

경제포커스

■ 수도권 테마파크 현황과 발전방안

윤형호(서울시정개발연구원 산업경제센터 부연구위원)

■ 클러스터 지형도 작성을 통한 지역 문화산업 육성방안

이병민(한국문화콘텐츠진흥원 정책개발팀장)

수도권 테마파크 현황과 발전방안

윤형호*

서울시정개발연구원 산업경제센터 부연구위원

younh@sdi.re.kr

I. 서론

- 서울시에 있어서 테마파크 산업은 중요한 의미를 가지고 있음
 - 먼저 테마파크 산업은 직접적으로 주민에게 여가활동의 기회를 주기 때문에 서울시가 지향하는 문화도시의 발전에 기여할 수 있음
 - 다양한 파급효과와 고용 및 지역발전에 있어 중요한 산업임. 첫째, 테마파크 산업은 전형적인 노동집약적 산업으로 고용효과가 큼. 둘째, 시설과 콘텐츠를 제작하는 데 건축, 연예, 디자인 등 다양한 지식서비스 산업에 대한 파급효과가 큼. 셋째, 외국 관광객을 유치하는 데 있어 중요한 역할을 할 수 있어 지역산업에 이바지할 뿐 아니라 도시이미지를 국제적으로 제고할 수 있음
- 동북아의 주요 도시들은 국제적인 테마파크 건설 및 유치를 도시경쟁력과 이미지 제고 측면에서 주요 추진정책으로 삼고 노력하고 있는 현 상황에서 수도권의 테마파크의 발전방안을 고려하는 것은 정책적으로 적절한 주제라 판단되며 이를 위해 교통근접성 측면에서 동일한 시장권역에 있는 수도권의 테마파크를 살펴보기로 함

* 저자 학력, 경력 및 최근 연구:

- 오레곤주립대 (Oregon State University) 경제학 박사
- 조흥은행 심사역 차장 역임
- 서울시 산업특성화에 적합한 수요자 중심 인적자원개발체계 구축연구(서울시정개발연구원, 2005.12) 등

II. 테마파크의 특성

1. 본질적인 특성

○ 테마와 비일상성

- 테마파크의 중심적인 주제(main theme)를 기초하여 설정한 레저공간으로 주제의 특성이 테마파크의 생명이라 할 수 있음
- 테마파크의 주제는 역사, 지리, 환경, 사회, 민족, 과학, 산업, 향수, 미래 등 방문객들을 일상의 반복과 지루함에서 벗어나 새로운 세계로 이끌어 주는 것들로 되어 있음

○ 배타성

- 테마파크의 공간은 비일상적인 유희공간으로 현실과의 차단이 얼마나 효과적으로 이루어지느냐에 따라 그 성패가 좌우됨
- 배타성을 유지하려면 넓은 공간, 독창적 시설, 충분한 인력이 요구되며, 기획프로그램, 디자인, 음악 등의 서비스가 결합되어 통일된 전체를 나타내야 함

○ 통일성

- 테마파크는 방문객에게 통일감을 주어야 하며, 건축양식이나 조경, 위락시설에서부터 종사원의 복장, 서비스에 이르기까지 주제에 맞는 통일된 이미지를 만들어야 함
- 물리적 설계 뿐 아니라 성공적으로 운영할 수 있는 치밀한 마케팅 전략, 높은 수준의 운영 및 시설관리, 고객 관리 등의 모든 요소가 균형과 조화를 이루어 새로운 독립된 세계를 창출해야 함

2. 사업적 특성

○ 입지조건

- 테마파크는 입지조건에 크게 좌우되는 사업
- 용지의 취득비용, 테마파크의 교통여건 뿐만 아니라 주변 환경과 인프라 확충정도에 따라서 사업주체의 비용부담은 크게 달라짐

- 테마파크의 입지선정은 충분한 배후시장이 있는 대도시권과 관광객이 많은 유명 관광지 주변이 좋음
- 막대한 초기투자비
 - 테마파크는 자본집약적 산업으로 일종의 장치산업, 따라서 테마파크의 설립을 위해서는 막대한 자본과 그에 따른 고도의 기술 및 전문화된 인력 등이 필요할 뿐만 아니라 장기간의 개발기간 필요
 - 개장 이후에도 고객들을 지속적으로 유치하기 위해서는 추가적인 시설도입이 필수적, 특히 설비의 교체와 필연적으로 나타날 수 있는 추가비용의 증가 등은 개장 후 수지를 악화시킬 수 있는 요소임
- 높은 인건비 비중
 - 인력에 대한 의존도가 높기 때문에 개장 후에는 매출액에서 차지하는 인건비의 비중을 매출액의 25% 이하로 낮추어야 함
 - 따라서 대부분의 인력자원에 대한 의존을 연중 성·비수기로 나누어 인력을 탄력적으로 운영할 필요가 있음
- 체류시간의 중요성
 - 고객이 지출하는 객단가는 테마파크 내의 체류시간에 비례함

III. 테마파크 산업의 효과

1. 건설경기 부양 및 인프라 개선

- 대규모 장치산업인 테마파크는 개발단계에서 건설경기 부양효과가 있음
- 테마파크 건설에 따라 도로와 대중교통시설과 같은 인근 인프라 및 숙박시설 등이 개선되는 효과가 있음

2. 고용창출 효과

- 초기 건설시기에는 건설인력에 대한 고용창출 효과가 높고 개장이후에는 서비스 인력의 고용창출 효과가 높음
- 문화오락서비스 분야는 고용계수가 10억 원 생산당 10.9명으로 전 산업 평균 7.8명보다 높고, 고용유발계수는 15.8명으로 산업평균 12.4명보다 높은 것으로 나타남

3. 주변상권의 발달

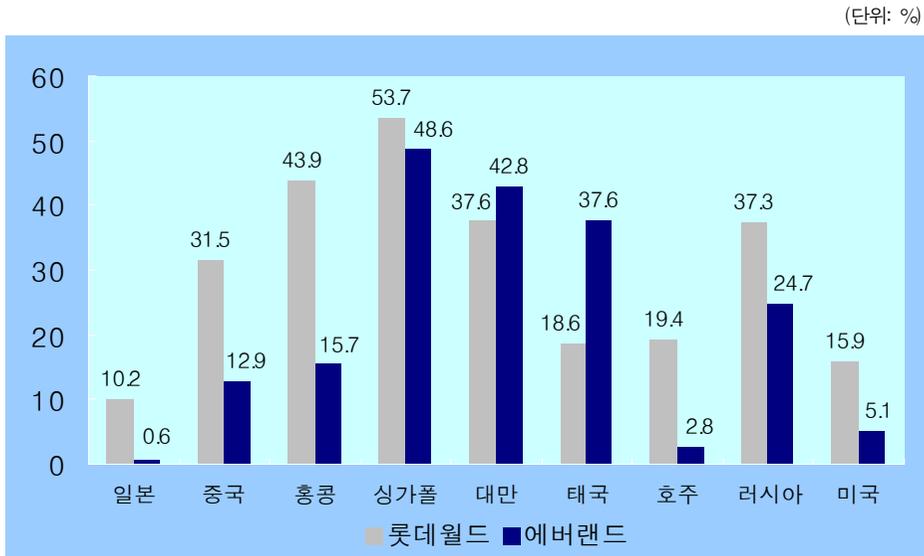
- 집객 산업적 특징을 가지고 있는 테마파크의 개발은 유동인구 증가로 주변 숙박시설, 식음료시설 등 상권 활성화의 효과가 있음

4. 세수효과

- 테마파크가 위치한 해당 지자체의 세수증가
 - 디즈니랜드 리조트와 방문객들은 남 캘리포니아 지역에 약 2억 3천만 달러의 조세수입을 창출함(무역연구소 2005년)
 - 도쿄 디즈니랜드 개장 이듬해 1984년 디즈니랜드가 위치한 우라야스시의 부동산세 수입이 전년대비 28.5% 증가한 48억 엔(시 예산의 9%)에 달함
 - 에버랜드의 연간 납부 지방세가 약 50억 원에 달함

5. 관광객 유치효과

- 테마파크는 외국관광객의 주요 방문지로서의 역할
 - 국적별 관광객의 롯데월드 방문비율을 보면, 싱가포르 관광객의 53.7%, 홍콩 관광객의 43.9% 이상이 방문
 - 대규모 테마파크 시설이 없는 동남아 관광객들에게 매력적인 시설



〈그림 1〉 국적별 테마파크 방문비율(2004년)

6. 경제적 효과

- CB Richard Ellis 컨설팅의 연구에 따르면, 디즈니랜드 리조트가 캘리포니아 주에 미치는 경제적 효과는 연간 약 36억 달러
 - 남 캘리포니아에서 약 65,700개의 일자리 창출(디즈니랜드 직원 2만 명, 디즈니랜드 리조트 내 기타 고용 3천8백 명, 기타 간접 고용 4만1천9백 명)
 - 디즈니랜드 리조트는 연간 19억 달러의 경제적 효과를 발생
- 도쿄 디즈니랜드는 매년 1,800억 엔의 수입과 약 5천억 엔의 간접 경제효과를 가져 오고 14,000개의 일자리를 창출하는 것으로 분석됨(일본 치바은행)
- 오사카 유니버설은 긴키지방에 연간 5,901억 엔 경제 파급효과를 발생함(일본 다이와 은행 종합연구소)
- 삼성 에버랜드는 4,500~5,000개의 일자리를 창출하고, 연간 용인시 지방세의 약 2%에 해당하는 약 50억 원을 납부함

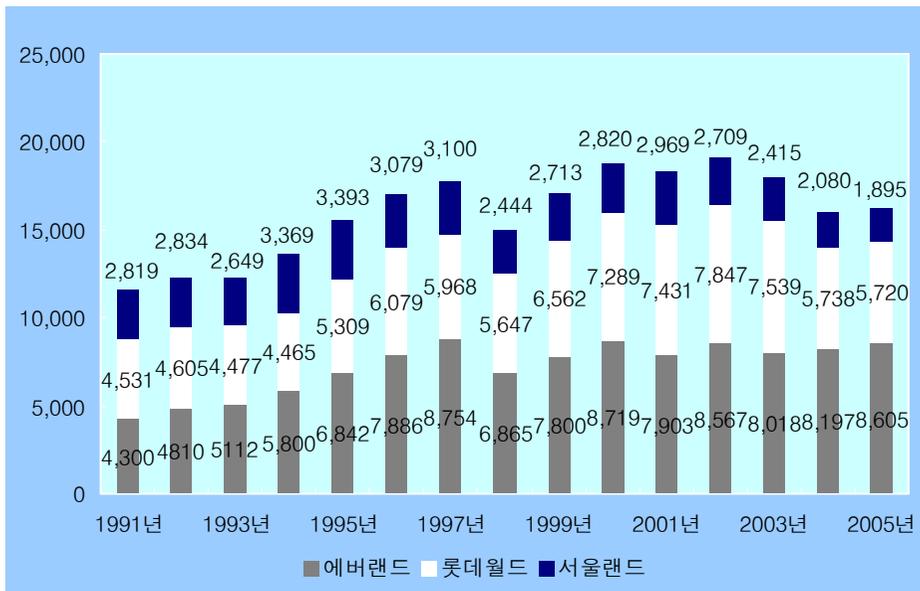
IV. 수도권 테마파크 시장의 현황

1. 시장의 현황

- 2004년 현재 우리나라 테마파크는 롯데월드(9위), 에버랜드(11위), 서울랜드(47위)가 세계 테마파크 50위 내
- 국내 테마파크 시장은 일본에 이어 아시아에서 두 번째

2. 입장객 현황

- 2005년 수도권 에버랜드, 롯데월드, 서울랜드의 입장객은 16,220천 명
- 내수경기의 둔화로 테마파크의 입장객은 2년 연속 침체



자료: 레저백서 각년도

〈그림 2〉 수도권 테마파크 입장객 추이

3. 국내 테마파크 시장의 전망

○ 주 5일제 등 여가환경 변화

- 주 5일제와 주 5일 수업이 본격적으로 시행되면서 테마파크에 대한 수요도 증가할 것으로 전망되고 있음

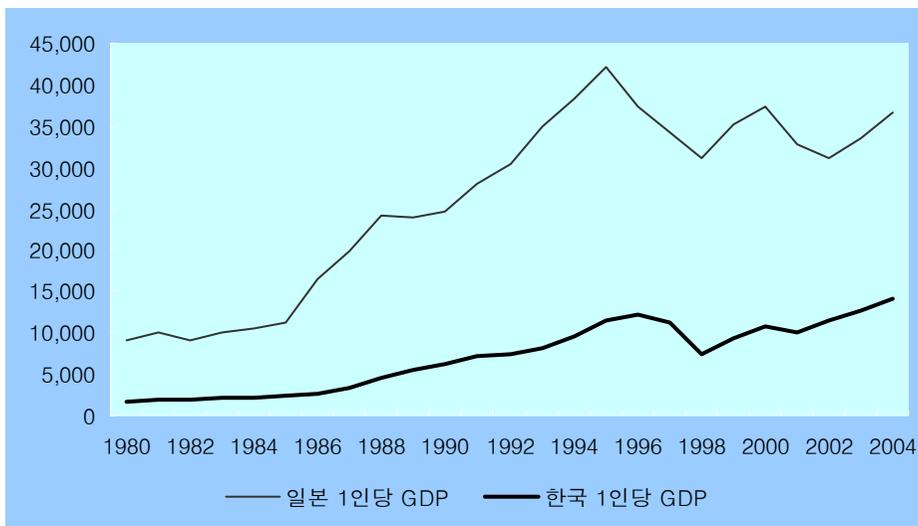
○ 테마파크에 대한 여가선호

- 한국관광공사에서 실시한 「2004년 국민여행실태조사」 자료에 따르면, 국내여행을 할 경우 서울 주민은 롯데월드, 경기도는 에버랜드, 전북은 무주리조트를 가장 가고 싶은 장소로 선택

○ 1인당 국민소득 증가

- 1인당 국민소득의 증가도 수요확대에 큰 영향
- 도쿄 디즈니랜드가 소개되었던 1980년대 중반은 일본의 1인당 국민소득이 1만 불에서 2만 불로 증가하던 시기이고 테마파크 입장객이 급속히 증가하였음
- 현재 우리나라의 국민소득 현황은 일본의 1980년대와 유사하고 따라서 테마파크 방문객의 증가가 예상됨

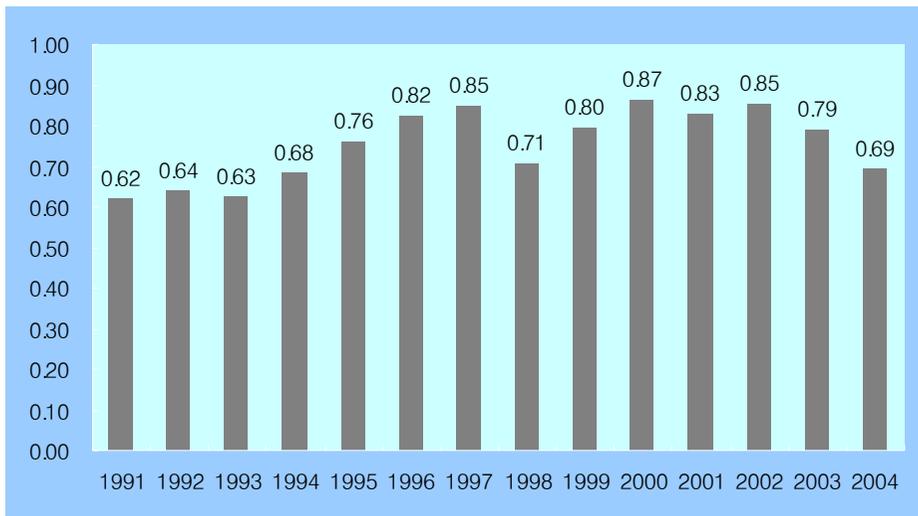
(단위: 달러)



<그림 3> 일본 및 한국의 1인당 국민소득

○ 인구당 테마파크 방문비율

- 현재 수도권 인구당 테마파크 방문은 0.69회(2004년)로 미국 남가주의 인구당 테마파크 방문 0.99회(2004년)와 일본 관동지방의 테마파크 방문 0.92회(2004년)에 비하여 낮은 실정
- 향후 우리나라의 경제성장과 여가문화의 확산에 따라, 인구당 테마파크의 방문횟수는 늘어날 것으로 기대



〈그림 4〉 수도권 인구당 테마파크 방문

V. 국내 테마파크의 문제점

1. 테마 및 캐릭터의 부재

○ 테마 및 캐릭터의 중요성

- 테마파크의 스토리가 관람자의 의식 속에 자연스럽게 전달될 수 있도록 시설과 공간의 정교한 연출이 필요
- 이를 위해 상품, 통로, 조경, 복장, 음악 등에 일체감을 주거나 독립관을 운영하여 주제와 어울리지 않은 것은 인위적은 배제하여 통일성 유지함

- 캐릭터와 테마스토리를 상품판매까지 자연스럽게 연결시키고 있음

※ 해외 테마파크 캐릭터 사례 ※

- 홍콩 디즈니랜드의 실내 라이드 'Buzz Lightyear'는 유명한 애니메이션인 토이스토리 캐릭터와 테마를 활용함
- 독립된 시설 및 건물을 구축하고 입구에 토이스토리 캐릭터 캐스터가 방문인사(왼쪽) 및 사진촬영을 해주고 약당을 무찌르는 테마로 구성된 실내라이드(중앙)를 즐긴 후 전용가게(오른쪽)에서 토이스토리와 관련된 기념품을 구입하도록 되어 있음



< 홍콩 디즈니랜드 캐릭터-테마-상품판매 연계 >

○ 국내 테마파크의 캐릭터 인지도

- 에버랜드의 캐릭터 인지도는 28.4%(2003년)에 불과한 상황
- 롯데월드나 에버랜드는 캐릭터 인지도 상승을 위한 여러 가지 노력으로서 영상물 제작, 마케팅 강화 등의 시도들을 하였으나 성공적이지 못하였음



<그림 5> 국내외 테마파크의 캐릭터

※ 국내 테마파크의 실태 및 사례 ※

- 해외 유명 테마파크는 대규모 비용을 투자한 시설이나 라이드에 인지도가 높은 테마 및 캐릭터를 활용하여 시설활용을 극대화하고 있음. 반면 국내 테마파크는 이러한 캐릭터 부재로 인해 시설의 비효율성을 겪고 있음
- 최근 롯데월드는 대규모 투자자금(500억)이 소요된 실내 라이드 ‘파라오의 분노’를 설치하였으나 관련 캐릭터와 연계성 부족 및 인근 테마시설인 글로벌 빌리지와의 부조화를 초래하고 있음
- 국내 테마파크의 캐릭터 부재는 테마부족, 시설과 관련된 스토리부족, 캐릭터 상품부족으로 나타나 테마파크의 총체적인 약점을 노출하게 됨



< 롯데월드 「파라오의 분노」 >

○ 테마의 동일성 및 이야기 전개 결여

- 에버랜드의 경우는 사파리, 어린이동물원, 장미공원, 놀이공원의 혼합으로 파크전체를 아우르는 테마 및 각 시설존을 상징하는 스토리가 없음
- 롯데월드의 경우도 민속촌, 라이드, 스케이트장, 수영장 등 이질적인 시설들이 혼재되어 테마의 통일성, 독창적인 이미지, 상상적인 스토리를 찾아볼 수 없음

2. 최첨단 시설 및 프로그램 미비

- 최근 테마파크는 소비자의 선호도가 세련되고 욕구가 증가함에 따라 첨단시설, 스토리, 캐릭터가 결합된 대규모 시설을 설치
- 이러한 시설의 예는 4D극장(250억 소요), 배우와 캐릭터들이 공연하는 테마뮤지컬 극장, e-ticket 등이 있음

※ e-ticket ※

- e-ticket은 사업자가 소비자를 유인하기 위해, 특별한 기획과 막대한 비용을 들여서 설치하는 시설로 한 테마파크에 4~5개가 있음
- 홍콩 디즈니랜드에 설치되어 관중들을 모으고 있는 SPACE MOUNTAIN은 1000억이 소요되는 대표적인 e-ticket임



< 홍콩 디즈니랜드 스페이스 마운틴 전경 >

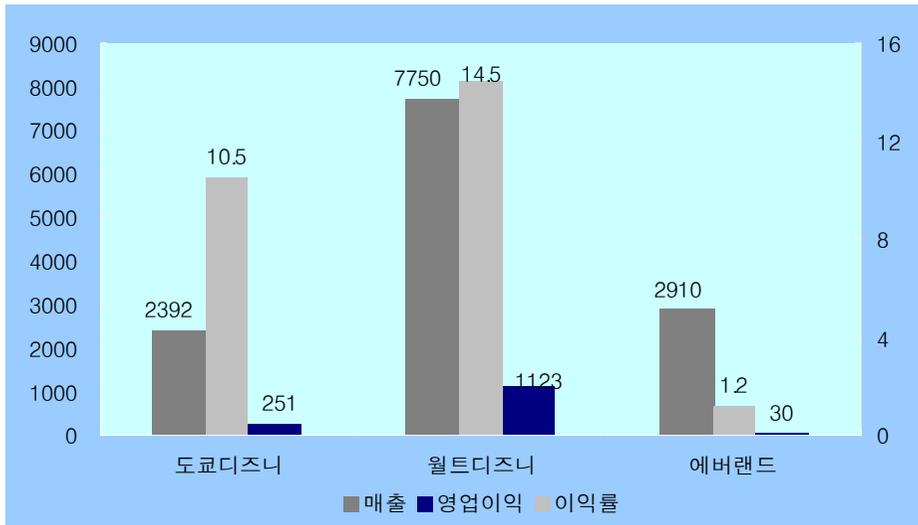
3. 역내 경쟁 심화

- 2002년 도쿄 디즈니씨, 오사카 유니버설 개장으로 역내의 테마파크 산업이 양과 질적으로 성장
- 2005년 홍콩 디즈니랜드의 개장을 시작으로 중국에 유니버설 스튜디오, 상하이에 디즈니랜드 건립이 추진되는 등 역내경쟁이 심화

4. 재무적 비효율성

- 에버랜드 이익률은 1.2%에 불과한 반면 도쿄디즈니와 월트디즈니는 각각 10.5%와 14.5%에 달함

(단위: 매출/이익: 백만 달러, 십억 엔, 억 원)



<그림 6> 국내외 테마파크 수익성 비교(2004년)

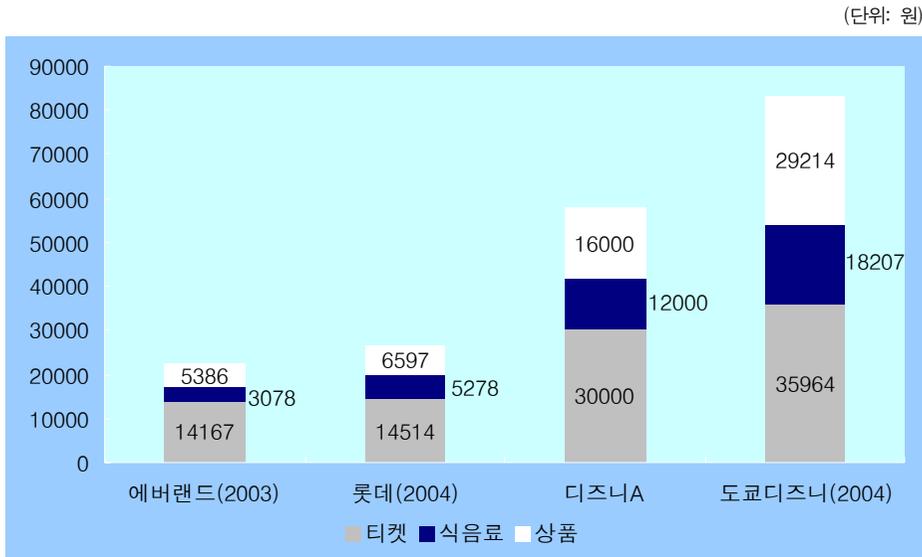
○ 테마파크의 수익률은 객단가에 의해 결정됨. 수도권 테마파크의 객단가 2만5천 원은 도쿄 디즈니랜드의 1/4 수준에 불과하여 수익성 악화의 가장 큰 요인

(단위: 원)



<그림 7> 각국 테마파크 객단가(2004년)

- 수도권 테마파크 경우 객단가에서 티켓판매의 비중이 높으며, 외국 테마파크의 경우 마진이 높은 상품과 식음료의 비중이 높은 편임

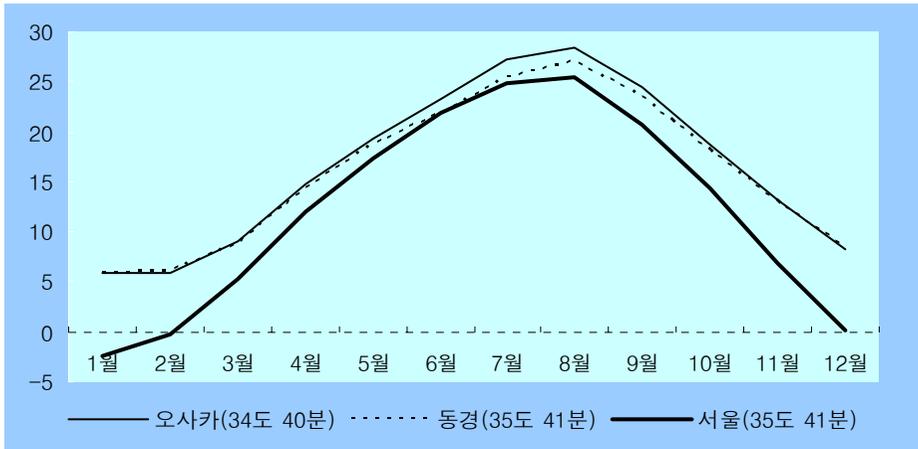


〈그림 8〉 테마파크별 지출 구성

5. 계절성

○ 계절성의 영향

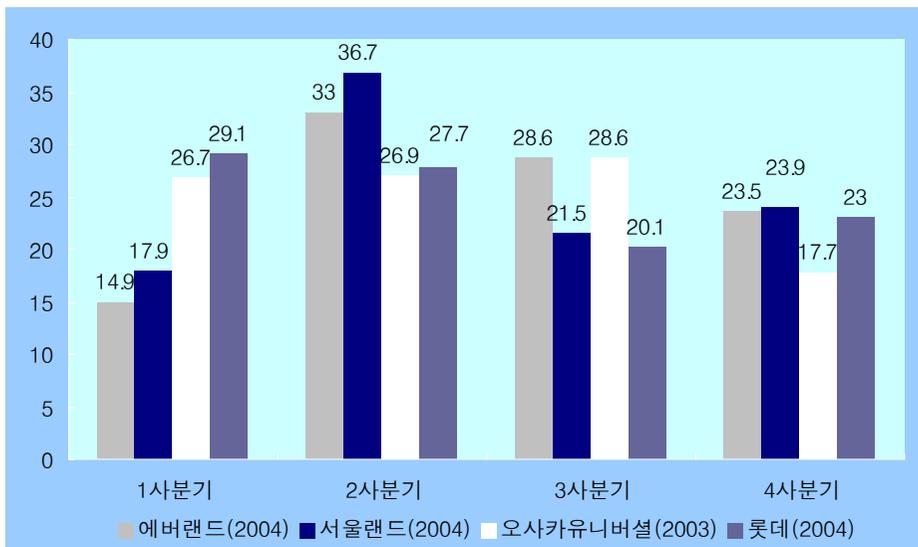
- 테마파크는 막대한 고정자산이 투자가 되었으므로 연중영업이 가능해야 하고 입장객 수의 편차가 적어야 함
- 따라서 테마파크는 북위 35도 이하의 기후가 겨울철에도 양호한 지역에 설치
예: LA 디즈니 리조트, 플로리다 디즈니월드
- 파리 디즈니는 어려움의 하나는 겨울시즌의 입장객이 적음
- 서울의 겨울철 기온이 영하인 반면, 도쿄와 오사카는 겨울에도 영상기온을 유지



<그림 9> 오사카·동경·서울의 월별 온도

○ 국내외 테마파크 계절성 비교

- 수도권에 있고 야외시설이 주종을 이루고 있는 서울랜드와 에버랜드는 계절에 따라 입장객의 편차가 심함
- 실내 시설이 많은 롯데월드와 겨울온도가 양호한 오사카 유니버설은 계절에 따른 입장객 편차가 적은 편임



<그림 10> 주요 테마파크의 계절성

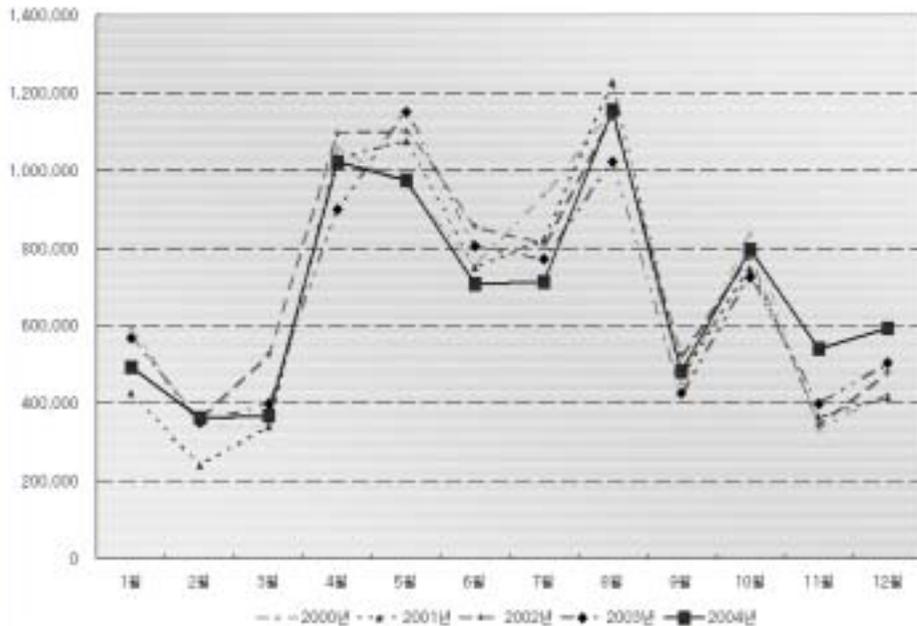
VI. 국내 테마파크의 발전방향

○ 캐릭터-테마-상품판매의 연계 모색 강화

- 캐릭터 개발 및 인지도 확산은 테마파크의 가장 중요한 요소임
- 이에 따라 캐릭터 개발 및 인지도 확산을 통하여 테마스토리과 상품판매로 이어지는 일관성 있는 개발방안이 필요

※ 에버랜드의 계절성 극복 노력 ※

- 에버랜드의 경우 겨울철 눈썰매시설 도입 등 계절성 극복을 위한 다각적인 노력들로 인하여 2002년과 2004년을 비교해보면 계절적인 편차가 완화되고 있음
- 눈썰매 등 계절별 특화된 퍼레이드 및 야간/우천시의 이용객 증대를 위해 2001년 불과 빛의 축제 및 레인보우 축제 실시
- 입장객이 제일 적은 11월에는 할로윈 축제와 크리스마스 축제 등을 앞당기고 있음



< 에버랜드 월별 입장객(2000년~2004년) >

- 계절성 극복위한 소프트웨어적 측면의 다양화 추구
 - 계절성을 극복할 수 있는 다양한 대책 마련이 필요
 - 하드웨어적인 측면에서의 다양성 추구는 한계가 있으므로, 이벤트, 퍼레이드 등의 소프트웨어적인 측면의 다양성을 추구하는 것도 한 방법
- 안정적인 수익원 확보방안 마련
 - 계절적 입장객 편차를 줄이고 사계절 안정적인 입장객 확보 필요
 - 캐릭터 강화와 더불어 원가대비 이익이 높은 상품판매의 증가
- 가족중심의 테마파크
 - 소득수준의 향상, 주 5일 근무제, 학교 주 5일 시행 준비 등으로 가족단위의 여가활동이 보편화되고 있음
 - 또한 우리나라는 고령화 사회에서 고령 사회로 진입하고 있음. 따라서 향후 테마파크 시설은 어린이 중심이 아닌 모든 계층을 위한 종합적이고 체계적인 가족 중심의 테마파크로 개발되어야 할 것임
- 국제수준의 테마파크 필요
 - 수도권 테마파크가 입장객으로 보면 국제적인 수준이지만 시설 및 콘텐츠로 보면 국제경쟁력이 열위함
 - 수도권 주민의 여가에 대한 고급수준을 충족시키고 도시의 관광경쟁력 제고를 위해 국제수준의 테마파크 필요

참고문헌

- 강신겸, 「동북아 관광지도와 한국의 선택」, 삼성경제연구소, 2005
- 김상원, 박석희, 「포스트 테마파크」, 2000
- 김영준, 「홍콩의 관광개발정책, 한국관광정책」, 한국관광연구원, 2001
- 김준석, 「사계절 축제의 나라, 테마파크 에버랜드의 브랜드 경영」, 코리아 브랜드 컨퍼런스, 2005

- 김희진, 「세계 테마파크 산업 동향, 한국관광정책」, 한국관광연구원, 2002
- 롯데월드(주), 감사보고서, 2004
- 무역연구소 연구조정팀, 「테마파크 산업 동향과 관광산업에서의 역할」, 무역연구소, 2005
- 문화관광부, 「관광동향에 관한 연차보고서」, 2004
- 박노빈, 「지역경제 활성화를 위한 테마파크개발」, 2004
- 박양춘, 최정수, 「테마파크 에버랜드의 수명주기 특성」, 한국지역지리학회지, 2002
- 삼성 에버랜드(주), 사업보고서, 2004
- 서천범, 「레저백서」, 2005
- 손상태, 장희정, 「관광산업론」, 삼성에버랜드, 2004
- 심원섭, 「테마파크 개발사례」-일본과 홍콩, 한국관광연구원, 2002
- 오영준, 「테마파크의 발전방안에 관한 연구」, 한국관광정보학회, 2005
- 유지윤, 「세계 주요국가 관광정책 동향 및 사례분석」, 한국문화관광정책연구원, 2004
- 한국관광공사, 전국민여행실태조사, 2004
- 한국산업은행 컨설팅 사업실, 「서울랜드 관리위탁료 산정 학술 용역 보고서」, 2004
- 한덕개발(주), 감사보고서, 2004
- Walt Disney, Annual Report, 2004
- EURO DISNEY S.C.A., Annual Report, 2005
- Oriental Land Corporation, Annual Report, 2004
- Price Waterhouse Coopers, Hospitality Directions Europe edition, Issue 9, 2004