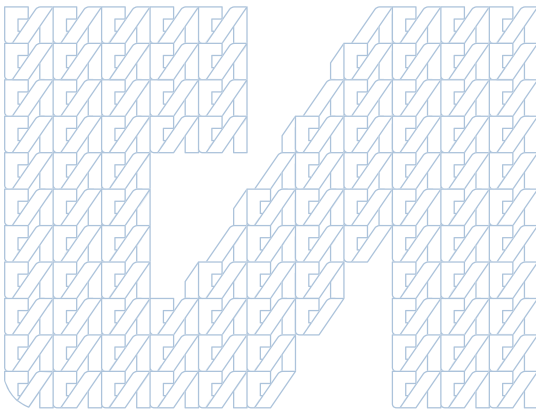


대전형 국내여행 연합관광상품 도입여건분석과 향후 운영과제

윤 설 민



정책연구 2019-07

대전형 국내여행 연합관광상품 도입여건분석과 향후 운영과제

윤 설 민

연구책임

• 윤설민 / 미래전략실 연구위원

연구지원

• 최태훈 / 미래전략실 위촉연구원

정책연구 2019-07

대전형 국내여행 연합관광상품 도입여건 분석과 향후 운영과제

발행인 박 재 목

발행일 2019년 6월

발행처 대전세종연구원

34863 대전광역시 중구 중앙로 85(선화동 287-2)

전화: 042-530-3500 팩스: 042-530-3528

홈페이지: <http://www.dsi.re.kr>

인쇄: 거산기획문화사 TEL 042-625-7701 FAX 042-625-7702

ISBN: 979-11-6075-106-2 93320

이 보고서의 내용은 연구책임자의 견해로서 대전광역시와 세종특별자치시의 정책적
입장과는 다를 수 있습니다.

출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단 전재나 복제는 금합니다.

요약과 정책건의

■ 서론

□ 연구의 필요성과 목적

- 서울에 외래관광객 방문 비중이 밀집되어 있는 현재 상황에서 대전은 국내관광을 활성화시키는 것이 우선적으로 필요한 상황임
- 이에 본 연구는 대전의 상황과 특징을 고려한 대전형 국내여행 연합관광상품 도입의 필요성을 제안해보고, 이에 대한 향후 운영과제를 모색해보고자 함

□ 연구의 방법과 내용

- 선행자료 검토: 관광상품, 대전의 국내여행 특징과 여행업 현황 등
- 사례 검토: 대전의 국내 관광상품과 연합관광상품 등
- 수요자 중심의 조사: 국내여행과 대전의 관광상품에 대한 분석

■ 관광상품과 여행업 관련 선행자료 검토

□ 관광상품의 개념과 특징

- (개념) 여행의 필요에 의해 관광활동과 관련된 유·무형의 서비스가 결합된 것을 의미함
- (구성요소) 관광목적지 매력요소, 숙박시설, 편의시설과 서비스 요소, 기반시설, 교통시설, 시장지향성 서비스
- (특징) 무형성, 비분리성, 이질성, 소멸가능성, 계절성

□ 대전의 국내여행 특징 분석

- 대전은 숙박과 당일여행을 포함하여 주요 국내여행지로 선택받지 못하

고 있는 곳으로 매년 평균 300만 명 정도의 사람들이 방문하고 있지만, 관광 여행 목적의 방문객이 1회 평균 지출하는 금액은 비교적 높은 것으로 나타남

- 가구와 개인여행 모두 대전에 대한 전반적 만족도는 전국에 대한 전반적 만족도보다 낮은 것으로 나타났지만, 특정 항목(예: 가구여행-체험 프로그램, 개인여행-쇼핑)에 대한 만족도는 항목별 전국 만족도보다 높은 것을 알 수 있음

□ 여행업의 개요와 등록 현황

- (개념) 여행자나 여행 관련 시설업자에게 판매 또는 수수료의 목적으로 상업적 기능을 수행하는 업종을 총칭함
- (종류와 등록 기준) 자본금(일반여행업: 1억원 이상, 국외여행업: 3,000만원 이상), 국내여행업: 1,500만원 이상) 이외에 공통적인 등록기준으로 사무실의 소유권이나 사용권이 있어야 함
- (대전의 여행업 등록 현황) 대전의 여행업 등록은 매년 증가하고 있지만, 전국의 여행업 등록 증가에 비해 그 비율은 미약한 상황이며, 특히 국내여행업의 구성 비율이 과거에 비해 많이 낮아진 것을 알 수 있음

■ 국내 관광상품 관련 사례 검토

□ 대전의 관광상품 사례

- (국가 주최 관광상품) 여행주간 (2019 봄 대전 프로그램: ① 카이스트 스팀콕 대전 여행, ② 대전 도심 숲, 예술로 꽃피다)
- (협회 주관 관광상품) 우수여행상품 선정제도 (① 2018~2019: [빵지순례 3탄] 대전 성심당으로 떠나는 빵투어&계족산 황톳길, ② 2017~2018: 과학과 미래의 도시 대전&군산)
- (시 주최 관광상품) 대전 공정관광 프로그램(2018년: 6개 업체 운영), 대전 스토리 투어(2019년: 50회 일정 운영),

- (대전의 여행사 주관 관광상품) 기차여행 계절상품(상품명: '핑크빛 벚꽃이 대전에 흩날리는 봄날'), 부릉부릉 금강 오딧세이 테마버스 사업 (대전 코스: 금강 오딧세이 뮤지엄투어, 금강 오딧세이 아트투어, 금강 오딧세이 로맨틱투어)
- (대전 외 여행사 주관 관광상품) 코레일관광개발 관광상품, 소셜 커머스 판매상품

□ **연합관광상품 사례**

- (대전 외 여행사 간 연합관광상품) 하나투어와 코레일의 관광상품

■ **국내여행과 대전의 관광상품 관련 수요자 조사**

□ **조사 개요**

- (측정문항 개요) 스크리닝 항목, 일반 여행 관련 응답, 대전여행 관련 응답, 관광상품 관련 응답, 응답자의 일반사항
- (온라인 설문조사 개요) ① 표본 프레임: 1,138,907명, ② 목표표본: 270명 (권역별·성별·연령별 할당), ③ 조사기간: 2019년 5월 17일~5월 24일, ④ 표집오차: 95% 신뢰수준에서 ±5.96%(무한 모집단 가정의 경우)

□ **분석결과 개요**

- (일반 여행 관련 특성) 당일 또는 숙박여행으로 대전을 선택한 비율은 비교적 높은 가운데, 선택하지 않은 사람들의 주된 이유로 볼거리/즐길거리 부족, 여행사의 관광상품 미흡 등이 언급되었음
- (대전여행 관련 특성) 대전 내 추천 장소로 오월드, 유성(온천), 한밭수목원의 응답이 많은 가운데, 관광 매력도, 전반적 만족도, 재방문의사, 추천의사, 긍정적 구전의사와 같은 전반적 대전여행의 평가는 보통(3점)이상으로 나타남
- (국내여행 선호도-대전의 관광 자원 풍족도) 국내여행 선호도에 비해 대전

의 관광 자원 만족도는 전체적으로 낮은 것으로 나타난 가운데, 3개 항목(자연 관광 자원, 쇼핑 관광 자원, 식도락 관광 자원)에 대한 지속적 유지와 3개 항목(체험 관광 자원, 레저/스포츠 활동 자원, 역사 관광 자원)에 대한 점진적 개선이 요구되는 것을 알 수 있음

- (상품 속성의 중요도-대전여행 활동의 만족도) 국내여행 관광상품 구성 시 상품 속성의 중요도에 비해 국내여행 관광상품 이용 시 대전여행 활동의 만족도는 대체로 낮은 것으로 나타난 가운데, 3개 항목(관광비용, 식도락(음식), 숙박)에 대한 지속적 유지와 4개 항목(체험활동, 인적 서비스, 쇼핑(살거리), 여행사 명성)에 대한 점진적 개선이 필요한 것을 알 수 있음
- (상품 속성의 중요도와 선호도) 국내여행 관광상품 구성 시 상품 속성의 중요도 비율과 선호순위에서 관광비용과 이동수단이 가장 중요하고 선호하는 요소로 나타남
- (테마유형에 대한 평가와 결합 선호도) 6개의 테마유형 중 음식 관련 테마의 선호도가 가장 높고, 음식 테마를 중심으로 다른 테마와의 결합이 선호되는 것으로 나타남

■ 정책건의



〈 대전형 국내여행 연합관광상품 도입을 위한 향후 운영과제 〉

□ (물리적 환경 구축) 지역 전문 관광상품 대응을 위한 연합 브랜드 개발

○ 지역 전문화를 충족시킬 수 있는 관광상품을 개발하기 위해 대전의 국

내여행업 중심의 연합 브랜드 형성이 필요함

- 이에 대전만의 국내여행 상품을 적극적으로 대응하기 위해 연합 네트워크 조직 구축, 공동 상품 취급을 위한 통합 브랜드 개발, 전담여행사 선정 등을 고려해볼 수 있음

□ **(관광상품 개발1) 선택과 집중을 통한 테마의 전문화와 집중화**

- 다양한 상품을 취급하는 것보다 대전에서 잘 할 수 있는 테마를 활용하여 전문화와 집중화시키는 것이 바람직함
- 즉, 테마의 다양화보다 한우물만 팔 수 있도록 대전에서만 맛볼 수 있는 음식이나 대전에서만 만들 수 있거나 살 수 있는 쇼핑자원 등 음식과 쇼핑 관련 자원을 활용하여 집중하는 것이 필요함

□ **(관광상품 개발2) CXM을 통한 지역 맞춤형 체험 프로그램 강화**

- 단순하게 장소를 방문하는 빠듯한 일정에서 벗어나 고객의 경험을 잘 관리하는 것이 무엇보다 중요함
- 이에 대전형 국내여행 연합관광상품을 구성할 때 고객경험관리(CXM: Customer eXperience Management)에 기초하여 지역 맞춤형 특화 체험을 제공할 필요가 있음

□ **(관광상품 개발3) 선택 다양화를 고려한 연합관광상품 범위 다변화**

- 단순 패키지상품의 한계를 고려하여 상품의 결합 범위를 다양화시켜 소비자의 선택의 폭을 넓힐 필요가 있음
- 즉, 패키지 자체의 상품도 판매할 수 있지만, 각자의 일정과 취향을 고려하여 맞춤형 상품(예: 액티비티, 현지체험, 입장권, 교통패스 등)을 적절하게 결합하여 활용하는 것이 중요함

□ **(관광상품 운영) 연합관광상품 전달 강화를 위한 플랫폼 구축**

- 모바일 사용 세대의 증가 등을 고려하여 대전형 국내여행 연합관광상품을 소비자가 쉽게 접근할 수 있도록 종합여행플랫폼 구축이 필요함

- 이에 관광상품의 예약과 판매부터 정보 전달까지 소비자의 이용을 도모할 수 있는 매체를 구성하고, 아울러 대전의 관광 관련 기관(예: 시 공식 관광 홈페이지인 '대전관광', 대전마케팅공사, 대전광역시관광협회 등)의 홈페이지와 배너 교환을 통해 잠재 고객의 접근을 확대시킬 필요가 있음

차 례

제1장 서 론	3
제1절 연구의 필요성과 목적	3
1. 연구의 필요성	3
2. 연구의 목적	5
제2절 연구수행 과정	6
1. 연구의 방법	6
2. 연구의 내용	6
제3절 선행연구 현황과 차별성	7
제2장 관광상품과 여행업 관련 선행자료 검토	11
제1절 관광상품의 개념과 특징	11
1. 관광상품의 개념	11
2. 관광상품의 구성요소	11
3. 관광상품의 특징	13
제2절 대전의 국내여행 특징 분석	14
1. 국내여행 주요 방문지 순위와 대전 방문과 소비 특징	14
2. 국내여행지 대전 방문에 대한 만족도 특징	16
제3절 여행업의 개요와 등록 현황	26
1. 여행업의 개념	26
2. 여행업의 종류와 등록기준	26
3. 대전의 여행업 등록 현황	27
제4절 대전의 국내여행과 여행업의 특징에 대한 시사점	34
1. 대전의 국내여행 특징에 대한 시사점	34
2. 대전의 여행업 등록 현황에 대한 시사점	35

제3장 국내 관광상품 관련 사례 검토	39
제1절 대전의 관광상품 사례	39
1. 국가 주최 관광상품: 여행주간	39
2. 협회 주관 관광상품: 우수여행상품 선정제도	43
3. 시 주최 관광상품(1): 대전 공정관광 프로그램	45
4. 시 주최 관광상품(2): 대전 스토리 투어	50
5. 대전의 여행사 주관 관광상품(1): 기차여행 계절상품	55
6. 대전의 여행사 주관 관광상품(2): 부릉부릉 금강 오딧세이 테마버스 사업	56
7. 대전 외 여행사 주관 관광상품(1): 코레일관광개발 관광상품	59
8. 대전 외 여행사 주관 관광상품(2): 소셜 커머스 판매상품	62
제2절 대전의 연합관광상품 사례	65
1. 대전 외 여행사 간 연합관광상품(1): 하나투어의 관광상품	65
2. 대전 외 여행사 간 연합관광상품(2): 코레일의 관광상품	66
제3절 대전 관련 관광상품 사례에 대한 시사점	68
1. 대전의 관광상품 사례에 대한 시사점	68
2. 대전의 연합관광상품 사례에 대한 시사점	68
제4장 국내여행과 대전의 관광상품 관련 수요자 조사	73
제1절 조사 개요	73
1. 측정문항 개요	73
2. 온라인 설문조사 개요	74
제2절 분석결과 개요	78
1. 기본적 특성 정보	78
2. 국내여행 관광상품 관련 특성	85
제5장 결론	93
제1절 연구결과 종합	93
1. 관광상품과 여행업 관련 선행자료 검토	93
2. 국내 관광상품 관련 사례 검토	94
3. 국내여행과 대전의 관광상품 관련 수요자 조사 결과	94

제2절 정책 제언	96
참고문헌	107
부록	113

표 차례

[표 1-1] 한국관광수지 변화(2005~2018년)	3
[표 2-1] 국내여행 주요 방문지 순위	14
[표 2-2] 대전의 국내여행 참가자 수	15
[표 2-3] 대전의 여행 경험자 1회 평균 여행 지출액	16
[표 2-4] 국내여행지 대전에 대한 전반적 만족도	17
[표 2-5] 가구여행의 국내여행지(전국) 평가항목별 만족도	18
[표 2-6] 가구여행의 국내여행지(대전) 평가항목별 만족도	19
[표 2-7] 가구여행의 국내여행지(대전-전국) 간 평가항목별 만족도 차이 비교	20
[표 2-8] 개인여행의 국내여행지(전국) 평가항목별 만족도	22
[표 2-9] 개인여행의 국내여행지(대전) 평가항목별 만족도	23
[표 2-10] 개인여행의 국내여행지(대전-전국) 간 평가항목별 만족도 차이 비교	24
[표 2-11] 여행업별 등록기준	27
[표 2-12] 대전의 여행업 등록 현황(2000~2018년)	28
[표 2-13] 전국 대비 대전의 여행업 비율 현황(2000~2018년)	29
[표 2-14] 대전을 제외한 지역별 관광협회의 설립연도	30
[표 2-15] 대전광역시관광협회 소속 대전의 여행업 현황	31
[표 2-16] 대전을 제외한 한국여행업협회에 가입된 회원사 수	32
[표 2-17] 한국여행업협회 소속 대전의 여행업 현황	33
[표 3-1] 여행주간 기간에 운영된 대전의 여행 프로그램	40
[표 3-2] '카이스트 스팀쿱 대전 여행'의 운영정보	42
[표 3-3] '대전 도심 숲, 예술로 꽃피다'의 운영정보	43
[표 3-4] [뽕지순례 3탄 대전 성삼당으로 떠나는 뽕투어&계족산 황톳길의 운영정보	44
[표 3-5] 과학과 미래의 도시 대전&군산의 운영정보	45
[표 3-6] '소확행 힐링오감만족'의 운영정보	46

[표 3-7] ‘Now we are going to Daejeon’의 운영정보	47
[표 3-8] ‘원도심 구구뚜뚜’의 운영정보	48
[표 3-9] ‘2018 근대를 걷다’의 운영정보	49
[표 3-10] ‘쏟라시스터즈와 함께하는 마을에너지 투어’의 운영정보	49
[표 3-11] ‘Bee Park Tour’의 운영정보	50
[표 3-12] ‘2019 대전 스토리 투어’의 운영정보	51
[표 3-13] ‘원도심투어 1919백년여행’의 운영정보	51
[표 3-14] ‘원도심투어 스튜디오대전’의 운영정보	52
[표 3-15] ‘원도심투어 5감체험여행’의 운영정보	52
[표 3-16] ‘새벽힐링투어 갑천’의 운영정보	53
[표 3-17] ‘새벽힐링투어 유등천’의 운영정보	53
[표 3-18] ‘새벽힐링투어 대청호 대덕구’의 운영정보	53
[표 3-19] ‘새벽힐링투어 대청호 동구’의 운영정보	54
[표 3-20] ‘야간투어 대동하늘공원’의 운영정보	54
[표 3-21] ‘야간투어 갑천반딧불이’의 운영정보	54
[표 3-22] ‘핑크빛 벚꽃이 대전에 흩날리는 봄날’의 운영정보	55
[표 3-23] ‘금강 오딧세이 뮤지엄투어’의 운영정보	57
[표 3-24] ‘금강 오딧세이 아트투어’의 운영정보	58
[표 3-25] ‘금강 오딧세이 로맨틱투어’의 운영정보	59
[표 3-26] 전 일정 대전 상품(1)의 운영정보(코레일관광개발)	60
[표 3-27] 전 일정 대전 상품(2)의 운영정보(코레일관광개발)	61
[표 3-28] 전 일정 대전 상품(3)의 운영정보(코레일관광개발)	61
[표 3-29] 대전 일정과 타 지역 일정 결합 상품(1)의 운영정보(코레일관광개발)	62
[표 3-30] 대전 일정과 타 지역 일정 결합 상품(2)의 운영정보(코레일관광개발)	62
[표 3-31] 전 일정 대전 상품(1)의 운영정보(소셜 커머스)	63
[표 3-32] 전 일정 대전 상품(2)의 운영정보(소셜 커머스)	63
[표 3-33] 전 일정 대전 상품(3-4)의 운영정보(소셜 커머스)	64
[표 3-34] 대전 일정과 타 지역 일정 결합 상품의 운영정보(소셜 커머스)	64
[표 3-35] 연합관광상품(전 일정 대전 상품)의 운영정보(하나투어)	65
[표 3-36] 연합관광상품(대전 일정과 타 지역 일정 결합)의 운영정보(하나투어)	66

[표 3-37] 연합관광상품(2012 여수세계박람회)의 운영정보(모두투어)	67
[표 4-1] 스크리닝 항목의 구성내용	73
[표 4-2] 표본 프레임 현황(대전 거주자와 만 19세 미만 제외)	75
[표 4-3] 2018년 12월말 기준 주민등록 인구통계	76
[표 4-4] 권역별, 연령별, 성별 목표설문(N=270) 할당표	77
[표 4-5] 응답자의 기본적 특성 정보에 대한 빈도분석 결과	78
[표 4-6] 응답자의 당일여행 선호지역에 대한 빈도분석 결과	79
[표 4-7] 응답자의 숙박여행 선호지역에 대한 빈도분석 결과	80
[표 4-8] 당일 또는 숙박여행 선호지역 중 대전 미선택 응답자에 대한 빈도분석 결과	81
[표 4-9] 대전 내 추천 장소에 대한 빈도분석 결과	81
[표 4-10] 전반적 대전여행 평가에 대한 기술통계 분석결과	82
[표 4-11] 국내여행 선호도와 대전의 관광 자원 만족도 간 대응표본 t-검정결과	84
[표 4-12] 상품 속성의 중요도와 대전여행 활동의 만족도 간 대응표본 t-검정결과	86
[표 4-13] 상품 속성의 중요도 비율	87
[표 4-14] 상품 속성의 중요도별 선호 포지션과 응답자 개별과 전체 이상점 좌표	88
[표 4-15] 테마유형 선호도에 대한 기술통계 분석결과	90
[표 4-16] 테마유형 간 결합 선호도에 대한 빈도분석 분석결과	90
[표 5-1] 해오름동맹 ‘미니(Mini) 음식 맛보기 투어’의 운영정보	100

그림 차례

[그림 1-1] 한국관광수지 변화 그래프(2005~2018년)	4
[그림 1-2] 대전의 대표 투어프로그램과 운영자 공모 공고 예시	5
[그림 2-1] 국내여행지 대전의 전반적 만족도(가구여행 vs. 개인여행)	17
[그림 2-2] 국내여행지(대전-전국) 간 평가항목별 만족도 비교(가구여행)	21
[그림 2-3] 국내여행지(대전-전국) 간 평가항목별 만족도 비교(개인여행)	25
[그림 2-4] 대전의 여행업 등록 현황 변화 그래프	28
[그림 2-5] 전국 여행업 등록 현황과 전국 대비 대전의 비율 변화 그래프	30
[그림 3-1] 2019 봄 여행주간 운영사례	39
[그림 3-2] ‘카이스트 스팀쿱 대전 여행’의 주요 공간과 프로그램	42
[그림 3-3] ‘대전 도심 숲, 예술로 꽃피다’의 주요 공간과 프로그램	43
[그림 3-4] 한국여행업협회의 ‘우수여행상품’ 선정제도	44
[그림 3-5] ‘대전 공정관광 프로그램’ 공모전 포스터	46
[그림 3-6] ‘소확행 힐링오감만족’의 주요 프로그램	47
[그림 3-7] ‘Now we are going to Daejeon’의 참여 모습	48
[그림 3-8] ‘솔라시스터즈와 함께하는 마을에너지 투어’의 주요 프로그램	50
[그림 3-9] ‘핑크빛 벚꽃이 대전에 흩날리는 봄날’의 주요 공간과 프로그램	55
[그림 3-10] 대한민국 테마여행 10선	56
[그림 3-11] ‘금강 오딧세이 뮤지엄투어’의 주요 공간	57
[그림 3-12] ‘금강 오딧세이 아트투어’의 주요 공간	58
[그림 3-13] ‘금강 오딧세이 아트투어’의 주요 공간	59
[그림 4-1] 전반적 대전여행 평가에 대한 기술통계 분석결과 그래프	82
[그림 4-2] IP 매트릭스(1)	84
[그림 4-3] IP 매트릭스(2)	86

[그림 4-4] 상품 속성의 중요도 비율 그래프	87
[그림 4-5] 상품 속성의 중요도에 대한 개별(左)과 전체(右) 응답자 이상점	88
[그림 5-1] 대전형 국내여행 연합관광상품 도입을 위한 방향	96
[그림 5-2] 대전형 국내여행 연합관광상품 도입을 위한 향후 운영과제	97
[그림 5-3] 2019년도 한국 대표여행사 연합(KTRAA)의 업무협약 모습	98
[그림 5-4] 해오름동맹 ‘미니(Mini) 음식 맛보기 투어’	99
[그림 5-5] 울산광역시의 전담여행사 지정·운영	100
[그림 5-6] 전라남도과 제주도의 여행상품 공모와 전문여행사 육성사업 공고문	101
[그림 5-7] 고객경험관리의 사례 모습	102
[그림 5-8] 삐에로쇼핑의 운영 모습	103
[그림 5-9] 대전의 ‘현지 가이드 투어’ 상품	104
[그림 5-10] 코레일의 ‘나만의 기차여행 만들기’ 중국어 버전 모습	105
[그림 5-11] ‘모하지’의 홈페이지 화면과 로고 모습	105

서론

제1절 연구의 필요성과 목적

제2절 연구수행 과정

제3절 선행연구 현황과 차별성

1장

제1장 서론

제1절 연구의 필요성과 목적

1. 연구의 필요성

- 2005년부터 2018년까지 한국관광수지 변화를 입국자 수, 출국자 수, 관광수입, 관광지출 등을 토대로 살펴보면 [표 1-1]과 같음
 - 먼저 입국자 수와 관광수입의 증가 폭에 비해 출국자 수와 관광지출의 증가 폭이 훨씬 큰 것으로 나타나 한국의 관광수지 적자가 크게 발생하고 있는 것을 확인할 수 있음

[표 1-1] 한국관광수지 변화(2005~2018년)

(단위: 명, 백만원)

연도	입국자 수	관광수입	출국자 수	관광지출	관광수지
2005	6,022,752	5,785,100	10,080,143	12,025,000	-6,239,900
2006	6,155,046	5,689,000	11,609,879	14,294,500	-8,605,500
2007	6,448,240	6,057,600	13,324,977	16,931,500	-10,873,900
2008	6,890,841	9,680,500	11,996,094	14,571,700	-4,891,200
2009	7,817,533	9,737,000	9,494,111	11,035,700	-1,298,700
2010	8,797,658	10,225,400	12,488,364	14,277,700	-4,052,300
2011	9,794,796	12,233,900	12,693,733	15,530,800	-3,296,900
2012	11,140,028	13,201,100	13,736,976	16,494,500	-3,293,400
2013	12,175,550	14,288,400	14,846,485	17,340,700	-3,052,300
2014	14,201,516	17,335,900	16,080,684	19,469,900	-2,134,000
2015	13,231,651	14,675,800	19,310,430	21,528,000	-6,852,200
2016	17,241,823	16,753,900	22,383,190	23,688,600	-6,934,700
2017	13,335,758	13,263,900	26,496,447	27,959,800	-14,695,900
2018	15,346,879	15,206,400	28,695,983	28,414,200	-13,207,800

자료: 관광지식정보시스템 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 재구성

- 구체적으로 2018년의 경우 입국자 수와 출국자 수를 비교한 결과에서는 입국자 수에 비해 출국자 수가 약 1,335만 명 정도 더 많은 것을 알 수 있고, 관광수입과 관광지출을 비교한 결과에서는 관광수입에 비해 관광지출이 약 12조 2천억 원 정도 더 많은 것을 알 수 있음
- 특히 2017년과 2018년 관광수지 적자가 급증한 만큼 한국의 관광수지 적자를 극복하고 반면에 국민국내관광을 활성화시킬 수 있는 방안이 요구되는 상황이라고 할 수 있음
- 즉, 한국의 관광수지 적자를 극복하기 위해서라도 국민국내관광 활성화 정책의 변화가 필요한 상황임



[그림 1-1] 한국관광수지 변화 그래프(2005~2018년)

- 한편, 외래관광객실태조사(문화체육관광부, 2019)에 의하면 외국인 관광객의 한국 여행 시 주요 방문지로 대전을 찾는 비율은 1.7%로 나타난 가운데, 국민여행실태조사(문화체육관광부, 2018)의 경우 내국인 관광객이 관광목적지로 대전에 대한 전반적 만족도나 재방문의향은 17개 광역자치단체 중 하위권(가구여행 전반적 만족도·재방문 의향: 13위·14위, 개인여행 전반적 만족도·재방문 의향: 17위·17위)으로 나타남
- 즉, 외래관광객 방문이 서울에 집중된 상황에서 대전은 국내관광 활성화 모색이 우선적으로 중요함을 알 수 있음
- 이처럼 목표시장인 국내관광을 우선적으로 활성화시키기 위해 대전은 다양한 투어프로그램을 공모를 통해 운영하고 있음
- 다만 1년 단위 공모 사업이자 운영경비의 일정 부분을 시에서 지원하

기 때문에 예산 소진 시 지원의 의미가 퇴색될 수 있고, 아울러 투어 프로그램의 품질 유지와 개선에도 한계가 발생할 수밖에 없는 상황임



[그림 1-2] 대전의 대표 투어프로그램과 운영자 공모 공고 예시

자료: 대전관광과 대전광역시청 홈페이지

- 아울러 확대국가관광전략회의(2019년 4월 2일)의 ‘대한민국 관광 혁신 전략’에서는 지역혁신, 콘텐츠혁신, 산업혁신 등 관광 혁신을 중요하게 제시한 만큼 중앙정부 정책방향에 맞춰 대전 또한 적합한 국내여행 활성화 방안을 모색할 필요가 있음
- 공유경제로의 진입과 제4차 산업혁명시대의 흐름을 반영할 수 있도록 대전의 국내여행 상품의 변화가 요구되고 있는 상황임

2. 연구의 목적

- 2018년 출범한 민선 7기의 시정 방침에 따라 시민이 주인이 되는 진정한 풀뿌리자치를 추구하기 위해 관광분야 역시 민간이 주도하여 자생할 수 있는 관광시스템 구축이 필요함
- 아울러 2019년 대전방문의 해를 맞이하여 국내관광 활성화 선도도시 대전을 만들기 위해서라도 경쟁력 있는 대전만의 관광상품을 발굴하고 운영할 수 있도록 공공의 관심과 지원이 중요함
- 이에 본 연구는 대전의 현재 상황과 특징을 잘 반영할 수 있는 대전만의 지역기반 연합관광상품 도입여건을 분석해보고, 이를 토대로 국내관광 활성화를 선도할 수 있는 방안을 모색해보고자 함

제2절 연구수행 과정

1. 연구의 방법

- 관광상품과 여행업 관련 선행자료 검토
- 대전을 포함한 국내 관광상품 관련 사례 검토
- 대전형 국내여행 연합관광상품 도입과 향후 운영과제 제안을 위한 수요자 중심의 조사분석

2. 연구의 내용

- 관광상품의 개념과 특징, 대전의 국내여행 특징 분석, 그리고 여행업의 개요와 등록 현황 등의 선행자료 검토
- 대전의 국내 관광상품과 연합관광상품 (우수)사례 검토
- 국내여행과 대전의 관광상품에 대한 수요자의 응답 결과 검토
- 대전형 국내여행 연합관광상품¹⁾의 도입여건분석에 따른 향후 운영과제 모색

1) 연합상품이란 안정적 수익창출을 위해 여행사 간 힘을 모으는 일종의 공동구매 방식을 의미하는 것으로(한국관광신문, 2015.4.17.), 본 연구에서의 연합관광상품은 2개 이상의 여행사가 연합하여 관광상품의 개발부터 운영까지 다양한 상업적 기능을 공동으로 관여하는 상품으로 정의하고자 함

제3절 선행연구 현황과 차별성

- 관광상품 관련 학술연구의 경우 일반 또는 테마(예: 복지, 이벤트 등) 관광상품 연구(고영길 등, 2014; 김상준, 2014; 김종훈·박은하, 2017; 류성욱, 2014; 조성규·최규환, 2016), 교통(예: 크루즈, 철도 등) 관련 관광상품 연구(김진실, 2014; 김채원, 2017), 그리고 중국인 대상(예: 20-30대 미혼여성 웨딩관광, 직장여성, 노년층 등)의 관광상품 연구(박상희, 2017; 순통 등, 2014; 척재방 등, 2014) 등이 있는 가운데, 주로 관광상품의 선택속성 활용에 초점을 두고 있음
 - 즉, 관광상품은 한 가지의 기준만으로 선택하는 것이 아니라 다양한 속성(예: 목적지, 인솔자, 교통, 여행사, 활동, 가격, 정보, 쇼핑, 숙박, 식사, 서비스 등)을 비교하여 선택하는 무형재임을 알 수 있음
 - 다만 상기 연구들은 관광상품을 선택하는 기준을 제시할 뿐 구체적인 관광상품 발굴이나 운영 등의 방안을 다루지는 못하고 있음
- 한편, 일부 학술연구와 연구보고서의 경우 지역기반의 관광상품 도입 관련 내용을 다루고 있음
 - 먼저 학술연구의 경우 김덕희(2014)는 자연위주의 제주지역 내 관광상품 도입에서 벗어나기 위한 고객지향적인 역사적·문화적 관광상품 도입을 제안하였고, 이기웅·이상호(2014)는 석류산업을 고흥군의 관광자원과 연계하여 관광상품화시키는 아이디어를 제안하였음
 - 그 외에 연구보고서의 경우 충북발전연구원(2012)은 충청북도의 남부 3군(보은, 옥천, 영동)을 중심으로 다양한 코스(예: 보은 참살이 체험 헬스케어관광, 옥천 향수 가족사랑 헬스케어관광, 영동 와인·국악 헬스케어관광, 남부 3군 연계 헬스케어관광)의 헬스케어 관광상품 도입과 함께 콘텐츠와 거점화 사업을 제안하였음
 - 서울관광마케팅(2013)은 영등포구만의 대표 관광상품 도입을 위해 단계별 접근(단기전략: 쇼핑관광이미지 정착, 문래창작촌 명소화, 기타 관광자원 정비, 관광정보센터 설립→중장기 전략: 관광자원 활용을 위

- 한 강화 전략 계속 추진, 시티투어버스를 활용한 연계성 강화, 수륙양용버스의 도입을 통한 활성화)이 필요함을 제시하였음
- 명소아이엠씨(2016)는 울산의 영남알프스가 지닌 관광 매력 특징을 살려 다양한 코스(예: 만디코스, 마실코스)와 연계-통합 관광상품(예: 종주, 나들이, 체험, 레포츠, 이야기)을 제안한 바 있음
- 이처럼 다양한 분야를 통해 관광상품 관련 연구가 진행되었지만, 대전을 대상으로 관광상품 발굴이나 도입을 접근한 사례는 전무한 상황임
- 대전광역시관광협회에 등록된 회원사 중 여행사는 257개로 대전만의 특화된 관광상품을 활용하고 있는 여행사는 거의 없으며, 대부분 도매(wholesale) 여행사의 상품을 받아 판매하거나 대전 외 지역의 국내·외 관광상품을 취급하고 있는 실정임
- 이러한 측면에서 대전이라는 도시 특성을 충분히 반영하고, 대전의 영세한 여행사 간 연합을 통해 대전형 공동 관광상품 도입을 모색하고, 이에 대한 향후 운영과제를 도출하여 국내 지역관광의 바람직한 협업 모델을 제시해볼 수 있다는 점에 본 연구의 차별성을 찾아볼 수 있음

관광상품과 여행업 관련 선행자료 검토

제1절 관광상품의 개념과 특징

제2절 대전의 국내여행 특징 분석

제3절 여행업의 개요와 등록 현황

제4절 대전의 국내여행과 여행업의 특징에 대한 시사점

2장

제2장 관광상품과 여행업 관련 선행자료 검토

제1절 관광상품의 개념과 특징

1. 관광상품의 개념

- 세계관광기구(WTO: World Tourism Organization)에 의하면 관광상품은 여행목적지, 교통수단, 숙박, 보조서비스와 관광매력을 결합시킨 것으로(이동현 등, 2016), 관광객의 욕구를 만족시키는 것을 전제로 장소적 이동을 통해 다양한 관광욕구를 충족시켜주는 것을 의미함(이명구, 2014)
 - 즉, 관광상품은 관광활동과 관련된 유형재와 서비스의 결합으로 이루어진 것으로(김채원, 2017), 여행사 존속을 위한 전략적 역할을 위해 필수적 요소라고 할 수 있음(1 등, 2014)
- 특히 관광상품은 여행의 필요에 의해 각각 제공되는 유·무형의 서비스가 다양하기 때문에 다양한 형태의 관광상품이 존재할 수 있음
 - 가령 여행사에 의해 생산과 판매가 동시에 이루어지는 상품, 여행사가 판매하는 관광 관련 업체의 사용권 등을 관광상품이라고 할 수 있기 때문에(김권수·윤종운, 2014) 유·무형의 서비스가 조합된 종합적인 상품, 부분적 상품, 단일 상품 등이 존재할 수 있음

2. 관광상품의 구성요소²⁾

- 효용 극대화 이론에 의하면 소비자는 상품 구매 과정에서 각 상품이 지닌 여러 속성들의 상대적 중요도를 비교하여 최대의 효용을 제공할

2) 박근수(2016)의 저서 내용을 참고하여 정리함

것이라고 기대하는 상품을 선택하게 됨(류성옥, 2014)

- 다만 상품 속성의 독립적 선택들의 조합을 통해 상품 선택이 이루어지기 때문에 소비자가 구매 결정을 내리는 것은 간단한 과정이 아니라고 할 수 있음(Huertas Garcia et al., 2014)
 - 따라서 관광객에게 제공해야하는 다양한 서비스와 시설 요소의 구성이 중요하다고 할 수 있음
- 이에 Pearce(1989)는 관광상품의 구성요소를 6가지(관광목적지 매력요소, 숙박시설, 편의시설과 서비스 요소, 기반시설, 교통시설, 시장지향성 서비스)로 제시하고 있음
- 관광목적지 매력요소는 관광객의 선택 결정과 잠재고객의 구매동기에 영향을 미치는 관광목적지 내 환경으로 5가지 관광매력요소(자연자원, 위락자원, 문화자원, 사회자원, 산업자원)로 분류할 수 있음
 - 숙박시설은 관광상품을 구성하는 가장 중요한 요소로 상업적 부문(예: 호텔, 리조트 등), 개인적 부문(예: 개인 별장, 지인의 집 등), 중간 부문(예: 개인캠핑장비를 상업캠핑장에서 활용) 등으로 구분할 수 있음
 - 편의시설과 서비스 요소는 관광활동 참가에 도움을 주는 요소 다양한 상점들(예: 기념품점 등)과 필요 서비스(예: 의료, 은행 등) 등이 포함될 수 있음
 - 기반시설은 관광객의 필요 시설과 서비스를 가능하게 만들어주는 지원 시설로 수익사업의 대상이 아닌 공공시설물(예: 도로, 철도, 항구 등)이 이에 해당함
 - 교통시설은 관광에 필요한 비용, 속도, 편의성에 영향을 미치는 요소로 관광객의 거주지-관광목적지, 관광지-관광지 등의 교통시설 연결이 잘 되어 있는 것이 중요함
 - 시장지향성 서비스는 관광 출발 전 관광객 유치를 위한 여러 전략으로 잠재 관광객들의 이미지 형성에 지대한 영향을 미치게 되며, 그 중 가격정책은 가장 중요한 시장지향성 서비스라고 할 수 있음

3. 관광상품의 특징³⁾

- 일반적인 상품(즉, 유형재)과 달리 관광상품은 몇 가지 구별되는 특성을 지니고 있음
- 첫째, 무형성(intangibility)으로 관광상품은 눈에 보이지 않는 무형재이기 때문에 사전 체험이 불가능함
 - 따라서 무형성이라는 특성으로 인해 소비자들은 관광상품을 선택할 때 의사결정 과정에 많은 어려움을 겪을 수밖에 없음(최운정 등, 2015)
- 둘째, 비분리성(inseparability)으로 관광상품은 동일한 장소와 시간에서 생산되고 판매되어 소비되기 때문에 일반상품이 지닌 일련의 연속적 흐름(생산→판매→이용→평가) 파악이 어려움
- 셋째, 이질성(heterogeneity)으로 서비스 제공자에 따라 서비스의 변화 가능성이 높기 때문에 표준화가 어려움
- 넷째, 소멸가능성(perishability)으로 판매되지 않는 재화에 대한 저장이 불가능함
 - 즉, 관광상품은 재고로 보관할 수 없기 때문에 여행 출발 이후에 상품 가치는 소멸되는 소멸성 재화라고 할 수 있음(신상준, 2018; 이명구, 2016)
- 다섯째, 계절성(seasonality)으로 기후나 계절, 법정휴가제도 등에 따라 관광수요가 일시적으로 집중(성수기)되거나 관광수요가 분산되어 거의 발생(비수기)하지 않을 수 있음

3) 박근수(2016)의 저서 내용을 참고하여 정리함

제2절 대전의 국내여행 특징 분석⁴⁾

1. 국내여행 주요 방문지 순위와 대전 방문과 소비 특징

1) 국내여행 주요 방문지 순위 변화

- 2011년부터 2017년까지 국내여행 주요 방문지 순위를 보면 경기도 매년 1위를 기록한 가운데, 서울과 충남이 최근까지 각각 2위와 3위의 순위를 보이고 있음
- 특징적인 것은 경기와 충남은 숙박여행과 당일여행 모두 1위와 3위로 나타난 반면에 숙박여행에서 강원이 2위, 당일여행에서 서울이 2위의 순위를 보이고 있는 것을 알 수 있음

[표 2-1] 국내여행 주요 방문지 순위

(단위: %)

연도	국내여행(%)			숙박여행			당일여행		
	1위	2위	3위	1위	2위	3위	1위	2위	3위
2017	경기 (18.9)	서울 (12.3)	충남 (9.4)	경기 (14.1)	강원 (13.2)	충남 (9.4)	경기 (22.1)	서울 (15.9)	충남 (9.5)
2016	경기 (18.3)	서울 (11.1)	충남 (9.7)	경기 (15.0)	강원 (13.0)	충남 (9.0)	경기 (20.7)	서울 (14.6)	충남 (10.2)
2015	경기 (18.3)	서울, 충남 (11.4)		경기 (14.2)	강원 (13.1)	충남 (10.3)	경기 (21.4)	서울 (14.7)	충남 (12.2)
2014	경기 (15.7)	서울 (11.6)	충남 (10.3)	강원 (14.7)	경기 (14.6)	경남 (11.0)	서울 (17.0)	경기 (16.7)	충남 (10.8)
2013	경기 (14.0)	서울, 경남 (10.0)		경기, 경남 (12.8)		강원 (12.0)	서울 (15.4)	경기 (15.1)	충남 (9.6)
2012	경기 (12.9)	경남 (10.8)	전남 (9.7)	전남 (13.2)	강원, 경남 (12.0)		경기 (13.9)	서울 (13.8)	부산 (9.8) 경남(9.8)
2011	경기 (12.4)	서울 (9.9)	경남 (9.7)	강원 (13.8)	경남 (11.7)	경기 (11.4)	서울 (15.0)	경기 (13.4)	부산 (9.9)

자료: 문화체육관광부(2018, 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012)의 보고서를 토대로 연구자 재구성

4) 문화체육관광부(2018, 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012)의 보고서 내용을 참고하여 정리함

- 대전의 경우 전체 국내여행뿐만 아니라 숙박과 당일여행에서 주요 국내여행 목적지로 선택받지 못하고 있는 것을 알 수 있음

2) 대전의 국내여행 참가자 수 변화

- 대전을 방문한 사람들의 수를 보았을 때 2011년보다 2012년이 전체적으로 증가하였으나 그 이후에는 증가와 감소가 반복되면서 2017년 기준 350만 명 정도가 숙박과 당일여행으로 대전을 방문하는 것을 알 수 있음
 - 결국 2012년부터 2017년까지 대전을 방문한 사람들은 대체로 연간 300만 명 수준이라는 점에서 대전의 국내여행 활성화가 필요한 것을 알 수 있음

[표 2-2] 대전의 국내여행 참가자 수

(단위: 명)

연도	국내여행(전체) ^a	숙박여행	당일여행	계(숙박여행+당일여행) ^a
2017	3,288,942	1,166,145	2,384,328	3,550,473
2016	3,497,887	1,290,879	2,651,532	3,942,411
2015	2,984,929	1,161,267	2,158,204	3,319,471
2014	3,123,627	1,274,552	2,128,578	3,403,130
2013	2,982,297	1,257,153	2,039,082	3,296,235
2012	3,036,087	1,248,082	2,080,618	3,328,700
2011	2,366,389	859,784	1,676,930	2,536,714

주: ^a 1회 여행 시 여러 지역을 방문할 수 있으므로 참가자수의 '계'와 '전체' 값은 상이함
 자료: 문화체육관광부(2018, 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012)의 보고서를 토대로 연
 구자 재구성

3) 대전의 여행 경험자 1회 평균 여행 지출액 변화

- 대전은 국내여행의 주요 목적지가 아니고, 연간 국내여행 참가자 수가 300만 명 정도로 국내여행이 활발한 지역이 아님에도 불구하고, 관광 여행 목적의 방문객 1회 평균 여행 지출액은 비교적 높은 것을 알 수 있음

- 다시 말해 주요 목적지로 대전이 활발하게 선택되고 있지 않은 가운데, 관광여행 목적에서의 소비는 비교적 활발하게 발생하고 있기 때문에 국내여행 활성화의 가능성이 충분하다고 볼 수 있음

[표 2-3] 대전의 여행 경험자 1회 평균 여행 지출액

(단위: 원/회)

연도	관광여행 ^a			기타여행 ^b		
	숙박여행	당일여행	기타여행 ^b	숙박여행	당일여행	
2017	141,276	285,759	56,494	78,630	101,943	74,144
2016	98,598	318,486	50,570	73,125	111,318	61,620
2015	138,968	433,517	52,846	75,749	120,105	57,691
2014	119,206	209,319	73,486	179,945	201,062	137,564
2013	150,349	294,180	62,613	70,043	80,356	60,407
2012	66,599	102,914	51,383	78,363	94,090	66,535
2011	79,997	176,152	46,976	110,018	162,538	77,318

주: ^a 여행의 주된 목적이 여가/위락/휴가, 건강/치료, 종교/성지순례인 경우, ^b 여행의 주된 목적이 가족/친척/친구방문, 교육/훈련/연수, 쇼핑, 사업인 경우

자료: 문화체육관광부(2018, 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012)의 보고서를 토대로 연구자 재구성

2. 국내여행지 대전 방문에 대한 만족도 특징

1) 전반적 만족도 변화

○ 국내여행지로 대전을 선택하여 방문한 사람들의 전반적 만족도를 연도 별로 살펴보면, 가구여행의 경우 2011년, 개인여행의 경우 2011년부터 2013년까지 전국의 전반적 만족도 평균에 비해 대전의 전반적 만족도 평균이 높았음을 알 수 있음

- 하지만 가구여행의 경우 2012년부터 2017년까지, 개인여행의 경우 2014년부터 2017년까지 대전의 전반적 만족도가 전국의 전반적 만족도 평균보다 낮아졌음
- 특히 가구여행에 비해 개인여행으로 대전을 방문한 사람들의 만족도가 더 낮다는 점에 주목할 필요가 있음

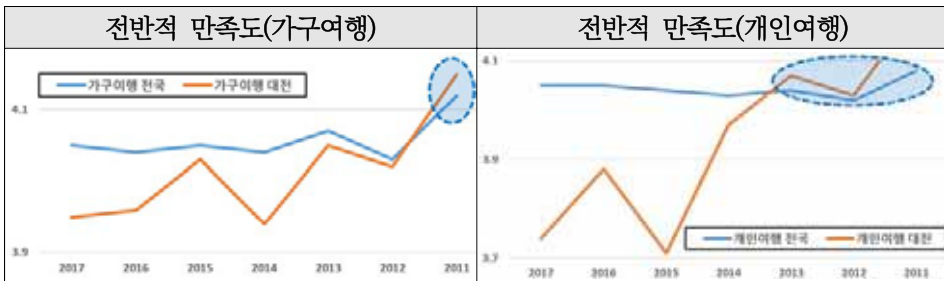
- 결국 대전을 선택하여 방문한 사람들의 전반적 만족도가 전국 평균보다 높지 않기 때문에 어떠한 부분에 만족을 하지 못하는지를 구체적으로 살펴볼 필요가 있음
- 특히 과거에 비해 개인여행의 전반적 만족도가 낮다는 점에 주목하여 개인여행으로 대전을 방문했을 때 불만족하는 사항을 구체적으로 살펴보는 노력이 필요함

[표 2-4] 국내여행지 대전에 대한 전반적 만족도

(단위: 점 / 5점 만점)

연도	가구여행			개인여행		
	전국	대전	비교(대전-전국)	전국	대전	비교(대전-전국)
2017	4.05	3.95	-.10(↓)	4.05	3.74	-.31(↓)
2016	4.04	3.96	-.08(↓)	4.05	3.88	-.17(↓)
2015	4.05	4.03	-.02(↓)	4.04	3.71	-.33(↓)
2014	4.04	3.94	-.10(↓)	4.03	3.97	-.06(↓)
2013	4.07	4.05	-.02(↓)	4.04	4.07	.03(↑)
2012	4.03	4.02	-.01(↓)	4.02	4.03	.01(↑)
2011	4.12	4.15	.03(↑)	4.08	4.20	.12(↑)

자료: 문화체육관광부(2018, 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012)의 보고서를 토대로 연구자 재구성



[그림 2-1] 국내여행지 대전의 전반적 만족도(가구여행 vs. 개인여행)

2) 평가항목별 만족도 변화

□ 가구여행: 전국, 대전, 비교(대전-전국)

- 가구여행 시 국내여행지 선택의 전국 평균값을 12개 항목을 토대로 살펴본 결과는 <표 2-5>와 같음

- 2011년부터 2017년까지 12개 항목의 전체 평균은 3.82~3.93점으로 나타난 가운데, 자연경관, 문화유산, 그리고 숙박 시설의 평균값이 공통적으로 높았음을 알 수 있음
- 12개 항목의 전체 평균을 100점 만점으로 환산한 결과 2016년이 78.5점으로 가장 높은 반면에 2011년이 76.4점으로 가장 낮은 것으로 나타났음
- 결국 2017년을 제외하고 2011년부터 2016년까지 가구여행 시 국내 여행지 선택의 12개 항목에 대한 전국 평균은 지속적으로 증가한 것을 알 수 있음

[표 2-5] 가구여행의 국내여행지(전국) 평가항목별 만족도

(단위: 점 / 5점 만점)

구분	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
자연경관	4.15	4.14	4.14	4.15	4.20	4.19	4.23
문화유산	4.02	4.01	4.04	3.99	3.97	3.99	4.00
교통	3.91	3.96	3.98	3.91	3.87	3.87	3.86
숙박 시설	4.05	4.03	4.04	3.98	4.00	3.99	3.99
식당과 음식	3.92	3.94	3.88	3.87	3.82	3.80	3.78
쇼핑	3.79	3.84	3.79	3.76	3.74	3.70	3.68
관광정보와 안내시설	3.89	3.96	3.92	3.91	3.88	3.87	3.84
관광지 편의시설	3.90	3.96	3.92	3.91	3.87	3.87	3.87
지역 관광종사자의 친절성	3.90	3.94	3.90	3.89	3.85	3.85	3.85
체험프로그램	3.89	3.93	3.90	3.90	3.85	3.87	3.87
관광지 물가	3.65	3.66	3.57	3.49	3.48	3.41	3.32
관광지 혼잡도	3.72	3.74	3.76	3.66	3.63	3.55	3.56
평균	3.90	3.93	3.90	3.87	3.85	3.83	3.82
점수화	78.0	78.5	78.1	77.4	76.9	76.6	76.4

자료: 문화체육관광부(2018, 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012)의 보고서를 토대로 연구자 재구성

○ 다음으로 가구여행 시 국내여행지로 대전을 선택하여 방문한 사람들의 평균값을 12개 항목을 토대로 살펴본 결과는 <표 2-6>과 같음

- 2011년부터 2017년까지 12개 항목의 전체 평균은 3.72~3.93점으로 나타난 가운데, 자연경관, 문화유산, 교통, 관광정보와 안내시설, 관광

- 지 편의시설, 지역 관광종사자의 친절성, 체험프로그램 등이 공통적으로 높았음을 알 수 있음
- 12개 항목의 전체 평균을 100점 만점으로 환산한 결과 2015년이 78.5점으로 가장 높은 반면에 2011년이 74.3점으로 가장 낮은 것으로 나타났음
 - 결국 2015년 가장 높은 평균값을 기록한 이후 지속적으로 12개 항목에 대한 평균은 감소하고 있는 것을 알 수 있음

[표 2-6] 가구여행의 국내여행지(대전) 평가항목별 만족도

(단위: 점 / 5점 만점)

구분	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
자연경관	3.94	3.93	3.81	3.82	3.90	3.85	3.81
문화유산	4.03	3.99	4.06	3.80	3.75	3.77	3.64
교통	4.04	3.89	4.06	3.92	3.86	4.02	3.89
숙박 시설	3.25	3.74	4.13	3.82	3.85	3.93	3.86
식당과 음식	3.72	3.89	3.99	3.70	3.75	3.78	3.73
쇼핑	3.83	4.01	3.71	3.57	3.67	3.71	3.56
관광정보와 안내시설	3.88	3.88	3.96	3.89	3.90	4.03	3.60
관광지 편의시설	3.81	3.88	3.96	3.94	3.94	3.93	3.86
지역 관광종사자의 친절성	3.91	3.90	3.93	3.93	3.93	4.05	3.91
체험프로그램	4.06	4.06	3.91	3.91	4.03	3.85	3.87
관광지 물가	3.41	3.58	3.77	3.71	3.59	3.39	3.34
관광지 혼잡도	3.69	3.66	3.82	3.79	3.68	3.65	3.51
평균	3.80	3.87	3.93	3.82	3.82	3.83	3.72
접수화	76.0	77.4	78.5	76.3	76.4	76.6	74.3

자료: 문화체육관광부(2018, 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012)의 보고서를 토대로 연구자 재구성

- 앞서 제시한 가구여행 시 12개 항목에 대한 전국 평균과 대전 평균을 비교해본 결과는 <표 2-7>과 같음
 - 2011년부터 2017년까지 12개 항목의 전체 평균의 대전과 전국 간 차이는 2015년을 제외하고, 대전이 전국보다 낮은 것을 알 수 있음
 - 특징적인 것은 자연경관, 숙박 시설, 식당과 음식, 관광지 물가는 전국 평균보다 낮은 반면에 체험프로그램은 전국 평균보다 높은 것을 알 수

있음

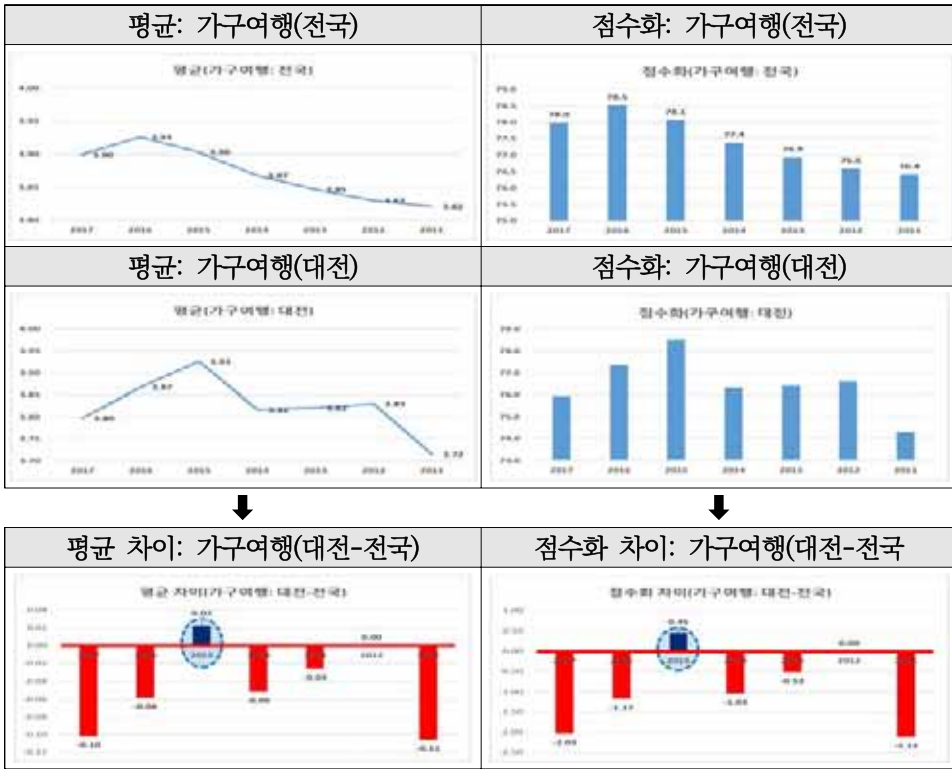
- 즉, 가구여행으로 대전을 방문한 사람들은 여러 평가항목 중 체험프로그램에 대해 만족을 하고 있기 때문에 이 부분을 충분히 활용할 필요가 있음을 의미함

[표 2-7] 가구여행의 국내여행지(대전-전국) 간 평가항목별 만족도 차이 비교

(단위: 점 / 5점 만점)

구분	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
자연경관	-0.21 (↓)	-0.21 (↓)	-0.33 (↓)	-0.33 (↓)	-0.30 (↓)	-0.34 (↓)	-0.42 (↓)
문화유산	.01 (↑)	-0.02 (↓)	.02 (↑)	-0.19 (↓)	-0.22 (↓)	-0.22 (↓)	-0.36 (↓)
교통	.13 (↑)	-0.07 (↓)	.08 (↑)	.01 (↑)	-0.01 (↓)	.15 (↑)	.03 (↑)
숙박 시설	-0.80 (↓)	-0.29 (↓)	.09 (↑)	-0.16 (↓)	-0.15 (↓)	-0.06 (↓)	-0.13 (↓)
식당과 음식	-0.20 (↓)	-0.05 (↓)	.11 (↑)	-0.17 (↓)	-0.07 (↓)	-0.02 (↓)	-0.05 (↓)
쇼핑	.04 (↑)	.17 (↑)	-0.08 (↓)	-0.19 (↓)	-0.07 (↓)	.01 (↑)	-0.12 (↓)
관광정보와 안내시설	-0.01 (↓)	-0.08 (↓)	.04 (↑)	-0.02 (↓)	.02 (↑)	.16 (↑)	-0.24 (↓)
관광지 편의시설	-0.09 (↓)	-0.08 (↓)	.04 (↑)	.03 (↑)	.07 (↑)	.06 (↑)	-0.01 (↓)
지역 관광종사자의 친절성	.01 (↑)	-0.04 (↓)	.03 (↑)	.04 (↑)	.08 (↑)	.20 (↑)	.06 (↑)
체험프로그램	.17 (↑)	.13 (↑)	.01 (↑)	.01 (↑)	.18 (↑)	-0.02 (↓)	.00 (-)
관광지 물가	-0.24 (↓)	-0.08 (↓)	.20 (↓)	.22 (↑)	.11 (↑)	-0.02 (↓)	.02 (↑)
관광지 혼잡도	-0.03 (↓)	-0.08 (↓)	.06 (↑)	.13 (↑)	.05 (↑)	.10 (↑)	-0.05 (↓)
평균	-0.10 (↓)	-0.06 (↓)	.02 (↑)	-0.05 (↓)	-0.03 (↓)	.00 (-)	-0.11 (↓)
점수화	-2.03 (↓)	-1.17 (↓)	.45 (↑)	-1.03 (↓)	-0.52 (↓)	.00 (-)	-2.12 (↓)

자료: 문화체육관광부(2018, 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012)의 보고서를 토대로 연구자 재구성



[그림 2-2] 국내여행지(대전-전국) 간 평가항목별 만족도 비교(가구여행)

□ 개인여행: 전국, 대전, 비교(대전-전국)

○ 개인여행 시 국내여행지 선택의 전국 평균값을 12개 항목을 토대로 살펴본 결과는 <표 2-8>과 같음

- 2011년부터 2017년까지 12개 항목의 전체 평균은 3.82~3.91점으로 나타난 가운데, 12개 항목의 전체 평균을 100점 만점으로 환산한 결과 2016년이 78.2점으로 가장 높은 반면에 2011년이 76.4점으로 가장 낮은 것으로 나타났음
- 결국 2017년을 제외하고 2011년부터 2016년까지 개인여행 시 국내여행지 선택의 12개 항목에 대한 전국 평균은 점진적으로 증가한 것을 알 수 있음

[표 2-8] 개인여행의 국내여행지(전국) 평가항목별 만족도

(단위: 점 / 5점 만점)

구분	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
자연경관	4.11	4.12	4.12	4.14	4.20	4.14	4.19
문화유산	4.01	3.99	3.97	3.95	4.03	3.98	3.97
교통	3.95	3.97	3.94	3.92	3.88	3.86	3.87
숙박 시설	3.93	3.96	3.93	3.91	3.89	3.91	3.92
식당과 음식	3.92	3.94	3.88	3.87	3.81	3.79	3.79
쇼핑	3.81	3.81	3.78	3.78	3.78	3.71	3.66
관광정보와 안내시설	3.88	3.92	3.88	3.86	3.90	3.85	3.83
관광지 편의시설	3.90	3.94	3.89	3.88	3.86	3.89	3.89
지역 관광종사자의 친절성	3.88	3.94	3.88	3.87	3.85	3.87	3.86
체험프로그램	3.88	3.91	3.87	3.85	3.83	3.90	3.88
관광지 물가	3.68	3.67	3.61	3.53	3.48	3.44	3.38
관광지 혼잡도	3.77	3.77	3.76	3.71	3.62	3.57	3.60
평균	3.89	3.91	3.88	3.86	3.84	3.83	3.82
점수화	77.9	78.2	77.5	77.1	76.9	76.5	76.4

자료: 문화체육관광부(2018, 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012)의 보고서를 토대로 연구자 재구성

- 다음으로 개인여행 시 국내여행지로 대전을 선택하여 방문한 사람들의 평균값을 12개 항목을 토대로 살펴본 결과는 <표 2-9>와 같음
 - 2011년부터 2017년까지 12개 항목의 전체 평균은 3.66~3.91점으로 나타난 가운데, 12개 항목의 전체 평균을 100점 만점으로 환산한 결과 2016년이 78.3점으로 가장 높은 반면에 2015년이 73.1점으로 가장 낮은 것으로 나타났음
 - 결국 2016년 가장 높은 평균값을 기록하였지만, 12개 항목에 대한 평균은 전체적으로 증가보다는 감소하는 추세에 있음

[표 2-9] 개인여행의 국내여행지(대전) 평가항목별 만족도

(단위: 점 / 5점 만점)

구분	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
자연경관	3.76	3.93	3.55	3.82	3.95	3.85	3.96
문화유산	3.74	3.88	3.70	3.59	3.82	3.91	3.82
교통	3.82	4.01	3.76	3.85	4.04	4.00	3.83
숙박 시설	3.85	3.77	3.63	3.93	3.28	4.14	3.52
식당과 음식	3.77	3.93	3.66	3.74	3.64	3.76	3.79
쇼핑	4.01	3.89	3.63	3.69	4.00	3.66	3.44
관광정보와 안내시설	3.80	3.92	3.71	3.79	3.92	3.88	4.03
관광지 편의시설	3.80	3.94	3.75	3.79	3.75	3.84	3.99
지역 관광중사자의 친절성	3.76	3.99	3.70	3.77	3.82	3.69	3.94
체험프로그램	3.50	4.10	3.52	3.72	4.03	3.81	3.51
관광지 물가	3.51	3.79	3.61	3.57	3.51	3.60	3.25
관광지 혼잡도	3.50	3.80	3.64	3.61	3.57	3.75	3.68
평균	3.74	3.91	3.66	3.74	3.78	3.82	3.73
점수화	74.7	78.3	73.1	74.8	75.6	76.5	74.6

자료: 문화체육관광부(2018, 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012)의 보고서를 토대로 연구자 재구성

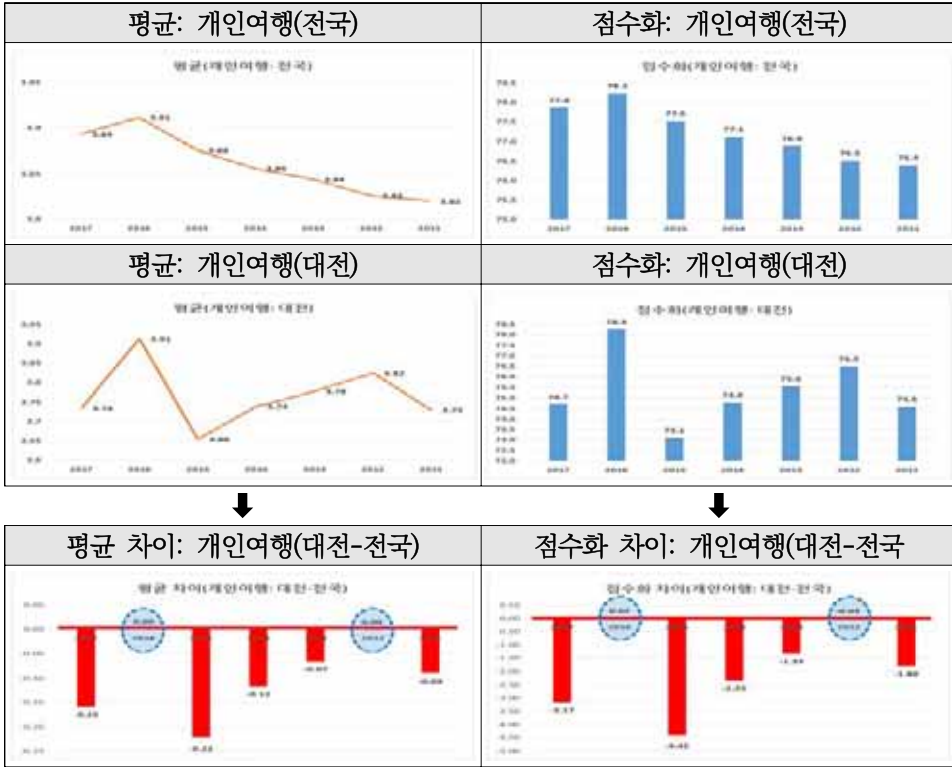
- 앞서 제시한 개인여행 시 12개 항목에 대한 전국 평균과 대전 평균을 비교해본 결과는 <표 2-10>과 같음
 - 2011년부터 2017년까지 12개 항목의 전체 평균의 대전과 전국 간 차이에서 2016년과 2012년을 제외하고 나머지는 대전이 전국보다 낮은 것을 알 수 있음
 - 특징적인 것은 자연경관, 문화유산, 식당과 음식 등 대부분의 평가항목이 전국 평균보다 낮은 가운데, 쇼핑만이 2016년부터 만족도가 전국 평균보다 높은 것을 알 수 있음
 - 즉, 개인여행으로 대전을 방문한 사람들은 여러 평가항목 중 쇼핑에 대해 만족을 하고 있기 때문에 이 부분을 충분히 활용할 필요가 있음을 의미함
 - 다만 점수화의 경우 2016년을 제외하고는 전국 평균보다 낮은 것으로 나타났고, 2014년부터는 점수화의 격차가 벌어지고 있는 것을 알 수 있음

[표 2-10] 개인여행의 국내여행지(대전-전국) 간 평가항목별 만족도 차이 비교

(단위: 점 / 5점 만점)

구분	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
자연경관	-0.35 (↓)	-0.19 (↓)	-0.57 (↓)	-0.32 (↓)	-0.25 (↓)	-0.29 (↓)	-0.23 (↓)
문화유산	-0.27 (↓)	-0.11 (↓)	-0.27 (↓)	-0.36 (↓)	-0.21 (↓)	-0.07 (↓)	-0.15 (↓)
교통	-0.13 (↓)	.04 (↑)	-0.18 (↓)	-0.07 (↓)	.16 (↑)	.14 (↑)	-0.04 (↓)
숙박 시설	-0.08 (↓)	-0.19 (↓)	-0.30 (↓)	.02 (↑)	-0.61 (↓)	.23 (↑)	-0.40 (↓)
식당과 음식	-0.15 (↓)	-0.01 (↓)	-0.22 (↓)	-0.13 (↓)	-0.17 (↓)	-0.03 (↓)	.00 (-)
쇼핑	.20 (↑)	.08 (↑)	-0.15 (↓)	-0.09 (↓)	.22 (↑)	-0.05 (↓)	-0.22 (↓)
관광정보와 안내시설	-0.08 (↓)	.00 (-)	-0.17 (↓)	-0.07 (↓)	.02 (↑)	.03 (↑)	.20 (↑)
관광지 편의시설	-0.10 (↓)	.00 (-)	-0.14 (↓)	-0.09 (↓)	-0.11 (↓)	-0.05 (↓)	.10 (↑)
지역 관광종사자의 친절성	-0.12 (↓)	.05 (↑)	-0.18 (↓)	-0.10 (↓)	-0.03 (↓)	-0.18 (↓)	.08 (↑)
체험프로그램	-0.38 (↓)	.19 (↑)	-0.35 (↓)	-0.13 (↓)	.20 (↑)	-0.09 (↓)	-0.37 (↓)
관광지 물가	-0.17 (↓)	.12 (↑)	.00 (-)	.04 (↑)	.03 (↑)	.16 (↑)	-0.13 (↓)
관광지 혼잡도	-0.27 (↓)	.03 (↑)	-0.12 (↓)	-0.10 (↓)	-0.05 (↓)	.18 (↑)	.08 (↑)
평균	-0.16 (↓)	.00 (-)	-0.22 (↓)	-0.12 (↓)	-0.07 (↓)	.00 (-)	-0.09 (↓)
점수화	-3.17 (↓)	.02 (↑)	-4.42 (↓)	-2.33 (↓)	-1.33 (↓)	-0.03 (↓)	-1.80 (↓)

자료: 문화체육관광부(2018, 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012)의 보고서를 토대로 연구자 재구성



[그림 2-3] 국내여행지(대전-전국) 간 평가항목별 만족도 비교(개인여행)

제3절 여행업의 개요와 등록 현황

1. 여행업의 개념⁵⁾

- 관광진흥법 제2조(정의)에 의하면 “관광객을 위하여 운송·숙박·음식·운동·오락·휴양 또는 용역을 제공하거나 그 밖에 관광에 딸린 시설을 갖추어 이를 이용하게 하는 업(業)”을 “관광사업”이라고 정의하고 있음
 - 구체적으로 관광진흥법 제3조(관광사업의 종류)에 의하면 법률적 관광사업의 종류는 총 7가지(여행업, 관광숙박업, 관광객 이용시설업, 국제회의업, 카지노업, 유원시설업, 관광 편의시설업)로 제시되어 있음
- 이 중 여행업은 “여행자 또는 운송시설·숙박시설, 그 밖에 여행에 딸리는 시설의 경영자 등을 위하여 그 시설 이용 알선이나 계약 체결의 대리, 여행에 관한 안내, 그 밖의 여행 편의를 제공하는 업”이라고 정의되어 있음
 - 즉, 여행자나 여행 관련 시설업자(예: 교통업, 숙박업, 식당업 등)에게 판매나 수수료의 목적으로 예약·수배·알선·대리·안내·계약체결 등의 상업적인 기능을 수행하는 업종을 여행업이라고 총칭할 수 있음

2. 여행업의 종류와 등록기준

- 관광진흥법 제4조(등록)에 의하면 여행업은 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수·구청장에게 등록을 해야만 경영할 수 있는 업종으로, 여행업의 종류는 관광진흥법 시행령 제2조(관광사업의 종류)에 의해 일반여행업, 국외여행업, 그리고 국내여행업으로 분류됨
 - 일반여행업: 국내를 여행하는 내국인(Domestic), 국외를 여행하는 내국인(Outbound), 그리고 국내외를 여행하는 외국인(Inbound)을 대상으로 하는 여행업(사증(査證: VISA)을 받는 절차를 대행하는 행위를 포함함)

5) 법제처 홈페이지의 내용을 참고하여 정리함

- 국외여행업: 국외를 여행하는 내국인을 대상으로 하는 여행업(사증(査證: VISA)을 받는 절차를 대행하는 행위를 포함함)
 - 국내여행업: 국내를 여행하는 내국인을 대상으로 하는 여행업
- 관광진흥법 시행령 제5조(등록기준)에 의해 3가지 여행업은 [표 2-11]과 같이 2가지(자본금, 사무실)의 등록기준을 갖추어야 함

[표 2-11] 여행업별 등록기준

조건	일반여행업	국외여행업	국내여행업
자본금 (개인의 경우에는 자산평가액)	1억원 이상	3,000만원 이상	1,500만원 이상
사무실	소유권이나 사용권이 있을 것		

자료: 법제처 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 재구성

3. 대전의 여행업 등록 현황

1) 대전의 여행업의 기간별 분포 현황

- 2000년부터 2019년 ¼분기(2019년 3월 31일 기준)까지 대전의 여행업(일반여행업, 국외여행업, 국내여행업) 등록 현황을 살펴본 결과 꾸준하게 여행업 등록이 증가하고 있는 것을 알 수 있음
 - 구체적으로 일반여행업은 2010년부터 지속적인 성장세가 뚜렷한 가운데, 2019년 ¼분기 기준 89개의 일반여행업이 대전에 등록되어 있음
 - 국외여행업과 국내여행업은 2009년 크게 증가 폭을 보인 가운데, 국외여행업은 지속적으로 증가(2009년: 209개 → 2019년 ¼분기: 279개)한 반면에 국내여행업은 증가(2009년: 226개 → 2019년 ¼분기: 238개) 폭이 다소 낮은 것을 알 수 있음
 - 이에 따른 2000년과 2019년 ¼분기 간 대전의 여행업 등록 구성 비율을 보면 국외여행업은 2.0% 증가하여 격차가 심하지 않은 것을 알 수 있음

- 특징적인 것은 일반여행업은 13.5%가 증가하면서 증가세가 뚜렷한 반면에 국내여행업은 15.5%가 감소한 것을 알 수 있음

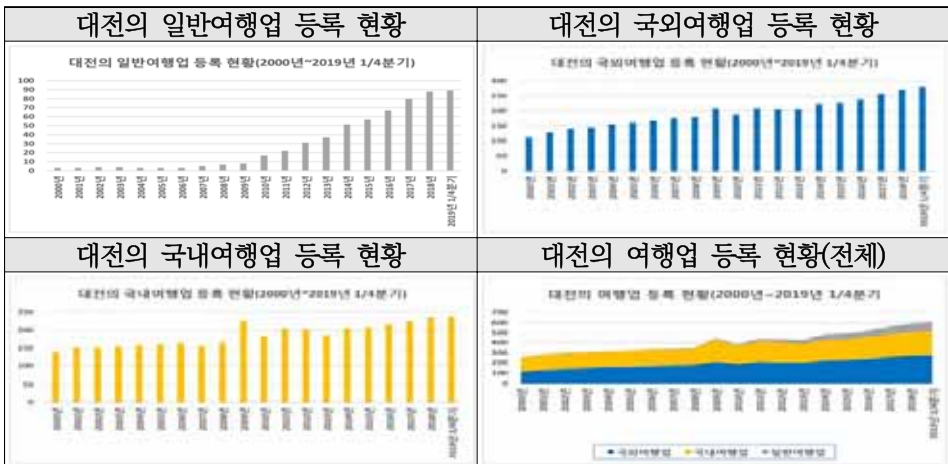
[표 2-12] 대전의 여행업 등록 현황(2000~2018년)

연도	여행업 종류			연도	여행업 종류		
	일반	국외	국내		일반	국외	국내
2000년	3	111	138	2010년	17	187	183
2001년	3	128	153	2011년	22	209	205
2002년	4	139	153	2012년	31	205	200
2003년	4	145	155	2013년	37	205	185
2004년	3	155	158	2014년	51	223	205
2005년	3	161	159	2015년	57	226	207
2006년	3	168	164	2016년	67	238	216
2007년	5	175	156	2017년	80	256	224
2008년	7	179	166	2018년	88	271	234
2009년	8	209	226	2019년(1/4분기)	89	279	238



구성 비율(%)								
연도	여행업 종류			연도	여행업 종류			
	일반	국외	국내		일반	국외	국내	
2000년	1.2	44.0	54.8	→	2018년	14.7	46.0	39.3

자료: 관광지식정보시스템과 한국관광협회중앙회 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 재구성



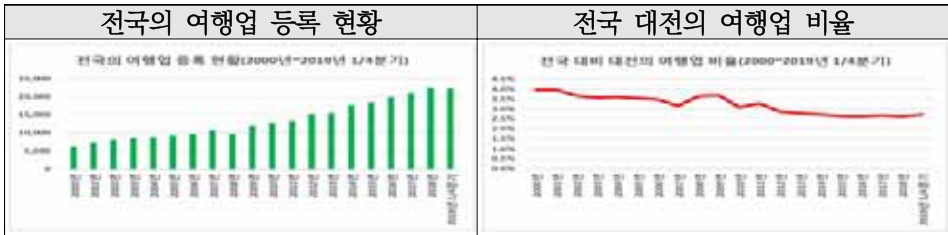
[그림 2-4] 대전의 여행업 등록 현황 변화 그래프

- 결과적으로 2000년 252개(일반여행업: 3개, 국외여행업: 111개, 국내여행업: 138개)였던 대전의 여행업은 2019년 1/4분기 기준 606개(일반여행업: 89개, 국외여행업: 279개, 국내여행업: 238개)로 매년 증가하였음
- 한편, 대전의 여행업 등록 현황을 전국의 여행업 등록 현황과 비교해보면 다음과 같음
 - 2000년 기준 전국의 여행업은 6,355개가 등록되었고, 이후 2019년 1/4분기 기준 전국의 여행업은 22,274개로 3.5배 정도 증가한 것을 알 수 있음
 - 전국의 여행업은 2008년의 감소를 제외하고는 지속적인 증가세가 뚜렷한 가운데, 대전의 여행업을 전체 여행업과 비교해본 결과 비율은 지속적으로 감소하고 있는 것을 알 수 있음
 - 구체적으로 2000년과 2001년 전국의 여행업 대비 대전의 여행업 비율은 4.0%로 가장 높았으나, 그 이후 지속적으로 하락하면서, 2019년 1/4분기에는 2.7%를 기록하였음
 - 즉, 전국적으로 여행업이 증가하고 있는 가운데, 대전의 여행업 시장도 증가하였으나 전국의 증가 비율에 비해 미약한 정도라고 볼 수 있기 때문에 대전의 여행업에 대한 전반적 변화가 필요함을 알 수 있음

[표 2-13] 전국 대비 대전의 여행업 비율 현황(2000~2018년)

연도	합계		비율(대전 / 전국)	연도	합계		비율(대전 / 전국)
	대전	전국			대전	전국	
2000년	252	6,355	4.0%	2010년	387	12,584	3.1%
2001년	284	7,134	4.0%	2011년	436	13,289	3.3%
2002년	296	8,077	3.7%	2012년	436	15,152	2.9%
2003년	304	8,500	3.6%	2013년	427	15,368	2.8%
2004년	316	8,728	3.6%	2014년	479	17,585	2.7%
2005년	323	9,126	3.5%	2015년	490	18,544	2.6%
2006년	335	9,623	3.5%	2016년	521	19,848	2.6%
2007년	336	10,681	3.1%	2017년	560	20,900	2.7%
2008년	352	9,650	3.6%	2018년	593	22,544	2.6%
2009년	443	11,968	3.7%	2019년(1/4분기)	606	22,274	2.7%

자료: 관광지식정보시스템과 한국관광협회중앙회 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 재구성



[그림 2-5] 전국 여행업 등록 현황과 전국 대비 대전의 비율 변화 그래프

2) 대전광역시관광협회에 가입된 대전의 여행사 분포

□ 대전광역시관광협회 개요⁶⁾

- 대전광역시관광협회는 관광진흥법 제3장(관광사업자 단체) 제45조(지역별·업종별 관광협회)에 의해 1989년 3월 30일에 설립되었음

[표 2-14] 대전을 제외한 지역별 관광협회의 설립연도

지역	설립연도	지역	설립연도	지역	설립연도	지역	설립연도
서울	1961년	광주	1986년	강원	1962년	전남	1962년
부산	1963년	울산	1997년	충북	1977년	경북	1962년
대구	1981년	세종	2013년	충남	1962년	경남	1962년
인천	1981년	경기	1963년	전북	1976년	제주	1962년

- 대전광역시관광협회는 관광사업 진흥을 위한 조사연구와 홍보활동, 관광종사원의 서비스 개선 촉진을 위한 교육과 사후관리, 경영지도, 육성도모, 그리고 회원을 위한 공제 사업(회원의 권익과 복리증진 등)의 목적으로 설립된 기관임
- 관광협회의 업무는 관광진흥법 제3장(관광사업자 단체) 제43조(업무)에 다음과 같이 명시되어 있음
 - 관광사업의 발전을 위한 업무(제1호), 관광사업 진흥에 필요한 조사연구 및 홍보(제2호), 관광 통계(제3호), 관광종사원의 교육과 사후관리(제4호), 회원의 공제사업(제5호), 국가나 지방자치단체로부터 위탁받

6) 대전광역시관광협회 홈페이지의 내용을 참고하여 정리함

은 업무(제6호), 관광안내소의 운영(제7호), 제1호부터 제7호까지의 규정에 의한 업무에 따르는 수익사업(제8호)

□ 대전광역시관광협회에 가입된 대전의 여행사 현황

- 일정 분담금(회비)을 납부하고 대전광역시관광협회에 가입한 대전의 여행사는 총 257개로 나타남
 - 종류는 국외여행업과 국내여행업을 겸업하는 여행업이 148개로 가장 많은 반면에 국내여행업은 18개로 가장 적은 것을 알 수 있고, 위치는 서구(108개)와 중구(69개)가 많은 것으로 나타남

[표 2-15] 대전광역시관광협회 소속 대전의 여행업 현황

구분		빈도	비율(%)	구분		빈도	비율(%)
위 치	동구	22	8.6	종 류	일반여행업	56	21.8
	중구	69	26.8		국외여행업	35	13.6
	서구	108	42.0		국내여행업	18	7.0
	유성구	44	17.1		겸업(국외여행업+국내여행업)	148	57.6
	대덕구	14	5.4	전체(N)	257	100.0	

자료: 대전광역시관광협회 내부자료를 토대로 연구자 작성

3) 한국여행업협회(KATA)에 가입된 대전의 여행사 분포⁷⁾

□ 한국여행업협회 개요

- 한국여행업협회(KATA: Korea Association of Travel Agents)는 관광진흥법에 의거 등록된 여행업체를 정회원으로 여행업을 대표하는 사업자 단체로 1991년 12월 12일에 설립되었음
- 한국여행업협회는 내국인뿐만 아니라 외국인 여행자에 대한 여행업무 개선과 서비스 향상 도모, 회원 상호 간 연대와 협조, 활발한 조사연구·홍보 활동 전개를 통해 여행업의 건전한 발전과 동시에 회원의 권익 증진과 보호를 목적으로 설립된 기관임

7) 한국여행업협회 홈페이지의 내용을 참고하여 정리함

○ 한국여행업협회의 주요업무는 크게 13가지 정도가 있으며, 그 내용은 다음과 같음

- ① 관광사업의 건전한 발전과 회원과 여행종사원의 권익증진을 위한 사업, ② 여행업무에 필요한 조사·연구·홍보 활동과 통계 업무, ③ 여행자와 여행업체로부터 회원이 취급한 여행업무에 대한 진정처리, ④ 여행업무 종사자에 대한 지도·연수, ⑤ 여행업무의 적정한 운영을 위한 지도, ⑥ 여행업에 관한 정부 수집·제공, ⑦ 관광사업에 관한 국내·외 단체 등과의 연계 협조, ⑧ 관련 기관에 대한 건의·의견 전달, ⑨ 정부 또는 지방자치단체로부터의 수탁 업무, ⑩ 장학사업업무, ⑪ 관광진흥을 위한 국제관광기구의 참여 등 대외활동, ⑫ 관광안내소 운영사업, ⑬ 공제운영사업

□ 한국여행업협회에 가입된 대전의 여행사 현황

○ 일정 분담금(회비)을 납부하고 한국여행업협회에 가입된 회원사 중 대전은 9개의 여행사가 한국여행업협회의 회원으로 소속되어 있음

[표 2-16] 대전을 제외한 한국여행업협회에 가입된 회원사 수

지역	회원사 수	지역	회원사 수	지역	회원사 수	지역	회원사 수
서울	853개	강원	13개	경북	6개	부산	36개
인천	25개	충청	21개	광주	13개	경남	12개
경기	67개	대구	33개	전라	28개	제주	59개

자료: 한국여행업협회 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 재구성

○ 구체적으로 한국여행업협회에 가입된 대전의 여행사 정보를 살펴보면 다음과 같음

- 종류는 일반여행업(7개)이 가장 많은 것을 알 수 있는 가운데, 위치는 유성구(4개), 중구(3개), 동구(2개) 순으로 나타났음
- 특징적인 것은 9곳 중 2곳은 대전광역시관광협회에 소속되지 않은 것을 알 수 있음

[표 2-17] 한국여행업협회 소속 대전의 여행업 현황

구분		빈도	비율(%)	구분		빈도	비율(%)
위 치	동구	2	22.2	종 류	일반여행업	7	77.8
	중구	3	33.3		국외여행업	1	11.1
	서구	0	0.0		국내여행업	0	0.0
	유성구	4	44.4		겸업(국외여행업+국내여행업)	1	11.1
	대덕구	0	0.0	전체(N)		9	100.0

자료: 한국여행업협회 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성

제4절 대전의 국내여행과 여행업의 특징에 대한 시사점

1. 대전의 국내여행 특징에 대한 시사점

1) 관광 소비 활성화 가능성 활용

- 국내여행의 주요 목적지에 포함되고 있지 않은 대전의 국내여행 참가자 수는 대체로 변화가 없는 상황이지만, 여가/위락/휴가, 건강/치료, 정교/성지순례 등의 관광여행 목적에서의 소비는 비교적 활발하게 나타나고 있음
 - 즉, 관광 소비 활성화의 가능성이 존재하기 때문에 소비할 수 있는 다양한 테마와 자원을 발굴·활용하는 노력이 필요함을 알 수 있음

2) 특정 테마를 활용한 관광상품 도입

- 가구여행보다 개인여행의 경우 국내여행지로 대전을 방문한 사람들의 전반적 만족도가 현저히 낮은 것으로 나타난 가운데, 가구여행뿐만 아니라 개인여행 모두 국내여행지 선택의 전국 평균에 비해 대전의 전반적 만족도 평균이 낮은 것을 알 수 있음
- 다만 가구여행과 개인여행에서 일부 항목(가구여행: 체험프로그램, 개인여행: 쇼핑)은 전국 평균보다 만족도가 높은 것으로 나타나 활용을 잘 하는 것이 중요하다고 볼 수 있음
 - 즉, 대상별 대전 방문 시 만족하는 항목의 정도가 다르기 때문에 강점이 되는 테마는 적극적으로 활용하여 선택과 집중을 통한 관광상품을 도입·유지하는 노력이 필요함을 알 수 있음

2. 대전의 여행업 등록 현황에 대한 시사점

1) 여행업 수 증가 미약

- 대전을 포함한 전국의 여행업 등록은 꾸준히 증가하고 있지만, 전국 대비 대전의 여행업 등록 비율은 꾸준히 감소하고 있는 상황임
 - 즉, 전국의 여행업 등록에 비교했을 때 대전의 여행업 등록의 증가 비율이 높지 않기 때문에 대전의 여행업에 대한 전반적 변화가 필요함을 의미함

2) 국내여행업 구성 비율 감소세

- 여행업의 종류별 구성 비율을 보았을 때, 대전의 국외여행업은 큰 변화가 없는 가운데, 국내여행업의 구성 비율은 과거에 비해 현저히 감소한 것으로 나타남
 - 즉, 지역 기반의 전문화 상품을 취급할 수 있는 대전 내 국내여행업 활성화가 필요함을 의미함

국내 관광상품 관련 사례 검토

제1절 대전의 관광상품 사례

제2절 대전의 연합관광상품 사례

제3절 대전 관련 관광상품 사례에 대한 시사점

3장

제3장 국내 관광상품 관련 사례 검토

제1절 대전의 관광상품 사례

1. 국가 주최 관광상품: 여행주간⁸⁾

- 문화체육관광부와 한국관광공사는 하계에 집중된 여행 수요를 분산시키고, 국내여행을 활성화시키는 목적으로 국내여행 특별 주간을 2014년부터 연 2회(봄, 가을) 시행하고 있음
- 여행주간 동안에는 전국의 지자체뿐만 아니라 관광업계가 협력하여 다양하고 특별한 프로그램과 혜택을 제공하고 있음
- 4월 27일부터 5월 12일까지 지정된 2019년 봄 여행주간에서 대전은 2가지 지역여행 프로그램(① 카이스트 스팀쿱 대전 여행, ② 대전 도심 숲, 예술로 꽃피다)을 운영하였음



[그림 3-1] 2019 봄 여행주간 운영사례

자료: 구글 이미지 홈페이지 (검색어: 2019 대전 여행주간)

1) 개요

- 2019년까지 운영된 대전의 여행주간 프로그램은 과학, 음식, 문화, 자

8) 여행주간 홈페이지의 내용을 참고하여 정리함

연 등을 결합하여 당일 프로그램으로 운영해 왔음

- 구체적으로 대전의 대표 이미지 중 하나인 과학 자원(예: 카이스트, 국립중앙과학관)의 활용이 눈에 띄는 가운데, 그 외에 음식 자원(예: 성심당), 자연 자원(예: 한밭수목원, 대청호), 문화 자원(예: 이응노, 원도심 등)도 꾸준히 프로그램의 주제로 포함되고 있음

[표 3-1] 여행주간 기간에 운영된 대전의 여행 프로그램

기간	프로그램명	주제	주요 코스	가격(1인)
2019 봄	카이스트 스팀쿡 (STEAM-Cook)	과학+ 음식	· 과학: 카이스트(멘토와의 만남, 문화기술 대학원 첨단 과학기술 체험, 미래 망원경 만들기), 국립중앙과학관 답사 · 음식: 르쇼콜라(초콜릿 만들기), 성심당(케이크 만들기)	10,000원
	대전 도심 숲, 예술로 꽃 피다	자연+ 문화	· 자연: 한밭수목원 · 문화: 아트투어(테마: 반고흐와 이응노) 해설, 연극연주 감상 등	10,000원(주간) 5,000원(야간)
2018 가을	가을대전! 여행이 영화가 되다	영화+ 체험	가을대전!, 우리의 빛나던 청춘: 대전 동구 소재동 근대路와 시골골목길 가을대전, 탐정이 돌아왔다: 대전 엑스포공원, 대동하늘공원, 대전역광장, 중앙시장	5,000원 10,000원
	스팀쿡(STEAM-Cook) 대전여행	과학+ 음식+ 자연	과학: 카이스트(학술문화원, 도서관 등 캠퍼스 답사, 과학자와의 만남, “나만의 악기 만들기” 융합 과학프로그램(STEAM) 체험), 국립중앙과학관 견학 음식: 성심당(케이크 만들기) 자연: 한밭수목원 산책	10,000원
	대전 소확행 힐링여행	자연+ 예술	대청호 두메마을 내 체험(흙을 통한 힐링 ‘내 마음의 소확행’, 오감 힐링 밥상, 마을 여행 ‘명상 길 걷기’, 썩개떡 만들기, 도자기컵 디자인하기 ‘생태 기념 컵 만들기’, 풍경 만들기, 착한소비 ‘마을 특산물 쇼핑’)	15,900원
	문화와 함께하는 도심 숲 여행	자연+ 문화	미술관 옆 수목원: 이응노미술관과 연계, 산책 도중 버스킹공연 (미술전문가와 한밭수목원을 걸으며) 수목원에서 산티아고까지: 여행컨설팅, 산책 도중 버스킹공연 (여행전문가와 한밭수목원을 걸으며)	10,000원
	사이언스 쿡	과학+ 문화+ 음식	성심당(나만의 미니케이크 만들기), 대전원 도심투어, 카이스트 멘토와 함께하는 국립중앙과학관 투어, 과학 발명품 만들기	15,000원

(계속)

기간	프로그램명	주제	주요 코스	가격(1인)
2017 가을	사이언스 쿡	과학+ 문화+ 음식	성심당(나만의 미니케이크 만들기), 대전원도심투어, 카이스트 멘토와 함께하는 국립중앙과학관 투어, 과학 발명품 만들기	15,000원
		과학+ 음식	르쇼콜라데디유 '유기농 수제 초콜릿 만들기', 반석카페거리 산책, 카이스트 멘토와 함께하는 국립중앙과학관 투어, 과학 발명품 만들기	15,000원
		음식+ 기타	성심당(나만의 미니케이크 만들기), 대전원도심투어, 오월드 투어, 과학 발명품 만들기	31,000원
2016 가을	예술가와 함께하는 대청호 트레킹	자연+ 예술	예술가와 함께하는 대청호 트레킹, 두메마을 공방체험, 찬샘마을 농촌체험, 흥진마을 역사탐방로, 세정골 관광	14,000원
	과학자와 함께하는 사이언스길A	과학+ 문화+ 음식	대전원도심투어, 국립중앙과학관과 대덕사이언스 길 걷기(과학자가 들려주는 4차혁명과 카이스트 단풍길), 수제 초콜릿 만들기	10,000원
	과학자와 함께하는 사이언스길B	과학+ 축제+ 자연	국립중앙과학관과 대덕사이언스 길 걷기(과학자가 들려주는 4차혁명과 카이스트 단풍길), 대전 국제와인페어 참여, 한발수목원	10,000원
2016 봄	대전원도심 문화미식 기행	문화+ 음식	원도심 만들기 체험(공방: 원도심 예술가의 이야기 듣기), 원도심 투어(근대건축물: 도지사관사촌, 대흥동성당 / 갤러리: 대전창작센터 전시, 이공갤러리), 원도심 맛 체험(공정무역 코코아, 초콜릿, 과일화채 만들기)	15,000원
2015 가을	대전 원도심 미식 여행	문화+ 음식	브런치 만들기(대전시민대학 요리전문가), 대전원도심투어(대전형무소 망루와 우물, 옛 산업은행 대전지점, 동양척식주식회사 대전지점), 소극장 연극 관람, 문화공간갤러리 작품 감상	15,000원

자료: 선행자료를 토대로 연구자 작성

2) 2019 봄 대전 프로그램 1: 카이스트 스팀쿡 대전 여행

- 2019년 4월 27일부터 5월 11일까지 총 12회 동안 운영된 카이스트 스팀쿡(STEAM-Cook) 대전 여행은 대전의 핵심 콘텐츠인 카이스트와 성심당을 결합하여 운영된 지역 관광 프로그램임
- 회차당 40명의 인원을 모집하여 운영된 이 프로그램의 참가비는 1인당 10,000원이고, 서울 지역을 목표로 운영되었음

[표 3-2] '카이스트 스팀쿡 대전 여행'의 운영정보

구분	주중(6회)	주말(6회)
날짜	4/29, 4/30, 5/2, 5/3(2회), 5/8	4/27(2회), 5/4(2회), 5/11(2회)
참가비	10,000원(1인)	
출발	서울시청(07:00)→교대역 8번 출구(07:30)→대전역 동광장(09:40)	
도착	대전역 동광장 하차(17:20)→서울 이동과 도착(20:00)	
내용	· 성심당 나만의 케이크 만들기	· 르쇼콜라 초콜릿 만들기
	· 카이스트 멘토와의 만남, 문화기술대학원 첨단 과학기술 체험(모션캡처, VR스피닝, 스크린 X), 미래 망원경 만들기, 국립중앙과학관 답사 등	
기타	(포함) 버스, 체험비, 가이드 / (불포함) 중식	
운영	(합)풍경(지역: 서울, 등록: 국내여행업)	

자료: 여행주간 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성



[그림 3-2] '카이스트 스팀쿡 대전 여행'의 주요 공간과 프로그램

자료: 구글 이미지 홈페이지 (검색어: 카이스트 스팀 쿡 대전 여행)

3) 2019 봄 대전 프로그램 2: 대전 도심 숲, 예술로 꽃피다

- 2019년 5월 2일부터 5월 11일까지 총 10회 동안 운영된 '대전 도심 숲, 예술로 꽃 피다'는 두 명의 화백(반고흐, 이응노)을 테마로 진행된 아트투어임
- 구체적으로 숲을 걸으며 해설을 듣고 자연을 무대로 진행되는 연극·연주를 감상하며 강연을 듣는 프로그램으로 한밭수목원이라는 도심 숲에 문화 콘텐츠를 접목시켜 거대한 자연·문화 복합 공연장으로 한밭수목원 일대를 활용하는 것이 핵심임

[표 3-3] '대전 도심 숲, 예술로 꽃피다'의 운영정보

구분	주중(5회)	주말(5회)
날짜	5/2, 5/3, 5/6, 5/9, 5/10	5/4(2회), 5/5, 5/11(2회)
참가비	주간 10,000원, 야간 5,000원(1인)	
출발	(주간) 이응노미술관 앞(14:00) / (야간) 이응노미술관 앞(19:30)	
도착	(주간) 이응노미술관 앞(17:30) / (야간) 이응노미술관 앞(21:30)	
내용	반고흐와 이응노'를 테마로 한 아트투어로, 해설·연주·연극·강연이 한밭수목원 일원에서 펼쳐짐	
기타	(포함) 해설, 연극연주 감상, 간식 등	
운영	여행문화학교 산책(지역: 대전)	

자료: 여행주간 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성



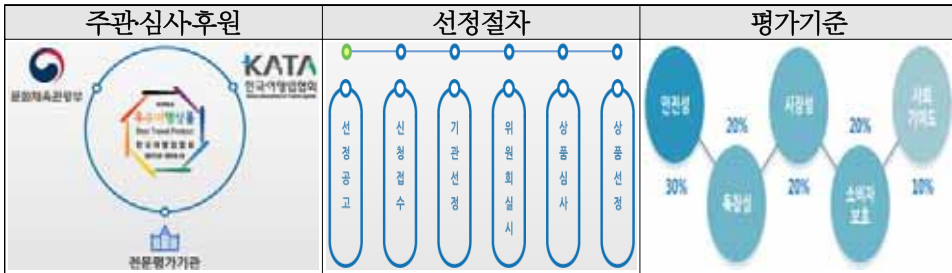
[그림 3-3] '대전 도심 숲, 예술로 꽃피다'의 주요 공간과 프로그램

자료: 구글 이미지 홈페이지 (검색어: 대전 도심 숲, 예술로 꽃 피다)

2. 협회 주관 관광상품: 우수여행상품 선정제도⁹⁾

- 한국여행업협회가 주관하고, 소비자 관련 단체와 학회, 여행사 대표 등으로 구성된 전문 평가 위원회가 심사하며, 문화체육관광부가 후원하는 우수여행상품 선정제도는 2002년부터 연 1회 실시되고 있음
 - 이 제도는 여행시장의 질적 향상과 소비자 권익 보호 등 건전하고 안전한 여행시장 환경을 조성하기 위해 실시하고 있음
- 대전과 관련된 우수여행상품은 2018-2019 “[빵지순례 3탄] 대전 성심당으로 떠나는 빵투어&계족산 황톳길”과 2017-2018 “과학과 미래의 도시 대전&군산”이라는 내국인 대상 국내여행상품이 선정된 바가 있음

9) 우수여행상품 홍보 홈페이지의 내용을 참고하여 정리함



[그림 3-4] 한국여행업협회의 ‘우수여행상품’ 선정제도

자료: 우수여행상품 홍보 홈페이지

1) 2018~2019 우수여행상품: [빵지순례 3탄]대전 성심당으로 떠나는 빵 투어&계족산 황톳길

- 2018~2019 우수여행상품에 선정된 “[빵지순례 3탄]대전 성심당으로 떠나는 빵투어&계족산 황톳길”은 대전의 핵심 자원인 성심당과 계족산을 연결하는 상품임
- 1일 일정의 이 프로그램의 참가비는 성인 1인 기준 23,500원으로 서울과 수도권 지역을 목표로 계획되었음

[표 3-4] [빵지순례 3탄] 대전 성심당으로 떠나는 빵투어&계족산 황톳길의 운영정보

구분	내용
일정과 참가비	1일 / 성인 23,500원(1인)
출발	· 서울 출발(06:20 신도림역, 06:45 시청역, 07:10 양재역, 07:30 죽전정류장) · 부천 출발(06:00 상동역, 06:45 상록수역, 07:10 수원역)
도착	일정 마무리와 복귀(17:00)→서울 도착 후 해산(20:00)
내용	· 빵지순례!! 대전 성심당 빵투어와 대전 시내 자유관광 · 계족산 황톳길 도착 후 산책
운영	쿠팡(지역: 서울, 등록: 일반여행업)

자료: 우수여행상품 홍보 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성

2) 2017~2018 우수여행상품: 과학과 미래의 도시 대전&군산

- 2017~2018 우수여행상품에 선정된 “과학과 미래의 도시 대전&군산”은 대전 이외에 서천과 군산을 포함한 2박 3일 코스의 상품임

- 이 프로그램의 참가비는 성수기 1인 기준 250,000원, 비수기 1인 기준 230,000원으로 학교 단체를 목표로 계획되었음
- 대전 일정의 경우 대전아쿠아리움, 대덕연구단지, 국립중앙과학관, 대전 시민천문대 등의 시설 견학과 체험 활동으로 구성되어 있음

[표 3-5] 과학과 미래의 도시 대전&군산의 운영정보

구분	내용
일정과 참가비	2박 3일 / 성수기 250,000원, 비수기 230,000원(1인)
출발과 도착	<ul style="list-style-type: none"> · 1일차: 학교 집결(07:40)→대전으로 이동(08:30) · 2일차: 장항으로 이동(12:30)→군산으로 이동(17:00) · 3일차: 서천으로 이동(08:30)→학교 도착과 해산(17:00)
내용	<ul style="list-style-type: none"> · 대전: 대전아쿠아리움, 대덕연구단지, 국립중앙과학관, 대전시 민천문대 (1일차 숙박) · 군산: 새만금방조제 (2일차 숙박) · 서천: 국립해양생물자원관, 장항송림산림욕장, 장항스카이워크, 국립생태원, 서천 신성리갈대밭
운영	(주)렛츠커뮤니케이션즈(지역: 경기, 등록: 일반여행업)

자료: 우수여행상품 홍보 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성

3. 시 주최 관광상품(1): 대전 공정관광 프로그램¹⁰⁾

- 대전시는 대전마케팅공사와 함께 지역의 역사, 생태, 문화, 예술 등 대전만의 독특한 자원을 활용하여 관광상품을 발굴하는 공모전을 2018년부터 시행하고 있음
 - 공모대상은 대전지역의 관광자원을 활용한 ‘대전 공정관광 프로그램’ 운영을 희망하는 단체와 업체로, 사회적기업, 협동조합, 여행사와 단체, 마을공동체, 마을기업, 협동조합 등이 신청할 수 있음
- 2018년에는 6개의 업체의 프로그램(소확행 힐링오감만족, Now we are going to Daejeon, 원도심 구구뚜뚜, 2018 근대를 걷다, 쏠라시 스타즈와 함께하는 마을에너지 투어, Bee Park Tour)이 운영되었음

10) 대전마케팅공사 공식블로그와 대전공정관광 홈페이지의 내용을 참고하여 정리함



[그림 3-5] '대전 공정관광 프로그램' 공모전 포스터

자료: 대전광역시청과 구글 이미지 홈페이지 (검색어: 대전 공정관광 프로그램 공모전)

1) 소확행 힐링오감만족

- 소확행 힐링오감만족은 마을의 공정여행, 생태체험, 예술이 결합된 프로그램으로 지속가능한 휴식과 자아성장을 주된 내용으로 담고 있음
 - 대청호 오백리 길 59km의 상징적 의미를 담아 만든 소확행 힐링오감만족은 대청호 두메마을을 중심으로 프로그램이 구성되어 있음
 - 실제 가격(59,000원) 대신 시와 대전마케팅공사의 지원을 받기 때문에 자부담금은 15,900원으로 프로그램을 체험할 수 있음

[표 3-6] '소확행 힐링오감만족'의 운영정보

구분	내용
일정과 참가비	1일 / 15,900원(1인, 중식 포함)
주제	대청호 생태관광, 예술체험을 통한 오감만족, 소소한 행복과 예술을 통한 자아성장, 감성 충만여행
내용	흙을 통한 힐링&마음 나누기→다색 오감만족 밥상 체험→거대역새습지공원 느리게 걷기→우리마을 썩개떡 만들기→그윽한 풍경소리 설치미술 체험→생태체험(머그잔 그림 그리기)→친환경 지역 먹거리 쇼핑
운영	하늘강아플리에(지역: 대전)

자료: 대전마케팅공사 공식블로그의 내용을 토대로 연구자 작성



[그림 3-6] '소확행 힐링오감만족'의 주요 프로그램

자료: 대전공정관광 홈페이지

2) Now we are going to Daejeon

- '어서와~한국은 처음이지?'라는 예능 프로그램을 모티브로 한 'Now we are going to Daejeon'은 외국인들에게 역사와 문화 체험을 할 수 있도록 기획된 테마여행임
- 당일치기 여행코스와 1박 2일 코스 등 2가지로 구성된 프로그램의 가격은 각각 50,000원과 130,000원으로 대전의 고즈넉한 전통 공간뿐만 아니라 전통 먹거리를 즐길 수 있도록 구성되어 있음

[표 3-7] 'Now we are going to Daejeon'의 운영정보

구분	내용
일정과 참가비	1일, 1박 2일 / 1일 50,000원(중식 포함), 1박 2일 130,000원(3식 포함)(1인)
주제	'어서와 대전은 처음이지?' 외국인 역사, 문화 체험여행, 남간정사, 동춘당, 국궁, 족욕, 온천 체험과 재래시장까지 푸짐한 대전여행
내용	(1일)대전역→옛충남도청사→남간정사→동춘당→시립미술관(KAIST)→국궁체험(족욕체험)→한밭수목원(국립중앙과학관)→중앙시장→성심당/으스정이→(2일)호텔숙박→온천체험→오월드→대전역
운영	(주)마루이앤티여행사(지역: 대전, 등록: 국내·외 여행 겸업)

자료: 대전마케팅공사 공식블로그의 내용을 토대로 연구자 작성



[그림 3-7] ‘Now we are going to Daejeon’의 참여 모습

자료: 대전공정관광 홈페이지와 대전마케팅공사 공식블로그

3) 원도심 구구뚜뚜

- 대전의 원도심 중심의 다양한 예술 문화활동을 체험할 수 있는 ‘원도심 구구뚜뚜’는 당일치기 코스와 1박 2일 코스로 구성되어 있음

[표 3-8] ‘원도심 구구뚜뚜’의 운영정보

구분	내용
일정과 참가비	1일, 1박 2일 / 1일 30,000(중식 포함), 1박 2일 66,000원(2식 포함)(1인)
주제	대전 원도심 구석구석을 누비는 도보여행, 대흥동의 문화 예술이 살아 있는 ‘공간’을 거닐며, 예술을 직접 체험해보는 원도심 사색 여행
내용	(1일)북카페 이데→대전여중→갤러리→벽화골목→미운오리공방→나무공방→소극장 고도→(2일)게스트하우스→지역사람만나기
운영	공감만세(지역: 대전, 등록: 일반여행업, 국내여행업)

자료: 대전마케팅공사 공식블로그의 내용을 토대로 연구자 작성

4) 2018 근대를 걷다

- 대전의 원도심에 아직 남아있는 근대건축물, 역사적 장소 등을 방문하는 ‘2018 근대를 걷다’는 역사학자의 깊이 있는 해설을 통해 역사공부도 하고, 전통시장에서의 지역먹거리 체험을 즐길 수 있는 프로그램임
- 투어 코스는 2가지가 있으며, 모두 5,000원이라는 저렴한 비용으로 참여가 가능함

[표 3-9] '2018 근대를 걷다'의 운영정보

구분	내용
일정과 참가비	1일 / 5,000원(1인)
주제	대전 원도심 곳곳에 남아있는 근대건축물, 문화유산을 활용한 원도심 관광프로그램. 역사학자와 함께 깊이 있는 해설과 함께 '공정관광 근대역사' 루트 탐험, 미션 수행, 공감백배 여행
내용	<ul style="list-style-type: none"> · 투어코스 1: 충남도지사관사→대전근현대전시관→대흥동성당→농산물품질관리원→대전여중강당→대전부청사→보죽집→지하상가→으느정이 · 투어코스 2: 철도관사촌→대전역보급창고→구산업은행→동양척식주식회사→구조흥은행→목척교→대전역→중앙시장→으느정이
운영	사유담협동조합(지역: 대전)

자료: 대전마케팅공사 공식블로그의 내용을 토대로 연구자 작성

5) 쏘라시스터즈와 함께하는 마을에너지 투어

- 절전교육을 재미있게 대전여행으로 포함시킨 이 프로그램은 에너지 절약여행으로 친환경 여행 콘셉트를 활용하고 있음
- 투어 코스는 2가지가 있으며, 성인 10,000원, 어린이 5,000원에 체험할 수 있음

[표 3-10] '쏘라시스터즈와 함께하는 마을에너지 투어'의 운영정보

구분	내용
일정과 참가비	1일 / 성인 10,000원, 어린이 5,000원(1인)
주제	날로 심각해 지는 미세먼지와 기후변화를 대비한, 에너지 절약 여행! 숨겨진 에너지 절약 노하우, 쏘라시스터즈와 함께 전기없이 살아보기 체험 등 친환경 여행
내용	<ul style="list-style-type: none"> · 투어 내용 1(관저동): 해들마을절전소→자전거발전기로 과일주스 만들기→에너지 하우스 방문→전기없이 음식만들기→선유초등학교 태양광 발전기→비전력놀이→절전서약하기 · 투어 내용 2(전민동): 모퉁이마을절전소→자전거발전기로 과일주스 만들기→에너지 하우스 방문→전기없이 음식만들기→소수력발전소 견학→비전력놀이→절전서약하기
운영	녹색연합(지역: 대전)

자료: 대전마케팅공사 공식블로그의 내용을 토대로 연구자 작성



[그림 3-8] ‘솔라시스터즈와 함께하는 마을에너지 투어’의 주요 프로그램

자료: 대전공정관광 홈페이지

6) Bee Park Tour

- 20여개의 마을 상점이 참여하는 ‘Bee Park Tour’는 다양한 이색체험을 즐길 수 있는 도시 재생 체험 투어임

[표 3-11] ‘Bee Park Tour’의 운영정보

구분	내용
일정과 참가비	1일 / 단체(20인 기준) 700,000원, 개인 20,000원(1인)
주제	청년공동체, 창업가, 상인들이 공존하는 어은동 공유마을 Bee Park 투어! Bee 스토어, 공유서점 유어 왓츄 리드, 공방체험 우디 목공방, 커뮤니티 카페, 청년과 마을이 함께 이루어낸 도시 재생 체험 투어
내용	Bee Park→우디목공방→유어왓츄리드→쉐어하우스 꿈꿀통→마을커뮤니티 탐방→마을 보물찾기→스탬프 릴레이
운영	(주)윙윙(지역: 대전)

자료: 대전마케팅공사 공식블로그의 내용을 토대로 연구자 작성

4. 시 주최 관광상품(2): 대전 스토리 투어¹¹⁾

- 2016년부터 시작된 대전 스토리 투어는 시가 주최가 되고, 대전체험여행협동조합(지역: 대전, 등록: 국내여행업)이 주관하여 진행하고 있는 대전의 지역기반 관광상품임

11) 대전체험여행협동조합 다음 카페의 내용을 참고하여 정리함

- 2019년의 경우 4월 20일부터 10월 27일까지 1개의 특별투어(새벽힐링투어: 유성특별)를 포함하여 3개의 유형(원도심투어, 새벽힐링투어, 야간투어) 9개 코스(원도심투어: 1919백년여행, 스튜디오대전, 5감체험여행 / 새벽힐링투어: 갑천, 유등천, 대청호대덕구, 대청호동구 / 야간투어: 대동하늘공원, 갑천반딧불이) 50회 일정(목표인원: 1,000명)이 계획되어 있음

[표 3-12] '2019 대전 스토리 투어'의 운영정보

유형	코스	횟수	인원	비고
원도심투어	1919백년여행	7	140	<ul style="list-style-type: none"> · 투어 취소 <ul style="list-style-type: none"> : 새벽힐링투어→우천 시 : 기타투어→5mm 이상 3시간 지속 시 · 새벽힐링투어는 일시별 출발 시간이 상이함 · 참가비: 3,000원(1인, 당일 납부)
	스튜디오대전	6	120	
	5감체험여행	7	140	
새벽힐링투어	갑천	4	80	
	유등천	5	100	
	대청호 대덕구	5	100	
	대청호 동구	5	100	
	유성특별	1	20	
야간투어	대동하늘공원	5	100	
	갑천반딧불이	5	100	
합계		50	1,000	

자료: 대전체험여행협동조합 다음 카페의 내용을 토대로 연구자 작성

1) 원도심투어(1): 1919백년여행

- 3·1운동과 임시정부수립 100주년을 기념하는 콘셉트로 대전의 정체성을 생각하는 원도심 역사여행

[표 3-13] '원도심투어 1919백년여행'의 운영정보

구분	내용
공간과 동선	인동, 중촌동, 삼성동, 대흥동 일원 / 3시간(버스)
코스	옛충남도청사→인동시장(3·16만세)→옛대전형무소 망루→한밭교육박물관→테미오래→옛충남도청사

자료: 대전체험여행협동조합 다음 카페의 내용을 토대로 연구자 작성

2) 원도심투어(2): 스튜디오대전

- 영화, TV 드라마 촬영지와 대통령 방문지를 직접 걸으며 대전의 다양한 매력을 느껴볼 수 있는 원도심 추억여행

[표 3-14] '원도심투어 스튜디오대전'의 운영정보

구분	내용
공간과 동선	선화동, 대흥동, 은행동 일원 / 3시간(도보, 2km)
코스	옛충남도청사→진로집→대흥동성당과 성심당→한밭권투체육관→으능정이거리→목척시장→카페 안도르

자료: 대전체험여행협동조합 다음 카페의 내용을 토대로 연구자 작성

3) 원도심투어(3): 5감체험여행

- 대전 동구 지역을 중심으로 미각, 후각, 청각, 촉각의 소재를 체험할 수 있는 체험여행

[표 3-15] '원도심투어 5감체험여행'의 운영정보

구분	내용
공간과 동선	정동, 중동, 원동 일원 / 3시간(버스, 1.8km)
코스	대전역 호국철도광장→두루치기(미각)→한의약거리(미각, 후각, 촉각)→중앙시장 미션체험(시각, 청각, 미각, 후각, 촉각)→툰툰툰 거리의 LP음악감상(청각)

자료: 대전체험여행협동조합 다음 카페의 내용을 토대로 연구자 작성

4) 새벽힐링투어(1): 갑천

- 대둔산 물과 계룡산 물이 만나는 봉곡동 야실마을의 이야기뿐만 아니라 이곳을 지나는 갑천의 자연환경, 평촌동 중촌마을 느티나무 옆 해맞이, 영화 클래식 촬영지 등 생태문화를 경험할 수 있는 힐링투어

[표 3-16] '새벽힐링투어 갑천'의 운영정보

구분	내용
공간과 동선	봉곡동, 평촌동, 용촌동, 원정동 등 갑천상류 일원 / 3시간(버스)
코스	옛충남도청사→봉곡동 야실마을→평촌동 중촌 느티나무→오제왜개 연꽃군락지→원정동 세편이 느티나무→영화 클래식 촬영지→옛충남도청사

자료: 대전체험여행협동조합 다음 카페의 내용을 토대로 연구자 작성

5) 새벽힐링투어(2): 유등천

- 유등천 상류의 하천을 걸으며 수달과 깃대종 이야기, 늦점골과 방아미 마을 이야기, 무수동 유희당과 단재 신채호 선생 생가를 방문하는 역사 이야기 중심의 생태문화 힐링투어

[표 3-17] '새벽힐링투어 유등천'의 운영정보

구분	내용
공간과 동선	침신동, 유등천 상류 일원, 무수동, 어남동 / 3시간(버스)
코스	옛충남도청사→유등천 상류/대전시계→무수동 광영정→무수동 유희당과 권이진 또는 단재 신채호 생가→옛충남도청사

자료: 대전체험여행협동조합 다음 카페의 내용을 토대로 연구자 작성

6) 새벽힐링투어(3): 대청호 대덕구

- 대청호 오백리길 삼정생태공원과 금강 해피로드 산책을 하며 대청호와 마을 중심의 생태문화 힐링투어

[표 3-18] '새벽힐링투어 대청호 대덕구'의 운영정보

구분	내용
공간과 동선	삼정동, 미호동, 대청호 일원 / 3시간(버스)
코스	옛충남도청사→삼정동 이촌/강촌마을 산책→차운도/차운주 정려각→금강 해피로드 산책→옛충남도청사

자료: 대전체험여행협동조합 다음 카페의 내용을 토대로 연구자 작성

7) 새벽힐링투어(4): 대청호 동구

- 비룡동 줄곧 돌장승과 대청호 등 사람들의 애환을 느낄 수 있는 생태 문화 힐링투어

[표 3-19] '새벽힐링투어 대청호 동구'의 운영정보

구분	내용
공간과 동선	대청호 일원(비룡동, 주산동) / 3시간(버스)
코스	옛충남도청사→비룡동 줄곧장승→주산동 사진찍기 좋은 곳→연꽃 마을→대청호 조망대→대동하늘공원→옛충남도청사

자료: 대전체험여행협동조합 다음 카페의 내용을 토대로 연구자 작성

8) 야간투어(1): 대동하늘공원

- 대동하늘공원의 야경을 중심으로 감상할 수 있는 야간투어

[표 3-20] '야간투어 대동하늘공원'의 운영정보

구분	내용
공간과 동선	소제동, 대동 일원 / 3시간(도보, 3.2km)
코스	대전역 호국철도광장→대동천→소제교→대동벽화마을→대동하늘공원→대동역

자료: 대전체험여행협동조합 다음 카페의 내용을 토대로 연구자 작성

9) 야간투어(2): 갑천반딧불이

- 갑천 상류의 늦반딧불 서식지를 중심으로 가을밤 환상의 야간투어

[표 3-21] '야간투어 갑천반딧불이'의 운영정보

구분	내용
공간과 동선	괴곡동, 봉곡동 / 3시간(버스)
코스	옛충남도청사→괴곡동 느티나무→봉곡동 야실마을→갑천 늦반딧불이 서식지→옛충남도청사

자료: 대전체험여행협동조합 다음 카페의 내용을 토대로 연구자 작성

5. 대전의 여행사 주관 관광상품(1): 기차여행 계절상품¹²⁾

- 대전 지역의 여행사인 야호관광(등록: 일반여행업)은 코레일의 열차와 연계하여 벚꽃을 대전에서 즐길 수 있는 계절(봄꽃)상품인 “핑크빛 벚꽃이 대전에 흩날리는 봄날”을 운영하였음
- 대전역 도착 후 모든 일정은 야호관광에서 준비하는 연계버스를 이용하여 1일 일정으로 진행되었음

[표 3-22] ‘핑크빛 벚꽃이 대전에 흩날리는 봄날’의 운영정보

구분	내용
출발	<ul style="list-style-type: none"> · 서울역(07:57)→영등포역(08:09)→수원역(08:31)→대전역(09:38) · 서울역(09:00)→대전역(09:50) · 부산역(08:10)→김천구미역(09:23)→대전역(09:46) · 부산역(08:20)→동대구역(09:11)→대전역(09:51)
도착	<ul style="list-style-type: none"> · 대전역(20:07)→수원역(21:16)→영등포역(21:37) · 대전역(20:20)→서울역(21:25) · 대전역(20:33)→김천구미역(20:55)→부산역(22:10) · 대전역(20:08)→동대구역(20:50)→부산역(20:08)
내용	농가 체험 & 농가식 시골 밥상 체험, 한밭수목원, 유성온천 야외 족욕체험, 테미오래 & 테미공원, 대전 원도심 & 야시장 등
기타	(포함) 왕복 KTX, 연계버스, 체험비, 중식, 인솔자 / (불포함) 간식, 기타 개인 비용

자료: 렛츠코레일 홈페이지



[그림 3-9] ‘핑크빛 벚꽃이 대전에 흩날리는 봄날’의 주요 공간과 프로그램

자료: 렛츠코레일 홈페이지

12) 렛츠코레일 홈페이지의 내용을 참고하여 정리함

6. 대전의 여행사 주관 관광상품(2): 부릉부릉 금강 오딧세이 테마버스 사업¹³⁾

- 부릉부릉 금강 오딧세이 테마버스는 대한민국 테마여행 10선에 의해 운영되는 사업임
 - 대한민국 테마여행 10선은 전국의 10개 권역을 대한민국을 대표하는 관광지로 육성하기 위해 문화체육관광부와 한국관광공사가 함께 진행하는 국내여행 활성화 사업으로, 대전은 공주, 부여, 익산과 함께 9권역(권역명: 위대한 금강역사여행)에 포함되어 있음



[그림 3-10] 대한민국 테마여행 10선

자료: 대한민국 테마여행 10선 블로그

- 부릉부릉 금강 오딧세이 테마버스 상품은 부여마을문화학교 협동조합이 주최가 되어 구성한 사회적여행 플랫폼인 '여행은 나랑'과 오픈마켓(11번가)을 통해 판매되고 있음
 - 그 중 대전 지역과 관련된 상품(금강 오딧세이 뮤지엄투어, 금강 오딧세이 아트투어, 금강 오딧세이 로맨틱투어)은 대전체험여행협동조합이 주관하여 진행하고 있음
 - 모집인원은 선착순 25명이고, 25명 이상 단체가 신청하는 경우에는 희망하는 장소에서 버스를 탑승할 수 있도록 서비스를 제공하고 있음

13) 대한민국 테마여행 10선 블로그와 여행은 나랑 홈페이지의 내용을 참고하여 정리함

1) 금강 오딧세이 뮤지엄투어

- 금강 오딧세이 뮤지엄투어는 추억의 박물관 원도심 투어로 대전과 공주의 박물관과 전시관을 탐험하는 일정으로 구성되어 있음

[표 3-23] ‘금강 오딧세이 뮤지엄투어’의 운영정보

구분	내용
날짜	주말 상시운영 (단, 20명 단체 신청의 경우 평일 운행가능)
일정과 참가비	1일 / 30,000원(1인)
코스	대전시청 북문 앞 버스정류장→대전근현대사전시관→테미오래→점심→공주박물관→ 풀꽃문학관→하숙테마거리→대전
활동 내용	<ul style="list-style-type: none"> · 대전근현대사전시관: 미션으로 알아보는 대전의 근현대사 · 테미오래: 도지사공관 내 비밀공간을 찾아라 · 공주박물관: 미션으로 무령왕릉 비밀 찾기, 1년 후 미래로 보내는 느리게 가는 엽서 체험, ‘다리’작 팔찌 만들기 체험 · 풀꽃문학관: 풀꽃시인 나태주 시인의 공간옛보기, ‘풀꽃’ 시 낭송하기 · 하숙테마거리: 60~80년대 과거로의 감성 산책
포함내역	여행가이드, 교통비, 여행자보험, 점심, 입장료, 각종체험비
운영	대전체험여행협동조합(지역: 대전, 등록: 국내여행업)

자료: 여행은 나랑 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성



[그림 3-11] ‘금강 오딧세이 뮤지엄투어’의 주요 공간

자료: 여행은 나랑 홈페이지

2) 금강 오딧세이 아트투어

- 금강 오딧세이 아트투어는 그림과 문학이 함께 하는 예술여행으로 대

전과 부어를 연결하는 일정으로 구성되어 있음

[표 3-24] '금강 오딧세이 아트투어'의 운영정보

구분	내용
일정과 참가비	1일 / 20,000원(1인)
코스	대전시청 북문 앞 버스정류장→이응노미술관→금강 수북정→정림사지→신동엽문학관→대전
활동 내용	<ul style="list-style-type: none"> · 이응노미술관: 미술관 전경 관람, 도슨트 해설과 자유 관람 · 금강 수북정: 백제왕과 자온대 전설 · 정림사지: 석공 이야기와 정림사지 6층 석탑 감상, 정림사지전 시관 관람 · 신동엽문학관: 신동엽 생가와 문학관 관람, 시낭송 버스킹
포함내역	여행가이드, 교통비, 여행자보험, 점심, 입장료, 각종체험비
운영	대전체험여행협동조합(지역: 대전, 등록: 국내여행업)

자료: 여행은 나랑 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성



[그림 3-12] '금강 오딧세이 아트투어'의 주요 공간

자료: 여행은 나랑 홈페이지

3) 금강 오딧세이 로맨틱투어

- 금강 오딧세이 로맨틱투어는 옛충남도청 내 기획전시와 촬영지를 체험할 수 있는 로맨틱 감성여행으로 대전과 익산을 1일 일정으로 방문할 수 있도록 구성되어 있음

[표 3-25] '금강 오딧세이 로맨틱투어'의 운영정보

구분	내용
일정과 참가비	1일 / 20,000원(1인)
코스	대전시청 북문 앞 버스정류장→옛충남도청→미륵사지→미륵사지 전시관→교도소세트장→대전
활동 내용	<ul style="list-style-type: none"> · 옛충남도청: 영화 촬영지와 기획전시 관람 · 미륵사지: 설화 속 미륵사지 창건이야기, 동양최대의 가람인 미륵사지 산책 · 미륵사지 전시관: 선화공주는 누구일까?, 미륵사지 석탑 출토 유물 관람 · 교도소세트장: 죄수복 체험, 교도소 세트장 관람
포함내역	여행가이드, 교통비, 여행자보험, 점심, 입장료, 각종체험비
운영	대전체험여행협동조합(지역: 대전, 등록: 국내여행업)

자료: 대전체험여행협동조합 다음 카페의 내용을 토대로 연구자 작성



[그림 3-13] '금강 오딧세이 아트투어'의 주요 공간

자료: 대전체험여행협동조합 다음 카페

7. 대전 외 여행사 주관 관광상품(1): 코레일관광개발 관광상품¹⁴⁾

- 코레일관광개발(주)(등록: 일반여행업)은 승무 사업, 유통 사업, 테마파크 사업과 함께 철도와 연계된 관광여행 사업을 운영하고 있음
 - 다양한 국내·외 관광여행 상품을 개발하고 판매하고 있는 가운데, 대전과 관련된 상품의 경우 대전 일정만 소화하는 상품과 대전과 타 지역을 결합한 상품으로 구분할 수 있음

14) 코레일관광개발 홈페이지의 내용을 참고하여 정리함

- 특히 최초 출발지와 최종 도착지까지는 코레일 기차를 이용하지만, 그 외 관광일정은 지역 내 연계차량을 활용하여 진행하며, 모든 일정에 인솔자가 있지 않기 때문에 정해진 시간 동안 개별 자유일정으로 진행되는 것이 특징이라고 할 수 있음
 - 또한 왕복 기차 사이에 경유역(서울역, 영등포역, 수원역, 평택역, 천안역 등)이 포함되어 있어 선택의 폭이 넓은 편임
- 아울러 모든 상품은 중소기업부와 코레일이 연계한 ‘팔도장터 관광열차’를 이용하여 진행되고 있음
- 팔도장터 관광열차는 전국의 전통시장과 주변 관광명소를 철도와 연계하여 방문할 수 있도록 구성된 철도관광상품으로 전통시장 활성화를 유도하기 위한 지원 사업임
 - 2019년의 경우 3월부터 11월까지 20개 코스, 연간 65회 정도 운행할 계획이며, 대전의 경우 중앙시장이 지원시장에 포함되어 있음
 - 또한 팔도장터 관광열차는 고객 1인당 운임료(15,000원)와 온누리상품권(5,000원)의 지원혜택이 포함되어 있음

1) 전 일정 대전 상품

- [표 3-26]의 상품은 2019 대전방문의 해에 맞춰 대전의 대표 명소를 하루 일정으로 방문할 수 있도록 구성되어 있음

[표 3-26] 전 일정 대전 상품(1)의 운영정보(코레일관광개발)

구분	내용
상품명	2019 대전방문의 해에 찾아가는 대전명소 계족산 황톳길·장태산자연휴양림 당일
일정과 참가비	1일 / 43,000원(1인)
코스	청량리역→대전역→계족산황톳길→중식(한민시장)→유성온천지구 족욕체험장→장태산자연휴양림→대전중앙시장→대전역→청량리역
포함내역	왕복 열차비, 연계 차량료, 온누리상품권
불포함내역	전 일정 식사비, 여행자보험, 기타 개인비용

자료: 코레일관광개발 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성

- [표 3-27]의 상품은 대전의 역사 관람과 대전의 대표 명소인 현충원과 뿌리공원을 방문하는 하루 일정으로 구성되어 있음

[표 3-27] 전 일정 대전 상품(2)의 운영정보(코레일관광개발)

구분	내용
상품명	‘3.1운동 100주년 기념 1919 대전감옥소’ 전시, 국립대전현충원, 뿌리공원 당일
일정과 참가비	1일 / 43,000원(1인)
코스	청량리역→대전역→대전근현대사전시관→중식→국립대전현충원→뿌리공원→대전중앙시장→대전역→청량리역
포함내역	왕복 열차비, 연계 차량료, 온누리상품권
불포함내역	전 일정 식사비, 여행자보험, 기타 개인비용

자료: 코레일관광개발 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성

- [표 3-28]의 상품은 대청호대덕뮤직페스티벌과 연계된 것으로 축제 장소와 함께 대전중앙시장을 방문하는 하루 일정으로 구성되어 있음

[표 3-28] 전 일정 대전 상품(3)의 운영정보(코레일관광개발)

구분	내용
상품명	dot자리 들고 떠나보자♥ 초특가 피크닉 상품! 대덕뮤직페스티벌♪ · 대전중앙시장 당일(중식&기념에코백 제공)
일정과 참가비	1일 / 35,000원(1인)
코스	청량리역→금강로하스 대청공원(이동 중 중식도시락 제공, 축제와 벚꽃 관람)→대전중앙시장&청년구단→대전역→청량리역
포함내역	왕복 열차비, 연계 차량료, 중식, 기념에코백, 온누리상품권
불포함내역	석식, 여행자보험, 기타 개인비용

자료: 코레일관광개발 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성

2) 대전 일정과 타 지역 일정 결합 상품

- [표 3-29]의 상품은 대전역 도착 후 금산의 주요 관광지로 이동하여 일정을 보내고, 다시 대전으로 돌아와 뿌리공원과 중앙시장을 방문하는 일정으로 구성되어 있음

[표 3-29] 대전 일정과 타 지역 일정 결합 상품(1)의 운영정보(코레일관광개발)

구분	내용
상품명	조팝꽃피는마을 농촌체험·하늘물빛정원, 대전뿌리공원 당일
일정과 참가비	1일 / 63,000원(1인)
코스	청량리역→대전역→조팝꽃피는마을→중식→금산하늘물빛정원→뿌리공원→대전중앙시장→대전역→청량리역
포함내역	왕복 열차비, 연계 차량료, 중식, 체험, 온누리상품권
불포함내역	제공 외 식사비, 여행자보험, 기타 개인비용

자료: 코레일관광개발 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성

- [표 3-30]의 상품은 논산의 주요 관광지인 선사인스튜디오와 명재고택 일정을 보내고, 대전으로 돌아와 대전중앙시장과 청년구단을 방문하는 일정으로 구성되어 있음

[표 3-30] 대전 일정과 타 지역 일정 결합 상품(2)의 운영정보(코레일관광개발)

구분	내용
상품명	★미스터선샤인 역주행 특가★ 갑시다 나라, 미스터선샤인 랜드&스튜디오·명재고택·대전청년구단(청년몰) 당일
일정과 참가비	1일 / 성인 46,000원, 어린이 36,000원(1인)
코스	용산역→논산역→중식→선샤인스튜디오→명재고택→대전중앙시장 & 청년구단→대전역→서울역
포함내역	왕복 열차비, 연계 차량료, 입장료(선샤인스튜디오), 온누리상품권
불포함내역	전 일정 식사비, 여행자보험, 기타 개인비용

자료: 코레일관광개발 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성

8. 대전 외 여행사 주관 관광상품(2): 소셜 커머스 판매상품

- 대전의 숙박이나 유료 관광지의 이용권뿐만 아니라 대전 여행에 대한 여행사 상품 또한 소셜 커머스를 통해 판매되고 있음

1) 전 일정 대전 상품

- 서울 거주자를 목표로 모집되는 [표 3-31]의 상품은 계족산항톳길과 장태산휴양림을 당일여행으로 방문할 수 있도록 구성하였음

[표 3-31] 전 일정 대전 상품(1)의 운영정보(소셜 커머스)

구분	내용
상품명	서울출발, 계족산황톳길+장태산휴양림 당일여행
일정과 참가비	1일 / 15,400원(1인)
코스	서울→장태산자연휴양림→중식(대전중앙시장)→유성족욕체험장→계족산 황톳길→서울 (※ 양재, 죽전 경유)
내역	(포함) 왕복 교통비, 여행가이드, 차량보험 / (불포함) 중식, 여행자보험
운영	테마캠프 여행사(지역: 서울, 등록: 국내·외 여행 겸업)

자료: 티몬 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성

- [표 3-32]의 상품은 [표 3-31]의 상품처럼 주요 방문지(계족산황톳길, 장태산휴양림, 대전중앙시장)를 동일하게 방문하면서, 추가적으로 체험 프로그램이 포함되어 있음

[표 3-32] 전 일정 대전 상품(2)의 운영정보(소셜 커머스)

구분	내용
상품명	서울출발 대전 계족산 황톳길+장태산 휴양림+중앙시장+시골밥상과 농촌체험
일정과 참가비	1일 / 21,900원(1인)
코스	서울→계족산 황톳길→장동 휴양마을(중식: 시골밥상, 농촌체험)→대전중앙시장→장태산자연휴양림→서울 (※ 죽전 경유)
내역	(포함) 왕복 교통비, 여행가이드, 차량보험, 중식(시골밥상) / (불포함) 여행자보험, 편한 복장(운동화), 카메라, 간식 등
운영	여행스케치 여행사(지역: 서울, 등록: 국내여행업)

자료: 티몬 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성

- [표 3-31]과 [표 3-32]의 상품 내 프로그램 이외에 유성온천 족욕체험이 포함된 상품도 [표 3-33]과 같이 존재함

[표 3-33] 전 일정 대전 상품(3-4)의 운영정보(소셜 커머스)

구분	내용	구분	내용
상품명	서울출발 대전 계족산 황토길+장태산 휴양림+중앙시장+시골밥상과 농촌체험	상품명	[수도권출] 대전 계족산 황토길 여행 맨발 트레킹+유성온천 족욕체험
일정과 참가비	1일 / 15,900원(1인)	일정과 참가비	1일 / 17,900원(1인)
코스	서울→장태산자연휴양림→중식(대전중앙시장)→대전중앙시장→유성족욕체험장→계족산 황토길→서울 (* 양재, 죽전 경우)	코스	서울→계족산 황토길→유성온천 족욕체험→중식(대전중앙시장)→장태산자연휴양림→서울 (* 죽전 경우)
내역	(포함) 왕복 교통비, 여행가이드, 차량보험 / (불포함) 중식, 여행자보험	내역	(포함) 왕복 교통비, 여행가이드, 차량보험 / (불포함) 여행자보험, 편한 복장(운동화), 카메라, 간식 등
운영	테마캠프 여행사(지역: 서울, 등록: 국내·외 여행 겸업)	운영	여행스케치 여행사(지역: 서울, 등록: 국내여행업)

자료: 쿠팡과 위메프 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성

2) 대전 일정과 타 지역 일정 결합 상품

- [표 3-34]의 상품은 대전역 도착 후 대전에서 일부 일정을 보내고, 대둔산도립공원(전북 완주군)으로 이동하여 일정을 보낸 후 다시 대전으로 돌아와 장태산자연휴양림을 방문하는 일정으로 구성되어 있음

[표 3-34] 대전 일정과 타 지역 일정 결합 상품의 운영정보(소셜 커머스)

구분	내용
상품명	서울출발 대전 계족산 황토길+장태산 휴양림+중앙시장+시골밥상과 농촌체험
일정과 참가비	1일 / 성인 69,000원, 어린이 55,000원(1인)
코스	서울역→대전역→뿌리공원&족보박물관→대둔산도립공원(케이블카, 중식)→장태산자연휴양림→대전역→서울역 (* 영등포역, 수원역, 평택역, 천안역 경우)
내역	(포함) 왕복열차비, 연계차량비, 대둔산 케이블카 / (불포함) 전 일정식사비, 여행자보험, 개별비용
운영	믿음여행사(지역: 서울, 등록: 일반여행업)

자료: 티몬 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성

제2절 대전의 연합관광상품 사례

1. 대전 외 여행사 간 연합관광상품(1): 하나투어의 관광상품¹⁵⁾

- 국내·외 여행 알선과 항공권 등을 판매하는 여행종합기업인 하나투어(지역: 서울, 등록: 일반여행업)는 대전 여행 상품을 판매하고 있음
 - 구체적으로 하나투어의 계열사나 거래처 등을 이용하여 연합상품으로 판매를 하고 있는 것이 특징임
 - 즉, 하나투어는 예약 등의 서비스를 제공하고, 실제 여행 진행은 계열사나 거래처가 진행하는 것을 의미함

1) 전 일정 대전 상품

- [표 3-35]의 상품은 하나투어의 계열사인 웹투어가 진행하는 것으로 수도권 모객을 목표로 구성되어 있음

[표 3-35] 연합관광상품(전 일정 대전 상품)의 운영정보(하나투어)

구분	내용
상품명	[연합상품] 대전 계족산황톳길, 장태산휴양림, 스카이다워, 유성온천 족욕체험 「당일」
일정과 참가비	1일 / 15,900원(1인)
코스	서울→장태산자연휴양림→중식(대전중앙시장)→유성족욕체험장→계족산 황톳길→서울 (※ 양재, 죽전 경유)
내역	(포함) 왕복 교통비, 여행가이드 등 / (불포함) 중식, 여행자보험
운영	웹투어(지역: 서울, 등록: 일반여행업)

자료: 하나투어 하나강산 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성

2) 대전 일정과 타 지역 일정 결합 상품

- [표 3-36]의 상품은 하나투어의 거래처인 테마캠프 여행사가 진행하는

15) 하나투어 하나강산 홈페이지의 내용을 참고하여 정리함

것으로, 대전역 도착 후 연계차량을 이용하여 대둔산도립공원으로 이동하여 관광과 케이블카 체험을 하고, 다시 대전으로 돌아와 장태산자연휴양림과 유성온천 족욕체험을 하는 일정으로 구성되어 있음

[표 3-36] 연합관광상품(대전 일정과 타 지역 일정 결합)의 운영정보(하나투어)

구분	내용
상품명	[연합상품][무궁화] 호남의 금강산! 대둔산+장태산 자연휴양림+족욕체험「당일」
일정과 참가비	1일 / 성인 69,000원, 어린이 59,000원(1인)
코스	서울역→대전역→대둔산도립공원(케이블카, 중식)→장태산자연휴양림→유성온천 족욕체험→대전역→서울역
내역	(포함) 왕복열차비, 연계차량비, 입장료(케이블카 포함) / (불포함) 전일정식사비, 여행자보험, 개별비용
운영	테마캠프 여행사(지역: 서울, 등록: 국내외 여행 겸업)

자료: 하나투어 하나강산 홈페이지의 내용을 토대로 연구자 작성

2. 대전 외 여행사 간 연합관광상품(2): 코레일의 관광상품¹⁶⁾

- 코레일은 2012년 여수에서 개최된 세계박람회(5.12.~8.12.)의 관람객 유치와 국내여행발전을 위해 여행스케치 여행사, 테마캠프 여행사, 하나투어, 모두투어(지역: 서울, 등록: 일반여행업), 롯데관광(지역: 서울, 등록: 일반여행업)과 상호협력하기로 하는 업무협약(MOU)을 2012년 5월 7일 체결하였음
- 그 중 모두투어는 2012년 5월 26일부터 8월 12일까지 엑스포 기간 동안 이용할 수 있는 특별기차 상품을 출시하였음
- 상품명은 ‘여수엑스포특별열차-당일여행’으로 총 9량 규모의 열차를 모두투어가 단독으로 운영하였음
- 구체적으로 코레일의 열차를 이용하여 ‘2012 여수세계박람회’에 맞춰 외부 도색작업을 하였고, 열차 1량의 좌석(64석→52석)을 줄여 공간

16) 대전일보(2018.12.19.), 서울경제(2012.5.7.), 헤럴드경제(2012.5.8.) 기사의 내용을 참고하여 정리함

- 을 넓히고, 카페칸을 운영하는 등의 내부를 새롭게 단장하였음
- 정해진 시간에 기차를 탑승하여 출발하는 일정이며, 여수엑스포역 도착 후 관람은 자유일정으로 진행되었음

[표 3-37] 연합관광상품(2012 여수세계박람회)의 운영정보(모두투어)

구분	내용
기간	2012. 5. 26. ~ 8. 26.
일정과 참가비	1일 / 성인 57,900원, 어린이 52,900원(1인)
코스	서울역 출발(06:25)→여수엑스포역 도착(11:00) 여수엑스포역 출발(18:30)→서울역 도착(23:00)
내역	(포함) 왕복열차비, 입장료 / (불포함) 전일정식사비 (석식 도시락 선택 가능), 여행가이드
운영	매주 토요일 (※ 5.28.(석가탄신일)~6.6.(현충일), 7.30.~8.3.(여름휴가철) 매일 운영)

자료: 헤럴드경제(2012), 엑스포 열리는 여수...‘당일치기’로 다녀오자, 5월 8일자 기사를 토대로 연구자 작성

- 이처럼 코레일은 협력사(협회, 숙박업, 여행업 등)와 함께 1985년 신혼 열차를 시작으로 대표적인 기차여행 히트 상품(예: 정동진 해돋이 열차, 정선 5일장 열차, 환상선 눈꽃열차, 자전거 열차 등)을 공동으로 개발하여 운영하였음
- 연간 290만 명 정도가 코레일의 기차여행 관광상품을 이용하고 있고, 이에 대한 지역경제 생산유발효과는 6,300억 원이 넘는다는 점에서 지역경제의 활성화 효과도 크다고 볼 수 있음
- 현재는 57개 협력사에서 코레일의 열차를 이용하여 786개의 기차여행 관광상품을 운영하고 있음

제3절 대전 관련 관광상품 사례에 대한 시사점

1. 대전의 관광상품 사례에 대한 시사점

1) 저렴한 가격의 당일형 관광상품

- 대전의 관광상품 대부분은 (지방)정부 등의 보조금 사업으로 진행되기 때문에 저렴한 가격 지불로 이용이 가능한 특징을 보이고 있음
 - 이에 대부분이 가격 지불이 많지 않은 당일형 관광상품으로 구성되어 있고, 비슷한 장소의 방문으로 코스가 구성되어 있음
 - 따라서 방문지에서의 체류시간이 대체로 길지 않고, 방문 위주로 진행이 되기 때문에 체험 활동이 상대적으로 부족 하는 등 관광상품의 품질을 원활하게 확보하는 것에 한계가 있음

2) 테마 활용의 가능성 존재

- 일부 관광상품(예: 대전 공정관광 프로그램, 대전 스토리 투어 등)은 소수의 인원을 모집하여 명확한 테마를 경험할 수 있도록 구성되어 있음
 - 즉, 비슷한 장소를 방문하면서도 방문 코스를 무리하게 늘리지 않고, 오히려 테마를 충분히 경험할 수 있는 해설이나 체험 등을 통해 프로그램의 내실화를 도모한 것이 특징임
 - 따라서 많은 인원을 통해 수익을 창출하기보다 소수의 인원이더라도 명확한 테마를 적극적으로 활용하는 것이 대전의 국내여행 상품시장에 필요함을 알 수 있음

2. 대전의 연합관광상품 사례에 대한 시사점

1) 연합 범위의 다양성 부족

- 연합의 개념이 다양한 만큼 여행사 간 연합 범위를 다양하게 확보하여

소비자의 선택 폭을 넓힐 필요가 있음

- 현재는 도매 여행사가 관광상품을 개발하고 예약을 받으면, 협력사 등의 소매 여행사가 상품을 진행하거나 교통수단만 제공하는 등의 여행사 간 연합 범위가 협소한 편임
- 따라서 관광상품의 개발에서부터 판매까지 여행사 간 연합 범위를 확대함과 동시에 관광상품의 형태를 다양화시킬 필요가 있음

2) 대전 내 여행사 주관 부족

- 일부 관광상품을 제외하고 대부분은 대전에 위치하지 않은 여행사가 관광상품을 개발·운영하고 있는 상황임
 - 대전에 위치하지 않은 여행사가 진행하는 관광상품의 대부분은 대전의 관광지를 단순 방문하는 일정으로 구성되어 있는 등 테마가 명확하지 않고, 관광상품의 차별화가 부족한 실정임
 - 지역의 이야기나 체험 등을 기획함에 있어서 지역 기반의 여행사가 적극적으로 참여하는 것이 바람직하지만, 수입 창출 등의 여러 가지 이유로 인해 대전의 여행사가 대전의 국내여행 상품을 취급하지 않고 있는 상황임

국내여행과 대전의 관광상품 관련 수요자 조사

제1절 조사 개요

제2절 분석결과 개요

4장

제4장 국내여행과 대전의 관광상품 관련 수요자 조사

제1절 조사 개요

1. 측정문항 개요

- 온라인 설문조사를 위해 측정 항목은 스크리닝 항목(A), 일반 여행 관련 응답(B), 대전여행 관련 응답(C), 관광상품 관련 응답(D), 응답자 일반사항(E) 등 크게 5개로 구분하여 도출하였음
 - 항목에 따라 Likert 5점 척도(1=전혀 선호하지 않다, 전혀 풍부하지 않다, 매우 불만족, 전혀 그렇지 않다, 전혀 중요하지 않다 ↔ 5=매우 선호한다, 매우 풍부하다, 매우 만족, 매우 그렇다, 매우 중요하다), 명목척도, 서열척도, 비율척도로 측정하였음
- 스크리닝 항목은 거주지역, 관광목적 대전방문, 여행사 관광상품 이용 대전방문을 [표 4-1]과 같이 구성하여 본 연구의 대상자를 선정하였음
 - 즉, 대전에 거주하지 않고, 대전을 관광목적으로 방문한 경험과 여행사 관광상품을 이용하여 방문한 경험이 있는 성인남녀가 본 연구의 대상이기 때문에 이를 판별할 수 있는 스크리닝 항목을 사용하였음

[표 4-1] 스크리닝 항목의 구성내용

구분	보기	비고
거주지역	수도권, 충청권(충북, 충남, 대전, 세종), 영남권, 호남권, 강원/제주	“대전” 응답 시 설문 종료
관광목적 대전방문	있다, 없다	“없다” 응답 시 설문 종료 숫자를 기입하도록 설정
	방문횟수: ()회	
여행사 관광상품 이용 대전방문	있다, 없다	“없다” 응답 시 설문종료

- 일반 여행 관련 응답부터 관광상품 관련 응답의 항목은 관광객 대상의 실태조사와 관련된 선행연구(경기관광공사, 2019; 대구경북연구원, 2018; 송화성, 2017), 관광상품에 대한 선행연구(순통 등, 2014; 신상준, 2018; 이명구, 2016; 척재방 등, 2014; 최윤정 등, 2015), 대전관광 홈페이지를 참고하여 구성하였음
- 일반 여행 관련 응답 항목은 국내여행 선호도, 당일과 숙박여행 선호 지역(대전 미선택 이유 포함)으로 구성하였고, 대전여행 관련 응답 항목은 대전의 관광 자원 풍족도, 대전여행 활동, 전반적 대전여행 평가로 구성하였으며, 관광상품 관련 응답 항목은 상품 속성의 중요도/비율/선호순위, 테마유형 선호도 평가, 테마유형 결합 선호순위로 구성하였으며, 마지막으로 응답자 일반사항 관련 항목은 성별, 연령, 결혼 여부, 월평균소득, 직업으로 구성하였음

2. 온라인 설문조사 개요

- 본 연구의 모집단은 관광목적으로 대전을 방문한 경험이 있고, 아울러 여행사의 관광상품을 통해 대전을 방문한 경험이 있는 대전 외 지역에 거주하는 성인남녀를 대상으로 하였음
- 이에 위의 3가지 조건(① 대전 외 거주자, ② 관광목적의 대전방문 경험, ③ 여행사의 관광상품 이용에 따른 대전방문 경험)의 응답자를 현장 설문조사로 확보하는 것은 현실적으로 어렵고, 비효율적임
- 따라서 본 연구는 (주)와이즈인컴퍼니라는 온라인 전문조사 업체가 보유하고 있는 패널집단을 활용하여 온라인 설문조사를 진행하였음
- (주)와이즈인컴퍼니는 2019년 1월 2일 기준 총 1,189,213명(남자: 691,641명, 여자: 497,572명)의 패널을 보유하고 있음
- 이 중 본 연구의 모집단에 맞는 표본 프레임은 [표 4-2]와 같이 (주)와이즈인컴퍼니의 보유패널(1,189,213명) 중 대전 지역 거주와 만 19세 미만의 패널을 제외한 패널(총 1,138,907명→남자: 663,307명, 여자: 475,600명)에서 표본을 선정하였음

[표 4-2] 표본 프레이밍 현황(대전 거주자와 만 19세 미만 제외)

지역	20대		30대		40대		50대		60세 이상		계
	남자	여자	남자	여자	남자	여자	남자	여자	남자	여자	
서울	20,520	22,594	72,936	62,970	46,222	17,510	15,429	9,875	2,183	2,203	272,442
부산	7,985	9,604	29,762	28,626	14,201	5,151	4,277	2,475	1,676	1,056	104,813
대구	6,531	6,449	21,492	20,947	10,683	3,879	3,185	1,839	1,209	790	77,004
인천	6,112	7,079	22,366	20,648	13,286	5,508	4,225	2,298	1,382	901	83,805
광주	3,868	5,129	13,077	10,974	6,267	2,647	1,909	1,074	901	427	46,273
울산	1,881	2,363	4,146	3,686	4,321	1,598	1,288	475	373	241	20,372
경기	17,326	21,066	74,842	57,698	49,629	19,251	12,863	5,794	2,328	2,273	263,070
강원	2,512	2,798	10,156	6,907	4,899	2,056	1,589	817	643	305	32,682
충북	2,762	2,728	5,751	3,665	3,166	1,062	716	287	210	88	20,435
충남	2,404	2,727	5,793	3,493	3,658	1,160	796	315	210	129	20,685
전북	4,960	6,077	11,119	6,779	8,448	3,002	3,112	1,756	1,436	852	47,541
전남	3,976	4,771	8,716	5,175	4,975	1,986	1,636	851	748	304	33,138
경북	5,055	4,965	14,386	10,473	8,168	3,012	2,576	1,089	790	439	50,953
경남	5,161	6,237	16,318	14,162	8,172	2,619	2,809	1,316	884	478	58,156
제주	580	949	2,102	2,151	955	404	197	92	82	26	7,538
계	91,633	105,536	312,962	258,354	187,050	70,845	56,607	30,353	15,055	10,512	1,138,907

자료: ㈜와이즈인컴퍼니 내부자료를 토대로 연구자 재구성

[표 4-3] 2018년 12월말 기준 주민등록 인구통계

권역	남자				여자				전체
	20대	30대	40대	50대	20대	30대	40대	50대	
수도권	1,848,092	1,993,838	2,205,148	4,377,505	1,760,546	1,938,172	2,171,180	4,819,071	21,113,552
충청권 ^a	263,904	290,550	336,220	756,464	219,511	262,342	302,307	831,268	3,262,566
영남권	883,878	880,399	1,055,962	2,524,068	739,368	819,275	1,021,757	2,867,595	10,792,302
호남권	337,361	315,716	414,337	1,011,971	292,753	297,506	384,666	1,158,131	4,212,441
강원/제주	145,660	135,885	180,395	442,900	118,945	127,420	166,963	491,913	1,810,081
합계	3,478,895	3,616,388	4,192,062	9,112,908	3,131,123	3,444,715	4,046,873	10,167,978	41,190,942

주: ^a 대전 제외
 자료: 행정안전부 홈페이지 자료를 토대로 연구자가 재구성

- 이후 온라인 설문조사의 표본은 [표 4-3]과 같이 2018년 12월말 기준 주민등록 인구통계를 토대로 [표 4-4]와 같이 목표표본(N=270)에 맞게 권역별(수도권, 대전 제외 충청권, 영남권, 호남권, 강원/제주), 성별(남자, 여자), 연령별(20대, 30대, 40대, 50세 이상)로 분할한 후 표본을 추출(방법: 층화추출법)하였음
- 목표표본 크기인 270명의 설문조사가 완료되면 더 이상 설문조사가 진행되지 않도록 시스템 제어를 하였고, 설문을 완료한 270명의 패널 집단에게는 현금화가 가능한 사이버 머니를 적립해주었음

[표 4-4] 권역별, 연령별, 성별 목표설문(N=270) 할당표

권역	20대		30대		40대		50세 이상		합계	
	남자	여자	남자	여자	남자	여자	남자	여자	남자	여자
수도권	12	12	13	13	14	14	28	31	67	70
충청권(대전 제외)	2	1	2	2	2	2	5	5	11	10
영남권	6	5	6	5	7	7	17	18	36	35
호남권	2	2	2	2	3	3	7	8	14	15
강원/제주	1	1	1	1	1	1	3	3	6	6
합계	23	21	24	23	27	27	60	65	134	136

- 이러한 과정을 토대로 온라인 설문조사는 2019년 5월 17일부터 5월 24일까지 7일 간 (주)와이즈인컴퍼니의 보유 패널을 대상으로 실시하였고, 표집오차는 95% 신뢰수준에서 $\pm 5.96\%$ (무한 모집단 가정의 경우)로 나타났음
- 구체적인 설문조사는 표본 프레임에 포함된 패널(1,138,907명) 중 3,000명(목표표본 수의 3.7배수)에게 무작위 메일을 발송하였음
- 이중 2,212명이 설문조사에 참여하였고, 1,942명이 스크리닝 문항을 통해 탈락하여 최종적으로 270명의 응답이 회수되었음
- 이후 회수된 설문지를 토대로 측정 항목의 정규성과 이상값 등을 확인한 후 특이한 사항이 도출되지 않아 최종적으로 270부를 유효표본으로 확보한 후 실증분석을 실시하였음

제2절 분석결과 개요

1. 기본적 특성 정보

1) 인구통계학적 특성

- 유효표본 270명에 대한 빈도분석 결과를 살펴보면 [표 4-5]와 같음
 - 거주지역은 수도권(50.7%), 영남권(26.3%), 호남권(10.7%) 순으로 많은 가운데, 성별은 여성(50.4%)과 남성(49.6%)이 비슷하게 조사되었으며, 연령은 50세 이상(46.3%), 40대(20.0%), 30대(17.4%), 20대(16.3%) 순으로 나타났음
 - 결혼여부와 최종학력은 기혼(70.7%)과 대학교(65.6%)가 많은 가운데, 월평균소득은 500만원 이상(23.7%), 300만원대(21.9%), 400만원대(21.1%) 순으로 나타났음

[표 4-5] 응답자의 기본적 특성 정보에 대한 빈도분석 결과

구분		n	%	구분		n	%
거주 지역	수도권	137	50.7	결혼여부	미혼	79	29.3
	충청권(충북)	9	3.3		기혼	191	70.7
	충청권(충남)	10	3.7	최종학력	고졸 이하	37	13.7
	충청권(세종)	2	.7		전문대	22	8.1
	영남권	71	26.3		대학교	177	65.6
	호남권	29	10.7		대학원	34	12.6
강원/제주	12	4.4	직업	사무직	114	42.2	
성별	남성	134		49.6	서비스직	31	11.5
	여성	136		50.4	공무원	15	5.6
연령	20~29세	44		16.3	자영업	24	8.9
	30~39세	47		17.4	생산직/기술직	13	4.8
	40~49세	54		20.0	학생	11	4.1
	50세 이상	125	46.3	주부	42	15.6	
월평균 소득	200만원 미만	51	18.9	전문직	14	5.2	
	200~299만원	39	14.4	기타	6	2.2	
	300~399만원	59	21.9	방문횟수 (M=4.63)	1회	53	19.6
	400~499만원	57	21.1		2회 이상	217	80.4
	500만원 이상	64	23.7	합계(N)		270	100.0

- 직업은 사무직이 42.2%로 가장 많았고, 그 다음으로 주부(15.6%), 서비스직(11.5%) 순으로 나타났음
- 한편, 관광목적으로 대전을 방문한 경험은 2회 이상(80.4%)이 많은 가운데, 평균횟수는 4.63회로 나타났음

2) 일반 여행 관련 특성

□ 당일여행으로 선호하는 국내지역 3곳

- 당일여행으로 선호하는 국내지역(17개) 중 3곳을 선택한 응답에 대해 빈도분석을 실시한 결과 서울을 1순위부터 3순위까지 응답한 비율(46.3%)이 가장 높은 것을 알 수 있음
- 대전의 경우 1순위부터 3순위까지 응답한 비율(40.4%)이 서울 다음으로 높은 것으로 나타나 당일여행 선호 국내지역이라고 할 수 있음

[표 4-6] 응답자의 당일여행 선호지역에 대한 빈도분석 결과

구분	1순위		2순위		3순위		합계		평가	
	n	%	n	%	n	%	n	%		
당일여행 선호지역	서울	76	28.1	30	11.1	19	7.0	125	46.3	1
	대전	29	10.7	42	15.6	38	14.1	109	40.4	2
	강원	26	9.6	22	8.1	26	9.6	74	27.4	3
	부산	29	10.7	25	9.3	16	5.9	70	25.9	4
	경기	20	7.4	32	11.9	15	5.6	67	24.8	5
	제주	19	7.0	12	4.4	26	9.6	57	21.1	6
	인천	17	6.3	18	6.7	15	5.6	50	18.5	7
	전남	5	1.9	10	3.7	23	8.5	38	14.1	8
	울산	4	1.5	12	4.4	16	5.9	32	11.9	9
	대구	8	3.0	13	4.8	9	3.3	30	11.1	10
	경북	9	3.3	5	1.9	15	5.6	29	10.7	11
	충북	5	1.9	4	1.5	16	5.9	25	9.3	12
	경남	9	3.3	6	2.2	10	3.7	25	9.3	12
	충남	2	.7	13	4.8	7	2.6	22	8.1	14
	전북	5	1.9	9	3.3	8	3.0	22	8.1	14
	세종	5	1.9	11	4.1	4	1.5	20	7.4	16
	광주	2	.7	6	2.2	7	2.6	15	5.6	17

□ 숙박여행으로 선호하는 국내지역 3곳

- 숙박여행으로 선호하는 국내지역(17개) 중 1순위부터 3순위까지 선택한 응답에 대해 빈도분석을 실시한 결과 제주(46.7%)가 가장 높은 것을 알 수 있으며, 그 다음으로 강원(37.4%), 서울/부산(33.7%) 순으로 나타났음
- 숙박여행 선호지역으로 대전을 선택한 1순위부터 3순위까지의 비율은 30.0%로 국내지역 17곳 중 5번째 정도로 평가되었음

[표 4-7] 응답자의 숙박여행 선호지역에 대한 빈도분석 결과

구분	1순위		2순위		3순위		합계		평가	
	n	%	n	%	n	%	n	%		
숙박여행 선호지역	제주	64	23.7	37	13.7	25	9.3	126	46.7	1
	강원	39	14.4	27	10.0	35	13.0	101	37.4	2
	서울	56	20.7	14	5.2	21	7.8	91	33.7	3
	부산	14	5.2	39	14.4	38	14.1	91	33.7	3
	대전	34	12.6	25	9.3	22	8.1	81	30.0	5
	경기	14	5.2	26	9.6	8	3.0	48	17.8	6
	전남	11	4.1	9	3.3	21	7.8	41	15.2	7
	인천	8	3.0	10	3.7	14	5.2	32	11.9	8
	충남	6	2.2	13	4.8	13	4.8	32	11.9	8
	충북	7	2.6	11	4.1	11	4.1	29	10.7	10
	광주	0	0.0	11	4.1	16	5.9	27	10.0	11
	대구	3	1.1	11	4.1	12	4.4	26	9.6	12
	경남	3	1.1	13	4.8	6	2.2	22	8.1	13
	전북	3	1.1	6	2.2	9	3.3	18	6.7	14
	울산	3	1.1	5	1.9	8	3.0	16	5.9	15
	경북	1	.4	7	2.6	8	3.0	16	5.9	15
	세종	4	1.5	6	2.2	3	1.1	13	4.8	17

□ 당일 또는 숙박여행으로 대전을 선택하지 않은 이유

- 당일여행이나 숙박여행으로 대전을 선호한다는 응답자가 총 190명인 가운데, 대전을 선택하지 않은 응답자는 총 80명으로 나타났음
- 이후 80명을 대상으로 대전을 선택하지 않은 이유에 대한 응답을 빈도분석으로 살펴본 결과 총 296개의 중복 응답 가운데, 불거리/즐길 거리 부족(22.6%)이 가장 많은 것으로 나타났음

- 그 외에 볼거리/즐길거리 다음으로 여행사의 관광상품 미흡(14.2%)에 대한 응답도 많은 것을 알 수 있음

[표 4-8] 당일 또는 숙박여행 선호지역 중 대전 미선택 응답자에 대한 빈도분석 결과

구분	n	%	구분	n	%
볼거리/즐길거리 부족	67	22.6	관광서비스 미흡	24	8.1
여행사의 관광상품 미흡	42	14.2	여행 경비 불만족	22	7.4
식도락(음식) 부족	32	10.8	쇼핑상품 부족	12	4.1
교통편/접근성 부족	30	10.1	경험자의 비추천	11	3.7
여행 정보/안내 부족	26	8.8	숙박시설 부족	4	1.4
여행지 지명도 부족	24	8.1	기타	2	.7
합계(N)			296	100.0	

3) 대전여행 관련 특성

□ 대전 내 추천 장소 평가

- 대전 내 추천 장소에 대한 총 448개의 중복 응답이 나온 가운데, 오월드(18.5%)에 대한 응답이 가장 많은 것으로 나타났음
- 그 외에 유성(온천)(14.1%)과 한밭수목원(13.8%)에 대한 응답도 많은 것을 알 수 있음

[표 4-9] 대전 내 추천 장소에 대한 빈도분석 결과

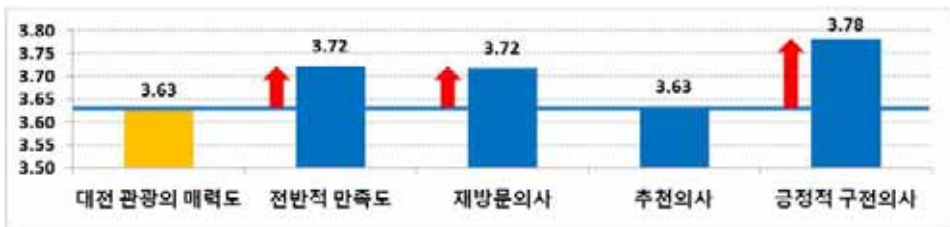
장소명	n	%	장소명	n	%
오월드	83	18.5	은행동(으능정이문화의거리 /스카이로드)	19	4.2
유성(온천)	63	14.1	대동하늘공원	18	4.0
한밭수목원	62	13.8	뿌리공원(효월드)	16	3.6
엑스포 과학공원(한빛탑)	43	9.6	아쿠아리움	12	2.7
장태산 자연휴양림	26	5.8	유림공원	12	2.7
대전역(대전중앙시장)	23	5.1	국립중앙과학관	10	2.2
계룡산(수통골)	21	4.7	보문산	10	2.2
성심당	20	4.5	카이스트	10	2.2
합계(N)			448	100.0	

□ 전반적 대전여행 평가

- Likert 5점 척도를 활용한 전반적 대전여행 평가를 기술통계 분석으로 살펴본 결과 보통(3점) 이상의 평균값을 보이는 것으로 나타났음
- 구체적으로 현재 대전의 관광 매력도에 대한 평균은 3.63으로 나타난 가운데, 대전여행에 대한 전반적 만족도, 재방문의사, 추천의사, 그리고 긍정적 구전의사에 대한 평균은 3.63과 동일하거나 그 이상인 것을 알 수 있음

[표 4-10] 전반적 대전여행 평가에 대한 기술통계 분석결과

변수명	M	S.D.	왜도	첨도
1) 현재 대전의 관광은 매력적임	3.63	.848	-.160	-.554
2) 대전여행에 대해 전반적으로 만족함	3.72	.888	-.483	-.121
3) 대전을 여행목적으로 재방문할 것	3.72	.819	-.418	.181
4) 대전여행을 다른 사람에게 추천할 것	3.63	.806	-.354	.144
5) 대전여행을 다른 사람에게 긍정적으로 이야기할 것	3.78	.909	-.422	-.286



[그림 4-1] 전반적 대전여행 평가에 대한 기술통계 분석결과 그래프

4) 국내여행 선호도와 대전의 관광 자원 만족도 간 비교

- 국내여행 선호도 항목과 대전의 관광 자원 만족도 항목 간 평균 차이를 살펴보기 위해 대응표본 t-검정을 실시한 결과 8개 항목 모두 만족도와 선호도 간 평균 차이는 통계적으로 유의한 것을 알 수 있음
- 즉, 국내여행 선호도(전체 평균=4.02)에 비해 대전의 관광 자원 만족도(전체 평균=3.57)는 상대적으로 낮은 것을 의미함
- 이에 대한 결과를 토대로 Martilla와 James(1977)가 제안한 중요도-성취도 분석(IPA: Importance-Performance Analysis, 이하 IPA)을

실시해보고자 함

- IPA는 경영상 문제점을 간단하게 파악할 수 있는 방법으로 동일한 평가 속성에 대한 사전 중요도와 사후 성취도를 2차원의 시각적 도표에 표시하는 것임
 - 구체적으로 먼저 설문지를 통해 평가 속성의 사전 중요도와 사후 성취도에 대한 평균값을 도출하고, 중요도는 Y축에 성취도는 X축에 놓은 후 중요도와 성취도의 전체 평균값을 토대로 X축과 Y축을 교차하는 4개의 사분면을 도출하게 되고, 각 사분면의 의미는 다음과 같음
 - 먼저 I사분면(유지강화 영역: Keep Up the Good Work)은 높은 중요도와 높은 성취도에 의해 도출되는 영역으로, 이 영역에 포함된 속성은 현재 좋은 상태를 보이기 때문에 계속 유지하는 것이 바람직하다고 볼 수 있음
 - II사분면(중점투자 영역: Concentrate Here)은 높은 중요도와 낮은 성취도에 의해 도출되는 영역으로, 이 영역에 포함된 속성은 향후 개선의 집중 대상이기 때문에 중점 투자가 이루어질 필요가 있음
 - III사분면(점진적 개선 영역: Low Priority)은 낮은 중요도와 낮은 성취도에 의해 도출되는 영역으로, 이 영역에 포함된 속성은 현재 이상의 노력 투입은 불필요하지만, I사분면의 영역으로 리포지셔닝(re-positioning) 시키기 위해 점진적 개선이 필요하다고 볼 수 있음
 - IV사분면(현상유지 영역: Possible Overkill)은 낮은 중요도와 높은 성취도에 의해 도출되는 영역으로, 현재 자원이 과도하게 낭비되고 있기 때문에 현상 유지만으로 충분하다고 볼 수 있음
- 본 연구에서는 국내여행 선호도를 사전 기대로 보고 중요도(Y축)에 위치시키고, 대전의 관광 자원 만족도를 사후 만족으로 보고 성취도(X축)에 위치시킨 후 국내여행 선호도와 대전의 관광 자원 만족도의 전체 평균($Y=4.02$, $X=3.57$)을 토대로 X축과 Y축을 교차하는 4개의 사분면을 도출하였음
- 분석결과 자연 관광 자원(◆1), 쇼핑 관광 자원(◆7), 식도락 관광 자원(◆8)은 I사분면(유지강화 영역)에 위치하여 지속적 유지가 요구되

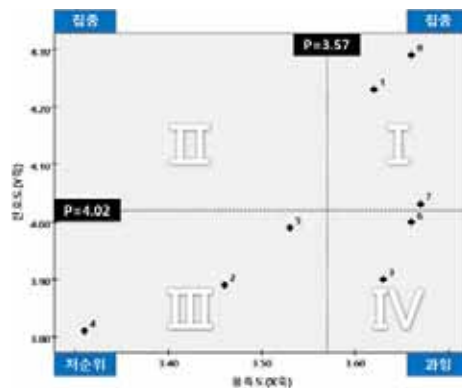
는 항목으로 나타났음

- 반면에 체험 관광 자원(◆2), 레저/스포츠 활동 자원(◆4), 역사 관광 자원(◆5)은 III사분면(점진적 개선 영역)에 위치하여 점진적 개선이 요구되는 항목으로 나타났음
- 다만 문화/스포츠 시설 자원(◆4)과 테마/안보 관광 자원(◆6)은 IV사분면(현상유지 영역)에 위치하여 더 이상의 투자는 현실적으로 바람직하지 않은 것으로 나타났음

[표 4-11] 국내여행 선호도와 대전의 관광 자원 만족도 간 대응표본 t-검정결과

변수명	만족도 (X축)	선호도 (Y축)	차이 (X-Y)	t값	p값	영역
◆1: 자연 관광 자원	3.62	4.23	-0.607	-10.647	.000***	I
◆2: 체험 관광 자원	3.46	3.89	-0.422	-6.851	.000***	III
◆3: 문화/스포츠 시설 자원	3.63	3.90	-0.270	-4.376	.000***	IV
◆4: 레저/스포츠 활동 자원	3.31	3.81	-0.500	-7.492	.000***	III
◆5: 역사 관광 자원	3.53	3.99	-0.459	-7.157	.000***	III
◆6: 테마/안보 관광 자원	3.66	4.00	-0.344	-5.538	.000***	IV
◆7: 쇼핑 관광 자원	3.67	4.03	-0.363	-5.883	.000***	I
◆8: 식도락 관광 자원	3.66	4.29	-0.630	-10.347	.000***	I
평균	3.57	4.02				

주: *p<.05, **p<.01, ***p<.001



[그림 4-2] IP 매트릭스(1)

2. 국내여행 관광상품 관련 특성

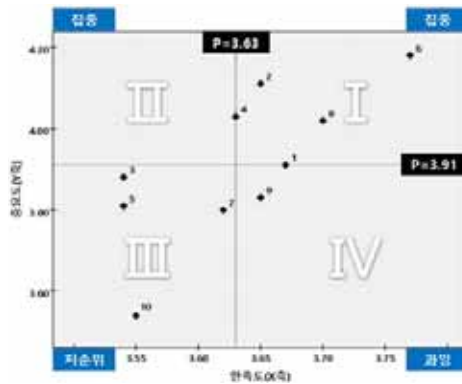
1) 상품 속성의 중요도와 대전여행 활동의 만족도 간 비교

- 국내여행 관광상품 구성 시 상품 속성의 중요도와 여행사의 관광상품 이용 시 대전여행 활동의 만족도 간 평균 차이를 대응표본 t-검정을 통해 살펴본 결과 “여행사 명성(◆10)”이라는 항목을 제외하고 9개 항목의 평균 차이가 통계적으로 유의한 것을 알 수 있음
 - 즉, 여행사 명성을 제외하고, 국내여행 관광상품 구성 시 상품 속성의 중요도(전체 평균=3.91)에 비해 대전여행 활동의 만족도(전체 평균=3.63)는 상대적으로 낮은 것을 의미함
- 이후 국내여행 관광상품 구성 시 상품 속성의 중요도를 Y축에 위치시키고, 여행사의 관광상품 이용 시 대전여행 활동의 만족도를 X축에 위치시켜 IPA를 실시하였음
- Y축(M=3.91)과 X축(M=3.63)의 전체 평균을 활용하여 각 축을 교차하는 4개의 사분면을 도출한 결과는 다음과 같음
 - 관광비용(◆2), 식도락(음식)(◆6), 숙박(◆8)은 I사분면(유지강화 영역)에 위치하여 지속적 유지가 요구되는 항목으로 나타났음
 - 반면에 체험활동(◆3), 인적 서비스(◆5), 쇼핑(살거리)(◆7), 여행사 명성(◆10)은 III사분면(점진적 개선 영역)에 위치하여 점진적 개선이 요구되는 항목으로 나타났음
 - 다만 관광안내/정보 획득(◆9)은 IV사분면(현상유지 영역)에 위치하여 더 이상의 투자는 현실적으로 바람직하지 않은 것으로 나타났음
 - 그 외에 이동수단(◆1)과 일정(스케줄)(◆4)은 Y축과 X축에 각각 겹쳐 어느 영역에도 포함되지 않음을 알 수 있음

[표 4-12] 상품 속성의 중요도와 대전여행 활동의 만족도 간 간 대응표본 t-검정결과

변수명	만족도 (X축)	중요도 (Y축)	차이 (X-Y)	t값	p값	영역
◆1: 이동수단	3.67	3.91	-.244	-4.912	.000***	-
◆2: 관광비용	3.65	4.11	-.459	-6.722	.000***	I
◆3: 체험활동	3.54	3.88	-.341	-6.020	.000***	III
◆4: 일정(스케줄)	3.63	4.03	-.404	-6.760	.000***	-
◆5: 인적 서비스	3.54	3.81	-.274	-4.370	.000***	III
◆6: 식도락(음식)	3.77	4.18	-.411	-7.102	.000***	I
◆7: 쇼핑(살거리)	3.62	3.80	-.178	-2.930	.004**	III
◆8: 숙박	3.70	4.02	-.326	-5.256	.000***	I
◆9: 관광안내/정보 획득	3.65	3.83	-.178	-3.136	.002**	IV
◆10: 여행사 명성	3.55	3.54	.015	.263	.793	III
평균	3.63	3.91				

주: *p<.05, **p<.01, ***p<.001



[그림 4-3] IP 매트릭스(2)

2) 상품 속성의 중요도 비율과 선호순위

□ 국내여행 관광상품 구성 시 상품 속성의 중요도 비율

○ 국내여행 관광상품 구성 시 상품 속성의 중요도 비율을 기술통계 분석을 통해 살펴보면 다음과 같음

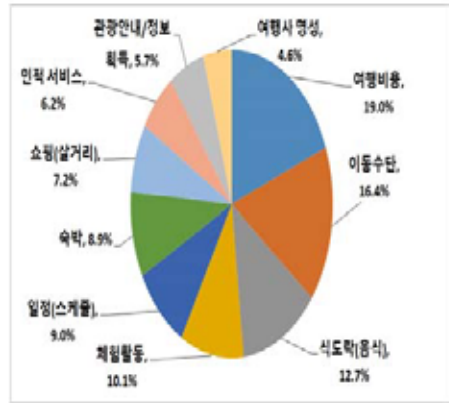
- 10개의 상품 속성의 비율 합이 100%가 될 수 있도록 비율척도로 기입한 항목의 평균을 도출해본 결과 관광비용이 19.0%로 상품 속성

중 가장 중요한 것으로 나타남

- 다음으로 이동수단(16.4%), 식도락(음식)(12.7%), 체험활동(10.1%) 순으로 나타난 가운데, 여행사 명성(4.6%)의 중요도 비율이 가장 낮은 것을 알 수 있음

[표 4-13] 상품 속성의 중요도 비율

구분	%	누적%
2) 관광비용	19.0	19.0
1) 이동수단	16.4	35.4
6) 식도락(음식)	12.7	48.1
3) 체험활동	10.1	58.3
4) 일정(스케줄)	9.0	67.3
8) 숙박	8.9	76.2
7) 쇼핑(살거리)	7.2	83.5
5) 인적 서비스	6.2	89.7
9) 관광안내/정보 획득	5.7	95.4
10) 여행사 명성	4.6	100.0
합계	100.0	-



[그림 4-4] 상품 속성의 중요도 비율 그래프

□ 국내여행 관광상품 구성 시 상품 속성의 중요도 선호순위

- 앞서 국내여행 관광상품 구성 시 상품속성의 중요도 비율 이외에 중요한 정도에 대한 응답자 선호를 파악하기 위해 서열척도로 입력된 자료로 포지셔닝 분석을 실시하였음
 - 서열척도는 각 항목에 대해 소비자가 직접 순위를 비교하여 입력하기 때문에 소비자의 선호도를 활용한 정보 도출(예: 마케팅 믹스 전략수립)이 용이하다는 장점을 가짐(이태희 등, 2008)
 - 이에 본 연구에서는 국내여행 관광상품 구성 시 상품속성의 중요도 순위(1~10순위)를 활용하여 서열척도에 의한 다차원척도법인 선호분석(MDPREF: Multi Dimensional PReference)을 실시하였음
 - 분석결과 모형의 적합도 기준인 STRESS값¹⁷⁾을 보면 .159로 보통 정

17) STRESS(STandardized RESidual Sum of Squares)값의 적합도 기준은 다음과 같이 6가지로 구분됨(이학식, 임지훈, 2005): 0=완벽함, .025=매우 좋음, .005=좋음, .1=보통, .2=나쁨, .2 이상=매우 나쁨

도의 모형 적합도를 보이고 있고, 설명력(RSQ) 또한 97.5%로 비교적 안정적인 모형 적합도라고 판단할 수 있음

- 구체적으로 10개의 상품 속성을 「속성1~10」으로 좌표점을 표시하였고, 개별 응답자들(N=270)의 이상적 위치는 「◆」로 맵에 표시하였음

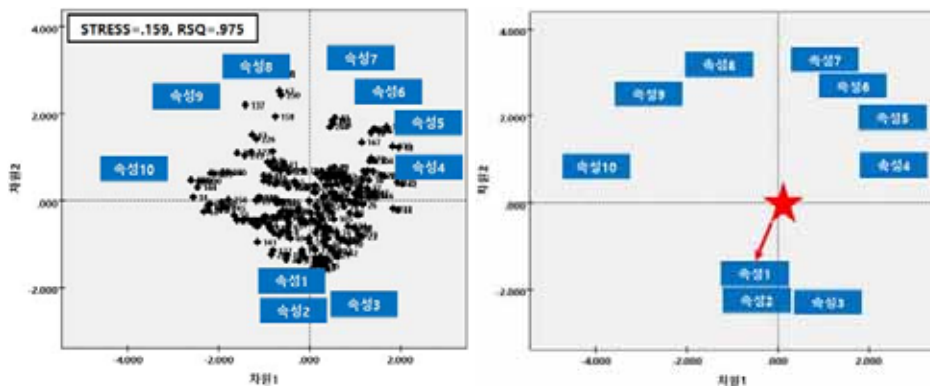
[표 4-14] 상품 속성의 중요도별 선호 포지션과 응답자 개별과 전체 이상점 좌표

좌표점	변수명	독립변수			종속변수	이상점과의 거리(d)
		X	Y	X ² +Y ²	선호순위	
속성1	이동수단	-.487	-2.044	4.414	3.363	2.093
속성2	관광비용	-.418	-2.319	5.550	4.100	2.349
속성3	체험활동	.599	-2.351	5.886	4.581	2.424
속성4	일정(스케줄)	2.550	.797	7.135	4.859	2.684
속성5	인적 서비스	2.019	1.953	7.890	4.915	2.821
속성6	식도락(음식)	1.255	2.701	8.866	5.263	2.987
속성7	쇼핑(살거리)	.622	3.124	10.147	6.178	3.193
속성8	숙박	-1.414	3.071	11.429	6.422	3.380
속성9	관광안내/정보 획득	-2.881	2.414	14.128	6.974	3.753
속성10	여행사 명성	-4.237	.756	18.528	8.344	4.293

STRESS=.159, RSQ=.975

회귀분석				이상점(★)		
R ²	.977	비표준화 회귀계수	X	.066	X	-.012
F	85.074		Y	.028	Y	-.005
p값	.000***		X ² +Y ²	.352		

주: *p<.05, **p<.01, ***p<.001



[그림 4-5] 상품 속성의 중요도에 대한 개별(左)과 전체(右) 응답자 이상점

- 결과적으로 10개의 상품속성 중 속성1(이동수단) 주변으로 개별 응답자의 분포가 많기 때문에 국내여행 관광상품 구성 시 상품속성의 중요도 중 이동수단을 선호하고 있는 것으로 볼 수 있음
- 다만 개별 응답자 분포만으로 해석할 경우 객관적 기준이 모호해질 수 있기 때문에 전체 응답자의 이상점(IP: Ideal Point / 표시: ★)을 추가적으로 도출하였음
 - 전체 응답자의 이상점은 독립변수(X, Y, X^2+Y^2)와 종속변수(선호순위의 평균값) 간 다중회귀분석을 실시하여 도출된 비표준화 회귀계수를 통해 확인할 수 있음
 - 이상점을 도출하는 공식¹⁸⁾에 의해 도출된 전체 이상점은 (-.012, -.005)로 나타났음
 - 종속변수로 서열척도(선호순위)를 사용하였고, 낮은 숫자가 선호 서열이 높음을 의미하기 때문에 b_{r+1} 값이 양(+)이면 최고 선호 이상점, 음(-)이면 최저 선호 이상점으로 해석해야 함(박광배, 2000)
 - 결국 b_{r+1} 값이 .352로 양(+)의 방향을 보이고 있기 때문에 도출된 이상점은 최고 선호도를 나타내는 이상점으로 해석할 수 있음
 - 따라서 이상점과 가장 가까운 속성이 전체 응답자에 의한 선호 좌표점을 의미하기 때문에 이동수단(이상점과의 거리=2.093)이 상품 속성의 중요도 중 가장 선호되고 있다는 객관적 사실을 확인할 수 있음

3) 테마유형에 대한 평가와 결합 선호도

□ 국내여행 관광상품 선택 시 테마유형 선호도 평가

- 국내여행 관광상품 선택 시 6가지 테마유형에 대한 선호도를 파악하기 위해 기술통계 분석을 실시한 결과는 다음과 같음
 - 분석결과 6가지 테마유형에 대한 평균은 보통(3점) 이상으로 나타난 가운데, 음식 관련 테마(M=3.76)에 대한 선호도가 가장 높은 반면에

18) $q_a = \frac{-b_a}{2b_{r+1}}$: 이상점의 좌표값(q_a), X와 Y좌표의 비표준화 회귀계수(b_a), 자승합(X^2+Y^2) 좌표의 비표준화 회귀계수(b_{r+1})

과학 관련 테마(M=3.25)에 대한 선호도는 상대적으로 가장 낮은 것으로 나타남

[표 4-15] 테마유형 선호도에 대한 기술통계 분석결과

변수명	M	S.D.	왜도	첨도
1) 과학 관련 테마를 선호함	3.25	.925	-.201	-.177
2) 음식 관련 테마를 선호함	3.76	.882	-.753	.847
3) 생태 관련 테마를 선호함	3.58	.857	-.327	.153
4) 웰빙 관련 테마를 선호함	3.68	.837	-.147	-.180
5) 문화 관련 테마를 선호함	3.62	.895	-.435	.155
6) 역사 관련 테마를 선호함	3.53	.959	-.406	-.139

□ 국내여행 관광상품 구성 시 테마유형 간 결합 선호도 평가

- 마지막으로 6가지 테마유형을 2가지씩 결합(총 15개 조합)하여 가장 선호하는 결합을 빈도분석을 통해 살펴본 결과는 다음과 같음
 - 분석결과 음식이 중심이 되어 다른 테마(웰빙, 문화, 생태, 역사)와 결합하는 것이 선호됨을 알 수 있음
 - 즉, 국내여행 관광상품 구성 시 다른 테마에 비해 음식을 활용하는 것이 중요함을 의미함

[표 4-16] 테마유형 간 결합 선호도에 대한 빈도분석 분석결과

구분	n	%	누적%	구분	n	%	누적%
음식+웰빙	115	14.2	14.2	생태+문화	42	5.2	76.0
음식+문화	106	13.1	27.3	과학+문화	40	4.9	81.0
음식+생태	80	9.9	37.2	웰빙+문화	36	4.4	85.4
음식+역사	66	8.1	45.3	문화+역사	36	4.4	89.9
과학+역사	57	7.0	52.3	생태+역사	35	4.3	94.2
과학+생태	53	6.5	58.9	과학+웰빙	27	3.3	97.5
과학+음식	52	6.4	65.3	웰빙+역사	20	2.5	100.0
생태+웰빙	45	5.6	70.9	합계(N)	810	100.0	-

결론

제1절 연구결과 종합

제2절 정책 제언

5장

제5장 결론

제1절 연구결과 종합

1. 관광상품과 여행업 관련 선행자료 검토

1) 대전의 국내여행 특징 분석

- 문화체육관광부가 매년 발간하는 ‘국민여행 실태조사’ 보고서의 내용(시간범위: 2011~2017년)을 토대로 국내여행지로 대전의 특징을 살펴보고, 다음과 같이 몇 가지 특징을 도출하였음
 - 현재 300만 명 정도가 방문하는 대전은 숙박과 당일여행 포함하여 국내여행지로 선호되고 있는 곳은 아니지만, 관광 여행 목적의 방문 시 1회 평균 지출액은 비교적 높은 것으로 나타나 국내여행 활성화 가능성이 충분히 있다고 판단됨
 - 국내여행지로 대전을 선택한 사람들의 전반적 만족도는 전국 평균보다 높지 않지만, 일부 평가항목(가구여행: 체험프로그램, 개인여행: 쇼핑)에 대해서는 만족도의 강점을 보이는 것을 알 수 있음

2) 대전의 여행업 등록 현황

- 여행업 관련 홈페이지(관광지식정보시스템, 한국관광협회중앙회, 한국여행업협회)와 대전광역시관광협회 내부자료를 토대로 대전의 여행업 등록 현황을 살펴보고, 다음과 같이 몇 가지 특징을 확인하였음
 - 대전의 여행업뿐만 아니라 전국의 여행업 등록은 매년 증가 추세를 보이고 있지만, 전국의 여행업 등록 추이에 비해 대전의 여행업 등록 추이는 지속적으로 낮아지고 있는 것으로 나타나 대전의 여행업 전반에 대한 진단과 변화가 요구됨을 알 수 있음

- 또한 대전 내 국외여행업의 구성 비율 변화는 거의 없는 가운데, 일반 여행업의 구성 비율은 꾸준히 증가한 반면에 국내여행업의 구성 비율은 많이 감소한 것으로 나타나 대전의 특징을 잘 반영할 수 있는 국내여행업 활성화가 필요함을 확인해볼 수 있음

2. 국내 관광상품 관련 사례 검토

1) 대전의 관광상품 사례

- 대전의 관광상품 사례를 살펴본 결과, 대체로 당일여행 상품의 구성이 많은 것을 알 수 있음
 - 당일여행 상품이라 가격은 비교적 저렴한 가운데, 대전 내 방문 장소의 차별성을 찾아보기는 어려운 상황임
- 아울러 당일여행 상품 진행에 따라 장소 내 체류시간이 비교적 짧고, 방문 위주의 일정이라 체험이 다양하지 않은 상황임

2) 대전의 연합관광상품 사례

- 연합관광상품 사례를 살펴본 결과, 연합관광상품의 범위가 협소한 것을 알 수 있음
 - 즉, 2개 이상의 여행사가 함께 상품을 취급한다는 것 이외에 기존의 대전의 관광상품 사례와 크게 차이가 있지 않음을 의미함
- 아울러 대전의 관광상품과 연합관광상품의 대부분이 대전에 위치한 여행사가 주관하는 상품은 많지 않은 것을 알 수 있음

3. 국내여행과 대전의 관광상품 관련 수요자 조사 결과

1) 기본적 특성 정보

- 일반 여행 관련 특성을 살펴본 결과 대전을 당일과 숙박여행으로 선호

한다는 응답이 적지 않았지만, 선호하지 않은 사람들의 주된 이유는 볼거리/즐길거리 부족과 여행사의 관광상품 미흡 등이 언급되었음

- 대전여행 관련 특성을 살펴본 결과 대전 내 추천 장소는 오월드, 유성(온천), 한밭수목원 등이 언급된 가운데, 전반적 대전여행 평가(관광 매력도, 전반적 만족도, 재방문의사, 추천의사, 긍정적 구전의사)는 보통(3점) 이상으로 나타났음
- 국내여행 선호도와 대전의 관광 자원 풍족도 간 비교결과 국내여행 선호도에 비해 대전의 관광 자원 풍족도는 상대적으로 낮은 것으로 나타났으며, 두 비교 간 특징을 IPA로 살펴본 결과는 다음과 같음
 - 자연 관광 자원, 쇼핑 관광 자원, 식도락 관광 자원은 지속적으로 유지가 필요한 대전의 관광 자원인 반면에 체험 관광 자원, 레저/스포츠 활동 자원, 역사 관광 자원은 점진적으로 개선이 필요한 대전의 관광 자원으로 나타났음

2) 국내여행 관광상품 관련 특성

- 국내여행 관광상품 구성 시 상품 속성의 중요도와 여행사의 관광상품 이용 시 대전여행 활동의 만족도 간 비교결과 대체로 상품 속성의 중요도에 비해 대전여행 활동의 만족도 가 낮은 것으로 나타났으며, 두 비교 간 특징을 IPA로 살펴본 결과는 다음과 같음
 - 여행비용, 식도락(음식), 숙박은 지속적으로 유지가 필요한 대전여행 활동인 반면에 체험활동, 인적 서비스, 쇼핑(살거리), 여행사 명성은 점진적으로 개선이 필요한 대전여행 활동으로 나타났음
- 또한 국내여행 관광상품 구성 시 상품 속성의 중요도 비율과 선호순위 결과 여행비용과 이동수단이 가장 중요한 요소로 나타난 반면에 관광 안내/정보 획득과 여행사 명성은 중요하지 않은 요소로 나타남
- 한편, 국내여행 관광상품 선택 시 선호되는 테마유형은 음식인 것으로 나타났고, 테마유형 간 결합에서도 음식이 중심이 되어 다른 테마와 결합되는 것이 선호되는 것으로 나타남

제2절 정책 제언

- 본 연구를 위해 활용한 내용(대전의 국내여행 특징 분석, 대전의 여행업 등록 현황, 대전의 관광상품 사례, 대전의 연합관광상품 사례, 국내여행 및 대전의 관광상품 관련 수요자 조사)을 종합해 본 결과 대전의 국내여행업 활성화를 중심으로 대전형 국내여행 연합관광상품 대응이 필요함을 알 수 있음
 - 즉, 대전만의 특징을 살릴 수 있는 연합관광상품이 대전관광의 효율적 홍보수단이 되면서, 동시에 개별관광객을 포함한 다양한 사람들의 대전방문 유도의 수단이 되기 위해서는 대전에 위치한 국내여행업 전문 여행사를 중심으로 대응하는 것이 중요함을 의미함



[그림 5-1] 대전형 국내여행 연합관광상품 도입을 위한 방향

- 이에 대전형 국내여행 연합관광상품 도입여건분석의 결과를 토대로 향후 운영과제를 아래와 같이 순서대로 제시해보고자 함
 - 구체적으로 대전형 국내여행 연합관광상품을 위한 물리적 환경 구축
 - (① 지역 전문 관광상품 대응을 위한 연합 브랜드 개발)→관광상품 개발(② 선택과 집중을 통한 테마의 전문화와 집중화, ③ CXM을 통한 지역 맞춤형 체험 프로그램 강화, ④ 선택 다양화를 고려한 연합관광상품 범위 다변화)→관광상품 운영(⑤ 연합관광상품 전달 강화를 위한

플랫폼 구축)의 시간적 흐름을 고려할 필요가 있음



[그림 5-2] 대전형 국내여행 연합관광상품 도입을 위한 향후 운영과제

□ (물리적 환경 구축) 지역 전문 관광상품 대응을 위한 연합 브랜드 개발

○ 대전이라는 지역의 전문화된 관광상품을 개발하고, 이야기 전달을 심화시키기 위해서는 대전의 국내여행업 전문 여행사를 중심으로 연합 브랜드를 개발할 필요가 있음

- 대전의 여행 프로그램은 공모를 통해 신청업체별 발표와 심사·평가에 의해 선정되는 방식으로 1년 정도의 위탁사업으로 진행되고 있음
- 즉, 1개 업체 또는 2개 업체의 공동수급에 의해 매년마다 공모를 진행하여 선정하기 때문에 여행 프로그램을 운영하는 여행사는 안정적이지 않을 뿐만 아니라 효과 또한 단기적이며, 차별화시키기 어렵다는 문제점이 있음
- 따라서 대전 내 국내여행업 간 반영구적 공동수급 형태로 여행사의 육성 방향이 변화될 필요가 있음

○ 이에 기존의 공장형 패키지 관광상품의 체질 개선과 함께 대전의 국내여행업의 능력 배분과 시너지 효과를 위한 여행사 간 결합 추진을 다음과 같은 형태로 고려해볼 수 있음

- 구체적으로 대전만의 국내여행 상품 대응을 위해 ① 추진협의회 등의 연합 네트워크 조직을 구축하거나, ② 특별한 조직 구축 없이 공동으로 상품을 취급할 수 있도록 통합 브랜드를 개발하는 방향이 있음
- 첫 번째는 조직이 하나의 브랜드가 되어 상품을 판매할 수 있도록 대전 내 국내여행업 간 연합 네트워크를 구축하는 것임
- 즉, 대전의 국내여행업 전문 여행사 간 연합을 조직화하여 소비자를 상대로 대전의 국내여행 상품을 판매하는 형태를 의미함
- 예를 들면, 2012년 전국 각지 여행사의 연합회인 한국 대표여행사 연합(KRTAA: Korea Representative Travel Agency Association)은 국내 관광시장 개척과 다양한 관광상품 개발을 위해 연합 형태의 조직을 구축하여 활동하고 있음
- 이 조직의 설립목적 중 하나로 여행사 간 연합을 통해 효과적인 수익을 창출하는 것이 있으며, 이에 다양한 지자체와의 업무협약을 통해 관광상품을 개발하고 운영하는 노력을 하고 있음



[그림 5-3] 2019년도 한국 대표여행사 연합(KTRAA)의 업무협약 모습

자료: 구글 이미지 홈페이지 (검색어: 한국 대표여행사 연합)

- 특히 관광진흥법 제48조의9(지역관광협의회 설립)에 의해 관광사업자는 공동으로 지역의 관광진흥을 위해 지역관광협의회를 설립하여 아래와 같은 주요 업무를 수행할 수 있게 되어 있음
- 지역의 관광수용태세 개선을 위한 업무(제1호), 지역관광 홍보 및 마케팅 지원 업무(제2호), 관광사업자, 관광 관련 사업자, 관광 관련 단

체에 대한 지원(제3호), 제1호부터 제3호까지의 업무에 따르는 수익사업(제4호), 지방자치단체로부터 위탁받은 업무(제5호)

- 따라서 융복합적으로 변화하는 환경에 적극적으로 대응할 수 있도록 대전의 국내여행사 간 거버넌스 구축을 고려해볼 필요가 있음
- 다만 거버넌스 구축을 통해 여행 관련 협의체가 원활하게 운영될 수 있도록 상품개발(예: 소규모 맞춤형 상품, 대전과 전국의 거점 활용 상품 등), 운영주체(예: 민간주도 이익배분, 공동운영 방식 등), 제도지원(예: 조례제정 등)에 대한 다양한 측면을 검토해야 할 것임

○ 다음으로 두 번째는 통합 브랜드를 개발하여 조직을 구축하지 않고, 상품을 공동으로 판매·운영하는 것임

- 즉, 대전의 국내여행 전문 여행사가 관광상품을 공동으로 판매·운영할 수 있도록 통합 브랜드를 개발하는 것을 의미함
- 예를 들면, 포항·경주·울산의 초광역 경제공동체인 해오름동맹은 관광협력사업으로 3개 도시의 관광명소를 둘러보면서 특산물을 맛보는 해오름동맹 ‘미니(Mini) 음식 맛보기 투어’를 운영하고 있음
- 현재는 이를 확대하여 ‘대한민국 테마여행 10선’ 사업의 5권역(해돋이역사기행) 대표 프로그램인 ‘동해味행’으로 브랜드화하였음



[그림 5-4] 해오름동맹 ‘미니(Mini) 음식 맛보기 투어’

자료: 한국경제(2018), ‘해오름 맛보기’ 떠나요, 3월 1일자 기사

- 이 상품은 해오름 지자체들(포항, 경주, 울산)의 먹거리와 여행을 동해안을 자연스럽게 따라 당일여행과 1박 2일의 숙박여행 상품으로 구성된 것으로, 공모를 통해 선정된 해오름 지자체들 내 여행사들(베스트여행사, 금야여행사, 현대관광여행사)이 공동으로 판매를 하고 있음

[표 5-1] 해오름동맹 ‘미니(Mini) 음식 맛보기 투어’의 운영정보

구분	당일	1박 2일
코스	울산 태화강역→간절곶→장생포 고래문화마을→경주 양남 주상절리 (이동: 버스)	KTX 울산역→태화강 십리대숲→장생포 고래마을→울산 대왕암→경주 양남 주상절리→포항 호미곶→죽도시장 (이동: 버스)
음식	울산: 언양불고기, 참가자미 미역국 / 경주: 별채반 짬밥, 찰보리밥 정식 / 포항: 대게 과메기 등 해산물 메뉴	
비용	성인 기준 30,000원	성인 기준 129,000원

자료: 한국경제(2018), ‘해오름 맛보기’ 떠나요, 3월 1일자 기사를 토대로 연구자 재구성

- 그 외에 첫 번째 조직 구성과 유사하게 대전 내 국내여행업 조직을 대상으로 전담여행사를 선정하여 대전의 새로운 상품을 공동으로 개발·판매·운영할 수 있도록 지원·혜택을 제공하는 것도 고려해볼 수 있음
- 예를 들면, 2017년 방문의 해를 진행한 울산의 경우 관광 진흥 조례(제6~8조: 관광상품 개발과 관광객 유치지원 등)에 따라 2018년부터 전담여행사를 지정·운영(2019년 10개의 여행사 선정)하고 있음
- 전담여행사는 일반지원(전담여행사 인증서 발급, 상품홍보 시 울산시의 후원로고 사용, 문화관광해설사 우선지원과 산업관광 관련 기업체 견학 지원, 울산시 해외홍보 설명회·홍보관 참여 지원)과 예산지원(지역축제, 프로모션, 판매지원금, 특수목적 관광객 유치)을 받게 됨



[그림 5-5] 울산광역시의 전담여행사 지정·운영

자료: 구글 이미지 홈페이지 (검색어: 울산전담여행사)

□ (관광상품 개발1) 선택과 집중을 통한 테마의 전문화와 집중화

○ 대전에서 잘 할 수 있는 테마를 활용하는 것은 중요하기 때문에 테마의 다양화보다는 전문화와 집중화에 초점을 맞출 필요가 있음

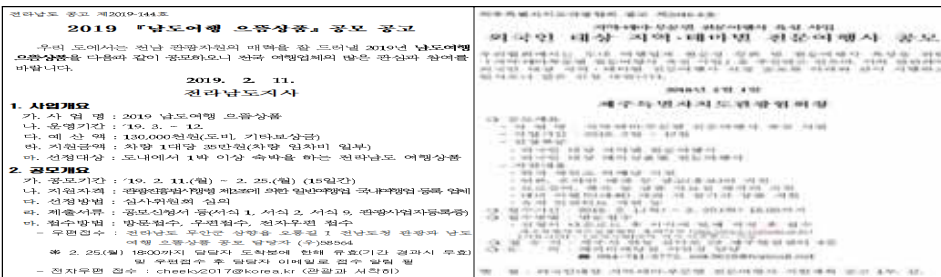
- 즉, 대전형 국내여행 연합관광상품 도입여건분석의 내용을 보면 음식과 쇼핑 관련 자원의 활용이 중요한 만큼 대전에서만 맛 볼 수 있는 음식, 대전에서만 만들 수 있거나 살 수 있는 쇼핑자원에 집중하는 것이 중요함

- 따라서 멀티 플레이어보다는 스페셜리스트를 육성할 수 있도록 대전형 국내여행 연합관광상품은 한우물만 파기 전략이 바람직할 것임

- 가령 일반 여행사와 다르게 특정 주제(예: DMZ, 불교 등)에 집중하고 있는 여행사들(예: DMZ → 한반도관광㈜, 불교: 혜초여행사)은 선택과 집중을 통해 경쟁력이 있는 포지셔닝을 구축한 사례라고 할 수 있음

○ 이에 여행 저널리스트와 함께 하는 대전 여행이야기, 지역 출신 연예인과 함께 하는 대전의 문화기행, 맛 칼럼니스트와 함께 하는 대전의 식도락여행, 지역 출신 운동선수와 함께 하는 대전의 스포츠체험 여행 등과 같이 지역 중심의 테마를 발굴하여 육성하는 노력이 필요함

- 또는 전라남도의 '남도여행 으뜸상품 공모'나 제주도의 '지역·테마·부문별 전문 여행사 육성 지원사업'과 같이 지역테마를 육성하는 여행상품이나 전문여행사를 지원하는 것도 하나의 방법이 될 수 있음



[그림 5-6] 전라남도와 제주도의 여행상품 공모와 전문여행사 육성사업 공고문

자료: 남도여행길잡이와 제주특별자치도관광협회 홈페이지

□ (관광상품 개발2) CXM을 통한 지역 맞춤형 체험 프로그램 강화

- 대부분 여행사가 제공하는 국내여행 관광상품은 단순 장소를 방문하면서 빠듯한 일정으로 진행되는 것이 일반적인 상황이기 때문에 이를 탈피하기 위해서는 지역 맞춤형 특화 체험을 제공하는 것이 무엇보다 중요함
 - 즉, 단순 코스 진행이 아닌 지역의 이야기를 해설사의 전문지식을 이용하여 전달하는 스토리텔링과 이야기를 창작하여 전달하는 스토리메이킹의 결합이 필요함을 의미함
 - 과거에는 고객 만족(CS: Customer Satisfaction)이나 고객관계관리(CRM: Customer Relationship Management)가 중요했다면, 현재는 가치 있는 고객경험을 충분히 창조하기 위해 고객경험관리(CXM: Customer eXperience Management)가 중요함
 - 가령 '대전 스토리 투어'의 '새벽힐링투어' 코스에서 제공하는 새벽국수나 '여수 시티투어'의 '여수낭만버스 버스커'에 포함된 제공품들(엽전, 담요, 야광팔찌)은 해당 상품에서만 맛볼 수 있거나 소장할 수 있는 특별한 체험이라고 할 수 있음



[그림 5-7] 고객경험관리의 사례 모습

자료: 구글 이미지 홈페이지 (검색어: 대전 스토리 투어의 새벽국수, 여수 시티투어 담요)

- 따라서 고객여정(Customer Journey)을 잘 디자인하기 위해 대전형 국내여행 연합관광상품 구성 시 고객경험관리에 기초하여 지역 맞춤형 체험 프로그램을 강화하는 것이 필요함
- 예를 들면, 일본의 유명 잡화 매장인 '돈키호테(ドンキホーテ, Don Quijote)'나 이마트가 운영하는 만물상 잡화점인 '삐에로쇼핑'은 '정글

진열'이라는 독특한 개념을 놀이화시켜 고객경험을 극대화시킨 사례라고 할 수 있음

- 특히 2018년 6월 스타필드 코엑스 1호점으로 시작한 비에로쇼핑은 일본 돈키호테의 장점 중 하나인 쇼핑의 오락화를 가장 많이 벤치마킹한 것으로 평가받고 있음
- 직원 유니폼(예: '저도 그게 어딴는지 모릅니다')과 매장 바닥(예: '제정신일 의무 없음')의 문구나 매장 내 음악(예: '비에로는 우릴 보고 웃지') 등은 오프라인 쇼핑에 재미를 추가한 것이라고 할 수 있음
- 아울러 백화점의 이벤트 홀처럼 소비자가 직접 필요한 제품을 매장에서 찾아야 하기 때문에 그 과정 속에서 재미를 느낄 수 있고, 예상을 뛰어 넘어 필요 이상의 상품을 구매할 수도 있음



[그림 5-8] 비에로쇼핑의 운영 모습

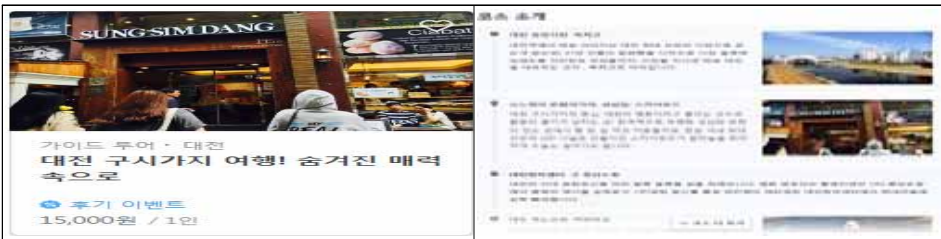
자료: 조선비즈(2018), '정용진표 만물상' 비에로쇼핑... 日 돈키호테 떠오르는 '쇼핑 정글'(종합), 6월 27일자 기사.

□ (관광상품 개발3) 선택 다양화를 고려한 연합관광상품 범위 다변화

- 국내여행의 경우 패키지 수요가 많지 않기 때문에 단순 패키지상품의 한계를 고려하여 접근할 필요가 있음
 - 가령 항공과 호텔 또는 철도와 호텔이 결합된 에어텔(Airtel)이나 레일텔(Railtel)이 선호되는 것도 이동수단과 숙박 이외의 일정은 자유롭게 기획할 수 있기 때문임
 - 따라서 여행과 관련된 모든 연결(예: 이동수단, 프로그램, 숙박, 관광 가이드와 같은 인적 서비스 등)이 포함된 패키지로 대전형 국내여행

연합관광상품을 구성할 수도 있고, 그 외에 연합관광상품의 결합 범위 (예: 액티비티 입장권 판매, 체험 프로그램 이용권 판매 등)를 다양화 시켜 구성하는 등 선택의 폭을 넓히는 것도 중요함

- 예를 들면, 여행 중개·공유기업인 마이리얼트립은 정해진 패키지 상품이 아닌 각자의 일정과 취향에 따라 선택할 수 있도록 맞춤형 여행 플랫폼을 구축하여 운영하고 있음
 - 마이리얼트립은 액티비티, 현지체험, 입장권, 교통패스, 렌터카 등 다양한 여행상품을 판매하고 있고, 주된 여행 상품으로는 ‘현지 가이드 투어’가 있음
 - 대전의 경우에도 원도심 중심의 구시가지 여행을 현지 가이드가 상품으로 제안하여 운영하고 있음



[그림 5-9] 대전의 ‘현지 가이드 투어’ 상품

자료: 마이리얼트립 홈페이지

□ (관광상품 운영) 연합관광상품 전달 강화를 위한 플랫폼 구축

- 관광상품에 대한 예약과 판매부터 정보 전달까지 소비자가 관광상품을 쉽게 접근할 수 있도록 매체를 구성하는 것은 중요함
 - 현재 대전관광 홈페이지는 대전관광에 대한 정보는 제공하고 있지만, 관광상품에 대한 정보 전달이나 예약·판매 등은 구성되어 있지 않음
- 예를 들면, 코레일은 하나투어와 업무협약을 맺고 외국인 관광객이 기차, 숙박, 관광지를 한 번에 예약할 수 있도록 종합여행플랫폼인 ‘나만의 기차여행 만들기’의 외국어 버전을 제시한 바 있음
 - 외국인 관광객의 편의를 도모하기 위해 구축된 ‘나만의 기차여행 만들

기'의 외국어 플랫폼은 전국의 열차뿐만 아니라 숙박시설, 관광지 입장권 등의 다양한 관광콘텐츠를 실시간으로 조회하고, 한 번에 예약할 수 있는 시스템임



[그림 5-10] 코레일의 '나만의 기차여행 만들기' 중국어 버전 모습

자료: 헤럴드경제(2018), 코레일, 종합여행플랫폼 '나만의 기차여행 만들기' 오픈, 12월 5일자 기사.

- 또 다른 사례로 국내를 대표하는 여행사인 하나투어는 증가하는 자유 여행객과 전 세계 온라인 여행사(OTA: Online Travel Agency)의 서비스 확대에 맞서 '모하지'라는 자유여행 오픈 마켓 플랫폼을 개발하여 서비스를 제공하고 있음
- 하나투어라는 브랜드를 댈 신규 서비스인 '모하지'는 다양한 온라인 환경에서 언제 어디서든 희망하는 상품에 대한 검색·문의·예약·사용 등의 주문형(On Demand) 서비스를 제공하기 위해 구축된 플랫폼임



[그림 5-11] '모하지'의 홈페이지 화면과 로고 모습

자료: 구글 이미지 홈페이지 (검색어: 하나투어 모하지)

- 특히 '손가락 여행족'과 같이 모바일을 사용하는 세대가 증가하면서 모바일을 통한 여행 계획 수립과 예약 완료가 이루어지고 있는 만큼 대전형 연합관광상품을 소비자에게 노출시켜 정보 검색뿐만 아니라 판매로 이어질 수 있는 종합여행플랫폼 구축이 필요함
 - 아울러 시의 대전관광 홈페이지뿐만 아니라 대전의 관광 관련 기관(예: 대전마케팅공사, 대전광역시관광협회 등)의 홈페이지와 배너 교환을 하여 잠재 고객의 접근을 확대할 수 있도록 관련 기관의 지원 역할 또한 필요함

참고문헌

- 경기관광공사(2019), <2018 경기관광 실태조사>, 경기도 보고서.
- 고영길·박용민·곽영대(2014), 복지여행상품 선택속성 요인 개발에 관한 탐색적 연구, <관광레저연구> 제26권 2호, 405~421.
- 김관수·윤종운(2014), 해외여행목적지별 여행상품의 선택속성과 여행객특성, <관광경영연구> 제18권 특별호, 21~39.
- 김덕희(2014), 제주지역 테마별 관광상품 개발에 관한 연구, <제주관광학연구> 제17집, 156~176.
- 김상준(2014), 여행상품 선택특성에 따른 구매의사 및 사후행동의 차이에 관한 연구, <동북아관광연구> 제10권 1호, 231~250.
- 김종훈·박은하(2017), 패키지 관광 상품의 인지적 평가와 고객만족: 관광동기의 조절 효과, <관광연구> 제32권 2호, 225~248.
- 김진실(2014), Lifestyle이 크루즈여행상품 선택속성과 만족에 미치는 영향 연구, <서비스산업연구> 제11권 1호, 31~44.
- 김채원(2017), <철도관광상품 서비스품질이 신뢰, 고객만족 및 충성도에 미치는 영향>, 경기대학교 박사학위논문.
- 대구경북연구원(2018), <대구 관광객 동향분석 및 발전방향 연구>, 대구광역시 보고서.
- 류성욱(2014), 평창 동계올림픽 여행상품 선호와 레크리에이션 전무화: 선택 실험법 접근, <관광학연구> 제38권 7호, 171~191.
- 명소아이엠씨(2016), <영남알프스 통합 관광상품 개발>, 울산광역시 보고서.
- 문화체육관광부(2012), <2011국민여행 실태조사>, 문화체육관광부 보고서.
- 문화체육관광부(2013), <2012국민여행 실태조사>, 문화체육관광부 보고서.
- 문화체육관광부(2014), <2013국민여행 실태조사>, 문화체육관광부 보고서.
- 문화체육관광부(2015), <2014국민여행 실태조사>, 문화체육관광부 보고서.
- 문화체육관광부(2016), <2015국민여행 실태조사>, 문화체육관광부 보고서.
- 문화체육관광부(2017), <2016국민여행 실태조사>, 문화체육관광부 보고서.
- 문화체육관광부(2018), <2017국민여행 실태조사>, 문화체육관광부 보고서.
- 문화체육관광부(2019), <2018외래관광객 실태조사>, 문화체육관광부 보고서.
- 박광배(2000), <다차원척도법>, 서울: 교육과학사.
- 박근수(2016), <관광소비자행동>, 서울: 백산출판사.
- 박상희(2017), 중국 20-30대 미혼여성의 웨딩관광상품 선택속성과 한국 웨딩관광상품에 대한 태도, <관광연구> 제32권 4호, 63~80.
- 서울관광마케팅(2013), <영등포구 대표 관광상품 개발>, 서울 영등포구 보고서.
- 송화성(2017), <2017 수원 관광객 실태조사 및 동향분석>, 수원시정연구원 보고서.

- 순통·최우성·고재승(2014), IPA 분석을 통한 중국 직장여성의 여행상품 선택속성에 관한 연구: 중국 장춘지역을 중심으로, <컨벤션연구> 제36권 1호, 53~69.
- 신상준(2018), 여행상품 선택속성이 여행객의 충성도 및 전환의도에 미치는 영향, <관광경영연구> 제22권 3호, 743~758.
- 이기용·이상호(2014), 고흥 석류산업과 연계한 관광상품 개발 방안, <동북아관광연구> 제10권 3호, 137~154.
- 이동현·임병훈·손영석·지범진(2016), 자기결정성과 여행상품의 속성이 여행상품 선택과 고객만족에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구, <고객만족경영연구> 제18권 2호, 37~56.
- 이명구(2014), 국외여행상품의 지각된 가치가 선택속성과 여행만족 및 행동의도에 미치는 영향, <호텔관광연구> 제16권 5호, 48~66.
- 이명구(2016), 국외여행상품 선택속성에 따른 여행만족, 여행자 충성도 및 여행자 전환의도에 미치는 영향, <호텔리조트연구> 제15권 3호, 327~344.
- 이태희·김홍렬·윤설민(2008), 20-30대 멀티플렉스 영화관 이용자 조사에 따른 포지셔닝 연구: 서울시 4개 멀티플렉스 영화관을 대상으로, <관광연구저널> 제22권 1호, 243~260.
- 이학식·임지훈(2005), <SPSS 12.0 매뉴얼: 통계분석방법 및 해설>, 파주: 법문사.
- 조성규·최규환(2016), 테마여행객의 라이프스타일에 따른 국내테마여행상품선택속성 차이에 관한 연구, <관광레저연구> 제28권 2호, 199~215.
- 척재방·정기은·손리리(2014), 라이프스타일에 따른 중국 노년층의 해외여행상품 선택 속성에 관한 연구, <대한경영학회지> 제27권 12호, 2331~2349.
- 최웅정·박철호·한수정(2015), 여행사 선택속성, 만족, 구매 후 행동간의 관계 연구: 신혼여행상품 이용자를 대상으로, <관광경영연구> 제19권 4호, 91~110.
- 충북발전연구원(2012), <남부 3군 연계 헬스케어관광상품 개발>, 충청북도 보고서.
- Huertas-Garcia, R., Laguna García, M., & Consolación, C.(2014), Conjoint Analysis of Tourist Choice of Hotel Attributes Presented in Travel Agent Brochures, *International Journal of Tourism Research*, 16(1), 65~75.
- Martilla, J. A., & James, J. C.(1977), Importance-Performance Analysis, *Journal of Marketing*, 41(1), 77~79.
- Pearce, D.(1989), *Tourist Development*, NY: John Wiley & Sons, Inc.
- 대전일보(2018), 코레일, 협력여행사 우수 직원 감사패·포상금 수여식 개최, 12월 19일자 기사.

서울경제(2012), 코레일, 국내 여행사와 MOU체결, 5월 7일자 기사.
 조선비즈(2018), '정용진표 만물상' 삐어로썬핑... 日 돈키호테 떠오르는 '쇼핑 정
 글'(종합), 6월 27일자 기사.
 한국경제(2018), '해오름 맛보기' 떠나요, 3월 1일자 기사.
 한국관광신문(2015), 연합상품...친해지면 정답 없다, 4월 17일자 기사.
 헤럴드경제(2012), 엑스포 열리는 여수... '당일치기'로 다녀오자, 5월 8일자 기사.
 헤럴드경제(2018), 코레일, 종합여행플랫폼 '나만의 기차여행 만들기' 오픈, 12월 5
 일자 기사.

관광지식정보시스템 홈페이지, <<https://www.tour.go.kr/>>
 구글 이미지 홈페이지, <<https://www.google.co.kr/imghp?hl=ko>>
 남도여행길잡이 홈페이지, <<http://www.namdokorea.com/kr2/index.jsp>>
 대전공정관광 홈페이지, <<https://www.daejeon-fairtravel.com/>>
 대전관광 홈페이지, <<https://www.daejeon.go.kr/tou/index.do>>
 대전광역시관광협회 홈페이지, <<http://www.djta.or.kr/>>
 대전광역시청 홈페이지, <<https://www.daejeon.go.kr/index.do>>
 대전마케팅공사 공식블로그, <<https://blog.naver.com/daejeondime>>
 대전체험여행협동조합 다음 카페, <<http://cafe.daum.net/djecs>>
 대한민국 테마여행 10선 블로그, <<https://blog.naver.com/ktourbest10>>
 렛츠코레일 홈페이지, <<http://www.letskorail.com/>>
 마이리얼트립 홈페이지, <<https://www.myrealtrip.com/>>
 법제처 홈페이지, <<http://www.moleg.go.kr/main.html>>
 여행은 나랑 홈페이지, <<https://socialtrip.co.kr/>>
 여행주간 홈페이지, <<https://travelweek.visitkorea.or.kr/>>
 우수여행상품 홍보 홈페이지, <<http://www.besttp.or.kr/>>
 위메프 홈페이지, <<https://front.wemakeprice.com/main>>
 제주특별자치도관광협회, <<http://www.visitjeju.or.kr/main.do>>
 코레일관광개발 홈페이지, <<http://www.korailtravel.com/>>
 쿠팡 홈페이지, <<https://www.coupang.com/>>
 티몬 홈페이지, <<http://www.tmon.co.kr/home>>
 하나투어 하나강산 홈페이지, <<http://wtdom.hanatour.com/00001/index.asp>>
 한국관광협회중앙회 홈페이지, <http://www.ekta.kr/main/main_002.asp>
 한국여행업협회 홈페이지, <<https://www.kata.or.kr/index.asp>>
 행정안전부 홈페이지, <<http://www.mois.go.kr/frt/sub/a05/totStat/screen.do>>

부록

부록: 온라인 설문조사지

부록: 온라인 설문조사지

국내여행과 대전의 관광상품에 대한 소비자 반응

안녕하십니까? 본 설문은 여행에 대한 소비자의 반응을 알아보기 위해 실시되고 있습니다. 귀하께서 말씀해주신 모든 사항은 통계법 제33조에 의해 비밀이 보장되고, 개인정보보호법 제26조에 의해 개인정보는 통계분석과 연구목적 이외에는 절대 사용되지 않습니다. 감사합니다. (*설문응답: 약 10분 정도)

연구자: 대전세종연구원 미래전략실 연구위원 윤설민
 (이메일: sm9957@dsi.re.kr, 연락처: 042-530-3488)

A. Screening Item ※ 설문지 응답에 앞서 다음 질문에 답하여 주시기 바랍니다.

1. 귀하의 거주지역은?
 ① 수도권 ② 충청권 → 1-1번 응답 ③ 영남권 ④ 호남권 ⑤ 강원/제주
 1-1. 구체적 거주지역은? ① 충북 ② 충남 ③ 대전 → 응답중단 ④ 세종

2. 귀하는 관광(여행) 목적으로 대전을 방문한 적이 있습니까?
 ① 있다 → 2-1번 응답 ② 없다 → 응답중단

※ **관광(여행)이란?** 위락/휴가, 건강/치료, 종교/성지순례, 가족/친척/친구 방문, 교육/훈련/연수, 쇼핑, 사업/전문 활동 등의 목적으로 집을 떠나 다른 지역으로 다녀온 행위를 의미함

2-1. 귀하의 대전 방문 횟수는? ()회

3. 귀하는 여행사의 관광상품을 통해 대전 방문 경험이 있습니까?
 ① 있다 → B-1번 응답 ② 없다 → 응답중단

B. 일반 여행 관련 응답

1. 국내여행 선호도에 대한 항목입니다. 가장 적합하다고 생각하는 점수에 표시(‘✓’)해 주시기 바랍니다.

평가항목	전혀 선호하지 않다	←	보통	→	매우 선호한다
1) 자연 관광지 방문(강/바다/휴양림/수목원 등)	①	②	③	④	⑤
2) 체험 관광(문화/농촌/생태/이색 체험 등)	①	②	③	④	⑤
3) 문화/스포츠 시설 방문(미술관/박물관/경기장 등)	①	②	③	④	⑤
4) 레저/스포츠 활동(캠핑장/수상레저/스키 등)	①	②	③	④	⑤
5) 역사 관광지 방문(문화재/왕릉/서원/사찰 등)	①	②	③	④	⑤
6) 테마/인보 관광지 방문(테마파크/인보 지역 등)	①	②	③	④	⑤
7) 쇼핑 관광(쇼핑/문화거리/전통시장 등)	①	②	③	④	⑤
8) 식도락 관광(지역 음식/맛집 체험 등)	①	②	③	④	⑤

- 2-1. 아래 지역 중 당일여행으로 선호하는 곳은? 1순위: (), 2순위: (), 3순위: ()
 2-2. 아래 지역 중 숙박여행으로 선호하는 곳은? 1순위: (), 2순위: (), 3순위: ()

서울	인천	경기	강원	대전	세종	충북	충남	대구	울산	부산	경북	경남	광주	전북	전남	제주
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	⑭	⑮	⑯	⑰

2-3. (당일/숙박여행 선호지역 비교 시) 대전을 선택하지 않은 이유는? (* 중복응답 가능)

- ① 볼거리/즐길거리 부족 ② 교통편/접근성 부족 ③ 식도락(음식) 부족
 ④ 여행 경비 불만족 ⑤ 여행사의 관광상품 미흡 ⑥ 여행 정보/안내 부족
 ⑦ 여행지 지명도 부족 ⑧ 관광서비스 미흡 ⑨ 경험자의 비추천
 ⑩ 쇼핑상품 부족 ⑪ 숙박시설 부족 ⑫ 기타 ()

C. 대전여행 관련 응답

1. (대전여행 경험을 토대로 보았을 때) 추천하시고 싶은 대전 내 장소를 순서대로 3가지만 기입해 주시기 바랍니다.

1 → 2 → 3 →

2. 대전의 관광 자원 만족도에 대한 항목입니다. 가장 적합하다고 생각하는 점수에 표시('✓')해 주시기 바랍니다.

평가항목	전혀 풍부하지 않다 ← 보통 → 매우 풍부하다				
	①	②	③	④	⑤
1) 자연 관광 자원(강/바다/휴양림/수목원 등)	①	②	③	④	⑤
2) 체험 관광 자원(문화/농촌/생태/이색 체험 등)	①	②	③	④	⑤
3) 문화/스포츠 시설 자원(미술관/박물관/경기장 등)	①	②	③	④	⑤
4) 레저/스포츠 활동 자원(캠핑장/수상레저/스키 등)	①	②	③	④	⑤
5) 역사 관광 자원(문화재/왕릉/서원/사찰 등)	①	②	③	④	⑤
6) 테마/인보 관광 자원(테마파크 인보 지역 등)	①	②	③	④	⑤
7) 쇼핑 관광 자원(쇼핑/문화거리/전통시장 등)	①	②	③	④	⑤
8) 식도락 관광 자원(지역 음식/맛집 체험 등)	①	②	③	④	⑤

3. (여행사의 관광상품 이용 시) 대전여행 활동에 대해 각 항목별로 만족하시는 정도에 표시('✓')해 주시기 바랍니다.

평가항목	매우 불만족 ← 보통 → 매우 만족				
	①	②	③	④	⑤
1) 이동수단 (예: 전세버스/대중교통/도보 등)	①	②	③	④	⑤
2) 관광비용 (예: 관광상품 가격/추가비용 발생 등)	①	②	③	④	⑤
3) 체험활동 (예: 볼거리/즐길거리 활동 매력도 등)	①	②	③	④	⑤

4) 일정(스케줄) (예: 이동과 체류시간/자유시간 등)	①	②	③	④	⑤
5) 인적 서비스 (예: 해설사, 가이드 등)	①	②	③	④	⑤
6) 식도락(음식)	①	②	③	④	⑤
7) 쇼핑(살거리)	①	②	③	④	⑤
8) 숙박	①	②	③	④	⑤
9) (온라인 포함) 관광안내/정보 획득	①	②	③	④	⑤
10) 여행사 명성 (예: 관광상품의 질/여행사 신뢰도 등)	①	②	③	④	⑤

4. 전반적인 대전여행 평가를 묻는 항목입니다. 가장 적합하다고 생각하는 점수에 표시(✓)해 주시기 바랍니다.

평가항목	전혀 그렇지 않다	← 보통 →	매우 그렇다
1) 현재 대전의 관광은 매력적임	①	② ③ ④	⑤
2) 대전여행에 대해 전반적으로 만족함	①	② ③ ④	⑤
3) 대전을 여행목적으로 다시 방문할 것	①	② ③ ④	⑤
4) 대전여행을 다른 사람에게 추천할 것	①	② ③ ④	⑤
5) 대전여행을 다른 사람에게 긍정적으로 이야기할 것	①	② ③ ④	⑤

D. 관광상품 관련 응답

1. (국내여행 관광상품 구성 시) 상품 속성의 중요도에 대한 항목입니다. 가장 적합하다고 생각하는 점수에 표시(✓)해 주시고, 속성별 중요도의 비율(100%)과 상대적 순위(1~10위)를 기입(※ 중복 순위 없음)해 주십시오.

평가항목	전혀 중요하지 않다	← 보통 →	매우 중요하다	중요도 비율 (100%)	상대적 순위 (1~10)
1) 이동수단	①	② ③ ④	⑤	→ ()%	→ ()위
2) 관광비용	①	② ③ ④	⑤	→ ()%	→ ()위
3) 체험활동	①	② ③ ④	⑤	→ ()%	→ ()위
4) 일정(스케줄)	①	② ③ ④	⑤	→ ()%	→ ()위
5) 인적 서비스	①	② ③ ④	⑤	→ ()%	→ ()위
6) 식도락(음식)	①	② ③ ④	⑤	→ ()%	→ ()위
7) 쇼핑(살거리)	①	② ③ ④	⑤	→ ()%	→ ()위
8) 숙박	①	② ③ ④	⑤	→ ()%	→ ()위
9) 관광안내/정보 획득	①	② ③ ④	⑤	→ ()%	→ ()위
10) 여행사 명성	①	② ③ ④	⑤	→ ()%	→ ()위

2. (국내여행 관광상품 선택 시) 아래 테마유형(활동 예시 참고)을 보시고, 가장 적합하다고 생각하는 점수에 표시(‘✓’)해 주시고, 선호순위(1~6위)를 기입(※ 중복 순위 없음)해 주십시오.

유형	테마 유형의 활동 예시
과학	카이스트, 국립중앙과학관, 대전시민천문대, 대덕연구단지 등 과학 관련 장소 답사와 체험(예: 미래 망원경 만들기, 나만의 악기 만들기, 과학 발명품 만들기 등)
음식	성심당, 중앙시장, 카페거리 등 음식 관련 장소 답사와 체험(예: 나만의 미니 케이크 만들기 등)
생태	한밭수목원, 대청호, 장태산 휴양림 등 생태(자연·환경) 관련 장소 답사와 체험(예: 생태 기념 컵 만들기, 농촌체험, 역사탐방 등)
웰빙	유성온천, 계족산 황톳길 등 웰빙(건강) 관련 장소 답사와 체험(예: 족욕 체험, 맨발트레킹 등)
문화	대전시립미술관, 원도심 일원의 공방·갤러리·소극장 등 문화 관련 장소 답사와 체험
역사	테미오래(옛 충남도지사관사촌), 대전근현대사전시관(옛 충남도청) 등 역사 관련 장소 답사와 체험



평가항목		전혀 그렇지 않다	←	보통	→	매우 그렇다
국내여행	1) 과학 관련 테마를 선호함	①	②	③	④	⑤
	2) 음식 관련 테마를 선호함	①	②	③	④	⑤
관광상품	3) 생태 관련 테마를 선호함	①	②	③	④	⑤
	4) 웰빙 관련 테마를 선호함	①	②	③	④	⑤
선택 시	5) 문화 관련 테마를 선호함	①	②	③	④	⑤
	6) 역사 관련 테마를 선호함	①	②	③	④	⑤

3. (국내여행 관광상품 구성 시) 어떤 테마유형 간 결합을 하면 좋을까요? 가장 선호하는 결합을 순서대로 기입해주시기 바랍니다. 1순위: (), 2순위: (), 3순위: ()

- ① 과학+음식 ② 과학+생태 ③ 과학+웰빙 ④ 과학+문화 ⑤ 과학+역사
 ⑥ 음식+생태 ⑦ 음식+웰빙 ⑧ 음식+문화 ⑨ 음식+역사 ⑩ 생태+웰빙
 ⑪ 생태+문화 ⑫ 생태+역사 ⑬ 웰빙+문화 ⑭ 웰빙+역사 ⑮ 문화+역사

E. 응답자 일반사항

1. 귀하의 성별은? ① 남성 ② 여성
2. 귀하의 연령은? ① 20~29세 ② 30~39세 ③ 40~49세 ④ 50세 이상
3. 귀하의 결혼여부는? ① 미혼 ② 기혼 ③ 기타

4. 귀하의 최종학력은?

- ① 고졸 이하 ② 전문대(재학·졸업) ③ 대학교(재학·졸업) ④ 대학원(재학·졸업)

5. 귀하의 월평균소득은? ① 200만원 미만 ② 200~299만원 ③ 300~399만원

- ④ 400~499만원 ⑤ 500만원 이상

6. 귀하의 직업은?

- ① 사무직 ② 서비스직 ③ 공무원 ④ 자영업 ⑤ 생산직/기술직 ⑥ 학생

- ⑦ 주부 ⑧ 전문직(의사/변호사/교수 등) ⑨ 기타

☺☺ 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. ☺☺



34863 대전광역시 중구 중앙로 85 (선화동)
TEL. 042-530-3500 FAX. 042-530-3508
www.dsi.re.kr

ISBN: 979-11-6075-106-2 93320