

스마트 관광과 ICT

김민선*

*협성대학교 경영대학 호텔관광경영학과

e-mail:sunnyminkim@hanmail.net

Smart Tourism and ICT

Min Sun Kim*

*Dept. of Hotel & Tourism Management, Hyupsung University

요 약

관광산업은 세계경제에서 중요한 위치를 차지하고 있으며, 특히 팬데믹 이후 새로운 변화의 물결을 겪고 있다. 미래의 관광은 다양한 기술 혁신과 변화하는 소비자 행동, 지속가능한 발전 목표 등의 영향을 받아 문화와 경험을 융합하고 미래를 향한 다양한 관광경영의 혁신을 이끌어내야 한다. 본 연구에서는 스마트 관광 산업의 활성화를 위하여 ICT의 주요 요소인 빅데이터, AR/VR 등의 사례를 조사, 분석하여 향후 관광산업이 나아가 할 방향을 제시하고자 하였다. 스마트 관광은 정보통신기술(ICT)을 활용하여 관광객에게 새로운 여행 방식을 제공하는 것으로 대표적으로는 개인 맞춤형 추천, 실시간 정보 제공, 가상체험 등의 요소들이 포함된다. 각각의 사례 고찰을 통하여 기존의 관광이 최신기술을 기반으로 한 스마트 관광으로 변화될 때 관광은 단순한 장소에 대한 방문을 넘어서 체험과 연결, 그리고 개인화된 경험을 중시하는 방향으로 더욱 발전해 갈 것을 기대한다.

제공이 가능해짐으로 더욱 개인화된 여행이 실현되고 있다.

최근 스마트 관광 ICT의 핵심 키워드는 개인화이다. 관광객의 취향에 맞춘 맞춤형 여행 코스가 가능해지고 있으며, 그 중심에는 빅데이터, VR/AR과 AI의 활용 증가가 있다.

1. 서론

관광산업은 세계경제에서 중요한 위치를 차지하고 있으며, 특히 팬데믹 이후 새로운 변화의 물결을 겪고 있다. 미래의 관광은 다양한 기술 혁신과 변화하는 소비자 행동, 지속가능한 발전 목표 등의 영향을 받아 문화와 경험을 융합하고 미래를 향한 다양한 관광경영의 혁신을 이끌어내야 한다.

스마트 관광은 정보통신기술(ICT)을 활용하여 관광객에게 새로운 여행 방식을 제공하는 것으로, 대표적으로는 개인 맞춤형 추천, 실시간 정보 제공, 가상체험 등의 요소들이 포함된다.

본 연구에서는 스마트 관광 산업의 활성화를 위하여 ICT의 주요 요인인 빅데이터, AR/VR 등의 사례를 조사하여 향후 관광산업이 나아가 할 방향을 제시하고자 하였다.

관광 ICT의 발전은 크게 세 시기로 나누어진다. 첫째, 2000년대 초반에는 호텔이나 여행사 웹사이트가 등장하면서 온라인으로 정보를 검색하고, 예약을 가능하게 하였다. 두 번째 시기인 2010년대 초반에는 스마트폰의 보급으로 모바일에서 실시간 서비스를 이용할 수 있게 되었고, 위치 기반 서비스(LBS)가 확대되기 시작하였다. 세 번째, 2020년대 이후에는 AI가 자동으로 여행 일정을 제공하며, 빅데이터를 활용하여 개인 취향에 맞춘 정보

2. 스마트 관광의 사례

2.1 빅 데이터

빅데이터는 대량의 데이터를 분석하는 기술로 정의된다. 사용하는 빅데이터를 통해 인사이트 향상, 의사 결정, 개인화된 고객 경험, 운영 효율성 향상과 같은 이점을 얻는다.

빅데이터를 활용한 디지털 관광사례로, 첫째, 부산시는 '부산형 데이터 통합 플랫폼 구축' 사업을 추진하고 있다. 이는 산재된 공공·민간의 데이터를 수집·통합하여 데이터의 전체 주기를 관리하고, 데이터 분석·활용을 통해 데이터 경제가치 창출, 과학적 정책을 수립하기 위한 목적으로 추진되고 있으며, 지자체와 민간기업들과 협력하여 데이터 마켓, 통합 데이터 지도 등 다양한 서비스를 제공하고 있다.

둘째, 제주도는 '빅데이터 기반 세대별 트렌드 분석을 통한 대응 전략'을 주제로 MZ세대의 개별여행 선호·경험 특성에 맞춘

어 사용자 생성 콘텐츠(UGC) 캠페인 활성화를 통해 제주 관광에 대한 자발적 참여를 장려하고 콘텐츠 생성을 촉진하는 방안을 모색하고 있다. 구체적으로는 액티브 시니어층을 위해 건강, 웰빙, 휴식에 초점을 맞춘 여행 코스, 웰니스 연계 힐링 상품 개발이 제안되었으며, 제주관광 빅데이터 플랫폼 고도화, 관광사업체 디지털 전환 수준 진단 및 지원체계 구축을 통한 ‘비짓 제주’, ‘탐나오’ 플랫폼의 디지털 경쟁력 강화 방안이 포함되었다. 또한 글로벌 관광 브랜드 확장을 위한 맞춤형 여행상품 육성 방안도 모색되었다. 지역 특화 마을 여행 콘텐츠를 통한 장기 체류형 관광 확대, 전통국·해녀문화·제주어 등 고유문화를 활용한 테마 여행 상품 개발, 습자궤차와 등의 생태자원을 활용한 체험관광 상품 개발 등이 중점 내용이다.

관광으로 진화하여 왔다. 스마트 관광과 ICT 관광에서 주목하여야 할 점은 이 두 개념이 향후 관광 산업에 미치는 영향력과 기능성의 크기가 매우 크다는 점이다. 스마트 관광은 최신 기술을 활용하여 관광객들에게 더욱 편리하고 풍부한 경험을 제공하는 방향으로 나아가고 있다. 이는 기술이 사람들의 여행 방식을 어떻게 바꿀 수 있는지에 대한 중요한 시사점을 준다.

스마트 관광과 ICT 관광은 정보통신기술을 이용하여 관광지에서의 실시간 정보 제공, 맞춤형 관광 서비스 제공, 그리고 증강현실(AR) 등과 같은 혁신적인 체험을 가능하다. 이를 통해 관광은 단순한 장소 방문을 넘어서, 체험과 연결, 그리고 개인화된 경험을 중시하는 방향으로 더욱 발전해 갈 것이다.

참고문헌

2.2 가상현실/증강현실(VR/AR)

가상현실/증강현실(VR/AR)의 가장 큰 차이는 사용자가 경험하는 방식에 있다. VR은 특별한 장비를 착용하고 완전히 다른 환경에 들어가는 반면, AR은 스마트폰, 태블릿, 또는 AR 글래스를 통해 현실 위에 디지털 정보를 추가로 덧씌운다. 따라서 몰입감이 높은 VR은 주로 게임, 영화, 교육 등에 사용되며, 비교적 덜 몰입되면서 현실과 디지털의 혼합된 AR은 관광, 마케팅 등에 활용된다.

VR/AR을 활용한 디지털 관광사례로, 첫째, 강릉시에서 추진 중인 스마트 해양 관광 서비스를 들 수 있다. 강릉시는 해양관광 분야에 디지털 전환(DX)을 도입하여 스마트 관광 도시로 거듭나고 있다. VR/AR, 모바일 앱, 무인 안내 키오스크 등 첨단 기술을 접목한 해양관광 서비스로 관광객의 편의를 높이고 새로운 즐길거리를 제공한다. 그 예로, 강릉 메타버스 체험관은 VR과 메타버스 기술을 활용하여 동계올림픽 종목을 가상으로 체험하고, 강릉 자연을 몰입감 있게 감상할 수 있는 공간으로 활용하고 있다.

둘째, 원주시에서는 전통시장 일원에서 역사와 디지털 기술이 결합된 문화 체험 서비스를 제공하고 있다. 주요 콘텐츠로는 몰입형 디지털 실감 영상, 강원감영 디오라마 AR(증강현실)·VR(가상현실), 영주관 AR 체험 서비스 및 AR 포토존 등이 그 예이며, 이를 통해 관광객들이 전통문화를 직관적으로 이해하고 즐길 수 있도록 구성하였다.

3. 제언

스마트 관광과 ICT 관광의 발전은 정보 검색 중심에서, 실시간 제공으로의 진화, 그 이후 더욱 발전적으로 초개인화된 스마트

[1]구철모, 스마트관광, 백산출판사, 2021.

[2]이정희, 스마트관광을 중심으로-관광정보론, 새로미, 2012.

[3]정남호, 스마트관광도시, 경희대학교 출판문화원, 2019.

[4]최자은, 스마트관광의 추진현황 및 향후과제, 한국문화관광연구원, 2013.