제4주제

태안해양웰빙시티 발전방향

박 철 희 · 임 명 재

(충남발전연구원 책임연구원 · 연구원)

Ⅰ. 웰빙바람... 더 건강하게 더 여유롭게

1. 건강에 대한 인식 변화와 웰빙

○ 삶의 질을 추구하는 시대에 자기자신에게 투자하는 경향이 급속히 증대

- 현대인에게 과거에는 부동산, 금융상품 등이 투자대상이었으나, 오늘날에는 '자기자신'에게 투자하는 경향
- 과거의 젊은이들은 돈을 모아 저축통장을 만드는 것을 보람으로 여겼다면, 현대의 젊은이들은 헬스클럽, 요가강좌에 등록

○ 주5일 근무제의 확대, 여가시간의 증대로 자기체험, 자아개발 등의 활동이 확대

- 건강에 대한 관심의 증대와 여가시간의 증대는 레저, 취미활동, 휴식·휴양을 통해 인생과 자연을 누리려는 활동으로 나타남
- 물질적인 가치보다 더 나은 삶을 위한 마음의 평안과 정신적인 풍요를 추구함

2. "몸에 좋으니…" 내수부진 속에도 호황 누려

○ 친환경제품 비중 매년 급증

- 대표적인 내수지표 중 하나인 도·소매 판매가 2003년 3월 이후 지속적인 감소세를 보이고 있는 가운데도 웰빙상품에 대한 소비는 계속 증가하고 있음(대한상의보고서)

○ 건강에 대한 높은 관심도로 인해 친환경적인 웰빙(Well-being)제품들이 인기를 얻고 있으며, 기업들도 대부분의 상품에 환경친화성을 강조한 웰빙 개념을 적용시키고 있음

3. 웰빙, 직업도 산업도 유망직종, 유망산업

○ 웰빙산업은 새로운 라이프 스타일의 창출로 인한 신시장 형성뿐만 아니라 새로운 직종을 생성하며 일자리를 창출

○ 웰빙과 관련된 다이어트 프로그래머, 실버 시터(silver sitter), 아로마테라피스트, 여행 패키지 기획자, 라이프 코치(life couch)등이 유망직업으로 떠오름

- 다이어트 프로그래머 : 가장 인기 있는 직종으로서 현재 활동하는 사람만 5천명에 이르는 것으로 파악(인쿠르트)
- 실버 시터 : 혼자 사는 노인들의 말벗이 되거나 도우미 구실을 하는 사람
- 여행 패키지 기획자 : 여행에 필요한 모든 일정을 관리해주는 직업
- 라이프 코치 : 직장상사로부터 스트레스를 받는 사람들을 위한 스트레스 해소법, 친구·가족과의 관계 개선 등 일상의 일 등에 관한 카운셀링을 담당하는 사람으로 전 세계적으로 2만 여명에 달함(워싱턴 포스트)
- 병원서비스 코디네이터 : 병원들이 차별화된 서비스를 제공하기 위해 병원의 환자 대응 체계를 점검하고 지도해주는 직업으로서 병원 직원에 대한 서비스 교육과 차별화된 서비스 아이디어를 고안하고, 대외적으로는 병원 이미지 개선 등에 효과적으로 대응하고 있음
- 개인영양사 : 비만 문제가 심각한 미국에서 인기를 얻고 있는 신종직업

4. 지역발전을 위한 신성장동력 “웰빙”

○ 주5일 근무제의 정착, 소득수준의 지속적 향상, 삶의 질 제고 등으로 웰빙(well-being), 웰니스(wellness)를 추구하는 방향으로 국민들의 라이프 스타일이 변화하게 될 것임

○ 이에 따라 여가공간 및 농·산·어촌이 가지고 있는 어메니티 자원에 대한 수요가 크게 증가될 전망 (국토연구원, 제4차국토종합계획의 수정계획 수립을 위한 지침(안), 2004.4)

○ 따라서, 지방자치단체에서는 지역별 특화방안과 친건강·친환경 개발을 통한 지역발전방안 요구

II. 웰빙의 개념과 도입사례

1. 웰빙(Well-being)과 웰니스(Wellness)

1) 웰빙(Well-being)이란?

○ '웰빙'은 건강한(well, 안락한·만족한) 인생(being)을 살자는 의미

- 웰빙의 사전적 의미는 행복, 안녕, 복지 등으로서 '삶의 질'을 강조하는 용어로서, 영어의 'Well-being'은 그 근원이 60~70년대 미국 히피 이즘과 연관

> · 원래 미국에서 웰빙은 반전운동과 민권운동 정신을 계승한 중산층 이상 시민들이 고도화된 첨단문명에 대항해 자연주의, 뉴에이지 문화 등을 받아들이면서 파생된 삶의 방식으로 보고 있음
>
> · 웰빙의 대표적인 문화적 코드인 요가나 명상이 60년대와 70년대 초 미국의 히피들에 의해 크게 유행했고 80년대 여피족(yuppie)[1]과 90년대 보보스족[2]의 라이프스타일에도 중요한 요소였기 때문

- 국내에 웰빙 개념이 언급되기 시작한 것은 대략 2002년 말부터

○ 여기에서 파생한 신조어 '웰빙족'은 물질적 가치나 명예를 얻기 위해 앞만 보고 달려가는 삶보다 건강한 신체와 정신을 유지하는 균형있는 삶을 행복의 척도로 삼는 사람들을 가리킴

---

1) 여피족 : 여피란 젊은(young), 도시화(urban), 전문직(professional)의 세 머리글자를 딴 'YUP'에서 나온말이다. 고등교육을 받고, 도시 근교에 살며, 전문직에 종사하여 연3만 달러 이상의 소득을 올리는 젊은이들을 말함

2) 보보스족 : 부르주아와 보헤미안의 합성어로 부르조아의 경제적인 실리와 보헤미안의 정신적인 자유를 추구하는 새로운 세대

2) 웰니스(Wellness)란?

○ 외국에선 웰빙과 같은 개념으로 웰니스란 용어를 보편적으로 사용

○ 웰니스(wellness)는 신체적인 건강에 국한되는 협의적 개념이 아니라 건강한 생활의 모든 영역을 포괄하는 광의적 개념의 건강

- WHO(세계보건기구)가 규정한 웰니스의 3요소인 운동, 영양, 휴양을 통합하여 추구해 나감

○ 웰니스는 최적의 건강을 위해 바람직한 생활양식의 변화를 돕는다는 새로운 개념으로서, 5가지의 영역으로 나누어짐

- 신체적(physical), 정서적(emotional), 사회적(social), 정신적(spiritual), 지적(intellectual) 영역들이 최적의 건강성을 유지하며 균형을 이루는 것에 중요성을 둠

분 야	세부 분야
신체적 웰니스	· 체력관리, 영양관리, 흡연 및 음주관리, 약물관리
정서적 웰니스	· 상황대처능력, 스트레스 관리, 관용
사회적 웰니스	· 사회봉사, 타인존중, 대인관계
정신적 웰니스	· 자아 성취력, 신념과 가치, 보람과 사랑
지적 웰니스	· 의료지식의 관심도, 자아개발과 지식습득, 교육의 가치

2. 선진국의 웰빙도입 사례 - 미국, 일본, 독일

1) 미국 - 민간: 건강관리, 중앙: 건강보호 및 질병예방

○ 초기 건강관리를 위한 원리나 철학적인 내용에서, 최근에는 구체적인 프로그램을 제시하고 있으며, 치료법으로서 자연치료법 또는 대체의학에 관심을 보이고 있음

- 건강관리를 위한 구체적인 프로그램으로서 티벳불교의 명상프로그램, 또는 태극권, 기공프로그램 등이 인기
- 건강관련단체에서는 5S(salt, sugar, snack, smoking, sitting) 추방운동을 전개

○ 미국에서는 건강관리(웰니스)를 질병에 걸리지 않기 위한 예방프로그램을 의미하는 표어로 정착

- 1980년 미국 건강보건국 산하의 공중보건부에서는 웰니스의 하위영역으로 다음 3가지를 제안

분 야	세부 분야
건강보호	· 치아건강 - 충치예방을 위해 음용수에 불소 함유, 안전벨트의 의무화, 금지약물에 대한 노출제한 등을 통한 사고 예방
예방차원의 건강	· 고혈압 예방을 위한 프로그램, 예방주사, 질병의 확산을 막기 위한 프로그램
건강증진	· 체력과 운동, 영양, 스트레스와 폭력적 행동의 조절, 흡연과 건강, 알콜과 약물의 억제

2) 일본 - 중앙: 국민건강만들기 운동, 지방: 건강한 지역만들기

○ 중앙정부계획 『건강일본21』

- 2000년도에 일본 후생성은 2010년도를 목표로 "건강일본 21" 계획을 수립하여 시행
- "건강일본 21"의 특징은 일차적으로 질병예방에 중점을 두고 목표제시와 평가를 하여 광역적 차원에서 사회전체의 건강만들기를 지원
- 지방자치단체가 건강만들기 계획을 지역특성에 적합하도록 세워 국가, 도도부현, 시군정이 중층적으로 건강만들기를 시행하는 것이 특징

○ 반면, 지방정부계획에서는 건강한 지역만들기 추진

- 주민참가를 기반으로 지역의 독자성, 독창성이 반영된 환경정비를 추진하고 있는데, 이를 통하여 지역에 대한 애착심이나 연대감 육성, 누구나 부담없이 즐겁게 실천할 수 있는 환경정비 등에 중점을 두고 있음
- 건강산업화에 대한 지원으로 지역진흥 활성화 모색, 즉 지역의 의료건강을 목적으로 설립된 시설·설비를 자연·환경·문화 등과 연계하여 산업활성화하는 것이 주요 관건
- 또한 안심, 안전, 환경을 테마로 한 웰빙상품개발과 상품추천 인정제도 등을 운영하고 있으며 웰빙관광과 연계한 사업을 추진

3) 독일 - 민간: 웰니스 관광

○ 관광으로서 웰니스호텔과 웰니스휴가의 급성장

- 독일의 모든 경제분야가 정체 또는 침체상태에 있는 반면, 웰니스호텔, 웰니스(건강관리) 휴가는 급성장하고 있으며, 트랜드가 되어가고 있음

- 웰니스 호텔은 2002년도에 939개소에서 2003년도에는 1,106개소로 18% 급증

- 웰니스 휴가를 원하는 소비자들을 위해 호텔을 4가지 유형(건강관리, 요양, 건강호텔, 미용원)으로 평가한 후 안내책자를 발간하여 제공

- 4가지 유형별 정의를 정리하면 다음 표와 같음

유 형	세부 정의 내용
건강관리 (Wellness)	· "의사없이" 일반적으로 차분한 느낌을 주는 환경을 보증하며, 고객으로 하여금 긴장이완을 용이하게 할 수 있는 곳
요양 (Kur)	· 3주간 체재하고 전문적인 진단 및 의사가 이끄는 치료과정이 있는 곳
건강호텔 (Gesundheitshotel)	· 의학적 진찰에서부터 체질개선을 위한 식이요법 뿐만 아니라 스트레스 후유증 치료 등을 할 수 있는 곳
미용원 (Beauty Farm)	· 경관이 아름다운 곳에 입지하여 주로 여성들이 얼마간 머물면서 치료에 의해 자연스런 아름다움을 유지, 증진, 회복하는 곳, 일종의 병원이며 요양소

○ 치료온천과 요양지를 중심으로 적합한 치료기반 및 요양을 제공

- 2000년 현재 약300여개의 최고급 치료온천이 있고 요양지에 1,600만명의 요양객이 찾고 있으며, 연간 숙박객수는 1억4백만명에 이름

- 새로운 치료기반의 연구와 보급을 통하여 건강증진과 관련산업을 촉진하고 있음. 대표적으로는 자연치료법인 펠오이데 치료(Peloide-theraphie), 해수치료(Thalassotheraphie), 태양치료(Heliotheraphie), 기후치료, 크나이프식 치료 등이 있음

4) 시사점

○ 웰빙, 웰니스의 개념을 각 국마다 주체에 따라 서로 다른 사업내용과 특징을 보여주고 있음

- 미국은 개인차원에서 정신적·육체적 건강을 도모, 일본은 건강한 지역환경 조성 및 관련산업의 증진, 독일에서는 자연치유법에 의한 요양, 건강관리에 중점을 두고 있음

- 태안군이 서해안에 입지한 점을 감안할 때 독일에서 시행하고 있는 해수 치료법을 적극적으로 도입할 필요가 있음

구분	미 국	일 본	독 일
목표	건강관리 질병예방	건강증진 건강한 지역만들기	건강관리 치료
주체	민간 건강보건국	후생성 지방자치단체	민간
사업 내용	· 명상, 요가 · 자연치료법 및 대체의학 · 건강보호, 예방의학, 건강증진 등	· 질병예방 · 건강한 지역만들기 - 환경정비형 · 상품개발과 인증제도 도입 · 보양관광	· 건강관리, 호텔 · 치료온천과 요양지 · 치료법
특징	· 개인적 차원에서 출발하여 건강관리에 중점을 둠 · 정부(건강보건국)에서는 질병예방차원에서 사업추진	· 심신의 건강과 함께 관련시설입지를 통한 지역산업활성화 추진 · 관련 웰빙 상품의 적극적인 개발	· 요양과 치료에 중점을 둠 · 특히, 건강관리를 위한 자연치료법을 개발 보급

3. 국내 웰빙산업 현황과 전망

1) 국내 웰빙산업 현황

(1) 웰빙 분야

○ 웰빙의 분야는 크게 5가지(신체・건강, 식품, 여가・관광, 생활용품, 생활환경)로 구분할 수 있음

- 신체・건강 : 건강기구, 치료요법 등
- 식품 : 건강기능성 식품, 유기농 식품
- 여가・관광 : 취미, 레저, 요양, 휴양, 관광 등
- 생활용품 : 생활가전, 패션/미용, 자동차 등
- 생활환경 : 주거내 공간, 정주환경 등

구 분	사업 내용
건강기구	・건강용품, 건강 의료기구,
치료요법	・필라테스, 향기요법(아로마 허브)
식품	・건강보조식품, 유기농 식품, 친환경식품, 생식, 슬로푸드형 전통음식, 항암・노화억제 식품
취미	・명상, 요가, 스포츠(태극권, 기공체조 등)
관광레저	・여행, 요양, 휴양
생활가전	・공기청정기, 정수기, 나노실버 냉장고
패션/미용	・천연화장품, 기능성 화장품, 목욕용품, 스포츠 의류, 기능성 속옷
주거/환경	・친환경적 주거, 아파트, 외부환경

(2) 시장 동향

① 민간기업부문

○ '웰빙'이라는 단어가 붙지 않으면 경쟁력이 없는 제품(유기농건강식품, 천연섬유 및 기능성 의류, 아로마 제품 등)에서 관련상품으로 까지 분야가 넓어지고 있음

- 식품, 건강, 레저, 관광산업 쪽에 치우쳤던 웰빙상품은 생활가전(TV, 공기청정기 등), 자동차 등을 거쳐 주거공간으로까지 급속히 확대

구 분	웰빙상품 시장 동향
식료품 시장	· 탄산음료 판매량은 7% 감소한 반면, 건강음료는 25% 증가 (03) · 옥션의 건강상품 판매액은 고가임에도 불구, 전년대비 4배 이상 급증 (03) · 국내 건강기능성 식품시장은 전년대비 13% 증가한 3조4천억원 이상 성장 (03)
건강관련 기획상품시장	· 과거 중소기업의 전유물로 인식되던 건강관련 기획상품시장에 대기업이 속속 뛰어들고 있음. · 롯데제과가 건식 OEM업체인 일양 P&F를 인수하면서 건강보조식품 시장 진입 · CJ는 'CJ뉴트라'라는 브랜드로 생식 및 종합건강식품을 전문적으로 판매하는 유통망을 형성
가전제품 시장	· 과거 사치품으로 인식되던 공기청정기는 지난해만 60만대가 판매되어 전년대비 3배 이상의 판매기록을 세우고 생활필수품으로 자리 잡았음. · 비데, 살균성과 향균성을 가진 나노실버 냉장고 등이 지난해에 이어 인기
자동차 시장	· 현대차, 기아차, 쌍용차 등 국내 자동차 3사는 실내공간이 넓고 운전이 편할 뿐만 아니라 가족이나 연인이 함께 주말여행을 하기에 적합한 스포츠유틸리티차량(SUV) 판매에 총력
주거환경 시장	· 삼성건설, 현대산업개발, 우림건설 등 선두권 건설업체들은 환풍기능, 생태공간, 친환경 마감재 등을 사용해 차별화한 주택을 공급

② 자치단체부문

구 분	지방자치단체 웰빙관련 개발 사례
강원도	○ 동해시 - '여름 웰빙 페어 2004' 개최 ○ 강릉시 - 웰빙투어 프로그램 개발 ○ 횡성군 - 웰빙과 한우를 접목시킨 축제 개최
제주도	○ 농촌마을 정비사업을 기반시설위주에서 웰빙환경조성에 역점
경상북도	○ 문경시 - 요가, 참선, 태극권, 선무도 등의 명상수련과 기공, 한의학, 심리요법 등의 기공한방요양, 명상음악, 명상춤, 전통무예 등의 공연과 강연, 세미나, 수련실 등을 갖춘「명상문화 체험센터」개발
전라남도	○ 부안군 - 각 읍면별로 웰빙관광사업 추진 - 부안읍의 과수원 체험, 돌모산 축제 - 주산면의 오리낭군 우렁각시 시집장가 가는날 - 동진면의 복분자 농촌체험 프로그램 - 행안면의 구수한 추생 미밥 맛보러 오세요 - 계화면의 조개잡이와 철새조망 축제
	○ 보성군 - 청정자연환경과 농산물을 활용한 웰빙관광상품 개발 추진 - 보성 녹차 개발
충청북도	○ 괴산읍 - 소도읍과 연계하여 웰빙타운 조성

2) 전망

○ 제도·정책적 변화, 경제·산업적 변화, 인구 통계적 변화 등 환경적 변화에 따른 웰빙 산업 및 소비시장을 전망해 보면 다음과 같음

첫째, 환경/자연주의, 소비자보호정책, 주 5일 근무제 등 제도·정책적 환경 변화가 웰빙 소비를 더욱 촉진

- 환경/자연주의(EHS: Environment, Health, Safety), 소비자보호정책에 대한 관심이 먼저 시작된 선진국일수록 웰빙 개념이 선도적으로 도입
- 90년대 건강용품에 대한 과학적 효능, 안정성 등 소비자보호를 위한 엄격한 규제 법령 시행 이후 선진국에서는 건강 관련 제품 수요가 급증하기 시작하였고, 최근에는 경제 성장 및 소득 수준이 향상 중인 아시아, 남미 시장으로 관심이 점차 확산되는 추세
- 대체의학과 자가치료에 효능이 있는 식품과 천연물에 대한 수요(needs)가 커지고 광우병, 조류독감 등 세계적인 질병 파동, 일련의 위생 관련 사고로 인해 건강과 위생에 관한 관심이 더욱 커짐
- 주 5일 근무제의 본격화 이후 나와 가족을 중심으로 하는 단란한 생활이 실천가능해지면서 웰빙 여건이 보다 성숙됨

둘째, 웰빙 소비 확산은 소비문화 선진화의 과정으로 국내 시장규모가 점차 확대될 전망

- 웰빙문화의 대두와 확산을 소득의 증대와 글로벌화, 사회 의식의 진화에 따른 소비의식과 문화의 선진화 과정으로 보는 의견이 지배적
- 웰빙 소비 열풍이 여러 언론매체에서 이슈가 된 직후 일상생활에 침투하는 과정에서 주로 고소득층을 중심으로 하였으므로 고급소비의 또 다른 일면이라는 비판도 제기

- 반면, 선진국에서도 일반적으로 국민소득 증가와 함께 건강 관련 제품 소비가 증가하였으며, 희소성이나 과시성을 추구하기 보다 개인과 가족의 건강, 자연환경, 자기개발에 대한 투자라는 점에서 가치지향적인 합리적 소비라는 해석도 가능

- 경기 호·불황에 무관하게 건강지향적, 환경친화적 상품에 대한 관심이 지속적으로 증가

- 미국의 경우도 검약적 소비(Downsizing)를 지향하던 시기에 건강 및 환경 관련 상품의 판매는 반대로 고성장세를 기록. 특히 80년대 이후, 로하스(LOHAS: Lifestyles of Health and Sustainability)적 소비문화가 확산되어 2003년 유기농 식품 및 식이요법 시장은 98년 대비 두 배 이상 성장

- 일본 또한 경기 악화가 지속되면서, 90년대까지의 방만했던 소비에 대해 소비자들의 반성이 시작. 따라서 유행에 대해 맹목적으로 추종했던 구매패턴이 품질과 가격 위주의 보수적 경향으로 회귀하여 필요 이상의 기능을 제거하고 사용자의 심리적 안정과 육체적 편의를 지원하는 웰빙 상품에 관심이 주목

셋째, 개인가치를 중시하는 소비자들을 중심으로 실속형 웰빙소비와 소비구조 조성이 빠르게 진전될 전망

- 스마트 소비자들은 개인 라이프스타일을 고려하여 검약 항목과 투자 항목을 분명하게 구분하여 소비

- 자기만족을 위한 특정 활동에 대부분의 시간과 비용의 기꺼이 집중하는 경향이 뚜렷

- 젊은 세대에 대한 심층분석보고서(제일기획, 2003)에 따르면 40% 이상의 네티즌이 개인적 관심사에 따라 2개 이상의 커뮤니티에 가입하고 있고, 의류와 외식이 거의 주된 지출항목인 것으로 조사

III.「태안해양웰빙시티 발전구상 및 전략」검토

○ 태안해양웰빙시티는 웰빙시대를 맞이하여 태안군의 발전구상과 전략을 제시하고 있는 보고서로서 발전구상과 추진전략을 제시하고 있음

○ 태안해양웰빙시티의 비젼은 지역 감동의 회생, 새로운 감동의 창조, 지역발전의 새로운 동력으로서 "New Emotions of Nature and Culture"를 제시하고 있음

1. 비젼과 목표

태안해안웰빙시티 **New Emotions of Nature and Culture**

2. 개발방향과 전략

1) 개발방향

○ 비젼과 목표를 달성하기 위한 개발방향은 Tourism, Wellbeing Life, Culture 부문으로 나누어 전개

- Wellbeing Tourism : 웰빙관광의 효율적 수행을 위한 실천방안과 사업화계획 제시
- Wellbeing Life : 웰빙도시 건설을 위한 사회적 실천방안으로서 미감활력도시 사회화계획을 제시

2) 추진전략

○ 태안해양웰빙시티를 구현하기 위한 추진전략으로서 기존문제의 해결, 웰빙관광 추진, ZERO화 전략, 웰빙생활화 전략 등을 제시하고 있으며 전략별 내용을 살펴보면 다음과 같음

- 기존문제의 해결 : 지역적·계절적 집중 해소, 실익 창출구조로 전환, 지역산업/자원 활용구조로 전환
- 웰빙관광 추진 : 꽃-조미채소를 활용한 건강휴양관광, 갯벌-송림을 활용한 자연체험관광, 지역문화자원을 활용한 문화기행관광
- ZERO화 전략 : 환경부하의 Zero화, 잘못된 생활문화의 Zero화, 잘못된 행정문화의 Zero화
- 웰빙생활화 전략 : 지역문화 회생, 여유로운 삶의 문화 창출, 안심문화의 창출

3. 실천사업

○ 실천사업은 웰빙관광과 웰빙생활부문으로 구분하여 제시하고 있음

1) 웰빙관광을 위한 사업

(1) 태안중심의 회생 - 웰빙관광의 Gate Way로서 사상적인 기반을 제공

○ 주요사업 : TWC정보관 건립, 태안학사(泰安學舍), 테마거리(동학/관청/백화로)조성, 태안30년 숲 조성, 백화산 문화회랑 정비 등 5개 사업을 제안

(2) 농특산물을 이용한 WT창출

○ 주요사업 : 화훼특화단지, 태안MFG(Marin Flower Garden), 건강웰빙타운, 농특산물 특화단지, 지역관광종합센터 조성 등 5개 사업을 제안

(3) 해안어촌관광의 웰빙적 테마화

○ 주요사업 : 기존의 해안에 테마를 부여한 어촌관광상품개발

- 해안사업지구, 농어촌체험지구, 해안생태지구, 해안경관지구

2) 웰빙생활을 구현하기 위한 사업

○ 웰빙생활을 구현하기 위해 지역정체성 확립, 지역커뮤니티 구축, 지역사랑운동, 지역환경운동, 지역품격운동, 시민사회교육, 행정기반체계 전개를 제안하고 있음

(1) 지역정체성 확립

○ 주요사업 : 「태안민지」 편찬, 「나의태안」 포럼, 「태안No.1」 사시, 옛 유적·옛길 발굴/복원사업, 자연 및 문화유적 탐사 등

(2) 지역커뮤니티 구축

○ 주요사업 : 태안포럼 운영, 지역반상회/이동행정실 운영, 군민과 함께하는 백화산 산행, 지역단위/주민주체의 축제활성화, 태안군민의 숲 조성

(3) 지역사랑운동

○ 주요사업 : 함량미달 농산물 유통 Zero화 운동, 지역건강식품/전통요리 개발·보급, 지산지소 운동, 리사이클 마켓운영, 1차 산업 보전·육성 운동

(4) 지역환경운동

○ 주요사업 : 생활오폐수 무단방출 Zero화 운동, 환경파수꾼 제도, 쾌적한 생활환경 조성, 천연염료 및 천연소재 사용운동, 자연/문화자원 보전운동

4. 구상 및 전략 검토

1) 태안해양웰빙시티 구상의 의의

○ 태안해양웰빙시티 발전 구상 및 전략은 태안군과 군민에게 Wellbeing의 역사와 개념, 선진 웰빙도시 사례, 국내웰빙 추진실태를 소개

○ 이를 바탕으로 해양웰빙시티 구현을 위한 개발목표와 전략을 제시하여 태안군과 주민들에게 웰빙시대에 새로운 과제를 부여하고 있음

○ 구체적인 사업으로서 웰빙관광 및 생활구현을 위한 다양한 시책사업을 제안하고 있음

2) 구상실현을 위한 과제

○ 태안해양웰빙시티는 사업구상 수준의 연구로 개념 이해와 방향을 제시하고 있으나 구체적인 실천에 있어서는 면밀한 검토가 필요

○ 그 과제로서 첫째, 웰빙사업을 추진하기 위한 인력, 조직, 재원의 문제, 둘째, 웰빙사업의 수요자로 웰빙소비자 즉 외부관광객, 방문객 등인가 아니면 태안군 주민인가, 셋째, 시행사업들이 수익모델을 갖추고 있는가의 검토가 필요

○ 이러한 측면에서, 태안해양웰빙시티 완성은 더욱 사업의 구체성을 요구하고 있음

- 웰빙에 있어 건강음식은 산업에서 가장 상층부에 있으며 수익성을 확보하고 있다는 점에서 이에 대한 논의 전개가 필요
- 또한 소비자간, 소비자와 태안웰빙시티가 지속적으로 교류할 수 있는 웰빙 네트워크 구축 방안이 무엇보다 필요

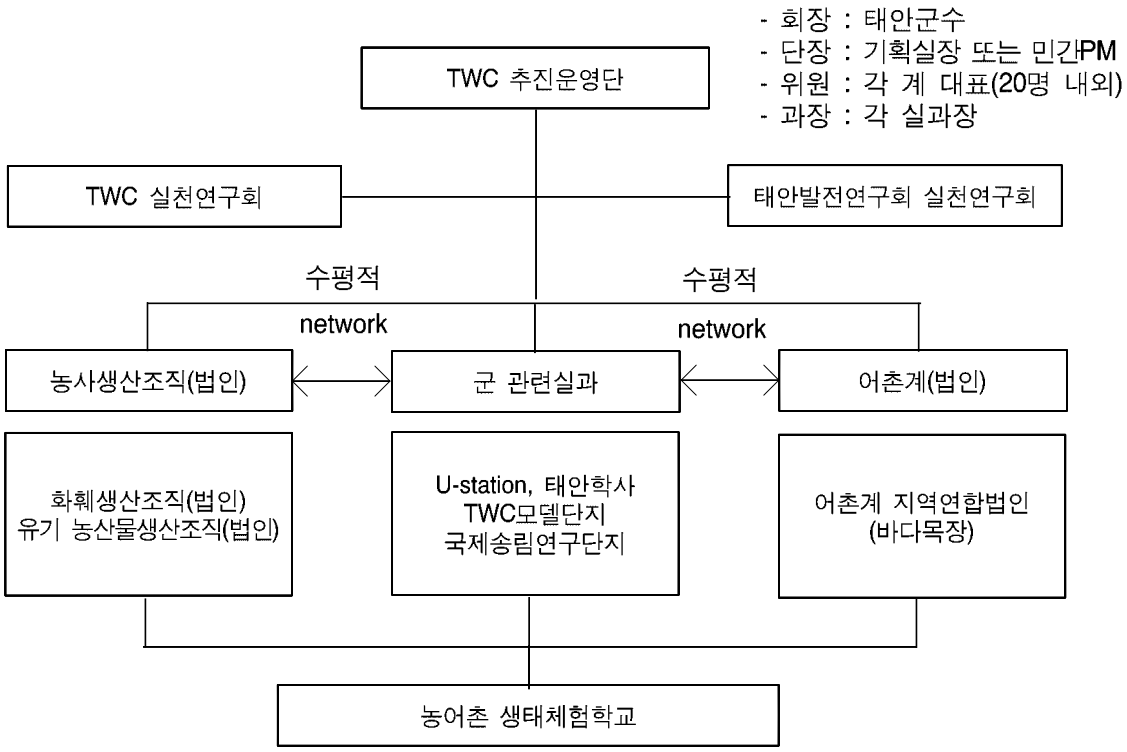
Ⅳ. 태안군의 실천방안

1. 웰빙시티 실현을 위한 추진체계 구축

○ 태안군 웰빙상품을 기획, 상품개발, 홍보, 유통경로 등 일련의 과정을 담당할 수 있는 인력과 조직을 구축

- 대기업에서는 소비자의 트랜드를 읽고 신제품의 아이디어를 구상하고 상품을 기획, 개발하는 브랜드매니저(BM), 프로덕트매니저(PM) 등을 두고 있음

○ 사업주체는 태안군으로 하되, 태안웰빙시티(TWC) 추진운영단의 주도하에 사업을 추진하는 것이 효율적



주 : 「태안해양웰빙시티 발전구상 및 전략」의 p.105 내용을 수정·보완한 것임

2. 실질가치(real value)를 주는 웰빙상품의 발굴과 개발

○ 웰빙이라는 단어가 붙지 않으면 주목받지 못할 상품들이 웰빙상품으로 개발되어 새로운 시장과 산업을 형성한다는 점에 주목

- 비타민, 아미노산, 유기농 건강식품, 천연섬유 및 기능성 의류, 아로마 제품 등의 주목과 함께 오지, 농촌, 산골마을을 웰빙공간으로 변화시킴으로서 지역 활력에 새로운 기회를 부여

○ 태안군은 건강생활부문(자연식품, 유기농식품, 영양보조제, 건강식품 및 음료, 다이어트 보조식품, 개인자연 치료 등), 생태생활산업부문(환경투어 및 관광 등)을 집중적으로 육성할 필요가 있음

1) 유기농 식품의 재배와 차별화된 서비스 도입

○ 웰빙형 인간들이 선호하는 음식류를 대상으로 한 유기농 식품 재배 추진

- 웰빙형 인간들이 선호하는 음식류 중 대표적인 음식 10가지는 연어(고등어), 달걀, 블루베리, 수박, 사과, 아보카도(참깨, 들깨), 카레가루, 고추, 곡물시리얼, 땅콩(콩, 두부) 등

- 미국의 시사 주간지 <타임>지는 10대 건강식품으로 마늘, 토마토, 시금치, 적포도주, 견과류, 브로콜리, 귀리, 연어, 녹차, 블루베리를 제시

- 유기농 식품 제조에 대한 기준, 교육, 재배, 보급을 추진하며, 제품에 대한 신뢰도를 확보하기 위하여 태안만의 환경지수 등 인증제도를 도입

유기농 인증에 대한 해외사례

유기 JAS 마크	유기 USDA마크	국제유기농업운동연맹마크	QAI마크
농수성의 지도에 따라 인가를 받은 유기인정기관의 엄격한 검사와 기준에 합격한 상품만이 「유기JAS 마크」표시가 가능	미 농무부는 2000년에 직접 유기인증법을 만들어서 시행	IFOM에 가입한 110여 개국의 나라가 만든 유기농산물의 기준 (축산,경종,원예,가공에 관련되는 생산기준제시)	원료의 토양, 재배, 수확 후 제품가공시설을 관리하며, 95% 이상의 원료가 유기농이면 제품에 "ORGANIC" 이라고 표시

사례 : 유기농 상품을 판매하는 ORGA의 상품표지

[redacted]	**유기농산물** 3년 이상을 유기합성농약과 화학비료를 일체 사용하지 않고 재배한 농산물	[redacted]	**유기가공품** 유기재배 생산조건으로 품질인증을 받은 농산물을 원료로 제조, 가공한 것
[redacted]	**전환기유기농산물** 1년 이상을 유기합성농약과 화학비료를 일체 사용하지 않고 재배한 농산물	[redacted]	**Dairy Free** 우유, 버터가 함유되어 있지 않음 단, 꿀은 함유되어 있을 수 있음
[redacted]	**무농약농산물** 유기합성농약은 사용하지 않고 화학비료는 권장사용량의 1/3 이내로 사용	[redacted]	**Sugar Free** 설탕이 첨가되어 있지 않음. 단 원료 자체가 함유하고 있는 당은 제외됨
[redacted]	**저농약농산물** 화학비료 권장량의 1/2이내 사용, 잔류농약은 농약잔류허용기준의 1/2이하인 것	[redacted]	**Gluten Free** 글루텐 내성이 없는 사람을 위한 제품. 밀가루,보리,귀리,호밀 등이 함유되지 않음

○ 건강을 주제로 한 차별화된 먹거리 서비스 제공

- 건강을 주제로 한 음식은 웰빙산업에서 가장 상층부에 놓여 있는 사업임을 인식
- 태안군의 특산물을 영양과 기능성을 중심으로 Well-being 테마를 강화하는 상품으로 개발

○ 특히, 건강식 먹거리 관광 활성화를 위해 지역별 계절별 음식축제를 개발할 필요가 있음

- 안면도의 대하축제는 활성화되어 있으나, 다른 음식을 중심으로 하는 축제는 부재
- Well-being 음식 축제의 개발은 지역의 거점식당가 또는 포구를 중심으로 차별화된 방식을 채택
- 개발가능한 축제로서 봄 바지락·쭈꾸미 축제, 여름 우럭·밀굴낙지탕, 가을 대하·전어, 겨울 굴과 개불축제 등이 가능

○ 또한 태안지역의 대표 해산물에 대한 영양과 기능을 연구하여 관광객의 건강에 어떠한 기능과 효과가 있는지를 홍보함으로서 기능과 함께 가치지향의 소비활동을 창조할 필요가 있음

2) 웰빙을 주제로 한 테마형 체험숙박시설과 웰빙투어리즘 육성

○ 태안군에는 해수욕장을 중심으로 펜션이 형성되어 있으나, 대부분 여름철 성수기를 중심으로 운영

○ 아름다운 해양자연경관은 "맘짱"을 만드는데 중요한 요소로서 거점별 자연경관을 테마로한 웰빙형 체험숙박시설을 개발

- 북부권은 천리포수목원의 이미지를 활용한 휴식+명상, 중부권은 장산옥천을 중심으로 한 온천+휴양, 남부권(안면도)은 꽃과 해변을 중심으로 한 아로마테라피+자연치유

사례 : 스위스 애시마을

- 스위스 호반도시 인터라켄(Interlaken)에서 동쪽으로 12km 지점에 위치
- 2004년 9월 현재 인구 1,978명, 이중 50여 가구가 농사와 함께 그린투어를 실시, 연간 6만여명의 도시민들이 내방
- 애시 농촌체험의 가장 큰 특징은 무공해 천연치즈 만들기와 스위스 전통씨름 배우기
- 애시 치즈가 관광객들이나 도시민들에게 인기있는 것은 무공해 천연치즈라는 점 때문 (천연목초지, 풀을 먹은 소, 우유, 전통방식에 의한 제조)
- '스위스판 아마추어 민속씨름대회', 산악자전거타기, 산악승마타기, 패러글라이딩, 산책과 등산, 라마 트레킹(Lama trekking) 등을 체험

자료 : http://news.naver.com

3. 웰빙컨셉을 도입한 공간 창조

1) 지역 특성과 이미지에 바탕을 둔 웰빙형 공간 개발

○ 태안군의 독특한 농산어촌 자원, 특성 및 이미지에 바탕을 둔 자연체험·학습공간 개발

- 해안과 접하고 있는 태안군은 아름다운 해안경관자원과 목장들이 산재함에 착안하여, 해안, 목장, 체험을 연계한 웰빙형 체험관광 목장을 개발
- 단조로운 해안형 관광상품에 다양성을 부여하고 친자연적인 환경을 조성함으로서, 태안군, 이용자, 관광객, 주민들에게 모두 이익

사례 : 강원도 홍천 웰빙-팜

- 홍천축산영농조합법인 (주)자연과 건강마을이 사업을 추진
- 단순히 채소나 나무를 심은 주말농장과 달리 계약자들은 500평의 토지를 분양받고 사슴 한쌍과 매년 녹용과 장뇌산삼, 무공해 고랭지채소를 제공받으며 농장내 직영으로 운영되는 숙박 및 부대시설을 무료로 이용
- 1차 분양의 성공과 함께 2차 분양 50필지를 15일 만에 마감하는 인기를 누림, 현재 3차 잔여필지 특별분양을 추진

자료 : http://www.wellbeing-farm.co.kr

2) 로하스(LOHAS)형 도시정주환경 구축

○ LOHAS형 소비는 자신의 건강(Health) 뿐 아니라 후대에 물려줄 기속 가능한 소비기반(Sustainability)을 생각하는 소비패턴으로서 미국에서 LOHAS형 소비는 시간이 갈수록 증가추세에 있음

○ 따라서, 우리나라의 웰빙소비패턴이 대중화의 길을 걸으며 이에 대한 경향과 추세에 부합되는 환경구축이 필요

LOHAS 정의를 위한 12개 변수

1. 친환경적인 제품의 선택	7. 재활용 제품 사용
2. 주변에 친환경제품의 유익 홍보	8. 전체사회관점의 삶 영위
3. 지속가능제품에 20%추가비용 제공	9. 제품구매시 글로벌차원의 영향 고려
4. 환경 보호에 적극적	10. 재사용될 수 있는 원료 사용
5. 지속가능기법으로 제조된 제품 선호	11. 지속가능한 농업기법 선호
6. 원재료 제품 선호	12. LOHAS공유하는 기업제품 선호

① 환경 친화적 요건에 적합한 건축 추진

- 환경 부하의 절감(Low Impact) : 에너지 소비삭감과 유효이용, 자연 및 미이용 에너지의 이용, 자원의 유효이용, 폐기물 삭감
- 주변환경과의 친화(High Contact) : 지역, 지구의 생태적 풍요로움과 순환성을 배려, 주변지역과의 조화를 배려, 내외 연관성의 배려
- 주거 환경의 건강과 쾌적(Health & Amenity) : 주택의 amenity 향상, 주택의 안전/건강성 향상, 풍요로운 집주성의 달성

② 환경친화적 건축을 위한 계획 및 설계기법 도입

- 인간 삶을 건축에 반영 : 사용자 요구 중심의 설계 지향, 설계/시공 과정에 거주자 참여, 사용자의 생애 주기, 일일주기 고려, 미래 사용자의 고려, community 형성에 주력
- 주변과의 연계성을 고려한 배치기법 : 지역 기후의 특성 고려, 일사/통풍 등의 외기후와 경사도, 식생등의 자연지형의 잇점을 고려한 배치, 지역성, 맥락(context)고려(지역문화, 건축적 특성), 역사적 보존(전

통건축, 경관보존 및 재생), 보행자 우선의 도로계획, 자전거 도로 확충, open space확보

③ 친환경 외부공간 조성기법 도입

- 자연/토양의 보존, 포장의 최소화, 우수(雨水)침투 유도, 투수성 포장, 생태적 식재(bio-top과 같은 녹화기술), 친수공간조성(분수, 실개호 조성), 건물최피녹화(도시경관 향상, 에너지 절약, 내구성 증진)

④ 기타 친환경적인 관련기술의 도입

○ 건물 형태 및 구체 결정 기법

- 자연형 태양열 시스템 사용(부착온실, 축열벽, 축열지붕 등), 자연채광, 통풍을 고려한 평/단면 계획, 에너지 효율을 극대화시키는 건물형태, 열적 완충 공간 조성, 교체/갱신을 고려한 설계, 고령자, 장애자 대응관계(universial 빌딩), 가변성이 큰 구조/형태(life cycle에 따른 공간, 설비 변경), 표준화, MC설계(폐자제 절감, 수명연장)

○ 실내 쾌적 환경 조성 기법

- 인체에 무해한 내장재, 천연소재 선택, 차음·방음에 대한 배려(외벽, 바닥, 천정의 다층구조), 결로, 곰팡이, 진드기 등의 발생 방지(내/외부 온도차를 줄이고 기밀성을 높인다), 환기유도 시스템, 실내 정원 조성, 전자기파 차단

○ 설비 및 공급처리 시스템

- 오염물질 발생최소화, 정화처리, 고효율, 절약형 기기 사용, 설비형 태양열 활용, 태양광 발전, 미이용 에너지 활용(하천수, 지열, 지하수열의 냉/난방 활용), 건축물 설비체계의 인공생태계화

○ 재료, 구법 및 유지관리

- 내구성이 크며 재활용 가능한 재료·부품사용, 자연소재·재활용소재 활용, 표준화 재료/부품사용, 재료 생산에 소요되는 에너지가 적은 재료/부품 선택, 유지관리 교체가 용이한 내/외장재·구법 선택, 환경부하 절감 건설 공법의 사용, 폐자재 재활용 기술 개발

4. On-Off라인을 통한 웰빙 네트워크 구축과 마케팅 추진

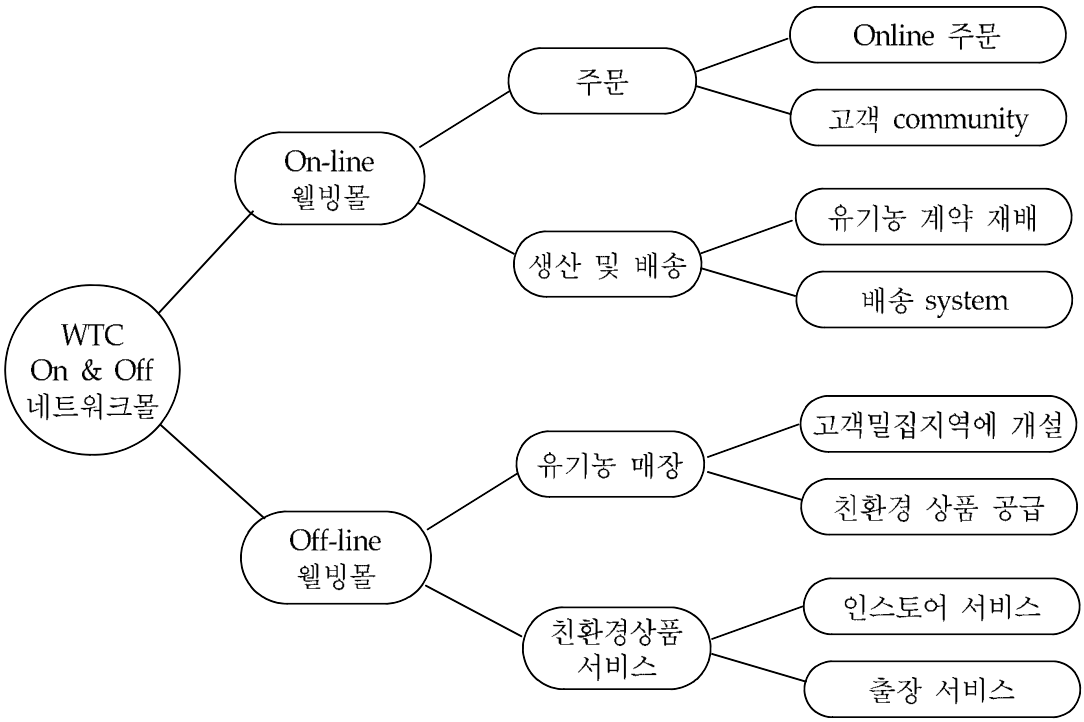
○ 웰빙상품의 성공요소는 상품에 대한 가치성과 제품에 대한 신뢰성이 무엇보다 중요

○ 소비자간, 소비자와 태안웰빙시티가 지속적으로 교류할 수 있는 네트워크 구축이 필요

○ 태안군 농산어산촌과 서울·수도권, 대전광역권, 기타 도시지역의 자매결연을 통한 특산물, 휴양자원을 연계한 도시와 교류 및 해양체험 관광 활성화 촉진

- 태안군 주도 하에 "(가칭) 웰빙 태안" 사이트를 개설, 태안군 웰빙상품을 홍보, 판매하는 웰빙마케팅의 장으로 활용
- 태안에서만 체험할 수 있는 웰빙비법, 얻을 수 있는 웰빙제품, 웰빙족을 위한 사이버 커뮤니티, 최신 웰빙뉴스 등을 소개

On-Off라인을 통한 WTC 네트워크 구축맵



<참고문헌>

강원광장, "생명 · 건강산업과 웰니스관광", 이봉희, 2004.5/6

김영한, 임희정, "웰빙마케팅", 다산북스, 2004.10.28

김현주, "짧은 글 긴 생각 : 길 잃은 웰빙(Well-being)에게", 국토연구원 국토, 2004

대한상공회의소, "최근의 웰빙문화 트렌드와 기업의 대응", 2004.4

문화관광부 · 한국문화관광정책연구원, "문화향수실태조사", 2003

이남희, 독자와 함께: 우리도 "웰빙"대열에 끼어보자, 국토연구원 국토, 2004

이미숙, "생활양식으로서의 웰빙(Well-Being): 이론과 적용의 뿌리 찾기", 배재대학교 사회학과, 2004.6

장성철, "멀티테라피 색채와 휴머니즘의 실현 - 웰빙과의 연관성을 통한", 건국대학교 디자인대학원.

문화일보, '웰빙 열풍' 산업계 휩쓴다, 2004.1.5

_____, '생활 속 웰빙' 배워보세요, 2004.5.19

여행신문, 여행에도 '웰빙' 바람, 2004.2.6

연합뉴스, 주5일제에 웰빙...주말농장 인구급증, 2004.4.27

전자신문, 올 추석 선물 트렌드는 실속과 웰빙, 2004.9.7

파이낸셜뉴스, 車마케팅도 '웰빙' …가족 온천욕 즐기며 볼쇼이 발레도 보고, 2004.3.11

_____, 공장도 '웰빙' …잔디밭 정원 · 중국풍 로비, 2004.6.30

LG주간경제, 웰빙 열풍을 읽는 3개의 코드, 2004.2.18

http://www.wellbeing-farm.co.kr