

연구보고서 2004-03

# 대전 관광산업 활성화를 위한 관광객 유치방안

문 경 원(선임연구위원)

## 요 약

### 제 I 장 서 론

- 세계경제발전의 원동력이라고 말해지고 있는 관광은 산업에 경제적 파급효과와 고용창출 효과를 초래하고 있으며, 21세기에 비약적인 성장이 전망되는 중요한 산업임.
- 관광산업은 국가 경제뿐만 아니라 사회, 문화, 환경 등 제 부문에 있어서 미치는 영향과 효과가 매우 크며, 서비스를 제공하고 인적 이동을 내용으로 하는 산업이라는 점에서 파생되는 영향과 효과도 다양하기 때문에 종합산업이고 다목적산업임
- 대전은 신행정수도의 배후 중심도시로서의 향후 역할 수행과 고속철도와 대전고속도로의 개통 등 우수한 교통 인프라의 구축과 교통이용체계의 개편으로 전국이 만나질 생활권으로 중요한 위치를 차지하게 됨에 따라 관광여건 및 패턴변화에 따른 능동적 관광공급체계 확립이 필요함
- 특히, 대전은 관광업계를 주도하는 PATA한국지부 총회를 2005년 개최를 계기로 문화·예술·과학·자연관광 자원을 적극적으로 발굴, 체계화하여 중부권의 관광거점도시로서 성장하기 위한 원년이 되도록 추진하고 있음
- 본 연구는 대전에서 관광객을 유치하기 위한 전략을 모색하는 데 그 목적이 있으며, 특히, 도시의 매력을 높이기 위한 관광도시조성을 제시 함
  - 제2장에서는 관광산업과 도시관광에 대해 살펴보았고,
  - 제3장에서는 국내외 관광환경의 변화 및 대전시 현황 및 여건분석, 대전관광개발의 기본 방향 및 관광자원의 현황분석
  - 제4장에서는 대전의 관광이미지를 알아보기 위한 전국의 잠재 방문객에 대한 조사를 실시하여 분석함
- 제5장에서는 대전관광 활성화와 관광객 유치를 위한 방안으로, 관

- 광객 유치 기본구상, 관광객 유치 전략 및 관광객 유치를 위한 관광도시조성 방안을 제시하였음
- 그리고 부록에는 과학·문화·자연관광과 연계한 관광상품개발, 청주공항을 이용한 백제문화권 연계관광개발, 대전방문을 유도하기 위한 관광객 유치·홍보 전략을 제시한 대전시의 대전관광업 그레이트(Up-Grade) 방안을 수록함

## 제Ⅱ장 관광산업과 도시관광

### 1. 관광산업

- 관광산업은 단일산업으로 세계 최대의 산업이면서 세계 최고의 고용산업으로 평가되고 있으며, 전 세계 GDP의 10.7%를 차지할 만큼 세계경제에 막대한 영향을 미치는 산업으로 성장
- 이에 각국은 관광산업 발전에 많은 관심을 가지게 되었으며, 국가경제의 기반산업으로 육성하기 위하여 관광을 국가 정책의 우선순위에 둠
- 우리나라의 경우, 1960, 70년대의 경제 개발 시기와 IMF의 경제위기에서 관광은 국가의 경제를 회복시키는데 매우 중요한 역할을 담당함
  - 관광의 경제, 사회, 문화, 환경 등에 미치는 중요성에 대한 인식이 범국가적으로 증대되고 있으며, 지방자치단체에서는 지역경제 활성화를 위한 수단으로서 적극적으로 관광객 유치를 위한 정책을 수립하고 있음

### 2. 도시관광

- 도시는 관광거점으로서 중요한 역할을 담당하며, 도시 자체로서 훌륭한 관광대상이 되고 있음

- 도시 내에 입지한 박물관, 공원, 극장, 유적지, 현대적 건물, 쇼핑, 음식, 위락 및 도시적 환경과 경관 등은 도시관광의 주요 매력물임
- 일반적으로 도시관광이란 도시 관광객과 도시의 관광대상, 관광기업, 관련정부, 도시주민과의 상호작용과 현상으로 도시민 혹은 도시 외부인에 의해서 도시의 각종 매력물, 편의시설과 도시의 이미지를 관광대상으로 하여 도시 내에서 발생하는 관광현상을 의미
- 도시의 관광적 기능은 ① 관광객들이 관광목적지로 가는 ‘경유지’로서의 교통 및 관광정보 제공지, ② 관광목적지의 ‘배후지’로서의 숙박지, ③ 도시내 여러 관광대상물에 의한 위락지, ④ 도시민이 살고 있는 삶의 현장으로 생활풍습을 보여주는 곳, ⑤ 각종 이벤트의 개최지임
- 도시관광의 유형은 도시 내에서 이루어지는 관광형태로서 목적과 활동에 의하여 비즈니스 관광, 쇼핑관광, 이벤트관광(컨벤션관광 포함), 문화관광, 위락 및 휴양관광 등 다양한 유형으로 구분할 수 있음
- 도시관광의 진흥을 통한 기대효과는 경제적 소득과 고용창출, 문화유산의 보전 및 재창출, 기반시설의 확충 및 정비, 도시재개발 및 활력부여, 전통적 산업구조에서 서비스산업 중심의 경제구조로 이행 등을 들 수 있음

## 제Ⅲ장 대전 관광여건 및 동향

### 1. 국내외 관광 환경변화와 전망

#### 1) 국제관광 환경변화

- 글로벌시대의 세계관광시장은 끊임없는 성장을 지속할 것으로 전망
  - 세계관광기구(World Tourism Organization)는 「Tourism 2020

- Vision」의 장기전망을 통해 전세계 국제관광객수는 '95년 5.6억 명에서 '10년 10억명, '20년 15.6억명으로 성장할 것으로 전망
- 동북아 지역이 국제관광목적지로 급성장하고, 중국이 세계 최대 잠재관광시장으로 부상
    - 한·중·일·러를 중심으로 한 동북아 지역이 세계 주요 경제블럭으로 등장하면서 관광시장 또한 경제성장을 바탕으로 고속성장 초기단계에 진입하고 있어 역내·외 관광수요와 공급이 급증할 것으로 전망됨
  - 선진국을 비롯한 세계 각국과 지자체는 지역성장과 고용창출을 위해 관광산업을 21세기 국가 전략산업으로 육성하고자 관광진흥정책을 수립하여 추진하고 있음

## 2) 국내관광 환경변화와 전망

- 국제 불안정 요인과 관광유인력 약화로 외래관광객 유치 침체 장기화 우려
- IMF 경제위기 이후 외래관광객 증가추세가 둔화되고 있으며, 외래관광객의 일인당 소비지출과 관광수입 총량은 '98년을 제외하면 '96년부터 지속적으로 감소함으로써 관광수지 적자폭이 더욱 커지고 있음
- 주5일 근무제 확대와 고령화 사회 진입으로 국민관광수요가 급증하고 다변화하는 추세
  - 주5일 근무제에 따라 여가시간 확대로 관광부문의 새로운 사업 창출과 잠재시장 규모가 증대되고 있으며, 국민의 여가활용 및 여행패턴이 크게 변할 것으로 전망됨
  - 국민의 삶의 질 향상과 건강 증진을 위한 레저, 스포츠 활동 외에 근거리, 단기간의 국내외 여행이 지속적으로 증가하는 동시에 휴가분산으로 숙박관광과 장거리 관광은 확대
- 최근 지방자치단체의 관광에 대한 정책적 관심과 중앙정부의 지원 확대로 지역관광개발 대폭 확대 추세

- 지역발전을 위한 대안산업으로서 자연·역사·문화자원을 활용한 관광개발 및 관광산업 육성에 대한 중요성이 증대되면서 이를 통해 주민의 삶의 질 향상, 생활환경 개선 등의 효과를 기대하는 지방자치단체가 급증함

### 3) 대전의 관광객 유입정도

- 2003년 대전시의 관광호텔 이용객은 4,486천명으로 전년도 4,408명보다 1.8%의 증가를 보였으나 수입액은 1.1% 감소한 49,025백만원을 보임
- 관광호텔이용 현황을 보면, 내국인이 전년도보다 0.5% 감소한 데 비하여 외국인은 36.2%의 증가를 보였으며, 관광수입도 외국인이 40.3%로 크게 증가하였으나, 내국인은 3.8%의 감소함
- 관광업체 현황을 살펴보면, 주로 여행업은 송출객의 여권발급에 대한 수속 대행 및 항공권 발매 업무에 한정되어 있고, 일반여행업 4개소, 국외여행업 145개소, 국내 여행업 155개소의 업체가 각각 등록되어 있으며, 관광호텔업은 업체수 26개소에 1,749 객실을 갖추고 있음

## 3. 대전관광개발계획의 기본 방향

### 1) 개발목표

- 관광한국의 중부지역 관광거점화
  - 지속가능한 관광(sustainable tourism)이 실현될 수 있도록 환경친화적이며 방문자 경험의 질이 보장되고 동시에 지역주민 생활에 편익을 창출한다는 기조
  - 전국에서 가장 양호한 교통여건을 효과적으로 활용하여 '93 대전엑스포와 2002년 월드컵경기의 성공적 개최지로서의 경험을 살려 향후 각종 국제행사에 대비하여 관광기반시설의 정비와 확충

- 하여 충청권 관광의 중심역할을 성공적으로 수행한다는 발상
- 첨단과학 특화 관광도시로의 육성
  - 엑스포 과학공원을 중심으로 한 도시형 관광개발과 첨단과학 시설을 활용한 체험형 관광상품화 개발, 유성관광특구에 대한 정비 및 관광기반시설의 확충을 통해 경쟁력 높은 국내외적인 관광도시로 육성

## 2) 추진전략

- 도시생태환경과 관광의 공존
  - 도시 속의 자연(man-made nature in city)과 자연 속의 도시(city in nature) 라는 전개방향에서 쾌적한 자연환경을 확보하고 유지, 보전하는 관광개발
  - 도시환경의 질 향상을 위한 도시공원을 생태공원화 하여 자연을 중심으로 한 새로운 여가공간을 창출, 이용자의 녹피감(綠被感)과 쾌적성을 제고
  - 대청호, 보문산 주변의 생태환경과 관광이 공존할 수 있는 그린 네트워크 (Green Network)를 확보
- 도시관광 기반시설의 완성
  - 도시의 복합적 기능을 배경으로 도시환경 자체가 주요한 매력대상이 될 수 있도록 도시의 구조와 기능, 이미지를 특성화
  - 경부 및 호남고속철도의 정차역, 신행정수도의 중심 배후도시로서 향후 국가행정 중추기능을 분담하고 과학기술과 첨단산업의 선도기능을 지원할 관광도시로의 역할 재정립
  - 서해안 및 금강유역개발권, 백제문화권, 중원문화권, 내포문화권 등 대전을 둘러싼 대형사업의 배후중심 역할을 소화
- 도시형 관광상품의 적극적 발굴
  - 기존 관광자원에 대한 활용과 복원 및 신규 관광자원의 창출을 통해 국내외적으로 경쟁력 높은 선진형 도시관광 상품을 개발
  - 전통적 도시역사문화의 재현을 통해 잠재적인 도시매력이 보장되

고 현대적 감각의 문화도 동시에 수용할 수 있는 총체적 입장에  
서의 도시상품화 접근

- 내 고장 마케팅(marketing place) 전략차원에서 대전만이 지닐  
수 있는 다양한 매력을 도출해 내고 이를 관광상품으로 연계시  
키는 방안을 모색

○ 도시형 관광이미지의 구축

- 국제적으로 경쟁력 높은 도시정체성(city identity)을 발굴하여 이  
를 체계적으로 차별화 하는 관광이미지 제고 방안 도출
- 도시의 상품화(city selling) 차원에서 부가가치가 높은 이미지를  
강화시키기 위한 제반적인 촉진책 및 지원책을 모색

○ 시민 복지관광의 구현

- 시민의 여가수요에 대비하여 공원녹지공간을 확충하고, 기존 공  
원시설을 이용한 각종 이벤트의 개최 및 도시민을 위한 쾌적성  
향상 방안을 검토
- 시민이 연령별, 계층별, 소재별로 다양하게 즐길 수 있는 여건마  
련에 주안점을 두고 도시복지정책의 일환이 될 수 있는 방안을  
모색

○ 도시지역간 균형개발의 수단화

- 시민의 삶의 질 향상에 실질적으로 기여할 수 있는 제반 수단으  
로써 관광이 기여할 수 있도록 하며 지역간 형평성 안배에도 유  
의
- 시민이 포함된 관광개발(indigenous tourism development)이 될  
수 있도록 접근하되 관광의 비경제적 효과를 충분히 반영

○ 도시관광형 관리체계의 정비

- 도시관광의 활성화를 위해 도시내부의 해결과제와 외부지향적인  
진흥책을 검토하여 바람직한 선진형 관광관리체계 방안을 제시
- 안전성 확보방안과 관광안내 정보서비스의 개선, 디지털형 관광  
관리 시스템, 기타 미래지향적이며 선진적인 조직 및 법률정비  
방안 등을 모색



#### 4. 관광자원 현황

##### 1) 자연관광자원

- 대전시는 노령산맥의 서북부에 위치하여 산악으로 위요된 분지 위에 시가지가 형성되어 주위에 많은 산악관광자원이 입지하고 있음
- 내륙의 수변, 도시내 관광자원으로는 대청호와 갑천변의 흑석·괴곡유원지, 유등천변의 안영유원지, 방동저수지, 세천저수지, 떡치소류지 등이 있음
- 대전시에는 장태산휴양림, 유성온천, 엑스포과학공원, 식장산 생태림, 보문산 녹음, 대청호수, 구봉산 단풍, 계족산 저녁노을 등 대전 8경이 있음

##### 2) 문화관광자원

- 대전시의 문화관광자원은 시 전역에 분포되어 있으며, 국가지정 3개, 시 지정 78개, 문화재 자료 41개 등 총 122개의 문화관광자원이 있음
- 국가지정문화재는 보물 2건, 사적지 1건이며, 지방문화재는 유형문화재 28건, 무형문화재 8건, 기념물 38건, 민속자료 2건, 문화재 자료 41건으로 구성
- 이외에 교육적 가치가 높은 향토사료관, 화폐박물관, 한밭교육박물관 등이 있으며, 대덕연구단지 내 국립중앙과학관이 있어 우리나라 과학발전의 모습을 한눈에 볼 수 있는 기회가 주어지고 있음

##### 3) 축제관광자원

- 민속문화행사는 향토의 자연, 역사, 사회 등을 배경으로 형성되어 전통문화의 핵심을 이루는 자원이며, 대전 고유의 관광자원으로서의 중요성이 부각

- 대전시의 주요 축제관광자원으로는 한밭문화제, 온천휴양지 홍보와 더불어 다채로운 행사의 유성건강페스티벌, 신탄진 봄꽃축제, 과학도시의 이미지를 살린 대전사이언스페스티벌과 지상군 페스티벌 등이 있음

#### 4) 대전시티투어(City Tour)

- 대전시티투어(City Tour)는 첨단과학시설과 문화유적 그리고 국·시정현장을 한눈에 둘러보고 과거와 미래의 세계를 동시에 체험해 볼 수 있는 테마형 프로그램
- 저렴한 비용과 쾌적한 최신형 버스로 가족, 친지, 연인들이 부담없이 즐길 수 있는 21C형 관광상품

## 제Ⅳ장 잠재방문객에 대한 관광이미지 설문조사

### 1. 조사의 개요

- 대전의 관광이미지를 알아보기 위해 전국의 잠재방문객에 대한 설문조사를 실행, 총 표본은 837명임
- 표본은 전국의 인구를 광역자치단체별 비율을 적용하여 조사에 활용하였으며, 조사기간은 2004년 5월 28일부터 6월 11일까지 실시함

### 2. 조사대상의 인구학적 특성

- 조사대상의 성별은 남자가 48.7%, 여성이 51.3%로 나타나고 있으며, 연령분포는 20대 50.2%, 30대 22.3%, 40대 20.1%, 50대 6.6%, 60대 이상 0.8%임
- 직업별 분포를 보면, 학생/주부 46%, 회사원/공무원 22.1%, 상업/

서비스업 12.5%, 전문업 8.6%, 제조업 2.9%, 무직 1.7%, 농수산업 1%, 기타가 5.3%임

- 거주지분포는 서울과 경기 인천을 포함한 수도권이 41.3%, 강원권 4.4%, 충청권(충남, 충북)8.6%, 전라권(광주, 전남북) 9.4%, 경상권 (부산, 대구, 울산, 경남북) 28.9%, 대전 7.4%임

### 3. 최근 1년간의 여행실태

#### 1) 관광을 목적으로 한 여행

- 1년간 당일관광의 횟수는 1회가 21.4%로 가장 높은 수치를 나타냈으며, 6-10회가 17.6%, 2회 16.7%, 3회 13.1%, 없음 8.6%, 10회 이상과 5회가 7.9%, 4회가 6.8%로 나타남
- 1년간 숙박일 수는 1박 27.7%, 2박 21.1%, 무박 15.5%, 3박 12.4%, 6-10박 8.7%, 5박 5.9%, 4박 5.3%, 10박이상 3.3%로 나타남
- 1년간 숙박 관광객은 1박과 2일이 가장 많이 활용되는 숙박 일 수로 나타났으며, 해맞이 여행과 같은 무박 2일상품도 많이 활용되는 것으로 분석

#### 2) 당일관광 대상지

- 당일 관광지로 가장 선호하는 곳으로 서울 15.7%, 경기도 13.4%, 충청권 12.8%, 강원권 11.1%로 나타났으며, 대전 및 부산 8.5%, 호남권 6.4%, 대구 5.7%, 영남권 4.7%, 광주 1.6%, 기타 0.7%로 나타남

#### 3) 방문 관광지 유형

- 방문관광지 유형분석결과 잠재관광객들은 문화요소가 다양한 곳보

다는 경치가 수려한 곳을 선호하며, 사람이 많은 곳 보다 한적한 곳을 관광 대상으로 선택하는 것으로 분석됨

- 도시형의 오락적인 요소보다 농어촌형의 관광지에 대한 방문의 대상으로 삼고, 중저가형의 관광지를 선호하는 것으로 분석됨
- 관광에 있어서도 사전계획의 수립으로 체계적이며, 계획적인 관광을 선호함과 동시에 숙박정보보다는 당일 관광을 선호하는 것으로 나타남

#### 4) 목적지 결정시 중요사항

- 관광의 목적지 선택에서 가장 중요시되는 것은 시간관련 사항으로서 30.2%로 차지하고 있으며, 다음이 비용 23.8%, 시설과 내용 17.1%, 동반자 11.7%, 그 뒤를 이어 교통수단 9%, 이미지 5.3%, 기타 2.9%순임

#### 5) 목적지를 결정시 영향력이 큰 인물

- 관광목적지 선택에서 선택에 영향력이 큰 인물은 본인이 33.6%로 가장 높은 수치를 나타내고 있으며, 친구 26.3%, 배우자 18%, 자녀 9.4%, 부모 8.5%, 여행사 1.7%, 기타 2.5%순임

#### 6) 목적지 정보 습득 경로

- 관광목적지 선정 시 정보습득을 위한 매체는 인터넷 39.5%, 가족/동료 31.7%, 신문/잡지 14.3%, TV/라디오 11.2%, 기타 3.2%순임

#### 7) 국내여행의 전반적인 만족도

- 전반적인 만족은 만족이 34.6%, 보통 54.4%, 불만족 11.4%로 전반적으로 만족하는 형태를 나타내고 있음

- 불만족 하는 경우 불만족 이유는 시설관련사항이 29.5%, 서비스관련 28.4%, 교통관련 23.1%, 내용적인 측면 15.8%, 기타 3.2%순서임
- 만족스러웠을 경우 해외여행에서의 만족과 비교했을 경우 잘모르겠다는 응답이 47.4%로 나타났으며, 아직은 아니다 38.8%, 그렇다 12.5%, 기타 1.3%순서임

### 3. 대전지역에 대한 이미지

#### 1) 최근 1년 동안 대전지역을 방문한 경험

- 최근 1년 동안 대전지역을 방문한 경험을 질문한 결과 전체의 61.1%가 방문경험이 있다고 응답

#### 2) 대전지역을 대상으로 한 관광경험 횟수

- 최근 대전지역을 중심으로 한 관광경험에 대해 1회 45.7%, 2회 25.5%, 3회 11.7%, 5회 7.4%, 5회 이상 6.7%, 4회 3.1%순서임
- 대전지역을 찾는 관광객은 연간 1-3회를 방문하는 관광객은 71.2%로 나타남
- 대전지역의 관광경험이 없다면 어느 정도의 관심을 갖고 있는지 알아보기 위한 질문에서 50.1%는 그저 그렇다는 응답을 하였으며, 관심이 있다 22.9%, 관심없다 18.2%, 여행하고 싶다가 8.8%순서임
- 대전시에 관심이 있거나, 방문을 하려는 잠재방문객은 31.7%인 것으로 분석
- 대전시에서의 관광경험 형태는 응답자의 49.4%가 응답한 당일관광이 중심이 되고 있으며, 숙박관광은 24.2%, 경과·경유형 22.1%, 기타가 4.3%순서로 나타남

### 3) 여행과 생활의 중심으로서 대전

- 대전이 여행의 목적지로서 또는 생활의 거점으로 의견을 물어본 결과 55.2%가 보통이라는 의견을 밝히고 있으며, 편리하다 25.4%, 매우 편리하다가 2.9%로 나타남
- 긍정적인 의견이 38.8%, 부정적인 의견이 26.5%로 나타나 긍정적인 측면이 강한 것으로 분석

### 4) 대전과 가장 가까운 이미지(복수응답)

- 대전시의 이미지는 과학중심지라는 이미지가 24.6%로 가장 강한 이미지로 나타나고 있으며, 교통중심지 13.1%, 온천휴양지 11.7%, 연구중심지 11.1%로 강한 이미지로 나타나고 있음
- 그 외에도 행정중심지 9.4%, 국토중심지 8.2%, 문화중심지 5.2%, 교육중심지 4.5%, 경제중심지 2.6%, 정보중심지 2.3%, 유통중심지 1.2%, 기타가 6.1%임

### 5) 대전지역 이미지 분석

- 대전지역의 이미지는 자연환경보다는 인문환경적인 이미지가 강한 것으로 나타나고 있으며, 도시가 지루한 이미지보다 흥미로운 동적이미지가 강한 것으로 분석되고 있음
- 대전시의 경제 관련이미지는 저렴한 것으로 나타나고 있으며, 도시가 친근한 형태의 이미지를 포함하고 있으며, 도시가 전반적으로 안전한 이미지를 갖는 것으로 나타남
- 대체적으로 대전광역시는 다양하다보다 단조롭다, 맛 없다보다는 맛있다, 복잡하다보다는 차분하다, 정적이다보다는 동적이다, 불편하다 보다는 편리하다, 불결하다보다는 청결하다, 과거보다는 미래 지향적이다, 부정적이다 보다는 긍정적이라는 이미지가 강한 도시로 나타나고 있음

## 6) 대전의 관광자원 인지도

- 대전시의 관광자원에 대한 인지도 조사결과 11-20개의 자원을 인지하고 있는 계층이 17%로 가장 많은 것으로 나타나고 있으며, 2개 13.6%, 6개 9.4%, 3개 9.2%, 4개 8.6%, 5개 8%, 21개 이상 7%, 9개 6.5%, 7개 6.3%, 8개 6.2%, 1개 3%, 모른다 0.6%로 나타남
- 대전시에서 가장 인지도가 높은 관광자원은 엑스포과학공원으로 나타나고 있으며, 응답자의 89.5%가 인지하고 있는 것으로 나타나고 있음
- 알고 있다고 응답한 비율이 모른다고 응답비율에 비해 높은 자원은 엑스포 과학공원 89.5%, 대덕연구단지 63.7%, 카이스트 63.3%, 유성온천 59.4%로 나타남
- 그 뒤를 월드컵경기장, 보문산, 대전시티즌, 대청호, 한화이글스, 정부대전청사, 꿈돌이 랜드, 국립현충원, 유성관광특구, 대전 동물원, 국립과학관 등의 순으로 나타남
- 대전시의 인지도가 높은 관광자원은 순수한 목적의 관광자원이 아닌 사회문화자원의 의존도가 높은 것으로 나타나고 있어, 지역의 차별화된 자원을 활용한 관광상품의 개발이 시급

## 7) 대전시 관광 활성화를 위해 준비가 필요한 분야

- 대전시의 관광활성화를 위해서는 37.3%의 응답자가 다양한 볼거리의 준비가 가장 필요하다고 응답하고 있으며, 놀거리의 개발 21.5%, 설거리 18.2%, 먹거리 개발 11.4%, 살거리 4.9%, 기타 6.8%로 응답

## 8) 당일관광지로서 대전보다 매력성이 높은 곳

- 당일관광지로서 대전보다 매력성이 높은 곳을 질문한 결과 1순위에서는 서울과 부산이 29.8%와 19.7%로 우위를 차지하고 있으며,

- 2순위에서는 강원도와 경기도, 3순위에서는 강원도와 충청남도가 우위를 차지함
- 복수응답처리 결과는 강원도가 11.4%, 제주도 10%, 경상북도 9% 순서로 나타남

9) 숙박관광지로서 대전보다 매력성이 높은 곳 (복수응답)

- 숙박관광지로서 대전보다 매력성이 높은 곳을 질문한 결과 1순위에서는 제주도와 강원도가 59.9%와 8.6%로 우위를 차지하고 있으며, 2순위에서는 강원도와 부산, 3순위에서는 부산과 광주가 우위를 차지함
- 복수응답처리 결과는 제주도가 20%, 강원도 15.1%, 부산 10.4%순서로 나타남

10) 대전시가 중부지역 관광중심으로의 개발가능성

- 대전시의 관광발전가능성에 대해 전체응답자의 47.3%가 가능성이 있다고 응답하고 있으며, 그저 그렇다는 의견이 38.2%, 아니라는 의견이 14.5%로 나타남
- 대전시가 중부권관광의 중심으로 발전할 수 있는 능력과 기회가 있다고 생각하고 있는 것으로 분석
- 대전시를 방문할 경우 가장 필요한 것은 45.8%가 응답한 시설과 내용이며, 교통수단 17%, 비용 11.6%, 이미지 10.8%, 시간 7.3%, 동반자 6%, 기타 1.7%순으로 나타남

4. 응답자 관련사항

- 응답자들은 여행을 즐겨야한다는 항목에 대해 40.2%가 그렇다라고 응답해 관광에 대한 긍정적인 사고를 갖고 있는 것으로 분석
- 응답자들은 평상시 외식을 자주한다라는 항목에 대해 37.5%가 그



- 렇다고 응답해 가족들과의 활동이 그렇지 않은 사람보다 높은 것으로 나타나고 있음
- 시간적인 여유와 관련된 질문에서 39.5%의 응답자가 시간적인 여유가 부족한 것으로 응답
  - 정신적인 여유와 관련된 질문에서 33.4%의 응답자가 정신적으로 여유가 충분한 것으로 응답
  - 국내관광과 해외관광을 비교했을 경우 국내관광이 해외의 관광보다 좋다고 생각하는 응답자가 22.8%로 국내여행이 해외여행보다 좋지 않다고 생각하는 33.6%보다 적은 것으로 나타나, 국내관광의 수준을 외국관광의 수준 보다 낮게 평가하는 것으로 판단

## 제 V 장 대전관광 활성화와 관광객 유치방안

### 1. 관광객 유치 기본구상

#### 1) 기본구상

- 관광객유치전략은 마케팅전략의 마케팅믹스(4P-Product, Price, Place, Promotion)전략을 중심으로 지역 관광객 유치전략의 기본구상을 전개(지역을 대상으로 하는 광역적 유치전략으로써 Price 전략은 다른 부분의 전략과 연계하여 제시)
- 관광상품 차별화전략은 대전지역의 차별된 도시 및 산업자원을 관광상품화 하는 방안으로써 다른 지역과 차별화되는 관광상품의 제공 가능
- 관광상품 연계전략은 대전지역의 다양한 관광자원을 유기적으로 연계하여 방문객들이 원하는 다양한 관광상품을 제공하여 방문객의 관광욕구를 충족
- 광역연계전략은 대전의 교통환경을 활용하는 관광전략으로써 주변 도시의 관광자원과 연계를 통한 관광객 유입전략과 관광이외의 방

- 문객을 관광형태의 방문객으로 전환하는 전략이 중심을 이룸
- 홍보전략은 지역관광자원에 대한 인지와 더불어 지역관광이미지의 상승과 같은 효과를 담보로 행하는 전략으로 다양한 마케팅기법을 도입하여 관광객으로부터의 관심을 유도

## 2) 계획의 목표

- 계획의 최종목표인 “대전지역의 관광활성화”를 위해 공급자인 대전시는 관광객만족의 극대화를 1차적으로 추진하여, 방문객의 증가를 통한 지역관광의 활성화를 기대
- 대전지역의 관광활성화를 위해 공급자적인 측면과 수요자적인 측면을 고려했을 때 관광의 수요자인 관광객의 증가와 관광의 공급자인 지역은 방문객이 만족할 수 있는 양질의 관광을 제공함으로써 대전지역의 관광활성화 기대가능
- 관광객이 만족할 수 있는 관광의 제공은 관광객의 만족이 사후행동인 재방문 및 구전을 통한 홍보에 커다란 영향을 주는 요소로 나타나 관광공급자에게는 지속적인 관광품질에 대한 지속적인 관리가 필요
- 대전지역의 관광활성화라는 목적을 달성하기 위해 주5일근무제로 인해 증가된 관광객의 유치에 지역은 차별화된 관광상품의 제공과 더불어 관광상품의 품질을 극대화할 수 있는 방안의 제시가 필요

## 3) 추진전략

- 차별화된 관광상품의 개발은 지역의 자원을 활용한 개발전략으로 지역자원을 바탕으로 다른 지역에서 찾아 볼 수 없는 관광상품의 개발을 의미
  - 과학을 중심으로 하는 관광상품의 개발
  - 역사적인 온천 자원을 활용한 관광상품의 개발

- 정부청사와 같은 행정기관을 활용한 관광상품의 개발
- 도시형 관광지로 계절적인 영향이 적은 지역 특성을 활용한 관광상품 개발
- 소프트 웨어의 활성화를 통한 다양한 관광자원의 활성화
- 자원연계형 관광상품의 개발은 대전지역의 다양한 자원을 연계를 통해 관광객들이 다양한 자원을 이용할 수 있도록 지역의 관광자원을 연계하는 전략을 의미
  - 대덕연구단지과 국립중앙과학과 및 엑스포 과학공원, 뿌리공원과 보문산, 대전동물원의 연계, 지역중심상권 및 둔산 신시가지의 쇼핑자원을 연계한 쇼핑관광상품 개발
- 관광이외의 방문객을 지역의 관광상품과 연계하여 지역에서 두 가지 이상의 활동을 가능하도록 차별화된 전략구상
  - 대전지역의 방문객을 대전지역의 관광자원과 지역의 관광자원을 활용하도록 함
  - 대덕연구단지 방문객, 정부청사 방문객, 지역 홍보를 통한 방문친 인척 대전지역 관광하기 운동 전개
- 주변지역과 연계된 관광상품의 개발은 백제문화권과 연계, 청주의 국제공항과의 연계로 대전지역의 서비스 상품 및 숙박상품을 활용도를 극대화 가능
  - 백제문화권 방문객의 대전지역 숙박 및 서비스 상품 활용
  - 청주국제공항 이용객의 유치
  - 오송, 대전, 금산, 무주를 연계하는 건강관광상품의 개발
- 조직화된 홍보를 통해 지역 관광자원의 이미지 및 우수성을 홍보
  - 관광자원에 대한 다양한 홍보전략 구성
  - 다양한 이벤트 행사와 연계 지역의 관광자원에 대한 적극적 홍보
  - 팸투어(pam tour ; 여행 기획자 및 언론)에 대한 적극적 홍보

## 2. 관광객유치전략 구상

### 1) 지역관광자원의 상품 활성화 전략

### (1) 개발방향

- 주5일 근무제의 도입으로 인한 관광행동의 양적인 증가와 다양하고 새로운 것을 원하는 현대인의 욕구를 충족시키기 위한 관광상품의 개발
- 차별화전략의 추진에서 지역의 쇠퇴기에 접어든 지역 관광자원에 대한 활성화와 연계 필요
- 지역의 차별화된 자원인 과학과 도시라는 자원을 활용한 차별화된 상품 개발이 필요

### (2) 과학관광상품의 활성화

- 사이언스벨트조성 : 사이언스벨트는 대덕연구단지과 엑스포과학공원, KAIST, 국립중앙과학관을 연결하는 첨단과학문화벨트를 뜻하며, 과학교육을 이용한 새로운 개념의 관광자원으로서, 대전의 지역적 이미지를 강조한 관광상품임
  - 사이언스벨트는 모든 이용자원이 지역적으로 한 지역에 편성되어 방문객의 이용에 편익을 줄 수 있으며, 첨단과학을 체험하며, 교육받을 수 있는 관광상품으로서 개발
- 조성목적은 통합적인 운영 및 관리를 위해 과학관련 자원을 연계, 대전의 과학 및 첨단문화산업의 이미지를 대외에 강조할 수 있는 기회를 획득, 기존의 관광자원으로서 개발이 미진했던 부분을 상호 보완적인 관계로 연계하는 관광을 지향

### (3) 차별화된 유성온천 활성화 전략

- 유성이 갖고 있는 기존이미지에 지역의 특수성(과학도시로 발전하는 유성 : 연구단지)을 포함하여, 새로운 이미지의 도출로서 관광자원의 특화를 추진하며, 지역 전반 이미지의 변화를 시도

- 유성의 새로운 이미지는 기존의 인지도 높은 온천 이미지에 지역의 특성을 반영하여 첨단과학부분 및 다양한 먹을거리(지역 생산품)를 활용하여, 새로운 이미지의 결합
- 특히, 연구단지의 첨단 BIO산업과 및 의료산업과 연계를 실시하여 현대인의 가장 큰 관심사인 건강 및 미용부분에 대한 접근을 실시

#### (4) 행정기관 및 방송시설을 활용한 교육형 관광상품 개발

- 행정의 중심으로 지역 이미지를 강화하는 상품으로 시티투어(City tour)의 구성상품으로 개발
- 정부대전청사, 대전시청, 서구청, 특허법원 등의 행정기관이 입주한 대전행정의 중심지를 관광상품으로 개발하여 도시형 차별화된 도시형 관광상품의 개발
- 인근의 KBS, MBC방송국을 탐방하는 견학형 관광상품의 개발
- 활용대상은 초·중·고생을 대상으로 하는 교육형 관광을 중심으로 상품 구성

#### (5) 도시근교형 관광자원

- 대전동물원, 뿌리공원, 보문산을 연계하는 도시근교형 관광상품으로 개발하여, 도시근교형 관광상품의 활성화시키고 대전지역 주민의 삶의 질 향상과 관광객 유입을 위한 자원의 연계
- 자원이 근거리에 위치하여 연계성이 높은 것으로 평가되며, 주변의 안영 IC를 통한 외부인구 유입용이
- 차별화된 형태의 자원을 연계하여 관광객에게 다양한 관광경험의 제공

#### (6) 이벤트관광의 활성화

- 지역의 특성을 활용한 이벤트 개발과 기존 시설 및 이벤트의 활성화를 제시
- 지역의 특성을 반영한 이벤트 개발
  - 둔산지역의 쇼핑중심가를 활용한 이벤트 개발로 지역상권 활성화와 방문객 유치에 위해 지역의 상점가가 일정기간 세일기간을 마련하여 집중적인 방문객유도, 각 유통업체별로 다양한 거리공연과 체험행사 등을 연계하여 지역전체를 축제분위기로 조성
  - 도심공원을 활용한 N세대 벼룩시장개최 ; 환경의 중요성이 강조되고 있는 21세기를 맞아 벼룩시장을 통해 자녀들이 물건의 소중함을 깨닫게 하고 나에게 필요하지 않는 것이 남에게 얼마든지 필요한 것이 될 수 있다는 인식을 교육시키고 거래 및 참여의 흥미를 갖게 하는 것이 주요 취지
- 지역자원 활성화를 위한 이벤트
  - 엑스포 과학공원 사이언스 페스티벌과 스페셜 이벤트, 유성온천 자원 활성화를 위한 축제개발 등을 통한 지역의 이미지개선과 관광관련 사업체들의 활성화 기대

## 2) 주변지역과 연계한 관광상품의 개발

### (1) 개발방향

- 주변의 백제문화권 및 청주공항과의 연계를 통한 지역 관광객의 유치
- 주변지역 연계를 위해 주변 도시와 공동관광상품 개발에 의한 자원연계
- 기능적인 역할에 따른 연계(유성지역은 교통의 중심지이며, 100여 개의 숙박업소가 밀집되어 있어 체류형 관광객 유치용이)
- 대도시로 다양한 서비스가 집중되어 다양한 형태의 방문객 유치용이

### (2) 백제역사관광 연계관광상품개발

- 백제역사관광은 부여와 공주의 역사관광자원을 중심으로 대전의 숙박시설과 편의시설을 연계하는 사업으로서 국내 청소년수학여행 및 일본인 관광객들을 주요 표적시장으로 설정하여 구상

### (3) 건강을 주제로 하는 건강클러스터

- 오송, 대전, 금산, 무주는 고속도로를 중심으로 연계된 지역으로, 건강이라는 동일한 주제를 갖고 있음
- 금산은 한국을 대표하는 건강식품인 인삼의 고장, 오송은 생명과학의 중심도시, 무주는 청정식품의 중심도시, 대전은 온천을 중심으로하는 휴양자원을 포함하여 건강이라는 주제를 중심으로 새로운 연계상품 개발을 꾀하여 중부권 관광의 거점기능을 담당할 수 있도록 개발

### (4) 청주국제공항을 활용한 대전지역 활성화 방안

- 청주공항을 통해 국내에 입국하는 관광객을 대전지역에서 유치하는 다각적인 방안을 개발하여 관광을 통한 외화 획득과 지역관광자원의 국제화를 추구

### (5) 고속철도 개통에 따른 관광객 유치방안

- KTX의 개통에 따른 해외 내방자를 타겟으로 한 새로운 국제관광산업진흥을 실현
- KTX의 개통에 따른 고령자, 중년층을 타겟으로 한 고부가가치형 관광산업진흥과 OL과 가족단위를 대상으로 한 주말형 관광산업 진흥을 실현
- 구체적인 산업진흥지구의 실현을 위해서 대전을 대상으로 "고부가가치형 관광거점", "주말형 관광거점", "국제관광거점" 등 정비구상을 수립

### 3) 지역 관광홍보 활성화 방안

- 정보의 시대에서 관광시장 홍보는 다양한 잠재방문객을 대상으로 이루어지고 있으며, 일반적으로 홍보물, 인터넷과 같은 홍보가 중심이 되고 있으나, 차별화된 지역 홍보전략의 도입이 시급
- 기존의 공급자적인 홍보에서 탈피하여 잠재방문객에게 다가가는 홍보전략이 필요함

#### (1) 인터넷 홍보전략

- 인터넷 사용자의 지속적인 증가와 더불어 다양한 편의제공으로 인해 관광지 검색에서 인터넷 이용자의 지속적인 증가가 일어나고 있으며, 잠재방문객이 원하는 정보를 찾기 위해 접근
- 관광홈페이지의 활성화를 위해 교류 지자체(국내·외)와 배너교환 등을 통한 국내·외 홍보 및 잠재방문객에 대해 다양한 서비스 제공

#### (2) 스크린 마케팅

- 스크린마케팅은 영화 및 드라마의 촬영장소로서 일반인에게 알려져 관광지로서의 가치를 높이는 것을 의미하며, 이러한 마케팅은 한국영화 및 드라마의 연속적인 흥행과 해외진출로 그 효과가 점점 커지고 있는 것으로 분석되어짐
- 대덕연구단지(카이스트 및 엑스포과학공원 포함), 정부청사, 둔산 신시가지와 같은 도시자원과 계족산, 식장산, 보문산 같은 명승지를 활용한 스크린 마케팅 가능

#### (3) 찾아가는 홍보서비스

- 스트리트 마케팅과 유사한 개념으로서 홍보가 필요한 적재적소에



홍보를 실시하는 홍보전략으로서, 각각의 기관과 상호 협조가 이뤄져야하는 홍보전략

- 여행업체에 대한 지속적인 “캠투어”실시, 지역 관광자원에 관광객을 공급하는 여행사에 대해 지속적인 홍보를 실시하여 지역관광객의 지속적인 증가 기대

## 2. 관광객 유치를 위한 관광도시조성 방안

### 1) 대전 관광도시 조성을 위한 방식

- 관광도시조성은 잠재하는 관광자원을 유기적으로 연결하는 새로운 메커니즘이며, 지역이 주체적으로 관여해 지역특성을 살리고 관광의 관점에서 도시조성을 수행하는 것이며, 또한 「도시」 전체의 매력을 높임에 따라 살고 있는 사람들이 자랑으로 여기고 여행자가 몇 번이라고 방문하고 싶은 활력 있는 「도시」를 지향
- 지역에 살고 있는 사람들과 내방객의 교류가 도모되고, 양자의 만족이 동시에 이뤄지는 관광도시조성은 세대를 초월하고, 지역의 귀중한 관광자원을 계승과 관광을 균형 있고, 지속적으로 발전시켜 나가 위한 유효한 수단
- 대전에는 역사·문화, 산업, 자연 등, 다양한 체험소재와 어학능력이 있는 자원봉사자와 전통공예·첨단기술을 전하는 사람 등, 여행자를 지원할 인적 자원도 풍부해 관광도시조성을 추진할 조건은 충분
- 이 때문에 관광도시조성의 사고방식을 넓히고, 인재의 육성과 구체적인 행동을 시작하기 위한 지역의 추진 모체를 만들고, 적극적으로 대응해 나갈 필요가 있음

### 2) 활력있는 관광도시조성 방향

- 관광도시조성은 지역이 주체로 되어, 관광과 도시조성의 양면에서 지역이 갖고 있는 전통산업, 첨단기술, 역사·문화 등의 관광자원을

분석하고, 구체적인 대응방안을 추진해 사는 사람들이 자랑할 수 있는 활력 있는 도시와 여행자가 몇 번이라도 방문하고 싶은 도시를 지향하는 것으로 다음의 5가지 방향을 제시함

(1) 갖고 있는 자원을 활용하고 지역이 일체된 통일감 있는 도시

- 여행자의 마음에 「도시」의 인상을 심기 위하여 관광도시조성의 개념을 명확히 하고, 지역의 사람들도 즐기는 이벤트를 효과적으로 실시하는 등, 지역이 일체된 「도시」에서 통일감을 갖도록 하는 구조를 만들어 나감

(2) 여행자가 교류할 수 있는 즐거운 도시

- 지역 내의 회유성을 높이고 여행자가 지역의 산업과 역사·문화, 사람들과 접촉할 수 있는 기회를 확보하기 위한 개성있는 관광루트를 만들고 보는 관광에서 사람과 사람이 교류할 수 있는 체험형으로 바꾸어 나감

(3) 주민과 여행자의 마음에 윤택함을 주는 아름다운 도시

- 살고 있는 주민과 여행자에게 마음에 윤택함을 주는 「도시」를 가꾸기 위하여, 개성 있는 아름다운 경관의 창출·보전과 지역주민의 생활환경 향상에 노력하고, 낮과 밤으로 변화하는 도시의 표정을 즐길 수 있도록 야간에도 즐거운 관광지 조성을 추진

(4) 여행자가 안심할 수 있는 안전한 도시

- 여행자가 안심하고 「도시」를 방문하고, 「도시」의 분위기를 즐길 수 있게 하기 위하여 정보안내를 충실히 하고, 다국적 언어에 대한 대응 등, 「도시」의 환경을 정비하고, 여행자 중 재해·위급환

자 등이 발생한 경우에도 곧바로 대응할 수 있도록 안심할 수 있는 안전한 도시를 구축함

(5) 마음으로 따뜻하게 맞이하는 도시

- 여행자가 몇 번이라도 방문하고 싶은 도시조성과 관련하여 한사람 한사람의 의식을 개혁하고, 관광자원봉사자가 활약할 수 있는 장을 만드는 등, 어디에 가서라도 자신의 것을 갖고 있다고 생각한다면 여행자를 얼굴이 아니라 마음으로 따뜻하게 맞이하도록 함

## 제VI장 결 어

- 국내외적 경제환경의 변화로 인하여 국가간, 도시간 경쟁이 한층 심화되고 관광서비스에 대한 관광객의 욕구가 커짐에 따라 경쟁은 더욱 치열하게 전개되고 있음
- 대전은 신행정수도의 배후 중심도시로서, 제2행정수도, 세계적인 첨단과학도시, 국방의 중핵도시, 교류·물류의 거점도시, 포용의 도시-중부권 거점도시이며, IT 등 첨단적인 산업이 집적하고 있는 도시임
  - 유성관광특구, 연구단지와 연계한 과학체험형 관광자원, 유적답사 및 문화체험을 위한 관광자원, 자연을 체험하고 만끽할 수 있는 풍부한 자연자원도 있는 등 다양한 관광자원이 내재하고 있음
- 그러나 대전에는 이러한 관광자원이 있음에도 불구하고 관광의 관점에서 이들 자원을 이용하고, 관광서비스 제공하고, 관광객을 유치하는 데에는 한계를 가지고 있다.
- 전국적으로 볼 때 관광에 적극적인 도시는 「도시」 쇠퇴의 위기에 직면한 주민은 자신들이 자랑할 수 있는 관광자원을 발견하고, 상점가의 활성화와 경관의 창출·보전 등, 행정기관과 관련단체가 협력하여 관광객 유치에 성공한 사례가 있음

- 대전에서도 관광도시조성을 시정의 중요한 테마로서 받아들여 그 추진을 도모해 나가는 것이 필요
- 설문조사에 의하면, 대전은 전 국민들이 볼 때 친근한 이미지를 갖고 있으며, 도시가 전반적으로 안전한 이미지가 있는 것으로 분석되었으며, 과학의 중심지라는 이미지가 강하게 부각되어 있으며, 대전시의 관광활성화를 위해서는 볼거리를 준비하는 것이 가장 필요하다고 지적하고 있음
- 따라서 대전의 도시 특성을 살리고, 대전을 방문하는 관광객들이 만족할 수 있는 전략 수립이 필요하며, 이를 위하여 특색있는 대전의 관광자원 활용과 관광도시조성 등을 통하여, 다음과 같은 타 지역보다 우위성을 갖고 있는 관광상품의 개발이 필요함
  - 과학을 중심으로 하는 관광상품, 역사적인 온천 자원을 활용한 관광상품, 정부청사와 같은 행정기관을 활용한 관광상품, 도시형 관광지로 계절적인 영향이 적은 지역 특성을 활용한 관광상품 등을 개발하고, 소프트웨어의 활성화를 통한 다양한 관광자원의 활성화
  - 자원연계형 관광상품의 개발은 대전지역의 다양한 자원을 연계를 통해 관광객들이 다양한 자원을 이용할 수 있도록 지역의 관광자원의 연계 전략 모색과 주변지역과 연계된 관광상품의 개발은 백제문화권과 연계, 청주의 국제공항과의 연계로 대전지역의 서비스 상품 및 숙박상품을 활용도를 극대화시킴
  - 그리고 인터넷 홍보 및 스크린 마케팅, 찾아가는 홍보 서비스 등 조직화된 홍보를 통해 지역 관광자원의 이미지 및 우수성을 지속적으로 홍보나감
  - 끝으로 관광객이 찾아올 수 있는 대전을 만들기 위해서는 ① 대전이 갖고 있는 자원을 활용하고 지역이 일체된 통일감 있는 도시 조성, ② 여행자가 교류할 수 있는 즐거운 도시의 조성, ③ 살고 있는 주민과 여행자의 마음에 윤택함을 주는 아름다운 도시 조성, ④ 여행자가 안심할 수 있는 안전한 도시 조성, ⑤ 마음으로 따뜻하게 맞이하는 도시를 조성해 나가야 한다.