

4 :



: ()
[]

1. 연구의 개요

1.1 배경과 목적

■ 배경

오늘날 세계의 여러 나라와 지방정부들은 초국적 자본이나 고급 인력, 관광객을 유치하여 지역경쟁력을 제고하고 일자리를 창출하기 위하여 치열한 경쟁을 벌이고 있다. 이와 관련하여 세계 각국과 지방정부들은 문화적 자산을 활용하여 국가의 이미지를 개선하고 국가 경쟁력을 극대화시키기 위하여 전략산업의 육성을 위해 노력하고 있다. 관광산업은 21세기 핵심 산업으로 주목받고 있는 고부가가치 산업 중의 하나이며, 세계 여러 나라와 국내외 대다수 지방 정부도 관광산업을 주요 산업으로 인식하고 이를 통한 지역경제 발전을 도모하기 위한 노력을 경주하고 있다. 특히 관광산업 중 글로벌 테마파크는 관광객 유발효과 및 관련 산업에 대한 직·간접적인 유발효과가 큰 사업으로 각 지자체는 테마파크 개발에 많은 관심을 가지고 있고, 지역발전의 주요 수단으로 활용하는 실정이다.

■ 목적

이러한 배경에서 본 과업은 글로벌 테마파크의 유치 필요성과 글로벌 테마파크가 도입 되었을 때 국내에 미치는 관광수요와 지역과급효과에 대해 검토하고, 바람직한 글로벌 테마파크의 개발방향에 대한 연구를 주 목적으로 하고 있으며 보다 구체적인 사항은 다음과 같다. 글로벌 테마파크의 산업적 특성과 글로벌 테마파크의 개발사업의 특성 등을 파악하고 글로벌 테마파크의 세계적인 개발동향을 검토한 후에 국내 관광 및 지역발전차원에서의 유치 필요성 검토하며 글로벌 테마파크의 잠재적 이용객의 특성과 성향을 조사 분석한 후에 글로벌 테마파크 개발시 미치는 관광수요와 지역과급효과를 분석한다. 그리고 글로벌 테마파크의 유치가 갖는 함의를 정리하고, 글로벌 테마파크 유치시 고려해야 할 개발방향과 과제를 제시하며, 특히 글로벌 테마파크의 국내 유치와 개발시 국내 테마파크의 대응방안과 글로벌 테마파크 유치와 개발에 필요한 공적 지원 방안을 제시한다.

1.2 연구의 범위

본 연구의 과급효과에 대한 공간적 범위는 글로벌 테마파크를 조성함으로써 관광수

요와 생산, 고용 등이 영향을 미치는 수도권 혹은 비수도권 지역을 분석단위로 삼는다. 다만 글로벌 테마파크의 특징입지를 고려하지 않고 지역 또는 권역을 단위로 지역파급효과를 분석하기로 한다.

- 글로벌 테마파크의 개념 및 유형 고찰
- 국내·외 테마파크의 개발 및 운영현황
- 국내·외 테마파크 개발의 최근 동향
- 테마파크 개발 사업의 특성 및 산업적 특성
- 테마파크의 수요 분석 및 향후 성장가능 유형
- 테마파크 조성에 따른 지역개발 파급효과 및 관광산업파급효과 분석
- 테마파크 유치 및 개발 방향

2. 글로벌 테마파크의 개발동향과 운영 현황

2.1 테마파크의 개념 및 유형

2.1.1 테마파크의 정의

본 연구에서는 테마파크를 단순한 놀이시설의 제공과 지역의 자원을 테마로 한 시설의 개념이 아닌 ‘소비자들에게 쇼와 이벤트를 제공하는 라이드 및 어트랙션 시설 등 다양한 놀이시설과 편의를 제공할 수 있는 다양한 부대시설 등을 포함하는 체재형 리조트 복합시설’로 정의한다.

2.1.2 테마파크의 유형

■ 주제별 분류

문화 및 역사 파크는 주로 일반적인 공감대를 형성하는 과거의 체험이나 추억 또는 역사적 사건 등을 재해석하여 시각화한 것 이고, 애니메이션 파크는 일반적으로 많은 사람들이 인지하고 있는 만화 캐릭터 같은 흥미 요소들을 개발하여 활용하는 한편, 라이드(ride) 시설물 등에 적용한 것 이다. 사이언스 앤 하이테크 파크는 과학기술(우주, 통신, 교통, 에너지, 바이오테크놀로지 등)의 모습을 전시하고 체험시물레이션을 도입하여 가상현실체험이 가능하게 만든 공원이고, 스튜디오 파크는 영화스튜디오를 이용하여 영화들의 촬영현장을 그대로 재현하고 이를 라이드 시설물에 적용시켜 체험할 수 있도록 한 것 이다. 가든 앤 아트 파크는 자연친화적인 테마를 기본으로 하여

설계에서부터 자연 상태를 배려하는 것을 가장 중시하며, 워터 파크는 물놀이 시설과 기타 스포츠 활동공간과 휴식공간 등을 조성한 것이다.

■ 이용자 관점별 분류

테마파크를 추진할 경우 테마파크의 소재가 갖는 목적성과 기능성에 따라 학습형, 산업형, 어뮤즈먼트형 테마파크 등으로 분류가 가능하다. 학습형은 자연·역사·예술 등의 탐구자원과 일반적으로 그 지역에서만 접해 볼 수 있는 다양한 테마로 구성되어 있다. 산업형은 1·2·3차 산업과 결합된 형태의 테마파크이며, 어뮤즈먼트형 테마파크는 놀이·즐거움의 문화가 결합된 테마파크를 말한다.

■ 입지별 분류

테마파크가 도심을 기준으로 위치한 형태에 따라 도심지형, 도심 근교형, 도심 외곽형 등으로 구분할 수 있으며, 테마파크가 중심 도심지를 기준으로 어느 곳에 위치하고 있는지에 따라 구분한다. 예컨대 롯데월드(89년)는 도심지형, 서울랜드(88년)는 도심근교형, 그리고 에버랜드(87년)는 도심외곽지형이라고 할 수 있다.

2.2 국내 테마파크의 개발 및 운영 현황

2.2.1 국내 테마파크의 개발 현황

■ 발전 과정

국내의 테마파크는 1976년에 개장한 용인자연농원을 시작으로 이후 수도권에 드림랜드(87년), 서울랜드(88년), 롯데월드(89년) 등이 개장하였고, 수도권 이외 지역에서는 경주월드, 꿈돌이랜드 등이 개장하였다. 국내 테마파크 업계는 1980년대 후반부터 1990년대 전반까지 전국적으로 테마파크들이 활발히 문을 열면서 지속적으로 시장규모가 확대되어 왔으며, 현재 국내에서는 최대 규모인 '에버랜드'와 실내에 만들어진 규모로는 세계적 수준의 테마파크인 '롯데월드', 그리고 '서울랜드'가 전국 3대 놀이공원(Amusement Park)으로 손꼽힌다. 반면, 비수도권에 있는 10여 개의 테마파크들은 아직까지 라이드 시설 중심의 단순한 놀이공원에 불과한 모습을 보이고 있다.

2.2.2 국내 테마파크의 운영 현황

■ 이용 현황

국내 테마파크의 이용현황을 보면 2005년 입장객 기준으로 도시 외곽형 테마파크인 에버랜드의 입장객수가 865만 명으로 가장 많았고 다음이 도심형 실내 테마파크

인 롯데월드(506만명), 서울랜드(189만명) 순으로 나타나고 있다. 수도권 내 테마파크 중 에버랜드와 롯데월드 및 서울랜드 등 세 곳은 연간 입장객 규모로는 국제적 수준으로 2005년도를 기준으로 보면, 이들 세 곳을 방문한 입장객은 모두 1,560만 명 정도에 이른다. 국내 'Big 3' 테마파크의 시장 점유율을 보면, 에버랜드(36%), 롯데월드(25%), 서울랜드(17%), 기타(21%) 순으로 나타난다. 입장객 추이를 보면 에버랜드, 롯데월드 등 수도권 내 시설 중심의 이용 특성이 강하게 나타나고 있다.

■ 운영 현황

◦ 에버랜드(Everland)

에버랜드의 경영실적(최근 8년간)을 보면, 객 단가의 경우 99년부터 약 연평균 8.71%의 증가율을 보이고 있으며, 객 단가의 구성항목별 비율을 보면, 입장료가 69.1%, 식음료 14.9%, 상품 10.9%, 기타 5.2% 순으로 나타나 입장료 수입이 높은 비중을 차지하고 있다.

◦ 롯데월드(Lotte world)

경영실적을 보면, 매출액은 2003년에 1,805억으로 전년보다 2.2% 증가하였다. 2002년 매출액의 부문별 매출비중을 보면, 입장료 수입이 858억 원으로 매출액에서 차지하는 비중이 48.6%로 전년보다 0.5% 상승했고, 상품매출액은 143억 원으로 매출액에서 차지하는 비중이 8.1%로 전년보다 0.9% 증가, 식음료 수입은 323억 원으로 매출액에서의 비중이 18.3%로 전년보다 0.9% 상승하였다. 입장객수는 2003년에 7,539천명으로 전년보다 3.9% 감소했지만 객 단가는 23,953원으로 전년보다 6.3% 증가하였다.

2.3 세계적인 테마파크 개발 및 운영 현황

2.3.1 세계 10대 테마파크의 개발 현황

■ 발전 과정

최초의 현대적 테마파크의 탄생은 1955년 미국 캘리포니아 주 애너하임(Anaheim)에 개장한 디즈니랜드라고 할 수 있다.⁸⁾ 이후 디즈니월드(1971년), 도쿄 디즈니랜드(1983년), 디즈니랜드 파리(1992년) 등이 개장하였으며, 현재, 세계 테마파크 시장은 미국이 주류를 이루며 계속 발전하고 있는데 수요 및 공급에 있어서도 세계 최대이며, 미국에 이어 일본이 성장 중에 있다.

8) 유형숙, 나윤중, 일본의 모방성을 기초로 한 테마파크의 유형화, 2005

<표 2-1> 국외 주요 테마파크 현황

테마파크명	위치		부지면적(평)
매직킹덤	(미국)	올랜도	120천
디즈니랜드	(미국)	캘리포니아애너하임	225천
도쿄디즈니랜드	(일본)	도쿄	250천
도쿄 디즈니 씨	(일본)	도쿄	216천
디즈니랜드파리	(프랑스)	마르네 나 벨리	5,830천
애플 센터	(미국)	올랜도	282천
디즈니 MGM 스튜디오	(미국)	올랜도	130천
디즈니 애니멀 킹덤	(미국)	올랜도	
유니버설 스튜디오 재팬	(일본)	오사카	163천

자료: '테마파크 개발사례', 심원섭, 2002

■ 시설현황

◦ 디즈니월드(Disneyworld)

1971년 10월 1일에 개장한 디즈니월드는 미국 올랜도 근교에 위치하여 있고 총면적이 3,330만평(애너하임 디즈니랜드의 150배)이나 되는 세계 최대 규모의 종합 레저 왕국이다.⁹⁾ 대상지는 두 개의 4차선 고속도로가 교차점과 인접하고 국제적 항공거점인 마이애미에 인접해 있어 항공교통을 중시한 접근성 정비를 지향함으로써 국제적인 집객력을 확보하고 있다. 디즈니월드는 매직킹덤, 애플센터, MGM 스튜디오, 애니멀 킹덤 등 크게 4개의 테마파크로 구성되어 있으며 워터파크, 호텔, 상업시설, 골프장, 기타 스포츠 시설 등 체재하면서 즐길수 있는 대규모 복합리조트임. 디즈니월드 내에는 테마, 스토리를 중시하는 라이드&어트랙션 시설과 영상시설, 라이브 쇼와의 복합화가 진행되어 파빌리온+상품+식음시설이 함께 하나의 테마로 연결되어 구성되어 있다.¹⁰⁾

<표 2-2> 디즈니월드 시설 현황

9) 디즈니월드에 대해 가장 잘못 알려진 사실은 디즈니월드가 올랜도 시에 위치한다는 것이다. 정확하게 말하면 디즈니월드는 올랜도 시 남서쪽 오렌지 카운티(Orange County)의 베이레이크(Bay Lake)시와레이크 부에나 비스타(Lake Buena Vista)시에 위치한다. - 김성진, 관광레저도시 개발 모형 및 정책방향 연구, 한국관광문화정책연구원, 2005

10) 한국관광공사, 대규모 관광자원 개발사업에 대한 현황분석, 1999

구 분	내 용
위 치	미국 플로리다 올란드
규 모	전체면적 3,330만평
구 성	테마파크 : 매직킹덤 - 1971년 10월, 12만평
	엠포 센터 - 1982년 10월, 28만 2천평
	MGM 스튜디오 - 1989년 5월, 13만평
	애니멀 킹덤 - 1998년 4월, 부대시설 : 워터파크, 호텔, 상업시설, 골프장, 기타 스포츠 시설
개장년도	1971년 10월

자료: '테마파크 개발사례', 심원섭, 2002

◦ 도쿄 디즈니 리조트(Tokyo Disney Resort))

도쿄 디즈니 리조트는 1983년 개장한 도쿄 디즈니랜드와 2001년 9월 개장한 도쿄 디즈니 씨 등 2개의 테마파크와, 복합상업시설인 익스피어리, 호텔로 구성되어 있다. 도쿄 디즈니랜드는 도쿄 디즈니 씨의 개장과 함께 테마파크에서 테마리조트로의 변신을 시도하였다. 기존 디즈니랜드와 비슷한 규모의 디즈니 씨 및 복합상업시설인 익스피어리(Ikspiari), 순환모노레인, 신규 호텔 등으로 일시에 규모가 2배로 확장되었다.

◦ 도쿄 디즈니랜드(Tokyo Disneyland)

• 도쿄 디즈니랜드는 1983년에 일본 치바 현 우라야스 시 일대에 개장한 미국의 디즈니랜드를 재현한 테마파크이다. 도쿄 도심에서 약 10km 거리에 위치해 있고 주변 50Km 반경에 걸친 도쿄와 인근 3개현(치바, 가나가와, 사이타마 현)에 약 3,300만 명 거주하고 있다. JR게이오선으로 도쿄 역에서 마이하마 역까지 15분이 소요되고 나리타공항(50분 거리)과 하네다공항(30분)에서도 직행버스를 통해 직접 연결된다. 또한 고속도로 葛西(카사이) 램프와 浦安(우라야스) 램프 이용이 가능하다. 도쿄 디즈니랜드는 약 25만평의 면적에 7개의 테마로 구성되어 있으며 어트랙션 46개, 식품시설 53개소, 상품시설 61개소 등이 갖추어진 테마파크이다. 또한, 디즈니랜드 내 특급호텔 8개소, 랜드 인근에 호텔 18개소, 복합상업시설, 모노레일 등을 갖추고 있다.

◦ 유니버설 스튜디오 재팬(Universal Studio Japan)

오사카시와 유니버설 스튜디오사에 의해 합작형태로 개발된 유니버설 스튜디오 재팬(USJ)은 2001년 3월에 개장하였다. 대상지인 시카 서부 린가이 지구는 오사카시의 중심인 오사카 역, 難波역에서 직선거리로 6~7km이고 오사카 역에서는 전철로 약 15분 거리에 위치하고 있다. 또한 JR선을 이용하여 역에서 하차하면 도보로 약 3분 정도 거리에 있으며, 고속도로와 직결되어 있어 우수한 입지조건을 갖추고 있으며, 지리적으로 일본의 최대관광지역에 위치하여 주변관광지와 연계한 시너지 효과를 창출하고 있다. 유니버설 스튜디오 재팬은 약 16만 평의 부지에 1천726억 엔이 투자되었으며 7개의 Zone에 18개의 스튜디오 형 어트랙션, 21곳의 식품시설, 24개소의 상품관

매소를 보유하고 있고, 파크 입구에는 복합 상업시설 시티워크(City Walk)와 공식호텔 2개소, 전철역이 있다.

<표 2-3> 유니버설 스튜디오 저팬 시설 현황

구분		시설 내용
시설개요	위 치	(1) 오사카시 시카구 서부 린가이지구
	사업주체	주식회사 USJ
	대지면적	(2) 16.3만평
	개 장 일	2001년 3월 31일
	총투자액	약 1,700억엔
시설현황	유기시설	Attraction : 18, 기타시설 : 6종
	식 음	요식, 물품판매시설 : 49개소
	상 품	직영 : 43개소, 수수료/위탁 : 22개소
	퍼블릭골프장	9홀, 3,554야드, 36파
	실내골프장	5,600백평, 48타석, 비거리 150m
	캠프장	2,700평, 8동 3실
	스포츠센터	49,240평, 340석

자료: '지역발전 촉진 수단으로써 테마파크의 개발동향 및 지역개발 파급효과 분석', 2005

2.3.2 세계 10대 테마파크의 운영 현황

■ 이용 현황

◦ 세계 10대 테마파크 이용 현황

세계 10대 테마파크의 이용현황을 살펴보면, 미국의 테마파크가 세계에서 가장 큰 규모와 시설 및 방문객을 가지고 있다. 세계 테마파크 시장에서 디즈니는 가장 영향력 있는 브랜드로 자리 잡고 있으며, 실제로 디즈니의 입장객수는 2005년 기준으로 세계 10위권의 테마파크의 총 입장객수의 약 84%정도를 차지할 정도로 비중이 높다.

<표 2-4> 프랜차이즈별 테마파크 보유 공원수 및 입장객

(단위 : 만명)

구분		보유 공원수	2005년 입장객
1	월트 디즈니 어트랙션	13	10,600
2	식스플레그즈 INC.	31	3,510
3	유니버설 스튜디오 레크리에이션 그룹	5	2,600
4	앤호이저-부시 테마파크(씨월드 등)	9	2,120
5	씨더 페어 LTD.	13	1,480
6	투사우드즈 그룹	6	1,380
7	팔레스 엔터테인먼트	3	1,370
8	파라마운트 파크	5	1,340
9	멀린 엔터테인먼트/레고랜드 파크	8	1,220
10	에버랜드(페스티발월드, 케리비안베이)	2	890
계			26,510

자료 : 한국종합유원지시설협회, 2006

2005년 기준 세계 10대 테마파크 중 미국에 소재하고 있는 테마파크 5개의 입장객 수는 5,740만 명으로 전체 입장객 수 1억 925만 명의 약 53%에 달하고, 세계 10대 테마파크 중 일본 소재 테마파크 3개의 입장객 수는 3,300만 명으로 전체 입장객 수의 약 30%를 차지하고 있다.

<표 2-5> 세계 10대 테마파크 입장객 추이

(단위 : 만명, %)

순위	테마파크명	2002년	2003년	2004년	2005년
1	매직 킹덤(미국 올랜도)	1,404	1,404 (-)	1,517 (8.1)	1,620 (6.8)
2	디즈니랜드(미국 애너하임)	1,272	1,272 (-)	1,336 (5.0)	1,450 (8.5)
3	도쿄 디즈니랜드(일본 동경)	1,300	1,318 (1.4)	1,320 (0.1)	1,300 (-1.5)
4	도쿄 디즈니 씨(일본 동경)	1,200	1,217 (1.4)	1,220 (0.1)	1,200 (-1.6)
5	디즈니랜드 파리(프랑스 파리)	1,030	1,023 (-0.7)	1,020 (-0.3)	1,020 (-)
6	엠펙(epcot·올랜도 디즈니월드)	828	862 (4.1)	940 (9.1)	990 (5.3)
7	에버랜드(한국)	856	801 (-6.4)	819 (2.3)	865 (5.6)
8	디즈니 MGM 스튜디오(미국 올랜도)	803	753 (-6.2)	826 (9.7)	860 (4.1)
9	디즈니 애니멀 킹덤(미국 올랜도)	730	730 (-)	782 (7.1)	820 (4.9)
10	유니버설스튜디오 저팬(일본 오사카)	801	881 (10)	990 (12.5)	800 (-19.2)

자료: 2006년 Amusement Business. 순위는 2005년 입장객 기준, () 전년대비 입장객 증가율

■ 운영 현황

도쿄 디즈니랜드 2003년 객 단가 기준 9,247엔을 기준으로 입장료 3,947엔(40.5%), 음식료 2,040엔(22.1%), 상품 3,260엔(35.4%)의 비중을 차지하고 있다. 영업이익률 11%대, 당기순이익률 5%대를 유지하고 있으며 이는 일본기업의 평균 이익률을 훨씬 웃도는 놀라운 경영 실적이다.

〈표 2-6〉 도쿄 디즈니 리조트 경영실적 추이

구분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년
매출액(억원)	1,715	2,002	2,811	3,318	3,365
영업이익률(%)	14.6	11.1	12.0	11.5	11.5
입장객수(만명)	1,730	2,205	2,482	2,547	2,502

자료: 오리엔탈랜드 사업보고서, 2005

〈표 2-7〉 도쿄 디즈니 리조트 시설구성

구분	도쿄디즈니랜드	도쿄디즈니씨	익스피어리	호텔	디즈니리조트 라인
개장	1983년 4월	2001년 9월	2000년 12월	2000~2001년	2001년
유형	테마파크	테마파크	복합상업시설	숙박시설	순환모노레일
규모	24.2만평	21.6만평	연면적 3.5만평	6개	5km 순환선
특징	어린이와 가족	바다를 주제 성인 중심	쇼핑의 즐거움	다양한 호텔	리조트 내 연계 강화

자료: 하성훈, 돈이 되는 테마파크 도쿄 디즈니 리조트, 롯데경제연구소, 2005

객 단가를 보면 2002년 47.3 달러에서 2004년 50.4달러로 증가하고 있지만 여전히 도쿄 디즈니랜드(2004년 9,245엔)보다는 매우 낮아 수익성 제고에 걸림돌이 되고 있다. 전체 매출액 구성을 보면, 테마파크(51%), 호텔 빌리지(39%), 기타(9%), 부동산(1%)으로 구성되어 있으며, 운영현황을 살펴보면 디즈니랜드 파리는 유럽연합과 월트디즈니가 50대 49로 합작한 회사로 월트디즈니가 지분 참여와 경영권을 확보하고 로열티도 받는 형태로 운영되고 있다.

개장 2001년 1,181억 엔의 매출액을 기록하여 11억 엔의 소폭 적자만을 기록하였지만 이후 입장객 감소에 따라 매출액이 2003년 712억 엔으로 감소하고 그에 따라 적자도 52억 엔을 기록하였다. 객 단가 역시 2001년 10,217엔에서 2003년 8,785엔으로 하락하였으며, 2003년 객 단가 8,785엔을 기준으로 각 분야별 비중을 보면 입장료가 4,735엔(53.9%), 식음료가 1,550엔(17.6%), 상품이 2,550엔(29.0%)으로 나타났다.

2.4 글로벌 테마파크의 개발사업 특성

2.4.1 글로벌 테마파크의 개발사업 방법

■ 사업개발방법의 검토

개발방식은 사업주체의 성격에 따라 단독개발과 합동개발로 구분할 수 있다. 공공 부문 혹은 민간기업 등 단일 성격의 개발주체가 중심이 되어 개발하는 단독 개발방식의 유형에는 제1섹터(공공부문), 제2섹터(민간기업) 등이 있다. 개발주체가 서로 상이한 역할을 하는 2개 이상의 사업주체가 결합하는 합동개발방식의 유형에는 제3섹터(공공부문+ 민간기업), 제4섹터(공공부문+ 지역주민), 제5섹터(민간기업+ 지역주민), 연합섹터(공공부문+ 민간기업+ 지역주민) 등의 다양한 형태가 있다.

글로벌 테마파크 개발의 경우 실질적으로 지역주민의 참여가 한계가 있으므로 제1섹터, 제2섹터, 제3섹터 세 가지 방식만을 고려할 수 있다. 제1섹터의 경우 공공에서 직접 운영하는 방식과 별도의 자회사를 설립하여 운영하는 방식을 고려할 수 있으나 글로벌 테마파크의 경우 다른 국가들에서 사례가 없다. 제2섹터의 경우 단일 기업이 투자하는 방식과 별도의 자회사를 설립하여 운영하는 방식을 고려할 수 있으며, 이러한 경우 정부의 지원을 위한 명분이 필요하다. 일본 오사카시의 유니버설 스튜디오의 경우 지자체는 지원과 출자만 하고 경영에는 참여하지 않는 사례를 보여준다.

제3섹터의 경우 공공과 민간의 공동 출자회사에 의해 개발하고 운영하는 방식과 공공이 부지와 기반시설을 제공하고 민간이 시설 투자하여 운영하는 방식을 고려할 수 있으며, 실제 홍콩 디즈니랜드가 이러한 경우의 대표적인 사례이다. 정부나 지자체가 부지와 기반시설을 제공하고 민간이 투자하여 운영하는 방식은 다음과 같은 특징이 있다.

- 사업초기에 어느 정도의 자금 부담이 수반되나, 사업위험을 분담하며, 전문성을 가진 운영기법과 사업 탄력성으로 사업의 안정성에 도움이 되며,
- 개발과정에서 정부나 지자체의 의견을 일부 반영할 수 있어 공공의 목적에도 부합될 수 있는 방법들을 반영할 수 있다.

2.4.2 글로벌 테마파크의 자금 조달 특성

■ 테마파크 개발 자금의 특성

개발에 필요한 투자자금의 경우, 장기성(5년 이상) 자금을 필요로 한다. 일반적으로 국내의 경우, 개발 사업에 필요한 자금조달은 간접투자자산운용업법에 따른 펀드와 은행의 담보 + 신용대출 형태인 PF(Project Financing)로 조달되지만 대부분이 1 - 3년 정도의 단기성 자금이고 분양사업을 통하여 투자자금을 회수하는 방법이다. 테마파크 개발사업의 경우, 일부 분양사업에는 적용 가능하나 운영을 염두에 둔 장기적인 자금이 필요한 시설개발에는 조달이 어렵다.

개발사업에 투자될 투자 자금의 규모가 대규모이다. 일반적인 부동산펀드의 경우, 규모가 200억원 - 300억원인 경우가 대부분이나 테마파크 개발 자금의 규모는 최소한 수천억원이 소요된다. 자금의 규모와 기간 문제로 외국의 대규모 글로벌 브랜드 테마파크 개발에는 해당국의 정부나 지자체가 인허가뿐만이 아니라 공동으로 자금문제를 해결해 나가는 사례들이 있다.

시설의 규모, 콘텐츠 등에 따라서 자금 규모, 투자 기간, 투자 조건 등이 다양하다. 현재 국내의 제도권에서 활용할 수 있는 자금조달 방법은 주체가 되는 기업의 증자, 부동산투자회사법을 활용한 REITs 구성, 간접투자자산운용법에 의한 Fund 구성, 금융기관의 Project Financing, 특정 투자집단의 BTL방식 등이 있다. 시설의 규모와 특성에 적합한 방식들로 복합화(REITs + Fund, BTL + PF 등)된 형태의 자금조달 구조를 설계해야 할 것이다. Fund의 경우도 모펀드 산하에 자펀드가 기간이나 개별 사업 유형에 따라 여러개 구성되는 다계층 증권형을 구상할 필요가 있다.

초기의 대규모 투자 후, 장기 운영사업의 속성상 자금조달에 따른 자본비용의 부담을 감안해야 한다. 초기의 대규모 자금 투입과 운영과정에서 발생하는 개보수 및 재투자에 따른 비용은 운영사업에 부담이 되므로 높은 금융비용을 피해야 한다. 외국(프랑스, 홍콩, 일본)의 경우 정부나 지자체가 저리 용자를 주선하거나 제공하고 토지비의 부담도 최소화시켜 주고 있는 실정을 참고해야 한다. 현재 간접투자자산운용법상의 자산운용회사가 부동산 간접투자기구와 특별자산 간접투자기구를 활용하여 이론적으로 투자 가능한 관광시설은 다음과 같다.

- 위락시설, 테마파크, 관광호텔, 가족호텔, 유스호스텔, 여관, 모텔, 펜션, 콘도미니엄, 서비스드 레지던스, 골프장, 스키장, 카지노, 백화점, 할인점

■ Lease 활용

파크 내의 시설물들에 대한 자금문제를 해결하기 위해서는 Lease를 활용할 수도 있다. Lease는 금융 Lease와 운용 Lease가 있으며, 두 가지 모두를 고려할 수 있다. 금융리스는 자본리스라고도 하며 시설물을 임대차 관계로 구축하는데, 임대자의 서비스는 설비에 대한 금융제공에 한정되고 임차인(파크 운영측) 임차시설의 유지와 보수에 대해 책임을 진다. 시설물 중에서 장기간 설치가 필요한 경우가 고려의 대상이 될 것이다. 운용리스는 서비스리스라고도 하며 임차인이 임차 시설을 필요한 기간만 이용하고 리스회사에 반환하는 비교적 단기간의 리스임. 수선과 유지관리의 비용과 책임을 임대인이 부담한다. 특히 기술적인 진부화의 위험을 감안해야 하는 놀이시설의 경우는 고려할 수 있다.

■ 스폰서기업 활용

브랜드 파워가 강한 글로벌 테마파크의 경우 기업 스폰서제도를 활용하여 일부 자

금을 조달하는 경우들이 일반화되어 있다. 도쿄 디즈니랜드에도 ‘기업참가제도’라고 하는 스폰서도입제도가 있다. 이는 기업이 파크 내의 각종 어트랙션 시설 등의 스폰서가 되어 광고 선전과 판매촉진이라는 영업활동과 홍보활동 등에 테마파크를 매개, 소재로 사용하는 독특한 시스템이다. 막대한 투자비가 들어가는 어트랙션 건설비용 및 부대비용(단일 어트랙션에 작게는 100억에서 많게는 500억 이상이 투자)의 일부를 기업들에게 부담시켜 초기의 투자부담을 완화시킨다. 스폰서참가기업은 1업종 1기업을 원칙으로 하고, 스폰서 기업의 메리트는 자사의 선전광고 매개체로서 테마파크의 브랜드 명칭과 마크 표시 등을 사용할 수 있고, 또한 테마파크의 정경을 상업용 팸플릿에 활용할 수가 있고, 이들이 들어있는 티켓과 상품을 사용해서 자사의 판매촉진활동도 할 수가 있다. 이러한 방법으로 테마파크는 기업의 이미지를 높이는데 큰 효과가 있다. 글로벌 브랜드 테마파크의 스폰서 기업이라는 이유만으로도 테마파크의 이미지와 해당 기업의 이미지는 통합되는 효과가 있어서 Win-Win을 구현한다. 이러한 효과로 도쿄 디즈니랜드의 스폰서 기업으로 참가한 경험이 있는 기업들이 다시 옆에 개발된 디즈니시의 스폰서 기업으로 다시 참가하는 경우가 많다. 도쿄 디즈니의 경우, 스폰서 기업으로 참가하는 기업들의 스폰서 비용은 일률적인 것이 아니고 시설에 따라서 각각 다르며, 스폰서 비용은 참가비와 연회비 두 가지가 있다. 비용지불은 1년을 단위로 하고, 기본적으로 10년을 계약기간으로 하는데 최장 20년까지도 가능함. 계약금액은 발표하지 않지만 개략 15억 엔부터 30억 엔으로 이르는 것으로 추정되고 도쿄 디즈니랜드의 경우 개장 초기에 모두 18개의 기업이 참가했지만 2000년 11월 현재까지 29개 기업으로 늘어났다. 도쿄 디즈니랜드의 옆에 있는 디즈니시의 참가기업은 2000년11월 현재 20개에 이르며, 식품 등 소비자와 직결되어 있는 기업이 대부분임. 2000년 초 만해도 18개였지만 그 후 1개사가 빠지고 3개 사가 더 늘어났으며 중도에 빠진 기업은 경영악화로 도산한 소고백화점이었다.

<표 2-8> 도쿄 디즈니랜드의 스폰서 기업의 내용

(2000년 11월 15일 현재)

참가기업명	제공시설
기린맥주주식회사	S.S 콜롬비아 다이닝그룹(식) 티디.루즈벨트 라운지(식)
주식회사 JCB	스톰라이더(어)
세이코주식회사	로미오. 워치 앤 주얼리(상)
제일생명보험상호회사	센터 오브 더 어스(어) 해비카. 카이스 렌탈(서)
주식회사 토미	디즈니시 에렉토리크레일웨이(어)
日石미쓰비시주식회사	디즈니시 트랜짓시스템라인(어)
일본항공주식회사	브로도웨이시어터(어)
일본코카콜라주식회사	해저2만마일(어) 케브코트 쿠키오브(식)
일본수산주식회사	호라이즌베이 레스토랑(식)

일본통운주식회사	신밧드 세븐(어) 택배센터(서)
일본유니시스주식회사	오토레스 에쿠스프로렉션(어)
하우스식품주식회사	카스바 푸트코드(식)
후지사진필림주식회사	매직램프시어터(어) 포토그래픽(상)
프리마햄주식회사	유카탄 베스캠프 그릴(식)
마쓰모토전기산업주식회사	인디애나 존스 어트벤처(어)
메이지우유주식회사	잔비니 부라자즈 리스트란티(식) 아이스크림 와곤(식) 베비센터(서)
森永제과주식회사	카라반칼세(어)
아마자키세이빵주식회사	세이링구디 뷔페(식)
UCC조지마커피주식회사	카페 폴도피노(식) 맘마 비스코티 베이커리(식)
주식회사 유하이무	베네티아 콘도라(어)

주: 제공시설 (어) 어트렉션, (에)엔터테인먼트, (식) 식품시설, (서)서비스시설, (상)상품판매시설
자료: 디즈니랜드의 경제학

2.5 글로벌 테마파크의 산업적 특성

2.5.1 글로벌 테마파크에 대한 새로운 이해의 필요성

■ 새로운 경쟁력 산업으로서 글로벌 테마파크

그동안의 테마파크에 대한 이해 정도를 보면 유희시설, 유원시설, 어뮤즈먼트 공원과 혼동하여 테마파크를 소비적이고 향락적인 사치산업의 하나로 인식하고 있으며, 관련 법률이나 업종구분에서도 테마파크는 공중위생법상의 유기장업(유원시설업)으로 표현하고 있을 정도이다. 여가활동 공간으로의 이해 정도를 보면 최근 소득증가, 여가활동에 대한 욕구 증대에 따라 테마파크를 국민의 건전한 놀이문화를 정착시키는 장으로 이해하기 시작했다. 관광수지 적자 해소 수단으로 이해정도는 관광적자가 확대되면서 테마파크는 외국의 관광객을 유치하거나 내국인의 해외 관광수요를 억제함으로써 관광적자를 줄이기 위한 대안으로 인식하고 있다.

한편 새로운 경쟁력 산업으로 이해는 첨단기술에 기반한 테마파크는 디지털산업과 미디어산업, 공연산업, 레저산업, 부동산산업, 건설업 등이 결합된 종합산업으로써 고용을 창출하고 새로운 경쟁력의 기반으로 활용할 잠재력을 지닌 것으로 이해되며, 특히 첨단테마파크는 디지털 기술과 미디어기술이 결합되어 영화, 음악, 연출, 의상, 조명, 디자인 등 각 분야에서 축적된 기술들이 테마파크를 통해 실현되고 있다.

■ 디지털 기술과 글로벌 테마파크의 산업적 특성

◦ 글로벌 테마파크의 산업적 특성

첫째, 현대의 테마파크는 독점적 구조를 지니고 있다. 테마파크는 초기에 막대한 투

자를 요구하는 장치산업이고 대규모 토지를 필요로 하기 때문에 대규모 기업만이 건설과 운영을 담당할 수 있다. 지방에서는 소규모 자본에 의해 조성되는 테마파크가 있지만, 이들 테마파크는 지방시장에서 독과점적인 형태로 운영되고 있다. 그러나 세계적으로는 전세계 테마파크의 75% 이상을 미국자본이 지배하고 있으며, 입장객 기준으로 세계 10위 이내에 있는 대부분의 테마파크는 미국자본이 주도하는 테마파크이다. 전세계 35개의 대규모 테마파크의 연간 입장객 중 63%가 미국기업이 주도하여 개발한 테마파크가 차지하고 있다.

둘째, 테마파크는 대규모 공간을 활용하는 장치산업인 동시에 노동집약적인 서비스산업이다. 초기에 막대한 투자비용과 토지를 소요하는 장치산업이지만, 관리운영단계에서는 노동집약적인 산업이다.

셋째, 테마파크는 경기변동적이며 계절적 영향을 받는 민감산업이다. 소득수준에 따라 테마파크의 수요가 결정되지만, 사치성 산업이기 때문에 경기변동에 민감하게 반응하는 산업임. 즉, 호황기에는 수요가 급속하게 확대되는 반면, 불황기에는 수요의 위축이 큰 산업이다. 계절적으로 날씨와 기온에 민감한 산업으로 테마파크의 주제에 따라 성수기와 비수기가 구분된다. 워터파크의 경우 여름이 성수기인 반면, 야외형 테마파크는 봄에서 가을까지만 개원하는 계절형 산업임. 최근 실내형 테마파크의 조성으로 계절적 편중화를 극복하기 위해 노력하고 있다. 계절적인 변동은 테마파크의 적정 규모 결정에 중요한 영향을 미치게 됨. 성수기에 혼잡을 초래하는 반면, 비수기에는 시설의 유희화가 심하게 나타난다.

넷째, 테마파크의 수준은 산업기술의 수준에 의해 결정된다. 테마파크는 관련 산업기술이 집약되어 완성된 종합산업으로서, IT기술, 미디어기술, 영화, 음악, 디자인, 설계, 조명, 무대, 의상 등 관련산업의 기술을 활용할 수 있다. 첨단기술형 테마파크의 경우 IT기술이나 미디어기술의 발전을 반영하여 테마나 시설내용을 재구성할 수 있기 때문에 테마파크의 질적인 수준은 과학기술의 발달 수준과 동원가능한 자금력에 의존한다고 할 수 있다.

■ 글로벌 테마파크에 대한 산업적 이해의 필요성

글로벌 첨단테마파크는 미래 성장 동력 산업인 디지털기술과 문화콘텐츠산업, 관광산업이 결합된 영역으로 국제적으로 용인된 영화, 애니메이션, 만화, 캐릭터 등의 문화콘텐츠에 첨단디지털기술과 무대공연 기법 등을 적용하여 관광레저시설을 구축하는 것으로 관련 산업 간의 시너지를 통해 지역경제 활성화 및 관련 산업의 발전을 도모할 수 있다. 따라서 첨단 테마파크 유치로 인한 지역발전 효과는 개발 및 건설, 운영과정에서 발생하는 관광객의 유치효과나 일자리 창출 효과 외에도 관련 산업 간의 연계를 통한 지역산업 발전에 관심을 가질 필요가 있다. 글로벌 테마파크의 조성이나 운영과정에는 지역의 관련 산업이 직간접적으로 연관관계를 형성함으로써 지역산업의 발전에 기여하는 효과 등을 종합적으로 분석하여야 한다.



3. 글로벌 테마파크의 수요 및 지역파급효과 분석

3.1 수요 추정

■ 시장 유입권 추정방법

◦ 개념

계획대상지 주변을 1차, 2차, 3차 유입권으로 설정한 후, 각 유입권별 인구 및 인구 대비 입장객을 통한 유입율을 산정하여 수요를 추정하는 방법으로 LEDO의 방법론이다. 국내 운영중인 유사 테마파크의 시장 유입권별 이용 수요 비중을 분석했다. 그리고 LEDO의 테마파크 관광참여율을 적용하고 이를 대상지 시장 유입권 인구 규모에 적용하여 추정했다.

◦ 시장유입권 추정

<표 3-1> 시장유입권 추정

	1	, , (- ,) 가 , , , , ,)	
	2	, , , , , ,	
	1	, , (- , , 가 , , , ,) ,	
	2	, , , , , , , , , ,	

◦ 추정의 결과

• 추정결과 서울랜드 부지에 건설될 경우 연간 약 720만 명이 방문할 것으로 추정되었으며, 안산 시화의 경우 614만 명으로 추정되었다.

<표 3-2> 시장유입권 추정결과

		LEDO
	7,205	6,908
	6,143	5,979

■ 시장 침투 추정 방법

◦ 개념

거주자 시장과 관광객 시장을 구분하고 시장 침투율을 적용하여 수요를 추정하는 방법으로 ERA의 방법론이다. 한국 내 시장요인을 경험과 바탕으로 한 시장 침투율 산정 및 패턴, 특징, 성장잠재력과 시장 점령 능력에 근거한 관람객 수 추정했으며, 한국시장의 특성상 거주자 시장에 있어 평균치보다 높은 침투율을 보이고 있다.

<표 3-3> 시장침투 기준에 의한 이용수요 추정

구 분	시장 규모	예상 시장 침투율 (%)			예상 관광객 수 (천명)			
		2012년	낮음	중 간 치	높음	낮음	중 간 치	높음
지 역 시 장	주요시장 (1시간)	25,512	16.0	17.5	19.0	4,082	4,465	4,847
	2차 시장 (2시간)	4,905	11.0	12.5	14.0	540	589	687
관 광 객 시 장	내국인 레저 / 숙박	9,850	11.1	12.6	14.1	1,093	1,241	1,389
	외국인 레저 / 숙박	3,568	3.0	4.5	6.0	107	160	214
	사업차 방문	3,139	1.3	1.5	1.8	39	47	55
추정 수요 전체 시장		46,974	11.6	13.0	14.4	5,861	6,502	7,192

■ 투자 규모에 따른 추정 방법

◦ 개념

기존 유사사례의 투자규모 대비 이용객수의 상관관계를 고려하는 방법론으로, 원 단위를 바탕으로 투자규모를 곱하여 이용수요 추정하고, 비교를 위해 토지 비용으로

1천억을 반영했다.

◦ 추정 과정

미국 테마파크를 중심으로 투입자금과 입장객 수의 관계를 분석했다. 96년 기준 미국의 경우 2억 5천불~3억불 정도의 투자를 통하여 연간 300~400 만명 입장객 유치했다. '04년 시점으로 환원 시 (물가상승률 5% 일률 적용) 연간 방문객 당 투자액은 한화기준, 10만원 당 0.78명으로 분석되었다. 단, '96년 이후의 재투자 경비의 미포함으로 인해 다소 오차는 예상된다. 고가의 미국 건설비를 국내 건설비용과 대비하면 10만원 당 1.0명 방문객 유치가 가능할 것으로 예상된다.

◦ 추정 결과

- 추정결과 약 800만 명의 수요가 있을 것으로 예상되었다.

<표 3-4> 투자 규모에 의한 이용수요 추정

구 분	적용 변수	투자 규모	이용 수요
Universal Studio Korea	10만원당 1.0명	5천억원	5,000,000 명
		6천억원	6,000,000 명
		8천억원	8,000,000 명
이용 수요		1조원	10,000,000 명

주: USK의 건설비는 토지비용이 포함되지 아니하였으므로 비교를 위하여 토지비를 약 1천억원으로 감안하여 이용수요를 추정함

■ 소결

추정방법에 따라 상당한 차이가 발생하나 방법론상의 기본가정이 다르기 때문에 발생하는 문제로 결과를 최소값 및 최대값으로 상정할 수 있다. 따라서, 세 가지 방법으로 추정된 값을 보면 최소 614만 명에서 최고 800만명의 수요가 있을 것으로 추정된다. 800만 명의 수요가 예측된 것은 시설의 투자규모에 따른 것으로 투자 시점 등의 차이로 인하여 단순비교가 어려워 700만명 수준의 수요가 발생한다고 할 수 있다.

3.1.3. 레저 수요 증가를 고려할 경우의 수요

최근 레저 수요는 소득의 증대와 주5일근무제에 따른 여가시간 증대로 크게 증가할 것으로 예상된다. 1960년대 이후부터의 고속성장과 이에 따른 소득수준의 향상, 여가시간 증대 등으로 국민들의 레저에 대한 개념이 바뀌고 있다. 레저를 기본전환하고 휴식을 위한 것 정도로 인식해왔으나 점차 자기계발과 창조적인 활동을 추구하기 위

한 것으로 인식하는 성향이 높아지기 시작했다. 즉, 소극적인 의식이 보다 적극적인 의식으로 변하여 국민들의 가치관이 일보다는 여가를 선호하는 추세로 바뀌어가고 있다.

■ 소득 수준의 향상

레저시장을 확대시키는 중요한 요소 중 하나는 국민 소득 수준의 향상이며, 앞으로 우리 경제가 지속적이고 성공적인 구조조정 등에 힘입어 3~6%대의 안정성장을 달성할 경우, 1인당 국민소득은 2005년의 1만 6,291달러에서 2008년경에는 2만 달러에 달할 것으로 전망되고 있다. 국민들의 소득수준이 높아지고 여가시간이 확대되면 자연스럽게 레저관련 지출이 늘어날 수밖에 없으며, 국내 레저수요가 확대되면 레저공급을 촉진시키면서 국내 레저시장을 확대시키는 요인으로 작용하게 된다.

미국, 일본 등 선진국의 예를 들어보면, 1인당 국민소득이 1만 달러를 넘어서기 전에는 레저시장이 두 자리 수의 높은 성장세를 지속하다가, 1만 달러가 넘어서면 성장률은 다소 둔화되지만 질적으로 크게 성장하게 된다. 즉, 여가시간과 경제적 여유를 고려해서 계획성 있는 레저를 즐기고, 국민들의 삶의 질을 향상시킬 수 있는 레저활동을 한다는 의미이다.

우리나라 도시근로자가구의 월평균 실질소득은 2005년 276만원으로 전년보다 1.7% 증가했고, 실질소비지출은 2005년에 180만 5천원으로 전년보다 1.3% 증가에 그쳤다. 2005년 도시 전 가구당 월평균 가계지출 중 레저비(교양오락비) 지출액은 주 5일 근무제 확대 실시와 국내 경기 회복 등에 힘입어 전년보다 4.6% 증가한 98,275원에 달했으며, 가계의 소비지출에서 차지하는 레저비 지출의 비중도 2005년에 4.83%로 전년보다 0.05% 포인트 상승했다.

■ 여가시간의 증가

우리나라 근로자들의 근무시간은 공장자동화에 따른 생산성 향상, 소득수준 향상에 따른 잔업 기피, '돈보다는 여가시간'을 원하는 가치관의 변화 등으로 계속 줄어들고 있다. 근무시간이 줄어들면서 상대적으로 여가시간은 늘어나기 되는데, 여가시간의 증가는 레저수요를 크게 자극하는 요인으로 작용하고 있다.

■ 레저 수요 및 소득 향상에 따른 수요 증가 예상

우리나라의 국민총생산은 연간 3~4% 정도 성장할 것으로 예상되고 있는 가운데 소득의 증가는 이 보다 낮은 연간 2~3% 증가한다고 볼 수 있다. 앞의 레저의 소득탄력성을 보면, 2005년에 약 2.7로 소득이 1% 증가할 때 레저수요는 약 2.7% 증가하는 것으로 나타났다. 이를 감안하면, 수요가 연간 2.7% 상승할 것으로 예상되어, 현재 진행 중인 2012년의 유니버설 스튜디오 코리아의 경우 방문객은 최소 630만 명에서

최고 822만 명으로 추정된다. 시장유입권에 의한 추정에서는 738만 명으로 추정되며, 매년 2.7%씩 증가할것으로 예상된다.

■ 추정결과

추정결과 예를 들어, 수도권외 과천에 건립될 경우에는 연간 6,000,464명이 방문할 것으로 추정되며, 시화에 건립될 경우에는 접근성이 양호해져서 연간 6,665,931명이 방문할 것으로 추정된다.

USK 과천 :	6,000,464명
USK 시화 :	6,665,931명

그러나 이 수요는 현재 일본의 유니버설 스튜디오를 방문하는 관광객이 우리나라에 유니버설 스튜디오가 건립됨으로 인해 옮겨지는 이전수요를 말하는 것으로 신규 창출 수요는 고려되지 않은 것이다. 따라서, 우리나라에 새로 글로벌 브랜드의 테마파크가 건립됨으로 인하여 추가적으로 발생하는 신규수요를 추정할 필요가 있음. 이를 고려하기 위하여 본 연구에서 실시한 설문조사의 일부 결과를 반영하여 추정하고자 했다.

■ 설문조사 결과를 반영하여 수요 추정

• 설문조사 결과 한국은 최근 3년간 평균 1.68회 테마파크를 방문하는 것으로 나타났으며, 중국인은 2.67회, 일본인은 2.92회 방문하는 것으로 나타났다.

<표 3-5> 설문조사 결과를 반영한 수요 추정

국 적	3년간 평균 테마파크 방문 횟수 (회)
한 국	1.68
중 국	2.67
일 본	2.92

3.2 지역경제 파급효과 분석

3.2.1 지역경제 파급효과 분석 개요

■ 배경

- 글로벌 브랜드형 테마파크 개발 여건

주 5일 근무제의 확산과 국민소득 증대로 인한 관광 레저수요의 증대되고 있고, 다양한 여가 패턴의 발생으로 기존의 테마파크와 차별화된 새로운 개념의 테마파크 개발에 대한 요구와 국제 경쟁력을 지니고 있는 복합 리조트 개발을 통해서 지역 경제의 활성화 및 국가 이미지 제고가 필요하다.

◦ 글로벌 테마파크의 기본 개발 유형

영화 및 미래를 주제로 한 역동적인 시설과 내용, 다양한 연령층과 가족을 대상으로 한 공간 계획, 그리고 유치 가능 시설로는 테마파크, 워터파크, 판매 상업시설 및 몰, 프리미엄 아울렛, 호텔, 국제회의장 및 전시장, 의료시설, 리조트 시설을 고려해야 한다.

<표 3-6> 지역간 투입산출모형의 지역 및 산업 구분

구분	분 류				
지역	수도권, 강원권, 충청권, 전라권, 경북권 및 경남권 등 6개 권역				
산업	농림어업	광업	음식료 및 담배	섬유	의류 및 신발
	목재종이	석유 화학 고무	비금속광물	1차 금속 및금속	기계
	전기 및 가전	정보통신기기	정밀기기	수송제조업	가구 및 기타제조
	전력 가스 수도	건설	도소매	음식숙박업	운수업
	금융 및 보험	부동산 사업서비스	공공행정·국방	교육·보건복지	정보통신문화 사회서비스

■ 분석 과정

지역별 산업별 생산, 고용 및 임금 유발 측면에서 (1) 총투자비의 건설효과와 (2) 사업 완공 이후의 운영효과로 나누어서 평가한다.

(1) 총투자비의 건설효과	(2) 본 사업의 운영효과
기계지출의 소비지출 파급효과 + 건설비의 건설투자 파급효과	판매 및 관광 등 운영의 파급효과



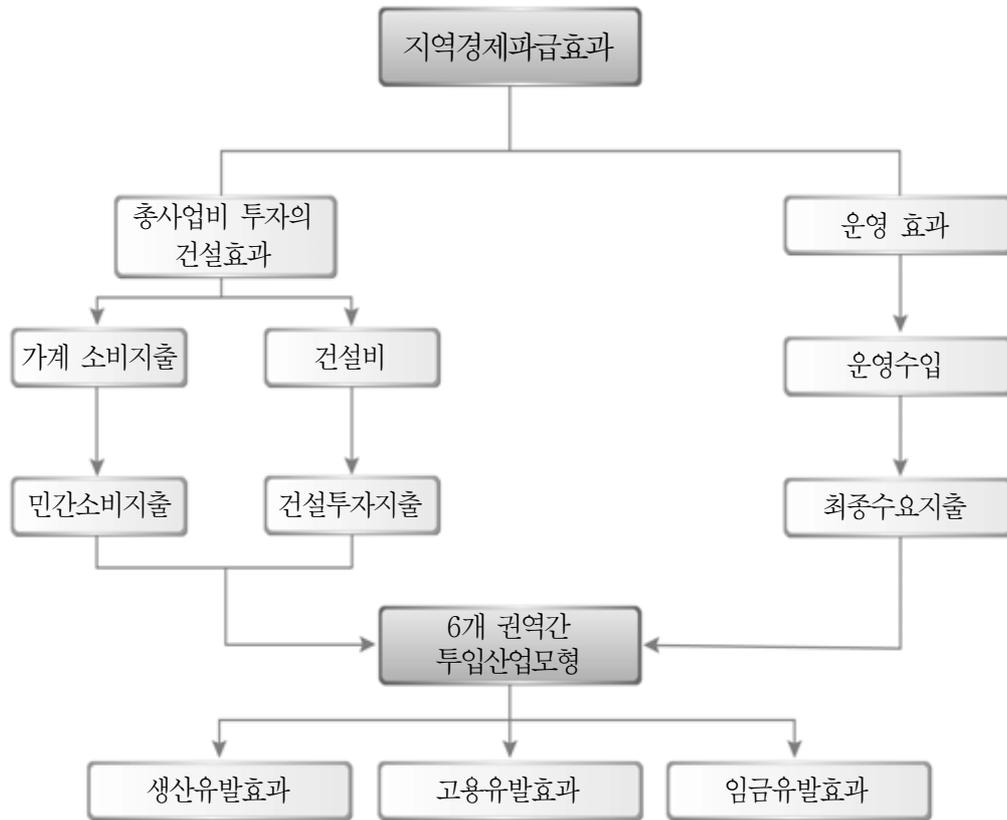
운영시설은 테마파크, 호텔, 판매시설, 호텔, 워터 파크 및 프리미엄 아울렛 등 5개 시설 중
에서 직접 운영하는 테마파크, 워터 파크 및 프리미엄 아울렛 등 3개 시설로 국한

3.2.2 지역경제 파급효과 분석 방법

지역 간 산업 연관표는 두 지역 이상을 대상으로 지역 간 이출입내역을 구분하여

작성한 산업연관표로서 수도권지역 투자가 수도권뿐만 아니라 비수도권 지역의 생산, 고용 등에 미치는 효과를 산정한다.

<그림 3-1> 지역경제 파급효과(경제적 승수효과) 분석 개요



<표 3-7> 지역경제 파급효과 분석 방법

지역간 산업연관표의 생산 균형식	지역의 재화 및 서비스에 대한 최종수요 변화에 따른 생산유발효과
$X = AX + Y$ $A = \begin{pmatrix} a_{11}^{11} & a_{12}^{11} & \cdots & a_{1j}^{1l} & \cdots & a_{1m}^{1n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ a_{i1}^{11} & a_{i2}^{11} & \cdots & a_{ij}^{kl} & \cdots & a_{im}^{kn} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ a_{m1}^{11} & a_{m2}^{11} & \cdots & a_{mi}^{nl} & \cdots & a_{mm}^{mn} \end{pmatrix}$ <p> X X_i^k (k지역 i산업 생산액)을 원소로 하는 nm벡터 Y Y_i^k (k지역 i산업 생산액의 최종수요)을 원소로 하는 nm벡터 A a_{ij}^{kl} (l지역 j산업 생산을 대한 k지역 i산업 생산물 투입계수)을 원소로 하는 $nm \times nm$ 행렬 </p>	$(I + A + A^2 + A^3 + \cdots + A^n + \cdots)Y = X$ $X = \frac{1}{I - A} Y = (I - A)^{-1} Y$ $\Delta X = (I - A)^{-1} \Delta Y$ <p> $(I - A)^{-1}$: 산업의 최종수요 한 단위 변화에 의해 발생하는 직접효과와 간접효과를 합을 나타내는 생산유발계수이며, 여기서 최종수요란 정부지출, 수출과 수입, 투자, 소비 지출을 의미 </p>
<p>1) 고용유발계수 = 생산유발계수 X 생산액 대비 고용자수 2) 임금유발계수 = 생산유발계수 X 생산액 대비 임금총액</p>	

◦ 지역간 산업연관모형의 생산유발효과는 다음과 같은 과정을 통해서 산정 분석 대상은 두 개의 지역으로 구성되어 있으며 산업은 n 개로 구성되어 있다고 가정한다면, A^L 은 지역 L 의 투입계수행렬, A^M 은 지역 M 의 투입계수행렬, C_i^{LM} 은 상품 i 의 지역 L 에서 지역 M 으로의 이출을 의미한다.

- 교역계수행렬, 지역별 투입계수와 지역교역계수의 곱 등은 다음과 같다.

$$C^{LM} = \begin{pmatrix} C_1^{LM} \\ \vdots \\ C_n^{LM} \end{pmatrix} \quad \hat{C}^{LM} = \begin{bmatrix} c_1^{LM} & 0 & \cdots & 0 \\ 0 & c_2^{LM} & \cdots & 0 \\ \vdots & & & \\ & & & 0 \end{bmatrix} \quad 0 \cdot c_n^{LM}$$

$$A^L = \begin{pmatrix} a_{11}^L & a_{12}^L \\ a_{21}^L & a_{22}^L \end{pmatrix}, \quad A^M = \begin{pmatrix} a_{11}^M & a_{12}^M \\ a_{21}^M & a_{22}^M \end{pmatrix}$$

$$\hat{C}^{LL} = \begin{pmatrix} c_1^{LL} & 0 \\ 0 & c_2^{LL} \end{pmatrix}, \quad \hat{C}^{MM} = \begin{pmatrix} c_1^M & 0 \\ 0 & c_2^M \end{pmatrix}$$

$$\hat{C}^{LM} = \begin{pmatrix} c_1^{LM} & 0 \\ 0 & c_2^{LM} \end{pmatrix}, \quad \hat{C}^{MM} = \begin{pmatrix} c_1^{MM} & 0 \\ 0 & c_2^{MM} \end{pmatrix}$$

$$\widehat{C}^{LL}A^L = \begin{pmatrix} c_1^{LL} a_{11}^L & c_1^{LL} a_{12}^L \\ c_2^{LL} a_{21}^L & c_2^{LL} a_{22}^L \end{pmatrix}, \quad \widehat{C}^{ML}A^L = \begin{pmatrix} c_1^{ML} a_{11}^L & c_1^{ML} a_{12}^L \\ c_2^{ML} a_{21}^L & c_2^{ML} a_{22}^L \end{pmatrix}$$

$$\widehat{C}^{LM}A^M = \begin{pmatrix} c_1^{LM} a_{11}^M & c_1^{LM} a_{12}^M \\ c_2^{LM} a_{21}^M & c_2^{LM} a_{22}^M \end{pmatrix}, \quad \widehat{C}^{MM}A^M = \begin{pmatrix} c_1^{MM} a_{11}^M & c_1^{MM} a_{12}^M \\ c_2^{MM} a_{21}^M & c_2^{MM} a_{22}^M \end{pmatrix}$$

각 지역의 생산량 및 최종수요를 각각 X 및 Y 로 정의할 경우, 생산물시장의 균형 조건은 <식 1> 및 <식 2>와 같으며, 지역 교역계수에 따라 L 지역 최종수요 변화는 L 지역뿐만 아니라 M 지역의 생산량에도 영향을 미치게 된다.

- $Y^M=0$ 이 충족될 경우 <식 4>는 <식 5>와 같으며 이를 <식 3>에 대입하면 <식 6>이 도출된다.

$$X^L = \widehat{C}^{LL}A^L X^L + \widehat{C}^{LM}A^M X^M + \widehat{C}^{LL}Y^L + \widehat{C}^{LM}Y^M \quad \text{<식 1>}$$

$$X^M = \widehat{C}^{MM}A^M X^M + \widehat{C}^{ML}A^L X^L + \widehat{C}^{MM}Y^M + \widehat{C}^{ML}Y^L \quad \text{<식 2>}$$

$$(I - \widehat{C}^{LL}A^L)X^L - \widehat{C}^{LM}A^M X^M = \widehat{C}^{LL}Y^L + \widehat{C}^{LM}Y^M \quad \text{<식 3>}$$

$$-\widehat{C}^{ML}A^L X^L + (I - \widehat{C}^{MM}A^M)X^M = \widehat{C}^{ML}Y^L + \widehat{C}^{MM}Y^M \quad \text{<식 4>}$$

$$X^M = (I - \widehat{C}^{MM}A^M)^{-1}(\widehat{C}^{ML}Y^L + \widehat{C}^{ML}A^L X^L) \quad \text{<식 5>}$$

$$(I - \widehat{C}^{LL}A^L)X^L - \widehat{C}^{LM}A^M(I - \widehat{C}^{MM}A^M)^{-1}(\widehat{C}^{ML}A^L X^L + \widehat{C}^{ML}Y^L) = \widehat{C}^{LL}Y^L \quad \text{<식 6>}$$

◦ <식 6>에서 $(I - \widehat{C}^{LL}A^L)X^L$ 은 L 지역 최종수요의 변화가 지역내부에 미치는 효과를 나타냄.

좌변의 두 번째 항은 두 지역간 경제적 연계로 인한 효과로서 L 지역의 최종 수요 변화가 M 지역의 생산에 영향을 미치며, M 지역의 생산 변화가 다시 L 지역의 생산에 파급되는 효과를 포함. \widehat{C}^{ML} 은 지역간 생산유발 정도를 결정하는 교역계수이다. 한편 특정 지역의 최종 수요는 교역계수를 통하여 지역별로 나누어져 다른 지역의 생산에 영향을 주거나 또는 타 지역의 배분이 전혀 안되고 자체 지역의 생산물을 수요하도록 설정할 수 있다.

- 교역계수를 통한 최종수요의 배분과정이 고려될 경우

$$\begin{pmatrix} X^L \\ X^M \end{pmatrix} = \left(\begin{pmatrix} I & 0 \\ 0 & I \end{pmatrix} - \begin{pmatrix} \widehat{C}^{LL} & \widehat{C}^{LM} \\ \widehat{C}^{ML} & \widehat{C}^{MM} \end{pmatrix} \cdot \begin{pmatrix} A^L & 0 \\ 0 & A^M \end{pmatrix} \right)^{-1} \cdot \begin{pmatrix} \widehat{C}^{LL} & \widehat{C}^{LM} \\ \widehat{C}^{ML} & \widehat{C}^{MM} \end{pmatrix} \cdot \begin{pmatrix} Y^L \\ Y^M \end{pmatrix} \quad \text{<식 7>}$$

- 교역계수를 통한 최종수요의 배분과정이 고려되지 않을 경우

$$\begin{pmatrix} X^L \\ X^M \end{pmatrix} = \left(\begin{pmatrix} I & 0 \\ 0 & I \end{pmatrix} - \begin{pmatrix} \widehat{C}^{LL} & \widehat{C}^{LM} \\ \widehat{C}^{ML} & \widehat{C}^{MM} \end{pmatrix} \cdot \begin{pmatrix} A^L & 0 \\ 0 & A^M \end{pmatrix} \right)^{-1} \cdot \begin{pmatrix} Y^L \\ Y^M \end{pmatrix} \quad \text{<식 8>}$$

<식 8>에 근거하여 지역간 연계는 생산과정에서만 고려될 경우 생산유발계수는

<식 9>, 부가가치 및 고용 유발계수는 각각 <식 10> 및 <식 11>과 같다.

$$X=(I-CA)^{-1} \cdot Y \quad \text{<식 9>}$$

$$V=A^V(I-CA)^{-1} \cdot Y \quad \text{<식 10>}$$

$$L=\widehat{\Gamma} \cdot (I-CA)^{-1} \cdot Y \quad \text{<식 11>}$$

A^V : 부가가치율의 대각행렬

$\widehat{\Gamma}$: 고용유발계수의 대각행렬

3.2.3 지역경제 파급효과 추정 개요

■ 총투자비의 건설 효과

글로벌 브랜드형 테마파크의 예시적인 시설 규모는 테마파크, 판매시설, 호텔, 주차장 등 기본시설 32.9만 평 및 워터 파크, 프리미엄 아울렛 등 추가시설 7.5만 평 등 (건설비 540억 원) 등 40.4만 평 수준이다. 테마파크(건설비 4358억 원, 기계구입비 2596억 원 등 6954억 원), 판매시설(건설비 740억 원), 호텔(건설비 1687억 원), 워터 파크(건설비 530억 원), 프리미엄 아울렛(건설비 540억 원) 등 총 1조 451억 원의 총투자비에 의한 6개 지역 생산유발효과는 2조 775억 원이며 고용 및 임금유발효과는 각각 1만 9571명 및 4391억원 등이다.- 총투자비의 수도권 지역 생산유발효과는 1조 6620억 원이며 고용 및 임금유발효과는 각각 1만 7085명 및 3891억원 등이다.

<표 3-8> 총투자비의 지역경제 파급효과

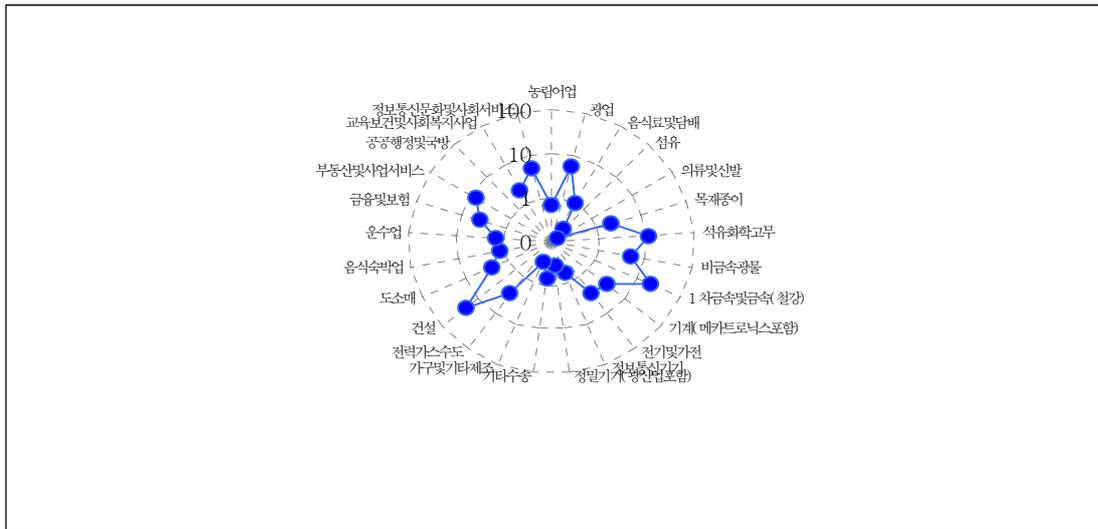
(단위: 백만 원, 명)

건설	생산	고용	임금
수도권	1,661,980	17,085	389,120
강원권	19,638	205	3,508
충청권	98,488	650	13,395
전라권	95,434	505	9,063
경북권	77,975	457	9,360
경남권	124,007	668	14,671
계	2,077,523	19,571	439,117

생산유발효과가 높은 산업은 건설, 1차 금속 및 금속(철강), 석유화학고무, 부동산 및 사업 서비스 등이다.

<그림 3-9> 총투자비의 생산유발효과의 산업별 비중

(단위: %)



■ 운영효과

◦ 시설별 매출액 추정

테마파크, 판매시설, 호텔, 워터 파크, 프리미엄 아울렛 등 5개 시설 중 판매시설 및 호텔은 분양하며 나머지 3개 시설은 직영하는 것을 가정하면, 테마파크의 연평균 매출액은 3797억 원으로 추산되고, 테마파크의 시장유입권, 투자 규모, 시장침투율 등을 고려하면 개장 년도 예상 방문객 수는 720만 명~750만 명으로 산정된다.

- (시장유입권) 국내 운영 중인 유사 테마파크의 시장 유입권별 이용 수요 비중을 토대로 하여 방문객을 추정하면 720만 명 수준

- (시장침투율) 시장침투율을 거주자 시장과 관광객 시장으로 구분하여 방문객을 추정하면 720만 명 수준

- (투자 규모) 기존 유사사례 투자규모 대비 이용객 수를 이용하여 방문객을 추정하면 800만 명 수준

개장년도 테마파크 객단가는 2006년 국내 시설의 객단가 금액 및 일본 글로벌 브랜드형 테마파크의 평균 객단가 비율을 근거로 하여 53,000~59,000원으로 산정되었다.

- 2006년 기준 국내 사례의 객단가 금액은 30,000원~32,000원으로 추산

- 일본의 테마파크 평균 대비 글로벌브랜드형 객단가 비중은 40%~50% 수준

워터 파크의 연평균 매출액은 288억 원으로 추산되며 국내 사례에 근거하여 개장년도 방문객은 80만 명으로 산정되었다. 일인당 객단가는 34,000원~38,000원으로 산정되고 입장료 및 식음료 비용은 각각 22,500원~25,500원 및 7,900원~8,900원으로 가정하였으며 상품구매 비용은 전체 비용의 10%로 가정하였다. 프리미엄 아울렛의 영업수익은 1차 유입권 및 2차 유입권의 명품 구매 경험 비율에 근거하여 2,203억

원으로 추산되고, 1차 유입권은 수도권, 2차 유입권은 충청지역과 강원지역으로 설정할 경우 방문객 수는 420만 명~460만 명으로 추정되며, 국내명품 구매경험 비율은 1차 유입권의 15.7% 및 2차 유입권의 10%로 가정했고, 2006년 기준 일인당 소비액은 50,000원으로 가정하였다.

◦ 운영효과 추정

연평균 운영시설의 생산 및 매출(테마파크 3797억 원, 워터 파크 288억 원, 프리미엄 아울렛 2203억 원 등 6289억 원)에 따른 우리나라 생산유발효과는 1조 1547억 원이며, 수도권 지역의 경우에는 9459억 원이다. 수도권의 연평균 고용 및 임금유발 효과는 각각 1만 9575명 및 2097억 원이다.

<표 3-10> 관광시설(테마파크 및 워터 파크) 및 판매시설(프리미엄 아울렛)의 생산 및 매출에 따른 운영효과 (단위: 백만 원, 명)

구분	생산	고용	임금
수도권	945,891	19,575	209,711
강원권	19,337	365	1,843
충청권	65,960	1,130	6,530
전라권	60,485	1,270	5,223
경북권	21,885	364	2,696
경남권	41,157	451	4,933
계	1,154,715	23,154	230,935

■ 건설 및 운영의 지역경제 효과

본 사업이 건설되면서 우리나라 전체 산업의 생산액은 추가적으로 2조 775억 원 증가하며 이 중에서 수도권의 생산액 증가분은 1조 6620억 원으로 예상된다. 전국적인 차원에서 고용 기회도 19,571명 (연인원 기준) 증가하고 이에 따라 임금 총액도 4391억 원 늘어나고, 본 사업이 운영되면서 우리나라 전체 생산액은 매년 1조 1547억 원 정도 증가하며, 이에 따라 2만 3154명의 고용 기회가 발생하고 2309억 원 정도의 임금이 추가적으로 지급될 것으로 전망된다. 수도권의 경우 건설투자에 따라 고용 창출 및 임금 증가액은 각각 17,615명 및 3894억 원에 달할 것으로 예상된다. 또한 본 시설의 운영에 따라 수도권지역의 매출액이 증가하고 이로 인하여 수도권지역의 생산액은 9459억 원이 추가적으로 늘어나고 19,575명의 고용 기회도 발생함. 임금 규모는 2097억 원에 이를 것으로 추산된다. 따라서 본 사업은 고용 불균형 문제를 어느 정도 해결하고 수도권 경제의 활성화에 크게 공헌한다.

<표 3-11> 본 사업의 건설 및 운영에 따른 경제적 승수효과 (단위: 백만 원, 명)

구분	생산	고용	임금
건설 효과			
수도권	1,661,980	17,615	389,408
(전국 대비 수도권 비중)	80.00%	90.01%	88.68%
전국	2,077,523	19,571	439,117
연평균 운영 효과			
수도권	945,891	19,575	209,711
(전국 대비 수도권 비중)	81.92%	84.54%	90.81%
전국	1,154,715	23,154	230,935

본 사업의 중장기 계획 수립 과정에서 경제적 측면에서 검토할 사항은 다음과 같다.

- 중장기적으로 테마파크 수요는 어떻게 변동할 것인가? 테마파크 수요가 개장 초반에만 급격히 증가하고 일정 기간이 지나가면 감소하지 않을 것인가?
- 테마파크의 시설 특성을 고려하면 핵심 기자재, 마스코트 관련 상품 등이 대부분 수입될 것으로 예상됨. 수입의존도가 높을 경우 테마파크 개발에 따른 누출효과는 어느 정도 인가? 수입 대체가능한 것인가?
- 테마파크 개발 사업이 지역간 격차를 약화시키지 않을 것인가?
- 테마파크 개발 사업이 비수도권에서 이루어질 경우 그 효과는 어느 정도인가? 비수도권의 1차 유입권 규모가 작을 경우 사업 추진이 가능한가?
- 테마파크 개발 사업을 추진하는데 있어서 중앙정부, 광역자치단체 및 기초 자치단체간의 역할은 무엇인가? 누가 주도적으로 추진하는 것이 사업의 효율성을 제고시킬 수 있는가?
- 테마파크 개발 사업의 지역 연고효과는 어느 정도인가?
- 테마파크 개발 사업이 기존 사업에 미치는 영향은 무엇인가? 단순히 수요의 수평 이동효과만을 창출한다면 테마파크 개발의 국민경제 효과는 무엇인가?
- 수도권에서 개발되는 테마파크 사업의 국제 경쟁력은 무엇인가?

3.4 관광산업 파급효과 분석

3.4.1 테마파크 수요확장효과

■ 내국인 테마파크 수요 변화

- 글로벌 테마파크 유치시 수요 증대

글로벌 테마파크의 국내유치에서 중요한 사항은 전국 테마파크 수요가 고정된 채 수요의 배분만이 이루어질 것인지, 아니면 새로운 테마파크에 대한 수요가 창출될 것인지에 대한 판단의 문제가 존재한다. 국내 관광객의 경우, 한 해동안 국내 테마파크

방문 계획 횟수는 약 2.16회로 응답하였고, 이는 문화관광부(2006)에서 조사한 응답자의 지난 1년간 테마파크 방문 횟수인 2.15회와 유사한 수준이다. 글로벌 테마파크 유치시 방문의향은 약 77.4%가 긍정적으로 응답하여 2.16회×77.4%인 1.67회는 글로벌 테마파크 방문의 가시권에 든다고 할 수 있다.

◦ 기존 테마파크와의 수요 변화

글로벌 테마파크 방문으로 국내 테마파크 방문횟수를 줄일 것이라는 응답자가 약 43.3%였으며, 국내 테마파크 방문횟수를 줄이지 않고, 추가로 방문하겠다는 응답자가 약 31.9%로 나타났고, 결국, 테마파크 이용횟수 중 0.72회(1.67회×43.3%)는 국내 테마파크 수요이전에 어느 정도 영향을 준다고 볼 수 있다. 국내 테마파크 전체에는 약 31.9% 정도는 새로운 수요창출의 효과를 기대할 수 있으며, 43.3%는 내국인의 기존 테마파크에 대한 수요가 이전할 수 있을 것으로 판단된다. 이중 연령별로는 10대부터 30대의 경우보다는 40대 이상이 기존 테마파크 방문에서 신설될 글로벌 테마파크로 수요가 이전할 것으로 보인다. 따라서 여러 번 테마파크 방문을 하는 주 고객층 보다는 상대적으로 방문횟수가 적은 고객층에서 주로 수요의 이탈이 나타날 것으로 판단된다.

■ 외래관광객 테마파크 수요유입효과

외래관광객의 경우에는 글로벌 테마파크의 국내 설립 후, 테마파크를 방문하기 위하여 방한하겠다는 응답자가 약 10.4%, 방한을 한다면 신설될 테마파크에 들르겠다는 응답자가 약 42.0%로 나타났으며, 테마파크를 주목적으로 하는 목적형 방문객은 국내 타 테마파크 수요와는 관계없이 증대될 수 있는 수요층이며, 방한 후 테마파크 결정 방문객은 타 테마파크 방문 수요에도 긍정적인 영향을 줄 수 있을 것으로 보인다. 따라서 보수적으로 보면 외래관광객 테마파크 수요 유입효과는 전자의 경우에 한정해서 보아야 하고, 설문조사 결과, 방한을 한다면 글로벌 테마파크에 들르겠다는 응답자 42.0%의 경우에는 오히려 국내 테마파크 방문수요를 감소시킬 수 있는 수요라 할 수 있다. 결국, 글로벌 테마파크 개발은 10.4% 수준의 외래관광객 창출로 2006년 외래관광객 수를 6,155,047명으로 추정할 때, 약 640천명의 외래관광객 창출효과가 있을 것으로 추정된다.

3.4.2 관광매력창출효과

■ 내국인 관광매력창출효과

내국인이 인지하는 글로벌 테마파크 유치시 관광매력으로 보고 있는 것은 1) 국내

타 관광지 또는 관광상품을 연계할 수 있는 효과, 2) 한국 관광의 새로운 관광매력을 개발하는 효과, 3) 한국 관광지 브랜드를 높일 수 있는 효과, 4) 한국 관광지를 세계적으로 알리는 효과 등을 낼 수 있을 것으로 기대되고, 특히 국내관광 활성화 효과가 긍정적이라고 본 응답자가 84.6%, 외래 관광객 유입 효과가 긍정적이라고 본 응답자가 67.8%인 점을 통해 볼 때, 특히 내국인 국내관광(Domestic)의 상승효과가 상대적으로 더 크다고 볼 수 있다. 해외여행 자체를 줄일 것이라는 응답 13.6%, 해외여행은 줄지 않더라도 해외 테마파크 방문횟수를 줄일 것이라는 응답 23.4%를 보이고 있어 일정정도 내국인의 해외여행(Out-bound) 수요를 억제하는 등 해외 관광형태에 영향을 미칠 것으로 판단된다.

■ 외래관광객 관광매력창출효과

외국인의 경우, 국적별로 글로벌 테마파크의 관광매력 정도를 상이하게 평가하고 있는 것으로 보이고, 특히, 중국/대만 관광객은 글로벌 테마파크 개발에 따라 방한 의향, 타 테마파크 및 타 여행지 방문 감소 정도, 글로벌 테마파크 개발에 따라 한국 방문 의향 정도가 상대적으로 탄력있게 변화하는 것으로 나타났다. 이들 국가에는 대규모 테마파크가 존재하지 않기 때문에 국내에 글로벌 테마파크 건설이 이들 국가 관광객의 유치에 크게 영향을 미칠 것으로 보이며, 현재 중국/대만권 관광객의 국내 관광지 방문지역에서 테마파크가 수위에 꼽히는 것도 바로 이러한 이유 때문으로, 중국/대만권 관광객을 유치할 수 있는 글로벌 테마파크의 개발 전략의 수립이 필요하다.

■ 신규 테마파크 도입이 국내 관광활동에 미치는 영향

국내에 새로 개발될 글로벌 테마파크가 국내 관광에 미칠 수 있는 영향에 대해서는 내국인이 해외여행을 할 때 방문하는 테마파크 이용 정도를 봄으로써 간접적으로 추정할 수 있으며, 내국인이 해외 세계적 브랜드 테마파크 방문 이유로는 첫째, 관광을 주목적으로 하며 일정에 테마파크가 포함되어 있는 경우(41.9%), 둘째, 기타 다른 이유로 인하여 테마파크를 방문하는 경우(25.8%), 친지를 방문하며 테마파크를 방문하는 경우(22.6%), 테마파크 방문이 주목적이면서 이외 관광을 하는 경우(9.7%) 순으로 나타났다. 결국 테마파크 방문과 다른 관광과의 연계를 통한 관광 활성화는 51.6% (41.9%+9.7%) 정도로 나타나는 것을 알 수 있으므로, 이러한 비율을 통해 볼 때 국내에 글로벌 테마파크가 건설되는 경우 해외 관광수요의 일정부분을 대체할 수 있을 것으로 판단된다.

4. 결론

우리나라 서비스산업의 경우 GDP 대비 비중(2005년 기준 56.4%)은 선진국에 비하면 10% 포인트 이상 낮은 형편이다. 여행수지를 중심으로 보면 서비스수지 적자가

지속적으로 확대(2006년 상반기 약 89억 달러 적자)되어 경상수지 흑자를 상쇄하고 있고, 국내 서비스산업은 규모가 영세하고 생산성이 낮고, 투자 인센티브의 부족하며 개방과 경쟁을 저해하는 각종 규제 등으로 대외 경쟁력이 취약한 실정이다. 서비스산업에 대한 공공적인 특성을 지나치게 강조한 결과 투자 인센티브가 미흡하고 각종규제로 자유로운 시장경쟁이 제한되어 있다.

관광산업의 경우, 과거 제조업의 기술습득과 시장개척을 위해 선진국의 기업과 제휴하여 기술이전 및 경제적 파급효과와 브랜드효과를 동시에 해결해가며 성장엔진의 역할을 해오고 있다. 특히 관광 산업 중에서 파급효과, 브랜드 효과, 성장엔진의 역할을 할 수 있는 것은 국제적인 브랜드파워를 가진 글로벌 테마파크를 꼽을 수 있다. IT 강국으로 브랜드 이미지를 가진 한국과 세계적인 브랜드 파워를 가진 테마파크와 같은 분야가 결합이 된다면 영화산업, 디자인, 음향, 미술, 화장, 엔터테인먼트 산업, 마케팅기술, 신소재 개발뿐만 아니라 관련 금융 분야까지 광범위한 파급효과를 기대할 수 있다. 관광수지의 개선과 아울러 각 분야의 기술축적은 향후 성장엔진 역할을 할 것이고 우리나라 관광산업이 안고 있는 취약점인 브랜드의 취약성, 규모의 영세성을 한 단계 성장시킬 수 있는 계기이기도 하다.

조사 결과 글로벌 테마파크가 국내에 개발될 경우 국내관광 활성화 효과(84.6%), 고용창출효과(82.8%), 지역경제 활성화 효과(80.6%)와 관광상품 연계효과(76.3%) 등이 높아 지역파급효과의 큰 것으로 나타났다. 때문에 국가 경쟁력 강화와 지역발전 성장 엔진으로서 글로벌 테마파크를 전략적으로 유치하여 개발하는 것이 필요하다. 선진 해외 사례에서 나타나듯이 글로벌 테마파크는 국내 기존 시장의 재분할이 아니라 테마파크 시장 자체의 성장으로 귀결되는 것으로 나타났다. 일본의 경우 도쿄 디즈니가 시장을 선점하고 있음에도 불구하고 2001년 유니버설 스튜디오와 도쿄 디즈니 씨가 연이어 개장함으로써 일본의 테마파크 시장은 크게 성장하였으며, 홍콩의 경우 2005년 디즈니랜드가 개장하면서 그전까지 홍콩의 최고 테마파크였던 오션파크의 2006년 입장객은 전년보다 10%가량 증가하였다. 우리나라의 경우 1988년 서울 랜드와 1989년 롯데월드가 개장했을 때에도 기존의 테마파크들은 시장을 잠식당하지 않고 추가적으로 성장하는 모습을 보였다.

새로운 글로벌 테마파크를 유치하여 개발할 경우 기존 테마파크 이용객이 신규 글로벌 테마파크로 이전하는 영향보다는 상생 발전할 수 있는 계기를 가져다주는 영향이 클 것으로 판단된다. 테마파크 사업은 입지조건에 크게 좌우되는 사업으로 초기 입지 선정이 사업 수익에 큰 영향을 미치고, 기존 글로벌 테마파크들은 대도시권 또는 기존 관광지 주변에 입지하는 경향을 보이고 있다.

지역파급효과 분석결과 글로벌 테마파크가 건설되면서 우리나라 전체 산업의 생산액은 추가적으로 2조 775억 원이 증가하며 이 중에서 수도권 생산액 증가분은 1조 6620억 원으로 전국 대비 수도권 비중은 80.0%를 차지하여 수도권 경제의 활성화에

크게 공헌할 것으로 예상된다. 건설에 의한 고용효과는 전국 대비 수도권 비중 90.0%, 임금 규모는 88.6%로 나타난다. 연평균 운영 효과의 경우 생산액은 전국 대비 수도권 비중 81.9%, 고용 효과 84.5%, 임금 규모는 90.8%로 나타났다. 따라서 신규 테마파크의 경우 1~2시간권내 충분한 시장성을 갖추고 대중교통 등을 통해 접근이 용이한 지역에 입지하는 것이 관광객 유입이 용이하며, 수익성 확보가 가능할 것으로 판단된다.

글로벌 테마파크의 개발면적은 도심지 입지형의 경우 개발규모가 작으면서 시설들이 콤팩트하게 배치되는 특성이 있고 도시 근교 입지형과 도시 외곽 입지형의 경우 넓은 토지를 조방적으로 사용하는 성향을 보이고 있다. 신규 테마파크의 개발 시, 개발면적과 도입시설은 해당 입지에 따라 유동적일 수 있으나 테마파크, 워터파크, 판매상업시설, 프리미엄 아울렛, 호텔, 국제회의장 및 전시장, 의료시설, 리조트 시설을 포함한 파크 앤 리조트(Park & Resort) 형태의 시설이 필요하며 이를 고려한 충분한 개발면적 확보가 필요하다. 특히 유니버설 스튜디오 저팬, 홍콩 디즈니랜드 등의 사례에서 반면교사로 삼을 수 있듯이 국제적 경쟁력을 갖기 위해서는 다양한 여가시설이 복합되어야 하고 이를 위해 충분한 개발면적이 확보되어야 한다. 대부분의 글로벌 테마파크는 제2섹터(민간기업), 제3섹터(공공부문+ 민간기업) 방식으로 사업을 추진되고 있으나 제2섹터 개발방식의 경우도 적극적인 공공의 지원을 통해서 이루어졌다. 글로벌 테마파크의 개발이 성공적으로 추진되기 위해서는 개발 초기부터 민간기업, 정부, 지방정부, 지역주민 등이 파트너십 체제를 통해 상호 협력해야 한다. 즉 정부와 지방정부의 공공행정력, 민간의 경영 효율성, 지역민의 수준 높은 서비스가 적절히 조화를 이루어야 한다.

특히 수도권 등 대도시 지역에 충분한 시장성이 있음에도 불구하고 그동안 여러 공법상의 제약요인으로 사업추진상의 어려움이 있음으로 이에 대한 정부 또는 지방정부 차원의 지원이 절대적으로 필요한 상황이다. 글로벌 테마파크의 유치 및 개발은 민간사업자의 독자적인 개발형태가 아닌 해당 국가와 지자체의 협력을 통한 개발이 이루어져야 할 것이며, 테마파크 개발사업의 투자 자금의 규모는 대규모이고, 또한 시설의 규모, 콘텐츠 등에 따라서 자금 규모, 투자기간, 투자조건 등이 다양하므로, 현재 활용할 수 있는 자금조달 방법은 주체가 되는 기업의 증자, 부동산투자회사법을 활용한 REITs 구성, 간접투자자산운용업법에 의한 Fund 구성, 금융기관의 Project Financing, 특정 투자집단의 BTL방식 등이 적극 활용되어야 한다. 그러나 시설의 규모와 특성에 부합하는 방식들로 복합화(REITs + Fund, BTL + PF 등)된 형태의 자금조달 구조를 설계해야 할 것임. Fund의 경우도 모펀드 산하에 자펀드가 기간이나 개별 사업 유형에 따라 여러 개 구성되는 다계층 증권형을 구상할 필요가 있다. 글로벌 테마파크의 경우 기업 스폰서제도를 적극 활용하여 자금을 조달할 필요가 있다. 이는 기업이 파크 내의 각종 어트랙션 시설 등의 스폰서가 되어 기업입장에서는 광고

선전과 판매 촉진이라는 영업활동과 홍보활동을 가능케 하고 사업자에게는 막대한 투자비가 들어가는 시설비용의 일부를 기업들에게 부담시켜 초기의 투자부담을 완화시킬 수 있는 시스템이다.

라이드 중심의 놀이공원화 추세에서 벗어나 숙박시설 및 복합 상업시설 등을 포함한 파크 앤 리조트(Park & Resort) 형식의 복합리조트로 개발해야 한다. 20~30대의 체험적 성격이 강한 니즈를 반영하는 라이드 시설과 가족중심의 체류형 니즈를 반영하는 리조트시설을 함께 추구함으로써 이를 통해 소비자 니즈의 충족과 사업자의 사업성 제고를 동시에 달성해야 할 것이다. 테마파크는 관광산업, 디지털 콘텐츠 산업, 영상산업, 예술공연산업 등과 밀접하게 관련되어 있고 연관 산업의 발전에 크게 기여할 수 있는 잠재력을 가지고 있어 테마파크는 단순한 레저공간 차원에서 접근할 것이 아니라 연관 산업과의 연계성 속에서 종합적인 발전 방안을 모색할 필요가 있어, 글로벌 테마파크의 개발 시에 개발지역 주변의 광역적인 관광자원과 연계하여 개발하는 것이 필요하다. 이는 해당 지역이 산재하고 있는 많은 관광자원과 연계하는 차원에서 기존 관광자원과 테마파크의 방문객의 증대와 지역이미지 제고의 수단으로써 시너지 효과를 증대시킬 수 있다.

제조업, 수출산업 등의 산업지원정책 수준의 관광산업 지원정책이 필요한 상황이고, 특히 관광산업 활성화 차원에서 글로벌 테마파크를 새롭게 인식하는 것이 중요하므로, 정부 및 지방정부 차원에서 국민여가 기회의 확대와 외국인 관광객 유치, 국내 관광산업의 육성 등의 차원에서 글로벌 테마파크의 유치 지원과 개발 지원이 뒷받침되어야 하고, 특히 대규모 개발용지 확보를 위한 공적 규제 완화와 행정, 재정적인 지원 정책이 뒷받침되어야 할 것이다.

참고문헌

고에나미 노부오, “일본에 있어서 미국형 테마파크의 수용과 진화“, International Conference, 2001

권유홍 · 이훈, “공급자 측면의 주제공원 방문자 만족도 분석”, 관광학회지, 2002

김관식, “테마파크 개발방향에 관한 연구”, 경기대학교 경영대학원 석사학위논문, 1994

김문기, “테마파크 이용자 행태분석”, 한양대학교 석사학위 논문, 1999

김상태, “한국관광정책 공개토론회; 국제관광, 균형화 방안은?”, 2006

김성진, “관광레저도시 개발모형 및 정책방향 연구”, 한국관광문화정책연구원, 2005

김용세 등, “지방화시대의 관광개발”, 지역관광개발과 테마파크, 일신사, 1995

김희진, 「일본 테마파크의 사례와 전략」, 커뮤니케이션북스, 2007

- 네모토 유우지, 「포스트 테마파크: 테마파크를 뛰어넘는 새로운 산업」, 박석희 옮김, 일신사, 2004
- 문화관광부, “국내 테마파크 수요 예측 및 트렌드 분석”, 관광레저도시추진기획단, 2006
- 문화관광부, “한국 문화콘텐츠·관광연계 프로그램 개발방안”, 2006
- 박세형·고희동, “디지털 엔터테인먼트와 Tangible Space”, [정보과학회지] 제 21권 제 2호, 2003
- 서상국, “테마파크 개발시 접근방향에 관한 연구”, 경운대학교 산업정보대학원 석사학위 논문, 2004
- 서천범, 레저백서, 한국레저산업연구소, 2005
- 서천범, 레저백서, 한국레저산업연구소, 2006
- 신현주, “주제공원의 이미지통합전략”, 경기대 대학원 석사학위 논문, 1997
- 심원섭, “테마파크 개발사례”, 한국관광정책, 통권 제13호, 2002
- 안종수, 「한국관광」, 벽산출판사, 1999
- 오영준, “테마파크의 발전방안에 관한 연구”, [관광정보연구], 제20호, 2005
- 이봉석 등, 「관광사업론」. 대왕사. 1995
- 이승진, “국내 테마파크 산업의 활성화를 위한 애니메이션 산업의 연계모델 연구”, [만화에니메이션연구] 제 7호, 2003
- 이영주, 조수진, “세계관광동향 연구”, 강원발전연구원, 2005
- 이정화·김준기, 「테마의 시대」, 도서출판 세진사, 1996
- 이현론, “효과적인 주제공원 판매 촉진 방안에 관한 연구”, 계명대 경영대학원 석사학위 논문, 1996
- 이후석 외, 「현대관광의 이해」, 2002
- 이토마사미·박석희, 「테마파크의 비밀」, 일산사, 1997
- 임상호, “지역발전과 테마파크산업의 진흥”, 한국재정정책학회, [재정정책논집], 창간호, 1999,
- 유형숙, 나운중, “일본의 모방성을 기초로 한 테마파크의 유형화”, 2005
- 윤형호, “수도권 테마파크 현황과 발전방안“, 서울시정개발연구원, 2006
- 정광현, “국내도심형 테마파크에 관한 연구” 경희대학교 석사학위 논문, 2001,
- 정원영, “성장형 테마파크의 인구지역 경로 시설물 디자인에 관한 연구”, 홍익대학교 산업미술대학 대학원 석사학위논문, 1993
- 하성훈, “돈이 되는 테마파크 도쿄 디즈니 리조트“, 롯데경제연구소, 2005
- 하헌국, 이종호, 「관광사업론」, 학문사, 1998
- 한국관광개발연구원, “지역발전 촉진수단으로써 테마파크의 개발동향 및 지역개발 파급효과 분석”, 2005
- 한국관광공사, 대규모 관광자원 개발사업에 대한 현황분석, 1999
- 한국관광연구원, “한국형 테마파크 개발촉진 방안” : 세미나 결과보고서, 1997

한국갤럽, “금강산 관광에 대한 소비자 설문조사 보고서“, 현대백화점·현대아산, 2001

황달기, “테마파크 관광의 생산과 소비: 일본 나가사키현 하우스텐보스를 중심으로”, [관광연구], 제 15권 제1호, 2000

해롤드 보겔·현대원 역, 「엔터테인먼트 산업의 경제학」, 커뮤니케이션북스, 2003

홍석환·김영식, “한국의 주제공원 개발방향에 관한 연구”, 한림정보산업대학논문집 제 30집, 2000

MBC, 특집 다큐멘터리 “꿈의 공장, 테마파크”. 2007년 2월 16일자 방송, 2007

도쿄 디즈니 리조트, <http://www.tokyodisneyresort.co.jp>

디즈니월드, <http://disneyworld.disney.go.com>

디즈니랜드, <http://disneyland.disney.go.com>

디즈니랜드 파리, <http://www.disneylandparis.com>

롯데월드, <http://www.lotteworld.com>

매일경제 자료실, <http://news.lycos.co.kr>

유니버설 스튜디오 저팬, <http://www.usj.co.jp>

에버랜드, <http://www.everland.com>

한터넷(2002.4.11),자료실, <http://www.hanternet.co.jp>

홍콩 디즈니랜드, <http://park.hongkongdisneyland.com>

테마파크디자인 자료실, <http://design.co.kr>

파크앤 리조트 자료실, www.parkresort.com

Ady Millman, “Theme Parks and Attractions” ,Travel and Tourism Analyst, 1991

Gordon W.McClung, “Theme Park Selection” Tourism Management, 1991

Kevin Williams, “Park Technology Update the Virtual Queue Line”, 2007

Phil Hetterma, “Theme Park Computer Graphics and Interactivity”, 1994

栗田稻穂, 「ディズニーリゾートの経済学」東洋経済新報社, 2001

河村誠治, 「観光経済学の基礎」九州大学出版会, 2000

根本祐二, 「マルチ・エンターテイメント・ビジネス」ダイヤモンド社, 1995

根本祐二, 「テーマパーク時代の到来」ダイヤモンド社, 1990

