

2013-04

정책연구

제주지역 힐링관광 발전방안 연구

신동일

Binding issue research

Basic research

Commissioned research

Policy research

Jeju Development Institute 제주발전연구원

정책연구 2013-04

제주지역 힐링관광 발전방안 연구

신 동 일

힐링(Healing)은 미래관광의 핵심이다

올해는 제주 관광사에 한 획을 긋는 해이다. 내도관광객 1천만 명 시대이자 외국인관광객 2백만 명 시대를 맞이하였다. 관광객 유치에 위해 쏟았던 많은 노력들이 어느 정도 결실을 맺었다고 봐도 될 것이다. 하지만 기쁨과 더불어 미래의 제주를 고민해야 될 시기가 되었다는 의미이기도 하다. 제주관광의 양적 성장과 더불어 질적 성장을 위해서는 새로운 패러다임의 도입과 도전이 필요하다. 현대사회는 급변하고 있고, 그 변화의 속도는 우리의 전망보다 훨씬 빠를 수도 있다. 국내·외 석학들과 유수의 연구기관들이 미래관광을 전망하면서 공통적으로 힐링(치유)의 급부상 가능성을 언급하는 점을 예의주시하고, 대비해야 할 때이다. 힐링은 이미 유럽 등의 선진국에서는 필수불가결한 현대인의 욕구로 인식된 지 오래이다. 독일은 힐링관광과 관련한 의료보험제도도 갖추어 놓았다. 2000년부터 직장인들이 4년에 한번씩 3주일 동안 힐링관광을 할 수 있도록 법으로 규정하고 있다. 이때 들어가는 숙박비와 의료비 등은 나라에서 의료보험으로 지원한다. 우리나라에서도 최근 매스미디어를 중심으로 힐링 열풍이 아주 뜨겁게 불고 있다. 그 열풍은 관광에도 큰 영향을 미치기 시작하였다. 보고 즐기던 관광에서 체험하고 치유하는 관광으로 빠르게 전환되고 있다. 제주에는 큰 기회가 될 수 있다. 세계가 인정하는 청정 환경과 자연을 가진 곳이 제주 아니던가? 그런 점에서 제주는 미래관광의 핵심인 힐링관광에 발빠르게 대비해야 할 시점이다. 본 연구보고서는 그리 멀지않은 미래를 내다 보며 제주관광이 변해가야 할 방향을 모색해보고자 수행되었다.

아무쪼록 본 연구가 업계, 행정기관, 그 외 관련자 모두가 제주관광의 경쟁력 강화와 지역경제 활성화 측면에서 힐링관광 발전에 대해 진지하게 고민하고 논의하는 계기가 되기를 바라고, 제시된 정책 대안들이 제주관광의 성숙을 위한 기초자료로 활용되기를 바란다.

2013년 11월

제주발전연구원

원장 공 영 민

연구요약

I. 연구배경 및 목적

- 삼성경제연구소가 ‘마음치유관광’을 미래 관광 7대 트렌드에 포함시켰는데, 이는 인간이 살아가는 각종 환경이 열악해지면서 불안을 느끼는 현대인이 증가하고 있기 때문에 이를 치유할 수 있는 대안으로서 관광의 역할을 강조한 것이라 할 것임.
- 이에 본 연구에서는 힐링관광에 대한 이론 및 국내·외 사례연구를 통해 향후 제주지역 힐링관광 발전을 위한 다양한 대안을 모색해 보고자 함.

II. 이론적 고찰

- 힐링과 관련된 유사개념들의 공통점과 차이점을 살펴보면 힐링, 웰빙, 웰니스, 로하스는 모두 건강과 행복을 추구한다는 공통점이 있음. 하지만 힐링은 웰빙과 로하스의 개념에 자아실현 욕구가 더해진 보다 고차원적인 생활양식이라 할 수 있음
- 힐링관광은 적극적인 치료를 목적으로 하는 의료관광은 물론 정신적 휴식과 재충전을 목적으로 하는 친환경적인 생태관광에 이르기까지 다양한 형태로 나타나는데, 결국 우리 인간의 신체적·정신적 성장과 치유를 목적으로 하는 관광 모두를 포함하는 개념이 힐링관광이라고 정의할 수 있음.

III. 국내·외 사례연구 시사점

- 1) 힐링관광을 통해 무에서 유를 창조

- 영국의 콘월은 광산산업이 자원고갈로 몰락하면서 낙후된 지역으로 추락하는 경험을 가짐. 하지만 이런 아픔을 힐링이란 새로운 소재를 통해 특별한 자원도 없는 지역을 부활시키는 계기로 활용함.

2) 적극적인 상품화로 경제적 이익 창출

- 벳부온천의 10년 젊어지는 온천, 하코네의 7년 더 오래사는 검은 달걀 등은 관광객들의 힐링 욕구를 자극하여 평범한 온천수와 달걀을 특별한 상품으로 개발한 대표적인 사례임.

3) 최고의 고부가가치 관광으로 성장 가능

- 점점 복잡해지고 스트레스를 받는 현대인들에게 힐링관광은 잠재시장이 무한하다고 할 수 있고, 콘월 에덴 프로젝트가 2,800억 원을 투자하여 1조 8천억 원의 경제파급효과를 거둔 사례에서 보듯이 최고의 고부가가치 관광으로의 성장 가능성이 큼.

4) 관련 산업으로의 파급효과가 무궁무진

- 힐링관광은 힐링푸드, 힐링숙박과 같이 기본적 관광산업 뿐만 아니라 농수산물, 생수, 화장품, 생활용품 등 관련 산업으로의 파급효과 및 동반 발전 가능성이 무궁무진함.

5) 관광이미지 제고 및 브랜드 가치 상승

- 국내적으로 장성, 산청, 국외적으로는 아쉬람, 콘월 등 특별한 관광자원이 없는 지역임에도 관광지로서의 이미지를 제고하고, 타 지역과는 차별화되는 브랜드 가치를 창출하는데 큰 기여를 하고 있음.

IV. 현황 및 문제점

1. 현황

- 제주지역은 천혜의 자연환경과 독특한 문화를 보유하여 제주도 전역이 힐링관광의 자원이자 소재라고 해도 과언이 아님. 특히 도내 관광지들 역시 최근의 웰빙과 힐링 트렌드를 반영하여 부분적이거나 웰빙 또는 힐링적 요소를 가미시키고 있기 때문에 특정 대상을 힐링관광으로 한정지을 수는 없음.
- 이에 본 연구에서는 관광객 또는 도민들에게 비교적 보편적으로 힐링 관광의 대상으로 인식되는 곳들에 한정지어 살펴보고자 함.

2. 문제점

1) 힐링관광 발전을 위한 컨트롤타위가 부재

- 제주지역의 거의 모든 관광자원과 환경이 힐링관광의 소재임에도 불구하고 현재 힐링관광 추진은 일부 단체와 사업체에 의해 산발적, 개별적으로 이루어지는 상황임.
- 따라서 제주지역 힐링관광 발전 전략을 수립하고 집행할 수 있는 컨트롤타위의 구성이 무엇보다 시급함.

2) 상품화를 통한 경제적 이익 창출이 미흡

- 제주의 천혜환경을 활용한 제주지역 힐링관광이 아직은 도입 초반부라 하더라도 상품화를 통한 경제적 이익 창출은 미흡한 실정임.
- 따라서 일본의 7년 더 오래 사는 달걀의 경우처럼 제주의 자원과 생산물을 힐링 욕구와 적극 연계하는 상품화 노력이 시급하게 필요함.

3) 자연자원형 힐링이 대부분으로 타 지역과 차별화 부족

- 걷기를 통한 치유, 삼림욕 등 타 지역에서도 대부분 시행하고 있는 자연자원형 힐링이 대부분이고, 제주만의 차별성을 부각하기가 어려운 상황임.
- 따라서 제주의 청정 환경 이미지와 브랜드 가치를 연계시켜 타 지역과 차별적인 힐링관광을 개발해야 함.

4) 관련 산업으로의 파급효과가 부족

- 힐링관광은 농수산물, 수자원, 향장품, 가전제품, 생활용품에 이르기까지 다양한 산업으로의 파급효과가 무궁무진한 신개념 관광산업임에도 아직 제주지역의 힐링관광은 초기 단계로 그 효과를 충분히 실현하지 못함.
- 따라서 제주의 농수산물, 삼다수, 약용식물, 천연자원 등을 활용한 힐링상품의 개발을 통해 지역의 산업 발전에 도움이 되는 전략 마련이 시급함.

5) 지역이미지 업그레이드 미흡

- 생물권보전지역, 세계자연유산, 세계지질공원, 세계7대자연경관 브랜드는 모두 힐링관광의 브랜드로 활용할 수 있는 제주의 소중한 자산이자 기회요인임에도 아직은 그 활용도가 상당히 제한적인 상태임.
- 폐광지역으로 특별한 자원도 없고, 이미지도 없던 영국의 콘월이 에덴 프로젝트를 통해 세계적인 힐링관광지로 거듭났듯이 제주는 세계가 인정한 자연환경 브랜드를 보다 적극적으로 활용해 나가야 함.

6) 전문인력 양성이 시급한 과제

- 힐링 열풍과 더불어 관련 전문인력의 필요성이 급증하고 있으나, 제주 지역에는 양성 체계가 미흡한 실정임. 따라서 기존의 힐링과 관련된 전문 지식을 전달하는 힐링해설사, 힐링상담사 등의 전문인력 양성이 시급함.

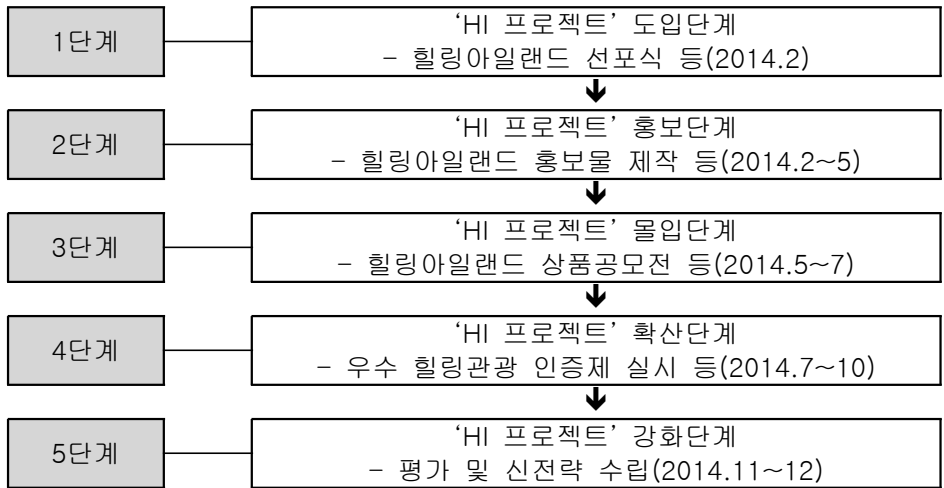
V. 발전방안

1. 힐링아일랜드 프로젝트(Healing-Island Project)

1) HI 프로젝트 개요

- 힐링관광을 획기적으로 발전시키기 위한 제주도의 정책 의지를 표현하고, 범도적 참여와 확산을 이끌어내기 위해 ‘힐링아일랜드 프로젝트(일명 HI Project; Healing-Island Project)’를 전개함.
- 힐링아일랜드 프로젝트(HI Project)는 다음의 [그림 1]에서 제시하는 바와 같이 도입단계, 홍보단계, 몰입단계, 확산단계, 강화단계 등 5단계로 구분하여 단계별 세부전략을 시행함.

[그림 1] 힐링아일랜드 프로젝트 단계별 전략



자료 : 연구자 작성

2) HI 프로젝트 세부전략

(1) 1단계 : HI 프로젝트 도입단계

- 제주도를 ‘힐링아일랜드로 선포’하는 세레모니를 통해 향후 미래 제주관광의 발전전략으로써 힐링에 대한 정책 의지와 비전을 대내·외에 표명함.
- 실행을 위한 첫 사업으로 ‘힐링 아일랜드 추진 TF팀(HI Project TF팀)’을 구성하는데, TF팀에는 도, 도의회, 관계 전문가, 관광 관련 단체, 업계 분야별 대표 등 10명 내외가 참여하도록 함.

(2) 2단계 : HI 프로젝트 홍보단계

- 제주 힐링아일랜드 관련 책자 및 브로셔, 홍보 동영상 등을 제작하여 공항, 항만, 인터넷 홍보 등을 동시에 병행함.
- 내도관광객 및 잠재관광객(수도권 중심)에 대하여 제주지역에서의 힐링 욕구와 선호도 조사를 실시하여 맞춤형 힐링자원을 발굴함.
- 제주지역 힐링자원 조사 용역을 실시하여 '제주, 힐링아일랜드 100선' 책자를 제작하여 보급함.

(3) 3단계 : HI 프로젝트 몰입단계

- 힐링관광 패키지상품 공모전을 실시하여 도내 사업체들의 참여를 고취시키고, 제주의 새로운 관광상품으로 활용하는 방안을 모색함.
- 힐링관광 관련 기념품 및 특산품 공모전을 실시하여 도내 사업체들의 참여 확산은 물론 경제적 이익 창출 방안으로 활용함.
- 전 국민 대상으로 제주지역 힐링관광 체험기 공모, 우수 블로그 선정 및 시상, SNS 홍보 등을 통해 제주를 명실상부한 힐링아일랜드로 각인시킴.

(4) 4단계 : HI 프로젝트 확산단계

- 공모를 통해 선정된 패키지상품, 기념품 및 특산품 등을 실제 상품화하는 사업을 통해 힐링관광 발전을 통한 혜택이 주민에게 환원될 수 있게 함.
- 전 국민 대상의 아이디어 공모전을 통해 선정된 아이디어는 관광객 욕구조사 결과와 함께 제주 힐링관광 발전을 위한 기초자료로 활용할 수 있고, 새로운 제주관광 트렌드를 대내·외에 확산시키는 계기로 활용함.
- 힐링관광 우수사업체 및 상품 인증제 실시를 통해 도내 사업체들의 참여와 협조를 확산시키고, 힐링 이미지와 브랜드를 공고히 하는 전략을 시행함.

(5) 5단계 : HI 프로젝트 강화단계

- 객관적인 평가과정을 통해 문제점과 장·단점을 발굴해내고, 새로운 전략을 수립하여 향후에도 프로젝트가 공고하게 수행되기 위한 터전을 마련함.
- 미래에는 더욱 경쟁이 치열해질 수 있기 때문에 제주지역 힐링관광의 지속가능한 발전을 위한 ‘제주 힐링관광 중장기 발전계획’을 수립함.
- 이상의 단계별 세부전략을 종합·정리하여 제시하면 다음의 <표 1>과 같음.

< 표 1 > HI Project 단계별 세부전략

HI Project	주요 사업	비고
1단계 도입단계	<ul style="list-style-type: none"> · 제주 힐링아일랜드 선포식(2014.2) - 취지와 목적, 향후 일정 기자회견 · 제주 힐링아일랜드 추진 TF팀 발족(2014.2) - 도, 도의회, 전문가, 관광단체, 업계 등 10여명 	2014.2
2단계 홍보단계	<ul style="list-style-type: none"> · 제주 힐링아일랜드 관련 책자 및 브로셔 제작 · 제주 힐링아일랜드 홍보 동영상 제작 · 내도관광객 대상 힐링 욕구 및 선호도 조사 · 제주지역 힐링자원 조사 용역 실시 - “제주, 힐링아일랜드, 100선” 책자 제작 	2014.2~5
3단계 몰입단계	<ul style="list-style-type: none"> · 제주 힐링관광 패키지 공모전 · 제주 힐링관광 기념품 및 특산품 개발 · 전 국민 대상 제주 힐링관광 체험기 공모 · 우수 블로그 선정 및 SNS 홍보 	2014.5~7
4단계 확산단계	<ul style="list-style-type: none"> · 공모에서 선정된 패키지, 기념품 및 특산품, 아이디어의 현장 실행 및 상품화 · 힐링관광 우수사업체 및 상품 인증제 실시 	2014.7~10
5단계 강화단계	<ul style="list-style-type: none"> · HI Project 성과에 대한 평가를 통해 신전략 수립 · ‘제주 힐링관광 중장기 발전계획’ 용역 발주 	2014.11~12

자료 : 연구자 작성

2. 'J-힐링상품'의 개발

1) '삼다수 워터스프레이' 상품화

- 최근 외국인들에게는 'K-팝' 열풍에 이어 한국식 명상체험인 'K-힐링' 열풍이 불 조짐이 보이고 있음. 이러한 트렌드에 맞춰 제주는 제주만의 독특함을 갖춘 다양한 'J-힐링' 상품들을 개발하고, 상품화하는 노력이 필요함.
- 그 예로 삼다수의 브랜드 가치를 활용하여 '삼다수 워터스프레이'를 개발할 필요성이 있음. 실제 에비앙은 먹는 생수에서 나아가 성분 변화는 없이 약간의 가공처리 과정만을 거친 '에비앙 워터스프레이'를 출시하여 높은 인기를 얻고 있음.
- 에비앙 워터스프레이의 가격은 아기용 300ml가 22,000원, 여성용 150ml가 15,000원 등으로 에비앙 생수 330ml의 가격이 1,000원 안팎임을 감안하면 약 20배의 경제적 이익을 창출하는 상황임.

2) '제주세계자연유산 산소스프레이' 상품화

- 세계자연유산 제주의 맑은 공기를 자원으로 '제주세계자연유산 산소스프레이' 제품의 개발도 시도해 볼 필요성이 큼. 과거 2002년 제주도는 (주)제일제당(현 CJ)와 협약하여 '네이처 에어 제주삼다맑은공기'란 제품을 출시하였으나 기대만큼 큰 결과를 얻지 못하여 2005년 사업이 중단된 적이 있음.
- 지난 2002년 제주가 산소캔을 시판한 것은 시대를 지나치게 앞서간 측면에서 실패한 것으로 보임. 하지만 최근 스모그, 황사, 방사능 오염과 같은 위해요소의 증가는 물론 힐링에 대한 욕구가 크게 달라졌음을 감안한다면 충분히 시도해 볼 가치가 있다고 판단됨.
- 실제 최근 중국에서는 스모그와 황사로 산소캔이 시판된 지 10일 만에 800만 개가 팔리는 기록을 세우기도 하였고, 일본에서는 트렌디한 직장여성들 사이에서 매달 100만 개 이상의 다양한 산소캔이 판매되고 있음.

- 그런 이유로 우리나라 국내에서도 ‘퓨어오투’, ‘엘프’ 등 피톤치드 성분이 함유된 공기를 담은 산소캔 제품이 가족에게 깨끗한 공기를 주고 싶어 하는 엄마에게, 시험을 앞둔 수험생과, 답답한 공간에서 일하는 직장인의 피로회복, 피부노화방지, 숙취제거용으로 인기리에 판매되고 있는 상황임.
- 한편, 제주의 청정 공기를 활용한 ‘J-힐링상품’으로는 스프레이형 산소에 그치지 말고 바르는 산소, 산소캡슐, 산소막걸리, 산소소주 등 다양한 분야로 접목하는 것도 시도해야 함.

3) 제주 농산물의 ‘오색푸드 스토리텔링’ 힐링상품화

- ‘오색농업은 인간에게 유용한 생리활성화 물질인 파이토케미컬이 함유된 색소인 다섯 가지의 색깔(녹색, 붉은색, 황색, 흰색, 검은색)을 지닌 농작물을 재배하고 수확하여 판매하는 과정과 부가적인 경영활동’으로 정의됨.
- 따라서 오색푸드의 힐링상품화는 한의학에서 주장하는 오(방)색과 인간의 몸의 건강 또는 힐링과 연계하여 각각의 효과가 다르게 나타남을 전제로 제주지역 농산물의 부가가치를 높이기 위한 전략이 될 수 있음.

4) ‘승마힐링’ 체험프로그램의 운영

- 제주마는 제주를 대표하는 브랜드의 하나로 적극적인 자원화와 산업화가 필요시 됨. 따라서 제주마를 경마와 승마와 같은 단순한 영역에서 발전시켜 재활치료 산업으로 확대하는 계기를 마련하여 지역의 마산업 발전과 관광자원으로의 활용이 기대됨.

5) ‘빙떡전문식당’ 및 체험프로그램의 운영

- 빙떡은 제주 조상들의 지혜와 과학이 담긴 전형적인 힐링음식임에도 점차 사라져가고 있는 상황으로 전통적인 빙떡을 만들고 판매하는 빙떡전문식당의 육성을 통해 제주의 대표적인 힐링푸드로 발전시켜야 함.

- 나아가 단순한 빙떡의 조리과 판매 뿐만 아니라 관광객들이 빙떡의 효능에 대해 이해하고, 빙떡을 직접 조리해 보는 체험프로그램의 운영을 통해 힐링관광으로 발전시킬 필요가 큼.

< 표 2 > 'J-힐링상품'의 개발 방안

구분	내용	비고
'J-힐링상품'	삼다수워터스프레이	생수의 수심 배 부가가치 창출
	제주세계자연유산 산소 스프레이	바르는 산소, 산소캡슐, 산소소주 산소막걸리 등으로 영역 확대
	오색푸드의 힐링상품화	오색푸드의 스토리텔링
	승마힐링 체험프로그램 운영	승마힐링센터 개설
	빙떡전문식당 육성	체험프로그램 병행

자료 : 연구자 작성

3. 기타 발전방안

1) 힐링관광자원 아카이브 구축

- 아카이브의 중요성이 전 세계적으로 대두되는 상황에 제주지역은 힐링관광자원 아카이브를 구축할 필요가 있음. 이것은 제주의 자연과 역사, 문화 등의 관광자원 및 그것에 얽힌 이야기를 모아 힐링이라는 일정한 가공과정을 거쳐 관광산업으로 연계시키는 중추기지 역할을 수행할 것임.
- 신개념 아카이브는 기관 중심의 단방향성 아카이브 운영체계가 아닌 기관은 웹 사이트에서 힐링자원으로 활용 가능한 기초자료를 제공하고, 이용자가 그것을 바탕으로 다양한 힐링 소재를 자유롭게 창작하고 활용하는 쌍방향 자료구축 체계를 도입함.
- 이런 구상 아래 제주도민 전체에게 콘텐츠문화의 창작권을 부여하기 위하여 제주도 힐링관광 공모전 개최 및 마을단위 힐링관광 모임 결성,

협동조합 결성 등 도민참여의 유도전략을 계획함.

2) ‘오감테라피’ 자원의 개발

- 힐링은 흔히 ‘오감테라피’를 통해 구체화되고, 상품화 될 수 있는데, 오감테라피는 컬러, 명상, 음식, 향기, 음악을 이르는 것으로 제주를 찾는 관광객들에게 맞춤형 힐링서비스를 제공하기 위해서는 오감테라피를 적절하게 활용할 수 있도록 관련 자원들의 발굴이 필요함.
- 특히, 컬러테라피는 색깔은 각각의 색깔이 가지고 있는 고유한 파장과 진동수가 있는데, 이들이 하나의 에너지 형태로 인체에 영향을 미친다는 이론을 바탕으로 건강의 증진과 치료 및 치유에 응용하는 보완 대체요법임.
약물이나 시술을 사용하지 않고 인체가 갖고 있는 자연치유력을 이용하는 치료법으로 최근 힐링의 대표적 수단으로 활용되고 있음.

3) ‘제주 힐링페스티벌’의 개최

- 관 주도 또는 산발적으로 행해지는 힐링관광 자원개발과 상품화에는 한계가 있으므로 보다 다양한 사람들이 참여할 수 있는 ‘제주 힐링페스티벌’을 개최하여 발굴 및 홍보효과를 제고함.
- 제주 힐링페스티벌은 여행패키지, 힐링용품, 힐링음악, 힐링애니메이션, 힐링캐릭터 등 장르에 상관없이 제주의 역사와 문화, 자연환경 등 힐링자원으로 활용 가능한 모든 소재들을 가지고 힐링관광 자원을 개발할 수 있도록 하고, 전시 및 공연, 판매에까지 이르는 오픈마켓 개념으로 개최함.

목 차

I. 연구 개요	1
1. 연구 배경	1
2. 연구 목적	2
3. 연구 방법	3
4. 연구 내용	3
II. 힐링관광에 관한 이론 고찰	4
1. 힐링 및 유사개념의 고찰	4
2. 힐링관광의 개념 정의	10
3. 힐링관광의 산업적 유형	16
4. 힐링관광 선행연구	20
III. 국내·외 힐링관광 사례연구	22
1. 국내사례	22
2. 국외사례	29
3. 시사점	38
IV. 제주지역 현황 및 문제점	40
1. 힐링관광 현황	40
2. 문제점	53
V. 발전방안	56
1. 힐링아일랜드 프로젝트	56
2. J-힐링상품의 개발	61
3. 기타 발전방안	66
참고문헌	69
Abstract	71

<표 · 그림 목차>

<표 4-1> 관음사 템플스테이 프로그램	50
<표 4-2> 약천사 템플스테이 프로그램	51
<표 4-3> 광명사 템플스테이 프로그램	52
<표 5-1> HI Project 1단계 세부전략	57
<표 5-2> HI Project 2단계 세부전략	58
<표 5-3> HI Project 3단계 세부전략	59
<표 5-4> HI Project 4단계 세부전략	59
<표 5-5> HI Project 5단계 세부전략	60
<표 5-6> HI Project 단계별 세부전략 종합	60
<표 5-7> 오색푸드의 효능과 종류	64
<표 5-8> 'J-힐링상품'의 개발 방안	66
<표 5-9> 컬러테라피 색깔별 효능	67
<그림 2-1> 힐링 콘셉트의 등장 추이	10
<그림 2-2> 리솜 포레스트 관련 이미지	17
<그림 2-3> 조은리조트 관련 이미지	18
<그림 2-4> 세심원 관련 이미지	18
<그림 2-5> 소금동굴 힐링센터 관련 이미지	19
<그림 2-6> 석정 힐링카운티 관련 이미지	20
<그림 3-1> 2013 부산 힐링대장정 관련 이미지	23
<그림 3-2> 2013 동해시 힐링관광 팸투어 관련 이미지	24
<그림 3-3> 산청 세계전통의약엑스포 관련 이미지	25
<그림 3-4> 장성 편백나무 숲길체험 관련 이미지	27
<그림 3-5> 힐링 팜 부여이야기와 아산나드리 관련 이미지	28
<그림 3-6> 강릉 커피힐링캠프 관련 이미지	29
<그림 3-7> 그레이트 오션로드와 퍼핑빌리 증기기관차	30
<그림 3-8> 인도 아쉬람 명상센터	31
<그림 3-9> 뉴칼레도니아의 보 하트	32
<그림 3-10> 콘월의 에덴 프로젝트	33

<그림 3-11> 일본의 삼림테라피 관련 기관 역할 및 협력체계	35
<그림 3-12> 일본의 삼림테라피 인증마크	36
<그림 3-13> 카마도지옥과 온천물	37
<그림 3-14> 하코네의 검은 달걀	37
<그림 4-1> 채림의 제주도 힐링트래블	41
<그림 4-2> 제주 힐링관광 관련 도서	42
<그림 4-3> 삼무힐링명상교육사업단 관련 이미지	42
<그림 4-4> 제주올레 관련 이미지	43
<그림 4-5> 사려니숲길 관련 이미지	44
<그림 4-6> 한라수목원 관련 이미지	45
<그림 4-7> 절물자연휴양림 관련 이미지	46
<그림 4-8> 서귀포자연휴양림 관련 이미지	47
<그림 4-9> 비자림 관련 이미지	48
<그림 4-10> 제주돌문화공원 관련 이미지	49
<그림 4-11> 허브동산 관련 이미지	50
<그림 4-12> 관음사 템플스테이 관련 이미지	51
<그림 4-13> 약천사 템플스테이 관련 이미지	52
<그림 4-14> 광명사 템플스테이 관련 이미지	53
<그림 5-1> 힐링아일랜드 프로젝트 단계별 전략	56
<그림 5-2> 예비양 워터스프레이 관련 이미지	62
<그림 5-3> 제주삼다수맑은공기와 산소캔 이미지	63

I. 연구 개요

1. 연구 배경

- 종전에는 몸과 마음의 건강을 내세운 웰빙(well-being)이 대세였으나 경기 불황이 장기화 되면서 사회와 인간관계에서 지친 사람들이 치유에 더 관심을 두면서 몸과 마음을 치유하는 힐링(healing)이 각광을 받고 있으며, 스트레스를 받고 있는 현대인들이 상처 치유와 극복을 위해 힐링 열풍을 만들어내고 있음.
- 미래학자 “존 나이스비(John Naisbit)”는 미래사회는 명상이나 요가 등 내적 치유가 사회적으로 보편화되고, 비즈니스로 발전할 것으로 예측하기도 했는데, 실제 힐링은 사회적 트렌드로 자리 잡기 시작하고 있음.
- 관광 분야에 있어서도 힐링은 아직은 대중화가 덜 되어 있다고 볼 수 있지만 사람들의 관심이 날로 커지면서 이른 시간 안에 최고의 고부가가치 관광시장으로 각광받을 것으로 전망되고 있음.
- 그래서 최근에는 힐링을 관광과 연계하는 연구가 시작되기 시작하였는데, 대표적인 연구사례를 살펴보면 해외에서는 현대 계급사회의 정신적 트라우마를 치유하기 위해 힐링이 필요하며, 이를 충족할 수 있는 방안의 하나로 관광을 제시하였으며(Nagle& John, 2010), 웰니스와 정신건강 향상을 위한 힐링의 구체적 전략방안으로 관광이 유용하다는 연구결과도 발표되었음(Ringer, 2007).
- 또한 국내에서는 삼성경제연구소가 ‘마음(Soul)치유관광’을 미래 관광 7대 트렌드에 포함시켜 힐링관광을 미래관광의 트렌드로 선정하였는데(삼성경제연구소, 2011), 이는 인간이 살아가는 각종 환경이 열악해지면서 불안을 느끼는 현대인이 증가하고 있기 때문에 이를 치유할 수 있는 대안으로서 관광의 역할을 강조한 것이라 할 것임.
- 이런 이유로 대부분의 관광 선진지역들은 저마다 독특한 스토리텔링을 통해 다양한 힐링 관광자원을 개발하고 있는데, ‘마시면 10년 젊어지는

온천수', '7년 더 오래 산다는 검은 달걀' 등의 사례가 모두 관광객의 힐링 욕구를 자극하여 관광객 유치 확대에 적극 활용하는 사례라고 할 수 있음.

- 특히 세계가 인정한 훌륭한 자연자원 및 독특한 인문자원을 보유하고도 단순히 주유하고 바라보는 관광 위주라는 지적을 받는 제주관광의 문제점을 개선하기 위해서도 힐링관광은 중요한 대안이 될 수 있음.
- 이런 관점에서 본 연구는 힐링관광이 제주 관광자원의 고부가가치화는 물론 관광객 만족도 제고에도 기여하여 궁극적으로는 제주관광의 경쟁력을 강화시키는 길이라는 인식에서 출발하고자 함.
- 이에 본 연구에서는 힐링관광에 대한 이론 및 국내외 사례연구를 통해 향후 제주지역 힐링관광 발전을 위한 다양한 대안을 모색해 보고, 이를 적용하기 위한 정책 방향을 제안하고자 함.

2. 연구 목적

- 본 연구는 제주지역의 힐링관광 발전방안을 모색하는 데 있고, 이와 같은 궁극적인 목표를 달성하기 위하여 본 연구는 다음의 구체적인 목적을 달성하고자 함.
 - 첫째, 힐링관광의 개념을 정립하여 본 연구의 범위와 내용을 명확히 하고자 함.
 - 둘째, 힐링관광을 활용하여 관광객 유치에 기여하고 관광을 활성화시키는 국내외 선진 사례조사를 통하여 제주에의 시사점을 도출하고자 함.
 - 마지막으로 제주지역의 현황 분석을 통해 나타난 문제점을 살펴보고, 이에 대응하는 제주지역 힐링관광 발전방안을 제시하고자 함.

3. 연구 방법

- 힐링관광에 관한 이론 고찰
- 제주지역 현황 분석
- 국내외 사례조사

4. 연구 내용

- 제1장은 연구의 개요부분으로 연구의 배경 및 목적, 연구방법 및 연구의 구성을 다룸.
- 제2장은 힐링 및 힐링관광의 개념과 산업에의 적용, 선행연구 등에 관한 이론적 고찰을 통해 힐링관광의 개념을 정립함.
- 제3장은 국내외 사례조사 부분으로 힐링관광을 활성화시키는 선진사례들을 살펴보고 힐링관광의 기대효과 및 제주지역에의 시사점을 도출함.
- 제4장은 제주지역 현황 부분으로 대표적인 힐링관광 현황 및 문제점을 살펴보고 발전방안의 기초자료로 삼고자 함.
- 마지막으로 제5장에서는 앞선 연구를 바탕으로 제주지역 힐링관광 발전 방안을 제시하고자 함.

Ⅱ. 힐링관광에 관한 이론 고찰

1. 힐링 및 유사개념의 고찰

1) 힐링(healing)

(1) 힐링 열풍의 배경

- 힐링 열풍의 배경에는 크게 4가지의 사회적 요인을 들고 있는데, 첫째, 경제적 어려움의 지속으로 사람들의 체감 스트레스가 크게 증대하고 있다는 점임. 외환위기 이후 고용구조 변화의 영향으로 중산층이 축소되는 등 소득분배가 악화되면서 경제적 어려움이 가중되었고, 청년실업 상황이 악화되면서 청년계층의 심리적 불안감이 가중된 데 기인함.
- 둘째, 생활 속 힐링이 어려워진 환경을 들 수 있음. 가족 및 인구 구조 변화로 일상적 관계 속에서 위로 받기가 어려워지면서 일련의 스트레스가 해소되지 못한 채 누적되는 것으로 1인 가구의 확산¹⁾, 빠른 고령화 속도 등의 영향으로 가족이나 친구 등으로부터 일상적인 위로와 공감을 얻기가 점점 어려워지는 상황임.
- 셋째, 사회에 대한 부정적 인식의 확산이 배경임. 정부와 기업, 사회 전반에 대한 불신이 확산되어 개인의 불안 및 불만이 증대하였는데, OECD 사회인식 조사 결과 한국인은 긍정적 경험, 사회적 신뢰도, 사회에 대한 관용 등이 OECD 평균보다 크게 낮다는 결과를 보여주고 있음.
- 마지막으로 신체 뿐만 아니라 정신 건강도 중시 여기는 사회분위기가 조성되면서 정신과 신체의 치유 효과가 있는 힐링상품에 대한 욕구가 확대되고 있음.

1) 우리나라의 1인 가구 증가세는 세계에서 가장 빠른 수준으로 1990년 102만 가구에서 2011년 436만 가구로 4.3배나 확산되었음.

(2) 힐링의 개념

- 힐링(healing)의 어원은 'therapeai(도움이 되다, 의학적으로 돕다, 병을 고치다)'에서 시작된 것으로 웹스터사전에서의 힐링은 몸이나 마음의 치유 또는 치료로 정의하고 있는데, 보편적으로 힐링은 '몸과 마음의 치유'를 의미하는 용어로 해석됨(양제연, 2012).
- Wimber(1992)는 질병이 일어날 수 있는 인간의 모든 영역들이 힐링의 영역이라고 정의 내렸으며, Weatherhead(1996)는 힐링이란 인간으로 하여금 그 육체가 물질적인 세계에서 정신이 참된 이상의 영역에서 온전히 작용할 수 없게 왜곡된 상태로부터 벗어나 조화로운 삶을 되찾을 수 있도록 해주는 과정을 의미한다고 하였음.
- Kaiser(1994)에 의하면 치료는 과학적 기술과 환자의 신체적 초점에 맞춰진 반면 치유는 영적, 경험적 그리고 인간으로서의 환자에 초점이 맞춰져 있음. 또한 치료는 하이테크(high-tech)로 분류되고, 치유는 하이터치(high-touch)로 분류되며 치료가 의학을 통하여 질병을 고치는 차원이라면, 치유는 그 외에 환경적, 심리적, 사회적, 문화적인 모든 영역의 것들을 통하여 질병의 치료 뿐 아니라 질병 예방과 건강증진으로까지 확대된 의미라고 할 수 있음.
- 힐링은 육체의 병을 고치는 것 뿐 아니라 정신적인 병을 고치는 것도 포함하며 인격의 완전한 성숙을 저해하는 정신적, 육체적 영적인 억압으로부터 자유롭게 하여 모든 삶의 영역에서 정상적인 상태로 회복하는 것임(임도희, 2008). 또한 힐링이란 전 존재를 온전하게 하는 것으로 인간을 구성하거나 인간이 속한 신체적, 정신적, 영적, 사회적 및 환경적 차원들이 모두 온전하게 되는 것이라고 하였음(손운산, 1999; 양정하, 2005).
- 정신적인 차원의 치유란 있는 그대로의 자신의 모습을 온전히 수용하고 사랑하며, 나를 둘러싼 모든 환경을 있는 그대로 수용하고 감사함과 동시에 스스로를 제한하는 부정적 신념체계로부터 완전히 자유롭게 됨으로써 어떤 상황에서도 평정심을 유지하게 되는 것을 말함(오상민, 2012).
- 이러한 힐링이 우리나라에 사용되기 시작한 것은 1990년대 후반부터로

1997년 11월 25일 <동아일보>의 '21세기 시사용어'란 꼭지에 '힐링 산업'이란 말이 처음 등장하였음. 여기에서 신문은 "힐링은 본래 병을 치료한다는 뜻으로 힐링 산업은 마음을 치료해주는 산업을 뜻한다"고 정의내리고 있음.

2) 웰빙(well-being)

- 미국과 유럽에서는 여성들의 건강관리를 위한 복지정책으로 웰빙이라는 개념이 구체화되기 시작하여 1978년 미국 펜실베이니아의 웰빙센터(Center for Well Being), 아일랜드 더블린의 웰우먼(Well Woman)센터 등이 생겨났고, 1986년 로마의 안티 맥도날드운동으로부터 시작된 'Slow Food Movement'와 같이 일상 속에서 느낌을 실천하고자 하는 움직임이 시작되었음.
- 이처럼 미국과 유럽 등지에서는 친건강, 친환경성을 지향하는 사회 대안운동의 뿌리가 깊어 1990년대 이후 웰빙이 자연스럽게 생활 속에 스며들기 시작하였고, 이 시기에 일본에서도 웰빙이 생활 속에 자리잡기 시작하였음.
- 웰빙은 말 그대로 건강하게 잘 먹고, 잘 살자는 뜻으로 몸과 마음 모두 건강하자는 의미를 담아 정신건강과 육체건강의 조화를 통한 행복하고 아름다운 삶을 추구하고자 하는 라이프스타일이나 또는 그 문화를 일컫는 개념이라 할 수 있음.
- 웰빙(well-being)이란 용어는 1948년 세계보건기구(WHO)에서 개최한 건강 관련 국제회의에서 건강의 정의를 '질병이 없기만 한 것이 아니라 육체적·정신적·사회적으로 양호한(well-being) 상태'라고 한 것에서 공식적으로 등장했음(김훈철, 2004).
- 우리나라에서는 2000년 이후 대중매체를 통하여 웰빙이라는 개념이 도입되었고, 이 시기에 발생한 광우병, 황사 등의 환경재해에 대한 공포로 급속히 확산되었음. 유럽과 미국 등지에서 복지와 관련된 '사회적 웰빙'이 강조되어 왔다면 한국에서는 복지와는 무관하게 '개인적 웰빙'을 위한

상품구매에 집중되는 경향으로 나타났음(삼성경제연구소, 2005).

- 또한 유럽과 미국에서 웰빙 시장이 주로 요가나 유기농식품 등으로 한정되어 있다면 한국에서는 식품, 가전, 섬유, 건설 등 전 분야에 걸쳐 웰빙 바람이 불었지만, 2007년 이후 급격히 쇠퇴하는 양상을 보이기 시작하였음.

3) 웰니스(wellness)

- 외국에선 웰빙(well-being)과 비슷한 개념으로 웰니스(wellness)란 용어를 보편적으로 사용하고 있는데, 웰니스는 신체적인 건강에 국한되는 협의적 개념이 아니라 건강한 생활의 모든 영역을 포괄하는 광의적 개념의 건강으로서 WHO(세계보건기구)가 규정한 웰니스의 3요소인 운동, 영양, 휴양을 통합하여 추구해 나가는 것임. 이러한 맥락에서 우리나라에선 웰니스를 건강관리라는 개념으로 받아들이고 있음.
- 이 용어는 1961년 미국에서 출간된 '던(Duun)' 박사의 저서 "High Level Wellness"에서 사용된 개념으로써 건강(Health)에 비해 보다 적극적이고 창조적인 높은 수준의 건강을 획득하여 유지·발전시키고자 하는 실천적 생활활동의 종합을 의미함. 따라서 웰니스란 개개인이 최적의 건강(Optimal well-being)에 성공적으로 도달할 수 있도록 생활양식을 변화하도록 능동적으로 노력하는 과정을 말함.
- 이처럼 웰니스는 건강한 삶의 새로운 개념이자 몸과 마음을 최적의 상태로 만드는 노력으로 신체적(physical), 사회적(social), 정서적(emotional), 지적(intellectual), 정신적(spiritual)으로 잘 조화된 완전한 상태를 의미한다고 할 수 있음.
- 웰니스의 5가지 영역 가운데 먼저 신체적 웰니스(physical wellness)는 자신에게 맡겨진 일과 업무를 수행할 수 있는 몸의 기능적 능력을 의미함. 더불어 신체적 웰니스는 인체의 생리적인 상태를 가리키며 심혈관을 적절히 조절하고 적당한 영양상태와 신체지방량의 상태를 유지하여 약물이나 알코올, 담배 등과 같은 제품의 사용을 자제하는 수준 정도를 말함.

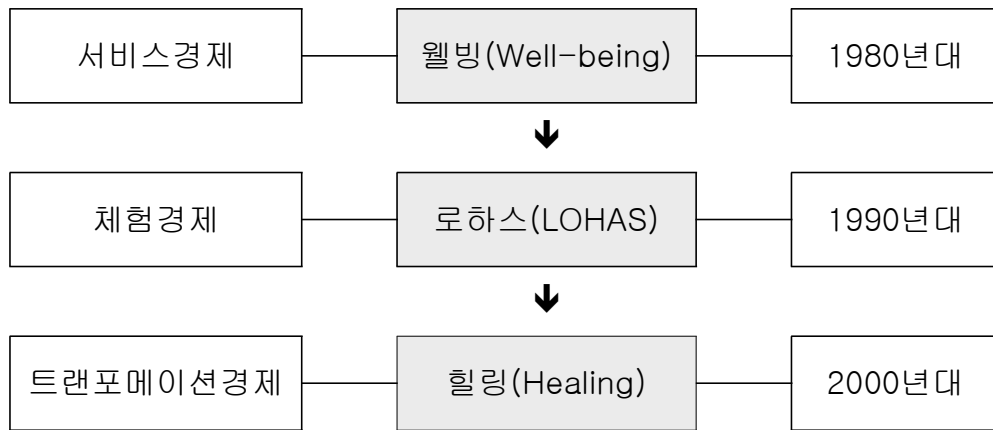
- 둘째, 정서적 웰니스(emotional wellness)는 우리 인간이 건강하고 행복한 삶을 영위하는데 있어 개인의 감정상태를 의미하며 스트레스를 조절하고 감정을 적절하고 편안하게 표현할 수 있는 능력을 말함. 더불어 정서적 웰니스는 외부의 환경과 조건을 인지하고 받아들이는 능력이며 실패와 좌절에 무너지지 않는 능력을 의미함.
- 셋째, 사회적 웰니스(social wellness)는 나와 나를 둘러싼 사람들(가족, 친구, 동료, 이웃)과 주위환경이 성공적으로 상호작용할 수 있도록 하는 능력을 의미함. 이는 다른 사람과 친밀함을 유지하고 발전시키는 능력이며 다른 견해와 믿음을 가진 사람을 존중하고 관용을 가질 수 있는 능력을 의미함. 더불어 사회적인 규범은 생활양식에 막대한 영향을 주며 사회적 인 지지는 질병의 회복과 재발을 용이하게 하고 신체적·정서적 웰니스에 영향을 주고 스트레스를 감소시키고 질병과 사망률을 감소시키는데 있어 매우 중요한 요소임.
- 넷째, 정신적 웰니스(Spiritual Wellness)는 인간을 결속시키는 어떠한 힘에 대한 믿음을 의미함. 이러한 힘은 자연이나 과학, 종교 등을 포함하는데 모든 사람들은 개인적인 정신적 인지능력을 갖고 있음. 정신적 요소는 삶의 방향과 의미를 제공해주며 성장하고, 배우고, 새로운 도전을 할 수 있도록 해줌. 때문에 최적의 정신은 삶의 기본적인 목적을 발견하고 분명하게 해주어서 행동을 할 수 있도록 하는 능력을 의미함. 웰니스의 관점으로 볼 때 정신적 웰니스는 더욱 우수한 삶의 질의 추구하고 상당 부분 관련되어 있음.
- 다섯째, 지적 웰니스(Intellectual Wellness)는 개인, 가족과 직업적 발전을 위하여 정보를 효과적으로 배우고 사용할 수 있는 능력을 의미함. 또한 습득된 지식을 다른 사람들과 나누는 것을 포함하며 창조적이고 자극적인 정신적 활동일체를 의미함. 지적 웰니스는 개인이 지속적으로 발전을 추구하며 효과적으로 새로운 도전을 하는 것을 익혀가는 것을 뜻함.

4) 로하스(LOHAS)

- 로하스(LOHAS)는 'Lifestyle Of Health And Sustainability'의 약자로 건강과 지속가능한 사회에 대해 배려하는 것을 의미하며 친환경적이고 합리적인 소비패턴을 지향하는 사람들이 포함되는 개념임(김정훈, 2009).
- 로하스 소비자의 최대 특징은 가격이 조금 비싸더라도 자신의 가치에 부합되는 제품에 대해서는 금액을 지불할 준비가 되어 있고, 제품 하나를 선택하더라도 친환경적인 방식으로 재배되었는지, 로하스소비자의 가치를 공유하는 기업의 생산여부와 같은 지속가능성의 여부를 파악하고자 함.
- 여기서 지속가능성이란 사회지속성을 의미하는 것으로 현재 동시대에 사는 개인의 욕구가 미래 세대를 침해하면서까지 충족되어서는 안 되며, 미래 세대도 현재 세대와 같은 수준에서 자연환경 이용과 혜택 및 욕구를 누릴 수 있도록 하는 통제적인 개발에 의한 전략적 패러다임으로써 현존하는 자연환경과 문화유산을 잘 유지하고 보존하여 후손들에게 훼손 없이 물려줄 수 있는 형태를 말함(White, 2005).
- 로하스는 단지 자신의 건강과 환경보호만을 추구하는 것이 아니라 의식주에서 의료, 금융, 문화, 교육 등 생활을 둘러싼 모든 측면과 밀접한 관계가 있음. 즉 로하스는 살아가는 모든 측면에서 자신과 가족의 건강은 물론 사회와 지구환경의 건강과 지속가능성까지 고려하는 생활방식이라고 할 수 있음.
- 지금까지 힐링과 관련된 유사개념들의 공통점과 차이점을 살펴보면 힐링, 웰빙, 웰니스, 로하스는 모두 건강과 행복을 추구한다는 공통점이 있음. 하지만 웰빙은 환경의 중요성은 인지하고 있어도 실제로 친환경제품구매로까지는 연결이 되지 않는 특징을 보임.
- 웰니스는 개인의 신체적, 사회적, 정신적, 정서적, 지적인 부분까지 고려한 개인적인 삶의 질에 초점이 맞춰져 있다고 할 수 있음.
- 로하스는 환경보호를 위해서라면 생활의 불편을 감수할 뿐 아니라 더 높은 비용이 들더라도 친환경제품을 사용하려는 의지가 있는 사회적 웰빙으로 소비패턴이 확장되었음을 의미함(노기배, 2011).

- 한편, 힐링은 웰빙과 로하스의 개념에 자아실현 욕구가 더해진 보다 고차원적인 생활양식이라 할 수 있음(양제연, 2012).

[그림 2-1] 힐링 콘셉트의 등장 추이



자료 : 양제연(2012), “힐링체험욕구와 트랜스포메이션 행동의도 관계연구”,
경희대학교 박사학위논문, p.7에서 인용.

2. 힐링관광의 개념 정의

1) 힐링관광의 개념

- 힐링관광은 단순히 보고 걷는 관광에서 벗어나 자연을 느끼고 경험하는 체험관광과 함께 더 나아가 신체적·정신적 성장과 치유를 목적으로 하는 것임. 또한 최근의 여가문화 트렌드에 맞춰 힐링관광은 자연휴양림(산림욕장), 도보여행길과 갯벌·농촌마을체험, 사찰체험(템플스테이)처럼 ‘휴식형’ 관광자원을 제공하는 게 특징이기도 함.
- 이렇듯 힐링관광은 적극적인 치료를 목적으로 하는 의료관광은 물론 정신적 휴식과 재충전을 목적으로 하는 친환경적인 생태관광에 이르기까지 다양한 형태로 나타나게 되는데, 결국 우리 인간의 신체적·정신적 성장과 치유를 목적으로 하는 관광 모두를 포함하는 개념이 힐링관광이라고

정의할 수 있음.

- 결국 힐링관광은 몸과 마음을 치료하고 치유하며, 정신적 안정과 나아가 자아실현의 목적을 두고 행하는 관광이라 할 수 있으므로 의료관광, 헬스 관광, 생태관광, 종교관광 등의 유사 개념을 포괄하는 광의의 개념으로 이해하는 것이 타당함.
- 다만, 본 보고서에서는 신체적인 측면을 다루는 의료관광적 측면보다는 정신적 안정과 치유의 목적을 달성할 수 있는 측면에서의 힐링관광으로 초점을 맞추어 살펴보고자 함.

2) 유사개념의 정의

(1) 의료관광

- 의료관광은 가장 대표적이고 적극적인 힐링관광의 한 형태라고 할 수 있는데, 의료관광은 인간이 일시적으로 일상생활을 일탈해서 다시 복귀할 것을 전제로 의료서비스와 휴양·레저·문화활동 등 다양한 관광활동이 결합되어 이루어지는 특수목적관광의 일종이라고 정의할 수 있음(유명희, 2010).
- 이러한 의료관광은 의료서비스의 고부가가치 산업화를 위해 추진하고자 하는 것으로 현재 세계 많은 국가에서 민간주도로 부가가치가 높은 의료 서비스 및 건강증진식품을 관광사업과 연계하여 발전시키고 있음. 주로 비용이 선진국과 비교하여 저렴하면서 동시에 선진국 수준의 의료서비스와 휴양시설을 갖춘 아시아 국가들 싱가포르, 태국, 말레이시아, 인도 등에서 활발히 추진 중임.
- 의료관광은 침습적(invasive) 의료관광과 진단적(diagnostic) 의료관광, 라이프스타일(lifestyle) 의료관광 등 총 3가지 범주로 연구가 진행되고 있는데, 보다 구체적으로 살펴보면 다음과 같음.
- 첫째, 침습적(invasive) 의료관광은 비전염성 질병을 가진 환자들을 위해 전문의가 시행하는 시술을 의미하는 것으로 가장 성행하는 침습적인 시

술은 치과치료임. 치과치료는 시간이 절약되고 회복이 빠르기 때문에 외국환자들이 이국적인 휴가를 즐기기 위한 시간과 에너지를 충전할 수 있으므로 더욱 성행하고 있음. 또한 치과치료는 보험으로 처리되지 않는 경우가 많아 본국보다는 가격이 저렴한 국가에서 치료를 받는 것이 더욱 비용을 절감할 수 있음.

- 둘째, 진단적(diagnostic) 의료관광에는 혈관검사, 고밀도검사, 심장스트레스검사, 지질분석(lipid analysis), 심전도 등의 검사를 받기 위해 다른 나라로 여행하는 것이 포함됨. 이러한 검사서비스를 제공하는 국가가 글로벌 경쟁력을 가지고 있다면 하이테크적 설비에 대한 이해와 능력을 구비하고 있을 것이며 가장 선진화 된 지역으로 인식될 수 있는 잠재력을 가지게 될 것임.
- 셋째, 라이프스타일(lifestyle) 의료관광에 포함되는 서비스도 광범위한 영역에 걸쳐 있는데, 라이프스타일 의료관광에는 웰니스, 영양섭취, 스트레스 감소, 몸무게 감량, 안티에이징(antiaging) 그리고 단순하게는 자기만족에 초점을 두고 있기도 함. 라이프스타일 치료를 위해 요가와 같은 전통적인 기법과 운동기계와 같은 최신식 기술을 조합하고 있음(원종하·김민숙, 2011).

(2) 헬스관광

- 헬스관광 또는 헬스케어관광은 예방의학적 측면에서 매우 중요한 요소로 자리잡아가고 있는 실정임. 헬스관광은 '보건관광', '보양관광' 등으로 표현되는데, '보건(Health)'은 일반적으로 건강증진(보건의 습관, 영양, 운동, 휴양 등), 질병의 발견과 치료(건강진단, 치료, 간호 등), 질병의 예방(전염병 예방, 환경위생관리 등)을 포괄하는 개념으로 사용함.
- 보건관광은 일상 생활권을 떠나 자유의사로 자유재량시간을 활용하는 여가활동인 기존 관광의 정의 중 특히 보건자원을 통하여 보고, 듣고, 느끼고, 참여하여 영리를 목적으로 하지 않고 풍물을 즐기는 관광의 기본 정의 중 특화된 영역을 의미함.(한국보건산업진흥원, 2002).

- Goodrich(1987)는 건강과 관련한 서비스나 시설을 의도적으로 촉진 또는 홍보함으로써 보다 구체적으로 관광객을 끌어들이는 관광시설이나 목적지라고 하였으며, Hall(1992)은 특별한 흥미가 있는 관광(Special Interest Tourism) 중 하나로서 주요 동기가 건강과 관련 있는 관광으로 정의하였음. 또한 Eric(1996)은 건강상태를 개선시킬 목적을 가진 사람이 집을 떠나 행하는 레저 형태로 정의하였음.

(3) 생태관광

- 생태관광과 관련하여 가장 널리 받아들여지는 정의는 국제생태관광협회(TIES : The International Ecotourism Society)의 정의로 생태관광은 자연 자원의 보전이 곧 지역 주민의 편익이 될 수 있는 경제적 기회를 창출하는 동시에 생태계의 균형을 깨뜨리지 않도록 주의를 기울이면서 지역의 자연과 문화를 이해하기 위하여 자연 지역으로 떠나는 의미 있는 여행으로 정의하고 있음(강미희, 2011).
- 또한 생태관광과 관련하여 환경에 대해 책임감을 가지고 관광을 하는 관광객을 생태관광객이라 할 수 있는데, Lindberg(1991)는 생태관광객을 연구나 자연경관 감상 및 야생 동·식물의 관찰과 지역 문화를 경험하고자 하는 구체적인 목적을 가지고 상대적으로 덜 오염되고 덜 훼손된 자연 지역을 관광하는 관광객이라고 정의함.
- 한편, Lindberg는 생태관광객을 분류함에 있어 핵심 생태관광객(hard-core eco-tourist), 헌신적 생태관광객(dedicated eco-tourist), 주류 생태관광객(mainstream eco-tourist), 일반적 생태관광객(casual eco-tourist)의 4가지 형태로 분류하였음.
- 이처럼 생태관광은 자연자원의 보전 및 환경보호를 우선적으로 생각한다는 점에서 자연자원을 중심으로 하는 힐링관광과 연결지어 생각해 볼 수 있는데, 힐링관광 또한 훼손되지 않은 자연자원을 대상으로 심신의 안정 및 정신적 치료를 가능하게 하는 관광콘텐츠를 개발하는 것이기 때문에 생태관광 또한 힐링관광의 한 분야로 생각해 볼 수 있을 것임.

(4) 종교관광

- Rinschede(1992)는 종교관광이란 참여자들이 전체 혹은 부분적으로 종교적인 이유에 의해 동기 부여된 관광의 형태로 정의하였으며, 또한 오늘날에 있어서 종교관광은 문화관광의 한 형태로 볼 수도 있다고 하였음.
- 하지만 우리나라에서 종교관광이란 용어는 아직까지는 보편적으로 사용되고 있지 않은 실정이며, 주로 사찰관광이나 천주교 및 기독교 등의 성지순례 정도로만 이해되고 있음.
- 이와 같은 종교관광의 대상은 크게 세 가지의 형태로 나누어 볼 수 있는데 첫째, 종교적인 동기에 의해서 여행하게 되는 종교적 성지순례, 둘째, 종교적 의미와 함께 역사적, 예술적 가치를 함께 지닌 종교관광 매력물, 셋째, 종교와 관련된 축제 등이 그 형태임(Nolan& Nolan, 1992).
- 이러한 종교관광은 동기적 측면에서 볼 때 순례를 통한 인간의 심리적 치유라는 부분을 포함하고 있기 때문에 힐링관광과 연관되어 생각해 볼 수 있으며, 관광자원 및 관광콘텐츠적인 측면에서 볼 때 문화·심리치유형 힐링관광의 한 형태로 분류할 수 있을 것임.

(5) 농산어촌체험관광

- 도시민들에게 향수와 웰니스적인 체험을 제공하는 대표적인 관광유형 중 하나인 농산어촌체험관광은 시골의 자연경관과 전통문화, 생활과 산업을 매개로 한 도시민과 농산어촌 주민간의 체류형 교류활동이며 도시민에게는 휴식, 휴양과 새로운 체험공간을 제공하고, 농산어촌에는 농수산물판매(1차), 가공산업(2차), 숙박 및 음식물 서비스(3차) 등 소득원을 제공하는 1차 산업과 관광이 결합된 새로운 부가가치 관광유형임.
- 최근의 농산어촌체험관광은 단순 체험관광을 지나 치유관광으로 진화되고 있는데, 급속한 산업화의 발달과 무한경쟁체제의 환경 속에서 도시인들은 과도한 스트레스를 받고 있으며 이는 심각한 사회 부조리와 함께 개인 심신의 건강에도 악영향을 미치고 있음.

- 이러한 상황에서 농업활동과 개인의 건강 사이에는 긍정적인 관계가 존재한다는 증거들이 속속 증가하고 있으며 국민들의 스트레스를 치료하는 '의사'로서 그 역할이 새롭게 조명 받고 있음(농촌진흥청, 2012).

(6) 슬로투어리즘(Slow Tourism)

- 농산어촌체험관광과 유사한 개념으로 슬로투어리즘(Slow Tourism)이 있음. 슬로투어리즘은 농산어촌관광, 슬로푸드, 슬로무브먼트 운동 등의 개념과 연관되어 시작되었음(신명석, 2007).
- 1999년 이탈리아에서 처음 출발된 느림운동은 느리게 살기 운동과 느리게 먹기 운동으로 시작되었음. 슬로시티(느린 도시)의 철학은 향토인으로 하여금 자연 속에서 살면서 마을의 고유 먹거리와 지역의 고유문화를 느끼며 삶의 질을 향유하는 동시에 도시인(관광객)에게 마음의 고향을 제공하며 느리고 조용히 사는 공동체 운동임.
- 슬로시티 마을에 사는 이들의 슬로라이프의 모습은 그들이 광장(마당)에 모여 담소하며 마을의 전통적인 저녁산책을 통해 신세대와 구세대가 자연스럽게 어울리며 점심식사만 하더라도 보통 두세 시간에 걸쳐 즐기는 것이 대부분임.
- 슬로투어리즘은 새로운 패러다임의 관광형태로 현재 시행중인 관광형태인 농산어촌관광의 일부이며 패스트푸드와 반대되는 우리나라 고유의 발효음식을 기본으로 하는 전통건강 음식을 중심으로 한 슬로푸드를 생산, 판매하는 농산어촌관광마을에서 도시민들이나 학생들이농촌체험관광을 할 때 이 행위를 슬로관광이라고 함.
- 관광객들이 슬로푸드를 눈으로 직접 보고, 손으로 만들어 보고, 먹어 보고, 구입하고, 느끼고, 생각하는 모든 행위와 농업을 중심으로 한 농촌 문화와 인근 지역의 전통문화 재탐방을 비롯한 일체의 활동을 현장에서 직접 체험하는 모든 관광일체를 포함하는 관광을 말함.

3. 힐링관광의 산업적 유형

- 대개 산업의 종류는 사업장에서 행해지는 경제활동의 종류에 따라서 구분되지만, 산업 종류를 체계적으로 구분한 것을 산업분류라고 함. 산업을 분류하는 방법은 목적에 따라서 여러 가지가 있을 수 있지만, 이 분류를 통해서 상호 비교할 수 있도록 체계를 갖춘 것이 표준산업분류이다.
- 이러한 의미에서 볼 때 아직까지 힐링관광 관련 산업을 카테고리화하여 체계적으로 분류한 체계는 존재하지 않음. 이에 본 연구에서는 선행연구와 힐링산업 현장에서 이루어지는 각종 산업현상 및 힐링산업 엑스포 사무국(<http://www.healingexpo.co.kr>)의 분류체계를 바탕으로 관광산업과 연관될 수 있는 산업을 중심으로 힐링산업을 분류하고자 함(정상숙, 2013).

1) 힐링푸드(식음료) 산업

- 관광산업에서 분류하는 산업 분야 중 식음료산업과 연관지어 생각해 볼 수 있는 힐링산업은 힐링푸드 산업임. 힐링푸드란 먹거리 분야에서 힐링 개념을 도입한 것으로, 힐링푸드는 다음과 같은 특성을 가지고 있음.
- 첫째, 몸에 해로운 성분에서 벗어난 안전한 식품, 둘째, 인체에 필요한 식품이 골고루 함유된 올바른 균형식사, 셋째, 식물성 식품 중심의 균형식, 넷째, 제철 위주의 음식, 다섯째, 신체적 적합성이 획득된 향토음식, 여섯째, 신선한 재료와 담백한 재료의 맛을 살린 음식 등임(양제연, 2012).
- 이러한 힐링푸드 산업은 단순히 자연적인 식재료를 찾는 것에서 가정식, 차(tea), 물 등과 같이 다양한 형태로 발전하고 있음. 실제로 힐링워터는 현재 젊은 소비자층을 중심으로 매우 각광받고 있으며, 백화점 등의 일부 매장에서는 100여종의 수입생수를 접할 수 있으며, 영역을 확장해 워터카페나 워터바까지 등장하고 있음. 또한 고객의 기호나 건강을 고려하여 고객에게 가장 맞는 물을 추천해주는 '워터 소믈리에'까지 나타났음.

2) 힐링숙박 산업

- 힐링숙박 산업은 관광산업 분야의 숙박산업과 가장 밀접한 형태의 산업 형태이며, 현재 숙박시설에 힐링 콘텐츠를 도입한 형태로 발전하고 있는 추세임.
- 대표적인 예인 충북 제천에 위치하고 있는 우리나라 최초의 힐링 리조트인 리솜 포레스트는 리조트가 위치한 제천의 지리적 특징인 산지를 살려 다양한 숙박과 힐링이 결합된 리조트를 운영하면서도 자연지형이나 식생을 최대한 유지하고 있어 관광객들에게 자연스러운 힐링을 제공하고 있음.
- 리솜 포레스트는 21만m² 부지의 70%가 수백여 종의 수목과 야생화 군락지로 둘러싸여 있어 숲에서 나오는 음이온, 피톤치드, 세로토닌 등과 같은 천연치료를 통해 별도의 프로그램 없이도 자연 속에서 몸과 마음이 스스로 정화되고 힐링의 효과를 체험할 수 있는 환경이 조성되어 있음.
- 리조트가 개발되기 이전의 지형이나 식생을 90% 이상 유지하고 있을 만큼 자연파괴를 최소한으로 줄이는데 많은 노력을 기울였다 하고, 빠른 시간 내에 조리되어 간편하게 먹을 수 있는 자극적인 음식 대신 시간은 조금 오래 걸리나 몸에 약이 될 수 있는 건강식을 준비하고, 일회용품 대신에 손수건 사용을 권장하는 등 힐링이라는 개념 아래 운영되고 있음.

[그림 2-2] 리솜 포레스트 관련 이미지



자료 : <http://cafe.daum.net/djbumc/7SPj/500?q>

- 또한 제주도의 조은리조트는 한라산 야생약초로 천연 입욕제와 차제를 자체적으로 개발해 판매하고 있으며, 전 객실에서 편백나무탕을 이용할 수 있게 해 힐링리조트 숙박시설로서의 브랜드를 강화하고 있음.

[그림 2-3] 조은리조트 관련 이미지



자료 : <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=findjeju&logNo>

- 이 외에도 숙박시설 자체를 힐링적 요소가 가미된 형태로 건축되어진 경우도 있음. 전남 장성 세심원의 경우 편백나무 마루, 죽염황토벽 등 자연 건축자재를 사용하여 숙박시설을 구성하였고, 별다른 힐링 콘텐츠 없이도 힐링을 목적으로 하는 사람들에게 힐링을 체험할 수 있도록 하고 있음.
- 세심원의 경우 진정한 쉼을 위해 고기, 휴대폰, 술은 철저히 반입을 금지시키고 있다는 특징이 있고, 최근에는 방문객의 증가하자 인근에 유료로 이용할 수 있는 '휴림'이라는 통나무집을 새로 만들어 운영하고 있음.

[그림 2-4] 세심원 관련 이미지



자료 : <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=cky3954&logNo>

3) 힐링체험 산업

- 힐링체험 산업은 현재 다양한 형태로 개발되고 있으며, 관광산업 측면에서 볼 때, 관광상품 개발과 관련하여 생각해 볼 수 있음. 국내에서는 현재 각 지자체를 중심으로 각종 힐링체험 마을 및 다양한 형태의 힐링체험 프로그램 및 시설이 운영되고 있음.
- 이러한 힐링체험은 크게 에코힐링체험, 푸드힐링체험, 힐링캠핑체험 등이 대표적인 운영사례로 볼 수 있음. 에코힐링체험은 주로 농·산·어촌 체험마을을 중심으로 운영되고 있으며, 이전의 녹색체험마을 등에 힐링 콘텐츠를 도입해 자연을 체험하면서 힐링을 체험하게 하는 방식으로 운영되고 있음.
- 대표적인 사례로는 전남 신안군의 '소금동굴 힐링센터'를 들 수 있는데, 이 센터는 이전의 염전체험마을에 힐링 요소를 도입해 각종 신체치료 뿐만 아니라 심리적 안정까지 꾀할 수 있는 힐링센터를 운영하고 있음. 소금힐링요법은 우리나라에서는 다소 낯설지만 동유럽에서는 1800년대부터 치료요법으로 사용되기 시작하여 현재는 인공소금동굴이 유럽 전역으로 확산되어 보편화될 정도임.

[그림 2-5] 소금동굴 힐링센터 관련 이미지



자료 : <http://alicecoach.tistory.com/95>

- 다음은 강원도 홍천에 있는 클럽모우 사례를 들 수 있는데, 클럽 모우는 185만㎡의 대지 위에 있는 27홀 골프장으로 특이한 점은 골프장 완공에

앞서 클럽 회원들을 위하여 서울 강남구 신사동에 국내 최초의 도심형 클럽하우스를 먼저 선보였다는 점임. 주말에 클럽 모우 골프장에서 라운딩을 즐겼다면, 주중에는 클럽 모우 서울에서 라이프스타일을 즐길 수 있도록 하는 콘셉트임.

- 클럽 모우 서울의 1층에는 '포레이징 푸드 레스토랑'이 있는데 아직 우리나라에서는 생소한 '채집음식' 레스토랑으로 클럽 모우의 힐링콘텐츠가 바로 이 채집음식이라고 할 수 있음. 포레이징 푸드로 알려지기도 한 채집음식은 미국에서 시작된 힐링푸드의 일종으로 칼과 양념을 최소화하여 최소한의 조리가 동반되었다는 특징을 보임.
- 마지막으로 전북 고창에 위치한 힐링카운티로 각종 질환과 성인병 예방, 자연치유 면역증진을 위한 휴양 및 건강 유지 공간 마련을 위해 고창군 석정온천지구 154만㎡에 자연치유형 리조트 '웰파크시티' 내에 '석정 힐링카운티'라고 명명한 신개념의 자연치유 커뮤니티 공간을 조성하였음.

[그림 2-6] 석정 힐링카운티 관련 이미지



자료 : <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=whuespa&logNo>

4. 힐링관광 선행연구

- 현재까지 국내에서 힐링과 관련된 연구는 극히 미미한 수준이며, 특히 관광산업과 연계하여 연구된 것은 거의 전무한 실정임.

- 김철민(2010)은 관광목적지 시각성이 관광이미지, 치유적 특질 및 방문선호에 미치는 영향 연구에서 관광목적지의 시각성이 관광이미지, 치유적 특질, 방문선호에 유의한 영향을 미치는 것을 실험을 통해 입증하였음. 특히 치유적 특질을 통해 집중 등의 힐링적 요소에 대한 유의한 영향을 검증함으로써, 힐링관광에 대한 가능성을 실증적으로 규명한 것은 힐링관광과 관련한 선도적 연구라 할 수 있음.
- 양제연(2012)은 힐링 체험욕구와 트랜스포메이션 행동의도 관계 연구에서 힐링의 개념과 본질에 관한 이해도를 높이고 힐링 체험 욕구와 트랜스포메이션 행동의도와 관계에서 힐링 관여도는 어떠한 역할을 하는가 라는 연구 문제를 가지고 구체적인 연구 목적을 설정하였음. 이 연구에 따르면 힐링 관여도는 힐링 체험욕구와 트랜스포메이션간에 조절효과가 있는 것을 밝혀냈으며, 힐링 관광상품 체험자들은 향후에도 힐링 관광상품을 재구매하고자 하는 경향이 있는 것으로 나타났음.
- 정상숙(2013)은 힐링관광 구성요소 중 상대적으로 중요시 하는 요소는 무엇인지 분석한 결과 힐링관광 콘텐츠 등의 소프트웨어 요소보다는 힐링 관광시설 등의 하드웨어 부분을 상대적으로 중요시 하는 것으로 나타났음. 특히 깨끗하고 가족적인 분위기는 매우 중요한 요소로 나타났음. 결국 힐링관광은 시설과 프로그램의 조화를 중심으로 발전시켜 나가야 할 것이며 힐링인구의 저변 확대를 위해 인구통계학적 연구에 기초한 점진적 발전이 요구된다고 주장하였음.
- 박종선(2013)은 일반관광객이 느끼는 혼잡지각과 웰니스관광객이 느끼는 혼잡지각은 큰 차이를 보일 것이라고 하는 것과 혼잡을 완화하기 위한 방법적인 측면에서도 유의미한 차이를 보일 것이라는 부분에서 출발하여 웰니스관광객의 혼잡지각 감소를 위한 분산 방법과 입장 요금제에 대한 선호도를 제시하였음.

Ⅲ. 국내·외 힐링관광 사례연구

1. 국내사례

1) 2013 부산 힐링대장정

- 부산광역시는 '2013 부산 힐링대장정' 행사를 개최하였는데, 행사의 주요 프로그램은 8월10일부터 매주 토·일에 예술인들과 1박2일 함께하는 '부산 힐링대장정'임. 힐링대장정의 핵심은 산복도로 마을투어만이 아닌 부산의 바닷길, 숲길 투어, 마을문화체험, 힐링콘서트가 진행되는 예술가와 함께하는 부산마을 힐링투어 프로그램임.
- 1주차는 8월 10~11일 송도해상고래와 다이빙대 작가인 이상진님과 함께하는 '아트힐링', 2주차는 8월 17~18일 시인 이생진님과 함께하는 '문학 힐링', 3주차는 8월 24~25일 리사이클링 대표 김정주님과 함께하는 '리사이클링 힐링', 4주차는 생명그물 대표 구영기님과 함께하는 '생태힐링'을 진행하였음.
- 각 분야 예술인들이 각각 자신의 예술전문성을 바탕으로 이야기와 체험 프로그램을 운영하는데, 1주차 '아트힐링' 코스는 감천마을, 아미동 비석마을, 송도해안블레길, 닥밭골마을을 힐링투어하며 저녁에는 야경을 배경으로 힐링콘서트를 개최하였음.
- 2주차는 '문학힐링' 코스는 초량동 이바구길, 태종대, 절영해안로, 구봉산 편백나무 숲길을 다니고 밤에는 별빛아래서 힐링콘서트를 진행함. 3주차 '리사이클링 아트' 코스는 안창 호랑이마을, 성지곡수원지, 암남공원을 힐링투어하고, 역시 야간 별빛 힐링콘서트가 있으며, 4주차 '생태힐링' 코스는 부산중구 역사문화탐방, 감천문화마을 탐방과 절영해안길 힐링투어와 별빛 힐링콘서트를 개최함.

[그림 3-1] 2013 부산 힐링대장정 관련 이미지



자료 : 연구자

2) 강원 동해시 힐링관광 팸투어

- 동해시는 우수한 관광자원을 소개하고 관광 상품 개발 및 주요 관광지 홍보를 위하여 '2013 동해시 힐링관광 팸 투어(Familization Tour: 사전 답사여행)'를 개최하였음.
- 내용을 살펴보면 1일차는 추암 촛대 바위, 감추사~한섬간 해물금 숲길, 논골담길, 망상오토캠핑리조트 숙박체험을 한 후 등대콘서트 감상, 2일차는 일출체험, 천곡동굴, 무릉계곡 명상체험 투어 후 귀향하는 코스로 편성하여 동해시 관광자원을 최대한 소개하는 체험관광에 특히 비중을 두었음.
- 이러한 동해시의 힐링관광은 향후 연계관광 및 관광패키지 상품을 개발하는데 중점을 두고 팸투어를 계획하였으며, 동해시의 아름다운 관광자원을 적극 홍보하여 동북아의 지중해 이미지 구축에 일조하고 있음.
- 동해시의 힐링관광 팸투어는 자연자원을 중심으로 한 힐링관광으로 구분할 수 있는데, 관광을 구성하는 자원 대부분이 자연자원일 뿐만 아니라, 구성되어 있는 콘텐츠 또한 캠핑리조트 체험, 일출체험 등의 자연을 중심

으로 한 콘텐츠가 주를 이루고 있어, 전형적인 자연자원 중심의 힐링관광으로 구분할 수 있음.

[그림 3-2] 2013 동해시 힐링관광 팸투어 관련 이미지



자료 : 강원도민일보, 2013.5.27

3) 경남 산청 세계전통의약엑스포

- 지리산 자락 161만㎡ 면적에 8개 전시관과 20여개 체험프로그램, 340회 공연·이벤트 등으로 구성된 산청 세계전통의약엑스포는 내용, 형식, 운영 등 많은 부문에서 단순히 놀고 즐기는 축제를 넘어 학습과 교훈, 힐링 모두 가능한 신 개념의 엑스포라는 새로운 이정표를 세운 역사적인 축제로 기록될 것으로 평가되고 있음.
- 산청이라는 지역적 한계와 전통의약이라는 추상적이고도 무거운 주제에도 불구하고 최고 관람객 하루 10만 명 이상, 평일에도 최소 3~4만 명이 찾는 예상을 뛰어넘는 관람객이 모여든 것은 조직위 출범 후 각종 기관·단체와의 MOU, 16개 공식여행사 선정, 지속적인 학교 및 기관·단체 대상 마케팅활동과 네트워크 구축, 온·오프라인 홍보활동, 다녀간 관람객들의 입소문 등이 통했다는 분석임.
- 최고 인기를 누린 콘텐츠는 의료체험이었는데, 주제관 앞 한방체험관, 힐링타운, 세계관 내 의료체험구역, 헤민서 등에서 운영된 의료체험프로그램은 50여개에 이룸.

- 1만~2만원으로 고급의료를 체험한 힐링타운은 하루 30여명 총 1,400명 정도 밖에 수용 못했지만 체험 받은 관람객은 대단히 만족하였고, '동의 보감'의 내경·외경 등 5개 강목, 5개 구역으로 나눠 12개 체험프로그램을 운영한 한방체험관을 다녀간 사람만 60만 명, 직접 체험객은 45만 명에 이른다는 발표가 있음.
- 특히 19개국 세계전통의약이 밀집된 세계관은 호기심과 함께 관람객들에게 전통의약에 대해 새로운 시각을 갖도록 하였는데, 중국 북경 동인당 명의의 진맥의료와 추나미용요법, 스리랑카 시로다라시술, 티벳의 천문학 질병분석, 태국과 루마니아의 기 마사지와 허브테라피 등이 큰 인기를 누렸음.
- 2013 산청세계전통의약엑스포는 45일 간의 개최 기간 동안 약 5,000억 원의 지역경제파급효과가 있다고 보고될 만큼 산청을 힐링지역으로의 이미지 제고는 물론 경제적 효과도 컸던 것으로 나타남.

[그림 3-3] 산청 세계전통의약엑스포 관련 이미지



자료 : 연구자

4) 전남 장성 편백나무 숲길체험

- '치유의 숲'으로 널리 알려진 축령산은 편백나무에서 내뿜는 피톤치드 성분이 건강에 탁월한 효과가 있다고 알려지면서 명실상부한 치유의 메카로 거듭나 전국의 관광객들이 많이 찾고 있음.

- 779ha 규모의 편백나무 숲을 감아 도는 '축령산 둘레길'은 일일코스 19km, 반일코스 11km 등 6개 코스로 나뉘 있으며 은은한 편백향을 맡으며 삼림욕 하는 장소로 각광받고 있음. 또한 매년 여름 축령산 산소축제가 개최되며, 산소음악회와 통기타 라이브공연을 비롯한 35개 축제 프로그램을 즐길 수 있음.
- 장성 치유의 숲에서는 산림치유지도사 2명과 숲 해설가 6명, 숲길조사관 리원 1명을 배치해 숲 해설과 다양한 산림치유프로그램을 무료로 실시하고 있는데, 가장 일반적인 '해피 락(Happy 樂)' 프로그램은 숲길을 걸으며 오감을 일깨워 몸과 마음을 치유함.
- 어느 지점에서는 가만히 서서 멍하니 숲을 바라보기도 하고, 어느 곳에서는 숲에 벌러덩 누워 하늘을 바라보기도 하는데, 그저 쉬는 것으로만 보이는 이 모든 행동 하나하나가 바로 치유의 일부임.
- 이렇게 감각을 일깨움으로써 지친 몸과 마음을 치유하는 것이 바로 숲 프로그램의 목적으로 해피 락 프로그램은 주 3~4회 탄력적으로 실시하고 있음.
- 아토피·스트레스 등 만성질환 치유 프로그램은 기본건강검사를 시작으로 우울증은 MLP 심리치료, 만성피로증후군은 족욕과 요가, 마사지 요법, 대사증후군은 물치료, 기공체조, 편백아로마요법 등을 실시하고 있음.
- 매주 화요일에는 암환자를 위한 치유프로그램을 실시하는데, 요가와 기공체조를 비롯해 아로마 요법, 명상 등을 통해 마음을 치유하고 다양한 숲 체험을 통해 면역력을 기르며 몸을 치유하고 있음. 참가자들의 건강검진 결과는 별도로 보관해 향후에 다시 방문했을 때 개인별 건강 상황을 비교해 볼 수 있게 했음.
- 전남 장성의 편백나무 숲길 힐링관광은 전형적인 자연자원형 힐링관광의 대표적 사례라 할 수 있는데, 관광자원이 편백나무라는 자연자원일 뿐만 아니라, 보유하고 있는 콘텐츠 또한 삼림욕을 중심으로 한 심신치유 프로그램이 주요 콘텐츠임.
- 비록 산소축제라는 축제 프로그램이 있지만, 이 또한 산소라는 주제로 진

행되고 있어, 자연 속에서 자연을 느끼는 자연자원형 힐링관광으로 분류할 수 있음.

[그림 3-4] 장성 편백나무 숲길체험 관련 이미지



자료 : http://san.chosun.com/site/data/html_dir/2012/09/03

5) 충남 농촌힐링관광

- 충청남도는 한국관광공사 충청권 협력단, 코레일 대전충남본부와 공동으로 '2013 농어촌체험 프로그램' 공모를 통해 선정된 3개의 기차여행상품을 출시했는데, 출시된 상품은 농촌을 중심으로 한 상품으로 '고향마실 기차여행'이라는 주제 아래, 아산시의 '자연과 하나 되는 아산나드리', 논산·부여시의 '힐링 팜 & 부여이야기(논산포도와 부여연꽃이야기)', 보령시의 '산 넘고 바다건너 세계로' 등 3개로 구성되어 있으며, 충청남도의 우수농촌체험마을과 주변 관광지를 연계한 상품으로 구성되어 있음.
- 이러한 체험상품을 통해 아이들에게는 기차여행의 즐거움과 신기한 농촌 체험을, 어른들에게는 유년시절 고향의 향수를 느끼게 해주는 힐링관광이 될 수 있도록 하고 있음.
- 충청남도의 힐링관광 상품은 농촌이라는 문화를 중심으로 한 힐링관광이라고 할 수 있음. 우선 힐링관광의 기초가 되는 관광자원이 충청남도 각 시군이 보유하고 있는 특징적인 농촌문화를 자원으로 활용하고 있으며, 주요한 콘텐츠 또한 고향 마실과 기차여행을 결합한 상품명을 표방하고

있음. 이러한 콘텐츠의 핵심은 어린 시절의 향수를 자극하는 심리적 힐링을 주요 목적으로 하고 있어, 문화자원형 힐링관광으로 분류할 수 있을 것임.

[그림 3-5] 힐링 팜 부여이야기와 아산나드리 관련 이미지



자료 : 파이낸셜뉴스, 2013.5.8

6) 강원 강릉시 문화예술치유 힐링관광

- 천혜의 자연환경과 각종 문화, 예술적 콘텐츠가 풍부한 강릉이 전통한정식, 강릉 못밥 등을 이용한 힐링관광 상품을 개발하였는데, 수확부터 밥상에 오르기까지 기계와 농약 등 인공이 더해지지 않은 자연식인 강릉못밥을 비롯하여, 고즈넉한 한옥의 온돌방, 열은 안개가 드리운 고요한 솔밭길을 걷는 상품 등으로 구성해 도시민들의 관심을 받고 있음.
- 강릉시의 문화예술치유 힐링관광은 자원, 콘텐츠, 상품의 목적성 등 모든 부분이 문화자원형 힐링관광의 대표적 유형이라 할 수 있음. 먼저 자원의 특성을 살펴볼 때 못밥, 선교장과 같은 지역의 고유한 문화자원을 활용하고 있으며, 콘텐츠도 문화예술을 중심으로 한 관람 및 체험 프로그램으로 구성되어 있음. 또한 상품의 목적도 문화예술을 중심으로 한 마음치유라는 목적성을 가지고 있음.
- 강릉시와 강릉문화재단 등에 따르면 지난해 내·외국인 의료관광객을 대상으로 '커피 힐링캠프'와 '게으른 템플스테이' 등 치유형 힐링관광상품을

운영한 결과 2013년 9월 기준으로 1만 3천여 명의 관광객을 유치한 것으로 나타남.

[그림 3-6] 강릉 커피힐링캠프 관련 이미지



자료 : <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=pg4860&logNo>

2. 국외사례

1) 호주의 힐링관광

- 호주는 거대한 대륙과 천혜의 환경을 바탕으로 힐링관광 상품을 다양하게 판매하고 있는 상황으로 그 대표적인 상품이 호주 멜버른 관광상품 중 그레이트 오션로드(Great ocean road)와 관련된 상품임.
- 호주가 사랑하는 대표적인 에코투어 지역 중 하나인 멜버른의 그레이트 오션로드는 세계에서 가장 아름다운 해안도로이면서 세계 10대 명소 가운데 하나로 손꼽히는 곳임. 그레이트 오션로드에서도 핵심은 12사도 바위로, 무려 2천만 년 전 지각변동으로 석회암 바위지역이 생겼고, 그 후 오랜 세월 파도와 바람에 침식되면서 12개의 바위섬이 만들어졌음.
- 이 외에도 다양한 자연자원을 바탕으로 캠프투어나 자전거투어, 걷기여행의 방법으로 에코투어를 판매하고 있음. 또한 퍼핑빌리는 퍼핑빌리 증기기관차를 이용해 구릉과 산지 사이를 달리는 100년의 역사를 가진 증기

기관차로 증기기관차를 타면 마치 동화 속 한 장면에 들어간 듯한 기분을 느낄 수 있다고 함.

- 퍼핑빌리 증기기관차의 가장 큰 특징 중 하나가 바로 난간에 걸터앉아 밖으로 발을 뻗어 시원한 자연 바람을 느낄 수 있다는 것으로, 증기기관차를 타고 자연 속 힐링을 느끼며 동심의 세계로 빠져들 수 있음.
- 호주의 힐링관광상품은 전형적인 자연자원형 힐링관광 상품이라고 할 수 있음. 자원, 콘텐츠의 중심이 자연자원인 그레이트 오션로드와 퍼핑빌리의 자연 속을 지나가는 증기기관차를 중심으로 구성되어 있으며, 프로그램의 목적 또한 자연과 함께하는 자연 속에서의 힐링을 목적으로 하고 있음.

[그림 3-7] 그레이트 오션로드와 퍼핑빌리 증기기관차



자료 : <http://cafe.daum.net/ydpmv/Nhfx/105>
<http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=timeys&logNo>

2) 인도 아쉬람 명상센터

- ‘인도 뿌나의 경제는 오쇼 라즈니쉬 덕에 굴러간다’는 말이 나도는 세계 최대 규모의 ‘오쇼 명상 리조트’는 전 세계 100여개 나라에서 매년 6만 명씩 찾아오는데, 인도 봄베이에서 남동쪽으로 170km 정도 떨어진 뿌나 (Poona, 영어로는 Pune)의 오쇼 아쉬람(명상 집단을 이르는 말)은 인도의 명상가 ‘오쇼 라즈니쉬’가 1974년에 세운 곳으로 세계 최대 규모의 명상

휴양소임.

- 1970년대 후반 서양인 제자들에 의해 그의 명상법이 세계 각국으로 알려지면서 오쇼 아쉬람은 하루 방문객 2,000명이 넘는 기록을 세우기도 하였음. 언제나 축제 같은 분위기인 동적 명상과 성(性)을 명상의 수단으로 설파하는 오쇼의 가르침은 동양세계에 매료된 서구인들로부터 더욱 폭발적인 주목을 끌었던 것임.
- 방문객은 매일 입장할 때마다 150루피(약 3.5달러)씩 내니 아쉬람의 입장료 수입만 따져도 엄청난 액수에 달하는 것으로 추정되는데, 입장료를 낸 사람들은 '붓다 홀'이라 이름 지어진 건물에서 매일 열리는 '다이나믹 명상'(아침 6시), '비파사나 명상(오전 9시 45분), '쿤달리니 명상'(오후 4시 15분) 등에 공짜로 참여할 수 있고, 오쇼 아쉬람의 명상의 꽃인 '오쇼 화이트 로브 브라더 후드'라는 밤의 모임에서 명상과 축제적 분위기를 즐길 수 있음.
- 이외에 개인적으로 명상을 체계적으로 이해하고 더 구체적으로 체험해보기 위해 각종 명상테라피(명상요법) 프로그램에 참여할 경우 별도의 비용을 내야 한다. 이를테면 하루코스로 명상에 대한 안내를 해주는 '명상 : 마지막 자유'라는 프로그램은 18달러, 새로운 사람들을 위해 3일짜리 프로그램인 '느낌 열어주기(Opening to Feeling)'는 하루에 33달러를 내고 참여함.

[그림 3-8] 인도 아쉬람 명상센터



자료 : <https://www.google.co.kr/search>

- 또한 명상 테라피 전문가들을 위한 코스도 있음. 이 코스는 명상치료요법을 본격적으로 배우고자 하는 사람들을 위한 그룹별 강의인데, 예를 들어 오쇼 아쉬람에서 가장 인기 있는 '미스틱로즈'의 경우 한 달 코스로 참여하는데 500달러가 들고, 힐링아트(치료 예술)라고 하는 두개천골요법의 경우 3,200달러가 필요하다고 함.

3) 뉴칼레도니아의 힐링관광

- 뉴칼레도니아 힐링관광은 자연자원을 바탕으로 한 것으로, 일데팡과 맹그로브 숲을 바탕으로 하고 있음. 먼저 맹그로브 숲은 하트 섬으로도 유명하며, 또한 뉴칼레도니아의 하트라고 불리는 '보 하트'는 상공에서 바라보면 굉장히 아름다운 자연이 만들어낸 세계 최고의 하트를 감상할 수 있어, 자연에 대한 경외감과 힐링을 동시에 느낄 수 있음.
- 일데팡은 침엽수로 가득한 숲으로, 그 숲 가운데에는 "오로베이"라고 하는 거대한 천연 풀장이 있어 여유와 휴양을 즐길 수 있음. 이처럼 뉴칼레도니아의 힐링관광은 청정하고 자연자원을 바탕으로 자연 속에서의 여유를 통한 심신휴양과 관련이 깊은 상품이라 할 수 있음.

[그림 3-9] 뉴칼레도니아의 보 하트



자료 : <http://blog.naver.com/PostView.visitnewcal&logNo>

4) 영국 콘월 에덴 프로젝트

- 영국 런던에서 기차로 5시간 거리인 콘월(cornell)은 고령토 광산으로 변창하다 자원이 고갈되면서 가장 가난한 지역의 하나로 전락했던 곳이었으나 낙원에서 추방된 인간이 죄를 깨닫고 스스로 낙원을 만들겠다는 상상력을 실현시켜 유명한 지역으로 탈바꿈하였음.
- 콘월(cornell)의 힐링센터인 에덴프로젝트(eden project)는 세계에서 가장 큰 온실로 건설되어, 2001년 개장하였음. 높이 55m의 반투명한 플라스틱으로 만든 돔 안에 열대, 온대, 지중해, 사막 등의 자연환경을 조성하였으며, 각 기후별 주거문화를 접해볼 수 있도록 실제 지역주민의 집을 옮겨 놓았음.
- 특히 에덴프로젝트는 식물과 환경, 인간을 연결하는 과정을 교육함으로써 호기심과 지식을 제공하고 있는데, 폐광을 재생하여 힐링파크로 완성함으로써 도심에서 자연과 가까이 할 수 있는 힐링의 장소를 제공하고 있음. 유명 관광지도 아닌 영국의 탄광동네를 세계적인 온실마을이자 명소로 탈바꿈시킨 것은 상상력을 원시자연 속의 힐링과 연계하여 현실로 만들어낸 결과물이라 할 수 있음.
- 콘월(cornell) 에덴프로젝트는 2,800억 원을 투자하여 2001년 3월 개장한 이후 8년간 1,100만 명의 방문객이 찾았고, 1조 8천억 원의 경제파급효과를 얻은 것으로 보고되고 있음.

[그림 3-10] 콘월의 에덴프로젝트

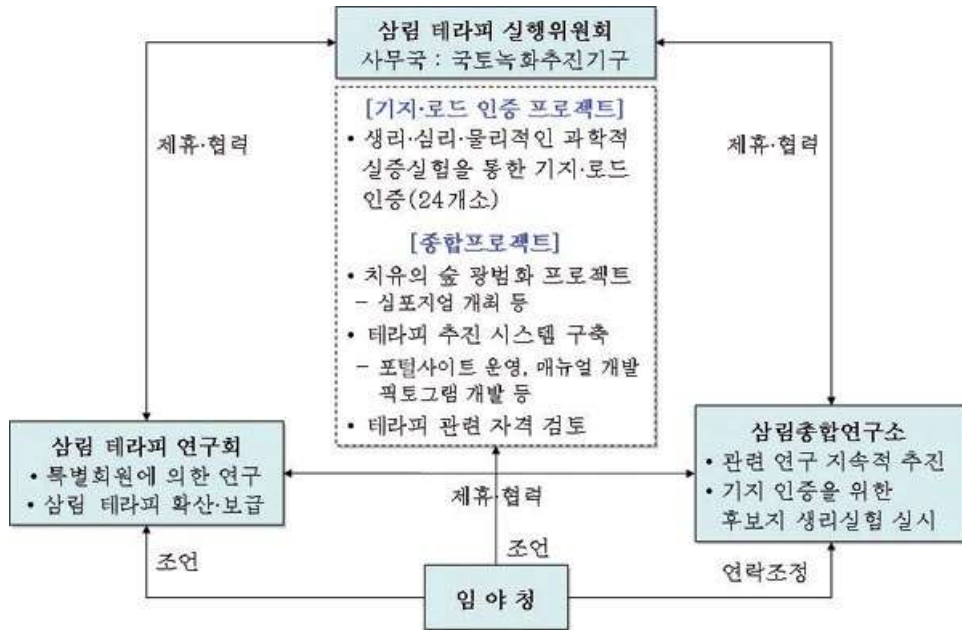


자료 : <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=magickim7&logNo>

5) 일본의 산림테라피

- 일본에서 '산림치유'는 자연환경 속에서 움직임을 통해 행복과 건강을 증진시키기 위한 환경복리의 한 부분으로 인식하고 있는데, 이와 관련하여 동경농업대학의 우에하라 이와오 교수는 '산림치유'를 '산림욕을 대표로 하는 산림휴양을 중심으로 수목이나 임산물을 활용한 작업요법, 산림을 걸으면서 하는 카운슬링이나 단체작업, 산림의 지형이나 자연을 이용한 의료갱생 및 생활 습관병 예방활동, 그리고 산림에서의 유아교육 등 산림 환경을 종합적으로 사용하면서 건강을 증진시켜 가는 모든 행위'로 정의하고 있음.
- 일본에서의 산림치유는 '삼림테라피(森林セラピ, Forest Therapy)'란 용어를 통해 널리 보급·활용되고 있음. 삼림테라피는 일본 '삼림테라피 연구회'에서 상표 등록을 하여 제한된 형태로 사용하고 있는데, 삼림테라피 연구회는 기본적으로 현장실험을 통해 산림치유의 효과를 과학적으로 입증하여 근거중심의학(Evidence Based Medicine)으로의 발전을 도모하고 있음.
- 또한 산림치유의 기능을 널리 홍보·보급하여 궁극적으로 산림이 국민들의 건강증진에 기여할 수 있도록 하기 위한 삼림테라피 프로젝트를 임야청, 삼림테라피 연구회, 삼림테라피 추진위원회 및 삼림총합연구소 공동으로 추진하고 있음.
- 삼림테라피 프로젝트는 국토녹화추진기구를 사무국으로 하는 삼림테라피 추진위원회를 중심으로 산림치유 관련 포털사이트 운영, 심포지엄 개최, 관련 자격제도 검토 등과 더불어 산림치유 인증제도를 추진하고 있음.
- 삼림테라피 연구회는 아사히 맥주(기능성 음료), SONY PCL(산림치유 영상물 개발), 모리나가 유업(기능성 음료), 고바야시 제약(스트레스 저감 물질) 등의 특별기업회원을 중심으로 산림의 치유효과를 이용한 상품을 개발하고, 산림치유의 확산·보급을 추진하고 있음. 삼림총합연구소는 테라피 기지 후보지를 대상으로 한 인증실험을 실시하고 있고 임야청은 각각의 기관에 대한 조연과 조절의 역할을 하고 있음.

[그림 3-11] 일본의 삼림테라피 관련 기관 역할 및 협력체계



- 삼림테라피 실행위원회에서는 산림의 치유효과를 활용한 ‘삼림테라피’가 일본에서 보급·활성화됨과 동시에 건강한 숲 만들기 및 지속가능한 발전이 있는 산촌 만들기를 추진하기 위해 ‘삼림테라피’ 인증을 실시하고 있음.
- 삼림테라피 인증제도는 2005년부터 삼림테라피 기지(基地 ; Quarter) 및 로드(Road) 등 두 가지로 구분하여 추진하고 있음. 삼림테라피 로드는 실험을 통해 산림치유의 효과가 입증된 숲길을 말하는데 일반적으로 20분간 보행을 할 수 있는 숲길을 한 단위로 하고, 지형이나 풍경 등을 기본으로 산림치유의 물리·환경적 인자가 잘 조합된 숲길로서 주로 완만한 경사로 구성되어 있고 일반 숲길보다 폭이 넓고 걷기 쉽게 배려된 코스를 중심으로 선정됨.
- 삼림테라피 기지는 로드보다는 훨씬 확장된 개념으로서 의료, 운동, 숙박, 안내센터 등의 시설을 갖추고 운동, 식사, 자연관찰 프로그램을 진행하는 곳임.

[그림 3-12] 일본의 삼림테라피 인증마크



자료 : <http://cafe.daum.net/...33/CJCY>

- 흔히 일본의 삼림테라피 기지를 우리나라의 자연휴양림 정도의 규모로 인식하기 쉬운데, 실제 삼림테라피 기지의 규모는 우리나라 읍·면 단위 정도로 판단하는 것이 더 정확함.
- 이렇듯 대단위 규모를 가지기 때문에 기지 운영을 위한 의료시설, 안내센터, 숙박시설 등 주요 시설물을 새롭게 설치, 조성하는 것이 아니라 기존에 운영되는 시설물을 '삼림테라피' 운영을 위해 재배치하여 활용하는 것임.
- 삼림테라피 로드 역시 인증을 받기 위해 새롭게 조성한다기보다는 기존에 이용되던 숲길을 인증을 통해 건강증진 및 치유를 목적으로 하는 삼림테라피 로드로 재탄생시키는 경우가 많음.

6) 일본의 스토리텔링을 통한 힐링상품화

- 일본 큐슈 오이타현에 위치한 벳부는 인구 12만이 조금 넘는 조그만 마을이지만 세계적인 온천 관광지로 명성을 얻으면서 해마다 관광객이 꾸준히 방문하는 일본의 대표적 힐링관광지임.
- 벳부온천 중에서도 카마도지옥(가마솥지옥이라는 의미)이라는 온천은 화산 활동에 의해 약 1,200년 전부터 뜨거운 증기와 흙탕물이 분출되기 시작했는데, 지하 300m에서 분출되는 모습이 마치 지옥을 연상시킨다고 해서 붙여진 이름임.
- 카마도지옥이 세계적으로 유명한 관광지가 된 이유는 과학적 사실과는 무관하지만 온천물을 마시면 10년 젊어진다는 스토리텔링 마케팅을 통해

관광객들의 장수와 치유 욕구를 자극하는 데 성공한 대표적 힐링관광의 성공 사례라고 볼 수 있음.

[그림 3-13] 카마도지옥과 온천물



자료 : 연구자

- 도쿄의 중심지 신주쿠에서 로만스카라 불리우는 특급열차를 타고 약 1시간 30분 정도를 가면 온천과 로프웨이로 유명한 가나가와현의 국립공원 하코네가 나오는데, 이곳의 명물은 먹으면 7년 더 오래 산다는 검은 달걀임.
- 검은 달걀은 하코네 유황이 피어오르는 하코네 온천수로 삶은 달걀로 과학적으로 증명된 바는 없지만 검은 달걀을 먹으면 7년 더 오래 산다는 것으로 관광객들의 힐링 욕구를 자극시켰고, 이제는 하코네를 찾는 관광객이라면 거의 모두가 사먹게 되는 필수 관광상품이 되었음.

[그림 3-14] 하코네의 검은 달걀



자료 : 연구자

7) 독일의 힐링관광

- 독일은 4년에 한번씩 3주간 건강증진을 목적으로 힐링관광을 떠나는 것을 법으로 지정하고 있음. 보험회사가 피보험자의 건강상태와 의사진단을 바탕으로 휴양지를 선택할 경우 숙박비와 의료비 대부분을 보험에서 지급하도록 하고 있음.
- 미국, 일본의 경우처럼 독일의 경우에도 숲 힐링 요법을 국가차원에서 적극 지원하고 있는데, 독일에서는 약 120년 전부터 숲 힐링 요법이 시작되어 지금은 숲 힐링이 보건보험의 대상이 되고 있을 정도이고, 지형요법, 기후요법, 온천요법 등 숲의 환경조성을 의료목적에 활용하고 있음.

3. 시사점

1) 힐링관광을 통해 무에서 유를 창조

- 영국의 콘월은 광산산업이 자원고갈로 몰락하면서 낙후된 지역으로 추락하는 경험을 가짐. 하지만 이런 아픔을 힐링이란 새로운 소재를 통해 특별한 자원도 없는 지역을 부활시키는 계기로 활용함.

2) 적극적인 상품화로 경제적 이익 창출

- 벳부온천의 10년 젊어지는 온천, 하코네의 7년 더 오래사는 검은 달걀 등은 관광객들의 힐링 욕구를 자극하여 평범한 온천수와 달걀을 특별한 상품으로 개발한 대표적인 사례임.

3) 최고의 고부가가치 관광으로 성장 가능

- 점점 복잡해지고 스트레스를 받는 현대인들에게 힐링관광은 잠재시장이 무한하다고 할 수 있고, 콘월 에덴 프로젝트가 2,800억 원을 투자하여

1조 8천억 원의 경제파급효과를 거둔 사례에서 보듯이 최고의 고부가가치 관광으로의 성장 가능성이 큼.

4) 관련 산업으로의 파급효과가 무궁무진

- 힐링관광은 힐링푸드, 힐링숙박과 같이 기본적 관광산업 뿐만 아니라 농수산물, 생수, 화장품, 생활용품 등 관련 산업으로의 파급효과 및 동반발전 가능성이 무궁무진함.

5) 관광이미지 제고 및 브랜드 가치 상승

- 국내적으로 장성, 산청, 국외적으로는 아쉬람, 콘월 등 특별한 관광자원이 없는 지역임에도 관광지로서의 이미지를 제고하고, 타 지역과는 차별화되는 브랜드 가치를 창출하는데 큰 기여를 하고 있음.

IV. 제주지역 현황 및 문제점

1. 힐링관광 현황

- 제주지역은 천혜의 자연환경과 독특한 문화를 보유하여 제주도 전역이 힐링관광의 자원이자 소재라고 해도 과언이 아님. 특히 도내 관광지들 역시 최근의 웰빙과 힐링 트렌드를 반영하여 부분적이거나 웰빙 또는 힐링적 요소를 가미시키고 있기 때문에 특정 대상을 힐링관광으로 한정지을 수는 없음. 이에 본 연구에서는 관광객 또는 도민들에게 비교적 보편적으로 힐링관광의 대상으로 인식되는 곳들에 한정지어 살펴보고자 함.)

1) 미디어에 비친 제주 힐링관광

- 최근 힐링관광에 대한 관심이 고조되면서 공영방송인 KBS가 인기 연예인을 통해 제주 힐링관광을 소개하는 프로그램을 2회에 걸쳐 방영하였음.
- 방송 프로그램은 '채림의 제주도 힐링트래블'이란 타이틀로 2013년 8월 21일(수), 28일(수) 2회에 걸쳐 방송되었는데, 제주도의 유명관광지는 물론 잘 알려지지 않은 절경과 제주음식 등을 다루는 것이 주된 내용임.
- 제1회 방송에서는 요트를 타고 느끼는 제주바다체험, 녹차밭 체험, 거문오름 동굴카페 체험, 승마체험, 독특한 숙소 체험 등의 체험프로그램과 전복음식, 흑돼지를 비롯한 블랙푸드, 제주감귤, 녹차발효액 등 제주의 독특한 음식을 소개하는 내용이 방송되었음.
- 제2회 방송에서는 우도에서의 다양한 체험과 수월봉 관광, 송이길 걷기 체험, 유기농 방목 목장 체험 등이 주로 다루어졌음.

2) 보편적 기준에 대한 명확한 규정이 없는 상황에서 본 보고서에서는 인터넷 포털사이트와 언론 기사 등에 제주힐링, 제주힐링관광, 제주힐링여행 등의 검색어로 검색되어지는 곳을 주요 대상으로 선정함.

[그림 4-1] 채림의 제주도 힐링트래블(KBS2)



자료 : <http://www.kbs.co.kr>

- 또한 힐링 열풍에 따라 최근에는 제주도 힐링여행을 소재로 한 도서도 발간되었는데, '내 마음의 힐링, 제주 버킷리스트 67', '제주오름 걷기여행: 힐링여행으로의 초대', '제주카페: 여유를 만나는 제주 힐링여행' 등 총 3종의 관련 서적이 출간되기도 하였음.
- '내 마음의 힐링, 제주 버킷리스트 67'은 10년째 제주에서 생활하면서 제주여행을 즐기는 저자가 '고요한 1100고지 휴게소에서 별 구경하기', '내도 알작지에서 몽돌 파도소리 듣기' 등 제주에서 해볼 만한 67가지의 힐링여행 체험을 소개하고 있음.
- '제주오름 걷기여행:힐링여행으로의 초대'는 제주도 토박이인 형제 저자가 1년 반 동안 60여 개의 오름을 오르내리고, 그 중에서 34개의 오름을 엄선하여 100여 장의 사진과 함께 엮었음. 제주도를 동서남북으로 나누어 각 지역을 대표하는 오름 34개를 소개하고 있음.
- '제주카페: 여유를 만나는 제주 힐링여행'은 제주 하면 떠오르는 혼한 관광지를 소개하는 것이 아니라, 특별한 제주의 이야기를 담아낸 책임. 제주도의 매력적인 카페들을 느긋하고 여유롭게 소개하고 있는데, 잘나가던 직장을, 안락한 가족의 품을, 자유로운 외국 생활을 접고 제주도와 사랑에 빠진 이야기, 카페 이야기를 들려주고 있음.

- 주요 교육프로그램으로는 힐링명상 체험프로그램, 힐링명상 전문강좌, 힐링명상 워크샵, 힐링명상캠프 등 힐링명상을 전문적으로 특화하였음.
- 힐링명상 체험프로그램은 '세계자연유산 오름, 바다 등과 함께하는 힐링명상'과 '세계7대자연경관 제주자연과 숨쉬는 힐링명상'이란 세부 프로그램을 운영하고 있고, 전문강좌로는 '힐링명상 강좌'와 '어르신 힐링건강 교실', 캠프로는 '청소년캠프', '가족인성캠프', '부부인성캠프', '다문화/한부모 가정캠프' 등의 세부 프로그램을 운영하고 있음.

(2) 사단법인 제주올레

- (사)제주올레는 힐링 열풍이 불기 이전인 2007년부터 사업을 시작하여 '느림의 미학'과 '아름답고 평화로운 길'이라는 모티브로 올레코스를 개발하였지만, 결과적으로는 제주를 대표하는 힐링관광 관련 단체로 인식되고 있다고 해도 과언이 아님.
- 과거의 제주관광이 일반적인 제주의 역사·문화적 사실의 전달이나 자연풍광 관람이었다면 제주 올레는 복잡한 도시생활에 지친 현대인들에게 느릿느릿 걸으며 천혜의 제주자연을 체험하는 과정에서 감성적 경험을 유도하는 새로운 관광형태로 각광받고 있음.

[그림 4-4] 제주올레 관련 이미지



자료 : <http://imgv.search.daum.net>

- 제주 올레는 이를 위해 간세다리라는 매개체를 개발하였는데, 체구가 작지만 강건하고 성격이 용감한 제주의 조랑말을 간세로 명명하고, 간세처럼 놀멍, 쉬멍 천천히 걷는 것이 좋다는 콘셉트를 도입함.
- 문화체육관광부 의뢰로 작성된 ‘도보여행 활성화에 따른 파급효과 분석’ 보고서에 따르면 2010년 기준 제주올레에 의한 생산유발효과는 제주지역에서만 연간 2,528억 원, 전국 3,311억 원으로 추정됐고, 전망치이기는 하지만 2015년에는 이 수치가 각각 9,548억 원, 1조2,505억 원에 이를 것이라고 예상되고 있음.

(3) 제주사려니숲길

- 올레길 열풍 이후 제주에서의 트래킹을 통한 힐링이 보편화되면서 새롭게 각광을 받게 된 대표적인 명소가 사려니숲길임. 사려니숲길은 비자림로를 시작으로 물чат오름과 사려니오름을 거쳐가는 약 15km의 숲길로 산림치유와 생태체험의 보고임.
- 졸참나무, 서어나무, 때죽나무, 편백나무, 삼나무 등 다양한 수종이 서식하고 있는 자연림이며, 평균 고도는 550m로, ‘제주 숨은 비경 31곳’ 중 하나로 훼손되지 않은 청정 숲길로 유명해 특히 트래킹을 좋아하는 여행자에게 인기가 높음.

[그림 4-5] 사려니숲길 관련 이미지



자료 : 연구자

- 2009년 개방된 사려니 숲길은 최근 주 5일 근무제와 건강에 대한 관심이 높아지면서 가족단위 탐방객이 점차 늘고 있는 추세로 제주시에 따르면 2012년에는 연 33만 명이 방문한데 이어 올해 7월까지 전년 동기대비 2천 명이 증가한 18만 7천 명이 찾은 것으로 나타남.

(4) 한라수목원

- 1993년 개원한 ‘제주특별자치도 한라수목원’은 부지 203,249㎡에 보유식물 1,100여종에 산림욕장 65,859㎡, 관찰로 3,884m 등의 다양한 시설과 접근성으로 초기에는 지역주민들의 쉼터이자 휴식공간으로 이용되었으나, 최근에는 많은 관광객들도 찾는 주요 힐링관광지가 되었음.
- 그 이유는 도심지와 가까운 곳에 있어 교통이 편리하면서도 무료로 운영되어 지역주민은 물론 관광객 모두가 부담 없이 찾을 수 있는 명소로 자리매김했다고 볼 수 있음.
- 한라수목원 측에 따르면 수목원을 방문한 방문객은 2010년 192만 6천 명, 2011년 191만 9천 명으로 이 가운데 80%인 140만 명 정도가 관광객으로 추정되고 있음.

[그림 4-6] 한라수목원 관련 이미지

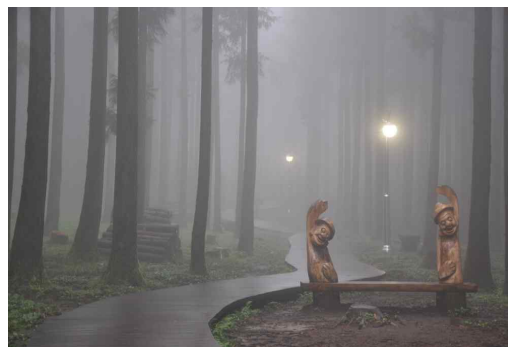


자료 : <http://sumokwon.jeju.go.kr/index.php>

(5) 제주절물휴양림

- 제주시 봉개동 화산 분화구 아래 1997년 7월 개장한 제주절물자연휴양림은 총 300ha의 면적에 40~45년생 삼나무가 수림의 90% 이상을 차지하여 뽕뽕하게 들어서 있고 바다쪽에서 불어오는 시원한 해풍과 절묘한 조화를 이뤄 한 여름에도 시원한 한기를 느낄 수 있는 곳임.
- 원래 삼나무는 속성수로써 바람이 많은 제주에서 감귤나무들을 보호하기 위한 방풍림 목적으로 심어졌고 이곳은 지역주민이 심어 자연 휴양림으로 개발되면서 안락한 휴식공간을 제공하고 있음.
- 휴양림 내에는 숲속의집, 산림문화휴양관, 약수터, 연못, 잔디광장, 세미나실, 맨발지압 효과의 산책로, 순수한 흙길로 된 장생의 숲길 등 다양한 시설이 갖추어져 있어 가족끼리 혹은 연인끼리 오붓한 시간을 보낼 수 있음.
- 산책로는 비교적 완만하고 경사도가 낮아 노약자나 어린이, 장애인에게도 무난하며 해발 697m 고지까지 오르는 등산로는 1시간 정도면 충분히 왕복이 가능함. 등산로 정상에는 일명 “말발굽형” 분화구 전망대가 있어 날씨가 좋은 날이면 동쪽으로는 성산일출봉이, 서쪽으로는 제주에서 제일 큰 하천인 무수천이, 북쪽으로는 제주시가 한눈에 보이고, 아무리 날씨가 맑아도 결코 마르지 않는다는 약수터는 신경통 및 위장병에 특효가 있다고 알려지면서 지역주민과 관광객 모두가 즐겨 찾는 명소로 자리 잡음.

[그림 4-7] 절물자연휴양림 관련 이미지



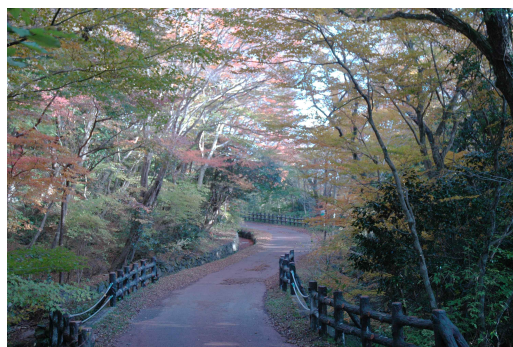
자료 : <http://jeolmul.jeju.go.kr/>

- 절물자연휴양림 측에 따르면 2013년 휴양림 방문객은 약 61만 명에 11억 원 정도의 수익을 올릴 것으로 추정되고 있음.

(6) 서귀포자연휴양림

- 서귀포자연휴양림은 한라산 서쪽을 가로질러 제주시와 서귀포시 중문관광 단지를 잇는 1100도로 동쪽의 환상의 관광코스 중심에 자리 잡고 있고, 온대·난대·한대 수종이 다양하게 분포된 50년대 내외의 울창한 편백림에 산림욕장이 조성되어 있을 뿐만 아니라, 봄에는 철쭉, 여름에는 시원한 개울물과 숲, 가을에는 아름다운 단풍, 겨울에는 설경 등 뚜렷한 계절적 감각을 느낄 수 있는 제주 최고의 휴양림 중 하나라 할 수 있음.
- 서귀포자연휴양림은 서귀포시 대포동에 위치하고 있으며, 전체 면적이 255ha에 달함. 이곳은 해발 620m에서 850m까지 넓게 퍼져 있으며 이 중 현재 이용 중인 면적은 해발 760m까지이며, 법정악이 있어 높은 오름은 아니더라도 다양한 생태계를 보여주는 곳임.
- 수려한 경관과 맑은 계곡 그리고 수령 50년 이상의 비자나무, 삼나무, 주목 등의 울창한 숲과 어울려 장관을 이루고 있으며, 등산로 입구에는 하늘이 보이지 않을 정도로 우거진 숲 산책로가 있음. 그 밖에 전망대, 탐방객센터, 산림욕장, 생태관찰로, 잔디광장, 족구장, 목재인도, 옹달샘, 배구장, 어린이 놀이터, 정자, 체력 단련시설 등이 있음.

[그림 4-8] 서귀포자연휴양림 관련 이미지

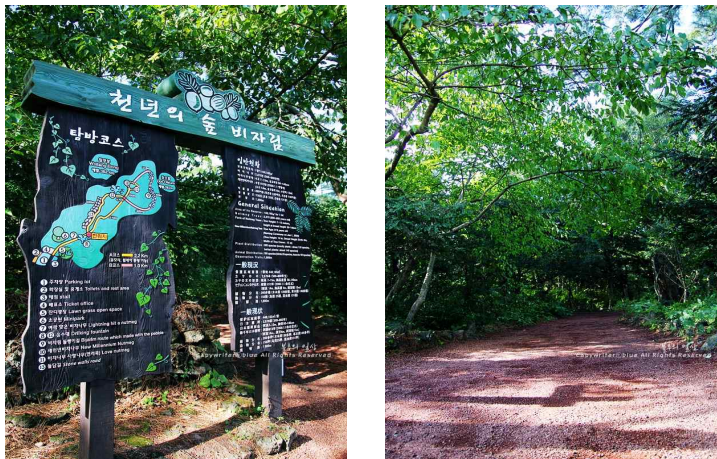


자료 : <http://huyang.seogwipo.go.kr>

(7) 비자림

- 비자림은 수령이 500~800년인 오래된 비자나무 2,800여 그루가 하늘을 가리고 있는 매우 독특한 숲으로 제주도에서 처음 생긴 삼림욕장이며, 단일수종의 숲으로는 세계 최대 규모를 자랑하고 있는 숲임.
- 숲의 가장자리에는 비자나무의 할아버지로 불리는 “천년의 비자나무”가 있는데, 이 비자나무는 키는 14m, 가슴높이둘레 6m, 수관폭 15m이며, 수령 820년 이상으로 제주에서 가장 오래된 비자나무로 알려져 있음.
- 비자나무숲은 겨울에도 잎이 떨어지지 않아 연중 푸르른 숲을 유지하고 있음. 녹음이 짙은 비자나무 숲 속의 삼림욕은 피톤치드로 알려진 물질이 흘러나와 혈관을 유연하게 하고 정신적, 신체적 피로와 인체의 리듬을 안정시키는 자연건강의 치유효과가 있는 것으로 알려져 있음.
- 비자나무 숲 속 오솔길을 따라 걸으며 숲을 되돌아 나오는 데는 두 가지 길이 있는데 40여 분이 걸리는 짧은 코스와, 1시간 20여 분이 걸리는 긴 코스가 있는데, 비자림은 천연기념물 374호로 지정되어 보호·관리되고 있음.

[그림 4-9] 비자림 관련 이미지



자료 : <http://mon9955.blog.me/60202033976>

(8) 제주돌문화공원

- 제주시 조천읍에 2006년 6월 개원한 제주돌문화공원은 돌과 흙, 나무, 쇠, 물 그리고 제주 섬을 창조한 여신 설문대할망과 오백장군의 돌에 관한 전설을 주 테마로 3,269,731㎡의 드넓은 대자연의 대지 위에 총 1,855억원을 투자하여 2020년까지 장기적으로 지속 조성되는 공원으로 제주돌문화의 면면과 제주민의 생활상 등을 직접 접하고 관람할 수 있는 공간으로 조성될 계획임.
- 코스별로 약 50분의 체험시간이 소요되는 총 3개의 코스(약 2시간 30분)로 구성된 돌문화공원은 제주돌박물관, 돌문화전시관(8동), 야외전시장, 전통초가(8동), 오백장군 갤러리, 용암석 전시장 등 전시시설과 교육시설로 구분되어 운영 중임.

[그림 4-10] 제주돌문화공원 관련 이미지



자료 : <http://www.jejustonepark.com/jejustonepark>

(9) 제주 허브동산

- 서귀포시 표선면 약 86,000㎡의 부지에 약 150여 종의 허브와 야생화들로 가꿔진 ‘허브동산’은 최근 관광객들에게 힐링관광지로 주목받고 있음. 허브를 소재로 한 ‘아로마 테라피’와 ‘황금족욕’ 체험 프로그램이 방문객들에게 인기를 끌고 있음.

[그림 4-11] 허브동산 관련 이미지



자료 : 연구자

(10) 템플스테이

- 제주시의 관음사 템플스테이의 경우 기본형부터 맞춤형까지 4가지의 프로그램이 1박2일 기준에 1인당 5만원의 참가비로 운영되고 있음.

<표 4-1> 관음사 템플스테이 프로그램

형 태	명 칭	내 용	일정 및 인원
기본형	동정일원	예불, 참선, 발우공양, 108배, 다도, 울력 등 불교의 기본을 체험	1박2일~3박4일 5명~20명
수행형	기명일찬	참회기도, 참선과 명상, 오후 불식 등 1,000배 참회절, 참선과 명상을 집중적으로 체험	1박2일~2박3일 5명~20명
휴식형	소창다명	예불, 공양 시간만 따르며 나머지 시간은 자유롭게 여유롭게 활용	1박2일~4박5일 개인~5명
맞춤형	일다무애	20명 이상의 단체, 2~4시간 또는 만나절 등 성격에 맞게 프로그램과 일정을 조정할 수 있는 형태	조정 가능

자료 : <http://www.jejugwaneumsa.or.kr>

[그림 4-12] 관음사 템플스테이 관련 이미지



자료 : <http://www.jejugwaneumsa.or.kr>

- 서귀포시의 약천사 템플스테이의 경우도 관음사와 크게 다르지 않게 기본 프로그램부터 제주체험 프로그램까지 4가지의 프로그램이 운영 중에 있는데, 차이점은 제주체험 프로그램을 통해 제주생활체험, 감귤 따기, 고사리 채취와 같은 계절별 체험, 염색체험, 제주생태문화체험 등이 운영 되는 특징을 보이고 있음.

<표 4-2> 약천사 템플스테이 프로그램

형 태	내 용
기본 프로그램	·사찰예절 익히기 ·사찰 안내 ·예불 참가하기 ·참선 ·행선(포행)
사찰수행 프로그램	·발우공양 ·불교 교리 강좌 ·절 수행 ·사경 ·정근기도 ·목탁 치기 ·찬불가 배우기
사찰문화 프로그램	·다도 ·서각 ·양초만들기, 종이컵 연등만들기 ·요가
제주체험 프로그램	·제주생활체험 ·계절별 체험(감귤따기, 고사리채취) ·천연염색/감물염색 ·제주생태문화체험

자료 : <http://www.yakchunsa.org/templestay>

[그림 4-13] 약천사 템플스테이 관련 이미지



자료 : <http://www.yakchunsa.org/templestay>

- 서귀포시의 광명사 템플스테이 프로그램은 휴식형, 불교문화 체험형, 생태체험형, 수행형, 템플라이프 등 총 5가지의 프로그램이 운영 중에 있는데, 중문관광단지 내에 위치하여 주변 관광지와의 연계가 편리하다는 점에서 최근에 이용객이 증가하는 것으로 나타남.

<표 4-3> 광명사 템플스테이 프로그램

형 태	내 용
휴식형 프로그램	·오리엔테이션, 예불, 공양 시간 외에는 자유롭게 시간 활용
불교문화 체험형 프로그램	·영산재, 수륙재 등 정해진 날에만 이용
생태체험형 프로그램	·주변 자연경관을 활용한 삼림욕 및 호흡수련 중심
수행형 프로그램	·참선과 명상을 중심으로 자아성찰, 평화를 찾고자 하는 일반인들을 위한 프로그램
템플라이프 프로그램	·외국인들이 짧은 시간에 한국의 불교문화를 체험할 수 있는 프로그램

자료 : http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=jejucom_no1&logNo

[그림 4-14] 광명사 템플스테이 관련 이미지



자료 : <http://www.templestay.com>, <http://jejubulgyo.com>

- 도내 관음사, 약천사, 광명사 등 3개 사찰 템플스테이 이용객은 2011년 9,689명에서 2012년에는 1만 793명으로 11.4%가 증가했음.

2. 문제점

1) 힐링관광 발전을 위한 컨트롤타워가 부재

- 제주지역의 거의 모든 관광자원과 환경이 힐링관광의 소재임에도 불구하고 현재 힐링관광 추진은 일부 단체와 사업체에 의해 산발적, 개별적으로 이루어지는 상황임.
- 따라서 제주지역을 우리나라, 나아가 아시아 최고의 힐링관광지로 발전시키기 위해서는 제주지역 힐링관광 발전 전략을 수립하고 집행할 수 있는 컨트롤타워의 구성이 무엇보다 시급함.

2) 상품화를 통한 경제적 이익 창출이 미흡

- 제주의 천혜환경을 활용한 제주지역 힐링관광이 아직은 도입 초반부라 하더라도 상품화를 통한 경제적 이익 창출은 미흡한 실정임.

- 따라서 일본의 7년 더 오래 사는 달걀의 경우처럼 제주의 자원과 생산물을 힐링 욕구와 적극 연계하는 상품화 노력이 시급하게 필요함.

3) 자연자원형 힐링이 대부분으로 타 지역과 차별화 부족

- 걷기를 통한 치유, 삼림욕 등 타 지역에서도 대부분 시행하고 있는 자연자원형 힐링이 대부분이고, 문화자원형인 템플스테이의 경우도 제주만의 차별성을 부각하기가 어려운 상황임.
- 따라서 생물권보전지역, 유네스코 세계자연유산, 세계지질공원 등 세계적으로 인정받은 제주의 청정 환경 이미지와 브랜드 가치를 연계시켜 타 지역과 차별적인 힐링관광을 개발해야 함.

4) 관련 산업으로의 파급효과가 부족

- 힐링관광은 단순히 관광지의 조성 뿐만 아니라 농수산물, 수자원, 향장품, 가전제품, 생활용품에 이르기까지 다양한 산업으로의 파급효과가 무궁무진한 신개념 관광산업임에도 아직 제주지역의 힐링관광은 초기 단계로 그 효과를 충분히 실현하지 못하고 있음.
- 따라서 제주의 농수산물, 삼다수, 약용식물, 천연자원 등을 활용한 힐링상품의 개발을 통해 지역의 다양한 산업 발전에 도움을 줄 수 있는 전략 마련이 시급함.

5) 지역이미지 업그레이드 미흡

- 생물권보전지역, 세계자연유산, 세계지질공원, 세계7대자연경관 브랜드는 모두 힐링관광의 브랜드로 활용할 수 있는 제주의 소중한 자산이자 기회요인임에도 아직은 그 활용도가 상당히 제한적인 상태임.
- 폐광지역으로 특별한 자원도 없고, 이미지도 없던 영국의 콘월이 에덴 프로젝트를 통해 세계적인 힐링관광지로 거듭났듯이 제주는 세계가 인정한

자연환경 브랜드를 보다 적극적으로 활용해 나가야 함.

6) 전문인력 양성이 시급한 과제

- 힐링 열풍과 더불어 테라피, 명상, 요가, 심리치료 상담사 등 관련 전문인력의 필요성이 급증하고 있으나, 제주지역에는 양성 체계가 미흡한 실정임. 따라서 기존의 힐링과 관련된 전문 지식을 전달하는 힐링해설사, 힐링상담사 등의 전문인력 양성이 시급함.

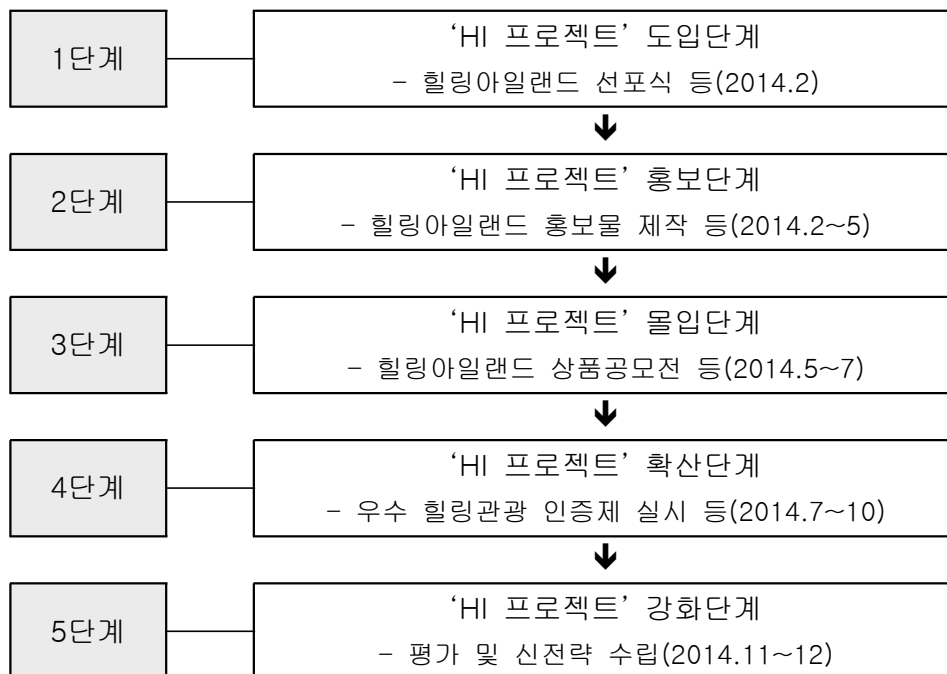
V. 발전방안

1. 힐링아일랜드 프로젝트(Healing-Island Project)

1) HI 프로젝트 개요

- 힐링관광을 획기적으로 발전시키기 위한 제주도의 정책 의지를 표현하고, 범도적 참여와 확산을 이끌어내기 위해 ‘힐링아일랜드 프로젝트(일명 HI Project; Healing-Island Project)’를 전개함.
- 힐링아일랜드 프로젝트(HI Project)는 다음의 [그림 5-1]에서 제시하는 바와 같이 도입단계, 홍보단계, 몰입단계, 확산단계, 강화단계 등 5단계로 구분하여 단계별 세부전략을 시행함.

[그림 5-1] 힐링아일랜드 프로젝트 단계별 전략



자료 : 연구자 작성

- 1단계 : 도입단계로 제주도를 힐링아일랜드로 선포함과 동시에 힐링아일랜드 추진을 위한 도, 도의회, 관계 전문가, 업계 관계자를 망라한 ‘힐링아일랜드 추진 TF팀’을 구성함.
- 2단계 : 홍보단계로 힐링아일랜드 관련 책자 및 브로셔, 홍보 동영상 등을 제작하여 공항, 항만, 인터넷 홍보 등을 동시에 병행하여 제주의 힐링관광 정책을 홍보·마케팅하는 단계임.
- 3단계 : 몰입단계로 힐링아일랜드 관련 패키지 상품 공모전, 기념품 공모전, 전 국민 대상 아이디어 공모전 등 제주지역이 최고의 힐링아일랜드임을 대내·외에 각인시키는 단계임.
- 4단계 : 확산단계로 공모를 통해 선정된 상품 및 아이디어의 실천, 제주 지역 우수 힐링관광 사업체 및 상품인증제 등의 실시를 통해 힐링아일랜드 프로젝트를 폭넓게 확산시키는 단계임.
- 5단계 : 강화단계로 1년간의 프로젝트 활동성과에 대한 객관적인 피드백을 통해 문제점과 장·단점을 발굴해내고, 새로운 전략을 수립하는 단계임.

2) HI 프로젝트 세부전략

(1) 1단계 : HI 프로젝트 도입단계

- 제주도를 ‘힐링아일랜드로 선포’하는 세레모니를 통해 향후 미래 제주관광의 발전전략으로써 힐링에 대한 정책 의지와 비전을 대내·외에 표명함.

<표 5-1> HI Project 1단계 세부전략

HI Project	주요 사업	비고
도입단계	<ul style="list-style-type: none"> · 제주 힐링아일랜드 선포식(2014.2) - 취지와 목적, 향후 일정 기자회견 · 제주 힐링아일랜드 추진 TF팀 발족(2014.2) - 도, 도의회, 전문가, 관광단체, 업계 등 10여명 	

- 실행을 위한 첫 사업으로 ‘힐링 아일랜드 추진 TF팀(HI Project TF팀)’을 구성하는데, TF팀에는 도, 도의회, 관계 전문가, 관광 관련 단체, 업계 분야별 대표 등 10명 내외가 참여하도록 함.

(2) 2단계 : HI 프로젝트 홍보단계

- 제주 힐링아일랜드 관련 책자 및 브로셔, 홍보 동영상 등을 제작하여 공항, 항만, 인터넷 홍보 등을 동시에 병행함.
- 내도관광객 및 잠재관광객(수도권 중심)에 대하여 제주지역에서의 힐링 욕구와 선호도 조사를 실시하여 맞춤형 힐링자원을 발굴함.
- 제주지역 힐링자원 조사 용역을 실시하여 ‘제주, 힐링아일랜드 100선’ 책자를 제작하여 보급함.

<표 5-2> HI Project 2단계 세부전략

HI Project	주요 사업	비고
홍보단계	<ul style="list-style-type: none"> · 제주 힐링아일랜드 관련 책자 및 브로셔 제작 · 제주 힐링아일랜드 홍보 동영상 제작 · 내도관광객 대상 힐링 욕구 및 선호도 조사 · 제주지역 힐링자원 조사 용역 실시 - “제주, 힐링아일랜드, 100선” 책자 제작 	2014.2~5

(3) 3단계 : HI 프로젝트 몰입단계

- 힐링관광 패키지상품 공모전을 실시하여 도내 사업체들의 참여를 고취시키고, 제주의 새로운 관광상품으로 활용하는 방안을 모색함.
- 힐링관광 관련 기념품 및 특산품 공모전을 실시하여 도내 사업체들의 참여 확산은 물론 경제적 이익 창출 방안으로 활용함.
- 전 국민 대상으로 제주지역 힐링관광 체험기 공모, 우수 블로그 선정 및

시상, SNS 홍보 등을 통해 제주를 명실상부한 힐링아일랜드로 각인시키는 전략을 수행함.

<표 5-3> HI Project 3단계 세부전략

HI Project	주요 사업	비고
몰입단계	<ul style="list-style-type: none"> · 제주 힐링관광 패키지 공모전 · 제주 힐링관광 코스 공모전 · 제주 힐링관광 기념품 및 특산품 개발 · 전 국민 대상 제주 힐링관광 체험수기 공모 · 우수 블로그 선정 및 SNS 홍보 	2014.5~7

(4) 4단계 : HI 프로젝트 확산단계

- 공모를 통해 선정된 패키지상품, 기념품 및 특산품 등을 실제 상품화하는 사업을 통해 힐링관광 발전을 통한 혜택이 지역주민에게 환원될 수 있게 함.
- 전 국민 대상의 아이디어 공모전을 통해 선정된 아이디어는 관광객 욕구 조사 결과와 함께 제주 힐링관광 발전을 위한 기초자료로 활용할 수 있고, 새로운 제주관광 트렌드를 대내·외에 확산시키는 계기로 활용함.
- 힐링관광 우수사업체 및 상품 인증제 실시를 통해 도내 사업체들의 참여와 협조를 확산시키고, 대외적으로는 제주지역의 힐링 이미지와 브랜드를 공고히 하는 전략을 시행함.

<표 5-4> HI Project 4단계 세부전략

HI Project	주요 사업	비고
확산단계	<ul style="list-style-type: none"> · 공모에서 선정된 패키지, 기념품 및 특산품, 아이디어의 현장 실행 및 상품화 · 힐링관광 우수사업체 및 상품 인증제 실시 	2014.7~10

(5) 5단계 : HI 프로젝트 강화단계

- ‘HI Project’에 대한 객관적인 평가과정을 통해 문제점과 장·단점을 발굴해내고, 새로운 전략을 수립하여 향후에도 프로젝트가 공고하게 수행되기 위한 터전을 마련함.
- 힐링관광은 일시적 사회현상이 아니라 미래에는 더욱 경쟁이 치열해질 수 있기 때문에 제주지역 힐링관광의 지속가능한 발전과 경쟁력 확보를 위한 ‘제주 힐링관광 중장기 발전계획’을 수립함.

<표 5-5> HI Project 5단계 세부전략

HI Project	주요 사업	비고
강화단계	<ul style="list-style-type: none"> · HI Project 성과에 대한 평가를 통해 신전략 수립 · ‘제주 힐링관광 중장기 발전계획 수립’ 	2014.11~12

- 이상의 단계별 세부전략을 종합·정리하여 제시하면 다음의 <표 5-6>과 같음.

<표 5-6> HI Project 단계별 세부전략 종합

HI Project	주요 사업	비고
1단계 도입단계	<ul style="list-style-type: none"> · 제주 힐링아일랜드 선포식(2014.2) <ul style="list-style-type: none"> - 취지와 목적, 향후 일정 기자회견 · 제주 힐링아일랜드 추진 TF팀 발족(2014.2) <ul style="list-style-type: none"> - 도, 도의회, 전문가, 관광단체, 업계 등 10여명 	2014.2
2단계 홍보단계	<ul style="list-style-type: none"> · 제주 힐링아일랜드 관련 책자 및 브로셔 제작 · 제주 힐링아일랜드 홍보 동영상 제작 · 내도관광객 대상 힐링 욕구 및 선호도 조사 · 제주지역 힐링자원 조사 용역 실시 <ul style="list-style-type: none"> - “제주, 힐링아일랜드, 100선” 책자 제작 	2014.2~5

HI Project	주요 사업	비고
3단계 몰입단계	<ul style="list-style-type: none"> · 제주 힐링관광 패키지 공모전 · 제주 힐링관광 코스 공모전 · 제주 힐링관광 기념품 및 특산품 개발 · 전 국민 대상 제주 힐링관광 체험기 공모 · 우수 블로그 선정 및 SNS 홍보 	2014.5~7
4단계 확산단계	<ul style="list-style-type: none"> · 공모에서 선정된 패키지, 기념품 및 특산품, 아이디어의 현장 실행 및 상품화 · 힐링관광 우수사업체 및 상품 인증제 실시 	2014.7~10
5단계 강화단계	<ul style="list-style-type: none"> · HI Project 성과에 대한 평가를 통해 신전략 수립 · ‘제주 힐링관광 중장기 발전계획’ 용역 발주 	2014.11~12

자료 : 연구자 작성

- 한편, 힐링아일랜드 프로젝트 추진을 성공적으로 하기 위해서는 일본의 삼림테라피의 경우처럼 개발된 힐링관광 코스 및 지구 별로 자동차 출입 가능 지역과 불가능 지역을 선정하여 순수한 자연 속에서의 힐링관광이 가능하도록 해야 함.

2. ‘J-힐링상품’의 개발

1) ‘삼다수 워터스프레이’ 상품화

- 최근 외국인들에게는 ‘K-팝’ 열풍에 이어 한국식 명상체험인 ‘K-힐링’ 열풍이 불 조짐이 보이고 있음. 이러한 트렌드에 맞춰 제주는 제주만의 독특함을 갖춘 다양한 ‘J-힐링’ 상품들을 개발하고, 상품화하는 노력이 필요함.
- 그 예로 삼다수의 브랜드 가치를 활용하여 ‘삼다수 워터스프레이³⁾를 개

3) 미스트라고도 불리는 미네랄 워터스프레이는 건조한 피부에 뿌리는 일종의 뷰티향장품으로 여성은 물론 남성, 특히 아기들을 위한 제품으로 인기가 커져가고 있음.

발할 필요성이 있음. 현재 일부 화장품업체에서 제주의 물을 이용한 워터스프레이가 개발되었기는 하지만 제주도가 삼다수를 이용하여 상품화한다면 부가가치가 더 높을 수 있음.

[그림 5-2] 에비앙 워터스프레이 관련 이미지



자료 : <http://www.ievian.co.kr/main/index>

- 에비앙은 먹는 생수에서 나아가 성분 변화는 없이 약간의 가공처리 과정만을 거친 ‘에비앙 워터스프레이’를 출시하여 높은 인기를 얻고 있는데, 에비앙 워터스프레이의 가격은 아기용 300ml가 22,000원, 여성용 150ml가 15,000원 등으로 에비앙 생수 330ml의 가격이 1,000원 안팎임을 감안하면 약 20배의 경제적 이익을 창출하는 상황임.

2) ‘제주세계자연유산 산소스프레이’ 상품화

- 세계자연유산 제주의 맑은 공기를 자원으로 ‘제주세계자연유산 산소스프레이’ 제품의 개발도 시도해 볼 필요성이 큼. 과거 2002년 제주도는 (주)제일제당(현 CJ)와 협약하여 ‘네이처 에어 제주삼다맑은공기’란 제품을 출시하였으나 기대만큼 큰 결과를 얻지 못하여 2005년 사업이 중단된 적이 있음.

[그림 5-3] 제주삼다맑은공기와 산소캔 이미지



자료 : <http://www.mediajeju.com/news/articleView>
<http://www.it.co.kr/news/mediatNewsView>

- 지난 2002년 제주가 산소캔을 시판한 것은 시대를 지나치게 앞서간 측면에서 실패한 것으로 보임. 하지만 최근 스모그, 황사, 방사능 오염과 같은 위해요소의 증가는 물론 힐링에 대한 욕구가 크게 달라졌음을 감안한다면 충분히 시도해 볼 가치가 있다고 판단됨.
- 실제 최근 중국에서는 스모그와 황사로 산소캔이 시판된 지 10일 만에 800만 개가 팔리는 기록을 세우기도 하였고, 일본에서는 트렌디 한 직장 여성들 사이에서 매달 100만 개 이상의 다양한 산소캔이 판매되고 있음.
- 그런 이유로 우리나라 국내에서도 ‘퓨어오투’, ‘엘프’ 등 피톤치드 성분이 함유된 공기를 담은 산소캔 제품이 시판되고 있는데, 제주의 청정 공기를 활용한 ‘J-산소캔’은 스프레이형 산소에 그치지 말고 바르는 산소, 산소캡슐, 산소막걸리, 산소소주 등 다양한 분야로 접목하는 것도 시도해야 함.

3) 제주 농산물의 ‘오색푸드 스토리텔링’ 힐링상품화

- ‘오색농업은 인간에게 유용한 생리활성화 물질인 파이토케미컬이 함유된 색소인 다섯 가지의 색깔(녹색, 붉은색, 황색, 흰색, 검은색)을 지닌 농작물을 재배하고 수확하여 판매하는 과정과 부가적인 경영활동’으로 정의할 수 있음.⁴⁾

4) 제주발전연구원(2010.6), “오색농업을 활용한 제주지역농업 활성화 방안”, p.12.

- 다시 말해 다음의 <표 5-7>에 제시된 오색푸드의 효능에 맞춰 힐링푸드 로 고부가가치화하는 전략 수립이 필요함.

<표 5-7> 오색푸드의 효능과 종류

오 색	오장	주요 농산물 종류	효능
푸른색 (녹 색)	간장	녹차, 매실, 브로콜리, 사과, 키위 등	피로회복
붉은색	심장	토마토, 딸기, 고추, 오미자 등	암예방, 노화방지
황 색	비장	감귤, 호박, 당근, 생강 등	항암, 피로회복
흰 색	폐	배, 양파, 참깨, 마늘, 무, 양배추 등	면역력 증대
검은색	신장	검은쌀, 검은콩, 가지, 검은깨, 등	암예방, 노화방지

자료 : 제주발전연구원(2010.6), “오색농업을 활용한 제주지역농업 활성화 방안” 내용 재구성.

- 따라서 오색푸드의 힐링상품화는 한의학에서 주장하는 오(방)색과 인간의 몸의 건강 또는 힐링과 연계하여 각각의 효과가 다르게 나타남을 전제로 제주지역 농산물의 부가가치를 높이기 위한 전략이 될 수 있음.

4) ‘승마힐링’ 체험프로그램의 운영

- 제주마는 제주를 대표하는 브랜드의 하나로 적극적인 자원화와 산업화가 필요시 됨. 따라서 제주마를 경마와 승마와 같은 단순한 영역에서 발전시켜 재활치료 산업으로 확대하는 계기를 마련하여 지역의 마산업 발전과 관광자원으로의 활용이 기대됨.
- 치료승마(Hippotherapy)는 말의 3차원적인 움직임을 통해 참가자에게 보다 정상적인 움직임을 유도해내며, 근육이완 및 근력강화, 운동기능 회복 등의 치료목적을 세울 수 있으며, 감각통합장애 이외의 세부적인 움직임의 재활 등의 작업치료적 접근을 할 수 있음.

- 스포츠승마(Sports Riding) 경기에서는 다양한 장애를 가진 참가자들을 볼 수 있음. 뇌성마비, 사지절단, 자폐증 등의 장애를 가진 참가자들은 대회마다 의료진의 장애등급 심사를 통해 승마경기에 참가하고 있으며 올림픽 이외에도 정신지체 장애인들을 위한 스페셜올림픽도 개최되고 있음.
- 미국 캘리포니아 베이커스필드에 있는 'MARE CENTER'는 대표적인 승마치료센터로 많은 사람들의 사랑을 받고 있는데, 한국의 메어센터와 같은 승마힐링센터를 제주에 개설함.

5) '빙떡전문식당' 및 체험프로그램의 운영

- 빙떡은 제주 조상들의 지혜와 과학이 담긴 전형적인 힐링음식임에도 점차 사라져가고 있는 상황으로 전통적인 빙떡을 만들고 판매하는 빙떡전문식당의 육성을 통해 제주의 대표적인 힐링푸드로 발전시켜야 함.

빙떡
<p>고려 충렬왕 때 몽골인들이 대거 제주로 들어오면서 메밀종자도 들여와서 중산간 토지에 심었다. 메밀에는 오래 먹으면 남자의 기를 허하게 하는 성분이 있어 제주 남성의 씨를 말리고 몽골화하기 위한 계략이었다. 그러나 영리한 제주인들은 이러한 속셈을 알아차리고 메밀밭 옆에는 항상 무를 심었는데, 무에는 메밀의 독성을 제거하는 기능 뿐만 아니라 오히려 영양가를 높여 건강·장수의 음식으로 바꾸었다.</p>

자료 : 제주자치도/제주발전연구원, 세계인의 보물섬 제주 이야기, p.564에서 인용

- 나아가 단순한 빙떡의 조리과 판매 뿐만 아니라 관광객들이 빙떡의 효능에 대해 이해하고, 빙떡을 직접 조리해 보는 체험프로그램의 운영을 통해 힐링관광으로 발전시킬 필요가 큼.

<표 5-8> 'J-힐링상품'의 개발 방안

구분	내용	비고
'J-힐링상품'	삼다수워터스프레이	생수의 수십 배 부가가치 창출
	제주세계자연유산 산소스프레이	바르는 산소, 산소캡슐, 산소소주, 산소막걸리 등으로 영역 확대
	오색푸드의 힐링상품화	오색푸드의 스토리텔링
	승마힐링 체험프로그램의 운영	승마힐링센터의 추진
	빙떡전문식당 육성	체험프로그램 병행

자료 : 연구자 작성

3. 기타 발전방안

1) 힐링관광자원 아카이브 구축

- 아카이브의 중요성이 전 세계적으로 대두되는 상황에 제주지역은 힐링 관광자원 아카이브를 구축할 필요가 있음. 이것은 제주의 자연과 역사, 문화 등의 관광자원 및 그것에 얽힌 이야기를 모아 힐링이라는 일정한 가공과정을 거쳐 관광산업으로 연계시키는 중추기지 역할을 수행할 것임.
- 신개념 아카이브는 기관 중심의 단방향성 아카이브 운영체계가 아닌 기관은 웹 사이트에서 힐링자원으로 활용 가능한 기초자료를 제공하고, 이용자가 그것을 바탕으로 다양한 힐링 소재를 자유롭게 창작하고 활용하는 쌍방향 자료구축 체계를 도입함.
- 이런 구상 아래 제주도민 전체에게 콘텐츠문화의 창작권을 부여하기 위하여 제주도 힐링관광 공모전 개최 및 마을단위 힐링관광 모임 결성, 협동조합 결성 등 도민참여의 유도전략을 계획함.

2) ‘오감테라피’ 자원의 개발

- 힐링은 흔히 ‘오감테라피’를 통해 구체화되고, 상품화 될 수 있는데, 오감테라피는 컬러, 명상, 음식, 향기, 음악을 이르는 것으로 제주를 찾는 관광객들에게 맞춤형 힐링서비스를 제공하기 위해서는 오감테라피를 적절하게 활용할 수 있도록 관련 자원들의 발굴이 필요함.
- 특히, 컬러테라피는 색깔은 각각의 색깔이 가지고 있는 고유한 파장과 진동수가 있는데, 이들이 하나의 에너지 형태로 인체에 영향을 미친다는 이론을 바탕으로 건강의 증진과 치료 및 치유에 응용하는 보완 대체요법임. 약물이나 시술을 사용하지 않고 인체가 갖고 있는 자연치유력을 이용하는 치료법으로 최근 힐링의 대표적 수단으로 활용되고 있음.

<표 5-9> 컬러테라피 색깔별 효능

구분	효능
붉은색	혈액순환, 근육질환 그리고 충혈 부위를 풀어주는 효과
노란색	우울증 치료 및 점액성 분비물 제거 효과를 이용한 감기 치료
초록색	교감신경계에 작용하여 스트레스 해소, 심신 이완
파란색	학습효과 증진, 불안감이나 불면증에 효과
보라색	호흡을 안정시켜 주고 식욕을 조절
분홍색	몸의 진동을 높여주어 활력 증진

자료 : <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=metaformula&logNo>

3) ‘제주 힐링페스티벌’의 개최

- 관 주도 또는 산발적으로 행해지는 힐링관광 자원개발과 상품화에는 한계가 있으므로 보다 다양한 사람들이 참여할 수 있는 ‘제주 힐링페스티벌’을 개최하여 발굴 및 홍보효과를 제고함.
- 제주 힐링페스티벌은 여행패키지, 힐링용품, 힐링음악, 힐링애니메이션, 힐링캐릭터 등 장르에 상관없이 제주의 역사와 문화, 자연환경 등 힐링자

원으로 활용 가능한 모든 소재들을 가지고 힐링관광 자원을 개발할 수 있도록 하고, 발굴된 자원 및 상품들의 전시 및 공연은 물론 판매에까지 이르는 오픈마켓 개념으로 개최함.

- 결국 제주 힐링페스티벌은 제주지역 힐링관광 생산기지이자, 판매장터, 관광객과 지역주민에게는 교육과 체험의 장으로 복합적 활용이 가능하고, 페스티벌 그 자체만으로 제주의 대표적 힐링관광 브랜드로 활용할 수 있음.

참고문헌

- 강미희, “지역의 녹색성장 전략, 생태관광”, 자연보존, 제153호, 2-19, 2011.
- 김철민, “관광목적지 시각성이 관광이미지, 치유적 특질 및 방문선호에 미치는 영향: 관광영상홍보물을 매개로”, 경희대학교 대학원 박사학위논문, 2010.
- 노기배, “로하스 소비양식이 로하스 소비목적과 소비행동에 미치는 영향”, 숭실대학교 박사학위 논문, 2011.
- 손운산, “치료, 용서, 그리고 화해”, 한국기독교 산학논총, 한국기독교학회, 제35권, 2004.
- 신명석, “슬로우투어리즘(Slow Tourism)의 전망과 과제”, 『관광연구저널』, 21(3), 23-28. 2007.
- 양제연, “힐링체험욕구와 트랜스포메이션 행동의도 관계연구”, 경희대학교 대학원 박사학위 논문, 2012.
- 오상민, “Extraction of Bitumen from Oil-sands by Using Supercritical Carbon Dioxide and UltrasonicTechnology”, 세종대학교 대학원, 석사 학위논문, 2012.
- 정상숙, 힐링관광 구성요소의 중요도에 관한 연구, 청주대학교 산업경영대학원 석사학위 논문, 2013.
- 삼성경제연구소, 한국 관광산업의 업그레이드 전략: 미래 관광의 7대 트렌드와 대응 방안, 2011.
- 제주발전연구원, 오색농업을 활용한 제주지역농업 활성화 방안, 2010.6.
- 제주특별자치도/제주발전연구원, 세계인의 보물섬, 제주 이야기, 2012.8.
- 한국보건산업진흥원, 한방헬스투어방안연구, 2002.
- Goodrich,G.E.. Health-Care Tourism: an Exploratory Study, Tourism Management. 1987.
- Lindberg,K.(1991). Policies form aximizing nature tourism’ secological and economic benefits. *International conservation financing project workingpaper, Washington, DC: World Resources Institute.*

- Nolan, M. L., & Nolan, S.(1992). Religious Site as Tourism Attractions in Europe. *Annals of Tourism Research*, 19, 68-74.
- Ringer,G.(2007). Healthy Spaces, Healing Places: Sharing Experiences of Wellness Tourism in Oregon, USA. *Journal of Selective Tourism*, 1(1), 29-39.
- Rinschede,G.(1992). Form of Religious Tourism. *Annals of Tourism Research*, 19, 51-53.

Abstract

A Study on development plan of Healing-tourism in Jeju

SIN, DONG-IL

Keywords: Healing-tourism, Future Trends, Well-being, Wellness, Healing-Food, therapy, Healing-resources Archive, Healing-Island Project

Aggressive treatment for the purpose of healing tourism medical tourism, as well as mental relaxation and recharge for the purpose of sustainable eco-tourism is a form ranging from. Jeju Island is blessed with the natural environment and unique culture held throughout the island is the healing of tourism resources. Using blessed environment of Jeju Jeju tourism yet introduced the beginning of healing, even through the commercialization of the economic profit is insufficient. Thus, attention to image and brand value a clean environment by linking with other regional tourism should be developed distinctive healing. Jeju's agricultural products, Samdasoo, medicinal plants, and utilization of natural resources through the development of a healing products that help develop local industry is urgent Strategies.

Healing for developing tourism island dramatically expresses the will of the policy, a thief commits to elicit participation and spread 'Healing Island Project (HI Project; Healing-Island Project) to develop. Healing Island Project (HI Project) adoption stage, promotion stage, immersion step, the diffusion stage, divided into five steps, including strengthening step-by-step detailed implementation strategy.

Evian bottled water to eat a real change in the elements without further processing of the process only slightly rough 'Evian water spray' is gaining popularity by releasing high. So Samdasoo leverage the brand value of 'Samdasoo water spray "should be developed. Jeju utilizing clean air 'J-healing product' type of spray paint do not cease to oxygen, oxygen, oxygen capsule, oxygen rice wine, in various fields, such as oxygen Soju also try to incorporate. In China, in recent smog and dust actual oxygen cans marketed in ten days, 800 million records sold build a dog was also in Japan and trendy among women work more than 1 million monthly various oxygen cans are sold.

The importance of the archive in the world that is emerging situation in Jeju tourism resources of the healing is necessary to build an archive.

Color Therapy each color has a unique color wavelength and frequency with which they are one form of energy affect the human body, based on the theory that the promotion of health and the treatment and healing is the application of complementary and alternative therapies. Healing Festival Jeju travel packages, and healing products, healing music, healing animation, healing character, regardless of genre including Jeju's history, culture and natural environment of healing utilizing all available resources to have them in healing and to develop tourism resources, excavation of resources and products for sale, as well as exhibitions and performances ranging from sales will hold an open market concept. Finally Healing Festival in Jeju, Jeju healing tourism production base and sales marketplace, tourists and locals to the head of a combination of education and experience can be utilized, and a representative of Jeju Festival in itself is used as a healing tourism brand.

연구진

연구책임 신동일 제주발전연구원 연구위원

정책연구 2013-04

제주지역 힐링관광 발전방안 연구

발행인 || 공영민

발행일 || 2013년 11월

발행처 || 제주발전연구원

690-162 제주도 아연로 253

전화: (064) 726-0500 팩스: (064) 751-2168

홈페이지: www.jdi.re.kr

인쇄처 || 일신옵셋인쇄사

ISBN : 978-89-6010-350-4 93320

- 이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서, 제주특별자치도의 정책적 입장과는 다를 수 있습니다. 또한 이 보고서는 출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단전재나 복제는 금합니다.

