

# 제주 지역의 모바일서비스 융합 및 발전방향 연구

\*김홍두 \*이동철

\*제주대학교 경영정보학과

Research regarding mobile service fusion technology and development on jeju area

Gi-duck IM\* · Dong-cheol Lee\*

\*Cheju National University

## 요 약

첨단 정보통신 기술이 발전과 더불어 관광객이 이용하는 모바일서비스 패턴은 매우 다양하게 변화되고 있으며, 향후 그 패턴이 모바일시장에서의 변화를 예측 가능하게 한다. 제주 지역은 연간 500만명이 방문하는 국내 최대의 관광지이다. 본 연구에서는 제주 최대의 산업인 관광산업과 연계한 모바일 서비스 시장에 대한 현장 분석을 통하여 위치기반과 연계한 다양한 모바일 융합기술이 필요하다는 결론을 도출하였다.

## ABSTRACT

Information and communication technology joins in and with development the mobile service pattern which the tourist uses is various and it is changing. Jeju area is the domestic maximum tourist resort which the annual 5 million visit. The mobile service pattern change from mobile market prediction does to be possible. Research analysis against sightseeing industry which is major industry and a mobile service market it led from the research which it sees location base and the mobile fusion technology.

## 키워드

융합기술, 제주, 모바일 서비스

## Key Words

fusion Technonogy, Jeju, Mobile Service

## I. 서 론

제주는 연간 500만명이 찾는 국내최대의 관광지이며 총 관광수입이 1조 7천억원에 이르고 있어 지역경제의 핵심 산업을 이루고 있다.[1] 또한, 2000 년대에 들어 제주첨단교통정보시스템, 제주텔레매 텍스시범도시 사업 등 정보화 부문에서 국내의 여 타 지역과 차별화되는 테스트베드 잠재력을 높이 평가하고 있다.

또한, 지역에서의 디지털콘텐츠 서비스 수요가 급속도로 모바일서비스 분야로 이행됨에 따라 관광산업과 모바일서비스 산업간의 연계점을 찾는 노력은 향후 제주지역 경제가 미래에 대비한 대응 방안을 찾는 매우 중요한 연구이다.

따라서, 관광객이 선호하는 모바일 콘텐츠의 유

형과 관광패턴과의 상호 연관성을 분석하고 네비 게이션, 방송, 위치기반, 무선인터넷 등 첨단 모바일서비스에 대한 관광객들이 선호도를 분석하고자 한다.

본 연구에서는 제주를 찾는 다양한 관광객의 패턴에서 모바일서비스 분야의 새로운 요구사항을 분석하고 향후 모바일서비스 시장의 변화에 대한 연구를 통해서 국내 모바일산업이 국내 및 글로벌 시장에서의 블루오션을 창출하는 방안을 모색하였다.

## II. 모바일서비스 유형과 분석방안

제주관광에서의 모바일서비스 패턴을 연구하기

위하여 전체 모바일 서비스의 유형을 구별하고자 한다. 모바일서비스는 크게 무선통신 서비스를 기준으로 크게 8가지 분류하였으며, <표 1>에 분류별 상세서비스를 제시하였다.

또한, 모바일 서비스의 중요한 분야는 이동형 방송에 관한 것으로 그 유형은 뉴스, 교양/다큐, 드라마, 스포츠, 영화, 음악, 교육, 외국위성, 홈쇼핑, 연예/오락, 종교, 여성, 생활/취미/정보, 공공/외국어로 분류할 수 있다. 이는 현재 이동통신사에서 서비스되고 있는 모바일콘텐츠의 분류체계를 감안하여 유형별 정리를 하였다.

연구를 위하여 모바일콘텐츠의 특성 중에 관광과 연계된 조사를 실시하였으며, 조사시기는 2005년 9월과 10월에 관광객 200명을 대상으로 면접식 설문을 실시하였다. 관광관련 주요설문항목은 한국관광공사의 조사자료에서 도출하였으며[2] 주요 조사항목으로는 인구통계학적 변수 이외에 다음과 같다.

- 관광에 가장 필요한 콘텐츠의 선호도
- 관광시 모바일콘텐츠를 가장 많이 이용하는 시간대와 평균이용시간
- 모바일콘텐츠의 이용요금에 대한 반응
- 관광객이 숙박지 및 관광지에서의 인터넷 사용 경험
- 관광객이 체류 중 긴급한 처리의 필요성에 대한 모바일콘텐츠의 선호 분야

표 1. 모바일서비스의 유형

유형	상세서비스
무선통신서비스	이동통신, SMS
위치기반 서비스	지도(Map), 교통정보, 여행정보
무선인터넷서비스	e-mail, 채팅, 커뮤니티, 인터넷포털서비스
엔터테인먼트	e-Learning, 쇼핑, 모바일게임, 운세, 성인, 음악
생활정보서비스	날씨정보, 뉴스,
금융서비스	뱅킹, 증권, 복권, 모바일상품권, 모바일쿠폰, 재테크
VOD 방송서비스 관련	드라마, 영화, 방송연예, 스포츠소식
유틸리티 서비스	계산기, MP3, 캐릭터/멜로디/사진

### III. 제주관광의 패턴 분석

관광객의 체류는 2박3일(33.2%), 3박4일(28.8%), 1박2일(13.2%), 4박5일(12.7%)일정이 가장 많은 빈도를 차지하고 있으며, 이들 빈도수가 전체 빈도의 87.8%에 해당하여 제주를 찾는 관광객들은 대부분 4박5일안에 제주를 떠나는 것으로 보인다. 따라서, 관광객을 대상으로 하는 모바일 서비스 콘텐츠는 이 기간을 감안한 주기로 서비스가 이루어져야 함을 알 수 있다.

여행 동반자수의 경우 본인을 포함한 질문에 대해서 2인(18.5%)으로 구성된 경우가 가장 많았으며, 4인(15.1%), 1인(10.2%)과 3인(10.2%)이 10%의 점유율을 보이는 반면 4인(6.8%) 이상부터는 5% 미만으로 구성됨을 알 수 있다. 이는 렌터카의 최대 탑승인원과도 무관하지 않음을 볼 수 있으며 개인별 관광이 관광행태의 주류를 이루고 있음을 알 수 있다. 따라서, 모바일 서비스의 경우는 현재 제주도에 추진중인 텔레매틱스 시범도시 사업과 같이 차량 안에서의 모바일 콘텐츠 서비스 수요가 지속적으로 요구될 것으로 파악할 수 있다.

모바일 서비스를 주로 이용하게 되는 곳으로 숙박지의 경우 호텔(30.2%), 펜션(23.9%), 콘도(15.1%), 모텔 및 여관(11.2%) 순으로 나타났으며, 최근 급속히 늘어가는 펜션의 수요를 감안하고, 펜션이 가족중심의 숙박지임을 감안할 때 모바일 서비스를 위한 인프라 확충 시설로 펜션을 우선적으로 고려할 필요가 있다.

제주에서의 체류기간 단안의 교통수단으로는 렌터카-텔레매틱스장착(28.3%), 전세 및 관광버스(24.4%), 렌터카-텔레매틱스미장착(15.6%), 지인의 차량(14.1%), 택시(11.7%) 순으로 나타났으며, 텔레매틱스 장착 차량이 미장착 차량보다 많은 점유율을 보인 것은 다소 의외의 경우이나, 매우 고무적인 것으로 판단되어 진다.

체류기간동안의 차량용 단말기나 관광지에서의 해설용 단말기의 임차여부 중에 임차를 하지 않는 경우가 전체의 87.3%이며 임차 비용은 3,000원에서 10,000원 사이가 전체의 10.8%로 대다수의 여행객이 단말기의 임차 비용으로 10,000원 미만을 선호함을 알 수 있다.

따라서, 향후 제주지역의 관광에서의 정보수집 매체로서의 모바일서비스를 위한 킬러콘텐츠를 확보하고 이를 지속적으로 양성화해나가는 정책이 필요하다.

### IV. 관광부문의 모바일서비스 유형분석

#### 1) 관광시 모바일서비스 수요도와 우선순위

관광 및 여행시 인터넷 필요성에 대한 응답은 약간필요(34.1%), 매우필요(27.8%), 보통(19.5%)으로 전체에서 81.4%가 필요하다는 견해를 보였다.

관광 중 반드시 필요한 모바일 서비스 우선순위별로 3가지를 선택하는 질문에 대해서는 1순위에 위치기반(32.2%), 무선통신(31.2%), 숙박/관광지찾기 (18.5%)순으로 기타 서비스와는 현격한 격차를 두고 있다. 2순위에는 숙박/관광지 찾기(32.2%), 위치기반(23.4%), 생활정보(18.0%) 등으로 관광중 모바일 서비스 분야에 대해서는 크게 변화되는 것이 없다. 이는 모바일 서비스 분야에 대해서는 대부분이 우선순위에 상관없이 위치기반의 찾기 서비스가 중요한 점을 보여준다.

숙박지에서의 인터넷 필요성에 관한 응답에서

는 보통 이상의 답변이 전체의 87.8%가 필요하다고 응답하였다. 또한, 휴대용 방송서비스가 가장 적합한 장소로는 차량(47.8%), 관광지(32.2%), 숙박지(16.6%) 순으로 응답하였다.

### 2) 관광과 모바일방송서비스

관광중 모바일 방송서비스 이용시간에 대한 질문에서는 오전9시~12시(27.3%), 정오~3시(23.4%), 오후6시~9시(13.2%), 오후9시~ 자정(12.2%), 오전6시~9시(11.7%) 순으로 나타난다.

여행중에 모바일 방송에 적합한 모바일서비스 우선순위에별도 3가지를 선택하는 질문에 대해서는 1순위에 위치/교통정보(27.8%), 뉴스/날씨(21.0%), 영화/드라마(15.6%)이며 기타 서비스는 10% 미만 대임. 2순위에는 뉴스/날씨(25.9%), 위치/교통정보(15.6%), 오락/스포츠/연예(13.7%), 가요/팝송/클래식/MP3(10.2%)이며, 3순위에는 뉴스/날씨(12.2%), 가요/팝송/클래식/MP3(11.7%), 위치/교통정보(11.7%), 오락/스포츠/연예(11.2%)로 나타났다. 1순위에서부터 3순위까지 일관된 응답을 보이고 있으며, 모바일 방송서비스가 위치기반의 교통정보와 관광과 관련된 지역의 기상정보를 우선적으로 필요로 하고, 이를 충족한 후 즐기는 관광을 위한 다양한 정보 서비스를 요구하고 있음을 알 수 있다.

모바일방송의 프로그램 편성에 관한 견해에 있어서는 기존 지상파 방송의 프로그램과 모바일방송서비스 프로그램의 혼성 편성(37.6%)이 가장 높게 나타나고 있고, 기존 지상파TV 사업자의 프로그램을 실시간 송출하는 것(34.1%)과 모바일 전용 프로그램제작 방송(17.6%)로 나타나고 있다. 이는 지상파TV 프로그램 공급 유무가 지역의 관광모바일방송서비스 분야에 대한 성패를 좌우할 정도로 중요한 몫을 좌우하고 있다고 할 수 있다.

모바일방송 콘텐츠 1편당 적정 방송시간에 대한 질문에 대해서는 30분 이하가 전체의 82.9%를 차지하고 있다. 특히 11~20분대의 시청을 희망(37.6%)하는 응답자, 21~30분대의 시청을 희망(29.3%)하는 응답자가 전체의 66.9%를 차지하고 있어 모바일방송콘텐츠는 제작이 30분미만으로 편성됨이 바람직하다.

1일 모바일방송으로 소비하는 총 시간에 대한 질문에서는 1일 30분~1시간(35.6%), 1~2시간(29.3%), 30분 이하(24.4%)를 나타내고 있어, 관광객이 모바일방송서비스로 시간을 소비하지 않는다는 경향이 있음을 보이고 있다.

### 3) 모바일서비스 단말관련 연구

관광지에서 임대가 가능한 전시관람용 모바일 단말기 서비스의 경우 적정한 임대비용으로 1천~2천원(28.8%), 2천~3천(26.8%), 1천원미만(28.8%)을 선호하고 있다. 즉, 89.3%의 응답자가 3천원 미만의 단말기 임대비가 적정하다는 평가를 하고 있음을 볼 때, MP3형 단말기, PDA or PMP형 단말기 서비스에 따라 차별화된 가격정책이

필요하다.

반면, 차량에 장착된 텔레매틱스단말기의 적정 임대요금으로는 5천원 미만(42.9%), 5천~1만원(36.6%), 1만~1만5천원(12.2%)로 나타나고 있다. 전체 중 79.5%의 응답자가 1만원 미만에서의 서비스 이용을 원하고 있음을 나타낸다.

연령대별 모바일 방송콘텐츠의 편당 적정 방송시간에 대한 상호교차분석결과에 따르면 청소년의 경우 편당 30분 이상의 편성에 대해서 기대빈도보다 많은 선호도를 보이고 있으며, 30대의 경우 20분 미만의 편성에 기대빈도보다 많은 빈도를 보이고 있다. (.000 (p-value) < 0.05 (a))

연령대별로 모바일 방송의 시청시간에 대한 유의한 차이를 보이고 있지는 않으며 관광지 안내용 단말기의 적정요금에 대해서도 차이를 보이고 있지 않다.

직업에 따른 휴대방송서비스의 경우, 서비스의 장소, 이용시간, 편성내용, 편성시간 및 이용시간, 적정요금에 대하여는 유의한 차이를 보이지 않았으나, 모바일콘텐츠 선호도 2순위에 대해서는 유의한 차이를 보이고 있다. 즉, 1순위 선호콘텐츠의 경우는 공통적으로 선호하는 콘텐츠를 선택하지만 2순위에 있어서는 직업적 특성이 나타남을 알 수 있다. (.000 (p-value) < 0.05 (a))

## V. 결 론

현재, 관광분야에서의 모바일서비스는 도입단계에 있다. 미래 첨단관광시장에서의 모바일서비스가 확대되는 방향은 현재의 텔레매틱스 분야를 기점으로 지속적으로 성장할 것으로 예상된다. 즉, 관광에서의 위치기반서비스는 관광객이 낮은 지역에서 처해진 상황을 극복하기위한 킬러 어플리케이션임은 명확하다.

그러나, 미래의 관광시장에서의 모바일서비스는 엔터테인먼트를 중심으로 다양한 서비스가 전개되어야하고 이에 대한 산업적 활용도를 적극적으로 개선해 나가야 한다. 따라서, 지역관광에서의 모바일서비스 분야는 현재의 차량용 모바일서비스 분야를 개인 휴대형 모바일서비스로의 변화로 모색되어야하며 특히, 방송과 인터넷의 결합이 되는 형태로 변화가 예상된다.

### 참고문헌

- [1] 2005년 상반기 관광 동향 및 전망, '05. 7. 제주도관광협회
- [2] 2004 국민여행실태조사, '05. 4., p10, 한국관광공사