## 부산 슬로투어리즘을 위한 제언 : 코로나19 패더믹 위기와 국제관광도시 지정에 즈음하여

양승훈 \*

<요약>

본 연구는 부산광역시의 기반사업으로서 관광산업에 대한 제언이다. 최근 부산광역시는 코로나 19 팬더믹에 따른 관광산업 전반의 위기와 함께 시의 국제관광도시 지정에 따른 기회라는 모순된 상황에 접하고 있다. 따라서 향후 지속가능한 부산광역시의 관광산업을 위한 방안으로서 슬로투어리즘을 제시하였다. 슬로투어리즘은 기존의 패스트투어리즘에 대비되는 관광으로서 전자가 새로운 관광이라면 후자는 오래된 관광이라고 할수 있다. 슬로투어리즘은 찬찬천천히 보는 진짜관광이다. 패스트투어리즘은 관광이라는 사회·문화현상에 대비하여 경제현상으로서 관광산업의 가치극대화를 위해서 대량생산, 대량유통, 대량소비의 원칙에 충실한 반면 그 한계점을 드러내고 있다. 따라서 선행연구를 바탕으로 부산 관광의 현황과 문제점을 짚어보고 왜 이 시점에서 슬로투어리즘이 요구되는가의 당위성을 확보하였다. 슬로투어리즘을 느림, 작음 그리고 지속가능성으로 이루어진다는 전제하에서 부산이 이를 바탕으로 어떻게 슬로투어리즘을 구현해 나갈 것인가를 제안하였다. 첫 번째는 관광과 생활의 통합을 통해 생활관광을 활성화하고 관광지와 관광매체를 통합하여 지역 주민의 역량강화를 통해 지역민을 위한 지역민에 의한 지역민의 사회경제적 관광기업 양성을 촉구하였다. 연구의 시사점과 한계점은 연구말미에 포함시켰다.

주제어: 관광, 국제관광도시, 부산, 슬로투어리즘, 코로나19,

### I. 서론

부산광역시는 대한민국 제1의 관광지로서 자리매김 해 왔다. 세계적인 컨벤션 개최도시로서 컨벤션과 연계된 관광산업을 선도해왔을 뿐만 아니라 2020년에는 국제관광도시로 지정됨에 따라 세계적인 수준의 관광도시로 거듭나기 위한 역할이 배가되고 있다. 문화체육관광부는 관광거점도시 5곳을 선정하였는데 외국인 관광객이 서울에 집중되는 한계를 해소하기 위해 지역에 새로운 관광거점을 육성하기 위해 추진되었으며 부산이외에 지역관광거점도시로서 강릉, 안동, 전주,목포 등이 선정되었다(연합뉴스, 2020). '세계인이 가고 싶은 지속가능한 여행자유도시'로서 부산국제관광도시는 2020 부산10대 히트상품에 선정되었으며(이창헌·강혜진, 2020)함께 지정된 가덕신공항과 함께 관광산업의 기대감을 보여주었다.

관광도시 브랜드가치에서도 세계적인 여행미디어 '론리 플래닛'은 2018년 아시아 최고의 여행지 1위로 부산을 선정하였다. 전체 방한 관광객 중에서 부산을 방문한 관광은 2018년 247만명, 2019년 268만명에 이르고 있으며 각각 14.7%와 14.1%를 차지하고 있는데 여타 지자체에 비해서 월등한 점유율을 자랑하고 있다.

<sup>\*</sup> 신라대학교 국제관광경영학부 교수 e-mail: shyang@silla.ac.kr

그럼에도 불구하고 부산의 관광산업 역시 예외가 아니어서 전 세계적인 코로나19 팬더믹으로 인하여 어려움에 봉착하고 있는데 2020년 방부관광객이 19년 대비 86% 감소한 25만명으로 집계되었다. 더 나가 관광산업이 코로나19 팬더믹 이전 수준으로 회복하기에는 상당한시간이 소요될 것으로 예상하며 이전 형태의 관광으로 회복하기가 어려울 것이라는 전망이 나오고 있다. 코로나19 이후로 부산관광기업의 매출액은 2020년 기준 전년 대비 30.9%, 고용인원은 58.5% 수준에 그쳤다(부산관광공사, 2020). 코로나19 위기는 사람의 심리를 위축시키고 관광수요에 부정적인 영향을 주며 관광산업에 심각한 영향과 함께 지역경제 침체를 가져온다(박경옥, 2020). 대표적인 대면사업으로서 관광산업의 암울한 미래가 심각하게 다가오는 것에 대하여 그간 수차례 지적 되어왔던 부산의 관광산업 자체의 취약한 펀더멘탈과 무관하지않다. 그렇다면 위기와 기회에 직면하여 부산의 관광산업은 어디로 나아가야 할 것인가를 심각하게 고민할 시점이다.

1800년대 토마스 쿡(Thomas Cook)에 의해 선보였던 여행산업은 포디즘(Fordism)의 원리인 대량생산과 표준화에 충실하여 지난 약 200 여 년간 지배적인 관광산업의 전범으로 존재하여 왔다. 대량관광과 대중관광의 시대를 개막하면서 사회·문화현상으로서 관광을 산업으로서 승화시켰다는 점에서 공을 폄하할 수는 없으나 최근의 불행한 파산에 즈음하여 산업으로서 관광에 대한 근본적인 질문을 던지지 않을 수 없다. 관광행동의 집단적 행동은 특히 4차 산업혁명시대에서 사회구조의 이중성과 딜레마를 배태하고 있으며 한계성을 가진다(김규미·김남조, 2019).

이상의 논의를 바탕으로 다음과 같은 연구목적을 달성하고자 한다. 첫 번째로 부산광역시의 관광의 현황과 문제점을 파악하여 그 위기와 기회를 명시하고자 한다. 두 번째로 패스트투어리즘의 한계와 그 대안으로서 슬로투어리즘의 필요성을 촉구하고자 한다. 세 번째로 부산광역시가 어떻게 슬로투어리즘으로 나갈 것인가에 대한 정책적 제언을 통해서 향후 부산관광 관련 계획 수립에 도움을 주고 성공적인 코로나19 극복 및 국제관광도시로서 자리매김하는데 기여하고자 한다.

## Ⅱ. 이론적 고찰

#### (1) 부산 관광산업의 현황과 문제점

부산의 관광산업은 국제관광도시 지정이라는 호재 이외에 그간 다수의 정책 및 개발 논의에서 중요하게 포함되어 왔다. 부산 2030 도시계획(2017)에 따르면 해양수도로서의 위상을 강화한다는 전략 하에 체류형 관광산업 활성화와 함께 간접적으로 관광객 유치와 연계되는 신공항 경쟁력 강화 및 글로벌 항만허브도시로 기능강화를 위해 각종 국내외 국제회의 행사개최 등이 계획되었다. 제6차 부산관광개발계획(2017)에 의하면 기존의 문화 및 관광 분야 뿐만 아니라 기타 관광분야에서 의료관광산업 역량강화, 낚시관광과 어촌관광 기반시설 확충, MICE산업 육성 등 관광관련 산업에 투자를 강화할 것을 결의하였다. 관광진흥기본계획(2018)을 보면 비전을 쉼표가 있는 삶, 사람이 있는 관광으로 설정하였으며 특히 전략과제1 여행이 있는일상에 주목하여 근로자 휴가지원 및 여행특별주간 추진, 관광취약계층을 위한 관광향유기회확대 필요성을 천명하였다. 2020 부산관광진흥계획에서 한국관광의 미래 원더풀 부산을 비전으로 글로벌 관광도시 조성, 마이스 경쟁력제고, 2030월드엑스포 유치 및 해양관광레저 경쟁

력 강화 등이 제시되었다.아울러 최근 제7차 부산관광개발계획(2021) 수립 용역에서는 시의 개발 기본가치로서 지역성, 연결성, 균형성이 강조되었다.

부산 관광의 문제점은 다음과 같다. 첫 번째로 다양한 관광상품을 구비하지 못하고 있고 고부가가치화가 부족하다. 10여년 당시 새로운 관광객 시장으로 떠오르던 중국인의 수요에 주목하여 이에 걸 맞는 관광상품의 다양성 부족과 저가 위주 상품판매를 우려하여 상품의 고부가치화가 제안되었다(유정우, 2010). 부산관광이 관광객 유치에 급급하여 개별 아이템 중심의 사업전개에 치중하고 개별산업에 대한 관련성이 없이 추상적인 수요전망을 전제로 한다면 미래가어둡다(주수연·유영명, 2009). 최근에도 부산관광공사사장과의 인터뷰를 보면 부산관광을방문하는 도시관광 관광객이 즐길 콘텐츠 예를 들면 박물관 미술관 등이 부족하다고 하였다(리더스경제, 2021). 부산은 해양관광도시로서 체험 관광이 부족해 관광 체류기간을 늘릴 수 있는 여러 체험 관광 콘텐츠가 필요하다(송세관, 2021).

두 번째는 관광객 수용태세에 문제점이 있는데 국제관광도시의 위상에 맞는 관광객을 위한 무장애(barrier-free)도시를 구현하여야 한다(윤지영, 2021). 부산은 다른 도시와 비교하여 독특한 지형을 가지고 있어 무장애 도시를 구현하는데 어려움이 있으며 관내 관광지에 접근할 수 있는 접근로 및 교통 등 기반시설에서 장애인을 위한 해설서비스, 유도블록, 경사로, 리프 트 등이 설치되어 있지 않다(박경옥, 2018). 세 번째는 관광목적지로서 부산에 대한 이미지 부재이다. 부산의 주요 관광명소 17곳을 대상으로 소셜인식을 분석한 결과 비교적 버즈량이 낮은 관광지는 이미지가 부재한 것으로 나타났다(우석봉, 2017). 부산관광 이미지 중에서 관 광제품의 다양성과 한국문화가 외래객 만족도에 부의 영향을 끼치고 있는 바 관광상품의 구색 이 요구되고 있다(이준혁·박헌진, 2018). 이상의 부산관광 문제점은 부산의 경제성장률 2.5%로 전국 평균에 못 미치며 2000년대 이후 제조업에서 서비스업으로 재편되든 과정에서 2~3%대의 저성장기에 돌입하였으며 따라서 관광산업이 타 산업과의 동반효과를 기대하기 어 렵다는 전망을 할 수 있다. 예를 들어 비즈니스 관광객 유치에 큰 기여를 하고 있는 컨벤션 산 업은 기존의 산업이 흥해야 개최될 수 있는 파생적 수요이다. 부산을 방문하는 국내여행객을 보면 주력 소비층인 10-20대 젊은 층의 감소, 국내관광객 순위에서 8위, 도시임에도 강원도보 다 적은 관광객과 낮은 숙박여행 비중 등에 문제가 있다. 국외여행객을 보면 한국 전체 방문객 중에서 부산의 방문객 비율이 낮아지고 있으며 점유율 역시 중국과 일본 관광객이 지속하락 중 에 있다. 남성이 선호하는 도시로서 감성적인 여성의 특성을 반영한 문화예술콘텐츠의 빈곤하 다. 그리고 수요의 분산 계절성 공간적 계절적, 수요적 편중현상이 극심하다.

#### (2) 산업으로서 관광, 대량관광 및 대중관광

지역 경제를 활성화하기 위해서 관광산업의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않다. 지역의 입장에서 관광은 방문자 경제(visitor economy)라고 할 수 있다. 방문자로서 관광객은 지역 내 소비지출을 통해서 지역주민을 위한 고용창출 그리고 지역의 브랜드력 향상 등 유·무형적인 영향을 미친다. 이러한 사고는 관광현상에 대한 고찰이 경제학적 시각을 중심으로 시작되었다는 것과 무관하지 않다. 맥킨토시(McIntosh)는 관광을 여행객을 유치하고 수송하고 숙소를 제공하고 그들의 욕구를 충족시키는 과학이며 예술이며 사업으로 정의하였다.

그간 관광산업으로서의 관광에 대한 신화를 가져왔다. 관광산업이 흔히 굴뚝없는 무공해 친환경산업이라고 알려졌지만 대규모 관광산업개발에 따르는 반대급부의 비용발생, 즉 자연환경훼손, 쓰레기 및 오페수 유발, 막대한 전력소모 등 지역의 교통체증 배기가스로 인한 대기 오염 등이 발생한다. 관광은 지역경제의 동력이라고 할 수 있으나 이는 지역 내 소비 즉 역외유

출이 없다는 것을 전제로 한다. 지역 전통산업 기반 훼손이나 지역의 중소상권 잠식, 지역주민이 고용으로부터 소외되고 젠트리피케이션이 생긴다. 또한 관광산업이 자동차 등 제조업에 비해서 경제적 부가가치가 높기 때문에 선택의 우선이 될 수 있다고 여겨졌지만 관광산업은 지역산업의 생태계를 기반으로 하기 때문에(1, 2, 3차 산업) 관광산업에만 주력할 경우 세계 경제변화, 기후변화, 외교관계에 따라 자국의 경제가 타격을 입을 수 있다.

이러한 관광의 관광의 신화는 양적 풍요에 비교하여 질적 빈곤 즉 풍요 속의 빈곤을 가져온다. 이를 본고에서는 푸어리즘(poorism)이라고 명명한다. 원래 푸어리즘은 빈곤지역을 방문하는 관광을 지칭한다. 규모의 경제성은 사회현상을 수익성 있는 비즈니스 모델로 만드는 데 있어서 유력한 근거가 된다. 대량생산 대량유통 그리고 대량소비 등 규모의 확보에 따른 한계비용의 감소효과가 있다. 따라서 평균적 대중이 선호하는 관광상품을 개발하고 더욱이 평균적대중은 다수이기 때문에 대중관광 및 대량관광이 가능해진다. 단체관광, 개발 관광단지 테마파크, 그리고 크루즈 등이 대표적이며 관광객 유치를 수치 중심으로 보는 시각이 팽배하여 체제일수, 1인당 소비지출액, 재방문율 등이 강조되어왔다, 그 결과 대량관광은 그간 관광상품이소비되는 무대로서 관광지의 세 가지 측면에서 지속가능성에 의문을 가져왔는데 환경, 경제 그리고 사회이다.

원래 동양적 의미에서 관광(觀光)은 원래 주역의 관국지광(觀國之光)에서 나왔으며 본다는 것 역시 대충 보는 것(看)이 아니라 찬찬히 뚫어지게 보는 것이다. 그럼에도 불구하고 서양의 관광 즉 투어리즘(tourism)은 '돌다'라는 어원을 가지고 있으며 역시 대충 보는 것이다. 참다운 관광의 의미를 찾기 위해서는 인간 존재의 삶의 근원이며 기본적 가치인 자신의 의미성과 스스로에 대한 성찰을 찾아야 한다(정승만, 2021). 관광의 펀더멘탈 회복은 수단적 가치보다목적적 가치가 강조되는데 있다. 따라서 대량관광, 대중관광에 대한 대안으로서 다양한 대안적형태의 관광이 강조되었는데 환경의 피해를 최소화하는 생태관광, 그린투어리즘, 에코투어리즘, 지역의 경제를 보호하고 관광객과 지역주민의 관계를 회복하기 위한 봉사관광, 생활관광등이 제시되었다. 특히 생활관광은 현지 나들이관광 즉 일상에서 가까운 지역에서 일상생활을 영위하면서 짧은 시간 여행하는 형태와 현지 살아보기(장기체류형) 생활관광 즉 다른 지역에가서 현지인의 삶과 문화를 직접 경험해 보는 것이다(손신욱·윤혜진·김학준, 2020). 더구나관광의 패러다임이 관광객 중심에서 지역주민으로 이동하였으며 특정지역에서 한 달간 살아보기 등 관광객이 아니라 방문객 더 나가서 생활인으로서 변모하는 계기가 되었다.

#### (3) 슬로투어리즘

슬로투어리즘(slow tourism)은 슬로와 투어리즘의 조합어이다. 앞에서 살펴본 바와 같이 원래 관광은 느리게 찬찬하게 보아야 함에도 그러하지 못하기 때문에 대두되었다. 따라서 슬로 투어리즘은 마치 패스트푸드와 슬로푸드의 관계와 마찬가지로 패스트투어리즘에 대한 비판과 이를 극복하기 위해서 나타났다. 푸드와 관광의 공통점은 원래 느리게 이루어져야 함에도 불구 하고 굳이 슬로를 붙이는 것은 아이러니하다.

슬로투어리즘 관련한 선행연구를 보면 다음과 같다. 슬로투어리즘은 대량관광을 극복하려는 대안적인 시도이다(Conway & Timms, 2010). 슬로투어리즘을 실천하기 위해서 관광객은 좀 더 시간을 가지고 동료들과 함께 느린 속도 여행하면서 장소와, 시간 그리고 지역문화를 연결하는 행태를 보여야 한다고 하였다(Caffyn, 2011). Oh. Assaf & Baloglu(2016)는 목표 지향적인 소비행위로서의 관광체험에서 슬로투어리즘을 찾을 수 있다고 하였다. 손대현(2013)은 슬로투어리즘이란 물리적, 양적 환경파괴적 극대개념인 경성관광(hard tourism)을 지양하고 조용히 보고, 느끼고 느리게 자연과 조화하는 연성관광(soft tourism)을 추구하는 것이며

관광객의 좁고 깊은 체험을 강조하였다. 특히 슬로투어리즘은 보다 현실에서 찾을 수 있는데 슬로시티운동과 슬로푸드운동에서 모형을 만들 수 있다고 하였다(Lowry & Lee, 2016). 슬로시티로의 관광과 함께 지속가능한 관광 추구가 지역사회에 긍정적인 영향을 미치는 관계에서 슬로와 관광의 접목을 시도하였다(Park & Kim, 2015).

슬로투어리즘에 대한 실증적 연구가 진행되었다. 나혜현·이주희(2012)는 슬로투어리즘이 일어나는 장소로서 대구올레 팔공산코스를 지정하여 관광동기로서 일상탈출, 자연추구, 문화·자연학습, 유대관계, 자아성취 등을 다루었다. 박희정(2018)은 그간 개념적 차원에서 다루어졌던 슬로투어리즘의 선택적 속성과 관련 변수와의 관계를 검증하였는데 자연경관, 슬로푸드, 지역전통문화 순박함, 옛스러움 등이다.

그럼에도 불구하고 슬로투어리즘에 대한 개념적 차원의 논의와 함께 슬로투어리즘을 구성하는 개념간의 관계 연구에서 보여주듯이 슬로투어리즘을 기존의 대안적 관광과 동일시하는 우를 범하고 있다. 이른바 관광개발에서 지역사회의 3가지 지속가능성인 경제, 사회 그리고 환경의보존이라는 관광의 과제가 되풀이되고 있다. 이 시점에서 슬로투어리즘의 슬로의 개념에 보다충실하여 관광적 맥락에서 재구성할 필요가 있다. 원래 슬로라는 것은 관광행동에 있어서 시간적인 차원의 느림에 국한 되는 것이 아니며 더 나가 행위주체의 여유로 보기에는 편협하다. 이러한 슬로투어리즘의 정의는 관광객에 국한되고 관광행동이 이루어지는 관광지와 지역주민간의관계 관광지 개발, 관광마케팅 등 제반 이슈를 제시하는데 매우 제한적이 된다.

슬로투어리즘은 최근 국내여행에서 두드러진 슬로시티로의 관광행태 그리고 슬로시티가 추구하는 개발방향과 연관지어 논의하는 것이 필요하다. 국제슬로시티연맹은 원래 지역의 정주환경 개선을 통한 행복추구라는 슬로시티의 이념을 확대하여 슬로시티로의 관광을 대안적 관광형태로 강조하고 있다. 국제슬로시티연맹의 위임을 받아 한국내 슬로시티운동을 주관하는 한국슬로시티본부에 의하면 슬로시티는 느림(slow), 작음(small) 그리고 지속가능성(sustainability)을 추구한다. 슬로(Slow)는 단순히 패스트(Fast)의 반대 의미로 '느리다'는 의미라기보다는, 개인과 공동체의 소중한 가치에 대해 재인식 하고, 여유와 균형 그리고 조화를 찾아보는 것이다(한국슬로시티본부, 2021). 따라서 이를 관광과 연계해 보면 관광의 세가지 요소인 관광객(관광주체), 관광지(관광객체) 그리고 관광기업 및 공공부문의 관광행정기관(관광매체)이 느리고 작은 관광을 구현하면서 궁극적으로 지속가능성을 가지는 슬로투어리즘을 만들어 내는 것이다.

## IV. 부산의 슬로투어리즘

#### (1) 느림 차원의 슬로투어리즘

느림은 슬로투어리즘의 첫 번째 차원이다. 관광객은 관광을 천천히 그리고 찬찬하게 향유하는 마음을 가지고 이를 행동해야 한다. 패스트투어리즘에서는 한정된 시간에 가능한 많은 것을 소비하려는 욕심으로 인해 빠르게 움직였다. 관광대상을 제대로 이해하려면 말 그대로 관찰하여야 한다. 관찰은 관광의 "관"과 같은 말이다. 관광지는 관광객으로 하여금 관광을 천천히 찬찬하게 향유할 수 있는 장소로 만들어야 한다. 관광매체는 관광객이 관광지에서 느린 관광을할 수 있도록 상품을 만들고 인프라를 조성하는 역할을 하여야 한다.

그럼에도 불구하고 앞에서 살펴본 바와 같이 부산관광의 한계점으로 지적 되어온 몇 가지는

느림차원의 슬로투어리즘을 구현해 나가는데 어려움을 준다. 다양하지 못한 관광상품은 일부스타 관광지에 관광객을 몰릴 수 밖에 없게 하고 있으며 개인의 취향을 저격할 수 있는 관광지에서 많은 시간을 할애 할 수 없게 한다. 남들이 선호하는 것을 확인하는 데 목적이 있고 부산에 가면 한번은 보고 체험해 봐야 하는 의무를 수행하는 것이기에 관광객이 관광지에서 남는시간적 여유 밖에 없다. 관광약자의 관광지 접근 한계성 역시 관광객이 의미있게 관광지내에서보낼 수 있는 시간을 허용하지 않는다. 부산의 관광 이미지는 이러한 노력을 원천적으로 봉쇄하고 있다. 특히 관광지로서 부산의 남성적 이미지는 느림과 여유와는 거리가 멀다. 부산광역시의 대표 브랜드 슬로건이 다이나믹 부산(Dynamic Busan)이다.

#### (2) 작음 차원의 슬로투어리즘

작음은 슬로투어리즘의 두 번째 차원이다. 관광객은 작고 소소한 관광에서 만족을 하는 마음을 가지고 이를 행동으로 옮겨야 한다. 패스트투어리즘이 추구하는 것은 모처럼 한번 가는 김에 비교적 장기간의 여행을 해보자는 관광객의 욕구를 반영한다. 많은 관광객을 한 장소에 모아놓고 동시에 관광서비스를 생산하고 전달 및 소비하게 함으로써 이윤추구를 극대화하는 관광대체의 욕구에 부응한다. 따라서 관광지는 대규모로 조성될 수 밖에 없고 지역주민의 생활권과는 유리될 수 밖에 없다. 이 결과 맥락이 없는 관광체험이 연출되는 것이 현실이다. 대규모 관광단지나 대형 크루즈가 대표적인 예라고 할 수 있다. 이러한 면에서 볼 때 관광지는 작게 관광대체는 작은 관광상품을 만들고 작은 인프라를 조성하는 역할을 하여야 한다.

그럼에도 불구하고 앞에서 살펴본 바와 같이 부산관광의 한계점으로 지적 되어온 몇 가지는 작음 차원의 슬로투어리즘을 구현해 나가는데 어려움을 준다. 다양하지 못한 관광상품은 결국 스타 관광지에 몰리는 결과를 낳았고 이를 수용하기 위해서는 거대 소비장소와 인프라를 동반하였다. 대량생산 대량전달 대량소비라는 관광의 장에서 개별적 취양을 가진 관광약자의 관광지 접근 한계성을 극복할 여력이 없다. 부산의 관광 이미지는 이러한 노력을 원천적으로 봉쇄하고 있다. 특히 관광지로서 부산의 남성적 이미지는 작음과 거리가 멀다. 부산광역시의 대표 브랜드 슬로건인 다이나믹 부산(Dynamic Busan)이 추구하는 힘의 역동성은 거대함에서 배가된다.

#### (3) 지속가능한 부산 슬로투어리즘을 위한 과제

슬로투어리즘은 느림과 작음을 추구하며 이를 통해서 지속가능성을 확보할 수 있다. 패스트 투어리즘이 가진 빠름 속에서 관광객은 관광을 통해 추구할 수 있는 것들을 상실했으며 패스트 투어리즘이 가진 거대함 속에서 관광객은 관광지로부터의 소외되어 왔다. 패스트투어리즘이 가진 빠름 속에서 관광지는 관광을 통해 진정으로 제공해야 하는 기능을 상실했으며 패스트투어 리즘이 가진 거대함 속에서 관광지 뿐만 아니라 생활권을 파괴해 왔다. 결국 관광이 제대로 존속하기 위해서는 관광객, 관광지 그리고 관광매체가 조화를 이루어야 하는데 관광매체의 이윤추구성에 봉사하는 결과를 낳았다.

부산이 지속가능한 슬로투어리즘을 만들어 나가기 위한 과제는 다음과 같이 제안할 수 있다. 이는 이분법적 사고의 탈피이자 정과 반을 합쳐서 합을 이루어내는 변증법적 과정이기도 하다. 첫 번째는 관광과 생활의 통합이다. 원래 관광은 비일상의 영역으로 인간은 일상이라는 생활권을 시공간적으로 벗어나는 행위이다. 따라서 인간의 완결성은 생활과 관광의 두 영역을 오가는데서 이루어진다. 코로나19는 이동의 제한으로 특히 타국으로의 관광 자체를 불가능하게 했으며 부산의 국제관광도시는 지역주민의 영역으로서 생활을 관광객의 관광과 어떻게 조화시킬 것

인가의 고민을 배제하였다. 포스트모던의 시대에 관광과 생활의 이분화는 의미가 없다, 최근 생활관광이 주목받고 있는바 당일여행과 오래 머물기의 병행하며 양자 간의 양적 질 조화를 추구한다. 천천히 지역주민의 생활권을 들여다 보면서 새로운 것을 발견한다. 한달 살기 등느린 한달 프로젝트 상품이 속속들이 나왔다. 더나가 본격적인 정착하기 전에 한달 혹은 일주일살기 이른바 스테이피케이션(staycation)을 개발해야 한다. 여기에는 현지인 되어보기, 동네주민들과 이야기로 이웃의 소중함 등을 담을 수 있다. 소멸해가는 지방의 정주인구 확보의 방안이 되기도 한다. 라이프스타일에 대한 몰입과 장소적 애착은 이를 주제로 하는 목적지에서 유요한 체험을 할 수 있는데(Gross, Brien & Brown, 2007). 슬로시티로의 관광은 슬로라이프스타일을 추구하는 현지 생활인을 간접 체험할 수 있게 한다(송유인・양승훈・장희정, 2018).

두 번째는 관광지와 관광매체의 통합이다. 관광소비의 특성은 관광지 현지 소비이기 때문에 소비에 따르는 경제적 편익은 지역외부로 유출되어서는 안된다. 이윤추구를 기본으로 하는 관광기업은 고객, 직원 그리고 주주에 대한 의무에 충실해야 하기 때문에 관광지의 지역주민은 소외될 수 밖에 없다. 그러나 기업 역시 경제적 이윤추구이외에 사회적 의무 완수를 요구받고 있으며 더나가 두 가지 역할을 조화롭게 하는 공유가치창출을 하고 있다. 그나마 다행인 것은 지역주민의 자발적으로 관광상품을 만들어내고 관광지를 조성하는 역할을 하고 있는데 협동조합, 사회적 기업, 마을 기업 등의 형태 등이 그것이다. 이는 관광수입의 지역 내 확보라는 경제적 측면 뿐만 아니라 지역이 가진 자원의 가치를 재발견하고 더 나가 자부심을 가지게 되었다는 사회문화적 성과까지 포함한다. 관광객은 이에 호응하여 지역화폐를 사용하고 전통시장과 골목을 방문하여 지역상인의 소득향상으로 지역경제를 활성화 시키는데 일조하여야 할 것이다.

## Ⅴ. 결론 및 시사점

한국 제1의 관광지로서 자리매김해온 부산광역시가 바야흐로 위기와 기회를 동시에 맞고 있다. 코로나19 팬더믹으로 인해서 전 세계적인 관광산업의 붕괴가 부산의 위기라면 국제관광도시로 지정받음으로써 다시한번 한국관광을 선도해 달라는 시대적 요청이 기회라고 할 수 있다. 따라서 위기를 극복하고 기회를 잡기 위해서 그동안 지적 되어온 부산관광의 한계점을 대량관광 및 대중관광에 천착된 결과로 파악하고 대안으로서 슬로투어리즘을 제시하였다.

선행연구에 의하면 부산관광은 다양한 관광상품을 구비하지 못하고 관광객 수용태세가 부족하며 관광지로서 이미지가 부재한 것이 주요 한계점으로 지적되어왔다. 이는 관광매체로서 관광기업의 이윤추구에 최적화된 대량관광 및 대중관광의 결과가 가장 큰 원인이며 아이러니하게도 관광에 한하여 양적 풍요시대에 질적 빈곤 즉 푸어리즘(poorism)을 경험하게 했으며 진지한 관찰로서 관광객 행동의 상실과 관광소비지로서 지역의 지속가능성을 불가능하게 하고 있다.

슬로투어리즘은 대량관광과 대중관광의 폐해를 느림, 작음 그리고 지속가능성의 차원에서 해결해나가려는 움직임이다. 그간 슬로투어리즘에 관한 선행연구를 보면 대안적 관광으로서 개념의 모색과 슬로투어리즘 현장에서 관광객 행동의 변수 검증 등이 이루어졌으나 아직까지도 개념에 관해서는 합의점을 찾지 못하고 있는 듯하다. 그나마 다행인 것은 국제슬로시티연맹에 의해 주도되고 있는 작고 느린 마을 만들기 운동으로서 슬로시티를 방문하여 현지의 지역주민이느림의 삶을 배우려는 관광이 최근 한국사회에서 인기를 끌고 있다. 향후 슬로투어리즘 연구를

위한 단초를 제시해준다는 점에서 매우 고무적이라고 할 수 있다.

본 고에서는 부산이 어떻게 슬로투어리즘을 구현해나갈 것인가를 느림과 작음의 차원에서 살펴보았으며 부산의 지속가능한 슬로투어리즘을 위해서는 차원에서 살펴보았으며 생활과 관광의 통합하여 생활관광을 활성화하고 관광지와 관광매체를 통합하여 지역 주민의 역량강화를 통해 지역민을 위한 지역민에 의한 지역민의 사회경제적 관광기업 양성을 제시하였다.

본 연구의 시사점은 부산이 관광의 위기와 기회에 즈음하여 어떠한 방향으로 나갈 것인가에 대한 제안을 하였다는 점이다. 양적 성장의 시대에서 대중, 대량관광과 조속히 결별하고 질적 성숙의 시대를 맞이하여 하루빨리 슬로투어리즘으로 나아가야 한다. 또한 기존의 슬로투어리즘에 대한 선행연구를 정리해봄으로써 개념의 합의가 미진함을 발견하였고 슬로투어리즘을 느림, 작음 그리고 지속가능성이라는 세가지 차원을 향후 실증적 연구의 디딤돌로 삼을 것을 제안하였다는 점이다. 본 연구의 한계점은 탐색적 차원의 연구이기 때문에 문헌연구에 주로 의존하였으므로 비교적 그랜드 한 주제를 세세하게 다루지 못하였다는 것이다. 또한 대안으로 제시한 슬로투어리즘에 대한 개념 정립이 선행되고 난후에 이를 부산 관광의 대안으로 제시하는 것이 순서였으나 문제의 중요도와 시급성으로 부득이한 연구가 진행되었다.

#### 참고문헌

- 김규미·김남조(2019). 제4차 산업혁명시대에 집단적 대중관광의 이중성과 딜레마. 「관광연구논총」. 31(1):83-107.
- 나혜현·이주희(2012). 슬로우 투어리즘 관광객의 이용행태, 관광동기, 만족도와 행동의도간의 관계: 대구올레 팔공산 코스를 중심으로. 「한국산림과학회지」, 101(4):633-676.
- 박경옥(2020), 코로나19 부산관광 위기 극복방안, 「부산연구원 BDI정책포커스」, 374호,
- 박경옥(2018). 무장애관광도시 조성의 필요성과 부산의 방향. 부산발전연구원.
- 박희정(2018). 슬로투어리즘 선택속성과 마인드풀니스가 관광객 추천의도에 미치는 영향에 관한 연구. 「관광경 영연구」, 22(3):1053-1074.
- 부산관광공사(2020). 「2020 코로나19 이후 부산 관광수요 예측조사」. 연구보고서.
- 손대현(2013). 슬로투어리즘과 슬로라이프. 「슬로시티연구」. 9:37-57.
- 손신욱·윤혜진·김학준(2020). 생활관광의 개념화를 위한 탐색적 연구. 「관광레저연구」. 32(7):119-136.
- 송세관(2021). [기고] 차기 부산시장에게 바라는 부산 관광의 위기 극복과 발전방향. 부산일보 보도기사. http://www.busan.com/view/busan/view.php?code=2021010713154803487
- 송유인·양승훈·송유인(2018). 관광목적지로서 슬로시티 브랜드에 대한 탐색적 연구: 브랜드 가치가 브랜드 태도 및 방문의도에 미치는 영향. 「관광연구저널」. 32(6):5-16.
- 연합뉴스(2020). 문체부, 관광거점도시 5곳 선정: 국제관광도시에 부산.https://www.yna.co.kr/view/AKR 20200128069951030. 2020.1.28
- 이준혁·박헌진(2018). 부산 관광이미지 요인이 외래관광객 만족도에 미치는 영향: 부산 N호텔의 외래관광객을 중심으로. 「관광레저연구」, 30(5):381-396.
- 이창헌·강혜진(2020). 2020년 부산10대히트상품. 「부산연구원 BDI정책포커스」. 388호.
- 유정우(2010). 중국인 관광객 120만 시대, 부산의 대응, 「부산연구원 BDI정책포커스」. 67호.
- 윤지영(2021). 부산, 무장애(Barrier-free) 도시로 전환시급. 「부산연구원 BDI정책포커스」. 394호
- 우석봉(2017). [4차산업혁명과 부산의 관광산업] 스마트 인프라 구축 등 문화관광자원 확충해 4차산업혁신 시대 부산관광산업 경쟁력 제고. 「부산발전포럼」, 164:36-47.
- 정승만(2021). 동양사상에 나타나는 관광의 의미와 현대적 시사점. 「관광레저연구」, 33(3):141-161.
- 주수연·유영명(2009). 부산지역 관광산업 연관구조와 클러스터 분석. 「산업경제연구」.22(6):3269-3288.
- 리더스경제(2021).부산 관광산업, 완벽한 고민과 플랜으로 집중적 투자해야.https://www.leaders.kr/news/articleView.html?idxno=242755 2021.5.11.
- 한국슬로시티본부(2021). 홈페이지. http://cittaslow.co.kr.
- Caffyn, A. (2012). Advocating and implementing slow tourism. *Tourism and Recreation Research*, 37(1):77-80.
- Conway, D. & Timms, B.(2010). Re-branding alternative tourism in the Caribbean: The case for "slow tourism". *Tourism and Hospitality Research*, 10(4):329-344.
- Gross, M., Brien, C. & Brown, G.(2007). Examining the dimensions of a life style tourism destination. International Journal of Culture. *Tourism and Hospitality Research*, 2(1), 44-66.
- Lowry, L. & Lee, M.(2016). Cittaslow, Slow city, slow food; Search for a model for development of slow tourism. Travel & Tourism Research Association, 42nd Annual Conference Proceedings. 1-14.
- Oh.H., Assaf, G. & Baloglu, S.(2016). Motivation and goal of slow tourism. Journal of Travel

Research, 55(2):205-219.

Park, E. & Kim, S.(2015). The potential of Cittaslow for sustainable tourism development: Enhancing local community's empowerment. *Tourism Planning and Development*, 13(3):351-369.

#### ⟨Abstract⟩

# How will Busan implement Slow Tourism?Facing with COVID-19 Pandemic crisis and International Tourism City designation

Yang, Soung-Hoon<sup>1)</sup>

This study is aimed to suggest tourism agenda as one of coner-stone of city industry. Recently, Busan Metropolitan City is facing a contradictory situation, an opportunity as designation of an International Tourism City, along with the overall crisis in the tourism industry followed by COVID 19 pandemic. Therefore, slow tourism was proposed as a way to sustainable tourism in Busan. Slow Tourism is a new tourism in contrasting with existing fast tourism or mass tourism. Slow Tourism is a real slow-experiencing tour. Fast Tourism is an economic phenomenon in preparation for the social and cultural phenomena of tourism, and it is faithful to the principles of mass production, mass distribution, and mass consumption to maximize value of tourism industry, which it reveals its limitations. Therefore, based on prior research, the current status and problems of Busan tourism in were pointed out and why slow tourism is required was justified. Slow Tourism consist of slow, small, and sustainability and Busan is proposed how to implement Slow Tourism based on three principles. Firstly, integrate tourism and daily life, yielding tourism. Secondly integrate tourism attractions and tourism media, fostering socioeconomic tourism companies for local residents. Implications and limitations of the study were included at the end of the study.

Key Words: Busan, COVID-19, International Tourism City, Slow Tourism, Tourism

<sup>1)</sup> Professor, Division, of International Tourism Management, Global Business College, Silla University. e-mail: shyang@silla.ac.kr