

발행일 2020. 3. 14. 발행처 대전세종연구원 발행인 박재욱  
주 소 대전광역시 중구 중앙로 85 (선화동) Tel. 042-530-3500 Fax. 042-530-3528  
제 작 ㈜봄인터랙티브미디어

## 대전·세종 걷기여행길 장소브랜딩 강화방안

미래전략실 책임연구위원 **염인섭**

### I. 서론

본 연구는 대전과 세종의 공동 생활권 형성으로 인해 지역 간 공유와 집적, 연계, 협력 등에 관한 사회적인 요구가 증대되고 있다는 점을 인식하여 대전·세종 지역 간 상생발전과 문화적 동질성 확보에 기여할 수 있는 지역성 기반의 걷기여행길 장소브랜딩 강화방안을 모색하는 것을 목표로 한다.

첫째, 대전시와 세종시에 위치한 기존 걷기여행길(도보여행길, 탐방로, 둘레길 등)에 대한 전수조사와 함께 주변 지역자산 및 문화콘텐츠 자원 현황을 조사하여 네트워크화 및 브랜드화 가능성을 파악한다.

둘째, 지역주민에 의해 공유되는 생활 인프라 '가로(걷기길)'에 의한 영역성과 지역자산 및 문화콘텐츠에 의한 정체성을 반영하여 걷기여행길 브랜드 구축 방안을 제시한다. 세부적으로는 인프라와 콘텐츠가 결합된 걷기여행길 노선을 설정하고, 장소단위 콘텐츠 기반 스토리 구성 방안을 제안한다.

셋째, 대전과 세종의 지속가능한 상생발전과 종합적인 지역재생에 기여할 수 있는 공동체 활성화 통로로서의 걷기여행길 장소브랜딩에 관한 시사점을 도출한다.

• 브랜드 가치 : 공동체 활성화 통로 ▷ 종합적인 지역재생과 상생발전

- 대전·세종 지역 근대산업유산 콘텐츠 기반의 거점공간(주요 철도역사)을 중심으로 보행과 자전거를 이용하여 공동체 활성화를 유도하는 브랜드

• 브랜드 작동구조 : 영역성과 정체성에 의해 구성되는 지역성을 기반으로 대전과 세종을 대표하는 걷기여행길의 브랜드 가치를 인식하여 브랜드 경쟁력을 갖추는 것임

#### ■ 장소브랜딩 발전과정

• 1단계(자원발굴) : 대전·세종의 차별화된 위치정보와 장소특성 반영

• 2단계(부가가치) : 고유 영역성과 정체성에 기초한 브랜드 가치 정립

• 3단계(기대효과) : 지역 간 상생발전 효과 ▶ 사회·문화적 동질성 강화



〈그림 1〉 대전세종 걷기여행길 장소브랜딩 발전과정과 브랜드 작동구조

### II. 장소브랜딩 기본구상

대전·세종 걷기여행길의 장소브랜딩은 지역 간 교류와 주민 간 소통이 활발하게 이루어지면서 도보여행의 가치공유와 문화 향유가 동시에 이루어지는 '공동체 활성화 통로'를 만들어 지역성 기반의 자체 로컬 브랜드(local brand)로 자리매김 시키는 것을 의미한다.

#### ■ 브랜드 개요

- 브랜드 명칭 : 보행·자전거·기차와 함께하는 걷기여행길 『보자기 투어』

### III. 장소브랜딩 전략과 강화 방안

걷기여행길 브랜드 '보자기 투어'는 지역공동체 간 협력 네트워크 구축 차원에서 대전과 세종의 근대산업유산 문화콘텐츠 축, 지역 내 근대기 철도 역사를 거점으로 주민들이 보행과 자전거를 이용하여 양 도시를 자연스럽게 넘나들고 긴밀하게 연결되는 것을 의미한다. 이는 장소단위로 지역공동체가 인지하는 걷기여행길 인프라와 콘텐츠 간 결합을 통해 강화된다.

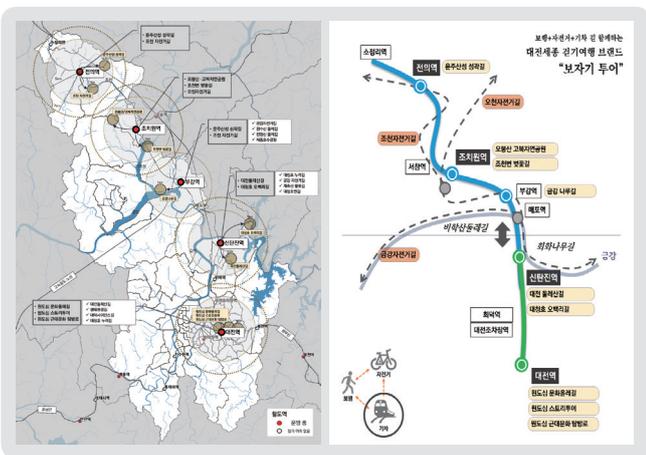
■ 전략 : 장소단위 걷기여행길 인프라와 콘텐츠 간 결합  
영역성 기반 걷기길 인프라와 정체성 기반 도보여행 콘텐츠를  
장소단위로 결합시킴으로써 '장소만들기'와 '장소마케팅' 전략  
이 동시에 적용되는 것임

- 영역성 : 장소 경쟁력 ▷ 도보여행을 위한 걷기여행길 인프라
- 정체성 : 장소의 매력 ▷ 지역자산의 스토리텔링 & 스토리  
메이킹

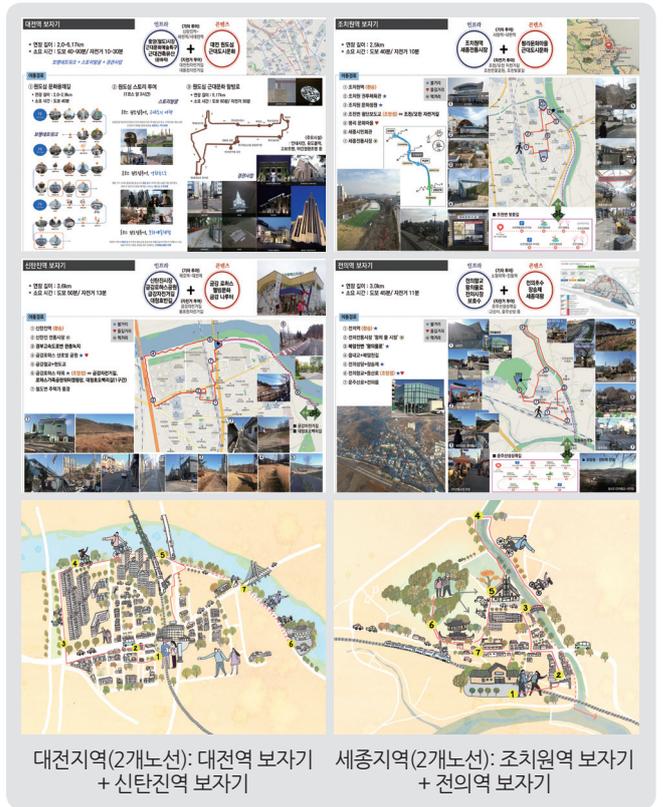


〈그림 2〉 장소브랜드 전략 : 장소만들기 + 장소마케팅

- 강화 방안 : 철도역사 중심 지역자산 연계와 이야기 구조 정립
- 걷기여행길 유력 후보노선(코스포함)을 중심으로 시범사업  
대상지 선정
    - 대전지역(2개 노선) : 대전역 보자기, 신탄진역 보자기
    - 세종지역(2개 노선) : 조치원역 보자기, 전의역 보자기
  - 걷기여행길 노선 주변 지역자산 연계·활용 방안 모색
    - 걷기여행길 자체의 사회·문화적 포용성 확대 차원에서 공  
동체가 공감하고 사회적 의미가 있는 지역자산과 연계한  
노선과 프로그램 구성
  - 걷기여행길 이야기 구성 : 문화콘텐츠 기반 스토리텔링과  
스토리메이킹



〈그림 3〉 대전·세종 걷기여행길 주요 거점별 연계노선 구축 방안



대전지역(2개노선) : 대전역 보자기 + 신탄진역 보자기    세종지역(2개노선) : 조치원역 보자기 + 전의역 보자기

〈그림 4〉 대전·세종 걷기여행길(보자기투어) 주요 노선 및 일러스트레이션 작업 예시

## IV. 결론 : 정책제언 및 시사점

대전과 세종의 지역성 기반 걷기여행길 브랜드 『보자기 투어』를 지역공동체가 공감하는 사회·문화적 지역자산으로 정착시키고, 더 나아가 지역공동체 활성화는 물론, 종합적인 지역재생과 지역 간 상생발전을 도모하기 위한 정책적 제언 사항들을 정리하면 다음과 같다.

- 걷기여행길 공동 운영관리 체계 구축 필요 : 걷기여행길 브랜드 『보자기 투어』를 둘러싼 대전시와 세종시의 공동 관리·운영 방식과 역할분담 체계, 통합 관리시스템 구축 등에 관한 명확한 가이드라인이 필요함
- 브랜드 가치를 고려한 장소마케팅 프로그램 구성·운영 중요 : 다양한 이동수단(보행,자전거,기차)에 의해 연결되는 장소마케팅 채널과 거점공간(철도역사)에서 주변 지역으로 연결·확산되는 장소마케팅 포인트를 고려한 대전·세종 지역의 문화·관광 자원화 프로그램 마련이 요구됨
- 지역공동체 협력을 위한 걷기여행길 브랜드 가치 확산 : 근대기 철도역사 중심의 걷기여행길 브랜드를 통해 현재의 대전 '과학도시'와 세종 '행정도시' 정체성 강화는 물론, 지역성 기반의 미래 문화·관광 자원화 등을 통해 새로운 가치 창출·확산을 도모해야 함

# 2월 대전 경제동향



## 종합평가

**대전지역**의 경기동행종합지수 순환변동치는 2018년 7월 이후 상승하는 추세임. 한편, 경기선행종합지수 순환변동치는 2019년 2월 이후 소폭 상승하는 모습을 나타냄

**개별지표**에 있어서는 전년동월대비, 소비가 위축된 모습인 반면, 생산과 건설경기가 활발하고, 고용상황이 안정적인 가운데, 수출이 증가함. 전월대비로는 생산과 소비, 건설경기가 활발하고, 수출이 증가하는 반면, 고용상황이 악화되는 모습임

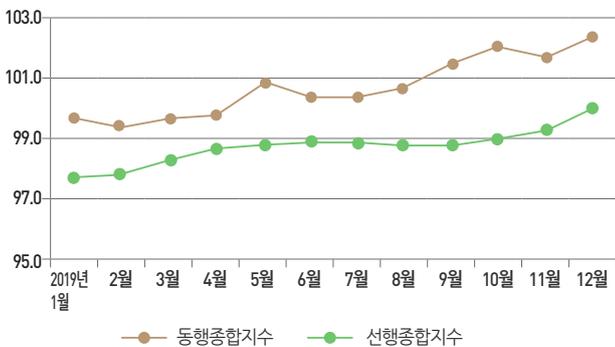
**최근**, 우리나라 경제는 생산·소비·설비투자 증가세가 이어지고, 경기동행·선행지수(순환변동치)가 동반상승하는 등 경기 개선의 흐름이 나타나는 모습임

**대외적**으로도 금년 1월 들어 D램 반도체 고정가격이 소폭 상승 전환되고, 글로벌 경기회복에 대한 기대가 형성되는 모습이나, 최근 발생한 코로나19의 확산경도 및 지속기간에 따라 중국 등 세계 경제의 성장 및 우리 경제의 회복 흐름이 제약 받을 가능성이 있음

**이에 따라** 대전광역시에서는 전년동월대비 생산, 건설, 고용 관련 지표가 개선되는 모습을 보이는 가운데, 코로나19에 따른 피해 우려 부문에 대한 지원책과 함께 경제에 미칠 영향 등을 파악하여 위기 상황을 적극적으로 대응하여 최근의 지역 경기 회복국면을 지속해 나가야 할 것임

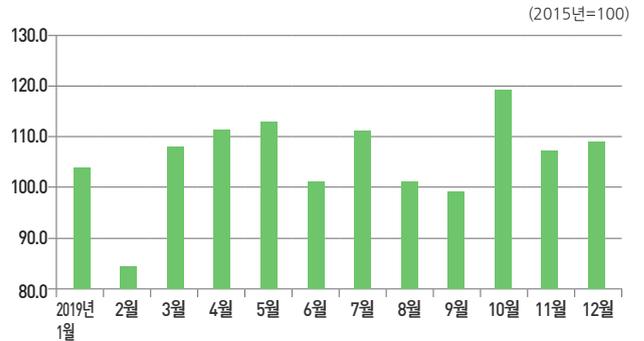
## 01

### 경기지수 경기종합지수 순환변동치



## 02

### 생산 제조업생산지수



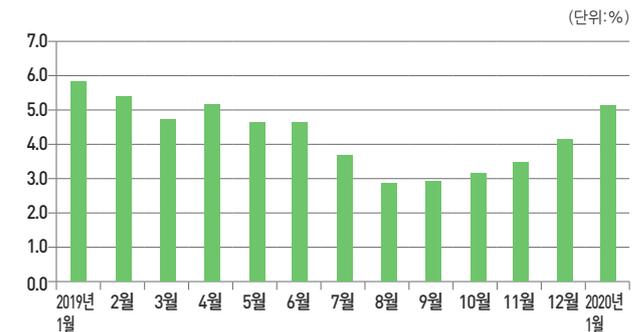
## 03

### 소비 대형소매점 판매액



## 04

### 고용 실업률



# 2월 세종 경제동향



## 종합평가

**2020년 1월** 세종시 소상공인 체감경기지수는 80.0으로 나타남. 2019년 11월 하락한 체감경기지수는 12월, 1월 꾸준히 상승함. 소상공인의 경기에 대한 전망지수는 전월 대비, 전년 대비 모두 소폭 상승한 것으로 나타남

**생산측면**에서는 세종시 1월 광공업 생산지수는 전년 동월 대비 15.1% 증가, 전월 대비 5.9% 증가함. 출하지수는 전년 동월 대비 13.3% 증가하였으며, 전월 대비 3.0% 증가함

**1월 주택매매** 거래량은 1,678건으로 전년 대비 216.0% 증가하였으며, 전월 대비 11.8% 감소함. 전월세 거래량은 1,877건으로 전년 대비 4.7% 감소, 전월 대비 16.9% 감소함

**1월 경제활동** 인구는 17만 7천명으로 전년 동월(16만 천명) 대비 9.9% 증가, 전월(17만 8천명) 대비 0.6% 감소함. 취업자는 17만 2천명으로 전년 동월(15만 7천명) 대비 6.4% 증가하였고, 전월 대비 보합함

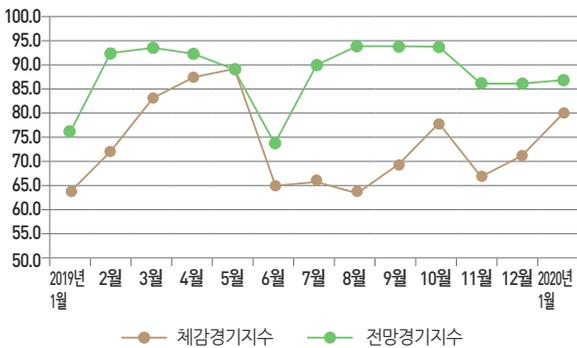
**1월 전국의 실업률은** 4.1%이며, 세종시 실업률은 2.7%로 전북(2.7%), 제주도(2.7%)와 같이 가장 낮게 나타남. 세종시 1월 실업률은 전년 동월 대비 0.1%p 증가하였으며 전월대비 0.9%p 감소함

### 01

#### 경기지수 소상공인 경기지수



(100=전월 대비 보합)

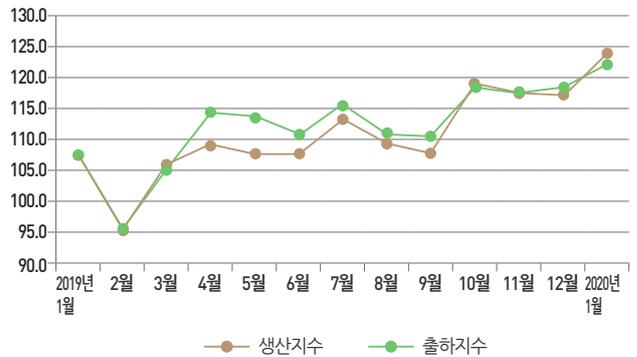


### 02

#### 생산 광공업 생산지수 추이



(2015년=100)

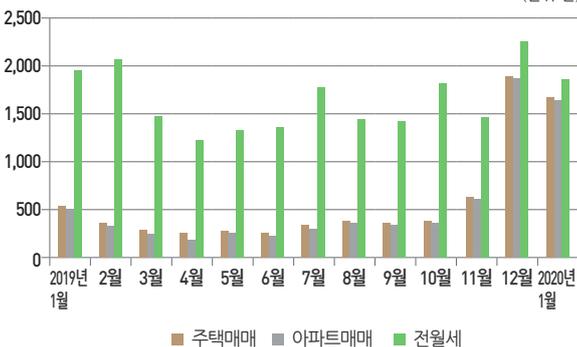


### 03

#### 부동산 부동산 가격지수



(단위:건)



### 04

#### 고용 실업률



(단위:%)

