

AIR Trends In Perspective

2019년 6월 4일(제13호)

# 뉴 투어리즘

#익명성 추구 #1인 관광객 #도시브랜드

## Points

### 대학생의 아이디어가 실현되다 피미족을 위한 새로운 관광 상품 '피미굿즈'

- 리서치 팀 에어는 2019년 3월 피미 여행이라는 새로운 관광 형태에 맞춰 강릉의 독자적인 관광 상품으로서 '피미굿즈(Goods)' 개념 제시
- 강릉의 청정 이미지와 관광 인프라를 바탕으로 피미여행의 메카라는 도시브랜드를 선점하기 위한 목적으로 '피미굿즈(Goods)' 나눔 프로젝트 기획
- 2019년 5월 18일 · 6월 1일 강릉역에서 관광객 및 강릉 거주민을 대상으로 150개의 '피미굿즈(Goods)' 나눔 프로젝트 진행
- '피미굿즈(Goods)'라는 대학생의 젊은 아이디어를 기반으로 강릉 기업 협찬에 힘입어 바람직한 지역 사회 성장 및 사회적 가치 창출이라는 의의

### 강릉은 피미여행지로 적합하고 관광객들을 대상으로 피미여행을 이해하는데 피미굿즈가 효과적이므로 이를 적극 활용할 수 있는 방안 마련 필요

- 피미굿즈 행사 설문조사 결과 관광객들이 실제로 미세먼지를 피해 강릉으로 '피미여행'을 온다는 것을 충분히 유추 가능
- 설문조사 결과로 보아 강릉은 맑은 공기와 바다 등 다양한 장점을 토대로 하여 피미 여행지의 선두주자가 될 수 있는 충분한 잠재력을 지니고 있음
- 강릉 여행과 피미굿즈 나눔 프로젝트를 통하여 '피미여행'의 개념을 알게 되었다는 관광객들의 응답은 66%로 '피미굿즈'가 피미여행을 이해하는 것에 효과가 있음
- '피미굿즈'와 같은 '피미여행'을 상징할 수 있는 강릉만의 굿즈(Goods)를 통하여 피미여행지의 선두주자로 강릉이 자리 잡을 가능성 존재

### 대학생들의 피미굿즈 행사를 통해 얻은 '익명성 추구, 1인 관광객 증가, 도시 브랜드' 세 가지 트렌드를 고려한 강릉시의 발전방향 필요

- SNS를 이용하는 관광객들은 개인 SNS 계정에 '피미굿즈' 관련 해시태그가 달린 게시물 공유에 시영역 침범 및 오픈되는 개인 정보에 부담감을 느낌
- 정보화 시대인 현대사회에서는 사생활 침해와 개인 정보 유출 문제가 대두되어 개인적인 공간과 정보가 보장되는 익명성을 추구하는 추세
- '내일로'는 혼자 여행하는 관광객들이 주로 이용하는 여행 상품이며 강릉은 이들에게 인기 있는 관광지로 '내일로'와 연계 시 1인 관광객 맞춤형 행사에 적합
- 고양시의 마스코트는 '고양고양이'로 20대들도 좋아하는 고양이를 상징화하여 고양시의 소식지, 홍보 광고물 등 다방면에서 활용도를 높인 좋은 사례
- 강릉시는 최근 커피도시로 인정을 받고 있고 미블 테마파크 추진 사업 등 기존에 없던 이슈들이 생겨나고 있으므로 참신한 도시브랜드의 정립 대책 마련 시급

뉴 투어리즘  
 (New tourism)이란  
 도시브랜드,  
 익명성 추구,  
 1인 관광객 증가  
 경향을 띤 새로운  
 여행 트렌드를 말한다.

- 리서치 팀 에어 -

**대학생의 아이디어가 실현되다! 피미족을 위한 새로운 관광 상품 ‘피미굿즈’**

■ 새로운 여행 트렌드에 맞춘 ‘피미굿즈(Goods)’의 등장과 지역 대학 · 기업 · 소상공인의 협력을 통한 개념 실현화

- 리서치 팀 에어(AIR)는 2019년 3월 피미여행이라는 새로운 관광 형태에 맞춰 강릉시의 독자적인 관광 상품으로써 ‘피미굿즈(Goods)’ 개념 제시
- 기존 강릉시의 청정 이미지와 관광 인프라를 바탕으로 피미 여행의 메카라는 도시브랜드를 선점하기 위한 목적으로 ‘피미굿즈(Goods)’ 제작 실현
- 2019년 5월 18일 · 6월 1일 강릉역에서 관광객 및 강릉 거주민을 대상으로 150개의 ‘피미굿즈(Goods)’ 나눔 프로젝트 진행
- ‘피미굿즈(Goods)’라는 대학생의 젊은 아이디어를 기반으로 강릉 기업 협찬에 힘입어 바람직한 지역 사회 성장 및 사회적 가치 창출이라는 프로젝트로서의 의의

**강릉은 피미여행지로 적합하고 관광객들을 대상으로 피미여행을 이해하는데 피미굿즈가 효과적이므로 이를 적극 활용할 수 있는 방안 마련 필요**

■ 피미굿즈 행사 설문조사 결과 관광객들이 실제로 미세먼지를 피해 강릉으로 ‘피미여행’을 온다는 것을 충분히 유추 가능

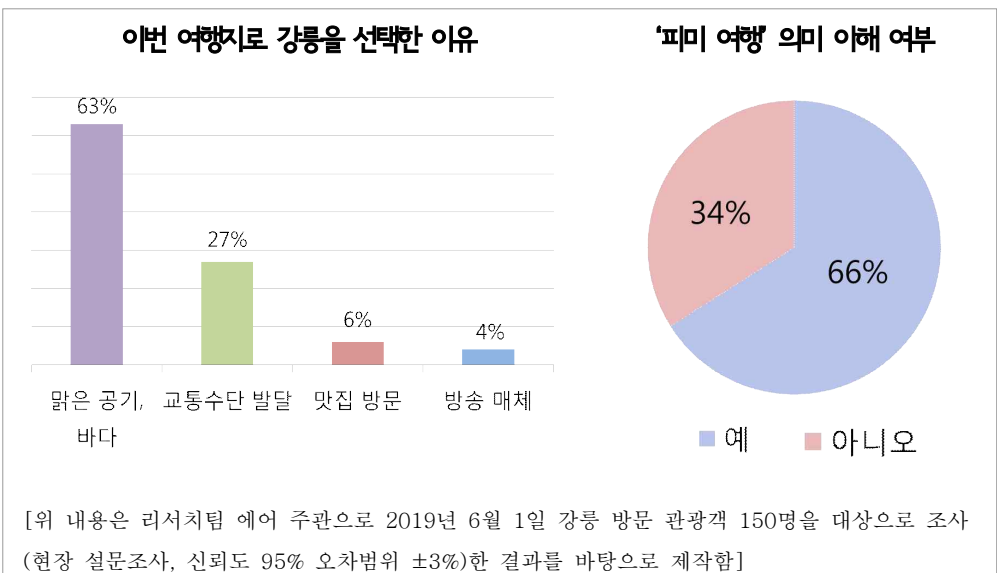
- 관광객들이 여행지로 강릉을 선택하게 된 이유는 맑은 공기와 바다가 63%로 가장 높은 비율을 차지
- 설문조사 결과로 보아 강릉은 맑은 공기와 바다 등과 같은 다양한 장점을 토대로 하여 피미 여행지의 선두주자가 될 수 있는 충분한 잠재력을 지니고 있음
- 피미굿즈 나눔 프로젝트를 통하여 ‘피미여행’의 개념을 알게 되었다는 관광객들의 응답은 66%로 ‘피미굿즈’가 피미여행을 이해하는 것에 효과가 있음
- ‘피미굿즈’와 같은 ‘피미여행’을 상징할 수 있는 강릉만의 굿즈(Goods)를 제작 · 활용한다면 피미여행지의 선두주자로 강릉이 자리 잡을 가능성 존재

피미여행이란  
미세먼지를 피해  
청정지역으로 여행하는  
것을 의미

피미굿즈 실제 모습



[앞면] [뒷면]



## 대학생들의 피미굿즈 행사를 통해 얻은 '익명성 추구, 1인 관광객 증가, 도시 브랜드' 세 가지 트렌드를 고려한 강릉시의 발전방향 필요

### ■ 첫 번째 트렌드, 익명성 추구

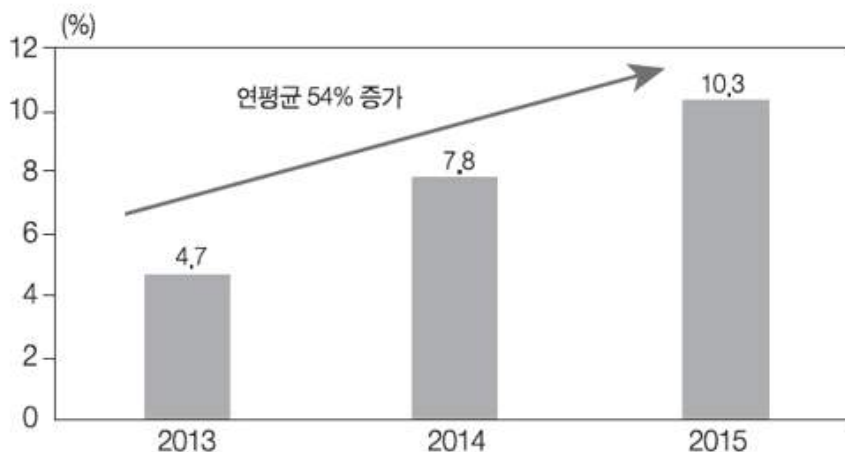
- 마케팅 효과와 대중 전파력으로 피미굿즈 홍보를 위해 선택한 SNS 해시태그 기능은 테스트 행사를 시행 한 바 참여율 저조, 게시물 삭제 등 실질적 효과를 얻지 못함
- SNS를 이용하는 관광객들은 개인 SNS 계정에 '피미굿즈' 관련 해시태그가 달린 게시물 공유에 사생활 침해 및 오픈되는 개인 정보에 부담감을 느낌
- 정보화 시대인 현대사회에서는 사생활 침해와 개인 정보 유출 문제가 대두되어 개인적인 공간과 정보가 보장되는 익명성을 추구하는 추세
- SNS 해시태그를 익명성이 보장되는 설문 조사 및 인터뷰로 대체한다면 참여율을 높임과 동시에 구체적인 문항과 질문을 통한 1차 자료 데이터 구축 가능
- 기존에 있던 사생활 침해와 개인적인 공간 침범적인 요소를 제거하여 부담감을 줄이고 익명 보장으로 자유로운 행사 참여와 적극성 유도하는 것이 핵심

### ■ 두 번째 트렌드, 1인 관광객 증가

- KTX를 통해 강릉을 오는 여행객들은 대부분 단체 관광객(2인 이상)이 차지하나 못지않게 혼자 여행을 목적으로 오는 1인 관광객이 늘어나는 추세
- 상대적으로 1인 관광객이 단체 관광객에 비해 행사 참여에 소극적이며 주변을 살펴볼 여유가 없는 특성을 가지고 있으므로 행사에 대한 관심을 높이기 위한 방안 필요
- '내일로'는 혼자 여행하는 관광객들이 주로 이용하는 상품이며 강릉은 이들에게 인기 있는 관광지 '내일로'와 연계 시 1인 관광객 맞춤형 행사에 적합할 것으로 예상
- 1인 관광객들의 적극적이고 자연스러운 행사 참여를 유도하기 위해 '내일로'를 적극 활용한다면 장소, 분위기 등을 고려한 맞춤형 행사 구성 및 홍보 효과 가능
- 나 홀로 관광객들에게 '피미굿즈' 등 물품이나 서비스를 제공한다면 강릉시가 혜택이 가장 좋다는 이미지와 즐거운 여행지로써의 추억을 확보할 수 있을 것

'내일로'란  
만 27세 이하 청년들이  
패스 한 장으로  
일정 기간 동안 해당  
열차를 무제한  
이용하며 여행할 수  
있는 상품을 말한다.  
-레츠코레일-

<1인 여행객 증가 추세>



출처 : 산업연구원

■ 세 번째 트렌드, 도시브랜드

- ‘피미굿즈’는 강릉을 기반으로 만든 상품임에도 불구하고 강릉만의 상징적인 브랜드가 없어 이용객들이 강릉의 굿즈임을 알지 못하는 문제점 발생
- 기존 강릉시의 도시브랜드 ‘솔향강릉’은 정적인 소나무의 이미지를 내포하고 있어서 홍보를 위한 플랫폼을 구성하는 데에 있어 한계가 있음
- 고양시의 마스코트는 ‘고양고양이’로 20대들도 좋아하는 고양이를 상징화하여 고양시의 소식지, 홍보 광고물 등 다방면에서 활용도를 높인 좋은 사례
- 강릉시는 최근 커피도시로 인정을 받고 있고 마블 테마파크 추진 사업 등 기존에 없던 이슈들이 생겨나고 있으므로 참신한 도시브랜드의 정립 대책 마련 시급

**피미굿즈 나눔 행사**



**발행** 국립강릉원주대학교  
도시계획부동산학과  
리서처팀 에어(AIR)

**참여집필진** 이혜진 전도희  
문준영 유병하  
정해빈

**주소** 강릉시 죽현길 7  
도시계획부동산학과

**인스타그램** @gwnu\_air

**자료문의**  
gwnu\_air@naver.com

---

AIR TIP은 대학생의 시각에서 바라본 지역 현황분석을 통해 청년정책을 제안하는 자료입니다

▲ 2019년 6월 1일 강릉역에서 관광객 및 강릉 거주민을 대상으로 피미굿즈 나눔 프로젝트 진행  
피미굿즈 나눔 행사에 참여한 사람들을 대상으로 피미여행을 알리고  
강릉 관광객 유형 파악을 위해 스티커 설문조사를 실시하여 1차 자료로써 활용