

웰빙시대 부상과 지역의 대응방안

박철휘 (도시지역연구부)

- 건강에 대한 인식변화로 2003년의 화두중의 하나는 단연 “웰빙” 선풍(바람)으로서, “몸에 좋으니...”라는 웰빙경향은 내수부진 속에도 웰빙관련 산업의 호황을 가져오고 있다.
- 이러한 웰빙산업은 새로운 라이프 스타일의 창출, 신시장 형성, 직종과 일자리를 만들고 있으며, 이제 지역발전을 위한 신성장 동력으로 주목받고 있다.

1. 웰빙바람... 더 건강하게 더 여유롭게

건강에 대한 인식 변화와 웰빙

- 현대인에게 투자대상으로서 과거에는 부동산, 금융상품 등이었으나, 오늘날에는 ‘자기자신’에게 투자하는 경향이 급속히 증대되고 있다. 과거의 젊은이 들은 돈을 모아 저축통장을 만드는 것을 보람으로 여겼다면, 현대의 젊은이들은 헬스클럽, 요가강좌에 등록하고 있다.



- 또한, 주5일 근무제의 확대에 따른 여가시간의 증대는 자기체험, 자아개발 등의 활동 증대를 가져오고 있으며, 레저, 취미활동, 휴식·휴양을 통해 인생과 자연을 누리려는 활동으로 나타나고 있다. 물질적인 가치보다 더 나은 삶을 위한 마음의 평안과 정신적인 풍요를 추구하는 것이다.

“몸에 좋으니...” 내수부진 속에도 호황 누려

- 친환경제품 비중이 내수소비에서 차지하고 있는 비중이 매년 급증하고 있으며, 대표적인 내수지표 중 하나인 도·소매 판매가 2003년3월 이후 지속적인 감소세를 보이고 있는 가운데도 웰빙상품에 대한 소비는 계속 증가하고 있다.(대한상의보고서)
- 건강에 대한 높은 관심도로 인해 친환경적인 웰빙(Well-bing)제품들이 인기를 얻고 있으며, 기업들도 이제는 대부분의 상품에 환경친화성을 강조한 웰빙 개념을 적용시켜 판촉활동을 벌이고 있다.

웰빙, 직업도 산업도 유망직종, 유망산업

- 웰빙산업은 새로운 라이프 스타일의 창출로 인한 신시장 형성 뿐만 아니라 새로운 직종을 생성하며 일자리를 창출하고 있다. 미국에서는 웰빙과 관련된 대표적인 유망직업으로서 다이어트 프로그래머, 실버 시터(silver sitter), 아로마 테라피스트, 여행패키지 기획자, 라이프 코치(life couch) 등이 떠오르고 있으며, 우리사회에서도 점차 관련직종의 수요가 증가하고 있다.
- 다이어트 프로그래머: 가장 인기 있는 직종으로서 현재 활동하는 사람만 5천명에 이르는 것으로 파악(인쿠르트)
- 실버시터: 혼자 사는 노인들의 말벗이 되거나 도우미 구실을 하는 사람
- 여행 패키지 기획자: 여행에 필요한 모든 일정을 관리해주는 직업
- 라이프 코치: 직장상사로부터 받는 사람들을 위한 스트레스 해소법, 친구·가족과의 관계 개선 등 일상의 일 등에 관한 카운셀링을 담당하는 사람으로 전세계적으로 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

지역발전을 위한 신성장동력 “웰빙”

- 주5근무제 정착, 소득수준 지속적 향상, 삶의 질에 대한 관심의 증대는 우리사회에 웰빙(well-being), 웰니스(wellness)에 대한 지속적인 관심을 유발할 것이며, 이에 따라 여가공간 및 농·산·어촌이 가지고 있는 어메니티 자원에 대한 수요가 크게 증가될 전망이다. (국토연구원, 제4차국토종합계획의 수정계획 수립을 위한 지침(안), 2004.4)
- 따라서, 지방자치단체에서는 디지털 혁명에 이는 웰빙혁명에 대비한 지역별 특화방안과 친건강·친환경 개발을 통한 지역발전방안 요구되는 시점에 있다.

II. 웰빙의 개념과 도입사례

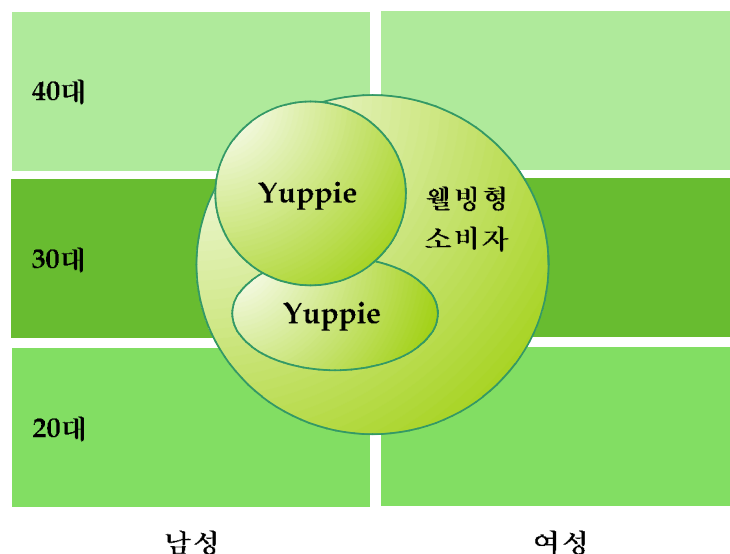
- 건강한(well, 안락한·만족한) 인생(being)을 살자는 의미의 웰빙(Well-being)이라는 말이 국내에 소개된 것은 2002년 말로서 미국에서는 웰빙보다는 웰니스(wellness), 로하스(LOHAS: Lifestyles of Health and Sustainability)라는 말이 더 널리 쓰이고 있으며, 나라마다 적용방식에 있어서도 차이를 보이고 있다.

1. 웰빙(Well-being), 웰니스(Wellness) 그리고 로하스(LOHAS)

1) 웰빙(Well-being)이란

- ‘웰빙(Well-being)’은 건강한(well, 안락한 · 만족한) 인생(being)을 살자는 의미를 나타낸다. 사전적 의미는 행복, 안녕, 복지 등으로서 ‘삶의 질’을 강조하는 용어로서, 생활방식에 따라서는 그 근원이 60~70년대 미국 히피즘과 연관되고 있다.

- 원래 미국에서 웰빙은 반전운동과 민권운동 정신을 계승한 중산층 이상 시민들이 고도화된 첨단문명에 대항해 자연주의, 뉴에이지 문화 등을 받아들이면서 파생된 삶의 방식으로 보고 있다.
- 웰빙의 대표적인 문화적 코드인 요가나 명상이 60년대와 70년대 초 미국의 히피들에 의해 크게 유행했고 80년대 여피(yuppie)¹⁾과 90년대 보보스족²⁾의 라이프스타일에도 중요한 요소였기 때문이다.



자료 : 김영한·임희정, 웰빙마케팅, p39 인용

- 웰빙 성향의 소비형태를 가진 사람들을 가리켜, 웰빙형 인간, 웰빙족 등 여러 신조어가 파생되고 있는데 여기에서 ‘웰빙족’은 물질적 가치나 명예를 얻기 위해 앞만보고 달려가는 삶보다 건강한 신체와 정신을 유지하는 균형있는 삶을 행복의 척도로 삼는 사람들을 가리킨다.

1) 여피족 : 여피란 젊은(young), 도시화(urban), 전문직(professional)의 세 머리글자를 딴 ‘YUP’에서 나온 말이다. 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 사용하고 있다.
- 웰니스(wellness)는 신체적인 건강에 국한되는 협의적 개념이 아니라 건강한 생활의 모든 영역을 포괄하는 광의적 개념의 건강을 말하며, WHO(세계보건기구)가 규정한 웰니스의 3요소인 운동, 영양, 휴양을 통합하여 추구해 나간다.
- 웰니스는 최적의 건강을 위해 바람직한 생활양식의 변화를 돕는다는 새로운 개념으로서, 신체적(physical), 정서적(emotional), 사회적(social), 정신적(spiritual), 지적(intellectual) 등 5개의 영역들로 나누어지며, 최적의 건강성을 유지하며 균형을 이루는 것에 중요성을 두고 있다.

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

3) 로하스(LOHAS)란

- 로하스란 Lifestyles of Health and Sustainability의 약자로서 자신의 건강(Health)뿐 아니라 후대에 물려줄 지속 가능한 소비기반

(Sustainability)을 생각하는 소비 패턴을 말하며 일명 미국판 웰빙인을 대표한다.

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

- 미국 전체 인구에서 로하스가 차지하는 비율을 30%로서 시간이 갈수록 증가추세에 있다.

2. 선진국의 웰빙도입 사례 - 미국, 일본, 독일

1) 미국 - 민간: 건강관리, 중앙: 건강보호 및 질병예방

- 미국의 웰빙은 초기 건강관리 원리나 철학적인 내용을 반영한 구체적인 프로그램으로서 티벳불교의 명상프로그램, 또는 태극권, 기공프로그램 등에서 시작하여, 건강관련단체에서 전개하는 5S(salt, sugar, snack, smoking, sitting) 추방운동 등으로 전개되고 있다.
- 최근에는 구체적인 프로그램을 제시하고 있으며, 치료법으로서 자연치료법 또는 대체의학에 관심을 보이고 있음
- 미국에서는 건강관리(웰니스)를 질병에 걸리지 않기 위한 예방프로그램을 의미하는 표어로 정착시키고 있는데 1980년 미국 건강보건국 산하의 공중보건부에서는 웰니스의 하위영역으로 다음 3가지를 제안하고 있다.

분 야	세부 분야
건강보호	· 치아건강 - 충치예방을 위해 음용수에 불소함유, 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 - 지방: 건강한 지역만들기, 중앙: 국민건강만들기 운동

- 일본의 웰빙은 질병예방과 건강한 지역만들기 및 관광적인 측면에서 사업화되고 있다.
- 2000년도에 일본 후생성은 2010년도를 목표로 “건강일본 21” 계획을 수립하여 시행하고 있는데 “건강일본 21”의 특징은 일차적으로 질병예방에 중점을 두고 목표제시와 평가하여 광역적 차원에서 사회전체의 건강만들기를 지원하는 계획으로서 지방자치단체가 건강만들기 계획을 지역특성에 적합하도록 세워 국가, 도도부현, 시군정이 중층적으로 건강만들기를 시행하는 것이 특징이다.
- 반면, 지방정부계획에서는 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 건강한 지역만들기 추진하고 있다.
- 각 지방정부에서는 건강의 산업화에 대한 지원으로 지역진흥과 함께 활성화 모색하는데 지역의 의료건강 목적으로 설립된 시설·설비를 자

연·환경·문화 등과 연계하여 산업활성화하는 것이 주요 내용이며, 안심, 안전, 환경을 테마로 한 웰빙상품개발과 상품추천 인정제도 등을 운영하여 웰빙관광과 연계한 사업을 추진하고 있다.

3) 독일 - 민간: 웰니스 관광

- 독일에서는 웰니스관광과 관련하여 웰니스호텔과 웰니스휴가의 급성장하고 있다.
- 독일의 모든 경제분야가 정체 또는 침체상태에 있는 반면, 웰니스호텔, 웰니스(건강관리) 휴가는 급성장하고 있으며, 트렌드가 되어가고 있다. 웰니스 호텔은 2002년도에 939개소에서 2003년도에는 1,106개소로 18% 급증하고 있다.
- 이러한 추세에 맞추어 웰니스 휴가를 원하는 소비자들을 위해 호텔을 4가지(건강관리, 요양, 건강호텔, 미용원) 유형으로 평가한 후 안내책자를 발간하여 제공하고 있으며, 4가지 유형별 정의를 정리하면 다음표와 같다.

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 머물며서 치료에 의해 자연스런 아름다움을 유지, 증진, 회복하는 곳, 일종의 병원이며 요양소

- 또한, 치료온천과 요양지를 중심으로 적합한 치료기반 및 요양을 제공하고 있는데 2000년 현재 약300여개의 최고급 치료온천과 요양지에 1,600만명의 요양객이 찾고 있으며 연간 숙박객수는 1억4백만명에 이르고 있다. 현재 독일탕치(湯治)협회에서는 새로운 치료기반의 연구와 보급을 통하여 건강증진과 관련산업을 촉진하고 있는데, 대표적으로는 자연치료법인 펠로이데 치료(Peloidetheraphie), 해수치료(Thalassotheraphie), 태양치료(Heliotheraphie) 기후치료, 크나이프식 치료 등이 있다.

3. 시사점

- 웰빙, 웰니스의 개념을 각 국마다 주체에 따라 서로 다른 사업내용과 특징을 보여주고 있다.
- 공통점은 중앙정부차원에서는 국민전체의 건강프로그램을 진행하고 지방정부 및 민간차원에서는 각 나라에 적합한 형태로 웰빙, 웰니스 관련 사업을 추진하고 있는데 미국은 개인차원에서 정신적·육체적 건강을 도모, 일본은 건강한 지역환경 조성 및 관련산업의 증진, 독일에서는 자연치유법에 의한 요양, 건강관리에 중점을 두고 있다.
- 따라서, 충청남도에서는 도민의 건강 프로그램을 개발운영할 필요가 있으며, 각 시군에서는 지역특성과 실정에 맞는 건강 프로그램과 함께, 건강한 환경조성 계획을 수립할 필요가 있다.

구분	미 국	일 본	독 일
목표	건강관리 질병예방	건강증진 건강한 지역만들기	건강관리 치료
주체	민간 건강보건국	후생성 지방자치단체	민간
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> · 명상, 요가 · 자연치료법 및 대체의학 · 건강보호, 예방의학, 건강증진 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 질병예방 · 건강한 지역만들기 <ul style="list-style-type: none"> - 환경정비형 · 상품개발과 인증제도 도입 · 보양관광 	<ul style="list-style-type: none"> · 건강관리, 호텔 · 치료온천과 요양지 · 치료법
특징	<ul style="list-style-type: none"> · 개인적 차원에서 출발하여 건강관리에 중점을 둠 · 정부(건강보건국)에서는 질병예방차원에서 사업추진 	<ul style="list-style-type: none"> · 심신의 건강과 함께 관련시설입지를 통한 지역산업활성화 추진 · 관련 웰빙 상품의 적극적인 개발 	<ul style="list-style-type: none"> · 요양과 치료에 중점을 둠 · 특히, 건강관리를 위한 자연치료법을 개발 보급

III. 국내 웰빙산업 현황과 전망

- 국내에 ‘웰빙’이라는 말이 처음 들어온 것은 1997년 미국의 건강식품회사가 판촉을 시작하면서 이나 그때는 별로 관심을 모으지 못하였다. 그러다, TV드라마 <허준>, <대장금>방영, 2002년에 요가의 보급, 가수 이효리의 몸짱, 권상우의 몸짱, 정다연의 아줌마 몸짱 등이 유행하면서 상업적으로 유행되기 시작하였다.

- 그러나, 국내외 연구기관들은 이러한 웰빙의 유행이 단순한 유행이 아닌 사회전반의 문화로 자리잡으며, 관련 산업이 지속적으로 성장할 것이라고 예측하고 있다.

1. 국내 웰빙산업 현황

1) 웰빙산업 분야

- 웰빙의 분야는 크게 5가지(신체·건강, 식품, 여가·관광, 생활용품, 생활환경)로 구분할 수 있다.
 - 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 전통 음식, 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

민간기업부문

- ‘웰빙’이라는 단어가 붙지 않으면 경쟁력이 없는 제품(유기농건강식품, 천연섬유 및 기능성 의류, 아로마 제품 등)에서 관련상품으로 까지 분야가 넓어지고 있다.
- 특히, 식품, 건강, 레저, 관광산업 쪽에 치우쳤던 웰빙상품은 생활가전(TV, 공기청정기 등), 자동차 등을 거쳐 주거공간으로까지 급속히 확대되어 가는 추세이다.

구 분	웰빙상품 시장 동향
식료품 시장	<ul style="list-style-type: none"> · 탄산음료 판매량은 7% 감소한 반면, 건강음료는 25% 증가 (03) · 옥션의 건강상품 판매액은 고가임에도 불구하고, 전년대비 4배이상 급증 (03) · 국내 건강기능성 식품시장은 전년대비 13% 증가한 3조4천억원 이상 성장 (03)
건강관련 기획상품시장	<ul style="list-style-type: none"> · 과거 중소기업의 전유물로 인식되던 건강관련 기획상품시장에 대기업이 속속 뛰어들고 있음. · 롯데제과가 건식 OEM업체인 일양 P&F를 인수하면서 건강보조 식품 시장 진입 · CJ는 'CJ뉴트라'라는 브랜드로 생식 및 종합건강식품을 전문적으로 판매하는 유통망을 형성
가전제품 시장	<ul style="list-style-type: none"> · 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	<ul style="list-style-type: none"> · 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	<ul style="list-style-type: none"> · 삼성건설, 현대산업개발, 우림건설 등 선두권 건설업체 들은 환풍기능, 생태공간, 친환경 마감재 등을 사용해 차별화한 주택을 공급

자치단체부문

구 분	지방자치단체 웰빙관련 개발 사례
강원도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 동해시 - '여름 웰빙 페어 2004' 개최 ○ 강릉시 - 웰빙투어 프로그램 개발 ○ 횡성군 - 웰빙과 한우를 접목시킨 축제 개최
제주도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 농촌마을 정비사업을 기반시설위주에서 웰빙환경조성에 역점
경상북도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 문경시 <ul style="list-style-type: none"> - 요가, 참선, 태극권, 선무도 등의 명상수련과 기공, 한의학, 심리 요법 등의 기공한방요양, 명상음악, 명상춤, 전통무예 등의 공연과 강연, 세미나, 수련실 등을 갖춘 「명상문화 체험센터」 개발
전라남도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 부안군 - 각 읍면별로 웰빙관광사업 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 부안읍의 과수원 체험, 돌모산 축제 - 주산면의 오리낭군 우렁각시 시집장가 가는날 - 동진면의 복분자 농촌체험 프로그램 - 행안면의 구수한 추생 미밥 맛보러 오세요 - 계화면의 조개잡이와 철새조망 축제
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 보성군 <ul style="list-style-type: none"> - 청정자연환경과 농산물을 활용한 웰빙관광상품 개발 추진 - 보성 녹차 개발
충청북도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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 같다.
- 첫째, 환경/자연주의, 소비자보호정책, 주 5일 근무제 등 제도·정책적 환경 변화가 웰빙 소비를 더욱 촉진할 것이다.
- 환경/자연주의(EHS: Environment, Health, Safety), 소비자보호정책에 대한 관심이 먼저 시작된 선진국일수록 웰빙 개념이 선도적으로 도입되고 있으며, 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 추세이다. 또한, 대체의학과 자가치료에 효능이 있는 식품과 천연물에 대한 수요가 커지고 광우병, 조류독감 등 세계적인 질병 파동, 일련의 위생 관련 사고로 인해 건강과 위생에 관한 관심이 더욱 커지고 있다. 뿐만 아니라, 주 5일 근무제의 본격화 이후 나와 가족을 중심으로 하는 단란한 생활이 실천가능해지면서 웰빙 여건이 보다 성숙될 것이라 예측하고 있다.
- 둘째, 웰빙 소비 확산은 소비문화 선진화의 과정으로 국내 시장규모가 점차 확대될 전망이다.
- 웰빙문화의 대두와 확산을 소득의 증대와 글로벌화, 사회 의식의 진화에 따른 소비의식과 문화의 선진화 과정으로 보는 의견이 지배적이다. 웰빙 소비 열풍이 여러 언론매체에서 이슈가 된 직후 일상생활에 침투하는 과정에서 주로 고소득층을 중심으로 하였으므로 고급소비의 또 다른 일면이라는 비판도 제기되고 있다. 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 가능하다.

- 건강지향적, 환경친화적 상품에 대한 관심은 경기 호·불황에 무관하게 웰빙상품의 수요를 증가시키고 있다. 미국의 경우 검약적 소비(Downsizing)를 지향하던 시기에 건강 및 환경 관련 상품의 판매는 반대로 고성장세를 기록하였으며, 80년대 이후, 로하스적 소비문화가 확산되면서 2003년 유기농 식품 및 식이요법 시장은 98년 대비 두 배 이상 성장하였다. 일본 또한 경기 악화가 지속되면서, 90년대까지의 방만했던 소비에 대해 소비자들의 반성이 시작되었다. 따라서 유행에 대해 맹목적으로 추종했던 구매패턴이 품질과 가격 위주의 보수적 경향으로 회귀하여 필요 이상의 기능을 제거하고 사용자의 심리적 안정과 육체적 편의를 지원하는 웰빙 상품에 관심을 주목하게 된다.
- 셋째, 개인가치를 중시하는 소비자들을 중심으로 실속형 웰빙소비와 소비구조 조성이 빠르게 진전될 전망이다.
- 스마트 소비자들은 개인 라이프스타일을 고려하여 검약 항목과 투자 항목을 분명하게 구분하여 소비하여, 자기만족을 위한 특정 활동에 대부분의 시간과 비용의 기꺼이 집중하는 경향이 뚜렷하다.
- 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 조사되고 있다.

IV. 지역의 대응방안

- 1970년대 미국의 미래학자 앨빈 토플러는 ‘제3의 물결’이라는 저서를 통해 정보화 사회의 미래를 예견했다. 그렇다면 정보화 사회의 다음 사회는 어떤 물결이 올까? 이에 대한 답으로 폴 자네 필저는 ‘웰빙혁명’의 물결이 밀려올 것이라 말하고 있다.
- 그는 웰빙이 사회구조는 물론 개인의 생활양식마저 혁명적으로 변화시킬 것이며, 전세계적으로 소비문화 변화와 새로운 산업과 상품, 거대 시장의 탄생을 전망하고 있다.
- 그렇다면 ‘웰빙혁명’에 대응하여 지역에서는 무엇을 어떻게 대응하여야 할까 본 고에서는 다음과 같은 정책방향과 발전방안을 제안하고자 한다.

1. 방향과 목표

- 지역만의 웰빙형 특화상품 발굴·개발과 관계지향형 네트워크 구축을 통한 도농교류 촉진
 - 향토웰빙형 특화상품의 개발과 하이브리드 마케팅을 통한 판매 촉진
 - 농·산·어촌과 도시지역간 관계지향형 네트워크 구축을 통한 상생발전
- 삶의 질과 환경을 생각하는 도시·문화정책 지향
 - 환경 친화적인 개발모델 정립을 통한 아름답고 풍요로운 지역 만들기 추진
 - 주5일근무시대, 실버 고령화시대에 부응한 고품격 정주환경구축

2. 발전방안

(1) 향토적 자원을 이용한 웰빙상품 발굴과 개발

- 지역에서는 지역만의 독특한 농산어촌 자원, 특성 및 이미지에 바탕을 둔 건강형 식품의 개발하여야 한다.
- 해안과 접하고 있는 시·군은 아름다운 해안경관자원과 목장들이 산재함에 착안하여, 해안, 목장, 체험을 연계한 웰빙형 체험관광 목장을 개발할 수도 있으며, 단조로운 해안형 관광상품에 다양성을 부여하고 친자연적인 환경을 조성함으로써, 이용자, 관광객, 주민들에게 모두 실질적 가치를 제공할 필요가 있다.

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 고냉지채소를 제공받으며 농장 내 직영으로 운영되는 숙박 및 부대시설을 무료로 이용
- 1차 분양의 성공과 함께 2차 분양 50필지를 15일 만에 마감하는 인기를 누림, 현재 3차 잔여필지 특별분양을 추진

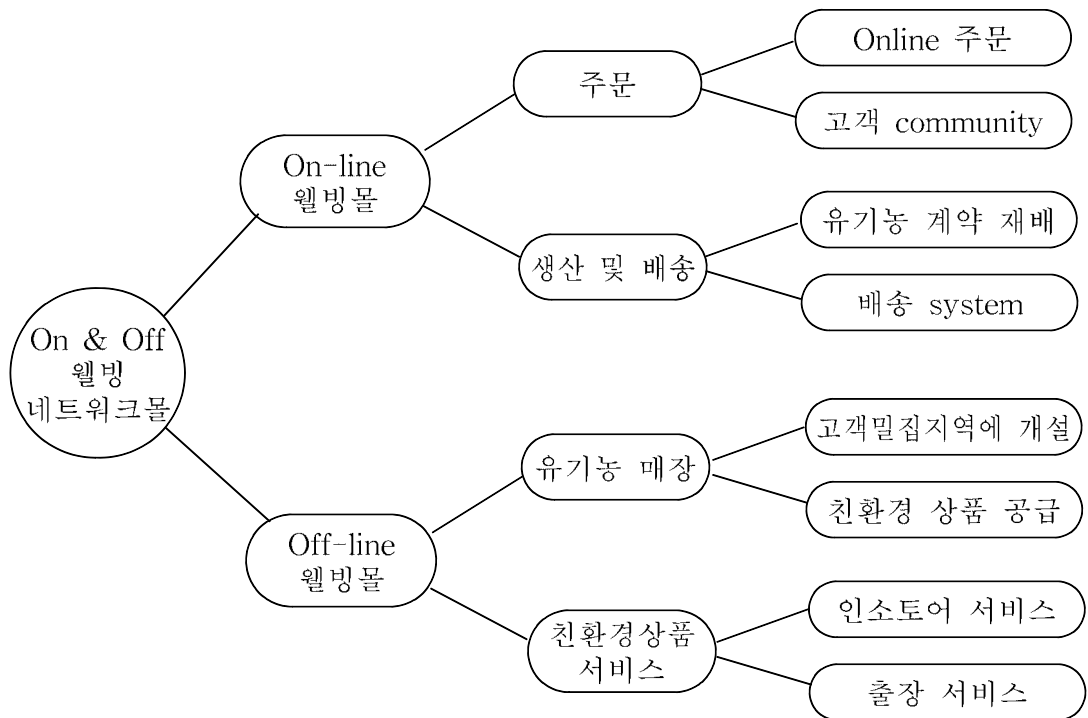


자료 : <http://www.wellbeing-farm.co.kr>

(2) 관계지향적 On-Off네트워크의 구축과 마케팅

- 농산어산촌과 서울·수도권, 대전광역시권, 기타 도시지역의 자매결연을 통하여 특산물, 휴양자원을 연계한 도시와의 교류 및 체험관광 활성화 촉진하여야 한다.
- 이를 구체화하기 위한 실천방안으로서 시·군 주도하게 웰빙상품 전문사이트를 개설, 지역의 웰빙상품을 홍보, 판매하는 웰빙마케팅의 장으로 활용하고, 지역에서 만 체험할 수 있는 웰빙비법, 얻을 수 있는 웰빙제품, 웰빙죽을 위한 사이버 커뮤니티, 최신 웰빙뉴스 수요자 측면에서 제공하여야 한다.

On-Off라인을 통한 관계지향적 네트워크 구축맵



(3) 웰빙형 실버농장과 웰빙 투어리즘의 육성

- 웰빙화 고령화를 대비하여 지역에서는 웰빙형 실버농장과 웰빙 투어리즘을 적극적으로 육성하여야 한다. 복합관광레저단지, 관광숙박단지 조성 등은 많은 자본과 시간이 투자되며 실질적으로 지역사회 활성화에 얼마나 기여하느냐는 많은 논란이 있다.
- 그러나, 실버농장의 활성화는 지역 인구감소, 고령화, 경제활성화 등 지역이 앓고 있는 다양한 문제를 해결할 수 있다는 점에서 이에 대한 적극적인 검토가 필요하다.

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 전통씨를 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>

(4) 로하스(LOHAS)형 도시정주환경 구축

- 웰빙 product와 함께 웰빙 place를 조성하여 단순한 상업적 측면에서의 웰빙이 아닌 주민들의 삶의 질 향상과 건강한 생활을 위한 웰빙공간이 조성되어야 할 것이다.
- 이러한 웰빙공간은 친환경적인 설계기법, 시공, 관리운영 등으로 이루어지며 지역 특성과 이미지에 바탕을 둔 공간, 로하스형 정주환경 등이 그 구체적인 대안이 될 수 있다.
- 환경 친화적, 로하스형 정주환경 구축에 필요한 기본적인 원칙 사항을 정리하면 다음과 같다.

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 조화의 배려, 내외 연관성의 배려
- 주거 환경의 건강과 쾌적(Health & Amenity) : 주택의 amenity향상, 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, community형성에 주력
- 주변과의 연계성 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(전통건축, 경관보존 및 재생), 보행자 우선의 도로계획, 자전거 도로 확충, open space 확보

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, 축열지붕등), 자연채광, 통풍을 고려한 평/단면 계획, 에너지 효율을 극대화시키는 건물 형태, 열적 완충 공간 조성, 교체/갱신을 고려한 설계, 고령자, 장애인 대응관계 (universal 빌딩), 가변성이 큰 구조/형태(life cycle에 따른 공간, 설비 변경), 표준화, MC설계(폐자재 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 요이한 내/외장재·구법 선택, 환경부하 저감 건설 공법의 사용, 폐자재 재활용 기술 개발

□ 참고문헌

- 이남희, 독자와 함께: 우리도 “웰빙”대열에 끼어보자, 국토연구원 국토, 2004
- 김현주, “짧은 글 긴 생각 : 길 잃은 웰빙(Well-being)에게”, 국토연구원 국토, 2004
- 문화관광부·한국문화관광정책연구원, “문화향수실태조사”, 2003
- 대한상공회의소, “최근의 웰빙문화 트렌드와 기업의 대응”, 2004.4
- 강원광장, “생명·건강산업과 웰니스관광”, 이봉희, 2004.5/6
- 장성철, “멀티테라피 색채와 휴머니즘의 실현 - 웰빙과의 연관성을 통한”, 건국대학교 디자인대학원,
- 이미숙, “생활양식으로서의 웰빙(Well-Being): 이론과 적용의 뿌리 찾기”, 배재대학교 사회학과, 2004.6
- 김영한, 임희정, “웰빙마케팅”, 다산북스, 2004.10.28
- LG주간경제, 웰빙 열풍을 읽는 3개의 코드, 2004.2.18
- 전자신문, 올 추석 선물 트렌드는 실속과 웰빙, 2004.9.7
- 파이낸셜뉴스, 공장도 ‘웰빙’ …잔디밭 정원·중국풍 로비, 2004.6.30
- 문화일보, ‘생활 속 웰빙’ 배워보세요, 2004.5.19
- 연합뉴스, 주5일제에 웰빙...주말농장 인구급증, 2004.4.27
- 파이낸셜뉴스, 車마케팅도 ‘웰빙’ …가족 온천욕 즐기며 불쇼이 발레도 보고, 2004.3.11
- 여행신문, 여행에도 ‘웰빙’ 바람, 2004.2.6
- 문화일보, ‘웰빙 열풍’ 산업계 휩쓴다, 2004.1.5
- <http://www.wellbeing-farm.co.kr>