

碩士學位論文

제주관광보드게임개발을 위한 디자인 연구

-제주 맵(MAP) 활용을 중심으로-

濟州大學校 産業大學院

産業디자인學科

李在恩

碩士學位論文

제주관광보드게임개발을 위한 디자인 연구

-제주 맵(MAP) 활용을 중심으로-

지도교수 문 영 만

제주대학교 산업대학원
산업디자인학과

이 재 은

2003. 6.

제주관광보드게임개발을 위한 디자인 연구

-제주 맵(MAP) 활용을 중심으로-

指導教授 文 營 晚

이 論文을 디자인碩士學位 論文으로 提出함.

2003年 6 月 日

濟州大學校 産業大學院

産業디자인學科 視覺디자인專攻

李 在 恩

李 在 恩의 디자인碩士學位 論文을 認准함.

年 月 日

委員長 _____ ①

委 員 _____ ①

委 員 _____ ①

국 문 초 록

제주도는 오래 전부터 1차 산업과 관광산업이 도민 전체수입의 대부분을 차지하는 산업구조를 가지고 있다. 그러나 감귤산업이 WTO에 의한 수입개방으로 어려움을 겪고 있으며 관광산업에 있어서도 해외여행의 자유화로 경쟁력이 뒤쳐져 있기 때문에 제주도를 국제적인 관광·휴양도시, 첨단지식산업도시 등의 복합적인 기능을 갖춘 국제자유도시로 육성·발전시키기 위하여 2002년부터 제주는 국제자유도시(International Free City)로 다시 태어나게 되었다. 또한 단체관광 위주의 여행에서 가족단위, 개별단위로 급속히 변모하는 관광 스타일에 대처하기 위한 모색이 필요한 시점이다.

쇼핑은 여행에서는 빼놓을 수 없는 즐거움인 동시에 관광지 차원에서는 수입을 높이는 중요한 요소이기도 하다. 그러나 한국의 현재 관광상품은 어느 관광지에서나 쉽게 볼 수 있는 것들로서 품질 및 디자인적 요소들이 고려되지 못한 제품들이 판매되고있는 실정이다.

이에 그동안의 전통적인 제품으로 일관되어져온 제주관광기념품시장을 분석하고 문제점을 도출한 후 새로운 관광기념품시장의 도약을 위하여 제주관광보드게임을 제안하였다.

보드게임은 70년 이상의 역사를 가진 분야이고 현시점에서 새로이 각광을 받고있는 분야인 동시에 사회적으로도 인터넷놀이에 매달리던 청소년을 보드 앞으로 끌어내 여럿이 어울리는 문화를 만들어 가는 건전한 놀이 도구이다.

이 게임을 통해서 관광지를 방문하기전에는 관광지에 대한 정보를 얻을 수 있고 관광을 마친 후에는 관광지에 대한 좋은 인상을 기억할 수 있게된다.

이를 관광기념품에 접목시키는 시도는 제주의 관광을 다른 시각으로 해석해 보는 새로운 시도라는 점에 있어서도 그 가치를 둘 수 있다.

그림 목 차

그림1 선도 프로젝트 대상지역	6
그림2 제품특성에 따른 분석	14
그림3 이미지측면에서 본 분석	14
그림4 가격과 품질측면에서 본 분석	15
그림5 회소가치에 따른 만족측면에서 본 분석	15
그림6 연령별, 관광형태별로 본 분석	16
그림7 제주관광기념품시장의 문제점	17
그림8 이미지측면에서 본 분석	18
그림9 가격과 품질 측면에서 본 분석	19
그림10 회소가치에 따른 만족측면에서 본 분석	19
그림11 연령별, 관광형태별로 본 분석	20
그림12 남,여 비율 결과	30
그림13 결혼여부 결과	30
그림14 연령대별 결과	30
그림15 인지도 조사결과	31
그림16 인식 조사결과	32
그림17 게임대상 조사결과	32
그림18 구매의사 조사결과	33
그림19 희망가격 조사결과	33
그림20 새로운 제주관광기념품	33

그림21 제주관광보드게임 기획컨셉	36
그림22 로고타입	38
그림23 색채계획	38
그림24 관광지카드 sample	39
그림25 기념품카드 sample	40
그림26 퀴즈카드 sample.....	40
그림27 게임보드디자인.....	41
그림28 셋트이미지.....	41
그림29 주사위.....	42
그림30 위치 표시용 말	42
그림31 포인트 표시용 말	42

표 목 차

표1 최근 4년간 입도객 현황	7
표2 관광형태별 통계	8
표0 제주도에서 생산되는 자원의 종류	11
표0 도내 관광객의 주요 구입품목	11
표0 제주관광기념품 이미지	13
표6 창의력을 위주로 한 보드게임	24
표7-1 공간감각을 위주로 한 보드게임	25
표7-2 공간감각을 위주로 한 보드게임	26
표8 수리력을 위주로 한 보드게임	27
표9 순발력을 위주로 한 보드게임	28
표10 국내의 보드게임 사례	29
표11 설문조사결과 1	30
표12 설문조사결과 2	31
표13 설문조사결과 3	31
표14 설문조사결과 4	32
표15 설문조사결과 5	32
표16 설문조사결과 6	33

목 차

국문초록	
그림목차	
표 목 차	

I. 서 론

1. 연구목적	1
2. 연구방법 및 범위	3

II. 제주관광기념품에 관한 현황

1. 관광의 일반적 성향에 관한 조사	4
1) 관광의 정의	4
2) 제주의 관광산업	5
2. 최근 자료를 통해 본 제주 관광의 변화에 대한 예측	7
1) 최근 제주관광 통계에 대한 분석	7
2) 경제적 영향 분석	8
3. 관광과 쇼핑에 관한 특성	9
1) 관광기념품의 정의	9
2) 관광기념품의 특징과 역할	10
4. 제주관광기념품의 현황조사	11
1) 품목별로 본 제주관광기념품	11
2) 시각적인 측면에서 본 제주관광기념품	12
3) 제주관광기념품 시장의 분석	12
5. 외국의 관광기념품사례조사 및 분석	17

III. 보드게임에 관한 조사 연구 및 관광기념품으로서의 접근

1. 보드게임에 대한 개요	22
2. 외국의 보드게임 사례	24
1) 창의력을 위주로 한 보드게임	24
2) 공간감각을 위주로 한 보드게임	25
3) 수리력을 위주로 한 보드게임	27
4) 순발력을 위주로 한 보드게임	28
3. 국내의 보드게임 사례	29
4. 보드게임을 이용한 관광기념품 개발에 관한 접근	30

IV. 제주관광보드게임 디자인

1. 제주관광보드게임 시제품 디자인	34
1) 목표	35
2) 구매대상	35
3) 포지셔닝	35
4) 방법	35
2. 제주관광 보드게임 의 디자인 제작	36
1) 보드게임 시나리오	36
2) 로고타입(LOGO TYPE)	38
3) 색채계획(COLOR PLAN)	38
4) 시각적 요소(VISUAL FACTORS)	39
5) 게임보조도구(SUB FACTORS)	42

V. 결 론

참 고 문 헌	44
ABSTRACT	46
설문지	48

I. 서 론

1. 연구목적

제주도는 예전부터 1차 산업과 관광산업이 도민 전체수입의 대부분을 차지하고 있다. 그러나 1차, 3차 산업이 차지하는 비율이 97%로 산업구조도 취약하고, 감귤산업 역시 WTO에 의한 수입개방으로 어려움을 겪고 있으며 관광산업에 있어서도 해외여행의 자유화로 경쟁력이 뒤쳐져 있기 때문에 제주도를 국제적인 관광·휴양도시, 첨단지식산업도시 등의 복합적인 기능을 갖춘 국제자유도시로 육성·발전시키기 위하여¹⁾ 2002년 4월1일부터 제주는 국제자유도시(International Free City)로 다시 태어나게 되었다. 따라서 제주도의 모든 관심은 이곳에 집중되어있고 전 도민의 역량을 한곳에 집중시켜야 할 때라고 본다.

이에 본 논문에서는 제주의 관광산업을 활성화시키고 관광수입의 증대를 목적으로 관광기념품시장의 틈새를 발견하고 그 시장의 활성화를 위한 새로운 제주의 이미지를 알릴 수 있는 기념품을 제안한다. 1980년대부터 국내에 도입된 보드게임을 연구 분석하고 이를 제주관광에 접목시킨 제주관광 보드게임을 개발하는 것을 목표로 한다. 이는 최근 발표된 제주관광동향 결과보고서에서 확인할 수 있듯이 단체관광 위주의 여행에서 가족단위, 개별단위로 급속히 변모하는 관광 스타일에 대처하기 위한 모색이고 나아가 제주의 관광사업 뿐만이 아닌 대한민국의 관광시장을 겨냥한 개발이 될 것이다.

1) 제주 국제자유도시추진단, 제주국제자유도시관련법령-종합계획, 2002, p.1.

변모하는 시장에 대한 발 빠른 대처는 단순히 겨냥된 기념품 시장뿐만이 아닌 전체 산업에 확산되어야 할 과제이고 이로 인한 전체 사회에 대한 파급효과도 클 것으로 기대된다.

2. 연구방법 및 범위

본 연구에서는 국내·외에 소개된 보드게임의 시나리오를 수집하여 분석하고 그 시각적 표현을 연구하여 제주도에 적합한 Visual Image를 개발하고 제주관광을 보드 안에서 경험 할 수 있는 시나리오를 연구, 그에 대한 디자인안을 제시하는데 목표를 두고, 보드는 게임의 필드(field)일뿐만 아니라 제주관광 지도로서 활용 될 수 있도록 디자인하고자 한다.

본 연구를 위하여 한국관광공사와 제주도 관광협회, 제주도청 등의 문헌 조사연구, 면세점, 토산품 판매처의 방문조사 및 관광객을 대상으로 하는 제반 시장분석 등을 위한 설문조사를 실시한다.

다음은 연구에 따른 각 장들의 구체적인 범주를 제시한다.

제1장에서는 본 연구의 목적 그리고 방법과 범위에 대해 요약한다.

제2장에서는 제주관광현황을 분석해봄으로써 관광형태의 변화를 이해하고 기념품 시장의 대처방안에 대한 근거를 확인하며, 앞으로 제주관광기념품 시장에 필요한 기념품 개발에 대한 방향을 모색하기 위하여 외국의 사례를 조사·비교 연구한다.

제3장에서는 보드게임의 조사 연구를 통하여 자료별 시나리오의 특성과 Visual Image에 대한 연구를 하며 제주관광보드게임에 적합한 시나리오와 Visual Image의 도출을 모색한다.

제4장에서는 3장에서 연구 결과를 토대로 관광기념품으로서의 제주관광보드게임의 방향과 그 시제품을 제시 한다.

제5장에서는 이상의 연구결과에 대한 결론으로서 문제점 도출에 따른 개선 방향을 총체적으로 제시 하고자 한다.

II. 제주관광기념품에 관한 현황

1. 관광의 일반적 성향에 관한 조사

1) 관광의 정의

관광(觀光)이란 시찰(視察), 구경, 탐상(探嘗), 탐승(探勝), 유람(遊覽)이란 말로 대신 할 수 있는 “다른 지방이나 나라의 명승고적과 풍속 등을 두루 다니면서 구경하는 것”이라는 의미를 가진다.²⁾ 관광은 과거에는 일부 부유 계층에 속하는 사람들만의 참가에 의해서 이루어졌으나 현대의 관광은 널리 일반대중이 참가하는 이른바 매스투어리즘(mass tourism)으로서 복지사회에 대한 전망 속에 국민생활 가운데서 중요한 위치를 차지하고 있으며, 국제 간의 인간교류를 통한 문화생활의 향상에 기여할 뿐만 아니라 경제적으로 외화획득을 통한 국제수지 개선 등 국민경제발전에 기여하는 새로운 산업으로 등장하였다.³⁾ 현대에 있어서 관광은 대중적인 문화생활의 일부분으로 자리를 잡고 있다. 즉 사람들은 관광을 통하여 새로운 자연경관, 고유문화 등의 지식을 습득하는 욕구를 충족 할 뿐만 아니라 여가의 선용이라고 하는 이중적인 효과를 얻고 있는 것이다.⁴⁾

2) 야후 국어사전, <http://kr.kordic.yahoo.com/search/kordic?p=%B0%FC%B1%A4>

3) 강정철, 쇼핑관광 활성화 방안에 관한 연구, 고려대학교 경영대학원 석사학위논문, 1994, p.6.

4) 권영만, 觀光쇼핑産業의 실태와 改善에 對한 研究, 서강대학교 경영대학원 석사학위논문, 1994, p.1.

관광산업은 한 국가의 모든 산업의 집합체인 고도의 복합 산업으로서 각 국의 지리적, 문화적 특성이나 정책 우선순위에 따라 그 위상이 달라진다. 특히 국가발전 전략으로서 관광산업을 적극적으로 개발, 육성하는 나라들에 있어서 관광산업의 기능은 긍정적, 부정적인 다양한 모습으로 전개되고 있는 것이 지금의 현실이다.⁵⁾

2) 제주의 관광산업

제주도는 예전부터 1차 산업과 관광산업이 도민 전체수입의 대부분을 차지하고 있다. 그러나 1차, 3차 산업이 차지하는 비율이 97%로 산업구조도 취약하고, 감귤산업도 WTO에 의한 수입개방으로 어려움을 겪고 있으며 관광산업에 있어서도 해외여행의 자유화로 경쟁력이 처져 있기 때문에 제주도를 국제자유도시로 개발함으로써 국가발전에 기여함과 동시에 제주도민이 주체가 되어 향토문화와 자연 및 자원을 보전하고 지역산업을 육성하며 쾌적한 생활환경을 조성하여 제주도민의 복지향상에 이바지⁶⁾하기 위하여 2002년 4월1일부터 제주는 국제자유도시(International Free City)로 다시 태어나게 되었다.

제주도에서는 2002년부터 2011년까지의 장기계획을 통해서 국제자유도시로서의 위상을 갖추고자 관광·휴양분야를 중심으로 7대 선도프로젝트를 선정했다.

5) 김재민, 관광경영론, 일신사, 1994, p.3.

6) 제주 국제자유도시 추진단, 제주발전 종합계획, 2003, pp.76~79.

확인하여 산업이 나아가야 할 지표로 삼는데도 중요한 근거가 된다.

2. 최근 자료를 통해 본 제주 관광의 변화에 대한 예측

주5일 근무제로의 전환에 따른 여행수요와 관광관련 사업체의 공급 변화로 경제, 사회, 문화적으로 국내에 미칠 영향이 지대할 것으로 예상된다. 근로시간 단축에 따른 관광유형의 변화를 보면 첫째로 가족 지향형 가치관의 형성으로 가족 단위의 여가활동 및 여행수요 증대의 보편화가 예상된다. 휴일활용에 관한 조사에 의하면 가족과 함께 30%, 취미생활/여행 28.6%, 능력 개발 15.4%, 휴식 5.9% 등 가족과 함께 하고자하는 비율이 높음을 알 수 있다.⁷⁾

1) 최근 제주관광 통계에 대한 분석

다음 표1은 최근 4년 간의 제주도 입도객의 수를 보여주고 있다. 월드컵과 전국체전 등의 대규모 행사로 인한 제주의 홍보가 많은 관광객의 증가를 가져왔다. 그러나 표2에서는 단순한 숫자의 증가보다 더 중요한 자료를 얻을 수 있다.

표1 최근 4년간 입도객 현황

(단위: 명)

1999년	2000년	2001년	2002년
4,197,574	4,110,934	3,666,836	4,515,515

자료출처 : 제주도관광협회, 2002년 12월 제주관광동향, 2003, p.1.

7) 한길리서치, 주5일제 국민여론조사, 2000

확인하여 산업이 나아가야 할 지표로 삼는데도 중요한 근거가 된다.

2. 최근 자료를 통해 본 제주 관광의 변화에 대한 예측

주5일 근무제로의 전환에 따른 여행수요와 관광관련 사업체의 공급 변화로 경제, 사회, 문화적으로 국내에 미칠 영향이 지대할 것으로 예상된다. 근로시간 단축에 따른 관광유형의 변화를 보면 첫째로 가족 지향형 가치관의 형성으로 가족 단위의 여가활동 및 여행수요 증대의 보편화가 예상된다. 휴일활용에 관한 조사에 의하면 가족과 함께 30%, 취미생활/여행 28.6%, 능력 개발 15.4%, 휴식 5.9% 등 가족과 함께 하고자하는 비율이 높음을 알 수 있다.⁷⁾

1) 최근 제주관광 통계에 대한 분석

다음 표1은 최근 4년 간의 제주도 입도객의 수를 보여주고 있다. 월드컵과 전국체전 등의 대규모 행사로 인한 제주의 홍보가 많은 관광객의 증가를 가져왔다. 그러나 표2에서는 단순한 숫자의 증가보다 더 중요한 자료를 얻을 수 있다.

표1 최근 4년간 입도객 현황

(단위: 명)

1999년	2000년	2001년	2002년
4,197,574	4,110,934	3,666,836	4,515,515

자료출처 : 제주도관광협회, 2002년 12월 제주관광동향, 2003, p.1.

7) 한길리서치, 주5일제 국민여론조사, 2000

표2 관광형태별 통계

(단위: 명)

	1999년	2000년	2001년	2002년	전년대비
일반단체	698,123	627,033	584,116	722,218	▲ 3.5%
수학여행	326,370	311,795	211,259	384,635	▲ 17.9%
신혼여행	183,480	240,272	316,506	123,160	▼ 32.9%
가족및개별	2,699,551	2,643,409	2,307,990	2,996,006	▲ 25.6%

자료출처 : 제주도관광협회, 2002년 12월 제주관광동향, 2003, p.9.

이 통계에서 알 수 있듯이 제주관광을 주도했던 신혼여행이나 단체관광의 형태가 가족 및 개별관광으로 급속하게 변모하고 있는데 그 관심의 초점을 맞추어야 한다. 이는 소득수준의 향상과 주5일 근무제의 확대시행으로 여가를 가족과 함께 즐기려는 사회의 트렌드로 분석 될 수 있다.

2) 경제적 영향 분석

관광객의 이동 규모에 따른 관광객 수에 이들의 지출액을 추정하여 최종수요의 발생으로 인한 경제과급효과를 추정할 수 있으며, 관광소비수요, 관광사업체의 투자 지출 및 정부의 투자 지출에 의해서 경제적 효과를 추론할 수 있다. 관광지출규모 증대효과는 1인당 관광지출액을 약 3만6천 원으로 전제했을 때 향후 6년 간 총 11조4천억 원 증대(연평균 1조9천억 원 증가) 규모의 관광시장이 예상된다. 생산유발 효과는 연평균 2조9천8백억 원으로 추정되며, 고용유발 효과는 연평균 11만7천8백 명의 규모에 해당하는 것으로 추정된다. 소득유발효과는 연평균 약 7천220억 원으로 추정되어 주 5일 근무제 도입에 의한 서비스산업의 성장을 추론할 수 있다.⁸⁾

3. 관광과 쇼핑에 관한 특성

세계의 관광선진국들은 그 국가를 연상할 수 있는 관광이미지를 가지고 있다. 관광의 이미지란 개인이나 집단이 어떤 대상과 장소에 대해 갖는 대상의 지식, 인상, 편견, 상상력과 정서적 사고의 표현이라 정의 할 수 있다.⁹⁾ 관광의 이미지는 국가의 이미지이다. 예를 들면 파리의 에펠탑은 프랑스를, 기모노는 일본을, 풍차는 네덜란드를 상징한다.¹⁰⁾

1) 관광기념품의 정의

관광기념품의 어원은 라틴어 ‘subenir’ 에서 유래된 것으로 ‘마음을 일으키다’ 또는 ‘생각해 내다’ 라는 뜻을 담고 있는 것으로서 여행의 유형적 증거물이자 추억을 상기시키기 위해 구매하는 상품이다.¹¹⁾ 관광기념품은 관광 상품(여행의 주류를 이루고 있는 관광객이 즐길 수 있는 내용을 의미함)을 구성하고 있는 여행상품, 숙박상품, 교통상품, 쇼핑상품, 기타상품 중의 한 부분이다. 즉 관광객을 상대로 하여 판매 할 수 있는 모든 상품(토산품, 향토특산품, 민예품, 일상생활용품, 공예품 등을 망라한 판매대상품)을 말하는 것이다.¹²⁾

8) 계간[한국관광정책], (2001년 가을호 통권 제11호)

9) F.Lawson & M.Baud-Bovu, *Tourism & Recreation Developpe* (London : Architectual. Press) 1977.

10) 손대현, 관광 마케팅론, (서울: 일신사), 1990, p.190.

11) Valene L.Smith, ed., *Host and Guests* (Philadelphia: The Free Press, 1978), p.28.

12) 오호탁, 特産物을 중심으로 한 觀光쇼핑商品의 失態分析과 그 改善 方向에 관한 研究, 경희대학교 경영대학원 석사학위논문, 1995, p.22.

관광기념품은 시대와 국가, 그리고 보는 관점에 따라서 다소 차이가 있다. 다만 그것이 관광객이 구입하는 물품이라는 것, 그리고 토산품이나 민예품의 정의와는 달리 굳이 방문 국 또는 방문지의 고유한 전통과 지역적 특성이 표출되는 특산품에만 한정하지 않고 관광객이 여행 중 구입, 취득할 수 있는 모든 물품을 지칭하는 것으로 그 개념이 확대되었다는 것을 반드시 포함하지 않으면 안 된다. 사실상 관광객의 구매대상이 되는 상품은 실로 다양하며, 해를 거듭 할수록 품목이 다양해지고 있다. 관광객이 관심을 갖고 부담 없이 살 수 있는 것이라면 어떠한 형태의 제품이라도 쇼핑거리가 된다. 굳이 전통성을 강조한 토산품에 국한되지 않고, 공산품, 생활용품, 예술품, 식품 등도 훌륭한 관광기념품이 될 수 있다.

2) 관광기념품의 특징과 역할

공예품, 민예품, 토산품은 협의의 의미에서 차별성을 구별해 낼 수 있지만 정의와 범위에 있어서 상당부분 중첩되어 있다. 그러나 광의의 의미에서 공예품, 민예품, 토산품은 모두 관광기념품에 포함되는 구성요소로서 관광지의 문화와 전통을 상징하고 관광지에서의 추억을 상기시켜주는 기능을 담당한다는 공통점이 있다. 즉 관광기념품이란 공예품, 민예품, 토산품뿐만 아니라 일반 공산품, 생활용품까지 포함하는 개념으로서 관광지의 문화와 전통을 상징하고 관광지의 추억을 상기시켜줄 수 있는 기념품으로서 관광객이 취득이 가능한 상품이다.¹³⁾ 관광기념품은 관광객에게는 쇼핑 그 자체의 즐거움을 주고, 이러한 기념품을 선물로 받는 외국인에 대해서는 그가 아직 한국을 방문한 적이 없다고 하더라도 한국의 새로운 물품을 접해볼 기회를 가지게 함으로써 우리의 문화를 전달하고 상호이해를 증진하는 외교적 역할을 한다.¹⁴⁾

13) 유지운, “관광기념품의 문화적 고유성에 따른 마케팅 전략에 관한 연구, ‘한양대학교 대학원 석사학위논문, 1996, p.29.

14) 권영만, 觀光쇼핑産業의 실태와 改善에 對한 研究, 서강대학교 경영대학원 석사학위논문, 1994,

4. 제주관광기념품의 현황조사

1) 품목별로 본 제주관광기념품

아래의 표3은 제주도에서 생산되는 자원의 종류를 보여준다.

제주관광기념품은 이들 자원을 기초로 한 것들이 많다.

표3 제주도에서 생산되는 자원의 종류

	품 목
농산물	감귤, 파인애플, 표고버섯, 바나나, 활난초, 문주란, 유채
해산물	옥돔, 전복, 자리, 조개, 왕새우, 산호초, 꽃산호
임산물	댕댕이줄기, 굴묵이나무
민 구	간모자망건, 탕건, 털병것, 대패랭이, 가죽감태, 샷갓(말꼬리털과 대나무를 이용), 애기구덕, 물허벅, 물구덕, 망태기(갈등지계, 갈적삼, 갈잠뱅이, 갈중이), 우장(도롱이), 가죽감태, 창신(태사예), 벌잎(빙거지), 남테,흑은말낭, 낫(긴낫), 덩드렁막개, 덩드렁

자료출처 : 우낙기, 濟州道, 국민관광 I, 1980, pp.390~394.

이들 자료를 통해볼 때 제주의 관광기념품은 1차 산업의 생산품이 주류를 이루고 있으며 수공예품과 간단한 2차 생산품들이 큰 비중을 차지하고 있음을 알 수 있다.

표4 도내 관광객의 주요 구입품목

1	관광 타올	6	악세사리	11	정동 제품류
2	돌하르방	7	벽걸이 장식품	12	장어지갑류
3	열쇠고리	8	패각 제품류	13	수예품
4	목각제품	9	꿀	14	도자기
5	관광 쟁반류	10	표고버섯	15	보석

자료출처 : 김재민, 濟州道 觀光 紀念品の 마케팅 方案에 관한 研究, 세종 대학교 경영대학원 석사학위논문, 1985, p.34.

2) 시각적인 측면에서 본 제주관광기념품

현재 제주 관광기념품 시장에 유통되는 제품들을 관찰함으로써 제주관광기념품의 시각적인 측면에 대한 분석을 할 수 있다. 그 분류는 농산물과 수산물 등 1차 산업의 제품들은 배제하였으며 1차 원료에 대한 가공제품 역시 본 논문의 취지와 일치하지 않기에 배제하였다.

본 논문에서는 공산품 위주의 기념품을 그 대상으로 하였으며 민예품, 토산품에 있어서는 일부의 디자인을 분석하기 위하여 사례로 제시하였다.(표5 참조)

3) 제주관광기념품 시장의 분석

그림2는 제품특성에 따른 분석이다. 현재 유통되고 있는 관광기념품 중의 대부분이 팬시제품들에서는 그래픽 적인 요소를 볼 수 있는 반면에 수공예품들은 조형요소만을 가진 것으로 나타났다. 때문에 관광객들로 하여금 ‘신선하다, 새롭다’라는 의식을 갖지 못하게 하고 특히 여러 번 제주를 방문한 관광객에게는 살 거리가 없다는 생각을 가지게 하여 쇼핑의 즐거움을 느낄 수 없게 하기도 한다. 또한 대부분의 기념품들이 장식성을 위주로 한 것들이어서 실용적인 측면을 강조한 새로운 제품들이 필요하다는 것을 확인 할 수 있다.

그림3은 관광기념품의 이미지측면에서 본 분석이다. 여기에서는 팬시제품들은 실용성을, 전통적인 이미지의 제품들은 장식성을 강조한 아주 대조적인 현상을 보여준다. 이로 인해 제품의 다양성을 확보하지 못하고 획일화된 이미지를 탈피하지 못하는 듯한 평가를 받게 된다. 따라서 상호간에 적절히 조화를 이룬 제품의 개발이 시급한 실정이다.

표5 제주관광기념품 이미지

품 목	제 품 이 미 지
열쇠고리	
팬던트	
인형	
생활용품	
팬시용품	
환경조형물	

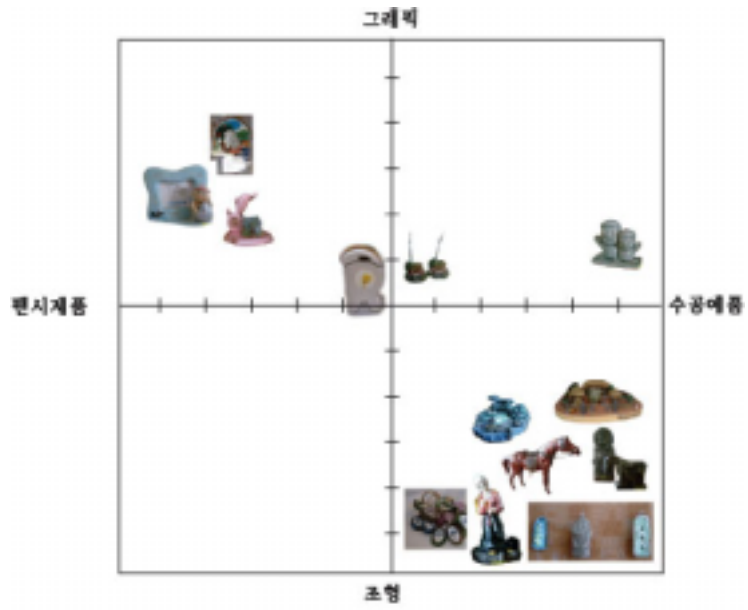


그림2 제품특성에 따른 분석

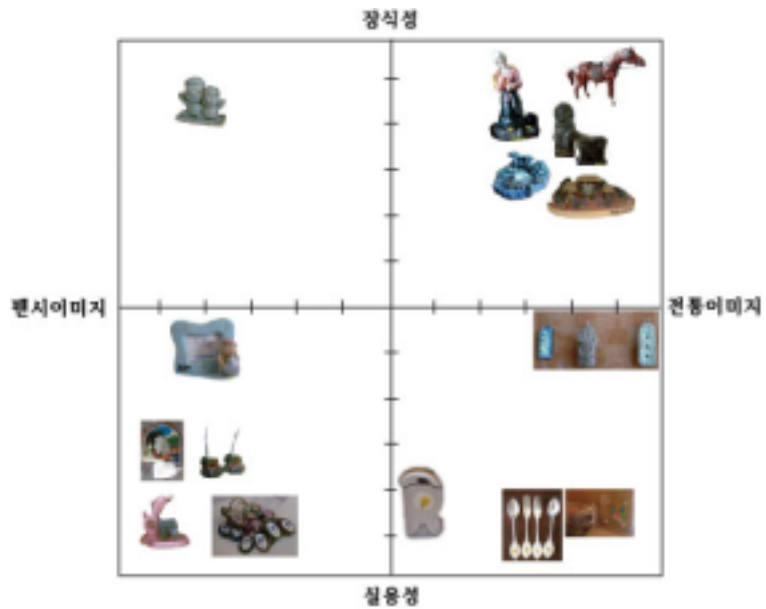


그림3 이미지측면에서 본 분석

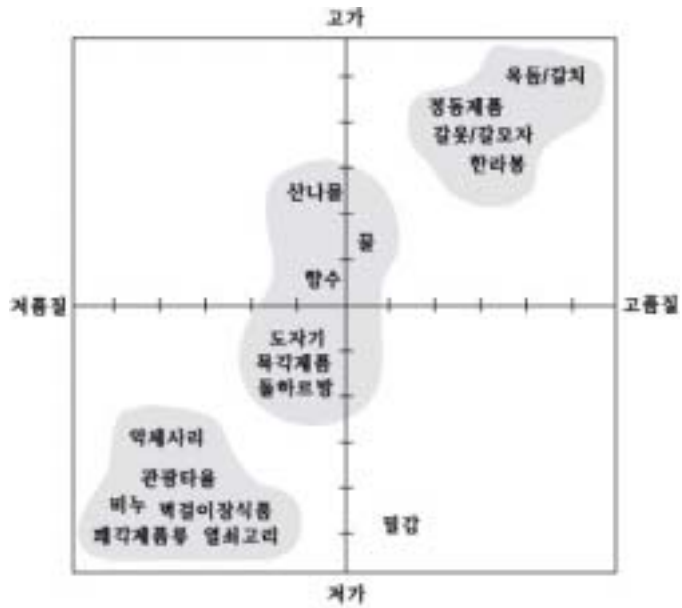


그림4 가격과 품질측면에서 본 분석

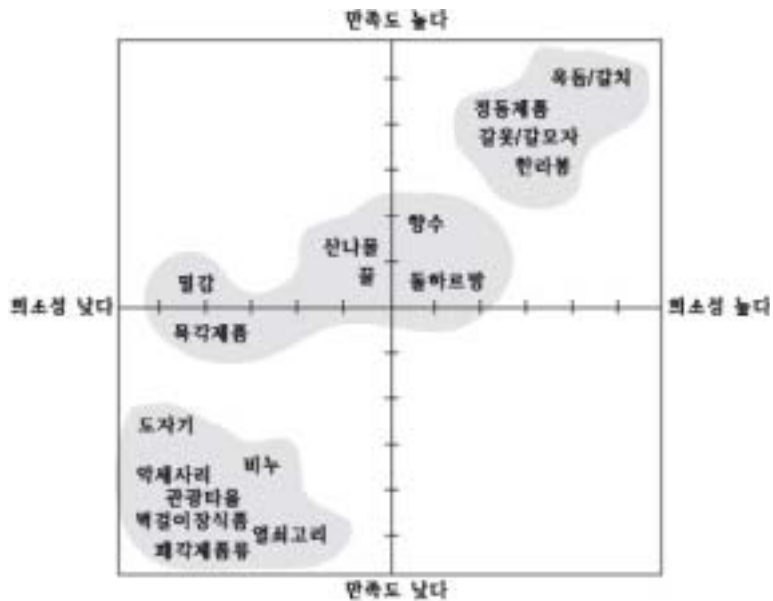


그림5 희소가치에 따른 만족측면에서 본 분석

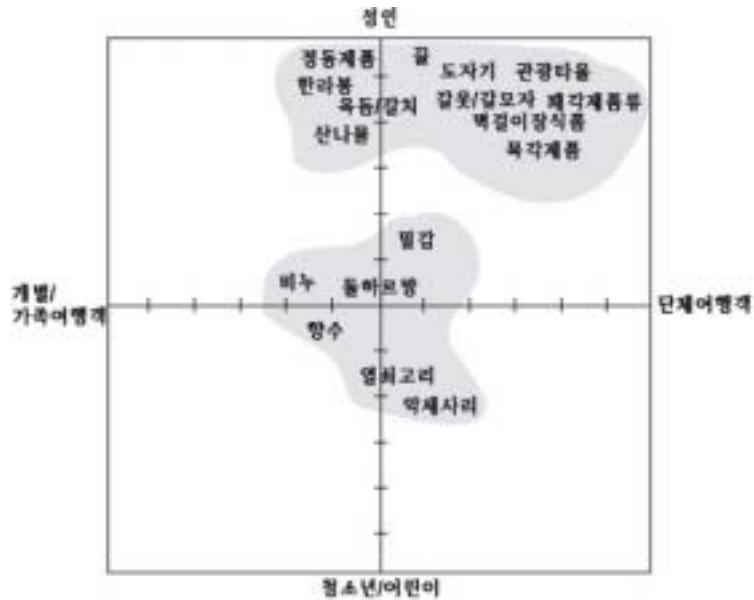


그림6 연령별, 관광형태별로 본 분석

그림4는 가격과 품질측면에서 본 분석이다. 농·수산물이나 제주의 전통소재를 이용한 기념품들은 비교적 높은 가격대의 고품질로 평가되는 반면에 펜시제품들이나 비누, 약세사리, 열쇠고리 등의 비교적 간단한 기념품은 그 수요가 많음에도 불구하고 무리한 가격경쟁으로 인해 품질이 저급하여 불만의 요소가 많은 것으로 조사되었다. 또한 단체 여행객들의 대부분은 여행사에서 이끄는 대로 쇼핑을 할 수밖에 없는 실정이라 특정한 쇼핑센터 내에서 구입할 수 있는 품목이 다양하지 못하고 때때로 저질 중국산 기념품을 고가에 구입하여 제주의 이미지를 실추시키기도 한다.

그림5는 관광기념품의 회소가치에 따른 만족측면에서 본 분석이다. 결과에서 보여지듯이 관광지에서만 구입이 가능한 제품들은 그 만족도가 높으나 어느 곳에서든지 구입할 수 있는 물건들은 그 만족도가 낮은 것을 볼 수 있다. 또한 평상시에는 전혀 관심을 갖지 않을 물건을 구입하게 되는 것도 볼 수 있

는데, 이는 관광지를 여행했음을 증거 하고자 하는 심리적 요인이 작용했을 때 더욱 그 만족이 커지고 이는 일종의 자랑 심리로 해석되어 질 수도 있다.

그림6은 연령별·관광형태별로 본 분석이다. 그림을 통해 확인 할 수 있듯이 제주의 관광기념품은 단체, 성인 여행객을 위주로 한 관광기념품 시장이라고 말해도 과언이 아니다. 가족단위의 개별 여행객이나 청소년, 어린이를 대상으로 하는 기념품은 전무하다고 할 수 있다. 이는 변모하는 관광흐름을 고려하지 않은 단적인 증거이고 제주관광기념품 시장이 발전하지 못하는 이유이기도 하다.



그림7 제주관광기념품시장의 문제점

5. 외국의 관광기념품 사례조사 및 분석

미국을 중심으로 한 미주권역과, 영국을 중심으로 한 유럽 권역 그리고 일본을 중심으로 한 아시아 권역으로 나누어 각 나라별 일반적인 관광기념품의 사례를 조

사하였다.

대체적으로 공항의 면세점과 각 지역의 관광기념품 상점에서 구입 한 물건들로서 이들을 다음 그림8, 그림9, 그림10, 그림11과 같이 분석하였고, 이를 토대로 해서 제주의 관광기념품과 단순한 비교를 한다면 전통적인 디자인 이미지를 가진 제주의 기념품에 비해서 다양한 그래픽 적 시도가 이루어지고 있는 것을 알 수 있고 그 대상 역시 제주의 관광기념품과는 비교 할 수 없을만큼 다양했음을 알 수 있었다.

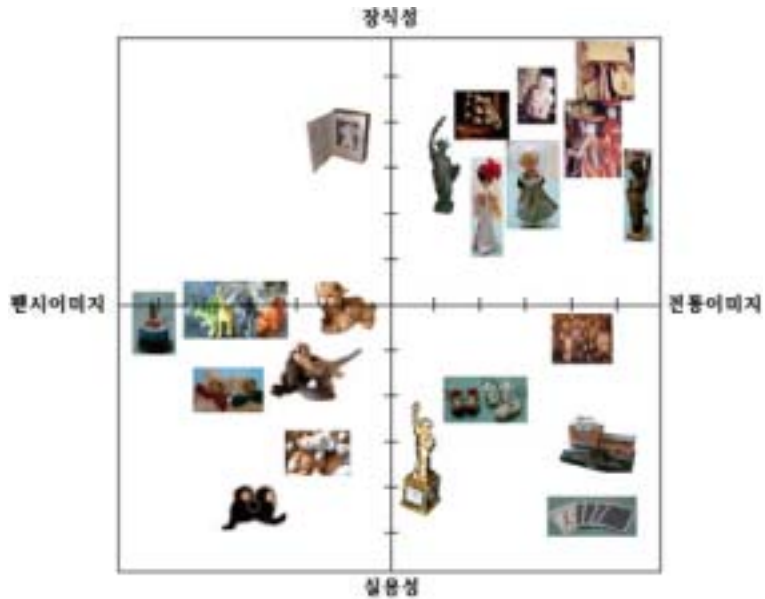


그림8 이미지측면에서 본 분석

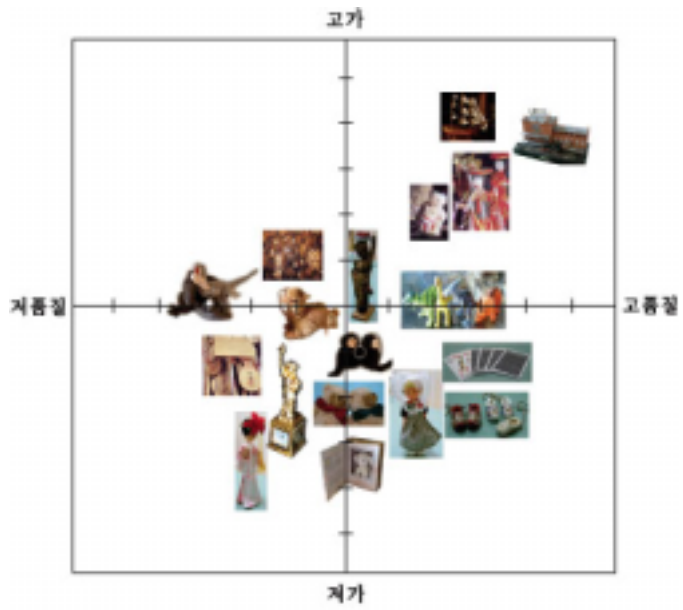


그림9 가격과 품질측면에서 본 분석



그림10 희소가치에 따른 만족측면에서 본 분석

그림8에서 보면 펜시이미지와 전통이미지를 고르게 찾아 볼 수 있고 그 기능도 장식성 또는 실용성을 강조한 다양한 제품들을 만날 수 있었다. 특히 영국의 ‘로제 타스톤 카드’는 특허권이 있는 제품으로서 대영 박물관의 기념품코너에서만 구입할 수 있는데 이는 전통적 이미지를 그대로 보이면서 카드의 기능을 가지는 특별한 제품이다.

그림9에서는 다양한 가격 대 와 그에 따른 품질의 차별화 된 모습을 볼 수 있다. 특히 고품질을 유지하면서도 디자인 적 차별화를 통해서 중·저가의 관광기념품들을 개발한 것이 인상 적이다.

그림10에서는 희소가치에 따른 만족 도를 보여주는데 일정한 곳에서만 구입이 가능한 제품들이 특별히 만족도가 높음을 알 수 있다. 그런데 희소성이 높음에도 불구하고 만족도가 낮은 제품을 볼 수 있는데 이는 그 기능이 장식성에 국한되거나 조형요소 자체의 아름다움이 떨어지기 때문인 것으로 분석 할 수 있다.

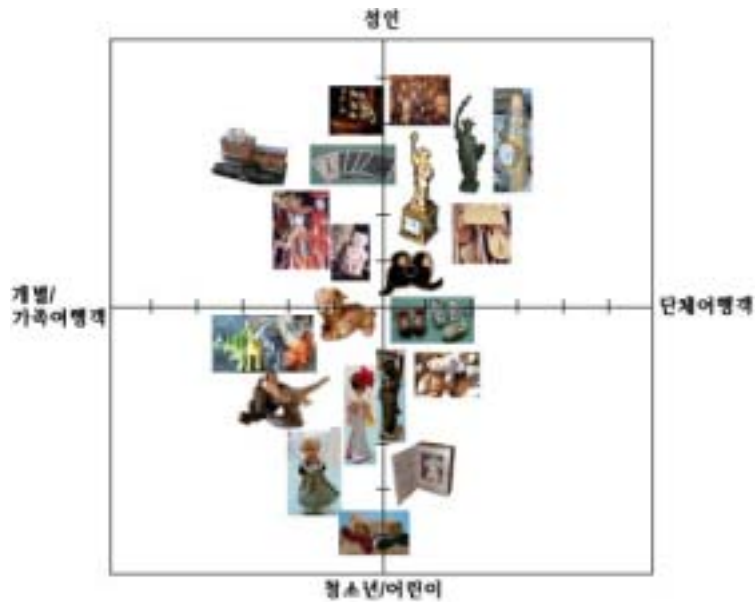


그림11 연령별, 관광형태별로 본 분석

그림11에서는 연령별, 관광 형태별로 본 분석을 볼 수 있는데 제주의 관광 기념품에 비해서 비교적 전 연령층, 전체 여행형태를 포함하는 적합한 제품이 많은 것으로 조사되었다. 일반적으로 개별/가족여행객과 청소년/어린이 층을 겨냥한 제품들은 팬시 적인 디자인 요소를 많이 포함하는 제품 들 이었으며 성인 여행객이나 단체 여행객을 위한 제품들은 전통적 이미지의 제품들이 많은 것을 알 수 있다.

Ⅲ. 보드게임에 관한 조사 연구 및 관광기념품으로서의 접근

1. 보드게임에 대한 개요

1934년 대 공황 기, 미국인들은 극도로 침체해 있었고 삶에서 그 어떤 재미란 것을 찾기가 쉽지 않았던 시절이 있었다. 이 때 미국 펜실베이니아의 M. Darrow 는 그간에 떠돌고 있던 부동산 보드 게임이었던 ‘모노폴리’를 만들게 된다. Darrow는 Parker 형제에게 이 게임을 들고 찾아가서 제작을 요청하려 했으나, 50여 개의 디자인상 문제를 이유로 거절 당하게되자 그는 인쇄업자인 친구의 도움으로 5,000개의 제품을 손수 만들어, 펜실베이니아의 백화점에서 판매를 시작한다. 폭발적인 소비자의 반응으로 주문을 받아내기에는 역량이 부족하였고, 여기에 다시 Parker 형제가 뒤늦게 참여하여, 대량 생산을 하기 시작한다. 이렇게 생산된 모노폴리는 1935년부터 지금까지 전 세계적으로 가장 사랑 받는 보드게임이 되었다. 현재, 모노폴리는 전 세계적으로 200만 카피가 넘게 팔렸으며, 80여 개 국에서 26개 언어로 번역되어 판매 되고 있다. 또한 여러 가지 버전으로도 만들어져, 지역별로, 나라별로 게임판의 지명도 특색 있게 변경되어 판매되었으며, 딜럭스 버전에서부터 값싸게 구입할 수 있는 버전까지로, 또한 90년대에 들어서는 컴퓨터 게임으로도 만들어지고 있다.¹⁵⁾

국내에는 1982년 씨앗 사 에서 개발한 부루마블이 보드게임의 원조가 된다. 부루마블 게임은 모노폴리 게임과 같이, 부동산 지대 추구를 목적으로 하는

15) <http://www.yeonhak.com>



보드 게임이다. 이는 지금까지 어린이는 물론 어른들에게까지 사랑 받는 것으로 수리력, 기억력, 창의력 발달에 도움을 준다는 이유로 부모가 직접 자녀들에게 골라주는 게임으로 자리잡았고 최근에는 컴퓨터와 혼자 노는 것에 지친 사회현상의 하나로 함께 모여 게임을 하면서 여가를 보내자는 문화가 확산되면서 보드게임 카페가 나타나게 되었다.

국내최초의 보드게임 테마카페인 ‘페이퍼 이야기’에는 하루에도 100여 명이 넘는 손님들로 자리를 가득 메운다. 총 100여 종의 보드게임이 구비되어 있고 종업원이 모두 보드게임 매니아로 초보자를 위해 고객의 취향에 맞는 게임 선정부터, 규칙과 게임 내용에 대해 자세한 설명을 해준다. 서울대 1호 점에 이어 신촌에 보드게임 전문 매장과 카페를 동시에 운영하는 2호 점이 문을 열었다. 올 연말쯤 외국 직수입으로 보다 다양한 게임을 들여올 계획이며, 지난 월드컵 기간에 한국에 방문한 독일 보드게임 박물관장 피터 램케 씨가 기증한 축구게임 테이블도 비치되어 있다. 최근 제주에도 보드게임카페가 문을 열었고 인터넷 홈페이지를 통해 예약을 하고 게임을 즐기는 문화가 시작되었으며 취학이전의 어린이에서부터 장년에 이르기까지 게임을 즐기려는 대상은 계속 확산되고 있다.

2. 외국의 보드게임 사례

1) 창의력을 위주로 한 보드게임

표6 창의력을 위주로 한 보드게임




품 목	이 미 지	게 임 내 용
<p>옛날 옛적에 (Once upon a time)</p>		<p>게임에 참여하는 사람들에게 섞여 있는 이야기 카드를 배분한다. 이야기 카드를 들고 각자의 순서가 되면 카드 그림에 맞는 멋진 이야기를 이어나간다. 이야기를 만드는 도중 자신이 받았던 엔딩 카드로 이야기를 끝내야 이기는 게임.</p> <p>참여인원-2명 이상 추천연령-6세 이상</p>
<p>맘마미아 (Mamma Mia)</p>		<p>파인에플, 올리브, 페퍼(고추), 버섯, 살라미(동그란 소시지) 등 다섯 가지 피자 토핑 재료를 가지고 다양한 피자를 만들어내는 게임. 피자 주문서를 내고 이를 만들기 위해 각자 자기 순서에서 현재 밑에 쌓은 재료들이 무엇인지를 생각해가며 피자를 만들어간다. 피자 재료가 무엇이 있었는지 기억을 해야 하고, 창의적인 방법으로 다른 사람보다 더 많은 피자를 만들면 된다. 피자 재료 5가지와 주문서를 가지고 게임을 하다보면 수학의 조합, 경우의 수에 대한 학습 능력이 길러진다.</p> <p>참여인원-2~5명 추천연령-10세 이상</p>

2) 공간감각을 위주로 한 보드게임

표7-1 공간감각을 위주로 한 보드게임


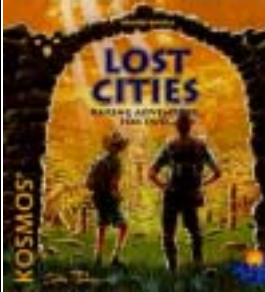


품 목	이 미 지	계 임 내 용
젠가 (Jenga)		자신의 차례가 되면 차곡차곡 쌓아올린 나무 탑 에서 블록 한 조각씩을 빼는 게임. 먼저 탑을 무너뜨린 쪽이 패자가 된다. 나무 탑이 넘어지지 않도록 조각을 빼면서 공간을 이해하고, 도형에 대한 학습을 할 수 있다. 참여인원-2명 이상, 추천연령-6세 이상
보물찾기(Labyrinth)		타일을 조합해 가며 즐기는 게임. 타일에는 미로와 갖가지 보물이 그려져 있다. 미로 타일들을 하나씩 연결시키다 같은 보물이 한 미로로 연결되면 원래 놓여 있던 타일을 가져올 수 있다. 단 자신이 타일을 가져와도 미로가 끊어지지 않도록 공간 구성을 해야 하기 때문에 결코 쉽지 않다. 미로 타일을 가장 많이 가져간 사람이 게임에서 이긴다. 참여인원-2~6명, 추천연령-7세 이상
까르까손(Carcassonne)		성, 길, 농장, 수도원이 그려진 다양한 타일을 놓아가며 지형을 만들고 그 위에 추종자를 놓으면 점수를 얻는 게임. 타일을 놓는 방법은 자신의 순서가 되었을 때 뒤집혀 있는 모든 타일 중 하나를 무작위로 골라 놓으면 된다. 타일로 자신이 직접 하나의 마을을 건설하는 과정에서 공간분배 능력을 기를 수 있다. 참여인원-2~5명, 추천연령-8세 이상
셋 (Set)		12장의 카드를 테이블에 늘어놓고 정해진 조건에 따른 카드 3장을 먼저 가져간다. 카드는 도형의 모양, 개수, 음영, 색깔에 따라 구분되는데 각각의 특성이 모두 같거나 모두 다르면 SET이 된다. SET을 먼저 외치면 카드 3장은 자신의 것이 된다. 게임이 끝났을 때 가장 많은 카드를 가져간 사람이 승리. 카드의 도형을 관찰하면서 도형감각과 집중력, 관찰력도 발달한다. 참여인원-2~6명, 추천연령-8세 이상

표7-2 공간감각을 위주로 한 보드게임

품 목	이 미 지	게 임 내 용
클루 (Clue)		<p>보디 아저씨가 자신의 저택에서 누군가에게 살인을 당해 범인을 추적해 가는 것이 게임의 줄거리. 미리사건조합을 해놓아 범인을 정한 뒤 각자 인물 한 명씩을 맡아서 누가 어디서 어떻게 그를 죽였는지 추리해야 한다. 자신에게 주어진 단서 카드를 바탕으로 범인, 범행 장소, 무기를 추측해 이야기하는 것으로 가장 먼저 정확하게 맞히는 사람이 게임에서 승리한다.</p> <p>참여인원-3~6명 추천연령-8세 이상</p>
피트 (Pit)		<p>카드에는 곡물들이 그려져 있고 게임이 시작되면 9장의 카드를 들고 있다가 서로 정신없이 같은 종류, 같은 개수만큼의 카드를 교환해 가면서 자신의 손에 들고 있는 곡물을 한 종류로 먼저 만든다. 먼저 완성한 사람이 종을 치면 게임은 끝이 난다.</p> <p>참여인원-3~6명 추천연령-7세 이상</p>
카탄 (settler's of Catan)		<p>카탄이라는 섬에 흘러들어온 참가자들 사이에서 벌어지는 개척경쟁을 다룬 '세틀러 오브 카탄'은 보드 게임을 즐기는 사람이라면 누구나 극찬해마지않는 베스트셀러 이다. 게임을 할 때마다 달라지는 보드와 상황, 유연성과 필연성이 적절히 조화된 게임 디자인은 몇번을 해도 질리지 않는 보드 게임의 진수를 보여준다.</p> <p>참여인원-3~6명 추천연령-8세 이상</p>



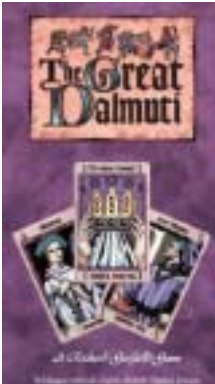
3) 수리력 을 위주로 한 보드게임

표8 수리력을 위주로 한 보드게임

품 목	이 미 지	계 임 내 용
<p>락코 (Racko)</p>		<p>60장의 카드에 숫자가 써 있고 게임을 시작할 때 플레이어의 카드꽂이에 10장의 카드를 뒤죽박죽 놓는다. 카드꽂이의 카드들을 새로운 카드로 바꾸면서 10장의 카드를 가장 먼저 순서대로 맞추면 되는 게임. 테이블에는 펼쳐진 카드 한 장과 펼쳐지지 않은 카드더미가 있고 자신의 순서에서 펼쳐진 카드 혹은 펼쳐지지 않은 카드 제일 윗장 중 하나를 선택하여 자신의 꽂이에 있는 카드 한 장과 바꿀 수 있다.</p> <p>참여인원-2~4명, 추천연령-8세 이상</p>
<p>잊혀진 도시 (Lost cities)</p>		<p>게임의 내용은 잊혀진 도시들을 발굴하기 위한 탐사를 떠나는 과정. 투자 카드와 탐사 카드를 잘 사용해 탐사가 성공했을 때는 점수를 얻고 반대로 탐사가 실패하면 점수를 잃는다. 탐사의 성공여부는 숫자카드의 합으로 판명되는데 20점 이상이 되면 20점을 뺀 나머지 점수가 플러스 점수가 되지만 20점 미만일 경우는 마이너스. 게임 종료 후 점수의 합산으로 승자를 정한다. 상황을 잘 판단해서 손에 들고 있는 카드를 사용해야 하므로 수리력뿐만 아니라 판단력도 요구된다.</p> <p>참여인원-2명, 추천연령-10세 이상</p>
<p>에콰이어 (Acquire)</p>		<p>일정한 말판에 큐브를 하나씩 올려놓음으로써 기업을 설립하고, 주식을 산다음 여러개의 기업을 설립하여 성장시키고 기업을 합병해 나가는 게임으로 수리적 사고를 요하는 게임이다.</p> <p>참여인원-2~6명, 추천연령-8세 이상</p>
<p>루미큐브 (Rummikub)</p>		<p>루미큐브는 루미, 체스, 도미노의 특징을 조합하여 재구성한 우리나라에는 많이 보급되지는 않았지만 어린이에게 숫자를 익히게 하고 연세가 지긋하신 분도 쉽게 할 수 있는 가족게임이다.</p> <p>참여인원-2~4명, 추천연령-5세 이상</p>

4) 순발력을 위주로 한 보드게임

표9 순발력을 위주로 한 보드게임

품 목	이 미 지	게 임 내 용
할리 갈리 (Halli Galli)		<p>플레이어가 카드를 똑같이 나눠둔 다음 카드를 한 장씩 펼쳐서 바닥에 내려놓으면서 과일 카드를 맞추는 게임. 내려놓은 과일 카드들 중에서 한 가지 과일이 5개가 되었을 때 종을 치고 바닥에 내려놓은 카드를 모두 가져갈 수 있다. 게임이 끝나고 카드가 가장 많은 사람이 승자. 참여인원-2~6명, 추천연령-6세</p>
텔리호 (Tally Ho)		<p>두 명이 할 수 있는 게임. 한 사람은 사냥꾼과 나무꾼을, 또 한 사람은 여우와 곰을 맡고 타일을 이용해 게임을 즐긴다. 타일을 뒤집거나 펼쳐진 타일을 이동시키면서 서로를 사냥해서 더 많은 포획물을 얻어내는 게임. 타일을 이동 중 자신의 타일이 먹이사슬 관계에 있는 상대의 타일과 겹쳐지게 되면 잡히거나 잡는 것. 게임에는 정해진 먹이사슬 관계가 있어 여우는 사냥꾼에게 잡히고, 사냥꾼은 곰에게 잡히는 식이다. 참여인원-2명, 추천연령-8세 이상</p>
달무티 (The great dalmuti)		<p>플레이어들이 카드를 나눠 들고 있다 순서에 따라 들고 있는 카드를 내려놓는 게임이다. 카드를 내려놓는 방법은 같은 숫자카드를 한꺼번에 모아 내려놓는 것, 그러나 항상 처음 낸 사람의 카드숫자보다 작은 숫자의 카드를 내려놓아야 한다. 남들보다 먼저 손의 카드를 다 사용하면 다음 게임에서 왕이 되어 제일 먼저 플레이할 자격이 주어지고 세금을 징수받게 된다. 세금이란 게임이 가장 낮은 사람이 카드 중 숫자가 작은 카드 2장을 왕에게 바치는 것으로 왕은 그 카드를 바탕으로 유리한 플레이를 펼쳐나갈 수 있다. 참여인원-4~8명, 추천연령-8세 이상</p>
프랭크의 동물원 (Frank's zoo)		<p>귀여운 동물들이 그려져 있는 카드게임. 여러 동물들은 다양한 천적 관계를 가지고 있으며 다른 사람이 낸 카드의 천적이 되는 카드를 내면 그 카드를 손에서 내려놓는다. 가장 먼저 손에 있는 카드를 없애면 이긴다. 참여인원- 4~7명, 추천연령- 10세 이상</p>

3. 국내의 보드게임 사례

국내의 보드게임은 우선 그 종류 면에서 외국의 사례처럼 다양하지 못함을 알 수 있다. 또한 게임내용 면에 있어서도 수리력에 의존성이 많으며 모노폴리에서의 답습이 아직까지도 행해지고 있음을 알 수 있다. 대부분 게임에서 주사위의 결과에 따라 지정된 룰을 따라 행하는데 그 초점이 맞추어져 있고 특별히 고안된 게임은 찾아볼 수 없다.

표10 국내의 보드게임 사례

품 목	이 미 지	게 임 내 용
벼락부 자게임		이 게임은 주사위 2개를 던져 나온 숫자를 따라 움직이는 것 뿐 아니라 호텔, 인터넷 방송국 등 12개의 사업체와 택시, 항공을 판단에 따라 소유하기도 하고 경마장과 호프광장에서 내기를 하면서 가장 먼저 1억 원 이상을 모으는 게임이다. 스토크를 피해 다니기도 하고, 찬스카드의 다양한 변수 재벌2세와 노숙자 카드의 활용 등을 통해 흥미를 더하게 한다. 참여인원- 2~4명, 추천연령- 7세 이상
부루 마블		신나는 세계여행을 하며 세계의 지명을 익힐 수 있고 재산을 관리하는 능력을 통해 수리력을 키워나간다. 가장 많은 재산을 모은 사람이 우승한다. 참여인원- 2~4명, 추천연령- 7세 이상
호텔왕 게임		신나는 우주여행을 하며 우주의 지명을 익힐 수 있고 재산을 관리하는 능력을 통해 수리력을 키워나간다. 가장 많은 재산을 모은 사람이 우승한다. 참여인원- 2~4명, 추천연령- 7세 이상
스타 폴리		스타폴리라는 것은 주사위에 따른 운과 고도의 전략과 전술 추진력으로 현금, 건물 등 자신의 자산을 활용해 다른 게임자와 경쟁하여 성공이나 파산이냐를 결정하는 고도의 경제 전략게임이다. 참여인원- 2~4명, 추천연령- 7세 이상

4. 보드게임을 이용한 관광기념품 개발에 관한 접근

보드게임은 연령의 제한이 거의 없이 전 연령층에 고루 사랑 받는 게임이고 특히 가족의 단란을 위한 좋은 도구로 활용되어진다. 최근 보드게임 전문카페에는 어린이를 동반한 가족단위의 손님이 많이 눈에 띄고 30대 이상의 친구들 모임이 많다고 한다. 따지일보의 글¹⁶⁾에는 어린 시절을 추억하는 30대 친구들의 모임에 보드게임이 등장하기도 한다. 이는 보드게임이 가지는 지속적인 매력에 대한 증거이고 오랫동안 기억에 남는 좋은 놀이 감임을 말해주고 있다.

본 논문에서는 보드게임이 제주의 관광기념품으로 적합한지를 알아보기 위하여 관광객 200명에게 설문조사를 실시했다. 회수된 172장의 설문결과는 아래 표와 같다.

표11 설문조사결과 1

질문 1	귀하의 인적사항에 관한 내용입니다
성 별	남 : 82명, 여 90명
결혼여부	미혼 : 96명, 기혼 : 76명
연 령	10대:45명, 20대:63명, 30대:48명, 40대:10명, 50대:6명, 60대이상:0명

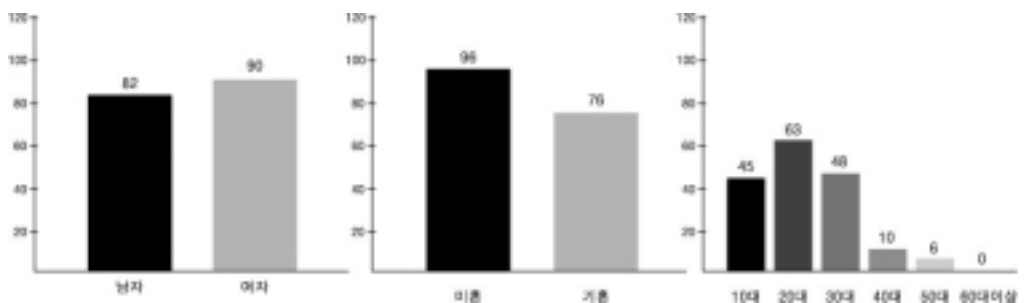


그림12 남,여 비율 결과

그림13 결혼여부 결과

그림14 연령대별 결과

16) <http://user.chollian.net/~altruism/doc/bluemarble.htm>

표12 설문조사결과 2

질문 2	부루마블로 대표되는 보드게임이 무엇인지 아십니까?
알고 있다	136
모른다	36

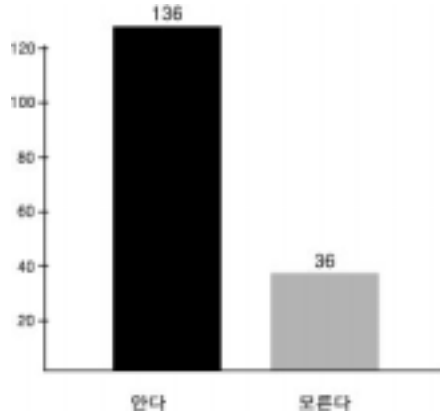


그림15 인지도 조사결과

표13 설문조사결과 3

질문 3	보드게임에 대한 귀하의 견해는 어떻습니까?
교육적인 게임이다	113
그저 그렇다	45
비교육적인 게임이다	14

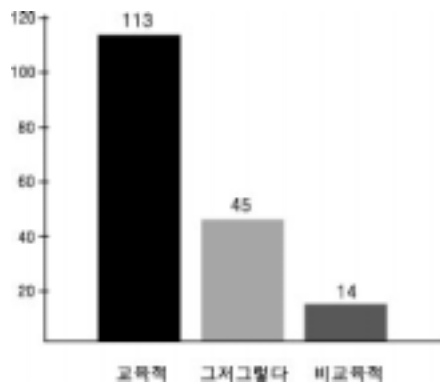


그림16 인식 조사결과

표14 설문조사결과 4

질문 4	귀하에게 보드게임이 있다면 누구와 이게임을 즐기시겠습니까?
가족	118
친구	25
연인	16
혼자	0
하지 않겠다	13

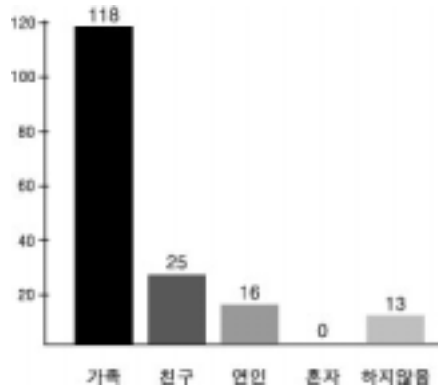


그림17 게임대상 조사결과

표15 설문조사결과 5

질문 5	제주관광을 보드게임으로 만든다면 해보실 의향이 있으십니까?
해보고 싶다	124
그저 그렇다	35
하지 않겠다	13

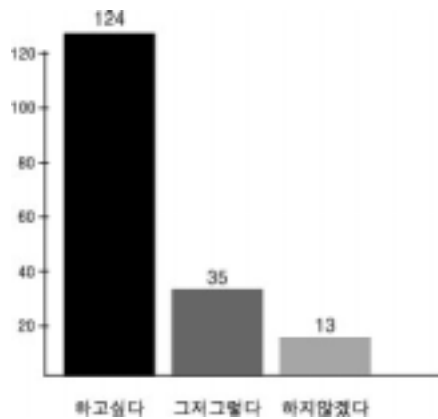


그림18 구매의사 조사결과

표16 설문조사결과 6

질문 6	본인이 구입을 한다면 가격대는 어느정도가 적당하다고 생각하십니까?
5,000원 이하	132
5,000원 ~ 8,000원	37
8,000원 ~ 12,000원	3
12,000원 이상	0

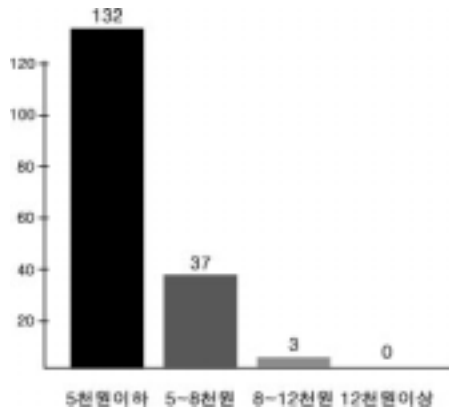


그림19 희망가격 조사결과

이상의 설문조사결과 보드게임은 대중에게 친숙한 게임이고 제주관광기념품으로 개발되어졌을 때 구매의사도 비교적 높은 것으로 조사되었다. 가격 대는 설문조사 결과5,000원에서 8,000원정도가 적합한 것으로 조사되었으며 가족단위의 관광객을 타겟으로 하는 새로운 관광기념품으로 적합한 것임이 확인되었다.



그림20 새로운 제주관광기념품

IV. 제주관광보드게임 디자인

1. 제주관광보드게임 시제품 디자인

본 주제에 따른 제품의 개발은 기존의 보드게임과는 차별되는 몇 가지 이유가 있다. 그 첫 번째는 일반적인 보드게임이 가지는 특징을 포함하되 관광기념품으로서의 특별한 이미지를 잃지 않아야 한다는 것이고 두 번째는 게임 자체의 매력도 중요하지만 관광지의 추억을 만들고 간직하게 하는데 기여할 수 있는 제품이어야 하며 세 번째는 관광객들이 선물용품으로 선택할 수 있는 디자인이어야 한다는 것이다.

이런 전제들을 통해 다음과 같은 제품의 컨셉을 도출하였다.

- ① 제주의 홍보를 겸한 관광지도로서의 기능을 하는 게임보드
- ② 제주의 설화나 전설을 모티브로 한 롤플레이 게임
- ③ 제주의 방언, 문화 등을 교육할 수 있는 교육적 게임
- ④ 제주를 새로운 모습으로 개발하는 전략적 게임

위 주제들은 모두가 개발가능성이 있는 것이며 창의력, 수리력, 기억력 등의 교육적인 기존 보드게임의 범주를 포함하기 때문에 개발되어졌을 때 소비자들은 친근한 느낌으로 제품을 맞을 수 있을 것이다.

본 논문에서는 위의 여러 주제 중에서 가장 시급하고 쉽게 시장에 적응할 수 있다고 판단되는 제주의 홍보를 겸한 관광지도로서의 기능을 하는 게임보드를 우선적으로 개발하기로 하였고 새로운 제주관광기념품은 현재 기념품시장에서 찾아볼 수 없는 신선한 아이템이기 때문에 기존의 관광기념품과는 차별화 된 전략을 가지고 개발되어야 한다. 따라서 그 개발방향은 다음과 같은 세부 컨셉을 바탕으로 이루어져야 한다.

1) 목표

제주관광보드게임의 주 기능은 게임을 통한 제주의 지리적 위치를 파악하고 관광지를 방문하기 전에 그 지역에 관한 사전 정보를 입수하게 하여 관광지에 대한 관심을 높이는 한편, 이미 방문했던 관광지의 인상을 오래 기억하게 하는 역할을 한다. 따라서 보드는 게임의 필드(field)로 활용되어 질뿐만 아니라 제주관광지도로서의 부 기능도 갖도록 디자인되어졌다. 게임 중에 포함된 각종 카드에는 제주방언 및 제주지역축제에 대한 내용을 담아 제주에 대한 관심을 높이도록 디자인한다.

2) 구매대상

제주를 찾는 가족단위 여행객을 주 대상으로 하며 이는 친구, 연인, 친목단체 등을 포함하는 의미로 볼 수 있다. 이 대상은 제주방문 기간 중에 본 제품을 접하게 되고 제품에 대한 관심은 육지의 친지를 위한 선물로 구매되는 것을 기대한다. 제주관광보드게임은 개별 구입을 통한 관광기념품으로서의 역할도 있지만 지역 내 초등학교 교과과정에 있는 아름다운 제주도(내 고장 알기)의 부교재로서도 활용되어 질 수 있고 제주를 알리는 관광 판촉물로서의 역할도 기대 할 수 있다.

3) 포지셔닝

제주를 상징 할 수 있는 이미지를 그래픽 처리를 통하여 재구성하고 일러스트레이션(illustration)과 타이포그래피(Typography)의 활용을 통한 변화를 시도함으로써 제주를 독특한 문화와 자연이 어우러진 천혜의 휴양지로 소구한다.

4) 방법

대중적인 제품으로서 실용적이며 교육적이고, 놀이 감으로서 친근하게 다가

설 수 있게 한다. 또한 관광기념품의 조건인 휴대가 간편하도록 디자인한다.



그림21 제주관광보드게임 기획컨셉

2. 제주관광 보드게임 디자인 제작

1) 보드게임 시나리오

∴ 게임방법

- 보드를 제자리에 정리한다.
- 포인트 표시 말은 700포인트 위치에서부터 출발한다.
- 주사위를 던진다. 숫자만큼 간다.
- 나온 숫자가 정하는 관광지 카드를 찾아 갖는다.
- 이때 옆에 사람이 퀴즈카드를 집어서 적혀진 퀴즈를 낸다. 맞추면 내 땅이 되지만 퀴즈를 못 맞추면 해당포인트만큼 제하고 땅을 갖게된다. 포인트를 제하고 싶지 않으면 원래의 자리로 되돌아가도 된다. 이때는 관광지카드와 퀴즈카드를 맨 뒤로 보낸다. 일단 입장하게되면 다음차례에 누가 그곳에 올 때 관광지카드를 가진 사람이 입장료 명분으로 포인트를 받을 수 있다.

- 주사위의 같은 숫자가 나올 경우(예:3,3)에는 보너스로 기념품카드를 한 장 갖는다.(기념품카드도 포인트 적립에 유용하다.)
- 게임 중 마라도에 도착하면 태풍의 영향으로 3회를 쉬게 된다. 이때 기념품 카드를 3장 가지고 있으면 카드를 반납하고 바로 탈출 할 수도 있다.
- 우도에 도착하면 유람선을 탈 수 있으므로 다음 차례에 자기가 원하는 어느 곳으로든지 갈 수 있다.
- 게임보드 한바퀴를 다 돌면 관광일주 기념으로 기념품 카드를 한 장 받고 다시 여행을 시작한다.
- 자기 관광지에 오게 되면 무료입장, 물론 남의 자리면 입장료 명목의 포인트를 제하고 땅주인은 관광지포인트를 얻게된다.
- 관광지 주인이 모두 결정되면 게임은 끝나게 된다.

∴ 재미를 한층 더하는 요소

- 한라산에 도착하면 정상등반 기념으로 80포인트를 얻게된다.
- 해수욕장에 입장 할 때는 썬텐 오일을 씻어내기 위한 샤워실 사용권과 쓰레기봉투를 사야하므로 자기의 소유라 하더라도 10포인트를 제한다. 물론 남의 관광지에 도착한 것이라면 관광지포인트와 추가로 10포인트를 제한다.
- 포인트를 계산하다보면 같은 지점에 도착할 수도 있다. 이 때는 진행방향으로 한 칸을 더가는 것으로 한다.

∴ 게임결과 확인

- 관광지에 적힌 포인트를 기준으로 합산한다.
- 다음으로 기념품 카드 포인트 합산, 이때 같은 종류의 기념품을 많이 가진 사람은 인센티브를 받게된다. 모든 것을 종합해서 가장 많은 포인트를 얻은 사람이 우승이다.

2) 로고타입(LOGO TYPE)

‘제주를 여행하면서 즐기는 게임이다’라는 의미를 제품명에서 알 수 있도록 ‘알쏭달쏭 제주여행’이라는 브랜드네임으로 결정했고 이에 따른 로고타입은 그림과 같다.



그림22 로고타입

3) 색채계획(COLOR PLAN)

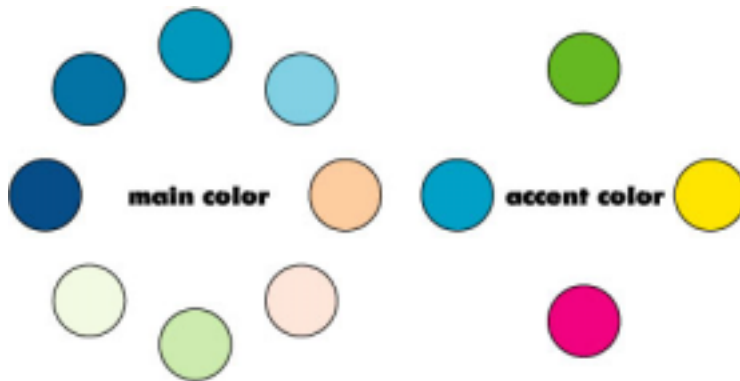


그림23 색채계획

가족을 대상으로 하는 게임이므로 전체적으로 밝은 이미지의 색상을 선택했으며 고명도, 고채도의 색상들을 강조색으로 활용하여 여행중의 화목한 가족의 분위기에 부합되도록 하였다. 색상별로는 한색, 난색, 중성색을 같은 비중

으로 사용하여 사계절 관광기념품에 어울리는 색채를 가지도록 디자인하였고 특히 게임보드의 색상은 오랜 시간 게임에 노출되기 때문에 시각보호를 위하여 중간채도, 중간명도의 한색을 주조 색으로 활용하였다. 보조 색은 온화한 베이지를 사용하여 주조 색의 지루함을 덜어줄 수 있게 하였고 로고타입에 활용된 색상을 게임보드와 카드에 반복 사용하여 통일감을 주었다. 또한 이들은 게임보드와 카드를 일치시켜 게임의 편리함을 도모하도록 디자인되었다.

4) 시각적 요소(VISUAL FACTORS)

∴ 관광지카드

관광지의 정보를 실사이미지와 함께 수록한 카드로서 미리 관광지를 둘러보는 효과를 가진다. 이미 관광을 한 후라면 관광지에 대한 기억을 오래 남길 수 있게 된다. 뒷면에는 게임을 위한 포인트가 적혀있다. 총 28종의 관광지카드가 디자인되었다.

∴ 기념품카드

제주관광을 하는 도중 만날 수 있는 기념품들의 정보를 얻을 수 있고 게임의 결과에 중대한 영향을 미칠 수 있는 카드이다. 기념품카드에는 식품류, 갈옷류, 공예품류 등으로 구분되어져 각기 4장씩 총48장이 들어있다.

∴ 퀴즈카드

도착한 관광지를 소유하기 위한 과정으로 제주의 방언, 문화, 전설, 관광지 정보 등의 퀴즈가 적혀있는 카드이다. 이 카드는 주사위를 던진 사람의 우측에 있는 사람이 집어서 읽게된다. 28장의 퀴즈카드는 문제의 난이도를 초급, 중급, 고급의 3단계로 나누어 3세트가 디자인 되었으며 응용이 가능하여 항상 새로운 문제들로 구성 할 수가 있으므로 지속적으로 게임을 진행해도 지루하지 않도록 디자인되었다.

초급퀴즈 예)

- 제주의 현무암을 주재료로 전통적인 제주 지킴이의 의미를 가진 제주특산품은?

(돌하르방)

중급퀴즈 예)

- 가장 잘 알려진 제주도 사투리로 빨리 오세요 를 제주말로 하면?

(흔저옵서)

고급퀴즈 예)

- 무슨 일을 빨리 끝내지 못하고 질질 끄는 모양. 고의든 아니든 서두르지 않음의 뜻을 가진 제주도 사투리는? (몽케다)

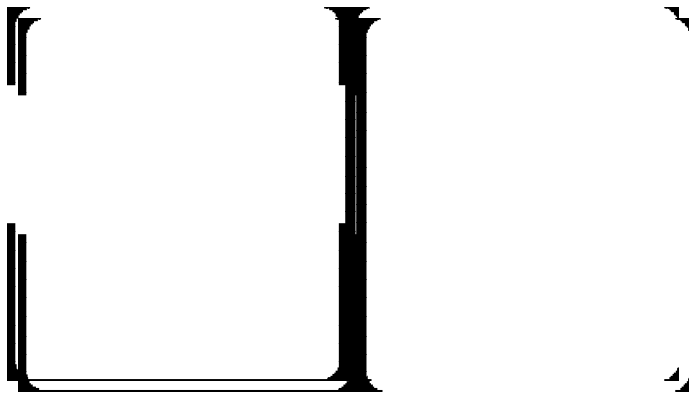


그림24 관광지카드 sample



그림25 기념품카드 sample

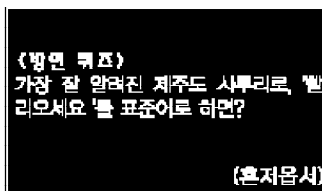


그림26 퀴즈카드 sample

∴ 게임보드



그림27 게임보드디자인



그림28 셋트이미지

배경과 지도부분은 일러스트적인 이미지 요소를 이용하여 표현하고 관광지 부분은 실사이미지를 활용하여 관광지에 대한 사실적인 정보를 얻게 했다. 제주를 동, 서, 남, 북부 권역으로 나누어 각기 지정 색을 사용하여 보드와 카드에 표현함으로 게임에 편리하게 디자인하였다. 보드에 표현된 지도는 실제 관광지도로 활용할 수 있다.

5) 게임보조도구(SUB FACTORS)

∴ 주사위

2개를 동시에 던져서 위치를 결정한다.



그림29 주사위

∴ 위치표시 말

모형자동차로써 현재 게임중인 위치를 확인하게된다. 렌트카를 이용한 자가 운전여행이 보편화되었기 때문에 게임에 잘 어울린다.



그림30 위치 표시용 말

∴ 포인트 표지

진행중인 포인트를 득점 또는 실점하는 즉시 계산하여 현재 포인트 순위를 확인 할 수 있게 하는 표지이다. 이는 돌하르방의 형태를 모티브로 하여 디자인되었다.



그림31 포인트 표시용 말

V. 결 론

제주도는 지역적 특색으로 인해 대한민국 속의 해외로 각광 받아왔고 2002년부터는 국제자유도시로서의 위상정립을 위해 전 도적인 노력을 기울이고 있다. 관광산업은 제주도의 대표산업이고 이는 미래에도 계속되어질 과제이다. 관광에 대한 전문적인 지식과 함께 경제분야와 디자인 분야가 함께 노력하여 세계적인 관광휴양지로의 모습을 갖추게 될 날도 멀지 않았다. 그러나 관광기념품시장의 발전은 아직도 선진국의 전체적인 수준에 비해 현저하게 낙후 되어있음을 인정하지 않을 수 없다. 따라서 관광수입의 30%이상을 차지하는 관광기념품 시장의 개발을 위한 지속적인 노력이 필요하다고 본다.

이에 현재 제주관광기념품시장의 현황을 분석해보고 외국의 사례를 비교 연구하는 과정을 통해 제주관광기념품 시장의 문제점을 파악해보고 그 개선을 위한 방안으로 제주관광을 보드게임과 접목시켜 관광기념품으로 제품화 시킬 수 있는 디자인을 개발하였다.

보드게임은 70년 이상의 역사를 가진 분야이고 현시점에서 새로이 각광을 받고있는 분야인 동시에 사회적으로도 인터넷놀이에 매달리던 청소년을 보드 앞으로 끌어내 여럿이 어울리는 문화를 만들어 가는 건전한 놀이 도구이다.

본 논문에서는 보드게임이 제주관광기념품 시장의 기념품으로 자리 매김을 할 수 있는 근거로서 설문조사를 실시하였고 실제로 임상실험을 통해 제주도 관광기념품 시장의 새로운 제품이 될 수 있다는 확신을 얻게 되었다. 전통적인 제주 관광이미지를 유지하면서 변화하는 관광형태에 부합할 수 있는 새로운 제품의 등장은, 비록 이 주제에 국한되는 것이 아니고 제주의 관광을 인접 산업과 연계해서 생각해보고 개발하는 새로운 시도라는 점에 있어서도 그 가치를 둘 수 있다.

참 고 문 헌

- 제주 국제자유도시추진단, 제주국제자유도시관련법령-종합계획, 2002, p.1.
- 강정철, 쇼핑관광 활성화 방안에 관한 연구, 고려대학교 경영대학원 석사학위논문, 1994, p.6.
- 권영만, 觀光쇼핑産業의 실태와 改善에 對한 研究, 서강대학교 경영대학원 석사학위논문, 1994, p.1.
- 김재민, 관광경영론, 일신사, 1994, p.3.
- 제주 국제자유도시 추진단, 제주발전 종합계획, 2003, pp.76~79.
- 한길리서치, 주5일제 국민여론조사, 2000.
- 계간[한국관광정책], (2001년 가을호 통권 제11호)
- F.Lawson & M.Baud-Bovu, *Tourism & Recreation Develop* (London : Architectual. Press) 1977.
- 손대현, 관광 마케팅론, (서울: 일신사), 1990, p.190.
- Valene L.Smith, ed., *Host and Guests* (Philadelphia: The Free Press, 1978), p.28.
- 오호탁, 特産物을 중심으로 한 觀光쇼핑商品의 失態分析과 그 改善 方向에 관한 研究, 경희대학교 경영대학원 석사학위논문, 1995, p.22.
- 유지윤, 관광기념품의 문화적 고유성에 따른 마케팅 전략에 관한 연구, 한양대학교 대학원 석사학위논문, 1996, p.29.
- 권영만, 觀光쇼핑産業의 실태와 改善에 對한 研究, 서강대학교 경영대학원 석사학위논문, 1994.
- 제주도관광협회, 2002년 12월 제주관광동향, 2003, p.1.
- 제주도관광협회, 2002년 12월 제주관광동향, 2003, p.9.

우낙기, 濟州道, 국민관광 I, 1980, pp.390~394.

김재민, 濟州道 觀光 紀念品の 마케팅 方案에 관한 研究, 세종 대학교 경영대학원 석사학위논문, 1985, p.34.

참고 사이트

<http://kr.kordic.yahoo.com/search/kordic?p=%B0%FC%B1%A4>

<http://www.yeonhak.com>

<http://user.chollian.net/~altruism/doc/bluemarble.htm>

<http://www.mct.go.kr> 문화관광부

<http://www.knto.or.kr> 한국관광공사

<http://www.hijeju.or.kr> 제주도관광협회

<http://jejogy.ejeju.net> 제주도공예협동조합

<http://www.esouvenirkorea.com> 한국관광기념품

ABSTRACT

A Study on the Design of JeJu Tourism Board Game

- Focusing on the apply of JeJu Map -

Jaien Yi

Major of Visual Communication Design

The Graduate School of Industry

Cheju National University

Directed by

Professor Young-Man, Mun

For a long time, Jeju has had a special industrial structure whose revenue has come from agriculture and tourism.

JeJu was reborn as an International Free City in 2002. And this island was developed to multi functional and cutting edged intelligent technology city with plentiful resorts to overcome their economic problems followed by opening tourism and import market according to WTO.

Also they changed their tourism style from group unit to individual and family one. Shopping is the most exciting experience for tourists, and it also became the important means for JeJu Island people.

However, our tourism industry is lacking for quality and design, furthermore, native goods of JeJu Island can easily be found anywhere in

Korea. Tourists want unique, high quality designs comparable to other goods.

So I suggested JeJu Tourism Board Game as a souvenir for the new attempt at JeJu souvenir market. The Board game is healthy toy for young people because it can draw them out to the front of the board and make them to get along together instead of staying with computer at home. Through enjoying this game, they can get the information of tourism site before visiting and help to remember it after tour.

This attempt to graft the board game on the souvenir has special worth which is a new trial to find out different method for JeJu tourism.

설 문 지

안녕하십니까?

제주대학교 산업대학원 석사과정에 있는 이재은입니다.

아래의 설문내용은 석사학위논문을 위한 기초자료로 쓰여질 내용이며
본 목적이외에는 사용되지 않음을 밝혀드립니다. 감사합니다.



보드게임의 일종인 부루마블

설문1.

귀하의 인적사항에 관한 내용입니다. 해당내용의 위치에 ○표를 해주십시오.

성별: 남, 여

결혼여부: 미혼, 기혼

연령: 10대, 20대, 30대, 40대, 50대, 60대 이상

설문2.

부루마블 로 대표되는 보드게임이 무엇인지 아십니까?

알고 있다 모른다

설문3.

보드게임에 대한 귀하의 견해는 어떻습니까?

교육적인 게임이다 그저 그렇다 좋지않은 게임이다

설문4.

귀하에게 보드게임이 있다면 누구와 이 게임을 즐기시겠습니까?

가족 친구 연인 혼자 하지 않겠다

설문5.

제주관광을 보드게임으로 만든다면 해보실 의향이 있으십니까?

해보고 싶다 그저 그렇다 하지 않겠다

설문6.

본인이 구입을 한다면 가격대는 어느정도가 적당하다고 생각하십니까?

5,000원 이하 5,000원 ~ 8,000원 8,000원 ~ 12,000원 12,000원 이상

감사합니다