

# 제주관광과 스포츠관광에 관한 연구의 키워드 네트워크에 대한 이해\*

김준형  
제주한라대학교 호텔경영학과 조교수

최성훈  
울산대학교 스포츠과학부 교수

## An Understanding of Keyword Networks on Research Trends on Jeju Tourism and Sports Tourism

Joonhyeong Joseph Kim<sup>a</sup>, Sung-Hun Choi<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Department of Hotel Management, Cheju Halla University, South Korea

<sup>b</sup>School of Sports Science and Leisure Studies, University of Ulsan, South Korea

Received 29 February 2024, Revised 20 March 2024, Accepted 24 March 2024

### Abstract

**Purpose** - The purpose of this study was to conduct a preliminary study to identify key trends on research articles indexed in KCI in relation to tourism in Jeju and sports tourism.

**Design/methodology/approach** - Information regarding research articles focused on Jeju tourism and sports tourism indexed in KCI (145 and 120 articles respectively) were collected and finally abstract written in Korean of 100 and 91 articles on sports tourism and Jeju tourism respectively were chosen for the further analysis after removing redundant articles. R program was used to analyze keyword frequencies, co-occurring terms, and degree/betweenness centrality measures and visualize the keyword network results.

**Findings** - Event, marketing, content, program, implication, service, stadium, and tourism destination have been identified as keywords with highest frequencies among research on sport tourism, whereas tourism destination, image, brand, content, data, Chinese, satisfaction, eco-tourism service, place of arrival were highly appearing terms among research on Jeju tourism.

**Research implications or Originality** - This study highlighted that Jeju has been interlinked with a range of terms such as programs influencing Jeju tourism, natural environment, tourism-related resources (e.g., museums, dramas, etc.), whereas sports has been closely related to sports event and various types of sports (e.g., bicycle, staking, and scuber), but not to Jeju-do.

**Keywords:** Sports Tourism, Jeju Tourism, Keyword Network, Degree Centrality, Betweenness Centrality

**JEL Classifications:** L83, C45, R10

\* 이 논문은 제94차 한국관광학회 제주국제학술대회에서 발표된 논문을 수정하여 작성된 논문임.

<sup>a</sup> First Author, E-mail: josephkim@chu.ac.kr

<sup>b</sup> Corresponding Author, E-mail: sunghun@ulsan.ac.kr

© 2024 The Institute of Management and Economy Research. All rights reserved.

## I. 서론

제주특별자치도(이하 제주도)는 국내 다양한 여행지 중에서 368개의 오름, 1,950m의 화산섬인 한라산과 160여 개의 용암동굴을 지니고 있으며 생물보전지역 지정, 세계자연유산 등재, 세계지질공원 인증으로 UNESCO 3관왕을 달성한 관광지로써 국내외 많은 관광객들이 방문하는 아이코닉 자연경관을 지닌 관광지로 인식되고 있다(Jeju World Natural Heritage, n.d.; Kim et al., 2019). 제주도는 내국인과 외국인에게 인기 있는 관광지 중의 하나로 나타났는데 1960년 이전 6590명(내국인 6418명, 외국인 172명)의 방문객에서 1983년 100만명 돌파, 2013년에는 처음으로 1000만명을 넘어섰다(Jwa, 2015). 제주관광공사는 관광객의 여행 행태와 소비 실태를 중심으로 방문관광객 실태조사를 실시해 왔는데 2022년 제주특별자치도 방문관광객 실태조사에 의하면 내국인의 제주도 관광시 77.8%의 내국인 방문자는 주로 휴가 및 순수 여행을 위하여 제주를 방문하고 있으며 77.8%가 렌터카를 활용하고 있으며 1인당 지출경비는 661,371원으로 나타났다. 제주도 방문하는 관광객을 대상으로 실시된 여행목적별 관광수요를 예측한 연구에 따르면 휴양 및 관광을 위한 관광객에 비해서 레저 및 스포츠를 목적으로 하는 관광객은 메르스사태와 같은 외부적 영향에 큰 영향을 받는 것으로 나타났다(Song Jun-mo, 2016).

관광 산업과 스포츠 산업은 독립된 두 개의 산업으로서 서로 영향을 주고 받으며 발전해 왔다. 즉 관광과 스포츠는 전세계 각 국가의 경제적 발전을 위해 전략적 수단으로서의 역할을 수행해 왔다(Connell, Page and Bentley, 2009; Kim Hwa-Ryong, 2019). World Travel & Tourism Council (2019)에 의하면 전세계 일자리의 10%에 해당하는 직업들이 여행 및 관광 산업에 의해서 가능하고 관광은 세계 GDP의 10.4%의 경제적 파급효과를 미치고 있는 것으로 나타났다. 글로벌 스포츠 또한 국제 스포츠 이벤트를 통해서 각 나라의 경제에 미치는 파급효과는 큰 것으로 나타났으며 특히 경제적(economic), 사회정서적(socio-emotional), 사회문화적(socio-cultural), 사회화(socialization), 통합적(integrative), 정치적(political) 및 사회적 이동(social mobility)의 측면에서 큰 영향을 미치고 있는데 이는 사회 전반의 문제들에 대한 해결책을 제시함으로써 긍정적 기능을 하는 것으로 알려져 있다(Cristea, 2022; Higham, 2021; Stevenson and Nixon, 1972). 스포츠의 다양한 역할로 인해서 스포츠에 대한 대중의 관심이 증가하였으며 다양한 종류의 스포츠에 참여하는 추세를 보였다(Hall, 2004; Higham & Hinch, 2018). 스포츠는 관광에 참여하게 하는 동기부여를 제공하기 때문에 시간이 갈수록 육체적인 활동들과 연계된 관광이 등장하였다(Chen et al., 2022; del Pilar Leal Londoño et al., 2021). 이러한 관광과 스포츠의 상호 의존성의 배경 속에서 많은 연구자들은 관광 산업을 활성화시키기 위한 방안으로서 스포츠와 관광이 연계될 필요성이 있음을 인식하기 시작하였으며(Hwang Eui-Ryong and Pil-Seung Kim, 2013; Kurtzman and Zauhar, 2003) 관광과 스포츠의 융합으로 인하여 스포츠관광이라는 학문분야가 등장하게 되었다(Higham and Hinch, 2018). 스포츠관광을 개념화하기 위한 다양한 연구들은(e.g., Hall, 1992b; Hinch and Higham 2001) 스포츠관광의 개념적 범위는 활동영역, 경험영역, 시간적 범위와 공간적 범위로 구성된다고 설명하였다. Lee Hoon (2002)의 연구에 의하면 스포츠관광은 포함된 활동들과 관련하여 살펴볼 때 스포츠 활동은 4가지 유형으로 분류되었다: 1) ‘스포츠 활동에만 한정’, 2) ‘스포츠 활동 중심이고 다른 레저관광 활동은 부차적’, 3) ‘스포츠 활동과 레저관광 활동의 비중이 비슷한 유형’, 4) ‘레저관광 활동 중심. 반면 Kim Jae-Hak (2010)의 연구는 스포츠관광은 공간적, 한시적, 심리적 그리고 산업적 요인을 포괄적으로 고려해야 함을 지적하였다. 그러나 스포츠관광의 다양한 관점을 포함하는 개념과 많은 수의 스포츠 관광객들로 인한 경제적 발전에의 기여를 고려하면 스포츠 관광객에 대한 연구는 비교적 제한적인 것으로 나타났다. 또한 다양한 스포츠관광에 대한 수요(예를 들면, 수상스포츠관광, 골프관광, 모험관광, 스키관광 등)가 있으나 국내 스포츠 관광지보다는 외국의 스포츠 관광지를 선호하는 현상이 나타나고 있다(Kim Hwa-ryong, 2019).

무엇보다도 선행연구들이 스포츠와 관광이 서로 연계될 필요성을 지적하고 있음에도 불구하고 인기 관광지인 제주도를 관광 목적으로 하는 스포츠관광에 대한 연구는 제한적인 것으로 나타났다. 주요 선행연구들은 제주지역이 선호하는 레저스포츠관광지역으로 나타났다. Kim, Nam-Jung (2011)은 제주지역의

스포츠관광과 관련하여 해양스포츠시설에 따른 시설확충의 필요성을 제기하였으며 다양화된 스포츠를 제공하고 패키지 개발을 통한 지역축제와 연계한 스포츠관광 패키지의 개발을 제안하였으며 Chen Nan and Sun-Jin Kim (2022)의 연구는 제주도에서의 해양레포츠 관광과 연계된 특화관광패키지 활성화 방안을 제시하였다. 제주지역의 스포츠관광과 관련된 연구, 특히 수상레저스포츠관광과 관련하여 제주지역에서의 해변 또는 해수욕이 주로 등장하였다(Kim Nam-Jung, 2011; Oh Seung-Wook, Jin-Wook Han and Min-So Kim, 2019). 주요 선행연구를 요약하자면 제주도는 해양레포츠 관광객 유치를 위한 환경 조성이 잘 갖춰져 있으며 제주를 방문하는 스포츠 참여 및 수요 관련 연구는 주로 해양레저스포츠와 관련되어있다는 것을 지적하였다(Kang, Seok-Kyu, 2014/2015; Li, Sang-mook Lee and Bui Le Anh Phung, 2023; Chen Nan and Sun-Jin Kim, 2022; Han Sang-Kyum, 2017). 구체적으로 스포츠관광은 제한적인 독자적인 스포츠(골프, 해양레저)에 국한되어 있으며 일반관광 상품의 옵션으로 실시되고 있는 것으로 나타났다(Kim Hwa-Ryong, 2019; Song Jae-Jin, 2003; Lee Jae-Seung and Young-Churl Ko, 2012). 특히 스포츠관광 자원개발을 위한 전략으로 지역별 특성화가 중요함에도 불구하고 국제관광에 대한 탐색적인 연구는 진행되었으나 제주지역에서 가능한 다양한 스포츠활동 전반에 대한 연구는 제한적이다(del Pilar Leal Londoño et al., 2021; Goo Kang-Bon, 2010). 이러한 연구공백에 공헌하기 위하여 제주관광과 스포츠관광에 대한 이해를 바탕으로 제주지역에서 관광과 연계한 스포츠관광 활성화 방안에 대한 논의가 필요하다고 판단된다. 이에 제주관광과 스포츠관광에 대한 선행연구를 바탕으로 제주관광과 스포츠관광에 대한 빅데이터 분석을 통해서 전반적인 트렌드를 파악함을 통해서 제주지역에서의 스포츠관광에 대한 발전방향에 대한 기초자료를 개발하고자 한다.

따라서 본 연구의 목적은 제주지역 관광과 스포츠관광에 대한 선행연구에 나타난 주요 키워드 분석을 통해 상위 키워드를 도출하고 도출된 키워드, 동시출현빈도 및 키워드 네트워크를 중심으로 주요 트렌드를 파악하고자 한다. 이러한 연구결과는 제주지역 관광객의 스포츠 관광 활성화를 위한 주요 개선방향을 도출하는 기초자료로서 활용될 수 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. 관광학에서의 텍스트 마이닝

최근 선행연구는 빅데이터 자료를 활용하여 연구동향을 파악하기 위하여 텍스트 마이닝 기법을 활용하고 있다. 텍스트 마이닝을 활용한 연구는 기본적인 키워드 빈도(term frequency), 단어 동시출현 네트워크(word co-occurrence network)를 바탕으로 관련 언어 네트워크에서 중요한 주제가 무엇인지 발견하게 하며 소셜네트워크를 실시하여 네트워크 구조를 파악하기도 한다. 관광학 분야는 다양한 학제간 융복합 연구분야로서 복잡성을 보이는 경우가 많기 때문에 관련된 연구주제들을 분석하기 위해서는 수집된 자료에 대한 네트워크 구조를 조명하는 것이 효과적이다. 최근 관광학 연구자들에 의해서 많이 연구된 연구 주제들 중 하나는 트립어드바이저의 리뷰를 활용한 관광객들의 user-generated 빅데이터에 대한 텍스트 마이닝 분석을 실시하여 관광객들의 의견, 감정 그리고 관광지 이미지와 관련된 특징들을 발견하는 것이다(e.g., Nowacki and Niezgodna, 2020; Orea-Giner, Fuentes-Moraleda and Villace-Molinero, 2022). Chen and Tussyadiah (2021)는 peer-to-peer accommodation에서의 부정적인 리뷰 빅데이터를 수집하여 단어 동시출현 네트워크(word co-occurrence network)를 통하여 서비스 실패의 주요 주제를 조명하였으며 문서 클러스터링(document clustering)을 실시하여 주요 클러스터들(guest-host interaction, customer service, room and amenity와 payment)을 도출함으로써 서비스 실패(service failure)의 유형을 발견하였다.

이러한 배경 속에서 텍스트 마이닝 기법을 연구논문들에 적용하여 연구동향에 대해 파악하고자 하는 연구들이 등장하였다. (e.g., Arici et al., 2021; Cho Si-Young and Lee Kwang-Kug, 2023). Arici

et al.(2021)는 연구논문의 동향을 파악하기 위하여 co-citation과 텍스트 마이닝 분석을 실시하여 현대 리더십 행동에 있어서 직원들에 영향을 끼치는 연구주제인 leader-member-exchange 이론의 중요성을 강조하였으며 텍스트 마이닝 분석을 통하여 가장 빈번하게 등장하는 단어들을 도출하였으며 LDA를 통하여 연구논문들에서 나타나는 주요 주제가 leadership theory, contemporary leadership behaviors, leadership effect, leader-member exchange 그리고 abusive supervision임을 발견하였다. Cho Si-Young and Lee Kwang-Kug (2023)는 도시재생과 관광과 관련된 국내외 연구들에 대한 텍스트 마이닝과 키워드 네트워크 분석을 실시하여 국내외 연구주제들 간에 차이가 있음을 발견하여 향후 연구를 위한 방향을 제시하였다.

## 2. 스포츠 관광에 관한 선행연구

다양한 선행연구들은 스포츠와 관광이 서로 영향을 주며 발전해 왔으며 사람들이 관광과 스포츠에 관심을 갖기 시작했음을 지적하였으며 올림픽게임(Olympic Games)과 월드컵(FIFA World Cup)과 같은 글로벌 메가스포츠 이벤트가 큰 영향을 주었음을 강조하였다(Glyptics, 1989; Hall, 1992a; Higham and Hinch, 2018; Weed and Bull, 2012). Kim Jae-Hak (2010, 7-8)은 스포츠관광은 한시적, 공간적, 심리적, 산업적 요인을 고려하여 “개인그룹이 일상적으로 거주하는 일일생활권을 벗어나 하룻밤 이상 또는 1년 미만 선택한 관광지에서 머물며 능동적 또는 수동적으로 관여된 경쟁 및 비경쟁적 스포츠 활동에 참여하는 동안 필요한 시설과 서비스를 소비하는 것”으로 스포츠관광을 개념적으로 정의하였다. Higham (2021)은 2001년 2월 UNWTO (United National Tourism Organization)와 International Olympic Committee(IOC)는 스포츠와 관광에 대한 국제 컨퍼런스를 바르셀로나에서 개최한 시점을 스포츠와 관광이 더욱 상호 보완적 관계를 갖고 통합되기 시작한 중요한 시점으로 설명하였다. 스포츠관광은 스포츠에 참여 또는 관람하는 활동으로서 비상업적인 목적을 띠고 있으며 능동적 스포츠와 수동적 스포츠를 포함한다. 스포츠의 특성은 경쟁적 활동과 비경쟁적 활동으로 분류될 수 있는데 스포츠 관광 활동에 관하여 진행된 연구(Kim, Jae-Hak, 2010; Lee Hoon, 2002, 22)에 따르면 스포츠의 경쟁적 요소는 프로/국제적 스포츠 대회, 전문조직적 스포츠 경기, 프로골프 대회, 월드컵, 올림픽 등을 포함하며, 비경쟁적 스포츠 활동은 재미(fun)를 목적으로 하는 리조트의 테니스, 골프, 번지점프, 등산, 시민마라톤, 아마추어 경기, 가족참가경기 등 비조직적 스포츠 경기를 포함하는 것으로 나타났다. 스포츠관광에서는 주로 스포츠가 관광의 주요동기가 되기도 하지만 스포츠활동에 능동적 또는 수동적으로 참여하면서 관광이 주요 동기가 될 경우 관광스포츠로 표현되었다(Robinson and Gammon, 2004). 예를 들면, 요트레이스에 직접 참가하거나 올림픽게임을 관람하는 것이 스포츠관광으로 분류될 수 있다(Hall, 1992b). 반면 Ritchie, Mosedale and King(2000)의 연구에서 제시된 바와 같이 호주럭비경기를 관람한 방문객의 방문동기인 경기관람이 지역을 방문한 주요 동기가 아니라 관광활동에 참여하는 것을 보다 우선시하는 캐주얼 관람객의 경우 앞에서 설명한 관광스포츠의 사례를 뒷받침한다고 볼 수 있다.

## Ⅲ. 연구방법론

### 1. 텍스트 마이닝

텍스트 마이닝은 방대한 비정형 빅데이터 속에 나타난 텍스트 속의 숨겨진 의미를 밝혀내는데 효과적인 빅데이터 분석방법이다. 본 연구는 텍스트 마이닝을 통해서 국내 학술연구논문 속에 나타난 초록에서 빈번하게 등장하는 키워드들을 추출하고 이와 관련된 키워드/중심성 분석을 통해서 키워드들의 네트워크 구조를 분석하고자 한다.

### 1) 자료수집

본 연구는 KCI등재(KCI등재 및 KCI우수등재지 논문을 대상) 국내 학술연구논문 자료를 RISS에서 수집하였다. 첫째, 스포츠관광을 주제로 하는 총 145편의 논문과 제주관광의 주제어와 관련된 국내 학술연구논문 120편을 수집하였다. 중복된 논문과 국문 초록이 누락되어 있는 논문을 제외하고 각 100편, 91편의 논문을 분석에 활용하였다. 논문과 관련된 상세정보자료를 RISS에서 엑셀 형식으로 수집한 후 R program을 활용한 차후 분석에 활용하였다.

### 2) 전처리

스포츠관광과 제주관광의 키워드를 가진 논문들로 구성된 데이터를 코퍼스로 변형한 후에 대하여 구두점(punctuation), 여백(whitespace), 숫자(numbers)를 제거하였으며 모든 문자들을 소문자로 변형하였다.

### 3) 키워드 / 중심성 분석

본 논문은 스포츠관광과 제주관광 관련 논문들의 초록에서 등장하는 키워드의 횟수를 중심으로 주요 키워드를 도출하고 키워드들 간의 관계를 분석하여 네트워크는 주로 등장하는 키워드들 간의 연결을 제시한다. 구체적으로 스포츠관광과 제주관광과 관련된 주요 상위 키워드들 분석을 통하여 관련 주제와 관련되어 주로 논의되는 키워드들을 도출하고 활동중심성(degree centrality)와 연결중심성(betweenness centrality)을 분석하여 주로 논의되는 키워드들 간의 네트워크에 대하여 탐색한다. 활동중심성(degree centrality)은 네트워크 actor가 가지고 있는 연결횟수를 통하여 중요하거나 유력한 위치에 있는 actor를 추측 가능하게 하며 연결중심성(betweenness centrality)은 네트워크 상의 다른 위치들이나 점들을 연결하는 노드들을 발견하는데 유용하다. 이러한 활동중심성(betweenness centrality)는 매개 역할(role of intermediation)을 하는 actor를 발견하게 한다(Burt, 1992; Casanueva, Gallego and Garcia-Sanchez, 2016).

## IV. 실증분석 결과

### 1. 스포츠 관광

스포츠관광 관련 키워드 빈도 5회 이상 출현한 키워드는 107개가 있는 것으로 나타났다. <Table 1>에 의하면 스포츠관광과 관련된 키워드 중 스포츠와 관광객을 제외하고 가장 자주 등장하는 주제어는 이벤트, 콘텐츠, 프로그램, 이미지, 마케팅, 경기장, 서비스, 체육관, 관광지, 미디어로 나타났다. <Table 2>에 의하면 가장 중요한 역할을 하는 키워드(degree centrality)는 스포츠와 관광객에 이어서 이벤트, 마케팅, 프로그램, 콘텐츠, 이미지, 인프라로 나타났다. 스포츠관광 키워드 네트워크의 다른 키워드들과 가장 많이 연결되어 매개적인 역할을 하고 있는 키워드(betweenness centrality)들은 스포츠, 관광객, 이벤트, 콘텐츠, 마케팅, 프로그램, 시사점, 서비스, 경기장, 관광지 순으로 나타났다. 이는 스포츠 관광 연구에 있어서 node 또는 vertex와 연결되어 있는 횟수를 기준으로 볼 때 이벤트, 마케팅, 프로그램, 콘텐츠, 이미지가 중요성을 지니는 것으로 나타났지만 매개적 역할을 하는 키워드에서는 콘텐츠(74.926)가 마케팅(70.362)에 비해서 중요한 개념임이 나타났으며 특히 degree centrality에서 중요한 개념으로 나타난 이미지가 매개적 역할(34.201)은 다소 부족한 것으로 나타났다. 이는 단순히 연결된 횟수만을 의미하는 degree centrality와 노드 사이의 매개적 역할을 의미하는 betweenness centrality의 차이점을 보여준다.

**Table 1.** Top Sports Tourism Keyword Frequencies

	Keyword	TF		Keyword	TF		Keyword	TF		Keyword	TF
1	sports	542	11	according to	42	21	olympic	22	31	data	15
2	for	208	12	program	41	22	infra	22	32	new	15
3	about	132	13	image	32	23	satisfaction	20	33	implication	15
4	appear	113	14	marketing	30	24	have a look	20	34	expert	14
5	through	109	15	being like this	30	25	problems	18	35	importance	14
6	place an impact on	75	16	stadium	29	26	by	18	36	competitiveness	13
7	tourist	71	17	service	28	27	leisure sports	17	37	audience	13
8	event	49	18	gym	28	28	system	17	38	show	13
9	contents	48	19	tourist destination	25	29	owing to	17	39	have	12
10	varies	42	20	media	25	30	keyword	16	40	regarding	12

**Table 2.** Top Sports Tourism Keyword Centrality

	Keyword	Degree centrality	Keyword	Betweenness centrality
1	through	105	through	390.314
2	for	104	for	333.535
3	about	100	about	255.448
4	sport	99	sport	255.325
5	according to	87	according to	145.841
6	appear	85	appear	142.043
7	varies	83	varies	118.104
8	tourist	79	being like this	109.725
9	being like this	79	tourist	98.105
10	event	76	event	91.704
11	marketing	73	contents	74.926
12	program	68	marketing	70.362
13	place an impact on	67	program	60.410
14	contents	66	come true	59.872
15	heighten	63	place an impact on	59.392
16	have	61	implication	58.124
17	come true	61	have	49.434
18	image	59	heighten	49.209
19	infra	59	service	47.758
20	service	58	new	44.551
21	tourist destination	58	stadium	43.678
22	stadium	57	tourist destination	41.639
23	new	57	gym	39.982

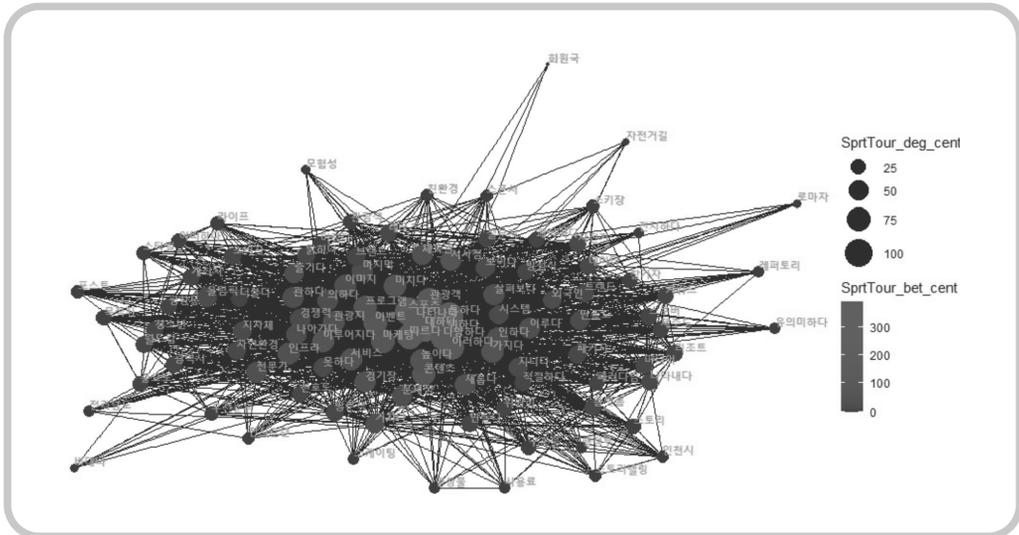
24	implication	56	infra	37.316
25	accomplish	54	owing to	36.205
26	by	53	expert	35.905
27	owing to	53	have a look	34.607
28	have a look	52	image	34.201
29	expert	52	pass through	33.737
30	regarding	52	accomplish	29.959

**Table 3.** Sports Tourism Co-occurrence Keyword Frequencies

NO	Keyword 1, Keyword 2	Frequencies	NO	Keyword 1, Keyword 2	Frequencies
1	tourists, sports	600	16	Repertoire, media	119
2	event, sports	398	17	Implication, Sports	105
3	program, sports	302	18	service, sports	104
4	marketing, Sports	264	19	Life, Sports	102
5	contents, sports	245	20	style, sports	102
6	tourist destination, sports	223	21	audience, sports	99
7	image, sports	208	22	data, sports	98
8	olympics, sports	171	23	bicycle, sports	90
9	stadium, sports	165	24	Jeollanam-do, Sports	90
10	infrastructure, sports	159	25	satisfaction, sports	86
11	expert, sports	149	26	resorts, sports	86
12	keywords, sports	147	27	media, sports	84
13	local government, sports	145	28	Pyeongchang-dong, Sports	84
14	media, tourists	126	29	gym, sports	81
15	Metropolitan City, Sports	125	30	foreigner, sports	79

〈Table 3〉에 의하면 가장 자주 등장하는 동시등장 키워드쌍은 관광객,스포츠(600), 이벤트,스포츠(398), 프로그램,스포츠(302), 마케팅,스포츠(264), 콘텐츠,스포츠(245) 순으로 나타났다. 스포츠 이벤트와 관련된 주제(프로그램, 마케팅, 올림픽, 경기장, 인프라 등)가 상위에 등장하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 스포츠 관광에 있어서 스포츠 이벤트와 프로그램이 중요한 역할을 하고 있으며 이러한 스포츠의 프로그램과 콘텐츠를 어떻게 홍보하는 것이 중요한 주제임을 나타낸다. 추가적으로 동시등장 키워드쌍에 의하면 스포츠 유형의 종류로 자전거가 스포츠관광의 주요 연구주제이며 올림픽과 같은 메가스포츠 이벤트, 특정 지역이 스포츠관광 연구에 있어서 중요한 연구주제인 것으로 나타났다(bicycle, sports; metropolitan city, sports; Jeollanam-do, sports; Pyeongchang-dong, sports). 스포츠관광 키워드의 네트워크를 시각화한 〈Fig. 1〉에서도 스포츠, 프로그램, 서비스, 관광지, 이벤트, 마케팅, 콘텐츠 등의 키워드가 네트워크의 중심에 위치하여 다른 주제어와 높은 연결성을 보이고 있는 것으로 나타났으며 중심에 나타나지는 않았지만 인천시, 평창동과 전라남도과 같은 지역이 스포츠관광에 있어서 관심을 받고 있는 것으로 나타났다.

Fig. 1. Visualization of Sports Tourism Keyword Network



## 2. 제주 관광

〈Table 4〉에 의하면 제주관광 관련 키워드 빈도 5회 이상 출현한 키워드는 95개가 있는 것으로 나타났다. 제주관광과 관련된 키워드 중 제주도와 관광객을 제외하고 가장 자주 등장하는 주제는 관광지, 이미지, 브랜드, 콘텐츠, 데이터, 중국인, 만족도, 생태관광 서비스, 목적지로 나타났다. 이러한 주요 키워드들은 제주관광은 주로 제주와 관련된 관광지로서의 이미지에 대한 연구가 주로 수행되었으며 특히 제주는 생태관광과 관련된 중요한 관광지임을 보여준다. 또한 제주는 중국인이 주로 찾는 관광지이며 제주관광에 영향을 주는 요인으로서 콘텐츠의 효과를 보여준다고 할 수 있다. 〈Table 5〉는 제주관광과 관련하여

Table 4. Jeju Tourism Keyword Frequencies

Keyword	TF	Keyword	TF	Keyword	TF	Keyword	TF
1 Jeju-do	193	11 brand	39	21 ecotourism	19	31 Competitiveness	12
2 for	141	12 contents	37	22 have	18	32 design	12
3 about	123	13 being like this	36	23 varies	18	33 unesco	12
4 tourist	98	14 show	31	24 service	17	34 keyword	12
5 through	96	15 data	29	25 heighten	16	35 regrding	11
6 appear	79	16 new	28	26 destination	16	36 make	11
7 according to	53	17 have a look	24	27 marketing	13	37 storytelling	11
8 Tourist destination	52	18 owing to	23	28 problem	13	38 Ten scenic views of Yeongju	11
9 image	49	19 Chinese	22	29 implication	13	39 corona	11
10 place an impact on	46	20 satisfaction	20	30 program	13	40 including	10

가장 중요한 역할을 하는 키워드(degree centrality)는 제주도와 관광객에 이어서 관광지, 프로그램, 콘텐츠, 서비스, 경쟁력 순으로 나타났음을 보여준다. 이는 제주관광과 관련된 연구자들의 관심은 관광지로서의 제주에 집중되어 있으며 제주관광에 있어서 프로그램, 콘텐츠, 서비스와 관련된 연구가 많이 진행된 것으로 나타났다. 특히 제주관광을 가능하게 하는 다양한 서비스의 제공이 중요한 역할을 하는 것으로 해석될 수 있다. 제주관광 관련 키워드 네트워크에서 매개적인 역할을 하고 있는 키워드들(betweenness centrality)은 관광객, 관광지, 프로그램, 콘텐츠, 경쟁력, 서비스, 시사점, 국내외, 데이터, 목적지, 이미지 등의 순으로 나타났다. 구체적으로 제주관광 연구에서 프로그램(53.666), 콘텐츠(34.744), 경쟁력(28.652), 서비스(27.308)가 다른 연구주제로 연결시켜주는 매개적 역할을 활발히 수행하는 것으로 나타났다. 이는 제주관광을 위해서 제주도의 관광객과 관광지에 대해 이해하기 위해 제주도 지역 관광 관련 프로그램과 콘텐츠 그리고 서비스에 대한 이해가 중요함을 나타낸다.

**Table 5. Jeju Tourism Keyword Centrality**

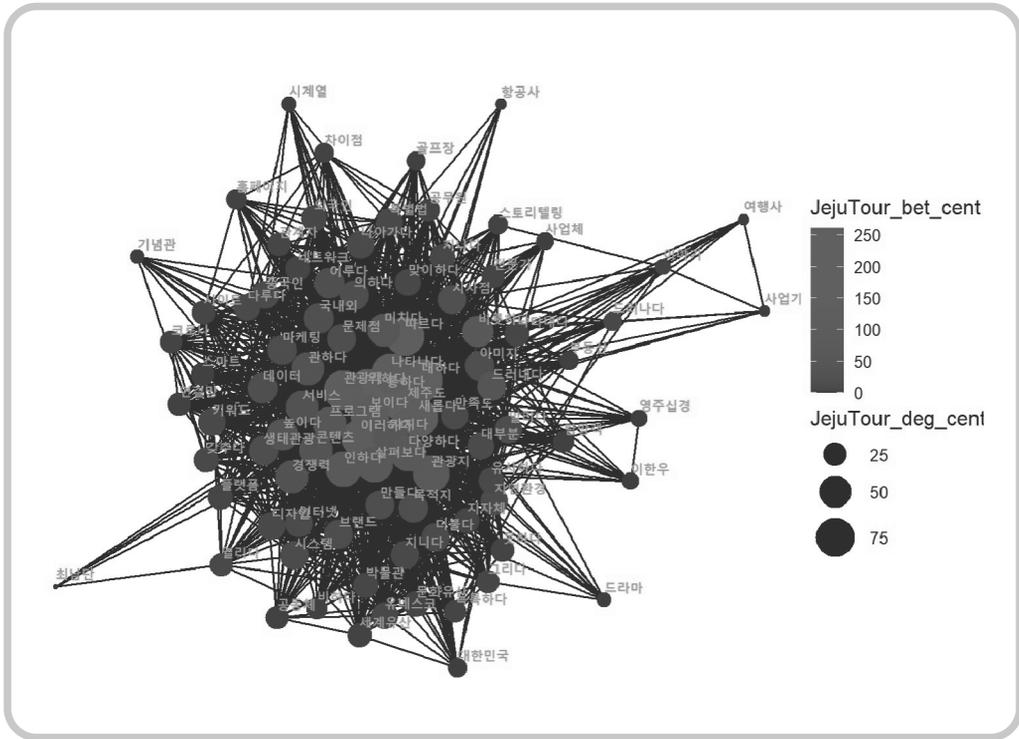
	Keyword	Degree centrality	Keyword	Betweenness centrality
1	for	90	Jeju-do	260.462
2	Jeju-do	89	about	253.902
3	about	89	for	231.945
4	through	86	through	177.160
5	tourist	77	according to	115.478
6	appear	76	new	114.115
7	new	74	appear	110.143
8	according to	73	tourist	109.607
9	being like this	73	being like this	104.971
10	show	73	show	100.402
11	tourist destination	65	tourist destination	71.431
12	have a look	65	have a look	66.044
13	varies	63	varies	65.162
14	owing to	62	owing to	62.446
15	have	59	including	56.677
16	program	55	program	53.666
17	contents	54	have	47.731
18	place an impact on	52	place an impact on	46.319
19	service	52	heighten	41.485
20	competitiveness	51	reveal	41.190
21	regarding	51	contents	34.676
22	heighten	47	regarding	32.744
23	including	47	competitiveness	28.652
24	data	44	service	27.308
25	domestic and international	44	implication	20.852
26	accomplish	43	domestic and international	20.115
27	destination	42	accomplish	19.310
28	image	41	data	18.527
29	ecotourism	41	destination	17.598
30	marketing	41	image	17.380

**Table 6.** Jeju Tourism Co-occurrence Keyword Frequencies

NO	Keyword 1, Keyword 2	Frequencies	NO	Keyword 1, Keyword 2	Frequencies
1	brand, Jeju-do	309	16	satisfaction, tourist	66
2	image, tourist	204	17	destination, brand	63
3	contents, Jeju-do	178	18	travel agency, businessman	63
4	tourist, Jeju-do	165	19	service, tourist	58
5	image, tourist destination	163	20	data, tourists	57
6	tourist attraction, Jeju-do	139	21	drama, Jeju-do	54
7	unesco, brand	132	22	destination, ecotourism	54
8	brand, tourist destination	126	23	keyword, data	50
9	satisfaction, image	102	24	content, brand	48
10	Chinese, tourists	96	25	keyword, Jeju-do	47
11	image, Jeju-do	84	26	Lee Han-woo, Yeongjusipgyeong	47
12	Republic of Korea, brand	84	27	Republic of Korea, Jeju-do	46
13	World heritage, brand	84	28	world heritage, Jeju-do	46
14	UNESCO, Jeju-do	80	29	Entrepreneur, Jeju-do	45
15	Tourist destination, tourist	72	30	Tourists, contents	45

〈Table 6〉에 의하면 제주관광과 관련하여 가장 자주 등장하는 동시등장 키워드쌍은 브랜드,제주도(309), 이미지,관광객(204), 콘텐츠,제주도(178), 관광객,제주도(165), 이미지,관광지(163), 관광지,제주도(139), 유네스코,브랜드(132), 브랜드,관광지(126),만족,이미지(102), 중국인,관광객(96) 순으로 나타났다. 이는 제주관광 연구들은 유네스코 세계자연유산에 등재된 제주의 관광지로서의 이미지, 브랜드 그리고 콘텐츠가 중요 주제임을 재확인시켜주었으며 관광지로서 제주에 대한 만족도와 중국인 관광객도 주요 주제임을 보여주었다. 〈Fig 2〉에서는 제주관광 연구는 제주도와 관광지와 관련되어 다양한 연구들이 진행되었으며 관련 프로그램과 콘텐츠가 이러한 연구와 관련되어 중요한 주제임을 알 수 있다. 특히 제주관광은 다양한 서비스에 대한 이해를 통해서 긍정적인 관광 목적지로서의 이미지가 중요한 연구주제임을 시사한다.

Fig. 2. Visualization of Jeju Tourism Keyword Network



### V. 결론

본 연구는 제주지역 관광과 스포츠관광에 대한 선행연구에 나타난 주요 키워드 분석을 통해 상위 키워드를 도출하고 도출된 키워드, 동시출현빈도 및 키워드 네트워크를 중심으로 주요 트렌드를 파악하고자 하였다. 이를 위하여 중복된 논문과 국문 초록이 누락되어 있는 논문을 제외하고 각 100편, 91편의 KCI 논문의 국문초록을 분석에 활용하여 빈도분석, 동시출현빈도와 degree centrality와 betweenness centrality를 도출하였으며 이를 시각화하였다.

첫째, 빈도분석 결과, 스포츠관광에서 주로 등장하는 주제어는 스포츠, 관광객, 이벤트, 콘텐츠, 마케팅, 프로그램, 경기장, 서비스, 체육관, 관광지, 미디어 순으로 나타났으며 제주관광과 관련되어서는 제주도, 관광객, 관광지, 이미지, 브랜드, 콘텐츠, 데이터, 중국인, 만족도, 생태관광, 서비스 목적지 순으로 나타났다. 이는 스포츠관광에서는 이벤트, 콘텐츠, 마케팅, 프로그램이 중요한 위치를 차지하지만 제주관광에서는 관광지의 이미지, 브랜드, 콘텐츠가 상대적으로 중요한 주제임을 나타낸다. 무엇보다도 제주도가 관광지로서 중요한 목적지로서 많은 연구가 진행되었지만 제주도가 스포츠관광의 목적지로서는 중요하게 부각되지 않는 것으로 해석해 볼 수 있다.

둘째, 중심성분석 결과 스포츠관광과 제주관광은 독자적인 다양한 영향 요소들과의 복잡한 관계를 가지고 있는 것으로 나타났다. 스포츠는 주로 스포츠 이벤트 및 다양한 스포츠 유형(자전거, 스케이팅, 스쿠버)들과 연결되어 있으며 특히 제주도와는 상대적으로 미약한 연결관계를 보이는 것으로 나타난 반면 제주도는 제주관광에 영향을 미치는 프로그램, 자연환경, 관광과 관련된 자원(박물관, 드라마 등)들과 복잡한

네트워크 구조를 보인다. 이를 통해서 스포츠관광과 제주관광에 있어서 프로그램이나 콘텐츠가 핵심적인 역할을 하는 것은 유사하게 나타난 것으로 해석해 볼 수 있다. 그러나 선행연구 키워드들의 시각화 결과에 의하면 스포츠관광은 제주관광에 비해서 보다 영성환 구조를 보임으로써 그 연구가 비교적 활발하게 진행 되지 못했음을 보여주었으며 이러한 연구결과는 최근의 스포츠관광과 관련된 주요 연구들이 제주지역을 방문하는 방문객들을 대상으로 하는 구체적인 연구 및 제안들이 제한적이라는 상황을 뒷받침한다(Han Sang-Kyum, 2017; Chen Nan and Kim Sun-Jin, 2022).

셋째, 스포츠관광 동시등장 키워드쌍에 의하면 스포츠 이벤트와 관련된 주제가 상위에 등장했으나 제주관광 동시등장 키워드쌍에서는 제주도의 관광지로서의 이미지, 브랜드 그리고 콘텐츠와 관련된 키워드들이 상위에 등장하였다. 제주관광에서는 관광지에서의 만족도나 경쟁력이 중요한 연구주제였으나 스포츠관광에서는 만족도와 관련된 연구가 상대적으로 관심을 받지 못한 것으로 나타났다. 이는 제주도는 관광 목적지로서 매우 활발한 연구가 진행되었으나 스포츠관광을 활성화하기 위한 구체적인 연구는 이에 비하여 상대적으로 미약한 것으로 판단된다.

스포츠관광 선행연구들은 주로 해양/수상 레저스포츠에 초점을 맞추거나 스포츠마케팅 활성화 방안을 제시하였으나 관광의 관점을 고려한 스포츠관광의 활성화 방안에 대한 제시가 전무한 현실이다. 반면 본 연구는 스포츠관광과 제주관광의 키워드 분석을 통해서 스포츠와 관광의 트렌트를 조명함으로써 이들이 어떻게 연계될 수 있는지에 대한 시사점을 제공하였다. 구체적으로 관광의 관점에서의 스포츠관광 활성화와 관련하여 관광지로서의 경쟁력을 갖춘 제주관광의 이점을 활용하여 어떻게 스포츠관광을 활성화할 것인가에 대한 기초적인 자료를 제시하였다는 데에서 의의가 있다. 본 논문의 연구결과는 제주의 자연관광으로서의 브랜드 이미지 또는 콘텐츠들이 스포츠 프로그램과 콘텐츠와도 효과적으로 연계될 필요가 있음을 시사하였는데 스포츠관광과 관련되어 인천과 평창동이 연관되어 나타난 것을 주목할 필요가 있다. 제주관광의 긍정적인 이미지를 스포츠관광으로 확장하기 위해서 제주지역에서의 스포츠관광을 위한 활성화 방안이 스토리텔링과 같은 보다 구체적인 방법을 활용하여 개선될 필요가 있겠다(Jang, Yong-Seok, 2019)

본 연구는 제주관광과 스포츠관광의 주요 트렌드를 도출하는 시사점을 제시하였음에도 불구하고 기존의 학술연구 논문들에 대한 키워드 분석을 토대로 결과를 도출한 것인만큼 실제 제주방문 관광객들과 스포츠관광객들을 대상으로 FGI를 통해 본 연구를 통해 도출된 내용의 신빙성을 검증할 필요가 있다. 또한 본 연구의 결과를 토대로 스포츠관광과 제주관광을 키워드로 하는 논문을 대상으로 도출된 키워드에 대한 전문가 회의 진행 후 결과를 기반으로 델파이 기법을 활용한 제주형 스포츠관광의 방향성에 대하여 합의점을 도출한다면 보다 구체적인 제주지역의 현실에 맞는 스포츠관광의 제안사항을 제시하는데 효과적인 것으로 판단된다.

## References

- Arici, H. E., N. C.Arici, M. A.Köseoglu, & B. E. M. King. (2021). Leadership research in the root of hospitality scholarship: 1960-2020. *International Journal of Hospitality Management*, 99, 21.
- Burt, R. S. (1992). *Structural holes: The social structure of competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press
- Casanueva, C., A., Gallego, & M. R. Garcia-Sanchez, (2016). Social network analysis in tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(12), 1190-1209.
- Chen, Li, Wu, Wu, & Xin, (2023). The decision-making determinants of sport tourists: a meta-analysis. *Current Issues in Tourism*. 26(12), 1894-1914.
- Chen, Nan and Sun-Jin Kim (2022). A Study on the Development Leisure Sports Industry in China and the Marketing Strategy for Chinese Marine Leisure Tourists to Korea. *The Journal of Asian Studies*, 25(3), 1-24.

- Chen, Y. J. and I. P. Tussyadiah, (2021), "Service Failure in Peer-to-peer Accommodation", *Annals of Tourism Research*, 88, 13.
- Cho, Si-Young and Kwang-Kug Lee (2023), "Comparative Study of Domestic and Overseas Research Trends in Urban Regeneration and Tourism Using Text Mining and Keyword Network Analysis", *Journal of Industrial Innovation*, 39(4), 162-175
- Connell, J., S. J. Page and T. Bentley (2009), "Towards Sustainable Tourism Planning in New Zealand: Monitoring Local Government Planning Under the Resource Management Act", *Tourism Management*, 30(6), 867-877.
- Cristea, M. (2022, October 14), "The Economic Impact of Sports Events", *Business Review*. Available from <https://business-review.eu/business/sports/the-economic-impact-of-sports-events-236529> (accessed November 1, 2023)
- del Pilar Leal Londono, M., R. T. Molero, F. X. Medina, S. A. Naudi, and S. S. Bergara (2021), "Sport Tourism: An Opportunity for Local Regions in a Global Context. A Delphi Study", *Retos*, 42, 77-88.
- Glyptis, S. A. (1989, April 24-26), "Leisure and patterns of time use", Paper presented at the Leisure Studies Association Annual Conference, Bournemouth, England.
- Goo, Kang-Bon (2010). A Study on Research Type and Resources Development Strategy of Sports Tourism. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 40, 129-144.
- Hall, C. M. (1992a), *Hallmark tourist events: Impacts, Management and Planning*, London: Belhaven Press.
- Hall, C. M. (1992b) "Adventure, Sport and Health Tourism". In B. Weiler and C. M. Hall (Eds.) *Special Interest Tourism*, London: Belhaven Press, 141-158.
- Hall, C. M. (2004) "Tourism: Rethinking the Social Science of Mobility", Melbourne: Pearson Education.
- Han, Sang-Kyum (2017), "An Effect that Marine Leisure and Sport Activity has on Experiential Factor, Satisfaction and Revisit: Focused on Jeju Island". *The Journal of Korean Island*, 29(1), 21-38.
- Higham, J. (2021), "Sport tourism: a perspective article", *Tourism Review*, 76(1), 64-68.
- Higham, J. E. S. and T. D. Hinch (2018), *Sport Tourism Development* (3rd ed.), Bristol: Channel View Publications.
- Hinch, T. D., and J. E. S. Higham (2001), "Sport Tourism: A framework for research", *International Journal of Tourism Research*, 3, 45-58.
- Hwang, Eui-Ryong and Pil-Seung Kim(2013), "A Study on the Japanese Policy of Sport Tourism", *The Korean Journal of Physical Education*, 52(5), 601-610
- Jang, Yong-Seok (2019), "Development of Muju Taekwondowon Tourism Contents using Tourism Storytelling", *Taekwondo Journal of Kukkiwon*, 10(1), 107-126.
- Jeju World Natural Heritage (n.d). Jeju UNESCO registered Heritage, Jeju World Natural Heritage. Available from <https://www.jeju.go.kr/jejuwnh/unesco/triple.htm>. (accessed Nov 1, 2023)
- Jwa, Dong-Chul(2015, October 1). "70 years of change in Jeju seen through statistics". Jeju-ilbo. Available from: <http://www.jejunews.com/news/articleView.html?idxno=1971941> (accessed Nov 1, 2023)
- Kim, K., O. Park, , J. Barr and H. Yun (2019), "Tourists' Shifting Perceptions of UNESCO Heritage Sites: Lessons from Jeju Island-South Korea", *Tourism Review*, 74(1), 20-29.
- Kang, Seok-Kyu (2014), "A Study on Determinant of Tourist Expenditures for Jeju Marine Tourism". *Tamla Culture*, 0(46), 235-256.
- Kang, Seok-Kyu (2015), "An Analysis on Determinants of Tourist Demand for Jeju Marine Tourism", *Tamla Culture*, 0(48), 201-220.
- Kim, Jae-Hak (2010), "Theoretical Conceptualization and Research Trends of Sport Tourism In Korea", *Journal of Tourism Sciences*, 34(1), 73-94.

- Kim, Hwa-ryong (2019), "Factors of Sport Tourism Selection". *International Journal of Tourism Management and Sciences*, 34(2), 133-150.
- Kim, Nam-Jung (2011), "A Study on the Activation Plan of the Jeju-Do Sports Tourism". *Journal of Industrial Technology Research*, 16(1), 37-47.
- Kurtzman, J., and J. Zauhar (2003), "A Wave in Time: The Sports Tourism Phenomena", *Journal of Sport & Tourism*, 8(1), 35-47.
- Lee, Jae-Seung and Young-Churl Ko (2012). Jeju's Image on International Broadcasting News : Arirang TV, KBS, MBC, SBS. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 26(3), 530-574.
- Lee, Hoon (2002), "An Overview of Sports as a Tourism Attraction", *Journal of Tourism Studies*, 14, 47-62.
- Li, Xinyu, Sangmook Lee and Bui Le Anh Phung (2023), "A Study on Jeju Marine Leisure Sports Recognized by the MZ Generation: Focused on Experience Economy Theory(4Es)", *Journal of Hospitality & Tourism Studie*, 25(2), 73-82.
- Nowacki, M. and A. Niezgodna (2020), "Identifying Unique Features of the Image of Selected Cities Based on Reviews by TripAdvisor Portal Users", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(5), 503-519.
- Oh, Seung-Wook, Jin-Wook Han and Min-So Kim (2019), "A Social Big Data Analysis on Perception about Water Leisure Sport Tourism", *Korean Journal of Sport Management*, 24(4), 83-95.
- Orea-Giner, A., L. Fuentes-Moraleda and T. Villace-Molinero (2022), "Does the Implementation of Robots in Hotels Influence the Overall TripAdvisor Rating? A Text Mining Analysis from the Industry 5.0 Approach", *Tourism Management*, 93, 10.
- Ritchie, B., Mosedale, L., & King, J.(2000), "Profiling sport tourists: the case of Super 12 Rugby Union in the Australian Capital Territory", *Current Issues in Tourism*, 5(1), 33-44.
- Robinson, T., & Gammon, S.(2004), "A Question of primary and secondary motives: revisiting and applying the sport tourism framework", *Journal of Sport Tourism*, 9(3), 221-233.
- Song, Jae-Jin (2003), "(The) research of the recreational resource development of Korea sport tourism", (Unpublished Master Dissertation), Seoul: Sungkyunkwan University.
- Song, Jun-Mo (2016), "A study on demand forecasting for Jeju-bound tourists by travel purpose using seasonal ARIMA-Intervention model", *Journal of the Korean Data & Information Science Society*, 27(3), 725-732.
- Stevenson, C. and J. Nixon (1972), "A conceptual scheme of the social functions of sport", *Sportwissenschaft*, 2, 119-132.
- Weed, M. and C. Bull (2012), *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers* (2nd ed.), London: Routledge.
- World Travel & Tourism (2019). Economic Impact. World Travel & Tourism. Available from <https://www.wttc.org/economicimpact/> (accessed Nov 1, 2023)