

웰니스관광 클러스터 모델 개발 연구



제출문

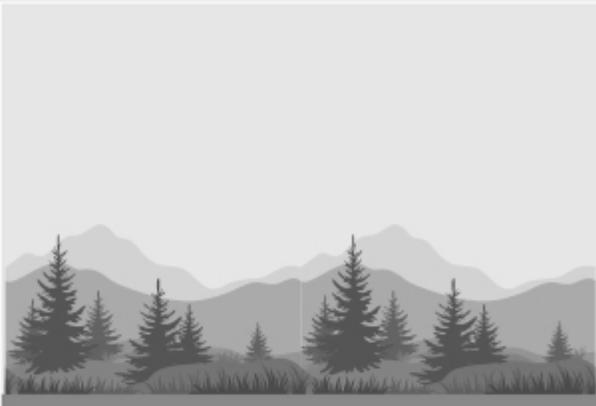
한국관광공사 귀하

본 보고서를 『웰니스관광 클러스터 모델 개발』 연구의
최종보고서로 제출합니다.

2018년 2월

한국문화관광연구원 원장 김 정 만

제1장. 연구의 개요	1
I. 연구의 배경 및 목적	3
1. 연구의 배경	3
2. 연구의 목적	4
II. 연구의 범위 및 수행방법	6
1. 연구의 범위	6
2. 연구의 방법	8
III. 연구의 수행체계 및 기대효과	9
1. 연구의 수행체계	9
2. 연구의 기대효과	10
제2장. 웰니스관광 관련 시장동향 분석	11
I. 웰니스산업의 글로벌 시장 동향	13
1. 웰니스관광의 성장 배경	13
2. 웰니스산업의 성장	16
3. 웰니스산업의 향후 시장 전망	19
II. 국내 웰니스산업 시장 동향	22
1. 웰니스산업 국내 시장 동향	22
2. 우리나라의 웰니스 관련 기타 산업	23
3. 외국인 의료관광객 현황	26
제3장. 웰니스관광 및 클러스터의 이해	31
I. 웰니스관광의 이해	33
1. 웰니스의 개념	33
2. 웰니스관광의 개념	43



3. 웰니스관광의 특성	49
II. 클러스터의 이해	65
1. 클러스터의 개념과 유형	65
2. 관광 클러스터의 개념과 유형	68
III. 시사점 종합	73
1. 웰니스산업 관련 시사점	73
2. 웰니스관광 클러스터 모델개발을 위한 시사점	74
제4장. 웰니스 관련 정부사업 추진 현황	77
I. 정부 부처별 웰니스 관련 사업 추진 현황	79
1. 문화체육관광부의 웰니스 관련 정책사업	79
2. 산업통상자원부의 웰니스 관련 정책사업	89
3. 해양수산부의 웰니스 관련 정책사업	97
4. 보건복지부의 웰니스 관련 정책사업	100
II. 의료관광 클러스터 사업 추진 사례 분석	106
1. 지자체 의료관광 클러스터 사업	106
2. 2017 의료관광 클러스터 사업 분석	115
III. 시사점 종합	117
1. 웰니스산업 관련 타 정부부처 정책 현황	117
2. 타 부처 사업과 관광 연계 시 고려사항	118
3. 타 부처별 사업과 관광 분야와의 협업과제	119
제5장. 해외 웰니스관광 진흥 사례	121
I. 오스트리아 웰니스 클러스터 사례 분석	123
1. 티롤 Standortagentur Tirol	123
2. 티롤 아쿠아돔 (Aqua Dome)	136
3. 기타 티롤 지역의 웰니스 관련 시설	142

II. 해외 웰니스산업 관련 기관	145
1. 국제สปา협회 (ISPA, International SPA Association)	145
2. 유럽สปา협회 (ESPA, Europe Spa Association)	150
III. 시사점 종합	157
1. 티롤의 네트워크형 웰니스 클러스터	157
2. 웰니스산업 관련 조직을 통한 체계적 육성	159
제6장. 웰니스관광 클러스터 모델 개발	161
I. 웰니스관광 클러스터의 개념적 모델 (C. A. I. 모델)	163
1. 웰니스관광 클러스터의 개념 정립	163
2. 웰니스관광 클러스터 개념적 모델 수립	167
3. 웰니스관광 클러스터 단계별 추진 모델 (C.A.I. 모델)	175
II. 웰니스관광 클러스터의 실행모델 (S. D. V. 모델)	179
1. 웰니스관광 클러스터 실행모델의 도출	179
2. 웰니스관광 클러스터 실행모델 (Seek-Do-Visit 모델) 수립	183
III. 실행모델(Seek-Do-Visit 모델) 유형별 세부추진 모델	186
1. 웰니스관광 클러스터 세부 추진 모델의 개요	186
2. 웰니스관광 클러스터 모델의 유형별 세부 추진 모델	187
제7장. 웰니스관광 클러스터 사업 추진 전략	191
I. 웰니스관광 클러스터 사업 추진 방향	193
1. 웰니스관광 클러스터 사업 추진 내용	193
2. 웰니스관광 클러스터 사업 추진 요소 설정	195
II. 웰니스관광 클러스터 사업 추진 계획	204
1. 웰니스관광 클러스터 사업 추진 절차	204
2. 웰니스관광 클러스터 사업 운영 방안	207
참고문헌	212

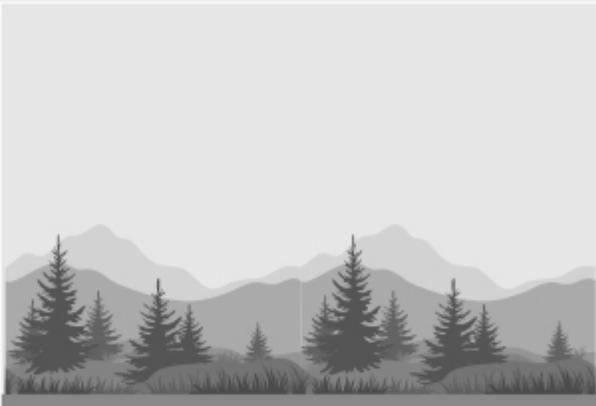
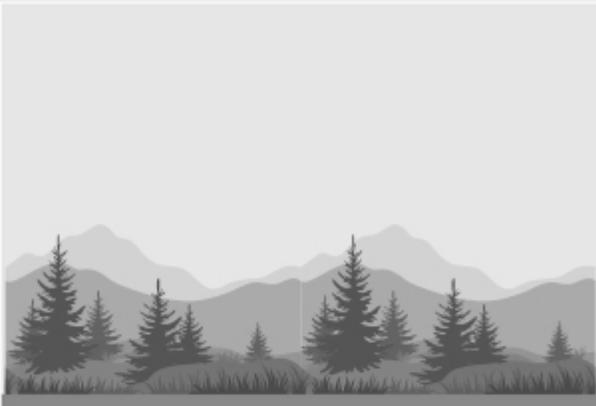


표 목차

〈표 1-01〉 문화체육관광부 선정 2017 웰니스관광 25선	6
〈표 1-02〉 연구의 내용적 범위	7
〈표 2-01〉 2013-2015 10대 분야별 웰니스 시장 경제	17
〈표 2-02〉 2015-2020 웰니스 분야별 시장 전망	20
〈표 2-03〉 2013·2015년 웰니스관광 및 지출액	21
〈표 2-04〉 우리나라 전국의 온천현황	24
〈표 2-05〉 연도별·지역별 온천이용객수 추이	25
〈표 2-06〉 한국 의료를 이용한 외국인환자 현황	26
〈표 2-07〉 한국 의료를 이용한 외국인환자 현황	27
〈표 3-01〉 고대의 웰니스	33
〈표 3-02〉 19세기의 웰니스	34
〈표 3-03〉 20세기의 웰니스	36
〈표 3-04〉 Judd Allen이 분류한 웰니스의 구성요소	40
〈표 3-05〉 서던 뉴햄프셔 대학 웰니스 센터의 웰니스 구성요소	41
〈표 3-06〉 ‘건강하지 않은 여행’과 ‘건강한 여행’ 비교	44
〈표 3-07〉 ‘웰니스관광’ 정의 사례	44
〈표 3-08〉 각국의 ‘웰니스관광’ 정의 및 특징	45
〈표 3-09〉 국가별 웰니스관광 브랜딩 사례	47
〈표 3-10〉 예방 및 관리서비스 확산 사례	61
〈표 3-11〉 웰니스관광객 분류	62
〈표 3-12〉 클러스터 형성의 중요요소	68
〈표 3-13〉 관광 클러스터의 유형	71
〈표 4-01〉 부산시 의료관광 추진 경과	80
〈표 4-02〉 최근 3년간 부산시 의료관광객 추이	81
〈표 4-03〉 최근 3년간 부산시 의료관광 예산 현황	81
〈표 4-04〉 부산시 의료관광 클러스터 추진 방향	81
〈표 4-05〉 대구시 의료관광 추진 경과	82
〈표 4-06〉 대구시 의료관광 클러스터 추진 방향	83

〈표 4-07〉 최근 3년간 대구시 의료관광객 추이	83
〈표 4-08〉 최근 3년간 대구시 의료관광 예산 현황	83
〈표 4-09〉 인천 의료관광 정책 현황	84
〈표 4-10〉 최근 3년간 인천시 의료관광객 추이	85
〈표 4-11〉 인천시 의료관광 클러스터 추진 방향	85
〈표 4-12〉 2017년 한국관광공사 선정 웰니스관광 25선	86
〈표 4-13〉 지식경제부·산업통상자원부 웰니스 정책사업 추진 현황	89
〈표 4-14〉 2010년 이전 u-Health 관련 지식경제부 시범사업 현황	92
〈표 4-15〉 2010년 이전 u-Health 관련 지식경제부 시범사업 현황	92
〈표 4-16〉 지역특화산업육성 지역별 주력사업 (2016년 8월 기준)	94
〈표 4-17〉 웰니스 스파 임상지원센터구축 사업 개요 (2014년 사업 공고 기준)	95
〈표 4-18〉 충남 웰니스 스파 임상지원센터 개요	96
〈표 4-19〉 해양치유 연구협력 선정 지자체 주요 현황	97
〈표 4-20〉 연도별 지역 선도의료기술 육성지원 사업 대상 지역	102
〈표 4-21〉 지자체 해외환자유치 대표상품	103
〈표 4-22〉 지자체별 유망 웰니스 관광 상품	105
〈표 4-23〉 메디시티대구 웰니스의료관광 상품 개발 공모전 수상작 내역	106
〈표 4-24〉 대구 2017 의료관광 클러스터 사업 계획 및 추진 내용	107
〈표 4-25〉 인천 2017 의료관광 클러스터 사업 계획 및 추진 내용	110
〈표 4-26〉 부산 2017 의료관광 클러스터 사업 계획 및 추진 내용	112
〈표 4-27〉 광주전남 2017 의료관광 클러스터 사업 계획 및 추진 내용	114
〈표 4-28〉 범주별 2017 의료관광클러스터 사업 내용	116
〈표 5-01〉 유럽 주요국의 스파 관련 인증제도 운영 현황	124
〈표 5-02〉 오스트리아 Standortagentur Tirol 개요	127
〈표 5-03〉 Standortagentur Tirol의 주요 서비스 분야	128
〈표 5-04〉 Standalagentur Tirol 클러스터 서비스	131
〈표 5-05〉 클러스터 웰니스 티롤 개요	132
〈표 5-06〉 클러스터 웰니스 티롤의 서비스 분야	132
〈표 5-07〉 아쿠아돔(Aqua Dome) 개요	136
〈표 5-08〉 아쿠아돔의 대표 웰니스 시설 및 웰니스 프로그램	138
〈표 5-09〉 아쿠아돔의 하이킹 아웃도어 프로그램	139

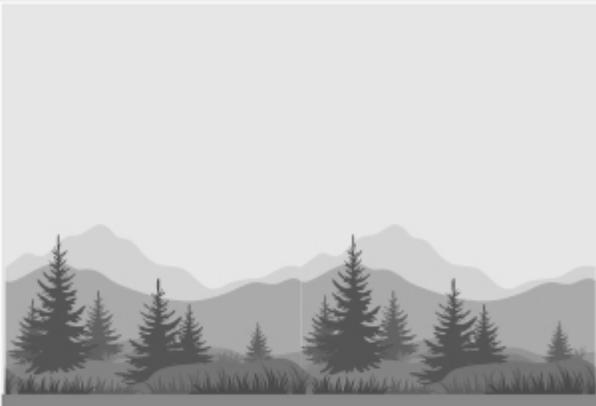


〈표 5-10〉 아쿠아돔의 지역특산물을 활용한 웰니스관광 체험 상품	140
〈표 5-11〉 아쿠아돔이 제안하는 1Day 웰니스 스파	141
〈표 5-12〉 Romantik Hotel Schloss Pichlarn 개요	143
〈표 5-13〉 국제스파협회 (ISPA) 개요	146
〈표 5-13〉 ISPA의 2007년과 2013년 스파 유형 변화	149
〈표 5-14〉 유럽스파 웰니스 분류	155
〈표 5-15〉 유럽스파 웰니스 분류	155
〈표 6-01〉 웰니스관광 클러스터 모델의 지역관광 구성 내용	167
〈표 6-02〉 웰니스관광자원 분류	169
〈표 6-03〉 웰니스관광 클러스터의 웰니스관광	171
〈표 6-04〉 C.A.I. 모델의 단계별 추진 내용	175
〈표 6-05〉 웰니스관광 클러스터 실행모델 (Seek-Do-Visit) 구성요소	184
〈표 6-06〉 웰니스관광 클러스터 모델 유형 1	187
〈표 6-07〉 웰니스관광 클러스터 모델 유형 2	188
〈표 6-08〉 웰니스관광 클러스터 모델 유형 3	188
〈표 6-09〉 웰니스관광 클러스터 모델 유형 4	189
〈표 6-10〉 웰니스관광 클러스터 모델 유형 5	190
〈표 6-11〉 웰니스관광 클러스터 모델 유형 6	190
〈표 7-01〉 지역관광자원의 웰니스관광자원 분류 예시	195
〈표 7-02〉 사업 선정 추진 절차	204
〈표 7-03〉 전문 연구기관의 주요 업무	210
〈표 7-04〉 웰니스관광 클러스터 사업 추진 기관별 역할 분담 내용	211



그림 목차

[그림 1-01] 연구의 배경 및 목적	5
[그림 1-02] 연구의 내용 및 과정	9
[그림 2-01] 웰니스관광의 성장배경	15
[그림 2-02] 글로벌 웰니스 시장 경제	16
[그림 2-03] 웰니스산업의 10개 분야	18
[그림 2-04] 웰니스관광 산업별 시장 전망	19
[그림 2-05] 한국 의료를 이용한 외국인 환자 현황	27
[그림 2-06] 진료유형별 외국인 연도별 환자 현황	28
[그림 2-07] 성별 외국인 환자 현황	29
[그림 2-08] 거주국 별 외국인 환자 현황	30
[그림 3-01] 웰니스의 시대별 변화	37
[그림 3-02] 웰니스의 개념	38
[그림 3-03] 의료 패러다임과 웰니스 패러다임의 구분	39
[그림 3-04] 건강, 웰빙, 웰니스 관계 그림 도식화	42
[그림 3-05] 웰니스관광의 환경적 구성요소	50
[그림 3-06] 수안보 온천(좌)과 계족산 황톳길(우)	51
[그림 3-07] 미국 옐로우스톤 국립 공원 간헐천(좌)과 일본 지고쿠(우)	52
[그림 3-08] 일본 아리나 노천 온천(좌)과 뉴질랜드 Hammer Springs(우)	53
[그림 3-09] 일본 유바라 온천	54
[그림 3-10] 대만 쉰아오 냉천과 우라이 온천 모습	58
[그림 3-11] 헬스케어 개념의 변화	60
[그림 3-12] 건강관련 주요 영역별 성장 전망	61
[그림 3-13] 일반관광객 대비 웰니스관광객의 소비 수준	62
[그림 3-14] 2015년 글로벌 웰니스관광 세분화	64
[그림 3-15] 클러스터의 4가지 유형	66
[그림 4-01] 한국 웰니스관광 25선	88
[그림 4-02] 지식경제부 U+Health 신사업 서비스 분류	91



[그림 4-03] 산업통상자원부 지역산업 육성정책 추이	93
[그림 4-04] 강원도 웰니스 식품산업의 가치사슬 구조 (예: 곤드레 나물)	95
[그림 4-05] 해양수산부 해양치유사업 대상지	99
[그림 4-06] 헬스케어 개념의 변화	100
[그림 4-07] 의료서비스 이용에 따른 외국인 환자군 분류 체계	101
[그림 4-08] 외국인 환자의 진료 외 활동	104
[그림 4-09] 외국인환자군 별 진료 외 활동 세부 내용	104
[그림 5-01] 티롤의 관광 활동	125
[그림 5-02] Standortagentur Tirol 인터뷰 모습	126
[그림 5-03] 오스트리아 티롤 알파인 헬스 관광 관련 사진	129
[그림 5-04] 티롤 지역의 스파 시설 모습	130
[그림 5-05] Standortagentur Tirol의 5가지 클러스터	131
[그림 5-06] 웰니스 클러스터 티롤 활동 모습(박람회, 워크샵 개최)	133
[그림 5-07] 생활과학 클러스터 티롤의 회원 분포도	134
[그림 5-08] 'IMP ³ rove' 를 통한 기업 평가 과정	135
[그림 5-09] 아쿠아돔 시설 조감도	137
[그림 5-10] Alpine Wellnesspark Medrigalm 시설 및 모습	142
[그림 5-11] 로맨틱 호텔 솔로스 피크란과 아쿠아돔의 웰니스 관련 시설	144
[그림 5-12] 국제스파협회(ISPA)의 교육기관 로고(좌) 및 장학금 수여(우)	145
[그림 5-13] 유럽스파협회(ESPA) 회원국	150
[그림 5-14] 유럽스파 사업 영역	153
[그림 5-15] 유럽스파 메드 인증 로고 및 유럽스파 웰니스 인증 로고	154
[그림 5-16] 유럽스파 서비스 품질 인증 취득 과정	156
[그림 6-01] 웰니스관광 클러스터의 구성요소	166
[그림 6-02] 웰니스관광 클러스터 개념적 모델 (C,A,I. 모델)	174
[그림 6-03] 웰니스관광 클러스터 Core 모델	176
[그림 6-04] 웰니스관광 클러스터 Advanced 모델	177
[그림 6-05] 웰니스관광 클러스터 Integrated 모델	178
[그림 6-06] GW에 의한 Seek-Do-Visit 요소	180
[그림 6-07] GW의 Seek-Do-Visit 모델	180
[그림 6-08] GW의 Seek-Do-Visit 모델 수정	182



[그림 6-09] 한국 웰니스관광에 적용한 Seek-Do-Visit 모델	182
[그림 6-10] 웰니스관광 클러스터 Seek-Do-Visit 모델 도출과정	183
[그림 6-11] 웰니스관광 클러스터 실행(SEEK-DO-VISIT) 모델 도식화	185
[그림 6-12] 웰니스관광 클러스터 세부추진 모델 핵심 기능	186
[그림 7-01] 웰니스관광 클러스터 모델 추진 과정	194
[그림 7-02] 웰니스관광 클러스터 사업추진 요소 및 전략	203
[그림 7-03] 웰니스관광 클러스터 사업 추진 과정	206
[그림 7-04] 웰니스관광 클러스터 사업 추진 구성(안)	208
[그림 7-05] 웰니스관광 클러스터 사업 추진 조직간 협력 방향	209

1장. 연구의 개요

- I. 연구의 배경 및 목적
- II. 연구의 범위 및 수행방법
- III. 연구의 수행체계 및 기대효과

I 연구의 배경 및 목적

1. 연구의 배경

» 새로운 산업으로서 웰니스관광에 대한 관심 증가

- 현대인들은 과도한 스트레스와 상태 수면부족 등으로 인해 우울증, 공황장애, 만성피로, 불면증과 같은 정신적 질환을 겪고 있으며, 불규칙한 식습관과 운동 부족 등으로 비만과 만성 질환이 증가하고 있는 반면, 기대수명이 증가하고 있어 일상생활 속에서 건강하게 사는 법에 대한 관심이 늘어나고 있는 추세임.
- 또한, 행복추구 및 삶의 질 목적으로 하는 소비자 집단이 증가하면서 비의료 영역의 융합기술을 적용하는 건강 서비스가 선보이고 있으며, 이에 따른 웰니스 산업에 대한 관심이 대두됨.
- 관광 분야에서도 전 세계적으로 건강 지향 생활습관의 등장, 고령화 등의 영향으로 인해 의료와 관광의 연계 및 융합 영역에서 웰니스관광에 대한 접근이 점점 활발해짐.
- 특히, 웰니스관광은 장기 체류를 유도하면서 지역의 문화, 식습관, 자연환경 등을 접할 수 있는 기회를 제공하기 때문에 타 관광상품에 비해 고부가가치 상품으로 여겨짐.
- 이러한 특성으로 인해 세계 각국은 자국의 웰니스관광의 발전과 확산을 위해 노력하며, 웰니스관광을 매개로 자신들의 생활 문화도 자연스럽게 홍보하여 문화적·경제적 부가가치를 창출하기 위해 노력하고 있음.
 - 한 예로, 오스트리아를 포함한 대부분의 유럽 국가들은 웰니스관광상품을 매개로 자신들의 음식문화, 휴식문화, 스포츠 문화 등의 연관 자원들을 적극 활용하며 부가가치를 창출

» 의료 인프라와 관광자원을 연계 활용하는 정책 기 추진

- 정부는 차세대 유망산업으로 의료서비스 및 의료관광 활성화를 선정하고 외국인 환자 유치를 위한 정책적 노력에 집중해 옴.
- 그 결과 항노화, 웰니스, 예방적 헬스케어 등 의료와 관광의 융합시장 수요를

확대할 수 있는 체류형 의료관광클러스터 모델 개발을 통해 차별적 경쟁력을 보유한 의료관광 융합서비스를 제공할 수 있는 협력적 네트워크를 강화해 옴.

- 또한, 현재 중앙부처 정책사업 중 하나로 지자체를 대상으로 추진 중인 의료관광클러스터 사업이 2017년 말 완료 예정이며, 부산, 대구 등 의료관광클러스터 사업으로 선정된 지역이 2016년 유치한 외국인 환자는 전년대비 30%이상 증가함.

» 기존 의료관광 활성화 정책에서 웰니스관광으로의 접근 강화 필요

- 이제는 ‘오래 사는 삶’을 넘어서 ‘건강하게 사는 삶’으로 패러다임이 전환됨에 따라 치료 중심의 의료관광 접근방식에서 보다 치유와 여가의 개념이 포함되는 웰니스관광 서비스로의 시장 확대가 필요함.
- 앞서 언급한 바와 같이 그동안 문화체육관광부가 추진해온 의료관광 클러스터 사업이 소기의 성과를 거두었으나, 의료기관을 중심으로 사업이 추진되어 지역의 고유한 관광자원의 활용이 미흡하였으며, 의료관광클러스터 내에서 다양한 주제들의 활동이 저하되는 한계점을 보임.
- 웰니스관광은 의료관광, 피부미용 및 헤어미용, 스파, 마사지, 전통의학, 자연자원을 이용한 관광 등 관련 여러 산업들이 함께 성장할 수 있는 장점이 있어 의료관광에서 웰니스관광으로 확대를 통해 의료관광 클러스터 사업에서 나타난 한계점을 극복하면서 지역 관광을 활성화하는 관광정책으로 자리매김 할 수 있음.
- 이에 한국적 상황에 적합한 웰니스관광 클러스터 모델 개발을 통한 효율적 정책의 추진이 필요하며 이를 위해 먼저 웰니스 자원 및 관광 자원을 효율적으로 연계·활용할 수 있는 웰니스관광 클러스터의 유형 및 모델 설정이 요구됨.

2. 연구의 목적

» 한국형 웰니스관광 클러스터 모델 개발

- 기존 의료관광 클러스터와의 차별점 및 연계 가능성을 분석하여 새로운 웰니스 관광 클러스터 모델을 제시하고 정책적으로 실현 가능한 전략을 개발함.
- 한국적 상황에 적합한 웰니스관광 클러스터 모델 개발을 통해 지역의 웰니스

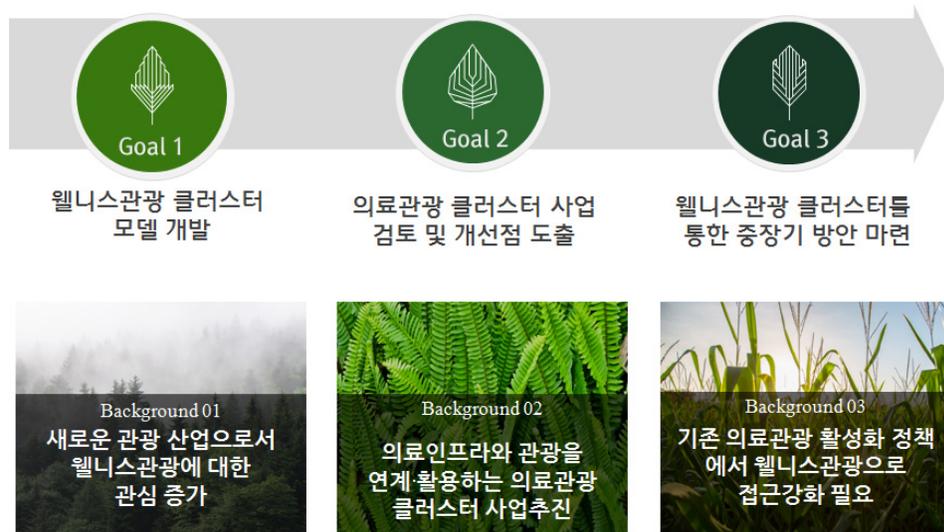
및 관광자원을 효율적으로 연계·활용할 수 있는 웰니스관광 클러스터의 유형 및 모델을 설정함.

» 의료관광 클러스터 사업 검토 및 개선점 도출

- 관계적 접근성과 기능적 네트워크를 강화하도록 구축된 의료관광 클러스터 모델을 웰니스관광 클러스터 모델에 적합하게 활용하고, 사업의 검토를 통해 개선점을 도출함
- 클러스터 유형별로 특성화된 의료 서비스를 제공하도록 만들어진 의료관광 클러스터 모델을 웰니스관광 클러스터 모델 개발에 적용함.
 - 지역의 웰니스 및 관광자원을 활용할 수 있도록 웰니스관광 클러스터 모델을 개발

» 웰니스관광 클러스터를 활용한 중장기 방안 마련

- 웰니스관광의 성공적인 초기정착을 위하여 부처 간 협력과 유관 분야 간 융합을 고려하면서 접근 가능한 웰니스관광 중장기 전략과 과제를 제안함.
- 지역의 웰니스관광 특성 및 사업추진 여건 등에 대한 진단을 토대로 매력적이고 경쟁력 있는 웰니스관광 목적지를 발굴해 낼 수 있는 방향을 제시함.



[그림 1-01] 연구의 배경 및 목적

II 연구의 범위 및 수행방법

1. 연구의 범위

가. 공간적 범위

» 웰니스관광 산업 관련 유관기관 및 업체들이 상주하고 있는 국내 전 지역 포함

〈표 1-01〉 문화체육관광부 선정 2017 웰니스관광 25선

구분	지역	관광지	테마	구분	지역	관광지	테마
1	서울	설화수 플래그십 스토어&스파	뷰티/스파	14	강원도	힐리언스 선마일	힐링/명상
2		티테라피	한방	15	충북	깊은산속 응달샘 힐링센터	힐링/명상
3		정관장 스파G	뷰티/스파	16		리솜 포레스트 허브나인 힐링스파	뷰티/스파
4		여용국 한방스파	한방	17	전북	진안홍삼 스파	뷰티/스파
5		약다방 봄동	한방	18		스파라쿠아 전주 온천	뷰티/스파
6		올리바인 스파	뷰티/스파	19	전남	순천만 국가정원	자연/숲치유
7	부산	스파랜드 센텀시티	뷰티/스파	20		정남진편백숲 우드랜드	자연/숲치유
8	대구	하늘호수	한방	21	경북	국립산림치유원	자연/숲치유
9		리조트 스파밸리	뷰티/스파	22	경남	산청 동의보감촌	한방
10	인천	청라 스파렉스	뷰티/스파	23	제주	오설록 티뮤지엄	뷰티/스파
11	광주	편백나라 효소궁	뷰티/스파	24		WE호텔 웰니스 센터	힐링/명상
12	경기도	허브 아일랜드 허브힐링센터	뷰티/스파	25		제주허브동산	자연/숲치유
13		편백숲 힐링토피아	뷰티/스파				

*자료 : 문화체육관광부 누리집(www.mcst.go.kr).

나. 시간적 범위

» 기준 연도 : 2017년

- 주요 통계 등 현황 자료는 2017년 11월말 이전에 발표된 최신 자료를 반영하여 분석

» 계획 기간 : 2018~2020년(3년)

- 실행력 제고를 위하여 장기 계획보다는 3년 단위의 중기 계획으로 개발
- 장기 지속이 필요한 과제의 경우에는 중장기 추진 방안을 포함하여 제시

다. 내용적 범위

- 본 과업의 내용적 범위는 크게 웰니스관광 동향 분석, 웰니스관광 클러스터 개념 정립, 해외 사례조사, 웰니스관광 클러스터 모델 개발, 웰니스관광 클러스터 모델 추진 방안 수립 등으로 구분되며, 세부 내용은 다음과 같음.

〈표 1-02〉 연구의 내용적 범위

구분	내용
웰니스관광 동향 분석	<ul style="list-style-type: none"> ● 국외 웰니스관광 패턴, 소비 규모 등 동향 분석 ● 국내 웰니스관광 관련 동향 분석 ● 국내 의료관광 클러스터 추진 사례 분석 및 시사점 도출
웰니스관광 클러스터 개념정립	<ul style="list-style-type: none"> ● 웰니스와 웰니스 관광 개념 검토 ● 클러스터와 관광 클러스터 개념 검토
해외 사례조사	<ul style="list-style-type: none"> ● 오스트리아 웰니스 클러스터 사례 분석 및 적용점 도출 ● 해외 웰니스산업 관련 기관 사례 분석 및 시사점 도출
웰니스관광 클러스터 모델 개발	<ul style="list-style-type: none"> ● 웰니스관광 클러스터 개념적 모델 개발 ● 웰니스관광 클러스터 개념적 모델의 단계별 방안 ● 웰니스관광 클러스터 실행 모델 개발 ● 웰니스관광 클러스터 유형별 실행 모델 개발
추진 방안 수립	<ul style="list-style-type: none"> ● 웰니스관광 클러스터 모델 추진 방안 ● 웰니스관광 클러스터 사업 추진 요소 ● 웰니스관광 클러스터 사업 추진 과정

2. 연구의 방법

» 기초 현황 및 문헌연구

- 국내외의 웰니스관광 관련 동향 및 *자료를 수집하여 분석
 - 선행연구 검토를 통해 웰니스관광 클러스터의 정책적 대상과 범주, 사례 등 분석
 - 웰니스관광 관련 정책*자료, 국외 동향 및 사례 참고*자료 분석
- 문헌연구 및 기초 데이터 분석
 - 관련 문헌 및 주요 공표 통계 등 정량적 기초데이터 분석

» 자문회의

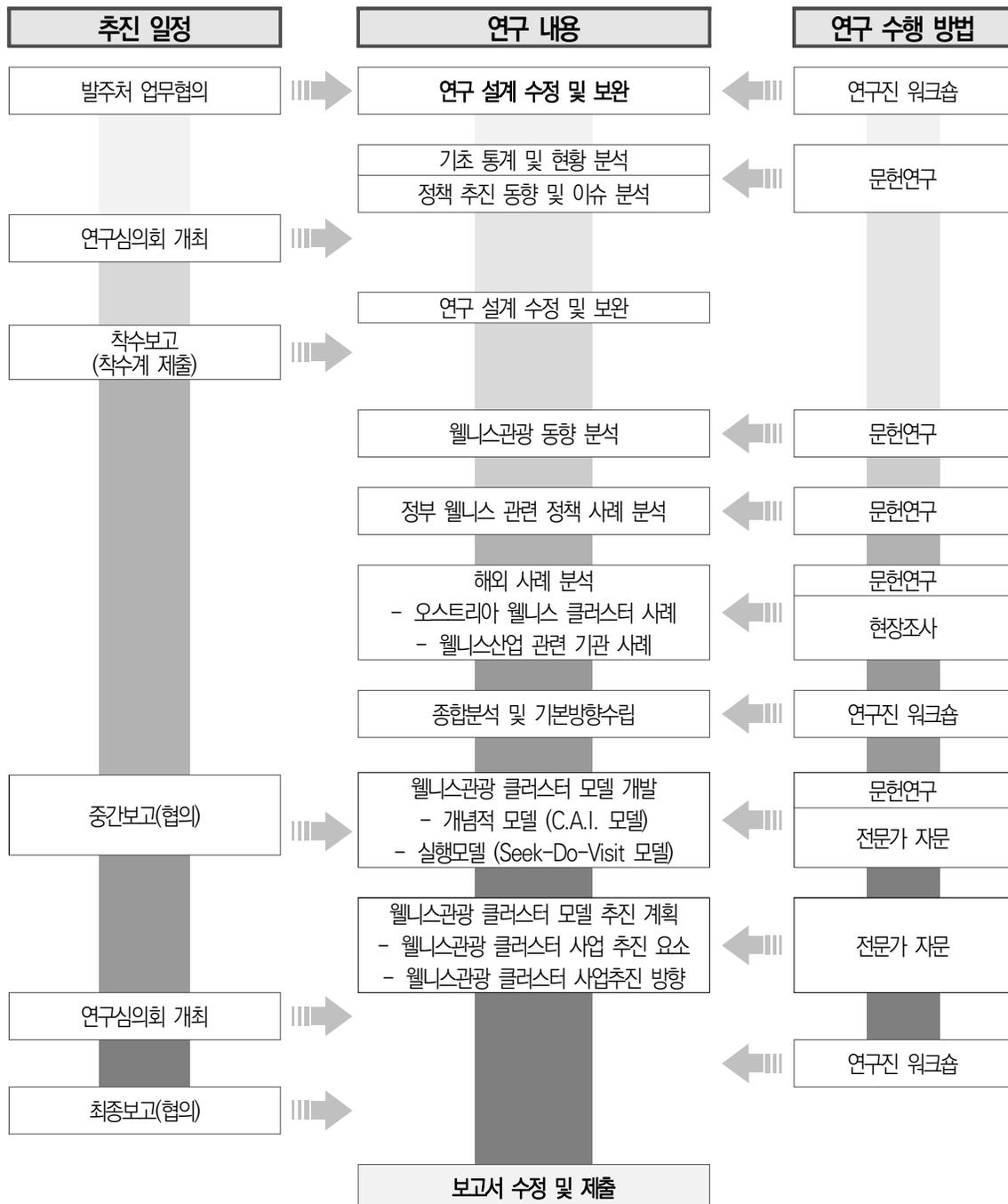
- 웰니스관광 전문가 및 관계자 등의 의견수렴을 위한 자문회의 개최
 - 원론적인 논의를 지양하고, 실행 가능한 전략방안 개발 중심으로 진행
- 기 제안된 의료관광 클러스터를 반영하는 웰니스관광 클러스터 모델 개발에 관한 자문 진행
- 웰니스관광 클러스터 정책 수요 및 방안 개발을 위한 전문가 조사 시행
 - 웰니스관광 정책에 대한 수요와 정책 방향 설정에 활용
- 자문 사항을 웰니스관광 클러스터 모델 개발에 반영

» 웰니스관광 클러스터 해외 사례조사

- 웰니스관광이 활성화된 유럽의 현장 조사를 통해 시사점을 도출하고 연구에 반영
 - 오스트리아 Tirol Wellness Cluster 를 중심으로 한국형 웰니스 클러스터 모델 도입 방안 도출
- 의료관광 클러스터 정책 추진 사례 분석을 통해 시사점을 도출
 - 의료관광 클러스터 추진의 시사점을 바탕으로 현실성 있는 웰니스관광 클러스터 모델 개발

III 연구의 수행체계 및 기대효과

1. 연구의 수행체계



[그림 1-02] 연구의 내용 및 과정

2. 연구의 기대효과

- » 웰니스관광 클러스터의 개념 정립과 지역별 웰니스관광 활성화에 기여

 - 웰니스관광의 초기 단계에 있는 현 상황을 고려 웰니스관광 클러스터의 정의와 개념을 정립 하여 향후 지자체의 이해도 제고에 기여함.
 - 본 과업은 과거 제시되었던 의료관광 클러스터를 웰니스관광 현황에 맞게 수정 및 보완하고, 웰니스관광의 특성을 고려한 자원 분류를 제안함으로써 웰니스관광의 진흥 및 확산을 위한 기초 토대 마련에 기여함.

- » 실행 가능한 사업추진계획 제시로 체계적인 정책 수행에 기여

 - 기존 의료관광 활성화 정책은 주로 협의의 의료관광객인 외국인 환자 유치 위주로 추진되어 유관산업과의 시너지를 통한 고부가가치 달성 부분에서 그 한계가 발생하였으며, 그 주요 원인 중 하나는 최근의 관광 트렌드와 소비자의 니즈를 반영한 중장기적인 웰니스관광 진흥 전략과 방안을 마련하지 못했던 데 있음.
 - 본 과업은 최근 웰니스관광을 둘러싼 거시적·미시적 환경을 조사 및 분석하고, 향후 한국형 웰니스관광 정체성 확립을 목표로 웰니스관광 클러스터 모델을 제안하여 중장기적인 전략 방안을 제시함으로써 정책의 체계화 및 실행력 제고에 기여함.

- » 중앙정부와 지자체 협력으로 새로운 형태의 지역관광 거점 마련

 - 공공의 관점에서 지역의 지속가능한 성장을 견인할 수 있는 수단으로 웰니스관광 클러스터 사업을 추진하고 이를 통해 지역 관광의 질적 및 양적 측면의 성장을 견인하는 거점 마련에 기여함.
 - 새로운 웰니스관광콘텐츠 개발과 기존 관광콘텐츠와의 연결을 통해 관광의 기능적 네트워크 모델을 구축함으로써, 다변화되는 관광객의 행태에 대응하는 새로운 지역관광 거점을 육성함.

2장. 웰니스관광 관련 시장동향 분석

- I. 웰니스산업의 글로벌 시장 동향
- II. 국내 웰니스산업 시장 동향

I 웰니스산업의 글로벌 시장 동향

1. 웰니스관광의 성장 배경

» 전체론적 관점에서의 건강과 관련 의식의 향상

- 1960년대 이후 소비자들의 건강에 대한 인식이 전체론적인 관점으로 변화하면 서부터 웰니스 운동으로 일컬어지는 소비자 운동이 나타남.
- 과거에는 전염병이 주요 사망원인이었다면, 현대에는 식생활습관에서 비롯된 암, 심장질환, 당뇨 등의 만성적인 병이 주요 사망원인으로 나타남. 그러나 기존의 건강관리는 이러한 병들을 관리하거나 예방하는 데 크게 효과적이지 못하다는 것이 지속적으로 입증됨.
 - 전통적인 보건의료의 효과성에 대한 회의론은 서구인들이 대체 의학으로 전환 하는 추세를 촉발
- 동시에 개인은 더 이상 건강에 있어서 수동적으로 행동하지 않으며, 자신의 건강 유지와 건강 기능의 향상을 위한 다양한 정보의 양과 관련 교육이 증가함.
 - 소비자들은 건강에 더욱 민감해지는 것은 물론 건강한 삶을 영위함으로써 건강에 대한 책임감을 수용
- 이미 웰니스관광은 대안적·전체론적인 건강의 패러다임과 연결되어 있으며, 소비자들의 건강한 생활습관 추구는 웰니스관광 수요의 기본 토대를 이루고 있음.

» 삶의 가속화 (Pace of life acceleration)

- 산업 혁명 이후로 생체시간(natural time)보다 시계에 근거한 시간(clock time)이 매일의 기준이 되기 시작하였으며, 새로운 기술의 개발로 일이 조직되는 방법에 큰 변화를 일으켜 삶의 속도가 점차 증가함.
- 결과적으로 전 세계적으로 사람들의 업무량과 그에 대한 압박이 증가하여 분노, 피로 등의 정서적인 긴장이나 우울증, 공황장애 등과 같은 심리적 질병과 같은 스트레스 관련 질환의 증가를 초래함.

- 웰니스관광은 일상적인 스트레스의 해소의 이상적인 해결책으로 여겨지는 동시에 휴식과 회복의 한 수단으로 급부상함.
 - 열심히 일하는 것에 대한 보상으로서의 웰니스관광이 서양권과 동양권 웰니스 관광객 그룹에서 높은 순위를 얻음

» 눈에 띄지 않는 소비 (Inconspicuous consumption)

- 많은 사람들의 삶이 빠르게 진행되면서 점점 물질적·합리적·기술적으로 변해 가면서 소비자 가치의 균형을 추구하는 소비자 행동 양상이 나타나는데, 이러한 움직임은 모두 눈에 띄지 않는 소비의 형태로 나타남.
 - 웰니스관광은 사람들이 자발적으로 자신의 삶을 단순화하거나 높은 소득을 삶의 질과 교환하는 등 삶의 질을 향상시키려는 움직임과 연관
- 관광객들은 눈에 띄는 소비에 관여하고 물질적인 상태를 과시하는 대신 개인적 성취의 경험을 갖는 시간을 가치 있게 여기면서 점점 사치품의 개념을 물질적인 것에서 비물질적인 것으로 재해석함.
- 웰니스관광과 연관 있는 또 다른 현상은 로하스 운동(LOHAS, the Lifestyle of Health and sustainability)으로, 사람들이 소비 결정을 내릴 때 자신 개인의 건강을 고려할 뿐 아니라 환경, 지역 사회 및 사회 정의의 건강까지 고려하는 새로운 생활습관을 일컬음.

» 개인화 (individualisation)

- 소비 행위와 관련하여 사람들은 점점 더 자신의 개성을 표현할 수 있는 제품을 찾는 동시에 균질화된 대량소비를 지양하는 특성을 보여 맞춤형 제품과 서비스를 요구함.
- 최근 관광 업계는 대중 관광(mass tourism)에서 벗어난 독자적인 여행과 틈새관광에 호의적인 태도를 보여 왔으며, 웰니스관광은 다른 관광 보다 특히 더 개인과 자아에 초점을 두고 있는 관광유형임.
- 특히, 전체론적인 웰니스를 추구하는 관광객들은 진정한 자아를 찾고자 하며, 자아 탐구를 위한 관광 활동에 일반적인 관광 명소 방문 및 활동적인 관광 경험 보다 더 많은 가치를 부여한다는 점을 주목해야 함.

» 정신적 가치 추구 (Quest for spirituality)

- 물질적 가치에서 벗어난 정신적 가치의 추구는 21세기의 가장 대표적인 메가트렌드임.
- 정신적 가치에 대한 갈망은 요가나 명상과 같은 신체 활동과 서적, 음악과 같은 심리적 활동 뿐 아니라 전체론적 관점의 뉴 에이지 운동(New Age Movement)와 같은 형태로 나타나 개인의 생활에 정신적 가치가 미치는 영향은 현재 회사 조직과 같은 기관들로도 퍼지고 있음.
- 환경의 가치와 기업의 사회적 책임을 포함하는 윤리와 도덕에 기초한 새로운 경제로의 영적 인식과 윤리와 도덕에 기초한 새로운 경제관념인 의식적 자본주의의 등장을 예견하기도 함. (Aburdene, 2007)

» 인구 고령화 (Aging populations)

- 기대수명이 길어지는 반면, 출생률은 낮아져 전 세계적으로 인구의 고령화가 심화되고 있음.
- 현재 인구 고령화와 직접적인 관련이 있는 집단은 1944년~1954년 사이에 태어난 베이비붐 세대로, 이전 세대의 노인들과 비교하여 일반적으로 풍요로운 경제력을 바탕으로 좋은 건강상태를 유지하며 건강에 매우 관심이 많은 특징을 보임.
- 베이비붐 세대가 웰니스관광객의 대부분을 구성하는 것은 아니지만, 웰니스관광과 의료 관광의 지속적인 수요증가의 주요 요인 중 하나임.



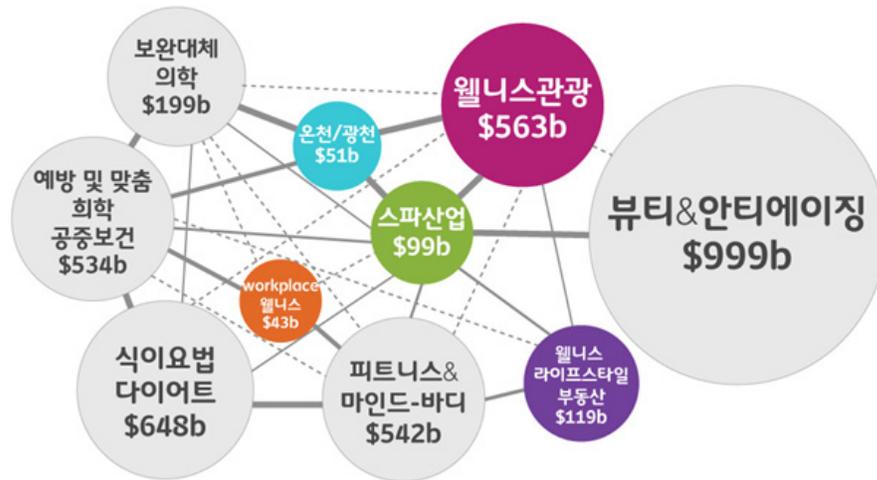
[그림 2-01] 웰니스관광의 성장배경

2. 웰니스산업의 성장

가. 웰니스산업의 시장 경제

» 웰니스산업의 시장 전망

- 미국의 웰니스 전문 리서치 그룹 GWI(The Global Wellness Institute)는 2015년 글로벌 웰니스 시장 경제를 3.7조 달러로 추산하였으며, 이는 전체 글로벌 경제의 5.1%에 해당함.
- 세계 경제의 불황 속에서도 웰니스 시장은 점점 성장하고 있으며, 이는 만성적인 질병과 스트레스 상황에 노출된 사람들이 점점 심신 상태를 개선하고 좋은 상태를 유지하기 위해 웰니스 접근방법에 의존하기 때문인 것으로 해석할 수 있음.
- 웰니스 시장은 소비자들이 자신들의 일상생활에 웰니스 활동과 웰니스 생활습관을 포함시킬 수 있도록 하는 산업으로 구성됨.



*자료 : GWI(2017), 「Wellness Economy Monitor」.

[그림 2-02] 글로벌 웰니스 시장 경제

- GWI에 의하면 2013년부터 2015년까지 글로벌 경제 규모는 -3.6% 감소한 반면 웰니스산업 시장 규모는 10.6% 성장하였음.

- 특히, 예방 의학과 공중보건 산업과 피트니스와 심신 안정 산업이 10% 이상의 성장세를 보임.
- 웰니스관광 분야는 2013-2015년 6.8%의 성장세를 기록하며, 약 5천6백억 달러의 시장 규모를 차지
- 급속한 성장세를 보이는 글로벌 헬스 지출과 비교해 볼 때 웰니스산업이 소비자 지출과 경제적 활동을 견인하고 있음을 알 수 있음.
 - 글로벌 헬스 지출은 2014년 7.6조 달러¹⁾

〈표 2-01〉 2013-2015 10대 분야별 웰니스 시장 경제

구분	시장 규모 (US 10억 달러)		연평균 성장률 2013-2015
	2013	2015	
뷰티&안티 에이징	\$1,025.6	\$999.0	-1.3%
식생활, 영양, 체중 감량	\$574.2	\$647.8	6.2%
웰니스관광	\$494.1	\$563.2	6.8%
피트니스와 심신 안정	\$446.4	\$542.0	10.2%
예방 의학과 공중보건	\$432.7	\$534.3	11.1%
보완 의학·대체 의학	\$186.7	\$199.0	3.3%
웰니스 라이프스타일 부동산	\$100.0	\$118.6	8.9%
스파 산업	\$94.0	\$98.6	2.5%
온천·광천 산업	\$50.0	\$51.0	1.0%
Workplace 웰니스	\$40.7	\$43.3	3.1%
웰니스 시장 경제	\$3,367.8	*\$3,724.4	5.2%

*자료 : GWI(2017), 「Wellness Economy Monitor」.

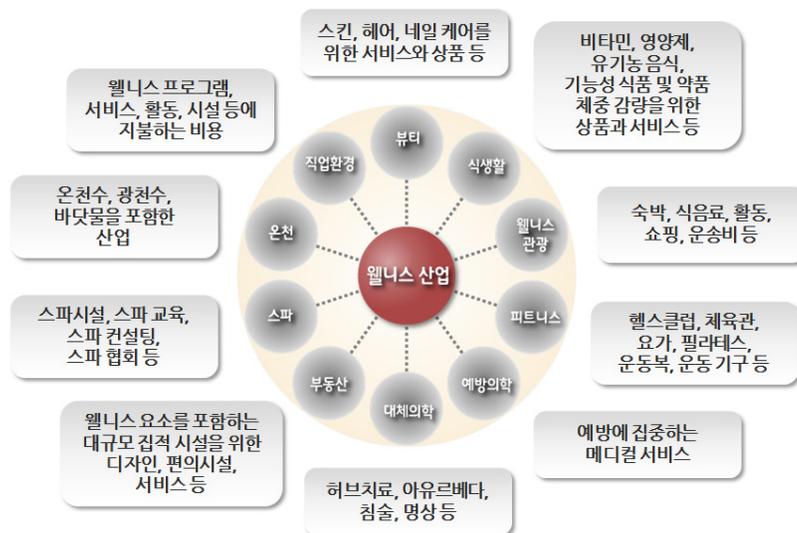
나. 웰니스산업 분야

» 웰니스 10대 산업

- 웰니스산업은 뷰티, 식생활, 웰니스관광, 피트니스, 예방의학, 대체 의학, 부동산, 스파, 온천, 직업 환경에서의 웰니스 등 10개 분야로 분류 가능하며, 각 산업은 상호 연결되어 향후 시너지 효과를 기대할 수 있음.
 - 웰니스관광 산업은 1차적 웰니스관광객, 2차적 웰니스관광객, 내국인 웰니스관광객, 외국인 웰니스관광객에 의해 만들어진 모든 소비의 집합으로 숙박, 식음

1) World Health Organization(who.int/health-accounts/ghed/en).

- 료, 활동, 쇼핑, 운송비 등을 포함
- 뷰티&안티 에이징 산업은 스파를 제외한 뷰티와 살롱 서비스로 스킨, 헤어, 네일 케어를 위한 서비스와 상품/ 민감성을 위한 서비스와 상품 / 노화방지를 위한 스킨케어 서비스와 화장품 등을 포함
- 식생활, 영양, 체중 감량 관련 산업은 비타민과 영양제, 유기농 음식 / 기능성 식품 및 약품 / 체중 감량을 위한 상품과 서비스 등을 포함
- 피트니스와 심신 안정 산업은 헬스 클럽과 체육관, 요가·필라테스·마셜 아트 등과 같은 개인 수업 / 심신 안정을 위한 서비스 / 운동복, 운동 기구 등을 포함
- 예방 의학과 공중보건 산업은 위험 요인을 발견하고, 예방에 집중하는 메디컬 서비스를 포함
- 대체 의학 산업은 허브 치료, 아유르베다, 침술, 명상 등을 포함
- 웰니스 라이프스타일 부동산 산업은 웰니스 요소를 포함하는 대규모 집적시설을 위한 디자인, 편의시설, 서비스 등 포함
- 스파 산업은 스파 시설과 관련 클러스터를 지칭하며, 스파 시설, 스파 교육(스파 관리사, 매니저, 관리자 등), 스파 컨설팅, 스파 협회 등으로 구성
- 온천·광천 산업은 물이라는 특수한 재화를 활용하여 수익을 창출하는 산업으로 온천수, 광천수, 바닷물을 포함
- Workplace 웰니스는 기업에서 직원들의 웰니스 증진을 목표로 웰니스 프로그램, 서비스, 활동, 시설 등에 지불하는 비용을 포함

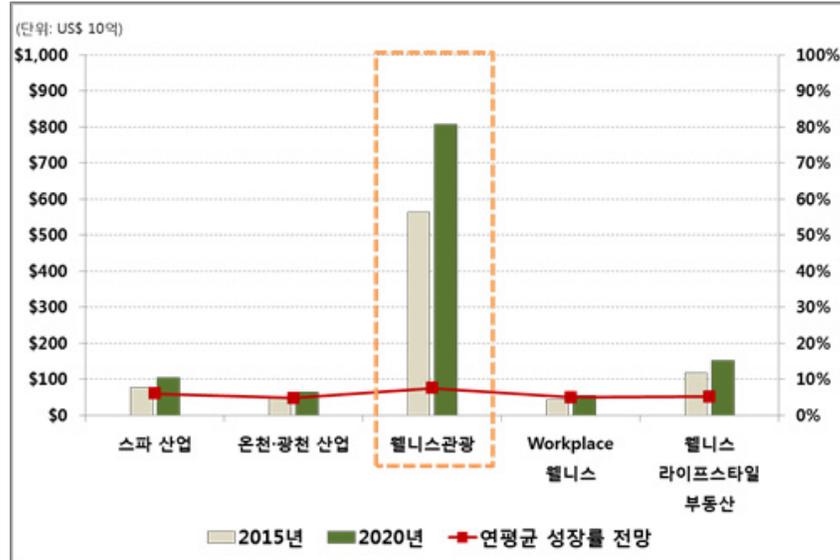


[그림 2-03] 웰니스산업의 10개 분야

3. 웰니스산업의 향후 시장 전망

▶ 웰니스산업별 시장 전망

- 웰니스 시장은 웰빙에 대한 소비자의 집단 의식 변화 뿐만 아니라 인구 통계 및 소비 트렌드에 의해 글로벌 경제 시장에서 높은 점유율로 성장할 수 있는 위치에 있음.
- GWI는 2015-2020 웰니스 시장이 세계 GDP 성장률에 비해 빠른 성장을 보일 것으로 전망함.
 - IMF는 2015-2020 매년 GDP 성장률을 4.5%²⁾로 예측
 - 웰니스관광은 2015-2020 연평균 성장률 7.5%로 가장 가파른 성장세를 보일 것으로 전망
- GWI는 10대 웰니스산업 시장 중 스파 산업, 온천·광천 산업, 웰니스관광, Workplace 웰니스산업, 웰니스 라이프스타일 부동산 산업 등 5가지 산업부문에서 높은 성장률을 전망함.



*자료 : GWI(2017), 「Wellness Economy Monitor」.

[그림 2-04] 웰니스관광 산업별 시장 전망

2) World Economic Outlook Database 2016 Edition, IMF

〈표 2-02〉 2015-2020 웰니스 분야별 시장 전망

구분	시장 전망 (US \$10억)		연평균 성장률 전망
	2015	2020	2015-2020
스파 산업	\$77.6	\$103.9	6.0%
온천·광천 산업	\$51.0	\$64.6	4.8%
웰니스관광	\$563.2	\$808.0	7.5%
Workplace 웰니스	\$43.3	\$55.1	5.0%
웰니스 라이프스타일 부동산	\$118.6	\$152.8	5.2%

*자료 : GWI(2017), 「Wellness Economy Monitor」.

» 웰니스관광 시장 전망

- 웰니스관광 글로벌 시장은 많은 소비자들이 높은 수준의 웰니스 경험을 추구하고 이러한 욕구가 관광 행태에 반영되면서 글로벌 관광 시장에 비해 빠르게 성장세를 보임.
- 2013~2015년 동향을 살펴보면, 웰니스관광의 성장 모멘텀은 다음의 3가지 메가트렌드의 영향으로 더욱 강해짐.
 - 여행을 포함한 생활습관 지출에 대한 가처분소득이 증가한 신흥 글로벌 중산층
 - 웰빙·웰니스와 건강한 생활습관과 관련된 모든 것에 대한 소비자 욕구의 증가
 - 체험 여행에 대한 관심 증가
- 웰니스 여행에 대한 소비자 수요의 증가와 이러한 욕구를 충족시키기 위한 관련 사업 투자 및 혁신 가속화로 웰니스관광은 2015년 기준 5,632억 달러 규모의 산업으로 성장함.
 - 2013~2015년 웰니스관광 지출액은 연평균 6.8% 증가하여 연평균 관광지출 증가율인 3.4%보다 상회
 - 웰니스관광객들은 2015년 약 6억 1천만 건의 웰니스 여행을 하였으며, 이는 2013년 보다 약 1억 4천만 건 많은 수치
- 또한, 웰니스 여행은 전체 여행의 6.5%를 차지하지만³⁾, 총 관광 지출의 15.6%를 차지하는 것으로 나타나는데, 이는 웰니스관광객이 비(非)웰니스관광객보다 훨씬 많은 여행 경비를 지출하기 때문으로 해석됨.

3) Wellness Economy Monitor, GWI (2017)

〈표 2-03〉 2013·2015년 웰니스관광 및 지출액

구분	여행 수 (백만)		지출액 (US \$10억)	
	2013	2015	2013	2015
외국인·인바운드 웰니스관광	95.3	116.0	\$156.3	\$187.1
내국인 웰니스관광	491.2	575.0	\$337.8	\$376.1
총 웰니스관광 산업	586.5	691.0	\$494.1	\$563.2

*자료 : GWI(2017), 「Wellness Economy Monitor」.

II 국내 웰니스산업 시장 동향

1. 웰니스산업 국내 시장 동향

» 건강한 삶을 위한 웰니스

- 우리나라는 지난 2012년 지식경제부에서 ‘육체적, 정신적, 감성적, 사회적, 지적 영역에서 최적의 상태를 추구하는 것으로 쾌적하고 안전한 공간과 건강하고 활기찬 활동을 위한 인간의 상태·행위·노력을 포괄하는 개념’으로 웰니스를 정의한 바 있음.
- 2010년대 우리나라에서는 IT 중심의 웰니스산업이 시작되었으며, 웰니스 IT가 U-헬스케어 산업 성장의 주도적인 역할을 함.
 - 시장조사기업 렉스리서치는 세계 모바일 웰니스 IT와 어플 시장의 전망을 2023년 45조 9,700억 원 규모로 예상
- IT웰니스산업의 성장 배경에는 사용자의 적극적인 참여가 있는데 치료에 중점을 둔 의료 산업이 아니기 때문에 시장 진입과 수출이 비교적 용이한 특징을 보임. 또한, 사용자들은 어플리케이션이나 디바이스를 직접 구입하여 사용할 수 있어 웰니스IT 서비스에 대한 거부감이 적은 것도 하나의 성장 배경이 됨.
- 개인의 건강관리에 대한 관심이 높아지면서 웰니스 케어의 수요는 지속적으로 증가하고 있으며, 산업통상자원부는 전 세계 웰니스 시장의 규모는 2013년 163조 6,000억 원에서 2018년 약 362조 3,500억 원으로 급성장할 것으로 전망함⁴⁾.
- 건강에 대한 사람들의 관심은 점점 높아지고 있지만 아직은 우리의 웰니스 수준은 낮은 것으로 나타남.
- OECD가 매년 집계하고 있는 더 나은 삶의 지수(Better Life Index: BLI)는 전 세계의 삶의 질을 평가하는데, 한국은 하위권에 머무름.

4) 한국생산기술연구원 뉴스레터(<https://www.kitech.re.kr/promotion/page3-wz.php?pidx=101&idx=52>).

- 사람들의 웰니스를 증진시키기 위하여 근로환경 개선, 환경문제 개선 등의 정책적 지원이 요구되고 있으며, 웰니스관광의 확산 또한 우리의 웰니스 생활을 개선을 위한 하나의 방안으로 볼 수 있음.

“웰빙지수 145국 중 74위... 건강하지도 행복하지도 않은 한국인”

한때 한국 사회를 휩쓸었던 웰빙(well-being). 지금은 그 열풍이 잦아들었지만, 여전히 ‘웰빙’은 한국 사회의 화두이다. 경제동물처럼 살아왔던 산업화 시대를 지나 이제는 질 높고 행복한 삶을 추구하고 싶다는 바람이었다. <중략>

2016년 BLI *자료를 살펴보면, 한국은 총 38국가 중 28위로 하위권이였다. 영역별 순위로 보았을 때 다른 선진국들에 비해 공동체(37위)와 환경(37위)이 최하위권이었고, 일과 삶의 균형(36위), 삶의 만족도(36위), 그리고 건강(35위)도 매우 낮게 평가되었다. 이 중 공동체와 삶에 대한 만족도는 여론조사를 기반으로 하여 측정되었다. 이는 OECD 평균값인 88%보다 많이 낮은 수치이다. ……

* 자료: 문화일보, 웰빙지수 145국 중 74위... 건강하지도 행복하지도 않은 한국인(2017년 11월 1일) 기사.

2. 우리나라의 웰니스 관련 기타 산업

» 우리나라의 온천·스파 산업⁵⁾

- 앞서 살펴본 웰니스산업의 종류에는 스파, 온천, 웰니스 부동산, 피트니스, 대체의학, 식생활 등의 산업이 있으며, 우리나라에도 오랜 시간동안 온천 지역을 중심으로 온천·스파 산업이 발달해 옴.
- 2015년 행정자치부가 발간한 전국 온천 보호지구 및 보호구역 지정현황을 살펴보면 전국에 442개소의 온천과 551개의 시설이용업소가 있음.
- 이 중 경북지역이 전국 온천의 22%를 차지하는 최다 온천보유지역이며 온천지정면적 또한 가장 넓음. 온천을 이용한 연간이용객은 총 62,042명이며 충남, 경북, 부산 순으로 많은 방문객들이 온천을 이용하고 있음.

5) 최정자·김진홍(2016), 「경북 동해안의 웰니스관광 활성화방안」.

〈표 2-04〉 우리나라 전국의 온천현황

(단위: 천 명, 천 m²)

시·도	계	연간이용객	지정면적	
			보호 지구	보호 구역
합계	442(551)	62,042	179,275	2,496
서울	10(8)	1,831	150	91
부산	36(64)	7,229	2,967	282
대구	13(11)	2,796	1,731	63
인천	15(0)	0	4,655	93
광주	3(2)	125	950	2
대전	3(67)	2,415	939	8
울산	13(12)	1,286	3,818	87
세종	2(2)	25	0	23
경기	49(24)	4,322	21,836	389
강원	48(32)	3,599	17,277	387
충북	21(38)	2,100	19,635	25
충남	26(84)	15,376	11,936	34
전북	28(8)	1,030	21,757	54
전남	14(45)	1,815	6,411	143
경북	96(89)	10,649	50,748	437
경남	51(62)	6,880	9,964	288
제주	14(3)	604	4,501	90

*자료 : 행정자치부(2015), 「전국 온천 보호지구 및 보호구역 지정현황」.

*주 : ()내는 이용업소

- 2003-2014년의 전국 온천이용객의 현황을 살펴보면, 2003년부터 2006년까지 온천이용객수는 증감을 반복함.
- 2007년부터는 전국 온천이용객이 꾸준히 증가하는 것을 볼 수 있는데 2007년 53,415명에서 2014년 62,042명으로 늘어남.
- 2014년 만 명 이상의 온천이용객이 방문한 지역은 충남과 경북지역으로 2003년부터 2010년까지 경북지역의 온천이용객이 충남지역의 온천이용객보다 많은 것을 볼 수 있음.
- 2011년부터 경북과 충남지역의 온천이용객 수가 역전되었는데, 충남 아산시의 온천 관광특구(온양·아산·도고 온천지구)와 충남 예산군의 덕산온천지구가 충남 내 온천권역을 형성하고 있기 때문임.

〈표 2-05〉 연도별·지역별 온천이용객수 추이

(단위: 천 명)

시·도	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
합계	52,883	49,233	52,251	50,233	53,415	53,927	54,379	56,088	57,338	59,044	60,627	62,042
서울	1,321	997	1,125	2,266	2,458	2,211	1,710	1,993	2,279	2,073	1,787	1,831
부산	4,269	4,299	4,414	4,612	6,255	5,777	6,623	6,904	7,225	7,222	7,292	7,229
대구	3,902	951	1,247	1,302	1,548	1,921	2,077	2,077	1,723	2,190	2,303	2,796
인천				348	237	303	247	47	47	47		
광주	108	388	388	311	305	300	305	305	305	245	245	125
대전	5,680	3,866	3,866	3,561	3,475	2,732	2,523	2,623	2,508	2,262	2,415	2,415
울산	938	1,156	1,318	1,198	1,138	1,182	1,182	1,112	1,112	1,292	1,285	1,285
세종										12	169	25
경기	3,661	3,661	3,661	3,661	3,449	3,566	4,791	3,668	3,629	3,701	4,02	4,322
강원	2,559	2,755	2,755	3,132	3,256	3,562	3,542	4,930	3,963	2,979	3,554	3,559
충북	4,267	4,491	4,352	3,471	3,241	3,468	2,970	2,778	1,786	1,970	2,020	2,100
충남	6,483	5,833	7,338	7,147	7,781	9,359	9,607	9,894	11,636	12,619	12,978	15,376
전북	1,161	1,140	1,450	207	214	435	435	429	428	788	1,042	1,030
전남	3,245	3,579	3,570	3,468	3,119	2,662	2,946	2,653	2,528	1,835	1,829	1,815
경북	8,847	8,286	8,873	8,983	10,484	9,692	10,525	10,267	11,071	11,694	11,161	10,649
경남	6,472	7,825	7,825	6,550	6,369	6,714	4,779	6,391	6,804	7,494	7,921	6,880
제주		6	69	6	36	43	117	117	294	621	604	604

*자료 : 관광지식정보시스템(www.tour.go.kr).

» 의료관광 산업

- 우리나라의 웰니스 관련 산업 중 가장 크게 성장한 산업은 의료관광 산업으로 2009년 5월 의료법이 개정되면서 외국인 환자 유치에 가능해짐.
- 정부의 의료관광 활성화 정책과 해외환자 유치를 위한 적극적인 마케팅, 관련 종사자들의 육성 및 역량 강화 등으로 한국의 의료관광 시장은 지속적으로 성장하고 있음.
- 한국 의료를 이용한 환자수를 살펴보면, 2009년 60,201명에서 2016년 364,189명으로 7년 간 약 6배의 환자수가 증가한 것으로 나타남. 총 진료수입은 2009년 547억 원에서 2016년 8,606억 원으로 약 16배 증가함.
 - 2016년 환자 수는 2015년 대비 22.7% 증가

- 2016년 총 진료수입은 2015년 대비 28.6% 증가
- 정부는 적극적인 의료관광 활성화를 위해 관계부처, 공공기관, 민간단체를 아우르는 협력을 강조하고 있지만, 의료관광과 관련된 다른 산업체들이 함께 성장하고 있지 못하는 문제점을 보임.

〈표 2-06〉 한국 의료를 이용한 외국인환자 현황

(단위: 명, 백만원, 개국)

구분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
환자수	60,201	81,789	122,297	159,464	211,218	266,501	296,889	364,189
총 진료수입	54,700	103,200	180,900	267,300	393,400	556,900	669,400	860,600
방문 국가수	139	163	180	188	191	190	187	186

*자료 : 한국보건산업진흥원(2016), 「외국인환자 유치실적 통계분석 보고서」.

» ICT 웰니스 케어 산업⁶⁾

- 개인의 건강관리에 대한 관심이 높아지면서 웰니스 케어 수요는 지속적으로 증가하고 있음. 산업통상자원부는 전 세계 웰니스 시장의 규모가 2013년 163조 6,000억 원에서 2018년 약 362조 3,500억 원으로 급성장할 것으로 전망함.
- ICT 웰니스 케어 산업으로는 사용자 개개인의 건강상태를 측정해주는 첨단 웰니스 기기, 건강관리 데이터를 한 곳에 모으고 효율적으로 관리할 수 있는 플랫폼, 서로 다른 업종 간 연계를 통한 웰니스 케어 서비스 등이 있음.

3. 외국인 의료관광객 현황

» 한국 의료를 이용한 외국인 환자는 꾸준히 증가하는 추세

- 한국 의료를 이용한 환자수를 살펴보면, 2009년 60,201명에서 2016년 364,189명으로 7년 간 약 6배의 환자수가 증가한 것으로 나타남.
 - 2016년 환자 수는 2015년 대비 22.7% 증가
- 총 진료수입은 2009년 547억 원에서 2016년 8,606억 원으로 약 16배 증가하여, 환자수의 증가 수치보다 큰 폭으로 상승함.

6) 미래창조과학부(2016), 「ICT-웰니스 케어 융합 확산 및 산업 활성화 전략 연구」.

- 2016년 총 진료수입은 2015년 대비 28.6% 증가
- 2016년 1인당 진료비의 평균은 2,363,058원
- 한국 의료를 이용한 환자들의 국가는 2009년 139개국에서 2013년 191개국으로 증가하다가 2014년부터 소폭 감소하여 2016년 186개국이 한국 의료를 이용하기 위해 방문한 것으로 조사됨.

〈표 2-07〉 한국 의료를 이용한 외국인환자 현황

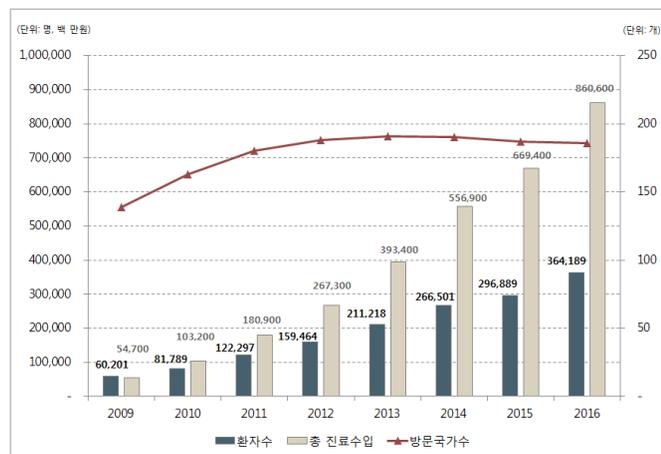
(단위: 명, 백만원, 개국)

구분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
환자수	60,201	81,789	122,297	159,464	211,218	266,501	296,889	364,189
총 진료수입	54,700	103,200	180,900	267,300	393,400	556,900	669,400	860,600
방문 국가수	139	163	180	188	191	190	187	186

*자료 : 한국보건산업진흥원(2016), 「외국인환자 유치실적 통계분석 보고서」.

» 2016년 외국인 환자 중 외래 환자 수가 가장 큰 비중을 차지

- 외국인 실 환자 현황을 살펴보면, 2016년 외국인 환자는 364,189명으로 조사되었고. 한국 의료를 이용한 외국인 환자는 증가하는 추세이지만 2012년부터 증가율은 감소하는 추세를 보임.



*자료 : 한국보건산업진흥원(2016), 「외국인환자 유치실적 통계분석 보고서」.

[그림 2-05] 한국 의료를 이용한 외국인 환자 현황

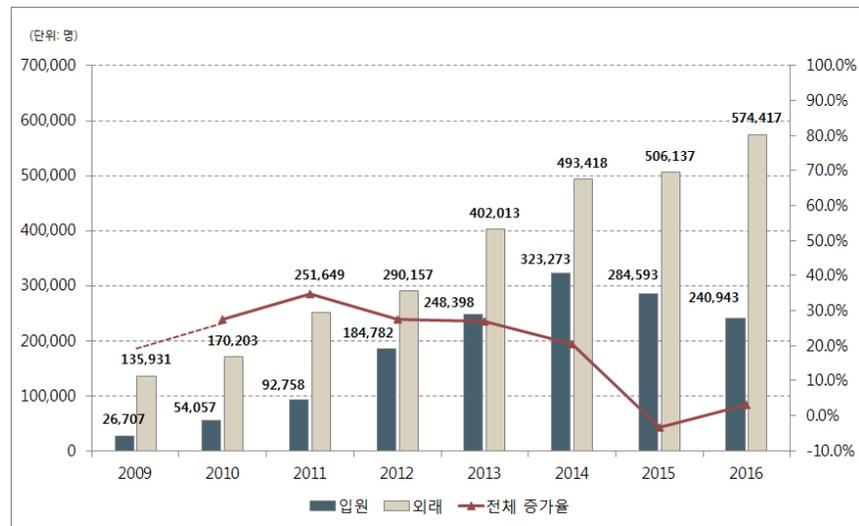
- 2016년도 진료 유형별 외국인 환자를 살펴보면, 외래 296,597명, 건강검진 41,316명, 입원 26,276명으로 외래 환자가 81.4%를 차지함.

- 외래 81.4%, 건강검진 11.3%, 입원 7.2%

- 입원 환자의 연평균 증가율이 31.3%로 가장 크게 나타났으며, 그 다음은 외래 환자의 연평균 증가율이 29.23%, 검진 환자의 연평균 증가율이 26.9%로 나타남.

» 진료 유형별 외국인 연 환자⁷⁾ 현황

- 진료유형별 외국인 연 환자 현황을 살펴보면, 외국인 연 환자 수는 증가하고 있으나 증가율은 감소하는 추세임.



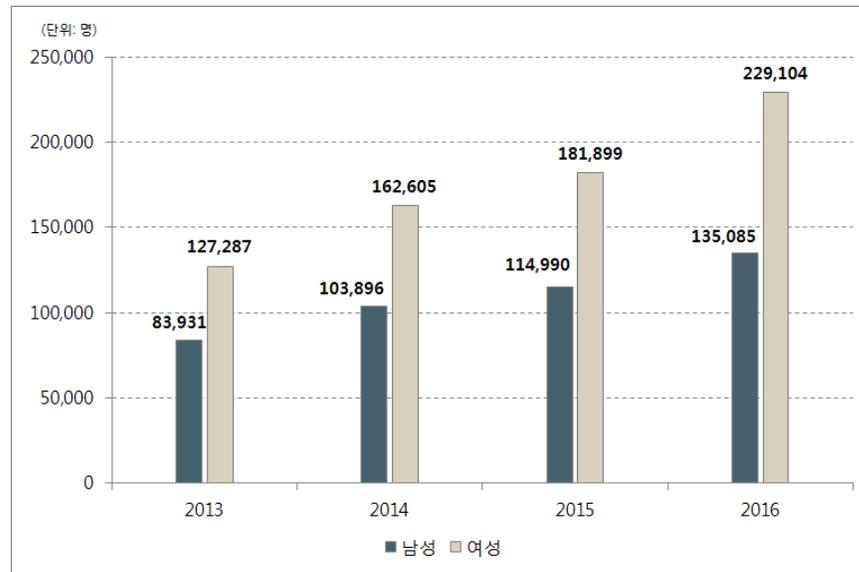
*자료 : 한국보건산업진흥원(2016), 「외국인환자 유치실적 통계분석 보고서」.

[그림 2-06] 진료유형별 외국인 연도별 환자 현황

» 남성보다 여성 외국인 환자 비중이 큼

- 성별 외국인 환자 현황을 살펴보면, 여성 외국인 환자의 비중이 남성 외국인 환자보다 큰 것으로 조사됨.
- 2016년의 경우 여성 외국인 환자는 남성 외국인 환자보다 약 1.7배 많은 수가 한국 의료를 이용한 것으로 나타남.

7) 1명의 환자가 복수의 외래진료 및 입원을 한 경우, 모든 진료일수 및 입원 기간을 합산한 환자수



*자료 : 한국보건산업진흥원(2016), 「외국인환자 유치실적 통계분석 보고서」.

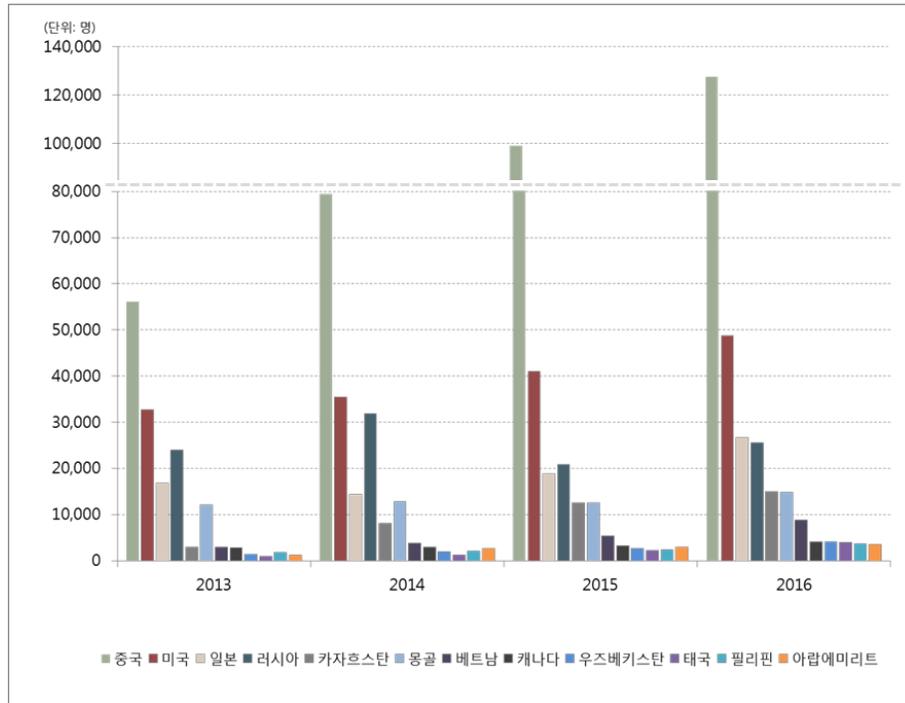
[그림 2-07] 성별 외국인 환자 현황

» 30대 외국인 환자가 가장 큰 비중을 차지

- 연령별 외국인 환자 현황을 살펴보면, 30대의 외국인 환자가 24.3%로 가장 큰 비중을 차지함.
 - 30대 24.3%, 20대 21.1%, 40대 18.3%, 50대 15.7%, 60대 이상 11.8%, 20대 미만 8.8%
- 2016년의 경우 20대와 30대의 환자가 45.4%로 절반에 가까운 비중을 차지하여, 외국인 환자 중 20-30대 젊은 층이 한국 의료를 많이 이용하는 것으로 조사됨.

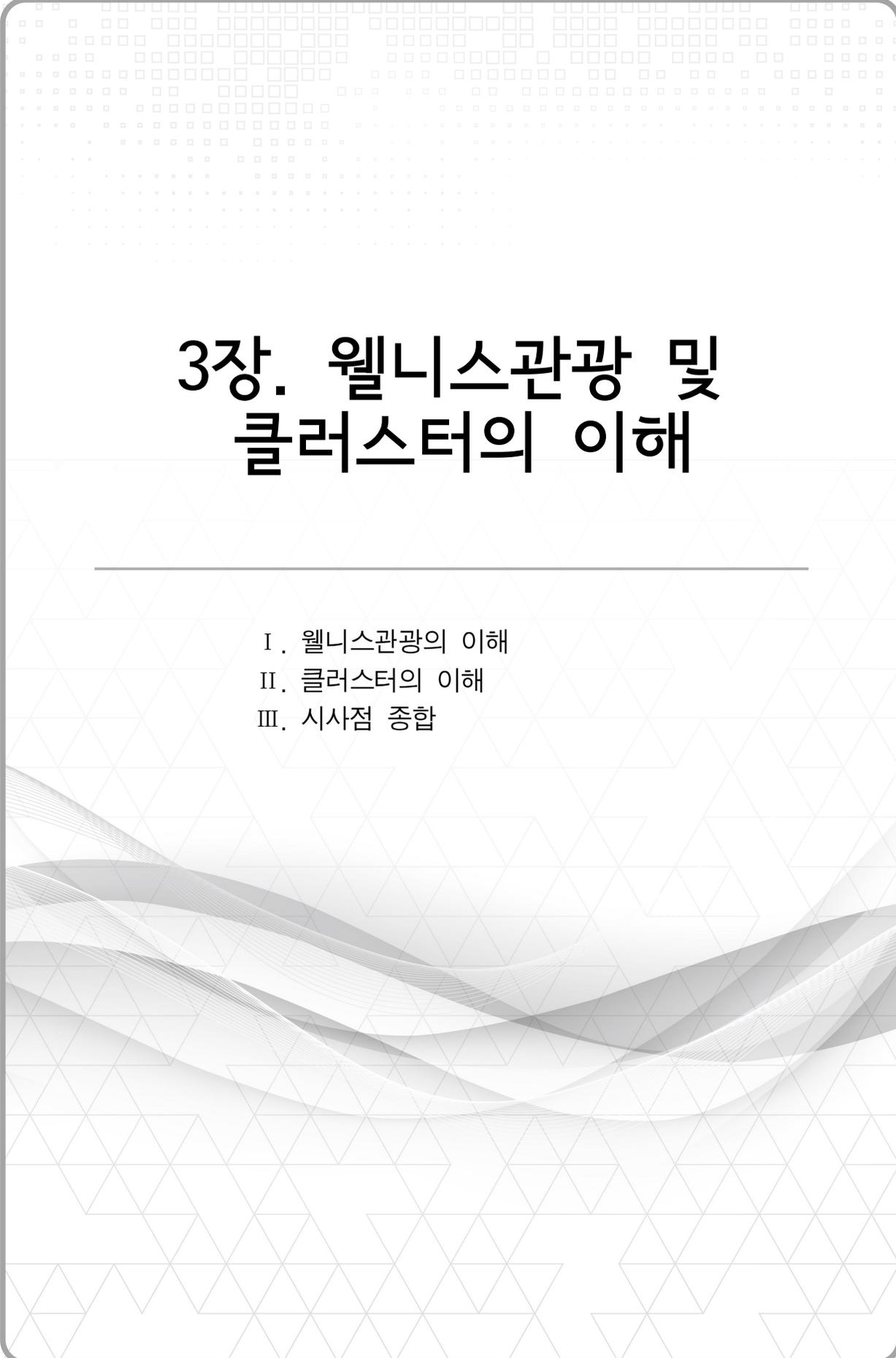
» 거주국 별 외국인 환자 현황

- 2016년 거주국 별 외국인 환자 현황을 살펴보면, 중국 환자가 35%로 가장 큰 비중을 차지하였고, 전년대비 증가율은 태국이 72%로 가장 큰 폭으로 상승함.
 - 환자 수는 미국(13.4%), 러시아(7.0%), 일본(7.0%) 순
 - 전년대비 증가율은 베트남(64.5%), 우즈베키스탄(55.8%) 순
- 연평균 증가율은 아랍에미리트가 114.6%로 가장 큰 폭의 증가율을 보였고, 그 다음은 카자흐스탄 97.5%, 우즈베키스탄 67.1% 순으로 나타남.



*자료 : 한국보건산업진흥원(2016), 「외국인환자 유치실적 통계분석 보고서」.

[그림 2-08] 거주국 별 외국인 환자 현황



3장. 웰니스관광 및 클러스터의 이해

- I. 웰니스관광의 이해
- II. 클러스터의 이해
- III. 시사점 종합

I 웰니스관광의 이해

1. 웰니스의 개념

가. 웰니스의 시대별 개념 변화

» 고대의 웰니스

- 웰니스(Wellness)는 현대의 단어이지만 그 역사는 고대로 거슬러 올라감.
 - 현대적인 개념으로서는 1950, 1960년대 및 1970년대 미국의 의사나 사상가들의 비공식 네트워크를 통한 저서와 리더십에 의해 웰니스의 개념화 방식을 형성화 되었으며, 그 이후로 현재의 개념으로 진화
- 그러나 웰니스의 기원은 고대보다 훨씬 오래되었으며, 웰니스의 여러 측면은 19세기 미국과 유럽의 지적·종교적·의학 운동에 뿌리를 두고 있음.
 - 웰니스에 대한 교리는 그리스, 로마, 아시아 고대 문명을 통해 추측 가능하며, 이 문명의 역사적 전통이 현대 웰니스 운동에 막대한 영향
- 고대의 웰니스는 기원전 3,000~1,500년 आयुर्वेदा에서 그 기원이 시작되며, 고대 중국의학, 히포크라테스, 고대 로마의학으로 그 계보가 전승됨.

〈표 3-01〉 고대의 웰니스

구분	내용
आयुर्वेदा (Ayurveda) 3,000~1,500 BC.	<ul style="list-style-type: none"> • 구술 전승에서 유래. 이후 4개의 힌두교 성전인 베다(Vedas)에 기록 • 신체·마음·정신 사이의 조화를 위한 전체론적 시스템 • 질병을 예방하는 균형유지를 위해 각 개인의 고유한 병력(영양, 운동, 사회적 상호 작용 및 위생)에 초점/요가와 명상 포함
고대 중국 의학 (TCM) 3,000~2,000 BC.	<ul style="list-style-type: none"> • 세계에서 가장 오래된 의학 시스템 중 하나인 도교와 불교의 영향을 받아 삶의 조화를 향상시켜 건강과 웰빙을 유지하는 전체론적 관점 • 침술, 약초, 치공 및 태극권과 같이 TCM에서 진화된 접근법은 서양의학과 결합하여 현대적 웰니스 방식으로 진화
히포크라테스 500 BC.	<ul style="list-style-type: none"> • 고대 그리스 의사 히포크라테스(Hippocrates)는 단순히 질병을 치료하는 대신 병을 예방하는 데 초점을 맞춘 최초의 의사 • 질병은 식이, 생활 습관 및 환경 요인의 산물이라고 주장
고대 로마 의학 50 BC.	<ul style="list-style-type: none"> • 병이 식이요법과 생활 양식의 산물이라는 그리스 신념을 받아 예방 강조 • 고대 로마의 발달된 공중 보건 시스템(수로, 하수도 및 공중 목욕탕의 광범위한 시스템)은 세균의 확산을 막고 건강한 인구를 유지하는 데 도움

*자료 : GWI 누리집(globalwellnessinstitute.org) 참고 연구진 작성.

» 19세기의 웰니스

- 19세기에 들어서, 새로운 관점의 지적·영적 철학 및 의학 관행이 미국과 유럽에서 급증함.
 - 동종 요법, 정골 의학, 카이로프랙틱 및 자연 요법을 포함한 자가 치유, 전체론적 접근 및 예방 치료에 중점을 둔 다양한 대체 의학이 유럽과 미국에서 널리 보급
 - 육체적 건강의 주요 원천은 마음의 평안과 같은 정신적·영적 존재라는 새로운 관념 전파
- 이러한 새로운 관점의 건강관리 운동은 식이 요법, 운동 및 기타 생활 방식을 통해 건강을 회복하거나 유지하는 것에 대한 아이디어를 대중적으로 보급하는데 기여함.
 - 19세기에 구현된 건강한 신체가 건강한 정신과 영혼의 산물이라는 생각이 현재 번영하고 있는 웰니스 운동의 선구자로 간주
 - 이러한 접근법은 20세기 중반 현대적 증거에 기반으로 한 의학의 등장으로 점차 비주류에서 탈피

〈표 3-02〉 19세기의 웰니스

구분	내용
1900년대	<ul style="list-style-type: none"> • John Harvey Kellogg (Battle Creek, Michigan Sanatorium 소장)는 건강한 식단, 운동, 신선한 공기, 수(水) 치료법 지지 • 식이 요법과 생활 습관 변화, 허브, 마사지 및 관절 조작을 통해 몸을 치유하는 신체의 능력에 중점을 두는 자연요법이 유럽에서 미국으로 전파
1800년대	<ul style="list-style-type: none"> • Daniel David Palmer는 신체의 구조와 기능에 중점을 둔 카이로 프랙틱을 개발 • 스위스 의사 Maximilian Bircher-Benner는 과일과 야채의 균형 잡힌 식단을 지지하는 영양 연구 개척 • YMCA가 정신, 신체 및 정신을 개발하는 원칙을 지닌 세계 최초의 웰니스 조직으로 설립 • Andrew Taylor는 근육과 관절을 조작하는 데 기반을 둔 전체론적 접근법인 정골요법(Osteopathy) 개발 • 독일 신부 Sebastian Kneipp는 수증 치료와 허브 치료, 운동 및 영양 섭취를 결합한 "Kneippic Cure"를 권장 • Phineas Quimby의 정신적 도움 치료 이론을 중심으로 새로운 사상 등장
1700년대	<ul style="list-style-type: none"> • 독일 의사 Christian Hahneman이 천연 물질을 사용하여 신체의 자기 치유 반응을 촉진시키는 시스템인 동종요법(Homeopathy) 개발
1650년대	<ul style="list-style-type: none"> • 옥스퍼드 영어 사전에 따르면 영어에서 "Wellness"라는 단어를 사용하는 것은 "질병"과 반대되는 의미로 1650년대에 처음 사용

*자료 : GWI 누리집(globalwellnessinstitute.org) 참고 연구진 작성.

» 20세기의 웰니스

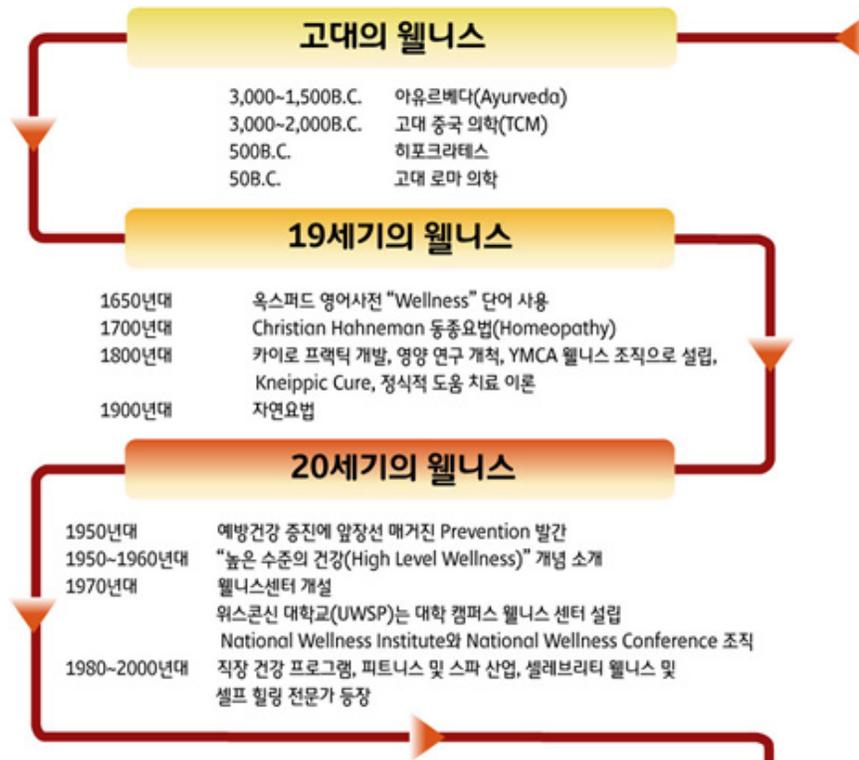
- 20세기의 “웰니스”라는 개념은 1950 년대에 시작되었는데, 미국의 의사 Halbert L. Dunn이 1961년 발행한 저서 ‘High-Level Wellness’에서 고차원의 웰니스의 개념이 소개됨.
 - Dunn의 연구는 처음에는 거의 관심을 받지 못했지만 John Travis, Don Ardell, Dr. Bill Hettler 등 미국 내 비공식적 네트워크에 의해 그의 아이디어는 1970 년대에 받아들여짐.
- 웰니스 운동의 선구자들은 종합적인 웰니스 모델을 개발하고 새로운 웰니스 평가 도구를 개발하는 동시에 웰니스의 개념에 대해 적극적으로 알림.
 - Travis, Ardell, Hettler와 그 동료들은 세계 최초의 웰니스 센터를 창설하였으며, 최초로 대학 캠퍼스 내 웰니스 센터 개발과 미국 내 웰니스 연구소 및 전국 웰니스 컨퍼런스 설립을 주도
- 1980~2000년대에 이르러 웰니스는 의료계, 학계 및 기업계에서 본격적인 관심을 받게 됨.
 - Hettler의 National Wellness Institute는 ‘Harvard Medical School Health Letter’와 필적하는 월간 ‘Berkeley Wellness Letter(1984)’를 창간하였으며, 대조적으로 제목에 “웰니스”를 사용
 - Berkeley Wellness Letter는 새로운 건강 접근법에 대한 기사를 발표하였으며, 이에 힘입어, 1991년 국립 보건원(National Institutes of Health)의 일환으로 미국 국립 보완 대체 의학 센터 (NCCAM)가 설립
 - 이후, 미국 주 내에서 보다 건강한 라이프 스타일을 장려하기 위한 미정부 지원 프로그램이 확대
- 유럽에서는 1990년 독일 웰빙 협회 (Deutscher Wellness Verband, DWV)와 유럽 웰니스 연합 (Europ ischen Wellness Union, EWU)이 설립된 이후 웰니스에 대한 현대적 개념이 확산됨.
- 20세기 후반 많은 기업들이 직원들의 건강을 위한 웰니스 프로그램 개발을 시작하면서 피트니스 및 스파 산업이 전 세계적으로 급속한 성장을 이룩하게 됨.
 - 유명 셀레브리티와 웰니스 전문가의 지속적인 홍보로 웰니스 개념이 소비자들에게 주류로 소개되기 시작

〈표 3-03〉 20세기의 웰니스

구분	내용
1950년대	• J.I.Rodale 미국에서 유기농 법을 가장 먼저 지지하며, 예방 건강 증진에 앞장 선 매거진 Prevention 발간 시작
1950~1960년대	• 의사 Halbert L. Dunn은 "높은 수준의 건강(High level wellness)"에 대한 개념을 소개한 책 발간
1970년대	• Dunn의 영향을 받은 John Travis 박사는 캘리포니아에 세계 최초의 웰니스 센터를 개설하고 12차원 웰니스 평가 도구인 The Wellness Inventory(1975)와 The Wellness Workbook(1977) 발행 • Travis의 자료를 활용 한 University of Wisconsin-Stevens Point (UWSP)는 80년대 미국 전역에 캠퍼스 웰니스 센터가 퍼져있는 최초의 대학 캠퍼스 웰니스 센터를 설립 • '77~'78년에는 UWSP의 Bill Hettler박사가 National Wellness Institute와 National Wellness Conference 조직
1980~2000년대	• 직장 건강 프로그램, 피트니스 및 스파 산업, 셀레브리티 웰니스 및 셀프 힐링 전문가 등장

*자료 : GWI 누리집(globalwellnessinstitute.org) 참고 연구진 작성.

- 2010년 미국의 뉴욕타임즈(NYT)는 웰니스를 미국인들이 매일 들을 수 있는 단어로 소개함.
- 21 세기에 들어서면서 웰니스 시장은 건강, 식생활, 건강한 생활 및 웰니스 제품이 번성하여 웰니스 시장이 극적인 전환점에 도달하였으며, 웰니스 개념은 식품산업에서부터 관광 산업까지 모든 산업을 변화시킴.
 - Bucks Consultants 보고서에 의하면 2014년 전 세계 고용주의 절반 이상이 웰니스 전략을 사용하고 있으며, 3분의 1은 본격적인 웰니스 프로그램에 투자
- 웰니스 증진을 목표로 하는 의료 전문가가 점차 보편화되었으며, 전 세계의 의료 기관과 정부는 웰니스라는 단어에 주목함.
- 전 세계적으로 만성적인 질병과 비만 위기가 천문학적 의료비로 이어지면서, 의료 기관 및 정부는 예방과 건강 증진에 초점을 맞추는 상황
 - 1999년 미국에서 Harvard, Stanford 등 8개 의료 기관이 "통합의학을 위한 아카데미 보건 센터 컨소시엄" 개최
 - 현재 Yale, Harvard, Mayor Clinic 등을 포함하는 60개의 기관이 회원으로 가입



*자료 : GWI 누리집(globalwellnessinstitute.org) 참고 연구진 작성.

[그림 3-01] 웰니스의 시대별 변화

나. 웰니스의 개념

» 웰니스의 정의

- 1970대 ‘웰니스’라는 단어가 주목을 받은 후 30년이 지났지만, 아직 대부분의 소비자들은 그 개념을 막연하게 이해하고 있으며, ‘건강’과 관련된 모든 것에 적용시키는 경우가 대다수임.
- 웰니스의 개념은 고대 아시아에서 시작되었지만, 현대 웰니스의 개념은 미국과 유럽에 그 뿌리를 두고 있으며, 타 지역과의 문화적 차이로 인해 다양한 해석이 가능함.
- 세계보건기구(WHO)는 웰니스를 개인과 집단의 최적의 건강 상태로 정의하였으며, 두 가지 주요 사항을 언급함⁸⁾.

8) Smith, B. J., Tang, K. C., & Nutbeam, D. (2006). WHO health promotion glossary: new terms. Health

- 신체적, 심리적, 사회적, 영적, 경제적으로 개인의 잠재력 최대한 실현
- 가족, 공동체, 예배 장소, 직장 및 기타 환경에서 개인의 기대 역할 수행
- 우리나라의 경우 2012년 지식경제부가 웰니스를 건강한 활동을 위한 인간의 상태, 행위, 노력으로, 육체적·정신적·감성적·사회적·지적 영역에서 최적의 상태를 추구하기 위한 행위로 정의함.
 - 쾌적하고 안전한 공간과 건강하고 활기찬 활동을 위한 인간의 상태와 행위, 노력을 모두 포괄
- 미국의 권위 있는 영어사전인 메리엄-웹스터(Merriam-Webster)사전은 웰니스를 the quality or state being healthy로 정의함.

[WHO 2010] 개인과 집단의 최적의 건강 상태

- 신체적, 심리적, 사회적, 영적, 경제적으로 개인의 잠재력 최대한 실현
- 가족, 공동체, 예배 장소, 직장 및 기타 환경에서 개인의 기대 역할 수행

[지식경제부 2012] 건강한 활동을 위한 인간의 상태, 행위, 노력

- 육체적, 정신적, 감성적, 사회적, 지적 영역에서 최적의 상태를 추구
- 쾌적하고 안전한 공간과 건강하고 활기찬 활동을 위한 인간의 상태와 행위, 노력 포괄

[Merriam-Webster] 웰빙과 웰니스의 차이점

- Well-being : the state of being happy, healthy, or successful
- Wellness : the quality or state of being healthy

*자료 : 선행연구 바탕으로 연구진 작성.

[그림 3-02] 웰니스의 개념

- 즉, 웰니스는 신체적·정신적·감정적·사회적·환경적 영역으로 확장되는 다차원적 개념으로 단순히 질병과 장기적인 병약한 상태에서의 해방보다 더 높은 차원의 자유를 목적으로 함.
 - 웰니스는 예방적인 행동으로, 웰니스관광은 여행을 통해 생명력을 유지하고 스트레스에 대처하며 질병의 징후에 대처하는 방법에 대해 전반적인 웰빙 패러다

promotion international, 21(4), 340-345.

임을 일상 생활에 적용시키는 것을 의미

- 웰니스는 서로 반대의 상태를 나타내는 연속체에서 가장 잘 이해될 수 있는데, 의료 패러다임과 웰니스 패러다임이 연속체의 양 극단에 자리 잡음.
- 의료 패러다임은 반응적 성향이 강하며, 이미 병이 있는 환자를 치료하는데 초점
 - 의사와 임상전문가에 의해 제공되는 서비스가 주를 이루며, 환자와 서비스 제공자 간의 상호작용은 단편적인 사건들로 연결
- 대조적으로, 웰니스 패러다임은 적극적이며 자발적으로 자기 책임에 의해 주도됨.
 - 웰니스 패러다임의 개인은 질병을 예방하고 건강을 향상 시키며 삶의 질을 향상시키는 등 건강 상태를 최적 상태에 가깝게 하는 활동과 생활양식 채택
- 의료관광은 일상과 단절되어 질병의 치료와 관리가 중심이고, 웰니스관광은 건강 증진과 유지를 목적으로 예방적 활동을 하며, 생활 방식의 변화로 일상으로 돌아가서도 지속적으로 영향을 미치는 등 개인의 의무를 강조한다는 것임.



*자료 : 한국관광공사(2016), 「한국의료관광마케팅」.

[그림 3-03] 의료 패러다임과 웰니스 패러다임의 구분

» 웰니스의 구성요소

- 웰니스관광 클러스터 모델 개발에 앞서 기존 연구 등에 제시된 웰니스의 기본 구성요소를 검토하였으며, 학자 혹은 기관에 따라 구성 요소가 상이하나 그 내용은 대동소이함.

- 한 예로, 심리학 박사 Judd Allen은 웰니스 고유의 특성을 10가지로 분류함.
 - 사회적 웰니스(Social Wellness), 직업적 웰니스(Occupational Wellness), 영적 웰니스(Spiritual Wellness), 신체적 웰니스(Physical Wellness), 지적 웰니스(Intellectual Wellness), 정서적 웰니스(Emotional Wellness), 환경적 웰니스(Environment Wellness), 경제적 웰니스(Financial Wellness), 정신적 웰니스(Mental Wellness), 의료 웰니스(Medical Wellness) 등으로 분류

〈표 3-04〉 Judd Allen이 분류한 웰니스의 구성요소

구분	주요 내용
Social wellness	• 사회 및 조직, 가족과 조화를 이루고, 속해져 있는 환경에 대한 중요성 및 상호 보완성을 깨닫고 존중
Occupational wellness	• 일을 통해 개인의 만족과 성취감을 고취시켜 직장생활에서의 태도 관리
Spiritual wellness	• 자아를 찾아가고 삶에서의 중요한 가치 발견
Physical wellness	• 규칙적인 운동과 올바른 식생활 및 생활습관 등을 장려
Intellectual wellness	• 창조적인 정신활동과 지식을 넓히고 이를 사람들과 공유하는 기술 연마
Emotional wellness	• 자신과 주변사람의 감정을 받아드리고 관리
Environmental wellness	• 자연환경과 그 속에서 생존하는 동물들을 존중
Financial wellness	• 현재의 재정 상황을 이해하고 변화가 생길시 유연하게 대처
Mental wellness	• 현대시대 만연한 우울증과 불안증의 증상들에 벗어나서 현재생활에 만족
Medical wellness	• 질병을 예방하고 치료 장려

*자료: 문화체육관광부(2014), 「체류형 의료관광 클러스터 통합 모델 개발 연구」, p137 재인용.

- 비슷하게 미국의 서던 뉴햄프셔 대학교(Southern New Hampshire)의 웰니스 센터에서도 웰니스를 자신의 건강에 대해 책임을 지고 완전하고 균형 잡힌 생활 방식을 창조하는 과정으로 설명하며, 6가지의 요소로 구성된 웰니스 모형을 제공함.
- 서던 뉴햄프셔 대학교 웰니스 센터는 사회적 웰니스(Social Wellness), 직업적 웰니스(Occupational Wellness), 영적 웰니스(Spiritual Wellness), 신체적 웰니스(Physical Wellness), 지적 웰니스(Intellectual Wellness), 정서적 웰니스(Emotional Wellness) 등의 6가지 차원으로 구성된 웰니스 모형을 제공함.
 - 이 웰니스 모형은 개인의 웰니스 성장 정도를 측정하고, 특정 시점에서 생활습관이 얼마나 균형적으로 잡혀 있는지를 확인할 수 있는 프레임워크를 제시

〈표 3-05〉 서던 뉴햄프셔 대학 웰니스 센터의 웰니스 구성요소

구분	주요 내용	구분	주요 내용
사회적 웰니스	<ul style="list-style-type: none"> • 자기 자신을 편안하게 여김 • 연령, 배경, 인종, 생활습관이 다른 다른 사람과도 쉽게 교류 • 자신이 속한 커뮤니티에 시간과 열정을 투자 • 자신의 감정을 타인에게 전달 • 친구관계 확장 • 인생에서 즐거운 시간을 인식 • 일과 휴식에 있어 지출과 시간의 균형 유지 	신체적 웰니스	<ul style="list-style-type: none"> • 규칙적인 운동과 적절한 식사 • 정기적인 건강검진 • 금연, 약물 금지 • 적당한 음주 • 스트레스 해소를 위한 시간 투자
직업적 웰니스	<ul style="list-style-type: none"> • 자기의 일에 만족 • 직업 개발에 도움이 되는 자원 활용 • 직장을 구하기 위한 자신의 능력에 자신감 부여 • 새로운 기술을 습득할 수 있는 기회 포착 및 활용 • 직업이 개인의 목표와 가치관 달성에 도움 	지적 웰니스	<ul style="list-style-type: none"> • 타인의 강요에 의한 것이 아닌 자발적 배움 • 독서, 경험 공유, 탐구 등의 다양한 경험을 통한 배움 • 자신의 주변 관찰하고 타인의 말 경청 • 학교에서 배운 것을 실생활에 적용 • 질문하기
정신적 웰니스	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 문화와 종교에 개방적 • 커뮤니티 봉사활동 자발적 참여 • 개인의 가치관 확립을 위한 시간 확보 • 개인의 성찰을 위한 시간 확보 • 영적 활동에 참여 • 환경보호 활동에 참여 • 타인의 복지를 위한 활동 참여 	정서적 웰니스	<ul style="list-style-type: none"> • 긍정적 태도 유지 • 스트레스 해소법 숙지 • 자신과 타인의 감정 알아차리기 • 현재에 머무르기 • 자신의 행동에 책임 • 현실적으로 개인적·경제적 이슈 처리 • 도전을 장애물이 아닌 기회로 인식

*자료 : Southern New Hampshire university 누리집

(snhu.edu/student-experience/campus-experience/student-services/wellness-center).

- 종합적으로 웰빙과 웰니스를 위해서는 신체적·정신적 건강이 전제 조건이 되어야 하며, 웰빙과 건강을 통해 웰니스를 구현할 수 있음.



*자료 : 선행연구 참고 연구진 작성.

[그림 3-04] 건강, 웰빙, 웰니스 관계 그림 도식화

2. 웰니스관광의 개념

가. 웰니스관광의 정의

» 웰니스관광의 성장 배경

- 최근 비즈니스 관광객에 대한 컬럼비아 대학의 연구⁹⁾에 따르면 빈번한 여행은 비만, 고혈압 및 높은 콜레스테롤 수치와 같은 심혈관 위험 요인을 증가시킬 수도 있음.
 - 공항 스트레스와 교통 체증, 시차로 인한 피로와 수면 부족, 규칙적 운동 방해, 장기간 햇빛 노출 등 관광객이 여행 후 스트레스를 받고 몸이 불편해질 수 있음을 언급
 - 이는 대부분의 관광객이 새로운 관광 경험을 통해 스트레스 해소를 기대한다는 점을 고려해 볼 때 아이러니한 상황
- 점점 더 많은 사람들이 건강에 관심을 기울이면서 여행 할 때도 자신들의 규칙적인 건강 습관을 유지하기를 원하며, 심지어 어떤 관광객들은 개인의 심신의 안정을 유지하고 향상시키기 위한 관광활동을 계획함.
- 이러한 관광객의 니즈 변화가 웰니스관광의 성장을 주도하고 있으며, 웰니스관광은 글로벌 여행 및 관광 산업에서 상대적으로 새로운 틈새시장으로 볼 수 있지만, 웰니스 중심의 여행은 완전히 새로운 개념은 아니며 관광 자체는 오랫동안 건강 증진 활동으로 간주되어 옴.
 - 고대부터 사람들은 치료의 목적으로 사해(Dead Sea)를 방문
 - 로마인들은 치료, 건강한 기후, 정화 및 영적 의식을 위해 목욕탕, 온천 및 해변 휴양지로의 관광 향유
 - 일본인은 약 1,500여 년 간 치유와 지역 사회를 위해 온센을 발달
 - 러시아 최초의 리조트 스파는 약 300년 전 피터 대왕 시대에 카렐리아에서 건설

9) Richards, C. A., & Rundle, A. G. (2011). Business travel and self-rated health, obesity, and cardiovascular disease risk factors. *Journal of occupational and environmental medicine*, 53(4), 358-363.

» 웰니스관광의 정의

- 현재 휴가, 여가, 휴식 및 휴식을 취하는 관광객 등 많은 사람이 웰니스관광에 종사하고 있지만, 광범위한 정의는 이 틈새 부문과 그 제품을 개발하고 홍보하는 정부와 기업에 활용되기 어려움.
- 웰니스관광 활성화를 위해서는 웰니스관광객들의 동기와 특성을 파악하여 웰니스산업의 이해관계자가 시장을 이해하고 활용할 수 있도록 정책적인 정의가 필요함.
- 일차적으로 웰니스관광은 개인의 웰니스를 유지하거나 향상시키려는 노력과 관계된 모든 활동으로 정의 가능함.

〈표 3-06〉 ‘건강하지 않은 여행’과 ‘건강한 여행’ 비교

건강하지 않은 여행 (Unwell Travel)	건강한 여행 (Wellness Travel)
건강에 해로운 / 과식	건강한 생활
여행 스트레스	회복 / 휴식
과도한 음주	의미부여
수면 부족	진정한 경험
규칙적인 피트니스 습관 방해	질병 예방과 관리

*자료 : Medical Tourism Association(2011), 「Wellness Tourism and Medical Tourism」.

- 웰니스관광은 웰니스와 관광이 결합된 개념으로 관광을 통해 건강증진과 삶의 질 향상을 추구하는 관광의 새로운 트렌드를 의미하며, 건강(Health), 스파(spa), 서비스(services), 돌봄(care), 목적지(destination), 휴식(relaxation), 관리(treatment)등이 웰니스관광과 연관되어 있음.

〈표 3-07〉 ‘웰니스관광’ 정의 사례

구분	내용
Smith & Puczko (2009)	● 일반적으로 건강한 사람이 자신의 건강을 유지하기 위해 치료를 찾는 형태의 관광
Voigt, Howat, & Brown (2013)	● 육체적, 정신적, 정서적, 지적, 사회적 차원을 포함하는 체험 포함 ● 웰니스 시설에서 위 다섯 가지의 활동을 통해 얻어지는 가치와 지각
전현미, 김정기 (2015)	● 웰니스 개념을 바탕으로 심리적, 신체적, 정신적 건강을 추구 ● 웰빙, 피트니스, 관광이 결합된 개념으로 관광을 통해 삶의 질을 향상시키고 심리적, 적신적 스트레스를 해소시키는 관광의 새로운 트렌드
Global Wellness Institute (2015)	● ‘전체적으로 건강한 상태를 이끄는 활동, 선택, 라이프 스타일의 적극적인 추구’로 정의

*자료 : 선행연구 참고 연구진 작성.

나. 국가별 웰니스관광의 정의

» 국가별 웰니스관광의 특징

- 국가별로 살펴보면 대부분의 국가는 웰니스관광에 대한 공식적인 정의는 없으나 지역·국가별 정의는 각 정부가 실제로 지원하고 있는 내용과 실제 웰니스관광객의 관광 행태를 검토해보면 추론 가능함.
- 2011년 미국의 Medical Tourism Association에 의하면 웰니스관광 분야의 선진국의 경우 웰니스관광에 대한 이들 국가의 정의를 소개하고 있음.
 - 10개국(인도와 브라질을 제외한 모든 국가)에서의 웰니스관광은 주로 온천, 온천 리조트, 열탕 또는 기타 수(水)자원 관련 서비스와 연관
 - 웰니스관광은 주로 내국인 관광시장의 경향이 있는 반면, 호주·오스트리아·캐나다·헝가리 등 4개국은 외국인 관광객에 의해 시장이 활성화
 - 대부분의 웰니스관광 국가는 자연 환경을 기반으로 하는 치료법과 전통적·역사적 관광 자원을 웰니스관광과 연계에 주력

〈표 3-08〉 각국의 ‘웰니스관광’ 정의 및 특징

구분	내용
호주	<ul style="list-style-type: none"> • 호주의 웰니스관광은 주로 내국인 관광객에 행해지는, 단기 휴가 여행으로 스파, 야외/스포츠 활동과 관련 • 웰니스관광은 건강과 복지를 유지하거나 증진시키는 것이 주된 동기를 가진 사람들이 여행에서 얻은 모든 관계의 합으로 정의 • 관광객의 신체적·심리적·영적·사회적 건강을 유지 또는 향상시키기 위해 특별히 설계된 시설에서 적어도 1 박 이상 체류하는 사람들의 합으로 정의
오스트리아	<ul style="list-style-type: none"> • 내국인 웰니스관광은 주로 온천을 활용한 스파가 지배적 • 외국인 웰니스관광객은 스파, 웰니스 호텔, 리조트를 방문하거나 야외 활동, 모험 등의 활동으로 혼합 된 스파와 웰니스 활동을 하는 경향 • "알파인 스파"와 "온천 스파"를 주요 웰니스관광 상품으로 강조
캐나다	<ul style="list-style-type: none"> • 캐나다에는 독특한 웰니스관광 브랜드는 없지만 내국인 관광객에게 제공되는 스파와 웰니스 센터가 지배적
헝가리	<ul style="list-style-type: none"> • 헝가리의 웰니스관광은 거의 독점적으로 온천 스파와 트리트먼트, 피트니스, 뷰티 서비스, 건강식을 제공하는 웰니스 호텔의 방문을 의미 (대부분 내국인 관광객이 이용) • 외국인 관광객은 현대적인 특수 목적의 스파 리조트와 역사적인 시설을 방문하는 경향
요르단	<ul style="list-style-type: none"> • 요르단의 웰니스관광은 사해를 중심으로 한 스파와 리조트에 중점 • 외국인 웰니스관광객 타겟
모로코	<ul style="list-style-type: none"> • 모로코는 수십 년 동안 관광객들에게 웰니스 제품을 홍보 • 현재는 주로 스파, 터키식 목욕탕, 광천 요법, 탈라소테라피, 모래 욕조 등의 수질 제품을 활용한 관광에 주력

구분	내용
태국	<ul style="list-style-type: none"> • 태국의 웰니스관광은 주로 리조트와 스파에서 이루어지는 휴식과 웰빙에 집중되는 경향 • 태국의 전체적인 관광 서비스와 웰니스·스파 서비스(태국 마사지 제외)의 체계적인 연계는 없지만, 개별 스파 상품에 대한 국제적인 관심 증대

*자료 : Medical Tourism Association(2011), 「Wellness Tourism and Medical Tourism」.

» 지역별 · 국가별 웰니스관광 브랜딩 사례

- 많은 국가들이 국가적 또는 지역적 차원에서 웰니스관광을 경쟁력 있는 관광 상품으로 인식하고 있음.
 - 태국, 필리핀, 콜롬비아, 아랍 에미레이트, 헝가리, 에스토니아, 리투아니아 등과 같은 국가는 웰니스를 활용한 의료·웰니스관광지로서 정체성을 확립하기 위해 끊임없이 노력
- 각 국가별 관광청과 관광 분야의 비정부기구(NGO)는 각국의 관광 서비스를 홍보하기 위해 홍보 전단을 발행하고, 웹 사이트와 다양한 소셜 미디어를 운영하며, 웰니스·의료 관광과 관련된 박람회와 전시회에 참여하고 있음.
 - 헝가리 국립관광청은 2011년을 ‘웰니스관광의 해’로 선정
 - 독일 관광청은 ‘독일의 건강 및 건강한 휴일’을 2011년의 테마로 선정
 - 에스토니아 관광청은 2013년을 ‘웰니스관광’의 해로 선정
- 국가와 지역의 브랜딩 노력을 비교하는 가장 좋은 방법은 대표적인 예를 모으는 것으로 전 세계 의료, 웰니스관광을 하는 많은 나라로부터 여러 예를 수집했음.
 - 체코, 아일랜드, 뉴질랜드와 같이 의료, 웰니스관광에 능한 많은 나라들은 의료, 웰니스 관련 관광 상품에 대해 별도의 정보를 제공하고 있지 않음. 이러한 국가에서는 건강 및 웰빙 관광과 관련된 정보를 국가 브랜드로 제공하고 있음.
- 웰니스, 건강, 삶, 좋은 기분과 같은 포괄적인 단어들을 중심으로 웰니스관광을 설계하게 되면, 미래의 여행자들의 욕구를 식별할 수 없고 국가와 웰니스관광을 연결시킬 수 없다는 문제점을 남김.
 - 2013년 My Switzerland 웹 사이트는 스위스 웰니스 혜택을 다음과 같이 분류하였음.
 - 웰니스 데스티네이션(Wellness destinations), 웰니스 및 스파 호텔, 액티브 웰

니스(active wellness), 시티 웰니스, 데이 스파, 디자인 스파(design spa), 미식 웰니스(gourmet wellness), 개인용 스파, 산의 공기와 함께 하는 웰니스(wellness with mountain air), 온천수가 있는 호텔

- 물과 관련된 웰니스관광: 열을 이용한 목욕과 치료로 가장 기초적인 형태의 웰니스관광, 여름의 즐거움 중 하나인 목욕, 호수 주위를 걷는 것을 통해 만드는 건강한 몸과 마음, 기막히게 멋진 폭포의 세계, 물을 보존하기 위한 지속 가능한 개발, 맑고 상쾌한 샘물

- 브랜딩은 지역적 차원에서도 이루어질 수 있는데, 여러 지역 사이의 협력을 통한 지역브랜딩과 단일 지역의 지역 브랜딩으로 나눌 수 있음.
- 단일 지역의 지역 브랜딩의 예로는 오스트리아 카린티아 지역이 있는데 씨 웰니스(See wellness)는 오스타리아 카린티아 지역의 트레이드 마크임.
- 씨 웰니스(See wellness)는 호수와 해저 기후의 자연 에너지 흐름이 미치는 유익한 영향을 실제로 파악하는 연구 프로젝트로 이 계획은 지역적 수준에서 관광 지역 개발의 좋은 예임. 호텔들은 카린티아 호수의 자연 에너지를 토대로 지어졌으며 이러한 에너지 사용은 웰빙을 추구하는 방문객들을 증가시킴.
- 또 다른 단일 지역의 지역브랜딩으로는 핀란드에서도 레이크 웰니스(lake wellness)가 있음. 여러 지역 사이의 협력을 통한 지역 브랜딩으로는 스칸디나비아 국가들을 위한 북유럽 웰빙이 있음.

〈표 3-09〉 국가별 웰니스관광 브랜딩 사례

나라	내용	연도	나라	내용	연도
아르헨티나	웰니스 관광: 절대적 휴식의 즐거움	2013	그리스	스파: 마음의 에너지가 삶의 본질	2013
미국	'자연의 치유 능력'	2013	헝가리	세계를 건강하게 하는 헝가리 헝가한 - 스파의 나라	2002 2008
오스트리아	'유럽의 1위 스파 관광지' '오스트리아에서의 좋은 기분' 건강한 몸, 불로장생의 약 아유르베다는 당신의 몸과 마음을 모두 어루만집니다. 부흥	2008	인도	아유르베다: 인도 의료 유산으로 가는 관문 요가: '영혼과 하늘의 보편적 영혼의 소통' 웰빙: '자연의 축복'	2008
		2011			2011
		2013			
불가리아	새로 단장한 불가리아의 온천 열린 문은 마음을 열 온천치료법과 SPA여행	2007 2008	아일랜드	데스티네이션 스파에 몸을 담그세요	2010

나라	내용	연도	나라	내용	연도
	공유할 수 있는 발견	2013			
캐나다	전원 타세요:웰빙의 길에 착석 (캐나다 중부 지방 관광 위원회)	2013	이탈리아	웰니스:건강을 추구하며 치료법:건강에 유익한 효과 스파/치료'자연스럽게 재생 웰빙과 건강:이탈리아의 건강 과 아름다움의 영역	2008 2013
칠레	감각을 통한 여행	2013	요르단	여가와 웰빙:마음, 몸, 영혼을 회복시키는 공간 여가와 웰빙:자연 치유의 힘	2008 2010
크로아티아	힘과 건강을 위해 크로아티아로 살의 방식 크로아티아, 아침의 힘	2000 2008 2013	말레이시아	마음의 평화를 위한 품질 관리	2013
이집트	정신: 이집트에서 영혼 찾기	2013	모로코	웰빙의 천국	2013
에스토니아	활력소 (에스토니아 책자에 있는 웰니스 휴 일)	2010	폴란드	자연적 선택 (건강과 아름다움을 위한) 건강과 아름다움을 위한 폴란 드	2013 2012
프랑스	조화와 웰빙, 스트레스 해소를 찾으시나요, 아니면 다시 활력을 찾으시나요?	2008, 2013	포르투갈	휴식: 다른 것들은 다 잊어버리 고 스파:건강한 마음과 몸 치료: 몸을 쉬게하고 영혼을 건강하게 하세요	2008 2008 2008
세르비아	스파와 건강한 리조트 로마 제국의 여행객들이 얻고자 한 젊어지게 하는 전설적인 샘과 산악 공기 생기와 활력의 샘 푸르고 평온한 오아시스	1999 2008 2013	스위스	건강한 목적지 휴식의 오아시스	2008 2013
슬로베니아	자연과 건강 당신을 위해 만든 웰니스 웰니스는 치료법이 아닌 건강하게 사 는 방법 HEALTHY:웰빙 국가	1999 2008 2013	태국	아시아의 헬스 관광의 중심	2003
남아프리카	영적인 것:신성한 남쪽 일상적인 것을 두고	2008 2012	필리핀	웰니스의 섬	2007
스페인	자신을 돌봄 긴장을 풀고, 멋지게 보이고, 너 자신 을 행복하게 해라	2013 2013	터키	건강과 웰니스: 당신의 몸을 위해 좋은 것을 하세요	

나라	내용	연도	나라	내용	연도
세인트루시아	건강과 체력: 세인트 루시아에서의 휴일은 여러분의 마음, 몸, 그리고 정신을 완전히 상쾌하게 해줍니다	2008, 2013	영국	스파: 흐름에 따르세요	2010
스웨덴	치료법: 존재한다는 것은 단순히 살아가는 것이 아니라 더 풍부하고 만족스러운 상태이다. 스파: 자연과 하나가 되어	2011 2013			

*자료 : Cornelia Vogit & Christof Pforr(2013), 「Wellness Tourism : A destination Perspective」.

3. 웰니스관광의 특성

가. 웰니스관광의 구성요소¹⁰⁾

1) 개요

- 건강의 가치를 중점으로 한 웰니스관광은 다면적 차원의 관점과 정교한 환경적 구성 요소를 포함하며, 관광목적지의 지속 가능성, 관광객의 건강 개선·자기 참여·적극적인 학습, 관광 활동이 이뤄지는 시설과 지역 공동체의 참여의 중요성에 대한 점도 고려대상임.
- 관광지과 지역공동체 내에서 지열에 의한 수력 자원과 같은 지질학적 관광자원의 중요성에 대한 인식이 점차 강화되고 있지만, 온천 휴양지 혹은 웰니스관광지로 여행하고자 하는 관광객 행동은 지질학적 관광자원을 둘러싸고 있는 시설적·물리적 환경에 크게 영향을 받음.
- 물리적 환경은 웰니스관광이 존재하기 위한 기본적인 구성요소이며, 다음과 같은 요소로 나타낼 수 있음.
 - 물 관광자원 활용을 위한 자연환경 설정

10) Erfurt-Cooper, P., & Cooper, M. (2009). Health and wellness tourism: Spas and hot springs. Channel View Publications. 참고 재정리.

- 지열 또는 미네랄 수원 (일본의 경우 천연 지열을 활용한 물이 있는 자연 환경이 가장 중요한 기준)
- 스파 또는 물 자원 활용을 위한 시설 건설
- 물의 품질 보장과 공급에 필요한 기술
- 방문객에게 제공되는 물리적·신체적 치료
- 웰니스관광의 환경적 요소와 직접적인 연관이 있는 것은 ‘건강한 환경’으로 특히, 자연발생적인 온천이나 마사지를 기본으로 하는 웰니스센터에서 제공되는 기본 시설과 트리트먼트는 자원으로서의 ‘물’에 대한 의존도가 높은 경향을 보임.
 - 의료관광에서는 물은 부차적인 치료자원으로 간주되지만 높은 중요도 보유
- 일반적으로 웰니스 스파 시설을 위해서는 견고한 운영적, 재정적, 마케팅적 환경이 반드시 요구되는데, 이러한 요건을 만족하지 않는 기업 또는 조직은 장기적인 관점에서 웰니스관광 서비스를 제공할 수 없기 때문임.
- 지역에 알맞은 물리적 환경, 물, 건강 시설 및 효과적인 비즈니스 프레임워크는 웰니스관광 발전을 위한 가장 중요한 요소는 아니며, 웰니스산업과 개별 관광객 그리고 지역 커뮤니티의 사회적, 심리적, 행동적, 경제적, 제도적 환경이 모두 중요한 요소로 여겨져야 함.



*자료 : 연구진 작성.

[그림 3-05] 웰니스관광의 환경적 구성요소

2) 웰니스관광의 환경적 구성요소

가) 물리적 환경 (Physical and Built Environment)

» 자연 환경

- 웰니스관광을 위한 건강스파 시설은 자연 환경을 관광객에게 만족을 주는 판매소 구점으로 사용되며, 주변 자연 환경과 수자원의 지속 가능성은 웰니스 관광 서비스 제공자와 웰니스관광객 모두에게 중요한 관심사임.
 - 따라서 친환경적, 녹색상품, 유기농, 전체론적, 자연적, 지속 가능한 환경 등의 단어가 웰니스관광 개발을 위한 키워드로 도출
- 온천 등과 같이 웰니스관광을 가능하게 하는 자연발생적인 자연환경이 충족되지 않은 경우 웰니스관광 서비스를 제공하는 조직 혹은 기업이 인위적인 형태의 자연 환경을 재현해야 하며, 이를 위해서는 상당한 비용과 기간이 소요됨.



*자료 : 대한민국 구석구석 누리집(korean.visitkorea.or.kr/kor/bz15/addOn/main/publish/index.jsp).

[그림 3-06] 수안보 온천(좌)과 계족산 황톳길(우)

» 자원으로서의 물

- 웰니스관광 산업의 근본적인 요소로서 전 세계에 퍼져있는 지열 온수나 차가운 미네랄 온천 시스템은 공통된 지질학적 역사를 나타냄.
 - 온천은 주로 지열 및 화산 활동 지역의 표면에서 발생하며, 화산 활동이 직접적으로 일어나지 않는 지역에서도 압력에 의해 물이 가열
- 자연 발생 온천은 지열에 의해 가열된 지하수가 암석에 스며들면서 암석에 포함된 미네랄을 녹여 지표면에 도달하는 지질학적 현상으로, 관광객들에게 매력적인 관광 경험을 제공함.
- 온천, 미네랄 온천, 스파 등의 용어는 지역 사회마다 다른 의미를 지니며, 이는

사회적 가치의 차이, 온천을 다루는 지역의 전통 및 활용 규정에 영향을 줌.

- 유럽에서는 미네랄 온천이라는 용어가 천연 온천과 사람에 의해 개발된 온천과 상호 교환적으로 사용됨.
 - 천연 온천은 직접 땅에서 나오는 물로 목욕에 사용 가능한 지하수
 - 개발된 온천은 수용장과 목욕탕 같은 인공 시설 건설에 사용되는 물
- 이러한 활용은 모두 관광객에게 동일한 결과를 가져올 수 있지만 물리적으로는 여러 가지 면에서 다를 수 있음.
- 천연 온천은 공공장소에 위치하여 별도의 요금 없이 무료로 이용할 수 있으며 (뉴질랜드 Rotuna 근처의 Kerosence Creek), 개발된 온천은 국가가 소유한 광물로 분류되더라도 수익을 내기 위해 방문객에게 온천에 입장하기 위한 입장료를 부과하기도 함. (폴리네시아 스파, 로투나, 뉴질랜드)
- 개인이나 기업에 의한 상업용 온천 유형에서의 일반적으로 가장 고급의 웰니스 스파 시설을 보유하고 있으며, 이러한 시설의 물리적 환경은 건강을 향상시키기 위한 목적으로 자연 자원을 인위적으로 포함하기도 함.
- 상업용 웰니스 스파 시설의 보편적인 구성요소는 다음과 같음.
 - 수영장, 스파, 온천 등 다양한 형태의 물 접근성
 - 마사지 등을 위한 관리실, 웰니스 상품 판매를 위한 콘텐츠와 대표 웰니스 트리트먼트 제품을 사용하는 뷰티 테라피 룸
 - 물 처리 시설, 혹은 지열 발전소
 - 관련 숙박시설 및 음식점
 - 다양한 물리적 환경과 연계될 수 있는 자연 경관 및 교통 접근성 (대중교통 시설 및 주차장)



*자료 : Japan Hoppers 누리집(japanhoppers.com/ko) 및 픽스어베이 누리집(pixabay.com).

[그림 3-07] 미국 옐로우스톤 국립 공원 간헐천(좌)과 일본 지고쿠(우)

» 인위적 조성 환경

- 인위적 조성 환경은 일본에서 대표적으로 볼 수 있는 야외 노천 온천이 있으며, 좀 더 개발된 형태로 뉴질랜드의 Hammer Springs Thermal Pools가 있음.
- Hammer Springs Thermal Pools는 개인을 위한 스파에서부터 가족 단위 관광객을 위한 수영장까지 다양한 스파 시설을 보유함.
 - 복합 단지에는 사우나와 스팀 전용 시설 뿐 아니라 9개의 노천 온천 수영장, 3개의 유황 수영장 및 4개의 개인 온천 수영장이 위치
 - 또한, 온수 수영장과 가족 단위 관광객을 위한 구역에는 워터 슬라이드, 장난감 및 피크닉 공간이 위치
- Hammer Springs Thermal Pools 수영장의 온도는 33도~42도까지이며, 지열에 의한 온천수는 인근 마을의 자연 보호 단지에서 끌어올려 사용함.
- 또한, 최상의 스파 서비스를 제공하기 위해 웰니스 시설에서 신체적·정신적 건강에 숙련된 전문가가 제공하는 다양한 마사지와 뷰티 트리트먼트를 제공함.
 - 스위스 마사지, 스포츠 마사지, 아로마 마사지 등
- 겨울에는 관광객들이 1시간 거리에 위치한 스키장에서 스포츠를 즐길 수 있으며, 다른 야외 활동으로 리조트를 둘러싸고 있는 숲 걷기와 산악 자전거 트랙이 있어 이 지역의 자연환경을 즐길 수 있는 관광 활동을 제공함.



*자료 : 하나투어 Get About TRAVEL WEBZINE 누리집(getabout.hanatour.com) 및 Hammer Springs 누리집(hammersprings.co.nz).

[그림 3-08] 일본 아리나 노천 온천(좌)과 뉴질랜드 Hammer Springs(우)

나) 건강 관련 환경 (Health Environment)

» 시설 및 프로그램

- 점점 더 많이 웰니스 스파 시설들이 관광객들과 지역민들에게 건강과 건강한 생활 습관의 촉진에 활용되고 있는 추세임.
- 의료 정기 검진과 휴식 활동을 결합한 여행 상품을 이용하는 단체 여행객들은 주로 병원에서 종합적인 정기 검진과 치료를 받은 후 스파 호텔이나 온천을 방문하여 휴식을 즐김. 이는 현재 유럽에서 보이는 관광 행태인데, 과거 미국에서 많이 행해졌으며, 아태 지역 나라의 관광객도 점차 증가하는 추세임.
- 온천의 경우 유럽에서는 의료행위의 일환으로 받아들이는 측면이 강하지만, 일본에서는 관광을 겸한 오락의 경우가 많음.
- 일본의 유바라 온천 관광 상품은 건강 검진 및 복부 초음파 검사 등과 같은 선택적 검사를 제공하는데 전문 지식을 보유한 직원들이 치료적 효과를 위해 온천 방문을 관광객에게 제안함.
- 이 프로그램은 치료적 입욕에 관심이 있는 관광객을 대상으로 지역 마을 관광 목적지로 홍보하는 사업의 일환으로 전문 의료진과 쾌적한 환경을 연결하는 중요한 접근 방식으로 지역 병원의 적극적인 참여를 이끌어 냄.
- 대부분의 시설에는 개인 관리실과 호화로운 공용 공간이 혼합되어 있거나, 그 중 일부는 보다 정교한 의료 시설을 보유하고 있지만 대부분의 시설들은 다음과 같은 시설을 보유함.
 - 스파 및 웰니스 트리트먼트, 웰니스 상품, 의료·코스메틱 메디컬 지원 상품 및 서비스 / 대체 의학, 피트니스 시설, 직업적 웰니스 프로그램



*자료 : 오카야마현 공식 관광가이드 탐험! 누리집(okayama-japan.jp/ko).

[그림 3-09] 일본 유바라 온천

다) 비즈니스 환경 (Business Environment)

- 웰니스관광을 위한 비즈니스 환경은 웰니스 관광객의 행동 패턴, 핵심 서비스와 보조 서비스의 경쟁력, 지역 커뮤니티의 특성, 제도적 지원, 인력 확보와 재정적 문제 해결 등으로 구성됨.

» 웰니스관광객 행동 패턴

- 기관별, 국가별 추정치는 다양하지만 전 세계적으로 스파 시설 방문객의 전반적인 패턴은 스파로 대표되는 웰니스관광이 점점 인기를 얻고 있음을 반영함.
- 편안하고 쾌적한 환경에서 관광의 즐거움을 추구하는 추세는 이제는 시대적 흐름으로 인지되고 있는데 이러한 움직임은 주로 재활에 중점을 두던 과거의 웰니스 스파의 개념과는 큰 차이를 보임.
 - 이러한 새로운 관광 트렌드는 건강 문제가 없다 하더라도 신체적·정신적 건강 개선에 대한 높은 기대와 함께 치료가 아닌 예방에 중점
- 새로운 치료법뿐만 아니라 전통적인 재활 치료법을 필요로 하는 웰니스관광객들에게 신체와 정신의 조화를 다루는 전체론적 접근 방식이 요구됨.
- 인구통계학적, 경제적, 변화하는 생활 양식을 통해 웰니스관광의 패턴을 도출해 낼 수 있음.
 - 선진국의 인구 고령화, 피트니스에 대한 새로운 바람, 여행과 피트니스건강의 결합으로 인한 소비자의 여행 기대치 증가, 선진국의 높은 의료비용 등의 요소가 웰니스관광과 스파 관광 시장 발전에 중요한 요소로 작용
- 변화하는 웰니스관광객의 주요 관심사는 아시아와 유럽의 치료법을 근간으로 하는 자연 치유법으로, 동양의 문화와 생활 습관, 미적 매력과 함께 관광객의 니즈가 증가함.
- 아유르베다 마사지, 요가, 온천욕, 중국 전통 침술 등과 같은 아시아에 그 기원을 둔 치료법이 수치료, 머드 마사지, 냉천욕을 중심으로 한 크나이프(Kneipp) 요법 등의 유럽식 향암요법과 결합되는 모습을 보임.
- 국제스파협회(ISPA)는 적극적으로 웰니스와 스파를 즐기는 관광객이 2007년에 이미 전 세계에 1억 명 정도 있는 것으로 추정함.
 - 이 수치는 ISPA가 호주, 오스트리아, 캐나다, 프랑스, 독일, 이탈리아, 일본, 싱가포르, 스페인, 태국, 영국, 미국 등 12개의 회원국을 대상으로 실시한 조사에 근거

- ISPA에 의한 웰니스관광객 행동 패턴은 다음과 같음.
 - 전반적으로 여성이 웰니스관광을 주도하고 있으나 호주, 오스트리아, 독일, 일본, 일본, 싱가포르, 스페인, 태국 등의 국가는 남성 스파 관광객이 40% 차지
 - 뉴에이지 치료법과 대체 요법에 관심을 둔 베이비붐 세대가 웰니스 시장 견인
 - 평균적으로 30, 40대 관광객이 스파 고어(spa-goers)로 분류
 - 휴식과 스트레스 해소가 스파와 웰니스 시설을 방문하는 가장 큰 요인
 - 얼굴 마사지, 스팀 사우나, 전신 마사지 등이 전 세계적으로 가장 인기있는 스파 프로그램
- 웰니스관광 시장이 지역 내 사용자와 외부에서 유입된 관광객으로 점점 이분화되고 있는 상황에서 웰니스관광 업계는 민간 기업 투자의 다변화, 웰니스 스파 시설 내의 새로운 문화 도입, 지역 공동체를 통한 새로운 서비스 제공 방법에 의한 시장 세분화를 통해 틈새시장을 공략할 수 있어야 함.

» 인적 자원 개발

- 웰니스관광 트렌드의 주요 요인이 되는 건강관리와 웰빙에 대한 개인의 책임감과 그에 대한 인식의 제고는 웰니스 시설의 특정한 요소가 성공의 중요한 요소가 된다는 것을 의미하기도 하며, 최상의 서비스를 제공하기 위한 직원 교육 및 동기 부여가 가장 중요한 요소임.
- 웰니스 서비스의 품질은 단순히 서비스를 행하는 사람의 자격에 국한되지 않고 서비스를 제공하는 조직 혹은 시설의 교육 및 동기 부여의 전반적인 수준에 달려 있어 웰니스 서비스의 품질은 비용이나 편익보다 중요함.
- 현재 관광 산업에서 종종 볼 수 있는 전문지식을 습득하기 어려운 단기간 훈련 후 임시직으로 채용되는 식의 관행은 웰니스관광에서는 반드시 지양해야 하며, 장기적인 관점으로 웰니스관광 관련 인력을 양성해야 함.

» 기업 환경

- 웰니스관광과 스파 업계는 지난 20년 동안 전 세계적으로 급속한 성장을 보였으므로 민간 투자자들에게 호의적인 기업 환경을 창출해 냄.
- 웰니스 기업은 데이 스파(Day spa) 시설, 의료 시설 또는 여러 기능을 결합한 시설을 제공할 수 있음.

- 지역단위, 국가단위, 국제 관광 단위에서 웰니스관광 시설의 수준이 결정될 수 있는데, 현재 웰니스관광 산업이 성장 단계에 있음을 고려해 볼 때 면밀히 검토된 개발제안이 있는 경우 민간 투자를 촉진할 수 있으며, 정부와 같은 관리 당국은 각 지역에 적합한 웰니스 시설 개발을 지원해야 함.
- 웰니스관광이 급속한 성장을 하고 있지만, 지역단위 웰니스관광 개발 시 웰니스 관광에 대한 지역 공동체의 태도가 매우 중요함. 특히, 웰니스 시설 혹은 웰니스 센터가 지역 사회의 의료 시스템을 뒷받침할 수 있는 하나의 중요한 기회를 제공한다는 점을 지역 공동체에 이해시킨다면, 많은 지역 공동체의 자발적 참여를 이끌어 낼 수 있을 것임.
- 웰니스관광 활성화를 위해 넘어야 할 장애물로는 웰니스 상품 및 기술의 변화만 큼이나 정책적, 소비자 분석 측면에서 지역민과 관광객의 니즈와 태도를 빠르게 파악하는 것
- 또 하나의 중요한 기업적 측면 중 하나는 법적 문제가 발생하기 전에 문제를 인식하고 개선하는 것으로 웰니스관광은 관광객과 신체적·정신적으로 연관되어 있기 때문임.
 - 소비자 소송은 항상 발생 할 가능성이 있으므로, 웰니스 스파 기업은 장기적인 생존을 위해 고객, 직원 및 수익 관리의 정교적인 모델 운영 필요

라) 규제적 환경 (Regulatory Environment)

- 물은 고대부터 오랜 시간동안 건강을 위해 사용되었으며, 건강에 필수적인 웰빙의 모든 기본 요소인 신체적 운동, 휴식 및 즐거움을 위한 기회를 제공한다는 점에서 휴양을 목적으로 한 물의 사용은 단순한 사치 활동이 아님.
- 따라서, 웰니스관광의 중요한 자원인 수(水)자원의 휴양목적 이용 측면은 일반 대중, 관련 전문가 및 규제 기관의 관심을 모으고 모음.
- 예를 들어 물과 위생·건강에 관한 세계보건기구(WHO) 프로그램에는 해안, 담수, 수영장 및 온천을 위한 안전한 휴양에 대한 지침이 포함
 - 또한, WHO는 유럽 위원회(Europe Commission)와 함께 우수 사례를 포함한 해수의 모니터링 및 평가에 관한 매뉴얼 제작

» 수(水)자원의 개발과 활용에 관한 규제

- 수(水)자원 개발과 관련된 우려는 모든 국가의 웰니스관광 업계를 관장하는 제도적·법적 관할 구역을 통해 지연단위나 국가 단위의 제어시스템으로 나타나며, 대부분의 국가가 관리하는 웰니스 스파 시설 규제의 일반적인 내용에는 다음이 포함됨.
 - 환경적 규제 (땅 이용 포함)
 - 수원(水原)과 품질 규제
 - 낭비와 배출에 관한 규제 및 처리에 관한 규제
 - 가격에 따른 방문에 관한 규제 (공공소유의 경우)
 - 웰니스 관광객 행동을 개선하기 위한 감독 및 교육
- 대만은 웰니스 스파 관광이 상기적으로 생태적 피해와 직접적인 관련이 있는 것을 인지하여, 대만 환경보호 규정(Taiwan Environmental Protection Administration, EPA)을 통해 온천 호텔에서 배출되는 폐수를 규제함.
- 대만 EPA에 따르면 대만 내 위치한 128여 개의 스파 지역 중 절반 가량이 수자원 보호를 위해 대만 정부가 지정한 환경적으로 민감한 지역에 위치하고 있음.
 - 주요 스파 지역의 하류 생태 영향을 조사한 대만 정부는 강가에 있는 온천 호텔에서 배출된 뜨거운 폐수가 물고기, 플랑크톤, 해조류, 곤충 및 기타 생물의 개체 수에 큰 영향을 일으킨다는 사실을 발견
 - 대만의 미네랄 온천의 65%가 베이킹 소다를 함유하고 있으며, 35~ 45도 사이의 폐수 온도가 생태계에 큰 위협을 초래
- 대만 EPA는 온천호텔에 온천 폐수와 기타 하수를 분리하여 배출하도록 요청함으로써 온천호텔 폐수 배출 규제를 시행함.



*자료 : 대만 관광청 (www.putontaiwan.or.kr).

[그림 3-10] 대만 쑤아오 냉천과 우라이 온천 모습

» 복장 관련 규제

- 상업용 웰니스 시설, 자연 온천 등과 같은 특성에 따라 수영복을 착용해야하는지 혹은 사용하기 전에 샤워를 해야 하는지 등과 같은 건강 관련 행동과 규정이 상당히 상이함.
 - 미국에 있는 대부분의 온천 시설은 해가 질 때까지는 반드시 수영복을 착용해야 함
 - 일본에서는 온천 입욕 시에는 어떠한 상황에서도 옷을 입을 수 없으며, 지정된 지역에서 샤워 후 입욕 가능
- 대부분의 국가가 상업용 미네랄 온천 이용 시 물에 들어가기 전 샤워를 할 것을 권장하는데, 이론적으로는 여과시스템을 막히게 하는 오염 물질을 피하기 위한 것임.
- 그러나 누드 입욕이나 복장에 관한 제도적 법률은 없으므로 시설 운영자나 방문객이 결정할 사항이며, 이는 지역과 국가적 상황에 따른 관습에 의해 결정됨.

» 기업 윤리와 웰니스 스파 시설에 관한 규제

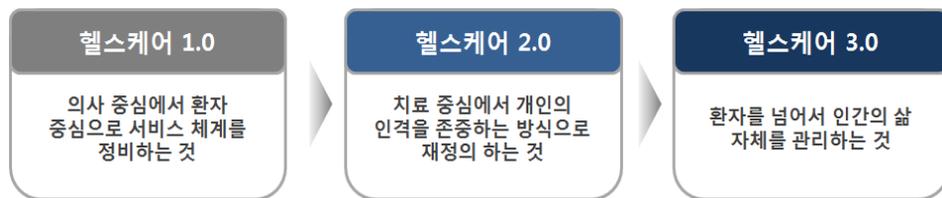
- 최근 일본에서 가장 유명한 온천 휴양지 중 일부가 자신들이 광고하는 지열 온천 이외의 다른 온천에서 물을 공급하고 있음을 인정함.
- 도쿄에서 북쪽으로 약 180km 떨어진 온천 휴양지인 이카호의 55개 온천과 여관 중 7개가 2000년대 초 미네랄이 풍부한 온천이 마르기 시작한 후 수돗물로 온천수를 공급했음을 인정하는 사건이 발생함.
 - 이카호는 철분이 풍부한 물로 유명한 지역으로, 400년 전 처음으로 물을 인위적으로 사용한 이후, 이 지역의 적갈색 물의 치료 효과를 경험하기 위해 매년 수천 명의 관광객이 방문
- 또한, 나가노의 시라혼 온천 휴양지에 있는 몇 개의 온천 호텔 역시 지역 온천의 대표 특징인 우윳빛 온천을 유지하기 위해 목욕용 소금을 첨가했다는 사실을 인정함.
 - 약용 성질을 가진 것으로 알려진 이 지역의 온천수는 1990년 후반부터 천연색을 잃기 시작

- 이러한 사건이 발생한 후, 일본국민들은 일본 정부에 엄격한 규정의 제정을 촉구하였지만, 일본의 법률에 근거하면 온천호텔 운영자들은 규정을 위반한 것은 아님.
 - 1948년 제정된 온천 시설 규제에 관한 법률에 의하면 25도 혹은 더 높은 온도의 수원을 발견한 사람은 누구든지 온천 시설 설립 및 운영 가능
- 료칸이나 온천 호텔과 같은 숙박시설 개장시 입욕 시설을 등록해야하지만 자연 온천이 마를 경우 면허증을 갱신 할 필요는 없으므로, 온천수를 뜨거운 수돗물로 대체하는 것은 불법이 아님.
- 2000년대 초반에만 이미 일본 전체 내 3000개 리조트와 22,000개가 넘는 온천 숙박시설이 있었으며, 이는 1950년대와 비교해 볼 때 두 배가 넘는 수치임. 그러나 일본의 공정 거래위원회에 따르면 현재 약 3분의 1정도의 온천 시설에서만 순수하고 희석되지 않은 천연 온천 샘물을 사용한다고 함.

나. 웰니스관광객 타겟 세분화

» 예방의학으로의 패러다임 변화

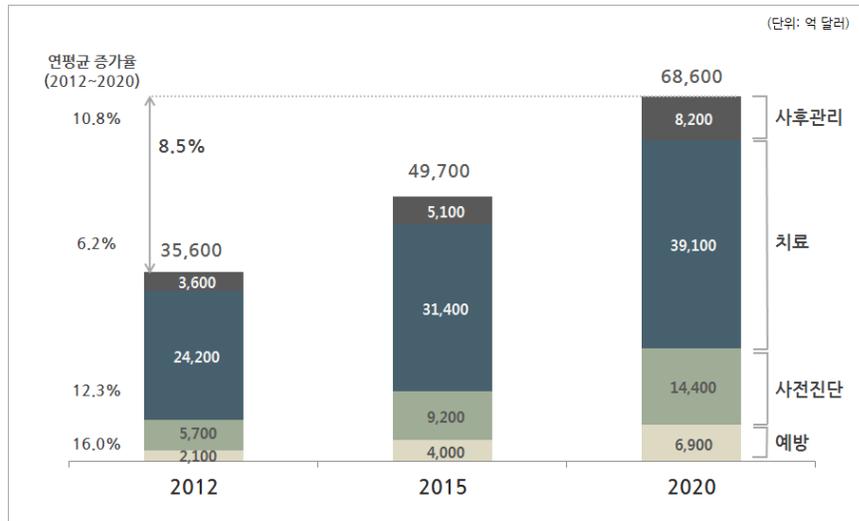
- 헬스케어 3.0으로 대변되는 의료서비스의 범위, 대상 및 방식의 변화는 .기대수명 증가로 삶의 질에 대한 관심이 증가하면서 건강패러다임이 변화한 것에 기인함.



*자료 : 한국관광공사(2016), 「한국의료관광마케팅」.

[그림 3-11] 헬스케어 개념의 변화

- 고령화가 진행되면서 건강에 대한 기준도 오래 사는 것에서 삶의 질을 높여 건강하게 사는 것으로 바뀌어, 의료 산업도 질병 치료에서 예측, 예방, 맞춤, 참여를 강조하는 패러다임으로 변화함.



*자료 : 한국관광공사(2016), 「한국의료관광마케팅」.

[그림 3-12] 건강관련 주요 영역별 성장 전망

- 의료 서비스 측면에서도 마사지, 스파, 명상, 식단관리 등 현대인들이 겪고 있는 만성질환이나 생활습관병을 관리하는 프로그램을 개발하는 사례가 늘고 있음.

<표 3-10> 예방 및 관리서비스 확산 사례

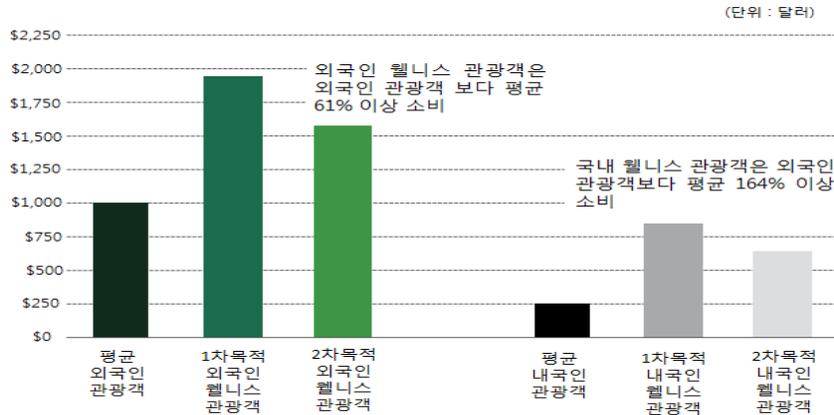
구분	서비스 사례
마사지	• 태국은 전통 민간생활 건강법인 타이마사지를 종합병원, 리조트에서 예방적 건강관리 프로그램 또는 통증 치료법으로 포지셔닝하여 외국인 관광객을 위한 패키지 상품으로 판매 및 운영 중
스파	• 건강검진과 함께 메디컬 스파를 제공해주는 패키지 상품을 개발하여 리조트를 중심으로 제공하고 있으며, 일본의 경우와 같이 전통 문화와 결합하거나, 현대적인 수치료 형태로 제공
명상/스트레스 관리	• 현대인의 질병 가운데 가장 큰 원인으로 작용하는 스트레스를 관리하기 위해 자연환경 등과 결합한 7일 이상의 장기 체류 프로그램 개발
식단 관리 및 디톡스	• 리조트를 중심으로 체크인 시작 시점에 상담 등을 통해 식단을 구성한 뒤 전담 관리사가 음식 종류 및 양을 조절하고, 체내 독소를 제거하기 위한 식이요법 실시

*자료 : GWI(2017), 「Global Wellness Economy Monitor」.

» 웰니스관광객의 분류

- 웰니스관광객은 가처분 소득이 높고, 교육 수준이 높으며 일반적으로 여행 시간이 길기 때문에 평균 관광객보다 높은 수준의 소비 수준을 보임.
- GWI의 2017년 보고서에 따르면, 외국인 웰니스관광객은 2015년 기준 평균

1인당 1,613 달러를 지출하여 일반 외국인 관광객보다 61%나 높은 소비를 한 것으로 나타났으며, 국내 웰니스관광객 또한, 평균 654 달러를 지출하여 일반 국내 관광객보다 164% 더 높은 소비 패턴을 나타냄.



*자료 : GWI(2017), 「Global Wellness Economy Monitor」.

[그림 3-13] 일반관광객 대비 웰니스관광객의 소비 수준

- 웰니스관광객들은 웰니스에 대한 관심의 정도와 실제 웰니스관광 활동에 참여하는 정도에 따라 다양함.
- 웰니스관광의 타겟은 웰니스를 주 목적으로 하는 1차적 웰니스관광객과 여러 관광 경험 중 웰니스가 포함되는 관광을 경험하는 2차적 웰니스관광객으로 구분되며, 주요 내용은 다음과 같음.

<표 3-11> 웰니스관광객 분류

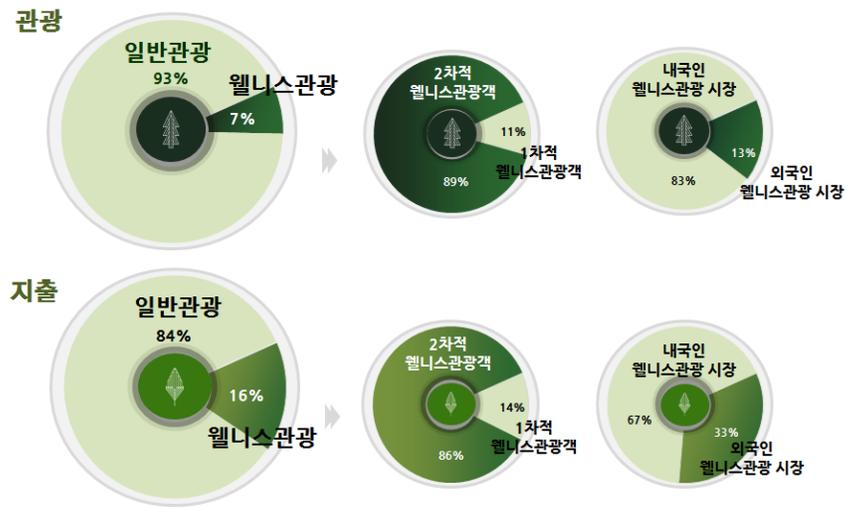
	1차적 웰니스관광객	2차적 웰니스관광객
정의	여행 계획 수립과 관광목적지 선택에서 웰니스가 최우선의 동기요인으로 작용하는 관광객	관광행태를 통해 웰니스 경험 또는 유지를 추구하려는 관광객
예시	<ul style="list-style-type: none"> • 웰니스 스파 시설을 주 목적지로 방문 (Canyon Ranch, Rancho La Puerta, Chiva Som, Ananda, SHA Wellness, Lanserhof 등) • 스파 리조트 장기 투숙 • 명상 수행을 위한 아쉬람(Ashram)¹¹⁾ 방문 • 스트레스 해소, 원기 회복을 위한 스파여행 • 종합 건강검진을 목적으로 전문 의료 기관의 웰니스 센터에 방문 • 웰니스 크루즈 탑승 • 자연환경을 기반으로 음식과 명상체험이 포함된 요가 프로그램 참석 	<ul style="list-style-type: none"> • 여행기간 동안 건강한 음식과 피트니스 시설을 이용하고자 하는 비즈니스·레저 관광객 • 휴가 중 하루는 온천이나 스파를 즐기고자 하는 가족 • 여행 기간 동안 리조트에 묵으며 여러번 스파를 이용하는 관광객 • 스파, 뷰티, 피트니스 시설에 특화된 크루즈를 선택하는 크루즈 관광객 • 장기간의 하이킹·자전거 여행 후 스파를 방문하는 모험형 관광객 • 관광 상품에 포함된 타이 마사지, 오일 마사지 등을 경험하는 단체 관광객

*자료 : GWI(2017), 「Global Wellness Economy Monitor」.

- 2차적 웰니스관광객과 외국인 관광객이 글로벌 웰니스관광 시장의 성장을 견인하는데, 현재 대부분의 웰니스관광은 웰니스가 주 관광요인이 아닌 2차적 웰니스관광객에 의해 이루어지고 있음.
 - GWI(Gobal Wellness Institute)에 따르면 2015년 기준 2차적 웰니스관광객은 전체 웰니스관광의 89%를 차지
- 2차적 웰니스관광은 2013년부터 2015년까지 1차적 웰니스관광에 비해 훨씬 빠른 성장세를 나타냄.
 - 1차적 웰니스관광은 같은 기간 대비 2% 성장하고 소비는 5% 증가한 반면, 2차적 웰니스관광은 20% 성장하였으며, 소비 또한 16% 증가
- 웰니스관광의 두 가지 타겟 세분화(1차적 웰니스관광과 2차적 웰니스관광)가 잠재적인 관광 동기에 따라 같은 사람에게 동시에 적용될 수 있음을 유의해야 함.
 - 예를 들어, 웰니스 리조트나 스파 관광에 대해 관심을 가지고 있는 사람(1차적 웰니스관광객)은 비즈니스 목적의 여행 시에도 웰니스 경험이 가능한 호텔을 선택(2차적 웰니스관광객) 할 가능성이 높음.
 - 비슷하게, 가족 여행 기간 중에 짧은 시간 경험한 1Day 스파 관광 프로그램(2차적 웰니스관광)의 긍정적인 경험이 추후 웰니스 전문 리조트 관광(1차적 웰니스관광)을 계획하게 하는 동기 가능

» 내국인 웰니스관광과 외국인 웰니스관광

- 웰니스관광의 대부분이 주로 단기 여행을 하는 내국인 웰니스관광객에 의해 행해지고 있으나, 미국, 독일, 일본, 프랑스 등과 같이 큰 규모의 웰니스 시장을 보유한 국가들은 내국인 관광객과 외국인 관광객이 동시에 웰니스관광시장에 참여하는 양상을 보임.
- 내국인 웰니스관광 시장은 2015년 기준 전체 웰니스 시장의 83%를 차지하며, 지출 부문에서도 67%를 차지하지만, 외국인 웰니스관광 시장이 빠른 성장세를 보임.
 - 외국인 웰니스관광 시장은 22% 성장, 소비 부문에서 20% 성장을 보인 반면, 내국인 웰니스관광 시장은 각각 17%, 11%의 성장세 보유



*자료 : GWI(2017), 「Global Wellness Economy Monitor」.

[그림 3-14] 2015년 글로벌 웰니스관광 세분화

II 클러스터의 이해

1. 클러스터의 개념과 유형

가. 클러스터의 정의

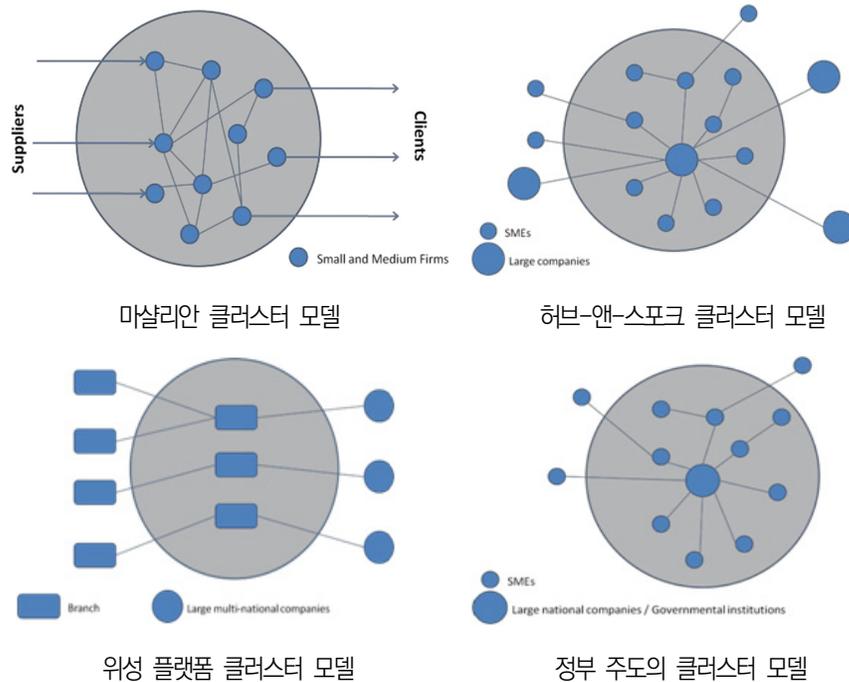
- 21세기를 대표하는 비즈니스 모델로 여겨지는 클러스터는 일반적으로 클러스터는 특정 지리적 영역에 있는 기업, 과학 및 정부 기관의 조직 형성 또는 축적으로 인식됨.
- 마이클 포터(1998)¹²⁾에 따르면 경제적으로 강력한 경쟁 우위는 더 많은 지식, 관계, 동기 부여 등과 같은 지역적 요인에서 기인하며, 이는 지리적으로 멀리 있는 경쟁자들을 무력하게 함.
 - 즉, 클러스터는 조직과 기업 합병의 결과로 지리적 근접성과 상호 의존성을 통해 높은 수준의 시너지 효과를 창출하는 비즈니스 모델
- 또한, 포터(2000, 2003)는 유사하거나 보완 관계가 가능한 상호 연결된 조직 그룹(공급자, 서비스 제공자, 유관기관)에 의해 클러스터를 정의함.
- 미국의 할리우드나 인도의 볼리우드, 캘리포니아 와인 생산지, 실리콘 밸리와 보스턴의 기술 센터 등의 성공한 클러스터 사례가 있으며, 이와 같은 성공적인 클러스터 모델의 정착을 위해서는 정책 결정자 또는 의사결정자가 각 지역별로 하위 모델에 적용 할 수 있는 모델을 제공해야 함.
- 경제 집적의 한 유형인 클러스터는 동일한 분야에서 활동하고 혁신이 경쟁우위를 선전하고 발전을 촉진시키는 중요한 요소가 되는 조직에 의해 형성됨.

나. 클러스터의 유형

- 클러스터는 서로 다른 클러스터 멤버의 역할과 멤버 간의 상호 작용을 기반으로 4가지 유형으로 분류 가능함.

12) Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition (Vol. 76, No. 6, pp. 77-90). Boston: Harvard Business Review.

- 첫 번째 유형은 마셜리안(Marshall) 유형으로, 이 유형의 클러스터는 동질성이 있으며 협력하거나 경쟁하는 공급자-생산자 관계에 있는 소기업으로 구성됨.
 - 이 유형에서는 어느 조직도 클러스터를 직접 제어 할 수 있는 규모와 힘을 가지고 있지 않으며, 공동의 시장과 클러스터의 유기적 관계만으로 운영
- 두 번째 유형은 허브-앤-스포크(Hub-and-Spoke) 클러스터로, 클러스터의 핵심을 나타내는 지배적인 조직이 거의 없으며 직접 연결된 소규모 회사에 의해 클러스터가 구성됨.
 - 클러스터 멤버의 대부분은 원자재 공급자, 외부 서비스 공급자를 대표하거나 허브 생산 프로세스의 특정 단계에 특화되어 있음. 허브-앤-스포크 클러스터의 소규모 기업은 대형 기업과 직접 거래
 - 이 모델에서 허브역할을 하는 조직이 클러스터 내부의 관계를 조정하며, 허브-앤-스포크 클러스터의 사례는 자동차 제조업체 집중되어 있어 디트로이트 오토 클러스터와 같은 자동차 산업에 적합



*자료 : Boja, C.(2011), 「Clusters models, factors and characteristics」.

[그림 3-15] 클러스터의 4가지 유형

- 세 번째 유형인 위성 플랫폼 클러스터에서는 멀티 플랜트 기업의 외부 지사 시설이 정부 시설 또는 저렴한 노동력으로 이익을 얻기 위해 특정 지역에 위치하고 있는 형태임.

- 위성 플랫폼 클러스터의 특징은 클러스터 내 위성 조직 간의 관계가 없으며, 원격 위치에 있는 모기업에 의해 전적으로 통제
- 마지막으로 정부 주도의 클러스터는 지역을 지배하는 공공 기관·정부 또는 비영리 조직과 클러스터 멤버 간의 경제적 관계로 정의됨.
- 이 형태의 클러스터는 미국의 대규모 군사 기지 내에서 공공-민간 계약의 혜택을 받는 중소기업으로 구성

다. 클러스터 formation 중요 요소¹³⁾

» 클러스터 형성에 있어서의 '근접성'의 중요성

- 클러스터의 형성에 있어서 지리적·관계적 근접성 클러스터의 형성을 뒷받침하는데 가장 중요한 역할을 하며, 이는 동적인 공간을 고려하는 클러스터의 정의에서도 나타남.
 - 마이클 포터¹⁴⁾는 클러스터를 특정 분야의 상호 연결된 회사, 전문 공급 업체, 서비스 제공 업체 등을 포함하는 경쟁·협력하는 지리적 집적상태로 정의
- 인접한 위치는 정보 교환의 수준을 향상시키며, 상호 협력 과정에서 정보 불균형의 위험을 감소시킴.
- 클러스터 형성에 있어서 지리적 근접성이 중요하지만, 클러스터 내 조직 간 관계와 협력의 중요성 또한 간과해서는 안 됨.

» 클러스터형성의 중요 요소

- 클러스터는 물리적 근접성에서 발생
 - (1)dedicated 비즈니스 공간에서의 co-location (2)주요 하부기반 시설 내 공유 지역 (3)지역자원에 접근할 수 있는 위치
 - 보다 넓은 차원에서 주요 거점으로서의 지역의 확고한 입지는 클러스터 구성원을 응집할 수 있는 원동력 역할

13) Karlsson, C. (Ed.). (2010). Handbook of research on cluster theory (Vol. 1). Edward Elgar Publishing. p93~100 참고 재정리.

14) Harvard Business Review

(<https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition>)

- 거래적 근접성을 통한 클러스터 형성
 - (1) 공유·중복 또는 보완작용이 있는 틈새시장에서 기인한 부문별 시장 집중(유연성 있는 전문화를 통한 수평적 협업) (2) 구매자-공급자 관계. 하도급, 공급망 등을 포함한 수직적 생산과 거래 관계 (3)공급업체와 하청업체 간의 공동작업 및 상호 작용의 시간이 경과함에 따라 다양한 기회를 제공할 수 있는 대기업 주변의 집중도
- 지식공유 센터를 통한 클러스터 형성
 - 지역 내 대학, 연구기관 혹은 사업의 성격을 가지는 유관기관 등 포함
 - 일반적으로 외부에서 오는 자극은 두 가지 방식으로 협업적 클러스터 집단을 형성 (1) 북부 이탈리아의 기술 서비스 센터의 비즈니스 협회 및 중개 조직의 경우처럼 시장 특유의 전문 지식을 관리하고 배포 (2)외부의 지식공유 센터는 그들이 축적한 지식과 노하우의 공유를 통해 혁신할 수 있는 기회 창출

〈표 3-12〉 클러스터 형성의 중요요소

구분	내용
물리적 근접성	<ul style="list-style-type: none"> • dedicated business spaces • 주요 하부기반시설 • 지역 자원 • 도시와 주요 거점
거래적 근접성	<ul style="list-style-type: none"> • 수평적으로 유연한 전문조직 • 수직적 생산과 거래적 관계 • large firm 'magnets'
지식 센터	<ul style="list-style-type: none"> • 대학, 연구기관 등 • 부문별 전문 지식을 창출해 내는 사업체 조직 (기술 지원 조직, 무역 협회 등)

*자료 : Karlsson, C. (Ed.), (2010). Handbook of research on cluster theory (Vol. 1). Edward Elgar Publishing. p98

2. 관광 클러스터의 개념과 유형

가. 관광에서의 클러스터

- 관광은 사람들이 방문하는 장소와 여행에서 얻는 경험에 관한 것으로 여행의 목적을 더 잘 이해하기 위해 사회적, 심리적, 경제적, 마케팅 등 여러 관점에서의 분석이 요구되었음.
- 이러한 다양한 관점은 관광이라는 동일한 문제에 대하여 지역 개발에 관심을 둔 지리학자와 경제학자들이 새로운 질문을 제기하는 배경이 됨.

- 이들은 지역이 관광 목적지로 발전하는 이유, 관광 목적지로 구현되고 성장하는 방법, 성장하는 기회, 관광 목적지가 창출해 내는 사회적·경제적 성장이 지역에 어떤 기회요인이 되는지 설명
- 관광객이 소비하고자하는 경험을 생산하기 위한 개별적인 관광활동의 집합이 결합된 클러스터에서 다양한 관광 활동과 경험이 나타나는 것은 이러한 장소적 맥락에서 볼 수 있음.

» 관광 개발 측면에서의 클러스터

- 지역의 관광 개발을 위한 다양한 접근 방법이 있으나 클러스터 이론은 지역 개발에 있어 중요한 역할을 하며, 이는 경제적 성장 매개의 일환으로 관광 기능을 지역에 구축하거나 강화하려는 것과 관련성이 있음.
- 변화하는 소비자 시장과 급속히 진행되는 세계화의 흐름 속에서 전 세계 관광 산업의 발전 추이에는 큰 변화가 발생함.
- 관광 산업은 많은 지역 및 국가에서 상당한 경제적 이익을 창출하는 성장 분야이지만, 관광 목적지로 성장할 수 있는 잠재력에 따라 경제적 발전의 기회가 불균등하게 분배되는 양상을 보이며, 이러한 맥락에서 지역의 쇠퇴는 해결해야 할 큰 문제이기도 함.
- 그 결과 젊은 층의 고용 기회 상실로 인해 이들이 도시 지역으로 이동하고, 자연스레 지역의 독특한 생활 방식을 유지·계승 할 수 있는 세대의 유입이 중단되어 지역 쇠퇴가 가속화되었으며, 이러한 지역 쇠퇴 과정은 사회적·정치적 불만을 증대시킴.
 - 경제적 부(富)의 감소가 아닌, 오히려 미래의 고용 및 성장을 위한 기회가 줄어들고 있는 것이 지역 쇠퇴의 가장 큰 문제점
 - 지역 성장을 위한 플랫폼을 재건하는 정책에 대한 지역의 요구 발생
- 이러한 상황에서 관광 산업의 잠재력은 지역 성장에 기여할 수 있는 해결책으로 제시되었는데, 이는 지역의 고유한 문화와 자원을 바탕으로 한 관광산업과 지역의 고용·소득을 창출하는 서비스 산업의 결합에서 비롯됨.
- 관광은 지역 상황에 따라 여러 해결책을 제시 할 수 있는 긍정적·부정적인 외부 효과를 제공하며, 경쟁 우위가 있는 지역의 개발을 위한 접근법으로 활용되기도 함.
- 이러한 의미에서, 관광 정책은 특정한 관광 활동을 장려하기 보다는 지역이 보유한 특정 장소를 향상시키는 방법에 관한 고민이 필요함.

나. 관광 클러스터의 개념과 유형

- 일반적으로 관광 클러스터(Tourism Cluster)는 관광 활동을 통해 상호 연결된 조직과 기관이 지리적으로 집중되어 있는 양상을 나타냄.
 - 공급 업체, 서비스 제공 업체, 정부, 기관, 대학 및 민간 조직 등 포함
- 관광 클러스터를 하나의 지역에 집중된 차별화되지 않은 관광 명소의 집합체로 정의하기도 함¹⁵⁾.
 - 효과적인 공동 집단 체계를 조정하고 우수 인력을 채용하여 비교 우위와 경쟁 우위를 창출하는 조직의 네트워크를 통해 품질 시설과 서비스, 정치적, 사회적 응집력 제공
- 관광 클러스터의 목적은 관광 상품 창출과 성공적인 홍보 등을 위해 독립적으로 운영되는 지역 내 관광 기업을 동원하는 것으로 관광 클러스터 개발의 전제 조건은 다음과 같음.
 - 경쟁력 있는 기업의 존재
 - 유리한 지리적 위치, 잠재력 있는 자연 자원, 문화·전통 자원, 음식, 여가환대 시설
 - 타 산업 분야 핵심 파트너의 지리적 근접성과 산업의 범위
 - 클러스터 파트너 간의 공식적·비공식적 연결 존재
- 관광 클러스터는 관광 활동과 관광 상품의 구체적인 특성과 관련이 있는데, 관광 상품은 물리적·사회 환경의 구성원으로 구성되며, 관광 상품과 관광 활동이 관광 클러스터의 구성과 성과를 위한 조건 중 하나이기 때문임.
 - 관광 상품은 관광객의 요구를 충족시키기 위해 특정 지역에서 판매되는 일련의 서비스와 상품을 지칭
 - 관광 활동은 특정 지역의 문화적·자연적·사회적 관광 자원을 기반으로 하는 상호 의존성을 지칭
- 관광 클러스터는 관광 활동 외에도 숙박, 케이터링, 교통, 엔터테인먼트 및 체험 프로그램, 운영자 및 여행사, 가이드, 공예품, 렌터카 및 조직 지원 서비스, 교통 인프라, 교육 등의 지원 활동과 교육, 컨설팅 및 기타 비즈니스 서비스가

15) Beni, M. C. (2003). Globalização do turismo: megatendências do setor ea realidade brasileira. Aleph.

포함되기 때문에 관광산업과 직접적으로 연계된 기관이나 조직 외에도 다른 산업의 파트너가 필요함.

- 이러한 상황을 고려해 볼 때 성공적인 관광 클러스터 확립하고 클러스터의 경쟁력을 확보하기 위해 정부는 타 산업과 민간 기업과의 연계, 인프라 투자 및 관광 지역 활성화를 장려해야 함.

다. 관광 클러스터의 유형

- 관광 클러스터의 유형에는 산악·해양 관광클러스터 등의 지역에서 활용되는 지오 클러스터, 특정 산업의 구성원이 다른 클러스터에 포함될 때 생기는 수평적 클러스터, 하나의 공통된 프로세스를 여러 서비스 단계를 통해 제공하는 수직적 클러스터, 동일한 기술로 연계되는 기술적 클러스터, 이밖에 사이드 클러스터, 집중형 클러스터가 있으며 주요 내용은 다음과 같음.

〈표 3-13〉 관광 클러스터의 유형

구분	내용
지오(Geo) 클러스터	<ul style="list-style-type: none"> • 경제활동의 공간적 집합 • 산악 관광 클러스터, 해안 관광 클러스터 등 지역에서 시작
수평적(Horizontal) 클러스터	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 산업 또는 섹터가 다른 클러스터에 포함될 수 있는 경우 (예:호텔 체인이 항공사 체인 비즈니스 모델에 포함)
수직적(Vertical) 클러스터	<ul style="list-style-type: none"> • 하나의 공통된 프로세스를 제공하여 관광 서비스의 여러 단계 연결
사이드(Side) 클러스터	<ul style="list-style-type: none"> • 서로 다른 사업 영역이 기존 관광 클러스터 연결될 때 공동의 경제적 효과가 나타나는 집합체 형성
기술적(Technological) 클러스터	<ul style="list-style-type: none"> • 동일한 기술을 사용한 관광 클러스터가 형성될 때의 유형
집중형(Concentrated) 클러스터	<ul style="list-style-type: none"> • 클러스터 내 기업들이 자체 협력에 집중

*자료 : Iordache, C., Ciochină, I., & Asandei, M. (2010). Clusters-Tourism Activity Increase Competitiveness Support. Theoretical & Applied Economics, 17(5).

- 위에서 언급한 관광클러스터의 다섯 개 유형 중 일반적으로 수평적 클러스터와 수직적 클러스터가 관광분야에 가장 많이 적용됨.

» 수평적 클러스터

- 유사한 상품을 생산하는 기업 간에 발생하는 거래와 경쟁으로 구성되는데, 경쟁을 근간으로 한 상호작용은 상품의 다각화를 유도하면서 긍정적 효과 창출 - 이는 모니터링, 상호 비교, 모방 등에서 발생하는 자연적인 파급효과나 비공식적인 지식 교류를 통해 활성화 / 같은 수준의 생산 과정에 있는 같은 회사의 공동 입지에서 유래
- 이는 가치 사슬에서 비슷한 수준으로 운영되는 회사들 간의 지리적인 공동 입지를 나타냄.
- 각 기업은 경쟁자이지만 지역의 동일한 자원을 사용하여 유사한 상품을 판매한다는 점에서 공동입지는 잠재적인 고객 기반을 모아 전체 소비를 증가하는데 기여함.
- 이러한 공동입지는 노동력의 공급, 공유 정보 및 인프라 측면에서 비용 절감으로 외부 효과의 영향을 감소시킬 수 있는 이점으로 작용하기도 함.
 - 거의 대부분의 도시에서 발생하는 소매업, 제조업 분야 해당

» 수직적 클러스터

- 심화된 노동의 분업화와 전문화를 야기하는 관광서비스 공급자, 관광서비스 제공자, 관광객과의 의도적인 협력에 의해 형성 / 가치 사슬의 다른 단계에 있는 기업의 공동 입지에서 유래
- 수직적 클러스터에서는 산업의 공급사슬에서 각 기업의 위치를 파악할 수 있기 때문에, 각각의 단계의 전문적인 생산과정연계에 의해 기업 간 관계가 형성됨.
- 기업 간의 지리적 근접성은 물류와 분배비용을 최소화하고 집중된 노동력과 시장 정보 습득 등의 이점을 제공함.
- 관광산업에서는 주로 미국에 분포하고 있는 ‘와인 클러스터’가 가장 대표적인 사례로 지역 포도주 양조장에는 와이너리, 창고, 유통 시설, 와인 판매점이 함께 위치하고 있어 상품의 원재료 생산에서부터 소비까지 모든 단계를 포함함.

Ⅲ 시사점 종합

1. 웰니스산업 관련 시사점

» 웰니스산업의 특징

- 앞서 웰니스산업과 웰니스관광의 국내외 동향을 검토해 본 결과 웰니스산업의 특징은 다음과 같이 요약 가능함.
- 첫째, 웰니스산업은 소수의 사람들이 즐기는 고급문화에서 점차 대중화될 것이며 이는 웰니스 상품의 가격이 다양해짐을 의미함.
 - 가격의 다양성은 가격상승과 가격하락의 양방향에서 어떤 방향으로 이루어질지에 대하여 많은 연구자들이 논의하고 있으나, 두 가지 측면의 동시 고려 필요
 - 대체적으로 주류 학자들은 웰니스산업 시장규모의 확대는 대중화를 통해 더욱 급속도로 진행될 것임을 예측
- 둘째, 웰니스산업의 콘텐츠와 범위는 더욱 다양해 질 것이며, 웰니스 소비자는 더 특별한 형태의 웰니스를 추구하게 됨. 따라서 지역 고유의 문화와 자원이 웰니스 상품과 서비스의 원천이 될 것이며 각 지역특성을 반영해 기존의 웰니스와 차별화되고 새로운 형태의 웰니스산업이 등장할 것임.
- 셋째, 정신적·정서적 웰니스의 추구에 대한 관심이 더 커질 것이며, 정서적 웰니스 추구는 단순한 휴양에서 배움과 인간관계 및 사회적 기여로 확대될 것임.
- 넷째, 향노화와 미용에 더 많은 관심을 갖게 될 것임. 생명공학과 의료기술의 발전, 다양한 자연소재 발견의 결과 젊음을 유지하고 미모를 가꾸는 방법과 기술이 다양해지고 있으며 이는 웰니스산업에 빠르게 적용될 것임.
- 다섯째, 직장(업무환경)웰니스의 개념이 커질 것임. 이는 웰니스가 특별한 기간에, 특별한 장소에서만 추구하는 것이 아니라 일상생활에서 추구하는 것으로 변천함을 의미함.

2. 웰니스관광 클러스터 모델개발을 위한 시사점

» 관광산업에서의 클러스터 이해 필요

- 앞서 살펴본 결과 관광의 주요 쟁점 중 하나는 지역의 관광목적지와 관광 활동이 자생적으로 진화하고 발전할 수 있는 가능성이며 따라서 관광클러스터의 목적은 주요 산업 쇠퇴 지역의 클러스터 분석을 통해 쇠퇴 지역의 자생력을 강화시키는 것임.
- 그러나 클러스터 연구의 대부분을 차지하고 있는 마이클 포터에 의한 지역 클러스터 분석은 공업, 제조업, 기술과 관련된 산업 지역을 중심으로 이루어져 관광산업에 바로 적용시키기에는 어려움이 있음.
- 예를 들어, 클러스터 형성에 있어 비슷한 기업이 특정 지역에 많이 입지해 있을수록 더 큰 규모의 경제적 효과가 발생하지만, 이러한 지리적 근접성에 의한 접근법은 관광산업에서 약점을 나타냄.
- 관광클러스터는 지역 개발에 있어 만병통치약은 아니지만, 관광클러스터 형성이 가능한 특정 환경이 있을 수 있으며, 이러한 경우 클러스터는 지역 성장을 위한 기회를 창출 할 수 있음은 분명함.
- 그러나 실제로 지역이 클러스터 성장을 견인하는 과정과 클러스터가 지역에 미치는 영향력에 대한 종합적인 이해도 부족에 의해 정책적 관점에서의 클러스터가 실패하기도 함.
- 따라서 지역 클러스터 개발 시 고려해야 할 사항은 성공적인 클러스터로 이어질 수 있는 지역의 틈새 산업을 파악하고, 관련 산업의 집적도로 인한 사회적 영향을 파악하는 것임.

» 상호보완적인 웰니스관광 클러스터 구축

- 관광 산업에서 주로 사용되는 수직적수평적 클러스터의 경우 이점이 있음에도 불구하고 상호보완적인 성격을 지닌 기업의 집중도를 이끌어 내어 각 기업의 개별 활동이 다른 기업의 활동에 가치를 더할 수 있도록 해야 하는데, 이는 성공적인 관광목적지로의 정착을 위해 관광객이 추구하고자 하는 경험을 구현하기 위한 관광활동, 교통, 숙박시설, 편의시설 등을 제공하는 기업 간의 상호보완작용이 반드시 요구되기 때문임. 이는 각 분야의 주요 서비스 활동이

다른 분야의 기업에 의해 제한될 수 있기 때문이기도 함.

- 또한, 지역 관광산업과 같은 소규모 환경에서는 단순한 지리적 근접성에 의해 발생하는 효과와 클러스터의 효과를 구분할 필요가 있음.
- 소규모 환경에서는 단순한 공동 위치에서 발생하는 효과와 클러스터링의 효과를 구분할 필요가 있는데, 지역 관광산업에 포함된 지역의 정체성을 지닌 소규모 지역 공동체, 마을과 기타 구성원 간에 일어나는 활동의 규모가 다양하기 때문임.
- 예를 들어, 클러스터의 개념은 구성원의 수평적 또는 수직적 통합에서 경제적·사회적 이익이 창출된다는 것인데, 그 이유는 각 구성원이 공동의 위치에서 각각의 고유한 규모의 경제를 창출할 수 있기 때문임. 그러나 이와 같은 현상은 대도시에서 나타날 수 있으며, 지역 관광지와 같은 소규모 단위에서는 규모의 경제가 불가능 뿐더러 모든 구성원이 가시적인 결과를 창출하기 어려움.
- 지역 관광산업의 구성원들은 일련의 과정을 포함하는 통합적인 단계를 제공하여 관광객이 하나의 관광 상품으로 인식할 수 있도록 서로의 역할을 조정함. 예를 들어, 지역 관광지로의 1Day 투어의 경우 운송, 식사, 정보 제공 등의 서비스가 여러 공급 업체의 활동을 구성하는 생산 과정을 가지고 있음에도 불구하고 관광객들은 단일 상품으로 인식함.
- 관광클러스터의 기본 원리는 여행에서부터 방문까지 각 목적별 관광에서 관광객의 소비를 이끌어 낼 수 있는 관광 활동에 초점을 맞추는 것이기 때문에, 관광클러스터 개발 시 지역 관광을 이루고 있는 소규모의 개인이나 조직의 중요성을 간과해서는 안 됨.
- 대부분의 국가에서 소기업과 지역 사업자가 국내 관광 상품 개발에 주요 공급원으로 작용함.
 - 그들의 활동을 통해 실제 지역의 관광 여건을 파악하고, 지역의 발전을 위한 플랫폼의 기반을 구축
 - 또한, 관광산업과 지역 공동체 간 상호 작용의 성격을 결정하고 고용 창출과 성장혁신을 위한 잠재력을 제공
- 본 연구의 웰니스관광 클러스터는 상호보완적 활동이 가능한 환경 조성을 목표로 기존의 수평적·수직적 클러스터에 의한 규모의 경제 관점에서 벗어나 각 관광 구성원 간의 시너지 효과 창출이 가능한 모델을 구축하여 급변하는 타겟 시장의

요구에 대응할 수 있는 다양한 서비스를 제공하는데 기여하고자 함.

» 기 시행된 관광 정책과 시너지 효과를 창출하는 웰니스관광 클러스터 구축

- 문화체육관광부는 외래관광객의 수도권 집중현상 심화에 따른 관광객의 지역 분산을 위해 관광자원개발, 관광기반확충, 관광산업육성 등의 분야에서 지역관광사업을 추진해 옴.
- 2015년 이후 문체부가 추진하고 있는 지역관광 사업 중 생태녹지관광자원 개발과 국민여가캠핑장 조성 등과 같은 웰니스관광 연관 사업의 중요성이 높아짐.
- 웰니스관광 클러스터 사업은 기 시행된 지역관광을 대체하는 것이 아니라 그동안 추진해오고 성과를 나타낸 사업을 바탕으로 더 큰 시너지 효과를 낼 수 있는 웰니스관광 클러스터를 구축하는 것이 목표이기도 함.
- 결론적으로, 지금까지 각 지역이 추구해 온 관광정책성과 웰니스관광의 경쟁이 아닌 지역의 숨어있는 웰니스관광 자원을 발굴하고 상호보완적인 과정을 구축하여 지역관광의 매력도를 향상시킬 수 있도록 함.

4장. 웰니스 관련 정부사업 추진 현황

- I. 정부 부처별 웰니스 관련 사업 추진 현황
- II. 의료관광클러스터 사업 추진 사례 분석
- III. 시사점 종합

I 정부 부처별 웰니스 관련 사업 추진 현황

1. 문화체육관광부의 웰니스 관련 정책사업

가. 의료관광 클러스터 사업

» 의료관광클러스터 사업 개요

- 웰니스관광 클러스터의 용어의 개념 및 정책 사업의 범주 설정을 위한 검토 사항을 고려할 경우, 웰니스 관광자원을 포함하여, 웰니스 관련 지역의 산업적 구조, 관련 시설과 장소, 지역의 문화관광적 콘텐츠 등의 관광영역 뿐 아니라 네트워크 운영 체계, 전문 인력, 제도적 지원 등 까지 정책 사업 대상에 포함됨.
- 현재 문화체육관광부 정책사업 중 하나로 의료관광클러스터 사업이 2014년부터 지자체를 대상으로 추진 중 임.
- 의료관광클러스터 사업은 의료관광의 수도권 편중 완화 및 지역경제 활성화를 위해 지역 의료관광 경쟁력 확대 필요에 의해 시작함.
- 지역의 우수 의료서비스와 경쟁력 있는 문화관광자원의 연계를 통해 지역 의료 관광객 유치 확대를 목표로 2014년부터 2016년까지 대구, 인천, 광주전남, 부산 등의 지역이 선정되었음.
 - 부산, 대구 등 의료관광클러스터 사업으로 선정된 지역이 2016년 유치한 외국인 환자는 전년대비 30%이상 증가
- 웰니스관광과 의료관광의 연계성을 확보하고 웰니스관광 클러스터의 자생적 확립을 위한 정책 사업의 범주를 설정하기 위해서 웰니스관광 클러스터 이전에 시행된 의료관광 클러스터 사업에서 지자체가 수립한 추진계획 및 세부 사업의 검토를 통해 웰니스관광 정책 사업의 범주를 고려할 필요가 있음.

1) 부산

- 부산광역시는 의료관광 활성화 및 의료산업에 대한 육성·발전시키기 위한 전략으로 의료관광 산업을 본격적으로 가시화함.¹⁶⁾
- ‘동북아 의료관광허브 도시육성’이라는 목표 설정 후 2009년 3월부터 의료관광

전담 조직 신설 및 운영하였으며, 의료관광활성화를 위한 조례를 제정함.

- 2014년 ‘2015 의료관광 글로벌 로드맵’을 발표하여 아시아 3대 의료관광도시 진입, 2020년 의료관광객 20만 명 유치, 10만 명 고용을 목표로 전박적인 정책 수립을 설정함.

〈표 4-01〉 부산시 의료관광 추진 경과

년도	내용
2009	<ul style="list-style-type: none"> • 의료관광 전담조직 신설('09. 3.) • 부산광역시 의료관광 활성화에 관한 조례 제정('09.12.)
2012	<ul style="list-style-type: none"> • 서면메디컬스트리트 완공('12. 5.)
2014	<ul style="list-style-type: none"> • 「체류형 의료관광 마스터플랜」수립('14.12.)
2015	<ul style="list-style-type: none"> • 의료관광 조직 확대('15. 1.) * 의료관광팀→의료산업과 • 「의료관광추진협의회」구성('15. 2.) • 해외 특별전·설명회, 팸투어 등 개최('15.6.~11.) • 의료관광추진협의회 정기('15.9.) 및 수시('15.12.) 회의 개최 • 한중 비즈니스 신용인증 플랫폼(CKA) 업무협약 체결('15.12.)
2016	<ul style="list-style-type: none"> • 의료산업과 조직 확대 개편('16.1.) • 「2016년 의료관광 클러스터 조성사업」공모 신청 및 선정('16.5.) • 의료관광 전문인력 양성과정 운영('16.4.~12.) • 한중 CKA 의료관광 지원센터 개소('16.5.) • 공항 컨시어지 서비스 지원('16.5.~12.) • 해외 특별전·설명회, 팸투어 등 개최('16.6.~12.) • 3개분야(웰니스, 크루즈, 중국보장보험) 의료관광 부산 특화상품 개발('16.6.~12.) • 부산국제의료관광컨벤션 개최('16.9.) • 서면 메디컬 스트리트 축제 개최('16.9.) • 크루즈의료관광지원센터 개소('16.10.) • 의료관광추진협의회 정기회의 개최('16.11.) • 부산의료관광 광고 CF 영상 제작 및 홍보('16.12.) • 웰니스 의료관광 상품개발을 위한 포럼 개최('16.12.)

*자료 : 부산시 내부문서

- 한국보건산업진흥원에 따르면 2016년 부산이 유치한 외국인 환자는 17,505명으로 전년(13,028명)대비 34.4% 증가함.
 - 같은 기간 한국을 찾은 전체 외국인 환자 증가율은 전년 296,889명에서 364,189명 증가하여 22.7% 증가
- 부산은 의료관광에 최적화된 인프라를 바탕으로 권역별 3대 클러스터와 특화

16) 류승자(2013), 「부산지역 국제의료관광 활성화 방안에 관한 연구」, p.66.

된 웰니스 자원을 융합한 ‘힐링 부산’ 글로벌 브랜드를 창출하였으며, 부산시 5대 1등 전략산업 중 하나인 「부산형 의료관광 클러스터」 지속추진으로 지역 경제 활성화 및 일자리 창출을 도모함.

〈표 4-02〉 최근 3년간 부산시 의료관광객 추이

	2013년	2014년	2015년
의료관광객 수	11,022명	13,717명	13,028명
전년대비 증가율	20.10%	24.45%	5.02%

*자료 : 부산시 내부문서

〈표 4-03〉 최근 3년간 부산시 의료관광 예산 현황

	2014년	2015년	2016년
의료관광 예산	1,355,440천원	1,400,301천원	1,850,800천원
전년대비 증가율	20.10%	24.45%	5.02%

*자료 : 부산시 내부문서

- 2015년 1월 의료산업과를 신설하는 등 의료관광 담당 조직을 확대 개편하고, 의료산업을 부산의 중요한 신 성장동력 중 하나로 선정하여 집중적으로 육성하는 부산형 의료관광 클러스터 조성을 위해 노력함.

〈표 4-04〉 부산시 의료관광 클러스터 추진 방향

구분	내용
목표	<ul style="list-style-type: none"> • 웰니스관광클러스터 조성기반 마련으로 글로벌 경쟁력 확보 • 해외 관광객 20,000명 유치, 일자리 1,392개 창출
중점 사업	세부추진사업
특화상품개발 및 서비스 확대	<ul style="list-style-type: none"> • 부산국제 웰니스관광 포럼 개최 • 부산특화 의료관광 상품개발 공모전 개최 • 의료관광 전문인력 양성
마케팅 및 홍보 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 외국인 유학생 건강 축제 개최 • 우수 의료 인프라 홍보 강화
국내외 네트워크 확대	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 거점센터 및 의료기관 국제인증 지원 • 클러스터 협력기관 사업 지원

*자료 : 부산시 내부문서

2) 대구

- 대구광역시시는 ‘메디시티 대구 대표 의료관광’을 목표로 시청 자체의 전담팀인 ‘의료허브조성과’를 조직하여 의료관광 정책을 진행하였으며, 대구·경북 의료 산업의 핵심거점인 첨단의료복합단지를 통해 신약과 첨단의료기기 육성을

위한 경쟁력 강화 사업을 진행해 옴.

〈표 4-05〉 대구시 의료관광 추진 경과

년도	내용
2008	<ul style="list-style-type: none"> • 전국 최초 의료산업과 신설 ('08. 3.) • 대구경북경제자유구역 내 수성의료지구 지정 ('08. 5.) • 대한민국 의료특별시 메디시티대구 선언 ('08. 10.)
2009	<ul style="list-style-type: none"> • 국가첨단의료복합단지 유치 조성 ('09. 8.)
2011	<ul style="list-style-type: none"> • 대구의료관광발전협의회 창립 총회 ('11. 1.) • 대구광역시 의료관광 활성화에 관한 조례 제정 ('11. 7.)
2012	<ul style="list-style-type: none"> • 대구광역시 첨단의료산업구 신설 ('12. 1.) • 메디시티대구 고객만족브랜드 대상 수상 ('12. 10.)
2014	<ul style="list-style-type: none"> • 전국 최초 의료관광객 건강검진 안심보험 운영 ('14. 3.) • 약령시 한방웰빙체험관 완공 ('14. 4.) • 대한민국 의료관광 클러스터 시범 도시 지정 ('14. 4.) • 대구의료관광발전협의회 -> 대구의료관광진흥원 ('14. 7.)
2015	<ul style="list-style-type: none"> • 메디시티대구 대한민국 대표 브랜드 수상 ('15. 4.)
2016	<ul style="list-style-type: none"> • 대구광역시 미래산업추진본부 신설 ('16. 1.) • 메디시티대구 대한민국 대표 브랜드 수상 ('16. 4.) • 대구의료관광 안심보험(의료 및 상해 전분야) 운영 ('16. 6.) • 전국 최초 대구의료관광 창업지원센터 개소 ('16. 12.) • 외국 의료인 연수센터 K-Medical Center 업무 협약 ('16. 12.)

*자료 : 대구시 내부문서

- 또한, 지역 단위 또는 지역 특색(의료기술, 서비스, 관광상품 등)에 기반한 의료관광상품이 아닌 한방, 피부미용, 뷰티, 스파 등 산업간 연계를 통한 융·복합 상품 개발을 통해 웰니스관광의 실현을 목표로 함.
 - 수성의료지구는 체류형 클러스터 조성을 위한 융·복합 단지로 특화 전문병원 및 첨단 IT기업 등 글로벌 경쟁력 창출을 위해경제특구로 지정
 - 대구 첨단의료복합단지와 수성의료지구에 융·복합 서비스 산업인 의료관광클러스터를 결합함으로써 보다 발전된 “메디시티대구” 실현
- 대구시는 의료·관광·웰니스 인프라 및 후방 산업 인프라 등 의료·웰니스와 관련된 모든 인프라를 갖추고 있어 의료·웰니스관광 및 의료관광 클러스터를 실현시킬 수 있는 가능성을 보유하고 있음.

〈표 4-06〉 대구시 의료관광 클러스터 추진 방향

구분	내용		
비전	• 글로벌 의료관광 중심도시 메디시티 대구		
목표	• 의료·관광·웰니스 및 산업 인프라 연계를 통한 의료·웰니스관광 클러스터 구축		
추진 방향	광역권 의료관광 클러스터 구축	의료·웰니스관광 벨트 구축	메디시티대구 글로벌 브랜드 확 립
	• 역사·산업·자연 연계 • 광역권 의료관광 클러스터	• 의료·웰니스관광 협의체 구성 • 의료·웰니스관광 상품구 성	• 글로벌 인증 평가 • 메디시티대구 품질 보증
추진 계획	의료관광종합 안내센터 확대	의료·웰니스관광인프라 구축 및 지원	네트워크 확대 및 국내외 마케팅
	• 의료관광종합안내센터 기능 확대 • 대규모 유치 인센티브 • 의료·웰니스관광 품질 보증 사업	• 추진협의체 구성 • 의료·웰니스관광 상품 개 발 및 판매지원 • 의료·웰니스관광객 수용 인프라 확충	• 온라인 및 해외 마케팅 • 의료·웰니스관광 통합 멤 버십 운영 • 의료·웰니스관광 해외 시 장 개척 지원
후방 사업	• 대구의료관광 창업지원센터	• K-Medical Center	• 글로벌헬스케어센터

*자료 : 대구시 내부문서

- 한국보건산업진흥원에 의하면 2016년 대구를 찾은 외국인 환자는 21,100명으로 전년(8,112명)대비 62.5% 증가함.

- 또한, 외국인 환자들이 대구에서 사용한 진료비도 357억 원으로 2015년(161억 원)보다 2배 이상 증가

〈표 4-07〉 최근 3년간 대구시 의료관광객 추이

	2013년	2014년	2015년
의료관광객 수	7,298	9,871	12,988
전년대비 증가율	-	35.25%	31.6%

*자료 : 대구시 내부문서

〈표 4-08〉 최근 3년간 대구시 의료관광 예산 현황

	2014년	2015년	2016년
의료관광 예산	2,535,000천원	2,295,000천원	2,425,000천원
전년대비 증가율	-	-9.47%	5.66%

*자료 : 대구시 내부문서

3) 인천

- 인천광역시시는 ‘인천헬스케어시티 조성’의 목표로 의료관광정책을 진행하고 있으며, 지역의 새로운 가치창출과 인천지역 의료관광 기반구축 강화, 동북아 의료관광산업 허브구축을 위한 전략을 추진 중임.

〈표 4-09〉 인천 의료관광 정책 현황

구분	내용
인천의료관광 브랜드 구축 및 지속 가능한 사업 발굴	<ul style="list-style-type: none"> ● 기존 1-hour medical service system + P.O.M (Peace of Mind)브랜드화 : 의료 사고에 대비한 사후 케어 서비스 ● 의료관광코디네이터 지원 및 메디컬아카데미 운영 : 의료기술 및 서비스 메디컬 아카데미운영으로 수익 창출 검토 ● 의료관광협의체 활성화 : 전문가 그룹의 사업점검 시스템 마련 및 중장기 발전 로드맵 도출
시장 변화에 부응하는 특화상품 및 서비스 개발	<ul style="list-style-type: none"> ● 특화의료관광 상품개발 및 지원 : 인천공항 환승객대상 의료검진상품, 주한미군 상품, 뷰티케어상품개발 / 해외 여행사, 의료관광분야 관계자 등 대상 팸투어 운영 ● 인천공항 내 의료관광 홍보안내센터 운영 : 환승객 타깃 의료관광 체험을 통한 인천의료관광 유치활성화
의료관광 해외시장 거점 개척 및 관리	<ul style="list-style-type: none"> ● 워해시 거점 구축 : 한·중 FTA 시범도시인 워해시 현지 사무소개소 추진 / 인센티브 단체관광객 유치 및 현지 마케팅 ● 창저우시 거점 구축 : 창저우시 국제의료복합단지 구축관련 의료산업 활성화 거점 마련 / 의료서비스 수출과 의료기기, 장비 및 뷰티관련 수출 연계 ● 러시아, 카자흐스탄 등 CIS지역 설명회 개최 : 국제의료사업지원법 통과에 따른 해외네트워크 확대 선제대응 ● 의료관광클러스터 조성사업 고도화 구축사업 : 송도·청라 국제도시와 영종도, 강화도, 한·중 자유 무역협정(FTA) 시범도시인 중국 웨이하이시등 5개축을 연결한 의료관광벨트로 구성

*자료 : 인천광역시(2016), 「2016 시정발자취」, p.1122-1123 참고 재구성.

- 특히, 의료관광 활성화 정책으로 의료관광클러스터 조성사업 고도화 구축사업, 의료관광정보시스템(Medical Tour Information System)을 외국인 환자 유치 등록 의료기관에 무상 공급하여 의료관광 표준화 작업과 인프라 구축을 위한 정책을 추진함.
- 한국보건산업진흥원에 의하면 2016년 인천을 찾은 외국인 환자는 13,100명으로 전년(16,153명)대비 23% 감소함.
 - 2009년 4400명에 불과했던 의료관광객은 2014년 17,701명으로 크게 증가하였으나, 2015년 16,153명으로 줄고, 2016년에는 13,100명으로 지속적인 감소 추세

〈표 4-10〉 최근 3년간 인천시 의료관광객 추이

	2013년	2014년	2015년
의료관광객 수	10,432	17,701	16,153
전년대비 증가율	-	69.98%	-9.58%

*자료 : 인천시 내부분서

- 인천시는 인천국제공항, 인천항을 보유한 한중 FTA시범 도시로서 지역의 장점을 활용한 의료와 관광자원의 융합, 지역 특화상품 및 서비스 개발로 인천의 의료관광 브랜드 강화를 꾀함.
 - 의료해외진출 및 외국인환자 유치 지원에 관한 법률 시행에 따라 외국인환자 유치에 관심이 높은 중소형 병·의원에 대한 지원강화로 의료관광 저변확대

〈표 4-11〉 인천시 의료관광 클러스터 추진 방향

구분	내용	
목표	<ul style="list-style-type: none"> • 외국인 환자 연 20,000명 유치 / 환승의료관광, 웰니스 상품 등 특화상품 개발 • 주력시장(중국·러시아) 기반강화 및 신규시장 적극 개척 • 한국관광공사, 한국보건산업진흥원 등 유관기관과의 협력 및 연계사업 강화 	
핵심 과제 및 실행 사업	전략시장별 특화 마케팅 추진	<ul style="list-style-type: none"> • 해외시장관리 및 개척활동 • 인천의료관광상품 개발 • 인천의료관광 이미지 홍보
	의료관광 국제협력 네트워크 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 인천공항 환승의료관광 홍보관 운영 • 인천여객터미널 의료관광 홍보관 운영 • 중국, 러시아, 카자흐스탄 인천의료관광 홍보 사무소 운영 • 의료관광정보시스템(MTIS) 운영
	인천의료관광 국제경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 의료관광·웰니스 네트워크 관리 및 지원 • 의료기관 수용태세 서비스 지원

*자료 : 인천시 내부분서

나. 한국관광공사의 웰니스 관련 추진 사업

» 한국 웰니스 관광 25선

- 우리나라는 한방과 같은 건강한 전통 문화뿐만 아니라 뷰티(미용), 스파와 같은 매력적인 현대문화도 가지고 있는 만큼 웰니스관광 목적지로서 충분한 가능성이 있다고 평가하여 웰니스관광을 육성하겠다는 정책 방향을 제시함.
- 전문가 자문위원회 등을 거쳐 우리나라 웰니스관광 테마를 한방, 힐링(치유)·

명상, 뷰티(미용)·스파, 자연·숲 치유 등 4가지로 분류하고, 우리나라에서만 경험할 수 있는 특별함을 제공하는 시설을 웰니스관광 후보지로 고려함.

- 지자체와 지역관광공사를 대상으로 한 수요조사와 관광공사의 자체 조사를 진행해 후보지 74개 선정
- 학계, 여행업계, 시장전문가, 외국인 평가위원 등 총 59명의 평가위원들이 참여한 현장평가 실시(1차 암행평가, 2차 현장방문 평가 및 시설관계자 면담)
- 현장평가 참여 위원 중 학계 및 여행업계 등으로 선정위원회를 구성해 현장평가 결과를 토대로 종합적인 토론을 거친 후 웰니스관광 25선 선정
- 웰니스관광 25선은 해외 인지도를 높이기 위한 홍보·마케팅과 여행상품 개발, 외래 관광객들이 방문했을 때 불편함이 없도록 수용 여건 개선 등을 지원받음.

〈표 4-12〉 2017년 한국관광공사 선정 웰니스관광 25선

구분	내용					
한방	서울	 약대방봄동	 여용국 한방스파	 티테라피		
	대구	 하늘호수	경남	 산청동의보감촌		
힐링·명상	제주	 WE호텔 웰니스센터	강원	 힐리언스 선마을	충북	 아침편지 명상센터
자연·숲 치유	전남	 정남진 편백숲 우드랜드		 순천만 국가정원 및 순천만습지		

구분	내용	
경북	 <p>국립산림치유원</p>	 <p>제주 허브동산</p>
뷰티·스파	 <p>올리바인 스파</p>	 <p>정관장 스파 G</p>  <p>설화수 플레그십 스토어</p>
	 <p>허브아일랜드 허브힐링센터</p>	 <p>편백숲 힐링토피아</p>
전북	 <p>스파리쿠아 전주온천</p>	 <p>진안홍삼스파</p>
부산	 <p>스파랜드 센텀시티</p>	 <p>리조트 스파밸리</p>
인천	 <p>청라 스파렉스</p>	 <p>편백나라 효소공</p>

구분	내용	
충북	 <p data-bbox="625 606 850 638">리솜 포레스트 힐링스파</p>	 <p data-bbox="1094 606 1252 638">오설록 티뮤지엄</p>

*자료 : 대한민국구석구석행복여행 누리집
(korean.visitkorea.or.kr/kor/bz15/addOn/main/publish/index.jsp).



*자료 : 한국관광공사 누리집(korean.visitkorea.or.kr).

[그림 4-01] 한국 웰니스관광 25선

2. 산업통상자원부의 웰니스 관련 정책사업¹⁷⁾

가. 정책 추진 개요

- 국내 웰니스산업 관련 산업은 지식경제부와 산업통상자원부를 중심으로 정책 사업이 추진 중에 있음.
- 산업통상자원부는 과거 지식경제부 시절부터 건강치유를 중시하는 삶의 방식이 정착되는 트렌드에 대응하고자 하였으며, 스파를 포함한 웰니스산업을 가장 성장률이 높은 유망 서비스산업으로 주목하고 정부 차원의 적극적인 사업을 추진해옴.
- 지식경제부와 산업통상자원부의 사업은 IT산업을 중심으로 한 웰니스 플랫폼 구축사업과 리조트, 스파개발 사업이 주류를 이루고 있으며, 이 중 식품산업분야에서 해당 지역의 특산물을 이용한 기능성 식품, 물, 향장미용 등과 관련한 웰니스 제품에 대한 개발 지원이 주로 이루어짐.
- 또한, 웰니스 시범사업이 U-헬스서비스에 포함되어 저소득층, 독거노인, 일반 지역주민을 중심으로 모니터링분석 및 피드백을 중심으로 예방적 건강관리와 안전관련 서비스 제공을 목적으로 2007년부터 정부 주도의 다양한 시범사업이 추진되어 옴.

〈표 4-13〉 지식경제부·산업통상자원부 웰니스 정책사업 추진 현황

지원부처	사업명	사업기관	예산
지식경제부	한방실버 웰니스산업 육성체계 구축(2008)	동의대학교	53억 4천만원 (3년)
	초정 휴양 웰니스산업 브랜드 육성사업 (2012~2013)	충북테크노파크 바이오센터	41억 3천만원 (3년)
	웰니스 융합산사업 육성사업 (2012~2014)	광주광역시 광주테크노파크	약 200억 원 (3년) -정부 : 약 150억 원 (3년) -지자체 : 약 20억 원 (3년) 기타: 약 30억 원 (3년)
	무주 웰니스 식품사업단 (2011~2013)	전주대학교, (재)전라북도생물산업진흥원, 무주반딧불유통사업단	약 18억 원 (3년) -정부 : 약 10.5억 원(3년) -지자체 : 약 6.9억 원(3년)

17) 산업통상자원부 누리집(motie.go.kr/www/main.do)참조 재정리.

지원부처	사업명	사업기관	예산	
산업통상 자원부	웰니스 스파 임상지원센터 구축 사업 (2014~2017)	충남TP, 단국대, 단국대병원, 대전대 천안 한방병원 등	약 167억 원 (3년) -정부 : 약 60억 원(3년)	
	지역연고 전통 산업육성사업 (행복창출을 위한 웰니스 CoBe 전통산업, 2014~2017)	남부대학교 나노바이오 연구원, 광주테크노파크	약 24억 6천만원 (3년) -정부 : 약 17억 원(3년) 지자체 : 약 7억 6천만원 (3년)	
	강원광역경제권 선도산업 육성 사업 산림자원을 활용한 웰니스 리조트 상품개발 및 운영사업의 활성화 (2013)	연세대학교(원주), 휘닉스리조트(평창), 알펜시아, 세종개발(평창), 메디투어파트너스(서울)	약 7억 원 내외	
	지역특화산업육성사업 -웰니스 식품산업 산업구조 고도화 지원사업	춘천바이오산업진흥원	14' 13'	약 13.51억 원 약 592억 원 (62개 특화산업)
	미래산업선도기술개발사업 -웰니스 휴먼케어 플랫폼 구축 사업 (2013~2015)	대구경북과학기술원 등	약 139억 원 (3년) -정부 : 약 130억 원 (3년)	
	오대산 권역의 웰니스 상품개발 지원 사업 (2013~2015)	서울대학교 산학협력단 등	약 60억 원 (3년) 정부 : 약 15억 원 (3년) 지자체 : 약 5억 원 (3년)	

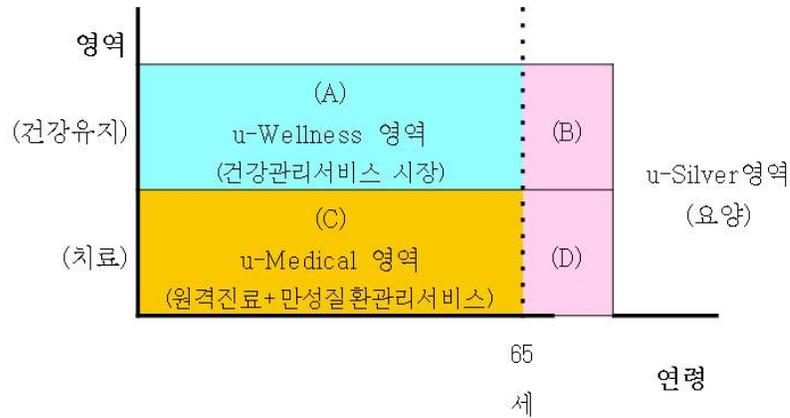
*자료 : 한국보건산업진흥원(2014), 「웰니스 향노화 식품산업 비즈니스모델 개발 및 제도화」, 서울대학교 바이오그린산학협력단 내부 자료(2017) 참조 연구진 재정리.

나. 주요 추진 사업

1) 지식경제부의 u-Health 신산업 창출 전략

- 산업통상자원부는 2006년 이후 IT 산업의 성장률을 6%로 평가한 반면, 스파 산업을 포함한 바이오 산업을 연평균 12%로 빠른 성장을 보일 것으로 전망하였으며, 웰니스 관련 정책은 2010년대 지식경제부(현 산업통상자원부)의 ‘u-Health 신산업 창출전략’ 발표를 통해 본격화되기 시작함.
- 특히, 지식경제부 시절 「u-Health 신산업 창출전략」(2010.9.)을 통해 대표적인 융합 신산업인 u-Health 산업의 육성을 통해 양질의 일자리를 확보하고, 국민의료비 대폭 절감과 스마트케어서비스 시범사업 협약체결을 통해 본격적 산업 육성을 시작함.
 - 당시 지식경제부는 u-Health 산업을 IT·BT·서비스 등이 복합된 대표적인 융합 신산업이자 일자리 창출의 보고(寶庫)로 연평균 12% 이상의 고속성장 예상
 - IT인프라, 신기술 수용문화, 높은 의료기술 등 국내 u-Health 산업의 잠재력을 현실화 할 경우 2014년까지 3만9천명의 고용 창출을 목표로 설정

- 지식경제부는 u-Health 서비스 대상의 특성에 따라 u-Medical, u-Silver, u-Wellness의 3대 분야로 분류함.



*자료 : 산업통상자원부 누리집(motie.go.kr/www/main.do).

[그림 4-02] 지식경제부 U-Health 신사업 서비스 분류

- 지식경제부는 u-Health 서비스를 만성질환자를 대상으로 하는 치료중심의 u-Medical, 65세 이상의 노령자를 대상으로 하는 요양중심의 u-Silver, 일반인을 대상으로 하는 건강관리 중심의 u-Wellness 분야로 분류하고, 각 분야별로 특화된 맞춤형 육성전략을 추진하였으며, 웰니스산업이 구체화되기 시작함.
 - u-Medical 분야는 의료 관련 법·제도의 개선이 관건으로, 스마트케어 시범사업의 성공적 추진을 통해 신시장 창출 및 원활한 제도개선을 유도하는 시장확대형 육성전략 추진
 - u-Silver 분야는 고령친화형 제품개발과 함께 사용자의 체험과 부담경감을 통해 수요를 이끌어 내는 것이 관건으로, 고령친화체험관 등 체험네트워크를 강화하는 수요연계형 육성전략 추진
 - u-Wellness 분야는 u-Medical과 달리 의료 관련 법규의 제한 없는 가운데, 다양한 업종의 사업자에게 성공적인 비즈니스 모델을 제시하여 민간의 투자를 촉발하는 것이 핵심
- 일반인을 대상으로 웰니스 개념을 근간으로 u-Wellness 사업이 추진되었으며, 민간중심의 시범사업을 통해 새로운 수익모델개발 가능성을 열어주는 촉매제 역할 중심의 시장창출형 육성전략을 도모함.
- 2010년 이전에도 국내 u-Health 산업은 일부 기기·통신서비스 등은 개발되었으나, 관련 법·제도와 상충 등으로 본격 추진이 되지 못함. 대표적 성공모델 부재, 공공의료중심 제한적 시장 및 표준·인증, 인력, 통계 등 전반적 인프라

부족으로 본격적인 확산과 수출 산업화가 되지 못하는 상황이 발생함.

- 의사·환자 간 원격의료 불허(의료법), 의약품의 원격 판매·배송 금지(약사법) 등의 제약
- 당시 일부기업에서는 u-Health를 신 성장 분야로 선정하고 기기·시스템 개발·시범서비스 등을 추진 중이었으나, 당뇨·고혈압·대사성 질환자들에 대한 서비스가 일부 대형병원을 중심으로 진행

〈표 4-14〉 2010년 이전 u-Health 관련 지식경제부 시범사업 현황

구분	주요 사업	총건/현재운영건	사업 주관
u-Medical	도사산간 주민, 재소자, 군경 등 대상 원격진료('98~'09)	49건/5건	복지부, 법무부 행안부, 지자체
u-Silver	독거노인, 요양원 대상('06~'09)	4건/2건	복지부, 지자체
u-Wellness	주민 건강증진사업('07)	2건/2건	지자체

*자료 : 산업통상자원부 누리집(motie.go.kr/www/main.do).

- 지식경제부는 새로운 u-Health 사업의 스마트케어서비스를 통해 당뇨병·고혈압 등 만성질환자들이 직접 병원을 방문하여 진단·치료·투약 등을 하는 방식을 벗어나 IT기술을 이용하여 원격진료에서 건강관리까지 가능케 하는 신개념 의료서비스 모델을 구축을 꾀함.
 - 개인병원과 기업이 중심이 되어 건강관리 서비스와 단말기·모바일 사업 등을 통합한 실질적인 비즈니스 모델을 구축을 통해 기존 사업과 새로운 웰니스 사업에 차별화를 두고자 노력
- u-Medical는 치료중심으로써 의료법 적용대상이며, u-Wellness는 정상인을 대상으로 하는 예방차원의 건강관리서비스인 영역으로 관련법은 없는 상황임.

〈표 4-15〉 2010년 이전 u-Health 관련 지식경제부 시범사업 현황

구분	u-Medical	u-Silver	u-Wellness
대상자	만성 질환자	65세 이상	일반인
서비스	치료	요양	건강관리
관련법규	의료법	의료법, 노인장기요양보험법	-

*자료 : 산업통상자원부 누리집(motie.go.kr/www/main.do).

2) 산업통상자원부 지역산업 육성정책

- 산업통상자원부는 지역산업 진흥을 목표로 1990년대 말부터 지역산업정책을 시작하였으며, 지역전략산업진흥계획에 근거한 지역전략산업진흥사업 추진함.
- 지역전략산업진흥사업은 외환위기 이후 급속히 침체된 지역경제 회복차원에서 1999년 대구를 시작으로 부산, 광주, 경남 등 4개 지역에서 추진되었으며, 2002년부터는 4개 지역 외 9개 지역에서도 추진됨에 따라 비수도권 전체로 확대됨.
- 2003년에는 지역산업의 자립화를 실현하기 위해 국가균형발전 ‘3대 원칙’하의 ‘7대 과제’중 하나로 지역특화산업육성사업 선정을 시작하였으며, 2004년부터 본격적으로 지역연고산업육성사업과 지자체연구소육성사업을 추진함.
- 또한, 지역 대학의 강점분야를 대상으로 지역경제의 성장잠재력을 확충할 수 있는 중장기 성장동력의 발굴 및 육성을 위해 1995년부터 진행하였던 지역혁신센터조성사업을 2010년 지역특화산업육성사업으로 통합 추진함.

구 분	1999~2002년 (국민의 정부)	2003~2007년 (참여정부)	2008~2012년 (이명박정부)	2013~2016년 (박근혜정부)	
시·도	4개 지역 1단계 (1999~2003년)	4개 지역 2단계 (2004~2008년)	Post 4+9 지역 전략산업	新특화	특화 (주력산업)
		9개 지역 1단계 (2002~2007년)			
시·군·구			지역 특화산업(2004년~)		특화 (지역연고산업)

*자료 : 산업통상자원부(2015) 연차보고서.

[그림 4-03] 산업통상자원부 지역산업 육성정책 추이

» 웰니스 관련 지역특화산업 육성사업

- 지역특화산업 육성사업은 지역별로 선정된 특화산업분야의 기술개발을 집중 지원하여 지역의 일자리 창출 확대 및 지역 내 기업의 매출 신장 등 지역경제 활성화에 기여하고자 하는 사업으로 웰니스 사업이 포함되어 있음.
 - 기존의 지역연고산업육성사업, 지역혁신센터조성사업은 유지하되, 지역별 수요와 집적도, 특화도 및 육성의지를 반영하여 선정된 시·도 단위의 주력 산업을 추가하여 실질적인 성과를 창출 유도

- 지역산업 경쟁력 확보를 위하여 지역 내 주력산업을 선도할 수 있는 역량이 우수한 기업의 기술 개발 지원을 위해 지역 내 부가가치, 고용창출과 지역경제 활성화에 크게 기여할 수 있는 시·도별 5개 이내 총 63개 주력 산업 분야를 선정하여, 과제별 연 3억 원을 지원함.
- 지역특화산업육성 지역별 주력사업은 다음과 같으며, 강원도와 제주도가 각각 웰니스 식품과 청정헬스푸드(웰니스 푸드에서 명칭 변경) 사업을 대표 주력사업으로 추진함.

〈표 4-16〉 지역특화산업육성 지역별 주력사업 (2016년 8월 기준)

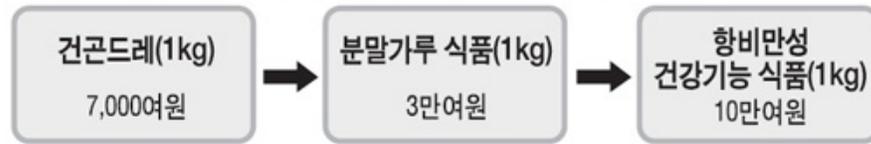
지역	지원기간	지원내용
강원도	3년	웰니스 식품, 구조용 신소재, 스포츠지식 서비스, 의료기기, 바이오활성소재, 휴양 MICARE
제주도	3년	물 응용, 관광디지털 콘텐츠, 청정헬스푸드(웰니스 푸드), 풍력
대전광역시	3년	무선통신융합, 로봇자동화, 금속가공, 미디어바이오, 지식재산
충남	3년	디스플레이, 자동차 부품, 인쇄전자 부품, 동식물의약품, 디지털 영상 콘텐츠
세종시	3년	자동차 부품, 바이오 소재
충북	3년	바이오 의약품, 반도체, 전기전자부품, 태양광, 동력기반기계 부품
광주광역시	3년	스마트가전, 디자인, 초정밀공작기계, 생체의료용소재부품, 복합금형
전남	3년	석유화학기반고분자소재, 에너지설비, 금속소재, 가공, 바이오 식품
전북	3년	건강기능 식품, 기계 부품, 복합 소재 섬유, 해양 설비 기자재, 경량소재 성형
대구광역시	3년	스마트지식서비스, 스마트 문산형 에너지, 정밀 성형, 소재기반 바이오 헬스, 의료기기
경북	3년	모바일, 디지털기기부품, 에너지 부품, 성형 가공, 기능성 바이오 소재
부산광역시	3년	디지털 콘텐츠, 지능형 기계 부품, 초정밀융합부품, 금형 열처리, 바이오 헬스
울산광역시	3년	항공, 기계 소재 부품, 지능형 생산기계, 풍력부품, 향노화 바이오

*자료 : 산업통상자원부 누리집(motie.go.kr/www/main.do) 참고 연구진 작성.

» 강원도 웰니스 식품 사업

- 강원도의 웰니스 식품산업은 강원도에서 재배되는 곤드레와 같은 농수산물을 활용하여 건강기능식품, 웰빙전통식품, 수산식품 등을 제조하는 사업으로 연 7% 성장의 높은 성장률을 보임.
- 이는 강원도의 6대 특화산업 중 가장 높은 성장률을 나타내는 수치로, 웰니스 식품산업의 생산액은 2009년부터 연평균 7.6%씩 증가하여 2014년 1조원을 돌파함.

- 강원도청에 따르면 도 전체 식품제조업체 2000여 곳 중 부가가치 확대 가능성이 높은 웰니스 식품산업에 해당되는 업체의 증가율은 2년 간 10%를 상회
- 강원도의 웰니스 식품을 식품의약품안전처 인증을 거쳐 시판이 될 경우, 곤드레 1kg의 판매가가 10만원~20만원의 가격이 책정되어, 고부가가치 상품으로 재탄생함.



*자료 : 강원일보, 신 효자산업 웰니스 식품(2017년 5월 15일) 기사.

[그림 4-04] 강원도 웰니스 식품산업의 가치사슬 구조 (예: 곤드레 나물)

3) 웰니스 스파 임상지원센터 구축 사업

- 산업통상자원부는 2014년 스파 관련 기업의 사업화 창출 기회를 제공하고 스파 산업의 활성화 지원을 위한 ‘웰니스 스파 임상지원센터 구축 사업’을 추진하였음.
- 스파의 효능을 검증하기 위한 임상평가 지원 장비 구축 및 스파 관련 기기·용품의 시제품 제작과 프로그램 개발을 지원하여 고부가 가치 산업인 스파 산업에 필요한 제품과 서비스를 상품화하고 지원하려는 목적을 가짐.

<표 4-17> 웰니스 스파 임상지원센터구축 사업 개요 (2014년 사업 공고 기준)

구분	내용
사업명	● 웰니스 스파 임상지원센터 구축 사업
사업목적	● 스파의 효능을 검증하기 위한 임상평가 지원 장비구축 및 스파관련 기기용품 시제품제작 및 프로그램 개발을 지원 ● 고부가 가치 서비스 산업인 스파산업에 필요한 과학화·전문화된 제품&서비스를 개발 및 상품화를 지원 및 인증
지원기간	● 2014년~2016년 (3년 간) 총 167억 원의 사업비 투자
정부출연금	● 60억 원 ('14년도 10억 원)
사업 내용	● 웰니스 스파 산업 시제품 개발 및 시생산 지원체계 구축 ● 온천수 활용 피부임상평가 및 스파용품 개발을 위한 상용화 지원체계 확립 ● 웰니스 스파 소재 및 제품의 산업화를 지원하기 위한 기업지원시스템 구축 ● 온천수 질환별 의학적(한방·양방) 임상효능평가 및 온천치료 맞춤형 프로그램 개발 ● 웰니스 스파 제품 및 서비스의 산업화 및 기업을 체계적으로 지원하기 위한 통합 관리·지원 시스템 구축 ● 웰니스 스파관련 산업화 취업연계 전문인력양성

*자료 : 산업통상자원부 누리집(motie.go.kr/www/main.do).

- 2015년부터 산업통상자원부와 충청남도, 천안시가 공동으로 지원하는 웰니스 스파 임상지원센터 구축사업에 참여해 왔으며, 스파 제품과 수(水)치료의 유효성 및 안전성에 대한 임상연구를 진행할 수 있는 '웰니스 스파 임상센터' 구축 사업을 추진하였으며, 2017년 11월 개소식을 개최함.
 - 충남 천안시 동남구 성남면 천안종합휴양관광지 내 총 사업비 158억 원(국비 51억 원, 도비 35억 원, 시비 35억 원, 민자 37억 원) 투입
- 웰니스 스파 임상지원센터는 연면적 2413㎡ 부지에 지하 1층, 지상 2층 규모로 건립되었으며, 스파 체험 시설인 체형분석, 스파핏, 수(水)치료실, 뷰티 스파, 테라피를 비롯해 온천수를 이용한 화장품과 식품, 음료 등을 시험 생산하는 융복합사업화지원센터가 들어섬.

〈표 4-18〉 충남 웰니스 스파 임상지원센터 개요

구분	내용	
위치	● 충남 천안시 동남구 성남면 용원리 715번지(2,413.4㎡)	
건축 규모 및 시설	● 지하실	● 기계실(물탱크), 전기실 등 317.23㎡
	● 스파체험관	● 웰니스 스파 체험관 (스파장비, 체형분석 및 스파핏 등) 822.32㎡
	● 시생산실	● 사무소 및 스파 관련 시생산 설비 664.82㎡
결과 활용 기관	● 천안리조트 PFV, 네오팜, 아로마뉴텍 등 (총 11개)	
임상지원센터 장비 구축	● 스파 전문인력 양성 교육장비	
	● 수중 프로그램 개발	
	● 시제품 개발	● 식의약 및 향장 소재 시험 생산 시스템
	● 임상 평가	● 한방 기반 재활 임상평가 장비, 한방 기반 근골격 임상 평가 장비, 양방 기반 피부 임상 평가 장비
	● 웰니스 스파 체험	● 입욕시스템 등 스파 체험 장비
조감도	 <p>충남 테크노파크 웰니스스파 임상지원센터 신축공사</p> <p>천우인명관리건축사무소</p>	

*자료 : 충남도청 누리집(www.chungnam.go.kr).

3. 해양수산부의 웰니스 관련 정책사업

가. 해양치유사업 추진

» 해양치유¹⁸⁾ 자원 발굴을 위한 연구협력 지자체 선정

- 해양수산부는 해양치유자원 발굴을 위한 연구협력 지자체로 전남 완도군, 충남 태안군, 경북 울진군, 경남 고성군을 선정함.
- 전남 완도군은 해조류, 충남 태안군은 천일염, 경북 울진군은 염지하수, 경남 고성군은 굴의 활용가치가 큰 해양치유자원을 보유하고 있음.
 - 선정된 지자체는 해양수산부와 협력하여 향후 2년간 해양치유자원 발굴 및 치유 프로그램 개발 등 기초 연구를 통하여 해양치유 산업화 비즈니스 모델을 개발할 예정

〈표 4-19〉 해양치유 연구협력 선정 지자체 주요 현황

선정지역	자원	후보 대상지	주요 경과
경남 고성군	굴	하일면 자란만 일원	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 지역대학과 연계하여 해양치유 프로그램 개발 및 해양치유 웰니스 프로그램 운영 전문 인력 발굴 및 육성 ▪ 해양항노화 및 웰니스산업 활성화를 위해 지역대학과 업무 협약 체결
경북 울진군	염지하수	평해읍 월송리 일원	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 해양치유센터 산업 활성화를 위한 심포지엄 개최 ▪ 치유자원개발 해외 선진국 벤치 마킹 ▪ 경상북도 해양치유센터 활성화 연구용역 실시
전남 완도군	해조류	신지면 일원	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 해조류 등 해양생물을 이용한 제품 개발 진행 및 해조류 건강바이오 특구 지정 ▪ 해양치유산업 전담조직 신설 및 마스터플랜 수립 ▪ 독일 노르더나이스와 해양치유산업 추진 업무협약 체결 ▪ 2017년 4월 해양치유산업 활성화 국제 세미나 개최
충남 태안군	천일염	남면 달산포 체육공원 일원	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2017년 국제슬로시티 인증을 받아 '여가와 치유의 도시' 이미지 부각 ▪ 해외 해양치유 우수사례 분석 및 벤치마킹

*자료: 해양수산개발원(2017), 「KMI 동향분석」, vol.55.

18) 해양치유 자원(해양기후, 해수, 해니(泥), 해염(鹽), 해사(沙), 해양생물자원등)을 이용하여 신체적, 정신적 건강을 증진시키기 위한 활동

» 경남 고성군

- 해양치유 프로그램 개발, 해양치유 프로그램 운영 전문 인력 발굴 및 육성, 해양치유 산업 활성화를 위한 방안 모색 등을 위한 해양치유 산업 육성 발전을 위한 업무 협약을 경남대학교 건강항노화센터와 영산대학교 웰니스관광 연구원과 업무 협약을 체결함.
- 2019년까지 우리나라 해양치유자원의 특성을 반영한 치유요법 활용 지침을 마련하는 한편, 관련 제도를 정비하고 민간 투자자를 유치할 수 있도록 휴양, 레저, 의료가 결합된 사업모델을 발굴할 계획임.
- 경남도에서 육성 중인 해양 항노화산업과 연계한 치유단지 조성에 2020년부터 2032년까지 총 사업비 2165억 원(공공 565억 원, 민자 1600억 원)을 투입해 웰니스 센터, 해양리조트, 해양치유박물관 등을 조성할 계획임.

» 경북 울진군

- 해양치유 관광산업 활성화를 위한 업무 추진 실무 지원단을 구성하고자 한국해양과학기술원 동해 연구소, 경북해양바이오산업 연구원, 울진군의료원과 ‘해양치유 관광산업 활성화 업무협약’을 체결함.
- 2020년부터 총 사업비 344억 원(국비 110억 원, 민자 124억 원)을 투입해 해양치유 센터, R&D 센터, 휴양·체험 시설 등을 조성할 예정임.
- 지역의 염지하수를 중심으로 다양한 해양치유 가능 자원을 발굴하여 치유자원 효능 검증과 사업 개발 등의 연구를 추진함.
- 산림 활동 치유시설인 통고산 및 구수곡 자연 휴양림, 금강송에코리움, 코리움 백암산림휴양벨리 조성으로 온천 활용 치유시설인 덕구온천과 백암온천 등을 연계한 힐링·휴양 도시로 도약해 나갈 계획임.

» 전남 완도군

- 해양헬스케어(해양치유)산업을 미래전략 사업으로 선정해 군정의 중점 시책으로 적극 추진하고 있음.
- 국내 최초 해양헬스케어 전담기구를 2017년 1월에 신설하였으며, 치유산업 도시인 독일 노르더나이스와 업무 협약을 체결하고, 해양헬스케어 마스터플랜을 2017년 8월에 수립함.

- 2030년까지 1조원을 투입하여 해양헬스케어 센터, 해양병원, 치유공원 등 공공시설과 해양리조트, 바이오기업 등의 민자시설이 복합된 해양헬스케어 산업 클러스터를 조성할 계획임.

» 충남 태안군

- 2020년부터 총 사업비 약 400억 원(국비 200억 원, 지방비 200억 원)으로 남면 달산포 체육공원 일대 군유지 약 40만㎡ 면적에 국제 인증 기준에 적합한 해양치유센터 친환경 단지를 조성할 계획임.
- 해양과 의학이 융·복합된 해양치유관광 단지를 조성한 뒤 이와 연계해 태안 지역을 동북아 최고의 해양휴양지로 만들 예정임.
- 태안군은 천연수소수, 황토, 소금, 염지하수, 갯벌 등의 천연 자원을 연구진원으로 활용한다는 방침을 정하고, 60명의 실험 대상자를 모집하여 일정기간 임상 실험에 돌입하여 해양치유 산업화 비즈니스 모델을 개발한다는 방침을 갖고 있음.



울진군 해양 헬스케어단지 조성사업



고성군 상죽암



완도군 해양헬스케어산업 클러스터 조성 예정지



태안군 해양치유 복합단지 배치도

*자료 : 관련 지자체 누리집.

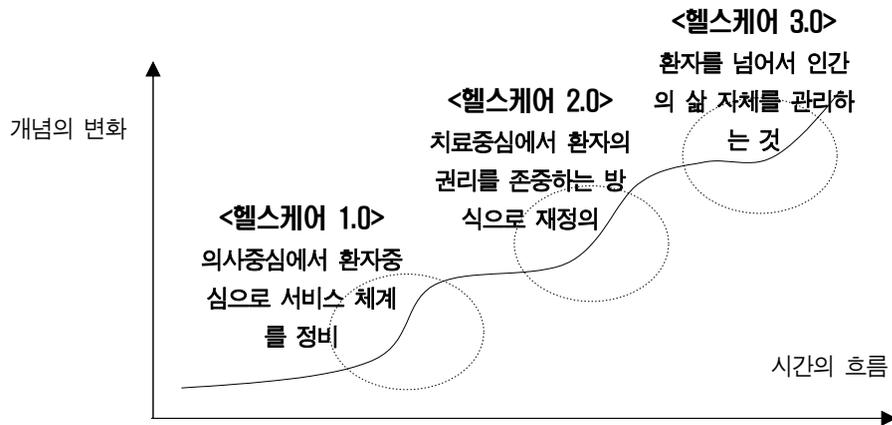
[그림 4-05] 해양수산부 해양치유사업 대상지

4. 보건복지부의 웰니스 관련 정책사업

가. 의료 중심의 사업 추진

1) 개요

- Healthcare 3.0으로 대변되는 의료서비스의 범위와 대상 및 방식의 변화는 융·복합 산업의 성장과 연계하여 새로운 방식의 의료서비스 및 타 기술 및 분야와 연계한 의료 융·복합 서비스를 요구하고 있음.
- 예방의학(병원 내 진료 및 건강검진) 차원에서 pre-care/post-care 개념 하에 Healing 중심으로 의료서비스의 역할이 변환



*자료 : 삼성경제연구소(2011), 「헬스케어 3.0 : ‘건강수명’ 시대의 오래」.

[그림 4-06] 헬스케어 개념의 변화

- 2009년 의료법 개정을 통해 일정한 자격요건을 갖춘 의료기관 및 유치업체가 의료관광을 할 수 있는 법적 기반이 마련됨에 따라 국내에서도 외국인환자를 유치하기 위한 의료관광 및 웰니스관광 상품이 시장에 본격적으로 등장함.
- 고부가가치 산업인 의료관광 분야는 산업연관효과가 높으나 그동안 유관산업과의 연계는 미흡한 실정. 특히, 대부분의 치료목적의 외국인환자들은 웰니스, 관광 등 연관 산업·분야에 대한 이용없이 치료 후 출국경향이 강함¹⁹⁾

19) 의료서비스를 매개로 하는 의료 및 웰니스 관광은 다양한 기술(IT·NT·BT 등)과 유관산업(레저문화관광요식 등)을 융합하여 고부가가치 창출 가능

2) 방문 목적에 따른 의료관광객 분류²⁰⁾

▶ 질환의 양태와 방문목적(진료과)에 따라 단계적으로 구분 가능

● 우리나라를 찾는 의료관광객은 질병치료에서 미용증진까지 크게 4개 그룹으로 분류할 수 있음.

- 유형 I : 중증질환 치료형 (암, 뇌혈관·심장질환, 척추·관절질환)
- 유형 II : 임신-출산케어형 (난임, 임신, 출산, 산후조리)
- 유형 III : 건강 검진·증진형 (검진센터)
- 유형 IV : 미용·웰빙 증진형 (미용성형, 치과, 안과, 한의과)



*자료 : 한국보건산업진흥원 내부자료 참조

[그림 4-07] 의료서비스 이용에 따른 외국인 환자군 분류 체계

- 이 중, 유형IV에 해당하는 ‘미용·웰빙 증진형’은 뷰티화장품, 쇼핑관광(스파) 등 다양한 연계 가능 환자 군으로서 미용성형(성형외과, 피부과), 치과, 안과, 한의과 진료환자로 구성됨.
- 이들 그룹의 환자비중은 전체 외국인환자(‘12년 기준 159,464명)의 31.4% (50,079명)의 비중을 나타내며, 진료수입 : 765억 원으로 전체 외국인환자 진료 수입 중 28.6%를 차지함.
- 평균재원일수는 4.4일(입원 7.5일, 외래 1.7일)로 이들 환자군(群)의 총 재원

20) 한국보건산업진흥원(2014), 「글로벌헬스케어 융복합 비즈니스모델 개발」.

일수(96,837일)는 전체 외국인환자의 20.4%를 차지하는데, 이들 환자군의 입원 환자들은 주로 안면윤곽라식 시술을 받은 환자로 나타남

- 국적별²¹⁾로는 중국일본 환자가 55.2%로 과반수를 차지하며, 성별로는 여성이 74.1%로 남성의 2.9배에 달함. 연령별²²⁾로는 40세 미만이 60.2%로 과반수 이상을 차지함.

3) 복지부의 지자체 의료관광 지원 사업(지역선도의료기술 육성사업)²³⁾

- ‘지역선도 의료기술 육성사업’은 국내외 의료관광 시장이 성장해감에 따라 외국인환자 유치채널의 다양화와 지역의 잠재력 있는 의료기술 및 의료관광 상품을 개발하기 위하여 2010년부터 보건복지부 사업으로 시행됨.
- 지역선도 의료기술 육성사업은 다음과 같은 사업목적을 갖고 있음.
 - 첫째, 지역의 선도의료기술을 발굴하여 해당 지역의 의료관광 대표 브랜드로 육성하고 글로벌 헬스케어시장 선점 차 외국인환자 유치사업의 전국적인 활성화를 도모
 - 둘째, 지역 의료산업 발전을 통해 국가 의료수준 향상 및 경쟁력을 강화
 - 셋째, 기존 지자체 의료 홍보행사 지원방식에서 지자체 내 의료기관과 문화·관광자원을 결합한 모델 개발 사업으로 확대함

〈표 4-20〉 연도별 지역 선도의료기술 육성지원 사업 대상 지역

연도	지역
2010년	• 서울특별시, 대구광역시, 부산광역시, 전라북도, 전라남도
2011년	• 경기도, 대구광역시, 대전광역시, 전라북도, 전라남도, 제주특별자치도
2012년	• 서울특별시, 인천광역시, 대구광역시, 대전광역시, 전라남도, 제주특별자치도
2013년	• 서울특별시, 인천광역시, 대구광역시, 대전광역시, 부산광역시, 전라북도, 전라남도, 제주특별자치도
2014년	• 서울특별시, 인천광역시, 대구광역시, 부산광역시, 충청북도, 광주광역시, 경상북도, 제주특별자치도
2015년	• 대구광역시, 대전광역시, 부산광역시, 충청남도, 전라북도, 전라남도, 광주광역시, 경상북도

*자료 : 한국보건산업진흥원 내부자료 참조

21) 중국(33.1%), 일본(22.1%), 미국(11.6%), 러시아(4.6%), 몽골(3.0%) ; 2012년 기준

22) 30대(27.1%), 20대(26.3%), 40대(20.7%), 50대(12.8%) ; 2012년 기준

23) 한국보건산업진흥원(2016), 「지역 선도의료기술 육성사업의 평가와 관리 개선방안」.

- 지역선도 의료기술 육성사업은 해외환자 유치와 직접적으로 연관이 있는 사업을 지원하고 있으며, 자본적 경비지원 보다는 사업에 필요한 직접경비 성격의 예산을 지원하고 있음.
 - 각 지자체들은 2010년부터 2015년까지 ‘외국인환자 유치활성화를 위한 지역 선도의료기술 육성사업’을 수행하면서 해당 지자체를 대표하는 의료상품 제시
- <표 2>에서와 같이 각 지자체별 대표 의료상품은 중증질환 중심으로 되어 있는 유형과 건강검진, 미용성형 및 한방진료와 지역의 관광자원을 연계한 상품으로 구분됨. 예를 들어 불임치료의 경우는 1개월 간의 체류가 필요한 특성을 갖고 있지만 상대적으로 긴 체류 기간 동안 외국인환자가 선택할 수 있는 연계 상품의 다양성은 상대적으로 낮은 것으로 나타남.

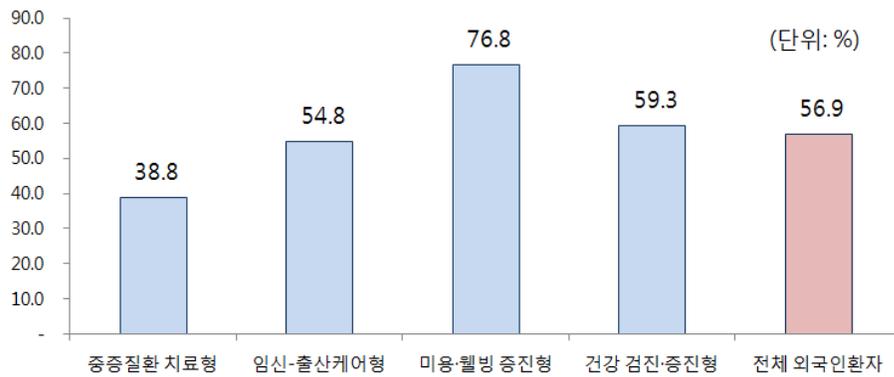
〈표 4-21〉 지자체 해외환자유치 대표상품

지역	대표 상품
서울특별시	뷰티(강남구), 전문병원별 특화상품(강서구)
부산광역시	성형, 치과, 불임치료
대구광역시	모발이식, 한방
인천광역시	심뇌혈관 치료
광주광역시	심장질환치료, 관절치료
대전광역시	건강검진, 화상재건
경기도	최소침습술(G-Mis)
충청북도	위장관암치료
충청남도	양·한방 협진
전라북도	첨단로봇수술, 양·한방 협진
전라남도	관절치료, 암 치료
경상북도	척추치료
제주특별자치도	암치유, 재활휴양치료

*자료 : 한국보건산업진흥원(2016), 「지역 선도의료기술 육성사업의 평가와 관리 개선방안」.

나. 의료관광분야 현황

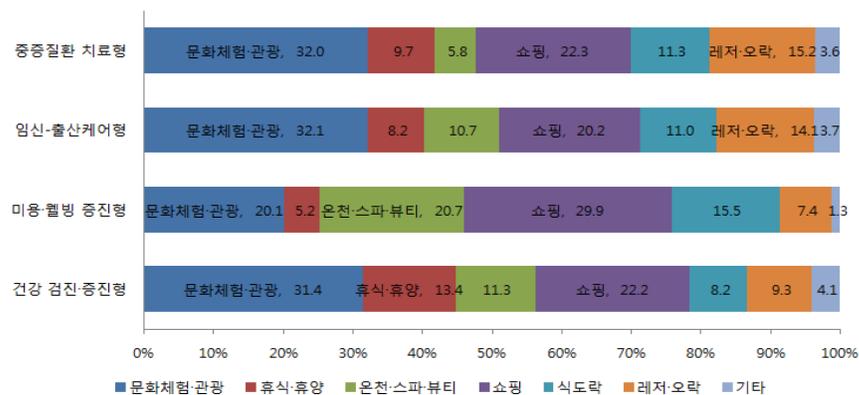
- 전체 외국인환자의 56.9%가 의료관광 방문목적 기간 동안 체류하며 진료 외 활동을 하는 것으로 분석되었으며, 환자 군별로는 미용·웰빙 증진형이 76.8%로 진료 외 활동 비중이 가장 높고, 중증질환 치료형이 가장 낮은 것으로 나타남.



*자료 : 한국보건산업진흥원 내부자료 참조

[그림 4-08] 외국인 환자의 진료 외 활동

- 환자 군에 따른 진료외 활동을 분석한 결과, 미용·웰빙 증진형은 온천, 스파, 뷰티, 쇼핑 및 식도락의 비중이 가장 높았으나, 문화체험·관광의 구성비가 다른 군과 비교하였을 때 가장 낮은 것으로 나타남.



*자료 : 한국보건산업진흥원 내부자료 참조

[그림 4-09] 외국인환자군 별 진료 외 활동 세부 내용

- 위에서 분석한 결과와 같이, 외국인환자군중 웰빙에 대한 연계 효과가 가장 큰 그룹은 미용·웰빙 증진형임을 알 수 있으며, 이들은 뷰티 서비스 및 화장품, 쇼핑, 관광, 스파 등 다양한 웰빙 콘텐츠와 연계가 가능한 것으로 판단됨.
 - 특히 이들 환자군은 10명 중 7~8명의 비중으로 의료서비스 외 활동을 하고 있으며, 주로 대중적인 장소에 이루어지는 문화체험 및 관광이 타 그룹에 비해 10% 이상 높은 것으로 나타남.

» 지역별 상품 구성²⁴⁾

- 지자체별 유망 웰니스 관광상품은 다음과 같이 분석 가능함.

〈표 4-22〉 지자체별 유망 웰니스 관광 상품

지자체	타겟국가	융복합 상품			
		의료서비스	웰니스		
서울특별시	-	중증, 뷰티(성형, 피부)	화장품, 스킨케어		
부산광역시	러시아	경증, 뷰티(성형, 피부)	화장품, 스킨케어		
대구광역시/ 경상북도	중국	모발	한방		
	미군	경증			
인천광역시	중국	건강검진, 경증			
경기도	중국, 미군	건강검진, 경증			
대전광역시	중국	한방	온천		
충청북도	중국			건강검진	한방요리(제천)
충청남도	미군			경증, 건강검진	머드축제
광주광역시	중국	요양	일차진료 (내과)	<ul style="list-style-type: none"> • 자연 : 맑은 공기, 깨끗한 물, 보성녹차밭, 대나무 숲, 섬 • 웰니스 서비스 : 홍삼스파, 힐링체험마을 • 힐링음식 : 발효음식, 디톡스 음식 	
전라북도			한방		
전라남도			암치료		
제주특별자치도			일차진료 (내과)		

*자료 : 한국보건산업진흥원 내부자료 참조

24) 한국보건산업진흥원(2016), 「지역 선도의료기술 육성사업의 평가와 관리 개선방안」.

II 의료관광 클러스터 사업 추진 사례 분석

1. 지자체 의료관광 클러스터 사업

가. 대구 의료관광 클러스터 사업

- 대구는 관련 산업 간의 융·복합을 통한 의료·뷰티·헬스케어·웰니스·관광의 대구·경북의 자원을 결합함으로써 벨트를 구축하는 사업을 진행함.
- 특히, 이를 위해 대구·경북의 의료·웰니스·관광 등 연계된 산업의 포괄적인 거버넌스 구축을 위한 웰니스 의료관광 추진협의체를 구성 및 운영하였으며, 대구 공항 내 의료관광종합안내센터를 설치하여 웰니스의료관광의 통합정보를 제공함. 또한, 대구의료관광창업지원센터를 설치하여 웰니스 의료관광 및 의료산업 관련 기업을 유치하고 입주기업 대상 컨설팅과 사업화를 지원함.
- 여행사 및 유치업체, 대구의료관광창업지원센터 입주기업에 대한 의료·웰니스 상품 개발을 위한 상품 개발 공모전을 시행함.
 - 대구 의료·웰니스관광 대표 상품 자체 개발을 통한 대구 여행사 및 유치업체, 대구의료관광창업지원센터 입주기업에 대해 상품판매를 위한 마케팅비용 지원

〈표 4-23〉 메디시티대구 웰니스의료관광 상품 개발 공모전 수상작 내역

업체명	상품명	타겟국가	선정금액
베라코컴퍼니	• 러시아 사하 웰니스 의료관광 프로모션	러시아	20백만원
도우투어	• Health Up, Treandy Daegu!	베트남	20백만원
IMCEA	• 대구 명품 의료관광 프로그램	중국	10백만원
BIE인터네셔널	• 대구 웰니스 뷰티-메디 아카데미	중국	10백만원
한중협동조합	• 한국청소년야구친선교류건강대회	중국	10백만원
JSK	• 웰메이드 투어(골드) 인 메디시티대구	중국	10백만원
ESCULIFE	• 당신의 마음을 뺏겠습니다	러시아	10백만원
JSK	• 웰메이드 투어(실버) 인 메디시티대구	중국	탈락
한중협동조합	• 중국미래의료인 대구의료탐방	중국	탈락
삼성플러스	• 대구의 맛과 멋을 즐기며 건강을 접목한 프리미엄 상품	중국	탈락
BK메디스	• 건강보물섬 대구 웰니스	러시아	탈락

*자료 : 대구시 내부분서

- 의료·웰니스관광객 위한 기초 인프라 조성 및 수용 인프라 확충을 위한 기반 조성 사업으로 의료관광을 위한 언어권별 표준 안내판 제작, 대구 주요 관광지 및 음식점, 숙박 수용 인프라 확충사업을 계획하였으나, 대구의료관광 통역사 협동조합과 팸투어 지원 사업 등의 무형적 인프라를 조성함.
- 또한, 웰니스의료 관광객 유치에 위한 국가별 해외 마케팅(홍보 설명회 개최, 컨퍼런스, 비즈니스 상담회 참가)을 실시하고 매체를 활용한 국가별 홍보물을 제작함.
- 대구 웰니스 의료관광 브랜드 확립 및 이미지 제고를 위한 의료 및 웰니스 관련 콘텐츠 제작 하고 온라인 마케팅을 실시하고, 대구 웰니스 의료관광 콘텐츠 제작 환경을 조성함.
 - 해외 홍보 설명회 및 주요 행사 영상 보존 및 수정을 위한 디지털카메라 구비
 - 제작된 콘텐츠 수정 및 협의를 위한 대형스크린(TV) 설치 및 제작 기기 구비
- 지역 의료관광 전문 인력 양성을 위한 글로벌 헬스케어 교육 센터 구축 및 보건의료분야 교육 컨트롤 타워 구축을 위한 메디시티대구 글로벌 헬스케어 센터를 운영하여 웰니스 의료관광 관련 교육 사업을 시행함.
- 대구 의료·웰니스관광객에 대한 품질보증 사업으로 방문 시 발생하는 사고에 대한 보상, 글로벌 인증 평가 추진, Umbrella 배상책임 보험 등에 가입하여 신뢰도를 높이는 대구 의료웰니스관광 품질보증 사업을 실시함.

〈표 4-24〉 대구 2017 의료관광 클러스터 사업 계획 및 추진 내용

구분	사업 계획 (2017.1.)	실제 추진 사업 (2017.12.)
광역권 의료관광 클러스터 구축	<ul style="list-style-type: none"> ● 의료관광종합안내센터 기능 확대 - 의료웰니스관광 원스탑 서비스 지원 및 정보 제공 - 의료관광안내데스크 대구공항 설치(신규) 및 전담 인력 채용 	<ul style="list-style-type: none"> ● 의료관광종합안내센터 기능 확대 - 대구공항 내 한의약 홍보관 및 의료관광 데스크 설치 / 통역사 배치
	<ul style="list-style-type: none"> ● 대규모 의료웰니스관광 유치 인센티브 지원 - 대규모 의료웰니스관광 유치 인센티브 지원(통번역, 차량, 숙박, 체험, 특별지원 등) - 중국, 필리핀, 베트남 인센티브 투어 추진 	-
	<ul style="list-style-type: none"> ● 대구 의료웰니스관광 품질보증 사업 - 글로벌 인증 평가 사업 : JCI, FERCAP 인증 추진, 보건복지부 국내 인증 추진 - 메디시티대구 품질보증사업 : 안심보험 확대 운영, 대구선도의료기관 umbrella 배상책임보험 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대구광역시 웰니스 의료관광 품질보증 사업 - 웰니스 의료관광객 대상 통역, 번역, 차량, 숙박 인센티브 제공 - 안심케어보험 지원 : 웰니스 의료관광 중 상해, 사망, 후유장애 보상 및 체류연장 지원

구분	사업 계획 (2017.1.)	실제 추진 사업 (2017.12.)
의료 웰니스 관광 인프라 구축 및 지원	<ul style="list-style-type: none"> 의료·웰니스관광 추진 협의체 구성 - 추진 협의체 구성 및 월례회 개최, 분기 1회 추진협의체 주관 성과보고회 개최 	<ul style="list-style-type: none"> 웰니스 의료관광 추진협의체 구축 및 운영 - 포럼 및 간담회, 회의 개최 의료관광 활성화위원회 운영 및 회의 개최
	<ul style="list-style-type: none"> 의료·웰니스관광 상품 개발 및 판매 지원 - 의료·웰니스관광 상품 개발 공모전 시행 및 의료·웰니스관광 대표상품 판매 마케팅 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 웰니스 의료관광 대표상품 개발 공모전 - 유치업자-의료기관-휴양시설-웰빙-휴양 관광지 관련 연계 상품 개발 (7개 선정)
	<ul style="list-style-type: none"> 의료·웰니스관광 수용 인프라 확충 - 의료서비스 메뉴얼 개발 및 서비스 교육 실시 - 선도의료기관 대상 언어권별 표전 안내판 제작(수술실, 대기실, 상담실 등) - 상급종합병원 게스트하우스 설치 컨설팅 지원 주요 관광지 및 음식점숙박 인프라 확충 사업 - 주요 관광지 및 음식점숙박시설 외국어 안내판 제작 - 외국인 의료·웰니스관광객 서비스 메뉴얼 개발 및 서비스 보수 교육 실시 - 숙박(게스트하우스, 모텔 중심) 발굴 개발 사업 경북 주요 방문 대상지 마케팅 인프라 사업 - 경북 주요 방문 대상지 마케팅을 위한 의료·웰니스관광 측면에서 홍보 책자 및 영상물 제작 - 경북 지자체 및 유관기관과의 협업을 통한 공동 마케팅 방안 창출 - 대구 의료·웰니스관광 표준 안내판 제작 - 대구경북 통역사 및 가이드 대상 서비스 메뉴얼 개발 및 보수교육 실시 	<ul style="list-style-type: none"> 전국 최초 대구의료관광 통역사 협동조합 결성 및 사업화 지원 웰니스 의료관광객 유치 극대화를 위한 팸투어 지원 사업
네트워크 확대 및 국내외 마케팅	<ul style="list-style-type: none"> 대구 의료·웰니스관광 온라인 및 해외 마케팅 - 의료·웰니스 관광객 유치 국가별 온라인 마케팅 추진 (영어권, 중화권, 러시아어권, 일본권) - 의료·웰니스관광 해외 홍보 설명회 개최 및 비즈니스 상담회 개최 	<ul style="list-style-type: none"> 국가별 해외 마케팅 / 매체를 활용한 온라인 마케팅 실시 및 국가별 홍보물 제작 - 웰니스 의료관광 홍보기자단 매디터(Meditor) 운영
	<ul style="list-style-type: none"> 대구 의료·웰니스관광 통합 멤버십 운영 의료·웰니스관광 해외 시장 개척 지원 사업 의료·웰니스관광 유치 에이전시 및 여행사 역량 강화 사업 	<ul style="list-style-type: none"> 웰니스관련 기업 활성화를 위한 기업 지원
후방 지원사업	<ul style="list-style-type: none"> 대구의료관광 창업지원센터 운영 : 연관 분야 신규 창업자 양성을 위한 교육 및 컨설팅 	<ul style="list-style-type: none"> 대구의료관광 창업지원센터 설립 : 전국 최초 의료관광분야 중소벤처기업부 창업보육센터 인가
	<ul style="list-style-type: none"> K-Medical 외국인의료인력 통합연수센터 건립 메디시티대구 글로벌 헬스케어 센터 운영 : 전문인력 양성을 위한 교육 컨트롤 타워 	<ul style="list-style-type: none"> 메디시티대구 글로벌 헬스케어교육센터 운영 : 통역사 과정, 창업자 과정, 코디네이터 과정 등

*자료 : 문화체육관광부 및 대구시 내부문서 참조 연구진 작성.

나. 인천 의료관광 클러스터 사업

- 인천의료관광 상품 개발 및 환자 유치 활동 전개(웰니스 상품 개발 3종)하여 인천의 특성을 살린 의료·웰니스 분야 및 환승상품 개발을 추진하여 특화 상품 4종을 개발함.
 - “Med & City Tour in Incheon”상품은 부평 힘찬병원 의료상품과 인천시티버스 결합 상품
 - “Go! Go! Korea”상품은 서울과 인천 3박 5일 상품으로 관광과 건강검진을 결합한 상품 (골든 투어, 가천대길병원, 아시아나 항공, 인천관광공사, 한국관광공사 공동 개발)
 - “인천항 페리”상품은 한중카페리 선사 및 인천항만공사와 공동으로 기획한 상품으로 카페리 선포운임과 의료서비스 운임을 결합한 복합 상품
 - 인천공항 환승상품은 공항 특성을 활용하여 공항 도착 후 1~2시간 이내에 의료서비스 이용 가능하도록 한 상품
- 의료관광 정부시스템(MTIS) 운영하여 의료관광정보시스템 무상 공급 후 운영 지원 및 고객의 니즈에 맞는 시스템을 구현하는 사업을 추진함.
 - 31개 의료기관 보급
- 의료관광 수용태세 서비스 지원(컨시어지 서비스)으로 의료 관광객들이 인천 공항 입출국 시 의료기관 방문까지의 편의성 제고를 위해 컨시어지 서비스를 제공함.
 - 등록 의료기관 방문 외국인환자 공항 영접, 환송 및 이동
 - 공항 내 환전 및 휴대전화 로밍서비스 등 기타 편의 서비스 제공
- 인천공항 환승의료관광 홍보관 운영으로 인천시 의료&관광 인프라 홍보 및 의료체험 서비스 마케팅을 통한 의료관광객 유치를 극대화함.
 - 인천국제공항 내 출국장 3층 45Gate 앞 15평 규모에서 운영
 - 운영주체는 인천광역시, 인천관광공사
- 인천항 여객터미널 의료관광 홍보관 운영으로 인천항 제1국제여객 터미널의 중국인 이용고객 대상 의료관광객 유치 마케팅을 강화하도록 함.
 - 제1국제 여객터미널 1층 입국장 상업시설 공간 내에 안내요원(중국어 1) 상주하여 운영

- 중국, 러시아, 카자흐스탄 인천 의료관광 홍보사무소 운영하여 각 지역에 인천 의료관광 홍보사무소를 운영하여 인천 의료관광 거점으로 활용하도록 함.
 - 중국 웨이하이 인천 의료관광 거점 운영
 - 러시아 블라디보스톡 인천 의료관광 거점 사무소 운영
 - 카자흐스탄 현지 인천의료관광 홍보 사무소 운영으로 인천 의료기관 중앙아시아 마케팅 거점 마련
- 해외시장관리 및 개척활동을 위해 해외시장별 주요 타겟에 맞춘 전략적 마케팅을 실시함.
 - 러시아 및 중앙아시아: 중증치료, 웰니스 상품 등
 - 중국 및 동남아시아: 경증치료, 미용·성형 상품 등
- 인천 의료관광 이미지 홍보
 - 인천 의료·웰니스관광 홍보 리플렛, 기념품 제작
 - 현지 언론, 잡지, 인터넷, 옥외광고, 영화관 광고 등 다양한 채널을 통한 인천 의료관광 홍보
- 의료관광·웰니스 네트워크 관리 및 지원 - 의료기관, 여행사, 항공사, 정부기관, 학계 등 인천 의료관광 활성화를 위한 전문가 네트워크를 구축함.
 - 외국인 환자를 직접 대면하는 실무직원 및 코디네이터 등 현직자 대상 직무능력향상 교육 실시
 - 의료관광분야 종사자들의 역량강화를 통한 외국인환자 유치 수용태세 강화

〈표 4-25〉 인천 2017 의료관광 클러스터 사업 계획 및 추진 내용

구분	사업 계획 (2017.1.)	실제 추진 사업 (2017.12.)
전략시장별 특화마케팅 추진	<ul style="list-style-type: none"> ● 해외시장관리 및 개척활동 -박람회 5회, 로드쇼 및 전시회 참가 3회 	<ul style="list-style-type: none"> ● 전략시장 관리를 위한 사업설명회 10회 진행 ● 신규시장 개척활동 4회 진행 -박람회 참가, 세일즈 콜
	<ul style="list-style-type: none"> ● 인천 의료관광상품 개발 -초청팜투어 5회, 특화상품개발 3종 	<ul style="list-style-type: none"> 인천형 의료관광 4종 개발 초청팜투어 10회 진행
	<ul style="list-style-type: none"> ● 인천의료관광 이미지 홍보 -홍보물 5종 제작, 나눔의료 1회 	<ul style="list-style-type: none"> 홍보물 5종 제작 나눔의료 2회 진행
의료관광 국제협력 네트워크 구축	<ul style="list-style-type: none"> ● 인천공항 환승의료관광 홍보관 운영 -연간 방문객수 15,000명 달성 ● 인천여객터미널 의료관광 홍보관 운영 -연간 방문객수 8,000명 달성 	<ul style="list-style-type: none"> 10월 기준 13,181명이 홍보관 방문 10월 기준 2,563명이 홍보관 방문

구분	사업 계획 (2017.1.)	실제 추진 사업 (2017.12.)
소 운 영	<ul style="list-style-type: none"> 중국 웨이하이 인천의료관광 홍보사무소 운영 -중국인 환자 5,000명 이상 유치 	10월 기준 6,500명이 홍보사무소 방문
	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 블라디보스톡 인천의료관광 홍보사무소 운영 -러시아 환자 2,000명 이상 유치 	10월 기준 120건 상담 진행
	<ul style="list-style-type: none"> 카자흐스탄 알마티 인천의료관광 홍보사무소 운영 -카자흐스탄 환자 900명 이상 유치 	-
	<ul style="list-style-type: none"> 의료관광정보시스템(MTIS) 운영 -26개 의료기관 보급 	인천시 의료기관 31개 가입
	<ul style="list-style-type: none"> 대 중국 협력네트워크 강화 -프로젝트 특수목적법인 출범 	6월 무진구 사업 승인 획득
인천 의료관광 국제경쟁력 강 화	<ul style="list-style-type: none"> 의료관광·웰니스 네트워크 관리 및 지원 -전문인력 교육 2회, 유관기관네트워크 협의회 4회 	의료기관 전략기획 교육과정 1회 실시 시, 공사, 의료기관 공동 워크숍 2회 실시
	<ul style="list-style-type: none"> 의료기관 수용태세 서비스 지원 -외국인환자 1,200회 지원 	11월 기준 의료관광 수용태세 서비스 95회 이용

*자료 : 문화체육관광부 및 인천시 내부문서 참조 연구진 작성.

다. 부산 의료관광 클러스터 사업

- 웰니스관광 상품 개발 공모전 개최
 - 부산시 해외환자 유치업체 6개가 참여하여 4개의 상품을 선정함.
 - 고려의료관광개발 'Healing for family(러시아)': 중증·장기요양치료 환자 가족을 대상으로 문화·종교체험 등 힐링관광 상품 연계
 - 하나메디컬 서비스 'Well being HI-SO(태국)': 상류층을 대상으로 레이저시술, 뷰티아카데미 및 한류 콘서트 관련 상품
 - CMS 코리아 '신경근골격계 진단·검진 및 재활 웰니스(러시아)': 노인·장년층을 대상으로 신경계질환(알츠하이머 등) 예방검진 및 웰니스관광지 연계
 - BS 편투어 'BBC(Busan Beauty Cruze)(일본)': 일반·크루즈 관광객 대상으로 한반+치유+건강관리 프로그램, 현지 한방세미나 실시 등
- 메디컬 부산 프리미엄 마케터 전문 인력 양성
 - 전문 인력 양성과정을 운영하여 6개 언어권 40명이 참여하여 35명이 수료하고, 24명이 취업을 함.

- 6개 언어권(40명): 중국어 13명, 영어 12명, 일본어 7명, 러시아어 3명, 몽골어 4명, 인디어 1명
- 다문화 가정 및 외국인유학생 건강 축제 진행
 - 부산에 거주하는 외국인유학생 및 다문화 가족을 대상으로 무료 건강검진, 건강강좌, 건강정보 제공 등의 행사를 개최함.
 - 다문화가족 38명, 외국인유학생 7명 등 46명 건강검진 시행
- SMS(서면 메디컬 스트리트) 축제 개최 지원
 - 서면 메디컬 스트리트 일대에서 30개 기관이 48개의 부스를 운영, 10,000명이 참여하여 의료체험 및 학술 포럼 등을 진행함.
- 부산 국제 웰니스관광 심포지엄 개최
 - 부산시가 주최하고 (사)부산권 의료산업 협의회가 주관하여 해외 환자 유치 업체, 해외 바이어, 여행사 등 약 80명의 참여로 심포지엄을 개최함.
- 클러스터 협력기관 사업 지원
 - 의료산업 활성화 지원으로 학술대회 2회, 홍보·마케팅 등 6회 개최
 - 의료관광 활성화 지원으로 팸투어 6회, 해외 설명회 등 2회 진행

〈표 4-26〉 부산 2017 의료관광 클러스터 사업 계획 및 추진 내용

구분	사업 계획 (2017.1.)	실제 추진 사업 (2017.12.)
특화상품 개발 및 서비스 확대	• 부산 국제 웰니스 관광 포럼 개최	• 부산국제 웰니스관광 심포지엄 개최 -국내외 연사 3명, 참석 80명
	• 부산특화 의료관광 상품개발 공모전 개최	• 웰니스관광 상품개발 공모전 개최 -3개국 타깃 4개 상품 선정·지원
	• 전문 인력 양성과정 운영 -의료통역사 및 국제의료관광코디네이터 양성 -메디컬 부산 프리미엄 마케터 교육과정 운영	- • 메디컬 부산 프리미엄마케터 양성 -6개어권, 40명
마케팅 및 홍보 강화	• 우수 의료 인프라 홍보 강화 -해외 의사 연수 및 나눔의료 사업 추진	-
	• 다문화 가정·외국인 유학생 건강 축제 개최	• 다문화가정 및 외국인 유학생 건강 축제
국내·외 네트워크 확대	• 해외 거점센터 확대 및 의료기관 국제인증 지원	-
	• 클러스터 협력기관 사업지원 -의료산업 활성화 지원 -의료산업 활성화 국제심포지엄 개최 -의료관광 활성화 사업 지원	• 의료산업 활성화 지원 -학술대회, 홍보·마케팅 • 의료관광 활성화 지원 -팸투어, 해외설명회

*자료 : 문화체육관광부 및 부산광역시 내부 문서 참조 연구진 작성.

라. 광주·전남 의료관광 클러스터 사업

- 의료관광객의 입국부터 출국까지 통번역 및 차량지원, 의료기관 예약 등의 원스톱 서비스를 제공하기 위한 의료관광지원센터를 운영함.
 - 광주 : 광주광역시 의료관광지원센터 위탁수탁 협약 체결
 - 전남 : 외국인 의료관광객에게 의료웰니스 관광 정보 제공 및 상담, 예약 등 편의를 제공하는 종합 창구 및 지원 역할의 센터 운영
- 의료 전문지식을 갖춘 통역 및 의료코디네이터 교육양성으로 외국인 의료관광객에게 편의 제공과 일자리 창출
 - 광주 : 의료관광 통역인력 양성 교육(다국적 결혼 이민자, 유학생 대상)
 - 전남 : 의료관광 통역인력 양성 교육
- 의료관광 저변확대, 유치기관 역량제고 및 마케팅 마인드 함양과 의료관광 정보 공유 및 전문가, 실무자 의견 수립 등을 위한 의료관광협의체 운영
 - 광주의료관광 상품 책자 개발 완료 (한, 영, 중, 러, 몽, 베 등 6개 국어)
 - 광주의료관광 활성화 TF팀 회의 개최
- 의료관광홍보 : 국내외 유력 언론과 광고 매체를 통해 광주의료관광 홍보 극대화
 - 광주 : 홈페이지 공동운영 연계, 광주의료관광 영문 월간지 매체 활용 잡지 광고, 메디웰광주 의료관광 홍보 서포터즈 운영
 - 전남 : 의료웰니스 관광 다국어 영상물 제작, 홍보책자 제작, 의료관광 SNS 홍보 서포터즈 운영
- 의료관광객 유치 및 의료관광 신흥시장 개척을 위한 현지 설명회 및 비즈니스 미팅 개최를 통해 의료관광 팸투어 및 해외 마케팅 지원
 - 광주 : 러시아, 중국 대상 의료관광 설명회 및 교류협력, 팸투어 개최
 - 전남 : 몽골 현지 설명회 개최 및 의료한류박람회 참가 홍보, 외국인 유학생 '메디컬 캠프' 팸투어, 목표 의료관광 홍보용 LED 전광판 설치
- 국내외 주요 전시·컨벤션 부스 참가로 민간의 의료관광 사업 참가 유도를 위한 국제 전시 박람회 참가

〈표 4-27〉 광주전남 2017 의료관광 클러스터 사업 계획 및 추진 내용

구분	사업 계획 (2017.1.)	실제 추진 사업 (2017.12.)
의료관광 지원센터 운영	<ul style="list-style-type: none"> • 센터2개소(광주1, 전남1) - 운영인력 6명 	<ul style="list-style-type: none"> • 센터2개소(광주1, 전남1) - 운영인력 7명(광주4, 전남3)
의료관광 전 문 인력 양성 및 의료통· 번역지원	<ul style="list-style-type: none"> • 전문 인력 양성 교육 - 의료통역지원 - 의료번역 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 의료통역 및 코디네이터 교육 - 광주 46명, 전남 38명 • 통·번역지원 - 2017년 11월 기준 총 145회
의료관광 협업체 운영	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 의료관광 분야별 전문가 초청 포럼, 세미나, 워크숍 개최 	<ul style="list-style-type: none"> • 광주의료관광 활성화 TF팀 회의 개최 5회-4,6,9,11,12월 • 광주 의료관광 간담회 개최
	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 의료관광 관계자 대상 역량강화 및 네트워크 형성 	<ul style="list-style-type: none"> • 외국인환자 유치 선진의료기관 견학 • 광주 의료관광 상품 개발을 위한 간담회 및 웰니스 자원 탐방
체류형 의료· 웰니스 관광상 품 개발	<ul style="list-style-type: none"> • 비교우위 문화관광·자연환경자원과 의료 연계 	-
	<ul style="list-style-type: none"> • 융합상품 개발, 통합의료, 환경성질환 치유 	
	<ul style="list-style-type: none"> • 사찰음식, 테라푸드 음식 개발 	
	<ul style="list-style-type: none"> • 지역별 의료관광 콘텐츠 개발 및 인프라 구축 지원 	
의료관광 콘텐 츠 제작	<ul style="list-style-type: none"> • 의료관광 홈페이지 운영(유지·보수) 및 모바일 플랫폼 운영 	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 공동운영 및 연계
	<ul style="list-style-type: none"> • K-Medi 지원센터, 한국관광공사, 의료관광 지원센터 플랫폼 연계 홍보 	-
	<ul style="list-style-type: none"> • 의료관광 동영상 제작, 다국어 의료관광 홍보물 제작 	<ul style="list-style-type: none"> • (전남)의료·웰니스 다국어 영상물, 홍보책자
	<ul style="list-style-type: none"> • 외국어 잡지, 한인화신문 및 홍보매체, 외국인이 붐비는 인천공항, KTX 등을 활용한 광고 	<ul style="list-style-type: none"> • (광주)잡지 광고
의료관광 해외 설명회, 팸투어 및 해외마케팅 지 원	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자 대상, 의료관계자 및 에이전시 대상 설명회 개최 	<ul style="list-style-type: none"> • 의료관광 설명회 6회 - 광주 4회, 전남2회
	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 의료관광 관계자 팸투어 - 진성 환자 유치를 위한 타겟 국가별 대표단 초청 및 팸투어 시행 	<ul style="list-style-type: none"> • 의료관광 팸투어13회 -광주 11회, 전남 2회
	<ul style="list-style-type: none"> • 의료관광 해외 현지 설명회 및 의료봉사활동 	<ul style="list-style-type: none"> (광주)의료관광 교류협력 (광주)의료봉사 나눔의료
	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 온라인 여행사 연계 및 각종 온·오프라인 홍보 	<ul style="list-style-type: none"> • 의료관광 홍보 전광판 설치
의료관광 국제 전시·박람회 참가 운영	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 각종 의료관련 전시회 참가 의료기관 부스운영 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 몽골 광주·전남 공동홍보부스 운영 • 광주 시니어 의료산업박람회 홍보부스 운영
	<ul style="list-style-type: none"> • MICE연계 외국인 바이어 초청 팸투어 추진 	-

*자료 : 문화체육관광부 및 광주광역시, 전라남도 내부분서 참조 연구진 작성.

2. 2017 의료관광 클러스터 사업 분석

» 2017 의료관광 클러스터 사업의 범주 분류

- 2017년 의료관광 클러스터 사업을 진행하고 있는 지자체의 사업을 분석한 결과 크게 의료관광 상품 및 콘텐츠 개발, 의료관광 인력 양성, 의료관광 인프라 조성, 의료관광 홍보 및 인식제고, 의료관광 관련 산업육성, 의료관광 네트워크 구축 등의 6가지의 범주로 분류 가능함.
 - 의료관광 상품 및 콘텐츠 개발
 - 의료관광 인력 양성
 - 의료관광 인프라 조성
 - 의료관광 홍보 및 인식제고
 - 의료관광 관련 산업육성
 - 의료관광 네트워크 구축
- 의료관광클러스터 사업 중 지자체가 계획한 사업과 실제 지자체가 추진한 사업 사이에 괴리감이 발생하였는데, 의료관광클러스터 사업에 참여한 대부분의 지자체가 의료관광 홍보 위주의 사업에 치중하고 있는 것으로 나타남.
 - 이는 외국인 관광객을 주 타겟층으로 설정하는 의료관광의 특성에서 기인
 - 또한, 의료관광상품이 병원을 중심으로 개발되기 때문에 지역의 관광자원과의 연계성 다소 부족
- 한 지자체에서는 웰니스관광과 의료관광의 구분 없이 의료관광과 웰니스의 단어를 함께 사용하였는데 이와 같이 실제 사업을 추진하는 지자체 담당자들의 웰니스에 대한 이해 부족이 웰니스관광 클러스터 사업에서 개선되어야 할 문제점으로 나타남.
 - 의료관광은 '환자의 치료'를 주 목적으로 하며, 웰니스관광은 건강한 생활의 모든 영역을 포괄하는 넓은 의미의 개념으로 운동, 영양, 휴식을 통합하여 추구해 나가는 것임을 재인식
- 또한, 의료관광 수용태세와 관련하여 음식점 메뉴 개선, 숙박 시설 개선 등과 같이 수요자 관점의 수용태세 개선과 의료관광통역사 조합 설립 등 공급자 관점의 수용태세 개선이 미흡한 것으로 나타남.

〈표 4-28〉 범주별 2017 의료관광클러스터 사업 내용

구분	의료관광 상품 및 콘텐츠 개발	의료관광 인력 양성	의료관광 인프라 조성	의료관광 홍보 및 인식제고	의료관광 관련 산업육성	의료관광 네트워크 구축
대구	<ul style="list-style-type: none"> - 웰니스의료 관광 대표상품개발 공모전 - 웰니스의료 관광 콘텐츠 제작 	<ul style="list-style-type: none"> -메디시티대구 글로벌헬스케어센터(통역사, 코디네이터 등 양성교육) 	<ul style="list-style-type: none"> - 의료관광종합안내센터 기능 확대 및 강화 - 웰니스의료 관광 수용인프라 확충(의료관광 통역사 협동조합) 	<ul style="list-style-type: none"> - 유치업자 유치지원 및 해외시장 개척 - 웰니스의료 관광 온라인 해외마케팅 - 웰니스의료 관광 SNS 홍보단 운영 	<ul style="list-style-type: none"> - 대구의료관광창업지원센터 	<ul style="list-style-type: none"> - 웰니스의료 관광 품질보증 사업 - 웰니스의료 관광 추진협의회 운영
인천	<ul style="list-style-type: none"> - 인천의료관광 상품 개발 및 환자 유치 활동 전개(웰니스 상품 개발 3종) 	-	<ul style="list-style-type: none"> - 의료관광 정보시스템 (MTIS) 운영 - 의료관광 수용태세 서비스 지원(컨시어지 서비스) 	<ul style="list-style-type: none"> - 인천공항 환승의료관광 홍보관 운영 - 인천여객터미널 의료관광 홍보관 운영 - 중국, 러시아, 카자흐스탄 인천의료관광 홍보사무소 운영 - 해외시장관리 및 개척활동 - 인천 의료관광 이미지 홍보 	-	<ul style="list-style-type: none"> - 의료관광웰니스 네트워크 관리 및 지원
부산	<ul style="list-style-type: none"> - 웰니스관광 상품개발 공모전 개최 	<ul style="list-style-type: none"> - 메디컬부산 프리미엄 아카데미 전문인력 양성 	-	<ul style="list-style-type: none"> - 다문화가정 및 외국인유학생 건강축제 - SMS 축제 개최 지원 	-	<ul style="list-style-type: none"> - 부산국제 웰니스관광 심포지엄 개최 - 클러스터 협력기관 사업 지원
광주	<ul style="list-style-type: none"> - 광주전남 One Day 코스 의료관광 상품 개발 	<ul style="list-style-type: none"> - 전문인력 양성 및 의료통번역 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 의료관광지원센터 운영 	<ul style="list-style-type: none"> - 의료관광 홍보 - 의료관광 팸투어 및 해외마케팅 지원 - 의료관광 국제 전시박람회 참가 	-	<ul style="list-style-type: none"> - 의료관광협의회 및 TF팀 운영

* 자료 : 문화체육관광부 내부 문서 참조 연구진 작성.

Ⅲ 시사점 종합

1. 웰니스산업 관련 타 정부부처 정책 현황

» 국민 삶의 질적 향상 측면에서의 정책 추진

- 고령화시대가 현실화됨에 따라 건강 100세, 치료보다 예방, 건강한 삶 등의 표현이 상징하듯이 각 개인의 ‘웰니스’에 대한 욕구가 급증할 전망이며 이에 따라 정부에서도 맞춤형 웰니스케어를 중점 신산업 분야로 선정하고 새로운 성장동력으로 육성하고 있는 모습을 보임.
 - 맞춤형 웰니스케어산업은 국민 삶의 질적 향상을 위한 신산업 분야로 향후 트렌드 및 라이프사이클 변화에 따라 관련수요가 크게 증가할 것으로 예상되는 산업
 - 삶의 질적 향상과 의료기술의 발전으로 고령화, 만성질환자 증가 현상이 세계적인 메가트렌드로 자리 잡으면서 관련 시장이 급성장
- 지난 2016년 3월 산업통상자원부와 미래부는 “미래성장동력 종합실천계획”을 제시하고 미래 먹거리에 대한 투자계획을 발표한 바 있으며, 국민 삶의 질적 향상을 위한 신산업 분야 중 하나로 ‘맞춤형 웰니스케어’를 선정하기도 함.
 - 맞춤형 웰니스케어란 ‘개인의 건강과 행복증진을 위해 S/W, 콘텐츠, ICT 등의 디지털 기술과 헬스케어, 라이프스타일, 유전체 정보 등이 융합해 완전히 새로운 생태계를 가진 제품 및 서비스를 만들어 내는 창조적 서비스’로 정의
- 정부가 맞춤형 웰니스케어산업 육성을 통해 구축하고자 하는 주요 제품과 서비스는 개인 건강정보의 개인주도 관리를 위한 개방형 공통 플랫폼과 빅데이터 분석을 통한 개인 맞춤형 건강관리 서비스가 기반임.
 - 개방형 공통 플랫폼을 활용하여 소비자는 하드웨어(웰니스기기)로 운동량, 체중, 식이정보 등 개인의 라이프로그(Lifelog)부터 혈당, 혈압, 심박수 등의 생체 신호를 측정 및 전송하고, 서비스 업체는 병원 및 공공기관의 건강관리 빅데이터를 분석하여 개인의 건강증진, 질병예방, 치료후 사후관리 등 ICT기반의 맞춤형 건강관리 제공
- 산업통상자원부에서 정의한 맞춤형 웰니스케어는 새롭게 생겨난 개념이라기보다 이전에 u-헬스케어, e-헬스케어, 스마트 헬스케어 등으로 알려진 IT+BT

융합 의료·건강관리 서비스에서 약간 진화된 형태의 이름이라고 볼 수 있음.

» 웰니스 관련 정책 추진 정부 부처 다원화에 의한 한계점

- 우리나라에서는 맞춤형 웰니스케어 이전부터 u-헬스케어, 스마트케어 서비스 등의 이름으로 정책이 추진되어 왔음. 그러나 보건복지부, 지식경제부 등 주관부처가 다원화되어 있어, 체계적인 기술성장 및 산업인프라 확충이 이루어지지 않은 한계점을 나타냄.
 - 이에 따라 의료법, 생명윤리법 제약 등 선제적 제도정비가 이루어지지 못하였을 뿐 아니라, 기술개발을 지속적으로 추진했음에도 의료기기의 센싱 기술, 유효 데이터 분석기술 수준이 상대적으로 취약하여 글로벌 경쟁력 구축에 한계로 작용
- 다부처 사업의 문제점을 개선하기 위해 지난 2016년 3월 산업부와 미래부는 미래성장동력 실행계획과 산업엔진프로젝트 발전계획을 통합하여 양 부처가 협업을 증진하고 정책연계를 도모하였음.
- 2016년 양 부처는 맞춤형 웰니스케어 생태계 전반에 대한 국내 기술력을 강화하고 상용화를 위한 인프라 준비를 발표함.
- 특히, 발전 전략은 핵심기술에 대한 연구개발로 서비스 기반을 마련하고, 교육프로그램으로 서비스 운영에 필요한 인력을 양성하며, 웰니스케어 전문 기업을 육성하여 글로벌 시장에 진출하는 것을 목표로 설정함.

2. 타 부처 사업과 관광 연계 시 고려사항

» 비자제도의 개선

- 2009년 외국인환자 유치사업과 함께 외국인환자의 입국 편의성 증진을 위해 의료관광 비자²⁵⁾가 신설되었음. 기존의 관광비자로 입국할 수 있는 기간은 90일 이내이지만, 의료관광 비자의 신설로 90일 이상의 의료서비스 이용 및 의료관광 목적의 체류가 용이해짐.
- 그러나 그간 국내 의료관광 유입 상위 국가인 몽골, 베트남 등에서 입국한 외국인환자가 불법체류가 증가하는 문제가 있어, 이들 국가에서 비자 발급에

25) 의료관광 비자는 체류기간에 따라 단기(C-3, 90일 이내)비자와와 장기(G-1, 최장 3년까지)의 두 종류로 분류됨.

어려움이 발생하고 있음.

- 이는 VIP 고객에게도 적용이 되어 이들이 한국이 아닌 다른 경쟁국가로 선택지를 바꾸는 경우가 발생하고 있어 비자제도 및 출입국 관련 제도에 대한 현실적이 개선이 필요한 상황

» 전문 인력 수급 및 양성

- 외국인환자의 증가와 국내 의료관광 시장의 성장에 따라 의료관광에 필요한 전문 인력의 수급에도 제도적 변화가 생김.
- ‘의료관광 코디네이터’가 2013년 국가기술자격증으로 신설된 이후, 의료관광 마케터, 국제의료통역 등 의료관광에 필요한 전문인력이 양성됨. 현재는 검증된 전문 인력과 지자체 및 이들을 필요로 하는 의료기관 및 유치업체와 연계하는 여러 가지 프로그램이 운영되고 있음.
- 그러나, 이들 의료관광 코디네이터는 주로 의료기관에 취업을 하고 있으며, 업무 또한 환자케어 및 컨시어지 업무에 한정되고 있어, 다양한 웰니스 콘텐츠와 유기적으로 연계할 수 있는 인프라가 형성되지 못하고 있음.
- 따라서, 관광가이드 경력자를 대상으로 의료관광 코디네이터 교육을 실시하거나, 자격증 취득에 있어 가산점을 부여 하는 등의 유인책을 마련할 필요가 있음.

3. 타 부처별 사업과 관광 분야와의 협업과제

» 국가브랜드 정립

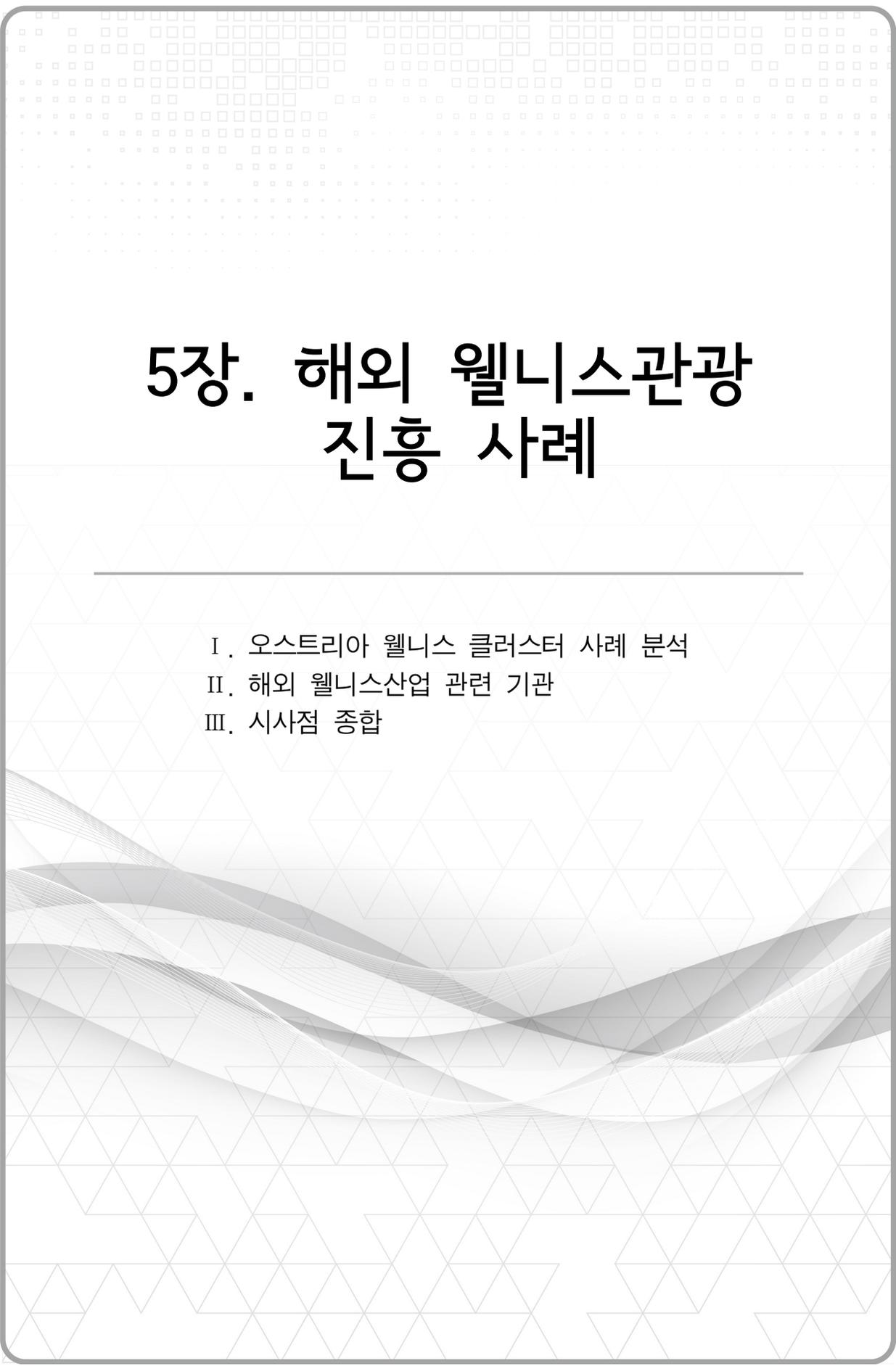
- ‘한국’ 하면 떠올릴 수 있는 의료관광 목적지로서의 이미지와 비즈니스 모델이 없어, 인지도 제고를 위한 글로벌 브랜딩 시급. 특히, 한국 의료 및 웰니스 관광에 대한 해외에서 인지도가 아직도 많이 낮은 상태이기 때문에 해외에서의 공동 마케팅이 필요함
 - 의료(Medical)와 웰니스(Wellness)의 융복합으로 신수요 창출 필요
 - 성형(태국,멕시코), 치과(헝가리), 수치료(터키), 스파(독일,오스트리아) 등과 같이 외국인환자들이 일반적으로 떠올리는 국가별 의료관광 이미지

» 산업생태계 조성

- 지자체 및 여행업체가 웰니스관광 상품을 개발하기 위해서는 업체 단독으로는 한계가 있음. 이를 위해서는 여행업체를 중심으로 웰니스 관련 콘텐츠를 연계할 수 있는 매개요인이 필요함.
 - 주체 간의 시너지 및 클러스터 효과를 낼 수 있는 매개요인 필요. 이를 위해서는 지자체와 여행업체, 지역관광 인프라, 해외 유치채널 등의 연계를 위한 매개요인과 생태계 조성 필요
- 또한, 지역의 웰니스 콘텐츠와 인프라를 연계할 수 있는 지자체를 중심으로 한 거버넌스 필요. 특히, 지역의 차별화된 자원과 경쟁우위를 파생시킬 수 있는 지역 내 이해관계자들의 체계적인 협의체의 구성이 무엇보다 중요함.

» MICE관광과 연계 강화

- 의료관광 및 웰니스관광은 MICE와 같은 대규모 컨벤션 및 인센티브 단체 관광객과 연계 효과가 매우 높음에도 불구하고 그간 시너지 효과는 매우 미미함.
- 서울 및 부산과 같은 광역 지자체에서는 지자체 차원의 주도적인 정책수립 및 지원 프로그램을 추진하고 있으며, 관련 사업의 활성화를 위해 관련 부서를 신설하는 등 정책적인 지원을 하고 있음
- 국내로 유입되는 MICE 관련 외래관광객을 대상으로 웰니스관광과 연계하는 정책적 지원 및 프로그램의 개발이 필요함. 아울러, 공항, 철도역 등 외래관광객 접근이 용이한 시설에 직접 체험이 가능한 체험형 전시장 등을 마련하여 MICE관광객의 접근성을 높이는 것도 하나의 좋은 대안이 될 수 있을 것임.



5장. 해외 웰니스관광 진흥 사례

- I. 오스트리아 웰니스 클러스터 사례 분석
- II. 해외 웰니스산업 관련 기관
- III. 시사점 종합

I 오스트리아 웰니스 클러스터 사례 분석

1. 티롤 Standortagentur Tirol

가. 티롤의 웰니스관광

» 유럽 국가 웰니스관광의 특징

- 유럽지역에서 스파의 역사는 고대 로마제국시대까지 거슬러 올라갈 정도로 유럽 전역에서 스파 문화는 지속적으로 발달하여 왔으며, 이러한 온천의 이용목적이나 스파 산업이 지향하는 형태도 시대변화와 더불어 종교적이지 않은 장소, 치유 또는 의료목적, 관광지 등 그 성격이 변화함.
 - 건강 지향이 고조되고 있는 점을 받아들여 웰니스관광의 목적지로서 온천시설이나 스파시설에 대한 개념이 변화되고 있는 상황
- 독일, 프랑스, 이태리 등 유럽 주요국에 산재한 유명한 온천시설이 밀집된 지역들의 특징을 관련 시설들이 입지한 공간지리적인 측면에서 살펴보면 크게 3개 유형으로 분류 가능함.
 - 보양지구내에 온천시설, 쇼핑몰, 숙박 등의 기능이 분산입지된 기능분산형
 - 온천시설 등의 기능이 소규모이나 집적되어있는 곳이 복수로 입지하고 있는 기능집적집합형
 - 온천시설 등의 기능이 중규모에서 대규모로 집적된 곳이 한곳에 입지하고 있는 기능집적단독형
- 유럽의 국가들은 스파·온천 시설들의 집적 형태가 역사적 배경 등에 따라 조금씩 다른 양상을 보여주고 있으나, 공통적인 특징을 나타냄.
 - 숙박시설에 치료시설이나 온천병원이 융합되어 핵심기능으로 자리 잡음
 - 요양을 목적으로 일정 기간 체류를 전제로 영화관, 미술관, 카지노 등 다양한 종류의 오락시설이나 쇼핑몰이 지역 내 설치
 - 산책로나 자전거전용도로, 공원이 설치되어 관광객이 자동차를 이용하지 않고도 지역을 불편함 없이 관광할 수 있는 거리의 형태 보유

- 유럽 주요국 중에서도 스파 산업의 선진국이라 할 수 있는 독일, 프랑스 등의 경우 관광객들이 스파 관련 서비스에 관한 이해 촉진이나 품질개선 등을 보장하기 위해 정부와 민간단체가 온천에 대한 인증 제도를 도입하고 있음.

〈표 5-01〉 유럽 주요국의 스파 관련 인증제도 운영 현황

국가	독일	프랑스	유럽
명칭	• 보양지 인증제도	• 온천리조트 인증제도	• Europe Spa
실시기관	• 독일 주정부	• 프랑스 정부	• 유럽스파협회
실시년도	-	• 1919년	• 2006년
목적	• 산림, 산악, 바다 등의 자연기후를 이용한 요법을 행하는 보양지 인증	• 온천리조트 내방 원활화, 역사적 건물, 경관 보존 • 거주, 체재, 치료 등 기존 조건의 개선 • 충분한 자금력이 없어도 치료를 용이하게 함	• 공정한 경쟁 환경의 확보 • 시설, 서비스의 품질향상 • 기준 통과 시설의 주지
특징	• 해당지 특유의 치료 소재와 치료수단 존재 • 기후, 경치 탁월 • 목적별 시설 존재 • 효과의 과학적 증명	• 공공시설법인의 설립과 프로모션활동의 촉진 • 정부로부터의 보조금(하수공사설비의 갱신 등 설비투자비용)	• 전문적 입장에서 객관적 평가 • 시설 및 서비스 품질 개선 가이드 라인의 명확한 기준 설정

*자료 : 한국은행(2016), 「경북동해안의 웰니스관광 활성화 방안」, 참고 재정리.

» 티롤 웰니스관광의 특징

- 오스트리아 또한 다른 유럽 국가와 마찬가지로 알프스 산록에 인접한 자연환경으로 인해 자연스럽게 스파(SPA)를 중심으로 하는 웰니스관광이 발달했으며, 대표적인 유럽의 겨울철 관광 메카로 자리 잡음.
- 특히, 오스트리아 서부에 위치한 티롤주는 공공의 관점에서 지역의 지속가능한 성장을 견인할 수 있는 수단으로 클러스터 사업을 추진하였으며, 타 산업과의 연계를 통해 웰니스관광의 질적 및 양적 성장을 견인함.
 - 티롤주의 면적은 12,647km², 인구는 720,000명이며 주도는 인스부르크
- 오스트리아 티롤은 높은 수준의 생활 기준을 보유한 지역으로 독특한 자연경관, 천혜의 자연자원, 스포츠, 문화를 향유하며, 독일 뮌헨, 이탈리아 밀라노·비엔나, 스위스 취리히와 함께 중부 유럽에서 가장 중요하며 이상적인 지역에 위치함.

- 티롤 관광산업의 주 타겟층은 독일인(티롤 관광객 중51%)이며, 전체 관광소비액은 약 90억에 달함.
- 티롤은 알프스 산맥에 위치하여 환경이 갖춰져 있어 겨울 스포츠를 즐길 수 있는 최적의 관광지로 15,000km 하이킹 트레일, 6,000km 사이클 트레일, 5,000km 크로스스키 트랙, 15개 이상의 골프 코스 등을 보유함.
- 티롤 웰니스관광객은 주로 파트너와 동행하는 관광 선호, 평균 관광객보다 많은 소비, 고품격 호텔에서의 숙박, 날씨 환경에 구애받지 않는 등의 특징을 보임.



*자료 : 오스트리아 관광청(austria.info/kr).

[그림 5-01] 티롤의 관광 활동

나. Standortagentur Tirol 개요

1) 설립 목적 및 특징

» 설립 목적

- 티롤주에 위치한 'Standortagentur Tirol'은 2007년 11월 티롤주 법(Tyrolean State Law)에 따라 지역의 고용 안정을 보장하고 신사업을 찾기 위한 노력으로 만들어 졌으며, 지역의 지속가능한 성장을 견인할 수 있는 통합 서비스 제공을 주 목적으로 함.
 - 이 통합 서비스는 사업 또는 연구 장소의 제공과 지역 브랜드 인식 제고를 목적으로 기업, 연구소, 의회 등과 직접적으로 연관
- Standortagentur Tirol은 티롤에 위치한 회사 또는 연구소의 성장과 창업 프로젝트를 도와주기위한 포괄적인 범위의 서비스를 제공하며, 지역·국가 국제적인 네트워크 구축을 지원함.

- 웰니스산업 촉진을 위한 독립적인 위치 전략을 기반으로 IT 및 관광, 스포츠 및 알파인 기술과 같은 주제에 우선 중점을 두며, 독일어를 사용하는 스위스와 이탈리아 북부, 바이에른, 바덴-뷔르템베르크 지역을 주요 지점으로 비즈니스 환경의 구축을 목적으로 함.

» 특징

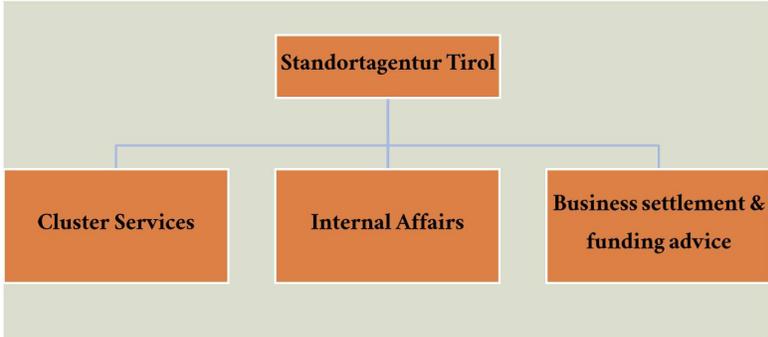
- Standortagentur Tirol은 지역의 경제적·기술적 이점 활용이 가능한 분야를 선정하여 생활 과학, 신재생 에너지, 공학, IT, 웰니스 등 총 5개의 클러스터를 구축함.
- 현재 Standortagentur Tirol의 메카트로닉스 클러스터는 약 98개의 회원사로 구성되어 있으며, 스와로브스키 그룹 외에도 디지털 인쇄 업체, 내화 금속 폴리브덴 및 텅스텐을 생산하는 업체 등 기술 조직이 가입되어 있음.
 - 그 중 재생에너지 클러스터에는 풍력, 태양력 및 수력 전기의 세 가지 신재생 에너지를 활용하는 65개의 회원사로 구성되며, GE, 라이트너 그룹 등 가입



*자료 : 연구진 촬영

[그림 5-02] Standortagentur Tirol 인터뷰 모습

〈표 5-02〉 오스트리아 Standortagentur Tirol 개요

구분	내용	
기관명	• Standortagentur Tirol	
설립 년도	• 2007년 11월	
조직 성격	• 공공 기관	
연간 예산	<ul style="list-style-type: none"> • 7백만 유로 • 티롤 경제와 과학 발전을 위한 직접 자금으로 3백만 유로 사용 	
목표	<ul style="list-style-type: none"> • 티롤에서의 사업을 개발, 창업 및 운영하도록 지원함으로써 기존 사업장을 확보하고 새로운 일자리 창출 	
주요 업무	<ul style="list-style-type: none"> • 티롤 시장 경제에서의 네트워킹 강화 • 지식과 기술 이전의 증가 • 티롤 지역, 오스트리아 연방 및 유럽 연합의 과학 기술 프로그램에 참여하는 연구기관과 티롤 내 기업에 대한 자문 및 지원 • 미래지향적 기술에 관한 교육 프로그램 및 지속적인 교육 • 기술 마케팅 및 비즈니스 로케이션 마케팅 	
사업 분야	산업 부문	<ul style="list-style-type: none"> • 여가 확대 및 관광 산업 • 레크레이션 상품
	기술 부문	<ul style="list-style-type: none"> • 크리에이티브 상품 및 서비스 • 교육 및 훈련
	우선사업 부문	<ul style="list-style-type: none"> • 스포츠 활동 • 공공 보건 및 웰빙 • 호텔, 캠핑 등 숙박시설
	신사업 부문	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 및 환경 사업
사업별 클러스터	• 클러스터 재생에너지 티롤 (Cluster Reusable Energy Tirol)	
	• 클러스터 IT 티롤 (Cluster IT Tirol)	
	• 클러스터 생활과학 티롤 (Cluster Life Science Tirol)	
	• 클러스터 공학 티롤 (Cluster Mechanic Tirol)	
	• 클러스터 웰니스 티롤 (Cluster Wellness Tirol)	
조직도	 <pre> graph TD A[Standortagentur Tirol] --> B[Cluster Services] A --> C[Internal Affairs] A --> D[Business settlement & funding advice] </pre>	

*자료 : Standortagentur Tirol 제공 내부자료 참고 연구진 작성.

2) Standortagentur Tirol의 핵심 분야

» 핵심 기술 보유를 위한 분야 설정

- 기술, 건강 및 관광의 트라이앵글에서의 비즈니스와 과학 분야의 관련성은 지역 사업체와 연구 기관뿐만 아니라 관광객에게도 고품질의 웰니스를 경험할 수 있는 매력도를 증가시키는 역할을 함.
- 이러한 배경을 바탕으로 Standortagentur Tirol은 경제적·생태적·사회적 과제를 극복하고 고품질 비즈니스를 보장하는 매력적인 사업장으로 지역 비즈니스와 티롤을 강화하는 것을 목표로 핵심 분야에 초점을 맞춤.
 - "핵심 기술"은 티롤의 비즈니스 및 과학 환경에서 재료에 관한 기술, 위험 및 재난 관리, 나노 기술, 마이크로 및 나노 전자, 포토닉스, 재료·생명 공학 및 새로운 형태의 생산 등을 포함
- Standortagentur Tirol의 주요 분야는 다음과 같으며, 메디컬·헬스 관광 어플리케이션, 알파인 헬스 관광, 스파 시설 등 관광 분야를 포함하고 있음.

〈표 5-03〉 Standortagentur Tirol의 주요 서비스 분야

구분	내용
스마트 시티&에너지	<ul style="list-style-type: none"> • 도시 환경의 건물, 이동성, 인프라, 에너지 공급, 유통 및 저장, 계획 도구 및 비즈니스 모델을 위한 산업 간 솔루션 제공
스마트 빌딩	<ul style="list-style-type: none"> • 혁신적인 구성 요소 개발 및 전체 시스템 솔루션 및 건물 계획 착수 및 지원
바이오·의약 센터	<ul style="list-style-type: none"> • 생명 공학 및 의약품 연구 개발, 티롤 리서치 연구 및 의료 기술 분야 진출
메디컬 기술 이니셔티브	<ul style="list-style-type: none"> • 티롤에서 의료 기술을 향상시키기 위한 IT, 메카트로닉스 및 재료 과학 분야의 산업 간 협력
메디컬·헬스 관광 어플리케이션	<ul style="list-style-type: none"> • 기술, 건강 및 관광을 연결하여 새로운 제품, 서비스 및 비즈니스 모델과 새로운 형태의 부가가치 및 혁신 창출
오픈 데이터 소스	<ul style="list-style-type: none"> • 오픈형 데이터 및 지리 데이터를 사용하여 새로운 비즈니스 및 협력 모델 구축
디지털 연계 시스템 (Industry 4.0)	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 시스템 및 산업 4.0을 연결하여 제조, 에너지 및 운송강화
재료 기술	<ul style="list-style-type: none"> • 3D 인쇄, 경량 구조 및 표면 코팅에 대한 워크샵, 정보 및 전문가 이벤트 및 고수익 제품 분별
알파인 헬스 관광	<ul style="list-style-type: none"> • 관광 잠재력을 의학 및 건강 과학과 결합하여 및 보완 • 웰니스관광 확산을 위한 셀링 포인트를 창출하는 새로운 서비스
2차 헬스케어 시장	<ul style="list-style-type: none"> • 비즈니스 전략, 연구 개발, 협력 비즈니스 모델, 현대 기술 배치 및 새로운 가치 사슬 설정을 통해 2 차 의료 시장에서의 기업 지원
스파 시설	<ul style="list-style-type: none"> • 스파 시설 개선으로 운영비용 절감 • 신체적 제한이 있는 관광객이 편리하게 이용할 수 있는 시설 제공

*자료 : Standort-tirol 공식 누리집(standort-tirol.at/page.cfm?vpath=index).

- 특히, 티롤은 과학과 기술을 동력으로 하여 지구 기후 변화, 에너지와 식량 부족, 사회 안정 등의 문제까지도 고려하고 있으나, 혁신적인 기술과 제품만으로는 지역의 장기적인 성공을 보장할 수 없음을 인지하며 관광산업에 주목함.
 - 메디컬·헬스 관광 어플리케이션, 알파인 헬스 관광, 스파 시설 등에 주목

» 웰니스관광과 관련된 핵심 서비스 분야

- 메디컬·헬스 관광 어플리케이션은 관광 및 우수한 의료 인프라에 대한 높은 수준의 전문성을 갖춘 티롤의 건강관리, 의학 및 관광 간의 연계를 강화할 수 있는 기회를 제공하기 위해, 클러스터 회원 기관들과 협력하여 티롤의 메디컬·헬스 관광 잠재력을 분석함.
 - 웰니스 클러스터와 연계한 메디컬·헬스 관광을 위한 프로젝트 착수
 - 클러스터 간 파트너십을 기반으로 제품 개발에 대한 지원이 이루어지고 있으며, 타 지역의 사례를 경험하기 위해 메디컬·헬스 관광 분야의 국제 네트워크 및 협력 통합
- 알파인 헬스 관광 분야에서는 천연 자원과 웰니스 환경을 보유하여 많은 잠재력을 지닌 티롤의 알파인 헬스 관광을 위한 이상적인 관광목적지로의 정체성을 확립할 수 있도록 노력함.
 - 티롤의 스파 관광을 통해 자연환경 잠재력을 활용하기 시작
 - 기존의 의학 및 건강 과학과 결합 할 수 있는 새로운 형태의 스파 관광 및 클래식 관광 컨셉을 확장함으로써 웰니스관광 산업에서 독특한 셀링포인트 창출



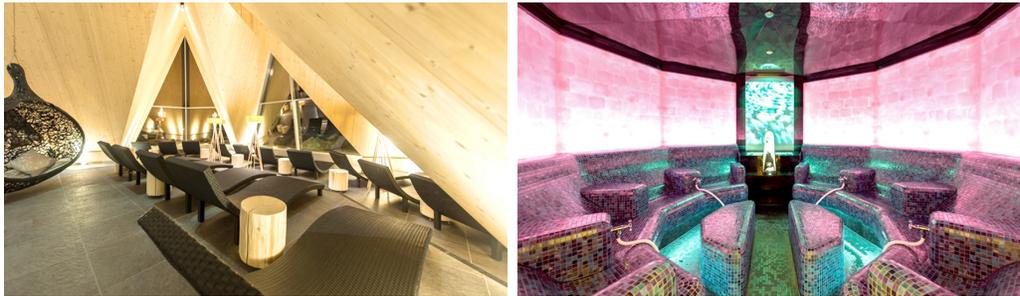
*자료 : Tyrol.tl(tyrol.tl/en/top-seasons/your-summer-holiday.html).

[그림 5-03] 오스트리아 티롤 알파인 헬스 관광 관련 사진

- 티롤의 스파 시설은 냉난방, 습도 및 습기를 동시에 처리하는 환기 및 에너지 절약 솔루션 등 복잡하고 다양한 기반 시설이 요구되며, 서비스의 특성상

고객의 높은 기대를 만족시켜야 함.

- Standortagentur Tirol 클러스터의 연구 파트너는 신재료 사용, 에너지 효율성, 인구통계학적 변화, 웰니스에 대한 의식 변화 및 스파 품질 기준 향상과 같은 주제에 집중
- 궁극적으로 스파 시설의 효과를 높이고 운영비용을 줄이면서, 신체적 제한이 있는 사람들도 쉽게 이용할 수 있는 서비스를 제공하기 위해 노력



*자료 :premiumeurope 누리집
(mypremiumeurope.com/luxury-spa-hotels/austria/aqua-dome-tyrol.htm).

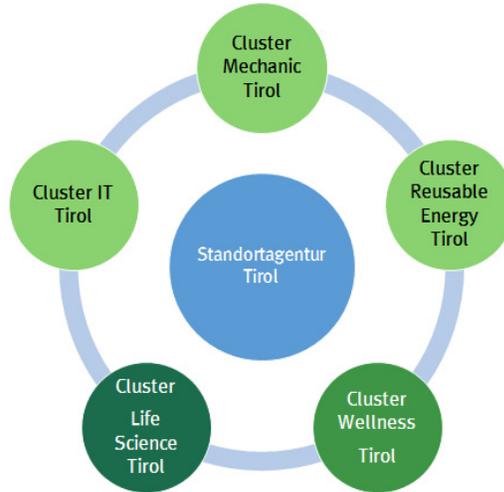
[그림 5-04] 티롤 지역의 스파 시설 모습

다. 티롤리안 클러스터 (Tyrolean Clusters) 구축

» 티롤리안 클러스터의 목표

- Standortagentur Tirol은 회원들이 혁신적인 기술을 향상시키고 경쟁에서 우위를 선점할 수 있도록 분야별 클러스터를 구축함.
- 티롤리안 클러스터는 신제품 및 서비스로 혁신을 창출하고 클러스터 멤버의 비즈니스 및 R&D 역량을 강화하며 티롤의 지식과 가치 사슬을 국가 간 산업 경제 영역으로 확대하는 것을 목표로 설정함.
- 이를 위해 클러스터 회원사가 새로운 파트너 탐색, 전문 지식과 새로운 기술의 습득, 혁신적인 사업모델을 개발하여 시장에서 경쟁 우위를 확보하고 새로운 시장에 진입하는데 필요한 모든 작업에 필요한 적절한 도구를 티롤리안 클러스터 서비스를 통해 제공하는 것을 목표로 함.
- 티롤리안 클러스터는 재생에너지 관련 클러스터인 ‘Cluster Reusable Energy Tirol’, IT기술 관련 클러스터인 ‘Cluster IT Tirol’, 과학을 활용한 생활문화의 확립을 위한 ‘Cluster Life Science Tirol’, 공학과 관련된 ‘Cluster Mechanic

Tirol', 마지막으로 앞서 언급한 4가지 클러스터의 기술과 지식을 집약적으로 반영할 수 있는 'Cluster Wellness Tirol' 등의 5가지 분야의 클러스터를 구축함.



*자료 : 연구진 작성.

[그림 5-05] Standortagentur Tirol의 5가지 클러스터

» Standortagentur Tirol의 클러스터 서비스

- Standortagentur Tirol의 클러스터 서비스는 기업과 과학 간의 네트워크에 중점을 두어 가능한 한 많은 지식과 기술 이전을 가능하게 함.
 - 클러스터 회원 및 업계는 추가 가시성 확보를 통해 Standortagentur Tirol이 정기적으로 실시하는 국내 및 국제 로케이션 마케팅 혜택을 받음.
 - 클러스터 구성원은 모듈 원칙에 따라 필요한 클러스터 서비스를 간단하게 선택

〈표 5-04〉 Standalagentur Tirol 클러스터 서비스

구분	내용
협력	• 기업의 혁신과 시장 리더십을 위한 네트워크에서 네트워크로의 능동적인 노하우 이전
역량 강화	• 클러스터 멤버의 직원을 위한 맞춤형 전문 교육 실시
정보	• 현재 가능한 일과 앞으로 가능한 일에 대한 정보 공유 • 지역적 또는 국제적으로 다른 산업 및 과학 분야의 정보 공유
국제화	• 새로운 시장 진입을 위한 지식과 기술 향상 지원
마케팅	• 클러스터 서비스를 통한 클러스터 멤버의 제품과 서비스 홍보

*자료 : Standort-tirol 공식 누리집(standort-tirol.at/page.cfm?vpath=index).

1) 클러스터 웰니스 티롤 (Cluster Wellness Tirol)

» 특징

- 클러스터 웰니스 티롤은 수십 년 간 티롤이 축적해온 관광 분야의 전문 지식과 메가트렌드인 웰니스의 결합을 구현한 클러스터로 Best Alpine Wellness Hotels Austria, Physiotherm, Stanglwirt 등 120 여개의 기업이 구성원으로 참여함.
- 클러스터 웰니스 티롤은 웰빙과 육체적, 정신적 웰니스에 대한 소비자의 지속적인 니즈를 지역의 자연자원과 연계하여, 종합적인 웰니스 서비스를 제공함을 목표로 함.

〈표 5-05〉 클러스터 웰니스 티롤 개요

구분	내용
목표	<ul style="list-style-type: none"> • 웰니스에 대한 고객 니즈와 지역의 자연관광자원을 연계한 종합 서비스 제공 • 지역의 지속적인 성장 도모
주요 부분	<ul style="list-style-type: none"> • 알파인 헬스 관광, 헬스케어 마켓, 스파 관광, 메디컬 관광 • 스파 시설 개선
위원회 구성	<ul style="list-style-type: none"> • 웰니스 클러스터 티롤이 정기적으로 자문 위원회 개최 • 웰니스 호텔 매니저, 연구원, 교수, 저온 기술 과학자 등 여러 분야 전문가로 구성

*자료 : Standort-tirol 공식 누리집(standort-tirol.at/page.cfm?vpath=index).

- 또한, 웰빙과 알파인 헬스 관광, 헬스케어 마켓, 스파 관광, 메디컬 관광을 4개의 주요 서비스 분야로 선정하였으며, 세부 내용은 다음과 같음.

〈표 5-06〉 클러스터 웰니스 티롤의 서비스 분야

구분	내용
알파인 헬스 관광	<ul style="list-style-type: none"> • 겨울 스포츠를 즐길 수 지역적 자연환경의 보유로 알파인 헬스관광의 이상적 장소로 적극 활용 • 스파 관광과 일반 관광의 개념을 확장 및 연계하여 새로운 서비스 영역으로 확장
헬스케어 마켓	<ul style="list-style-type: none"> • 웰니스 클러스터의 중요 파트너인 개인이나 소기업 등 작은 규모의 조직 대상 • 사업 전략, 웰니스관광 마케팅, 연구 및 개발, 기술 교육 등을 통한 경쟁력 강화
스파 관광	<ul style="list-style-type: none"> • 스파 시설에 필요한 기술적 서비스 제공 (신소재 개발 및 비용 절감 효과) • 인구 특성, 웰니스 개념에 대한 소비자의 인식 변화 등에 대한 연구 진행 • 신체적 제약이 있는 관광객들을 위한 서비스 제공 • 생활 과학 클러스터와 협업 진행
메디컬 관광	<ul style="list-style-type: none"> • 헬스, 의약품, 관광을 연계한 새로운 모델 제시 • 생활 과학 클러스터와의 지속적인 협업을 통한 메디컬 관광 프로젝트 진행 (상품 개발 및 인프라 포함) • 국제 협력 네트워크 참여

*자료 : Standort-tirol 공식 누리집(standort-tirol.at/page.cfm?vpath=index).

- 티롤 웰니스 클러스터는 회원들에게 박람회, 선진 견학 등과 관련한 정보를 제공하고, 관련 동향 숙지를 위한 워크숍을 개최하기도 함.



*자료 : Standortagentur Tirol 제공 내부자료.

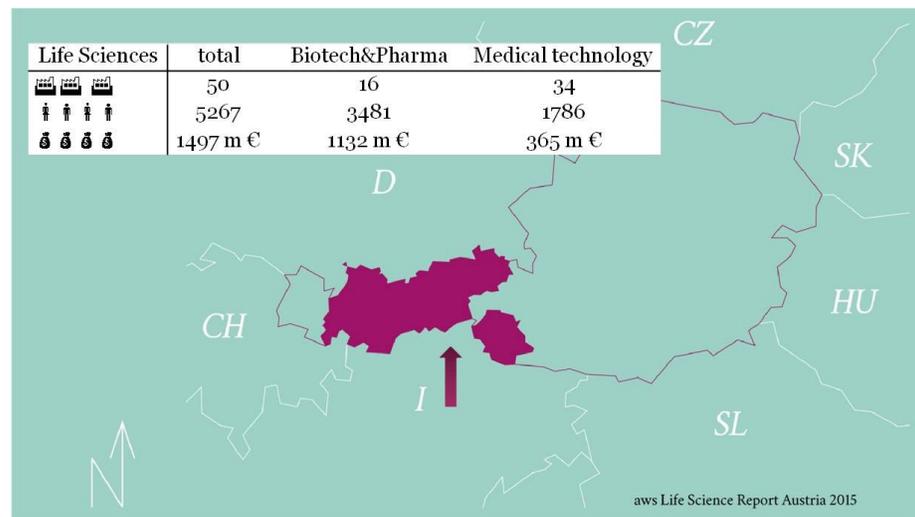
[그림 5-06] 웰니스 클러스터 티롤 활동 모습(박람회, 워크숍 개최)

- 스트레스의 의식적인 감소와 건강에 관한 의식 함양을 촉진하는 서비스를 통해 관광객뿐만 아니라 클러스터 웰니스 티롤에서 근무하는 하는 직원들도 그들의 잠재력을 극대화 할 수 있도록 함.
 - 경쟁 요소로서 웰니스와 건강의 중요성이 날로 커짐에 따라 직장 환경에서의 웰니스에 관심
- 클러스터 웰니스 티롤의 서비스를 통해 티롤로 휴양을 오는 오스트리아 내국인 관광객과 외국인 관광객은 티롤의 자연 환경을 활용한 겨울 스포츠 및 산악 활동과 동시에 스파 케어를 포함한 전문적인 헬스케어 서비스를 받을 수 있음.
 - 기업, 대학, R&D 기관과 관광을 기술을 매개로 결합하여 고유한 제품과 서비스를 창출
- 또한, 티롤은 시장과 지역 간의 글로벌 경쟁에서 생존하기 위해 기술적·경제적 여건과 함께 시너지를 내는 웰니스관광지로서 끊임없는 기술 개발이 이루어지는 지역으로 변모함.

2) 생활과학 클러스터 티롤 (Life science Cluster Tirol)

- 생활과학 클러스터 티롤은 웰니스산업과 밀접한 관련이 있는 클러스터로, 티롤에 위치한 대학교와 연구소에 의해 급격한 성장세를 보이며, 기업과 연구조직 간 긴밀한 협력관계를 구축함.

- 생활과학 클러스터 티롤은 바이오메디칼 엔지니어링, 뉴로사이언스(신경변성 질환, 신경세포 신호 등), 면역학 및 염증(혈관 노화, 뇌졸중 연구), 종양학(다발성 골수종, 전립선 암, 유방암 등)의 분야에 중점을 둠.
- 티롤 생활과학 클러스터는 혁신 향상과 기업·지역 경쟁력 향상 촉진을 위해 생명과학 분야에서 최고 수준을 보여주는 연구 기관들을 티롤 지역에 유치하여 클러스터 구성원과의 연계를 장려함.
- 실제 클러스터 사업과 이론상의 격차를 줄이고, 모든 구성원간의 레버리지 효과를 창출해 내기 위한 일환으로 규제 문제에서는 적극적인 지원으로 생의학·의료 기술 향상을 도모하며, 스타트업 기업에게는 최대한의 지원을 제공함.
- 또한, 기업가 정신을 장려하기 위해 티롤 내 대학교와 긴밀한 관계를 유지하는 동시에 Medtech Index를 활용하여, 트렌드 및 웰니스 시장 전망 예측과 국제 박람회 및 컨퍼런스에서의 전시 업체를 지원함.
- 생활과학 클러스터는 IT 클러스터, 웰니스 클러스터와 함께 학제적인 연구를 진행하여 시너지 효과를 창출함.



*자료 : Standortagentur Tirol 제공 내부 자료.

[그림 5-07] 생활과학 클러스터 티롤의 회원 분포도

라. Standortagentur Tirol 혁신 서비스 지원 프로그램

- Standortagentur Tirol은 공공 비즈니스 촉진 에이전시를 표방하며 다음과 같은 목표를 설정함.
 - 1. 각 분야의 구성원들이 성공적으로 성장할 수 있는 전문 지식과 조언 제공
 - 2. 혁신, 성장, 위치 개발 및 마케팅에 관한 모든 서비스 제공
 - 3. Standortagentur Tirol은 구성원이 기업 및 연구소의 성장과 스타트업의 창업 프로젝트를 지원하여, 오스트리아 국내 및 글로벌 네트워크를 구축하는 데 도움이 되는 통합 서비스 제공
- Standortagentur Tirol 회원사의 혁신 교육을 담당하는 ‘IMP³rove’는 유럽피안 혁신 매니지먼트 아카데미로, 혁신을 새로운 제품·서비스·프로세스·조직·시장에 처음 소개되는 성공적인 비즈니스 모델의 자양분으로 정의함.
- ‘IMP³rove’는 약 10년 동안 티롤 지역의 공공 및 민간 조직의 성장을 위한 혁신 경영 관행을 개선하고 향상시키는 데 큰 역할을 해옴.
- 유럽 집행위원회(European Commission)의 주력 프로그램인 ‘IMP³rove’에서 탄생한 기업들은 현재 혁신적인 관리 지원 서비스를 제공하는 국제적인 지식의 허브 역할을 하는 조직으로 성장함.
- ‘IMP³rove’는 자체적으로 시행하는 평가 과정을 통해 티롤에서 시작하는 스타트업부터 성장 기업 등 넓은 범위의 회원사들의 혁신을 이끌어 냄.



*자료 : Standortagentur Tirol 제공 내부 자료.

[그림 5-08] ‘IMP³rove’를 통한 기업 평가 과정

2. 티롤 아쿠아돔 (Aqua Dome)

» 개요

- Standortagentur Tirol의 대표 시설인 아쿠아돔(Aqua Dome)은 랑켄펠트(Längenfeld) 지역에 위치한 Standortagentur Tirol 클러스터의 다양한 네트워크 웰니스 기술이 구현된 시설로 티롤 지역의 대표적인 현대식 스파임.
- 2004년 10월 설립 이후 2012년 규모를 확장하여 50,000m²의 규모를 보유하고 있으며, 약 220여 명이 고용되어 있음.

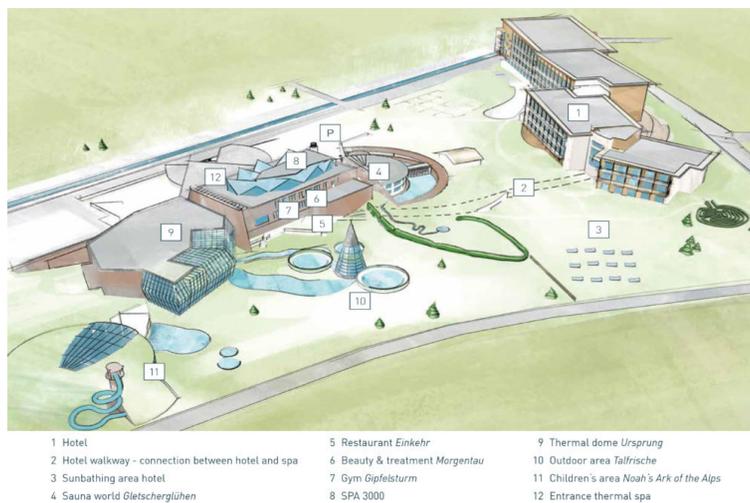
〈표 5-07〉 아쿠아돔(Aqua Dome) 개요

구분	세부사항
개업일	<ul style="list-style-type: none"> 2004년 10월 1일
확장	<ul style="list-style-type: none"> 호텔 확장, SPA 3000: 2012년 12월
위치	<ul style="list-style-type: none"> Längenfeld, in the centre of the Tyrolean Ötztal valley
교통편	<ul style="list-style-type: none"> 자동차: 12 고속도로, Ötztal 출구 기차: Ötztal Bahnhof(가장 가까운 기차 역) 버스: Längenfeld(가장 가까운 역) 비행기: Innsbruck(가장 가까운 공항), Munich(독일)
온천수	<ul style="list-style-type: none"> 1,865미터 지하수로 26.7°C의 수온을 가진 온천수
운영	<ul style="list-style-type: none"> VAMED가 처음 시설을 오픈
고용	<ul style="list-style-type: none"> 약 220명
규모	<ul style="list-style-type: none"> 50,000m²
호텔	<ul style="list-style-type: none"> 200개의 객실
MICE 세미나 관광	<ul style="list-style-type: none"> 800명을 수용할 수 있는 세미나 장비 구비
온천 스파	<ul style="list-style-type: none"> Ursprung spa dome, Talfrische outdoor spa
사우나	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 사우나 시설이 있는 2,000m² 이상 규모의 사우나
푸드 & 드링크	<ul style="list-style-type: none"> 250 좌석이 마련된 스파 레스토랑, Einkehr 마켓 레스토랑, Mammutbar, Hitzeschmankerl 사우나 레스토랑
피트니스 센터	<ul style="list-style-type: none"> 에어로빅, 스피닝 등의 다양한 프로그램 운영
뷰티 & 스파	<ul style="list-style-type: none"> 17개의 트리트먼트 룸이 구비, 얼굴과 바디 케어, 마사지 등 다양한 프로그램 운영
SPA 3000	<ul style="list-style-type: none"> 호텔 숙박객을 위한 웰빙 스파 콤플렉스
주변 관광지	<ul style="list-style-type: none"> 스키 리조트 하이킹 코스 산악 자전거 투어 레프팅, 급류 타기 등의 실외 활동

*자료: 아쿠아돔 제공 내부자료.

» 아쿠아돔의 웰니스 스파 시설

- 눈 덮인 외츠탈알프스(tztal Alps)로 둘러싸인 야외 스파로 유명하며, 비행접시 모양의 세 개의 풀은 각기 버블, 솔트, 파도 풀을 형성하고 있으며 야간에는 온천수의 수증기와 조명을 받은 아쿠아 돔이 어우러져 색다른 웰니스 경험을 제공함.
 - 입욕 후에는 로프트사우나(loft sauna), 캐년사우나(canyon sauna), 얼음동굴(cold ice grotto), 각종(mist, rain, waterfall) 샤워가 있는 사우나존 이용 가능
- 최근 리모델링을 마친 프리미엄 스파동(rooftop spa zone)에서는 외츠탈 계곡과 숲에서 나는 각종 허브와 꽃을 이용한 사우나와 마그네슘, 셀레늄이 포함된 미네랄 사우나, 쿨스톤, 핫스톤, 워터테라피 등 다양한 트리트먼트가 제공됨.
- 사우나는 7개 종류의 사우나 시설로 구분되어 있으며, 워터베드와 휴식 공간이 갖추어져 있어 휴식을 취하기에 좋으며, 알프스의 풍경을 사우나의 내부와 외부에서 모두 감상 할 수 있음.
 - 아쿠아돔의 온천수는 지하 1,865미터 지하수로 26.7℃의 온도를 유지하며, Ursprung spa dome, Talfrische outdoor spa 등 두개의 야외 활동을 위한 시설 보유
- 온천 스파는 tztal의 L ngenfeld 지하 6,000피트 이상에서 104°F의 온도로 유지되며, Thermal Sap Dome, Basin pools, River basin, Sport pool 로 구성됨.



*자료 : 아쿠아돔 제공 내부자료.

[그림 5-09] 아쿠아돔 시설 조감도

- 스파 레스토랑은 셀프 서비스와 웨이터 서비스 두 가지 서비스로 구분되어 있으며, Einkehr 마켓 레스토랑은 뷔페 레스토랑, 음료와 스낵을 즐길 수 있는 Mammutbar, Hitzeschmankerl 사우나 레스토랑이 있음.
- 피트니스는 아침 8시부터 밤 10시까지 매일 운영되며 호텔 게스트는 무료로 피트니스 센터를 이용할 수 있음. 또한, 피트니스 트레이너가 실내외에서 여름이나 겨울에 상관없이 다양한 수업을 제공하며, 운동 검사, 개인 훈련 등 다양한 코스를 운영함.

〈표 5-08〉 아쿠아돔의 대표 웰니스 시설 및 웰니스 프로그램

구분	웰니스 시설	웰니스 프로그램		
사우나	<ul style="list-style-type: none"> • Loftsauna • Schluchtedsauna • Erdsauna • Heustadlsauna • Soledampfbad • Krauterba이 • Dampfdom 	아웃도어 프로그램	여름	<ul style="list-style-type: none"> • 하이킹 • 클라이밍 • 자전거 • 노르딕 워킹
온천 스파	<ul style="list-style-type: none"> • 요일 별로 이벤트를 준비하여 운영 • Ladis Monday • Sauna Sunday & Sauna Tuesday • Sauna Breakfast • Every Friday : Moonlight Bathing • Bathe & Lunch 		겨울	<ul style="list-style-type: none"> • 스키 & 스노우 보드
피트니스	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cardio-Check ▪ Cardio-Check with Lactate ▪ Power Measurement ▪ Fit-Check ▪ Fit-Check with Lactate ▪ Personal Training ▪ Power Plate 	스파 트리트먼트 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> • Classic Massages • Special Massage • Regional recommendation • Feel-good treatment • Thai massage • Couple treatment • Men special • Trehs treatment • Bath ceremonies • Anti-cellulite treatment • Cosmetic • Face, Hands & feet • Aesthetic packages • Energy treatment • Togetherness in the SPA suite 	

*자료 : 아쿠아돔 제공 내부자료 참고 연구진 작성.

» 아쿠아돔의 아웃도어 프로그램

- 아쿠아돔 아웃도어 프로그램 중 여름 아웃도어 프로그램은 하이킹, 클라이밍, 자전거, 노르딕 워킹 프로그램 등이 있으며, 겨울 아웃도어 프로그램은 스키와 스노우보드 등의 프로그램을 운영함.
- 또한, 아쿠아 돔이 위치하고 있는 외츠탈 계곡은(Otztal Valley) 익스트림 스포츠의 메카이기도 하여, 카약, 락클라이밍, 바이크 등 종목별로 매달 5~6개 등 1년에 60개가 넘는 익스트림 대회가 지속적으로 개최됨.
- 주변 관광지로는 S lden-Hochs lden 스키 리조트를 셔틀 버스를 통해 쉽게 이 동할 수 있으며, tztal 지역의 산과 계곡을 하이킹, 산악자전거 투어, 레프팅, 급류타기 등의 레포츠를 즐길 수 있음.

〈표 5-09〉 아쿠아돔의 하이킹 아웃도어 프로그램

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일
프로그램	Nature experience Piburg lake!	Devilish outlooks!	Hut hike to Nisslalm	Alpine panorama breakfast	Nordic walking	Tirol's highest waterfall!
시간	10:00-14:00	11:30-14:00	12:30-15:30	8:30-12:30	10:30-11:30	10:00-14:30
소요시간	2.5시간	2시간	3.5시간	1시간	-	3시간
거리	400m	250m	500m	300m	-	450m
세부사항	랜드마크인 Piburg lake를 돌아보는 프로그램	Ache river를 돌아보는 프로그램	해발 2,054m에 위치한 Nisslalm을 돌아보는 프로그램	아침 일찍 산에 올라가서 아침 식사를 하며 경관을 감상하는 프로그램	Ötztaler의 신선한 산 공기를 마시면서 Nordic walking을 즐기는 프로그램	Stuben Falls라는 수미터 높이의 폭포를 감상하는 프로그램
난이도	하	하	중	하	하	중

*자료 : 아쿠아돔 제공 내부자료 참고 연구진 작성.

» 아쿠아돔의 스파 트리트먼트 프로그램

- 아쿠아돔에서는 다양한 스파 트리트먼트 프로그램을 경험할 수 있으며, 2012년 12월부터 시작된 SPA 3000은 프리미엄 구역으로 호텔 투숙객이 이용할 수 있는 웰니스 스파 콤플렉스로 2,000m²의 규모임.
- Alpine herb sauna, herbal pack bath, gentian pool, Ötztal crystal bath, mineral staging, couple treatment room, Hochsitz barFinnish sauna 등의

사우나 시설 보유

- 아쿠아돔은 가족단위 관광객을 위한 “Alpen Arche Noah”이라는 어린이 전용의 안전한 공간이 스파존과 분리되어 있어 다양한 형태의 물놀이가 가능하도록 하였으며, 여름과 겨울 시즌 아웃도어 프로그램과 스파 트리트먼트 프로그램을 운영하고 있음.
- 뷰티&스파 트리트먼트 프로그램은 17개의 트리트먼트 룸에서 이루어지며, 얼굴 관리, 바디케어, 마사지, 안티 스트레스와 같은 남성 스페셜 프로그램 등의 트리트먼트 프로그램을 운영함.

» 아쿠아돔의 1Day Spa 프로그램

- 아쿠아돔은 Standortagentur Tirol의 대표 웰니스 시설로 방문객들을 위한 1Day 웰니스 프로그램 만들어 각 섹션에 맞는 체험 프로그램을 관광객들에게 제공함.

〈표 5-10〉 아쿠아돔의 지역특산물을 활용한 웰니스관광 체험 상품

구분	내용
ÖTZTAL SHEEP'S WOOL COCOONING	• 티롤 지역의 소나무와 고산 장미의 초본 혼합물이 함유된 순 양의 양모와 양털로 된 작은 공을 이용한 마사지 (126유로, 50min)
TYROLEAN HONEY MASSAGE	• 티롤에서 채취되는 꿀-생강-오일과 특별한 마사지 꿀을 이용한 전신 마사지 (99유로, 50min)
MOON WOOD RELAX MASSAGE	• 파인 우드 오일을 활용한 마사지 (94유로, 50min)
ÖTZTALER" STONE MASSAGE	• Öztaler Ache 강에서 채취 한 돌을 전신에 올려 놓는 마사지 (99유로, 50min)
FULL MOON WOOD TREATMENT	• 소나무, 편안한 월플 욕조, 월 우드 마사지 및 산 파인 오일과 "소나무 우유"가 함유 된 바디 마사지 (169유로, 110min)



*자료 : Standort-tirol 공식 누리집(standort-tirol.at/page.cfm?vpath=index).

〈표 5-11〉 아쿠아돔이 제안하는 1Day 웰니스 스파

구분		내용
9:00 AM	Good. Appetite.	<ul style="list-style-type: none"> 건강하고 가벼운 식단으로 이루어진 뷔페에서 하루 시작 오스트리아에서 생산한 스파클링 와인 시음
11:00 AM	Immerse. Submerge.	<ul style="list-style-type: none"> 아쿠아돔의 대표 스파 시설인 버블, 솔트, 파도 풀에서의 수영과 휴식
1:00 PM	Healthy. Sweating.	<ul style="list-style-type: none"> 로프트사우나(loft sauna), 캐년사우나(canyon sauna), 얼음동굴(cold ice grotto) 등 아쿠아돔 사우나존에서 스팀 사우나 체험
3:00 PM	Deep. Relaxation.	<ul style="list-style-type: none"> 숙소에서 휴식
4:00 PM	Let Go. Release.	<ul style="list-style-type: none"> 아쿠아돔이 제공하는 20여 종류의 스파 마사지 체험
6:00 PM	Appetite. Satisfaction.	<ul style="list-style-type: none"> 아쿠아돔 대표 음식인 아쿠아돔 버거와 계절 야채로 만든 샐러드 사우나 레스토랑인 "Bistro Hitzeschmankerl"에서 보다 가벼운 음식 섭취 SPA 3000의 Bar Hochsitz는 호텔 투숙객과 당일 방문객을 위해 독점적으로 제공되며, 세련된 스파와 Längenfelder 수영장의 조용한 곳에서 건강에 좋은 음식과 신선하게 준비된 음료를 벽난로에서 즐김
9:00 PM	Starry skies. Enjoyment	<ul style="list-style-type: none"> 온천수의 수증기와 조명으로 색다른 분위기를 자아내는 아쿠아돔 풀에서 스파



*자료 : 아쿠아돔 누리집(aqua-dome.at/en).

3. 기타 티롤 지역의 웰니스 관련 시설

가. 웰니스 공원

» Medrigalm 웰니스공원

- 티롤 지역의 Paznaun Valley에 자리 잡은 Medringalm Wellness Park에서는 1,800m 높이에서 Kneipp 워터테라피, 발목 높이의 수변공간, 맨발 산책길 등의 시설을 체험할 수 있음.
- 이 곳을 방문한 모든 사람에게 무료로 공개되며, 두 개의 Kneipp 시설, 맨발 산책로, 미네랄이 함유된 샘물, 돌과 광물의 결정체가 있는 공간, 크로모테라미 공간, 사운드 실린더 스톤 서클 등과 같은 체험이 가능함.
- Wellnesspark Medrigalm는 12 별자리 그림과 이 지역에서 채취되는 돌(미네랄 치유력 보유)을 모티브로 하여 공원 디자인과 표지판을 구성함.
- Medringalm Wellness Park에서 특별한 장소 중 하나는 크로모테라피라고도 불리는 컬러테라피 공간으로, 모든 색깔의 에너지가 여러 차원에서 우리에게 어떤 영향을 미치는지 확인 할 수 있는 공간을 마련하였으며, Paznaun Valley의 첫 번째 빌리지 리조트인See의 중심부에서 곤돌라로 쉽게 이동 가능함.
- 티롤의 알프스 산맥에 위치한 Medrigalm은 케이블카를 통해 편리하게 시내 중심가에 도착할 수 있으며, 이러한 지리적 여건 때문에 하이킹을 시작하기에 이상적인 출발점이기도 함.
- 티롤 (Tyrol)의 독특한 웰니스 파크를 찾는 웰니스관광객은 휴식과 명상을 통해 몸과 정신의 균형을 이룰 수 있음.



*자료 : Holidays in See Region(see.at/en/active/adventure-outdoor/wellnesspark).

[그림 5-10] Alpine Wellnesspark Medrigalm 시설 및 모습

나. 웰니스관광 숙박 시설 사례

» 로맨틱 호텔 솔로스 피클란 (Romantik Hotel Schloss Pichlarn)

- 로맨틱 호텔 솔로스 피클란(Romantik Hotel Schloss Pichlarn)은 1009년부터 운영된 1000년 이상의 역사를 가진 호텔로, 성의 소유주에 따라 지속적으로 확장되었음.
- 호텔은 알프스의 전망을 볼 수 있는 96개의 객실과 스위트룸, 6개의 레스토랑 및 바를 운영하고 있으며, 전용 스파가 있는 스위트룸 이용 가능함.
- 18홀 골프 코스와 4,500㎡ 규모의 스파, 2,000㎡ 이상 규모의 사우나 시설을 보유하여 실내에서 다양한 활동을 즐길 수 있음.
- 주변의 관광지로는 중부 유럽에서 가장 큰 산 Adamont Abbey, 세계에서 가장 큰 수도원 도서관, 유서 깊은 마을 Pürgg가 있음.
- 또한, 5개의 하이킹 및 스키 지역이 있어 야외 스포츠를 즐길 수 있으며, 호텔 내에서는 피트니스와 골프, 테니스 코트, 비치 발리볼 코트를 운영하고 있어 골프, 테니스, 비치 발리볼을 즐길 수 있음.

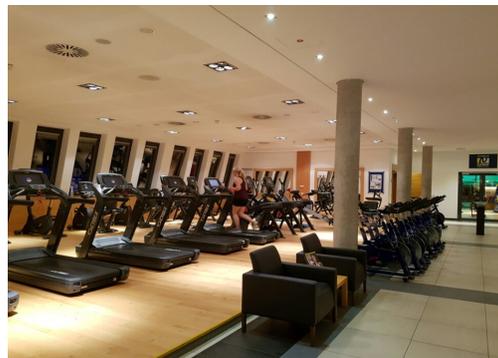
〈표 5-12〉 Romantik Hotel Schloss Pichlarn 개요

구분	세부사항
개업일	▪ 1009년
위치	▪ Styria, Austria
교통편	▪ 자동차: A10, Altenmarkt 출구 ▪ 기차: Austrian ÖBB Stainach-Irdning역 ▪ 비행기: Salzburg & Graz 공항 ▪ 공항과 기차역에서 셔틀 서비스 제공
호텔	▪ 96개의 객실
골프 코스	▪ 18홀 골프 코스
스파	▪ 4,500㎡규모의 스파
스포츠 & 피트니스	▪ 피트니스와 액티비티 프로그램 운영
푸드 & 드링크	▪ 6개의 레스토랑 및 바 운영
주변 관광지	▪ Adamont Abbey ▪ 세계에서 가장 큰 수도원 도서관 ▪ 유서 깊은 마을 Pürgg

*자료: 로맨틱 호텔 솔로스 피클란 제공 내부 자료.



로만틱 호텔 솔로스 피크란의 웰니스 관련 시설



아쿠아돔의 웰니스관련 시설

*자료 : 연구진 촬영

[그림 5-11] 로만틱 호텔 솔로스 피크란과 아쿠아돔의 웰니스 관련 시설

II 해외 웰니스산업 관련 기관

1. 국제스파협회 (ISPA, International SPA Association)

가. 국제스파협회 (ISPA) 개요

» 국제스파협회 (International SPA Association) 소개

- 1999년 70개국 이상에 건강 및 웰니스 시설과 서비스 제공 업체를 대표하는 스파 전문 조직으로 스파 업계의 교육 및 연구 수요에 부응하기 위해 창설됨.
- 새롭고 혁신적인 방법을 사용하여 전 세계 공동체에게 치유의 손길을 넓히고 장려하기 위해 노력하며, 미래 지향적인 개인 및 조직을 지원하고 자금을 지원하여 건강과 웰니스를 향상시킬 수 있는 새로운 계획을 수립하는 것을 목표로 함.
- ISPA는 스파 체험의 가치를 높이고 개선하기 위한 미션과 건강과 웰빙 문화를 유지하기 위한 고급 스파 문화를 비전으로 설립되었음.
- 또한, 스파 산업의 교육원으로서 기초를 구축하고 재단을 지속적으로 유지할 수 있는 기금을 형성하며 스파 산업과 관련된 검증할 수 있는 명확한 연구의 확립을 목표로 함.
- 신체적인 건강, 건강 관리, 전문 스파 서비스 증진을 통한 공중 보건의 발전과식이 요법, 스파 서비스, 교육 프로그램, 장학 프로그램을 통해 생활 방식·건강 증진과 관련된 전문적인 연구에 참여하고, 전문 스파 서비스, 의료 및 웰빙 서비스, 대체 치료법, 관련 교육 프로그램의 품질을 향상을 목표로 함.



*자료 : ISPA 누리집(experienceispa.com).

[그림 5-12] 국제스파협회(ISPA)의 교육기관 로고(좌) 및 장학금 수여(우)

- 새로운 아이디어에 개방적인 리더십, 윤리적이고 정직하며 신뢰할 수 있는 행동을 통한 청렴성, 사회 및 환경 복지 증진, 전문적인 스파 관리를 위한 노력을 핵심가치로 삼고 있음.

〈표 5-13〉 국제스파협회 (ISPA) 개요

구분	내용
기관	<ul style="list-style-type: none"> • Interantioanl SPA Association 
설립 년도	<ul style="list-style-type: none"> • 1999년
미션	<ul style="list-style-type: none"> • 스파 체험의 가치를 높이고 개선함
비전	<ul style="list-style-type: none"> • 건강과 웰빙 문화를 유지하기 위한 고급 스파 문화
목적	<ul style="list-style-type: none"> • 신체적 건강, 의료 및 건강 관리, 전문 스파 서비스 증진을 통한 공중 보건의 발전 • 신체 적합성, 식이 요법, 스파 서비스, 교육 프로그램, 장학 프로그램을 통해 생활 방식 및 건강 증진과 관련된 전문적인 연구에 참여, 장려, 제공 • 전문 스파 서비스, 의료 및 웰빙 서비스, 기존의 보완 대체 치료법, 관련 교육 프로그램 등의 품질을 향상시키고 이용 가능성을 높이고자 함.
핵심가치	<ul style="list-style-type: none"> • 새로운 아이디어에 개방적인 리더십 • 윤리적이고 정직하며 신뢰할 수 있는 행동을 통한 청렴성 • 사회 및 환경 복지 증진 • 전문적인 스파 관리를 위한 노력
목표	<ul style="list-style-type: none"> • 스파 산업의 교육원으로서 기초를 구축 • 재단을 지속적으로 유지할 수 있는 기금 형성 • 스파 산업과 관련된 검증할 수 있는 명확한 연구의 확립

*자료 : ISPA 누리집(experienceispa.com).

나. ISPA의 스파 정의 및 종류

» 스파(SPA)의 정의

- ISPA는 스파를 정신과 신체를 재생시키는 다양한 종류의 전문서비스를 통해 전반적인 건강증진을 촉진하는 장소로 정의함.
- 스파 체험의 핵심 요소를 Relax(스트레스 관리), Reflect(명상), Revitalize (기, 재생, 회복), Rejoice(행복, 엔터테인먼트) 등으로 분류하였으며, 스파는 10개 영역으로 분류하여 정의함.

1. 물 (the waters)
 2. 음식, 영양, 식단 (food, nourishment, diet, and nutrition)
 3. 운동, 활동, 피트니스 (movement, exercise, fitness)
 4. 마사지 (touch, massage, bodywork)
 5. mind/body/sprit
 6. 에스테틱, 스킨케어, 뷰티 에이전트 (aesthetics, skin care, natura beauty agents)
 7. 물리적 공간, 기후학, 지구 생태학 (physical space, climatology, global ecology)
 8. 사회적·문화적 예술과 가치, 스파 문화 (social.cultural arts and values, spa culture)
 9. 매니지먼트, 마케팅, 운영 (management, marketing, and operations)
 10. 시간, 리듬, 주기 (time, rhythm, cycles)
- 모든 스파가 위의 영역을 포함하지는 않으며, 스파에서 회복(rejuvenation)의 개념은 스파를 분류하기 위한 시도로 만들어짐. 현대의 스파 개념이 미국에서 정립된 이래로, 국제스파협회(ISPA)의 스파 분류가 가장 포괄적인 범주로 사용됨.

» ISPA의 스파 종류²⁶⁾

- ISPA가 2013년 분류한 스파 프로그램은 클럽 스파, 데이 스파, 스파 호텔, 홀리스틱 스파, 메디컬 스파, 배쓰, 리조트 스파, 스포츠 스파, 스트럭처드 스파(structured spa)이며 각 특징은 다음과 같음.
 - 클럽 스파(CLUB SPA) : 주로 피트니스 서비스와 광범위한 의미의 스파 서비스를 이용자에게 제공하는 시설
 - 데이 스파(Day spa) : 숙박 시설이 없이 미용·피트니스 및 웰빙 프로그램을 제공하는 시설로 1시간~1일까지 다양항 서비스 시간 제공
 - 스파 호텔(Spa Hotel) : 육체적, 정신적, 정서적 균형을 유지하도록 고안된 모든 프로그램을 호텔 숙박 시설과 함께 제공하는 스파
 - 홀리스틱 스파(Holistic spa) : 대체 요법과 채식, 자연식의 식단을 제공하여 방문객의 사고방식까지 긍정적 영향을 받을 수 있도록 하는 스파
 - 메디컬 스파(Medical spa) : 전통적, 보완적 치료를 근간으로 하는 건강관리 프로그램과 다양한 종류의 스파 서비스를 제공하는 스파 (치료시설까지 포함하는 경우도 있음)
 - 배쓰(Bath) : 자연 미네랄, 약용 물 또는 해수를 이용하기 위한 스파 시설로 수중 치료 제공
 - 리조트 스파(Resort spa) : 일반적으로 도심에서 떨어진 아름다운 자연 환경에 위치한 리조트로 다양한 웰니스 서비스와 프로그램을 종합적으로 제공
 - 스포츠 스파(Sport spa) : 스파 서비스와 특별 스포츠 프로그램을 동시에 제공하는 스파 (스포츠의 종류는 골프, 스키, 마라톤 등 다양)
 - 스트럭처드 스파(Structured spa) : 특정 목적을 달성 하기 위한 프로그램을 제공하는 스파로 엄격한 규칙에 따라 운영되는 시설로 구성 (몸무게 조절 등)
- ISPA는 웰니스 스파 고객의 니즈를 맞추기 위해 스파의 유형을 고정화 하지 않고 웰니스관광 트렌드에 맞춰 스파의 유형을 분류하였으며, 위에서 언급한 2007년 7개였던 스파의 유형을 2013년에는 4개로 통합·분류함.
 - 2013년에는 데스티네이션 스파, 메디컬 스파, 광천수 스파, 리조트/호텔 스파로 구분

26) Smith Puczko, BH(Butterworth-Heinemann)(2009), 「health and wellness tourism」 .

〈표 5-13〉 ISPA의 2007년과 2013년 스파 유형 변화

구분	ISPA 2007년 스파 유형	구분	ISPA 2013년 스파 유형
Structured spa	<ul style="list-style-type: none"> 엄격한 규칙에 따라 운영되는 시설로, 투숙객에게 특정한 목표를 달성할 수 있도록 기회를 제공해주는 시설 	Destination spa	<ul style="list-style-type: none"> Destination spa는 건강한 습관을 기르기 위해 스파에 자주 다니는 사람들을 지도하는 것이 주요 목적임. 이러한 생활양식은 스파 서비스, 체력 단련 활동, 웰빙 교육, 건강 식품 등의 프로그램을 제공함으로써 얻어질 수 있음
메디컬 스파	<ul style="list-style-type: none"> 전통적이고 보완적인 치료와 건강 보호를 위한 치료뿐만 아니라 기타 스파 서비스를 제공하며 의료기관을 포함할 수도 있는 시설 	메디컬 스파	<ul style="list-style-type: none"> 면허를 소유하고 있는 의사의 감독 하에 운영되는 시설로 스파 서비스가 통합된 상황에서 의료와 웰니스 치료를 가장 우선적인 목표로 가지고 있음
베스	<ul style="list-style-type: none"> 현지에 있는 천연 광물, 약용 또는 해수를 활용하기 위해 제작된 스파로 투숙객에게 물 치료법을 제공함 	광천수 스파	<ul style="list-style-type: none"> 치료에 사용되는 천연 광물, 열, 해수를 제공하는 스파
리조트 스파	<ul style="list-style-type: none"> 일반적으로 도심에서 분리된 먼 곳에 위치한 아름다운 자연환경의 리조트로, 모든 고객에게 포괄적인 웰니스 서비스와 프로그램을 제공함 	리조트/호텔 스파	<ul style="list-style-type: none"> 리조트나 호텔 내에 위치한 스파로 전문적으로 관리되는 스파 서비스, 피트니스와 웰니스 요소를 제공함
스파 호텔	<ul style="list-style-type: none"> 호텔 숙박과 일반적으로 신체적, 정신적 균형을 맞추기 위해 설계된 프로그램을 포함하는 스파 		
힐리스틱 스파	<ul style="list-style-type: none"> 대체 요법과 식이요법을 제공하여 방문객의 긍정적인 사고를 할 수 있도록 하는 스파 		
스포츠 스파	<ul style="list-style-type: none"> 스파 서비스와 특별한 스포츠 프로그램을 함께 제공하는 시설(골프부터 스키, 낚시, 마라톤 훈련에 이르기까지 다양함) 		

*자료 : ISPA 누리집(experienceispa.com).

2. 유럽스파협회 (ESPA, Europe Spa Association)

가. 유럽스파협회 (Europe Spa Association) 개요

» 유럽스파협회 (ESPA) 소개

- 유럽스파 협회(ESPA)는 유럽 스파와 온천 치료법을 활성화하고 광천수, 풍경, 기후 등을 기초로 하는 자연 치유책을 가능한 많은 사람들에게 제공하는 것을 목표로 설립되었음.
 - 유럽스파협회의 목표는 자연 치유 자산, 특히 치료적 효과를 포함하고 있는 물에 근거를 두고 있으나, 미국을 중심으로 하는 북미에서의 스파는 전체론적인 웰니스에 더 가깝고 물의 치료적 효과를 제일 중요한 요소로 생각하지 않음.
- 유럽스파 협회는 1995년 브뤼셀에서 벨기에 법에 기초한 비영리 및 비정부 단체로 20개 유럽국가가 회원으로 구성되어 있음.
 - 불가리아, 크로아티아, 체코, 덴마크, 에스토니아, 프랑스, 독일, 헝가리, 아이슬란드, 이탈리아, 라트비아, 리투아니아, 룩셈부르크, 네덜란드, 폴란드, 포르투갈, 루마니아, 슬로바키아, 슬로베니아, 스페인 등
- 유럽의 온천 및 온천 치료를 홍보하고 미네랄워터, 조경 및 기후에 기반한 자연 요법이 시민들과 방문객에게 유용할 수 있도록 돌보는 것을 목표로 하며, 브뤼셀에 위치함.



*자료 : 유럽스파협회 공식 누리집(europespa.eu).

[그림 5-13] 유럽스파협회(ESPA) 회원국

나. 유럽스파협회 (ESPA)의 유럽 스파 인증

» 치료적 효능이 있는 물 사용

- 유럽에서는 ‘스파’라는 개념이 매우 다른 의미를 지니고 있음. 예를 들어, 중부와 동유럽 관광객들은 역사적인 의료적 스파에 매우 익숙한 반면, 미국이나 영국에서 온 관광객들은 미용실이나 피부관리샵에서 제공 받는 서비스를 기대함.
- 현재 유럽에 있는 대부분의 스파들은 전통적으로 물을 기반으로 하는 치료법과 스파 내 수변공간을 지니고 있음. 물을 기반으로 한 치료 전통을 가지고 있지 않은 국가에서 온 관광객들에게 광천수, 온수, 치료 용수 등으로 나누어 서비스를 제공함.
 - 광천수: 적어도 500mg/1또는 1000mg/1이상의 용해된 광물 포함
 - 온수: 수원이 최소 30C 또는 32C인 천연 수 (국가별 상이)
 - 치료 용수: 의학적 효과가 입증된 물
- ESPA에 따르면 유럽에는 1,200개가 넘는 온천과 휴양지가 있는데 이 중 많은 스파가 의학적으로 인정받는 기관이며 방문객들에게 물리적 치료를 제공함.
 - 중부와 동유럽 지역의 스파에는 관광객들에게 제공되는 웰니스 서비스를 관리 감독하는 의료진 상주
 - 관광객 대부분이 의사의 처방전에 근거하여 지역 스파를 방문하고, 여행 경비를 holiday vouchers 또는 이른바 ‘사회 관광’ 제도로 충당

» 유럽스파협회(ESPA)에 의한 치유자원 분류

- ESPA는 온천과 웰니스 리조트에서 사용되는 물이 치료효과가 있어야 하며 반드시 과학적 근거를 기반으로 해야 한다는 점을 강조함.
- 대부분의 유럽 온천들은 운동이나 순환계 질병과 같은 특정 질병을 치료하기 위해 과학적 효능이 있는 물을 가지고 있으며, ESPA는 다음과 같이 6 종류의 치유 자원을 분류함.
 - 치료용 용수
 - 치유 가스
 - 해변의 스파, 스파 시설, 건강 휴양지
 - 스파 시설, 건강 리조트, 스파 시설 내 온천

- 생물 다양성 및 힐링 기후
- 크나이프(Kneipp) 치료

다. 스파 품질 시스템 운영 기관 유럽스파 (EuropeSpa) 운영

1) 유럽스파의 특징

» 유럽스파 (EuropeSpa)의 설립 목표

- 유럽스파(EuropeSpa)는 유럽스파협회(ESPA)의 공식 품질 시스템을 운영하는 조직임.
- 유럽스파(EuropeSpa)는 유럽스파협회(ESPA)와 유럽 내 위치한 여행사와 사업 파트너십을 구축하고 국가별로 다를 수 있는 서비스의 품질을 일정한 수준으로 유지하여 유럽 웰니스산업 시장에서 투명하고 공정한 경쟁을 구축하고자 함.
- 또한, 유럽스파(EuropeSpa)가 수행하는 인증 프로그램은 유럽 내 웰니스관광객 뿐 아니라 세계 각국의 웰니스 관광객에게 고품질의 웰니스 서비스를 제공할 수 있도록 설계되어 있어, 스파 업계 에서도 가장 까다로운 품질 평가로 간주되며 이를 기반으로 한 국제 표준으로 국가별 웰니스 서비스의 비교가 가능함.
- 2006년 이래 크로아티아, 헝가리, 아이슬란드, 라틴 아메리카, 포르투갈, 스페인, 아랍 에미리트 연합국 등 26 개국의 프로젝트에 참여해 옴.

» 유럽스파(EuropeSpa)의 사업 영역

- 유럽스파(EuropeSpa)는 유럽스파협회(ESPA)의 공식 품질 및 인증 시스템 운영 기관으로 다음과 같은 업무를 수행함.
 - 의료 스파웰니스 서비스 공급자를 위한 국제적 품질 기준 개발 및 발표
 - 해당 표준을 기반으로 인증 제공
 - 감사 및 품질 보증 관리
 - 세미나 및 교육에서 전문 지식과 노하우를 웰니스산업의 구성원이 민간 조직에 전수

- 또한, 인증된 공급자를 지원하기 위해 다음과 같은 업무를 수행함.
 - 국내 및 국제 홍보
 - EuropeSpa 웹 사이트 및 소셜 미디어 채널의 유지 및 추가 개발
 - 주요 관광 및 의료 무역 잡지의 공동 광고
 - 합동 무역 박람회 출석 (예 : 베를린 ITB)



*자료 : 유럽스파협회 공식 누리집(europespa.eu).

[그림 5-14] 유럽스파 사업 영역

2) 유럽스파 (EuropeSpa)의 서비스 품질을 위한 노력

» 유럽스파의 서비스 품질 인증 프로그램

- 유럽스파(EuropeSpa)의 인증 프로그램은 독일, 오스트리아, 스위스, 슬로바키아, 체코, 헝가리 등의 전문가 협회, 클리닉, 호텔 및 웰니스 서비스 전문가들과 수년간 협력하여 개발된 것으로, 의료 및 스파웰니스 업계에서 가장 취득하기 어려운 인증 프로그램으로 알려져 있음.
- 인증 프로그램의 기준은 50개 이상의 국내 및 국제 법률과 표준에 의해 서비스, 안전, 위생 및 인프라 분야를 조사 후 80% 이상 녹아웃 기준을 충족하면 인증을 받을 수 있음.
 - 인증은 3년 동안 유효하며, 18개월 후 중간 감사를 진행하여 인증 재발급
- 유럽스파(EuropeSpa)의 인증마크는 인증된 업체가 유럽 전역에서 높은 수준의 신뢰를 바탕으로 이해 관계자에게 양질의 서비스를 전달할 수 있도록 지원함.
 - 웹 사이트, 호텔 입구와 브로셔 및 카탈로그에서 웰니스관광객에게 품질의 수준을 보장할 수 있는 역할

- 유럽스파(EuropeSpa)는 유럽스파 메드(EuropeSpa Med)와 유럽스파 웰니스(EuropeSpa Wellness)와 같이 여러 유형의 인증 프로그램을 제공하고 있는데, 이는 메디컬 스파 호텔의 경우 웰니스 호텔이나 데이 스파와는 다른 요구 사항을 충족해야 하기 때문이며, 인증 프로그램의 세분화를 통해 웰니스 관광객의 다양한 니즈를 충족시킴.



*자료 : 유럽스파협회 공식 누리집(europespa.eu).

[그림 5-15] 유럽스파 메드 인증 로고 및 유럽스파 웰니스 인증 로고

» 유럽스파 메드 (EuropeSpa Med)

- 유럽스파 메드(EuropeSpa Med)는 의료스파 서비스공급자를 위한 증명서로 기준 카탈로그는 유럽스파협회(ESPA) 와 건강증진협회(Quality in Health Prevention, Quhep)와 협력하여 개발됨.
- 유럽스파 메드(EuropeSpa Med)인증은 유럽 웰니스 시장에 적합한 시설 제공을 위한 것으로, 인증을 취득한 곳은 국제건강증진협회(Quhep)의 회원으로 인정됨.
- 국제건강증진협회(Quhep)은 여행사, 건강보험 회사 및 관련 전문가에게 국제적 네트워크 참여 기회를 제공함.
 - 비스바덴(Wiesbaden)에서 매년 개최되는 국제건강증진협회(Quhep)총회인 "유럽 건강 예방의 날 (European Health Prevention Day)"은 웰니스의 노하우와 전문지식의 교환을 위한 국제적인 플랫폼 역할 수행
- 유럽스파 메드(EuropeSpa Med)가 인증한 업체는 특히 국제건강증진협회(Quhep)와 관련된 여행사 카탈로그에서 강조 표시됨.
- 유럽스파 메드(EuropeSpa Med)는 의료 스파 공급자를 위한 증명서로 메디컬 스파 호텔, 스파 클리닉, 모자(mother-child) 메디컬 스파 시설, 메디컬 웰니스를 제공하는 호텔 등이 해당함.

- 유럽스파 23.2(EuropeSpa 23.2)는 독일만 해당하는 인증으로 의료 리조트에서 외래 환자 예방 진료를 위한 품질관리 프로세스로 진료소, 호텔 및 온천 목욕탕을 대상으로 함.

〈표 5-14〉 유럽스파 웰니스 분류

구분	내용	인증 마크
유럽스파 메드	<ul style="list-style-type: none"> • 메디컬 스파, 스파 클리닉, 모자 (mother-child) 메디컬 스파 시설, 메디컬 웰니스를 제공하는 호텔 등 	
유럽스파 23.2	<ul style="list-style-type: none"> • 진료소, 호텔 및 온천 목욕탕 등 	

*자료 : 유럽스파협회 공식 누리집(europespa.eu).

» 유럽스파 웰니스 (Europe Spa wellness)

- 유럽스파 웰니스 인증서는 웰니스 호텔, 호텔 스파, 데이 스파, 온천 스파로 나누어 인증함.
 - 공시 감사를 통해 기준을 만족시키면 유럽 스파 인증 취득

〈표 5-15〉 유럽스파 웰니스 분류

구분	내용	인증 마크
유럽스파 웰니스 호텔	<ul style="list-style-type: none"> • 전체적인 운영을 하는 웰니스 호텔 	
유럽스파 호텔 스파	<ul style="list-style-type: none"> • 호텔 내부에 있는 스파 공간 	
유럽스파 데이 스파	<ul style="list-style-type: none"> • 웰니스 공간이 있는 데이 스파나 체육관 	
유럽스파 온천 스파	<ul style="list-style-type: none"> • 온천 목욕탕 	

*자료 : 유럽스파협회 공식 누리집(europespa.eu).

» 유럽스파 인증 과정

- 유럽스파 기준에 따라 유럽스파에서 공인한 전문가가 실시하는 2~3일 간의 공시 감사를 받아 80% 이상의 모든 녹아웃 기준을 충족시키면 해당 인증서를 수여함.
- 총 8개의 단계로 감사가 이루어짐.
 - 1. Enquiry(문의): 신청자의 목표와 회사에 적합한 인증서 선택 토론
 - 2. Test Audit(시험 감사(선택)): 요청 시 유럽스파 컨설턴트가 테스트 감사 실시
 - 3. Our offer(제공): 인증과 관련된 비용에 대한 정보 제공
 - 4. Appointment(약속): 감사를 위한 약속을 정함
 - 5. Self-disclosure and Audit plan(자기 공시 및 감사 계획): 감사 일정을 수립 하기 위한 설문지 작성
 - 6. Main audit(주요 감사): 인증서 유형에 따라 1~3일 소요되며, 감사 결과는 보고서 및 사진 문서로 요약됨
 - 7. EuropeSpa certificate(유럽스파 인증서): 감사를 통과하면 유럽스파 인증서 제공
 - 8. Control audit(통제 감사): 주 감사 후 18개월에 통제 감사 수행, 보고서에 명시된 기준 요구 사항이 유지 되고 있는지 여부를 평가



[그림 5-16] 유럽스파 서비스 품질 인증 취득 과정

*자료 : 유럽스파협회 공식 누리집(europespa.eu).

III 시사점 종합

1. 티롤의 네트워크형 웰니스 클러스터

» 하나의 생활문화로서의 웰니스

- 오스트리아 티롤은 알프스 인근에 위치한 지역의 입지 특성상 풍부한 자연자원을 보유하고 있으며, 유럽의 국가들은 고대 로마시절부터 웰니스의 생활화가 그들을 대표하는 하나의 문화라는 점을 고려해 볼 때 티롤은 웰니스관광 클러스터의 선진 사례로서 적합한 지역으로 판단됨.
- 이번 국외 선진 사례 조사는 문화체육관광부가 추진해 오던 의료관광 클러스터 사업이 자리를 잡아가고, 거시적 환경에 따라 세계적으로 웰니스관광이 부상하고 있는 현 상황에서 오스트리아 티롤의 사례는 한국형 웰니스관광의 초기 확립을 위해 무엇이 필요하고, 어떤 점을 고민해 봐야 하는 지에 대한 계기를 마련함.
- 티롤에 위치한 대부분의 호텔이 규모에 상관없이 웰니스 시설을 보유하고 호텔 이용객이 일상에서의 웰니스를 즐길 수 있는 환경을 제공한다는 점을 통해 웰니스를 특별한 것으로 받아들이지 않고 자연스러운 것으로 여기는 유럽인들의 생활양식을 경험할 수 있었음.

» 공공의 관점에서 접근하는 혁신적인 웰니스 클러스터

- 공공의 관점에서 웰니스산업을 육성하기 위해 마련된 ‘Standortagentur Tirol’는 생활과학·기술·IT 등의 분야를 대표하는 클러스터를 운영하여, 개별 산업의 단점을 극복하고 클러스터 간 레버리지 효과를 창출할 수 있는 혁신적인 네트워크 운영 방식을 보여줌.
- 특히, 티롤에서 웰니스산업에 참여하고자 하는 스타트업이나 기업은 누구나 Standortagentur Tirol의 전폭적인 지원으로 시작하고 혁신을 두려워하지 않는 조직으로 성장해 나간다는 점은 주목할 만함.
- 다만 현재 웰니스관광의 초기단계에 진입한 우리의 상황을 고려해 볼 때 혁신적인 클러스터 네트워크 운영을 보여주는 티롤의 운영 체제를 바로 받아들이기에는 현실적인 제약이 있을 것으로 예상됨.

» 물리적 거점 중심이 아닌 기능 분산형의 클러스터 운영

- Standortagentur Tirol 클러스터의 네트워크 운영 방식과 웰니스관광과 연계된 클러스터 회원 간 아이디어 공유 및 기술교류 방식 등을 우리가 지향해야 할 사례로 소개함.
- 전통적인 클러스터 모델과 혁신적인 티롤 클러스터 모델의 절충을 통한 한국형 웰니스관광 클러스터 모델 개발에 필요한 단계별 전략 구상의 기초 자료로 활용함.
- 지역의 숨어있는 웰니스관광자원과 지역의 볼거리와 먹거리 등의 관광자원의 활용 방안을 도출할 수 있는 모델 개발을 위한 전략을 구상함.
- 향후 웰니스관광의 확립을 위해 필요한 제도적 지원, 타 산업과의 연계 방안 등의 참고자료로 활용함.
- 기존 클러스터 모델은 지역적 거점에 집중 되었다면, 오스트리아 티롤의 클러스터 모델은 인프라와 시설들은 각 지역에 분산되어 있어 각 지역의 장점과 특색들은 최대한 활용하면서 긴밀한 네트워크로 클러스터가 형성되어 있음.
- 아쿠아돔의 경우, 알프스 산과 광천수로 즐기는 온천, 주변 지역의 자연경관을 활용한 프로그램이 구성되어 있어 아쿠아돔에 도착함과 동시에 편안함을 느끼며 휴식을 취할 수 있을 뿐만 아니라 다양한 체험과 프로그램을 즐기며 새로운 경험을 쌓는 웰니스관광을 즐길 수 있음.
- 오스트리아의 선진적인 웰니스관광 모델에서 한국의 웰니스 클러스터 모델에 접목할 수 있는 요소들을 연계하여 국내의 뛰어난 자연 환경 요소의 활용과 다양한 프로그램의 개발을 통한 웰니스관광 모델을 구축할 수 있어야 함.
- 유럽 주요국 중에서도 스파 산업의 선진국이라 할 수 있는 독일, 프랑스 등의 경우 관광객들이 스파 관련 서비스에 관한 이해 촉진이나 품질개선 등을 보장하기 위해 정부와 민간단체가 온천에 대한 인증 제도를 도입하고 있음.

2. 웰니스산업 관련 조직을 통한 체계적 육성

▶ ISPA의 전문인력 양성을 위한 노력 강화

- 국외 사례 검토 결과 웰니스가 하나의 생활문화로 자리 잡아 민간 단체의 활동이 활발하며, 이들 조직이 체계적이고 지속적으로 웰니스산업을 육성하고 개선하기 위한 사업을 추진하고 있음.
- 특히, 웰니스관광의 주요 활동 중 하나인 스파와 관련하여 국제스파협회(ISPA)의 경우 그들 나름대로의 기준을 적용하여 스파의 유형을 분류하였을 뿐 아니라 변화하는 트렌드에 맞춰 새로운 유형을 소개하기도 함.
- 또한, ISPA는 매년 스파전문가들을 초청하여 ISPA 학회를 개최하여 새로운 지식을 축적하여 시장에서 경쟁력을 확보하기 위한 노력을 함.
 - 비즈니스 전략, 고객 서비스 및 관리 등 다양한 주제를 다루는 3 일간의 연사 프레젠테이션을 통해 학회 참석자에게 스파 사업에 대한 해결책 제시
- ISPA가 운영하고 있는 장학 재단 또한 전문 인력양성을 위한 중요한 요소 중 하나로 나타남.
- ISPA는 스파 산업의 활성화를 위해 조직 또는 민간으로부터 기부금을 받고 있으며, 풍부한 기부금을 통해 스파 관련 전문 교육을 받고 싶어 하는 학생들에게 그 기회를 제공함.
- ISPA 재단은 고등 교육 기관을 위한 본격적인 스파 관리 커리큘럼을 설립하는 과정을 시작했으며, 그 중 일부는 이미 포괄적인 스파 관리 과정에 사용하기 위한 입문 텍스트를 채택했습니다.
- ISPA가 제공하는 여러 장학금 중 가장 대표적인 ISPA FOUNDATION MARY TABACCHI SCHOLARSHIP은 2006년에 제정되었는데 Cornell Hotel School의 서비스 마케팅 및 운영 교수인 Dr.Mary Tabacchi의 이름을 따서 만들어짐.
- 이와 같이 ISPA는 스파 전문 인력 양성 과정의 전문성과 체계성을 높이기 위해 대학 연구기관과 협업하였으며, 민간과 학계가 협력하여 스파에 대한 산업적 접근과 함께 교육적 접근을 병행한 융합형 인력 양성을 모색하고 있음.

» 유럽 스파 산업의 경쟁력 강화를 위한 비영리 기구 추진

- 전통적으로 스파 산업이 발달한 유럽에서는 유럽스파(EuropaSpa)라는 비영리기구를 통해 유럽 내 스파와 온천에서의 치료법을 활성화하고 광천수, 자연환경, 기후 등 지역의 웰니스 자원의 활용을 장려함.
- 특히 ESPA는 웰니스관광에서 사용되는 물이 치료효과가 있어야 하며 반드시 과학적 근거를 기반으로 해야 한다는 점을 강조하며, 다양한 인증사업을 추진하였으며, 이를 기반으로 유럽 국가의 웰니스관광 산업화나 상품 개발 등을 추진하면서 산업적 육성을 함께 도모함.
- ESPA의 인증 프로그램은 세계 각국의 웰니스관광객에게 고품질의 웰니스 서비스를 제공할 수 있도록 설계되어 있어, 스파 업계 에서도 가장 까다로운 품질 평가로 간주되고 있음. 이러한 인증 프로그램을 개발하기 위해 ESPA도 수많은 연구와 시간을 투자했을 것으로 사료됨.
- 특히, 유럽스파 메드(EuropeSpa Med)와 유럽스파 웰니스(EuropeSpa Wellness)와 같은 여러 유형의 인증 프로그램을 만들어 치료적 효과를 중시하는 의료적 관점의 관광객과 예방적·보완적 효과를 추구하는 관광객을 세부화함.
- 우리의 경우 온천을 중심으로 한 스파 산업이 발달되어 왔으나, 온천을 활용한 웰니스관광 산업이 큰 잠재력을 가짐에도 불구하고 관련 기관이나 조직의 부재로 온천수의 치료적 효과와 인증에 대한 시스템이 체계적으로 구축되지 못함.
- 따라서 정책적 지원을 강화하여 웰니스관광 진흥을 위한 조사·연구에서부터 홍보 등에 이르기까지 체계적으로 사업을 추진할 수 있는 전문적인 조직을 육성할 필요가 있음.

6장. 웰니스관광 클러스터 모델 개발

- I. 웰니스관광 클러스터의 개념적 모델(C.A.I. 모델: Core-Advanced-Integrated 모델)
- II. 웰니스관광 클러스터 실행모델(S.D.V. 모델: Seek-Do-Visit 모델)
- III. 실행모델(Seek-Do-Visit 모델) 유형별 세부 추진 모델

I 웰니스관광 클러스터의 개념적 모델 (C. A. I. 모델)

1. 웰니스관광 클러스터의 개념 정립

가. 웰니스관광 클러스터의 정의 및 범위

» 웰니스관광 클러스터의 개념적 정의

- 본 과업에서는 웰니스관광을 웰니스와 관광이 결합된 개념으로서 관광을 통해 건강증진과 삶의 질 향상을 추구하는 관광의 새로운 트렌드로 정의함.
- 또한, 웰니스관광 클러스터를 지역이 보유한 잠재력 있는 웰니스관광 자원을 중심으로 시설, 자원, 관련 사업체 등을 활용할 수 있는 지역관광과 연계하여, 정부·지자체·민간 등의 참여를 촉진하는 네트워크형 클러스터로 정의하고자 함.

» 웰니스관광 클러스터의 공간적 범위

- 웰니스관광 클러스터는 타 산업 군에서 보여 지는 특정 공간의 지리적 근접성을 특징으로 하는 공간적 범위를 초월하여 지자체, 지역 웰니스관광 산업체, 지역 주민, 관련 조직 등 웰니스관광 산업의 구성원들을 주체적으로 참여시켜 ‘특정 지역을 중심으로 운영되는 기능적 클러스터’라는 경직된 개념적 정의를 피하고, 유연한 관계적 범위를 적용함.
- 특정 지역을 중심으로 웰니스관광산업이 집적화 되며 폐쇄성이 극대화되는 클러스터 모델을 지양하고, 여러 지역 전반에 걸쳐 나타나는 웰니스관광자원과 지역문화관광자원이 융합되어 부가가치를 창출하는 시스템을 구축할 수 있는 개방형 모델 구조를 지향함.
- 이번 웰니스관광 클러스터 모델은 기존에 추진되어왔던 의료관광 클러스터 사업 및 지역의 의료산업단지 모델의 핵심 주체들의 관계 형성이 공간적 개방성을 갖지 못하여 폐쇄성을 띠고, 특정 기관에 의해 실행과 운영이 이루어진다는 문제점을 개선하고 보완하고자, 웰니스관광 클러스터 모델의 구성원들의 공간적 범위를 초월한 관계적 근접성 및 기능적 네트워크를 확보한 범위로 규정하여 효율적 공간의 범위가 자연스럽게 결정 될 수 있는 환경을 마련함.

- 웰니스관광 클러스터의 범위는 특정 공간을 중심으로 정의하지 않고, 웰니스관광산업의 네트워크를 중심으로 정의하여 단기적으로 확보하기 어려운 웰니스관광자원과 인적자원 등의 효율성을 증대하는데 그 목표를 둬.

나. 웰니스관광 클러스터의 개념적 모델 수립

» 웰니스관광 클러스터의 개념적 모델의 목적

- 앞서 살펴본 국내외 웰니스산업 현황, 클러스터의 개념 및 관광클러스터의 특징, 해외 사례 분석을 검토하여 이에 부합하는 모델 및 추진 전략을 설정함.
- 웰니스관광 클러스터 모델은 정부, 지자체, 민간, 연구기관, 지역주민 등 관계자들이 웰니스관광을 어떻게 활성화 시킬 것인가에 대한 청사진이라고 할 수 있음.
 - 구체적으로 웰니스관광 클러스터 모델은 웰니스관광 제품, 웰니스관광 경험, 웰니스관광 서비스 등을 제공하고 수익을 창출하여 지역 경제에 이바지 할 수 있는 방식에 관한 설명
- 웰니스관광 클러스터 모델의 기본 개념이 현실에서 경제적인 지속성을 확보하기 위해서는 그 가치가 반드시 무형적·유형적 수익으로 전환되어 지역 경제에 환원되어야 함.
- 앞서 논의한바와 같이 웰니스관광 클러스터 개념적 모델은 지역의 웰니스관광산업 구성원의 상호보완적 활동이 가능하도록 수립함.

» 의료관광 클러스터와의 연계성 고려

- 웰니스관광 클러스터 모델 개발과 성공적인 사업 추진을 위해 먼저 현재 추진되고 있는 의료 관광 클러스터 모델과의 연계 방안을 검토해야 함.
- 의료관광과 웰니스관광은 모두 건강에 동기를 둔 관광객에 의해 행해진다는 공통점이 있지만, 웰니스관광은 일반적으로 건강한 사람들에 의해 이루어지는 반면 의료관광은 질병을 앓고 있거나, 외과 수술이 필요한 사람들에 의해 행해진다는 차이점이 있음.
 - 의료 관광(Medical Tourism)은 질병에 대한 치료를 받기 위해 다른 장소로 여행하는 사람들을 나타내며, 의료 관광객은 저렴한 치료비용 보다 높은 수준의 의료 서비스를 추구함.

- 웰니스관광은 개인의 건강과 웰빙을 유지하거나 향상시키는 활동을 적극적으로 추구하기 위해 다른 장소를 여행하는 관광객과 평소에는 쉽게 접할 수 없는 독특한 체험을 위해 여행을 떠나는 위치 기반 관광객을 포함함.
- 웰니스관광은 크게 온천을 기반으로 하는 스파 관광체험과 미용을 목적으로 뷰티 관광 등 두 가지 시장 부문에 집중되어 있음.
 - 첫 번째 시장은 건강과 휴식을 목적으로 스파 시설 방문하는 관광객들로 구성
 - 두 번째 세그먼트는 웰빙·뷰티 및 레크리에이션을 추구하는 다양한 종류의 관광 상품을 추구하는 사람들을 포함
- 건강을 동기로 하는 관광 시장은 의료 관광과 웰니스관광으로 세분화 되어 있으며, 라이프 스타일에 따라 지속적으로 변화하는 관광객의 요구를 충족시키기 위해 의료관광과 웰니스관광 사이의 주요 서비스와 시설과 내부 관계를 정립할 필요가 있음.

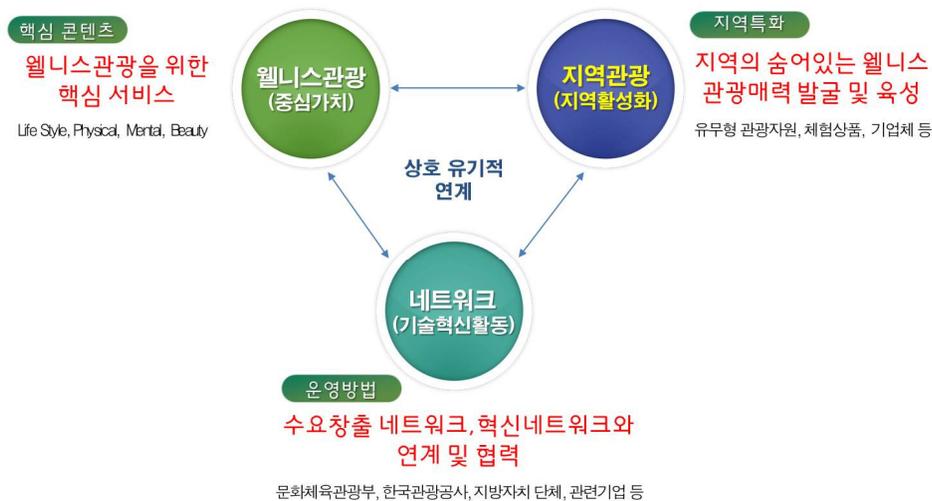
» 웰니스관광 클러스터 모델의 기본방향

- 지역관광은 지역 웰니스 관광수용태세, 지역 웰니스 시설, 지역 웰니스 관광자원, 지역 웰니스 사업체로 이루어져 있으며, 웰니스관광 클러스터 개념과 일치하는 관계 재정립을 통한 주체 간 긴밀한 협업으로 융합된 핵심 서비스를 개발할 수 있도록 함.
- 웰니스관광 클러스터의 중장기적인 계획에서 지역관광 네트워크와 연계하여 확장되는 구조를 지님.
- 또한, 웰니스관광 클러스터 모델 구조의 지속적 수요를 창출하기 위하여 문화체육관광부와 한국관광공사, 지방자치단체 등과 네트워킹 하도록 하며, 대학, 전문기관 및 학회, 연구원 등과 적극적인 네트워킹을 하여 혁신네트워크를 구축하도록 함.
- 핵심 웰니스관광 서비스 및 참여기관이 의료관광 클러스터와 지역관광 네트워크, 수요창출네트워크, 혁신네트워크와 연계 및 협력하는 구조로 웰니스관광 사업이 지속적인 경쟁력 확보와 자생적 발전이 가능할 수 있도록 함.
- 웰니스관광 클러스터의 기능과 서비스는 웰니스산업, 관광산업, 의료산업의 성격을 가지고 있으며 그에 따른 도입 가능 시설을 검토해 볼 수 있음.
 - 웰니스산업부분에서는 스파와 뷰티관리서비스 시설, 정신수양과 심신관리 서

- 비스 시설, 라이프스타일 서비스 시설, 운동 및 건강관리 서비스시설 도입
- 관광산업 부분에서는 숙박시설, 여행서비스, 문화체험 서비스, 레저서비스, 음식서비스시설 도입
- 의료산업 부분에서는 중증치료서비스 시설, 경증치료서비스 시설, 재활 및 검진 서비스, 전통의료 및 예방의료 시설, 연구 및 기술개발 시설 도입

» 웰니스관광 클러스터의 구성요소

- 웰니스관광 클러스터 모델을 웰니스관광, 지역관광, 네트워크로 구분하여 각 부분에서 참여 가능한 구성원들이 균형적 발전을 이루고 유기적인 시스템을 구축할 수 있도록 함.
- 웰니스관광 클러스터의 웰니스관광 부분에서는 웰니스관광객이 추구하는 핵심 가치와 방문동기를 나타내며, 지역관광 부분에서는 지역 웰니스관광의 핵심 내용을 창출해 내는 제공자를 구성원으로 하여 관광수용태세, 지역 웰니스관광자원, 웰니스 사업체 등을 포함함.
- 또한, 웰니스관광 클러스터 모델의 지속적인 수요를 창출하기 위해 정부 기관, 지자체 등과의 네트워킹을 유도하고 지식 창출을 위한 지역 내 대학, 연구원 등과의 적극적인 네트워킹을 유도함.



[그림 6-01] 웰니스관광 클러스터의 구성요소

2. 웰니스관광 클러스터 개념적 모델 수립

가. 웰니스관광 클러스터 모델의 지역관광

» 지역관광의 구성 내용

- 일반적으로 관광 시스템은 관광객, 관광지, 관광 상품, 교통, 음식, 관광 수용태세 등 관광 산업에 직·간접적으로 포함되는 요소로 구성되는 프레임 워크로 웰니스관광 또한 관광 시스템에 대한 정립이 요구됨.
- 웰니스관광 클러스터 모델 중 지역관광 부분은 관광수용태세, 지역 웰니스시설, 지역 웰니스관광 자원, 지역 웰니스 사업체, 지역 주민 참여의 5가지로 분류함.
 - 관광수용태세: 교통, 숙박, 안내, 안전, 음식점, 서비스, 편의시설 등
 - 지역 웰니스시설: 스파, 에스테틱, 리조트, 명상센터, 템플 스테이 등
 - 지역 웰니스관광 자원: 자연자원(물, 숲, 공원, 정원, 삼림욕장, 수목원 등), 체험자원 (레저, 스포츠, 크루즈 등), 음식자원(유기농음식, 채식 등), 지역특산품, 관광기념품, 인적자원 등
 - 지역 웰니스 사업체: 음식점, 숙박업체, 여행사, 렌터카 업체, 양조장, 농원 등

〈표 6-01〉 웰니스관광 클러스터 모델의 지역관광 구성 내용

구분	내용
관광수용태세	• 교통, 숙박, 안내, 안전, 음식점, 서비스, 편의시설 등
지역 웰니스시설	• 스파, 에스테틱, 리조트, 명상센터, 템플 스테이 등
지역 웰니스관광 자원	• 자연자원 : 물, 숲, 공원, 정원, 삼림욕장, 수목원 등
	• 체험자원 : 스파, 마사지, 레저, 스포츠, 크루즈 등
	• 음식자원 : 유기농음식, 채식 등
	• 인적자원 : 피부관리사, 물리치료사, 테라피스트 등
	• 관광기념품, 지역특산품 : 농산물, 음식 등
지역 웰니스 사업체	• 양조장, 농원, IT 업체, 음식점 등
	• 여행사, 숙박업소, 렌터카 업체 등

*자료 : 연구진 작성.

» 웰니스관광 수용태세

- 관광수용태세는 “관광객이 관광을 경험하는 과정에서 필요한 제발 자원, 시설, 서비스가 관광객을 받게 하기 위해 준비되어 있는 상태” 혹은 “관광객이 관광을 경험하는 과정에서 필요한 제발 자원, 시설, 서비스를 관광객을 받기 위해 준비하는 시스템”으로 정의할 수 있음²⁷⁾.
 - 관광교통 및 접근, 웰니스 관광안내 및 정보, 웰니스 숙박, 웰니스 식당 및 음식, 쇼핑 및 웰니스 기념품, 웰니스 관광시설, 환대 등으로 구성
- 웰니스관광 활성화를 위해서는 주 시설인 웰니스 관련 시설 구축 이전에 숙박, 교통, 야외활동 시설, 레저 시설 등의 기본적인 인프라 구축이 전제되어야 하는데 이는 웰니스관광 상품은 체류형 관광을 통해 경험할 수 있는 고부가가치 상품이기 때문임.
- 현재 웰니스관광의 초기단계에 진입한 우리의 상황을 고려해 볼 때 단계적인 인프라적 수용태세 구축 과정이 반드시 필요함.
 - 물리적 거점이 아닌 네트워크를 통해 운영되는 혁신적인 클러스터 운영 체제를 바로 받아들일 수 있는 기본 환경 구축이 지역의 관점에서 많이 미흡한 상태임.
- 예를 들어, 웰니스관광에서 숙박이 굉장히 중요한 요소인데 지역의 관광 여건의 경우 모텔, 펜션 등이 주를 이루고 있어 웰니스관광을 위한 기본적인 숙박시설 제공이 가능할지에 대한 면밀한 검토가 요구됨.
- 웰니스관광 클러스터 사업 초기에는 관광수용태세관점에서 기본적인 숙박 인프라를 중심으로 사업을 진행하며, 지역의 숙박 인프라가 마련된 이후 웰니스 관광을 위한 숙박 사업을 진행하도록 함.

» 지역 웰니스관광 자원

- ‘관광자원’은 관광객들이 그들의 거주지를 벗어나 관광활동을 하게 하는 가장 중요한 요인이며, ‘지역관광자원’은 관광객이 그 지역을 일부러 찾아올 정도의 유인력을 가진 경쟁력 있는 관광자원을 일컫음.
- 웰니스관광은 의료관광과 대체의학 관광을 포함하지만 휴식과 힐링을 통하여 건강을 증진하는 것이 주 목적이므로 지역 내 자연환경을 이용한 자연친화적

27) 한국문화관광연구원(2012), 「외래관광객 1,000만 명 시대의 관광수용태세 정비방안」.

접근이 가능하도록 함.

- 웰니스관광으로 유명한 대부분의 웰니스관광 목적지나 웰니스 리조트는 지역 고유의 자연환경을 최대한 활용한 자연친화적 접근 방식으로 의료관광, 웰니스 관광의 서비스 뿐 아니라 자연경관으로 자연치유 할 수 있도록 구성
- 지역이 가지고 있는 독특한 웰니스관광 요소를 활성화하기 위해서 지역의 고유문화, 풍습, 음식 등의 지역 웰니스관광자원 활용하여 지역 웰니스관광 정체성 확립을 위한 고유의 컨셉을 개발함.
- 또한, 웰니스관광은 건강 증진을 주요 동기로 가진 사람들의 활동이기 때문에 전문적인 웰니스 서비스를 제공할 수 있는 웰니스 전문 인력 양성 사업을 장기적 관점에서 추진해야 함.
 - 의료관광객이 느끼는 전문적인 서비스 마인드를 웰니스관광객 또한 느낄 수 있도록 전문 인력의 교육 및 양성 필요
- 웰니스관광자원은 크게 고유한 특성을 가진 웰니스관광자원과 개발이 가능한 웰니스관광 자원으로 분류 할 수 있음.
 - 고유의 웰니스 관광자원 : 컨트롤하기 어렵고 모방하기 어려운 특성 보유
 - 개발 가능한 웰니스 관광자원 : 만들어낼 수 있으나 모방하기 특성 보유

〈표 6-02〉 웰니스관광자원 분류

구분		내용
고유의 웰니스 관광자원	자연적 웰니스 자원	• 물, 기후, 허브, 약초, 숲, 강, 바다 등
	문화적정신적 웰니스 자원	• 절, 지역의 독특한 관습, 역사유산
	보완대체의학	• 기 치료, 침, 동종요법 등
	웰니스관련 생활습관	• 지역의 식습관, 식문화 등
개발 가능한 웰니스 관광자원	웰니스 시설	• 공원, 정원, 순례길, 스파 시설, 리조트, 명상원 등
	인적 자원	• 피부관리사, 물리치료사, 테라피스트, 웰니스요리전문가 등
	복합적 웰니스 활동	• 웰니스관광+역사관광 상품, 웰니스 음식관광 상품 등
	웰니스 관련 행사	• 지역 웰니스 세미나, 뉴에이지 축제 등

*자료 : Cornelia Vogit(2013), 「Wellness Tourism: A critical overview」, 참고 연구진 작성.

» 지역 웰니스산업체

- 관광진흥법 제 3조제2항에 따라 관광사업의 종류를 여행업, 관광숙박업, 관광객 이용시설업, 국제회의업, 카지노업, 유원시설업, 관광 편의시설업으로 구분하고 있음.
- 웰니스 지역관광 사업체를 여행업, 관광숙박업, 관광객 이용시설업, 관광 편의시설업으로 분류함.
- 본 연구에서는 국제회의를 개최할 수 있는 시설, 전문 영업장을 갖추고 주사위·트럼프·슬롯머신 등 특정 기구나 유기사설과 유기기구를 필요로 하지 않는 웰니스관광의 특징에 따라 국제회의업, 카지노업과 유원시설업은 웰니스 지역관광 사업체를 분류하는 기준에서 제외함.
 - 여행업 : 지역 웰니스관광 코스개발, 개인 맞춤형 웰니스 관광상품 개발 가능
 - 관광숙박업 : 스파, 마사지, PT센터, 테라피, 코스메틱 시설을 포함한 숙박 시설 등
 - 관광객 이용시설업 : 의학적 효능이 입증된 온천수를 이용한 대중목욕시설 제공, 산림욕이 가능한 산림휴양시설 제공, 해수 테라피가 가능한 해수욕장 등
 - 관광 편의시설업 : 전통한식, 약선요리, 사찰음식 등을 제공하는 관광 음식점 운영, 지역 웰니스 관광지를 정기적으로 순회하는 관광순환버스 운영, 명상과 참선 프로그램을 운영하는 한옥 체험업 등

나. 웰니스관광 클러스터 모델의 웰니스관광

» 웰니스관광객이 추구하는 핵심 가치

- 사람들은 다양한 이유와 동기를 바탕으로 관광활동에 참여하여 관광활동에서 추구하고자 하는 가치 또한 다양함. 이러한 관광동기와 추구 가치는 관광활동을 추진하는 가장 요인이기 때문에 웰니스관광 또한 웰니스관광객의 관광동기와 그들이 웰니스관광을 통해 얻고자 하는 가치를 이해하는 것이 무엇보다 중요함.
- 대부분의 웰니스관광객은 자신들의 신체적·정신적 상태의 최적화를 웰니스관광의 동기로 두고 있으며, 각자의 상황에 따라 스트레스로부터의 도피, 휴식과 릴랙싱, 자연에서의 보다 높은 수준의 정신적 경험 체험, 자존감 회복 등의 가치를 추구하고자 함.

- 일반적으로 웰니스관광객은 신체적(Physical), 사회적(Social), 환경적(Environmental), 정서적(Emotional), 영적(Spiritual), 정신적(Mental) 등 6가지의 가치를 추구하는 것으로 나타나며, 각각의 가치에 따라 웰니스 관광지에서 체험할 수 있는 경험을 추구하고, 이 경험과 연계한 활동이 가능 시설을 방문하는 패턴을 보임.
- 본 연구에서는 2014년 수립된 체류형 의료관광클러스터 통합 모델과의 연계성을 확보하고자 의료관광클러스터에서 활용한 4가지 핵심 가치(Physical, Beauty, Mental, Life Style)을 활용함. 다만, 웰니스관광이 의료관광 보다 신체와 정신의 균형과 조화를 추구하는 통합적인 개념을 포함하고 있어 Physical 가치를 Holistic Physical로 변경함.
- 웰니스관광객이 추구하는 각각의 4가지 추구 가치는 다음과 같은 세부 항목으로 분류 가능함.
 - 생활습관 개선(Life Style): 생활습관(Life Style), 건강한 식습관(Healthy Eating)
 - 건강·체력관리(Holistic Physical): 건강관리(Healthy Care), 피트니스(Fitness)
 - 뷰티·미용(Beauty): 테라피(Therapy), 스파(SPA)
 - 명상·정신 수양: 정신수양(Mental), 정신적 연결(Spiritual Connection), 신체와 정신의 조화(Mind·Body)

〈표 6-03〉 웰니스관광 클러스터의 웰니스관광

핵심 가치	가치에 따른 웰니스관광 활동
생활습관 개선 (Life Style)	• 생활습관 개선을 위한 식이요법, 레저·스포츠, 스트레스 관리 등
건강·체력관리 (Holistic Physical)	• 만성질환 관리, 한방의학, 통합·대체의학, 체력관리 등
뷰티·미용 (Beauty)	• 스파와 마사지, 항노화, 테라피, 다이어트, 코스메틱
명상·정신수양 (Mental)	• 기수련, 요가, 정신수양, 재충전 등

*자료: Global Wellness Institute(2015), 「The Global Wellness Tourism Economy 2013&2014」, 참고로 연구진 작성.

다. 웰니스관광 클러스터 모델의 네트워크

» 웰니스관광 클러스터의 네트워크

- 클러스터 네트워크란 클러스터 내 구성원(개인 혹은 조직) 간의 다양한 네트워크 현상을 의미하는 용어이며 혁신을 위한 구성원 간의 기술혁신활동에 중점을 둔.
- 과학기술정책연구원(2007)²⁸⁾은 클러스터 네트워크를 특정 지역의 클러스터를 구성하는 혁신주체들 간의 상호작용, 지식정보 교환, 자원공유 등을 통해 클러스터의 혁신능력을 높여 클러스터의 내생적 발전에 근간을 제공해 줄 수 있는 관계망으로 정의함.
- 네트워크 구축에 영향을 주는 요인으로는 산업의 특성, 정부의 정책, 지역의 특성 변수, 민간 기업 및 CEO의 특성 등 다양한 변수가 있으며 이는 특정 클러스터의 고유의 산업특성에 따라 요구되는 네트워크의 속성이 달라질 수 있음.
- 또한, 클러스터 사업을 주도하는 정부가 얼마나 다양한 네트워크 활성화 정책을 추진하고 있는지, 네트워크 활성화 정책을 추진하는 정부기관의 역량이 얼마나 뛰어난지, 그리고 추진되고 있는 네트워크 정책에 대해 클러스터 참여주체들이 얼마나 인지하고 있는지 등에 의해서 네트워크 활동 및 성과가 달라질 수 있음.
- 지역의 역량 및 인프라가 얼마나 잘 갖추어져 있는지, 그리고 지역 내에 관련 사업체들이 활용할 수 있는 가치사슬상의 기능들이 얼마나 잘 구비되어 있는지의 정도에 따라 클러스터의 네트워크 활동 및 성과가 달라질 수 있음.

» 혁신 네트워크 구축

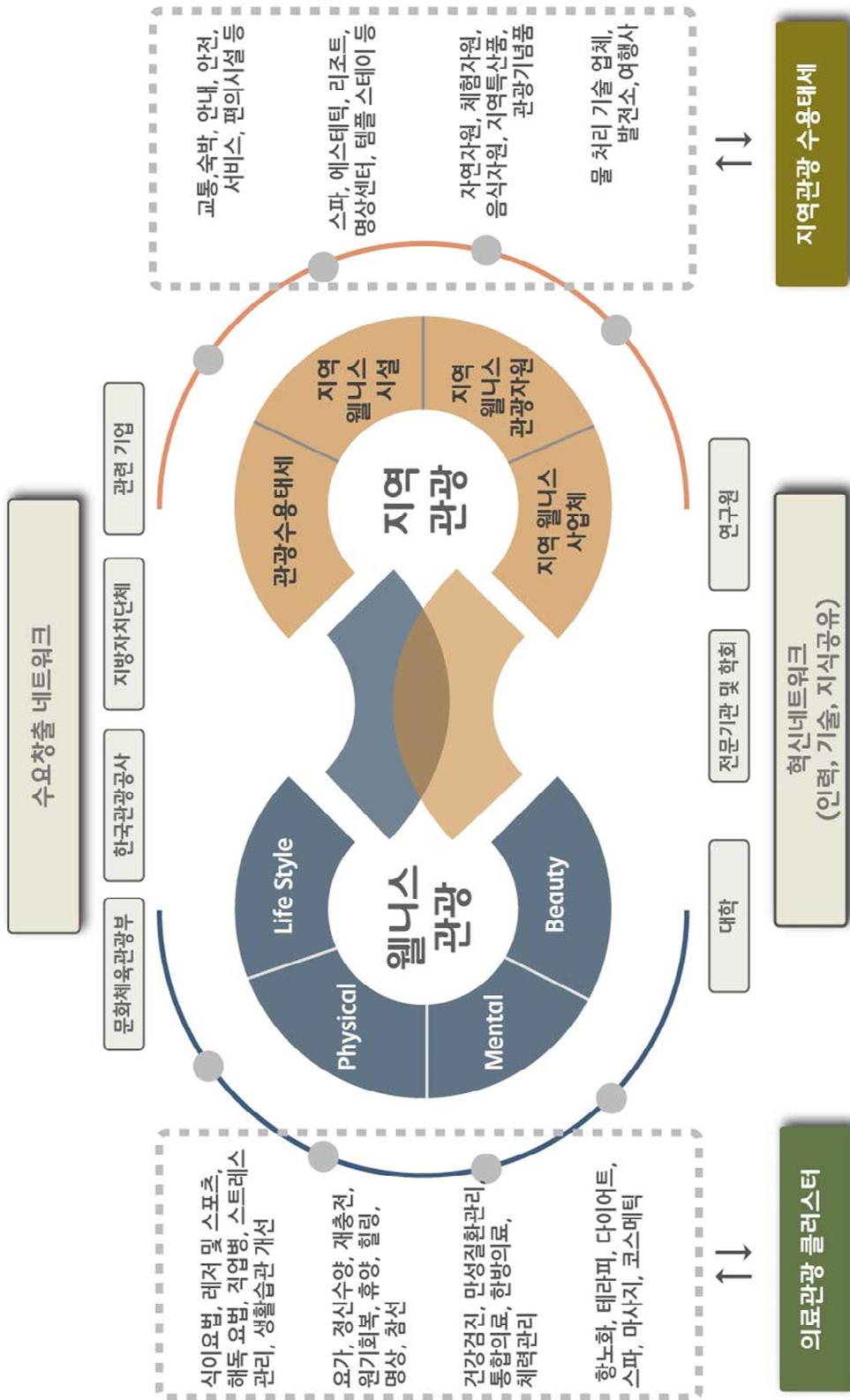
- 대학, 전문기관 및 학회, 연구원이 혁신 네트워크의 주체가 되어 인력, 기술, 지식을 공유하기 때문에 웰니스관광 클러스터 운영에 근간이 됨.
 - 대학 : 연구 인력 지도 및 훈련, 웰니스관광 서비스 인력 공급
 - 전문기관 및 학회 : 웰니스 관광클러스터 관련 학회와 세미나 개최
 - 연구원 : 웰니스 관광클러스터 관련 연구결과 및 통계자료 제공, 웰니스 관광클러스터 관련 정책 제안

28) 과학기술정책연구원(2007), 「혁신클러스터의 네트워크 평가지표 개발 및 적용」.

- 특히, 대학은 지방자치단체 공무원들을 대상으로 한 웰니스관광 클러스터에 대한 교육과 강연, 웰니스관광 클러스터 사업에 대한 자문, 웰니스관광 클러스터에 대해 이해가 높은 전문 인력의 제공 등을 통해 웰니스 관광클러스터 운영에 중요한 역할을 함.

» 수요창출 네트워크 구축

- 문화체육관광부, 한국관광공사, 지방자치단체, 관련 기업이 수요창출 네트워크의 주체가 되어 유의미한 웰니스 관광수요 창출을 위해 노력함.
 - 문화체육관광부 : 웰니스 관광클러스터 사업 지자체 선정, 사업금 교부, 웰니스 관광클러스터 사업 평가
 - 한국관광공사 : 웰니스 관광클러스터 홍보 및 마케팅, 웰니스관광 브랜딩, 웰니스전문인력 교육 및 양성
 - 지방자치단체 : 관광 인프라 구축, 웰니스 관광 자원 발굴, 지역 주민들과 지방자치단체 사이 협력체 구축 및 교육, 창업보육센터 운영
 - 웰니스관광 산업 주체 : 웰니스관광상품 개발, 기업 간 협의체 구축, 혁신을 위한 지역 내 대학-기업 간 관계구축(마케팅, 연구, 인력 등)



[그림 6-02] 웰니스관광 클러스터 개념적 모델 (C,A,I. 모델)

3. 웰니스관광 클러스터 단계별 추진 모델 (C.A.I. 모델)

가. C.A.I. 모델의 단계별 사업 추진

» Core-Advanced-Integrated (C.A.I.) 모델

- 앞서 소개한 웰니스관광 클러스터의 개념적 모델에서는 웰니스관광 서비스에 지역의 관광을 결합하는 1차적인 방법에서 나아가 지역의 웰니스관광의 정착과 지속성이 중장기적으로 발전될 수 있는 통합 모델을 제시함.
- 그러나 통합 모델을 바로 지역 사업에 적용시키기에는 어려움이 예상되어 웰니스관광 클러스터 모델의 효율적이고 체계적인 구축을 위해 단계별 추진 과정이 필요함.
- 따라서 웰니스관광 클러스터의 개념적 모델을 Core-Advanced-Integrated의 3부분으로 구분하여 클러스터 구성원들이 지역 웰니스관광 발전에 대해 함께 고민하고 실천방안을 모색할 수 있는 추진 과정을 마련하고자 함.
 - Core 모델: 지역별 웰니스관광 수용 태세 및 기반 조성
 - Advanced 모델: 웰니스관광 클러스터 생태계 구축
 - Integrated 모델: 웰니스관광 클러스터 운영체제 확립

〈표 6-04〉 C.A.I. 모델의 단계별 추진 내용

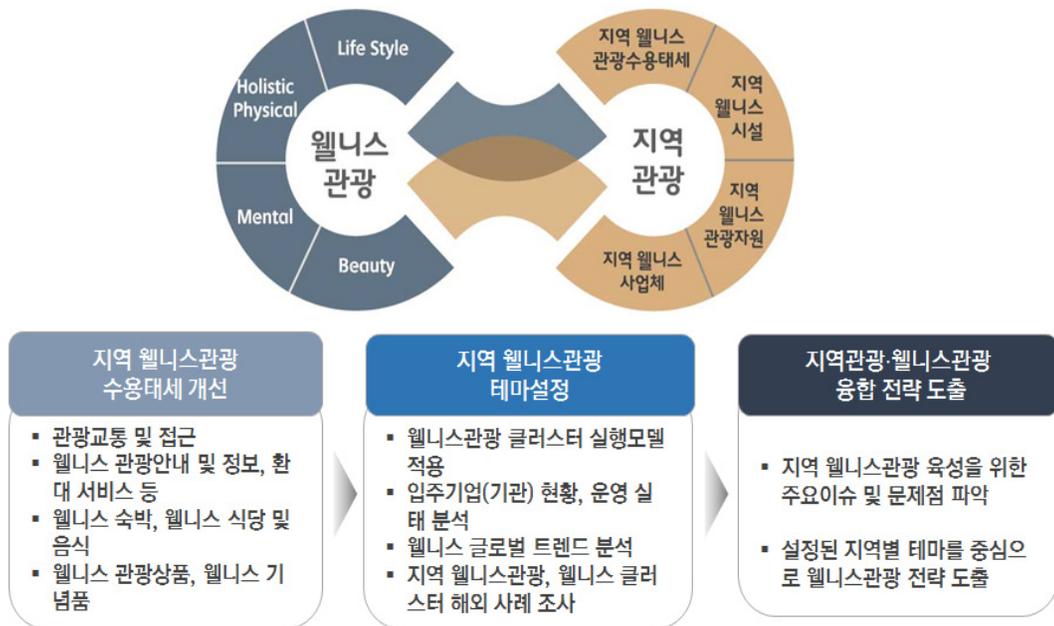
구분	내용	
Core 모델	지역별 웰니스관광 수용태세 및 기반 조성	<ul style="list-style-type: none"> • 지역웰니스관광 수용태세 개선 • 지역별 웰니스관광 테마 설정 • 주요 이슈 및 시사점 도출
Advanced 모델	웰니스관광 클러스터 산업 생태계 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 웰니스관광 산업체 공동지원 체계 구축 • 웰니스관광 산업 인큐베이터 육성 • 공정한 웰니스관광 산업 환경 기반 조성
Integrated 모델	웰니스관광 클러스터 운영체제 확립	<ul style="list-style-type: none"> • 웰니스관광 클러스터 네트워크 구축 • 혁신네트워크 구축 수요창출네트워크 구축

*자료 : 연구진 작성.

나. C.A.I. 모델별 세부 추진 내용

» Core 모델: 지역별 웰니스관광 수용 태세 및 기반 조성

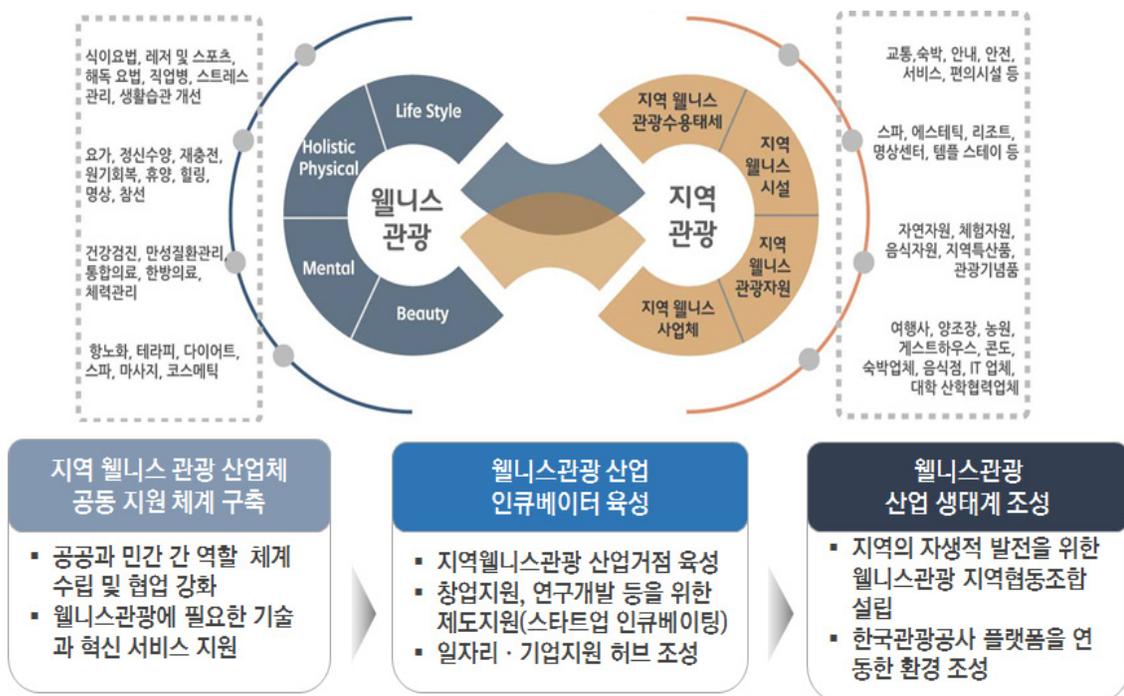
- 웰니스관광 클러스터 모델(C,A,I) 중 Core 모델은 웰니스관광 클러스터 모델의 핵심 부분으로 관광공사가 선정한 ‘웰니스관광25선’을 중심으로 진행함.
- 관광객과 지역주민의 요구에 맞도록 지역웰니스관광 수용태세를 개선하여 웰니스관광의 편의성과 환대성 개선을 위한 기반을 마련함.
 - 관광교통 및 접근 / 웰니스 관광안내 및 정보, 환대 서비스 등
 - 웰니스 숙박, 웰니스 식당 및 음식 / 웰니스관광 상품, 웰니스 기념품
- 지역에 산재한 관광자원 및 잠재 콘텐츠에 대한 조사를 통해 지역별 웰니스관광 테마를 설정하여 웰니스관광에 대한 인식을 증진함.
 - 웰니스관광 클러스터 실행모델 적용, 입주기업(기관) 현황, 운영 실태 분석
 - 웰니스 글로벌 트렌드 분석, 지역웰니스관광, 웰니스 클러스터 해외사례조사
- 웰니스관광산업을 핵심적인 전략사업으로 육성할 수 있도록 주요 이슈 및 시사점을 도출하여 지속적인 발전과 체계적인 지원이 이루어질 수 있는 관광활성화 기반을 마련함.



[그림 6-03] 웰니스관광 클러스터 Core 모델

▶▶ Advanced 모델: 웰니스관광 클러스터 생태계 구축

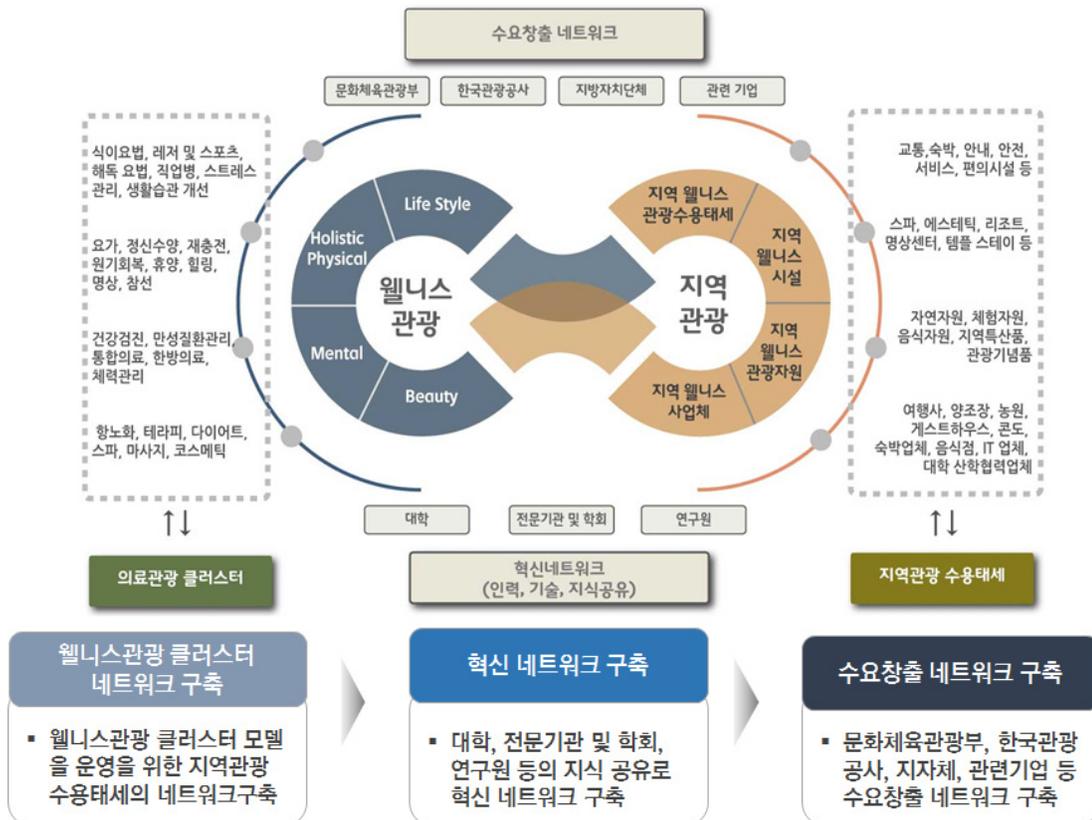
- Advanced 모델은 Core 모델이 완성된 후 한 단계 더 발전하기 위한 단계이며 지속적으로 웰니스관광 사업에 대한 지역의 공감대를 형성하여 지역 주민의 참여를 유도함.
- 또한 공공과 민간 간의 역할 체계를 수립하고 협업을 강화하여 향후 지역 웰니스관광의 장기적인 발전의 기반이 되도록 지역 웰니스관광 산업체 공동 지원 체계의 구축을 목표로 함.
- 지역의 특성을 감안한 특성화된 웰니스관광 산업 발굴을 위해 웰니스관광 산업 인큐베이터 육성을 통해 사업의 효율성을 높이도록 함.
 - 지역 웰니스관광 산업 거점 육성 및 창업지원, 연구개발 등을 위한 제도 지원
- 지역사회에 핵심적이고 바람직한 성장 동력이 될 수 있도록 공정한 웰니스관광 산업 환경 기반을 조성하도록 함.
 - 지역 주민 참여를 장려하고 지역의 자생적 발전의 근간이 되는 웰니스관광 협동 조합 설립



[그림 6-04] 웰니스관광 클러스터 Advanced 모델

» Integrated 모델: 웰니스관광 클러스터 운영체제 확립

- 웰니스관광 클러스터의 역할 및 기능을 고려하는 웰니스관광 클러스터 모델을 수립하고 지역의 웰니스관광산업 발전을 위해 기능할 수 있는 웰니스관광 클러스터 네트워크를 구축함.
 - 웰니스관광 클러스터 모델을 운영하기 위해 의료관광 클러스터 및 지역관광 수용태세와의 네트워크 구축
- 다양한 관련 기관의 유기적인 협력과 지원을 도모하기 위한 혁신네트워크를 구축하여 사업의 효율성을 높이고자 함.
 - 대학, 전문기관 및 학회, 연구원 등이 주체가 되어 인력, 기술, 지식을 공유하여 웰니스 관광 클러스터 운영의 근간을 이루는 혁신 네트워크 구축
- 웰니스관광 산업의 성공적인 사업 추진을 위해 수요창출 네트워크를 구축하여 웰니스관광지역의 사업 의결 및 실행, 육성 지원을 통하여 지속적인 관광객 유치에 이룩하도록 함.
 - 문화체육관광부, 한국관광공사, 지방자치단체, 관련 기업 등이 주체가 되어 웰니스관광 수요 창출을 위해 수요창출 네트워크 구축



[그림 6-05] 웰니스관광 클러스터 Integrated 모델

II 웰니스관광 클러스터의 실행모델 (S. D. V. 모델)

1. 웰니스관광 클러스터 실행모델의 도출

가. 웰니스관광 클러스터 실행모델의 목적

- » 지역에 바로 적용가능한 웰니스관광 실행모델 제시
 - 앞서 웰니스관광 클러스터의 개념적 모델 수립에서 그 첫 번째 단계로 웰니스관광객이 추구하는 4가지의 핵심가치(Life Style, Holistic Physical, Beauty, Mental)를 검토해보았으나, 클러스터의 개념적 모델을 지역 웰니스관광 환경에 바로 적용시키기에는 어려움이 있음.
 - 따라서 ‘웰니스관광 클러스터 실행모델’을 수립하여, 4가지의 핵심 가치 별로 다양하게 존재할 수 있는 웰니스 관광활동과 방문 장소의 구체화를 통해 ‘웰니스관광 클러스터 지역에 적용 가능한 다양한 실행모델을 제시하고자 함.
 - 웰니스관광 클러스터 실행모델은 웰니스관광 클러스터 사업 추진 시 지역의 웰니스관광 테마를 결정하는데 활용함.

나. GWI의 Seek-Do-Visit 모델

- » Seek-Do-Visit 모델의 서비스 구성요소
 - Global Wellness Institute에서 제시한 ‘SEEK-DO-VISIT’ 모델을 살펴보면, 웰니스관광객은 6가지 서비스 요소를 추구하며, 추구하는 서비스 요소를 실행할 수 있는 활동들과 연계하여 활동이 가능한 시설을 찾아가는 패턴이 나타난다고 봄.
 - ‘Physical’, ‘Mental’, ‘Spiritual’, ‘Emotional’, ‘Environmental’, ‘Social’의 6가지 요소 추구
 - 신체적, 정신적, 정서적, 사회적 차원에 걸쳐있는 웰니스의 핵심은 다면적 가치이며, 이러한 다양한 가치를 추구하는 관광객들은 여러 가치에서 비롯된 다양한 관광 활동에 참여하고자 웰니스 관광을 행함.
 - 웰니스관광객은 추구하는 6가지의 서비스 요소를 실행할 수 있는 통합의학

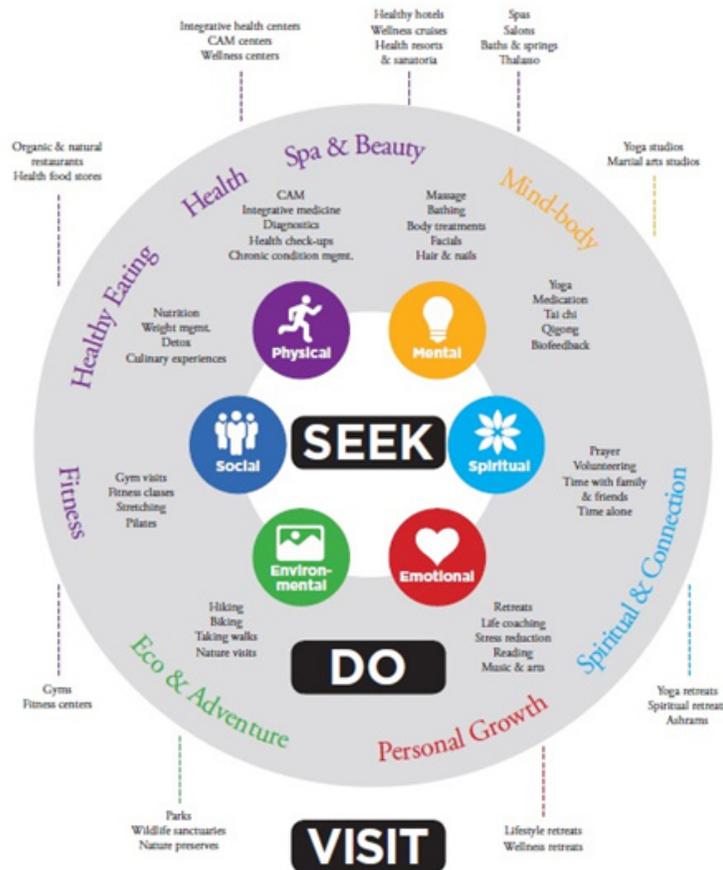
(Integrative medicine), 마사지, 요가, 기도, 영성 수련(Retreats), 하이킹, 식이요법(Nutrition) 등의 다양한 활동들과 연계시킴.

- 웰니스관광객은 서비스 요소와 연계된 활동이 가능한 통합의료센터, 스파, 요가 스튜디오, 공원, 체육관 등의 시설을 방문하여 추구하는 서비스를 받고, 활동을 시행하는 패턴이 이루어짐.



[그림 6-06] GWI에 의한 Seek-Do-Visit 요소

*자료: Global Wellness Institute(2015), 『The Global Wellness Tourism Economy 2013&2014』.



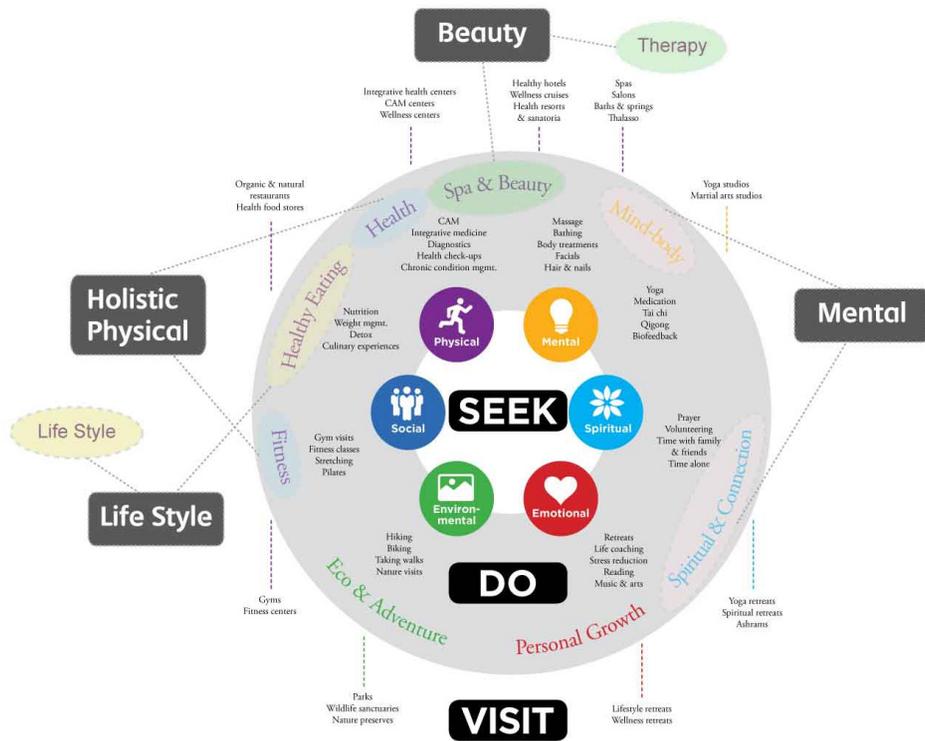
[그림 6-07] GWI의 Seek-Do-Visit 모델

*자료: Global Wellness Institute(2015), 『The Global Wellness Tourism Economy 2013&2014』.

다. 새로운 Seek-Do-Visit 모델 도출

» 한국 웰니스관광에 적용 가능한 구성요소

- GWI의 웰니스관광을 위한 Seek-Do-Visit 모델 요소를 분석하여, 한국의 웰니스관광에 적용 가능한 핵심서비스 추진을 위한 실행 모델 요소를 재구성함.
- GWI에서 제시한 6가지 서비스 요소를 ‘Life Style’, ‘Holistic Physical’, ‘Beauty’, ‘Mental’ 4가지의 요소로 구성하며 각 요소에는 세부 항목으로 범주를 구분하여 분류함.
 - Life Style: ‘Life Style’, ‘Healthy Eating’
 - Holistic Physical: ‘Healthy Care’, ‘Fitness’
 - Beauty: ‘Therapy’와 ‘SPA Beauty’
 - Mental: ‘Spiritual Connection’, ‘Mind·Body’
- 웰니스관광 클러스터 구현을 위해 주요 기능별 핵심 서비스 세부 추진 모델을 검토 할 수 있도록 ‘SEEK-DO-VISIT’ 모델을 도식화 하여 세부 사업내용, 사업주체, 도입시설로 설정하여 사업화가 가능하도록 제시함.
- 웰니스관광 클러스터 모델의 유형 별 세부 추진 모델은 핵심 기능을 Life Style, Holistic Physical, Mental, Beauty 항목으로 크게 구분함.
- 웰니스관광 클러스터 모델을 개발하기 위한 첫 번째 단계로 웰니스관광 구성요소별로 다양하게 존재할 수 있는 Needs를 파악하여 대입 후 지역별 창의적 모델 구성이 가능하도록 제시함.



[그림 6-08] GWI의 Seek-Do-Visit 모델 수정

*자료: Global Wellness Institute(2015), 『The Global Wellness Tourism Economy 2013&2014』, 참고로 연구진 재구성.



[그림 6-09] 한국 웰니스관광에 적용한 Seek-Do-Visit 모델

*자료: Global Wellness Institute(2015), 『The Global Wellness Tourism Economy 2013&2014』, 참고로 연구진 재구성.



[그림 6-10] 웰니스관광 클러스터 Seek-Do-Visit 모델 도출과정

2. 웰니스관광 클러스터 실행모델 (Seek-Do-Visit 모델) 수립

» 실행모델 구성을 위한 웰니스관광 활동과 방문시설 분류

- 웰니스관광객은 자신들이 추구하는 웰니스 가치를 실현하고자 관광목적지를 선정하며, 실제 웰니스관광지를 방문하고 체험을 하는 일련의 과정을 거침.
- ‘Life Style’을 추구하는 웰니스관광객은 생활습관 개선을 가장 중요한 요소로 생각하여 식이요법, 레저 및 스포츠, 해독요법, 직업병 및 스트레스 관리, 등과 관련된 관광활동을 하고자 함. 따라서 생활습관 관리센터, 스트레스 관리센터, 웰니스 센터, 유기농 식품점, 약선 식당, 체질관리센터, 면역력 강화센터, 건강보조식품점 등의 시설을 방문함.
- ‘Holistic Physical’을 추구하는 웰니스관광객은 만성질환관리, 한방의학, 건강검진, 통합의학, 체력관리 등의 관광활동을 하며, 만성질환관리센터, 한의원, 건강검진센터, 통합의학센터, 체형관리시설, 체력관리시설, 필라테스시설, 스트레칭센터, PT 센터 등의 시설을 방문할 수 있음.
- ‘Beauty’를 추구하는 웰니스관광객은 스파와 마사지, 항노화, 테라피, 다이어트, 코스메틱 등과 관련된 관광 활동을 하며, 웰니스리조트, 웰니스 호텔, 휴양리조트, 스파시설, 에스테틱, 데이스파, 워터스톤포레스트 테라피시설,

코스메틱시설, 향노화센터, 다이어트센터 등의 시설을 방문함.

- ‘Mental’을 추구하는 웰니스관광객은 기(氣)수련, 요가, 정신수양, 재충전, 원기회복 등과 같은 관광활동에 참여하며, 기(氣)치료셀너, 요가스튜디오, 명상원, 산림욕장, 템플스테이, 생태공원, 명상원, 휴양소, 자연치유시설, 아로마테라피 시설, 요양소 등의 시설을 방문함.
- 웰니스관광 클러스터 실행모델 (Seek-Do-Visit)의 구현을 위한 각각의 요소는 <표 6-05>와 같음.
- 또한, 웰니스관광 클러스터 모델의 실제적 구현을 위해 웰니스관광의 핵심가치별 핵심 서비스 세부 내용을 검토할 수 있도록 세부 내용, 도입 시설, 관련 체험 등을 도식화하여 [그림 6-11]과 같이 제시함.

<표 6-05> 웰니스관광 클러스터 실행모델 (Seek-Do-Visit) 구성요소

핵심 가치 (SEEK)	관광 활동 (DO)	방문 장소 (VISIT)
생활습관 개선 (Life Style)	<ul style="list-style-type: none"> • 생활습관 개선 • 식이요법 • 레저 및 스포츠 • 해독요법 • 직업병,스트레스 관리 	<ul style="list-style-type: none"> • 생활습관관리센터, 스트레스관리센터, 웰니스센터 등 • 유기농 식품점, 약선식당, 체질관리센터, 면역력 강화 센터, 건강보조식품점 
건강·체력 관리 (Holistic Physical)	<ul style="list-style-type: none"> • 만성질환관리 • 한방의학 • 건강검진 • 통합의학 • 체력관리 	<ul style="list-style-type: none"> • 만성질환관리센터, 한의원, 건강검진센터, 통합의학센터 • 체형관리시설, 체력관리시설, 필라테스 시설, 건강걷기체험센터, PT 센터 

핵심 가치 (SEEK)	관광 활동 (DO)	방문 장소 (VISIT)
뷰티·미용 (Beauty)	<ul style="list-style-type: none"> 스파, 마사지 항노화 테라피 다이어트 코스메틱 	<ul style="list-style-type: none"> 웰니스리조트, 웰니스호텔, 휴양리조트, 스파시설, 에스테틱, 데이스파 테라피(워터,스톤,포레스트)시설 코스메틱시설, 항노화센터, 다이어트센터 등
		
명상·정신수양 (Mental)	<ul style="list-style-type: none"> 기(氣) 수련, 요가 정신수양 재충전, 원기회복 	<ul style="list-style-type: none"> 기(氣)치료센터, 요가스튜디오, 명상원 산림욕장, 템플스테이, 생태공원, 휴양소, 자연치유시설, 아로마테라피 시설, 요양소 등
		

*자료 : 문화체육관광부(2014), 「체류형 의료관광 클러스터 통합 모델 개발 연구」, 활용 연구진 재작성.



[그림 6-11] 웰니스관광 클러스터 실행(SEEK-DO-VISIT) 모델 도식화

*자료: 연구진 작성.

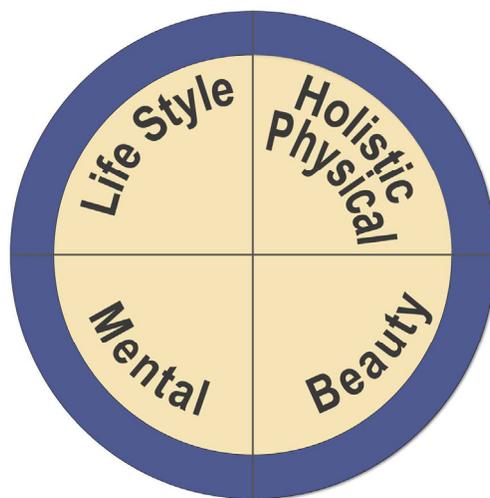
III

실행모델(Seek-Do-Visit 모델) 유형별 세부추진 모델

1. 웰니스관광 클러스터 세부 추진 모델의 개요

» 기본 방향

- 웰니스관광 클러스터 유형 별 세부 추진 모델은 핵심 기능을 ‘Life Style’, ‘Holistic Physical’, ‘Beauty’, ‘Mental’의 4가지로 구분하여 4가지 요소 중 2가지의 요소를 조합하여 각 구성요소의 핵심서비스와 도입가능 시설이 결합하는 형태로 유연하게 구성함.
- 웰니스관광 클러스터 모델의 세부 추진 모델은 핵심 기능을 유형별로 나누어 세부 핵심 서비스와 도입가능 시설을 검토하여 기능별 상관관계와 구성요소의 특성을 인식하는데 보다 효과적임.
- 지역에서는 각 지역의 특성과 환경에 맞는 세부 추진 모델을 선택하여 적용함으로써 지역의 웰니스관광 클러스터 모델 추진 시 중복을 최대한 배제하고 특성화된 경쟁력을 창출할 수 있음.



[그림 6-12] 웰니스관광 클러스터 세부추진 모델 핵심 기능

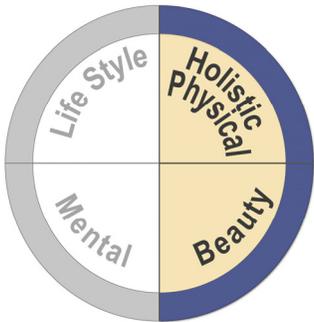
*자료: 연구진 작성.

2. 웰니스관광 클러스터 모델의 유형별 세부 추진 모델

» Holistic Physical+Beauty 요소 결합 모델

- Holistic Physical 요소와 Beauty 요소를 결합한 모델로 핵심서비스는 만성질환관리, 한방의학, 건강검진, 통합의학, 체력관리, 항노화, 테라피, 다이어트, 스파, 마사지, 코스메틱 등으로 구성됨.
- 만성질환관리센터, 한의원 건강검진센터, 체형관리시설, 웰니스리조트, 웰니스호텔, 휴양리조트, 테라피시설, 코스메틱 시설 등을 도입하여 웰니스 관광 시설로 활용할 수 있음.

〈표 6-06〉 웰니스관광 클러스터 모델 유형 1

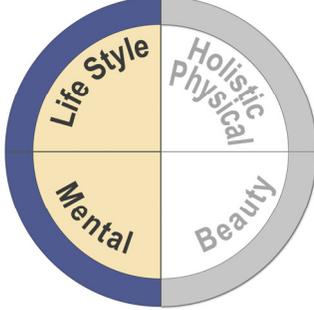
기능	핵심서비스	도입 가능 시설
	<ul style="list-style-type: none"> ● 만성질환관리, 한방의학, 건강검진, 통합의학, 체력관리 ● 항노화, 테라피, 다이어트, 스파, 마사지, 코스메틱 	<ul style="list-style-type: none"> ● 만성질환관리센터, 한의원, 건강검진센터, 통합의학센터 ● 체형관리시설, 체력관리시설, 필라테스센터, 스트레칭센터, PT센터 ● 웰니스리조트, 웰니스호텔, 휴양리조트, 스파시설, 에스테틱센터, 데이스파 ● 테라피(워터,스톤,포레스트)시설, 코스메틱시설, 항노화 센터, 다이어트센터, 마사지 시설

*자료 : 연구진 작성.

» Life Style+Mental 요소 결합 모델

- Life Style 요소와 Mental 요소를 결합한 모델로 핵심서비스는 생활습관개선, 식이요법, 레저·스포츠, 해독요법, 직업병 관리, 스트레스 관리, 기(氣)수련, 요가, 정신수양, 재충전, 원기회복 등으로 구성됨.
- 생활습관관리센터, 스트레스관리센터, 웰니스센터, 유기농 식품점, 약선식당, 체질관리센터, 면역력 강화, 센터, 건강보조식품점, 기(氣)치료센터, 요가스튜디오, 명상원, 산림욕장, 템플스테이, 생태공원, 휴양소, 자연치유시설, 아로마테라피 시설, 요양소 등을 도입하여 웰니스 관광 시설로 활용할 수 있음.

〈표 6-07〉 웰니스관광 클러스터 모델 유형 2

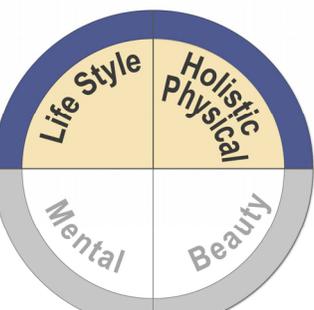
기능	핵심서비스	도입 가능 시설
	<ul style="list-style-type: none"> 생활습관개선, 식이요법, 레저·스포츠, 해독요법, 직업병·스트레스 관리 기(氣)수련, 요가, 정신수양, 재충전, 원기회복 	<ul style="list-style-type: none"> 생활습관관리센터, 스트레스관리센터, 웰니스센터 유기농 식품점, 약선식당, 체질관리센터, 면역력 강화, 센터, 건강보조식품점 기(氣)치료센터, 요가스튜디오, 명상원 산림욕장, 템플스테이, 생태공원, 휴양소, 자연치유시설, 아로마테라피 시설, 요양소

*자료 : 연구진 작성.

» Life Style+Holistic Physical 요소 결합 모델

- Life Style 요소와 Holistic Physical 요소를 결합한 모델로 핵심서비스는 생활습관 개선, 식이요법, 레저·스포츠, 해독요법, 직업병·스트레스 관리, 만성질환관리, 한방의학, 건강검진, 통합의학, 체력관리 등으로 구성됨.
- 생활습관관리센터, 스트레스관리센터, 웰니스센터, 유기농 식품점, 약선식당, 체질관리센터, 면역력 강화, 센터, 건강보조식품점, 만성질환관리센터, 한의원, 건강검진센터, 통합의학센터, 체형관리시설, 체력관리시설, 필라테스센터, 스트레칭센터, PT센터 등을 도입하여 웰니스 관광시설로 활용할 수 있음.

〈표 6-08〉 웰니스관광 클러스터 모델 유형 3

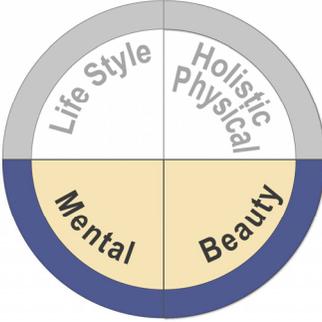
기능	핵심서비스	도입 가능 시설
	<ul style="list-style-type: none"> 생활습관개선, 식이요법, 레저·스포츠, 해독요법, 직업병·스트레스 관리 만성질환관리, 한방의학, 건강검진, 통합의학, 체력관리 	<ul style="list-style-type: none"> 생활습관관리센터, 스트레스관리센터, 웰니스센터 유기농 식품점, 약선식당, 체질관리센터, 면역력 강화, 센터, 건강보조식품점 만성질환관리센터, 한의원, 건강검진센터, 통합의학센터 체형관리시설, 체력관리시설, 필라테스센터, 스트레칭센터, PT센터

*자료 : 연구진 작성.

» Mental+Beauty 요소 결합 모델

- Mental 요소와 Beauty 요소를 결합한 모델로 핵심서비스는 기(氣)수련, 요가, 정신수양, 재충전, 원기회복, 항노화, 테라피, 다이어트, 스파, 마사지, 코스메틱 등으로 구성됨.
- 기(氣)치료센터, 요가스튜디오, 명상원, 산림욕장, 템플스테이, 생태공원, 휴양소, 자연치유시설, 아로마테라피 시설, 요양소, 웰니스리조트, 웰니스호텔, 휴양리조트, 스파시설, 에스테틱센터, 데이스파, 테라피(워터, 스톤,포레스트)시설, 코스메틱시설, 항노화 센터, 다이어트센터, 마사지 시설 등을 도입하여 웰니스 관광시설로 활용할 수 있음.

〈표 6-09〉 웰니스관광 클러스터 모델 유형 4

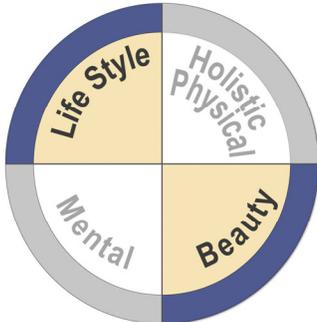
기능	핵심서비스	도입 가능 시설
	<ul style="list-style-type: none"> ● 기(氣)수련, 요가, 정신수양, 재충전, 원기회복 ● 항노화, 테라피, 다이어트, 스파, 마사지, 코스메틱 	<ul style="list-style-type: none"> ● 기(氣)치료센터, 요가스튜디오, 명상원 ● 산림욕장, 템플스테이, 생태공원, 휴양소, 자연치유시설, 아로마테라피 시설, 요양소 ● 웰니스리조트, 웰니스호텔, 휴양리조트, 스파시설, 에스테틱센터, 데이스파 ● 테라피(워터, 스톤,포레스트)시설, 코스메틱시설, 항노화 센터, 다이어트센터, 마사지 시설

*자료 : 연구진 작성.

» Life Style+Beauty 요소 결합 모델

- Life Style 요소와 Beauty 요소를 결합한 모델로 핵심서비스는 생활습관 개선, 식이요법, 레저·스포츠, 해독요법, 직업병·스트레스 관리, 항노화, 테라피, 다이어트, 스파, 마사지, 코스메틱 등으로 구성됨.
- 생활습관관리센터, 스트레스관리센터, 웰니스센터, 유기농 식품점, 약선식당, 체질관리센터, 면역력 강화, 센터, 건강보조식품점, 웰니스리조트, 웰니스호텔, 휴양리조트, 스파시설, 에스테틱센터, 데이스파, 테라피(워터, 스톤,포레스트)시설, 코스메틱시설, 항노화 센터, 다이어트센터, 마사지 시설 등을 도입하여 웰니스 관광시설로 활용할 수 있음.

〈표 6-10〉 웰니스관광 클러스터 모델 유형 5

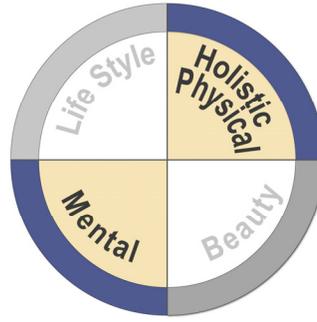
기능	핵심서비스	도입 가능 시설
	<ul style="list-style-type: none"> 생활습관개선, 식이요법, 레저·스포츠, 해독요법, 직업병·스트레스 관리 항노화, 테라피, 다이어트, 스파, 마사지, 코스메틱 	<ul style="list-style-type: none"> 생활습관관리센터, 스트레스관리센터, 웰니스센터 유기농 식품점, 약선식당, 체질관리센터, 면역력 강화, 센터, 건강보조식품점 웰니스리조트, 웰니스호텔, 휴양리조트, 스파시설, 에스테틱센터, 데이스파 테라피(워터,스톤,포레스트)시설, 코스메틱시설, 항노화 센터, 다이어트센터, 마사지 시설

*자료 : 연구진 작성.

» Holistic Physical+Mental 요소 결합 모델

- Holistic Physical 요소와 Mental 요소를 결합한 모델로 핵심서비스는 만성질환관리, 한방의학, 건강검진, 통합의학, 체력관리
- 만성질환관리센터, 한의원, 건강검진센터, 통합의학센터, 체형관리시설, 체력관리시설, 필라테스센터, 스트레칭센터, PT센터, 기(氣)치료센터, 요가스튜디오, 명상원, 산림욕장, 템플스테이, 생태공원, 휴양소, 자연치유시설, 아로마테라피 시설, 요양소 등을 도입하여 웰니스 관광시설로 활용할 수 있음.

〈표 6-11〉 웰니스관광 클러스터 모델 유형 6

기능	핵심서비스	도입 가능 시설
	<ul style="list-style-type: none"> 기(氣)수련, 요가, 정신수양, 재충전, 원기회복 만성질환관리, 한방의학, 건강검진, 통합의학, 체력관리 	<ul style="list-style-type: none"> 만성질환관리센터, 한의원, 건강검진센터, 통합의학센터 체형관리시설, 체력관리시설, 필라테스센터, 스트레칭센터, PT센터 기(氣)치료센터, 요가스튜디오, 명상원 산림욕장, 템플스테이, 생태공원, 휴양소, 자연치유시설, 아로마테라피 시설, 요양소

*자료 : 연구진 작성.

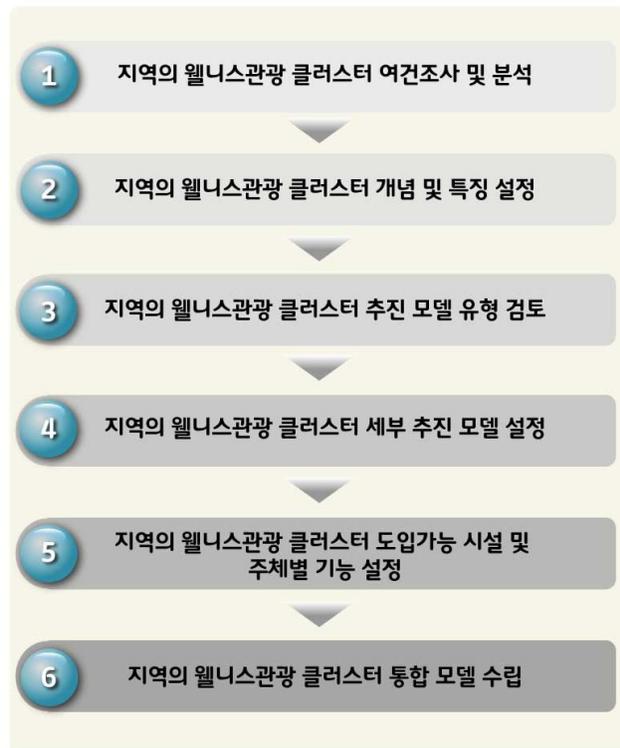
7장. 웰니스관광 클러스터 사업 추진 전략

- I. 웰니스관광 클러스터 사업 추진 방향
- II. 웰니스관광 클러스터 사업 추진 계획

I 웰니스관광 클러스터 사업 추진 방향

1. 웰니스관광 클러스터 사업 추진 내용

- ▶ 웰니스관광 활성화를 위한 통합 모델 수립 추진
 - 웰니스관광 클러스터 모델은 지역의 관광 자원과 웰니스관광 자원을 결합하여 새로운 통합 모델을 수립하여 웰니스관광의 지속적인 발전과 자생적 발전을 이루어 나가도록 함.
 - 웰니스관광 클러스터 통합 모델은 의료관광 클러스터, 지역관광 수용태세, 혁신네트워크, 수요창출 네트워크와 긴밀하게 연계하여 기술혁신 활동을 이루어 웰니스관광의 발전방향과 실천 방안을 모색할 수 있도록 함.
 - 웰니스관광 클러스터 모델 수립과정은 총 6단계로 구분되어 지역관광의 수용태세에 맞는 핵심 테마 설정부터 수용창출 네트워크, 혁신네트워크를 연계하는 통합 모델 수립까지의 단계가 포함됨.



[그림 7-01] 웰니스관광 클러스터 모델 추진 과정

» 웰니스관광의 성공적인 초기 정착을 위한 지역관광자원 분류

- 현재 각 지역이 보유하고 있는 관광자원 중에는 이미 웰니스관광 자원으로 분류 할 수 있는 경우도 있으며, 이러한 자원과 함께 새롭게 개발 가능한 웰니스관광 자원이 연계되어 웰니스관광을 위한 핵심 콘텐츠를 개발하고 관광 수요 유인 효과를 기대할 수 있도록 함.
- <표 7-01>은 기존의 지역관광자원을 웰니스관광자원으로 분류한 것으로 1단계는 웰니스관광의 직접적인 소재가 될 수 있는 지역의 관광자원을 나타냄.
 - 기존 지역관광자원은 자연자원, 문화예술자원, 시설자원, 종교자원, 한방통합의학 자원, 음식자원, 심신 운동자원으로 분류
- 2단계에서는 웰니스 콘텐츠와 분야별 치유 활동의 유무에 따라 1단계 자원을 발전시킨 웰니스관광자원을 나타냄.

〈표 7-01〉 지역관광자원의 웰니스관광자원 분류 예시

구분		1단계	2단계	비고
자연 자원	산림자원	• 공원, 숲, 정원 등	• 휴양림, 산림욕장 등	웰니스 프로그램 유무
	수자원	• 수영장 등	• 온천스파, 족욕장 등	스파 프로그램 유무
	지형자원		• 둘레길, 산책길, 등산로, 자전거길 등	웰니스 코스의 유무
	자연관찰자원	• 바닷가, 해변 등	• 식물원, 일출일몰관찰, 전망대, 별자리 관찰 등	관찰 체험의 유무
문화 예술 자원	청각적 자원	• 음악, 노래 등	• 음악회 등	-
	시각적 자원	• 그림, 벽화 등	• 미술관, 벽화마을 등	
	종합예술 자원	• 연극, 공연 등	• 연극제, 영화제 등	
시설 자원		• 친환경 리조트, 웰니스 리조트, 힐링복합시설, 스키장, 콘도, 지역 체험관광시설 등	• 스파 특화 리조트, 웰니스 콘텐츠 및 프로그램 보유 리조트, 농어촌체험마을, 승마장 등	웰니스 체험의 유무
종교 자원		• 사찰, 서원, 향교, 성당 등	• 템플스테이, 향교체험 등	심리적 치유행동의 유무
한방통합의학 자원		• 약초, 한의원 등	• 한방치료단지, 한방스파리조트 등	신체적 동기 만족의 유무
음식 자원		• 향토음식, 지역 특산물, 지역 전통주 등	• 약선음식, 사찰음식, 채식, 저염식 등	-
심신 운동 자원		• 명상, 요가, 기(氣)체조 등	-	정신건강의 치유행동 유무

*자료 : 경남발전연구원(2014), 「경남지역 힐링관광 육성방안」 참고 연구진 재작성.

2. 웰니스관광 클러스터 사업 추진 요소 설정

가. 의료관광 클러스터 사업 추진 요소 설정

» 2017 의료관광 클러스터 사업검토를 통한 도출

- 2017년 의료관광 클러스터 사업 분석(3장 참고)에서 나타난 것처럼, 중앙정부 차원에서 수립한 정책과 지자체를 중심으로 실제 추진된 사업 사이에 괴리감이 발생함을 알 수 있음.
- 의료관광클러스터 사업의 경우 의료관광의 필요성 및 중요성에 대한 지자체와 정부의 인식 공유에도 불구하고 그 과정에서 효과적인 사업 추진에 어려움이 있는 상황이 발생함.

- 이러한 상황은 웰니스관광 클러스터 사업 추진 과정에서도 발생할 가능성이 있으므로, 사업의 우선순위와 추진의 효과성 및 효율성 제고 등에 대한 중요 추진 요소 파악이 중요함.
- 웰니스관광 클러스터 사업에서는 지역의 웰니스관광 자원과 콘텐츠 도입 및 활용에 대한 체계적 접근방법과 이에 대한 정책적 지원을 극대화하기 위해 의료관광클러스터 사업을 통해 도출된 요소를 사업 추진요소로 설정함.
 - 1. 웰니스관광 상품 및 콘텐츠 개발
 - 2. 웰니스관광 인력 양성
 - 3. 웰니스관광 인프라 조성
 - 4. 웰니스관광 홍보 및 인식제고
 - 5. 웰니스관광 관련 산업육성
 - 6. 웰니스관광 네트워크 구축

나. 웰니스관광 클러스터 사업 추진 요소별 주요 내용

1) 웰니스관광 상품 및 콘텐츠 개발

» 명확한 웰니스관광 테마 설정 필요

- 의료관광클러스터 사업의 경우 지역의 의료와 지역이 연계된 관광상품이 크게 부족하였으며, 지역의 특색이 반영되지 않은 대동소이한 관광상품이 하나의 문제점으로 나타남.
- 이러한 문제를 해결하기 위해 웰니스관광 클러스터 사업에서는 지역 별 명확한 웰니스관광 테마를 설정하는 것이 중요하며, 이는 앞서 소개된 웰니스관광 클러스터 실행모델을 통해 지역의 웰니스 테마가 확립될 수 있음.
- 또한, 지역문화 체험과 차별화된 경험이 ‘건강’과 결합되어 관광 가치를 창출하는 웰니스 상품의 구현을 목표로 웰니스관광 상품 개발을 시작해야 함.
 - 스파와 디톡스를 중심으로 진행되는 국내 웰니스관광 상품 개발 가능
 - 한의학 등의 전통의학이나 대체의학을 활용한 웰니스관광상품 개발 가능
 - 지역 템플 스테이의 식단과 결합한 웰니스관광상품 개발 가능

- 특히, 웰니스 선진국인 유럽의 국가나 일본, 태국 등과 같은 아시아 국가와 비교했을 때 현저히 낮은 웰니스관광산업의 가치를 높이기 위해서 문화관광, 음식관광, 의료관광 등과 같이 여러 연관 산업과의 융복합을 고려하여 웰니스관광객에게 어필할 수 있는 한국만의 웰니스관광상품을 개발해야 함.
- 웰니스관광 상품 및 콘텐츠 개발은 2017년부터 한국관광공사가 선정한 웰니스관광 25선을 위주로 진행하여 지역의 대표 웰니스 관광상품의 중심이 될 수 있도록 하여 기 추진된 사업과의 시너지 효과를 극대화 함.

» 타 부처와의 연계 활성화를 통한 웰니스관광 콘텐츠 확장 필요

- 산업통상자원부, 해양수산부, 보건복지부 등 타 정부부처가 웰니스 분야를 선점하기 위해 다양한 사업을 진행하고 있으며, 이는 문화체육관광부에게 하나의 위협으로 작용할 수 있음.
- 그러나 타 정부부처의 웰니스 사업은 의료기관을 중심으로 이루어지거나 대규모 시설 건립과 같은 하드웨어 사업에 집중되어 있는 반면, 문화체육관광부는 한국관광공사, 한국콘텐츠진흥원 등 유관기관을 통한 웰니스관광자원의 체계적인 발굴과 콘텐츠 개발, 대내외 홍보 등 관련 분야의 융합 모색에 강점을 보유하고 있음.
- 따라서 부처 개별적으로 진행되고 있는 기존 정책 추진의 한계를 해소하고 웰니스관광을 체계적·종합적으로 추진하기 위해서 각 부처 및 유관기관의 장점을 살리면서 유기적인 정책 협력을 강화하고 지속해야 함.

2) 웰니스관광 인력 양성

» 한국의 웰니스문화 이해 제고 및 전문 인력의 다양화 필요

- 웰니스관광 전문인력의 양성은 장기적 관점에서 바라보아야 하는 중요한 추진 과제로 파악됨.
- 현재 웰니스관광과 관련한 기존의 인력은 의료관광과 관련한 사업의 기획, 홍보, 마케팅을 담당하는 의료관광코디네이터가 대표적임.
- 하지만 의료관광에 비해서 웰니스관광은 보다 넓은 범위의 관광서비스를 포함

하고 있어 웰니스관광의 산업화를 위해서는 웰니스에 대한 이해와 전문 지식을 갖춘 전문 인력의 양성이 요구됨.

- 고부가가치 웰니스상품 개발이 가능한 웰니스여행상품 개발자, 행사 기획자 등의 양성을 위한 교육시스템 개발
- 웰니스산업 중 대표적인 관광서비스를 제공하는 스파 분야에서 활용 가능한 테라피스트 등의 전문 인력 양성 시스템 개발
- 관광객을 직접 대응하는 웰니스 숙박시설 및 편의시설 서비스원 등을 위한 웰니스관광 기본 교육 실시

» 전문 인력 양성을 위한 체계적·지속적 정책 추진

- 웰니스관광 전문 인력 양성을 위해서는 무엇보다도 정부의 체계적이고 지속적인 정책이 뒷받침 되어야 함. 관한 제도가 필요하고, 인력양성사업의 효과적인 추진을 위해서 별도의 웰니스관광 전문인력 양성기관을 육성해야 함.
 - 태국의 치바솜 리조트의 경우 지속가능한 성장이 스파 분야의 전문인력의 역량에 좌우된다고 판단, 전문인 양성을 위한 표준시설과 교육 프로그램 실행
- 특히, 웰니스관광 시장의 노동력을 공급할 수 있는 관광 특화 고등학교, 대학교 등의 교육기관에서 웰니스산업으로 투입 가능한 인력의 규모와 배출되는 산업 현장, 웰니스관광 산업 취업을 위해 필요한 자격과 관련 학과 등에 대한 실태 조사 등을 통한 추진 기반 확보가 요구됨.
- 또한, 학계에서 배출되는 인력이 실제로 현장에서 관광객의 니즈를 충족시킬 수 있게 하기 위하여 다양한 분야와의 융합적 접근을 확대하고 기존 인력 또한 활동할 수 있는 영역을 발굴 및 개발해야 함.

3) 웰니스관광 인프라 조성

» 의료기관 중심의 인프라 지양

- 우리나라의 웰니스관광은 이제 초기단계에 진입하였으므로, 이에 따라 관광산업의 가장 기본적인 요소라 할 수 있는 숙박, 음식, 교통, 안내 등의 전반적인 관광수용태세 개선이 웰니스관광에 맞추어 이루어져야 하는 시기임.
- 그러나 웰니스관광이 의료관광의 한 분야로 인식되어 그동안은 의료기관 중심

의 인프라가 조성됨.

- 의료관광의 목적은 치료적 시술이 가장 주요한 방문 동기이기 때문에 의료관광 코디네이터, 병원과 연계된 숙박시설 등 인프라가 모두 병원과 의료기관을 중심으로 이루어짐. 이는 의료관광 클러스터 사업 지자체에게 어느 정도의 성과를 주었지만, 치료나 시술 이후 지역의 관광명소를 둘러보는 단순 방문이 주가 되어 지역이 가지고 있는 고유한 관광정체성이 드러나지 않은 한계가 있음.

» 지역 웰니스관광이 중심이 되는 인프라 조성

- 우리나라 웰니스관광의 성공적인 시작을 위한 핵심은 웰니스관광객을 맞이할 수 있는 관광수용태세 정비로 웰니스관광을 새로운 관광산업시장으로 육성하기 위해서는 근본적인 처방이 필요함.
- 먼저 5대 관광접점인 교통, 숙박, 음식, 쇼핑, 안내를 중심으로 한 웰니스관광인프라를 구축함. 특히 웰니스관광의 향유를 위해 반드시 요구되는 체류형 관광을 장려하기 위해 이를 위한 웰니스 숙박 시설이 조성되어야 함.
 - 지역별 대표 웰니스 숙박시설 인증제 실시
 - 보령 머드 축제 등 유명 지역 축제와 연계한 웰니스관광 프로젝트 실시
- 지역 웰니스관광 활성화의 기폭제 역할을 할 웰니스 음식관광 인프라 조성을 위한 지역의 식재료와 연계한 웰니스 음식을 개발하고, 건강 및 치유를 테마로 하는 웰니스음식테마거리 등 조성함.
- 내국인 관광객이 웰니스를 하나의 문화로 받아들여 언제든지 웰니스관광에 참여할 수 있도록 장려하는 제도 개선이 뒷받침 되어야 함.

4) 웰니스관광 홍보 및 인식제고

» 웰니스관광 개념 정립 및 홍보

- 웰니스관광의 확산을 위해서는 웰니스관광에 대한 국민적 이해의 확산과 공감대 형성이 전제 조건이 되어야 하며, 웰니스관광을 소비하는 관광객 유치를 위해서 의료관광과 웰니스관광의 차이점과 웰니스관광의 개념이 재정립 되어야 함.

- 웰니스관광 캠페인 실시 및 웰니스관광 홍보 방송 프로그램 제작
- 웰니스관광 클러스터 사업은 1차적으로 내국인 관광객을 중심으로 진행되지만, 장기적으로는 외국인 관광객을 유치하는 고부가가치 상품이 되어야 함.
 - 국내 웰니스관광 설명회 개최 및 관광박람회 참가
 - 웰니스관광 체험수기 공모전 실시
- 현재 관광홍보의 효과는 오프라인보다 온라인에서 크게 나타나고 있으므로, SNS나 포털사이트를 활용한 온라인 웰니스관광 홍보를 추진함.
 - 웰니스 길, 웰니스 숙박 시설, 웰니스 음식 등 소개하는 종합안내포털 DB 구축

» 웰니스관광 통합 브랜드 구축

- 의료관광클러스터 사업 진행시 지자체별로 추진해 왔던 의료관광 브랜드가 있었으나, 향후 내·외국인 관광객의 수요 증가 및 다변화에 효과적으로 대응하기 위해 국가 수준의 웰니스관광 통합 브랜딩 정립이 필요함.
- 웰니스관광 통합 브랜딩을 통해 웰니스관광과 지역의 웰니스 특성이 결합된 지역별 대표 관광상품을 창출하고, 관광객이 가지고 있을 웰니스관광목적지로서의 한국에 대한 괴리감을 최소화 할 수 있도록 함.
- 여러 지역에 산재되어 있는 웰니스관광자원을 통합하여 거점화하고, 통합브랜드를 만들어 지역의 웰니스 자연환경, 지역의 웰니스 문화, 웰니스 먹거리 등의 관광자원을 통합하여 체계적으로 홍보함.
 - 웰니스관광 브랜드 로고 개발 및 통합 브랜드 인증사업
 - 통합마일리지 등 웰니스관광 지역 공동 마케팅 실시

5) 웰니스관광 산업 육성

» 웰니스관광 산업적 통계기반 구축

- 웰니스관광이 산업으로 정착하기 위해서는 웰니스관광객 유치와 관련한 양적 목표와 웰니스관광객 만족도 제고, 재방문을 증가, 체류기간 연장, 관광소비 지출액 증대 등의 질적 목표를 만족시켜야 함.
- 따라서 웰니스관광 확산을 위한 기반을 조성하기 위한 진입단계에서는 웰니스

관광 관련 사업장, 인력, 상품의 수준 향상과 관리, 지역웰니스관광 전략을 수립하기 위한 사업들이 동시에 추진되어야 함.

- 웰니스관광클러스터 사업 추진과 웰니스관광 통계구축을 위한 사전작업 실시
- 웰니스관광 클러스터 사업은 처음 시행되는 사업이므로 사업추진과정에서 운영상의 개선사항을 발굴하고, 이번년도 사업이 성공적으로 추진될 경우 후속 사업 추진에 있어 모델로 삼아 웰니스관광의 조기 정착에 기여함.
- 기존의 관광통계자료만으로는 웰니스 관련 연구를 수행하거나 정책에 활용하는데 미흡한 측면이 많기 때문에 정책을 뒷받침하기 위한 웰니스관광산업 분야의 믿을 수 있는 통계자료를 생산하고 데이터베이스를 구축하는 작업이 요구됨.
- 특히 지역별 웰니스관광 조사의 체계적인 수행과 지속적으로 자료를 구축할 수 있는 체계 필요
- 또한, 웰니스관광산업 통계의 신뢰도를 보장할 수 있도록 통계작성기관 및 전문가와의 협업체계를 구축하고 통계자료를 공유할 수 있는 시스템 마련

» 민간 참여 유도 및 정부부처 간 연계 시스템 구축

- 민간의 적극적인 참여를 유도하기 위한 대표적인 인프라로 인식되는 창업보육센터(business incubator)나 창업지원센터(business supporting center)의 설립이 웰니스관광 기업의 성장을 촉진하고 활성화 하는데 기여할 것으로 예상됨.
- 대구시의 경우 의료관광클러스터 사업 지자체 중 유일하게 대구 의료관광 창업지원센터 설립
- 지역실정에 맞는 웰니스관광협동조합 설립 모델 개발
- 지역의 웰니스관광 콘텐츠를 현대적 의미로 재해석하여 새로운 개념의 콘텐츠로 개발하여 활용해야 하는데 이는 산업통상자원부나 해양수산부와 문화체육관광부의 부처 간 협업으로 진행될 수 있음.
- 현재 여러 정부부처가 웰니스 관련 사업에 참여하면서 시장 창출을 꾀하고 있으나, 오히려 이러한 상황으로 인해 소비자들은 웰니스를 하나의 동일한 산업으로 인식하지 못하였으며 실질적인 이윤 창출이 가능한 시장을 발굴하는 것이 중요한 문제로 인식됨.

- 이러한 문제를 해결하기 위해서는 우리나라의 웰니스 산업을 아우를 수 있는 브랜드를 만들어 소비자의 수요를 독려할 수 있는 시장을 창출해야 함.
- 특히, 문화체육관광부는 그동안 문화 국가 브랜드, 관광 브랜드 등을 통한 시장 육성 및 지원에 대한 경험이 풍부하여 웰니스관광의 시장 개척을 위한 부처 간 브랜드 사업에서도 주도적인 역할을 할 수 있을 것으로 기대됨.

6) 웰니스관광 클러스터 네트워크 구축

» 통합적 웰니스관광정책 수립 기반 마련

- 웰니스관광 네트워크의 정책기반을 마련하기 위해서는 지역 간 의견 조정 및 교류, 공동정책 수립과 추진의 역할을 수행할 수 있는 광역단위 웰니스관광협의체를 구성하고, 지리적 근접성 보다는 기능적 네트워크를 강화할 수 있도록 함.

» 지역 웰니스관광 분야 인적 교류 장려

- 웰니스관광 네트워크의 지속적인 성과 창출을 위해서는 웰니스관광 분야 종사자와 정부 관계자 간의 인적 네트워크 구축과 활발한 교류를 통한 정보의 공유와 관련 경험 축적이 중요함.
- 따라서 정부 주도가 아닌 민관의 구분 없이 웰니스관광 산업 분야 종사자에 대한 실태 파악 후 세부 분야 별 네트워크 구축을 도모하도록 함.

» 웰니스관광 창업 보육센터 활성화

- 클러스터 운영에 있어 가장 중요한 요소는 클러스터 구성원 간의 네트워크 활성화이나 이는 가장 달성하기 어려운 요인이기도 함.
- 앞서 언급한 창업보육센터 또한 클러스터 네트워크를 통해 지속될 수 있으며 중앙정부, 지자체, 지역 대학 간의 협업이 가능한 플랫폼을 제공하여 혁신적인 아이디어를 가진 학생들이 지역 웰니스관광 컨설팅에 참여하고 성공을 이끌도록 유도해야 함.

- 산학연 연계 : 웰니스관광 기업 및 대학의 인력 교류 (컨설팅, 강연), 세미나 개최, 연구인력 공동 교육 등
- 기업 간 연계 : 웰니스관광 관련 기업체 현황 파악, 기업간 웰니스관광상품 개발, 전략적 제휴 등
- 웰니스관광 창업기업 육성을 위한 통합 컨설팅 서비스 제공

- 웰니스관광 클러스터 네트워크 구축의 주요 목표 중 하나는 민간이 운영하는 사업모델이 더욱 증가해야 한다는 것이며, 클러스터 내 창업보육센터가 초기기업의 성공을 이끄는 요람의 역할을 수행할 수 있도록 함.



[그림 7-02] 웰니스관광 클러스터 사업추진 요소 및 전략

II 웰니스관광 클러스터 사업 추진 계획

1. 웰니스관광 클러스터 사업 추진 절차

» 6개의 단계로 사업 선정 추진 절차 진행

- 웰니스관광 클러스터를 구축할 지역을 선정하는 과정은 6개의 단계로 구성되어 있으며, 각 단계별 주관 기관장과 추진 내용을 포함하고 있음.
 - ① 선정계획수립(문체부)
 - ② 웰니스관광 클러스터 지역 선정신청서 제출(기초자치단체→광역단체)
 - ③ 광역도시별 사업계획 수립 후 문체부에 신청
 - ④ 웰니스관광 클러스터 지역 선정위원회 구성 및 평가(1차 서류심사, 2차 PT 및 현장조사)
 - ⑤ 선정결과 발표 및 육성지원
 - ⑥ 실행평가 및 효과분석(전문 연구기관)

〈표 7-02〉 사업 선정 추진 절차

단계	추진 내용	비고
1단계	선정계획 수립	문화체육관광부
2단계	웰니스관광 클러스터 지역 선정 신청서 제출	기초자치단체 → 광역단체
3단계	광역도시별 사업계획 수립 후 문체부에 신청	-
4단계	웰니스관광 클러스터 지역 선정위원회 구성 및 평가	1차: 서류심사 2차: PT 및 현장조사
5단계	선정결과 발표 및 육성지원	육성계획 수립 및 전문가 컨설팅 지원
6단계	실행평가 및 효과분석	전문연구기관

» 각 단계별 세부 사항

- 선정계획 수립 단계
 - 웰니스관광 클러스터 지역 선정을 위한 계획을 수립하고, 웰니스관광 클러스터 지역 선정에 관한 공고를 발표하는 단계로 문화체육관광부 장관이 주관

- 웰니스관광 클러스터 사업 지역 선정 신청서 제출 단계
 - 각 기초자치단체에서 웰니스관광 클러스터 사업 계획 수립을 위한 자료를 광역자치단체에 제공하는 단계
- 광역도시별 웰니스관광 클러스터 사업 계획 수립 및 문체부 신청 단계
 - 각 기초자치단체에서 제출한 ‘웰니스관광클러스터지역 선정 신청서’와 기초자료를 광역자치단체에서 자체 검토
 - 광역자치단체는 각 기초자치단체에서 제공한 지역 웰니스관광 기초 자료를 토대로 ‘웰니스관광 클러스터 사업 계획’을 수립하여 문화체육관광부에 ‘웰니스관광 클러스터 사업 지역 선정 신청서’ 제출
- 문화체육관광부는 광역자치단체에서 제출한 사업계획을 평가하여 웰니스관광 클러스터 사업 지역 후보 선정
- 웰니스관광 클러스터 지역 선정위원회 구성 및 평가 단계
 - 사업의 성공적인 개최와 지역 관광산업발전을 위한 통합 조직으로서의 역할을 수행할 수 있도록 웰니스관광 클러스터 지역 선정위원회 구성
 - 웰니스관광 클러스터 지역 선정위원회는 웰니스관광 클러스터 지역 후보를 대상으로 최종 대상지 선정
 - 1차 평가는 ‘웰니스관광 클러스터 지역 선정 신청서’를 검토하여 서류심사 진행
 - 2차 평가는 각 후보지역 담당자의 프레젠테이션과 지역의 현장답사를 동시에 진행
- 선정결과 발표 및 육성지원 단계
 - 1차, 2차 평가 후 ‘웰니스관광 클러스터 사업’ 지역으로 최종 선정 결과 발표
 - 웰니스관광 클러스터 사업의 효과적인 운영을 위해 관계부처의 지원과 협조를 통한 육성 지원
 - 전문 연구기관에 의한 지역웰니스관광 육성계획 수립 및 분야별 전문 컨설팅 지원
- 실행평가 및 효과분석 단계
 - 전문 연구기관은 사업 실행에 대한 평가와 사업을 통한 효과를 분석



[그림 7-03] 웰니스관광 클러스터 사업 추진 과정

2. 웰니스관광 클러스터 사업 운영 방안

가. 웰니스관광 클러스터 추진 조직 구성

1) 추진 조직 구성 기본 방향

» 체계적이고 명확한 조직 구성

- 조직의 업무 효율 증진을 위해 조직의 구성체계, 기능, 역할 등을 분명히 하고 웰니스 클러스터 사업의 추진 과정 및 결과에 대한 객관적인 모니터링을 실시함.
- 실행력과 추진력을 갖춘 조직을 구성하여 원활한 사업 추진을 도모함.

» 구성원들의 역량 제고를 통해 조직의 전문성 강화

- 조직의 내부 역량을 강화하고 변화하는 외부 환경에 신속하게 대응하기 위하여 전문가로 조직된 자문단을 구성하여 의견을 수렴함.

» 조직의 창의성 증대를 통해 사업의 추진력 향상

- 구성원들의 창의적인 제안과 의견 수렴을 통해 독특하고 창의적인 아이디어가 웰니스 관련 사업에 반영될 수 있도록 조직 체계를 마련함.
- 해당 지자체의 지역 정체성과 이미지 제고를 위해 조직 구성원과 지역 전문가들이 함께 사업을 추진할 수 있는 시스템을 구축함.

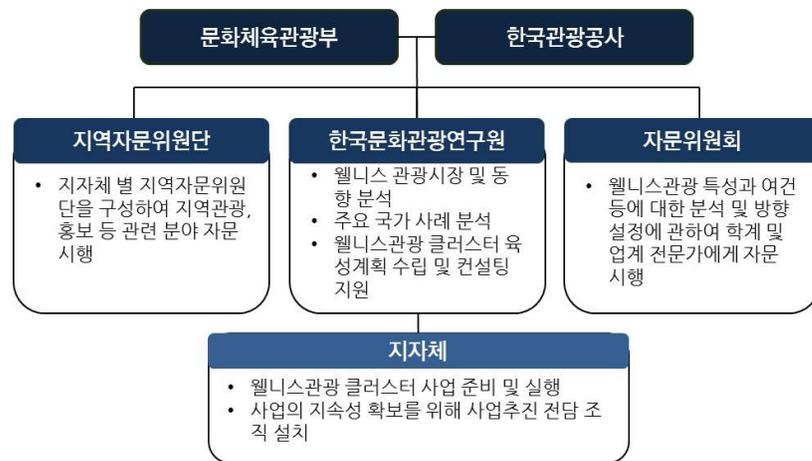
» 유관기관 협력을 통해 조직의 연계성 강화

- 웰니스관광 클러스터 사업의 원활한 추진을 위하여 정부 추진조직과 지자체 실행조직 간의 연계성을 강화하여 조직 운영의 효과를 극대화하고 사업의 완성도를 제고함.
- 웰니스관광 클러스터 사업과 관련된 유관기관과 지속적으로 연계·협력하여 추진 사업의 성과를 높이고 행정·예산·인력 등의 지원을 확보함.

2) 웰니스관광 클러스터 추진 조직 구성(안)

» 웰니스관광 클러스터 사업에 따른 추진 조직 구성

- “웰니스관광 클러스터” 사업은 문화체육관광부를 중심으로 해당 지자체와 협력하여 사업을 추진하고, 한국관광공사 및 한국문화관광연구원 등 관련 기관이 지원하는 형태로 이루어짐.
- 해당 지자체에서 ‘사업 추진 전담 조직’을 구성하여 사업의 지속성과 실행력을 확보하도록 함.



[그림 7-04] 웰니스관광 클러스터 사업 추진 구성(안)

나. 추진 조직 간 네트워크 구축 및 협력 방안

1) 추진 조직 간 네트워크 구축 및 협력 기본 방향

» 관련 기관의 유기적인 협력 필요

- 웰니스관광 클러스터 사업의 성공적인 추진을 위해서는 정부와 지자체의 역할로는 부족하여 다양한 관련 기관의 유기적인 협력과 지원을 통하여 사업 추진의 완성도를 높이도록 함.
- 이를 위해 사업 총괄 조정, 사업 실행, 사업 지원을 담당하는 구성원들이 상호연계가 원활히 이루어지도록 하여 사업의 효율성 및 시너지 효과를 극대화하도록 함.



[그림 7-05] 웰니스관광 클러스터 사업 추진 조직간 협력 방향

» 사업 총괄 조정

- 문화체육관광부는 웰니스관광 클러스터 사업을 총괄하는 주체이며, 사업 대상 지역의 선정에서부터 관련 사업을 기획·추진하고, 사업 실행 이후 사후 관리·점검하는 역할을 담당함.

» 사업 실행

- 지방자치단체는 웰니스관광 클러스터 사업을 실행하는 주체로, 지역 내 관광 관련 사업체(여행사, 숙박업체, 식음시설, 편의시설 등)와의 협력을 통해 추진 사업의 실현성을 높이도록 함.

» 사업 지원

- 웰니스관광 클러스터 사업을 지원하는 주체로는 한국관광공사 등의 공기업과 한국문화관광연구원 등의 연구기관, 지역대학교, 전문기관 및 학회 등이 있으며, 이들 기관들은 인력양성, 홍보 마케팅 평가, 관련 연구 및 자문을 통해 웰니스관광 클러스터 사업을 지원함.

2) 웰니스관광 클러스터 사업 유관 기관 협력체계 구축 방안

» 한국관광공사 및 지역관광공사

- 정부 및 지역 공공기관으로서 웰니스관광 클러스터 사업에 대한 대외적인 홍보, 인력파견, 예산 등의 협력 및 지원을 담당하며, 특히 관광공사가 추진하는 다양한 국내 및 지역 웰니스관광수용태세, 웰니스관광자원, 지역 관광상품, 관광홍보마케팅 등의 사업들과 웰니스관광 클러스터 사업을 연계하여 추진할 수 있음.

» 전문 연구기관

- 웰니스관광 사업의 컨설팅 및 계획 및 수행, 지자체 전반적인 컨설팅, 보고서 작성 등 업무를 진행하고 지자체 방문, 전화상담 등을 실시함.
- 한국문화관광연구원은 지역 현황과 문제점을 파악한 후 지자체 간 협의를 통하여 활동 목표를 설정함.
- 주요 컨설팅 분야는 하드웨어, 소프트웨어, 휴먼웨어 부문으로 분류함.

〈표 7-03〉 전문 연구기관의 주요 업무

구분	추진 내용
하드웨어 부문	<ul style="list-style-type: none"> • 지역의 효율적 웰니스관광 공간체계 구상 • 지역의 관광시설, 경관 및 생태 환경관리 • 지역의 안내체계(안내표지판 등) • 우수한 웰니스관광 사례 제시
소프트웨어 부문	<ul style="list-style-type: none"> • 웰니스관광 프로그램 제안 • 지역 웰니스 관광 자원 및 콘텐츠 발굴 • 이벤트 및 축제 발굴
휴먼웨어 부문	<ul style="list-style-type: none"> • 웰니스관광 클러스터 관련 주민교육 지원 • 지자체 웰니스관광 사업 담당 공무원 역량 강화 교육 • 주민 간담회 참여 등 지역의견 수렴

*자료 : 연구진 작성.

» 지역 내 관광사업체

- 웰니스관광 클러스터 사업 대상으로 선정된 지역에 속해 있는 관광사업체는 직접 사업을 실행하여 관광객 유치를 확대하고, 다양한 상품과 프로그램 개발에 참여함.

» 지역대학교 및 지역연구원

- 지역대학교와 지역연구원은 지자체의 관광정책, 관광사업 및 상품 발굴, 관광 홍보 방안 마련 등의 기초자료를 제공하고 사업 성공을 위한 지속적인 점검과 모니터링을 통해 사업을 개선해 나가는 역할을 담당함.

3) 역할 분담 체계

- 웰니스관광 클러스터 사업은 문화체육관광부에 의해 총괄 조정·관리됨.
- 웰니스관광 클러스터 사업을 실행하는 지자체는 지역 내 관광 관련 사업체와의 협력을 통해 추진 사업을 실시함.
- 웰니스관광 클러스터 사업은 한국관광공사 등의 공기업과 한국문화관광연구원 등의 연구기관, 지역대학교 등의 지원을 받음.
 - 인력양성, 홍보마케팅 평가, 관련 연구나 자문을 통해 웰니스관광 클러스터 사업의 성공적인 추진을 지원

〈표 7-04〉 웰니스관광 클러스터 사업 추진 기관별 역할 분담 내용

구분	추진 내용
문화체육관광부	<ul style="list-style-type: none"> • 관리 및 감독 • 행정 · 재정적 지원 등 • 웰니스관광 클러스터 사업 계획의 추진 및 집행
한국관광공사	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 지역 홍보지원 • 연계사업 협력 추진 • 인력 및 재정 지원 등
한국문화관광연구원	<ul style="list-style-type: none"> • 웰니스관광 클러스터 사업 모델 개발 • 웰니스관광 클러스터 사업 지자체 컨설팅 • 지속적인 모니터링 및 평가 연구
지자체	<ul style="list-style-type: none"> • 웰니스관광 클러스터 사업 공동사업 발굴 및 추진 • 관련기관 연계사업 추진 등 • 웰니스관광 클러스터 사업 직접 실행
지역대학교 및 연구원	<ul style="list-style-type: none"> • 웰니스관광 클러스터 사업 정책 계획 수립 지원 • 지역 웰니스 관광상품 발굴 및 홍보방안 마련 등

*자료 : 연구진 작성.

참고문헌

- 경남발전연구원(2014), 「경남지역 힐링관광 육성방안」 .
- 과학기술정책연구원(2007), 「혁신클러스터의 네트워크 평가지표 개발 및 적용」 .
- 류승자(2013), 「부산지역 국제의료관광 활성화 방안에 관한 연구」 , p.66.
- 문화체육관광부(2014), 「체류형 의료관광 클러스터 통합 모델 개발 연구」 .
- 문화체육관광부·한국관광공사(2016), 「한국 의료관광 마케팅」 .
- 미래창조과학부(2016), 「ICT-웰니스 케어 융합 확산 및 산업 활성화 전략 연구」 .
- 산업통상자원부(2015) 연차보고서.
- 삼성경제연구소(2011), 「헬스케어 3.0 : ‘건강수명’ 시대의 오래」 .
- 인천광역시(2016), 「2016 시정발자취」 , p.1122-1123.
- 최정자·김진홍(2016), 「경북 동해안의 웰니스관광 활성화방안」 .
- 한국관광공사(2016), 「한국의료관광마케팅」 .
- 한국문화관광연구원(2012), 「외래관광객 1,000만 명 시대의 관광수용태세 정비방안」 .
- 한국보건산업진흥원(2014), 「글로벌헬스케어 융복합 비즈니스모델 개발」 .
- 한국보건산업진흥원(2014), 「웰니스 향노화 식품산업 비즈니스모델 개발 및 제도화」 .
- 한국보건산업진흥원(2016), 「외국인환자 유치실적 통계분석 보고서」 .
- 한국보건산업진흥원(2016), 「지역 선도의료기술 육성사업의 평가와 관리 개선방안」 .
- 한국은행(2016), 「경북동해안의 웰니스관광 활성화 방안」 .
- 해양수산개발원(2017), 「KMI 동향분석」 , vol.55.
- 행정자치부(2015), 「전국 온천 보호지구 및 보호구역 지정현황」 .
- Beni, M. C. (2003). Globaliza o do turismo: megatend ncias do setor ea realidade brasileira. Aleph.
- Boja, C.(2011), 「Clusters models, factors and characteristics」 .
- Cornelia Vogit & Christof Pforr(2013), 「Wellness Tourism : A destination Perspective」 .
- Cornelia Vogit(2013), 「Wellness Tourism: A critical overview」 .
- Erfurt-Cooper, P., & Cooper, M. (2009). Health and wellness tourism: Spas and hot springs. Channel View Publications.
- Global Wellness Institute(2015), 「The Global Wellness Tourism Economy 2013&2014」 ,
- GW(2017), 「Wellness Economy Monitor」 .
- Iordache, C., Ciochină, I., & Asandei, M. (2010). Clusters-Tourism Activity Increase Competitiveness Support. Theoretical & Applied Economics, 17(5).
- Karlsson, C. (Ed.). (2010). Handbook of research on cluster theory (Vol. 1).

- Edward Elgar Publishing.
- Karlsson, C. (Ed.). (2010). Handbook of research on cluster theory (Vol. 1). Edward Elgar Publishing.
- Medical Tourism Association(2011), 「Wellness Tourism and Medical Tourism」 .
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition (Vol. 76, No. 6, pp. 77–90). Boston: Harvard Business Review.
- Richards, C. A., & Rundle, A. G. (2011). Business travel and self-rated health, obesity, and cardiovascular disease risk factors. *Journal of occupational and environmental medicine*, 53(4), 358–363.
- Smith Puczko, BH(Butterworth–Heinemann)(2009), 「health and wellness tourism」 .
- Smith, B. J., Tang, K. C., & Nutbeam, D. (2006). WHO health promotion glossary: new terms. *Health promotion international*, 21(4), 340–345.

※ 이 밖에 신문, 잡지, 보도자료 및 누리집 등의 참고자료는 본문 및 각주로 대신함.

연구수행기관

한국문화관광연구원

연구책임

유 지 윤 | 연구위원

연구원

박 혜 진 | 한국문화관광연구원 연구원

유 재 은 | 한국문화관광연구원 인턴

웰니스관광 클러스터 모델 개발 연구

발 행 인	한국관광공사사장
발 행 처	한국관광공사 강원도 원주시 세계로 10 전화 033-738-3000 http://kto.visitkorea.or.kr
인 쇄 일	2018년 2월
발 행 일	2018년 2월
인 쇄 인	더크리홍보 주식회사
