

제6차 대전권
관광개발
계획

2017. 1



대전광역시
DAEJEON METROPOLITAN CITY

목 차

제1장 계획의 개요	3
제1절 계획의 배경과 목적	3
1. 계획의 배경	3
2. 계획의 목적	4
제2절 계획의 범위	5
1. 공간적 범위	5
2. 시간적 범위	5
3. 내용적 범위	6
제3절 계획의 추진체계와 절차	7
1. 계획의 추진체계	7
2. 계획의 절차 및 경위	8
 제2장 관광개발 여건분석	31
제1절 관광개발 환경 분석	31
1. 일반 환경 변화 및 전망	3
2. 국내외 관광 동향 및 전망	12
제2절 대전권 관광개발 여건분석	84
1. 일반적 현황	8
2. 대전권 관광여건 분석	5
3. 대전권 관광시장 및 행태조사	89
4. 상위 및 관련계획 검토	15
제3절 제5차 대전권 관광개발계획 평가	127
1. 계획의 개요와 여건 부문 평가	1
2. 관광개발 사업계획 부문평가	8
3. 평가의 시사점	133
제4절 관광수급 분석	17
1. 국제관광객 현황 및 추이	17
2. 대전권 관광객 수요예측	18
3. 관광공급전망 및 예측	18
4. 관광수급분석	144



제5절 종합분석 및 계획과제	46
1. 종합분석	146
2. 계획과제	151
제3장 관광개발 사업계획	5
제1절 관광개발 기본구상	5
1. 관광개발 비전 및 목표	5
2. 추진전략	159
3. 관광개발 소권설정	161
제2절 관광개발 사업평가	6
1. 기존 관광자원개발사업 평가	6
2. 관광특구 평가	175
제3절 전략별 관광개발 사업계획	9
1. 보문산 관광개발 사업계획	9
2. 플랜더스 파크 조성	27
제4장 관광진흥 사업계획	3
제1절 명품로드 및 녹색관광상품	3
1. 스토리가 있는 명품로드 활용방안	3
2. 녹색관광 농촌체험마을 조성방안	8
제2절 도심관광 활성화	2
1. 원도심 관광활성화 진흥계획	2
2. 전통시장 쇼핑관광의 활성화	8
3. 대전형 시티투어 활성화	12
4. 공정관광을 통한 도시관광 활성화	28
제3절 축제 및 MICE 산업	3
1. 선진형 지역축제 육성방안	3
2. MICE 산업의 융합 관광화 방안	3
3. 의료관광 활성화	32
제4절 관광홍보 및 안내정보체계 구축	8
1. 관광 홍보체계 구축	38
2. 관광 안내 정보체계 구축	4

제5절 대전시 특화사업	41
1. 효! 월드 관광 활성화 사업	424
2. 오월드 활성화 방안	41
3. 충청유교문화권 개발	45
제5장 관광사업 집행계획	47
제1절 사업추진체계	47
1. 사업 추진 방식	47
2. 사업추진 일정	49
3. 지원체계정비	40
제2절 투자계획 및 재원조달 방안	4
1. 투자계획	45
2. 사업별 투자계획	45
3. 재원조달 방안	42
제3절 개발효과 분석	46
1. 경제적 파급효과	46
2. 사회·문화·환경적 파급효과	9
3. 부정적 효과 저감방안	41



* 표 목차 *

<표 1-1> 계획의 내용적 범위 설정	6
<표 2-1> 중국 소비시장의 신 소비족 유형	8· 1
<표 2-2> 국제관광객 현황 및 성장률(2010~2015)	2· 2
<표 2-3> 세계 관광수입 규모(2014~2015)	3· 2
<표 2-4> 2015년도 세계 관광 상위국의 주요통계	3· 2
<표 2-5> 2015년도 아시아지역 상위국가 관광통계	4· 2
<표 2-6> 국제관광객 수 성장 전망(2010~2030)	6· 2
<표 2-7> 2015 한일 양국의 주요 국가별 외래관광객 현황	8· 2
<표 2-8> 일본인 출국자수 대비 방한 일본인 수(2005~2015)	9· 2
<표 2-9> 중국인 출국자수 대비 방한 중국인 수(2005~2014)	0· 3
<표 2-10> 싱가포르 국제회의 개최건수 및 순위(2006~2015, UIA기준)	1· 3
<표 2-11> 싱가포르인 출국자수 대비 방한 싱가포르인 수 추이(2005~2014)	2· 3
<표 2-12> 연도별 외래관광객 입국 현황(2001~2015)	3· 3
<표 2-13> 국적별 외래관광객 입국 현황(2010~2015)	4· 3
<표 2-14> 순위별 방한 외래관광객(2012~2015)	4· 3
<표 2-15> 연도별 관광수입 및 1인당 평균소비액(2001~2015)	5· 3
<표 2-16> 국가별 여행목적	5· 3
<표 2-17> 거주국별 방한기간 중 활동	6· 3
<표 2-18> 한국선택 시 고려요인	7· 3
<표 2-19> 체재기간	8· 3
<표 2-20> 이용 숙박시설	8· 3
<표 2-21> 연도별 주요 쇼핑 품목(2011~2015)	9· 3
<표 2-22> 연도별 국내여행 비용(2009~2015)	1· 4
<표 2-23> 국내 여행지 주요 활동	2· 4
<표 2-24> 2015년 연도별 충청지역 방문지	3· 4
<표 2-25> 관광 트렌드의 변화와 과제	7· 4
<표 2-26> 행정구역별 면적 현황	0· 5
<표 2-27> 연도별 인구추이 현황(2004~2015)	0· 5
<표 2-28> 산업별 취업구조 현황(2010~2015)	1· 5
<표 2-29> 토지 지목별 현황	2· 5

<표 2-30> 대전의 꼭 가볼만한 40곳	5
<표 2-31> 대전권 주요 자연관광자원 현황	6
<표 2-32> 대전시 3대 하천 자전거 도로 및 산책로 현황	8
<표 2-33> 대전광역시 도시공원 및 도시자연공원구역 현황	10
<표 2-34> 대전시 주요 인문관광자원 현황	2
<표 2-35> 구별 지정문화재 현황	3
<표 2-36> 대전 무형문화재 전수시설	4
<표 2-37> 대전권 박물관 현황(2013년~2014년)	5
<표 2-38> 구별 문화예술 시설현황	7
<표 2-39> 대전권 일반 공연장 현황	8
<표 2-40> 대전권 야외공연장 현황	9
<표 2-41> 대전권 미술관과 화랑 현황	9
<표 2-42> 2015년 대전광역시 지정축제 현황	1
<표 2-43> 대전권 산업관광자원 현황	2
<표 2-44> 쇼핑관광자원 현황	4
<표 2-45> 대전권 전통시장 현황	5
<표 2-46> 위락관광자원 현황	6
<표 2-47> 유성관광특구 위치 및 면적	0
<표 2-48> 유성관광특구 내 관광업체 수	1
<표 2-49> 대전권 관광사업체 현황	2
<표 2-50> 대전권 관광호텔현황	3
<표 2-51> 대전권 관광호텔 현황	4
<표 2-52> 대전컨벤션센터 시설현황	5
<표 2-53> 대전무역전시관 시설현황	5
<표 2-54> 대전권 관광 안내소 운영 현황	6
<표 2-55> 대전권 관광 안내소 이용현황	6
<표 2-56> 시티투어 이용요금	8
<표 2-57> 2016년도 대전시티투어 운행코스	9
<표 2-58> 대전광역시 내 관광진흥과 조직 현황	0
<표 2-59> 대전광역시 자치구 관광행정조직	1
<표 2-60> 대전시 관광관련 유관기관	1
<표 2-61> 대전 관광관련 단체 현황	2
<표 2-62> 충청권 국내여행 참가자 수 현황(2013~2015)	3



<표 2-63> 대전권 국내여행 이동 총량(참가 일수) 변화	4	9
<표 2-64> 대전권 주요관광지 입장객 수(2013~2015)	5	9
<표 2-65> 대전권 주요관광지별 입장객 수(2013~2015)	5	9
<표 2-66> 여행경험자 1회 평균 여행 지출액	6	9
<표 2-67> 충청권 여행경험자 1회 평균 관광여행 지출액	7	9
<표 2-68> 대전권 이미지 분석 결과	001	
<표 2-69> 2018 관광진흥 정책 목표	801	
<표 2-70> 2030년 대전도시기본계획 목표 및 추진전략	3	1
<표 2-71> 2030년 대전도시기본계획 역사문화·관광 네트워크 조성	4	1
<표 2-72> 국제과학비즈니스벨트 지구	5	1
<표 2-73> 관광개발 관련 법규	121	
<표 2-74> 관광개발법규 검토내용	221	
<표 2-75> 사회간접자본시설에 대한 민간투자법 검토내용	4	2
<표 2-76> 자연환경보전관련법규 관련 검토내용	5	2
<표 2-77> 전략환경영향평가 관련 검토내용	6	2
<표 2-78> 대전권 관광개발계획 비교	7	2
<표 2-79> 대전권 관광개발계획 핵심전략사업	2	3
<표 2-80> 제5차 대전권 관광개발계획 실행 결과	6	3
<표 2-81> 국제관광객 입국자 수 및 관광수입(1995~2015)	7	3
<표 2-82> 대전권 방문 외래관광객 현황	8	3
<표 2-83> 대전권 방문 외래관광객 수요예측	9	3
<표 2-84> 대전권 방문 국민국내관광객 현황	0	4
<표 2-85> 대전권 방문 국민국내관광객 수요예측	1	4
<표 2-86> 대전권 방문 국내외관광객 수요예측	2	4
<표 2-87> 대전권 숙박시설별 객실 수 현황	3	4
<표 2-88> 신규사업 면적에 따른 공급능력 도출	4	4
<표 2-89> 연도별(2017, 2021년) 관광수급 비교	5	4
<표 2-90> 제6차 대전권 관광개발계획 계획과제	2	5
<표 3-1> 제6차 대전권 관광개발계획 정량적 목표	7	5
<표 3-2> 기 수립된 관광개발계획별 소권 구분 내용	1	6
<표 3-3> 대전권의 전국형 관광자원	2	6
<표 3-4> 관광지역별 도입기능의 배분	6	6
<표 3-5> 기존 관광자원개발사업 총괄표	7	6

<표 3-6> 계획단계 가중치 적용 배점표	861
<표 3-7> 집행 및 완료단계 가중치 적용 배점표	961
<표 3-8> 문화 관광자원개발사업 평가결과	071
<표 3-9> 녹색생태관광자원 개발사업 평가결과	171
<표 3-10> 기타 관광자원 개발사업 평가결과	271
<표 3-11> 기존 관광자원개발사업 평가결과	371
<표 3-12> 관광자원 개발사업 종합평가	471
<표 3-13> 유성관광특구의 관광자원현황	571
<표 3-14> 유성관광특구의 관광객 현황	671
<표 3-15> 유성관광특구 주요 추진사업 총괄표	671
<표 3-16> 유성관광특구 평가 항목	771
<표 3-17> 평가기준에 따른 조치 사항	871
<표 3-18> 보문스카이힐스(대전랜드마크타워) 사업비	281
<표 3-19> 관광안내센터 사업비	681
<표 3-20> 워터파크·유스호스텔 도입시설	291
<표 3-21> 워터파크 사업비	391
<표 3-22> 신규 교통수단 특성 비교	691
<표 3-23> 보문산 케이블카(곤돌라) 리프트명	991
<표 3-24> 보문산 케이블카(곤돌라) 사업비	202
<표 3-25> 녹음열차 사업비	502
<표 3-26> 셔틀버스 사업비	012
<표 3-27> 팜파크 조성 사업비	412
<표 3-28> 보문산 관광개발사업 개발사업비	612
<표 3-29> 이누타마 테마	022
<표 3-30> 주요 콘텐츠	522
<표 4-1> 도보여행의 긍정적 영향력	532
<표 4-2> 전국단위 생태탐방로 조성계획 내용	632
<표 4-3> 국가등산로 조성사업 내용	732
<표 4-4> 스토리가 있는 문화생태탐방로의 자원 종류	832
<표 4-5> 대청호 오백리길 대전권 코스(6개/64km)	042
<표 4-6> 대전둘레산길 잇기 코스(12개/133km)	142
<표 4-7> 대덕사이언스길 코스(2개/20.2km)	242
<표 4-8> 보문산 숲길 코스	342



<표 4-9> 3대 하천길 코스별 특징	542
<표 4-10> 유희공간 활용 사례	752
<표 4-11> 대청호변 벚꽃 명품길 사업내용	952
<표 4-12> 대청호변 벚꽃 명품길 사업비 세부내역	952
<표 4-13> 스토리가 있는 명품로드 진흥 사업비	062
<표 4-14> 대전 농촌마을 현황	262
<표 4-15> 대전 농촌마을 방문객 현황	762
<표 4-16> 대전 농촌마을 매출액 현황	762
<표 4-17> 「대청호 청정밥상」 메뉴 구성	9·6·2
<표 4-18> 「고향 콩 백숙」 메뉴 구성	1·7·2
<표 4-19> 주민교육 프로그램	272
<표 4-20> 국내 슬로우시티 인증지역과 특징	672
<표 4-21> 녹색관광 농촌체험마을 조성방안 진흥비	7·7·2
<표 4-22> 대전 원도심 美食여행 일정표	972
<표 4-23> 대전시 동구 및 중구의 주요 전통시장 현황(2015년 8월 현재)	7·8·2
<표 4-24> 대전시 특화거리 지정현황	882
<표 4-25> 대전시 원도심지역의 주요공연장 보유시설 현황	0·9·2
<표 4-26> 대전시 원도심지역의 주요 문화예술 행사	2·9·2
<표 4-27> 근대문화예술특구 특화 사업비	703
<표 4-28> 백화점 및 대형마트 현황	903
<표 4-29> 전통시장 관광명소거리 조성 사업규모	1·1·3
<표 4-30> 시티투어 전국 운행현황	313
<표 4-31> 대전 시티투어 이용요금	413
<표 4-32> 2016년도 대전시티투어 운행코스	513
<표 4-33> 서울시티투어 코스별 특징	913
<표 4-34> 서울시티투어 운행요금	023
<표 4-35> 서울시티투어 운영실적	023
<표 4-36> 부산시티투어 코스	123
<표 4-37> 부산시티투어 연도별 이용객 현황	123
<표 4-38> 부산시티투어 운영실적	223
<표 4-39> 런던시티투어 운영개요	423
<표 4-40> 파리시티투어 대표노선	423
<표 4-41> 원도심관광활성화 방안 진흥비	723

<표 4-42> 국내 공정여행 관련 단체	033
<표 4-43> 국내 공정여행 관련 기업	033
<표 4-44> 국내 공정여행 공급자의 가이드라인	133
<표 4-45> 원도심 문화탐방 프로그램 구성 내용	333
<표 4-46> 원도심 골목길투어 프로그램 구성 내용	333
<표 4-47> 대전의 공정여행 프로그램 구성	433
<표 4-48> 2015 전국지역축제 총괄표	633
<표 4-49> 대전광역시 지정축제 현황	733
<표 4-50> 2015 문화관광축제 현황	833
<표 4-51> 국제회의산업의 기준	343
<표 4-52> 2012년도 국내 국제회의 참가자 구분에 따른 지출 비용	343
<표 4-53> 대전컨벤션센터 시설현황	443
<표 4-54> 2012년도 주요 시설별 국제회의 개최 현황	543
<표 4-55> 대전무역전시관 시설 현황	543
<표 4-56> 대전 준 전문 회의시설 현황	643
<표 4-57> 대전 호텔 회의시설 현황(2014년 7월 기준)	643
<표 4-58> 2012년도 대전 주최 기관별 국제회의 개최 현황	643
<표 4-59> 2012년도 대전 행사 주제별 국제회의 개최 현황	743
<표 4-60> 2012년도 대전 주최기관별 전시회 개최 현황	743
<표 4-61> 대전의 주요 브랜드마케팅 사업	053
<표 4-62> 대전 MICE 도시브랜드 마케팅 지원프로그램(안)	153
<표 4-63> 대전 국내외 네트워크 활성화 운영 현황	153
<표 4-64> MICE산업 관련 단체 및 기관현황	253
<표 4-65> 대전 MICE아카데미 교육내용	453
<표 4-66> MICE 인력공급의 프로세스화(안)	553
<표 4-67> 해외 SNS를 통한 정보제공 사례	653
<표 4-68> 대전 MICE 특화 문화 관광상품 운영내용	653
<표 4-69> 컨벤션 콤플렉스 호텔 현황	953
<표 4-70> 대덕연구개발특구 엑스포과학공원 공간조성	953
<표 4-71> 기존 엑스포과학공원의 존치시설 선정	063
<표 4-72> 대전 MICE 포럼 행사개요(안)	163
<표 4-73> 대전 MICE 포럼 주요업무(안)	163
<표 4-74> 2009~2015 외국인 환자 유치 현황	363



<표 4-75> 2009~2015 주요 국적별 외국인 환자 유치 현황	4·6 3
<표 4-76> 2009~2015 외국인 환자 진료수입 현황	5·6 3
<표 4-77> 2009~2015 지역별 외국인 환자 유치현황	6·6 3
<표 4-78> OECD 34개국 의료관광산업 경쟁력 분석결과	7·6 3
<표 4-79> 대전시 의료기관 현황	863
<표 4-80> 대전시 병원 종사 의료인력 현황	963
<표 4-81> 대전시 외국인환자 유치사업 등록 의료기관 현황	9·6 3
<표 4-82> 연도별 대전시 의료관광객 현황(2009~2014)	1·7 3
<표 4-83> 싱가포르 의료관광 주요 정책	273
<표 4-84> 태국 의료관광 주요 정책	373
<표 4-85> 인도 의료관광 주요 정책	473
<표 4-86> SWOT 분석	53
<표 4-87> SWOT-장점의 극대화/약점의 최소화 전략	5·7 3
<표 4-88> 의료관광 홍보대사 위촉현황	683
<표 4-89> 축제 및 MICE산업 진흥비	783
<표 4-90> 대전시 홍보/마케팅 업무현황	883
<표 4-91> 대전시 관광진흥과 예산내역(2015~2016)	9·8 3
<표 4-92> 매체별 사업추진 현황	983
<표 4-93> 대전시 관광만족도	993
<표 4-94> 서울시 홍보/관광마케팅 조직별 주요 활동 내용	3·9 3
<표 4-95> 매체별 사업추진 현황	393
<표 4-96> 서울시 기업 간 제휴 마케팅 사례	693
<표 4-97> 관광스토리 텔링 유형 구분	104
<표 4-98> MICE 산업 전망	204
<표 4-99> 대전권 축제 현황	604
<표 4-100> 대전지역이미지	704
<표 4-101> 외래관광객 실태조사	804
<표 4-102> 스마트정보센터 기본 역할	214
<표 4-103> 안내시설물의 종류	714
<표 4-104> 관광홍보 및 안내정보체계구축	324
<표 4-105> 효! 월드 시설 현황	4
<표 4-106> 뿌리공원 주요시설 현황	624
<표 4-107> 효! 월드 관광활성화 사업 진흥비	634

<표 4-108> 세계 테마파크 순위와 방문객 수(Top 25 Amusement/Theme Parks Worldwide) 3	4
<표 4-109> 월트 디즈니 월드 개요	334
<표 4-110> 유니버설 스튜디오 재팬 개요	434
<표 4-111> 에버랜드 개요	534
<표 4-112> 롯데월드 개요	634
<표 4-113> 대전 오월드 개요	734
<표 4-114> 대전 오월드 일반요금 현황	834
<표 4-115> SWOT 분석	144
<표 4-116> 대전 오월드 연간 축제 현황(2014)	244
<표 4-117> 대전시 유교문화자원	644
<표 4-118> 충청 유교문화 클러스터	944
<표 4-119> 충청유교문화권 관련 관광진흥 및 관광기반 조성사업	054
<표 4-120> 효뿌리문화마을 거점사업예산	154
<표 4-121> 이사동 유교전통의례관 연계사업예산	254
<표 4-122> 회덕 유생고를 연계사업예산	254
<표 4-123> 기타 진흥사업예산	354
<표 4-124> 특화사업비	454
<표 5-1> 전국 관광행정조직 비교	164
<표 5-2> 대전시 관광조직 개선방안	364
<표 5-3> 총 개발사업 및 진흥을 위한 사업비	764
<표 5-4> 전략 개발사업 세부 투자계획	764
<표 5-5> 명품로드 및 녹색관광상품 사업 세부 투자계획	864
<표 5-6> 원도심 관광 활성화 및 이벤트 관련 사업 세부 투자계획	074
<표 5-7> 관광홍보 및 대전시 특화 사업 세부 투자계획	174
<표 5-8> 지방투자사업의 유형	574
<표 5-9> 관광객수 및 관광지출 총액	674
<표 5-10> 관광소비 파급효과	774
<표 5-11> 관광투자의 파급효과	874
<표 5-12> 전체 경제적 파급효과 종합	874



* 그림 목차 *

[그림 1-1] 계획의 공간적 범위	5
[그림 1-2] 대전권 관광개발계획 수립반 구성	7
[그림 1-3] 계획의 흐름도	8
[그림 2-1] 중국 GDP총액 및 성장률 추이(2010~2015)	4 1
[그림 2-2] 국토의 3차원적 지역발전전략	6 1
[그림 2-3] 고령인구 추이	9 1
[그림 2-4] 스마트폰 보급률 80% 이상 국가	0 2
[그림 2-5] 2015년도 국제관광객 수 분포도	1 2
[그림 2-6] 국제관광시장 전망(1950~2030)	5 2
[그림 2-7] 방일 외래관광객 변화 추이(2010~2015)	7 2
[그림 2-8] 중국 아웃바운드 시장 규모와 성장률(2001~2014)	0 3
[그림 2-9] 2015 방한 외래관광객의 1인 평균지출경비	9 3
[그림 2-10] 연도별 국내여행 참가자수(2001~2015)	0 4
[그림 2-11] 2015 방한 외래관광객 한국 여행 방문지	3 4
[그림 2-12] 10대 관광트렌드 구성도	4 4
[그림 2-13] 대전광역시 위치	8 4
[그림 2-14] 대전도시철도 2호선 노선도	3 5
[그림 2-15] 대전광역시 종합 대중 교통체계 구축 계획	4 5
[그림 2-16] 대전 둘레산길 개념도	7 5
[그림 2-17] 대청호오백리길 지도	9 5
[그림 2-18] 대전권 자연관광자원 분포도	1 6
[그림 2-19] 대전권 역사관광자원 분포도	6 6
[그림 2-20] 대전권 문화예술관광자원 분포도	0 7
[그림 2-21] 대전권 축제관광자원 분포도	1 7
[그림 2-22] 연도별 대전광역시 해외환자 유치실적	3 7
[그림 2-23] 대전권 산업관광자원 분포도	5 7
[그림 2-24] 대전권 위락관광자원 분포도	7 7
[그림 2-25] 대전권 인문관광자원 분포도	8 7
[그림 2-26] 대전권 관광자원 분포 종합도	9 7
[그림 2-27] 유성관광특구 현황	1 8

[그림 2-28] 대전시티투어 월별 이용객 수(2013~2014)	9
[그림 2-29] 연도별 국내여행 참가자 수	9
[그림 2-30] 여행지별 여행경험자 1회 평균 여행 지출액	9
[그림 2-31] 대전권 방문형태 : 방문경험, 방문목적, 체류시간	9
[그림 2-32] 대전권 관광형태, 동반자유형, 정보습득 경로	9
[그림 2-33] 대전권 도시 이미지	11
[그림 2-34] 대전권 대표관광자원 및 음식	101
[그림 2-35] 대전권 관광 시 불편·부족한 사항 평가	201
[그림 2-36] 대전권 관광활성화를 위해 필요한 사항	201
[그림 2-37] 대전권 관광개발 시 고려사항	31
[그림 2-38] 선호하는 대전권 관광개발 유형	31
[그림 2-39] 제3차 관광개발기본계획 비전 및 전략	501
[그림 2-40] 충청관광권 공간전략 및 개발계획 기본방향	601
[그림 2-41] 2018 관광비전	8
[그림 2-42] 2020 대전권 광역도시계획(변경) 비전 및 전략	111
[그림 2-43] 관광네트워크 구상 및 여가공간 배치도	211
[그림 2-44] 2030년 대전도시기본계획 비전	211
[그림 2-45] 2030년 대전도시기본계획 역사문화관광 네트워크	411
[그림 2-46] 국제과학비즈니스벨트 거점지구 위치도	511
[그림 2-47] 공간전략 및 개발계획 기본방향	811
[그림 2-48] 2030 대전 그랜드 플랜 관광부문 비전과 전략	911
[그림 2-49] 국제관광객 입국자 수 및 관광수입(2005~2015)	831
[그림 2-50] 전국 및 대전권 방문 외래관광객 연도별 추이(2015부터는 추정치)	931
[그림 2-51] 전국 및 대전권 방문 국민국내관광객 연도별 추이(2015년부터는 추정치)	141
[그림 2-52] 대전권 관광여건 종합진단 및 대응과제	051
[그림 3-1] 제6차 대전권 관광개발계획 비전 및 목표	851
[그림 3-2] 제6차 대전권 관광개발계획 공간체계 구상 개념도	561
[그림 3-3] 관광 소권 구상도	6
[그림 3-4] 기존 관광자원개발사업 평가결과	371
[그림 3-5] 보문산 관광개발 기본방향	081
[그림 3-6] 보문산 전망대 여건 및 현황도	181
[그림 3-7] 남해, 정선, 서울 전망대	8
[그림 3-8] 보문스카이힐스(대전랜드마크타워) 이미지	381



[그림 3-9] 관광안내센터 여건 및 현황도	48
[그림 3-10] 호주 관광안내소 i-site	58
[그림 3-11] 관광안내센터 조감도	78
[그림 3-12] 현장사진 및 여건분석	98
[그림 3-13] 워터파크와 연계된 숙박시설 사례	191
[그림 3-14] 현장사진 및 여건분석	51
[그림 3-15] 도입 가능 교통연계수단 사업 개요	791
[그림 3-16] 케이블카(곤돌라) 1차 사업(우선사업 : 대사지구~오-월드) 경로	8·9 1
[그림 3-17] 케이블카(곤돌라) 2차 사업(오-월드~뿌리공원) 경로	9·9 1
[그림 3-18] 케이블카(곤돌라) 스테이션의 구성	002
[그림 3-19] 케이블카(곤돌라)의 내·외부	12
[그림 3-20] 케이블카(곤돌라)의 보관 및 차고 구성	202
[그림 3-21] 케이블카(곤돌라) 이미지	32
[그림 3-22] 녹음열차의 기본 개요	42
[그림 3-23] 녹음열차 탑승장 및 정비소 예시	62
[그림 3-24] 여건 및 현황도	0
[그림 3-25] 관련사례 분석(서울남산, 파천 서울랜드, 세종시 BRT 등)	802
[그림 3-26] 셔틀버스 정류소	2
[그림 3-27] 셔틀버스 노선	2
[그림 3-28] 셔틀버스 조감도	12
[그림 3-29] 팜파크 여건 및 현황도	22
[그림 3-30] 일본 아와지 팜파크 사례	32
[그림 3-31] 파크골프장 및 물 놀이터 조성사례	312
[그림 3-32] 팜파크 조감도	3
[그림 3-33] 덕평자연휴게소 내 ‘달려라 Koko’	92
[그림 3-34] Pet Paradise Resort	92
[그림 3-35] 츠쿠바 왕왕랜드 홈페이지(http://www.sansui.com)	022
[그림 3-36] 플랜더스 파크 비전 및 추진전략	122
[그림 3-37] 대상지 위치도	2
[그림 3-38] 코어 콘텐츠 공간	3
[그림 3-39] 시설구성	2
[그림 3-40] VR 체험관(Virtual Safari)	2
[그림 3-41] 도그풀, 미로존 반려동물 어질리티	722

[그림 3-42] 대전 플랜더스 파크 조감도	72
[그림 3-43] 감성교류시설 조성 예	82
[그림 3-44] 오감만족시설 조성 예	92
[그림 3-45] 신 라이프 스타일 관광시설 조성 예	102
[그림 3-46] 사업추진 및 운영주체	112
[그림 4-1] 국가등산로 조성사업 등산로 위치도	732
[그림 4-2] 스토리가 있는 문화생태탐방로 노선계획(안)	832
[그림 4-3] 중부권과 세종시 배후의 녹색생태관광기능 강화 개념도	932
[그림 4-4] 대청호 오백리길	1
[그림 4-5] 대전둘레산길 잇기	11
[그림 4-6] 대덕사이언스길 노선도	21
[그림 4-7] 대전 보문산 숲길 코스	31
[그림 4-8] 대전 계족산 100리 길 명품 숲길 코스 및 사진	442
[그림 4-9] 3대하천길 코스	51
[그림 4-10] 원도심 어울림길 코스	61
[그림 4-11] 대전의 산성지도, 대전 산성현황과 둘레산길	742
[그림 4-12] 시코쿠 순례길 지도 및 순례자 복장	842
[그림 4-13] 뉴질랜드 밀포드 사운드 주변 경관	942
[그림 4-14] 대전 도보여행 SWOT 분석	91
[그림 4-15] 명품로드 추진전략 개념도	101
[그림 4-16] 대청호오백리길 국제 걷기대회	152
[그림 4-17] 안내판 디자인	21
[그림 4-18] 폐교에서 연수원 겸 게스트하우스로 변신한 칠곡 블루닷 전경	752
[그림 4-19] 대청호변 명품길 예시	81
[그림 4-20] 대청호변 벚꽃 명품길 사업 예정도	852
[그림 4-21] 찬샘마을	1
[그림 4-22] 두메마을	11
[그림 4-23] 녹색관광 농촌마을 조성 추진전략 개념도	962
[그림 4-24] 진한 고향의 장류를 사용한 대전 장맛	1072
[그림 4-25] 콩백숙 및 겉절이	11
[그림 4-26] 돌담	11
[그림 4-27] 마을안내 시설	21
[그림 4-28] 대전 원도심 공정여행, 대흥동 사람들 테마별 프로그램	872



[그림 4-29] 대전 원도심 SNS 미션투어 이벤트	972
[그림 4-30] 대전 원도심 근대문화유산 투어, 워킹! 모던대전	982
[그림 4-31] 전후 도시 재건의 노력	182
[그림 4-32] 일제 강점기의 중앙로 일대	182
[그림 4-33] 대전 원도심의 대표적인 근현대 건축물	282
[그림 4-34] 일제 강점기의 대전천변 교량	282
[그림 4-35] 대전시 도시계획 평면도(1965년 도시재정비계획)	382
[그림 4-36] 대전시 근대건축물 현황(자치구별 지정·비지정 문화재 구분)	482
[그림 4-37] 1900년대 초반 대전시계(市界) 및 주요 근대건축물 현황도 및 분포현황	482
[그림 4-38] 대전시 원도심 지역 주요 근대건축물 사진	582
[그림 4-39] 중앙시장 활성화구역과 주변 영향권	682
[그림 4-40] 대전중앙시장 내 주요 상점가 전경	682
[그림 4-41] 대전시 원도심 지역 특화거리 지정 현황도	882
[그림 4-42] 대전 문화의 흐름, 기억의 거리 - 중교로 조성사업	982
[그림 4-43] 대전청소년위캔센터 전경	982
[그림 4-44] 대전시 문화시설 위치 및 대중교통 연계현황	192
[그림 4-45] 원도심 지역 주요 문화관광 자원	382
[그림 4-46] 원도심 지역 길(가로)에 장소와 이야기 간 결합방식 구조	492
[그림 4-47] 도시공간 내 디지털 유희공간 연출 사진	692
[그림 4-48] 대전 근대건축물 탐방길 구상	782
[그림 4-49] 대전 원도심 지도	882
[그림 4-50] 대전 원도심을 배경으로 한 영화거리 구상	992
[그림 4-51] 밀가루 체험행사 예시 및 대전칼국수 축제	003
[그림 4-52] 대전원도심 도보여행 루트와 연계한 밀가루/칼국수 테마 체험관광 프로그램 구상	03
[그림 4-53] 로컬 푸드 전용 셔틀버스 디자인(안)	303
[그림 4-54] 근대문화예술특구 위치도	483
[그림 4-55] 근대문화예술특구 비전 및 목표	583
[그림 4-56] 근대문화예술특구 특화사업 범위	603
[그림 4-57] 대전 시티투어 주요 코스	683
[그림 4-58] 대전시티투어 월별 이용객 수(2012~2014)	713
[그림 4-59] 대전시티투어 코스별 이용객 및 수입현황	713
[그림 4-60] 2014 대전시티투어 이용객 현황	813
[그림 4-61] 서울시티투어 주요코스	983

[그림 4-62] 뉴욕시티투어 MAP	3
[그림 4-63] 비전 및 추진전략	3
[그림 4-64] 대전형 MICE산업 비전 및 추진과제	843
[그림 4-65] 유니크베뉴 활용사례 : 제주 상그릴라 및 생각하는 정원	943
[그림 4-66] 둔산대공원 활용시설	98
[그림 4-67] 도시브랜드 체계 사례 : 캐나다 토론토, 미국 오리건 주	953
[그림 4-68] 대전산학관 협력체계 관계도	43
[그림 4-69] 대전 메디컬 스트리트 조성도	73
[그림 4-70] 대전전시컨벤션센터 건립계획	83
[그림 4-71] 대덕연구개발특구 엑스포과학공원 특구개발계획 공간이용계획	963
[그림 4-72] 기초과학연구원 및 HD드라마타운 조감도(안)	163
[그림 4-73] 2014 의료관광지수(Medical Tourism Index: MTI) 국가순위 TOP 25	263
[그림 4-74] 2009~2015 외국인 환자 유치 현황	363
[그림 4-75] 국내 의료관광산업의 부문별 국제경쟁력	863
[그림 4-76] 대전시 의료관광 홈페이지	98
[그림 4-77] K-FARM 홍보자료	98
[그림 4-78] 대전시 의료관광객 현황(2009~2014)	173
[그림 4-79] 2014 대전시 상위 국적 외국인환자 현황	173
[그림 4-80] 해외진출 지원 방안	78
[그림 4-81] 대전의료관광 홈페이지	28
[그림 4-82] 광역연계 건강투어버스	38
[그림 4-83] 대전관광 홈페이지	98
[그림 4-84] 대전관광 블로그	98
[그림 4-85] 대전 관광 어플리케이션	138
[그림 4-86] 대전 브랜드 슬로건 및 디자인	138
[그림 4-87] 대전마케팅공사 사업범위 및 목표	238
[그림 4-88] 서울 관광 홈페이지	48
[그림 4-89] 서울 관광 어플리케이션	48
[그림 4-90] 서울마케팅(주) 조직도	58
[그림 4-91] 대전마케팅공사 설립목적 및 사업분야	893
[그림 4-92] 대전 관광마케팅 믹스 예시	88
[그림 4-93] 대전마케팅 방향	9
[그림 4-94] 2014년 외래관광객 충청지역 방문지 현황	304



[그림 4-95] 섬네일 광고의 예시	41
[그림 4-96] 섬네일 홍보 추진 절차	51
[그림 4-97] 대전관광 정보 획득경로	91
[그림 4-98] 대전 방문 시 활동 유형	91
[그림 4-99] 싱가포르 시티갤러리 사례	104
[그림 4-100] 강남관광정보센터 사례	114
[그림 4-101] 강남관광정보센터 의료관광안내 사례	114
[그림 4-102] 안내시설물 예시	81
[그림 4-103] 종합안내관규모 및 일반인과 장애인 시거리	1024
[그림 4-104] 방향안내판 구성요소 및 정방향과 역방향 안내	1024
[그림 4-105] 국내 표식 설치 사례	121
[그림 4-106] 중복개념도	121
[그림 4-107] 중복구간 안내시설별 보완요소	221
[그림 4-108] 효문화마을 전경	51
[그림 4-109] 효 체험관	81
[그림 4-110] 뿌리공원 전경	101
[그림 4-111] 족보박물관 전경	121
[그림 4-112] 효문화진흥원 조감도	181
[그림 4-113] 2016년도 제7회 효문화축제 주요 프로그램	1034
[그림 4-114] 세계 테마파크 순위와 방문객 수 (Top 25 Amusement/Theme Parks Worldwide)	121
[그림 4-115] 월트 디즈니 월드	31
[그림 4-116] 유니버설 스튜디오 재팬 지도 및 해리포터 마법세계 존 사진	434
[그림 4-117] 에버랜드 사과리 및 공연	51
[그림 4-118] 롯데월드 어드벤처	61
[그림 4-119] 오월드 지도	71
[그림 4-120] 연도별 오월드 입장객 수(2006~2014)	834
[그림 4-121] 2014년 오월드 수입금 항목별 비중	934
[그림 4-122] 연도별 대전오월드 입장권/자유이용권 수입금 추이	934
[그림 4-123] 2015년도 상반기 대전오월드 고객만족도 조사결과	1044
[그림 4-124] 롯데월드 어드벤처 매직 패스(Magic Pass) 어플리케이션	344

제1장 계획의 개요



제1절 계획의 배경과 목적

제2절 계획의 범위

제3절 계획의 추진체계와 절차

제1장 계획의 개요

제1절 계획의 배경과 목적

1. 계획의 배경

- 국가단위 중심 경쟁패러다임이 지역, 도시 단위로 전환되고 있으며, 광역권 단위의 경쟁력 강화, 지역별 특성화, 지역주도 발전의 중요성이 증가하고 있어 각 지역에서는 창의성을 기반으로 한 글로벌 지역관광 경쟁력 강화를 도모하고 있음
- 지역관광발전 잠재력을 극대화하기 위해서는 기존의 단편적인 지역관광개발계획에서 벗어나 기존의 정책, 사업과 연계한 유연하고 입체적인 종합계획 수립을 통한 지역관광개발 정책수법의 연속성 확보가 필요함
- 중국, 일본 등 동북아 관광시장의 급성장, 주5일 근무제 시행에 따른 여가시간 증대와 삶의 질 중심의 가치관 확산 등 급변하는 국내외 관광환경 변화와 국민관광 수요의 증가에 부응하기 위한 새로운 관광기반 육성이 필요함
- 국토의 중심부에 위치한 대전권역(이하 “대전권”)은 교통접근성이 높고, 과학·자연·문화 중심으로 다양한 관광자원을 보유하여 관광도시로서의 발전가능성을 갖추고 있으나 체계적인 관광개발이 미흡하여 통합적 관광개발계획 수립이 요구됨
- 대전권의 MICE산업은 과학도시의 이점을 살려 과학 분야 국제회의를 중심으로 유치건수가 지속적인 상승세를 보이고 있으며, 의료관광산업은 해외의료관광객 수가 2011년 1,963명에서 2015년 8,500여 명으로 빠른 성장률을 보이고 있어 수요에 따른 기반시설 확충과 효율적 유치방안이 필요함
- 대전시가 국제과학비즈니스벨트 거점지구로 선정됨에 따라 기초과학연구원, 중이온가속기 등 첨단과학시설들이 조성될 예정이며, 엑스포 재창조사업의 일환으로 사이언스 콤플렉스, HD 드라마타운, DCC 다목적 전시관 등의 건립을 추진하고 있어 조성되는 인프라를 활용하여 세계 과학 관광도시로 도약할 수 있도록 새로운 관광정책을 제시할 필요성이 대두됨
- 따라서 향후 5년간 대전권의 관광정책 목표 및 추진방향 설정을 위해 체계적인 관광개발계획을 수립하여 관광경쟁력을 도모해야함



2. 계획의 목적

- 관광 진흥법 제49조에 의한 제6차 대전권 관광개발계획(2017~2021년, 이하 “제6차 대전권역계획”)은 대전권의 지속적인 관광산업 발전을 위한 중기적인 관광개발 비전과 방향을 설정하고 정책수립의 기초자료 및 향후 관광개발의 지침서로 활용하는데 목적이 있음

【관광 진흥법 제49조 제2항】

“시·도지사는 기본계획에 의하여 구분된 권역을 대상으로 하여 권역별 관광개발계획을 수립하여야 한다.”

- 기존 관광개발사업에 대한 평가를 통해 효율적 관리방안을 제시하고, 실천적 집행이 가능한 관광종합계획을 수립하여 급변하는 관광시장 환경변화에 능동적으로 대처하고, 대전권의 관광산업의 경쟁력을 강화시키고자 함
- 대전권이 보유한 관광잠재력과 자원을 활용하여 지역사회 기반형 관광개발 사업계획 및 진흥계획을 수립함으로써 관광객 유치증대, 지역주민의 복리향상, 지역경제 활성화에 기여함을 목적으로 함

제2절 계획의 범위

1. 공간적 범위

- ▣ 도시 차원 : 대전광역시(총면적 539.98km²)
- ▣ 광역권 차원 : 대전을 중심으로 관광자원 연계 가능한 인접지역 포함



[그림 1-1] 계획의 공간적 범위

2. 시간적 범위

- ▣ 기준년도 : 2015년(2016년)
- ▣ 목표년도 : 2021년
- ▣ 계획기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- ▣ 권역계획은 매 5년마다 수립되는 계획으로서 계획기간 내 실현가능한 사업들을 선정하여 추진하는 실행 계획임



3. 내용적 범위

- ▣ 본 계획은 관광 진흥법 제49조 제2항에 제시된 법정내용을 포함하며, 제6차 권역별 관광 개발계획 수립지침을 근거로 대전권의 특성을 고려하여 다음과 같은 내용적 범위를 설정함
 - 대전권의 관광여건 및 관광동향, 관광 수요·공급 분석
 - 기존 관광자원 개발사업의 종합평가 및 개선방안 제시
 - 신규 관광지 및 관광단지의 조성을 위한 기본계획 및 관광진흥 사업계획, 사업별 집행계획 수립 등

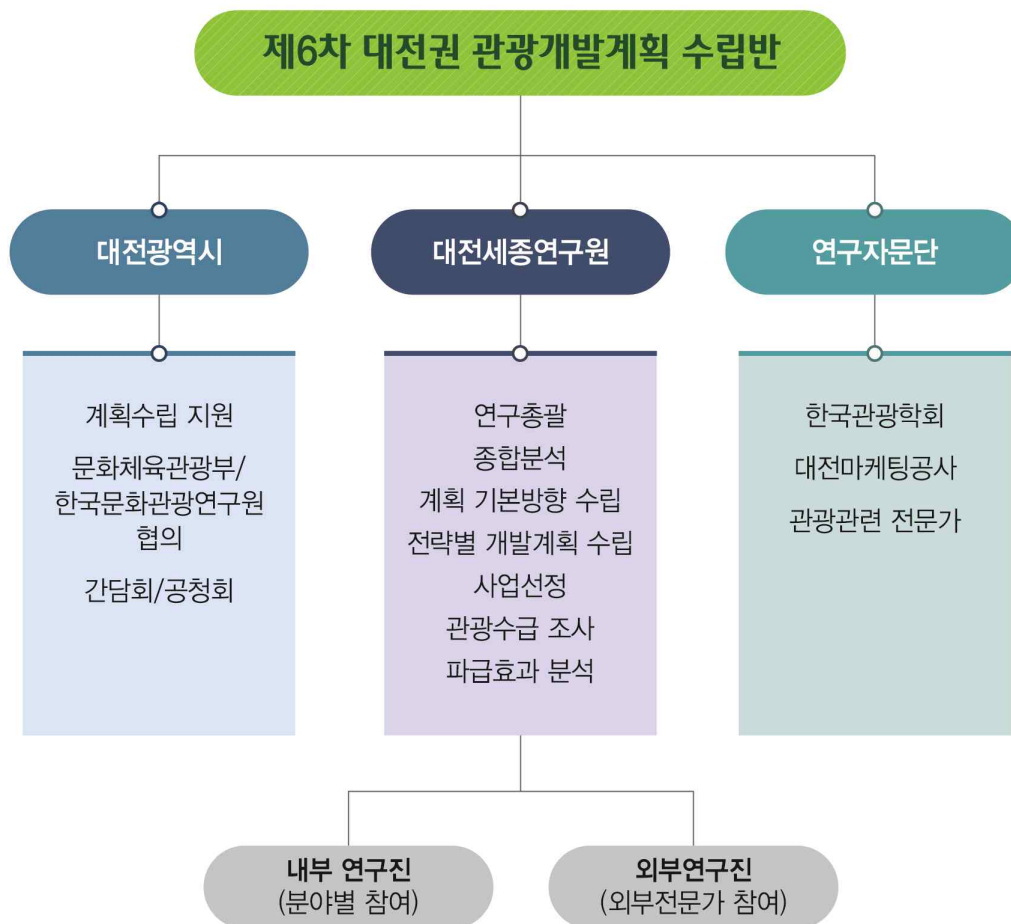
<표 1-1> 계획의 내용적 범위 설정

구 분		세부 계획내용
여건분석	계획의 개요	- 계획 수립의 배경과 목적, 범위, 추진 체계, 절차 및 경과 등
	관광여건 및 동향 분석	- 일반환경변화 및 전망, 관광환경변화 및 전망, 지역현황, 지역관광현황, 집행현황 등 - 제5차 권역별 관광개발계획의 평가 등
	관광수급 분석	- 관광수요 예측, 관광공급 산정, 수급 분석 등
사업계획	관광개발 기본구상	- 개발비전 및 목표, 추진전략 등 - 관광개발 공간체계 구상, 공간별 개발방향 등
	관광개발 사업계획	- 기존 관광자원개발사업 평가, 전략별 관광개발계획 등 - 기존 관광(단)지 평가 및 정비·보완계획, 신규 관광(단)지 개발계획 등
	관광진흥 사업계획	- 관광상품 및 코스, 관광축제 및 이벤트, 관광홍보 및 마케팅, 관광안내정보체계 등
집행계획	사업 추진 체계	- 사업추진방식, 사업추진일정, 지원체계 정비 등
	투자 및 재원조달방안	- 투자계획, 재원조달 방안 등
	개발효과 분석	- 경제적 파급효과, 사회·문화·환경적 파급효과 등

제3절 계획의 추진체계와 절차

1. 계획의 추진체계

- 제6차 대전 권역계획 수립을 위해 대전세종연구원을 중심으로 수립반을 구성하고, 대전광역시와의 협조로 문화체육관광부, 한국문화관광연구원과의 협의과정을 거친 후 계획수립의 과정과 최종계획안에 대해 전문기관의 자문을 실시함
- 대전권 관광에 대한 전반적인 인식과 선호도를 분석하고, 대전권 내 관광행태를 조사하기 위해 외부 연구진에 조사를 외뢰하였으며, 도출된 시사점을 계획에 반영함



[그림 1-2] 대전권 관광개발계획 수립반 구성



2. 계획의 절차 및 경위

1) 계획의 절차

- ▣ 제6차 대전 권역계획은 관광개발에 대한 여건을 분석하여 계획의 과제를 도출하고, 기본구상 제안 후, 관광개발 사업계획과 관광진흥 사업계획, 관광사업 집행계획을 수립함



[그림 1-3] 계획의 흐름도



2) 계획의 수립경위

- ▣ 제6차 대전 권역계획 수립은 2015년 5월 14일부터 2017년 1월 6일까지 대전세종연구원 이 수행하였음
- ▣ 권역계획 수립을 위해 대전세종연구원과 대전광역시, 각 구청 관광 관련 업무수행 공무원, 외부 관광전문가를 영입하여 권역계획 수립반을 구성·운영함
- ▣ 제6차 대전 권역계획의 수립 경위는 다음과 같음
 - 2015. 06. 06 : 제6차 대전권 관광개발계획 연구용역 「착수보고」
 - 2015. 06. 28 : 전 국민 대상 대전관광이미지 및 관광행태에 관한 「설문조사」
 - 2015. 11. 26 : 「유성관광특구 활성화방안 포럼」
 - 2016. 02. 17 : 제6차 대전권 관광개발계획 연구용역 「중간보고」
 - 2016. 06. 29 : 관광개발사업 전문가 자문회의
(충남, 충북, 광주, 부산, 대구 권역별 관광개발계획 수립 연구진 회의)
 - 2016. 11. 30 : 제6차 대전권 관광개발계획 연구용역 「최종보고」

3) 계획 관련 전문가 의견 수렴

- ▣ 문화체육관광부 지침과 상호 부합성이 유지되었는지를 최종적으로 점검하여 준비 필요함
- ▣ 관광개발 기본구상의 비전을 보다 체감 가능한 용어로의 검토 필요함
- ▣ 전략환경영향평가는 “도시”라는 특성을 반영하여 개략적으로 협의하는 방향 모색 필요함
- ▣ 비전과 목표가 명료하나 대전의 특성을 반영한 키워드로서 목표를 구체화하고, 전략과제로 핵심적인 사항을 부각시켜서 10개 이내로 줄이는 방향 검토
- ▣ 관광진흥사업은 하드웨어 사업보다는 소프트웨어 사업을 중심으로 제안하여 정리 필요함
- ▣ 집행계획에서 투자계획을 대전시 중기재정계획을 고려한 총량예산에서 관광예산의 조달 가능성을 고려하여 사업비 추계가 요구됨
- ▣ 외래관광객의 유입을 전제로 한 관광개발과 대전시민들이 여가활용차원에서 개발이 전제된 관광자원을 구분해서 접근하는 것이 필요함
- ▣ 대전권만의 특징적인 관광자원은 과학단지 및 행정·쇼핑타운이 될 것으로 판단되며, 마

이스산업 입지로 충분히 가능할 것으로 판단됨

- 계족산권, 장태산권, 대청호권 등은 1차적으로 대전시민들의 여가활용 차원에서 접근이 용이한 관광자원으로 판단됨
- 원도심 관광활성화 진흥계획은 외래관광객 및 대전시민 모두가 찾을 수 있는 관광자원화 가능성이 충분한 것으로 사료됨
- 보문산을 중심으로 관광활성화를 도모하려는 의도는 돋보이며, 원도심 활성화를 위한 관광수단화 방안도 의미가 높음
- 충남과 충북, 세종시와의 광역적인 접근체계는 다소 보강될 필요성이 있음
- 17개 광역자치단체와 비교하여 열악한 관광행정 위상도 시급한 문제로 판단되며, 실현 가능한 예산확보와 재원조달 방안도 현실적인 과제라 판단됨
- 관광수급 분석에 있어 신규로 조성되는 관광 공급 시설 인프라(숙박, 관광지)의 고려가 되어야 함
- 전략별 관광개발 사업계획 내 보문산 관광개발 사업계획과 타 시설사업과의 차이가 크므로 전략사업을 1-2개 정도 추가하여 전략적인 추진이 필요함
- 국비 공모로 추가할 만한 사업 제안이 요구됨
- 대전에서 자체적으로 추진중인 계획(플랜더스 파크 등)은 본 계획에서의 재반영 필요성 의문임
- 대내외적 환경변화에 따른 불확실성 차원의 극복방안, 대전관광활성화 방안의 접근방식 추가가 요구됨
- 환경적 측면의 전략적 대응 및 실행방안의 강구가 모색되어야 함



제2장 관광개발 여건분석

- 제1절 관광개발 환경분석
- 제2절 대전권 관광개발 여건분석
- 제3절 제5차 대전권 관광개발계획
평가
- 제4절 관광수급 분석
- 제5절 종합분석 및 계획과제



제2장 관광개발 여건분석

제1절 관광개발 환경 분석

1. 일반 환경 변화 및 전망

1) 국제 환경 변화 및 전망

(1) 정치적 변화(Politics)

가. 세계정치의 다자주의 시대

- 세계정치는 국제연합(UN), 세계무역기구(WTO), 경제협력개발기구(OECD) 등 다수 국가가 참여하는 기구가 주도권을 쥐는 다자주의 시대를 맞이하고 있으며, 이는 향후 세계 권력의 분산으로 이어질 전망이다
- 미국 국가정보위원회(National Intelligence Council, NIC)의 ‘글로벌 트렌드 2030 : 대안적 세계(Global Trends 2030 : Alternative Worlds)’에 의하면 2030년에는 패권주의적인 지위를 지닌 강대국이 없을 것으로 예측함
- 기존의 강대국들이 신흥 강대국들의 부상으로 변화를 겪게 될 전망이며, 국가 권력이 약화되고 대도시, 지역의 권한은 급속히 커질 것으로 예상됨

나. 협력적 거버넌스 구축의 필요성 증대

- 다양한 형태의 네트워크를 기반으로 한 비정부기구, 다국적기업, 연구기관, 부유층 등 비국가 세력의 권력이 확대될 것으로 전망됨
- 실업률 증가, 양극화, 사회적 불안 등 사회 경제적 문제들에 대한 우려가 커짐에 따라 협력적 거버넌스 구축의 필요성이 증대될 것으로 예측되며, 협력적 거버넌스의 구축은 중앙정부, 지자체, 지역주민, 산업, 연구기관 등 다양한 주체들의 참여와 협력이 요구됨

(2) 경제적 변화(Economical)

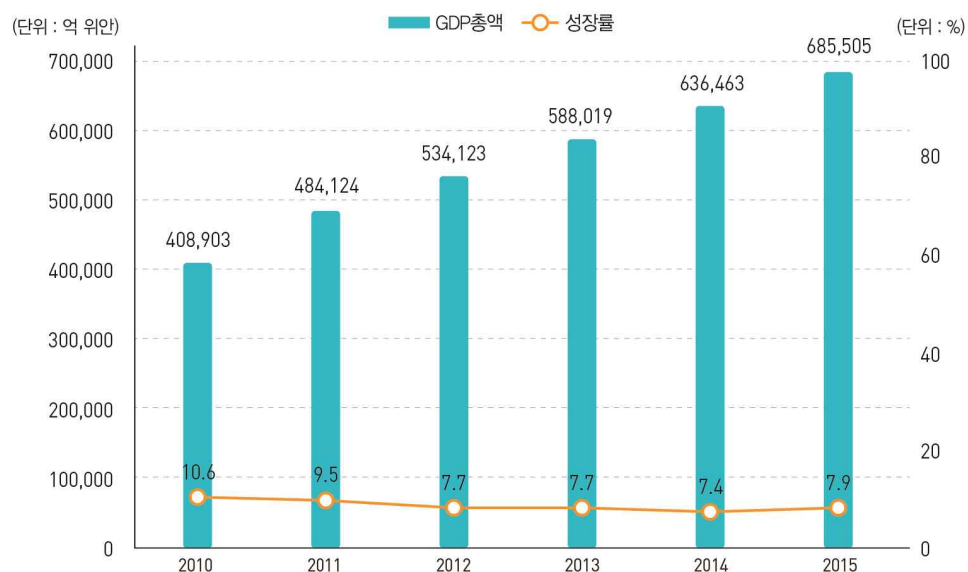
가. 팍스 아시아나(Pax Asiana), 넥스트 아시아(Next Asia) 시대의 도래

- 19세기 영국, 20세기 미국, 21세기 중반 중국을 포함한 아시아로 중심세력이 재편되고 있으며, 중국·일본·한국을 중심으로 한 동북아 지역이 빠른 속도로 발전하고 있어 팍스아시아나(Pax Asiana) 시대가 도래될 것으로 전망됨

- ‘아시아나이제이션(Asianization, 아시아가 주도하는 세계화)’ 패러다임으로 전환될 것으로 전망되며, 향후 세계의 경제력이 아시아로 이동하고 아시아 지역 내 투자 및 교역이 확대될 것으로 예측되고 있음

나. 신흥경제국의 성장

- 거대 영토와 인구, 풍부한 지하자원 등을 가진 브라질, 러시아, 인도, 중국이 신흥경제국으로 성장하여 세계 최대의 경제권이 될 것으로 전망되고 있음
- 특히 중국은 개혁개방 이후 가파른 경제성장에 힘입어 미국에 이어 G2 국가로 부상하였으며, 2015년 중국의 GDP규모는 전년대비 7.9% 성장한 68조 5,505위안으로 전년대비 소폭 상승하였으며 2010년부터 안정적으로 성장하고 있어 최대 성장국가지위를 유지할 것으로 전망됨
- 이외에도 멕시코, 인도네시아, 나이지리아, 터키 4개국이 유망 신흥시장으로 새롭게 부상하고 있으며, 이들은 대규모 인구, 풍부한 천연자원 등 경제 성장을 위해 필요한 잠재력을 갖추고 있는 것으로 평가되고 있음



[그림 2-1] 중국 GDP총액 및 성장률 추이(2010~2015)

자료 : 중국국가통계국(2015), 2015년 국민경제사회발전통계공보.

다. 융합 패러다임의 확산

- 산업융합은 이종·다종 산업 간 제품 및 서비스가 상호 결합하여 기존에 없었던 새로운 제품·서비스를 제공하는 것을 의미하며, 이는 기존 산업의 혁신 및 고도화를 촉진시킴
- 산업 융합은 최초 단순한 기능복합에서 시작하여 기술 결합을 거쳐 최근에는 인문·예술 분야 등을 포괄하는 가치융합의 개념으로 진화하면서 세계경제의 패러다임 변화를 주도하고 있음



(3) 환경적 변화(Ecological)

가. 글로벌 아젠다(Global Agenda)에 대한 중요성 심화와 수용 요구 증대

- ▣ 기후변화와 온난화로 세계 연평균 자연재해 발생건수는 1970년대에 90건에서 2000년 449건으로 5배 가까이 늘어났으며 최근 자연재해 발생빈도와 피해규모가 급증하고 있음
- ▣ 환경오염, 기후변화, 금융위기 등 21세기 국제사회의 글로벌 아젠다에 대한 중요성이 심화되고 있으며, 이를 해결하기 위한 국제협력을 지속적으로 강화하고 있음
- ▣ 특히 기후변화, 그린뉴딜, 안전, 건강 등 핵심 이슈들은 국가 및 지역발전 정책에 있어 필수적으로 고려되어야 할 최우선 키워드로 부상함

나. 그리노믹스(Greenomics)산업이 새로운 국제질서와 헤게모니로 등장

- ▣ 정보기술(IT), 청정에너지 등 녹색기술을 바탕으로 경제 성장을 추구하는 친환경 경제 개발전략인 그리노믹스(Greenomics)가 새로운 성장 동력으로 등장함
- ▣ 미국, 독일, 프랑스, 영국 등 선진국들을 중심으로 그린뉴딜(Green New Deal) 정책을 통해 글로벌 신성장 엔진을 확보하고 녹색성장 패러다임을 구축하려는 노력들이 증가하고 있음
- ▣ 특히, 세계 각국은 미래의 에너지 고갈과 기후변화에 대응하기 위한 대안 중 하나인 신재생에너지 산업의 중요성을 인식하고, 관련기술 수준향상, 산업육성, 보급기반 확대 등 산업기술의 발전을 촉진시키기 위한 정책을 추진하고 있음

(4) 사회적 변화(Social)

가. 인구 고령화 가속화

- ▣ 2020년 전후로 절대인구 수는 감소할 전망이며, 출산율 저하 및 평균 수명연장으로 초고령사회에 진입할 것으로 예측되고 있음
- ▣ 고령인구의 증가로 인해 노인을 주요 수요자로 하는 제품 및 서비스를 제공하는 고령친화산업의 수요가 지속적으로 증가할 것으로 예상됨

나. 新소비계층 등장과 소비주체의 다각화 전망

- ▣ 문화의 다양성 수용으로 물질적인 삶보다는 정신적인 삶을 중시하는 독특한 라이프스타일과 문화를 즐기려는 사람들이 증가하고 있으며, 트라이슈머(Trysumer), 트랜슈머(Transumer), 그린슈머(Greensumer) 등 새로운 소비층이 등장함
- ▣ 新소비계층은 간접정보에 의존하기보다 직접 새로운 서비스, 상품을 경험하는 것을 선호하며, 아울러 환경 친화적인 소비활동을 추구하는 경향이 두드러지고 있음
- ▣ 개인의 삶을 중시하는 가치관의 확산에 따라 개인의 특성에 맞는 맞춤형 소비문화가 확

산되고 있어 소비주체의 다각화가 전망됨

(5) 기술적 변화(Technology)

가. 초고속 네트워크 시대 전개와 소셜 인플루언스 마케팅 관심 증대

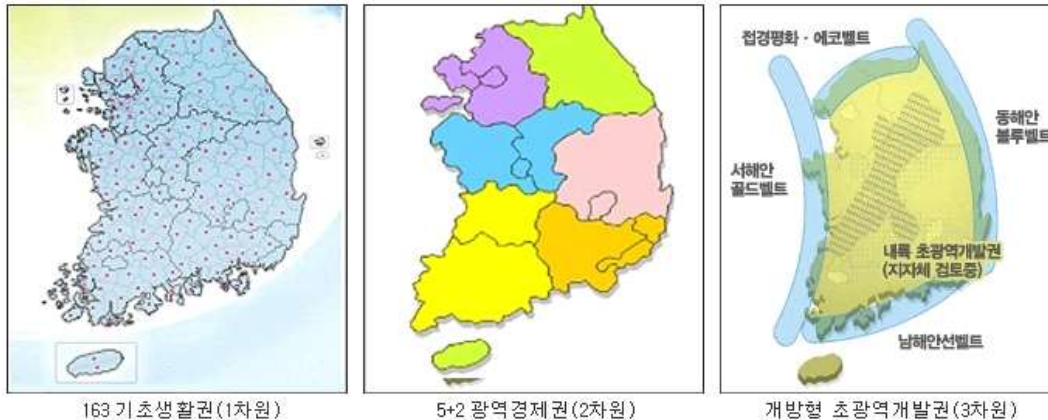
- ▣ 교통의 발달로 생활권·여가활동의 공간적 범위가 확대되고, 초고속 정보망을 통해 시공간적 제약요소가 해소될 전망이다
- ▣ 트위터, 페이스북 등 소셜 미디어(Social media)가 급성장하면서 이를 활용한 소셜 인플루언스 마케팅(SIM, Social Influence Marketing)에 대한 관심이 증대됨
- ▣ 소셜 인플루언스 마케팅의 효과는 특정 마케팅 활동의 범위를 넘어서는 파급효과를 내고 마케팅이 중단된 후에도 그 영향력이 지속되는 효과 때문에 많은 기업들이 소셜 미디어를 통한 소셜 네트워킹(social networking)에 대한 광고 지출을 점차 늘리고 있는 추세임

2) 국내 환경 변화 전망

(1) 정치적 변화(Politics)

가. 지역의 글로벌 경쟁력 확보를 위한 지역 간 연계구조 변화 예상

- ▣ 도시와 지역이 국가의 경쟁력을 견인하고 광역단위의 경쟁력 강화가 글로벌 시각에서 핵심적인 지역발전정책으로 대두하고 있음
- ▣ 개별 공간단위로서 지역이 아닌 지역 간 연계구조(Interregional Structure of Network)를 통한 다중심 지역 체계, 지역 간 연계·협력 체계로 변화하고 있는 추세임
 - － 우리나라는 글로벌 경쟁체제에 적합한 국토구조 변화를 위해 3차원적(초광역개발권~광역경제권~기초생활권)으로 신지역 발전체계를 수립하고, 규모별 입체적 추진전략을 마련하고 있음



[그림 2-2] 국토의 3차원적 지역발전전략

나. 자유무역협정(FTA)의 확대

- 우리나라는 2000년대 이후 자유무역협정(FTA)의 확대를 통해 지속적인 개방 및 세계 교역 증진을 도모하며, 2015년에는 수출 1위 국가인 중국과의 FTA를 포함하여 캐나다, 뉴질랜드, 베트남과의 FTA를 발효함으로써 글로벌 시대의 FTA 선두주자로 발돋움하고 있음. 2016년 6월 현재 FTA 발효 및 추진 중인 국가는 73개국임.
- 우리나라가 체결한 FTA 교역국들의 수입시장 규모는 13.3조 달러로 전 세계의 71.2%를 차지하며 소비시장 규모를 가늠하는 인구는 43억 명으로 세계 전체 인구의 60.3%를 차지하고 있음
- 특히 2014년 신흥경제국인 중국과의 FTA 협상 타결로 철강, 석유화학, 패션, 스포츠·레저용품, 건강, 가전제품 등의 산업에서 특혜 관세로 가격 경쟁력을 강화하게 되어 한국 경제에 새로운 성장 동력이 될 전망이며, 관광산업 역시 개방수준이 확대되어 중국과의 관광 교류가 활성화 될 전망이다

(2) 경제적 변화(Economical)

가. 저성장 및 양극화 심화

- 글로벌 경제위기 이후 우리나라 역시 글로벌 위기와 내수부진이 심화되면서 잠재성장률이 3% 중반으로 하락하여 저성장 기조가 지속되고 있음
- 우리나라는 최근 20년간 중산층이 몰락하면서 양극화와 불평등이 심화되고 있으며, 고용불안, 노후준비 등의 영향으로 가계소득이 증가했음에도 불구하고 평균소비성향이 하락하고 있는 추세임
- 경기침체가 장기화 되면서 합리적인 가격에 디자인, 실용성을 겸비한 제품 및 서비스를

선호하는 소비행태인 칩시크(Cheap-chic)가 확산되고 있으며, 빈부격차 해소를 추구하고, 기업의 지속적인 성장 및 안정적인 사회를 이루기 위한 방안으로 새로운 자본주의 모델인 공유가치창출(Creating Shared Value, CSV)이 주목받음

나. 소비시장에서 여성 구매력 및 영향력 확대

- 여성의 경제활동 참여율이 증가하고 사회적 지위가 향상되면서 소비시장에서 여성의 영향력이 확대되고 있음
- 여성자신 외에도 가족, 주변지인을 위한 구매대리자의 역할을 수행하면서 전통적으로 남성의 구매 영역인 전자제품, 자동차 등의 구매결정도 여성이 주도하고 있는 추세임

다. 중국 소비시장의 세분화 및 다양화

- 중국의 경제성장, 서비스 산업발전, 임금인상, 공공지출 증가, 소득 재분배, 생활수준 향상, 도시화, 중산층의 증가 등으로 중국의 소비시장이 급속도로 성장하고 있으며, 세분화·다양화되고 있음
- 「트렌드 차이나 : 중국 소비 DNA와 소비트렌드 집중 해부(김난도·전미영·김서영, 2013)」는 중국 소비자를 VIP형, 자기만족형, 트렌디형, 실속형, 열망형, 검약형으로 구분하였으며, 현대경제연구원에서는 라셔족, 라테족, 타오바오족, 러휘족으로 세분화하였음
- 럭셔리 소비를 즐기는 상류층의 비중이 급격히 상승하여 중국 전체 가구의 30% 이상을 차지하며, 명품 브랜드를 사회적 지위를 과시하는 수단으로 인식해 세계 명품 소비에서 중국이 차지하는 비중은 지속적으로 증가할 전망이다

<표 2-1> 중국 소비시장의 신 소비족 유형

소비유형			특징
화(華)	사치형	라셔족(辣奢族)	고소득을 바탕으로 럭셔리 소비를 즐기는 소비족
		차누(车奴) 카누(卡奴)	소득 수준에 비해 과도한 소비로 자신을 과시하는 소비족
		타징지(她经济)	럭셔리제품에 대한 소비욕구가 높은 여성 소비족
유(遊)	문화 향유형	CC족 (Culture Creative族) 라테족(LATTE族)	여행, 스포츠, 헬스 등 다양한 문화적 호기심을 충족하고 싶어 하는 소비족
편(便)	스마트형	타오바오족(淘宝族) QQ족(QQ族)	온라인 쇼핑몰을 통해 생활에 필요한 제품 정보를 검색 및 구입하는 소비족
강(康)	웰빙형	러휘족(乐活族) 뤄커족(绿客族)	2008년 이후 웰빙에 대한 수요가 증가함에 따라 건강·친환경적 소비를 중시하는 소비족

자료 : 현대경제연구원(2013). 중국의 신소비 트렌드, 화유편강(華遊便康).



(3) 환경적 변화(Ecological)

가. 에너지 절감 및 자원 활용 가치 제고

- ▣ 에너지절약제품을 선호하는 소비자들의 수요를 반영하여 소비전력이 적게 드는 가전제품, 기능성 멀티탭 등 다양한 에너지절약 제품들이 시장에 나오고 있으며, 대체에너지 기술을 적용한 제품들도 좋은 반응을 얻고 있음
- ▣ 교통, 상하수도, 화재예방, 방범 등의 도시 인프라에 첨단 ICT 시스템을 적용하여 효율성을 높이고 환경을 보호하며 에너지를 절약할 수 있는 지속가능한 도시 개발에 대한 관심이 증대되고 있음
- ▣ 기존에 버려지는 제품을 단순히 재활용하는 차원을 넘어서 새로운 가치를 창출하여 새로운 제품으로 재탄생시키는 업사이클링(Up-cycling) 문화가 건축 영역까지 확산됨

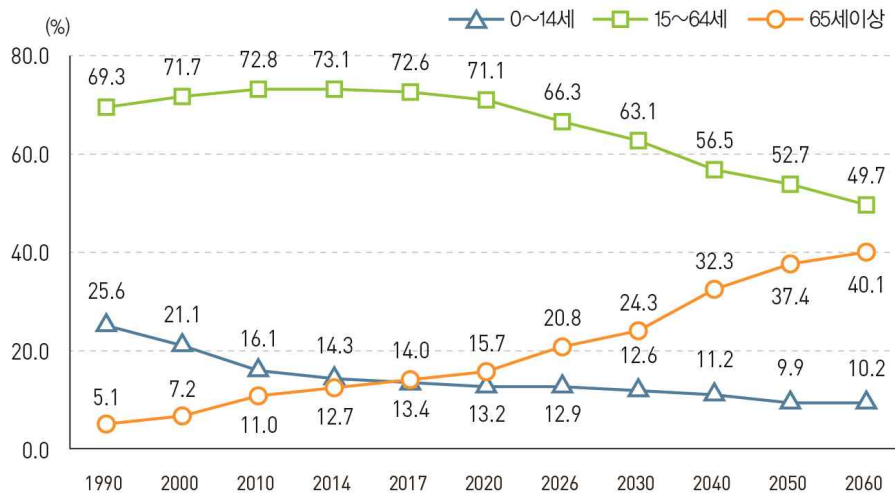
나. 친환경 패러다임의 확산

- ▣ 친환경의 중요성에 대한 인식이 확산되면서 친환경적인 라이프스타일에 대한 관심이 높아지고 있으며, 친환경 소비에 대한 움직임도 확산되고 있음
- ▣ 건강과 지속적인 성장을 추구하는 생활방식을 추구하는 로하스족(LOHAS)은 개인의 건강뿐만 아니라 장바구니 사용, 일회용품 사용 줄이기, 프린터의 카트리지 재활용 등 환경까지 생각하는 친환경적인 소비행태를 보임

(4) 사회적 변화(Social)

가. 인구 고령화 가속화

- ▣ 우리나라의 고령인구(65세 이상)는 1990년 219만 5천명(5.1%)에서 2014년 638만 6천명(12.7%)으로 지속적으로 증가하였으며, 2030년 1,269만 1천명(24.3%), 2060년 1,762만 2천명(40.1%) 수준으로 성장할 것으로 전망됨



[그림 2-3] 고령인구 추이

자료 : 통계청(2014), 2014 고령자통계.

- 한국보건산업진흥원(2011)에 의하면 고령친화산업 시장규모는 총 33조 2,241억 원으로 추정되고 있으며, 2020년에는 약 125조 원으로 성장할 것으로 전망됨
- 한국 경제 성장 동력을 담당해 왔던 베이비부머 세대가 65세 이상의 실버층으로 이동하면서 이전 세대와는 달리 적극적인 소비행태를 보여 뉴 시니어(New Senior)로 지칭하고 있으며, 고령화시대의 새로운 소비계층으로 부상하고 있음

나. 느리게 사는 삶, 다운 시프트족의 증가

- 기존에 일만 중시하던 삶에서 벗어나 가족이나 개인의 여가활동 시간을 가짐으로서 일과 삶의 균형(Work-Life Balance)을 찾고 삶의 질을 높이자는 사회적 논의가 확산되고 있으며, 여가활동의 중요성이 더 커질 것으로 전망됨
- 느리게 사는 삶을 추구하고, 정신적인 가치를 중시하면서, 고소득이나 빠른 승진보다는 비록 저소득일지라도 여유 있는 직장생활을 즐기는 다운시프트족이 증가하고 있음

다. 힐링 라이프스타일의 확산

- 사회 전반적인 불안감과 지친 삶 속에서 공감, 위로, 치유에 대한 수요가 급증함에 따라 정신의 치유를 강조하는 힐링이 주요 사회문화 코드로 부상함
- 우리나라에서 힐링 트렌드가 활성화되면서 힐링 관련 상품이 명상, 요가, 스파 등에서 더 나아가 식품, 화장품, 가구, 패션, 의료, 문화, 관광 등 광범위한 부문에 걸쳐 출시되고 있음

(5) 기술적 변화(Technology)

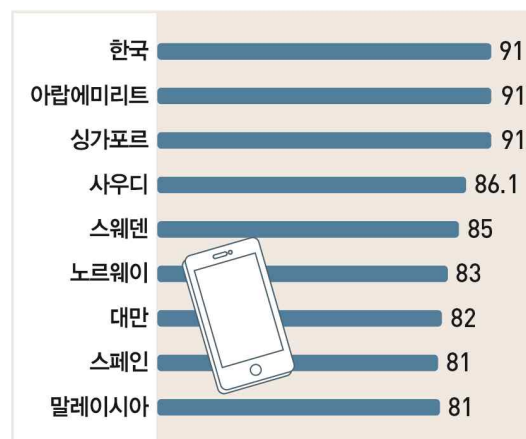
가. ICT 기반 융합산업 잠재력 확대



- 창조경제는 상상력과 창의성을 핵심가치로 두고 과학기술과 ICT를 다양한 산업에 접목 시킴으로써 새로운 부가가치와 일자리, 그리고 성장 동력을 창출하는데 목적을 두고 있음
- ICT 부문은 지식·아이디어의 생성과 확산, 창업, 성장에 기여하는 것뿐만 아니라 교육, 의료, 상거래, 물류 등 다양한 산업과의 융합을 통해 새로운 기회를 창출해내고 있음
- 최근 ICT 융복합 기술의 발달로 창의적인 아이디어만 있으면 이를 사업화할 수 있는 창업 기반이 강화되고 있어 ICT 기술을 기반으로 한 창업 생태계가 조성되고 있으며, 이전보다 창업할 수 있는 기회가 점점 더 많아지고 있는 추세임

나. 디지털 노마드시대(Digital Nomad)의 도래

- 첨단 기술을 의미하는 디지털에 유목민을 뜻하는 노마드를 합성한 말로 휴대폰과 노트북, 디지털카메라 등과 같은 첨단 디지털 장비를 갖춘 사람들이 시간과 공간의 제약에서 자유롭고 정착을 거부하는 디지털 노마드시대가 도래함
- 2009년 2%대에 머물던 한국의 스마트폰 보급률이 2014년 84.1%로 급증하였음. 소셜커머스 위메프에 따르면, 모바일 상품구매비율이 2013년 50%에서 2014년 초 60%로 증가하였고, 말에는 70%로 증가한 것으로 나타나 일상생활과 비즈니스를 모두 모바일에서만 처리하는 모바일 온리(Mobile Only)의 시대가 될 것으로 예측됨



[그림 2-4] 스마트폰 보급률 80% 이상 국가

주 : 호주, 네덜란드, 이스라엘, 덴마크 80%
 2016년 3월 기준, 사우디는 2015년 3월 기준
 자료 : TNS, KT경제경영연구소

2. 국내외 관광 동향 및 전망

1) 국제 관광 동향 및 전망

(1) 국제 관광시장 현황

가. 세계 관광시장 동향

- 세계관광기구가 발표한 ‘세계 관광시장동향(World Tourism Barometer)’에 의하면, 2015년 국제관광객 수는 11억 8,400만 명으로 전년도 11억 3,400만 명보다 4.4% 증가 추세를 보였고, 2009년 이후로 지속적인 성장세를 보이고 있으며, 전 세계 모든 지역에서 국제관광객 수가 증가한 것으로 집계되었음
- 국제 관광수입 역시 전년대비 3.6% 증가한 1조 2,320억 달러를 기록하며, 2015년에 약간 감소하였으나 2010년부터 지속적인 성장세를 보이고 있으며, 2015년 국제관광객의 1인당 평균 관광 지출액은 2014년보다 소폭 상승한 1,040달러로 나타남



[그림 2-5] 2015년도 국제관광객 수 분포도

자료: UNWTO(2016). World Tourism Barometer. Vol 14.

- 2015년 유럽지역을 방문한 국제관광객 수는 전년대비 5.0% 증가한 6억 910만 명으로 전 세계 인바운드 시장의 51.4%를 점유하였으며, 2015년 기준 유럽지역은 관광수입 측면에서도 4,481억 달러의 수입을 올린 것으로 추정되어 전 세계 관광수입의 36.4%를 차지하는 것으로 조사됨



- 2015년 세계 아웃바운드 지출액은 1조 2,320억 달러로 잠정 집계되었으며, 2012년 미국을 제치고 세계 1위의 아웃바운드 지출국이 된 중국이 2015년도에도 2,922억 달러(잠정치)를 지출한 것으로 추정되어 세계 최대 아웃바운드 지출국으로 자리매김함

나. 지역별 국제 관광시장 동향

- 지역별 국제 관광시장의 동향을 살펴보면 전 세계 인바운드 시장의 절반 이상을 점유하고 있는 유럽지역은 2000년 57%, 2005년 55%, 2015년 51.4%로 그 비중이 점차 감소하고 있는 추세임

<표 2-2> 국제관광객 현황 및 성장률(2010~2015)

(단위 : 백만 명, %)

구 분	국제관광객 수						성장률						시장점유율		
	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	10/09	11/10	12/11	13/12	14/13	15*/14	2013	2014	2015*
세계전체	950	994	1,040	1,088	1,134	1,184	6.5	4.6	4.7	4.6	4.2	4.4	100	100	100
유 럽	489.4	520.6	541.1	566.8	580.3	609.1	3.1	6.4	3.9	4.8	2.4	5.0	52.1	51.2	51.4
아시아/태평양	205.5	218.3	233.8	249.9	264.4	277.0	13.2	6.2	7.1	6.9	5.8	4.8	23.0	23.3	23.4
미 주	150.2	155.6	162.6	167.6	181.7	190.7	6.3	3.6	4.5	3.1	8.4	4.9	15.4	16.0	16.1
아프리카	50.4	50.1	52.4	54.7	54.9	53.5	9.3	-0.7	4.6	4.4	0.3	-3.3	5.0	4.8	4.5
중 동	54.7	49.5	50.6	49.1	52.4	54.1	13.1	-9.6	2.2	-2.9	6.7	3.1	4.5	4.6	4.6

* 잠정치

자료 : UNWTO(2016), World Tourism Barometer, Vol 14.

- 2015년 기준 아시아/태평양 지역을 방문한 국제관광객 수는 2억 7,700만 명으로 전년대비 4.8% 증가하였으며, 전체 인바운드 시장에서 23.4%를 차지하고 있음. 2015년 기준 관광수입은 총 4,189억 달러를 기록하면서 전 세계 관광수입의 34.0%를 차지함
- 특히 동북아시아 지역(중국, 홍콩, 일본, 한국, 마카오, 대만)이 4.4%, 동남아시아 지역(인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남)이 5.1%의 성장률을 보이며 아시아·태평양 지역의 성장세를 주도하고 있음
- 미주 지역은 미국 경제 회복 등에 힘입어 2014년 국제관광객 1억 8,170만 명을 유치하여 8.4%의 가장 높은 지역성장률을 기록하였으며, 지역정세의 불안으로 감소세를 보이던 중동지역 역시 4년 만에 성장률을 보이며 2014년 국제관광객 수를 5,240만 명을 기록함

<표 2-3> 세계 관광수입 규모(2014~2015)

(단위 : US\$10억, %)

구 분	관광수입		성장률	1인당수입(US\$)	비중
	2014	2015*	15*/14	2015*	2015
세계 전체	1,295	1,232	3.6	1040	100
유 럽	512.9	448.1	2.6	740	36.4
아시아/태평양	420.1	418.9	4.0	1500	34.0
미 주	274.0	277.2	3.7	1450	22.5
아프리카	36.2	33.2	2.4	620	2.7
중 동	51.5	54.6	4.3	1020	4.4

* 잠정치

자료 : UNWTO(2016), World Tourism Barometer, Vol 14.

다. 국가별 국제 관광시장 동향

- ▣ 2015년을 기준으로 세계에서 관광객을 가장 많이 유치한 국가는 프랑스로 2012년에 이어 계속 1위를 유지하고 있으며, 미국, 스페인, 중국, 이탈리아 등의 순으로 잠정 집계됨
- ▣ 관광수입에서는 미국이 2,045억 달러로 2, 3위와 상당한 격차를 나타내며 1위를 고수하고 있고, 다음은 중국, 스페인, 프랑스, 영국 순으로 나타나고 있음. 중국은 2014년 569억 달러에서 2015년 1,141억 달러로 2배정도 증가한 것으로 파악되어 높은 실적을 보여주고 있음.



<표 2-4> 2015년도 세계 관광 상위국의 주요통계

(단위 : 백만 명, US\$10억)

순위	국 가 명	관광객 수*	순위	국 가 명	관광수입*
1	프랑스	84.5	1	미국	204.5
2	미국	77.5	2	중국	114.1
3	스페인	68.2	3	스페인	56.5
4	중국	56.9	4	프랑스	45.9
5	이탈리아	50.7	5	영국	45.5
6	터키	39.5	6	태국	44.6
7	독일	35.0	7	이탈리아	39.4
8	영국	34.4	8	독일	36.9
9	멕시코	32.1	9	홍콩	36.2
10	러시아	31.3	10	마카오	31.3
21	한국	13.2	21	한국	15.2

* 잠정치

자료 : UNWTO(2016). tourism Highlights, 2016 Edition.

- 아시아 지역 주요 국가들을 살펴보면, 세계 방문객수에서 4위를 차지하고 있는 중국이 아시아권에서는 관광객 수에서 압도적으로 1위를 기록하고 있으며, 관광수입·지출 측면에서도 중국이 1위를 차지하여 타 국가들에 비해 월등히 높은 실적을 보여주고 있음. 관광지출측면에서는 전년대비 26.2% 상승한 2,922억 달러로 잠정 집계 되었으며, 2위를 차지한 미국의 1,129억 달러보다 두 배 이상 높은 것으로 파악됨.

<표 2-5> 2015년도 아시아지역 상위국가 관광통계

(단위 : 백만 명, US\$10억)

순위	관광객 수*		관광수입*	
	국 가	인 원	국 가	금 액
1	중국	56.8	중국	114.1
2	태국	29.8	태국	44.5
3	홍콩	26.6	홍콩	36.1
4	말레이시아	25.7	마카오	31.3
5	일본	19.7	일본	24.9
6	마카오	14.3	인도	21.0
7	한국	13.2	말레이시아	17.5
8	싱가포르	12.0	싱가포르	16.7
9	대만	10.4	한국	15.2
10	인도네시아	10.4	대만	14.4

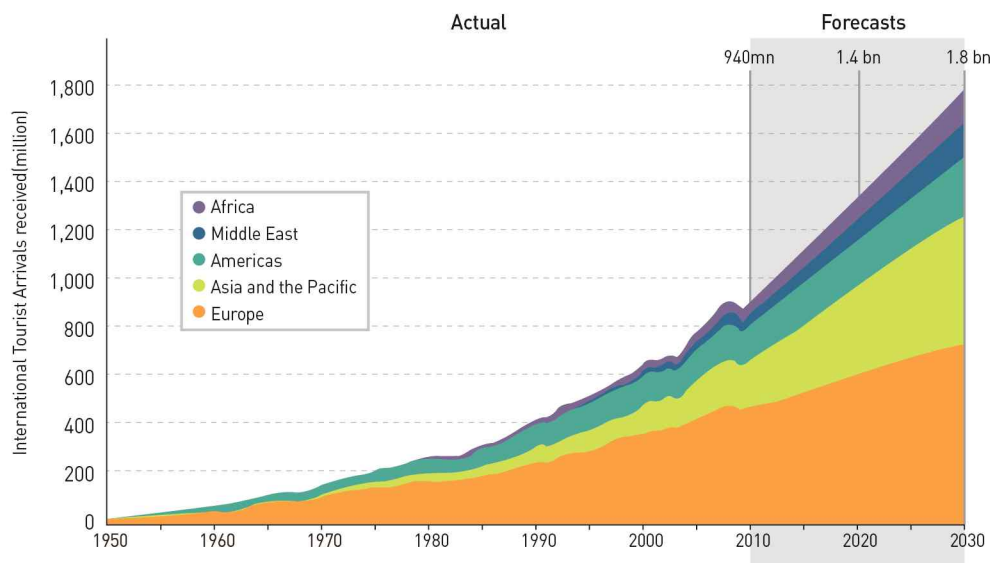
* 잠정치

자료 : UNWTO(2016), Tourism highlights, 2016 Edition.



(2) 국제 관광시장 전망

- 세계관광기구(UNWTO)에 의하면, 세계 관광산업은 지속적으로 성장할 것으로 전망하고 있음
- 국제관광객 수는 1995년부터 2010년까지 매년 평균 3.9% 성장한 것으로 집계되었으며, 2010년~2030년 기간 동안 매년 3.3% 성장하여 2010년 9.4억 명에서 2020년 13억 6천명, 2030년에는 18억 명을 넘을 것으로 예측되고 있음
- 산업규모는 2010년 5조 7천억 달러에서 2020년 11조 1천억 달러로, 고용규모는 2011년 2억 6천만 명에서 2021년에는 3억 2천만 명으로 확대될 것으로 전망함
- 신생 경제국인 아프리카 5.0%, 아시아/태평양 4.9%, 중동 4.6% 순으로 연평균 성장률이 높게 예측되었고, 반면 성숙기에 접어든 유럽과 미주는 2.3%, 2.6%로 세계 평균보다 낮은 성장률을 보일 것으로 예상됨
- 가장 빠르게 성장할 시장으로는 주목받고 있는 아프리카는 연평균 성장률 5.0%로 2030년에는 134백만 명이 방문할 것으로 예측되고 있음
- 2030년에 아시아/태평양 지역으로 535백만 명이 방문할 것으로 예측되고 있으며, 시장점유율 29.6%를 차지할 것으로 예상함에 따라 아시아/태평양 지역 내 관광객 유치 경쟁은 더욱 심화될 것으로 전망됨



[그림 2-6] 국제관광시장 전망(1950~2030)

자료 : UNWTO, Tourism Highlights 2014 Edition

<표 2-6> 국제관광객 수 성장 전망(2010~2030)

(단위 : 백만 명, %)

구 분	기준년도	전 망		시장점유율		평균 성장률 (2010~2030)
	2010	2020	2030	2010	2030	
세계 전체	940	1,360	1,809	100	100	3.3
유 럽	475.3	620	744	50.6	41.1	2.3
아시아/태평양	204.0	355	535	21.7	29.6	4.9
미 주	149.7	199	248	15.9	13.7	2.6
아 프 리 카	50.3	85	134	5.3	7.4	5.0
중 동	60.9	101	149	6.5	8.2	4.6

자료 : UNWTO, Tourism Highlights 2014 Edition

- 세계관광기구(UNWTO)는 「2030 세계관광전망 보고서(Tourism Towards 2030 : Global Overview)」에서 글로벌 관광 환경의 전망을 다음과 같이 예측하고 있음
- 아시아 태평양 지역의 관광객 수가 크게 증가할 것으로 전망되며 특히 남아시아가 가장 빠르게 성장하고 있음. 그리고 2030년에는 동북아시아가 세계에서 가장 많은 관광객이 찾는 관광목적지로 부상할 것으로 전망
- 아시아, 라틴 아메리카, 중부, 중동 및 아프리카 등 신흥경제국을 찾는 국제 관광객 수가 북미, 유럽 등 성숙한 경제 국가들을 찾는 국제 관광객 수 보다 더 많을 전망이며, 신흥 경제 국가들의 시장 점유율이 58%에 이를 전망이다
- 유럽이 여전히 국제관광객 수를 가장 많이 보유하고 있으나, 아시아 태평양 지역, 중동 지역 등이 관광 목적지로 떠오르면서 국제관광객 수의 편차는 평준화 될 것으로 예측됨
- 지난 30년 동안 철도, 자동차, 선박 등 타 교통수단에 비해 항공업이 비약할만한 발전을 이루었으나, 향후 항공기 이용고객 수의 성장속도가 둔화될 것으로 전망되고 있음
- 여행지 방문 목적 중 가장 많은 비중을 차지하고 있는 것은 여가 또는 비즈니스이지만 친지 및 친구 방문목적의 여행(VFR: Visit Friends and Relatives)이 점진적으로 증가하고 있는 추세임

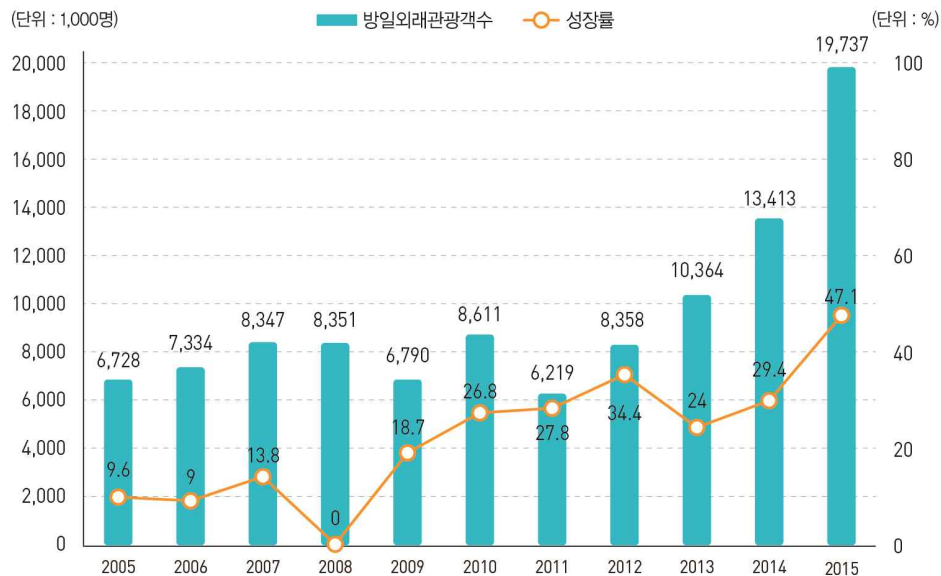
(3) 동북아 관광시장 현황 및 전망

가. 일본

- 일본정부관광국(JNTO)의 통계자료에 의하면, 일본을 찾은 방일 외래객 수는 2015년 19,737천 명을 기록하며, 전년대비 47.1% 성장한 것으로 나타남
 - 대만(367만 명), 한국(400만 명), 중국(499만 명)에서 온 외래 관광객이 많았음



- 방일 외래객 수는 2000년 이후 매년 꾸준히 증가하다 2008년 글로벌 금융위기, 2011년 동일본 대지진의 발생 등을 계기로 크게 감소하였으나 최근 회복세를 보이면서 빠르게 성장하고 있으며 2015년 방문 외래객의 수는 역대 최고치를 기록하였음
- 방일 외래객에서 아시아 국가가 차지하는 비중은 84.3%로 나타나고 있으며, 특히 동남아시아 국가 외래객의 경우 최근 비자 확대 등 적극적인 유치 전략에 힘입어 빠르게 증가하고 있으며, 북미, 유럽 등에서 오는 외래객의 시장 역시 성장세를 보이고 있음
- 일본의 인 바운드 관광시장 성장의 가장 큰 배경으로는 일본정부의 경제회복을 위한 아베노믹스 전략으로 인한 엔화 약세를 꼽을 수 있으며, 이 외에도 비자 면제 확대, 항공 노선 확충, 소비세 면세제도 확대, 크루즈 및 카지노 산업 육성 등의 정책들이 인 바운드 관광객 유치에 기여하고 있음



[그림 2-7] 방일 외래관광객 변화 추이(2010~2015)

자료 : JNTO, 통계발표; 관광지식정보시스템 출입국관광통계

- 2000년 이후 아시아 각국을 대상으로 시행된 비자발급 요건완화 정책으로 비자면제국가로 된 한국, 대만, 태국, 말레이시아 등에서 오는 관광객이 증가하였고, 2010년 개인관광비자가 중국 전체로 확대되면서 최근 중국인 관광객도 급증하고 있는 추세임
 - 2004년~2005년 비자가 면제된 이후 전년대비 홍콩 31%, 한국 9%, 대만 18%로 방일 여행자 수가 증가하였으며, 2013년에 비자면제가 실시된 태국 및 말레이시아의 경우 전년 대비 태국이 96%, 말레이시아가 53% 증가하였으며 상승세가 계속 이어지고 있음

<표 2-7> 2015 한일 양국의 주요 국가별 외래관광객 현황

(단위 : 명, %)

방일 외래객 현황			방한 외래객 현황		
국적	여행객 수(명)	성장률(%)	국적	여행객 수(명)	성장률(%)
한국	4,002,095	45.2	중국	5,984,170	-2.3
중국	4,993,689	107.2	일본	1,837,782	-19.4
대만	3,677,075	29.9	미국	767,613	-0.3
홍콩	1,524,292	64.6	대만	518,190	-19.5
미국	1,033,258	15.8	홍콩	523,427	-6.3
태국	796,731	21.1	태국	371,769	-20.4
호주	376,075	24.2	필리핀	403,622	-7.2
말레이시아	305,447	22.4	말레이시아	223,350	-8.7

자료 : JNTO, 통계발표; 관광지식정보시스템 입국관광통계

- 외국인 여행객의 소비지출을 확대시켜서 지역경제를 활성화시키기 위하여 상점가, 쇼핑 센터 등을 대상으로 면세제도를 정비하였음
 - 2014년 10월부터 면세대상품목을 식품, 음료, 화장품 등의 소모품으로 확대하여 지역 특산품도 면세 판매가 가능하게 변경하였으며, 관광객들의 편의성 제고 및 이용률 증대를 위하여 2015년 4월부터는 제3자에게 면세수속을 위탁할 수 있게 하여 상점가나 소규모 쇼핑센터에서도 면세점 운영이 가능하도록 하였음
- 인 바운드 관광시장이 활성화 되는 반면 엔저 현상이 지속되면서 국제선 항공운임 및 현지 숙박비 상승, 물가상승으로 인한 해외여행 수요 감소 등으로 인해 일본의 출국자 수가 2015년 1,621만 명으로 전년대비 4% 감소하여 아웃바운드 관광시장은 감소하고 있음
- 2015년 한국을 방문한 일본인은 1,837,782명으로 전년대비 19.4% 감소하여 2012년부터 마이너스 성장을 지속하고 있음



<표 2-8> 일본인 출국자수 대비 방한 일본인 수(2005~2015)

(단위 : 천명, %)

연 도	일본인 출국자		방한 일본인		구성비*	구성비**
	수	증감	수	증감		
2005	17,404	3.4	2,440	-0.1	14.0	40.5
2006	17,535	0.8	2,339	-4.1	13.3	38.0
2007	17,295	-1.4	2,236	-4.4	12.9	34.7
2008	15,987	-7.6	2,378	6.4	14.8	34.5
2009	15,446	-3.4	3,053	28.4	19.8	39.1
2010	16,637	7.7	3,023	-1.0	18.2	34.4
2011	16,994	2.1	3,289	8.8	19.4	33.6
2012	18,491	8.8	3,519	7.0	19.0	31.6
2013	17,473	-5.5	2,748	-21.9	15.7	22.6
2014	16,903	-3.3	2,280	-17.0	13.5	16.1
2015	16,213	-4.1	1,837	-19.4	11.3	13.8

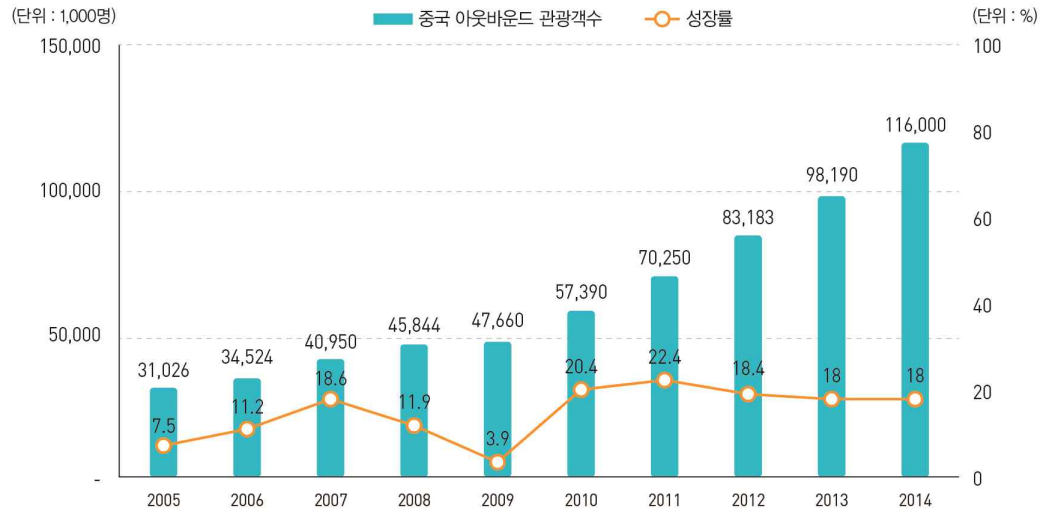
* 일본인 출국자 수 대비 방한 일본인 비중, ** 방한 외래객 수 대비 방한 일본인 비중

자료 : 한국관광공사(2015), 2014 방한관광시장 분석; JNTO, 통계발표; 관광지식정보시스템 출입국관광통계

- 일본정부는 2020 도쿄 올림픽 개최를 계기로 외국인 관광객 2,000만 시대를 목표로 설정하고 방일 외국인 여행자 유치를 위해 다양한 정책을 수립하여 실현해나갈 예정이다
- 비자 면제 실시 예정인 인도네시아, 필리핀, 베트남에 대해서는 당면적으로 전략적 비자유건의 완화가 추진되고 있으며, 외국인 부유층을 대상으로 하는 장기 체제 마련을 위하여 관계성청간 협의를 진행하고 있음
- 외국인 관광객의 주요 방문수단인 항공 네트워크의 확충을 위하여 신규 노선 개설 지원, 공항 터미널 정비 등의 정책을 실시하고, 대도시권의 경우 MICE 관광 및 특구 지정에 따른 규제 완화로 MICE 산업이 탄력 받을 것으로 전망됨

나. 중국

- 경제성장에 따른 관광수요 확대 및 소비증가, 제한정책 완화 등으로 중국 아웃바운드 시장 개방이 가속화 될 것으로 전망되고 있으며, 세계관광기구에서는 2020년에 중국인 관광객이 약 1억 5,900만 명에 달할 것으로 예측함
- 중국 아웃바운드 관광시장의 규모는 2014년 1억 1,600만 명으로 전년대비 18.2% 성장한 것으로 추정하며, 관광 지출액은 전년대비 28.0% 증가한 1,649달러로 세계 최대의 아웃바운드 지출국으로 자리 잡음



[그림 2-8] 중국 아웃바운드 시장 규모와 성장률(2001~2014)

자료 : COTRI, Chinese Outbound Tourism Developments

- 세계관광시장에서 중국 아웃바운드 관광시장이 기하급수적으로 증가할 것으로 전망되면서 일본, 싱가포르 등 주변 국가들을 중심으로 비자발급제도 완화, 현지 홍보, 여행상품개발 등 중국인 관광객 유치에 위한 경쟁이 심화되고 있음
- 2013년을 기점으로 방한 외래관광객 중 중국인이 가장 많은 비중을 차지하면서 우리나라의 최대 인 바운드 시장으로 급부상하였으며, 2014년 방한 중국인 관광객은 총 6,126,865명으로 전년대비 41.6% 증가하여 역대 최고치를 기록함. 2015년에는 5,984,170명으로 2.3% 감소함.

<표 2-9> 중국인 출국자수 대비 방한 중국인 수(2005~2014)

(단위 : 천명, %)

연 도	중국인 출국자		방한 중국인		구성비*	구성비**
	수	증감	수	증감		
2005	31,026	7.5	710	13.2	2.3	11.8
2006	34,524	11.3	897	26.3	2.6	14.6
2007	40,950	18.6	1,069	19.2	2.6	16.6
2008	45,844	11.9	1,168	9.3	2.5	16.9
2009	47,660	4.0	1,342	14.9	2.8	17.2
2010	57,390	20.4	1,875	39.7	3.3	21.3
2011	70,250	22.4	2,220	18.4	3.2	22.7
2012	83,183	18.4	2,837	27.8	3.4	25.5
2013	98,185	18.0	4,327	52.5	4.4	35.5
2014***	107,000	9.0	6,127	41.6	5.7	43.1

* 중국인 출국자 수 대비 방한 중국인 비중, ** 방한 외래객 수 대비 방한 중국인 비중 *** 잠정치
자료 : 한국관광공사(2015), 2014 방한관광시장 분석.



다. 싱가포르

- 싱가포르 정부는 관광진흥 10년 계획인 'Tourism 2015'를 수립하여 2006년부터 2015년 싱가포르 관광산업의 청사진을 제시하고, Business Travel & MICE(BT MICE), 의료 및 교육 서비스 산업, 관광을 연계시킴으로써 새로운 성장 동력을 창출하는 데 주력해왔음

<표 2-10> 싱가포르 국제회의 개최건수 및 순위(2006~2015, UIA기준)

연 도	국제회의 개최건수	UIA 순위
2006	298	10
2007	466	4
2008	637	3
2009	689	2
2010	725	3
2011	919	1
2012	952	1
2013	994	1
2014	850	3
2015	736	4

자료 : UIA(Union of International Associations)

- 국제협회연합(Union of International Associations)이 발표한 세계 국제회의 개최순위에 서 싱가포르가 3년 연속(2011년-2013년)으로 1위를 기록하면서 MICE산업 강대국으로 부상함
 - 영어를 공용어로 사용하고, 60여 개국 240여개 도시로 연결되는 항공편으로 인한 접근성, 4,000여개 다국적기업의 아시아태평양 본사가 위치해있는 점 등이 MICE 개최지로서의 강점으로 작용하였으며, 2010년 개장한 마리나베이샌즈와 리조트월드 센토사는 복합리조트 시설로 최적의 MICE환경을 제공해주는 것은 물론 컨벤션 시설 외에 쇼핑시설, 카지노 등을 통해 안정적인 수익을 도모하고 있음
- 싱가포르는 아시아 최고의 의료관광허브로 도약하기 위해 의료관광패키지상품 개발에 적극적으로 나서고 있으며, 외국인환자 전용서비스센터(International Patients Center)를 운영하여 진료 예약, 항공권구입대행, 통역 서비스, 관광정보 제공 등 외국인 환자에게 필요한 서비스를 제공하고 있음
- 2014년 싱가포르를 방문한 외래관광객 수는 1,510만 명으로 전년대비 3% 하락했음에도 불구하고 236억 달러의 관광수입을 기록하여 전년 235억 달러보다 다소 증가하였음
- 전체 관광수입에서 가장 많은 비중을 차지하는 국가는 인도네시아, 중국, 인도 순으로

조사되었으며, 중국은 2014년에 전년과 비교할 때 관광객 수는 24%, 관광수입은 12% 감소한 반면, 한국은 관광객 수가 14%, 관광수입이 26% 상승하여 가장 크게 성장한 것으로 나타났음

- 싱가포르의 2014년 아웃바운드 여행자 수는 전년대비 2.6% 증가한 8,903천 명으로 추정되고 있으며 2006년 이래로 지속적인 성장세를 보이고 있음

<표 2-11> 싱가포르인 출국자수 대비 방한 싱가포르인 수 추이(2005~2014)

(단위 : 천명, %)

연 도	싱가포르인 출국자		방한 싱가포르인		구성비*	구성비**
	수	증감	수	증감		
2005	5,159	-0.1	82	-4.1	1.6	1.4
2006	5,533	7.2	88	8.1	1.0	1.4
2007	6,024	8.9	94	6.3	1.6	1.5
2008	6,828	13.3	96	2.1	1.4	1.4
2009	6,961	1.9	97	0.7	1.4	1.2
2010	7,342	5.5	113	16.8	1.5	1.3
2011	7,753	5.6	125	10.4	1.6	1.3
2012	8,048	3.8	154	23.7	1.9	1.4
2013	8,674	7.8	175	13.3	2.0	1.4
2014	8,903	2.6	201	15.2	2.3	1.4

* 싱가포르인 출국자 수 대비 방한 싱가포르인 비중, ** 방한 외래객 수 대비 방한 싱가포르인 비중
 자료 : 한국관광공사(2015), 2014 방한관광시장 분석.



2) 국내 관광 동향 및 전망

(1) 외국인 국내관광 동향

가. 외래관광객 현황

○ 외래관광객 입국현황

- 2015년 방한한 외래관광객은 13,231,651명으로 2014년도 14,201,516명보다 6.8% 감소한 것으로 나타났으나, 2013년보다는 8.7% 증가하였음. 2015년 외래관광객의 감소는 메르스의 여파로 영향을 받은 것으로 사료됨

<표 2-12> 연도별 외래관광객 입국 현황(2001~2015)

(단위 : 명, %)

연 도	외래관광객 수	증가율	연 도	외래관광객 수	증가율
2001	5,146,013	-3.3	2009	7,817,533	13.4
2002	5,346,118	3.9	2010	8,797,658	12.5
2003	4,752,762	-11.1	2011	9,794,796	11.3
2004	5,818,138	22.4	2012	11,140,028	13.7
2005	6,022,752	3.5	2013	12,175,550	9.3
2006	6,155,046	2.2	2014	14,201,516	16.6
2007	6,448,240	4.8	2015	13,231,651	-6.8
2008	6,890,841	6.9			

자료 : 관광지식정보시스템 입국관광통계(<http://www.tour.go.kr>)

- 국적별 외래관광객 입국현황에서는 2012년까지 일본인 관광객의 비중이 가장 높았으나 2013년부터 중국인 관광객 수가 일본인 관광객 수를 추월하였고, 2015년 방한 중국 관광객 수는 5,984천 명으로 전체 외래관광객 중 42.5%를 차지하여 최대 인 바운드 시장으로 급부상함
- 2012년부터 2015년까지 4년간 중국인 관광객 수가 연평균 30%의 높은 성장률을 보인 반면 일본인 관광객 수는 2013년(2,747천명) -21.9%, 2014년(2,280천명) -17.0%, 2015년(1,838천명) -19.4%로 마이너스 성장률을 보이며 감소하고 있는 추세임
- 중국, 일본 관광객을 제외하고 2015년에는 미국 768천 명, 홍콩 523천명, 대만 518천 명, 필리핀 403천명, 태국 371천명 순으로 방한한 것으로 조사되었으며, 아시아 주에 속한 국가에서 온 외래관광객이 10,799천명으로 80% 이상을 차지함

<표 2-13> 국적별 외래관광객 입국 현황(2010~2015)

(단위 : 천 명, %)

연도 국적	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	입국자	성장률	입국자	성장률	입국자	성장률	입국자	성장률	입국자	성장률	입국자	성장률
전 체	8,797	12.5	9,794	11.3	11,140	13.7	12,175	9.3	14,201	16.6	10,888	-23.3
일 본	3,023	-1	3,289	8.8	3,518	7	2,747	-21.9	2,280	-17	1,838	-19.4
중 국	1,875	39.7	2,220	18.4	2,836	27.8	4,326	52.5	6,126	41.6	5,984	-2.3
미 주	813	8.3	827	1.7	876	5.9	915	4.5	974	6.4	974	0
미 국	652	6.8	661	1.3	697	5.5	722	3.5	770	6.6	768	-0.3
구 주	645	8	681	5.5	717	5.3	768	7.1	848	10.5	806	-5.0
대 만	406	6.8	428	5.4	548	28	544	-0.7	643	18.2	518	-19.5

자료 : 관광지식정보시스템 입국관광통계(<http://www.tour.go.kr>)

<표 2-14> 순위별 방한 외래관광객(2012~2015)

(단위 : 천 명, %)

순 위	2012년		2013년		2014년		2015년	
	국가	입국자수	국가	입국자수	국가	입국자수	국가	입국자수
1	일본	3,518	중국	4,326	중국	6,126	중국	5,984
2	중국	2,836	일본	2,747	일본	2,280	일본	1,838
3	미국	697	미국	722	미국	770	미국	768
4	대만	548	대만	544	대만	643	홍콩	523
5	태국	387	필리핀	401	홍콩	558	대만	518
6	홍콩	360	홍콩	400	태국	467	필리핀	403
7	필리핀	331	태국	373	필리핀	435	태국	371
8	말레이시아	178	말레이시아	208	말레이시아	245	말레이시아	223
9	러시아	167	인도네시아	189	러시아	214	인도네시아	194
10	싱가포르	154	러시아	175	인도네시아	208	러시아	188

자료 : 관광지식정보시스템 입국관광통계(<http://www.tour.go.kr>)

○ 관광수입

- 2015년 우리나라의 관광수입은 15,177천 달러로 전년대비 14.3%의 감소를 보이고 있으나, 2013년도(14,525천 달러)에 비하여 4.5% 증가하였음
- 2015년도 외래관광객 1인당 평균소비액은 1,147천 달러로 2008년 이후 계속 감소하는 추세를 보이고 있음



<표 2-15> 연도별 관광수입 및 1인당 평균소비액(2001~2015)

(단위 : 천 달러, %)

연 도	관광수입		1인당 평균 소비액(\$)	연 도	관광수입		1인당 평균 소비액(\$)
	금 액	성장률			금 액	성장률	
2001	6,373,200	-6.4	1,238	2008	9,696,100	59.7	1,407
2002	5,918,800	-7.1	1,107	2009	9,767,200	0.7	1,249
2003	5,343,400	-9.7	1,124	2010	10,290,500	5.4	1,170
2004	6,053,100	13.3	1,040	2011	12,347,200	20.0	1,261
2005	5,793,000	-4.30	962	2012	13,356,700	8.2	1,199
2006	5,697,400	-1.65	936	2013	14,524,800	8.7	1,193
2007	6,071,400	6.60%	942	2014	17,711,800	21.9	1,272
				2015	15,176,700	-14.3	1,147

자료 : 관광지식정보시스템 한국관광수지(<http://www.tour.go.kr>)

나. 외래관광객 여행행태

○ 방문목적 및 여행 동기

- 외래관광객의 주요 방한 목적은 ‘여가·위락·휴가’ 목적이 56.6%로 가장 높고, 다음은 ‘사업·전문 활동(18.7%)’, ‘쇼핑(10.0%)’, ‘친구·친지 방문(9.1%)’ 등의 순으로 나타남

<표 2-16> 국가별 여행목적

(단위 : %)

구 분 \ 항 목	여가· 위락·휴가	사업·전문 활동	쇼핑	친구·친지 방문	교육	뷰티· 건강·치료	종교·순례	기 타
전 체	56.6	18.7	10.0	9.1	3.6	1.1	0.7	0.0
일 본	52.1	23.2	9.0	10.6	2.6	0.8	1.5	0.2
중 국	67.5	7.8	14.0	6.1	3.0	1.0	0.5	0.0
홍 콩	66.6	10.6	17.0	3.4	1.1	0.7	0.6	0.0
싱가포르	55.5	31.3	5.5	5.3	1.9	0.4	0.2	0.0
대 만	74.5	11.0	9.0	3.8	1.0	0.2	0.5	0.0
태 국	70.5	8.6	11.3	5.7	1.2	1.3	1.4	0.0
말레이시아	78.7	10.5	3.5	3.5	3.2	0.0	0.6	0.0
호 주	29.8	40.7	1.0	24.4	3.8	0.2	0.0	0.0
미 국	24.4	44.4	0.4	25.1	4.9	0.2	0.4	0.2
캐나다	33.4	32.8	0.5	28.7	4.0	0.3	0.3	0.0
영 국	20.4	56.7	0.6	17.9	4.2	0.0	0.2	0.2
독 일	13.6	65.3	0.3	13.8	7.0	0.0	0.0	0.0
프랑스	23.7	45.3	0.0	19.2	11.4	0.0	0.4	0.0
러시아	38.1	21.1	3.4	15.0	5.3	16.5	0.6	0.0
중 동	12.5	52.2	1.9	13.4	10.4	9.5	0.2	0.0
인 도	4.9	83.2	0.0	6.5	5.4	0.0	0.0	0.0
기 타	34.4	38.7	3.5	12.3	9.7	0.6	0.8	0.0

자료 : 문화체육관광부(2016), 2015 외래관광객 실태조사,

- 거주국별로 살펴보면, ‘여가·위락·휴가’ 목적 방문은 말레이시아(78.7%), 대만(74.5%), 태국(70.5%), 중국(67.5%)등의 아시아 국가에서 높고, ‘사업·전문 활동’ 목적 방문은 인도(83.2%), 독일(65.3%), 영국(56.7%), 중동(52.2%)에서 높은 것으로 나타남. ‘쇼핑’ 목적 방문은 홍콩(17.0%), 중국(14.0%), 태국(11.3%)에서 상대적으로 높고, ‘친구·친지’ 방문은 캐나다(28.7%), 미국(25.1%), 호주(24.4%)에서 높은 것으로 나타남.
- 연도별로 살펴보면 여가·위락·휴가가 2011년 42.4%에서 2015년 56.6%로 꾸준히 증가하고 있는 반면, 사업·전문 활동은 2011년 31.1%에서 2014년 18.7%로 감소하고 있는 추세임



<표 2-17> 거주국별 방한기간 중 활동

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)

구분	사례수	1위	2위	3위	4위	5위
전체	12,882	쇼핑 (71.5)	식도락관광 (47.3)	자연경관 감상 (30.0)	고궁/역사유적 방문 (26.2)	업무수행 (12.9)
일본	2,007	쇼핑 (56.0)	식도락관광 (55.7)	고궁/역사유적 방문 (24.9)	업무수행 (19.2)	미팅/회의 등 참가 (16.1)
중국	6,092	쇼핑 (84.3)	식도락관광 (60.7)	자연경관 감상 (36.1)	고궁/역사유적 방문 (23.0)	유흥/오락 (14.7)
홍콩	574	쇼핑 (82.7)	식도락관광 (52.3)	자연경관 감상 (26.9)	고궁/역사유적 방문 (17.6)	시티투어버스 이용 (15.4)
싱가포르	164	쇼핑 (72.6)	자연경관 감상 (35.8)	고궁/역사유적 방문 (29.0)	업무수행 (20.0)	식도락관광 (17.4)
대만	568	쇼핑 (79.7)	식도락관광 (61.0)	고궁/역사유적 방문 (26.0)	시티투어버스 이용 (22.3)	자연경관 감상 (22.1)
태국	359	쇼핑 (83.8)	식도락관광 (48.4)	고궁/역사유적 방문 (34.6)	자연경관 감상 (31.9)	휴양/휴식 (17.9)
말레이시아	230	쇼핑 (77.7)	자연경관 감상 (41.1)	고궁/역사유적 방문 (40.2)	테마파크 (18.6)	식도락관광 (15.0)
호주	138	쇼핑 (37.6)	자연경관 감상 (33.0)	업무수행 (32.6)	고궁/역사유적 방문 (32.1)	휴양/휴식 (15.2)
미국	799	쇼핑 (49.0)	고궁/역사유적 방문 (35.1)	자연경관 감상 (29.6)	업무수행 (27.9)	박물관/전시관 방문 (16.9)
캐나다	151	쇼핑 (51.0)	고궁/역사유적 방문 (43.9)	자연경관 감상 (31.0)	업무수행 (19.6)	박물관/전시관 방문 (17.8)
영국	120	업무수행 (42.8)	쇼핑 (36.2)	고궁/역사유적 방문 (35.3)	자연경관 감상 (29.1)	미팅/회의 등 참가 (22.0)
독일	100	업무수행 (54.8)	쇼핑 (32.0)	고궁/역사유적 방문 (30.3)	자연경관 감상 (21.9)	미팅/회의 등 참가 (17.5)
프랑스	85	고궁/역사유적 방문 (38.0)	업무수행 (33.1)	자연경관 감상 (31.0)	쇼핑 (25.3)	식도락관광 (25.2)
러시아	154	쇼핑 (49.9)	고궁/역사유적 방문 (20.4)	의료관광 (19.2)	테마파크 (19.1)	공연/민속행사 참가/관람 (18.6)
중동	171	쇼핑 (50.2)	업무수행 (47.2)	자연경관 감상 (34.7)	고궁/역사유적 방문 (18.9)	휴양/휴식 (15.4)
인도	74	업무수행 (56.3)	쇼핑 (52.1)	고궁/역사유적 방문 (24.4)	자연경관 감상 (21.7)	미팅/회의 등 참가 (21.1)
기타	1,098	업무수행 (55.2)	고궁/역사유적 방문 (35.2)	자연경관 감상 (29.6)	업무수행 (29.0)	식도락관광 (17.7)

자료 : 문화체육관광부(2016), 2015 외래관광객 실태조사,

○ 여행형태

- 2015년 외래관광객의 여행형태는 개별여행이 67.9%로 가장 많았고, 다음은 단체여행 (26.2%), Air-tel(5.9%) 순으로 나타남
- 개별여행은 2013년 66.2%에서 2014년 68.9%로 다소 증가하다가 2015년 67.9%로 약간 감소 추이를 보였으며, 단체여행은 2013년도 27.7%에서 2014년도 24.9%로 다소 감소 하였다가 2015년도 26.2%로 증가 추세를 보임

○ 관광활동 형태

- 외래관광객의 방한 고려요인으로 쇼핑이 71.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 식도락관광(47.3%), 자연경관 감상(30.0%) 등의 순으로 나타남
- 쇼핑은 전반적으로 70% 이상을 유지하고 있으며, 2015년 식도락관광은 전년 46.4%에서 47.3%로 증가함. 자연경관 감상은 2011년부터 꾸준히 증가하였다가 2015년에 소폭 감소한 것으로 나타남

<표 2-18> 한국선택 시 고려요인

(단위 : %)

구분	2015	2014	2013	2012	2011
쇼핑	71.5	74.0	70.9	72.8	69.9
식도락 관광	47.3	46.4	39.0	48.4	46.1
자연경관 관광	30.0	31.7	17.6	13.3	12.2
고궁/역사 유적지 방문	26.2	27.2	16.2	14.2	14.3
업무수행	12.9	14.3	16.6	16.5	22.8
유흥/오락	11.9	9.2	9.6	8.4	11.5
박물관/전시관 방문	10.5	8.9	6.5	6.7	6.2
테마파크	8.3	8.9	7.1	5.1	7.0
휴양/휴식	7.6	7.4	8.9	8.6	6.9
미팅/회의/학술대회/박람회참가	7.3	6.4	6.1	7.0	9.8

자료 : 문화체육관광부(2016), 2015 외래관광객 실태조사,



- 방한 외래객의 평균 체재 기간은 2014년 6.1일에서 2015년 6.6일로 늘어났으며, 주로 이용하는 숙박시설은 호텔(69.5%)이 가장 많았고, 다음으로 유스호스텔·게스트하우스 등(16.6%), 친척 또는 친구 집(9.6%) 등의 순으로 나타남

<표 2-19> 체재기간

구분	2015	2014	2013	2012	2011
평균	6.6일	6.1일	6.8일	6.7일	7.5일
1일	0.1	0.0	0.2	0.0	0.2
2일	3.8	3.8	4.1	3.5	5.1
3일	13.5	14.8	18.4	23.0	24.9
4일	19.1	24.3	17.6	18.6	17.2
5일	28.0	24.2	24.2	20.8	17.9
6일	9.2	9.1	6.8	4.9	5.0
7일	6.9	7.2	6.3	6.1	5.8
8일	2.8	3.0	2.2	2.4	2.7
9일	1.3	1.1	1.2	1.1	0.9
10일	2.4	1.9	2.7	2.5	3.1
11~60일	8.7	7.4	10.1	10.6	12.9
61일 이상	4.1	3.3	6.2	6.7	4.5

자료 : 문화체육관광부(2016), 2015 외래관광객 실태조사,

<표 2-20> 이용 숙박시설

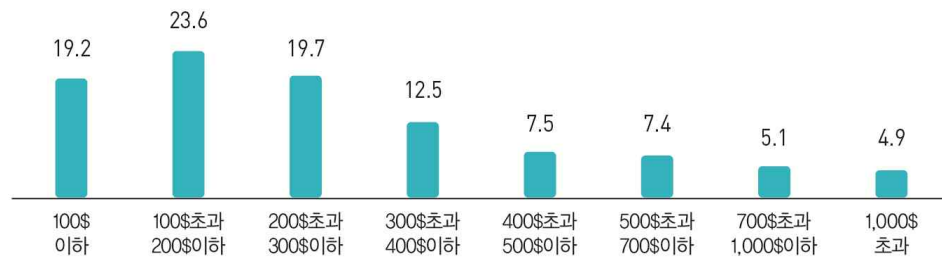
(단위 : %)

구분	2015	2014	2013	2012	2011
호텔	69.5	75.8	73.5	73.4	75.4
유스호스텔/게스트하우스/여관/모텔	16.6	13.4	11.8	11.6	12.6
친척 또는 친구 집	9.6	5.8	9.3	10.9	11.2
학교/회사기숙사/연수원	3.8	3.6	5.8	7.5	5.5
콘도/펜션/레지던스인	3.0	4.4	5.9	4.8	4.2
홈스테이	1.4	1.0	—	—	—
사찰	0.2	0.1	0.3	0.6	0.6
기타	1.0	0.5	0.6	0.7	0.7

자료 : 문화체육관광부(2016), 2015 외래관광객 실태조사,

○ 소비실태

- 2015년 방한 외래관광객의 1인당 평균지출경비는 1,712.5달러, 1일 평균 지출경비는 328.1달러로 나타났으며, 세부적으로는 ‘US\$100 초과~US\$200 이하(23.6%)’가 가장 높게 나타남



[그림 2-9] 2015 방한 외래관광객의 1인 평균지출경비

자료 : 문화체육관광부, 2014 외래관광객 실태조사, 2015

- 외래관광객의 주요 쇼핑품목은 향수·화장품이 가장 많고, 다음은 의류, 식료품, 신발류 등의 순으로 나타남. 2014년 대비 향수·화장품(59.6% → 61.4%), 인삼·한약재(9.9% → 11.6%)는 증가했으나 의류(44.6% → 41.4%)는 감소함

<표 2-21> 연도별 주요 쇼핑 품목(2011~2015)

(중복응답, 2014년 상위 10위 기준, 단위 : %)

구 분	2015년	2014년	2013년	2012년	2011년
향수·화장품	61.4	59.6	50.1	46.2	44.9
의류	41.4	44.6	38.5	40.8	35.1
식료품	38.0	37.4	34.6	36.2	38.3
신발류	14.6	14.3	14.4	17.5	13.3
피혁제품	10.1	10.9	10.5	10.6	8.2
인삼·한약재	11.6	9.9	12.9	12.2	15.7
김치	7.8	8.6	12.8	13.4	14.4
보석/액세서리	7.5	6.7	9.2	9.9	9.9
전통 민예품/칠기/목각	5.6	5.4	5.4	5.5	5.2
담배	6.8	3.8	6.7	5.5	7.8

자료 : 문화체육관광부(2016), 2015 외래관광객 실태조사,

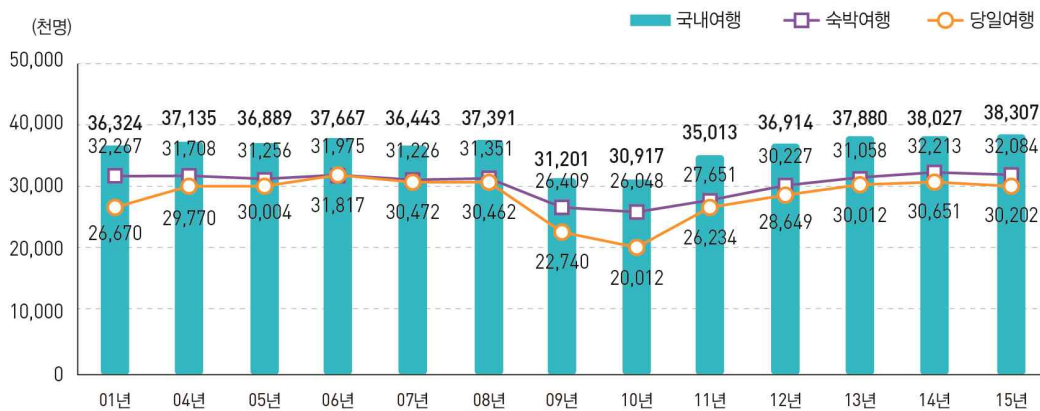
- 거주국별로 살펴보면, ‘향수·화장품’은 중국(85.4%)에서 가장 높고, ‘의류’는 말레이시아(60.9%)와 홍콩(60.1%), ‘식료품’은 일본(67.3%)에서 상대적으로 높음



(2) 국민 국내관광 동향

가. 국민 국내관광 현황

- 2015년 만 15세 이상 국민(약 43,577천명)중 약 87.9%인 38,307천명은 연간 1회 이상 국내여행에 참여한 것으로 나타남
- 세부적으로 살펴보면 연간 1회 이상 국내여행 참가자는 당일여행(약 30,202천명)보다 숙박여행(약 32,084천명)을 다녀오는 경우가 많은 것으로 조사됨
 - 숙박 관광여행 : 약 24,337천명, 당일 관광여행 : 약 21,874천명
 - 숙박 기타여행 : 약 21,436천명, 당일 기타여행 : 약 21,750천명



[그림 2-10] 연도별 국내여행 참가자수(2001~2015)

자료 : 문화체육관광부(2016), 2015 국민여행실태조사.

- 만 15세 이상 국민이 2015년 한 해 동안 국내여행에 약 25조 3,956억 원을 지출한 것으로 추정됨
- 2015년 숙박여행 지출액은 약 16조 9,831억 원이며, 당일여행 지출액은 약 8조 4,126억 원 규모로 추정됨. 여행유형별로 살펴보면 관광여행 지출액은 약 15조 1,609억 원 규모로 전체 국내여행 비용의 59.7%를 차지하며, 기타여행 지출액은 약 10조 2,347억 원 규모로 전체 국내여행 비용의 40.3%를 차지하는 것으로 추정됨
 - 숙박 관광여행 : 약 11조 1,301억 원, 당일 관광여행 : 약 4조 308억 원
 - 숙박 기타여행 : 약 5조 8,529억 원, 당일 기타여행 : 약 4조 3,818억 원

<표 2-22> 연도별 국내여행 비용(2009~2015)

(단위 : 백만 원)

연 도	국내여행	국내여행비용	
		국내숙박여행	국내당일여행
2009년	16,364,538	11,929,186	4,435,352
2010년	16,859,774	12,405,931	4,453,843
2011년	20,205,430	13,850,041	6,355,389
2012년	23,891,080	15,792,051	13,850,041
2013년	23,234,315	15,479,252	7,755,063
2014년	24,845,762	16,827,720	8,018,042
2015년	25,395,649	16,983,064	8,412,585

자료 : 문화체육관광부(2016). 2015 국민여행실태조사.

- 2015년 한 해 동안 만 15세 이상 1인 평균 국내여행 횟수는 5.47회로 작년기준인 5.15회보다 소폭 증가한 것으로 나타났다
- 숙박과 당일여행으로 구분하였을 경우 연간 1인 평균 2.29회의 숙박여행과 3.18회의 당일여행을 다녀온 것으로 분석되었음

○ 관광여행 방문지

- 2015년 국내 관광여행 주요방문지로는 ‘경기’(16.2%)가 가장 많았으며, 이어서 ‘강원’(12.7%), ‘충남’(11.6%) 등의 순으로 나타났고, 기타여행 주요 방문지도 ‘경기’(20.3%)가 가장 많았으며, 이어서 ‘서울’(16.8%), ‘충남’(11.1%) 등의 순으로 나타남
- 숙박관광여행 주요방문지로는 ‘강원’(21.2%)이 가장 많았으며, 이어서 ‘경기’(11.8%), ‘경남’(9.3%) 등의 순으로 나타났고, 숙박 기타여행 주요방문지로는 ‘경기’(16.6%)가 가장 많았으며, 이어서 ‘충남’(11.8%), ‘서울’(11.3%) 등의 순으로 나타남. 2012년 이후 강원 이 숙박 여행방문지 1위를 계속 유지하고 있음
- 당일관광여행 주요 방문지로는 ‘경기’(19.7%)가 가장 많았으며, 이어서 ‘충남’(13.9%), ‘경남’(9.1%) 등의 순으로 나타났으며 기타 당일여행 주요방문지역은 ‘경기’(22.8%), ‘서울’(20.7%), ‘충남’(10.7%) 등의 순으로 나타남
- 2013년부터 국내 당일여행과 당일 관광여행에 있어서 ‘경기’ 지역이 최근 3년간 1위를 유지하고 있는 것으로 나타남



나. 국민 국내관광 여행행태

- 국내여행의 목적은 여가·위락·휴가(45.6%)와 가족·친척·친구 방문(41.6%)이 가장 많았음
- 국내 여행 방문지에서의 주요 활동으로는 자연 및 풍경 감상(29.4%)이 가장 많았으며, 음식관광(19.3%), 휴식·휴양(14.9%), 야외위락 및 스포츠 활동(11.1%), 테마파크, 놀이시설, 동·식물원 방문(4.7%) 등의 순으로 나타남
- 특히 국내관광여행 방문지 활동 중 음식관광은 2013년 18.2%에서 2014년 18.8%, 2015년 19.3%로 꾸준히 증가하고 있는 추세임

<표 2-23> 국내 여행지 주요 활동

(단위 : %)

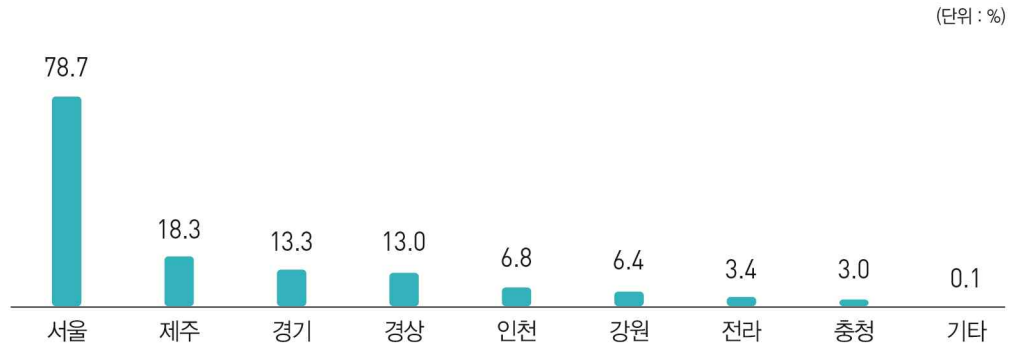
구분	2015년			2014년			2013년		
	관광 여행	숙박 여행	당일 여행	관광 여행	숙박 여행	당일 여행	관광 여행	숙박 여행	당일 여행
자연 및 풍경 감상	29.4	28.6	30.1	29.7	29.6	29.9	31.3	30.1	32.4
음식관광	19.3	18.5	20.2	18.8	17.5	20.0	18.2	16.4	19.9
휴식 / 휴양	14.9	17.1	12.7	16.2	19.1	13.4	16.9	20.1	14.0
야외위락 및 스포츠 활동	11.1	10.6	11.6	9.7	9.9	9.6	9.8	10.0	9.6
테마파크, 놀이시설, 동·식물원 방문	4.7	5.2	4.1	4.9	4.8	5.1	4.5	4.2	4.7

자료 : 문화체육관광부(2016), 2015 국민여행실태조사.

- 2015년 국민 1인 평균 국내여행 일수는 9.34일로 조사되었으며, 숙박여행은 6.16일, 당일여행은 3.18일로 전년 대비 다소 증가한 것으로 나타남. 국내여행 중 관광여행은 1인 평균 4.54일이며, 숙박여행은 3.04일, 당일여행은 1.5일로 조사됨
- 숙박여행 시 이용숙박시설은 가족·친지집(48.8%), 펜션(15.9%), 콘도미니엄(8.3%), 호텔(6.4%), 모텔·여관(5.0%) 순으로 조사되었음
- 국민 1인 평균 국내여행 비용은 582,770원이며, 숙박여행 비용은 389,721원, 당일여행 비용은 193,049원으로 조사되어 전년 대비 다소 증가하였음

(3) 충청권 관광시장의 동향

- 방한 외래관광객의 한국 여행 중 방문권역으로 '서울' 방문 비율이 78.7%로 가장 높고, 다음은 '제주'(18.3%), '경기'(13.3%), '경상'(13.0%) 등의 순으로 나타남



[그림 2-11] 2015 방한 외래관광객 한국 여행 방문지

자료 : 문화체육관광부(2016), 2015 외래관광객 실태조사,

- 대전·충청권의 방문은 3.0%에 불과한 것으로 나타나 대책마련이 필요한 것으로 파악됨. 충청지역 방문지 중에서는 대전에 위치한 '엑스포 과학공원'(18.2%)의 방문비율이 가장 높았고, 다음은 '천안 독립기념관'(18.1%), '유성 온천'(9.8%), '아산 외암민속마을'(8.9%), '대전'(8.0%), '계족산 황톳길·계족산성'(7.4%) 등의 순으로 나타남
- 거주국별로 살펴보면, 일본 관광객은 '대전'(21.9%), 중국 관광객은 '천안 독립기념관'(35.4%), 미국 관광객은 '엑스포 과학공원'(23.7%)의 방문 비율이 높은 것으로 나타남

<표 2-24> 2015년 연도별 충청지역 방문지

(중복응답, 단위 : %)

항 목	방문 비율	항 목	방문 비율
엑스포 과학공원	18.2	계족산 황톳길(계족산성)	7.4
천안 독립기념관	18.1	태안 안면도/만리포	6.9
유성 온천	9.8	충주(수안보 온천)	6.9
아산 외암민속마을	8.9	대청호반	5.4
대전	8.0	세종호수공원	5.1

자료 : 문화체육관광부(2016), 2015 외래관광객 실태조사,

- 2015 국민여행실태조사에 따르면 연령별로 살펴보면 '엑스포 과학공원'은 15~20세(27.3%)에서 방문비율이 높은 것으로 나타났고, '천안 독립기념관' 방문 비율은 31~40세(25.2%)의 연령층에서 높게 나타남
- 방한 목적별로 살펴본 결과 여가·위락·휴가 목적은 '천안 독립기념관'(24.3%)의 방문비율이 높고, 사업·전문 활동 목적은 '천안 독립기념관'(16.2%)과 '엑스포 과학공원'(15.8%)의 방문 비율이 높은 것으로 나타남



3) 국내 관광 트렌드 전망

- 유엔 세계관광기구(UNWTO)가 발표한 ‘2014 세계관광규모’(World Tourism Barometer)에 따르면 한국의 관광산업은 15년 한 해 동안 외래관광객 1320만 명을 유치하며 21위를 기록하였음
- 관광수입은 2014년 181억 달러(약 19조 8,213억 원)로 전년보다 3계단 상승하여 18위를 차지하면서 성장세를 보였다가, 2015년 152억 달러로 다소 감소한 것으로 나타남. 메르스로 인한 일시적인 감소로 보이며, 전반적인 경향을 볼 때 관광수입이 꾸준히 증가하고 있는 것으로 파악되어 관광산업이 우리나라의 신성장동력으로 부상하고 있음
- 국내외 환경이 빠르게 변화하면서 생기는 복잡성과 불확실성으로 인하여 체계적이고 분석적 접근에 기초한 관광트렌드 전망의 중요성이 커지고 있음
- 한국문화관광연구원에서는 국내외 자료를 토대로 관광부문에서 주요 이슈가 될 것으로 예상되는 트렌드를 선정하고 관광환경변화 양상을 분석하여 ‘최근 관광트렌드 분석 및 전망 연구보고서(한국문화관광연구원, 2014)’에서 다음과 같이 10대 관광 트렌드를 제시하고 있음



[그림 2-12] 10대 관광트렌드 구성도

자료 : 한국문화관광연구원(2014), 최근 관광트렌드 분석 및 전망,

가. 중국, 한국 관광 시장의 지형을 바꾸다

- 중국인 해외 관광객 수가 빠르게 늘어남에 따라 해외관광 시장의 규모와 잠재력은 세계 관광산업의 중요한 성장 기회 요인으로 인식되며, 향후 지리적 근접성, 양국 간 경제적·인적 교류 증대, 한국문화에 대한 관심 증대 등 중국인 방한 관광 시장 규모는 지속적으로

확대될 것으로 전망됨

- 방한 관광에 대한 중국인들의 선택 폭을 넓히고, 다양한 관광활동과 경험을 제공할 수 있도록 관광 상품의 다원적 개발이 요구되며, 현재의 서울, 제주를 중심으로 방문하는 관광객들이 지방으로 분산될 수 있도록 전략을 수립해야 함
- 또한 방한 중국인 관광객에 대한 수용태세를 지속적으로 개선하고 중국 시장의 양적·질적 성장을 추구하여 우리나라 관광산업의 경쟁력을 향상시켜야함

나. 관광, 경계를 허물다

- 산업 간 창조적 결합을 통해 새로운 부가가치를 창출하는 ‘융합의 시대’로 전환하면서 사회 전반에서 융합 트렌드가 가속화되는 추세임. 따라서 타 산업 분야와의 융·복합을 통한 새로운 융합관광 영역을 발굴·육성하고, 융합관광 콘텐츠확충을 위한 정책방안마련이 요구됨
- MICE 산업, 크루즈관광, 의료관광, 요트관광, 승마관광 등 융합관광 분야에서 부가가치가 높은 관광산업의 수요가 확대될 것으로 전망됨에 따라 고부가가치 융·복합형 관광상품의 지속적인 개발이 필요함

다. 관광의 기본가치(NEW 3S : Safe, Sustainable, Social) 존중 여행 확산

- 관광안전에 대한 관심증대(Safe) : 관광산업의 성장과 함께 안전이라는 관광 분야의 기본적 가치에 대한 관심이 증대되고 있음
- 환경적 가치 존중의 지속적 확산(Sustainable) : 웰빙, 건강 등 삶의 질과 환경적으로 가치의 중요성에 대한 인식이 점점 더 커지면서 도보여행, 생태관광 등 자연 친화적 관광활동에 대한 수요가 증가할 것으로 보임
- 사회적 가치 추구의 스펙트럼 다양화(Social) : 접근 가능한 관광(accessible tourism)과 공정여행(fair travel)에 대한 관심이 증대되고 있으며, 민간의 기부와 자원봉사 영역에서도 확대되고 있는데 특히 여행사 등 관광기업의 CSR(Corporate Social Responsibility) 활동이 늘어나고 있음

라. 모바일이 주도하는 새로운 관광생태계

- 관광객의 정보 접근성이 인터넷과 스마트 폰을 통해 급속히 확대됨에 따라 온라인 예약의 강세가 두드러지고, 여행자료 검색과 관리를 위한 인터넷 활용이 급진적으로 증가하면서 관광산업이 새로운 전환점을 맞이하고 있음
- 향후 모바일 기술은 여행업에서 고객 관리 및 마케팅 전략의 핵심을 차지할 것으로 예상되며, 관광산업 영역에서도 최근 확대되고 있는 O2O(Online to Offline)에 대한 적극적



인 대응이 필요함

마. 즐거운 불편함, OR(Outdoor Recreation) 여행

- 건강을 중요시하는 소비행태의 확산으로 자전거, 등산 등 친환경 레저스포츠를 지향하는 수요가 지속적으로 증가하는 추세이며, 건강에 대한 관심 증가 및 이색적인 체험을 즐기는 관광 증가로 레저스포츠 분야의 성장이 확대됨
- 수요자 중심의 관광인프라 구축과 가이드, 전문 인력 양성 등 아웃도어 레저스포츠의 활성화를 위한 정책 추진이 필요함

바. 지역의 숨겨진 매력(hidden jewels)을 찾아 떠나는 여행

- 관광 경험이 많아지면서 획일화된 대량 관광소비에서 다양한 삶과 문화를 체험하고 현지인과의 교감을 즐기려는 여행에 대한 수요가 점차 증가하고, 잘 알려지지 않은 여행지를 찾고 여행지에서 평범하게 사는 사람들과 함께 어울리는 여행을 선호하는 경향이 증가함
- 지역의 숨겨진 매력을 통한 지역관광 활성화를 도모하기 위해서는 중앙정부, 지방자치단체, 지역민, 관광사업체 등 관광 주체들 간의 유기적 협력 구축이 요구됨

사. 여유로움과 행복을 추구하는 여행문화, 슬로우 트래블

- 최근 힐링이 주요 사회문화 코드로 부상하면서 모든 산업분야에서 힐링을 컨셉으로 한 상품이 판매되고 있으며, 현대인들이 느끼는 불안을 치유할 수 있는 대안으로 관광의 역할이 강조되고 있음
- 현대사회에서 스트레스에 지치고 힘들어하는 사람들에게 위안과 치유를 제공해주는 힐링추구형 슬로우 트래블이 점점 더 각광받을 것으로 전망됨

아. 스스로 결정하고 떠나는 DIY(Do it yourself) 여행

- 밀레니엄 세대(1980년 이후부터 2000년 사이에 태어난 세대)는 단체관광보다 친구들과의 여행을 선호하며, 다양한 경험을 누리기 위해 지출을 아끼지 않고 스스로 여행의 일정을 주도적으로 진행·관리하는 개별여행이 두드러짐
- 개별관광객의 수요증가에 대응하기 위하여 관광의 기본 인프라를 개별관광객에 부합하는 체계로 전환해야 하며, 새로운 관광 비즈니스 모델의 창출이 요구되고 있음

자. 관광의 신 소비층으로 부상하는 중장년층

- 최근 정년을 맞은 한국의 베이비붐 세대가 고령화 시대의 새로운 여가 문화 소비계층 ‘뉴 시니어(New Senior)’으로 부상하고 있음
- 신 소비계층인 중장년층을 중심으로 휴식과 배움을 즐기는 자발적 ‘학습형 여행자’가 증



가하고 있으며, 이들의 욕구에 따라 다양한 유형의 여행상품 개발이 필요함

차. 칩시크(Cheap Chic)를 추구하는 실속형 관광소비 정착

- 세계 경제 위기는 단거리 여행객의 증가, 여행 기간의 감소, 국내여행 및 근교 여행 선호, 진정성 있는 경험 추구 등의 경향이 확대되는 추세이며 반복되는 불황과 낮은 경제성장률로 칩시크형 관광 상품이 증가하고 있음
- 여행시장은 럭셔리 여행시장과 저가 여행시장으로 양분되어 성장할 것으로 전망됨에 따라 럭셔리 여행시장과 저가 여행시장의 균형 성장을 유도하는 대응전략 및 소비규모별 특성을 파악하고 이에 따른 관광상품 개발이 요구됨

<표 2-25> 관광 트렌드의 변화와 과제

구분	관광 트렌드의 변화	과 제
1	중국인 관광객 방문 증가	· 중국인 관광객 대상 관광상품의 다원적 개발 · 중국인 관광객의 지방분산 전략, 지역 방문확대
2	융복합 관광 증가	· 고부가가치 융복합형 관광상품 지속적 개발
3	관광의 기본가치(Safe, Sustainable, Social) 존중 여행	· 자연친화적 관광활동 수요증가에 대응
4	모바일이 주도하는 새로운 관광 생태계	· O2O(Online to Offline)에 대한 적극적 대응
5	즐거운 불편함, OR(Outdoor Recreation) 여행	· 전문인력 양성 등 아웃도어 레저스포츠 활성화
6	지역의 숨겨진 매력(hidden jewels)을 찾아 떠나는 여행	· 관광주체들 간의 유기적 협력 구축
7	여유로움과 행복을 추구하는 여행문화, 슬로우트래블	· 힐링추구형 슬로우 트래블 구축
8	스스로 결정하고 떠나는 DIY(Do it yourself) 여행	· 개별관광객의 수요 증가에 대비
9	관광의 新소비층으로 중장년층 부상	· 중·장년층 대상 다양한 유형의 여행상품 마련
10	칩시크(Cheap Chic)를 추구하는 실속형 관광소비 정착	· 소비규모별 특성 파악, 관광상품 개발

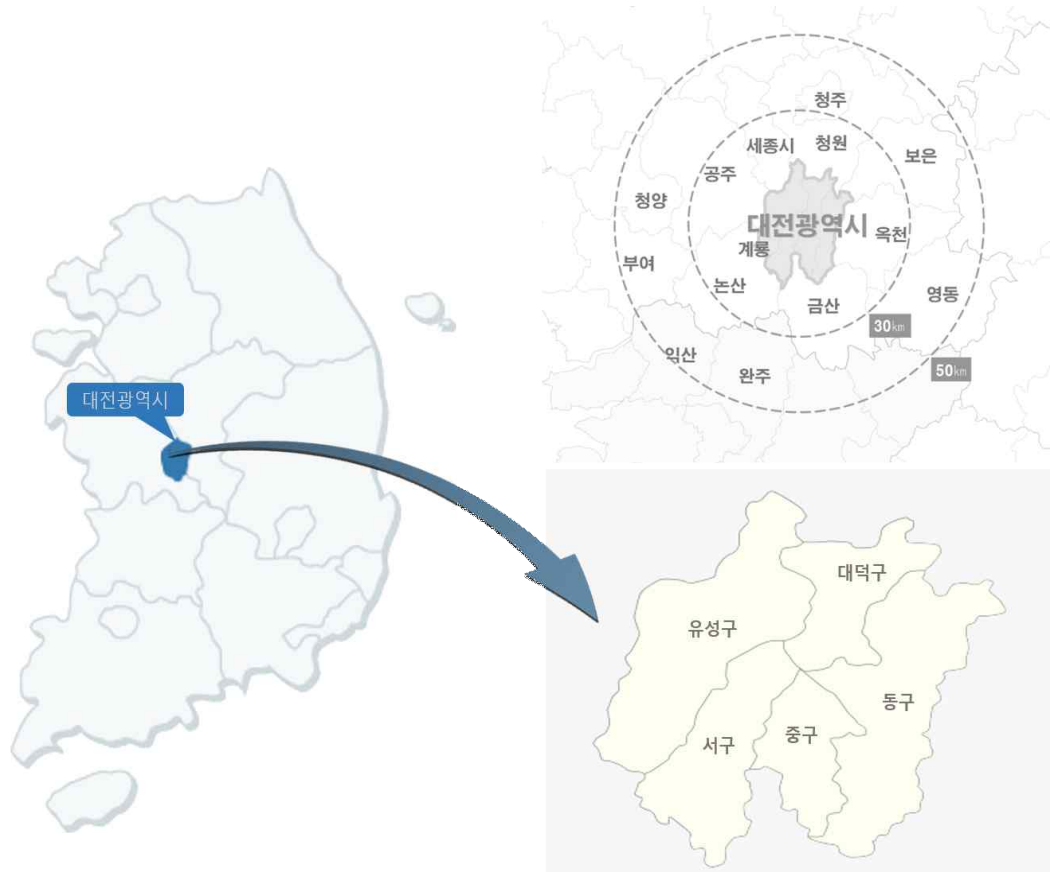
자료 : 한국문화관광연구원(2014), 최근 관광트렌드 분석 및 전망 에 의거 재 작성함

제2절 대전권 관광개발 여건분석

1. 일반적 현황

1) 입지적 특성

- ▣ 대전광역시는 행정구역상 세종특별자치시, 충청남도의 공주시·논산시·금산군, 충청북도의 청원군·보은군·옥천군과 접해 있으며, 대전에서 서울까지는 167.3km, 부산까지는 238.2km, 광주까지는 169km의 거리로 남한의 심장부에 위치해있어 중도라고 불림
- ▣ 경부·호남·통영대전 고속도로, 국도 및 철도가 경부선과 호남선으로 분기하고 있어 교통의 요충지로 경부고속철도가 개통되어 대한민국 교통의 중심지로 자리매김하고 있음



[그림 2-13] 대전광역시 위치



2) 자연현황

(1) 지형여건

- 대전광역시에는 북쪽 일부 지역을 제외하고 사방이 산으로 둘러싸인 사각형 모양의 분지 지형으로 차령산맥과 소백산맥 사이에 위치하고 있음
- 동쪽에는 계족산(424m)·식장산(592m), 남쪽에는 보문산(457m)·만인산(537.1m), 서쪽에는 우산봉(573.4m)·도덕봉(535.2m)·금수봉(530m), 북쪽은 금병산(365m) 등이 솟아있음
- 대전광역시의 지형적 특징은 전체 면적의 75%에 달하는 그린벨트와 녹지지역의 분포를 가능하게 하여 청정한 자연환경을 유지하고 있음

(2) 수계

- 대전광역시의 수계는 대전분지를 둘러싸고 있는 산계를 중심으로 남북방향으로 발달하였으며, 대부분 북류하고 있음
- 상류부인 시의 남쪽 방면에서는 주로 곡류하도를 보이다가 시내 중심부에서는 나뭇가지 처럼 뻗어 나간 수지상의 형태를 보이며, 분수계에서 발원한 작은 지류들은 대전광역시 서부에서는 갑천, 중앙부에서는 유등천·대전천 등의 큰 지류를 이룸

(3) 기상·기후

- 지난 대전의 연평균 기온은 13.0℃이고, 1월의 월평균기온은 -1.0℃, 8월 월평균기온은 25.6℃, 연교차는 26.6℃로 여름은 덥고 겨울에는 추운 대륙성 기후특성을 나타내고 있음
- 연평균 강수량은 1,458.7mm이며, 계절적으로 연강수량의 50-60%가 여름에 내리고, 5-10%는 겨울에 내림. 바람은 일반적으로 북서계절풍이 남서계절풍보다 강하고, 특히 겨울철에는 북서풍이 불며, 운량은 7월에 많고 10월에는 적게 나타남

3) 인문환경

(1) 행정구역 및 면적

- 대전광역시 총면적은 539.28km²이며, 5개의 구, 78개 행정동과 177개 법정동으로 행정조직이 편성되어있으며, 구 단위 행정구역 중에서는 유성구가 176.33km²로 가장 넓은 면적을 차지함
- 유성구 다음으로 동구와 서구가 각각 136.65km², 95.48km²로 대전시 전체 면적의 25.3%와 17.7%를 차지하고 있음

<표 2-26> 행정구역별 면적 현황

(단위 : km², %)

구 분	대전광역시					
	계	동구	중구	서구	유성구	대덕구
면 적	539.28	136.65	62.14	95.48	176.33	68.69
구성비	100.0	25.3	11.5	17.7	32.7	12.8

자료 : 대전광역시(2016), 제54회 대전통계연보(2015).

(2) 인구

- 2015년 12월말 기준 대전시 주민등록인구현황을 보면 총인구는 1,535,191명, 세대수는 약 597,008 세대로 세대당 평균 구성원 수는 2.6명임
- 구 단위 행정구역 중에서는 관공서와 상업시설이 밀집되고 주거 및 교육환경 개선 등으로 인구가 크게 유입된 서구가 490,859명으로 가장 많은 인구가 거주하고 있음

<표 2-27> 연도별 인구추이 현황(2004~2015)

(단위 : 명, %, 세대)

연 도	인 구				세 대	
	계(명)	증가율(%)	남(명)	여(명)	세대(세대)	세대당인구(명)
2004	1,450,750	0.83	728,463	722,287	492,068	2.9
2005	1,462,535	0.81	733,817	728,718	505,650	2.9
2006	1,475,961	0.92	740,425	735,536	518,039	2.8
2007	1,487,836	0.80	745,359	742,477	525,880	1.0
2008	1,495,048	0.48	748,235	746,813	531,682	2.8
2009	1,498,665	0.24	749,880	748,785	538,100	2.8
2010	1,518,540	1.33	760,409	758,131	555,768	2.7
2011	1,530,650	0.80	765,986	764,664	566,324	2.7
2012	1,539,154	0.56	770,190	768,964	575,600	2.7
2013	1,547,609	0.55	773,863	773,746	584,877	2.6
2014	1,547,467	-0.01	773,412	774,055	592,508	2.6
2015	1,535,191	-0.79	766,993	768,198	597,008	2.6

주 : 1. 인구는 외국인 포함, 세대는 외국인 제외

2. 2015년 인구현황은 2016년 2월 2일 '2015년 4분기 주민등록인구통계' 자료 참고

자료 : 대전광역시(2016), 제54회 대전통계연보(2015).



4) 지역경제

- 2014년 15세 이상 인구는 1,288천명이며, 경제활동인구는 792천명, 비경제활동인구는 496천명으로 조사되었으며, 경제활동인구 중 실업자가 27천명, 취업자 수는 2008년 696천명에서 2014년 765천명으로 꾸준히 증가하고 있음
- 2014년 12월 말 대전시의 취업자별 산업구조는 제1차 산업 9천명(1.2%), 제2차 산업 80천명(10.5%), 제3차 산업 677천명(88.5%)으로 1, 2차 산업의 비중이 낮고 제3차 산업의 비중이 높은 전형적인 대도시 산업구조의 특성을 지님

<표 2-28> 산업별 취업구조 현황(2010~2015)

(단위 : 천명, %)

구 분	총 취업자		1차 산업		2차 산업		3차 산업	
	취업자	구성비	취업자	구성비	취업자	구성비	취업자	구성비
2010	702	100.0	7	1.0	84	12.0	610	86.9
2011	713	100.0	9	1.3	86	12.1	618	86.7
2012	726	100.0	8	1.1	89	12.3	629	86.6
2013	736	100.0	9	1.2	74	10.1	653	88.7
2014	765	100.0	9	1.2	80	10.5	677	88.5
2015	785	100.0	7	0.9	76	9.7	702	89.4

주: 2015년 자료는 2015년 10월 '대전고용동향통계표' 참고
 자료 : 대전광역시(2016), 제54회 대전통계연보(2015).

5) 공간구조

(1) 토지이용

- 2013년 기준 대전광역시 내 용도지역 지정 현황을 살펴보면 전체 면적은 539.96km²임
- 2013년 현재 지목별 토지이용 현황을 살펴보면 임야가 281,588,280m²로 전체 52.30%를 차지하고 있으며, 전과 답이 각각 5.35%, 6.28%를 차지하고 있으나 해를 거듭할수록 이용면적이 감소하고 있는 추세임

<표 2-29> 토지 지목별 현황

(단위 : m², %)

구 분	2012년		2013년		2014년	
	면적	구성비	면적	구성비	면적	구성비
계	540,146,674	100.0	540,237,602	100.0	539,283,134	100.0
전	30,928,553	5.75	28,821,737	5.35	28,357,282	5.26
답	36,369,911	6.76	33,792,279	6.28	32,774,514	6.08
과수원	2,228,160	0.41	2,175,877	0.40	2,210,831	0.41
목장용지	309,964	0.06	296,275	0.06	296,160	0.05
임야	282,430,686	52.49	281,588,280	52.30	279,948,017	51.9
광천지	68	0	68	0	68	0
염전	0	0	0	0	0	0
대지	62,572,051	11.63	63,565,174	11.81	64,703,896	12.0
공장용지	7,820,691	1.45	7,833,711	1.46	7,911,066	1.47
학교용지	9,037,789	1.68	9,170,101	1.70	9,486,232	1.76
주차장	535,232	0.10	572,859	0.11	660,251	0.12
주유소용지	341,263	0.06	348,329	0.06	353,955	0.07
창고용지	238,951	0.04	239,577	0.04	395,444	0.07
도로	35,801,782	6.65	36,682,032	6.81	37,665,604	6.98
철도용지	3,624,582	0.67	3,622,498	0.67	3,836,901	0.71
제방	943,224	0.18	922,957	0.17	1,092,503	0.20
하천	19,353,360	3.60	19,392,722	3.60	19,367,543	3.59
구거	7,434,277	1.38	7,410,678	1.38	7,340,796	1.36
유지	20,805,030	3.87	20,819,592	3.87	20,810,007	3.86
양어장	7,729	0	7,729	0	7,729	0
수도용지	1,032,924	0.19	1,042,194	0.19	1,077,464	0.2
공원	8,205,925	1.53	8,529,154	1.58	8,774,119	1.63
체육용지	1,997,234	0.37	2,016,899	0.37	2,050,491	0.38
유원지	16,352	0	16,352	0	16,352	0
종교용지	695,895	0.13	707,605	0.13	719,592	0.13
사적지	80,472	0.01	80,472	0.01	80,472	0.01
묘지	1,284,920	0.24	1,273,738	0.24	1,382,333	0.26
잡종지	3,985,625	0.74	7,435,393	1.38	7,963,513	1.48

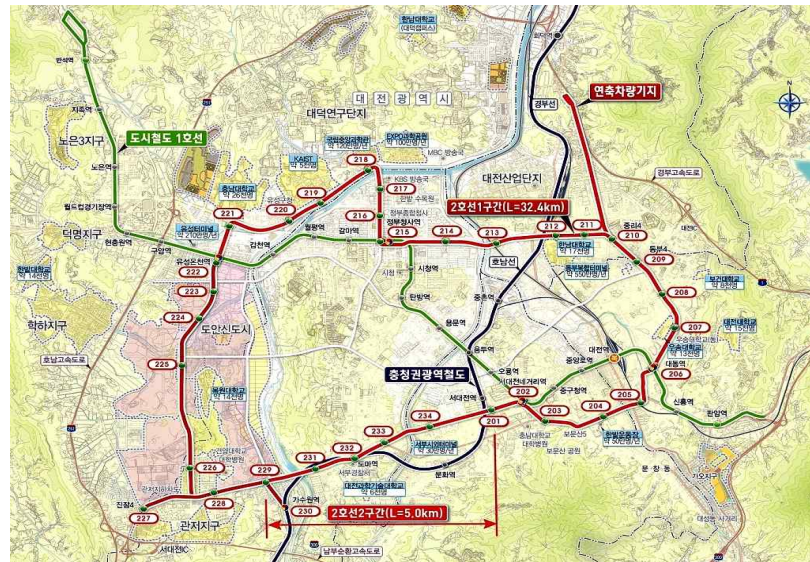
자료 : 대전광역시(2016), 제54회 대전통계연보(2015).

(2) 교통현황

- 대전광역시는 한반도의 중심부에 위치한 지리적 중심지일 뿐 아니라 수도권과 영호남을 연결 및 분리하는 광역교통의 요충지이며, 전국 주요 도시가 2시간권내로 연결되는 편리한 교통접근성을 자랑하고 있음

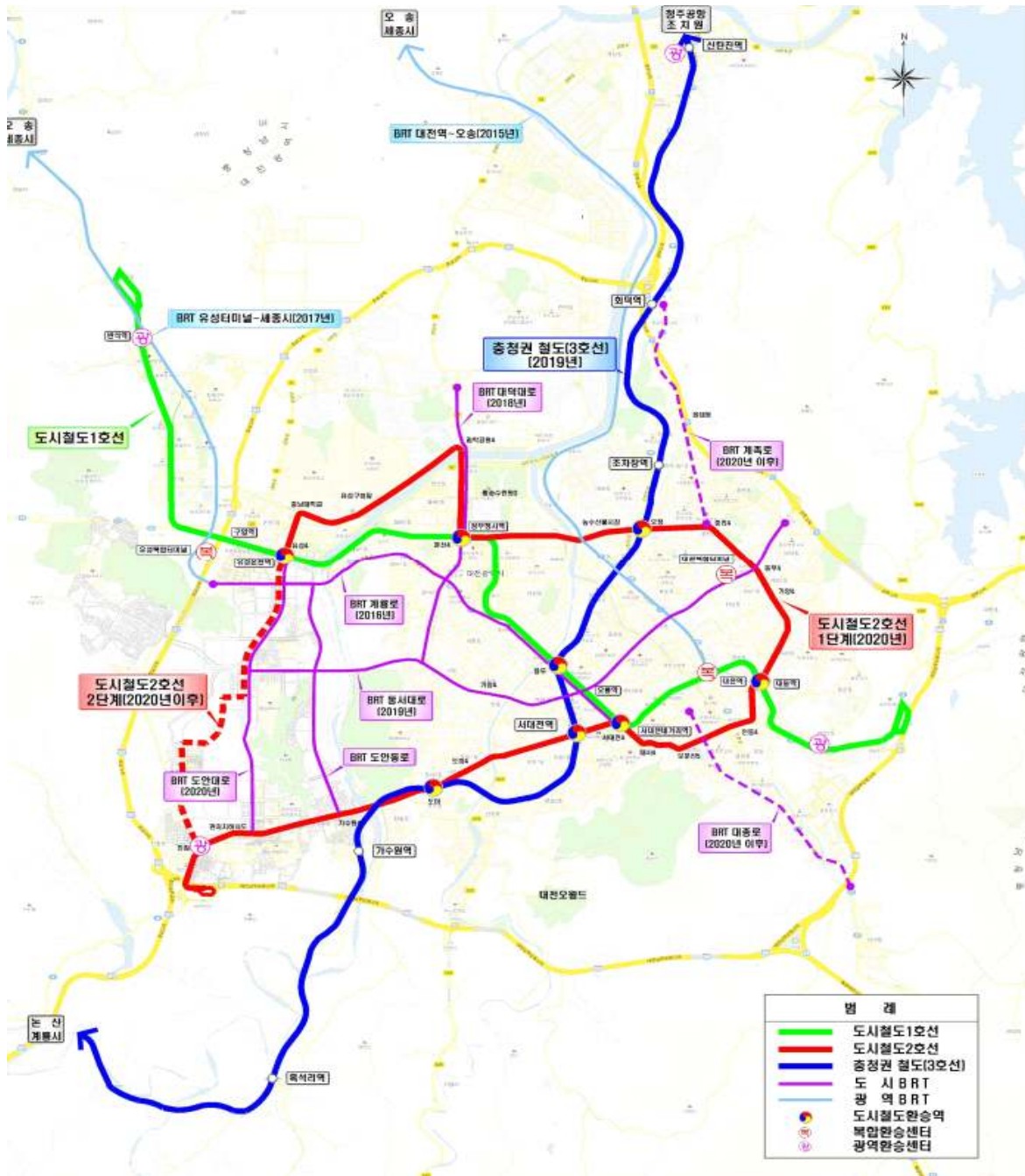


- ▣ 대전광역시 관내에 소재한 공항은 없으며, 가장 가까운 공항은 청주국제공항으로 시외버스, 공항리무진 이용 시 약 50분, 자가용 40분 정도 소요되며 중국과 동남아를 연결하는 노선이 있지만 편수와 노선이 많지 않아 대부분 국내여행 시 이용하고 국외여행의 경우 주로 인천국제공항을 이용함
- ▣ 외래관광객들이 이용하는 주요 국제공항인 인천국제공항에서 대전역까지 오는 KTX 열차 운행이 2014년 6월부터 개통되어 기존에 3시간이었던 소요시간이 1시간 20분으로 단축되어 외래관광객 접근이 용이해짐
- ▣ 대전광역시를 중심으로 한 철도망은 경부선, 호남선, 전라선 등 3개 노선이 있으며, 경부선은 신탄진역과 대전역을 경유하며, 호남선·전라선은 신탄진역과 서대전역을 경유하고 있음
- ▣ 대전광역시의 광역도로망은 경부고속국도, 호남고속국도, 대전-당진 간 고속국도, 대전-통영 간 고속국도, 대전 남부 순환고속국도 등 5개의 고속국도, 국도 4개, 국지도 1개, 국가지원지방도 및 지방도 3개 노선으로 형성되어 있음
- ▣ 대전시는 대전고속버스터미널과 동부시외버스터미널을 통합하여 2011년에 복합쇼핑문화공간으로 대전복합터미널을 건립하였고, 2017년까지 구암역 인근에 유성복합터미널 조성을 추진하고 있음
- ▣ 대전광역시 관내 대중교통현황을 살펴보면, 버스 965대가 91개 노선으로 운행되고 있으며, 도시철도는 1호선 단일노선으로 판암역에서 반석역까지 총 연장 22.64km, 22개 정거장을 운행 중임
- ▣ 도심 교통문제를 해소하고 대중교통망 확충을 위한 도시철도 2호선 트램은 서대전역에서 출발해 대동역-중리4거리-정부청사역-유성온천역-진잠-가수원네거리 등을 지나 다시 원점으로 돌아오는 노선으로 총 연장 37.4km, 총 34곳의 정거장으로 2025년 개통을 목표로 추진하고 있음



[그림 2-14] 대전도시철도 2호선 노선도

- 대전시-세종시 간 증가하는 광역교통 수요에 대응하고, 상생발전 교통체계를 마련하기 위해 광역권 간선급행버스(BRT, Bus Rapid Transit) 노선이 대전역-세종시청-세종청사-오송역 까지 31.2km가 개통되어 운행 중임



[그림 2-15] 대전광역시 종합 대중 교통 체계 구축 계획

* 환승계획은 향후 추진과정에서 변경될 수 있음

자료 : 대전광역시(2014). 2014년도 대전광역시 도시교통정비 시행계획,

2. 대전권 관광여건 분석

1) 대전권 관광자원 현황

- 대전권의 관광자원은 크게 자연관광자원과 인문관광자원으로 구분할 수 있으며, 지형적 특성에 따라 도시 외곽에는 자연관광자원 중 산악자원이 많이 분포되어 있고, 도심 내에는 인문관광자원이 주로 분포되어 있음
- 대전시는 2012년에 대전 대표 관광명소로 오월드, 뿌리공원, 엑스포과학공원, 한밭수목원, 계족산 황톳길, 대청호반, 장태산 자연휴양림, 대전둘레산길, 동춘당, 대전문화예술단지, 으능정이 문화의 거리, 유성온천 등 12선을 선정하였음
- 2015년 대전시는 역사, 문화, 생태환경, 과학 등 분야별로 ‘대전에서 꼭 가봐야 할 40곳’을 선정하여 여행 작가, 파워블로거 등을 대상으로 팸투어를 실시하는 등 국내외 관광객 유치를 위해 마케팅활동을 강화하고 있음

<표 2-30> 대전의 꼭 가볼만한 40곳

역사명소(9)	문화명소(11)
1. 우리 곁에 흐르는 천년역사 계족산성 2. 사회복지기관의 효시 미륵원 3. 조선 예학의 요람 동춘당 4. 조선의 정원서재 송시열의 남간정사 5. 단재 신채호 선생 생가터와 동상 6. 옛 대전형무소의 망루, 우물 7. 수운교의 성지, 천단 8. 500년 장묘문화의 보고 이사동 민속마을 9. 옛 충남도청과 근현대사전시관	1. 대전역과 추억의 가락국수 2. 호국공원 국립대전현충원 3. 세계 유일의 효(孝)테마파크와 족보박물관 4. 현대미술의 거장 고암 이응노미술관 5. 세계 최대 규모의 전통 종악기 카리용 6. 대한민국 3대빵집 성심당 7. 화폐박물관 8. 지질박물관 9. 100년 역사 도심 속 전통시장 유성5일장 10. 대전예술의 전당 11. 천연기념물센터
생태환경(10)	과학명소(10)
1. 세계인의 힐링캠프, 계족산 황톳길 2. 대전의 3대하천과 자전거길 3. 도심 속 라듐온천 유성온천 및 족욕체험장 4. 종합테마파크 오월드의 사파리 5. 메타세콰이어 숲 장태산 자연휴양림 6. 녹색생태 관광지 대청호 오백리길 7. 아름다운 야경을 볼 수 있는 보운대와 대동하늘공원 8. 도심 속 비밀정원 한밭수목원 9. 대전둘레산길 300리 10. 금강로하스 에코파크	1. KAIST(한국과학기술원)과 슈퍼컴퓨터 2. 한국표준과학연구원과 해시계, 원자시계 3. 국립중앙과학관과 천체투영기 4. 대전시민천문대와 굴절망원경 5. 한국항공우주연구원과 나로호 6. 대전엑스포과학공원과 세계엑스포기념품박물관 7. 한국전자통신연구원 8. 한국한의학연구원 9. 한국천문연구원과 우리나라 국제 GPS기준점 10. 한국기계연구원과 자기부상열차

자료 : 대전광역시 대전관광 홈페이지(2015.4) <http://www.daejeon.go.kr/tou/index.do>



(1) 자연관광자원

- 대전권의 자연관광자원은 산악관광자원, 수변관광자원, 온천관광자원, 공원관광자원으로 분류할 수 있으며, 산으로 둘러싸인 지리적 특성상 계족산, 보문산, 식장산, 장태산 등의 산악 관광자원이 많이 분포되어 있음

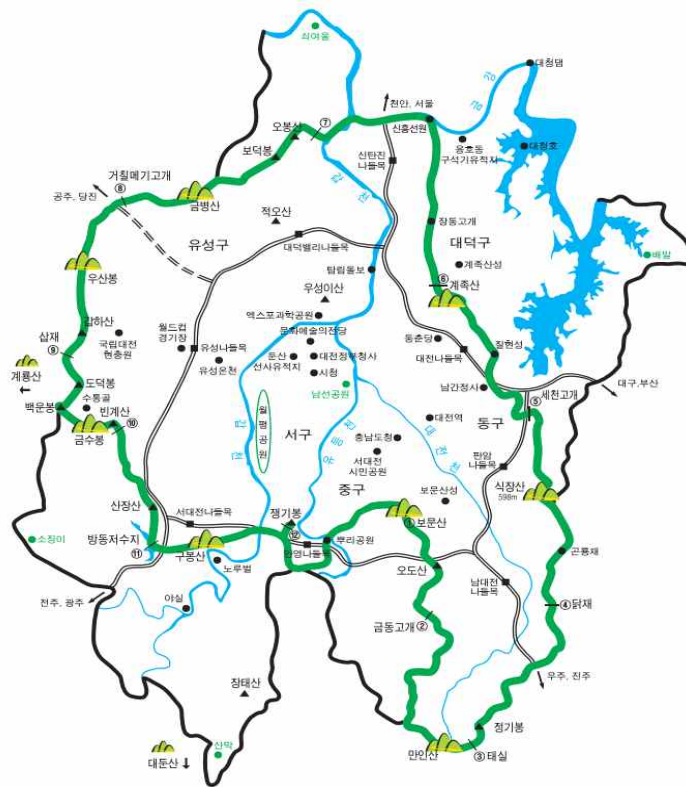
<표 2-31> 대전권 주요 자연관광자원 현황

구분	관 광 자 원 명
산악 관광자원	식장산, 구봉산, 보문산, 계족산 황톳길, 장태산 자연휴양림, 장동 삼림욕장, 성북동 삼림욕장, 만인산 자연휴양림, 수통골, 대전 둘레산길
수변 관광자원	3대하천과 자전거길, 대청호 오백리길
온천 관광자원	유성온천, 족욕체험장
공원 관광자원	한밭수목원, 유림공원, 뿌리공원, 금강로하스 에코공원, 대청공원, 로하스산호빛공원

가. 산악관광자원

- 세계산악관광회의(World Congress on Snow and Mountain Tourism)에서 논의된 산악 관광은 산을 활용한 레저스포츠, 산악열차, 숙박시설 등을 통칭해서 부르는 개념으로 최근 국내 등산 인구가 급증하면서 성장 가능성이 높은 관광상품으로 주목받고 있음
- 대전광역시에는 산줄기가 에워싼 분지도시로 장태산, 만인산, 계족산, 보문산, 식장산 등 많은 산악관광자원을 보유하고 있음
- 메타세콰이어(metasequoia) 숲으로 유명한 장태산 자연휴양림은 숙박시설, 숲속수련장, 생태연못, 전망대 등을 갖추고 있으며, 만인산 자연휴양림은 숲속의 교실 외 7개의 학습 시설과 만인산휴게소 외 11개의 휴양시설, 뗏목타기 등 11개의 체험시설을 갖추고 있음
- 계족산은 자연과 역사를 모두 즐길 수 있는 관광명소로 계족산 황톳길, 장동 삼림욕장, 삼국시대 백제와 신라의 격전지였던 계족산성과 봉수대, 산디민속마을 등이 있으며 매년 다양한 이벤트가 개최되고 있음
- 특히 해발 200m-300m 지점에 조성된 14km의 계족산 황톳길은 자연이 주는 건강을 경험할 수 있는 이색 관광명소로 매년 개최되는 계족산 맨발축제에는 많은 국내외 관광객이 참여하고 있으며 대전권에서는 유일하게 2013년-2014년 2년 연속 문화체육관광부와 한국관광공사가 함께 선정한 '한국관광 100선'에 선정되기도 하였음
- 식장산은 충북 옥천군과 경계를 이루며, 대전권에서 가장 크고 넓은 산으로 1996년 생태 보전림으로 지정받은 세천공원을 비롯하여 많은 사찰과 패러글라이딩 교육장, 전망대가 있어 인기가 높음

- 산에 보물이 묻혀 있다하여 ‘보물산’으로 불리었던 보문산은 70-80년대 대전권 내 주요 관광명소였지만 80년대 이후 둔산 신시가지 개발, 엑스포과학공원 개장, 시설 노후화 등으로 쇠퇴하였음
- 보문산에는 전망대인 보운대와 삼국시대 석축산성인 보문산성을 비롯한 문화재들이 있으며, 산 인근에는 중부권 최대 규모 동물원인 오월드, 국내 유일의 효(孝) 문화 테마파크인 뿌리공원, 체육시설이 갖추어진 사정공원, 대전아쿠아리움, 보문산 숲 치유센터 등 다양한 관광인프라를 보유하고 있어 인근 관광자원들과 연계하여 종합관광 개발계획 수립이 요구됨
- 대전시를 둘러싸고 있는 산들을 연결하여 조성한 대전 둘레산길은 대전 총 12개 구간 300리(133km)에 달하는 트레킹 코스로, 대전시는 등산객들이 쉽고 편하게 산행을 즐길 수 있도록 방향 표지판, 쉼터, 운동기구, 화장실 등 편의시설을 조성하였음



[그림 2-16] 대전 둘레산길 개념도



나. 수변관광자원

○ 대전 3대 하천과 자전거길

- 대전시는 도심을 가로지르는 갑천, 유등천, 대전천을 중심으로 호안정비, 생태습지, 여울, 산책로, 징검다리, 자전거도로 등을 조성하여 사람과 자연이 공존하는 생태하천으로 복원하기 위한 사업을 추진하였음
- 저탄소 녹색성장을 실현시키기 위하여 대전시는 언제 어디서나 시민들이 자전거를 편리하게 이용할 수 있도록 시민공용자전거 타슈(Tashu)를 운영하고 있으며, 대전시를 관통하는 하천을 따라 조성된 자전거도로는 자전거여행을 즐기기에 최적의 장소임

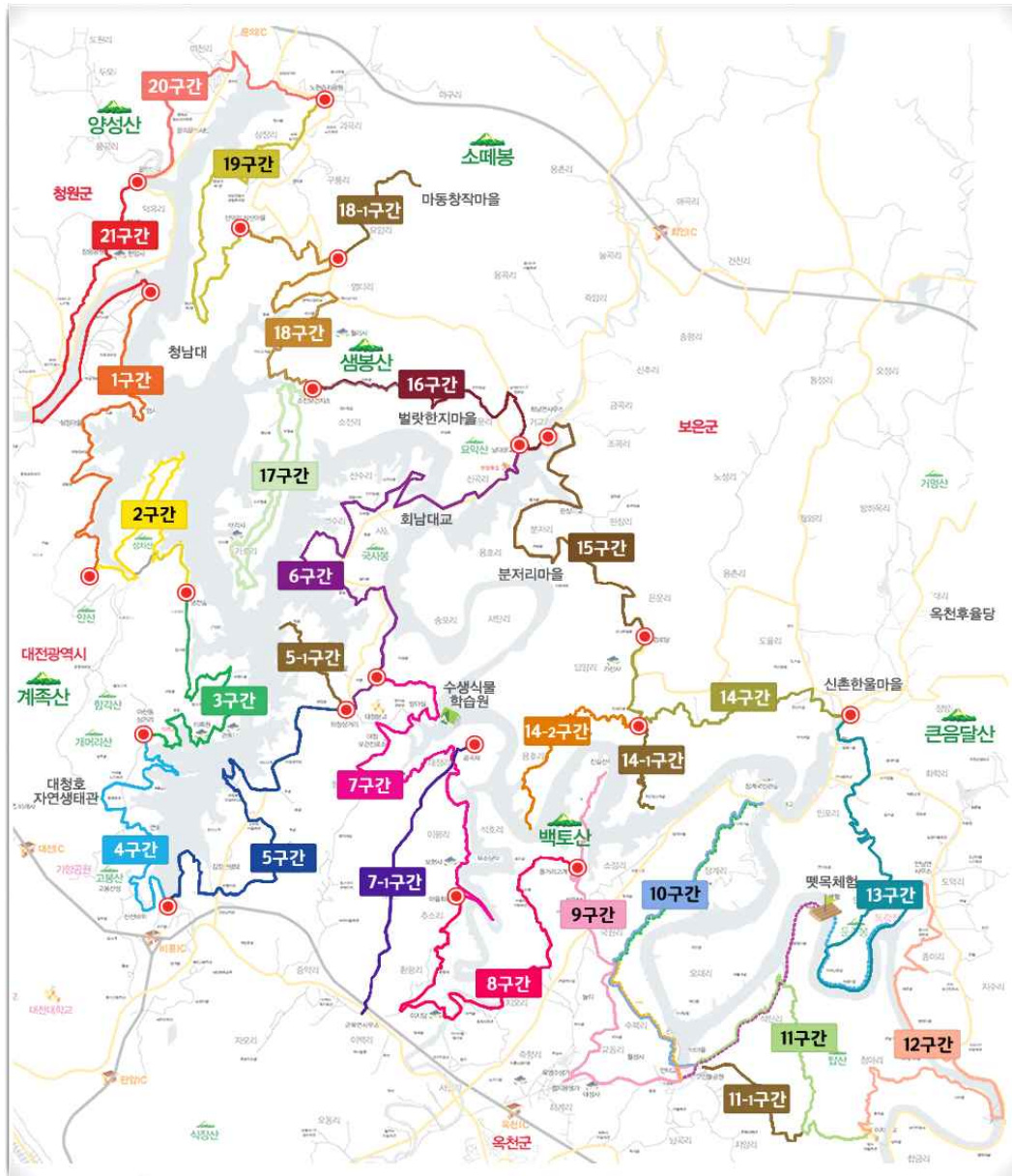
<표 2-32> 대전시 3대 하천 자전거 도로 및 산책로 현황

구분	산책로			자전거도로
	연장(km)	재질		연장(km)
		우레탄	기타	
계	84.43	36.7	49.23	60.24
금강	8.81	—	8.81	4.49
갑천	39.96	16.9	23.06	39.07
유등천	20.36	11.4	8.96	16.68
대전천	15.3	8.4	8.4	—

자료 : 대전광역시 생태하천과(2015.4)

○ 대청호 오백리길

- 1980년 조성된 대청호는 우리나라에서 3번째로 큰 인공호수로 대전광역시와 청주시를 비롯해서 금강 중하류 지역의 식수는 물론 생활용수, 공업용수를 공급하고 있음
- 지식경제부 대전·충청 광역연계협력사업의 일환으로 2010년부터 2013년 4월까지 총 74억 원을 투입하여 대청호 주변 자연과 소하천을 모두 포함하는 약 200km의 도보길인 대청호 오백리길을 조성하였음
- 대청호 오백리길은 총 21개의 코스로 물안개, 연꽃마을, 습지공원, 백골산성 등 구간마다 독특한 자연 환경과 볼거리, 먹을거리가 풍부하여 지난 2012년 유엔 해비타트(UN-HABITAT)에서 주관한 아시아도시경관상을 수상하였음
- 두메마을길(11.5km), 찬샘마을길(10km), 호반열녀길(10km), 호반낭만길(11.5km), 백골산성낭만길(13km), 대추나무길(16.5km) 등 약 69km에 달하는 6개 구간이 대전 동구와 대덕구 일대에 위치해 있음



[그림 2-17] 대청호오백리길 지도

다. 온천관광자원

- 유성온천은 백제시대 상처 입은 학이 온천물에 상처부위를 담가 치료하는 것을 보고 전쟁에 참가한 군인들이 상처를 입으면 유성온천물로 치료를 도왔다는 전설이 전해져 내려오고 있으며, 조선시대 태종이 유성온천으로 행차하여 목욕하고 제사를 지냈다는 기록이 남아있음
- 유성온천에는 나트륨, 마그네슘 등 60여종의 성분이 함유되어 있고, 중금속이 전혀 검출되지 않은 약 알칼리성 단순천으로 효능이 높은 것으로 알려져 있어 온천의 적절한 보호와 효율적인 이용을 위해 1981년 온천지구로 지정되었으며, 1994년에 봉명동을 비롯한 유



성온천, 엑스포과학공원을 중심으로 관광 특구로 지정됨

- 호텔들이 밀집된 온천로를 중심으로 2007년부터 2014년까지 추진되었던 유성명물문화공원 사업으로 갑천변에서 유성호텔까지 총 20,778.4㎡에 달하는 공간에 족욕체험장, 두드림 공연장, 쉼터, 산책로, 분수시설을 갖춘 워터스크린, 야간경관 등을 조성하여 대전권의 새로운 관광명소로 자리 잡음
- 유성구는 현재 의료와 온천을 결합한 의료관광상품 개발에 집중하고 있으며, 향후 유성명물문화공원이 조성된 온천로 일대에 사상의학 개념을 도입하여 한방족욕카페, 테마족욕장 등 유성온천건강특화거리로 조성할 계획임

라. 공원 관광자원

- 대전광역시의 도시공원 및 도시자연공원의 총면적은 45,573천㎡이며, 구역 현황으로는 총 609개소로 유성구가 189개로 약 30%를 차지하고 있으며, 다음으로 서구 134, 중구 100, 대덕구 97개, 동구 89개, 순으로 많은 것으로 나타남

<표 2-33> 대전광역시 도시공원 및 도시자연공원구역 현황

(단위 : 개소, 천㎡)

연 별 구 별	합계(A+B)		자연공원				도시공원					
			계(A)		국립공원		계(B)		생활권공원			
	개소	면적							소 계		어린이공원	
	개소	면적	개소	면적	개소	면적	개소	면적	개소	면적	개소	면적
2009	566	58,621	1	6,945	1	6,945	558	23,858	510	17,857	310	745
2010	581	60,618	1	8,862	1	8,862	573	23,938	524	17,917	308	746
2011	611	88,858	1	8,862	1	8,862	603	52,178	542	18,219	308	755
2012	611	61,097	1	8,862	1	8,862	610	52,235	547	18,349	314	772
2013	612	61,099	1	8,862	1	8,862	611	52,237	547	18,349	313	765
2014	609	45,573	1	8,862	1	8,862	608	36,711	546	18,108	312	764
동 구	89	2,189	—	—	—	—	89	2,189	73	1,272	38	85
중 구	100	14,965	—	—	—	—	100	14,965	88	4,837	40	107
서 구	134	7,174	—	—	—	—	134	7,174	126	6,985	90	216
유성구	189	16,497	1	8,862	1	8,862	188	7,635	175	2,680	95	242
대덕구	97	4,747	—	—	—	—	97	4,747	84	2,334	49	114

자료 : 대전광역시(2016), 제54회 대전통계연보(2015).

- 대전권 내 공원 중 관광객을 유인할 수 있는 관광자원으로는 한밭수목원, 유림공원, 뿌리공원, 금강로하스 에코공원, 로하스대청공원, 로하스 산호빛 공원 등이 있음
- 한밭수목원은 중부권 최대의 도심 속 수목원으로 대전예술의 전당, 대전시립미술관 등 문화예술시설이 인근에 위치하고 있어 자연과 문화를 함께 즐길 수 있음
- 유림공원은 지역 업체인 계룡건설이 기증한 공원으로 우리나라 4계절의 모습이 표현될

수 있도록 계절에 따른 수목이 심어져 있으며, 한반도 모양의 인공호수인 반도지를 비롯하여 야외무대, 잔디광장 등의 시설이 있어 국화축제 등 다양한 행사 장소로 이용되고 있음

- 국내 유일의 ‘효(孝)’를 테마로 한 뿌리공원은 성씨별 조형물, 족보박물관, 수변무대 등 다양한 시설이 갖추어져 있으며, 매년 대전 효문화 뿌리축제가 개최되고 있음
- 대덕구 금강변에 있는 옛 취수장을 생태·문화 체험장으로 조성한 금강로하스 에코공원은 금강로하스타워, 대청水포츠센터 등의 시설이 갖추어져 있으며, 인근에 로하스대청공원, 수변산책코스인 로하스해피로드 그리고 매년 금강로하스축제가 개최되는 로하스산호빛공원 등이 있어 생태관광명소로 각광받고 있음



[그림 2-18] 대전권 자연관광자원 분포도

(2) 인문관광자원

- 대전권의 인문관광자원은 역사관광자원, 문화예술 관광자원, 축제관광자원, 산업관광자원, 위락관광자원으로 분류할 수 있음

<표 2-34> 대전시 주요 인문관광자원 현황

구분		관 광 자 원 명
역사 관광 자원	문화재· 유적지	동춘당, 계족산성, 회덕쌍청당, 우암사적 공원, 송애당, 고산사, 수운교 도솔천 천단, 유희당, 단재신채호선생 생가지, 둔산선사유적지, 송현서원지, 미륵원지, 송용역 가옥, 창계송절사, 도산서원, 문충사, 회덕향교, 진잠향교, 봉소루, 구 대전형무소 망루, 충청남도 관사촌, 구 충청남도청사
	무형문화재 전수시설	대전무형문화재 전수회관, 대전 전통 나래관, 웃다리농악 전수교육관, 들말두레 전수회관
	박물관	대전선사박물관, 대전역사박물관, 한국족보박물관, 한밭교육박물관, 대전근현대사 전시관, 화폐박물관, 옛터민속박물관 등
	역사주제 공원·마을	국립대전현충원, 이사동민속마을
문화예술 관광자원		대전예술의 전당, 대전시립연정국악원, 대전예술가의 집, 대전시립미술관, 이응노 미술관, 대전창작센터, 대전테미예술창작센터, 대전스카이라드, 혜천타워 카리용, 대동벽화마을 등
축제 관광자원		대전사이언스페스티벌, 대전효문화뿌리축제, 대전국제와인페어, 유성온천문화축제, 금강로하스축제, 디쿠편제, 계족산 맨발축제, 건우직녀축제
산업 관광 자원	과학산업	국립중앙과학관, 엑스포과학공원, 세계엑스포기념품박물관, 대전시민천문대, 특허청발명교육센터, 지질박물관, 대전교통문화센터, 한국과학기술원(KAIST), 한국항공우주연구원, 한국생명공학연구원, 한국에너지기술연구원, 한국전자통신연구원, 한국표준과학연구원, 한국기계연구원, 한국천문연구원, 한국원자력연구원, 국가핵융합 연구소, 한국화학연구원, 한국기초과학연구원, 한국한의학연구원, 대전지방기상청, 한국기초과학지원연구원
	MICE산업	대전컨벤션센터, 대전무역전시관
	의료산업	충남대학교병원, 을지대학교병원, 건양대학교병원 등 종합병원(8개) 및 의료기관 (1,932개), 대전의료관광지원센터,
	농업	찬샘마을, 무수천하마을, 정방마을, 선창마을, 대청호 두메마을, 대청버섯마을, 밀샘마을
위락 관광 자원	쇼핑산업	신우면세점, 롯데백화점, 세이백화점, 갤러리아 타임월드점, 패션앤비, 인삼백화점, 코스트코, 세이브존, 대전농수산물유통센터, 패션월드, 이마트, 홈플러스, 노은 농수산물도매시장, 오정동 농수산물 도매시장, 역전시장, 신탄진 시장, 송촌 종합 시장, 중앙로 지하상가, 중앙시장, 유성오일장 등
	테마파크	대전오월드
	스포츠	대전월드컵경기장, 한밭종합운동장, 유성컨트리클럽, 복용승마장, 갑천 수상스포츠 센터, 대청수스포츠센터 등
위락 관광 자원	레저	로하스 가족공원 캠핑장, 산디마을 생태공원 캠핑장, 상소 오토캠핑장 등

가. 역사 관광자원

- 2015년 기준 대전광역시에서 보유하고 있는 국가지정문화재는 총 13점으로 1963년 지정된 회덕동춘당을 비롯하여 성수침 필적, 송준길 행초 서증손병하 등 보물 10점과 사적



인 계족산성, 천연기념물인 서구 괴곡동 느티나무가 있음

- 이 외에도 시지정문화재 179, 등록문화재 20점을 포함하여 대전시는 총 212점의 문화재를 보유하고 있음

<표 2-35> 구별 지정문화재 현황

(단위 : 개소)

구분	총계	지 정 문 화 재								등 록 문화재
		소계	국가지정	시 지 정						
				소계	유 형	무 형	기념물	민 속 문화재	문화재 자 료	
계	212	192	13 (보물11,사적1, 천연기념물1)	179	52	23	46	3	55	20
동 구	44	39	2(보물)	37	7	2	18	－	10	5
중 구	50	44	－	44	10	14	8	1	11	6
서 구	16	16	1(천연기념물)	15	1	1	4	－	9	－
유 성 구	74	65	6(보물)	59	26	2	11	－	20	9
대 덕 구	28	28	4(보물3,사적1)	24	8	4	5	2	5	－

자료 : 대전광역시 문화체육관광국 내부자료(2016.2)

- 무형문화재 전수시설로는 대전무형문화재전수회관, 웃다리농악전수교육관, 대전전통나래관, 들말두레소리전수회관 등 4개의 시설이 있으며, 들말두레소리보존회에서 운영하고 있는 들말두레소리전수회관을 제외한 3개의 전수시설은 대전문화재단에서 위탁운영하고 있음

<표 2-36> 대전 무형문화재 전수시설

구 분	대전무형문화재 전수회관	웃다리농악전수교육관	대전전통나래관	들말두레소리전수회관
위 치	대덕구 동춘당로 94번길 50 (송촌동, 동춘당 근린공원 내)	유성구 엑스포로 326 (문지동, 하수처리장 내)	동구 철갑2길2 (소제동)	대덕구 대덕대로 1448번길 120 (신일동)
연면적	1,620㎡(490평)	398.66㎡(120평)	3,367㎡(1,018평)	347㎡
시 설	공연장, 연습실 2, 전시실 1, 사무실 등 (지하1, 지상2)	전수교육관, 준비실, 사무실, 휴게실 등 (지상1)	전시실, 공연장, 전수실, 사무실 등 (지하1, 지상5)	강습실 2, 전시실 1, 사무실 1
건립기간	'07. 12 ~ '09. 1 ('09.4 개관)	'08.12 ~ '09. 6 ('09.9 개관)	'12.7 ~ '13.12 ('14.2.14 개관)	('00.2월 개관)
건립비	3,900백만 원 (국1,950, 시1,950)	620백만 원 (국300, 시320)	15,120백만 원 (국7,450, 시7,670)	대덕구 건립
운영인력	총5명 / 팀장1, 팀원4	총5명 / 팀장1, 팀원4	팀원4	자체인력운영
수탁기관	대전문화재단	대전문화재단	대전문화재단	대덕구 (들말두레소리보존회)
위탁기간	2012.1.1.~2016.12.31	2012.1.1.~2016.12.31	2013.12.1.~2016.12.31	직영

자료 : 대전광역시 문화체육관광국 내부자료(2016.2)

- ▣ 박물관은 국립중앙과학관, 대전선사박물관, 대전역사박물관, 한국족보박물관, 한밭교육박물관, 화폐박물관 등 총 18개가 운영되고 있음
- ▣ 대전권 소재 박물관을 설립주체로 구분하면 국립 2개소, 공립 4개소, 대학 7개소, 사립 5개소로 구성되어 있으며, 유성구에 7개소로 가장 많은 박물관이 위치함
- ▣ 대전권 내 박물관 총 입장객은 2013년 2,502,130명에서 2014년 2,071,488명으로 감소한 것으로 나타남

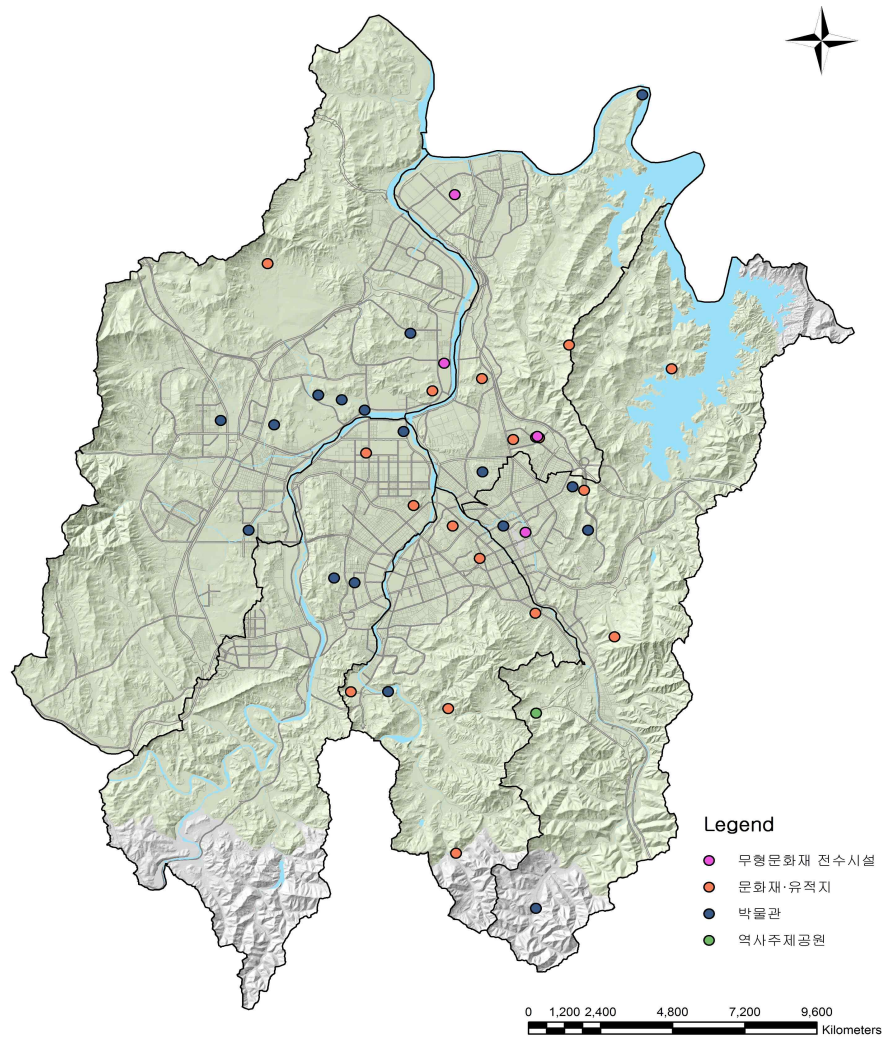


<표 2-37> 대전권 박물관 현황(2013년~2014년)

구분	연 별 박물관별	규모		개관일	입장객 (명)		소재지
		면적 (㎡)	소장자료 (점)		2013	2014	
국립	국립중앙과학관	49,500	1,182,450	'90.10.08	1,422,227	1,082,787	유성구 대덕대로 481
	천연기념물센터 전시관	3,882	1,928	'07.04.12	117,623	109,851	서구 유등로 9271
공립	대전역사박물관	1,066	13,520	'12.10.16	38,161	53,221	유성구 도안대로 398
	대전선사박물관	2,023	17,103	'07.03.29	36,076	32,660	유성구 노은동로 126
	한국축보박물관	1,733	1,780	'10.04.17	280,128	273,884	중구 뿌리공원로 79
	한밭교육박물관	1,937	36,928	'92.07.10	37,185	31,358	동구 우암로 961
대학	충남대학교박물관	4,073	3,278	'68.04.24	7,000	7,000	유성구 대학로 99
	충남대학교자연사 박물관	350	6,623	'90.10.08	8,194	6,798	유성구 대학로 99
	한남대학교중앙 박물관	1,541	7,201	'83.01.01	13,743	12,496	대덕구 한남로 70
	한남대학교자연사 박물관	1,018	172,119	'02.03.12	13,152	12,401	대덕구 한남로 70
	대전대학교박물관	1,791	1,227	'02.12.26	4,138	3,815	동구 대학로 62
	배재대학교박물관	396	1,227	'88.03.00	681	482	서구 배재로 155-40
	대전보건대 박물관(휴)	934	259	'92.05.14	—	—	동구 충청로 21
	화폐박물관	2,028	144,206	'88.06.22	1998,28	129,214	유성구 과학로 80-67
사립	지질연구원지질 박물관	4,395	4,766	'02.10.15	71,999	76,873	유성구 과학로 124
	대청댐물문화관	1,431	144	'97.03.15	229,972	199,226	대덕구 대청로 618-136
	엠티민속박물관	158	10,400	'01.03.25	20,523	39,422	동구 산내로 321-35
	대전아쿠아리움	3,130	국내외 담수어 110여 마리	'10.12.31	—	—	중구 보문산공원로497번 안길45

주: 동산도기박물관 2015.10.28 폐관, 대전보건대박물관 휴관

자료 : 대전광역시(2016), 제54회 대전통계연보(2015); 대전광역시 문화체육관광국 내부자료(2016.2)에 의거 제작



[그림 2-19] 대전권 역사관광자원 분포도

나. 문화예술 관광자원

- 2015년 기준 대전광역시의 문화예술 시설은 총 377개소가 있으며, 야외음악당을 포함한 공연장 총 57개소, 박물관, 미술관, 화랑 등 전시시설은 57개소, 문화보급 전수시설은 12개소가 운영 중임
- 구별로 살펴보면 유성구가 96개로 가장 많은 문화예술시설이 위치해있으며, 그 다음으로 중구, 서구, 동구, 대덕구 순으로 분포되어 있음. 공연·전시시설은 대전시립미술관, 이응노미술관, 대전예술의 전당 등이 있는 서구가 40개소로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 중구 31개, 유성구 24개, 대덕구 16개, 동구 15개 순으로 많이 분포해 있음



<표 2-38> 구별 문화예술 시설현황

(단위 : 개소)

구 분	총 계	공 연 시 설									전시시설				도서시설			문화보급전수시설					
		합 계	공 연 장				영화영상관			야 외 음 악 당	합 계	박 물 관	미 술 관	화 랑	합 계	도 서 관	작 은 도 서 관	합 계	지 방 문 화 원	국 악 원	전 수 회 관	문 학 관	예 술 창 작 센 터
			소 계	종합 공연장	일반 공연장	소 공연장	소 계	영화 영상관	비 상 설 영 상 관														
시	377	67	53	6	15	32	10	9	1	4	57	18	5	34	241	24	217	12	5	1	4	1	1
동구	59	10	6	1	1	4	4	4	0	0	5	4	0	1	41	8	33	3	1	0	1	1	0
중구	84	16	12	0	2	10	1	1	0	3	15	3	0	12	52	3	49	2	1	0	0	0	1
서구	82	22	18	2	8	8	3	3	0	1	18	3	3	12	41	4	37	2	1	1	0	0	0
유성구	96	9	7	3	2	2	2	1	1	0	15	7	2	6	70	6	64	2	1	0	1	0	0
대덕구	56	10	10	1	2	7	0	0	0	0	6	3	0	3	37	3	34	3	1	0	2	0	0

자료 : 대전광역시 문화체육관광국 내부자료(2016.2)

- 2015년 6월 한밭수목원 부지 내에 중부권 최대 규모의 국악 전용 공연장인 대전시립 연정국악원이 지하 1층, 지상 3층, 연면적 1만872.5㎡ 규모로 개원하여 우리 전통음악을 즐기고 싶은 외래관광객들에게 새로운 볼거리를 제공할 것으로 예상됨
- 2015년 3월 중구 문화동에 개관한 대전예술가의 집은 지하 1층, 지상 5층, 연면적 9113㎡ 규모로 340석 규모의 블랙박스형 공연장인 누리홀, 전시실, 연습실, 창작스튜디오 등의 시설을 갖추고 있으며 대전문화재단, 대전예총 등 문화예술단체들이 입주하여 원도심을 비롯한 지역문화예술 활성화에 기여할 전망이다
- 소규모 기획전시가 이루어지는 화랑(Gallery)이 중구와 서구에 많이 분포되어 있으며, 특히 중구 대흥동은 예술가들이 많이 거주하고 있는 지역으로 화랑 외에도 소극장, 화방 등 문화예술 공간이 밀집되어 있음

<표 2-39> 대전권 일반 공연장 현황

구 분	공연장명	주 용도	시 설 현 황			비 고
			객석수	수용인원	장애인석	
동 구 (6)	우송예술회관	다 목 적	1,214	1,214	—	민 간
	용운도서관	공 연 장	140	140	—	공 공
	가오도서관	공 연 장	124	124	—	공 공
	동구청소년수련관	공 연 장	140	140	—	공 공
	꽃님이 공연장	공 연 장	100	100	—	민 간
	동구청	공 연 장	474	466	8	공 공
중 구 (12)	대전평생학습관	공 연 장	600	600	8	공 공
	가톨릭문화회관아트홀	다 목 적	257	255	2	민 간
	드림아트홀	공 연 장	54	54	—	민 간
	소극장햇도그	공 연 장	100	100	—	민 간
	소극장 금강	공 연 장	60	60	—	민 간
	상상아트홀	공 연 장	95	95	—	민 간
	중구문화원	공 연 장	183	181	2	공 공
	소극장마당	공 연 장	55	55	—	민 간
	소극장고도	공 연 장	59	59	—	민 간
	아신극장1관	공 연 장	152	152	—	민 간
	믹스페이스	공 연 장	419	419	4	민 간
	대전예술가의 집	공 연 장	340	336	4	공 공
서 구 (18)	대전 예술의전당	아 트 홀	1,546	1,540	6	공 공
		앙상블홀	643	639	4	
	배재대21C관	스포츠홀	1,200	1,200	—	민 간
		콘서트홀	400	400	—	
	평송청소년수련원	대 강 당	980	970	10	공 공
		소 강 당	382	378	4	
	대전시청	다 목 적	650	634	16	공 공
	목원대 콘서트홀	공 연 장	504	504	—	민 간
	갤러리아 타임월드	공 연 장	177	177	—	민 간
	대전시립미술관	강 당	180	180	—	공 공
	대전서구문화원	아 트 홀	265	261	4	공 공
	이수아트홀	공 연 장	141	141	—	민 간
	관저문예회관	공 연 장	254	250	4	공 공
	둔산아트홀	공연장	199	199	—	민 간
	큐랩엔터테인먼트(주)	공연장	97	97	—	민 간
	공연문화놀이터휴지	공연장	232	232	—	민 간
	대전시립연정국악원	큰마당	750	740	10	공 공
		작은마당	338	334	4	
유성구 (7)	정심화국제문화회관	정심화홀	1,817	1,815	2	공 공
		백마홀	450	450	—	
	침례신학대	콘서트홀	350	350	—	민 간
	엑스포아트홀	공 연 장	1,105	1,100	5	공 공
	한국과학기술원	대 강 당	1,100	1,100	—	공 공
	대전컨벤션센터	공 연 장	237	237	—	민 간
대덕구 (10)	평원아트홀	공연장	84	84	—	민 간
	대덕구청청소년수련관	강 당	472	465	7	공 공
	대덕문예회관	콘서트홀	200	196	4	공 공
	안산도서관	시청각실	130	130	—	공 공
	신탄진도서관	다목적홀	268	260	8	공 공
	신탄진문화의집	문화관람실	80	80	—	공 공
	무형문화재전수회관	공 연 장	200	195	5	공 공
	송촌문화의집	강 의 실	50	50	—	공 공
	대덕종합사회복지관	강 당	156	153	3	민 간
		성 지 관	1,559	1,549	10	
	한남대	소 극 장	320	313	7	민 간

자료 : 대전광역시 문화체육관광국 내부자료(2016.2)



<표 2-40> 대전권 야외공연장 현황

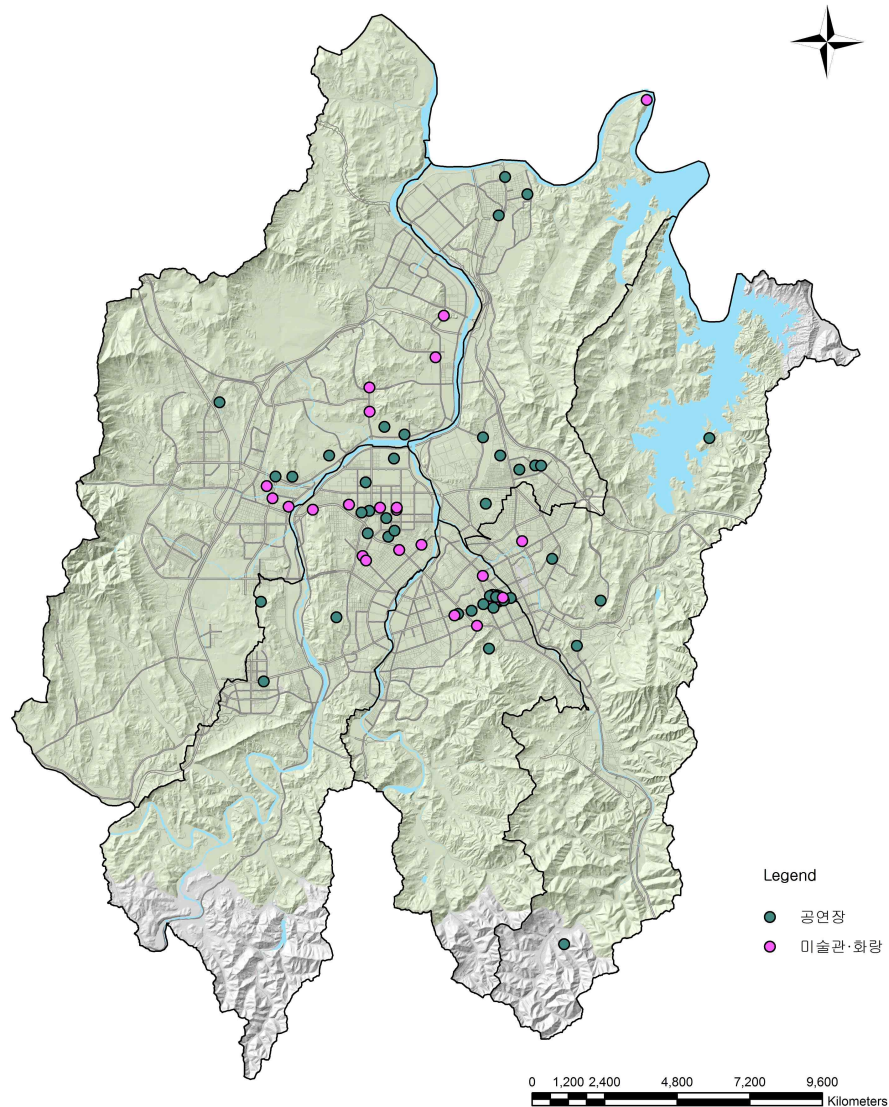
시 설 명	소재지	시설 현황	
		객석 수	수용인원(명)
대전예술의전당	서구 둔산대로 135	1,000	1,000
서대전야외공연장	중구 계룡로904번길 30	1,780	1,800
숲속공연장	중구 보문산공원로426-83	1,200	1,200
우리들공원 공연장	중구 중앙로 138번길30	1,000	1,000

자료 : 대전광역시 문화체육관광국 내부자료(2016.2)

<표 2-41> 대전권 미술관과 화랑 현황

구 분	시 설 명	소재지	면 적(m ²)	비고
미술관 (5)	대전시립미술관	서구 둔산대로 155(만년동)	4,162	공공
	이용노미술관	서구 둔산대로 155(만년동)	1,653	공공
	남철미술관	서구 갈마로 173-1(괴정동)	516	사립
	여진미술관	유성구 엑스포로624(탑립동)	264	사립
	성암미술관	유성구 온천동로 19-1(봉명동)	530	사립
화랑 (34)	포토갤러리	동구 계족로 346(성남동)	125	민간
	갤러리DK&WORLD	중구 계백로 1716번길 18(문화동)	99	민간
	이공갤러리	중구 대흥로 139번길 36	151	민간
	우연갤러리	중구 대흥동 187-2	240	민간
	현대갤러리	중구 보문로 246(대흥동)	429	민간
	입화랑	중구 대종로 563(선화동)	121	민간
	아트센터알트	중구 대종로 471(대흥동)	148	민간
	갤러리이안	중구 대종로 468(대흥동)	198	민간
	쌍리갤러리	중구 대흥동 249-2	165	민간
	덕린갤러리	중구 중앙로 130번길 43(대흥동)	230	민간
	대전갤러리(교육청)	중구 충교로 56(대흥동)	360	공공
	중구문화원전시실	중구 대흥로 109(대흥동)	169, 120	공공
	대전창작센터	중구 충무로 4(대흥동)	165	공공
	대전시청전시실	서구 둔산로 100(둔산동)	814	공공
	오원화랑	서구 둔산중로 78번길 36(둔산동)	59	민간
	웜갤러리	서구 갈마로 191-2(괴정동)	351	민간
	갤러리아타임월드	서구 대덕대로 211(둔산동)	231	민간
	롯데화랑	서구 계룡로 598(괴정동)	172	민간
	평송청소년문화센터	서구 둔산대로 201(만년동)	320	공공
	갤러리소호	서구 삼천동 1298		민간
	선화기독교미술관	서구 계룡로 264번길 2(월평동)		민간
	갤러리아모아타트	서구 도산로 443(탄방동)	264	민간
	갤러리반지하	서구 신갈마로 230번길 35(갈마동)	66	민간
	성갤러리	서구 둔산중로 64번길 33(둔산동)	198	민간
	서구문화원전시실	서구 계룡로 553번길 38(탄방동)	257	공공
	갤러리호텔롯데	유성구 대덕대로 624(도룡동)	264	민간
	쫄	유성구 대덕대로 548(도룡동)	240	민간
	대화로21c갤러리	유성구 궁동 277-12	120	민간
	홍인갤러리	유성구 대화로 28(봉명동)	115	민간
	유성문화원	유성구 문화원로 46(궁동)	150	공공
	토탈갤러리	유성구 전민로 18번길 26(전민동)		민간
	대덕문예회관	대덕구 대전로 1348(읍내동)	307	공공
	대덕과학문화센터	대덕구 대덕대로 624(도룡동)	270	민간
	대청물문화관	대덕구 대청로 607(미호동)	982	공공

자료 : 대전광역시 문화체육관광국 내부자료(2016.2)



[그림 2-20] 대전권 문화예술관광자원 분포도

다. 축제관광자원

- 대전시는 대표축제 육성을 위해 발전 가능성이 높은 축제를 선정하여 지원하고 있음. 2015년에는 대전사이언스페스티벌, 대전효문화뿌리축제, 대전국제와인페어, 유성온천 문화축제, 금강로하스축제, 디쿠편스티벌, 계족산 맨발축제, 견우직녀축제 등 총 8개의 축제가 지정됨
- 문화체육관광부가 1995년부터 전국 광역자치단체를 대상으로 실시하는 문화관광축제 선정에서 대전시 축제 중에서 유일하게 2015년 효문화뿌리축제가 유망축제로 지정되어 국비를 지원받게 되었음



<표 2-42> 2015년 대전광역시 지정축제 현황

구 분	축제명	기 간	주최/주관
대표축제	대전사이언스페스티벌	10.17-10.21/5일	대전광역시/대전마케팅공사
	효문화 뿌리축제 (국가유망축제)	10.09-10.11/3일	대전 중구/중구문화원
우수축제	대전 국제 와인페어	9.3-9.6/4일	대전광역시/대전마케팅공사
	유성온천문화축제	5.8-5.10/3일	유성구/유성구, 유성문화원
	금강 로하스축제	4.11-4.12/2일	대덕구/대덕구생활체육회
	디쿠펬스티벌	8.8-8.9/2일	디쿠넷
	계족산 맨발축제	5.9-5.10/2일	(주)맥키스컴퍼니
	견우직녀 축제	8.15-8.16/2일	대전문화재단/추진위, 대전MBC

자료 : 대전광역시 문화체육관광국 내부자료(2016.2)



[그림 2-21] 대전권 축제관광자원 분포도

라. 산업관광자원

- 대전권으로 관광객을 유인 하고 있는 산업으로는 과학산업, MICE산업, 의료산업, 농업, 쇼핑산업 등이 있음

<표 2-43> 대전권 산업관광자원 현황

구 분	관 광 자 원
과학산업	국립중앙과학관, 엑스포과학공원, 세계엑스포기념품박물관, 대전시민천문대, 특허청발명교육센터, 지질박물관, 대전교통문화센터, 한국과학기술원(KAIST), 한국항공우주연구원, 한국생명공학연구원, 한국에너지기술연구원, 한국전자통신연구원, 한국표준과학연구원, 한국기계연구원, 한국천문연구원, 한국원자력연구원, 국가핵융합연구소, 한국화학연구원, 한국기초과학연구원, 한국한의학연구원, 대전지방기상청, 한국기초과학지원연구원
MICE산업	대전컨벤션센터, 대전무역전시관
의료산업	충남대학교병원, 을지대학교병원, 건양대학교병원, 대전선병원, 대전한국병원, 대전성모병원, 유성선병원, 대전보훈병원 등 종합병원(8개) 및 의료기관(1,932개), 대전의료관광지원센터,
농업	찬샘마을, 무수천하마을, 정방마을, 선창마을, 대청호 두메마을, 대청버섯마을, 밀샘마을
쇼핑산업	신우면세점, 롯데백화점, 세이백화점, 갤러리아 타임월드점, 패션엔비, 인삼백화점, 코스트코, 세이브존, 대전농수산물유통센터, 패션월드, 이마트, 홈플러스, 노은농수산물도매시장, 오정동 농수산물 도매시장, 역전시장, 신탄진오일장, 송촌 종합시장, 중앙로 지하상가, 중앙시장, 유성오일장

○ 과학 관광자원

- 1993 대전엑스포, 대덕연구개발특구 등의 영향으로 대전권은 과학도시라는 이미지가 강하게 자리 잡고 있으며, 과학관광자원을 많이 보유하고 있음
- 1993년 대전엑스포가 종료된 후 시설과 부지를 과학교육의 장으로 활용하기 위해 조성된 엑스포과학공원은 1994년에 개장하여 운영해왔으며, 2013년 미래부와 대전광역시 업무협약에 따라 철거하고 기초과학연구원과 사이언스센터, HD 드라마타운 등을 유치하여 사이언스 콤플렉스로 재창조하기로 함
- 국립중앙과학관은 첨단과학기술과 기초과학, 과학기술역사, 자연사 등을 종합적으로 수집·보존·연구·전시하는 기관으로 사이언스 홀, 첨단과학관, 과학 캠프관, 자기부상열차관 등 다양한 과학문화시설과 프로그램이 운영되고 있음
- 일반 관람객을 대상으로 한 국내 최초의 시민천문대, 지질박물관 등의 전시시설과 한국과학기술원(KAIST), 한국표준과학연구원, 한국항공우주연구원, 한국기계연구원, 한국전자통신연구원, 한국천문연구원 등 많은 연구기관이 밀집되어 있음



○ MICE산업 관광자원

- MICE산업은 회의(Meeting), 포상관광(Incentive tour), 컨벤션(Convention), 전시(Exhibition)를 포괄하는 비즈니스 관광산업으로 대전광역시는 대덕 연구개발 특구 내 1,000여개의 연구소와 기업, 대학 연구기관과의 원활한 협조를 토대로 과학산업과 연계된 국제행사들을 지속적으로 유치하고 있음
- 국제컨벤션협회(ICCА)가 발표한 2014년 국제회의 순위에서 대전시는 국내도시 중 서울, 제주, 부산에 이어 4년 연속 4위를 차지하였으며, 주요 MICE산업 관광자원으로는 대전 컨벤션센터, 대전무역전시관이 있음
- 행정중심복합도시 세종시의 인근에 위치해 있으며, 대전권 내 대전정부청사, 육군교육사령부, KAIST 등이 위치하고 있어 과학기술, 행정, 국방 분야 관련 국제회의를 유치하기에 유리함

○ 의료산업 관광자원

- 대전권은 대덕연구단지 내에 의약 바이오 연구기관들이 소재하고, 8개의 종합병원, 2,046개 의료기관, 8,800여명의 의료진 등 풍부한 의료자원을 보유하고 있으며, 수도권 대비 70~80% 비용으로 의료서비스를 받을 수 있음
- 대전시 해외환자 유치실적은 2009년부터 2015년까지 7년간 2만 9,815명을 유치하였으며, 2009년 169명에서 2015년 8,096명으로 높은 성장률을 보이고 있음. 국적별로는 중국인이 60.9%로 높은 점유율을 보였으며, 다음으로 러시아, 미국, 베트남 순으로 나타남



[그림 2-22] 연도별 대전광역시 해외환자 유치실적
 자료 : 한국보건산업진흥원(2016). 2015년 외국인환자 유치실적 조사결과

○ 농업 관광자원

- 대전권의 농업 관광자원으로는 찬샘마을, 무수천하마을, 정방마을, 선창마을, 대청호 두메마을, 대청버섯마을, 밀샘마을 등이 있음

- 찬샘마을은 전국최고의 교육농장으로 동물농장, 자연공작실, 감자밭, 벼학습장 등 숲 놀이터가 조성되어 있으며, 인근에 대전광역시 기념물인 노고산성과 성치산성이 있음
- 대청호 인근에 위치한 대청호 두메마을은 토마토, 딸기, 고추 등 농산물 수확체험은 물론 산야초 효소체험, 두부 만들기, 딸기잼 만들기 등 토속음식 및 먹거리 체험, 머위천 연염색, 꽃누리미, 허수아비 만들기 등 전통문화체험 등이 연중 마련되어 있으며 민박도 가능함
- 무수천마을은 전통체험, 공예체험, 생태체험 등 다양한 체험학습이 가능한 테마마을로 대전시 중구 무수동에 위치하고 있으며, 유형문화재로 지정되어 있는 유회당과 유회당 종가, 삼근정사, 여경함, 별모, 거업재 등 전통문화재가 잘 보존되어 있어 역사, 전통문화, 농촌을 함께 즐길 수 있음
- 대전시 유성구 세동밀쌈마을은 우리백세밀과 세동상추로 유명해 밀쌈마을로 이름 지어진 농촌체험마을로 계룡산 자락에 위치하고 있으며 다양한 농산물 수확체험, 밀밭놀이, 우리밀 찰빵체험, 천연염색 체험, 칼국수 체험 등을 할 수 있음

○ 쇼핑관광자원

- 대전권의 주요 쇼핑 관련 관광자원으로는 면세점, 백화점, 대형매장, 도매시장, 전통시장 등이 있음

<표 2-44> 쇼핑관광자원 현황

구 분	관 광 자 원
면세점	신우면세점
백화점	롯데백화점, 세이백화점, 갤러리아 타임월드점
대형매장	패션앤비, 인삼백화점, 코스트코, 세이브존, 대전농수산물유통센터, 패션월드, 이마트, 홈플러스 등
도매시장	노은농수산물도매시장, 오정동 농수산물 도매시장 등
전통시장	역전시장, 신탄진 시장, 송촌 종합시장, 중앙시장, 유성오일장, 신탄진오일장 등

- 대전권 유일의 시내 면세점으로 2013년 개점한 신우면세점은 852㎡ 규모에 100여개의 브랜드 상품을 판매하고 있으며, 해외 출국 예정인 내국인과 대전·충남지역을 방문한 외국인에게 편리하고 다양한 혜택을 제공하고 있음
- 최근 지역주민들의 문화와 그들의 삶을 엿볼 수 있어 관광명소로 각광받고 있는 전통시장은 총 39개가 운영되고 있음. 동구에 16개로 가장 많은 시장이 위치해 있고, 다음으로 중구 13개, 대덕구 5개, 서구 4개, 유성구 2개 순으로 분포되어있음

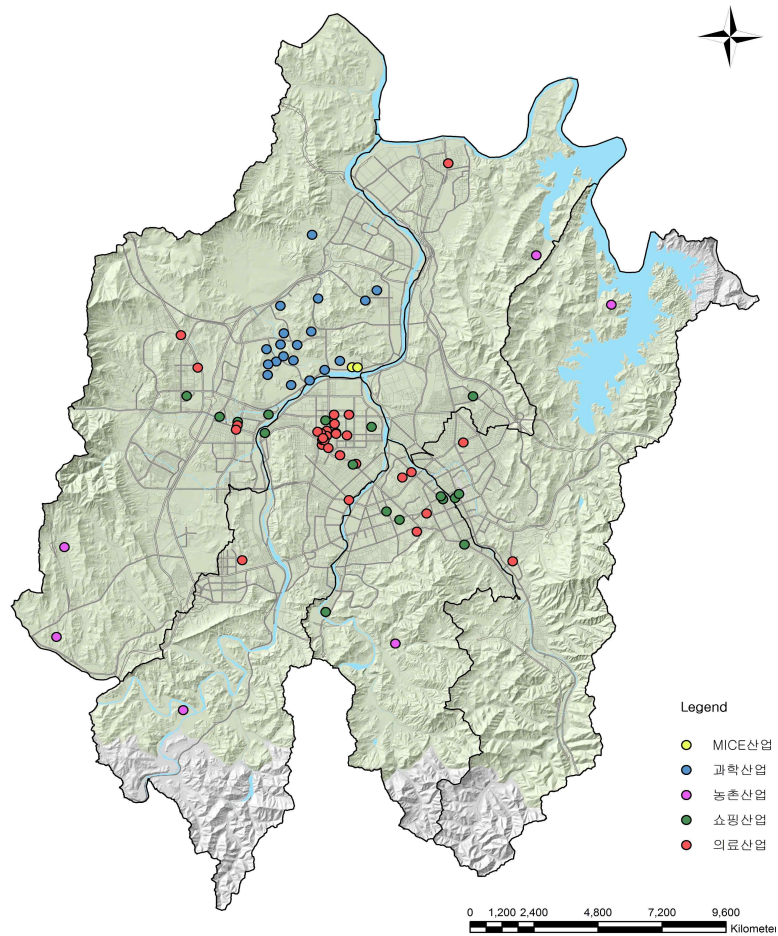


- 중부권 최대 규모의 재래시장인 중앙시장은 대전역 인근 99,174m² 부지에 약 4,200여개의 점포로 형성되어 있으며, 100년의 역사를 가진 유성오일장은 매 4일, 9일째에 장이 열리며 옛날의 아련한 추억과 따뜻한 인심을 느낄 수 있음
- 2008년부터 중소기업청과 시장경영진흥원이 추진하고 있는 문화관광형시장 육성사업에 2013년에 대덕구 법동-송촌시장이 선정되었음

<표 2-45> 대전권 전통시장 현황

구 분	시 장 명
동구(16)	지화장, (주) 중앙메가프라자, 신중앙시장, 중앙도매시장, 중앙종합시장, 자유도매시장, 대전도매시장, 중앙상가, 전통중앙도매시장, 역전시장상점가, 대전상가, 인동시장, 신도시장, 용운시장, 가양시장, 역전지하상점가
중구(13)	오류시장, 태평시장, 유천시장, 문창시장, 산성시장, 용두시장, 부사시장, 중앙로 지하상점가, 은행동상점가, 문화예술의거리 대흥동상점가, 오류특화상점가, 중촌맞춤상점가, 충무자동차상점가
서구(4)	한민시장, 도마큰시장, 가수원상점가, 둔산3동상점가
유성(2)	유성5일장, 송강시장
대덕(5)	송촌시장, 법동시장, 중리시장, 신탄진오일장, 오정동상점가

자료 : 대전광역시 홈페이지(2015.8). <http://www.daejeon.go.kr>.



[그림 2-23] 대전권 산업관광자원 분포도

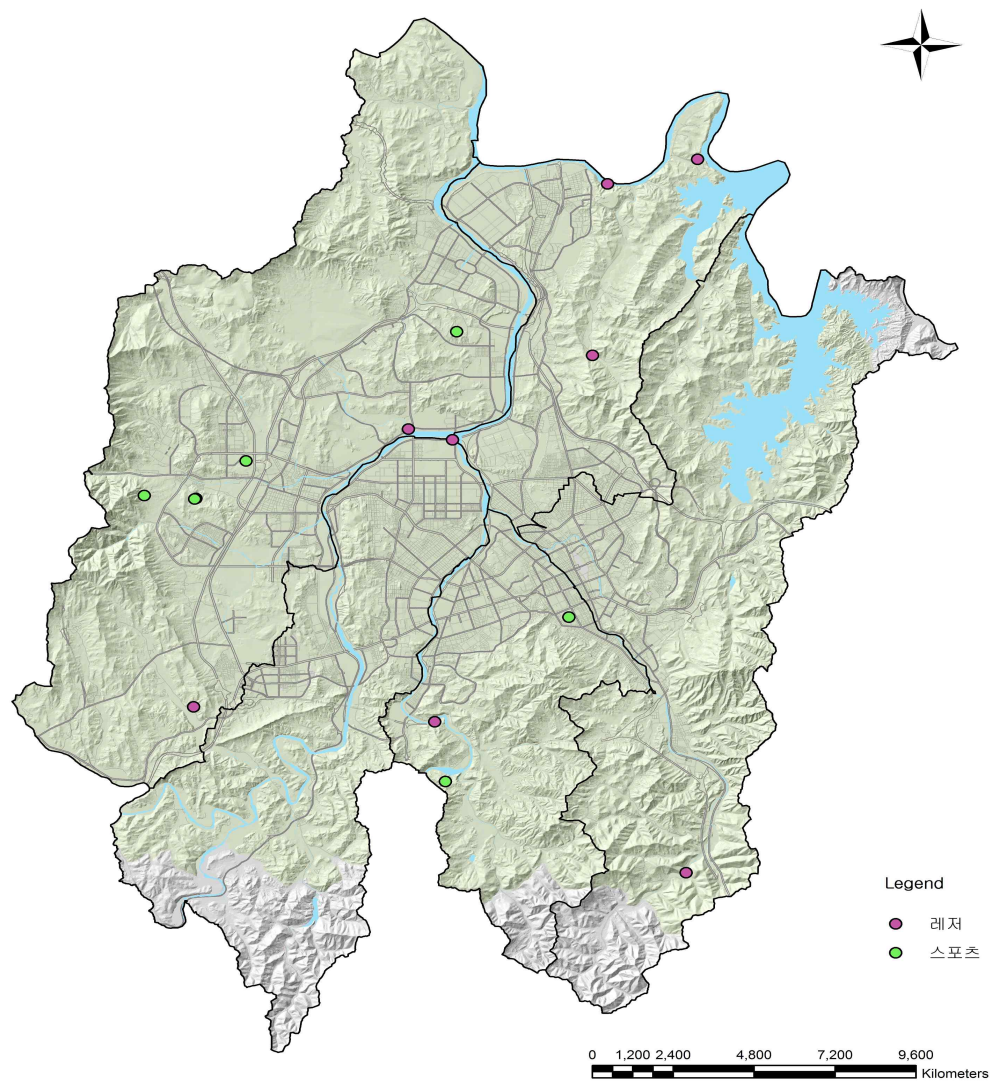
마. 위락관광자원

- 대전권의 위락관광자원은 테마파크 관광자원인 대전오월드가 있고, 스포츠관광자원으로 대전월드컵경기장, 갑천 수상스포츠센터 등이 있으며, 레저관광자원으로 로하스 가족공원 캠핑장, 산디마을 생태공원 캠핑장, 상소 오토캠핑장 등이 있음
- 대전시 보문산 자락에 682,830㎡ 규모로 조성된 오월드는 주랜드(Zoo Land), 플라워랜드(Flower Land), 조이랜드(Joy Land)로 구성된 중부권 이남 최대 규모의 테마파크로 연중 풍성한 이벤트를 개최하고 있음
- 갑천 수상스포츠체험교실은 대전광역시 체육회에서 운영하는 수상스포츠 체험시설로 카누, 페달보트, 수상자전거, 용선 등을 무료로 이용할 수 있음
- 캠핑에 대한 수요가 증가함에 따라 대전권 내에 상소오토캠핑장, 로하스 가족공원 캠핑장, 산디마을 생태공원 캠핑장 등 자연친화적인 캠핑장이 조성되고 있음



<표 2-46> 위락관광자원 현황

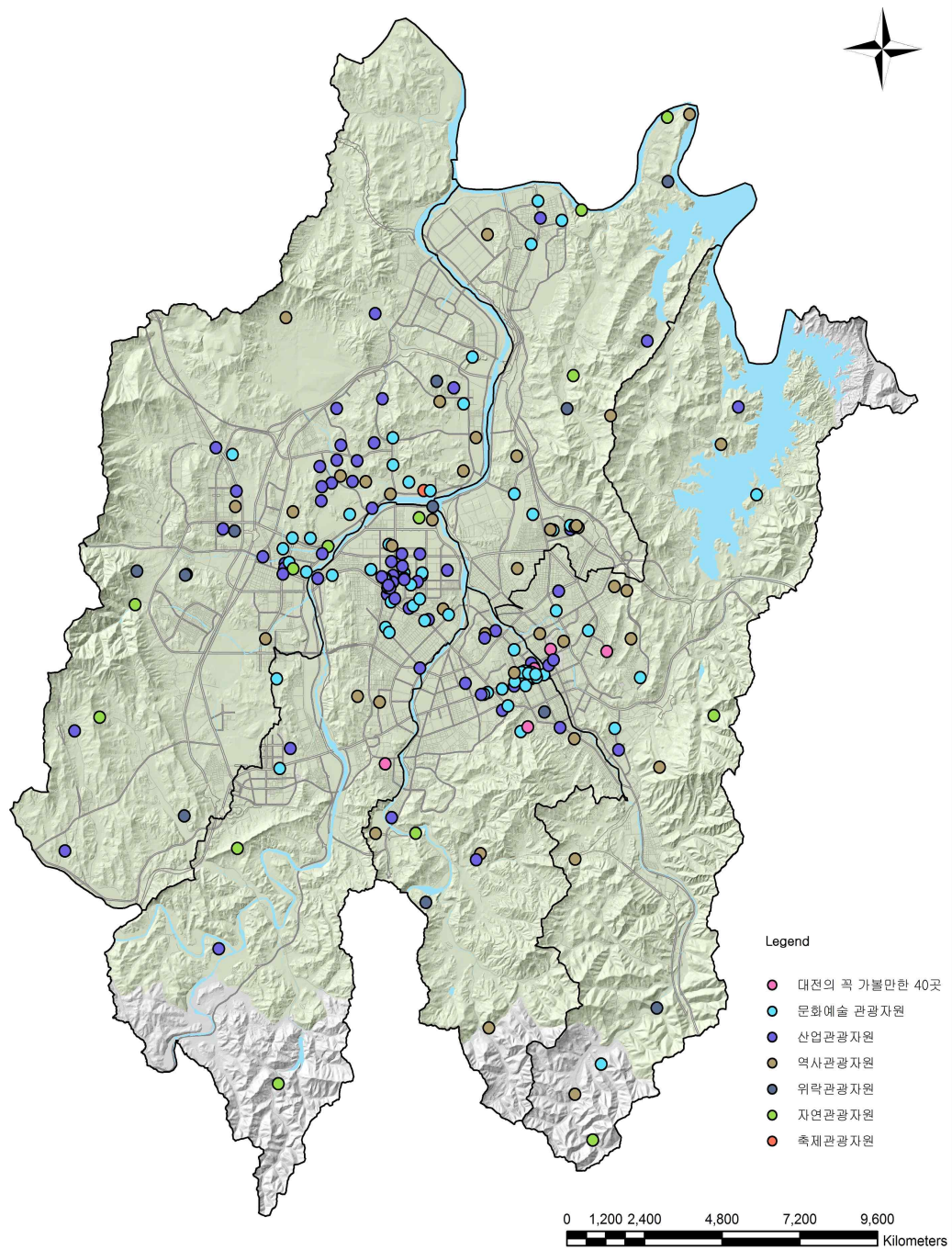
구 분	관 광 자 원
테마파크 관광자원	대전 오월드
스포츠관광자원	대전월드컵경기장, 한밭종합운동장, 유성컨트리클럽, 복용승마장, 궁도장, 청소년 수련마을, 대덕컨트리클럽, 갑천수상스포츠체험교실, 로하스 대청水포츠
레저관광자원	로하스 가족공원 캠핑장, 주주 글램핑장, 산디마을 생태공원 캠핑장, 상소오토 캠핑장, 국립중앙과학관 가족캠핑장, 뿌리공원 캠핑장



[그림 2-24] 대전권 위락관광자원 분포도



[그림 2-25] 대전권 인문관광자원 분포도



[그림 2-26] 대전권 관광자원 분포 종합도



2) 관광개발 현황

(1) 유성관광특구 현황

- 관광 진흥법 제2조에 의거 관광특구란 외국인 관광객의 유치촉진 등을 위하여 관광활동과 관련된 관계법령의 적용이 배제되거나 완화되고 관광활동과 관련된 서비스·안내체계 및 홍보 등 관광여건을 집중적으로 조성할 필요가 있는 지역을 의미함
- 우리나라의 관광특구는 2015년 기준 전국에 29개소가 있으며, 대전시에는 1994년 8월 유성온천을 중심으로 총 면적 5.86km²에 달하는 유성구 일원(봉명동, 구암동, 장대동, 궁동, 어은동, 도룡동)이 유성관광특구로 지정되었음
- 유성관광특구 전체지역을 용도지역별로 구분하면 주거지역은 1,141,298m², 상업지역은 1,293,143m², 녹지지역은 3,424,531m²으로 전체면적의 58%를 차지하며, 공업지역은 없는 상황임

<표 2-47> 유성관광특구 위치 및 면적

행정구역	관광특구 지정범위	면 적
계		5.858 km ²
봉 명 동	·봉명8통을 제외한 전지역	1.439 km ²
구 암 동	·다음 순환도로선 안의 지역 - 553번지~558번지~602번지~94번지	0.531 km ²
장 대 동	·다음 순환도로선(하천)안의 지역 - 201번지~272번지~68번지~73번지~88번지~4번지	0.553 km ²
궁 동	·궁동 1통 전지역, 다만, 한밭대로 북쪽지역은 제외 ·다음 순환도로선 안의 지역 - 418번지~413번지~72번지~1의 36번지~404번지~432번지	0.584 km ²
어 은 동	·다음 순환도로선 안의 지역 - 106번지~99번지~111번지~116번지	0.145 km ²
도 룡 동	·EXPO과학공원(EXPO국제전시구역포함)지역 ·꿈돌이랜드 지역 ·382, 383, 385, 395, 397, 400, 400-2, 440-3, 441, 442, 282, 318, 321~328, 330, 331, 332, 333, 334번지 지역 ·산 13, 14, 15, 16, 17-1, 17-4, 18, 18-1, 18-4, 19-1, 25-6번지 지역	2.606 km ²

자료 : 대전광역시 문화체육관광국 내부자료(2016.2)

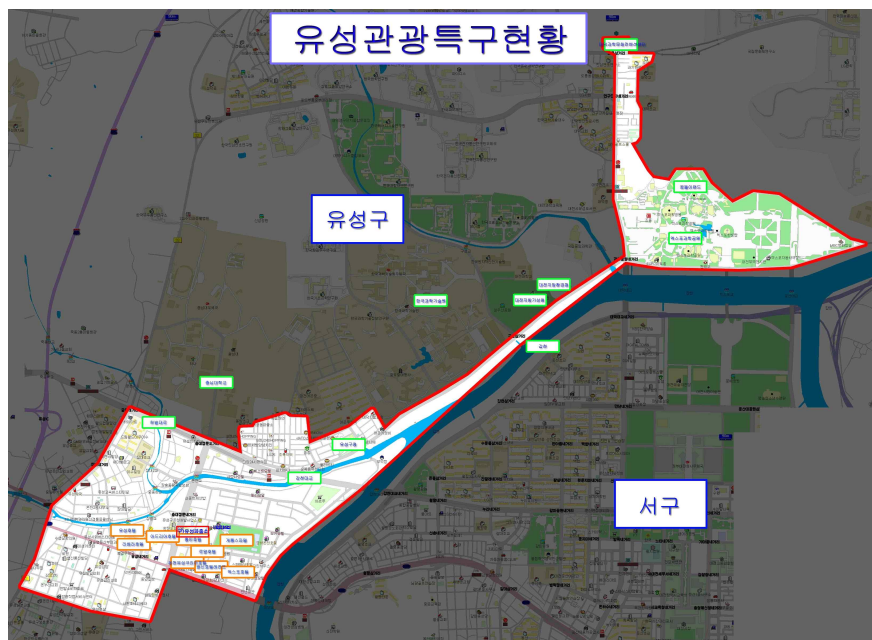
- 유성온천을 중심으로 특급호텔, 일반 숙박업소, 대전컨벤션센터, 대전무역전시관, 국립중앙박물관 등 관광 인프라가 구축되어 있으며, 대전권을 방문하는 외래관광객의 92.3%가 유성관광특구를 방문하고 있음

<표 2-48> 유성관광특구 내 관광업체 수

구 분		개소 수	구 분		개소 수
여행업	국내여행업	33	국제회의시설업		1
	국외여행업	41	국제회의기획업		10
	일반여행업	11	카지노업		—
관광숙박업	관광호텔업	11	유원시설업	종합유원시설업	—
	가족호텔업	1		일반유원시설업	—
	휴양콘도미니엄	—	관 광 객 편의시설업	한국음식점업	—
관광객이용 시설업	외국인전용관광기념품 판매업	1		관광극장식당업	1
	판매점업	—		관광식당업	21
	종합휴양업	—		관광펜션업	—

자료 : 유성구청 내부자료, 2014

- 유성구는 현재 온천수를 이용한 보양온천의 개발과 첨단과학의 접목을 통해 세계관광명소로 재도약하기 위해 다양한 사업을 추진 중에 있음



[그림 2-27] 유성관광특구 현황

- 유성구 신동·둔곡·도룡동 일대에 들어설 과학벨트 거점지구 조성사업, 유성복합터미널 이전사업, 엑스포재창조사업 등이 본격화될 예정이며, 유성온천을 중심으로는 국토교통부 내륙권 발전시범사업으로 온천·휴양시설을 활용하여 의료와 관광을 연계한 온천건강 특화거리 조성사업을 추진 중임
- 세종시, 대덕연구개발특구 등 지역 내외에서도 대규모 개발계획이 추진되고 있어 지역 관광수요가 증가할 것으로 전망되고 있음



(2) 관광시설 현황

가. 관광사업체 현황

- 2015년 기준 대전시에는 일반여행업 55개, 국외여행업 221개, 국내 여행업 204개 등 총 480개 업체가 있으며, 유원시설업은 종합유원시설업인 오월드 1개소를 비롯하여 총 28개소, 관광숙박업은 22개소, 관광이용시설업은 4개소, 회의업은 28개소, 관광편의시설업은 91개소가 지정되어 있음
- 2015년 전국의 관광사업체의 등록 현황은 26,118개소이며, 대전시에는 총 653개 업체가 등록되어 있음. 대전권 내 관광사업체의 수는 17개의 광역자치단체 및 기초자치단체와 비교할 때 적은 수준인 것으로 나타남

<표 2-49> 대전권 관광사업체 현황

(단위 : 개소)

구 분			대전	동구	중구	서구	유성구	대덕구
여행업	일반여행업		55	8	11	19	12	5
	국외여행업		221	22	61	86	42	10
	국내여행업		204	27	58	72	36	11
	소 계		480	57	130	177	90	26
관광숙박업	호텔업	관광호텔업	21	5	4	2	10	
		수상관광호텔업	—					
		한국전통호텔업	—					
		가족호텔업	1				1	
		호스텔업	—					
		소형호텔업	—					
		의료관광호텔업	—					
	휴양콘도미니엄업		—					
	소 계		22	5	4	2	11	—
관광객이용시설업	전문휴양업		—					
	종합휴양업	제1종	1		1			
		제2종	—					
	야영장업	일반 야영장업	—					
		자동 차야영장업	3	1				2
	관광유람선업	일반관광유람선업	—					
		크루즈업	—					
	관광공연장업		—					
	소 계		4	1	1	—	—	2

구 분		대전	동구	중구	서구	유성구	대덕구
회의업	국제회의시설업	1				1	
	국제회의기획업	27		4	13	10	
	소 계	28	—	4	13	11	—
카지노업							
유원 시설업	종합유원시설업	1		1			
	일반유원시설업	2		2			
	기타유원시설업	25	5	3	9	2	6
	소 계	28	5	6	9	2	6
관광 편의 시설업	관광유흥 음식점업	—					
	관광극장 유흥업	13	3	7		3	
	외국인전용 유흥음식점업	3	1		1	1	
	관광식당업	69	6	10	26	21	6
	시내순환 관광업	1		1			
	관광사진업	—					
	여객자동차 터미널시설업	—					
	관광펜션업(휴양펜션업)	—					
	관광레도업	—					
	한옥체험업	1	1				
	외국인관광 도시민업	4			1	3	
	소 계	91	11	18	28	28	6
총 계		653	79	63	229	142	40

자료: 한국관광협회중앙회 관광사업체현황(2015.06기준)

나. 관광숙박시설 현황

- 대전권 내 위치한 관광호텔은 2015년에 특1급 1개소, 특2급 3개소, 1급 3개소, 2급과 3급 각각 4개소와 6개소로 구성되어 있으며, 기타 3개소를 포함하여 총 20개소이며, 총 객실 수는 1,771실임
- 유성구에 10개의 호텔이 위치해 가장 많은 관광호텔을 보유하고 있는 것으로 나타났으며, 동구와 중구가 동일하게 4개, 서구 2개 순으로 분포하였음

<표 2-50> 대전권 관광호텔현황

연 도	총 계		특1등급		특2등급		1등급		2등급		3등급		등급 없음	
	호텔 수	객실 수	호텔 수	객실 수	호텔 수	객실 수	호텔 수	객실 수	호텔 수	객실 수	호텔 수	객실 수	호텔 수	객실 수
2015	20	1,771	1	174	3	706	3	230	4	247	6	253	3	161

자료 : 대전광역시 문화체육관광국 내부자료(2016.2)



<표 2-51> 대전권 관광호텔 현황

구별	호텔명	등급	객실 수	등록일
동구 (4)	호텔선샤인	2등급	55	2011.09.21
	호텔이에스에스 주식회사	1등급	65	1990.06.08
	태웅관광호텔	3등급	30	1989.10.13
	HI호텔	3등급	31	1989.10.06
중구 (4)	럭키관광호텔	3등급	30	1995.01.04
	반지관광호텔	3등급	48	2008.09.12
	대림호텔	2등급	44	1986.11.27
	베니스호텔	등급 없음	39	2005.09.08
서구 (2)	쉐라톤관광호텔	3등급	54	2002.11.25
	호텔 로블	3등급	60	2004.12.09
유성구 (10)	리베라호텔	특1등급	174	2006.08.17
	유성호텔	특2등급	190	1968.04.19
	인터시티호텔	특2등급	204	1999.06.26
	ICC호텔	1등급	90	2013.04.01
	호텔아드리아	1등급	75	1991.12.07
	(주)제이에이치 레전드호텔	1등급	74	1995.01.23
	테크노밸리호텔	2등급	74	2013.12.26
	롯데시티호텔대전	특2등급	312	2014.03.07
	(주)에스앤호텔	등급 없음	75	2014.12.02
	라운컨벤션 주식회사	등급 없음	47	2015.11.23

자료 : 대전광역시 문화체육관광국 내부자료(2016.2)

- 관광호텔 외에도 토요코인, 호텔 그레이톤 둔산, 이안 레지던스 호텔, 라미아, 누보스타 등의 레지던스 호텔을 포함하는 중저가 숙박시설들이 늘어나고 있으며, 이색 숙박시설로 캠핑장, 템플스테이 등이 있음

다. 국제회의·전시 시설 현황

- 대전시에는 2015년 기준 국제회의기획업 사업체가 29개소가 등록되어 있으며, 국제회의시설업으로는 2007년 12월에 건립된 대전컨벤션센터가 있음

< 대전컨벤션센터 시설개요 >

- 위 치 : 대전광역시 유성구 엑스포로 107(도룡동 4-19)
- 규 모 : 부지 24,281㎡, 건축 면적 10,314.7㎡, 연면적 30,149.66㎡
- 주요시설 : 그랜드볼룸, 중회의장, 전시홀, 컨퍼런스홀, 주차장 등

<표 2-52> 대전컨벤션센터 시설현황

구분	시설명	단위	규모(m)	높이(m)	면적(m ²)	수용능력(명)		
						극장식	강의식	연회식
1층	중회의장 (101-108)	1개실	16.1×9.1	4	145	100	70	80
		2개실	16.1×18.2	4	290	250	150	150
	중회의장 로비	-	19.9×36	4	798	500	330	300
	로비	-	-	3.9	643	등록부스로 사용가능		
	다목적홀	4개실	37.5×67.2	11.2	2,520	4개홀 분할가능/ 113부스(3×3)		
2층	그랜드볼룸	전체	56.7×36	9.2	2,042	1,600	900	880
		수납식의자	56.7×36		2,042	1,590	600+790	-
		1개실	28.35×36		1,021	600	400	400
	중회의실 (203-205)	1개실	12.3×9.3	3.6	114	70	48	50
		2개실	24.6×9.3		228	160	104	100
	소회의실 (206-211)	1개실	8×4.5	3.6	36	35	20	20
		2개실	8×9		72	70	40	40
		3개실	8×13.5		108	100	64	60
3층	컨퍼런스홀	타원형		8.1	304	237	-	-

자료 : 대전컨벤션센터 홈페이지(2016.03). <http://www.dcckorea.or.kr>.

- 대전무역전시관(KOTREX)은 총부지 29,195m²(8,832평)에 설립된 전시시설로 5,000명이 동시 입장이 가능하여 대형 콘서트, 전시회, 이벤트 등이 개최되고 있음
- 대전컨벤션센터(DCC) 및 대전무역전시관(KOTREX)의 옥내 전시규모는 전국 컨벤션센터 중 제주컨벤션센터 다음으로 작은 규모로 중대형 전시회를 수반한 국제회의 유치에 어려움이 있어 현재 대전시는 다목적전시장 건립을 추진 중임

< 대전무역전시관 시설개요 >

- 위 치 : 대전광역시 유성구 엑스포로 87
- 규 모 : 부지 29,195m², 전시관 4,200m², 옥외전시장 10,350m²
- 주요시설 : 전시장, 주최자사무실, 주차장 등

<표 2-53> 대전무역전시관 시설현황

구 분	면적	길이(m)	높이(m)	허가하중(t)
옥내 제1전시장	4,200	64.8×64.8	15	1.5
옥외 제2전시장	3,750	75×50	-	5
옥외 제3전시장	6,600	1,200×55	-	5
세미나실	150	12.2×12.3	3	-

자료 : 대전무역전시관 홈페이지(2006.3). <http://www.kotrex.kr>.



라. 유원시설 현황

- 2015년 기준 전국의 유원시설업체는 총 849개로, 이 중 대전권에는 33개의 유원시설업체가 있으며, 종합유원시설업은 1개 업체가 운영 중임
- 대전권의 유일한 종합유원시설업체인 오월드는 2002년 개장한 대전동물원과 2009년 개장한 플라워 랜드를 통합하여 조성된 테마파크로 보문산 자락에 위치하고 있으며, 총 부지면적이 707,314㎡으로 중부이남 최대 규모의 테마파크임

마. 관광 안내시설 현황

- 대전권의 관광 안내소는 현재 종합관광안내소 1개소와 일반 안내소 4개소가 있으며, 총 15명의 인원이 영어·일어·중국어권을 대상으로 관광안내서비스를 제공하고 있음
- 2014년 관광객 435,368명이 대전관광안내소를 이용하였으며, 이중 외래관광객은 11,829명인 것으로 조사되었음

<표 2-54> 대전권 관광 안내소 운영 현황

구 분	종합관광안내소	일 반 안 내 소			
		대전역	서대전역	오월드	복합터미널
위 치	유성구 대학로 7	동구 중앙로215	중구 오류로23	사정공원로70	동서대로1695번길30
인 원	4 명	3명	3 명	2 명	3명
언 어 권	영, 일, 중	영, 일, 중	영, 일, 중	영, 중	영, 일, 중
규 모	247.72㎡(2층)	24.48㎡	18.45㎡	88.2㎡	33.85㎡
개 소 일	2012. 4. 24	1998. 8. 1	2002. 5. 1	2005. 3. 25	2012. 1 14

자료 : 대전광역시 문화체육관광국 내부자료(2016.2)

<표 2-55> 대전권 관광 안내소 이용현황

(단위: 명)

구 분	계	종합관광 안내소	일 반 안 내 소			
			대전역	서대전역	오월드	복합터미널
2010년	348,270 (12,185)	62,231 (3,300)	179,886 (7,535)	60,911 (950)	45,242 (400)	터미널 재건축 공사
2011년	356,905 (12,869)	62,892 (3,166)	180,388 (7,509)	67,932 (1,569)	45,693 (625)	터미널 재건축 공사
2012년	415,979 (14,107)	58,247 (2,007)	181,128 (7,891)	74,636 (1,220)	52,328 (1,257)	49,640 (1,732)
2013년	404,587 (15,117)	56,621 (3,552)	179,514 (6,522)	74,657 (1,224)	48,579 (1,325)	45,216 (2,494)
2014년	435,368 (11,829)	57,987 (2,539)	185,475 (4,107)	75,736 (1,213)	51,221 (1,099)	64,949 (2,871)
2015년	423,272 (13,603)	54,591 (2,913)	178,750 (5,169)	72,579 (1,192)	53,807 (1,051)	63,545 (3,278)

※ ()는 외래관광객 수

자료 : 대전광역시 문화체육관광국 내부자료(2016.2)

- 이 외에도 대전시는 온라인 관광 안내 정보시스템 ‘대전광역시 문화관광(<http://www.daejeon.go.kr/tour/index.do>)’을 운영하고 있으며, 대전 관광명소, 숙박, 음식, 쇼핑 등 관광객이 필요로 하는 정보를 한국어, 영어, 일어, 중국어 등 언어별로 제공하고 있음

(3) 관광상품 현황

가. 관광기념품

- 대전권의 관광기념품은 이조나전칠기, 북, 장구, 전통혼례, 전통인형, 노리개, 부채, 금속 공예 등 전국 어느 곳에서나 볼 수 있는 한국 전통 공예품 및 일반 제품들이 대부분으로 관광객의 구매욕구 자극은 물론 지역 이미지 홍보나 정체성을 표현하는 데도 취약하여 대전권의 지역적 특색을 반영한 관광기념품 개발이 필요함
- 대전시는 지역의 전통과 문화적 특색을 살린 공예품과 관광기념품을 개발하고 육성시켜 지역 경제 활성화에 기여하기 위해 매년 공예품과 관광기념품 공모전을 개최하고 있으며, 상품개발 지원사업을 추진하고 있음
- 대전역 인근 지하상가에 위치한 기념품 전시판매장은 약 30평 규모로 공예인들이 직접 제작한 공예품과 관광기념품을 전시·판매하고 있으며, 대전공예협동조합에서 운영하고 있음

나. 지역 특산품 및 향토음식

- 대전권의 특산품으로는 진잠친환경 미르쌀, 정생동 참비름, 옥토진미쌀, 새송이 버섯, 대청산수 표고버섯, 유성배, 세동상추, 무수동 부추 등이 있음
- 2000년 대전시는 대전의 대표음식인 6미3주(六味三酒)를 선정하였음
 - ‘6미(六味)’는 구죽도토리묵, 설령탕, 돌솥밥, 삼계탕, 숯골냉면, 대청호 매운탕이며, ‘3주(三酒)’는 오미자주, 국화주, 구죽농주임. 이외에도 특색음식으로 칼국수, 두부 두루치기 등이 있음
- 50년 넘는 전통을 지닌 대전 최초의 제과점 성심당은 세계 최고 권위의 여행 정보지인 미슐랭 가이드에서 선정될 정도로 세계적으로 맛을 인정받고 있으며, 전국 3대 빵집으로 그 명성을 유지하고 있음. 특히 대표상품인 튀김 소보로와 부추빵은 관광객들이 대전여행 기념품으로 많이 구입하고 있음
- 대전역의 가락국수는 일제 강점기 서울발 호남선행 완행열차가 대전역에서 열차의 방향을 돌리려고 정차하는 시간에 승객들이 열차에서 내려 승강장에서 후다닥 가락국수 한 그릇으로 빈 배를 채웠던 추억의 음식임

다. 시티투어

- 1999년부터 대전시가 운영해온 대전시티투어는 대전역을 기점으로 정해진 코스를 순환하는 셔틀버스로, 저렴한 비용으로 이용이 가능하며, 문화관광해설사가 코스마다 동행해



재미있는 이야기와 설명을 곁들여 수준 높은 대전 관광을 즐길 수 있음

- 대전시티투어 코스는 과학투어, 역사문화투어, 힐링투어, 계족산황톳길투어, 대청호오백리길투어, 백제권 문화유산 1일투어, 야간시티투어의 총 7개 테마로 구성하여 동계투어와 하계투어로 구분하여 운영횟수를 탄력적으로 운영함
- 이 외에도 2015년부터 대전권 인근에 위치한 부여, 공주, 보은, 청주, 세종을 아우르는 백제권문화유산 1일 투어를 신설하여 매주 토요일과 일요일에 운영하고 있으며, 2016년부터 야간시티투어를 운영하고 있음
- 또한 대전시는 2015년부터 전국 최초로 외국인전용 시티투어를 운영하고 있음. 외국인이 선호하는 관광명소들을 힐링, 체험, 축제, 전통시장과 연계해 4개 코스로 구성하여 매주 토요일마다 4월부터 10월까지 사전예약제로 운영하고 있음

<표 2-56> 시티투어 이용요금

(단위 : 원)

구분	이용요금		
	성인 (중학생이상)	장애인·경로 유공자·12세미만	단체 (20인 이상)
대전시티투어	4,000	3,000	3,000
백제권문화투어	9,000	6,000	7,000
야간시티투어	5,000	4,000	4,000

※ 백제권문화유산1일투어는 예약인원이 10인 이상일 경우에만 운행

※ 입장료 / 식사 / 기타개인비용 별도 부담

자료 : 대전시티투어 홈페이지(<http://wooritravell.com>)

<표 2-57> 2016년도 대전시티투어 운행코스

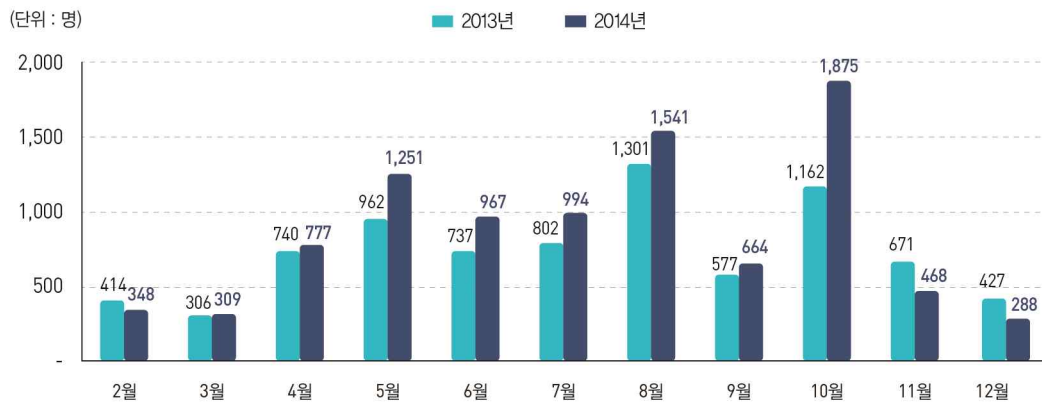
구 분			운 행 코 스
과학투어 (수요일)	동계	오후	대전역 출발-국립중앙과학관-지질박물관-솔로몬파크-대전역(중앙시장)
	하계	오전	대전역 출발-국립중앙과학관-지질박물관-솔로몬파크-대전역(중앙시장)
		오후	대전역 출발-대전시민천문대-화폐박물관-카이스트경유-유성온천족욕체험정(한방족욕카페)-대전역(중앙시장)
역사문화 투어 (목요일)	동계	오후	대전역 출발-대전복합터미널 경유-동춘당-(구)충남도청(근현대전시관)-관사촌-성심당-대전역(중앙시장)
	하계	오전	대전역 출발-대전역사박물관-카리용-효월드(죽보박물관)-대전역(중앙시장)
		오후	대전역 출발-(구)충남도청(근현대전시관)-관사촌-성심당-우암사적공원(남간정사)-대전역(중앙시장)
힐링투어 (금요일)	동계	오후	대전역 출발-장태산자연휴양림-유성족욕체험정(한방족욕카페)-대전역(중앙시장)
	하계	오전	대전역 출발-만인산자연휴양림-대전역(중앙시장)
		오후	대전역 출발-장태산자연휴양림-유성족욕체험정(한방족욕카페)-대전역(중앙시장)
계족산 황톳길 투어 (토요일)	동계	오후	대전역 출발-대전복합터미널 경유-계족산황톳길 체험-한밭수목원-대전역(중앙시장)
	하계	오전	대전역 출발-대전복합터미널 경유-계족산황톳길 체험-한밭수목원-대전역(중앙시장)
		오후	대전역 출발-대전복합터미널 경유-계족산황톳길 체험-대전역(중앙시장)
대청호 오백리길 (토요일)	동계	오전	대전역 출발-대전복합터미널 경유-수변공원-대청호생태관, 생태공원(습지공원)-대전역(중앙시장)
	하계	오전	대전역 출발-대전복합터미널 경유-대청호오백리길(21구간)암석식물원, 금강로하스길, 대청호물문화관)-대전역(중앙시장)
		오후	대전역 출발-대전복합터미널 경유-수변공원-대청호생태관&생태공원(습지공원)-대전역(중앙시장)
백제권 문화 유산 1일 투어	토요일	대전·부여 (1,3째 주)	대전역 출발-대전복합터미널 경유-우암사적공원(남감정사)-국립부여박물관-자유중식-정림사지 5층 석탑-백제문화재현단지-대전역(중앙시장) 도착
		대전·공주 (2,4째 주)	대전역 출발-공산성-자유중식-무령왕릉-국립공주박물관(한옥마을)-공주역 경유-대전선사박물관-대전역(중앙시장) 도착
		대전·공주·부여(5번째 주)	대전역 출발-정림사지 5층 석탑-자유중식-부소산성-무령왕릉-공산성-대전선사박물관-대전역(중앙시장) 도착
	일요일	대전·보은 (1,3째 주)	대전역 출발-대전복합터미널 경유-동춘당-속리산 국립공원(법주사, 산행)-정어품송-대전복합터미널 경유-대전역(중앙시장) 경유
		대전·청주 (2,4째 주)	대전역 출발-대전복합터미널 경유-대청호오백리길 21구간(암석식물원, 로하스길, 대청호물문화관)-자유중식-청남대-문의문화재단지-대전역(중앙시장) 도착
		대전·세종 (5번째 주)	대전역 출발-교과서 박물관-베어드리파크(테마마크내 자유중식)-세종호수공원-대전역사박물관-대전역(중앙시장) 도착
야간 시티투어	금요일	야간	대전역 출발-유성족욕장-시민천문대-엑스포다리(음악분수쇼)-대전스카이라드(하차)-대전역(중앙시장)

주 : 대전 백제권 1일 투어는 예약인원이 10인 이상일 경우에만 운행함

자료 : 대전시티투어 홈페이지, <http://www.daejeontour.or.kr>



- 2015년 대전시티투어 이용인원은 8,403명으로 전년대비 1,079명(11.3%)이 감소한 것으로 나타남. 충청권 및 수도권 지역을 대상으로 지속적인 홍보를 했음에도 불구하고 2015년 6월에 발생한 메르스의 영향으로 이용자가 감소한 것으로 추정됨(11일 간 운휴함)



[그림 2-28] 대전시티투어 월별 이용객 수(2013~2014)

출처 : 대전광역시 관광진흥과 내부자료

(4) 관광 인력 현황

가. 대전광역시 관광행정조직

- 2016년 2월 기준 대전광역시청 내 관광행정조직은 문화체육관광국으로 문화예술과 19명, 체육지원과 19명, 문화재증무과 24명, 관광진흥과 14명으로 구성되어 있어 총 76명임
- 이 외에도 과학문화산업본부에서 엑스포 재창조사업, 국제과학비즈니스벨트 사업, HD 드라마타운, 다목적 전시장 건립 등 과학 인프라 구축 및 MICE산업과 관련된 사업들을 추진 중임

<표 2-58> 대전광역시 내 관광진흥과 조직 현황

(단위 : 명)

구 분	계	일 반 직			
		4급	5급	6급	7급
정 원	14	1	3	7	3
현 원	13	1	3	5	4
증 감	-1	-		-2	+1

자료 : 대전광역시 문화체육관광국 내부자료(2016.2)

- 5개 자치구 관광행정조직을 살펴보면 관광부서를 별도로 독립운영하고 있지 않고, 소수의 담당자들에 의해 관광행정이 운영되는 경우가 많음

<표 2-59> 대전광역시 자치구 관광행정조직

(단위 : 명)

자치구	관련부서	관련 인원
동구	자치행정국-문화공보과	3
중구	총무국-문화체육과	4
서구	자치행정국-문화체육과	2
유성구	자치행정국-문화관광과	6
대덕구	자치행정국-문화체육과	6

자료 : 각 구청 홈페이지에 의거하여 작성하였으며, 관련 인원은 직원업무 중 관광, 축제업무에 준했음

나. 유관기관·단체 조직 현황

- 대전마케팅공사는 대전 도시브랜드 가치창출을 통해 도시 경쟁력 증대와 지역경제 활성화에 기여하는 것을 목적으로 2011년 11월 설립된 도시마케팅 전문기관임
 - 엑스포과학공원, 대전컨벤션센터, 대전무역전시관, 엑스포시민광장, 대전스카이라드, 대청호 오백리길 등의 관광시설들을 운영 및 관리하고 있으며, 대전국제와인페어, 대전사이언스 페스티벌 등을 개최하며, MICE산업 활성화, 의료관광 사업활성화를 추진하고 있음
- 대전문화재단은 지역문화예술 활성화를 통해 지역문화 정체성을 확립하고 시민의 창조적 문화 활동을 지원하며 문화향유 기회 확대와 지역문화예술 인력을 육성함으로써 고품격의 문화창조도시 구현을 목적으로 2009년 9월에 설립되었음
 - 문화예술의 창작·보급·활동 지원 및 시민의 문화향수기회 확대를 위한 사업, 전통문화 예술의 계승과 발전사업, 문화예술진흥을 위한 정책자문 및 교육·조사연구, 국내·외 문화 예술 교류사업, 문화예술 정보의 축적 및 서비스 제공 사업 등을 수행하고 있음

<표 2-60> 대전시 관광관련 유관기관

(단위 : 명)

기관명	조직구성				
	계	사장	상임이사	경영기획실장	직원
대전마케팅 공사	98	1	1	1	95
대전문화재단	계	대표이사	문화기획실장	예술진흥실장	직원
	58	1	1	1	55

자료 : 대전마케팅공사, 대전문화재단 홈페이지에 의거하여 작성함.



- 관광관련 단체에는 대전광역시 관광협회 32명, 대전공예협동조합 40명, 대전문화관광해설사 45명 등이 있음

<표 2-61> 대전 관광관련 단체 현황

(단위 : 명)

기관명	주요활동내용	조직구성				
		계	상임	비상임	사무국	회원
대전광역시 관광협회	<ul style="list-style-type: none"> 관광사업의 건전한 발전과 회원의 권익 증진을 위한 업무 관광사업 진흥에 필요한 조사연구 및 홍보와 출판물의 간행 관광통계 관광종사원의 교육 및 사후관리 관광안내소의 운영 등 회원의 복리증진을 위한 공제사업 관광사업의 경영에 대한 지도 정부 또는 지방자치단체와 한국관광협회로 부터의 수탁 및 위임된 업무 	32	—	32	4	355개 업체
대전공예 협동조합	<ul style="list-style-type: none"> 공예품대전 개최(매년) 각종 공동판매 행사 참여 새로운 공예품 개발사업 추진 개발상품에 대한 판로지원 및 홍보 공예품 전시판매장 운영 	40	1	7	1	40 (비상근임원 포함)
대전 문화관광 해설사	<ul style="list-style-type: none"> 8개 권역해설 시티투어 탑승해설 문화재, 관광지에 대한 심화교육 문화 관광상품 개발 	45	—	9	—	45 (비상근임원 포함)

자료 : 대전광역시 문화체육관광국 내부자료(2016.2)

3) 관광시장 현황

(1) 대전 관광시장의 동향

가. 대전권 국민국내관광객 증가

- 2015년 국민여행실태 조사에 의하면 전국 국민국내관광객 수는 3,831만 명 수준이며, 2014년 3,803만 명 대비 약 0.7%대 저 성장률을 보임. 이중 숙박여행은 3,208만 명, 당일 여행은 3,020만 명으로 숙박여행 비중이 다소 높음
- 여행지별 국내여행 참가자수 조사에 의하면 대전권은 298만 명이 방문하였으며, 이는 전체 국민국내관광객 수의 7.8% 수준임. 이중 숙박여행은 116만 명, 당일여행은 216만 명으로 당일여행이 72.3%로 높은 비중을 차지하고 있음

- 대전권 방문객은 2010년 대전충청권 방문의 해 이후 큰 폭으로 증가하였으나, 2015년 대전권을 방문한 국민국내관광객은 2014년과 비교할 때 전년대비 4.42% 감소한 것으로 나타남. 이는 2015년도 발생한 메르스(중동호흡기증후군)의 발발에 의한 영향이 크게 작용했다고 봄(2015년 5월20일 메르스 첫 환자 발생부터 12월23일 유행 종료를 선언함)

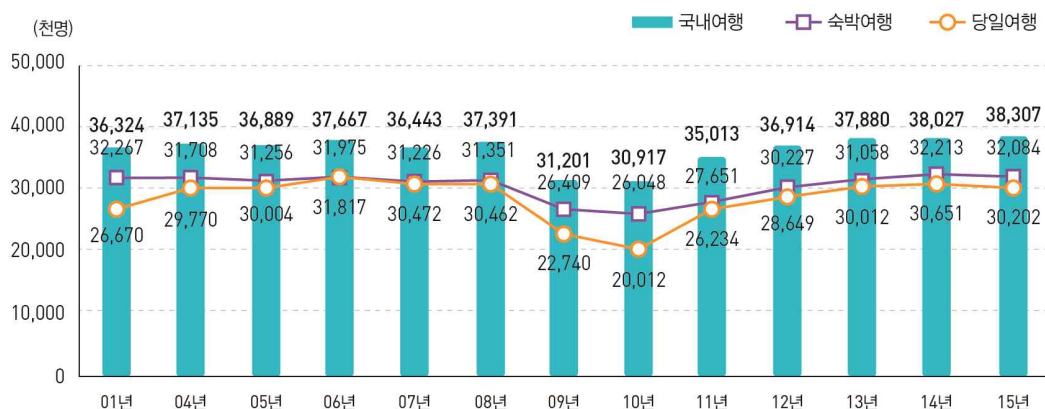
<표 2-62> 충청권 국내여행 참가자 수 현황(2013~2015)

(단위 : 명, %)

연 도	구 분	전 국	충 청 권				
			소 계	대전광역시	세종시	충청북도	충청남도
2013	국내여행	37,800,004	17,743,042	2,982,297	—	5,933,015	8,827,730
	숙박여행	31,058,136	9,936,156	1,257,153	—	3,435,517	5,243,486
	당일여행	30,011,682	10,628,127	2,039,082	—	3,228,018	5,361,027
2014	국내여행	38,027,454	18,460,824	3,123,627	366,885	5,212,064	9,758,248
	숙박여행	32,213,421	10,074,403	1,274,552	64,270	3,036,953	5,698,628
	당일여행	30,651,331	11,012,624	2,128,578	323,289	2,851,513	5,709,244
2015	국내여행	38,307,303	18,403,984	2,984,929	333,329	5,141,110	9,944,616
	숙박여행	32,084,253	10,287,957	1,161,267	144,080	2,792,120	6,190,490
	당일여행	30,202,196	10,912,706	2,158,204	195,596	3,008,743	5,550,163
증감률(2013-15)		△1.34	△3.73	△0.10	▽9.2	▽13.35	△12.67

주 : 세종시는 2014-2015년도의 증감률임.

자료 : 문화체육관광부(2014,2015,2016), 국민여행실태조사,



[그림 2-29] 연도별 국내여행 참가자 수

자료 : 문화체육관광부(2016), 2015 국민여행실태조사.



나. 대전권 국내여행 이동 총량 증가

- 2015년 기준 우리나라의 국내여행 이동 총량은 4억 682만일로 전년의 3억 9,785만일로 전년대비 2.26% 증가함
- 충청권의 국내여행 이동 총량 즉 여행참가 일수는 대전 930만일, 세종 78만일, 충북 1,681만일, 충남 4,221만일로 총 6,909만일임. 이는 전년도 총 6,611만일 보다 4.11% 증가하였으며, 이중 숙박여행은 4,246만일, 당일여행은 2664만일로 숙박여행 비중이 높은 수준임
- 대전시의 2015년 국내여행 이동 총량은 총 930만일로 2014년 973만일 보다 감소하였으나, 2013년 838만일보다 11% 증가함. 이중 숙박여행은 2013년 421만일에서 2015년 485만일로 소폭 증가하였으며, 당일여행도 2013년 417만일에서 2015년 445만일로 소폭 증가됨

<표 2-63> 대전권 국내여행 이동 총량(참가 일수) 변화

(단위 : 일, %)

연 도	구 분	전 국	충 청 권				
			소 계	대전광역시	세종시	충청북도	충청남도
2013	국내여행	389,220,312	63,369,111	8,380,628	—	18,389,344	36,599,139
	숙박여행	257,852,307	41,577,246	4,207,765	—	13,276,177	24,093,304
	당일여행	131,368,005	21,791,864	4,172,863	—	5,113,167	12,505,834
2014	국내여행	397,846,767	66,111,627	9,726,163	841,236	16,624,986	38,919,242
	숙박여행	269,268,235	43,025,371	5,355,067	268,850	11,938,997	25,462,457
	당일여행	128,578,532	23,086,256	4,371,096	572,386	4,685,989	13,456,785
2015	국내여행	406,818,700	69,098,917	9,302,799	777,931	16,809,139	42,209,048
	숙박여행	268,297,184	42,462,946	4,852,717	453,070	11,847,856	25,309,303
	당일여행	138,521,516	26,635,971	4,450,082	324,861	4,961,283	16,899,745
증감률		△4.52	△9.04	△11.00	▽7.53	▽8.59	△15.33

주 : 세종시는 2014-2015년도의 증감률임.

자료 : 문화체육관광부(2014,2015,2016), 국민여행실태조사

다. 대전권 주요관광지 입장객 수 변화

- 2015년 기준 대전권 주요관광지를 방문한 관광객은 총 4,800,624(엑스포과학공원 제외)명으로 집계됨. 2014년에는 4,936,965명으로, 국민국내관광객은 4,924,784명, 외래관광객은 12,181명으로 조사됨
- 2014년도에는 조사대상 관광지점에 대전시립미술관이 추가되면서 조사대상 지점이 10개에서 11개로 증가하였으며, 2015년도에는 조사대상인 엑스포과학공원이 재창조사업으로

인한 일부 시설 철거에 기인하여 통계가 집계되지 않아 10개 지점에서 이루어짐

<표 2-64> 대전권 주요관광지 입장객 수(2013~2015)

(단위 : 명)

구 분	관 광 객			조사대상 관광지
	계	내국인	외국인	
2013	4,864,950	4,863,300	1,650	10개
2014	4,936,965	4,924,784	12,181	11개
2015	4,800,624	4,795,944	4,680	10개

자료 : 관광지식정보시스템 주요관광지점 입장객통계(<https://www.tour.go.kr>),

- 관광지점별로 살펴보면 국립중앙과학관이 1,214,476명으로 대전권 주요관광지 가운데 가장 많은 관광객이 방문했으며, 다음으로 대전오월드가 1,150,735명, 뿌리공원이 1,057,771명으로 연간방문객 100만 명이 넘는 관광지가 3곳으로 나타남
- 관광지점별 연도별 입장객 수 비교에서는 솔로몬파크가 2013년에 비하여 325%의 매우 높은 증가율을 보였으며, 뿌리공원은 2013년 유료화 실시로 관광객 수가 급감하였으나, 2년 동안 147.8%의 높은 증가율을 보임
- 반면, 엑스포재창조사업의 일환으로 일부시설의 철거와 재개발사업이 진행 중인 엑스포 과학공원이 집계를 실시하지 않았으며, 전반적으로 2015년 메르스의 여파로 관광객의 방문이 감소된 것으로 보임



<표 2-65> 대전권 주요관광지별 입장객 수(2013~2015)

(단위 : 명, %)

구 분		2013	2014	2015	증감률(2013-15)
계		4,864,950	4,936,965	4,800,624	-64,326 (▽1.3)
동구	한밭교육박물관	37,185	31,614	29,958	- 7,227 (▽19.4)
중구	대전오월드	1,202,723	1,228,275	1,150,735	-51,988 (▽4.3)
	뿌리공원	426,856	900,014	1,057,771	630,915 (△147.8)
서구	대전시립미술관	-	220,700	183,055	-37,645 (▽17.1)
유성구	국립중앙과학관	1,151,131	1,082,787	1,214,476	63,345 (△5.5)
	엑스포과학공원	1,017,446	333,879	-	- -
	계룡산 수통골	636,217	654,134	648,372	12,155 (△1.9)
	솔로몬 로파크	21,555	261,376	259,967	238,412 (△325.0)
	지질박물관	73,357	76,873	88,181	14,824 (△20.2)
	화폐박물관	243,733	129,194	146,767	-96,966 (▽39.8)
	유성유스호스텔	54,747	18,119	21,342	-33,405 (▽61.0)

주 : 2015년 입장객 수 중 엑스포과학공원 조사치가 없음.

자료 : 관광지식정보시스템 주요관광지점 입장객통계(<https://www.tour.go.kr>),

라. 대전권 1회 평균 여행 지출액 감소

- 2015년 국민여행실태 조사에 의하면 국내 여행경험자들의 1회 평균 국내여행 지출액은 106,571원, 숙박여행 경험자들의 1회 평균 숙박여행 지출액은 170,212원, 당일여행 경험자들의 1회 평균 당일여행 지출액은 60,731원으로 조사됨
- 관광여행 경험자들의 1회 평균 관광여행 지출액은 131,456원, 기타여행 경험자들의 1회 평균 기타여행 지출액은 83,232원으로 조사됨
- 2015년 국내여행 경험자들의 1회 평균 국내여행 지출액은 전년도에 비해 3,684원 감소한 것으로 나타남. 1회 평균 관광여행 지출액은 3,708원 감소하였고, 1회 평균 기타여행 지출액은 4,628원 감소함.

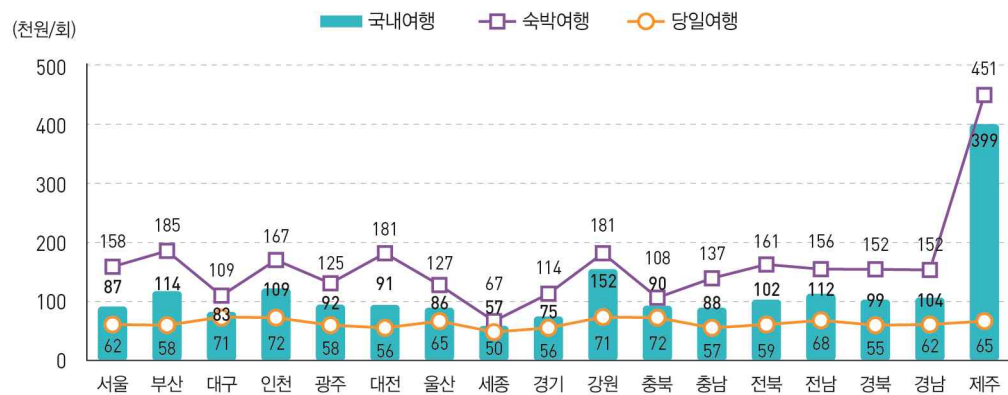
<표 2-66> 여행경험자 1회 평균 여행 지출액

(단위 : 원)

구분	전체			관광여행			기타여행		
		숙박여행	당일여행		숙박여행	당일여행		숙박여행	당일여행
2013	109,751	162,373	59,484	143,366	214,159	66,644	74,380	100,455	52,632
2014	110,255	171,255	62,968	135,164	227,374	62,604	87,860	120,424	63,290
2015	106,571	170,212	60,731	131,456	222,543	61,711	83,232	117,617	59,587

자료 : 문화체육관광부(2016), 2015 국민여행실태조사.

- 대전권의 관광여행 1회 평균 지출액은 138,968원으로 전국 평균 131,456원보다 높게 나타났다으나, 세종, 충북, 충남은 전국 평균보다 낮은 지출을 하는 것으로 조사됨. 숙박관광의 경우 충청권은 전국 평균보다 낮은 지출을 보였으며, 당일여행의 경우 충북만 전국 평균보다 높게 조사됨



[그림 2-30] 여행지별 여행경험자 1회 평균 여행 지출액

자료 : 문화체육관광부(2016), 2015 국민여행실태조사,



<표 2-67> 충청권 여행경험자 1회 평균 관광여행 지출액

(단위 : 원)

연 도	구 분	전 국	충 청 권			
			대전광역시	세종시	충청북도	충청남도
2013	관광여행	143,366	150,349	—	96,583	107,049
	숙박여행	214,159	294,180	—	130,089	151,324
	당일여행	66,644	62,613	—	67,158	66,914
2014	관광여행	135,164	78,481	62,423	116,532	104,499
	숙박여행	227,374	195,731	81,384	175,403	168,843
	당일여행	62,604	45,716	61,297	71,994	70,031
2015	관광여행	131,456	138,968	56,034	101,440	95,072
	숙박여행	222,543	433,517	69,469	150,955	175,671
	당일여행	61,711	52,846	36,890	70,713	54,616

자료 : 문화체육관광부(2014,2015,2016). 국민여행실태조사,

- ▣ 대전의 1회 평균 관광여행 지출액은 2013년 150,349원에서 2014년 78,481원으로 급감하였다가, 2015년에는 138,968원으로 전년도보다 77.1%의 급격한 증가는 보임.

3. 대전권 관광시장 및 행태조사

가. 조사의 개요

- 대전권의 관광 이미지, 선호도, 관광행태 등을 알아보고 대전 관광산업의 현황과 문제점을 진단하기 위해 전 국민을 대상으로 설문조사를 실시함
- 조사의 총 표본은 제주도를 제외한 16개 지자체를 인구분포 비율로 배분해 1,000명을 연령에 따른 할당표본추출법으로 선정하였으며, 조사는 2015년 6월 28일부터 7월 3일까지 7일간 모바일을 통해 실시됨

— < 대전권 관광시장 및 행태조사 개요 > —

- 조사기간 : 2015.06.28. - 07.03/ 7일간
- 응답인원 : 1,000명
- 조사내용 : 대전시 관광이미지, 현황 및 문제점 진단, 방문행태 등

나. 인구통계적 특성

- 조사 대상의 인구통계적 특성을 살펴보면 성별은 남성 50%, 여성 50%로 나타났으며, 연령분포는 20대, 30대, 40대, 50대가 동일하게 25%로 나타나 고르게 분포함
- 거주 지역은 '경기'와 '서울'이 각각 24%, 20%로 가장 높게 나타났으며, 직업은 '사무/기술직'이 25%로 가장 높게 나타났음

다. 조사 결과

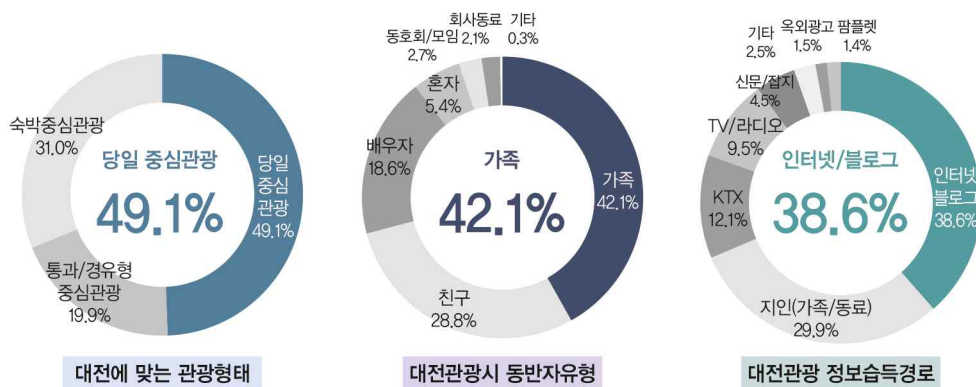
○ 대전권 관광시장 방문행태

- 대전권 방문경험은 '방문경험이 있다'가 79.1%로 압도적으로 많았으며, 방문목적은 '관광/여행'이 36.4%로 가장 많았고, 다음으로 '지인/친척 방문'이 34.5%, '사업/비즈니스 방문'이 19.7% 순으로 높게 나타남
- 대전권 방문 체류시간은 '1박2일 이상'이 42.6%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '4시간-8시간'이 27.9%, '4시간 이내'가 18.0%, '8시간-12시간'이 11.5% 순으로 나타남. 당일방문객이 57.4%로 숙박하는 방문객보다 다소 많은 것으로 조사됨



[그림 2-31] 대전권 방문행태 : 방문경험, 방문목적, 체류시간

- 대전권에 맞는 관광형태를 묻는 질문에서 ‘당일 중심 관광’이 49.1%로 높게 나타났으며 다음으로 ‘숙박중심관광’이 31.0%, ‘통과/경유형 중심관광’이 19.9% 순으로 나타나 방문객의 체류시간을 증대시키고 숙박을 유도할 수 있는 방안 마련이 필요함
- 대전권에 대한 관광정보 습득 경로에 대한 조사결과 ‘인터넷/블로그’가 38.6%로 가장 높게 나타나 인터넷과 블로그를 활용한 적극적인 관광정보 제공이 필요함. 다음으로 ‘지인(가족/동료)’이 29.9%, ‘KTX’가 12.1%, ‘TV/라디오’가 9.5% 순으로 나타남
- ‘가족과 함께 대전을 관광하겠다’는 의견이 전체 42.1%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘친구와 함께’가 28.8%, ‘배우자와 함께’가 18.6% 순으로 나타남
- 관광을 목적으로 대전권을 방문할 경우 하고 싶은 관광활동유형은 ‘과학테마관광’이 28.3%로 가장 많았으며 다음으로 ‘자연/풍경관람’, ‘여가시설 이용’이 모두 27.5%로 높게 나타남



[그림 2-32] 대전권 관광형태, 동반자유형, 정보습득 경로

○ 대전권 관광이미지

- 대전권이 가진 관광이미지를 분석한 결과 ‘자연환경적 이미지’보다 ‘인문환경적인 이미지’가, ‘지루한 이미지’보단 ‘흥미로운 이미지’가 강한 것으로 분석되었고, 경제적으로는 ‘비싸다고 인식하는 이미지’가 높고, ‘친절하고 안전한 이미지’를 갖는 것으로 나타남
- 대체적으로 ‘단조롭고 평범한 이미지’, ‘차분하고 정적인 이미지’가 높은 것으로 나타나 보다 역동적인 관광 이미지를 알릴 수 있는 홍보 전략이 필요한 것으로 판단되며, 이와 대조적으로 ‘맛있다는 이미지’가 높게 나타나 음식과 연계한 관광상품 마련이 필요한 것으로 분석됨
- 이 외에도 ‘새로움과 오래된 이미지’가 유사한 비율을 보이는 것으로 나타났으며, ‘편안함, 깨끗함, 교육적임, 안정됨, 즐겁고 긍정적인 이미지’가 강한 것으로 나타남



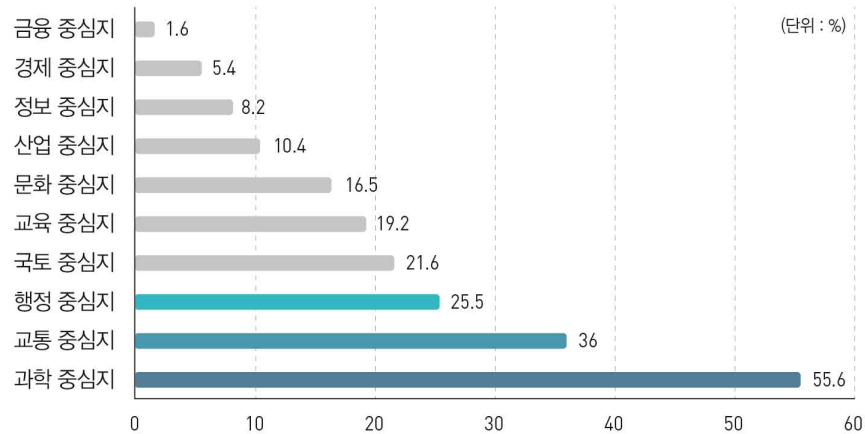
<표 2-68> 대전권 이미지 분석 결과

(단위 : %)

항목	보기					항목	평균
	①	②	③	④	⑤		
자연환경적이다	2.9	11.9	51.7	28.8	4.7	인문환경적이다	3.1
흥미롭다	2.8	18.2	62.5	14.7	1.8	지루하다	2.9
저렴하다	1.5	10.4	67.9	18.5	1.7	값비싸다	3.1
친절하다	3.6	19.7	62.9	12.7	1.1	무뚝뚝하다	2.9
안전하다	12.4	29.1	50.6	7.4	0.5	위험하다	2.5
다양하다	4.5	17.0	49.6	23.4	5.5	단조롭다	3.1
매력있다	4.6	19.2	48.1	21.2	6.9	평범하다	3.1
맛있다	6.2	21.2	56.5	13.7	2.4	맛없다	2.8
차분하다	7.5	24.2	47.4	17.2	3.7	복잡하다	2.9
동적이다	3.6	19.9	47.8	23.5	5.2	정적이다	3.1
편안하다	7.1	26.4	54.9	10.2	1.4	불편하다	2.7
깨끗하다	11.6	33.8	48.0	6.2	0.4	불결하다	2.5
교육적이다	14.7	36.1	43.1	5.7	0.4	비교육적이다	2.4
안정되다	12.3	33.6	45.9	7.4	0.8	혼란스럽다	2.5
새롭다	4.7	20.4	53.3	18.2	6.4	오래되다	3.0
미래추구	9.7	32.3	47.4	9.3	1.3	과거추구	2.6
즐겁다	6.8	29.0	59.0	4.5	0.7	화난다	2.6
긍정적	10.9	35.9	46.5	6.3	0.4	부정적	2.5

○ 대전권 도시유형에 대한 인식 및 지각

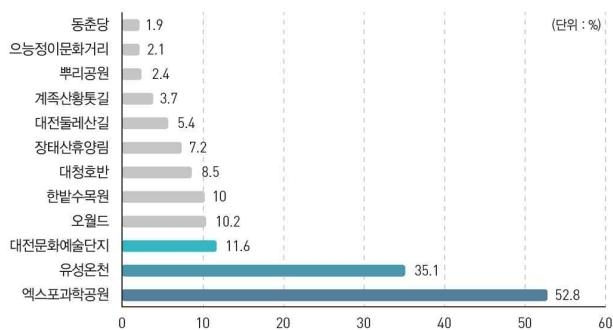
- ▣ 대전하면 떠오르는 도시 이미지에 대한 조사 결과 ‘과학중심지’가 55.6%로 가장 높게 나타났으며, ‘교통 중심지’ 36.0%, ‘행정중심지’ 25.5%, ‘국토중심지’ 21.6% 순으로 나타남



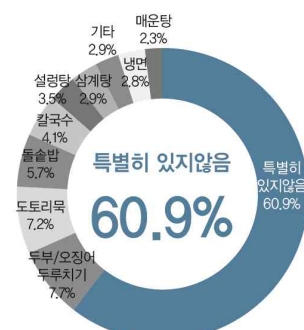
[그림 2-33] 대전권 도시 이미지

○ 대전권 관광자원

- 대전권을 대표하는 관광자원을 조사한 결과 ‘엑스포과학공원’이 52.8%, ‘유성온천’이 35.1%로 압도적으로 높게 나타났으며, 다음으로 ‘대전문화예술단지’ 11.6%, ‘오월드’ 10.2%, ‘한밭수목원’ 10.0%, ‘대청호반’ 8.5% 순으로 나타남
- 대전하면 떠오르는 관광지 역시 대표 관광자원과 마찬가지로 ‘엑스포과학공원(46.3%)’과 ‘유성온천(21.1%)’이 압도적으로 높게 나타남
- 대전하면 떠오르는 음식에 대한 설문조사 결과 ‘특별히 있지 않음’이 60.9%로 분석되어 대전권의 음식관광자원 개발 및 홍보 전략이 시급한 것으로 판단됨. 다음으로 ‘두부/오징어 두루치기’ 7.7%, ‘도토리묵’ 7.2%, ‘돌솥밥’ 5.7%, ‘칼국수’ 4.1% 으로 비슷한 수준으로 나타남



대전 대표 관광자원



대전하면 떠오르는 음식

[그림 2-34] 대전권 대표관광자원 및 음식

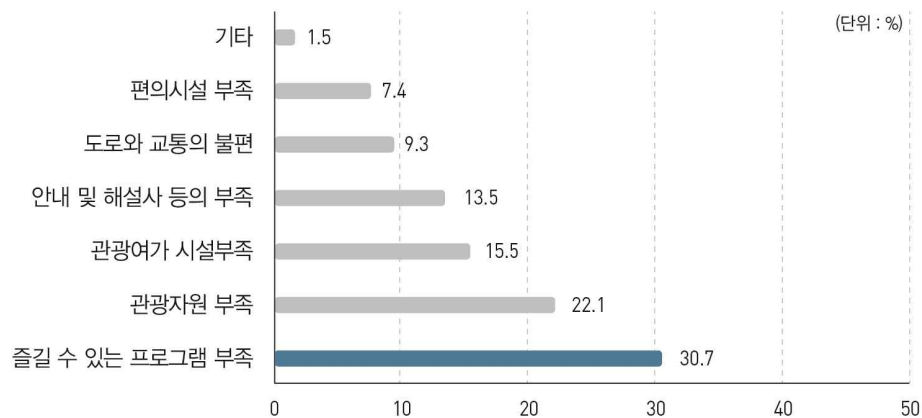
○ 대전권 관광여건

- 대전권 관광자원 매력성에 대한 조사결과 ‘보통이다’가 55.9%로 분석되었으며, 관광잠재



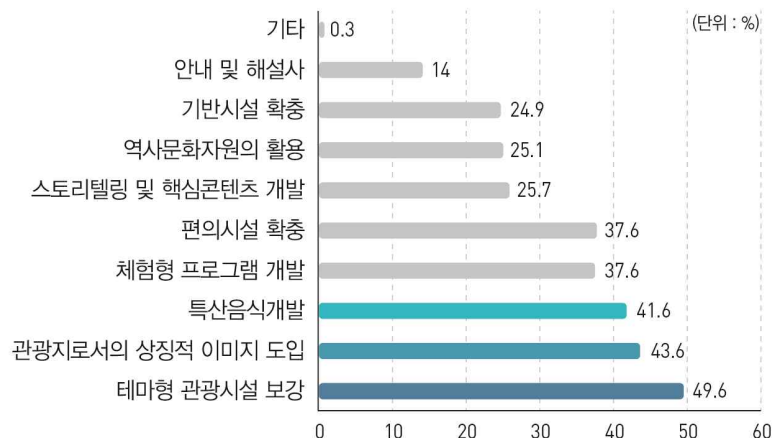
력도 51.5%로 절반 이상이 ‘보통’으로 응답함

- 대전권의 관광·여가시설과 관광편의시설이 필요한지에 대한 질문에서는 각각 59.1%, 57.6%로 조사됨
- 반면, 대전권 내 관광에서 불편하거나 부족한 사항에서는 ‘즐길 수 있는 프로그램 부족’이 30.7%로 가장 높게 나타났으며 다음으로 ‘관광자원 부족’이 22.1%로 나타나 관광프로그램 및 관광자원 개발이 필요한 것으로 판단됨. 다음으로 ‘관광·여가시설 부족’은 15.5%, ‘안내 및 해설사 등의 부족’은 13.5%로 조사됨



[그림 2-35] 대전권 관광 시 불편·부족한 사항 평가

- 대전 관광활성화를 위해 필요한 사항을 묻는 질문에서는 ‘테마형 관광시설 보강’이 49.6%로 가장 많이 응답하였으며, 다음으로 ‘관광지로서 상징적 이미지 도입’이 43.6%, ‘특산음식개발’이 41.6%로 나타남. ‘체험형 프로그램 개발’과 ‘편의시설 확충’은 동일하게 37.6%로 분석됨



[그림 2-36] 대전권 관광활성화를 위해 필요한 사항

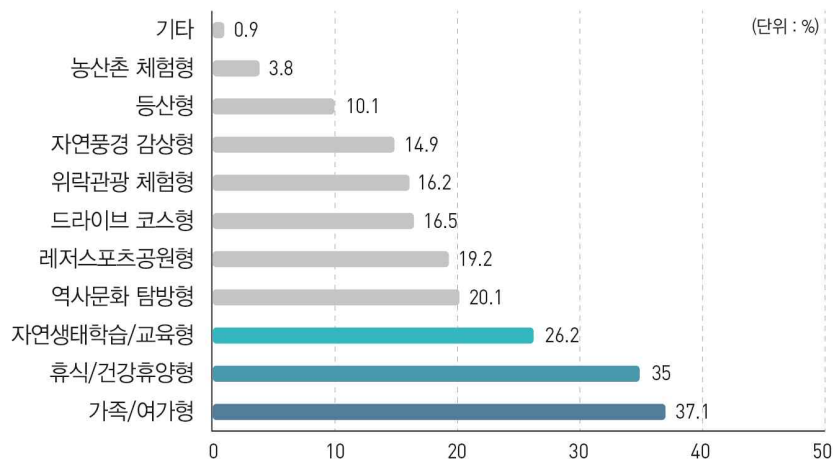
○ 대전권 관광개발

- 대전권 관광개발에 대한 의견조사에서는 ‘현재 관광지이나 더욱 개발할 가치가 있다’가 57.5%, ‘현재 관광지로서 매력이 부족하다’가 26.6%로 관광개발에 대해서는 긍정적인 것으로 나타남
- 관광개발 시 고려사항으로는 ‘관광 프로그램 개발’이 43.2%로 압도적으로 많은 비중을 차지하였으며, 다음으로 ‘친환경적인 자연자원 보존 및 정비’ 18.5%, ‘관광객 유인시설 보강’ 17.3%, ‘숙박시설 및 기반시설도입’ 9.5% 순으로 조사됨



[그림 2-37] 대전권 관광개발 시 고려사항

- 선호하는 관광개발 유형에 대한 조사 결과 ‘가족/여가형’이 37.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘휴식 및 건강휴양형’ 35.0%, ‘자연생태학습 및 교육형’ 26.2%, ‘역사·문화 탐방형’이 0.1%로 나타남



[그림 2-38] 선호하는 대전권 관광개발 유형

- 대전권 관광개발 시 중점을 두고 추진해야할 사항으로는 ‘볼거리’가 41.7%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘놀거리’ 21.4%, ‘설거리’ 17.4%, ‘먹거리’ 17.2%, ‘살거리’ 1.9%, ‘기타’ 0.4% 순으로 분석됨



라. 조사 결과 시사점

○ 관광객 유치 전략 마련 필요

- 관광 목적으로 오는 방문객의 비율이 높지 않아 국내외 관광객 유치전략 마련이 요구되며, 관광 외의 목적으로 대전권을 찾는 방문객들을 대상으로 관광을 유도할 수 있도록 2시간, 4시간, 6시간 등 소요시간별 관광 프로그램 개발이 필요한 것으로 판단됨

○ 관광 자원화 기능 필요

- 관광자원을 보다 개발해야한다는 의견이 많으므로 대전권 내 관광자원 개발 방안이 마련되어야 하며, 현재 관광지로서 관광매력이 부족하다는 의견이 높은 만큼 기존 관광지의 매력을 향상시킬 수 있는 대책마련이 필요함

○ 방문객의 체류시간 연장 방안 강구

- 대전권 방문객 체류시간에 대한 조사결과 ‘당일 방문’이 57.4%로 절반 이상을 차지하는 것으로 나타나 관광으로 인한 경제적 파급효과를 높이기 위해서는 방문객의 대전권 내 체류시간을 연장시키기 위한 방안이 필요함

○ 대전권 관광 홍보 전략 다각화

- 대전권 관광정보를 얻는 경로는 ‘인터넷/블로그’가 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났으나, 이 외에도 ‘지인’, ‘KTX’등 다양한 경로를 통해 정보를 수집하는 것으로 조사되어 보다 광범위한 홍보 전략이 필요할 것으로 판단됨

○ 대전권 관광 이미지의 재정립 및 마케팅 방안 필요

- 대전권 관광 이미지 조사 결과 정적이면서 단조롭고, 평범하다는 이미지를 가지고 있어 보다 역동적인 관광이미지를 구축해나갈 수 있는 관광 홍보 전략이 필요함

○ 수요에 기반한 시설 및 프로그램 계획 필요

- 가족형 관광상품, 힐링형 관광상품, 체험형 관광프로그램 등에 대한 수요가 높게 나타나 이러한 욕구를 충족시킬 수 있는 시설 및 프로그램 개발이 필요함

○ 대표 먹거리 개발 필요

- 대전하면 떠오르는 음식에 대한 조사 결과 ‘특별히 없다’에 대한 응답이 60.9%로 가장 높은 것으로 나타나 대전권 대표 음식들 개발 및 홍보할 수 있는 전략 마련이 필요함

4. 상위 및 관련계획 검토

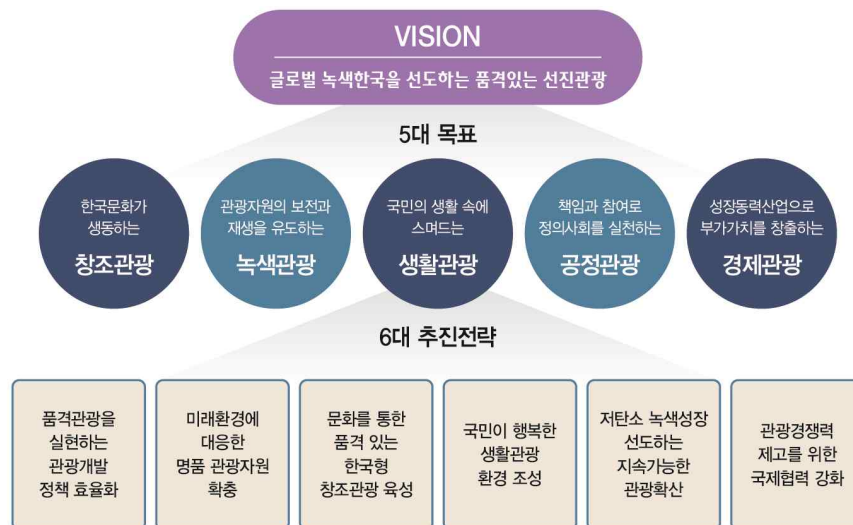
1) 상위계획 검토

(1) 제3차 관광개발기본계획 2012-2021(문화체육관광부, 2011)

가. 계획의 목적

- ▣ 제3차 관광개발기본계획은 관광 진흥법 제47조의 규정에 따른 법정계획으로 2012년부터 2021년까지 10년 동안의 국가 관광개발의 비전과 미래상을 제시하고 권역별 관광개발계획의 기본방향을 제시
- ▣ 관광자원의 보호·개발·이용·관리에 관한 효율적인 추진전략을 수립함으로써 국민 삶의 질 향상, 지역경제 활성화, 국내 관광산업 발전에 기여

나. 비전 및 추진전략



[그림 2-39] 제3차 관광개발기본계획 비전 및 전략

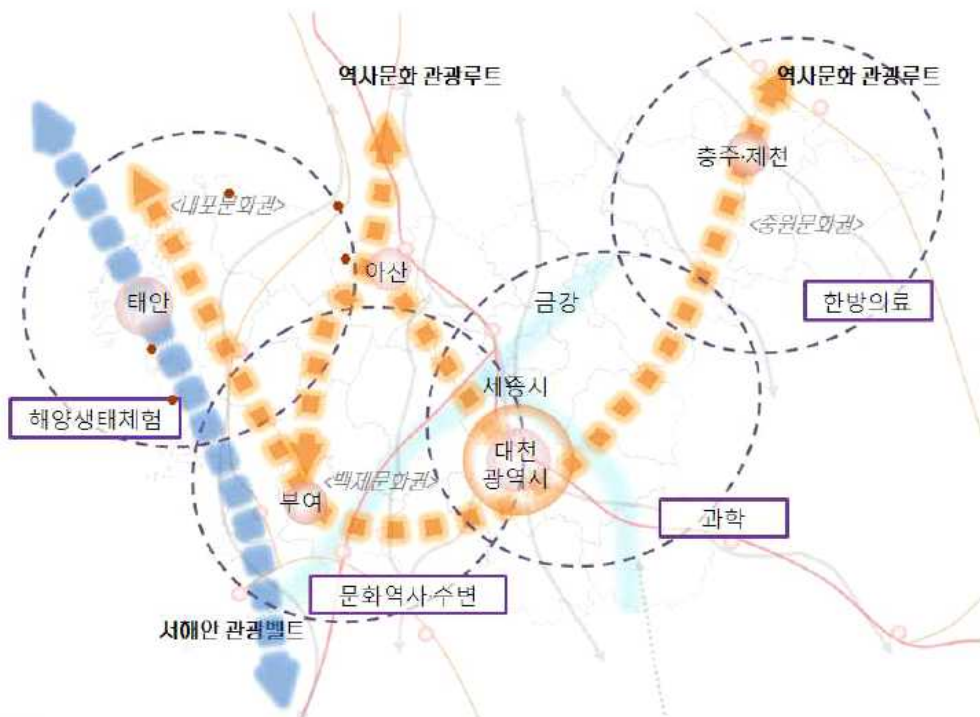
다. 충청권 관광개발방안

○ 과학기술과 관광이 결합된 융합관광의 거점

- ▣ 과학비즈니스벨트를 중심으로 과학관광자원을 개발하고, 대전과 행정복합도시 세종시를 연계하여 비즈니스 및 인센티브 관광기반 구축 및 활성화 추진
- ▣ 오송 생명과학단지, 세종시, 제천시를 중심으로 첨단 BIO산업과 자연환경이 어우러진 양·한방의 한국형 의료관광단지 조성



- 내포-백제-중원문화를 연결하는 역사문화 관광루트 개발로 홍성·예산의 내포문화, 공주·부여의 백제문화, 논산·금산의 유교문화, 청주의 고인쇄문화, 충주·제천·단양의 중원문화 등 지역정체성에 바탕을 둔 역사문화 관광자원 육성
- 당진·태안·보령 해안지역을 중심으로 해양레저관광자원을 개발하고, 백두대간, 금강, 하천 등 충남권의 생태환경을 보전하고, 자연과 어우러진 관광자원을 육성하여 해양-하천-산악자원을 연결하는 녹색문화축 설정



[그림 2-40] 충청관광권 공간전략 및 개발계획 기본방향

라. 대전권 관광개발방안

- 과학의 도시 대전을 중심으로 조성될 과학비즈니스벨트를 세계 과학관광의 거점으로 육성
- 엑스포과학공원, 대전컨벤션센터, 첨단 영상문화산업단지 등을 연계하여 MICE산업 클러스터를 조성하고, 유성관광특구에는 온천과 건강을 테마로 한 메디컬타운조성
- 보문산권 관광벨트화 사업, 한밭문화예술복합단지 조성 사업, 원도심 문화관광벨트 조성 사업, 멀티미디어·LED 거리 조성, 대중문화예술 거점지역 육성 및 특화거리 조성 등 대전의 역사문화와 첨단과학이 어우러진 문화·역사·위락관광자원을 개발
- 대청호반 녹색테마길 조성, 생태자연 황토치유길 조성 등 호반, 산악자원을 활용한 녹색 생태관광개발

(2) 녹색관광 기본계획(2010, 문화체육관광부)

가. 추진배경

- 기후변화 대응 및 녹색성장이 글로벌 이슈로 부상하면서 정부는 저탄소 녹색성장을 미래 국가비전으로 제시하였고, 문화체육관광부는 녹색성장을 실현시키기 위해 국민들이 일상 생활문화 속에서 참여하는 문화 전략 마련
- 관광산업은 환경 및 기후변화와 관련성이 높은 녹색 성장산업으로 녹색관광을 통해 환경보전과 경제성장을 동시에 실현
- 국제협약 및 녹색성장정책에 대응함과 동시에 관광경쟁력을 강화시키고, 신규시장을 창출하기 위해서 체계적인 녹색관광 기본계획의 수립이 필요

나. 비전 및 목표

- 비전 : 녹색관광활성화를 통한 녹색성장 실현
- 목표
 - 녹색관광시장 확대
 - 관광산업의 온실가스 배출량을 2020년 배출량 전망치 대비 30% 감축

다. 추진 과제

- 녹색관광 활성화를 위한 제도 정비 및 선진기반 구축
 - 제도정비, 녹색관광 인력양성 및 일자리 창출, 녹색관광개발 및 운영 컨설팅·가이드라인 마련, 관광산업 녹색경영 지원, 녹색관광기반구축을 위한 R&D사업 추진
- 관광매력을 높이는 녹색관광 인프라 확충 및 상품개발
 - 한국형 생태관광모델 개발, 이야기가 있는 문화생태탐방로 조성, 지역특화 녹색 관광상품 개발, 수변관광 활성화, 기후변화 대응 명품관광지 및 관광도시 조성
- 홍보마케팅 강화로 녹색관광 인식 확산 및 수요창출
 - 녹색관광 종합홈페이지 구축, 온·오프라인 녹색관광 홍보마케팅 확대, 저탄소 녹색여행 실천 캠페인 전개, 저탄소 녹색여행 활성화, 녹색관광 국제교류 및 포럼·박람회 개최



(3) 제4차 관광진흥 5개년 계획(2014~2018)/(2014, 문화체육관광부)

가. 계획의 목적

- 관광기본법 제3조에 따른 제4차 관광진흥 5개년 계획은 5년 주기로 수립되어 온 관광진흥 5개년 계획의 후속 계획으로 기존 계획의 성과를 토대로 연속성과 차별성을 고려한 정책과제들을 도출
- 우리나라 관광산업의 발전을 위해 중장기 관광비전과 정성적·정량적 정책 목표를 설정하고, 이를 달성하기 위한 추진전략을 제시

나. 비전 및 목표

○ 관광으로 행복한 국민, 융성하는 대한민국



[그림 2-41] 2018 관광비전

- 창조와 혁신에 기반한 관광산업 발전을 유도하여 국제경쟁력을 강화하고 새로운 시대 국가발전의 성장 동력으로 역할을 확대하고, 관광을 통해 국민이 행복하고, 국가경제가 새로운 활력으로 융성

<표 2-69> 2018 관광진흥 정책 목표

구 분	2012년 기준	2018년 목표
외래관광객 수	1,114만 명	1,700만 명
관광수입	134억불	255억불
국민 국내관광 참여일수	8.4일	11일
국민 국내관광소비액	24조원	32조원
관광산업 일자리 창출	85만개	100만개

자료 : 문화체육관광부(2014). 제4차 관광진흥 5개년계획.

다. 추진전략

○ 관광산업 경쟁력 강화 환경 구축

- 관광산업 선순환 생태계 구축 지원, 지식 서비스형 관광기업 육성 기반 마련, 시장 친화적 관광투자 활성화, 관광 창업 촉진을 위한 정책 환경 조성, 창의적 관광 인재 육성

○ 동북아 관광리더 위상 확립

- 한국관광 품질 제고, 시장 맞춤형 외래객 유치, 관광 수용태세 선진화, 국제 관광 협력 확대

○ 품격과 활력 있는 지역관광 육성

- 세계적 수준의 관광거점 육성, 창조적 문화관광 활성화, 고품격 관광자원 확충

○ 고부가 융복합형 전략관광산업 육성

- 의료·MICE·크루즈 3대 융복합 관광산업 집중 육성, 고부가 선도형 레저관광산업 중점 육성, ICT 융복합을 통한 관광산업 고도화 등

○ 국민관광 활성화 기반 강화

- 국민관광 향유 여건 개선, 지역관광 수용태세 개선, 지역관광 활성화 주체 및 협력체계 육성

2) 관련계획 검토

(1) 제4차 국토종합계획 수정계획(2011~2020)/(2011, 대한민국정부)

가. 비전 및 목표

○ 비 전

- 제4차 국토종합계획 수정계획의 비전은 ‘대한민국의 새로운 도약을 위한 글로벌 녹색국토’로 유라시아-태평양 지역을 선도한다는 ‘글로벌 국토’의 실현과 저탄소 녹색성장 기반을 마련하는 ‘녹색국토’의 실현이라는 의미를 담고 있음

○ 목 표

- 경쟁력 있는 통합국토, 지속가능한 친환경국토, 품격 있는 매력국토, 세계로 향한 열린국토를 4대 목표로 정하고, 목표를 달성하기 위한 추진전략으로 ① 국토경쟁력 제고를 위한 지역특화 및 광역적 협력 강화, ② 자연친화적이고 안전한 국토공간 조성, ③ 쾌적하고 문화적인 도시·주거환경 조성, ④ 녹색교통·국토정보 통합네트워크 구축, ⑤ 세계로 열린 신성장 해양국토 기반 구축, ⑥ 초국경적 국토경영기반 구축의 6개 전략을 설정하였음



나. 충청권 발전방향

○ 비 전

- 동북아 첨단과학기술·산업의 허브, 녹색국토 창조시대

○ 목 표

- 국가발전을 선도하는 첨단과학 R&D 산업의 중심, 신성장 동력산업을 주도하는 첨단산업의 거점, 자연과 문화와 미래가 만나는 국제관광허브, 인간과 자연이 상생하는 녹색성장의 중심

○ 발전방향

- 충청권 내 지역발전거점 도시네트워크 구축과 연계강화

- 대도시권 구축과 충청권내 특성화된 지역발전 거점도시 육성
- 지역발전 거점도시와 주변도시간 광역도시권을 형성하고 광역거점시설 및 주변 지역간 광역 네트워크 강화와 주변지역 상생발전 도모
- 낙후지역의 자립적 특화발전과 향토 산업의 전략적 육성으로 경쟁력 확보

- 충청권 광역연계 인프라 구축 및 접근성 강화

- 기후변화와 에너지 위기에 대응하기 위해 녹색교통체계 확충
- 충청권 지역발전 거점도시간 광역연계망 구축 및 신교통수단 도입
- 공항·항만·물류기능 강화를 위한 기반시설 확충 및 일관복합운송시스템 구현

- 신성장동력산업의 육성과 녹색성장 기반 구축

- 미래형 첨단산업 중심지 도약을 위해 의약바이오, New IT 선도 산업 및 전략산업을 신성장 동력산업으로 집중 육성
- IT·BT·GT 융합산업의 광역적 핵심거점 창출과 클러스터 경쟁력 강화

- 충청권 녹색국토 창조 및 역사·문화·관광자원 연계 개발

- 충청권 내 에너지 절약적 도시 조성을 위한 도시 계획을 수립하여 저탄소 에너지절약형 신도시를 개발
- 하천정비와 수변공간의 환경 친화적 활용 방안 모색
- 백두대간, 금남·금북정맥, 해안사구, 습지, 갯벌 등 보전사업과 생물다양성 증진을 위한 관리사업 추진
- 각종 재해·재난에 대한 재해대책의 종합추진과 종합재해관리시스템 구축
- 대도시 및 근교 관광권, 서해안 국제 관광권, 내륙휴양 관광권, 중부내륙 관광권, 백제문화 관광권 등 권역 내 5대 관광권별 특성화 발전전략 추진과 광역관광루트의 공동 개발 및

경관 형성

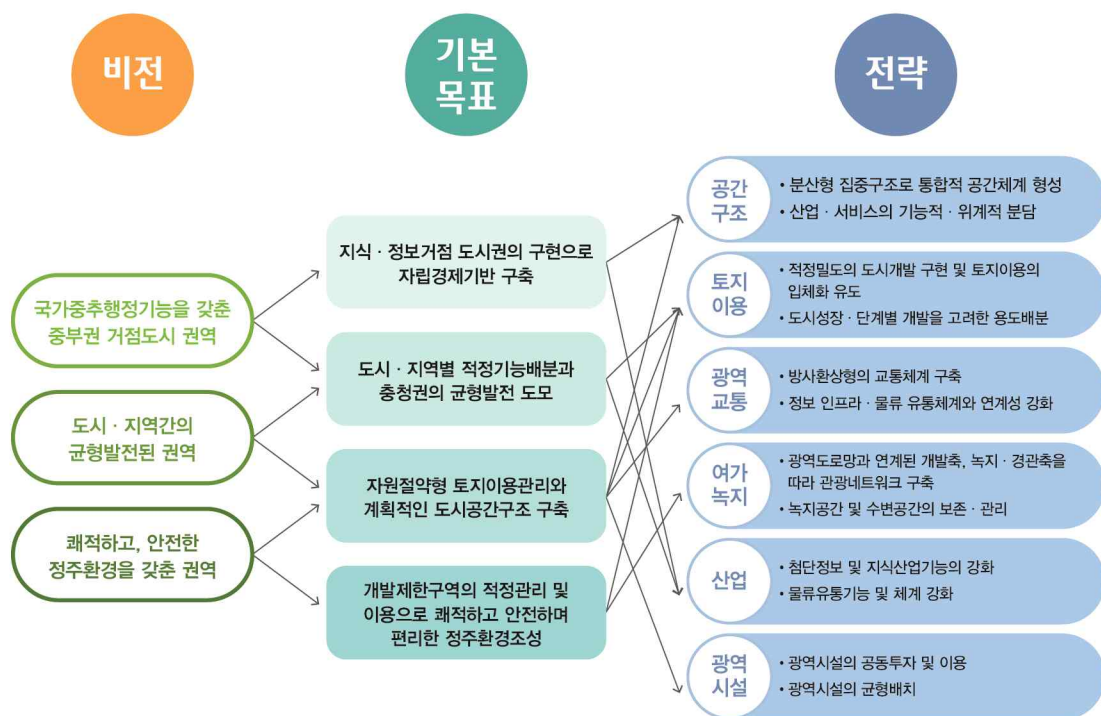
- 지역 정체성에 바탕을 둔 역사·문화 및 관광자원의 육성
- 충청권 그린-블루 네트워크(Green-Blue Network) 구축을 통해 인간과 자연이 상생하는 녹색공간구조 창조

□ 광역·공동개발사업의 협력적 추진체계 구축

- 충청권내 해안과 내륙의 연계를 강화하고 타광역경제권과 연계·협력사업 활성화
- 충청권내 광역·공동개발사업의 협력적 추진체계 구축

(2) 2020년 대전권 광역도시계획(변경)/(2010, 건설교통부·대전광역시·충청남도·충청북도)

가. 비전 및 전략



[그림 2-42] 2020 대전권 광역도시계획(변경) 비전 및 전략

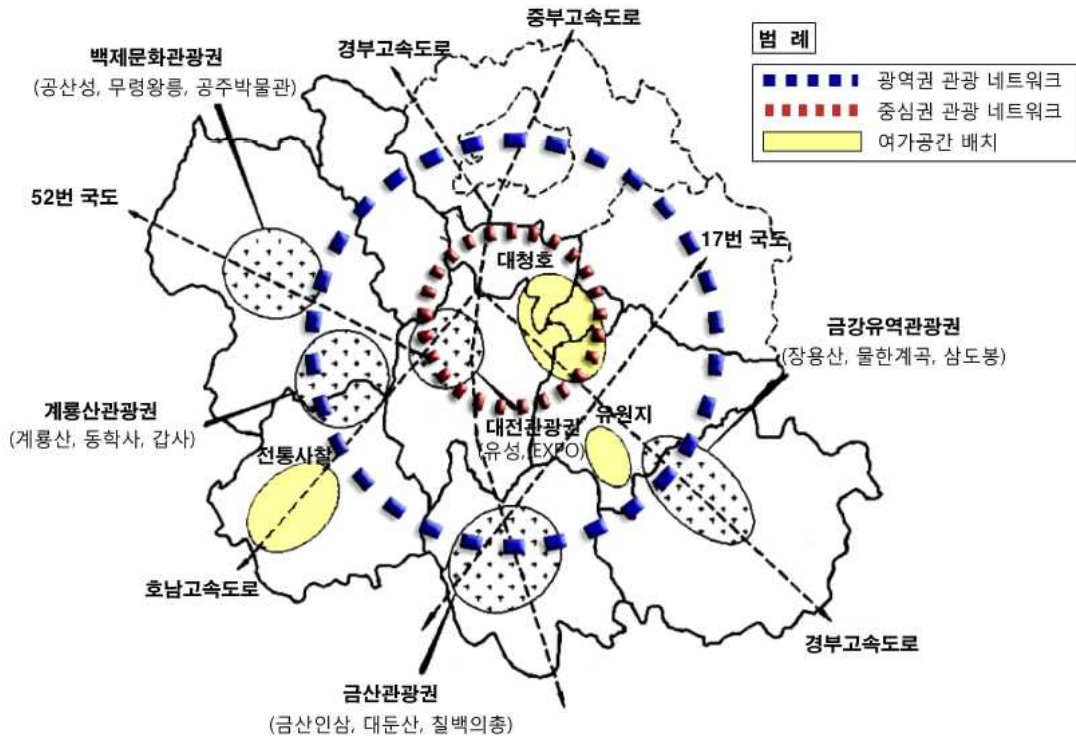
나. 관광분야 계획

- 대전 관광권, 백제문화 관광권, 계룡산 관광권, 금강유역 관광권, 금산 관광권 등 5개 관광권으로 연계되는 광역도시권 관광 네트워크를 구축하고 지역 간을 연결하는 도로 교통망을 확충

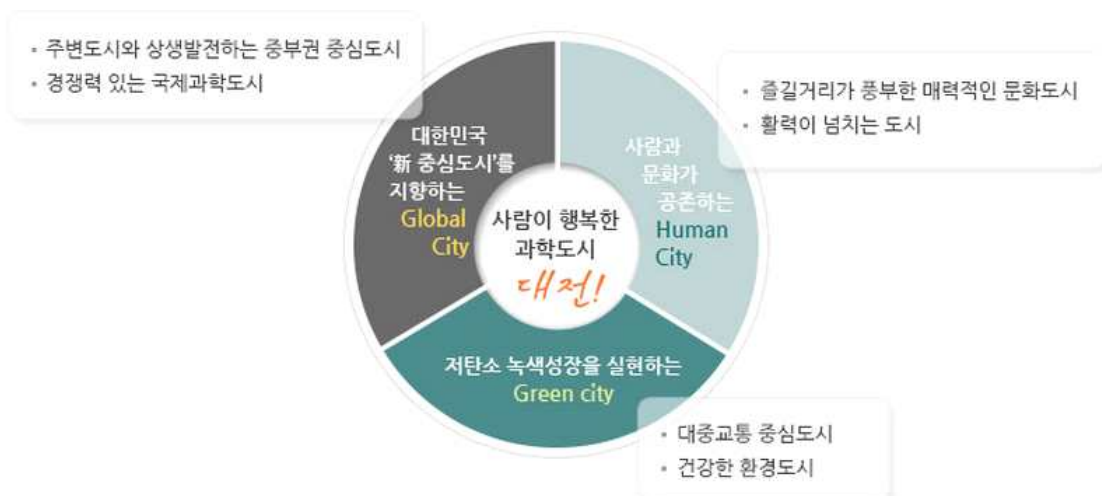


(3) 2030년 대전도시기본계획 / (2013, 대전광역시)

가. 비전



[그림 2-43] 관광네트워크 구상 및 여가공간 배치도



[그림 2-44] 2030년 대전도시기본계획 비전

나. 목표 및 추진전략

- 대전시는 주변도시와 상생·발전하는 중부권 중심도시, 경쟁력 있는 국제과학도시, 즐길 거리가 풍부한 매력적인 문화도시, 활력이 넘치는 도시, 대중교통 중심도시, 건강한 환경도시 등을 6대 핵심이슈로 선정

<표 2-70> 2030년 대전도시기본계획 목표 및 추진전략

비전	목표	추진전략		
대한민국 新중심도시를 지향하는 Global City	주변도시와 상생·발전하는 중부권 중심도시	광역권 중심도시기능 강화	주변도시간 연계교통시스템 구축	세종시 주거수요에 대응
	경쟁력 있는 국제과학도시	국제과학 비즈니스벨트의 성공적 조성	첨단과학과 문화가 어우러진 도시	쾌적한 교육·연구환경 조성
사람과 문화가 공존하는 Human City	즐길거리가 풍부한 매력적인 문화도시	중부권 문화거점 기능 강화	문화복지기반 구축	기존 역사·문화자원 의 보전·활용
	활력이 넘치는 도시	원도심의 도시기반시설 정비·확충	노후산업단지 재생	지역 커뮤니티 활성화
저탄소 녹색성장을 실현하는 Green City	대중교통 중심도시	대중교통중심 도시공간구조 형성	대중교통 결절점 주변 기반시설정비	저탄소 녹색교통 시스템 구축
	건강한 환경도시	지속가능한 녹색도시	청정자연 환경의 지속적 보전·관리	건강한 도시환경 조성

자료 : 대전광역시(2013). 2030년 대전도시기본계획.

다. 관광분야 주요 시책

○ 역사·문화·관광 네트워크 조성

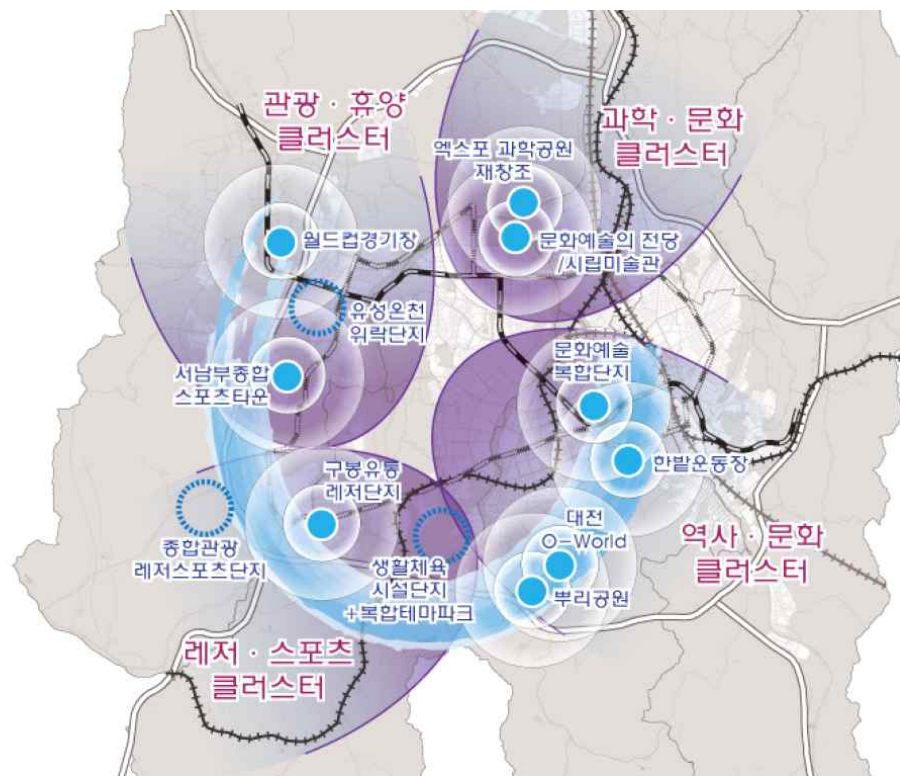
- 대전시의 문화·역사·과학자원 및 신규 추진 예정인 레저·스포츠시설을 연계하여 역사·문화·관광자원 네트워크를 형성하고, 지역별 강점을 살린 클러스터를 조성하여 집적효과 창출
- 이외에도 수변공간을 관광자원으로 조성, 도시 내 관광·문화자원과의 연계 도로, 도시농가·지역농업자원의 관광자원화 사업추진 등이 있음



<표 2-71> 2030년 대전도시기본계획 역사·문화·관광 네트워크 조성

구 분	기능 및 역할
관광·휴양 클러스터	대덕특구의 배후지원기능 수행을 위해 관광·위락 기능 수행
레저·스포츠 클러스터	도안신도시 등 새로운 수요를 대비하여 문화·체육단지 조성
역사·문화 클러스터	구도심 활성화 제고 및 문화육구 충족을 위하여 대전시의 역사문화자원을 활용을 극대화
과학·문화 클러스터	엑스포 과학공원 재창조 등 대전시 고유의 과학문화 유산을 기존의 문화 시설과 연계·정비하여 대전시 과학·문화산업의 경쟁력 제고

자료 : 대전광역시(2013). 2030년 대전도시기본계획.



[그림 2-45] 2030년 대전도시기본계획 역사·문화·관광 네트워크

(4) 국제과학비즈니스벨트 기본계획 변경(2012-2017)/(2013, 미래창조과학부)

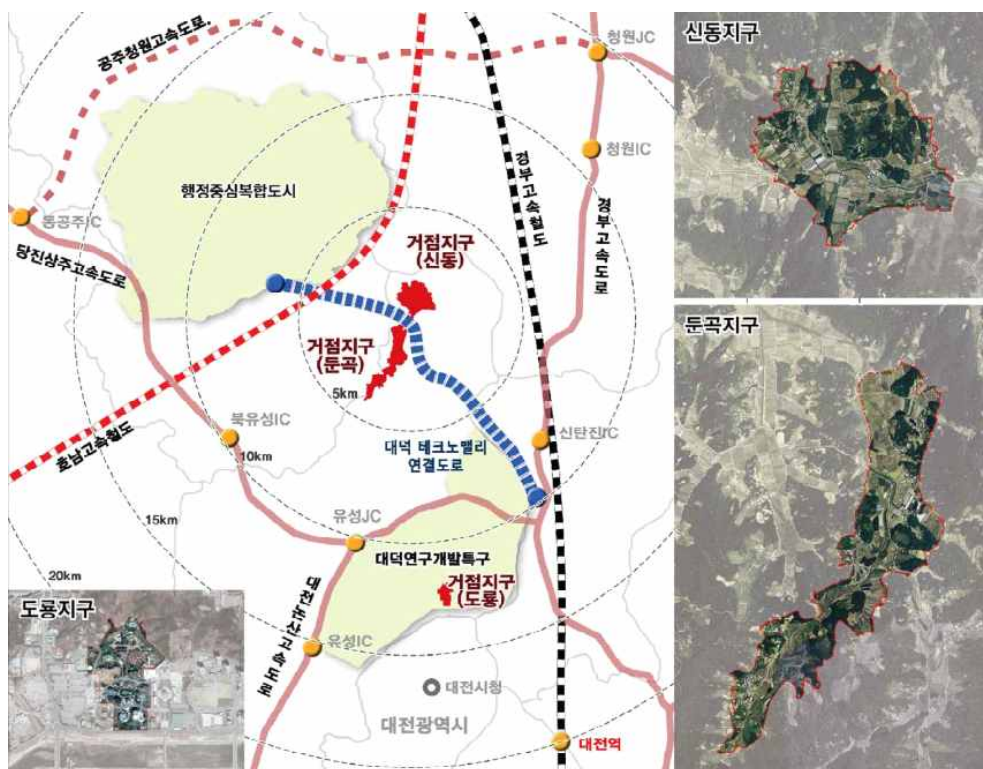
- 세계적 수준의 기초연구 환경을 구축하고, 기초연구와 비즈니스가 융합될 수 있는 기반을 마련하여 국가경쟁력을 강화하기 위해 국제과학비즈니스벨트의 조성 추진
- 국제과학비즈니스벨트는 기초연구의 거점기능을 수행하는 거점지구와 연구성과를 연계·확산하는 기능지구를 연계한 지역을 의미

<표 2-72> 국제과학비즈니스벨트 지구

구 분	내 용	기 타
거점지구	대전시 유성구 신동, 둔곡동, 도룡동 일원	3,703천㎡(약 112만평)
기능지구	충청남도 천안시, 충청북도 청원군, 세종시	

자료 : 대전광역시 관광산업과 내부자료

- 국제과학비즈니스벨트의 핵심시설인 기초과학연구원(IBS)이 도룡지구 엑스포과학공원 부지 내에, 중이온가속기는 신동지구에 설립될 계획이며, 이외에도 R&D시설, 지식기반 산업시설, 정주환경 등이 조성
- 1993년 대전세계박람회 시설인 엑스포과학공원에 기초과학연구원(IBS) 외에도 사이언스 센터, HD드라마 타운 등을 조성하여 첨단 과학문화 테마공원으로 재창조



[그림 2-46] 국제과학비즈니스벨트 거점지구 위치도



(5) 보문산권 종합관광개발 기본계획(2013, 대전광역시)

가. 비전 및 목표

○ 비 전

- 가족이 즐겁고 행복한 Family Park 보문산

○ 목 표

- 자연친화적 스마트 치유·웰빙관광 선도

- 보문산의 자연을 보전하며 이용할 수 있는 이용 관점의 자연친화적인 생태관광 조성
- 시민과 방문객이 모두 즐거운 수요형 스마트관광 구축

- 방문하면 즐거운 매력장소 조성

- 탈거리와 볼거리 및 먹거리 등이 다양한 공간 창출
- 체류하며 즐길 수 있는 여건 및 프로그램 도입

- 즐겁고 행복한 가족형 공원 조성

- 다양한 여가 기회 제공과 가족단위 방문객이 즐거운 가족형 공간 조성
- 원도심과 연계한 역사와 문화의 관광코스 개발로 가족 모두가 재미있는 프로그램 제공

나. 개발전략

- 보문산 자원의 이용

- 관광개발을 위해 기존의 보문산의 자원을 정확히 파악하고 자원 가운데 관광적 가치가 있거나 관광적 가치로 발전할 수 있는 자원을 선별하여 효율적 이용방안 모색 필요

- 도입시설의 선택 집중 전략

- 신규 도입시설의 선정과 배치는 균형발전 차원에서 고려하고 시설의 기능과 역할의 시너지 효과를 나타낼 수 있는 최적지로 선정하여 계획 수립

- 차별화 전략

- 보문산권의 관광개발계획은 대전시민의 여가 증진과 관광객을 유입시키기 위한 겸목적 수행을 위한 전략이 필요하며, 이를 위해 주변 및 대전지역에 없는 시설 도입과 차별화된 프로그램 전략 수행

- 원도심 연계 전략

- 보문산의 대사근린공원은 과거 높은 방문객이 찾는 명소였으나 현재는 원도심지역 공동화 현상 장기화로 투자에 어려움이 있어 신규 도입시설이 밀집한 행평근린공원 지역에 방문객 증가 현상이 뚜렷하므로 이를 해결할 수 있는 전략방안 마련

(6) 대전광역시 도시균형발전 기본계획(2014, 대전광역시)

가. 비전 및 목표

○ 비 전

- 시민이 행복한 창조과학·문화 공유도시, 대전

○ 목 표

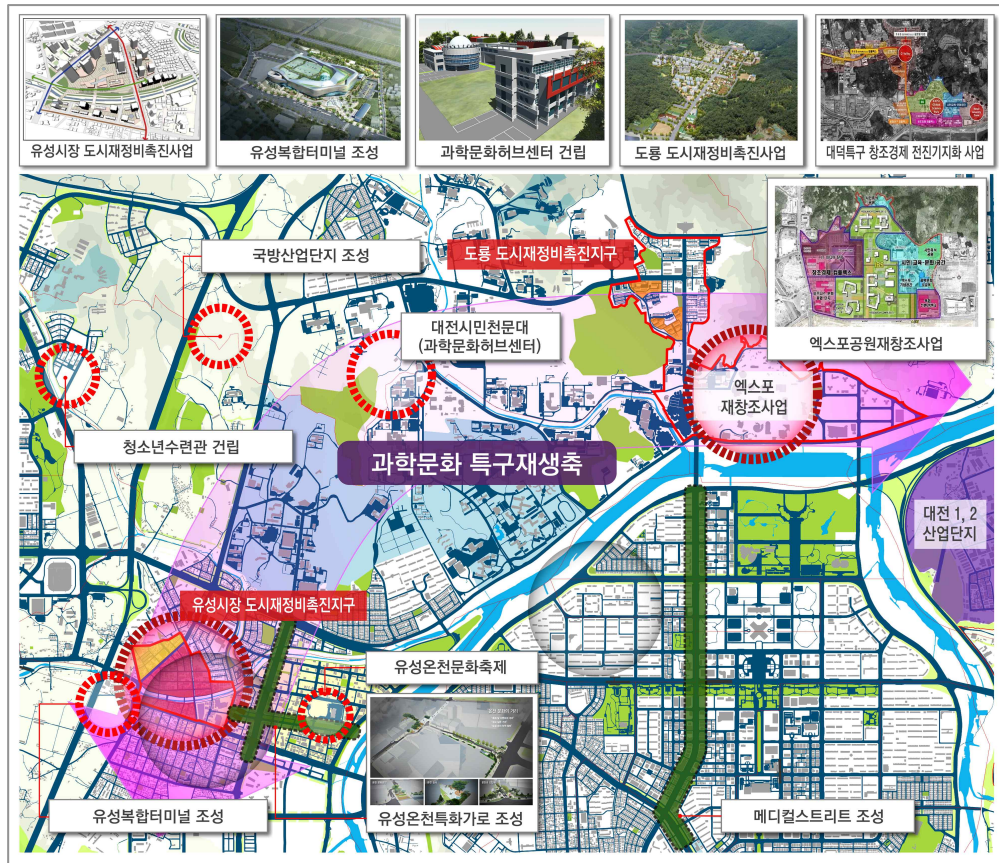
- 녹색 정주환경의 매력 있는 도시, 마을 공동체 중심의 정감 있는 도시, 창조경제 기반의 활력 있는 도시

나. 추진전략

- 장소의 변형 전략 : “녹색 정주환경의 매력 있는 도시”를 만들기 위하여 지역자립형 정주 기반환경 조성과 품격 있는 생활문화 공간을 창출함
- 사람의 변형 전략 : “마을 공동체 중심의 정감 있는 도시”를 조성하기 위한 주민과 함께하는 지역 공동체 기반구축, 공유도시 활성화를 위한 기반환경을 조성함
- 경제적 변형 전략 : “창조경제 기반의 활력 있는 도시”를 위한 경쟁력 있는 산업생태계 환경 구축, 사회적 경제활동 활성화를 통한 사회적 자본을 확충해 나감

다. 과학문화특구 도시재생 전략축

- 과학문화특구 재생 축은 엑스포재창조프로젝트 사업의 추진을 통해 구체화되며, 엑스포 과학공원을 과학·창조경제의 전진기지이자 시민휴식복합공간으로 재조성하는 사업임
- 엑스포재창조사업은 사이언스파크, 첨단영상산업단지, 국제전시컨벤션지구, 엑스포 기념공간 등으로 구성되며, 사이언스파크에는 지상 20층 규모의 사이언스센터와 과학벨트 거점지구 핵심시설인 기초과학연구원(IBS) 본원, 그리고 지식재산의 산실인 한국특허정보원 등이 입지



[그림 2-47] 공간전략 및 개발계획 기본방향

(7) 2030 대전 그랜드 플랜 중 관광부문(2015, 대전광역시)

가. 비전 및 목표

○ 비 전

- 2030 대전관광의 비전은 ‘매력적 명품관광도시, 대전’으로 설정

○ 목 표

- 목표는 대전의 품격을 지금보다 두 배로 늘린다는 의미에서 ‘Double Dignity Daejeon’으로 설정



[그림 2-48] 2030 대전 그랜드 플랜 관광부문 비전과 전략

나. 추진전략

□ 역내관광 활성화(국민관광)

- 대전·세종, 충북·충남의 공동 관광브랜드 개발을 통한 공동홍보 및 공동마케팅 체계 구축, 대전의 지역 이미지를 마케팅 수단으로 활용하는 시티프로모션 추진, 여가의 일상화를 통한 관광명소화를 추진함

□ 문화관광 여건의 선진화(국제관광)

- 외국인 방문 목적별(교육, 쇼핑, 힐링 등) 관광프로그램 개발, 전국 최고의 의료관광 체계 구축, 외국인 전용 안내홍보 체계 강화

□ 함께하는 행복관광(복지관광)

- 여가복지 실현을 위한 복지관광 개선, 사이버가이드 육성 지원 시스템 개발, 자원봉사관광(voluntourism) 중심지로의 성장

□ 지식산업 기반의 스마트관광 환경 조성

- 온라인과 오프라인 연결 마케팅인 O2O(Online to Offline)서비스의 관광적용 방안 마련, 고부가가치형 MICE 산업 육성, 융·복합형 관광체계 구축



(8) 충청유교문화권 광역관광개발 기본구상 및 계획(2016, 문화체육관광부)

가. 관광개발 방향

- ▣ 충청유교문화자원의 경쟁력 있는 관광자원화를 통한 새로운 문화관광 지대를 육성하는데 목적이 있음

○ 비 전 : 유교문화가 만들어낸 새로운 대한민국 문화관광의 중심

나. 관광개발의 목표 및 전략

- 유교문화의 새로운 가치를 창출하는 창조적 문화관광지역
- ▣ 충청유교문화권을 시대가치에 부응하는 유교문화 관광거점지역으로 육성하기 위한 고유 가치를 발굴 및 활용하여 새로운 유교문화 관광거점을 조성함
- 관광시장을 충청권에 유인할 수 있는 매력적 관광목적지역
- ▣ 충청유교문화권의 매력적 유교문화관광 브랜드를 육성하고, 관련 관광 인프라를 구축하여 국제적 경쟁력을 갖춘 관광목적지를 조성함
- 충청권의 역량을 통해 발전해 가는 지속가능한 관광발전지역
- ▣ 유교문화의 잠재적 관광콘텐츠의 개발과 이를 활용한 건강한 관광생태계를 조성하여 새로운 관광시장의 수요를 창출하고 가치소비 확산을 통한 지역경제 활성화를 도모함

다. 대전권 추진전략

- 거점관광자원 개발계획 : 효(孝)문화뿌리마을
- ▣ 대전광역시 중구 사정동 산 65-3일원에 효문화뿌리마을 조성
 - 기존의 주변자원들과 연계한 효문화의 거점으로 조성하고, 효 테마시설 집적으로 지역경제 활성화 기대
- 연계관광자원 개발계획 : 이사동 유교전통의례관, 회덕유생고을
- ▣ 이사동 유교전통의례관(동구 이사동 173-2일원)
 - 조선시대 유교의 시대상을 볼 수 있는 이사동 역사문화자원을 활용하고, 수려한 자연환경 속에서 전통의례를 주제로 한 체험공간을 조성함
- ▣ 회덕유생마을(대덕구 읍내동 산20-1 일원)
 - 유생 생활체험관, 양반음식체험관, 심신수양체험관 등 체험 및 전통음식을 테마로 종합 관광체험단지를 조성함

3) 관광개발관련법규 검토

(1) 검토방향

- 관광개발법규는 관광자원개발과 관련된 각종 법규를 의미하며, 관광개발법규, 관광개발 지원법규 이외에 투자관련법규, 재해 영향평가관련 법, 자원보전법규를 중심으로 분석 검토함

(2) 관광개발 관련법

가. 관광진흥법

- 관광진흥법상 규정된 관광지 개발은 관광지 지정, 조성계획의 수립, 조성사업 시행으로 관련 내용 검토함

<표 2-73> 관광개발 관련 법규

구 분		관 련 법 규
관광개발법규 (관광시설개발 및 인허가)		관광진흥법, 국토의 계획 및 이용에 관한 법률, 도시공원 및 녹지 등에 관한 법률, 자연공원법, 산림법, 온천법, 청소년기본법, 농어촌정비법, 체육시설의 설치·이용에 관한 법률, 국제회의 산업육성에 관한 법률, 농지법, 박물관 및 미술관진흥법, 수목원 조성 및 진흥에 관한 법률 등
관광개발 지원법규	토지관리	국토의 계획 및 이용에 관한 법률, 공익사업을 위한 토지 등의 취득 및 보상에 관한 법률, 국유재산법공유수면매립법, 초지법 등
	세제	지방세법, 조세특례제한법, 토지초과이득세법 등
	재정지원	보조금의예산 및 관리에 관한 법률, 지방교부세법, 지방재정법 등
	부담금	개발이익환수에 관한 법률, 산림법, 환경개선 비용부담법 등
투자관련법규		사회간접자본에 대한 민간투자법 등
자원보전 관련법규	자연환경보전	자연환경보전법, 수도법, 산림법, 야생동식물보호법, 소하천 정비법, 산지 관리법, 하천법 등
	특정시설보호	도로법, 군사시설보호법, 문화재보호법, 국토의 계획 및 이용에 관한 법률, 소방법 등
전략환경영향평가		환경보전계획 등에 의거 국토의 계획 및 이용에 관한 법률, 도시공원 및 녹지 등에 관한 법률 등



<표 2-74> 관광개발법규 검토내용

구 분	관 련 법 규	주 요 검 토 사 항
관광시설 개발 및 인허가	<ul style="list-style-type: none"> · 관광 진흥법 <ul style="list-style-type: none"> - 제3조, 령2조(관광사업의 종류) - 제4조(등록) - 제5조(허가 및 신고) - 제50조(관광지의 지정등) - 제52조(조성계획의 수립) - 영제63조(권한의 위탁) 	<ul style="list-style-type: none"> · 관광지 및 관광단지 <ul style="list-style-type: none"> - 관광지는 시·도지사가 조성계획 작성 후 문화관광부장관이 승인 지정 - 관광단지는 숙박시설을 반드시 포함하고 1,000,000㎡ 이상이어야 함 - 관광숙박업 - 관광객이용시설업·국제회의업은 시장·군수·구청장에게 등록 - 관광편의시설업은 문화관광부령이 정하는 바에 따라 시·도지사의 지정
	<ul style="list-style-type: none"> · 국토의 계획 및 이용에 관한 법률 · 도시계획시설의 결정·구조 및 설치 기준에 관한 규칙 제56~58조(유원지 결정·시설기준) 	<ul style="list-style-type: none"> · 유원지 <ul style="list-style-type: none"> - 유원지 결정 및 조성계획은 시장·군수·구청장의 허가 결정 - 일반상업지역, 준주거지역, 자연녹지지역 및 계획 관리 지역에 한하여 결정(규모 10,000㎡ 이상)
	<ul style="list-style-type: none"> · 체육시설의 설치 및 이용에 관한 법률 <ul style="list-style-type: none"> - 제3조, 10조, 21조(체육시설 종류·등록) 	<ul style="list-style-type: none"> · 체육시설의 종류는 운동종목 및 시설형태에 따라 대통령령으로 정함 · 체육시설업에는 등록체육시설과 신고체육시설로 나뉘짐
	<ul style="list-style-type: none"> · 도시공원 및 녹지 등에 관한 법률 <ul style="list-style-type: none"> - 제16조(조성계획의 입안·결정) - 제19조(도시공원의 설치 및 관리) 	<ul style="list-style-type: none"> · 조성계획은 도시계획으로 결정하며 특별시장, 광역시장·시장 또는 군수가 조성계획을 입안 · 도시자연공원의 설치기준은 양호한 자연조건 또는 역사적 의의가 있는 토지의 유지, 보전과 그 적절한 이용을 도모할 수 있도록 설치하고 유치거리의 제한이 없음
	<ul style="list-style-type: none"> · 청소년활동진흥법 <ul style="list-style-type: none"> - 제10-19조(청소년활동시설) 	<ul style="list-style-type: none"> · 청소년활동시설 <ul style="list-style-type: none"> - 청소년수련시설, 청소년이용시설
	<ul style="list-style-type: none"> · 산림법 <ul style="list-style-type: none"> - 제31조(자연휴양림 지정과 조성) - 영31,32조(지정대상산림, 시설기준) 	<ul style="list-style-type: none"> · 자연휴양림 <ul style="list-style-type: none"> - 산림청장이 조성계획 승인 지정 - 휴양림 지정대상림은 국·공유림인 경우 50ha 이상, 사유림은 30ha 이상 - 자연휴양림 휴양시설은 기본시설과 특수시설로 나뉘며, 각각 편의시설, 체육시설, 교육시설로 구분
토지이용	<ul style="list-style-type: none"> · 지역균형개발및지방중소기업육성에 관한 법률 <ul style="list-style-type: none"> - 제42조(복합단지시행자지정의 신청등) - 제43조(시행자의 지정) - 제44조(복합단지시행자지정의 공고) - 제45조(실시계획승인) - 제46조(복합단지사용등) 	<ul style="list-style-type: none"> · 복합단지내에 관광단지가 포함 · 개발촉진지구개발계획에 관광휴양지 조성 등 주민소득 증대에 기여할 수 있는 사업의 내용이 포함 되어야 함 · 시·도지사는 토지 또는 시설의 소유권을 개발사업의 준공인가일부터 국가 또는 지방자치단체에 귀속시키는 대신 대통령령이 정하는 바에 따라 기간을 정하여 그 토지 또는 시설을 시행자에게 무상으로 사용하게 할 수 있음 · 국가 또는 지방자치단체에 소유권이 귀속되는 토지 또는 시설의 조성, 설치를 위한 사업에 대하여는 개발이익 환수에 관한법률에 의한 개발 부담금을 부과하지 않음

<앞의 표내용 계속>

구 분	관 련 법 규	주 요 검 토 사 항
토지이용	<ul style="list-style-type: none"> · 관광숙박시설지원등에관한특례법 <ul style="list-style-type: none"> - 제10조(건축규모등에관한 특례) - 제11조(국·공유지의 매각에 관한 특례) 	<ul style="list-style-type: none"> · 문화관광부장관이 특례지역으로 고시한 지역 중 숙박시설을 건설가능한 용도지역에서는 관광호텔 건설시 대지조성 면적, 건축규모 및 높이를 제한하는 법령과 관련 없이 사업계획 승인 가능 · 사업계획 승인을 얻은자에 대하여 국·공유지를 수의계약으로 매각 가능
	<ul style="list-style-type: none"> · 공익사업을 위한 토지 등의 취득 및 보상에 관한법률 <ul style="list-style-type: none"> - 제3장(수용에 관한 취득 또는 사용) 제8조-12조 	<ul style="list-style-type: none"> · 공익사업을 위하여 특정의 토지가 필요한 경우 이를 수용 또는 사용할 수 있음
행정지원	<ul style="list-style-type: none"> · 지방자치법 <ul style="list-style-type: none"> - 제9조(지방자치단체의 사무범위) 	<ul style="list-style-type: none"> · 우수토산품 개발과 관광민예품 개발 · 도립·군립 및 도시공원, 녹지 등 관광·휴양시설의 설치 및 관리 · 지방문화재의 지정·보존 및 관리
	<ul style="list-style-type: none"> · 행정협의회구성 및 운영규칙 <ul style="list-style-type: none"> - 제5조(협의사항) 	<ul style="list-style-type: none"> · 자원의 개발, 이용 및 조사에 관한 사항 · 기타 공공시설의 설치, 관리에 관한 사항 · 협의회 협의거치는 것이 바람직하다고 인정되는 사항
재정지원	<ul style="list-style-type: none"> · 관광 진흥법 <ul style="list-style-type: none"> - 제71조(재정지원) 	<ul style="list-style-type: none"> · 문화관광부장관 및 지방자치단체는 관광사업과 관련한 보조금 지급가능
	<ul style="list-style-type: none"> · 관광진흥개발기금법 <ul style="list-style-type: none"> - 제5조, 영2조(기금의 용도) 	<ul style="list-style-type: none"> · 호텔을 비롯한 각종 관광시설의 건설 또는 개수 · 관광교통수단의 확보 또는 개수 · 관광사업의 발전을 위한 기반시설의 건설 또는 개수 · 국내외 관광안내체계개선 및 관광홍보사업 · 국민관광진흥사업
	<ul style="list-style-type: none"> · 지방재정법 <ul style="list-style-type: none"> - 제18조, 20조(부담금과 교부금) 	<ul style="list-style-type: none"> · 지방자치단체 상호간에 이해관계가 있는 경우에 국가에서 부담하지 아니하면 아니 될 경비는 국가가 그 전부 또는 일부를 부담 · 국가가 지방자치단체에 위임하여 수행하는 경우에, 그 소요되는 경비는 국가가 그 전부를 당해 지방자치단체에 교부 · 국가는 시책상 필요하다고 인정될 때에는 예산의 범위 안에서 지방자치단체에 보조금을 교부
	<ul style="list-style-type: none"> · 보조금의 예산 및 관리에 관한법률 <ul style="list-style-type: none"> - 영별표1(보조금지급대상사업의 범위와 기준보조율) 	<ul style="list-style-type: none"> · 관광개발관련사업의 국가보조금 기준보조율 <ul style="list-style-type: none"> - 관광지·전적지개발 : 50% - 휴양림조성 : 70% - 휴양림 보완 및 삼림육장 : 50% - 공공박물관 건립 : 30%(용지매입비 제외) - 국가지정문화재 보수정비 : 70% - 시·도지정문화재 보수정비 : 50% - 청소년수련원·야영장·유스호스텔 : 30%



나. 민간투자 관련 법규

- ▣ 사회간접자본시설에 대한 민간투자법 : 사회간접자본시설에 대한 민간투자법은 사회간접자본시설에 대한 민간의 투자를 촉진하고 창의적이고 효율적인 사회간접자본시설의 확충·운영을 도모하고자 함

<표 2-75> 사회간접자본시설에 대한 민간투자법 검토내용

구 분	관 련 법 규
관련시설	· 관광 진흥법 제2조, 제6호 및 제7호의 규정에 의한 시설
소 유 권	· 준공과 동시에 당해 시설의 소유권이 국가 또는 지방자치단체에 귀속되며 사업 시행자에게 일정기간의 시설관리운영권을 인정 · 준공후 일정기간 동안 사업시행자에게 당해시설의 소유권이 인정되며 그 기간의 만료시 시설소유권이 국가 또는 지방자치단체에 귀속 · 준공과 동시에 사업시행자에게 당해시설의 소유권을 인정
부대사업	· 시설사업기본계획이 정하는 바에 따라 부대사업 시행 · 관광 진흥법에 의한 관광숙박업, 관광객이용시설업 및 관광지·관광단지 개발사업 등 · 실시계획의 승인이 있는 경우에는 부대사업관련 인·허가는 받은 것으로 봄
시설의 관리 및 운영	· 총사업비의 범위 안에서 국가 또는 지방자치단체에 귀속된 사회간접자본시설을 무상으로 정해진 기간 동안 사용·수익 가능 · 사회간접자본시설을 타인에게 사용하게 한 때에는 사용료를 징수할 수 있으며 사용요율·사용방법·사용료 징수방법 등은 사전에 주무관청에 신고하여야 함
정부지원	· 금융지원(산업기반신용보증기금 설치) · 관리기관이 사업시행자의 대출·급부 등을 받을 때 금전채무를 보증하고 보증료 징수 · 관리기관이 보증기금의 부담으로 보증을 할 때에는 손해금 및 구상권 청구 가능 (구상권 청구 예외조항 있음) · 재정지원(제1종 사업시설의 경우 보조금 교부 및 장기대부가능) · 차관도입 가능 · 조세감면(조세감면규제법에서 규정)

다. 관광자원 보전 관련 법규

- 관광자원보전관련법규 검토는 자연환경보전관계법과 특정시설보호관계법으로 구분하여 검토하였음
- 자연환경보전관계법은 자연환경보전지역 및 상수원보호구역 등의 지정 및 농지·하천 등의 점용, 형질 변경 등에 관한 현행법을 검토하였음

<표 2-76> 자연환경보전관련법규 관련 검토내용

구 분	관 련 법 규	주 요 검 토 내 용
자연환경 보전 관계법	<ul style="list-style-type: none"> · 자연환경보전법 <ul style="list-style-type: none"> - 제5조(환경영향 평가 및 협의) - 제9조(자연환경의 보전) 	<ul style="list-style-type: none"> · 도시개발, 도로건설, 수자원개발 기타 환경보전에 영향을 미치는 사업에 관한 계획은 미리 환경부 장관과 협의 · 환경부장관은 자연환경보전지역으로 지정할 것을 건교부 장관에게 요청 · 자연생태계 보전이 필요한 지역을 자연생태계 보전지역으로 지정 가능
	<ul style="list-style-type: none"> · 농지법 <ul style="list-style-type: none"> - 제36조(농지의 전용허가·협의) 	<ul style="list-style-type: none"> · 농지를 전용하고자 하는 자는 다음의 경우를 제외하고 농림부 장관의 허가 <ul style="list-style-type: none"> - 관광진흥법(제15조)의 규정에 의한 관광지·국토 - 자연공원법(제4,6조)의 규정에 의한 공원구역 - 국토의 계획 및 이용에 관한법률에 의한 도시계획 구역 등
	<ul style="list-style-type: none"> · 하천법 <ul style="list-style-type: none"> - 제25조(하천의 점용허가) 	<ul style="list-style-type: none"> · 하천에서의 유수의 점용, 토지의 점용, 하천부속물의 점용, 스케이트장의 설치, 하천의 점용, 식물의 식재 등의 행위를 하고자 하는 자는 관리청의 허가를 받아야 함
	<ul style="list-style-type: none"> · 수도법 <ul style="list-style-type: none"> - 제5조(상수원보호구역 지정) 	<ul style="list-style-type: none"> · 환경부 장관은 상수원보호구역을 지정하고, 상수원을 오염시킬 우려가 있는 행위를 금지하거나 제한할 수 있음
특정시설 보호 관계법	<ul style="list-style-type: none"> · 문화재보호법 <ul style="list-style-type: none"> - 제8조(보호구역의 지정) - 제9조(자연환경의 보전) - 제24조(문화재 보호·육성) 	<ul style="list-style-type: none"> · 문화재의 보호가 필요할 시에는 보호물 또는 보호구역을 지정 가능 · 중요 무형문화재를 보호 육성하고 보유자로 하여금 보유기능의 전수교육을 실시케 할 수 있음 · 환경부 장관은 자연환경보전지역으로 지정할 것을 건교부 장관에게 요청 · 자연생태계 보전이 필요한 지역을 자연생태계 보전 지역으로 지정 가능



라. 전략환경영향평가 관련 법규

- ▣ 환경적 측면에서 해당 계획의 적정성 및 입지의 타당성 등을 검토하여 국토의 지속가능한 발전 도모
- ▣ 해당사업이 환경에 미치는 영향을 미리 조사·예측·평가하여 해로운 환경 영향을 피하거나 제거 또는 감소시킬 수 있는 방안 마련

<표 2-77> 전략환경영향평가 관련 검토내용

구 분	관 련 법 규	주 요 검 토 내 용
전략환경 영향평가- 관광단지의 개발	· 관광진흥법 - 제52조(관광지 등의 지정)	· 시도지사가 관계 행정기관의 장과 협의함
전략환경 영향평가- 체육시설의 설치	· 체육시설의 설치·이용에 관한 법률 - 사업계획의 승인에 따른 사업 계획	· 시도지사가 사업계획의 승인하기 전
환경영향 평가 검토 조항	- 관광진흥법	· 관광사업 : 용지면적 30만㎡ 이상(관광사업 등록/허가 전) · 관광(단)지 조성사업 : 용지면적 30만㎡ 이상(조성계획 승인 전)
	- 국토의 계획 및 이용에 관한 법률	· 도시계획사업(유원지) : 시설면적 10만㎡ 이상(실시계획 인가 전)
	- 자연공원법	· 공원사업 : 조성면적 30만㎡ 이상(실시계획 인가 전)
	- 도시공원 및 녹지 등에 관한 법률	· 공원시설 : 공원시설면적 10만㎡ 이상(실시계획 인가 전)
	- 체육시설의 설치 및 이용에 관한 법률	· 체육시설 : 총 용지면적 25만㎡ 이상(실시계획 인가 전)
	- 청소년활동진흥법	· 청소년수련시설 설치사업 : 총 용지면적 30만㎡ 이상(수련시설 설치 전)
		· 청소년수련시설 조성사업 : 총 용지면적 30만㎡ 이상(조성계획 승인 전)

제3절 제5차 대전권 관광개발계획 평가

1. 계획의 개요와 여건 부문 평가

1) 제5차 대전 권역계획의 개요

- 관광 진흥법 제49조 제2항에 의해 2012년~2016년의 계획기간을 설정, 대전권이 추구하고 있는 「대한민국 新중심도시 대전」 과 연계한 녹색과학관광을 강조
- 신규 관광지 개발사업 297,000백만 원, 17개 핵심전략사업을 위해 574,434백만 원, 관광진흥사업비 88,600백만 원 등 총 960,034 백만 원의 투자규모로 구성됨

2) 개발방향의 평가

- 웰빙·창조관광을 선도하는 녹색 과학 관광도시 대전만들기를 비전으로 ① 녹색웰빙 관광도시 ② 창조과학 관광도시 ③ 체험문화 관광도시 등 3개의 기본목표아래 10개의 전략을 설정함
- 첨단과학 특화 관광도시 육성을 위해 4S(Science, Spa, Sustainable, Special)를 강조한 제3차 대전 권역계획과 사람과 자원, 문화와 과학이 어우러지는 동북아 과학관광 중심도시를 내세웠던 제4차 대전 권역계획과 비교 가능함

<표 2-78> 대전권 관광개발계획 비교

구 분	제5차 권역계획	제4차 권역계획	제3차 권역계획	이전 권역계획
기 간	2012~2016	2007~2011	2002~2006	1991~2001
비 전	녹색 과학관광 도시육성	동북아 과학관광 중심도시 육성	첨단과학 특화관광 도시 육성	국내외 관광지로서의 위상정립
목 표	<ul style="list-style-type: none"> - 녹색웰빙 관광도시 - 창조과학 관광도시 - 체험문화 관광도시 	<ul style="list-style-type: none"> - 교류와 체류 관광도시 - 첨단과학 관광도시 - 자연생태 관광도시 - 역사문화 관광도시 	<ul style="list-style-type: none"> - 과학중심관광 활성화 - 온천관광 활성화 - 생태관광 활성화 - 특화관광자원 활성화 	<ul style="list-style-type: none"> - 국제·전국적 관광도시로 도약 - 중부지역 관광거점도시 - 역사문화 관광도시 - 도시민 중심도시



2. 관광개발 사업계획 부문평가

1) 보문산권 관광개발계획

- 케이블카 설치사업, 행평공원 조성, 치유의 숲 조성, 효문화 뿌리공원 확장, 예술테마공원 조성, 유스호스텔 건립, 오월드 입구 주차 공간 확대 등 총 8개 사업에 119,600백만 원을 추계해 놓은 사업임
- 이후 2013년 8월, 보문산권 종합관광개발 기본계획(2014~2020년)을 수립, 4개 지구 12개 사업에 1,290억 원(민간자본 780억원)을 책정하였음
 - ① 대사지구(보문산 전망대, 대사지구와 오월드를 연계하는 곤돌라, 동화나라 박물관, 셔틀버스, 방문객 센터) ② 행평지구(워터파크와 유스호스텔, 가족휴양 캠핑존, 네이처파크)
 - ③ 호동지구(팜파크) ④ 문화·뿌리지구 (낙하분수, 보문웰빙건강공원)
- 하지만 민선 6기를 맞이하여 전면 재검토로 방향을 수정한 까닭에 민자유치를 위한 타당성 검토도 하지 못한 채, 기존에 수립되었던 행평 근린공원과 치유의 숲 조성 등만이 부분적으로 진행된 상태임

2) 대청호 녹색관광벨트 조성

- 대청호 명소화를 위한 종합계획수립, 치유의 존(zone), 음식판매 센터, 길 개발, 힐링센터 조성, 녹색관광 상품개발, 캠핑장 조성, 녹색생태관광개발 등 8개 사업에 37,284백만 원을 추계해 놓은 사업임
- 하지만 여기에는 2010년부터 3개년 동안 시행되어 온 녹색생태관광사업 가운데 2012년도 이후의 사업만을 포함시켜, 나름대로의 독자적인 사업운영은 전무한 상황임. 그나마 2014년 지역행복생활권 선도협력 사업으로서 생태창조마을 네트워크 구축사업이 선정되어 명맥을 이어 오고 있음

3) 원도심권 문화관광 재창조사업

- 으능정이 멀티미디어·LED 거리 조성, 중앙로(대전역-충남도청) 프로젝트, 대중문화 예술 거점지역 육성 및 특화거리 조성 등 8개 사업에 64,700백만 원을 추계해 놓은 사업임
- 2013년 9월에 165억 원을 들여 국내 최대 규모의 초대형 LED 영상시설인 '대전스카이로드(길이 214m, 폭 13.3m, 높이 20m)'를 준공하였고, 같은 해 12월 21일부터 5일간 '대전오색 빛 축제'를 개최하였음
- 동시에 매년 명절과 가정의 달, 중구 축제 등을 연중으로 개최, '으능정이 문화의 거

리'가 '대전의 명동'이라 불리 우며 한국관광공사가 선정한 도심야경 명소에 포함되기도 함

- 하지만 천정부지로 치솟은 임대료와 소음, 빈약한 콘텐츠로 인해 '도시괴물' 취급을 받고 있는 적자운영 상태임
- 추억의 거리, 젊음의 거리, 낭만의 거리 등 구간별 테마거리를 지정하여 4계절 이벤트를 개최하려는 중앙로 프로젝트와 대흥동(은행동) 문화예술의거리 조성사업들은 옛 관사촌 일대 문화 예술촌 조성 및 근대문화예술특구 지정, 중앙로 차 없는 거리 정례화 등으로 순탄하게 진행되고 있음
- 그러나 현재 대전시민대학으로 활용중인 옛 충남도청 활용방안이 당초 문화예술 창작 복합단지 조성과는 달리 뚜렷한 방향설정을 하지 못한 채 표류하고 있는 상태임

4) 산성을 통한 스토리텔링과 장소마케팅

- 대전권 내에는 산성유적이 41개가 존재하고 있으며 이중 24개소는 국가사적 또는 시 지정 기념물로 지정되어 있고 17개소는 미지정 상태로 있음. 그 중 대표적인 계족산성(1,037m)에 대한 복원을 2016년까지 마치고 이를 브랜드로 활용한다는 사업임
- 총 사업비 10,500백만 원을 책정해 놓았으나 2012년부터 2016년까지 5개년 계획으로 총 사업비 100억 원(국비 70억, 시비 30억)을 투자하는 '계족산성 종합정비 기본계획안'을 제외한 스토리 북 제작 등과 같은 다른 사업들은 시행하지 못한 상태임

5) 계족산 슬로시티 인증 추진사업

- 전남의 담양, 장흥, 완도, 신안과 경남의 하동, 충남의 예산에 이어 대청댐 산디마을과 두메마을 등 대청호 주변을 대상으로 도심형 슬로시티를 1,600백만 원으로 추진하는 사업임
- 대청호 주변 녹색관광벨트 조성사업의 후속사업으로 계획되었으나 추진위원회와 T/F 팀의 구성도 하지 못한 채 사업이 표류하고 있음

6) 전통시장 관광명소거리 조성

- 전통시장의 문화관광상품화를 위해 지역의 볼거리와 즐길 거리 프로그램을 강화, 관광명소로 조성하겠다는 취지로 3,000백만 원을 추계해 놓은 사업임
- 현재 대전권 내에는 동구 15개소, 중구 13개소, 서구 4개소, 유성구 5개소, 대덕구 5개소 등 총 39개의 전통시장이 있는데 뚜렷한 성과 없이 2015년 전통시장 브랜드화 지원사업만을 마친 상태임
- 하지만 2015년 중소기업청 국비지원 시책사업인 '관광형 및 골목형 시장 육성 사업'과



‘주차환경 개선사업’에 7개 시장이 선정되는 쾌거를 이뤄 관광형 사업 대상 시장에는 3년 동안 30억 원, 골목형 사업 대상 시장에는 1년 동안 18억 원, 주차환경 개선 사업 대상 시장에는 60억 원이 각각 투입 가능함

7) 팜 스테이 프로그램 여건조성

- 대전근교 농촌지역과 대청호 주변 농가를 활용하여 팜 스테이에 대한 가능성을 진단하고 황토펜션 사업과 연계하고자 1,100백만 원을 추계한 사업임
- 현재 동구 찬샘마을, 중구 무수천하 마을, 유성구 선창 마을과 밀삼 마을, 대덕구 두메마을 등 농촌체험마을 5곳이 있으나 뚜렷한 사업전개는 하지 못함

8) 유성온천 메디컬타운 조성

- 유성의 온천 역사와 가치를 홍보 할 수 있는 거점지역으로 메디컬타운 조성사업이 온천 체험 박물관과 함께 12,650백만 원의 예산으로 계획함
- 과학·휴양관광권인 유성온천에 전국 유일의 온천수를 이용하여 물리치료가 가능한 온천수이용 물리치료병원 3곳(85병실 407개 병상)의 유치계획과, 온천을 테마로 한 유성 랜드 타워 조성은 유성관광특구의 침체에 따라 요원한 상태임

9) 엑스포 과학공원 재창조 사업

- 영상특수타운과 첨단미래기술연구센터, 첨단수상레포츠시설, 사이언스 타워 등 총 37,700백만 원으로 추계한 사업임
- 2005년에 건립된 엑스포 과학공원내 영상특수효과타운에 이어 2009년 국가사업으로 확정된 HD드라마타운 조성 등이 CT센터, 액션영상센터와 함께 시너지효과를 발휘하리라는 기대에서 출발함
- 결국 이는 2016년 3월 착공하여 2019년까지 진행예정인 사이언스 콤플렉스 사업으로 이어졌고 국제과학비즈니스 벨트의 기초과학연구원 건립을 가능하게 하였으나 관광을 위한 사업이라기보다는 지역의 핵심사업으로 해석할 수 있음

10) 문화예술복합 치유(healing) 벨트 조성

- 평송수련원과 한밭수목원, 시립미술관, 문화예술의 전당을 연계하는 치유전용 문화공원벨트를 마련하기 위해 1,100백만 원을 추계한 사업임
- 도심형 치유센터 개발로 청소년과 장애우 등에게 개방하고 주변의 다양한 편의시설 활용을 제안했던 신규 프로그램이었지만 지금까지 전혀 시행되지 못하고 있는 형편임

11) 도안 생태호수공원 조성

- 서구 도안동과 유성구 원신흥동 일원의 50만㎡에 생태습지, 자연학습시설, 체육문화시설, 휴양 및 레저시설 등을 250,000백만 원의 예산으로 조성한다는 계획임



- 하지만 민선 6기에 들어 친수구역을 호수가 아닌 자연 유수형으로 추진하거나 최소화하겠다고 밝힘에 따라 사업이 축소되거나 환경·생태적 측면을 고려한 개발로 사업의 방향이 바뀌어 사업 추진이 지연될 가능성이 높아진 상태임

12) 야간관광 상품개발 진흥사업

- 야간경관을 위한 녹지축을 형성하고 고층빌딩 라운지를 활용한 조망 공간 마련과 3대 하천, 대전시 청사, 시내육교 등에 경관조명을 설치하기 위해 18,200백만 원을 추계한 사업임
- 이는 2011년에 마련된 '대전광역시 야간경관계획'에 근거하여 반영된 사업들이기는 하나 현재에는 야간시티투어도 없어질 정도로 현실감이 약했던 사업으로 판정됨

13) 대전 로봇상설 홍보체험관 건립

- 로봇으로 인지도가 높은 휴보(HUBO)를 활용하여 대전권의 차별화된 콘텐츠로 삼고 이를 활용한 다각적인 응용프로그램을 도출하자는 취지에서 1,500백만 원을 추계함
- 2013년 대덕연구개발특구 40주년 행사이후에도 체험관 위치를 확정하지 못함. 하지만 휴보는 2015 세계재난로봇 경진대회에서 우승하여 더욱 인지도를 높임
- 그래도 현재의 로봇기술과 미래 지능형 로봇의 발전상을 한 눈에 볼 수 있는 로봇 융합페스티벌(제4회)이 대전무역전시관 및 대전컨벤션센터(DCC)일원에서 진행되고 있음

14) 자연 친화형 오토캠핑장 조성

- 2013년 오토캠핑장 조성 3개년 계획(2014~2016)에 따라 동구 상소동 삼림욕장 인근 1만 1000㎡에 캠핑장 40면을 비롯해 카라반 10개동, 세면장, 화장실 등 여가와 레저시설을 위해 총 사업비 25억 원을 추계한 사업임
- 2015년 8월에 개장을 하였으며 2018년을 목표로 1만 6000㎡에 40억 원의 사업비를 들여 2단계 사업을 추진할 계획이며, 중구 안영동 뿌리공원과 서구 흑성동, 유성구 성북동, 대덕구 용호동에도 조성 예정임

15) 수변 음악분수 조성사업

- 갑천 주변 남문광장에 위치한 무빙 쉼터를 연계한다는 취지에서 봄부터 가을까지는 음악분수를 연출하고 겨울에는 스케이트 시설로 활용하고자 5,000백만 원을 추계한 사업임
- 1999년 7월 지방공사로 새롭게 출발한 대전 엑스포 과학공원의 한빛광장에 마련한 야간 음악분수쇼가 많은 시민의 사랑을 얻어 이를 확대하기 위해 좋은 취지로 계획하

였으나, 오월드에서 마련한 프로그램과의 경쟁에서 밀리면서 주목을 끌지 못함



16) 산성트래킹 코스 개발 및 산성경관 조성

- 삼국시대 국경지대로서 집중적으로 산재되어 있는 산성들에 대해 높은 관심유도와 더 나아가 트래킹 코스로 개발하고자 8,000백만 원을 추계해 놓은 사업임
- 문화재청이 시행하고 있는 문화재 생생(生生)사업에 ‘산성마을 생생체험’, ‘산성캠프’, ‘나는 성주다’라는 프로그램으로 참여하였고, 동시에 기존의 대전 둘레산길 일부구간에 산성을 포함시켰으나 독자적인 사업진행은 하지 못한 상태임

17) 자연과 하나 되는 힐링 가든 조성

- 계족산은 주변에 황톳길과 삼림욕장이 위치하고 있어 전국적인 명소로 자리매김하고 있어, 여기에 숙박단지를 개발하여 주거용 힐링공간으로 개발하기 위해 3,000백만 원으로 구상함
- 그동안 대전시는 ‘한국관광 100선’에 선정된 계족산황톳길(장동산림욕장)의 주차문제를 해소하기 위해 장동산림욕장 입구의 ‘장동문화공원’조성 예정 부지인 사유 토지를 임차하여 141면의 주차공간을 마련함
- 또한‘계족산 맨발축제’로 인해 전국적으로 유명해진 계족산황톳길(장동산림욕장)에 장동문화공원 조성사업을 추진할 계획임. 2016년부터 대덕구 장동 464-2번지 일원, 85,488㎡ 부지에 편의시설, 전시장 등 힐링 기능을 갖춘 도시공원으로 조성할 계획임
- 한편 대전 시티투어 코스(특히 외국인 전용 시티투어 코스)에 포함시켜 전국적인 명성유지를 위해 노력해 왔지만 본 사업과 직접적으로 관계되는 사업은 착수하지 못한 상태임

<표 2-79> 대전권 관광개발계획 핵심전략사업

구 분	계획기간	핵심전략사업		
제5차 계획	2012~ 2016	<ul style="list-style-type: none"> - 보문산권 관광개발 - 대전 산성 활용 - 팜 스테이 - 문화예술타운 - 로봇상설홍보관 - 계족산 힐링가든 등 	<ul style="list-style-type: none"> - 대청호권 관광벨트 - 슬로시티 - 유성온천 - 생태호수공원 - 오토캠핑장조성 	<ul style="list-style-type: none"> - 원도심 재창조 - 전통시장 명소화 - 과학공원 재창조 - 야간관광상품개발 - 수변음악분수
제4차 계획	2007~ 2011	<ul style="list-style-type: none"> - 유성관광특구 활성화 - 대청호·식장산 개발 	<ul style="list-style-type: none"> - 신도시 소프트웨어 자원개발 - 보문산 관광벨트 조성 	<ul style="list-style-type: none"> - 대덕 역사문화자원개발
제3차 계획	2002~ 2006	<ul style="list-style-type: none"> - 유성관광특구 경쟁력강화 - 엑스포 과학공원 활성화 - 심도심 소프트웨어 - 전통재래시장 상품화 	<ul style="list-style-type: none"> - 첨단과학 체험관광 - 컨벤션산업 기반강화 - 보문산 관광벨트화 - 회덕역사문화권개발 	
이전 계획	1991~ 2001	<ul style="list-style-type: none"> - 유성온천확장 - 엑스포파크 조성 - 계족산지구 개발 - 안영 실버토피아 	<ul style="list-style-type: none"> - 방동저수지 활용 - 대청호주변 - 하소종합휴양관광지 - 보문산공원 	<ul style="list-style-type: none"> - 수통골지구조성 - 회덕문화지구 - 구봉산지구 개발



3) 정량적 평가 결과

- 제5차 대전권 관광개발계획의 14개 사업에 대한 추진 결과의 정량적 평가 결과 3개 사업은 추진 완료 되어 21.4%의 완료율을 보였으며, 이 가운데 완료된 사업을 포함한 추진중 사업은 7개 사업으로 50%의 추진율을 보이고 있음
- 14개 사업 가운데, 재검토, 지연 및 미착수 사업이 6개 사업으로 42.9%를 차지하고 있으며, 1개 사업은 중단됨
- 전체 계획 사업의 50%는 완료 또는 추진되고 있으며, 이 가운데 50%는 추진이 중단되거나, 현재 재검토되고 있는 것으로 평가됨

<표 2-80> 제5차 대전권 관광개발계획 실행 결과

사업명	세부사업명	총 계획 사업비(백만 원)				총 집행 사업비(백만 원)				사업 기간	규모 (m ²)	추진 상황	비고
		국비	지방비	민자	계	국비	지방비	민자	계				
성북지구 관광단지	복합레저 관광단지	10,000	127,000	1,457,170	1,594,170	-	-	-	-	2013~2025	1,643,000	중단	사업여건 악화로 사업계획 취소 (제5차 권역계획 문체부 변경 승인)
보문산권 관광개발계획	케이블카 설치	15,000	15,500	10,000	40,500	-	-	-	-	2012~2016	5.4km	재검토	보문산권 관광개발계획 재검토 지시(시장)에 따라 재검토 중
	행평공원 조성	8,000	19,000	-	27,000	8,000	19,000	-	27,000	2011~2016	76,746	완료	2014.6공사착공 2016.6공사준공
	치유의숲, 자연휴양림 조성	5,000	5,000	5,000	15,000	-	-	-	-	2012~2014	1,718,000	지연	사업비 확보 관계로 사업순연
	효문화 뿌리공원 확대	2,000	200	0	2,200	1,957	196	-	2,153	2014~2016	15,789	완료	-
	(예술테마공원)문화지구 조성	500	500	-	1,000	-	-	-	-	2012~2015	345,000	미착수	재원부족
	보문산권 유스호스텔 건립	25,000	1,000	-	26,000	-	-	-	-	2014~2015	500명 수용규모	미착수	재원부족 (위치변경및민자유치검토중)
대청호 녹색관광벨트 조성	황토치유존, 힐링센터, 황토펀션조성	19,200	5,100	12,984	37,284	3,200	4,200	-	7,400	2012~2013	220km	추진중	일부완료 (대청호오백리길)
원도심 문화관광 재창조사업	으능정이 멀티미디어LED 거리조성	8,200	8,350	-	16,550	8,200	7,945	-	16,145	2011~2013	214m	완료	
	중앙로프로젝트, 대중문화예술거점지역육성및특화거리조성, 한밭문화예술복합단지조성	8,800	38,800	550	48,150	-	-	-	-	2013~2016		추진중	도시재생본부에서 단위별 사업 추진중
대전 로봇상설 홍보전시관 건립		1,000	400	100	1,500	-	-	-	-	2012~2013	3,000	미착수	재원부족
유성온천 메디컬타운 조성	케디컬타운조성, 수치료병원설립, 온천박물관 등	500	1,600	10,550	12,650	-	-	-	-	2013~2016	42,886	미착수	재원부족
엑스포과학공원 재창조사업	기초과학연구원, 영상문화센터, 휴양 및 문화시설 등	7,000	16,000	14,700	37,700	-	-	-	-	2010~2015	562,000	추진중	국제협력담당관실 사업 추진중
도안 생태호수공원 조성	생태습지, 체육문화시설, 휴양 및 레저시설	100,000	150,000	-	250,000	-	-	-	-	2012~2016	500,000	추진중	주택정책과(대전도시공사) 사업 추진중

3. 평가의 시사점

1) 평가결과의 요약

- 17개 핵심 사업에 대한 평가를 상·중·하로 구분지어 요약해 본다면 2015년에 개장한 자연 친화형 오토캠핑장 사업만이 당초 계획대로 진행되었을 뿐, 나머지 사업들은 지지부진했다고 평가함
- 보문산권 관광개발계획, 대청호 녹색관광벨트 조성, 원도심권 문화관광 재창조사업, 전통시장 관광명소거리 조성, 엑스포 과학공원 재창조 사업, 수변 음악분수 조성사업 등 6개 사업에 대해서는 중급정도의 평가가 가능함. 이는 남다른 의지로 사업반영은 하였으나 민선 6기에서의 정책기조 변화와 또는 타 부서업무와의 공조체제에서 밀려난 결과라 판단됨
- 하지만 산성을 통한 스토리텔링과 장소마케팅, 계족산 슬로시티 인증 추진사업, 팜 스테이 프로그램 여건조성, 유성온천 메디컬타운 조성, 문화예술복합 치유벨트 조성, 도안 생태호수공원 조성, 야간관광 상품개발 진흥사업, 대전 로봇상설 홍보체험관 건립, 산성트래킹 코스 개발 및 산성경관 조성, 힐링 가든 조성 등 10개 사업에 있어서는 착수조차 하지 못한 결과를 초래하였음
- 이 같은 결과는 당초 계획입안 당시의 분위기에 휩쓸려 무조건 반영시키고 보자는 태도 내지는 지나친 집행의지를 담고 있었다고 판단됨

2) 문제점 분석

- 제5차 대전권 관광개발계획은 50% 수준의 추진율을 기록하고 있으며, 나머지 사업은 미추진 될 가능성이 높은 것으로 판단됨
- 특히 권역계획은 지방자치단체장의 역할과 의지가 중요한데, 계획기간 중에 자치단체장이 변경될 경우 사업 추진 동력을 잃거나 추진 의지가 감소하는 등의 문제점이 연출됨
- 사업의 지속성을 담보하고, 법정계획으로서의 구속력을 담보하기 위해 아주 소액이라도 권역계획에 포함된 경우 국비를 지급하거나, 권역계획 내의 계획 추진을 구속하는 관계 법령이 요구됨
- 특히 민선 6기에서의 정책기조 변화와 전반적인 여가관광 분야의 트렌드가 변화하고, 메르스 사태, 세월호 사건 등 돌발변수에 의해 관광시장이 변화하면서, 이에 따른 관광 수요 시장의 변경이 사업추진의 동력을 잃게 하는 원인으로도 파악됨
- 이 밖에도 부서업무와의 공조체제에서 관광분야의 중요성이 부각되지 못해 사업의 우선 순위에서 미려 사업의 추진성고가 낮은 것으로 판단됨

3) 개선방안의 도출

가. 중장기적인 상위계획의 적극 반영

- 중앙부처의 중장기적인 인식흐름과 특히, 문화체육관광부의 관련계획 및 연차사업들에 대한 상세한 검토를 시행해야 함
- 대전광역시의 여러 관련성 있는 법정계획들도 면밀히 살펴보아야 할 것이며 유교나 종교 등과 같은 최근 관심 높은 사안들에 대해 응용 가능한 소재를 발굴해야 할 것임

나. 개발 소권의 현실화

- 제5차 계획에 있어서는 유성구과 중구를 포함하는 과학·휴양권, 대덕구와 동구를 포함하는 녹색생태권, 중구와 동구를 아우르는 역사문화·위락관광권으로 나눈
- 하지만 실제적인 집행에 있어서는 행정구역이 더 용이하므로 가능한 5개구에 맞는 관광개발 소권이 더 바람직하다는 의견임

다. 전국형 핵심관광사업의 도출

- 제5차 계획만이 아니라 그동안 계획상에 반영되어 왔었던 전략사업에 대한 면밀한 분석을 통해 지속적이고 독자적 색채의 아이템을 찾아내야 할 것임
- 그 결과, ① 유성온천 특구활성화 ② 오월드 활성화 ③ 계족산 활용 ④ 대청호 활용 ⑤ 기성 권역(장태산) 활용 등이 전국형으로 육성 가능한 사업으로 발굴됨

라. 사업성격의 명확화

- 새로운 시대적 흐름에 맞춰 새롭게 발굴한 신규 사업에 대해서는 배경과 필요성을 충분히 설명하고 예산을 포함한 추진방안을 가능한 구체적으로 제시해야 할 것임
- 매번 실행에 옮기지 못하고 계속사업으로 이연되는 사안에 대해서는 그 이유를 분명히 밝히고 로드 맵을 제시하도록 강구해야함

마. 추진주체의 제시

- 제5차 계획의 투자계획과 재원조달방안을 살펴보면 대부분이 국비 의존도가 높으나 실제적으로 이는 대응투자를 원칙으로 하기 때문에 보다 현실성 높은 검토가 요구됨
- 특히 민간자본에 대한 투자방안이나 제3섹터와 같은 개발방식 등 추진주체에 대한 다양성이 미약하기에 이에 대한 보완도 요구됨



4) 제5차 대전권 관광개발계획의 문제점 및 미추진 사유

- 제5차 대전권 관광개발계획은 50% 수준의 추진율을 기록하고 있으며, 나머지 사업은 미추진 될 가능성이 높은 것으로 판단됨
- 특히 권역계획은 지방자치단체장의 역할과 의지가 중요한데, 계획기간 중에 자치단체장이 변경될 경우 사업 추진 동력을 잃거나 추진 의지가 감소하는 등의 문제점이 연출됨
- 사업의 지속성을 담보하고, 법정계획으로서의 구속력을 담보하기 위해 아주 소액이라도 권역계획에 포함된 경우 국비를 지급하거나, 권역계획 내의 계획 추진을 구속하는 관계 법령이 요구됨
- 특히 민선 6기에서의 정책기조 변화와 전반적인 여가관광 분야의 트렌드가 변화하고, 메르스사태, 세월호 사건 등 돌발변수에 의해 관광시장이 변화하면서, 1d에 따른 관광수요 시장의 변경이 사업추진의 동력을 잃게 하는 원인으로도 파악됨
- 이 밖에도 부서업무와의 공조체계에서 관광분야의 중요성이 부각되지 못해 사업의 우선 순위에서 미려 사업의 추진성고가 낮은 것으로 판단됨

제4절 관광수급 분석

1. 국제관광객 현황 및 추이

- UNWTO(세계관광기구)에 의하면 2013년도에는 국제 관광객 입국자수가 전년대비 약 9.3%증가하여 12,176천명으로 추정되었으며, 2014년도에는 16.6% 증가하여 14,202천명으로 크게 증가한 것으로 나타남. 하지만 2015년도에는 10,888천명으로 23.3% 감소하였는데 메르스의 영향으로 인한 일시적인 감소인 것으로 판단됨
- 관광수입에서는 2010년에 미화 1,000만 달러를 돌파하였고 2014년에는 24.4% 성장을 기록해 1,806만 달러를 기록함. 2015년에는 1,517만 달러로 다소 감소함

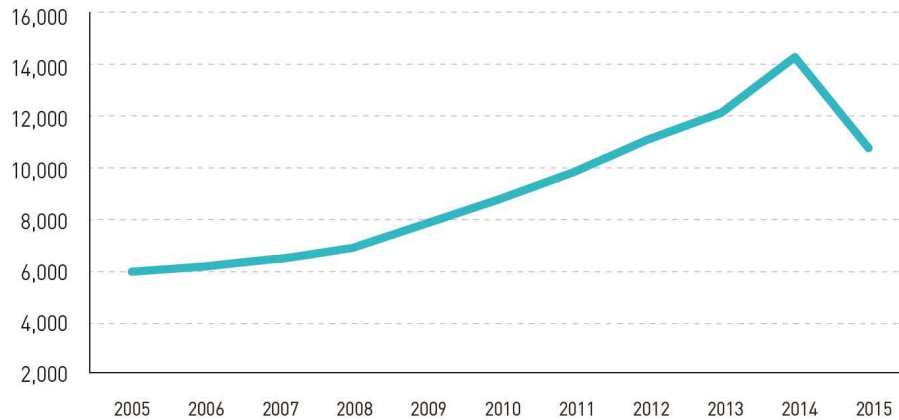
<표 2-81> 국제관광객 입국자 수 및 관광수입(1995~2015)

년 도	국제 관광객 입국자수(명)	전년대비 성장률(%)	관광수입 (US\$1,000)	전년대비 성장률(%)
1995	3,753,197	4.8	5,586,536	46.8
1996	3,683,779	-1.8	5,430,210	-2.8
1997	3,908,141	6.1	5,115,963	-5.8
1998	4,250,216	8.8	6,865,400	34.2
1999	4,659,785	9.6	6,801,900	-0.9
2000	5,321,792	14.2	6,609,100	-2.8
2001	5,147,204	-3.3	6,373,200	-6.4
2002	5,347,468	3.9	5,918,800	-7.1
2003	4,752,762	-11.1	5,343,400	-9.7
2004	5,818,138	22.4	6,053,100	13.3
2005	6,022,752	3.5	5,793,000	-4.3
2006	6,155,047	2.2	5,697,400	-1.7
2007	6,448,240	4.8	6,071,400	6.6
2008	6,890,841	6.9	9,696,100	59.7
2009	7,817,533	13.4	9,767,200	0.7
2010	8,797,658	12.5	10,290,500	5.4
2011	9,794,796	11.3	12,347,200	20.0
2012	11,140,028	13.7	13,356,700	8.2
2013	12,175,550	9.3	14,524,800	8.7
2014	14,201,516	16.6	17,711,800	21.9
2015	10,888,000	-23.3	15,176,700	-14.3

자료 : 관광지식정보시스템(<http://www.tour.go.kr>)



(단위 : 1,000명)



[그림 2-49] 국제관광객 입국자 수 및 관광수입(2005~2015)

2. 대전권 관광객 수요예측

1) 대전권 외래관광객 현황

- ▣ 2005-2015년도까지의 대전권을 방문한 외래관광객 수는 전국대비 평균 2.7%임
- ▣ 외래관광객의 대전권 방문율의 경우 2010년을 기점으로 점차 감소하는 추세임
- ▣ 지난 5년간 전체 방한 외래관광객이 대전권을 방문하는 연평균 점유율은 약 1.9%임

<표 2-82> 대전권 방문 외래관광객 현황

(단위 : 천명)

년 도	대 전	전 국	대전/전국(%)
2005	265	6,023	4.4
2006	37	6,155	0.6
2007	193	6,448	3.0
2008	338	6,891	4.9
2009	289	7,818	3.7
2010	352	8,798	4.0
2011	304	9,795	3.1
2012	245	11,140	2.2
2013	256	12,176	2.1
2014	156	14,200	1.1
2015	138	13,231	1.0
대전권 방문 평균 점유율			2.7

자료 : 문화체육관광부 외래관광객실태조사, 관광지식정보시스템(<http://www.tour.go.kr>)

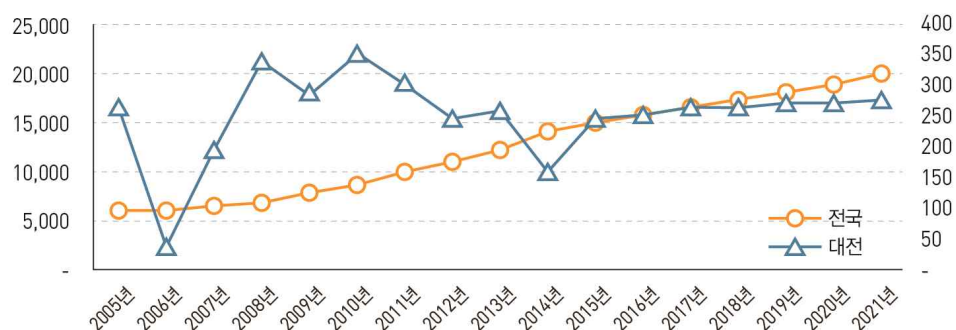
2) 대전권 방문 외래관광객 수요예측

- 대전권 방문 외래관광객 수요예측을 위해 ARIMA(Autoregressive Integrated Moving Average)모형을 적용하여 향후 7년간 예측
- 최근 관광객 수요예측에 있어 시계열 모형 중 Box와 Jenkins(1976)의 ARIMA모형을 많이 이용하는데 이는 가까운 시점의 관측값을 통해 앞으로의 추세를 예측하는데 적합한 모형이기 때문에 본 연구에서 활용하였음
- 대전권 방문 외래관광객 수요예측을 위해 과거 5년간 대전권을 방문한 외래관광객 수요를 바탕으로 2015년부터 2021년까지의 외래관광객 수요를 예측하였음
- 지역의 과거 성장추세를 가장 정확히 묘사하는 식이 미래의 예측에도 가장 정확성이 높음을 기본관점으로 하는 평균오차백분율(Mean Absolute Percentage Error : MAPE)을 적용하여 적합도를 검증하였음
- 2009년부터 2014년까지 평균오차백분율(MAPE)은 전국 수요예측치가 2.6%로 매우 적합하게 나타났으며, 대전권 수요예측치는 22.5%로 비교적 적합하게 나타났음
- 2015년 이후 향후 7년간 대전권을 방문하는 외래관광객은 연평균 1,840천명을 약간 상회할 것으로 전망

<표 2-83> 대전권 방문 외래관광객 수요예측

(단위 : 천명)

년 도	대 전	전 국	비율	비 고
2015	241	14,941	1.61%	대전권 외래방문객 수요예측 검증 MAPE 22.5%
2016	258	15,721	1.64%	
2017	263	16,530	1.59%	
2018	266	17,363	1.53%	
2019	269	18,212	1.48%	전국 외래방문객 수요예측 검증 MAPE 2.6%
2020	272	19,075	1.42%	
2021	274	19,949	1.37%	



[그림 2-50] 전국 및 대전권 방문 외래관광객 연도별 추이(2015부터는 추정치)



3) 국민국내관광객 현황

- 2014년 국민여행실태 조사에 의하면 총 국민국내관광객 수는 3,802만 명 수준이며, 2013년 3,780만 명 대비 약 0.6%대 저성장을 기록하였으며, 이중 숙박여행은 3,221만 명, 당일여행은 3,065만명으로 숙박여행 비중이 다소 높은 수준임(총 국민 국내관광객 수는 국민여행실태조사 대상자들의 여행경험횟수에 여행경험비율을 인구에 곱한 수임)
- 이 조사에 의하면 대전권은 3,124천명이 방문하였으며 전국 국민국내관광객 수(전국 총량이 아닌 16개 권역 관광객 수의 합)의 2.7% 수준이며, 이중 숙박여행은 1,275천명, 당일여행은 2,129천명으로 당일여행 비중이 높은 것으로 나타남
- 대전권의 국민국내관광객 수는 2010년 대전충청권 방문의 해 이후 큰 폭으로 증가하고 있으며, 2014년 대전권을 방문한 국민국내관광객 수는 3,124천 명으로 전년대비 4.73% 증가함

<표 2-84> 대전권 방문 국민국내관광객 현황

(단위 : 천명)

년 도	대 전	전 국	대전/전국(%)
2007	3,480	194,992	1.8
2008	4,358	188,068	2.3
2009	617	46,081	1.3
2010	1,044	73,754	1.4
2011	4,018	161,903	2.5
2012	3,036	105,656	2.9
2013	2,982	113,508	2.6
2014	3,124	115,500	2.7
2015	2,985	113,222	2.6
대전 방문 평균 점유율			2.2

자료 : 관광지식정보시스템 국민여행실태조사 연도별 자료정리

※ 전국은 관광 총량이 아닌 개별 16개 권역별 관광객 수를 합산한 수치

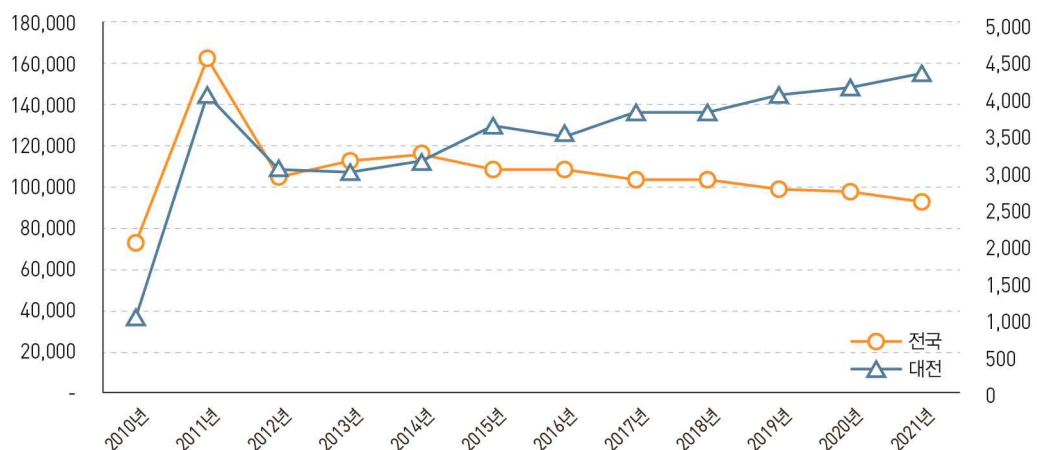
4) 대전권 국민국내관광객 수요예측

- 대전권 국민국내관광객 수요예측을 위해 ARIMA모형을 적용하여 향후 5년간 예측하였음
- 수요예측을 위해 과거 5년간 대전권을 방문한 국민국내관광객 수요를 바탕으로 2015년부터 2021년까지의 국민국내관광객 수요를 예측하였음
- 지역의 과거 성장추세를 가장 정확히 묘사하는 식이 미래의 예측에도 가장 정확성이 높음을 기본관점으로 하는 평균오차백분율(Mean Absolute Percentage Error : MAPE)을 적용하여 적합도를 검증하였음
- 비정상적으로 낮게 나타난 2009년도를 제외하고 평균오차백분율(MAPE)은 전국 수요예측치가 8.8%로 매우 적합하게 나타났으며, 대전권 수요예측치는 11.9%로 비교적 적합하게 나타났음
- 2015년 이후 향후 7년간 대전권을 방문하는 국민국내관광객은 연평균 27,170만 명을 약간 상회할 것으로 전망함

<표 2-85> 대전권 방문 국민국내관광객 수요예측

(단위 : 천명)

년 도	대 전(명)	전 국(명)	비율(%)	비 고
2015	3,563	108,426	3.29	대전 국내방문객 수요예측 검증 MAPE 11.9%
2016	3,481	109,573	3.18	
2017	3,801	103,560	3.67	
2018	3,810	103,782	3.67	
2019	4,060	98,575	4.12	전국 국내방문객 수요예측 검증 MAPE 8.8%
2020	4,124	98,096	4.20	
2021	4,331	93,500	4.63	



[그림 2-51] 전국 및 대전권 방문 국민국내관광객 연도별 추이(2015년부터는 추정치)



5) 대전권 국내외 관광객 수요예측

- ▣ 대전권 관광객 수요예측을 위해 ARIMA모형을 적용하여 향후 7년간 예측하였음
- ▣ 앞서 예측한 대전권 외래관광객 및 국민국내관광객 수요예측치를 더해 총 국내외 관광객 수요예측 결과가 도출되었음
- ▣ 2015년 이후 향후 7년간 대전권을 방문하는 국내외 관광객 수는 총 29,010천명으로 계속해서 증가할 것으로 예상되고 전국적 수요는 반대로 2016년을 기점으로 감소추세로 나타나기 때문에 전국대비 비율은 3.08%에서 4.06%까지 증가할 것으로 예상됨

<표 2-86> 대전권 방문 국내외관광객 수요예측

(단위 : 천명, %)

년 도	대 전(명)	전 국(명)	비율(%)
2015	3,804	123,367	3.08
2016	3,738	125,293	2.98
2017	4,064	120,091	3.38
2018	4,076	121,145	3.36
2019	4,328	116,788	3.71
2020	4,395	117,171	3.75
2021	4,605	113,449	4.06

3. 관광공급전망 및 예측

- 관광공급전망에서 숙박시설만 다룬 이유는 첫째 외식업, 교통업, 유흥업과 같은 타 관광공급관련 산업의 데이터 부재 또는 불충분성이며 둘째 숙박업이 관광공급을 대표할 만큼 경제적 파급효과를 크게 미치는 산업이며 마지막으로 숙박시설과 같이 소멸성(perishability)이 강한 제품 판매 시 정확한 수요예측이 요구되기 때문임
- 국제경제의 불확실성 및 유가불안, 일본과의 관계악화에 따른 일본인 관광객 둔화, 한류열풍의 지속여부, 그리고 국내경기부진 장기화 등으로 인해 관광수요 증가폭이 점차 둔화할 것으로 예상되나 중국 관광객의 폭발적 성장 때문에 객실 수요 증가폭은 지속해서 증가할 것으로 예상함
- 대전권의 숙박시설별 객실 수는 2014년 현재 관광호텔이 약 1,935실로 그 중 특급호텔은 394실이며, 1~3급은 724실, 등급미정이 113실로 나타났고, 가족호텔이 1개소로 80개실을 보유하고 있음

<표 2-87> 대전권 숙박시설별 객실 수 현황

(단위 : 개)

년 도	관광호텔	가족호텔	계
2012	1,561	80	1,641
2013	1,405	80	1,485
2014	1,935	80	2,015
2015	1,771	80	1,851

자료 : 관광지식정보시스템(<http://www.tour.go.kr>), 한국호텔업협회(<http://www.hotelskorea.or.kr>).

■ 객실 수 추정 방법

$$\text{소요객실수} = \frac{\text{관광총수}}{365\text{일} \times \text{객실당평균인원} \times \text{연평균숙박율}}$$

관광총수 3,738,134명(2016년도 예측치 기준)

객실당 평균인원 3명

연평균 숙박율 50%(2009년도 한국관광호텔업협회 통계자료 기준)

- 2021년도에는 약 6,828여개의 객실이 필요한 것으로 추정되어 기존 관광호텔급 이상의 객실이 2,015실이라고 볼 때 여관/여인숙까지 고려하면 여유가 있지만 현실적으로 관광객들이 회피함을 고려할 때 숙박시설이 매우 부족한 실정임
- 특히 단체숙박여행을 위한 100개 이상의 대단위 객실을 보유하고 있는 관광호텔 숙박업소가 3개소에 불과해 현실적으로 많은 단체관광객들을 수용하기 불가함으로 대단위 객실



을 보유한 중저가 호텔의 확충이 절실함

4. 관광수급분석

1) 수요측면

- 관광 수용측면은 p150에서 제시한 대전 국내외 관광수요예측에서 2017년 최대치 수요가 내국인과 외국인의 합계가 4,064천명으로 이루어졌으며, 2021년에는 4,605천명으로 예측되었음
- 이를 년단위 수요에서 일단위 최대수요로 변경하면 2017년 93,398명과 2021년 113,436명으로 도출되었음

2) 공급측면

- 공급측면에서는 2017년 현재로 보았을 때 현재 가능한 주요 관광지 내역을 중심으로 계산하여 공급산정지표(아래 표 참조)를 기준으로 이에 맞는 관광지 면적을 곱하여 공급산정지표를 계산하였음
- 2021년의 경우 본 연구에서 추진되는 신규 사업계획을 중심으로 계획면적을 곱하여 공급능력을 산정하였음
- 주요 사업으로는 대전랜드마크타워, 워터파크 및 숙박시설(오!스파랜드), 녹음열차, 팜파크, 효월드, 세계명품길 엑스포, 대전MICE인프라 및 부대시설, 플랜더스 파크 등임

<표 2-88> 신규사업 면적에 따른 공급능력 도출

세부사업	면적(m ²)	공급산정지표 (m ² /명)	공급능력 (명)
보문스카이힐스(대전랜드마크타워)	1,500	250	6
워터파크및숙박시설(오!스파랜드)	110,600	40	2,765
녹음열차	10,000	60	167
팜파크 조성	407,900	50	8,158
효월드 관광진흥 및 사업 계획	154,212	75	2,056
세계 명품길 엑스포 개최	65,000	300	217
대전MICE인프라 및 부대시설확충	592,494	135	4,389
플랜더스 파크 조성	95,000	50	1,900
계	95,000	50	19,658



3) 관광수급분석결과

- ▣ 위에서 도출한 최대시 수요와 최대공급능력으로 관광수급분석을 도출하였음
- ▣ 2017년의 경우 관광수급분석 결과는 62,529명이 부족한 것으로 나타나 앞으로 관광지 개발이 필요한 것으로 나타났으며, 2021년 역시 62,908명이 부족하여 향후 관광지 개발 면적이 좀 더 확장되어야 함이 나타났음
- ▣ 대전은 관광수요가 늘 수 있는 가능성이 큼에도 불구하고 아직 관광지개발 면적이 적으며, 향후도 계획면적이 적어 관광수요에 있어 확장되기에 어려운 구조이므로 앞으로 관광에 대한 재정확충 및 국비확보 노력이 필요한 것으로 분석되었음

<표 2-89> 연도별(2017, 2021년) 관광수급 비교

2017년			2021년		
최대시 수요 (A)	최대공급능력 (B)	수급비교 (B-A)	최대시 수요 (A)	최대공급능력 (B)	수급비교 (B-A)
93,398	30,869	-62,529	113,436	50,528	-62,908

* 2017 ~ 2021년 주요 신규 사업 대상지 면적을 활용하여 2021년 최대공급능력 산출

제5절 종합분석 및 계획과제

1. 종합분석

1) 기본 방향

- 국내외 사회·문화·환경과 관광개발 분석 및 대전권 관광개발 여건 분석을 통해 제시된 대전권의 내부적 강점(Strength), 약점(Weakness) 및 외부적 기회(Opportunity), 위협(Threat) 요인을 기초로 SWOT분석을 실시하여 강점과 기회를 극대화하고 약점과 위협요인을 최소화할 수 있는 계획과제를 도출함

2) SWOT분석

(1) 강점(Strength)

가. 교통 편의성에 따른 높은 접근성

- 대전권은 국토의 중앙부에 위치하고 있는 입지적 특성으로 교통의 발달과 함께 관광객 확보에 유리하며, 2014년 6월 국제공항인 인천국제공항에서 대전역까지 KTX 열차 운행의 개통으로 기존의 3시간 소요시간이 1시간 20분으로 단축되어 외래관광객의 접근이 용이해질 것으로 기대됨
- 타 지역과의 연결에는 경부고속철도, 경부선·호남선 등의 철도와 대전-통영간 고속도로, 대전-당진간 고속도로 등의 고속도로가 있어 전국 대부분 지역에서 접근성이 높아졌으며, 대전권 내에는 동서를 연결하는 도시철도 1호선이 운행 중으로, 2호선 개통이 논의되고 있으며, 세종시까지 BRT 운행으로 연결성이 향상됨

나. 우수한 과학·문화 관광자원 보유

- 과학중심지라는 도시이미지에 맞게 대전엑스포과학공원, 국립중앙과학관, 다수의 국책 연구원 등의 과학명소를 보유하고 있으며 현대미술의 거장 고암 이응노미술관, 중부권 최대 규모의 문화예술의 전당, 시립미술관 등의 문화관광자원 등이 도심내에 위치하고 있어 도시관광의 높은 가능성을 보유하고 있음
- 효테마파크, 유성장 등과 같은 대전시의 역사와 문화를 드러낼 수 있는 문화명소를 지정해 마케팅 활동을 벌이고 있으며 교육도시로서 잘 정비된 교육 인프라와 높은 교육 수준을 보이고 있어, 과학·문화 관광 분야의 우수 인력 양성이 기대되고 있음



다. 생태환경 보호인식을 통한 자연관광자원 활용

- ▣ 대전시는 환경지표 건전성에 의한 환경정책 의지가 높아 지역 내 녹색성장을 목표로 자연자원의 물리적 훼손을 최소화하는 방향으로 자연환경을 관광자원화 하고 있으며, 계족산 황톳길, 장태산 자연휴양림, 대청호 오백리길, 대전둘레산길 300리, 금강로하스 등이 포함됨
- ▣ 계족산 황톳길은 매년 개최되는 계족산 맨발축제로 많은 국내외 관광객이 참여하고 있으며 2013년-2014년 2년 연속 문화체육관광부와 한국관광공사가 함께 선정한 '한국관광 100선'에 선정되었음
- ▣ 대청호 오백리길은 지식경제부 대전·충청 광역연계협력사업의 일환으로 2010년부터 2013년 까지 총 74억 원을 투입, 대청호 주변 자연과 소하천을 포함하는 약 200km의 도보길인 대청호 오백리길을 조성하여 2012년 유엔 해비타트(UN-HABITAT)에서 주관한 아시아 도시경관상을 수상하였음

라. 원도심 재생을 통한 도시 관광자원 증가

- ▣ 대전권은 지역 도심부에 쇼핑 자원, 관광특구, 숙박시설 등 도시 관광의 잠재자원이 풍부하고 지역내 발달한 도로상황과 대중교통으로 인한 높은 연결성으로 도시 관광이 기대되는 지역으로 최근 원도심의 근대문화유산을 기반으로 한 융복합 문화예술 중심지로의 개발을 목표로 원도심 재생 사업이 추진되어 도시 관광의 전략적 기반이 마련되고 있음
- ▣ 도시 관광과 연계되는 원도심 활성화 사업의 물리적 결과물로는 으능정이 거리에 조성된 초대형 LED 영상 아케이드 구조물인 대전스카이로드(13.8), 가로경관 재생, 근대건축물 재생보전, 보행환경개선 등의 문화·역사 거리 조성사업인 문화가 흐르는 중교로(14. 12), 한의약·인쇄거리, 대흥동 골목길 등의 공간환경 구축사업인 골목재생사업(14. 12) 등이 포함됨

마. 고부가가치의 융복합 관광자원 보유

- ▣ 대전시는 국제컨벤션협회(International Congress & Convention Association; ICCA)가 발표한 2014년 국제회의 유치도시 국내 4위로 개최건수가 2014년 대비 8.7%증가한 75건 개최 및 참가자 11,471명에 달하는 MICE 특화도시로 주목받고 있으며, 의료관광의 새로운 비즈니스모델을 제시하여 2015년 보건복지부 선정 선도의료기술 육성사업 도시 1위로 선정되었음
- ▣ 대전컨벤션센터, 대전무역전시관 외에도 대전광역시청, 대덕특구, 코레일 등 준전문회의시설과 리베라호텔, 유성호텔, 인터시티호텔 등 호텔 회의시설 등의 MICE산업 시설을 보유하고 있으며 의료관광자원으로 대덕연구단지 내에 의약 바이오 연구기관 및 8개의 종합병원, 2,046개 의료기관, 8,800여명의 의료진 등의 풍부한 의료자원을 보유하고 있음

(2) 약점(Weakness)

가. 대표 관광상품 및 프로그램의 부재

- 대전권이 보유한 다양한 관광자원에 비해 대표할 수 있는 관광상품 및 프로그램 등이 부족한 실정이며, 기존의 관광 자원을 활용한 상품 기획에 대한 마케팅과 홍보 또한 적극적으로 이루어지지 않고 있는 실정임

나. 관광도시 이미지 부재

- 대전시는 인문 환경적 이미지가 강한 과학중심 도시 이미지로 평가받고 있으며 관광도시로써의 이미지는 사실상 없는 실정으로 지역의 관광경쟁력을 저하시켜 궁극적으로 지역 경제력을 약화시키는 요인으로 작용하고 있음

다. 낮은 숙박여행 비율과 관광지출

- 대전권은 순수관광 목적의 외래관광객이 적고, 전국적으로 숙박여행이 증가한 상황과는 달리 당일여행객과 개인여행객의 비중이 높아 여행 1회 평균 지출액이 전국 평균에 비해 낮으며 재방문의향과 타인추천의향 또한 전국 평균보다 낮아 관광수입이 적은 지역으로 평가됨

라. 추가 관광활동 연계 프로그램 부재

- 대전권의 부족한 관광자원 및 인프라 보완과 방문객의 추가 관광활동을 위한 주변지역 관광자원과의 연계 프로그램이 부족한 실정으로 방문객의 체제연장과 추가적인 관광활동이 제한적인 상황으로 평가됨

마. 외래관광객 유치에 위한 수용태세 부족

- 증가하고 있는 중국관광객 등 외래관광객 유치를 위한 프로그램이나 홍보마케팅 활동이 미흡하고 쇼핑인프라 및 숙박시설 등의 관광기반시설이 부족하여 적극적인 외래관광객 유치활동이 이루어지고 있지 않은 실정으로 평가됨

(3) 기회(Opportunity)

가. 여가 및 문화 활동의 수요 증대

- 주5일 근무제 정착에 따른 여가시간의 확대와 문화향유권에 대한 인식 증가, 위로, 치유를 상징하는 힐링이 주요 사회·문화 코드로 부상하면서 문화, 관광, 여가에 대한 수요가 증가하고 있으며 특히, 인구고령화로 인한 베이비부머 세대의 안정적인 소득과 시간 확보로 새로운 소비계층으로 부상되고 있는 실정임

나. 관광의 기본가치에 대한 인식의 확산



- 관광산업의 성장과 함께 안전과 환경적 가치에 대한 인식이 보편화되면서 도보여행, 생태관광 등 자연 친화적 관광활동에 대한 수요가 증가하고 있으며 접근 가능한 관광(accessible tourism), 공정여행(fair travel), 봉사 관광(Voluntourism)에 대한 관심과 인식의 확산으로 모든 계층이 참여 가능한 관광의 사회적 가치를 추구하는 경향이 증가하고 있음

다. 관광 패러다임의 변화

- 사회 전반적 관광 경험의 증가로 인해 기존의 획일화된 대량 관광소비에서 다양한 삶과 문화를 체험하고 현지인과의 교감을 즐기려는 체험형 작은 여행에 대한 수요가 점차 증가함에 따라 하고 있음 각 지역의 유명 관광지가 아닌 충분한 가치를 지닌 숨겨진 명소 여행과 현지인과의 교류 및 현지 문화 체험에 대한 중요성이 부각되고 있음

라. 지역 대내외 개발로 인한 관광수요 증가

- 유성구 신동·둔곡·도룡동 일대에 들어설 과학벨트 거점지구 조성사업, 유성복합터미널 이전사업, 엑스포재창조사업 등과 국토교통부 내륙권 발전시범사업인 유성특구의 의뢰와 관광을 연계한 온천건강특화거리 조성사업 등의 지역 대내외 대규모 개발계획이 추진되고 있어 대전권의 관광수요가 증가할 것으로 전망되고 있음

마. 중국인 관광객의 지속적인 성장

- 지리적 접근성, 양호한 쇼핑여건 등으로 중국의 해외여행 목적지 3위인 우리나라는 2014년 방한중국인이 방한 외래객의 41.6%를 차지하는 6,126천명에 달하였으며 향후 중국경제의 지속적인 성장과 함께 방한 중국인 관광객도 4배까지 증가할 것으로 예측되고 있음

(4) 위협(Threat)

가. 지속된 경제 불황과 정세 불안으로 관광활동 축소

- 세계적으로 지속된 경제 위기, 메르스 등과 같은 질병의 확산, 테러 위험 증가와 같은 사회적 불안 등은 국가와 지역 간 관광목적 이동과 관광체류 기간을 감소시키고 단거리 여행과 국내 및 근교 여행에 대한 선호를 증가시키고 있음

나. 국가 및 지역 간 관광시장 경쟁 심화

- 관광산업이 지역 경제 발전 및 홍보수단으로 인식됨에 따라 관광개발사업과 관광객 유치를 위한 관광홍보 프로그램들이 지자체간 무분별하게 진행되고 있어 유사한 성격의 사업이 중복되어 지역고유성이 사라지고 관광경쟁력이 저하될 우려가 있음

다. 일관성 있는 관광개발 정책과 재정 지원의 부족

- 지역 단체장과 담당 공무원의 잦은 교체로 인해 일관성 있는 관광개발에 차질이 우려되

고 있으며, 관광개발을 위한 재정적 자립기반이 약해 이미 수립된 개발계획이 실행되지 않거나 무한정 유보되는 상황이 나타나고 있음



라. 환경보전 관련 입지규제 강화

- 자연자원에 대한 환경보호 인식 강화와 더불어 물리적 개발 방식이 아닌 기존 인프라를 이용한 진흥 사업 위주의 정책 방향으로 환경 보전 관련 입지 규제가 강화되어 신규 관광지 개발이 어려운 상황이 되고 있음



강점의 극대화 / 약점의 최소화



[그림 2-52] 대전권 관광여건 종합진단 및 대응과제

2. 계획과제

1) 대전권의 입지적 이점을 활용한 연계 관광개발

- 대전권의 편리한 입지적 특성과 교통편의성을 활용하여 각종 회의 및 전시 유치 활동과 함께 업무 방문객의 체류시간을 연장하여 추가 관광활동으로 이어질 수 있는 다양한 연계 관광상품과 프로그램 개발이 요구됨
- 대전권 인근 지역의 대표 관광지를 축으로 연계관광코스를 개발하여, 공동 마케팅 및 홍보활동을 추진하여 업무목적 방문객의 체류기간을 연장하는 방안이 요구됨

2) 기존의 잠재 관광자원을 활용한 고부가가치 관광상품 개발

- 대전의 대표 이미지인 과학 및 문화예술 자원 및 인력을 활용한 고부가가치 관광상품 개발과 브랜드화 전략으로 대전의 대표 관광상품 및 프로그램 개발과 타 지자체와 구별되는 지리적 특성인 시내 중심부의 하천 및 산림 공간 등의 접근 용이한 자연자원을 활용한 생태관광 상품 및 프로그램 개발이 요구됨

3) 관광도시 이미지 창출과 적극적 홍보 활동

- 기존의 대전시 이미지를 활용한 관광 상품화로 ‘한국 제일의 브랜드 파워인 과학도시 대전’의 매력도와 이미지 향상, 민간부문과의 파트너십 강화 등을 통한 시티프로모션으로 과학도시, 교통중심도시 이미지를 도시마케팅 수단으로 활용해야 함
- 대전권의 인문 환경적 이미지가 아닌 젊은 느낌의 관광도시 이미지 구축을 위해 콘텐츠 중심의 관광 프로그램과 이벤트 개최 등과 적극적인 홍보활동이 요구됨

4) 원도심 재생과 함께 새로운 도심관광지로의 부상

- 원도심의 근대문화유산을 기반으로 한 융복합 문화예술 중심지로의 개발을 목표로 추진되는 원도심 재생 사업과 함께 기존의 도시 관광 자원을 활용하여 도시 자체가 하나의 관광지가 되는 도시 관광지로의 개발이 요구됨
- 원도심 이야기를 담은 스토리텔링 관광, 원도심의 정체성을 강화하는 장소특화형 명소관광, 골목길 관광 등의 콘텐츠 중심의 프로그램과 다양한 문화예술축제를 개최하여 도심관광지로의 이미지 구축을 위한 적극적인 마케팅과 홍보활동이 요구됨

5) 외래관광객 유치와 체제형 숙박 관광을 위한 수용태세 마련

- 지속적으로 증가하고 있는 중국관광객 등 외래관광객의 대전권 체제 방문을 위해 엔터테인먼트 시설이나 숙박시설 등의 인프라 구축과 정비를 통해 외래관광객 증가를 위해 방안 마련이 요구됨



- 전국평균에 비해 낮은 순수관광 목적 방문객 비율, 높은 당일 여행 비율을 타개하기 위해 순수 관광목적의 가족여행지로서 관광도시 이미지 구축과 아울러 다양한 프로그램과 시설 정비를 통해 숙박 관광으로 전환될 수 있는 방안 마련이 요구됨
- 기존의 중저가 숙박시설의 고급 시설화, 회의장소와 관광지와의 용이한 연계를 위한 교통수단 마련 등과 같은 관광 인프라 구축과 더불어 타 지역 관광지와의 연계동선 개발 및 야간 관광 프로그램 등의 체제 연장용 프로그램 개발이 요구됨

6) 환경적 가치에 중점을 둔 생태·도보 관광 프로그램 활용

- 최근 환경적 가치에 대한 인식 보편화로 인한 도보여행, 생태관광 등의 자연 친화적 관광활동에 대한 수요가 증가하고 있는 점을 감안하여 대전권의 우수한 생태환경을 활용한 도보관광 프로그램 개발 및 적극적인 홍보활동이 요구됨
- 대청호 오백리길, 대전둘레산길, 대덕사이언스길, 보문산 숲길 계족산 100리 길, 황토길, 3대 하천길 등의 생태도보길과 원도심 어울림길, 백제산성 테미길 등의 문화형 도보길 등에 다양한 이야기를 더한 스토리텔링형 관광프로그램의 개발 및 마케팅 활동이 요구됨

7) 업무와 의료 서비스를 활용한 융합관광 프로그램 활용방안 마련

- 대전권의 입지적 이점과 다양한 업무 중심지로서의 높은 수준의 컨벤션 기반시설과 의료서비스를 감안하여 다양한 국제회의 및 전시 개최와 의료관광 수요를 충족시킬 수 있는 물리적 제도적 수용기반 마련과 함께 연계관광 프로그램 및 이를 위한 관련 기관과의 협업체계 구축을 통한 시너지 효과 제고가 요구됨

8) 도농복합의 자연친화적 관광프로그램 개발

- 대전권의 근교 농촌과 녹지 환경의 이점을 감안하여 관광객과 해당 지역 주민과의 교류와 이익 공유를 통해 도시와 농촌의 상생방안을 제시함으로써 공동체성 형성과 삶의 질을 향상시킬 수 있는 위한 농촌 관광프로그램 개발이 요구됨

<표 2-90> 제6차 대전권 관광개발계획 계획과제

제6차 대전권 관광개발계획 계획과제
<ul style="list-style-type: none"> ●대전권의 입지적 이점을 활용한 연계 관광개발 ●기존의 잠재 관광자원을 활용한 고부가가치 관광상품 개발 ●관광도시 이미지 창출과 적극적 홍보 활동 ●원도심 재생과 함께 새로운 도심관광지로의 부상 ●중부권 최고의 가족형 테마파크 중심 도시로의 부상 ●외래관광객 유치와 체제형 숙박관광을 위한 수용태세 마련 ●노년층과 소외계층을 위한 지역차원의 관광 프로그램 개발 ●환경적 가치에 중점을 둔 생태·도보 관광프로그램 활용 ●업무와 의료 서비스를 활용한 융합관광 프로그램 활용방안 마련 ●도농복합의 자연친화적 관광프로그램 개발



제3장 관광개발 사업계획

- 제1절 관광개발 기본구상
- 제2절 관광개발 사업평가
- 제3절 전략별 관광개발 사업계획



제3장 관광개발 사업계획

제1절 관광개발 기본구상

1. 관광개발 비전 및 목표

1) 비전의 범위 및 체계

(1) 비전의 범위

- ▣ 시간적 범위 : 기준년도 - 2015년, 목표연도 - 2021년
- ▣ 공간적 범위 : 대전광역시
- ▣ 내용적 범위 :
 - 비전 설정의 기본방향 제시
 - 상위 및 관련 계획의 비전 검토
 - 기 수립된 관광개발계획의 비전 검토
 - 제6차 대전 권역계획의 비전 및 목표 제시

(2) 비전의 체계

- ▣ 제6차 대전 권역계획의 비전 및 목표는 부문별 관광개발사업과 진흥사업 등과의 상호 환류체계와 실현가능 범위 내에서 설정하였음

2) 비전 설정의 기본방향

- ▣ 제6차 대전 권역계획의 비전은 대전권의 사회·문화·경제적 여건과 특징을 감안하여 대전 권의 미래상에 부합하도록 설정하였으며 주요 키워드로 '상생', '행복', '융합', '녹색' 등에 따른 4대 개발목표 및 12개의 전략과제를 설정하였음
- ▣ 제6차 대전 권역계획의 비전은 상위 및 관련 계획 등과 기 수립된 제4차, 제5차 관광개발계획의 비전이 갖는 의미와 계획 간 연계가능성에 중점을 두어 맥락적 일관성과 목표의 개발 연속성을 유지하도록 설정하였음

3) 상위 및 관련계획의 비전 검토

■ ‘글로벌 녹색한국을 선도하는 품격 있는 선진관광’

- 「제3차 관광개발기본계획(2012-2021)」의 비전으로 5대 정책목표는 ‘경제관광’, ‘창조관광’, ‘생활관광’, ‘녹색관광’, ‘공정관광’ 등이며, 대전권 관광개발방안에는 과학관광 거점도시로의 육성을 위해 엑스포과학공원, 대전컨벤션센터를 연계한 MICE 산업 클러스터와 과학비즈니스 벨트가 강조됨

■ ‘관광으로 행복한 국민, 융성하는 대한민국’

- 「제4차 관광진흥 5개년 계획」의 비전으로 신정부 출범에 따른 정책 환경과 관광산업 환경의 변화를 반영하였으며, 5대 정책목표는 ‘한국관광의 매력도 향상’, ‘한국 관광시장의 규모 확대’, ‘관광을 통한 국민 행복 증진’, ‘관광산업의 국가 경제적 기여도 제고’, ‘관광산업의 경쟁력 강화’ 등이 설정됨

■ ‘사람이 행복한 과학도시, 대전’

- 「2030년 대전도시기본계획」의 2030년 미래 비전으로 이에 따른 추진전략은 ‘대한민국 신중심도시를 지향하는 Global City’, ‘저탄소 녹색성장을 실현하는 Green City’, ‘사람과 문화가 공존하는 Human City’등으로 설정됨

■ ‘꿈과 상상력을 실현하는 문화·예술·교육도시’

- 「대전발전 2030 비전과 전략」의 관광분야 비전으로 ‘시민이 참여하는 공동체적 여가·관광·문화 환경 조성’의 공동체적 여가관광문화의 지향성을 반영하며 ‘도시 관광의 가치 증대’, ‘MICE산업의 급속한 성장’ 등이 키워드로 설정됨

■ ‘녹색성장으로 미래세대에게 가장 살기 좋은 도시 실현’

- 「대전시 제2차 녹색성장 추진 5개년 계획」의 비전으로, 녹색성장 추진을 통해 달성하고자 하는 가치, 목적 등을 반영하며 계획의 3대 정책목표는 ‘저탄소 경제·사회구조의 정착’, ‘녹색기술과 ICT의 융합을 통한 창조경제 구현’, ‘기후변화에 대처한 안전하고 쾌적한 생활 기반 구축’ 등이 설정됨

4) 기 수립된 관광개발계획 비전 검토

■ ‘사람과 자연, 문화, 과학이 어우러지는 동북아 과학관광 중심도시 육성’

- 「제4차 대전권 관광개발계획」의 비전으로 민선4기 시정 비전과 추진전략을 적극 반영하였으며 3대 개발목표를 ‘동북아 과학관광 중심도시’, ‘LOHAS 지향 관광 추구’, ‘문화 및 교류 거점 도시’ 등으로 설정하였음



▣ ‘웰빙·창조 관광을 선도하는 녹색·과학 관광도시 대전’

- 「제5차 대전권 관광개발계획」의 비전으로 대전권의 과학자원과 자연자원을 주요 관광자원으로 강조하였으며, 이에 따른 3개 기본목표는 ‘녹색웰빙 관광도시’, ‘창조과학 관광도시’, ‘체험문화 관광도시’ 등이 제시되었음

5) 6차 대전권 관광개발계획 비전

▣ 비전 : 상생의 가치를 공유하는 시민이 행복한 녹색·융합 관광도시

▣ 4대 개발 목표

- 상생 관광도시 : 이웃과 상생하고 지역을 실현하는 공익적 관광자원 개발
- 행복 관광도시 : 시민의 삶을 행복하고 풍요롭게 하는 어메니티 관광자원 개발
- 녹색 관광도시 : 친환경적 체험을 일상화하는 자연문화 관광자원 개발
- 융합 관광도시 : 과학·의학·산업의 융합으로 지역경제에 기여하는 복합관광자원 개발

<표 3-1> 제6차 대전권 관광개발계획 정량적 목표

(단위 : 천명, 개)

구분	2015	2021
국민국내 관광객	3,563	4,331
외래 관광객	241	274
국내외 관광객	3,804	4,605
관광숙박객실 수	1,851	6,828

▣ 전략 과제

- 원도심 관광 활성화 방안
- 녹색관광 체험농촌마을 조성 방안
- 선진형 지역축제 육성방안
- 대전형 시티투어 활성화 방안
- 스토리가 있는 명품로드 활용 방안
- 가족 중심형 특화공원 조성 방안
- 대전형 의료관광 활성화 방안
- 연구단지 관광자원화 방안

- MICE산업의 융합 관광화 방안
- 중부권 최고의 놀이공원으로 오월드 활용 방안
- 충청권 유교문화권(이사동 한옥마을) 개발 방안



[그림 3-1] 제6차 대전권 관광개발계획 비전 및 목표



2. 추진전략

1) 기본방향

- 대전권 내 관광자원의 분포와 행정구역을 고려한 6개 관광소권별 과학, 역사, 문화 등을 특성화하여 지역별 중복된 개발사업을 지양하고 차별화된 사업을 발굴함
- 원도심지역의 도시재생사업과 연계한 도심관광 사업을 중심으로 5개 소권의 관광 자원의 특성과 연계하여 사업타당성 및 필요성을 평가하여 추진계획을 수립함

2) 주요전략

(1) 도시재생사업과 연계한 도심관광 활성화 전략 모색

- 대전역에서 옛 충남도청에 이르는 근대문화유산의 가치와 으능정이 LED거리, 도심 속의 골목길 등 특화거리를 중심으로 원도심을 관광자원화 할 수 있는 사업 모색
- 뿌리공원, 오월드, 아쿠아리움 등 보문산 주변 관광자원을 연계한 보문산 관광벨트를 연계시키고, 시티투어 활성화를 통한 관광객 유치에 위한 전략적 사업 발굴 도모

(2) 녹색자원을 활용한 사업계획

- 대청호를 비롯하여 계족산, 보문산 등 대전권을 대표하는 대전 관광명소 12선의 자연자원을 활용하고, 걷고 보고 느끼는 도보관광을 대전 둘레산길, 계족산 황톳길, 대청호 오백리길, 대덕사이언스길 등 도심 속 녹색·생태·웰빙·치유 관광을 활용한 계획 수립

(3) 유성관광특구 활성화

- 1981년 온천지구와 1994년 관광특구로 지정된 유성지역은 오래된 시설과 신규 사업의 부진으로 관광객 유치에 어려움이 있음
- 유성전통시장, 엑스포다리 야경, 야외온천 족욕장, 유림공원, 수통골, 충남대 벚꽃길, 국립중앙과학관, 현충원 등 명소 8경, 연구단지와 연계 한 상품개발 및 수용역량 강화를 위한 전략사업 개발

(4) 보문산권 관광시설 연계 및 개발

- 오월드는 중부권 최대 테마공원으로 연간 120만 여명이 방문하는 전국형 관광지이며, 인근에 국내 유일의 성씨(姓氏)를 주제로 한 뿌리공원, 한국족보박물관, 효문화진흥원 등을 아우르는 효월드가 인접

- 뿌리공원, 오월드, 아쿠아리움 등 보문산 주변 관광자원을 연계한 보문산 관광벨트를 연계시키고, 관광객 유치를 위한 전략적 사업 발굴 도모하여 경쟁력 있는 체류형 관광을 위한 거점으로 조성함

(5) 명품 관광축제 발굴과 육성

- 도시마케팅 차원에서의 사이언스페스티벌 등 대전 브랜드 축제를 발굴·육성하고 이를 계기로 춘하추동 연속적인 볼거리를 제공하는 방안 마련
- 대전권에서 개최되고 있는 축제 가운데 체계적인 모니터링과 평가를 통해 선택과 집중 또는 통합으로 경쟁력 있는 문화관광축제로 육성하여 지속가능한 축제로의 성장 동력을 마련해야 함
- 이를 통해 대전권을 대표할 수 있는 관광축제를 육성·확대하고, 축제를 통한 경제파급효과를 극대화 할 수 있도록 추진하여 전략적으로 축제를 브랜드화 해야 함

(6) MICE산업 진흥 전략

- 국내 4대 컨벤션 도시로 성장해 가고 있는 추세에 힘입어 엑스포 재창조사업과 무역전시관의 확충 등 대전 MICE 산업의 국제 경쟁력 강화에 부합하는 지식서비스 기반 구축, 인프라 및 부대시설 확충 등 전략방안을 구축함

(7) 의료관광 활성화사업

- 대전시 의료관광담당 조직, 대전마케팅공사의 의료관광팀, 지역의 의료기관을 중심으로 지속가능한 의료관광 생태계를 조성하여, 특화의료상품 개발 및 신규 의료 시장개척을 위한 전략적 해외 홍보 마케팅 전략 수립

(8) 세종자치특별시와 연계한 공생관광 구축

- 향후 인구 50만 명 규모의 도시인 세종특별자치시 출범에 따른 제반적인 사안에 대해 후견인적 관계, 협력과 경쟁관계, 통합관계 등 다양한 측면에서의 공생방안 모색

(9) 관광홍보기능 강화

- 대전의 도시브랜드를 창출하고 글로벌 경쟁력을 높이기 위해, 효율적이고 전략적인 관광홍보시스템을 구축하고, 신규관광홍보를 위한 콘텐츠를 발굴하는 등 관광홍보 마케팅 관련사업을 폭넓게 모색함



3. 관광개발 소권설정

1) 기본방향

(1) 제 6차 권역계획의 수립지침 준용

- ▣ 관광자원의 유사성과 차별성, 관광자원간의 연계성, 접근성, 문화적 특이성 등을 기준으로 해당지역에 대한 공간특성 반영
- ▣ 특히, 기능적으로 중복되는 관광지의 경우에는 지원시설의 규모와 교통현황, 이용객 변화 등을 고려하여 전국형을 중심으로 접근
- ▣ 구분된 소권별로 타 소권과 차별화 될 수 있는 기능을 부여하고 각 공간이 하나의 권역으로 개발될 수 있도록 개발비전 및 목표, 추진전략 등과 연계된 도면화 제시

(2) 기 수립된 관광개발계획 검토

- ▣ 녹색 과학관광을 표방한 제5차 계획의 관광소권은 관광자원의 네트워크를 중심으로 ① 과학·휴양(유성구·중구) ② 녹색·생태(대덕구·동구) ③ 역사문화·위락(중구·동구) 등으로 설정
- ▣ 제4차 계획의 관광소권은 과거와 현재, 미래라는 시간적 개념에 맞춰 ① 미래형 거점기능 ② 현재형 부거점 기능 ③ 과거형 배후지원기능 등으로 설정
- ▣ 제3차 계획의 관광소권은 5개 행정구역 중심으로 나누어 소권을 설정

<표 3-2> 기 수립된 관광개발계획별 소권 구분 내용

구 분	제5차 계획	제4차 계획	제3차 계획
기 간	2012~2016	2007~2011	2002~2006
비 전	녹색 과학관광 도시 육성	동북아 과학관광 중심도시	첨단과학 특화관광 도시
기 준	관광자원의 네트워크	3개(과거, 현재, 미래) 기능	5개 행정구역 중심
권 역	① 과학·휴양(유성구·중구) ② 녹색·생태(대덕구·동구) ③ 역사문화·위락(중구·동구)	① 거점기능(유성구·서구) ② 부거점기능(중구·동구) ③ 배후지원(대덕구)	① 특구권(유성구) ② 중부권(중구) ③ 동부권(동구) ④ 서남부권(서구) ⑤ 북부권(대덕구)

(3) 전국형 관광자원과의 연계성 강화

- 전 국민 대상의 대전권 관광지(자원) 인지도 조사결과, 2005년에는 ① 엑스포 과학공원 ② 대청호 ③ 유성온천 ④ 대전동물원 ⑤ 보문산 순으로, 2010년에는 ① 엑스포 공원 ② 유성온천 ③ 월드컵경기장 ④ 보문산 ⑤ 대청호수 순으로, 2015년에는 ① 엑스포 과학공원 ② 유성온천 ③ 오월드/뿌리공원 ④ 대청호 ⑤ 한밭수목원 순으로 나타남
- 한편 대전권 방문객 대상 대전권 관광지(자원) 인지도 조사결과, 2012년에는 ① 엑스포 과학공원 ② 오월드/뿌리공원 ③ 으능정이 거리 ④ 유성온천 ⑤ 장태산 휴양림 등의 순으로 나타났으며, 최근 도시마케팅 차원에서 실시한 조사결과, ① 유성온천 ② 카이스트 ③ 현충원 ④ 대덕특구 ⑤ 오월드 순으로 나타남
- 이 같은 결과에 따라 대전권의 전국형 관광자원은 대덕연구단지(연구개발특구), 유성관광특구, 오월드/뿌리공원, 대청호 등이며, 현충원과 장태산 휴양림, 으능정이 거리 등이 새롭게 등장하고 있음

<표 3-3> 대전권의 전국형 관광자원

구 분	2015년 하반기	2015년 상반기	2012년	2010년
1 위	유성온천	엑스포 과학공원	엑스포 과학공원	엑스포 과학공원
2 위	카이스트	유성온천	오월드/뿌리공원	유성온천
3 위	현충원	오월드/뿌리공원	으능정이 거리	월드컵 경기장
4 위	대덕특구	대청호	유성온천	보문산
5 위	오월드	한밭수목원	장태산 휴양림	대청호

2) 공간체계 구상

(1) 유성특구 권역

- 1994년 8월 31일에 지정된 유성관광특구는 대전권을 찾는 외국인 관광객의 95%가량이 방문하는 중부권 대표명소로서 유성의 온천수는 50-400m로 구성된 화강암 단층 파쇄대에서 생성된 고온열천이 특징임
- 지하 200m 이하에서 분출되는 27~56℃의 유성온천은 약 60여 종의 각종 성분과 동양 최대의 라듐을 함유하고 있고, 중금속도 전혀 검출되지 않는 양질의 온천으로 명성을 지니고 있음
- 그 밖에도 유성지역에는 전통시장, 엑스포다리 야경, 야외온천 족욕장, 유림공원, 수통골, 충남대 벚꽃길, 국립중앙과학관, 현충원 등 명소 8경이 존재하고 있으며, 1978년부터 입주가 시작되어 현재 국내의 대표적 과학기술 연구단지인 대덕연구개발특구, 1989년에 이전한 한국과학기술원(KAIST), 1992년에 조성되어 20여개의 군부대가 위치하고 있는 자운대 등이 입지



- 특히, 유성특구권역은 2012년에 지정된 세종특별자치시와 인접해 있으며 백제문화권(공주, 부여), 충청 기호유교문화권(논산), 내포문화권(홍성, 예산)과 연결되는 관문이자 호남고속도로가 통과하는 대전권의 문화관광 중심지임

(2) 오월드 권역

- 중구에 위치한 대전 오월드(O-World)는 2002년 5월 5일 개장한 대전동물원과 2009년 5월 1일 개장한 플라워랜드를 통합한 중부권 최대의 테마공원으로 120여종 700여 마리의 동물들과 19개 기종의 놀이시설, 썰매장, 사파리, 30ha의 산림욕장, 정원 광장과 공연장이 입지하여 연간 120여만이 방문하는 전국형 관광지로 평가받고 있음
- 1997년 11월, 국내 유일의 성씨(姓氏)를 주제로 한 뿌리공원의 개장으로 2010년 6월, 한국족보박물관준공, 2016년에 개장예정인 효문화진흥원, 효문화마을, 효문화지원센터 등을 아우르는 효월드가 인접해 있음
- 그 밖에도 해발 457.6m인 보문산(寶文山)은 대전 시민뿐만 아니라 외부인들에게 ‘대전둘레길’ 코스로도 널리 알려져 있는 명소이며, 특히 보문 산성은 1992년 12월 백제시대 산성 중 전국 최초로 복원된 둘레 280m인 테피식 석축 산성으로 유명함

(3) 대청호 권역

- 대청호는 4대 강 유역 종합개발계획의 하나로 1975년에 착공해서 1980년에 완성된 인공 호수로서 우리나라에서 3번째 규모이며, 대전의 ‘대(大)’자와 청원군의 ‘청(淸)’자를 따서 불리우고 있음
- 대전과 청주시를 비롯해서 금강 중하류 지역의 생활용수 및 농업용수를 공급하기도 하지만 80km에 이르는 호수 길은 ‘대청호 500백리 길’로 자연 생태관, 녹색체험마을, 미륵원지, 대청댐 등이 위치해 있음
- 그 밖에도 대청호 주변 식장산(592m)은 고유의 토박이 식물 8백여 종을 포함해 약 6천여 종의 식물이 자라고 있는 생태 보전림으로 세천공원을 비롯한 많은 사찰이 있으며 정상에 위치한 패러글라이딩 교육장과 전망대는 인기가 높음
- 기타 조선을 건국한 이성계의 태실이 있는 곳으로 유명한 만인산(538m)에는 1990년 개장한 자연휴양림과 1997년에 마련된 자연학습원인 상소동 산림욕장과 오토캠핑장, 향후 10년(2016년~2025년)간 은진 송씨의 문중공동체 동족마을 복원 등이 추진 예정임

(4) 장태산 권역

- 대전권의 서남쪽에 위치한 장태산(374m)은 1994년 국내 최초로 조성한 민간휴양림으로 메타세쿼이아(metasequoia)를 비롯하여 가문비나무와 같은 인공림과 자연림이 12km에 이르는 숲속 산책로가 있음. 2002년 대전시에서 인수하였으며, 산림욕과 숲 체험, 숙식과 체육활동이 가능한 쉼터로 재개장한 전국명소임

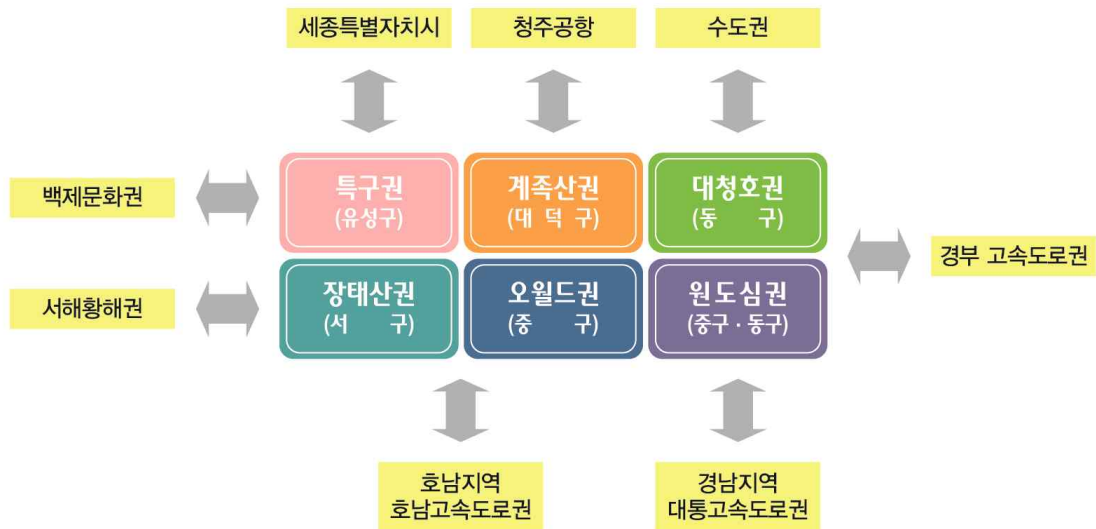
- 아홉 마리 봉황새가 집으로 돌아오는 형상이 마치 신하들이 조정에 들어가는 모습과 같다고 하여 붙여진 구봉산(264m)은 과거 대전 8경에 포함될 정도로 명성이 있음
- 기타 서구지역에는 2008년에 시행된 ‘갑천 첨단과학 관광문화벨트 조성사업’에 힘입어 한밭수목원, 무빙쉼터, 제반 문화예술 기반시설 등 도시형 관광자원이 풍부함

(5) 계족산 권역

- 계족산(424m)은 삼국시대의 석축산성(사적 제355호)과 봉수대의 흔적을 간직하고 있으며, 장동휴양림에서는 맨발걷기와 마라톤 등 피톤치드(phytoncide)를 위한 다양한 이벤트가 열리고 있음. 산자락에는 산디민속마을도 자리 잡고 있음
- 주변은 황톳길과 삼림욕장이 위치하고 있어 2015년에는 ‘한국관광 100선’에 계족산황톳길이 선정되기도 하였으며, 매년 개최되는 ‘계족산 맨발축제’는 국내외의 선풍적인 인기를 모으고 있음. 현재 대전시에서는 계족산을 시티투어 코스에 포함시키고 특히 외국인 전용 시티투어 코스에 반영시켜 전국적 명성유지에 노력하고 있음
- 동시에 대덕구 지역은 한밭의 정신적 뿌리이자 조선 기호유교문화의 중요한 산실이기에 최근 준비되고 있는 ‘충청유교문화권 관광개발사업’과의 연계 잠재력이 가장 큰 지역이기도 함

(6) 원도심 권역

- 원도심 권역은 2003년 제정되어 5년간 활용되어 왔던 ‘원도심 활성화 및 지원 등에 관한 조례’를 통해 등장한 39개 지역을 중심으로 2015년 ‘도시재생 활성화 및 지원에 관한 조례’로서 제반 노력을 기하는 동구·중구 지역이 해당됨
- 특히 2012년부터는 원도심 이야기를 책자로 발행해 제1편에서는 ‘함께 만들어 가는 원도심’이라는 주제로 익사이팅 대전과 소프트웨어 중심의 원도심 활성화 프로젝트를 중심으로 수록하고 있음
- 제2편에서는 ‘함께 즐기는 원도심’이란 주제로 원도심 맛집, 추억의 장소를 소개하였고, 제3편에서는 ‘있다, 있다, 있다’란 주제로 원도심 내 근현대사건축물의 기록사진과 스토리를 담았으며, 제4권에서는 ‘차가 없다 사람이 있다’란 주제로 옛 충남도청사부터 대전역까지 스토리텔링으로 소개하는 내용들이 포함되었음
- 2013년 9월에는 길이 214m, 폭 13.3m, 높이 20m의 국내 최대 규모인 초대형 LED 영상시설인 ‘스카이라드’를 165억 원을 들여 준공하였으며, ‘대전오색 빛 축제’, ‘차 없는 거리’ 등 다양한 이벤트를 통해 점차 전국적인 인지도를 얻고 있음
- 2016년 국토교통부의 도시재생 공모사업에 선정되어 향후 6년간 500억 원 규모의 경제기반형 도시재생 사업인 ‘중앙로 프로젝트’ 마중물 사업이 추진 예정임



[그림 3-2] 제6차 대전권 관광개발계획 공간체계 구상 개념도

3) 공간별 개발방향

- 설정된 6개의 관광소권에 대해 관광자원의 분포유형과 개발에 따른 시기, 기타 지역별 숙원사업 등을 포괄적으로 감안하여 종합적인 관광기능을 검토한 결과 3개의 기능으로 구성됨

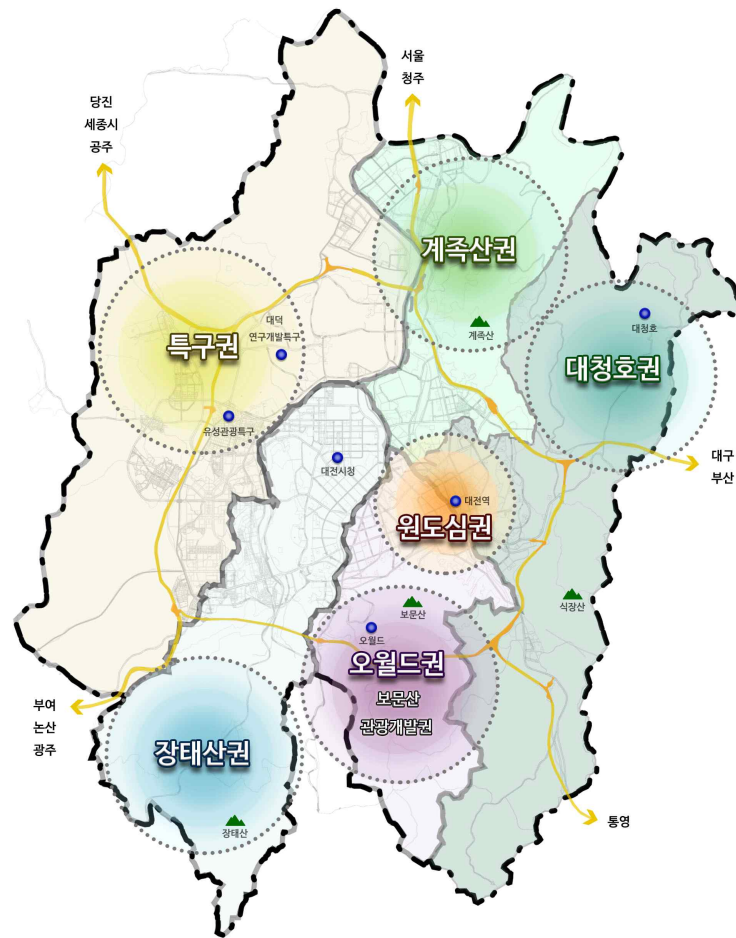
 - 대청호권·원도심권·오월드권 : 기존 관광자원의 효율적인 활용 목적의 지역
 - 유성특구권·장태산권 : 새롭고 흥미로운 자원을 꾸준히 창출해 나가야 하는 지역
 - 계족산권 : 역사문화적 자원을 기존의 자연자원과 연결시켜야 할 지역
- 개발 시기는 그 지명도나 개발여건에서 비교적 유리한 유성특구권을 거점화하여 우선적으로 집중개발하여 국제적인 경쟁력을 갖추도록 하며, 중기적으로는 대청호권, 원도심권, 오월드권, 기타 장태산권과 계족산권은 대전시민의 여가휴식공간으로 조성하고, 장기적으로는 백제문화권, 내포문화권, 금강문화권, 유교문화권과 연계하는 방향으로 유도함
- 따라서 ‘미래, 현재, 과거’라는 시간적인 개념에서 보다 미래지향적이고 대전권 관광을 대표할 수 있는 유성관광특구를 국제적 수준으로 육성시킴과 동시에 최첨단 과학시설과 서구지역의 행정타운, 쇼핑타운 등을 효과적으로 활용하는 새로운 관광 상품 개발을 도출함
- 보문산과 한밭종합운동장, 쇼핑상가 등이 밀집한 중구지역과 만인산, 식장산, 중앙재래시장, 대청호, 기타 도시 근교형 농업지역이 밀집한 동구지역에 대해서는 가능한 현재의 입장에서 대전권을 방문하는 관문역할에 충실토록 유도하며 부족한 시민 여가공간 확보라는 차원에서

접근함

- 계족산, 대청호를 비롯하여 동춘당, 회덕향교, 계족산성 등 자연과 역사 문화가 조화를 이루는 대덕구 지역은 한밭문화권을 대표할 수 있는 차원으로 접근하되 시급한 난개발보다는 보다 체계적이고 장기적 관점에서 향후 대전권 관광개발의 유보 잠재 지역으로 접근해야 함

<표 3-4> 관광지역별 도입기능의 배분

도입기능	해당권역	관광자원 활용형태	표적 시장	중점개발방향
거점기능 (미래)	유성특구 권	신규자원 창출형	국내외 관광객	<ul style="list-style-type: none"> - 우선적 집중개발 - 관광특구의 차별화 - 과학단지 및 행정타운 쇼핑타운 최대 활용 - 국제적 휴양지로 육성
부거점기능 (현재)	대청호권 오월드권 원도심권	기존자원 이용형	대전시민 및 도시근교권	<ul style="list-style-type: none"> - 구도심권 활성화 차원 - 교통, 정보기능 지원 - 대청호주변의 시민 여가휴식공간화 - 보문산 관광벨트화
배후지원 (과거)	계족산권 장태산권	역사자원 복원형	국내관광객	<ul style="list-style-type: none"> - 장기적 점진개발 - 자연과 역사문화 조화 - 생태관광 추구 - 한밭문화권 중심지화



[그림 3-3] 관광 소권 구상도

제2절 관광개발 사업평가

1. 기존 관광자원개발사업 평가

1) 문화 및 생태녹색관광자원 개발사업 평가

(1) 관광자원개발사업 내용

- 기존 관광자원개발사업은 총 9개소로, 문화 관광자원개발사업 4개소, 녹색·생태 관광자원개발사업 2개소, 기타관광자원개발사업 3개소 등으로 구성됨

<표 3-5> 기존 관광자원개발사업 총괄표

구분	사업명	추진주체	사업기간	사업비	사업내용
문화 관광 자원 개발	으능정이 멀티미디어·LED거리 조성사업	시 균형발전과	'10 ~ '13	165.5	- LED스크린설치(L=214m, B=13.3m), 콘텐츠 제작(10개)
	전통과 문화가 살아있는 골목재생사업	동구, 중구 대덕구	'11 ~ '14	140	- 한의약 인쇄골목 재생사업(동구) - 대흥동 골목 재생사업(중구) - 스토리가 흐르는 정려의 길 조성사업 (대덕구)
	대전엑스포기념품·세계엑스포기념품 박물관	시 문화산업과	'12 ~ '14	39.8	- 엑스포기념관 증축 및 리모델링 · 증축(421.93㎡) · 리모델링(4,776.19㎡)
	원도심 활성화를 위한관광기반시설 조성	동구, 중구 유성구 대덕구	'12 ~ '15	169.2	- 밖으로 나온 문화공간 만들기 사업, 한방 족욕 체험장 조성(동구) - 우리들공원 및 주변 재창조 사업, 부동산 문화마을 조성 프로젝트(중구) - 유성명물문화공원조성, 궁동 문화 마을 만들기(유성구) - 덕을 품은 길 조성사업, 만남어린이공원 조성사업(대덕구)
녹색 생태 자원 관광 개발	행평근린공원 관광벨트조성	공원녹지과	'12 ~ '16	270	- 사계절 테마원(화조원), 숲속체험학습원, 주차장 등
	금강 로하스 에코파크 조성 사업	대덕구	'13 ~ '14	20	- 폐 취수장(2개동) 리모델링 - 생태·문화체험, 물 홍보, 취수시설 전시·교육, 휴게쉼터 등 조성
기타 관광 자원 개발	사진찍기 좋은 녹색명소 조성	동구 대덕구 유성구	'13 ~ '15	1.6	- 사진찍기 좋은 명소 조성 3개소 동구('13), 대덕구('14), 유성구('15)
	상소오토캠핑장 조성사업	관광진흥과	'13 ~ '14	32	- 캠핑면 41, 관리실, 화장실2, - 샤워장, 취사장, 주차장 등
	수상레저관광기반 시설 설치사업	대덕구	'13 ~ '14	12	- 접안시설, 관리사무소, 카누구입 - 수상레저스포츠와 이용자 간의 연계 가능한 체험교실 운영

자료 : 대전시 관광진흥과 내부자료, 2015



(2) 관광자원개발사업 평가방법 및 평가지표

- 문화 및 생태·녹색관광 개발사업의 평가는 제2차 문화 및 생태녹색 관광자원개발사업 평가(문화관광연구원, 2012)의 관광자원개발사업 평가방법론에 근거하여 지역관광 전문가로 구성된 평가단이 관광자원개발사업의 적합성, 효율성, 효과성, 유용성, 지속가능성을 서면평가와 현장 평가로 실시함
- 제시된 방법에 따라 지방자치단체에서 송부한 문화 및 생태·녹색관광자원 개발사업 계획서를 토대로 사업의 진행 수준을 기준으로 계획단계사업과 집행·완료단계사업으로 구분하여 각 사업별 평가지표에 따라 평가를 실시함
- 평가지표는 평가 사례 및 문헌 연구, 전문가 그룹 운영을 통해 문화 및 생태·녹색관광자원 개발사업의 특성을 반영한 항목으로 도출되며, 전문가 평가를 통해 항목의 신뢰도(Reliability) 및 타당도(Validity)를 검증한 후 최종 확정함
- 계획단계 평가항목은 4개 대항목, 9개 중항목, 17개 소항목으로, 집행 및 완료단계 평가항목은 5개 대항목, 13개 중항목, 19개 소항목(생태·녹색관광자원일 경우 20개 소항목)으로 구성되며 각 항목별 중요도에 따라 가중치를 두어 평가에 활용함
- 서면평가와 현장평가는 5점 척도로 평가되며 100점으로 환산한 평가 결과를 산술평균하여 가중치가 적용된 배점에 따라 최종점수를 도출한 후 각 점수에 따라 평가 사업을 매우 우수사업(1등급: 80점 이상), 우수사업(2등급: 60점 ~ 80점), 보통사업(3등급: 40점 ~ 60점), 미흡사업(4등급: 20점 ~ 40점), 매우 미흡사업(5등급: 20점 이하) 등으로 분류함

<표 3-6> 계획단계 가중치 적용 배점표

대항목	중항목	소항목	배점
계획의 적정성 (19.1)	사업계획 적정성(8.5)	목표의 부합성	8.5
	추진능력(10.6)	추진의지 및 준비성	10.6
계획의 잠재력 (23.5)	자원의 매력성 또는 경쟁력(9.6)	지역 특화성	6.1
		자원의 고유성, 교육성, 진정성, 신기성-문화 관광자원 생태 가지, 보존, 훼손-생태·녹색관광자원	3.5
	자원의 시장성(13.9)	브랜드화 가능성	4.5
		콘텐츠 경쟁력	2.3
		마케팅 계획의 실천여부	7.1
계획 내용의 타당성 (34.7)	계획내용의 충실성(9.5)	관리·운영계획의 충실성	2.1
		계획수립에 투입된 인력의 전문성	2.9
		사업 추진과 관련한 지역주민의견 수렴여부	4.5
	사업규모의 적정성(10.7)	개발규모의 적정성 및 사업타당성	10.7
	재원조달 계획의 현실성(14.5)	재원배분의 적정성	3.3
		투자재원별 조달방안의 현실성 및 실현가능성	11.2
계획의 미래성 (22.7)	계획의 지속가능성(13.4)	지속가능 발전가능성	8.1
		소비자 관리계획	2.4
		모니터링 계획	2.9
	제반파급효과(9.3)	경제·사회·문화·환경 등에 대한 잠재적 효과	9.3
	계		100

자료: 문화관광연구원(2012). 제2차 문화 및 생태녹색 관광자원개발사업 평가.



<표 3-7> 집행 및 완료단계 가중치 적용 배점표

대항목	중항목	소항목	배점
사업 추진력 (15.7)	사업계획 적정성(3.8)	목표의 부합성	1.9
		개발 및 예산, 시설규모의 적정성	1.9
	추진능력(7.0)	추진의지 및 준비성	7.0
	주민참여 정도(4.9)	주민 참여도	4.9
개발 잠재력 (10.5)	자원의 매력성(5.1)	지역 특화성	1.7
		자원의 고유성, 교육성, 진정성, 신기성	3.4
	자원의 시장성(5.4)	브랜드화 가능성	1.0
		콘텐츠 경쟁력	3.5
		마케팅 계획의 실천여부	0.9
사업성과 (21.6)	사업집행실적(9.7)	계획과 공정의 일치성	5.1
		예산집행실적	4.6
	투자실적률(11.9)	국고 투자 실적	3.9
		지방비 투자실적	3.7
		민간 투자실적	4.3
관리 및 지속발전 가능성 (23.7)	운영 및 관리능력(10.4)	자원 및 시설관리	10.4
	지속발전의지(13.3)	발전계획 및 모니터링 체계	13.3
개발 효과성 (28.5)	관광객유치효과(8.2)	관광객 및 주민 이용자 수	8.2
	경제적 파급효과(10.4)	지역경제 기여도	10.4
	사회·문화적 파급효과(9.9)	지역사회 영향 및 인지도	9.9
계			100

자료: 문화관광연구원(2012). 제2차 문화 및 생태녹색 관광자원개발사업 평가.

(3) 기존관광자원개발사업의 평가결과

가. 문화 관광자원개발사업 평가결과

- ▣ 대전시 문화 관광자원개발사업 4개소에 대한 평가는 사업의 진행단계에 따라 집행·완료단계로 구분되어 집행·완료 사업의 평가지표와 가중치가 적용됨
- ▣ 평가 결과 4개소 모두 3등급으로 분류되었으며, 대전엑스포기념관·세계엑스포기념품 박물관이 59.4점으로 가장 높은 점수로 평가됨. 그 다음으로 골목재생사업, 원도심 관광기반 시설 조성사업, 으능정이 멀티미디어·LED거리 조성공사 순으로 나타남
 - 대전엑스포기념관·세계엑스포 기념품 박물관 건립사업은 대전 관광콘텐츠 발굴로 발전 가능성이 높게 평가되었으며 지속적인 홍보활동이 요구됨

- 으능정이 멀티미디어·LED거리 조성사업은 부족한 콘텐츠와 기존 상권 임대료 상승으로 인한 임차인 부담 가중(젠트리피케이션) 등의 문제 해결 방안이 요구됨
- 골목재생사업은 기대되는 마중물 사업으로 평가되나 사업추진과정 중 주민과 용역업체 마찰 등의 문제에 대한 해결과 지속적인 관리가 요구됨
- 원도심 관광기반조성사업은 5개 자치구별 지역숙원사업 위주로 진행되고 있는 점을 감안하여 관광자원개발사업 취지에 맞는 사업 진행이 요구됨

<표 3-8> 문화 관광자원개발사업 평가결과

평가항목		으능정이	골목재생사업	세계엑스포기념품 박물관 조성	원도심 관광기반시설
사업 추진력	사업계획 적정성	2.26	2.14	2.38	2.26
	추진능력	3.94	4.38	5.25	4.38
	주민참여 정도	1.84	2.45	1.23	2.45
	소계	8.04	8.97	8.86	9.09
개발 잠재력	자원의 매력성	2.87	3.29	3.72	3.40
	자원의 시장성	3.54	3.11	3.38	3.54
	소계	6.41	6.4	7.1	6.94
사업성과	사업집행실적	5.08	6.38	6.67	6.06
	투자 실적률	6.84	6.08	7.38	6.36
	소계	11.92	12.46	14.05	12.42
관리 및 지속발전 가능성	운영 및 관리능력	4.55	6.50	7.80	5.85
	지속발전의지	4.99	5.82	7.48	5.82
	소계	9.54	12.32	15.28	11.67
개발 효과성	관광객유치효과	4.61	5.64	4.61	5.13
	경제적 파급효과	5.85	5.85	4.55	5.20
	사회·문화적 파급효과	6.19	6.81	4.95	6.81
	소계	16.65	18.3	14.11	17.14
총점		52.56	58.45	59.40	57.26



나. 녹색생태 관광자원개발사업 평가결과

- 대전시 녹색생태관광자원개발사업 2개소에 대한 평가는 사업의 진행단계에 따라 집행·완료단계로 구분되어 집행·완료 사업의 평가지표와 가중치가 적용됨
- 평가 결과 행평근린공원 관광벨트조성사업은 56.95점으로 3등급사업으로 분류되었으며 금강 로하스 에코파크 조성사업은 72.87점으로 2등급인 우수사업으로 평가되었음
 - 행평근린공원 관광벨트 조성사업은 테마형 개발 컨셉으로 오월드, 플라워랜드와 연계한 마케팅전략으로 성공가능성이 높을 것으로 평가되며 도시공사 수탁을 통해 통합관리가 가능할 것으로 평가됨
 - 금강로하스 에코파크 조성사업은 유희자원과 지역축제를 연계하여 진행된 사업으로 브랜드화를 통해 대전시 대표 관광지로의 발전가능성이 높게 평가되나, 민간위탁 운영으로 시민들의 무료 이용이 어려운 점이 지적되어 이에 대한 대책마련이 요구됨

<표 3-9> 녹색생태관광자원 개발사업 평가결과

평가항목		행평근린공원 관광벨트조성	금강 로하스 에코파크 조성사업
사업 추진력	사업계획 적정성	2.49	2.85
	추진능력	4.38	5.69
	주민참여 정도	1.23	3.06
	소계	8.1	11.6
개발 잠재력	자원의 매력성	2.87	3.61
	자원의 시장성	3.04	3.56
	소계	5.91	7.17
사업성과	사업집행실적	5.20	7.56
	투자 실적률	5.64	8.26
	소계	10.84	15.82
관리 및 지속발전 가능성	운영 및 관리능력	6.50	7.80
	지속발전의지	6.65	9.14
	소계	13.15	16.94
개발 효과성	관광객유치효과	5.64	6.15
	경제적 파급효과	6.50	7.15
	사회·문화적 파급효과	6.81	8.04
	소계	18.95	21.34
총점		56.95	72.87

다. 기타 관광자원개발사업 평가결과

- 대전시 기타 관광자원개발사업 3개소에 대한 평가는 사업의 진행단계에 따라 집행·완료단계로 구분되어 집행·완료 사업의 평가지표와 가중치가 적용됨
- 평가 결과 상소오토캠핑장 조성사업과 수상레저관광 기반시설 설치사업이 각각 72.12점, 60.03점으로 2등급인 우수사업으로 평가되었으며, 사진찍기 좋은 녹색명소 조성사업은 57.90점으로 3등급 사업으로 평가되었음
 - 수상레저관광 기반시설 설치사업은 금강변 에코파크 일원에 설치되어 도보여행자나 자전거 이용자 증가로 인해 지속적인 성장이 기대되나 갑천변 수상레저시설과의 경쟁관계에 대한 신중한 고려와 함께 지자체와 민간의 공동홍보 방안이 요구됨
 - 상소오토캠핑장 조성사업은 캠핑인구 증가와 상소동 삼림욕장 옆에 조성되어 체반 운영비가 적게 드는 운영상 이점으로 인해 발전가능성이 높은 사업으로 평가되고 있으나, 향후 안정적인 경쟁력 확보를 위해 주변 금산, 옥천 등과의 차별화 전략이 요구됨
 - 사진찍기 좋은 녹색명소 조성사업은 사업성과에 대한 평가가 제한적이며 전체적인 사업의 효과가 미비할 것으로 평가되고 있음

<표 3-10> 기타 관광자원 개발사업 평가결과

평가항목		사진찍기 좋은 녹색명소 조성	상소오토캠핑장 조성사업	수상레저관광 기반시설설치사업
사업 추진력	사업계획 적정성	2.49	3.09	2.61
	추진능력	4.38	6.13	5.25
	주민참여 정도	2.45	2.14	2.76
	소계	9.32	11.36	10.62
개발 잠재력	자원의 매력성	3.51	3.83	3.19
	자원의 시장성	2.98	3.38	3.20
	소계	6.49	7.21	6.39
사업성과	사업집행실적	6.06	7.88	6.96
	투자 실적률	5.31	8.26	7.29
	소계	11.37	16.14	14.25
관리 및 지속발전 가능성	운영 및 관리능력	6.50	7.80	6.50
	지속발전의지	6.65	8.31	7.48
	소계	13.15	16.11	13.98
개발 효과성	관광객유치효과	6.15	6.66	4.61
	경제적 파급효과	5.85	8.45	5.85
	사회·문화적 효과	5.57	6.19	4.33
	소계	17.57	21.3	14.79
총점		57.90	72.12	60.03



(4) 관광자원개발사업의 종합평가

- 기존 관광자원개발사업 평가결과 핵심관광자원 개발사업은 녹색생태관광자원 개발사업인 금강 로하스 에코파크조성사업 1개소와 기타관광자원 개발사업인 상소 오토캠핑장 조성사업, 수상레저관광 기반시설 설치사업 2개소로 총3개소가 선정되었음
- 전략관광자원 개발사업은 문화관광자원 개발사업인 으능정이 멀티미디어·LED거리 조성공사, 전통과 문화가 살아있는 골목재생사업, 대전엑스포기념관·세계엑스포 기념품 박물관, 원도심 활성화를 위한 관광기반시설 조성사업 4개소와 녹색생태관광자원 개발사업인 행평근린공원 관광벨트조성사업 1개소, 기타관광자원 개발사업인 사진찍기 좋은 녹색명소 조성사업 1개소로 총 6개소가 선정되었음

<표 3-11> 기존 관광자원개발사업 평가결과

구 분	평가 결과
2등급 (60~80점미만)	<ul style="list-style-type: none"> - 녹색생태관광자원개발사업: 금강 로하스 에코파크 조성사업 - 기타관광자원개발사업 : 상소오토캠핑장 조성사업 수상레저관광 기반시설설치사업
3~4등급 (60점미만)	<ul style="list-style-type: none"> - 문화관광자원개발사업: 으능정이 멀티미디어·LED거리 조성공사 전통과 문화가 살아있는 골목재생사업 대전엑스포기념관·세계 엑스포 기념품 박물관 원도심 활성화를 위한 관광기반시설 조성사업 - 녹색생태관광자원개발사업: 행평근린공원 관광벨트조성사업 - 기타관광자원개발사업: 사진찍기 좋은 녹색명소 조성사업



[그림 3-4] 기존 관광자원개발사업 평가결과

(5) 기존 관광자원의 정비·보완 방향

- 관광자원의 자원성, 사업 추진 상황에 대한 정량적 평가 결과, 개발 잠재력, 제약요인의 극복 가능성 등을 고려하여 대전시 관광자원개발사업을 원안추진사업, 계획보완사업, 지정취소사업 등으로 유형화하여 재정비할 필요가 있음
- 선정 근거
 - 원안추진사업 : 정량적 평가 결과가 60.0점 이상이면서 개발 잠재력 및 각종 제약요인의 극복용이성 측면에서 우수한 관광자원을 우선적으로 분류하고 상대적으로 양호한 관광자원을 예정관광지 및 핵심관광자원으로 선정함
 - 계획보완사업 : 정량적 평가 결과가 60.0점 미만이면서 개발 잠재력 및 각종 제약요인의 극복용이성 측면에서 미흡한 관광자원을 선정함
 - 지정취소사업 : 관광자원로서의 개발 잠재력 및 각종 제약요인의 극복이 거의 불가능하고 계획수립이 미흡하거나 사업추진내용이 미진한 관광자원
- 제시한 선정 근거에 따라 대전시의 관광자원개발사업은 원안추진사업과 계획보완사업으로 구분되며, 원안추진사업에는 금강 로하스 에코파크 조성사업, 상소오토캠핑장 조성사업, 수상레저관광 기반시설 설치사업 등과 계획보완사업에는 으능정이 멀티미디어·LED거리 조성공사, 전통과 문화가 살아있는 골목재생사업, 대전 엑스포기념품·세계 엑스포 기념품 박물관, 원도심 활성화를 위한 관광기반시설 조성사업, 행평근린공원 관광벨트조성사업, 행평근린공원 관광벨트조성사업 등으로 평가되었음

<표 3-12> 관광자원 개발사업 종합평가

구분	소계	사업추진여부			원안추진사업	계획보완사업
		원안 추진	계획 보완	추진 취소		
문화	4		4			<ul style="list-style-type: none"> ●으능정이 멀티미디어·LED거리 조성공사 ●전통과 문화가 살아있는 골목재생사업 ●대전엑스포기념품·세계엑스포기념품 박물관 조성 ●원도심 활성화를 위한 관광기반시설 조성사업
생태 녹색	2	1	1		●금강 로하스 에코파크 조성사업	●행평근린공원 관광벨트조성사업
기타	3	2	1		<ul style="list-style-type: none"> ●상소오토캠핑장 조성사업 ●수상레저관광 기반시설설치사업 	●사진찍기 좋은 녹색명소 조성사업



2. 관광특구 평가

1) 평가 목적

- 관광특구 평가는 관광특구 지정의 효과 및 법적 적합여부를 평가하기 위한 관광특구의 현황 및 관리에 관한 종합 평가로서 지역의 관광환경 변화에 따른 관광특구의 여건 분석을 통해 드러난 문제점의 정책개선안을 제시하여 관광특구의 정체성을 확립하고 경쟁력을 확보하려는 목적이 있음

2) 평가 대상

- 관광진흥법 제73조에 준하여 관광특구로 지정된 지역을 대상으로 평가가 실시되며 대전권에는 1994년 관광특구로 지정된 유성관광특구가 이에 해당됨

< 유성관광특구 개요 >

- 명 칭 : 유성관광특구
- 위 치 : 대전광역시 유성구 봉명동, 장대동, 구암동, 궁동, 어은동, 도룡동 일원
- 지정면적 : 5,858,972m²
- 지정일자 : 1994.08.31.

<표 3-13> 유성관광특구의 관광자원현황

구 분	내 용		개소수
자연관광자원	엑스포과학공원(1), 대전영상물단지(1), 궁동유적지(1)		3
인문관광자원	유성온천문화축제(1), 야외온천족욕체험장(1), 경륜장(1), 방송국(2), 대전컨벤션센터(1), 국제회의기획업(10)		16
시설관광자원	관광업체	여행업(85), 관광숙박업(12), 관광이용시설업(1), 국제회의업(1), 국제회의기획업(10), 관광객편의시설업(22)	131
	관광시설	공익편의시설(126), 관광안내시설(39), 숙박시설(12), 휴양·오락시설(10), 접객시설(27), 상가시설(7)	221

자료 : 유성구 내부자료, 2014

(1) 관광여건

- 유성관광특구는 온천, 특급호텔, 가족호텔, 일반 숙박업소, 대전컨벤션센터 등의 관광인프라가 구축되어 있어 대전시 외국인 관광객의 92.3%가 방문하는 중부권 관광거점 도시로, 최근 의료관광사업 활성화의 일환으로 설치된 유성선병원 국제검진센터에 건강검진 등의 이유로 외국인 관광객이 급격히 늘고 있는 추세임
- 세종시, 대덕연구개발특구 등 지역 내외에서도 대규모 개발계획이 추진되고 있어 특구에 대한 관광수요가 증가할 것으로 예상되고 있으며 유성구 자체적으로도 온천의 목욕 중심이 아닌 온천수 이용 보양온천의 개발과 첨단과학의 접목을 통한 관광명소로의 마케팅 전략을 펼치고 있음

<표 3-14> 유성관광특구의 관광객 현황

(단위 : 명)

연도	관광객 수	내국인	외국인
2010	9,113,315	8,759,044	354,471
2011	9,359,528	8,880,184	479,344
2012	9,148,436	8,724,697	423,789
2013	8,744,721	8,221,295	523,426

자료 : 유성구 내부자료, 2014

(2) 주요 추진사업

<표 3-15> 유성관광특구 주요 추진사업 총괄표

(단위 : 천원)

사업명	사업위치	사업기간	사업비	사업내용
유성온천 건강특화거리 조성사업	온천로~선병원 / 16,500m ²	2013~ 2018	450,000	온천수 체험, 건강 테마거리 조성, 관광안내 시스템 설치, 쉼터 조성, 힐링 마이의 정원 등
사진찍기 좋은 명소 조성	세동 농촌체험 마을 일원	2015.03 ~2015.06	80,000	연꽃지 및 데크 조성, 토피어리, 안내판 설치 등
문화관광 홈페이지 개편	-	2014.10 ~2015.01	22,000	문화관광 홈페이지 구축
관광객 유치에 위한 관광홍보설명회 개최	유성구 일원	2014.11.20. ~11.21	9,500	수도권 파워블로거를 초청하여 우리구 관광 자원에 대한 홍보설명회 개최 및 유성 주요 관광지 답사 및 취재
백제문화권 관광협력 및 관광벨트화 사업	-	2012~	50,000 (14 사업비)	백제문화권 자치단체(대전시 유성구, 공주시, 부여군, 금산군, 전북 무주군) 교류활동, 지자체별 대표축제 홍보관 운영, 관광기념품 및 홍보물 제작, 내나라 여행박람회 참가, 관광여행상품 개발 등
관광안내책자 제작	-	2014	10,000	유성 관광 안내책자 제작 1,000권

자료 : 유성구 내부자료, 2014



3) 평가 내용

(1) 기본 방향

- ▣ 관광진흥법 제73조 및 같은 법 시행령 제60조, 관광특구 진흥계획의 수립 및 집행상황 평가 등 지침에 의거 관광특구 지정요건 적합 여부 평가를 통한 관광특구의 지속적 지정 운영 효율성 평가
- ▣ 관광특구 진흥계획 추진실적의 평가를 통한 관광특구의 지속적 발전방안의 수립

(2) 평가방법

- ▣ 관광특구 평가는 지역관광 전문가로 구성된 평가단이 관광 특구 지정요건, 진흥계획 추진 실적, 특구의 파급효과 등에 관해 서면평가와 현장실사로 평가함
- ▣ 관광특구 평가항목은 관련 문헌 및 사례분석, 전문가 자문회의, 지자체 설명회 등의 결과로 선정되었으며 도출된 각 지표는 전문가 평가를 통해 항목의 신뢰도(Reliability) 및 타당도(Validity)를 검증한 후 최종 확정함

(3) 평가 항목

- ▣ 관광특구 평가항목은 3개 대항목, 18개 중항목으로 구성되며, 5점 척도로 평가된 서면평가와 현장평가의 점수를 100점으로 환산한 후 그 결과를 산술평균하여 가중치가 적용된 배점에 따라 최종점수를 도출함

<표 3-16> 유성관광특구 평가 항목

평가 항목		평가 지표
관광특구 지정요건	외국인 관광객 수 현황	외국인 관광객 수 적합 여부
	관광시설 현황	관광시설 구비 기준 적합 여부
	토지이용 현황	비 관광활동 면적 비율 10% 초과 여부
	지구분리 현황	동일 관광특구의 2개 이상 지구분리 여부
진흥계획 추진실적	관광편의시설개선실적	공공편의시설, 관광안내시설 등 관광편의시설 개선 실적
	축제·행사 개최계획	외국인 관광객을 위한 축제행사 개최 횟수
	홍보·마케팅 추진실적	외국인 관광객 유치를 위한 해외 홍보 마케팅 실적
	제도개선 실적	관광객 유치를 위한 제도개선 수행 실적
	연계관광코스 개발 현황	연계관광코스 개발 등 연계활성화를 위한 노력
	관광환경 개선 실적	관광 질서 및 관광서비스 개선 노력
	불법행위 자발적 근절 노력	민간협의회 등 외국인 관광객에 대한 불법영업 행위 및 불편 행위에 대한 자발적 근절 노력
	외국인 관광객 불만처리 실적	외국인 관광객 불만사례 발생 빈도 및 처리 횟수
	관광시설 종사원 교육실적	관광특구 내 근무하는 종사원에 대한 교육실적
	관광상품 개발 실적	토산품 등 관광상품 개발 실적

평가 항목		평가 지표
파급 효과	외국인 관광객 수	연도별 외국인 관광객 증감률
	관광수입	연도별 관광수입 증감률
	외국인 관광객 만족도	부문별 외국인 관광객 만족도 조사(숙박, 교통, 음식, 문화, 치안, 위생, 요금, 관광시설, 관광활동 등)
	관광고용	해당 지역 내 관광인력 고용 증감률

4) 평가결과

- ▣ 평가 등급 기준에 따라 70점미만의 경우 진흥계획 추진 실적이 미흡한 것으로 평가하고 있으며 70점 이상의 경우 우수등급으로 평가하고 있음
- ▣ 유성관광특구는 총점 89.4점으로 우수등급으로 평가되었음

<표 3-17> 평가기준에 따른 조치 사항

등급	우수	보통	미흡	부진
점수 기준	80점 이상	70점 이상 ~ 80점미만	50점 이상 ~ 70점미만	50점미만
조치 사항	—	—	개선 권고	개선권고

5) 특구 활성화를 위한 정책적 제언

- ▣ 신소재 발굴 및 가족친화형 관광환경 조성 방안 마련을 위한 중장기적 로드맵 제시
- ▣ 야간투어 상품 등의 유성관광특구 체류형 관광 프로그램 마련
- ▣ 효율적인 외국인 불만처리를 위한 업계와의 연계방안 마련 및 ‘불만처리 사례집’ 발간
- ▣ 대외인지도 강화를 위한 유성온천문화축제의 지속 추진 및 확대 방안 마련



제3절 전략별 관광개발 사업계획

1. 보문산 관광개발 사업계획

1) 여건 검토

○ 기존 낙후 시설의 정비 및 보완

- 보문산은 대전의 모산(母山)으로 기존 관광 및 여가 명소였으나 도입시설의 노후화와 경관 훼손 등 많은 문제점이 야기되면서 관광객을 비롯한 방문객 감소가 나타나고 있는 실정임
- 기존의 시설을 대체할 수 있는 시설 도입 마련과 기존의 자원과 연계하여 상생할 수 있는 시설 및 프로그램 등에 대한 검토가 필요함
- 대사지구 진입로 등을 포함한 전반적인 미관과 경관 개선을 위한 정비 개선사업이 필요

○ 보문산의 관광잠재력 확인을 통한 홍보

- 보문산에 대한 전반적인 현황과 자원 등을 정확히 파악하고 관광잠재력을 가진 자원 등에 대해 잠재관광객에게 전략적으로 홍보하여 관광활성화에 기여함
- 보문산에 관광매력 자원을 발굴하여 새로운 관광자원 및 상품으로 개발하고 관광객 유입을 위한 적극적인 홍보 방안 마련이 시급함

○ 대전의 관광거점지역으로 성장 기반 마련

- 도심에 있는 접근성의 양호함에도 불구하고 관광객 유입이 저조한 상황을 타개할 수 있는 관광지에 대한 이미지 정립과 이를 위해 관광지로서의 기능강화 시설 도입이 필요함

○ 도심과의 연계성 활용

- 보문산은 도심과 연접한 도심형 자연녹지공간으로 도시민의 이용이 높고 외래방문객의 비중이 높은 상징적 공간이므로 도시민과 방문객의 주말 레저형 체험이 가능하고 가족이 함께 즐길 수 있는 사업 및 프로그램 개발이 필요함

○ 대전 내 산업단지/연구기관 밀집

- 보문산권을 중심으로 산업단지와 연구기관이 밀집되어 있어 보문산권의 배후지역을 대상으로 한 마케팅 방안이 요구됨

○ 주중 수요 및 공급 확보 필요

- 보문산은 주말에 이용률이 높은 반면 주중에는 낮은 이용률을 보이고 있어 주중 수요

를 확보하기 위한 매력적인 시설 도입 및 프로그램 개발이 요구됨



[그림 3-5] 보문산 관광개발 기본방향

2) 추진 전략

- 자연친화적 스마트 치유·웰빙관광 선도
 - 보문산의 자연을 보전하며 이용할 수 있는 이용 관점의 자연친화적인 생태관광 조성
 - 시민과 방문객이 모두 즐거운 수요형 스마트관광 구축
- 방문하면 즐거운 매력장소 조성
 - 탈거리와 볼거리 및 먹거리 등이 다양한 공간 창출
 - 체류하며 즐길 수 있는 여건 및 프로그램 도입
- 즐겁고 행복한 가족형 공원 조성
 - 다양한 여가기회 제공과 가족단위 방문객이 즐거운 가족형 공간 조성
 - 원도심과 연계한 역사와 문화의 관광코스 개발로 가족 모두가 재미있는 프로그램 제공
- 도시민의 여가 및 관광과 가족이 함께 즐길 수 있는 체험형 레저시설
 - 도시민의 여가 수요의 빈도가 증가하면서 근거리 여가시설 필요성이 증대되었고, 자녀를 둔 가족단위 여가수요의 지속적인 증가로 자녀 중심의 교육과 체험이 가능한 레저형 여가시설도입을 구상
- 보문산 자연을 활용한 자연친화적 공간 조성
 - 보문산의 자연환경을 배경으로 한 최소한의 자연자원 이용 및 개발 도모
 - 자연자원의 소비 차원에서 보존과 이용을 감안한 개발 계획 및 프로그램 구성
- 도시공원과 관광지의 개념을 통합
 - 도시공원 공간인 관광관련 시설 등을 유입시켜 대전시민과 타 지역 방문객이 모두 함께 즐길 수 있는 신개념의 유원지 조성으로 차별화된 관광벨트로 개발 구상
 - 또한 시민에게 편의시설을 제공하고 방문객에게 유희적 체험을 제공할 수 있는 체험시설



도입 구상

3) 전략사업

(1) 대사지구

가. 보문 스카이힐스(대전랜드마크 타워)

■ 사업목적 및 여건

○ 사업목적

- 보문산은 도심과 가장 가까운 대표 명산으로 도심을 조망할 수 있는 여건을 갖추고 있어, 기존의 전망대를 보다 가치 있는 장소로 개발하는 방안 필요
- 대전 도심을 조망할 수 있는 대표 시설의 부재로 도심을 보다 편리하게 조망할 수 있도록 다양한 시설 등을 갖춘 조망가능한 공간의 재설치 필요
- 전망대의 역할 뿐만 아니라 하늘 위를 걷는 느낌을 체험할 수 있도록 조성

○ 여건분석

- 현재 보문산 중턱에 위치한 보문대(보문산 전망대)의 이용객은 감소하고 있으나, 대전의 도심이 확대·팽창됨에 따라 보다 좋은 공간에서의 도시 조망 수요가 증가하고 있음
- 보문대가 대전 전체의 도심을 조망하기에는 한계가 있어 대전의 명산이자 모산인 보문산에 랜드마크 기능이 가능한 신규 전망 탑을 건립하는 사업이 필요함
- 또한 주변 지역에 아쿠아리움 시설의 재개장, 목재문화 체험장의 조성 등이 확정됨에 따라 방문객 증가와 이용객의 수요가 증가할 것으로 예상됨



[그림 3-6] 보문산 전망대 여건 및 현황도

■ 사업구상 및 개요

○ 사업지역 선정

- 접근성이 용이하며, 전망대로서의 역할을 수행할 수 있는 공간 필요
- 기존에 전망대 위치가 적절할 것으로 판단되어 보문대를 재정비하는 차원에서 선정

○ 사업구상

- 기존의 시설이 갖고 있는 기능을 살리면서 신규 도입시설의 재설치



▣ 보문산과 대전지역의 랜드마크가 될 수 있는 시설로 조성



[그림 3-7] 남해, 정선, 서울 전망대

○ 사업개요

- ▣ 사업명 : 보문스카이힐스(대전랜드마크타워)
- ▣ 위치 : 대전시 중구 대사동 산 1-27번지 일원(보문대 부지)
- ▣ 사업내용 및 도입시설
 - 전망대(45m/1,500㎡) / 전망테크
 - 관리시설
 - 편의시설 및 부대시설(레스토랑, 카페, 기념품 판매점 등)
 - 소규모 광장
- ▣ 사업시기 : 2017-2020년
- ▣ 사업규모 : 부지면적 480㎡ / 건축면적 1,500㎡(높이-45m)
- ▣ 사업주체 : 대전시/대전마케팅공사
- ▣ 사업비 : 100억 원

<표 3-18> 보문스카이힐스(대전랜드마크타워) 사업비

사업구분	사업량	단가	사업비(백만 원)	비고
지반공사	1식		2,000	
전망대(건축)	높이 45m / 1,500m ²	330만원/m ²	5,000	
스카이데크	둘레 100m	200만원/m	2,000	
부대시설 및 주차장	1식		500	
광장	1식		500	
계			10,000	



■ 사업추진 계획

○ 토지이용계획 및 시설배치계획

- 대상부지가 협소하므로 시설의 도입과 배치를 효율적으로 이용할 수 있도록 계획 수립
- 주변의 수목을 훼손하지 않는 범위에서 조망 공간 마련
- 기존의 양호한 경관적 요소나 시설과 연계되는 계획으로 공간별 연속성 유지
- 기존의 조망공간을 확대할 수 있도록 스카이다크 조성

○ 추진계획

- 부지매입에 대한 부담이 없으므로 사업비 확보 시 기존의 기능을 보다 획기적으로 수용할 수 있는 시설로 도입

○ 활성화 방안 및 기대효과

- 대전을 조망할 수 있는 시설 도입으로 외지방문객들의 이용증대
- 관광객의 볼거리 강화로 보문산의 매력도 증진



[그림 3-8] 보문스카이힐스(대전 랜드마크타워) 이미지

나. 관광안내 센터(Visitor Center)

■ 사업목적 및 여건

○ 사업목적

- 보문산을 보존하고 효율적으로 이용하기 위한 관리체계의 도입과, 이를 운영할 수 있는 사무실 및 관광객에게 편의를 제공할 수 있는 센터를 조성하여 효율적으로 이용을 돕고 홍보기능 강화
- 관광객에게 체계적인 홍보와 이용 확대를 유도하여 체류시간 연장 및 만족도를 제고시키고 이를 통해 재방문을 유도하여 지역경제 활성화 도모
- 대사근린공원의 지역경제 활성화와 체계적인 이용을 위한 전략적 도입시설 및 상주인구 증대를 위한 계획과 운영적 측면의 효율적인 이용 관리방안 모색이 요구됨
- 외국인 관광객을 위한 수용태세를 확대하고 보다 쾌적한 관광환경 및 인프라 조성
- 보문산의 푸른 녹음과 자연에 대한 교육 및 중요성에 대해 설명하고 보문산의 자연과 생태환경에 대해 홍보할 수 있고 지역주민의 편의 증진을 위한 공간 도입
- 보문산 BI(Brand Identity)개발과 이를 활용한 보문산 가치의 재생산 및 가치 극대화를 위한 종합적인 이용관리 체계의 설립이 필요하며, 특히 기존의 대전의 공원을 종합적으로 관리하는 체계에서 벗어나 보문산만을 관리할 수 있는 조직의 구축과 정비가 필요함

○ 여건분석

- 현재 보문산 대사근린공원은 관광자원으로서의 기능을 수행하기 보다는 주로 등산로로 이용되고 있어 현재의 보문산 입구 기능을 강화하고 보다 체계적인 보문산 관광을 유도할 수 있는 시설 도입 및 여건 마련이 요구됨
- 보문산 신규 개발 방안에 따른 신규 수요확대가 예상되며, 또한 재개장 된 아쿠아리움 시설, 관광교통수단 및 목재체험장 등의 다양한 체험 시설 등이 도입될 경우 이를 효과적으로 패키지화하여 판매할 수 있는 전략 방안이 요구됨
- 보문산의 입구기능 강화와 거점지구로서 외국인 관광객의 증대가 예상되므로 외국인을 위한 편의기능을 확대하는 방안이 필요함



[그림 3-9] 관광안내센터 여건 및 현황도

■ 사업구상 및 개요

○ 사업지역 선정

- 보문산 권역 내에 방문객이 비교적 많은 지역과 도입시설이 밀집된 장소로 선정
- 행평근린공원 내의 오월드와 뿌리공원, 대사근린공원의 입구지역이 후보지역으로 선정되었으나, 선정결과 오월드는 현재 관광안내소가 위치하고 있고, 뿌리공원은 보문산권역의 핵심시설과 다소 연계성이 약하여 대사근린공원 입구지역으로 선정

○ 사업구상

- 지역주민 및 관광객 등 보문산을 이용하는 모든 방문객들에게 쉼터를 제공하며, 이용의 편리성을 도모할 수 있는 관광안내센터 및 숲해설교육관 등의 직접 시설을 통한 편의성을 갖추
- 관광객의 편의시설과 편의를 위한 티켓판매, 관광안내 자료 배포 및 홍보 기능을 수행
- 외국인 관광객을 위한 면세점 도입으로 보문산권역의 관광시장을 국외로 확대하고 대전의 대표 관광지로 육성함
- 지역주민이 이용할 수 있는 문화시설 도입으로 공연과 문화체험의 기회를 제공하여 쾌적한 정주여건을 마련함
- 효율적 운영 관리를 위한 전문요원의 배치 필요



[그림 3-10] 호주 관광안내소 i-site

○ 사업개요

- 사업명 : 관광안내센터(Visitor Center)
- 위치 : 대전광역시 중구 보문산공원로 477-10 일원
- 사업내용 및 도입시설
 - 종합 관광안내센터 건립
 - 안내책자 및 홍보물 제작
 - 전임 상시인력 교육 및 배치
 - 편의·문화시설 도입 및 티켓판매
 - 면세점 시설 도입



－ 지역주민 교육 및 복지 프로그램 운영

- 사업시기 : 2016-2018년
- 사업규모 : 부지면적 2,000㎡/ 건축면적 1,500㎡(500㎡ × 3층)
- 사업주체 : 대전시 / 대전마케팅공사
- 사업비 : 60억 원(부지매입 20억 원)
 - 부지매입 20억 원
 - 건축비 및 시설비: 30억 원
 - 내부시설비 : 5억 원
 - 주차장 및 부지정지 : 5억 원

<표 3-19> 관광안내센터 사업비

사업구분	사업량	단가	사업비(백만 원)	비고
부지매입비	2,000㎡	100만원/㎡	2,000	
건축비 - 비지터센터 - 면세점 - 지역주민 편의센터	1,500㎡ 500㎡ × 3층	200만원/㎡	3,000	
내부 시설비	1,500㎡ 500㎡ × 3층	1식	500	
주차장 및 부지정지	500㎡	44만원/㎡	500	
계			6,000	

■ 사업추진 계획

○ 토지이용계획 및 시설배치계획

- 사업지역 내의 사용 가능한 신규 건축시설을 리모델링하여 건축비를 최소화하고 사업을 보다 빠른 시기에 실시할 수 있도록 여건 조성
- 보문산권역의 도입기능을 담당할 관광안내센터 및 숲해설교육관은 방문객의 이용 및 편의시설에 이용의 불편이 없도록 최대한 반영한 도입시설 계획
- 관광안내센터 1층은 편의시설 제공과 안내기능을 담당하고 패키지상품을 판매하는 공간으로 조성하고, 2층은 면세점 시설을 도입하여 외국인을 위한 전용 판매 기능을 담당하며, 3층은 기타 관광객과 지역주민을 위한 편의시설과 숲해설 교육관으로 계획

○ 추진계획

- 보문산권 개발을 위한 전초적인 기능과 역할로서 과업을 분장하고, 시설 도입 완료 후 운영적 측면에서 조직의 업무 재편성



- 관광안내센터의 지속가능한 운영 능력을 담보하기 위한 수익기반 마련이 필수적 요소임
 - 관련시설의 입장권 판매 및 자체적인 패키지 프로그램 구성과 판매로 부가적인 이익을 창출하고, 숙박시설과 연계 안내 및 예약 기능을 담당함
 - 보문산권 사업의 거점기능을 수행할 수 있는 관리·감독 기능 수행
 - 장기적인 관점에서 보문산뿐만 아니라, 대전의 모든 관광상품을 패키지로 구상하여 대전 전체를 홍보하고 관광안내를 할 수 있는 핵심적 기능지역으로 도약함
 - 숲 해설 교육관을 통해 보문산의 푸른 녹음과 자연 및 생태자원을 홍보하고 어린이 및 청소년 등에게 보문산 자연·생태의 중요성에 대해 고취
- 활성화 방안 및 기대효과
- 지역의 방문객 증대로 인한 지역경제 활성화를 도모함
 - 대전지역 외국인 관광객 유치에 용이하며, 대전의 대표 관광지로 발전하는 전략방안을 모색하는 데에 용이함
 - 방문객에게 실용적인 안내 제공으로 체류시간을 증대시키고 방문 만족도 제고 등으로 재방문 극대화 모색
 - 대전의 모든 관광지를 통합하여 안내하는 관광의 핵심 및 거점기능 지구로 발전발판을 마련하여 관광중심지구로 지정



[그림 3-11] 관광안내센터 조감도

(2) 행평지구

가. 워터파크 및 숙박시설(오! 스파랜드)

■ 사업목적 및 여건

○ 사업목적

- 보문산은 가족이 편하게 찾고 즐길 수 있는 공간이며, 주변 오월드와 뿌리공원은 가족단위 방문객이 즐겨 찾는 명소라고 할 수 있음. 현재 오월드와 뿌리공원의 시설이 가족에게 친화적인 공간으로서의 역할을 담당하고 있어 두 공간 사이의 역할을 강화할 수 있는 추가적인 가족친화 공간을 도입하여 시너지를 창출하고 이를 통해 방문객들의 체류를 유도하는 방안이 필요한 상황임
- 오월드와 연계기능강화 및 숙박형 관광객유입을 위해 즐길 거리 강화와 여름 계절상품의 필요성에서 워터파크 도입이 필요함. 이를 통한 볼거리 및 즐길 거리 강화로 체류시간 연장을 통한 숙박형 관광객 창출로 이를 수용할 수 있는 숙박시설 도입이 요구됨
- 이러한 신규 숙박 인프라는 주변 뿌리공원을 비롯하여 보문산 일대의 야간관광활성화 계획 등을 통해 보문산권내 체류시간 증대효과를 기대할 수 있으며, 국민 여가 및 관광형태 변화에 따른 가족형, 체험형 숙박시설의 기대에 부합하는 형태로 구성되어야함
- 안영체육시설단지 조성으로 전국대회 개최시 숙박시설 부족이 예상되므로 이러한 예비수요를 위해 숙박시설 도입이 필요함
- 오월드의 기능에 워터파크의 기능을 복합화 하여 청소년에게 매력적인 시설 및 관광지로 부상할 것으로 예상되어, 수학여행을 유치할 수 있는 저렴한 유스호스텔을 도입하여 단체방문객 및 가족단위 방문객이 이용할 수 있도록 함
- 가족단위 방문객과 재방문객의 증가가 예상됨에 따라 다양한 테마의 가족단위 방문객수요를 충족할 수 있는 숙박 관련시설 수요에 맞는 테마파크를 조성하기 위함

○ 여건분석

- 사업대상지는 현재 오월드와 뿌리공원 사이에 위치한 지역으로 관련시설의 브릿지 역할이 가능한 도입이 요구됨
- 특히 사업지역의 경사가 완만하고 오월드 및 뿌리공원과 인접하여 경유형 방문지로 적당하며 대전시민에게도 접근성이 양호한 지역임
- 대상지역의 북측은 지형의 고저차가 크지 않고, 완경사의 양호한 자연여건과 연관요소를 보유하고 있으며, 오월드와 뿌리공원의 많은 방문객을 유입시키기에 용이한 지역임



[그림 3-12] 현장사진 및 여건분석

■ 사업구상 및 개요

○ 사업지역 선정

- 숙박시설 도입은 보문산의 신규시설 개발 계획과 맞물려 필요성이 높아지고 있는 상황에서 인기 있는 기존시설과 신규 도입시설의 연계성 및 보완성을 통해 시너지 효과를 창출할 수 있는 지역을 선정의 기준으로 정함
- 장래 보문산 권역 내 시설의 이용수요와 행태변화에 탄력적으로 대응할 수 있는 공간체계를 구상하고, 도입활동의 성격에 따라 각각의 활동특성과 기능, 경관 등을 고려하여 유기적인 공간체계를 구축할 수 있는 지역으로 선정함
- 특히 시설 도입을 통해 시설 간의 단절된 축을 잇고, 시설간의 유기적인 형성으로 시너지 효과를 창출할 수 있는 공간으로 구상함. 오월드, 플라워랜드 시설과 뿌리공원의 연계가 부족하여 이 두 시설간의 중간기점에 신규 도입시설이 필요하며, 오월드 입구쪽 좌측 유희부지가 이러한 시설 도입에 적정하다고 판단됨
- 또한 행평근린공원 구역은 보문산권역 내에서도 가장 넓은 공원구역 면적을 갖고 있어 시설 간 유기적인 기능이 미약할 수 있으므로 신규 도입시설이 필요함
- 오월드와 뿌리공원을 유기적으로 연계하고 체류시간을 연장하여 신규 도입시설을 통해 숙박형 관광객 창출에 유리할 것으로 판단됨
- 오월드의 유희시설에 부족한 워터파크 기능을 강화하여 뿌리공원과 연계한 시너지 기능을 창출할 수 있는 공간으로 모색한 결과 오월드 입구 유희부지가 가장 적정할 것으로 판단됨
- 대전시가 부지를 매입하고, 민간투자를 유치하는 방식으로 최소 공간을 활용한 필요시설을 도입하여 공간적 기능의 가치를 극대화 함

○ 사업구상

- 오월드의 기능을 강화하는 차원에서 워터파크를 조성하고, 민간자본을 통해 숙박형 관광객을 위한 숙박시설 도입을 추진함
- 또한 수학여행 및 청소년을 위한 단체관광객 수요를 충족할 수 있는 콘도형의 숙박시설을 도입하고, 워터파크와 연계한 시너지효과 창출과 오월드 및 뿌리공원 방문객을 유입하거나 재방문을 유도하는 집객시설로 구상함
- 다양한 물놀이 시설 이외에도 물 관련 치료 프로그램 등을 도입하여 3대 가족 모두가 즐길 수 있는 중부권 최고의 숙박기능을 갖춘 워터파크로 조성함
- 시즌별 유스캠프와 가족·단체캠프, 바자캠프, 이벤트캠프 등을 유치하여 청소년과 가족 단위 방문객 유입을 극대화 함
- 대상지역의 면적은 최대 124,800㎡가 가능하나 110,600㎡ 수준에서 시설계획 검토중으로 민간자본 유치 시 위락시설로 사용 가능한 부지가 제한적인 만큼 110,600㎡ 부지를



매입하여 민간투자 시설과 협력하여 필요시설을 도입함

- ▣ 전체 면적인 110,600m² 매입 시 토지보상(110억 원)과 지장물 보상(40억 원)을 포함한 150억 원이 필요함
- ▣ 또한 사업유형에서 사업비는 전액 민간사업으로 유치하는 방향과 부지매입은 대전시에서 투자하고 공사·운영은 민간 사업자를 유치하는 방향으로 구상함



[그림 3-13] 워터파크와 연계된 숙박시설 사례



○ 사업개요

■ 사업명 : 오-워터파크 조성

■ 위치 : 대전광역시 중구 산서로 81-55 일원

■ 사업내용 및 도입시설

- 부지정비
- 진입로 정비 및 개선, 도로 및 주차장
- 커뮤니티 공간(공익시설 공간)
- 워터파크
- 콘도미니엄(유스호스텔)
- 피크닉장
- 기타 관리동

■ 사업시기 : 2017-2021년

■ 사업규모 : 110,600㎡

■ 사업주체 : 대전시 / 대전마케팅공사 / 민간부문

■ 사업비 : 520억 원(지방비 150억 원, 민간투자비 370억 원 유치)

<표 3-20> 워터파크·유스호스텔 도입시설

시 설 구 분	세부시설 구성
인공파도풀/ 어드벤처 워터풀	- 파도를 인공적으로 다양하게 연출하여 파도를 타는 느낌을 주며, 수영을 못하는 사람과 활동적인 젊은 계층에게 레저와 휴양기능을 제공
워터슬라이드/ 튜브슬라이드	- 워터파크에서 익사이팅한 놀이시설로 이용자의 흥미를 유발하는 시설
유수풀	- 이용자의 의도와는 상관없이 흐르는 물에서 자연스럽게 즐기면서 휴식효과를 주고 부분적인 완급이 있어, 이용자에게 재미를 주는 시설
어린이 복합 놀이시설	- 어린이를 위한 워터파크의 놀이 시설
스파	- 스파의 종류에는 온탕, 열탕, 냉탕, 바가지탕, 침탕, 버블탕, 폭포탕, 분출욕, 보행욕, 약탕 등이 있으며 욕조에서 물의 압력이나 온도 등을 이용해 건강증진에 기여하도록 만든 시설
사우나(스팀욕실)	- 황토방, 옥자갈방, 소금석방, 살림욕방, 보석방, 찜숯방, 아이스방 등을 구성하여 몸의 불순물을 제거해주어 건강증진에 기여하는 시설
식·음료시설	- 워터파크에서 간편하게 먹을 수 있는 음료와 간식, 그리고 식사를 제공하는 레스토랑, 식당 등의 시설
숙박시설	- 유스호스텔(500명 수용), 소규모 가족형 콘도(30실)

<표 3-21> 워터파크 사업비

사업구분	사업량	단가	사업비(백만 원)	비고
토지매입비 및 보상비	110,600m ²	산정기준 14.3만원/m ²	15,000	
설계/감리	1식		1,000	
유스호스텔	1식		2,500	
콘도	2,640m ²	15평×30실 / 24평×10실 / 30평×10실	8,000	
주차장 및 부지정지	500면	1식	2,000	
잔디광장/농장 조성	5,000m ²		3,000	
워터파크	25,000m ²		10,500	
야외풀장	5,000m ²		10,000	
계			52,000	

■ 사업추진 계획

○ 토지이용계획 및 시설배치계획

- 진입도로 동선과 지형지세 등의 물리적 여건에 따라 시설을 배치하여 도입시설의 컨셉 및 전략에 따라 특색 있고 조화로운 토지이용체계 구상
- 도입시설의 기능 및 입지성, 기존 주변시설과의 상관관계, 잠재력 및 장래변화에 대한 여건 등을 고려하여 기능에 부합하는 적정규모의 용도배분으로 토지이용체계 수립
- 지형의 파괴를 최소화하고 기존의 수림을 보전하는 방향으로 시설 배치
- 미래 추가 도입시설을 위한 공간의 효율적 도입 방안 마련
- 대상지역은 경사지역으로 경사도를 낮추고 언덕형태의 다양한 숙박시설을 유기적으로 배치
- 숙박시설 간의 경계를 두고 공동으로 사용할 수 있는 커뮤니티 공간을 조성하여 이벤트가 가능하도록 구성
- 산림훼손을 최소화하는 자연친화적인 공간으로 조성하여 정주 형태의 장기체류 시설 배치

○ 사업주체 및 추진계획

- 경관적으로 매력 있고 쾌적한 단지의 조성을 위해 공간별 특성에 부합하는 식재, 시설물, 구조물, 포장을 도입하여 각 공간별로 독창적인 이미지 형성
- 대상지역의 생태적 환경이 지속가능하도록 기존 수림지 주변 등 민감한 생태계에는 생태복원형 설계기법을 도입



- 동선의 결절점 및 주요부에 랜드마크의 성격을 줄 수 있는 수목 또는 구조물을 설치하여 공간의 방향성 및 상징성 등을 제공
- 공원 내 녹지는 다층구조의 완충녹지를 조성하여 녹지율 확보를 통한 풍부한 녹지를 형성하도록 하며, 도로로부터의 소음, 분진 등을 최소화
- 보문산의 관광벨트화 추진과 함께 관광시설의 도입에 따른 숙박시설 부족이 예상됨에 따라 대전시와 마케팅공사가 관광복지 차원에서 운영함
- 사업에 대한 타당성 확보와 그에 따른 실시계획 설계
- 활성화 방안 및 기대효과
- 숙박관광객 수요에 따른 공급 충족
- 숙박관광객 증대를 통한 침체된 원도심의 공동화 현상 극복
- 차별화된 다양한 숙박시설 제공으로 숙박관광객 만족도 제고
- 오월드와 뿌리공원 주변의 연계 가능한 시설과 패키지상품화로 방문객 증가 및 시너지 효과 창출
- 대전 대표 관광지 및 휴양지로 관광이미지 창출

3) 보문산 연계교통수단

■ 사업목적 및 여건

○ 사업목적

- 보문산에 전국에서 차별화된 특별한 시설이 없는 상황에서 복합적이고 다양한 기능을 수행하는 차별화된 교통수단을 도입하여 보문산의 신규 랜드마크로 이미지를 형성하기 위함
- 보문산권역에서 가장 많은 유료 입장객을 확보하고 있는 행평근린공원의 오-월드와 보문산의 상징적 도입기능을 담당하고 아쿠아리움 시설이 있는 대사근린공원은 현재 교통연계가 어렵고, 교통체증으로 인한 방문유도가 어려운 실정임
- 신규 연계교통수단으로 도입 가능한 교통수단으로는 케이블카(곤돌라), 모노레일(녹음열차), 셔틀버스(전기버스) 등이 있음

○ 여건분석

- 보문산권의 대표적 관광자원인 행평지구 오월드와 대사지구 아쿠아리움 시설 간의 거리적 접근성이 떨어져 연계이용률이 미약함으로서, 자원 간 시너지 효과를 창출하기 위한 신규 전략 아이템이 필요함
- 특히 오월드와 아쿠아리움 시설에 대한 수요는 높은 수준이지만 이동의 제한성과 대사지구 주차의 어려움 등으로 두 자원간의 시너지 효과를 창출할 수 있는 기회가 마련되지 않고 있어 이를 통합화 하여 시너지를 창출할 수 있는 전략 방안 마련이 요구됨

- 따라서 접근성과 이용률을 높이기 위해 대중교통수단의 도입이 요구됨. 특히 두 시설 사이를 자가용으로 이용 시 탄소배출량이 발생함으로 이를 효과적으로 차감할 수 있는 대중교통수단의 도입이 요구됨
- 또한 비가 올 때 보문산 방문객들에게 편의를 제공할 수 있고 보문산에서 4계절을 즐길 수 있는 공간으로 만들기 위한 사업이 요구됨
- 오월드의 관광객이 집중되어 혼잡도로 인한 불만족이 야기되면서 이러한 혼잡을 완충할 수 있는 완충지구로서 대사지구가 적당할 것으로 판단되며, 자가용을 통한 이동 보다는 탄소 저감을 위한 대중교통 수단의 도입이 요구됨
- 대중교통 수단 도입으로 대전시민과 관광객들에게 오월드와 아쿠아리움을 패키지화 하여 홍보하고 이용을 극대화하는 방안 마련



[그림 3-14] 현장사진 및 여건분석

■ 연계교통수단 검토

○ 곤돌라

- 케이블카의 일종으로 여러 대가 줄지어 탑승객을 수송할 수 있고 상·하부 승강장 외에 산중턱에 1~2개의 지주만 설치하면 되어 자연훼손을 최소화할 수 있으며, 동력으로 전기를 사용하기 때문에 배출가스를 발생시키지 않아 친환경교통수단으로 인식되고 있



음

- ▣ 모노레일, 케이블카, 곤돌라 중 가장 환경 훼손이 적고 공사비가 저렴하고, 친환경적이고 경치를 조망하며 즐길 수 있어 인기가 높은 교통수단으로 꼽힘

○ 모노레일

- 모노레일은 리프트보다 상대적으로 안전성이 높고, 운행구간이 다양해 보문산의 여러 지점을 지나갈 수 있는 장점이 있으나 궤도를 만들기 위해선 기둥을 세워야 해 자연이 훼손될 수 있다는 것이 단점임
- 그러나 안정적 운행과 산림훼손이 적은 수준이며, 보문산 녹음을 제대로 즐길 수 있는 수단으로서 가치가 높음
- 또한 모노레일은 대사지구와 오-월드 간의 연계 보다는 교통약자와 장애인을 위한 시루봉 정상까지를 구간으로 설정하여 운행함

○ 셔틀버스

- 셔틀버스는 가장 저렴한 사업비로 운영이 가능하며, 수요에 따라 탄력적인 운행이 가능한 수단임
- 오르막 구간에 취약하여 일반도로를 활용함에 따라 대중교통수단 및 자가교통 수단에 방해가 될 수 있음

○ 검토 종합

- 모노레일방식 : 환경파괴가 다소 적고, 장애인을 위한 필요시설, 성공사례 있음
- 곤돌라 : 수송력이 좋으며, 라이딩시설 매력 풍부, 케이블카 복원사업으로 반대 최소화 가능, 경관훼손은 문제
- 전기버스 : 예산 적음, 전용차선 도입 관광객 편의, 시민교통 불편, 친환경 이미지 구축, 2층, 테마 버스도입 가능

<표 3-22> 신규 교통수단 특성 비교

교통수단	강점	약점
모노레일	<ul style="list-style-type: none"> - 안전성 우수 - 경관 훼손 제한적 - 지주 설치 없음 - 장애인 및 취약계층의 도시공원 이용 복지 제공 	<ul style="list-style-type: none"> - 운송능력이 다소 낮음 - 타 지자체 도입 및 운영중(제천 등) - 느린 속도로 매력도 저감(재이용 낮음)
곤돌라	<ul style="list-style-type: none"> - 운송능력 우수(최대 1일 8,000명 이상) - 비수기 수요에 탄력적으로 운영 가능 - 지주설치 최소화로 환경 훼손 제한적 - 랜드마크 기능 수행 	<ul style="list-style-type: none"> - 경관 및 환경 훼손 다소 발생 - 강풍, 강우시 이용 불가 - 타 지자체 도입 및 운영중(통영, 여수 등)
전기버스	<ul style="list-style-type: none"> - 저비용으로 도입 가능하며, 탄력적 운영 가능 - 친환경 이미지 - 2층버스, 테마버스 등의 운영 가능 	<ul style="list-style-type: none"> - 수송능력이 낮음 - 시민교통불편(전용차로 운행시) - 매력성이 낮아 이용률 저조 예상



모노레일(녹음열차)



- 사업명: 보문산 녹음열차(모노레일)
- 사업규모: 약 2.0km
- 사업구간: 대사지구-시루봉 정상
- 사업비: 85억원(국비, 지방비)

곤돌라(바이케이블카)



- 보문산 케이블카 복원사업
- 약 5.0km
- 1차 대사지구-행평지구(오월드)
- 2차 행평지구-뿌리공원
- 300억원(국비, 지방비/민자)

전기버스



- 보문산 전기버스 도입
- 약 6.5km
- 대사지구-행평지구(오월드)
- 10억원(지방비/민자)

[그림 3-15] 도입 가능 교통연계수단 사업 개요

■ 사업구상 및 개요

○ 사업지역 선정

- ▣ 관광객 및 지역주민을 대상으로 차별화된 탈거리 및 관광교통수단의 도입이 요구됨. 또한, 보문산의 자연적인 녹음 관람이 용이하고, 자연경관을 감상할 수 있으며, 교통기능도 담당할 수 있는 자원과 자원의 연계가 가장 필요한 구간을 설정함
- ▣ 오월드가 있는 행평근린공원과 아쿠아리움 시설이 위치한 대사근린공원 구역은 대전시민을 비롯한 타 지역 방문객 집중이 높은 지역으로 보다 차별화된 시설 도입이 요구됨
- ▣ 오월드 방문객과 아쿠아리움 방문객을 상호 유입시킬 수 있는 대사근린공원과 행평근린공원을 연결하는 구간으로 설정함
- ▣ 모노레일 방식의 녹음열차 도입시 교통약자와 장애인을 위한 시루봉 정상까지를 구간으로 설정하여 도비를 검토함

○ 사업구상

- ▣ 사업구간은 총 연장 5.0km이며, 대전 오월드 주차장을 출발, 중심도로를 따라 보문산 공원로를 순환하여 중간 분기 정거장을 지나 종점인 대사지구 과거 케이블카 설치장소까지 운행하며, 차량의 정비, 주차를 위한 차량정비소는 대사지구에 신규 조성될 주차장내 및 인근에 위치함

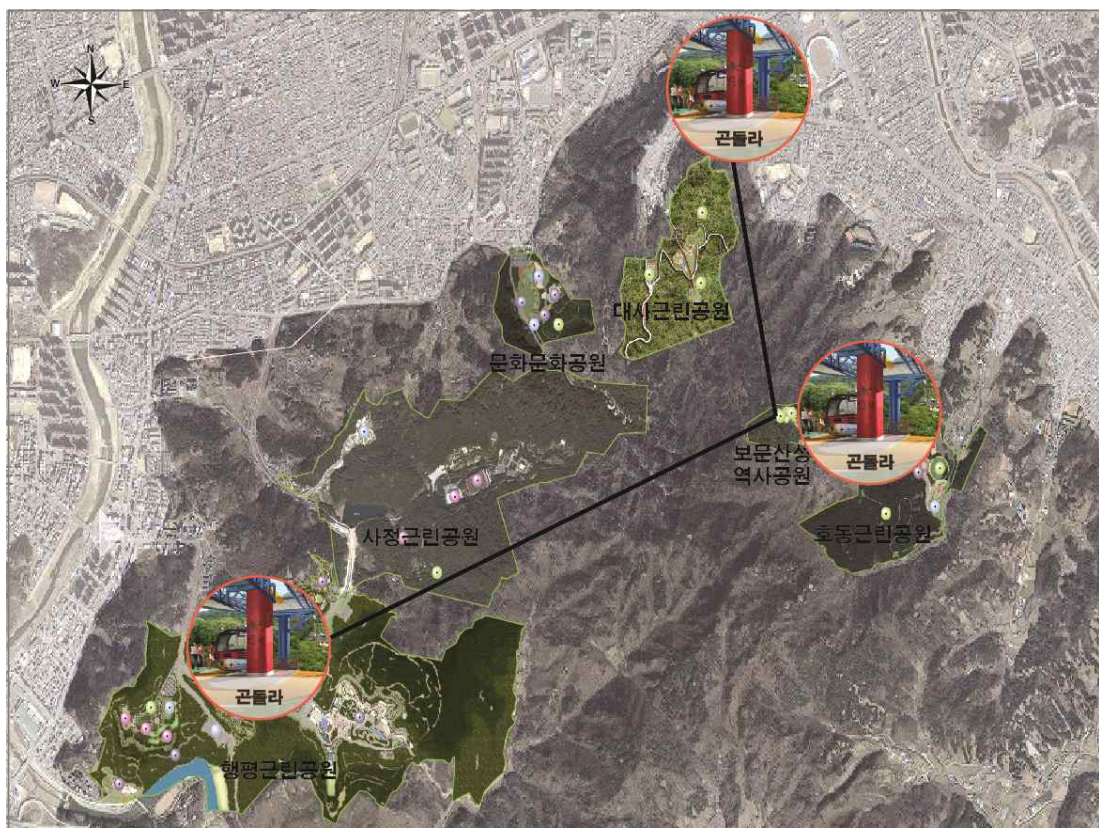
■ 도입 연계교통수단

○ 곤돌라 교통수단

- ▣ 오월드가 있는 행평근린공원과 아쿠아리움 시설이 위치한 대사근린공원 구역은 대전시민을 비롯한 타지역 방문객 집중이 높은 지역으로 보다 차별화된 매력적 시설 도입이 요구됨
- ▣ 다른 지역에 비해 방문객 비중이 높고, 임도를 활용하여 방재시스템을 갖출 수 있는

대사근린공원과 행평근린공원을 연결하는 구간으로 설정함

- 2차구간 노선에서는 오-월드와 뿌리공원을 선정할 수 있으나 각 지역별 세부 지역 선정이 중요한 과제임
- 오-월드 : 3개의 역사위치를 고려하였으나 곤돌라 운행시 철탑 고압전선과 선하공간이 가장 여유가 있어 통과에 문제가 없는 소형주차장과 썰매장 앞 공터를 후보지로 선정함
- 뿌리공원 : 4개의 역사위치를 고려하였으나 중구청과 협의 결과 기존화장실 및 그 주변부지에 화장실을 통합한 역사건물을 짓는 방안이 가장 좋을 것으로 판단됨
- 오월드 뿌리공원 사이의 삭도시설은 산을 넘어가는 형태이므로 환경 훼손이 큰 모노레일은 사업이 어려우나, 산을 둘러가는 경우 모노레일도 가능하나 관광효과 미비
- 동물원 및 뿌리공원의 경우 가족단위관광객이 많이 방문하므로 케이블카 보다는 곤돌라를 더 선호할 것으로 예상되고 삭도의 관광자원으로서의 시각적인 효과 및 향후 지속적인 이용객 유치를 고려해 볼 때 케이블카보다는 곤돌라의 설치가 적절할 것으로 판단됨
- 뿌리공원~오월드 사이의 곤돌라 사업은 수송 및 관광기능이 모두 충족되어야 탑승 수요가 있을 것으로 예상되며, 곤돌라가 향후 대전시의 새로운 관광자원의 하나가 되기 위해서는 전체적인 조망이 좋은 경로를 선택하는 것이 좋을 것으로 판단됨



[그림 3-16] 케이블카(곤돌라) 1차 사업(우선사업 : 대사지구~오-월드) 경로



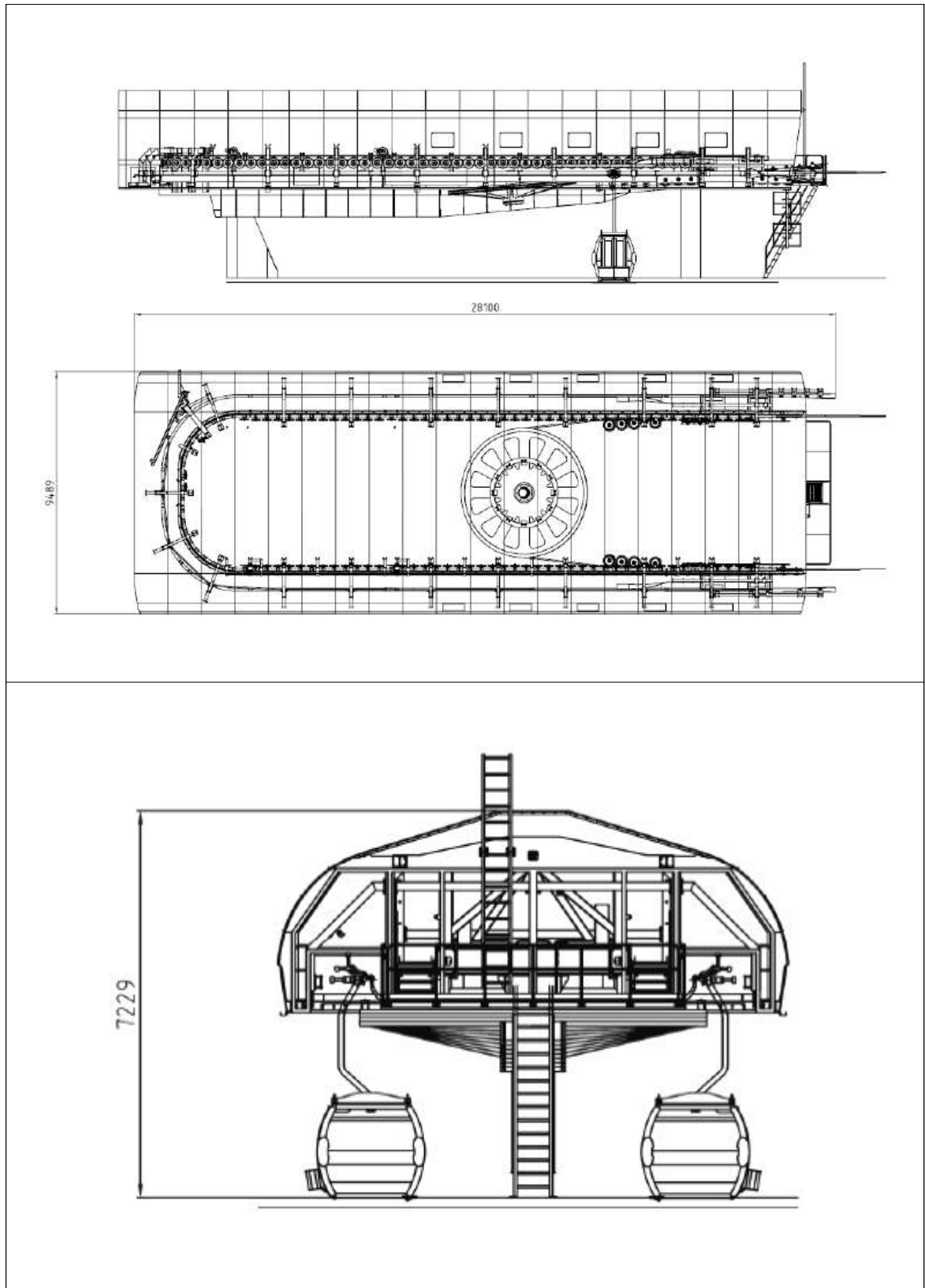
[그림 3-17] 케이블카(곤돌라) 2차 사업(오-월드~뿌리공원) 경로

▣ 사업개요

- 사업명 : 보문산 케이블카 복원사업(Sky-Way 곤돌라)
- 위치 : 대사지구 ~ 오-월드 ~ 뿌리공원
- 사업내용 및 도입시설(곤돌라 타워 4기, CABIN 수 : 40~45개)
- 리프트는 최소 2 개의 중착 스테이션과 1 개의 미들 스테이션으로 구성
- 상부 스테이션, 미들 스테이션, 하부 스테이션
- 사업시기 : 2015-2018년
- 사업규모 : 5,380m
- 사업주체 : 민자/대전도시공사

<표 3-23> 보문산 케이블카(곤돌라) 리프트명

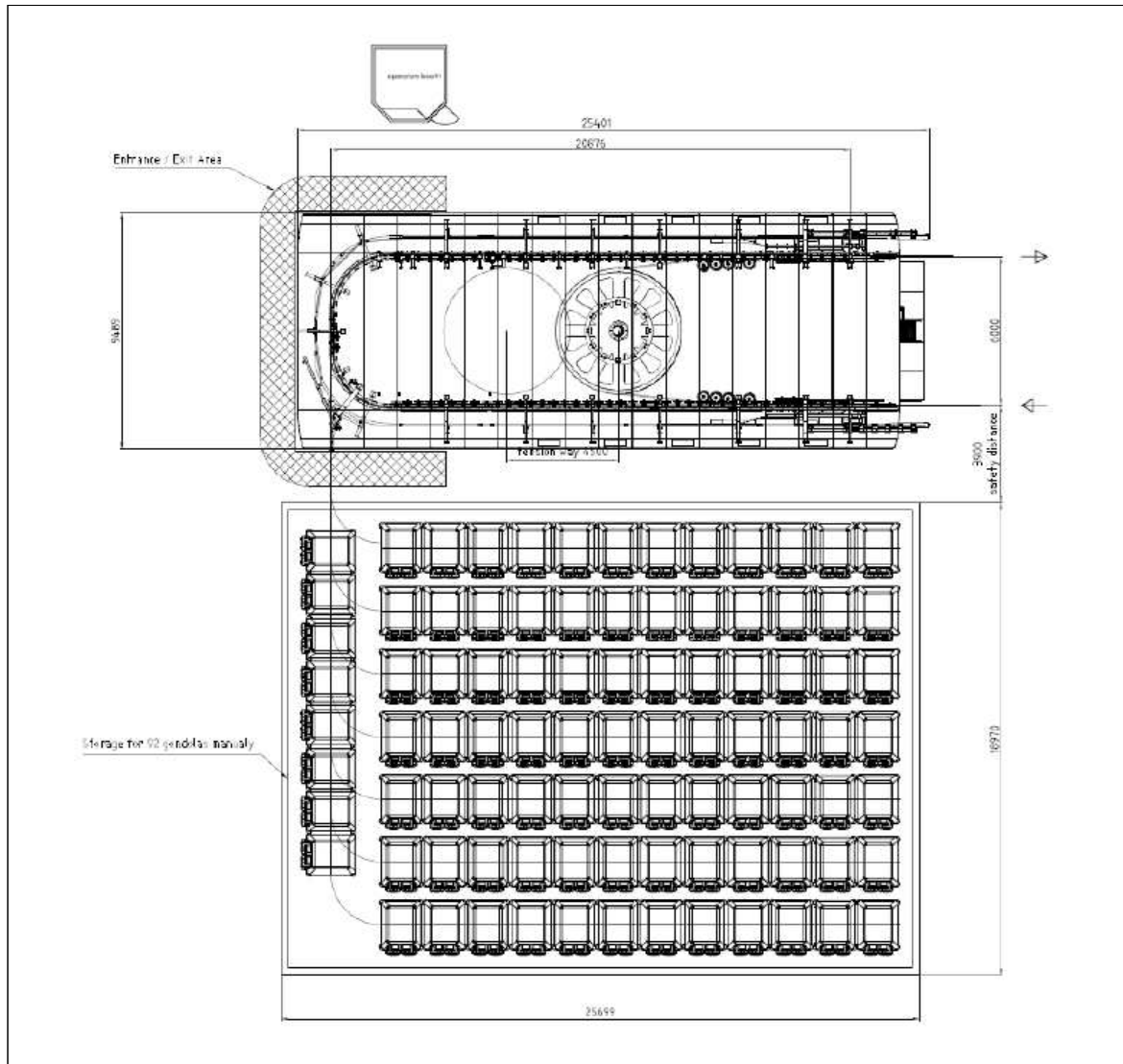
타 입	GBK8	
케빈 정원	8	
케인 타입	GBK8 인승 곤돌라	
수송인원	1518	명/h
케빈 수	—	대
속력	5.00	m/s
경사 길이	5380	m
수직 높이	—	m



[그림 3-18] 케이블카(곤돌라) 스테이션의 구성



[그림 3-19] 케이블카(곤돌라)의 내·외부



[그림 3-20] 케이블카(곤돌라)의 보관 및 차고 구성

<표 3-24> 보문산 케이블카(곤돌라) 사업비

사업구분	사업량	단가	사업비(백만원)	비고
설계	1식		800	
공사 - 토목 - 전기 - 통신	L = 5.8km 1차(4.6km) 2차(1.2km)		3,000	
건축	4식	7.5억/개소	3,000	
캐빈	50개		17,000	
기타	1식		1,200	
지주폴	1식		5,000	
계			30,000	



[그림 3-21] 케이블카(곤돌라) 이미지

■ 토지이용계획 및 시설배치계획

- 삭도사업시 운행경로의 토지는 매입하거나 지상권을 확보하여야 함
- 구유지 및 국유지는 사용부지에 대한 대부료를 부담하여야 하며, 하천 및 도로는 별도의 비용을 지급하지 않음
- 사유지는 해당면적이 크지 않으므로 매입

■ 사업주체 및 추진계획

- 사업주체는 국유지와 구유지가 대부분으로 공공기관이 중심이 되어 사업을 실천하는 것이 바람직 할 것으로 판단됨
- 그 밖의 사업방안은 특수목적법인(SPC)을 설립하여 공공기관과 민간사업자가 공동으로 사업을 실시하여 초기 투자비용에 대한 부담을 낮추는 방법이 있음
- 마지막으로 민간자본을 통해 사업을 실시하는 방안이 있으나 사업타당성을 확보하는 방안이 요구됨

■ 활성화 방안 및 기대효과

- 두 지역 간의 방문객의 연계 관광을 확대하기 위해 오-월드와 곤돌라 탑승권을 연계한 패키지 이용권을 판매함
- 대전지역 대표 관광지로서의 기능을 강화함
- 연계 방문 강화로 체류시간을 연장하고 숙박방문객 유치를 증대함

○ 녹음열차(모노레일) 교통수단

■ 녹음열차(모노레일) 역사 개요

－ 열차역사는 녹음열차 운행 노선 인근 부지에 위치

■ 약 1,600여 평의 부지에 조성될 역사는 모노레일 정비 및 주차시설에서 발전하여 방문객들에게 각종 편의를 제공하는 시설로 조성

－ 특히 열차 관련 박물관을 통해 각종 기차의 구성과 운영시스템을 직접 체험할 수 있으며, 신재생 에너지를 동력원으로 사용하는 과정 및 친환경 동력 장치의 우수성을 체험하는 시설을 함께 도입하여 각급 교육기관 및 방문단체를 위한 교육학습 체험장으로서의 역할 담당

■ 역사의 외부에는 태양광 발전시설이 도입되어 또 하나의 볼거리를 제공



－ 6인승 12대 운영(편도 60분소요) / 편도 5km

[그림 3-22] 녹음열차의 기본 개요

■ 사업개요

－ 사업명: 보문산 녹음열차(모노레일)

－ 위치: 대사근린공원과 행평근린공원을 연결하는 구간(총 5.0km)

－ 사업내용 및 도입시설: 설계, 궤도토목시공비, 박물관 및 편의시설, 모노레일, 관리 및 기타, 정비소 및 역사

－ 사업시기: 2017-2019년

－ 사업규모: 총 5.0km

－ 사업주체: 대전시

－ 사업비: 85억 원(국비, 지방비)



<표 3-25> 녹음열차 사업비

사업구분	물량	단가	사업비(백만 원)	비고
설계	기본 및 실시설계	1식	500	
본선시공 - 토목 - 전기 - 통신	L = 5.0km	1식	5,000	
박물관 및 편의시설	A = 1,600m ²	1식	500	
모노레일	12량	1식	1,000	
관리	유지보수기기	1식	500	
정비소 및 역사		1식	1,000	
합계			8,500	

▣ 토지이용계획 및 시설배치계획

- 최대한 많은 이용자를 유입시키기 위해 각 시설 간 방문 밀집지역을 중심으로 정류장을 설치하고, 대사근린공원에 열차 정비소 및 박물관 등을 도입하여 열차 및 모노레일 테마를 설정함
- 기존 임도를 활용하지만 등산객에게 방해가 되지 않도록 안전선을 확보하여 임도를 보다 효율적으로 활용함
- 대중교통의 이용을 극대화하여 탄소저감을 위한 방안으로 대중교통 정류장과 동일한 정류장으로 조성하여 자가용 이용의 최소화

▣ 사업주체 및 추진계획

- 사업에 대한 인허가를 확보하고 대전시가 건립하여 대전마케팅공사 및 대전도시공사에게 운영권을 위임하여 탄력적 운영을 전제로 함
- 국비와 지방비를 통해 조성하며, 친환경 저탄소 관광교통수단으로서의 가치 및 중요성 논리로 국비를 확보하여 효율적 투자유치를 목표로 함
- 사업의 빠른 실시와 책임 있는 시공 및 운영계획을 위해 사업 시행자를 결정할 때 제안입찰 방식을 적용함
- 조성 계획 및 실시계획을 조속히 실시하고 계획 수립 시 자연친화적이며, 안전성과 운영 구간에 프로그램 개발계획을 보강하여 실시함

▣ 활성화 방안

- 오월드와 아쿠아리움 시설은 물론 신규 도입될 대사지구의 시설 간의 패키지 상품 및 프로그램을 도입하여 숙박을 유도할 수 있는 체류형 관광상품으로 발전시킴
- 기존의 케이블카에 비해 녹음을 가까이에서 관찰하고 즐길 수 있으며, 트램 방식에 비해 등산객의 방해를 최소화 할 수 있는 방식으로 보문산의 자연 녹음을 홍보하고 소비할 수 있는 가치 있는 관광교통 상품으로 개발

- 무엇보다 신규 관광형 교통수단의 도입을 통해 보문산을 비롯한 원도심의 인구 유입을 극대화하여 지역경제 활성화 도모는 물론 보문산을 중심으로 지역 간 소통의 통로역할을 수행함

■ 환경 및 경관개선 효과

- 녹음열차 도입은 저탄소 녹색 친환경 교통수단으로 환경오염을 최소화하고 오월드와 아쿠아리움 시설 간 개별 교통수단 이용을 자제하여 대기오염과 탄소 배출을 효율적으로 저감할 수 있음

■ 관광산업적 파급효과

- 녹음열차 도입 구간은 보문산권의 대표적인 관광자원인 오월드와 아쿠아리움 시설이 밀집되어 있어 자원의 연계 및 시너지를 창출하는 긍정적 기능을 수행할 수 있을 것으로 판단됨. 특히 체류형 관광객 유치에 용이하며 이를 통한 관광산업의 파급효과는 높은 수준으로의 향상이 기대됨

■ 대전 및 보문산의 랜드마크 효과

- 대전 보문산권역에 대표적 시설인 오월드와 뿌리공원 및 아쿠아리움 시설은 대표적인 관광 자원 시설이지만 볼거리 위주의 연계성이 부족한 약점을 강화하고, 자원간 연계와 차별화된 탈거리 관광상품의 제공으로 보문산을 대표하는 랜드마크적 기능을 수행할 것으로 판단됨

■ 지역경제 활성화 효과

- 원도심에 인접한 보문산권 대단지구에 방문객을 유입시켜 원도심 활성화와 오월드의 접근성을 도심으로부터 높일 수 있는 기회를 제공하여 지역경제 활성화에 기여할 것으로 판단됨

■ 복지향상

- 장애인 및 노약자에게 보문산을 관람하고 대전시 전경을 조망할 수 있는 기회를 제공하여 복지기능을 일정부분 수행할 수 있을 것으로 기대됨



[그림 3-23] 녹음열차 탑승장 및 정비소 예시



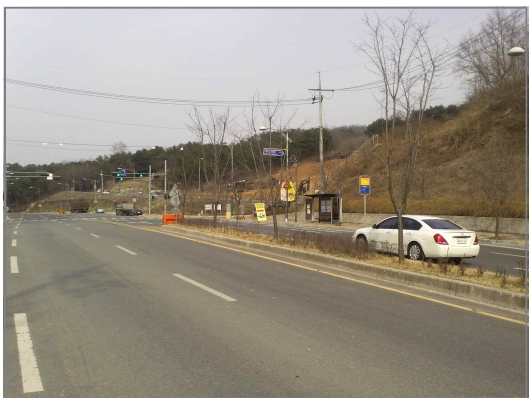
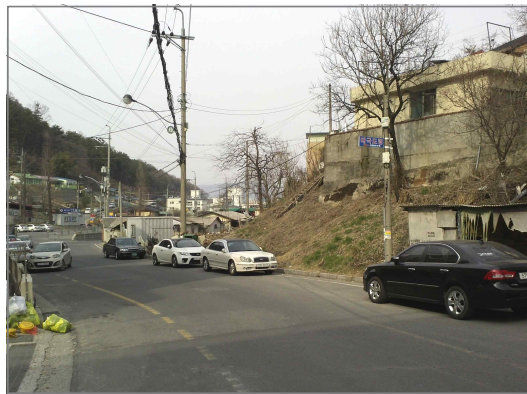
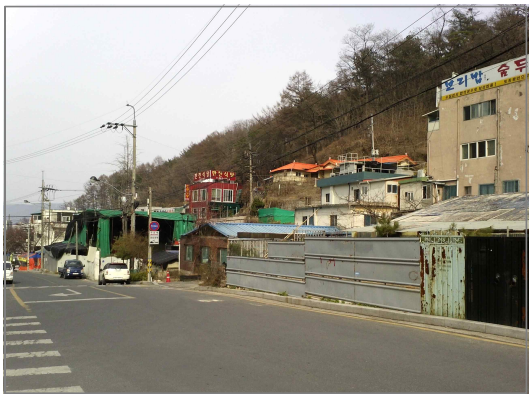
○ 셔틀버스

▣ 사업목적

- 연계교통 수단을 도입하여 잠재 수요를 창출하고 보문산 방문객의 체류시간 연장 및 소비의 극대화 도모
- 오-월드와 대사근린공원의 신규시설 및 중간기점의 문화문화공원의 이동 편리성 제고를 통한 연계 활성화 도모

▣ 여건분석

- 보문산 대사근린공원 입구는 장기간 미개발로 경관 훼손 및 주택가를 중심으로 불법주차가 심각하여 미관이 좋지 못한 장소로 각인되어 있음
- 보문산의 입구 기능을 강화하고 주차 문제를 해결할 수 있는 신규 주차장 및 광장 조성 계획과 연계하여 오-월드 주차장을 활용하면서 대사근린공원 지역의 방문객을 증가시키기 위한 전략으로 신규교통시스템 도입



[그림 3-24] 여건 및 현황도

■ 사업지역 선정

- 사업지역은 대사근린공원 입구의 교통광장 조성부지에서 행평근린공원의 오-월드 대형버스 주차장 간의 연계 버스로 선정함
- 관광전차(트램)과는 상이하게 일반 도로를 통해 연계하는 전기버스를 도입하여 대사근린공원~문화문화공원~행평근린공원을 연결지점으로 선정함
- 대사근린공원 입구가 행평근린공원에 비해 외래방문객 비중이 낮은 만큼 이를 해소하고 대사근린공원의 방문객 증가를 위해 사업을 선정함

■ 사업구상

- 사업초기 임시 버스를 포함하여 2대를 구입하고 1대를 상시 운영하며, 수요에 따라 탄력적으로 운영을 검토함
- 버스에 테마를 주어 아쿠아리움 시설의 물고기, 오-월드의 동물을 테마로 한 사파리 형태의 전기버스로 도입함
- 일반 도로를 운행하므로 운행구간별 버스전용차로를 시행할 수 있도록 관계부처와의 협의 필요
- 또한 BRT형식의 버스 시스템을 도입하여 운영하는 것도 고려 대상임
- 도입될 목재체험장 시설과 그 밖의 추가 시설과의 패키지 탑승권 판매로 공급을 통한 수요를 창출함



[그림 3-25] 관련사례 분석(서울남산, 과천 서울랜드, 세종시 BRT 등)



[그림 3-26] 셔틀버스 정류소

■ 사업개요

- 사업명 : 셔틀버스 도입
- 구간 : 대사근린공원~문화문화공원~행평근린공원
- 버스정류소(대사근린공원 : 대사동 197번지 공영주차장, 문화문화공원 : 문화동 160-18번지 일원 주차장, 행평근린공원 : 오월드 주변 사정동 119-4번지 일원)
- 사업내용(셔틀버스 구입 2대, 정류소 2개소 대사근린공원 시티투어버스 정류소 활용, 셔틀버스 전용차로 정비 : 6.57km)
- 사업시기 : 2014-2015년
- 사업비 : 10억 원
- 사업주체 : 민자사업

<표 3-26> 셔틀버스 사업비

사업구분	사업량	단가	사업비(백만원)	비고
버스 구입	2대	400백만원/대당	800	
전용차로 정비	6.5km	1식	50	
정류소	3개소	50백만원/개소	150	
계			1,000	



[그림 3-27] 셔틀버스 노선



▣ 토지이용계획 및 시설배치계획

- 물리적 환경 정비를 통한 어메니티 공간을 확보하고 접근체계 및 수용능력의 개선을 확대시켜 집객력을 높일 수 있는 중책시설로 도입
- 일반도로 노선을 활용하는 전략으로 추가적인 도로 개설 및 확장은 지양하며, 전용도로로의 전환과 셔틀버스 전용노선 도입과 운영이 가능토록 설치함
- 버스정류소는 공용주차장 및 공공장소를 활용하여 추가적인 부지매입은 하지 않는 방향으로 모색

▣ 추진계획

- 관광객 이외에도 일반 시민의 이용 확대 제고
- 아쿠아리움 시설의 재개장에 발맞춰 민간자본 유치 사업으로 추진

■ 활성화 방안 및 기대효과

- 주변 시설과 연계하여 수학여행 및 청소년 교육의 장소로 활용
- 대전의 교통도시 이미지 강화 및 확대



[그림 3-28] 셔틀버스 조감도

(4) 호동지구

가. Farm Park 조성

■ 사업목적 및 여건

○ 사업목적

- 자연체험과 먹거리에 대한 관심 증대로 귀농이 증가하고 있어 이를 수용할 수 있는 임의(단기간 체류) 형태의 팜파크 수요 증대
- 폭넓은 농장 체험 수요 충족을 위해 농촌을 체험하며 즐길 수 있는 농장과 숙박시설(펜션 또는 콘도 등) 분양
- 대전의 대표 축제인 푸드 & 와인페스티벌의 성과 확산을 위한 전략의 일환으로 포도농장 및 포도박물관 등을 조성하여 대전지역의 포도산업 홍보와 와인제조 체험기회 제공



[그림 3-29] 팜파크 여건 및 현황도

○ 여건분석

- 팜파크 조성지역인 호동근린공원은 대전광역시 중구 호동 197-1번지 일원에 위치, 부지면적은 약 15,000㎡에 해당하며 농지로 이용되고 있음
- 주거지와 인접하고 공장 및 은빛노인종합센터 등이 주변에 입지해 있으며, 보문산 도시자연공원 조성계획과 호동근린공원 조성계획이 수립되어 있으나 아직 미조성 상태
- 경작지 및 버섯재배하우스로 이용 중이며, 호동 범골진입로 확장공사가 진행 중



■ 사업구상 및 개요

○ 사업지역 선정

- 구상한 사업은 농촌에 어울리는 시설로 도시농업지역을 선정하여 사업의 컨셉과 정체성이 유사한 지역을 선정하는 것이 필요
- 호동지역은 산내지역의 포도 농가와 인접하고, 호동지역 또한 농사지역이 많아 팜파크 개발방향과 가장 유사한 보문산 권역임
- 현재의 토지 이용행태가 유사하여 시설 도입 시 반감과 거부감이 적고, 주변의 농업 인프라의 활용이 가능하기 때문에 용이함

○ 사업구상

- 범골진입로 확장에 발맞춰 현재 기 수립된 지역의 체육 및 공원 관련 시설을 농업 전시 및 체험형 공원으로 조성
- 체험과 정주가 가능한 가족형 파크로 농장과 농업을 중심으로 한 공원형 농장을 조성
- 인근지역의 포도 생산 농가와 연계하고 대전의 대표축제인 푸드 & 와인페스티벌의 성과를 확산할 수 있는 포도 및 와인 전시관 및 대표 특산물 판매장 조성
- 가족휴가촌 개념의 단기 체류가 가능하고 야외 캠핑과 바비큐를 즐길 수 있는 시설 등 농장 시설 구상
- 지역에서 생산되는 농산물을 활용하고 판매와 홍보 관점에서 지역의 특산물과 연계한 전시 및 재배 방안 마련
- 로컬 푸드와 도시농업으로 대전의 친환경 도시이미지 강화



[그림 3-30] 일본 아와지 팜파크 사례



[그림 3-31] 파크골프장 및 물 놀이터 조성사례

○ 사업개요

■ 사업명 : 팜파크 조성

■ 위치 : 대전시 중구 호동 197-1번지 일원 우선 검토

■ 1차 사업내용 및 도입시설

- 농장(체험형), 농장형 정원
- 농촌가족휴가촌(캠핑장)
- 편의시설, 마을회관
- 농산물 전시관
- 포도와인 테마관
- 주차장 및 시설, 관리동

■ 사업시기 : 2017-2022년

■ 사업규모 : 407,900㎡

■ 사업주체 : 대전시/대전도시공사

■ 사업비 : 80억 원

<표 3-27> 팜파크 조성 사업비

사업구분	사업량	단가	사업비(백만 원)	비고
부지매입	10,000㎡	100천원/㎡	1,000	
농장(체험형)	3,500㎡	60만원/㎡	2,100	
농촌가족휴가촌	1,320㎡	50만원/㎡	680	10동
편의시설	500㎡	150만원/㎡	500	매점, 농기구판매
농장형 정원	1,000㎡	50만원/㎡	500	
농산물 체험장 및 와인 전시장	800㎡	150만원/㎡	1,200	
관리동	500㎡	100만원/㎡	500	
주차장	2,000㎡	175천원/㎡	350	
부지조성	1식		600	
도로	300m	1식	570	
계			8,000	

■ 사업추진 계획

○ 토지이용계획 및 시설배치계획

■ 주거지와 인접하고 접근성 향상을 위해 도로 개설과 접근 편의성 등을 감안하여 설계하고, 특히 차량 접근성 이외에도 보행 접근성을 고려하여 이용 향상 도모



- 기존지형을 최대한 고려하여 개발에 다른 자연훼손을 방지하도록 계획
- 주요시설은 농장을 중심으로 배치하고 중심부에는 편의시설 및 전시장 등을 배치하여 공동의 공간으로 사용
- 사업주체 및 추진계획
 - 부지매입을 통해 사업의 기반과 새 정부의 6차 산업 활성화 의지를 반영한 시범사업으로 국비 확보 신청
 - 신 개념의 대단위 가족농장을 조성하고 가족휴가촌을 조성하여 장기간 지속적인 방문과 체류를 유도하여 지역의 경제 활성화에 기여
 - 장기간 체류가 가능한 농촌아파트의 사업 추진 계획
- 활성화 방안 및 기대효과
 - 친환경 체류형 관광객 유치로 통한 도시와 농촌의 상생발전의 기회발판 마련
 - 대전의 농산물 판매 등으로 지역의 농가수익 확대기여
 - 대전의 푸드&와인페스티벌 성과확산의 계기를 마련하고 유동 및 정주민구의 증가로 침체된 지역경제의 활성화를 도모할 수 있을 것으로 판단됨
 - 포도 및 와인과 관련된 상품을 개발하고, 지역의 농특산물을 통해 먹거리를 홍보하는 농업과 관광의 6차 산업의 융복합 신규개발지로 계획함



[그림 3-32] 팜파크 조감도

<표 3-28> 보문산 관광개발사업 개발사업비

(단위 : 백만 원)

사업내용		총 사업예산	연도별 투자계획				
			2017	2018	2019	2020	2021
보문스카이힐스 (대전 랜드마크타워)	계	10,000	2,000	8,000	—	—	—
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	10,000	2,000	8,000	—	—	—
	민자	—	—	—	—	—	—
관광안내센터	계	6,000	3,000	3,000	—	—	—
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	6,000	3,000	3,000	—	—	—
	민자	—	—	—	—	—	—
오! 워터파크 (워터파크 및 숙박시설)	계	52,000	15,000	17,000	10,000	10,000	—
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	15,000	8,000	7,000	—	—	—
	민자	37,000	7,000	10,000	10,000	10,000	—
보문산 연계교통수단	계	30,000	—	10,000	10,000	10,000	—
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	10,000	—	10,000	—	—	—
	민자	20,000	—	—	10,000	10,000	—
팜파크(Farm Park) 조성	계	8,000	—	1,000	2,000	3,000	2,000
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	8,000	—	1,000	2,000	3,000	2,000
	민자	—	—	—	—	—	—
소 계		106,000	20,000	39,000	22,000	23,000	2,000



2. 플랜더스 파크 조성

1) 현황분석

(1) 추진배경

- 한편 정부는 2016년 7월 7일 제10차 무역투자진흥회의에서 반려동물의 온라인 등록시스템 및 사후책임 강화, 협동조합 형태 동물병원 허용, 동물보험 확대 동물간호사 자격화, 동물 장묘업 건축물 용도 명시, 동물보호센터 확대 등의 내용을 담은 반려동물 산업 신산업 육성 방안을 발표함
- 현재 국내 반려동물 산업 규모는 2조 원대, 2020년이면 6조 원대로 급성장할 것으로 예상되며, 일본의 경우 현재 16조 원대의 시장규모를 보유하고 있고, 미국의 시장규모는 73조 원으로 추산됨
- 반려산업은 미래의 성장산업으로 애완동물 관련 비용 지출이 급증하는 추세
 - 반려산업 : 1995년 5천억 원 → 2014년 2조 원 → 2020년 6조 원 전망
- 우리나라 반려동물 사육가구는 약 18% 정도로 추산되고 있으나, 아직까지 반려동물과 주인이 함께 할 수 있는 공원 등의 휴식공간이 절대적으로 부족한 실정
 - 국내 반려공원 현황 : 4개소(서울 2개소, 경기 1개소, 울산 1개소)

(2) 반려동물산업 현황

가. 반려동물 산업 종류

- 반려산업은 복합 대형화 되고 다양한 신규업종이 등장하고 있는 추세
 - 동물병원과 애견센터의 대형화를 통한 복합 서비스 실시
 - 반려동물 장묘업의 활성화
 - 신규 반려산업 업종: 애완동물택시, 애견해수욕장, 애견보험, 애완견TV, 펫시터 등

나. 반려동물 산업 현황

- 한국의 펫 비즈니스 시장 전체 규모는 최대 2조 원대로 추정
 - 구성 : 사료 32.6%, 동물진료 30.6%, 용품 20.5%, 서비스 10.2%, 분양 6.1%
- 반려동물 용품에 쓰이는 비용은 매년 14.3%의 성장률을 기록
 - 가구당 애완동물 관련 지출액 : 2000년(5,628원) → 2012년(27,900원)
- 반려동물 사육가구 비중은 한국(18%)—일본(27%)—미국(62%)이며, 국내총생산(GDP)에서 반려동물 시장이 차지하는 비율은 미국의 20% 수준
 - 국내 사육두수 : 개 약 161만마리, 고양이 약 40만마리 / '15년 농식품부

(3) 국내 반려동물산업 전망

가. 달라진 반려동물의 위상

- 더불어 살아가는 동물이란 의미로 애완동물에서 반려동물*로 개칭
 - *반려동물 : 애완동물(인간의 단순한 장난감 개념)이 아닌 반려자로서 동물을 대우하자는 의미로 1983년 오스트리아에서 개최된 국제 심포지엄에서 제안되었음
- 펫 패족이 급증하며 고급 펫 사료용품의 시장이 매우 커지는 추세
 - 반려동물이 죽으면 장례절차 후 납골당에 안치하는 사람들이 증가
 - 유기농으로 재배된 채소와 생고기로 만든 반려동물 사료 판매가 급증

나. 반려산업 성장요인

- 1인 가구의 증가 : [2012년] 25.3% → [2015년] 31.3% 전망
- 소득 증가 : 반려동물 가구 74%가 월 소득 200만 원 이상 (400만 원 이상 28%)
- 마음의 위안 : 불안, 경쟁으로 발생하는 스트레스를 반려동물에게서 위안 받음

다. 반려산업 향후 전망

- 개나 고양이 등 반려동물이 사람보다 더 잘 먹고 잘 사는 시대로 반려동물과 관련된 창업과 산업이 유망업종으로 떠오름
- 최근 반려동물 산업 트렌드는 고양이 시장이 급격히 증가하는 추세이며 동물과 주인이 함께 할 수 있는 애견카페가 기하급수적으로 증가하고, 애견 동반이 가능한 펜션, 캠핑장 등 신규 업종이 개발되고 있음
- 향후 반려산업은 견주와 반려동물이 함께할 수 있는 다양한 소비 아이템을 새롭게 개발하는 것이 관건임

(4) 국내외 사례 검토

가. 국내 : 복합 테마파크 ‘달려라 koko’

- 구분 : 국내 최초 반려견을 위한 복합테마파크
- 위치 : 영동고속도로 덕평자연휴게소 내 (운영: 코오롱그룹)
- 규모 : 부지 6,612m² 지상3층 / 컨테이너 52개로 구성
- 시설 : 친환경 잔디운동장, 반려견 운동을 위한 어질리티 시설물, 전망대, 소형견을 위한 뼈다귀 모양 수영장, 카페, 펫샵 등
- 특징 : 체험학습 프로그램(실내전시관 + 야외체험 공연장)으로 가족동반 및 유치원, 초등학교 단체고객에게 좋은 반응을 얻고 있음
 - 상·하행 동시 진입으로 접근성 용이, 휴게소 식·음시설과 쇼핑몰 등 편의시설 입점



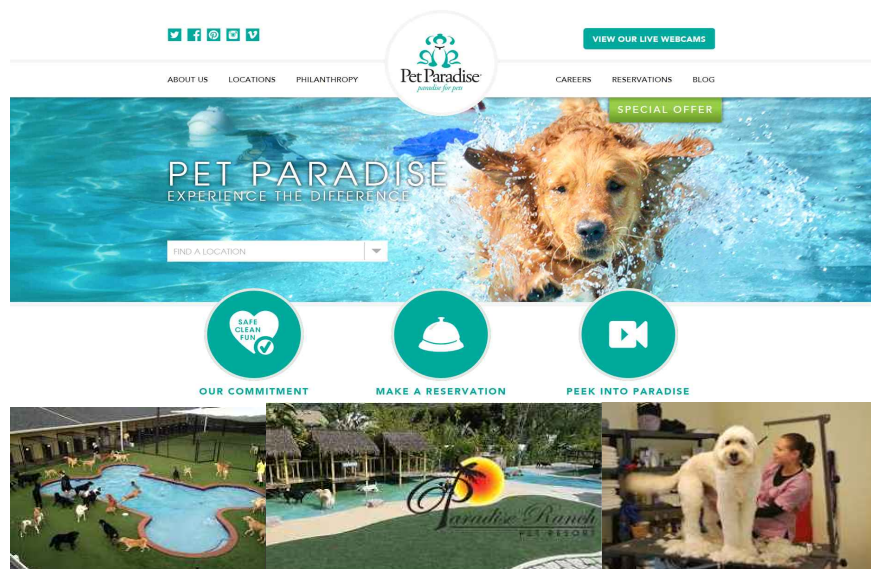
- 기존 휴게소의 개념을 탈피하여 러브가든, 강아지 체험 공간, 보태닉 힐즈, 덕평숲길 러브 벤치 등 테마 공간 설치를 통하여 일반 관광객 방문을 유도



[그림 3-33] 덕평자연휴게소 내 ‘달려라 Koko’

나. 미국

- 반려동물과 관련된 다양한 산업이 발전된 미국은 애견공원이 보편화되고, 반려동물 전문 변호사 및 전문 항공기도 등장하고 있음
- 반려동물을 환영하는 호텔 : 동물과 함께 지낼 수 있고 특별 서비스도 제공
- Pet Paradise Resort : 반려견을 대상으로 하는 고급 리조트로 최고의 스태프에게 교육과 미용, 운동, 건강관리를 받음. 전국에 18개 체인운영 중



[그림 3-34] Pet Paradise Resort

자료: <http://www.petparadiseresort.com>

다. 일본

■ 이누타마 (3가지 테마로 운영)

- 넓은 공간에서 개를 빌려서 함께 놀면서 길러보는 체험 경험 가능

<표 3-29> 이누타마 테마

이누타마 (개 전용테마파크)	네코타마 (고양이 전용테마파크)	도그파크 (개와 견주가 함께하는 공간)
<ul style="list-style-type: none"> •30여종의 1백여 마리의 개가 있음 •훈련된 개들을 만지며 체험가능 •테마별로 전시된 다양한 품종 구경 	<ul style="list-style-type: none"> •30여종의 고양이 전시 •다양한 품종의 고양이와 직접 접촉하며 놀 수 있는 공간 마련 •연간 입장객 30만 명 	<ul style="list-style-type: none"> •5백 평의 울타리가 쳐진 운동장 •애견레포츠 시설이 마련된 공원 •회원제로 운영, 안전요원 배치

■ 이바라키현의 츠쿠바 왕왕랜드

- 규모 : 2만평
- 주요시설 : 공연장, 동물병원, 개와 산책로, 체험장, 애견 경기장, 펫 슝 등



[그림 3-35] 츠쿠바 왕왕랜드 홈페이지(<http://www.sansui.com>)

라. 중국

- 중국의 반려동물 수는 2003년부터 2013년 사이에 900% 넘게 증가하여, 1억5천 마리를 넘어섰고 반려동물 시장은 연 15조원 규모를 돌파함
- CKC international pet club : 대형 애견테마파크로 규모가 매우 큼
 - 대형운동장(2), 운동시설(3), 수영장, 견사, 컨퍼런스행사장, 호텔(2), 식당가 등



2) 기본구상

(1) 비전설정

- 비전: 자연에서 사람, 동물이 함께 행복한 유토피아



[그림 3-36] 플랜더스 파크 비전 및 추진전략

(2) 추진방향

- 중부권 여가휴양 관광지의 거점지역으로 조성 관광명소 실현
 - 소비자 위주의 다양한 관광 상품 개발을 통한 맞춤형 관광객 유치
 - 동물에 대한 주인들의 개선된 인식 등을 신속히 정책에 반영
 - 1인 가족 증가에 따라 동물을 가족처럼 여기는 펫 패밀리*이 급격히 증가
- * 펫 패밀리(pet fam 族) : 반려동물의 펫(Pet)과 가족의 패밀리(Family)의 합성으로 반려동물을 가족처럼 여기는 사람들을 의미함
- “반려동물 테마” 특화를 통해 새로운 관광패러다임 형성
 - 이용자 만족도 제고를 위한 “공원, 박물관, 병원, 호텔 등” 동물 복합시설 조성
 - 조성위치 : 성북동 관광단지 부지 우선 검토

(3) 추진전략

- 사람과 반려동물의 감성교류
 - 반려공원(Dog Park) : 애견이 목줄 없이 주인과 함께 자유로운 운동 및 산책을 할 수 있는 넓은 공원

- 애견 행동교정센터(Dog School) : 반려견이 가정에서 사람들과 어울려 살아가기 위해 필요에 따라 과정별 훈련 실시
- 추모공원(Pet Memorial Park) : 반려동물과의 아름다운 이별을 준비하는 장례서비스 제공 및 추모관 설치

■ 오감만족 맞춤형 콘텐츠

- 펫 박물관(Pet Museum) : 개와 고양이의 기원, 품종, 특징 등 전시 및 트릭아트, 3D영상관, 강아지로봇 체험
- 펫 호텔(Pet Hotel) : 개 또는 고양이 위탁 보호시설로 단순한 숙박이 아닌 ‘관리와 놀이’ 개념으로 발전
- 펫 체험관(Pet Experience Center) : 훈련된 다양한 개·고양이가 전시되어 있으며, 애견과 함께 산책 등의 체험 가능
- 펫 전문점(Pet Shop) : 개, 고양이, 기타 애완동물의 사료, 의류, 간식, 장난감 등 전문판매 및 개 분양 실시
- 동물병원(Animal Medical Center) : 전문수의사가 최첨단 시스템을 구비하여 특화된 전문 진료 및 재활진료 실시

■ 신 라이프 스타일 관광

- 캠핑장(Camping World) : 반려견 동반이 가능한 캠핑장으로 카라반(caravan), 글램핑장(glamping ground) 설치
- 힐링리조트(Healing Resort) : 반려동물은 펫 호텔에서, 사람은 리조트에서 다양한 프로그램으로 휴식을 취함

(4) 종합분석

■ 반려동물 관련 산업 급성장

- 국외 : 미국 (73조원; GDP대비 0.34%), 일본(16조원, 0.24%)
- 국내 : 2016년 (1.8조; 0.08%) 2020년 약 6조원 규모 성장(농촌경제연구소)
- 삼성전자(동물의료기기사업), 롯데, KGC, 풀무원(고급 펫푸드) 등 대기업이 반려동물 관련 사업을 시작

■ 반려동물 관련 시장 선점 필요성

- 반려동물 테마파크가 수도권, 남부권에 기설립 및 설립 예정
- 중부권에 시장 선점 효과를 위한 신속한 추진 필요

■ 시사점

- 반려동물 관련 산업이 지속적으로 성장하고 업체별 시장 점유 경쟁이 심화될 전망, 중부권에서 시장 先 점유 필요



(5) 반려동물 관련 시민 인식조사

- ▣ 반려동물 공원 조성에 대한 시민 찬반 여론 관점의 타당성을 분석하기 위하여 만 18세 이상 대전시 거주 일반 시민 400명을 대상으로 전화 조사를 실시하고, 마케팅적 관점에서 사업 타당성에 대해 만 18세 이상 대전시민 및 인근의 청주, 세종시민을 대상으로 모바일 조사를 실시함
- ▣ 반려동물 관련 인식 조사 결과, 정책수용자의 수준을 넘어 시장 소비자 수준에서도 본 사업이 타당성이 있다고 분석됨
 - 반려동물 테마파크 조성에 대해 찬성 여론이 2배(60.0% vs. 31.6%) 가량 높게 나타남
 - 시민 절반 이상(56.1% vs. 41.5%)이 플랜더스 파크 방문 의향 내 비침
 - 비 반려인에도 초기 방문 유인 가능성 높음
 - 유료 운영 시 방문 의향은 61.3%이며, 선호 하루 이용료는 평균 8,000원 수준을 보임

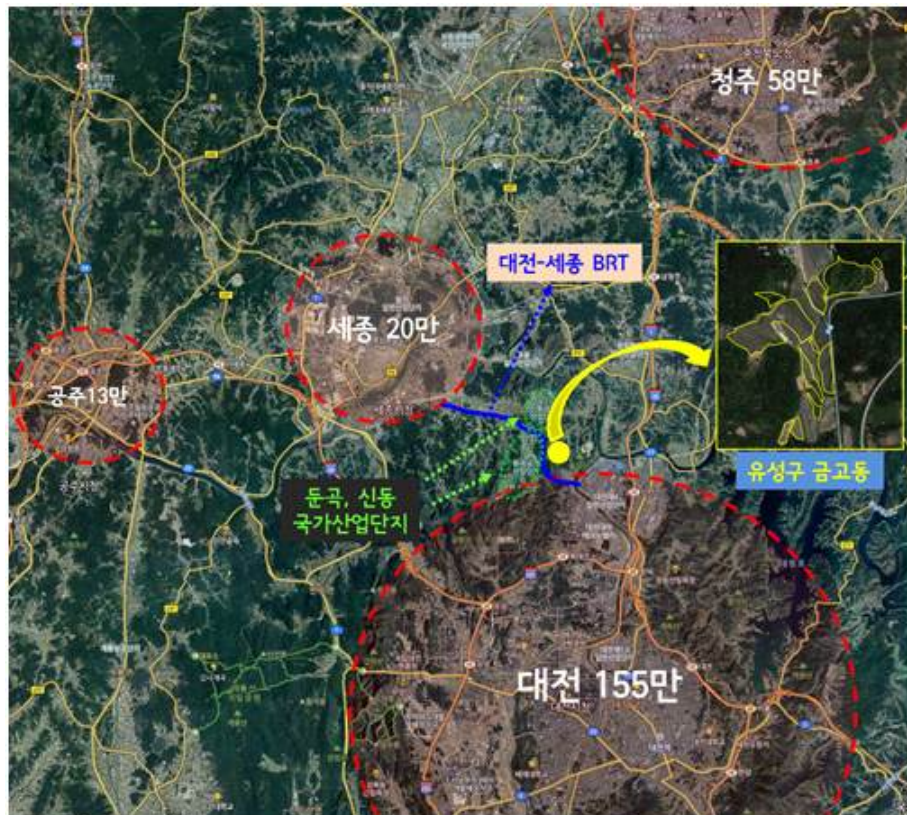


- ▣ 여건 분석 결과 대전시민의 요구 충족을 위한 반려동물 특화 공원 조성에 따른 전용공간이 필요한 것으로 나타남
 - 반려동물 테마파크 조성 시 새로운 관광자원으로서 가치가 있을 뿐 만 아니라 차별화된 콘텐츠 제공 시 외지인 방문 예상
 - 반려동물 테마파크 조성 시 경제적 타당성 있는 것으로 나타났으며, 공원 입장 유료화로 공원을 계획적으로 운용 가능하고 민자 유치도 가능

3) 세부사업(플랜더스파크 조성)

(1) 사업대상지

- ▣ 위치 : 대전광역시 유성구 금고동 일원으로 공주, 논산, 세종, 청주시 등 충청지역 주요도시와 인접에 있으며, 수도권 어느 지역에서도 2시간 정도면 접근할 수 있음
- ▣ 면적 : 95,000m²



[그림 3-37] 대상지 위치도

(2) 개발 기본방향

- ▣ 타 지역과 다른 대전시만의 차별화된 Core를 만들기 위하여 다음과 같은 콘텐츠 개발을 하고자 함



- | | |
|--|--------------------|
| ▶ 반려동물과 함께 하는 캠핑 및 어뮤즈먼트 | ⇒ 대전의 새로운 관광자원 조성 |
| ▶ 과학을 접목한 콘텐츠 | ⇒ 대전의 이미지 부합 |
| ▶ 지역경제 파급효과가 있는 콘텐츠 | ⇒ 내부 및 외부경제 효과 창출 |
| ▶ 산업간 융복합 콘텐츠 | ⇒ 유망 성장사업과 상승효과 기대 |
| ▶ 반려동물과 함께하는 힐링 여가공간
반려인도 함께 즐기는 문화보급기지 | ⇒ 반려인 휴식공간 제공 |
| ▶ 동물복지 및 관련시설 확충 | ⇒ 동물복지의 선도 모델 제공 |

(3) 세부사업 계획

가. 추진계획

○ 대전 코어 콘텐츠

- 코어 콘텐츠 공간은 가상현실, test & launch관 오토캠핑장으로 구성함

<표 3-30> 주요 콘텐츠

구 분	콘텐츠
가상현실 (Virtual Reality)	<ul style="list-style-type: none"> - 동물주제 콘텐츠 놀이 체험 교육 ▶ 비반려인 및 타 지역 유인 - 과학이미지 부합하는 성장산업 ▶ 외부 경제 효과 - 경제적 유지비용 및 안정성 ▶ 장비설치 및 콘텐츠 개발 - 동물학대 논란 예방 ▶ 동물과 직접 접촉 없이 체험
Test & Launch관	<ul style="list-style-type: none"> - 반려인 상대 신제품 시험, 시연, 홍보 및 할인판매의 장 - 관련 산업의 활성화 및 스타트업 촉진
오토캠핑장	<ul style="list-style-type: none"> - 반려견과 함께 하는 체류형 가족캠핑장



[그림 3-38] 코어 콘텐츠 공간



나. 시설구성

- 시설구성은 A존 Adventure zone으로 주제관 및 어뮤즈먼트, B존 Community Zone으로 반려동물 전용 공원과 Animal Shelter로 동물보호소 등으로 조성함

○ 반려동물과 반려인이 소통하는 Adventure Zone

- 반려동물이 목줄 없이 마음껏 뛰어 놀 수 있는 공간조성



[그림 3-39] 시설구성

- 반려동물의 행동을 파악하고 이해하며 소통할 수 있는 시설



[그림 3-40] VR 체험관(Virtual Safari)

- VR체험관 : VR 기술을 활용한 가상현실 속 반려동물과 놀이와 모험을 즐길 수 있는 체험관
- 반려견 스토리 어드벤처관 : 4D + 다크라이드의 만남, 반려견 스토리를 가장 짜릿하게 경험할 수 있는 환상의 놀이시설 제공
- Educational Center : 반려동물 교육시설 및 프로그램을 제공하며, 반려동물 교육전시관,

직업체험관, 역할체험관, 나만의 반려동물 그리기 체험관으로 구성



○ Community Zone

- ▣ Test & Launch : 반려동물과 관련한 새로운 제품을 전시해 사용방법 및 효능에 대해 설명하는 공간
- ▣ Activity Facilities : 도그 풀, 반려동물 놀이터, 반려동물 어질리티, 미로존, 레일 바이크 등 설치



[그림 3-41] 도그풀, 미로존 반려동물 어질리티

- ▣ 반려동물 캠핑장 : 반려인과 반려동물이 함께 야외에서 숙식활동을 체험할 수 있는 캠핑장



[그림 3-42] 대전 플랜더스 파크 조감도

다. 세부 프로그램

○ 사람과 반려동물의 감성교류

반려공원 (Dog Park)	용도	<ul style="list-style-type: none"> • 주인과 반려견이 목줄을 하지 않고 함께 즐길 수 있는 공간
	주요 시설	<ul style="list-style-type: none"> • 운동장 : 잔디형, 미로형, 운동시설, 둘레 산책길, • 특화시설 : 수영장, 샤워실 및 드라이룸, 임시보호용 견사 • 부대시설 : 음수대, 벤치, 배설물수거함
	특화 전략	<ul style="list-style-type: none"> • 소형견, 대형견으로 구분하여 설치 • 운동장 옆에 견사를 설치하여 견주가 필요 시 임시보호 실시 • 숲을 이용한 맑은 공기와 자연이 어우러진 둘레산책길 조성
애견 행동교정센터 (Dog School)	용도	<ul style="list-style-type: none"> • 반려견의 본능, 사회성 등을 이해하고 사람들과 더불어 살아갈 수 있도록 배변, 짖는 행동 등의 행동교정을 받는 곳
	주요 시설	<ul style="list-style-type: none"> • 독립적인 견사(1인 1견사 1운동장) • 실내 훈련장 및 수영장
	특화 전략	<ul style="list-style-type: none"> • 플랜더스 파크 시설과 연계하여 체계적인 관리 제공 • 관내 애견 관련학과와 연계하여 전문 인력 양성 • CCTV 설치를 통해 견주에게 훈련과정 전송
추모공원 (Pet Memorial Park)	용도	<ul style="list-style-type: none"> • 행복한 만남, 아름다운 이별의 추억을 제공하기 위한 납골당
	주요 시설	<ul style="list-style-type: none"> • 납골당 • 수목장 • 종교별(기독교, 불교, 천주교) 제례실 마련
	특화 전략	<ul style="list-style-type: none"> • 장례서비스(화장 및 추모관 안치)제공 • 묘지를 원하는 분들을 위해 수목장 마련 • 종교별 제례실을 마련하여 차별화된 서비스 제공



반려공원



애견 행동교정센터



추모공원

[그림 3-43] 감성교류시설 조성 예



○ 오감만족 맞춤형 콘텐츠

펫 박물관 (Pet Museum)	용도	• 개와 고양이에 대한 기원, 품종 및 특징, 인간과 동물의 관계형성 등을 다양한 방법으로 전시하고 다양한 이벤트 실시
	주요 시설	• 전시관(트릭아트홀, 3D영상관, 로봇강아지 랜드) • 동화마을(건종별 테마마을), 반려동물 전문 스튜디오 • 개, 고양이 놀이시설 설치
	특화 전략	• 트릭아트 전시관, 3D영상관, 로봇강아지 랜드 • 캐릭터 강아지, 동물인형과 함께하는 동화마을 • 이벤트 홀 : 베스트 개인기, 모델, 견주와 OX퀴즈 등
펫 호텔 (Pet Hotel)	용도	• 개나 고양이의 위탁보호시설로 실내 놀이터, 수영장, 스파, 미용실 등이 추가된 호텔시설
	주요 시설	• 놀이터(개, 고양이 구분), 애견 실내수영장 • 미용실, 스파, 방문객을 위한 카페
	특화 전략	• 실내놀이터 개념을 도입하여 견주가 동석한 가운데 다른 개들과 어울리며 사회성을 키우고 운동 실시 • 놀이터 중간에 카페를 설치하여 견주가 놀이터에서 노는 애견을 투명유리창을 통해 지켜볼 수 있게 함
펫 체험관	용도	• 훈련된 다양한 개·고양이가 전시되어 있음 • 방문객이 원하면 산책, 놀이 등의 체험이 가능
	주요 시설	• 펫 체험관 (개, 고양이, 미니 동물농장), 펫 테마관
	특화 전략	• 훈련된 개·고양이와 함께 산책, 놀이 등의 체험 가능 • 테마 전시관 운영(크기별 견종 전시, 대륙별 고양이 전시)
펫 전문점 (Pet Shop)	용도	• 반려동물 분양 및 사료·용품 전문점
	주요 시설	• 동물 분양시설, 사료·간식·용품·물품 판매시설
	특화 전략	• 관내 반려견 생산농가와 위탁계약을 맺어 우수한 반려견을 생산하여 분양함으로써 소비자 보호 및 신뢰 확보 • 주 1회 펫 용품 나눔 장터 마련
동물병원 (Animal Medical Center)	용도	• 최첨단 의료진단·검진 시스템을 구비한 동물병원 내에서 전문 수의사가 24시간 응급진료 및 재활진료 실시
	주요 시설	• 내·외과 수술센터, 영상진단센터, 응급&집중 치료센터 • 진단검사의학센터, 재활치료센터
	특화 전략	• 특화진료를 통해 최고의 의료서비스 제공 • 응급 및 중환자 집중치료 2차 진료기관을 육성 • 한방 치료 및 집중 재활시스템 운영



펫호텔



동물병원



동물병원

[그림 3-44] 오감만족시설 조성 예

○ 신 라이프 스타일 관광

캠핑장 (Camping World)	용도	<ul style="list-style-type: none"> 반려동물과 함께 활동하며 머무를 수 있는 반려견 동반 캠핑장 * 국내 대다수의 공공 캠핑장은 반려동물 동반 불허
	주요 시설	<ul style="list-style-type: none"> 오토캠핑장, 카라반, 글램핑장 반려견 전용 음수대, 배변장소
	특화 전략	<ul style="list-style-type: none"> 오토캠핑장, 카라반(caravan), 글램핑장(glamping ground)설치 ※ Caravan(이동식 주택), ※ Glamping(비싼 장비나 고급음식을 포함하는 고급 야영 숙소) 반려견들을 위한 운동장, 음수대, 배변장소 설치
힐링리조트 (Healing Resort Hotel)	용도	<ul style="list-style-type: none"> 반려동물을 펫호텔에 맡겨놓고 리조트 內 스파, 뷰티샵, 골프장, 워터파크 등에서 여가를 즐길 수 있는 시설
	주요 시설	<ul style="list-style-type: none"> 스파(테마별 스파), 바이탈테라피 센터, 뷰티샵, 찜질방, 피트니스 워터파크, 영화관, 노래방, 실내 골프장, 아이스링크장
	특화 전략	<ul style="list-style-type: none"> 힐링 테마(스파, 바이탈테라피, 찜질방, 피트니스) 온 가족이 함께 즐길 수 있는 위락시설 운영



캠핑장



힐링리조트



[그림 3-45] 신 라이프 스타일 관광시설 조성 예

(4) 사업추진계획

가. 사업추진방향

- ▣ 사업계획 진행에 있어 적절한 사업주체 선정이 중요함. 전체적인 사업계획의 방향과 관리를 할 수 있는 조직으로 선정함
- ▣ 지역주민의 피해를 최소화하고 사업 참여를 유도하며, 고용방안을 마련하는 등 지역 사회적 관점을 중시한 개발을 추진함
- ▣ 환경피해 예방 차원에서 녹색성장정책에 부응할 수 있도록 자연·생태환경을 고려한 균형적이고 미래지향적인 생태적 개발을 추진함



나. 민간 자본 유치

- ▣ 행정절차 간소화, 세제개혁, 토지이용 규제완화, 외국인 투자유치 조건 완화, 환경규제 완화 등 투자활성화 대책을 선행적으로 추진함
- ▣ 민간자본의 투자 및 수익을 위한 상업성 확보가 중요하므로 차별화된 관광 상품 개발을 통한 관광 인프라를 구축하도록 함

다. 민간재원 조달이 어려운 경우

- ▣ 각종 국비지원 사업에 대한 전면적 모니터링을 전개하여 유사 사업과 연계하여 국비 확보 계획을 수립함
- ▣ 대전권 투자유치를 위한 박람회 등을 개최하고 전략 및 비전 등을 적극적으로 소개하여 투자 유치를 유도함



[그림 3-46] 사업추진 및 운영주체

(5) 기대효과

- ▣ 미래 신성장 산업으로서 반려동물과 연관된 지역산업을 육성하고 새로운 수요를 창출하여 대전의 새로운 관광자원으로 조성
- ▣ 대전권 투자유치를 통해 반려인구 진흥 및 시민 관광여가 인프라 구축, 반려동물 관련 선진적 시민의식 함양 및 동물복지 수준을 향상시킴2. 플랜더스 파크 조성



제4장 관광진흥 사업계획

- 제1절 명품로드 및 녹색관광상품
- 제2절 도심관광 활성화
- 제3절 축제 및 MICE산업
- 제4절 관광홍보 및 안내정보체계
구축
- 제5절 대전시 특화사업



제4장 관광진흥 사업계획

제1절 명품로드 및 녹색관광상품

1. 스토리가 있는 명품로드 활용방안

1) 현황분석

(1) 도보여행 현황

가. 도보여행의 세계화 추세

- ▣ 도보여행의 본질인 걷기를 위한 도보중심 길 조성과 이에 따른 문화 확산이 보편화되고 있음
- ▣ 많은 선진국들은 국가차원에서 도보중심 길 조성사업을 선도적으로 전개하고 있음

나. 관광형태의 변화에 따른 도보여행의 증가

- ▣ 도보여행은 종교·문화·역사자원 및 자연·생태자원 등의 감상과 체험학습이 가능함
- ▣ 최근 수동적인 관람형 관광에서 모험, 탐구, 배움을 지향하는 체험관광으로 관광추세가 변화되고 있어 생태/문화 체험형 도보여행객 증가가 예측됨

다. 도보여행의 사회·환경적 영향에 대한 긍정적인 평가

- ▣ 최근 기존의 여행형태인 점(點)지향 관광(특정 지역에 집중된 관광 매력물과 관광객 편의시설을 여행하는 관광형태)에서 탐방로 도보와 같이 선(線)지향 관광이 주목받고 있음
- ▣ 도보여행은 환경영향 최소화, 지역민 이익증대, 관광객 만족도 향상 등의 이점이 있음

<표 4-1> 도보여행의 긍정적 영향력

부문	내용
환경영향 최소화	<ul style="list-style-type: none"> - 기존의 길을 탐방로로 활용함에 따라 대규모 개발 사업이 불필요 - 특정 지점에 관광객들이 과도하게 집중되지 않으며 분산됨
지역민 이익 증대	<ul style="list-style-type: none"> - 대규모 개발에서 소외되었던 지역 주민들이 탐방로 곳곳에서 수익사업이 가능함 - 저비용의 투자로 사업 아이템 발굴이 가능함
관광객 만족도 향상	<ul style="list-style-type: none"> - 인위적이지 않은 자연경관과 살아있는 지역문화 체험이 가능함 - 저렴한 비용으로 이용 가능함

자료 : 문화체육관광부(2010). 도보여행활성화에 따른 파급효과 분석,



(2) 도보여행 관련 정책사업

가. 전국단위 생태탐방로 조성계획(환경부, 2007)

- 전국 5대 강과 옛길(영남대로, 삼남대로), 해안길 등을 중심으로 우수한 생태탐방자원을 네트워크화 하고, 지자체별 지역의 특수성을 살린 테마형 생태탐방로를 조성함
- 계획된 생태탐방로는 기존의 정상등반 등산이나 트레킹 형태의 이용이 아닌 가족단위로 남녀노소 누구나 쉽게 걸을 수 있는 길들을 위주로 우수한 생태적 배경을 가진 강·하천길, 옛길, 숲길, 마을길, 들길, 해안(바다)길, 자전거길 등이 활용됨
- 생태탐방로는 탐방자원의 가치, 전국적 연계성 등을 기준으로 국가생태탐방로, 광역시 생태탐방로, 지역생태탐방로로 구분되며, 기존의 길들을 최대한 활용하여 자연친화적으로 조성됨
- 본 사업은 2007년 수립된 ‘전국단위 생태탐방로 조성계획’에 의거, 2008년부터 ‘퇴계 오솔길 생태탐방로’ 조성 시범사업이 추진 중이며, 2010년~2017년 매년 60개 구간의 탐방로가 조성될 계획임

<표 4-2> 전국단위 생태탐방로 조성계획 내용

구간	명칭	구간	거리(km)
강길	한강 탐방로	강원(설악·태백검룡소)~경기(북한강)~서울(한강)~강화도(한강하구, 강화 갯벌)	190km
	금강 탐방로	장수(장안산)~대전(대청호)~서천(소황사구)~금강 하구둑	123km
	영산강 탐방로	지리산~무안(내장산)~영암(월출산)~목포(영산강 하구둑)	82km
	낙동강 탐방로	태백항지~봉화(소백산)~칠곡(팔공산)~고령(가야산)~창녕~양산(낙동강하구역)	226km
바닷길	남해연안 탐방로	전남 진도(다도해 해상)~광양(한려해상)~통영~거제~부산시(을숙도)	352km
역사길	영남대로	서울남대문~문경새재~대구시(비슬산)~부산동래	380km
	삼남대로	서울남대문~논산~익산~나주~전남 해남(두륜산)	460km

자료 : 환경부(2007). 전국단위 생태탐방로 조성계획.

나. 국가등산로 조성사업(산림청, 2007)

- 산림청은 국민에게 안전하고 쾌적한 산림문화·휴양서비스를 제공하기 위한 ‘산림문화·휴양에 관한 법률’이 제정됨에 따라 체계적인 등산 활동 지원을 위해 2007년부터 2017

년까지 추진되는 ‘등산지원기본계획’을 수립하여 다음과 같은 등산로 조성을 추진하고 있음

<표 4-3> 국가등산로 조성사업 내용

구간	시점	종점	거리(km)
백두대간 등산로(남한)	설악산	지리산	684
한북정맥 등산로(남한)	장명산	오두산	165
한남정맥 등산로	칠장산	문수산성	210
한남금북정맥 등산로	속리산 천왕봉	칠현산	178
금북정맥 등산로	칠현산	안흥진	285
금남정맥 등산로	마이산	부소산 조룡대	129
금남호남정맥 등산로	장수 영취산	진안 부귀산	66
호남정맥 등산로	섬진강	백운산	395
낙동정맥 등산로	매봉산	다대포 물운대	412
낙남정맥 등산로	지리산 영신봉	낙동강 분산	240

자료 : 산림청(2007). 국가등산로 조성사업,



[그림 4-1] 국가등산로 조성사업 등산로 위치도

다. 스토리가 있는 문화생태탐방로 조성사업(문화체육관광부, 2009)

- 문화체육관광부는 역사, 예술, 생활, 생태 등 테마가 있는 녹색문화 여행길 조성사업으로 ‘스토리가 있는 문화생태탐방로’ 조성 사업을 추진하고 있음



- 스토리가 있는 문화생태탐방로는 지역의 아름다운 자연과 문화, 역사자원과 특성 있는 스토리를 엮어 국내외 탐방객들에게 제공하는 ‘체험’ 중심의 도보 길을 의미함
- 본 사업은 ‘길’을 주요 자원으로 활용하여, 지역의 역사·문화 관광자원에 매력적인 스토리를 부여함으로써 해당 자원의 가치를 극대화하고 4대강, 옛길, DMZ 등 국토의 선형공간을 대상으로 문화가 흐르고 생태가 살아 숨 쉬는 녹색문화여행길 구축을 목적으로 하고 있음
- 문화형은 역사 문화형, 예술 문화형, 생활 문화형으로 재구분되며, 단기적으로는 테마(스토리)중심구간사업을 진행하고 장기적으로는 네트워크화를 통한 전국단위 탐방로 조성을 위해 환경부, 산림청 등의 타 부처 탐방로 사업과 연계하여 전국 규모 장거리 탐방로 조성을 목적으로 함

<표 4-4> 스토리가 있는 문화생태탐방로의 자원 종류

구분		내용
생태형	자연생태자원	강, 해안, 동·식물, 산악과 평지, 수변 및 해양 등 생태적·자연적 가치를 지닌 생물 또는 비생물적인 요소
	자연경관자원	자연공원, 생태·경관보전지역, 철새도래지, 습지 등 자연·환경적 측면에서 시각적·심미적 가치를 지닌 지역·지형 또는 이에 부속된 요소
문화형	역사문화자원	신화·전설·민담, 인물, 민속·풍속, 유적지·명승지 등 전통적·역사적 유래와 특징을 지닌 문화자원
	예술문화자원	문학·미술, 공연예술, 시각예술 등 다양한 장르의 소재 또는 배경으로 활용되는 문화자원
	생활문화자원	특정한 문화적 콘텐츠나 아우라를 가진 지역 문화, 생활 속에서 제공되는 다양한 문화자원

자료 : 문화체육관광부(2009). 스토리가 있는 문화생태탐방로 조성사업.

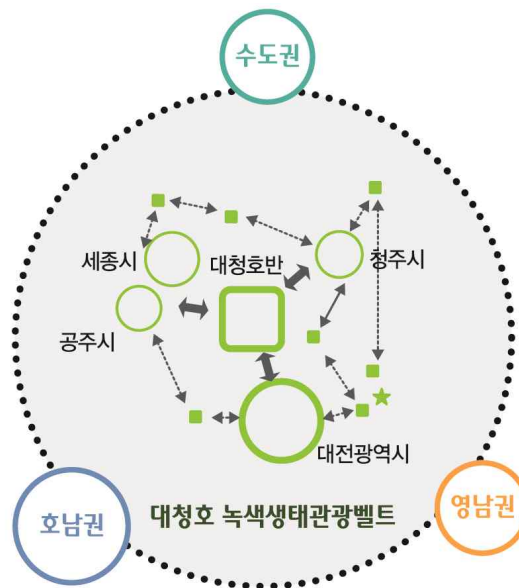


[그림 4-2] 스토리가 있는 문화생태탐방로 노선계획(안)



라. 대충청권 녹색생태관광사업 마스터 플랜(대전발전연구원, 2011)

- 대청호를 대상으로 ‘사람과 산과 물이 만나는 대한민국 대표 녹색생태관광지 조성’이라는 비전 아래 대청호오백리길 코스를 설정하고 이와 연계되는 다양한 사업들을 제시하였음
- 사업의 3대 목표인 ‘국토중심의 신녹색생태 명소 조성’, ‘향토자원으로 지역사회발전’, ‘지속가능한 호반환경 보존’ 등에 따른 전략은 ‘중부권과 세종시 배후의 녹색생태 관광기능 강화’, ‘대청호반 및 금강 연계 수변관광기반 구축’, ‘향토자원과 입지여건을 활용한 길 여행상품 개발’, ‘도보여행 축제와 재미있는 이벤트 발굴 개최’, ‘실용적 여행정보 제공과 여행자 중심 홍보 실시’, ‘지역특산물의 관광 상품화와 브랜드마케팅’ 등이 제시됨
- 권역별 구성은 대전 대덕권(휴식·여가 및 치유공간), 대전 동구권(농촌체험 및 경관감상 공간), 충북 청원권(역사·문화 재현을 통한 과거와의 소통 공간), 충북 보은권(대청호 자연을 보고 느끼는 녹색생태체험 공간), 충북 옥천권(역사인물을 활용한 스토리텔링 공간) 등이 속함



[그림 4-3] 중부권과 세종시 배후의 녹색생태관광기능 강화 개념도



(3) 대전권 도보여행지 현황

가. 생태형 도보길

○ 대청호 오백리길

- 대전·충청권 지역의 대청호 주변 자연부락과 소하천을 모두 포함하는 약 200km의 도보길로 주변의 등산로, 산성길, 임도, 옛길 등과 지자체의 도보길인 대전 대청호 로하스길, 대청호반길, 옥천 향수길, 보은 보은길, 청남대 사색길 등을 포함하고 있음
- 대청호를 둘러싸고 있는 대청호 오백리길은 대청호 위로 해발 200~300m의 야산과 수목들과 주변의 대청호 물문화관, 두메마을, 관동묘려, 미륵원, 대청호 자연생태관, 청남대, 금강유원지, 찬샘마을, 문의문화재단지, 옥천의 옥영수 생가, 정지용 생가 등 아름다운 경관을 자랑하며 많은 역사 유물 유적지와 체험거리 및 먹거리, 축제 등이 있어 자연을 느끼고 체험과 학습이 가능한 도보길로 평가받고 있음
- 지역과 거리의 특성을 기준으로 약 200km 도보길을 21구간으로 나누어, ‘푸른 호수를 감상하며 걷는 구간’, ‘문화답사하며 걷는 구간’, ‘농촌체험을 하며 걷는 구간’, ‘등산하며 걷는 구간’, ‘사색하며 걷는 구간’ 등 보고, 느끼고, 체험하고, 즐길 수 있는 다양한 테마를 제공함

<표 4-5> 대청호 오백리길 대전권 코스(6개/64km)

코스	코스명	구간	거리 (km)	소요 시간
1	두메마을길	대청댐-숫고개-미호동산성-비상여수로-삼정마을-거대역새밭	11.5	6
2	찬샘마을길	거대역새밭-찬샘마을-성치산성-찬샘정-냉천버스종점	10	5
3	호반열녀길	냉천버스종점-사슴골입구-미륵원-마산동삼거리	10	6
4	호반낭만길	마산동삼거리-드라마촬영지-자연생태관-추동취수탑-연꽃마을-영고개-신상교	12.5	6
5	백골산성 낭만길	신상교-신상동-강살봉-백골산성-방축골길-와정삼거리	13	6
6	대추나무길	와정삼거리-꽃봉갈림길-성황당고개-법수리-어부동	7	4



[그림 4-4] 대청호 오백리길



○ 대전 둘레산길

- 보문산에서 만인산과 식장산, 계족산, 오봉산, 금병산, 우산봉, 빈계산, 구봉산 등에 걸쳐진 133km 구간의 대전둘레산길은 대전의 역사와 문화를 온전히 드러내는 장소로 접근성과 비용 면에서 시민들의 레저 활동에 적합한 장소로 평가받고 있음
- 대전둘레산길 잇기는 시민들에게 운동과 휴식공간의 의미뿐 아니라 자연환경과 지역사랑에 대한 의미를 되새기게 하는 환경적, 문화적 기능을 담당하고 있음

<표 4-6> 대전둘레산길 잇기 코스(12개/133km)

구간	코스	거리(km)	소요시간	출발지	도착지
1	보문산 시루봉~오도산~금동고개	9.3	6	보문산 청년광장	금동고개
2	금동고개~떡갈봉~만인산~태조태실	13.1	7.5	금동고개 소나무 앞	만인산휴게소
3	태조태실~마달령~국사봉~닭재	12.5	7.5	만인산 자연학습원 입구	삼괴동 덕산마을
4	닭재~곤룡재~식장산~세천고개	13.6	7.5	덕산마을 느티나무	세천고개
5	세천고개~갈현성~길현성~계족산	11.0	6.5	동신고 입구 버스종점	용화사 주차장
6	계족산~장동고개~금강~오봉산 입구	13.5	7.5	용화사 주차장	봉산동 버스종점
7	오봉산~보덕봉~금병산~공군대아파트	12.2	7.5	봉산동(구죽) 버스종점	공군대학아파트
8	안산산성~우산봉~갑하산~삼재	9.0	6.0	안산동 어둔리마을 입구	계룡 휴게소
9	수통골탐방안내소~도덕봉~금수봉~빈계산	10.0	6.0	수통골탐방안내소	수통골 주차장
10	빈계산~용바위~산장산~방동저수지	7.9	5.5	수통골 주차장	방동저수지(돌팍재)
11	방동저수지~구봉산~갑천~쟁기봉	9.4	6.5	방동저수지 입구	유등천 안영교
12	쟁기봉~뿌리공원~까치고개~시루봉	11.5	7.0	유등천 안영교	보문산 청년광장



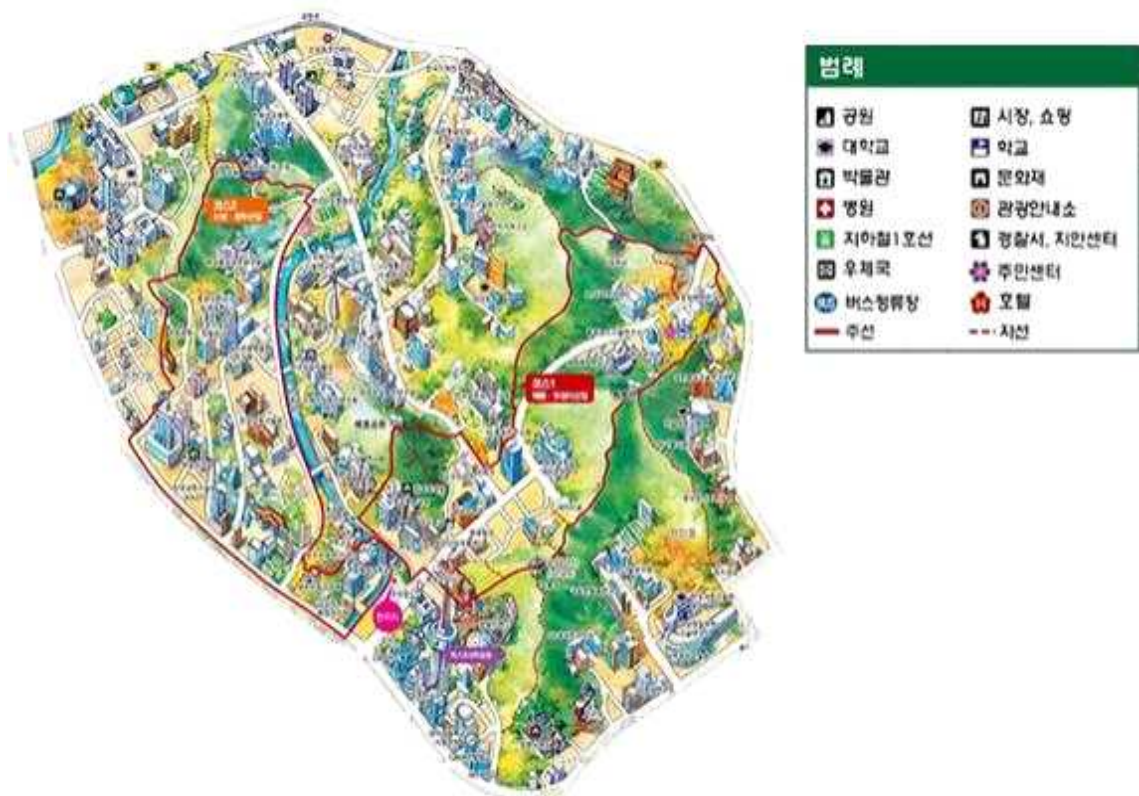
[그림 4-5] 대전둘레산길 잇기

○ 대덕 사이언스길

- 대전시는 대덕연구단지 내 주요 산·공원·산책로를 연결해 등산·레저·자연학습 등을 위한 공간으로 ‘대덕특구 올레길’ 조성을 계획하고 있음
- 대덕사이언스길은 대덕연구단지에 위치한 우성이산, 매봉공원, 성두산공원, 신성공원 등산로와 탄동천길 등의 산책로를 연결해 2개 코스 20.2km로 조성됨으로써 규모가 작고 도심 속에 위치해 시민이 쉽게 이용할 수 있는 장점을 가짐

<표 4-7> 대덕사이언스길 코스(2개/20.2km)

코스	코스명	구간	거리(km)	소요시간
1	매봉·우성이산길	엑스포과학공원~성두산~화암4가~대덕대뒷산~매봉공원~교육과학연구원~엑스포과학공원	10.2km	3시간 24분
2	신성·성두산길	중앙과학관~성두산공원~탄동천~신성공원~충대농대~궁동공원	10.0km	3시간 20분



[그림 4-6] 대덕사이언스길 노선도



○ 보문산 숲길

- 대전의 대표 산인 보문산(457.6m)의 숲길은 가장 높은 시루봉과 보문산성으로 연결되어 우거진 녹음, 부드러운 산세와 흙길, 산자락의 약수터(샘)등의 우수한 자연경관으로 높게 평가받고 있으며 많은 유적 보유 및 잘 정비된 편의시설, 다양한 먹거리뿐만 아니라 편리한 접근성으로 시민들의 높은 이용 빈도를 자랑하고 있음

<표 4-8> 보문산 숲길 코스

코스	코스명	구간	거리(km)	소요시간
1	찬샘길1	산성동탑골~문화동~시루봉	3.3km	66분
2	찬샘길2	산성동탑골~까치재약수터~시루봉	3.9km	72분
3	문필봉길	한밭도서관(문화주차장)~시루봉	2.4km	48분
4	윗데미길	대사파출소(데미고개)~시루봉	3.4km	68분
5	평화의 탐길	대사통제소~시루봉	2.8km	56분
6	한적골길	대사동~야외음악당~보문산성	1.7km	34분
7	산성길	대사동(남대전고)~보문대(전망대)~보문산성	1.9km	42분
8	세동길	복전암~보문산성	1.4km	31분
9	범바윗길	아랫범골~보문산성	2.1km	42분
10	윗범골길	윗범골길~보문산성	2.5km	50분
11	범골길	호동(금성빌라)~옥계초등학교~이사동전망대~시루봉	4.0km	80분
12	구완동길	구완동(어청골)~시루봉	2.1km	46분
13	여경암길	유희당~여경암~시루봉	5.1km	122분
14	배나무골길	무수동~배나무골~보문사지~시루봉	3.8km	76분
15	위사정길	윗사정~시루봉	2.5km	50분



[그림 4-7] 대전 보문산 숲길 코스

나. 복합형(생태+축제) 도보길

○ 계족산 100리 길 명품 숲길(황톳길)

- 계족산 100리 길 명품 숲길은 기존에 단절되었던 대덕구 범동 용화사~가양비래공원 구간 4.62km를 연결하여 총 42.25km의 숲길로 조성된 것임
- 한국관광공사가 ‘최고의 명소’로 선정한 계족산 숲길은 해마다 계족산 맨발축제 기간에 에코힐링 마사이 마라톤대회가 열리는 등 맨발걷기 체험장으로 유명하여 매년 100만 명이 넘는 관광객들이 찾고 있으며 가족 단위의 숲길 걷기 코스도 큰 인기를 누리고 있음



계족산 명품 숲길 100리



계족산 황톳길



계족산 순환 숲길 100리 조성도



[그림 4-8] 대전 계족산 100리 길 명품 숲길 코스 및 사진

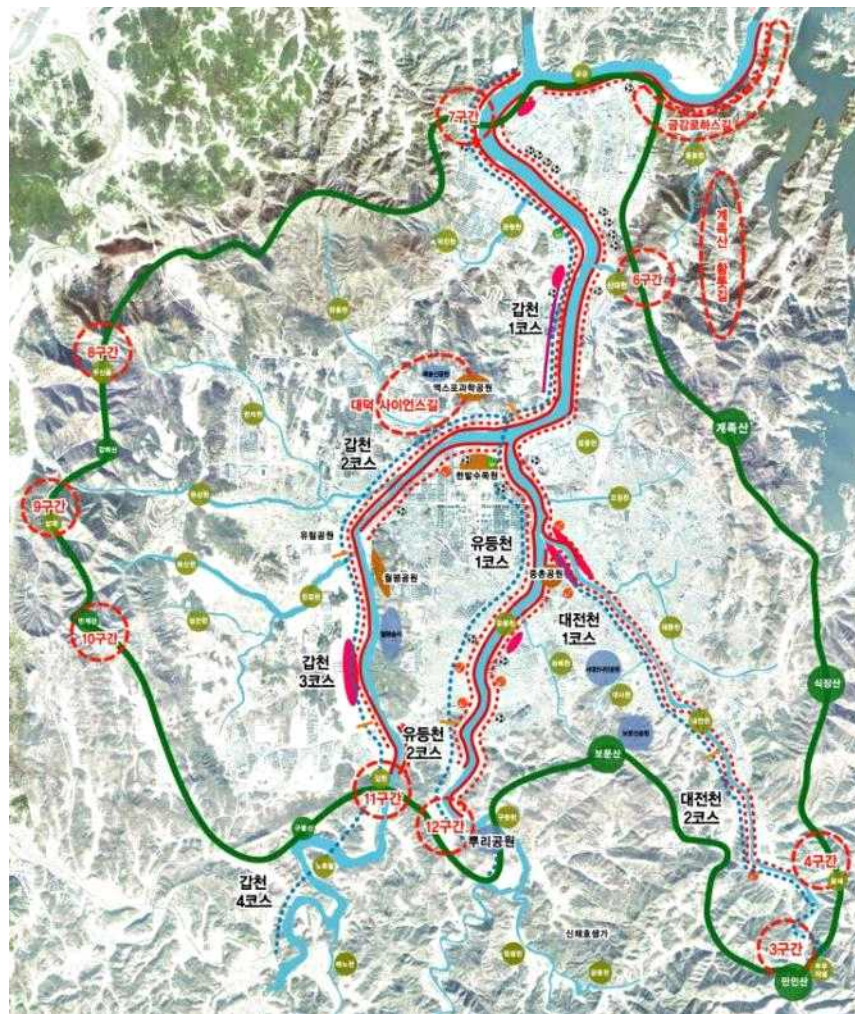
○ 3대 하천길

- 우리나라 대부분의 하천이 북에서 남으로, 동에서 서로 흐르는 반면 대전시 3대하천은 남에서 북으로 흐르는 지형학적 특성을 가지고 있음



<표 4-9> 3대 하천길 코스별 특징

코스	특성
대전천	제1코스 대전천 최상류인 만인산에서 가오동입구까지 살아 있는 생태계를 볼 수 있는 하천길
	제2코스 대전천 중류인 목척교를 중심으로 상류의 문창교에서 하류의 유등천 합수지역까지 대전의 어제와 오늘, 그리고 내일을 볼 수 있는 하천길
유등천	제1코스 유등천 상류의 뿌리공원과 함께하는 도심 속 공원길로 뿌리공원과 오월드 등 교육과 놀이문화가 함께 있는 하천길
	제2코스 유등천과 갑천이 만나는 지점에 넓은 고수부지 유채밭의 산책이 가능한 하천길
갑천	제1코스 갑천 상류 장안동에 위치한 장태산 휴양림을 시작으로 가수원교까지 전형적인 도시 속에 묻혀 있는 예쁜 시골의 하천길
	제2코스 가수원교에서 만년교까지 환경훼손이 없는 순수자연형 하천과 동식물이 공존하는 산책길
	제3코스 만년교를 지나 유성교(유성천)에 휴식과 휴양을 함께할 수 있는 온천테마파크 하천길
	제4코스 대덕대교에서 둔산대교까지 갑천 중류 부근 수목원이 있는 도심 속 작은 정원의 하천길



[그림 4-9] 3대하천길 코스

다. 문화형 도보길

○ 원도심 어울림길

- 원도심 어울림길은 생태환경, 문화예술 및 음식거리가 함께 어우러진 도시 공간으로서 대전의 대표적인 원도심 거리로 평가받고 있음
- 문화예술가로 화랑과 소극장이 집중되어 있는 문화예술의 거리, 역사적인 옛 도청 거리, 젊음의 중심의 축제가 개최되는 우리들공원이 위치하고 있으며 쇼핑가로 젊음의 대상의 으능정이 거리와 대전의 대표 재래시장인 중앙시장이 있음
- 원도심의 생태환경을 보여주는 대전천과 함께 골목길 곳곳에 대전의 대표 음식들을 판매하는 오랜 역사의 식당들이 위치하고 있음

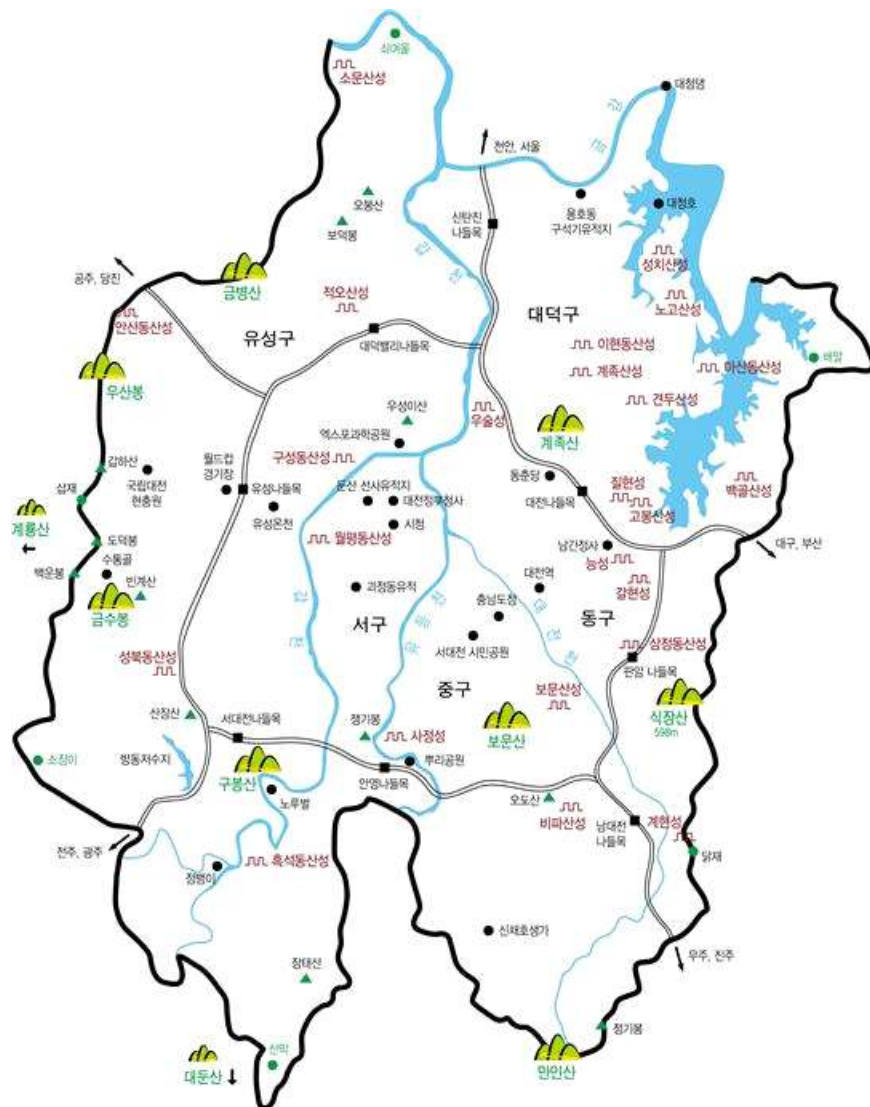


[그림 4-10] 원도심 어울림길 코스



○ 백제산성 테마길

- 백제산성 테마길은 대전시를 둘러싸고 있는 고대 산성들을 따라 걷는 길로 삼국시대에 신라와 국경을 이룬 백제의 전략적 요충지로 40개의 고대 산성(山城)을 비롯하여 백제의 전술적 가치를 말해주는 지명과 유적들이 곳곳에 남아있음
- 산성(山城)의 도시 대전의 인지도를 높이기 위해서는 성(城)과 성(城)을 연결한다는 뜻의 지역에 남아있는 고대백제어인 ‘데미’를 활용하여 대전 지역의 산성들을 연결하는 역사로드 관광상품 ‘백제산성 테마길’을 개발하고, 산성에 담긴 스토리텔링 콘텐츠를 발굴해 관광자원화하고자 함



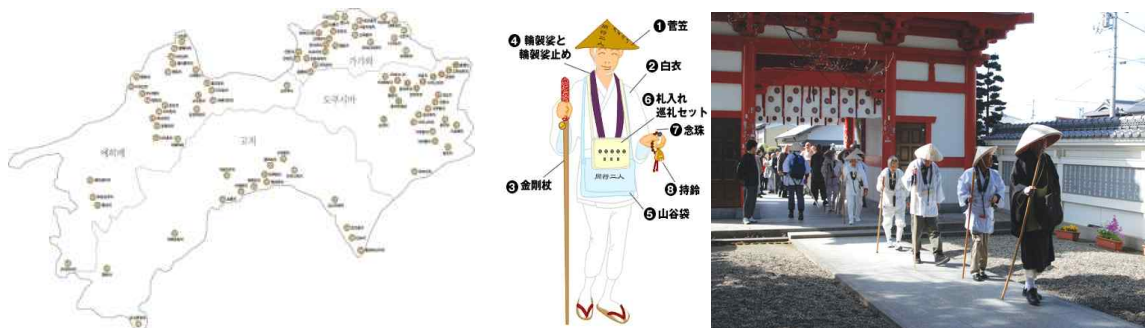
[그림 4-11] 대전의 산성지도, 대전 산성현황과 둘레산길

(4) 해외사례

가. 일본 시코쿠 순례길

○ 주요내용

- 도보로 시코쿠 마츠야마 시내에 있는 사찰들의 일상을 보면서 걸을 수 있는 길로 일본 진언종의 창시자인 홍법대사(774-835)의 자취를 따라 88개의 절을 참배하는 순례길
- 산티아고와 함께 세계 문화유산에 등록된 영지 참배 코스로 일본 시코쿠 지역 총 거리 1,200km의 회복과 치유의 순례길로 처음엔 순례자들을 위한 길이었으나 최근에는 건강과 스트레스 해소, 일본의 사찰문화와 관광을 위한 일반인들의 참여도 늘고 있음



[그림 4-12] 시코쿠 순례길 지도 및 순례자 복장

○ 운영특성

- 각각의 사찰에서는 각각 고유의 문양을 준비하여 순례자들에게 확인도장을 찍어주고 템플스테이 형식으로 방문객에게 숙소를 제공하는 등 사찰 차원에서의 편의를 제공하고 있음
- 시코쿠 순례길은 주로 국립공원을 대상으로 한 탐방로 중심으로 국가단위 관리가 이루어지고 인근 주민들로 이루어진 전국적인 운영주체 연계망을 구축하고 있어 체계적인 관리와 운영이 이루어짐에 따라 불교 순례자 및 외국에서 오는 도보여행자들에게 청결한 인상으로 지속적 방문을 유도하고 있음
- 또한 탐방로의 종류를 거리, 난이도, 자원의 특색, 테마, 지역 등에 따라 명확히 구분하여 그 정보를 방문자에게 제공하고 이에 따른 준비사항들을 제시하고 있음

나. 뉴질랜드 밀포드 사운드

○ 주요내용

- 1877년 도날드 서덜랜드라는 탐험가에 의해 밀포드 사운드로 가는 길이 처음 발견되었는데 뉴질랜드 남섬의 남서부에 자리 잡고 있는 피오르랜드 국립공원은 14개 사운드(구불구불한 좁은 만)와 호수, 산, 숲 등으로 형성되어 있는 자연의 보고로 1970년에 세계



자연유산으로 지정됨

- 밀포드 사운드가 뉴질랜드에서 가장 아름다운 피오르라면 밀포드 트랙은 세계에서 가장 아름다운 산책로(World Finest Walk)라고 불리는 트레킹 코스로 테아나우에서 출발하여 밀포드 사운드까지 54km의 코스로 4박 5일의 예약형 유료 트레킹 투어임
- 넓은 초원, 원시림 풍경, 서던 알프스의 빙하나 U자형의 피오르 계곡이 내려다보이는 매키논 패스(MacKinnon Pass) 등 광활한 대자연의 여행지로 평가받고 있음

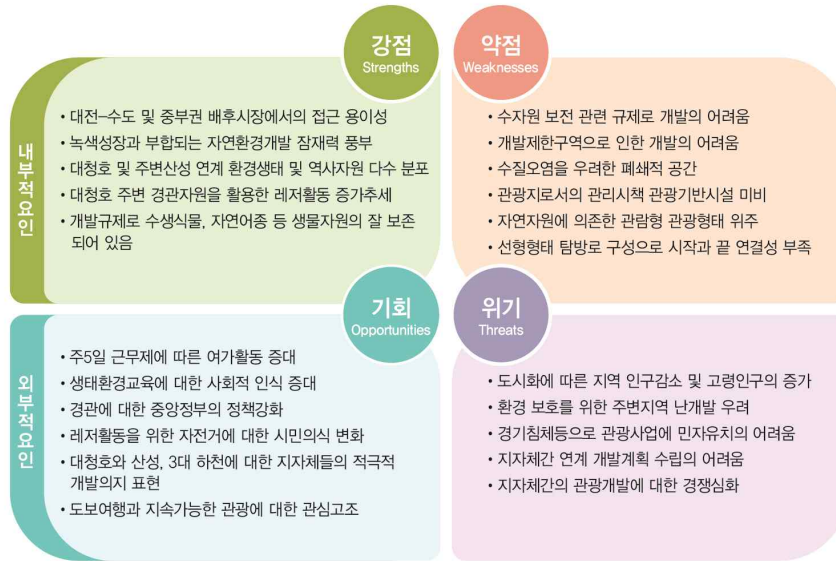


[그림 4-13] 뉴질랜드 밀포드 사운드 주변 경관

○ 운영특성

- 뉴질랜드 환경보전부(DOC) 국립공원 관리단은 ‘피오르랜드’ 국립공원(밀포드사운드 트레일 포함)의 관리를 맡고 있으며, 밀포드사운드 트레일 주변의 주요 관광거점은 퀸스타운 대학 교수와 연구원, 민간전문가들로 구성된 관리단이 맡아 산악관광·생태관광 분야 연구를 통해 해당 정책에 반영시키고 있음
- 퀸즈타운은 밀포드사운드 트레일과 반지의 제왕 촬영지 등 뉴질랜드 최대 관광 거점도시로 이러한 산학과 거버넌스를 통해 관광산업 분야에서 최고라는 평가를 받고 있음

(5) SWOT 분석



[그림 4-14] 대전 도보여행 SWOT 분석



2) 기본구상

(1) 비전 설정

■ 비전 : ‘스토리가 있는 명품로드 관광명소화 및 활성화 추진’

- 스토리가 있는 명품로드의 가치를 극대화하고 방문객과 지역민의 공감형 가치를 구현할 수 있는 세계화 전략, 정보화 전략, 안정화 전략, 생활화 전략을 전개함

(2) 추진전략

- 세계화 전략 : 대한민국만의 길이 아닌 세계와 소통할 수 있는 가치를 실현
- 정보화 전략 : 정보기술을 활용하여 자연과 문화를 온몸으로 체험할 수 있도록 구성하여, 길 체험 감동의 질을 높이는 감성전략 구사
- 안정화 전략 : 대전 명품길의 독보적인 가치와 정체성을 확보하기 위한 체계적인 관리·운영 전략
- 생활화 전략 : 일상생활 속의 명품길을 만들기 위해 지역 내 파트너십을 구축하고 길 문화 운동 전개 및 지역경제활성화, 외래관광객 유치에 위한 벚꽃 명품길 조성

비전	스토리가 있는 명품로드 관광명소화 및 활성화 추진			
전략	세계화	정보화	안정화	생활화
방향	국제교류를 통한 세계적 길 만들기	감성형 길체험 여건 조성	명품길의 지속적인 관리체계 구축	일상미학 체험과 나눔의 실천
사업	<ul style="list-style-type: none"> • 세계명품길엑스포 개최 • 도보길 네트워크 구축과 활성화 세미나 개최 • 브랜드 아이덴티티 형성 	<ul style="list-style-type: none"> • 명품도보길 스토리구축을 통한 콘텐츠화 • 홈페이지 및 앱개발을 통한 정보체계 구축 	<ul style="list-style-type: none"> • 도보길 관련 조례안 제정을 통한 지속적, 체계적 관리 계획 수립 • 길 평가 및 운영 관리체계 구축 	<ul style="list-style-type: none"> • 명품도보길 완주 인증 및 명예도보길 지킴이 양성 • 도보길주변 유흥시설 활용구축 • 클린로드 캠페인 전개

[그림 4-15] 명품로드 추진전략 개념도

3) 세부사업

(1) 세계 명품길 엑스포 개최

가. 명품길 박람회 개최

- ▣ 방문객들이 걸으면서 대전의 꾸밈없는 일상, 아름다운 자연, 풍성한 문화를 직접 느낄 수 있는 명품길 박람회 개최

나. 세계 명품길 체험관

- ▣ 세계적으로 유명한 길들을 한 자리에서 체험할 수 있는 입체형 체험관을 설치하여 관람객들의 걷기에 관한 흥미 유발
- ▣ 사진 및 영상자료, 3D 가상기술을 활용하여 세계 명품길 간접 체험 및 기념품 전시·판매

다. 명품길 심포지엄 개최

- ▣ 국내외 길 관계자 및 전문가를 초빙하여 해당 길의 발전과정, 운영관리, 마케팅체계 등에 관한 심포지엄을 개최하여 대전 명품길의 학술적 가치를 높임과 동시에 국제정보 교류의 장으로 발전시킴

라. 국제 걷기대회 개최

- ▣ 트레킹대회 코스기반 조성(거리별 표지판, 위험구간 정비)
- ▣ 사전답사 및 행사준비(GPS 측정, 행사 사전계획 / 주관기관 선정)
- ▣ 걷기행사개최 (개·폐막식, 걷기대회, 이벤트 등)



[그림 4-16] 대청호오백리길 국제 걷기대회

(2) 도보길 관련 조례안 제정을 통한 지속적, 체계적 관리계획 수립

가. 관리·운영

- ▣ 대전광역시 관광진흥 조례(제3873호) 내에 대전권 도보길 관리·운영에 관한 사항을 포함



시켜 지속적 추진과 활성화 근거 마련 검토

- 현재 지자체, 민간에서 운영되는 도보길들을 정리하여 모니터링, 홍보, 자원봉사활동 등이 이루어질 수 있도록 대전권 통합 관리체계를 마련하고 이에 대한 최소한의 예산지원 필요
- 대전권 내 도보길 관리운영 노하우 공유를 위해 관리 및 운영 담당자들의 협조를 통한 대전도보길 네트워크 구축

나. 안내 및 디자인

- 도보길 안내체계 개선을 위해 도보길 안내사인과 정보, 각종 지표 등이 포함된 종합 안내체계 계획수립
- 종합 안내체계에 따라 방향안내판 지주 기둥에 일련번호를 부여한 관리번호판을 부착해 이용자의 현 위치 파악이 용이하게 하며, 경로 탐색을 위해 방향안내판과 간이안내판, 리본 등을 적정한 곳에 설치
- 가급적 정보를 주는 날개는 최대 4개까지만 설치(많은 정보는 혼돈 초래)
- 설치와 장치 후속 관리비용을 고려하여 간이안내판과 리본들을 적절히 사용하여 설치하고, 눈에 띄는 미려한 디자인 고려
- 날개형 방향 안내사인의 경우 주요 갈림길과 교차점 외에는 설치를 과다하게 해서는 안 되며 직선 보행로의 경우에는 양방향 진행을 염두에 두고 방향 안내사인을 설치함



[그림 4-17] 안내판 디자인

다. 명칭

- 걷는 길이 많이 조성되어, 같은 구간에 노선이 겹치거나 여러 부처에서 예산이 중복 지원되어 경로가 중첩되는 경우, 더 장거리(광역급 탐방로) 여행길의 안내정보를 우선함
- 단거리 길은 표식 등을 이용함(프랑스의 경우 GR과 GRP가 있으면, GR로 통합원칙)
- 위의 내용이 어려운 경우, 하나의 지지대를 동시에 활용하여 안내정보를 주되, 색깔이

나 표지를 통해 길의 위계를 명확하게 함. 한 공간에 두 개 이상의 지지대를 세워 각각 방향 및 명칭을 알리는 방식은 지양하여야 함



(3) 명품도보길 완주 인증 및 명예도보길 지킴이 양성

가. 명품도보길 완주 인증

- ▣ 대전시 내 명품도보길들에 대한 코스 조사를 통해 인증될 수 있는 코스를 정하고 완주 인증을 할 수 있도록 온라인 스탬프 개발
- ▣ 걷기단체 및 유관기관, 개인들에 대한 코스 인증서 발급을 통한 대전 명품길 코스 홍보 및 활성화 추진(인증서 발급비 수익화)
- ▣ 도보길 단체들에 대한 공신력 및 홍보강화를 통하여 코스 인증 추진(대청호 오백리길 - 2014 KML(국제걷기연맹) 총회 공식 걷기코스 국내 8번째 인증)

나. 명예도보길 지킴이 양성

- ▣ 관광문화관광해설사를 대체할 수 있는 제도로써 ‘대전 명예도보길 지킴이’ 제도를 신설하여 등급별 자격을 부여함과 동시에 근무여건을 대폭 향상시킴
- ▣ 명품도보길에 대한 애착도가 높은 대전시민 중에 자신의 전문영역과 길을 매칭하여 방문객에게 설명해줄 수 있는 전문가 선발
- ▣ 관광일본 오타루시의 ‘오타루 안내인’ 사업이나 런던시의 ‘블루벳지’ 사업 등에서는 철저한 인력관리와 등급제를 통해 안내인의 명예와 자부심을 높이고 그에 상응하는 처우를 해주고 있음

(4) 도보길 네트워크 구축(협의회)과 활성화 세미나 개최

- ▣ 도보길 관련 유관단체(도보길 관리 단체)·기관과의 주기적인 교류를 통한 관리노하우 공유 및 정부 지원사업 공모
 - 지역 도보길, 트레킹 코스 조성시 상호 컨설팅 지원 및 아이디어 발굴
- ▣ 도보길 유관기관 실무협의회 개최 및 관련 행사 공동참가
- ▣ 대전 내 명품길 통합 서포터즈 양성, 안내책자 공동 발간 등 사업 중복 투자 방지
 - 코스 내 안내표지판 훼손 여부를 모니터링하고 명품길 지킴이, 홍보 요원으로 양성하여 꾸준한 활동을 할 수 있도록 양성(대구올레에서는 트레일 매니저 제도를 실시하며 꾸준한 활동을 하는 매니저에게는 인증표와 소정의 교통비·식비 제공)
- ▣ 한국관광공사 대전·충남협력지사를 통해 대전 명품길 홈페이지 구축이나 테마사업 등 공동 추진 사업 협력 추진 가능
 - 지역홍보, 관광마케팅, 도시재생 등과 연계한 명품길 활성화 분야

(5) 명품도보길 스토리 구축을 통한 콘텐츠화

가. 스토리로드 아카이브 구축

- ▣ 각각의 길에 얹힌 역사, 사연, 체험담 등을 수집하여 테마별, 코스별, 지역별로 데이터 베이스화 한 후 웹뮤지엄 형태로 잠재 도보여행자들에게 제공함
- ▣ 웹뮤지엄은 인터랙티브형 유저 인터페이스를 제공하여 이용자가 자신의 이용목적에 따라 길 관련 정보를 수집할 수 있도록 함

나. 실감형 명품길 정보 제공

- ▣ 최근 급부상하고 있는 증강현실과 혼합현실을 활용하여 대전 명품길의 현실과 정보가 오버랩 되는 실감형 정보 제공
- ▣ 스위스 관광청에서는 현재 스위스의 32개 하이킹 코스에 대한 특징과 하이킹 소요시간, 거리, 출발 및 도착에 관한 정보, 대중교통 안내, 고도 등이 소개된 어플리케이션 ‘스위스 하이크(Swiss Hike)’를 제공 중임
- ▣ 독일 베를린의 워크 더 월 (Walk the Wall) 프로그램은 베를린 장벽을 걸으면서 휴대기기를 활용하여 해당 장벽에 얹힌 다양한 스토리를 체험할 수 있음

다. 지도 선진화

- ▣ 현재 국내에서 제공되고 있는 관광안내지도의 가장 큰 문제점은 지나치게 상상력을 발휘하여 실제 활용도가 매우 떨어짐
- ▣ 따라서 수치지형도에 기반을 둔 정확한 위치, 거리, 표고차, 이동시간 등을 표시한 지도를 제작하여 이용자들의 편리성과 안전성을 도모함

라. 안내표지 국제화

- ▣ 길 위의 표지는 도보여행자들의 의사결정을 도와주며 불안감을 해소해주는 역할을 함
- ▣ 길 환경과 어울리는 재질과 형태의 표지를 디자인하고 종합안내형 표지와 시설물안내 표지의 경우 이미지와 텍스트가 융합된 내러티브형 콘텐츠로 구성

(6) 홈페이지 및 앱 개발을 통한 정보체계 구축

- ▣ 인터넷 환경의 발달로 Wi-Fi, 3G 등 어디서든 접속이 가능한 모바일 폰, 스마트폰 등 모바일 이용자의 사용이 가능한 도보길 홈페이지 플랫폼 개발 필요
 - 현재 대전 도보길 홈페이지는 대전광역시와 각 구청, 대전마케팅공사에서 제작한 개별 도보길코스 소개 위주로 배너형식의 페이지가 있지만 내용 및 메뉴구성이 부족하고 독립적 도메인이 부재



- ▣ 대전 도보길 통합형태의 홍보 및 커뮤니티 형성을 위한 모바일 전용 홈페이지를 구축하고 단방향이 아닌 도보여행객들과 소통할 수 있는 양방향의 홈페이지 및 앱 구축 필요
 - 도보길 안전관리를 위한 온라인 안내, 긴급 알림, GPS기반의 방향안내형 앱 구축

(7) 브랜드 아이덴티티 형성

가. 브랜드 네임

- ▣ 개별적으로 산재해 있는 대전의 길 명칭을 통합하여 지역의 정체성을 대변하는 브랜드 네임으로 승화
- ▣ 일본 풍경가도(風景街道)의 경우 2009년 4월 기준으로 전국에 총 107개의 개별적인 풍경을 보유한 길들을 통합한 브랜드임
- ▣ 호주 빅토리아 서부해안의 아폴로 베이(Apollo Bay)에서 글레넴플(Glenample)에 이르는 100km의 그레이트 오션워크(Great Ocean Walk)는 10개의 개별 길들을 포함한 명칭임

나. 로고와 슬로건 개발

- ▣ 로고와 슬로건은 브랜드가 추구하는 목표와 이념을 표현하는 상징물로서 대전 명품길이 시장에서 명확하게 구분될 수 있는 컨셉으로 개발되어야 하며, 지역주민과 방문자 모두가 공감할 수 있어야 함
- ▣ 길의 철학인 ‘느림, 여유, 이야기, 추억, 행복, 소통’ 등의 개념과 대전 명품길만의 상징성이 부각되는 로고마크와 슬로건을 개발해야 함

다. 브랜드 캐릭터 개발

- ▣ 소비자들이 브랜드에 좀 더 친숙해질 수 있는 수단으로서 원소스 멀티유즈화가 가능한 캐릭터의 중요성이 증대하고 있음
- ▣ 대전을 대표하는 역사적 인물이나 사실 외에 길의 철학에 부합하는 동·식물, 기타 의인화가 가능한 대상을 선별하여 캐릭터화 함

(8) 길 평가 및 운영 관리체계 구축

가. 명품길 협의회 운영

- ▣ 대전시와 관련 민간기관이 공동으로 참여하는 파트너십 형태의 대전 명품길 협의회를 구성할 필요가 있음
- ▣ 민간부에서는 명품길 심사 및 선정, 운영 중인 명품길 평가, 명품길 홍보 등의 업무를 수행하고, 공공부문에서는 명품길에 대한 재정지원을 함

나. 명품길 이용등급체계 설정

- 최근 개발되고 있는 국내 도보여행 길들은 역사성이나 이야기성에 주목하여 테마 중심적 성격이 강하고 걷는 행위에 대한 배려가 부족함
- 도보여행의 선진국들에서는 대부분 길의 난이도에 차별을 두어 거리와 시간을 배분함으로써 초급자부터 고급자까지 능력에 맞는 걷기가 가능한 설계를 하고 있음
- 따라서, 대전 명품길에도 난이도별 등급제를 도입하여 안전하고 편리한 도보여행이 될 수 있는 가이드라인을 제시할 필요가 있음

다. 명품길 조성 및 운영 매뉴얼 작성

- 길에 관한 대략적인 조성계획은 많이 제시되고 있으나 실제 길을 어떻게 찾고 이를 어떠한 형태로 복원할 것이며 길 위의 시설물은 어떻게 설치할 것인가에 대한 상세한 지침서가 없는 것이 현재 우리나라 실정임
- 길의 조성부터 운영 및 피드백 관리까지 전반적인 시스템을 수행할 수 있는 통합매뉴얼을 작성하여 공유함

(9) 클린로드 캠페인 전개

가. 명품길 공정여행 캠페인

- 최근 들어 불필요한 소비와 지역문화를 파괴하는 대중관광을 지양하고 지역의 문화에 동화되려는 공정여행(fair travel) 활동이 새로운 여행문화로 자리 잡아 가고 있으며, 지역의 길을 걷는 도보여행이 대표적인 공정여행의 형태로 인식되고 있음
- 대전시와 명품길을 사랑하는 대한민국 국민을 대상으로 ‘명품길 공정여행단’을 선발하여 명품길과 지역의 문화를 직접 체험하는 행사를 진행하고 이를 온라인 커뮤니티를 통해 공감의 네트워크를 형성할 수 있도록 함

나. 명품길 서포터즈

- 명품길의 품격을 높이기 위한 전문가 그룹인 ‘(가칭) 명품길 서포터즈’를 조직하여 길의 발굴 및 운영, 수용태세, 문화행사 진행, 마케팅 활동 등에 관한 자문을 구함

(10) 도보길 주변 유희시설 활용 구축

가. 대청호 생태 홍보·안내 시설 설치

- 대청호 주변 생태자원들을 영상 및 음향시설을 통해 안내
- 대청호 오백리길 21개 코스 미니어처 제작



나. 커뮤니티 카페 및 지역 특산품 판매·전시 시설 설치

- ▣ 주민참여형 셀프카페 개설을 통하여 관광객과의 소통의 장 제공
- ▣ 지역 특산품의 온라인 홍보와 오프라인 판매 장소로 활용

다. 여행자 게스트 하우스 활용

- ▣ 단체 및 개인 여행자들이 숙박과 세미나가 가능하도록 구성
- ▣ 화장실 리모델링, 교실 내 가벽설치를 통한 개인, 단체 공간 분리

라. 운동장 정비를 통한 대청호 생태 관련 다양한 문화이벤트 개최

- ▣ 캠프 및 문화공연 진행을 위한 무대 시설 설치
- ▣ 운동장 주변의 나무 주변 벤치 및 조명 등 설치



[그림 4-18] 폐교에서 연수원 겸 게스트하우스로 변신한 칠곡 블루닷 전경

<표 4-10> 유희공간 활용 사례

구분	예술인 창작공간	지역전통문화 계승공간	체험문화공간	미술관/박물관형 문화공간
특성	<ul style="list-style-type: none"> - 예술가/예술단체가 중심 - 창작과 교육공간 특성화 - 지역사회와 소통 및 전문가 육성 가능 	<ul style="list-style-type: none"> - 지역특성화를 위한 문화 프로그램 개발과 운영 - 체험교육관, 자체 박물관 보유 - 지역민과의 연계성 높음 	<ul style="list-style-type: none"> - 지역민과 소수민을 위한 문화활동 기회 제공 - 문화를 통한 사회복지의 차원 - 다양한 활동 가능 	<ul style="list-style-type: none"> - 개인 소장품을 활용한 박물관 - 작가나 동료작가의 전시품 중심 - 공연과 전시 중심 - 창작 공간 기능 보유
문제점	<ul style="list-style-type: none"> - 전문 운영인이 아닌 예술가들의 운영으로 관리 어려움 - 운영과 관련된 업무로 창작 시간의 절대적 부족 	<ul style="list-style-type: none"> - 다른 형태에 비해 상대적으로 편이나 운영에 대한 어려움 	<ul style="list-style-type: none"> - 지역에 따라 프로그램 운영, 지자체의 지원 등의 편차 심함 	<ul style="list-style-type: none"> - 프로그램 특성화의 어려움 - 적극적 홍보 부족 - 외부프로그램의 유치와 개발 미흡

마. 대청호변 벚꽃 명품길 조성

- ▣ 국내 최장 왕벚꽃길(26.6km) 조성으로 전국적 홍보 및 방문객 편의 제고와, 대청호 오백리길과 연계한 생태 관광벨트로 시너지 효과를 높이고, 관광 인프라 확충으로 지역관광 활성화 및 외래 관광객 적극 유치

■ 대전에서 보은군 회남까지 가는 국내최장 왕벚꽃길(26.6km) 홍보를 위한 인근 테마코스 개발

- 위치 : 대전광역시 동구 신촌동 59-4 일원 (벚꽃이 가장 아름다운 지역)
- 규모 : 신촌동 구절골 ~ 방축골 ~ 밤실마을로 이어지는 환형코스 개발(2.5km)
- 사업기간 : 2017 ~ 2018년(2년간)
- 사업비 : 200백만 원(국비 100백만 원, 시비 100백만 원) / 지역발전특별회계
- 사업내용

- 탐방로 인프라 구축 : 도보변 안전 탐방데크 설치 700m, 야자매트 설치 500m
- 안내시설 설치 : 벚꽃명품길 종합안내판, 방향안내판, 간이안내판 설치
- 대청호 벚꽃 관람을 위한 전망데크 설치, 회남 벚꽃길 선형공사 연계



<도로변 탐방로>



<숲속 야자매트 설치>



<전망 데크 설치>

[그림 4-19] 대청호변 명품길 예시



[그림 4-20] 대청호변 벚꽃 명품길 사업 예정도

<표 4-11> 대청호변 벚꽃 명품길 사업내용

연도	구 분	수 량	설치 사진
2017년	대청호 벚꽃 관람을 위한 전망데크 설치	전망데크 200㎡	
	탐방로 인프라 구축	야자매트 설치 500m	
2018년	탐방로 인프라 구축	도로변 안전을 위한 탐방데크 설치 700m	
	편의시설 설치 (종합안내판, 방향안내판)	방향안내판 4개 종합안내판 1개	

<표 4-12> 대청호변 벚꽃 명품길 사업비 세부내역

(단위 : 천원)

세부항목	금 액	산 출 내 역
실시설계	6,400	<2017년> - 용역비 : 94,000천원 × 6.12%(산정요율) - 손해배상보험료 : (용역비+측량비) × 1.153% - 부가가치세 : (측량비+용역비+손보료) × 10%
보행데크 및 탐방로 조성	94,000	<2017년> - 전망데크 설치공(애향탑 주변) 200m ² <2018년> - 보행 데크 설치공(갯길, 장선포함) B= 1.5m, L= 700m - 목재 난간 설치공 H1000mm×W1500mm×700개×2개(양쪽) (미송방부목 구매 포함) - 탐방로 조성공 B=1m, L=300m (기초공, 되메우기, 쇄석 붓기)
관급자재 구매	22,000	<2017년> - 야자매트 구매 및 설치 ▷ B1.5m × W1.0m × L1,000m
	69,800	<2017년> - 전망 데크 설치용 데크 구매 ▷ 규격 1500×100×22, 200m ² 멀바우 <2018년> - 보행 데크 설치용 데크 구매 ▷ 규격 1500×120×30, L700m 말라스
	7,800	<2018년> - 방향안내판 및 도보길 안내판 구매 및 설치 ▷ 도보길 안내판 W1200×800×H1800 ▷ 방향안내판 W1500mm×H1800mm) 4방향 날개
총 계	200,000	* 100천원 이하 절사



<표 4-13> 스토리가 있는 명품로드 진흥 사업비

(단위 : 백만 원)

사업내용		총 사업예산	연도별 투자계획				
			2017	2018	2019	2020	2021
세계명품길엑스포개최	계	400	-	-	-	400	-
	국비	100	-	-	-	100	-
	시비	300	-	-	-	300	-
	민자	-	-	-	-	-	-
도보길관련 조례안 제정을 통한 지속적, 체계적 관리계획 수립	계	100	100	-	-	-	-
	국비	-	-	-	-	-	-
	시비	100	100	-	-	-	-
	민자	-	-	-	-	-	-
명품도보길 완주 인증 및 명예도보길 지킴이 양성	계	50	10	10	10	10	10
	국비	-	-	-	-	-	-
	시비	50	10	10	10	10	10
	민자	-	-	-	-	-	-
도보길 네트워크 구축과 활성화세미나 개최	계	100	20	20	20	20	20
	국비	-	-	-	-	-	-
	시비	100	20	20	20	20	20
	민자	-	-	-	-	-	-
명품도보길 스토리 구축을 통한 콘텐츠화	계	150	-	100	50	-	-
	국비	-	-	-	-	-	-
	시비	150	-	100	50	-	-
	민자	-	-	-	-	-	-
홈페이지 및 앱 개발을 통한 정보체계 구축	계	100	-	100	-	-	-
	국비	-	-	-	-	-	-
	시비	100	-	100	-	-	-
	민자	-	-	-	-	-	-
브랜드 아이덴티티 형성	계	100	100	-	-	-	-
	국비	-	-	-	-	-	-
	시비	100	100	-	-	-	-
	민자	-	-	-	-	-	-
길 평가 및 운영 관리체계 구축	계	200	40	40	40	40	40
	국비	-	-	-	-	-	-
	시비	200	40	40	40	40	40
	민자	-	-	-	-	-	-
클린로드 캠페인 전개	계	100	20	20	20	20	20
	국비	-	-	-	-	-	-
	시비	100	20	20	20	20	20
	민자	-	-	-	-	-	-
도보길 주변 유희시설 활용구축	계	1,000	200	200	200	200	200
	국비	400	80	80	80	80	80
	시비	600	120	120	120	120	120
	민자	-	-	-	-	-	-
소 계		2,300	490	490	340	690	290

2. 녹색관광 농촌체험마을 조성방안

1) 현황분석

(1) 현황분석

가. 산업·정주·휴양 공간으로서의 농촌수요 증대 (복합공간)

- ▣ 농업생산의 비중은 줄어들고 타 산업의 비중은 꾸준히 증가추세
 - － 농촌인구 대비 농림업 취업자 비율 : ('95) 25.1% → ('08) 20.7% → ('14) 17.5%
- ▣ 농촌관광 수요의 증가 : ('07) → 45백만 명 ('14P) → 78백만명 (KREI, 2007)
- ▣ 도시민 중 56.3%가 농어촌 이주 의향 / 28.1%는 10년 내 이주 (KREI, 2007)

나. 농촌 환경·경관 관리, 농촌다움, 지역고유자원에 대한 관심 증대 (농촌자원)

- ▣ 생태·환경 가치에 대한 관심 증가, 웰빙(wellbeing) 중시, 농어촌 자원 발굴·상품화 등 지역발전을 위한 주민의식 향상
- ▣ 농촌자원의 먹을거리, 볼거리, 즐길 거리를 제공하는 체험·휴양공간

다. '보는 것(Seeing)'에서 '해보는 것(Doing)'으로 변화 (관광 트렌드)

- ▣ 기성세대는 추억의 휴식처, 자라나는 세대는 교육의 장으로 활용

라. 주 5일 근무제 정착, 주 5일 수업제 도입 등으로 여가활동 증가 (사회여건)

- ▣ 국민의식 수준 향상과 생활 패턴의 변화로 농촌에 대한 관심 증가
- ▣ 2012년부터 창의성 체험활동(동아리, 봉사활동, 진로직업체험) 편성
 - － 교과과정 편성시간 : 초등학교·중학교 주3시간, 고등학교 주4시간



(2) 대전 농촌마을 현황

<표 4-14> 대전 농촌마을 현황

마을명	찬샘마을	무수천하마을	정방마을	선창마을	대청호두메마을
위치	동구 직동	중구 무수동	서구 용촌동	유성구 송정동	대덕구 이현동
사업명 (지정연도)	녹색농촌 체험마을조성 (2002년)	농촌전통 체험마을조성 (2006년)	녹색농촌 체험마을조성 (2008년)	녹색농촌 체험마을조성 (2008년)	녹색농촌 체험마을조성 (2008년)
체험마을 사업자지정	2008. 1	2010. 8	-	2010. 10	-
대표자	변대섭	권용갑	백순자	하태황	정인용

※ 마을별 기반조성비 : 2억 원(국비 50%, 지방비 50%)

가. 찬샘마을

■ 기본현황

- 주소 및 대표자 : 동구 직동 / 변대섭
- 먹을거리 및 특산물 : 포도, 매실, 고구마 등
- 주변 관광지 : 대청호 자연생태관, 대청호 오백리길, 대청댐, 노고산성(시 기념물 19호) 등
- 대중교통 : 71번(동신고~용호동), 140분 배차, 7회/1일 운행
- 홈페이지 : <http://chansaem.com>

■ 마을의 특징

- 대전광역시 동구 직동 냉천로 703번지에 위치한 마을로 농사체험(모내기 등), 자연생태학습(개구리관찰 등), 놀이체험(흙인형 만들기 등), 전통문화체험(허수아비 만들기 등), 먹거리 체험(두부만들기 등)의 테마로 구성된 농촌교육농장
- 주요 특산품으로는 감자, 고구마, 고추, 복숭아, 포도, 메주, 매실, 토종벌꿀 등이 있으며, 인근 주변에 갈밭식당, 동구나무집, 찬샘가든 등의 향토음식점이 있어 매실장아찌, 매실주, 오리요리, 민물매운탕 등의 먹거리를 체험할 수 있음
- 농촌체험마을을 약 10년간 내실 있게 운영한 경험을 토대로 가장 활발하게 농촌체험활동이 이루어지고 있음



[그림 4-21] 찬샘마을

■ 개선과제 및 발전방향

- 교과학습을 특성화한 프로그램 육성(교구, 교재, 워크북 개발 등) 운영
- 체험프로그램 활동이 가능한 주민들의 참여기회 확대 및 체험프로그램 진행가능 전문가 육성
- 농산물의 가공시설 등 농·특산물 판매를 위한 기반 조성

나. 무수천하마을

■ 기본현황

- 주소 및 대표자 : 동구 무수동 / 권용갑
- 먹거리 및 특산물 : 부추, 벌꿀, 장류 등
- 주변 관광지 : 오월드, 뿌리공원(족보박물관)
- 대중교통 : 외곽순환 30번~33번(4대), 100~200분 배차, 27회/1일 운행
- 홈페이지 : <http://musu.go2vil.org>

■ 마을의 특징

- 안동 권씨 집성촌으로 유회당 종가(지방문화재 제20호), 여경암, 거업제 등 유형문화재가 잘 보존되어 있는 전통마을
- 2006년부터 무수동 천신제(정월대보름 행사)를 추진 중임(약 2천명/연)
- 장류체험마을로의 기반이 조성되어 있어(인근마을에서도 콩 재배) 농가소득을 위해 발전 시켜야 할 부분임

■ 개선과제 및 발전방향

- 통장(장류체험마을) 및 농촌전통 테마마을로 이원화되어 있는 마을의 대표를 일원화하여 체험마을 운영의 구심력과 방향성 제시가 급선무
- 마을고유의 전통문화, 선비문화체험 프로그램의 특화개발로 차별화
- 전통장류체험(된장, 간장 담그기) 프로그램 운영으로 농가소득 증대

다. 대청호 두메마을

■ 기본현황

- 주소 및 대표자 : 대덕구 이현동 / 황부일
- 주변 관광지 : 대청호, 대청호 오백리길, 계족산 장동산립욕장 등
- 먹을거리 및 특산물 : 매실, 토마토, 산야초효소, 복숭아 등
- 대중교통 : 71번(동신고~용호동), 140분 배차, 7회/1일 운행
- 홈페이지 : <http://dumevil.com>



▣ 마을의 특징

- 대청호반에 위치한 전형적인 농촌마을로 대청호 오백리길 조성사업의 주요 거점마을로 자리를 잡아가고 있음
- 다른 마을과 차별화된 마을에서 생산되는 산야초를 활용해 직접 효소를 만들어보는 효소 체험프로그램을 운영하고 있어 성인 체험객의 유치가 가능함
- 또한 마을입구에 있는 하늘강 아틀리에에서는 각종 도예체험과 한지 뜨기 염색체험을 할 수 있는 프로그램이 마련되어 있음
- 주요 특산품으로 산야초, 벼, 고추, 복숭아, 매실, 토마토 등이 있으며 이들을 활용한 농산물수확체험 프로그램을 운영하고 있음
- 동동주 빚기, 동지팔죽체험, 김장체험, 두부 만들기 등 먹거리체험을 제공하고 있으며, 쏘가리매운탕, 민물장어구이 등의 먹거리를 야호정, 대청매실가든 등의 향토음식점에서 맛볼 수 있음



[그림 4-22] 두메마을

▣ 개선과제 및 발전방향

- 마을주민들 간의 갈등으로 체험마을 운영의 구심점을 잃고 2011년도부터 운영이 미흡하였다가 점차 나아지고 있어 주민들 간의 화합과 단결이 최우선 과제임
- 도농교류촉진법에 근거한 ‘농촌체험휴양마을 사업자지정’ 필요
- 효소체험 특화 및 복숭아꽃 축제 등을 유치하여 고정소비자 확보방안 필요
- 대청호 오백리길과 장동휴양림, 계족산성을 연계한 생태탐방 프로그램 개발 육성

라. 정방마을

▣ 기본현황

- 주소 및 대표자 : 서구 용촌동 / 백순자
- 먹을거리 및 특산물 : 친환경 쌀, 국화, 감자 등

- 주변 관광지 : 장태산 자연휴양림
- 대중교통 : 23번(서부터미널~원정동), 40분 배차, 24회/1일 운행
- 홈페이지 : <http://blog.daum.net/jungbangi>

■ 마을의 특징

- 두계천이 마을을 휘감아 흐르고 벌곡천이 마을의 동북쪽에서 만나며 마을 앞에 제방길이 감싸고 있는 전형적인 농촌마을임
- 마을환경에 공공미술 개념을 도입하여 농촌문화와의 접목을 통해 차별화된 마을담장이 가꾸어져 있음
- 주로 벼농사의 영농활동이 이루어지고 있고 특용작물이 부족한 상태

■ 개선과제 및 발전방향

- 마을주민들 간의 갈등으로 체험마을 운영의 구심점을 잃고 2011년도부터 운영이 미흡한 실정임
- 승상골, 증촌마을 등 인접 우수경관마을과의 연계 발전방안 모색
- 공공미술을 접목한 지속적인 마을경관 관리와 감자수확 등 농사체험 활성화가 필요(농업인의 체험프로그램 참여 확대)
- 압화, 염색 등 환경예술 체험 및 갑천을 활용한 생태체험의 특화 필요

마. 선창마을

■ 기본현황

- 주소 및 대표자 : 유성구 송정동 / 하태환
- 먹을거리 및 특산물 : 방울토마토, 딸기, 오이고추, 멜론, 포도 등
- 주변 관광지 : 방동저수지, 계룡산, 대전국립묘지
- 대중교통 : 46번(서부터미널~송정동) / 45분 배차, 22회/1일 운행
- 홈페이지 : <http://seonchangi.com>

■ 마을의 특징

- 계룡시와 경계에 있는 도시근교마을로 다양한 농산물이 사계절 생산되고, 300년 된 느티나무와 노적마위 및 조롱박터널 등 농촌의 자연경관이 잘 보전되어 있음
- 농업용수 확보를 위해 1967년 준공된 소류지(텃골방죽)에 어종이 풍부하여 낚시를 즐기기 위해 많은 이들이 찾고 있음
- 주로 노년층으로 구성되어 있으며 주민화합이 잘 이루어지고 있음



■ 개선과제 및 발전방향

- 연중 농산물 수확체험을 운영할 수 있도록 시설하우스 재배시설 확충
- 주말농장 운영객, 도시소비자를 대상으로 농산물 직거래체계 구축 및 전통식문화체험(절임 배추 담그기, 메주 등) 활성화
- 마을의 소중한 자원인 텃밭방죽을 활용한 체험프로그램 적극 개발
- 행안부 공모 '선창마을 한당골 누리길 조성사업(11. 9 ~ 11. 12)'을 통한 마을회관 신축, 체험학습 개발, MTB 코스정비 등 마을기반 확충(소요예산:10억 원)

바. 세동마을

■ 기본현황

- 주소 및 대표자 : 유성구 세동 / 김종우
- 주변관광지 : 방동저수지, 계룡산, 대전국립묘지
- 먹을거리 및 특산물 : 우리밀(국수, 빵, 가양주 등), 상추 등 채소류
- 대중교통 : 42번(서부터미널~세동), 60분 배차, 16회/1회 운행
- 홈페이지 : 없음

■ 마을의 특징

- 마을 주민들 스스로 마을기업 경험을 살려 예비적 사회적 기업으로 발전해 나가고 있으며, 농촌관광을 접목하고자 하는 의지가 강함
- 행안부 일자리창출사업으로 우리 밀을 특화하여 농가소득이 증가하는 등 성공적 변화의 가능성이 있음('09년 45백만 원, '10년 110백 만원, '11년 목표 300백 만원)
- 근교농업의 특성을 살려 상추 등 시설채소단지가 조성되어 있음
- 마을 공동발전을 위해 통장 등 리더그룹의 자기희생 정신이 돋보임

■ 개선과제 및 발전방향

- 생산(1차) ↔ 가공(2차) ↔ 농촌체험 서비스(3차)로 발전시키기 위한 농촌체험기반 시설의 조성 필요 / 2012년 추진계획
- 체험기반 확충을 위한 전문컨설팅회사의 「마을종합개발」 용역실시로 세부추진 사업내용 결정
- 우리밀과 시설채소를 특화한 체험프로그램 개발 필요
- 농촌관광의 마인드 함양을 위한 마을리더 들의 체계적인 교육훈련

(3) 농촌체험마을 운영성과

가. 방문객 현황

<표 4-15> 대전 농촌마을 방문객 현황

(단위 : 명)

마을명	합계	찬샘마을	무수천하마을	정방마을	선창마을	대청호 두메마을
2006년	4,632	3,305	1,327	0	0	0
2007년	10,938	4,886	6,052	0	0	0
2008년	9,897	4,266	2,817	2,140	2,600	0
2009년	24,806	9,047	4,515	3,323	5,500	2,421
2010년	27,267	16,353	2,241	3,390	3,855	1,428
합계	77,540	37,857	16,952	8,853	11,955	3,849

- 전체적인 방문객은 꾸준히 증가추세이나 마을별 선도적인 리더의 활동, 체험객 유치에 위한 자구노력 등에 따라서 편차가 심하게 나타남
- 동구 찬샘마을이 가장 활발하게 운영이 이루어지고 있으며, 유성구 선창마을도 운영상황이 양호한 편임. 나머지 마을들은 운영이 다소 미흡한 실정임
- 찬샘마을의 경우 숙박체험객도 일부 있으나 다른 농촌마을은 대부분 유치원 및 초등학교생을 대상으로 하는 프로그램 구성으로 당일 체험객이 많음

나. 매출액 현황

- 매출액도 방문객수에 비례하기 때문에 마을별 편차가 크며, 매출액의 약 60%가 체험프로그램 운영수입임. 그 외 농·특산물 판매, 음식제공, 숙박비 등임
- '09년 국무총리실 주관으로 모든 체험마을에 대해 평가한 결과 동구 찬샘마을 및 유성구 선창마을은 사업전망이 밝은 마을로 평가되었으나 그 외 마을은 발전가능성이 높지 않은 마을로 평가됨

<표 4-16> 대전 농촌마을 매출액 현황

(단위 : 천원)

마을명	합계	찬샘마을	무수천하마을	정방마을	선창마을	대청호 두메마을
2006년	39,655	27,125	12,530	0	0	0
2007년	98,180	68,935	29,245	0	0	0
2008년	160,987	78,233	45,552	1,952	35,250	0
2009년	184,927	111,341	4,326	5,440	48,800	15,020
2010년	284,066	171,447	9,276	5,500	67,913	29,930
합계	767,815	457,081	100,929	12,892	151,963	44,950



(4) 대청호권 농촌체험마을 종합분석

- 대상지 일대의 주요 특산품인 농산물, 민물고기, 특작물 대부분이 대청호 주변의 공통된 환경과 토질을 토대로 생산되는 관계로 지역별 또는 마을별로 차별성을 지니지 못하고 있으며 특산품 중심 프로그램 또한 대부분 비슷한 경향을 보이고 있음
- 특산품 및 먹거리의 판매가 주로 원재료 상태나 1차 가공 형태로 판매되어 고소득 증대로 이어지기 어려운 실정이며 대청호 체험마을을 대표할 수 있는 전국적인 인지도를 지닌 특산품 및 특산품 전시판매장 구축이 미미한 실정임

2) 기본구상

(1) 비전 설정

- 도시와 농촌이 더불어 사는 공생발전 도모 및 농촌경제 활력 증진
 - 농촌체험관광을 지속가능한 새로운 성장산업으로 육성
 - 도시민의 자연 및 전통문화에 대한 체험·휴양수요 충족

(2) 추진전략

- 지역 특산품 발굴을 통한 콘텐츠 및 브랜드 개발
 - 대청호 오백리길 주변의 고유한 지역 특산품 발굴을 통해 방문객들의 만족도를 향상시킬 수 있는 차별화되고 창의성 있는 특산품 관련 콘텐츠와 브랜드 개발
 - 기존 특산품을 단순히 종합·정리하는 수준이 아니라 지역의 특색을 가장 잘 드러내는 특산품을 선정하여 콘텐츠 기반 브랜드 개발로 지역 특산품의 관광 상품화를 꾀함
- 지역특화 관광 프로그램 개발 및 코스 개발
 - 관광객들의 관심을 끌 수 있는 지역특산물을 활용한 먹거리와 마실거리 프로그램 개발로 관광수입 증가 및 지역경제 기여
 - 브랜드화 된 관광상품에 대한 관광객들의 인지도를 향상시켜 재방문의사를 높일 수 있는 프로그램과 코스 개발
- 지역주민 교육실시를 통한 관광인력 개발
 - 마을단위 정기적인 주민교육 실시로 지역 차원의 독자적인 관광 경쟁력 확보
 - 단계별 체계적인 교육을 통해 지역의 관광인재를 양성함으로써 주민의 자립기반 마련

비전	도시와 농촌이 더불어 사는 공생발전 도모 및 농촌경제 활력 증진		
추진 전략	지역 특산물 발굴을 통한 콘텐츠 및 브랜드 개발	지역 특화 관광프로그램 및 코스 개발	지역주민 교육 실시를 통한 관광인력 개발
	<ul style="list-style-type: none"> 대청호오백리길 주변의 고유한 지역 특산물 발굴을 통해 차별화된 창의성 있는 특산물 콘텐츠와 브랜드 개발 지역의 특색을 담은 특산품을 선정하여 콘텐츠 기반 브랜드 개발로 지역 특산품의 관광상품화 	<ul style="list-style-type: none"> 지역 특산품을 활용한 먹거리와 마실거리 프로그램 개발로 관광수입증가 및 지역 경제 기여 브랜드화된 관광상품에 대한 관광객들의 인지도를 향상시켜 재방문의사를 높일 수 있는 프로그램과 코스개발 	<ul style="list-style-type: none"> 마을단위 정기적인 주민교육 실시로 지역 차원의 독자적인 관광 경쟁력을 확보 단계별 체계적인 교육을 통해 지역의 관광인재를 양성함으로써 주민의 자립 기반 마련

[그림 4-23] 녹색관광 농촌마을 조성 추진전략 개념도

3) 세부사업

(1) 마을 향토 음식 개발

가. 자연 그대로의 맛 ‘대청호 청정 밥상’

▣ 상품 개요

- 대청호 주변에서 재배되거나 수확된 친환경 및 자연산 농산물을 사용한 사찰음식 중심의 메뉴로 개발함
- 음식자원 : 지역의 친환경 및 유기농 농산물, 산나물
- 상품형태 : 고기와 조미료, 각종 첨가물을 사용하지 않은 백반 형태

▣ 상품의 특징

- ‘사찰음식’ 에서 착안한 상품으로 대청호 지역에서 생산되는 친환경 및 자연산 농산물을 사시사철 공급할 수 있는 점을 활용하였음
- 대청호 주변에서 자연산 농산물 사용으로 신선함 유지

▣ 상품개발 방향

- 사찰음식 전문가를 초빙하여 ‘대청호 청정밥상’의 메뉴 개발
- 메인 메뉴 없이 소박한 백반차림으로 조미료와 각종 첨가물 등을 최소화하고 육류를 배제한 메뉴 중심으로 개발
- 주로 대청호 주변의 백반집 중심으로 ‘대청호 청정밥상’ 메뉴를 추가하고 있음

<표 4-17> 「대청호 청정밥상」 메뉴 구성

구성	밥	국	산나물	전
음식	영양 돌솥 밥	맑은 무국	각종 무침	각종 부침
특징	밥, 호두, 잣 등 재료 첨가	계절별 재료 사용 무, 소고기, 조미료	계절 재료를 사용한 무침	콩, 두부 등의 부침개, 전 류



나. 진한 고향의 장류를 사용한 ‘대전 장맛’

■ 상품 개요

- 고향의 맛을 테마로 직접 담근 진한 고향의 장류를 사용한 상차림 ‘대전장맛’
- 음식자원 : 된장, 간장, 고추장, 청국장

■ 상품의 특징

- 건강식이자 전통식인 장류는 주로 판매 혹은 시식용으로만 관광객들에게 소개되어 왔다는 점에 착안하여 전통문화가 깃든 장류를 관광객들이 직접 담가보고, 체험할 수 있도록 장류문화체험 관광상품으로 구성
- 대전 내 농촌체험마을에서 장류를 직접 담그는 체험교육을 실시하고, 교육을 통해 만든 장류를 가지고 음식을 만들어 먹을 수 있도록 함

■ 상품개발 방향

- 청정한 자연에서 만든 전통장류를 다양한 관광 아이템 및 자원과 연계하여 관광상품화 함
- 장류의 브랜드 및 스토리텔링화 활성화 : ‘농부가 직접 전하는 건강한 대전장맛 이야기’ 등의 스토리텔링을 통해 청정 자연환경에서 유기농 장류를 만든다는 인식을 부각시키고 다양한 체험프로그램을 통해 관광객들에게 대전장맛의 차별성을 부각시킴



[그림 4-24] 진한 고향의 장류를 사용한 대전 장맛

다. 담백하고 고소한 ‘고향 콩 백숙’

■ 상품 개요

- 담백한 맛의 테마로 콩국을 첨가하여 만든 담백하고 고소한 닭, 오리 요리 ‘고향 콩 백숙’
- 음식자원 : 닭, 오리, 콩
- 상품형태 : 기존의 닭, 오리 백숙 요리를 메인으로 한 음식

■ 상품의 특징

- 고향마을 주변에서 재배되거나 수확된 콩과 닭, 오리 백숙을 혼합한 메뉴로 개발하여 어머니의 손맛을 느끼게 함

■ 상품개발 방향

- 닭, 오리 백숙에 콩국을 첨가한 「고향 콩 백숙」 메뉴로 개발함
- 대전농촌체험마을 주변의 맑은 공기와 토양에서 수확되는 콩과 닭, 오리만을 사용함
- 콩국 비율에 따라 고소하고 담백한 맛을 조절하도록 함

<표 4-18> 「고향 콩 백숙」 메뉴 구성

구성	콩 백숙	겉절이	비빔국수
맛	고소하고 담백함	매콤한 맛	새콤한 맛
특징	백숙에 콩국을 첨가해 비리지 않고 고소한 맛을 더함	맛있할 수 있는 백숙과 함께 먹는 매콤한 겉절이	맛있할 수 있는 백숙과 함께 먹는 새콤한 비빔국수



[그림 4-25] 콩백숙 및 겉절이

(2) 마을기반환경 개선

가. 돌담 조성

- 대전 내 체험마을입구는 보통 콘크리트 진입로와 콘크리트 블록 담장으로 되어 있으며 특색이 없고 안내만 되어 있는 경우가 많음
- 마을별 테마에 맞는 돌담을 주변경관과 조화를 이룰 수 있도록 조성



[그림 4-26] 돌담



나. 먹거리 체험장

- 마을별 테마를 설정하고 전통먹거리 체험 장소 제공을 통해 마을의 소득사업화 하고 해당 장소를 주민의 휴식장소, 커뮤니티 장소로 활용함
- 가래울 마을의 경우 전통술을 직접 담그고 체험할 수 있는 공간 및 프로그램이 부재하여 관련 시설을 만들고 운영함으로써 주민들의 수익증대에 도움을 줄 수 있음

다. 마을안내 시설

- 마을 입구에 마을안내 시설을 설치하여 마을을 효율적으로 돌아볼 수 있는 동선을 안내하고 마을의 다양한 자원을 소개함
- 시설형태로는 마을 종합안내판, 동선 안내판, 마을자원 안내판 등으로 구분됨



[그림 4-27] 마을안내 시설

(3) 지역주민의 교육을 통한 관광인력 개발

가. 현실적이고 실용 가능한 교육실행

- 마을의 독자적 경쟁력 확보를 위해 주민 자립 목적의 주민교육 실시
- 공공부문의 주민교육 지원체계 수립과 지역주민 대상으로 교육의 필요성 홍보

나. 단계별 체계적인 교육과정을 통한 지역인재 양성

- 교육대상자를 일반형과 지도자형으로 구분하여 단계별로 지역주민 프로그램, 지역리더 양성프로그램으로 구분하여 실시함

<표 4-19> 주민교육 프로그램

지역주민교육프로그램	지역리더양성프로그램
개괄교육단계(공통) 기본교육단계(공통) 그룹교육단계(공통)	개괄교육단계(공통) 기본교육단계(공통) 특별교육단계 재교육 및 부가교육단계(리더자격 부여) 그룹교육단계(공통)

다. 농업이 주체가 되는 겸업형태의 프로그램 개발

- 농업이 주가 되는 겸업형태를 지원 교육할 수 있는 프로그램을 개발함으로써 지역농업 및 농촌의 발전을 유도함

라. 교육대상자에 대한 지속적인 관리 및 지원

- 교육대상자에 대한 지속적인 관리 및 지원체계를 마련하여 교육자의 의욕을 고취시키고, 지역주민들의 참여를 유도함

마. 지역 내 고등교육기관 활용

- 지역 내 교육기관인 대학교 등의 자원을 활용할 수 있도록 협력관계 구축
- 지역 내 교육기관에 관광과 신설 등 새로운 인적자원 양성의 기반을 조성함

(4) 홍보·유통 채널 활성화

가. 통합브랜드를 활용한 차별화된 관광특산물 판매

- 대청호 오백리길 통합 브랜드를 활용해 차별화된 관광특산물 판매
- 농산물 수입확대와 시장에서의 지자체 간 특산물 경쟁심화로 어려워진 지역특산물의 경쟁력 제고를 위해 새로운 방안 마련이 요구됨
- 난립된 브랜드 통합 및 홍보·판촉에 대한 투자를 통해 브랜드 가치를 상승시켜 높은 부가가치 창출을 도모함
- 브랜드를 활용한 포장 디자인 개발 및 관광특산물 인증제 실시
- 대청호 오백리길 관광특산물의 컨셉인 ‘Organic Foods & Drinks’에 준하는 인증마크를 새롭게 디자인하여 지정된 관광특산품에 부착함으로써 대청호 오백리길만의 특화된 관광상품이 개발되고 이에 따른 품질의 질이 향상됨

나. 마을 특산물 유통 및 판매를 위한 농특산물 센터 개설

- 도시에 공동 유통판매 센터 개설
- 대전 체험마을에서 생산된 청정 농특산물을 도심 아파트 장터 및 우수농산물 박람회에 판매할 수 있는 유통판매 센터 개설
- 대전국제 와인페어 및 벼룩시장, 바자회 등 충청권 대형 행사와 연계
- 신규 유통판매 센터의 개설에 인적, 재정적 어려움이 있을시 대전시청 내 대전우수상품 판매장인 TJ마트에 입점하여 판매될 수 있는 방안 마련(가공품 위주)
- 농특산물 홍보를 위한 품평회 개최 및 친환경 인증 확보를 통해 도시민들이 믿고 사먹을 수 있는 신뢰성 확보



○ 직거래 온라인 판매 경로 확보

- 도시민들과의 마을 특산품들의 편리한 거래를 위해 온라인 판매 서비스 제공
- 대전시 TJ마트 블로그를 활용하여 판매 상품들을 지속적으로 업데이트 하고, 직접 온라인으로 판매할 수 있도록 대전 체험마을 상품 카테고리를 마련하고 전자결제가 가능하도록 구성

(5) 컨설팅 추진체계 구축

가. 추진구조

- 사업추진의 주체를 지역주민, 지역협의체, 지방자치단체, 정부(문화체육관광부/농림부)로 구성하고 정부와 지방자치단체는 전문기관 및 전문가를 구성원으로 참여시킴
- 문화체육관광부(혹은 농림부)는 정책 사업 발굴 및 기획, 사업의 선정, 지원, 평가 수행
- 지방자치단체는 사업에 대한 관리, 보고 등의 역할 수행
- 실행주체는 지역주민이지만 실질적인 사업의 추진과정에서는 지역주민 지원센터 혹은 주민협의회 등이 사업의 협의, 결정, 시행, 관리의 역할 수행

나. 추진주체별 역할

- 지역주민
 - 실질적으로 관광프로그램을 개발, 운영하는 과정에서 마을의 향토자원을 활용한 녹색관광 프로그램 사업의 가장 중요한 주체인 지역주민의 자발적 참여가 가장 중요함
 - 지역주민이 사업을 직접 추진해 나갈 수 있는 역량이 충분하지 않기 때문에 관광 사업의 아이디어 발굴과 개발에는 전문적인 기술을 갖춘 중간지원 조직이 필요함
- 지역주민 지원센터(주민협의회)
 - 사업의 주체인 지역주민이 개별적으로 프로그램의 개발·운영·관리의 효율성을 확보하기 어려우므로 사업을 실질적으로 주관해 나갈 수 있는 공동체적 조직이 구성되어야 함
 - 지역주민지원센터는 실질적인 사업시행주체로서 지역주민과 함께 협의하여 관광프로그램 사업을 기획·실행·관리하는 역할을 수행하며, 내부 주민으로 구성되어 있는 주민공동체나 주민에 기반을 둔 민간단체, 사회적 기업, 컨설팅업체 등일 수 있음
 - 사업을 지속시키기 위해서 커뮤니티 비즈니스 형태로 운영되는 것이 바람직함
- 지방자치단체
 - 지방자치단체는 정부(문화체육관광부 또는 농림부)로부터 보조금을 받아 예산을 확보하는 등 농촌관광프로그램 사업 추진을 위한 예산 확보, 관리의 역할을 수행함
 - 사업의 기획, 실행, 관리는 공동체가, 사업의 총괄관리는 지방자치단체에서 담당함
 - 사업시행 과정에서 자치단체의 지나친 개입은 사업의 창의성을 저해할 수 있으므로 적절한

상호 관계를 유지하는 것이 중요함

■ 중앙정부

- 정부(문화체육관광부)는 정책 사업을 기획하고 예산을 확보하여 사업대상지를 선정하는 등의 정책 사업의 추진 주체 역할을 담당함
- 사업의 재정 지원뿐 아니라 프로그램개발 지원, 전문가 집단을 통한 컨설팅지원, 홍보 마케팅 지원 등을 수행함
- 특히 정부는 정책사업의 성과 및 정책 효과에 대한 모니터링·평가를 통해 정책사업의 발전을 모색하는 역할을 수행함

■ 지자체 자문단

- 정부(문화체육관광부)차원의 지자체 자문단을 ‘대전 농촌체험마을 자문단(가칭)’으로 명명하여 기존 대전관광자문단에 농촌, 환경 분야의 전문가들을 추가하여 운영하도록 함
- 사업의 평가와 자문, 향토자원의 관광프로그램화, 홍보 등에 대한 자문 역할을 수행함

(6) 기타 농촌체험마을과 연계사업

가. 지역 특산물 이용의 활성화 방안 수립

- 건강 및 웰빙에 대한 현대인들의 관심은 친환경유기농법으로 생산되는 지역 특산물의 꾸준한 소비로 이어지고 있음
- 대전지역 농촌체험마을은 이러한 소비패턴을 충족시킬 수 있는 최적의 자연환경과 물리적 시설을 갖추고 있음
- 대전 근교 농촌체험마을의 농특산물을 이용한 토속음식은 지역의 정체성 강화와 인지도 상승, 이미지 제고에 긍정적이며 경제적인 측면에서도 긍정적 효과를 미칠 수 있음

나. 먹거리와 마실거리에 대한 스토리텔링화

- 지역의 먹거리와 마실 거리가 관광상품으로서의 경쟁력을 확보하기 위해서 그와 관련된 역사적 기술(記述)이나 사건 등의 소재를 발굴하고 이를 이야기화하는 과정이 필요함
- 예를 들어, 찬샘마을의 지역명칭과 관련하여 차가운 샘물이 흐르는 지역에서 만든 매실차라든지 절터가 많았던 곳인 절골에서의 사찰음식이라는 이야기를 만들어 방문객들의 흥미를 유도하고 소비와 연계될 수 있도록 함

다. 박람회 및 축제와의 연계 모색

- 지역 특산물을 활용한 박람회 및 축제의 개최는 해당 특산품의 인지도 제고에 중요한 역할을 제공해 줄 수 있으며, 판매경로를 창출 할 수 있음



- 특히 새롭게 브랜드화 된 농촌관광 상품에 소비자의 관심을 유발하고 수요를 증대시킬 수 있는 박람회 및 축제 개최를 적극적으로 활용할 필요가 있음

라. 통합적 교육, 홍보, 판매, 브랜드 관리기구 활성화

- 농촌의 취약한 인적, 구조적, 행정적 환경은 지역 발전의 장애요인으로 작용하고 있음
- 전문 인력으로 운영되는 지역주민지원센터와 같은 기관의 통합적 운영과 관리를 통해 농촌 관광 상품의 브랜드 효과를 극대화하고 관광특산품에 대한 지속적인 교육과 홍보 및 판매를 통해 극복할 수 있음

마. 친환경적 농·특산물 생산 및 지원 확대

- 대량의 농산물 수입으로 인한 피해를 최소화하고 수입농산물과의 경쟁력을 키우기 위해 친환경유기농법에 의한 농·특산물 생산이 적극적으로 고려되어야 함
- 이에 따라 대전 농촌체험마을에 먹거리 및 마실 거리 개발로 농가소득을 도모하는데 있어 친환경 유기농법을 활용할 재배 경작지를 늘리려는 노력이 요구됨
- 지자체 및 관련기구는 친환경유기농법을 적극 장려하고 해당 농가에 지속적인 교육과 지도 관리 강화, 생산된 농·특산물의 효율적인 매입과 판로개척 등 투자와 지원이 필요함

바. 대청호 체험마을 슬로우시티 지정 추진

- 대청호 주변 체험마을은 슬로우관광 컨셉을 반영한 관광 콘텐츠의 꾸준한 개발로 성장할 수 있는 최적의 환경과 조건을 갖추고 있음
 - 저탄소 관광을 추구하는 슬로우 관광은 도보, 자전거, 기차, 버스 등을 이용하는 목적지 및 경유지의 현지관광을 의미하며 여유로운 여행과 환경에 대한 관심을 표명함
- 대청호 주변의 발전은 슬로우관광의 활성화 여부와 밀접한 관련이 있으며 성공적 모델은 슬로우 시티의 지정에 토대를 두고 있어야 함
 - 국내에서는 2007년 아시아에서 최초로 완도(청산), 신안(증도), 담양(창평), 장흥(유치)이 슬로우 시티로 지정되었으며 이후 상주(이안), 청송(파천), 남양주(조안), 예산(대흥), 전주(한옥마을), 하동(약양) 등 총 10개 지역이 슬로시티로 지정되었음
- 따라서 대청호 주변 체험마을의 슬로우시티 지정을 적극적으로 추진할 필요가 있음

<표 4-20> 국내 슬로우시티 인증지역과 특징

지역	담양군 장평면	신안군 증도면	장흥군 유치면	완도군 청산면	하동군 악양면
슬로우 푸드	죽염된장, 한과	소금, 함초식품	버섯	전복, 해초, 해산물	야생차, 대봉꽃감
전통산업	죽공예 및 대나무 소재의 바이오산업/한과/발효식품	염전/함초 발효식품	지렁이농법, 표고버섯 생산, 생약초	전통적 어업 및 가공산업	야생차 가공 및 꽃감 생산
주요특징	향교, 가사문화, 남도문화의 본향, 죽세공품	염전, 갯벌, 생태계	생약초, 한방특구	돌담과 오솔길, 전통경관 보존	야생차밭, 넓은 평야와 섬진강, 문학의 배경(최참판택)
인구	4,300여명	2,100여명	1,200여명	2,500여명	3,800여명

자료 : 장희정(2009), 지속가능한 관광으로서 슬로우관광의 가능성에 관한 연구, 농촌관광연구, 16(2):71



<표 4-21> 녹색관광 농촌체험마을 조성방안 진흥비

(단위 : 백만 원)

사업내용		총 사업예산	연도별 투자계획				
			2017	2018	2019	2020	2021
마을향토음식개발	계	50	30	20	—	—	—
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	50	30	20	—	—	—
	민자	—	—	—	—	—	—
마을기반환경개선	계	200	—	100	100	—	—
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	200	—	100	100	—	—
	민자	—	—	—	—	—	—
지역주민의 교육을 통한 관광인력개발	계	100	20	20	20	20	20
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	100	20	20	20	20	20
	민자	—	—	—	—	—	—
홍보·유통 채널활성화	계	450	—	—	200	250	—
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	450	—	—	200	250	—
	민자	—	—	—	—	—	—
컨설팅 추진체계구축	계	80	—	20	20	20	20
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	80	—	20	20	20	20
	민자	—	—	—	—	—	—
기타 농촌체험마을과 연계사업	계	120	—	40	40	40	—
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	120	—	40	40	40	—
	민자	—	—	—	—	—	—
소 계		1,000	50	200	380	330	40

제2절 도심관광 활성화

1. 원도심 관광활성화 진흥계획

1) 현황분석

(1) 대전 원도심 관광상품 현황

가. 대전 원도심 공정여행, 대흥동 사람들

- ㈜공감만세가 기획·운영하는 대전 원도심 공정여행 ‘대흥동 사람들’은 대전 외 지역 거주민을 대상으로 하는 맞춤 여행상품으로 전체 참가비의 50%를 대전시관광협회에서 지원해주고 있음
- 대흥동에서 활동하고 있는 문화예술인들과의 소통을 통해 자신의 진로에 대해 고민하는 시간을 갖는 ‘청소년 진로체험학습 열정만남’, 근대문화유산이 풍부한 대전 원도심 구석구석을 둘러보는 ‘근대공간의 상상공작소’, 공익성을 가진 사회적 기업 및 사회혁신조직을 탐방하는 ‘공생하는 삶, 원도심 사회혁신로드’ 등 테마별로 3개의 프로그램을 운영하고 있음



[그림 4-28] 대전 원도심 공정여행, 대흥동 사람들 테마별 프로그램



— < 대전 원도심 공정여행, 대흥동 사람들 개요 > —

- 명 칭 : 대전 원도심 공정여행, 대흥동 사람들
- 대 상 : 대전 외 지역 거주민(열정만남 : 청소년, 상상공작소/사회혁신로드 : 성인)
- 지 역 : 대전 원도심 일대
- 일 정 : 2015.05.01.~2015.12.31.
10인 이상 단체 상시모집/ 1일코스, 10:30~17:00
- 비 용 : 3만원(참가비 6만원 중 50%는 대전시 관광협회에서 지원)
- 포함내역 : 전 일정 식사, 음료, 입장 및 체험, 인솔자, 국내여행자 보험, 자료집 등

나. 대전 원도심 美食여행

- 문화체육관광부와 한국관광공사가 국내관광 활성화를 위해 시행하고 있는 2015 가을관광 주간 기간 동안 대전시는 ‘대전 원도심 미식여행’을 대표 관광프로그램으로 운영함
- ‘대전 원도심 미식 여행’은 원도심 일대를 돌며 칼국수, 두부두루치기, 갈비탕 등 대전의 대표음식을 맛보는 것은 물론 향토음식 만들기, 문화 공연전시 관람, 근현대 문화유산들을 즐길 수 있는 당일치기 식도락 여행상품임

— < 대전 원도심 美食여행 개요 > —

- 여행명 : 대전 원도심 미식여행
- 일 정 : 2015년 10월 17일 ~ 11월 30일/매주 토요일
- 비 용 : 15,000원
- 장 소 : 대전 원도심
- 대 상 : 누구나
- 포함내역 : 식사, 간식, 연극티켓 1매, 원도심 공정여행, 여행자보험

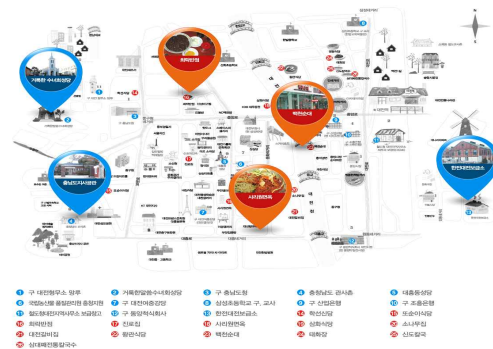


<표 4-22> 대전 원도심 美食여행 일정표

시 간	일 정
10:50-11:00	[오리엔테이션] 첫 만남 및 일정안내
11:00-13:00	[대전의 맛을 찾아서 ①-시민대학 요리강좌] 당신만을 위한 간편한 아침만들기
13:00-14:00	[대전의 맛을 찾아서 ②-칼국수와 두부두루치기] 대전을 대표하는 추억의 그 맛
14:00-15:30	[대전 원도심 문화예술 여행 ①-문화예술거리] 추억이 담긴 원도심 산책
15:30-17:30	[대전 원도심 문화예술 여행 ②-소극장] 대전 원도심에서 연극 관람하기
17:30-18:00	[대전 원도심 문화예술 여행 ③-갤러리] 대전 원도심 갤러리 탐방
18:00-19:00	[대전의 맛을 찾아서 ③-갈비탕] 60년 전통의 맛 <사리원편육>

자료 : ㈜공감만세 홈페이지, <http://www.fairtravelkorea.com/>

- 이 외에도 원도심 미션 맛집 체험과 근현대문화재 관람을 완료하고 인증샷을 SNS에 올리면 소정의 상품을 제공하는 ‘빵~ 터지는 대전 관광 미션이벤트’를 진행함



[그림 4-29] 대전 원도심 SNS 미션투어 이벤트



다. 대전 원도심 여행학교

- (주)공감만세가 기획한 1박2일 원도심 여행상품인 ‘대전 원도심 여행학교’는 단순히 보고 지나치는 여행이 아니라 사람과 지역을 중심에 두고 여행을 통해 지역주민간의 소통, 지역경제 활성화, 지역주민의 삶의 질 향상에 직접적으로 기여하는 공정여행을 추구함
- (구)충남도청, 파킹갤러리, 대흥동 성당, 아임 아시아, 산호여인숙, 아트팩, 월간토마토 등 원도심 주요 명소들을 여행하면서 지역주민과 소통하는 프로그램으로 구성됨

< 대전 원도심 여행학교 >

- 명 칭 : 대전 원도심 여행학교
- 대 상 : 누구나
- 장 소 : 대전 원도심 일대
- 일 정 : 2015.11.14-11.15/1박2일(최소 5명 이상, 10인 이상 단체 상시모집)
- 비 용 : 13만원
- 포함내역 : 전 일정 숙박 및 식사, 체험비, 인솔자, 국내여행자 보험, 자료집 등



라. 워킹! 모던대전

- 대전시립박물관이 대전 지역의 숨은 근대 문화유산을 재발견하고 시민에게 문화체험 기회를 제공하기 위해 원도심 근대문화유산 투어 프로그램인 ‘워킹! 모던 대전’을 2015년 4월부터 11월까지 매월 셋째 주 토요일에 운영하고 있음
- 박물관에서 수집한 대전 근대역사자료와 조사연구를 토대로 학예사의 설명을 듣고 현장답사를 하도록 구성되어 있으며, 단체신청의 경우 담당 학예연구사가 신청단체를 방문하여 강의를 진행하고 별도의 답사를 진행하고 있음
- 원도심 지역인 옛 충남도관사촌에서 출발해 옛 충남도청사, 대전여중 강당, 대흥동 성당, 국립농수산물품질관리원 대전창작센터, 목척교/중앙시장, 산업은행, 대전역을 지나 소제동 철도관사촌 등을 둘러보는 코스로 참가비는 무료이며, 중식 및 다과비용은 개인 부담임



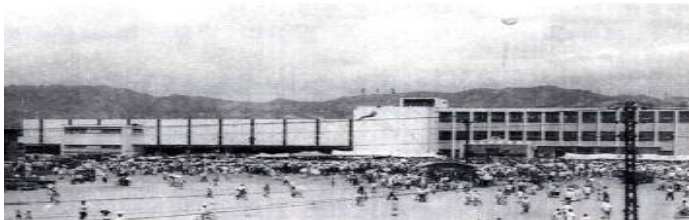
[그림 4-30] 대전 원도심 근대문화유산 투어, 워킹! 모던대전



(2) 대전 원도심 관광자산 현황

가. 100년 근대도시 대전의 역사와 장소정체성

- ‘대전’이라는 장소 정체성은 대전에 오랫동안 살았던 토착민에 의해 이루어진 것이 아니라 우리나라 근대기(1876년~1960년)에 이르러 일제 강점기라는 시대적 상황 속에서 비교적 단기간(약 105년: 1910년~2015년 현재)에 형성되었다고 볼 수 있음
- 근대도시의 틀을 갖추게 된 대전(大田)의 장소 정체성에 가장 큰 영향을 미친 것은 경부선 철도의 대전역 개통(1905년)과 충청남도 도청사의 대전 이전(1932년)이라고 볼 수 있음



대전역(1959년 준공)



충남도청(1961년 증축)

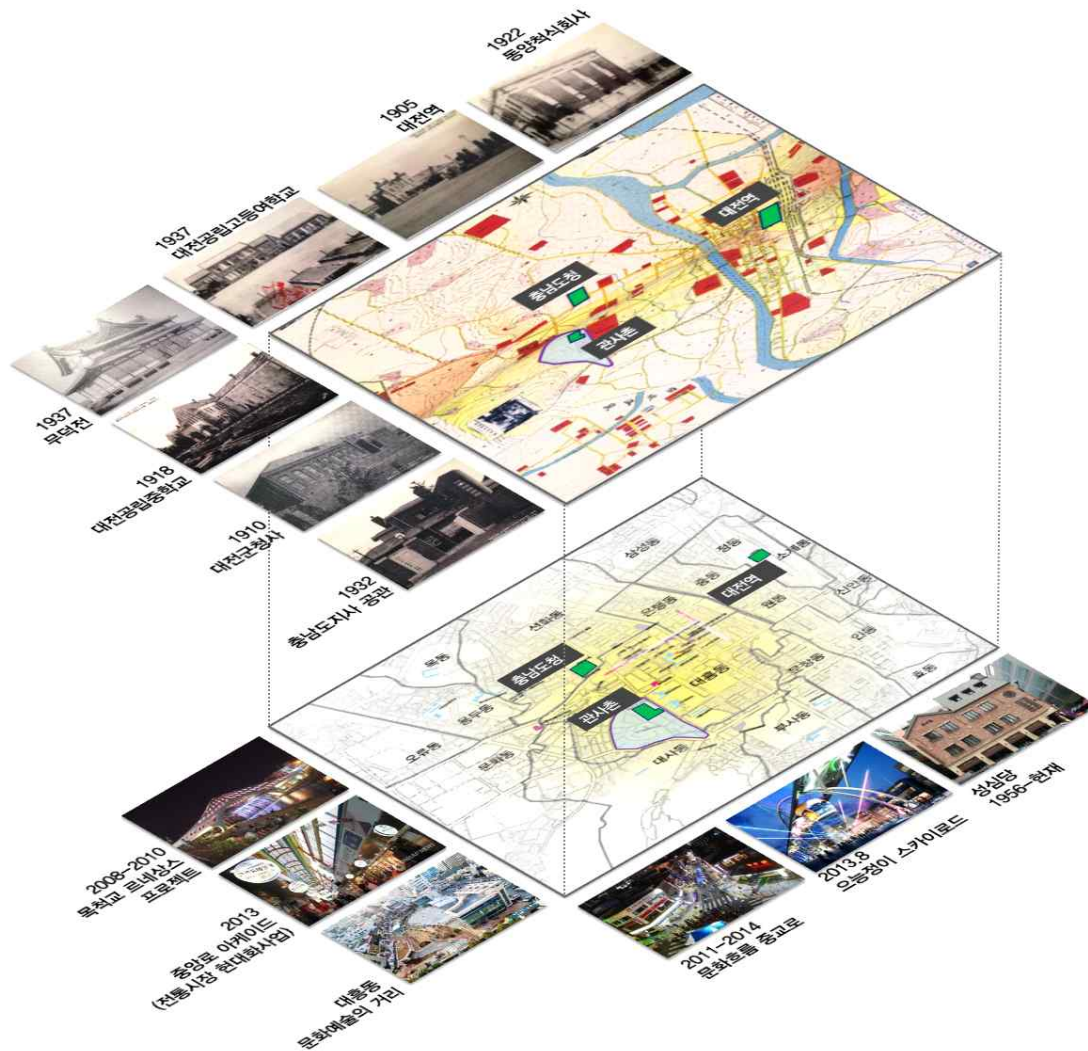
[그림 4-31] 전후 도시 재건의 노력

자료: 대전광역시(2010), 2010 근대문화유산 조사보고서



[그림 4-32] 일제 강점기의 중앙로 일대

- 특히, 대전의 중심시가지가 형성된 원도심 지역은 다양한 근대건축물과 현대건축물이 공존하고 있어 근대도시와 현대도시의 장소정체성이 동시에 존재하고 있는 곳에 해당됨
- 1962년 『조선시가지계획령』을 폐지하고 대전시에 의해 수립된 최초의 도시계획인 1965년 『도시재정비계획』이 결정된 이후, 1968년 경부고속도로 건설, 1970년 호남고속도로 건설, 1973년 대덕연구단지 건설 등으로 인해 대전시는 급격한 산업화 과정을 거치면서 인구 증가와 시가지 확대가 동시에 진행됨
- 1989년도에는 대전직할시로 승격되었으며 대전시의 인구가 100만 명을 넘어 대도시의 위상을 갖게 됨. 이는 1983년도에 현재의 대전광역시 중구와 동구 지역은 물론, 북쪽과 서쪽에 인접해 있던 대전시 주변의 대덕군 전역(유성, 회덕, 탄동, 진잠, 산내, 기성, 신탄진 등)이 통합되어 가능했던 것임¹⁾



[그림 4-33] 대전 원도심의 대표적인 근현대 건축물
(기준년도 : 위 1933년, 아래 2013년)

1) 현재의 대전광역시의 주 골격은 1970~80년대에 이르러 체계화되었다고 볼 수 있으며 원도심 주변 지역에 농촌지역들도 본격적인 시가화용지로 개발되면서 현대도시 대전의 장소정체성 형성과정 속에서 주된 물리적 환경이 조성된 시기라고 볼 수 있다.

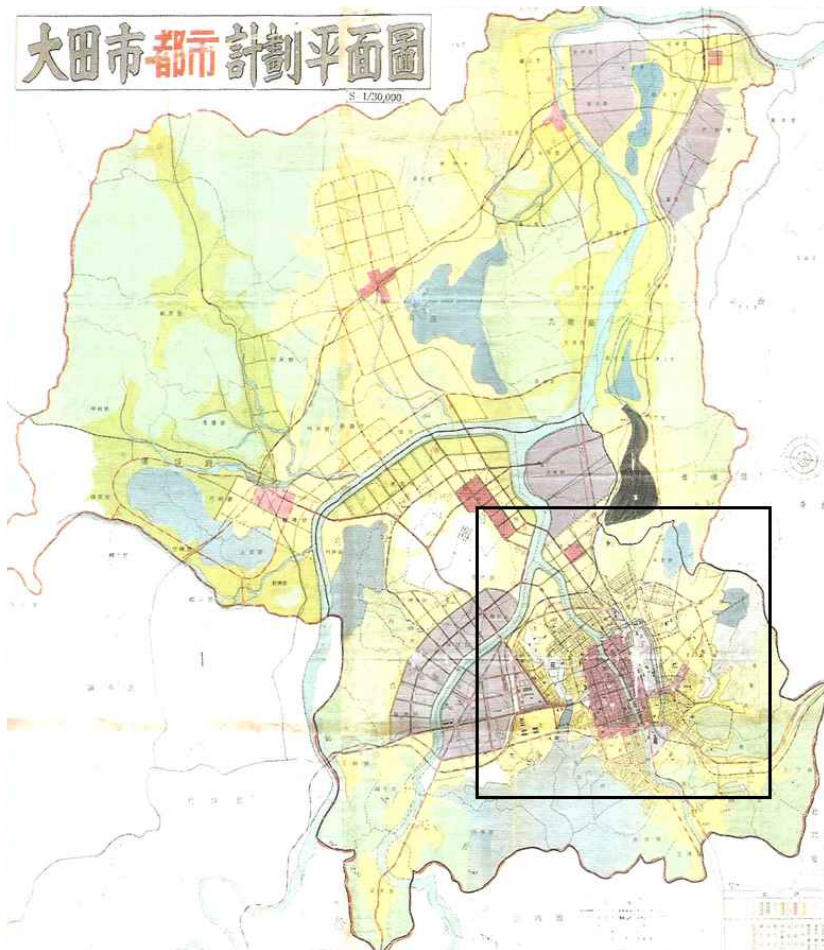


목척교



중교

[그림 4-34] 일제 강점기의 대전천변 교량



[그림 4-35] 대전시 도시계획 평면도(1965년 도시재정비계획)

자료 : 대전광역시(2011). 대전도시계획백서,

나. 근대 건축물과 장소의 기억

- 근대건축물은 주로 중구와 동구 지역에 많이 분포하고 있음

- 중구지역의 경우, 대흥동, 선화동 및 은행동을 중심으로 업무시설과 집회시설이 집중되어 있음²⁾
- 동구지역에는 주로 중동, 인동, 원동, 소재동, 삼성동 등을 중심으로 업무시설과 산업시설이 많은 편임³⁾

2) 중구의 근대건축물

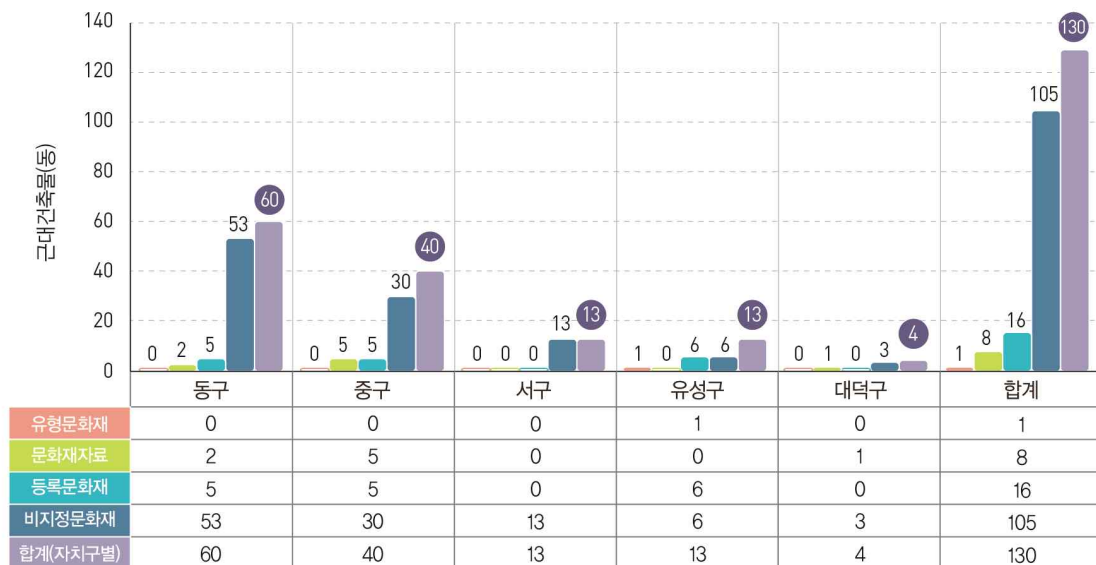
- 문화재 : 총 10개동(문화재자료 5동, 등록문화재 5동); 종교시설 3동, 교육시설 1동, 주거시설 4동, 업무시설 2동
- 非문화재 : 총 30개동; 1910년~1970년대 근대건축물이 다양하게 분포

3) 동구의 근대건축물

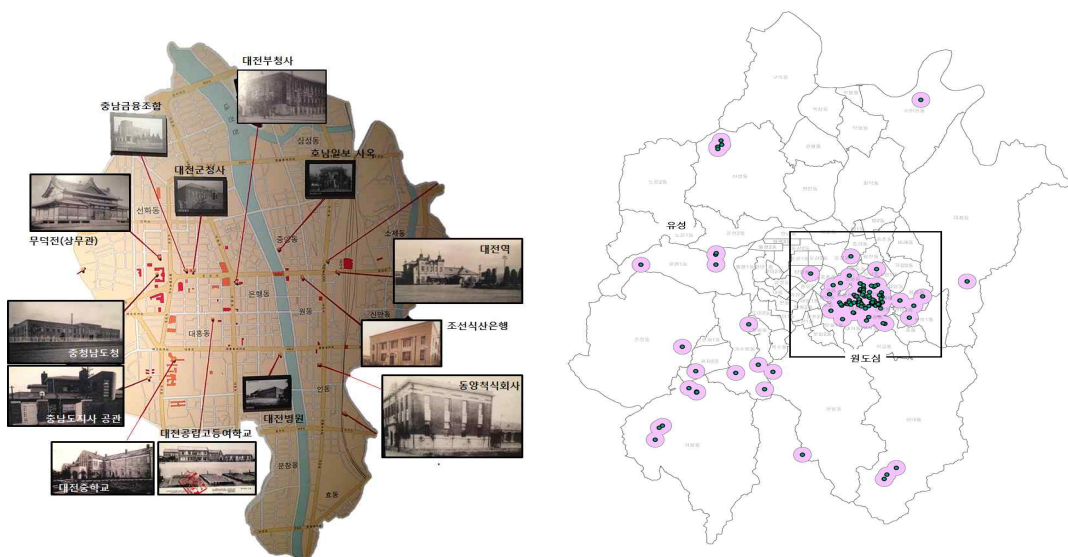
- 문화재 : 총 7동(문화재자료 2동, 등록문화재 5동); 교육시설 2동, 종교시설 2동, 업무시설 3동, 산업시설 2동
- 非문화재 : 총 53개동; 주거시설이 약 40%이상 차지



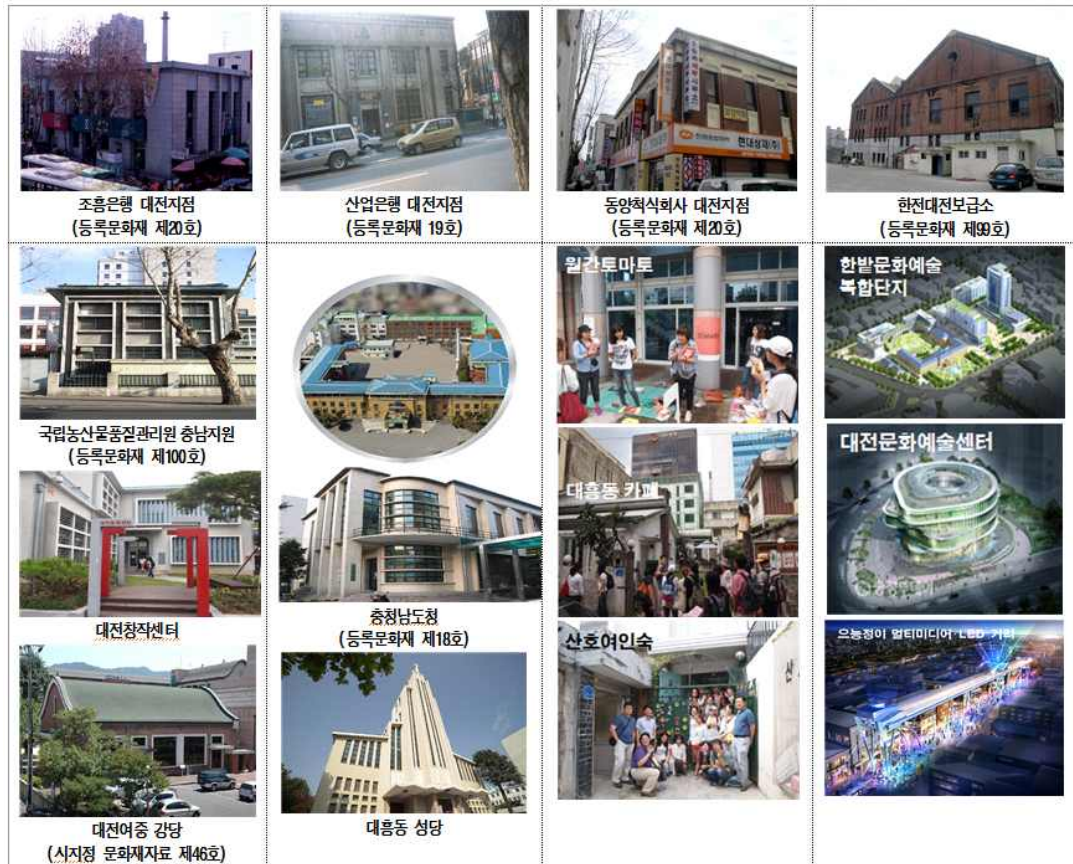
- 대전시 전체의 근대건축물(약 130개동) 중 공식적으로 시지정 문화재 또는 문화재자료로 등재되어 있는 건축물 총 25개동 중에서 원도심 지역에만 약 17개동이 위치하고 있음. 이는 근대도시 대전의 옛 모습을 엿볼 수 있는 건조물에 해당하며, 향토문화보존 상 필요하다고 인정된 것이기에 문화관광 자원으로 활용가치가 높은 것으로 판단됨



[그림 4-36] 대전시 근대건축물 현황(자치구별 지정·비지정 문화재 구분)



[그림 4-37] 1900년대 초반 대전시계(市界) 및 주요 근대건축물 현황도 및 분포현황
자료 : 대전 근현대사 전시관, 2014



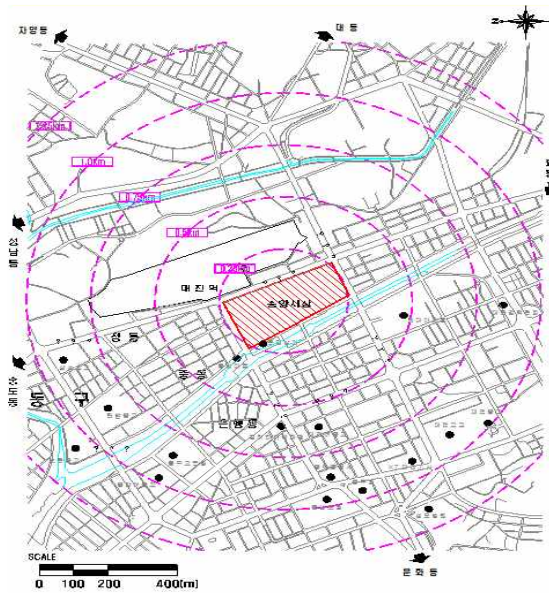
[그림 4-38] 대전시 원도심 지역 주요 근대건축물 사진

자료: 대전발전연구원(2012), 충청남도 관사촌 활용방안 연구,

다. 전통시장 및 상업가로

- 대전 원도심 지역은 대전시의 근대기(1800년대 말)부터 현대기(1990년대 말)에 이르기까지 약 100년 동안 대전시의 도심지역으로써 도시성장 과정 속에서 대전의 중심상업지역 역할을 담당했던 곳임. 다만, 둔산 신도심 개발과 함께 도심의 업무 및 상업 기능과 상주인구의 유출현상을 겪으면서 이전보다는 중심성이 다소 약해진 상황임
- 전통시장 : 원도심 지역의 대표적인 전통시장은 ‘중앙시장(동구 원동, 중동)’과 ‘인동시장(동구 인동)’, ‘역전시장(동구 정동)’등이 있으며 주로 대전역세권 주변에 위치하고 있음
 - 대전시 중구와 동구에 걸쳐 위치하고 있는 원도심 지역에는 2015년 8월 현재, 총 39개소의 전통시장과 약 6,736개의 점포가 운영 중임
 - 중앙시장 활성화 구역⁴⁾: 총 11개 단위시장, 약 3,000개 점포로 구성⁵⁾

4) ● 지정위치 : 원동4가 ~ 대흥교 ~ 중교 ~ 제일은행 ~ 대전역 ~ 중교3가 ~ 원동4가
 ● 지정규모 : 113,627㎡(연면적 : 108,375㎡) / ● 지정일 : 2007. 3. 28
 ● 법제도적 근거 : 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 제2조 4항



- 등록시장 (5) : 중앙도매시장, 신중앙시장, 중앙메가프라자, 자유도매시장, 대전도매시장
- 인정시장 (3) : 중앙종합시장, 전통중앙도매상가
* (중동변영회 일부지역), 중앙상가시장
- 무등록시장 (3) : 원동국제시장, 공구상가, 흙인테리어거리
- ※ 기타 : 중앙전통시장(생선골목), 먹자골목, 화월동, *중동변영

[그림 4-39] 중앙시장 활성화구역과 주변 영향권

대전 중앙시장

중앙시장은 한국전쟁 이후 대전역을 중심으로 자연발생적으로 형성되기 시작하여 2012년 현재, 약 3,000여개의 점포가 영업을 하고 있는 중부권 최대의 전통시장임. 한때 삼남의 대표시장으로 대전경제발전의 중핵을 차지하고 있었으나 급속한 유통구조 변화 등으로 시장 기능이 크게 저하되어 전통시장 활성화를 위한 각종 경영현대화 사업 및 시설현대화사업이 추진되어 왔으며 이외에도 도심활성화사업, 도시재정비촉진사업 등이 활발히 진행되고 있음



5) 역전시장을 포함한 12개 단위시장을 하나로 묶어 『중앙시장 활성화구역 상인회』 구성 / 2007. 3. 28



[그림 4-40] 대전중앙시장 내 주요 상점가 전경



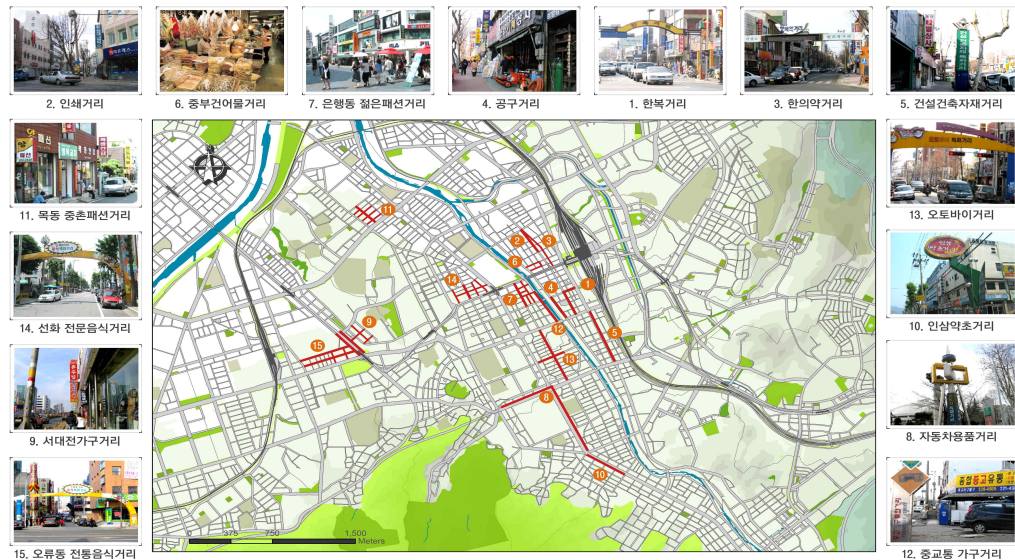
<표 4-23> 대전시 동구 및 중구의 주요 전통시장 현황(2015년 8월 현재)

구 분	시장명칭	소재지	점포 수	취급 품목	비고
동 구 (15개소)	(주)중앙 메가프라자	동구 중앙로200번길99	128	한복, 의류, 침구, 도서 등	중앙시장 활성화 구역 (8개소)
	신 중 앙	동구 중앙로200번길85	131	옷감, 의류, 도서, 한복 등	
	중앙도매	동구 중앙로200번길73	128	의류, 침구, 한복 등	
	중앙종합	동구 중앙로200번길45	121	의류, 신발, 커튼 등	
	자유도매	동구 중앙로200번길36	103	그릇, 이불, 한복, 의류 등	
	대전도매	동구 대전로791번길 3	125	의류, 잡화, 가정용품 등	
	중앙상가	동구 대전로797번길37	443	식당, 의류, 잡화 등	
	전통중앙도매	동구 중앙로204번길28-1	120	의류, 잡화, 가정용품 등	
	역전시장 상점가	동구 역전시장길 48	110	생선, 채소, 과일 등	
	대전상가	동구 충무로 185	62	쌀, 식당, 잡화 등	
	인 동	동구 대전천동로 450	61	쌀, 식당, 과일, 야채 등	
	신 도	동구 홍룡로37번길 9	85	채소, 생선, 건어물, 의류 등	
	용 운	동구 용운로 170	39	식당, 채소, 잡화 등	
	가 양	동구 매봉로 18	15	생 · 식품, 의류 등	
	역전지하상점가	동구 대전로797번길 41	213	의류, 휴대폰, 신발 등	
중 구 (13개소)	오 류	중구 계백로 1691-10	61	채소, 과일, 떡, 의류, 정육 등	
	태 평	중구 수침로55번길 56	142	채소, 과일, 떡, 의류, 정육 등	
	유 천	중구 계백로1584번길 28	79	채소, 과일, 떡, 의류, 정육 등	
	문 창	중구 대전천서로 279	269	채소, 과일, 떡, 의류, 정육 등	
	산 성	중구 대둔산로408번길28	75	채소, 과일, 떡, 의류, 정육 등	
	용 두	중구 계룡로881번길 53	51	식당, 과일, 육류	
	부 사	중구 대종로316번길 16	72	야채, 과일, 식당, 잡화 등	
	중앙로지하상점가	중구 중앙로 지하 145	602	의류, 휴대폰, 액세서리 등	
	은행동상점가	중구 중교로 83 3층	297	식당, 의류, 액세서리 등	
	문화예술의거리 대흥동상점가	중구 중앙로138번길 30	61	생필품, 요식업 등	
	오류특화상점가	중구 계룡로874번길 12	61	요식업 등	
	중촌맞춤상점가	중구 동서대로1421번길12	38	생필품, 의류 등	
	충무자동차상점가	중구 충무로 121	70	서비스, 자동차용품 등	
계	총 39개소		6,736		

자료 : 대전광역시

■ 특화거리 : 대전시는 1990년대 중반 이후 기존의 기능적 특화 혹은 공간적 전문화가 이루어진 도심 내 특정지역을 원도심 활성화 차원에서 특성화한 상업가로를 ‘특화거리’라고 명명하고 조성을 추진하였음

－ 대전의 특화거리는 주로 1997년부터 2002년까지 총 15개소가 지정되어 있으며, 총 길이 6,770m(지정당시 점포수 약 1,269개)의 규모로 조성되어 있음



[그림 4-41] 대전시 원도심 지역 특화거리 지정 현황도

자료: 대전광역시(2012). 대전광역시건축기본계획.

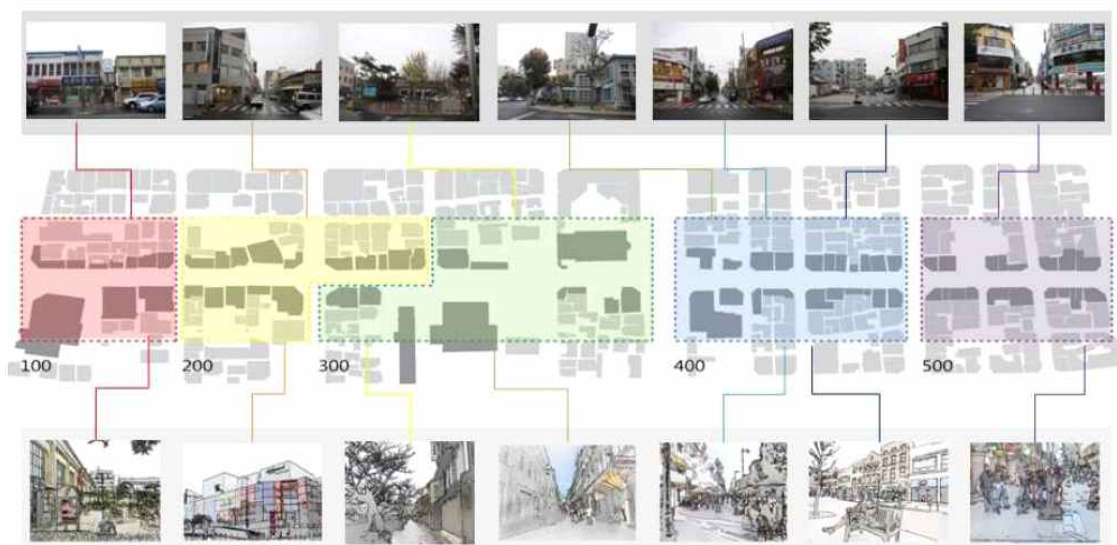
<표 4-24> 대전시 특화거리 지정현황

구분	특화거리명	점포수	지정일	길이
동구 (6)	원동 한복거리	422	97.1.1	300
	중동 인쇄거리	429	97.1.1	750
	중동 한의약거리	66	97.1.1	250
	정동 공구거리	37	98.10.1	250
	정동 건설·건축자재거리	75	99.4.1	1,000
	중부 건어물거리	120	02.5.1	110
중구 (10)	은행동 젊은패션거리	30	98.9.11	400
	충무·대종로 자동차거리	67	98.12.18	770
	서대전 가구거리	63	98.9.11	300
	부사동 인삼·약초거리	27	99.2.4	150
	목동·중촌 패션거리	73	98.9.11	450
	중교동 가구거리	39	98.9.11	600
	문창·대흥 오토바이거리	20	98.12.18	500
	선화동 음식특화거리	18	98.9.11	230
	오류동 전통음식거리	56	98.9.11	400

자료 : 대전발전연구원(2008)



- 문화예술의거리 : 문화관광부에서 지원하고 지자체별로 추진하였던 문화예술의거리 조성 사업에 의해 대전시 원도심에 조성된 보행우선도로 『으능정이 문화의 거리』와 『대흥동 문화예술의거리』는 대전을 대표하는 상업가로에 해당함
 - 1990년대부터 2015년 현재까지 꾸준히 가로 정비가 진행된 곳으로 최근 으능정이 문화의 거리에는 LED스크린(길이:214m, 폭:13.3m)이 설치되어 ‘대전스카이라드(2012~2013)’로 운영되고 있음
 - 대흥동 문화예술의거리에는 ‘우리들공원 재창조사업(2013~2015)’에 의해 지하 주차장 및 공연시설이 정비되었고, 주변에는 ‘문화흐름 중교로 조성사업(2011~2015)’과 ‘대흥동 골목 재생사업(2011~2015)’에 의한 가로환경 정비가 진행되고 있음
 - 문화예술의거리 주변에는 소매업 및 요식업 등이 많이 분포하고 있어 10~20대를 중심으로 한 보행인구 유발요소가 많은 편임. 원도심 지역에서는 문화예술 관련 행사가 가장 많이 개최되는 곳이기도 함



[그림 4-42] 대전 문화의 흐름, 기억의 거리 - 중교로 조성사업

라. 문화예술 자원

- 문화예술 시설 : 원도심의 문화예술시설은 대규모 시설보다는 중소규모로 복합 문화공간 유형의 시설이 집중 분포되어 있으며, 대중교통수단의 이용이 매우 편리한 이동환경을 갖추고 있음
 - 공연장은 규모로 비교해볼 때, 원도심의 객석규모는 신도심에 비해 약 1/6수준으로 동시에 최대 수용인원이 약 4,000명 수준에 불과하며 주로 소규모 공연을 위한 다목적 공연장이 많은 편임. 대전의 대표적인 문화예술시설이면서 대공연장이었던 ‘대전시민회관’이 철거된 자리에 2015년도에 개장한 ‘대전예술가의 집(2015~)’은 연면적 9,000여㎡ 규모(지상5층,

- 지하1층)로 1개의 다목적 공연장(140석)과 8개의 전시실 및 사무실로 구성되어 있음
- 공공 미술관에는 대전시립미술관과 대전창작센터(연면적:239.7㎡)가 있으며, 공공 박물관이나 도서관은 원도심 상업지역에 위치한 대전평생학습관(연면적:1,380㎡) 외에는 전무한 실정임
- 기타 문화시설에는 대전무형문화재 전수시설인 ‘전통나래관(개관: 2014.2)’, 청소년 문화시설인 ‘대전청소년위캔센터(개관:2015.4)’, 시각예술 레지던시인 ‘대전테미예술창작센터(개관:2014.3)’ 등이 대표적임

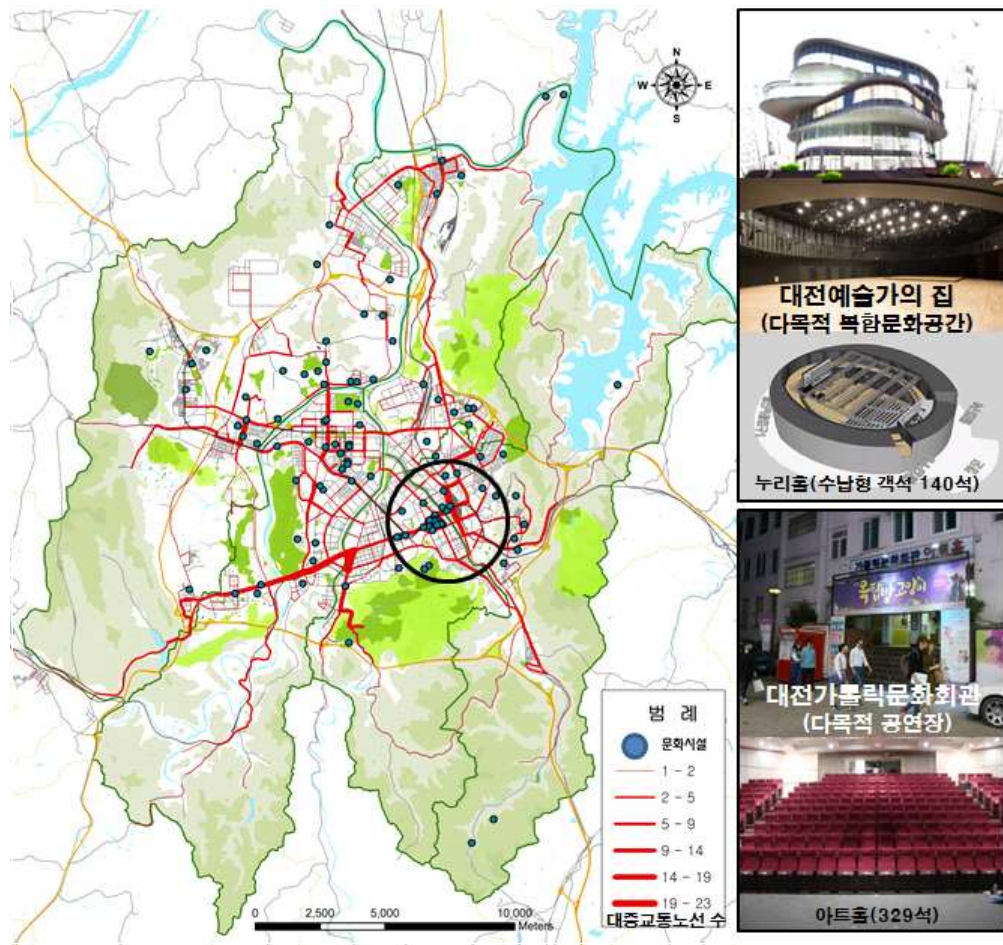


[그림 4-43] 대전청소년위캔센터 전경



<표 4-25> 대전시 원도심지역의 주요공연장 보유시설 현황

시 설 명	위 치	주 용 도	시설현황		비고
			객석수	수용인원	
우송예술회관	동구 자양동 155-3	다목적	1,214	1,400	민간
용운도서관	동구 용운동 389-6	공연장	140	140	공공
가오도서관	동구 가오동 194	공연장	124	124	공공
동구청소년수련관	동구 상소동 375-1	공연장	140	140	공공
꽃님이 공연장	동구 신촌동 411-4	공연장	100	100	민간
카톨릭문화회관	중구 대흥동 189	다목적	329	400	민간
중구문화원	중구 대흥동 448	다목적	185	185	공공
세이아트홀	중구 문화동 1-16	공 연	252	252	민간
대전예술가의 집	중구 문화동 중앙로 32	공연장	200	140	공공
대전평생학습관	중구 중교로 56	공연장	600	650	공공
대전한밭도서관	중구 한밭도서관길 222	공연장	428	450	공공
드림아트홀	중구 대흥동 502-15	소공연장	100	100	민간



[그림 4-44] 대전시 문화시설 위치 및 대중교통 연계현황

자료: 대전광역시(2013), 대전광역시 도시균형발전기본계획,



□ 문화예술 축제 프로그램

<표 4-26> 대전시 원도심지역의 주요 문화예술 행사

사업명	주요프로그램	참여대상	주요내용
대전문화아카이브	대전지역문화예술 자료구축	지역문화예술인/지역문화예술단체	대전의 문화와 역사 기록 - 대전의 문화예술인 또는 단체의 기본 정보와 예술자료 등의 기본 정보, 연혁 등을 수집하여 기록화 함 - 인물/단체DB, 문화자료DB, 기사/평론DB, 문화공간DB
아티언스 프로젝트	아티언스 포럼 아티언스 레지던시 아티언스 공모전	예술가 (지역기반작가 50%) 과학자 (대덕연구개발특구, KAIST)	Art+Science=Artience - 국제비즈니스벨트로 지정된 대전의 지역정체성(local Identity)을 가장 잘 드러낼 수 있는 콘텐츠 개발 - 대전의 대덕연구단지 인프라를 기반으로 한 과학기술과 예술의 융복합을 포함함
	아티언스 문화예술교육 캠프	지역청소년	
	아티언스 페스티벌	대전시민	
대전문화예술교육지원센터	학교예술강사지원	아동청소년(195개 학교)	지역밀착형 문화예술교육 서비스 제공 - 문화예술교육을 통한 문화적 삶의 일상화를 위해 문화예술교육 기관, 단체, 기반시설, 학교 간의 원활한 전달체계 구축 - 지역특성에 맞는 문화예술교육 콘텐츠 발굴·보급
	지역특성화 문화예술교육지원	지역주민	
	꿈다락토요문화학교	아동·청소년 중심 가족	
	꿈의오케스트라	아동·청소년	
	문화예술교육 전문인력양성	문화예술교육 관계자 및 공무원, 교원	
	아티언스캠프	청소년	
	문예아카데미	일반시민	
	가족동행프로젝트	가족단위	
	문화예술서포터즈	청년	
	대전ARTe정보화	기타	
문화콘텐츠 교육지원 사업	대전·충남 스토리텔링아카데미	스토리텔링 및 문화기획에 관심 있는 학생 및 일반시민	지역창작 스토리텔러 양성으로 지역 문화자원 스토리 발굴 및 창작기반 네트워크 구성을 위한 문화콘텐츠 교육지원사업 - 원천스토리 기획창작과정/ - 팀 구성 및 창작실습 - 전문가 초빙 특강/ - 워크숍 및 모의 피칭대회
대전 문화재단 레지던스 프로그램 (연도별 운영)	레지던스 프로그램 (2010-2012)	시각예술분야 작가	시각예술 작가들의 창작교류활성화 도모 및 지역주민의 문화예술 향유권 신장 - 분야 : 시각예술 - 자격 : 최근 3년간 매년 1회 이상의 정규사업(정기전시회)실적이 있는 전문문화예술단체/ 대전 지역에서 활동을 희망하는 기획자, 작가, 창작공간을 확보하고 있는 시각예술단체 - 지원 : 창작활동 프로그램비, 기획비, 교육프로그램비, 인건비 등 - 규모 : 1개 레지던스 시설당 2,000만~4,500만원 - 평송청소년문화센터와 한마음아트존갤러리에는 작가들의 창작 활동지원, 홍보, 전시 기획 등을 도와주는 기획자가 상주함
	산호레지던스 (2013)	예술가	'산호여인숙'(대흥동)에서의 작가 레지던스 프로그램 사업비를 일부 지원 - 대전지역의 환경과 생태, 역사, 문화 등을 주제로 한 작품 활동 - 기간 : 5개월(한 달 평균 10일 이상 거주) - 작가 1인(1팀)당 매월 30만원
	테미예술창작센터 레지던스 (2014)	국내외 시각예술가	다양하고 전문적인 프로그램과 소통교류의 플랫폼 제공을 통해 입주예술가의 창작활동을 지원함 - 규모 : 6명 또는 팀 - 분야 및 자격: 회화, 조소, 설치, 퍼포먼스 등 시각예술 전 부문의 예술가 중 융복합 창작활동의 의지가 있는 예술가/예술+과학 융복합 기반 시각예술 부문



2) 기본구상

(1) 비전설정

■ 대전의 근대기부터 현대에 이르기까지 100년여의 역사를 가지고 있는 원도심 지역의 이야기(story)와 오래된 추억의 장소(space)와 정감 있는 길(street)에 의해 형성된 관광 활성화

■ 대전 원도심만의 매력적인 문화적 정취를 느낄 수 있는 여행 장소와 여행프로그램 기획

⇒ 대전 원도심 자산(이야기/장소/길)을 활용한 감성관광 개발

(비전설명) 이야기, 장소 그리고 길이 함께 어우러지는 원도심 문화 정취(情趣)를 오감으로 느낄 수 있는 관광 프로그램 개발



[그림 4-45] 원도심 지역 주요 문화관광 자원



(2) 추진전략

가. 이야기(Story) : 원도심 이야기를 담은 스토리텔링 관광

- ▣ 대전시 100년 동안의 근현대사에 기초하여 주요 사건과 이야기를 중심으로 한 스토리텔링 관광자원을 중심으로 관광 프로그램 기획
- ▣ 대전시 원도심의 문화유산과 문화예술자원을 활용한 문화콘텐츠 마케팅 전을 도입 : 장소 마케팅, 이야기 커뮤니케이션 등을 통한 스토리 테마 구성

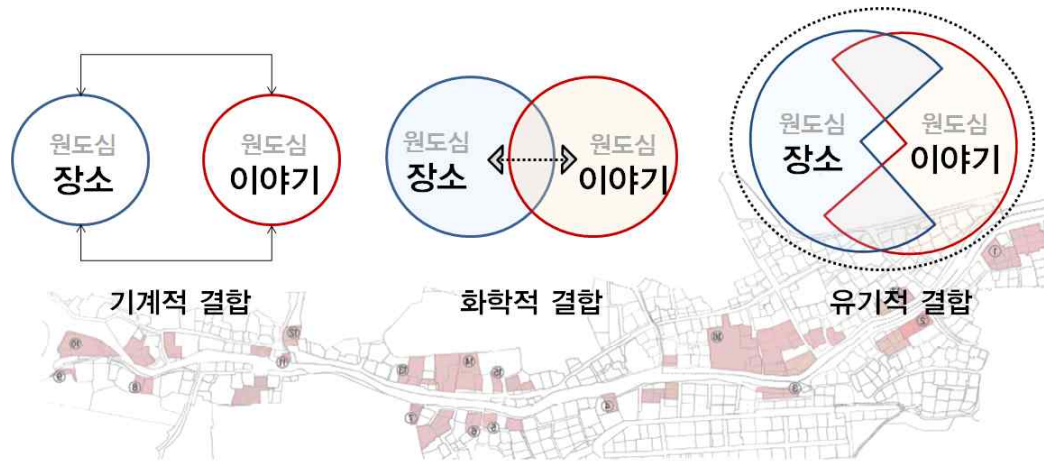
나. 장소(Space) : 원도심의 정체성을 강화시키는 장소특화형 명소관광

- ▣ 원도심의 대표적인 물리적 환경과 사회적 맥락에 의해 형성된 환경(setting)과 개인(person)이 인지하는 요소를 중심으로 장소성(place identity)을 특화시키고 강화시켜야 함
- ▣ 대전 원도심만의 장소본질을 제대로 정의하고, 장소에 존재하면서 시민이 인정하는 지역 차원의 장소정체성을 중심으로, 원도심의 상징성에 의존하는 마케팅 위주의 접근보다는 대전시의 새로운 미래를 담아낼 수 있는 ‘원도심(장소)’의 지속가능성(선호도, 진화 성장력 등)과 글로벌 경쟁력(브랜드인지도, 품질 등)을 높일 수 있는 장소브랜딩(place branding)을 실현할 수 있도록 함

다. 길(Street) : 원도심의 이야기와 장소를 이어주는 골목길 관광

- ▣ 장소(하드웨어)와 이야기(소프트웨어)를 유기적으로 결합시켜⁶⁾ 길(가로)을 중심으로 자발적인 상호 작용이 매우 활발하게 진행될 수 있도록 함. 이를 통해 원도심 이용자 및 방문객이 해당 장소를 지속적 또는 자발적으로 방문을 원하는 상황이 되도록 해야 함

6) 원도심 지역의 길(가로)에 필요한 기능이 충족되어 있으면서 가로 이용자들이 사회적으로 동의할 수 있는 장소적 의미가 형성되어 있는 상태를 의미함. 즉, 전체적인 공간적 또는 경제적, 사회적 맥락차원에서 상업가로 내 주 요소들이 매우 유기적으로 결합되어 있기 때문에 시너지 효과가 지속적으로 창출될 수 있음



[그림 4-46] 원도심 지역 길(가로)에 장소와 이야기 간 결합방식 구조



3) 세부사업

(1) 대전 원도심 시청(市廳)각 여행 프로그램 (활용자산 : 영상문화+근대건축물)

< 사업 개요 >

원도심의 랜드마크 중 하나인 『대전스카이로드』가 전국 최초의 도심 속 대형 LED영상스크린이라는 점을 활용하여 영상미디어를 테마로 한 체험관광을 활성화하고자 함. 원도심 내 주요 상업가를 중심으로 방문객의 시각과 청각을 자극하는 공간과 시설을 배치하는 것임

가. LED 영상문화 체험관광 프로그램

▣ 미디어 스트리트 조성 및 디지털 유희공간 연출

- 대전스카이로드의 ‘스마트 문화의 거리 이미지’를 활용하여 원도심 전체 공간에 디지털 유희공간을 구현함으로써 장소정체성을 강화시키기 위함
- 원도심 지역 내 바닥포장, 건물입면, 가로시설물 등에 다양한 첨단 디지털 기술을 활용하여 구현하고, 방문객들이 놀이식 또는 체험식으로 경험할 수 있는 관광프로그램으로 기획

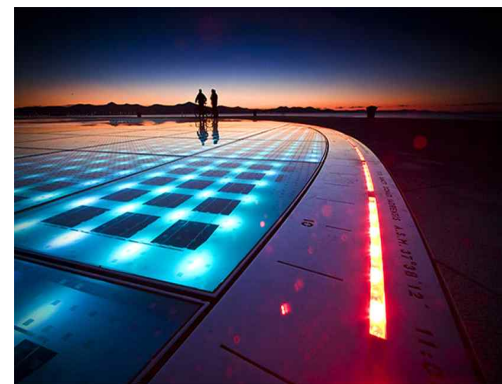
▶ 사업예시

N-Screen⁷⁾ 기반의 서비스를 토대로 대전스카이라드에서 구현되는 영상 콘텐츠들이 주변의 상가 건축물 외피로 전이되어 마치 LED전광판과 상가 건축물의 외벽이 끊임 없는(seamless) 하나의 디바이스 연결 통로로 영상 콘텐츠들이 자유롭게 넘나 들 수 있도록 보다 유연한 방식의 프로그램 운용과 극적인 광고 마케팅 효과 연출⁸⁾(대전발전연구원, 2013)



IBM의 디지털 썬크 월(Digital Think Data Wall, Lincoln Center in Manhattan)

출처 : <http://www-03.ibm.com/ibm/history/ibm100/us/en/thinkexhibit/>



Solar Powered Floor Light (크로아티아)

[그림 4-47] 도시공간 내 디지털 유희공간 연출 사진

자료 : 대전발전연구원(2013), 스마트 도심재생 개발에 관한 연구,

7) 하나의 콘텐츠를 스마트폰·PC·스마트TV·태블릿PC·자동차 등 다양한 디지털 정보기기에서 공유할 수 있는 차세대 컴퓨팅·네트워크 서비스를 의미하는 용어로 시간·장소·디지털기기에 구애 없이 언제 어디서나 하나의 콘텐츠를 이어서 볼 수 있어, 컴퓨터로 다운받은 영화를 TV로 보다가 지하철에서 스마트폰으로 보거나, 태블릿PC로 이어서 볼 수 있는 서비스가 전형적인 예임

8) LED전광판의 영상이 주변상가의 외벽을 타고 자유롭게 흘러내릴 수 있도록 하거나 상가 전면의 쇼펍 윈도우에 설치된 터치스크린으로도 옮겨가 사람들이 그 안에서 인터랙티브하게 조작해 볼 수 있도록 하는 등의 참여 행위를 유도해 넘어서 보다 유연하고 재미있는(Exciting City) 상업공간을 연출해 낼 수 있을 것으로 판단됨



나. 근대 공간의 상상여행 프로그램

■ 스토리가 있는 대전 100년의 시간여행 프로그램

- 기존에 기획되어 운영 중인 투어 프로그램 ‘대전원도심 도보여행9)’과 ‘대흥동 여행학교 (공감만세)’ 등과 연계하여 구성하되, 대전 근대도시 100년사를 중심으로 연도별로 스토리텔링 테마기행 프로그램으로 재구성

▶ 사업예시

- 1900년대 초반(1910~1945) : 일제강점기 시절의 대전시의 근대 건축물 및 공간 체험
- 1900년대 중·후반(1945~1990) : 광복이후 대전 도시성장 및 도시발전 역사에 관한 시간여행
- 현대도시 대전(1990~2010) : 대전엑스포 성공개최 이후의 현재 대전의 모습과 미래

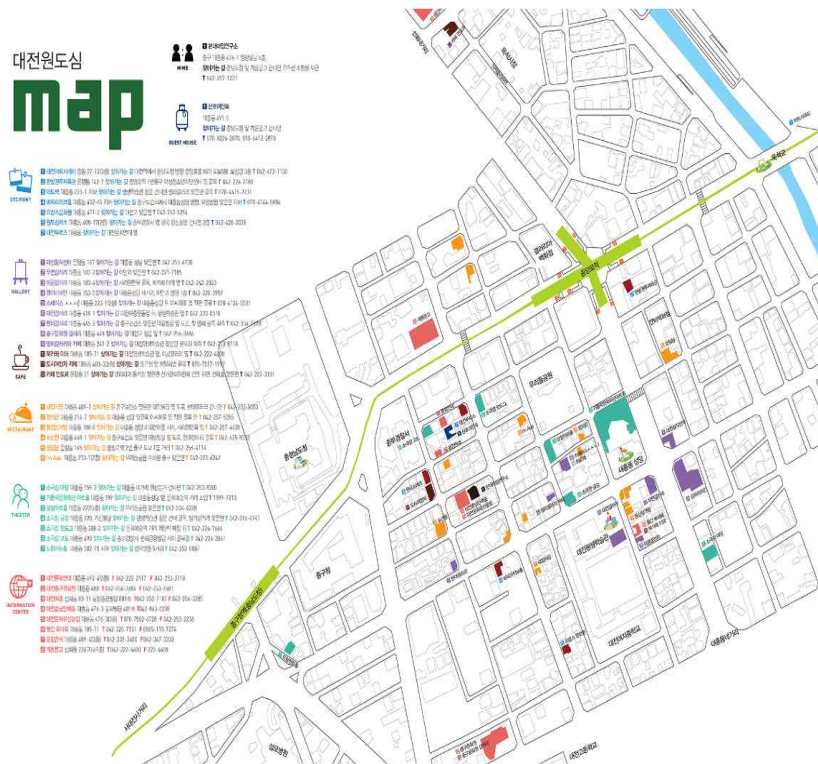
- 사용자 주도형 문화예술 체험 프로그램 : 대흥동을 중심으로 집중배치 되어 있는 문화예술 체험시설(인프라)과 프로그램(축제 및 지원행사 등)을 활용하여 방문객이 직접 다양한 문화예술 장르별로 체험할 수 있도록 통합하여 기획



[그림 4-48] 대전 근대건축물 탐방길 구상

자료: 대전광역시(2012), 한밭문화예술복합단지조성 연구,

9) 총 3가지 코스, 근대건축물 투어(3km/3시간), 철도문화유산투어(1.5km/1시간30분), 역사현장투어(4km/2시간30분)로 구성됨



[그림 4-49] 대전 원도심 지도

자료: 원도심 아카이빙 다음카페, <http://djtown.tistory.com/>

참고자료 :

청년 사회적 기업 (주)공감만세의 대흥동 여행학교

<근대공간의 상상공작소 대흥동 공정여행>

2012년 8월 3일~5일까지 2박 3일의 일정으로 대전 원도심 대흥동 일대를 여행하는 프로그램으로 (주)공감만세 주최로 기획된 여행 프로그램임. 본 프로그램은 대전시 대흥동 일대 즉, 중구문화원, 제스튀스 마임연구소, 아트프리마켓, 산호여인숙(게스트하우스), 대흥동 탁구장, 월간 토마토, 북카페 이데, 아프리카 올림, 아임아시아, 충남도청, 대전창작센터, 공감만세 대전사무실 등을 돌아보는 일정 속에서 전시, 체험, 토론, 글짓기, 레크리에이션, 참석자 간 대화, 대전의 대표 음식 맛보기 등을 기획하여 대전시 원도심 지역을 오감으로 느끼고 이야기가 있는 여행으로 꾸며졌음

▶대흥동 공정여행의 주요 여행지

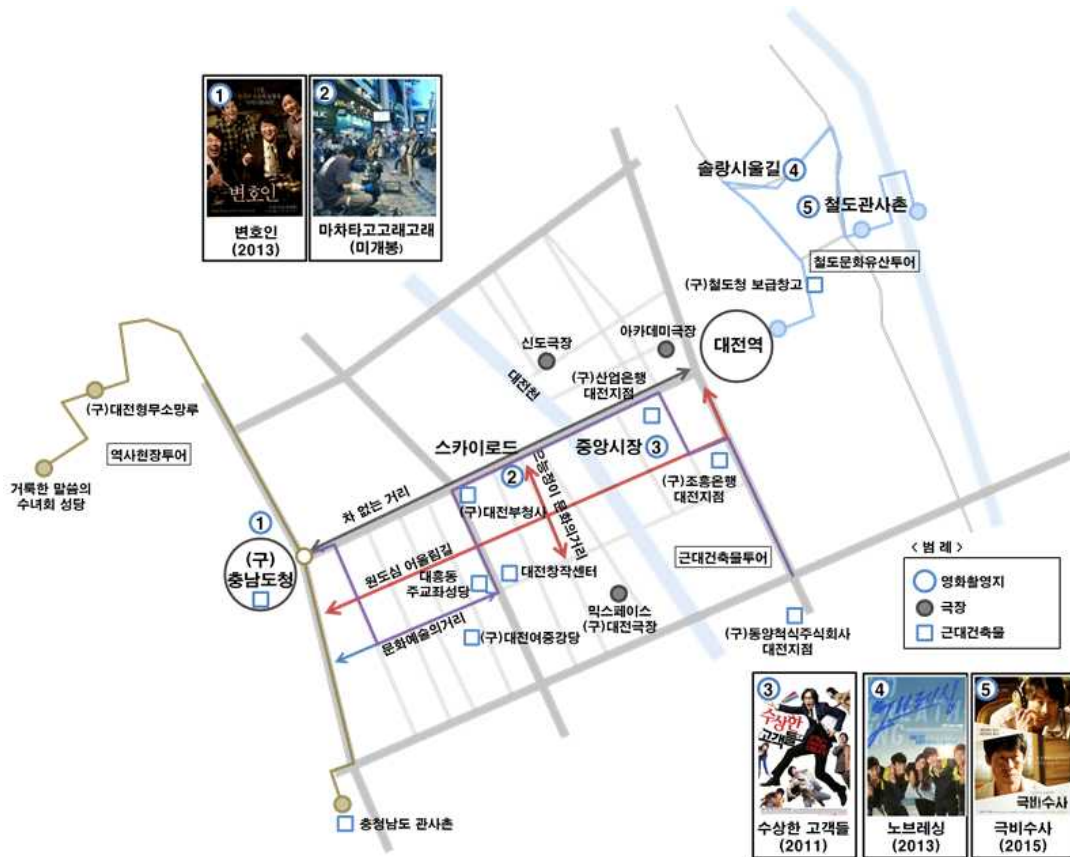
자료: <http://cafe.naver.com/riceterrace>





□ 영화·드라마 속 대전명소 체험관광

- 국내 최대 규모의 드라마·영화 스튜디오로 조성 중인 'HD드라마타운'을 비롯한 영상산업의 진흥정책과 더불어 대전 원도심 으능정이 문화의 거리에 LED를 테마로 하여 조성된 '대전 스카이로드'등의 여건을 활용하여 대전의 영상문화 활성화를 위한 체험관광 프로그램을 기획
- 원도심에서 촬영되었거나 촬영 중인 영화 또는 드라마를 중심으로 장소중심 아카이브를 구축하고, 명소화하여 외부 방문객 및 관광객을 유치 : 관련 관광상품 개발 및 문화콘텐츠 산업과 연계



[그림 4-50] 대전 원도심을 배경으로 한 영화거리 구상

(2) 대전 원도심 『후미(厚味¹⁰)+嗅·味) 진진(津津)』 여행 프로그램

< 사업 개요 >

대전 원도심의 주요 스토리텔링 관광자원 중 하나인 대전역, 중앙시장, 가락국수, 칼국수 등을 둘러싼 이야기와 대내외적인 인지도를 활용하여 장소브랜딩 기법도입과 각종 이벤트를 기획하는 것임. 특히, 이용객 및 방문객의 후각과 미각을 자극할 수 있도록 하기 위해 대전을 대표하는 음식을 활용하여 먹거리 문화를 기반으로 한 관광프로그램을 활성화(모든 세대가 흥미진진하게 칼국수를 즐기고 체험하는 형태로 기획)

가. 대전 먹거리 문화관광 프로그램 개발

■ 밀가루/칼국수 테마 체험관광 프로그램

- 대전시민이 대전의 대표음식으로 인지하고 있는 칼국수를 주제로하여 관광프로그램으로 기획하는 것임
- 추진배경 및 연계행사 : 과거 일제강점기에 대전 원도심에는 일본인을 통해 유입된 우동이 일반인에게 알려졌고, 당시 대전 인근에 많았던 밀밭과 합쳐지면서 대전 칼국수가 시작 되었음. 이에 대전시 중구청에서는 2013년 5월에 ‘제1회 대전 칼국수 축제’를 처음 개최 하였고, 2015년에 본격적인 축제 기획단을 발족하여 운영 중에 있음. 칼국수 축제가 원도심의 활력을 불어넣고자 기획되었던 만큼 원도심 관광자원으로도 활용됨으로써 원도심 활성화는 물론, 대외적인 인지도를 높이는 데 기여할 수 있을 것으로 판단됨
- 주요 행사 : 우리 밀 면 만들기, 칼국수 빨리썰기, 밀가루 체험관, 밀가루 인형 만들기 등 기존의 시민참여 프로그램을 비롯하여 칼국수를 둘러싼 다양한 스토리텔링 관광행사로 기획되는 것이 중요함



[그림 4-51] 밀가루 체험행사 예시 및 대전칼국수 축제

- 밀가루 체험놀이 관광 : 아동 및 청소년을 대상으로 밀가루와 면 요리를 테마로 한 다양한 체험학습 프로그램으로 구성
- 칼국수 맛 기행 관광 : 원도심 지역의 주요 칼국수 맛집을 중심으로 도보여행 루트를 개발하되, 기존의 원도심 관광자원들(근대건축물, 문화의 거리 등)과 연계하여 구성하는 것임

10) 후미는 1) 음식의 맛이 진함이라는 뜻의 ‘厚味’와 2) 후각과 미각을 뜻하는 ‘嗅味’를 뜻하는 것임



대전역과 가락국수 (1914년~1978년)

1914년 개통된 호남선은 호남지역의 농수산물을 부산방향으로 수탈하기 위한 것이 주목적이었으므로 호남선의 선구가 경부선의 대전역에서 부산방향을 향하도록 하였다. 하지만, 일제강점기 이후 서울에서 호남선을 이용하여 호남지방으로의 이동을 목적으로 기차를 이용하려면 대전역에서 기관차의 방향을 반대로 바꿔서 가는 것이 불가피하였다. 이에 방향을 바꾸는 과정에서의 대기시간에 열차 승객들이 잠시 내려서 가락국수를 먹으면서 대전역의 명물이 되었다. 1978년 대전 조차장이 생긴 이후에도 승강장에서 대기 중 대전역 가락국수를 찾는 사람들이 있다.



[그림 4-52] 대전원도심 도보여행 루트와 연계한 밀가루/칼국수 테마 체험관광 프로그램 구상

나. 대전 역전시장 도떼기 시장문화 관광 프로그램 개발

■ 대전역전시장 로컬 푸드 관광 프로그램

- 대전역을 중심으로 새벽에 도매시장이 열렸던 것에 착안하여 주변 기초자치단체(옥천군, 금산군, 계룡시, 논산시 등)와의 친환경 농산물 직거래망 등과 연계한 지역주민 중심형 파머스 마켓(farmers market)과 결합시킨 관광프로그램을 기획
- 역전시장이 정기적으로 열리는 기간 동안 농산물 직거래는 물론 지역주민의 문화적 동질성에 기초한 다양한 문화행사를 개최하는 것임. 역전시장 주변의 개발사업(대전역세권 재개발사업, 철도박물관 조성사업 등이 예정 중에 있음)과 연계하여 문화관광 자원으로 확산시키는 것이 중요함

대전 역전시장의 유래

역전시장은 다른 시장과 달리 새벽 5시부터 문을 열고 장사를 시작하는 부지런한 시장으로 1950년부터 자리매김해왔다. 대전발 0시50분 완행열차를 시작으로 대전역에서 멈춰서는 열차들 때문에 새벽에 반짝이는 장으로서 '도떼기(도깨비)시장'으로 출발하여 점차 큰 규모로 발전하여 대전역전시장이 되었다.



- 앞서 기획된 밀가루/칼국수 테마 체험관광 프로그램과도 연계성을 검토하여 역전시장에서 칼국수 축제 및 관련 체험행사를 개최하고, 대전역을 주제로 한 대중가요(대전부르스 등)와 연계한 행사도 함께 기획되면 시너지가 유발될 것으로 판단됨

대전역과 대전부르스

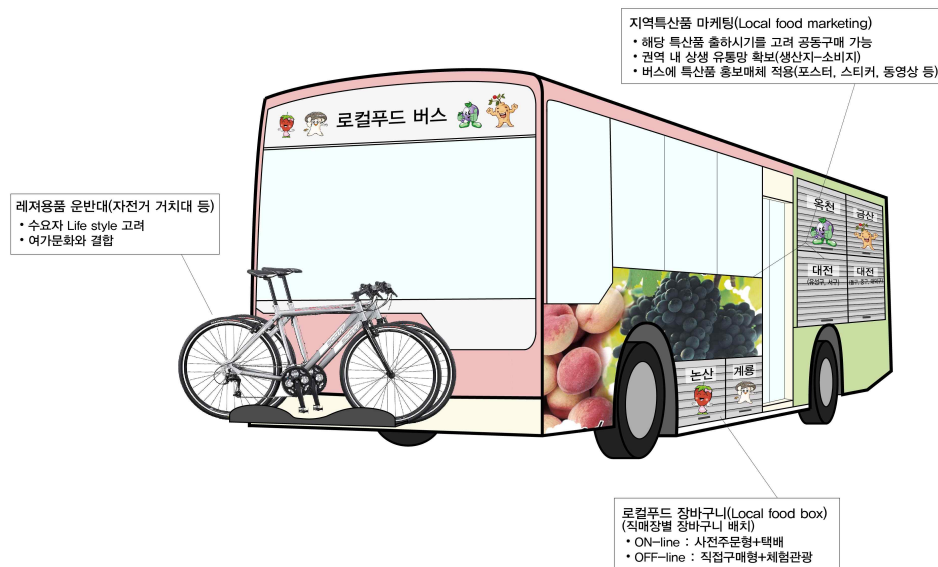
1959년 블루스의 여왕 안정애가 발표한 블루스곡으로 대전역을 배경으로 이별의 아픔을 그리고 있는 곳이다. 자정이 넘은 0시 50분에 대전에서 목포로 향하는 완행열차가 중심 소재로 등장한다.

1999년 대전역 광장에 노래가사를 적어 넣은 노래비가 건립되었다. 여러 가수들이 리메이크해 부르면서 인기를 얻었고 대전이나 충청남도 지역을 대표하는 응원가로도 널리 불린다.





- 특히 지역행복생활권 가운데 중추도시권역으로 연계발전 방안을 모색하고 있는 만큼 대전역을 중심으로 한 광역교통 연계망을 이용하여 철도와 함께 광역버스 즉, ‘로컬 푸드 관광버스’를 운영하는 것을 검토하여 주변 기초자치단체와의 로컬푸드 직거래망 확산 및 지역특산물 마케팅 강화, 여가문화 활성화 등에 기여할 수 있음
- 이는 지역 간 문화정체성 강화 및 오래전부터 대전과 연계발전을 꾀하고 있는 주변 지역과의 상생발전 효과도 기대할 수 있음



[그림 4-53] 로컬 푸드 전용 셔틀버스 디자인(안)
: 지역주민을 위한 이동운반 서비스 제공 및 관광버스로 활용가능

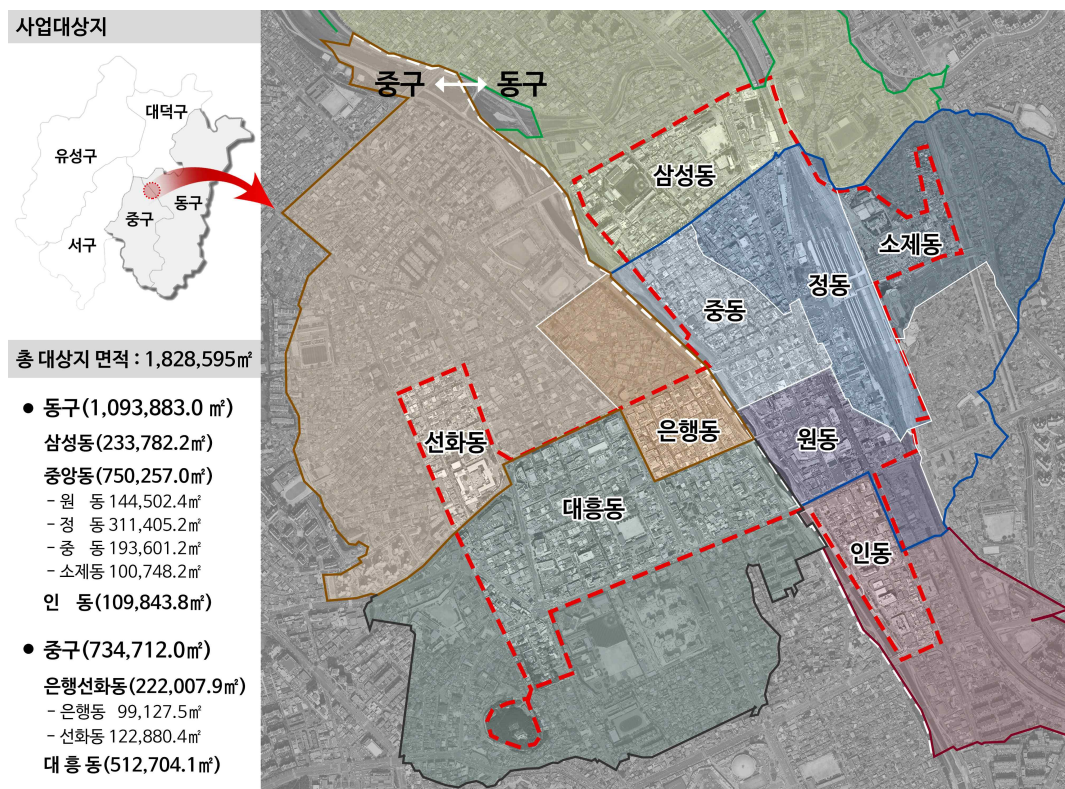
(3) 근대문화예술특구 특화사업

< 사업 개요 >

중소기업청 소관의 '지역특화발전특구'는 규제특례를 통한 지역 특화사업을 지원해주는 제도로 현재 대전시는 원도심 내 분포되어 있는 근대건축유산과 문화예술자원들을 발굴하고 활용하기 위한 제도적 기반을 마련하기 위해 동구·중구 일부지역을 대상으로 근대문화예술특구 지정을 추진하고 있음. 근대문화예술특구는 산업화, 관광화, 생활화 3대 추진전략 하에 8개의 특화사업으로 구성됨

가. 근대문화예술특구 개요

- 명 칭 : 근대문화예술특구(The Special Modern Culture and Art Zone)
- 위 치 : 대전광역시 동구 중앙동, 삼성동, 신인동 일원
중구 은행선화동, 대흥동 일원
- 특구면적 : 1,828,595㎡(동구 : 1,093,883㎡, 중구 : 734,712㎡)
- 사 업 비 : 총 5,230백만 원
- 사업기간 : 2017년~2021년/ 5년
- 사 업 자 : 대전광역시장, 대전광역시 동구청장, 대전광역시 중구청장



[그림 4-54] 근대문화예술특구 위치도



나. 비전 및 목표



[그림 4-55] 근대문화예술특구 비전 및 목표

다. 추진전략별 특화사업

○ 근대문화예술 산업화

- 근대건축유산과 문화예술자원을 바탕으로 근대건축물을 보존 및 복원하고, 근대건축유산과 문화예술자원이 융·복합된 창의적 개념의 콘텐츠를 통해 클러스터를 구축하여 창조적 근대문화예술 플랫폼 조성으로 지역경제 활성화 기대
 - 근대건축유산 재생프로젝트 : 근대 도시의 역사문화를 향유할 수 있도록 도시 환경을 조성하는 프로젝트로 근대건축물 리노베이션사업과 옛 충남도청사에 야간경관조명 설치 사업으로 구성
 - 근대문화예술 클러스터 구축 : 옛 충남도청을 기반으로 예술과 과학의 융합을 통해 산업 기반을 강화할 아티언스 파크 조성, 근대 주거단지의 모습을 간직한 관사촌을 활용한 문화예술촌 조성사업, 근대문화예술특구 종합 인포센터으로 구성
 - 근대문화예술 플랫폼 조성 : 근대건축물을 활용하여 문화예술 플랫폼을 조성하는 사업으로 문화예술시장 조성, 철도역사문화체험공간 조성, 근현대사 전시관 운영, 이야기가 있는 갤러리 조성으로 구성

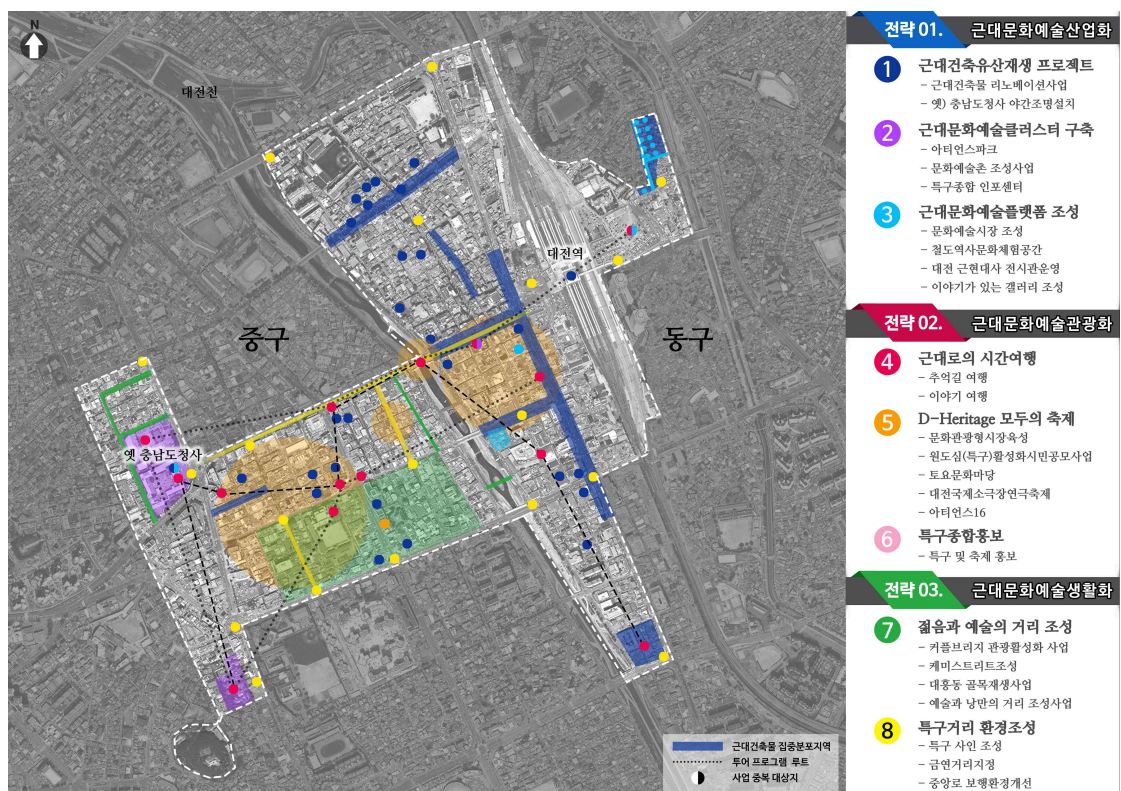
○ 근대문화예술 관광화

- 근대문화예술특구 내 자원을 효율적으로 활용하여 근대문화 투어운영 및 다양한 축제를 개최하여 관광객 유치로 통한 지역 활성화 기대

- 근대로의 시간여행 : 근대 역사 스토리가 담긴 투어 프로그램인 추억길 여행과 이야기 여행의 운영 및 특구 내 근대문화 안내해설자 운영으로 구성
- D-Heritage 모두의 축제 : 문화관광형시장 육성, 원도심활성화 시민공모사업, 토요일마당, 대전국제소극장연극축제, 아티언스 대전 등 특구 내 개최되는 다양한 축제 및 프로그램의 통합 운영
- 특구종합홍보 : 근대문화예술특구의 특화사업들을 전략적으로 마케팅하기 위한 통합홍보 전략 수립 및 운영

○ 근대문화예술 생활화

- 대전시민과 관광객들이 쾌적한 환경 속에서 특구의 다양한 프로그램을 즐길 수 있도록 보행환경을 조성하고, 근대문화예술특구의 근대건축유산, 다양한 프로그램, 특화거리 등의 안내정보를 얻을 수 있도록 특구안내체계 구축
- 젊음과 예술의 거리 조성 : 커피브리지, 케미스트리트 조성사업, 대흥동 골목재생사업, 예술과 낭만의 거리 조성사업 등 특구 내 가로 환경 정비 사업들로 구성
- 특구거리 환경조성 : 특구 사인조성, 금연거리 지정, 중앙로 보행환경 개선 등 특구 방문객들의 편의성을 제고시키기 위한 사업들로 구성



[그림 4-56] 근대문화예술특구 특화사업 범위



<표 4-27> 근대문화예술특구 특화 사업비

(단위 : 백만 원)

사업내용		총 사업예산	연도별 투자계획				
			2017	2018	2019	2020	2021
근대건축물 리노베이션사업	계	250			50	100	100
	국비	250			50	100	100
	시비						
	민자						
특구종합 인포센터	계	300		240	20	20	20
	국비	300		240	20	20	20
	시비						
	민자						
문화예술시장 조성	계	1,300				900	400
	국비	1,300				900	400
	시비						
	민자						
철도역사문화체험공간	계	1,000			400	300	300
	국비	1,000			400	300	300
	시비						
	민자						
이야기가 있는 갤러리 조성	계	800			400	200	200
	국비	800			400	200	200
	시비						
	민자						
근대로의 시간여행	계	550	260	260	10	10	10
	국비	550	260	260	10	10	10
	시비						
	민자						
특구종합홍보	계	450	50	100	100	100	100
	국비	450	50	100	100	100	100
	시비						
	민자						
특구거리 환경조성	계	580	20	500	20	20	20
	국비	580	20	500	20	20	20
	시비						
	민자						
소 계		5,230	330	1,100	1,000	1,650	1,150

2. 전통시장 쇼핑관광의 활성화

1) 현황분석

(1) 여건분석

- 문화체육관광부의 ‘2015년 외래관광객 실태조사’에 의하면 지난 해 한국을 방문한 외국인 중 대전을 방문한 외국인은 전체의 1.3%를 차지한 것으로 집계됨
 - 전국 17개 시·도 중 대전은 13위에 해당하며, 2011년에는 ‘2010 대충청권 방문의 해’의 영향으로 3.1%를 차지하였으나 전국의 10위에 머물렀음
 - 외국인이 가장 많이 찾는 관광지는 서울(78.7%), 제주(18.3%), 경기(13.3%), 부산(10.3%) 순임
- 대전을 찾는 외국인 방문객의 비중이 감소하는 이유는 쇼핑, 식도락 관광 등의 외국인 관광객이 선호하는 관광 인프라가 부족하기 때문인 것으로 분석됨
 - 외국인 관광객이 선정한 ‘한국 여행 중 가장 좋았던 관광지’는 1위 서울 명동, 2위 서울 동대문시장, 3위 서울 고궁 등으로 집계되었으며, 쇼핑, 식도락 관광, 자연경관 감상 등을 선호하는 것으로 조사됨
- 이와 같이 쇼핑을 목적으로 방한하는 외래관광객이 증가하고 관련 매출이 확대되면서 국내 관광산업 내 쇼핑관광의 중요성이 높아지고 있음
- 대전역을 주변으로 한 기존도심에는 재래시장 성격의 도소매시장이 밀집되어 있으며, 둔산 신도심 지역에는 대형 유통업체가 과밀입지해 주변지역의 상권위축을 촉발함으로써 기존 유통업체의 경쟁력 저하를 가속화시키고 있다고 볼 수 있음
- 유통업의 대부분을 차지하는 중소유통업은 대부분 종사자수가 1-2인으로 가족 노동력에 의한 자영업 형태를 벗어나지 못하고 있음
- 지역의 문화를 손쉽게 확인하고 지역의 특산품 및 문화적 특수성을 즐길 수 있는 지속가능한 공간적 프로그램 개발 필요성이 제기됨
- 중앙활성화구역 내 밀집되어 있는 전통시장은 소규모 동종업간의 상품 판매가 이루어지고 있어 경쟁력과 지역대표성을 동시에 갖추고 있음
- 지역경제의 활성화와 관광활성화에 기여할 수 있는 프로그램 발굴 필요성 대두



(2) 대전쇼핑관광 현황분석

- 대전권 관내 백화점은 4개소로 중구와 서구에 각각 2개소씩 입지하고 있으며, 대형마트는 14개소로 동구 3개소, 중구 2개소, 서구 4개소, 유성구 5개소가 있음

<표 4-28> 백화점 및 대형마트 현황

구분		소재지
백화점	갤러리아타임월드	서구 둔산동
	롯데백화점	서구 괴정동
	백화점세이	중구 문화동
	NC백화점	중구 선화동
대형마트	홈플러스	동대전
		둔산점
		서대전점
		가오점
		탄방점
		유성점
		문화점
	롯데마트	서대전점
		테크노점
		노은점
		동대전점
	이마트	둔산점
		월평점
		터미널점
	코스트코	중구 오류동

○ 유성시장

- 1916년부터 시작된 유성5일장은 달마다 4·9·14·19·24·29일에 열리며, 광복 후 부터 1970년대까지는 포목, 청과, 기물, 잡화 등이 주류였으며, 현재에는 52,707㎡ 규모에 400여 개의 상설점포가 있지만 장이 서는 날에는 노점만 1000여 개로 늘어남
 - 평일 장날에는 1만여 명, 주말이나 휴일이 겹치는 장날이면 인파가 넘치며, 이곳을 찾는 사람들도 대전은 물론 충남 공주, 논산, 금산, 조치원 등 다양함
 - 장대동사무소 뒤편의 장터 입구에서 가축류가 거래되고, 그 안쪽으로 어류·채소류·의류·식기류 순으로 좌판이 벌어지며, 지역 특산물로 구죽묵마을의 묵, 학하리 고구마, 세동상추, 유성배 등이 거래됨

□ 시장현황

- 시장형성 : 1910년경 / 규모 : 52,707㎡
- 위 치 : 장대동 191-7 일원
- 점 포 수 : 400여개 / 운영형태 : 소매시장, 5일장(4일, 9일)
- 이용자수 : 10,000여명 / 5일장 기준
- 취급품목 : 농산물, 축산물, 의류, 잡화 등

2) 기본구상

(1) 비전설정

- 비전: '도시의 관광자원 및 문화를 통한 전통시장의 문화관광상품화 추진'
- 목표: 침체되어가는 전통시장에 문화와 관광을 통해 활력을 불어넣어 관광명소화 및 경제활성화 효과 창출

(2) 추진전략

- 전통시장의 문화관광상품화를 위해 지역의 볼거리와 즐길 거리 프로그램을 강화하여 전통시장 관광명소거리를 조성해 쇼핑, 볼거리, 관광을 통한 지역경제 활성화 수행
- 시장의 전통적 기능을 보존하면서 랜드마크를 고려한 문화·놀이 공간을 조성하고, 관광객이 관광지목적지로 선택할 수 있는 매력적인 관광 프로그램을 개발하여 관광목적지로서의 기능 및 역할 수행
- 광역형 시장의 육성을 위해 광역적 의미에서의 '중앙시장'을 각 개별시장별로 위급품목을 차별화하는 등 특화시장으로 조성해 나감
- 중앙활성화구역 8개시장 중 동종업간의 상품 이미지 통합화 사업과 동일상가 간 장소 이미지를 통합화하는 사업을 전개하여 단기간 홍보활성화를 위한 홍보용 이벤트 개발 및 실시

3) 세부사업

(1) 관광특화 도·소매시장 육성 및 관광명소거리 조성

- 지역 특성에 맞는 관광자원과 연계하여 관광특화 도소매시장을 육성해 나가고, 외국인을 위한 관광객 쇼핑공간 및 '관광명소 거리(Tour Shopping Route)'를 조성해 나감
- 대전에서 외국인 관광객을 유치하기 위해서는 기존 관광지에 대한 홍보를 강화하는 한편, 쇼핑과 식도락관광(음식관광) 등을 충족시킬 수 있는 전략이 필요함
- 타 지역 방문객이 방문하거나 경유할 수 있도록 여행패키지상품에 시장을 포함시키고 지역의 특산품 및 지역의 대표 쇼핑상품을 개발해 지역의 경제적 파급효과 극대화
- 전통시장 내 존을 구성하여 존별 특성화 상품 및 상점제도를 도입하여 테마가로 조성하고 연계함과 동시에 전통시장의 홍보 활성화를 위한 이벤트 개최
- 총사업비는 약 3,000백만 원으로 예측되며, 지방비의 비중이 높음



<표 4-29> 전통시장 관광명소거리 조성 사업규모

(단위 : 백만 원)

구 분	사업기간 (지정년도)	총사업비	계획기간 내 사업비 (2012~2016)	지방비	민자
관광명소거리 조성	2015-2016	2,000	2,000	2,000	
축제이벤트 개최 지원	2016	500	500	200	300
테마가로 조성	2015-2016	500	500	500	
총 계		3,000	3,000	2,700	300

(2) 시장의 랜드마크를 고려한 문화·놀이공간 조성

- 시장을 방문하는 노약자 어린이, 주부들이 쇼핑을 하면서 쉴 수 있는 문화·놀이공간을 조성하되, 시장 이미지를 반영한 랜드마크를 통하여 시장의 특성을 반영함

(3) 전통시장 연계투어 프로그램 개발

- 전통시장 이용활성화를 위해 주변 관광자원과 연계한 관광프로그램 개발
- 보문산(아쿠아월드, 오월드 등), 대청호, 엑스포과학공원, 국립과학관 등을 연계한 투어 코스 개발 및 시티투어 활성화
- 시장 내 관광객을 위한 쇼핑공간 및 관광명소거리 조성
- 여행사를 중심으로 한 상품설명회 개최로 쇼핑 및 문화관광 체험 목적의 단체 관광객 유치
- 공공기관 운영 문화시설 등의 입장료 할인 실시

(4) 시장권역의 테마지정

- 시장과 상품의 특성을 바탕으로 지역의 문화·역사·자연을 주제로 한 테마구역, 먹을거리와 쇼핑구역, 엔터테인먼트 구역 등을 지정하고 구조물을 설치하여 시장별 특성화·전문화를 도모함

(5) 시장공간을 활용한 축제이벤트 개최

- 현재 추진 중인 중앙시장 대축제를 비롯해 기존 축제를 연계해 초광역시장으로 육성해나가고, 거리특성에 맞는 이벤트를 개최해 관광객이 참여하는 쇼핑공간 마련
- 설치미술제 및 거리음악제 등 10대를 비롯한 20-30대가 참여하고 즐길 수 있는 프로그램 개발로 젊은층을 타겟으로 한 전통시장 활성화 방안 유도

3. 대전형 시티투어 활성화

1) 현황분석

(1) 시티투어 운영 현황

- 시티투어는 관광객에게 관광편의를 제공하기 위해 주요 관광지를 순환하며 안내하는 ‘관광지 순환 버스 관광’으로 현재 전국 58개 지역에서 운행 중에 있음
- 시티투어의 구성요인으로는 ① 관광자원 ② 전용버스 ③ 전문안내원 ④ 편리한 접근성 ⑤ 운영의 정례화 ⑥ 체계적 홍보 등이 있음
- 국내 시티투어 운영은 정기성 유무, 테마, 운행범위에 따라 분류됨
 - ① 정기성 유무에 따른 운영 : 시티투어는 예산상의 문제로 인해 정기운영과 부정기운영 체제로 나뉘며, 서울, 부산, 제주 등 관광객이 많은 지역은 정기적으로 운영하고 그 외 대부분의 시·군·구 단위의 중소도시들은 일정수준의 인원예약 시 투어버스를 운영하는 부정기적 방식을 취하고 있어 이용자의 불편을 초래하기도 함
 - ② 테마에 따른 운영 : 한국관광공사는 운영 방식에 따라 시티투어를 해당 지역의 명소를 연결해서 보는 순환형과 주제를 정해 해당 지역을 체험할 수 있는 테마형으로 나누어 전국 102개 시티투어버스를 스토리텔링여행(5), 문화·유적여행(25), 가족여행(28), 생태·환경체험(21), 연인의 데이트여행(23) 등으로 분류하고 있음
 - ③ 범위에 따른 운영 : 투어버스의 운행범위에 따라 전국으로 여행하는 형태와 시군 단위의 도시 범위에서 운행하는 형태 등으로 나눌 수 있으며, 전국단위의 경우 서울시가 2012년부터 방문 외래관광객과 주한 외국인들의 지방방문 활성화를 위해 버스자유여행상품으로 운영하고 있는 케이셔틀버스(K-shuttle)¹¹⁾를 들 수 있음
- 현재 시티투어는 관광객이 증가하는 추세를 보이고 있으나 증가폭이 크지 않아 매년 적자를 기록하고 있음(문경원 외, 2015)
 - 부산을 제외한 대다수 지자체의 시티투어버스는 적자 운영을 하고 있는 실정으로 울산의 경우, 투어버스 3대에 대한 연간 3억원의 보조금을 지급하고 있으나 수입은 약 7천만 원으로 2억 3천 만원의 적자를 기록하고 있음

11) 케이셔틀버스는 전국을 동남부(서울~강릉~평창~안동~경주~부산)와 서남부(서울~부여~전주~여수)의 2개 코스로 나누어 지역별 주요명소를 순환하는 셔틀형 버스로 6개 지자체(부산, 강원, 충남, 전남, 경북, 전주시)가 한국방문위원회와 공동협약을 체결하고 코스개발, 홍보비 마련 등을 통해 사업을 시행하고 있음



<표 4-30> 시티투어 전국 운행현황

구분	도시	코스	운행프로그램	구분	도시	코스	운행프로그램
광역시	서울	5	도심고궁코스, 서울파노라마코스, 야간코스, 서울전통문화코스, 강남시티투어	경남	거제	4	1코스, 2코스, 3코스, 4코스
	부산	9	BUTI시티투어코스(3), BUTI테마예약코스(5), 점보버스		김해	7	정기코스(2), 1일코스(3), 1박2일코스(2)
	인천	6	시내코스(4), 강화코스(2)		밀양	4	봄봄코스, 한여름휴식코스, 문화가을코스, 풍성가을코스
	대전	6	과학투어, 역사문화투어, 생태환경투어, 대청호 오백리길투어, 힐링투어, 대전충청권1일투어		사천	2	문화관광코스, 역사탐방코스
	대구	8	순환코스, 팔공산코스, 비슬산코스, 역사탐방코스, 과학·환경코스(2), 전통문화코스, 체험테마코스		산청	1	산청테마코스
	울산	5	태화강코스, 대왕암코스, 역사탐방코스, 해안탐방코스, 산업탐방코스		창녕	1	창녕테마코스
	광주	4	빛고을투어, 양림동투어, 힐링투어, 올빼미투어		창원	13	창원테마코스, 종일형코스(8), 반일형코스(4)
강원도	삼척	6	대금굴코스(3), 해양레일바이크 코스(3)	전남	나주	1	나주시티투어
	속초	4	문화유산코스, 자연생태코스, 문화유산코스, 도심순환코스		담양	2	제1코스, 제2코스
	양구	3	두타연코스, 편지볼 코스, 1박2일 코스		목포	2	주간시티투어코스, 야경시티투어코스
	원주	7	특별한 사색여행, 박경리 문학산책, 녹색도시 힐링여행, 자녀현장체험학습, 고품격레저아트투어, 역사인문학투어(2)		순천	5	선암사코스, 송광사코스, 시내권코스(2), 야간도심권 문화탐방코스
	정선	1	정선시티투어		여수	5	항일암코스, 이순신장군 유적코스, 토요일역사유적코스, 야경코스, 도심순환코스
	춘천	8	춘천순환코스, 요일별코스(7)		해남	2	제1코스, 제2코스
	태백	2	물사랑 발원지 탐방코스, 태백체험 코스		화순	3	체험(철쭉)코스, 문화유적코스, 축제코스
	화천	3	주말코스, 평일코스(2)		전남	9	광주1코스, 순천2코스, 광주3-5 코스, 목포6코스, 여수 7코스, 진도8코스(2)
경기도	가평	1	가평순환코스	전북	군산	3	근대문화코스, 은파호수공원-새만금코스, 고군산군도-새만금코스
	고양	4	오전코스, 오후코스, 종일코스, 방학코스		익산	5	여름방학 농촌체험 그린투어(2), 익산애피지기, 익산둘레길걷기, 4색 종교문화투어
	광주	7	정기코스(2), 축제코스(3), 세계문화유산 남한산성코스(2)		정읍	6	정기투어(2), 동학농민혁명 유적지권, 태산 선비문화 유적지권, 벚꽃신록투어, 구절초 투어코스
	남양주	6	공연코스, 힐링코스, 유네스코 세계유산, 역사체험, 유기농체험, 박물관 체험코스		전북	29	고창·부안·군산새만금권, 임실·순창권, 남원·지리산권, 전주·김제·정읍권, 무주·진안권, 진안·장수권, 익산·완주권, 군산·김제권, 서울-전북코스, 부산-전북코스, KTX연계 순환코스(19)
	부천	4	판(A)코스, 타(B)코스, 지(C)코스, 아(D)코스	충남	공주	5	1-5코스
	수원	2	수원화성코스, 화성시오산시 연계코스		부여	4	1코스, 2코스, 추가코스, 롯데연계코스
	안산	6	안산문화·예술탐방, 바다향기, 다문화거리와 전통시장, 대부예술체험, 대부해솔길, 맞춤형 코스		서산	4	역사체험코스, 가족체험코스, 산업관광코스, 기차관광 시티투어
	안성	-	날짜별로 코스 운영		서천	1	서천시티투어
	양주	3	정기투어(2), 단체투어		아산	8	겨울코스(3), 봄·가을(3), 여름코스(2)
	연천	1	DMZ 시간여행코스		예산	1	예산시티투어
	평택	-	날짜별로 코스 운영		제천	1	제천테마코스
경북	경주	5	신라역사권, 동해안권, 세계문화유산권, 양동마을 남산권, 야간투어	충북	청주	9	문화 및 테마관광코스, 역사교육테마(4), 환경테마, 체험테마, 드라마촬영코스, 놀이 및 산업관광
	김천	1	김천테마코스		충주	5	충주테마코스, 문화와 명승지코스, 물테마코스, 문화유산코스, 특별투어코스
	영주	2	선비여행, 힐링여행	제주	제주	2	순환코스, 황금버스시티투어

자료 : 한국관광공사(2015), 연구자 재편집.

(2) 대전시 시티투어 운영 현황

- ▣ 대전시의 시티투어는 1999년 4월 첫 운영을 시작하여 2016년 백제 유네스코 유적 투어와 야간투어를 추가한 7개 노선의 테마형 투어코스를 운영하고 있으며 최근 새로운 디자인의 신형버스 도입을 통해 관광객 증가를 도모하고 있음

 - 시티투어 코스는 과학투어, 역사문화투어, 생태환경투어, 대청호 오백리길투어, 힐링투어(만인산, 장태산), 백제문화권 1일 투어, 야간시티투어가 있으며, 1회당 평균 3시간 30분 정도 소요됨(백제권 문화유산 1일 투어는 8시간 소요)
- ▣ 대전시는 시티투어 운영을 계절에 따라 동계투어(2, 3, 11, 12월), 하계투어(4~10월)로 구분하여 운영횟수를 탄력적으로 운영하고 있으며 시티투어 관련 홈페이지(<http://www.daejeontour.co.kr>)를 통한 사전예약제로 운영하고 있음
- ▣ 이용요금

 - 중학생 이상(대인) 4,000원, 백제권문화투어 9,000원, 야간시티투어 5,000원

<표 4-31> 대전 시티투어 이용요금

(단위 : 원)

구 분	이용요금		
	성인 (중학생이상)	장애인·경로 유공자·12세미만	단체 (20인이상)
대전시티투어	4,000	3,000	3,000
백제권문화투어	9,000	6,000	7,000
야간시티투어	5,000	4,000	4,000

※ 백제권문화유산1일투어는 예약인원이 10인 이상일 경우에만 운행

※ 입장료 / 식사 / 기타개인비용 별도 부담

자료 : 대전시티투어 홈페이지(<http://wooritravell.com>)














<표 4-32> 2016년도 대전시티투어 운행코스

구 분			운 행 코 스
과학 투어 (수요일)	동계	오후	대전역 출발-국립중앙과학관-지질박물관-솔로몬파크-대전역(중앙시장)
	하계	오전	대전역 출발-국립중앙과학관-지질박물관-솔로몬파크-대전역(중앙시장)
		오후	대전역 출발-대전시민천문대-화폐박물관-카이트경유-유성온천족욕체험장(한방족욕카페)-대전역(중앙시장)
역사 문화 투어 (목요일)	동계	오후	대전역 출발-대전복합터미널 경유-동춘당-(구)충남도청(근현대전시관)-관사촌-성심당-대전역(중앙시장)
	하계	오전	대전역 출발-대전역사박물관-카리용-효월드(죽보박물관)-대전역(중앙시장)
		오후	대전역 출발-(구)충남도청(근현대전시관)-관사촌-성심당-우암사적공원(남간정사)-대전역(중앙시장)
힐링 투어 (금요일)	동계	오후	대전역 출발-장태산자연휴양림-유성족욕체험장(한방족욕카페)-대전역(중앙시장)
	하계	오전	대전역 출발-만인산자연휴양림-대전역(중앙시장)
		오후	대전역 출발-장태산자연휴양림-유성족욕체험장(한방족욕카페)-대전역(중앙시장)
계족산 황톳길 투어 (토요일)	동계	오후	대전역 출발-대전복합터미널 경유-계족산황톳길 체험-한밭수목원-대전역(중앙시장)
	하계	오전	대전역 출발-대전복합터미널 경유-계족산황톳길 체험-한밭수목원-대전역(중앙시장)
		오후	대전역 출발-대전복합터미널 경유-계족산황톳길 체험-대전역(중앙시장)
대청호 오백리 길 (토요일)	동계	오전	대전역 출발-대전복합터미널 경유-수변공원-대청호생태관, 생태공원(습지공원)-대전역(중앙시장)
	하계	오전	대전역 출발-대전복합터미널 경유-대청호오백리길(21구간/암석식물원, 금강로하스길, 대청호물문화관)-대전역(중앙시장)
		오후	대전역 출발-대전복합터미널 경유-수변공원-대청호생태관&생태공원(습지공원)-대전역(중앙시장)
백제권 문화 유산1일 투어	토요일	대전·부여 (1,3째 주)	대전역 출발-대전복합터미널 경유-우암사적공원(남감정사)-국립부여박물관-자유중식-정림사지 5층 석탑-백제문화재현단지-대전역(중앙시장) 도착
		대전·공주 (2,4째 주)	대전역 출발-공산성-자유중식-무령왕릉-국립공주박물관(한옥마을)-공주역 경유-대전선사박물관-대전역(중앙시장) 도착
		대전·공주·부여(5번째 주)	대전역 출발-정림사지 5층 석탑-자유중식-부소산성-무령왕릉-공산성-대전선사박물관-대전역(중앙시장) 도착
	일요일	대전·보은 (1,3째 주)	대전역 출발-대전복합터미널 경유-동춘당-속리산 국립공원(법주사, 산행)-정이품송-대전복합터미널 경유-대전역9중앙시장) 경유
		대전·청주 (2,4째 주)	대전역 출발-대전복합터미널 경유-대청호오백리길 21구간(암석식물원, 로하스길, 대청호물문화관)-자유중식-청남대-문의문화재단지-대전역(중앙시장) 도착
		대전·세종 (5번째 주)	대전역 출발-교과서 박물관-베어드리파크(테마마크내 자유중식)-세종호수공원-대전역사박물관-대전역(중앙시장) 도착
야간 시티투어	금요일	야간	대전역 출발-유성족욕장-시민천문대-엑스포다리(음악분수쇼)-대전스카이로드(하차)-대전역(중앙시장)

주 : 대전 백제권 1일 투어는 예약인원이 10인 이상일 경우에만 운행함

자료 : 대전시티투어 홈페이지, <http://www.daejeontour.or.kr>

과학투어 (3시간40분)	 대전역 (Daejeon Station)  국립중앙과학관 (National Science Museum)  솔로몬로파크 (Solomon Law Park)
역사문화 투어 (3시간30분)	 대전역 (Daejeon Station) <div>대전복합터미널 경유 (Daejeon Terminal Complex Via)</div>  우암사적공원(남간정사) (Uam History Park)  (구)충남도청(근현대전시관) (Morden and Contemporary History Exhibition)
힐링투어 (3시간30분)	 대전역 (Daejeon Station)  장태산자연휴양림 (Jangtae Mountain Natural Recreation Forest)  형제바위  스카이워크  스카이다워  유성온천족욕체험장 (Yuseong Footbath Experience)
계족산 항토길 투어 (3시간40분)	 대전역 (Daejeon Station) <div>대전복합터미널 경유 (Daejeon Terminal Complex Via)</div>  계족산 항토길 (Forest Walk in Gyejok Mountain)  한밭수목원(열대식물원,천연기념물센터) (Hanbat Arboretum)
대청호 오백리길 투어 (3시간40분)	 대전역 (Daejeon Station) <div>대전복합터미널 경유 (Daejeon Terminal Complex Via)</div>  수변공원(천망 좋은 곳) (Waterfront park-View better place)  대청호생태관·습지공원 (Daecheongho Ecology Hall-Damp Area Park)
야간 시티투어 (3시간)	 대전역 (Daejeon Station)  한밭수목원(엑스포남문광장) (Hanbat Arboretum) <div>시민천문대</div>  유성족욕장 (Yuseong Footbath Experience) <div>대전스카이라드(하차)</div>

자료 : <http://www.daejeoncitytour.co.kr>

[그림 4-57] 대전 시티투어 주요 코스



□ 대전시 시티투어 버스는 도입 초기에 비해 이용인구가 감소하였으나, 2012-2014년 3년간 점차 증가하는 추세임

- 2014년 이용객 수는 9,482명으로, 2012년 이용객(7,636명) 대비 24.2%(1,846명) 증가하였으며 월별 기준으로는 8월과 10월에 이용객 수가 증가하는 것으로 파악됨. 2015년 대전시티투어 이용객수는 8,403명으로 전년대비 감소한 것으로 나타남. 이는 2015년 6월에 발생한 메르스의 영향으로 이용자가 감소한 것으로 추정됨(11일간 운휴함)

월별 이용자수 비교

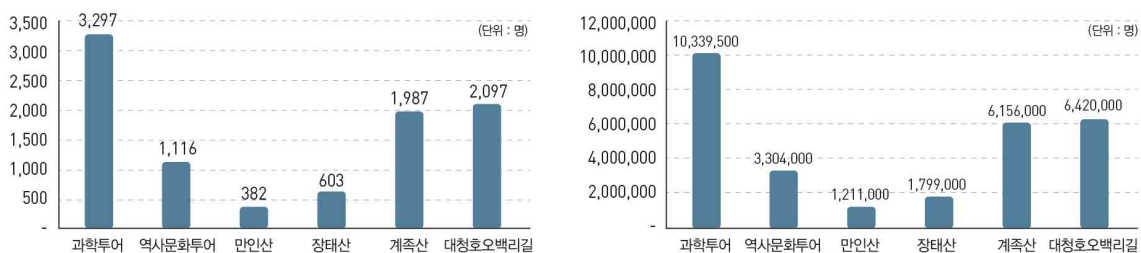


[그림 4-58] 대전시티투어 월별 이용객 수(2012~2014)

출처: 대전광역시 관광진흥과 내부자료

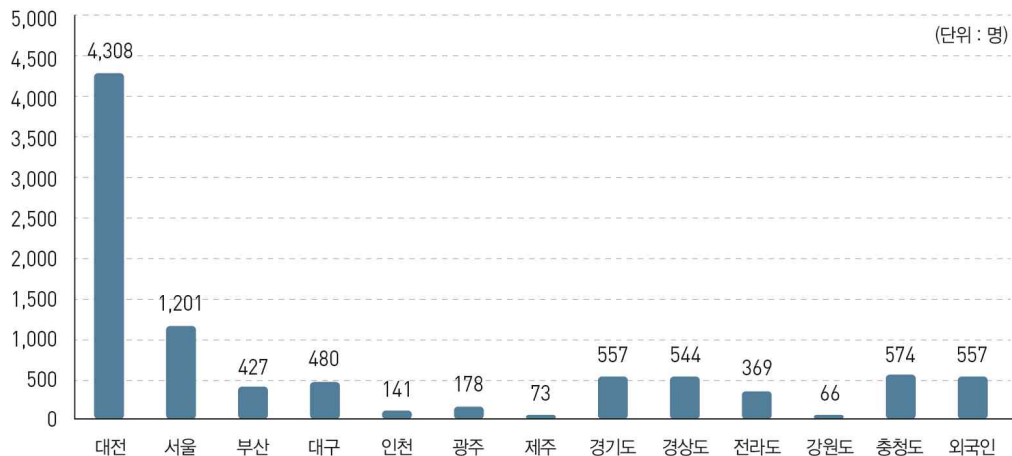
□ 대전시의 시티투어 관련 예산은 2014년 약 1억 1,700만원으로 운영수입을 제외하고 약 2,800만원의 적자를 기록하여 이에 대한 대응방안이 요구되는 실정임

- 투어별 이용객수는 과학투어가 3,297명으로 가장 많았으며, 대청호 오백리길(2,097명), 계족산 황톳길(1,987명) 순으로 나타났음
- 2014년 시티투어 총 수입은 28,369,500원으로 이 중 과학투어가 10,339,500원으로 가장 높은 수입을 기록했으며 이후 대청호 오백리길(6,420,000원), 계족산 황톳길(6,156,000원) 순으로 나타났음



[그림 4-59] 대전시티투어 코스별 이용객 및 수입현황

- 시티투어 이용객은 타 지역 관광객의 비중이 대전시민 보다 높은 것으로 나타남
 - 대전 시민 이용객 4,308명, 외부지역 관광객 5,175명
 - 외부지역 중 서울의 비중이 가장 높았으며, 외국인 이용객도 557명을 기록하였음



[그림 4-60] 2014 대전시티투어 이용객 현황

- 2015년 상반기 시티투어 이용자 만족도 조사 결과, 코스별 만족도 78%, 문화관광해설사 능력 86%, 이용요금 적정성 62% 등 전반적으로 높은 만족도를 나타냈음

대전 시티투어 이용자 만족도 설문조사 결과

- 코스별 만족도 78%, 문화관광해설사 능력 86%, 이용요금 적정 62% 등 -

- 대전시는 시티투어 수요층에 맞는 코스 개발과 외래관광객 유치 및 이용자 만족도 제고를 위해 시티투어의 이용방법, 코스 만족도, 요금 적정성, 문화관광해설사 만족도 등의 10개 문항에 대해 시티투어 이용자 대상 상반기 만족도 설문조사를 실시하였음
- 설문조사 결과 ▲ 시티투어 코스별 만족도 78% ▲ 문화관광 해설사 해설능력 86% ▲ 이용요금 적정 62% 등 전반적으로 높은 만족도를 나타냈음
- 대전시는 이 같은 조사 결과를 반영하여 9월 자유학기제 시행에 맞는 코스와 대전인근 G9 관광자원과 연계한 시티투어 코스를 개발하여 7월부터 운행 할 예정이며 향후 지속적인 모니터링 등을 통해 관광 변화 여건 반영을 통한 전국 명품 시티투어로의 지향 의지를 밝혔음

대전시 보도자료(2015.06.21) -



(3) 사례 분석

가. 국내 사례

○ 서울시티투어

■ 운영현황

- 서울시는 1996년 국내 최초 시티투어를 도입하여 현재 총 12대의 버스로 도심고궁코스, 서울파노라마코스, 야간코스를 운행하고 있으며 이 중 서울 파노라마와 야간(1개) 코스는 2층 버스로 운행하고 있음

<표 4-33> 서울시티투어 코스별 특징

코스	특징
도심·고궁 코스	총 22곳의 정류장을 순환하여 원하는 지점에서 승·하차 할 수 있는 버스
서울파노라마 코스	남산, 한강 등의 서울전경과 명동, 홍대, 이대 등 18개의 코스로 구성
야간 코스(1층버스)	광화문, 남산서울타워, 남대문시장, 청계광장 등 총 9곳의 야경을 볼 수 있는 코스
야간 코스(2층버스)	광화문, 마포대교, 여의도, 올림픽대로 등 총 11곳의 야경을 볼 수 있는 코스



도심·고궁 코스



서울파노라마 코스

[그림 4-61] 서울시티투어 주요코스

자료 : 서울 시티투어 홈페이지 (<http://www.seoulcitybus.com>)

- 서울 시티투어 운행요금은 1층버스는 1일권 기준으로 도심순환권이 12,000원, 야간코스권이 6,000원 수준이며 2층버스는 파노라마코스권이 15,000원, 야간코스권이 12,000원임. 그 외 다양한 형태의 요금할인 정책¹²⁾을 취하고 있음

<표 4-34> 서울시티투어 운행요금

구분		성인	학생	비고
1층버스	도심순환권	12,000원	10,000원	
	야간코스권	6,000원	4,000원	
2층버스	파노라마코스권	15,000원	10,000원	
	야간코스권	12,000원	7,000원	왕복비용

자료 : 서울시티투어 홈페이지, <http://www.seoulcitybus.com>

□ 운영실적

- 서울시티투어는 2001년 이후 이용객이 8만 명을 넘는 등 순조로운 출발을 보였으나 2011-2013년의 평균이용실적이 12만 6천 명에 그치는 정체현상을 나타내고 있음

<표 4-35> 서울시티투어 운영실적

연도	2000.10-2001.9	2011	2012	2013
탑승객수	81,982명	120,000명	130,000명	130,000명
보조금	593백만 원	없음	없음	없음

□ 운영특징

- 서울시티투어는 기존 여행사 상품과의 차별화 부재, 제도적 지원책 부족, 홍보부족 등으로 이용이 저조하자 도입 9개월 만에 운영을 중단이었다가, 이후 2001 한국방문의해, 2002 월드컵 대회 등 대규모 국제행사에 대비해 2000년 운영을 재개하였음
- : 서울시는 시티투어의 성공적 운영을 위해 시범운행을 거쳐 초기 보조금 4억 원, 적자 발생분 및 홍보비 지원을 전제로 정규운행을 시작하였음
- 이후 메가 이벤트 종료, 적자 부문 전액 보조로 인한 운영주체의 경영의지 감소 등 내부적 요인과 2003년 SARS, 이라크전, 국내외 경기침체 등의 요인으로 인해 이용객이 대폭 감소하자 2003년 하반기 시티투어 운영관련 시설물의 설치·보수 지원과 관광안내원 근무 수당과 홍보만을 지원하는 조건으로 재협약을 체결함
- : 현재 서울시티투어는 허니문여행사가 운영을 담당하고 있으며, 재정적 지원 없이 서울시 매체를 통한 홍보를 지원받고 있음

12) 10인 이상 단체는 10% 할인, 5세 미만 어린이는 1명 무료탑승 적용



○ 부산시티투어

■ 운영현황

- 부산시티투어는 부산의 문화관광산업 활성화를 목적으로 그동안 간헐적으로 운행되었다가 민간공모를 통한 업체 선정 이후 2002년부터 본격적으로 운영하기 시작하여 2013년부터는 부산관광공사가 운영주체가 되었음
- 부산시티투어는 현재 BUTI시티투어(레드, 블루, 그린), 야경투어(부산역출발, 2층버스), 점보버스 등 총 9개의 코스가 운영 중임. 기존의 점보버스크스는 부산관광공사에서 운영하던 것을 민간사업자(주식회사태영버스)에 이양하여 2015년 7월 14일부터 분리 운영하고 있음

<표 4-36> 부산시티투어 코스

코스명	코스	코스
BUTI 시티투어	레드	부산역-UN기념공원-부산박물관-용호만유람선터미널(환승)-광안리해수욕장-아르피나-마린시티-동백섬-해운대-센텀시티-영화의 전당-시립미술관·평화공원-광복로
	블루	해운대해수욕장-달맞이길-송정해수욕장-수산과학관/해동용궁사-오시리아관광단지(구 동부산관광단지)-국립부산과학관-송정역-시립미술관/백스코
	그린	용호만-오륙도-용호만
야경투어	부산역출발	부산역-부산대교(경유)-부산항대교(경유)-광안리해수욕장(경유)-해운대해수욕장-광안대교(경유)-금련산청소년수련원
	2층버스	부산역-부산대교(경유)-부산항대교(경유)-광안리-수영강변(경유)-해운대(경유)-광안대교(경유)
점보버스(태종대)	태종대코스(2015.7.14. 분리운영: 주식회사 태영버스)	

자료 : 부산 시티투어 홈페이지(<http://citytourbusan.com>)

■ 운영실적

- 부산시티투어는 부산관광개발주식회사가 운영을 담당한 2006년 이후 이용객이 급속도로 증가해 2013년 20만 명을 넘어섰음

<표 4-37> 부산시티투어 연도별 이용객 현황

(단위: 명)

연도	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
탑승객수	19,959	59,300	86,058	85,263	144,423	156,623	185,554	238,104
일평균 탑승객	168	189	273	273	458	499	591	763
영업일수	119일	313일	315일	312일	315일	314일	314일	312일

자료 : 부산관광공사

- 부산시티투어는 운영 이후 지속적으로 적자운영을 이어오다가 2013년 이용객 급증으로 인해 흑자운영 체제에 돌입하였음

<표 4-38> 부산시티투어 운영실적

구분	수입	지출		당기 순이익
	(국시비지원)	감가상각비 포함	감가상각비	(국시비 제외)
2011년	1,635,081 (400,000)	1,580,462	299,748	54,619 (△345,381)
2012년	2,031,016 (500,000)	2,005,917	326,295	25,099 (△474,901)
2013년	2,291,670 (400,000)	1,829,002	155,261	462,668 (62,668)
'14. 6월누계	1,013,956 (지원없음)	982,808	77,630	31,148

자료 : 부산관광공사

○ 운영특징

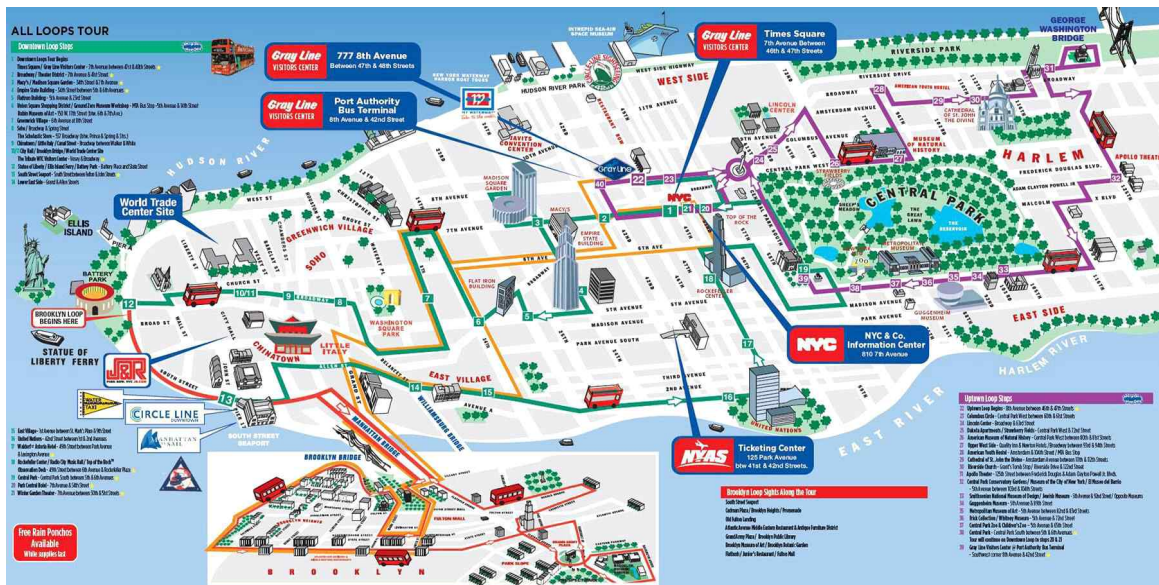
- 내국인 관광객이 선호하는 관광지 위주의 노선 설정
- 성과 없는 노선의 즉각적인 철폐
 - : ‘도심코스’에 오픈탑 버스를 도입하였으나 초기 관심 시기를 지나 코스 자체의 경쟁력이 없음을 파악한 후 운영 1년 만에 코스 운영 중단
 - : 2013년 타요버스 열풍으로 시티투어의 타요 버스화를 추진하였으나 기대보다 낮은 래핑 광고 수익 등을 감안하여 타요버스 도입을 전면적으로 철회
- 시티투어를 ‘감성상품’으로 재탄생시키려는 노력
 - : 오픈탑 2층 시티투어 탑승객에게 노란우비 증정 이벤트를 실시하여 탑승 기념선물로 활용하고 우천 시 우비를 입고 관광하는 특별한 기억을 선사함
- 수익창출과 시장 개척을 위한 끊임없는 시도
 - : 상업광고 유치를 위해 관광 관련 기업 래핑광고 시행, 리플렛에 광고 게재, 호텔경유 노선 운행으로 호텔광고 유치 계획 등 다양한 시티투어 운영 수익모델 창출
 - : KTX 연계 프로모션을 적극 유치하고, 비수기인 주중을 활용하여 부산시민과 장애인 할인상품을 운영하며 부산영화제 기간 동안 영화제행사장에 임시정류장을 설치하고 영화제와 공동프로모션을 시행
- 시티투어 전담팀의 운영경험 축적과 승계
 - : 부산시티투어는 공공에서 흑자로 운영되는 국내 유일한 사례로 시티투어 전담팀을 부산관광공사에서 그대로 승계하여 운영 기술력이 전수된 점과 시티투어 활성화를 위한부산시관광과의 정책적 지원이 성공요인으로 지적됨



나. 해외 사례

○ 뉴욕시티투어(New York Sightseeing)

- 뉴욕시티투어는 1926년에 운영을 시작하여 90년의 역사와 함께 다양한 코스와 상품을 운영하고 있으며 현재 관광회사인 Gray Line이 맡고 있음
- 외국인 승객들을 위해 총 11개 외국어 안내서비스를 제공하고 있으며, 외국어 전용투어상품을 단체관광객에게 제공하고 있음
- 유람선, 헬리콥터, 자전거 등을 연계한 운행 상품과 이를 재구성한 2~3일 코스의 상품들로 관광객의 선택을 넓히고 있음
 - 주요상품으로는 뉴욕 자유관광, 뉴욕 순환코스(72시간), 순환코스(48시간)+자전거투어, 순환코스(48시간)+양키즈 스타디움 투어, 외국어 전용관광, 맨하탄 투어, VIP 프라이빗 투어, 센트럴파크 자전거 투어 등이 있음
 - Downtown Loop, Uptown Loop, Night Tour, Brooklyn Loop 등 4개 노선을 자유롭게 오가며 48시간 동안 뉴욕을 관광하는 시티 투어 코스



[그림 4-62] 뉴욕시티투어 MAP

○ 런던시티투어(London Big Bus Tours)

- 세계 최대 규모의 오픈탑 버스회사인 빅버스 투어는 20년 이상의 투어 운영경험과 전문성을 가진 런던 빅버스와 파리 레카루그가 합병한 회사로 2011년 설립된 이래 런던시티투어를 운영해 오고 있음

- 런던시티투어는 다양한 노선과 교통수단 구성을 다양화함으로써 관광객들에게 선택의 폭을 넓게 하고 접근성을 높이는 효과를 거두었음
 - 런던 시티투어버스 3개 노선은 런던의 주요 관광지가 서로 겹치게 구성하여 한 개에서 세 개 노선을 버스로 교차 이용할 수 있으며, 템즈강 유람선을 이용한 유람선 시티투어 노선을 이용할 수 있도록 하고 있음
 - 주요 코스로는 Hop-on Hop-off 순환코스, 랜드마크 투어, 레드 루트, 블루루트 등이 있으며, 1일권과 2일권 단 2개로 티켓을 구분하여 운영함
- 다양한 제휴 할인을 통해 무료쿠폰북을 제공하여 레스토랑, 쇼핑, 다양한 관광명소에서의 할인이 가능한 서비스를 제공하고 있음

<표 4-39> 런던시티투어 운영개요

구분	코스 소개
Hop-on Hop-off 순환코스	빅버스투어의 메인 순환코스로 50개 이상의 관광명소에 정차하며 티켓 유효기간 (24h/48h) 내 자유로운 승하차 가능 * 24시간 코스가 런던시티투어의 베스트셀러
런던 파노라마 (3시간 투어)	버킹검궁전, 웨스트민스터사원, 세인트폴성당, 런던타워 등 핵심 관광지 투어
런던 야간투어	1시간 45분에 걸친 런던 야경 투어

○ 파리시티투어(L' Open Tour Paris)

- 파리시티투어는 1998년 운영을 시작하여 2002년 니스, 마르세이유, 리옹 등 대표 도시에 시티투어를 도입하여 현재 총 36대의 버스를 운행하고 있음
- 4개 코스를 1일권, 2일권, 3일권으로 구분하여 운행하며, 하절기에는 코스별로 10분~15분 간격으로, 동절기에는 30분 간격으로 운행하고 있음
- 기존 버스정류장을 활용하여 총 50개의 시티투어 정류장을 운영하고 있으며, 10개 외국어 안내시스템을 구비하는 등 관광객 친화적인 서비스를 제공하고 있음

<표 4-40> 파리시티투어 대표노선

구분	코스 소개
Green Line	파리 그랜드 투어(에펠탑, 개선문, 샹젤리제, 앵발리드, 퐁뇌프, 노트르담 대성당, 루브르박물관, 오페라, 콩코드 광장 등)
Blue Line	파리 동부 투어(바스티유~베르시), 10개 정류장 정차
Yellow Line	파리 북부 투어(몽마르트르~그랑 볼르바흐), 10개 정류장 정차
Orange Line	파리 남부(몽파르나스~생 제르맹), 10개 정류장 정차



(4) 시사점

- ▣ 시티투어를 도시관광의 핵심 상품으로 육성하여 지역 관광활성화에 기여
- ▣ 시티투어를 외래관광객의 효율적인 관광수단으로서 활용
 - 이용자 중심의 배차간격을 유지하는 정기순환형(서틀형)으로 운영
 - 홈페이지, 관광안내소 등을 활용한 효율적인 정보 제공
 - 기존의 버스정류장을 활용한 이용객 중심의 버스 승차장 운영
 - 해당 도시의 대표성을 나타내는 관광지 루트 설정
- ▣ 해당 지자체의 재정적 상황을 고려한 행정 지원
 - 서울, 부산을 제외한 국내 대다수 지자체는 시티투어 운영보조금을 지급하고 있음
 - 서울시는 재정적·행정적 지원 없이 홍보활동만 지원하고 있으며 부산시는 재정적 지원이 아닌 시티투어 협찬사를 직접 발굴하는 등의 행정적 지원만 시행
- ▣ 이용 만족도 조사를 통한 지속적인 평가와 환류 작업
 - 부산시티투어는 연 2회 시티투어 이용만족도 조사를 통해 이용객 특성, 탑승동기, 인기 노선, 시티투어 서비스접근성 등을 평가하여 향후 활성화 전략에 반영하고 있음

2) 기본구상

(1) 비전 설정

- ▣ 비전: ‘머물고 싶은 대전’을 만드는 대전형 시티투어
- ▣ 목표: 스쳐가는 대전이 아닌 머물고 싶은 대전으로의 이미지 제고를 위한 시티투어 활용 방안 모색

(2) 추진전략

비전	‘머물고 싶은 대전’을 만드는 대전형 시티투어		
목표	스쳐가는 대전이 아닌 머물고 싶은 대전으로의 이미지 제고를 위한 시티투어 활용방안 모색		
활용 방안 모색	관광 여건 및 인프라 개선	차별화된 관광 콘텐츠 개발	관련 기관 및 지자체간 협력홍보 및 상품 개발
	<ul style="list-style-type: none"> 이용자 편의 도모를 위한 이용절차 간소화 및 서비스 체계 개선 수요자 중심의 테마와 운영 시간대 편성 시티투어 전문 관광 해설사 양성 및 교육프로그램 개발 	<ul style="list-style-type: none"> 전문가 컨설팅을 통한 수요자 중심의 시티투어 코스 개발 체제형 관광진흥을 위한 숙박연계 상품개발 야간관광 활성화를 위한 야간테마형 시티투어 상품 개발 투어버스의 고급화 및 브랜드화로 관광상품화 방안 모색 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인과 오프라인을 활용한 전국 대상의 홍보활동 전개 인접 지역 관광지간 연계 운영 프로그램 개발 투어운영 기관 및 단체인 협력체계 강화

[그림 4-63] 비전 및 추진전략

3) 세부사업

(1) 관광 여건 및 인프라 개선

- 이용자 편의 도모를 위한 이용절차 간소화, 서비스 체계 개선 및 수요자 중심의 테마와 운영 시간대 편성
- 시티투어 승강장 환경 개선 및 신설을 추진하고, 투어버스 정비 및 캐릭터 버스 운행, 투어운영 기관 및 단체간 협력체계 강화
- 시티투어 전문 관광 해설사 양성, 교육프로그램 개발 및 외국인관광객 편의를 위한 영어, 중국어, 일본어 등의 리플렛 제작 및 배포

(2) 차별화된 관광 콘텐츠 개발

- 인접 지역 관광지간 연계 운영 프로그램 개발 등 전문가 컨설팅을 통한 수요자 중심의 시티투어 코스를 개발하고, 체제형 관광 진흥을 위한 숙박 연계 상품을 개발
- 야간관광 활성화를 위한 야간테마형 시티투어 상품 개발과 투어버스의 고급화 및 브랜드화로 관광 상품화 방안 모색
- 체제형 관광을 위한 1박2일 상품을 운영하며, 백제 유네스코 등재 유적, 충청권과 연계성 강화 프로그램과 원도심, 생태투어와 연계한 활성화 프로그램 구성

(3) 관련 기관 및 지자체간 협력을 통해 홍보 및 프로그램 개발

- 예약서비스 간소화를 위한 전용 홈페이지 개편 및 예약 시스템 정비
- 온라인과 오프라인을 활용한 전국 대상의 홍보활동 전개
 - 온라인 홍보활동은 대전시 SNS블로그 기자단, 시정도우미, 코레일 내일로 홍보단, 전광판, 홈페이지, 페이스 북 등을 활용한 젊은 층 중심 타겟으로 집중적으로 홍보하여 시너지 효과를 올림
 - 오프라인 홍보활동은 리플렛, 포스터, 일간지, 잡지, 현수막 등을 활용한 중·장년층 중심 타겟으로 집중 홍보하여 다단계 전략을 구상함
- 권역별 홍보 강화
 - 수도권 지역은 방송, 역, 터미널, 고속도로휴게소, 수도권 대학 등을 대상으로 홍보하고, 비수도권 지역은 대도시를 중심으로 접근의 용이성과 차별성을 고려하여 홍보를 실시함



<표 4-41> 원도심관광활성화 방안 진흥비

(단위 : 백만 원)

사업내용		총 사업예산	연도별 투자계획				
			2017	2018	2019	2020	2021
원도심 관광활성화 진흥계획	계	10000	—	5000	5000	—	—
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	10000	—	5000	5000	—	—
	민자	—	—	—	—	—	—
전통시장 쇼핑관광 활성화	계	2000	1000	1000	—	—	—
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	1000	1000	1000	—	—	—
	민자	—	—	—	—	—	—
대전형 시티투어 활성화	계	1000	200	200	200	200	200
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	1000	200	200	200	200	200
	민자	—	—	—	—	—	—
소 계		13,000	1,200	6,200	5,200	200	200

4. 공정관광을 통한 도시관광 활성화

1) 현황분석

(1) 공정관광 개념 및 의미

- 기존 관광에 대한 대안적 형태를 지니는 공정관광, 책임관광, 복지관광, 생태관광, 녹색관광 등의 개념은 지속가능한 관광의 원칙에 대한 구체적 실천 형태로 논의되고 있음
- 국내에서는 공정여행과 공정관광이라는 용어가 혼용되고 있는데, 공정관광은 이해관계자 간 공정한 거래를 중심으로 거래되는 그 자체를 의미함
- 공정관광은 모든 주체 간 평등하고, 동등한 관계를 토대로 하며, 공정한 절차 및 과정을 통하여 각 이해 주체가 기대하는 편익을 분배하는 관광이라 할 수 있음
- 또한, 각 이해 주체간 공정성을 토대로, 관광객은 고유한 관광경험에 대한 추구 및 충족으로 심리적으로 만족하여 공정관광은 결과적으로 사회문화적, 경제적, 그리고 환경적으로 지속가능한 관광의 실천적 형태임
- 기존의 대량화, 대량주의, 그리고 관광산업에 의한 환경파괴와 현지사회·착취에 대한 반성아래 일고 있는 또 하나의 새로운 조류는 관광에 대한 새로운 자각 내지 운동, 이른바 각종 대안관광(alternative tourism)으로 부상함
- 공정여행(Fair Travel)은 나의 즐거움을 위해 자연과 사람을 파괴하는 여행 대신, 사람들과 친구가 되고, 배우고, 나누며 내가 성장하는 여행의 태도와 여행방식을 말함(책임여행: Responsible Tourism 이라고도 함)
- 관광객은 여행국가의 경제·환경·문화를 존중하고 보호할 책임이 있다는 개념으로 특히 관광객의 윤리적 책임에 무게를 두며, 기존 대규모 패키지 형태의 관광을 지양하고 나온 대안 관광의 하나로 지속가능한 관광(Sustainable Tourism), 생태관광(Eco Tourism)과 함께 쓰임
- 이들 대안 관광은 1992년 리우회담을 계기로 제시되었으며, 2000년대에 들어서 집중적으로 주목 받고 있음
- 영국의 리스판서블트래블닷컴은 2001년 세계 최초로 설립된 공정여행 전문 여행사로써 ‘책임있는 여행자’와 현지 여행사를 연결해주는 한편 새로운 여행 프로그램을 개발하고 있음
 - 이 여행사가 밝힌 ‘책임여행 10계명’은 ① 현지 경제에 도움이 되도록 소비한다 ② 어린이에게 사탕이나 선물, 돈을 주지 않는다 ③ 간단한 현지어를 미리 배워둔다 ④ 현지 물가를 존중하라 ⑤ 흥정은 적당히 하라 ⑥ 인물 사진은 물어보고 찍자 ⑦ 멸종 위기종으로 만든 제품은 피한다 ⑧ 문화적 차이와 금기를 미리 배우고 존중하라 ⑨ 현지 드레스 코드에



맞춘다 ⑩ 현지의 정치·사회 현황을 미리 알아두라

(2) 국내외 공정관광 동향

가. 해외 공정관광 동향

- 관광에 대한 인식변화는 지속가능한 관광, 생태관광, 책임 관광, 대안관광 등 형태로 나타났는데 영국에서는 1988년 비공식적인 네트워크를 중심으로 투어리즘 컨선(tourism concern)의 공정관광 활동이 시작됨
- 투어리즘 컨선은 여행자의 책임과 윤리적 행동을 중심으로 교육프로그램 운영, 캠페인 활동 등을 실시하여 국제관광이 지나는 사회적 문제에 대한 인식 확산을 위한 활동을 전개하였음
- 1980년대 후반 미국의 반세계화운동 단체인 Global Exchange가 새로운 여행형태를 위한 운동을 시작하였는데, 여행지에서의 인권 유린, 환경파괴 문제 등을 중심으로 활동을 전개하였으며, 스위스의 ATKE(Arbeitskreis Tourismus, Entwicklung), Tourism Concern이 중심이 된 INFT(International Network on Fair Trade in Tourism), 남아프리카의 FTTSA(Fair Trade in Tourism South Africa), Responsible Travel 등이 윤리적 관광에 대한 인식 공유, 지역주민들의 이익, 관광목적지의 자연자원 및 사회문화자원에 대한 보호를 목적으로 활동을 전개하였음
- 2012년에는 공정관광이 전체관광산업의 25%(4,736억 달러 규모)를 차지하고 있음

나. 국내 공정관광 동향

- 국내의 공정여행 흐름은 2007년 12월 ‘이매진피스’의 공정여행 축제와 여행인문학 연구모임을 통해 시작되었고 2009년 공정여행 가이드북이 출간되면서 본격화 되었음
- 아시안 브릿지, 국제민주연대 등의 시민사회단체에서도 몽골, 차마고도, 라오스 등의 공정여행 패키지 프로그램을 개발해 상품화 하였으며, 소셜벤처 인큐베이팅회사인 소풍(sopoong.net)은 2009년 7월 대안적 여행 기업이 양성아카데미를 운영
- 2007년 사회적 기업육성법이 제정되면서 공정여행 기업들이 생겨났는데 (주)우리가 만드는 미래는 여행분야 사회적 기업 1호로 청소년들의 역사문화를 전문으로 하면서 빈곤아동의 여행과 체험학습을 지원하고 있음
- (주)트레블러스는 네팔트레킹, 지리산 둘레길 등 국내외 도보여행을 전문으로 하며, 국내외 공정여행 프로그램을 개발하고, 대안학교 로드스폴라를 운영하면서 공정여행기획자를 양성하고 있음
- 메콩강 시리즈로 알려진 (주)착한여행은 베트남, 라오스 등 아시아 공정여행 프로그램을 운영하고 있으며, (주)제주생태관광은 제주지역의 생태와 치유여행을 운영하고 있음
- 이들 여행분야 사회적 기업들은 문화체육관광부 산하에 사단법인 ‘지속가능한 관광사회적기업 네트워크’를 출범시키고 환경, 자연환경, 역사문화, 지역경제를 생각하는 여행을



지향하는 관광분야 여행공급자들간의 공동사업을 진행중임

<표 4-42> 국내 공정여행 관련 단체

단체명	성격	활동
이매진 피스	시민사회단체	시민단체, 2007년 공정여행 축제개최, 공정여행 가이드라인 개발
(사)동북아평화연대	시민사회단체	시민단체, 자체 공정여행프로그램 운영
(사)지속가능한 관광 사회적 기업 네트워크	문화체육관광부 산하 여행 사회적기업, 단체개인의 네트워크	캠페인, 공정여행 포털사이트(tour4us.net) 운영
국제민주연대	시민사회단체	자체 공정여행 프로그램 운영
로드스폴라	여행학교	여행학교, 공정여행 기획자 양성
공정여행카페	공정여행자들의 모임	공정여행방식 공유

- 이외에도 한국에서 최초로 공정여행상품을 내놓았던 ‘국제민주연대’, 대학생들을 중심으로 한 공정여행 기업인 ‘공감만세’, 진안군 마을 만들기 사업에서 시작된 ‘진안공정여행 사업단’ 등이 활동을 하고 있거나 준비중임

<표 4-43> 국내 공정여행 관련 기업

여행사명	성격	상품
우리가 만드는 미래	역사체험, 문화체험 전문	청소년 대상 역사문화교육기행 프로그램 운영
트래블러스맵	패키지	국내외 공정여행 프로그램 운영
착한여행	패키지	라오스, 말레이시아, 중국, 일본, 대만 상품
레스트코리아	컨설팅, 패키지	-
제주생태관광	제주지역 생태관광전문	제주테마여행, 맞춤형 여행
공감만세	패키지	대학생 대상, 국내외공정여행 프로그램 운영(필리핀)

2) 공정관광 상품의 특징과 가이드라인

(1) 공정관광 상품의 특징

- 국내 공정 여행 상품의 일정 및 프로그램은 대부분 농·어촌지역을 중심으로 하는 생태 관광 프로그램으로 운영됨
 - 국내 공정여행 상품일정은 대부분 지역 내에서 생태문화체험, 현지음식체험, 둘레길 탐방, 홈스테이, 환경교육 등으로 이루어짐
- 공정여행 대상지는 개별관광이 어려운 지역을 중심으로 하는데, 이는 개별여행이 가능한 지역에 대해서는 모객이 어렵다는 점이 있음

- 일부 특화된 상품 외에는 지속적 수요 창출의 한계로 인하여 수학여행, 맞춤형 상품 형식으로 운영되고 있음
- 공정여행 상품은 지역주민 공동체, 지역 내 사회적기업, 시민단체 등과 연계하여 운영하며, 지역 내 연계 가능한 단체가 부재할 경우 지역주민이 운영하는 숙박시설·음식점 이용을 원칙으로 함
 - 관광객과 지역사회간 관계 형성, 정체성 혜택 부여를 목적으로 지역주민 해설프로그램, 지역주민 체험프로그램, 그리고 홈스테이를 운영함
 - 지역 전통음식 체험, 지역문화 체험활동 참여, 지역 내 사회이슈에 대한 관심, 그리고 지역주민의 인권 존중 등의 여행 원칙을 제시함
- 이외에 공정여행에 대한 관광객들의 관심이나 기업의 사회적 책임에 대한 인식으로 대형여행사에서 제한적인 형태의 공정여행 상품을 한시적으로 운영하고 있음
- 일부 소규모 여행사들에서는 공정여행의 특성이 다소 미흡한 상품에 대한 ‘공정여행’ 명칭 사용 등의 현상이 나타나고 있는 등 공정여행 개념에 대한 인식 공유 및 공정여행의 상업화에 대한 고민이 필요한 상황임높지 않은 마을로 평가됨

(2) 공정여행 가이드라인

- 국내 여행사들은 공정여행의 개념을 실제 여행에서 구현하기 위하여 공정여행의 가이드라인을 제시하고 있음

<표 4-44> 국내 공정여행 공급자의 가이드라인

단체명	가이드 라인
국제민주연대	<ul style="list-style-type: none"> - 현지인을 만날 때 항상 웃는 행동을 권장한다 - 겸손한 마음과 조심스러운 행동을 권장한다 - 보디랭귀지를 적극 권장한다 - 100% 현지식의 식사를 한다 - 차를 오래 탄다고 불평하지 않는다 - 군것질을 적극 권장한다 - 시시때때로 쇼핑을 많이 하기를 권장한다 - 팁문화를 권장한다 - 최대한 1회용 세면도구의 사용을 줄이고자 세면도구는 준비해 가길 원한다 - 내복 등 충분한 속옷을 준비해 간다



이매진피스	<ul style="list-style-type: none"> - 환경을 파괴하지 않는 여행 - 동식물을 돌보는 여행 - 성매매를 하지 않는 여행 - 지역에 도움이 되는 여행 - 윤리적으로 소비하는 여행 - 관계를 맺는 여행 - 여행하는 곳의 사람과 문화를 존중하는 여행 - 고마움을 표현하는 여행 - 기부하는 여행
단체명	가이드 라인
트래블러스맵	<ul style="list-style-type: none"> - 지역 경제에 도움이 되도록 현지인이 운영하는 식당이나 숙소, 체험프로그램을 적극 이용한다 - 지역에서 생산된 상품을 우선 구매하고 지역농산물로 만들어진 먹거리를 이용한다 - 지역민과 거래할 때는 그들을 존중하면서 공정하게, 이왕이면 재래시장이나 공정무역판매처를 이용한다 - 지역의 전통음식이나 전통문화를 적극적으로 만난다 - 사진을 찍을때는 허락을 구하고, 서비스에는 정당한 임금을 지불한다. 아동 착취나 성매매는 절대하지 않는다 - 동물을 학대하는 쇼를 관람하지 않고, 야생동물로 만들어진 상품을 구매하지 않는다 - 여행지의 문화유산이나 농작물을 절대로 훼손하지 않는다 - 대중교통을 이용하고, 도보 및 자전거 등 친환경적인 여행을 한다 - 물컵, 수저, 손수건, 도시락통, 친환경 비누를 이용한다 - 물과 연료를 아껴쓰고 음식을 남기지 않는다
착한여행	<ul style="list-style-type: none"> - 지역사회에 도움이 되는 소비하기 - 현지인이 운영하는 식당, 숙소, 여행사 이용하기 - 현지 공정무역상품 구입 또는 재래시장 이용하기 - 항공기를 이용한 여행에 대한 탄소상쇄기금 기부하기 - 친환경적인 숙박시설 이용하기 - 현지의 대중교통 이용 또는 자전거나 도보여행해보기 - 호텔로 하여금 물품 재활용 하도록 요청 - 가이드북에 나와 있지 않은 여행지 찾아가기 - 현지의 정치, 사회, 경제, 문화 공부 해보기 - 현지의 공익단체 방문

3) 대전 내 공정관광 현황

(1) 대전 공정관광 상품의 특징

■ 대전의 공정관광은 2010년 초반부터 원도심 관광을 활성화하기 위하여 시작되었는데

근대문화유산을 중심으로 하는 공정관광여행 프로그램을 만든 (주)공감만세가 최초로 공정 관광이라는 이름으로 지속적으로 운영하고 있음

– 공감만세는 대학생 공정여행 모임에서 시작해 2012년 고용노동부 사회적기업 인증을 받았음. 2011년 대흥동에 터를 잡고 사람, 지역, 지구를 생각하는 여행인 ‘공정여행’을 통해 다양한 사람들과 만나고 소통하고 있음

■ 대전의 대표적인 공정관광 코스로는 원도심을 중심으로 하는 중앙시장, 목척교, 구 충남도청, 관사촌, 원도심 주변의 근대문화유산, 소재동 등에서 최근에는 선화동, 인동, 부사동까지 확대되고 있음



(2) 대전 공정관광 상품 예

가. 원도심 문화탐방 : 사회적자본을 활용한 원도심 공정여행

- 일정 : 매주 금요일 / 10:00 ~ 16:00
- 대상 : 매회 20명 / 프로그램별 대상 다름
- 지역 : 원도심 일대(대흥동, 선화동, 은행동, 중앙시장)
- 비용 : 무료(본 프로그램은 대전문화재단, 대전광역시 후원사업)
- 프로그램 구성

<표 4-45> 원도심 문화탐방 프로그램 구성 내용

프로그램명	대상	내용	장소
○○를 위한 힐링여행	주부 20명 시니어 20명 청소년 20명	원도심 문화예술공간 방문 원도심 문화예술가와 만남	원도심 문화예술공간
근대 공간의 상상공작소	직장·기관 등 단체 20명	원도심 근대 문화재 탐방 사회적자본 네트워크 체험	원도심 근대문화공간
원도심 사회혁신로드	대학생, 청년 20명	원도심(예비) 사회적기업 마을기업, 청년창업팀 탐방	원도심 사회혁신공간
재래시장 런닝맨	초등학생 20명	- 재래시장 미션투어 목척교 정화 자원봉사활동	중앙시장, 목척교

나. 2015 대전 원도심골목투어 프로그램

- 사업명 : 원도심 공정여행 '대흥동 사람들'
- 사업기간 : 2015. 5 ~ 12
- 세부 프로그램 일정

<표 4-46> 원도심 골목길투어 프로그램 구성 내용

일정	장소	활동	비고
10:30 10:45	대전역	참가자 확인, 자료집 제공 / 자기소개	
10:45 11:15	중앙시장, 목척교	대전의 원도심을 만나다 (중앙시장, 목척교, 으능정이 거리 등)	이동
11:15 12:30	공감만세 교육장	오리엔테이션 // 오늘 우리의 여행은? * 인터뷰에서 수기까지, 오늘의 여행이 진행되는 방식에 대한 소개 * 열정만남1: 공정여행하는 청년이야기, 공감만세	
12:30 13:30	아임아시아	다문화 여성의 자립을 지원하는 사회적기업에서 점심식사 * 열정만남2: 이주여성의 꿈을 만나다. 러브아시아 김선주 대표 * 이주여성을 만나 그들의 꿈을 인터뷰합니다.	점심 식사

일정	장소	활동	비고
13:30 14:30	(구)충남도청	근대 대전의 역사와 현재 대전의 노력이 담긴 공간 * 열정만남3: 대전의 역사를 알리는 사람들, 문화해설사	
14:30 15:30	아트팩	열정을 쫓는 청년들이 만들어낸 기분좋은 도자기 공방 * 열정만남4: 이상과 현실을 고민하는 청춘에게, 남미은 작가 * 아트팩의 두 작가와 함께 도자기 목걸이 체험을 합니다.	
15:30 16:15	월간토마토	<공간, 사람 : 기록> 대전문화예술잡지를 만드는 이유 * 열정만남5: 월간토마토 이용원 대표	
16:15 17:00	공감만세	졸업식 / 일정을 돌아보며 마음나누기 * 오늘 내 마음속 멘토를 정해 엽서를 쓰고 직접 전달합니다. * 공정여행 증명서 전달 * 프로그램에 대한 만족도 설문지를 작성한다	

4) 기본구상 및 추진전략

(1) 비전 설정

- 여행지에 대한 이해와 공정여행에 대한 인식 고취
- 지역상품에 대한 윤리적 소비
- 환경보호 및 참가자간의 소통

(2) 추진전략

- 공정여행 프로그램 개발 및 코스 개발
 - 관광객들의 관심을 끌 수 있는 지역특산물을 활용한 먹거리와 마실거리 프로그램 개발로 관광수입 증가 및 지역경제 기여
 - 브랜드화 된 관광상품에 대한 관광객들의 인지도를 향상시켜 재방문의사를 높일 수 있는 프로그램과 코스 개발
 - 원도심에서 벗어나 좀 더 확장된 형태의 공정여행 코스 개발 필요
- 세부 프로그램 일정

<표 4-47> 대전의 공정여행 프로그램 구성

공정여행 구성요소	내 용
여행자에 대한 입체적 이해	근대문화유산, 구 충남도청/관사촌, 중앙시장, 이유있는 공간, 이유없는 공간, 원도심 레츠, 도시여행자, 도어박스 등
윤리적 소비(공정거래)	청년창업자 및 사회적기업 등의 카페 방문, 공정무역을 하는 제품 위주 쇼핑, 소규모 숙박이용, 현지인 가이드 고용
환경보호	도보여행 위주
참가자간의 소통	여행 중간, 마지막에 소통하는 시간 확보



■ 원도심 자원 발굴을 통한 콘텐츠 및 브랜드 개발

- 원도심 주변의 고유한 지역 자원 발굴을 통해 방문객들의 만족도를 향상시킬 수 있는 차별화되고 창의성 있는 상품 관련 콘텐츠와 브랜드 개발
- 기존 공정여행 상품을 단순하게 종합·정리하는 수준이 아니라 지역의 특색을 가장 잘 드러내는 자원을 선정하여 콘텐츠 기반 브랜드 개발로 지역 관광 상품화를 꾀함

■ 지역민들에 대한 공정여행에 대한 인식 고취

- 윤리적으로 공정한 여행에 대한 인식고취로 물건생산에 있어 임금 부분에 대한 확실한 개선과 함께 질 좋은 제품을 공급하고자 노력해야 함
- 소비지향에서 관계지향의 형태로 운영해야 지속적이고 공정한 여행상품이 있다는 인식에 대한 주기적인 교육을 받을 수 있도록 제도 마련 필요
- 지역민들의 인식이 곧 관광지의 이미지를 나타낸다는 인식을 고취시키기 위해 지역민들 간의 공동체 혹은 네트워크가 만들어 질 수 있도록 노력 필요

■ 대전둘레산길과 연계

- 대전지형은 분지 형태의 지형으로 대전을 둘러싼 산을 중심으로 둘레산길이 구성되어 있음
- 둘레산길은 현재 대전시민이 즐겨찾는 명소로서의 역할을 수행하고 있으며, 대전시민의 여가휴양 가치를 제공하고 있음
- 이러한 대전둘레산길을 대전시민 뿐만 아니라 관광객도 찾고 즐기는 공간으로 제역할을 확대하고, 도보 및 등산을 통한 공정관광이 실행될 수 있도록 함

■ 도보 공정관광으로 도입

- 도보관광은 공정관광의 관점에서 가장 이상적이며, 해당지역의 대한 가치를 체계적으로 관람할 수 있는 좋은 형태의 관광으로 공정관광의 활성화를 모색하기 용이함
- 대전 원도심을 비롯한 도심내 한밭수목원 등을 활용하여 도보 형태의 공정관광이 진행될 수 있도록 함
- 또한 대청호를 중심으로 한 대청호500리길은 수려한 경관을 중심으로 인기가 높은 도보 관광이 가능한 상황임
- 특히 지역의 환경파괴를 지양하고, 환경보호와 지역주민 간의 소통이 가능한 도보 형태의 공정관광이 활성화 되고 의식을 강화하는 개념으로 도입함

제3절 축제 및 MICE 산업

1. 선진형 지역축제 육성방안

1) 현황분석

(1) 전국 축제 현황

- 문화체육관광부에 따르면 2015년 전국 지역축제의 수는 664개이며, 서울이 119개로 가장 많고, 세종이 2개로 가장 적음

<표 4-48> 2015 전국지역축제 총괄표

(단위 : 개)

지역	총계	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
축제	664	119	39	19	10	6	9	11	2	60	69	38	56	37	86	44	43	16

자료 : 문화체육관광부, 2015년 지역축제 총괄표,

(2) 대전시 축제 현황

가. 대전시 대표축제의 부재

- 대전에서 개최되는 축제는 그 수는 많으나 "대전" 하면 떠오르는 대표 축제가 없어 타 지역 방문객을 유인할 수 있는 외부지향적 축제로 판단할 수 없는 실정으로 지역의 특성에 맞는 대전형 대표 축제의 효율적 발굴과 홍보 방안 마련이 요구됨
- 대전시 문화체육관광국의 지정축제 외에도 서구 힐링아트페스티벌, 대전 반려동물 문화축제, 대전 미디어 페스티벌, 로봇융합페스티벌, 세계인 어울림 한마당축제, 대전 칼국수 축제 등이 개최되고 있음



<표 4-49> 대전광역시 지정축제 현황

축제명	기간	주요내용	주최/주관	비고
제8회 효문화 뿌리축제	9.23~25 (3일)	<ul style="list-style-type: none"> 문중퍼레이드, 문중체험관 나의 효자랑 경연대회 등 	대전 중구/ 중구문화원	
대전국제 와인페어	10.28~30 (3일)	<ul style="list-style-type: none"> 아시아와인트로피, 컨퍼런스 와인시음·전시, 와인아트전 등 (와인트로피23~26, 컨퍼런스 24~29, 와인페스타28~30) 	대전마케팅공사	
대전 사이언스 페스티벌	10.22~25 (4일)	<ul style="list-style-type: none"> 우주항공·로봇, 출연연체험행사 영재페스티벌, 사이언스가족캠프 	대전광역시/ 대전마케팅공사	
2016 유성 온천 문화축제	5.13~15 (3일)	<ul style="list-style-type: none"> 온천수신제, 온천수 플레이존 온천참시행렬 및 퍼레이드 등 	유성구/ 유성구, 유성문화원	
2016 금강 로하스 축제	5.20~22 (3일)	<ul style="list-style-type: none"> 맨발걷기 및 마사이마라톤 숲속음악회, 문화예술제 등 	대덕구/ 대덕구생활체육회	
2016 계족산 맨발축제	5.14~15 (2일)	<ul style="list-style-type: none"> 맨발걷기 및 마사이마라톤 숲속음악회, 황토체험 등 	(주)맥키스컴퍼니	
디쿠 페스티벌	8.6~7 (2일)	<ul style="list-style-type: none"> 아마추어 만화산업전 코스튬플레이, 애니메이션상영 	디쿠넷	
제11회 견우직녀 축제	8.13~14 (2일)	<ul style="list-style-type: none"> 리마인드웨딩, 프러포즈이벤트 견우직녀 환타지쇼 등 	대전문화재단/ 추진위, 대전MBC	

자료: 대전광역시 문화체육관광국 내부자료, 2016

나. 문화관광축제 선정

- 문체부는 매년 각 지자체가 지역우수축제로 추천한 100여개 축제들을 4등급으로 나눠 문화관광축제로 지정해 발표하고 국비를 지원하는데, 대전시 축제 중 ‘효문화뿌리축제’가 유일하게 ‘유망축제’로 선정되어 대전시의 축제 인프라의 한계성을 보여주고 있음

<표 4-50> 2015 문화관광축제 현황

시도	등급	대표 (5억)	최우수 (2.5억)	우수 (1.5억)	유망 (0.99억)
서울(2)					한성백제문화제 성북다문화음식축제(신규)
부산(1)					동래읍성역사축제
대구(1)					대구약령시한방축제
인천(1)					인천펜타포트축제
광주(2)			추억의7080충장축제		광산우리밀축제(신규)
대전(1)					대전효문화뿌리축제(신규)
경기(3)			이천쌀문화축제 자라섬재즈페스티벌		여주오곡나루축제
강원(4)	화천산천어축제			평창효석문화제	춘천국제마임축제 강원고성명태축제(신규)
충북(2)					괴산고추축제 충주세계무술축제
충남(6)			강경갯길축제	한산모시문화제 부여서동연꽃축제	해미읍성역사체험축제 금강여울축제(신규) 홍성역사인물축제(신규)
전북(4)	김제지평선축제		무주반딧불축제	순창장류축제	완주와일드푸드축제(신규)
전남(7)			강진청자축제 진도신비의바닷길축제	담양대나무축제	보성다향제, 녹차대축제 목포해양문화축제 정남진장흥물축제 영암왕인문화축제(신규)
경북(5)			문경차사발축제	고령대가야체험축제 봉화은어축제	포항불빛축제 경주신라소리축제(신규)
경남(3)			산청한방약초축제	통영한산대첩축제 창원가고파국화축제	
제주(2)				제주들불축제	도두오래물축제(신규)
계(44)		2개	9개	10개	23개

자료 : 문화체육관광부, 2015년 문화관광축제 선정내역



2) 기본구상

(1) 비전설정

- 비전: 관광객들에게 어필할 수 있는 경쟁력 있고 지속가능한 축제육성 및 개발
 - 전문적인 축제평가를 통해 기존 축제의 재발견 및 통합화를 추진하여 대전형 축제 개발 및 브랜드화, 외부지향적축제로의 변화, 지속가능한 방안 추구

(2) 추진전략

가. 대전형 축제 발견 및 브랜드화 필요

- 기존에 개최되고 있는 축제의 재평가와 통합화 방안 논의와 함께 엑스포 개최 등 차별화된 방식의 이벤트 개최의 검토가 필요함
- 대전에서 개최되고 축제가 문화관광축제로 선정되어 국가차원에서 홍보와 국비를 지원 받는 축제로 도약하기 위해 로드맵 설정이 필요한 시점임
- 이후 여러 축제로 확장하여 대전의 대표축제 확대, 파급효과 극대화를 통해 대전시 대표 축제 브랜드화를 위한 전략을 수립해야함
- 지역성을 지닌 콘텐츠를 효과적으로 표현하기 위해 축제 엠블럼, 축제 캐릭터 개발 등 디자인 시스템에 대한 고려가 필요함. 특히 캐릭터는 상품화하기 용이하여 수익창출을 기대할 수 있으며, 홍보수단으로 활용이 가능함

나. 외부지향적 축제로의 변화 시도

- 내부지향적 축제를 추구하는 동시에 외지방문객에게 어필하고 방문을 유도할 수 있는 외부지향적 축제로 발전해야함
- 축제 개최를 통해 대전지역 전반에 영향을 미칠 수 있는 긍정적 파급효과가 나타날 수 있도록 전략마련이 필요함

다. 지속가능화 방안 마련

- 대전지역에서 개최되고 있는 축제의 체계적인 진단을 통해 문제점을 파악하고 장기적인 발전방안을 모색하여 지속가능한 축제로의 성장 동력을 마련해야함.
- 또한 차별화된 대전의 대표축제 육성을 통해 문화관광축제로 지정되어 평가, 인센티브, 홍보 등의 지원을 통한 지속화 방안 추진
- 각 구별로 진행되고 있는 축제를 전략적으로 발전시키기 위해 컨트롤타워의 구축이 필요하며, 축제전문가 영입을 통한 축제진흥방안 마련이 시급함

3) 세부사업

(1) 대표축제 개발 및 육성

- 대전시에서 개최되고 있는 축제들을 축제분석을 통해 축제 발전방안 및 중장기 육성방안을 제시함. 또한 국내외 성공사례를 중심으로 성공요인 및 노하우를 파악하여 축제에 대입, 적용할 수 있는 콘텐츠 개발 및 발전방안 마련
- 대전시의 인문자원, 자연자원, 역사자원, 문화자원 등 다양한 소재를 파악하고, 대전시민 및 외지관광객들을 대상으로 매력도 및 축제소재로서의 적합성, 경쟁력 등을 조사하여 이를 토대로 대전대표축제 발굴 및 육성

(2) 메가 이벤트 개발

- 관광객 유치를 주요한 목적으로 하여 개최되는 메가 이벤트가 개최지나 개최국에 가져오는 파급효과는 매우 크며 메가 이벤트를 개최함으로써 다양한 효과를 기대할 수 있음. 특히 심리적 효과로서 시민의 자긍심과 공동체 의식을 강화하여 지역주민의 심리적 안정 및 고취를 가져옴
- 또한 개최지역의 방문객을 증가시켜 관광객으로 인한 소비증대나 고용창출 등의 경제적 효과를 가져오며, 메가 이벤트 개최를 위한 물리적 시설의 개·보수 및 신축을 통한 지역 기반시설의 확충으로 시민생활의 질 향상을 기대할 수 있음
- 대전시는 1993년 대전엑스포 개최 이후 메가 이벤트의 개최가 없었으며 이벤트 분야에 대한 정체성이 미약해지고 있어 관광객 유치 및 대전의 도시브랜드 가치와 이미지 제고를 위한 메가 이벤트 개최를 추진할 필요성이 제기됨

(3) 체계적이고 차별화된 홍보마케팅 실시

- 축제평가를 통해 도출된 방문객들의 유형별 주요홍보매체를 파악하고 이를 중심으로 타깃 맞춤형 홍보마케팅 방안 도출
- 온라인, 오프라인 홍보매체를 비롯하여 방송매체, 인쇄매체, 옥외매체, 언론매체 등 다양한 매체의 홍보마케팅 방안 마련
- 대전에서 개최되고 있는 축제의 개최기간에 바로 다음에 개최될 축제 및 대전에서 연중 개최되는 축제와 상호교류 및 연계홍보를 실시하여 축제와 축제사이에 상호 화제성을 유발시켜 홍보효과를 높임
- 대전시민 및 외지관광객들이 대전시에서 개최되는 축제에 대한 정보를 보다 쉽게 습득할 수 있도록 지역축제를 총망라한 축제포털 홈페이지 구축



- 대전시민을 대상으로 축제 홍보마케팅 아이디어를 공모하고, 선정된 방안을 중심으로 한 시민축제홍보단 신설 및 운영

(4) 축제 아카데미를 통한 지역주민의 참여유도

- 축제의 지속적인 발전을 위해서는 무엇보다 지역주민의 적극적인 참여가 중요하기 때문에 대전시 거주자를 대상으로 축제전문 교육프로그램을 운영하여 대전시민들의 축제에 대한 인식전환을 유도함
- 또한 이러한 축제아카데미 교육을 통해 축제실무자, 자원봉사자, 지역단체 등을 대상으로 대전시의 자원, 축제 프로그램, 프로그램 진행부분, 방문객 대응서비스 등의 전문교육을 실시하여 축제조직의 전문성 확보
- 지역축제는 한 지역사회의 이해집단들에게 다양한 측면에서 가치를 창출하는 대상으로 이해집단간의 협력이 매우 중요함. 정부, 지역주민, NGO, 축제기구, 미디어, 관광객, 지역상인 등 이해집단 간에 상생적인 구도를 조성하는 방안필요

(5) 축제의 지속적 발전을 위한 자생력 확보필요

- 정부는 지난 2010년부터 경쟁력 있는 축제에 대한 집중지원과 유사축제의 통·폐합 유도를 위해 축제일몰제(명예 퇴진제)를 시행하여 선정된 축제에 대하여 존속기간을 부여하고 그 기간이 도래할 경우 심사를 통해 지원을 종결하도록 하는 제도를 시행함
- 축제 일몰제 운영의 기본방향이 예산지원 축소 등 직접지원방식을 지양하고, 홍보지원 등 간접지원 강화에 초점을 맞추고 있어 축제 재정자립도 향상문제가 전국 축제에 중요한 과제로 나타남
- 또한 2015년 11월 9일 지방교부세법 시행령 및 시행규칙 개정안이 입법 예고되어 2016년부터 시행되는 정부의 지방교부세 제도개선으로 보통교부세를 일회성 행사나 축제에 소비하지 않고, 예산을 절감하는 지방자치단체에 대해서는 인센티브와 패널티의 반영비율을 50%에서 100%로 증가시킴에 따라 지방자치단체의 축제성 경비 절감은 불가피하게 됨
- 따라서 선택과 집중을 통한 축제의 선별과 함께 추진하고 있는 축제를 중심으로 지자체의 예산이 없더라도 개최될 수 있는 재정적 자립이 무엇보다 필요함. 국비 및 시보조금으로 운영되는 축제형태에서 벗어나 축제 자체적으로 수익을 발생시킬 수 있는 체재마련 및 경쟁력 강화를 통해 축제자생력을 키울 수 있는 재원방안 마련
- 현재 이러한 제도적 상황 속에서 전국의 축제들이 축제의 자생력 확보를 위해 축제의 부분유료화와 전체유료화를 추진하고 있으며, 협찬금 유치 및 재정의 효과적인 활용,

축제의 전문화를 위해 축제재단과 같은 축제경영기구 도입을 고려하고 있음



(6) 통합 축제전담팀 구성을 통해 축제운영능력 배가

- ▣ 축제를 담당실무부서의 인력만을 가지고 운영할 경우 인력부족 등으로 인해 축제를 추진하는데 어려움이 발생할 수 있으며, 축제로 인해 공무원 전 조직이 운영될 경우 해당실과 소가 맡고 있는 업무처리 지연뿐만 아니라, 빠른 결정과 추진을 담보하는 축제업무 커뮤니케이션 및 효과적 의사결정의 어려움 발생함
- ▣ 따라서 대전시의 축제를 통합 운영하는 축제전담팀 구성을 통해 축제의 원활한 운영 및 효과를 배가시키고 축제조직의 전문성 및 경쟁력을 갖추는 방안이 필요함

(7) 친환경적 축제개최를 통한 청정이미지 및 공공적 기능강화

- ▣ 지구온난화로 인한 환경의 심각성에 놓여 있는 시점에서 다양한 방식으로의 친환경문제 해결방안 대두
- ▣ 관광객유치를 통한 성공적인 축제이미지와 함께 환경적으로도 지속가능한 축제라는 이미지를 부가할 수 있는 친환경축제 캠페인 추진 및 방안 모색

2. MICE 산업의 융합 관광화 방안

1) 현황분석

(1) 국내 MICE산업 현황

- MICE산업 중 국제회의산업은 대표적인 고부가가치 산업으로 교통, 숙박, 식음료, 관광 등의 관련 산업 분야에 경제적 파급효과를 큰 신 성장 동력 산업이라 평가받고 있음
- 국제회의산업은 크게 UIA와 ICCA의 기준으로 구분되며 국내에서는 주로 UIA의 기준에 따라 국제회의산업을 분류하고 있음

<표 4-51> 국제회의산업의 기준

UIA		ICCA
A Type	국제기구가 주최(후원)하는 회의로 참가자 수 50명 이상	국제 협회 또는 단체에서 주최하고 정기적으로 적어도 3개 국가 이상 지역에서 순환 개최된 참가자 50명 이상의 회의 (일회성 이벤트성 회의는 제외)
B Type	국제기구의 국내지부 또는 국내단체가 주최하는 회의로 참가국 수 5개국 이상 참가자 수 300명이상(또는 전시회 동반), 외국인 참가자 비율 40% 이상 회의기간이 3일 이상인 조건을 모두 충족하는 회의	
C Type	국제기구의 국내지부 또는 국내단체가 주최하는 회의로 참가국 수 5개국 이상 참가자수 250명 이상(또는 전시회 동반), 외국인 참가자 비율 40% 이상 회의기간 2일 이상인 조건을 모두 충족하는 회의	

자료 : 한국관광공사(2012)와 ICCA(2011)자료 재편집

- 국제회의 참가자의 1인당 평균 지출액은 내국인 약 83만원, 외국인 약 2,500달러로 일반관광객의 평균 지출액보다 약 2배정도 높은 수치(2011년 기준 1,409달러)를 보여 우리 정부뿐만 아니라 아시아의 각국에서도 국제회의를 유치하기 위한 전략을 추진하고 있음

<표 4-52> 2012년도 국내 국제회의 참가자 구분에 따른 지출 비용

구분	1인당 평균 지출비용	환율 (원)	참가자수 (명)	참가자 총 지출비용 (백만 원)
내국인	830,118원	—	3,917,956	3,252,366
외국인	2,496달러	1,126.25	48,600	136,620
합계	—	—		3,388,986

자료 : 한국관광공사(2012)



(2) 대전 MICE산업 현황

○ 일반 현황

- KAIST 및 대덕 연구개발특구 내 연구기관과의 협조와 기초과학연구원의 개원을 토대로 기초과학, 물리학, 수학, 화학 분야 등의 컨벤션 및 국제회의가 지속적으로 개최되고 있으며 2015 세계컴퓨터총회(WCC), 2016 국제지능형로봇시스템 총회(IROS), 국제항공공학협회총회(IKAS), 2018 세계낙농연맹총회(IDF) 등의 행사가 개최되었음
- 국제협회연합(UIA)의 조사결과, 대전시는 전국 16개 광역시·도 중 서울, 부산, 제주에 이어 2012년 국제회의 개최 4위를 달성하였음(서울253건, 제주 78건, 부산 50건, 대전 30건, 인천 25건, 대구 25건, 광주 23건, 여수 14건, 강릉 12건)
- 대전 컨벤션센터의 국내외 행사의 총 개최건수는 2008년 222건에서 2013년 620건으로 약 3배 증가(전시회는 2008년 14건에서 2013년 35건으로 약2.5배 증가)

○ 시설 현황

■ 대전컨벤션센터(DCC)

- 위치 : 대전 유성구 도룡동 4-19
- 규모 : 부지 2만 4281㎡, 건축 면적 1만 306㎡, 연면적 3만 53㎡
- 주요시설 : 그랜드볼룸(2,042㎡), 다목적홀(2,520㎡), 컨벤션시설(5,302㎡)

<표 4-53> 대전컨벤션센터 시설현황

구분	시설명	단위	규모(m)	높이(m)	면적(㎡)	수용능력(명)		
						극장식	강의식	연회식
1층	중회의장 (101~108)	1개실	16.1×9.1	4	145	100	70	80
		2개실	16.1×18.2	4	290	250	150	150
	중회의장 로비	—	19.9×36	4	798	500	330	300
	로비	—	—	3.9	643	등록부스로 사용가능		
	다목적(전시)홀	4개실	37.5×67.2	11.2	2,520	4개 홀 분할가능/113부스(3×3)		
2층	그랜드볼룸	전체	56.7×36	9.2	2,042	1,600	900	880
		수납의자	56.7×36		2,042	1,590	600+790	—
		1개실	28.35×36		1,021	600	400	400
	중회의실 (203~205)	1개실	12.3×9.3	3.6	114	70	48	50
		2개실	24.6×9.3		228	160	104	100
	소회의실 (206~211)	1개실	8×4.5	3.6	36	35	20	20
		2개실	8×9		72	70	40	40
		3개실	8×13.5		108	100	64	60
3층	컨퍼런스홀	타원형	—	8.1	304	237	—	—

자료 : 대전컨벤션센터 홈페이지

- 2012년 전국회의 시설 개최 순위 중 대전 컨벤션센터는 10위(48건)로 1건당 외국인 평균 참가자수는 7위(110명), 1건당 평균전체참가자수도 7위로 개최건수에 비해 참가자수가 다소 높게 나타남

<표 4-54> 2012년도 주요 시설별 국제회의 개최 현황

(단위 : 건, %, 명)

구분	개최 건수	구성비	외국인참가자수	전체참가자수
코엑스	291	11.2	46,381 (191)	293,331 (1008)
백스코	88	3.4	40,821 (464)	135,041 (1535)
더케이서울호텔	82	3.2	7,048 (86)	34,863 (425)
라마다프라자제주호텔	61	2.4	4,023 (66)	10,510 (172)
부산웨스턴조선호텔	59	2.3	2,684 (45)	5,096 (86)
노보텔엠버서더부산	53	2.0	1,904 (36)	4,287 (81)
롯데호텔서울	52	2.0	6,268 (121)	24,685 (475)
그랜드힐튼서울	50	1.9	4,558 (91)	25,650 (513)
백범김구기념관	49	1.9	4,236 (86)	20,710 (423)
대전컨벤션센터	48	1.9	5,292 (110)	25,673 (535)
서울무역전시장	43	1.7	3,560 (83)	23,050 (536)
킨텍스	42	1.6	9,773 (233)	78,227 (1863)
서울신라호텔	41	1.6	3,384 (82)	14,784 (361)
제주국제컨벤션센터	35	1.3	18,965 (542)	40,816 (1166)
엑스코	33	1.3	6,872 (208)	31,896 (966)

주 : ()는 개최 건당 참가자 수

자료 : 한국관광공사(2012), MICE산업통계 조사연구. 재편집

■ 대전무역전시관(KOTREX)

- 위치 : 대전 유성구 도룡동 3-8
- 규모 : 부지 2만 9,195㎡, 건축 면적 5,130㎡, 연면적 7,167㎡
- 주요시설 : 전시장 4,200㎡(210부스), 옥외전시장 10,350㎡
- 대전은 MICE 유치를 위한 물리적 공간의 부족과 기존 시설 노후화로 새로운 전시컨벤션 시설의 확충이 필요하며, 국내외 전시컨벤션산업의 융·복합 및 대형화 추세에 따라 경쟁력 있는 대전만의 다목적전시공간의 건립이 요구됨

<표 4-55> 대전무역전시관 시설 현황

구분	면적(㎡)	길이(m)	높이(m)	허가하중(t)
옥내 제 1 전시장	4,200	64.8 X 64.8	15	1.5
옥외 제 2 전시장	3,750	75 X 50	-	5
옥외 제 3 전시장	6,600	1200 X 55	-	5
세미나실	150	12.2 X 12.3	3	-

자료 : 대전무역전시관 홈페이지



□ 준전문 회의시설 및 기타 회의시설

- 대전광역시청, 대덕특구, 코레일 등 회의실을 갖춘 준전문 회의시설들이 증가하고 있음
- 2012년 준·중소규모 회의시설 개최 건수 94건으로 전체 회의 건수 1,135건의 8%를 차지함

<표 4-56> 대전 준 전문 회의시설 현황

시설명	회의실	최대수용인원(명)
대전광역시청	대회의실 외 2실	950명
대덕특구연구개발지원본부	컨퍼런스홀 외 4실	301명
코레일 대전충남본부	인경실 외 6실	325명
코레일 본사	대강당 외 7실	970명
CMB엑스포아트홀	1층, 2층	1,105명
국제지식재산연수원	대강당 외 1실	330명
우송예술회관	1층, 2층, 3층	1,216명
배재대학교 21세기관	스포렉스홀 외 1실	2,500명
하히호둔산호텔	그랜드볼룸 외	1,680명
충남대학교 정심화문화회관	정심화홀 외 2실	2,445명

자료 : 한국관광공사(2012), MICE산업통계 조사연구, 대전 MICE포털 홈페이지 자료 재편집

<표 4-57> 대전 호텔 회의시설 현황(2014년 7월 기준)

구분	시설명	회의실	최대수용인원(명)
특1급	호텔리베라	다이너스티홀 외	2,740명
특2급	유성호텔	스타볼룸 외	2,016명
	호텔인터시티	에메랄드홀 외	1,660명
1급	레전드 호텔	그랜드볼룸 외	1,680명
	ICC 호텔	컨벤션홀 외	1,600명
등급심사중	롯데시티 호텔	크리스탈볼룸 외	400명

자료 : 한국관광공사(2012), MICE산업통계 조사연구, 대전 MICE포털 홈페이지 자료 재편집

○ 대전 MICE산업 개최 현황

□ 국제회의 개최 현황

- 2012년 대전지역에서 개최된 국제회의는 1,135건으로 참가자는 외국인 2,488명, 내국인 240,918명으로 총 24만3,406명이 참가하였으며, 가장 높은 참여율을 보인 회의는 외국인은 정부·공공기관 회의에, 내국인은 기업회의로 나타났음

<표 4-58> 2012년도 대전 주최 기관별 국제회의 개최 현황

(단위 : 명)

구분	건수	외국인참가자수	내국인참가자수	전체참가자수
정부·공공기관 회의	353	816	53,506	54,322
학회·협회 회의	203	608	37,116	37,724
기업회의	419	384	111,164	111,548
기타회의	160	680	39,132	39,812
합계	1,135	2,488	240,918	243,406

자료 : 한국관광공사(2012), MICE산업통계 조사연구 재편집

- 주제별 개최현황은 교육 행사 310건(27.5%), 기업/경영 행사 291건(26%), 과학기술 행사 124건(11%) 순으로 나타났으며, 가장 높은 참여율을 보인 행사는 외국인은 과학기술 행사(1,433명, 60%), 내국인 참가자는 기업경영 행사(72,389명)로 나타났음

<표 4-59> 2012년도 대전 행사 주제별 국제회의 개최 현황 (단위 : 건수, 명)

구분	경제/금융	과학기술	관광/교통	교육	국방/안보	기업/경영	농수산/식품	문화	사회과학	패션/섬유	스포츠/레저
건수	58	124	14	310	23	291	44	40	13	1	12
외국인	50	1,433	20	163	—	182	11	—	72	—	—
내국인	10,125	14,150	2,623	66,627	2,722	72,389	4,962	12,149	2,447	200	1,671
전체	10,175	15,583	2,643	66,790	2,722	72,571	4,973	12,149	2,519	200	1,671
구분	언론	해양/환경	예술/역사	의학	자연과학	정보통신	정치/법률	종교	주택/건설	기타	합계
건수	7	25	1	68	13	17	16	11	14	34	1,135
외국인	20	82	—	306	64	26	42	—	—	17	2,448
내국인	455	2,968	7,000	11,471	2,758	3,024	6,350	7,599	1,434	7,794	240,918
전체	475	3,050	7,000	11,777	2,822	3,050	6,392	7,599	1,434	7,794	243,406

자료 : 한국관광공사(2012), MICE산업통계 조사연구 재편집

- 2012년 대전지역에서 개최된 회의 중 전체 참가자 규모별 개최현황은 250명 미만의 규모로 개최된 행사가 880건으로 가장 많이 개최되었으며, 250명 이상 500명 미만의 행사가 148건, 500명 이상 1,000명 미만의 행사가 63건순으로 높게 나타났음
- 외국인 참가자는 250명 미만의 소규모행사에만 집중되어 있어 외국인 참가자를 늘릴 수 있는 대규모 국제행사의 개최가 요구됨

■ 전시회 개최 현황

- 2012년 대전지역에서 개최된 전시회는 36건으로 참가자는 외국인 1,995명, 내국인 641,679명으로 총 64만3,674명이 참가하였음
- 외국인이 가장 많이 참가한 유형은 학회·협회 관련 전시회로 1,434명이 참가하였고, 내국인이 가장 많이 참가한 유형은 정부·공공기관관련 전시회로 516,281명이 참가하였음

<표 4-60> 2012년도 대전 주최기관별 전시회 개최 현황 (단위 : 건수, 명)

구분	건수	외국인참가자수	내국인참가자수	전체참가자수
정부 공공기관	6	196	516,281	516,477
학회 협회	12	1,434	45,413	46,847
기업	15	0	26,350	26,350
기타	3	365	53,635	54,000
합계	36	1,995	641,679	643,674

자료 : 한국관광공사(2012), MICE산업통계 조사연구.



2) 기본구상

(1) 비전설정

- 비전 : ‘창조MICE 중심도시 대전’
- 추진목표 : 대전 MICE산업의 국제 경쟁력 강화, 고부가가치 대전 MICE산업의 지식서비스 기반구축, 대전 MICE산업의 인프라 및 부대시설 확충

(2) 추진전략

비전	창조 MICE 중심도시 대전		
목표	대전 MICE 산업의 국제경쟁력 강화	고부가가치 대전 MICE산업의 지식서비스기반 구축	대전 MICE산업의 인프라 및 부대시설 확충
과제	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 회의·전시 유치마케팅 활동강화 • MICE산업 본격추진을 통한 대전 브랜드 가치 제고 • 대전 MICE 추진조직 확대 및 강화 • MICE 국내외 조직과 네트워크 구축 및 협력 추진 • 특화된 국제 MICE 개최를 통한 경쟁도시와 차별화 추진 	<ul style="list-style-type: none"> • MICE 유치 및 개최서비스 기반 구축 • 대전 MICE 전문인력 양성 • 회의 및 전시 참가자 편의 제공 서비스 개발 • 대전 글로벌 MICE 포럼 개최 및 운영계획 수립 	<ul style="list-style-type: none"> • 국제전시컨벤션센터 건립을 통한 전시컨벤션기능 확충 • DCC 주변 복합 MICE지구 추진 • 관광프로그램 개발 및 확대 • 숙박 및 음식기반 체계 개선 • DCC주변 교통인프라 개선 • 수변공간 활용 특화거리/국제화존 조성

[그림 4-64] 대전형 MICE산업 비전 및 추진과제

3) 세부사업

(1) 대전 MICE산업의 국제경쟁력 강화

가. MICE 잠재수요 발굴 및 유치역량 강화

- 국제컨벤션연합회(ICCА) 국제회의 데이터베이스 중 유치가능성이 높은 회의 발굴
 - 국제컨벤션연합회(ICCА) DB에 한국이나 아시아지역 미개최 국제회의 중 과학, 기술, 국방, 교육, 행정 등 대전시와 관련성이 높아 유치가능성이 있는 회의를 선정하여 대전·충청권 소재 관련분야 학회·협회와 함께 유치를 추진함

■ 국제 과학기술학술대회 유치 강화

- 대전은 과학기술분야 중·대형 MICE 유치 및 육성을 대전시 역점사업으로 선정하여 과학 분야의 국제회의와 전시회를 집중적으로 유치하기 위한 적극적인 의사표명 및 홍보방법, 주최자와의 네트워킹을 강화해야 함

■ 대덕연구개발특구와 연계한 MICE (재)유치 활동 전개

- 대전광역시 및 대전마케팅공사가 대덕연구개발특구 내의 협회 및 연구소, 다국적 기업 등을 대상으로 파트너십을 맺어 공동으로 국제회의 유치를 추진함
- 파트너십을 맺은 기관들과 네트워크 조직을 구성하고, MICE 지역유치에 대한 교육 및 컨설팅을 제공하여 파트너들 간의 지속적인 협업으로 효과적인 마케팅 활동 추진

■ MICE 유치를 위한 협력 업무

- 대전의 MICE 투자 유치 설명회 및 팸투어(국제기구 담당자 대상) 추진
- 본부 인원 답사 시, 답사지원 및 로비 홍보물과 기념품을 배포함
- 국제기구에 국제회의 유치를 위한 온라인마케팅과 텔레마케팅 실시
- 국제컨벤션산업전 등에 파트너 사들과 공동 참가하여 홍보 및 마케팅 활동 실시
- 행사의 재유치 증대를 위해 유력인사 밀착 마케팅 및 정보 우위 선점 강화

■ 대전 유니크 베뉴(Unique Venue) 발굴 및 활용

- MICE 참가자들의 재방문 결정요인 중 하나인 지역만의 독특한 자원을 활용한 유니크 베뉴(Unique Venue)는 산책로, 휴식 공간 등이 갖추어져 있어 주로 연회장 및 문화공연, 휴식공간으로 활용가능한 장소를 의미함
- 유니크베뉴의 수요는 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있으나 현재 대전에는 200명 이상을 수용할 수 있는 장소가 부족하여 유니크베뉴로 활용 가능한 장소에 대한 발굴과 활용이 요구됨



[그림 4-65] 유니크베뉴 활용사례 : 제주 상그릴라 및 생각하는 정원

- 뿌리공원은 전국 유일의 ‘효’ 테마공원으로 민과 관이 유기적으로 협력하여 구축하고 있으며, 수변무대 및 전망대, 아름다운 자연경관을 갖추고 있어 유니크베뉴로의 활용이 가능함
- 한밭수목원과 남문광장 무빙쉘터, 시립미술관, 예술의 전당을 연결한 둔산 대공원을 활용하여 연회프로그램과 문화공연을 진행함으로써 휴식과 함께 한국문화를 느낄 수 있는 장을 마련할 수 있음



[그림 4-66] 둔산대공원 활용시설

나. MICE를 통한 도시브랜드 가치 제고

▣ 대전의 도시 이미지 개선을 위한 리브랜딩(Re-branding)전략 추진

- 대전의 상징디자인을 하나로 통합할 수 있는 컬러와 체계를 구축하여 타 지역과 차별화된 대전의 도시이미지 구축
- 캐나다 토론토는 토론토 심벌마크를 활용하여 다양한 분야의 캠페인과 웹사이트 등에 아이콘으로 활용하고 있으며 미국 오리건 주는 '브랜드 오리건'을 론칭, 단일브랜드로 통일함으로써 마케팅 효율성 증대, 도시 이미지 통합 및 신뢰도 상승에 기여했음



[그림 4-67] 도시브랜드 체계 사례 : 캐나다 토론토, 미국 오리건 주

- 이와 같이 대전 도시브랜드 슬로건과 공통색채를 활용한 사인물을 대전컨벤션센터와 MICE 참가자의 주요 동선에 설치하여 도시 이미지를 부각시키고 MICE관련 시설(대전컨벤션센터, 대전무역전시관 등), 공공시설물, 대중교통에 적용하여 대전의 정체성을 드러내도록 함

<표 4-61> 대전의 주요 브랜드마케팅 사업

구분	내용
비전	Creative Design MICE City
추진목표	창조 MICE중심도시 대전을 위한 창의적 공공디자인 추진
추진범위	대전컨벤션센터 주변, MICE 참가자 주요관광지, MICE관련시설, 공원 등

자료 : 대전마케팅공사 자료 재편집

■ 새로운 도시캐릭터 창출을 통한 다양한 MICE 활용방안 마련

- 대전의 도시캐릭터는 1993년 대전엑스포와 관련된 것으로 새로운 캐릭터 창출을 통한 대전 이미지 변화와 제고가 요구됨
- 서울시는 2008년 ‘해치’라는 새로운 캐릭터를 제작하여 그에 대한 유래와 소개를 담은 달력, 바탕화면, 주제가, 홍보영상, 스크린세이버 등에 활용하고 있음
- 따라서 대전시의 캐릭터를 MICE 홍보영상, 홍보물, 스마트폰, MICE 통합 포털 웹사이트, 개최되는 MICE행사 등에 활용할 수 있도록 추진해야 함

■ 대전시 공공디자인 활용을 통한 MICE도시 이미지 창출

- 시카고나 일본 등 공공디자인이 다양하게 활용된 도시들은 편리한 시설과 주변 자연환경, 건물들이 조화를 이루어 관광지로 각광받고 있음
- 따라서 현재의 대전 공공디자인 추진방향 외에도 활용도가 높은 다양한 공공디자인에 대한 연구를 통해 MICE 도시브랜드 상승 방안 모색이 요구됨

<표 4-62> 대전 MICE 도시브랜드 마케팅 지원프로그램(안)

구분	지원내용
이벤트사업	MICE행사 개최 시에 대전의 공연단을 활용한 각종 문화공연이벤트 개최 대전 공공디자인 아이디어 공모전 개최
홍보사업	MICE 영상물 제작 및 홍보책자 제작 지원 안내지도 및 MICE KIT 발행 및 홍보
공공사업	MICE 도시마케팅 만족도 및 효과에 대한 조사 실시 MICE 환경개선 캠페인 추진
해외사업	해외와의 MICE 네트워크 구축 MICE 관련분야의 해외 기관, 기업 등의 유치

다. 국내외 네트워크 구축 및 협력 추진

■ 네트워크 구축 현황

- 대전은 MICE 행사 유치를 위해 다음과 같은 마케팅을 추진하고 있으나 향후 국제기구 및 주요 도시들과의 공동 마케팅을 점차 확대시켜야 할 필요성이 대두됨

<표 4-63> 대전 국내외 네트워크 활성화 운영 현황

네트워크 운영	내용
대전·충청 MICE Alliance 운영 활성화	지역 MICE 산업 상생 발전을 위한 협의체 운영
MICE Youth Supporters 육성	지역 대학생 위주로 국제회의 운영, 홍보요원으로 활용·육성
세계과학 컨벤션 Alliance 운영	과학·컨벤션 관련 글로벌 협의체 구성·운영을 통하여 특화분야에 대한 국제행사 정보교류 및 협력 사업 추진



□ MICE 국제기구 및 협회 가입 및 네트워크 구축

- 싱가포르는 MICE산업의 국제협력 및 해외진출을 위해 해외 주요도시와의 교류와 협력 관계를 강화하고 있으며, 베스트시티(best cities) 글로벌 Alliance를 통해 정보 공유뿐만 아니라 최고의 MICE 개최 및 지원 서비스를 제공하고 있음
- 대전·충청의 MICE 네트워크 구축 및 강화를 위해서는 MICE 산업과 관련된 국제기구 및 협회 가입을 통해 국제적인 네트워크 구축 및 마케팅 시너지 발휘가 요구됨
- 대전·충청지역의 MICE산업의 경쟁력을 강화를 위해 국제기구와 협회 가입을 통한 관련 정보 공유, 공동마케팅 및 리서치 등의 공동 마케팅 전략 모색

<표 4-64> MICE산업 관련 단체 및 기관현황

구분	기관명
해외 국제전시 협회 및 기관	AFIDA(Asociacion de Ferias Internacionales de America) AFECA(Asian Federation of Exhibition & Convention Associations) AUIEC(Arab Union for International Exhibitions & Conferences) CENTREX(International Exhibitions Statistics Union) EASE(Exhibition Association of South-East Europe) Fairlink AB : Covering Scandinavia IAEE(International Association of Exhibitions and Events) IELA(International Exhibition Logistics Associates) IFES(International Federation of Exhibition Services) InterEXPO(Association of Organisers of National Group Participations in International Trade Fairs Exhibitions) RUEF(Russian Union of Exhibitions and Fairs) UFI(The Global Association of the Exhibition Industry) WFA(Western Fair Association)
해외 MICE관련 협회 및 기관	DMAI (Destination Marketing Association International) APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation) APECC (Asia-Pacific Exhibition & Convention Council) CEIR (Center for Exhibition Industry Research) ESCA (Exposition Services&Contractors Association) ICCA (International Congress and Convention Association) MPI (Meeting Professionals International) PATA (Pacific Asia Travel Association) PCMA (Professional Convention Management Association) WTCA (World Trade Centers Association)
해외 정부 관련 기관	China Council for the Promotion of International Trade(CCPIT) Hong Kong Tourism Board Hong Kong Trade Development Council(HKTDCC) Las Vegas Convention and Visitors Authority(LVCVA) Singapore Exhibition & Convention Bureau IE(International Enterprise) Singapore Taiwan External Trade Development Council(TAITRA) Thailand Convention & Exhibition Bureau(TCEB)

자료 : 한국 MICE협회, 한국전시산업진흥회 홈페이지 자료 재편집

■ 대전광역시 자매결연 도시와의 협력체계 구축

- 대전시 자매결연 도시와의 국제 MICE행사의 공동 참가 및 홍보, 해외 공동 로드쇼 기획 및 공동 홍보 등 통합 공동 홍보계획 수립
- 글로벌 MICE 전문인력 확보를 위해 자매결연 도시와의 MICE 인력 교류를 통한 글로벌 MICE학습의 기회 제공
- 자매도시와의 협력 운영으로 MICE아카데미 교육프로그램 공동 개발 및 MICE산업 관련 우수 인재 양성 등을 통해 지역 고용안정 및 도시 경쟁력 강화 도모

■ 대전·충부권 MICE 세미나 및 워크숍 개최를 통한 네트워크 강화

- MICE산업 종사자 및 대전지역 특화 산업(과학, IT, 국방산업 등)의 영향력 있는 대표 및 전문가들의 의견을 수렴하여 대전 특화MICE 육성, 대전MICE 발전방향 등에 관한 중점적인 논의를 통해 대전지역의 국제회의 및 전시회의 발전 방안 제시

■ 대전·충청 MICE 네트워크 관련 회원사 확보 및 공동마케팅 추진

- 대전·충청 MICE 네트워크 관련 사업들은 규모가 작아 충분한 회원사 확보에 어려움을 겪고 있어 중장기적으로 그들간의 네트워크 강화 및 공동마케팅 추진이 요구됨
- 서울특별시는 지속적인 회원사 유입으로 지역 간 유관협력인 MICE Alliance를 통해 해외 MICE박람회 공동참가, 국제기구 현장답사 지원 등 공동마케팅을 추진하고 있음
- 따라서 대전시는 MICE Alliance의 강화를 통한 MICE행사 공동 유치 및 국내외 MICE 박람회 공동참가, 상생을 위한 업무협약 체결, 공동마케팅 전략 개발 등을 적극적으로 모색해야 함

(2) 고부가가치 대전 MICE산업의 지식서비스 기반 구축

가. 대전 MICE 전문인력 양성

■ 산·학·관 협력체제 구축을 통한 인력 양성

- 대전의 MICE Alliance에 속한 컨벤션, 전시, 호텔, 쇼핑, 관광 등의 업체들의 전문 강사들을 MICE전문가로 양성하기 위한 교육을 받을 수 있는 교육 과정 제공
- 2010 대전 MICE DAY에 MICE Supporters와 아카데미 수료생이 참여하는 '대전 MICE 아이디어 챌린지'를 개최하여 산·학·연 관계자들과의 소통 기회를 마련함

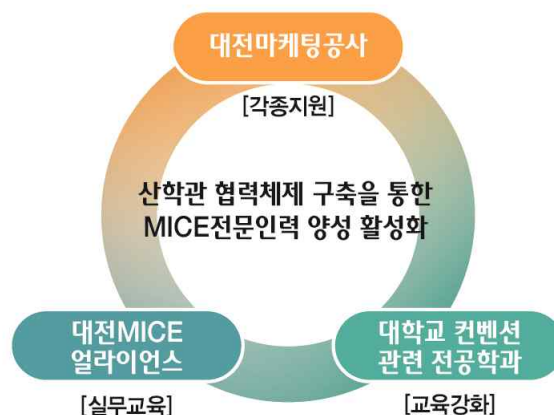


<표 4-65> 대전 MICE아카데미 교육내용

구분	내용		
교육내용	<ul style="list-style-type: none">- 지역 MICE관련 전문인력 양성 교육- 기본 및 심화과정 이론교육, 인턴십- 컨벤션, 전시, 관광, 호텔의 맞춤형 커리큘럼 구성 실무능력 향상- MICE Alliance 기반으로 수강생 모집, 채용시 관련업체 참여- 대전·충청 MICE Alliance 및 MICE 네트워크 협력사 중점 활용		
교육대상	<ul style="list-style-type: none">- 대학 졸업자로 현재 미취업 상태인 자- 컨벤션·호텔·관광·어문계열 전공자로 현재 미취업 상태인 졸업 예정자- 관련 분야 취업 희망자- 현 MICE관련 산업 종사자(청강가능)		
교육기간	MICE 기본과정	25~30일	※ 전 과정 수강 시 수료인정
	MICE 전문가 양성과정	6~7일	
모집인원	- 45명		
교육장소	- DCC(대전컨벤션센터) 내 회의실		
수 강 료	- 전액 국비지원		
교육시간	<ul style="list-style-type: none">- 15:00~18:00 예정 : MICE기본과정 : 매주 화, 수, 목(7. 9~7.30)MICE전문가양성과정 : 매주 화, 수, 목 (7.31~8.6)- 수강생 MICE경진대회 및 MICE포럼- 오리엔테이션, 수료식, 공개채용회 2개월간의 인턴십 기회 제공 (인턴십 지원비 제공)		

□ MICE 관련 교육 프로그램 활성화

- MICE 전문인력 양성을 위해 산업계와 학계의 상생관계를 정립하도록 함
- 대전마케팅공사는 전문인력 양성교육을, 대전 MICE Alliance는 실전교육을, 대학교는 교육지원을 담당하여 대전의 MICE 전문인력 양성에 힘써야 함



[그림 4-68] 대전산학관 협력체제 관계도

▣ MICE 전문인력 일자리 창출 지원

- 컨벤션기획사 자격증 소지자에게 각종 행사 참여에 대한 인센티브를 제공하여 전문 인력에 대한 수요와 전문성을 제고하는 방안이 요구됨
- 재교육 프로그램 및 채용연계로 업계 전문성 제고 및 고용 창출 기회 제공
- 컨벤션 분야의 전문가 외 MICE산업의 다양한 전문가 양성으로 대전 소재 업체 및 기획사의 유치 경쟁력 향상
 - ① 온라인 채용사이트 및 MICE 인재풀 DB 구축
 - ② 업계와 교육기관과의 정보 교류
 - ③ 산학연계 프로그램 도입과 고용창출의 프로세스 구축
- 국가는 MICE 관련 창업을 지원하고 진입장벽을 최소화할 수 있는 방안 마련
- 글로벌 MICE리더 양성을 통한 국내 인력의 국제기구 진출 유도

<표 4-66> MICE 인력공급의 프로세스화(안)

구분	MICE전문교육이수	MICE실무교육이수	MICE 인재채용
운영내용	MICE아카데미, 학교연계프로그램 등의 MICE전문교육을 이수	MICESupporters, 행사진행요원 산학연계프로그램 참여	MICE교육프로그램 우수이수자를 대상으로 채용기회 제공
운영기관	대전마케팅공사, 대학교	대전마케팅공사 및 행사주최자	MICE관련업체 (MICE Alliance)

나. MICE 참가자 편의제공서비스 개발

▣ 대전 MICE 참가자를 위한 편의제공서비스 개발

- 현재 대전시는 대전에서 개최되는 각종 국제 행사의 내외국인 참가자들에게 대전의 각종 정보를 제공하는 MICE 원스탑(One-Stop) 서비스를 운영하고 있음
- 대전지역 MICE 개최지 정보, 숙박 및 관광, 지역행사 및 축제정보 등 국제회의 관련 정보를 통합하여 구축하고 제공함으로써 보다 효과적인MICE 운영 및 서비스 제공수준의 향상을 도모해야 함 (기존 업데이트 및 E-가이드 콘텐츠 보완 필요)
- 해외 MICE 주최자들에게 제공하는 서비스의 범위를 확대하여 MICE 개최지로서의 대전 이미지를 제고할 수 있는 방안 마련

▣ 대전 MICE 통합 정보 시스템 개선 방안

- 대전 MICE 포털 홈페이지 운영시스템 개선을 위해 홈페이지 담당인력 확보 및 정기적인 평가를 통한 시스템 운영 개선
- MICE 공급자와 수요자의 쌍방향 정보교환 시스템 구축으로 정보·통계 DB시스템과 연계 시행, MICE 포털 및 소셜미디어 활용



<표 4-67> 해외 SNS를 통한 정보제공 사례

국가	제공자	세부내용
싱가포르	Your Singapore	MICE행사 개최를 위한 최적의 도시, 행사주최자를 비롯한 참가자 모두가 만족하고 선호하는 개최지 싱가포르는 웹사이트 재구축을 통해 쌍방향 정보기반체계를 강화하였음 실제 싱가포르를 체험하는 모습과 이미지, 인터뷰 등의 영상을 홈페이지를 통해 공개함
뉴욕	NYC&Company	트위터 및 페이스북 페이지를 통한 새로운 정보를 신속하게 제공하고 MICE 참가자 등 이용자와의 실시간 커뮤니케이션 활성화
독일	Cebit	독일 세빗 전시회의 참가업체, 참관객 관광정보 제공서비스 참가자의 분류를 나누어 각각에 맞는 다른 페이지를 제공함 참관객용, 기자단용, 일반참관객용으로 나누어 정보를 제공함

자료 : 경기도(2012). MICE산업 육성방안 재편집

■ 참가자 안내서비스 강화

- 대전시 MICE 방문객을 위한 지역 체험의 질적 수준을 향상시키고 보다 원활한 정보 제공을 위해 MICE 참가자 지원센터를 운영해야 함
- 컨벤션 운영에 필요한 통역서비스를 각 파트에 맞는 맞춤형으로 제공하여 외국인들의 불편함 개선(크게 회의 및 컨벤션, 교통·수송, 관광으로 구분)

다. 연계 관광프로그램 개발 확대 등

■ MICE 참가자의 동반자 대상 자연관광프로그램 개발

- 대부분의 동반자 프로그램은 역사, 문화, 생태, 예술 등의 주제별 프로그램으로 운영되었으나 동반자 구성형태, 성별, 연령, 직업군 등의 유형을 고려하여 동반자 유형별 투어 프로그램을 개발
- 특히 한밭수목원, 대청호 자연생태관, 만인산 자연휴양림, 계족산황톳길, 대전 사이언스길은 MICE에 참가자들의 동반자 프로그램을 구성할 자연관광자원으로 활용됨

■ 대전의 문화관광자원 연계 프로그램의 활성화

- 현재 대전은 MICE 특화 문화관광상품을 운영하고 있으며 그 중외국인 MICE 참가자의 가족을 위한 K-아카데미, 문화와 MICE행사 연계프로그램, 재래시장 투어프로그램 등이 제공되고 있음
- 향후에는 외국인 MICE 참가 동반자를 위한 한류관련 문화 관광자원 개발이 필요함

<표 4-68> 대전 MICE 특화 문화 관광상품 운영내용

프로그램명	구분	주요내용
K-아카데미	상품개요	해외 바이어 및 참가자 가족 대상으로 MICE연계 즐길 거리 제공
	운영내용	참가자 자녀들을 위한 전통놀이 교실, K-POP 교실 운영 참가자 부인들을 위한 한국음식, 의복체험, 공예교실 운영
	기대효과	특정 단일행사 참가개념에서 온 가족이 즐길 수 있는 MICE여행 개념을 부여함으로써 참가자 만족도 극대화

프로그램명	구분	주요내용
MICE행사연계 프로그램	상품개요	MICE행사 해외 참가자에게 인근의 다양한 문화관광 프로그램 소개
	운영내용	DCC, 대전무역전시관, 한밭수목원, 예술의 전당, 무빙쉘터, 시립미술관, 이응노미술관, 만년동 상권과 연계한 문화/예술/관광 체험유도
	기대효과	사장 인근의 문화예술 콘텐츠 제공을 통한 MICE 참가자 만족도 증대 및 대전문화관광 활성화 기여
재래시장투어	상품개요	중앙시장 투어를 통한 전통 문화관광 활성화 추진
	운영내용	MICE국제회의의 참가를 대상으로 전통시장 전용상품권을 증정하여 상품 구입 유도 및 대전의 맛과 전통 체험기회 제공
	기대효과	대전의 전통시장 상권 활성화 기대

■ 대전시 축제와 연계한 프로그램 활성화

- 현재 대전은 총 18개의 축제를 개최하고 있으며 주로 10월에 많은 축제가 집중되어 있어 계절적 수요를 충족시킬 수 있는 축제문화 발굴이 필요함
- 유치 및 개최가 확정된 MICE행사와 축제의 연계를 통해 축제문화와 MICE산업을 활성화시켜 시너지효과를 극대화함
- 예를 들어 2015년 10월 20일 개최될 예정인 ‘2015 OECD 과학기술장관회의’의 참가자 및 동반자를 위해 개최 시기가 맞는 축제(우암문화제, 대전 오색 빛 축제 등)와의 연계프로그램을 제공할 수 있음

■ 지역특화산업 연계관광 개발 및 활성화

- 과학도시 대전의 특성과 연계하여 과학·기술 산업, 벤처산업, 로봇산업, 의료산업, 국방산업을 특화산업으로 지정함
- 대덕연구특구의 지리적 이점을 활용하여 특구 입주 기업·정부출연 연구기관·교육기관과의 연계를 통한 산업시찰프로그램(Technical Tour) 개발 및 운영
- 연구개발특구 및 관련 기관을 활용한 과학 문화행사 프로그램 강화



[그림 4-69] 대전 메디컬 스트리트 조성도



(3) 대전 MICE 인프라 및 부대시설 확충

가. 전시컨벤션시설 확충

■ 국제전시컨벤션센터 건립을 통한 전시컨벤션기능 확충

- 2,520㎡의 대전컨벤션센터 전시공간 4,200㎡의 무역전시관 모두 중·대형 규모의 지역 특화산업 관련 MICE의 유치와 개최에 공간의 협소함이 문제가 되고 있음
- 중부권 지역의 국제과학비즈니스벨트, 오송첨단의료복합단지, 대덕연구개발특구, 대덕테크노밸리 등의 산업 관련 MICE행사의 수요가 지속적으로 늘어날 전망이기 때문에 이를 충당할 인프라 확보가 시급함

— < 국제전시컨벤션센터 건축 개요 > —

- 부지면적: 29,195㎡, 건축면적: 18,750㎡, 연면적: 83,000㎡
- 공사비: 1,830억원
- 전시장/다목적 홀: 7,500㎡/5,000㎡
- 업무 및 편의시설: 13,400㎡, 공용시설: 14,100㎡, 주차장: 43,000㎡(1,150대)

- 국제전시컨벤션센터는 과학도시 대전의 특성과 연계한 신규전시회 발굴, 지역산업 및 기관 연계 전시회 유치, 전시회와 연계된 국제회의 적극 유치, 전문 전시회 지속 유치 추진, 엔터테인먼트의 역할 등으로 활용될 것으로 예측됨



[그림 4-70] 대전전시컨벤션센터 건립계획

나. MICE복합지구/특화거리 추진

■ DCC주변의 복합MICE 지구

- 대전컨벤션벨트는 대전컨벤션센터를 중심으로 도보 10분 내에 위치한 과학기술, 문화, 녹지 공간 등 9개의 시설들로 구성됨
- 대전컨벤션센터, 대전무역전시관, 국립중앙과학관, 한밭수목원, 천연기념물센터, 남문광장 무빙쉘터, 이응노미술관, 대전시립미술관, 대전문화예술의전당
- 대전 컨벤션 콤플렉스는 대전컨벤션센터 인근의 숙박 및 문화를 연계한 복합 인프라를 구축하기 위해 추진된 사업으로 호텔 ICC(2013년 4월 오픈), 대전 롯데 시티호텔(2014년 3월 오픈), 골프 복합 문화센터(2014년 10월 완공예정) 등이 사업대상으로 포함되어 있음

<표 4-69> 컨벤션 콤플렉스 호텔 현황

명칭	객실 수	연회장	부대시설
ICC 호텔	100실	3,360m ²	웨딩홀, 비즈니스센터, 여행사 등
롯데시티 호텔	312실	2,529m ²	피트니스센터, 비즈니스센터 등

자료 : 각 호텔 홈페이지 자료 재편집

■ 대덕연구개발특구 및 엑스포과학공원특구 개발계획

- 대전 엑스포과학공원 일원을 연구개발특구 및 과학비즈니스벨트 거점지구로 조성하고자 총 9,627억원의 예산이 투입되며 총 59만2,494m²의 규모에 5개의 존(Zone)으로 개발이 추진되고 있음

<표 4-70> 대덕연구개발특구 엑스포과학공원 공간조성

구분	조성내용
엑스포기념존	한빛탑과 한빛 광장을 중심으로 우성이산과 한밭 수목원으로 연계되는 남북 녹지축과 보행동 선축을 유지하는 엑스포의 상징과 기념을 위한 공간 조성
첨단영상산업존	기존시설인 영상특수효과타운 및 영상문화센터와 새롭게 도입되는 HD 드라마타운, 액션영상센터 등과의 연계성을 고려하여 디지털 영상시설의 활성화와 드라마나 영화촬영의 원스탑 체제를 구축하는 첨단영상제작기술의 영상테마파크를 조성
국제전시컨벤션존	기존 DCC의 기능을 강화하는 차원에서 국제과학비즈니스 벨트 조성, 세종시 입지, 다양한 국제회의 등에 대응하기 위한 국제적 MICE 산업의 거점 형성을 위한 다목적 전시관을 조성
첨단과학산업존	국제과학비즈니스벨트 거점지구 조성계획에 따른 기본 연구시설과 부대시설 및 커뮤니티 시설 등을 배치하여 DCC와 연계하여 창조경제 전진기지 조성의 토대가 될 수 있는 국제적인 과학비즈니스 거점지구 공간 조성
창조경제복합구역	독자적인 첨단영상산업구역, 첨단과학산업구역, 전시컨벤션구역, 엑스포기념구역의 독립성과 상호융합을 지원하는 시설, 엑스포과학공원의 지속성을 위해 요구되는 수익성 확보와 MICE 참가자 편의를 지원하는 첨단과학기술과 영상미디어기술이 접목된 다양한 문화수익시설 도입

자료 : 대전광역시(2013). 엑스포 재창조 마스터 플랜 SO2 개발계획 재편집



[그림 4-71] 대덕연구개발특구 엑스포과학공원 특구개발계획 공간이용계획

■ DCC와 연계한 대전 복합MICE지구 조성

- 현재 시설의 노후화로 인해 활용도가 낮아진 엑스포과학공원을 최신 시설로 변경하고 콘텐츠를 도입하여 대전의 성장과 활성화의 동력으로 활용함
- 과학과 문화를 결합한 주제로 첨단 과학기술 기반시설과 영상문화산업을 접목하여 대전의 특화된 도시이미지 창출에 기여함
- ‘첨단 과학산업과 영상산업이 접목된 미래를 선도하는 품격 있는 첨단과학문화테마파크(The Advanced Science-Culture World)’로 엑스포과학공원 재창조 비전을 설정함

<표 4-71> 기존 엑스포과학공원의 존치시설 선정

엑스포관리방안(2008)		엑스포재창조 기본구상(2008)		엑스포재창조(2012)
필수 존치	누리관(유학생기숙사) 대전교통문화센터 대전영상특수효과타운 첨단과학관 자기부상열차	필수 존치	누리관(유학생기숙사) 대전교통문화센터	누리관(유학생기숙사) 대전교통문화센터 영상특수효과타운 첨단과학관 ▶ 한빛탑 및 광장 엑스포기념관
	최소 존치 시설		기존 시설 활용	
	동영상관 시뮬레이션관 지구관(IMAX)		동영상관 시뮬레이션관 소재관	

자료 : 대전광역시(2013). 엑스포 재창조 마스터 플랜 SO2 개발계획 재편집

- 창조경제 생태계 구축을 위해 대덕특구와 과학벨트가 연계된 창조경제 클러스터를 조성하여 핵심 전초기지로 역할함
- 국제과학비즈니스벨트 거점지구로서 기초과학연구원(IBS)을 세계적 수준의 기초과학 및 첨단 비즈니스 허브로 육성하기 위해 DCC와 연계한 국제적인 과학비즈니스국가 성장거점으로 조성
- 세계 시장에서 경쟁력을 갖춘 콘텐츠 제작을 위해 HD 드라마타운을 조성하여 대형스튜디오 위주의 집적화된 영상제작단지를 조성함



[그림 4-72] 기초과학연구원 및 HD드라마타운 조감도(안)

(4) 대전 글로벌 MICE 행사 육성

가. 대전 글로벌 MICE 포럼 개최

- 대전·중부권의 MICE발전을 위한 MICE 포럼을 MICE관련 업계, 학계, 대전마케팅공사 등 MICE관련 산·학·관이 모두 참여하여 기존 연2회(6월, 9월)에서 연1회 2일 간의 운영하여 예산의 집중투입 및 참여의 효율성을 제고하는 방안

<표 4-72> 대전 MICE 포럼 행사개요(안)

구분	세부내용
일시	매년 9월 중 2일간 (연 1회)
장소	대전컨벤션센터
주최	대전광역시, 대전마케팅공사
주관	대전마케팅공사
후원	문화체육관광부, 한국MICE협회, 한국PCO협회, 한남대학교
대상	한국MICE협회, 한국PCO협회 회원사 임직원 MICE네트워크 및 MICE Alliance 관계자 및 전문가 대전소재 서비스업 관련 협회 관계자 관련대학 교수 및 학생 대전MICE아카데미 수강생, Youth Supporters 등 500여 명

- 대전 MICE의 이미지 제고를 위해 사전의 철저한 계획과 준비가 요구되며 특히, 참가자 대부분이 일반 참가자가 아닌 전문가와 주요 인사들이므로 의전 및 수송서비스에 대한 특별한 주의 및 교육이 선행되어야 함

<표 4-73> 대전 MICE 포럼 주요업무(안)

사전준비	실행	현장준비
<ul style="list-style-type: none"> 회의계획수립 소요예산편성 회의장 결정 주요업무분장 및 세부계획 수립 참가자 숙박 호텔 선정 사무국 구성 및 인원배치 연사초청 주요프로그램 기획 	<ul style="list-style-type: none"> 발표자료 및 CV접수 등록, 숙박, 수송 접수/관리 프로그램별 세부 계획 및 준비 (시나리오 작성) 행사별 협력업체 선정 시설 장치, 공연 기획, 동시통역 인쇄물 및 기타 사인물 제작체 장비 임대 업체 식사 메뉴 선정 	<ul style="list-style-type: none"> 회의장 점검 및 배치 계획 확정 물품, 인쇄물, 발표자료집 제작 현장 등록 계획, 시나리오 확정 현장 진행 요원 확보 및 교육 보도자료 배포 사무국 운영, 회의장 세팅 점검 최종 리허설 및 프로그램 진행 참가자 감사 편지 발송 재무 결산, 결과보고서 작성

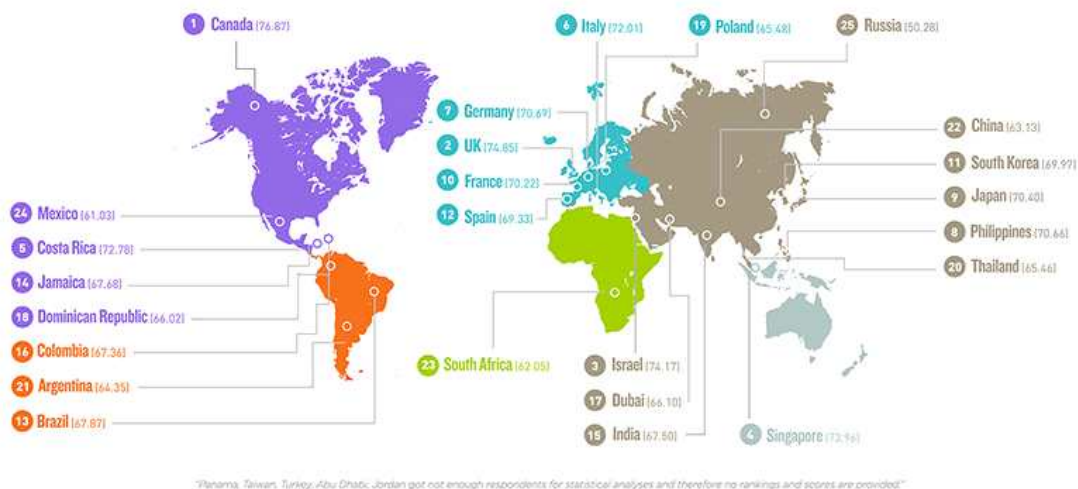


3. 의료관광 활성화

1) 현황분석

(1) 해외 의료관광 현황

- 의료관광은 의료서비스에서 휴양과 관광으로 이어지는 융합관광산업으로 자국의 의료체계에 만족하지 못하는 사람들이 빠르고 탁월한 의료서비스를 제공하는 국가로 이동하여 치료를 받으며 관광을 즐기는 것을 의미함
- 의료관광객은 일반 관광객보다 체류기간이 길고, 소비지출이 높아 의료관광산업은 고용 및 소득창출 등 경제효과가 큰 차세대 성장동력산업으로서 시장 선점을 위한 국가 간 경쟁이 치열해지고 있음
- 세계 의료관광객 수는 2009년 약 240만 명에서 2013년 약 690만 명을 기록하면서 연평균 30%로 빠르게 성장하고 있으며, 2018년 글로벌 의료관광객 수는 약 1,000만 명에 이를 것으로 전망됨¹³⁾
- 2014년 의료관광지수(Medical Tourism Index: MTI) 국가별 순위를 살펴보면 싱가포르, 필리핀, 일본 등 아시아 3개국이 10위권에 포함되었으며 한국은 12위를 차지하였음



[그림 4-73] 2014 의료관광지수(Medical Tourism Index: MTI) 국가순위 TOP 25

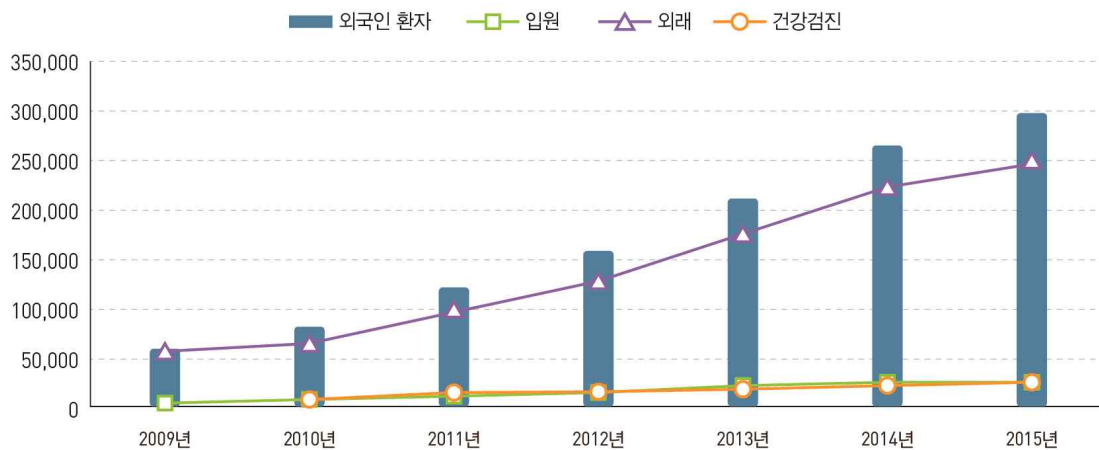
자료 : Medical Tourism Index, <http://www.medicaltourismindex.com/>

13) Timetiric, Market Insights Medical Tourism, 2014

(2) 국내 의료관광 현황

가. 외국인 환자 유치현황

- 보건산업진흥원에 따르면 2015년 한국을 찾은 외국인 환자 수는 296,889명으로 2009년 60,201명이래 연평균 30.5%의 증가율을 나타내고 있음
- 외국인 환자의 증가 원인으로는 한류와 한국의료에 대한 이미지제고, 중국과 러시아 환자 급증, 중동, 중앙아시아 등 한국의료 세계화를 위한 정부간 협력(G2G)강화, ODA개발도상국 의료지원 사업 강화, 외국인환자유치사업제도 개선을 통한 외국인 환자 편의성 증대 등을 들 수 있음



[그림 4-74] 2009~2015 외국인 환자 유치 현황

자료 : 한국보건산업진흥원(2015), 2015년 외국인환자 유치실적 조사결과,

<표 4-74> 2009~2015 외국인 환자 유치 현황

(단위 : 명, %)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	연평균 증가율
입원	3,915	7,987	11,945	14,809	20,137	23,855	24,489	35.7
외래	56,286	63,891	95,810	128,711	172,702	221,672	247,330	31.1
건강검진		9,911	14,542	15,944	18,379	20,974	25,070	
계	60,201	81,789	122,297	159,464	211,218	266,501	296,889	30.5

자료 : 한국보건산업진흥원(2016), 2015년 외국인환자 유치실적 조사결과,

※ '09년은 외래와 건강검진 구분 없이 조사되었으며, 연평균 증가율은 '10~'15년(6년간)에 해당됨



- 2015년 기준 한국의료를 이용한 외국인 환자의 국적은 총 188개국이며, 전체 외국인 환자 중 가장 많은 비중을 차지한 국가는 2014년도에 이어 2015년도에도 중국이 차지함
- 이 외에도 카자흐스탄, 우즈베키스탄, 몽골 등 G2G 협력을 지속적으로 하고 있는 국가를 중심으로 증가세를 보이고 있으며, 정부간 환자송출 협약의 성과로 아랍에미리트 환자는 2014년에 128.8% 증가한 2,633명을 유치하였으며, 2015년에도 2,946명의 증가한 수치를 보임

<표 4-75> 2009~2015 주요 국적별 외국인 환자 유치 현황

(단위 : 명, %)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	전년대비 증가율
중국	4,725 (7.8%)	12,789 (15.6%)	19,222 (15.7%)	32,503 (20.4%)	56,075 (26.5%)	79,481 (29.8%)	99,059 (33.4)	24.6
미국	13,976 (23.2%)	21,338 (26.1%)	27,529 (22.5%)	30,582 (19.2%)	32,750 (15.5%)	35,491 (13.3%)	40,986 (13.8)	15.5
러시아	1,758 (2.9%)	5,098 (6.2%)	9,651 (7.9%)	16,438 (10.3%)	24,026 (11.4%)	31,829 (11.9%)	20,856 (7.0)	△34.5
일본	12,997 (21.6%)	11,035 (13.5%)	22,491 (18.4%)	19,744 (12.4%)	16,849 (8.0%)	14,336 (5.4%)	18,884 (6.4)	31.7
몽골	850 (1.4%)	1,860 (2.3%)	3,266 (2.7%)	8,407 (5.3%)	12,034 (5.7%)	12,803 (4.8%)	12,567 (4.2)	56.5
카자흐	128 (0.2%)	346 (0.4%)	732 (0.6%)	1,633 (1.0%)	2,890 (1.4%)	8,029 (3.0%)	12,522 (4.2)	△2.2
베트남	327 (0.5%)	921 (1.1%)	1,336 (1.1%)	2,231 (1.4%)	2,988 (1.4%)	3,728 (1.4%)	5,316 (1.8)	42.6
캐나다	984 (1.6%)	1714 (2.1%)	2051 (1.7%)	2756 (1.7%)	2770 (1.3%)	2,941 (1.1%)	3,206 (1.1)	8.9
UAE	17 (0%)	54 (0.1%)	158 (0.1%)	342 (0.2%)	1,151 (0.5%)	2,633 (1.0%)	2,946 (1.0)	11.9
필리핀	356 (0.6%)	957 (1.2%)	1,178 (1.0%)	1,787 (1.1%)	1,848 (0.9%)	2,032 (0.8%)	2,634 (0.9)	38.3
우즈베키스탄	113 (0.2%)	298 (0.4%)	491 (0.4%)	824 (0.5%)	1,358 (0.6%)	1,904 (0.7%)	2,410 (0.8)	19.1

자료 : 한국보건산업진흥원(2016), 2015년 외국인환자 유치실적 조사결과,

나. 진료수입 현황

- 외국인 환자를 통한 진료수입은 총 5,569억원, 1인당 평균진료비는 208만원으로 조사되었으며, 진료수입은 연평균 59.1% 증가세를 보이고 있음

<표 4-76> 2009~2015 외국인 환자 진료수입 현황

구분	총 진료수입(단위 : 억 원)				1인당 평균진료비(단위 : 만원)			
	입원	외래	건강검진	전체	입원	외래	건강검진	전체
2009년	256	291		547	656	54		94
2010년	520	432	81	1,032	666	70	87	131
2011년	756	950	103	1,809	662	100	71	149
2012년	1,347	1,180	145	2,673	910	92	91	168
2013년	1,859	1,834	241	3,934	923	106	131	186
2014년	2,372	3,007	188	5,569	994	135	89	208
2015년	3,148	3,273	272	6,694	1,286	132	109	225

자료 : 한국보건산업진흥원(2016), 2015년 외국인환자 유치실적 조사결과,

- 국적별 진료수입 규모는 중국인 환자가 지출한 총 진료비가 2,171억 원으로 전체 진료수입의 32.4%를 차지하여 1위를 기록하였으며, 그 다음으로 러시아가 792억 원으로 2위를 차지하였음

다. 지역별 현황

- 외국인 환자를 가장 많이 유치한 지역은 서울로 2015년 기준 16만 5,689명을 유치하여 55.8%를 차지하였으며, 그 다음으로 경기도 19.1%(5만 6,603명), 인천 5.4%(1만 6,153명), 부산 4.4%(1만 3,028명), 대구 4.4%(9,871명) 순으로 집계되었음
- 전라도, 광주, 경기도, 대구 등은 전년 대비 대폭 증가한 반면, 경상북도, 강원도, 제주지역은 전년대비 감소하였음



<표 4-77> 2009~2015 지역별 외국인 환자 유치현황

(단위 : 명, %)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	전년대비 증가율
서울 특별시	36,896 (61.3%)	50,490 (61.7%)	77,858 (63.7%)	99,422 (62.3%)	133,428 (63.2%)	154,816 (58.1%)	165,689 (55.8)	7.0
경기도	11,563 (19.2%)	10,913 (13.3%)	17,092 (14.0%)	19,347 (12.1%)	25,673 (12.2%)	39,990 (15.0%)	56,603 (19.1)	41.5
인천 광역시	4,400 (7.3%)	2,898 (3.5%)	4,004 (3.3%)	6,370 (4.0%)	10,432 (4.9%)	17,701 (6.6%)	16,153 (5.4)	△8.7
부산 광역시	2,419 (4.0%)	4,106 (5.0%)	6,704 (5.5%)	9,177 (5.8%)	11,022 (5.2%)	13,717 (5.1%)	13,028 (4.4)	△5.0
대구 광역시	2,816 (4.7%)	4,493 (5.5%)	5,494 (4.5%)	7,117 (4.5%)	7,298 (3.5%)	9,871 (3.7%)	12,988 (4.4)	31.6
대전 광역시	169 (0.3%)	1,693 (2.1%)	1,963 (1.6%)	5,371 (3.4%)	5,476 (2.6%)	7,047 (2.7%)	8,096 (2.7)	14.9
제주특별 자치도	223 (0.4%)	720 (0.9%)	740 (0.6%)	1,752 (1.1%)	2,952 (1.4%)	5,236 (2.0%)	4,552 (1.5)	△13.1
경상북도	126 (0.2%)	407 (0.5%)	517 (0.4%)	1,066 (0.7%)	1,561 (0.7%)	3,403 (1.3%)	3,935 (1.3)	51.9
충청남도	5 (0%)	997 (1.2%)	1,367 (1.1%)	1,715 (1.1%)	2,936 (1.4%)	2,965 (1.1%)	3,552 (1.2)	19.8
전라북도	695 (1.2%)	1,909 (2.3%)	2,104 (1.7%)	2,194 (1.4%)	2,228 (1.1%)	2,590 (1.0%)	2,744 (0.9)	48.3
강원도	279 (0.5%)	567 (0.7%)	1,349 (1.1%)	1,498 (0.9%)	2,925 (1.4%)	2,523 (0.9%)	2,714 (0.9)	16.3
충청북도	95 (0.2%)	303 (0.4%)	386 (0.3%)	491 (0.3%)	813 (0.4%)	2,333 (0.9%)	2,267 (0.8)	△33.4
광주 광역시	274 (0.5%)	989 (1.2%)	1,118 (0.9%)	1,648 (1.0%)	1,900 (0.9%)	1,850 (0.7%)	1,699 (0.6)	△32.7
울산 광역시	43 (0.1%)	614 (0.8%)	782 (0.6%)	925 (0.6%)	1,086 (0.5%)	1,116 (0.4%)	1,180 (0.4)	22.3
경상남도	122 (0.2%)	354 (0.4%)	556 (0.5%)	646 (0.4%)	749 (0.4%)	965 (0.4%)	1,087 (0.4)	△2.6
전라남도	76 (0.1%)	336 (0.4%)	263 (0.2%)	725 (0.5%)	739 (0.4%)	378 (0.1%)	602 (0.2)	59.3
계	60,201 (100%)	81,789 (100%)	122,297 (100%)	159,464 (100%)	211,218 (100%)	266,501 (100%)	296,889 (100)	11.4

료 : 한국보건산업진흥원(2016), 2015년 외국인환자 유치실적 조사결과,

라. 국제경쟁력 분석

- 2013년 산업연구원(KIET)에서 OECD 34개국을 대상으로 의료관광산업 경쟁력을 분석한 결과, 우리나라의 의료관광 종합경쟁력지수는 OECD 평균(0.000)을 약간 웃도는 0.0005로 19위를 기록하였음

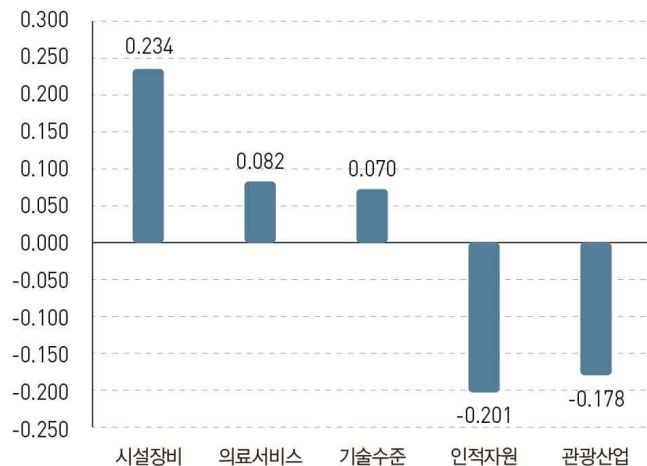
<표 4-78> OECD 34개국 의료관광산업 경쟁력 분석결과

구분	부문별 경쟁력지수					종합경쟁력지수					
	기술수준 및 인프라			시장 성장성		기술수준 및 인프라		시장성장성		의료관광 종합경쟁력	
	기술 수준	인적 자원	시설 장비	관광 산업	의료 서비스	지수	순위	지수	순위	지수	순위
일본	0.066	0.035	0.736	-0.177	-0.052	0.836	1	-0.228	34	0.608	1
아이슬란드	0.159	0.210	0.185	0.077	-0.054	0.554	2	0.022	17	0.576	2
룩셈부르크	0.065	0.043	0.054	0.386	0.027	0.162	10	0.413	1	0.575	3
오스트리아	0.065	0.033	0.185	0.202	0.051	0.283	6	0.253	2	0.536	4
덴마크	0.095	0.264	-0.014	0.147	-0.009	0.345	3	0.138	6	0.483	5
스위스	0.077	0.200	0.053	0.119	-0.008	0.330	4	0.111	8	0.441	6
미국	0.050	0.077	0.098	-0.015	0.150	0.225	9	0.135	7	0.360	7
독일	0.046	0.100	0.121	-0.001	-0.009	0.267	7	-0.010	18	0.257	8
그리스	0.017	-0.040	0.114	0.082	0.074	0.092	14	0.156	4	0.248	9
네덜란드	0.001	0.100	-0.048	0.043	0.152	0.053	16	0.195	3	0.247	10
노르웨이	0.147	0.270	-0.112	-0.057	-0.016	0.305	5	-0.073	23	0.232	11
스웨덴	0.148	0.141	-0.151	0.064	0.020	0.138	11	0.084	10	0.223	12
핀란드	0.143	0.111	-0.003	-0.068	0.021	0.251	8	-0.046	20	0.205	13
호주	0.063	0.055	-0.001	0.054	0.028	0.116	12	0.082	11	0.199	14
아일랜드	0.016	0.168	-0.093	-0.020	0.067	0.091	15	0.046	15	0.137	15
뉴질랜드	0.032	0.046	-0.122	0.032	0.058	-0.044	21	0.090	9	0.046	16
프랑스	0.007	-0.008	-0.028	0.065	-0.012	-0.029	20	0.053	13	0.024	17
포르투갈	0.021	-0.094	-0.056	0.140	0.000	-0.129	25	0.140	5	0.011	18
한국	0.070	-0.201	0.234	-0.178	0.082	0.102	13	-0.097	24	0.005	19
벨기에	-0.088	0.120	0.020	-0.065	0.000	0.052	17	-0.065	22	-0.013	20

자료 : 산업연구원(2013), 의료관광산업의 국제경쟁력 분석과 정책과제,



- ▣ 부문별로 살펴보면, 우리나라는 시설·장비 부문의 경쟁력은 2위, 의료서비스 부문은 4위, 기술수준은 9위로 상위권을 차지한 반면, 의료인적자원은 31위, 관광산업 성장성은 33위로 최하위권에 머물러 부문 간 불균형이 심한 것으로 나타남



[그림 4-75] 국내 의료관광산업의 부문별 국제경쟁력

자료 : 산업연구원(2013), 의료관광산업의 국제경쟁력 분석과 정책과제,

※ 경쟁력지수는 OECD 평균을 0으로 환산했을 경우의 수치를 나타냄

(3) 대전 의료관광 현황

가. 대전 의료관광 인프라 현황

- ▣ 2015년 6월 기준 대전시 의료기관은 종합병원 10개소, 병원 및 의원 1,115개소, 치과병원 및 치과의원 513개소, 한방병원 및 한의원 504개소 등 총 2,143개의 의료기관이 소재하고 있음

<표 4-79> 대전시 의료기관 현황

(단위 : 개소/ 병상)

구 분	2011		2012		2013		2014		2015	
	병원수	병상수	병원수	병상수	병원수	병상수	병원수	병상수	병원수	병상수
종합병원	8	4,942	8	5,153	9	5,475	9	5,585	10	5,681
병(의)원	1,058	15,466	1,089	16,082	1,084	15,581	1,111	16,906	1,115	17,072
치과병(의)원	469	41	481	52	504	44	506	55	513	55
한방병(의)원	454	501	472	500	492	487	497	575	504	497
계	1,990	20,950	2,051	21,787	2,089	21,587	2,124	23,121	2,143	23,305

자료 : 대전광역시 보건정책과(2015), 2015 상반기 시정주요통계,

※ 특수병원·부속의원·요양병원은 병(의)원에 포함

- 2015년 기준 대전시에서 근무하고 있는 의료종사자 수는 총 17,124명이며, 일반 의사가 3,065명, 치과 의사 678명, 한의사 689명, 조산사 13명, 간호사 4,502명, 간호조무사 4,807명, 의료기사 3,027명 등이 의료분야에 종사하고 있는 것으로 나타남

<표 4-80> 대전시 병원 종사 의료인력 현황

(단위 : 명)

구 분	총 계	의 사	치과 의사	한의사	조산사	간호사	간호 조무사	의료 기사	의무 기록사	약 사
의료인력 수	17,124	3,065	678	689	13	4,502	4,807	3,027	144	199

자료 : 대전광역시(2016). 2015 대전통계연보,

- 대전시 외국인환자 유치사업 등록 의료기관의 현황을 살펴보면, 2014년 12월 31일 기준으로 총 2,124개의 의료기관 중 91개소가 등록한 것으로 파악되었으며, 유치업체는 에이스트래블, 테리, 명지여행사, 우리여행사, 투어존 등 주로 여행관련업체 16개소가 등록을 한 것으로 조사됨

<표 4-81> 대전시 외국인환자 유치사업 등록 의료기관 현황

(단위 : 개소)

구분	의료기관	유치업자	계
2014	91	16	107

자료 : 한국보건산업진흥원(2014), 2013 외국인환자 통계,

나. 대전 의료관광 관련 사업 현황

- 대전시는 의료관광산업을 미래 신성장 전략사업으로 육성해 나가기 위한 다양한 정책과 사업들을 적극적으로 추진하였으며, 2014년 보건복지부 의료관광사업 최우수 지자체로 선정되기도 하였음
- 대전시는 2011년 의료관광 활성화 조례를 제정하였으며, 대전마케팅공사에 의료관광 전담조직인 의료관광지원센터를 설립하여 외국인환자 유치를 위한 해외 홍보마케팅, 전문인력 육성 등 다양한 업무를 수행하도록 하고 있음
- 또한 외국인 환자들의 정보 접근성 제고 및 의료서비스 편의 증진을 위해 6개국의 언어가 지원되는 의료관광 다국어 홈페이지(<http://www.djmeditour.go.kr/>)를 구축하여 운영하고 있음



[그림 4-76] 대전시 의료관광 홈페이지

자료 : 대전의료관광, <http://www.djmeditour.go.kr/>

- 의료관광객 유치에 위해 몽골, 러시아 모스크바, 극동러시아지역에 의료관광 해외 사무소를 설치하였으며, 이 외에도 러시아, 중국, 베트남 등의 국가를 대상으로 대전 의료관광 설명회 개최, 홍보대사 위촉, 해외 의료봉사 실시 등 전략적 홍보마케팅을 전개하였음
- 보건복지부에서 주관하는 ‘해외환자 유치 선도 의료기술 육성사업’, 국토교통부 주관 ‘내륙권 휴양형 의료관광사업(2012-2014)’, 농림축산식품부 주관 ‘농촌체험형 의료관광사업(2013-2015)’ 등 다양한 국비 사업을 유치하였음
- 특히 농림축산식품부 주관 농촌체험 의료관광사업인 「K-FARM 누리사업(Korea, Fun & Food, Agriculture, Relax, Mice & Medical)」은 대전시 외에도 충북 영동, 충남의 공주, 예산 등 4개 지자체와 의료기관이 공동으로 참여하여 대전을 찾은 의료관광객들에게 다양한 체험관광의 기회를 제공하고 있음



[그림 4-77] K-FARM 홍보자료
자료 : K-FARM 홈페이지, <http://www.k-farm.or.kr>



다. 의료관광객 유치실적

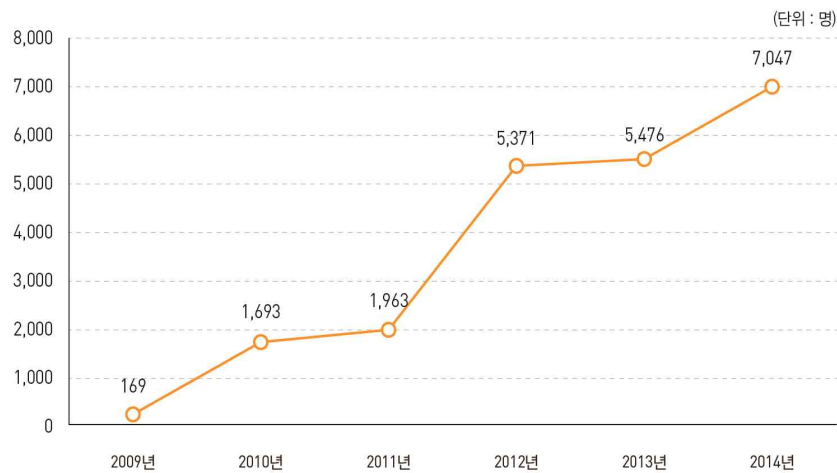
- ▣ 대전시를 찾은 외국인환자는 2009년 169명에서 2014년 7,047명으로 연평균 244%의 성장률을 보이며 괄목할만한 성장을 이루었음

<표 4-82> 연도별 대전시 의료관광객 현황(2009~2014)

(단위 : 명)

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	전년대비 증가율
의료관광객 수	169	1,693	1,963	5,371	5,476	7,047	28.7%

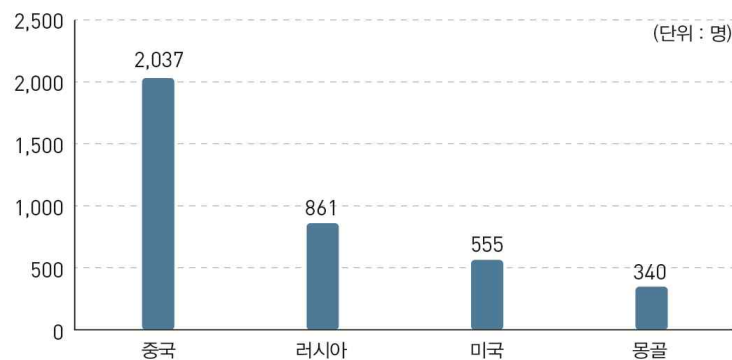
자료 : 보건복지부(2015), 2014년 외국인환자 유치실적 조사결과.



[그림 4-78] 대전시 의료관광객 현황(2009~2014)

자료 : 보건복지부(2015), 2014년 외국인환자 유치실적 조사결과.

- ▣ 2014년 대전을 찾은 외국인 환자를 국가별로 보면 중국인이 2,037명으로 전체 방문객 중 28.9%를 차지하였으며, 다음으로 러시아 861명(12.2%), 미국 555명(7.9%), 몽골 340명(4.8%) 순으로 조사되었음



[그림 4-79] 2014 대전시 상위 국적 외국인환자 현황

자료 : 보건복지부, 2014년 외국인환자 유치실적 조사결과, 2015.5

(4) 해외사례¹⁴⁾

가. 싱가포르

- 싱가포르는 의료서비스에 대한 국가적 브랜드 이미지 구축에 성공하여 아시아·태평양 지역의 의료중심지로서의 입지를 공고히 하고 있음
- 싱가포르는 2013년 기준 22개의 JCI 국제 인증병원을 보유하는 등 인접국가에 비해 고품질의 의료서비스를 제공하고 있으며, 이 외에도 우수한 교통인프라, 공용어로서 영어 사용 등의 강점을 가지고 있음
- 그러나 높은 물가와 인접국보다 비싼 의료서비스 비용이 치료비와 체류경비에 단점으로 작용하고 있음
- 싱가포르의 의료관광객은 2006년 55만 5천명, 2007년 57만 1천명, 2010년 기준 72만 5천명으로 지속적으로 증가하고 있는 추세이며, 가까운 말레이시아, 인도네시아 외에도 미국, 유럽, 중국에서 찾는 비중이 높아지고 있음

<표 4-83> 싱가포르 의료관광 주요 정책

주요 정책	내용
출입국 절차 간소화	<ul style="list-style-type: none"> - 치료목적 입국자의 비자 발급 소요기간을 3-4일로 단축 - 90일 미만 체류의 단기비자는 모든 절차를 온라인으로 가능 - 1-2년 복수비자 발급 용이 - 응급환자의 경우 수송과 동시에 비자 수속 진행
의료서비스에 대한 조세 인센티브 부여	<ul style="list-style-type: none"> - 외국인 환자 치료수입에 대한 세금 일부 감면 - 외국인 환자를 위한 의료서비스 관련 구입 물품에 대한 소비세(5%) 면제
치료비 산정에 대한 투명성 제고	<ul style="list-style-type: none"> - 70여종의 의료 치료수가를 보건부 홈페이지를 통해 제공
다양한 의료관광 상품 개발	<ul style="list-style-type: none"> - 의료시스템과 여행사를 연계한 ‘건강여행 패키지’ 등의 상품개발 지원 - 보험사 연계 보험 상품 개발
해외 우수 의료인력의 채용 확대	<ul style="list-style-type: none"> - SMC(Singapore Medical Council)가 인정한 국가에 한해 의사면허 소지자의 싱가포르 내 의료기관 근무 인정 - 평가를 통해 정식의사 승급기회 제공 - 의료인력의 가족 동반 비자 발급 및 근로허가 심사를 노동부에서 보건부로 이관
의료기관의 수익사업 보장을 통한 경쟁력 확보	<ul style="list-style-type: none"> - 민간 대형병원에 대해 ‘주식회사형 병원’의 설립을 허용 - 주식상장, 의료광고, 프랜차이즈 사업 등 다양한 수익사업 영위 가능
바이오 산업의 경쟁력 제고	<ul style="list-style-type: none"> - 다국적 제약회사의 리서치센터 유치, 복합생명과학단지 조성 등을 통한 BioMedi 분야를 국가 성장동력산업으로 육성

자료 : 경기개발연구원, 경기도 의료관광 정책방향 설정을 위한 기초연구, 2014

14) 자료: 경기개발연구원, 경기도 의료관광 정책방향 설정을 위한 기초연구, 2014



나. 태국

- 태국은 1997년 아시아 경제위기 타개를 위한 새로운 돌파구로 의료관광상품을 개발하기 시작하여 현재 의료관광 강대국의 위상을 갖추
- 2008년 태국의 의료관광객 수는 140만 명, 의료관광 수입액은 20억불로 전체 관광수입의 10%를 차지할 정도로 성장함
- 태국의 병원은 공공병원이 75%, 사립병원 25%로 구성되어 있으며, 소수의 사립병원을 중심으로 기존의 관광자원을 연계하는 의료관광 서비스 체계를 확립하고, 민관 합동의 지원 체계 구축
 - 영리병원을 먼저 발전시키고 그 성과를 바탕으로 공공병원을 발전시키는 단계적 접근전략 채택
 - 외국인환자를 유치하는 병원은 약 30개 정도로 주로 방콕, 푸켓, 파타야 등 대도시와 주요 관광지에 위치

<표 4-84> 태국 의료관광 주요 정책

주요 정책	내용
의료시장의 개방과 영리법인 병원 허용	<ul style="list-style-type: none"> - 외국인 투자자에게 병원지분의 49%까지 투자 허용 - 민간병원의 의료수가 규제 철폐 및 민간보험 허용
의료산업에 대한 세제혜택 확대	<ul style="list-style-type: none"> - 의료기기의 수입관세 면제 - 의료기기 제조기업에 한해 8년간 법인세 면제
비자 발급 절차 간소화	<ul style="list-style-type: none"> - 메디컬 비자 발급 수수료 무료화 - 병원 내에 외국인 환자를 위한 비자서비스 사무소 설치 및 운영 - 외국인 전문가 및 기술자에 대한 비자 발급 절차 간편화
장기체류 고소득자 유치	<ul style="list-style-type: none"> - 2005년부터 노인장기요양서비스를 목적으로 태국에 오는 외국인들과 상시 방문자에게 무비자 입국 허용
의료서비스에 대한 품질관리 및 투명성강화	<ul style="list-style-type: none"> - 병원인증제도(HA-Thailand)를 통해 민간병원협회 산하 2008개 병원의 보건 의료서비스 품질 관리 - 병원별 홈페이지를 통해 진료가격과 병실료 공개로 치료비용의 사전확인 가능
관광자원 연계 패키지 상품 개발	<ul style="list-style-type: none"> - 항공료·스파·마사지 등을 묶은 종합 패키지 상품개발 - 민간병원의 분야별 전문성을 강조한 특화상품 개발·홍보 유도 - 타이항공과 연계한 Medical Check-up-로얄 오키드 휴일 의료진단 패키지 출시
관련기관 간의 교류협력 네트워크 확대	<ul style="list-style-type: none"> - 외국 보험회사나 정부기관과 네트워크 구축 지원 - 외국 정부기관·기업·보험회사 등과 병원을 연결하여 다양한 사업기회 제공

자료 : 경기개발연구원, 경기도 의료관광 정책방향 설정을 위한 기초연구, 2014

다. 인도

- 인도의 의료관광사업은 오랜 전통과 결합된 우수한 의료서비스를 통해 지속적인 성장을 거듭해 국가의 주요사업으로 자리 잡았으며, 맥킨지(Mckinsey)와 인도산업연맹의 공동 보고서에 따르면 2020년에는 2,800억 달러까지 성장할 것으로 전망하고 있음
- 2006년 4억 5,000만 달러에서 2013년 20억 달러로 성장
- 2011년 기준 인도의 연간 의료관광객 수는 85만 명 정도이며, 의료관광시장의 규모는 450억 루피아에 달하고 있음 -지속성장하고 있음
- 인도는 의료관광을 수출사업으로 인식하여 각종 제도를 마련하고 원스톱서비스를 구축하는 등 의료관광 산업의 선진화를 위해 노력
- 싱가포르, 태국과 같은 아시아 국가에 비해서도 저렴한 의료비임에도 불구하고 수준 높은 의료서비스를 갖추고 있으며, 영어 사용으로 의사소통이 원활하며, 환자의 대기시간이 거의 없어 빠른 치료가 가능함
- 이 외에도 세계적인 웰빙 관광 목적지로 유명하기 때문에 질병치료, 요가, 명상, 아유르 베다(음식, 약초, 호흡법, 마사지를 이용한 생활치료요법) 등 전통의술을 결합한 의료관광상품 개발

<표 4-85> 인도 의료관광 주요 정책

주요 정책
<ul style="list-style-type: none"> - 외국인 환자에 대한 의료서비스 면세 - 진료비 할인혜택 부여 - 외국에서 수입되는 의료장비 관세인하 - 치료목적 의료관광객 1년 장기비자 발급 및 1회 연장 가능 - 대사관 승인이 있다면 가족 및 동반자에게도 2명까지 의료비자 부여 - 영국정부와의 협의로 영국계 인도인이 인도에서 의료서비스 받는 경우 - 영국 국민의료보험(National Health Service) 적용 가능 - 영리법원 허용

자료 : 경기개발연구원, 경기도 의료관광 정책방향 설정을 위한 기초연구, 2014



(5) SWOT 분석

<표 4-86> SWOT 분석

Strength(강점)	Weakness(약점)
<ul style="list-style-type: none"> ●과학기술 수부도시로서의 브랜드 파워 ●의료관광육성에 대한 대전시의 높은 정책추진 의지 ●ICT, 의료, MICE 등과의 높은 연계 가능성 ●의료와 연계 가능한 광역관광자원 확보 용이 ●사통팔달의 교통인프라 및 높은 도시 접근성 ●수도권 대비 낮은 의료수가에 따른 가격경쟁력 	<ul style="list-style-type: none"> ●의료관광에 대한 의료인의 낮은 인식도 ●양적 규모에 비해 영세한 지역 의료환경 ●의료관광 상품개발에 대한 모멘텀 부족 및 질 높은 관광인프라 시설의 미흡 ●도시 내 연계관광 및 쇼핑자원의 부족 ●지역 의료관광 알선업체 및 전문 인력의 부족 ●의료관광 관련 이해관계자간의 소통 부재
Opportunity(기회)	Threat(위협)
<ul style="list-style-type: none"> ●건강, 웰빙 문화에 대한 사회적 관심 증대 ●범국가적으로 의료관광 육성에 대한 지원강화 ●의료법 개정에 따른 민간의료법인의 민간수의 모델 개발 가능성 증대 ●메디컬 투어리즘에서 메디컬 아웃소싱으로 의료 관광의 트렌드 변화 	<ul style="list-style-type: none"> ●수도권으로의 환자 유출 심화 ●국내외적으로 외국인 환자 유치경쟁의 심화 ●기후변화 등 지구환경시스템의 변화에 따른 관광개발 패러다임의 변화 ●의료사고 및 의료분쟁의 발생 가능성 증대 ●세계금융시장의 불안정성과 재난, 재해에 의한 국제 환율 및 국제유가의 변동심화에 따른 관광 산업의 위축

<표 4-87> SWOT-장점의 극대화/약점의 최소화 전략

Strength(강점) 극대화	Weakness(약점) 개선
<ul style="list-style-type: none"> ●U-Health Care 모델 개발 및 적극적 활용 ●의료관광도시로서의 도시 이미지 홍보 강화 ●MEDI-MICE 도시 기반 구축 강화 ●대충청권과의 의료관광 연계 네트워크 강화 ●INTRA BOUND 의료관광시장의 선점 	<ul style="list-style-type: none"> ●의료관광에 대한 지역의료인의 공감대 형성 및 동기부여 강화 ●선택과 집중에 의한 선도의료기관 및 선도업체 지정 및 행정적 지원 강화 ●지역특화진료 상품 개발 및 양질의 숙박시설 확충 ●쇼핑문화복합단지 조성 및 유성온천관광특구 재생사업 추진 ●의료관광 컨트롤타워 조직 재정비
Opportunity(기회)	Threat(위협)
<ul style="list-style-type: none"> ●웰니스 관광 및 뷰티산업과의 연계 강화 ●차별화된 의료관광상품 개발을 통한 국비예산 지원 확보 ●민간수의모델에 대한 다양한 벤치마킹 시도를 통해 지역의료기관의 체계적인 병원경영 지원 ●특화된 전문병원으로의 전환 및 외국보험회사와의 협약체결 강화 	<ul style="list-style-type: none"> ●의료기술, 의료시설 및 의료장비의 확충 ●필수적 진료 및 선택적 진료 상품의 체계적인 개발 및 홍보 마케팅 강화 ●저탄소 녹색성장을 견인할 수 있는 그린병원의 보급 확대 및 웰니스 관광상품과의 연계 강화 ●의료사고 및 의료분쟁 대응 체계 마련 ●다양한 의료관광 타깃국가의 선정 및 상시적인 의료관광 정보 채널 확보

2) 기본구상

(1) 비전 설정

- 비전 : 첨단의료관광 중심도시 육성
- 목표 : 외국인 환자를 2016년에는 1만 명, 2020년까지 2만명을 유치목표로 함

(2) 추진전략

- 의료관광객 유치기반 강화 및 인프라 확충
- 지속 가능한 의료관광 생태계 조성
- 전략적 해외 홍보 마케팅 전개 등 3대 추진 전략 및 24개의 세부과제 제시

3) 세부사업

(1) 의료관광객 유치기반 강화 및 인프라 확충

가. 선도의료기관 및 World Top 의료기술 육성

- 지역의 경쟁력 있는 해외 환자 유치 선도의료기관 및 World Top 의료기술을 발굴·육성하여 글로벌 헬스케어 시장 선점 및 외국인환자 유치 사업을 활성화
- 실질적 해외환자 유치를 위한 의료기관 등 의견을 수렴을 통해 World Top 의료기술 및 선도의료기관 선정·육성
 - 선도의료기관 : 2015년 2월중 공모방식으로 선정, 선도기관 전체 워크숍(3월)
 - 선도의료기술 : 2015년 보건복지부 선도의료기술 육성사업과 연계하여 발굴

나. 의료기관 해외진출 지원

- 지속가능한 해외환자 창출을 위해 의료기관 해외진출사업을 행정적 지원
- 실질적 해외환자 유치를 위한 의료기관 의견 수렴을 통해 해외 현지 거점 병원 구축, 병원 해외진출을 위한 사전 시장조사, 한국보건복지인력개발원 해외진출 전문인력 양성 지원 등 의료기관 해외진출 기반 조성을 통한 지속가능한 해외환자 창출 등으로 육성
 - 해외진출현황 : 몽골 현지병원 內 해외사무소(2개소), 베트남 현지병원 內 해외사무소(1개소), 중국 지리그룹 플랜트수출, 벨라루스 건축+플랜트수출 운영사 선정, 알제리 건축+플랜트 수출



[그림 4-80] 해외진출 지원 방안

다. 해외환자 유치 거점 확충

- ▣ 서울, 경기, 부산 지역과 차별화된 외국인 의료관광객 유치를 위한 선택과 집중으로 해외 전략 거점 등 경쟁력 강화
- ▣ 잠재시장, 신흥시장 등 니치마켓 발굴, 해외사무소* 설치 확대(1~2개소), 홍보마케팅비 등 지원
- ▣ 선택과 집중을 통한 해외환자 유치 거점 구축, 안정적 해외환자 유치 통로 확보
 - 해외환자에 대한 사전상담 국내 송출, After-care 서비스, 재방문 환자에 대한 편의 제공 서비스 등
 - 러시아, 동남아 등 타깃국가 내 시장성 분석을 통해 한 도시를 선정, 집중 홍보마케팅 등을 통해 해외환자 유치 통로 구축

라. 종합정보센터 운영

- ▣ 해외환자 통역서비스 지원, 해외 정보제공, 홈페이지관리 등 의료관광지원을 위한 종합 정보센터 운영
- ▣ 러시아 및 카자흐스탄 등의 CIS국가의 해외환자 증가에 따른 러시아 의료관광코디네이터 추가 확보 및 콜센터 기능(해외환자 관광 등 컨설팅) 업그레이드
 - 해외환자 맞춤형 컨설팅 지원, 통역서비스 인력풀 운영, 테마관광 연계 등 기능 강화
 - 외국인 환자 통역 서비스로 고객만족도 증대를 통한 심성 마케팅 전개, 신규 참여 의료기관 및 단체 의료관광 대비 통역서비스 지원체계 구축

마. 민·관 협력체계 강화

- ▣ 의료·관광·쇼핑분야 등 의료관광 사업의 추진 주체와 지자체가 공동 협력하여 시너지 창출 필요
- ▣ 의사회 등과의 공동협력 체계 구축(간담회 정례화), 농림축산식품부 K-FARM누리사업과 연계하여 「K-FARM 의료관광육성협의회」 구성·운영
 - 의료기관 등 : 해외환자에 대한 종합 수용태세 구축(시설, 통역, 음식 등)
 - 지방자치단체 : 의료기관 등 분야별 니즈 파악을 통해 지원 기능 강화

바. 보건의료 국제행사 유치 지원

- ▣ 의료계 등과 공동협력으로 보건의료관련 국제행사의 대전 유치로 의료도시 이미지 구축 및 대전 의료관광 홍보 강화
- ▣ 보건의료관련학회 및 의료계 등과 공동으로 보건의료 국제행사 유치활동 전개 및 유치 지원
 - 대전지역 보건의료관련학회 임원진 및 의료계 대상 간담회 개최(市+공사)

사. 의료관광 전문인력 양성

- ▣ 외국인 환자의 입·출국, 진료, 동반자의 체류 관광 등을 지원 할 수 있는 전문가 확보, 해외환자 확대에 따른 수요에 대응
- ▣ (K-FARM누리사업 의료관광 코디네이터 양성 교육과 연계하여, 전문인력 양성교육 실시

아. 포럼, 세미나, 워크숍 개최

- ▣ 의료관광 사업의 주체인 의료기관, 유치업체와의 공감대 형성, 최신의 정보 교류 및 국제네트워크 확대 구축
- ▣ 실질적 해외환자 유치와 연결되어 성과를 창출 할 수 있도록 내실화 도모
 - 메디컬 CEO포럼 운영 : 참여의료기관 확대 및 강사 인력풀 관리
 - 2015년도 상·하반기 2회 운영 / 10백만 원
 - 특화분야 의료세미나 : 해외 의료진과 연계, 분야별 공동 의료세미나 개최(상·하반기 2회 운영 / 20백만 원)
 - 해외환자 유치기관 연찬회(워크숍) : 지역 해외환자 유치등록 의료기관과의 공동 워크숍을



통해 소통, 공감의 장 마련, 해외환자 유치 사업의 활성화 도모(년 1회 / 5백만 원)

(2) 지속 가능한 의료관광 생태계조성

가. 유성온천 한방 족욕카페 조성

- 유성온천을 중심으로 의료 및 생태자원을 연계한 테마형 유성온천 건강 특화거리 조성 및 유성온천수를 활용한 족욕체험 테마공간 조성으로 힐링서비스 제공 및 의료관광객 유치

< 사업 개요 >

개 요

- ▶ 위치: 대전광역시 유성구 봉명동 574번지
- ▶ 면적 : 764m²
- ▶ 도시계획현황: 문화공원
- ▶ 사용현황 : 주차장 (약 25대)



현 황

- ▶ 주차장으로 사용되고 있으며 보도 및 포장 정비가 시행되지 않아 **노후된 공간**
- ▶ 현재 유성명물 문화 공원 동측의 공간은 중간부의 족욕장에 비교하여 이용률이 낮으므로 **온천의 특색을 담은 공간**으로 조성한다면 **동측 부분을 활성화** 하는데 큰 영향을 줄 것임



* 한방족욕카페 조성사업 예산확보 현황(명시이월)

사업비 확보현황(백만 원)				설계여부	착공일	준공(예정)일
합계	국비	시비	구비			
750	300	300	150	2015.12.15완료	2015. 1월말	2015. 5월

※ 한방족욕카페 조성 사업비 : 2014년 1회 추경에 구비 150백만 원 자체 증액

* 사업효과 : 국내외 관광객 연 5만 명 방문 예상(용역자료 참고)



< 사업 개요 >

컨셉 및 전략



1STEP

사상의학 체질 컴퓨터 검사



2STEP

체질에 맞는 한방차와 족욕제 처방



3STEP

한방 족욕과 한방차 즐기

- ▶ 컴퓨터 지문인식을 이용한 간단한 사상의학 체질 검사를 통해 한국의 고유한 체질의학을 체험하도록 함
- ▶ 체질에 맞는 차와 입욕제를 처방 받아 즉석에서 이를 즐길 수 있는 족욕카페 운영
- ▶ 차와 입욕제를 구매할 수 있는 기념품점도 더불어 운영



나. 피톤치드 숲 조성

- ▣ 도심내 공원의 치유기능을 활용한 피톤치드 숲 조성으로 힐링인프라 구축 제공 및 의료관광객 유치 활성화

< 사업 개요 >

- 사업기간 : 2014. 1월 ~ 2015. 5월
- 위치 : 유성구 지족동 920 일원
- 사업량 : 9,500m²
- 사업내용 : 피톤치드숲 조성 및 소나무숲 복원 1식
 - 피톤치드숲 : 전나무 등 2종 355주, 목재평상 13개소 등
 - 소나무숲 복원 : 소나무 전정 530주 및 수목이식 등
- 사업비 : 400,000천원(광특 360,000, 시비 40,000)





다. 글로벌 체험마을 디자인

- ▣ 지역의 경쟁력 있는 농촌체험마을 등을 대상으로 특색 있게 디자인하여 의료관광 인프라 확충
- ▣ 각 지방자치단체별로 선정한 마을 등에 대해 벽화그리기, 다국어 사인물 정비, 체험상품운영, 아름다운 길 조성, K-FARM 홍보관 설치 운영 등을 통한 의료관광 인프라 확충

라. 홈페이지 및 SNS 등 운영 강화

- ▣ 시·공간을 초월한 온라인 홍보의 장점과 세계 누구나와 통하고, 급속히 확산되는 장점을 활용 등 웹사이트 기능 강화로 글로벌 경쟁력 제고

대전 의료관광 홈페이지(6개 국어)



K-FARM 의료관광 홈페이지(5개 국어)



[그림 4-81] 대전의료관광 홈페이지

- ▣ 전담인력 배치 등으로 홈페이지의 기능을 강화하고, 의료관광 홍보 관련 기관·단체 등에 배너 설치 및 해외포털사이트에 링크 확대, 트위터, 페이스북, 유튜브 등을 활용한 감성 마케팅, 외국인 유학생 등 활용 「대전의료관광홍보서포터즈」 구성·운영

마. 고객관리시스템 구축

- ▣ 외국인 환자 유치 통계는 의료관광 사업의 추진 방향 및 전략을 발굴하는데 중요한 기초자료로 방문 고객의 고객관리시스템을 활용한 실적관리 체계화
- ▣ 전담인력 배치를 통해 의료기관별 해외환자 실적통계를 월별, 분기별 모니터링 하여 전략 수립에 필요한 기초자료로 활용하고 만족도 조사 병행

바. 광역 건강투어 버스 운영

- 광역건강투어 버스 운영을 통한 연계협력의 상징성 부각 및 지역의 우수한 의료기술, 지역 자원 홍보로 의료관광사업의 경쟁력 확보



[그림 4-82] 광역연계 건강투어버스

- 광역 건강투어버스 내부 홍보시스템을 확충을 통한 의료관광객의 만족도 제고 및 대전 의료관광의 랜드마크화

* K-FARM 농촌체험 의료관광 건강투어버스 운영(대전~충북~충남 운영)
대전의 양한방 의료서비스와 유성온천 등 지역자원, 충북 영동군, 충남 공주시·예산군의 농촌체험마을, 지역명소 등 체험 및 휴양, 한국 전통문화를 연계한 투어코스 운영(50백만 원)

사. 광역 연계 페스티벌 개최

- 대전~충청권의 지역 축제와 연계한 의료관광 연계 페스티벌 개최를 통한 해외 네트워크 확대 및 의료관광사업의 경쟁력 확보로 의료관광의 새로운 수익 모델 창출
- 대전~충남~충북의 지역 축제와 연계한 페스티벌 개최 및 단체 의료관광객 집중 유치로 지역경제 활성화 도모
 - 대전~충북 영동~충남 공주~충남 예산의 지역 축제와 연계한 K-FARM 의료관광 상품 개발 및 타깃지역 현지 여행사 판매 예정

아. 패키지 및 특화 의료상품 개발

- 피부·성형·안과·한방 등 경증환자 유치 및 장기 체류형 고부가가치 중증환자 유치를 위한 특화상품의 지속 발굴
- 그동안 건강검진 등 경증환자 유치 상품으로 「포상의료관광 상품」, 중증환자를 대상으로 한 「재건성형기술」 발굴·육성 및 「교정성형상품」, 「다초점 노안라식상품」 등 선도기술과 상품 발굴
- 지역경제 파급효과가 큰 양·한방 통합의료*, 치료·치유 연계 등 의료기술 및 의료상



품을 지속 발굴, 치료성과 등을 집중 홍보하여 국제 경쟁력 있는 의료기술·상품으로 육성

- 우리나라가 보유한 양방·한방의료, 보완대체의료 등을 통합하여 난치병 환자 등에게 새로운 의료서비스를 제공
- 지역관광자원과 연계한 스토리발굴 및 연계 등 Fun 콘텐츠 지속 발굴
- ▣ 한류 청소년 캠프운영을 통해 치과 검진, 기본검진, 한국어교실, 한국과학·문화체험, 청소년 교류, 재래시장투어 및 지하상가 쇼핑 등의 프로그램 운영
- ▣ 부모동반 어린이 친선교류 및 의료체험 기회 제공
- ▣ 계절별 축제·행사와 연계한 의료관광객 유치
 - 유성온천축제, 사이언스페스티벌, 백제문화제, 난계국악축제 등 지역축제와 연계한 의료관광 프로그램 해외 홍보 마케팅 전개

(3) 전략적 해외 홍보 마케팅 전략

가. 해외 공동 홍보마케팅

- ▣ 지역의 우수한 의료기술 및 지역자원 홍보로 의료관광 국제 네트워크 확대 및 실질적 해외환자 유치 통로 확보, 의료관광 활성화
- ▣ 지방자치단체+해외환자 유치등록 의료기관+유치업체 공동참여 해외 공동 홍보마케팅 전개(러시아, 카자흐스탄, 중국, 미국, 베트남 등)를 통한 국제네트워크 확충
- ▣ 보건복지부, 한국보건산업진흥원, 한국관광공사 해외지사, KOTRA해외지사, 활용 공동홍보마케팅 강화 및 타겟국가 대상 교류채널을 총동원한 집중 홍보 추진
- ▣ 시+의료기관 공동 홍보마케팅, 공동홍보관운영, 네트워크 구축 등
 - 참여기관에 대한 후속지원으로 대전시 협력의료기관 지정 현판 제작지원, 시 홈페이지 게시, 홍보물, 각종 안내문 등 제작 시 게재 홍보, 국내외 의료관광 전시회, 박람회, 해외설명회, 팸투어 등 참여 우선권 부여 등
- ▣ 글로벌 보험사 제휴를 통한 유치채널 확대
 - 숙박, 음식, 관광상품 등과 연계한 상품을 개발 맞춤형 고부가가치 보험환자 유치

나. 신규시장 개척을 위한 해외 설명회 개최

- ▣ 타겟국가 중·소도시를 중심으로 신규 시장 개척을 위한 해외 설명회 개최
- ▣ 2014년 카자흐스탄 알마티, 러시아 캄차카, 이르쿠츠크, 안가르스크, 울리야놉스크, 까잔, 블라고베렌스크 등 신규 시장 개척을 통한 해외환자 유치 통로 확충
- ▣ 대전시 해외 우호·자매도시 등 기존 네트워크가 구축된 도시를 활용 신규 해외환자 유치

시장 개척

- 중국, 러시아 자매도시(우한, 남경, 노보시비르스크 등) 연계 해외환자 유치 신규 시장 개척



다. 타겟국가 대상 팸투어

- 해외 정부기관, 의료전문에이전시, 의료기관, 여행사 등을 대상으로 특화상품 홍보로 의료관광 활성화 도모
- 러시아, 카자흐스탄, 중국, 몽골 등 타겟국가 대상 의료 관광 팸투어를 통한 의료관광 상품 발굴 및 해외 네트워크 구축
- ‘기업체 포상의료관광 상품’, ‘벚꽃상품’, ‘가을상품’, ‘지역 축제와 연계한 상품’ 등 계절별, 테마별 다양한 상품 및 질환별 융복합 의료관광 상품에 대한 팸투어 진행으로 실질적 의료관광객 유치 네트워크 구축

라. 나눔의료 사업 추진

- 대전 의료기술에 대한 해외 인지도 제고 및 신뢰구축을 통한 해외환자 유치 활성화
- 2011년 몽골 보건부와 MOU체결 이후 몽골 심장병 어린이 및 거인증 환자에 대해 추진 (市+충대병원 공동), 2012년 건양대병원에서 우즈베키스탄 화상환자에 대한 언론사와 연계한 나눔 의료 등 총 3건 추진
- 타겟지역으로 러시아, 동남아 지역의 환자에 대해 현지기관·단체의 추천을 받아 市와 의료기관 공동사업으로 추진하여 대전 의료기술의 우수성에 대한 홍보마케팅 강화

마. 국내·외 공동 홍보관 운영

- 국내·외에서 개최되는 각종 국제행사 및 박람회 등에 의료기관과 공동으로 홍보관 운영을 통한 네트워크 확충
- 2013~14년 국내 최대 행사인 보건복지부 메디컬코리아 국제컨퍼런스, 러시아 최대 행사인 모스크바 국제관광 박람회에 의료기관과 공동으로 홍보관 운영
- 모스크바 국제관광박람회, 메디컬코리아 국제컨퍼런스에 의료기관과 공동으로 홍보관 운영을 통한 지속적 해외 네트워크 확충 및 홍보강화

바. 해외의료관광 홍보대사 운영

- 대전의 특화된 의료서비스와 지역자원 등을 효율적으로 홍보하여 국제네트워크 강화 및 의료관광사업의 활성화를 위해 국가별 영향력 있는 대상자를 선정, 市 의료관광 홍보대사로 위촉·활용(의료관광활성화 조례 제7조)
- 현재 미국 3, 중국 1, 러시아 8 등 총 12명의 대전 의료관광 홍보대사 위촉 운영을 통한 해외 홍보 강화

<표 4-88> 의료관광 홍보대사 위촉현황

연번	국가	소속	직위	성명	비고(위촉일)
1	러시아	소러시아고려인협회	회장	조바실리	2013.02.28
2	러시아	사할린의과대학	학장	블라디미르	2013.10.23
3	러시아	사할린의료예방센터	부원장	구형규	2013.10.23
4	중국	북경스파협회	회장	리카이	2013.10.23
5	미국	LA한인회	회장	배무한	2013.11.19
6	미국	샌프란시스코충청향우회	회장	강승구	2013.11.20
7	미국	서북미충청향우회	회장	양성모	2014.02.22
8	러시아	베들레헴여행사	대표	장용운	2014.05.02
9	러시아	달로스메드보험사(캄차카)	대표	틸리야	2014.09.03
10	러시아	베디여행사그룹(상빠제르)	대표	드미트리	2014.10.16
11	러시아	게오그라피여행사(울리야놉스크)	대표	레이산	2014.10.18
12	러시아	호스카보험사(블라고베웬스크)	지부장	엘레나	2014.10.20

- 해외 자매도시 등 영향력 있는 주요인사를 의료관광 홍보대사로 위촉하여 해외홍보마케팅에 활용

사. MICE, 유학생 등 연계 해외환자 유치

- MICE산업과 연계 대전컨벤션센터를 방문하는 외국인을 대상으로 정보제공 및 홍보를 위한 상설 홍보관 운영 및 대전지역 거주 외국인유학생(19개 대학 약 5,000여명) 등과 국제회의 참관 외국인등을 대상으로 홍보강화를 통한 해외환자 유치 다변화
- 온라인 홍보 채널 못지않게 유학생 등을 통한 구전홍보도 강력한 마케팅 수단, DCC를 찾는 외국인도 연간 1만 명 이상으로 이들을 활용한 유치 기반 조성
- 외국인 유학생 부모 대상 「의료관광 상품」 마케팅 및 MICE 연계 국제회의 참가 외국인을 대상으로 종합검진, 피부·한방 등 경증치료 등에 대한 사전예약으로 유치

아. 해외광고 및 외국어 안내정보 환경 조성

- 대전 의료관광의 현지 노출 강화 및 대전을 찾는 외국인들에게 다양한 정보를 제공하여 편리하게 찾을 수 있도록 親 외국인 환경 조성
- 러시아 타깃지역에 입간판, 언론, 잡지 등 홍보 및 다국어 브로슈어, 의료관광 안내 지도 제작 활용
- 대형 입간판 광고 및 해외 유력 언론 매체를 통한 광고, 다국어 안내 브로슈어, 의료관광 상품 브로셔 등을 통한 홍보 효과의 극대화 및 외국인 환자 정보 제공 강화



<표 4-89> 축제 및 MICE산업 진흥비

(단위 : 백만 원)

사업내용		총 사업예산	연도별 투자계획				
			2017	2018	2019	2020	2021
선진형지역축제 육성방안	계	5,000	2,000	2,000	1,000	—	—
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	5,000	2,000	2,000	1,000	—	—
	민자	—	—	—	—	—	—
MICE산 업의 융합 관광화 방안	대전 MICE산업의 국제경쟁력 강화	계	3,000	600	600	600	600
		국비	500	100	100	100	100
		시비	2500	500	500	500	500
		민자	—	—	—	—	—
	고부가가치 대전 MICE산업의 지식서비스 기반구축	계	2,000	400	400	400	400
		국비	—	—	—	—	—
		시비	2,000	400	400	400	400
		민자	—	—	—	—	—
	대전 MICE인프라 및 부대시설 확충	계	90,000	300	700	29,000	30,000
		국비	27,000	—	—	9,000	9,000
		시비	63,000	300	700	20,000	21,000
		민자	—	—	—	—	—
	대전 글로벌MICE 행사 육성	계	1,200	—	300	300	300
		국비	600	—	150	150	150
		시비	600	—	150	150	150
		민자	—	—	—	—	—
의료관광 활성화	계	30,000	15,000	15,000	—	—	—
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	30,000	15,000	15,000	—	—	—
	민자	—	—	—	—	—	—
소 계		131,200	18,300	19,000	3,1300	31,300	31,300

제4절 관광홍보 및 안내정보체계 구축

1. 관광 홍보체계 구축

1) 현황분석

(1) 대전시 홍보·마케팅 현황

가. 업무현황

- 대전시의 관광홍보는 시공보관실과 문화체육관광국 관광진흥과를 중심으로 대전마케팅 공사, 대전도시공사, 대전시 관광협회 등에서 담당하고 있으며, 관광 홍보 관련 전문 연구 인력은 없는 실정임
- 그 중 시정 홍보는 공보관실에서 담당하고 관광 관련 주요 홍보는 관광진흥과에서 담당하고 있음. 산하 공기업과 협회는 주로 주요 관광시설과 관광안내소 등의 위탁 운영 업무를 담당하고 있음

<표 4-90> 대전시 홍보/마케팅 업무현황

구 분	팀명	주요업무
대전시	공보관실 · 관광진흥과	<ul style="list-style-type: none"> - 대전시 온·오프라인 대외 홍보 - 관광코스 및 관광상품 개발 - 대전시 관광 마케팅 및 홍보 - 국내·외 관광객 유치 - 관광안내소, 문화관광해설사·명예관광통역안내원 운영 - 관광안내책자·지도·홍보물 제작, 배부 - 관광홈페이지 관리
대전 마케팅공사	관광홍보팀	<ul style="list-style-type: none"> - 대전 도시 브랜드 활성화 계획 연구 - 대전 엑스포과학공원 운영 - 대전시 의료관광 사업 추진 - 대전시 주요 축제 위탁 개최 - 대전시 스카이라드 위탁 운영 - 대전시 무역전시관 및 컨벤션 센터 운영
대전 도시공사	대전오월드 사업처	<ul style="list-style-type: none"> - 대전 오월드 관리 운영위탁 : 주랜드, 플라워랜드, 조이랜드 통합 운영
대전시 관광협회	사무국	<ul style="list-style-type: none"> - 대전 관광안내소 위탁 운영 - 대전 관광 공모전 개최 - 박람회 홍보관 위탁 운영 - 대전문화관광해설사 위탁 운영



<표 4-91> 대전시 관광진흥과 예산내역(2015-2016)

(단위 : 백만 원)

구 분	단위사업	세부사업	예산	
			2016년	2015년
관광자원창출	관광상품 개발육성		303	378
	관광홍보 및 마케팅활동	관광안내 체계구축 및 마케팅활동	399	446
		문화관광해설사 양성 활용	160	142
		관광안내소 운영	489	470
		다국어 관광안내지도 제작보급	60	—
	관광 인프라 구축		1,609	1,771
	관광축제육성		977	4,630
	내부거래지출 등		1,927	2,028
	계		5,924	9,865

※ 대전시 2016년 관광관련 예산(59억 원)은 대전시 전체예산의 3.68%를 차지 함.

나. 온오프라인 미디어 홍보

- 대전시의 대외 미디어 홍보는 공보관실을 중심으로 이루어지고 있으며, 중점 시책별 특성을 고려하여 각 분야별 홍보매체와 연계하고 있음.

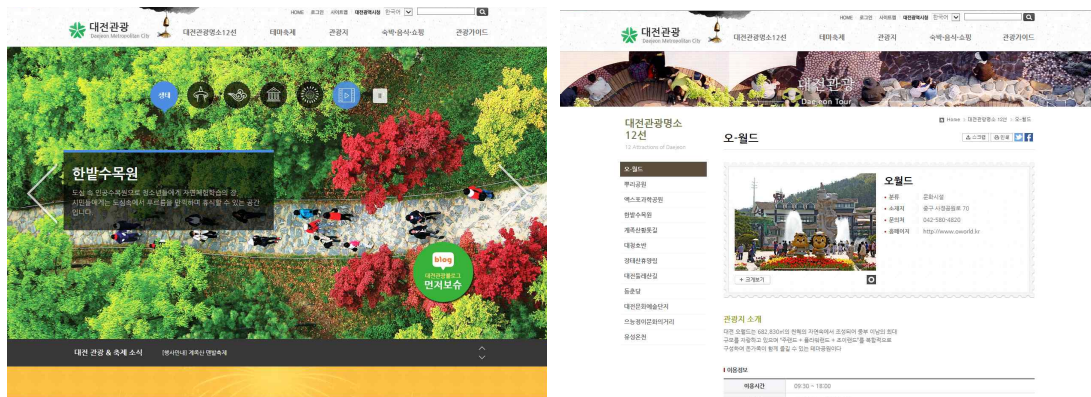
<표 4-92> 매체별 사업추진 현황

구 분	내 용
인쇄매체	시보, 이즈대전 발행
영상매체	인터넷 방송 이즈대전 TV 운영
뉴미디어/SNS	블로그, 트위터, 페이스북 운영

- 영상매체와 인쇄매체 등의 전통적인 도시브랜드 홍보 성격과 달리 뉴미디어로 분류되는 블로그, 트위터, 페이스북은 타 시도에 비해 전문 인력이 부족하고 지속적인 활성화가 필요함.

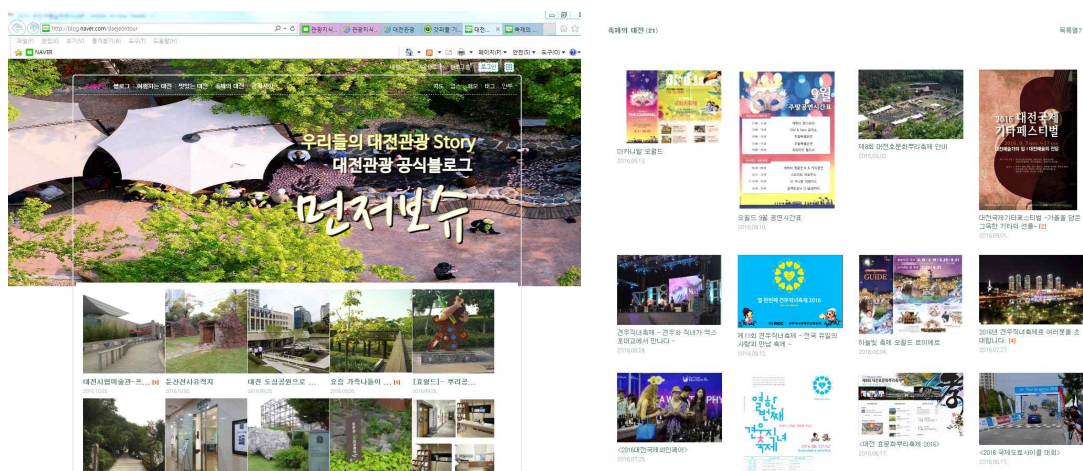
다. 관광자원 홍보방식

- 대전시는 대전시 관광홈페이지 ‘대전관광(<http://daejeon.go.kr/tour>)’에서 대전관광명소 12선, 테마축제, 관광지, 숙박·음식·쇼핑, 관광가이드 등으로 분류하고, 생태·과학·유산·시설·축제의 대표자원을 메인페이지로 선정하여 관광정보를 제공하고 있음
- 대전시 관광자원 홍보는 단순 기본정보 전달의 기능만 제공하여 보다 많은 정보를 원하는 젊은 층의 기대를 충족시키지 못함



[그림 4-83] 대전관광 홈페이지
자료: 대전관광 홈페이지(<http://www.daejeon.go.kr/tour>)

- 또한 대전관광블로그 ‘먼저보슈’를 통해 여행하는 대전, 맛있는 대전, 축제의 대전을 통해 다양한 대전 관광스토리를 공유하고 소통하고 있음



[그림 4-84] 대전관광 블로그
자료: 대전관광 블로그(<http://blog.naver.com/daejeontour>)

- 국민여행실태조사에서 관광홍보 관련 자료를 검토한 결과 대전지역의 관광홍보 만족도는 2010년 이후 꾸준히 낮아지는 것으로 나타남

<표 4-93> 대전시 관광만족도

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015
관광여행만족도	4.21	4.18	4.03	4.07	3.97	3.71
관광정보 및 안내시설만족도	4.39	4.03	3.88	3.92	3.79	3.71
관광지 편의시설만족도	4.41	3.86	3.84	3.75	3.79	3.75
지역관광종사자 친절성만족도	4.39	3.94	3.69	3.82	3.77	3.70
관광여행방문비율	1.6%	1.4%	1.6%	1.4%	1.5%	1.2%

자료: 국민여행실태조사(2010~2015), 관광지식정보시스템



- 대전시의 관광앱은 다양한 정보제공과 더불어 상호간 커뮤니케이션이 가능해야 하지만 단순 정보 전달의 기능만 유지 하고 있음



[그림 4-85] 대전 관광 어플리케이션

자료 : 대전관광 모바일앱

라. 도시브랜드 홍보

- 대전시의 브랜드 슬로건은 이즈대전(It's Daejeon)으로 2004년 시민공모를 통해 만들어졌으며, 자연친화적인 전원도시, 풍요로운 문화도시, 내일을 열어가는 미래도시라는 이미지를 나타내고자 하였음



[그림 4-86] 대전 브랜드 슬로건 및 디자인

- 대전시는 글로벌 도시경쟁력 확보를 위해 도시마케팅 통합법인인 대전마케팅공사를 2011년 설립하였으며 최근 대전시 정책기획관실내 도시마케팅계를 신설하여 보다 적극적인 활동을 계획하고 있음. 하지만, 관광진흥사업과 MICE산업, 외자유치 및 도시브랜드 육성을 목표로 설립한 대전마케팅공사의 역할이 미비 함

□ 외자유치 및 도시브랜드 육성

- 국내외 투자유치, 도시브랜드 및 지역특화상품 개발·육성 등

□ MICE 산업

- 회의·전시·컨벤션 기획·유치·홍보 등
- 관련시설 조성 및 관리·운영(대전컨벤션센터 운영 등)

□ 관광진흥사업

- 국내외 협력 네트워크 구축 및 정보교류(의료관광)
- 관광 축제·이벤트 등 기획 및 개최, 관광 홍보 및 관광객 유치

[그림 4-87] 대전마케팅공사 사업범위 및 목표

※ 도시마케팅(city marketing)은 경제, 사회, 문화적 활동이 집중되는 도시공간을 관광, 비즈니스, 쇼핑, 문화 욕구충족, 주거 등을 위한 매력적인 공간으로 상품화하고 판촉 하는 활동이다.

- 대전시는 해외 홍보 및 마케팅 활동을 위해 자매도시 제휴 마케팅 활동을 펼치고 있으며, 이러한 활동은 대전의 도시브랜드 경쟁력 강화와 도시 관광 활성화를 목적으로 하고 있음

<대전시 자매도시 현황>

과달라하라(멕시코), 난징(중국), 노보시비르스크(러시아), 부다페스트(헝가리), 브리즈번(호주), 빈중성(베트남), 삿포로(일본), 시애틀(미국), 오다(일본), 옅살라(스웨덴), 켈거리(캐나다), 더반(남아프리카공화국), 선양(중국)

(2) 서울시 홍보·마케팅 현황

가. 업무현황

- 서울시는 시장직속으로 시민소통기획관을 두어 시민 민원처리와 미디어 시정홍보, 도시브랜드 마케팅을 함께 처리하게 하였으며, 관광 관련 홍보는 관광사업과, 관광정책과에서



담당하게 하고 있음.

- 특히, 관광 인프라구축과 도시마케팅 업무강화를 위하여 2008년 서울관광마케팅주식회사를 설립하고 MICE산업과 관광정보센터운영, 해외관광객 유치, 한류관광자원개발 등의 업무를 위탁하고 있음
- 서울시 마케팅 관련 업무의 효율적인 운영을 위하여 각과별 전담 4개 팀으로 분업화하고 상호간 커뮤니케이션을 강화함

<표 4-94> 서울시 홍보/관광마케팅 조직별 주요 활동 내용

구분		주요 활동
시민소통 기획관	시민소통 담당관	- 서울시 주요 시책을 알리는 시정홍보 활동
	도시브랜드 담당관	- 서울 브랜드 향상 해외광고 마케팅 활동 - 문화, 관광자원 등을 활용한 프로모션, 글로벌 네트워크 확대
	뉴미디어 담당관	- 차세대 미디어로 급부상하고 있는 IP-TV, 모바일, 인터넷 생방송 등 뉴미디어 매체를 활용하여 시정홍보 활동
관광 체육국	관광정책과	- 관광객 유치대책 총괄, 관광자원개발, 관광특구 지정·활성화, 관광 숙박대책 수립
	관광사업과	- 서울관광 해외 홍보마케팅, 관광상품 개발운영, 온라인 프로모션, u-Tour 시스템 개발
서울관광마케팅(주)		- 관광자원 개발 및 인프라 구축을 통해 서울의 관광산업 육성 및 도시 경쟁력 강화 - 관광·컨벤션 마케팅사업 : 글로벌 마케팅으로 관광객 유치 확대, 관광객이 편안한 수용환경 조성, 관광서울의 브랜드가치 업그레이드, 서울시민과 함께하는 관광마케팅 - 투자·개발사업 : 관광인프라의 효율적인 운영 및 활성화, 서울의 문화관광 콘텐츠발굴 및 수익화

자료 : 서울특별시의회(2009). 서울시 홍보 및 관광정책을 위한 마케팅 전략연구.

나. 온오프라인 미디어 홍보

- 서울시는 시민소통기획관내 시민소통담당관에서 인쇄매체 및 방송보도관련 전반적인 대외업무를 수행하고, 뉴미디어 담당관에서 자체 제작 인터넷방송, 블로그, 페이스북등의 업무를 수행하고 있음

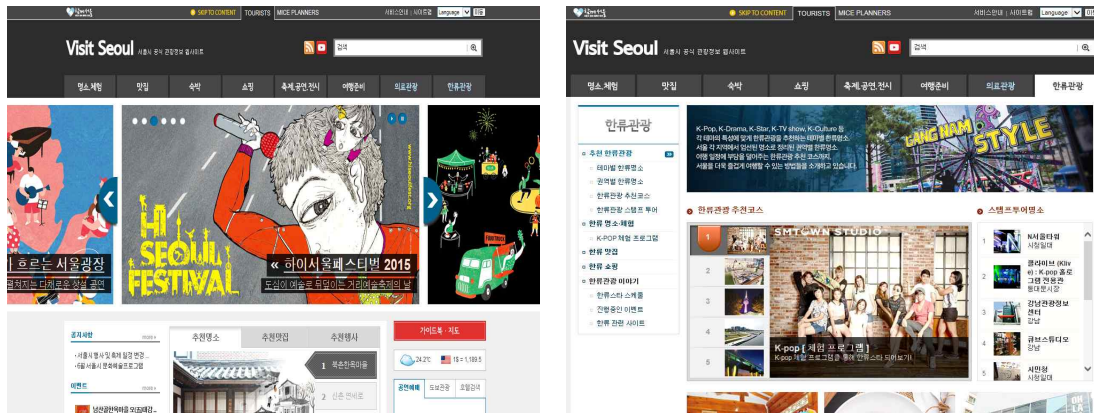
<표 4-95> 매체별 사업추진 현황

구 분	내 용
인쇄매체	시보, 서울사랑 발행
영상매체	인터넷 방송 라이브서울 방송 운영
뉴미디어/SNS	블로그, 트위터, 페이스북, 팟캐스트 운영



다. 관광자원 홍보방식

- 서울시 관광 홈페이지는 자체 BI와 슬로건을 사용하여 친근감 있게 구성하였으며, 홈페이지의 인터페이스와 카테고리를 세분화하여 스토리가 있는 관광지를 소개함. 또한 최신정보가 상호 연동되도록 하여 보다 쉽게 서울 관광정보를 얻을 수 있도록 함



[그림 4-88] 서울 관광 홈페이지

※ 자료 : 서울시 비지트서울 홈페이지(<http://korean.visitseoul.net>)

- 서울시 모바일앱은 기본 관광지 및 숙박정보와 함께 최신 축제 정보, GPS시스템을 실시간 상호연동 되게 하여 사용자입장에서의 편리성을 고려 함.



[그림 4-89] 서울 관광 어플리케이션


※ 자료 : 서울시 비지트서울 모바일앱


라. 도시브랜드 홍보

- 서울의 역동적인 이미지를 브랜드화하기 위해 2002년 ‘하이 서울(hi seoul)’을 슬로건으로 선포하고 시정 슬로건으로 ‘함께 서울’을 추가 선포하여 세계 대도시간 경쟁에서 서울이 나아가야 할 비전을 제시하였음
- 서울시는 2015년 10월 28일 서울광장에서 새 브랜드 ‘I. SEOUL. U(아이·서울·유)’의 선포식을 갖고, 기존의 ‘하이서울’을 대신하는 새로운 브랜드를 발표하고, 홈페이지나 신청사 전광판에 대대적으로 홍보를 펼치고 있는 중임

“나와 당신이 이어지며, 함께 공존하는 서울”

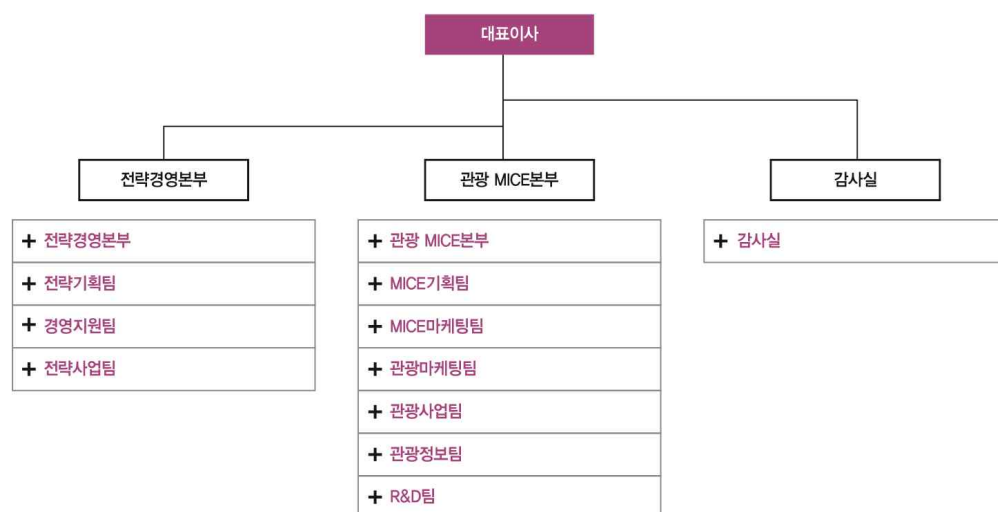
- 사람과 사람 사이 서울이 있습니다.
- 열정과 여유, 두 점의 중심은 서울입니다.
- 한글 ‘이응’과 영문 ‘O’가 공존합니다.





자료 : 서울특별시청 홈페이지(<http://www.seoul.go.kr>)

- 서울시는 국제 경쟁력을 갖춘 관광명소 조성 및 매력 있는 서울형 문화관광 콘텐츠 개발, 도시브랜드 마케팅을 통한 해외 관광객 유치 등을 위해 서울시와 함께 서울관광마케팅주식회사를 전면 세워 역동성을 부여하고 있음.



[그림 4-90] 서울마케팅(주) 조직도

※ 서울시는 관광정보센터를 마케팅본부내에 두어 직접적인 마케팅의 영향이 가능하게 조직을 편제 함.



- 서울시는 자매 도시 외에 대한항공, LG, 보광패밀리마트, 하나투어, 롯데관광, 이마트 등의 민간기업과의 제휴를 통해 다국적 매장, 전시장 등에 서울시 홍보코너와 관광센터를 설치하여 서울시 홍보를 추진하고 있음

<표 4-96> 서울시 기업 간 제휴 마케팅 사례

기업	내용
대한항공	대한항공은 기내잡지와 세계 각 지점을 통해 서울 관광상품을 홍보하고 있으며, 자사 비행기를 이용하는 고객에게 서울의 시티투어 요금과 문화유적 이용료를 할인해 주는 등 서울시와 협력하여 홍보하고 있음.
LG/패밀리마트	LG는 자사제품의 해외 마케팅 시, 서울시와 연계하여 홍보하고 있으며 보광 패밀리마트는 서울시에 있는 점포 및 1만 3천여 개에 달하는 해외점포에서 서울시 관광기념품을 판매하며 서울관광정보를 제공하고 있음

자료 : 서울시정개발연구원(2008). 서울관광 글로벌 제휴마케팅전략.

2) 기본구상

(1) 비전설정

- 비전: 여행자가 여행하기 좋은 도시, 스마트 홍보·마케팅 체계 구축
- 목표: 홍보수용기반조성, 스마트 홍보·관광 체계구축, 스토리텔링 기반구축, 세계화 브랜드 홍보체계 마련, 기관 간 광고·홍보 교류채널 체계구축

(2) 추진전략

가. 홍보수용기반 조성

- 대전시의 대내외 홍보는 주로 공보관실에서 이루어지고 있으며, 도시마케팅은 기획관실, 관광업무 전반은 관광진흥과에서 맡고 있음. 현재 백화점식(부서별)으로 추진하는 홍보·관광마케팅 업무의 부서 간 전략적인 기획, 조정, 통합의 기능이 필요 함.
→ 관광과 도시마케팅을 세분화하는 등 보다 공격적인 홍보 강화를 위해 각 사업별 진단이 필요하며, 세계적인 상품 개발 및 사업을 추진을 위해 조직 및 업무의 지속성과 일관성을 확보 할 필요가 있음
- 대전시의 도시 브랜드를 세계화하고 관광산업의 글로벌 경쟁력을 갖기 위해서는 현재 도시마케팅을 전담하는 대전마케팅공사의 역할을 강화하고 이에 따른 관광홍보 및 도시마케팅 전문 인력을 양성해야 할 필요성이 있음
- 기존 관광안내소는 관광안내 역할의 범위를 넘어서 홍보·전시·판매 기능을 포함하는 대전여행의 거점지로서의 복합적인 역할을 할 수 있도록 스마트관광정보센터로 탈바꿈하여야 하며, 스마트관광정보센터로서의 기능이 가능하도록 인력 보강과 예산 수립이 필요

함

- 대전시 블로거 기자단, 대전스토리기획단, 각 산하기관에서 운영하는 기자단 & 서포터즈 등의 시민참여 홍보단의 효율적인 운영과 시너지 효과 극대화를 위해 상호연동 시스템을 정비하고 교류를 확대 할 필요가 있음
- 대전 시민과 함께 만들어가는 소통정책의 일환으로 관광분야에서도 자원봉사 제도를 활용한 관광 헬퍼(도우미) 제도를 도입할 필요가 있음
- 또한, 각 지자체별 글로벌 경쟁력 강화를 위하여 홍보활동 수단이 다양화 되어 감에 따라 이를 뒷받침할 외래관광객 유치 전문 조직을 육성할 필요가 있으며, 이에 따라 대전시 관광관련 홍보예산의 점진적 확대가 필요 함.

나. 스마트 홍보·관광 체계구축

- 뉴미디어 홍보 효과 극대화와 온라인기반의 홍보기법 대응을 위한 Off-Line 기반의 뉴미디어 홍보 자문단 구성 필요
- 스마트폰의 대중화에 따른 선제적 대응이 필요하며 기존 홍보미디어 매체들과 대전시 관광안내와 관광명소 소개가 포함된 스마트 u-tour 통합서비스개발 필요
- ※ 홈페이지와 모바일앱이 연동되는 서비스개발 또한 스토리텔러 기능이 가능한 비디오 및 오디오 가이드 탑재 필요

다. 스토리텔링 기반구축

- 대전시에서 홍보하는 각 지역 관광지와 숙박·음식·쇼핑을 연계하는 스토리가 있는 다양한 체험 관광 프로그램 개발이 필요 함. 또한, 개발 스토리는 가능한 재미와 감동을 느낄 수 있도록 개발 되어야 함.
- 스토리가 있는 체험 관광코스 프로그램은 최소 월별, 분기별 프로그램 개발이 필요하며, 기존 이벤트 및 축제와의 연동도 좋은 기회라고 판단 됨
- 스토리가 있는 체험 프로그램의 원활한 개발을 위하여 시장직속으로 임시 TF 조직 구성이 필요하여, 구성기관으로 대전스토리기획단, 기초자치단체, 문화관광 관련 산하기관, 공기업, 민간단체를 포함
- 개발 된 스토리가 있는 체험 관광 프로그램은 홈페이지와 앱에 상호연동이 가능하도록 시스템을 개발해야 함.

라. 세계화 브랜드 홍보 체계 마련

- 대전시의 도시브랜드의 글로벌화를 위하여 관광홍보분야에서 제한적인 업무를 수행하고 있는 대전마케팅공사의 업무 범위와 영역을 더욱 확대하고 이를 위한 보다 적극적인 인적 물적 지원을 할 필요가 있음.



- 또한, 대전마케팅공사에서 수행하고 있는 의료관광과 MICE사업을 기반으로 해외관광객 뿐만 아니라 관광산업에 대한 투자 유치도 병행할 필요가 있음.



[그림 4-91] 대전마케팅공사 설립목적 및 사업분야

자료 : 대전마케팅공사 홈페이지

- 해외관광객 유치를 위해 대전엑스포재창조 사업으로 추진하는 HD드라마센터의 개관에 맞춰 대전문화정보산업진흥원에서 운영하는 대전액션센터와 연계하는 영화와 드라마 촬영지의 명소화 지정 등의 다양한 문화 콘텐츠 개발이 필요 함
- 도시간 제휴 마케팅과 더불어 국내외 기업체와의 전략적 제휴 추진이 필요하며, 상호 win-win 할 수 있는 프로그램을 개발하고 이를 통해 대전이라는 도시브랜드를 직간접으로 홍보 할 필요가 있음.

마. 기관 간 광고·홍보 교류채널 체계구축

① 기관간 광고, 홍보 채널 교류 확대

- 제휴 홍보 제휴 마케팅이란 “둘 이상의 기업들이 자신이 보유한 홍보 관련 핵심역량을 바탕으로 상호보완적인 역량을 결합하는 것으로 다수의 형태를 포괄하는 기업의 협력 관계나 특정형태의 기업 간 홍보 협력관계”를 말한다.



[그림 4-92] 대전 관광마케팅 믹스 예시

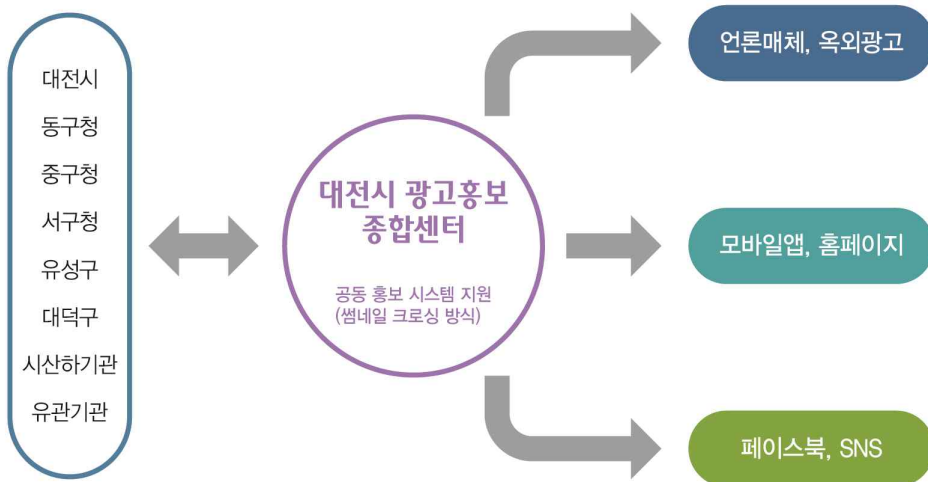
자료 : 서울시정개발연구원(2008). 서울관광 글로벌 제휴마케팅전략.



② 제휴 홍보 제휴 마케팅 방향

- 대전시 관광 홍보 분야 제휴마케팅은 공공목적 달성이라는 전제조건 아래에서 관광 관련 지자체와 유관기관과의 협약을 체결하고 언론매체 및 온오프라인 광고 시, 상호 크로싱 방식의 공동홍보를 추진 함.
- 이를 위하여 대전시 지자체와 산하기관, 유관기관이 참여하는 대전시 광고홍보 종합센터 설치하고 필요한 시스템(상호 크로싱 방식(썸네일 교환))을 개발 하고 지원 함. 이를 통해 상호 홍보비용절감과 시너지 효과를 극대화 시킴.

교류기관



[그림 4-93] 대전마케팅 방향

3) 세부사업

(1) 홍보·마케팅(on-offline 마케팅)

가. 대전관광 스마트 포털 체계 구축

○ 사업배경

■ 대전시 관광포털 사이트의 경쟁력 취약

- 기존의 나열식 카테고리의 배열과 단조로운 메인페이지 인터페이스, 정보 페이지의 미비한 기술로 인한 이용자의 흥미요소 상실

■ 사이트 광고·홍보, 이벤트 등 적극적인 방문 유도를 위한 마케팅 전개 필요

- 사이트의 인지도 확산을 위한 사이트 마케팅 아이디덴티티 설정 및 광고·홍보활동의 전략적 수행이 이루어져야 함

○ 사업내용

■ 수요자 입장에서 홈페이지 인터페이스 리뉴얼

- 방문자에게 대전의 역동적 이미지와 이야기를 전달하고 재방문을 제고할 수 있는 우수 콘텐츠를 제작하여 등재
- 신규 등재 예정인 정보들은 사전 검열과정을 거쳐 경쟁력을 가진 콘텐츠들로 선정·제작
- 최신 정보(콘텐츠)와 함께하는 이미지(사진)들은 최대한 흥미를 유발 시킬 수 있는 것들을 우선적으로 선정
- 서브 카테고리 중에서 특히, 수요자 중심적인 것들은 메인 페이지에 적절한 공간을 마련하여 클릭 시, 바로 들어갈 수 있도록 구성

■ 인터넷 홈페이지와 연동이 되는 모바일 앱 시스템 개발

- 대전관광 포털 홈페이지와 실시간 연동이 가능한 모바일 앱 개발
- QR 코드 및 GPS 기능이 탑재된 연동 시스템 개발
- 담당 안내센터와 바로 통화가 가능하도록 전화 연결 시스템 연동 필요

■ 인터넷 홈페이지와 블로그, sns 등 상호간 공동 홍보 체계 구축

- 실시간으로 커뮤니케이션과 정보 업데이트가 가능하게 추진

○ 기대효과

■ 정보와 커뮤니케이션 공간제공으로 시민 및 관광객과의 소통 향상

■ 외래 방문객 유치에 위한 대전시 관광 분야 ICT 기반 조성

나. 지역 대표 콘텐츠 및 관광지 연계 스토리(프로그램) 개발

○ 사업배경

■ 지역 관광 활성화를 위한 전제 조건으로 신규 관광자원 개발과 관광지간 다양한 연계 스토리 개발이 필요 함

- 이제 더 이상의 단순한 관광지의 장소성이 가지고 있는 고유의 관광지 소개로는 관광객의 흥미 끌기가 쉽지 않음

■ 다양한 유형의 관광 스토리텔링 핵심 요소 도출 필요

- 선행연구를 통한 관광 스토리텔링 사례 조사
- 국내외 관광스토리텔링 사례들의 유형별 핵심 성공요소 도출
- 스토리텔링 적용을 위한 타당성 및 객관성 확보(관광 마케팅 전문가 대상 검증)



○ 사업내용

■ 다양한 유형의 관광 스토리텔링 핵심 요소 도출 필요

- 선행연구를 통한 관광스토리텔링 사례 분석
- 국내외 관광스토리텔링 사례들의 유형별 핵심 성공요소 도출
- 타당성 및 객관성 확보를 위한 관광 마케팅 전문가 대상 검증

※ 관광스토리텔링의 핵심 요소로 교육성(학습), 흥미성(재미), 매력성, 테마성, 감성 등을 제시

<표 4-97> 관광스토리 텔링 유형 구분

구분		허구(fiction)	실재(non-fiction)
관광지 창조	내용	- 일반대상에 허구적 스토리를 가미하여 관광자원화	- 일반대상의 실재적인 스토리를 발굴하여 관광자원화
	핵심 요소	- 흥미 : 재미, 호기심 - 맥락 : 인지도, 기념, 간접체험	- 흥미 : 진귀성, 호기심 - 맥락 : 인지도, 기념, 직접체험
관광지 강화	내용	- 기존관광대상에 허구적 스토리를 가미하여 관광자원 가치를 강화	- 기존관광대상의 실재적 스토리를 발굴하여 관광자원 가치를 강화
	핵심 요소	- 흥미 : 호기심 - 맥락 : 인지도, 기념, 직접체험	- 흥미 : 호기심, 진귀성 - 맥락 : 인지도, 학습, 기념, 간접체험

※ 자료 : 금기용(2014). 서울시 스토리텔링 관광자원 마케팅 전략연구.

■ 대전시 관광 스토리텔링 사업 발굴

- 대전 관광 12선에 선정된 관광지를 대상으로 하는 스토리 발굴 및 관광자원화
- 대전을 중심으로 촬영된 드라마 및 영화 명소를 대상으로 하는 한류 스토리 발굴
- 대전의 역사 및 유적지를 중심으로 하는 체험 학습 스토리 발굴
- 대전의 3대 하천을 중심으로 하는 생태 체험 스토리 발굴
- 대전 먹거리, 사람, 조형물, 관광지 등 전 지역을 아우르는 스토리 발굴

○ 기대효과

■ 각 지역별 존재하는 소규모 관광지의 인지도 상승 및 상호간 상호 시너지 효과

다. 국·내외 관광 홍보·전시·회의 사업 활성화 체계 구축

○ 사업배경

■ 국가간 도시간 문화 및 관광 이슈의 중요성 증대

- 관광 및 문화 홍보는 단순한 홍보업무의 보조수단으로 여겨져 왔으나, 소득수준의 향상과 국제적 위상 변화에 따라 이제는 문화와 관광이 외교적 업무의 영역까지 확대되는 추세임

■ MICE산업의 성장에 따른 탄력적 대응 전략 수립 필요

- MICE 산업은 지역브랜드 가치를 제고시키는 고부가가치 서비스산업으로, 관광, 레저, 숙박, 식음료, 교통·통신, 인쇄·출판, 영상, 광고, 문화·오락, 여행업 등에 막대한 파급효과를 미치는 신지식기반산업(Knowledge-based Industry)임

<표 4-98> MICE 산업 전망

(단위 : 백만 원)

구 분	2007	2013	2018
관광객(수)	586,842	1,288,000	2,480,000
산업규모(생산파급효과 기준)	4,115,044	9,032,000	17,391,000
GDP 대비 규모(생산파급효과 기준)	0.45%	0.8%	1.2%
고용유발효과	88,290	193,000	373,000

자료 : 대전광역시(2011). 제5차 대전관광개발계획.

○ 사업내용

■ 비용 대비 효율적인 광고 마케팅 전략 수립

- 효율적인 광고 결정은 장단기 광고 목적 및 광고예산, 시장상황의 변화 등을 종합적으로 고려하여 결정

■ 관광 홍보·전시·회의 사업 지원체제의 확립 및 공동 홍보사업 추진

- 효율적인 국·내외 관광 홍보·전시·회의 사업 활성화를 위해서는 전시홍보 분야 전문협의체 구성이 필요하며, 최대의 시너지 효과 창출을 위하여 적극적인 상호 지원과 노력이 필요
- 충청권 관광홍보 전시품의 개발 및 해외 홍보
- 관광 정보의 교환 및 국내·외 관광 공동 판촉활동 공동 전개
- 관광상품의 공동개발·판매, 홍보물 제작
- 해외 관광홍보 전시 기획자 초청 팸투어
- 기타 긴밀한 협조체제 구축(향후 세종시를 포함하여 충청관광포럼 등 확대, 법인화 추진)

■ 대전마케팅공사 역할 강화 및 외래 관광객 유치 전문 조직 육성

- 최근 국내외 전시홍보사업은 MICE시설을 중심으로 이루어지고 있으며, 전시시설, 숙박, 쇼핑, 문화, 위락 등 시설을 집산화, 복합화를 통하여 집적의 경제화와 글로벌 경쟁력을 높이는 경향으로 변모해 가고 있음

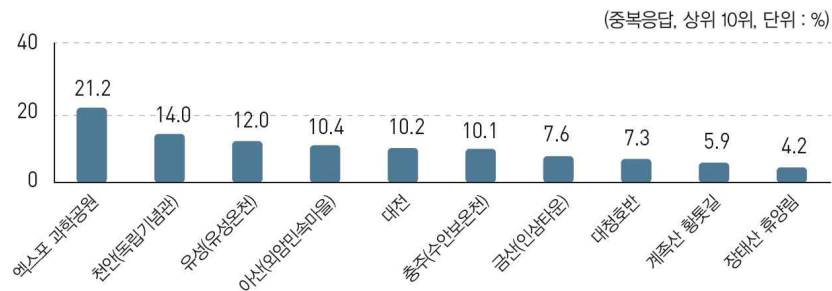


<대전컨벤션센터 주요업무 및 기능>

- 국내·외 컨벤션 및 방문객의 대전 내 유치와 지원, 홍보활동 등
- 컨벤션 및 도시마케팅과 관련되는 연구 수행 및 각종 정보수집 등
- 도시마케팅과 관련되는 연구 수행 및 각종 정보수집 등
- 컨벤션 및 도시마케팅에 관한 인력 양성사업

－ 이에 따라, 대전의 홍보전시와 외래관광객 유치를 담당하는 대전마케팅공사의 도시마케팅 업무를 강화 할 필요가 있으며, 이에 필요한 국제협력 연구인원 증원과 함께 관광전시홍보 체계 구축에 필요한 재원을 지원해야 할 것임

* 최근 해외관광객의 대전 충청지역 방문 비율이 가장 높은 곳은 엑스포과학공원(21.2%)이며 다음으로 천안 독립기념관 (14.0%), 유성온천(12.0%) 등으로 나타남



[그림 4-94] 2014년 외래관광객 충청지역 방문지 현황

자료 : 문화체육관광부(2014). 외래관광객 실태조사 보고서.

라. 대전 관광 헬퍼(자원봉사자, 도우미) 제도 운영

○ 사업배경

■ 민간주도의 지역관광 여행정보, 편의 시설, 안내 시스템 운영 필요

－ 대전을 찾는 관광객들이 보다 저렴하고 편하고, 안전한 여행이 될 수 있도록 민간 자원봉사 시스템을 구축하고 이를 통하여 지역에 대한 좋은 이미지를 제고

■ 민관이 함께하는 관광분야 자원봉사에 대한 개념 도입과 활성화 필요

－ 지역에 거주하는 관광전문가, 시민, 기업, 단체 등의 자발적인 자원봉사를 유도하여, 보다 많은 관광객이 대전을 방문 할 수 있는 기반을 조성

○ 사업내용

■ 수요자 입장에서의 최적화된 관광 자원봉사 홈페이지 플랫폼 구축

－ 정부제공 자원봉사 사이트 1365와는 별개로 대전광역시 관광포털 또는 신규 사이트 개설을 통하여 대전을 찾는 관광객과 대전거주 자원봉사자와의 쌍방향 커뮤니케이션 시스템 도입

－ 또한, 자원봉사에 필요한 요구하는 다양한 조건들(시간, 장소, 인원, 분야 등)과 의견을 수렴하여 누구나 쉽게 찾을 수 있도록 온·오프라인 동시 체계 구축 필요

■ 지역사회 공동체 형성에 도움이 되고 삶의 질을 향상시킬 수 있는 지속 가능한 봉사 활동 시스템 구축

－ 참여 학생 및 시민을 대상으로 자원봉사의 의미와 방향을 소개하고 자발적인 공동체 의식을 고취 시키고 정기적으로 봉사활동에 참여를 유도하여 지속적인 분위기를 조성

<대전지역 자원봉사 참여 인구 및 활동인원 (기준일자 : 2014. 12. 31)>

- 총인구 : 1,531,809명
- 등록인원 : 363,019명(총 인구 대비 23.69%)
- 활동인원 : 127,550명(총 인구 대비 8.32%, 등록 인원대비 35.13%)

자료 : 1365 자원봉사센터 통계자료(www.1365.go.kr),

○ 기대효과

- 대전 지역의 브랜드 가치를 높이고 지역 관광 활성화와 고용 창출의 시너지효과를 기대
- 관광 자원봉사도시로서의 신규 도시 브랜드 이미지 제고
- 숨겨진 주변 관광자원 개발과 대전 방문 관광객의 만족도 향상

마. 언론매체 섬네일 크로싱 홍보 체계 구축

○ 사업배경

■ 국내외 언론매체를 통한 광고 홍보 시, 비용절감 및 홍보 극대화 전략 필요

－ 대전시 공보관실 및 각 과, 산하기관에서 추진하는 언론매체 광고의 효율적인 집행을 위하여 섬네일 방식의 크로스의 홍보를 추진

※ 섬네일 : 페이지 전체의 레이아웃을 검토할 수 있게 페이지 전체를 작게 줄여 화면에 띄운 것



[그림 4-95] 섬네일 광고의 예시

자료 : 네이버포털, 경향신문

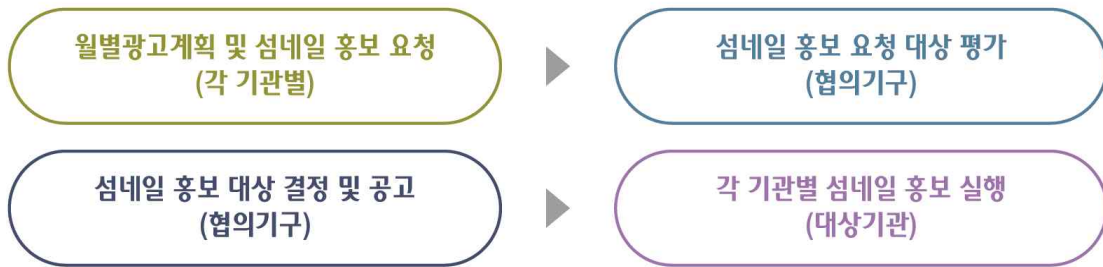


○ 사업내용

■ 섬네일 크로싱 홍보를 위한 추진 체계 확립

- 대전시 공보관실 또는 관광진흥과를 중심으로 각 기관별 광고계획에 따른 분야별, 월별 섬네일 정책을 결정 할 수 있는 기구 마련

※ 섬네일 교류 대상 기관 : 대전시 각 과 및 산하 공사, 공단, 유관기관



[그림 4-96] 섬네일 홍보 추진 절차

- 섬네일 홍보는 대전을 주제로 하는 홍보물 및 관광자원을 소개하는 TV, 라디오, 신문, 잡지 등 모든 언론 매체 및 홈페이지를 대상으로 함.

<주요 섬네일 교류 분야>

- TV 프로그램 기획 제작 지원 시, 하단 자막을 통한 섬네일 홍보 추진
- 주요 신문사 및 주간, 월간지 광고 게재 시, 일정 공간을 활용한 섬네일 홍보 추진
- 네티즌 대상 홍보 SMS, 뉴스레터 전송, 배너광고 등의 추진 시, 섬네일 홍보 추진
- 대전관광 포털 및 각 기관 홈페이지 메인의 일정 공간을 활용한 섬네일 홍보 추진

○ 기대효과

- 광고 홍보 예산 절감 및 기관 간 소통 및 홍보 시너지 효과 극대화

바. 테마와 이야기가 있는 이벤트 및 축제 강화

○ 사업배경

■ 민선6기 대전시민경청위원회에서 축제 개최의 선택과 집중 필요성을 제기

- 대전은 총 14개의 주요 대표축제 및 우수축제가 열리고 있으며, 대전시 및 기초자치단체가 10개, 민간주도 축제 행사가 4개 열리고 있음

<표 4-99> 대전권 축제 현황

구분	축제명	행사일정	주최/주관
대전시	견우직녀축제	8월	대전문화재단/대전MBC
	대전국제 와인페어	9월	대전마케팅공사
	대전사이언스페스티벌	10월	대전시/대전마케팅공사
동구	우암문화제	10월	대전 동구청
중구	효문화 뿌리축제	10월	대전 중구청
서구	힐링아트 페스티벌	10월	대전 서구청
유성구	유성온천문화축제	5월	대전 유성구청
	국화향기 가을 축제	10월	
대덕구	금강 로하스축제	4월	대전 대덕구청
	동춘당 문화제	4월	
민간	계족산 맨발축제	5월	(주)맥키스컴퍼니
	디쿠 페스티벌	8월	대전문화산업진흥원/디쿠넷
	블루블랙 페스티벌	7월	협동조합 몽땅클래식
	아줌마 대축제		(주)충청투데이

자료 : 대전관광홈페이지(www.daejeon.go.kr)

■ 지역축제 수의 급격한 증대와 이에 따른 문제점 발생으로 새로운 패러다임 제시 필요

- 지역단위 축제의 비약적 증대로 인해 지자체간 관광객 유치를 위한 경쟁이 치열해 지고 있으며, 이로 인해 지역의 역량을 활용하기 보다는 성과 중심적 일회성 이벤트 행사 등의 개최로 자원 낭비를 초래하고 있음

<지역 축제의 현황 및 문제점>

- 축제의 관광효과보다 지역민의 여가 활용 측면이 더욱 강조 됨
- 이벤트성 축제를 강조하면서 지역적 특성을 활용한 축제 개발에 미흡
- 축제기획력 부족과 홍보체계의 미숙
- 체계적이고 전문적인 평가 시스템과 인력의 부족
- 축제 수의 증가에 비해 축제정체성 형성의 미흡
- 지역주민의 관심 증대와 전문 인력의 양성 부족
- 지역축제와 예술적 영향력의 상관관계가 낮음
- 동일 시기와 장소에서 여러 축제 동시 진행

※ 자료 : 한국문화관광정책연구원(2006). 전국 지역축제의 조사평가 및 발전방안.



○ 사업내용

- 기존의 대전시 및 기초자치단체 주최 축제에 대하여 매년 주요 항목별 평가제를 도입하여 약점을 보완하고, 필요 시, 지역축제의 개념 정의가 잘 반영 된, 신규 프로그램 또는 스토리를 개발
 - 지역축제의 개념 : 지역 고유의 전통·문화를 계승·발전시키고 지역 주민의 정체성 제고와 외지인의 지역에 대한 이해를 증진시키기 위해 매년 정해진 일자에 지역주민, 지역단체, 지방정부가 주체가 되어 준비 개최되는 축제로 지역주민들의 총체적인 삶과 전통 문화적 요소가 잘 반영되어 있는 공동체적 성격의 행사
- 대전시 주관 축제와 기초자치단체 축제간의 시너지 효과 극대화를 위한 협의회 개최
 - 대전시가 주관이 되어 연초 각 지자체별 축제관련 담당자와 행사일정을 협의하고 축제간 연계 가능한 스토리를 개발하고 지원 함
 - 연계 스토리가 확정 된 축제와 비연계 축제간 예산 집행 시, 선택과 집중 전략 필요

사. 기업 제휴 마케팅(시티프로모션) 기반 구축

○ 사업배경

- 최근 지방자치단체의 홍보전략 패러다임이 체제홍보에서 문화관광을 포함한 종합적 이미지 홍보로 전환되고, 자치단체 주도의 폐쇄적 홍보를 탈피하여 민간 조직과 연계를 통한 민관 공동홍보가 중요시 되는 추세 임.
- 대전은 대전특유의 관광자원인 과학문화부문의 우위성을 가지고 있으며, 이런 브랜드 파워를 높이기 위해서 대전의 도시브랜드 슬로건을 시민들에게 인식시키고 시민의 자긍심을 고취시키기 위해 지속적인 대내외 홍보 전략이 필요 함.

<표 4-100> 대전지역이미지

구분	2013년	2010년	2007년	2004년
과학중심지	44.4(1위)	30.4(1위)	31.3(1위)	26.5(1위)
교통중심지	15.2(2위)	15.3(3위)	17.9(3위)	14.2(2위)
국토중심지	9.8(3위)	9.9(5위)	9.8(4위)	8.9(6위)
행정중심지	8.1(4위)	15.4(2위)	19.2(2위)	10.1(5위)
교육중심지	7.4(5위)	12.1(4위)	8.1(5위)	4.9(8위)
경제중심지	4.2(6위)	2.8(8위)	2.1(8위)	2.8(9위)
문화중심지	3.9(7위)	6.1(6위)	4.3(7위)	5.6(7위)

자료 : 문경원(2013). 도시이미지 활용을 통한 도시마케팅 전략.

- 대전시의 도시 브랜드 경쟁력 강화와 관광 홍보 영역확대를 위해 민·관 협력 프로모션 체계 구축이 필요

- 도시브랜드가 활성화하기 위한 가장 우선적인 사항으로 시민의 주체적 참여가 이루어 져야 하며, 시민 참여의 확대 전제사항으로 기업 제휴 마케팅을 실시

○ 사업내용

■ 기업 제휴 마케팅 계획 수립 및 평가 추진

- 기업 제휴 마케팅의 목표 및 방향 설정을 설정하고, 세부실행전략 수립 등 철저한 사전 준비가 선행 되어야 함. 또한 제휴 실행에 따른 정량적인 성과를 측정과 더불어 전문가 의견 수렴을 지속적으로 추진
- 성과평가에 대한 피드백과정을 통해 전략 수정 등의 반영과정을 반드시 고려

■ 대전시 홍보 제휴 프로모션 활성화 추진단 설립

- 제휴 기업과의 최대한의 시너지 효과를 창출하기 위하여 제휴 홍보에 관련된 각 기관, 기업 실무자가 참여하는 활성화 추진단을 구성

■ 도시브랜딩 강화를 위한 시티프로모션 캠페인 추진

- 대전시, 제휴기업, 시 산하공공기관이 참여하는 1년 주기 캠페인 추진
- 대상 : 대전관광 포털 홈페이지, 각 기업 및 기관 홈페이지, 실시간 연동이 가능한 모바일 앱

○ 기대효과

- 보다 많은 외래관광객 유치와 함께 저비용 고효율의 도시브랜드 홍보 마케팅 효과 기대

(2) 관광 서비스(it's Daejeon 스마트관광정보센터 운영)

가. 추진 배경

- 선진국의 도시 관광 홍보관은 다양한 전문 멀티미디어 기술이 연계된 참여형, 체험형, 쇼핑형의 다양한 역할을 담당하는 최첨단 멀티플렉스 공간으로 탈바꿈하고 있음

- 역할 : 행정의 공간, 참여의 공간, 관광·문화의 공간, 미래 비전의 공간, 쇼핑의 공간

※ 출처 : 2007 BDI FOCUS-세계도시 부산에 종합홍보센터를 건립하자(부산발전연구원)

- 2014년 외래관광객 실태조사에 의하면 방한 목적 중 사업이나 전문 활동을 제외한 분야에서 여가 및 휴가 목적 다음으로 쇼핑, 교육 등의 순으로 나타나고 있음

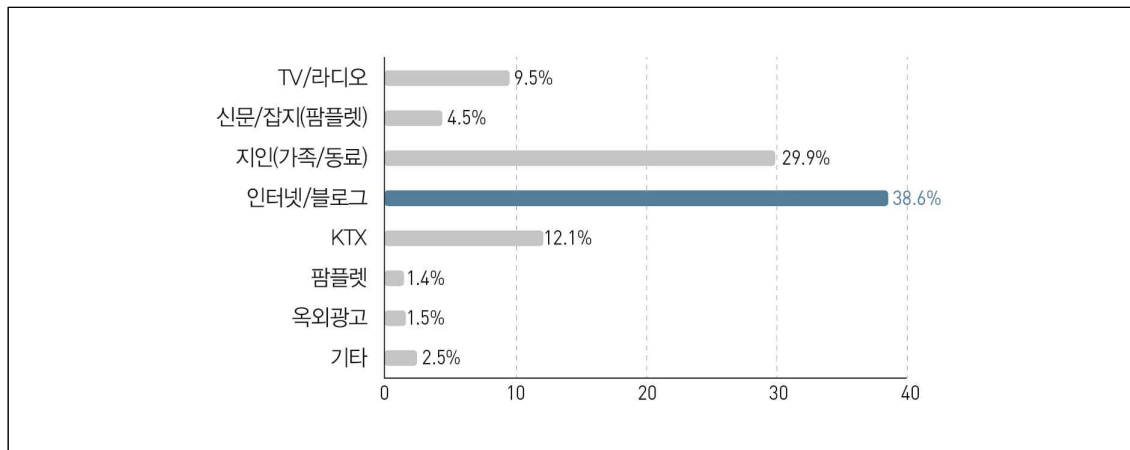
<표 4-101> 외래관광객 실태조사

목적	여가·휴가	건강·치료	종교	쇼핑	친구·친지	사업	교육	기타	계
사례수	6,982	122	111	1201	785	2,387	429	6	12023
퍼센트	58.07	1.01	0.92	9.99	6.54	19.85	3.57	0.05	100

자료 : 문화체육관광부(2014). 외래관광객 실태조사보고서.

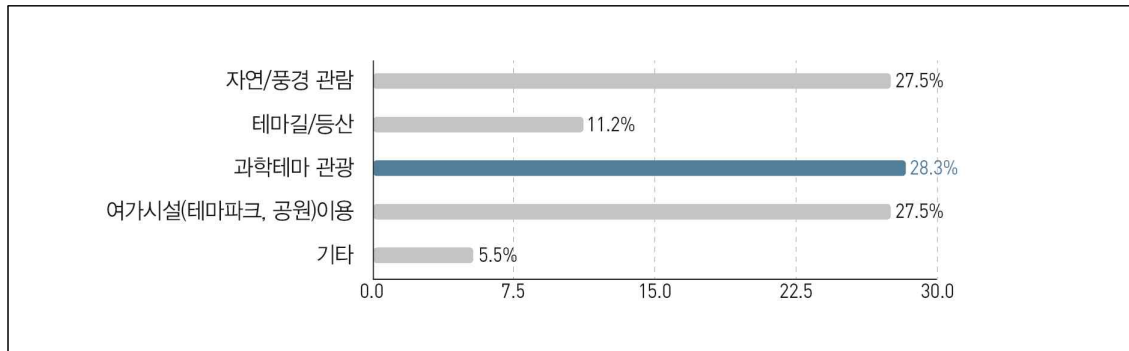


- 여가문화와 모바일 기기의 발전 등의 시대의 변화에 따라 대전관광에 대한 정보 획득 경로가 인터넷이 제일 높게나왔으며, 다음으로 지인(가족/동료)(29.9%) > KTX(12.1%) 순으로 나타남



[그림 4-97] 대전관광 정보 획득경로

- 2015년 대전 방문 국내관광객 설문조사에 의하면, 관광을 주목적으로 방문하는 응답자의 활동 유형으로 전체의 28.3%가 과학테마 관광 보기를 선택했으며, 다음으로 자연/풍경 관람(27.5%) > 여가시설(테마파크 ‘공원’) 이용 (27.5%) 순으로 나타남



[그림 4-98] 대전 방문 시 활동 유형

나. 추진 방향

- 수요자 중심의 다목적 멀티플렉스 관광정보센터로 재개관
 - one-stop 대전여행이 가능하도록 교통중심지와 주요 거점지역에 센터를 개관
 - 관광객이 좋아 하는, 홍보·전시·판매기능을 포함하는 관광안내센터로 개발
- 대전 도시브랜드 홍보와 이미지 제고가 가능한 전시 공간으로 구축
 - 미래 대전의 도시 발전의 비전을 제시하고 시정 홍보의 장으로 활용 할 수 있도록 멀티플렉스 전시 공간으로 활용

■ 여행에 필요한 다양한 분야의 관광 콘텐츠 프로그램 운영

- 대전을 방문하는 관광객들에게 보다 재미있는 관광이 될 수 있도록 음식점, 관람시설, 여가시설, 기념품점등의 할인쿠폰 또는 바우처 발행
- 스토리가 있는 대전여행을 위한 월별, 테마별 스탬프앨리 스토리북 제공

■ 대전 쇼핑관광을 위한 테마 쇼핑관 운영

- 대전 알뜰 쇼핑 정보 제공 및 지역 특산품, 기념품 등의 판매 공간 제공

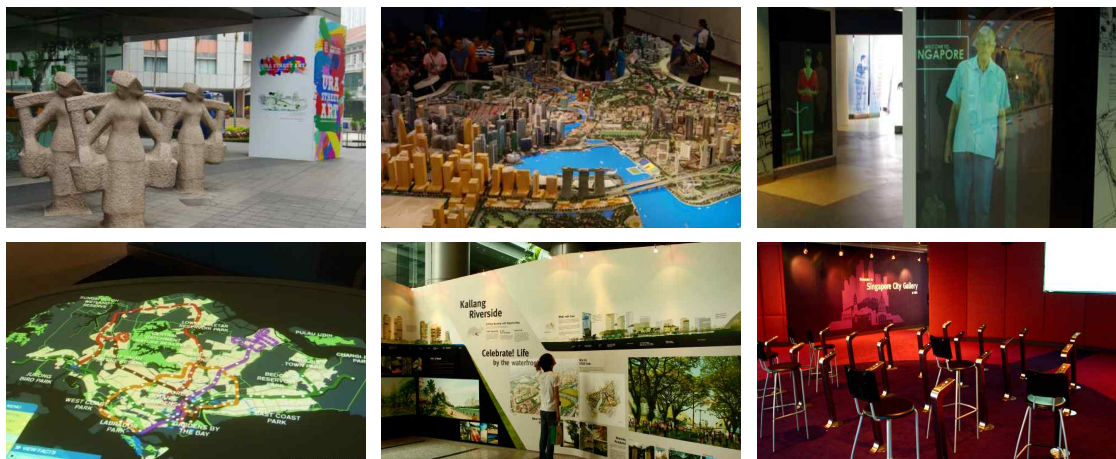
다. 추진 사례

○ 국외사례 : 싱가포르 City Gallery

- 설치목적 : 싱가포르의 지정학적 특수성과 미래비전을 적극적으로 홍보하고, 싱가포르의 유적지, 각종명소 등의 관광자원을 홍보 하고자 함.

■ 운영시설 및 프로그램

- 운영시설 : 도시 및 관광지 명소 재현 조감도, 공연시설, 전시시설, 전망시설
- 운영프로그램 : 도시계획 전문가 탐방, 유적지여행, 맞춤형여행, 외국인프로그램
- 운영시간 : 오전 9시 - 오후 5시



[그림 4-99] 싱가포르 시티갤러리 사례

■ 시설 운영 방향

- 1999년 1월 설립 된 홍보관은 특이하게 도심지에 홍보관을 설치하여 많은 관광객과 국민들이 보다 쉽게 찾을 수 있게 하여 도시브랜드 및 관광 홍보의 극대화를 유도함

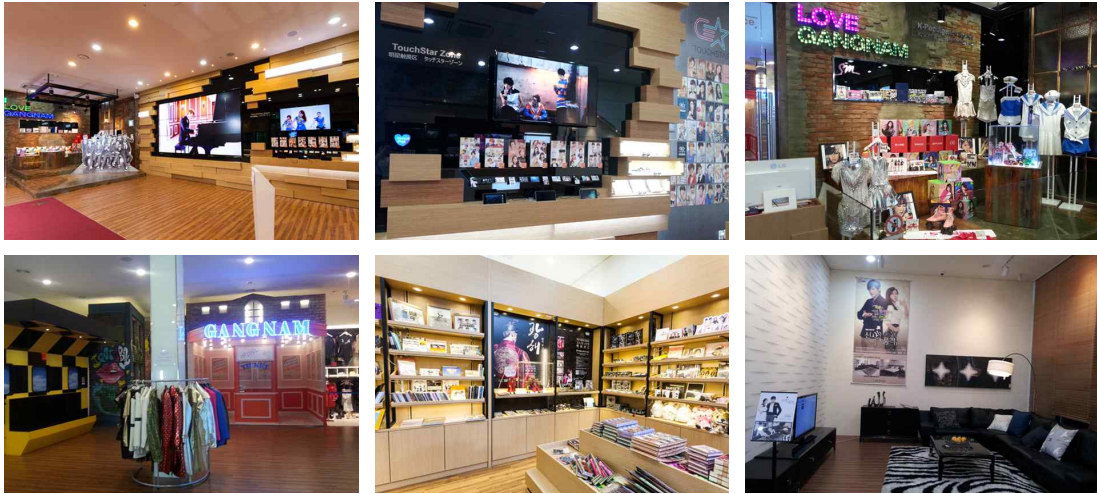
○ 국내사례 : 강남관광정보센터

- 설치목적 : 강남에 대한 세계적인 관심과 방문 열기에 부응하고, 외래관광객들에게 더 편리하고 믿을 수 있는 관광 안내 서비스를 제공하기 위하여 건립



□ 운영시설 및 프로그램

- 운영시설 : 전시관, 체험관, 기념품 판매점, 드라마존, 스코프비전
- 운영프로그램 : 관광안내 및 통역 서비스, 의료관광 상담, 환전소, 인터넷 라운지, 전시·공연장, 기념품 쇼핑, 수화물 보관 등
- 운영시간 : 오전 10시 - 오후 7시



[그림 4-100] 강남관광정보센터 사례

□ 시설 운영 내용

- 영·중·일 통역 서비스 및 다양한 부대시설 설치
- 입국부터 출국까지 책임지는 원스톱 의료 서비스 운영
- 가장 빠르게 만나 볼 수 있는 한류 트렌드 전시관 운영

□ 중점 프로그램 : 의료관광

- 의료관광 코디네이터(영·중·일·러)가 상주하여 외국인 의료관광객 이용 편리 도모
- 강남구 특화 병원 및 진료프로그램 소개
- 강남구 의료관광 특화상품 홍보 및 현장 예약 시스템 제공
- 방문객이 진료를 원할 시, 진료의뢰 서비스 제공
- 의료뿐만 아니라 호텔, 스타, 헤어숍, 웨딩스튜디오 등 건강과 미용에 관련된 서비스를 연결해 주는 토탈 서비스 제공



[그림 4-101] 강남관광정보센터 의료관광안내 사례

라. 추진 내용

○ It's Daejeon 스마트관광정보센터 설립

- 추진목적 : 대전에 대한 국내외 관심과 외래관광객들에게 더 편리하고 쉽게 찾을 수 있는 관광 안내 서비스와 다양한 콘텐츠를 제공하기 위하여 건립
- 추진방향 : 메인 안내센터를 포함하는 3-4개의 거점지역 종합정보센터를 설립하고, 1개 거점지역별로 1-2평 단위의 간이안내센터를 집중적으로 개발
- 스마트정보센터의 기본 역할

<표 4-102> 스마트정보센터 기본 역할

구 분	내 용
관광대상지 소개	대전관광에 대한 소개와 지역풍속, 주민상호간 교류 증진
외래방문객 유치	대전 관광에 대한 만족도 향상 및 재방문 유도
대전 도시브랜드 홍보	대전에 대한 긍정적 이미지 제고 및 브랜드 홍보
관광산업 발전기여	대전 관광산업 활성화를 위한 관광지, 숙박업소, 편의시설 등의 시너지 효과 유도

■ 스마트관광정보센터 구축시설 및 프로그램 개요

- 운영시설 : 판매시설, 공연시설, 전시시설, 멀티비전 시설
- 운영프로그램 : 맞춤 여행 상담 및 통역 서비스, 인터넷 라운지, 전시·공연장, 기념품 쇼핑관, 지정홍보관, 수화물 보관, 시티트레킹 투어 탐방, 콘텐츠 관 등
- 운영시간 : 오전 10시 - 오후 7시

○ 주요 운영 시설 및 프로그램 소개

■ 맞춤여행 상담 및 통역 서비스

- 통역 서비스 언어 : 영어, 일어, 중국어
- 통역 서비스 지역 : 주요 거점지역 스마트관광정보센터
- 통역 서비스 범위 : 센터 소개 및 관광지 연계 프로그램 소개

■ 인터넷 라운지 서비스

- 추진 목적 : 거점지역 관광분야 온라인(모바일포함) 스마트 관광 시스템 기반 조성
- 공간적 범위 : 2 ~ 5평 이내
- 서비스 범위 : 관광 정보 제공 및 시민 휴게 공간으로 활용



■ 전시·공연 서비스

- 추진 목적 : 관광안내센터의 관광자원화를 통한 거점지역 관광객 집객시설 기반 조성
- 공간적 범위 : 2 ~ 5평 이내
- 서비스 범위 : 관광객 및 시민 여가 공간으로 활용
- 서비스 지역 : 주요 거점지역 스마트관광정보센터

■ 기념품 판매 등의 쇼핑 서비스

- 추진 목적 : 쇼핑전용관 제공으로 외래관광객의 구매 편리성 및 만족도 향상
- 공간적 범위 : 10평 이내
- 서비스 범위 : 관광객 및 시민 쇼핑 공간으로 활용

■ 시정홍보 등의 멀티미디어 서비스

- 추진 목적 : 쇼핑전용관 제공으로 외래관광객의 구매 편리성 및 만족도 향상
- 공간적 범위 : 10평 이내
- 서비스 범위 : 관광객 및 시민 쇼핑 공간으로 활용

■ 수화물 보관 서비스

- 추진 목적 : 관광객의 이동 편의성 확보와 시민 복지 서비스 향상
- 공간적 범위 : 3 ~ 5평 이내
- 서비스 대상 : 관광객 및 시민

■ 시티트레킹 투어 탐방 서비스

- 추진 목적 : 도심 도보관광을 통해 센터 인근에 위치한 다양한 문화재와 시설물을 널리 홍보하고 대전관광 및 지역경제 활성화를 도모
- 사업 범위 : 7개 테마 중 1개 트레킹 코스 개발
- 서비스 대상 : 관광객 및 시민
- 운영 시간 : 주말 오전 9시 ~ 4시
- 체험 인원 : 최대 50명
- 코스 안내 : 문화관광해설사

‘걸어서 도심 속으로...’ 대전시티 트레킹 운영

2. 명사와 함께하는 도보여행(6개코스)

○ 운영내용 : 공개된 장소에서 누구나 참여가능한 열린 강의로 진행

시 기	분야별	명 사	프로그램(주제)	장 소
7.9(토)	미술	박석신	대청호 500리길 탐방	대청호
8월	영상	박종석	언덕넘어 믿음의길 탐방	오류동~목동주변(교회 및 성당)
9월	인문	이동선	대동하늘공원 탐방길	대 동
10월	무용	최 회	장태산 산책	장태산
11월	원도심	이용원	우리가 아는 시간풍경	대흥동
12월	문화	박은숙	대전 북쪽 끝마을 탐방	신동~쇠여울마을로

* 명사일정에 따라 일부 변경 가능하며 8월이후 일정은 추후 공지함

▲ 대전시티 트레킹 프로그램인 명사가 함께 하는 도보여행 코스 소개.

시 9일부터 12월까지 매주 2~3회

대전시는 지역 향토자원과 도심여행을 연계해 도보로 둘러보는 ‘대전시티 트레킹’ 프로그램을 9일부터 본격 운영한다.

대전시티트레킹은 12월까지 매주 2~3회씩 평일과 주말로 나눠 운영하며, 모두 9개 코스로 구성됐다. 여행코스는 해외 한류 팬들을 겨냥한 스타 학창시설 코스 등 테마형 도보여행 3개 코스와 명사와 함께하는 도보여행 6개 코스로 구성돼 볼거리를 제공한다.

시는 시티트레킹의 본격 운영에 앞서 7일 관광마케팅공사 블로그 기자단과 사전답사를 통해 코스 등에 대한 의견을 들을 예정이다.

시 관계자는 “대전시티트레킹이 단순한 도보산책을 넘어 재미있는 이야기가 있는 대전의 대표 관광코스로 사랑받기를 기대한다”고 말했다.

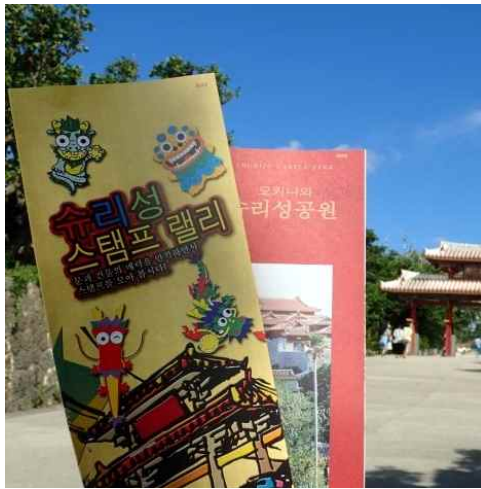
참여 신청은 공감만세 홈페이지에서 하면 되고, 자세한 사항은 홈페이지를 참고하거나 시 관광진흥과로 문의하면 된다. 박태구 기자 (중도일보, 2016. 7. 7일, 제2면)





■ 맞춤형 콘텐츠 제공 서비스

- 추진 목적 : 주변 상권 및 관광자원과의 연계를 통한 거점지역 관광 활성화
- 공간적 범위 : 2평 이내
- 서비스 범위 : 대전관광 스탬프앨리 인증, 할인 및 바우처 쿠폰 발행, 관광지 소개



○ 스마트 관광정보센터 자문단 운영 및 교육 강화

■ 자문단 구성 개요

- 추진 목적 : 관광정보센터 운영프로그램 및 시설물에 대한 점검 및 방향 설정
- 위원 구성 : 총 10명(외부 위원(4), 내부위원(4), 특별위원(2))
- 추진 일정 : 총 4회(분기별 1회)

■ 주요 안건 논의 방향

- 거시적, 미시적 관점의 사업 환경 조성 방향 제시
 - ☞ 센터 운영에 대한 전반적인 정책 및 조직 진단
 - ☞ 다각적인 분석을 통해 대상의 특성과 잠재력을 이끌어 낼 수 있는 방향제시
 - ☞ 친환경적 리모델링 및 건축 사례를 통한 방향 제시
 - ☞ 관광과 도시브랜드 마케팅 홍보 방향 제시
- 수요자 관점에서의 사업 방향 제시
 - ☞ 수요자 관점에서의 관광정보센터 운영 방향성 제시
 - ☞ 효율적인 공간 유지를 위한 관리 프로그램 제안
 - ☞ 관광객과 시민이 공감할 수 있는 다양한 프로그램 제시

▣ 세부 안건 내용

- 센터 운영에 대한 시설물 정비 추진에 관한 사항
- 센터 통역서비스에 대한 운영에 관한 사항
- 센터 인터넷 라운지 운영에 관한 사항
- 센터 전시·공연장 운영에 관한 사항
- 센터 시정홍보물 전시에 관한 사항
- 센터 기념품 쇼핑관 운영에 관한 사항
- 센터 시티트레킹 운영에 관한 사항
- 센터 수화물 보관함 운영에 관한 사항
- 센터 제공 콘텐츠 관리에 관한 사항
- 센터 홍보 관련 사항에 대한 현황

▣ 직원 교육 강화

- 센터 근무 안내직원 및 운영 직원 역량강화를 위한 체계적 직무교육 추진
- 관광객의 만족도 향상을 위한 서비스 전문 교육 강화
- 안내소간 상호 협력 강화를 위한 교육 방안 마련
- 1:1 대면 상담 직원을 위한 전문 의료 상담 추진



2. 관광 안내 정보체계 구축

1) 관광안내체계 개요

▣ 개념 : 여행지역을 잘 모르는 여행자가 쉽고 안전하게 길을 찾을 수 있도록 제공하는 해당 관광지에 대한 각종 정보

▣ 안내 시설물 종류

<표 4-103> 안내시설물의 종류

구분	종류	세부 내용
정보안내 사인	종합안내판	<ul style="list-style-type: none"> - 전체노선에 대한 종합적인 안내 기능 - 중추적인 안내 표지판 - 길 및 주요 루트의 이름과 번호, 범례 등 길 전체에 대한 정보제공
	구간안내판	<ul style="list-style-type: none"> - 세부 루트에 대한 구간 안내 정보 제공
	자원해설판	<ul style="list-style-type: none"> - 길 주변 주요 역사문화생태경관 자원에 대한 해설 제공
	이용안내판	<ul style="list-style-type: none"> - 사유재산침해 방지, 위험지역 표시, 환경보호 등 탐방객이 준수해야 할 사항 계도
방향안내 사인	지주식 방향 안내사인	<ul style="list-style-type: none"> - 탐방객이 목적지까지 도달 할 수 있도록 진행 방향을 유도하는 바닥 고정형 시설
	간이안내 사인(표식)	<ul style="list-style-type: none"> - 고정형 시설물외에 방향을 유도하는 다양한 표식들로 표찰, 리본, 바닥표시 등이 있음

자료 : 문화체육관광부(2013). 걷는 길 안내체계 가이드라인.



종합안내판



구간안내판



자원해설판



이용안내판



방향안내판



간이안내판

[그림 4-102] 안내시설물 예시

2) 안내 체계 구축 방향

▣ 표시내용 및 디자인의 통일성과 일관성

- 목적 및 기능, 장소, 노선별로 디자인과 색채의 통일성을 유지
- 안내시설과 함께 지도, 가이드북, GPS 등과 같은 호환성을 고려한 디자인 지향

▣ 설치의 합법성

- 표식 설치 시, 해당지역의 토지소유자 및 관리자와 반드시, 사전 협의 후 허가 받은 상태에서 설치
- 안내시설 디자인을 계획 할 때, 관련지역 법규 또는 지침을 고려하여 제작

▣ 중복 구간 가이드라인 수립 및 이용 편의 증진

- 2개 이상의 관광 안내 또는 길이 중첩 될 경우, 별도의 안내판을 설치하지 않고 기존 안내판 내에 수정 보완하여 통일성과 일관성을 유지
- 관광 안내시설은 이용자가 활동 하는데 방해되지 않는 곳에 설치하여야 하며, 도로의 분기점, 결절점, 주요 시설 인근에 설치하여 쉽게 길을 이용 할 수 있도록 추진

▣ 자연환경 보호 준수

- 안내시설은 가능한 주변 경관과 환경 훼손을 최소화 하여 추진



3) 안내판 설치 가이드라인

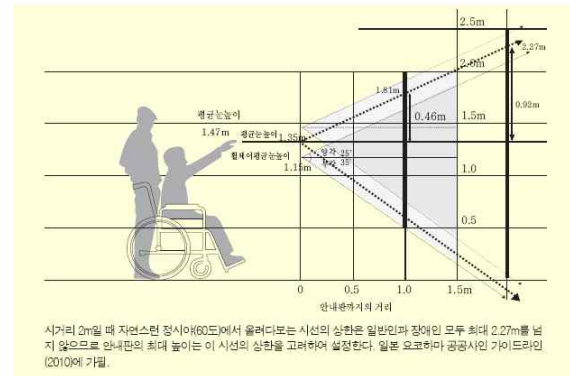
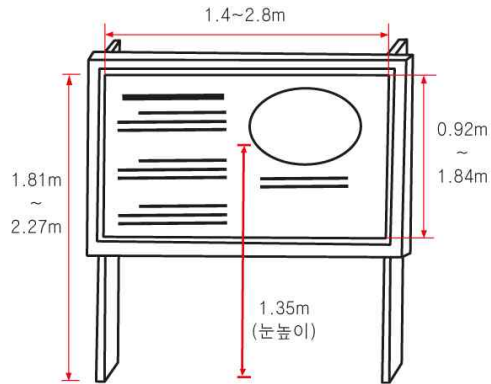
(1) 종합 안내판

- ▣ 여행자가 길을 찾거나 주변 지역을 파악 하는데 필요한 중요한 정보들은 종합안내판에 표시 되어야 함

- 안내시설 (ex: 타종합안내판 위치 표시, 갈림길 방향 표시, 현 위치 표시)
- 이정표
- 편의시설(ex: 쉼터, 화장실, 음용수 등)
- 교통관련시설(ex: 대중교통시설, 주차장)
- 안전시설(ex: 위험지역, 탈출로)
- 체험시설(ex: 주요 조망지역, 체험활동 공간, 아름다운 길 등)
- 이용제한 지역(ex: 야생동물보호지역)

자료 : 문화체육관광부(2013). 걷는 길 안내체계 가이드라인.

- ▣ 기존 관광안내지도와의 호환성을 고려하여 주요 랜드마크, 주변지역 관광시설 등의 심벌 표시를 동일하게 적용
- ▣ 전체구간, 권역별, 구간별 세부노선지도의 위계를 구분하여 지도표시내용의 범위와 수준을 위계에 맞게 결정하고 상호 연결되고 일관성을 갖도록 지도의 기획, 디자인, 제작 등의 가이드라인을 각각의 단계에서 고려해야 함.
- ▣ QR코드의 활용
 - 안내표지판에 QR코드를 설치하여 안내시설에 대한 상세한 텍스트, 이미지 정보와 보다 쉽게 안내 받을 수 있는 음성, 동영상 등의 추가 정보를 습득 할 수 있게 처리
- ▣ 종합안내판 설치 유의 사항
 - 종합안내판은 가능하면 유동인구가 많은 곳에 설치하되, 표지와의 가시거리를 2미터정도로 가정하고 표지의 크기는 가로 2.8미터를 넘지 않도록 제작 함
 - 정보가 담긴 표지의 최대 높이는 2.27미터를 넘지 않도록 제작·설치



[그림 4-103] 종합안내판규모 및 일반인과 장애인 시거리

자료 : 문화체육관광부(2013). 걷는 길 안내체계 가이드라인.

(2) 방향 표시대 가이드라인

- ▣ 방향표시대는 이용자를 정확한 방향으로 유도하기 위한 시설물로서 주요 갈림길에 설치하는 것을 원칙으로 하며, 타 지점까지의 중요 안내 정보를 담아야 함
 - 노선의 이름, 현 위치 지역명, 고도, 다음지점까지의 거리 및 소요시간, 주요지점 정보(유적지, 인근마을, 숙박, 화장실, 식수, 탈출로 등)
- ▣ 방향표시대의 화살표 고유 색상을 정하여 노선의 정방향과 역방향을 안내하고, 기둥이나 지지대에 일련번호를 부착하여 이용자의 위치확인 및 비상시, 안전을 확보



[그림 4-104] 방향안내판 구성요소 및 정방향과 역방향 안내

자료 : 문화체육관광부(2013). 걷는 길 안내체계 가이드라인.

▣ 방향 표시대 설치 유의 사항

- 방향표시대 기둥의 경우 길의 다양한 방향을 정확하게 표시하기 위하여 사각기둥의 형태보다는 원형이나 여러 방향을 표시하는 다각형 기둥을 선택하는 것이 좋음.
- ※ 다양한 각도의 방향 표시를 위하여 360도 방향표시가 모두 가능한 둥근 원기둥 사용 권장



(3) 간이 표식 가이드라인

- ▣ 표식은 이용자에게 올바른 방향으로 지시하고 있음을 알려주어 안심하고 여행을 할 수 있도록 함
- 일종의 표찰로서 걷는 길의 나무에 묶는 리본, 벽면 바닥 등의 페인트칠, 스티커, 패널등을 칠하거나 부착하는 형태로 설치



[그림 4-105] 국내 표식 설치 사례

자료 : 문화체육관광부(2013). 걷는 길 안내체계 가이드라인.

▣ 표식 설치 유의 사항

- 표식을 설치하기 전에 설치구간에 기존의 다른 표식이 없는지 확인하고, 길 이용자에게 혼란을 야기하거나 경관을 훼손하는 표식 설치는 지양해야 함.
- 표식의 설치가 완료 된 후에는 노선 경로에 대하여 전혀 모르는 제3자에게 혼자 길을 찾으며 걷게 함으로써 표식 설치 적합성과 실효성을 검증

(4) 중복구간 가이드라인

- ▣ 개념 : 이름이 다른 별도의 2개 이상의 걷는 길이 중첩되는 지역을 의미 함.
- ▣ 형태 : 전체구간 중복, 일부구간 중복, 점점 중복



[그림 4-106] 중복개념도

자료 : 문화체육관광부(2013). 걷는 길 안내체계 가이드라인.

- 추진 방향 : 지향점이나 테마가 다른 타 지역노선과 광역, 국가노선의 일부 구간 중복은 가능한 한 지점에서 다양한 색깔, 크기, 모양의 가이드라인을 설정하여 이용자가 명확한 표시에 따라 이동할 수 있도록 함

■ 중복 구간 안내시설별 보완 요소

- 원활한 코스 정보 이용을 위하여 주기적인 안내시설 보완이 필요 함.

구성요소	종합 안내판	길 명패	자원 해설판	주의 표시판	게시판	방향 지시대	표식
중복구간 길 이름	●	●	●	○	○	○	×
중복구간 노선	●	×	×	×	×	●	×
길 로고 표식추가	●	●	●	○	○	●	○
현재위치	●	×	○	△	△	●	△
이동 소요거리	●	×	×	×	×	●	×
문의처	●	●	○	○	○	●	×
IT 안내장치	△	△	△	△	△	△	×
관리기관 연락처	●	●	×	○	○	●	×
중복구간코스안내	○	×	×	×	○	●	×
주요시설	○	×	×	×	△	●	×
지역정보	●	×	×	×	△	△	×
난이도	○	×	×	×	×	△	×
보완 범위	부분중복	■	□	□	□	▷	□
	전체중복	■	□	□	□	□	□
	접점중복	■	×	×	×	▷	×

주 1 : ● = 필수 ○ = 권장 △ = 선택 × = 해당사항없음
 주 2 : ■ = 전체구간 □ = 중복구간노선 ▷ = 중복구간 및 직전구간

[그림 4-107] 중복구간 안내시설별 보완요소

자료 : 문화체육관광부(2013). 걷는 길 안내체계 가이드라인.

⑤ 유지관리체계 수립

- 합리적이고 효율적인 유지관리를 위하여 별도의 관리대장을 작성하고 정기적 점검과 청소, 보수 등이 이루어져야 함.
 - 관리내용 : 관리번호, 설치년월일, 주소, 관리자, 연락처
 - 정기점검 : 최소 분기별(4개월) 1회 정기 점검 실시
 - 청소 : 최소 반기별 1회 실시
 - 보수 : 설치 연수가 5년 이상의 안내시설물을 대상으로 보수를 추진



<표 4-104> 관광홍보 및 안내정보체계구축

(단위 : 백만 원)

사업내용			총 사업 예산	연도별 투자계획				
				2017	2018	2019	2020	2021
관광홍보 체계구축	홍보 마케팅 (On-Off line 마케팅)	계	1,500	300	300	300	300	300
		국비	—	—	—	—	—	
		시비	1,500	300	300	300	300	
		민자	—	—	—	—	—	
	관광서비스 (It's Daejeon 스마트관광정보 센터 운영)	계	3,000	600	600	600	600	600
		국비	—	—	—	—	—	
		시비	3,000	600	600	600	600	
		민자	—	—	—	—	—	
관광안내체계구축		계	2,000	200	400	400	500	500
		국비	—	—	—	—	—	
		시비	2,000	200	400	400	500	
		민자	—	—	—	—	—	
소 계			6,500	1,100	1,300	1,300	1,400	1,400

제5절 대전시 특화사업

1. 효! 월드 관광 활성화 사업

1) 현황분석

(1) 추진배경

- 효! 월드는 전국 최고의 효 인프라를 갖춘 효 문화테마공원으로 효를 체험하고 학습할 수 있어서 청소년들의 인성 교육의 장으로 많이 활용되고 있으며, 효문화교육을 선도하는 중심역할을 수행하는 공간임
 - 주로 체험학습형태와 가족 단위로 많이 찾고 있으며 매년 130만 명 이상이 방문
- 1997년 11월에 첫 출발을 시작으로, 전국 최초로 효 테마 뿌리 공원을 조성하면서 효 문화와 자신의 뿌리를 찾을 수 있는 성씨조형물이 설치되었고, 이후 조형물도 증가하고 효문화마을과 한국족보박물관, 효문화지원센터가 추가로 설치됨

(2) 효! 월드 시설현황

- 효! 월드는 효문화마을, 뿌리공원, 한국족보박물관, 효문화지원센터, 효문화진흥원으로 구성됨

<표 4-105> 효! 월드 시설 현황

시 설 명	면적 (규모)	시 설 내 용
효문화마을	부지면적 19,073㎡ 건물연면적6,796㎡(지하1, 지상3층)	효홍보관, 식당, 소강당, 대강당 효체험관, 객실, 세미나실 등
뿌리공원	조성면적125,000㎡ 성씨조형물 136기	성씨조형물, 공원시설 관광안내소(매점포함), 캠핑장 등
한국족보박물관	지상3층 1,733㎡	전시관, 기획전시실, 학예연구실 등
효문화지원센터	사무실 64㎡	효문화 연구 조사실 등
효문화진흥원 (2016년 10월 개원예정)	건물 연면적 8,342㎡ (지하1, 지상3층)	전시·체험실, 교육강의실, 연구실 도서관, 대강당 등



가. 효문화마을

○ 연혁

- 1998년 4월 1일에 개원한 효문화마을은 천혜의 자연환경 속에 휴양과 효체험, 각종 행사를 할 수 있는 다양한 시설 구비



[그림 4-108] 효문화마을 전경

○ 기능

- 효문화 정신의 가치와 의미를 후대에 계승 발전시키는 교육의 장
- 어른을 공경하고 부모와 가족의 소중함을 느낄 수 있는 효체험과 소통의 장
- 다양한 쉼터와 산책코스가 있어 자연을 만끽하며 가족, 단체 숙박을 통한 힐링이 가능한 휴식의 장

○ 주요 시설

■ 효 홍보관

- 효 사상의 유래, 시대별 효 변천사, 현대의 효에 대한 이해, 효도 10훈, 촌수도, 관향지도 등으로 구성
- 청소년들이 올바른 가치관으로 건강하게 성장할 수 있도록 도와주며, 기성세대와 효에 대한 생각의 차이를 좁힐 수 있는 공간

■ 효 체험관

- 효 이야기 들어보기, 노인 되어보기, 차례상 차려보기, 전통예절, 전통놀이 등을 체험



[그림 4-109] 효 체험관

나. 뿌리공원

○ 연혁

- 전국 유일의 “효” 테마공원으로 1997년 개장하여, 성씨 조형물, 뿌리깊은 샘물, 수변무대, 잔디광장, 산림욕장 등 다양한 시설을 갖춘 효 교육장



[그림 4-110] 뿌리공원 전경

○ 주요 시설

- 성씨 조형물, 족보박물관, 캠핑장 등이 있음
 - 성씨 조형물은 우리나라 성씨별 조형물 222기가 설치되어 있음
 - 2010년 6월 개관된 전국 유일의 족보전문박물관에는 2,213건 / 5,535점을 소장하고 있으며, 족보의 세계, 역사 등 족보를 비롯한 가족 생활사에 대한 다양한 유물전시, 어린이 박물관 학교 및 족보대학을 운영하고 있음(우리나라 성씨 286성 4,179본관)

<표 4-106> 뿌리공원 주요시설 현황

시설명		시설내용
공원시설 (125,000㎡)	교양 및 편의시설	족보박물관, 성씨별 조형물(222기) 등
	조경시설	육각정자, 초막, 산림욕장, 평상, 의자 등
	주차 및 하상시설	주차장, 만성교, 수변스탠드 등
관광안내소	지상1층	안내소, 숙직실, 매점, 로비 등
	지상2층	사무실, 스낵바, 로비, 테라스
캠핑장	뿌리공원야영시설	캠핑데크 및 야외테이블(30개소), 다용도취사장 등



[그림 4-111] 죽보박물관 전경

다. 효문화진흥원

○ 연혁

- ‘효문화진흥원’은 2016년 하반기에 개원예정이며 2007년에 제정된 ‘효행 장려 및 지원에 관한 법률’에 따라 설립된 기관으로 고령사회 대응을 위해 국가적인 효행장려와 지원 및 세대 간 통합 역할을 총괄적으로 수행할 전담기관이자 효를 국가브랜드화하기 위한 전국최초의 효 문화진흥 전문기관임

- 효문화진흥원 건립은 고령사회 세대 공생과 효의 국가브랜드화 실현, 효 연구, 효 교육·체험, 효 사업을 추진하여 “대한민국 효 메카도시” 조성하는 데 있음

○ 주요 시설

- 효에 대한 교육과 체험을 위한 7개의 효 전시실과 체험실, 400석 규모의 대강당과 강의실, 연구실, 도서자료 정비실 등

건립사업 현황

- (위 치) 대전 중구 뿌리공원로 47(안영동 71-1, 2번지)
- (규 모) 연면적 8,342.05㎡(지하1층, 지상3층) / 대지면적 22,300㎡
- (시 설) 전시·체험실, 교육강의실, 연구실, 도서자료 정보실, 대강당, 사무실 등
- (사업비) 총 24,562백만 원(국비 12,281백만 원, 시비 12,281백만 원)
- (기 간) 2012년 12월 ~ 2016년 8월 20일
- 층별 배치현황 : 8,342.05㎡(지하1층, 지상3층)

체 험 관

◆ 소 계 : 6,528.62㎡

- 지하1층 : 1,563.61㎡ (대강당, 대기실, 기계실, 전기실, 발전기실)
- 지상1층 : 1,652.41㎡ (제1교육체험실, 수장고, 주방, 식당)
- 지상2층 : 1,688.64㎡ (제2·3교육체험실, 사무실, 프로그램운영실, 물품창고)
- 지상3층 : 1,623.96㎡ (제4·5교육체험실, 연구실, 도서자료 정보실, 물품창고)

교 육 수 려 관

◆ 소 계 : 1,813.43㎡

- 지상1층 : 933.40㎡ (체험예절실, 준비실)
- 지상2층 : 880.03㎡ (체험예절실, 교육강의실, 준비실)

○ 주요 기능

- ▣ 효 연구, 효 교육·체험, 효 사업을 추진하여 「대한민국 효 메카도시」 조성하기 위해 구심체적인 업무를 수행
- ▣ 효행장려 및 효사상의 현대적 승화로 모든 세대가 공감하는 효문화 창조
- ▣ 효문화에 관한 체계적인 연구 및 효전시·체험교육 주관
- ▣ 효 콘텐츠 발굴 및 효문화 사업을 통한 효문화 인프라 구축으로 효의 국가브랜드로서 중추적 역할 수행
- ▣ 효행 장려 및 효사상의 현대적 승화로 모든 세대가 공감하는 효문화 재창조 선도
- ▣ 효문화 진흥에 관한 통합 정보망 구축 및 각종 정보 제공 사업 추진
- ▣ 지역 특성에 맞는 특화사업을 발굴하여 국가적으로 효문화를 선도하고 확산



[그림 4-112] 효문화진흥원 조감도



2) 효! 월드의 관광 활성화

- 빠른 속도로 고령화되고 있는 한국사회에서 효문화진흥원은 국가적인 효행장려와 세대 간 통합역할을 총괄적으로 수행할 전담기관이라는 점에서 국민적 관심이 높기 때문에 효문화진흥원의 개원을 계기로 효문화에 대한 체계적 연구, 효 전시와 체험교육 주관, 효와 관련한 콘텐츠발굴 등의 업무를 수행
- 효문화진흥원이 개원하면 대전은 전국에서 효와 관련한 인프라가 가장 잘 구축된 도시가 됨

 - 222개 성씨·문중의 조형물이 설치된 국내 유일의 효테마공원인 뿌리공원, 족보와 관련한 회귀 고서(古書) 1875점을 소장하고 있는 한국족보박물관
 - 효 관련 캠프와 체험 프로그램을 운영하는 효문화마을도 효문화진흥원 인근에 위치
 - 효와 관련한 각종 시설이 효문화진흥원을 중심으로 집적됨
- 효행 장려와 효문화 전승 확산을 주도하여 고령사회 세대 공생과 사회 통합기반을 마련하고 세계 속의 효 한류를 확산하는 국가적 기관으로서 운영
- 효는 중국, 일본 등 동아시아 문화에서는 공통분모를 갖고 있는 반면 서양에서는 매우 이색적이고 독특한 동양문화로 인식하고 있기 때문에 효는 동서양을 대상으로 훌륭한 관광자원이 될 수 있음
- 특히 대전은 조선성리학의 큰 줄기인 기호학파의 중심지이며, 회덕향교와 동춘당 등 성리학과 관련한 소중한 문화자산도 보유하고 있음

 - 효문화진흥원을 중심으로 효 관련 시설과 조선성리학을 연결하는 관광프로그램을 개발한다면 국제적인 경쟁력은 충분함
 - 대전의 도시 이미지인 과학까지 접목을 시킨다면 '과거와 미래가 공존하는 도시 대전'이라는 다른 도시와 차별화되는 관광상품도 가능함
- 효문화진흥원을 중심으로 효와 과학이라는 대전만의 특화된 인프라를 최대한 활용하는 관광프로그램을 개발함
- 세계 유일의 효테마 뿌리공원에서 효와 성씨를 주제로 나의 뿌리를 찾아보고 조상의 일을 느끼고 체험하는 효문화뿌리축제와 연계한 전국 제일 효관련 테마공원 조성

 - 어르신들과 청소년들이 함께 어우러지는 3대가 함께 찾아와 즐길 수 있는 축제
 - 2008년부터 시작된 대전효문화뿌리축제는 정부가 지정한 국가유망축제로 가족이 함께 찾아와 자신의 뿌리를 찾아보고 효에 대한 체험과 더불어 가족의 정을 느낄 수 있는 따뜻함이 묻어있는 축제
- 자유학기제, 수학여행과 연계한 청소년 프로그램 개발은 물론, 인근의 뿌리공원, 한국족

보관, 효문화마을 등 효 문화관광 콘텐츠와 연계해 관광산업 활성화에도 기여할 수 있도록 함



<표 4-107> 효! 월드 관광활성화 사업 진흥비

(단위 : 백만 원)

사업내용	총 사업예산	연도별 투자계획				
		2017	2018	2019	2020	2021
효! 월드 관광활성화 사업	계	10,000	5,000	5,000	—	—
	국비	—	—	—	—	—
	시비	10,000	5,000	5,000	—	—
	민자	—	—	—	—	—
소 계	10,000	5,000	5,000	—	—	—

10월 9일 (금)		
주무대	시간	진디광장
문중파레이드 (가문의 영광)	10:00~11:00	
개막식 (주제공연: 打天의 올림)	11:00~12:00	
평양백두한라예술단 공연	12:00~12:30	
	12:30~13:30	버드내보따움놀이
K-문중스타경연대회	13:30~14:30	
문중유래비 위치 추첨	14:30~15:30	만성축원제 (서예퍼포먼스)
그 시절 추억의 쇼	15:30~16:30	
	16:30~17:30	문중명랑운동회
개막축하공연 (공군군악대)	17:30~19:30	
독도물례시품	19:30~20:30	
초청가수: 홍진영		
수상창곡 (불꽃놀이)		
10월 10일 (토)		
주무대	시간	진디광장
청소년동아리경진대회 동록	10:00~10:30	문중대향 전통민속놀이
성금달달 스물아홉 (소꿉놀이)	10:30~11:00	
	11:00~14:30	전통혼례식(11:30~12:30)
청소년동아리경진대회		
88개의 별자리 (더불어이트)	14:30~15:30	
청소년효콜든별	15:30~16:30	
(청소년동아리경진대회 시상식)	16:30~17:30	서정옛장수놀이
사랑해요 후원화콘서트	18:00~19:00	
초청국악인 : 오정혜	19:00~19:30	
독도물례시품	19:30~20:00	
수상창곡 (불꽃놀이)	20:00~20:30	
10월 11일 (일)		
주무대	시간	진디광장
사랑해요 중구 동파레이드	10:00~11:00	
NG밴드 축하공연	11:00~11:30	
	11:30~12:00	부사칠석놀이
	12:00~12:30	
퓨전국악공연 (아름)	12:30~13:30	
이선오프닝	13:30~14:00	
함께달려후	14:00~15:00	가족사랑 효 세족식
미선수행	15:00~16:00	청아청아 내뭉청아 (마당극패 우금치)
MG한국무용, 방인숙국악공연	16:00~16:30	
전통해어함복쇼	16:30~17:30	
주민화합한마당 풍물대동제	18:00~18:30	
폐막식	18:30~19:30	
축하공연		
초청가수: 박성철		
독도물례시품 / 불꽃놀이	19:30~20:30	

※본 프로그램은 사정상 변경될 수 있습니다

[그림 4-113] 2016년도 제7회 효문화축제 주요 프로그램

2. 오월드 활성화 방안

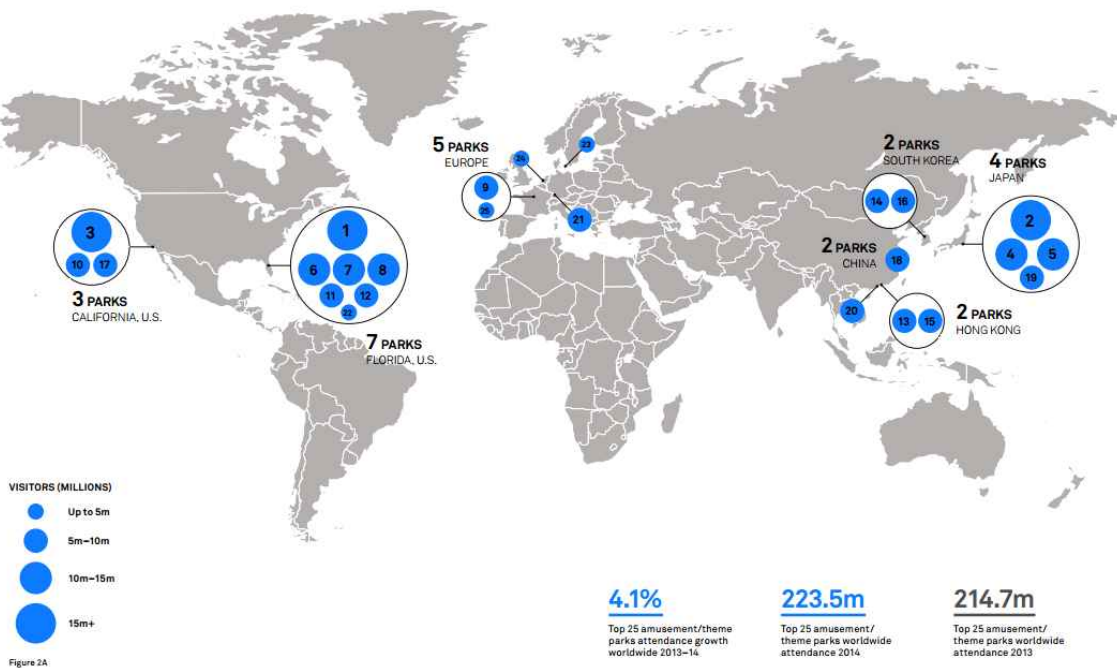
1) 현황분석

(1) 국내외 테마파크 현황

- TEA(Themed Entertainment Association)에서 발표한 ‘2014 Theme Index : Global Attractions Attendance Report’에 따르면, 미국 플로리다에 위치한 디즈니월드 매직킹덤이 1,933만 명으로 입장객 수가 가장 많았으며, 순위권 내에 있는 테마파크의 총 관람객 수는 22,345만 명으로 전년대비 4.1% 성장하였음
- 전반적으로 테마파크 산업은 미국과 일본을 중심으로 발전 성장하고 있으며, 특히 디즈니랜드는 강력한 영향력을 가지고 있음
- 국내 테마파크 중 롯데월드가 761만 명으로 14위를, 에버랜드가 738만 명으로 16위를 차지하였으며, 전년대비 각각 2.8%, 1.1% 성장한 것으로 조사되었음

TOP 25 AMUSEMENT/ THEME PARKS WORLDWIDE

TEA THEME ENTERTAINMENT ASSOCIATION AECOM



[그림 4-114] 세계 테마파크 순위와 방문객 수(Top 25 Amusement/Theme Parks Worldwide)



<표 4-108> 세계 테마파크 순위와 방문객 수(Top 25 Amusement/Theme Parks Worldwide)
(단위: %, 만 명)

순위	테마파크(국가)	성장률	방문객 수	
			2014	2013
1	디즈니월드 매직킹덤(미국)	4.0	1,933.2	1,858.8
2	도쿄 디즈니랜드(일본)	0.5	1,730.0	1,721.4
3	디즈니랜드(미국)	3.5	1,676.9	1,620.2
4	도쿄 디즈니 시(일본)	0.1	1,410.0	1,408.4
5	유니버설 스튜디오 재팬(일본)	16.8	1,180.0	1,010.0
6	디즈니월드 EPCOT(미국)	2.0	1,145.4	1,122.9
7	디즈니월드 애니멀킹덤(미국)	2.0	1,040.2	1,019.8
8	디즈니월드 할리우드 스튜디오(미국)	2.0	1,031.2	1,011.0
9	파리 디즈니랜드(프랑스)	-4.7	994.0	1,043.0
10	디즈니 어드벤처(미국)	3.0	876.9	851.4
11	유니버설 스튜디오(미국)	17.0	826.3	706.2
12	아이슬란드 어드벤처(미국)	0.0	814.1	814.1
13	오션파크(홍콩)	4.2	779.2	747.5
14	롯데월드(한국)	2.8	760.6	740.0
15	홍콩 디즈니랜드(홍콩)	1.4	750.0	740.0
16	에버랜드(한국)	1.1	738.1	730.3
17	유니버설 스튜디오 할리우드(미국)	11	682.4	614.8
18	송성파크(중국)	38.3	581.0	420.0
19	나가시마 스파랜드(일본)	-3.6	563.0	584.0
20	장룽해양왕국(중국)	-	550.4	-
21	유로파 파크(독일)	2.0	500.0	490.0
22	씨월드 플로리다(미국)	-8.0	468.3	509.0
23	티볼리 가든(덴마크)	6.6	447.8	420.0
24	에프텔링(네덜란드)	6.0	440.0	415.0
25	월트디즈니스튜디오 파크(프랑스)	-4.7	426.0	447.0

자료 : 2014 Theme Index(2015). Global attractions attendance report, Themed Entertainment Association.

가. 해외 테마파크 사례

○ 월트 디즈니 월드(Walt Disney World)

- 세계 최고 규모의 테마파크인 월트 디즈니 월드는 마법의 왕국(Magic Kingdom), 미래사회와 기술을 소개하는 엠폿 센터(Epcot), 동물들과 디즈니의 캐릭터들을 볼 수 있는 애니멀 킹덤(Animal Kingdom), 영화를 테마로 하는 디즈니 할리우드 스튜디오 등 4개의 테마파크와 2개의 워터파크로 구성되어 있음
- 이 외에도 쇼핑시설과 레스토랑이 밀집해 있는 다운타운 디즈니(Downtown Disney), 골프장, 숙박시설 등이 있음
- 2014년 기준 TEA 발표에 따르면 매직킹덤의 입장객 수는 만 1,933만 명으로 세계 1위를 기록하였으며, 이 외에도 엠폿센터, 애니멀 킹덤, 디즈니 할리우드 스튜디오 등이 10위권 내에 포함되어 있음

<표 4-109> 월트 디즈니 월드 개요

구분	내용	
명 칭	월트 디즈니 월드(Walt Disney World)	
개 장 일	1971년 10월	
규 모	141,405,000m ²	
위 치	Walt Disney World Resort, Orlando, FL 32830 미국	
주요시설	테마파크	<ul style="list-style-type: none"> - 매직킹덤(Magic Kingdom) - 디즈니 애니멀 킹덤(Disney's Animal Kingdom) - 엠폿(Epcot) - 디즈니 할리우드 스튜디오(Disney's Hollywood Studio)
	워터파크	<ul style="list-style-type: none"> - 타이퐁 라군 (Typhoon Lagoon) - 블리자드 비치 (Blizzard Beach)
	기타	<ul style="list-style-type: none"> - 다운타운 디즈니(Downtown Disney) - 디즈니 보드워크(Disney's BoardWalk) 등



[그림 4-115] 월트 디즈니 월드



○ 유니버설 스튜디오 재팬(Universal Studios Japan)

- 유니버설 스튜디오는 할리우드의 영화를 체험할 수 있는 무비 테마파크로 스누피, 헬로 키티, 슈렉 등 아이들이 좋아하는 귀여운 만화부터 주라기공원, 백 투 더 퓨처, 스파이더맨 같은 블록버스터까지 다양한 작품을 체험할 수 있어 남녀노소가 모두 즐길 수 있음
- 유니버설 스튜디오 재팬은 2001년 3월 31일 할리우드, 플로리다에 이어 일본에 세 번째로 오픈하였으며, 2014년 7월 ‘해리포터의 마법세계 존’을 개장 이후 입장객 수가 급증하고 있음

<표 4-110> 유니버설 스튜디오 재팬 개요

구분	내용
명 칭	유니버설 스튜디오 재팬(Universal Studios Japan)
개 장 일	2001년 3월 31일
규 모	54ha(파크면적 39ha, 주차장용지 15ha)
위 치	:大阪市此花區 西部 臨海地域
주요시설	어트랙션 18개소 /식음시설 21개소 /상품판매소 24개소 주차장 4,000대



[그림 4-116] 유니버설 스튜디오 재팬 지도 및 해리포터 마법세계 존 사진



나. 국내 테마파크 사례

○ 에버랜드(Everland)

- 1976년 용인자연농원에서 시작하여 2016년에 개장40주년을 맞이하는 국내 최초 테마파크인 에버랜드는 지난 2013년 누적 관람객 2억 명을 돌파하였음
- 에버랜드는 글로벌 페어(Global Fair), 아메리칸 어드벤처(American Adventure), 매직랜드(Magicland), 유러피언 어드벤처(European Adventure), 주토피아(Zootopia) 등 5개의 공간으로 구성되어 있음
- 튜립축제, 장미축제, 썸머 뮤직페스티벌, 할로윈축제, 크리스마스 축제 등 사계절 축제와 매직판타지 퍼레이드, 드림오브라시언의 불꽃쇼, 레이저쇼 등 다채로운 이벤트가 개최되고 있음

<표 4-111> 에버랜드 개요

구분	내용	
위 치	경기도 용인시 처인구 포곡읍 에버랜드로 199	
면 적	14,878m ²	
테 마	항상 휴일과 같은 편안함과 즐거움이 있는 곳(Everyday is a holiday at Everland)	
주요시설	글로벌페어	세계의 아름다운 건축문화를 체험할 수 있는 메인거리
	아메리칸 어드벤처	패기 넘치는 서부개척시대를 지나 락앤롤이 울려 퍼지는 음악의 거리
	매직랜드	동화 속 환상의 나라를 테마로 한 이솝빌리지와 어린이전용 놀이기구가 있는 행복의 나라
	유러피언 어드벤처	365일 향기 가득한 유럽마을
	주토피아	생생하게 살아 숨 쉬는 동물들의 지상낙원
개원일	1976년 4월 17일	



[그림 4-117] 에버랜드 사파리 및 공연

○ 롯데월드(Lotte World)

- 1989년 7월 12일 개장한 롯데월드는 세계 최대 규모의 실내형 테마파크로 1995년 기네스 북에 올랐으며, 날씨에 관계없이 전천후 이용이 가능하다는 강점을 가지고 있음
- 서울 잠실에 위치하여 호텔, 쇼핑센터, 극장 등이 집중되어 있는 것은 물론 도심에 위치하여 접근성이 뛰어나
- 2014년 기준 TEA 발표에 따르면 롯데월드의 입장객 수는 761만 명으로 세계 14위를 기록하였으며, 이 중 외국인 입장객은 180만 명에 달해 전체 입장객 중 24%를 차지하고 있음
- 실내에 놀이기구, 공연장, 식당 등이 위치한 롯데 어드벤처, 야외의 인공 섬에 놀이기구, 식당 등이 위치한 매직아일랜드로 구성되어 있음

<표 4-112> 롯데월드 개요

구분	내용	
위 치	서울특별시 송파구 올림픽로 240 호텔롯데 롯데월드	
면 적	38,794평 (128,246㎡)	
주요시설	어드벤처	신밋드의 모험, 스페인 해적선, 회전목마, 후름라이드, 키즈토리아, 동물극장, 어린이 범퍼카 등
	매직 아일랜드	아틀란티스, 자이로드롭, 자이로스핀, 자이로스윙, 번지드롭, 해상특급, 회전그네 등
	언더랜드	4D 슈팅씨어터, 와일드 투어
개원일	1989년 7월 12일	



[그림 4-118] 롯데월드 어드벤처



(2) 대전 오월드 현황

가. 기본 개요

- 대전 오월드(O-World)는 2002년 개장한 대전 동물원과 2009년 개장한 플라워랜드를 통합하여 조성된 테마파크로 보문산 자락에 위치하고 있으며, 총 부지면적이 707,314m²으로 중부이남 최대 규모의 테마파크임. 2016년 9월 30일에 300마리 희귀 새와 열대정원이 어우러진 이색 버드체험 테마파크를 개장함.
- 대전 오월드는 크게 동물원인 주랜드(Zoo Land), 각종 놀이시설을 즐길 수 있는 조이랜드(Joy Land), 플라워랜드(Flower Land), 버드랜드(Bird Land)로 구성되어 있으며, 대전도시공사가 운영하고 있음

<표 4-113> 대전 오월드 개요

구분	내용
위 치	대전광역시 중구 사정공원로 70 (보문산공원 내)
면 적	784,078m ² /동물원 608,283m ² +플라워랜드 99,031m ² +버드랜드 76,764m ²
조직인력	1원 4개 팀 97명
주요시설	<ul style="list-style-type: none"> · 놀이시설 : 후름라이드, 슈퍼바이킹, 자이언트드롭, 범퍼카 등 19개 기종 · 꽃 동 산 : 장미원(1,941m²), 무궁화원(1,523m²), 분수거리(1,449m²), 야생화원(1,051m²), 미로원(1,426m²), 연못(3,174m²) · 동물전시 : 동물전시(117종 666수), 사파리(아프리카, 늑대, 초식류) 버드랜드(열대정원, 이글플라이존, 버드어드벤처존, 버드익사이팅존 등) · 수 목 : 소나무 등 100종 15만 그루 · 초 화 류 : 튜립 등 85종 20만본
개원일	<ul style="list-style-type: none"> · 동물원 : 2002년 5월 5일 · 플라워랜드 : 2009년 5월 1일 · 버드랜드 : 2016년 9월 30일



[그림 4-119] 오월드 지도

- 대전도시공사는 오월드의 지속적인 적자 폭을 축소하기 위해 2013년 8월부터 입장료를 평균 60% 인상하여 성인 1인 기준 입장권은 12,000원, 자유이용권은 29,000원으로 책정하여 운영하고 있음
- 현재 오월드의 입장권 가격은 수도권 내 주요 테마파크인 에버랜드, 롯데월드, 서울랜드 입장권 요금의 30%, 36.3%, 60% 수준으로 매우 낮은 상태이지만, 중부 이남의 테마파크와 비교하면 경쟁력이 낮음

<표 4-114> 대전 오월드 일반요금 현황

(단위 : 원)

구분		성인		청소년		어린이/경로	
		일반	동절기	일반	동절기	일반	동절기
개인	입장권	12,000	6,000	7,000	4,000	5,000	3,000
	자유이용권	29,000	17,000	23,000	14,000	20,000	11,000
단체	입장권	9,000	5,000	6,000	3,000	4,000	2,000
	통합권	13,000	10,000	9,000	7,000	7,000	4,000
	패키지권	17,000	13,000	14,000	11,000	11,000	9,000
	자유이용권	20,000	15,000	17,000	13,000	14,000	10,000
연간회 원	신규	120,000		100,000			
	재가입	110,000		90,000			
	대전거주자	85,000		75,000			

자료 : 대전오월드 홈페이지, <http://www.oworld.kr>

※ 동절기 : 1월, 2월, 12월

※ 입장권 : 입장(동물원+플라워랜드)

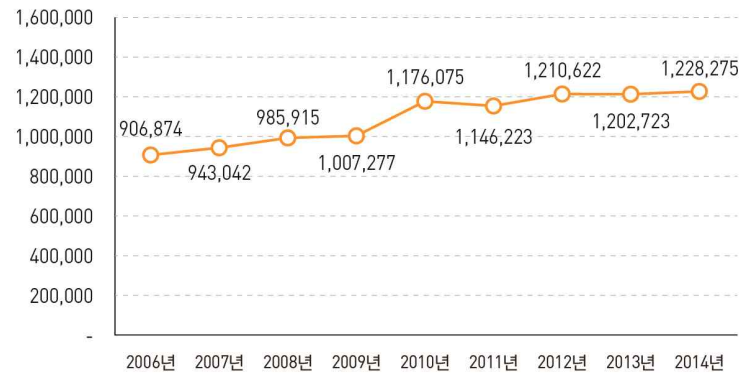
※ 자유이용권 : 입장+사파리+오월드영상관+놀이시설

※ 통합권 : 입장+사파리1회/ 20명이상

※ 패키지권 : 입장+사파리1회+놀이시설3종/ 20명이상

나. 방문객 현황

- 대전 오월드 2014년 기준 입장객 수는 총 122만 8,275명으로 2013년의 120만 2,723명보다 2.1% 증가하였고, 이중 외지 관광객은 65%인 것으로 조사되어 개원 이후 최고치를 기록하였음

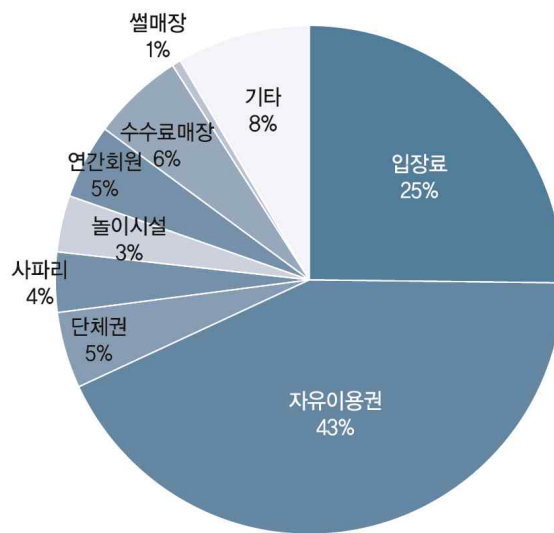


[그림 4-120] 연도별 오월드 입장객 수(2006~2014)

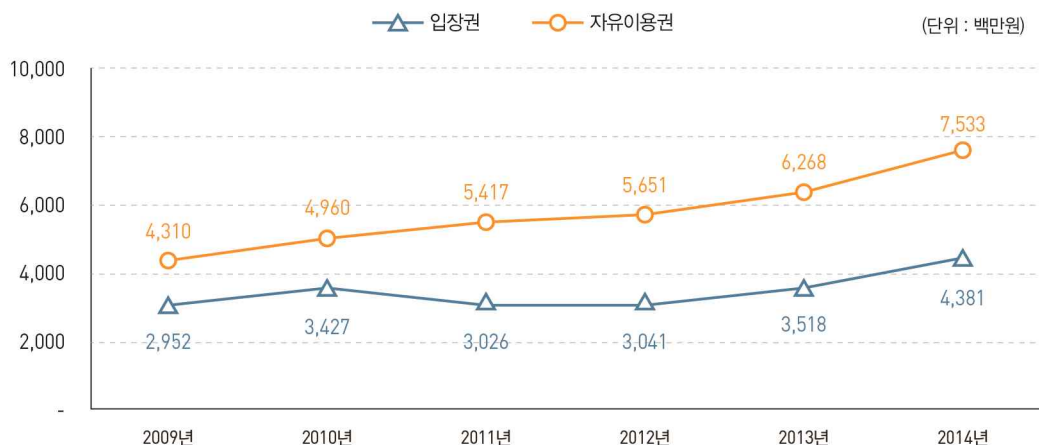
자료 : 관광지식정보시스템(<https://know.tour.go.kr>), 주요관광지점 입장객통계

다. 수입금 현황

- 2014년 수입금 항목별 비중을 살펴보면, 입장권 수입이 전체 수입의 73.1%를 차지하고 있으며, 2013년에 추진된 요금인상의 결과 입장권 및 자유이용권 수입금이 크게 증가하였음
- 그러나 전국적인 테마파크로서 도약하기 위해서는 시설 업그레이드, 다양한 볼거리 제공 등 지속적인 투자가 필요하지만, 운영경비의 증가, 인건비 인상 등으로 여전히 적자상태가 지속되고 있어 재투자 재원확보가 어려운 실정임



[그림 4-121] 2014년 오월드 수입금 항목별 비중
자료 : 대전오월드(2015), 대전오월드 화조원 운영계획수립 연구용역 보고서.

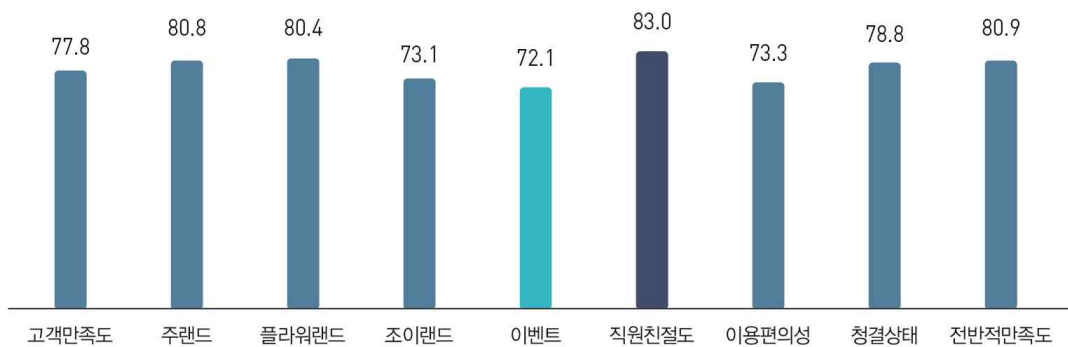


[그림 4-122] 연도별 대전오월드 입장권/자유이용권 수입금 추이
자료 : 대전오월드(2015), 대전오월드 화조원 운영계획수립 연구용역 보고서.



라. 대전 오월드 고객만족도 현황

- ▣ 대전 오월드는 고객의 만족사항과 불만족 사항을 구체적으로 파악하여 운영 시 반영하기 위해 매년 상반기와 하반기에 고객만족도조사를 실시하고 있음
- ▣ 2015년도 상반기 대전 오월드 방문객을 대상으로 한 고객만족도조사 결과, 방문객의 성별은 여성이 많았으며, 연령은 30대, 거주 지역은 대전과 충청권지역이, 이용 빈도로는 연 1회 이하가, 방문경로는 자가용 이용객이 가장 많은 것으로 조사됨
- ▣ 고객만족도 점수는 77.8점으로 조사되었으며, 직원친절도, 주랜드, 플라워랜드, 청결상태, 이용편의성, 조이랜드 등의 순으로 만족도가 높게 나타났으며, 이벤트 만족도가 가장 낮은 것으로 조사됨



[그림 4-123] 2015년도 상반기 대전오월드 고객만족도 조사결과

- ▣ 각 평가항목별로 살펴보면 ‘산책공간’, ‘공간 쾌적성’, ‘조형물과 조경상태’, ‘꽃의 다양성’, ‘사파리 투어버스 기사의 친절성’, ‘행사내용의 매력성’, ‘공연’, ‘놀이시설의 안전성’, ‘매표소 직원의 친절성’, ‘놀이시설 직원의 친절성’, ‘사파리 투어버스 운행 서비스’ 등의 순으로 이용고객이 만족하는 것으로 조사됨
- ▣ 반면, 시급히 개선되어야 하는 항목으로는 ‘식당/GS25 및 간이매점/선물코너 직원의 친절성’, ‘공원 청결상태’, ‘환경의 정리정돈 및 청결상태(휴게실, 화장실 등)’, ‘편의시설(의무실, 고객지원센터, 유모차대여소, 수유실 등)’, ‘식당/GS25 및 간이매점/선물코너 청결상태’ 등을 꼽았음
- ▣ 또한 오월드 이용고객의 가장 큰 불만요소로는 사파리 대기시간, 플라워랜드 접근성 및 이동불편, 다양한 연령대의 놀이기구 부족, 주차공간 부족, 식음매장의 품질과 가격 등이 있음

(3) SWOT 분석

<표 4-115> SWOT 분석

Strength(강점)	Weakness(약점)
<ul style="list-style-type: none"> • 교통 편의성에 따른 높은 접근성 • 뿌리공원, 보문산 등 주변관광자원 다수 분포 • 동물원, 식물원, 놀이기구를 함께 즐길 수 있는 복합테마파크 	<ul style="list-style-type: none"> • 계절적 영향으로 비수기 관람객 저조 • 인건비, 운영비 증가로 인한 적자운영 지속 • 차별화된 테마 및 캐릭터의 부재 • 추가 관광활동 연계 프로그램 부재 • 적자누적으로 시설에 대한 투자재원확보 어려움 • 최첨단 시설 및 이벤트 프로그램 미비
Opportunity(기회)	Threat(위협)
<ul style="list-style-type: none"> • 가족중심 레저문화 확산에 따른 레저수요 증대 • 행평근린공원 관광벨트 조성사업 추진 	<ul style="list-style-type: none"> • 공공시설로 인식함에 따른 입장료 인상에 대한 시민들의 부담감 증대 • 지자체 간의 복합리조트, 테마파크 개발에 대한 경쟁심화

2) 기본구상

(1) 비전 설정

■ 비전 : ‘전국 최고의 테마공원 중심도시로의 육성’

(2) 추진전략

비전	전국 최고 테마공원 중심도시로의 육성			
목표	차별성 있는 이벤트 개발	홍보 및 판매강화	고객만족서비스 경쟁력강화	환경조성
전략	<ul style="list-style-type: none"> • 사계절 이벤트강화 • 야간이벤트 활성화 • 동물이벤트 개발 	<ul style="list-style-type: none"> • SNS 마케팅 강화 • 소셜커머스 판매확대 • 할인제도 도입 	<ul style="list-style-type: none"> • One-Stop 통합민원실 개설 • 대기시간 단축방안 모색 • 관람객 편의증진을 위한 시설보완 및 개선 	<ul style="list-style-type: none"> • 전시공간정비



3) 세부사업

(1) 차별성 있는 이벤트개발

가. 사계절 이벤트 강화

- ▣ 대전 오월드 방문객의 재방문을 유도하고, 신규 관광객을 유치하기 위해서 새로운 볼거리를 창출할 수 있는 이벤트 개최
- ▣ 계절에 맞는 테마축제 운영으로 비수기를 극복하고, 연중 안정적인 입장객 확보
- ▣ 현재 대전 오월드는 튜립, 장미, 백합, 국화 등 꽃을 주제로 한 축제를 지속적으로 개최하고 있으며, 여름에는 물놀이장, 겨울에는 드림 크리스마스 등 계절별 볼거리 제공

<표 4-116> 대전 오월드 연간 축제 현황(2014)

구분	1~2월	3~4월	5~6월	7~8월			9~10월		11~12월
포스터									
축제명	눈썰매장	튤립축제	장미축제	백합축제	워터랜드	르미에르 (야간개장)	더카니발 오!월드	국화축제	드림 크리스마스

나. 야간 이벤트 활성화

- ▣ 대전 오월드의 야간 이벤트인 ‘르미에르! 오월드’는 매년 여름마다 개최되고 있으며, 빛을 주제로 나이트 사과리, 놀이시설, 플라워랜드 등 운영
- ▣ 야간축제를 방문하는 방문객들의 관람 편의를 위해 조명시설을 개선하고, 경관조명 시설을 통해 포토존 및 볼거리 제공

다. 동물 이벤트 개발

- ▣ 관람객이 선호하는 이색동물을 도입하고, 2016년 개장한 버드랜드와 연계하여 동물을 테마로 한 축제 개발
- ▣ 수동적인 관람방식에서 탈피하여 자연 속에서 동물들과 직접 호흡할 수 있는 다양한 체험 프로그램 개발

(2) 홍보 및 판매 강화

가. SNS 마케팅 강화

- SNS 홍보대사 선정, SNS 친구 맺기 및 공유하자 이벤트 등 시행

나. 소셜커머스 판매 확대

- 유명 소셜커머스를 활용하여 광고·홍보 효과를 극대화하여 관람객 방문 유도

다. 할인제도 도입

- 오월드, 대전아쿠아리움 연계 패키지를 이용한 할인제도 도입

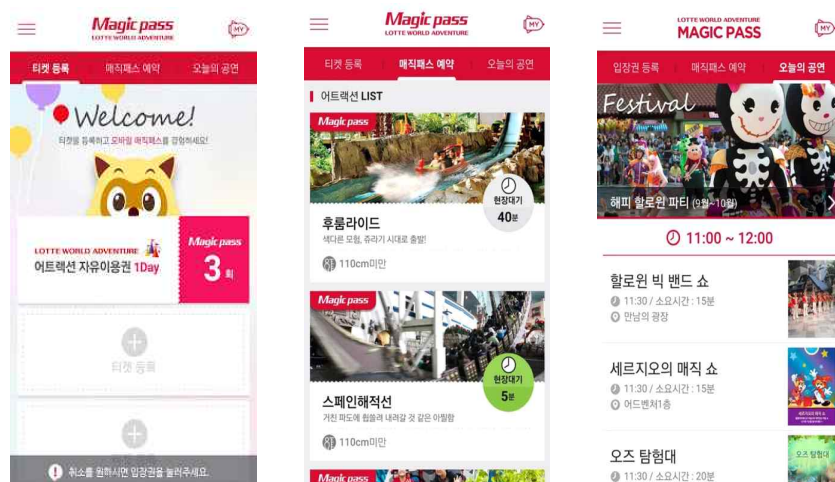
(3) 고객 만족 서비스 경쟁력 강화

가. One-Stop 통합 민원센터 개설

- 민원전담 직원을 배치하여 다양한 관람객들의 요구에 부응하고 신속한 민원처리를 위한 시스템 구축

나. 대기시간 단축 방안 모색

- 방문객의 불만요소로 지속적으로 제기되는 사파리투어 버스 장시간 대기를 해결하기 위해 사파리투어 버스의 증편
- 이 외에도 롯데월드의 ‘매직 패스(Magic Pass)’, 에버랜드의 ‘큐패스(Q-Pass)’ 등 이용객의 대기시간을 단축시키기 위해서 시행하고 있는 탑승 예약서비스 도입, 대기동선의 입체화 등의 방안 모색



[그림 4-124] 롯데월드 어드벤처 매직 패스(Magic Pass) 어플리케이션



다. 관람객 편의 증진을 위한 시설보완 및 개선

- ▣ 관람객들의 편의를 높이기 위해 휴식공간, 나무 벤치, 그늘 막, 화장실 등 추가 설치 및 도색, 조경 등을 통한 기존시설 개선

(4) 환경 조성

가. 전시공간 정비

- ▣ 주랜드 내 동물들의 다양한 행동을 보다 쉽게 관찰할 수 있도록 전시환경을 개선하여, 관람객들의 흥미 유발 및 동물 관찰을 통한 교육효과 증대
- ▣ 최대한 자연과 가깝게 전시공간을 연출하여 동물들에게는 쾌적한 환경을 제공하고, 방문객들에게는 즐거움을 제공

3. 충청유교문화권 개발

1) 현황분석

(1) 충청유교문화권

- 충청유교문화는 현실 참여적·실천적 유학사상에 뿌리를 내리고 있어 가르침을 주고 받는 경북북부의 교육중심 유교문화와 비교
- 충청유교자원은 향촌·문중을 기반으로 율곡 이이, 중봉 조현, 사계 김장생, 신독재 김 집, 우암 송시열, 동춘당 송준길 등 대표인물의 연고지 중심
- 이에 대해 정부는 9개 광역권 관광개발사업에 맞춰 경북유교문화권과 함께 우리나라를 대표하는 충청권 유교문화자원에 대한 관광거점화 사업(2017년~2026년) 계획을 수립
- 기호유교문화의 거점인 대전시를 중심으로 충청남도와 충청북도, 세종자치시를 아우르는 관광잠재력 활용한다는 구상

(2) 대전시 유교문화자원

- 현재 대전에는 도산서원(서구)과 송현서원지(유성구), 진잠향교(유성구), 회덕향교(대덕구) 등 유교관련 교육자원이 입지하고 있는데, 본래 사립교육기관 성격인 서원은 강학과 제향의 두 기능을 수행하였고 국립지방 교육기관이었던 향교는 훈도(訓導)에 치중하면서 향촌활동의 구심체 역할을 담당
- 도산서원(대전광역시 문화재자료 제3호)은 만회 권득기 선생과 그의 아들인 탄옹 권시 선생을 추모하기 위하여 1693년(숙종 19년)에 유림들이 세운 사립교육기관으로써 강당으로 사용한 명교당, 유생들의 숙소인 지선재와 시습재가 있는데 대원군의 서원철폐령으로 헐리었다가 두 차례 걸쳐 복원됨
- 한편 대전지역에서 최초로 창립된 서원이자, 최초로 사액을 받은 송현서원지(대전광역시 기념물 제27호)는 대원군의 서원 철폐령이 내려지던 때에 문을 닫았던 것을 1994년 발굴조사를 실시, 8년에 걸쳐 복원
- 진잠향교(대전광역시 문화재자료 제6호)는 조선시대 1405년(태종 5)에 창건되어 회덕향교와 함께 대전 인근에서 유학의 산실이 되어왔으며 대성전과 명륜당, 동서양재 등의 건물로 구성되어 있고 창건 이후 몇 차례 중수가 있었던 것으로 전해짐



- 회덕향교(대전광역시 문화재자료 제5호)는 조선 초기에 세워져 임진왜란 때, 불탄 것을 1600년경에 다시 세웠고, 그 후 1812년 가을에 크게 고쳐지어 오늘에 이르고 있는데 음력 2월과 8월의 상정일(上丁日)에 지역 내의 현관, 제관, 일반유림 등이 모여 공자에 게 석전제(釋奠祭)를 올리고 있음
- 그밖에도 송자고택, 파평윤씨 서운공파 고택, 회덕 동춘선생 고택, 송용억 가옥 등이 잘 보전되어 있으며 특히, 은진 송씨 문중의 경우, 쌍청전통문화원을 설립하여 전통혼례와 체험공간으로 활용 중에 있음
- 특히 중구지역에는 효 문화마을, 뿌리공원, 한국족보박물관, 효 문화지원센터, 효 문화진흥원 등 효(孝) 테마공원이 자리 잡고 있으며 ‘효 문화 뿌리축제’까지 매년 개최하고 있고 대덕구 지역에는 보물 제209호인 동춘당 일원에 공원을 조성, 동춘당 문화제를 개최하고 있음

<표 4-117> 대전시 유교문화자원

구 분	주 요 자 원
동 구	송요년·송응서·송남수의 묘소 및 은진 송씨 분묘
중 구	유희당, 유희당증가, 거업재, 효 월드
서 구	도산서원, 만회집탄옹문집목판, 권시의 묘, 동춘당 송준길 묘, 수정재, 월평동산성
유 성 구	진잠향교 대성전, 송현서원지
대 덕 구	회덕향교대성전, 대전회덕동춘당, 동춘선생고택, 회덕쌍청당, 옥류각, 송애당, 은진송씨 정려각, 고흥유씨정려각, 이시직공정려각, 제월당 및 옥오재, 송용억가옥, 취백정, 어사홍원모형세불망비

2) 기본구상

(1) 비전 설정

- 충청유교문화자원의 현대적 해석을 통한 ‘현대화’, 유교문화의 관광자원화를 통한 ‘융합화’, 현실적 실현가능성을 내포한 ‘지역화’를 함축한 「유교문화가 만들어 낸 대한민국 문화관광의 중심」을 비전으로 설정
- 이는 유교문화와 관광을 접목하고자 하는 방향성이다 기존의 유교문화권과 차별화하려는 목적성 및 ‘대한민국 문화관광의 중심’이라는 미래상까지를 포함
- 유교문화와 관광을 현 시대의 트렌드에 맞게 접목하고 충청유교문화권이 기존 문화

권과 차별화, 연계화를 이루어 대한민국을 대표하는 문화관광권으로 발전시키려는 의지를 반영



(2) 추진전략

- 전략 1 : 충청유교문화권 관광을 대표하는 거점 관광 공간 조성

 - 유형자원의 개발·이용·관리를 통한 매력 있는 관광 공간 조성
 - 무형자원의 현대적 재해석을 통한 새로운 관광 공간 조성
- 전략 2 : 충청유교문화권의 관광경쟁력 향상을 위한 연계 관광 공간 조성

 - 경관자원에 문화적 의미를 부여한 전통경관명소 재현
 - 유교적 가르침을 체험하는 교육관광단지 조성
 - 유교이념에 내재된 이야기 공간 조성
 - 유교문화의 가치영역을 확대한 관광테마 공간 조성
 - 유교문화전통의 현대적 전승을 위한 관광산업 육성
 - 전통공간의 기능적 재현을 통한 문화관광 공간 조성
- 전략 3 : 충청유교문화권의 광역관광 활성화를 위한 관광루트 개발

 - 조선시대 관유여행을 현대적으로 재해석한 관광루트 개발
- 전략 4 : 충청유교문화 콘텐츠를 활용한 관광 상품 개발

 - 충청유교문화자원의 문화관광 콘텐츠 개발
 - 광역적 연계 특화 유교문화 관광 상품 개발
 - 독창성을 지닌 유교문화 관광축제 및 이벤트 발굴
- 전략 5 : 충청유교문화권 관광 홍보·마케팅 및 안내 체계 구축

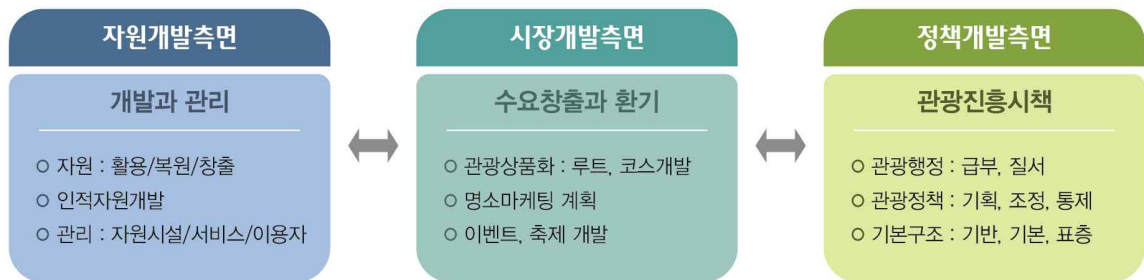
 - 충청권 관광인지도 제고를 위한 통합적 홍보·마케팅
 - 관광서비스 제공을 위한 충청권 관광안내 시스템 구축
- 전략 6 : 충청유교문화·관광 인력양성 및 활용

 - 충청권 지역사회의 문화·관광역량 및 경쟁력 강화
- 전략 7 : 충청유교문화권의 관광지속성을 제고하는 관광기반 조성

 - 충청권 광역 관광객 이동 편의성 제고
 - 충청권의 지속가능한 발전을 위한 환경 친화적 관광개발

(3) 대전시의 입장

- 충청유교문화권 광역관광개발 사업에 있어 대전광역시 입장에서는 자원개발측면, 시장개발측면, 정책개발측면에서 접근함이 바람직
- 먼저 자원개발측면에 있어서는 단순한 문화재 보전이나 정비차원이 아닌 충남이나 충북과 같이 철저한 유교문화자원 실태조사를 근거로 활용방안, 복원방안, 새로운 가치 창출방안 모색은 물론 현 문화관광해설사와 같은 인적 자원 양성방안을 고려
- 시장개발측면에서는 ‘효 문화뿌리축제’와 ‘동춘당 문화제’ 등과 같은 현재의 행사들을 재점검해보고 과거 24년의 전통을 가지고 있으나 2007년 개최를 유보한 이후, 8년째 살아나지 못하고 있는 ‘한밭문화제’의 부활 내지는 국제적 성격의 가칭, ‘국제귀족문화축제’ 등과 같은 새로운 활로를 모색



- 정책개발측면에 있어서는 유교문화 하나의 종교로만 판단하지 말고 세계적 차원의 유용한 지역자원으로 받아들여 관련한 진흥조례를 제정하고 가칭, ‘아시아 유교진흥원’ 또는 ‘아시아 유교네트워크’ 등과 같은 계획마련도 주도적으로 추진

3) 세부사업

(1) 사업의 성격과 유형

- 충청유교문화자원의 특성에 따라 ① 문화경관자원 ② 인문·이야기 자원 ③ 실용과학·예술문화자원 ④ 전승놀이·향토문화자원으로 유형을 구분하여 4개의 관광대권을 설정하고 관유(觀儒), 사유(思儒), 향유(享儒), 풍류(豐儒)로 명명
- 동시에 관광자원 및 관광환경의 특성에 따라 구곡관광, 명승관광, 배움관광, 이야기관광, 예술관광, 실학관광, 음식관광, 누정관광 등 대표 관광자원 등 8개의 유형으로 관광권(관광클러스터)을 설정



<표 4-118> 충청 유교문화 클러스터

광역관광 클러스터	관광클러스터	사업 유형	사업명
관유(觀儒) 광역관광 클러스터	구곡관광 클러스터	거점	화양동 선비문화체험단지(괴산)
		루트	문화산수 구곡관광길(청주, 보은, 단양 등)
	경승관광 클러스터	거점	명승문화마을(단양)
		연계	탄금대 명승지(충주)
			옥야동천 유토피아(옥천)
사유(思儒) 광역관광 클러스터	배움관광 클러스터	거점	대동누리 청년군자마당(논산)
		연계	이사동 유교전통의례관(대전)
			초평 책마을(진천)
			송강문화창조마을(진천)
			외암마을 인문학서당(아산)
			사계문화 체험관(계룡)
			문헌사색원(서천)
	이야기관광 클러스터	거점	효(孝)문화뿌리마을(대전 중구)
		연계	의병 창의(倡義)마을(제천)
			자린고비 청빈마을(음성)
			권선징악 돛가비 이야기마을(증평)
			암행어사 출두野(천안)
			충청감영 생생마을(공주)
			백의중군로 통곡의 집(아산)
	루트	입신양명 과거길(영동, 제천, 괴산)	
향유(享儒) 광역관광 클러스터	예술관광 클러스터	거점	추사서예창의마을(예산)
		연계	월류(月流)예술마을(영동)
			선비충의문화관(청양)
	실학관광 클러스터	거점	사주당 태교랜드(청주)
		연계	담헌천문달빛마당(천안)
			토정비결 체험관(보령)
			밤하늘산책원(서산)
여민동락 역사누리(당진)			
한의약령마을(금산)			
사신들의 바다순례길(태안)			
풍류(豊儒) 광역관광 클러스터	음식관광 클러스터	거점	홍주천년 양반마을(홍성)
		연계	회덕 유생고을(대전 대덕구)
	누정관광 클러스터	거점	금강누정문화복합센터(세종)
		루트	금강누정선유(船遊)길(세종, 공주, 부여)
합계			34개사업

- 추진사업의 선정은 기존 광역관광개발의 단점이었던 대규모 물적 사업을 지양하고 선도적 광역 관광개발의 입지를 구축하기 위해 ① 개발사업(하드웨어) ② 진흥사업(소프트웨어) ③ 기반사업 등으로 유형화
- 동시에 사업에 대한 위계구분은 ① 거점사업: 대표자원을 토대로 복합연계성을 갖는 사업 ② 연계사업: 거점사업을 보완해주는 점적 연계사업 ③ 루트사업: 산재한 유사성격의 단위사업을 선적으로 연계한 사업 등으로 설정
- 사업규모는 관광개발사업 34개(7,006억 원), 관광진흥사업 13개(796억 원) 등 총 37개 사업이며 그 중 거점관광자원개발사업 8개, 연계관광자원개발사업 23개, 광역관광 루트개발사업 3개가 해당

<표 4-119> 충청유교문화권 관련 관광진흥 및 관광기반 조성사업

전 략	과 제	사 업 명
충청유교문화 콘텐츠 활용 관광상품 개발	충청유교문화자원 콘텐츠 구축	기초학술조사를 통한 아카이브 구축
		충청유교문화 기록자원 번역 및 수집
	광역적 연계 특화 관광상품 개발	청소년 충청유교탐방프로그램 개발
		충청권 종가 전통음식 특화상품 개발
		충청유교문화권 관광기념품 개발
	유교문화관광권 축제 및 이벤트 발굴	(가칭)유교문화대제전
(가칭)여름 물맞이 축제		
홍보·마케팅 및 안내체계 구축	충청유교문화권 관광홍보·마케팅 구축	충청유교문화권 통합관광브랜드 개발
		‘(가칭)충청유교문화권 방문의 해’ 개최
	충청유교문화권 통합관광 안내체계 구축	충청유교문화 통합관광안내시스템 구축
		유교문화관광안내소 브랜드화
관광인력 양성 및 활용	지역사회의 관광역량 및 경쟁력 강화	유교문화관광해설사 집중 육성
		환대서비스 교육 아카데미 운영
합계		13개 사업

- 대전광역시 입장에서는 거점사업으로 효(孝)문화 뿌리마을사업 1개를 비롯하여 연계사업인 이사동 유교전통의례관, 회덕유생고을 등 2개 사업이 해당되어 향후 사업실행을 위한 보다 구체적인 후속작업이 요구
- 게다가 13개에 이르는 관광 진흥 및 관광기반 조성사업에 있어서는 가칭, 충청유교문화권 광역관광 지자체협의회가 추진조직으로 구성되어 진행할 것이나 관광기념품 개발과 통합관광브랜드 개발, 방문의 해 개최 등은 대전시가 전담하도록 계획



(2) 효(孝)문화뿌리마을 거점사업

- 2017년부터 5년 동안 사업비 33,290백만 원(국비 40%, 지방비 60%)으로 기존의 뿌리공원의 기능을 확장하여 우리나라 성씨를 주제로 한 전시, 체험공간을 넓히고 유스호스텔과 가족놀이터, 수변산책로, 제반 편의시설을 조성
- 효 실천의 일환으로 가훈 및 손 편지 쓰기, 청소년 토론, 전통놀이 재현을 기획한 민속행사 체험, 3세대 가족 명랑운동회, 보물찾기, 추억의 교실, 스탬프 투어 등 다양한 프로그램 운영이 가능
- 사업예산으로는 공사비 73.5%, 토지매입과 보상에 19.9%, 설계·감리비 5.1%, 운영프로그램 개발비 1.5%가 추산되며 대전시 중구청에 별도의 실무팀을 구성, 주민참여가 보장되는 방향에서 진행

<표 4-120> 효뿌리문화마을 거점사업예산

구 분		계(백만 원)	국비	지방비	비고
계		33,290	13,325	19,965	
토지매입비 및 보상비		6,640	—	6,640	
설계·감리비		1,700	850	850	
운영프로그램 개발		500	250	250	
공사비	소계	24,450	12,225	12,255	
	제2뿌리공원	3,250	1,625	1,625	
	유스호스텔	13,420	6,710	6,710	
	가족놀이터	1,640	820	820	
	수변산책로	610	305	305	
	연결도로	2,530	1,265	1,265	
	기반시설	3,000	1,500	1,500	

(3) 이사동 유교전통의례관 연계사업

- 2017년부터 5년 동안 사업비 15,400백만 원(국비 40%, 지방비 60%)으로 현존하는 조선시대 묘역, 재실과 재례 관련 문화유산을 방문객들에게 체험할 수 있도록 하는 전통의례관, 교육체험관, 주차장, 녹지 공간을 조성
- 기자의례, 출산의례, 육아의례, 관례, 혼례, 초례, 회갑의례, 장례, 상례 등의 다양한 체험프로그램을 시작으로 금줄치기, 태 문기, 전통성인식, 사주단지, 함보내기, 전통장례, 모역전학, 기우제, 달집태우기 등의 콘텐츠 운영이 가능
- 사업예산으로는 공사비 72.3%, 토지매입과 보상에 19.5%, 설계·감리비 5.0%, 운영프로그램 개발비 3.2%가 추산되며 대전시가 직접 시설관리, 안전관리, 콘텐츠 지원, 문화관광 지원, 주민협의체 지원 등으로 업무를 나누어 추진

- 본 사업의 1차 수혜자는 대전 시민을 비롯한 마을축제 전수자, 무형문화유산 보유자 등이 될 것이며 2차 수혜자는 관광객과 각종 전통의례 관련전문가 등이 될 것임

<표 4-121> 이사동 유교전통의례관 연계사업예산

구 분		계(백만 원)	국비	지방비	비고
계		15,400	6,200	6,200	
토지매입비 및 보상비		3,000	—	3,000	
설계·감리비		770	385	385	
운영프로그램 개발		500	250	250	
공사비	소계	11,130	5,565	5,565	
	전통의례관	4,620	2,310	2,310	
	교육체험관	6,190	3,095	3,095	
	기반시설	320	160	160	

(4) 회덕 유생고를 연계사업

- 2017년부터 6년 동안 사업비 17,350백만 원(국비 45.7%, 지방비 54.3%)으로 현존하는 동춘당 요리서인 ‘주식시의’, ‘우음제방’을 활용한 전통음식 체험 공간을 마련하고 격구놀이와 승마체험, 회덕향교와 우슬산을 잇는 산책로 등을 조성
- 젊고 생기 넘치는 유생(儒生)을 테마로 한 먹고(전통음식), 배우고(향교체험), 즐기는(격구와 활쏘기) 프로그램 및 여러 유생 생활문화 체험과 문화탐방을 소재로 한 다양한 콘텐츠 발굴이 가능
- 사업예산으로는 공사비 82.8%, 토지매입과 보상에 8.6%, 설계·감리비 5.7%, 운영프로그램 개발비 2.9%가 추산되며 대전시가 운영주체를 별도로 선정하되 전통음식 관련 무형문화재 및 관련종가, 연구기관 등을 적극 활용토록 함

<표 4-122> 회덕 유생고를 연계사업예산

구 분		계(백만 원)	국비	지방비	비고
계		17,350	7,925	9,423	
토지매입비 및 보상비		1,500	—	1,500	
설계·감리비		990	495	495	
운영프로그램 개발		500	250	250	
공사비	소계	14,360	7,180	7,180	
	유생생활체험관	2,000	1,000	1,000	
	양반음식체험관	7,500	3,750	3,750	
	심신수양체험관	1,160	580	580	
	힐링길(산책로)	1,200	600	600	
	기반시설	2,500	1,250	1,250	



(5) 기타 진흥사업들

- 관광기념품 개발사업: 쉽게 체험할 수 있고 체험의 결과물이 가벼우며 실생활에 쓰임이 가능한 디자인 등을 공모전을 통해 아이디어를 수집하되 입상기준을 명확히 하여 지역인력을 활용한다는 차원에서 접근

<표 4-123> 기타 진흥사업예산

구 분		계(백만 원)	국비	지방비	목표년도
계		13,900	6,950	6,950	2018~2026
기 념 품 개 발	소계	4,200	2,100	2,100	2018~2026
	아이디어 공모	500	250	250	2018
	규방공예 공방지원	3,200	1,600	1,600	2019~2026
	홍보 및 안내	500	250	250	2019~2021
통 합 브 랜 드	소계	4,200	2,100	2,100	2018~2026
	스토리텔링 개발	300	150	150	2018
	통합관광브랜드	300	150	150	
	슬로건/네이밍 공모	200	100	100	
	관광박람회 개최	2,800	1,400	1,400	2019~2026
	버스코스개발	100	50	50	
	홍보마케팅	500	250	250	
방 문 의 해	소계	5,500	2,750	2,750	2020~2022
	추진위원회 설치·운영	1,200	600	600	2020~2022
	홈페이지 개설	300	150	150	2021
	홍보체계 구축	2,000	1,000	1,000	2020~2022
	이벤트 개발, 운영	2,000	2,000	2,000	2020~2021

- 통합관광브랜드 구축: 가칭, 「함께해 유(儒)」와 같은 통합 브랜드를 활용한 홍보마케팅 활동과 스토리텔링 개발, 관광박람회 개최, 버스투어 코스 개발 등을 진행
- 충청유교문화권 방문의 해 개최: 2010년 대전·충청 방문의 해 사업과 같은 의미로 28개 지자체가 함께 하는 메가 이벤트를 마련, 새로운 지역관광의 활성화 계기로 활용한다는 계획

<표 4-124> 특화사업비

(단위 : 백만 원)

사업내용		총 사업예산	연도별 투자계획				
			2017	2018	2019	2020	2021
효! 월드 관광활성화 사업	계	10,000	5,000	5,000	—	—	—
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	10,000	5,000	5,000	—	—	—
	민자	—	—	—	—	—	—
오월드 활성화 사업	계	5,000	4,000	1,000	—	—	—
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	5,000	4,000	1,000	—	—	—
	민자	—	—	—	—	—	—
충청유교문화권 개발	계	13,900	900	3,000	10,000	—	—
	국비	—	—	—	—	—	—
	시비	13,900	900	3,000	10,000	—	—
	민자	—	—	—	—	—	—
소 계		48,900	19,900	9,000	15,000	5,000	



제5장 관광사업 집행계획

제1절 사업 추진 체계

제2절 투자계획 및 재원조달 방안



제5장 관광사업 집행계획

제1절 사업추진체계

1. 사업 추진 방식

1) 기본방향

- ▣ 제4차 및 제5차 사업추진 계획과 추진결과 등을 반영하여, 개발사업을 지양하고 실행가능하고 의미 있는 관광진흥을 향상시키는 사업 위주로 사업의 우선순위를 결정함
- ▣ 급변하는 사회·경제적 여건과 이용객의 다양한 수요에 대처할 수 있는 이용 프로그램 개발 및 관리·운영 기법을 중심으로 사업에 대한 추진 방식을 결정함
- ▣ 관광개발 및 관광진흥 전방의 사업은 공공재 성격을 갖고 있으므로, 지자체 차원의 공익성과 민간투자 및 지역주민 등의 상권에는 수익성 모델을 통해 투자효과의 극대화를 추진하고 민·관 합동개발 방식의 민관협치 방식의 사업을 추진함
- ▣ 대전광역시의 사업 범위 내 토지매입, 개발제한구역 내 입지한 행위제한, 대전시 재정여건, 민간투자의 투자규모 등 현실적인 여건을 감안하여 개발 가능한 시설 및 지구 중심의 개발을 추진함
- ▣ 사업의 추진은 목표 연도인 2021년까지 단계별로 시행하도록 하여 단시일 내 투자부담의 해소 및 투자의 효율성을 도모함
- ▣ 제한된 여건에서 장기적인 관점의 계획 실행을 위해서는 단계별 사업 추진이 효과적이며 바람직할 것으로 판단됨

2) 사업추진목표

- ▣ 개발사업을 지양하고, 관광진흥을 통해 관광객의 방문시 체류시간을 연장하여 대전시 내에서의 관광활성화가 이루어지고, 관광목적지로서의 인식을 제고시킬 수 있는 사업 위주로 추진함
- ▣ 사업의 특성, 지역의 특성, 여건을 감안한 사업방식을 통해 원활하고 성공적인 사업의 활성화를 도모함
- ▣ 사업수행 단계의 리스크를 최소화하는 사업방식과 사업체계가 요구되므로 개발주체의 역할, 개발재원조달, 개발일정 등에 대한 체계적인 추진계획 수립을 통해 각종 리스크를 감소시켜 사업의 실천성을 제고시킴

3) 사업추진방식

(1) 사회적 개발

- 공익성 중심의 개발을 통해 지역주민과 관광객이 모두 즐길 수 있는 공간으로의 개발을 도모함
- 공적 재원의 투자를 제한적으로 실시하고, 민간투자를 활성화하여 자본의 효율적 활용과 집행이 이루어지고 지역사회의 합리적 개발이 될 수 있도록 지원체계를 정비하여 제공함
- 지역주민의 피해를 최소화하고 사업 참여의 유도, 고용방안 마련, 개발이익의 역외누출 방지 등 지역사회적 관점을 중시한 개발을 추진함
- 관광객만을 위한 공간이 아닌 지역주민도 함께 이용할 수 있는 여가 및 관광 공간으로의 겸목적 가치를 둔 사회적 통합개발 방식으로 추진함

(2) 생태적 개발

- 녹색성장정책에 부응할 수 있도록 자연·생태환경을 고려한 균형적이고 미래지향적인 개발을 유도함
- 자연자원의 효율적 이용과 최소한의 개발을 통해 지역 내의 환경파괴를 최소화 할 수 있는 대안적 측면의 개발방향 및 목표를 수립함

(3) 사업주체의 적정선정

- 사업별 성격, 개발 시기, 절차, 투자자의 관심도 등 서로 상이할 수 있는 요소들을 고려한 사업주체의 선정 및 사업실천성을 제고함
- 특히 민간투자 사업의 경우 합리적인 투자 계획과 지역주민에게 어떠한 혜택을 부여할 것인지를 고려하여 종합적으로 판단하여 결정함

(4) 실현성·수익성을 고려한 투자계획 및 단계설정

- 사업성과 민간투자 가능성을 고려한 현실적이고 효율적인 투자계획을 수립함
- 사업추진 시 각종 리스크의 저감을 고려한 사업의 우선순위 선정 및 개발단계를 설정함

(5) 공과 민간의 역할 분담

- 공공은 본 사업의 민간개발투자 활성화를 위한 행정적 지원 및 필요한 부문에 있어서는 과감한 선투자를 통해 개발사업의 활성화를 유도
- 민간부문이 참여할 경우에는 계획 초기단계부터 참여하여 현실적이고 효율적인 사업계



획을 수립하는 것이 바람직함

2. 사업추진 일정

1) 기존 개발사업

- 현재 추진 중인 사업은 사업계획에서의 일정을 고려하여 사업이 원활히 마무리 될 수 있도록 신규 사업과 연계하여 조율함
- 기존 개발사업과 신규 개발 및 진흥사업 계획 간의 신규 개발 시설에 대한 이용방안 등을 수립하여 진흥계획에 포함함

2) 전략사업

- 보문산 관광개발 사업은 본 계획의 역점사업이자 개발사업으로서 지방비를 우선적으로 편성하고, 공익적, 환경 친화적 사업에 대해 국비를 신청하여 원활한 개발사업이 될 수 있도록 추진함
- 보문산 인근지역인 효월드의 진흥사업은 현재 일부사업이 진행된 사업으로서 보문산 관광개발과 시너지 효과를 창출할 수 있도록 추진함

3) 진흥계획

- 진흥사업은 이미 확보된 예산 중심의 사업으로 우선 추진하고, 투자 대비 효과가 클 것으로 예상되는 진흥계획 및 사업을 우선적으로 추진함
- 투자 시 관광객의 증가와 체류시간의 연장 등이 가능한 사업군 및 계획을 선별하여 우선적으로 추진함
- 국비와 매칭으로 진행되는 사업에 대해 지방비 우선 확보와 투자 시 지속가능한 효과를 창출할 수 있는 사업 및 계획에 대해 투자를 우선 추진함



3. 지원체계정비

1) 관광행정조직

(1) 기본방향

- 본 계획에 있어서는 현행 관광기본법에서 명시하고 있는 외국관광객 유치, 관광객 이용시설의 개선, 관광자원의 보호, 관광사업의 지도육성, 관광종사원의 자질향상, 관광지 지정과 개발, 관광개발진흥기금의 운영, 기타 대전지역관광 활성화 등을 중심으로 접근
- 대전시가 지니고 있는 고유의 대내외적인 관광이미지를 수요와 공급에 맞추어 방문객 편의 제공 및 시민의 관광여가복지라는 두 가지 측면에서 검토하여 상대적으로 열악한 관광 기반구조의 개선을 시작으로 향후 품질향상 및 품격완성형 지원시스템으로 구상
- 결국 대전시의 관광지원 시스템은 공간구조, 자원평가, 마케팅, 관광동향분석, 수용력 향상, 여가복지 등과 같은 종합적인 내용으로 과거의 질서행정 중심에서 탈피하여 보다 미래지향적인 경쟁력 향상과 성장을 위한 새로운 형태의 혁신적인 지원체제가 요구
- 이를 위해 먼저 크게 하부구조(기반부문)와 기반부문, 표층부문으로 나누어 대전시가 지니고 있는 현재 상황과 「상생의 가치를 공유하는 시민이 행복한 녹색·융합 관광도시」라는 개발 비전과의 조화를 전제
- 기반부문에는 기존 자원에 대한 이용편익증진, 잠재자원의 복원, 신규자원에 대한 창출 업무를 비롯한 관광인적자원개발 및 제반 교통체계관리, 기타 관광대상에 대한 가치유지 등을 포함시키고, 기본부문에는 방문객들이 즐길 수 있는 제반 휴양시설들로서 수요충족에 관한 관광사업 전 분야를 포함시키며, 끝으로 관광표층부문은 이러한 제반 업무들을 뒷받침 할 수 있는 기획과 교육업무들을 포함

(2) 관광행정 조직현황

- 현재 대전시는 문화체육관광국 산하 관광진흥과에서 관광기획담당, 관광마케팅담당, 관광개발담당 등 3개 조직이 관광업무를 담당하고 있는데 이는 전국 16개 광역자치단체와의 관광행정력을 비교해 볼 때, 인력측면에서는 세종과 함께 17개시도 중에서 제일 적고 예산도 전국평균(283억원)의 35% 수준임
- 우선 관광기획담당에서는 관광기획업무 종합 기획·조정, 관광코스 및 관광상품 개발, 창조관광 기획프로그램 운영, 시티투어 운영, 관광공예품 및 기념품공모전 개최, 축제 종합평가·분석, 대전광역시 지정축제 선정 및 지원 등의 업무를 담당

<표 5-1> 전국 관광행정조직 비교

지 역	국	과	인력(명)	예산 (백만 원)	관광객(천 명)	
					국내	외국인
서 울	관광체육국	관광정책과 4개팀 관광사업과 4개팀 체육정책과 1개팀 체육진흥과 1개팀	48	58,678	14,078	10,413
부 산	문화관광국	관광마이스과 4개팀	30	61,278	7,960	1,363
대 구	문화체육관광국	관광과 6개팀	26	12,601	3,529	212
인 천	문화관광체육국	관광진흥과 4개팀	18	15,540	4,766	900
광 주	문화관광정책실	관광진흥과 4개팀	22	16,599	2,260	106
울 산	문화체육관광국	관광진흥과 4개팀	20	8,864	1,757	132
대 전	문화체육관광국	관광진흥과 3개팀	13	9,865	3,290	159
세 종	균형발전국	문화체육관광과 1개팀	7	1,475	375	26
경 기	문화체육관광국	관광과 4개팀	19	30,762	19,402	1,760
강 원	문화관광체육국	관광마케팅과 4개팀 관광개발과 4개팀 항공해운기획단 1개팀	65	69,993	12,540	847
충 북	문화체육관광국	관광항공과 5개팀	23	19,612	5,739	79
충 남	문화체육관광국	관광산업과 5개팀	23	21,993	11,969	172
전 북	문화체육관광국	관광총괄과 5개팀	26	49,440	7,833	225
전 남	관광문화체육국	관광과 4개팀 문화예술과 4개팀 경관디자인과 3개팀 스포츠산업과 3개팀 농업박물관 2개팀 도립도서관 2개팀	97	60,513	9,322	238
경 북	문화관광체육국	관광진흥과 1개팀	22	233,156	10,594	331
경 남	문화관광체육국	관광진흥과 5개팀	21	44,164	10,158	423
제 주	문화관광스포츠국	관광정책과 3개팀 관광산업과 3개팀 카지노감독과 2개팀	48	28,587	11,040	2,624

자료: 관광지식정보시스템(2016), 2015년 기준 관광동향에 관한 연차보고서

- 관광마케팅담당에서는 관광마케팅 및 홍보, 국내외 관광객 유치, 관광안내소 운영, 문화관광해설사·명예관광통역안내원 운영, 관광안내책자·지도·홍보물 제작, 배부, 관광홈페이지 관리 등의 업무를 담당



- 관광개발담당에서는 관광개발계획 수립 및 관광자원 개발, 관광기반시설 확충 및 관광레저 활성화, 관광(단)지 및 관광특구에 관한 사항, 대청호 오백리길(대전구간) 관리 및 관광명소화, 엑스포시민광장 운영·관리, 오토캠핑장 조성 및 관리, 유원시설업 안전관리 등의 업무를 담당
- 동시에 5개 기초자치단체에 있어서도 관광담당을 독립시킨 유성구(문화관광과)를 제외하고는 문화체육과(중구, 서구, 대덕구)와 문화공보과(동구)에서 관광업무와 축제업무를 동시에 담당하여 실질적으로 독자적인 관광정책의 개발이나 추진이 가능한지도 의심되는 형편

(3) 개선방향

- 관광에 대한 공공부문의 역할은 크게 정책, 기획, 개발, 규제 등과 같은 내용을 중심으로 한 관광행정을 비롯하여 조사연구, 교육과 훈련, 마케팅까지를 포함해야 한다고 하지만 관광위상이 상당히 열악한 대전시의 경우 ‘관광기본법’에서 제시하고 있는 내용들을 우선적으로 반영해야 할 것임
- 앞서 언급한 바와 같이 방문객들의 편의증진과 지역주민의 관광여가복지 향상이라는 희망조건을 충족시키기 위해 ‘품질과 품격’ 중심형으로 도시관광을 확립하고 미래 고부가가치형 문화관광상품을 과학과 연계시키기 위해서 새로운 조직개선이 요구됨
- 먼저 현행 3개팀 편제의 업무를 바탕으로 관광자원팀, 관광시장팀, 관광정책팀 등으로 새롭게 정비하고 지금과 같이 문화체육관광영역에 포함시킬 경우, 과학영역, 경제영역, 복지영역 등 타 부서에 산재되어 있는 유사기능을 통합
- 관광자원팀은 관광자원 D/B 구축 및 운영관리, 대전명소에 대한 개발과 관리, 관광인력 관련사항, 관광(단)지 개발관련 사항, 컨벤션 관련사항, 문화유산 해설사 운영, 방문객 불편신고 개선업무, 대전시민 여가복지 관련 업무 등 대전시 관광자원에 대한 가치개발 및 유지, 이용자 관리 업무를 담당
- 관광시장팀은 관광진흥법상의 관광사업은 물론 관광관련업체의 지원 및 지도, 인허가 업무를 중심으로 국내외 관광홍보업무는 물론 시티투어, 축제와 이벤트, 관광특구 관련 업무, 관광공예품과 기념품 등을 비롯한 제반적인 관광상품 개발, 기타 관광통계조사까지의 업무를 담당
- 관광정책팀은 중장기적인 종합개발계획은 물론 권역별 개발계획을 수립하고 총괄 진행하며 관광 진흥 개발기금을 운용하고 지역 내 투자유치업무, 대내외 관련기관과의 협력, 관광사업자 단체의 설립지원과 관리, 지역관광 클러스터 구축, 사이버 관광시스템 구축 및 관리 운영 등을 담당
- 기타 5개 구청에 대해서는 형편에 맞도록 배려하되 관광 업무를 전담하는 뚜렷한 조직을 확보하고 정기적인 교류를 통해 상호 긴밀한 관계를 형성해야하며, 동시에 빈약한

관광사업자 단체의 수준을 광역시에 걸맞도록 확대 개편하는 노력병행

<표 5-2> 대전시 관광조직 개선방안

대전광역시 관광과		
「상생의 가치를 공유하는 시민이 행복한 녹색·융합 관광도시」 건설을 위해 방문객들의 편의증진과 대전시민의 여가관광복지를 위한 품질 및 품격을 갖춘 전문행정의 구현		
관광자원팀	자원가치의 개발, 유지 및 이용자 관리	관광자원 D/B 구축 및 운영관리, 대전 8경 및 대전명소 개발관리, 관광인력관련사항, 관광(단)지 개발관련 사항, 컨벤션 관련사항, 문화관광 해설사 운영, 자연관광자원의 보전업무, 방문객 불편신고 개선업무, 대전 시민 여가복지 관련 업무 등
관광시장팀	관광상품개발 및 마케팅	관광사업체의 지원 및 지도, 인허가 업무, 국내외 관광홍보업무, 시티투어 관련업무, 축제와 이벤트, 관광특구 관련업무, 관광공예품과 기념품 발굴지원, 제반적인 관광상품개발, 관광시장 통계조사 등
관광정책팀	행·재정 지원업무	중장기적인 종합개발계획 수립 및 총괄, 권역별 개발계획을 수립하고 총괄 진행, 관광진흥개발기금의 운용, 지역 내 관광투자유치, 대내외 관련기관과의 협력, 관광사업자 단체의 설립지원과 관리, 지역관광 클러스터 구축, 사이버 관광시스템 구축 및 관리 운영 등

2) 관광네트워크 구축

(1) 기본방향

- 일반적으로 네트워크란 행위자들을 연결시키는 관계망으로 행위자는 일(사업), 행사, 조직 등의 주관자 혹은 주관단체를 말하며, 관계망은 행위자들 간 상호작용의 틀로 의사전달과 정보, 전문성, 신뢰 등을 바탕으로 하는 활동을 지칭
- 이러한 협력 네트워크의 유형으로는 ① 탈 중심적 네트워크 모델(각자의 역량을 모아 특정 사업수행을 달성) ② 중앙중심형 네트워크 모델(수직적인 상하관계를 중심으로 운영) ③ 혼합형 네트워크 모델(중앙중심형과 탈 중심형이 함께 존재)이 있음
- 대표적인 사례로 2013년 한국문화관광연구원에서는 지역에서 활동하고 있는 문화·관광 분야 현장전문가를 발굴하고, 이를 매개로 지역과의 새로운 파트너십 구축을 위해 『현마위원(賢磨委員)』(Wise Maestro Creators)을 구성
- 현마위원(賢磨委員)의 의미로서는 현(賢)은 지혜로움의 뜻으로 wise를, 마(磨)는 자신의 일에서 최고의 전문가 경지에 이르렀다는 뜻으로 maestro를, 위원은 창조적 소통가 creative communicator의 뜻으로 crecator라는 합성어로 풀이
- 현마위원은 지역 현장에서 각 분야별로 다양한 일에 종사하면서 열정과 진실을 가지고 자신과 주변을 돌보며 문화와 관광에 대한 창조적인 식견과 현장의 목소리를 들려주는 역할자로서 각처에서 창조적인 소통과 네트워크의 중심이 되는 자들로 구성



- 결국 본 계획에 있어서도 단순한 자문조직체가 아닌 대전지역 관광분야에 남다른 열정과 식견으로 형성된 자생적인 관계망 형성이 필요

(2) 지역관광 혁신체계 구축

- 관광개발기본계획과 권역계획의 수립과 집행에 있어 효율성과 연계성 강화를 위한 여건을 마련하되 특히 5년마다 계획의 집행과정을 평가하고 수정할 수 있는 기반마련을 강구하고 동시에 유성관광특구 평가 제도를 운영
- 관광소재의 다양화와 새로운 관광자원의 가치 개발을 위하여 단위관광 매력물에 대한 관광명소를 지속적으로 지정, 관리하며 ‘산관학연’의 관광클러스터를 구축하여 끊임없는 모니터링 시스템을 구축
- 부족한 안내체계를 보완하기 위해 자발적인 Cyber Guide를 위촉·운영하며 지역주민의 재 방문 유도를 위한 지역주민 할인제(마일리지 포함), 사업자 단체(관광협회)의 자발적인 역내관광 이용쿠폰의 개발, 한국관광공사나 문화체육관광부와 공동으로 대대적인 대전관광상품 소재개발 아이디어 모집 등을 위한 시책개발
- 관광공무원 전문직제 도입을 추진하여 전문성과 경험을 요하는 기획, 축제, 컨벤션 등의 분야는 가능한 일정근무 기간을 보장하고, 관광공무원에 대한 국내외 전문교육(훈련)을 확대할 수 있는 여건보장
- 인적자원개발 측면에서 향후 요구되는 국제공인 전문자격 취득을 지원하여 고급인력의 역외유출 방지는 물론 외부 인력에 의한 독점경영이 되지 않도록 교육의 질 향상방안도 염두 함과 동시에 정기적인 관광종사원 교육 및 서비스업계 지역주민에 대한 친절교육도 시행
- 기타 대전세종연구원과 같은 시정 연구단체에 관광문화를 담당하는 연구 인력을 새롭게 배치하고 기존의 연구 용역뿐만 아니라 종합적인 전문컨설팅도 가능하도록 지원해야 함. 또한 시 관광협회의 지나친 의존행정에서 벗어나 관광사업자 단체가 독자적이며 장기적으로 사업을 추진할 수 있도록 지원
- 특히, 2015년 4월에 발족된 「대전관광포럼」을 설립목적에 맞게 재정비하고 여행분과, 숙박분과, 외식분과, 연구마케팅분과, 홍보분과, 기타분과 등 6개 분과활동에 대한 산관학연 활성화 방안을 모색
- 동시에 전통적인 산업분류를 넘어서 서로 상이한 콘텐츠(관광자산) 간의 결합을 통하여 관광객을 유인하는 관광서비스 기반구축이 중요함으로 농촌관광, 컨벤션관광, 한류관광, 의료관광, 산업관광 등 융복합관광에 대한 새로운 인식전환이 요구됨



제2절 투자계획 및 재원조달 방안

1. 투자계획

1) 기본방향

- ▣ 대상지 개발사업의 효율적 추진을 위해 사업추진 방안과 시설개발의 단계를 합리적으로 정립하고, 사업의 실천성을 높이기 위한 투자계획을 수립하여 원활한 사업추진이 이루어지도록 함
- ▣ 사업에 소요되는 총 투자비는 용역비, 토지매입비, 각종부담금, 조사비, 설계비, 건축공사비, 토목공사비, 조경 및 통신시설공사비 등을 포함하여 산정함
- ▣ 투자계획은 계획의 효율성과 개발의 합리성을 고려하여 총 사업기간(2017년~2021년)을 구분하여 연도별로 추진토록 제시함과 동시에 대단위 개발사업의 경우 사업기간 이후 사업비를 통해 추진하도록 함
- ▣ 사업 투자에 있어 투자에 따른 수익성이 필요하고, 공익적 성격의 가치가 각각 다르기 때문에 사업에 대한 우선순위를 결정하여 우선순위 사업에 따라 지원을 검토함

2) 단계별 투자계획

- ▣ 단계별 사업비 투입시기의 합리적 설정과 투자여건 변화에 능동적으로 대처하기 위하여 단계별 투자계획을 수립하며, 투자우선순위의 합리적 결정에 의해 투자효율의 극대화를 도모함
- ▣ 관광개발계획과 관광진흥계획을 관광소권별로 구분하고, 관광진흥계획에 비해 투자비가 높은 보문산 권역 개발사업은 우선순위를 부여하여 사업의 실행 시기를 앞당김
- ▣ 국비와 지방비 및 민자 등의 공동 투자인 경우 단계별 투자비율을 각각 선정하여 그에 따른 투자계획을 반영함
- ▣ 관광개발사업과 동일하게 관광진흥계획의 경우에도 사업과 관련한 기본계획 용역을 통해 진흥계획 사업이 원활히 수행되고 타당성을 확보하기 위해 여러 진흥방안 등에 대한 구체적 논의를 지속적으로 검토함

2. 사업별 투자계획

1) 투자계획

- 제6차 대전 권역계획에 필요한 총 개발사업 및 진흥을 위한 사업비는 297,400백만 원이 소요될 것으로 예상되며, 이 가운데 민간투자는 37,000백만 원으로 예상됨



<표 5-3> 총 개발사업 및 진흥을 위한 사업비

구분		사업명	세부사업	합계(단위:백만원)	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
전략 개발 사업	보문산 관광개발 사업		보문스카이힐스(대전랜드마크타워)	10,000	2,000	8,000			
			관광안내센터	6,000	3,000	3,000			
			위터파크 및 숙박시설(오! 스파랜드)	52,000	15,000	17,000	10,000	10,000	
			보문산 연계교통수단	30,000		10,000	10,000	10,000	
			팜파크 조성	8,000		1,000	2,000	3,000	2,000
	플랜더스 파크 조성		30,000	15,000	5,000	5,000	5,000		
			소계	136,000	35,000	44,000	27,000	28,000	2,000
명품 로드 및 녹색 관광상품	스토리가 있는 명품로드 활용방안		세계 명품길 엑스포 개최	400				400	
			도보길 관련 제례안 제정 및 체계적 관리계획 수립	100	100				
			명품도보길 완주 인증 및 명예도보길 지킴이 양성	50	10	10	10	10	10
			도보길 네트워크 구축 및 활성화 세미나 개최	100	20	20	20	20	20
			명품도보길 스토리 구축을 통한 콘텐츠화	150		100	50		
			홈페이지 및 앱 개발을 통한 정보체계 구축	100		100			
			브랜드 아이덴티티 형성	100	100				
			길 평가 및 운영 관리체계 구축	200	40	40	40	40	40
			클린로드 캠페인 전개	100	20	20	20	20	20
			도보길 주변 유흥시설 활용 구축	1,000	200	200	200	200	200
	녹색관광 농촌체험마을 조성방안		마을음식개발	50	30	20			
			마을환경개선	200		100	100		
			주민교육	100	20	20	20	20	20
			홍보·유통부문	450			200	250	
			컨설팅 추진체계 구축	80		20	20	20	20
			기타 농촌체험마을과 연계사업	120		40	40	40	
			소계	3,300	540	690	720	1,020	330
			원도심 관광 활성화		원도심 관광활성화 진흥계획	15,230	330	6,100	6,000
	전통시장 쇼핑관광 활성화	2,000			1,000	1,000			
	대전형 시티투어 활성화	1,000			200	200	200	200	200
소계				18,230	1,530	7,300	6,200	1,850	1,350
축제 및 MICE산업	MICE산업의 융합 관광화 방안	선진형 지역축제 육성방안		5,000	2,000	2,000	1,000		
		대전 MICE산업의 국제경쟁력 강화		3,000	600	600	600	600	600
		교부가가치 대전 MICE산업의 지식서비스 기반 구축		2,000	400	400	400	400	400
		대전 MICE 인프라 및 부대시설 확충		90,000	3,000	7,000	20,000	30,000	30,000
	대전 글로벌 MICE 행사 육성	1,200			300	300	300	300	
	의료관광 활성화	30,000		15,000	15,000				
소계			131,200	21,000	25,300	22,300	31,300	31,300	
관광홍보 및 안내정보 체계 구축	관광홍보체계구축	홍보 마케팅(On-Off line 마케팅)	1,500	300	300	300	300	300	
		관광 서비스(It's Daejeon 스마트관광정보센터 운영)	3,000	600	600	600	600	600	
	관광안내 정보체계 구축		관광 안내 체계 구축	2,000	200	400	400	500	500
	소계			6,500	1,100	1,300	1,300	1,400	1,400
대전시 특화사업	효!월드 관광활성화			10,000	5,000	5,000			20,000
	오월드 활성화 사업			5,000	4,000	1,000			10,000
	충청유교문화권 개발			13,900	900	3,000	10,000		27,800
	소계			28,900	9,900	9,000	10,000	0	57,800
총계				324,130	69,070	87,590	67,520	63,570	36,380

2) 사업별 세부 투자계획

▣ 전략 개발사업 세부 투자계획

<표 5-4> 전략 개발사업 세부 투자계획

(단위:백만원)

사업명	세부사업		합계	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	기배정 및 확정사항
보문산 관광개발 사업	보문스카이힐스 (대전랜드마크타워)	소계	10,000	2,000	8,000				
		국비	1,000		1,000				
		지방비	8,000	2,000	6,000				
		민자	1,000		1,000				
	관광안내센터	소계	6,000	3,000	3,000				
		국비	1,000		1,000				
		지방비	4,000	3,000	1,000				
		민자	1,000		1,000				
	위터파크 및 숙박시설 (오! 스파랜드)	소계	52,000	15,000	12,000	15,000	10,000		
		국비	2,000		2,000				
		지방비	13,000	10,000	3,000				
		민자	37,000	5,000	7,000	15,000	10,000		
	보문산 연계교통수단	소계	30,000		10,000	10,000	10,000		
		국비							
		지방비	10,000		10,000				
		민자	20,000			10,000	10,000		
	팜파크 조성	소계	8,000		1,000	2,000	3,000	2,000	
		국비	2,000				1,500	500	
		지방비	5,500		1,000	2,000	1,500	1,000	
		민자	500					500	
플랜더스 파크 조성		소계	30,000	15,000	5,000	5,000	5,000		
		국비	5,000		5,000				
		지방비	23,000	15,000		5,000	3,000		
		민자	2,000				2,000		
소계			136,000	35,000	39,000	32,000	28,000	2,000	
국비			11,000	0	9,000	0	1,500	500	
지방비			63,500	30,000	21,000	7,000	4,500	1,000	
민자			61,500	5,000	9,000	25,000	22,000	500	



□ 명품로드 및 녹색관광상품 사업 세부 투자계획

<표 5-5> 명품로드 및 녹색관광상품 사업 세부 투자계획

(단위:백만원)

사업명	세부사업	합계	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	기배정 및 확정사항
스토리가 있는 명품로드 활용방안	세계 명품길 익스포 개최	소계	400			400		국비 1억 / 지방비 3억
		국비	100			100		
		지방비	300			300		
		민자						
	도보길 관련 제례안 제정 및 체계적 관리계획 수립	소계	100	100				
		국비						
		지방비	100	100				
		민자						
	명품도보길 완주 인증 및 명예도보길 자감이 양성	소계	50	10	10	10	10	
		국비						
		지방비	50	10	10	10	10	
		민자						
	도보길 네트워크 구축 및 활성화 세미나 개최	소계	100	20	20	20	20	
		국비	10				10	
		지방비	80	20	20	10	20	
		민자	10			10		
	명품도보길 스토리 구축을 통한 콘텐츠화	소계	150		100	50		
		국비	50		50			
		지방비	100		50	50		
		민자						
	홈페이지 및 앱 개발을 통한 정보체계 구축	소계	100		100			
		국비						
		지방비	100		100			
		민자						
	브랜드 아이덴티티 형성	소계	100	100				
		국비						
		지방비	100	100				
		민자						
	길 평가 및 운영 관리체계 구축	소계	200	40	40	40	40	
		국비	30		20	10		
		지방비	170	40	20	30	40	
		민자						

사업명	세부사업		합계	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	기배정 및 확정사항
녹색관광 농촌체험마 을 조성방안	클린로드 캠페인 전개	소계	100	20	20	20	20	20	
		국비							
		지방비	100	20	20	20	20		
		민자							
	도보길 주변 유희시설 활용 구축	소계	1,000	200	200	200	200	200	국비 4억 / 지방비 6억
		국비	400	100	100	200			
		지방비	600	100	100		200	200	
		민자							
	마을음식개발	소계	50	30	20				
		국비							
		지방비	50	30	20				
		민자							
	마을환경개선	소계	200		100	100			
		국비	50			50			
		지방비	150		100	50			
		민자							
주민교육	소계	100	20	20	20	20	20		
	국비								
	지방비	100	20	20	20	20	20		
	민자								
홍보·유통부문	소계	450			200	250			
	국비	100				100			
	지방비	350			200	150			
	민자								
컨설팅 추진체계 구축	소계	80		20	20	20	20		
	국비								
	지방비	80		20	20	20	20		
	민자								
기타 농촌체험마을과 연계사업	소계	120		40	40	40			
	국비	40			20	20			
	지방비	60		40	20				
	민자	20				20			
소계			3,300	540	690	720	1,020	330	
국비			780	100	170	280	220	10	
지방비			2490	440	520	430	780	320	
민자			30	0	0	10	20	0	



□ 원도심 관광 활성화 및 이벤트 관련 사업 세부 투자계획

<표 5-6> 원도심 관광 활성화 및 이벤트 관련 사업 세부 투자계획

(단위:백만원)

사업명	세부사업		합계	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	기배정 및 확정사항	
원도심 관광 활성화	원도심 관광활성화 진흥계획	소계	15,230	330	6,100	6,000	1,650	1,150		
		국비	6,230	330	2,100	1,000	1,650	1,150		
		지방비	9,000		4,000	5,000				
		민자								
	전통시장 쇼핑관광 활성화	소계	2,000	1,000	1,000					
		국비								
		지방비	2,000	1,000	1,000					
		민자								
	대전형 시티투어 활성화	소계	1,000	200	200	200	200	200		
		국비								
		지방비	700	200	200	200	100			
		민자	300				100	200		
소계		소계	18,230	1,530	7,300	6,200	1,850	1,350		
		국비	6,230	330	2,100	1,000	1,650	1,150		
		지방비	11,700	1,200	5,200	5,200	100			
		민자	300				100	200		
축제 및 MICE 산업	선진형 지역축제 육성방안	소계	5,000	2,000	2,000	1,000				
		국비								
		지방비	4,000	2,000	2,000					
		민자	1,000			1,000				
	MICE 산업의 융합 관광화 방안	대전 MICE산업의 국제경쟁력 강화	소계	3,000	600	600	600	600	600	국비 5억 / 지방비 25억
			국비	500	500					
			지방비	2,500	100	600	600	600	600	
			민자							
		고부가가치 대전 MICE산업의 지식서비스 기반 구축	소계	2,000	400	400	400	400	400	
			국비	200					200	
			지방비	1,800	400	400	400	400	200	
			민자							
		대전 MICE 인프라 및 부대시설 확충	소계	90,000	3,000	7,000	20,000	30,000	30,000	국비 270억 / 지방비 630억
			국비	27,000		7,000	20,000			
			지방비	63,000	3,000			30,000	30,000	
			민자							
		대전 글로벌 MICE 행사 육성	소계	1,200		300	300	300	300	국비 6억 / 지방비 6억
			국비	600				300	300	
			지방비	600		300	300			
			민자							
	의료관광 활성화	소계	30,000	15,000	15,000					
		국비	10,000	5,000	5,000					
		지방비	20,000	10,000	10,000					
		민자								
소계		소계	131,200	21,000	25,300	22,300	31,300	31,300		
		국비	38,300	5,500	12,000	20,000	300	500		
		지방비	91,900	15,500	13,300	1,300	31,000	30,800		
		민자	1,000	0	0	1,000	0	0		

□ 관광홍보 및 대전시 특화 사업 세부 투자계획

<표 5-7> 관광홍보 및 대전시 특화 사업 세부 투자계획

(단위:백만원)

사업명	세부사업			합계	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	기배정 및 확정사항
관광 홍보 및 안내 정보 체계 구축	관광홍보 체계구축	홍보 마케팅 (On-Off line 마케팅)	소계	1,500	300	300	300	300	300	
			국비							
			지방비	1,500	300	300	300	300	300	
			민자							
		관광 서비스 (It's Daejeon 스마트관광정 보센터 운영)	소계	3,000	600	600	600	600	600	
			국비	1,200				600	600	
			지방비	1,800	600	600	600			
			민자							
	관광안내 정보체계 구축	관광 안내 체계 구축	소계	2,000	200	400	400	500	500	
			국비	500				500		
			지방비	1,000	200	400	400			
			민자	500					500	
	소계			6,500	1,100	1,300	1,300	1,400	1,400	
	국비			1,700	0	0	0	1,100	600	
	지방비			4,300	1,100	1,300	1,300	300	300	
	민자			500	0	0	0	0	500	
대전시 특화 사업	효!월드 관광활성화	소계	10,000	5,000	5,000					
		국비	1,000		1,000					
		지방비	9,000	5,000	4,000					
		민자								
	오월드 활성화 사업	소계	5,000	4,000	1,000					
		국비								
		지방비	1,000		1,000					
		민자	4,000	4,000						
	충청유교문화권 개발	소계	13,900	900	3,000	10,000				
		국비	3,000		3,000					
		지방비	10,900	900		10,000				
		민자								
	소계			28,900	9,900	9,000	10,000	0	0	
	국비			4,000	0	4,000	0	0	0	
	지방비			20,900	5,900	5,000	10,000	0	0	
	민자			4,000	4,000	0	0	0	0	



3. 재원조달 방안

- 추진사업 중 순수 관광사업을 제외한 부분의 경우 도시개발부분, 문화예술부분과 접목적인 실행을 실시하여 공공의 부담을 최소화
- 민간 부분의 재원조달은 수익성 보장을 원칙으로 국내 및 국외 재원을 조달하며, 대규모 관광사업에 대하여 현행법의 지원을 받는 방안 모색
- 특히 공적자금이 담당해야 할 공익성 추구 부분과 민간자본의 유치를 고려할 수 있는 수익성 추구 부분이 공존하기 때문에 원활한 사업추진을 위한 공적자금의 조성은 물론 민간기업의 적극적인 참여 유도를 위한 전략적이고 폭넓은 접근이 필요함
- 사업의 민간자본유치 활성화를 위해서는 사업자 선정방법의 합리화, 사업자 선정절차의 간소화, 사업 참여의 다양화, 제한적 법률 등 부정적 투자환경 제거, 다양한 인센티브 지원 등 공정하고 합리적인 제도, 복잡하지 않은 절차, 강화된 지원체계 등의 조건이 선행되어야 함

1) 국비확보 전략

- 각종 국비 지원사업에 대한 전면적 모니터링을 전개하여 유사 사업과 연계하여 국비 확보 계획 수립
- 특히 문화체육관광부 차원에서도 국민관광 및 민간투자 확대에 지역경제 활성화와 내수 진작을 위해 많은 노력을 할 것으로 기대되므로 이에 대한 사업을 실시하여 국비 확보 전략 전개
- 또한 보문산 관광개발 계획에서 필요사업에 대한 국비 지원 가능 사업에 대해 판단하여 전략적으로 신청하고, 지방 차원에서는 토지수용문제를 해결하고 나머지 부문의 시설 투자에 대한 부문에서 대전마케팅공사, 대전도시공사와 민간자본 등의 유입을 효율적으로 유도함
- 공익적 성격의 관광개발 및 프로그램 개발에 대한 타당성 용역을 적극 실시하여 국비를 확보하기 위한 전략적 방안 마련
- 예산 확보를 위해 문화체육관광부 이외에 국토해양부, 행정안전부, 과학기술부 등의 다양한 부처를 중심으로 관련사업의 연계성을 고려하여 멀티형 국비 확보 전략 시행
- 국비지원 조건 및 타당성이 높은 사업에 대한 선택과 집중을 통해 사업의 선택과 집중적 지원이 가능토록 방향 결정
- 국비지원에 대한 지원기준을 사전에 마련하여 개발 잠재력이 높고 지역경제 파급효과가 큰 관광지에 대하여 현재의 산발적 지원이 아닌 선별적이고 집중적 지원 검토
- 지원의 기준을 명백히 제시하여 과다지정과 과도한 시설계획을 사전에 예방하고 사업추

진의 투명성을 제고하여 국비지원이 가능하도록 계획의 수정 검토

- ▣ 대전시의 시비와 국비가 동일하게 투자되어 대전시가 투자에 대한 관리체계를 가질 수 있도록 모색함



2) 선택과 집중으로 투자의 효율성 제고

- 대전시 관광 관련 예산은 타 지역에 비해 높은 수준이 아니므로, 선택과 집중에 의한 투자와 국비 및 민자의 활용을 보다 높일 수 있는 방안 마련이 필요할 것이며, 사업에 따라서는 각 지역구의 예산과 연계하여 투입되어야 할 것으로 판단됨
- 국비 확보 계획을 보다 늘리고, 지방공사의 사업으로 이전하여 진행하거나 민자유치를 강화해야 할 것으로 판단됨
- 투자의 효율적 증대를 위해 많은 지정·개발보다는 지역개발 효과를 얻을 수 있는 핵심사업을 선정하여 지방비 투입
- 철저한 타당성 검토를 통해 지방비의 효율성 투자와 이를 통해 민자유치의 성공 가능성 확대

3) 민간자본 유치

- 보문산 부문의 관광개발 사업에서 사업의 완성과 성공적인 운영을 위해 매우 중요한 주체가 민간자본의 유치이므로, 민간자본의 원활한 투자와 활성화를 기대하기 위해서는 상업성 확보가 필요할 것으로 판단됨
- 따라서 철저한 타당성 검토를 통해 민자유치의 성공 가능성을 확대하는 방안이 요구되며, 세제지원 등의 검토도 필요할 것으로 판단됨
- 민간 차원의 관광상품 및 관광개발 아이디어를 적극 도입하여 민간에서 원하는 관광개발사업을 실시할 수 있도록 지원
- 재원조달의 경우 사업시행주체에 따라 조달과정이 상이하므로 우선적인 사업추진을 위해서는 공공부문이 선 재원조달을 통해 사업을 추진하고, 향후에 적정한 민간투자를 적극 유치하여 재원을 조달하는 가정으로 구분하여 접근해야 함
- 투자재원 확보를 위한 개발방식은 전면매입 후 분양보다는 민간이 참여하는 환지방식으로 추진하여 토지소유자나 민간의 참여를 유도하고 공공부문에서는 행정적 지원을 강화함
- 관광산업은 공공재 성격으로 인프라 시설을 확충하는 사회적 사업으로의 인식 전환을 위한 홍보활동을 전개함
- 민간투자 촉진을 위한 실질적 지원 확대를 위해 행정절차를 간소화하고, 외국인 관광객 유치시 인센티브 제공 등의 동기부여 방법을 모색함
- 또한 세계적으로 명망 있는 다국적기업, 개발사업자, 개발펀드, 리조트·테마파크 및 엔터테인먼트 시설 운영회사 등 주요 잠재 투자자의 DB를 구축하고 효과적인 접근전략을 수립하여 능동적으로 접촉함
- 투자자발굴을 위한 기초자료로 활용할 수 있도록 투자기능회사의 개요, 재정상태 및 연락처와 투자실적, 개발자금 규모, 관심분야 등의 자료를 목록화 한 투자자 DB 구축이 필요할 것으로 판단됨

- 투자가능성이 높은 순으로 투자자에 대한 등급을 부여하고 DB를 구축하여 정기적인 관리가 필요할 것으로 사료됨



4) 추가 전략

(1) 투자수요 분석

- ▣ 현재 수요뿐만 아니라 미래 수요가 포함되며 경우에 따라 국가정책, 지역의 수요를 종합적으로 고려함
- ▣ 대전권 활성화, 자치구(區)와의 공동사업, 국가정책 반영 사업 등은 단기적으로 추진하고, 민간 투자사업 등은 중·장기 추진과제로 수요 분석

(2) 사업타당성 분석

- ▣ 사업타당성 분석을 통해 선정사업의 경쟁력과 재무적 건전성 판단함
- ▣ 비용편익분석(B/C), 순현재가치(NPV), 내부수익률(IRR)의 경제성 분석을 통한 투자우선순위 결정함
- ▣ 경제성 분석의 경우 경제·재무부문 뿐만 아니라 토지이용, 도시계획, 사회적 영향 등의 요인을 종합적으로 고려함

(3) 사회적 타당성 분석

- ▣ 지역 및 주민간 형평성, 복지 및 소득재분배 등과 관련된 각종 파급효과 점검함
- ▣ 공공성이 높은 일정 규모 이상의 사업 가운데 파급효과(수혜인구, 수혜면적, 지역경제 활성화)가 일정 수준 이상인 사업을 선정함

(4) 평가의 활용

- ▣ 투자우선순위의 결정은 투자수요 분석, 사업타당성 분석, 사회적타당성 분석으로 구분함
- ▣ 이들 세 단계는 수평적 관계가 아닌 수직적 여과관계에 있으며, 사업타당성 분석에 중점을 둠
- ▣ 투자대상은 수익성사업과 비수익성사업으로 구분될 수 있으며 양자간 차등적 접근 필요함
- ▣ 우선투자사업의 순위를 결정함에 있어 사업타당성 분석이 중요하나 사회적 타당성을 인정받은 사업을 우선순위에 반영함

5) 재원조달방안

(1) 기본방향

- ▣ 대전권의 관광부문은 상대적으로 낙후되고 재정자립도가 낮아 재원조달 규모가 큰 사업진행에 있어 한계성을 내재함
- ▣ 재정기반이 취약한 지자체의 경우 투자재원 상당 부분이 정부 보조금 등에 의존해야 하기 때문에 필요한 투자사업을 임의적으로 추진하기에는 한계가 있음

- 따라서 광역권을 통해 소외지역 특성을 반영한 안정적인 국비 조달계획을 마련함과 동시에 민간부문의 적극적인 참여를 유도하기 위한 제도장치 마련 필요함
- 중앙정부와 지방자치단체 간 긴밀한 협력이 필요하며 국가교통망 등은 국책사업으로 지방비는 매칭사업, 도시개발사업 등은 민간이 추진할 수 있는 여건을 마련함

<표 5-8> 지방투자사업의 유형

유 형	재 원	사 업	주요 관련법
자체사업	<ul style="list-style-type: none"> ●자치단체 자체재원 (지방세, 세외수입) ●지방교부세 	<ul style="list-style-type: none"> ●공공청사 신축 등 일반회계 및 특별회계 사업 	<ul style="list-style-type: none"> ●지방자치법 ●지방재정법 ●지방공기업법
국고보조사업	<ul style="list-style-type: none"> ●국고(시·도비)보조금 ●자치단체 자체재원 	<ul style="list-style-type: none"> ●공공도서관, 공립박물관 등 국가 정책관련 사업 	<ul style="list-style-type: none"> ●보조금법
지방채사업	<ul style="list-style-type: none"> ●지방채 ●자치단체 자체재원 	<ul style="list-style-type: none"> ●상수도, 하수도, 도로, 공영개발 등 	<ul style="list-style-type: none"> ●지방자치법 ●지방재정법
민자유치사업	<ul style="list-style-type: none"> ●전액 민간자금 ●민간자금, 자치단체 자체재원, 지방채 등 	<ul style="list-style-type: none"> ●고속도로, 물류터미널, 도시개발 등 	<ul style="list-style-type: none"> ●민간투자법

(2) 공공재원 조달 계획

- 정부는 지역개발사업 중 잠재력이 있고 경제 파급효과가 큰 지역의 전략사업에 대해 규제 특례, 인센티브, 재정 등을 집중 지원하는 투자선도사업을 육성함
- 향후 개발사업 추진단계에서 투자선도 사업 지정 등을 통해 자원 확보함
- 예산 편성시 의회 승인 등의 과정에서 대전권 개발사업 추진 필요성 및 비전을 공유하여 예산 확보를 노력함

(3) 민간유치 활성화계획

- 중앙정부와 지방자치단체가 투자환경 개선을 위해 전략적 투자 접근방안 모색
- 지역투자의 주요 결정요인은 물적인프라, 인력, 시장수요 등
- 단기적으로 인센티브의 확충, 행정적 지원체계의 정비 등을 통해 투자환경 개선의지를 시장에 전달하여 민간 투자의욕 고취함
- 인센티브 확충 등 행정적 지원체계를 정비하여 지역 특성에 따른 맞춤형 특례 부여
- 중장기적으로는 민간의 투자의욕과 수익성이 높아질 수 있도록 지역의 투자환경을 근본적으로 개선함
- 지역별 특화 클러스터를 육성하고 집적이익 등의 외부효과를 창출하여 민간투자 촉진을 도모함
- 중앙정부와 지방자치단체는 인센티브의 확충, 행정지원체계의 정비 등 행·재정적 정책수



단을 활용하여 기업의 투자욕을 고취함

- ▣ 투자환경을 일시에 개선하는 것은 어렵고 효과도 낮기 때문에 지역별 전략계획을 바탕으로 핵심적인 입지를 획기적으로 개선하는 차별화 전략 구사함

제3절 개발효과 분석

1. 경제적 파급효과

1) 분석방법

- ▣ 경제적 파급효과에 대한 분석은 2차원적 방법(관광투자에 의한 방법과 관광소비지출 총액 추정에 의한 방법)으로 산출하였음
- ▣ 관광투자에 의한 경제적 파급효과 분석에서는 관광 인프라를 건설하는 것이 대부분 관련되므로 건설업 승수를 적용하여 산출하였음
- ▣ 관광소비지출 총액 추정에 의한 파급효과를 계산하기 위해 한국문화관광연구원에서 제시한 관광승수를 적용하여 분석하였음

2) 관광소비에 의한 파급효과

- ▣ 관광지출총액은 다음과 같이 산출함
- ▣ 관광지출총액 = 관광총량 × 관광객1인당 평균지출액
- ▣ 수요분석에서 예측된 대전방문 관광총량은 2017년에 4,064천 명, 2019년에 4,328천 명, 2021년에 4,605천 명일 것으로 예상함
- ▣ 한국관광공사가 발간한 국민여행실태조사에 의하면 내국인 관광객은 여행 1일당 평균 약 62,395원을 지출한 것으로 추정됨

<표 5-9> 관광객수 및 관광지출 총액

(단위 : 천 명, 백만 원)

구 분		2017년	2019년	2021년
대 전	관광객수	4,064	4,328	4,605
	관광지출총액	253,573	270,046	287,329

▣ 관광파급효과 산출승수

- 생산파급효과 = 관광지출총액 × 관광산업의 산출승수(1.569873)
- 고용파급효과 = 관광지출총액 × 관광산업의 고용승수(0.062067)
- 소득파급효과 = 관광지출총액 × 관광산업의 소득승수(0.380273)
- 부가가치파급효과 = 관광지출총액 × 관광산업의 부가가치승수(0.855081)
- 순간접세파급효과 = 관광지출총액 × 관광산업의 순간접세승수(0.055781)



□ 관광수요와 소비에 따른 관광경제 파급효과를 추정하면 다음과 같음

<표 5-10> 관광소비 파급효과

(단위 : 명, 백만 원)

구 분	승 수	연도별 파급효과		
		2017년	2019년	2021년
생 산	1.569873	398,078	423,937	451,070
고 용	0.062067	15,875	16,907	17,989
소 득	0.380273	96,427	102,691	109,263
부가가치	0.855081	216,826	230,911	245,690
순간접세	0.055781	14,145	15,063	16,027

- 2017년의 경우 관광객의 관광지출로 인해 약 398,078백만 원의 생산효과, 1만5천여 명의 고용효과, 96,427백만 원의 소득효과, 216,826백만 원의 부가가치효과, 14,145백만 원의 순간접세 효과를 창출할 것으로 예상됨
- 2019년의 경우 관광객의 관광지출로 인해 약 423,937백만 원의 생산효과, 1만 6천여 명의 고용효과, 102,691백만 원의 소득효과, 230,911백만 원의 부가가치효과, 15,063백만 원의 순간접세 효과를 창출할 것으로 예상됨
- 2021년의 경우 관광객의 관광지출로 인해 약 451,070백만 원의 생산효과, 1만 7천여 명의 고용효과, 109,263백만 원의 소득효과, 245,690백만 원의 부가가치효과, 16,027백만 원의 순간접세 효과를 창출할 것으로 예상됨

3) 관광투자에 의한 파급효과

- 관광투자에 의한 파급효과는 건설업의 승수를 감안하여 분석하였음
- 전체 사업비(324,130 백만원)에 대한 건설업승수를 계산하여 전체 투자비에 따른 파급효과를 계산함
- 건설파급효과 산출승수
 - 생산파급효과 = 투자비 × 건설산업의 산출승수(1.99847)
 - 고용파급효과 = 투자비 × 건설산업의 고용승수(0.02056)
 - 소득파급효과 = 투자비 × 건설산업의 소득승수(0.42507)
 - 부가가치파급효과 = 투자비 × 건설산업의 부가가치승수(0.83499)
- 투자비에 따른 건설업의 승수를 통해 경제적 파급효과는 건설 투자가 종료되는 2021년을 기준으로 산정함

- 분석결과 전체 건설업에 따른 경제적 파급효과의 총량은 1,062,851백만 원으로 나타났으며, 그 가운데 생산유발 647,764백만 원, 고용 6,664명, 소득 137,778백만 원, 부가가치 270,645백만 원으로 분석됨

<표 5-11> 관광투자의 파급효과

(단위 : 명, 백만 원)

구 분	승 수	파급효과
		2021년
생 산	1.99847	647,764
고 용	0.02056	6,664
소 득	0.42507	137,778
부가가치	0.83499	270,645
전 체		1,062,851

4) 전체 경제적 파급효과의 추정

- 관광소비에 의한 파급효과와 투자비에 따른 파급효과의 총합은 1,815,240백만 원으로 추정됨
- 관광소비에 의한 파급효과 추정은 제6차 권역계획의 종료시점인 2021년을 기준으로 하여 투자비 파급효과를 포함한 전체 관광개발계획에 따른 경제적 파급효과를 합산하였음
- 2021년까지 제6차 대전권 관광개발계획에 따른 전체 생산파급효과는 1,045,415백만 원으로 나타났으며, 고용파급효과는 24,104명으로 나타났고, 소득파급효과는 235,679백만 원, 부가가치 파급효과는 494,016백만 원, 순간접세 파급효과는 16,027백만 원으로 분석되었음

<표 5-12> 전체 경제적 파급효과 종합

(단위 : 명, 백만 원)

구 분	2021년		총 계
	관광소비 파급효과	투자비 파급효과	
생 산	451,070	647,764	1,098,834
고 용	17,989	6,664	24,653
소 득	109,263	137,778	247,041
부가가치	245,690	270,645	516,335
순간접세	16,027		16,027
전 체	840,039	1,062,851	1,902,890



2. 사회 · 문화 · 환경적 파급효과

1) 사회적 파급효과

- ▣ 대전권 관광개발 계획은 기존의 관광 유희화 자원의 재생사업과 시설의 재정비를 통한 후생복지시설 및 여가시설의 확충 등으로 삶의 질 향상이 기대됨
- ▣ 또한 관광객 증가를 통한 숙박업, 음식업, 교통기관, 여행사 등 관광관련 사업의 활성화로 지역의 직업 구조가 다양해짐에 따라 젊은 층과 여성의 사회진출 기회가 증가될 것으로 판단됨
- ▣ 국내 · 외 관광객의 유입으로 국내적으로 지역감정과 국외적으로는 인종적 태도와 타국에 대한 선입관과 편견을 완화시켜 인류 공동체 의식이 고취될 것으로 판단됨
- ▣ 관광객들의 유입은 지역주민들이 지역에 대한 자부심과 애향심 및 정체성을 증대시키는 역할을 할 것으로 판단됨
- ▣ 관광개발로 인한 사회적 영향은 관광객들의 지역적 습관과 생활양식에 대한 이해 부족으로 주민생활에 불편을 끼칠 수 있음
- ▣ 관광개발은 지역사회 및 지역주민에게 다각적인 영향을 미치며 이러한 영향들은 긍정적 혹은 부정적 영향으로 나타날 수 있으므로 부정적인 요소는 최소화하고, 긍정적인 요소를 최대화할 수 있는 전략을 지속적으로 전개해야 함

2) 문화적 파급효과

- ▣ 관광개발은 관광객에게 특정한 지역의 문화를 보고, 느끼고 체험할 수 있는 기회를 제공하는 동시에 관광객이 가지고 있는 문화가 지역주민에게 전달되는 문화교류가 이루어지므로 지역 문화에 많은 영향을 주게 된다고 할 수 있음
- ▣ 대전권 관광개발을 통해 관광 목적지로서의 선택이 높아지면 이에 따른 파급효과는 문화적 가치를 지닌 모든 양식에 나타남
- ▣ 관광개발에 따라 지역주민이 받는 문화적 영향은 문화적 고유성 유지 등의 긍정적인 측면과 관광의 상업화와 같은 부정적인 측면이 함께 발생하게 됨
- ▣ 관광개발을 통해 지역사회에 외래 관광객이 유입되면 그들의 문화와 지역사회 문화가 상호 교환되어 문화와 언어를 배울 수 있는 기회가 제공되고, 이는 지역의 고유한 전통 문화를 확대 · 발전시키며, 문화재, 사적지 등을 재정비함으로서 문화관광자원을 보존하는 효과 등이 발생함
- ▣ 다양한 문화의 유입으로 지역사회의 문화활동이 다양해지고, 그로 인하여 대전시의 건전한 관광문화의 토대가 굳건해질 것으로 사료됨
- ▣ 지역문화의 재개발을 통해 대전 지역 고유의 지역문화의 본질이 변질 되거나, 관광객만

을 위한 문화의 관광 상품화 현상이 발생될 수 있음



3) 환경적 파급효과

- 관광산업은 타 산업에 비해 환경에 큰 영향을 미치지 않는 것으로 간주하여 무공해산업으로 인식되었지만, 물리적 관광개발에 따른 자연과 환경 파괴가 수반될 수 있음
- 관광개발의 환경적 영향은 물리적인 환경개선 등이 포함되는 편익적(Beneficial) 측면과 환경오염 등의 자연 훼손적(Detrimental) 측면으로 나타나며, 그 영향정도는 관광지의 이용강도, 생태계의 탄력성, 관광개발 주체의 관점과 관광개발의 변형 특성에 따라 달라짐
- 제5차 대전권관광개발계획은 환경적인 물리적 개발을 최소화하고 프로그램 및 소프트웨어 전략을 중심으로 발전계획을 구성하여 관광객 수용태세를 개선함으로써 기반시설의 재정비와 확충을 도모함
- 관광지의 관광객 편의성을 위한 시설이나 공공시설이 건설되어 대전시민들에게 환경적 쾌적함을 제공될 것으로 판단됨
- 관광자원으로서 자연경관의 가치를 제고시키고, 전통문화와 사적 및 명소에 대한 재정비로 관광자원의 부흥을 고무시키며, 전통문화와 사적 및 명소에 대한 재정비로 대전지역의 자연·문화관광 자원의 가치를 향상시킬 것으로 기대됨
- 환경적 관점에서 인공시설의 건설로 자연미관의 가치를 감소시킬 수 있고, 시설의 과부하로 혼잡을 야기시킬 수 있으며, 관광 및 축제 등으로 인해 일정기간에 대량으로 유입되는 관광객으로 인한 오염물의 증가가 자연환경과 수질오염을 가속시킬 수 있으므로 이에 대한 철저한 대비가 필요할 것으로 사료됨

3. 부정적 효과 저감방안

- 관광개발에 따른 부정적 효과는 환경파괴 등의 환경적 효과를 중심으로 문화의 퇴폐 등을 통해 나타남
- 따라서 환경파괴를 최소화하고, 문화의 주체성 및 정체성을 보전하면서 사회적 범죄와 사고 등 부정적 효과를 최소화할 수 있는 방안 마련이 필요할 것으로 판단됨
- 관광개발에 따른 관광지 물가 상승 및 범죄 증가에 따른 이미지 추락과 과소비 현상이 나타날 수 있으므로, 이를 관리하기 위한 관광지 물가 관리 방안과 사회 전반의 인프라 개선이 요구됨
- 관광지 문화의 파괴와 전통문화의 훼손을 막을 수 있는 전통문화 보존 프로그램을 활성화할 필요성이 제기됨
- 정치 및 경제적 차원에서 특정지역에 편중될 수 있는 관광개발에 따른 이익과 관광을 통한 혜택을 받는 지역주민의 갈등을 막을 수 있는 관광개발 이익배분제도 등의 대책이 마련되어야 할 것으로 판단됨
- 환경파괴를 최소화하고 개발된 관광자원이 보존될 수 있는 환경훼손 저감방안과 비점오염원에 대한 지속적인 모니터링을 통해 환경보전의 관리방안이 마련되어야 할 것으로 판단됨

연구진

▣ 연구책임 문 경 원 (대전세종연구원 선임연구위원)

▣ 내부연구원 이 재 영 (대전세종연구원 선임연구위원)
임 병 호 (대전세종연구원 선임연구위원)
염 인 섭 (대전세종연구원 책임연구위원)
정 경 석 (대전세종연구원 책임연구위원)
정 환 도 (대전세종연구원 책임연구위원)
지 남 석 (대전세종연구원 연구위원)
이 희 준 (대전도시재생지원센터 사무국장)
주 덕 (대전세종연구원 위촉연구원)
안 정 하 (대전세종연구원 위촉연구원)
이 진 아 (대전세종연구원 위촉연구원)
김 혜 진 (대전세종연구원 위촉연구원)

▣ 외부연구원 박 종 진 (여가공간연구소장)
장 인 식 (우송정보대학 교수)
서 용 제 (대전도시마케팅공사)
한 범 수 (경기대학교 교수)

▣ 연구자문 김 영 준 (한국문화관광연구원)
김 흥 열 (목원대학교)
이 인 배 (충남연구원)
이 준 재 (한남대학교)
정 연 정 (충북연구원)
최 인 호 (청운대학교)

