이 녹아들어 있는 캐릭터성을 바탕으로 실험적이고 창의적인 다양한 워크샵을 통해 각각의 개성을 살려줄 수 있도록 독특한 프로그램들이 준비된 공간이다.	멀티컬처 관광소비	○	
				뉴시니어 핵심관광	○	
헬스투어리즘	○					
소비자주도 창조관광	●					
트라이투어슈머	●					
소셜네트워크 관광	●					
관광 그리너비즈니스	○					
네오 럭셔리 관광	○					
레저재핑	○					
착한 소비자, 착한 기업시대	○					
평가	핵심관광트렌드 10에서 소비자주도 창조관광, 트라이투어슈머, 소셜네트워크 관광이 나타났고, 콘텐츠 E5에서는 위락과 체험이 두드러졌으며 감성이 우수하게 나타났다.					
4	1990년 동경 타마시		퓨로랜드는 전천후 실내 테마파크로 pierrot(삐에로)와 pure(순수)의 합성어이며, 산리오의 인기 캐릭터 헬로키티 등을 내세운 캐릭터 테마파크이며, 하루종일 즐길 수 있는 쇼 계열의 어트랙션을 주개 전개한다. 다양한 형태의 라이브쇼와 계절 이벤트, 캐릭터 중심의 운영 특성을 지닌다.	멀티컬처 관광소비	○	
				뉴시니어 핵심관광	○	
헬스투어리즘	○					
소비자주도 창조관광	●					
트라이투어슈머	●					
소셜네트워크 관광	●					
관광 그리너비즈니스	○					
네오 럭셔리 관광	○					
레저재핑	○					
착한 소비자, 착한 기업시대	○					
평가	핵심관광트렌드 10에서 소비자주도 창조관광, 트라이투어슈머, 소셜네트워크 관광이 나타났고, 콘텐츠 E5에서는 위락과 체험, 감성이 우수하게 나타났다.					
5	2007년 강원도 홍천군 서면		힐리언스 선마울은 “국민의 평균수명이 크게 늘어나면서 질병의 치유보다 예방이 더 중요하다.”라는 필요성을 깨닫고 2007년 설립된 신개념의 생활습관 개선 프로그램을 개발하여 만들어진 곳이다.	멀티컬처 관광소비	○	
				뉴시니어 핵심관광	●	
헬스투어리즘	●					
소비자주도 창조관광	○					
트라이투어슈머	●					
소셜네트워크 관광	○					
관광 그리너비즈니스	●					
네오 럭셔리 관광	●					
레저재핑	●					
착한 소비자, 착한 기업시대	○					
평가	핵심관광트렌드 10에서 뉴시니어 핵심관광, 헬스투어리즘, 트라이투어슈머, 관광 그리너비즈니스, 네오 럭셔리 관광, 레저재핑이 나타났고, 콘텐츠 E5에서는 체험과 감성이 두드러지게 나타났다.					

사례명	년도·장소	이미지	개념	핵심관광트렌드 10	콘텐츠 E5	
6	니지노사토 일본 시즈오카현 이즈시슈젠시		니지노사토는 무지개 마을이라는 뜻으로 영국, 캐나다, 일본식 정원으로 구성되어 있다. 정원체험으로 각 나라의 분위기를 체험할 수 있다. 시간에 맞춰 셔틀 버스와 기차가 다닐 정도로 넓기 때문에 시간을 충분히 가지고 둘러보는 것이 좋다.	멀티컬처 관광소비	●	
				뉴시니어 핵심관광	○	
평가	핵심관광트렌드 10에서 멀티컬처 관광소비, 소비자주도 창조관광, 트라이투어슈머, 소셜네트워크 관광이 나타났고, 콘텐츠 E5에서는 체험과 감성이 두드러지게 나타났다.					
7	장성 홍길동 테마파크		최초의 한글소설 '홍길동전'의 주인공인 홍길동이 오늘날의 전라북도 장성군 황룡명 아곡1리 아치실에서 태어난 실존인물로 증명되고 있다. 이에 맞추어 그 생애와 사상을 널리 알리고 보존하기 위한 홍길동 생가복원 캐릭터 개발 등의 홍길동 관련 사업을 육성하고 발전시키고자한다.	멀티컬처 관광소비	○	
				뉴시니어 핵심관광	○	
평가	핵심관광트렌드 10에서 트라이투어슈머, 소셜네트워크 관광이 나타났고, 콘텐츠 E5에서는 체험과 감성이 우수하게 나타났다.					
8	토토로마을 일본 규슈 오미타현 사이키시 우에오야라미나미 타바루		'이웃집 토토로'는 애니메이션의 거장 미야자키 하야오가 일본에 진 빚을 돌려주기 위해 만들었다. 사람들은 잃어버린 옛 모습과 정취를 찾아 유후인으로 오게 되고, 관광객은 절제의 미학이 살아 숨쉬는 고즈넉한 시골마을에서 적절한 규모에서 최고의 만족을 느끼게 된다.	멀티컬처 관광소비	○	
				뉴시니어 핵심관광	○	
평가	핵심관광트렌드 10에서 트라이투어슈머, 소셜네트워크 관광이 나타났고, 콘텐츠 E5에서는 체험, 감성 그리고 산업이 우수히 나타났다.					
9	파주 프로방스 경기도 파주시 탄현면 성동리		파주 프로방스는 일년내내 태양이 내리쬐는 프랑스의 남부도시 프로방스(Provence)를 모델로 만들어진 쇼핑 단지이다. 프랑스의 프로방스처럼 매혹적인 허브와 풍부한 색채를 사용하여 단지를 구성하였다. 도자기 등 체험과 음식을 즐길 수 있는 곳이다.	멀티컬처 관광소비	●	
				뉴시니어 핵심관광	○	
평가	핵심관광트렌드 10에서 멀티컬처 관광소비, 소비자주도 창조관광, 트라이투어슈머, 소셜네트워크 관광, 네오 럭셔리 관광, 착한 소비자 착한 기업시대가 나타났고, 콘텐츠 E5에서는 체험과 감성, 산업이 우수히 나타났다.					
10	오르골마을 일본 오타루 기타이치 가리시 마을		일본 최대 규모의 오르골당으로 조성모의 "가시나무" 뮤직비디오에서 이영애가 근무하던 곳으로도 나왔다. 1912년에 지어진 고풍스러운 건물로 오르골 5,000여 점을 판매하고 있고, 본당 대각선 맞은편에 자리한 오르골당 2호점에서는 앤틱 오르골을 만날 수 있다.	멀티컬처 관광소비	○	
				뉴시니어 핵심관광	○	
평가	핵심관광트렌드 10에서 트라이투어슈머가 나타났고, 콘텐츠 E5에서는 산업이 우수히 나타났으며 체험과 감성도 두드러지게 나타났다.					

## 5. 결론

본 연구는 관광환경 변화에 따라 테마형 문화공간(TCS)의 영역이 보다 확산되면서 적극적이고, 능동적인 체험위주의 관광환경으로 변화되어짐을 언급하며, 특정

테마를 중심으로 하는 소규모의 테마형 문화공간이 증대되어, 소비자층이 직접 참여하는 형태로 변화되고 있음을 알 수 있었다.

본 연구분석은 다음과 같은 결과를 얻을 수 있었다. 핵심관광트렌드 10의 분석결과는 <표 6>과 같다.

<표 6> 핵심관광트렌드 10의 분석결과

핵심관광트렌드	사례 1	사례 2	사례 3	사례 4	사례 5	사례 6	사례 7	사례 8	사례 9	사례 10	계
1 멀티컬처 관광소비	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	2
2 뉴시니어 핵심관광	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1
3 헬스투어리즘	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1
4 소비자주도 창조관광	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	6
5 트라이투어슈머	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	10
6 소셜네트워크 관광	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	8
7 관광 그리너비즈니스	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	3
8 네오 럭셔리 관광	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	2
9 레저재핑	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1
10 착한 소비자·착한 기업시대	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1

체험을 기반한 가치소비 트라이투어슈머는 100%, 모바일 기반의 관광비즈니스 온라인 네트워크의 소셜네트워크 관광은 80%로 우수히 나타났다. 다음으로 현명한 관광의 소비시대를 이끄는 소비자 주도 창조관광이 60%를 차지했으며, 뉴시니어 핵심관광, 헬스투어리즘, 레저재핑, 착한 소비자·착한 기업시대는 각각 10%로 가장 소극적으로 나타났다.

또한 콘텐츠 E5를 분석한 결과는 <표 7>과 같다. 각각의 콘텐츠 적용도를 5로 보았을 때 적용되는 정도의 수를 1-5단계로 표현한 것이다.

<표 7> 콘텐츠 E5의 분석결과

콘텐츠	사례1	사례2	사례3	사례4	사례5	사례6	사례7	사례8	사례9	사례10	계
1 교육	5	5	2	2	2	2	2	1	3	1	25
2 위락	3	3	5	5	2	3	3	3	1	2	30
3 체험	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4 감성	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
5 산업	2	2	3	3	1	1	3	4	5	5	29

체험 콘텐츠가 98%로 차지하고 있었으며, 감성 콘텐츠는 86%로 우수히 나타났다. 위락 콘텐츠는 60%이고, 산업 콘텐츠는 58%, 교육 콘텐츠는 50%순으로 나타났다. 분석결과 핵심관광트렌드 10과 콘텐츠 E5에서 모두 체험의 비중이 상당히 적극적으로 표현되어지고 있는 것을 알 수 있었다. 또한, 테마형 문화공간을 방문 시 필수 요소가 됨을 나타내고 있다.

본 연구에서는 다음과 같은 결론을 도출하였다.

문화환경을 찾는 근래의 관광트렌드는 주 5일제 실시와 함께 여가시간이 많아져서 가족단위의 소그룹 형태로 활동하는 소셜 네트워크형 관광행태로 성향이 바뀌고 있으며, 소비형태 또한 소비자가 주도하는 창조형 소비를 선호하고, 감성적인 체험의 요소를 능동적이고 적극적으로 찾아다니는 트라이슈머형 관광트렌드로 변하고 있다는 것이다. 또한 테마형 문화공간(TCS)의 형식도 하드웨어 중심의 놀이형 문화공간에서 소프트웨어 중심의 감성

형 문화공간이 선호되고 있으며, 공간의 형태도 도입시설의 규모 및 품질보다도 도입된 콘텐츠의 구성요소 및 체험방법에 소비자는 관심을 보이고 있다는 것이다.

따라서 관광환경 변화에 민감한 테마형 문화공간을 창출하기 위해서는 문화환경을 구성하는 콘텐츠의 연구가 선행되어야 하며, 문화환경에서 즐기고자 하는 문화를 공간속에서 주제를 가지고 표현하여 체험자의 감성을 자극하는 일탈의 공간을 제공하는 것이 중요하다고 판단된다.

본 연구에서 90년대 이후의 사례들을 분석하다 보니 미래 관광 트렌드를 적극적으로 예측하지 못하고 있는 점은 아쉽지만 연구결과와 같이 과거의 TCS에서 미래의 TCS는 문화환경에서 일탈을 요구하는 관광객의 니즈가 새로운 감성적인 콘텐츠를 찾는 지속성이 유지될 것으로 예측되며, 콘텐츠 E5가 서로 연계되어 모두 적극적으로 나타난다면 미래의 관광 환경에 보다 접근한 테마형 문화공간이 될 수 있으리라 본다.

이에 근거하여 향후 연구과제는 체험을 위주로 하는 TCS에서 스토리가 내재되어 있는 TCS의 감성적 콘텐츠에 대한 연구로 스토리텔링 기법을 적용한 테마형 문화공간에 대해 연구하고자 하며, 이를 통하여 급변하는 관광환경의 변화에 대응하는 테마형 문화공간의 창출과 개발지역의 관광산업에 동력을 제공하고자 한다.

### 참고문헌

1. 김희진, 일본 테마파크의 사례와 전략, 커뮤니케이션북, 2008
2. 위대복, 중소도시의 문화공간 확보방안에 관한 연구 청주시 전 시공간을 중심으로, 서원대학교 석사논문, 2010
3. 오정학·김유일, 주제공원 이용자의 감정반응에 관한 연구, 관광학연구 24(3), 2001
4. 홍성권·이재원, 주제공원 이용자의 선택행동 이해 논리적 행위 이론의 적용으로, 한국공원휴양학회지 1(1), 1999
5. 심원섭, 최근 관광트렌드 변화와 향후 정책방향, 한국문화관광연구원, 2010
6. 강원랜드 모터스포츠 기본계획서, 트렌드 경향 보고서, 2011
7. 국내여행실태조사, 한국관광공사, 2008
8. 주 5일 근무와 소프트 산업의 변화, 삼성경제연구소, 2002
9. 니지노사토 [www.nijinosato.com/korea](http://www.nijinosato.com/korea)
10. 딸기가 좋아 [www.ilikedalki.com](http://www.ilikedalki.com)
11. 삼성어린이박물관 <http://kids.samsungfoundation.org>
12. 오사카 키즈플라자 [www.kidspalaza.or.jp](http://www.kidspalaza.or.jp)
13. 토도로마을 <http://ko.wikipedia.org>
14. 파주프로방스 [www.provence.co.kr](http://www.provence.co.kr)
15. 퓨로랜드 <http://www.puroland.jp>
16. 홍길동 테마파크 <http://hong.jangseong.go.kr>
17. 힐리언스 선마을 <http://healience.co.kr>

[논문접수 : 2012. 09. 19]  
 [1차 심사 : 2012. 10. 29]  
 [게재확정 : 2012. 12. 10]