

DAEJEON SEJONG FORUM

2024 가을
통권 제90호

대전세종포럼

일류 경제도시, 미래 전략 수도를 선도하는 지식 플랫폼

DAEJEON SEJONG KNOWLEDGE PLATFORM





MISSION

시민 행복과
자부심을 높이는
매력 있는 도시건설

VISION

충청권 메가시티를 선도하는 지역 미래 연구의 구심점

DAEJEON SEJONG FORUM

대전세종포럼

2024 가을 통권 제90호

목표 및 추진전략

GOALS AND STRATEGIES



미래를 견인하는 대전·세종 싱크탱크

- 지속 가능한 도시 발전의
견인 연구
- 충청권 메가시티 건설의 실현
고도화
- 글로벌 네트워크 구축으로
연구 역량 강화



시민이 체감하는 맞춤형 연구수행

- 시민 공감형 정책 플랫폼 구축
- 상생 협력 기반의 지역 연구
고도화
- 최종 고객인 시민과
쌍방향 소통



ESG 기반 지속가능 경영기반 확립

- 혁신 기반 사회적 가치 실현
- 소통·협력을 통한
공감의 조직문화 확산
- 사람 중심의 인권과
안전한 일터 조성

Contents

DAEJEON SEJONG FORUM

대전세종포럼 / 2024 가을 통권 제90호



권두언
06 **직접 경험해야 진정한 재미를 느낀다**
김영진 대전세종연구원장

- 기획특집
- 10 **데이터 기반 대전 관광 트렌드 분석**
최서우 (주)한국데이터연구소 대표이사
 - 20 **대전 지역축제 현황과 발전방향 모색**
김동한 한남대학교 호텔항공경영학과 교수
 - 36 **대전 시민의 일상 여가를 위한 제언**
김혜선 경희대학교 스마트관광연구소 학술연구교수
 - 48 **대전의 관광 생태계 변화를 위한 제언**
윤동환 국립공주대학교 관광&영어통역융복합학과 교수
 - 62 **꿀잼도시 대전, 관광교통 실태와 개선방향**
최영석·고영모 충북연구원 연구위원·전문연구위원
 - 72 **트라이투어슈머(trytoursumer)를 활용한
대전 숙박관광 활성화 방안**
하진영 연성대학교 관광중국어전공 교수

- 대전·세종 STORY
- 86 **로컬 관광기업 육성 및 관광 일자리 창출을 이끄는
'대전·세종관광기업지원센터'**
강정욱 대전관광공사 차장
 - 90 **도시의 보물 : 원도심 중심의 체류형 쇼핑관광**
이정준 대전광역시관광협회 대리
 - 92 **대전스토리투어**
안여종 대전체험여행협동조합 감사
 - 96 **공정관광의 선두 주자, 대전**
김고은 대전관광공사 대리

- 대전·세종 FOCUS IN
- 102 **걷기 좋은 철도관사마을
소제동에서 시작하는 머물기 좋은 대전여행**
박진석 여행사 진DoL 대표
 - 106 **한여름 밤의 대전 탐험, 0시 축제 둘러보기**
이보현 작가, <소탐대전> 저자

DSI NEWS
112 **연구원 뉴스**

권 두 언

직접 경험해야 진정한 재미를 느낀다

김영진 / 대전세종연구원장

얼마 전 대전의 자랑스러운 축제인 0시축제가 성황리에 막을 내렸습니다. 이번 축제는 무더운 여름 도심에서 펼쳐지는 축제가 과연 얼마나 의미가 있을지 의문을 가진 시민들의 생각을 바꾸는 계기가 되었습니다. 도심 곳곳을 걸으며 평소에 자주 지나치던 장소들을 새롭게 바라보는 기회가 되었지요. 이동 수단에 익숙해져 도심의 작은 변화를 놓치는 경우가 많았는데, 축제 기간 동안 보물찾기를 하듯 도시를 탐험하면서 새로운 관점으로 도심을 경험하게 되었습니다. 자유롭게 걷는 시간을 통해 새로운 생각과 아이디어가 열리길 바라면서요.

대전과 세종은 풍부한 역사, 문화, 과학기술 자원을 바탕으로 단순한 방문지를 넘어, 머물며 즐길 수 있는 체험형 관광산업으로의 진화를 추구하고 있습니다. 교통과 과학기술의 중심지인 대전, 그리고 창조와 도전의 미래 전략 수도인 세종은 긍정적인 도시 이미지를 강화하며 문화와 여가가 조화를 이루는 지속 가능한 관광지로 자리매김하기 위해 많은 노력을 기울이고 있습니다.

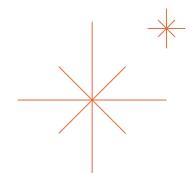
이번 가을호에서는 대전의 0시축제를 비롯한 관광산업의 발전을 위한 새로운 여정에 주목하며, "체류형 관광 활성화를 위한 변화와 도약"이라는 주제로 다양한 내용을 담았습니다. 데이터 기반의 트렌드 분석과 지역 축제의 현황을 파악하여, 관광산업의 변화에 어떻게 적응해야 하는지를 살펴보고, 지역 축제가 단순한 이벤트를 넘어 체류형 관광의 주요 요소로 자리잡기 위해 필요한 변화와 노력을 논의했습니다. 또한, 대전과 세종이 '꿀잼도시'로 거듭나기 위해 필수적인 관광 교통 실태와 개선 방향에 대한 분석도 포함되어 있습니다. 관광객들이 편리하게 도시를 탐험하고 체류할 수 있도록 하는 교통 인프라는 매우 중요한 요소이기 때문입니다. 더불어, 지역 축제와 이벤트에서 새로운 관광 소비 유형인 트라이투어슈머(trytoursumer)를 활용하여 체류형 관광지로서의 매력을 더할 수 있는 방안도 제안했습니다.

깊이 있는 사고를 위해서는 때때로 아무런 생각 없이 노는, 비생산적인 시간이 필요하다고 합니다. 이번 가을호는 "직접 해봐야 진정한 재미를 느낀다"는 말의 중요성을 다시 한번 되새기게 합니다. 일상 속에서 체험할 수 있는 지역 관광의 즐거움이 축제를 통해 도시 전체의 관광 경쟁력 강화로 이어지게 하려면, 장기적으로 지역을 잘 아는 문화 기획자를 육성하여 전문적인 마케팅 전략을 세워야 할 것입니다. 이를 통해 지역 축제가 지역 경제 활성화, 지역 구성원의 참여 확대, 그리고 지역과의 교류 및 국제 교류를 촉진하는 중요한 관광산업으로 성장할 수 있도록 대전과 세종만의 관광 생태계를 조성해야 합니다.

체험형 관광산업과 0시축제의 성공은 대전과 세종이 머물고 즐기며 경험을 쌓는 체류형 관광지로 발전할 가능성을 보여줍니다. 더 나아가, 지역 축제는 도시 브랜드를 강화하고, 많은 관광객들에게 대전과 세종을 새롭고 매력적인 도시로 각인시키는 중요한 역할을 하리라 생각합니다.

이번 대전세종포럼 가을호를 통해 여러분이 대전과 세종의 관광산업에 대한 새로운 시각을 가지게 되기를 바라며, 지속 가능한 발전을 위한 소중한 논의의 장이 되기를 기대합니다.

감사합니다.



논담(論談)

체류형 관광 활성화를 위한 변화와 도약

기획특집

/ 최서우

(주)한국데이터연구소 대표이사

/ 김동한

한남대학교 호텔항공경영학과 교수

/ 김혜선

경희대학교 스마트관광연구소 학술연구교수

/ 윤동환

국립공주대학교 관광&영어통역융복합학과 교수

/ 최영석·고영모

충북연구원 연구위원·전문연구위원

/ 하진영

연성대학교 관광중국어전공 교수

D A E J E O N
S E J O N G F O R U M



기획특집 0 1

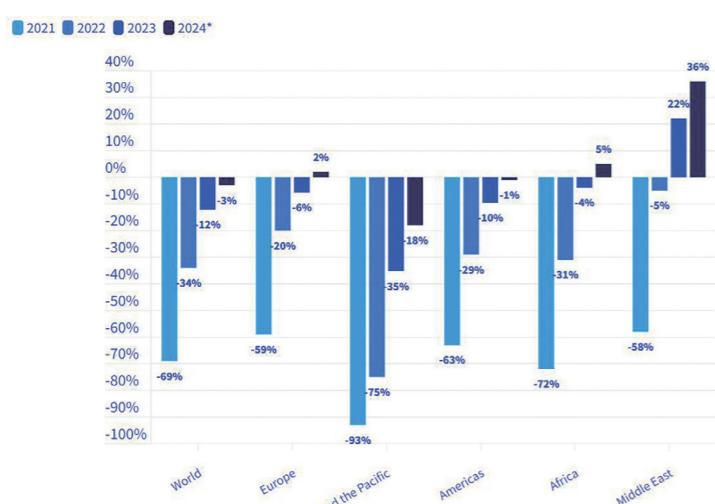
데이터 기반 대전 관광 트렌드 분석

최서우 / (주)한국데이터연구소 대표이사

I — 들어가며

2023년 5월, 세계보건기구(WHO)가 엔데믹을 선언하면서 봉쇄했던 각국의 국경이 풀리자 역
눌렸던 관광 수요가 폭발적으로 증가하였다. UN Tourism(2024)에 따르면, 2023년의 국제관광 수
요는 COVID-19 이전인 2019년의 약 88% 수준으로 회복되었으며, 2024년 연말까지 완전한 회복
을 이를 것으로 전망된다. 이처럼 관광산업은 3년이라는 긴 터널을 지나며, 팬데믹 이전의 영광을
되찾고 있다.

〈그림 1〉 International Tourist Arrivals (% change over 2019)



자료: UN Tourism / Data as collected by UN Tourism, May 2024

한국의 관광 수요 역시 2022년 이후로 회복세에 접어들었다. 내국인의 관광 수요를 나타내는 국
민여행총량(여행횟수 기준)은 2023년에 296,977,000회를 기록하며, 2019년 대비 86.1% 수준으로
회복되었다. 또한, 외국인 관광 수요를 보여주는 방한 외래객 수는 2023년에 11,031,665명에 이르러
2019년 대비 63.0% 회복하였다(〈표 1〉 참조). 비록 UN Tourism의 전망치에 미치지 못하지만, 회복
세를 보이고 있다는 점은 긍정적으로 평가할 만하다.

〈표 1〉 국민여행 총량 및 방한 외래관광객 수

구분	국민여행총량		방한 외래객 수	
	횟수	2019년 대비 회복률	전체	2019년 대비 회복률
2019년	344,750,000회	-	17,502,756명	-
2020년	225,199,000회	65.3%	2,519,118명	14.4%
2021년	245,127,000회	71.1%	967,003명	5.5%
2022년	283,722,000회	82.3%	3,198,017명	18.3%
2023년	296,977,000회	86.1%	11,031,665명	63.0%

자료: 관광정보지식시스템

그러나 대전의 관광 수요 및 2019년 대비 관광 수요 회복률은 다소 저조하다. 2023년 대전의 국
민여행총량(여행횟수 기준)은 총 5,116천 회로 내국인 관광 수요 전체의 1.7% 정도 비중을 차지하였
고, 이는 전국 17개 광역시/도 중 13위에 해당한다. 또한, 2019년 대비 회복률은 57.1%로, 전국 평균
대비 29.0%p 낮으며, 전국 17개 광역시/도 중 15위에 머물렀다(〈표 2〉 참조).

〈표 2〉 지역별 국민여행총량 및 2019년 대비 회복률 현황

지역	2023년 국민여행총량		2019년 대비 국민여행총량 회복률	
	순위	횟수(천 회)	순위	회복률
전체	—	296,977	—	86.1%
경기	1위	53,850	1위	102.8%
경남	3위	29,528	2위	101.6%
제주	11위	12,515	3위	99.7%
강원	2위	39,527	4위	97.8%
전남	5위	27,103	5위	96.1%
경북	4위	27,143	6위	90.9%
충북	10위	12,617	7위	85.8%
충남	6위	24,180	8위	85.5%
울산	14위	4,737	9위	84.0%
전북	7위	18,396	10위	81.8%
인천	12위	11,327	11위	77.8%
부산	9위	13,800	12위	73.2%
세종	17위	1,750	13위	67.5%
대구	15위	4,648	14위	58.6%
대전	13위	5,116	15위	57.1%
서울	8위	13,952	16위	56.7%
광주	16위	2,098	17위	42.0%

자료: 관광정보지식시스템

대전의 외국인 관광 수요 및 2019년 대비 관광 수요 회복률 역시 저조한 수준이다. 2023년 대전의 방한 외래객 수는 약 121,348명으로 추정되고 있고, 이는 외국인 관광 수요 전체의 1.1% 정도 비중을 차지하여 전국 17개 광역시/도 중 12위에 머물렀다. 2019년 대비 회복률은 46.2%로, 전국 평균 대비 16.8%p 낮으며, 전국 17개 광역시/도 중 16위에 머물렀다(〈표 3〉 참조). 대전은 내/외국인 관광 수요 및 2019년 대비 회복률 모두 하위권에 머물러 있는 상황으로, 이에 대한 제고 방안 마련이 시급하다.

〈표 3〉 지역별 방한 외래객 수 및 2019년 대비 회복률 현황

구분	2023년 방한 외래객 수		2019년 대비 방한 외래객 수 회복률	
	순위	방한 외래객 수(명)	순위	회복률
전체	-	11,031,665	-	63.0%
서울	1위	8,858,427	5위	66.2%
부산	2위	1,941,573	2위	78.7%
대구	8위	253,728	17위	41.4%
인천	5위	717,058	13위	51.2%
광주	15위	99,285	12위	51.6%
대전	12위	121,348	16위	46.2%
울산	11위	143,412	1위	81.9%
세종	17위	33,095	15위	47.3%
경기	3위	1,467,211	7위	56.3%
강원	6위	717,058	10위	52.5%
충북	14위	99,285	11위	51.6%
충남	13위	121,348	14위	49.5%
전북	10위	165,475	8위	55.6%
전남	16위	99,285	3위	70.9%
경북	7위	330,950	6위	61.0%
경남	9위	198,570	4위	66.7%
제주	4위	959,755	9위	55.4%

◆ 방한 외래객 수는 한국문화관광연구원의 외래관광객조사 지역별 방문비율에 방한 외래객 전체 값을 곱하여 산출함

자료: 관광정보자식시스템

종합적으로, COVID-19로 억눌렸던 국내외 관광 수요는 폭발적으로 증가하고 있으며, 2024년에는 완전한 회복이 예상된다. 한국의 국내외 관광 수요 역시 글로벌 트렌드에 비해 낮은 회복률을 보이지만, 무난한 수준의 회복세를 보이고 있다. 그러나 대전의 경우 여전히 미약한 수준이다. 이에 따라, 본 원고에서는 대전의 관광 수요 및 관광 행태에 대한 트렌드와 현황을 진단하고, 이를 토대로 관광 수요 증대를 위한 제언을 하고자 한다.

II — 대전 관광 트렌드 분석

01 대전 관광 수요 분석

2023년 대전의 국민여행총량(여행횟수 기준)은 총 5,116천 회로 이 중 70.2%(3,591천 회)는 여가, 위락, 휴가 등의 순수 관광여행이었으며, 29.8%(1,525천 회)는 비즈니스나 친지 방문 등 기타 목적의 여행이었다. 순수 관광여행은 기타여행보다 2.35배 높은 비중을 차지했다. 또한, 당일여행과 숙박여행의 비중을 살펴본 결과, 전반적으로 당일여행이 약 60%를 차지하고 있음을 알 수 있다. 이는 대전의 내국인 관광 수요가 당일에 이루어지는 순수 관광여행이 주를 이루고 있음을 시사한다.

〈표 4〉 대전의 내국인 관광수요 분석결과(국민여행총량)

구분	국민여행(단위: 천 회)			관광여행(단위: 천 회)			기타여행(단위: 천 회)		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
2019년	8,959	4,046	4,913	4,181	1,871	2,310	4,778	2,175	2,603
2020년	5,307	2,304	3,002	2,495	1,106	1,389	2,811	1,198	1,613
2021년	4,603	1,784	2,819	2,327	905	1,421	2,276	878	1,398
2022년	4,869	2,070	2,798	2,879	1,095	1,783	1,990	975	1,015
2023년	5,116	2,114	3,002	3,591	1,411	2,180	1,525	702	823

◆ 관광여행 : 관광, 자연감상 등 여가/위락/휴가 목적인 여행을 의미함

◆ 기타여행 : 출장업무 방문, 단순 귀성/친지방문, 결혼식, 장례식 참여 등 목적의 여행을 의미함

자료: 관광정보자식시스템

2023년 대전의 외국인 관광 수요는 총 121,348명으로 추정되었다. 이후 내국인과 동일한 방식으로 여행 목적과 기간 등에 대한 추가 분석을 시도하였으나, 외래관광객조사 데이터에서 대전만의 독자적인 여행 행태를 분석하는 데 한계가 있어 심층 분석을 수행하지 못했다.

〈표 5〉 대전의 외국인 관광수요 분석결과(방한 외래객 수)

구분	방한 외래객 수(명)	대전 방문 비율	대전 방한 외래객 수(추정치, 명)
2019년	17,502,756	1.5%	262,541
2020년	2,519,118	4.0%	100,765
2021년	967,003	4.2%	40,614
2022년	3,198,017	2.8%	89,544
2023년	11,031,665	1.1%	121,348

◆ 대전의 방한 외래객 수는 한국문화관광연구원의 외래관광객조사 지역별 방문비율에 방한 외래객 전체 값을 곱하여 산출함

자료: 관광정보자식시스템

02 대전 관광 행태 분석

1) 외지인 프로파일 분석

2023년 대전을 방문한 외지인의 성별 및 연령대별 프로파일 분석 결과, 남성 및 30대 이하의 청년 층 계층의 방문 비율이 상대적으로 높았다. 특히, 2023년 남성의 방문 비율은 57.5%로 여성(42.6%) 대비 14.9%p 높았고, 2023년 30대 이하의 청년층 방문 비율은 52.3%(29.7%+22.6%)로 대전 방문 외지인 전체의 절반 가량을 차지하였다. 한편, 코로나19 이전인 2019년과 비교했을 때, 50대 이상의 중년층 방문 비율이 약 2%p 가량 증가한 것 외에는 큰 변동이 없는 것으로 분석되었다(〈표 6〉 참조).

〈표 6〉 외지인 프로파일(성별 및 연령대) 분석 결과

계층	2019년[a]		2023년[b]		GAP[b-a]	
	남성	여성	남성	여성	남성	여성
전체	57.30%	42.70%	57.50%	42.60%	0.2%p	-0.1%p
장년층	6.80%	5.80%	9.40%	8.00%	2.6%p	2.2%p
중년층	19.00%	13.20%	18.40%	12.00%	-0.6%p	-1.2%p
청년층	31.50%	23.70%	29.70%	22.60%	-1.8%p	-1.1%p

◆ 청년층은 30대 이하, 중년층은 40~50대, 장년층은 60대 이상을 의미

◆ 외지인은 대전 외에 거주하는 내/외국인 방문객을 의미

자료: 한국관광데이터랩

거주지	내국인			거주지	외국인		
	2019년[a]	2023년[b]	gap[b-a]		2019년[a]	2023년[b]	gap[b-a]
전북	5.10%	5.50%	0.4%p	호주	2.20%	2.80%	0.6%p
경북	3.50%	3.30%	-0.1%p	싱가포르	0.80%	2.70%	1.9%p
경남	2.60%	2.50%	-0.1%p	태국	7.80%	2.30%	-5.5%p
인천	2.30%	2.50%	0.2%p	대만	1.70%	2.20%	0.5%p
대구	2.30%	2.30%	0.0%p	캐나다	1.80%	2.10%	0.3%p
부산	1.80%	1.90%	0.1%p	독일	1.20%	1.90%	0.7%p
전남	1.60%	1.70%	0.0%p	영국	1.60%	1.80%	0.2%p
광주	1.50%	1.60%	0.1%p	프랑스	1.20%	1.80%	0.6%p
강원	1.80%	1.20%	-0.5%p	필리핀	2.90%	1.40%	-1.5%p
울산	0.70%	0.80%	0.0%p	러시아	1.80%	1.40%	-0.4%p
제주	0.50%	0.70%	0.1%p	말레이시아	0.90%	1.10%	0.2%p

◆ 외지인은 대전 외에 거주하는 내/외국인 방문객을 의미

자료: 한국관광데이터랩

2) 외지인 관광지 출

2023년 대전을 방문한 외지인의 관광지 출을 분석한 결과, 내/외국인은 모두 육상운송 > 식음료 > 대형쇼핑몰 분야에서 많이 지출하는 것으로 분석되었다. 외국인의 경우 내국인 대비 숙박업 및 여가서비스업의 지출비용이 상대적으로 높은 특징을 보이고 있다. 코로나19 이전인 2019년과 비교해보면, 내국인은 육상운송 및 대형쇼핑몰 지출이 증가했으며, 외국인은 대형쇼핑몰, 기타 숙박, 식음료비 지출이 증가한 것으로 분석되었다. 반면, 내/외국인 모두 전반적으로 여가 서비스업에 대한 지출이 감소하는 경향을 보였다(〈표 8〉 참조).

〈표 8〉 외지인 관광지 출 분석 결과(단위: 백만 원)

거주지	내국인			외국인			
	2019년[a]	2023년[b]	gap[b-a]	2019년[a]	2023년[b]	gap[b-a]	
쇼핑업	관광기념품	1,043.5	956.3	-87.2	7,262.1	3,732.7	-3,529.4
	레저용품쇼핑	39,759.3	39,443.9	-315.4	260,067.0	227,804.1	-32,262.9
	대형쇼핑몰	249,180.0	415,579.6	166,399.6	3,674,124.7	7,770,243.5	4,096,118.8
숙박업	호텔	5,702.7	7,178.3	1,475.6	3,888,023.1	4,560,111.4	672,088.3
	기타숙박	16,414.3	13,943.0	-2,471.3	1,173,832.9	4,104,537.6	2,930,704.7
식음료업	식음료	509,709.7	498,375.9	-11,333.8	3,665,016.8	6,427,194.0	2,762,177.2
	관광유원시설	1,396.3	1,988.9	592.5	12,139.7	33,795.2	21,655.5
	골프장	11,132.8	14,922.4	3,789.7	304,950.9	45,877.1	-259,073.8
여가 서비스업	기타레저	12,717.9	4,547.6	-8,170.3	439.3	10.0	-429.3
	문화서비스	8,308.7	5,879.9	-2,428.7	20,439.1	27,815.8	7,376.6
여행업	여행업	306.1	166.2	-140.0	9,862.6	23,909.1	14,046.4
	육상운송	486,946.5	718,178.3	231,231.8	14,327,554.3	14,244,796.2	-82,758.1
운송업	렌터카	348.7	264.0	-84.7	12,558.7	93,510.4	80,951.7

◆ 외지인은 대전 외에 거주하는 내/외국인 방문객을 의미

자료: 한국관광데이터랩

2023년 대전을 방문한 외지인의 거주지 및 거주국을 분석한 결과, 내국인은 충남 > 경기 > 충북 > 세종 > 서울 순이었고, 외국인은 중국 > 미국 > 일본 > 베트남 > 홍콩 순으로 분석되었다. 내국인은 충남·충북·세종, 외국인은 중국·일본·베트남·홍콩 등 주로 인접 지역이나 인접 국가에서 대전을 방문하는 비율이 상대적으로 높았다. 코로나19 이전인 2019년과 비교해보면, 내국인의 거주지별 방문 비율 변화는 거의 없는 것으로 나타났으나, 외국인의 경우 미국인의 방문 비율이 11.0%p 증가, 태국과 중국인의 방문 비율이 각각 5%p 이상 감소하였다(〈표 7〉 참조).

〈표 7〉 외지인 프로파일(거주지 및 거주국) 분석 결과

거주지	내국인			거주지	외국인		
	2019년[a]	2023년[b]	gap[b-a]		2019년[a]	2023년[b]	gap[b-a]
충남	22.10%	20.90%	-1.2%p	중국	24.40%	18.80%	-5.6%p
경기	15.20%	16.30%	1.1%p	미국	7.10%	18.10%	11.0%p
충북	13.80%	13.30%	-0.6%p	일본	7.70%	8.40%	0.7%p
세종	12.50%	12.60%	0.1%p	베트남	4.00%	4.50%	0.5%p
서울	12.40%	12.30%	-0.1%p	홍콩	4.30%	4.00%	-0.3%p

3) 대전 관광 목적지

2023년 대전 관광 목적지 분석 결과, 성심당이 60.3%로 가장 높은 방문율을 기록하였고, 그 다음으로 대전중앙시장 > 엑스포 과학공원 > 으능정이 문화의거리 > 소제동 > 한밭수목원이 차지하였다. 성심당의 방문 비율이 다른 관광지에 비해 매우 높았으며, 휴양림, 공원, 온천, 호수 등 힐링과 관련된 관광 목적지 역시 상위권을 차지하고 있음이 분석되었다(〈표 9〉 참조).

〈표 9〉 대전 관광 목적지 분석 결과

순위	관광지	비율
1	성심당	60.30%
2	대전중앙시장	24.90%
3	엑스포 과학공원	23.50%
4	으능정이 문화의거리	23.10%
5	소제동	20.70%
6	한밭수목원	19.80%
7	신세계 백화점	19.70%
8	대동 하늘공원	16.90%
9	유성온천	16.50%
10	계족산 황톳길	16.10%
11	대청호	15.20%
12	만인산 휴양림	13.50%
13	오월드	13.30%
14	장태산 휴양림	12.50%
15	국립중앙박물관	12.40%
16	뿌리공원	11.40%

♦ 10.0% 이상 응답 기준

자료: 2023년 대전 관광객 실태조사

4) 소셜 미디어

2023년 대전 관광에 대한 SNS 언급량은 약 200만 건으로, 코로나19 이전에 비해 100만 건 이상 증가하였다. 동반 유형 관련 언급에서는 가족 관련 키워드가 주를 이루며, 2019년 대비 모든 유형에서 증가세를 보였다. 여행 유형 및 트렌드 관련 언급량은 휴식 및 힐링 > 레포츠 > 기타 > 미식 > 체험 순이었으며, 미식 관련 언급량은 전년 대비 소폭 감소한 것으로 분석되었다(〈표 10〉 참조).

〈표 10〉 대전 소셜미디어 분석 (단위: 건)

구분	2019년(a)	2023년(b)	gap(b-a)
동반 유형	언급량	1,016,856건	2,037,374건
	기타가족	254,970	502,227
	배우자	49,084	100,876
	부모님	97,908	210,219
	싱글	51,016	111,843
	연인	50,738	95,409
	자녀	114,346	175,868
	친구	140,736	327,518
	학생	41,347	63,464
	회사동료	99,014	231,264
여행유형 /트렌드	기타	19,212	37,566
	레포츠	31,531	62,604
	미식	20,344	17,463
	체험	5,785	8,270
	휴식/힐링	40,825	92,783

자료: 한국관광데이터랩

III — 결론 및 시사점

엔데믹을 맞이하여 얹눌렸던 국내외 관광 수요가 폭발적으로 증가하고 있다. 이에 빛맞춰 한국뿐 아니라 전 세계적으로 관광 수요는 놀라운 회복세를 보이고 있다. 그러나 대전의 국내외 관광 수요 회복세는 전국 평균 대비 16.8%p~29.0%p 낮은 실정으로, 전국 17개 시·도 중 하위권에 머물고 있다. 따라서 본 원고에서는 대전관광 관련 데이터 분석을 통해 대전의 관광 트렌드를 살펴보고, 관광 수요 회복 방안을 다음과 같이 제시하고자 한다.

첫째, 다양한 계층을 포용할 수 있는 관광 목적지가 되어야 한다. 우리나라 인구 분포를 살펴보면, 40대 이상의 중장년층이 청년층 대비 약 1.6배 많다. 이들의 관광 수요 잠재력은 매우 크다. 그러나 대전을 방문하는 내국인중 30대 이하 청년층이 절반 이상을 차지하고 있어, 중장년층의 잠재력을 충분히 활용하지 못하고 있다. 예를 들면, 중장년층을 타깃으로 한 힐링 관광 코스나 역사·문화 체험 프로

그램을 개발하여 이들의 관심을 끌 수 있다. 또한, 중장년층은 주로 가족 단위로 여행하는 경향이 있으므로, 가족 친화적인 관광지와 프로그램 확충이 필요하다. 이에 따라, 대전은 중장년층 등 다양한 계층을 포용할 수 있는 맞춤형 정책과 마케팅 전략을 수립해야 한다.

둘째, 관광 목적지의 다변화를 통해 대전의 관광 매력도를 확대해야 한다. 대전 관광 실태조사에 따르면, 성심당의 방문 비율은 60.3%로 다른 관광 목적지보다 30~40%p 높다. 이는 대전을 방문한 관광객 10명 중 6명이 성심당을 방문한다는 의미이다. 이러한 현상은 대전의 관광 이미지를 강화하는 긍정적인 요소이지만, 동시에 관광 매력이 특정 명소에 편중될 위험도 있다. 이를 해소하기 위해, 대전의 노포(오래된 상점)와 같은 숨은 명소들을 발굴하고 이를 중심으로 새로운 테마 코스를 개발하는 것이 필요하다. 예를 들어, '대전 빵지순례' 코스를 성심당뿐만 아니라 테레즈 제과, 레드오븐 등 대전 내 다른 유명한 빵집과 연계하여 개발할 수 있다. 이를 통해 더 다양한 관광객층의 관심을 끌고, 대전의 관광 매력을 다각화할 수 있을 것이다.

셋째, 인접 지역을 대상으로 한 여가 관광 관련 정책과 마케팅이 필요하다. 카드사 빅데이터 분석에 따르면, 대전을 방문한 내국인의 육상운송비(교통비)와 대형쇼핑몰(쇼핑비) 지출이 2019년 대비 크게 증가했으며, 외국인의 대형쇼핑몰 지출도 두드러지게 나타났다. 따라서 대전의 주요 쇼핑몰과 연계한 관광 상품을 개발하거나, 대전의 대표적인 쇼핑몰인 갤러리아 타임월드를 중심으로 한 쇼핑 투어를 기획할 수 있다. 특히, 대전 방문객의 대부분이 충북·충남·세종 등 인접 지역과 중국·일본 등 인접 국가에서 온다는 점을 고려할 때, 이러한 인접 지역을 타겟으로 한 여가 관광 관련 정책과 마케팅을 강화하여 더 많은 관광객을 유치할 수 있다.

넷째, 대전 관광의 소셜 미디어 마케팅을 강화할 필요가 있다. 대전 관광의 소셜 언급량이 코로나 19 이전 대비 2배 이상 증가한 것은 대전 관광에 대한 관심도가 높아지고 있음을 보여준다. 관심도가 높아지고 있는 현 시점에서 이를 효과적으로 활용하기 위해서는 인플루언서와의 협업을 통한 솟폼이나 브이로그 제작 등 소셜 미디어 마케팅을 더욱 강화할 필요가 있다. 충주맨과 빠니보틀 등의 여행 전문 혹은 슈니, 제리케이크 등과 같은 디저트 전문 인플루언서가 대전의 주요 명소를 하루 동안 탐방하는 브이로그나, 대전의 힐링 스팟을 소개하는 콘텐츠를 제작한다고 가정해 보자. 이러한 콘텐츠는 인스타그램, 틱톡, 유튜브 등에서 빠르게 확산될 것이며 많은 관심을 끌어 더 많은 관광객을 유치할 수 있을 것이다.

또한, 소셜 미디어를 통해 얻은 피드백을 반영해 관광 서비스를 지속적으로 개선하는 것이 중요하다. 예를 들어, 소셜 미디어의 대전의 관광지에 대한 긍정적 또는 부정적 리뷰를 분석하여, 관광지 시설 개선, 서비스 향상, 새로운 이벤트 개최 등의 실질적인 변화를 이루어낼 수 있다. 이렇게 소셜 미디어를 통해 실시간으로 소통하고 개선하는 전략은 대전의 관광 이미지를 지속적으로 높이고, 방문객들의 만족도를 크게 향상시킬 것이다.

본 원고에서는 데이터를 기반으로 대전관광 수요를 진단하고 트렌드를 살펴보았으며, 마지막으로 관광 수요 회복방안을 제언하였다. 원고를 작성하기 위해 국가승인통계인 국민여행조사와 외래관광객 조사 데이터를 분석하였으나, 두 조사 모두 순수하게 대전만 방문한 표본(관광객)을 추출하여 관광행태를 분석하기에는 표본 수 등의 한계가 있었다. 이에 대전관광공사에서 진행한 대전시 관광객 실태조사를 살펴보았으나, 예산 등의 한계로 인해 표본설계 정교성이 부족하여 대표성의 논란이 있었다. 마지막으로 한국관광데이터랩의 빅데이터도 살펴보았으나, 기지국 기반의 방문객 데이터로 관광객의 행태와는 다소 차이가 있었다.

따라서 대전만의 객관적이고 신뢰성 있는 관광데이터 체계 구축이 필요하다고 판단된다. 부산·경기·인천·충북 등의 광역 단위와 경주·수원 등의 기초 단위에서는 데이터 기반 마케팅의 중요성을 인식하고, 수년 전부터 관광객 실태조사를 자체적으로 실시하고 있다. 대전도 타 지역과 같이 충분한 예산 및 기간을 들여 정교한 표본설계가 반영된 관광객 실태조사 혹은 빅데이터를 활용한 관광객 동향 분석을 주기적으로 실시한다면, 대전의 특성이 반영된 관광 정책 및 마케팅 수립에 도움이 될 것이다.

참고문헌

- UNWTO(세계관광기구) 홈페이지
- 관광지식정보시스템 홈페이지
- 한국관광 데이터랩 홈페이지
- 문화체육관광부(2019-2024), 국민여행조사: 분석편
- 문화체육관광부(2018-2024), 외래관광객조사
- 윤설민·김혜선·홍민정(2023), 관광데이터를 활용한 대전시 관광정책 접근방안, 대전세종연구원
- 대전관광공사(2023), 2023년 대전 관광객 실태조사

기획 특집 0 2

대전 지역축제 현황과 발전방향 모색¹⁾

김동한 / 한남대학교 호텔항공경영학과 교수

오늘날 현대 사회에 이르러서 지역축제는 일상과 대비되는 공간과 활동이라는 의미로 해석된다. 사람들은 그들의 일상생활 내에서 발생할 수 있는 다양한 억압으로부터 벗어나고자 하는 욕구를 축제라는 수단으로 해소하고, 다시 그들의 삶에 대한 긍정성을 고양하여 일상생활로 회귀하는 구조를 통해 축제는 다양한 기능을 발현시킨다. 가령, 일상생활과의 대조를 통해 스트레스를 해소하는 정화기능, 놀이에 참여할 수 있는 놀이기능, 제도적으로 보장된 일탈을 가능하게 하는 탈일상 기능 등 축제는 현대 사회에서 살아가는 사람들에게 필수적인 수단이 되어가고 있다.

〈그림 2〉 축제의 전통적 현대적 기능 변화

I —— 서론: 지역축제의 이해

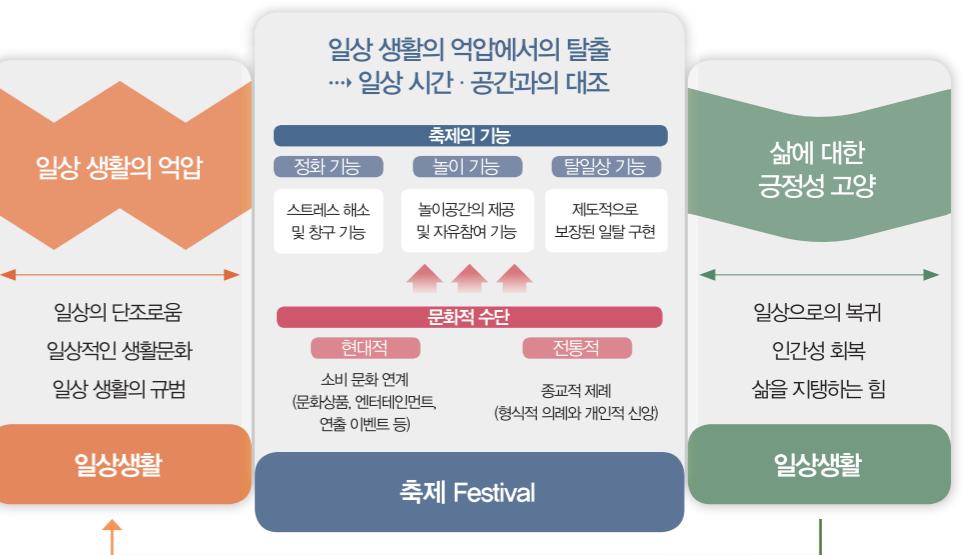
축제의 시작을 명확히 단정짓기는 어려우나, 현재 시점에서 정리해보면 축제는 인류 문화사에 보편적으로 존재해 오던 문화현상으로 접근할 수 있으며, 크게 원시 신앙, 제천 의식, 놀이 등에서 축제의 기원을 찾을 수 있다. 이처럼 과거에는 인간과 신의 교류, 인간과 자연의 교류 차원의 제천 의례, 나아가서는 인간의 유희적 본능을 표출하는 수단으로 축제가 사용되었다(이정학, 2022). 축제는 과거에서 현재까지 시간의 흐름에 따라 제의성을 거쳐 놀이성, 그리고 대동성을 지닌 다각적인 역할과 기능을 수행하고 있다. 이러한 축제는 변화를 거듭하여 현재는 관광 분야의 큰 부분을 차지할 만큼 중요성이 강조되고 있으며, 이는 경제적 · 비경제적 측면으로 긍정적인 효과를 발생시키는 수단으로 적극 활용되고 있다. 이에 따라 오늘날 축제는 공동체 문화를 전승하고, 일탈을 경험하며, 화합을 목적으로 하는 특수한 관광 상품으로 인식되고 있다.

〈그림 1〉 지역축제 기능 변화



자료: 한국문화관광연구원(2024), 도시활성화를 위한 지역축제의 역할 발표자료 내용

1) 본 원고는 '중도일보 73주년 · 대전상공회의소 92주년 기념' 세미나에서 발표된 내용을 수정·보완하였음



자료: 손신욱 · 김성윤 · 박창환(2023), 문화관광축제의 산업화 촉진을 위한 정책 지원방안, 한국문화관광연구원.

세부적으로 오늘날 지역축제가 지니고 있는 다양한 기능을 정리하여 축제의 기능과 효과를 정리해보자 한다. 첫째, 지역축제는 대부분 해당 지역의 특정 문화를 활용한다는 특징에 따라 개최 지역의 고유한 전통과 문화를 보존하고 계승하는 데 도움을 주는 기능을 지니고 있다. 둘째, 지역축제 개최를 통해 유입되는 관광객들의 소비 지출을 기반으로 해당 지역의 경제를 활성화하는 기능이 있다. 셋째, 유인력 있는 지역축제 개최를 통해 외지인을 지역 내로 유입시키며 이를 바탕으로 관광 산업을 발전시키는 수단으로도 활용된다. 넷째, 지역 주민의 화합을 바탕으로 지역 공동체를 강화하는 기능을 가지고 있다. 다섯째, 지역이 지니고 있는 다양한 문화와 전통을 소재로 특색 있는 지역축제 개최를 통해 문화적 다양성을 표현할 수 있다. 마지막으로 이러한 긍정적인 효과들을 발생시키기 위한 정책적 수단으로 정부와 지자체에서는 축제를 사용하고 있으며, 이는 지역축제가 지속적으로 발전할 수 있는 기반이 되기도 한다.

〈표 1〉 축제의 기능

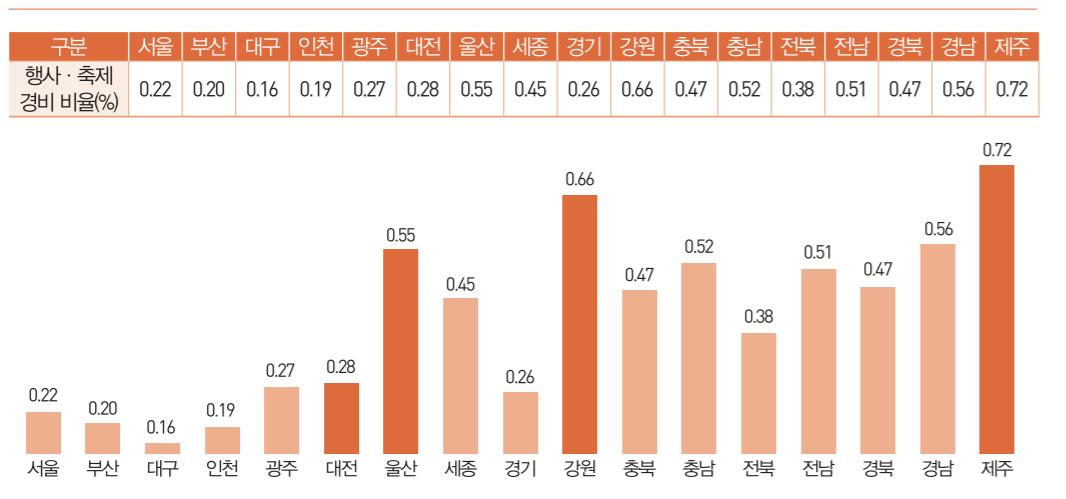
기능	내용
문화와 전통 보존	지역축제는 지역 고유의 전통과 문화를 보존하고 계승하기 위한 목적을 지니고 있음
지역 경제 활성화	지역 경제를 활성화하는 중요한 수단으로 축제 기간 동안 관광객에 의한 소비가 이루어지며 이는 지역 주민들의 소득 증대에 기여함
관광 산업 발전	지역축제는 국내외 관광객을 유치하는 중요한 요소로 축제를 통해 지역의 명소와 문화를 알리고 이를 통해 지역의 관광 산업을 발전시키는 역할을 함
지역 공동체 강화	지역 주민들이 함께 모여 협력하고 소통하는 기회를 제공하며, 이는 공동체의 결속력을 강화함
문화적 다양성	지역이 지니고 있는 다양한 문화적 배경 및 전통을 활용하여 각 지역마다 특색 있는 축제를 통해 문화적 다양성을 표현함
정부와 지자체의 정책 수단	지역 발전을 위한 정책의 일환으로 지역 축제가 지속적으로 성장하고 발전할 수 있는 기반이 되고 있음

II —— 대전의 축제 현황

01 대전의 행사 · 축제 관련 예산

대전시의 행사 · 축제 관련 현황을 파악하기 위해 관련 예산을 확인해 보았다. 2022년 결산 기준^②을 통해 살펴보면, 제주가 0.72%로 가장 높게 나타났으며, 강원 0.66%(2위), 울산 0.55%(3위) 등의 순으로 상대적으로 높게 나타난 반면, 대전은 0.28% 수준으로 전국 대비 11위 수준으로 집계되었다.

〈그림 3〉 2022년 기준 행사 · 축제경비비율(결산 기준)



자료: 행정안전부 지방재정365, 지방재정통합공개시스템.

2) 산정공식: (행사축제경비 ÷ 세출결산액) × 100%

2024년 예산 기준^③을 통해 추가적으로 행사 · 축제경비비율을 살펴보면, 제주가 0.75%로 가장 높게 나타났으며, 경남 0.69%(2위), 전남 0.65%(3위) 등의 순으로 상대적으로 높게 나타난 반면, 대전은 2024년 예산 기준에서도 0.40% 수준으로 전국 대비 10위 수준으로 상대적으로 낮게 편성된 것으로 나타났다.

〈표 2〉 2024년 전국 기준 행사 · 축제경비비율(예산 기준) (단위: 백만원, %)

순위	지역	세출예산액(A)	행사 · 축제경비(B)	비율(B/A)
1	제주	5,813,851	43,808	0.75
2	경남	28,544,352	196,197	0.69
3	전남	24,261,988	158,736	0.65
4	강원	18,171,622	117,667	0.65
5	충남	21,761,683	127,748	0.59
6	경북	30,382,919	162,689	0.54
7	충북	15,312,382	78,514	0.51
8	울산	7,059,259	35,992	0.51
9	전북	21,064,695	101,193	0.48
10	대전	9,075,160	35,852	0.40
11	서울	55,406,981	203,899	0.37
12	세종	1,566,868	5,259	0.34
13	경기	74,151,554	216,112	0.29
14	광주	9,186,466	24,406	0.27
15	부산	21,168,847	52,023	0.25
16	인천	18,601,816	41,600	0.22
17	대구	14,619,079	27,057	0.19
18	총합계	376,149,523	1,628,752	0.43

자료: 행정안전부 지방재정365, 지방재정통합공개시스템을 활용하여 정리함

대전시를 기준으로 2024년 예산 기준^④을 살펴보면, 대덕구가 0.54%로 가장 높게 나타났으며, 유성구 0.49%(2위), 대전 본청 0.39%(3위) 등의 순으로 높게 편성되었다. 행사 · 축제경비비율(예산 기준) 전국 평균 0.45%를 초과하는 지역은 대덕구, 유성구로 나타났다. 향후 대전시가 더욱 축제에 관심을 가져야 하는 대목이라 할 수 있다.

〈표 3〉 2024년 대전광역시 기준 행사 · 축제경비비율(예산 기준) (단위: 백만원, %)

순위	지역	세출예산액(A)	행사 · 축제경비(B)	비율(B/A)
1	대전 대덕구	546,150	2,937	0.54
2	대전 유성구	756,198	3,730	0.49
3	대전 본청	5,467,722	21,530	0.39
4	대전 서구	950,589	3,424	0.36
5	대전 동구	715,202	2,419	0.34
6	대전 중구	639,299	1,813	0.28

자료: 행정안전부 지방재정365, 지방재정통합공개시스템을 활용하여 정리함

3) 산정공식: (행사축제경비 ÷ 세출예산액) × 100%

02 대전 지역축제 현황

문화체육관광부에서 발표한 2024년 지역축제 개최 계획(1~12월)에 따르면, 전국 기준 1,170개의 지역축제가 개최됐거나 개최를 예정하고 있으며, 지역별로 규모를 살펴보면 경기 지역이 144건으로 1위로 나타났고 경남 135건(2위), 전남 121건(3위) 등의 순으로 높게 나타났다. 대전의 경우는 총 20건으로 전국 대비 16위 수준의 하위권으로 집계되었다.

〈표 4〉 2024년 전국 지역축제⁴⁾ 개최 계획

No	지역	개최 규모(건)	순위(위)	No	지역	개최 규모(건)	순위(위)
1	서울특별시	77	8	10	강원도	117	4
2	부산광역시	55	9	11	충청북도	39	12
3	대구광역시	33	14	12	충청남도	106	5
4	인천광역시	40	11	13	전라북도	87	6
5	광주광역시	21	15	14	전라남도	121	3
6	대전광역시	20	16	15	경상북도	86	7
7	울산광역시	36	13	16	경상남도	135	2
8	세종특별자치시	4	17	17	제주특별자치도	49	10
9	경기도	144	1	18	합계	1,170	-

자료: 문화체육관광부(2024). 2024년 지역축제 개최 계획(1~12월)

문화체육관광부에 등록된 2024년 지역축제 중 대전에서 개최(개최 예정)한 지역축제는 총 20건으로 예산을 규모를 기준으로 살펴보면, ‘2024 대전 0시 축제’, ‘2024 대전사이언스페스티벌’, ‘제15회 대전효문화뿌리축제’ 등이 상대적으로 높은 예산을 활용하는 것으로 나타났다. 개최 장소로는 동구 6건, 대덕구 5건, 서구 4건, 중구 3건, 유성구 3건 등으로 나타났다.

〈표 5〉 2024년 대전 지역축제 개최 계획

No	개최 장소	축제명	예산(백만원)
1	동구	대청호 봄축제(가칭)	290
2	동구	2024년 상소캠프요리축제	30
3	동구	문화재 여행 「밤하늘, 달콤한 문화산책」	175
4	동구, 중구	2024 대전 0시 축제	3,350
5	동구	대전 동구동락축제	688
6	동구	인쇄UP 아트페스티벌	99
7	중구	제15회 대전효문화뿌리축제	800
8	서구	2024 대전 서구 아트페스티벌	826

4) 산정공식: (행사축제경비÷세출예산)×100%

작성대상: 일정기간(2일 이상) 지역주민, 지역단체, 지방정부가 개최하며, 불특정 다수인이 함께 참여하는 문화관광예술축제문화관광축제, 특산물축제, 문화예술제, 일반축제 등)
작성제외대상: 특장계층인 참여하는 행사(경연대회, 가요제, 미술제, 연극제, 가요제, 시상식 등), 단순 주민위안 행사(경로잔치 등), 순수 예술행사를 약회, 전시회 등)
기타 종합적인 축제로서의 성격이 약한 행사는 제외(학술행사, 국제회의, 시민의날, 엑스포, 박람회, 패션쇼 등)

9	서구	제14회 녹색체험여행	20
10	유성구	2024 유성온천문화축제	580
11	유성구	2024 유성재즈&맥주 페스타	250
12	유성구	2024 유성온천 크리스마스축제	200
13	중구	2024 대전 K-힙합페스티벌	270
14	서구	2024 대한민국 과학축제	미정
15	서구	2024 대전사이언스페스티벌	1,600
16	대덕구	2024 대덕물빛축제	660
17	대덕구	제27회 동춘당문화제	80
18	대덕구	2024 대덕거리 맥주페스티벌	248
19	대덕구	제13회 김호연재여성문화축제	45
20	대덕구	2024년 제8회 장동계족산코스모스축제	24

자료: 문화체육관광부(2024). 2024년 지역축제 개최 계획(1~12월)

III ————— 지역축제의 흐름

다양한 기능을 지니고 있는 지역축제의 효과를 극대화시키기 위해선 다각적 노력이 수반되어야 한다. 그중 하나로 지역축제의 규모 확대를 위한 노력이 필요하며, 이를 위해 국내외 잠재 수요를 유인할 수 있는 콘텐츠 개발이 선행되어야 한다. 글로벌 트렌드를 우선적으로 고려하고, 아래와 같이 Fáilte Ireland(아일랜드 공화국의 국가 관광 개발 기관)에서 제시한 주요 트렌드와 관광 관련 보고서를 살펴볼 필요가 있다.

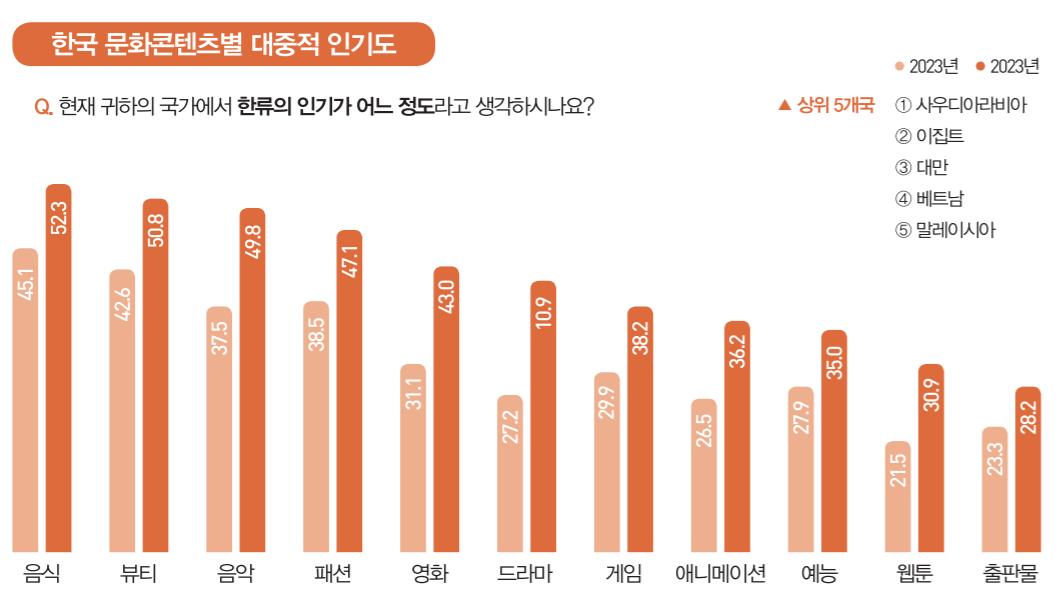
- 음식은 인플루언서 역할을 수행한다.
음식은 젊은 세대들이 휴가지와 짧은 휴식 장소를 선택하는 데 영향을 미친다.

- 여러 세대가 함께하는 음식관광이 이루어지고 있다.
가족여행을 고려한 음식관광 상품이 마련되어야 한다.

- 음식관광객은 상대적으로 더 많은 비용을 지출한다.
여행지 체험에 더 많이 참여하고 소비하는 경향을 보이고 있다.

2024 해외한류실태조사에 따르면, 해외에서는 음식(52.3%) 1위, 뷔티(50.8%) 2위, 음악(49.8%) 3위 등의 순으로 높게 나타났다. 이 중 가장 대중적 인기도가 높은 한국 문화콘텐츠인 음식은 COVID-19 이전인 2019년에도 45.1% 수준으로 1위에 선정되었던 것으로 나타났다.

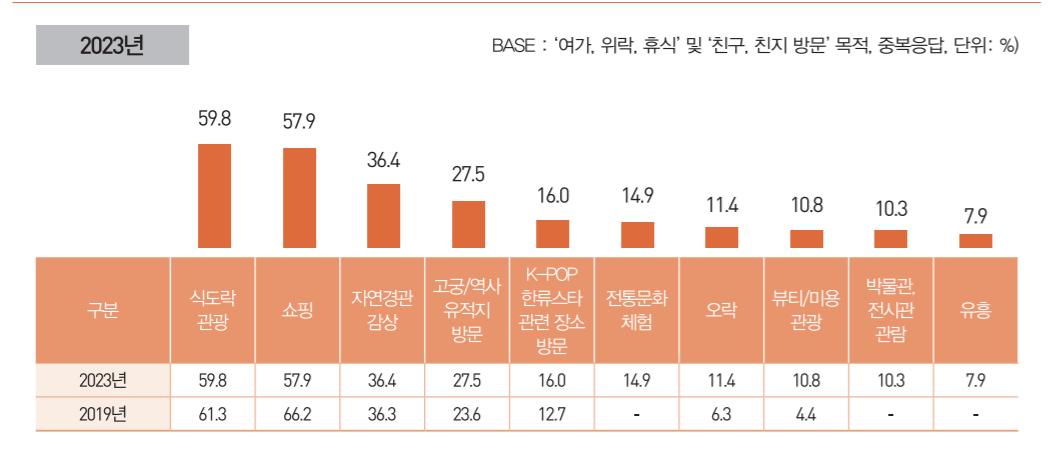
〈그림 4〉 한국 문화콘텐츠별 대중적 인기도



자료: 한국국제문화교류진흥원(2024.03.29). 2024 해외한류실태조사-요약편

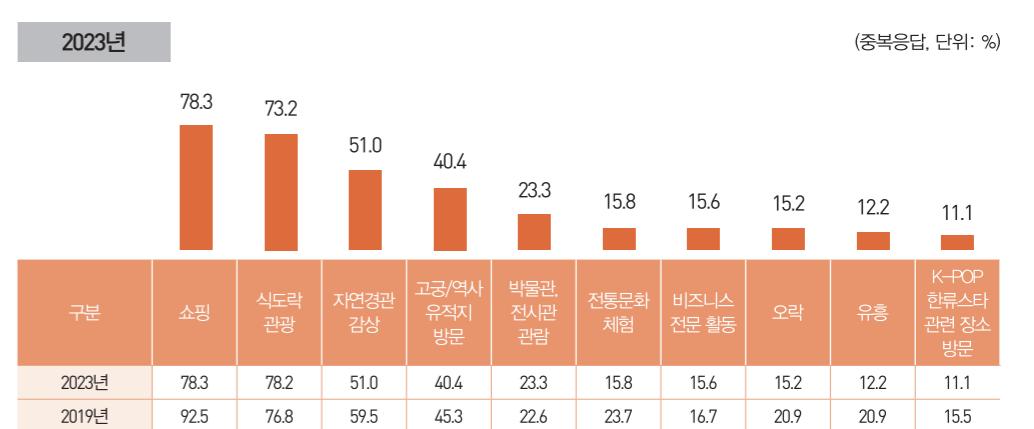
또한 2023 외래관광객조사에 따르면, 한국 방문시 고려하는 관광활동이 ‘식도락 관광’으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 실제 방한 외국인들은 ‘쇼핑’에 이어 ‘식도락 관광’이 주요 참여 관광 활동으로 나타났다.

〈그림 5〉 방한 고려 관광활동



자료: 문화체육관광부(2024). 2023 외래관광객조사

〈그림 6〉 주요 참여 활동



자료: 문화체육관광부(2024). 2023 외래관광객조사

일부 트렌드 및 관광 관련 보고자료에 따르면, ‘음식’이라는 콘텐츠를 공통적으로 확인할 수 있다. 이에 따라 향후 지역축제의 잠재 방문객인 외국인 관광객들의 유인을 위해 음식을 소재로 삼는 전략적 접근이 효과적이라 할 수 있다. 실제로도 최근 일부 지역축제를 살펴보면 공통적으로 음식을 소재로 한 지역축제가 흥행이 잘 되는 경향을 보이고 있다.

〈표 6〉 음식 소재 지역축제 국내·외 사례

축제명	개최지역	내용
라 토마티나	스페인 부뇰	<ul style="list-style-type: none"> 매년 8월 마지막 주 수요일에 열리는 토마토 던지기 축제 참가자들이 서로에게 토마토를 던지며 즐기는 축제 스페인의 대표적인 여름 축제 중 하나로, 전 세계 관광객들이 참여
길로이 마늘 축제	미국 캘리포니아주 길로이	<ul style="list-style-type: none"> 매년 7월에 열리는 마늘 축제 다양한 마늘 요리와 마늘 관련 제품들을 선보임 마늘을 테마로 한 요리 경연대회 개최
옥토버페스트	독일 뮌헨	<ul style="list-style-type: none"> 매년 9월 말부터 10월 초까지 열리는 세계 최대의 맥주 축제 전통적인 바이리아 의상을 입고 다양한 종류의 맥주와 독일 전통 음식을 즐길 수 있음



축제명	개최지역	내용
구미 라면축제	구미 역전로	<ul style="list-style-type: none"> 유일한 도심 속 라면축제 농심공장에서 생산된갓 뒤긴 라면을 구매하여 먹을 수 있음 도심 캠핑존 등 아색테마 식음존에서 다양한 라면요리를 먹을 수 있음 그 외 다양한 무대프로그램, 각종 이벤트, 체험행사 등 제공
원주 만두축제	원주 중앙동 전통시장 및 문화의거리 일원	<ul style="list-style-type: none"> 10월에 개최된 만두축제 만두판매부스를 통해 다양한 브랜드의 만두를 즐길 수 있음 주재관, 만두경연대회, 만두쿠킹쇼, 만두체험장 등 프로그램 제공
강릉 커피축제	강릉시 일원	<ul style="list-style-type: none"> 매년 10월 개최되는 커피축제 강릉을 비롯한 전국 유명 커피 업체들이 참석해 커피 무료 시음행사를 열고, 커피 명인들에게 직접 커피에 관한 전문적인 노하우를 얻는 세미나 개최 가족단위형 프로그램 및 커피 관련 체험 등 다양한 문화행사도 동시에 제공



IV ————— 지역축제 정책 파악

지역축제 관련 정책 파악을 위해 문화체육관광부에서 시행하고 있는 대표적인 문화관광축제, 글로벌축제 정책을 검토하였다.

01 문화관광축제

1) 문화관광축제의 이해

문화체육관광부에서는 「관광진흥법」 제48조의2(지역축제 등)에 의거하여 지역관광 활성화 및 외국인 관광객 유치 확대를 통한 세계적인 축제 육성을 기본방향으로 문화관광축제를 지정하고 지원하고 있다.

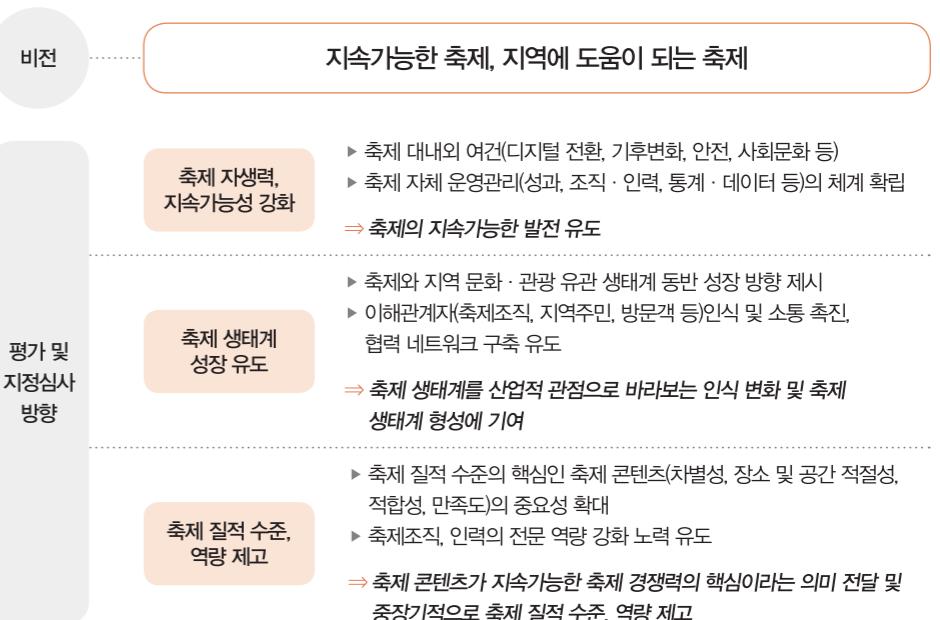
관광진흥법 제48조의2(지역축제 등)

- ① 문화체육관광부 장관은 지역축제의 체계적 육성 및 활성화를 위하여 지역축제에 대한 실태조사와 평가를 할 수 있다.
- ② 문화체육관광부 장관은 지역축제의 통폐합 등을 포함한 그 발전방향에 대하여 지방자치단체의 장에게 의견을 제시하거나 권고할 수 있다.
- ③ 문화체육관광부 장관은 다양한 지역관광자원을 개발·육성하기 위하여 우수한 **지역축제를 문화관광 축제로 지정하고 지원할** 수 있다.
- ④ 제3항에 따른 문화관광축제의 지정 기준 및 지원 방법 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

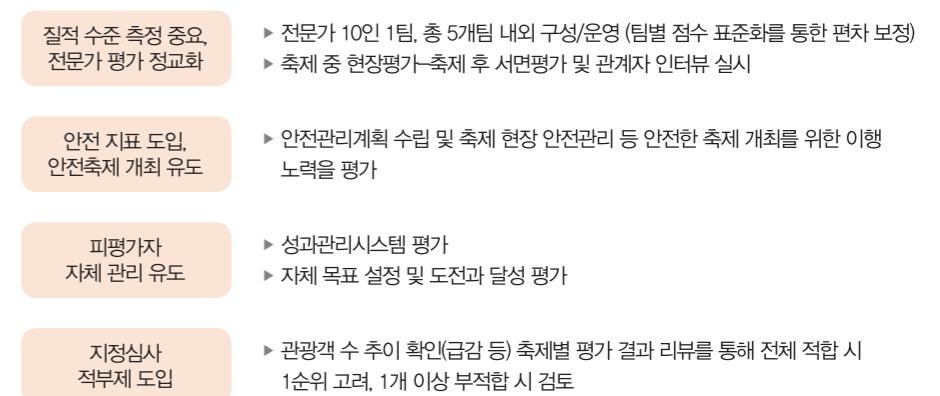


문화관광축제는 '지속가능한 축제, 지역에 도움이 되는 축제'라는 비전 및 목표를 설정하고 '축제의 자생력, 지속가능성 강화', '축제 생태계 성장 유도', '축제 질적 수준, 역량 제고' 등의 관점으로 평가를 통해 지정심사를 진행하고 있다. 또한, ESG 분야에서도 평가를 통해 지속가능성을 확보할 수 있도록 노력하고 있으며, 지정심사 기준에 따라 문화관광축제를 지정하고 정책적으로 지원을 하고 있다.

〈그림 7〉 문화관광축제 비전, 평가 및 지정심사 방향



ESG 등 환경 대응력 측정과 안전한 축제를 위한 이행 노력을 평가, 축제 역량 강화와 방문 만족도 제고 유도



자료: 문화체육관광부(2024). 2023 문화관광축제 종합평가 보고서

2) 문화관광축제 현황

문화체육관광부에서는 지정심사를 통해 '2024~2025년 문화관광축제 및 예비축제'를 선정하였다. 대전은 '대전효문화뿌리축제'가 예비 축제로 선정되었으며, 아쉽게도 '문화관광축제', '명예 문화관광축제'에는 이름을 올리지 못한 것으로 나타났다.

〈표 7〉 2024~2025년 문화관광축제 및 예비축제 목록

구분	문화관광축제(25개)	명예 문화관광축제(20개)	예비축제(20개)
서울			관악강감찬축제
부산	광안리어방축제		동래읍성역사축제, 부산국제록페스티벌
대구	대구약령시한방문화축제		
인천	인천펜타포트음악축제, 부평풀대축제		소래포구축제
광주		추억의 충장축제	광주김치축제
대전			대전효문화뿌리축제
울산	울산옹기축제		태화강마두희축제
세종			세종축제
경기	수원화성문화제, 시흥갓꽃축제, 안성맞춤남사당비우덕이축제, 연천구석기축제, 화성뱃놀이축제		여주오곡나루축제, 부천국제만화축제
강원	강릉커피축제, 정선아리랑제, 평창승어축제	화천산천어축제, 평창호석문화제, 춘천마임축제	한탄강얼음트레킹축제
충북	음성품바축제	영동난계국악축제	괴산고추축제
충남	한산모시문화제	보령머드축제, 천안흥타령축제, 금산인삼축제	서산해미읍성축제, 논산딸기축제
전북	순창장류축제, 임실N치즈축제, 진안홍삼축제	김제자평선축제, 무주반딧불축제	장수한우랑사과축제
전남	보성다향대축제, 영암왕인문화축제, 정남진징후물축제, 목포항구축제	진도신비의바닷길축제, 함평나비축제, 담양대나무축제	곡성세계장미축제
경북	포항국제불빛축제, 고령대가야축제	안동탈춤축제, 문경찻사발축제, 영주풍기인삼축제	청송사과축제
경남	밀양아리랑대축제	진주유등축제, 하동야생차문화축제, 산청한방약초축제, 통영한산대첩축제	김해분청도자기축제
제주			탐라문화제

자료: 문화체육관광부(2024.02.06.), 2024~2025년 문화관광축제 및 예비축제 목록

02 글로벌 축제

1) 글로벌 축제의 이해

문화체육관광부(2024.03.14.)는 2024년부터 2026년까지 '글로벌 축제' 지원 정책을 통해 외래관광객 100% 이상 증가라는 성과목표를 설정하였다. 집중 지원을 통해 궁극적으로 외래 관광객을 유입시킬 수 있는 우리나라 '대표 축제'를 공모하였다. 공모 결과 ① 인천 펜타포트 음악 축제, ② 수원 화성문화제, ③ 화천산천어 축제 등이 '글로벌 축제'로 최종 선정되어, 2024년부터 2026년까지 축제당 국비 6.6억 원을 비롯하여 간접적 지원을 포함한 집중 지원을 받게 된다. 외국인들의 지역축제 방문을 유도하여 관광산업 발전을 도모하고 나아가서 지역 인지도, 경제 활성화 등의 부차적인 효과를 기대하는 것이다.

〈그림 8〉 글로벌 축제 도입의 정책적 의의



자료: 손신욱(2024), 국가대표 "글로벌 축제(Korea World Fest 3)" 선정의 정책적 의의와 발전 과제, 한국문화관광연구원.

2) 글로벌 축제 현황

글로벌 축제는 ① 공연예술형, ② 전통문화형, ③ 관광자원형 등 크게 3가지로 분류되어 축제를 선정하고 있다.

〈표 8〉 글로벌 축제 유형 구분과 설명

기능	내용
공연예술형	공연 및 예술의 본질적인 특성을 중심으로 관광상품화한 축제
전통문화형	지역 고유의 전통과 문화의 전승·발전을 위하여 관광상품화한 축제
관광자원형	지역의 유·무형 관광자원을 활용, 관광객 유치를 통한 지역경제 활성화를 목적으로 관광상품화한 축제

자료: 문화체육관광부(2018). 국민여가활성화 기본계획.

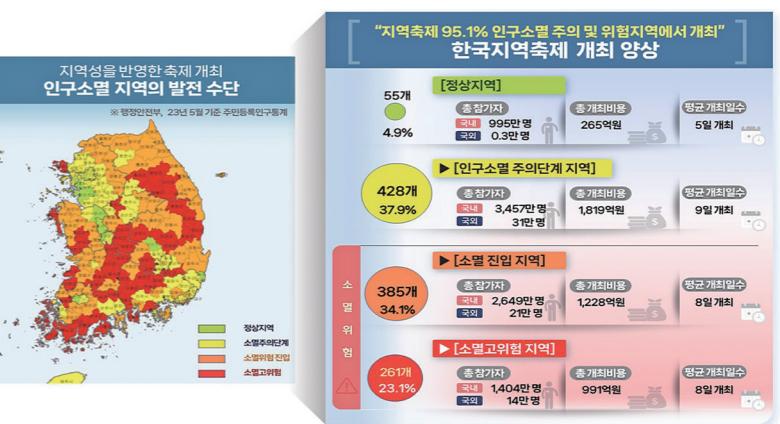
공모 심사를 거쳐 선정된 글로벌 축제를 살펴보면, 최소 18회 이상의 개최 이력을 지니고 있으며, 개최 예산 규모는 15억 6,000만 원~ 34억 3,000만 원 수준으로 나타났다. 향후 대전시에서도 글로벌 축제로의 진입을 위해 보다 많은 시간적, 금전적 투자와 전략적 접근이 수반될 필요가 있다.

〈표 9〉 2024년 글로벌 축제 현황

구분	인천 펜타포트 음악 축제	수원 화성문화제	화천 산천어축제	
축제 유형	공연예술형	전통문화형	관광자원형	
개최지역	인천광역시	수원특별시	강원도 화천군	
축제 전담(실행)조직	인천관광공사	(재)수원문화재단	(재)나라	
추진 방향 등	한국형 사우스바이사우스웨스트(SXSW) 개최	20·30대 외래관광객 집중 유치	개별 여행객(FT)을 유치/숙박 시설 등 광역 연계	
개최 이력(~'23년)	총 18회	총 60회	총 18회	
개최 예산('23년)	34억 3,000만 원	15억 6,000만 원	29억 9,500만 원	
방문객	내국인 149,000명(99%)	외래관광객 ("23년) 1,000명(1%)	192,403명(99%) 1,760명(1%)	1,268,393명(94%) 81,684명(6%)
직접 경제효과('23년)	686억 원	72억 2,800만 원	865억 5,000만 원	
주요 프로그램	락 페스티벌, 슈퍼루키, 쇼케이스, 클럽파티	주제공연, 세계유산 활용 프로그램, 정조대왕 능행차	산천어 얼음낚시, 산천어 맨손잡기, 세계최대실내얼음, 조각광장 등	
개최 기간	3일	3일	23일	

자료: 손신욱(2024), 국가대표 “글로벌 축제(Korea World Fest 3)” 선정의 정책적 의의와 발전 과제, 한국문화관광연구원.

〈그림 9〉 인구소멸 지역의 지역축제 개최 양상



자료: 손신욱 · 김성윤 · 박창환(2023), 문화관광축제의 산업화 촉진을 위한 정책 지원방안, 한국문화관광연구원.

둘째, 지역축제를 넘어 문화관광축제, 더 나아가서는 글로벌 축제로 진입할 수 있는 준비 태세가 필요하다. 지역축제의 발전을 촉진시키기 위해선 양질의 콘텐츠, 충분한 예산 등의 자원이 확보되어야 한다. 또한, 이러한 자원의 확보를 위해선 정부 정책 제도의 적극적인 활용이 하나의 방안이 될 수 있다. 다시 말해, 지역축제 발전을 위한 다각적 투자 및 지원의 용이성을 확보하기 위하여 정부 정책의 활용은 영리한 수단이 될 수 있다는 의미이다. 하지만 현재 대전시는 지역축제 개최 예산을 대부분 지방비에 의존하고 있으며, 국비를 확보할 수 있는 다양한 정부 정책의 활용도가 상대적으로 낮은 상황이다. 일례로 전국과 비교하여 문화관광축제 인증이 미흡한 상황이다. 또한, 글로벌 축제에도 공모할 수 있는 자격을 얻지 못한 상황 역시 불편한 사실이기도 하다. 결과적으로 관련 지표 관리를 통한 대전 지역축제의 성장, 향후 문화관광축제와 글로벌 축제로의 진입을 위한 기반 마련 등 장기적인 전략이 필요하다.

IV — 대전 지역축제 발전을 위한 제언

앞서 살펴본 내용을 바탕으로 향후 대전의 지역축제 발전방향 모색을 위한 제언을 아래와 같이 제시하고자 한다.

첫째, 지역축제에 대한 대전시의 정책적 관심이 제고되어야 한다. 지역축제가 지니고 있는 다양한 기능들을 명확하게 공유해야 한다. 현재 많은 지방에서 인구소멸 문제가 발생하고 있으며, 이에 따른 완화 방안을 고려하고 있다. 다양한 방법이 제시되고 있는데 그중 하나로 지역축제를 정책적 수단으로 활용하는 움직임이 있다. 이외에도 다양한 기능과 수단으로 지역축제를 활용할 수 있다는 부분을 충분히 공유하여 보다 많은 관심을 쏟고 활성화해야 한다. 전술한 바와 같이 대전시의 축제 관련 예산 비율은 전국에서 10위 수준으로 우선 관련 예산의 공격적인 확대 편성이 선행되어야 한다.

〈표 10〉 2024~2025년 문화관광축제 및 예비축제 목록

구분	문화관광축제(25개)	명예 문화관광축제(20개)	예비축제(20개)	
			축제 수(개)	인구 만명당 축제비율(%)
전국	51,377,213	86	1,129	22.0
서울특별시	9,409,466	2	82	8.7
부산광역시	3,302,740	3	54	16.4
대구광역시	2,378,464	4	39	16.4
인천광역시	2,985,152	3	42	14.1
광주광역시	1,423,810	3	15	10.5
대전광역시	1,444,837	2	19	13.2
울산광역시	1,104,448	3	32	29.0
세종특별자치시	385,953	1	8	20.7

경기도	13,624,964	8	125	9.2
강원특별자치도	1,531,390	11	118	77.1
충청북도	1,594,337	4	35	22.0
충청남도	2,127,077	7	101	47.5
전라북도	1,759,815	8	88	50.0
전라남도	1,808,339	9	100	55.3
경상북도	2,561,623	8	85	33.2
경상남도	3,258,309	7	142	43.6
제주특별자치도	676,489	3	44	65.0

자료: 문화체육관광부(2024.02.06.), 2024~2025년 문화관광축제 및 예비축제 목록

셋째, 관광 트렌드를 고려한 지역축제 기획이 이루어져야 한다. 전술한 바와 같이 최근 음식을 소재로 한 축제들의 흥행이 잘 된다는 점을 고려하여 대전에서도 이를 적극적으로 적용하려는 노력이 필요하다. 기존 지역축제와 대전을 대표할 수 있는 음식과의 결합이 방법이 될 수 있다. 일례로 ‘2024 대전 0시 축제’에서 지역기업 (주)밀팡과 협약을 통해 칼국수 굽즈를 출시할 계획을 발표한 것처럼 협력 체계를 구성하는 것도 효율적인 방법이다. 또한, 대전을 대표할 수 있는 음식을 소재로 한 신규 축제를 개최하는 방법도 고려될 수 있다. 대전에 소재하고 있는 다양한 식료품 및 식품 기업들과의 협업을 바탕으로 지역축제의 의미를 증폭시킬 수 있을 것이며, 지역축제를 통한 상생 환경 구축 및 축제 산업의 선순환 구조를 마련한다면 더할 나위 없는 바람직한 결과라 할 수 있다.

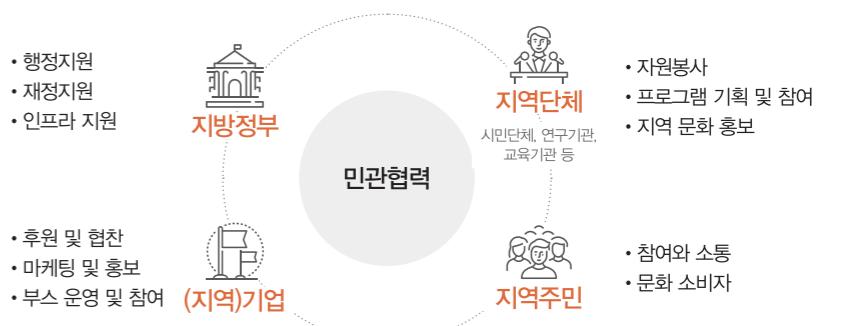
〈그림 10〉 대전 소재 식료품/식품 기업 예시



마지막으로 지역축제의 지속가능성 확보를 위한 민관협력 체계 강화가 필요하다. 장기적 관점으로 운영체계는 지역축제에서 중요한 역할을 하게 될 것이기에 관주도 형태가 아닌 민관협력 형태가 지역축제의 발전을 위해 효과적이다. 일례로 우리나라를 대표하는 문화관광축제 중 하나인 진주 ‘남강유등축제’의 경우에는 “지역주민, 기업, 지방정부의 협력을 통해 매년 성공적인 축제를 개최하

고 있다”고 한다. 또한, ESG 경영의 적용 범위가 점차 확대됨에 따라 운영조직에 대한 체계성 강화는 지속가능성의 필수 조건이라 할 수 있다. 민관협력을 기반으로 한 운영 체계 확립을 통해 지역축제의 기능을 다각적으로 활용해야 한다.

〈그림 11〉 민관협력 체계(안)



이와 같이 대전의 지역축제 발전을 위해서 앞으로 풀어야 할 과제들이 적지 않다. 그럼에도 불구하고 대전시, 지역주민을 비롯한 많은 이해관계자들의 협동을 바탕으로 곳곳에 산적해 있는 난관들을 충분히 풀어나갈 수 있으리라 생각한다. 앞으로 지역축제가 지니고 있는 긍정적인 힘을 믿고 지금부터라도 대전시의 발전을 위해 우리들의 많은 관심과 노력이 집중되어야 할 시기다.

참고문헌

- 문화체육관광부(2024), 2023 문화관광축제 종합평가 보고서
- 문화체육관광부(2024), 2023 외래관광객조사.
- 문화체육관광부(2024), 2024년 지역축제 개최(1~12월).
- 문화체육관광부(2024.02.06.), 2024~2025년 문화관광축제 및 예비축제 목록, https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pSeq=1828&pDataCD=041700000&pType=05
- 문화체육관광부(2024.03.14.), 인천 펜타포트음악축제, 수원 화성문화제, 화천 산천어축제, 세계적 케이-축제로 키운다, 문화체육관광부 보도자료
- 연합뉴스[2023.09.22.], 109만명 방문한 ‘대전 0시 축제’… 경제 파급효과 1천739억원, <https://www.yna.co.kr/view/AKR20230922084500063?input=1195m>
- 연합뉴스[2023.10.31.], ‘2023 대전 빵축제’ 이틀간 12만명 방문…69개 빵집 참가, <https://www.yna.co.kr/view/AKR20231031038600063?input=1195m>
- 이정학(2022), 축제 이벤트(제4판), 대왕사.
- 한국국제문화교류진흥원(2024), 2024 해외한류실태조사-요약편.
- 손신욱 · 김성운 · 박창환(2023), 문화관광축제의 산업화 촉진을 위한 정책 지원방안, 한국문화관광연구원.
- 손신욱(2023), 국가대표 “글로벌 축제(Korea World Fest 3)” 선정의 정책적 의의와 발전 과제, 한국문화관광연구원, 한국관광정책, 96권 여름호, 30~35.
- 한국문화관광연구원(2024), 도시활성화를 위한 지역축제의 역할 발표자료.
- 행정안전부, 지방재정365 지방재정통합공개시스템, <https://www.lofin365.go.kr/>

기획특집 0 3

대전 시민의 일상 여가를 위한 제언

김혜선 / 경희대학교 스마트관광연구소 학술연구교수

I —— 여가의 개념적 정의

여가는 정치·경제·사회적으로 안정된 사회에서 발전되는 것으로 정부와 지방자치단체와 같은 공공기관에서는 전전한 여가문화가 정착되도록 지속적인 노력을 기울이고 있다. 여가란 여분 혹은 임여의 한가한 시간으로 자유시간적 개념과 정신적으로나 심리적인 상태가 한가로운 것을 의미한다. 국민여가활성화기본법(국가법령정보센터, <https://www.law.go.kr/>)에서는 여가를 '자유 시간 동안 행하는 강제되지 아니한 활동'으로 말하고 있다.

시대와 환경에 따라 활동의 변화가 있지만 여가는 공통적 특성에 따라 다음과 같이 정의된다. 시간적인 측면에서 여가란 일하고 남은 시간과 인간에게 필수적으로 요구되는 생리적 시간(취침, 식사)을 제외한 자유시간이다. 활동적인 측면에서 자유시간 내에 행하는 자유로운 활동이나 체험이다. 상태적 측면에서 여가는 시간적 관점 외에도 참여자의 활동이나 정신적 상태에 따라 개개인마다 주관적으로 규정된다. 제도적 측면에서 노동, 결혼, 교육, 정치, 경제 등의 사회제도 상태나 가치패턴에 따라 정의되며, 계급이나 신분 또는 경제력에 따라 나뉜다. 마지막으로 여가는 시간적, 활동적, 상태적, 제도적 측면의 다양한 요소가 복합적으로 포함된 포괄적 개념으로 보기도 한다(오상훈·임화순·고미영, 2023). 하지만 대부분이 여가를 개인의 시간에서 작업시간과 생활 필수시간을 제외한 나머지 시간으로 정의한다.

여가활동의 범주를 국민여가활성화기본법에서 규정하고 있는데, 「문화예술진흥법」에 따른 문화예술, 「문화산업진흥기본법」에 따른 콘텐츠, 문화콘텐츠, 디지털콘텐츠, 디지털문화콘텐츠, 멀티미디어콘텐츠, 공공문화콘텐츠, 애듀테인먼트, 「관광기본법」에 따른 국민관광, 「국민체육진흥법」에 따른 체육, 생활체육과 같은 활동을 포함한다. 이처럼 정부에서는 다양한 여가활동의 범주를 규정하고 여가시설, 여가교육, 여가산업, 여가전문인력과 같은 실무적 내용들을 관리·운영하면서 국민들의 여가활동을 증진시키고자 하는 노력을 기울이고 있다.

마지막으로 여가의 개념적 정의를 정리하면서, 몇 가지 유사한 개념을 살펴보는 것이 요구된다. 대표적으로는 레크리에이션과 관광이 언급되고 있는데, 이들은 여가와 밀접한 관련을 맺으면서도 개념적 측면 또는 활동적 측면에서 차이점을 지니고 있다(오상훈·임화순·고미영, 2023). 레크리에이션은 여가시간에 이루어지지만 사회적으로 조직되며, 취미·교양, 체육, 오락·유흥 등과 같은 활동을 포함하는 개념이다. 관광은 이와 달리 일상영역을 벗어나서 견문을 넓히고 자신의 욕구를 충족시키는 옥외 활동을 포함하고 있으며, 일과 관련된 부분도 일부 포함하고 있다. 이처럼 유사개념 간 차이점이 존재하기도 하지만 여가, 레크리에이션, 관광 모두 의무적이지 않으며, 자유시간에 행해진다는 점이 공통적이라고 할 수 있다. 이처럼 여가의 정의, 활동적 범주, 유사 개념에 대한 검토를 기반으로 대전 지역 내 지역주민이 향유하는 여가와 일상 내 관광에 대해 고찰하고자 한다.

II —— 여가의 영향 요인과 트렌드

대전 지역주민들의 일상 여가를 논하기 전에 최근 여가에 영향을 미치는 요소들과 트렌드 고찰이 요구된다. 가장 대표적인 영향 요인으로 주52시간제를 들 수 있다. 주52시간제의 도입 논의가 있던 시점에 한국은 OECD 국가 중 3번째로 긴 근로시간을 보여 노동생산성 약화와 일자리 창출에 대한 문제점이 제기되었다(중소벤처기업부 일자리정책과, 2021). 2018년 근로기준법에 명시된 근로시간을 주당 최대 근무시간을 68시간에서 52시간으로 단축하는 방향으로 개정하면서 개인의 여가 시간이 증대하였다. 주52시간제라는 제도가 사업장 규모에 따라 단계별로 확대되면서 현재는 대다수의 근로 환경에 적용되고 있다. 또한 특별연장근로 인가제, 탄력적 근로시간제, 선택적 근로시간제 등과 같은 유연근무제도를 도입하게 되면서 근로시간이 다변화되고, 여가 참여에 긍정적인 영향을 미치고 있다.

제도적 개선 외에도 4차산업 혁명이라는 사회적 환경의 변화에 따라 기술의 발달, 그로 인한 인간의 업무효율성 증대가 노동시간의 감소를 가져오면서 여가에 대한 관심이 증대되고 있다. 이러한 경제적, 문화적, 환경적 변화가 삶의 방식의 다변화를 가져오면서, 여가시간을 중요시 여기는 라이프스타일이 주목을 받고 있다. 덴마크의 휴게(Hygge)처럼 삶의 여유를 즐기며 행복을 추구하는 라이프스타일과 인생은 한번 뿐이라는 율로(YOLO, You Only Live Once)의 확산을 대표적인 예로 들 수 있다.

여가 플랫폼 야놀자에서 2022년 여가트렌드로 TIGER[T(Technology, 기술도입), I(Integrated Service, 통합서비스 선호), G(Glamorous & Luxury, 프리미엄 여행 인기), E(Environment, 환경에 대한 관심), Rest(Rest & Work, 휴식과 근무의 결합)]를 발표하였다(이완기, 2022. 1. 21.). 한국

관광공사에서는 매년 관광트렌드를 발표하고 있는데, 2024년도에는 ROUTE[R(Relax and empty your mind, 쉼이 있는 여행), O(One point travel, 원포인트 여행), U(Undiscovered place), T(Travel Tech, 스마트 기술 기반 여행), E(Easy access for everyone, 모두에게 열린 관광)]가 선정되었다(한국관광공사, 2023). 여가트렌드 및 관광트렌드에 선정된 주요 키워드를 바탕으로 사람들이 선호하는 여가생활 주요 요소들을 파악할 수 있다.

III — 여가 관련 법과 정책

여가 관련 트렌드 외에도 여가 관련 법과 정책 추진과 같은 제도적 변화에 따라 국민 여가 활동은 영향을 받게 된다. 가장 대표적으로 국민여가활성화기본법 제정을 통한 여가활성화 기본계획 수립이 있으며, 다음으로는 국가관광전략회의를 통해 도출되는 관광정책 과제를 들 수 있다. 따라서 이번 장에서는 현 시점에 국민 또는 지역 내 주민들에게 영향을 미치는 여가 관련 법과 정책에 대해 살펴보자 한다.

1) 국민여가활성화기본법과 여가활성화 기본계획

정부는 국민들의 여가생활을 증진시키고자 국민여가활성화기본법을 제정하고 이를 근간으로 관련 정책들을 추진하고 있다. 국민여가활성화기본법은 ‘여가 활성화에 관한 정책의 수립 및 시행 등에 관한 기본적인 사항을 규정함으로써 자유로운 여가활동 기반을 조성하고 국민들의 다양한 여가활동을 통하여 삶의 질을 향상시킬 수 있도록 하는 것’이라고 목적을 명시하고 있다(국가법령정보센터, <https://www.law.go.kr/>). 즉, 법의 제정 목적을 통해 정부가 여가의 중요성을 인지하고 일과 여가의 균형과 조화를 통해 국민들이 인간다운 삶을 영위하는 데 관심이 있음을 알 수 있다.

국민여가활성화기본법 제정을 통해 여가 활성화를 위한 기본계획 및 시행계획을 구성하고 세부적인 여가정책을 추진하고 있다. 국민여가활성화기본법에는 ‘문화체육관광부장관은 여가활성화에 관한 중장기적 정책목표 및 방향을 설정하고, 이에 따라 기간별 주요 추진과제와 그 추진방법을 포함한 여가활성화 기본계획을 5년마다 수립·추진한다’라고 명시하고 있다. 구체적으로 국민의 여가생활을 활성화하도록 수립되는 기본계획 내용을 살펴보면 아래 <표 1>과 같다.

<표 1> 국민여가활성화기본법 기본계획

내용
1. 여가 활성화 정책의 목표와 방향
2. 여가 활성화를 위한 법령·제도의 마련 등 기반조성에 관한 사항
3. 국내외 여가환경 조사·분석
4. 여가프로그램의 개발과 보급
5. 여가정보의 제공에 관한 사항
6. 여가교육의 실시에 관한 사항
7. 여가시설의 확충에 관한 사항
8. 사회적 약자의 여가활동 지원에 관한 사항
9. 여가산업의 육성에 관한 사항
10. 여가시설의 감염병 등에 대한 안전·위생·방역 관리에 관한 사항
11. 그 밖에 여가 활성화를 위하여 필요한 사항

자료: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr/>)

국민여가활성화기본법의 제1차 계획 내용이 추진되었고 이 내용을 바탕으로 보완·수정하여 제2차 계획이 시행되고 있다. 가장 먼저 수립된 제1차 여가 활성화 기본계획은 2018년부터 2022년 까지 5년 동안 추진되었다. 제1차 여가활성화 기본계획에서는 ‘보다 나은 삶, 일과 여가의 혁신적 균형’이라는 비전 하에 1) 자유로운 선택이 가능한 여가기반 구축, 2) 모두의 참여가 가능한 여가서비스 구현, 3) 다양한 경험이 가능한 여가생태계 구축이라는 3가지 틀을 기반으로 추진전략이 구성되었다. 제1차 기본계획에서는 사회적·환경적 변화에 따라 일과 삶의 균형을 추구하고 여가의 가치가 증대된 부분이 여가정책 수립에 영향을 미쳤다고 할 수 있다. 제1차에서 추진된 여가활성화 기본계획 세부 추진전략은 아래 <표 2>와 같다.

<표 2> 제1차 여가활성화 기본계획(2018~2022) 추진전략

구분	내용
1. 여가참여 기반구축	① '여가권'의 사회적 확산 ② 잃어버린 '삶의 시간' 회복 ③ 일상의 '여가공간' 확대 ④ 수요자 맞춤형 여가프로그램 확대 ⑤ 장애 없는 여가서비스 구현 ⑥ 수요자 친화적 여가공급체계 구축 ⑦ 여가서비스 전문인력 관리체계 구축 ⑧ 미래 여가산업 생태계 구축
2. 여가접근성 개선	
3. 여가생태계 확대	

자료: 문화체육관광부(2018). 국민여가활성화 기본계획.

국민여가활성화기본법에 따라 추진된 제1차 여가활성화 기본계획의 성과와 한계를 바탕으로 정책적 보완이 요구되고, 변화된 환경에 적합한 여가 조건을 형성하기 위하여 제2차 여가활성화 기본계획이 수립되었다. 기존의 제1차 여가활성화 기본계획과 달리 제2차에서는 ‘생활 속 자유와 연대의 가치 창출’이라는 비전 하에 지속적인 여가참여율 회복, 동반자와 함께하는 여가활동 비율 증대, 사회적 연결·문화예술 치유를 위한 프로그램 지원 증대와 같은 목표를 수립하였다. 이번 제2차에서의 추진방향은 1) 여가누림 확산으로 국민 행복 증진, 2) 더불어 함께 누리는 여가, 3) 기술변화에 대응한 혁신적 여가생태계 구축으로 설정하고 다음과 <표 3>과 같은 세부 추진전략을 설정하였다.

<표 3> 제2차 여가활성화 기본계획(2023~2027) 추진전략

구분	내용
1. 자유로운 여가누림 확대	<ul style="list-style-type: none"> ① 여가를 통한 휴식과 즐김 문화 확대 ② 건강한 여가공간 조성 ③ 생애주기별 맞춤 여가정책 추진
2. 공정하게 누리는 여가문화 실현	<ul style="list-style-type: none"> ① 약자 프렌들리 여가문화 활성화 ② 생활권 기반의 상생 여가 환경 조성 ③ 함께하는 여가문화 실현
3. 미래형 여가생태계 구축	<ul style="list-style-type: none"> ① 미래여가 생태계 구축을 위한 환경 조성 ② 여가산업 경쟁력 강화

자료: 문화체육관광부(2023). 생활 속 자유와 연대의 가치창출: 제2차 여가 활성화 기본계획(2023~2027).

제1차 여가활성화 기본계획에서는 사회적 환경의 변화에 따른 여가권을 부여하고 여가기반과 여가서비스, 그리고 여가생태계를 구축하는데 중점을 두었다면 제2차 기본계획에서는 여가의 확대와 활성화, 경쟁력 강화와 같은 부분에 초점을 맞추고 있다.

2) 국내관광 활성화 정책

여가의 유사개념으로 관광이 언급되듯이 여가와 관광은 밀접한 관계를 갖고 있다. 여가시간 안에서 사람들은 장기 원거리 여행을 하거나, 단기간 또는 당일치기와 같은 정주지 근처의 근거리 여행에 참여하면서 관광을 경험하고 있다. 따라서 여가시간 내 관광의 참여를 높여주는 관광 활성화 전략 고찰이 요구되는데, 본고에서는 국내관광 활성화 중심으로 추진되고 있는 정책에 대해서 논의하고자 한다.

여가활성화를 위한 법에 국민여가활성화기본법이 있었다면 관광활성화에는 국가관광전략회의를 통한 전략도출과 정책추진이 있다. 한국 정부는 2017년도부터 문화관광분야의 확산과 발전을 위해서 국가관광 전략회의를 구성하고 개최하고 있다. 국가관광전략회의는 관광산업이 여러 산업과 연계된 서비스산업이므로, 기재부, 외교부, 법무부, 행안부 등 다양한 정부부처와 정책적 협

력이 요구된다고 판단하여 범부처 협의체 구성에서 시작되었다(국무조정실·국무총리비서실, 2017.12.18.). 이 협의에서는 범부처 협의뿐만 아니라 민·관의 거버넌스를 구축함으로써 다양한 전문가들의 의견을 수렴하고 한국 관광발전을 위한 전략을 모색하고 있다. 매년 2회 협의를 통해 관광진흥의 방향 및 주요 시책의 수립·조정, 관광진흥에 관한 기본계획 수립 등 중장기 관광정책과 관련된 논의 기능을 수행하고 있다.

국가관광전략회의 내용에서 지역주민의 여가생활 및 근거리 관광과 관련된 전략은 제2차 회의의 국민들과 함께 더불어 사는 행복한 지역발전을 위한 새로운 동력으로서의 지역관광 발전 전략이다. 제2차 회의는 매력적인 지역특화 콘텐츠를 확충하고 지역 관광역량 강화 및 서비스 품질 향상, 지역관광 일자리 창출을 통한 경제 활성화 등에 중점을 두었다. 제3차 국가관광전략회의에서는 ‘관광혁신으로 일구는 경제활력·삶의활력 대한민국 관광 혁신전략 5대과제’를 선정하였는데, 이 회의에서는 방한 외래관광객 유치 증진 외에도 지역관광으로 성장하는 방안을 도출하였다. 구체적인 추진 정책으로 국내관광 수요 확대와 지역 관광거점도시 육성, 지역마다 매력있는 관광 콘텐츠 발굴을 통해 국민의 국내관광 활성화와 같은 여가시간의 근거리 관광 촉진이 있다.

마지막으로 가장 최근 개최된 2023년도 제8차 국가관광전략회의에서도 한국 관광산업 발전을 위한 핵심 안전에 지역관광이 포함되어 있다. 여기에는 로컬 콘텐츠를 육성하여 지역 특색이 담긴 관광콘텐츠를 발굴하고 미래 수요를 대비한 자전거 관광, 걷기 여행 코스 개발 등 지역관광 인프라 확충 등과 같은 과제를 선정하고 있다(대한민국 정책브리핑, www.korea.kr). 여가시간 내에서 즐길 수 있는 국내관광의 활성화 정책을 요약해보면, 지역관광 인프라와 콘텐츠 구성에 지속적인 노력이 기울이고 있음을 알 수 있다.

IV — 대전시민의 일상 여가

여가의 개념적 정의, 트렌드, 관련 법과 정책 추진내용을 바탕으로 대전의 대표적인 여가자원을 살펴보자 한다. 대전 도보여행길 및 자전거길, 체육공간, 반려동물 공간을 중심으로 실제 대전 지역 내 주민의 일상여가 자원 현황을 파악하고 그 의의를 정리하고자 한다.

01 도보여행길 및 자전거길

1) 도보여행길

대전 도보여행길의 대표적 사례로 계족산 황톳길, 대청호 오백리길, 대덕사이언스길, 걷고싶은길, 세종유성바람길과 같은 도보길이 조성되어 있다. 계족산 황톳길은 대덕구에 위치하고 있으며, 철도교통의 중심인 대전역과 인접하고 있어 타지역민의 접근성이 높아 당일치기 관광지로 적합한 장소이다. 또한 대전 도심과 떨어져 대전 지역주민들에게 근거리 도보관

광지로 인기가 높다. 계족산 황톳길은 2008년 여행전문기자들의 '다시 찾고 싶은 여행지 33선', 2009년 한국관광공사 '5월에 꼭 가봐야 할 명소'로 선정되었고(대전관광 홈페이지, <https://daejeontour.co.kr/ko/index.do>), 대한민국 구석구석 웹사이트(<https://korean.visitkorea.or.kr/>)에서도 한국관광공사가 선정한 안심관광지로 홍보되면서 많은 관심을 모으고 있다. 이처럼 대전시뿐만 아니라 한국관광공사가 힐링공간으로 소개하면서 전국적에서 관심을 갖고 있는 대전의 대표적 여가·관광 장소이다. 최근 세계적으로 관심이 높아지는 어싱(Earthing, 접지), 맨발걷기 대표주자로 소개되는 계족산 황톳길은 대전 지역 기업인 주맥스컴퍼니의 ESG 사회공헌활동의 일환으로 조성된 길로, 매년 수익의 일부를 이 길의 유지보수를 위해 사용하고 있다. 계족산 내 총 14.5km 길이의 황톳길이 조성되어 있으며, 중간에 세족장이 설치되어 있어 이용자의 편의성을 높여주고 있다.

〈그림 1〉 계족산 황톳길



자료: 대전관광 홈페이지(<https://daejeontour.co.kr/>),
대한민국 구석구석 홈페이지(<https://korean.visitkorea.or.kr/>)

2) 자전거길

마지막으로 대전·세종 지역은 도보길 외에도 자전거길이 잘 조성되어 있는 지역으로 타 지역에 비해 자전거 이용률이 높은 것으로 나타난다. 대전의 타슈는 대한민국 최초의 지자체 공유자전거 시스템으로 2008년도에 도입되어 대전의 대표적 도심인 둔산, 도안, 유성온천 등에서 이동 편의성을 제공하고 있으며, 자전거 활동의 참여를 높여주는 수단으로 활용되고 있다. 대전의 타슈뿐만 아니라 세종도 어울링이라는 공유자전거가 타 도시에 비해 이용률이 높은 것으로 보고되고 있으며, 2022년에는 행정안전부가 주관한 '자전거 이용 활성화 우수사례 경진대회'에서 우수상을 수상하였다. 이와 같이 여가활동 외에도 일상생활에서 자전거 이용률이 높은 이유는 다른 지역에 비해 평지에 자전거길이 위치하고 강변에도 자전거길이 조성되어 있기 때문이다. 하지만 자전거 활동으로 인한 사고 발생률도 높게 보고되어 앞으로 안전하게 자전거를 타기 위해서는 지자체 차원의 사고방지와 안전확보를 위한 대책이 요구된다.

〈그림 2〉 타슈와 자전거길



자료: 대전광역시 홈페이지(<https://www.daejeon.go.kr/>),
대전관광 홈페이지(<https://daejeontour.co.kr/>)

계족산 황톳길 외에도 대전돌레산길은 1구간부터 12구간까지 조성되어 있고, 대청호반 주변으로 대전시 산하의 대청호 오백리길 6개 구간이 조성되어 운영되고 있다. 각 구간의 지역명과 길의 특성을 반영하여 구간의 이름이 매겨져 있는데, 1구간 두메마을길, 2구간 찬샘마을길, 3구간 호반열녀길, 4구간 호반낭만길, 5구간 백골산성 낭만길, 21구간 대청로하스길이다. 각 지역적 특성에 따라 대청호 경관을 감상하며 걷는 것 외에도 드라이빙 코스, 오토캠핑과 농촌문화와 같은 체험활동, 백골산성·마산동 산성과 같은 역사탐방 등 다양한 활동을 할 수 있는 공간으로 지역주민에게 사랑받고 있다. 그 밖에도 앞서 언급했던 대덕 사이언스 1코스와 2코스, 세종유성바람길의 징검다리길, 산들바람길, 사이언스길 등이 지역민들의 정주공간과 가까운 곳인 도심지역 내에 조성되어 걷기 활동을 통한 체력증진에 도움을 주고 있다.

02 체육공간

1) 파크골프장

한국 통계청에서 조사한 Kosis(국가통계포털) 인구로 보는 대한민국(<https://kosis.kr/visual/populationKorea/PopulationDashBoardMain.do>)에서의 인구상황판 결과에 따르면, 2024년 현재 65세 이상의 고령인구가 19.2%, 노령화지수(유소년 인구 100명당 고령인구의 비율)는 181.2로 나타났다. 이 수치는 2000년 고령인구 7.2%, 노령화지수 34.3에 비해 크게 증가하였다. 2072년 고령인구는 전체 인구의 47.7%, 노령화지수로 726.8로 한국이 고령화사회로 진입하는 속도가 높아질 것으로 예측하고 있다. 이처럼 현재뿐만 아니라 미래에도 노령인구 비중이 높아지면서 실버(silver)라는 키워드가 사회 전반에 중요한 역할을 할 것으로 예상된다.

실버계층의 새로운 여가수단으로 주목받고 있는 것 중에 하나가 파크골프(Park Golf)이다. 파크골프는 Park(공원) + Golf(골프)의 합성어로 골프를 즐길 수 있도록 재편한 운동이라고 정의된다(정연택, 2020). 대한파크골프협회에서는 공원과 같은 소규모의 녹지 공간에서 즐기는 골프게임으로 일반 골프와 달리 도심의 공원 또는 유휴부지에 조성하여 남녀노소, 장애인 모두가 즐길 수 있는 활동이라고 소개하고 있다(대한파크골프협회 웹사이트, <http://www.kpga7330.com/>). 파크골프는 1983년 일본 북해도에서 시작되어 한국에는 2004년 여의도 한강 파크골프장에 처음으로 도입되었다. 협회에서는 파크골프의 특성을 9가지로 제시하고 있다. 1) 배우기가 쉽다, 2) 클럽 1개만 사용하므로 공을 치기가 쉽다, 3) 비용이 적게 든다, 4) 운동이 많이 된다, 5) 자연과 가까이하며 잔디 위를 걷게 된다, 6) 신체에 무리가 안 간다, 7) 도시 주변에 위치하여 접근성이 좋다, 8) 3세대가 함께 즐길 수 있다, 9) 일반 골프와 기대효과가 동일하다. 위 같은 정의와 특성을 바탕으로 파크골프는 골프장과는 달리 정주공간 주변에 위치하여 주민들의 접근성이 높고, 자연을 즐길 수 있어 자연친화적이며 타 스포츠에 비해 노년층이 가볍게 즐길 수 있는 체육 활동이라고 할 수 있다.

현재 대전의 대표적인 파크골프 장소는 대전시설관리공단에서 관리하고 있는 갑천 파크골프장 1구장(33,912m²), 갑천 파크골프장 2구장(38,097m²), 유등천 파크골프장(15,630m²), 그라운드 파크골프장(3,397m²) 총 4곳이 있다. 대전 지역 내 대부분의 파크골프장이 천연 잔디에 위치하고, 갑천변에 가장 넓은 파크골프장이 조성되어 있어 실버계층이 수변과 녹지 공간을 함께 즐길 수 있다. 무료로 이용 가능한데 파크골프를 치면서 사용할 수 있는 클럽하우스, 그늘막, 벤치, 화장실 등의 편의시설도 갖추고 있어 체육활동과 함께 휴식활동도 가능하다.

〈그림 3〉 파크골프



자료: 대전광역시 관광블로그(<https://m.blog.naver.com/PostList.naver?blogId=daejeontour&tab=1>)

2) 기타 체육시설

대전에는 시민들이 이용할 수 있는 다양한 공공체육시설들이 운영되고 있다. 체육시설들은 지역민들이 여가시간에 체육활동을 통해 생활의 피로를 회복하고 신체 에너지의 활력을 높여 건강한 삶을 유지하는 데 기여하고 있다. 대표적인 체육시설로는 충무체육관, 한밭체육관, 한밭종합운동장, 국민생활관, 한마음생활체육관 등이 있는데 배구, 농구, 핸드볼, 배드민턴, 태권도와 같은 다양한 체육활동을 남녀노소 즐길 수 있다.

그 밖에도 보문산 사정공원 내 실내 인라인 스케이트장과 월드컵인라인롤러장을 통해 어린이부터 성인까지, 그리고 개인이나 단체 모두가 편리하게 이용할 수 있는 시설을 제공하고 있다. 또한 최근 MZ 세대의 관심이 높은 활동으로 테니스를 들 수 있는데, 테니스를 실내에서 즐길 수 있는 송강실내테니스장 외에도 생활증진 및 체육활동의 다양화를 위해 건립된 복용승마장 등과 같은 체육시설이 지역 곳곳에 위치하여 지역민들의 이용 편의성을 높여주고 있다.

〈그림 4〉 대전 지역 내 체육시설



자료: 대전광역시시설관리공단(https://www.djsiseol.or.kr/portal/sub02_main.asp)

03 반려동물 공간

경제적 성장과 함께 고령화, 1인가구의 증가와 같은 인구 구조 변화로 반려동물 양육인구가 증가하고 있다. 동물보호법에 따르면 반려동물을 ‘반려(伴侶)’의 목적으로 기르는 개, 고양이 등 농림축산식품부령으로 정하는 동물을 말한다’라고 규정하고 있다(국가법령정보센터, <https://www.law.go.kr/>). 농림축산심포부(2023)의 조사결과, 반려동물 양육인구는 2022년 25.4%로 증가하였고, 이 중 75.6%가 개를 기르고 있는 것으로 나타났다. 최근 1년 이내 반려동물 관련 서비스 이용경험에 대해 물어본 결과, 동물병원(71.8%), 미용업체(51.3%), 동물놀이터(28.3%) 순으로 나타났다. 이를 통해 반려동물의 생활과 관련되는 필수적인 요소를 제외하고는 동물놀이터에 대한 이용경험이 가장 높은 것을 알 수 있다.

대전은 2022년 6월 대전광역시 유성구에 대지 32,166m², 건축 2,408m²의 규모로 대전반려동물공원을 개장하였다. 대전반려동물공원은 실내(문화센터) 공간과 실외공간으로 나뉘어져 실내에는 교육·세

미나실, 다목적강당, 동물행동교육실, 동아리실(미팅룸 2실), 휴게실, 카페 및 펫샤워실 등을 갖추고 있고, 실외에는 잔디광장, 소·중·대형견 놀이터, 야외훈련장, 산책로 등을 조성하였다. 반려동물과 반려인이 함께 할 수 있는 공간으로 이곳에서 사전 예약을 통해 반려동물 기초소양 교육, 행동교정 교육, 도그 어질리티 체험교육 등과 같은 교육프로그램 참여도 가능하다(대전동물보호센터 웹사이트, <https://www.daejeon.go.kr/ani/index.do>).

대전반려동물공원과 같이 반려인과 반려동물을 위한 시설 외에도 대전시는 관광 추천코스로 '댕댕이 와 대전여행'을 구성하여, 함께 할 수 있는 식당, 카페, 숙소, 서점, 산책길 등을 안내하고 있다. 또한, 10월 반려동물 문화 축제를 개최하여 대전지역 주민과 타지역 주민이 반려동물이라는 주제를 중심으로 어울리며 정보를 공유할 수 있는 기회를 제공하고 있다.

〈그림 5〉 대전반려동물공원



자료: 대전광역시 관광블로그(<https://m.blog.naver.com/PostList.naver?blogId=daejeontour&tab=1>)

V — 결론

여가를 활성화하기 위한 국민여가활성화 기본법과 국내관광 활성화 정책들을 살펴보았다. 국민의 행복과 삶의 질 향상을 위한 중앙정부 차원의 여가정책이 추진되고 있지만 현재 여가를 운영하기 위한 별도의 부처와 부서가 존재하지 않다는 점은 앞으로 우리나라가 여가 발전을 위해 더 많은 노력이 필요하다는 점을 시사해 준다. 현재 지자체 차원의 여가정책 추진이나 여가부서가 존재하지 않는 상황에서 관광, 체육시설과 같은 하위 카테고리로 구분되어 지역주민의 여가활동이 운영되는 상황이다. 하지만 근로시간의 단축과 라이프스타일의 변화에 따라 여가가 핵심가치로 변모하고, 여가시간에 대한 관심이 증대되고 있으므로 대전·세종지역도 지역민을 대상으로 하는 여가활성화, 일상여가 콘텐츠에 관심을 기울여야 한다.

대전이라는 도시는 지역주민에게 살기 좋은 도시로 평가되나, 지역 외의 국민들에게는 노잼도시라는 이미지를 갖고 있다. 하지만 최근 지역 외 국민들에게도 노잼도시보다는 유잼도시로 이미지가 변

모하고 있는데, 성심당, 한화이글스, 대전 원도심, 계족산 황톳길, 자전거 투어 등 다양한 요소들이 영향을 미친 것으로 판단된다. 이러한 이미지 변화에 대한 근거를 한국기업평판연구소의 대한민국 도시별 브랜드평판 지수 평가에서 찾을 수 있다(한국기업평판연구소 홈페이지, <https://brikorea.com/>). 빅데이터를 이용하여 도시마다 참여지수, 미디어지수, 소통지수, 커뮤니티지수를 나누어 분석한 결과, 2024년 1월 대전이 1위, 2024년 2월부터는 3위에 위치하여 높은 도시 브랜드평판을 갖는 것으로 분석되었다. 대전의 긍정적 평판지수에 다양한 요인들이 영향을 미쳤겠지만, 이번 논담에서 논의하였던 대전지역의 여기활동 및 공간의 다양화가 지역민의 활동 다양성, 삶의 만족, 행복지수 등을 높였을 것으로 판단된다. 따라서 앞으로 대전의 긍정적 이미지와 같은 도시 브랜드평판을 지속적으로 유지하기 위해서 지역 주민의 여가·관광 요소들을 관리하고, 나아가 지역민의 여가공간이 지역외 국민의 국내관광지로 연계되도록 관리·운영에 노력을 기울여야 할 것이다. 따라서 앞으로 이번 논담에서 살펴본 대전 시민의 여가사례인 걷는 길, 자전거 길, 체육시설, 반려동물 시설 등이 지역주민 외에도 외부인들에게 국내관광의 매력적 자원으로 활용되길 기대한다.

참고문헌

- 국가법령정보센터[2024], <https://www.law.go.kr/>.
- 국무조정실·국무총리비서실[2017. 12. 18.] 국무조정실·국무총리비서실, 제1차 국기관광전략회의 보도자료.
- 농림축산식품부 보도자료[2023.2.2.], 2022년 동물보호에 대한 국민의식조사 결과 발표, <https://www.mafra.go.kr/home/5109/subview.do?enc=Zm5jdDF8QEB8JTJGyMjzJTJGaG9tZSUyRjc5MiUyRjU2NTI4MiUyRmFydGNsVmldy5kbyUzRg%3D%3D>.
- 대전관광 홈페이지[2024], <https://daejeontour.co.kr/ko/index.do>.
- 대전광역시 관광블로그[2024], <https://m.blog.naver.com/PostList.naver?blogId=daejeontour&tab=1>.
- 대전광역시 시설관리공단[2024], https://www.djsiseol.or.kr/portal/sub02_main.asp.
- 대전광역시 홈페이지[2024], <https://www.daejeon.go.kr/>.
- 대전동물보호센터 웹사이트[2024], <https://www.daejeon.go.kr/ani/index.do>.
- 대한민국 구석구석[2024], <https://korean.visitkorea.or.kr/>.
- 대한민국 정책브리핑[2024], www.korea.kr.
- 대한파크골프협회 웹사이트[2024], <http://www.kpga7330.com/>.
- 문화체육관광부[2018], 국민여가활성화 기본계획.
- 문화체육관광부[2023], 생활 속 자유와 연대의 가치창출: 제2차 여가 활성화 기본계획[2023~2027].
- 오상훈·임화순·고미영[2023], 현대여가론. 백산출판사.
- 이완기[2022. 1. 21.], 아놀자 "2022년 여가 트렌드는 T.I.G.E.R", 세계일보, <https://www.sedaily.com/NewsView/260Y935PSY>.
- 정연택[2020], 아외녹지공간에서의 피크골프 체험활동에 의한 정신건강 및 신체적 자기효능감 –남자 대학생들을 대상으로, 한국산림휴양학회지, 24 (2), 53-61.
- 중소벤처기업부 일자리정책과[2021], 주52시간제 바로알기.
- 한국관광공사[2023], 2024년 관광트렌드 전망 및 분석 보고서: 통합보고서.
- 한국기업평판연구소 홈페이지[2024], <https://brikorea.com/>.
- Kosis 인구로 보는 대한민국[2024], <https://kosis.kr/visual/populationKorea/populationIndex.do?mb=N>.

기획특집 0 4

대전의 관광생태계 변화를 위한 제언

운동환 / 국립공주대학교 관광&영어통역융복합학과 교수

I — 들어가는 말

현재 국내 관광산업은 코로나19를 거치고 세계적으로 챗GPT와 같은 AI 정보통신기술 개발이 가속화되면서 ICT기술을 활용한 스마트 서비스와 함께 관광상품의 융복합이 활성화되는 등 관광환경에 급격한 변화가 진행되고 있다. 사람의 이동과 소비, 그리고 체험을 전제하는 관광산업은 환경 변화에 민감하고 타 산업들과의 높은 연계성을 지니고 있어 관광객들의 수요를 충족시키기 위해 지속적으로 변화하고 있는 생동적인 산업이다.

한 산업(產業)이 형성되기 위해서는 산업을 구성하는 다양한 세부업종들이 필요하며, 관광산업 또한 이를 형성하는 다양한 이해관계자들로 구성되어 있다. 산업 이해관계자 중 핵심은 공급역할을 하는 사업체라고 볼 수 있다. 사업체들의 구성체계를 이해할 수 있는 대표적인 가이드라인은 한국표준산업분류라고 할 수 있는데, 산업을 분류하는 것은 산업분류 기준에 따라 산업의 영역이 구분되며 산업영역에 따라 세제지원과 같은 제도적 지원과 기업 신용평가, 세금부과 등이 달라질 수 있기 때문에 중요하다(최한수·신상화, 2022). 관광산업의 경우 한국표준산업분류에 적용시켜보면 ‘사업시설관리, 사업지원 서비스업(예. 여행사업),’ ‘숙박 및 음식점업(예. 호텔업),’ ‘예술·스포츠 및 여가관련 서비스업(예. 자연공원 운영업),’ ‘운수업(예. 항공여객 운송업),’ ‘도매 및 소매업(예. 면세점),’ ‘사업시설관리 및 사업지원 서비스업(예. 국제회의업),’ ‘건설업(예. 주거용 건물 건물건설업 등 연계기업)’ 등 다양한 영역에 해당되고 있다(장희선 외, 2023).

이러한 업종에 따른 기업들이 모여 하나의 산업을 구성하게 되며, 자체의 산업생태계를 형성하고 경쟁과 협력을 통해 유기적인 연계를 통해 살아가게 된다. Wikipedia에서 생태(ecology)의 정의를 살펴보면, “유기체들이 주위 환경과 관계를 맺고 적응하여 살아가는 모습”을 뜻하며 생태계(ecosystem)란, 이러한 “유기체들이 주변 무생물 환경 속에서 상호작용이 이루어지는 체계(system)를 형성하고 살아가는 것”을 뜻한다. 기업생태계 관점에서 보면 기업의 활동공간에서 기업의 기술, 지식, 경험, 자원, 역량, 아이디어 등의 교류, 교환, 결합을 통해 상호진화를 도모하는 커뮤니티이며, 일정 자원을 공유하는 기업이나 집단, 그리고 상호작용하는 유기체들의 집합이자 경쟁과 동시에 협력을 통해 연결된 커뮤니티로 이해할 수 있다(조남재·오승희, 2011; Moore, 1993).

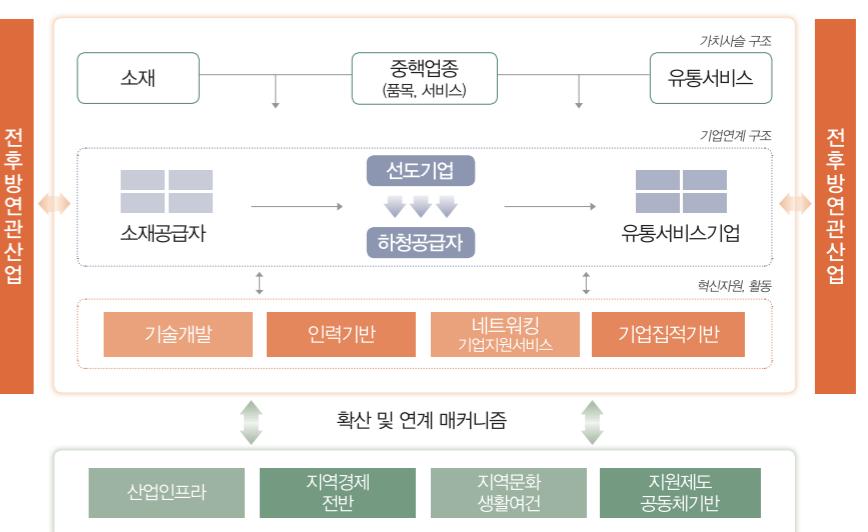
현재 대전은 그동안 부족했던 관광목적지로서의 기능을 강화시키기 위한 노력이 이루어지고 있다. ‘대전0시축제,’ ‘대전와인페스티벌,’ ‘대전빵축제,’ ‘대전사이언스 국제회의복합지구 선정’ 등 보다 재미있는 경험과 효과적인 집객을 위해 차별화된 관광콘텐츠 발굴과 함께 마이스산업을 연계한 종합적인 관광산업 활성화를 위한 노력을 기울이고 있다. 기업이 보유한 내부 자원과 역량을 기반으로 외부기회를 활용하는 기업의 SWOT 전략처럼 대전관광의 체질변화가 필요한 현시점에서 향후 대전관광의 경쟁력 강화를 위해서는 우선 대전이 보유하고 있는 내부자원 파악이 필요하다. 이를 위해 기본적인 관광생태계를 이해하고 대전의 지역관광생태계를 검토해봄으로써 개선점을 찾아보는 것은 중요한 과정이라 할 수 있다.

II — 국내 관광산업의 생태계

01 관광산업 생태계의 구성

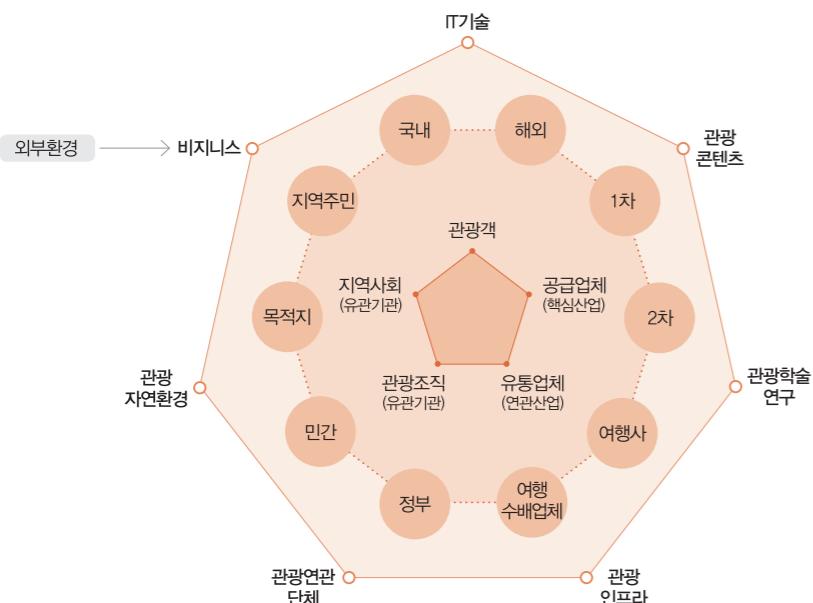
일반적으로 산업을 구성하는 주체들은 산업 생태계를 이해하고 생태계 속에서 외부자극을 빠르게 인지하여 이에 효과적으로 대응하는 것이 요구된다(조남재·오승희, 2011). 일반적으로 한 산업의 생태계는 <그림 1>에서처럼 가치사슬 구조를 중심으로 기업연계와 혁신활동이 이루어지고 전후방산업과 산업인프라, 지역경제, 지역문화, 지원제도 등과 상호작용을 통해 진화하는 매커니즘을 보이게 된다(김영수, 2012).

<그림 1> 일반 산업생태계의 기본구조(김영수, 2012)



관광산업 측면에서 살펴보면 관광산업 생태계는 기본적으로 핵심산업(중핵업종)을 중심으로 연관산업(기업연계 구조), 유관기관(혁신자원, 활동), 그리고 관광객과 외부환경으로 구분해볼 수 있다. 관광의 핵심산업은 관광객에게 제공하는 상품과 서비스에서 핵심적인 역할을 하고 있으며 중핵업종을 중심으로 기업들이 연계되어 있다. <그림 2>와 같이 관광측면에서 보면, 관광산업의 생태계는 관광공급업체(핵심산업), 연구기관, 관광단체, 관광관련 개인사업자, 지역주민, 외부환경 등으로 구성된다. 이러한 생태계 속에서 각 구성주체들은 네트워크를 형성하고 서로 영향을 미치며 상호진화하는 ‘공진화(co-evolution)’를 이루고 이러한 상호진화를 통해 관광산업은 정부, 기업, 지역사회 간 공유가치 창출에 기여하게 된다.

<그림 2> 관광생태계 구성(구철모, 2015)



02 국내 관광생태계의 핵심산업: 중핵업종

관광진흥법에서는 관광업의 개념을 제시하고 있다. 관광사업이란, “관광객을 위하여 운송·숙박·음식·운동·오락·휴양 또는 용역을 제공하거나 그 밖에 관광에 딸린 시설을 갖추어 이를 이용하게 하는 업”으로 정의하고 있다(국가법령정보센터, 2024). 관광산업 생태계의 핵심산업을 이해하기 위해서는 기본적으로 관광산업을 구성하고 있는 중핵업종들에 대해 살펴볼 필요가 있다. 국내에는 분류 관점에 따라 관광산업의 대표적인 업종들을 분류하고 있는데 대표적으로 분류체계에는 관광

진흥법상 관광사업 분류와 관광산업 특수분류, 관광사업조사(관광사업체 기초통계조사), 관광산업위성계정, 한국표준산업분류(KSIC), NCS(국가직무능력표준) 등이 있다(장희선 외, 2023).

우선 문화체육관광부(2022)의 ‘관광사업조사’를 통해 관광진흥법상 관광사업 분류에 따른 관광사업체 조사결과를 살펴보면, 국내 관광사업체 수는 총 35,007개로 나타났다(표 1). 업종별로 여행업의 총 사업체 수는 17,865개로 전체의 51.0%로 관광업종에서 가장 높은 비중을 보여주었고, 관광객 이용시설업(21.1%), 관광편의시설업(10.1%), 유원시설업(7.9%), 관광숙박업(6.2%), 국제회의업(3.8%), 카지노업 순으로 높게 나타났다. 이처럼 국내 관광산업에서는 여행업과 휴양업, 공유숙박을 포함하는 관광객 이용시설업이 전체의 72.1%로 관광산업의 대부분을 차지하고 있음을 알 수 있다. 관광편의시설업 업종들 중 ‘관광지원서비스업’은 융복합이 활성화되고 있는 현재의 관광산업을 반영하기 위해 2019년 신설된 업종으로 관광벤처, 기념품점, 렌트카업체 등 기존에 관광사업으로 인정받

<표 1> 관광진흥법 상 관광업종 분류

관광사업 업종	세부업종	사업체 수(개)	비중(%)
여행업	종합여행업, 국내·외여행업, 국내여행업	17,865	51.0
관광숙박업	호텔업(관광호텔업, 수상관광호텔업, 한국전통호텔업, 가족호텔업, 호스텔업, 소형호텔업, 의료관광호텔업), 휴양콘도미니엄업	2,155	6.2
관광객 이용시설업	전문휴양업, 종합휴양업, 아영장업, 관광유람선업, 관광공연장업, 외국인관광 도시민박업, 한옥체험업	7,372	21.1
국제회의업	국제회의시설업, 국제회의기획업	1,314	3.8
유원시설업	종합유원시설업, 일반유원시설업, 기타유원시설업	2,760	7.9
관광 편의시설업	관광유래음식점업, 관광극장유흥업, 외국인전용 유래음식점업, 관광식당업, 관광순환버스업, 관광시진업, 여객자동차터미널 시설업, 관광펜션업, 관광궤도업, 관광면세업, 관광지원서비스업	3,524	10.1
카지노업	카지노업*	17	0.0
계		35,007	100.0

주: *카지노업의 경우 2024. 2월 개장한 인스파이어리조트 카지노를 반영할 경우 현재 카지노업의 수는 18개임
자료: 문화체육관광부(2022), 관광사업조사

지 못했던 업종들을 포함하고 있는 등 관광산업의 변화에 따라 신규업종들의 추가가 이루어지며 분류법도 변화하고 있다.

한편, 관광산업특수분류는 실제 관광산업에서 정책수립 등에 활용하고 있는 대표적인 분류체계라 할 수 있다. 관광산업특수분류는 세계관광기구와 UN통계위원회가 함께 작성한 국제관광표준분류(Standard International Classification of Tourism Activities)에 기반하여 2010년 제정되었고 2012년 개정을 통해 관광업종의 범위를 개선하였다. 관광산업특수분류는 관광산업 내 핵심 관광산업에 대한 기여도에 따라 상호의존, 부분적용, 지원산업으로 구분하여 관광산업의 파급효과를 고려하

도록 분류체계를 구축하였다(관광·레저산업 인적자원개발위원회, 2019). 결과적으로, 관광산업특수분류는 관광산업의 융·복합 활성화 등 관광산업의 범위가 확장됨에 따라 기존 관광진흥법에 기반하는 7개 업종(여행업, 관광숙박업, 관광객이용시설업, 국제회의업, 카지노업, 유원시설업, 관광편의시설업) 외에 관광산업의 영역변화에 따른 대상을 현실적으로 보완한 분류라 할 수 있다(표 2).

〈표 2〉 관광산업 특수분류의 내용

분류	내용	업종
핵심 관광산업	전적으로 관광객에 의존하는 산업으로 주로 관광진흥법에서 규정한 관광산업을 포함	관광 소핑업, 관광 운수업, 관광 숙박업, 관광 음식점 및 주점업, 여행사 및 여행보조 서비스업, 국제회의업, 문화·오락 및 레저 스포츠산업, 카지노업 등
상호의존 관광산업	원래 관광산업은 아니지만 핵심관광산업을 보조하기 위해 동반되는 산업	관광 건설업, 관광 및 레저용품 소매업, 관광 금융 및 보험업, 레저장비업을 포함
부분적용 관광산업	부분적으로 관광객에 의존하는 산업	관광 비인증 소핑업, 부분관광 운송업, 부분관광 숙박업, 부분관광 음식점 및 주점업, 부분관광 공연장업, 부분관광 기타 서비스업을 포함
관광 지원산업	관광산업을 지원하기 위한 부문	관광관련 관광 연구 개발업, 관광 공공기관, 관광 교육 서비스업, 관광단체를 포함

자료: 문화체육관광부 문화센터포털(<https://stat.mcst.go.kr>), 관광산업 특수분류 상세설명

〈표 3〉 광역시별 핵심관광산업 사업체 수 (단위: 개)

구분	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
2020	61,097	12,436	3,059	1,400	2,114	1,011	978	829
2021	63,692	12,961	2,980	1,434	2,055	1,009	937	794
2022	60,428	12,489	2,652	1,278	1,737	865	834	655
증감률	-5.1	-3.6	-11	-10.9	-15.5	-14.3	-11	-17.5
관광소핑업	870	194	71	21	28	20	18[5*]	16
관광운수업	3,441	429	131	121	127	99	88[5]	40
관광객이용시설업	7,372	1,422	177	89	150	39	29[6]	49
관광숙박업	15,447	749	411	56	484	43	38[6]	85
관광편의시설업	3,524	634	225	121	112	50	71[5]	81
여행사 및 여행보조 서비스업	18,739	7,765	1,281	646	496	475	427[5]	231
국제회의업	1,314	815	102	45	13	30	44[3]	13
문화, 오락 및 레저 스포츠산업	9,704	478	252	178	326	109	119[5]	140
카지노업	17	3	2	1	1	0	0[-]	0

주: *6개 광역시들 중 대전의 사업체 수 순위를 나타냄

자료: 문화체육관광부(2022), 관광산업조사(관광산업특수분류 기준)

구체적으로 관광숙박업의 경우 대전의 관광호텔업 수는 총 16개로 부산 95개, 대구 28개, 인천 70개와 비교하여 매우 낮게 나타났으며, 게스트하우스(1개)와 레지던스호텔(1개) 등 타 광역시 대비 숙박시설의 다양화가 부족한 상황이다(표 4). 관광객이용시설업의 경우 대전의 일반야영장업 수는 총 8개로 부산(11개), 대구(11개), 인천(86개), 울산(15개)에 비해 적게 나타나고 있으며, 외국인관광도시민박업(11개)이나 한옥체험업(1개) 등이 타 광역시 대비 매우 낮은 업종분포를 보이고 있다. ‘관광객 이용시설업’이 관광객들을 위한 오락 및 휴양시설들을 대표한다는 점에서 이러한 결과는 대전의 휴양 콘텐츠 발굴과 시설확충의 필요성을 보여주고 있다. 또한, 대전이 현재의 당일관광 중심에서 향후 체류형 관광으로의 체질 변화를 위해서는 대전 방문객들을 위한 다양한 오락 및 휴양 관련 시설들을 보완하고 이에 따른 관광숙박시설들의 확충이 필요하다.

〈표 4〉 광역시별 핵심관광산업 세부사업체 수 (단위: 개)

구분	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
전체	60,428	12,489	2,652	1,278	1,737	865	834	655
관광 소핑업	870	194	71	21	28	20	18	16
면세점	53	13	7	3	13	0	0	1
외국인전용관광기념품판매업	801	168	62	18	15	20	18	15
관광인증소핑업	16	13	2	0	0	0	0	0

III — 대전 관광산업의 생태계

앞서 살펴본 국내 관광산업 생태계의 구성요소를 대전의 관광산업에 적용시켜보면 대전의 관광생태계는 핵심관광산업(중핵업종)을 중심으로 연관산업(기업연계 구조), 유관기관(혁신자원, 활동), 그리고 관광객과 외부환경으로 구분해볼 수 있다. 이 중 ‘핵심산업,’ ‘관광객,’ ‘유관기관(혁신자원)’은 대전의 관광생태계를 이해하는 데 가장 중점을 두고 살펴보아야 할 요소들이다.

01 대전의 핵심관광산업 현황

관광산업특수분류를 기준으로 전국 6개 광역시의 관광업종 사업체 수를 살펴보면, 대전은 타 광역시들 대비 국제회의업을 제외하고 대부분의 관광업종에 있어 낮은 사업체 수를 보이고 있다(표 3).

국제회의업의 경우 대전은 44개로 부산(102개)과 대구(45개)에 이어 광역시들 중 세 번째로 높게 나타난 반면, 관광숙박업의 경우 대전은 38개로 광역시들 중 가장 낮게 나타났다. 이는 부산의 411개와 인천의 484개와 비교하면 매우 낮은 수준이다. 관광객이용시설업 또한 29개로 부산(177개), 대구(89개), 인천(150개), 광주(39개), 울산(49개) 등 광역시들 중 가장 낮게 나타나고 있다.

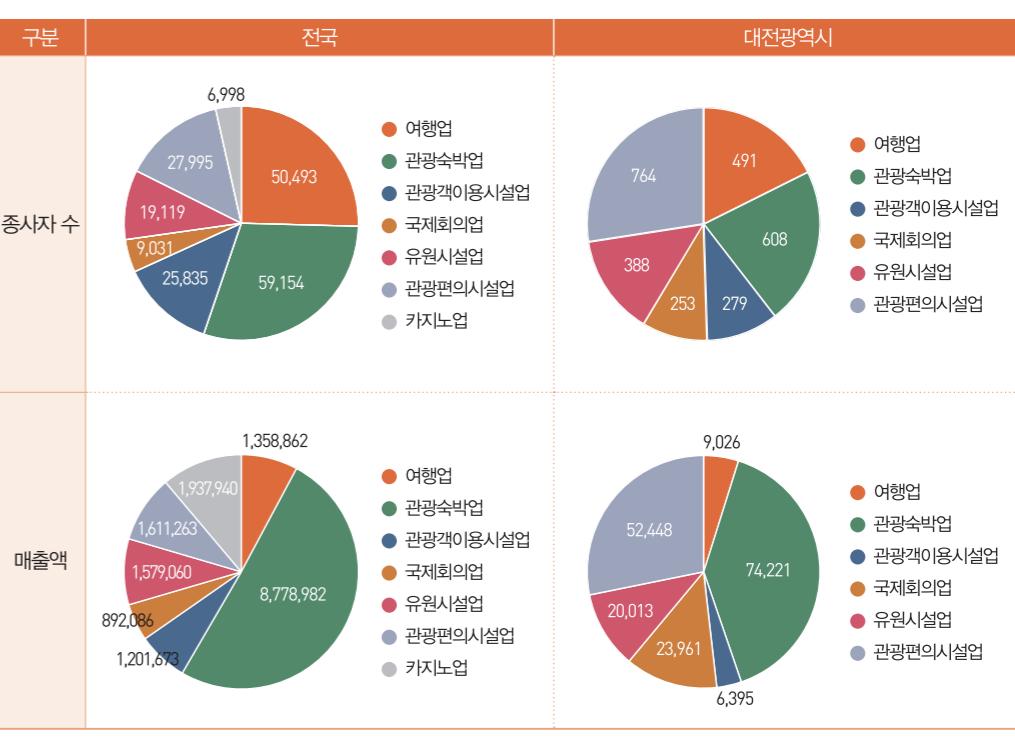
구분		전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
관광 운수업	전체	3,441	429	131	121	127	99	88	41
	관광철도운송업	230	6	8	3	2	5	3	4
	시외버스운송업	78	11	5	6	2	4	2	0
	전세버스운송업	1,632	99	62	51	43	29	35	24
	자동차임대업	1,166	292	42	54	33	61	47	11
	관광수상운송업	324	16	13	6	46	0	1	1
	관광항공운송업	11	5	1	1	1	0	0	0
관광객 이용 시설업	전체	7,372	1,422	177	89	150	39	29	49
	전문 및 종합휴양업	177	1	3	1	2	0	2	1
	일반야영장업	2,738	11	11	11	86	4	8	15
	자동차야영장업	608	4	3	8	11	2	7	14
	관광유람선업	42	2	6	0	3	0	0	0
	관광공연장업	12	4	1	1	0	0	0	0
	외국인관광도시민박업	2,048	1,195	149	36	36	22	11	14
	한옥체험업	1747	205	4	32	12	11	1	5
관광 숙박업	전체	15,447	749	411	56	484	43	38	85
	관광호텔업	1,059	317	95	28	70	16	16	18
	기타호텔업	861	141	102	5	8	0	1	4
	휴양콘도미니엄업	235	1	4	0	0	0	0	0
	산림휴양림업	193	0	0	2	2	0	2	2
	게스트하우스	698	112	58	6	6	6	1	6
	레지던스호텔	62	20	13	0	3	2	1	1
	관광인증모텔업	451	46	29	2	12	15	3	3
	민박업	10,245	80	99	11	330	3	10	40
	기타관광숙박시설운영업	1,643	32	11	2	53	1	4	11
관광 편의 시설업	전체	3,524	634	225	121	112	50	71	81
	관광유통음식점업	6	0	0	0	0	0	0	1
	관광극장유통업	99	18	4	1	3	1	8	2
	외국인전용유통음식점업	324	3	16	14	1	1	0	22
	관광식당업	1,890	457	163	95	59	45	56	46
	관광순환버스업	64	4	1	2	3	0	0	1
	관광사진업	19	9	2	1	0	0	0	0
	여객자동차터미널시설업	2	0	0	0	0	0	0	0
	관광펜션업	656	0	1	0	27	0	0	4
	관광궤도업	22	0	2	2	1	0	0	0
	관광면세업	79	18	10	2	9	0	0	1
	관광지원서비스업	363	125	26	4	9	3	7	4
여행사 및 여행 보조 서비스 업	전체	18,739	7,765	1,281	646	496	475	427	231
	종합여행업	6,952	3,870	344	171	180	133	115	64
	국내외여행업	9,206	3,275	768	422	231	303	269	133
	국내여행업	1,707	280	89	35	49	26	28	20
	여행보조 및 예약서비스업	874	340	80	18	36	13	15	14
국제 회의업	전체	1,314	815	102	45	13	30	44	13
	국제회의시설업	15	2	1	1	0	1	1	0
	국제회의기획업	1,299	813	101	44	13	29	43	13
문화, 오락 및 레저 스포츠 산업	전체	9,704	478	252	178	326	109	119	140
	박물관운영업	913	131	34	17	30	12	15	11
	사적지관리운영업	133	18	4	2	3	3	4	3
	식물원, 동물원 운영업	230	8	8	9	7	2	4	4
	자연공원 운영업	80	1	1	1	0	1	0	2
	기타관광지운영업	14	0	0	0	1	0	0	0
	종합유원시설업	53	4	1	2	0	1	1	0

구분	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
문화, 오락 및 레저 스포츠 산업	일반유원시설업	427	11	15	14	14	3	8
	기타유원시설업	2,280	219	97	69	137	52	56
	농어촌체험 및 생태관광업	1,178	0	3	0	14	1	8
	경주장운영업	13	0	2	1	0	0	0
	골프장운영업	525	1	10	2	12	3	5
	스키장운영업	15	0	0	0	0	0	0
	낚시장운영업	589	2	4	7	26	2	1
	수상오락서비스업	906	19	34	4	26	2	4
	오락 및 관광체험시설 운영	2,348	64	39	50	56	22	35
	카지노업	17	3	2	1	1	0	0

자료: 문화체육관광부(2022), 관광산업조사(관광산업특수분류 기준)

한편, 대전의 관광생태계에서 관광업종에 따른 인력구조를 살펴보기 위해 전국 관광산업의 업종별 종사자 수와 비교해보면 대전은 여행업 비중이 상대적으로 낮고 관광편의시설업, 유원시설업, 국제회의업, 관광객이용시설업의 비중이 높은 것으로 나타났다(표 5).

〈표 5〉 전국과 대전의 관광업종별 종사자 수 및 매출액(단위: 명, 백만원)



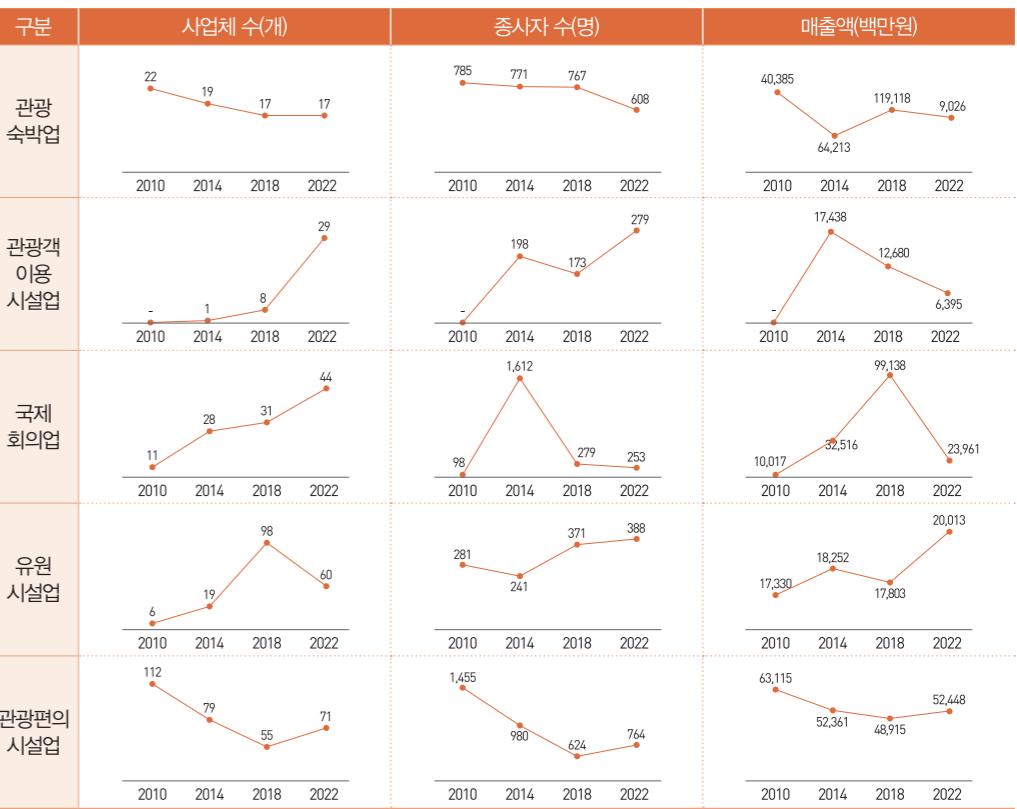
자료: 문화체육관광부(2022), 관광산업조사를 바탕으로 연구자 작성

구체적으로 대전은 광역시들 중 부산, 인천, 대구에 이어 네 번째로 많은 관광산업 인력을 보유하고 있으며, 여행업 종사자 수는 광역시들 중 가장 낮은 491명으로 나타나고 있다. 또한, 관광숙박업 종사자 수는 608명으로 광역시들 중 광주를 제외하고 가장 낮게 나타나고 있다.

〈그림 3〉 광역시별 관광종사자 수와 관광매출액



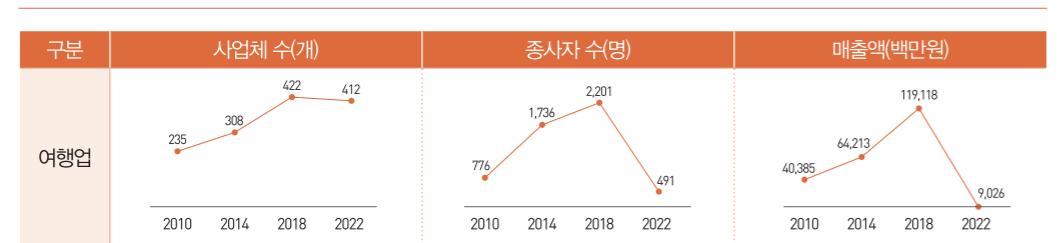
자료: 문화체육관광부(2022)를 바탕으로 연구자 작성



자료: 문화체육관광부(2022), 관광산업조사를 바탕으로 연구자 작성

이어서 2010년부터 2022년까지 대전 관광업종의 변화를 살펴보면 여행업 사업체 수는 2010년 235개에서 2022년 412개로 증가한 반면, 여행업 종사자 수는 2010년 776명에서 2018년 2201명으로 크게 증가하였으나 2022년 491명으로 크게 감소하였는데 이는 코로나19에 따른 여행업계의 위축에 기인한다고 볼 수 있다(표 6). 관광숙박업 역시 2010년 22개 785명에서 2022년 17개 608명으로 지속적으로 감소추세에 있다. 대전 관광산업 발전의 선순환을 위해서는 관광산업의 기본 근간이라고 할 수 있는 여행업과 숙박업의 활성화를 도모하는 노력이 필요하다. 한편, 여행업과 관광숙박업의 감소 추세와는 반대로 대전의 관광객이용시설업과 국제회의업의 사업체 수는 증가하고 있다. 다만, 사업체 증가와는 반대로 매출액이 감소하고 있는 점에서 관광상품의 경쟁력 강화를 통한 수익성 증대가 필요하다.

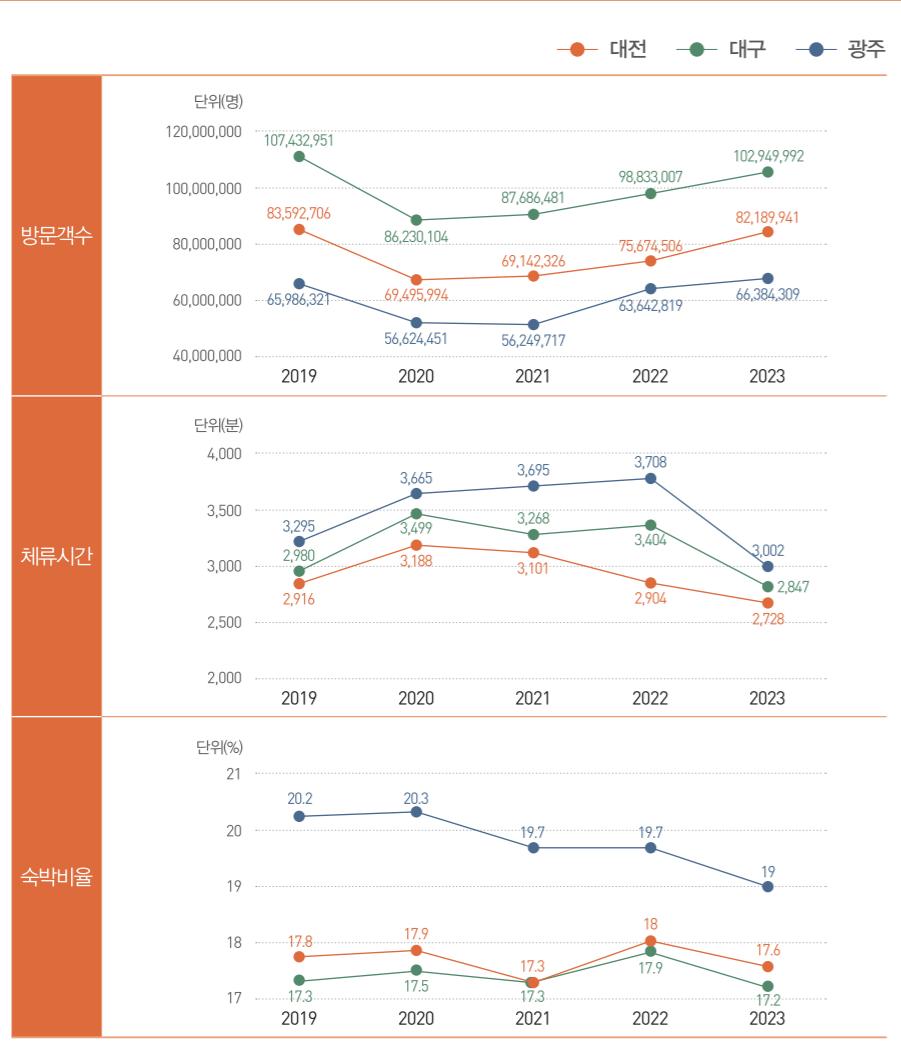
〈표 6〉 2010~2022년 대전 관광업종 변화 추이



02 관광객 환경

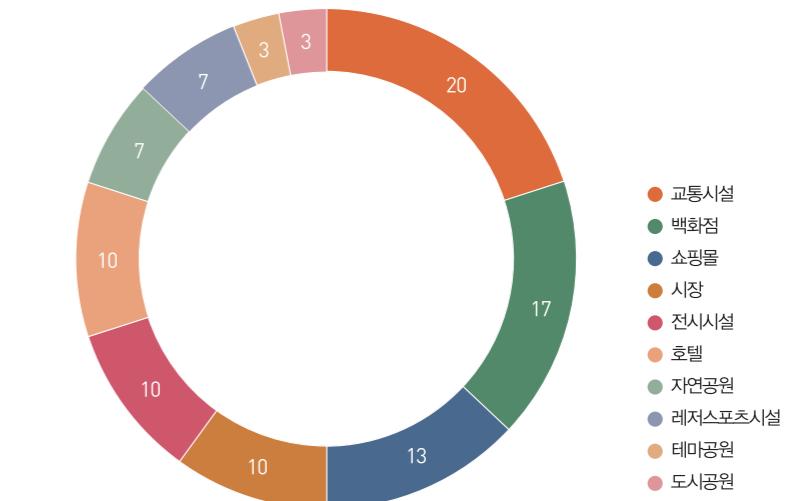
최근 5년 대전의 연간 방문객 수를 살펴보면 2019년 8,359만 명에서 코로나19로 2021년 6,914만 명으로 낮아진 후 2023년 8,219만 명으로 코로나19 이전 방문객 수를 거의 회복하였다(표 7). 인구 규모를 고려하여 비교 가능한 타 2개 광역시들과 비교했을 때 이는 대구 방문객 수 추이와 같은 패턴을 보이고 있고, 광주의 경우 코로나19 기간(2020~2022년)의 방문객이 타 광역시에 비해 대전의 체류시간이 2020년 3,188분에서 2023년 2,728분으로 급격히 감소했으며, 숙박비율은 2023년 17.6%로 전년도에 비해 소폭 감소하였고, 이는 대구와 유사한 증감패턴을 보이고 있다. 또한, 한국문화관광연구원 관광지식정보시스템에서 2019년부터 2023년까지 최근 5년간 대전의 유료관광지점들에 대한 총 입장객 수를 살펴보면 상위 3개 시설은 대전오월드(3,617,468명), 국립중앙과학관(2,389,807명), 대전 어린이회관(1,574,248명) 순으로 나타나고 있는데, 이 시설들은 공통적으로 어린이 대상의 체험시설이라 할 수 있으며 체류보다는 당일관광 시설에 가깝다. 이러한 결과는 대전 방문객들을 좀 더 오래 머물게 할 수 있는 체류형 시설이나 매력물이 부족하다는 것을 시사하며 이에 대한 개선방안 마련이 요구된다.

〈표 7〉 2019~2023 주요 광역시 방문객 통계 비교

자료: 한국관광데이터랩(<https://datalab.visitkorea.or.kr>)을 바탕으로 연구자 작성

한편, 외지인이 많이 방문하는 대전의 인기관광지 상위 30곳을 살펴보면 교통시설(대전역, 대전복합터미널 등), 백화점(신세계 Art&Science, 갤러리아타임월드 등), 쇼핑몰(현대프리미엄아울렛대전점, 모다아울렛대전점 등)이 전체의 50%를 차지하고 있어 ‘교통’과 ‘쇼핑’이 대전 방문객들의 주요 방문지로 나타났다. 테마공원(3%)과 도시공원(3%)은 각각 오월드와 우리들공원이 유일하였다. 이에 따르면, 대전은 교통과 쇼핑시설에 집중되어 있는 외지인들의 주요 방문지를 관광활성화 차원에서 다변화시키는 것이 필요하다 할 수 있다.

〈그림 4〉 대전 인기관광지 상위 30곳 비중(외지인)



자료: 한국관광데이터랩을 바탕으로 연구자 작성

03 대전관광의 혁신자원

대전의 관광생태계에 있어 대전의 신규 관광상품과 서비스를 지속적으로 개발하기 위해서는 산·관·학·연 간 소통과 지원을 통해 생태계의 성장기반을 다지는 것이 필요하다. 대전관광의 유관기관으로는 대전관광의 제도적 지원 및 육성주체인 대전광역시, 연구기관인 대전세종연구원, 공공주도 관광사업을 담당하는 대전관광공사, 민간 관광사업체들의 협의체인 대전관광협회, 관광인력의 교육과 양성이 이루어지는 대학교 등 다양한 주체들이 존재한다. 이 중에서도 대전세종관광기업지원센터의 경우 지난 2020년 운영주체인 한국관광공사와 주관기관인 대전광역시, 운영기관인 대전관광공사가 지역 관광생태계의 경쟁력을 높이기 위해 지역 관광상품의 혁신과 지역기반관광의 활성화를 위해 설립되었다(표 8). 이는 대전관광의 혁신을 이룰 수 있는 관광관련 ‘기술개발’, ‘인력양성’, ‘기업 네트워킹’ 등의 기능을 하고 있다는 점에서 중요하며, 특히 산·관·학·연 네트워크로써 대전의 관광생태계에서 지속적인 관광상품의 혁신과 서비스 경쟁력 제고를 위해 향후에도 적극적인 지원이 필요하다.

〈표 8〉 대전세종관광기업지원센터 운영사업 및 주요 협업기업

사업분야	내용	
관광스타트업 발굴육성	관광스타트업 발굴, 판로 개척 및 홍보 지원, 관광기업 액셀러레이팅, 청년관광 창업 아이디어 발굴 및 사업화 지원	
지역기반 관광산업 개선	전통관광기업 컨설팅 및 디지털 역량 지원, 연계관광상품 운영 지원	
협력네트워크 강화	지역관광기업 협업 프로젝트, 관광기업 국내외 홍보 마케팅 및 네트워킹 강화	
관광일자리허브 운영	산학 연계 관광 일자리 지원, 지역 관광인재 육성 아카데미, 로컬 크리에이터 양성사업	
지역센터 거버넌스 체계화	관광 스타기업 육성 및 지원	
주요 협업기업	관광기념품	으뜸정이브루어리, 수카프, 냉방몬스터즈, 진Dol, 공사사양조, 세종이도, 네이처 어썸블, 주식회사 세종시 한글빵
	관광체험	retrus, 메이커런스, 이은로드, 에덴의 문화로, 도아협동조합, 숲이답이다, 워크인투 코리아, 안내인연구소협동조합, 팬블러, 세트협동조합, 다시보다 협동조합, 엘로우 스케일, 팬블러, 백경증류소
	마이스	acve, tedin, 협동조합 주인, 마이스피플, 마이스유니온, 주식회사 마이스플
	IT/플랫폼	플레이스링크, 주식회사 지트, 스카이뉴어솔루션, PAL 문화유산센터, 필리스, 시정, 제이어스, 카찹, 스냅팟, 퍼펙트 PC, 주식회사 씨엔스컴퍼니, 주식회사 언틸
	여행	카페트레노, 블루여행클럽, 흥익관광여행사, 상봉투어, 리빙인터네셔널, 삼성크리 에듀, 대원항공여행사, 여행신화, 명투어, 헤라항공여행사, 대림투어, 에프포 비즈니스, 나나투어, 더블유커뮤니케이션, 에프앤아트컴퍼니, 콜라보에어, 가온 트레블, 알비노

자료: 대전세종관광기업지원센터 홈페이지(<http://tourbiz.daejeonsejong.or.kr>)

문객이 집중되고 있다는 점이 대전관광의 체질개선 필요성을 보여준다. 교통시설과 쇼핑시설에 방문하는 외지인들의 비율 또한 전체 방문객의 절반을 차지하고 있다는 점은 대전이 관광지로써 기능하기 위해서는 매력적인 관광목적지의 적극적인 발굴과 개발이 필요하다는 것을 반증하고 있다. 한편, 대전의 지역관광생태계가 지속가능하고 경쟁력 있는 체계를 구축하기 위해서는 지역 산·관·학·연의 적극적인 지원과 연계가 뒷받침되어야 한다. 관광환경 개선에 적용가능한 다양한 기술개발이 이루어지며 관광분야의 산학협력 네트워킹이 이루어지는 장(場)이 되고, 대전만의 매력적인 관광상품 개발이 이루어지도록 기능할 수 있는 현재의 대전세종관광기업지원센터와 같은 관광기업 허브들에 대한 지속적인 관심과 지원이 필요한 이유다.

IV — 대전 관광생태계 개선방안

생태계가 더 많은 가치를 창출하는 체계로 발전하기 위해서는 생태계를 구성하고 있는 주체들 간 경쟁, 협력, 가치공유를 통해 서로 영향을 주고받으며 상호진화가 이루어져야 한다(김영수, 2012). 현대의 관광산업은 융복합화됨에 따라 연계 가능한 산업과 전·후방산업의 경계가 확대되고 지역의 경제, 문화 등 사회 전반에도 많은 영향을 미치고 있다. 본 연구에서는 대전의 관광생태계를 살펴보는 방법으로 핵심산업, 관광객, 유관기관을 중심으로 살펴보았다. 특히, 핵심산업은 대전의 지역관광 생태계에서 공급주체로서 타 광역시 대비 특징을 파악해봄으로써 관광생태계 공급부문의 개선방향 을 제시하고자 하였다. 요약해 보면, 대전은 관광숙박업과 관광객이용시설업의 수가 광역시들 중 가장 적고, 여행업에 종사하고 있는 인력규모 또한 가장 낮은 수준으로 나타나고 있다. 또한, 관광객 환경 부문에서는 대전의 관광객 체류시간이 감소추세에 있고 유료입장 시설들 중 당일형 관광시설에 방

참고문헌

- 관광·레저산업 인적자원개발위원회(2019), 관광·레저산업 개념 도출 및 산업범위 분류체계.
- 구철모(2015. 01. 27), 스마트관광을 위한 관광생태계의 혁신이 필요하다, 매일경제신문, <https://www.mk.co.kr/news/culture/6547140>.
- 국가법령정보센터(2024. 07. 16.), 관광진흥법, <https://www.law.go.kr>.
- 김영수(2012), 우리나라 클러스터정책의 특징과 지역산업생태계론으로의 진화 필요성, 지역연구, 28권 4호, 23-43.
- 대전관광공사(2023), 2023년 대전관광객실태조사.
- 대전세종관광기업지원센터(2024. 07. 23), <http://tourbiz.daejeonsejong.or.kr>.
- 문화체육관광부(2022), 관광산업조사.
- 한국문화관광연구원(2024. 07. 25). 주요관광지점 입장객통계(2019~2023), <https://know.tour.go.kr/stat/visitStatDis/main.do>.
- 장희선 · 박창환 · 이훈(2023), 국내 관광산업 생태계 네트워크 분석, 관광학연구, 47권 5호, 81~99.
- 조남재 · 오승희(2011), 디지털 변환으로 인한 기업생태계 구조 변화 연구: 한국 영화산업의 생태계 분석, Information Systems Review, 13권 2호, 55~72.
- 최한수 · 신상화(2022), 국내 관광숙박산업의 경쟁력 강화를 위한 정책조합의 모색: 조세 및 재정정책에 대한 제안을 중심으로, 법경제학연구, 19권 3호, 487~512.
- Moore, J. F. (1993), Predators and prey: The new ecology of competition, Harvard Business Review, Vol.71, No.3, pp.75-86.

기획특집 05

꿀잼도시 대전, 관광교통 실태와 개선방향

최영석 / 충북연구원 연구위원

고영모 / 충북연구원 전문연구위원

I —— 서론: 관광도시로 거듭나기 위한 또 하나의 조건, 관광교통

대전광역시(이하 대전)는 1905년 경부선 철도 개통과 함께 빠른 도시 성장을 이루었으며, 이후 철도와 고속도로 등 다양한 육상 교통망의 발달로 대한민국 교통의 요충지로 자리매김하였다. 이러한 교통여건은 대전의 사회·경제·문화 등 다양한 분야 발전에 밀접하게 되어 왔으며, 그 결과 2019년 대한민국에서 살고 싶은 도시로 서울, 부산, 제주에 이어 4위를 차지하는 성과를 이루어냈다(한국갤럽, 2019). 또한, 2023년에는 전국 지방자치단체 합동평가에서 최우수 자치단체에 선정되기도 했다(행정안전부, 2023).

최근 대전은 '노잼도시'의 이미지를 벗어내고 '재미있는 도시'를 만들기 위해 노력중이다. 예로부터 유명한 유성온천, 한밭수목원, 대청호 등 대전의 자연자원은 힐링과 휴식을 제공하는 공간으로 명맥을 이어오고 있으며, 빵의 대명사로 불리는 '성심당'을 비롯한 트렌디한 선리단길과 소재동 카페골목에서는 다채로운 맛집을 만날 수 있다. 또한 국립중앙과학관, 엑스포 과학공원, 이옹노미술관, 신세계 Art & Science와 같은 장소에서 예술, 과학, 쇼핑을 한껏 즐길 수 있다. 2023년부터 시작된 '대전 0시 축제'는 대전의 재미를 밤새 꺼지지 않게 만들어준다. 이렇듯 대전은 다채로운 매력을 가지고 있으며 방문객들에게 풍부한 여행경험을 선사하는 도시로 변모하고 있다.

하지만, 대전이 국내 대표 관광도시로 거듭나기 위해서는 매력적이고 재미있는 콘텐츠 외에도 준비해야 할 과제가 있다. 바로 관광수용태세의 개선과 정비이다. 관광수용태세란 관광객이 관광지를 방문하였을 때 제공받을 수 있는 관광교통, 관광안내 및 정보, 숙박, 쇼핑 등 다양한 관광시설과 서비스의 준비상태를 말한다. 특히, 관광교통은 일상으로부터의 이동을 전제로 하는 관광활동의 특성상 여행의 질을 좌우하는 매우 중요한 요소로 작용한다. 관광교통은 관광객의 이동범위를 확장시켜 주는 수단임과 동시에 그 자체가 관광콘텐츠가 되어 관광객에게 편의를 주는 요소이기 때문이다. 또한, 도심교통 혼잡과 주차장 부족 등은 관광객들의 이동시간을 증가시켜 관광경험의 기회를 박탈하고, 편리하지 못한 대중교통 서비스는 낯선 지역을 찾은 관광객들에게 부정적인 이미지를 심어줄 수도 있다(김향자, 2016).

본고에서는 관광목적도시로서 대전광역시의 관광교통 실태와 개선방향에 대해 논의하고자 한다.

이를 위해 관광교통에 대한 이론적 이해, 수요와 공급 관점에서의 대전시 관광교통 실태, 우수사례 분석 등을 실시하고 대전광역시 관광교통의 개선점 및 나아가야 할 방향에 대하여 논의하였다.

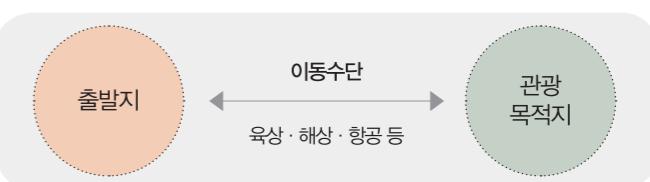
II —— 관광교통에 대한 일반적 이해

01 관광교통의 개념

관광교통은 관광활동을 위한 관광의 중요한 매개요소이다. 관광은 일상을 벗어나 다른 지역으로의 이동을 기본전제로 하기 때문이다. 이러한 관광교통은 관광객이 주거지를 떠나 다양한 교통수단을 이용하여 관광자원을 찾아가는 경제적·문화적·사회적 현상을 포함한 모든 이동행위라고 정의된다(이항구·고석면·이황, 1999). 현대의 경제성장과 교통의 발달에 따라 이동성이 증가하여 서로 다른 삶의 양식과 문화에 대한 지적 관심과 관광욕구가 커지면서 관광교통의 중요성은 더욱 부각되고 있다.

관광분야에서 교통을 바라보는 관점은 '관광을 위한 교통(Transportation for Tourism)'과 '관광으로서의 교통(Transportation as Tourism)'으로 나누어 살펴볼 수 있다(김창수, 2018). 관광경험에 있어서 교통은 관광목적지로의 이동을 위한 필수요소이며, 관광경험 과정에서 교통시설 자체가 중요한 매력물이 될 수도 있는 것이다. 한편, 교통은 모든 물류의 이동을 결정짓는 중요한 요소이기에 관광산업의 발전은 교통의 발전에서 시작한다고 할 수 있을 것이다. 관광객은 자신의 거주지에서 멀리 떨어진 관광목적지를 찾아가기 위해서 교통시설과 이동경로를 선택하기 때문에 관광산업이 발전하려면 교통이 그 시발점이 되는 것은 필연적이다.

〈그림 1〉 관광교통의 개념



02 관광교통의 특성과 역할

관광산업 발달에 교통이 매우 중요한 요소라는 것에는 이견(異見)이 없지만 일반적인 교통과 관광교통은 목적, 수요변동, 교통서비스 등의 요인에 따라 서로 다른 관점으로 이해해야 할 필요가 있다. 일반교통의 목적은 한 기점에서 출발하여 다른 기점으로 이동하는 기능성 목적이 큰 반면, 관광교통은 이동행위뿐만 아니라 이동 중에 발생하는 심리적이고 감정적인 유용성까지 포함한다고 볼 수 있기 때문이다.

〈표 1〉 일반교통과 관광교통의 비교

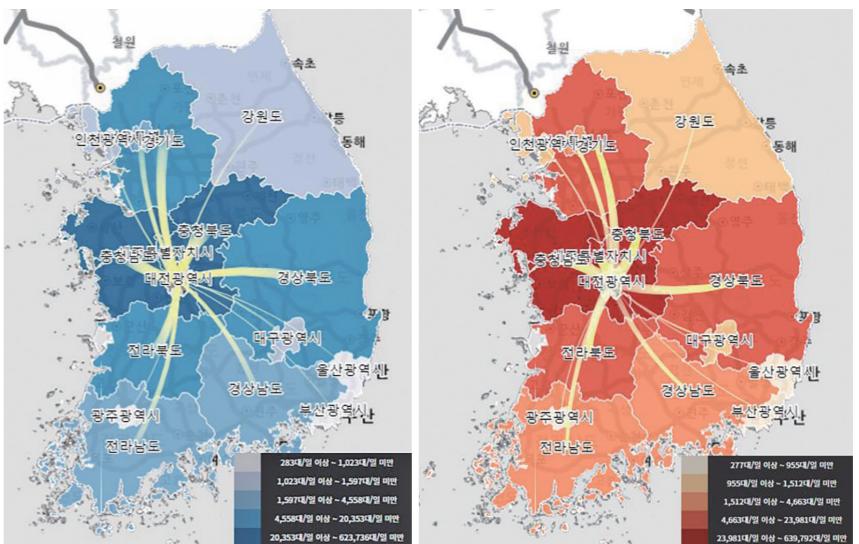
구분	일반교통	관광교통
목적	일상적인 이동(출퇴근, 통학, 업무 등)	관광지 방문 및 관광활동을 위한 이동
사용자	주민, 직장인, 학생 등	국내·외 관광객
운송수단 범위	대중교통(버스, 지하철, 택시), 자가용	자가용, 관광버스, 렌터카, 크루즈, 관광열차 등
인프라	일반도로, 고속도로, 철도, 버스정류장 등	관광지 전용도로, 공항, 항구, 관광안내소 등
서비스	운행 시간표, 교통카드, 교통정보 등	예약 시스템, 패키지 투어, 관광지 가이드 서비스 등
주요 고려사항	신속성, 경제성, 효율성 등	편리성, 접근성, 심미성, 경험성 등
운영시간	일정한 운행 시간표 기준	계절성, 축제 등 이벤트에 따른 유연한 시간 운영
비용구조	정기권, 할인권, 단일 요금제	패키지 요금, 특별 할인, 다양한 요금 옵션
수요변동	평일, 주말, 출퇴근 시간대에 따라 변동	관광 시즌, 휴가철, 특별 행사에 따라 변동
일반특징	일상 생활의 필수 요소로 안정적	관광 경험의 중요한 부분으로 변동성이 큼

자료: 문헌연구를 바탕으로 연구자 재정리

또한, 관광교통은 관광목적지로의 접근성을 향상시키고 관광목적지의 매력도를 향상시키는 중요한 요인으로 알려져 있다. 접근성 향상은 관광목적지의 도달 효용성을 증대시킴으로써 관광지에 대한 선호도를 높이고 단축된 시간에 따라 주변 관광지로의 연계 방문을 유도하여 지역관광 활성화를 위한 시너지 효과를 창출한다(김창수, 2018).

관광교통은 지역관광에서 관광지로의 단순한 이동 목적 이외에 많은 역할을 하고 있다. 우선 관광교통의 가장 중요한 역할인 관광지 연결을 위한 교통의 축이다. 둘째, 매력물로서의 관광교통 시설이다. 비행기, 프랑스 TGV와 같은 고속열차, 관광열차, 유람선, 인력거와 같은 관광교통시설은 이동수단인 동시에 여행의 설레임과 관광경험을 느끼게 하는 매력물인 것이다. 마지막으로 편리성 향상을 위한 관광교통 시설이다. 관광지로의 접근성과 편리성은 관광지의 매력도를 높이는 요소로 작용하며 관광객들의 만족도를 향상시키는 데 중요한 역할을 하고 있다(권영인 등, 2001).

〈그림 2〉 대전 기준 광역시·도간 자동차 통행량(좌: 진출, 우: 진입)



자료: 한국교통연구원 교통빅데이터 분석시스템 View-T 3.0

대전은 도심의 다양한 교통체계를 구축하고 운영하여 대전을 방문하는 국내외 관광객들에게 안전하고 편리한 관광교통을 제공하고 있다. 대전은 도시철도 1개 노선, 시내버스 101개 노선을 운행하고 있다. 도시철도 1호선 22.6km, 22개 역(판암역~반석역)을 10분 간격으로 운행 중이며 2023년 기준 도시철도 1호선 일평균 이용건수는 100,260건으로 집계되었다. 향후 2026년 1호선 2.4km, 2개역(식장산역~판암역)을 연장·개통할 예정이며, 2028년 2호선(트램) 38.5km, 45개역이 신설 개통될 예정이다.

〈그림 3〉 대전 도시철도 노선도



자료: 대전시청 홈페이지

III — 대전 관광교통 현황 및 실태

01 공급 측면의 대전 관광교통

대전은 대한민국 중부권 중심도시로 고속 및 일반철도, 고속도로의 주요 경유지 역할을 하며 다양한 광역교통망을 통한 접근성이 매우 뛰어난 지역이다. KTX와 SRT가 관통하는 주요 지점으로서 서울에서 대전까지 50분 이내, 부산까지 90분 이내 접근이 가능한 지역이다. 또한, 경부고속도로, 호남고속도로, 통영대전고속도로, 중부고속도로 등이 위치하고 있어 국토 남북축과 동서축 연결성이 큰 관광교통 요충 지역이라 할 수 있다.

대전 시내버스는 급행노선 4개, 도시노선 70개, 외곽노선 30개 등 총 104개 노선이 운행 중이며, 2023년 기준 시내버스 이용객은 일평균 413,566건으로 분석되고 있다.

〈표 2〉 대전 시내버스 현황 (단위: 대)

구분	업체수	보유대수	상용차	예비차	비고
합계	14	1,038	985	53	
일반버스	13	1,016	965	51	
광역 BRT	1	22	20	2	

자료: 대전시청 홈페이지

그리고 대전은 2021년 2월 대전 관광택시 발대식을 개최하여 총 9대의 맞춤형 관광 운행서비스를 시작한다고 발표하였다. 대전시를 방문하는 국내외 관광객들에게 인증된 택시기사가 직접 계절별 여행지, 숙박시설, 맛집, 핫플레이스 등을 안내하며 편리하고 안전한 교통서비스를 제공하는 관광교통개선 정책의 일환으로 시작되었다.

〈그림 4〉 대전 관광택시 '금강부릉이'



자료: 대전시청 홈페이지

대전은 공영자전거 '타슈'를 도입하여 대전시내 친환경 근거리 교통수단으로 활용하고 있다. 2022년 7월 시즌2 도입 이후, 이용객은 기존 15만 명에서 41만 명으로 26만명 증가하였으며, 이용률 역시 2021년도 52만 건에서 2023년 430만여 건으로 큰 폭으로 향상되었다.

〈표 3〉 최근 3년간 대전 공공자전거 '타슈' 이용률 (단위: 건)

구분	2021년	2022년	2023년	비고
연간	522,716	1,954,175	4,304,200	
일일평균	1,432	5,329	11,792	



자료: 대전 2023년도 교통조사 및 분석 보고서

대전 시티투어는 대전의 주요 관광지를 효율적으로 연결하는 교통서비스로, 관광객들에게 편리하고 체계적인 이동 수단을 제공한다. 또한, 대중교통의 편리함과 함께 관광 가이드의 역할을 동시에 수행하여 대전의 주요 명소를 효율적으로 둘러볼 수 있는 기회를 제공한다. 주요투어로는 1) 관내투어, 2) 도전!미션투어, 3) 과학 순환투어, 4) 물빛 순환투어, 5) 맞춤형 대전시티투어 등 5개의 시티투어코스를 운영 중이다.

〈그림 5〉 대전시티투어 안내 브로슈어

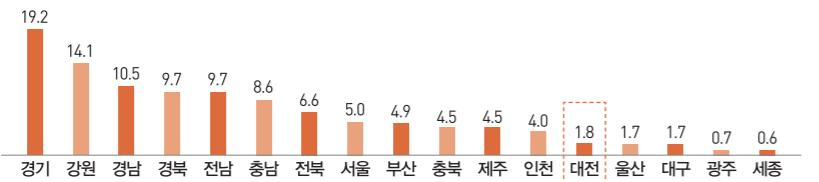


자료: 대전시청 홈페이지

02 수요 측면의 대전 관광교통

대전시는 국내여행 방문지 순위에서 17개 전국 시도 중 13번째에 위치하고 있다. 관광목적지로서의 인지도에서는 하위권에 머물고 있다. 방문객들이 적기 때문에 관광교통 개선 정책에 대한 우선순위 역시 떨어질 수 밖에 없다.

〈그림6〉 2023년 국내여행 방문지 순위



자료: 2023년 국민여행실태조사(문화체육관광부)

대전시는 우리나라 대도시권 교통특성과 비슷하게 이동수단으로서 자가용의 사용률이 큰 도시이다. 우리나라 사람들의 국내여행 이동수단 1위 역시 자가용(85.8%)이 압도적으로 많다. 도심권 도로혼잡과 관광지 주변 주차문제는 도심관광지의 고질적 문제로 알려져 있다. 더군다나 도심 내 거주자의 자동차 사용과 방문객의 자동차 사용이 증복되는 휴가철일 경우 교통 혼잡도는 더욱 높아질 것이다. 이는 관광객들에게 관광만족도를 낮추고 지역주민에게 교통피해를 끼칠 수 있는 요인으로 작용할 수 있다. 이에 대한 대책으로 많은 도시에서는 대중교통을 활용한 교통분산정책을 펼치고 있으나 현실적인 한계가 많다.

실제로 대전은 다중교통시스템을 갖추기 위해 노력하고 있다. KTX, 고속도로 등 광역교통시설 이용에 대한 안전성과 편리성은 뛰어나지만 도심권에서의 도로혼잡은 여전히 취약하여 대중교통 활용성이 낮은 실정이다.

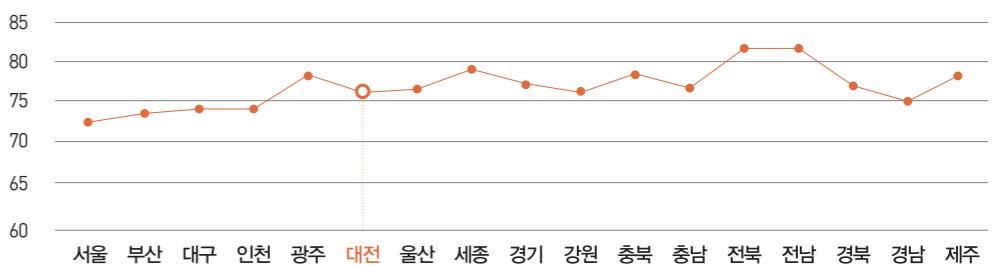
〈표 4〉 대도시권 교통수단별 일평균 통행분담률(단위: %)

구분	전체	도보	승용차	버스	철도	택시	기타
서울	100	34.3	22.8	17	17.9	2.6	5.4
부산	100	32.7	36.6	14.3	6.7	5.5	4.1
대구	100	35.1	39.2	11.7	4.7	5.8	3.5
인천	100	30	40.6	12.9	7.4	2.7	6.4
광주	100	32.2	44.8	11.2	1.2	8.7	1.8
대전	100	34	45	9.9	1.8	5.5	3.8
울산	100	31.9	48	9.3	0.1	5.7	5

주: 2022 국가교통통계(한국교통연구원)

그리고 관광교통 안내체계가 다소 미흡하다는 아쉬움이 있다. 방문객의 관광인지도가 낮은 지역은 관광안내체계에 대한 의존도가 높은 곳이다. 전국적으로 매우 유명한 핫플레이스가 존재할 경우를 제외하고는 관광지로 접근하는 방법조차 찾기 어렵다. 대전시의 경우 역시 자가용 이용 방문객을 위한 도로 통행 정보제공 서비스가 부족하며, 대중교통 이용 방문객들을 위한 관광지 이동 환승 및 연계교통 안내 서비스가 신속하게 이루어지지 못하고 있는 실정이다. 실제, 수치로도 2023 국민여행조사(전국 시도 기준)에서 우리나라 관광여행에 대한 교통 평균 만족도는 77.8점인 반면 대전시의 교통만족도는 76.4점으로 평균에 미치지 못하는 것으로 나타났다.

〈그림 7〉 전국 시도 여행지별 교통 만족도



자료: 2023년 국민여행실태조사. 문화체육관광부

또한, 관광지원으로서 관광교통시설의 역할이 크지 않다. 해외 유명도시의 트램, 관광기차, 유람선 등의 관광교통시설은 이동수단으로써의 역할과 함께 그 자체가 관광자원으로서의 역할에도 충실히다. 국내의 많은 지자체에서 트램, 케이블카, 모노레일 등과 같은 관광교통시설을 설치하려고 하는 이유도 관광교통시설을 관광자원으로서 활용하기 위함으로 볼 수 있을 것이다. 하지만, 대전은 '보문산 케이블카'나 '금강부릉이' 등에서 볼 수 있듯이 기존 관광교통시설의 콘텐츠화가 아직까지 부족한 것이 현실이다.

IV — 주목해 볼 해외 우수 관광교통 사례

01 관광으로서의 교통(Transportation as Tourism), '이탈리아 친퀘테레'

친퀘테레는 이탈리아 해안마을로 리오마조레, 마나룰라, 코니글리아, 베르나차, 몬테로소알마레의 다섯 마을로 이루어진 관광지이다. 5개의 마을 관광지를 트레킹, 자동차, 기차, 보트 등의 여러 가지 관광교통 수단으로 체험할 수 있다. 국립공원으로 지정된 마을의 우수한 자연경관을 관광자원화하여 유네스코 세계유산으로 지정되어 있으며, 5개 마을과 주변 지역을 체험할 수 있는 다양한 관광교通 수단 역시 우수한 관광 매력물로 알려져 전세계에서 연간 250만 명의 관광객이 찾아오는 곳이다.

〈그림 8〉 친퀘테레 관광지 연결 기차

자료: 이탈리아 친퀘테레 관광 홈페이지 <https://www.parconazionale5terre.it/Emap.php>

02 관광을 위한 교통(Tourism Transportation) 서비스, 'SkedGo'

SkedGo는 전세계에 통합 교통 서비스를 제공하기 위해 설립된 스타트업이다. TripGo라는 앱을 통해 대중교통, 자전거, 공유자동차, 택시 등의 교통 수단을 통합관리하고 검색, 예약·결제가 가능한 플랫폼이다. 전세계 4,000개 이상의 교통서비스 공급업체와 파트너쉽을 맺고 있고, 최근 프랑스 전역, 독일, 네덜란드, 벨기에, 스위스 등에서 서비스를 제공하고 있다. 관광객에게 관광교통 서비스를 통합 제공하고 최적의 여행경로를 실시간으로 제안함과 동시에 다중언어 지원을 통하여 사용자의 관광지 접근성과 편의성을 향상시키는 매우 유용한 교통 솔루션으로 알려져 전세계의 많은 주목을 받고 있다.

〈그림 9〉 SkedGo 스타트업의 TripGo 앱 서비스



자료: SKEDGO 홈페이지 <https://skedgo.com/>

셋째, 지속가능한 미래형 관광교통체계 구축을 위한 친환경 교통수단 도입 및 스마트 모빌리티 기술의 활용이다. 전기버스, 전기자전거 등의 친환경 교통수단을 확대 보급하여 대전의 지속 가능한 관광교통체계를 실현해야 한다. 또한 과학기술 선도 도시답게 인공지능(AI), 자율주행, 사물인터넷(IoT) 등의 스마트 모빌리티 기술을 통해 교통 흐름을 최적화하여 도심혼잡을 줄이고 에너지 효율성을 높여 미래지향적인 도심교통 시스템을 갖춰나갈 필요가 있다. 특히, 자율주행기술의 도입은 기술적 관심과 함께 매력있는 관광교통 수단으로 가치가 있다. 또한, 첨단 과학기술을 활용한 미래 교통수단을 체험해 볼 수 있는 관광시설로도 활용이 가능할 것이다.

마지막으로, 체계적이고 과학적인 관광교통 데이터 구축이다. 데이터 구축을 위해 대전 전역, 특히 핵심 관광권역을 중심으로 공공와이파이를 설치하고, 이에 기반한 빅데이터 수집 체계를 마련하여야 한다. 수집된 빅데이터를 활용하여 교통수단 간의 환승시간 최소화, 환승 지점 최적화 등 관광객 교통이용 편의성을 제고할 필요가 있다. 또한, 관광객의 심리적 만족도 파악 및 관광교통 정책 환류를 위해 정례화된 관광수용태세 관련 실태 조사가 요구된다.

V — 대전시 관광교통 개선방향

첫째, 관광객의 관광교통 이용 편의성 제고를 위한 관광교통 통합 이용체계 구축이다. 대전 통합 관광교통 정보 제공 시스템을 구축하여 실시간 관광교통 정보 제공, 다국어 지원, 통합 결제 시스템 도입, 그리고 관광지에 대한 유용한 정보 제공이 필요하다. 관광교통 통합 정보 및 이용은 '통합 교통 어플리케이션'을 통해 구현할 필요가 있다. TripGo 앱 서비스 사례에서 보듯, 앱을 통해 대중교통, 택시, 공유자전거(타슈) 등의 다양한 교통 수단 통합 이용체계를 마련하여 관광객 편의성 및 관광교통 만족도를 제고하여야 한다.

둘째, 관광매력 콘텐츠로서 관광교통시설 발굴이다. 영국의 2층버스, 이탈리아 베니스의 곤돌라, 스위스 산악열차 등은 모두 관광객들이 이용하는 교통수단이자 관광 콘텐츠이다. 대전 역시 기존의 교통시설들을 활용하여 관광매력을 높일 수 있을 것이다. 예를 들어 지역 예술가들과 협력하여 버스 정류장과 차량을 예술적으로 꾸미는 프로젝트를 통해 대전의 문화적 매력을 강조할 수 있다. 또 2028년 개통예정인 트램을 관광매력 콘텐츠로 적극 활용할 필요가 있다.

참고문헌

- 국토교통부(2023), 2022 국가교통통계
- 권영인 · 박준석 · 김대관 · 김영준(2001), 관광교통계획의 수립방안, 대흥문화사
- 김재호(2018), 관광수용태세 경쟁력 요인이 관광 후 태도에 미치는 영향, 관광경영연구, 22(7), 757-776.
- 김창수(2018), 관광교통론, 대왕사.
- 김향자(2016), 국내외 관광진흥에서 연계 교통의 역할과 발전방향, 한국관광정책, 6(3), 42-55.
- 대전관광공사(2024), 2023년 대전 관광객 실태조사
- 문화체육관광부(2024), 2023 국민여행조사
- 이향구 · 고석면 · 이황, (1999), 관광교통론, 대왕사.

기획특집 0 6

트라이투어슈머(trytoursumer)를 활용한 대전 숙박관광 활성화 방안

하진영 / 연성대학교 관광중국어전공 교수

I —— 서론: 대전의 지리적 위치를 이용한 숙박관광의 필요성 대두

01 대전의 역사적 인식

얼마 전 대전의 간판 호텔이었던 유성호텔이 폐업을 알렸다. 100년이 넘는 세월 동안 국내 온천 관광의 상징으로 여겨졌던 호텔로 대표적인 신혼여행지였다. 해방 후 이승만 전 대통령이 미국에서 돌아와 잠시 머물기도 했으며, 김종필 전 국무총리가 자주 이용하던 호텔로도 유명했다. 이후 유성온천 관광특구로 지정되며 화려한 시절을 보냈던 호텔의 쓸쓸한 마지막을 기사로 접하게 되었다.

대전의 향토 호텔이 문을 닫은 것은 이번이 처음이 아니지만 온천관광의 대명사로 불리던 유성호텔의 폐업은 많은 생각을 들게 한다. 우후죽순 늘어난 유흥시설의 난립, 호텔 건물의 노후화로 인한 경쟁력의 한계, COVID-19를 겪으며 줄어든 방문객으로 급감한 관광산업의 침체는 다시 예전의 부흥으로 이어지지 못하고 대전의 대표 호텔은 그 힘을 잃었다(대전일보, 2024.03.22).

대전은 10만 년 전부터 아름다운 자연경치와 살기 좋은 주거 여건으로 인해 일찍부터 선조들이 정착한 터전으로 유구한 역사를 가진 자랑스러운 고장이다. 또 다른 수식어로는 ‘근대의 도시’, ‘철도의 도시’라는 대명사로 불리며, 지리학적으로 우리나라의 심장부 역할을 하는 것은 물론, 교통학적으로는 경부선과 호남선이 갈라지는 교통의 요지이기도 하다(대전의 마을 유래 특성 연구, 2019).

대전역은 110여 년 전 경부선이 부설되면서 대도시로 빠르게 발전하였다. 대전하면 떠오르는 ‘성심당’의 창업자 임길순 씨가 생계를 위해 경상남도에서 가족을 데리고 서울행 열차에 몸을 실었다가 열차의 고장으로 대전에 내리게 되었고, 대전역 앞에서 천막을 치고 짠빵 장사를 시작한 것이 성심당의 시작이라는 창업 스토리를 살펴봐도 과거 대전이 서울과 지방을 연결하는 교통의 요지로서 얼마나 중요한 역할을 했는지 그 위상을 살펴볼 수 있다.

철도와 더불어 고속도로까지 놓이면서 대한민국의 심장을 관통하는 주요 도시로 급성장하였고, 도시의 성장에 힘입어 1973년 기초과학의 활성화를 위하여 대전에 대덕연구개발특구를 조성하면서 대전은 ‘과학도시’로 자리매김했다. 2023년은 대덕연구개발특구가 조성된 지 50주년이 되는 해이기도 하다(동아일보, 2023.05.22).

02 대전의 현대적 인식

대전은 지리적으로 우수하고, 다양한 인재를 양성하는 훌륭한 교육도시로의 면모를 갖추고 있으나 50년의 세월이 흐르다 보니 어느새 관광 영역에서는 전혀 다른 이름으로 유명세를 갖기 시작했다.

‘노잼도시’, ‘노잼시티’ 이미지를 개선하고자 2019년을 ‘대전 방문의 해’로 정하고, 서울의 광화문 광장에서 선포식까지 하며 대전 관광의 활성화를 위해 박차를 가하였으나, 이 선포식이 언론의 조명을 받으며 오히려 대전의 ‘노잼도시’라는 이미지가 굳어진 계기가 되었다.

주혜진 박사는 그의 저서『대전은 왜 노잼도시가 되었나』에서 “지인이 ‘노잼도시’ 대전에 온다! 어쩌면 좋아?”라는 질문에 한 소셜 미디어 유저가 자신의 손글씨로 그린 알고리즘 순서도로 해결책을 제시하는 맘을 소개하였다.

(그림 1) ‘기승전 성심당’ 민원작자를 찾아 상금과 상품 등을 전달한 성심당.



자료: 성심당 인스타그램

이 맴이 확산되면서 많은 유저들이 맴의 발원지인 대전을 찾아 자신만의 방법으로 ‘노잼’을 확인하고, 그 결과를 가지고 나만의 맴을 만들어 널리 퍼트리고 공유하게 되었는데(중앙일보, 2024.08.04), 이를 통해 대전은 타 지역뿐만 아니라 대전 시민들조차도 자신들의 고장이 재미가 있는 도시라고 인정하게 되었고, 이를 다양한 홍보의 도구로 기정사실로 하고 있다.

03 대전의 인식 변화를 위한 과제

작금의 대한민국은 대전만 노잼도시거나 지역 활성화가 되지 않는 것이 아니다. 수도권을 제외한 전 지역은 곧 터질 시간이 임박한 폭탄을 안고 내 차례가 되지 않길 기다리고 있는 형국이다 보니 이런 믿조차도 감사한 관심과 반응으로 인정하고 있다.

그러나 도시가 왜 늘 재미있어야 하는 것인지? 하는 의문을 우리는 한 번쯤 가져봐야 할 시기라고 생각한다. 그저 놀리는 놀이에 참여하는 것으로 대전을 알리는 일이라고 인식하게 되어버린 지금 (은평시민신문, 2024.05.17), '노잼'이 단어에서 우리는 하루빨리 빠져나와야 한다. 이 단어마저 생명력을 잃게 되면 대전의 관광자원을 폭넓게 알리는 시도조차 하지 못한 채 사고가 굳어져 버릴 것이다.

대전은 교통으로 인한 접근성이 높아 당일 관광으로서의 매력성은 증가하고 있는 반면, 숙박관광객이 증가하지 못하고 있는 현상이 강하게 나타나는 고질적인 문제점을 가지고 있다. 일반적으로 숙박형 관광객은 당일 관광객에 비해 소비 및 지출 금액이 높으며, 이로 인한 지역의 파급효과가 높다.

기존 연구로 숙박관광의 중요성이 알려졌음에도 대전시 숙박업의 정확한 현황 파악이 어려운 데다 운영 중인 숙박시설의 대부분이 영세한 실정으로 대규모 관광객을 체계적으로 수용하기에 한계가 있어 최근 관광 패턴과 트랜드에 맞는 관광숙박시설의 개선 및 개발이 시급한 실정이다(김홍태, 2011). 또한 대전 지역의 체류형 관광객 유치를 위한 숙박 관련 기반시설에 대한 현실적 구축방안의 수립도 필요하다.

본고에서는 대전의 숙박형 관광수요 창출을 위해 대전으로 유입되고 유출되는 관광 현황을 파악한 후, 숙박형 관광수요 창출을 위한 기존 숙박 시설의 문제점과 해결방안을 모색하고, 새로운 형태의 숙박 시설 활성화 방안을 제시하며 체험형 관광객들이 선호하는 숙박형 관광지 구축을 위한 방안 및 사례연구를 제안하고자 한다.

II

대전 숙박여행 및 관광객 체류기간 분석

01 국내여행 일정 분석

'2023년 국민여행조사보고서' 통계 자료에 따르면 국내 여행 방문지 순위와 숙박여행 순위로 대전은 전국 17개 시·도 중 13위를 차지했다. 2019년 야심차게 준비했던 '대전 방문의 해' 프로젝트는 2024년까지 대전 관광에 영향을 줄 수 있는 인프라 구축을 하지 못한 채로 되었다(중도일보, 2024.06.26). 여행지별 분석에서도 여행지별 국내 여행 횟수는 경기(5,385만 회)가 가장 많았고 국내 숙박 여행 횟수는 강원(2,542만 회)이 가장 많은 것으로 나타났다.

〈표 1〉 여행지별 여행 횟수 총량

구분	국내여행			관광여행			기타여행		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
전체	296,977	123,782	173,195	261,651	110,194	151,456	35,326	13,587	21,739
서울	13,952	3,271	10,681	9,629	2,286	7,343	4,323	985	3,338
부산	13,800	7,555	6,244	12,077	6,644	5,433	1,723	912	811
대구	4,648	2,079	2,569	3,450	1,411	2,039	1,198	668	530
인천	11,327	2,524	8,803	9,871	2,031	7,840	1,456	493	963
광주	2,098	1,336	761	1,539	965	574	559	372	187
대전	5,116	2,114	3,002	3,591	1,411	2,180	1,525	702	823
울산	4,737	1,575	3,162	3,943	1,225	2,718	793	350	443
세종	1,750	562	1,188	1,171	305	866	579	257	322
경기	53,850	9,539	44,311	46,667	7,817	38,850	7,183	1,722	5,461
강원	39,527	25,420	14,107	37,874	24,621	13,253	1,653	799	854
충북	12,617	5,282	7,334	10,644	4,161	6,483	1,972	1,121	851
충남	24,180	10,720	13,460	21,246	9,329	11,917	2,934	1,391	1,543
전북	18,396	7,774	10,622	16,708	7,010	9,698	1,688	764	924
전남	27,103	12,165	14,938	24,512	11,107	13,405	2,591	1,059	1,533
경북	27,143	12,143	15,001	24,672	11,068	13,604	2,471	1,075	1,396
경남	29,528	12,714	16,814	26,696	11,577	15,119	2,832	1,137	1,696
제주	12,515	11,721	793	12,422	11,695	727	92	26	66

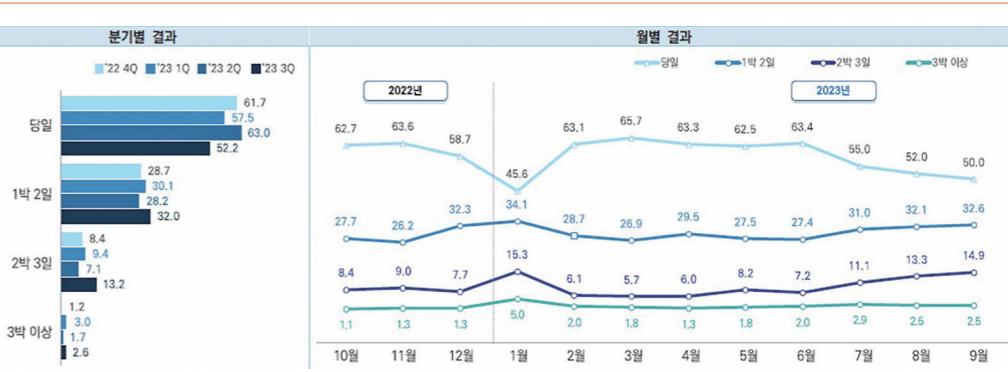
주: 1회 여행 시 여러 시도를 방문할 수 있으므로 각 시도별 합과 전체 결과는 상이함

자료: 관광자식정보시스템 홈페이지

국내 숙박여행 경험자를 대상으로 한 설문조사에 의하면 국내여행 일정은 '당일'(52.2%), 1박 2일(32.0%), 2박 3일(13.2%), 3박 이상(2.6%) 순으로 조사되었다. 대부분의 국내여행자들은 '당일치기' 관광의 형태를 선호하여 숙박여행보다 상대적으로 높다는 것을 확인할 수 있다.

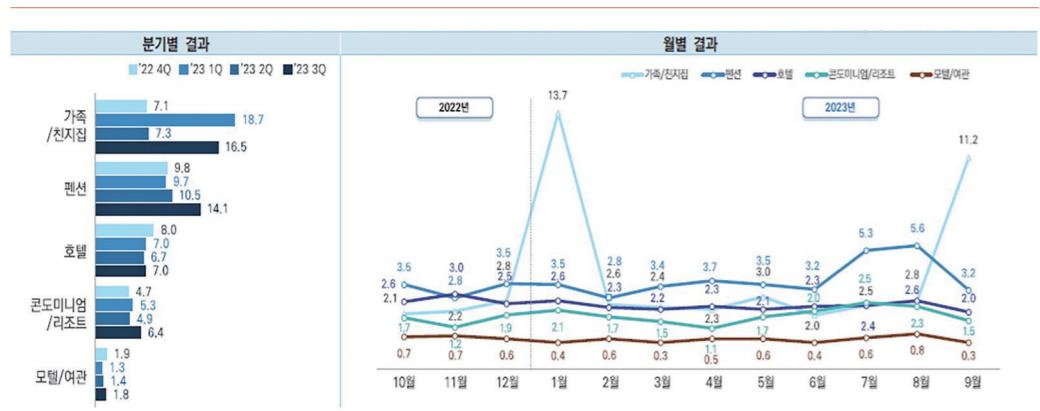
숙박시설 23년 3분기 숙박시설 유형별 이용 총량은 '가족/친지집'(1,647.2만 박), '펜션'(1,413.5만 박), '호텔'(698만 박), '콘도미니엄/리조트'(635.1만 박), '모텔/여관'(179.8만 박) 등의 순으로 분석되었는데(국민여행조사보고서, 2023), 이 통계 자료를 바탕으로 방문객의 숙박시설 선호도 후속연구가 필요하다.

〈그림 2〉 국내여행 일정 (단위: %)



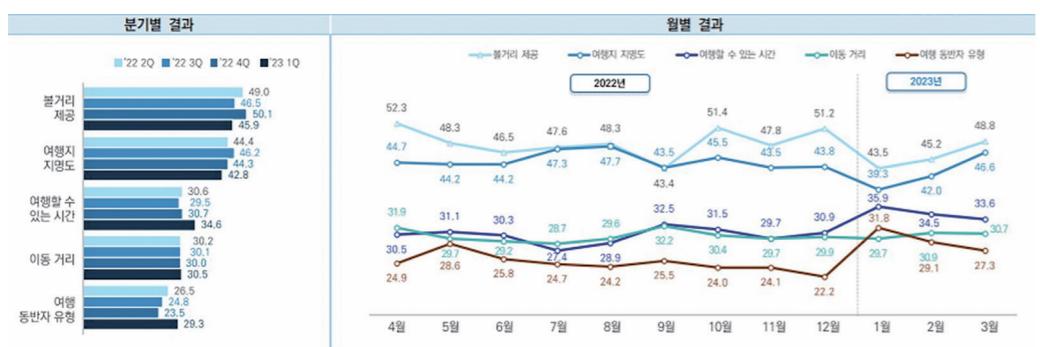
자료: 한국관광 데이터랩 홈페이지

〈그림 3〉 숙박시설 유형별 이용 총량 (국내 숙박여행 경험자, 상위 5위, 단위: 백만 박)



자료: 한국관광 데이터랩 홈페이지

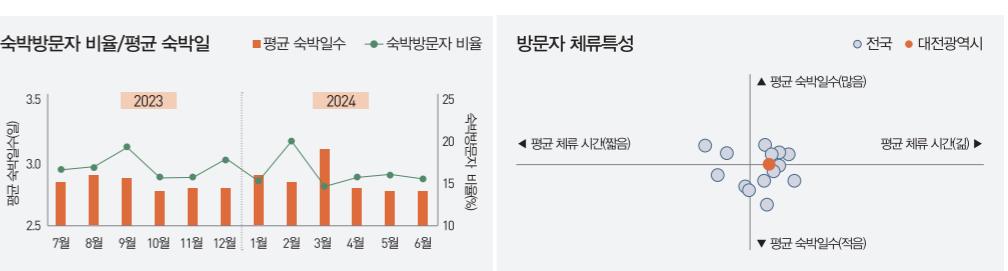
〈그림 4〉 여행지(방문지)선택 이유 (중복응답, 상위 5위, 단위: %)



자료: 한국관광 데이터랩 홈페이지

‘한국관광 데이터랩’을 통해 대전의 관광 현황을 검색어로 설정하고 검색한 결과는 위의 표와 같았다. 대전의 방문객 평균 체류시간은 2,652분으로 전국 광역지자체 평균 대비 197분 길며, 평균 숙박일수는 2.88일로 전국 광역지자체 평균보다 낮다. 전년 동기 대비 숙박방문자 비율은 3.4% 하락하였으며 체류시간은 4.6% 하락하였다.

〈그림 6〉 숙박방문자 비율 / 평균 숙박일



자료: 한국관광 데이터랩 홈페이지

대전의 숙박방문자는 전체 방문자의 17.2%(10,982,406명)를 차지한다. 숙박 기간별 외부 방문자 비율은 1박(63.9%), 2박(16.3%), 3박 이상(19.8%)이다. 전년 동기 대비 1박, 2박, 3박 이상 숙박하는 방문자는 각각 6.2% 증가, 3% 증가, 13% 증가한 것으로 통계자료는 분석되었는데, 본 통계는 지수에 의한 정량적 수치만으로 분석되는 자료이므로 지속 연구를 통해 숙박방문자들이 숙박 사유를 정성적 부분까지 면밀히 검토해 보는 추가 연구가 필요하다.

〈그림 7〉 숙박 목적지 검색 건수

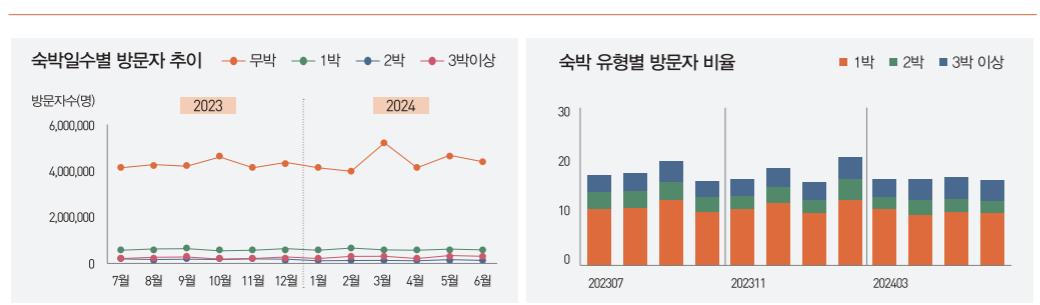


자료: 한국관광 데이터랩 홈페이지

대전 숙박 목적지 방문비율은 14.1%이며 숙박 목적지 검색 건수는 전년 동기 대비 8.5% 증가하였다. 숙박 목적지 방문비율이 높은 지역은 충청남도 (21.6%), 충청북도 (18.7%), 경기도 (17.5%) 순이다.

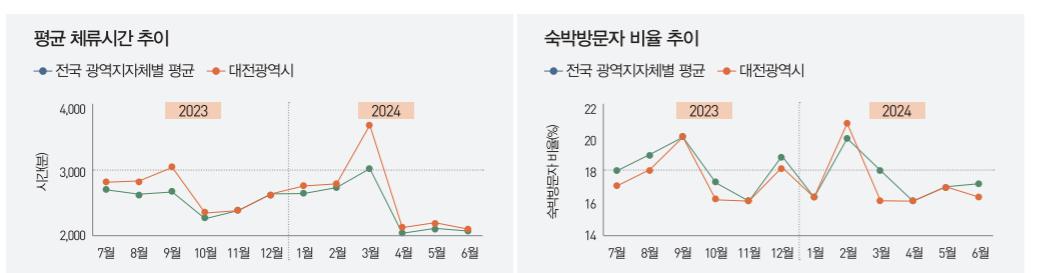
02 대전 숙박 및 체류시간 분석

〈그림 5〉 숙박일수별 방문자 추이



자료: 한국관광 데이터랩 홈페이지

〈그림 8〉 평균 체류시간 추이



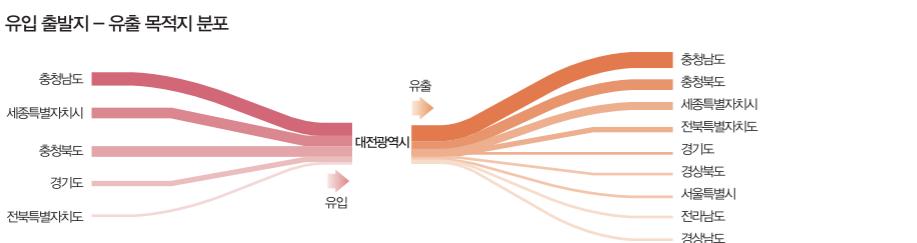
자료: 한국관광 데이터랩 홈페이지

숙박/체류시간 조회 기간 대전의 전년 동기 대비 숙박방문자 비율은 3.4% 하락하였다. 체류 시간은 4.6% 하락하였고, 관광 소비 조회 기간 대전의 관광 소비 증감률은 전년 동기 대비 0.6% 증가했으며, 전국 평균 대비 증감률은 3% 감소하였다.

03 대전 유입지역

대전의 1순위 유입지역은 충청남도이며 주 유입 카테고리는 음식, 문화관광, 숙박 순이다. 대전광역시의 1순위 유출지역은 충청남도이며 주 유출 카테고리는 음식, 숙박, 역사관광 순이다. 대전광역시의 전년 동기 대비 유입/유출 변동률이 가장 높은 지역은 (유입) 제주특별자치도(521.6% 증가), 부산광역시(90% 증가), 울산광역시(81.9% 증가) 순이며 (유출) 제주특별자치도(275% 증가), 울산광역시(79.4% 증가), 부산광역시(74.3% 증가) 순이다. 자료를 근거로 한 인근 지역연계 관광프로그램의 개발이 필요하다.

〈그림 9〉 대전 유입 출발지-유출 목적지 분포



자료: 한국관광 데이터랩 홈페이지

한국관광 데이터랩의 연구조사 결과를 살펴보면, 대전의 관광 소비 합계는 총 1조 6,728억 1,411,1만 원이며, 전국 총 관광소비의 4.1%이다. 관광 소비 합계는 전년 동기 대비 0.6% 증가했으며, 전국 평균 관광 소비 합계는 3% 감소하였다.

대전의 주요 관광소비 유형은 육상운송, 식음료, 대형쇼핑몰 순이다. 각 관광소비 유형 별 주요 소비자는 50대 남성(12.7%), 50대 남성(15.4%), 40대 여성(15.8%)이다. 전년 동기 대비 대전의 관광소비 카

테고리별 소비비중의 변동률은 여행업(51.1% 감소, 46.5만 원 감소), 숙박업(9.4% 감소, 2억 3,624.4만 원 감소), 식음료업(6.1% 증가, 129억 9,015.2만 원 증가) 순이다.

전년 동기 대비 관광기념품 소비 비율이 23.7%로 모든 업종 가운데 가장 많이 증가했고, 렌터카 소비 비율이 -87.6%로 모든 업종 가운데 가장 많이 감소하였다.

연구결과를 통해서도 확인할 수 있듯이 대전의 여행업, 숙박업, 렌트카 등의 소비가 매우 높은 수치로 감소했고, 반대로 육상운송, 식음료, 대형쇼핑몰은 소비 수치가 증가했다. 이는 KTX 열차의 영향과 성심당, 대전 신세계 Art & Science 개장의 영향으로 분석된다. 여기에 야구구단 한화 흑팬이 야구를 통한 새로운 형태의 관광소비를 만들어 내며 소비의 새 축을 만들고 있다.

이 데이터를 기반으로 대전의 관광 소비가 특정 분야에서 증가하는 동시에 일부 분야에서 감소하는 이중적인 변화를 겪고 있음을 알 수 있다. 이러한 변화는 지역 관광 정책과 마케팅 전략을 재조정하는 데 중요한 기초 자료가 될 수 있다.

대전의 관광 매력을 한층 높이기 위해 새로운 컨셉의 숙박관광 형태를 도입한다면 매우 효과적인 전략이 될 수 있다. 도출된 키워드('KTX 열차', '성심당', '한화', '온천', '과학')를 활용하여 실제 방문객들이 체험할 수 있는 이색 숙박형태를 다음 장에서 제안해보고자 한다.

III — 숙박시설 테마별 컨셉을 위한 사례 분석

01 숙박도 체험하는 숙박소비자, 트라이투어슈머(trytoursumer)의 부상

관광 시장의 체험(경험)은 이미 메인 키워드가 된 지 오래다. 그 중에서도 트라이슈머(trysumer)가 전 산업의 마케팅 타깃으로 떠오르고 있다. '트라이슈머(trysumer)'란 기업이 제공하는 제품 광고에 의존하지 않고, 직접 체험하고 구매를 결정하는 소비자를 의미한다. 체험을 중요하게 생각하는 소비자들이 주 소비층으로 떠오르면서 기업은 이들을 공략하는 마케팅에 촉각을 세우고 있다(김영하, 2016).

트라이슈머(trysumer)를 공략하는 방법은 매우 다양한데, 팝업 스토어나 체험 부스처럼 고객이 현장에서 제품을 미리 만나보고, 직접 사용해보면서 경험해 볼 기회를 마련해 주거나, 제품 구매 후 샘플을 사용해 본 다음 제품 환불 및 교환 혜택을 제공해 줌으로써 제품 구매에 대한 경험 장벽을 낮추기도 하는 다양한 방법이 있다(세계비즈, 2024.04.29).

관광산업에서도 트라이슈머(trysumer)가 많은 소셜미디어를 통해 활동하고 있는데, 관광 신조어로 트라이투어슈머(trytoursumer)라는 용어를 사용하고 있는 추세이다.

트라이투어슈머(trytoursumer)를 다양한 경험이나 모험에 도전하는 활동적 성향이 강한 관광객이란 의미로 사용하고 있으며 체험관광객이라고도 한다. 이들은 급성장한 네트워크 시스템을 활용하여 저비용으로 양산된 정보를 실시간으로 소비하고, 공유한다. 숙박 경험도 크게 다르지 않은데, 이러한 트라이투어슈머로 하여금 그들이 경험한 숙박시설의 이용후기 및 사진이나 동영상 등을 자신과 SNS 친구 관

계인 많은 사람들에게 공유하도록 하여 기존의 인터넷을 통한 관광정보보다 더 빠르게, 더 다양한 채널로 확산시킬 수 있다. 어디 가나 만날 수 있는 같은 인프라, 같은 문화적 분위기로는 이제 지역을 살리면 서 1일 생활권에서 특별함을 갖기가 매우 어렵다. 대전 지역의 탄생과 성장과 역사 속에 우리만의 컨셉을 쌓아 올려야 한다. 대전의 대표 키워드를 가지고 다음과 같은 컨셉을 도출한 해외 사례를 살펴보고자 한다.

02 키워드를 통해 도출한 컨셉별 테마

1) 철도 테마 호텔

인터컨티넨탈 카오야이(Intercontinental khao Yai)는 태국의 카오야이에 위치해 있는 호텔로 세계적인 건축가인 Bill Bensley가 설계하였고, 철도 테마로 디자인되었다. 과거에는 태국 북동부가 철도 운송의 관문이었다는 히스토리에 착안하여 구성하였다. 로비는 기차역 매표소처럼 디자인하였고, 객실은 벼려진 기차 객차 19대를 활용하여 복원해서 디자인하였다고 한다.

우리나라도 ‘해랑’이라는 철도여행을 할 수 있는 기차호텔이 있지만, 가격이 매우 높아서 이용률이 저조한 편이다. 움직이는 기차는 아니지만, 기존 호텔의 리모델링 등을 통해 철도 테마 숙박시설의 재창조는 새로운 느낌의 경험을 할 수 있다.

〈그림 10〉 태국 철도 테마 호텔



자료: 인터컨티넨탈 카오야이 호텔 홈페이지 <https://khaoyai.intercontinental.com>

도쿄역 근처에 위치한 호텔 메트로폴리탄 마루노우치는 ‘트레인 룸’이라는 컨셉으로 실제로 철도 운전사가 훈련할 때 쓰는 시뮬레이터가 구비되어 있다. 열차의 마스터 컨트롤러(가속·감속 제어기) 같은 각종 장치들이 충실히 구현되어 있고, 객실 전망이 매우 좋아 시야를 가리지 않고 선로를 바로 볼 수 있게 구성되어 있다. 침대에는 철도승무원 숙지실에서 볼 수 있는 ‘정각 기상 장치’가 구비되어 있어 이색체험을 할 수 있다(강윤화, 2022).

〈그림 11〉 일본 철도 테마 호텔



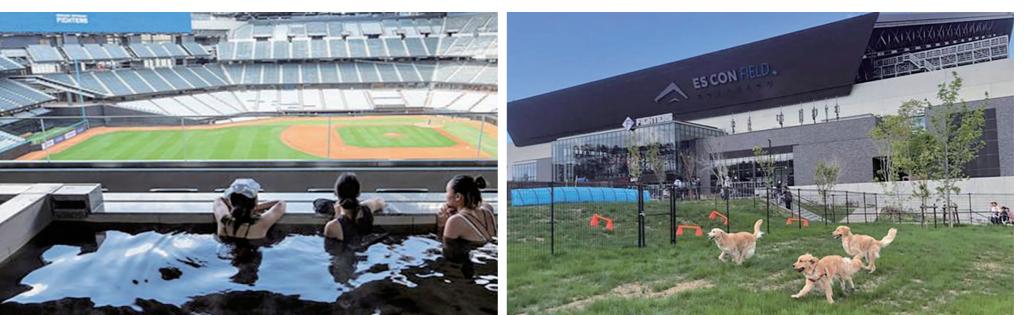
자료: 도쿄메트로폴리탄마루노우치홈페이지 <https://tokyo-marunouchi.hotel-metropolitan.com>

2) 야구 테마 호텔

1982년 국민의 정치 무관심을 목표로 3S(screen, sex, sports)정책의 일환으로 출범하게 된 한국 프로야구는 이제 불혹의 나이를 넘기고 있다. 시장과 상관없이 한국 프로야구는 최대 프로그램 자리 잡으며 프로야구 2조 시장으로 거듭나고 있다(한경business, 2022.04.16). 만년 ‘꼴찌’ 그룹에 있는 한화 구단을 응원하는 열성팬을 ‘보살팬’이라고 부른다. 최악의 팀 성적과 상관없이 자신이 지지하는 팀을 열심히 응원하고 기다려주는 고마운 팬이라는 뜻도 담고 있다. 보통 한 팀이랑 세 경기씩을 대결하니까 홈구장에서 경기가 열릴 때는 많은 한화의 보살팬들이 홈구장을 방문한다. 이 시기에 야구팬들이 직접 이용해보고, 숙소에서도 응원하며 야구와 함께 잠들 수 있는 호텔을 구성한다면 많은 홈팬 및 원정팬들까지 사로잡을 수 있다고 생각한다.

일본 홋카이도 볼파크 F빌리지의 야구장 호텔 ‘타워 일레븐 호텔’이 그 좋은 사례이다. 인구 6만 명의 작은 마을에 거대한 야구장과 공동 문화 공간을 조성하였다. 온천이 유명한 지역이므로 온천과 사우나를 하면서 야구 경기를 관람할 수 있는 호텔, 반려견과 함께 야구를 즐길 수 있는 ‘독 파크(DOG PARK)’ 공간도 마련하였다.

〈그림 12〉 일본 야구 테마 호텔



자료: 월간 호텔앤레스토랑 홈페이지 <http://www.hotelrestaurant.co.kr>

우리나라도 경기도 광주 곤지암 리조트에 2020년 LG트윈스와 야구를 연상하게 만드는 테마 룸 'LG트윈스 룸'이 조성되었다. 이 테마룸은 트윈스 캐릭터와 인기 선수 사인, 상품들로 채워져 LG 트윈스 팬들의 관심과 사랑을 받고 있다. 객실 내에는 75인치 대형 화면을 통해 야구 경기를 현장감 있게 관람하고 응원할 수 있다. 'LG트윈스 룸' 투숙객에게는 트윈스 기념품이 제공되고, 비치된 캐릭터 상품은 현장 프런트에서 직접 구입도 가능하다.

〈그림 13〉 국내 야구 테마 호텔



자료: LG홈페이지 <https://www.lg.co.kr>

03 관광 인프라와 서비스 개선

지역으로 내려갈수록 관광 인프라가 수도권에 비해 부족한 것은 사실이다. 그러나 관광객이 느끼는 가장 큰 불편함은 친절함의 부재이다. 시설물의 부족함은 감안하더라도 똑같은 서비스를 이용해도 종사자의 서비스 태도, 화법에 따라 매우 이질적으로 느껴진다. 성공적인 숙박관광 활성화를 위해서는 숙박업 종사자의 친절서비스 교육의 강화가 필수적으로 수반되어야 하며, 전자기기 활용을 위한 관련 교육도 병행되어야 한다.

이제는 예전의 그 모습을 볼 수 없게 된 유성호텔은, 2028년 24층 높이의 새로운 호텔로 재개장할 계획이라고 한다. 이 새로운 호텔이 온천관광지역 숙박사업의 중요한 새 기회가 될 것이라 희망한다. 새로운 대전을 열게 될 이 호텔이 단순한 숙박 장소를 넘어서 대전의 특색을 담아내는 문화와 경험의 중심지로 자리매김할 수 있도록 우리 모두 준비해야 한다.

IV — 대전 숙박 여건 편의 개선 제언

대전의 숙박사업이 관광수익을 증가시키지 못하는 문제를 해결하기 위해서는 차별화되고 매력적인 관광 경험을 제공하는 것이 필수적인데, 이를 위해 몇 가지 접근법을 제안하고자 한다.

01 스토리텔링을 통한 차별화

대전의 역사적인 장소나 인물, 지역 특산물 등을 기반으로 한 테마숙소나 체험 프로그램을 개발할 때, 대전의 풍부한 역사와 문화를 독특한 방식으로 담아내는 것이 중요하다고 판단된다. 이를 위해 지역 주민들이 먼저 대전의 스토리와 문화를 깊이 이해하고, 다양한 교육과 캠페인을 활용하여 대전만의 관광 상품이나 숙박 경험을 만들어야 한다.

02 지역 사회의 참여와 협력

트라이투어슈머들이 모여드는 대표 관광지를 만드는 일은 한 기업이나 기관의 노력만으로는 이루어지지 않는다. 지역 사회 전체가 함께 참여하고 협력하는 것이 무엇보다 중요한데, 이 상생의 화합이 잘 이루어지는 지역이 가장 먼저 변화를 주도할 수 있다. 주민·기업·기관이 함께 협력하고 소통하는 힘을 기르는 노력부터 해야 한다.

참고문헌

- 강윤화(2022), 철도 오타쿠 마음 훔쳤다! 코시국에 뜬 일본 '초개성파' 호텔들, 일요신문, 2022.04.27.
- 관광지식정보시스템, know.tour.go.kr
- 김영하(2016), 체험관광[트라이투어슈머: Trytoursumer]의 관광 소셜미디어 채널 중요도 분석 연구, Journal of Digital Convergence, 14권 4호, 193~200.
- 김홍태(2011), 대전 숙박형관광 전환체제 여건 조성에 관한 연구, 정책연구 보고서, 대전발전연구원.
- 박중진(2024), '대전 관광' 지속적 노력으로 결실 시작, 중도일보, 2024.06.26.
- 서경호(2023), '대전이 노잼도시? 서울 모방 다른 지방도시도 마찬가지', The JoongAng, 2023.12.27.
- 약업신문 편집부(2021), 100세 시대의 고찰: 시니어를 위한 주거혁신, 약업신문, 2021.06.21.
- 유호승(2022), 프로야구의 경제학, 2兆 시장에서 움직이는 10개 구단, 한경BUSINESS, 2022.04.16.
- 이경민(2024), 당신은 도시를 어떻게 바라고 있습니까?, 은평시민신문, 2024.05.17.
- 이다온(2024), '109년 역사' 유성호텔, 역사 속으로...2028년 관광호텔 들어선다, 대전일보, 2024.03.22.
- 전복선(2023), 호텔 안의 야구장, 야구장 안의 호텔—홋카이도 볼파크 F밸리지의 타워 일레븐 호텔, HOTEL RESTAURANT, 전복선의 Hospitality Management in Japan, 2023.08.07.
- 주혜진(2023), 대전은 왜 노잼도시가 되었나, 스리체어스.
- 지명훈(2023), "대전의 미래는 과학기술에 기반한 지식도시", 동아일보, 2023.05.22.
- 한국관광 데이터랩, datalab.visitkorea.or.kr
- 한국문화관광연구원, www.kcti.re.kr



D A E J E O N
S E J O N G F O R U M

정담(情談)

대전·세종의 즐거움을 찾는 여행

대전·세종 STORY

/ 강정욱

대전관광공사 차장

/ 이정준

대전광역시관광협회 대리

/ 안여종

대전체험여행협동조합 감사

/ 김고은

대전관광공사 대리

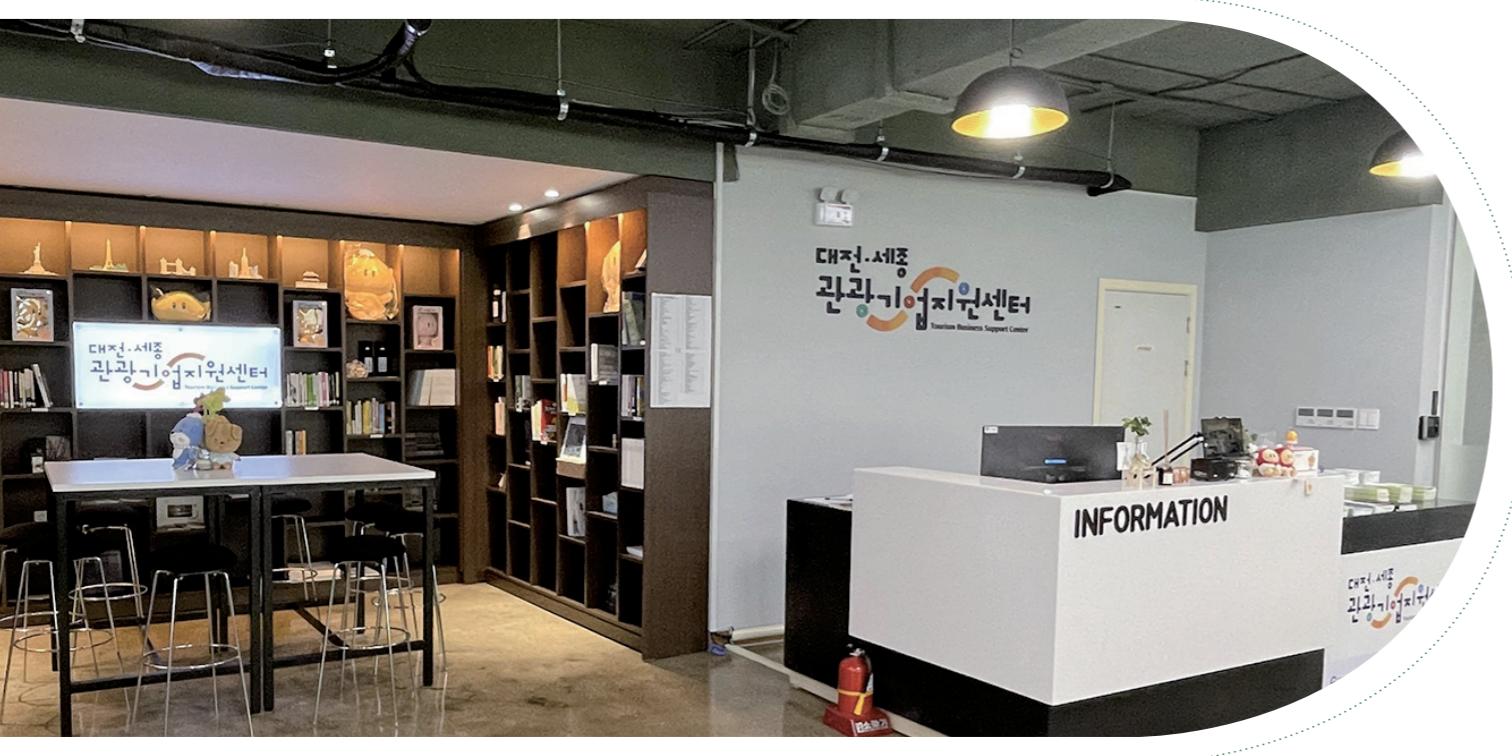
대전·세종 FOCUS IN

/ 박진석

여행사 진DoL 대표

/ 이보현

작가, <소탐대전> 저자



▲ 대전 · 세종관광기업지원센터 내부

로컬 관광기업 육성 및 관광 일자리 창출을 이끄는 '대전 · 세종관광기업지원센터'

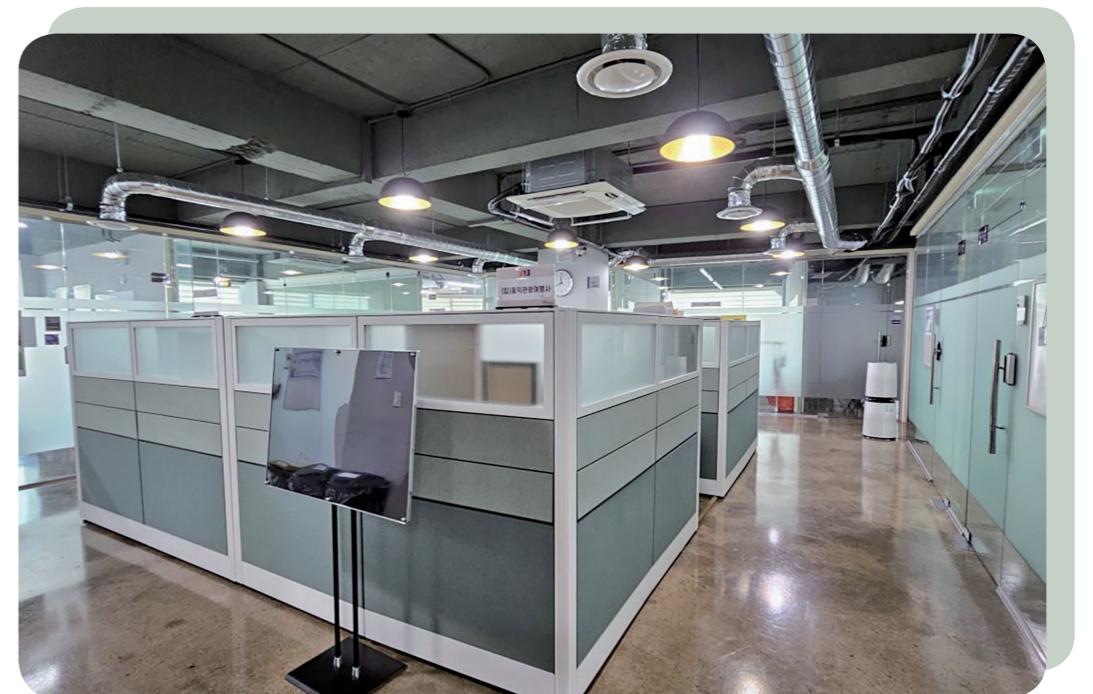
강정욱 / 대전관광공사 차장



대전관광공사가 운영하는 대전 · 세종관광기업지원센터는 2019년 문화체육관광부와 한국관광공사가 공모한 '2019 지역 관광기업지원센터 구축사업'에 대전광역시와 세종특별자치시가 구성한 컨소시엄이 최종 선정되어 한국관광공사 · 대전광역시 · 세종특별자치시 · 대전관광공사가 업무협약을 통해 2020년 4월 대전광역시 중구 은행동에 대전본원을, 2021년 7월 세종특별자치시 조치원읍에 세종분원을 개소했다.

대전 · 세종관광기업지원센터는 지역관광과 관련된 비즈니스 모델로 창업하거나 사업을 추진하는 기업을 발굴하고 육성하며, 관광 전문인력을 양성하여 지역 관광 일자리 창출을 주도하고 있다.

대전광역시와 세종특별자치시의 지역 특화 관광자원을 활용한 관광기업을 발굴하고 지원하기 위해 대전 · 세종관광기업지원센터 내에 지원 시설을 조성하여 운영하고 있다. 공모사업에 선정된 관광기업에게 입주 사무공간 및 공유오피스를 무상으로 지원하고 있으며, 영상 콘텐츠를 제작할 수 있는 미디어랩실과 컨설팅룸도 제공하고 있다. 또한 다양한 규모의 회의실을 갖추고 있어 입주 기업뿐만 아니라 지역 관광산업 진흥 차원에서 지역관광기업 등이 자유롭게 이용할 수 있도록 무료 개방하고 있다.



▲ 관광기업 입주 사무공간 및 공유오피스

대전 · 세종관광기업지원센터는 크게 네 가지 주요 사업을 추진하고 있다.

첫째, 지역 관광기업 발굴 및 육성을 위한 센터 공모사업으로 혁신적인 관광벤처를 발굴하여 사업화 자금 및 역량강화 프로그램을 지원하고, 입주 사무공간 및 회의실 등을 제공하여 기업의 창업과 육성을 도모하고 있다. 더불어 관광기업의 창업을 위한 교육부터 판로개척까지 원스톱 지원 시스템을 구축하여 관광 창업 아카데미를 운영하고, 창업 · 법률 · 마케팅 등 전문가 컨설팅 및 액셀러레이팅을 제공한다. 이외에도 축제행사 참가 홍보와 팝업스토어 운영 등을 지원하고 있다.

둘째, 지역 기반 관광산업 개선을 위하여 대전·세종을 중심으로 충청권 연계 관광 콘텐츠 공모전에 선정된 기업에 콘텐츠 운영비 및 홍보마케팅 등을 지원하고 있다. 또한, 세종 관광기업 홍보를 위해 참신한 아이디어를 가진 충청권(대전, 세종, 충남, 충북) 소재 대학 재(휴)학생 및 거주 청년 대상으로 세종 관광기업 서포터즈 20명을 선발하여 운영함으로써 지역 관광기업 활성화를 도모하고 있다.

셋째, 대전·세종 관광기업의 협력 네트워크 강화를 위해 대전·세종 관광기업뿐만 아니라 전국 관광기업 간 협업 프로젝트 공모전을 통해 선정된 협업 사업에 대하여 사업화 자금 및 컨설팅 지원, 기업 홍보 및 판로개척 지원 등을 제공하여 지역 관광사업 확대를 도모하고 있다. 매월 네트워킹 행사를 진행하여 관내·외 관광기업과 예비창업자 간의 네트워크 구축과 정보 교류를 통해 새로운 비즈니스 기회를 창출하고 협업할 수 있는 환경을 조성하고 있다.

또한 연말에는 한국관광공사 대전충남지사와 성과공유회를 공동주최하여 한 해 동안 추진한 사업 성과를 발표하고 우수기업을 시상하였다. 비즈니스 상담회 등 관광 분야 관계자 및 유관기관, 관광기업 간 네트워킹을 통해 서로의 노고를 격려하고, 소통의 장을 마련하고 있다.

▼ 관광기업 네트워킹



▲ 성과공유회 개최

마지막으로 지역 관광인재에게 관광산업 현장 실무 경험을 제공하여 관광전문인력 육성과 지역관광 일자리 창출에 기여하고 있다. 지역 관광기업과 우수한 관광인재를 매칭하여 인건비를 지원하고 있으며, 관광전문인력 양성 프로그램 및 로컬 크리에이터 양성 과정을 통해 매년 150여 명의 관광 인재를 육성하여 관광 사업체의 역량을 강화하고 있다.

아울러 대전·세종관광기업지원센터는 올해 신규 사업으로 '2024 대전·세종 관광기업 디지털 전환 지원사업' 공모를 진행하여 4개 기업을 선발하고, 사업화 자금 총 5,000만원을 지원하며, 1:1 전문가 컨설팅 등을 통해 새로운 디지털 환경변화에 어려움을 겪는 관광기업의 디지털 인프라 구축 및 역량 강화를 지원하고 있다. 오는 9월 26일에는 대전광역시의 연례행사인 2024 대전·충청권 일자리 페스티벌과 연계한 '2024 관광 일자리 페스타-대전·세종편'을 개최하여 관광분야 취업 희망자에게 맞춤형 일자리 매칭, 입사지원 컨설팅, 관광 일자리 상담 등을 통해 관광 산업 분야 일자리 창출을 활성화하고자 한다.

대전·세종관광기업지원센터는 지역 특화 관광기업 육성과 관광 일자리 창출을 통해 지역 경제에 활력을 불어넣고, 대전·세종 관광기업의 지속 가능한 성장 기반 마련과 지역 관광산업의 경쟁력 강화를 위해 최선을 다하고 있다.



도시의 보물 : 원도심 중심의 체류형 쇼핑관광

이정준 / 대전광역시관광협회 대리

해외 관광객의 변화

팬데믹 이후 해외 관광객의 관광 트렌드가 이전과 크게 달라졌습니다. 방한 외국인의 여행 방식이 단체관광객에서 개별관광객으로 변화된 것이 그 중 하나입니다. 마찬가지로 해외의 MZ들 또한 여행사를 통한 단체 관광이 아닌 스마트폰으로 관광 계획을 구상하며 친구들과 떠나는 개별 여행이 최근 추세라고 합니다.

이러한 영향으로 기존 백화점과 면세점에서 고가의 상품을 구입하는 쇼핑관광을 대신하여 MZ들 사이의 입소문과 미(MEME), 인플루언서의 영향을 많이 받는 알뜰 소비, 가성비 쇼핑이 두드러지고 있습니다.

실제로 2023년 서울을 제외한 중국인 관광객 매출 상위 5개 지역현황에 대전이 처음으로 진입하였습니다. 대전은

전통적인 관광지인 유성온천과 충청권 최초의 아울렛 매장 개장, 교통의 중심지로 관광 인프라가 잘 구축되어 있다는 점과 성심당 등 빵지순례의 장소로 SNS상에서 유명해진 것이 원인이라는 뉴스가 나오기도 했습니다.

출처 : 『[단독] 덜 쓰고 대전 가는 중국 관광객…&카드 소비 빅데이터& 최초 공개 | KBS 뉴스』

또한 주변 국가에서 K-컬쳐, K-팝, K-뷰티, K-컨텐츠 등에 관심이 많아지며 “한국인처럼 살아보는 데일리케이션”이 유행하고 있어 기존의 수도권 중심 관광이 아닌 전국 곳곳에 위치한 이색적인 관광지 방문이 증가하고 있는 추세입니다. 특히 교통 인프라를 잘 갖추고 있고 명상정원, 계족산 황톳길과 같은 이색 관광지가 있는 대전으로 관광객이 유입되고 있습니다.

꿈돌이와 대전여행

이와 같은 추세로 대전에서는 2024년 7월 2일 대전역 3층 대합실에 쇼핑+관광안내를 동시에 누릴 수 있는 “꿈돌이와 대전여행” 공간을 개소하였습니다. 꿈돌이와 대전여행은 2024년 지역 쇼핑관광 기반조성 사업의 일환으로 만들어졌습니다. 외국인 관광객 방문시 언어 장벽없이 관광안내를 받을 수 있는 관광안내사가 배치되어 있고, 꿈돌이와 대전관광 명소를 소재로 관내 개인 작가들과 기업들이 참여한 대전 특화 굿즈들을 개발하여 판매하고 있습니다.

꿈돌이와 대전여행의 일평균 방문자수와 매출액이 계속해서 증가하고 있습니다. 대전 쇼핑관광의 시작점으로 소재동과 중앙시장, 원도심 등을 지속적으로 안내하고 있습니다. 또한 꿈돌이와 대전여행이라는 명칭처럼 관광객이 1993년 엑스포에 등장한 꿈돌이에 대한 향수를 다시 느껴볼 수 있도록 꿈돌이하우스를 조성하였습니다. 최근 리뉴얼된 “꿈씨 패밀리”的 귀여운 캐릭터들이 관광객들의 눈길을 끄는 데 한몫하고 있습니다.

대전시는 앞으로 진행될 대전 0시 축제와 빵축제, 국제와인 페스티벌 등 다양한 축제를 통해 대전 방문의 기회가 증가할 것으로 보고, 대전 원도심 권역을 쇼핑관광과 접목하여 관광객 유입에 힘쓰고 있습니다. 기존 대전관광협회가 운영하고 있는 “트래블라운지”도 쇼핑트래블라운지로 발돋움하기 위해 텍스 프리(tax free) 키오스크를 설치하고 다양한 기능과 이벤트를 준비중이며, 대전시청과 대전관광공사, 디자인홍원과 협업하여 대전의 머스트 해브(must have)아이템을 개발하여 판매할 예정입니다.

대전은 당일치기 여행 또는 여행 경유지로 성심당에 들르는 코스에서 최근에 체류형 관광지로 계속해서 발전하고 있는 추세입니다. 원도심 내에 꿈돌이와 대전여행, 꿈돌이 하우스, 트래블라운지 등 관광객 편의를 제공하는 시설들이 늘

어나고 있고, 더불어 성심당과 같은 지역 대표 기업이 한몫하고 있습니다. 최근에는 대전 한화생명 이글스파크에서 열리는 프로야구의 인기로 인해 대전을 방문하는 외래 관광객 수가 계속 증가하고 있습니다.

체류형 관광지로서 발돋움하기 위한 야간 콘텐츠도 증가하고 있습니다. 2024년 5월부터 시작된 “중앙시장 주말축제 야시장”(매주 금, 토 18:00 ~ 22:00)이 열리고 있고, 엑스포 다리(한빛탑), 대동하늘공원 등 다양한 야경광 관광지를 통해 경유형 여행지에서 체류형 여행지로 발전하고 있습니다.

대전광역시관광협회는 대전광역시와 대전관광공사, 관내 유관기관과 협업하여 대전 방문 외래 관광객 유치에 중요한 “다리” 역할을 하기 위해 노력하고 있습니다. 노잼 프레임 속에 갇혀 있는 대전만의 꿀잼 요소를 계속해서 발굴하고, 대형 축제나 컬러 콘텐츠뿐만 아니라 앞서 말씀드린 빵지순례, 야시장, 프로야구, 칼국수 투어 등 여러 분야에서 연결점을 찾아 대전관광을 짊어지고 앞으로 나아갈 수 있는 튼튼한 두 다리로 ‘꿀잼관광도시’ 대전을 이끄는 데 역할을 다하겠습니다.



대전스토리투어

안여종 / 대전체험여행협동조합 감사



대전스토리투어는 2016년부터 시작되었다. 처음엔 도시재생본부에서 원도심의 특징을 살려 대전역과 옛 충남 도청, 근대건축을 중심으로 원도심의 숨은 이야기를 발굴하는 것부터 시작되었다. 이후 원도심 등 대전의 숨은 명소를 알고 시민들에게 스토리가 있는 대전여행을 서비스하겠다는 취지였다고 기억한다.

• • •

대전(大田)은 현재 144만 시민이 살고있는 편안하고 행복한 도시이다. 우리나라에서 서울, 부산, 인천, 대구 다음으로 인구가 많은 5대 도시, 충청권 최대의 거점도시, 과학의 도시, 빵의 도시, 노잼도시가 아닌 꿀잼도시, 최근에는 일류경제도시를 꿈꾸는 도시이다.

대전은 동서남북이 산으로 둘러싸인 분지라는 지리적 특징이 있다. 대덕구는 계족산(423m), 동구는 식장산(598m), 중구는 보문산(457m), 서구는 구봉산(264m), 유성구는 금수산(532m)이 각 구를 대표하는 명산들로 대전의 랜드마크이기도 하다. 또한 지형상 남쪽이 높아 대전의 3대 하천인 갑천, 유등천, 대전천 모두가 남에서 북으로 흘러 금강과 만난다. 내륙에는 아름다운 호수 대청호가 있고, 3개의 큰 하천이 도심을 관통하는 삼천의 도시이다. 이중환의 택리지에서도 “대전은 영원히 대를 이어 살만한 곳”이라고 했다.

2024년 대전스토리투어는 대전체험여행협동조합이 대전시에 위탁받은 사업으로 올해 3월부터 11월까지 총 60회 일정으로 진행 중이다. 사업명에서 알 수 있듯이 스토리가 중심인 대전여행을 기획·운영하고 있다. 주제는 매우 다양하다. 위에서 언급한 대전의 특징과 함께 “5대 명산과 3대 하천이 있어 행복한 도시”를 살펴볼 수 있는 코스, 대전에 이런 마을도 있나 싶을 이야기가 있는 장소의 스토리를 담아 코스로 개발하고 있다.

관광의 기본은 볼거리, 먹거리, 즐길거리라고 한다. 너무나 단순하지만 여행자의 입장에서 중요한 요소들이다. 이러한 지원들은 대부분의 도시가 갖추고 있다. 이 모두를 아우르는 게 중요하다. 그것은 아마도 그 도시의 스토리텔링(Storytelling)이 아닐까 한다. 스토리(Story)가 구슬에 해당하는 것이라면, 텔링(telling)은 구슬을 끼어내는 것이다. 많은 도시가 지역관광 활성화를 위해 스토리텔링을 적극 활용하고 있다.

이 부분은 대전이 선도하고 있다고 생각한다. 스토리투어 사업을 9년째 운영하는 도시는 아마도 대전뿐 일 것이다. 올해 2024년에는 3개 유형 11개 코스로 운영 중이다. 3개 유형은 새벽투어, 야간투어, 테마투어로 나뉜다.



새벽투어는 갑천, 유등천, 대청호(동구), 대청호(대덕구), 금강 5개 코스로 구성되어 있다. 새벽투어는 기본적으로 새벽 5시에 출발하여 8시 30분에 종료된다. 새벽이라는 신선한 느낌과 웬지 감성이 풍부해지는 시간. 산책과 해맞이는 필수 요소이며, 간식은 최대한 현지에서 조달한다. 최근에는 새벽부터 마을 카페를 이용하는데 새벽 산책 중 마시는 차 한 잔의 만족도가 매우 높다. 곳곳의 과거, 현재, 미래에 대한 스토리가 정감있는 해설로 곁들여지면 내가 있는 장소는 과거와 다른 추억의 장소가 되고, 특별한 관계를 형성하게 된다.



▲ 사진: 갑천 상류에서 떠오르는 해맞이

스토리투어는 이야기가 있는 여행이다.

구체적인 내용 소개를 위해 새벽투어 갑천편 코스의 야실마을 해설 시나리오를 잠깐 소개한다.

야실마을 시나리오 일부...

오늘 새벽투어 갑천 코스는 저와 20년 전부터 인연을 맺었던 갑천 상류입니다. 녹색연합에 “갑천을 사랑하는 사람들 여울”이란 회원모임이 있었습니다. 그 모임의 회장을 맡으면서 갑천 밭원지부터 금강과 만나는 합류점까지 73.7km의 갑천을 수백 번 다녔습니다. 특히 갑천 상류의 노거수와 마을 이야기에 관심을 갖게 되었습니다. 모임에서 “여울과 함께하는 갑천여행”을 진행했고, 지역에서 처음으로 갑천종주, 갑천자전거생태캠프(갑천순례)를 9년 동안 진행했던 경험이 있습니다.

야실마을과 갑천

다리 건너 마을 이름이 봉곡동 야실(冶: 풀무 야 / 대장간)마을입니다. 고려시대 때 대장간이 있었다고 해서 야실입니다. 우리가 서 있는 곳은 용촌동, 즉 미르(용)마을입니다. 앞에 보시면 물줄기가 두 개 보입니다. 저 땅 가위바위보 해볼까요? 제가 이겼네요. 하하... 이제 제가 보자기를 내면 모두 가위를 내주세요. 자, 가위



바위보... 좋습니다. 가위의 손등을 아래로, 앞으로 뻗어 보세요. 엄지 쪽 방향이 두계천이고요. 계룡산에서 내려오는 하천입니다. 검지 쪽 방향은 대둔산에서 내려오는 갑천 본류입니다. 손가락이 엄지보다는 검지가 더 길죠. 그래서 갑천의 발원지가 대둔산입니다. 이렇게 하면 아주 쉽게 이곳에서 갑천의 발원지 대둔산을 이해할 수 있습니다. 바로 이곳 두계천 합류점부터 국가하천 갑천이 시작되는데 33.5km를 흘러 대덕구 문평동에서 금강과 만납니다. 갑천의 발원지는 대둔산 태고사 부근 장군약수터이고, 길이가 73.7km입니다.

어려운 문제 내겠습니다. 가장 빨리 맞춘 참가자께 선물 드립니다. 다음 중 3대 하천이 아닌 것은? 대전천, 유등천, 유성온천, 갑천... 유성온천... 그렇죠. 대전은 축복 받은 도시입니다. 3개의 하천이 남에서 북으로 관통하는 도시가 또 있을까요? 지금도 엄청난 혜택을 받고 있지만, 하천을 잘 가꾸고 보전하면 앞으로도 도시 이미지와 발전에 큰 역할을 할 것으로 믿습니다. 이제 다리를 건너 야실마을로 가겠습니다. 이 다리는 1995년에 세워졌고요. 그전에는 작은 콘크리트 다리였고, 그 이전에는 나무다리였습니다. 다리 위에 떼를 올렸다고 해서 “떼다리”라고 불렀답니다.

정면에 보이는 마을이 정방이(정방이) 마을입니다. 이름에서 어떤 역사적인 인물이 떠오르는데요. 오른쪽 동쪽에 보이는 산이 고무래봉입니다. 농기구 중에 고무래라는 것이 있죠. 바로 저 봉우리가 고무래처럼 생겼다고 해서 고무래봉이라 부릅니다. 그 산 정상에 흑석동산성(진현성)이 있습니다. 백제부흥운동의 주요거점이었는데요. 소경방 부대가 이 마을에 와서 전투를 했다는 이야기가 전해집니다. 역사적 사실로는 당나라 장수 유인과가 신라군을 이끌고 새벽에 기습하여 800명의 백제부흥군을 괴멸시키고 드디어 웅진로를 다시 열었다는 기록이 있습니다. 또한 『구당서』에 진현성에 대한 설명 중 “깎아지를 듯한 산 위에 성이 있고 아래에는 큰 내가 흐른다.”고 기록되어 있는데, 그러한 입지의 산성이 바로 앞에 보고 있는 흑석동산성입니다.

이야기가 더 길어질 수 있어 시나리오는 여기까지 소개한다. 이러한 대전 곳곳의 스토리를 현장에서 재미있게 듣다 스토리투어의 참맛을 느끼게 된다.

두 번째 유형은 야간투어이다. 야간투어 1코스는 대동하늘공원에서 즐기는 해넘이와 야경. 그리고 대동산 1번지 일대 사람들의 이야기이다. 원도심 일대에서 최고의 해넘이 명소는 역시 대동하늘공원이다. 이 것을 잘 모르는 사람들이 많다. 혹시 아직 못 보았다면 대전 사람이 아니다. 꼭 대동하늘공원에서 멋진 해넘이를 감상하기 바란다. 2코스는 매년 9월에 볼 수 있는 갑천반딧불이여행이다. 하늘의 별자리와 갑천 상류의 유천동 갑천둑방길을 걸으며 늦반딧불이를 볼과 함께 관찰할 수 있다. 대전에서 반딧불이를 보며 중심으로 돌아갈 수 있는 특별한 여행이다. 3코스는 엑스포야경투어이다. 한밭수목원에서 피크닉 가방을 활용하여 사진도 찍고 간식도 즐기는 소풍 같은 분위기와 엑스포다리에서 볼 수 있는 멋진 해넘이, 한빛 탑 광장의 음악분수와 미디어파사드가 환상이다.

세 번째 유형은 테마투어이다. 1코스는 마을여행인데 10개 마을과 협력하여 각각의 마을 특성을 살려 진행한다. 특히 마을주민이 기획과 진행, 해설의 주체로 참여하여 투어를 함께 운영하는 모델이다. 2코스는 역사여행이다. 대전의 인물인 단재 신채호 투어가 있고, 근대도시 대전을 이해할 수 있는 역사현장과 근대 건축을 중심으로 진행되는 투어이다. 3코스는 말 그대로 맞춤여행이다. 특히 학교, 단체, 기업 등이 신청하면 요청에 맞추어 주제와 코스를 정할 수 있다. 또한 대전을 이해할 수 있는 대전전투, 대전둘레산길, 산성 트레킹, 광복절기념투어 해방기념비를 찾아서 등 대전에서만 할 수 있는 주제를 선정하여 다채롭게 진행하고 있다. 다 열거할 수 없을 정도로 주제는 다양하다.

기획자가 생각하는 스토리투어의 특징과 장점 3가지

1. 대전만의 스토리로 대전 구석구석을 좀 더 깊이 있게 느낄 수 있는 스토리여행이다.
2. 새벽투어, 야간투어, 테마투어 등 다채로운 시기와 주제로 대전여행의 매력을 선사한다. 특히 새벽투어는 전국에서 대전에서만 진행되는 독특한 형식의 투어이다.
3. 참가자들의 반응과 소감을 바로바로 소통하고 여행 중 참가자들끼리 대전에 대한 경험담을 자유롭게 이야기 한다.

경험에 의하면 대전을 알고, 이해하고, 애정을 갖는 사람들은 역시 대전에 대해 관심을 갖고 스스로 대전을 즐기는 사람들이다. 과거에 비해 많이 늘고 있다. 현장에서 체감하고 있다. 특히 타지역 관광객들의 호기심과 관심 또한 예전과 다르다.

최근 광풍처럼 엄청난 열기를 느낄 수 있는 장소가 대전 원도심에 있다. 성심당이다. 성심당이 대전의 인지도를 전국적으로 높여준 점은 매우 고맙다. 요즘 성심당에 대한 관광객들의 관심이 대전 전체로 스며들고 있다는 것을 느낄 정도이다. 반가운 일이다.

대전도 여행의 매력을 충분히 느낄 수 있는 도시로 만들고 싶다. 대전 시민들이 함께 만들어야 한다. 대전 시민이나 타지역 관광객들이 대전의 매력을 찾고, 대전을 즐길 수 있도록 대전스토리투어도 준비가 필요하다. 준비하는 자가 성취할 수 있다고 한다. 이럴 때 잘해야 하지 않을까? 대전 스토리투어도 이에 대응할 수 있도록 코스를 정비하고 홍보를 위해 최선을 다하겠다고 다짐해본다.

대전스토리투어

밴드 | <https://band.us/@storytour2017>

문의 | 042-252-3305





공정관광의 선두 주자, 대전

김고은 / 대전관광공사 대리

공정관광이란

(1) 공정관광의 의미와 흐름

공정관광(fair tourism)이란 무엇일까? 공정관광은 다양하게 정의될 수 있지만, 즐기기만 하는 일상적인 여행에서 환경과 문화, 지역주민을 고려하여 도움을 주자는 취지로 '공정무역'에서 따온 개념이다. 일반적으로 소비자 중심의 대규모 관광인 대중관광과 비교하면 공정관광은 소규모 관광 또는 맞춤형 관광으로 이루어져 있다. 또, 공정관광은 공급자보다 수요자 중심으로 운영하여 지역주민 편익에 초점을 맞추고, 관광업체와 지역주민의 소득을 함께 고려한다. 지역주민들의 삶의 질을 고려하는 이러한 공정관광의 영향으로 관광진흥법 제48조 3항 '지속가능한 관광활성화' 조항이 도출되었다.



〈관광진흥법 제48조의3(지속가능한 관광활성화)〉

① 문화체육관광부장관은 에너지 · 자원의 사용을 최소화하고 기후변화에 대응하며 환경 혼순을 줄이고, 지역주민의 삶과 균형을 이루며 지역경제와 상생발전할 수 있는 지속가능한 관광자원의 개발을 장려하기 위하여 정보제공 및 재정지원 등 필요한 조치를 강구할 수 있다.

(2) 대전의 공정관광

이러한 흐름에 발맞춰 대전광역시는 2017년 8월에 전국 최초로 공정관광 지원 · 육성 조례를 제정해 전국 자체 중에서도 공정관광 육성과 지원에 열의를 가지고 지역기반 공정관광 운영사업을 추진해 왔다. 지역기반 공정관광 운영사업은 대전광역시에서 기본계획 수립과 예산을 지원하고, 대전관광공사에서 대전공정관광 프로그램 기획 · 운영자를 발굴 · 육성하는 등 사업을 총괄 운영하는 형태로 현재까지 이어져 왔다. 2018년부터 본격적으로 시작된 해당 사업은 2023년까지 6년간 총 40개 프로그램을 발굴 · 운영하였고, 524회 동안 운영하며 7,080명의 여행객들을 공정관광으로 유도하는 성과를 기록했다.

올해의 지역기반 공정관광 운영사업은 트렌드 및 환경변화를 반영하여 일상적 여행, 지속가능성, 체류 활성화를 전략과제로 삼아 설계되었다. 특히 당일형 이외에도 1박 2일 또는 그 이상의 체류형 관광 프로그램을 신규 발굴하여 관광객들에게 공정관광의 의미를 내재화하고, 지역 주민들에게 더욱 큰 혜택이 갈 수 있도록 운영 중이다.

올해의 대전 공정관광

(1) 올해의 대전공정관광 프로그램

올해 대전공정관광 프로그램 공모전을 통해 총 7개의 운영사가 선정되었고, 총 11개의 세부 프로그램을 발굴하였다. 시기별로 나눠 운영 중인 프로그램들을 차례대로 소개하고자 한다. 더욱 자세한 내용은 '대전공정관광 홈페이지(<https://www.daejeon-fairtravel.com/>)'에 방문하면 알 수 있다.



① 대전 마을여행 가야지 – 숨두부와 별이 된 반디1

숨두부 만들기 체험활동을 통해 새터말이라는 마을의 유래와 숨두부가 대전의 인기 음식이 된 내력, 새터말 마을을 알리고 여행하는 프로그램

장소	대전 가오동 새터말 숨두부마을	참가비	20,000원/인
일자	8.17.(토), 8.31.(토), 9.22.(일), 10.5.(토) 9:30 ~ 13:30	소요시간	4시간
일정	가오동 새터말 마을 투어 → 숨두부 만들기 체험 → 숨두부 점심식사		

② 대전 마을여행 가야지 – 숨두부와 별이 된 반디2

생태자원이 잘 보존된 마을에서 사골의 정취를 만끽하고, 아름다운 별자리와 늦반딧불이를 관찰하며 생태자원의 소중함과 생태 감수성을 높이는 데 기여할 수 있는 마을 공정관광여행

장소	대전 봉곡동(야실마을, 유천동마을)	참가비	20,000원/인
일자	9.7.(토), 9.8.(일), 9.11.(수), 9.15.(일) 17:20 ~ 21:30	소요시간	4시간 10분
일정	노을감상 및 야실마을 해설 → 마을 이름을 딴 도시락 저녁식사 → 갑천 둑방길 산책, 별자리 관찰 → 반딧불이 관찰 방법 안내 및 마을길 산책		

③ 성북동 가는 길II

방동저수지를 시작으로 국립대전숲체원에 이르는 구간에서 성북동의 매력을 체험하고, 소중한 추억을 남길 수 있는 공정여행

장소	대전 성북동 일대	참가비	37,500원/인
일자	9.19.(목), 9.20.(금), 9.23.(월), 9.27.(금), 9.30.(월), 10월 초 추가 운영 예정 / 10:00 ~ 16:20	소요시간	6시간 20분
일정	마을해설 → 도시락 만들기 → 방동저수지 윤슬거리 산책 → 손수건에 수묵화 그리기 → 통나무 명상 → 현명한 쓰레기 배출 및 시상		

④ Fall in 대전

대전을 찾는 분들에게 지역의 스토리와 의미있는 체험을 통해 추억을 선사하여 더 머물고 싶도록 만드는 프로그램

장소	대전 엑스포 과학공원 일대	참가비	20,000원/인
일자	10.16.(수), 10.18.(금), 10.19.(토), 10.23.(수), 11.1.(금), 11.2.(토) 15:30 ~ 20:00	소요시간	4시간 30분
일정	도슨트 투어 → 등지램프 만들기 → 피크닉 도시락 → 와인캐리어 만들기 → 야경관람 및 자유소통 시간		

⑤ 소중한 사람들과 소규모로 소소하게 즐기는 소제 바캉스

금요일 저녁 퇴근 후 전국에서 쉽게 모일 수 있도록 대전역에서 시작되는 특별한 2박3일 대전 소규모 공정관광여행

장소	대전 원도심 일원, 대전 갑천변 일대	참가비	100,000원/인
일자	7. 26.(금), 8.2.(금), 8.16.(금), 8.23.(금) 19:30(1일차) ~ 12:00(3일차)	소요시간	2박 3일
일정	여행자 알아가기 소통 → 태평소 국밥 이침 → 둔산 대공원 일원 → 점심식사 → 대전 한방거리 투어 → 개별휴식 및 카페 텁방 → 저녁식사 → 엑스포 과학공원 음악분수 등 야경 관람 → 조식 → 소제동 관사 골목 및 카페골목		

⑥ 숲에서 마음담기, 문화로 힐링하기 1

치유의 숲을 통하여 도심 속 지친 몸과 마음을 치유하고 대전의 야간관광을 통해 한번 더 힐링하는 공정여행(계족산 황톳길)

장소	대전 일대	참가비	129,000원/인
일자	10.18.(금) ~ 19(토) 9:20(1일차) ~ 16:40(2일차)	소요시간	1박 2일
일정	숲체험 프로그램 및 플로깅 → 중식 → 대전시립미술관 수장고 관람 → 이은노 미술관 관람 → 신세계 아트앤사이언스 → 석식 → 미디어파사드, 음악분수 → 대전 성심당 브런치 → 천연기념물센터 → 한밭수목원 → 중식 → 계족산 황톳길 맨발체험		

⑦ 숲에서 마음담기, 문화로 힐링하기 2

치유의 숲을 통하여 도심 속 지친 몸과 마음을 치유하고 대전의 야간관광을 통해 한번 더 힐링하는 공정여행(메타세쿼이아 숲속)

장소	대전 일대	참가비	129,000원/인
일자	10.12.(토) ~ 13(일) 9:20(1일차) ~ 16:40(2일차)	소요시간	1박 2일
일정	숲체험 프로그램 및 플로깅 → 중식 → 대전시립미술관 수장고 관람 → 이은노 미술관 관람 → 신세계 아트앤사이언스 → 석식 → 미디어파사드, 음악분수 → 대전 성심당 브런치 → 천연기념물센터 → 한밭수목원 → 중식 → 메타세쿼이아 숲속 휴식		

⑧ 숲에서 마음담기, 문화로 힐링하기 3

치유의 숲을 통하여 도심 속 지친 몸과 마음을 치유하고 이를다운 대전의 메타세쿼이아 숲길을 산책하며 힐링하는 공정여행

장소	대전 일대	참가비	25,000원/인
일자	10.5.(토) 9:20 ~ 16:30	소요시간	7시간 10분
일정	대전치유의 숲 프로그램 체험 및 플로깅 → 유회당 둘러보기 → 중식 → 장태산 휴양림 산책 → 중앙시장 분식투어		

⑨ 2024 신탄진 공정여행 대청호에서 놀았슈

아름다운 금강의 과거와 현재의 모습을 직접 보고 느끼며 작은미술관에서 지역작가들의 작품을 감상 및 체험하는 공정관광 프로그램

장소	대전 일대	참가비	20,000원/인
일자	8월 ~ 10월 10:00 ~ 15:00	소요시간	5시간
일정	흙공만들기 → 오리배, 자전거타고 힐링 → EM으로 살아나라 금강 → 작은미술관 → 강을 보며 먹는 로컬 도시락 → 대청호 대퓨저, 캔들 만들기 → 작은 음악회		

⑩ 대청호 마을에서 마음먹기 Ver.3.0. 1

문화 · 관광자원인 대청호 호반방만길에서 자연과 함께하는 체험과 더불어 지역주민들과 함께 농촌 수확체험을 통해 자연의 소중함을 느낄 수 있는 프로그램

장소	대청호오백리길 4구간	참가비	15,000원/인
일자	8.24.(토), 8.31.(토), 9.7.(토) 9:30 ~ 14:30	소요시간	5시간
일정	대청호의 이해 → 마을투어 및 농촌결실 포도 수확체험 → 호반방만길 연꽃마을, 황새바위 트레킹 → 솔잎수육 쌈밥정식		

⑪ 대청호 마을에서 마음먹기 Ver.3.0. 2

대청호 안아김마을에서 자연과 함께하는 체험과 더불어 지역주민들과 함께 농촌 수확체험을 통해 자연의 소중함을 느낄 수 있는 프로그램

장소	대청호오백리길 5구간	참가비	15,000원/인
일자	9.21.(토), 9.28(토), 10.5.(토), 10.19(토), 10.26.(토), 11.9.(토), 11.16.(토) 9:30 ~ 14:30	소요시간	5시간
일정	대청호의 이해 → 마을투어 및 농촌결실 수확체험 → 꽃차 만들기, 할머니 장아찌 비빔밥 만들어 먹기 → 도시바람길 숲 공원탐방		

올해 교육은 8월 중 30명의 참가자 모집을 통해 9~10월간 8차시로 구성될 예정이다. 이론강의 및 토론과 워크숍, 선진지 답사로 이루어진 교육을 통해 공정관광의 의미를 되새길 수 있도록 기획하였다. 실습을 통해 계획안 작성과 프로그램 모의 운영도 직접 해보며 실무 능력을 배양하여 차년도 공정관광 프로그램 공모전에 서 좋은 성적을 거둘 수 있도록 도와준다. 전체 교육과정의 80% 이상 수강 시 대전관광공사 사장 명의의 수료증이 발급된다. 올해는 특별히 교육 마지막 날 경진대회를 통해 우수한 아이디어를 발굴하고 시상을 진행한다. 자세한 사항은 대전공정관광 홈페이지 및 sns(daejeon_fairtravel)를 통해 알 수 있다.

대전공정관광의 성장과 발전

2017년부터 대전광역시는 공정관광에 열의를 가지고 그 가치를 위해 끊임없이 노력해 왔다. 지속 가능한 여행을 위해 공정관광 관계자들의 인식을 변화시키고 공정관광 지표 개발 연구, 평가 인증제도 연구 등을 통해 공정관광의 가치를 선도하고 있다. 그 결과 최근 5년 동안 프로그램 참여자들의 만족도가 4.5점을 상회하고 있다. 앞으로도 지역주민과 관광객 모두가 상생할 수 있는 환경을 조성하여 지속 가능한 관광을 이루어 나갈 것이다.



(2) 공정관광 기획자 양성교육

대전공정관광 기획자 양성교육은 2022년도부터 본격적으로 시행되어 올해 3년 차로 진행이 예정된 교육 프로그램이다. 공정관광을 기획하고 운영할 수 있는 전문 인력을 양성하여 지속가능한 관광 생태계를 구축하는 것을 목표로 하는 이 프로그램에는 공정관광에 관심이 있다면 누구나 참여할 수 있다. 교육 참가를 통해 공정여행의 필요성을 인식하고 공정여행 기획자가 될 수 있도록 동기를 부여한다.

걷기 좋은 철도관사마을 소제동에서 시작하는 머물기 좋은 대전여행

박진석 / 여행사 진DoL 대표

대전의 도시 매력과 소제동의 발견

교통의 중심지로 알려진 대전은 과학, 행정 등 다양한 분야에서 도시의 매력을 외부에 알리고 있다. 최근 몇 년 동안 대전은 식문화(빵, 칼국수 등), 예술, 그리고 자연과의 조화가 어우러진 매력적인 도시 관광지로서의 새로운 입지를 다지고 있다. 그중에서도 소제동은 대전역과 가까워 대전의 새로운 랜드마크로 떠오르며 여행자들에게 큰 관심을 받고 있다.

소제동은 대전역 동광장 쪽에 위치한 대전 동구의 오래된 철도 마을이다. 과거와 현재가 공존하는 독특한 분위기로 도보 여행자들의 이목을 끌고 있다. 소제동의 골목길과 오래된 철도관사 건축물들은 과거의 향수를 불러일으키며, 동시에 현대적인 감각이 더해진 카페와 상점들과 어우러져 새로운 명소로 자리매김하고 있다. 특히 진DoL에서 운영하는 로컬투어 상품은 이러한 소제동의 매력을 한층 더 끌어올리며, 여행자들에게 기존과 차별화된 깊이 있는 경험을 선사하고 있다.

대전의 관광의 현황과 트랜드

과거 대전은 주로 비즈니스와 과학기술 중심의 도시로 알려졌으나, 최근에는 빵 열풍과 함께 관광지로서의 가치가 점차 재평가되고 있다. 이는 대전의 풍부한 자연 경관, 문화유산, 그리고 먹거리 콘텐츠가 결합된 결과이다. 대전은 역사와 현대가 공존하는 도시로서, 다양한 연령대의 여행자들에게 매력적인 여행지로 부상하고 있다.

최근 몇 년간의 여행 트렌드를 살펴보면, 여행자들은 대규모 관광지보다는 소규모의 독특한 지역을 탐험하는 것을 선호하는 경향이 두드러진다. 또한, 코로나 팬데믹 이후로 여행자들은 밀집된 관광지보다는 비교적 한적하고 자연과 가까운 여행지를 찾는 패턴을 보이고 있다. 대전은 교통이 편리하다는 장점과 더불어 도심 내 3대 하천, 5개구의 대표 산 등 한적함을 느낄 수 있는 자원과 밀가루 음식의 대표라고 할 수 있는 빵과 칼국수 등의 먹거리가 다양한 매력적인 도시다. 특히, 이러한 변화 속에서 대전의 소제동은 접근성이 높고, 독특한 역사적 배경과 다양한 먹거리 콘텐츠 등을 즐길 수 있는 장소로서 주목받고 있다.



| 소제동 투어 프로그램의 매력

소제동은 대전역과 가까이 위치해 있어 과거 철도 관련 건축물이 밀집한 지역이라 오래된 옛 골목을 배경으로 걷기 좋은 투어프로그램을 경험하며 다른 여행 프로그램과 다른 독특한 매력을 느낄 수 있다. 진DoL에서 운영하는 소제동 투어 상품은 이러한 지역의 역사적 특성과 현대적인 감각을 결합해 여행자들에게 특별한 경험을 제공한다.

이 투어는 소제동의 오래된 골목길을 걸으며, 과거의 흔적을 느낄 수 있는 장소들을 탐방하는 것으로 시작된다. 예를 들어, 사람이 살지 않고 버려진 오래된 철도관사를 개조한 카페나 굿즈샵 등을 방문하여 소제동의 역사와 문화를 체험할 수 있다. 또한, 소제동의 골목 곳곳에 숨겨진 예술 작품과 현대적인 감각이 더해진 상점들은 여행자들에게 특별한 볼거리를 제공한다. 이와 함께, 진DoL의 소제동 투어 상품은 여행자들에게 현지 주민들과의 소통을 통해 지역 문화를 깊이 이해할 수 있는 기회를 제공한다. 여행자들은 투어를 통해 소제동의 역사를 이야기하는 지역 주민들과 만나고, 이를 통해 단순히 눈으로 보는 여행이 아닌, 마음으로 느끼는 여행을 즐길 수 있다. 점만 찍고 이동하는 빠른 여행이 아닌 여행지에서 느낄 수 있는 커뮤니티 친화적인 요소를 담아 오랫동안 지역에 체류할 수 있는 여행을 경험 가능하다.



| 머물기 좋은 대전

: 소제동을 중심으로 한 여행 코스

대전은 하루 동안 간단히 둘러보고 가는 여행지로 여겨질 수 있지만, 소제동을 중심으로 한 깊이 있는 여행이 대전에 머무르는 시간을 더욱 풍성하게 만 들어 줄 수 있다. 소제동을 시작으로 대전의 다양한 관광지를 연결하는 여행 코스를 계획하면, 여행자들은 대전에서의 시간을 더욱 의미 있게 보낼 수 있다.

예를 들어, 소제동 카페골목 방문 후 인근 한밭수목원으로 이동해 자연을 만끽할 수 있다. 한밭수목원은 대전의 대표적인 자연 명소로, 사계절 내내 아름다운 경관을 자랑한다. 특히 봄과 가을에는 꽃과 단풍이 장관을 이루어 사진 촬영을 즐기는 여행자들에게 인기가 많은 곳이다.

또한, 대전의 문화와 예술을 경험하고자 한다면 대전예술의전당과 시립미술관, 이응노미술관이 근처에 있는 둔산대공원을 방문해보는 것도 좋다. 이곳에서는 대전의 현대적인 문화예술 전시와 공연을 체험할 수 있다.

이처럼 소제동을 중심으로 한 대전 여행은 단순히 관광지를 방문하는 것이 아닌, 대전의 역사와 문화를 깊이 이해하고 자연 속에서의 도시 힐링을 경험하는 여행이 될 것이다.

| 대전에서의 새로운 여행 경험

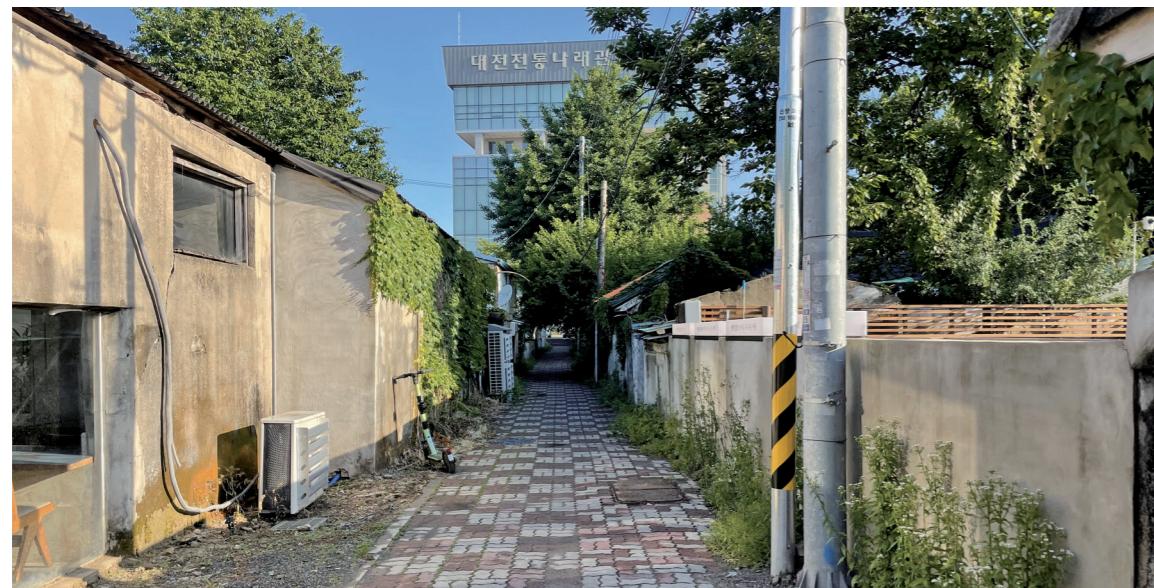
소제동에서 시작하는 대전 여행은 여행자들에게 새로운 방식의 여행 경험을 제공한다. 최근의 여행 트렌드를 반영한 소제동 중심의 여행 코스는 여행자들에게 대전에서의 머무름이 단순한 일회성 방문이 아닌, 의미 있는 경험이 되도록 만들어준다. 소제동을 탐방한 후 대전의 다양한 문화와 자연을 즐기는 과정은 현대 여행자들이 추구하는 ‘느리게, 깊이 있게’라는 여행의 패턴을 충족시켜 줄 것이다.

대전은 이제 단순한 경유지가 아닌 머물고 싶은 도시로 변모하고 있다. 소제동에서 시작하는 대전 여행은 여행자들에게 그동안 미처 알지 못했던 대전의 매력을 발견하게 하고, 또 다른 여행지와는 차별화된 특별한 기억을 선사할 수 있다. 앞으로도 대전은 소제동을 중심으로 한 다양한 관광 상품을 통해 더욱 많은 여행자들의 사랑을 받는 도시로 성장해 나갈 것이다. 이를 위해서는 몇 가지 방안이 필요하다.

| 숙박 인프라의 확충과 개선

체류형 관광지로의 발전을 위해서는 관광객들이 편안하게 머무를 수 있는 숙박 인프라가 필수이다. 대전은 다양한 숙박 시설이 이미 존재하지만, 이를 관광객의 다양한 수요에 맞추어 더욱 개선하고 확충 할 필요가 있다. 특히, 소제동과 같은 지역 특색을 살린 숙박 시설의 개발이 필요하다. 예를 들어, 소제동의 역사적 건물을 개조한 소규모 부티크 호텔이나 게스트하우스를 통해 그 지역의 문화를 몸소 느끼며 머무르는 경험을 제공할 수 있다.

또한, 대전의 다양한 관광지와 연계된 숙박 패키지를 제공하여 관광객들이 대전 전역을 편리하게 탐방할 수 있도록 돋는 것도 좋은 방안이 될 것이다. 예를 들어, 소제동에서 숙박하고 대전의 주요 관광지를 둘러볼 수 있는 교통 패키지나 가이드 서비스를 결합한 상품을 기획할 수 있다.



| 지역 문화와 연계한 체험 프로그램 강화

대전을 체류형 관광지로 발전시키기 위해서는 지역 문화와 연계된 체험 프로그램을 강화해야 한다. 여행자들은 단순한 관광지를 방문하는 것에서 더 나아가, 지역의 문화를 체험하고 이해하고자 하는 욕구가 강해지고 있다. 이를 위해 소제동과 같은 지역에서는 주민과의 교류 프로그램, 지역주민 참여형 프로그램 등을 운영할 수 있다.

예를 들어, 소제동에서 지역 주민들과 함께하는 전통 음식 만들기 체험이나, 지역 예술가와 함께하는 아트 워크숍을 통해 여행자들에게 깊이 있는 문화 체험을 제공할 수 있다. 이러한 프로그램은 단순한 여행 이상의 경험을 제공하여 여행자들이 대전에 머무는 동안 더욱 풍성한 기억을 만들어갈 수 있도록 한다.

**걷기 좋은 소제,
머물기 좋은 대전**

| 자속 가능한 체류형 관광지로의 도약

대전은 그동안 과학기술과 교통의 중심지로 성장해 왔지만, 이제는 관광 산업에서도 그 잠재력을 발휘할 준비가 되어 있다. 소제동에서 시작하는 대전 여행은 이러한 가능성을 확인할 수 있는 좋은 사례다. 앞으로 대전이 체류형 관광지로 더욱 발전하기 위해서는 숙박 인프라 개선, 지역 문화와 연계된 체험 프로그램 강화, 관광지 간의 접근성 개선, 마케팅 및 홍보 전략 강화 등의 노력이 필요하다.

이러한 방안들을 통해 대전은 단순히 지나가는 도시가 아닌 머물며 즐길 수 있는 도시로 변모할 것이다. 여행자들은 대전에서 머무르며 더욱 깊이 있는 경험을 쌓고 대전의 독특한 매력을 발견하게 될 것이다. 결국, 대전은 자속 가능한 체류형 관광지로 도약하여 국내외 여행자들에게 사랑받는 도시로 자리매김할 것이다.

한여름 밤의 대전탐험, 0시 축제 둘러보기

• • •

이보현 / 작가, <소탐대전> 저자



D A E J E O N F E S T I V A L

본격적인 0시 축제가 시작되기 전부터 중앙로 일대는 축제 분위기로 들썩거렸다. 도시 곳곳에는 몇 개월 전부터 대형 현수막이 걸렸고, 전국을 돌면서 성심당 빵으로 사람들의 관심을 끌어모은 뒤 0시 축제를 홍보했다. 대전시가 모든 걸 쓸어부어 0시 축제에 매진하고 있는 게 느껴졌다. 며칠 전부터는 대형 꿈돌이가 대전예술가의 집과 옛 충남도청사에 나타나 이목을 끌었다. 귀여웠다. 대전으로 이사온 뒤부터 '내 고장'을 알고 더 잘 사랑하기 위해 동네 구석구석을 찾아다니며 여행하는 중이었으니 대전시가 충력을 다해 준비하는 0시 축제도 사명감을 가지고 즐겨야겠다고 다짐했다.

주요 행사장 근처에 살고 있어 의도하지 않아도 오가며 축제 분위기에 흠뻑 젖었다. 늘 지나다니던 길에 들어선 먹거리 야시장에는 인파로 발 디딜 틈이 없었다. 평소 좋아하던 가락국수를 먹으러 가다가 멀리서 라이브 공연을 구경했다. 늘 차로 가득했던 도로를 느긋하게 걸으면서 꿈씨패밀리와 사진도 찍고, 때마침 에어컨이 고장난 집보다 시원한 미스트 터널을 열대야를 피해 들락날락했다. 이곳저곳 불거리가 풍성했다. 덥지만 신나게 뛰어다니는 아이들, 축제장의 열기를 즐기면서 더 신난 어른들이 보였다. 유명 연예인을 직접 볼 수 있는 흔치 않은 기회라 여겼는지 매일 밤 열리는 콘서트에 사람들이 가득했다.

이 더위에 이렇게나 많이 사람들이 모여 있다고? 비수기에만 여행을 다니는 나로서는 이해할 수 없는 일이었지만 대흥동 골목 한복판에서 심장을 울리는 음악이 들려오니 그냥 걷기만 하던 나도 몸이 들썩거렸다. 시끌벅적한 야외에서 시원한 맥주를 들이켜고, 리듬에 맞춰 땀에 흠뻑 젖은 몸

을 흔들며 쏟아지는 물줄기를 맞는, 콩콩 뛰어오르는 순간의 쾌감을 안다. 엑스포과학공원의 한 빛탑에 모여 맥주를 마시는 비어페스티벌만 해도 그럴게 좋아하는데, 종합선물세트로 전시와 체험, 공연과 먹거리까지 잔뜩 모아뒀으니 인터넷에 올라온 누군가의 후기처럼 '이 중에 하나는 마음에 들 거라는 마음으로 다 준비해 놓은 축제'였다.

아쉬운 점이라면 역시 축제가 펼쳐지는 곳이 대전역에서 원도심을 관통하는 중요한 도로라는 점이다. 그 일대는 기간 내내 차량 정체가 극심했다. 2022년 대전 0시 뮤직페스티벌 때는 하는 줄도 몰랐다가 집에 가는 길이 너무 막혀서 충격을 받았는데, 이후로는 모르고 지나칠 수 없을 중심가를 막고 축제를 여니 단단히 마음의 준비를 했다. 작년 축제 때 오지 않는 버스를 기다리다가 화가 잔뜩 난 시민이 버스 기사에게 욕을 하는 장면, 태풍과 폭우에 맞서 우비를 입고 새벽부터 교통 정리를 하는 분들이 떠오른다. 올해는 좀 나아졌을까. 폭염이었지만 비는 안 왔고 그래도 두 번째이니 작년만큼 혼란스럽지는 않았을 것 같다. 행사 기간이 이틀이나 늘어나 내가 보지 못한 곳에서 어떤 일이 일어났는지 알 수 없지만 올해는 축제장 인근을 도는 순환 버스와 지하철을 타고 축제 구경을 갔다는 인터넷 커뮤니티 후기가 있는 걸 보면 시간이 지날수록 주최측과 이용자의 노력으로 불편은 점차 줄어들 것 같다.

지역 예술인의 참여가 너무 저조하고 일회용품 쓰레기 배출량을 줄이기 위한 노력이 부족했다는 작년의 평가를 개선하고자 애쓴 흔적도 보인다. 보도에 따르면 지난해와 비교해 공연 횟수는 50%가량, 참여 예술인은 3배 이상 증가했다고



한다. 중앙시장 푸드페스타 30개 매장에 다회용 기 87만 개를 지원하고 1회용품 사용을 제한했다고 한다.

주변에서 들려오는 감상은 ‘왜 하는지 모르겠다’와 ‘그래도 재미는 있다’로 나뉜다. 작년보다 훨씬 많은 지역 예술인들이 축제에 참여한 건 사실이다. 친구들은 특별전을 준비하는 기획자로, 기획 전에 작품을 내는 시각 미술 작가로, 체험 행사를 이끄는 운영자로, 무대에 오르는 배우로 참여했다. 대전예술의전당, 대전문화재단, 사회혁신센터 등도 연계 행사를 많이 준비했다. 특히 옛 총남도 청사에 마련된 패밀리 테마파크는 축제 기간보다 일찍 조성되어서 사람이 몰리는 기간을 피해 일찌감치 다녀왔다. 야외에 설치된 루미나리움은 여름밤의 특별한 산책지였다. 빛을 활용해 신비로운 분위기를 자아내는 데다 제법 시원해서 시간을 보내기 좋았다. 전시실 3곳에 마련된 꿈씨 유니버스에서 반응형 미디어 아트를 관람한 것도 기억에 남았다. 어라, 생각보다 재미있는데? 대전

부르스 창작가요제, 대전 디쿠페스티벌, 시간여행 퍼레이드도 재미있어 보였다. 개막식에는 블랙이글스의 에어쇼가 열렸는데 행사장 아닌 곳에서도 하늘에 펼쳐진 장관에 시민들이 가던 길을 멈추고 사진을 찍으며 구경하는 진풍경이 펼쳐졌다.

하지만 사람들의 반응을 더 찾아보려고 자료 조사를 하다 보니 복잡한 심경이 되었다. 예고도 없이 지속된 블랙이글스 소음 때문에 아이와 동물이 함께 사는 집에서는 언제 끝날지 몰라 공포에 떨었다는 이야기를 들었기 때문이다. 영시 축제 관련 SNS 포스팅에는 ‘초대한 가수들의 공연이 재미있고 다양한 프로그램 많아서 좋다’, ‘때마침 대한민국의 자랑이 된 대전시청 소속 펜싱 국가대표 선수들을 퍼레이드에서 직접 봐서 반갑다’, ‘대전 시민으로서 자부심이 넘친다’는 긍정적인 내용도 있었지만 ‘중심 도로를 막아서 출퇴근 길이 너무 불편하다’, ‘행사장 외 다른 지역의 상권은 오히려 너무 죽어버렸다’, ‘일회용품과 쓰레기의 양산하는 지속가능하지 않은 축제다’, 등등

의 불만을 잔뜩 토로하는 댓글도 많았다.

시민들이 도로 한복판에서 펼쳐지는 퍼레이드의 주인공이 되는 축제의 경험이 신날 거라는 생각은 너무 낙관적이고 순진한 기대였을까. 차만 다니던 도로를 단 며칠이라도 차지할 수 있어 해방감을 느꼈던 나는 잠시 부끄러웠다. 2023년 0시 축제를 비판한 한 블로그를 통해 ‘차 없는 거리’는 차가 있어야만 살아갈 수 있는 사람이 배제되었다는 사실, 실제로 중앙로역 사거리에 무대가 설치됨으로써 ‘사람을 위한 거리’도 아니게 되었다는 걸 알게 되었기 때문이다. 내가 만약 버스를 타고 충남대병원에 치료를 받으러 다녀야 하는 선화동 주민이었다면, 매일 식자재를 납품받아야 하는 은행동 음식점 주인이었다면 이 축제 때문에 겪는 불편이 단순히 며칠 참고 넘어갈 수 있는 차원이 아닐 것이다. 축제의 주제가 대전을 상징하지 못한다거나, 준비할 때 시민 공동체의 자발적인 참여가 없었다거나, 지나치게 예산을 낭비

하는 방식이라는 점, 환경을 해치지 않도록 시급하게 해결해야 할 문제가 많다는 점 등은 전문가의 긴밀한 연구와 분석을 통해 개선되어야 할 테지만 나 역시 대전 시민이자 기후 위기 시대를 만들어 낸 현대인, 예술인 당사자로서 진지하게 0시 축제에 임해야 할 것이다.

모든 일에는 장단점이 있고 이익을 보는 사람과 손해를 보는 사람이 생기기 마련이니 모두를 만족시키지 못하는 축제라고 비판만 할 수는 없다. 그렇지만 꼭 지켜져야 할 누군가의 권리를 침해하거나 가장 먼저 보호해야 할 약한 존재를 지우는 방식이어서는 안된다. 희생과 양보를 강요당하는 이는 없는지 살펴야 한다. 이왕 시작한 것이라면, 도시 정체성 확립과 지역 경제 활성화를 위한 것이라면, 즐거운 축제를 원하는 모두를 위한 것이라면 더 나은 모습으로 다음 해에도, 그 다음해에도 축제가 이어지길 바란다.

연구원 이모저모

DSI NEWS

/연구원 뉴스

D A E J E O N
S E J O N G F O R U M



연 구 원 N E W S



제6회 대세다담포럼

6월 10일(월) 오전 10시 연구원 3층 멀티미디어실에서 '유튜브를 활용한 대전세종연구원'의 흥보전략을 주제로 제6회 대세다담 포럼을 온/오프라인 동시 개최하였다. 강연을 맡은 류호진 59tv 대표는 썸네일의 차별화 등 유튜브를 활용한 대전세종연구원의 지역민 소통 증대방안을 제언하였다.



제3차 세종탄소중립전환포럼

세종시탄소중립지원센터에서는 환경의 날을 기념하여 6월 4일(화) 제3차 세종탄소중립전환포럼을 개최하였다. 해당 포럼은 대전·세종·충남 기후협의체가 주최하고 세종시탄소중립지원센터가 주관하였으며, 탄소중립과 정원도시에 대한 이해를 높이고 녹지공간 조성을 통해 충남권 지역사회의 기후위기 대응력을 키우기 위해 마련한 자리이다.



대전 문화예술 중흥 중장기 전략 수립을 위한 지역문화 공청회

대전문화예술 생태계의 자생성을 높이고 품격 높은 문화예술 도시 대전을 구현하는 방안을 모색하기 위하여 5월 28일(화) 오후 1시 대전 예술가의 집에서 "대전 문화예술 중흥 중장기 전략 수립을 위한 지역문화 공청회"를 개최하였다. 이번 공청회는 지난 4월 29일 진행한 정책토론회의 연속선에서 <대전 문화예술 중흥 중장기 전략 수립 연구>의 진행 상황을 공유하고, 대전지역에서 활동하는 문화예술인·정책 전문가와 시민들이 다양한 의견을 개진하는 소통의 장으로 계획하였다.



대전학기획총서 제3권 <나의 도시를 발견하는 방법> 발간

대전학연구센터는 5월 31일 대전학기획총서 제3권 <나의 도시를 발견하는 방법>을 발간하였다. 휴대폰의 카메라를 켜서 발견하고 감각한 유일한 도시에 대한 생각이자 느낌 곧 새로운 '지역적인 것을' 포착한 순간들을 담아내었다. 책을 읽고 도시에서 딴자로운 감정을 느끼는 것에 함께하는 독자들은 모두 이 도시의 컬렉터가 될 수 있다.



바이바이 플라스틱 캠페인 참여

김영진 원장은 6월 14일(금) 플라스틱 절감 실천 운동 '바이바이 플라스틱 캠페인'에 참여하고, 후속주자로 대전광역시시설관리공단 이상태 이사장을 지목하였다. 플라스틱 절감 실천 각오를 담아 안녕(bye)이라는 의미로 손을 흔드는 본 캠페인은 플라스틱 줄이기 범국민 실천 운동으로서 공공기관, 기업, 국민 등 누구나 참여 가능한 릴레이 챌린지다.



2024년도 제1회 연구자문위원회 개최

6월 14일(금) 오전 10시 대전청사 1층 대회의실에서 2024년 1차 연구자문위원회를 개최하였다. 연구원에서 수행한 연구에 대한 피드백 및 새로운 연구에 대한 제안 등 주요 연구사업 및 연구원 발전 방안에 대한 자문을 받았다.



연구센터 2층 이전 개소식

대전세종연구원에서는 6월 18일(화) 오후 2시 2층으로 이전 및 개소한 대전여성가족정책센터, 대전시 도시안전연구센터, 대전학연구센터, 대전시 탄소중립지원센터를 격려하고 축하하는 자리였다.



2024년도 제1회 고객만족위원회 개최

6월 19일(수) 오후 2시 대전청사 1층 대회의실에서 2024년 1차 고객만족위원회를 개최하였다. 이번 고객만족위원회는 지난 위원회 자문사항에 대한 조치결과 안내 및 대전시, 세종시 고객만족 향상 방안을 주제로 다양한 분야에 종사 중인 위원들의 의견을 청취하였다.



2024 환경정화 활동

지역사회에 봉사하고 개인 및 부서 간 소통·화합의 장을 마련하고자 6월 25일(화) 이글스파크에서 경기 단체 관람 후 좌석 밑 쓰레기 정리 등 환경정화 활동을 실시하였다.



WHO 고령친화도시 국제네트워크 가입 인증 획득 기념 세미나

WHO 고령친화도시 국제네트워크 가입 인증 획득을 기념하여 가입도시 간 네트워크 형성 및 정보공유를 위한 세미나를 6월 26일(수) 대전시 노인복지관에서 대한노인회 대전광역시연합회, 대전광역시와 함께 개최하였다. 고령친화정책 방향성 및 주제과제 및 타시도 정책공유를 주제로 열린 이번 세미나에는 노인정책 관련 학계 전문가, 관계 공무원 등 80여 명이 참석하였다.



예술인 파견지원사업, 연구원연구소 개소식

대문화재단 예술인 파견지원사업 '예술로 지역사업'의 일환으로 '연구원연구소' 개소식을 7월 16일(화) 오전 11시 대전본원 1층 로비에서 개최하였다. 바쁜 일상 속에서 영동한 사건을 통해 대전세종연구원 구성원들이 서로 관심을 기울일 수 있도록 기획한 '연구원연구소'는 "우리는 당신이 궁금합니다. 대전세종연구원을 연구합니다."를 주제로 10월까지 전시, 리서치 등 다양한 활동을 진행할 예정이다.



"6.25 전쟁 간 대전전투 제조명과 도솔산전투" 학술회의

호국보훈의 달과 6.25전쟁 74주년을 기념하여 6월 27일(목) 대전 서구청 대강당에서 '6.25전쟁 간 대전전투 제조명과 도솔산전투'를 주제로 한국보훈학회와 학술회의를 공동개최하였다.



울란바토르시 정책분석연구센터 방문

지난해 연구원과 MOU를 체결한 울란바토르시 정책분석연구센터의 Buyandelger 부원장이 7월 29일(월) 본원을 방문하였다. 동행한 몽골 인민당 Mandkhai 의원, 몽골국립대 정치학부 Bumdar 교수와 함께 행정조직체계 구성 등에 관한 자문 등 향후 협력 방향을 논의하였다.



청년 참여형 안전한 거리환경 조성 워크숍 및 전문가세미나

대전세종연구원 산하 대전도시재생지원센터에서는 대전 원도심 활성화와 안전한 거로환경 조성을 위해 청년들의 친선한 아이디어 발굴과 기성시기자 범죄예방환경 조성에 대한 공감대 확산을 위해 7월 2일(화) 도심형산업지원플랫폼에서 "청년 참여형 안전한 거리환경 조성 워크숍 및 전문가세미나"를 개최하였다.



제1회 대전 K-뷰티산업 혁신포럼 공동개최

8월 14일(수) 오후 2시 1층 대회의실에서 "대전뷰티산업진흥원의 지역사회연계방안 모색"이란 주제로 '제1회 대전 K-뷰티산업 혁신포럼'을 대전광역시 식의약안전과와 공동으로 개최했다. 대전뷰티산업진흥원이 취약계층의 사회안전망 역할과 공공성 확보를 통해 지역사회 연계형 모델로 성장해야 한다는 점을 확인하였다.



대한산업보건협회 대전세종지역본부와 MOU 체결

7월 8일(월) 대한산업보건협회 대전세종지역본부와 지속 가능한 경영과 사회적 책임을 위한 ESG 사회공헌 협약을 체결하였다. 협약에 따라 양 기관은 지속 가능한 경영과 사회적 책임에 관련된 인적, 물적, 제도적 협력 및 산업보건서비스 지원, 안전보건체계 구축, 현혈문화 확산 등의 분야에서 교류를 이어나갈 예정이다.



제5회 교육발전포럼

8월 26일(월) 연구원 1층 대회의실에서 '교육발전특구! 지역혁신중심 대학지원체계(RSE)와 어떻게 연계할 것인가?'를 주제로 제5회 교육발전포럼을 개최하였다. 한국직업능력개발원의 주희정 박사와 대전테크노파크의 임병화 실장의 주제 발표에 이어 대전광역시 교육발전특구 사업의 효율적인 추진을 위한 연계방안을 토론하였다.



유교문화와 공직가치 학술대회 개최

7월 11일(목) 논산에 위치한 한국유교문화진흥원에서 유교적 가치가 바람직한 공직사회 형성에 이바지할 수 있음을 밝히고자 한국행정학회, 한국유교문화진흥원과 공동으로 '유교문화와 공직 가치 학술대회'를 개최했다. '유교문화 속 공직 가치와 현대적 의의'를 주제로 하는 이번 학술대회는 공직 가치 연구의 새로운 관점을 제시하며, 유교문화를 기반으로 한 공직 가치 연구의 활성화를 위해 유학의 공직윤리, 리더십, 유교 관료제 등 다양한 주제의 발표 및 토론을 진행하였다.



제7회 대세다담포럼

8월 27일(화) 대전세종연구원 2층 커뮤니티홀에서 제7회 대세다담 포럼이 열렸다. 대전평생학습관 내 정명희미술관의 초대관장이자 (자유의 여정) 저자인 기산 정명희 화백을 초청하여 "한국 미술의 이해"를 주제로 강연을 진행하였다.

대전세종포럼

DAEJEON
SEJONG
FORUM

편집위원

위원장 이재근 (대전세종연구원 기획조정실장)

위원 박명신 (중부대학교 학생성장교양학부 교수)

서기자 (목원대학교 창의교양학부 교수)

최도영 (대전대학교 경영학과 교수)

한상현 (대전세종연구원 책임연구위원)

이은재 (대전세종연구원 책임연구위원)

최성은 (대전세종연구원 책임연구위원)

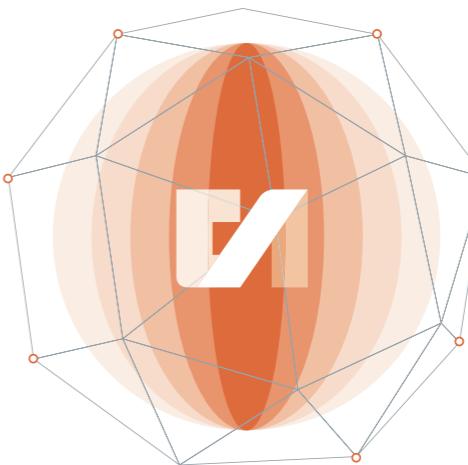
남영식 (대전세종연구원 책임연구위원)

윤설민 (대전세종연구원 책임연구위원)

정광진 (대전세종연구원 연구위원)

김민석 (대전세종연구원 연구위원)

연구과제 제안 안내



대전세종연구원은 대전광역시 · 세종특별시 각계각층의
연구요구를 수용하고 활발한 지적교류와 정책연구에 반영하기 위하여
연구과제 아이디어를 모집합니다.

대전세종포럼

대전세종포럼 통권 제89호

발행일 2024년 9월 2일

발행인 김영진

발행처 대전세종연구원

등록번호 대전유성, 바00013

주소 34051 대전광역시 유성구 전민로37(문지동)

전화 042-530-3500

팩스 042-530-3508

제작 (주)봄인터랙티브미디어 (Tel.042-633-7800)

© 본지에 게재된 내용은 본 연구원의 공식견해와 일치하는 것은 아닙니다.

연구과제로서 적정하다고 판단되는 참신한 아이디어가 있으시면
대전세종연구원 홈페이지(www.dsi.re.kr) 시민의소리(연구제안)
신청하여 주시기 바랍니다.

여러분들의 많은 관심과 참여 부탁 드립니다.

DAEJEON
SEJONG
FORUM

www.dsi.re.kr



34051 대전광역시 유성구 전민로37(문지동) Tel. 042. 530. 3500 Fax. 042. 530. 3508