

접수번호	※ 접수처 기재
------	----------

「2025년 관광데이터 분석 공모전」 데이터분석 보고서

제목	쉼표: 데이터 기반 웰니스 여행 큐레이션
----	------------------------

신청자명	팀명	웰커밍	팀장	양동림
	휴대전화	010-9818-7653	이메일	liemyang00@naver.com
제출일	2025. 07. 27.			

쉼표: 데이터 기반 웰니스 여행 큐레이션

1. 요약

웰니스 관광에 대한 관심도가 세계적으로 증가하는 추세에 맞춰, 한국관광 또한 인바운드 웰니스 관광 전략을 추진할 필요가 있다. 이에 도움을 주고자 본 보고서에서는 외래관광객조사 데이터를 활용하여 인바운드 웰니스 관광객의 특성을 도출하고, 이에 맞는 국내 우수 웰니스 관광지를 연결하는 데이터 기반 웰니스 여행 큐레이션을 제공하고자 한다. 해당 추천 시스템을 관광객 설문조사-대시보드 형태로 구현하여 인바운드 웰니스 관광객 유입을 촉진할 수 있는 실질적인 수단을 제시하였고, 분석 과정에서 식별한 웰니스 관광산업의 한계를 극복하기 위한 문화체육관광부, RTO, 지자체, DMO 차원의 정책 제언을 기술했다.

2. 배경 및 필요성

웰니스 관광이란 치유관광자원을 활용해 건강의 회복과 증진을 도모하고 삶의 질 향상을 추구하는 관광활동이다(문화체육관광부, 2025). 코로나 19 이후 위생과 환경에 대한 염려와 함께 힐링과 치유에 관한 관심이 증대되어, 웰니스 관광 활성화가 기대된다. 특히 포스트 코로나 시대 ‘힐링(치유)형 관광수요 증가’는 영향력 수준과 지속가능성이 높게 평가되어 성장가능성이 매우 높다(한국문화관광연구원, 2022). 더해 2023년까지 세계 웰니스 관광 시장 규모는 약 8,302억 달리이며, 2028년까지 연평균 10.2%의 성장을 바라보고 있다(Global Wellness Institute, 2024). 또한 글로벌 웰니스 관광객은 글로벌 관광객 평균 대비 35% 높은 소비지출액을 보이는 것으로 밝혀졌다(Global Wellness Institute, 2021). 한편 한국관광수지는 10년 연속 적자를 기록했으며, 특히 2024년은 관광수지 적자폭이 100억 달러를 돌파하며 포스트 코로나 이래 최대치를 기록했다(관광지식정보시스템, 2024). 따라서 한국관광수지 적자 상황을 극복하기 위한 수단으로써 지속가능성, 고부가가치 측면에서 높은 잠재력을 지닌 웰니스 관광의 육성은 관광을 통한 국부증진과 신규 관광시장 개척을 위한 핵심 전략과제 중 하나다. 또한 올해 제정된 「치유관광산업 육성에 관한 법률」을 통해 치유관광산업을 체계적으로 육성하기 위한 기반 또한 마련될 예정이다(문화체육관광부, 2025).

3. 분석 방법

(1) 외래관광객조사 데이터 분석

1) 데이터 구조 탐색

본 연구에서는 관광지식정보시스템에서 제공하는 2024년 외래관광객조사 데이터를 사용하였다. 코드북을 참고하여 설문조사 문항의 구조를 파악하고, 체계적인 데이터 정제 및

분석을 수행했다. 원본 데이터는 총 16,216개의 응답과 402개의 문항으로 구성되어 있으며, 기간 및 비용 관련 문항을 제외한 대부분의 문항은 범주형 변수로 구성되어 있음을 확인하였다.

2) 활용 변수

분석에 사용된 주요 변수는 아래 [표 1]과 같다. 분석의 효율성을 높이기 위해 설명력이 낮거나 중복성이 높은 변수는 제거하였으며, 총 117개의 핵심 변수를 최종적으로 선정했다. 또한 가독성과 분석 편의를 위해 모든 변수명을 한글로 변환했다.

외래관광객조사 데이터 내 활용 변수 목록			
변수명	설명	변수명	설명
MVIT	한국 방문횟수(평균)	M일HAP_61	총 체재기간_61일 이상 결측
TYP	여행 형태	Q9_5A1 ~ Q9_5A9	주요 이용 숙박시설
Q1_1a1 ~ Q1_1a3	한국여행 관심 계기	총액1인TOT2	1인 지출경비(상하위 1% 대체)
Q3_1a1 ~ Q3_1a3	고려한 관광활동	Q10_2a01 ~ Q10_2a13	쇼핑 항목
Q3_2a1 ~ Q3_2a3	고려한 관광인프라	Q10_3a1 ~ Q10_3a3	쇼핑 장소
Q4a1 ~ Q4a_dk	여행 전 한국 관련 정보 수집 경로	Q11	전반적 만족도
Q4_1a1 ~ Q4_1a3	주요 이용한 사이트	Q13	재방문 의사
Q4_2a1 ~ Q4_2a_dk	부족했던 정보	Q14	타인 추천 의향
Q5_1a01 ~ Q5_1a_dk	개별 예약 항목	D_MON	월별
Q7A	동반자 유무	D_BUN	분기별
Q8a01 ~ Q8a19	참여한 활동	D_SEX	성별
Q8_1a1 ~ Q8_1a3	만족한 활동	D_AGE	연령별
Q9_2a01 ~ Q9_2a17	방문지역	D_MOK	방한목적별
KWON1 ~ KWON8	방문권역		

[표 1] 사용 변수 목록

3) 데이터 전처리

다중응답이 가능한 문항(최대 3개 응답 가능)에 대해서는 각 응답 항목을 이진형 더미 변수로 변환했다. 즉, 해당 항목을 선택한 경우 1, 선택하지 않은 경우 0으로 처리했다. 일부 범주형 항목은 분리된 컬럼 구조를 가지면서 0/1 형태로 정제되지 않은 경우가 있어, 응답이 존재하면 1, 결측일 경우 0으로 변환하여 이진형 형태를 일관되게 유지했다. 성별과 동반자 유무 변수는 각각 1과 2로 구성되어 있었으며, 이진분석을 가능하게 하기 위해 전체 값에 -1을 적용하여 0과 1로 재코딩했다. 한편, '총 체재기간_61일 이상 결측' 항목은 결측 시 관광 목적이 아닌 방문으로 간주하여 해당 응답은 분석에서 제외했다. 전처리 후 최종 데이터셋은 총 15,797개의 관측치와 197개의 변수로 구성된다.

(2) 분석 기법

본 분석은 총 3개의 과정을 거쳐 이루어진다. 먼저 외래관광객조사 내 '웰니스 관광객'을 규정하고, 차이 검정을 통해 해당 집단 자체의 특성을 통계적으로 규명하였다. 이어서 웰니스 관광객을 유형별로 분류하는 유의미한 요인을 추출하기 위해 요인 분석을 활용하였고, 군집 분석을 통해 유형화하였다. 끝으로 GIS 분석을 통해 공급 측면에서 웰니스 관광객 유형별로 추천할 수 있는 유의미한 관광단지를 추출했다.

1) 웰니스-비웰니스 관광객 간 차이 검정

응답자 중 '참여한 활동' 항목에서 '휴양/휴식(웰니스)'을 선택한 2,591명을 웰니스 집단으로, 선택하지 않은 13,206명을 비웰니스 집단으로 분류하였다. 전처리된 외래관광객조사 데이터를 R의 선형 회귀분석과 함수를 통해 웰니스 관광객과 비 웰니스 관광객 간의 차이를 통계적으로 검정했다.

2) 요인 분석 (수요 측면)

수행하였다. "참여한 활동_휴양/휴식(웰니스)" 항목을 제외한 196개 변수 중 분산이 0.01 미만인 11개, 응답률이 3% 미만인 28개, 상관계수가 0.8 이상인 자기상관 변수 9개를 제거하여 총 48개 변수를 제외했다. 이후 주성분분석(PCA)을 기반으로 변수 중요도를 산출하였고, 상위 50개 변수를 선정하여 요인 분석을 실시하였다. "참여한 활동_휴양/휴식(웰니스)" 항목을 제외한 196개 변수 중 분산이 0.01 미만인 11개, 응답률이 3% 미만인 28개, 상관계수가 0.8 이상인 자기상관 변수 9개를 제거하여 총 48개 변수를 제외하였다. 이후 주성분분석(PCA)을 기반으로 변수 중요도를 산출하였고, 상위 50개 변수를 선정하여 요인 분석을 실시했다.

요인 분석의 적합성을 검토한 결과, KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 지수는 0.8 이상으로 분석에 적합하였으며, Bartlett의 구형성 검정 결과 p-value는 0.001 미만으로 유의미한 상관관계가 존재함을 확인했다. 평행 분석 및 스크리 도표를 통해 도출된 적정 요인 수는 12개였으며, 베리맥스(Varimax) 회전법을 적용하여 명확한 요인 구조를 도출하였다.

3) 군집 분석 (수요 측면)

도출된 12개 요인의 점수를 표준화한 후, K-Means 알고리즘을 이용해 웰니스 관광객을 군집화했다. 최적 클러스터 수는 엘보우 방법과 실루엣 계수를 참고하여 8개로 결정했다. 각 군집은 8.1%에서 15.9%의 비율로 분포하였으며, 요인 점수 평균을 기반으로 뚜렷한 성향 차이를 확인하였다.

4) GIS 분석 (공급 측면)

가. 데이터 분석 구조

추천 대상 관광단지 선정을 위해 QGIS를 활용하여 웰니스 관광지의 공간적 분포를 분석하였다. DBSCAN(밀도 기반 군집 분석) 기법을 적용하여 웰니스 관광지 밀집지역을 식별하였으며, 이를 관광단지로 정의하였다.

나. 활용 데이터

한국관광공사가 운영하는 「대한민국 구석구석」 웹사이트에 등재된 우수 웰니스 관광지 목록 및 주소 정보를 Python을 활용하여 크롤링하였다. 이후 수집된 데이터를 지오코딩 도구인 Geoservice¹⁾를 활용하여 벡터 기반 공간 데이터 파일(Shapefile)로 변환하여 분석에 활용하였다.

다. 분석 기법

우수 웰니스 관광지의 지리적 밀집도를 파악하여 관광단지를 정의하기 위해 밀도 기반 집 분석 방법인 DBSCAN(Density-Based Spatial Clustering of Applications with Noise) 기법을 활용하였다. DBSCAN은 Ester 외(1996)에 의해 최초로 제안된 알고리즘으로, 특정 반경 내 최소 점 개수를 기준으로 클러스터를 형성하므로 임의의 형태를 가진 클러스터를 발견하는 데 효과적이다. 본 분석에서는 핵심 매개변수인 포인트 간 최대 거리(Eps)와 최소 클러스터 크기(MinPts)를 여러 조합으로 반복 시험하여 최적의 결과를 사용하였다. 이후 각 관광단지의 경계를 기준으로 관광객이 주변의 교통 및 숙박시설을 편리하게 이용할 수 있는 합리적 영향권 범위를 설정하고자 반경 10km 버퍼(Buffer) 영역을 설정하여 관광 단지로 정의하였다.

5. 세부 분석 내용 및 결과

(1) 차이 검정

독립 변수 (IV)	종속 변수 (DV)	설명 변수 (EV)	계수 (coefficient)	유의확률 (p-value)
웰니스 관광객 여부	총 숙박기간	방문 월, 방문 분기, 성별, 연령, 방한 목적, 방한 횟수	2.23	<0.001
	1인 총 소비액		256.74	<0.001

[표 2] 웰니스 관광객 여부에 따른 숙박 기간, 1인당 소비액 변화

회귀분석 결과인 위 [표 2]에서 볼 수 있듯, 설명 변수들을 모두 감안하였을 때 니스 관광객은 웰니스 활동을 경험하지 않은 관광객에 비해 약 2.23일 더 길게 체류하며, 1인당

1) geoservice.co.kr

256달러를 더 소비하는 것으로 확인됐다. 또한 통계량 검정을 통해 확인한 유의확률이 모두 0.001보다 작으므로 분석 결과가 통계적으로 유의하다고 볼 수 있다. 이는 Global Wellness Institute(2021)의 선행 연구를 뒷받침하는 결과로, 한국관광으로 국한하였을 때에도 체류일과 1인당 소비액을 통해 나타나는 웰니스 관광객의 높은 질적 수준을 시사한다.

(2) 요인 분석

요인 분석을 통해 축소된 변수들의 목록은 아래 [표 3]과 같다. 총 12개의 요인이 추출되었으며, 요인별 특징적인 적재값을 기반으로 지표를 구축하였다.

번호	요인명	특성(적재값)	해석
1	계획적 정보 추구형	<ul style="list-style-type: none"> 개별 숙박시설 예약(0.447) 글로벌 포털사이트 이용(0.360) 	체계적인 여행 계획 및 정보 수집에 대한 성향
2	쇼핑 중심형	<ul style="list-style-type: none"> 쇼핑 활동 고려(0.661) 쇼핑 만족(0.496) 	쇼핑을 주된 관광 목적으로 삼는 경향
3	한국 여행 경험 축	<ul style="list-style-type: none"> 새로운 국가에 가고 싶어서(+0.805) 과거 방문 경험(-0.471) 	첫 방문자와 재방문자를 구분하는 축
4	실용적 현지 탐색형	<ul style="list-style-type: none"> 방문지 정보 추구(0.318) 	실무적인 현지 정보 탐색 성향
5	편의 인프라 중시형	<ul style="list-style-type: none"> 모바일/인터넷 편의(0.335) 이동거리 민감성(-0.334) 	편의성과 접근성을 중요시하는 태도
6	전통문화·안전 추구형	<ul style="list-style-type: none"> 전통 식료품 쇼핑(0.988) 치안 중시(0.965) 	한국 고유의 전통문화와 안전에 대한 높은 관심
7	패션 쇼핑형	<ul style="list-style-type: none"> 의류(0.490) 신발류(0.398) 대형 쇼핑몰 이용(0.458) 	패션 아이템 중심의 소비 성향
8	프리미엄 사회적 여행형	<ul style="list-style-type: none"> 호텔 이용(0.614) 동반자 여행(0.336) 	서비스와 사회적 활동이 결합된 여행을 선호
9	성별 기반 쇼핑 선호형	<ul style="list-style-type: none"> 성별 영향(0.381) 	성별에 따른 쇼핑 및 여행 성향의 차이
10	디지털 미디어 개인형	<ul style="list-style-type: none"> 유튜브 등 동영상 플랫폼 활용(0.447) 	개인적 정보 수집 경향
11	절차 중시·자연 관광형	<ul style="list-style-type: none"> 출입국 절차 중시(0.419) 자연경관 감상(0.337) 	체계적이면서도 자연 친화적인 여행 성향
12	교통 편의·미식형	<ul style="list-style-type: none"> 대중교통 이용(0.427) 식도락 관광(0.287) 	교통의 편의성과 음식에 대한 관심

[표 3] 요인 분석 결과

(3) 군집 분석

축소된 12개의 요인을 변수로 한 군집 분석 결과는 아래 [표 4]와 같다. 그 결과 웰니스 관광객을 8개의 군집으로 분류할 수 있었다.

번호	군집명	주요 특성(점수)	해석
1	트래디셔널 익스플로러	<ul style="list-style-type: none"> 전통문화·안전(1.130) 여행 경험(1.089) 	한국을 처음 방문하면서도 전통문화와 안전을 중시하는 신중한 탐험가형
2	헤리티지 러버	<ul style="list-style-type: none"> 전통문화·안전 (1.248, 전체 최고) 재방문 경험(-0.763) 	전통문화에 깊은 관심을 가진 유형
3	미니멀 트래블러	<ul style="list-style-type: none"> 절차·자연 관광(-0.834) 교통·미식(-0.778) 	복잡한 활동보다는 단순하고 조용한 힐링 여행을 선호하는 소극적인 유형
4	프리미엄 쇼퍼	<ul style="list-style-type: none"> 쇼핑 중심(0.395) 프리미엄 사회적 여행 (0.301) 	고급 쇼핑과 서비스를 즐기는 재방문 여행객
5	퍼펙트 플래너	<ul style="list-style-type: none"> 계획적 정보 추구 요인 (1.437, 전체 최고) 	첫 방문임에도 불구하고 매우 체계적으로 여행을 계획하는 완벽주의적 성향의 여행객
6	스마트 컨비니언스	<ul style="list-style-type: none"> 편의 인프라(0.548) 	디지털 기술을 적극 활용해 여행의 편의성을 추구하는 첫 방문자
7	인디펜던트 백팩커	<ul style="list-style-type: none"> 프리미엄 사회적 (-1.169, 전체 최저) 	고급 서비스를 지향하고 독립적이며 경제적인 여행을 선호하는 자율적 성향의 여행객
8	멀티 퍼포스 익스피어런서	<ul style="list-style-type: none"> 쇼핑 중심(0.776) 절차·자연 관광(0.707) 전통문화·안전(0.477) 	다양한 요인에서 고르게 높은 점수를 보여, 여러 목적을 동시에 추구하는 다목적 성향의 여행객

[표 4] 군집 분석 결과

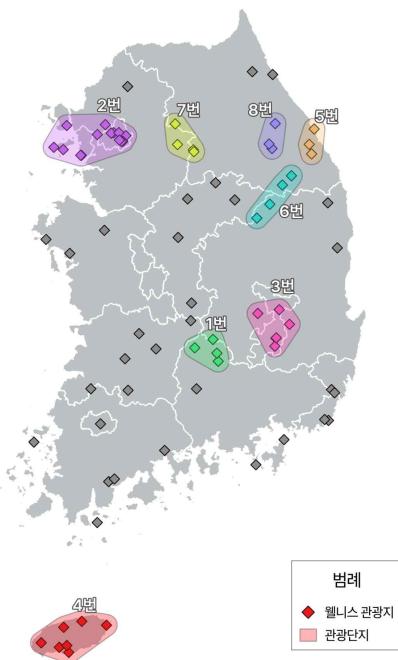
요인분석을 통해 도출된 12개 요인의 점수를 표준화한 후 K-means 군집분석을 실시했다. 최적 클러스터 수 결정을 위해 엘보우 방법과 실루엣 점수를 활용하여 2개부터 10개까지의 클러스터 수를 비교 검토하였다. 각 클러스터 수의 실루엣 점수를 계산한 결과, 실루엣 점수가 최댓값을 보이는 지점에서 최적 클러스터 수를 결정하였다.

최종적으로 선정된 클러스터 수로 K-means 알고리즘을 실행하여 웰니스 관광객을 유형별로 분류했다. 군집분석 결과 각 클러스터는 고른 분포를 보였으며, 클러스터별 크기는 8.1%에서 15.9% 범위로 나타났다. 클러스터별 요인 점수 평균을 분석한 결과, 각 클러스터는 서로 다른 요인에서 뚜렷한 특성을 보여 유의미한 세분화가 이루어졌음을 확인하였다.

(3) GIS 분석

웰니스 관광지의 공간적 밀집도를 파악하고 의미 있는 관광 권역을 도출하기 위해 DBSCAN 클러스터링을 수행하였다. 분석의 정확도를 높이고자, 군집의 형태를 결정하는 핵심 파라미터인 포인트 간 최대 거리(Eps)를 20km에서 30km 범위에서, 최소 클러스터 크기(MinPts)를 3개에서 5개 범위에서 변경하며 여러 조합으로 반복적으로 테스트를 진행했다. 그 결과 각 관광단지가 지리적으로 명확하게 구분되며 충분한 수의 관광단지가 도출되는 최소 포인트 3개, 최대 거리 25km 조합을 최종적으로 채택하였다.

이를 통해 전국에서 총 8개의 관광단지를 식별하였다. 도출된 관광단지의 공간적 분포는 아래 [그림 1]과 같고, 관광단지별 관광지 목록은 아래 [표 5]와 같다.



[그림 5] DBSCAN 결과

번호	지역	관광지 수	관광지 목록
1	경남, 경북	4	오도산자연휴양림, 거창 항노화힐링랜드, 하늘호수, 국립김천치유의숲
2	서울, 경기	14	아쿠아필드 고양, 티테라피, 올리바인 스파, 비스타 워커힐 서울, 한방스파 여용국, 메이필드호텔, 서울한방진흥센터, SPA 1899, 이문원 한의원, 대요트 인천, 더 스파 하스타, 금풍양조장, 경원재 앰배서더 인천, 더 스파 앤 파라다이스
3	대구, 경북	6	국립칠곡숲체원, 사유원, 에스투뷰텍 뷰라운지, 리조트 스파밸리, 모명재, 하늘호수
4	제주	7	환상숲꽃자왈공원, 제원하늘농원, JW 메리어트 제주 리조트 & 스파, 제주901, WE호텔, 서귀포 치유의 숲, 취다선 리조트
5	강원	3	삼척 활기 치유의 숲, 동해보양온천 컨벤션호텔, 동해무릉건강숲
6	경북, 강원	4	하이힐링원, 소백산 생태탐방원, 하이원리조트, 국립산림치유원
7	경기, 강원	4	미리내힐링클럽, 오크밸리, 힐리언스 선마을, 뮤지엄산
8	강원	3	로미지안 가든, 파크로쉬 리조트앤퀼니스, 모나용평

[표 5] 관광단지 별 관광지 목록

(4) 군집-GIS 관광단지 연결

최종적으로, 군집 분석을 통해 도출한 8개의 인바운드 관광객 유형을 GIS 분석을 통해 도출한 8개의 관광단지와 아래 [표 6]과 같이 연결했다. 이는 웰니스 관광단지의 교통, 숙박 인프

라와 비 웰니스 관광지 등의 요소를 종합적으로 고려하여 추천되었다.

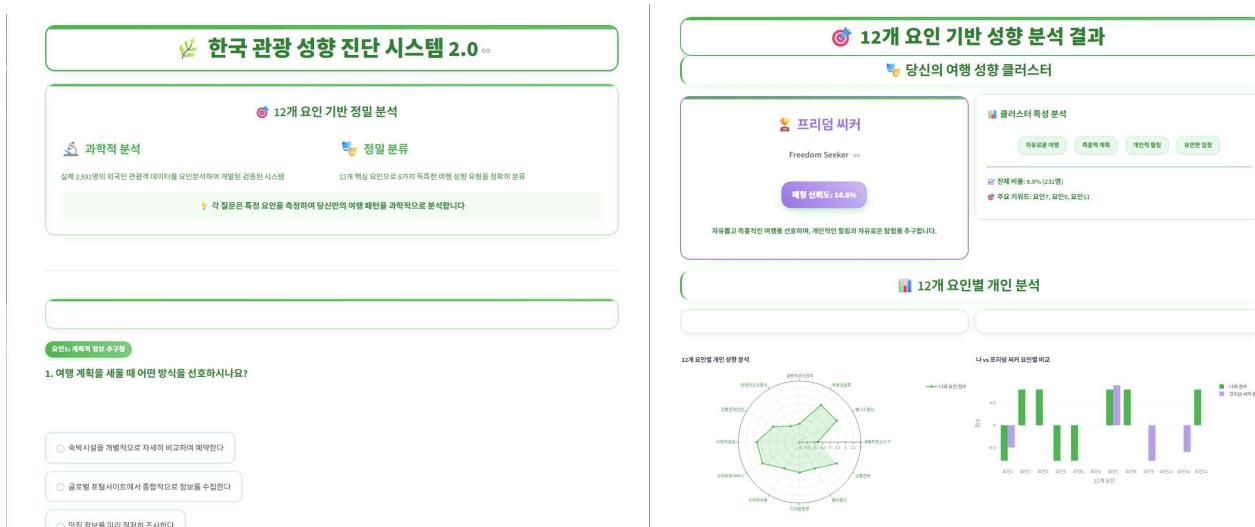
웰니스 관광객 유형	관광단지	선정 이유
1. 트래디셔널 익스플로러	1. 경남, 경북	전통문화 최우선 + 첫방문 안전
2. 해리티지 러버	3. 대구, 경북	전통문화 마니아 + 심화 프로그램
3. 미니멀 트래블러	8. 강원	단순 힐링 + 올인원 휴양
4. 프리미엄 쇼퍼	2. 서울, 경기, 인천	최고급 쇼핑 + 프리미엄 서비스
5. 퍼펙트 플래너	4. 제주	완벽한 계획 + 자연 생태 체험
6. 스마트 컨비니언스	7. 경기, 강원	현대적 편의 + 스마트 서비스
7. 인디펜던트 백팩커	9. 강원	경제적 자연 + 자유로운 탐방
8. 멀티 퍼포스 익스피리언서	6. 경북, 강원	종합 웰니스 + 다목적 체험

[표 6] 관광객 유형별 추천 관광단지 목록

6. 시사점 및 정책 활용 방안

(1) 맞춤형 웰니스 관광 추천 시스템 개발

위의 분석 결과를 종합하여 웰니스 관광객이 간단한 설문조사를 통해 자신의 성향에 맞는 웰니스 관광단지 추천받을 수 있는 시스템을 개발하여 대시보드²⁾ 형태로 구현하였다. 참여자는 요인 분석 결과 기반의 12개 문항을 응답하고, 자신의 웰니스 관광 성향과 GIS 분석을 통해 도출된 추천 웰니스 관광 클러스터를 확인할 수 있다. 실제 시스템 구현 형태는 아래 [그림 2], [그림 3]과 같다.



[그림 6] ‘맞춤형 웰니스 관광 추천’ 설문 화면

[그림 7] ‘맞춤형 웰니스 관광 추천’ 결과 화면

개발된 대시보드를 활용하여, 잠재 관광객의 직접적인 참여로 국내 웰니스 관광 클러스터

2) <https://wellcoming.streamlit.app/>에서 직접 체험 가능(일부 기능 개발 중)

로의 유입을 기대할 수 있다. ‘인천 웰-메디 페스타’와 같은 국내 웰니스 박람회, ‘2025 자카르타 한국의료웰니스관광 로드쇼’ 등 해외 웰니스 관광 행사에서 방문객 참여형 콘텐츠로서 활용 가능성이 있다.

(2) 한계점

1) 보다 다양한 웰니스 관광지 데이터 활용 필요

본 데이터 분석의 한계점으로, 웰니스 관광지 정보를 한국관광공사 ‘우수웰니스 관광지 100선’만을 활용하여 부산, 전라 등 일부 지역이 클러스터로 편성되지 않았다. 부산관광공사 ‘부산 웰니스 관광지 10선’이나 ‘전북형 웰니스 관광지 10개소’ 등의 웰니스 관광지 목록을 추가하여 개선할 수 있을 것이다.

2) 데이터 기반 추천 시스템 구축을 통한 고도화

본 데이터 분석을 통해 웰니스 관광객의 특성을 군집별로 분석하고, 외래객이 현실적으로 방문 가능한 웰니스 관광단지를 식별할 수 있었다. 그러나 이를 연결하는 과정은 정성적으로 이루어져, 요인 분석을 통해 추출된 쇼핑, 전통문화, 안전과 같은 지표들을 관광단지별로 측정하여 데이터 기반의 추천 시스템을 구축해야 한다. 따라서 해당 분석을 통해 발굴된 주요 요인들을 바탕으로, 관광단지별로 이를 정량화할 수 있는 지표 개발이 필요하다.

(3) 정책 제안

1) 웰니스 관광객 특화 데이터베이스 구축

앞서 언급한 대시보드를 통해 인바운드 웰니스 관광객의 유입을 촉진한다면, 해당 관광객에 대한 사후적 데이터 수집 또한 반드시 필요하다. 특히 관광 만족도의 경우, 재방문 가능성에 영향을 미치는 것으로 알려져 있으므로(민동규, 2008), 웰니스 관광지별로 만족도 조사를 실시하여 문화체육관광부 차원에서 일원화하여 관리하여야 한다. 현재 외래관광객 조사에는 자연치유, 재활 등 세부적인 웰니스 테마에 맞춘 문항이 없어 세부적인 유형화가 불가능했다. 따라서 유지윤(2024)에서 제안한 만족도 조사 방법을 바탕으로 인바운드 웰니스 관광객의 취향을 보다 정교하게 분석하고, 지속적으로 관광상품을 개선하고 개발할 수 있다.

2) 지역별 웰니스 관광 거점 구축

본 분석을 통해 유의미한 관광단지가 하나의 지역에만 국한되어 있지 않고 경남-경북, 경북-강원과 같이 여러 지역에 걸쳐 분포함을 알 수 있었다. 기존의 지자체 단위의 정책으로 효과적인 지원과 관리에 한계가 있으므로 이러한 관광단지를 체계적으로 육성하고 협력을 이끌어 낼 중심 거점이 필요하고 지자체, RTO 단위가 아닌 초광역 협의체, TF 등이

수행해야 한다. 거점은 각 관광단지에 속한 각 지자체 및 관광지, 지역관광공사와 협력하여 관광주체 간 교류의 장 마련, 공동 마케팅, 통합 예약 시스템 개발, 전문 인력 양성과 같은 정책적, 행정적 지원을 주도할 수 있다.

3) 지역브랜딩 강화 및 전문성 강화

현재 대한민국 구석구석에 소개된 웰니스 관광지는 ‘휴식’ 외에는 지역별 특색을 찾아보기 어렵다. 본 분석에 따르면 웰니스 관광객들은 휴식 외에도 다양한 여행 동기와 특색을 보인다. 따라서 지역별 특색을 강화하기 위해서는 지역 브랜딩을 강화해 들고 선호도를 형성할 수 있다(이민재 외, 2012). 이를 위해 기초자치단체, DMO, 지역 소상공인과 같은 지역 관광 주체들이 협업하여 지역 특색을 살린 사업을 전개해 관광객에게 지역 고유의 경험을 제공할 필요가 있다. 해외 우수 사례로서 ‘영국 그레이터 맨체스터 방문자 경제전략 2025-2030 목표달성을 위한 4가지 실행 전략’ 중 ‘장소성 만들기’를 통한 지역 이미지 강화와 지역사회의 성장(한국문화관광연구원, 2025) 사례를 벤치마킹하여, 국내 웰니스 관광 단지별 특색 사업 발굴, 웰니스 관광지 발굴 및 웰니스관광 전문인력 양성 사업을 통해 지역 내 웰니스 관광 산업의 지속가능성과 발전을 도모해야 한다.

본 보고서에서는 외래관광객조사 데이터를 활용하여 인바운드 웰니스 관광객의 특성을 분석하고 GIS 공간 분석을 통해 웰니스 관광의 수요와 공급을 연결하는 맞춤형 웰니스 관광 추천 시스템을 제안하였다. 요인분석과 군집분석을 통해 웰니스 관광객을 8개 유형으로 세분화하였으며, 각 유형별 여행 성향을 도출하였다. DBSCAN을 활용한 공간 분석으로는 전국 8개의 웰니스 관광단지를 식별하였다. 분석 결과를 바탕으로 12개 문항의 설문조사를 통해 이를 일대일 대응시키는 관광객의 유형을 진단하고 적합한 웰니스 관광단지를 추천하는 대시보드를 개발하였다. 그러나 대시보드의 정확도 향상과 기능 고도화를 위해서는 지금보다 많은 관광지 데이터를 수집해야 하고, 관광단지별 요인 정량화 과정이 필요하다. 더해 데이터 분석 과정에서 발견한 한계점을 극복하고, 인바운드 웰니스 관광의 지속적인 발전을 위한 세 가지 정책으로 ▲ 웰니스 관광객 특화 데이터베이스 구축, ▲ 지역별 웰니스 관광 거점 구축 ▲ 지역브랜딩 강화 및 전문성 강화를 제안한다. 제시된 데이터 기반 시스템과 이를 뒷받침할 정책이 실현된다면 관광을 통한 국부증진과 웰니스 관광 상품의 다양성을 도모할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 관광지식정보시스템(2024), 한국관광수지, <https://know.tour.go.kr/stat/tourStatSearchDis19Re.do>
- 문화체육관광부(2025), 치유와 회복 추구하는 ‘웰니스관광’ 육성 토대 마련, 보도자료
- 민동규(2008), 축제만족도가 재방문의사와 추천의사에 미치는 영향, 한국콘텐츠학회논문지 제8권 11호, 페이지 356-363
- 유지윤(2024), 치유(웰니스) 의료관광 융복합 클러스터 중간평가 지표에 관한 연구, 한국문화관광연구원, 페이지 35-38
- 이민재 외(2012), 지자체의 관광자원 브랜드 자산이 브랜드 총성도에 미치는 영향에 대한 탐색적 연구, 한국콘텐츠학회논문지, 페이지 499-509.
- 최경은 외(2022), 포스트 코로나 시대 관광산업의 주요 이슈와 정책 아젠다, 문화관광 인사이트, 페이지 2-8
- 한국문화관광연구원(2022), 웰니스 관광정책의 추진 현황과 제도적 기반 구축, 한국관광정책 제89호, 페이지 66-67
- 한국문화관광연구원(2025), 영국의 방문자 경제(Visitor Economy), 관광산업 성장과 지역관광의 미래 구상, 국제관광동향 2025년 제1호, 페이지 8
- Ester, Martin, et al(1996). A Density-Based Algorithm for Discovering Clusters in Large Spatial Databases with Noise. Proceedings of the Second International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining (KDD'96), 226-231.
- Global Wellness Institute (2021), The Global Wellness Economy: Looking Beyond COVID, 76.
- Global Wellness Institute (2024), The Global Wellness Economy Reaches a New Peak of \$6.3 Trillion -- And Is Forecast to Hit \$9 Trillion by 2028,
<https://globalwellnessinstitute.org/press-room/press-releases/the-global-wellness-economy-reaches-a-new-peak-of-6-3-trillion-and-is-forecast-to-hit-9-trillion-by-2028/>