2020 정책이슈리포트

Policy
iSSUE REPORT

대전광역시

포스트 코로나 시대의 대전관광 활성화 방안

한국지방행정연구원
Korea Research Institute for Local Administration

포스트 코로나 시대의 대전관광 활성화 방안

연구진

이소영 | 한국지방행정연구원 연구위원

김도형 | 한국지방행정연구원 연 구 원

Contents

I COVID-19에 따른 전환기적 관광정책 필요

1. COVID-19에 따른 유례없는 세계적 위기의 직면 ····· 04
2. 팬데믹(Pandemic)에 의한 사회경제적 변화 ····· 06
3. 포스트 코로나 시대 대비 새로운 관광정책의 필요 ····· 08

II COVID-19 확산 이후 관광동향 분석

1. 세계관광 동향 ····· 10
2. 국내 관광 동향 ····· 17
3. COVID-19에 따른 여행형태의 변화 ····· 23

III 대전광역시 관광실태 분석

1. 대전의 관광자원 현황 ····· 30
2. 코로나-19 이후 대전 관광 현황 ····· 45
3. 코로나-19 이후 대전 관광정책 ····· 49

IV 포스트 코로나 신규 관광정책 사례

1. 관광산업 지원 및 판촉 ····· 52
2. 홍보·마케팅 ····· 54
3. 디지털 서비스 ····· 55
4. 민관 협업체계의 구축 ····· 58

V 관광행태 변화에 대응한 대전의 관광전략

1. 단기적 충격 완화 및 회복 정책에서 중장기적 관광 활성화 정책 지향 ····· 60
2. 관광행태 변화에 대응한 대전의 관광전략 ····· 61
3. 포스트 코로나 관광전략의 주요 추진과제 ····· 65

참고문헌 ····· 79

I

COVID-19에 따른 전환기적 관광정책 필요

1. COVID-19에 따른 유례없는 세계적 위기의 직면

COVID-19의 세계적 유행에 따른 세계 경제 위기 상황

- COVID-19의 세계적 대유행, 팬데믹(pandemic) 현상은 정확한 확산 종식을 예측하기 어려운 상황에서 세계경제를 위기를 빠뜨리고 있음

- COVID-19로 인한 경제 충격으로 전 세계적 경기 침체가 장기화될 우려
  - 아시아개발은행(ADB)은 코로나-19 팬데믹으로 세계경제 손실 규모가 최대 1경 원을 넘어서고, 전 세계무역 손실 규모 또한 1조 7천억 달러(약 2천 90조 원)에서 2조 6천억 달러(약 3천 196조 원)로 전망(연합뉴스, 2020.5.15)

- 미국은 봉쇄가 본격화된 4월 한 달에만 2,000만 개 이상 일자리가 감소하였는데, 이는 1930년대 대공황 이후 최악의 상황(매일일보, 2020.5.13)
  - 이는 앞서 10년 동안 창출된 일자리가 불과 한 달 만에 증발한 셈이며, 이후 경제 활동이 재개되면서 일자리가 회복되기 시작하였으나, 2020년 10월 실업률은 6.9%로 더딘 회복세를 보이고 있음(머니투데이, 2020.11.6)

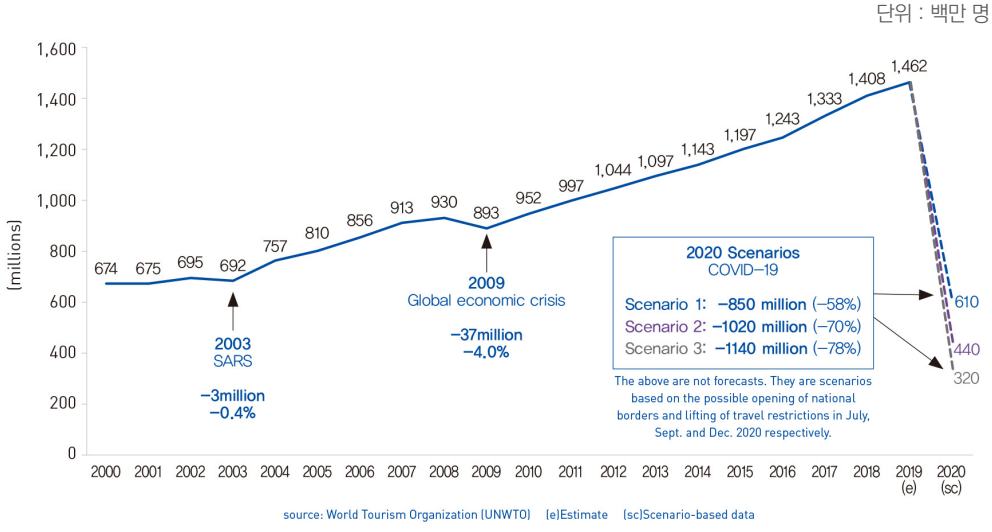
- OECD가 2020년 12월 발표한 OECD 경제전망에 따르면, 2020년 세계경제 성장률을 -4.2%로 전망(OECD, 2020.12)
  - 유로존이 -7.5%로 가장 심각한 수준이며, 미국 -3.7%, 한국 -1.1%로 마이너스 성장률 전망

- COVID-19의 세계적 확산으로 세계 각국의 강력한 이동 제한 조치는 세계 경제를 멈추게 하는 최악의 상황을 이끌었으며, 세계적 감염 추이를 고려할 때 빠른 경제 회복 가능성은 낮은 것으로 전망

COVID-19에 따른 유례없는 세계관광의 악영향

- 세계는 COVID-19 대유행으로 전례없는 세계보건, 사회, 경제적 비상사태에 직면함
- 특히, 관광은 COVID-19 유행으로 가장 큰 영향을 받은 분야 중 하나임
- COVID-19는 이전에 발생했던 사스 코로나 바이러스(SARS-CoV)나 메르스 코로나 바이러스(MERS-CoV)와는 비교할 수 없을 정도로 세계관광시장에 악영향을 끼침

• COVID-19에 따른 세계관광시장 영향(관광객수 기준) •



자료 : UNWTO(2020), (https://www.unwto.org, 검색일: 2020. 12. 4)

- 세계관광기구(UNWTO, 2020)에 따르면, COVID-19로 전 세계 관광부문의 여행자수가 급감하여 2020년 상반기 동안 4,600억 달러의 관광수입이 감소했다고 함

- 이는 2009년 세계금융위기 당시 기록한 전 세계 관광수입 손실의 약 5배에 달하는 손실임
- 해외 관광객은 이 기간에 65%인 4억 4천만 명 감소했으며, COVID-19의 영향을 가장 먼저 받은 아시아가 가장 가파른 감소세를 보인다고 밝힘

• COVID-19로 인해 위축된 세계관광시장은 최악의 시나리오상 11억 명의 관광객 손실, 이에 따른 1.1조 US 달러의 관광수익 손실, 1억 2천 명의 직접 일자리가 위기에 처하게 되었다고 전망(UNWTO, 2020)

• COVID-19 확산 종식의 불투명성으로 인해, 세계경제 전망과 마찬가지로, 세계관광시장 또한 빠른 회복 가능성은 낮을 것으로 전망

2. 팬데믹(Pandemic)에 의한 사회경제적 변화

디지털 경제 확장 등 사회경제적 변화 가속화

• 전 세계의 많은 석학들이 COVID-19 이후의 다양한 사회경제적 변화를 전망하고 있음

• 가장 주목받는 것은 팬데믹 상황 이전부터 가속화되어 오던 정보통신기술 기반의 기술 발달로 비대면, 온라인 기술의 적용과 확산이 더욱 급속한 전진을 보일 것이라는 것임
- 이에 따라 디지털 기술 발전과 함께 온라인 유통과 소비 등 디지털 경제도 가속화될 전망임

• 사회문화적 변화로는 홈 루덴스 문화의 확산, 불안과 혐오 등과 같은 사회적 갈등의 심화, 디지털 격차 심화에 따른 양극화와 불평등 등이 전망
- 이러한 사회경제적 변화에 따라 문화예술과 관광 부문에도 영향을 끼쳐, 가장 먼저 심각한 타격을 받음에도 회복은 가장 더딘 영역이 될 전망

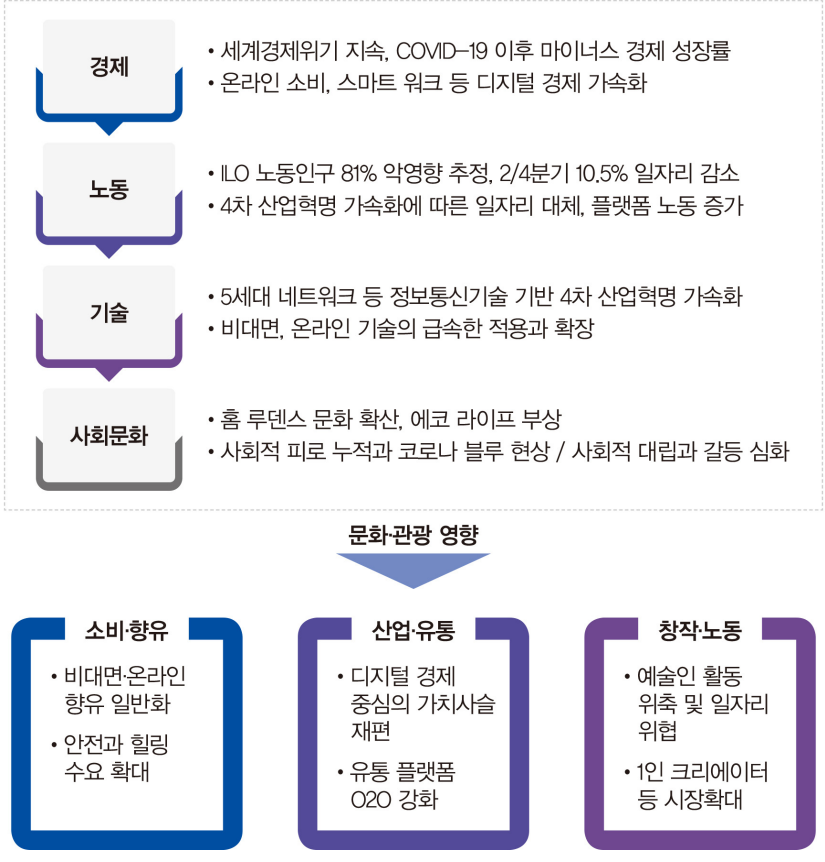
• 여가, 여행의 소비와 향유도 공간과 방식이 변화될 전망이며, 관광산업의 가치사슬과 생태계는 온라인 중심으로 재편될 것임(한국문화관광연구원, 2020.6)

홈 루덴스 문화의 확산 등 라이프스타일의 변화

- COVID-19에 따른 재택근무, 원격수업 등의 증가로 집은 단순한 주거 공간을 넘어 업무공간이자, 문화공간, 자아실현의 공간이 되어가고 있음

- 핫 플레이스를 찾아다니며 인증샷을 올리던 이들은 코로나-19 이후 집콕 챌린지 인증샷을 올리며 집에서 즐기는 삶을 살아가고 있는데, 이러한 이들을 일명 홈 루덴스족이라 명명
  - 놀이하는 인간이라는 의미의 호모 루덴스(Homo Ludens)의 루덴스와 집의 합성어로, "자신의 주거공간 안에서 모든 것을 즐기는 이들"을 일컬음

• COVID-19 이후 사회경제 변화와 문화·관광부문의 영향 •



자료 : 한국문화관광연구원(2020.6)을 참조하여 재작성

- 비대면, 온라인 향유가 일상화됨에 따라, 2020년 10월 온라인 쇼핑은 전년 동월 대비 20% 증가
  - 통계청(2020.12)에 따르면, 2020년 10월 온라인 쇼핑 동향은 총 거래액 14조 2,445억 원으로 상품군별로는 음식서비스(71.6%), 음·식료품(43.8%)로 높게 나타남
  - 반면, 여행 및 교통 서비스(-52.6%), 문화 및 레저 서비스(-60.4%)는 크게 감소하여 코로나-19의 영향으로 소비 패턴이 변화하였음을 알 수 있음

3. 포스트 코로나 시대 대비 새로운 관광정책의 필요

관광산업의 회복을 위한 글로벌 가이드라인 마련

- 세계관광기구(UNWTO)는 2020년 5월, 코로나-19에 의한 영향을 최소화하고, 위축된 국제관광시장이 재활성화될 수 있도록 각국이 공동으로 대응할 글로벌 가이드라인을 마련

- 국경관리, 민간 부문, 항공여행 안전, 환대산업, 투어 오퍼레이터&여행사, 미팅&이벤트, 어트렉션&테마파크, 목적지 계획 및 관리 등 8개 분야의 가이드라인을 제시하여, 코로나-19 위기를 극복할 공동의 노력 추진

변화된 관광패턴에 대응한 대전광역시의 새로운 관광정책 마련 필요

- COVID-19에 따른 세계관광시장의 위축 및 관광산업의 침체에 대응하여, 각국 정부는 방역경험 공유 및 객관적 정보 제공을 통한 여행객들의 신뢰 회복, 관광수요 변화 및 디지털 전환에 대응한 국제관광의 안전한 재개를 위한 국제사회 연대 강화

- 대전광역시도 코로나-19로 경제적 어려움을 겪고 있는 관광업체 긴급 재정 지원, 대규모 이벤트 온라인 개최 등 변화된 여건에 맞추어 적절한 관광정책을 대응하고 있음

- 본 연구는 COVID-19라는 위기를 극복하기 위한 정책적 대응에 초점을 맞추기보다는 향후 변화된 관광수요에 대응하여 대전광역시가 적극적으로 채택해야 할 관광전략에 초점을 맞추어 포스트 코로나 시대의 대전관광 활성화 방안을 도출하고자 함
  - 사실 코로나-19의 종식 시점이 불확실한 상황에서, 이 전략은 포스트 코로나(Post-corona)이기보다는 단기적으로는 위드 코로나(With corona)에 가까울 수 있으나, 코로나-19 이후 변화된 관광수요에 대응한다는 점에서 포스트 코로나에 대응한 관광전략 수립이라고 할 수 있겠음

II

COVID-19 확산 이후 관광동향 분석

1. 세계관광 동향[1)]

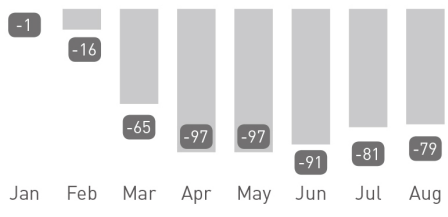
COVID-19 위기가 관광에 미치는 경제적 영향

- 전 세계가 COVID-19 대유행으로 전례 없는 세계보건, 사회·경제적으로 위기 상황에 직면함
  - 특히, 여행과 관광은 가장 영향을 많이 받은 분야 중 하나임
  - 전 세계 대부분의 국가들이 호텔 폐쇄, 여행 제한 등 시행

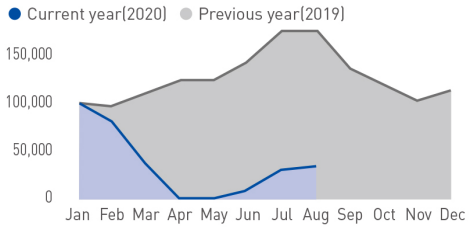
- 이에 따른 월별(1월~ 8월) 국제 관광객 추이를 살펴보면, 입국 금지 조치가 시작된 3월부터 관광객 수가 급감
  - 3월 입국 금지 조치 시행으로 국제관광객은 65%로 급감
  - 특히, 4월과 5월 국제관광객은 95%로 감소

1) 세계관광기구(UNWTO) 홈페이지 내 “International Tourism and covid-19” 내용(최종 업데이트, 2020.10.27)과 세계관광기구(UNWTO), UNWTO World Tourism Barometer May 2020 : Special focus on the Impact of COVID-19 보고서를 바탕으로 작성함

• 2020년 관광객 추이(1월~8월) •



월별 관광객 추이(단위 : %)

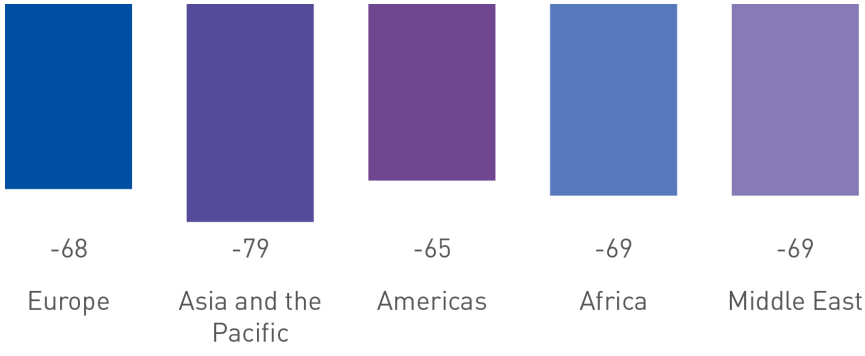


전년 대비 현재 관광객 추이(단위 : 천명)

자료 : UNWTO 홈페이지(https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19)

- 지역별로 살펴보면, 2020년 코로나-19 영향을 가장 많이 받은 나라는 아시아 지역으로 79% 감소함
  - 두 번째로 큰 타격을 입은 지역은 중앙아시아와 아프리카(각 -69%)이며, 그 다음으로는 유럽(-68%), 미주(-65%) 순으로 나타남

• 지역별 관광객 현황 •



자료 : UNWTO 홈페이지(https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19)

• 2020년 1월~8월 지역별 관광객 추이 •

Region	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	YTD(%)
Europe	5	2	-61	-98	-96	-88	-72	-69	-68
Asia and the Pacific	-9	-54	-82	-98	-99	-98	-96	-96	-79

Region	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	YTD(%)
Americas	0	3	-50	-94	-93	-92	-88	-88	-65
Africa	2	1	-43	-99	-99	-99	-96	-94	-69
Middle East	6	-1	-63	-99	-99	-99	-96	-94	-69
World	-1	-16	-65	-97	-97	-91	-81	-79	-70

자료 : UNWTO 홈페이지(https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19)

- 2020년 현재, 2019년 동월 대비 관광객은 7월 81%, 8월 79%로 감소하였으며, 9월에는 75% 감소할 것으로 추정

관광 수요 회복 전망

- 세계 각국의 전문가들에 따르면, 국내수요가 국제수요보다 더 빨리 회복될 것으로 예상
- UNWTO는 점진적인 국경과 여행 제한의 해제 시기에 따라 관광수요가 회복될 것을 전망
- 전 세계는 세계적인 경기침체 상황 속에서 코로나-19의 영향을 완화하고 관광 부문의 회복을 촉진하기 위해 광범위한 대책을 시행하고 있음
  - 관광 전 분야에 대한 대응 분석을 통해 종합적인 대책 준비 필요

관광산업 위기 극복 및 수요 창출을 위한 대책[2)]

- 세계관광기구는 COVID-19 확산으로 인한 관광분야 위기를 극복하기 위하여, 2020년 5월, 세계보건기구 등 관련 유엔기구 및 세계관광기구 회원국 대표 및 World Travel & Tourism Counci(WTTC) 등 민간업계 대표 등으로 구성된 세계관광위기위원회에서 관광목적지 개방을 위한 가이드라인을 제시

2) 황해국(2020)을 참조하여 정리

- 관광을 위한 검색과 예약, 거주지 이동, 여행목적지 이동 및 도착 목적지 내에서 관광객은 물론, 지역 주민과 관광종사원들이 준수해야 할 보건 관련 규칙을 제시

• 또한 세계관광기구는 다양한 관광 관련 기관 및 업계와 함께 2030년까지 지속적인 관광발전을 위해 책임있는 관광업계 회복을 위한 하나의 지구에 대한 비전을 발표

- 이 보고서에서는 공중위생, 사회적 통합, 생물의 다양성 보존, 기후 보존을 위한 실천 행동, 순환적 경제, 거버넌스와 재정 분야의 중요성을 제시

관광산업 재개를 위한 글로벌 가이드라인(UNWTO)[3)]

• 관광산업 재개를 위한 8개 분야별 가이드라인은 다음과 같음

• 안전하고 원활한 국경관리(air, sea and ground travel)

- 공중보건 위험평가에 따른 입국 절차 도입·적용
- 정부, 민간부문, 여행자의 역할과 책임 규정
- 국경 재개방에 있어 지역 및 국제간 협력 보장
- 주요 국제 보건당국으로부터 이용 가능한 최적의 정보를 통하여 여행 제한 및 프로토콜을 개정하여 공중보건 위협 및 현지 위험평가를 정기적으로 변경(수정)
- 원활하고 안전한 비대면 여행을 위한 기술 증진
- 민간 부문과 여행자에게 여행제한 및 프로토콜 정보를 신뢰할 수 있고 일관되며 쉽게 접근할 수 있도록 제공
- 관광, 보건, 교통 당국 간 적절한 정책 및 협력 보장
- 세계적 수준의 협력과 방문자 추적 앱의 국제적 상호운용을 위한 노력
- 출발·도착 시 위험 완화
- 여행 활성화를 위한 e-비자/도착비자(VOA)/무비자(no visa) 정책, 임시비자비의 면제

3) UNWTO에서 2020년 5월 28일 발표한 "Global guidelines to restart tourism" 내용을 바탕으로 작성

- 민간 부문(Private Sector)
  - 글로벌하고 조화로운 보건, 안전, 위생 프로토콜 구현
  - 안전한 서비스 제공뿐만 아니라 안전 및 보완 프로토콜에 대한 직원 교육
  - 고객에게 프로토콜과 책임을 전달하고, 현장, 디지털, 소셜 미디어를 통해 정보를 지속적으로 제공
  - 소독제를 사용하여 모든 표면(접촉면)들을 자주 청소해야 함
  - 손님이나 직원이 현장에서 아플 경우를 대비하여 계획을 세워야 함
  - 프로토콜 및 서비스 제공에 대한 후속 조치 실행을 위해 내부에 코로나-19 조정 위원회 설립
  - 비접촉 디지털 작업으로 프로세스 재설계
  - 지역·국가 관광청 및 통계 관계자와 협력하여 관광계획·관리에 대한 통계 정보 기록
  - 근로자의 건강(건강 모니터링) 및 복지 보장(인적자원정책 조정)
  - 공공/민간 분야 대화 참여 및 (장애)복구 메커니즘

- 안전한 항공여행(Safe Air Travel)
  - 위험평가에 따라 적절한 건강상태 점검 절차 시행
  - 항공기 및 객실 청소 횟수 늘리기
  - 승객과 승무원에게 마스크를 제공하고 비행하는 동안 착용할 수 있도록 해야 함
  - 거리 두기를 위해 다른 승객 및 승무원과의 접촉을 최소화 할 수 있는 탑승계획 수립
  - 비행 중 실내의 이동 제한
  - 승무원의 이동과 승객과의 접촉을 최소화할 수 있도록 기타 절차 및 케이터링 간소화
  - 가능한 옆좌석 비워두기
  - 승객과 승무원에게 위생 티슈 제공
  - 기내 물건(인쇄물 및 기념품)수 줄이고 휴대 가능한 수화물 제한
  - ICAO의 프로세스뿐만 아니라 정부, 공항, 기타 관련 주체와의 조정 보장
  - 정부의 재정지원 및 공항 비용 절감 촉진

- 환대(Hospitality)
  - 공용 면적 및 접촉면의 청소 횟수 증가
  - 고객에게 업데이트된 프로토콜 공지(예: 건강 관리자 연락 방법, 마지막 청소시간 등)
  - 정전식 스프레이(electrostatic spray), 자외선 등 새로운 방법 탐색
  - 비대면 체크인 실시 및 손님에게 위생 키트(장갑, 마스크, 소독제) 제공
  - 개인 서비스 제공을 위해 고객이 도착하기 전에 고객에 대한 정보 자세히 확인
  - 아프거나 격리 손님을 위해 가능한 여분의 방 준비
  - 모든 공용 공간에서 물리적(신체적) 거리 두기
  - 예약, 환불 또는 취소, 감염 등에 대한 정보를 손님에게 직접 신속하게 연락할 수 있는 "guest messaging"과 같은 기술 시스템 도입
  - 운영을 위한 유연성 필요
  - 위생관리사(hygiene manager) 및 고객 보호사와 같은 포지션 창출
  - 음식배달 또는 테이크아웃 서비스, 운전 및 숙박 패키지, 공동 작업 공간 등과 같은 서비스 추가
  - 단기적으로 지역 가치 체인(local value chain)을 강화하는 국내 관광 촉진
  - 보건, 안전 브랜드 및 의료서비스 제공업체와의 제휴
  - 지역 공급자 및 근로자에게 기업의 가치 및 지원을 알리기 위한 마케팅 캠페인 실시
  - 의료 센터(health center) 및 의료서비스 제공기관과의 제휴
  - 해당 지역의 DMO, 생산자, 기타 업체와의 협력

- 여행사(Tour Operators & Travel Agencies)
  - 지역/국내 패키지 및 상품에 대한 국제적인 바우처 보충 가능
  - 보건, 안전 프로토콜 및 디지털 통신 시행
  - 문화, 농촌, 자연에 중점을 둔 지속 가능한 상품 개발(예: 역사·전통 여행, 소그룹 및 개인 스포츠, 생태관광, 조류관찰관광)
  - 새로운 관광 경험 창출을 위한 스토리텔링 소개

- 개별화된 소그룹 여행 및 패키지 구성
- 렌터카 서비스 및 호텔-렌터카 패키지 홍보
- 국내관광, 인근 지역 방문 및 단기 여행 장려
- 상품 촉진을 위한 금융 제휴(무이자 할부 등 패키지 등)
- 여행 패키지 판매를 위한 항공사 제휴(마일리지 확대 등)
- 보험회사와의 협력을 통해 100% 적용 범위 상품 제공

• 미팅&이벤트(Meetings & Events)

- 포장된 음식 제공(커피 브레이크 또는 뷔페 서비스 지양)
- 이벤트에 "티켓"을 판매하는 옵션 검토(B2B 옵션과 같은 추가 기능)
- 사업 재개를 위한 미팅 플래너 가이드 개발
- SNS 팔로워 확보를 위한 이벤트 무료 제공
- 국내시장을 위한 전통적인 중규모 행사 제공

• 명소&테마파크(Attractions & Thematic Parks)

- 고객과 직원을 위한 마스크 및 페이스 커버의 사용
- 접촉 영역은 가능한 한 줄이고, 접촉 빈도가 높은 곳(표면)은 자주 소독
- 물리적 거리두기, 보호 덮개 등 다양한 방식을 통해 직원 보호
- 시설 내 사람의 밀도 관리(방문자의 경로 및 공용 공간 사용에 대한 프로토콜 마련)
- 수용인원의 지속적 모니터링으로 공간에서 고객들 간 물리적 거리를 유지할 수 있도록 지원
- 물리적 거리 조정 가이드 및 보도(side work)에 표시
- 고객에게 프로토콜과 책임사항을 전달
- 사전 예약 및 온라인 결제 장려
- 가상현실 또는 증강현실과 같은 새로운 기술의 구현을 통해 고객 경험을 향상

- 여행목적지 계획 및 관리(Destination Planning & Management)
  - 공중보건 위험 평가에 따라 공공 및 민간 부분 파트너와 협력하여 실행 가능한 프로세스 및 절차 도입
  - 여행지(목적지)에서 안전하고 원활한 비대면 여행을 하기 위한 기술 증진
  - 새로운 프로토콜에 대한 직원 교육을 위해 교육 및 기업 재정 지원
  - 민간 및 여행자에게 정보를 신뢰할 수 있고, 일관되고 쉽게 접근할 수 있도록 제공(보건 당국 연락처 및 국가·지역 보건 프로토콜을 알리기 위해 관광객에게 SMS 전송)
  - 국내시장에 인센티브를 제공하는 프로그램 및 캠페인 제작(인센티브 제도, 바우처, 공휴일 개정, 교통시설 등)
  - 소규모 여행객 또는 개인을 대상으로 한 새로운 상품 홍보(자연·농촌관광, SIT, 스포츠관광, 음식·와인관광 등)
  - 추적 앱 개발 시, 데이터에 대한 개인정보보호 고려
  - 목적지 의료 수용력 및 프로토콜 강화
  - 정부, 민간 부분 및 여행자를 위한 역할과 책임 규정
  - 관광, 보건 및 교통 정책 간의 협력 보장

2. 국내 관광 동향[4)]

방한외래관광객('20년 08월 기준)

- 2020년 8월 기준, 방한 외래 관광객은 68,797명으로 전년 동월 대비 95.7%(1,520,502명) 감소한 것으로 나타남

4) 국내 관광 동향은 한국문화관광연구원의 2020년 8월 기준 관광동향분석 보고서와 관광지식정보시스템 통계자료(https://www.tour.go.kr/main.asp)를 참고하여 작성

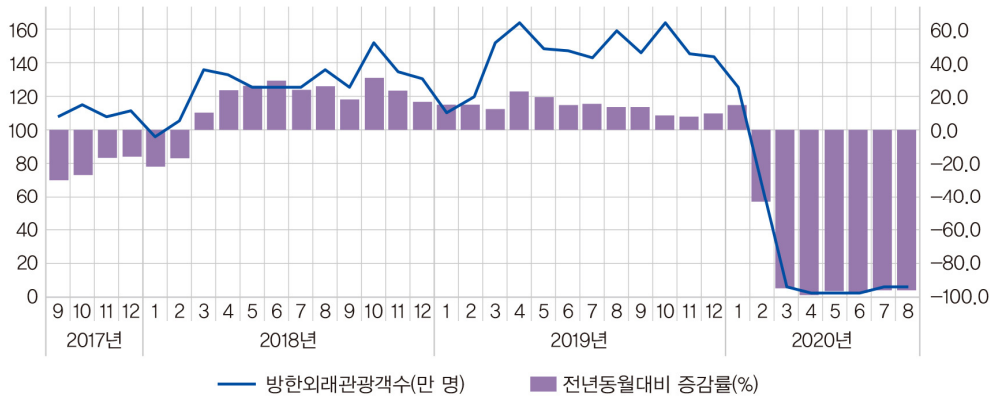
• 최근 5년간 방한외래관광객 동향(8월 기준) •

단위 : 명, %

구분	방한외래관광객	증감률
2015	1,069,314	-26.5
2016	1,664,303	55.6
2017	1,103,506	-33.7
2018	1,391,727	26.1
2019	1,589,299	14.0
2020	68,797	-95.7

주 : 증감률은 전년동월대비 성장률임
자료 : 관광지식정보시스템(https://www.tour.go.kr/)

• 최근 3년간 방한외래관광객 수 추이 •



자료 : 한국문화관광연구원(2020)

- 5년간 국적별 입국 동향을 살펴보면, 2020년 8월 기준 전체 관광객은 80.20% 감소한 것으로 나타남
  - 아시아주가 약 1,773,991명으로 81.1% 감소하였으며, 미주는 214,145명으로 75.9% 감소한 것으로 나타남

• 최근 5년간 국적별 입국 추이 •

단위 : 천 명, %

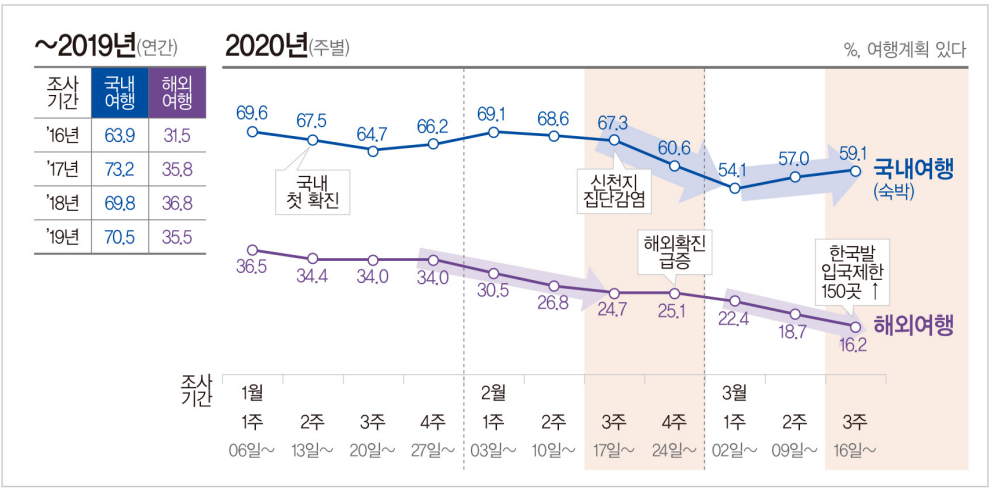
국적별	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
아시아주	10,799 (-7.8)	14,464 (33.9)	10,557 (-27.0)	12,364 (17.1)	14,338 (16.0)	1,774 (-81.1)
중동	168 (8.5)	194 (15.0)	218 (12.4)	238 (9.3)	253 (6.3)	38 (-77.1)
미주	974 (0.0)	1,116 (14.6)	1,117 (0.1)	1,243 (11.3)	1,346 (8.3)	214 (-75.9)
구주	806 (-5.0)	943 (16.9)	936 (-0.7)	1,004 (7.2)	1,095 (9.1)	179 (-75.0)
대양주	168 (-5.5)	191 (13.4)	190 (2.0)	193 (12.7)	218 (12.7)	29 (-78.4)
아프리카주	45 (1.1)	57 (28.8)	49 (-14.0)	54 (8.9)	60 (12.2)	11 (-71.8)
기타	271 (-7.7)	277 (2.4)	270 (-2.8)	252 (-6.6)	193 (-23.3)	22 (-83.7)
전체	13,232 (-6.8)	17,242 (30.3)	13,336 (-22.7)	15,347 (15.1)	17,503 (14.0)	2,268 (-80.2)

주 : ( )는 전년대비 증감률
자료 : 관광지식정보시스템(https://www.tour.go.kr/)

국민 해외관광객('20년 월 기준)

- 지난 3년간 3개월 내 1박 이상의 '해외여행 계획이 있다'고 응답한 비율은 30% 중반대를 유지해옴
  - 하지만 코로나-19 발생 이후인 3월에는 16.2%로 떨어져 조사 이후 최저치를 기록함
  - 코로나 창궐, 한국발 입국 제한, 코로나로 지친 심신의 힐링 등으로 해외에서 국내로 여행지역을 U턴하는 현상으로 국내 여행 비율은 점차 증가하고 있음

• 3개월 내 해외여행 계획 여부 •



Q. 귀하께서는 향후 3개월 내 1박 이상의 일정으로 여행하실 계획이 있으십니까?
주 1) 연도별 사례수는 다음과 같음: ▲'16년 15,600, ▲'17년 26,000, ▲'18년 26,500, ▲'19년 26,000
주 2) 월요일~일요일을 1주로 하며, 당월의 몇 번째 월요일인지에 따라 주차가 정해짐
주 3) 매주 500명씩 조사, 자료의 안전성을 위해 주별 결과는 그 전주와 단순이동평균을 구했음
자료 : 컨슈머인사이트(https://www.consumerinsight.co.kr/) 여기서는 관광지식정보시스템; 한국문화관광연구원(2020)에서 재인용

- 2020년 8월 기준, 국민 해외관광객은 전년동월대비 -96.3%(2,427,634명)로 크게 감소한 것으로 나타남

• 5년간 국민 해외관광객 수 •

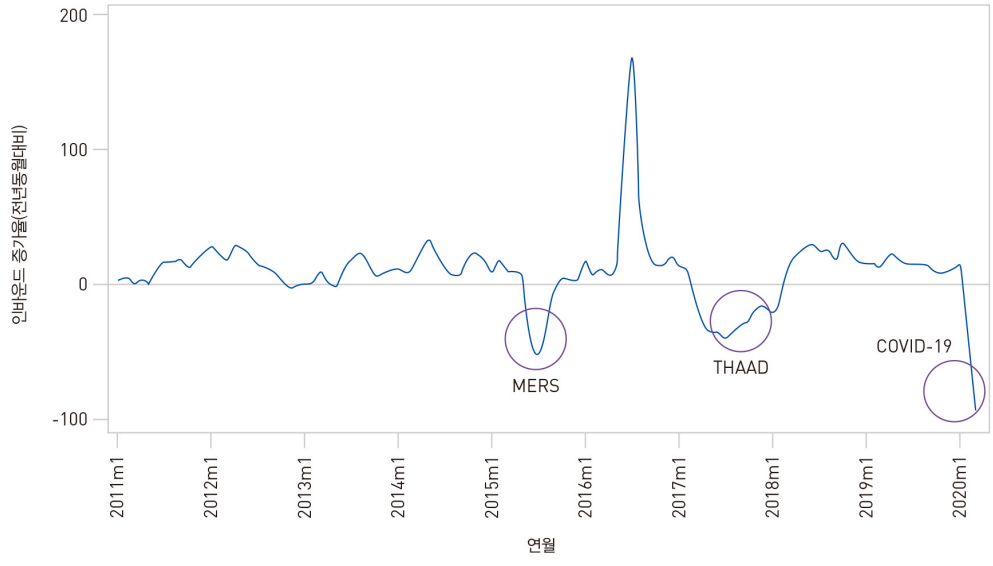
구분	2015	2016	2017	2018	2019	2020. 8
인원 (명)	19,310,430	22,383,190	26,496,447	28,695,983	28,714,247	88,888
성장률 (%)	20.1	15.9	18.4	8.3	0.1	-96.3

주 : 증감률은 전년대비
자료 : 관광지식정보시스템(https://www.tour.go.kr/)

코로나-19 이후 국민 국내여행 현황

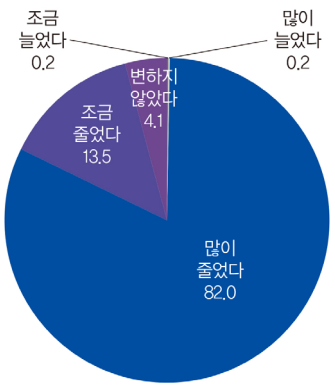
- 2020년 5월 기준, 코로나-19 이후 국내 여행을 다녀온 비율은 22.5%로 나타남
- 코로나 감염 확산이 시작된 2020년 2월부터 4월까지의 월 평균 여행 횟수는 '0.9회'로, 국내여행을 다녀온 경험이 없다고 응답한 사람이 77.5%로 나타남(한국문화관광연구원, 2020)
- 2015년 메르스, 2018년 사드, 코로나-19 등과 같은 발생은 외래객 감소로 인한 관광산업에 큰 타격을 입힘
  - 특히, 2015년 메르스 사태 때에는 2개월간 국내 산업은 40%로 급감
  - 신종코로나의 확산세가 6개월 이상 지속될 경우, 최대 40% 정도 국내 여행객이 감소할 것으로 전망하고 있음

• 전년 동월대비 인바운드 증가 추이(2011.1~2020.3) •



• 코로나-19 이후 국내여행 경험 변화 •

단위 : %



자료 : 한국문화관광연구원(2020.5)

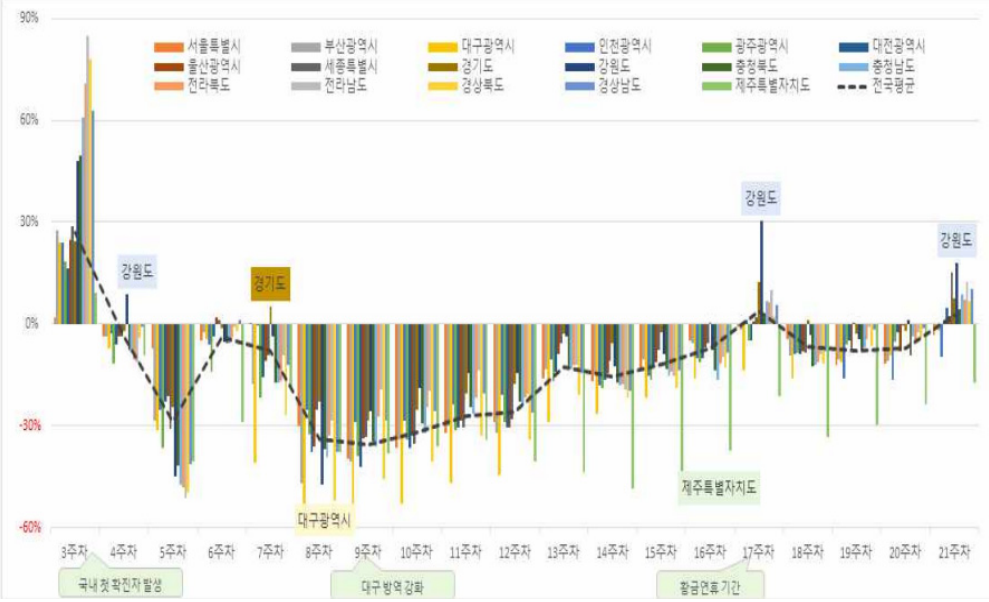
- 2020년 9월 관광/여행지수는 전월대비 4.6% 하락하였으며, 전년동월대비 2.1% 하락함
  - 관광/여행 분야의 전년동월대비 물가상승률을 살펴보면, 9월 기준 전체 소비자물가 상승률 1.0%로 하락
  - 휴양시설이용료(14.0%)가 크게 상승한 반면, 국내 항공료(-8.4%), 호텔 숙박료(-7.1%) 등 5개 품목은 하락
  - 관광/여행지수 전년동월대비 2.1% 하락

• 주요 관광/여행지수 동향 •

분야	2019년 9월			2020년 9월		
	지수	전월비	전년동월비	지수	전월비	전년동월비
관광/여행	**103.44**	**-4.6**	**-2.0**	**101.32**	**-4.6**	**-2.1**
국내항공료	112.54	-9.5	3.2	103.12	-13.9	-8.4
여객선료	102.4	-2.1	0.0	107.51	-1.8	5.0
국내단체여행비	100.73	-6.2	-1.8	102.37	-6.7	1.6
해외단체여행비	102.58	-3.6	-4.2	97.09	-3.6	-5.4
휴양시설이용료	110.13	0.0	6.9	125.60	0.0	14.0
호텍숙박료	104.29	-9.3	-2.8	96.89	-10.8	-7.1
콘도이용료	114.54	-25.7	-2.5	108.30	-26.9	-5.4

주 : 전년동월비 1.0% 이상 상승한 모든 항목 및 3.0% 이상 하락한 항목을 표기
자료 : 한국문화관광연구원(2020)

• 코로나-19 기간 지자체별 방문자 수 추이(전년대비 증감률) •



자료 : 한국관광공사(2020)

3. COVID-19에 따른 여행형태의 변화

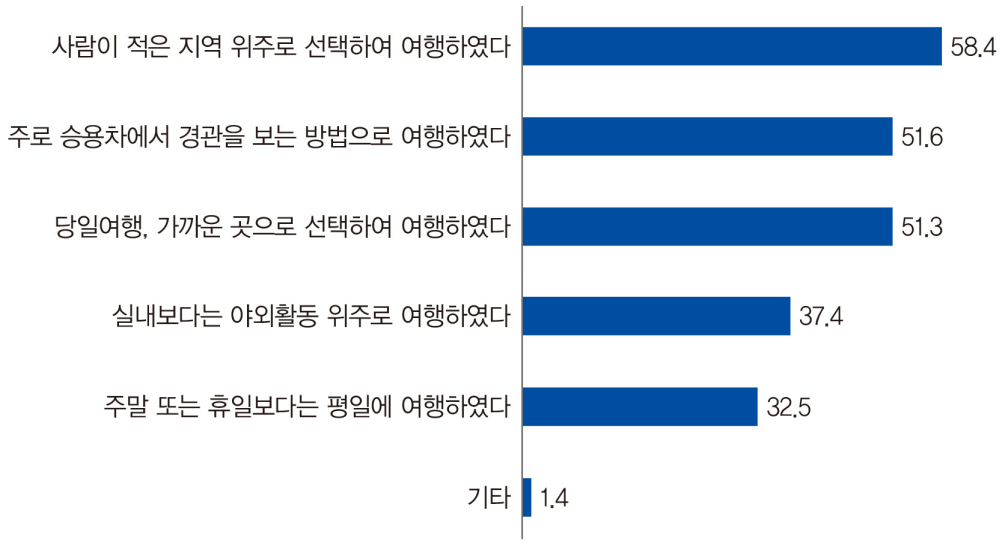
안전지향의 개별 국내여행의 증가

- 코로나-19 확산 이후 국내여행을 경험한 사람을 대상으로 실시한 조사결과에 따르면(한국문화관광연구원, 2020), 코로나-19 확산 이후 국내여행을 변경했다는 응답(95.8%)이 대부분을 차지함

- 국내여행계획을 변경한 사람들은 주로 사람이 적은 지역 위주로 선택하여 여행(58.4%) 했다는 응답이 가장 높고, 승용차에서 경관을 보는 방법으로 여행(51.6%), 당일여행, 가까운 곳으로 선택하여 여행(51.3%) 등의 순으로 높게 나타남(한국문화관광연구원, 2020)
  - 이는 감염병 확산에 따른 위기에 대응한 개별관광객의 변화된 여행패턴이기도 함

• 국내여행 방식 변경 •

단위 : %, 복수응답



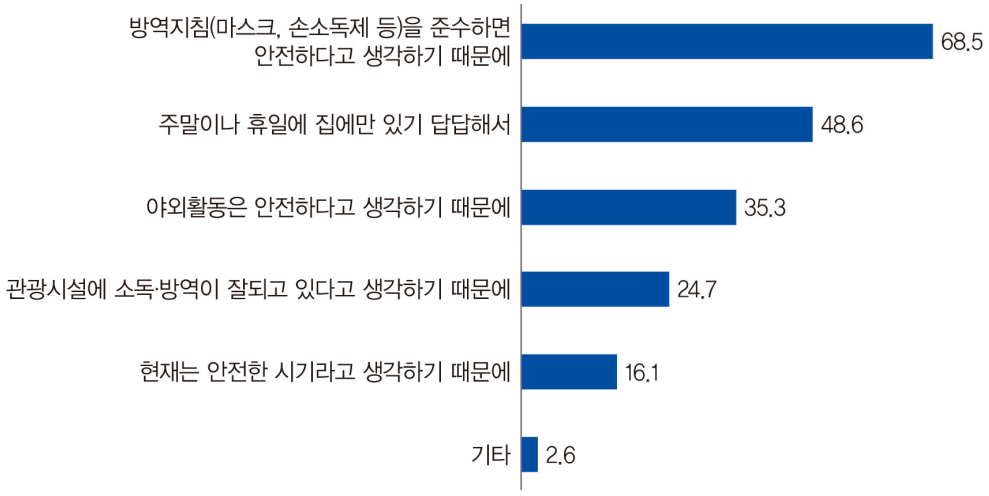
자료 : 한국문화관광연구원(2020.5)

- 코로나-19가 지속 시에도 국내여행 의향이 있다는 비율은 45.8%로 나타났으며, 감염병의 지속에도 여행을 하는 이유는 마스크 착용 등 방역지침을 준수하면 안전하다고 생각하기 때문에(68.5%)가 가장 높게 나타났으며, 주말이나 휴일에 집에만 있기 답답해서(48.6%), 야외활동은 안전하다고 생각하기 때문에(35.3%) 순으로 나타남 (한국문화관광연구원, 2020)
  - 조사시기가 2020년 5월인 점을 감안하면, 2020년 12월 현재까지 지속되고 있는 코로나-19로 인한 피로감과 답답함으로 여행에 대한 욕구는 더욱 증대되고, 안전한 야외활동 등의 여행 패턴이 증대될 것으로 전망됨

- 한양대관광연구소와 한국관광학회가 2020년 5월 전문가들을 대상으로 조사한 포스트 코로나 관광 동향 파악에서도 유사한 결과가 나와, 코로나로 인해 단기적으로 국내 관광이 활성화될 것이라고 예측하고 있음

• 코로나-19 지속에도 국내여행을 지속하는 이유 •

단위 : %, 복수응답



자료 : 한국문화관광연구원(2020.5)

자연경관 감상 등 저밀도 국내여행의 증가

- 코로나-19 확산이 종식된 이후 국내여행 의향 비율은 92.8%로 높게 나타났으며, 코로나-19 확산 종식 이후 국내여행 방식은 마스크 착용 등 방역지침을 준수하면서 여행(67.0%)이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 당일여행, 가까운 곳으로의 여행(52.2%), 사람이 적은 지역 방문(50.2%) 등으로 나타남
  - 포스트 코로나 시기에도 안전한 여행에 대한 인식은 지속될 것이며, 장거리 체류 여행보다는 단거리 여행, 밀집도가 낮은 곳으로의 여행을 선호하는 경향이 지속될 전망임

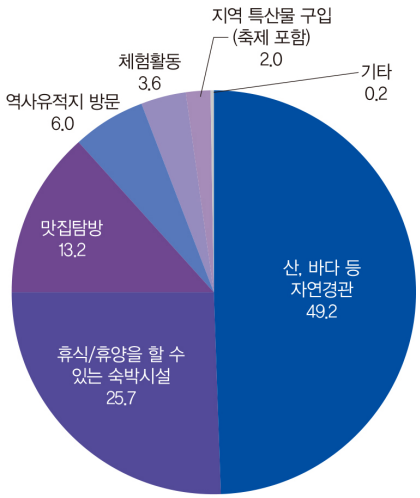
- 코로나-19 확산 종식 후 희망하는 국내여행으로는 산, 바다 등 자연경관 감상 목적의 국내여행(49.2%)의 비율이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 휴식 휴양을 할 수 있는 숙박시설(25.7%), 맛집탐방(13.2%) 등의 순으로 나타남

- 전문가 조사결과에서도 인파가 몰리는 도심 인공자원 및 실내중심의 폐쇄된 관광지보다 풍광을 즐길 수 있는 자연 중심형의 개방된 관광지, 자연 중심의 건강과 힐링을 보장할 수 있는 관광지 선호 예측(한양대관광연구소·한국관광학회, 2020.5)

- 코로나 사태가 완화된 후에도 관광지의 높은 청결성과 낮은 혼잡도, 청정한 자연환경이 지속적으로 주목받을 것임

• 코로나-19 확산 종식 후 희망하는 국내여행 유형 •

단위 : %



자료 : 한국문화관광연구원(2020.5)

- 향후, 관광객들의 수용력이 적정하고, 유명세는 낮아도, 방문객 취향에 맞는 새로운 국내 관광지가 선호될 것이므로, 이에 대한 대책 마련이 필요함

비대면 서비스에 대한 수요 증가

- 관광객들의 안전 지향성, 저밀도 개별 관광 수요 증가는 자연스럽게 비대면 서비스에 대한 수요 증가로 귀결됨
  - 관광객 밀집도(혼잡도)를 실시간으로 체크할 수 있는 기술이 관광지 전반에 걸쳐 확산될 것이며, 스마트 관광유통 시장의 확대, 자동차 투어 등 대면 접촉이 축소된 관광여건이 마련될 필요가 있음(한양대관광연구소·한국관광학회, 2020.5)

- 개별화된 여행자들은 코로나-19 이후 관광지 정보에 대해 민감하게 반응할 것이므로, 정보변화에 따라 관광 의사결정의 취소율이 높아질 수 있음

- 안전과 위생에 대한 인식이 매우 높아질 것이기 때문에 여행지를 선택하고 숙소를 정하는데 있어서도 안전과 위생이 중요한 요인으로 작용하여, 방역 및 의료시스템이 미비한 곳은 관광지로 선택되기 어려움
- 이에 따라, 안전과 청결이 보증된 유명 브랜드의 리조트나 호텔 중심으로 타인과 접촉이 적은 관광 숙박지가 활성화될 가능성을 예측하고 있음

언택트 시대의 변화된 여행 트렌드 S.A.F.E.T.Y

- 한국관광공사는 빅데이터를 활용하여 국민들의 관광행동 변화를 분석한 결과, 코로나-19로 인해 변화된 여행 트렌드를 S.A.F.E.T.Y 키워드로 정리하고 있음(한국관광공사, 2020.6)
  - SKT의 T맵 교통데이터와 KT의 빅데이터를 활용하여 코로나-19 국내 발생시점인 2020년 1월부터 5월까지 21주간의 국내 관광객의 관광이동패턴 및 행동변화를 종합적으로 분석한 결과임

- 분석결과, '안전'한 관광활동이 최우선적으로 고려되면서, 전국적으로 '집 근처의 자연친화적 공간에서 가족과 함께 안전한 야외 활동'을 선호하는 경향이 뚜렷해짐(한국관광공사, 2020.6)
  - 생활권역 내에서 일상과 연계된 관광을 즐기는 이른바 생활관광 중심으로 관광활동이 재편되고 있는 것으로 나타남

- 이 같은 결과를 6개의 키워드로 정리한 것이 S.A.F.E.T.Y임
  - S.A.F.E.T.Y.는 근거리(Short distance), 야외활동(Activity), 가족단위(Family), 자연친화(Eco-area), 인기 관광지(Tourist site), 관광 수요회복 조짐(Yet..)의 첫 자를 딴 것임

- 주목할 만한 분석내용을 보다 상세히 살펴보면, 코로나-19로 인해 여행동반자 형태에 큰 변화를 불러일으켜 '가족'과 함께 하는 일상관광이 확대되는 경향을 보임
  - 2018년 국민여행 조사결과에 따르면 국내여행 시 여행 동반자가 가족인 수치는 49.4%였는데, 최근 한국관광공사에서 조사한 코로나-19 국내여행 영향 조사에서는 여행동반자로 가족이라고 응답한 비율이 99.6%로 매우 높은 수치를 보이고 있음

- 기존 인기 관광지의 강세 속에서 두드러진 관광활동은 아웃도어 레저 및 캠핑 수요의 증가임
  - 수도권 및 대도시 근거리 캠핑장을 중심으로 캠핑객이 급증하였으며, 전년 대비 캠핑장 증가율은 평균 73%를 보이며, 대전광역시의 경우 76% 증가한 것으로 나타남

• 코로나-19 시대의 여행 트렌드 •



느린 관광과 스마트 관광의 주도

- CGTN 조사에 따르면, 전세계 및 중국의 관광시장도 변화하여, 포스트 코로나 시대에는 느린 관광(slow tourism)과 스마트 관광(smart tourism)이 새로운 물결을 주도하면서 웰니스 관광이 탄력이 붙을 것으로 전망(최경은, 2020)
  - 느린 관광은 관광객들이 여행의 양보다는 질을 우선시하는 것으로 대중관광에 익숙한 기성세대와 달리 중국의 젊은 세대들은 느린 관광에 대한 관심이 더 많음
  - 스마트 관광은 사회적 거리두기에 기여할 수 있는 기술 접목으로 방문 데이터로 혼잡도 관리 시스템을 도입하는 등의 사례가 있음

- 코로나-19의 영향으로 중국인 여행자들의 소비 패턴 또한 한동안 개별 자유여행, 럭셔리 여행, 건강 및 웰니스 관광이 지속될 전망(CGTN, 2020.4, 여기서는 최경은(2020) 재인용)
  - 해외방문 시 독립적인 럭셔리 여행을 즐기고 수준 높은 의료시설을 보유한 장소를 선호할 것이므로 외국인 관광객에 대해서도 비상사태에 대처 가능하다는 신뢰를 제공하는 것이 필수적 여행 조건이 됨

III

대전광역시 관광실태 분석

1. 대전의 관광자원 현황

1) 자연생태관광 현황[5)]

자연공원

- 자연공원은 자연생태계나 자연·문화경관을 대표할만한 지역으로 지정받은 공원으로 자연경관, 문화유적 등의 보호·보전 및 국민의 휴양 및 여가 생활 향상을 위해 지정한 구역

- 테미공원은 수도산에 조성된 공원(해발 108m)으로 1995년 자연경관을 살려 도심 속에 조성한 휴식공간임
  - 테미공원은 '망월성의 명당자리'라 하여 붙여진 이름으로 "테 모양으로 둥글게 축조한 산성"을 의미함
  - 다양한 수종으로 울창한 숲을 이루고 있으며, 진입로 3개 노선(280m)과 순환도로 및 산책로(450m), 편익시설, 쉼터와 체력단련시설, 관리사무소 등이 있으며, 테미공원은 벚나무가 많아 벚꽃이 피는 4월에는 벚꽃축제가 열림

- 유림공원은 유성구 봉명동 일원에 계룡건설(지역 업체) 2007년 10월부터 공원을 조성·운영하다 시에 기증한 공원(5만 7천㎡)임

5) 대전시 자연생태관광 현황은 대전광역시 대전관광 홈페이지 관광명소를 바탕으로 작성함 (https://www.daejeon.go.kr/tou/index.do)

- 유림공원은 4계절 모습을 모두 표현할 수 있도록 계절에 따른 수목 6만 4천 82그루와 13만 5천 450그루의 초본이 있음
- 유림공원에는 한반도 모양의 인공호수인 반도지를 조성하였으며 여기에는 수변테크, 물레방아, 유림정 등을 설치하였으며, 자전거나 맨발걷기 등을 위한 산책조깅로도 조성함
- 유림공원에서는 밸리댄스 공연, 사생대회, 색소폰 연주회, 주말 길거리 공연 등 다양한 문화 공연이 이루어지고 있음

• 뿌리공원은 전국 유일의 "효(孝)" 테마공원으로 성씨별 조형물과 사신도 및 12지지를 형상화한 뿌리 깊은 샘물, 수변 무대 등 다양한 시설을 갖춘 도심 속의 자연공원임[6)]

- 뿌리공원은 자신의 뿌리를 알게 함으로써 경로효친 사상을 함양시키고 이와 함께 한겨레의 자손임을 일깨울 수 있도록 한 세계 최초 성씨 조형물 공원

• 자연공원 현황 •

구분	위치	내용	지정일
테미공원	중구 보문로 199번길 37-36	• 보문산 줄기인 테미공원은 해발 108m의 수도산에 조성된 공원	1955년 11월 음용수 보안시설 지정, 1995년 일반 시민 출입 개방
유림공원	유성구 어은로 27	• 유성구 봉명동 일원(시유지, 5만 7천㎡)에 계룡건설(지역업체)이 2007년 10월부터 공원 조성·기증	2009년 6월 28일
뿌리공원	대전 중구 뿌리공원로 79 뿌리공원	• 뿌리공원은 민-관이 함께 조성한 전국 유일의 "효(孝)" 테마공원	1997년 11월

자료 : 대전시 홈페이지(https://www.daejeon.go.kr/tou/TouTourList.do)

6) 뿌리공원 홈페이지(https://djjunggu.go.kr) 내용 참조

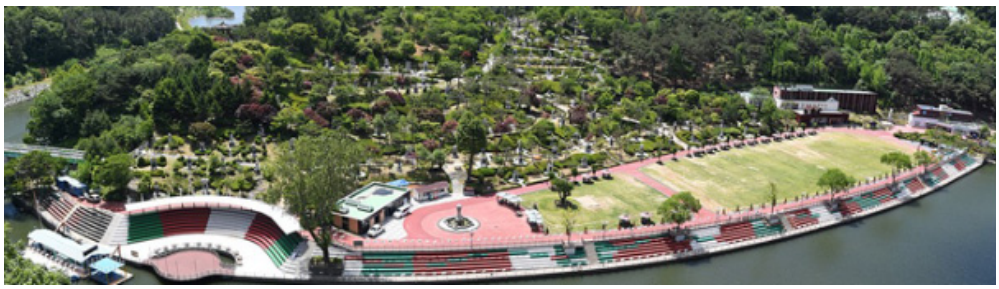
• 자연 공원 경관 •



테미공원



유림공원



뿌리공원

자료 : 대전시 홈페이지(https://www.daejeon.go.kr/tou/TouTourList.do)

자연 명소

- 대전의 대표적인 자연명소에는 보문산, 계족산, 대청호, 유성온천 등이 있음
- 보문산의 녹음은 대전 팔경 중 하나
  - 보문산은 이곳에 보물이 묻혀있다고 하여 보물산으로 불리다가 보문산이 됨
  - 보문산에는 보문산성과 보문사지 석조, 마애여래좌상 등 여러 문화재와 약수터, 자연암석, 산행코스와 함께 보문산 공원, 전망대, 광장, 야외음악당, 유희시설 등 휴식공간이 있음
- 계족산은 대전시의 동구와 대덕구의 경계를 이루는 산으로, 산의 모양이 '닭의 다리'를 닮아 한자 그대로 계족산으로 부름
  - 계족산의 우측 끝에는 가양 공원에서부터 장동 삼림욕장까지 넓은 산책로가 있음

- 계족산 정상에는 능선을 따라 신라 시대에 축조된 테뫼식 산성인 계족산성이 있으며, 해발 200m~300에서는 14.5km 정도의 황톳길이 있음

• 대청호는 1980년 대청댐이 완공되면서 조성된 곳으로 호수 위로 해발 고도 200~300m의 수목과 야산이 있어 드라이브 코스로 알려져 있음

- 전망대에서는 주변 경관이 한 눈에 내려다보이며, 주변에 금강유원지, 문의문화재단지, 장계관광지 등이 있어 연계 관광도 가능함

• 지하 200m에서 끌어올린 유성온천은 41~43도를 유지하는 100% 온천수로, 두 개의 족욕탕과 수로시설을 갖추고 있어 족욕 체험장을 무료로 개방하고 있음

- 유성온천은 우리나라 116개 온천 중 가장 오래된 온천으로 부존량과 사용량 역시 전국 최대 규모임
- 약알카리성 단순천으로 양이온, 철, 아연 등의 미네랄성 금속류들이 골고루 함유되어 있음
- 유성온천거리에는 하얀 꽃잎이 피는 이팝나무가 심어져 있으며, 눈꽃거리를 조성하여 매우 아름다운 경치를 볼 수 있음

• 자연명소 현황 •

구분	위치	내용
보문산	보문산공원로 252-57사정동 일원	• 보문산은 해발 457.6m로 남쪽 시 중심부에 근접. 보문산 녹음은 대전 팔경 중 하나, 여러 문화재와 약수터, 자연암석, 산행코스 등
구봉산	서구 괴곡동 산55번지	• '봉우리가 9개 솟아있다'하여 구봉산으로 불리며 가수원동, 관저동, 괴곡동, 봉곡동, 흑석동에 둘러싸여 있음
식장산	동구 세천공원로 68	• 식장산은 대전의 터줏산으로 충북 옥천군 군북면·군서면과 경계를 이룸
계족산	대전광역시 대덕구 장동산 85	• 산의 모양이 '닭의 다리'를 닮아 한자 그대로 계족산으로 부르며, 해발 200~300m에서는 14.5km 정도의 황톳길이 있음
만인산	동구 하소동산 47	• 만인산은 만 길이나 산이 높고 깊은 산이라는 뜻을 가지고 있으며, 조선 태조 이성계의 태실이 만인산 태봉고개 남쪽에 있음
대전 둘레산길	중구 보문산공원로	• 대전둘레산길 사이에는 대전천, 유등천, 그리고 갑천이 차례로 만나 금강으로 흐름, 대전둘레산길잇기(133km, 약 300리에 달함) 코스를 총 12개 구간으로 나누어 쉽고 편한 산행 가능

구분	위치	내용
수통골 유원지	유성구 계산동 667-1	• 유성에서 4km 정도 떨어진 곳에 있는 수통골 유원지는 계룡산 자락의 금수봉과 도덕봉 숲 사이에 자리잡은 계곡 유원지로 산세가 깊고 아름다움
대청호	대전시 대덕구 대청로	• 대청호는 1980년 대청댐이 조성되어 호수 위로 해발 고도 200~300m의 야산과 수목이 있음
유성온천	대전 유성구 봉명동 574	• 지하 200m에서 끌어올린 100% 온천수(41~43도)로 족욕체험 무료 개방, 눈꽃거리 조성

자료: 대전시 홈페이지(https://www.daejeon.go.kr/tou/TouTourList.do)

• 자연명소 경관 •



보문산



계족산성



대청호



유성온천

자료 : 대전시 홈페이지(https://www.daejeon.go.kr/tou/TouTourList.do)

자연휴양림 및 캠핑장

- 장태산자연휴양림은 국내 유일의 메타세쿼이아 숲 형성으로 자연 경관이 수려하여 대전의 대표 관광명소 12선에 선정되어 있음
  - 장태산자연휴양림은 독림가(篤林家)인 임창봉(林昌鳳) 선생이 민간인 최초로 지정받은 자연휴양림으로 조성·운영해오다가 2002년 2월 대전광역시에서 인수하여 리모델링 후 2006년 4월 25일부터 재개장함

- 만인산 자연휴양림은 만인산을 비롯하여 큰배골, 작은배골, 봉수레골 등으로 이루어져 있으며, 울창한 활엽수가 산림을 이루고 있는 도시근교 휴양림임
  - 가족휴양지구, 청소년지구, 피크닉지구 등으로 조성되어 있으며 도시민들의 쾌적한 휴식처로 이용되고 있음

- 대전에는 상소오토캠핑장, 대청로하스 가족공원 캠핑장 등 다양한 오토 캠핑장이 있음

- 상소오토캠핑장은 상소동 산림욕장, 대전천 등과 어우러진 자연 친화적인 휴양시설임
  - 1만 6,962㎡ 부지에 캠핑 사이트 50면, 취사장 1곳, 화장실 2곳, 샤워장 1곳 등 다양한 편의시설이 있음

- 로하스가족공원워터캠핑장은 대청댐 보조 여수로댐 인근에 위치하고 있으며, 캠핑과 물체험을 동시에 즐길 수 있는 신개념 워터 캠핑장임
  - 오토캠핑장 40사이트와 글램핑, 카라반 시설을 갖추고 있으며, 야외공연장, 어린이 놀이터와 미니풀장, 그네벤치, 풋살장 등 다양한 부대시설이 있음
  - 풋살장 인근에 위치한 전망대는 대청호의 아름다운 풍경을 느낄 수 있으며, 일출도 볼 수 있어 명소로 자리매김하고 있음

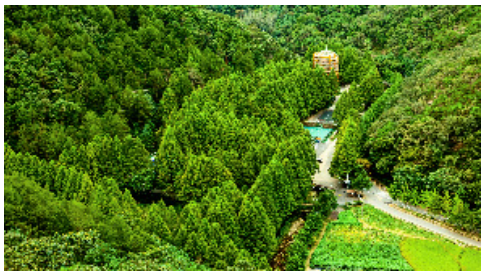
• 자연휴양림 및 캠핑장 현황 •

구분		위치	내용
휴양림	장태산 자연휴양림	서구 장안로 461	• 대전관광명소 12선의 한곳으로 국내 유일의 메타세콰이어 숲이 형성되어 있어 산림욕을 즐기는 휴양림으로 유명
	만인산 자연휴양림	동구 산내로 106	• 만인산은 산세가 수려하여 조선시대에는 태조대왕과 왕자의 태를 모시기도 하였던 곳
산림욕장	장동 산림욕장	대덕구 산디로 79-70	• 계족산성 아래 숲 골짜기에 있으며, 등산순환로, 체육시설, 모험놀이 시설 등이 있어 시민들의 휴식공간으로 이용
	성북동 산림욕장	유성구 성북로 463	• 성북동 새뜸마을 서쪽에 있으며, 방동저수지에서 서북쪽으로 3.9km지점. 국유림 108ha와 사유림 91ha에 조성된 산림욕장
	상소동 산림욕장	동구 상소동 산1-1	• 만인산과 식장산 자락 중간지점에 있으며, 산림욕장 내 산책뿐만 아니라 만인산, 식장산 등 다양한 등산 코스도 즐길 수 있음
캠핑장	장태산 자연휴양림 캠핑장	서구 장안로 461	• 장태산휴양림 내 캠핑장 조성, 테크 6면과 캠핑 14면 등 야영장 20면 조성

구분		위치	내용
캠핑장	뿌리공원 캠핑장	중구 뿌리공원로 79	• 뿌리공원 내 조성된 캠핑장으로 총 29면이 조성되어 있음
	상소오토 캠핑장	동구 산내로 748 상소오토캠핑장	• 현재, 캠핑사이트 50면이 조성되어 있으며, 향후 캠핑장(40면), 카라반 10대 등 추가로 조성 계획 중에 있음
	대청로하스 가족공원 캠핑장	대청로 424번길 200(미호동)	• 대청댐 보조 여수로댐 인근에 위치, 캠핑과 물체험을 즐길 수 있는 신개념 워터 캠핑장
	산디마을 생태공원 캠핑장	대덕구 산디로 190 (장동)	• 산디마을 생태공원 캠핑장은 계족산 황톳길을 보유한 마을로 캠핑사이트 17면 조성

자료 : 대전시 홈페이지(https://www.daejeon.go.kr/tou/TouTourList.do)

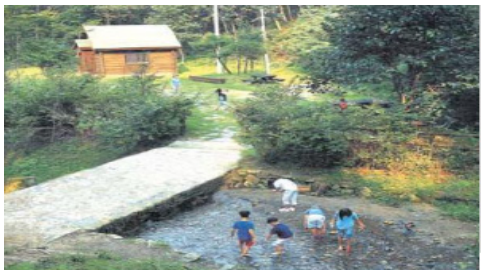
• 자연휴양림 및 캠핑장 경관 •



장태산자연휴양림



만인산자연휴양림



장동산림욕장



성북동산림욕장



상소오토캠핑장



로하스 가족공원 워터 캠핑장

자료 : 대전시 홈페이지(https://www.daejeon.go.kr/tou/TouTourList.do)

2) 문화관광자원 현황[7)]

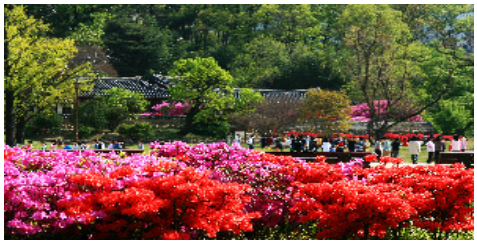
문화유산

- 소대헌·호연재 고택
- 동춘당은 동춘당 송준길 선생이 아버지가 처음 세웠던 건물을 옮겨 지은 곳으로 동춘이란 '살아 움직이는 봄과 같아라'라는 뜻이 있음
  - 이곳에서 독서와 교육을 통해 인재를 양성하고 회덕향약을 만듦
- 우암 송시열 선생의 정신과 뜻을 기리기 위해 지어진 우암사적공원(역사문화 공원)은 우암사적공원은 송시열 선생이 노년에 제자를 가르쳤던 '남간정사'를 중심으로 조성
- 고산사 대웅전은 조선시대의 사찰건축물임
  - 경내에는 대웅전을 중심으로 극락보전, 양성각 등이 있음

• 대표 문화유산 •



소대헌·호연재 고택



동춘당



우암사적공원



고산사 대웅전

자료 : 대전시 홈페이지(https://www.daejeon.go.kr/tou/TouTourList.do)

7) 대전시 문화관광자원 현황은 대전관광 홈페이지 관광명소 내용을 바탕으로 작성함
(https://www.daejeon.go.kr/tou/index.do)

• 대전광역시 대표 문화재 •

구분	문화재명	소개	소재지	지정일
국가지정 문화재	소대헌·호연재 고택	국가민속문화재 제290호	대덕구 동춘당로 70	2016.08.26
	회덕 동춘당	대한민국 보물 제209호	대덕구 동춘당로 80(송촌동)	1963.01.21
	계족산성	대한민국 사적 제355호	대덕구 산디로 79-70(장동)	1991.10.25
지방지정 문화재	문충사	문화재자료 제4호	동구 동부로73번길 44	1989.03.18
	진잠향교	문화재자료 제6호	유성구 진잠동 교촌로 67	1989.03.18
	창계숭절사	문화재자료 제2호	중구 대둔산로137번길 67	1989.03.18
	봉소루	문화재자료 제35호	중구 봉소루로 29	1992.10.28
	회덕향교 대성전	문화재자료 제5호	대덕구 대전로1397번안길 126(읍내동)	1989.03.18
	수운교천단	유형문화재 제28호	유성구 자운로245번길 80	1989.03.18. 문화재자료 제12호 1999.5.2. 유형문화재 제28호 재지정
	회덕쌍청당	유형문화재 제2호	대덕구 쌍청당로 17 쌍청당	1989.03.18
	송애당	유형문화재 제8호	대덕구 계족산로17번길 60	1989.03.18
	고산사 대웅전	유형문화제 제10호	동구 대전로316번길 205 고산사	1989.03.18
	단재 신채호 선생 생가지	기념물 제26호	중구 단재로229번길 47	1991.07.10
	둔산선사유적지	기념물 제28호	서구 대덕대로317번길 9	1992.10.28
역사 유적지	도산서원	유네스코 세계문화유산	서구 남선로 8	2019.07.10
	숭현서원	대전지역 내 최초 창립 서원	유성구 엑스포로251번길 36	1585년(선조 18)
	우암사적공원	문화유산 공원	동구 충정로 53	1998.04.17

자료 : 대전시 홈페이지(https://www.daejeon.go.kr/tou/TouTourList.do)

문화시설

- 대전시 대표 문화시설에는 박물관, 문학관, 문예회관 및 역사문화시설, 문화공간, 테마마을 등이 있음

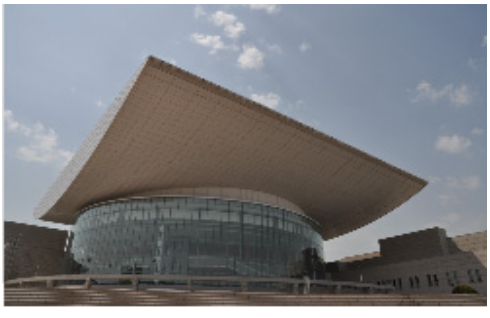
- 박물관은 대전시립박물관, 화폐박물관, 지질박물관, 대전선사박물관 등이 있음
  - 대전시립박물관에는 국가지정 보물 3점을 포함하여 약 48,000여 점의 문화재가 있으며, 지질박물관에는 총 3,745점의 지질 표본을 점유하고 있음

- 문학관에는 대전문학관, 대전중구문화원 등이 있음
  - 대전 문학관은 대전 지역의 역사적 사료 및 고유 문화를 보존·전승하는데 기여함
- 문예회관 및 역사문화시설에는 대전 예술의 전당, 무형문화재 전수관 등이 있음
- 문화공간에는 골프테마파크, 아쿠아리움, 테미예술창작센터, 대전엑스포기념관, 오월드, 으능정이 문화의거리, 엑스포 다리 등이 있음
  - 대전은 다양한 문화 공간을 통해 시민들에게 관람·체험 등 문화 경험을 제공하고 있음
- 테마마을에는 말쌈마을, 찬샘마을, 무수천하마을 등이 있음
  - 테마마을 조성을 통해 농촌체험/프로그램 등을 통해 체험의 장을 제공해 방문객들이 증가하여 마을 활성화에 기여

• 대표 문화시설 •



화폐박물관



대전 예술의 전당



엑스포다리



밀쌈마을

자료 : 대전시 홈페이지(https://www.daejeon.go.kr/tou/TouTourList.do)

• 대전시 대표 문화시설 •

구분		내용
박물관	대전시립박물관	• 조선시대 고문서 전적유물(약 35,000여 점)과 국가귀속 문화재(약 13,000여 점) 총 48,000여 점이 보관되어 있으며, 그 가운데 국가지정 보물 3점 등이 있음
	화폐박물관	• 1988년에 개관한 우리나라 최초의 화폐전문박물관인 화폐박물관은 한국조폐공사가 공익적 목적으로 한 비영리 문화사업으로 국민에게 무료로 개방
	지질박물관	• 국내 최초의 종합적인 지질전문박물관으로 총 3,745점의 지질 표본을 보유(화석 1,231점, 광물 2,232점, 암석 291점)하고 있으며, 영상물 상영, 체험학습 등 운영
	한밭교육박물관	• 우리나라 전통 교육부터 현재 교육까지 한눈에 볼 수 있는 전문 교육박물관
	충남대 박물관	• 1968년에 설립되어 1천여 점의 교사자료와 총 2천여 점의 유물을 수집·보관·전시
	한남대 박물관	• 충청지역의 고고·민속·역사에 관한 자료를 수집·보관·전시. 이를 통해 문화·예술 및 학문의 발전, 일반 대중의 문화교육에 이바지
	대전선사박물관	• 1997년 발굴된 기념물 제38호 노은동 유적지 안에 위치, 구석기시대부터 철기시대까지 총 5개 전시실 운영
문학관	대전문학관	• 지역 문인들의 작품과 역사적 사료를 체계적으로 수집·보존·연구
	대전중구문화원	• 1953년 개관한 대전중구문화원은 대전지역의 고유문화 보존전승(향토), 향토 자료수집, 지역문화의 개발, 홍보·전시, 지역사회 교육 등 운영
	대덕문화원	• 동춘당문화제, 연축동 작은음악회 등 축제, 지역 및 문화원 관련 작가 초대 전시회, 미술/서예/공예/노래 등 다양한 문화강좌 운영
문예회관	대전예술의 전당	• 공연을 위한 다목적 공연장으로 대형공연을 위한 아트홀, 연극·덕주회 등을 여는 앙상블홀, 컨센션홀 등이 있음
	대전전통나래관	• 대전광역시 지정 무형문화재 기능종목의 전승과 육성을 위해 개관, 무형문화재 작품을 연중 무료로 관람 가능
	무형문화재 전수회관	• 대전광역시 지정 대전무형문화재 전승 및 육성을 위해 개관한 무형문화재 전수회관, 전수교육, 공연, 전시행사 등 운영, 200석 규모의 공연장, 상설전시실, 연습실 등 있음
	대전시립연정국악원	• 한국 음악의 보존 및 연구, 인재 육성에 힘을 쓰며, 한국문화예술 창달에 중추적인 역할
문화공간	특허청 발명인의 전당	• 발명인 전당은 선조들의 발명 역사를 소개하고 발명에 대한 관심화 희망을 제시하여 발명과 창조의 세계로 나아갈 수 있도록 안내
	골프테마파크	• 골프존 조이마루, 취미생활, 문화, 쇼핑, 외식 등을 함께 할 수 있는 국내 최초 골프복합테마파크
	대전 아쿠아리움	• 전쟁 대비 지하방공호였던 대전 도심의 천연 동굴을 수족관으로 변화시킨 국내 최초이자 최대인 담수어 아쿠아리움
	시청자미디어센터	• 비디어를 통한 참여적 커뮤네키에션을 만들어가는 열린 공공복합문화공간으로 미디어교육, 방송제작활동 등 지원
	대전테미예술창작센터	• 테미도서관을 리모델링하여 조성한 예술창작센터로 국내외 예술가들이 일정기간 거주하면서 창작활동을 하는 창작 공간 및 전시 공간

구분		내용
	대청댐물문화관	• 기존의 대청댐 물홍보관을 증축한 물문화회관으로 한국수자원공사가 만든 복합문화공간
	혜천타워 카리용	• 기네스북에 등재된 세계 최대 규모의 대전과학기술대학교 카리용(carillon)은 78개의 종이 78m 높이
	옛 충남도청사	• 대전의 각종 자료 전시, 대전근현대사 전시관 등 충남도청의 80년 발자취를 찾아볼 수 있음(등록문화재 18호)
	대전엑스포기념관/ 세계엑스포기념박물관	• 총 5,198㎡에 지상 2층 규모로 조성, 1993년 엑스포 개최지역으로 상징적 공간, 세계엑스포기념품 박물관 운영
	오월드	• 오월드는 682,830㎡의 자연 속에 조성되어 있으며, 중부 이남의 최대 규모. 주랜드+조이랜드+플라워랜드를 복합적으로 구성한 테마공원
	한밭종합운동장	• 축구장을 비롯해 체육관, 수영장, 정구장, 양궁장, 육상보조경기장, 게이트볼장, 사정인라인스케이트장, 궁도장, 싸이클경기장, 승마장 등의 시설
	대전월드컵경기장	• 우리나라 최초의 개폐식 지붕구조를 갖춘 대전월드컵 경기장은 편안한 경기관람이 가능한 축구전용 경기장이며, 펜싱장, 수영장, 어린이 체육관, 홍보관 등이 있음
	천연기념물 센터	• 천연기념물에 관한 체계적인 연구·조사·교육·전시 등을 종합적으로 수행하기 위하여 건립, 동물박제 등 전시물, 사진, 영상 등이 있음
	솔로몬파크	• 어린이, 청소년, 국민 등 법을 쉽고 재미있게 배우고 이를 체험할 수 있는 곳으로 법무부가 조성·운영하는 법과 정의의 배움터
	대전문화예술단지	• 대전예술의 전당, 이응노미술관, 시립미술관으로 이어지는 문화벨트 지역
	으능정이문화의거리 (스카이로드)	• 으능정이문화의거리는 공연장·소극장·화랑·전시 및 공연시설, 화실·화랑·표구사·도예점·골동품점 등 문화예술과 관련된 150여 업소가 있으며, 으능정이 페스티벌. 문화예술거리축제, 청소년 마임페스티벌 등 다양한 축제가 열림
	엑스포다리 (야경)	• 1993년 대전 엑스포 행사장 앞 갑천에 설치된 엑스포 보행용 다리. 야간에 엑스포다리 점등은 매우 아름다워 사진작가 및 시민들로부터 야경명소로 사랑을 받고 있음
테마 마을	밀쌈마을	• 2009년 농림수산식품부로부터 우리밀 생산사업 특화마을로 지정받았으며, 2010년 행안부의 살기좋은 녹색마을 만들기 사업으로 우리밀 생산단지 조성. 다양한 수확체험 프로그램 등 체험거리와 즐길거리가 많은 체험마을
	선창마을	• 선창마을은 선녀들이 사용하던 창고가 있던 마을이란 이름의 뜻을 갖고 있으며 4계절 내내 각종 농작물 체험 및 음식만들기 체험 가능
	찬샘마을	• 찬샘마을은 농사, 식문화 체험. 생태공예 등 테마를 구성하여 학교에서 접해보지 못했던 것을 학년별 교과학습 눈높이에 맞춰 프로그램 진행하는 교육농장
	무수천하마을	• 농사체험, 생태체험, 전통체험과, 공예체험 등의 여러 체험학습이 가능한 테마마을

자료 : 대전시 홈페이지(https://www.daejeon.go.kr/tou/TouTourList.do)

첨단과학

- 대전시는 첨단과학의 도시로 국립중앙과학관을 비롯하여 한국과학기술원, 한국항공우주연구원, 한국 원자력 연구원 등 많은 첨단 과학 시설들이 있음
  - 국가가 필요로 하는 고급 과학 기술 인력 양성 및 기술 정책을 선도하고 있음
  - 엑스포과학공원, 대전시민천문대, 발명교육센터 등은 일반 시민들의 실습교육과 체험교육이 가능함

• 첨단 과학 시설 •

구분	내용
한국한의학연구원 (KIOM)	• 한의학, 한방의료 및 한약의 육성, 발전에 관한 사항을 전문적, 체계적으로 연구
국가핵융합연구소 (NFRI)	• 국가핵융합에너지 개발의 세계선도 연구기관. 핵융합에너지 상용화 기술개발 및 한국형 핵융합로 건설, 우수한 핵융합 인력 양성
한국화학연구원 (KRICT)	• 친환경 화학공정 기술개발, 고부가가치 녹색 화학소재 개발 등 국가 화학산업 선도
국립중앙과학관	• 각종 과학기술 자료 전시. 상설/특별전시관, 천체관, 사이언스홀, 자연학습원 등 있음
엑스포과학공원	• 아이들의 놀이터이자 상상력을 키워주는 과학공원으로 시뮬레이션 영상관, 전기에너지관 등 볼거리가 많음
한국과학기술원 (KAIST)	• 고급 과학기술 인력을 양성 및 연구중심의 대학의 모델 제공을 위해 설립된 기관 (1971년 설립)
대전시민천문대	• 대전시민천문대는 국내 최초의 시민천문대로 일반 관람객을 대상으로 공개 관측을 실시함. 주간에는 태양 관측이 가능하며 야간에는 행성과 달, 은하, 성운 등 천체 관측 가능
한국항공우주연구원 (KARI)	• 한국항공우주연구원은 1989년 10월 10일 설립된 국가 전문연구기관으로 우리나라 항공우주산업 발전에 기여함
한국전자통신연구원 (ETRI)	• 1976년 설립된 한국전자통신연구원은 국내 최대 종합정보통신국책 연구기관. 한국전자통신연구원은 정보통신 분야에 있어 새로운 지식·기술 개발 및 전문인력 양성에 힘씀
한국에너지기술연구원 (KIER)	• 에너지의 안정적 확보를 통해 21세기 국가 경쟁력을 도모하고 효율적인 에너지 활용기술의 개발 및 자연에너지, 새로운 에너지원 등 개발
한국생명공학연구원 (KRIBB)	• 생명현상의 기초 연구, 바이오신 소재, 신에너지개발, 보건의료, 식량증산, 환경정화 등의 생명공학 연구를 하는 국내 유일의 바이오 전문 연구기관
특허청 발명교육센터 (창의발명체험관)	• 발명교육센터는 단순히 관람으로 그치지 않고 전 국민이 발명에 친근감을 키우며, 발명을 생활에 접목시킬 수 있도록 놀이와 체험이 가능한 교육기관

구분	내용
한국원자력연구원 (KAERI)	• 국내유일의 국가원자력 종합전문기관으로서 1959년 설립되어 원자력발전 관련 연구개발과 핵융합, 신소재, 로봇연구 등 정책연구 및 인력양성
한국천문연구원 (KASI)	• 국내 천문학 분야와 및 우주과학 분야에서 중추적인 역할을 담당(1974년 설립)하고 있으며, 표준시 관리, 국제 측지기준점 운영, 이론연구 등 관측영역 연구
한국기계연구원 (KIMM)	• 1976년 설립된 한국기계연구원은 기계·재료 및 이와 관련있는 분야의 과학기술조사, 시험평가, 연구개발, 기술이전 및 지원 등의 업무를 수행
한국표준과학연구원 (KRISS)	• 1975년 설립된 국가 표준 정점기관으로 측정 표준 기술(모든 과학기술 및 산업 활동의 원천)을 연구·개발 하였으며, 이는 국가경제 발전 및 과학기술 발전에 기여

자료 : 대전시 홈페이지(https://www.daejeon.go.kr/tou/TouTourList.do)

• 대표 문화시설 •



대전시민천문대



특허청 발명교육센터



한국과학기술원



한국항공우주연구원

자료 : 대전시 홈페이지(https://www.daejeon.go.kr/tou/TouTourList.do)

대표 축제

- 대전광역시의 대표 축제에는 대전 사이언스 페스티벌, 대청호 대덕 뮤직 페스티벌, 유성온천문화축제, 계족산 맨발축제 등 다양함

- 대전 사이언스 페스티벌은 참여형 축제(쌍방향 소통형)로, 기술에 대한 열정이 있는 사람들이면 누구나 직업과 나이에 상관없이 참여하여 만들 수 있음
- 대청호 대덕 뮤직페스티벌은 소풍과 힐링 콘셉트의 야외 벚꽃뮤직페스티벌로 40여 개의 다양한 체험프로그램을 진행함
- 유성온천문화축제는 1989년부터 현재까지 개최되고 있으며, 온천거리퍼레이드, 물총대첩, 온천수샤워 DJ파티, 야외 온천족욕체험 등 주민이 만들어가는 주민 주도형 축제임
- 계족산맨발축제는 숲속 황톳길(14.5km)을 맨발로 걷고 달리는 등 다양한 체험을 하는 축제로 흙길을 맨발로 걷거나 달리면서 자연을 느끼는 축제임. 이와 함께 다양한 공연과 체험이벤트 등 진행

• 대전시 대표 축제 •

구분	내용
대전사이언스 페스티벌	• 엑스포시민광장에서 펼쳐지는 과학과 문화의 융합 페스티벌 • 대덕특구의 인프라를 활용한 과학과 문화가 융합된 사이언스 페스티벌로 미래의 창조적인 상상력을 키울 수 있는 축제
대청호 대덕뮤직 페스티벌	• 대청호 대덕뮤직페스티벌은 가족·연인·친구와 함께하는 힐링· 소풍 콘셉트의 야외 벚꽃 뮤직페스티벌
효문화뿌리축제	• 성씨를 테마로 한 뿌리공원에서 나의 뿌리와 효를 체험하는 축제
대전국제와인 페스티벌	• '와인'을 테마로 하는 대전국제와인페스티벌은 축제와 비즈니스가 축제와 어우러진 유통 산업형 축제. 와인 전문가, 애호가뿐만 아니라 와인에 관심이 있다면 누구나 참여 가능
유성온천 문화축제	• 유성온천문화축제는 온천의 유래와 효능을 바탕으로 1989년 처음 개최. 과학의 도시인 유성을 홍보하기 위해 온천과 과학을 접목시킨 프로그램 운영
디쿠페스티벌	• 디쿠페스티벌은 대전종합만화축제로 대전 및 전국에서 만화인들과 만화지망생들이 모여 직접 그린 그림과 직접 만든 만화 팬시를 판매하면서 다양한 프로그램을 진행
계족산맨발축제	• 계족산 맨발축제는 가족과 함께 숲속 황톳길(14.5km)을 맨발로 걷고 달리는 등 다양한 체험을 하는 전 세계 유일의 맨발문화축제
서구힐링아트 페스티벌	• 힐링아트마켓, 아트 빛 터널, 아트트리가 대표프로그램. 다양한 예술작품을 아트마켓을 통해 관람 및 구매(전국에서 활동하는 예술가 작품)할 수 있음. 아트 트리·아트 빛터널은 관람객에게 멋진 볼거리를 제공

자료 : 대전시 홈페이지(https://www.daejeon.go.kr/tou/TouTourList.do)

• 대전시 대표 축제 •



대전사이언스페스티벌



대청호 대덕뮤직페스티벌



유성온천문화축제



계족산맨발축제

자료 : 대전시 홈페이지(https://www.daejeon.go.kr/tou/TouTourList.do)

2. 코로나-19 이후 대전 관광 현황

대전광역시 관광 현황(1월~6월 기준)

- 대전광역시 주요 관광지점 입장객 현황을 살펴보면, 2020년 6월 동월 대비 53.4%(725,354명) 감소한 것으로 나타남

• 2019-2020년 1월~6월 대전광역시 주요 관광지점 입장객 •

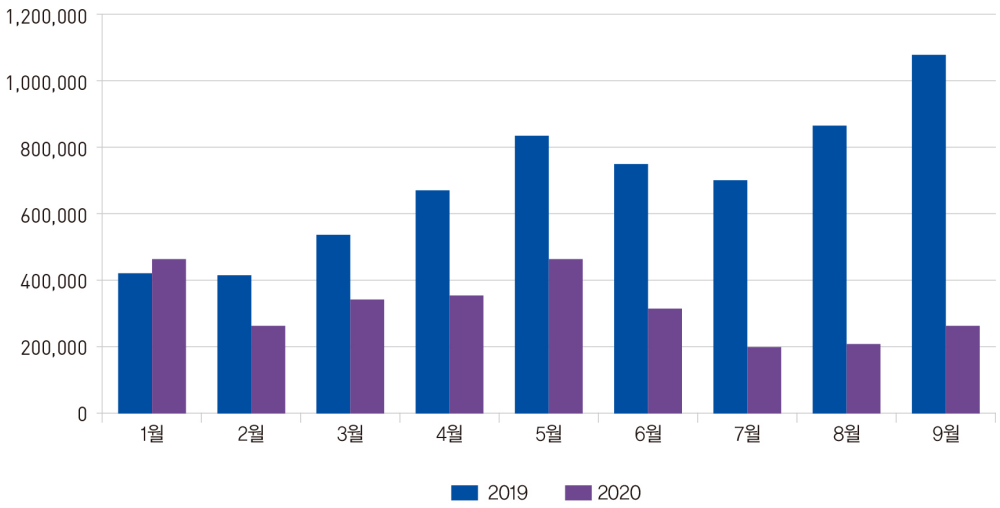
구분	2019년	2020년	
	입장객(명)	입장객(명)	전년대비 성장률(%)
1월	421,411	471,022	11.8%
2월	428,513	280,937	-34.4%

구분	2019년	2020년	
	입장객(명)	입장객(명)	전년대비 성장률(%)
3월	542,348	346,805	-36.1%
4월	674,213	356,131	-47.2%
5월	835,294	482,831	-42.2%
6월	734,511	317,206	-56.8%
7월	694,473	199,700	-71.2%
8월	871,899	223,584	-74.4%
9월	1,087,744	298,600	-72.5%

주 : 성장률은 전년동월대비
자료 : 관광지식정보시스템(https://www.tour.go.kr/)

• 2019-2020년 대전광역시 주요 관광지점 입장객 현황 •

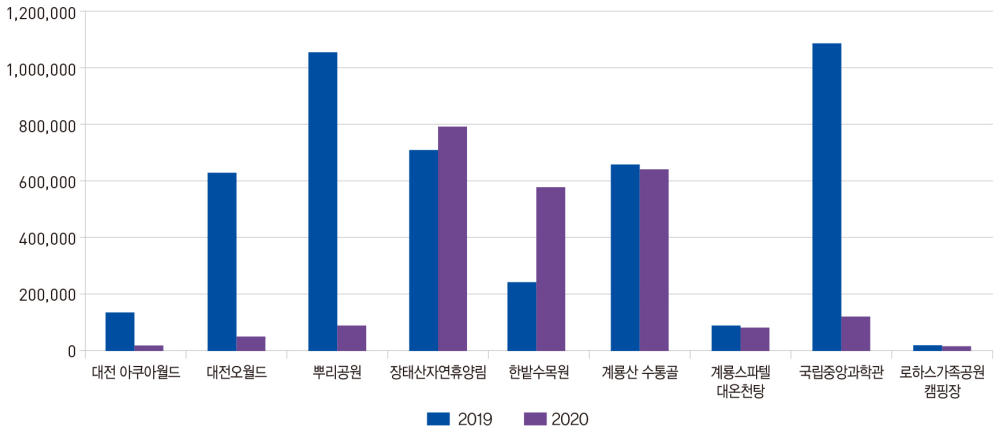
단위 : 명



자료 : 관광지식정보시스템(https://www.tour.go.kr/)

- 대전광역시 주요 관광지별 누적 입장객을 살펴보면, 코로나-19로 인해 관광객 수가 크게 감소함
  - 대전 뿌리공원, 국립중앙과학관, 오션월드의 경우 2019년 대비 2020년 누적 관광객 수가 대폭 감소
  - 반면, 장태산 휴양림이나 한밭 수목원은 코로나-19에도 불구하고 2019년 보다 입장객 수가 증가함

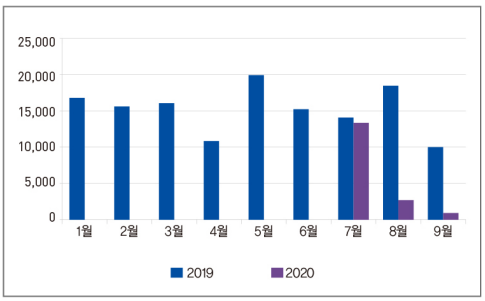
• 2019-2020년 주요 관광지 누적 입장객(동 기간, 1월~9월) •



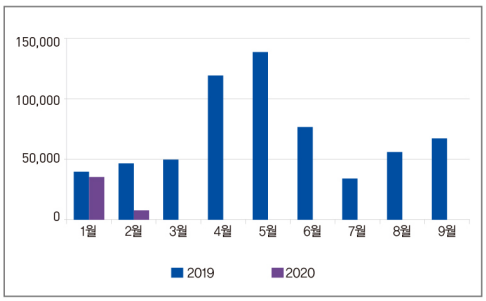
자료 : 관광지식정보시스템(https://www.tour.go.kr/)
* 해당 연도의 통계 확정치는 익년 4월 이후 공표됨. 분기별 공표 자료는 잠정치로 활용
* 2020년 월별 입장객 수치는 관광지에서 제공한 경우에만 등록함으로 입장객이 반영되지 않은 관광지도 있음

- 대전광역시 주요 관광지의 2018년, 2019년 동기간 월별 입장객을 살펴보면 다음과 같음
  - 대부분의 실내 관광지의 경우 코로나-19로 인한 휴관에 따라 전년 대비 입장객이 크게 감소한 것으로 나타남
  - 반면, 장태산자연휴양림, 계룡산 수통골, 로하스 가족공원 캠핑장 등과 같은 경우에는 코로나-19 상황 속에도 불구하고 다른 관광지에 비해 관광객의 방문이 지속적이고 증가하는 추세를 보이고 있음

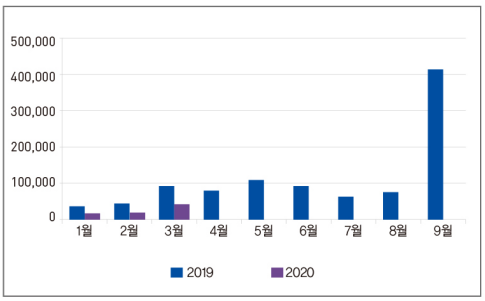
• 주요 관광지 월별 입장객수(2018-2019년, 동기간) •



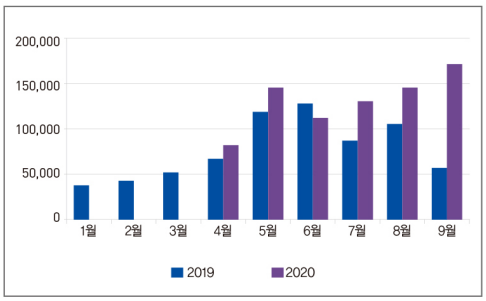
대전 아쿠아 월드



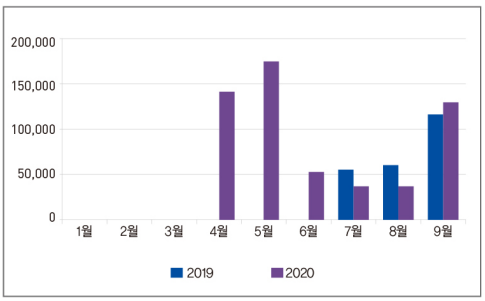
대전 오월드



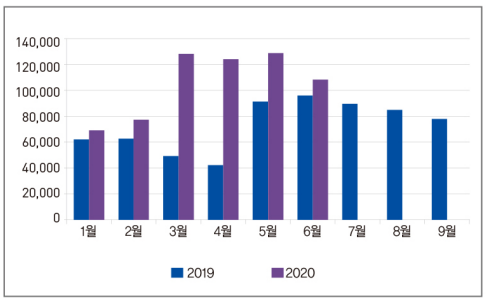
뿌리공원



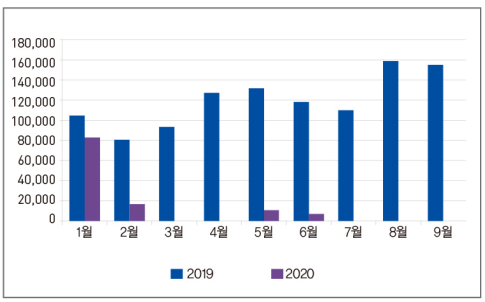
장태산자연휴양림



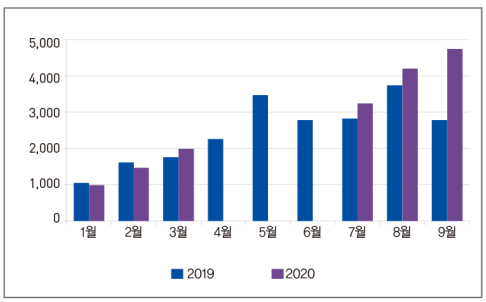
한밭수목원



계룡산 수통골



국립중앙과학관



로하스 가족공원 캠핑장

자료 : 관광지식정보시스템(https://www.tour.go.kr/) 참고
주 : 2020년 자료의 경우, 미개관 및 단순 자료 누락 등으로 월별 자료의 시계열 확보에 제약이 있음

3. 코로나-19 이후 대전 관광정책

코로나-19로 위기를 겪고 있는 관광업체 긴급 재정 지원

- 대전시는 2020년 10월, 코로나-19에 따른 매출감소로 경제적 어려움을 겪고 있는 대전시 관광사업체의 경영안정을 위해 운영비, 홍보마케팅비, 시설개선비 등 지원

- 지원대상은 관광진흥법에 따라 등록된 여행업, 관광객 이용시설업, 관광숙박업, 관광편의시설업, 국제회의업, 유원시설업 등 관련 관광사업체
  - 업체당 100만 원 내외로 지원
  - 사무실 임대료, 시설비, 홈페이지와 유튜브 등 소셜네트워크서비스(SNS) 제작비 등
  - 관광사업체 재정지원을 통해서 대전시 관광업계 활성화를 도모하고 관광업계 회복 기반 마련 및 경제회생을 돕고자 함

자유이용권형 관광패스인 대전투어패스 운영

- 대전시는 코로나-19 이후 변화된 여행 트렌드인 개별여행 및 가족여행객에 맞는 자유 이용권형 관광패스인 대전투어패스 시스템을 구축하고 2020년 10월 운영
  - 대전투어패스는 이용 가능한 유료관광지를 저렴하게 이용할 수 있으며, 여행자가 어디를 여행할지 스스로 선택하는 형태의 관광패스임

- 대전투어패스는 유료관광지인 오월드, 국립중앙과학관-천체관, 엑스포과학공원-한빛탑 등 3곳을 할인 이용할 수 있는 기본권과 패키지권으로 구성
  - 기본권은 성인 1만 6,500원(정상가 1만 9,000원), 패키지권은 성인 2만 9,500원(정상가 3만 6,000원)

- 대전투어패스를 구입하면, 제휴숙박시설 및 식음료 시설 이용 시 할인혜택을 받을 수 있도록 함

대규모 축제의 온라인 병행 개최

- 대전시는 코로나-19로 인해 2020년 10월 대전컨벤션센터에서 개최된 '대전국제와인페스티벌'을 온·오프라인으로 병행 개최
- 페스티벌에서 대규모 방문객이 모일 것으로 예상되는 와인페어와 와인체험 등 일반인 참가행사는 개최하지 않고, 와인컨퍼런스는 온라인 형태로 개최하여 유튜브 등을 통해 생중계
- e-와인 전시관 오픈 및 온라인 소셜네트워크서비스를 통한 시내 레스토랑 등 상시 홍보 지원으로 온라인 프로그램 확대
- 내년부터 언택트 프로그램을 본격화하고 온·오프라인 행사를 병행 추진하여 안전한 행사를 이어가기로 할 방침임

한국관광공사와 공동으로 언택트 관광지 100선 선정

- 지역관광기관협의회[8]는 2020년 6월, 국민들이 코로나를 피해 여유롭고 안전하게 여행할 수 있는 언택트 관광지 100선을 선정·발표하였음
- 대전은 대전마케팅공사가 참여하여 9곳을 선정하였는데, 개별여행 및 가족단위 테마관광지, 야외 관광지, 기존에 잘 알려지지 않은 관광지, 거리두기 여행을 실천(자체 입장객수 제한) 통한하는 관광지 등과 같은 기준 요건을 검토하여 선정

• 언택트 관광지 100선 중 대전시 9선 •

구분	명칭	내용
서구	장태산 자연휴양림	대통령 하계 휴양지로서 스카이웨이와 메타세콰이어 숲길 등 위치
서구	한밭수목원	중부권 최대 규모의 인공수목원(데이트 코스, 가족 피크닉으로 각광)

8) 지역관광협의회는 한국관광공사와 7개 지역관광공사(서울관광재단, 대전마케팅공사, 경기관광공사, 경상북도문화관광공사, 부산관광공사, 인천관광공사, 제주관광공사)로 구성된 협의회

구분	명칭	내용
동구	만인산 자연휴양림	천문대, 자연학습전시관, 학습농장 등과 같은 체험시설
중구	뿌리공원	전국 유일의 효 테마공원. 캠핑장, 산림욕장 등 다양한 시설 구비
대덕구	대청호 오백리길	구간마다 다양한 테마로 꾸며짐(대전과 충북에 걸쳐 있는 도보길)
대덕구	계족산 황톳길	맨발 트래킹의 명소이며, 다시 찾고 싶은 여행지 33선, 한국관광 100선에 선정
유성구	국립 대전현충원	보훈 둘레길을 따라 도보여행(시민들의 휴식처)
동구	상소동 산림욕장	대전 동구 8경 중 한 곳. 돌탑 조형물, 버즘나무 가로수 터널 등 볼거리 풍부
동구	식장산 문화공원	대전 전경을 한 번에 조망할 수 있는 전망대

자료 : 한국관광공사(2020.6), 언택트관광지 100선

- 2020년 10월에도 국민들의 안전한 여행을 위해 가을 비대면 관광지 100선을 선정, 밀접도가 낮은 비대면 관광지를 발굴 · 추천

• 가을 비대면 관광지 100선 중 대전시 7선 •

구분	명칭	내용
유성구	국립대전숲체원	건물전체에서 피톤치드를 느낄 수 있으며, 식물들과 곤충들을 직접 관찰할 수 있음
유성구	유림공원	가을 국화꽃축제가 유명함(반려견 동반이 가능한 공원)
동구	우암사적공원	자연과 어우러진 서원의 건물 양식이며, 송시열 선생의 문화재가 있음
중구	보문산 행복 숲 둘레길	가을 단풍이 아름다운 산으로 보문산성과 전망대, 고촉사 등을 함께 감상할 수 있음
서구	한밭수목원	전국 최대의 도심 속 수목원(동원과 서원으로 이루어짐)
유성구	국립대전현충원 보훈둘레길	총 7가지 산책코스로 되어 있으며, 소나무숲, 대나무숲, 호국철도기념관 등의 볼거리가 있음
동구	대청호오백리길 제4구간	풍경소리길(제4구간)은 드라마 슬픈연가 촬영지로 대청호 둘레로 갈대밭이 펼쳐져 있음

자료 : 한국관광공사(2020.10), 가을 비대면관광지 100선

IV
포스트 코로나 신규 관광정책 사례

1. 관광산업 지원 및 판촉

코로나-19 대응 서울관광 활성화 대책

- 서울시 관광협회가 코로나-19 이후 집계한 관광업계 피해 현황을 살펴보면, 2020년 1월 말부터 5월 11일까지 관광 취소건수가 44만 건으로 피해금액은 1,993억이 넘어선 것으로 나타남(서울특별시 관광협회, 2020.5)

- 어려움에 처한 관광업계를 살리기 위해 서울시는 2020년 2월, 서울관광 활성화 대책을 발표, 1단계 대응(업계지원 등), 2단계 회복(관광수요 확대), 3단계 도약(관광생태계 강화)으로 대책 마련

- 대응단계(2~3월)에서는 위기에 처한 관광업계에 대한 긴급 지원 대책을 마련, 중소기업 및 소상공인을 대상으로 총 5천억 원 규모(중소기업육성기금 1천억 원, 시중은행협력자금 4천억 원)의 긴급 특별 융자를 지원하고, 서울 소재 영세 여행사를 대상으로 외국인 단체관광객의 안심보험 비용의 일부를 지원하는 등 긴급 재정 지원 실시

- 회복단계(3-6월)에서는 관광수요 확대를 통한 관광시장 회복을 견인하기 위해, 우수 관광상품 및 관광 스타트업에 대한 지원 확대, DMZ 인접 지자체와 평화관광 공동 프로그램 개발 등 평화지역 연계 투어 추진

- 도약단계(6월~)에서는 한류 콘텐츠를 활용한 해외관광객 유치, 중동 현지 설명회를 통한 관광객 유입 촉진 등 관광시장 다변화 등의 관광생태계 강화 대책을 마련하였으나, 서울시의 선제적 관광활성화 대책은 코로나-19가 지속되는 상황 속에서 여전히 대응 및 회복단계에 머물 수밖에 없었음

경기도 착한 여행 캠페인

- 경기도는 코로나-19 장기화에 따른 관광업계 침체를 지원하기 위해 경기지역 관광업체 이용권을 최대 70% 할인 판매하는 '착한 여행 캠페인' 진행
  - 여행비용의 50%는 경기관광공사에서 지원하고 20%는 관광업계가 지원하여 여행상품의 30% 가격으로 여행

- 경기도와 경기관광공사는 '힘내라 경기관광, 경기도가 함께할게'라는 캠페인 추진
  - 시즌 1은 국내여행의 제주도 쏠림 현상에 대응하기 위해 관광지에 한정
  - 시즌 2는 숙박을 포함하여 관광지 선택의 폭을 한층 더 넓힘
  - 이는 체류형 관광 활성화에 기여할 것으로 기대됨

- 경기도 착한 여행 캠페인은 지자체 최초로 민-관-소비자가 함께 코로나-19 위기를 극복한 공동협력 사업이며, 경기도형 관광분야 선순환 경제구조 모델을 정착했음

착한 경남여행 이벤트

- 경상남도는 코로나-19에 따라 생활 속 거리두기 상황으로 침체된 지역 상권을 살리기 위해 '경남 상품권 여행 이벤트' 시행

- 착한 경남여행 이벤트 사업은 관광(레저) 시설에 입장료의 일부를 지역사랑 상품권으로 돌려주는 페이백(payback) 사업
  - 이와 같은 사업은 관광객에게는 할인 혜택을 제공함과 동시에 해당지역은 소비활동 촉진을 도모할 수 있음

- 경남 도내 12개 업체의 자발적 참여의사에 따라 진행
  - 레일바이크, 경비행기 체험, 짚트랙 등
  - 향후에도 이벤트 참여 업체 확대 모집을 통해 관광객을 지속적으로 유치할 계획
  - 이를 통해 코로나-19의 장기화에 따라 위축된 지역관광 시장에 활력을 도모하고자 함

2. 홍보·마케팅

언택트 관광 100선

- 한국관광공사는 7개 지역관광공사와 '언택트 관광지 100'선 발표
  - 코로나를 피해 국민들이 상대적으로 안전하고 여유롭게 국내여행을 할 수 있도록 언택트 관광지 선정

- 개별여행·가족단위 테마 관광지, 야외 관광지, 기존에 잘 알려지지 않은 관광지, 자체 입장객수 제한을 통해 거리두기 여행을 실천하는 관광지 등을 선정
  - 지역 관광공사 등에서 추천한 지역 관광지 중 기준 요건 검토 후 선정

- 하계 여행 성수기를 맞아 선정된 100개 관광지를 2020 특별 여행주간(7.1~19)과 연계하여 진행
  - 적극 홍보를 통해 안전한 여행문화 확산 및 일부 유명 관광지로의 관광객 편중 현상 해소하여 여행 수요를 분산시키는데 기여할 수 있음

- 언택트 관광은 코로나 시대의 새로운 여행 문화 트렌드

경남 드라이브 스루 여행 13선

- 경상남도는 코로나-19의 장기화에 따른 사회적 거리두기 추진에 따라 지친 일상의 스트레스를 해소할 수 있는 '드라이브 스루' 여행코스 13선 발표
  - 여기에는 2006년 국토해양부가 발표한 '한국의 아름다운 길 100'선에 선정된 창원시 창포 해안길, 고성군 동해 해안길, 함양군 지리산 가는 길을 포함하여 진주시 진양호 일주도로, 통영시 평인노을길, 밀양시 단장 이팝꽃 토널길 등 경남 도내 대표 드라이브 코스 및 숨겨진 드라이브 명소가 포함되어 있음

- 드라이브스루 여행은 장기간의 코로나 사태로 일상에서의 답답함에서 벗어나 사회적 거리를 준수하면서 나들이 할 수 있는 방안

부산 비대면 마케팅으로 해외시장 공략

- 코로나-19로 해외관광객 유치가 어려워진 현 상황에서 랜선을 통한 비대면 마케팅의 중요성이 높아짐

- 국제관광 도시인 부산시는 비대면 마케팅으로 해외시장을 공략
  - 부산 관광의 주력 시장인 중국 시장을 공략하기 위해 중국 최대의 온라인 여행 커뮤니티인 마펑워 플랫폼 활용, 중국인 인플루언서와 공동으로 아바타 여행[9] 라이브 방송(11월)
  - 최대 관광시장인 일본 시장을 겨냥해서 아사히 TV와 공동으로 '부산의 절경과 미식의 국제관광 도시 부산'이라는 주제로 10월 부산 특집방송 제작하여 방영
  - 아세안 관광시장을 대비하여 말레이시아에서 가장 인기가 많은 한국인 유튜버 '블라이미(Blimey)'와 공동으로 부산 가을을 즐기는 아바타 여행 콘텐츠 제작(10월)

- 코로나-19로 인해 부산을 찾지 못하는 해외 관광객들을 위해 부산에 대한 관심 및 흥미를 유발할 수 있는 콘텐츠를 노출하여 코로나 종식 후 꼭 가고 싶은 여행지가 될 수 있도록 홍보 마케팅에 주력

3. 디지털 서비스

SEOUL NOW 캠페인

- 서울시와 서울관광재단은 틱톡(TikTok)과 함께 서울의 아름다운 풍경을 중계하는 'SEOUL NOW' 캠페인 진행

- 코로나-19 상황으로 서울을 여행할 수 없는 국내·외 관광객에게 서울의 관광지를 온라인으로 중계

9) 아바타 여행이란 구독자들이 가보고 싶었던 관광지 또는 먹고 싶은 음식을 유튜버가 대신 체험을 하고 이를 시청자들에게 알려주는 콘텐츠

- 봄을 맞은 서울의 풍경을 어디에서든 볼 수 있도록 온라인으로 관광의 기회 제공(4월 14일~18일)
- 서울 명소 5곳의 모습(석촌호수, 남산, 한강, 경복궁, 남대문 등)을 틱톡 라이브 스트리밍을 통해 생생하게 전달하고 이후에는 '지금 너의 서울을 보여줘(SEOUL NOW)'라는 참여형 챌린지로 다양한 서울의 모습을 공유
- 챌린지 참가자 중 40명을 선발, 서울 소재 숙박권, 식사권, 관광상품권 등 경품 증정

• 캠페인을 통해 서울의 낮과 밤의 풍경, 관광객의 시각에서 서울의 모습을 다채롭게 볼 수 있었던 랜선 여행으로 호응을 받음

경기 온라인 트래블 마트

• 경기도와 경기관광공사가 지자체 최초로 관광분야 온라인 비즈니스 미팅 개최
- 경기 온라인 트래블 마트, 랜선여행 이벤트, 프라이빗 투어 상품 개발 등 비대면 방식의 다양한 마케팅 사업 추진

• 그 중, 온라인 트래블 마트는 해외관광객을 대상으로 랜선 여행 이벤트 진행 등 코로나-19 이후 해외 관광객 유치를 대비한 관광 마케팅
- 경기도 내 28개 관광업체가 참여하여 주요 관광지와 여행상품 소개 및 사전 예약으로 연결된 해외 바이어와의 온라인 상담 진행
- 경기 온라인 트래블 마트 행사에는 일본, 중국, 홍콩, 대만, 동남아 등 해외 13개국 80개 여행사가 참여하여 경기도 관광업체와 320여 건의 상담 진행

• 온라인 트래블 마트 행사는 코로나-19 속에서 해외 바이어와의 온라인 만남을 통해 신규 관광 수요를 창출했다는 평가를 받음

대구 글로컬 관광 해외 온라인 홍보

- 대구시와 한국관광공사 대구경북지사는 포스트 코로나를 겨냥하기 위해 '대구 글로컬 관광' 홍보를 위해 관광 홍보 영상 제작
  - 해외 현지 홍보를 위한 글로컬 관광 홍보영상

- 대구의 볼거리, 놀거리, 먹거리 내용으로 3편의 홍보 영상을 제작하여 해외 현지 온라인 홍보에 활용
  - 홍보영상은 대구공항을 시작으로 야간 관광까지 대구통합관광 패키지(DTTP: Daegu to Total Tourism Package) 상품 소개
  - 서문시장 먹거리 투어, 근대골목 투어, 대관람차 탑승, 83타워 아이스링크 체험, 야경 및 식사 등 대구의 주요 관광콘텐츠 소개

- 문체부는 외국인 관광객의 지방 유치를 위해 지역의 특색이 담긴 관광 상품인 글로컬 관광 사업 육성
  - 대구시는 2016년 선정되어 지원받고 있으며, 2017년에는 '최우수 글로컬 관광 상품'에 선정

- 글로컬 관광 해외 온라인 홍보를 통해, 향후 해외여행이 가능하게 될 때 가장 먼저 생각나는 도시가 될 수 있도록 대구의 매력을 홍보영상에 담아 해외 홍보 마케팅 진행

충북 스마트 관광 시스템으로 스마트 관광 육성

- 충청북도는 코로나 상황에 따라 변화하고 있는 여행 추세에 맞춰 코로나-19 속에서도 즐길 수 있는 다양한 관광 상품 개발·운영 계획

- 현재 관광분야는 비대면 관광 서비스 수요의 증가, 상대적으로 덜 알려진 관광지 선호, 건강 및 자연 친화적 여행 수요의 증가, 여행의 개별화 및 소규모화 추세, 비수기 여행 및 근거리 중심의 단기 일상여행 증가, 안전과 위생을 고려한 관광지(시설) 선택 등 여행 풍속이 변화하고 있음

- 충북도는 비대면 관광 서비스 증가 수요에 대응하기 위해 스마트 시티, 스마트 쇼핑 관광 시스템, 스마트 무인 안내기 설치 등 스마트 관광산업 육성 계획
- 그리고 상대적으로 덜 알려진 관광지 선호 및 여행의 개별화·소규모 추세에 따라 성지순례, 우리동네 이색명소 찾기, 전자스탬프 투어 등 다양한 관광상품 운영 예정
- 비수기 여행 및 근거리 중심의 단기 일상여행 수요 증가에 맞춰 카페 등 호수 여행, 대청호와 충주호 인근 관광지와 식당, 야간 및 사계절 관광지 조성 등 활성화
- 건강 및 자연치화적 여행 수요 증가에 따라 충주와 제천을 제외한 9개 시·군 관광지에 웰니스적 요소를 발굴·활성화시키기 위한 지원을 확대, 위생과 안전을 고려하여 방역 지도요원 배치·운영 등 정기적인 자가 방역도 병행

• 위와 같은 다양한 프로그램 사업 진행으로 코로나에 지친 사람들이 충북에서 힐링과 활력을 얻으며 이와 함께 침체된 도내의 지역경제 활성화를 도모하고자 함
- 충북도가 가진 강점과 기회요인을 살려 변화하고 있는 관광 동향에 대처
- 위기에 놓여있는 관광 산업의 성장을 위한 새로운 기회로 삼고자 함

4. 민관 협업체계의 구축

전남관광협의체를 통한 위기 극복 방안 모색

• 전남의 관광업계는 지난 9월, 코로나-19 극복을 위해 전남도 내 범 유관 기관단체들이 모여 범 도차원의 '전남관광협의체'를 구성·운영
- 코로나-19에 따른 관광업계의 위기 극복을 위해 전라남도 관광과와 시·군 관광공사, 관광협회, 관광재단, 여행업계, 호텔업계, 관련학과 교수 등 기관단체와 전문가가 참여
- 매월 첫째 주 1회 월례회 개최하여 실천적인 대안 마련을 위한 소통의 장을 마련

• 전남관광협의체는 코로나-19 속 관광 틈새 전략 및 중장기 시책 모색, 대응방안 논의, 관광정보 공유, 관광업계의 코로나-19 극복 방안, 미래 전남 관광의 방향성 등 논의

- 전남관광협의체는 코로나-19 위기 극복을 위한 관광업계 활성화 방안 제시
  - 관광업계 활성화 방안으로는 여행사 주체의 플랫폼 구축, 전남지역 여행사의 마케팅을 집약 소개한 플랫폼 개설, 개별관광에 맞는 드라이빙 가이드 육성, 호텔업소에 새로운 관광지 소개자료 비치, 학교기관에 대한 여행상품의 능동적인 홍보, 제도적 개선을 통한 권역별 국내 전담여행사 지정 등 현실적인 추진 방안 제시
  - 관광틈새 전략을 위해 무안공항 면세점 확대를 통한 국내·외 관광객 유치 및 테마·주제가 있는 바다여행 패키지 마련 등 바다와 섬을 관광자원으로 적극 활용 방안 제시

- 관광 유관기관 단체가 함께 논의하고 대안을 찾아 관광의 진화와 틈새시장 확보, 그리고 중장기적 전략 수립

V

관광행태 변화에 대응한 대전의 관광전략

1. 단기적 충격 완화 및 회복 정책에서 중장기적 관광 활성화 정책 지향

코로나-19 사태 장기화에 따른 단기적 충격 완화 정책 한계 봉착

- 코로나-19로 여행업, 숙박업 등 관광소비 지출 감소로 관광업계 피해가 심각해지자, 1차적으로 관광업계를 대상으로 직접적인 재정 지원을 실시

- 그러나 코로나-19 사태가 장기화되면서, 관광업계를 대상으로 한 직접 지원사업은 한계에 봉착할 수밖에 없음

- 이에 따라 2단계로 실시한 대응 정책들은 관광 내수시장 활성화 대책으로 안전여행 확산, 내수시장 회복 등을 목표로 실시한 국내여행 촉진 전략이었음
  - 여행지에서의 적극적인 방역을 실천하고, 안전여행을 확산하기 위한 정책적 노력으로 이는 코로나-19가 진전되고 있는 상황에서 필수적 선택일 수밖에 없음
  - 내수시장 회복을 유도하기 위한 정책들 가운데에서 특별여행주간 등 여행상품 할인행사 등은 코로나-19 재확산 등으로 성과를 얻기가 어려웠으며, 오히려 섣부른 관광소비 지출 유도 전략은 방역에 걸림돌이 되어 여론의 지탄을 받기도 함
  - 관광 내수시장 활성화 대책으로 지속적으로 유의미한 전략은 코로나-19의 새 일상에 대응한 전략들로서, 언택트 관광지 홍보 등 새로운 여행문화를 확산하려는 전략임

중장기적 지속가능한 관광 활성화 정책 수립 필요

- 이상의 관광업계를 대상으로 한 직접 지원 사업 및 관광 내수시장 활성화를 위한 여행 상품 개발 등의 대책은 위기의 관광시장에 대응한 1차적, 단기적 대응 전략이었다면, 이제는 중장기적으로 지속가능한 관광 활성화 정책을 수립할 필요가 있음
- 해외여행의 어려움으로 국내여행에 대한 선호도가 높아진 상태이므로, 대전광역시는 현재의 기회를 새로운 성장동력으로 삼아야 할 것임
- 지금은 대안이 없어서 국내여행을 선택하지만, 이 시기에 좋은 관광 이미지를 제공하지 못하는 경우, 코로나-19가 종식된 이후 국내관광은 다시 외면될 수 있기 때문임
- 현재의 관광 변화에 적절한 대응책을 마련하여 잠재관광객을 지속적으로 유지할 수 있는 중장기적 관광정책이 수립되어야 할 시기임

2. 관광행태 변화에 대응한 대전의 관광전략

1) 코로나-19 이후 변화된 관광행태

- 코로나-19 이후의 관광전략은 세계관광시장의 큰 범주에서는 지속가능한 관광전략의 추구로서, 환경적, 경제적, 사회적으로 지속가능한 관광방식을 채택해야 하겠지만, 대전광역시라는 한정된 지역관광에서 준비해야 할 전략적 측면을 고려하여 세부적인 관광전략을 수립할 필요가 있음
- 앞서 살펴본 코로나-19 이후 변화된 관광행태의 특성들을 고려하건대, 중장기적으로 유의미한 트렌드로 제시될 수 있는 것은 개별 관광, 안전 관광, 언택트 관광, 느린 관광, 자연친화 관광 등임
- 세계적으로 대중관광에서 개별관광으로의 전환은 코로나-19 이전부터 진전되어 오던 경향으로, 여행의 소규모화, 럭셔리화가 더욱 강화될 전망이어서, 단체관광 중심에서 개별관광 중심의 관광전략으로 재편되어야 함

- 안전은 이제 관광목적지 선택의 주요 요인이 될 정도로 안전과 위생의 부각은 기본적인 관광의 원칙으로 채택되어야 할 것임

- 또한 비대면, 온라인 향유가 일상화됨에 따라, 관광산업의 가치사슬과 생태계는 온라인 중심으로 재편될 것이므로, 디지털 관광 서비스 구축 또한 대전의 주요한 관광 전략이 되어야 할 것임

- 상대적으로 덜 알려진 여행장소에서 나만의 여행을 선호하는 여행 스타일은 성수기에 인기 관광지에 집중되던 여행 패턴의 변화를 가져와 한적한 장소를 깊이, 천천히 즐기는 느린 관광 방식의 여행자들을 양산할 것임

- 코로나-19로 실내의 밀집된 공간에서의 관광활동보다는 아웃도어형, 자연친화적 여행이 증대되어 옴
  - 대전광역시의 경우도, 코로나-19로 인해 실내형 관광지 방문객은 급감한 반면, 장태산 휴양림이나 한밭 수목원 등 실외 자연친화적 장소 방문은 2019년 보다 입장객 수가 증가한 실태를 보임

2) 변화된 관광행태에 대응한 대전의 관광 전략

다양한 여행수요에 대응한 새로운 관광자원 개발

- 개별여행객들의 다양한 수요에 대응한 새로운 관광자원 개발 필요

- 기존의 대전 관광지 외에 잘 알려지지 않은 새로운 관광자원을 발굴·육성하기 위한 전략 마련

- 온천관광, 과학테마 관광 등 기존의 관광자원 또한 단체관광객을 대상으로 한 상품 개발이 아닌 개별여행객들을 타깃으로 한 안전하고 매력적인 체험거리 제공

- 새로운 관광자원은 새로운 자원의 조성을 지향하기보다는 새로운 시선으로 대전의 숨겨진 장소들을 재발견하여 소개하는 전략 채택

디지털 관광 마케팅 등 언택트 스마트 관광의 육성

- 관광산업은 기본적으로 대면접촉을 통한 환대 서비스를 제공하는 것을 목적으로 하고 있어, 언택트 방식의 접목이 불가능하다고 여겨진 분야였음

- 그러나 코로나-19로 인한 가장 큰 변화는 언택트 방식의 트렌드 변화이므로, 관광분야에 있어서도 언택트, 또는 컨택트의 최소화가 새로운 관광산업을 이끌게 될 것임

- 관광업계에서는 언택트 서비스의 증가를 긍정적으로만 바라보고 있지 않은데, 고용창출이 타산업보다 높은 산업으로 많은 사람들이 관광산업에 종사하고 있으므로, 고용유발효과가 높은 관광산업에 기술기반의 언택트 서비스 등장은 많은 일자리가 없어지는 결과를 낳기 때문임(이혜미, 2020)
  - 따라서 언택트 서비스 도입은 고용창출과 연계하여 고려될 필요가 있음

고부가가치의 웰니스 관광 육성

- 안전관광은 관광의 기본 요소가 되어 가고 있으며, 이에 더 나아가 건강을 지향하는 관광이 선호될 전망임

- 자연 중심의 건강과 힐링을 보장할 수 있는 관광지를 선호하는 경향이 높아지고 있으므로, 대전도 단순히 자연경관을 즐기는 관광을 넘어, 자연속에서 체류하며 건강을 추구하는 웰니스 관광을 육성할 필요가 있음

- 관광+체험+건강을 목적으로 하는 웰니스(Wellness)관광은 질병을 치료하기 위한 의료관광과는 달리 건강한 신체를 잘 유지할 수 있고, 정신적인 안정과 휴식을 제공하는 관광지를 찾아나서는 것을 말함
  - 세계웰니스연구소(GSI) 발표에 따르면[10] 세계 웰니스 산업의 규모는 4.2조 달러(5,040조 원 상당)에 달하며, 그 중에서도 웰니스 관광산업 규모는 6,350억 달러(762

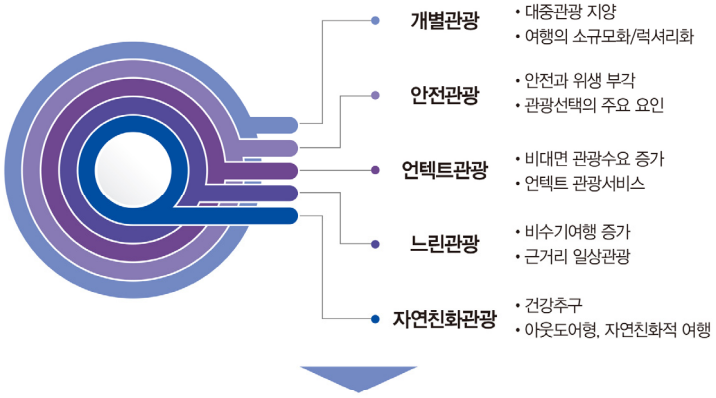
10) Global Wellness Institute(2018), Global Economic Monitor Wellness, 여기서는 한국관광공사(2019), 보도자료(2019.9.17)에서 재인용

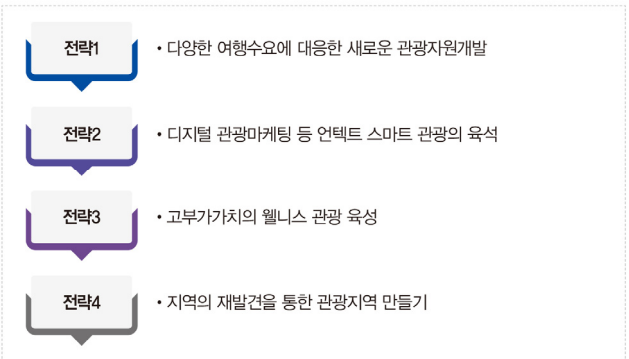
조 원 상당)으로 매년 6.5%의 높은 성장세를 보이는 대표적인 고부가가치형 관광산업으로 여겨지고 있음

지역의 재발견을 통한 관광지역 만들기

- 코로나-19 이후, 근거리 단기 여행 경향이 뚜렷해지는 가운데, 일상과 연계된 관광을 즐기는 이른바 생활관광 중심으로 관광활동이 재편되고 있는 것으로 나타남
- 대중관광은 인기 관광지를 중심으로 단체관광상품으로 모객되는 특성이 있다면, 개별관광은 인기 관광지를 개별적으로 자유여행하는 특성도 있겠지만, 상대적으로 잘 알려지지 않은 장소를 소수의 여행자들이 먼저 방문함으로써 장소를 재발견해 나가는 특성도 있음

• 변화된 관광행태에 대응한 대전의 관광 전략 •





- 소위 핫 플레이스로 알려지는 떠오르는 관광 명소들은 인공적으로 새롭게 조성된 곳도 있겠지만, 일상생활공간이었던 장소들이 재발견되는 가치가 확산된 경우가 많음
  - 외국 관광객들에게 명소가 된 서울의 홍대 앞 놀이터나 익선동 한옥거리 등은 서울의 일상생활공간이 관광명소화 된 사례임

- 대전의 일상생활공간도 방문객에게는 아날로그 감성을 자극하는 새로운 관광공간으로 형성될 가능성이 있음
  - 대전지역의 숨은 장소의 관광지역 만들기는 해당 장소를 실제 향유하고 있는 시민에 의해 새롭게 재발견될 수 있음

3. 포스트 코로나 관광전략의 주요 추진과제

1) 다양한 여행수요에 대응한 새로운 관광자원개발

새 일상(New Normal) 시대의 대전여행 명소 발굴

- 코로나-19로 인해, 일상에서 벗어난 여행에서 일상에서 즐기는 여가로 관광수요가 변화함에 따라, 새 일상 시대의 변화에 적응하는 대전여행상품이 제공되어야 함

- 이미 한국관광공사와 공동으로 언택트 관광지 100선 등을 발굴하여 여유롭고 안전하게 여행할 수 있는 대전의 관광명소 등을 적절하게 소개하고 있지만, 대전의 숨은 명소를 발굴·스토리텔링화할 필요가 있음

- 코로나-19 감염에 대한 불안감으로 국제관광수요가 국내관광으로 전환될 것으로 전망됨에 따라, 다수의 국가 및 지방자치단체들이 내수관광 활성화 전략을 채택
  - 프랑스 관광업계는 프랑스 2대 언론중 하나인 피가로(Le Figaro)지와 함께 '해외여행을 떠나는 것처럼 프랑스 여행하기'라는 기사를 통해, 대체 국내여행상품을 소개
  - 아시아 전문여행사는 기존 아시아 여행객을 타겟으로 역사와 문화유산에 관심이 맞은 여행객들을 대상으로는 루아르성 등 인상파 화가들의 발자취를 따라가는

프로방스 여행을 추천하는가 하면, 몽골, 콜로라도 등 대초원을 찾는 여행객들에게 프랑스 국내 협곡 여행 등을 추천

• 해외여행을 떠나는 것처럼 국내여행하기 프랑스 프로그램 예시 •





자료 : Partir en France comme si on voyageait à l'étranger(Le Figaro 2020.4.28). 여기서는 한국관광공사, 세계관광시장 정보에서 재인용(검색일: 2020. 12. 28)

- 해외여행 대신 국내여행을 선택하는 관광수요에 따라 맞춤형 국내 여행상품들이 적기에 제공되어야 함

- 이를 위해서 '해외여행을 떠나는 것처럼 대전여행하기' 시민공모전을 실시하여, 대전의 숨은 비경을 발굴하고 우수선정작에 대해서는 사진촬영명소 등의 미디어 스팟(media spot) 등을 조성
  - 시민공모전은 SNS 등을 활용하여, 시민들이 직접 찍은 사진 등을 공모하는 사진 영상콘테스트 등을 실시하고, 선정 과정에서도 SNS 사전 투표 등을 활용하여, 시민들이 우수작을 직접 선정하도록 하여 대전의 비경을 시민참여방식으로 선정

인문학을 융합한 공정·생태관광 프로그램의 개발 및 운영

- 인간은 자연과 함께 하는 삶을 동경하면서도 자연이 주는 혜택을 생각할 겨를도 없이, 코로나가 가져다준 경제적 고통, 삶과 죽음 등 인문학적 성찰 없이 살아가고 있다는 데 문제가 있음
  - 많은 사람들은 코로나의 해결책으로 치료제와 백신을 기대하고 있으나, 생태계 파괴에 대해 깊이 반성하지 않고 지구환경 문제에 대해서도 무관심한 편임

- 위와 같은 배경에서 여행객들이 편안히 쉬어갈 수 있도록 아름다운 자연환경을 보존하고 삶의 한 공간을 흔쾌히 빌려주는 주민들에게 좋은 관광이란 무엇인지 모색할 필요성이 있음
  - 여행객들은 일상에서 벗어나 마음껏 소비하고 즐기는 데서 기쁨을 얻지만 아낌없이 사용하는 자원들이 어디에서 왔고 어디로 가는지 고민하지 않는 경우가 일반적이며, 이에 대한 대안적 여행 방식으로서 공정생태관광의 개념이 등장
  - 즉 공정생태관광이란 프랜차이즈 음식점보다는 지역주민들이 이용하는 음식점에서 밥 한 끼를 먹고, 소비 중심의 체험보다는 현지의 문화를 배울 수 있는 체험을 즐기며, 여행지의 자연환경을 아끼는 마음으로 쓰레기를 버리지 않는 행동을 실천하는 관광에 해당
  - 코로나-19 이후 언택트 중심의 사회 트렌드 변화가 예측되는 가운데 대중·패키지 관광에서 소수·힐링 여행 중심의 공정생태관광이 부상할 것으로 전망

- 대전광역시 대덕구는 2018년 11월 전국에서 처음으로 「공정·생태관광 육성 및 지원 조례」를 제정하고, 이듬해 공정생태관광지원센터를 설치하여 운영
  - 지원조례에 의하면 '공정관광'은 관광행위가 이루어지는 지역사회 구성원들의 삶과 문화, 환경 등의 파괴 없이 관광객과 지역공동체간에 공평하고 공정한 거래가 이루어지도록 하는 것을 목적으로 하는 관광을 말함
  - 또한 '생태관광'이란 특히 우수하거나 자연경관이 수려한 지역에서 자연자산의 보전 및 현명한 이용을 통하여 환경의 중요성을 체험할 수 있는 자연친화적인 관광을 의미

- 대덕구가 추진하는 공정생태관광의 의미와 가치를 대전광역시에서 도입하여 시 전역으로 확산·확대하는 방안을 검토해볼 수 있음
  - 계족산에서 야간트레킹과 문화공연을 함께 즐길 수 있도록 기획된 '달빛 품은 계족산 낭만여행'은 2019년 대덕구 공모사업에서 발굴되었고 한국관광공사의 야간관광 100선에 선정
  - 다른 자치구 지역에서도 가능성 있는 관광 상품이 발굴될 수 있도록 대전광역시 차원에서 공정생태관광 프로그램 공모를 진행하는 방안을 검토

    * 공모를 통해 마을을 가장 잘 알고 있는 지역주민의 참여를 유도

2) 디지털 관광마케팅 등 언택트 스마트 관광의 육성

안전관광을 위한 스마트 관광의 도입

- 코로나-19로 인한 사회경제적 변화 가운데에서 가장 주목받고 있는 분야는 팬데믹 상황 이전부터 가속화되어 오던 디지털 경제의 급증임
- 온라인 트래블 마트 등 온라인을 통한 관광 마케팅, 라이브 스트리밍을 통한 관광 홍보 콘텐츠 송출 등 디지털 기술에 기반한 다양한 비대면 관광 콘텐츠 전략 활용 중
- 이러한 경향에 더하여, 안전한 관광을 위한 디지털 솔루션 등도 개발되어 상용화되고 있는 추세임
- 코로나-19는 감염병으로부터 안전한 관광활동을 관광지 선정의 주요 결정요인으로 채택하게 하여, 관광객이 밀집하여 밀접도가 높은 관광지를 회피하는 경향을 보이고 있음
- 이를 관리하기 위한 솔루션으로 위치기반형 군중 관리(Crowd management) 시스템 등 스마트 관광 시스템이 적극 도입될 필요가 있음
  - 위치기반형 군중관리 솔루션은 입장객 위치데이터를 기반으로 한 실시간 모니터링을 통해 관광지내 밀집도를 파악하여, 즉각적이고 효율적인 방역관리가 가능하게 하는 시스템임
  - 입장객이 한 곳에 밀집되지 않도록 개인별 최적 경로 추천 서비스를 제공함으로써 자발적인 사회적 거리두기 유도 가능
- 스마트 관광 시스템이 도입되기 위해서는 주요 관광지는 온라인 사전 예약시스템을 구축해 하루 입장객 수를 통제할 수 있어야 함
  - 사전예약제 도입이 어려운 관광지는 무인 계수기를 설치하여 시간대별 수용인원을 체크하고, 현장에서 시간차 입장을 유도
- 코로나-19 이후, 실내관광보다 실외관광이 선호되어 기존 실내 관광지 방문 실적이 저조한 상황이므로, 스마트 관광 시스템을 적극 도입하여 안전관광 지향

- 사례: 벨기에 앤트워프 시는 통신업체(Orange Belgium)와 현지 서비스업체(Cropland)와 협력하여 효과적인 군중관리 솔루션을 활용함으로써, 각종 이벤트 시 방문객의 안전과 원활한 이동을 지원
  - 군중관리 솔루션은 해당 지역 내 휴대전화 실시간 위치데이터를 생성하여 군중 모니터링 프로그램을 통해 분석, 관리자들이 방문객 안전관리 방안, 최적 경로 추천, 수익창출 방안에 활용할 수 있도록 서비스 제공

콘텐츠 실감기술을 활용한 디지털 관광콘텐츠 산업 육성

- 최근 포스트 코로나 시대를 대비하기 위한 비대면 환경 적응과 차세대 실감형 지능형 콘텐츠 육성 등을 위한 범정부 대책들이 수립되고 있으므로 이와 연계된 사업 발굴

- 실감형 콘텐츠는 인간의 오감을 극대화하여 실제와 같은 경험을 제공하는 차세대 콘텐츠임
  - 실감형 콘텐츠는 ICT를 기반으로 하여 다른 대상이 된 것 같은 느낌을 주거나, 영상 속에 들어가 있는 것 같은 생생함을 주는 콘텐츠로 VR, AR, 홀로그램 등과 같은 콘텐츠를 일컬음

- 코로나-19로 인하여, 대면 활동이 제약을 받고 있는 상황에서 관광산업계의 새로운 돌파구로서 실감형 콘텐츠를 활용한 디지털 관광콘텐츠 산업이 차세대 신산업으로 주목받고 있음
  - 5G의 상용화와 함께 실감형 콘텐츠에 대한 기대감이 높아지고, 게임·문화산업을 넘어 다양한 분야에 적용·발전할 것으로 보임

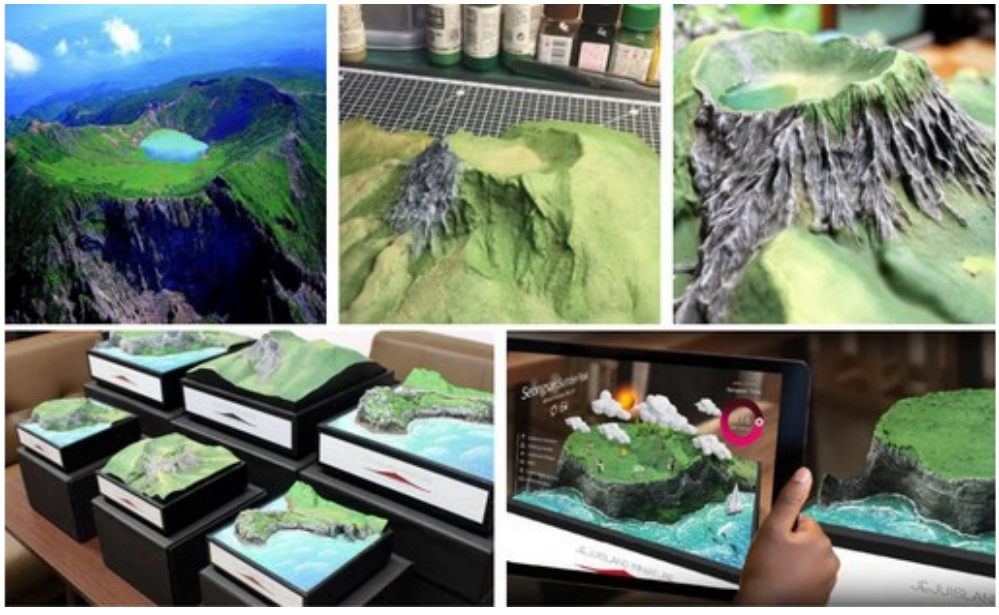
- 디지털 관광 콘텐츠는 그 자체가 하나의 관광상품이자, 또 다른 산업으로 연계 발전할 수 있는 신산업 분야이므로, 범정부 대책들을 활용하여 대전의 디지털 관광 콘텐츠 개발방안 모색

- 지능형 콘텐츠를 활용한 디지털 관광산업의 육성
  - CT와 생태·문화·기술을 활용하여 관광산업과 전후방산업을 육성할 수 있는 콘텐츠, 플랫폼, 네트워크, 디바이스와 연계되는 지능형 관광콘텐츠 산업이 두각을 나타내고 있음
  - 콘텐츠와 데이터, 인공지능, 가상(VR)·증강현실(AR)·혼합현실(MR)을 적용하는 확장현실(XR) 융합프로젝트 및 서비스 개발 지원 등으로 현장 수요와 연계해 디지털 관광산업 육성

- 디지털 관광 콘텐츠 기술은 국내에서도 제주 등 일부 지역에서만 적용, 실현하고 있는 단계
  - 사례: ㈜드론 오렌지의 실감 기술을 활용한 제주 관광콘텐츠 제작
  - 드론(무인항공기) 기술 기반의 가상 현실 플랫폼 개발 스타트업인 ㈜드론오렌지는 제주테크노파크 및 제주영상문화진흥원의 스타트업 지원프로그램을 통해 신기술 기반 비즈니스 모델 창출
  - 드론으로 얻은 공간정보 데이터를 활용, VR(가상현실)·AR(증강현실) 콘텐츠 및 플랫폼 개발·서비스화
  - 제주지역 3D 맵핑 데이터를 이용한 영상 콘텐츠를 제작하여, 지역활용형 VR 영상 콘텐츠 구축
  - 3D 맵핑 데이터는 영상물 제작으로 활용될 뿐만 아니라 미니어처로도 제작하여 고급 관광상품으로 제작
  - 아름다운 제주의 자연자원을 VR 콘텐츠로 만들어 드론이 숲속과 지형을 자유로이 비행하는 VR 디오라마도 경험할 수 있는 VR 체험관 운영
  - 실제 현실과 같은 VR 체험관을 통해 색다른 체험을 할 수 있도록 다양한 VR 체험 갤러리 오픈·운영 중

- 대전의 관광자원 3차원 정밀 데이터베이스 및 가상현실 구축
  - 3차원 지도 서비스, 생태복원 등에 활용할 수 있는 실감 콘텐츠 제작

• ㈜드론 오렌지의 실감 기술을 활용한 제주 관광콘텐츠 제작 •



자료 : 세계일보(2020.3.20)

- 영상콘텐츠 원천자료 데이터 구축 및 관광상품화를 위한 플랫폼 구축
  - 콘텐츠 데이터와 아카이브(자료저장소)를 구축하여 기존 자료와 콘텐츠가 새로운 콘텐츠의 창작에 활용될 수 있도록 유도

- 3D 맵핑 기술을 활용한 자연지형 영상 콘텐츠 제작으로 다양한 VR 체험관 운영 및 실물 미니어처 관광상품 개발

3) 고부가가치의 웰니스 관광 육성

기존 관광자원을 활용한 웰니스 관광 육성

- 힐링과 건강을 추구하는 국내외 관광수요 증가에 따라, 국내에서도 2017년부터 한국형 웰니스 관광 활성화 사업을 추진하며, 양적 관광에서 질적 관광으로의 전환을 도모하고 있음

- 문화체육관광부와 한국관광공사는 2017년 뷰티·스파, 한방, 힐링·명상, 자연·숲 치유 4가지 테마별로 우수 웰니스 관광 프로그램과 서비스를 제공하는 25개소를 선정하여, 국내외 홍보
- 이후 2018년 8개소, 2019년 10개소, 2020년 9개소를 추가 선정한 이후, 선정 취소된 곳을 제외한 총 48개소를 웰니스 관광지로 선정·지원

• 2020년 선정 시, 광역자치단체와 지역관광공사 등으로부터 추천을 받은 37개 후보지 가운데, 콘텐츠 독창성, 친밀성, 상품화 발전가능성, 개별관광객 접근성 및 단체 수용성 등을 기준으로 선정

• 산청 동의도감촌(좌)와 신안 증도 태평염전 해양힐링스파(우) •





자료 : 헤럴드 경제(2019.5.21)

• 온천자원과 자연휴양림 등 다양한 건강·힐링 자원이 소재해 있음에도 불구하고, 대전광역시는 4년간 선정사례가 없음

• 웰니스 관광은 고부가가치의 관광산업일 뿐만 아니라, 웰빙(well-being), 행복(happiness), 건강(fitness)의 합성어로, 치료 중심의 의료관광에서 힐링, 뷰티, 건강 등으로 영역을 확장한 새로운 관광자원으로서, 포스트 코로나 시대의 새롭게 조명되고 있는 영역이므로, 대전광역시도 웰니스 관광자원 육성을 위한 노력을 기울여야 함

- 한국관광공사는 선정되지 못한 후보지를 대상으로 웰니스 관광시설에 대한 이해도 증진 및 시설운영 개선을 위하여 기 웰니스 관광 선정 시설 벤치마킹 등의 교육 프로그램을 제공하여 웰니스 관광시설로 육성될 수 있는 지원 프로그램을 마련하고 있으므로, 대전의 기존 온천시설 등을 대상으로 컨설팅 받을 수 있도록 네트워킹 강화

다양한 테라피를 활용한 대전형 웰니스 관광 육성

- 문체부 및 한국관광공사 선정 웰니스 관광은 자연 속 힐링 및 고급 테라피 시설에 치중한 것과 달리 도심 속에서 즐길 수 있는 다양한 웰니스 자원을 활용하는 대전형 웰니스 관광 육성할 필요가 있음

- 기존 뷰티·스파, 한방, 힐링·명상, 자연·숲치유 4가지 테마에서, 한방에 국한하지 않는 웰빙푸드로 테마를 확대하여, 4개 분야에서의 대전형 웰니스 관광을 발굴·선정하도록 함

- 웰니스 관광 분야를 웰빙푸드로 확대하면, 만성피로와 스트레스로 시달리는 현대인들을 위한 다양한 음식 테라피(Food Therapy)를 제공하는 시설 및 서비스가 포함되어, 민간의 독창적인 아이디어를 활용한 다양한 유형의 웰니스 관광자원 발굴 가능
  - 서양의 허브티처럼 건강에 이로운 한국차, 즉 흔히 접할 수 있는 옥수수차, 구기자차, 둥글레차 등도 차의 효능과 함께, 고유한 차문화 프로그램 제공, 족욕 등 다양한 웰니스 서비스와 접목하여 제공 가능

- 전문가, 관련 협회, 유관 기관 등과 함께, 대전형 웰니스 관광자원 선정을 위한 민관 협의체를 구성하고, 현장조사, 평가단 평가 등 단계별 선정과정을 거쳐 대전형 웰니스 관광자원 10선 선정
  - 선정된 자원은 온라인 콘텐츠화하여 대전관광 웹사이트에 탑재하고 온라인 플랫폼에서 홍보 마케팅 실시

- 사례: 서울시와 서울관광재단은 도심 속에서 힐링할 수 있는 서울형 웰니스 70선 선정·발표
  - 서울형 웰니스는 웰빙푸드와 피트니스, 요가 테마를 신설하고, 뷰티·스파의 비중을 확대하여, 뷰티·스파, 웰빙푸드, 요가, 자연·숲치유, 힐링·명상 5가지 테마로 전문가의 선정과정을 거쳐 최종 70선을 선정

• 한국관광공사 선정 웰니스 관광 – 티테라피 •




자료 : 한국관광공사, 대한민국 구석구석(https://korean.visitkorea.or.kr/detail, 검색일: 2020. 12. 28)

4) 지역의 재발견을 통한 관광지역 만들기

일상의 장소 자원을 활용한 관광마을 만들기

- 한밭수목원과 장태산 자연휴양림이 2020년의 입장객 수가 2019년에 비해 증가한 현상은 한국관광공사(2020.6)가 정립한 S.A.F.E.T.Y. 키워드의 여행 트렌드를 그대로 반영한 결과로 이해
  - 한밭수목원은 둔산 신도심에 위치해 접근성이 좋아 가족들이 코로나-19의 답답함을 해소하기 위한 장소로 야외에서 자연을 가까이 하기에 편리
    * 전국 최대 규모의 도심 수목원으로 다양한 주제정원으로 구성되어 볼거리가 많은 매력적인 장소로 평가
  - 장태산 자연휴양림은 도시 외곽에 위치하나 자연경관이 수려해 많은 시민들이 가족 단위로 자연을 즐기기 위해 방문한 것으로 판단
- 위와 같은 여행 트렌드의 변화를 고려할 때 코로나-19 시대의 생활관광지로 가족들이 집에서 가까운 야외에서 여가활동을 할 수 있는, 일상의 장소에 대해서도 주목할 필요가 있음
- 생활관광지로서 일상의 장소 자원을 활용하는 방안에 대해서는 대전광역시와 대전마케팅공사가 실시한 '공정관광 프로그램 공모전'을 통해 사업을 발굴할 수 있으며, 가능성 있는 프로그램으로 판단되는 경우 지속적으로 지원

- 2020년 7월 대전광역시와 대전마케팅공사는 대전의 역사, 문화, 예술, 생태 등 다양한 지역자원을 활용한 지역기반 대전공정관광 프로그램의 발굴 및 육성을 위해 '공정관광 프로그램 공모전'을 실시
- 그 결과 계속사업 3개, 신규사업 5개 등 모두 8개의 제안프로그램이 최종 공모사업으로 선정

• '대전 근대로(路)를 따라 걷다' 프로그램은 공모사업으로 발굴된 대표적인 프로그램 가운데 하나로, 원도심을 걸으며 근대건축물을 찾아보고 근대 역사를 만나는 답사형 여행에 해당

- 대전 원도심 근대건축물의 가치를 재조명하여 관광객들이 근대 역사를 쉽게 이해할 수 있도록 하고, 대전만의 독특한 먹거리 체험을 통해 원도심 상권 활성화를 기대할 수 있는 체험형 관광프로그램으로 기획

* 답사 코스는 중앙시장을 비롯해 철도관사촌, 옛 동양척식회사, 옛 조선식산은행, 옛 대전부청사, 옛 충남도지사공관, 옛 충남도청, 으능정이거리 등을 포함

• '대전 근대로(路)를 따라 걷다' 프로그램 리플릿(2018년) •



자료 : 사유담역사탐방 협동조합 카페(https://cafe.naver.com/4uhealing)

- 이 외에 생활관광지로서의 관광마을과 관련한 프로그램으로는 대청호 두메마을 등을 배경으로 한 '소확행 힐링오감 만족', 소제동 골목과 대동하늘공원을 둘러보는 '우리끼리 대동유람 – 대동, 소제동' 등이 있으며, '이사동, 길 위에서 보물찾기', '찐찐찐이야 신탄찐의 공정여행', '테미오래 관사촌과 그 동네 이야기' 등은 올해 신규사업으로 발굴 · 선정
- 매년 실시하는 공모사업을 통해 생활관광지로서의 관광마을과 관련한 프로그램이 발굴될 것으로 기대
- 가족들이 해설사의 설명을 들으며 함께 걷는 활동은 가족 구성원 각자에게 '의미 있는 장소의 경험'으로 작용할 것으로 판단

지역주민과 함께 하는 관광마을 만들기

- 일상공간의 관광자원화의 진전으로 마을여행이 성장하게 되면, 증가된 관광객과 해당 장소에 거주하는 지역주민과 마찰이 생길 때도 있음
  - 서울의 북촌한옥마을과 이화벽화마을 등의 사례에서 나타나듯이, 관광객 증대에 따라 일상공간이 관광지화 되게 되면, 관광객에 의한 소음, 쓰레기 무단 투기, 사생활 침해 등의 문제가 발생

- 일상공간을 깊이 침투하여 느린 여행을 하는 문화관광객들은 특성상 마을 구석구석을 여행하며, 호기심어린 시선으로 마을을 여행하게 되는데, 이는 해당 지역주민의 삶에 부정적인 영향을 끼칠 때도 있음

- 지속가능한 관광전략의 추진은 관광객 및 관광산업으로 인해 지역사회의 부정적인 영향을 최소화하는 방안으로, 관광자원개발 및 서비스 제공의 일련의 과정에 지역주민의 참여를 유도함
  - 해당 지역을 가장 잘 아는 지역주민이 지역의 숨은 자원을 발굴하여 관광자원화 하는 데에 일조할 뿐만 아니라, 실제 관광객 방문 시 마을해설사로서 활동하며 서비스 제공자의 역할 수행도 가능
  - 관광객이 급증하여 지역사회에 불편을 야기할 경우, 마을여행 시 관광객이 지켜야 할 관광행동양식 등을 제시하기도 함

- 서울 북촌한옥마을의 경우, 지역주민과 함께 하는 마을여행의 일환으로, 해당 지역에서 게스트하우스 등을 운영하는 지역주민이 직접 마을 해설사가 되어 여행객들에게 마을을 안내하는 프로그램 운영 중
  - 100년이 넘은 고택부터 현대인의 삶에 맞게 지은 현대 한옥까지 한옥과 주민들의 삶에 대한 이야기를 마을해설사 등이 전해주는 '한옥 공간탐방과 마을여행' 프로그램 운영(서울특별시, 2019)
  - 북촌한옥마을의 단체 관광객들로 인한 피해 사례 증가로 '성숙한 마을여행'을 유도하는 〈우리는 아름다운 여행자입니다〉라는 표식을 제공하며, 탐방 시 마을해설은 소음을 줄이기 위해 무선송신기를 사용하는 등의 관광행동양식 활용

- 전통가옥 밀집지역으로 유명한 일본 가나자와시의 히가시야마 지역의 경우, 지역사회의 피해를 최소화하기 위해, 소음발생 방지, 음식을 먹으며 거리 활보 자제, 흡연구역 지정 등의 관광객 행동양식을 안내
  - 시차원에서 마을 관광가이드 프로그램을 운영하여, 지역주민이 직접 마을의 명소를 해설할 뿐만 아니라, 목조 건축물의 보호를 위한 관광객들의 매너에 대한 안내도 실시

• 관광행동양식 예시 •



서울 북촌마을여행의 무선송신기



일본 가나자와 전통가옥의 담배매너 표지판

• 대전 관광마을 만들기를 위한 관광행동양식 예시 •

대전 마을여행 행동양식	1. 마을여행 기획 시 지역주민의 의사결정 참여 통로 마련
	2. 마을여행 수익금의 지역사회 분배구조 마련
	3. 지역사회 대표가 있는 곳은 대표와 논의하며 협력강구
	4. 관광중개업자(여행사 등)는 관광의 부정적 영향을 최소화하도록 지역주민과 협력
	5. 마을여행 기획 시 사회문화적, 환경적 충격을 최소화하도록 소규모 그룹을 유지
	6. 마을해설사(관광가이드 등)는 관광객들에게 사진촬영, 사생활 보호 등 관광 행동양식을 설명
	7. 지역주민은 관광을 거부할 권리를 가지며, 관광을 거절하는 커뮤니티의 삶을 보호

자료 : Mann, M(2000)을 참조하여 대전 관광마을 만들기에 적용할 수 있도록 재작성

참고문헌

Global Wellness Institute(2018), Global Economic Monitor Wellness.
Mann, M(2000), The Community Tourism Guide, London: Tourism Concern/Earthscan Publications.
UNWTO(2020), UNWTO World Tourism Barometer May 2020 : Special focus on the Impact of COVID-19.
UNWOT(2020.5), Global Guidelines To Restart Tourism.
서울특별시 관광협회(2020.5), 코로나-19로 인한 관광업계 피해동향.
이혜미(2020), 코로나-19로 인한 관광산업의 피해와 향후 전망, 통권 제73호, 대전세종포럼, 대전세종연구원.
최경은(2020), 코로나-19 극복을 위한 관광정책 방향, 코로나-19 이후 관광정책 대응 전략 웹세미나(2020.7.29), 문화체육관광부.
한국관광공사(2020), 2020 KTO리포트 빅데이터로 본 언택트(Untact)시대와 변화하는 여행.
한국관광공사(2020.6), 안전의식이 바꾼 여행 트렌드 SAFETY, (보도자료 2020.6.11).
한국문화관광연구원(2020), 2020년 8월 기준 관광동향분석.
한국문화관광연구원(2020), 2020년 9월 문화체육관광분야 소비자물가지수.
한국문화관광연구원(2020.5), Post-코로나-19에 따른 국내여행 조사 보고서.
한국문화관광연구원(2020.6), 코로나-19 이후 사회경제 변화와 대응 과제, 문화관광 인사이트 제144호.
황해국(2020), 포스트 코로나, 세계 관광시장의 변화 전망, 한국관광정책(80), 22-26.