

<http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2023.9.1.45>

JCCT 2023-1-6

스마트글라스를 활용한 제주도 농촌 관광 상품 개발에 관한 연구 - 실감미디어 교육콘텐츠 개발을 통한 단체관광객 유치 및 전략

A Study on the Development of Rural Tourism Products in Jeju Island Using Smart Glass - Attracting Group Tourists and Strategies through the Development of Realistic Media Education Contents

이승현*

Seung-Hyun Lee*

요약 코로나19로 해외 관광이 어려워지고 외국인을 대상으로 한 국내 관광객 유치가 어려워짐에 따라, MZ세대들의 소비패턴을 통한 제주로 몰리는 현상 발생했다. 본 연구에서 제주도는 팬데믹 이후 국내 관광객을 다시 유치하고 대처할 수 있는 방법을 제주도 농촌관광과 스마트글라스를 활용 연구하고 마을지도를 기반으로 관광할 수 있도록 모바일 애플리케이션이나 스마트글라스를 통해 구축한다면 스마트글라스를 통한 도슨트 가이드 서비스는 관광객들에게 실감콘텐츠의 정보력은 도움이 될 것이다. 더 나아가 위치 기반 서비스를 도입하여 관광객이 움직이는 동선에 맞게 그 위치에서 필요한 정보를 제공한다면 상당히 유익할 것이다. 실제 한성백제박물관의 개발을 통하여 실행이 가능하다는 결론을 만들고 실감미디어의 구현이 다른 개발에 비해 쉽다는 점을 연구개발을 통해 기존 하드웨어에 실감미디어는 AR, VR과 같은 선택적 개발에 있어서 콘텐츠 제공이 다양하다는 점과 개발 예산과 시간이 작아도 개발이 가능하다는 점에서 관광 시티투어버스와 같은 유료서비스 및 제주 올레길과 같은 무료 관광코스에도 적용가능하며 관광객의 만족도를 높일 수 있는 사실에 기대해본다.

주요어 : 실감미디어, 실감콘텐츠, 메타버스, 증강현실, 스마트글라스

Abstract As COVID-19 made it difficult to travel abroad and attract domestic tourists to foreigners, the phenomenon of MZ generations flocking to Jeju through consumption patterns occurred. In this study, if Jeju Island uses Jeju's rural tourism and smart glasses to study how to attract and cope with domestic tourists after the pandemic and build a mobile application or smart glass to tour based on village maps, the docent guide service through smart glasses will help tourists. Furthermore, it would be very beneficial to introduce a location-based service to provide the necessary information at the location according to the movement path of tourists. In fact, we conclude that it can be implemented through the development of the Hansung Baekje Museum, and hope that the actual media can be applied to free tourist courses such as Jeju Olle Trail, as it provides various contents in selective development such as AR and VR.

Key words : Realistic Media, Realistic Contents, Metaverse, Augmented Reality, SmartGlass

*정회원, 주식회사 모디클 대표이사 (단독저자)
접수일: 2022년 11월 17일, 수정완료일: 2023년 1월 4일
게재확정일: 2023년 1월 9일

Received: November 17, 2022 / Revised: January 4, 2023

Accepted: January 9, 2023

*Corresponding Author: talentree@naver.com

Ceo. Modycle Corporation, Korea

I. 서론

제주특별자치도는 섬 전체가 하나의 거대한 관광자원으로 이미 대한민국의 대표 관광지로서 자리를 매김하고 있다. 자원적으로 많은 가치와 가능성을 가지고 있는 제주특별자치도는 2007년 유네스코 세계자연유산으로 제주 '화산섬'과 '용암동굴'이 등재되었고, 2009년에는 중요무형문화재 제71호 '제주 칠머리당 영등굿'이 유네스코 세계무형문화유산으로 등재되어 이미 그 가치를 증명하기도 하였다. 그리고 제주 해녀 문화가 전 세계적으로 공동체 내에서 여성의 지위 향상에 기여가 인정되고, 생태 친화적인 어로 활동과 공동체에 의한 어업 관리는 친환경적 지속가능성의 가치 또한 인정받아 2016년 '제주 해녀 문화'가 유네스코 유산에 등재되면서 다시 한번 제주의 자원적 가치 발전 가능성에 힘이 실리게 되었다.

행정적으로도 제주특별자치도는 특별하다. 제주의 비전(Vision)인 국제 자유 도시를 실현하기 위해 고도의 자치권이 부여되어 각종 특례가 인정되고 있다. 2009년에는 관광 3법 일괄이양으로 제주특별자치도 관광진흥조례를 제정하는 제주만의 특성을 반영할 수 있는 조례체계가 마련되어 있다.

또한, 한반도를 중심으로 중국과 일본 등 극동 지역의 중앙부에 위치하고 국제항만과 항공을 통한 무한한 가능성과 잠재력을 가지고 있어서 지정학적으로도 매우 중요하다. 이러한 지리적, 역사적, 문화적, 자연적 가치와 제도적 뒷받침으로 제주가 대한민국의 대표 관광지로서 손색이 없을 만큼 경쟁력을 가지고 있다.

하지만, 2019년 '코로나 19 바이러스 사태'로 팬데믹(Pandemic)이 발생하여 내국인들은 해외 관광이 어려워지고 외국인을 대상으로 한 국내 관광객 유치에 어려움에 따라, 국내에서는 국내 관광 위주로 제주로 몰리는 현상이 발생하였다. 이 과정에서 많은 부작용이 발생하였는데 가장 고질적인 문제인 고비용과 불친절은 이미 많은 보도자료와 언론에서 문제가 제기되어 여론은 제주 관광에 부정적으로 변하였고, 시대가 변화됨에 따라 MZ세대들의 소비패턴을 통한 국내 시장의 변화 또한 제주 관광의 소비패턴에 매우 많은 영향을 주었다. Pandemic 현상이 끝나감에 따라 국내 관광객을 대상으로 한 지방관광객 유치에는 매우 어려움이 발생될 것으로 예상된다 [1].

연말 제주 하늘길 "18만 석 사라져"



그림 1. 팬데믹 사태가 점차 종료되면서 줄어드는 제주 내국인 관광객 관련 보도자료

Figure 1. Press releases related to Jeju's domestic tourists are decreasing as the pandemic situation gradually ends

이번 연구에서 제주특별자치도는 Pandemic 이후 어떠한 방향으로 국내 관광객을 다시 유치하고 대처할 수 있는 방법을 제주도 농촌관광과 스마트글라스를 활용하여 연구하려고 한다. 이미 Pandemic 사태 이후로 제주 내국인 관광객의 재방문을 다시 기대하기에는 많은 어려움이 예상된다. 하지만 교육콘텐츠를 중심으로 한 단체관광객유치에 초점을 두고, 초, 중, 고등학교의 단체를 공략하거나 기성세대와 노인들을 대상으로 한 체험용 패키지(Package) 여행 코스등을 개발하는데 이번 연구의 초점을 두려고 한다. 이번 연구를 통해 제주특별자치도 산업에 가장 높은 비중을 차지하고 있는 1차 산업인 농업과 3차 산업인 관광을 더욱 강화하고 특화하여 제주 내국인 관광객 유치와 산업을 모두 강화할 수 있는 방법을 제시한다.

II. 이론고찰

2-1 농촌관광 개념과 제주도 농촌관광의 분석

농촌관광이 1980년대의 등장 이후로 꾸준한 관심을 받고 관광으로서 가치를 가지며 성장하고 있다. 미국인을 대상으로 한 관광연구에서 농촌에서 이루어지는 관광체험 활동(Tourism Activity)은 전체 관광 활동 중에서 10~25%를 차지하고 있을 정도로 인지도가 높다는 결과가 있다(Roberts & Hall, 2001).

또한 세계관광기구(UNWTO, 2001)는 지속가능한 관광 시스템을 형성하기 위해 세계관광윤리강령(The Globe Code of Ethical Tourism)을 공표하였고, 그 중 농촌관광은 자연환경 파괴를 최소화하고, 지역사회 경제에 긍정적인 영향을 미치며, 무엇보다도 지역사회가 주체적으로 농촌관광을 운영한다는 점에서 윤리적 관

광형태로 주목받고 있다(UNWTO, 2001).

수많은 선행 연구들을 기준에서 농촌관광을 정의하자면 ‘Sharpley’와 ‘Julia’(1997)가 정의한 농촌관광의 개념이 등장한다. 그들은 도시지역을 제외한 농촌 지역에서 다양한 체험 프로그램을 바탕으로 농촌다움(Rurality)을 최우선으로 느낄 수 있는 관광을 농촌관광(Rural tourism)이라 정의하였다[2].

본 연구에서 다시 농촌관광을 정의하자면 농촌이 가지고 있는 자연환경과 농촌 생활에서 발생하는 체험들 즉, 농산물과 관련한 체험이나 지역주민과의 교류를 통해 발생 되는 1, 2차 산업을 통해 발생 되는 여가활동을 농촌관광이라 정의한다.

대한민국에서는 농촌진흥청이 2020년에 실시한 설문조사로 전국 17개 광역시도에 거주하는 만 15세 이상 10,264명을 대상으로, 2019년 8월 29부터 9월 25일까지 약 한달 정도의 기간에 농촌관광을 진행한 사례가 있는 지에 관련하여 실태조사(온라인)를 실시하였다. 해당 조사에서 농촌관광을 참여한 경험이 있는 사람은 41.1%였고, 주된 활동은 ‘음식 체험’과 ‘휴식·휴양’ 순으로 2년

전 보다 34.7%p, 16.8%p 증가한 것으로 나타났다. 이는 농촌관광이 해외뿐 아니라 국내에서도 선호가 점차 높아지고 있어 해당 관광산업의 가능성을 나타내는 지표이기도 하다. 특히 해당 조사에서 농촌관광을 참여하는 그룹의 인원수는 개인이나 2명보다는 평균 4명 이상 그룹 되어 개인 관광객보다 단체관광객이 높다는 점이 이번 연구에서 제주특별자치도 단체 관광객 유치 사업의 가능성을 보여주는 지표이기도 하다.

[표 1]에 보인 바와 같이 농촌관광은 농촌 지역에서 이루어지는 문화, 역사, 교육등을 해당 지역의 전통문화와 함께 여가활동으로 이루어지는 관광형태를 농촌관광이라고 한다. 위 [표 1]에 보인 바와 같이 언급한 농촌관광을 정의한 내용을 정리하면, 제주지역에서 발생하는 대표 농촌관광에는 팥사냥, 승마프로그램, 섬 투어, 감귤 타르트 만들기 체험 등 다양한 체험활동이 제주도 농촌관광체험으로 분류될 수 있겠다. 그중에서도 감귤 따기 체험은 제주도 대표 농촌관광상품으로 주목할 수 있다[3]. 2022년 10월 31일부터 ‘제주특별자치도 관광협회’에서는 제주시 애월읍에 위치한 감귤 농사부지를 임대하여 제주도를 찾은 관광객에게 무료로 감귤을 따는 체험 서비스를 제공하여 해당 농장의 상품판매 영업의 부담을 줄이고 관광객을 유치하는 일석이조(一石二鳥)의 효과를 기대하고 있다. 하지만 해당 사업에서 긍정적인 요소만이 존재하는 것은 아니다. 감귤을 따고 수확하는 것에 있어서도 기술이 필요하고 나무를 상하지 않게 하는 것이 다음 농사에 큰 영향을 주기도 한다. 하루 평균 무수히 입장하는 모든 방문객을 대상으로 해당 교육을 관리 요원이 사람 1명 기준 1대 1일로 코칭(Coaching)하고 관리하기에는 인원수와 지자체

표 1. 농촌관광에 대한 개념 정의
 Table 1. Defining the Concept of Rural Tourism

학자	농촌관광 개념
Bramwell & Lane(1994)	농촌관광은 농촌, 자연, 모험, 스포츠, 건강, 교육, 예술과 같이 다면적인 체험 활동
Pedford (1996)	농촌관광에 대한 개념을 지역관습과 민속, 가치, 신념, 그리고 일반적 유산을 포함하는 개념으로 확장함
Turnock (1999)	해당 지역의 농촌 개발이 가능한 물리적·역사적 측면을 포함한 관광
이경진 (1996)	농촌 민박과 농사, 농촌체험시설 등을 이용하여 농촌 지역에 체재하면서 농산촌의 자연환경, 문화와 전통 등을 즐기는 여가의 한 형태
Mason & Cheyne (2000)	농촌관광을 기존의 도시의 관광지에서 벗어나 농촌이 가지고 있는 고유한 문화, 역사, 자연환경, 체험 프로그램을 할 수 있는 곳
박호균 (2002)	농촌관광은 농촌공간에서 농촌지역사회의 주민들이, 농업활동을 기반으로 하여 방문객들에게 사회적 여가 행위를 위한 서비스를 제공하게 되는 것으로 봄
엄서호·노영희 (2002)	농촌문화 체험, 농사체험, 농산물, 자연환경 체험을 포함한 목적형 관광
강신겸 (2007)	농촌관광의 초기개념은 비교적 평면적인 의미를 가진 농촌지역에서 진행되는 관광활동이라는 개념에서 시작되어 농촌이 가지는 문화, 역사, 교육, 자연자원을 활용하는 관광 개념으로 확대



그림 2. 펜데믹 사태가 점차 종료되면서 줄어드는 제주 내국인 관광객관련 보도자료

Figure 2. Free Jeju tangerine picking experience organized by the Jeju Special Self-Governing Province Tourism Association

예산에 있어서 큰 부담이 된다. 승마와 같은 필수적으로 안전이 필요로 하는 체험은 해당 직원이 인원당 1대 1 형태로 관리하는 것이 당연할 수 있지만, 섬 투어와 같은 도슨트 서비스나 만들기 체험등 안전성을 제외한 관광객의 서비스 만족을 높이기 위한 관리 요원의 배치는 한계가 있어 수준이 높아지는 관광객의 아쉬움을 낮출 방안이 매우 필요하다.

III. 연구방법

3-1 제주 농촌 관광의 스마트글라스 활용의 필요성

앞서 보인 바와 같이 아직 전문적으로 운영되는 테마파크와 시설들과 달리 제주도 농촌관광에서 감귤따기 체험, 기타 관련 만들기 체험, 섬 투어와 같은 관광 서비스는 지자체의 예산을 더 한다고 하여도 많은 한계성이 있다. 또한 기업 투자와 같은 거대 자본시장이 들어온다 하여도 농촌체험에서 기업이 가져갈 수 있는 이익은 기업 이미지 제고 정도가 한계일 것이다. 관광을 다시 정의하면 다른 지역이나 다른 국가의 자연, 유적, 풍속, 풍물 등을 관람하며 여가를 즐기는 것이라 할 수 있겠다. 관광산업과 이동수단이 발전함에 따라 수많은 국가와 지자체들은 관련 산업들을 제도화됨과 동시에 예산을 합리화시키고 그것에 의해 대중화된 관광이 실현되고 있다. 관광객 즉, 소비자가 가격이 합리적이지 않아 비싸다고 느끼고 서비스에 대한 만족도가 높지 않다면 이미 재구매나 홍보가 어려워질 것이다. 또한 해당 관광의 주최나 운영진도 해당 관광으로 상품이 손상

되거나 운영의 적자를 본다면 이는 실패한 관광 사업일 것이다. 우리는 보다 소비자와 주최자가 모두 합리적인 운영형태와 체계가 보완되어야 한다. 그것이 곧 합리적인 농촌관광사업의 완성일 것이다. 하지만 막대한 예산과 인건비를 통해 해당 부분을 보완하고 합리적인 운영 부분을 보완하기는 쉽지가 않다. 때문에 이 부분의 대안을 실감미디어에서 찾으려고 한다. 이번 연구에서 ‘스마트글라스’를 통해 합리적인 방안을 찾을 수 있다.

‘스마트글라스’는 앞이 어둡게 막혀있는 VR 글라스와 다르게 현실의 사물과 배경을 함께 볼 수 있다는 장점이 있다. 단순한 안경처럼 앞이 유리로 되어 있지만, 프로그램을 작동시키면 투명 유리 자체에 TV처럼 화려하고 다양한 영상을 뽐어내는 투명 전광 유리로 만들어졌다. ‘스마트글라스’의 전자체가 ‘미디어 파사드’ 기능까지 함으로써 외벽 유리뿐 아니라 커튼 월, 간판 등 다양한 화면을 보여준다. 또한 ‘스마트 글라스’에 내장된 사운드 기능을 통해 착용자에게 소리 서비스를 제공함으로써 보다 현실적으로 느껴지게 만들어 준다. 이 현실적인 서비스가 확대가 되면 바로 현실에서 따로 도슨트나 스테프가 없어도 소비자가 직접 체험이 가능한 실감미디어를 완성하는 데 큰 도움을 준다[4].

실감미디어는 현실세계를 보다 근접하게 재현하고자 사용되는 미디어 기술로 현재 우리가 접하고 있는 미디어 기술보다 돋보이는 표현력과 선명함, 현실감을 제공할 수가 있다. 만약 이 기술이 감귤따기 체험으로 적용이 된다고 가정해보자.

방문객들은 입장료를 지불하고 카운터에서 ‘스마트글라스’를 렌탈하게 된다. 해당 스마트글라스를 착용한 고객들은 ‘스마트글라스’가 안내하는 동선(動線)으로 이동하여 해당 감귤나무에 도착한다. ‘스마트글라스’에는 위치 기반 서비스와 해당 나무에 열린 열매의 개수가 스캔을 통해 이미 파악이 되어 있으며 ‘스마트글라스’가 안내하는 감귤을 방문객이 자르는 방법과 설명을 확인하면서 해당 가위를 통해 나뭇가지를 자를 때 각도와 위치 등도 쉽게 안내받을 수 있다. 해당 나무나 열매, 위치가 마음에 들지 않으면 바로 위치를 변경하여 다른 장소로 안내받을 수 있다. 해당 시설이 마음에 들지 않는다면 표지판이나 카탈로그가 없더라도 ‘스마트글라스’가 현재 우리가 사용하고 있는 차량 네이게이션처럼 안내가 가능하기 때문이다. 또한, 체험중인 마을의 역사와 민속 신화, 관련 교육자료, 지역 축제 정보 등의



그림 3. 서울 종로구 LG유플러스 종각 직영점에서 모델들이 AR글래스를 소개하고 있다.

Figure 3. Models are introducing AR glasses at LG Uplus' Jonggak store in Jongno-gu, Seoul.

정보를 제공한다면 이 또한 관광객들의 편의를 제공하는 데 유익할 것이다.



그림 4. 실제 한성백제박물관 동선안내 서비스 결과보고 사례
 Figure 4. An example of reporting the actual results of the route guidance service at the Hansung Baekje Museum



그림 5. 실제 한성백제박물관 도슨트 서비스 결과보고 사례
 Figure 5. An example of reporting the actual results of the Hansung Baekje Museum docent service

다른 제주 농촌관광 체험의 예시로 제주도의 섬 투어를 들어보자. 제주도는 8개 유인도와 54개 무인도로 총 무려 62개의 섬이 있다. 2022년 기준으로 제주특별자치도청 홈페이지에는 ‘섬속의 섬 제주’라는 타이틀로 현재 10개의 섬 투어가 가능하다. 물론 여행을 통해 섬을 여행하거나 개인이 자유롭게 전동스쿠터, 렌트카를 이용해서 자유롭게 여행도 가능하다. 하지만 해당 마을의 뜻이나 역사, 신화, 복지시설과 같은 정보를 찾기에는 현재에도 매우 부족한 실정으로 많은 민원이 제기되고 있다. 인원은 몰리는데 해당 서비스를 제공하는 직원이 부족하고 안내시설 또한 매우 부족하다. 해당 시설을 방문하더라도 입구 앞에 크게 세워진 안내표지판이 전부이다.

만약 카탈로그처럼 마을 지도를 기반으로 편의 시설과 마을에서 관광할 수 있는 시설들을 휴대전화 애플리케이션이나 ‘스마트글라스’로 확인이 된다면 관광객들에게 도움이 될 것이다. 또한 ‘스마트글라스’를 통한 도슨트 서비스 또한 관광객들에게 도움이 될 것이다. 해당 섬의 역사와 민속 신화, 관련 교육자료, 지역 축제 정보 등의 정보를 제공한다면 이 또한 관광객들의 편의를 제공하는 데 유익할 것이다. 더 나아가 위치 기반 서비스를 도입하여 관광객이 움직이는 동선(動線)에 맞게 그 위치에서 필요한 정보를 제공한다면 상당히 유익할 것이다. 해당 가설은 실제 한성백제박물관의 실험을 통하여 실행이 가능하다는 결론에 이르렀다.

IV. 연구결과

본 연구를 위해 현재 근무 중인 주식회사 모디클에서 진행한 한성백제박물관의 사례를 들어보려고 한다. 한성백제박물관은 2012년 4월에 올림픽공원 몽촌토성 지역에 개관한 고고학 전문 서울시립 박물관이다. 실험의 입증을 위해 실제로 스마트글라스를 통해 VSLAM 트래킹 모듈을 개발하여 전시관의 공간과 전시물의 위치 및 특징의 인식을 할 수 있게 하여 글라스의 카메라 정보와 속도, 방향 같은 물리량의 측정이 가능한 IMU 센서를 이용할 수 있도록 하였다.

해당 연구의 완성을 위해 도슨트 설명의 위치와 추가 전시 이미지가 실제 실행이 가능하도록 배치도를 짜고 해당 관람객 동선(動線) 부분에 문제가 없는지 검토하였다. 동선과 프로그램이 해당 위치에서 정확히 구현하는 것이 이번 위치기반서비스의 핵심기술이므로 많은 검토 작업 후 해당 이미지와 도슨트 설명이 ‘스마트글라스’에서 실행 될 수 있도록 구축하였다. 위치기반서비스를 개발하는 동시에 디자인팀은 해당 추가 이미지를 3D 형태로 제작하였다. 디자인팀이 제작된 3D 이미지는 개발팀에게 전달되어 기획 의도에 맞게 각 위치에서 단순하게는 해당 이미지를 3D로 감상하며 상, 하, 좌, 우를 360°로 볼 수 있도록 구성하였다. 해당 지도를 평면에서 입체적으로 올려 볼 수 있도록 제작하여 실감미디어의 완성도를 높이는 과정을 가지도록 구성하였고, 3D로 제작된 선박을 단순히 감상하는 것이 아닌

선박의 내부를 관람객이 직접 들어가서 감상하는 기능을 도입하였다. 해당 실험을 통해 제주 감귤나무 위치에서 정확히 열매가 설정되어 자르는 과정의 구현이나 섬 투어와 같은 곳에서 정확한 설명과 안내가 진행이 가능한 기술의 입증은 한성백제박물관을 통해 알 수 있었다. 해당 연구는 2022년 4월에 완성이 되어 방문객을 대상으로 서비스를 시연 제공했다.

V. 결 론

4차 산업혁명이 진행되는 시점에서 전세계는 코로나 19바이러스 사태로 Pandemic이 발생하였다. 세계가 점차 적응하고 점점 규제가 완화되는 과정에서 한국 관광산업은 국내 관광 활성화를 위해 '사회적 거리두기' 정책에도 불구하고 국내 관광 활성화를 위하여 홍보사업을 통해 관련 박람회유치와 캠페인을 통해 노력에 힘을 썼다. 제주특별자치도만이 국내 관광산업에서 인식과 지리적인 특혜로 많은 국내 관광객 유치에는 많은 성과를 보인만큼 부작용 또한 매우 높아지고 있다.



그림 6. 사회적거리두기 기간 국내 관광 관련 유치 된 박람회
 Figure 6. Exposition related to domestic tourism during the period of social distancing

서론에서 언급한 높은 물가와 불친절, 그리고 소문난 잔치상에 음식이 없다 라는 말이 무색할 만큼 체계성이 부족한 관광지는 맘이 돌아선 국내 관광객을 다시 유치하기 위하여 화려한 어트렉션이나 랜드마크를 위한 개발보다는 제주만의 개성과 매력이 있는 고유의 농촌관광을 활성화 하고 학교와 단체를 타깃으로 한 단체관광객 유치 전략은 매우 필수적이다.

예컨대 역사 문화유적지와 각 읍, 면 단위로 청년회들이 모여 진행되는 지평선 축제, 서귀포 원주민들이 빠짐없이 한 번씩은 참여하는 서귀포 칠십리 축제는 농촌관광사업이 발전하면서 다양한 농촌관광개발도 가능해진다. 결국 힐링을 찾는 관광객들의 재방문은 물론 지역주민 경제발전에도 도움이 될 것이고 1차 산업에서도 새로운 직업군도 분명히 탄생 될 것이다. 이번 연구를 통해 다음의 결론과 시사점을 도출하였다. 첫째, 농촌관광 체험 프로그램에서 안내 및 교육 서비스는 감귤 따기체험, 감귤타르트 만들기, 제주 녹차 화장품 만들기 와 같은 큰 인력이 필요한 서비스가 스마트글라스를 통해 최소화 가 될 수 있다는 점. 둘째 섬 투어와 같은 도슨트 서비스와 지도서비스는 위치기반서비스가 내포된 '스마트글라스'를 통해 관광안내 지도와 간단한 편의시설을 설명할 내용물과 정보가 관광객에게 주어진다면 안정적으로 관광객 유치가 안전하게 유지될 수 있는 가능성이 높아 질뿐만 아니라 신뢰도 또한 높아질 것을 확인하였다. 또한 해당 내용을 '스마트글라스'나 관광객 개인 휴대전화 애플리케이션을 통해 서비스가 제공된다면 그 효과는 더 클 것이며 개발의 계산도 절약이 될 것이다.

마지막으로 실감미디어의 구현이 다른 개발에 비해 쉽다는 점을 이번 한성백제박물관의 실험을 통해 알 수 있었다. 기존 하드웨어에 실감미디어는 AR, VR과 같은 선택적 개발에 있어서 콘텐츠 제공이 매우 무궁무진하고 다양하다는 점과 개발 예산과 시간이 작아도 개발이 가능하다는 점에서 나중에는 더 나아가 관광 시티투어 버스와 같은 유료 서비스는 물론이고 제주 올레길과 같은 무료 관광코스에도 적용하여 관광객의 만족도 기대치를 한 층 더 높일 수 있는 사실에 기대한다.

References

- [1] Pandemic Available: <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=1689767&cid=43667&categoryId=43667>
- [2] The Effect of Satisfaction with Rural Tourism Experience Activities on Family Communication and Family Adaptation : Focusing on State Recovery Theory / Popularity of Moon Seung-ri Degrees thesis Gyeonggi University Graduate School 2021.2 TM 338.4791 -21-54 Degrees thesis (Master's)

- [3] Defining the Concept of Rural Tourism [Internet]. Available: <https://blog.naver.com/oginn/221228273216>
- [4] It weighs 88 grams and is a quarter of the original value...AR Glass, which is worn like glasses, landed in Korea [Internet]. Available: <https://n.news.naver.com/mnews/article/025/0002954534>