

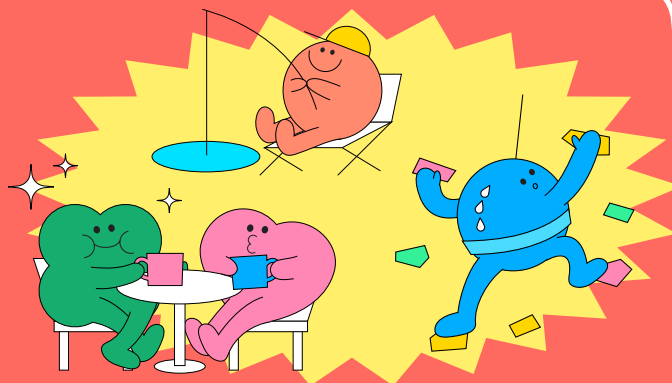


ISSUE

당신의 개인정보는 안전했나요?
개인정보 보호, 보이지 않는 전쟁

TREND

건강을 즐기는 시대,
일상이 된 ‘헬시플레저’



TRIP

시골에서 신록의 계절 추억 만들기!
팜스테이 명소 베스트 3



2025
5월 2호

Vol. 414

KDB
소식

CONTENTS

03

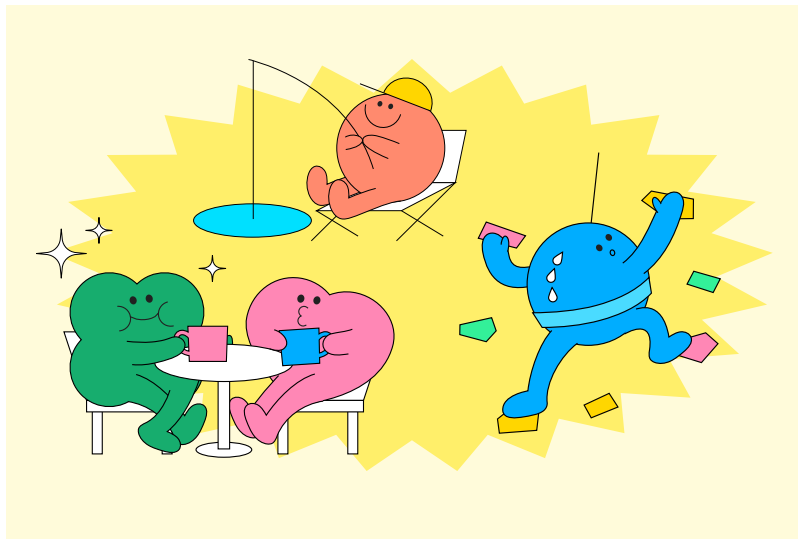
ISSUE



당신의 개인정보는 안전했나요?
개인정보 보호, 보이지 않는 전쟁

08

TREND



건강을 즐기는 시대,
일상이 된 ‘헬시플레저’

10

TRIP



시골에서 신록의 계절 추억 만들기!
팜스테이 명소 베스트 3

당신의 개인정보는 안전했나요?

개인정보 보호, 보이지 않는 전쟁

최근 발생한 대형 통신사 개인정보 유출 사태로 개인정보 관리에 대한 경각심이 높아지고 있습니다. 개인정보란 이름, 주소, 가족관계, 주민등록번호, 학력, 직업, 통화 및 문자 내역, 위치정보, 건강 정보 등 개인을 알아볼 수 있는 정보를 뜻합니다. 이러한 개인정보가 유출되면 보이스 피싱이나 스미싱 등 각종 범죄에 악용될 수 있어 평상시에 철저하게 관리하는 것이 중요합니다. 개인정보 보호에 관한 이야기와 함께 유출을 막는 방법을 알아봅니다.



개인정보 유출과 보호, 창과 방패의 싸움

개인정보 유출 사고가 끊이지 않고 있습니다. 주요 기업과 공공기관은 물론이고 중소기업, 의료기관 등 다양한 분야에서 개인정보 침해 사고가 반복되며 사회적 우려가 커지는 상황입니다. 한국인터넷진흥원(KISA)에 따르면, 2024년 한 해 동안 보고된 개인정보 유출 사고는 980건 이상, 유출된 개인정보는 3,000만 건을 넘었습니다. 이는 2023년 대비 24% 증가한 수치입니다.

얼마 전에는 A 통신사의 가입자 인증 서버(HSS)가 해킹당해 2,500만 명의 가입자 유심 정보가 유출되는 사고가 있었습니다. 개인정보 보호위원회는 유출 가능성이 있는 2,564만 명의 이용자에게 신속한 개별 통지를 의결했습니다.

현재까지 해당 사태로 유출이 확인된 개인정보는 HSS*에 저장되어 있던 이용자 휴대전화번호, IMSI(가입자식별번호), 유심 인증키 및 기타 유심 관련 정보 등 총 25종이나 됩니다. 이번 조치는 유출정보가 모바일 시대 개인을 식별·연결하는 핵심 수단으로 이용되는 중요한 개인정보로서 각별한 주의가 필요하다는 위원회의 판단에 따른 것입니다.

* HSS(Home Subscriber Server, 가입자인증시스템 : 가입자의 이동통신망 접속을 위한 인증시스템으로 IMSI, 가입자 인증키 등이 저장됨)

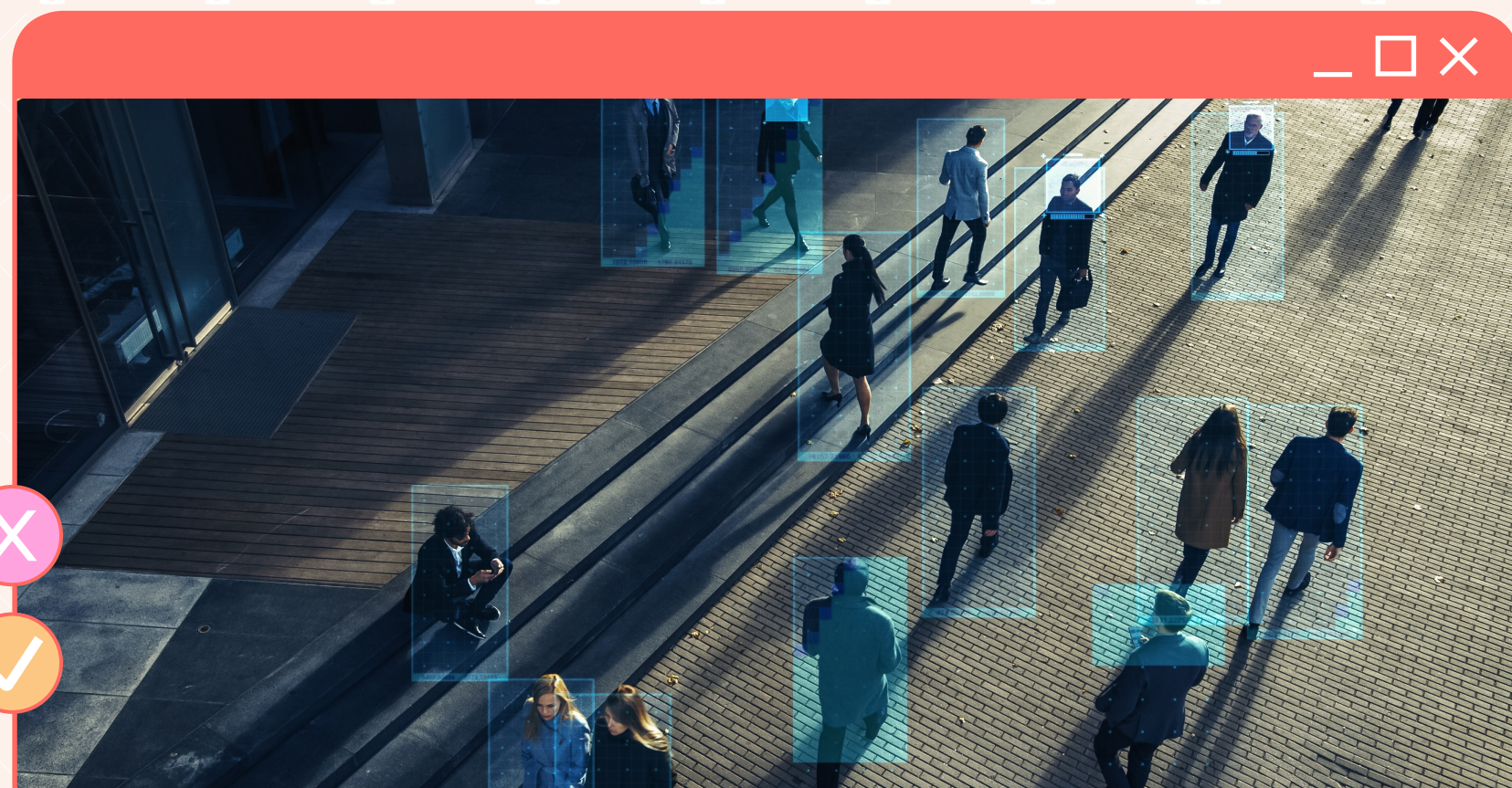
사실 휴대전화번호의 경우 정보주체를 대상으로 한 보이스피싱·스미싱·스팸 등에 악용될 수 있고, 인증에 필요한 가입자식별번호



(IMS)와 유심 인증키의 유출은 휴대전화를 통한 각종 서비스의 본인 인증이 일상화된 상황에서 국민의 일상생활에 중대한 영향을 미칠 수 있습니다. 이에 따라 2025년부터 시행된 개인정보보호법 개정안은 개인정보 전송요구권의 절차와 거절 사유를 명확히 해 정보주체의 권리를 보호하고, 개인정보 남용을 방지할 수 있도록 했습니다.

최근 AI 기반 보안 시스템, 블록체인 암호화 기술, 생체 인증 기술 등 새로운 보안 솔루션이 속속 등장하고 있습니다. 그중 ‘제로 트러스트 보안 모델(Zero Trust Security Model)’이 새로운 솔루션으로 확산되고 있습니다. 이 모델은 모든 접속을 ‘신뢰하지 않는’ 방식으로 설계해, 내부 사용자까지 검증합니다.

개인정보보호위원회도 AI 시대를 맞아 보안 기술 개발의 중요성을 강조하고, AI 등 신산업 분야 개인정보 보호 강화기술(PET)의 개발을 중점적으로 지원할 계획입니다. 개발이 완료된 기술은 중소·영세기업 등을 대상으로 기술 이전을 추진하여 개인정보 보호 강화기술을 상용화할 예정이죠.



개인정보 유출 사고, 사전 예방과 신속 대응이 해법

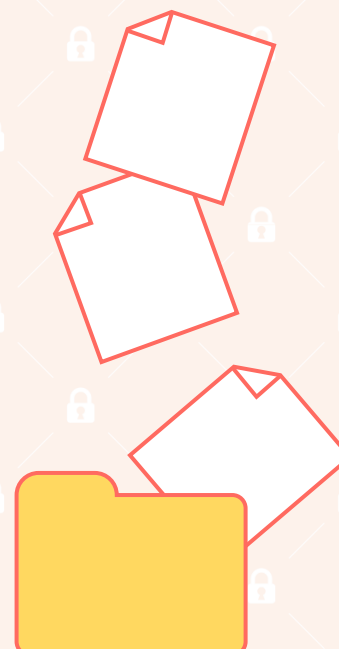
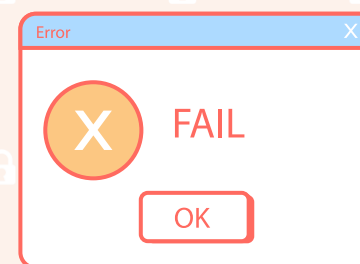
전문가들은 정보보호의 기본은 ‘예방’이며, 유출 사고 발생 시엔 ‘신속 대응’이 피해 최소화의 핵심이라고 강조합니다. 개인정보 유출을 예방하기 위해 가장 기본적이면서도 중요한 조치는 시스템 보안 점검입니다. 방화벽과 침입 탐지 시스템, 백신 프로그램 설치의 물론, 운영체제 및 응용프로그램의 보안 패치를 최신 상태로 유지하는 것이 필수적이죠. 특히 외부 공격뿐 아니라 내부자에 의한 유출도 늘고 있는 만큼, 시스템 접근 권한은 최소한으로 설정하고 이력 관리를 철저히 해야 합니다.

업무상 개인정보를 다루는 직원의 교육도 예방의 핵심 요소죠. 많은 유출 사고가 관리자 계정 도용, 이메일 피싱 등 기본 보안 수칙을 지키지 않아 발생합니다. 이에 따라 주기적인 정보보호 교육을 통해 개인정보 관련 서버 공격 기법에 대한 인식과 대응력을 강화해야 합니다. 특히 고객정보를 다루는 부서는 자료 암호화, 저장장치 사용 제한, 외부 반출 금지 등의 규정을 마련하고 엄격히 적용해야겠죠.

데이터의 암호화와 가명처리 등 기술적 조치도 중요합니다. 주민등록번호, 계좌번호, 건강정보 등 민감정보는 저장 시 반드시 암호화해야 하며, 분석 목적으로 사용할 때는 개인을 특정할 수 없도록 가명처리 후 활용하는 것이 좋습니다. 해킹이나 정보유출 탐지를 위한 로그 기록 유지와 이상 행위 탐지 시스템 도입도 필요합니다.

전문가들은 개인정보 유출 사고가 발생했을 경우, ‘골든타임’ 내 대응을 가장 중요하게 보고 있습니다. 우리나라 개인정보보호법은 유출 사실을 인지한 날로부터 24시간 이내에 피해 당사자에게 개별 통지하고, 72시간 이내에는 개인정보보호위원회에 신고하도록 규정하고 있습니다. 통지서에는 유출 시점과 항목, 피해 최소화 조치 방법 등을 명시하고, 피해자가 자신의 정보를 스스로 보호할 수 있도록 충분한 정보를 제공해야 합니다.

신속 대응을 위한 내부 매뉴얼과 사고대응팀 구성도 사전에 준비돼



있어야 할 겁니다. 개인정보 유출 사고는 단순한 기술 문제가 아닌 기업 신뢰와 직결된 이슈로, 초기 대응의 적절성이 향후 법적 책임은 물론 평판 리스크까지 결정짓는 요소가 되기 때문입니다. 개인정보보호위원회는 기업의 정보보호 책임을 강화하고, 유출 대응체계 구축을 위한 가이드 라인을 얼마 전 배포했습니다. 가이드라인에는 유출 예방을 위한 조직 구성, 위험관리 방법, 사고 발생 시 조치 절차 등이 포함돼 있어 기업은 이를 기준으로 자율점검을 시행할 수 있습니다.



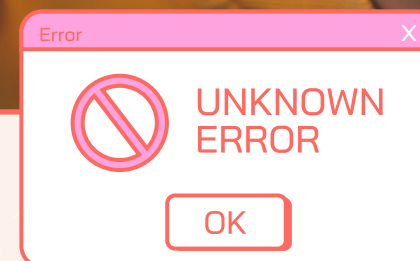
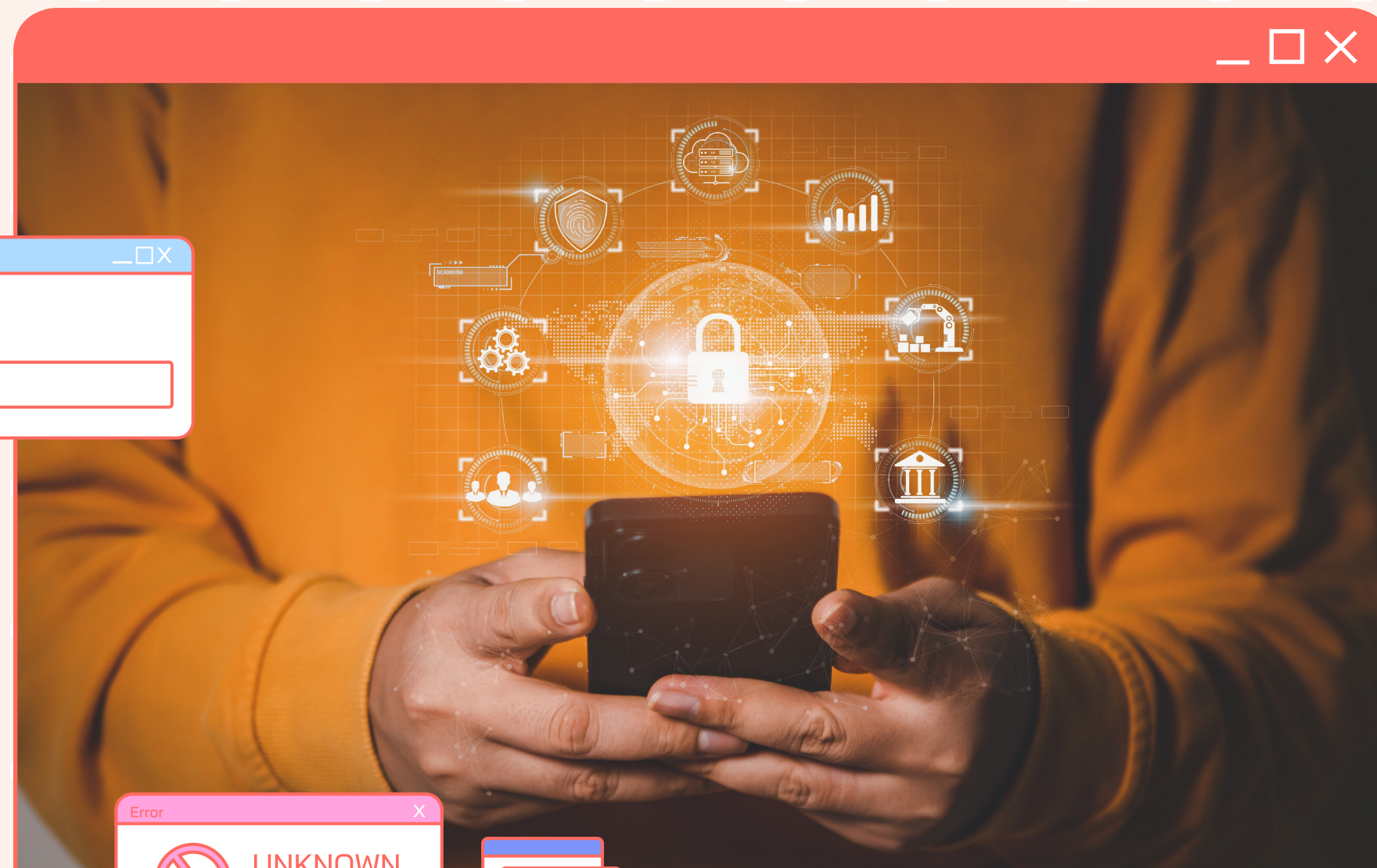
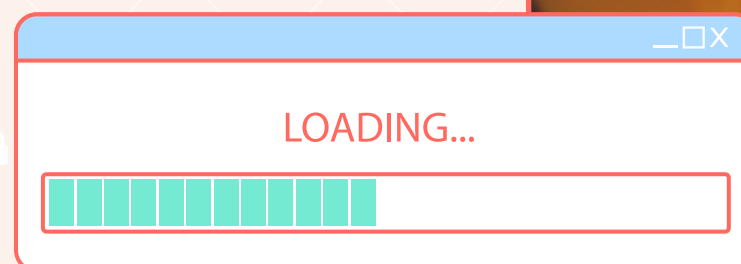
개인정보 유출을 막는 자기 예방과 대응

개인정보 유출 사고가 계속되면서 기업이나 정부만이 아닌 개인 스스로의 대응도 중요해졌습니다. 수많은 온라인 서비스와 애플리케이션을 이용하면서 자연스럽게 많은 개인정보를 남기는 디지털 환경에서 이용자들 스스로가 정보 보호의 ‘첫 번째 방어선’이 되어야 한다는 것입니다.

개인정보 유출 방지를 위한 첫걸음은 바로 비밀번호 관리입니다. 여전히 다수의 사용자가 여러 사이트에서 같거나 유사한 비밀번호를 사용하면서 스스로 위험에 노출돼 있습니다. 기본적으로 여러 온라인 계정에 대해선 서로 다른 비밀번호를 사용하고, 비밀번호는 영문 대소문자, 숫자, 특수문자를 조합해 8자 이상으로 설정하는 것이 권장됩니다. 주기적인 변경은 기본이며, 가능하다면 비밀번호 관리 프로그램을 활용해 안전하게 보관하는 것이 좋습니다.

여기에 2단계 인증을 설정하면 보안은 한층 강화되죠. 대부분의 이메일, SNS, 금융앱 등 주요 서비스는 2단계 인증 기능을 제공하고 있습니다. 이는 ID와 비밀번호 외에도 추가 인증 수단을 요구함으로써 외부의 무단 접근을 막아줘 효과적인 대처법이 될 수 있습니다. 문자 인증 외에도 보안 앱을 활용한 일회용 비밀번호(OTP)까지 사용하면 더 안전하죠.

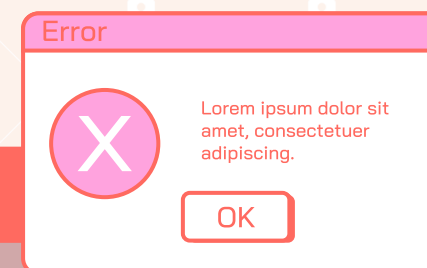
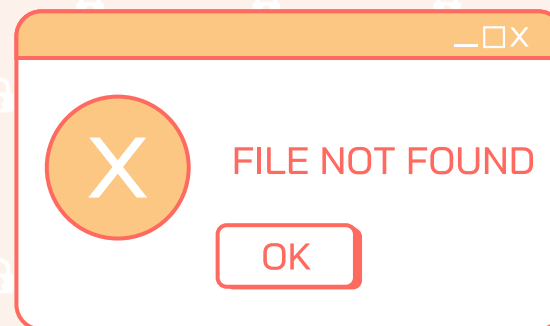
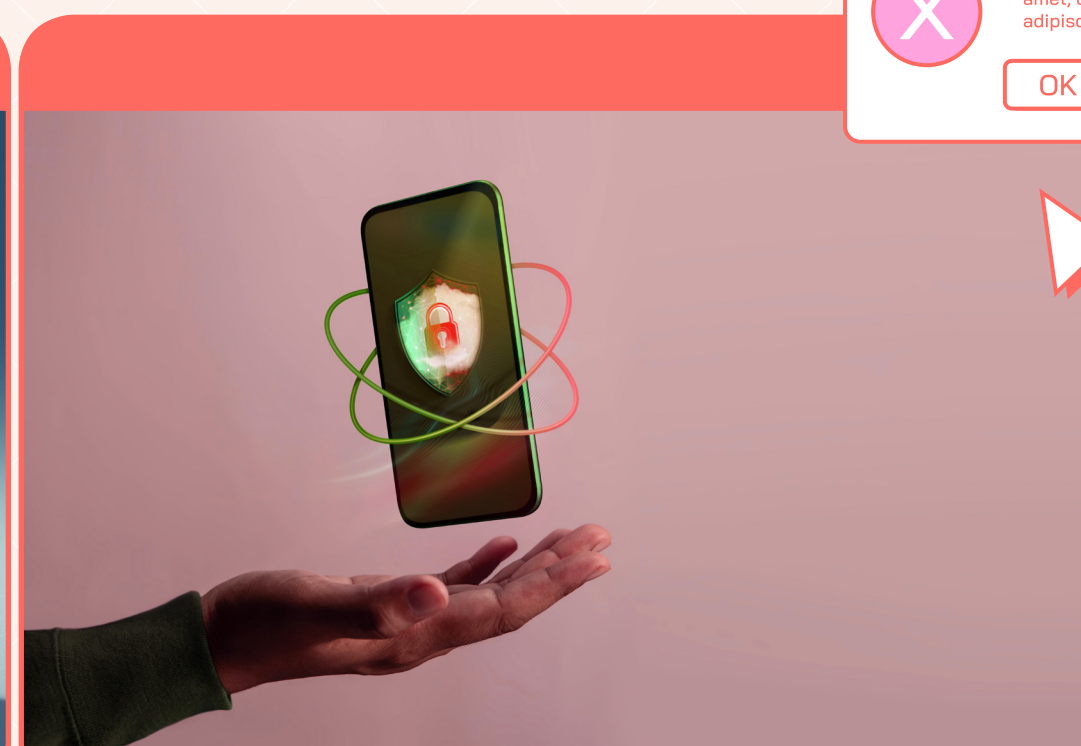
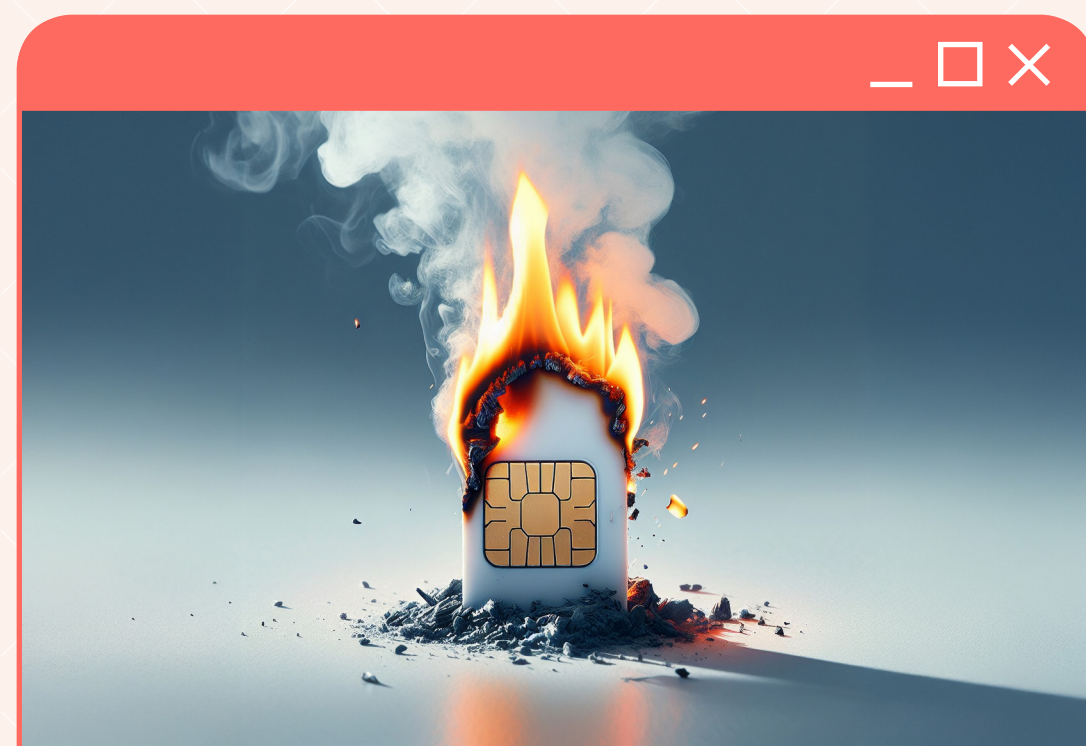
스마트폰 앱 설치 시, 요구하는 권한을 무의식적으로 허용하는 것도



개인정보 보호 측면에서 좋지 않은 습관입니다. 앱을 설치할 때, 앱 활용과 크게 관계없는 연락처, 위치, 저장 공간 접근 권한을 요구하는 경우가 많은데요. 해당 앱이 사용자 동의 아래 민감한 정보를 수집할 수 있는 거죠. 따라서 앱 설치 전 반드시 권한 요청 내용을 확인하고, 불필요하거나 이해할 수 없는 권한 요구는 거절하거나 설치를 피해야 합니다. 특히 이벤트 참여, 회원가입, 할인 쿠폰 제공 등을 이유로 과도한 정보를 요구하는 경우, 반드시 필요성 여부를 따져본 후 최소한의 정보만 제공하는 것이 바람직합니다. SNS 프로필, 게시물, 댓글 등에도 전화번호, 주소, 가족관계 등 민감한 개인정보가 노출되지 않도록 주의해야겠습니다.

개인정보 유출이 의심되거나 실제로 피해가 발생한 경우에는 즉각적인 대응이 필요합니다. 우선 해당 서비스의 비밀번호를 변경하고, 같은 비밀번호를 사용한 다른 계정이 있다면 모두 수정해야 합니다. 금융 정보가 유출된 경우에는 거래 정지, 카드 정지, 금융기관에 즉시 신고를 통해 2차 피해를 막아야죠. 경찰청 사이버수사국 또는 한국인터넷진흥원(KISA)에도 피해 사실을 신고하면 관련 지원을 받을 수 있습니다. 유심(USIM·가입자식별모듈) 정보가 노출됐다면, 즉각 유심을 교체하거나 ‘유심보호서비스’에 가입하는 게 좋습니다. 유심보호서비스에 가입하면 제3자가 가입자 몰래 대포폰(복제폰)을 개통해 금융 범죄에 사용하는 것을 방지할 수 있습니다. 우리나라 통신 3사는 무료 ‘유심보호서비스’를 제공하고 있습니다.

개인정보 유출은 더 이상 남의 일이 아닙니다. 정보가 디지털 자산이 된 시대에 개인의 무관심이 곧 취약점으로 이어집니다. 안전한 온라인 생활을 위해선 작은 습관부터 바뀌야 합니다. 개인정보를 노리는 기술은 점점 정교해질 것입니다. 사용자의 경각심과 실천만이 정보유출의 위험에서 자신을 보호할 수 있습니다.



국내외 기업들의 개인정보 보호 전략은?

기업의 개인정보 보호는 고객 신뢰를 확보하고 법적 리스크를 줄이기 위한 핵심 요소입니다. 우리나라는 개인정보보호법, 정보통신망법 등으로 개인정보 수집과 이용, 제3자 제공, 유출 대응 등에 대해 엄격한 기준을 두고, 위반 시 과징금 및 형사처벌로 제재합니다. 이에 따라 우리 기업들의 고객 개인정보 보호에 대한 인식은 비교적 높은 편입니다. 물론 그에 따른 정밀하고 구체적인 실천이 뒤따르지 못한다는 지적도 많습니다. 실제로 개인정보 보호 조치 미비로 과징금을 부과받은 국내 기업은 최근 3년 사이 2배 이상 늘었습니다.

법 규제와는 별개로 기업의 개인정보 보호 조치는 단순한 보안 전략을 넘어 고객 신뢰의 핵심축으로 자리 잡고 있습니다. 대형 해킹 사건과 개인정보 유출 사고가 빈번히 일어나면서 기업들은 개인 데이터 보안 강화를 최우선 과제로 삼고 있죠. 기업 입장에서는 개인정보 보호가 이제 선택이 아닌 필수, 생존과 직결된 전략적 과제가 됐습니다.

‘애플’은 개인정보를 기기 내부에서 처리하는 온디바이스(On-device) 방식과 데이터를 최소한으로 수집하는 정책으로 업계를 선도하고 있습니다. 한 예로 페이스ID나 음성인식 기능은 서버 전송 없이 기기 내에서 실행되고, 사용자의 정보를 중앙 서버에 저장하지 않는 구조로 설계해 해킹 위험을 원천 차단합니다.

‘구글’은 사용자에게 개인정보 통제시스템을 제공하는 방식을 택했습니다. 사용자들은 ‘내 계정(My Account)’ 기능을 통해 자신의 데이터가 어떻게 수집되고 이용되는지 확인하고, 직접 삭제하거나 자동 삭제 주기를 설정할 수 있습니다. 위치기록, 웹활동 내역 등의 정보는 일정 기간 후 자동 삭제되도록 설정할 수 있어 프라이버시 노출 우려를 줄이죠.

‘네이버’는 사용자 정보를 암호화한 뒤 별도의 저장소에 분리 보관하는 ‘분산 저장 시스템’을 운영 중입니다. 해당 시스템은 내부 직원의 접근도 제한해 정보유출 가능성을 대폭 줄였습니다. 또 로그인 이상 징후를 탐지해 사용자에게 실시간으로 알림을 전송하는 보안 체계를 갖추고 있습니다.

‘카카오’는 암호화된 데이터 전송은 물론 저장 단계에서도 정보를 암호화하며, 전 직원 대상의 정기 보안 교육과 개인정보 보호 서약을 통해 내부 보안 수준을 끌어올리고 있습니다.

개인정보 보호를 위한 기업들의 기술적 조치도 고도화되고 있습니다. 여러 기업들이 고급 암호화 기술을 적용해 데이터 전송 및 저장 과정에서의 보안성을 높이고 있습니다. 특히 내부의 정보 접근 권한을 최소화하고 접근 기록을 정기적으로 점검하는 시스템을 운영하고 있죠. 모의 해킹을 통해 보안 취약점을 사전에 점검하고 대응책을 마련하는 보안 테스트도 일상적인 보안 프로세스가 됐습니다.

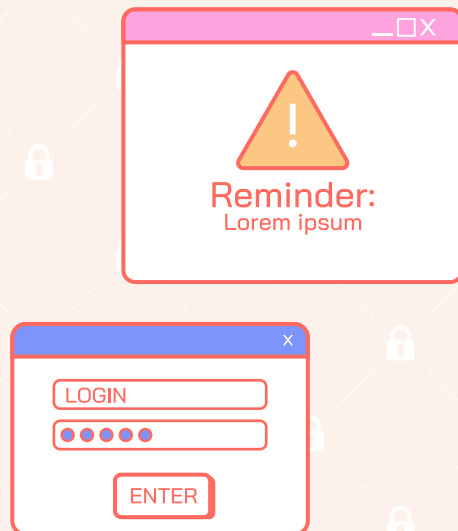
개인정보 보호는 단순한 보안 문제를 넘어 기업의 신뢰도, 브랜드 가치와 직결되는 중요한 요소입니다. 정보보호 수준이 높을수록 고객은 해당 기업에 더 높은 신뢰도를 가지게 되고, 이는 곧 충성도와 재이용률로 연결됩니다. 반대로 개인정보 유출은 고객 이탈은 물론, 법적 분쟁과 기업 이미지 훼손으로 이어지죠.



새로운 개인정보 보호 패러다임 구축 필요

일상 속 거의 모든 행위가 디지털로 전환되면서 소비자는 원하든 원치 않든 방대한 개인정보를 다양한 기업과 플랫폼에 제공하고 있습니다. 그런데 개인정보 유출 사고는 끊이지 않고 있죠. 이 때문에 소비자들은 무척 불안합니다. 또 사고 책임을 명확히 지지 않거나 보상 조치가 미흡한 경우도 많아 불만도 커지고 있습니다.

소비자 권리를 강화하는 방향으로 법과 제도를 재정비하고, 기업의 책임을 강화하며, 유출 발생 시 피해자 중심의 구제 제도를 도입할 필요성이 커지는 이유입니다. 이제는 소비자의 알 권리와 선택권, 통제권을 중심에 둔 새로운 개인정보 보호 패러다임이 구축되어야 할 것입니다.



고객 개인정보 보호 프로세스

기업이 고객의 개인정보를 안전하게 보호하기 위해서는 법적 기준을 충족하는 것뿐 아니라, 기술적·관리적 측면에서도 체계적인 보안 전략을 수립하고 실행해야 합니다. 기업이 고객 개인정보를 보호하기 위한 기본적 프로세스를 모아봤습니다.



정책 수립과 책임자 지정

사내 개인정보 처리 방침을 수립하고 모든 임직원이 이를 숙지하도록 교육해야 합니다. 또한 기업 내 개인정보 보호의 중심 역할을 수행할 책임자를 지정합니다.



기술적 보호 조치

저장 및 전송 중인 개인정보 데이터를 암호화해 유출 시에도 해독이 어렵게 할 필요가 있습니다. 또한 외부 해킹 시도를 차단하고, 이상 접근을 탐지해 즉시 대응할 수 있어야 합니다. 더불어 고객 정보에 접근할 수 있는 직원을 최소화하고, 로그 기록을 통해 누가, 언제, 어떤 데이터에 접근했는지 추적할 수 있도록 해야겠습니다.



관리적 보호 조치

전 직원 대상으로 연 1~2회 이상 개인정보 보호 및 보안 사고 대응 교육을 실시하는 한편, 내외부 보안 감사나 컨설팅을 정기적으로 실시해 취약점을 사전에 제거합니다. 개인정보에 대한 수집, 변경, 삭제 기록을 체계적으로 보관하여 감사 및 사고 발생 시 신속 대응이 가능하도록 합니다.



물리적 보안 조치

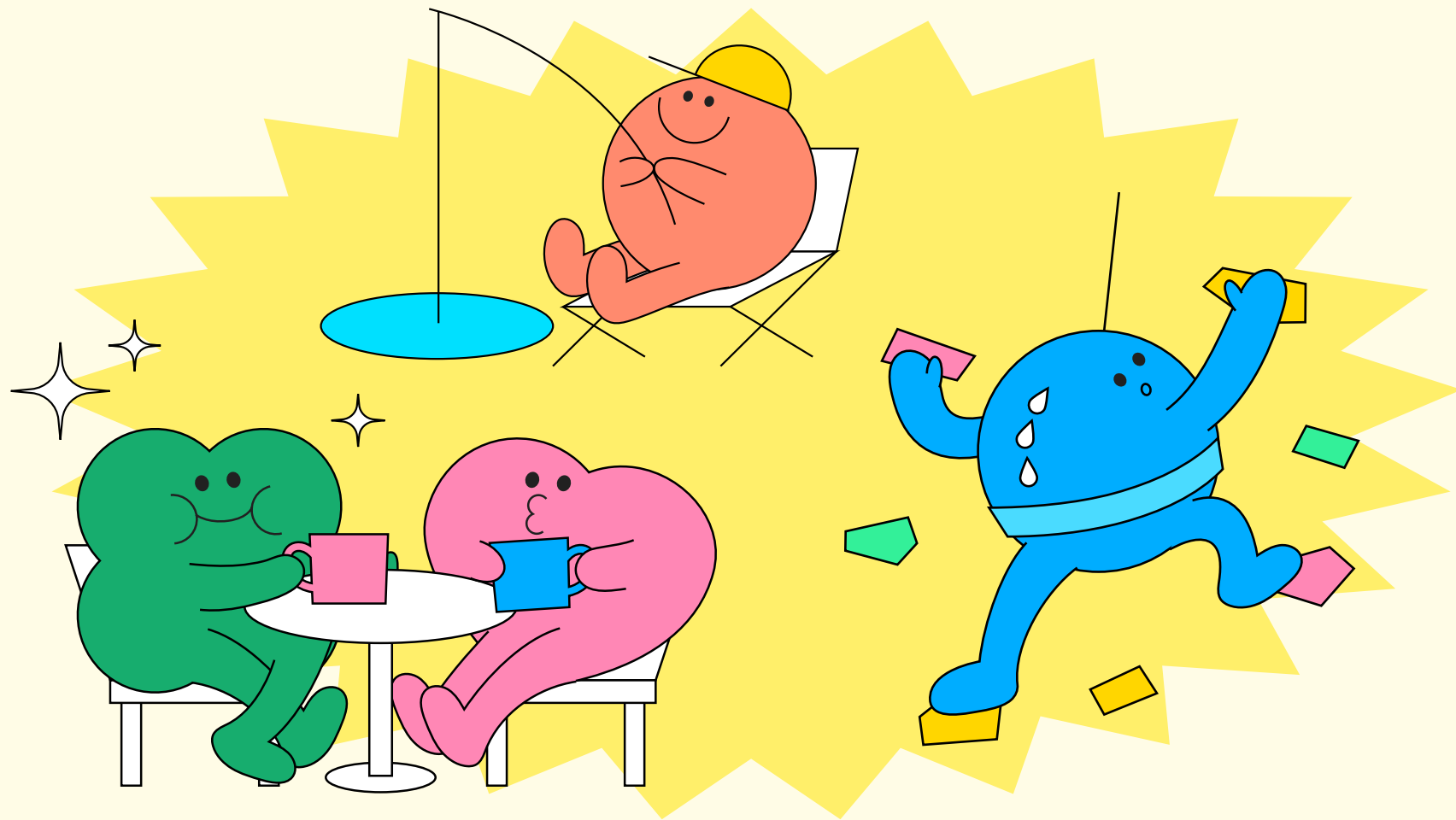
서버실 CCTV 설치, 출입통제 시스템 도입 등을 통해 서버 등 중요 장비에 대한 물리적 접근을 최대한 제한합니다. 출력물 관리, USB 차단 등 정보 유출 가능성을 차단하는 프로세스도 필요합니다.



고객 중심의 투명성 강화

고객에게 수집 항목, 목적, 보유 기간 등을 명확히 알리고 동의를 받아야 합니다. 또 개인정보 열람·정정·삭제 요청 창구를 운영해 고객이 자신의 데이터를 직접 통제할 수 있는 권리를 보장해야 합니다. 사고 발생 시, 즉각 고객에게 통지하고 피해를 최소화할 수 있는 대응 매뉴얼을 마련해야 합니다.

건강을 즐기는 시대, 일상이 된 ‘헬시플레저’



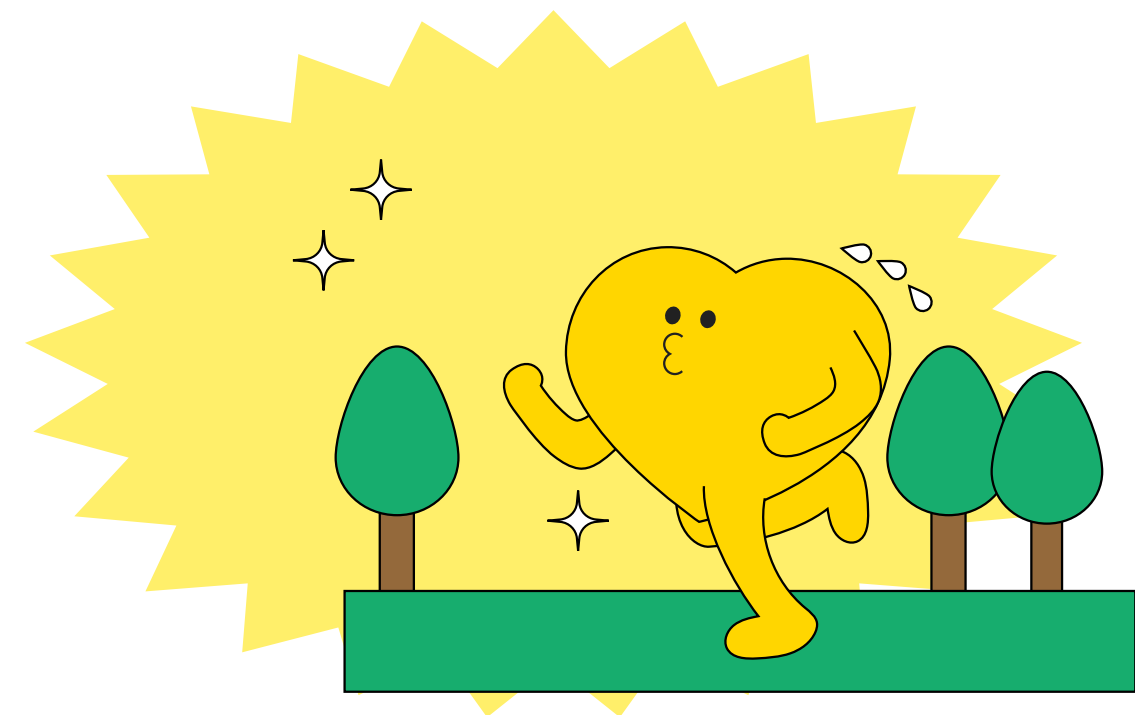
건강을 위해서라면 맛있는 음식과 힘든 운동도 감수해야 한다는 인식은 이제 옛말입니다. 건강과 즐거움을 동시에 추구하는 ‘헬시플레저(Healthy Pleasure)’ 트렌드가 몇 년째 주목받고 있습니다. 팬데믹을 거치며 전 세계적으로 건강관리에 대해 열풍이 불었고, 국내에서는 재미와 건강, 자기 자신에 대한 관심도가 높은 MZ세대를 중심으로 헬시플레저 문화가 유행했죠. 그런데 요새 이 트렌드가 MZ세대의 일상이 된 모양새입니다. 맛있는 건강식, 재미있는 운동, 그리고 스트레스 없는 생활 습관은 이제 유행이 아니라 생활로 정착하고 있습니다. 헬시플레저의 다양한 모습을 소개합니다.

운동, 재미있는 루틴이 되다

건강을 즐기는 사람들이 늘고 있습니다. 단지 오래 살기 위한 관리가 아니라, 지금, 이 순간을 더 잘 살기 위한 선택으로 건강을 챙기는 것입니다. ‘헬시플레저(Healthy Pleasure)’, 즉 ‘건강을 위한 즐거운 실천’이 일상 속 하나의 문화로 자리 잡았습니다.

헬시플레저는 단순한 건강관리를 넘어섭니다. 체중 감량이나 근육 증가 같은 목적성보다 운동, 식단, 휴식, 마인드 케어 등 삶 전반의 균형을 맞추는 방식에 가깝습니다. 이 과정에서 중요 키워드는 역시 ‘즐거움’입니다. 억지로 견디며 하는 건강관리가 아니라, 스스로 즐기며 지속 가능한 루틴을 만든다는 게 이 트렌드의 핵심이죠.

확실히 요새 운동 트렌드가 예전과는 많이 달라졌습니다. 단순히 몸매 관리를 위한 헬스장에서의 중량 운동보다는, ‘재미’를 중심에 둔 콘텐츠형 운동이 인기입니다. ‘줌바’, ‘폴댄스’, ‘리듬사이클’ 등 ‘스트레스를 푸는 힐링 활동’이 더욱 주목을 받고 있죠. 서울 성수동, 연남동 등 이른바 핫플레이스에는 음악과 조명이 결합된 ‘피트니스 스튜디오’가 유행인 것도 같은 이유입니다. SNS 인증샷을 부르는 피트니스의 새로운 공간 연출은 운동 자체를 하나의 문화 콘텐츠로 만들고 있습니다.



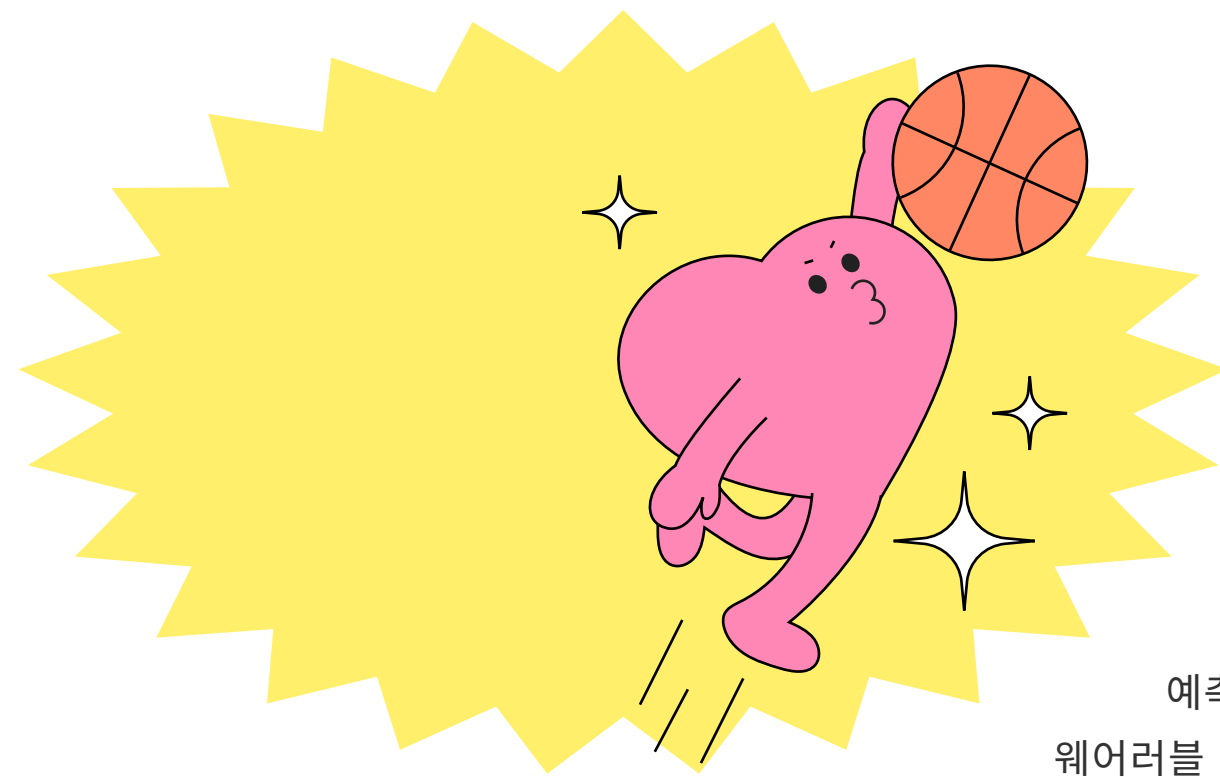
지속 가능한 건강관리를 위한 제품들

이 같은 변화는 소비시장에서도 뚜렷이 나타납니다. 식품, 패션, 뷰티 등 다양한 산업에서 건강관리를 ‘즐거운 경험’으로 바꾸자는 트렌드를 반영한 제품과 서비스가 빠르게 늘고 있습니다. 건강을 위한 선택이 곧 트렌디한 삶이라는 인식을 바탕으로 한 디자인과 기능을 갖춘 제품들입니다.

식품 중에서는 합성 첨가물 무첨가, 간결한 원료 리스트와 최소한의 가공, 천연재료 사용 등의 요건을 구성하는 식품인 ‘클린 라벨(Clean Label)’을 중심으로, 저당이지만 맛있는 ‘제로 칼로리’, 간편하지만 균형 잡힌 영양을 갖춘 ‘고단백’ 제품들이 대표적인 것들입니다. 이들은 대체로 ‘맛있고 건강한’ 제품을 표방합니다. 간편하게 즐길 수 있는 프로틴 음료, 저당 스낵, 비건 도시락이 폭넓은 연령층에서 인기를 끌고 있죠. 과거 건강식이 다이어트 중심이었다면, 이제는 맛과 식감까지 챙긴 ‘헬시 간식’으로 진화한 것입니다.

스포츠웨어와 일상복의 경계를 허무는 ‘애슬레저룩’이 대표적인 헬시플레이저 패션입니다. 애슬레저룩은 ‘운동’을 의미하는 애슬레틱(athletic)과 ‘여가’를 뜻하는 레저(leisure)의 합성어인 애슬레저에 맞춘 옷입니다. 편안하면서도 스타일을 살릴 수 있는 디자인에 기능성 소재를 더한 제품으로 각광받고 있습니다. 코로나19 이후 생활 속 운동이 늘면서 일상복 겸 운동복을 찾는 수요가 급증한 것도 인기의 배경입니다.

뷰티업계에서는 화학 성분을 최소화한 클린 뷰티 브랜드와 피부 본연의 건강함을 강조하는 ‘내추럴 글로우’ 트렌드가 헬시플레이저의 연장선에서 떠오르고 있습니다. 자연스럽게 빛나는 건강한 피부를 전면에 내세우며, 화장으로 가리는 것보다 피부 자체의 컨디션 관리에 집중하는 트렌드입니다. 피부 겉만이 아니라, 내 몸 속까지 건강하고 아름답게 하는 ‘이너뷰티’ 제품도 각광받고 있습니다.



건강하게 자신을 보살피는 삶으로

시장조사업체 유로모니터에 따르면, 국내 건강기능식품 시장은 2023년 약 5조8000억 원 규모에서 2025년 7조 원을 넘어설 것으로 예측됩니다. 헬스케어 플랫폼, 홈트레이닝 기기, 웨어러블 디바이스 매출도 꾸준히 증가하고 있습니다.

헬시플레이저를 행하는 이들은 일과 이후에 요가나 필라테스를 하며 하루를 정리하고, 주말엔 건강한 브런치를 즐기며 심리적 만족을 얻습니다. SNS에는 자신만의 건강 루틴을 공유하고 서로 응원하는 문화도 형성됐죠.

정신건강에 대한 관심도 높아졌습니다. 명상 앱, 심리상담 플랫폼, ASMR 콘텐츠는 물론 ‘힐링 여행’까지 헬시플레이저의 연장선으로 여겨집니다. 바쁜 일상 속에서 자신을 돌보는 행위가 ‘멋진 삶’으로 재해석되고 있습니다. 전문가들은 헬시플레이저가 일시적 유행이 아닌 라이프 스타일의 변화로 보고 있습니다. 자기 관리에 대한 강박에서 벗어나 즐거움을 동시에 추구하는 새로운 삶의 방식이자 지속 가능성을 담은 문화라는 설명이죠. 결과보다 과정, 목표보다 만족에 집중하는 이 흐름은 변화에 지친 현대인들에게 하나의 해답이 되고 있습니다.

헬시플레이저가 ‘자기 관리’가 아닌 ‘자기 보살핌(Self-care)’의 개념에 더 가깝다는 의견도 있습니다. 건강을 즐겁게 관리할 수 있을 때 그 지속성과 실효성이 더욱 높아진다는 것입니다. 이는 건강관리의 진입 장벽을 낮추면서 일상에서 실현 가능한 ‘운동의 즐거움’을 일깨우는 효과를 낳습니다.

‘내 몸과 마음을 위한 가장 즐거운 선택’, 이것이 미래 세대의 새로운 건강 기준이 되고 있습니다.

팜스테이는 농장을 뜻하는 팜(Farm)과 머문다는 스테이(Stay)의 합쳐진 말입니다.
 농가에서 먹고 지내면서 시골생활·문화를 몸소 겪어보는 여행을 의미하죠. 일상의 지친 몸과 마음을
 달래며 자연을 벗 삼아 농촌에서 살아볼 수 있는 ‘팜스테이’가 휴양지로 인기를 얻고 있습니다.
 시골을 뜻하는 ‘촌’과 ‘바캉스(vacance)’의 합성어로 시골에서 즐기는 휴가를 의미하는
 ‘촌캉스’를 즐기며 농장 체험, 농산물 수확 등 도심에서는 경험하기 힘든 추억을 쌓을 수 있는 곳들입니다.
 뛰어난 자연환경과 즐길거리, 주변 관광지 접근성도 좋은 팜스테이 명소 3곳을 소개합니다.

시골에서
 신록의 계절
 추억 만들기!

팜스테이 명소
 베스트 3



© 경기도

가족 농장 여행의 성지

안성팜랜드

안성팜랜드는 농업과 축산업을 기반으로 다양한 체험을 할 수 있는 체험목장입니다. 남녀노소 누구나 편하게
 즐기기 좋은 여행지로, 곳곳에 먹거리와 즐길 거리는 물론이고 인생샷 명소가 즐비합니다. 약 130만㎡ 넓이로
 조성된 목장 부지에서 도시에서 볼 수 없는 칠팔소, 황소, 당나귀, 면양, 거위 등 25종의 가축을 직접 체험할 수
 있습니다. 가족들이 함께 가축을 직접 만지고 먹이를 주면서 생명과 자연의 소중함을 자연스럽게 일깨웁니다.
 넓은 부지에서 탁 트인 풍경을 감상하기도 좋고, 트랙터 마차, 전동차, 전기자전거, 승마체험, 놀이기구 등
 즐길거리도 많습니다. 청보리, 호밀, 황화코스모스, 양귀비꽃, 해바라기 등이 뒤덮어 계절마다 달라지는 그림
 같은 초원 풍경도 인기입니다. 최근에는 이국적인 분위기의 블루애로우 가로수길이 포토존으로 인기를 끌고
 있다고 해요. 주변에 농촌 체험을 즐길 수 있는 연계 숙박시설이 많습니다.

📍 경기 안성시 공도읍 대신두길 28

☎ 031-8053-7979

🌐 <https://nhasfarmland.com>



반려동물과 함께하는 캠핑의 즐거움

나주 ‘에코왕국마을’

반려동물을 동반한 가족 단위 여행객에게 최근 인기가 있는 곳입니다. 약 6,610㎡의 드넓은 천연 잔디 운동장이 마련된 곳으로, 반려동물을 동반한 캠핑도 가능합니다. 가족, 친구, 동료들과 함께 맑은 공기와 자연 속에서 심신을 안정시킬 수 있고, 목공, 공예, 농산물 수확 체험 등 다양한 체험도 즐길 수 있죠. 자원순환 녹색마을로 친환경을 표방하는 곳으로, 마을 곳곳에서는 환경에 대해 조금 더 생각해 볼 수 있는 체험들이 진행됩니다. 마을의 중심에는 에코왕국교육센터가 있는데, 친환경 체험과 휴양뿐만 아니라 아이들의 학습장 역할을 합니다. 방문객을 위한 친환경 실내 숙박시설은 물론 캠핑장도 갖추고 있습니다. 캠핑장에서는 반려견과 잔디밭에서 자유롭게 뛰어놀 수 있고, 바비큐까지 즐길 수 있답니다.

📍 전라남도 나주시 왕곡면 나주서부로 371-14
☎ 061-335-8101
🌐 <https://ecowg.modoo.at>



그림같은 초원의 집

고창 ‘상하농원’

농촌의 소중함을 일깨우고, 즐길 수 있도록 매일유업과 고창군이 조성한 체험형 농촌 테마파크입니다. 지난 2016년 고창에 문을 연 후 8년간 누적 140만 명의 방문객을 모으며 농촌의 가치와 자연산 먹거리의 소중함을 일깨우는 곳이죠. 유기농 먹거리를 맛보고 구입하고 직접 만드는 과정을 통해 친환경 식재료가 음식이 되는 과정을 몸소 체험할 수 있습니다. 과일·햄·빵·발효 공방에서는 지역 농민들이 농사지은 식재료가 제조되는 과정을 통유리 너머로 견학할 수 있고요. 또 초원에서 양, 염소, 젖소, 꽃사슴 등 다양한 동물에게 먹이를 주며 동물과 교감하는 시간을 가질 수도 있습니다. 농원 전경이 한눈에 내려다보이는 친환경 호텔에서의 청정한 자연 속 팜스테이도 가능합니다.

📍 전북 고창군 상하면 상하농원길 11-23
☎ 1522-3698
🌐 <https://www.sanghafarm.co.kr>