



제7차

대전권 관광개발계획



2022~2026

제7차 대전권 관광개발계획

2022~2026

- 요약본 -

제 출 문

대전광역시 시장 귀하

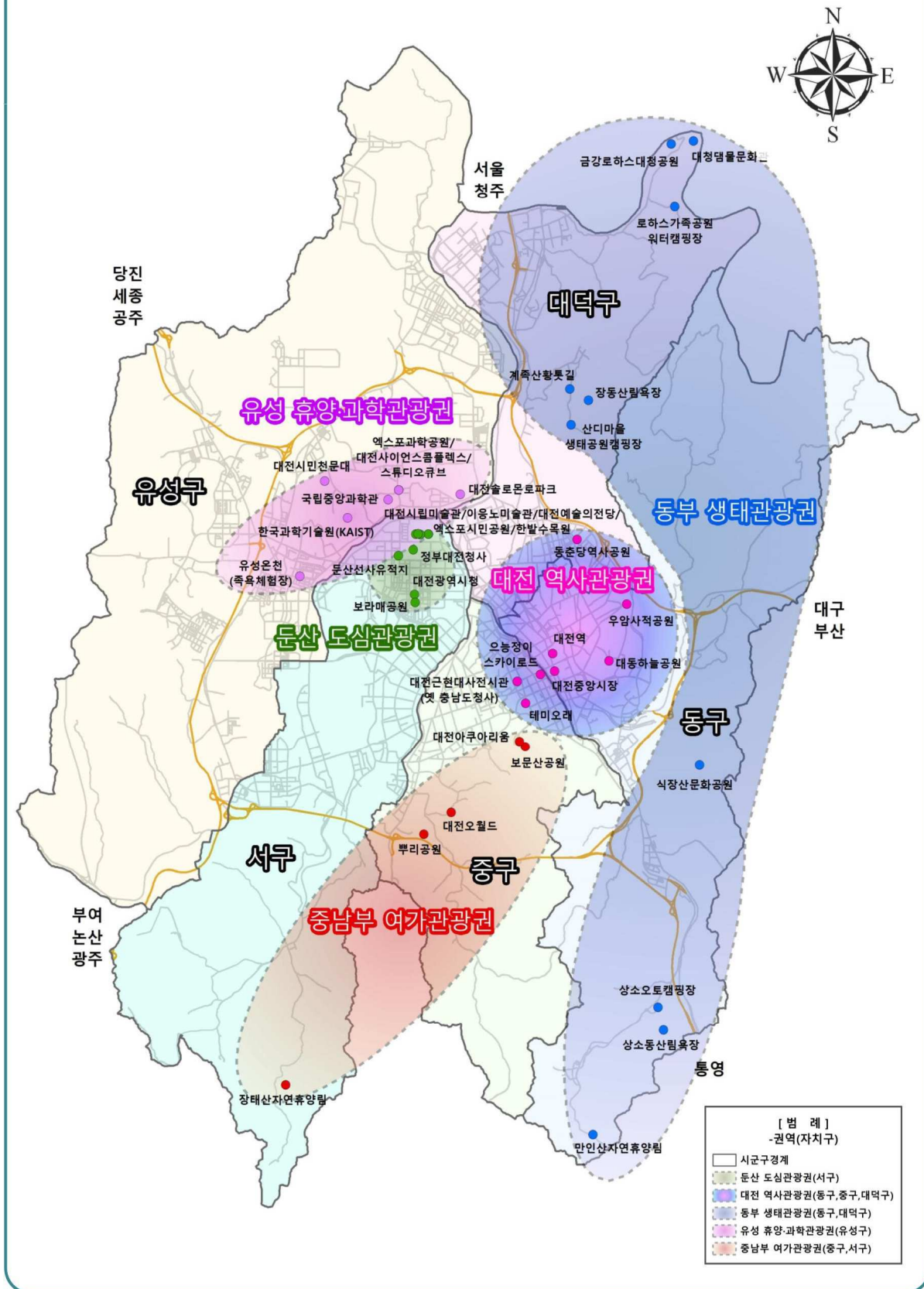
본 보고서를 「제7차 대전권 관광개발계획 수립용역」의
최종보고 성과품으로 제출합니다.

2021년 12월

재단법인 대전세종연구원

원장 정 재 근

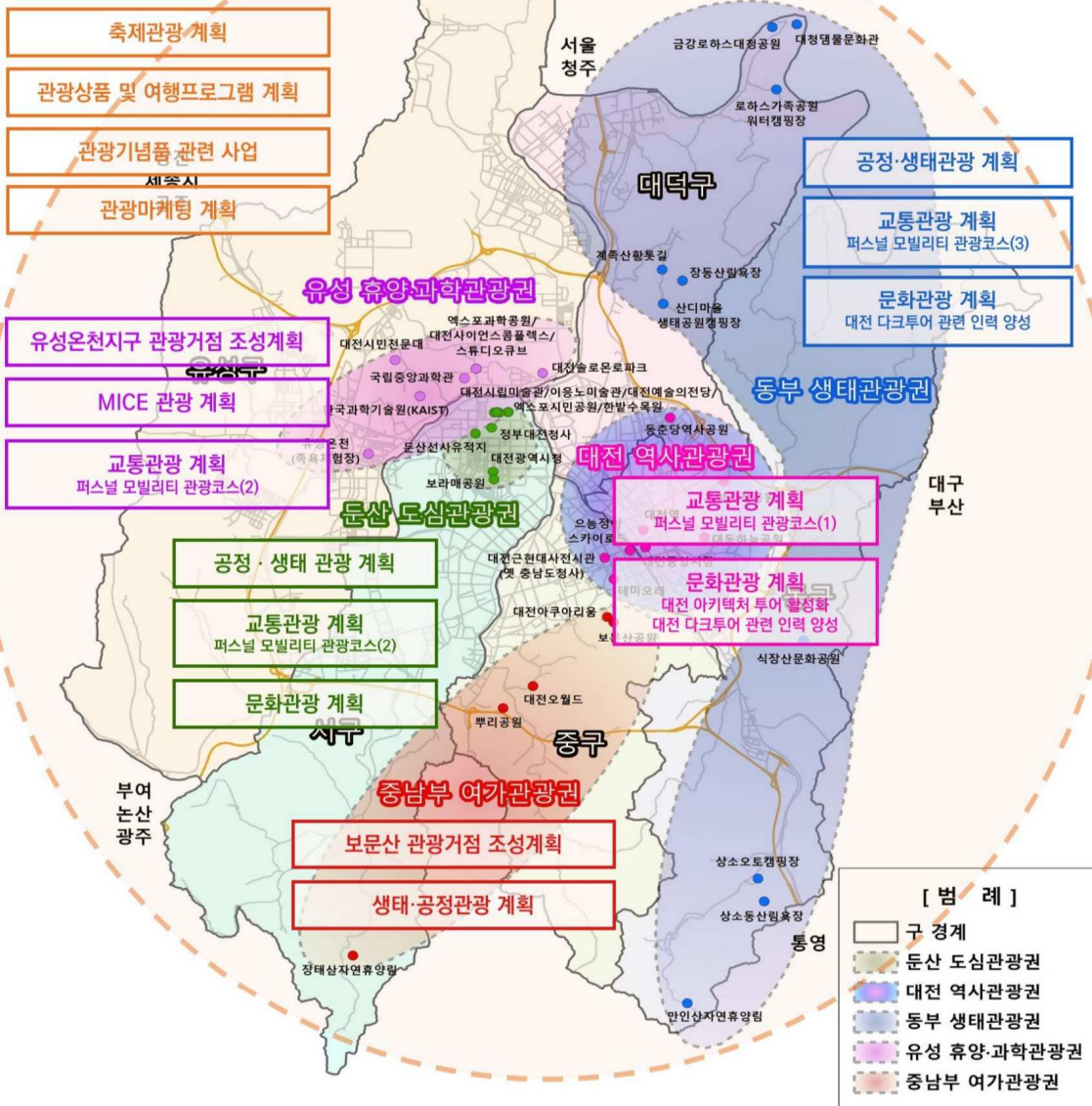
제7차 대전권 관광개발계획의 관광 소권 구상도



제7차 대전권 관광개발계획의 소권별 추진과제 분포도



대전 전체 관광수권



목 차

제 1 장

계획 수립의 개요

1절 계획 수립의 배경과 목적	3
1. 계획 수립의 배경	3
2. 계획 수립의 목적	4
2절 계획 수립의 범위	5
1. 공간적 범위	5
2. 시간적 범위	5
3. 내용적 범위	5
3절 계획 수립의 체계와 절차	6
1. 계획 수립 체계	6
2. 계획 수립 절차	6

제 2 장

관광개발 여건 및 동향 분석

1절 관광 환경 및 현황 분석	11
1. 관광 환경 분석	11
2. 관광 현황 분석	13
2절 관광개발 상위 및 관련 계획 분석	17
1. 관련 계획	17
2. 법규	24
3절 전차 권역계획 진단	25
1. 권역계획 전반에 대한 진단	25
2. 관광자원개발사업 진단	28
4절 관광수요와 공급분석	29
1. 관광수요 예측	29
2. 관광공급 분석	31
5절 종합분석 및 추진 방향	33
1. 종합분석	33
2. 시사점 및 추진 방향	34

제 3 장

관광개발 기본구상 및 사업계획

1절 관광개발 기본구상	41
1. 개발비전 및 목표	41
2. 추진전략	42
3. 관광개발 공간 체계	44

제 4 장

관광개발사업 집행 관리 계획

2절 전략별 관광(개발) 사업계획	46
1. 전략별 관광(개발) 계획	46
2. 전략환경영향평가 결과	119

1절 사업 추진 체계	123
1. 사업 추진 공간	123
2. 사업 추진 방식	124
3. 사업 추진 일정	128
4. 지원 체계 정비	132
2절 투자계획 및 자원조달 방안	136
1. 투자계획	136
2. 자원조달 방안	143
3절 개발효과 분석	152
1. 경제적 파급효과	152
2. 사회·문화·환경적 파급효과	153

부 록

참고문헌	156
------------	-----



표 목차

[표 1-1] 계획의 내용적 범위 설정	5
[표 2-1] 제4차 국제회의산업육성 기본계획의 정책분야 및 세부과제	20
[표 2-2] 2030년 대전도시기본계획 핵심이슈 및 계획 목표	21
[표 2-3] 제3차 스마트조시 종합계획의 추진전략 과제	21
[표 2-4] 2025 대전광역시 경관계획 목표 및 전략	22
[표 2-5] 관광개발 관련 법규	24
[표 2-6] 관광 관련 법규 현황	24
[표 2-7] 제6차 대전권 관광개발계획의 실행 결과	26
[표 2-8] 대전권 관광개발계획상 주요사업	27
[표 2-9] 국내 도심 온천지구 방문객 인식조사	28
[표 2-10] 대전의 국내 관광객 수요 예측 결과	30
[표 2-11] 대전의 외래관광객 수요 예측 결과	30
[표 2-12] 대전시 숙박시설의 최대 수용인원	31
[표 2-13] 대전시 분기별 숙박 관광 전망	31
[표 2-14] 2026년 대전시 숙박시설의 수용력 계산 결과	32
[표 3-1] 제7차 대전권역계획의 소권별 특징에 따른 도입가능 설정	45
[표 3-2] 제7차 대전권 관광개발계획의 소권별 도입가능의 배분	45
[표 3-3] 보문산 관광거점 조성계획을 위한 사업개요	46
[표 3-4] 대사지구 관광사업에 대한 사업분류	47
[표 3-5] 문화지구 관광사업에 대한 사업분류	49
[표 3-6] 사정지구 관광사업에 대한 사업분류	49
[표 3-7] 행평지구 관광사업에 대한 사업분류	51
[표 3-8] 보문산 관광거점 조성계획의 연차별·재원별 투자계획	54
[표 3-9] 유성온천지구 관광거점 조성계획의 시·공간적 범위	55
[표 3-10] 유성온천지구 관광거점 조성계획의 사업개요	55
[표 3-11] 유성온천의 정체성 확립을 통한 경쟁력 강화의 사업분류	56
[표 3-12] 유성온천 특화시설 조성사업의 위치와 규모	56
[표 3-13] 관광객이 편안한 온천지구 조성의 사업분류	57
[표 3-14] 지역자원 연계를 통한 시너지 창출의 사업분류	58
[표 3-15] 유성온천 브랜드화의 사업분류	59
[표 3-16] 유성온천지구 관광거점 조성계획의 연차별·재원별 투자계획	60
[표 3-17] 공정·생태관광 계획의 사업개요	61
[표 3-18] 지역 중심 공정관광 기반 구축의 사업분류	61
[표 3-19] 대전 체류형 관광기반 강화의 사업분류	62
[표 3-20] 지역 기반 관련 인력육성의 사업분류	63

[표 3-21] 지역 기반 공정·생태관광 대표 프로그램 육성·지원의 사업분류	64
[표 3-22] 지역 기반 공정·생태관광 대표시설 조성의 사업분류	65
[표 3-23] 공정·생태관광 계획에 대한 연차별·재원별 투자계획	68
[표 3-24] 교통관광 계획의 사업분류	69
[표 3-25] 교통관광 계획의 연차별·재원별 투자계획	74
[표 3-26] 문화관광 계획의 사업개요	75
[표 3-27] 대전 아트투어 활성화에 대한 사업분류	75
[표 3-28] 대전 아키텍처 투어(건축물 여행)의 사업분류	76
[표 3-29] 대전 아키텍처 투어 코스1에 포함된 주요 건축물 내용	77
[표 3-30] 대전 아키텍처 투어 코스2에 포함된 주요 건축물 내용	78
[표 3-31] 대전 아키텍처 투어 코스3에 포함된 주요 건축물 내용	79
[표 3-32] 대전 다크투어 활성화의 사업분류	79
[표 3-33] 대전 다크투어 관련 주요 거점 내용	80
[표 3-34] 문화관광 계획의 연차별·재원별 투자계획	81
[표 3-35] 축제관광 계획의 사업개요	82
[표 3-36] 축제 활성화를 위한 관심 증대의 사업분류	82
[표 3-37] 축제 추진 조직 체계에 대한 재정비의 사업분류	83
[표 3-38] 지역 정체성을 갖춘 대표축제 육성의 사업분류	84
[표 3-39] 축제를 통한 도시브랜드 강화의 사업분류	85
[표 3-40] 축제의 산업화를 통한 지역경제 활성화의 사업분류	85
[표 3-41] 축제 간 협업 및 통합채널 구축의 사업분류	86
[표 3-42] 축제관광 계획의 연차별·재원별 투자계획	88
[표 3-43] MICE관광 계획의 사업개요	90
[표 3-44] 대전형 MICE 인프라 확장의 사업분류	90
[표 3-45] 대전형 콘텐츠 발굴 및 활성화의 사업분류	92
[표 3-46] ESG 기반 MICE 생태계 강화의 사업분류	93
[표 3-47] MICE관광 계획의 연차별·재원별 투자계획	95
[표 3-48] 관광상품 및 여행 프로그램 계획의 사업개요	96
[표 3-49] 지역 관광상품 및 프로그램 개발 민간 지원사업의 사업분류	96
[표 3-50] 대전 관광상품 온라인 판매물 운영의 사업분류	97
[표 3-51] 온통대전을 활용한 관광 패스의 사업분류	97
[표 3-52] 대전 관광상품 품질 인증제의 사업분류	98
[표 3-53] 대전 지하철 스탬프 투어의 사업분류	98
[표 3-54] 대전 과학 수학여행 지원 상품의 사업분류	99
[표 3-55] 관광상품 및 여행 프로그램 계획의 연차별·재원별 투자계획	100
[표 3-56] 관광기념품 계획의 사업개요	101
[표 3-57] 지속 가능한 관광기념품 확보의 사업분류	101
[표 3-58] 관광기념품 개발(공모)의 사업분류	102

[표 3-59] 대전시 관광기념품 공모전 추진 방향	102
[표 3-60] 관광기념품 상품화의 사업분류	103
[표 3-61] 문화관광기념품 특화 거리 조성의 사업분류	104
[표 3-62] 지속 가능한 대표 관광기념품 활성화의 사업분류	105
[표 3-63] 관광기념품 유통 활성화의 사업분류	107
[표 3-64] 관광기념품 계획의 연차별·자원별 투자계획	109
[표 3-65] 관광마케팅 계획의 사업개요	112
[표 3-66] 대전의 오프라인 관광마케팅 계획의 사업분류	112
[표 3-67] 대전의 온라인 관광마케팅 계획의 사업분류	114
[표 3-68] 대전·세종관광기업지원센터 활성화 계획의 사업분류	116
[표 3-69] 관광마케팅 계획의 연차별·자원별 투자계획	117
[표 4-1] 추진전략에 따른 관광 소권 분류	124
[표 4-2] 거점형 추진전략의 사업 추진 방식	125
[표 4-3] 테마형 추진전략의 사업 추진 방식	126
[표 4-4] 맞춤형 추진전략의 사업 추진 방식	126
[표 4-5] 거점형 추진전략의 사업 추진 일정	129
[표 4-6] 테마형 추진전략의 사업 추진 일정	130
[표 4-7] 맞춤형 추진전략의 사업 추진 일정	131
[표 4-8] 최근 5년간 대전의 관광개발 사업비 산출	136
[표 4-9] 제7차 대전권역계획 기간 대전광역시 관광개발 사업비 산출	136
[표 4-10] 연차별·자원별 총투자계획 총괄표	137
[표 4-11] 제7차 대전권 관광개발계획 연차별·자원별 투자계획	137
[표 4-12] 제7차 대전권역계획의 유형별 사업비 분류	141
[표 4-13] 제7차 대전권역계획의 자원별 사업비 분류	141
[표 4-14] 2021년 기준 문화체육관광부 국고보조사업 현황	143
[표 4-15] 지역자율계정 포괄보조사업 목록	144
[표 4-16] 지방이양 대상사업	145
[표 4-17] 문화체육관광부 기금 사업	146
[표 4-18] 대전시 일반회계 기준 세출 분야별·연도별 현황	149
[표 4-19] 2021년 기준 대전시 기금 현황	150
[표 4-20] 전략별 관광(개발)계획으로 인한 경제적 파급효과 결과	152
[표 4-21] 관광객 지출로 인한 경제적 파급효과 결과	152
[표 4-22] 전략별 관광(개발)계획과 관광객 지출로 인한 경제적 파급효과 전체 결과	153

그림 목차

[그림 1-1] 제7차 대전권역계획수립반 구성	6
[그림 1-2] 계획추진 경과	7
[그림 2-1] 제5차 국토종합계획의 계획 기조	17
[그림 2-2] 제4차 관광개발기본계획의 목표와 전략	18
[그림 2-3] 제5차 관광진흥 5개년 계획 비전 및 정책 대상	19
[그림 2-4] 2030 대전도시기본계획의 비전	20
[그림 2-5] 대전 사이언스 국제회의복합지구 비전 달성을 위한 정책방향	23
[그림 2-6] 2030 새로운 대전 그랜드 플랜의 비전과 목표	23
[그림 2-7] 국내 관광객 수 예측치 추이	29
[그림 2-8] 특광역시 숙박관광객의 숙박유형	32
[그림 2-9] SWOT 분석을 통한 대전권 관광여건 종합진단 결과	33
[그림 2-10] 제7차 대전권역계획 수립에 대한 주요 추진 방향	35
[그림 3-1] 제7차 대전권 관광개발계획의 비전	41
[그림 3-2] 제7차 대전권 관광개발계획의 정성적 목표	41
[그림 3-3] 제7차 대전권 관광개발계획의 추진전략	42
[그림 3-4] 보문산 관광거점 조성계획 관련 사업계획도	46
[그림 3-5] 보문산 전망대 조성사업부지	47
[그림 3-6] 스카이워크(황금로) 조성사업부지	48
[그림 3-7] 바이대전 플리마켓 & 스토리광장 조성사업부지	48
[그림 3-8] 보문웰빙 헬스공원 조성사업부지	49
[그림 3-9] 실감형 글로리 정원 조성사업부지	50
[그림 3-10] 에어로디움 스포츠파크 조성사업부지	51
[그림 3-11] 가족휴양 캠핑촌 조성사업부지	51
[그림 3-12] 오-월드 시설현대화 사업부지	52
[그림 3-13] 효문화 뿌리마을(제2뿌리공원) 조성사업부지	53
[그림 3-14] 뿌리공원 분수 조성사업부지	53
[그림 3-15] 온천지구 관광거점 조성계획의 사업 구상도	55
[그림 3-16] 지자체 운영 인증패 사례 이미지	59
[그림 3-17] 대전국제공정관광포럼 개최 예상 장소(안)	65
[그림 3-18] 신상교 저수위와 만수위 시 모습	66
[그림 3-19] 금강로하스타워1·2의 위치도	67
[그림 3-20] 퍼스널 모빌리티 관광코스(1)의 공간적 범위	70
[그림 3-21] 퍼스널 모빌리티 관광코스(1) 인근 자전거길 모습	71
[그림 3-22] 퍼스널 모빌리티 관광코스(2)의 공간적 범위	71
[그림 3-23] 퍼스널 모빌리티 관광코스(2) 인근 자전거길 모습	72

[그림 3-24] 퍼스널 모빌리티 관광코스(3)의 공간적 범위	72
[그림 3-25] 대전문화예술단지 내 문화자원의 위치도	75
[그림 3-26] 대전 아키텍처 투어 코스1에 포함된 주요 건축물의 위치도	77
[그림 3-27] 대전 아키텍처 투어 코스2에 포함된 주요 건축물의 위치도	77
[그림 3-28] 대전 아키텍처 투어 코스3에 포함된 주요 건축물의 위치도	78
[그림 3-29] 대전 다크투어 관련 주요 거점 위치도	80
[그림 3-30] 자율주행 관련 단계별 사업 실행(안)	91
[그림 3-31] 와인거리 중심의 MICE관광객 이동 동선 예시	92
[그림 4-1] 관광 소권별 추진과제 분포도	123
[그림 4-2] 대전시 관광 관련 정책 네트워크와 그 한계점	132
[그림 4-3] 제7차 대전권역계획의 유형별(좌)·자원별(우) 사업비 분류	141

제1장

계획 수립의 개요



- 1절 계획 수립의 배경과 목적
- 2절 계획 수립의 범위
- 3절 계획 수립의 체계와 절차

1절 계획 수립의 배경과 목적

1. 계획 수립의 배경

- 과거 관광개발에 대한 주공간이 국가였다면, 현재는 관광개발의 주공간이 지역으로 변화한 상황임
 - 이에 2020년부터 관광개발 관련 사업의 지방이양이 본격화되면서 지역 주도의 관광개발 기획과 계획, 그리고 시행 등에 대한 자율적 권한이 대폭 증가하게 됨
 - 다만 지역의 여건이 같지 않기 때문에 지역의 관광 여건을 충분히 검토하고 유연한 관광종합계획을 수립할 수 있도록 종단적 차원의 대응이 필요함
 - 즉, 도시의 상황을 고려하여 맞춤형 관광개발계획을 중기적 차원에서 수립할 필요성이 있음을 의미함
- ‘교통의 중심지’라는 이미지를 가지고 있는 대전권역(이하 대전권)은 대한민국의 중심부에 위치하여 어떤 교통수단을 이용하더라도 접근이 용이함
 - 대전역과 서대전역 중심의 철도 교통, 대전복합터미널 중심의 버스 교통, 대전IC를 비롯하여 대전 유입이 가능한 고속도로 중심의 자가용 교통 등 다양한 교통수단이 대전 방문의 용이함을 더해주고 있음
 - 다만 대전권은 한국과학기술원(KAIST), 대덕연구개발특구 등 ‘과학도시’ 관련 자원뿐만 아니라 자연·인문 자원을 다수 보유하고 있음에도 불구하고 관광목적지 이미지는 부족한 상황임
 - 대전관광 홈페이지를 통해 대전의 주요 관광지 12곳이나 테마별로 대전의 꼭 가볼만한 곳 40선이 소개되고 있으며, 10개의 대표축제 또한 언급되고 있지만, 도시관광 목적지로 이미지를 부각하지 못하고 있음을 의미함
 - 실제 포털 사이트에 대전의 연관 검색어로 ‘재미가 전혀 없음’이라는 의미의 ‘노잼’이 나타날 정도로 관광에 대한 부정적 이미지가 있는 대전권은 체계적이면서 통합적 차원의 관광종합계획 수립이 요구된다고 할 수 있음
- 따라서 2022년부터 2026년까지 향후 5년 동안 대전권의 관광 부문에 대한 경쟁력을 강화하기 위한 체계적 계획 수립이 요구되는 상황임
 - 구체적으로 5년 이상의 대규모 관광개발계획뿐만 아니라 5년 내 가능한 소규모 관광개발계획을 수립하고, 그 외에 대전권 관광진흥을 위한 사업 등을 종합적 차원에서 수립·검토할 필요가 있음

2. 계획 수립의 목적

- 관광진흥법 제5장(관광지 등의 개발) 제1절(관광지 및 관광단지의 개발) 제49조(관광개발기본 계획 등) 제2항에 의해 제7차 대전권 관광개발계획(2022~2026년, 이하 제7차 대전권역계획)은 대전권에 필요한 관광개발 비전과 방향을 설정함과 동시에 5년간 대전권의 관광정책 수립을 위한 기초자료이자 참고자료로 활용하는 것에 목적을 두고 있음
- 즉, 대전권의 관광 관련 1·2차 자료를 분석하고, 기존 관광개발사업의 평가를 통해 대전권에 필요한 관광종합계획을 수립하는 것이 주된 목적이라고 할 수 있음

[관광진흥법 제49조(관광개발기본계획 등) 제2항]

“시·도지사(특별자치도지사는 제외한다)는 기본계획에 따라 구분된 권역을 대상으로 다음 각 호의 사항을 포함하는 권역별 관광개발계획(이하 “권역계획”이라 한다)을 수립하여야 한다.”

1. 권역의 관광 여건과 관광 동향에 관한 사항
2. 권역의 관광 수요와 공급에 관한 사항
3. 관광자원의 보호·개발·이용·관리 등에 관한 사항
4. 관광지 및 관광단지의 조성·정비·보완 등에 관한 사항
- 4의2. 관광지 및 관광단지의 실적 평가에 관한 사항
5. 관광지 연계에 관한 사항
6. 관광사업의 추진에 관한 사항
7. 환경보전에 관한 사항
8. 그 밖에 그 권역의 관광자원의 개발, 관리 및 평가를 위하여 필요한 사항

자료: 국가법령정보센터 홈페이지(검색어: 관광진흥법)

2절 계획 수립의 범위

1. 공간적 범위

- 도시 차원: 대전광역시(총면적 539.63km²)
- 광역 차원: 대전을 중심으로 관광사업 연계가 가능한 인접 지역(예: 세종, 충북, 충남) 포함

2. 시간적 범위

- 기준연도: 2019년(2020년)
- 목표연도: 2022년
- 계획기간: 2022년~2026년(5년)

3. 내용적 범위

- 본 계획의 내용은 관광진흥법 제49조(관광개발기본계획 등) 제2항에 제시된 각호의 사항을 아래와 같이 포함하고 있으며, 제7차 권역별 관광개발계획 수립 지침(안)(2020.9.4.)을 근거로 대전권의 특성과 여건에 맞게 내용적 범위를 설정함

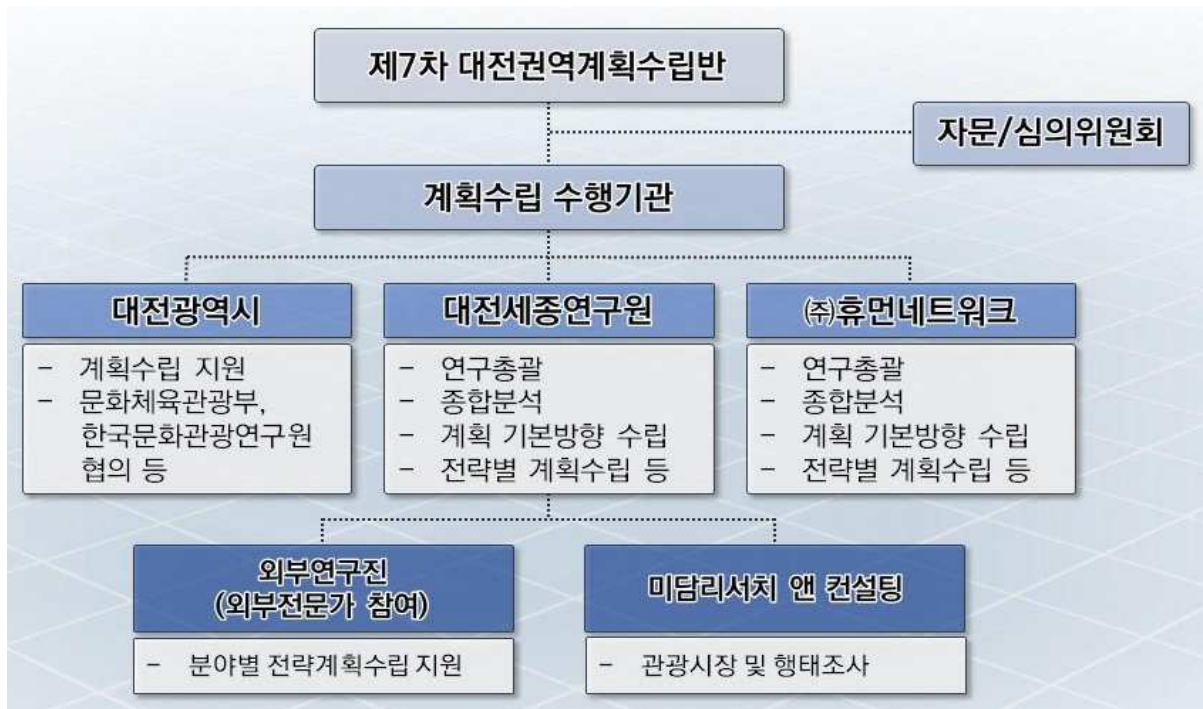
[표 1-1] 계획의 내용적 범위 설정

구분	세부 계획 내용
제1장 계획 수립의 개요	계획 수립의 배경과 목적, 계획 수립의 범위, 계획 수립의 체계와 절차
제2장 관광개발 여건 및 동향 분석	관광 환경 및 현황 분석, 관광개발 상위 및 관련 계획 분석, 전차 권역계획 진단, 관광수요와 공급분석, 종합분석 및 추진 방향
제3장 관광개발 기본구상 및 사업계획	관광개발 기본구상, 전략별 관광(개발) 계획
제4장 관광개발사업 집행관리 계획	사업 추진 체계, 투자계획 및 재원조달 방안, 개발효과 분석

3절 계획 수립의 체계와 절차

1. 계획 수립 체계

- 제7차 대전권역계획의 수립반은 별도 자문/심의위원회를 제외하고, 3개의 기관을 중심으로 구성됨



[그림 1-1] 제7차 대전권역계획수립반 구성

2. 계획 수립 절차

- 제7차 대전권역계획은 내부 연구진을 비롯하여 외부 전문가 및 관계기관 등과의 협의 및 조사 등을 통해 의견을 수렴하고, 관련 중앙부서와의 업무 협의 및 협조 등을 통해 의견을 조율하는 과정을 통해 수립됨

제7차 대전권 관광개발계획 수립용역

계획 수립의 추진 경과

2020. 04. 27 ~ 2021. 12. 10



[그림 1-2] 계획추진 경과

제2장

관광개발 여건 및 동향 분석



- 1절 관광 환경 및 현황 분석
- 2절 관광개발 상위 및 관련 계획 분석
- 3절 전차 권역계획 진단
- 4절 관광수요와 공급분석
- 5절 종합분석 및 추진 방향

1절 관광 환경 및 현황 분석

1. 관광 환경 분석

1) 관광 환경 분석에 대한 주요 시사점

(1) 일반 환경 변화 및 전망에 대한 특징

① 사회적 변화의 특징

- 도시 간 관광 경쟁 심화로 인한 지역의 관광 대응이 중요해질 것이고, 관광 분야의 인력 시장 구조 또한 변화(예: 정년 연장, 황혼 아르바이트 등)가 예상됨
- 그 외에 틈새시장에 해당하는 대상(예: 1인 가구, MZ세대, 건강 등) 중심의 관광상품이 활성화될 것이며, 인근 지역 간 연계를 통한 광역 관광 준비의 필요성이 대두될 것으로 예상됨

② 기술적 변화의 특징

- 기술 발달로 관광활동을 위한 H/W와 S/W가 강화되고 있는 가운데, 이로 인한 관광객 중심의 관광 편의성은 계속 강화될 것임

③ 경제적 변화의 특징

- 국내·외 경기 침체로 인한 소비 위축으로 관광 수입 정체 또는 감소가 예상되는 가운데, 고용 불안으로 인한 관광 분야 인적 서비스 자원에 대한 양·질의 확보가 어려울 수 있음
- 그러면서도 가구소득과 실제 소득 중 일정 부분은 여행을 포함한 여가 소비에 대한 수요로 계속 이어질 것임

④ 환경적 변화의 특징

- 환경에 대한 부정적 변화로 인해 야외활동에 제약이 많아질 것으로 예상되는 가운데, 질병과 같이 안전에 위협을 받는 상황에서는 안전성이 보장되는 곳으로 떠나려는 관광수요가 이어질 것임

⑤ 정치적 변화의 특징

- 국제 정세에 따라 관광객 이동과 관련된 국제 교류의 변화가 다양하게 발생할 것으로 예상됨
- 한편, 국내의 경우 장기적으로는 남북 관계에 의한 관광 변화가 가능한 가운데, 단기적으로는 여가시간 증대에 따른 지역 간 관광 이동이 활발히 이루어질 것으로 판단됨

(2) 국제관광 현황 분석에 대한 주요 시사점

- 국제 관광시장은 유럽지역 방문이 주도하고 있는 가운데, 아웃바운드 송출은 중국의 성장세가 이어지고 있다는 특징이 있음

- 다만 유럽 지역의 비중은 과거에 비해 약해지고 있는 반면에 아시아·태평양 지역을 꾸준히 성장세를 이어가고 있는 가운데, 중동의 성장률이 가파른 것이 특징으로 나타남
- 이런 국제 관광시장에서 한국은 20위권의 국제관광객 유치와 10위권 후반의 관광 수입을 기록하고 있다는 점에서 국제 관광시장을 주도하는 상위국 진입을 위한 노력이 필요한 것을 알 수 있음

(3) 국내관광 현황 분석에 대한 주요 시사점

① 외국인 국내관광의 특징

- 코로나19 상황 이전인 2018년과 2019년 모두 외래관광객 수가 지속해서 증가한 가운데, 중국과 일본이 국내관광 시장에서 중요한 것을 알 수 있음
 - 1회 방문 비율이 감소했지만 3회 이상 재방문은 꾸준히 증가하고 있는 가운데, 관광 수입 또한 증가와 감소를 반복하고 있지만, 코로나19 상황 이전까지 3년간은 꾸준히 증가 추이를 보임
 - 특징적인 것은 코로나19 상황에서 관광 수입은 2019년 대비 50% 정도 감소했지만, 1인당 평균 소비액은 3배 가까이 증가했다는 것으로, 질적 소비의 가능성을 찾아볼 수 있음
 - 방문 목적은 여가/위락/휴식이 차지하는 비중이 가장 높은 가운데, 쇼핑과 식도락에 대한 수요가 높으면서도, 만족도가 높은 활동으로 나타남
 - 개별여행 시장 중심으로 국내·외 인터넷을 통한 정보 검색이 중요한 것을 알 수 있는 가운데, 전반적 만족도에 비해 재방문과 타인 추천 의향은 상대적으로 낮다는 것이 특징임
- 외국인 국내관광 시장을 선도하기 위해서는 재방문 관광객의 욕구를 충족할 수 있는 변화 요소를 꾸준히 발굴하여 활용하는 것이 중요하다고 볼 수 있음

② 내국인 국내관광의 특징

- 국내여행 횟수 총량은 2018년 대비 2019년 증가한 가운데, 당일여행의 비중이 증가하였고, 1인 평균 여행 횟수와 일수도 증가한 것이 특징임
 - 외국인 국내관광과 다르게 방문지 선택은 주로 자연 및 풍경 감상과 같이 볼거리 제공과 휴식/휴양의 여행지 지명도가 중요한 가운데, 정보 또한 인터넷보다는 주변인이나 과거 방문 경험이 주도하는 것을 알 수 있음
 - 또한 자가용을 이용하여 이동하는 수요가 많은 가운데, 숙박시설 이용은 호텔 일변도가 아닌 것을 알 수 있음
 - 소비는 주로 여행지에서 지출이 이루어지는 가운데, 식비, 교통비, 숙박비, 쇼핑비 순의 비중으로 나타남
 - 외국인 국내관광의 평가와 달리 전반적 만족도, 재방문 및 타인 추천 의향 모두 80점 미만으로 높지 않음
- 내국인 국내관광 시장에 대한 전반적 평가를 높이기 위해서는 당일여행이라는 물리적 시간의 한계에서 기억에 남는 체험 요소를 어떻게 제공해주느냐가 중요하다고 볼 수 있음

(4) 기타 평가에 대한 주요 시사점

- 전체적으로 보았을 때 평가나 현황이 광역시 평균보다 낮은 상황으로 나타나 부족한 영역에 대한 투자와 관심이 절대적으로 필요한 것을 알 수 있음

- 따라서 관광수요를 대전에 집중시키기 위해 집객력이 높은 공급 요소를 채워주고, 이를 뒷받침하는 관광산업의 지원을 통해 관광 기반을 구축해나가는 것이 향후 중요할 것임
- 특히 대전은 광역시 평균에 비해 여행지로 선택하는 비중이나 평가(여행지 체감만족도, 재방문 의향, 추천 의향)가 낮으므로 관광목적지로 대전을 체감할 수 있는 점진적 변화 움직임이 무엇보다 중요하다고 할 수 있음

(5) 국내관광 트렌드 전망에 대한 주요 시사점

- 코로나19 이전과 이후에 대한 국내관광 트렌드가 혼합되면서 코로나19 이전의 주요 특징에 코로나19 이후의 주요 특징이 결합한 형태로 국내관광이 지속될 것으로 예상됨
 - 코로나19 이전에는 첨단기술 중심의 스마트여행, 모바일 플랫폼 기반의 서비스 영향력 확대, 여행수요 확대와 세분화된 여행 세대 등장, 개인 맞춤형 패키지 시장 성장, 일상생활 속 소확행 관련 여행 확산, 능동적 경험 추구 및 가치 중심의 여행 증가 등이 뚜렷한 특징임
 - 반면에 코로나19 상황에서 안전을 고려한 언택트 트렌드의 지속과 함께 소규모 여행 활동과 대안 관광지 선호 증가, 관광 니즈의 지속화와 수요회복에 대한 기대의 공존 등이 특징으로 나타남
- 결국 관광은 시대적 흐름이나 환경적 변화 등에 민감한 영역이라는 점을 확인할 수 있는 가운데, 일상 관광의 영역과 여행의 다양화가 지속될 것으로 예상해볼 수 있음

2. 관광 현황 분석

1) 관광 현황 분석에 대한 주요 시사점

(1) 관광자원에 대한 주요 시사점

- 지형적 특성에 따라 산악관광자원 중심의 둘레길이 비교적 잘 형성되어 있는 가운데, 주요 관광자원으로 자연관광, 수변관광, 공원관광 관련된 장소들이 공식 홈페이지 등에 언급되고 있음
 - 슬로우 투어리즘에 적합한 자원을 바탕으로 정적인 형태이지만, 일상생활 속 소확행 측면에서 자원의 연결성이 존재한다고 볼 수 있음
- 반면에 인문관광자원의 경우 산업관광자원과 위락관광자원 일부 자원의 활용도가 높은 것을 알 수 있음
 - 특히 엑스포재창조사업에 의해 엑스포과학공원 일대 기존 시설 리뉴얼(예: 엑스포과학공원 등)과 신규 시설 확대(예: 사이언스 콤플렉스, 국제전시컨벤션센터 등) 등이 활발히 이루어지고 있어 과학산업과 MICE산업 관련 관광자원 활용도가 높아질 것으로 예상됨
 - 아울러 사이언스 콤플렉스와 함께 현대프리미엄아울렛 대전점 등 쇼핑산업 관련 관광자원도 확충되면서 쇼핑관광 관련 수요 확보도 기대볼 수 있음
 - 한편, 정적인 형태의 관광자원 분포가 많은 대전에서 위락관광자원 중 테마파크 자원으로 중부권 최대규모라는 장점이 있는 오-월드를 어떻게 활용하느냐가 중요할 것으로 판단됨

(2) 유성관광특구에 대한 주요 시사점

- 유성관광특구는 외국인 관광객 유치 촉진을 위한 관광특구지만, 매년 관광객 수는 감소하고 있으므로 쇠퇴 상황을 겪고 있는 유성관광특구는 변화를 통해 리포지셔닝을 시도할 필요성이 있음

(3) 관광산업에 대한 주요 시사점

- 총체적으로 보았을 때 관광활성화를 위해 필요한 공급 요소가 상대적으로 약한 부분이 존재하는 것을 알 수 있음
 - 2018년을 기점으로 매년 관광사업체의 총량은 감소하고 있는 가운데, 특히 유원시설업과 관광 편의시설업의 감소가 눈에 띄며, 관광호텔의 경우에도 점차 감소하고 있는 것을 알 수 있음
 - 또한 대전 내 5개의 기초자치구의 관광사업체 수는 양분화되어 있는 가운데, 주로 서구와 유성구 중심으로 관광산업 기반이 갖춰져 있는 것을 확인할 수 있음
- 반면에 관광활성화 가능성이 존재하는 공급 요소 또한 존재하기 때문에 선택과 집중 차원에서 관심을 가질 필요가 있을 것임
 - 가령 대전국제전시컨벤션센터가 준공을 앞두고 있어 MICE관광 관련 인프라는 대전의 강점 영역으로 활용 가능성이 크며, 대전 오-월드 또한 중부권 최대규모라는 포지셔닝 강점을 충분히 활용할 필요가 있음
 - 그 외에 대전트래블라운지나 대전·세종관광기업지원센터와 같이 관광수요자뿐만 아니라 공급자를 위한 관광거점 역할 기능의 플랫폼 또한 장기적 측면에서 성장 가능성이 있기에 집중적인 관심 도모가 요구됨
 - 아울러 최근 투자가 활발히 이루어지고 있는 관광기념품이나 여행 프로그램과 같은 관광상품도 대전형 특화 테마 발굴로 가능성이 크다는 점에 주목할 필요가 있을 것임

(4) 대전 관광시장에 대한 주요 시사점

① 외국인 관광객 평가

- 대전의 외래관광객 방문 비율은 2%가 안 되지만(문화체육관광부, 2020a), 특정 영역에서의 가능성이 존재함을 알 수 있음
 - 개별여행 형태가 전체 평균보다 강한 대전방문 외래관광객은 3회 이상 재방문 비중 또한 상대적으로 높은 것을 알 수 있음
 - 그러면서도 체재 기간은 상대적으로 길며, 동반자 없이 혼자 오는 비중 또한 높은 것으로 나타남
 - 주요 방한 목적과 참여 활동을 보면 비즈니스 목적이 강한 것을 알 수 있는 반면에 이용 숙박시설에서 호텔 활용이 상대적으로 미흡한 것을 알 수 있음
 - 주요 쇼핑품목이 뚜렷하지 않은 것으로 나타난 가운데, 1인 지출 금액은 전국 평균보다 높다는 것이 특징임
 - 특정 영역(예: 대중교통, 치안)에 있어서 만족도가 상대적으로 높은 반면에 테마 관광활동(예: 음식)과 관광 편의적 요소(예: 언어소통, 길 찾기, 관광안내서비스)는 상대적으로 부족한 것으로 나타남
- 결국 대전을 찾는 외래관광객이 많지는 않지만, MICE와 같은 비즈니스 목적의 블레저 시장이 틈새시장으로 활용 가치가 높기 때문에 비즈니스 관광을 위한 소비 요소와 공급 요소를 갖추는 것이 중요할 것임

② 내국인 관광객 평가

- 국내 관광목적지로 대전을 방문하는 내국인 비율은 전국 최하위권인 가운데, 대전을 찾는 내국인은 관광여행과 기타여행 시장에 따라 특징이 구분되는 것을 알 수 있음
 - 관광여행으로 대전을 방문하는 비율에 비해 기타여행으로 대전을 방문하는 비율이 상대적으로 더 높고, 전국 순위 또한 기타여행은 상위권으로 나타남
 - 특히 관광여행의 경우 전반적 만족도, 재방문 의향, 타인 추천 의향 모두 전국 최하위권으로 나타남
 - 또한 여행 횟수, 여행 일수, 여행 지출액의 경우 관광여행은 전체 평균, 기타여행은 대전의 비중이 큰 것을 알 수 있음
- 결국 내국인들은 대전을 관광여행을 위한 목적지로 고려하지 않고 있는 상황으로, 대전을 관광목적지로 인지할 수 있도록 관광경쟁력 확보방안을 정책적으로 고민할 필요가 있음
 - 그러면서도 외국인 관광객의 특징을 함께 고려하여 블레저 시장에 맞는 기타여행 강점을 활용하는 프로그램을 확보하는 노력이 요구됨

(5) 대전권 주요관광지별 입장객 수에 대한 주요 시사점

- 2019년 기준 대전의 주요 관광지점의 입장객 수는 전체적으로 감소하는 경향을 보이고 있음
 - 특히 대전 오-월드에는 매년 입장객 수가 감소하고 있어 중부권 최대규모 테마파크라는 포지셔닝을 계속 확보하기 위해서라도 수요 확보에 대한 운영·관리 노력이 필요한 시점이라고 할 수 있음

(6) 관광행태조사에 대한 주요 시사점

① 생활 위주 관광개발 및 자원 활용 필요

- 대전은 당일관광(여행)이나 숙박관광(여행) 모두 선호되는 관광도시가 아니며, 다양한 도시 이미지 요소 중 관광 부문은 절대적으로 약한 평가를 받고 있음
 - 아울러 대전관광(여행) 시 활동에 따른 반응이나 평가를 보면 대체로 중도적인 상황임
 - 따라서 현재 관광에 대한 포지셔닝이 잘 되어 있지 않은 상황에서 현실성 없는 대규모 개발이 아닌 소소하지만 확실한 행복 가치를 실현할 수 있는 생활 속 관광 활용도를 높이는 것이 중요함

② 자연 관광 거점 활용 필요

- 대전관광(여행) 시 활동 유형으로 자연/풍경 감상이 높은 상황임
 - 이와 함께 한밭수목원, 보문산, 대청호반(대청호오백리길)과 같은 자연/풍경 감상이 가능한 자연 관광 자원은 대전관광(여행) 시 주된 방문 장소로 언급됨
 - 자연 관광 자원은 타고난 것이지만, 대전에서 느낄 수 있는 자연 관광 자원을 충분히 느낄 수 있도록 거점형 자원 활용이 필요할 것임

③ 특정 테마 강점 활용 필요

- 국내여행 시 선호되는 자원에 비해 대전의 관광자원은 비교적 풍족하지 않은 것으로 평가되고 있는 가운데, 쇼핑이나 식도락과 같은 특정 테마는 대전의 강점 요소로 언급되고 있음
 - 가령 대전관광(여행) 시 찾는 정보 유형으로 음식/맛집이 언급되고, 활동 유형 또한 음식관광(지역

- 맛집)이 많은 것을 알 수 있으며, 특히 대전의 대표 외식 기업이자 빵으로 유명한 성심당이라는 곳이 대전관광(여행) 시 주된 방문 장소로 언급되고 있음
- 그 외에 2020년 6월에 개점한 현대프리미엄아울렛 대전점이나 2021년 8월에 완공된 대전 사이언스 콤플렉스(대전신세계 아트앤사이언스) 등은 쇼핑과 관련된 자원으로 관광과 관련성이 높은 상황임
 - 따라서 쇼핑이나 식도락과 같이 대전에서만 경험할 수 있는 주제 의식을 강조하는 테마형 관광상품을 활용할 필요가 있음

④ 추억의 장소 부활과 활용 필요

- 대전은 숙박관광(여행)을 포함한 재방문이 어느 정도 발생하고 있지만, 방문의 목적이나 활동이 대체로 지인 방문 등 소비성이 약한 상황임
 - 다만 대전관광(여행) 시 방문장소로 엑스포과학공원이나 유성온천(족욕체험장)과 같이 과거부터 현재 까지 대전을 대표적으로 상징할 수 있는 자원이 언급됨
 - 따라서 대전관광(여행) 시 소비 촉진을 강화할 수 있도록 추억의 공간을 토대로 관광활동 관련 사업을 지속해서 도출하는 노력이 필요함

(7) 관광조직 및 인력에 대한 주요 시사점

- 대전시 관광 관련 예산과 인력이 과거보다 증가하였다는 것은 고무적 현상이지만, 관광의 영역 특성상 관광 전담부서뿐만 아니라 유관부서에서도 관광 관련 사업을 진행하는 만큼 관 내 부서 간 유기적 업무 협조가 무엇보다 중요함
 - 아울러 대전 내에는 관광과 문화관광 사업을 전담하는 조직이 구성되어 있어 전문적인 관련 사업 진행이 가능하며, 최근에는 소규모이지만 관광두레와 같이 민간중심의 관광사업 영역에 대전의 기초자치구가 관심을 가지면서, 저변을 확대하고 있음
- 결국 관광에 대한 관심도가 현실화하기 위해서는 대전형 맞춤형 관광 전략을 통해 지역관광 활성화를 도모하는 것이 향후 중요한 과제가 될 것임

2절 관광개발 상위 및 관련 계획 분석

1. 관련 계획

1) 상위 국토 및 관광계획

(1) 제5차 국토종합계획(2020~2040)(대한민국정부, 2019)

- 제5차 국토종합계획의 시간적 범위는 2020년부터 2040년까지로, ‘모두를 위한 국토, 함께 누리는 삶터’라는 비전을 설정함



[그림 2-1] 제5차 국토종합계획의 계획 기조

자료: 대한민국정부(2019: 25)

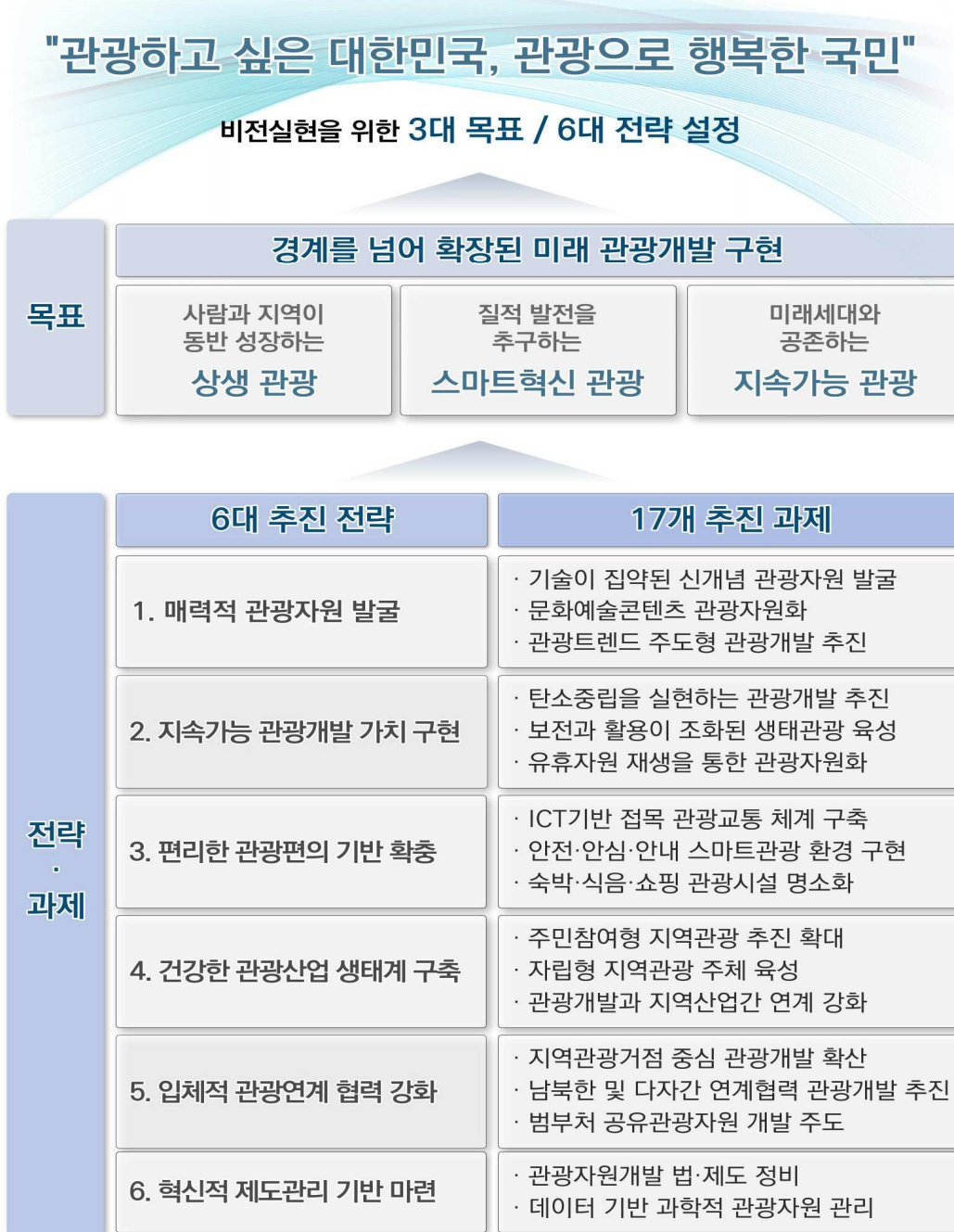
- 지역별 발전방향에서 대전광역시를 ‘혁신성장 주도의 4차산업혁명 특별시’를 구상하여 다음과 같은 기본목표를 설정함

- 4차 산업혁명을 선도하는 첨단과학기술도시 조성
- 도시 간 연계기능 강화를 통한 광역적 상생발전 도모
- 경제와 문화가 함께하는 쾌적하고 매력 있는 도시환경 조성
- 자치분권·교육·복지 기능 강화로 모두가 함께 누리는 포용도시 구현
- 시민의 품격 있는 삶을 담는 지속가능한 스마트도시 구현

(2) 제4차 관광개발기본계획(2022~2031)(문화체육관광부, 2021b)

- 제4차 관광기본계획의 시간적 범위는 2022년부터 2031년까지이며 제7차 권역별 관광개발계획(2022~2026년)과 동일한 시기에 수립되어 상호 연계하여 계획을 수립해야 함
 - 비전으로는 '관광하고 싶은 대한민국, 관광으로 행복한 국민'이라는 비전을 설정하여 이를 위한 3대 목표와 6가지 추진전략을 설정하였음

관광개발 목표와 전략



[그림 2-2] 제4차 관광개발기본계획의 목표와 전략

자료: 문화체육관광부(2021b: 4)를 토대로 작성함

- 해당 계획에서 대전은 과학기술기반의 중원문화관광지대인 ‘충청권’ 관광권역에 해당하며, 다음과 같은 비전과 전략이 제안됨

- (비전) 소확행 경험 가치를 실현하는 중부권 허브 관광도시 대전
- (전략1) 역사와 정체성 회복을 위한 지역관광 숙원사업 공간 창출
- (전략2) 분포된 녹색관광 자원을 활용한 클러스터 이원화 계획 수립
- (전략3) 선택과 집중을 통한 매력적인 거점형·테마형·맞춤형 대전관광 활성화
- (전략4) 관광 거점 매력성 확보와 관광산업 증진을 위한 마케팅 이원화 계획 수립

(3) 제5차 관광진흥 5개년 계획(2018~2022)(문화체육관광부, 2018)

- 제5차 관광진흥 5개년 계획(2018~2022)은 ‘모두를 위한 관광선진사회로의 도약’을 비전으로 설정하고 다음과 같은 추진전략 및 핵심과제를 제시함

- 심표가 있는 삶, 관광복지사회 실현을 위한 시작
- 신성장 역량강화로 관광산업 경쟁력 제고
- 함께하는 지역관광 만들기
- 외래관광객 유치의 다변화 고도화를 통한 국제관광 경쟁력 강화



[그림 2-3] 제5차 관광진흥 5개년 계획 비전 및 정책 대상

자료: 문화체육관광부(2018: 99)

(4) 충청유교문화권 광역관광개발 기본구상 및 계획(2017~2026)(문화체육관광부, 2016)

- 국가정책 차원의 ‘문화융성’에 필요한 지역문화 발전전략과 함께 관광경쟁력 강화 목적의 지역관광 연계협력 활성화를 충청유교문화에 접목하고, 이를 지역균형발전 차원의 관광 성장 동력으로 활용하려는 계획임
- ‘유교문화가 만들어낸 새로운 대한민국 문화관광의 중심’이라는 비전을 설정함
 - 이를 실현하기 위한 3대 목표로, ‘유교문화의 새로운 가치를 창출하는 창조적 문화관광 중심지역’, ‘관광시장을 충청권에 유인할 수 있는 매력적 관광목적지역’, ‘충청권의 역량을 통해 발전해가는 지속 가능한 관광발전지역’을 제시함

(5) 제4차 국제회의산업육성기본계획(2019~2023)(문화체육관광부, 2019)

- MICE 산업을 둘러싼 글로벌 환경변화에 대응하기 위한 계획으로 ‘지속 가능한 국제회의산업 생태계 구축’을 비전로 설정하여 4대 추진전략과 30개의 세부과제를 도출함

[표 2-1] 제4차 국제회의산업육성 기본계획의 정책분야 및 세부과제

정책분야	세부과제
국제회의산업 역량 강화 (세부과제: 4개)	지역 국제회의산업 육성지원, 국제회의 주최자 대상 관광기금 용자범위 확대, 국제회의기획업 국제경쟁력 강화, 국제회의 기술 육성 및 활용 확대 지원
현장형 전문인력 양성 (세부과제: 4개)	산학연계 교육 및 취업 지원 강화, 국제회의업 전문교육 프로그램 강화, 전문인력 경력관리 시스템 구축 및 운영, 국제회의산업 근로환경 실태 파악 및 환경 개선
공정거래 환경조성 (세부과제: 3개)	공정거래 가이드라인 정착, 국제회의업 영역 현실화 및 위상강화, 국제회의 용역 대가 산정 기준 개발·확산
국제회의의 수요 발굴 (세부과제: 3개)	K-컨벤션 발굴·지원, 융복합(전시·국제이벤트 등 연계) 국제회의의 발굴·육성, 한반도 국제회의 육성·지원
국제회의의 유치·개최·홍보 협력 강화 (세부과제: 4개)	국제회의의 유치·개최 지원제도 효율화, 국제회의전담조직(지역컨벤션뷰로) 지원체계 개선, 한국 국제회의산업 홍보 강화, 한국 마이스 산업전(KME)을 아시아 대표 박람회로 육성
국제회의의 개최지역 경쟁력 강화 (세부과제: 3개)	국제회의의 복합지구/집적시설 활성화, 국제회의도시 평가제도 도입, 한국 대표 유니크베뉴 확충
참가자 친화 환경조성 (세부과제: 3개)	국제회의의 관련 시설 인프라 확충, 국제회의의 참가자 편의성·접근성 제고, 참가자/동반자 지역 문화관광 프로그램 확충
국제회의의 법률제도 정비 (세부과제: 3개)	국제회의산업법령 상 국제회의의 기준 개선, 국제회의시설 범위 확대 및 관리, 국제회의의 지원 업종 확대
국제회의산업 지속 성장 관리체계 구축 (세부과제: 3개)	국제회의의 질적 성장 지표 발굴 및 관리, 국제회의산업 조사연구 강화, 국제회의의 산업 협력체계 구축

2) 도시기본계획 및 스마트도시 종합계획

(1) 2030년 대전도시기본계획 일부변경(대전광역시, 2019)

- 대전의 2030 도시의 미래상은 ‘사람이 행복한 과학도시, 대전’으로 구상한 가운데, 비전은 크게 3가지로 제시함



[그림 2-4] 2030 대전도시기본계획의 비전

자료: 대전광역시(2019: 50)

- 도시기본계획은 6대 핵심이슈와 그에 따른 18개의 계획목표를 제안함

[표 2-2] 2030년 대전도시기본계획 핵심이슈 및 계획 목표

비전	핵심 이슈	계획 목표		
대한민국 新중심도시를 지향하는 Global City	주변도시와 상생·발전하는 중부권 중심도시	광역권 중심도시기능 강화	주변 도시 간 연계 교통 시스템 구축	세종시 주거수요에 대응
	경쟁력 있는 국제과학도시	국제과학 비즈니스 벨트의 성공적 조성	첨단과학과 문화가 어우러진 도시	쾌적한 교육·연구환경 조성
사람과 문화가 공존하는 Human City	즐길거리가 풍부한 매력적인 문화도시	중부권 문화거점 기능 강화	문화복지기반 구축	기존 역사·문화자원의 보전·활용
	활력이 넘치는 도시	원도심의 도시기반시설 정비·확충	노후 산업단지 재생	지역 커뮤니티 활성화
저탄소 녹색성장을 실현하는 Green City	대중교통 중심도시	대중교통 중심 도시공간구조 형성	대중교통 결절점 주변 기반시설 정비	저탄소 녹색교통 시스템 구축
	건강한 환경도시	지속 가능한 녹색도시	청정자연 환경의 지속적 보전·관리	건강한 도시환경 조성

자료: 대전광역시(2019: 74)를 토대로 작성함

(2) 제3차 스마트도시 종합계획(2019~2023)(국토교통부, 2019)

- 제3차 스마트도시 종합계획(2019~2023)의 비전은 ‘시민의 일상을 바꾸는 혁신의 플랫폼, 스마트시티’로 하고 있으며 ‘공간 데이터 기반 서비스로 다양한 도시문제 해결’, ‘모든 시민을 배려하는 포용적 스마트시티 조성’, ‘혁신 생태계 구축을 통한 글로벌 협력 강화’를 3대 목표로 설정하고 있음

[표 2-3] 제3차 스마트도시 종합계획의 추진전략·과제

추진전략	추진과제
성장 단계별 맞춤형 모델 조성	(시범도시) 국가 시범도시 성과 창출 및 확산
	(기존도시) 스마트시티 챌린지 등 확산사업 확대 개편
	(기존노후도시) 스마트시티형 도시재생 뉴딜사업 성과 확산
스마트시티 확산 기반 구축	(통합플랫폼) 기초·광역 지자체 조기 확산 및 서비스 발굴
	(연구개발) 혁신성장동력 R&D로 데이터 AI 기반 미래도시 실증
	(인재육성) 석·박사 지원, 특성화 교육으로 전문인력 양성
	(정보축적) 정보포털 구축운영, 다큐멘터리 제작 등 추진
스마트시티 혁신 생태계 조성	(규제혁신) 스마트시티형 규제 샌드박스 도입 및 실증
	(거버넌스) 융합 얼라이언스, 지자체 협의회, 리빙랩 네트워크 등
	(인증·표준) 스마트시티 인증제 및 표준화 추진
	(산업기반) 창업 지원, 조달방식 개선, 솔루션 마켓 구축
글로벌 이니셔티브 강화	(해외수출) 진출 단계별 체계적 수출지원 방안 마련·시행
	(교류협력) 학술 심포지엄, 주요국 및 국제기구 교류 협력 강화
	(국제행사) 엑스포를 세계적 수준의 스마트시티 국제행사로 육성

자료: 국토교통부(2019: 23)를 토대로 작성함

(3) 2025 대전광역시 경관계획(2013~2025)(대전광역시, 2015)

- 경관법 제15조의 규정에 따라 2025년을 목표연도로 설정한 경관계획으로 주요 목표와 전략은 다음 표와 같음

[표 2-4] 2025 대전광역시 경관계획 목표 및 전략

목표	추진전략
사람중심의 행복도시	사람과 조화로운 도시경관 조성, 지역 정체성 회복의 도시경관 조성, 활기차고 편리한 도시경관 조성
자연중심의 녹색도시	산 조망 및 녹지 보전, 시가지 내 자연녹지 유입, 도시에 활력을 주는 수변경관 창출, 농촌경관 보전 및 활용
문화중심의 창조도시	역사문화자원 보존 및 활용, 예술문화 특화경관 조성, 과학문화 특화경관 조성

자료: 대전광역시(2015: 77)를 토대로 작성함

- 해당 계획에서는 3가지 주요 목표에 따라 10가지 추진전략을 설정하였고 이에 다음과 같은 26가지의 세부전략을 도출함

- (사람과 조화로운 도시경관 조성) 주거지 생활환경 개선 및 다양한 주거지 경관 조성, 산업 단지(공업) 경관관리, 주민 참여형 경관도시 조성
- (지역 정체성 회복의 도시경관 조성) 대전시 관문경관 조성, 도시구조물 및 가로시설물 경관개선, 전략적 야간경관 조성
- (활기차고 편리한 도시경관 조성) 가로경관개선 및 특성화거리 확대, 도로·철도 경관관리, 옥외광고물 디자인 개선
- (산 조망 및 녹지 보전) 조망점, 조망축 선정 및 관리, 주요 산·공원 접근로·등산로 경관개선, 산·구릉지 주변부 경관관리
- (시가지 내 자연녹지 유입) 거점 녹지 연계 그린네트워크 조성, 도심 속 유휴 공간을 활용한 녹지 확충, 신교통수단 건설과 연계한 녹지 확충, 기존 공원 재정비
- (도시에 활력을 주는 수변경관 창출) 수변 스카이라인 및 통경축 형성, 활력 있는 친수공간 조성
- (농촌경관 보전 및 활용) 농촌경관의 보전 및 관광자원화, 농촌 불량경관요소 관리
- (역사문화자원 보존 및 활용) 역사문화거리의 확대·육성, 역사문화자원 주변경관 형성
- (예술문화 특화경관 조성) 문화시설 네트워크 형성, 일상적 문화체험 장소 확대
- (과학문화 특화경관 조성) 과학을 접목한 특화 공간 조성, 연구단지 경관관리 강화

(4) 대전 국제회의복합지구 지정 및 육성진흥계획(2022~2026)(대전마케팅공사, 2021)¹⁾

- 본 계획은 대전 국제회의복합지구 지정을 통한 대전 MICE 산업 경쟁력 강화 및 지역 경제 활성화를 목표로 하며 대전의 산업적 특성과 인프라, 그리고 타 지자체와 차별화가 될 수 있는 복합지구의 성장을 위한 계획임
- 이에 따라 비전을 ‘글로벌 과학 MICE 도시! 대전 사이언스 국제회의복합지구’로 설정하고, 해당 비전 달성을 위해 다음과 같은 7가지 정책 방향을 제시함

1) 2021년 11월 22일 대전시의회 제262회 행정자치위원회를 통해 ‘대전마케팅공사 조례 일부개정조례안’이 통과하여 2022년 1월부터 ‘대전관광공사’로 기관 명칭이 변경될 예정임

글로벌 과학 MICE 도시! 대전 사이언스 국제회의복합지구

비전 달성을 위한 7가지 정책 방향

01	글로벌 과학 MICE 도시로서의 도시마케팅 및 개최지 브랜딩화
02	과학 MICE 도시로서의 마이스 인프라 확충 및 생태계 조성
03	국내·외 과학 관련 조직 및 기구와의 협력 네트워크를 통한 마이스 행사 유치·개최
04	지역의 MICE 산업 활성화를 위한 MICE 기업 육성 및 전문인력양성
05	지속적인 MICE 발전과 기업 및 산업육성을 위한 가치 '대전과학MICE지원 육성센터' 건립
06	과학 MICE도시로 성장과 발전을 위한 지역MICE협의체 발굴 및 육성지원
07	과학 MICE 국제회의복합지구와 지역관광 연계를 통한 지역관광 활성화

[그림 2-5] 대전 사이언스 국제회의복합지구 비전 달성을 위한 정책방향

자료: 대전마케팅공사(2021: 123)를 토대로 작성함

3) 2030 새로운 대전 그랜드플랜(대전광역시, 2020)

- 본 계획은 시민의견과 함께 미래 여건 변화 및 최근의 상황 변화를 반영하여 비전과 목표전략을 수립하고 이에 따라 각 분야별 전략과 중장기 사업을 제시함
- 시간적 범위는 2020년부터 2030년까지이며, 공간적 범위로 대전광역시 전역을 대상으로 하며, 내용상으로는 라이프(예술·문화, 관광/복지/여성/공동체/자치분권), 공간(도시/안전/교통/환경), 산업(산업육성/혁신플랫폼/균형 발전/일자리)으로 분류함



[그림 2-6] 2030 새로운 대전 그랜드 플랜의 비전과 목표

자료: 대전광역시(2020: 45)를 토대로 작성함

2. 법규

1) 관련 법규 검토 방향

- 관광개발과 관련 법규는 관광자원에 대한 개발과 관련된 각종의 법규를 의미하는데, 직접적으로 관광개발과 관련이 있는지에 따라 협의적 차원과 광의적 차원으로 구분해볼 수 있음

[표 2-5] 관광개발 관련 법규

구분	내용
협의적 차원	관광기본법, 관광진흥법, 관광진흥개발기금법, 관광숙박시설 확충을 위한 특별법, 한국관광공사법, 국제회의산업 육성에 관한 법률 등이 있으며, 이는 관광 활동에 대한 직접적 보호와 촉진과 관련된 법임
광의적 차원	관광개발 과정에서 관여되는 내용에 따라 구분할 수 있으며, 관광 활동에 대한 간접적 보호와 촉진과 관련된 법이 이에 해당함

- 결국 관광과 직접적으로 관련이 있는 협의적 차원의 계획 이외에도 관광개발 행위에 따른 영향권에 있는 법규가 복합적으로 연결되고 있는 구조이므로 상위계획에 해당하는 국토 관련 계획뿐만 아니라 개발규제 법규 등 광의적 차원의 관광 관련 법규 체계하에 각각의 개별 법규들과의 연관성을 살펴보고, 관련 이해도를 복합적으로 높이는 것이 중요할 것임

[표 2-6] 관광 관련 법규 현황

구분		관련 법규
협의 광의	관광법규	관광기본법, 관광진흥법, 관광진흥개발기금법, 관광숙박시설 확충을 위한 특별법, 국제회의산업 육성에 관한 법률, 한국관광공사법
	상위법규	국토기본법, 국토의 계획 및 이용에 관한 법률
	개발법규	자연공원법, 산림문화 · 휴양에 관한 법률, 농지법, 온천법, 체육시설의 설치 이용에 관한 법률, 농어촌정비법, 청소년기본법, 도시공원 및 녹지 등에 관한 법률, 도시개발법
	개발규제법규	문화재보호법, 환경정책기본법, 자연환경보전법, 환경영향평가법, 수도법, 야생생물 보호 및 관리에 관한 법률
	토지취득 관련 법규	공익사업을 위한 토지 등의 취득 및 보상에 관한 법률, 부동산가격 공시 및 감정평가에 관한 법률
	세제·재정 관련 법규	지방재정법, 법인세법, 소득세법, 개발이익 환수에 관한 법률, 농지법, 지방세법, 지방교부세법, 국가균형발전 특별법
	개발 촉진 및 특정 지역 법규	외국인투자 촉진법, 사회기반시설에 대한 민간투자법, 동·서·남해안 및 내륙권 발전 특별법

자료: 행정중심복합도시건설청(2020: 92)과 인천광역시(2017: 125)를 토대로 작성함

3절 전차 권역계획 진단

1. 권역계획 전반에 대한 진단

1) 제6차 계획의 평가 및 진단결과의 시사점

(1) 제6차 계획의 평가

- 제6차 계획은 크게 전략사업 2개와 관광진흥사업 5개 등으로 나누어 총 37개 세부사업을 3,241억 원으로 추진하겠다는 내용을 담고 있음
 - 다만 3,241억 원의 예산 중 실제 사업 집행은 약 1,151억 원 정도 발생하여 예산 대비 사업 집행률은 35.5% 정도로 나타나며, 구체적으로 전통적으로 시행해 온 관광홍보와 안내활동을 제외하고는 특별한 성과를 가져오지 못함
- 특히 보문산과 관련된 내용에 있어서는 독자적인 관광개발계획도 수립되고 수정되었지만, 20여 년 이상 큰 성과 없이 매년 반복되어 언급되는 상황임
 - 도시공원이나 관광(단)지, 더 나가서는 도시재생 등 보문산을 바라보는 관점에 따라 각기 다른 이해관계에 따라 담당하는 부서가 다르므로 권역을 통합관리 할 수 있는 추진 주체의 선정이 우선으로 필요한 상황임
 - 결국 유성온천 관광특구 활성화와 같이 여러 부서가 한 곳에 집중하여 직무에 맞는 역할을 발굴, 중앙정부와의 연결고리를 찾아 적용하는 노력과 유성관광진흥협의회와 같은 지역주민과 함께하는 것에서부터 출발할 필요성이 높음
- 아울러 최근 3개년 평균 100만 명 이상의 방문객이 찾고 있는 국립중앙과학관을 중심으로, 중부권 관광사업을 선도할 대전 사이언스콤플렉스, 대전국제전시컨벤션센터 등의 주요 자원들을 인근 지역과 연결하는 상품화 노력도 필요함
- 전통시장에 있어서는 현재 총 43개(시장 30개, 상점가 13개)에 대한 관광경쟁력 점검을 통해 관광자원화 가능성 선별이 우선시 되어야 할 필요성이 있고, 가능하다면 원도심 활성화의 주요 수단으로 병행함이 바람직할 것임
 - 기타 농촌체험마을과 녹색생태관광에 있어서는 기존의 지속 사업들과 도농교류사업들을 분석하여 모범 선도사업을 발굴·육성하고, 장태산 자연휴양림을 중심으로 한 기성권역에 대한 글로벌 형태의 새로운 도전 방향도 함께 고민이 요구됨

[표 2-7] 제6차 대전권 관광개발계획의 실행 결과

단위: 백만 원

구분	사업명	세부사업	사업비		성과	주요 평가 사항	
			예산	집행			
전략 개발 사업	보문산 관광개발 사업	스카이힐스 조성 외	106,000	21,271	미진	<ul style="list-style-type: none">민관공동위원회를 구성하여 전면 재검토 결정대사지구 광장과 주차장 조성사업만 별도 진행	
	플랜다스 파크 조성	반려동물공원	30,000	4,861	진행 중	<ul style="list-style-type: none">2022년 하반기 개장 예정	
	스토리가 있는 명품로드 활용방안	세계 명품길 엑스포 개최 외	2,300	5,853	부분 진행	<ul style="list-style-type: none">대청호오백리길 사업으로의 편중 현상중장기 계획수립 요구	
	녹색관광 농촌체험마을 조성방안	마을 음식 개발 및 마을환경개선		250	0	미진	<ul style="list-style-type: none">담당 부서(농생명정책과)에서 별도로 진행대전 6미에 대한 간접적 홍보
주민교육 및 홍보와 유통			550	634	진행 중	<ul style="list-style-type: none">6개의 농촌 체험 마을에 대한 직간접 지원	
		컨설팅 추진체계 구축과 기타 연계사업 확산		200	204	진행 중	<ul style="list-style-type: none">전문적인 마을 사무장 인건비 지원사업 등을 유관부서와 진행
		원도심 관광 활성화	관광진흥계획의 수립		15,230	22,695	진행 중
전통시장 소평관광			2,000	2,441	진행 중	<ul style="list-style-type: none">담당 부서(소상공인과)에서 별도로 진행	
대전형 시티투어 활성화			1,000	1,273	진행 중	<ul style="list-style-type: none">시내권과 광역권의 국고지원으로 운영범위 확대	
축제 및 MICE산업	선진형 지역축제 육성			5,000	9,198	진행 중	<ul style="list-style-type: none">축제 평가의 정례화와 우수축제 지원체제 구축대전국제전시컨벤션센터의 건립(2022년 4월 개관 예정)대부분 대전마케팅공사가 담당하는 구조
	MICE 산업의 융합관광화		96,200	미진			
	관광홍보 및 안내정보 체계 구축	의료관광 활성화		30,000	15,039	초과 달성	<ul style="list-style-type: none">2019~2021 대전 방문의 해로 인한 예산 급증홍보담당관실에서 총괄, 주무 부서는 간접 지원
관광홍보체계구축			4,500	진행 중		<ul style="list-style-type: none">중구청 관내 뿌리공원 관리 지원에 국한적자보전금 중심의 시 예산지원	
대전시 특화사업		효-월드 관광활성화		10,000	630	미진	<ul style="list-style-type: none">국가의 예산배정이 늦어진 관계로 지연 진행
	오-월드 활성화 사업		5,000	27,726	진행 중		
	충청유교문화권 개발		13,900	3,259	진행 중		
총계			324,130	115,084			

(2) 진단결과의 시사점

- 중앙정부의 중장기적 인식 흐름과 지역관광 관련 계획에 대한 상세한 검토를 중요시해야 하겠으며, 대전광역시의 여러 관련성 있는 법정계획들도 면밀하게 검토 후 관심 높은 사안에 대해 응용 가능한 소재를 적극적으로 발굴해야 할 것임
- 아래 표와 같이 제6차 계획만이 아니라 그동안 계획상에 반영되어왔던 제반 사업에 대한 성과 여부를 분석하고, 그 지속성 여부를 판단해야 할 것이며 특히 유성온천, 오-월드(호-월드), 계족산, 대청호, 장태산 등 전국적으로 알려진 핵심 관광지에 대한 집중적인 육성책이 필요해 보이고 이에 행정구역 별로 5개 구에 맞게 접근하는 것이 바람직함

[표 2-8] 대전권 관광개발계획상 주요사업

주요 사업내용	제6차 (2017~2021)	제5차 (2012~2016)	제4차 (2007~2011)	제3차 (2002~2006)	이전(제1~2차) (1991~2001)
보문산 관광개발	○	○	○	○	○
충청(대덕)유교문화자원	○		○	○	○
유성온천(관광특구)		○	○	○	○
엑스포과학공원		○	○	○	○
대청호(오백리길)		○	○		○
전통시장	○	○		○	
컨벤션(MICE)	○			○	
원도심	○	○			
녹색관광(팜스테이)	○	○			

- 새로운 시대적 흐름에 맞춰 신규 발굴된 사업에 대해서는 배경과 필요성을 충분히 설명하고, 예산을 포함한 추진방안을 가능한 구체적으로 제시해야 할 것임
- 매년 실행에 옮기지 못하고 계속사업으로 지연되는 사안에 대해서는 그 이유를 분명히 밝히고, 로드맵을 제시하도록 강구할 필요가 있음
- 기존 전차 계획의 투자계획과 자원 조달 방안을 살펴보면, 국비 의존도가 높으나 실제 대응투자를 원칙으로 하기 위해서는 보다 현실성 높은 검토가 요구됨
- 특히 민간자본에 대한 투자방안이나 제3섹터와 같은 개발방식 등 추진주체에 대한 다양성이 미약하기에 이에 대한 보완도 요구되며 제7차 계획에 있어서는 관광투자 설명회가 가능한 사업들을 별도로 묶어 보되, 충청권 4개 지역과 공조하는 방안 마련도 필요해 보임
- 현실적인 계획만큼이나 실현 가능성에 중점을 둔 평가 여건도 매우 중요한 바 현 관광 주무부서인 관광마케팅과의 업무 분담과 기존의 연속사업 및 예산 배정 추이, 동시에 위임과 위탁에 관한 내용을 먼저 살펴볼 필요가 있음
- 현재 2실 10국 2본부 체제에 있어 관광과 연관된 관련 사업을 모두 수집하고, 이들의 예산 편성과 함께 주무부서(관광마케팅과)의 업무와 우선적으로 비교해보고, 5개 구청 및 대전마케팅공사를 비롯한 시 산하기관들을 대상으로 관련 업무 파악과 중장기 연관 계획을 사전에 점검하는 것이 바람직함
- 제7차 계획기간에는 매년 계획사업에 대한 진행 정도를 기록하고, 미진사유가 발생하면 그 대책 마련도 동시에 강구하도록 해야 할 것임
- 결국 제7차 계획에 있어서는 실천력에 무게 중심을 두고 진행하는 사업발굴이 중요할 것임

2. 관광자원개발사업 진단

1) 문화 및 생태·녹색관광자원 개발사업 진단²⁾

- 제6차 대전권 관광개발계획 기간에 진행된 3건의 문화관광자원 개발사업은 비교적 양호한 정량 점수가 도출된 것을 알 수 있음
 - 다만 해당 사업을 위해 마련된 공간만으로는 관광자원 활용에 한계가 있을 수밖에 없다는 것이 공통적인 정성 결과로 도출됨
 - 따라서 해당 사업을 위해 마련된 공간을 중심으로 연계 관광이 가능한 시설과 프로그램을 개발하고, 이벤트, 홍보, 마케팅 등의 S/W 전략을 구체화하는 노력이 필요할 것임

2) 관광특구 진단

- 2021년 현재 전국의 관광특구는 13개 시·도에 33개소가 지정되어 있는데, 유성지역과 같이 온천자원에 크게 의존하는 곳은 충북 수안보, 충남 아산, 경북 백암, 경남 부곡 등 총 5개소에 이르고 있으며, 대부분이 쇠퇴 현상을 보임
- 이에 따라 관광지에 적합한 새로운 유형의 도시재생사업 개발과 선정지표 개발, 도시활력 저하를 초래하는 대규모 유희시설의 가용성 개선을 통한 공적 활용방안의 모색, 도시기본계획에 관광경쟁력을 반영하는 노력이 요구됨

[표 2-9] 국내 도심 온천지구 방문객 인식조사

구분	온양	유성	수안보	동래
불편한 점	① 즐길거리 ② 쇼핑불편	① 먹거리 ② 즐길거리	① 즐길거리 ② 교통	① 즐길거리 ② 먹거리
필요한 것	① 관광콘텐츠 ② 환경개선	① 관광콘텐츠 ② 주차장	① 관광콘텐츠 ② 젊은인구	① 환경개선 ② 관광콘텐츠
온천 이외 유명한 것	시장	유흥	사찰	바다
온천 이용 만족도	2.91	2.07	1.65	2.81
온천 이용하지 않는 이유	시설노후화	온천기회미약	온천기회미약	시설노후화
지역의 문제점	① 즐길거리 ② 쇼핑불편	① 즐길거리 ② 쇼핑불편	① 즐길거리 ② 쇼핑불편	① 즐길거리 ② 쇼핑불편
지역활성화 필요 요소	① 시설투자 ② 즐길거리 확충	① 시설투자 ② 즐길거리 확충	① 즐길거리 확충 ② 시설투자	① 시설투자 ② 즐길거리 확충
지역 재방문(긍정:부정)	92:8	88:12	80:20	78:22
SNS 지역홍보(긍정:부정)	18:82	30:70	50:50	18:82
연령대별 특성	연령대가 높을수록 긍정적인 답변			

자료: 국토연구원(2019: 93)을 토대로 작성함

2) 생태녹색관광자원 개발사업에서 대전의 경우 「2017년 행평근린공원관광벨트조성사업」에 대해 국고지원액(4,358백만 원)이 검색되지만(국가관광자원개발 통합정보시스템 홈페이지), 실제 사업비 투자계획은 2016년까지만 적용됨. 이에 관광자원개발사업 진단 중 문화 및 생태·녹색관광자원 개발사업 진단은 생태·녹색관광자원 개발사업에 대한 진단은 제외하고 문화관광자원 개발사업에 대한 진단만 포함함

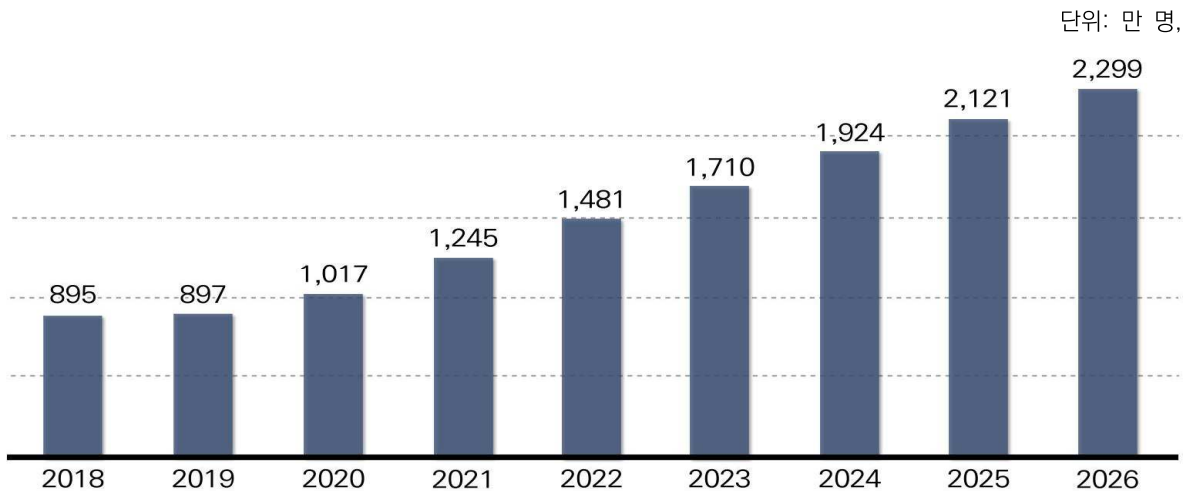
4절 관광수요와 공급분석

1. 관광수요 예측

1) 국내 관광객 수의 수요 추정

(1) 국내 관광객 수 목표 설정(2022~2026)

- 상대적으로 우수한 예측력을 보였던 AR(2) 모형을 이용³⁾하여 국내 관광객 수를 예측하고, 이를 기준으로 하여 목표 국내 관광객 수를 설정하고자 함
 - 우선 모형을 통한 예측결과를 살펴보면, 2020년 대전의 국내 관광객 수는 897만 명에서 2026년에는 2,299만 명까지 증가할 것으로 예측됨



[그림 2-7] 국내 관광객 수 예측치 추이

- 다만 여기서 제시한 예측치는 2018년부터 2019년까지 2개년의 제한된 정보에 의해서 도출된 값이며, 코로나19로 인한 영향도 반영되지 않았기 때문에 그대로 목표수요로 사용하기에는 적절하지 않음
- 따라서 합리적 수준의 목표 국내 관광객 수요를 도출하기 위해 아래와 같은 절차를 거쳤음
 - 코로나19로 인한 국내관광의 타격은 2023년에 회복되어 코로나 이전의 추세로 성장한다고 가정함
 - 따라서 2022년은 코로나19로 인한 영향에 노출되는 해로 간주되며, 코로나가 발생했던 2020년 수준에 머무를 것으로 가정함
 - 이에 2019년 실적에서 2020년 관광레저분야 소비지출금액 감소율인 -19.5%⁴⁾를 반영하여 2020년 국내 관광객 수를 추산함

3) 최종보고서 제2장 4절에 자세히 설명되어 있음

4) 코로나19가 관광레저분야 소비지출에 미친 영향에 대한 자세한 내용은 송수엽(2021: 105)의 자료 참고

- 숙박 및 당일 관광객의 예측은 전체 관광객에서 해당 지역의 전체 관광 대비 숙박 비중(또는 당일 비중)을 적용하여 계산함
- 분석 결과 대전의 2022년 국내 관광객 수 예측은 722만 명(당일: 418만 명, 숙박: 304만 명)으로 도출된 가운데, 2026년에는 1,710만 명(당일: 990만 명, 숙박: 720만 명)까지 증가할 것으로 나타남
- 결국 5년(2022~2026) 동안 국내 관광객 수는 연평균 24.1% 정도 증가율을 보일 것으로 예측됨

[표 2-10] 대전의 국내 관광객 수요 예측 결과

단위: 만 명, %

구분	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
당일	418	589	721	857	990
(증감률)	(-)	(41.0)	(22.5)	(18.9)	(15.6)
숙박	304	428	524	624	720
(증감률)	(-)	(40.8)	(22.5)	(19.1)	(15.4)
전체	722	1,017	1,245	1,481	1,710
(증감률)	(-)	(40.9)	(22.5)	(19.0)	(15.5)

2) 외래관광객 수의 수요 추정

(1) 외래관광객 수 예측(2022~2026)

- 코로나로 인한 충격을 반영하기 위해 4차 권역별 협의회 자료(2021.5.10.)에 따라 외래관광객 수가 2024년에 이르러 2019년 수준을 회복하여 코로나 이전의 시계열 과정을 거칠 것이라고 가정함
 - 이에 2022~2023년의 외래관광객 수는 2020년 수준에 머무를 것으로 가정함
 - 대전의 외래관광객 수는 전국 예측치에 외래관광객조사의 지역별 비율(2018년~2019년) 평균(1.56%)⁵⁾을 적용하여 산출함
 - 외래관광객 수 집계원인 방한 외국인 관광객 출입국 인원조사가 지역별로 집계되지 않기 때문에 대전을 대상으로 시계열 자료의 구축이 불가능한 상황임
 - 조사통계인 외래관광객조사의 경우 지역별 집계가 가능하나 확보 가능한 시계열이 3년⁶⁾으로 길지 않으며, 전수조사인 출입국 인원조사에 비해 대표성도 떨어진다고 판단했기 때문에 추정에 사용하지 않음
- 외래관광객 수 예측에 대한 분석 결과 2022년 대전의 외래관광객 수는 1.06만 명을 기록하고, 2024년 코로나 상황이 개선된 이후 이전 상황으로 회복하여 2026년에는 33.75만 명에 이를 것으로 예측됨

[표 2-11] 대전의 외래관광객 수요 예측 결과

단위: 만 명, %

구분	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
외래관광객 수	1.06	1.06	27.22	30.21	33.75
(증감률)	(-)	(-)	(96.1)	(9.9)	(10.5)

5) 한국 여행 시 방문한 지역에 대한 조사항목에서 2017년과 2018년 이후가 다르기에 2017년 자료는 포함하지 않음

6) 그 이전 연도도 유사한 내용이 조사되었으나 조사 문항이 다르기 때문에 시계열로 연결하는 것이 부적절한 측면이 있음

2. 관광공급 분석

1) 수급 분석 결과

- 대전광역시에 소재하고 있는 호텔업의 분기당 최대 수용인원은 245,999명(관광호텔업 234,312명, 가족호텔업 12,417명)인 것으로 나타남

[표 2-12] 대전시 숙박시설의 최대 수용인원

단위: 명

구분(개소)	객실 수 (A)	연간 판매 객실 수(B)	연간 이용객 수 (C)	객실당 평균 숙박 인원(C/B) (D)	분기당 최대 수용인원 (A×D×91.3일)
관광호텔업(14)	1,604	233,673	369,736	1.6	234,312
가족호텔업(1)	80	12,396	21,296	1.7	12,417
합계	1,684	246,069	391,032	1.6	245,999

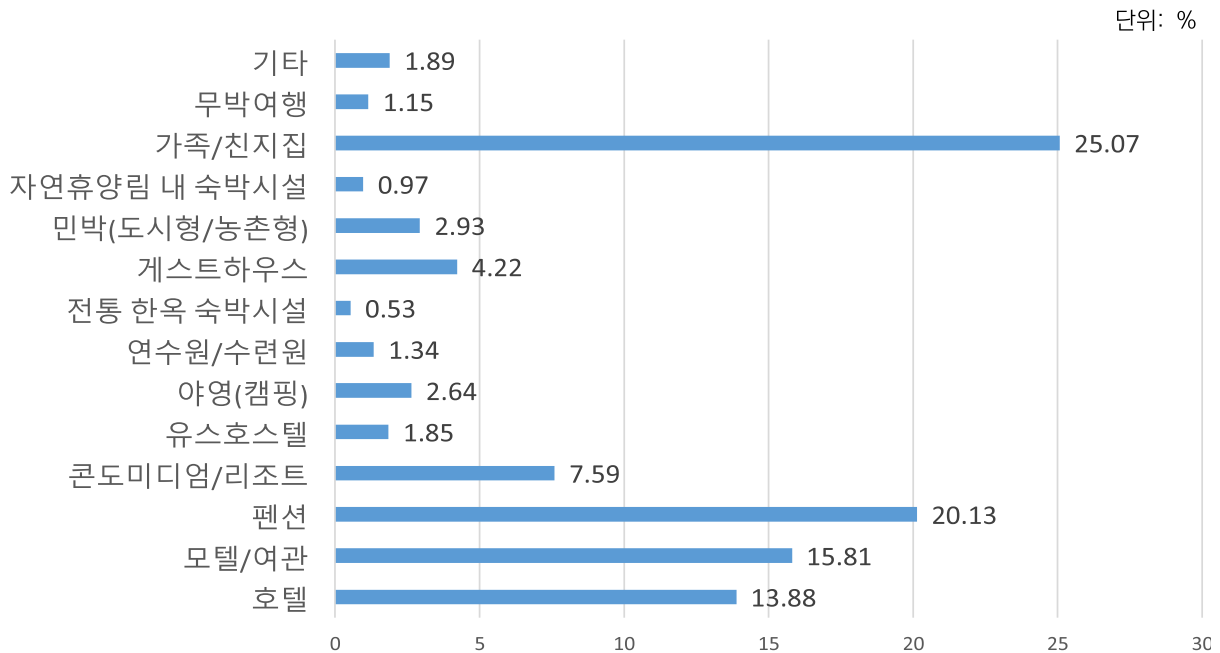
자료: 문화체육관광부(2020b)의 <2019 관광사업체조사>를 토대로 계산함

- 관광수요는 계절에 따른 변화가 크기 때문에 관광수요가 가장 높은 시점을 기준으로 숙박시설의 수용력을 평가할 필요가 있음
 - 가령 연간 또는 월평균 수요를 기준으로 숙박시설의 수용력을 평가할 경우 관광수요가 높은 성수기에 숙박시설의 부족을 초래할 수 있음
- 앞선 수요 추정에 의하면, 대전광역시의 숙박 수요는 국내 숙박 관광객과 외래관광객 수에 측치를 합산하여 계산할 수 있으며, 2026년 1분기에 최대 전망치인 1,929천 명을 기록할 것으로 예측됨
 - <2019년 국민여행조사 원자료(국내여행)>에 의하면, 특광역시 전체 숙박 관광객 중에서 13.88%가 숙박유형으로 호텔을 선택한 것으로 나타났는데, 이를 2026년 1분기에 적용하면 대전의 호텔 숙박 관광객은 약 267,745명(1,929천 명×13.88%)으로 예상됨

[표 2-13] 대전시 분기별 숙박 관광 전망

단위: 천 명

구분	국내관광객 수			외래관광객 수 (D)	숙박 전체 (C+D)
	전체(A)	당일(B)	숙박(C)		
2026년 1분기	4,405	2,550	1,854	74	1,929
2026년 2분기	4,122	2,387	1,735	88	1,823
2026년 3분기	4,328	2,506	1,822	87	1,909
2026년 4분기	4,241	2,456	1,785	89	1,875
합계	17,096	9,898	7,197	338	7,535



[그림 2-8] 특광역시 숙박관광객의 숙박유형

자료: 2019년 국민여행조사 원자료(국내여행)를 토대로 작성함

- 따라서 현재의 호텔 객실 수가 유지된다면, 2026년 1분기 21,746명의 숙박 관광객이 객실을 구하지 못할 것으로 추정되며, 이를 객실 수로 환산하면 약 149개로 계산됨
 - 구체적으로 분기당 최대 수용인원(245,999명)에서 2026년 1분기 호텔 수요(267,745명)를 빼면, 21,746명의 공급 부족분이 발생하는 것으로 나타남
 - 이후 공급 부족분(-21,746명)을 객실당 평균 숙박 인원(1.6명)과 분기일수(91.3일)로 각각 나누면 148.9개의 객실 수 공급이 부족한 것을 알 수 있음

[표 2-14] 2026년 대전시 숙박시설의 수용력 계산 결과

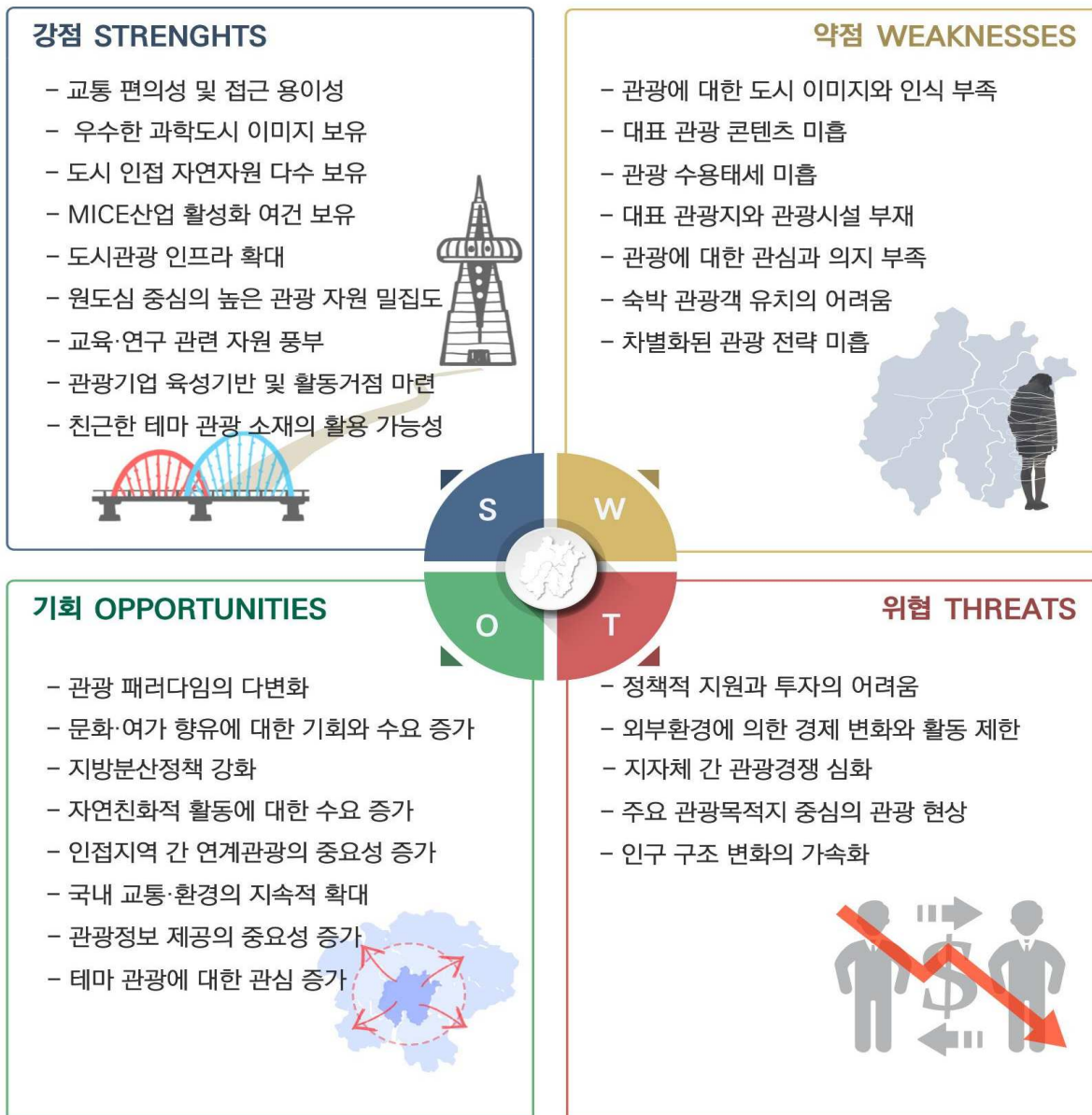
공식	결과
(분기당 최대 수용인원 - 2026년 1분기 호텔 수요) = 245,999명 - 267,745명	→ -21,746명
(분기당 최대 수용인원 - 2026년 1분기 호텔 수요) ÷ 객실평균인원 ÷ 분기일수 = (-21,746명) ÷ 1.6명 ÷ 91.3일)	→ -148.9개

5절 종합분석 및 추진 방향

1. 종합분석

1) 기본방향

- 앞서 살펴본 관광개발 여건 및 동향 분석의 전반적 내용을 토대로 대전권 관광개발의 내부 역량에 의한 강점(Strength)과 약점(Weakness) 요인, 외부 환경에 의한 기회(Opportunity)와 위협(Threat) 요인을 SWOT 분석으로 실시함



[그림 2-9] SWOT 분석을 통한 대전권 관광여건 종합진단 결과

2. 시사점 및 추진 방향

1) 시사점

(1) 대전형 도시관광 활성화 전략 수립의 중요성

- 관광목적지로 대전의 도시 이미지가 확고하지 않은 상황에서 갑자기 도시관광이 활성화되는 것을 기대하기는 어려운 상황임
 - 결국 현재의 대전을 둘러싼 대내외적 환경과 여건을 고려하여 대전형 관광 콘셉트를 도출하고, 특화 가능한 테마와 영역에 대해 선택과 집중을 할 수 있는 전략 구상이 무엇보다 중요함

(2) 관광 육성을 통한 산업과 사업의 분위기 형성 강화

- 대전의 관광산업은 타 도시에 비해 구조적 취약성을 가지고 있어 산업 기틀을 강화하는 노력이 우선적으로 필요한 상황이며, 이에 양·질의 관광 육성을 통해 관광산업을 강화시킬 수 있는 구조를 마련하는 것이 중요함
- 또한 사업적 측면에서도 대전은 관광 활성화 분위기 조성이 미흡한 상황이기 때문에 사업 형성에도 노력을 더해야 하므로 관광 관련 시설(H/W)뿐만 아니라 관광상품이나 프로그램과 같은 콘텐츠(S/W)를 강화하여 관광 활동의 긍정적 분위기를 형성하는 노력이 필요함

(3) 관광 다양화 시대에 따른 목표집단 선택 강화

- 현재의 관광은 획일화된 과거와 달리 다양성이 존재하기 때문에 지역을 둘러싼 환경적 변화에 집중하고, 목표집단을 선택적으로 활용하는 것이 중요함
 - 가령 관광 패러다임의 변화에 맞춰 관광과 관련된 테마에 대한 다양한 관심도가 높아지고 있고, 관광 정보제공이 중요해지고 아울러 당일 생활권이 가능한 교통 환경의 변화와 지방으로의 정책적 분산 등이 더해지고 있음
- 결국 관광의 변화가 다양해지고 있는 가운데, 대중적·획일적인 관광 목표집단을 흡수시키는 것은 어렵기 때문에 변화에 대처할 수 있는 목표집단을 선택적으로 활용하는 지혜가 필요함

(4) 외부환경 변화에 대비할 수 있는 관광 R&D 투자 강화

- 모든 도시가 관광 활성화를 추진하고 있는 가운데, 내부 역량을 강화하는 것은 해당 도시의 몫이라고 할 수 있음
 - 특히 내부 역량을 강화하더라도 다양한 외생변인(예: 질병과 같은 보건 환경, 재해와 같은 자연환경, IMF와 같은 경제 환경, 전쟁과 같은 정치 환경 등)에 의해 관광산업은 직·간접적으로 영향을 받을 수밖에 없음
- 따라서 도시 차원에서 관광을 육성하기 위해서는 외부 환경변화에 대비할 수 있도록 관광 관련 기초 영역에 대한 관심을 기울이는 것이 중요함
 - 즉, 도시 환경을 둘러싸고 있는 관광에 대한 연구개발(R&D) 기능을 강화할 수 있도록 지속적 투자 노력을 기울이는 것이 필요함

2) 추진 방향

주요 추진 방향	기회 OPPORTUNITIES	위협 THREATS
강점 STRENGTHS	강화/공격/지속(SO) 추진 방향 <ul style="list-style-type: none"> - 생태환경을 활용한 관광 활동 강화 - 테마형 관광자원 개발과 프로그램 확보 - 지역 간 테마 관광 연계 강화 	다양화/수비/우회(ST) 추진 방향 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 관광자원과 프로그램의 기능 강화 - 안정적 관광자원 시스템 확보 - 융복합 차원의 관광 집적효과 도모
약점 WEAKNESSES	보완/확대/역량강화(WO) 추진 방향 <ul style="list-style-type: none"> - 편의성을 도모할 수 있는 관광환경 조성 - 관광마케팅의 현대화와 체계 강화 - 충청권 시장을 고려한 관광 전략 요구 	회피/탈출/방어(WT) 추진 방향 <ul style="list-style-type: none"> - 대전방문 당일 테마형 특화 상품 개발 - 맞춤형 관광자원 개발 - 관광 분야에 대한 선택적 투자 강화

[그림 2-10] 제7차 대전권역계획 수립에 대한 주요 추진 방향

(1) 강화/공격/지속(SO): 어떤 전략사업 추진이 필요한가?

① 생태 환경을 활용한 관광 활동 강화

- 시대적 흐름에 따라 자연친화적 활동에 대한 수요가 증가하고 있는 상황에서 대전에는 규모가 크지는 않지만, 도시와 인접한 곳에 다양한 자연자원이 있기 때문에 이 부분을 지속적으로 활용할 필요가 있음

② 테마형 관광자원 개발과 프로그램 확보

- 대전의 도시 기반은 기본적으로 잘 형성되어 있지만, 관광 차원의 활성화는 미흡한 편임
 - 특히 테마 관광에 대한 관심과 수요가 지속적으로 증가하는 상황이므로 대전 내 가능성이 높은 테마를 새롭게 개발하고 이와 관련된 시설을 통해 경험 가능할 수 있는 콘텐츠를 확보하는 노력이 필요함

③ 지역 간 테마 관광 연계 강화

- 현대사회에서 상생과 관련된 전략의 중요성이 언급되면서, 관광 또한 인접지역 간 연계 가능성에 관심을 두고 있는데, 대전은 인접된 지역으로 세종, 충북, 충남이 존재하기 때문에 상생 전략을 통해 충청권 관광 활성화를 도모할 필요가 있음

(2) 다양화/수비/우회(ST): 어떻게 차별화 요소를 가져갈 것인가?

① 기존 관광자원과 프로그램의 기능 강화

- 대전은 다양한 테마(예: 교통, 과학, MICE, 원도심, 교육·연구 등)가 있지만, 어느 하나 우위를 가지고 있다고 평가받지 못하고 있으므로 다양한 테마와 관련된 관광자원과 그리고 관련 프로그램을 토대로 기능을 강화하는 업그레이드 전략이 요구됨

② 안정적 관광지원 시스템 확보

- 외부 환경과 변화에 취약한 관광의 특성을 고려했을 때 안정적인 지원은 무엇보다 중요한 사항이므로 관광 수요와 공급 측면의 육성 기반을 마련하기 위해서는 관련 지원 시스템을 확보하는 노력이 요구됨

③ 융복합 차원의 관광 집적효과 도모

- 과거에는 관광자원의 유형별 클러스터 형성이 중요했다면, 현재는 관광자원의 유형별 클러스터뿐만 아니라 관광상품이나 프로그램을 활용한 클러스터 형성도 중요한 시대가 되었음
 - 이에 유사한 자원 유형을 연결하여 물리적 클러스터를 관광에 접목시키는 것과 유사한 활동 유형을 심리적 클러스터화를 통하여 관광에 접목시켜 관광과 관련된 경제활동이 효율적으로 누적될 수 있도록 전략적 추진이 요구됨

(3) 보완/확대/역량강화(WO): 누구를 대상으로, 어떤 유인책을 가져갈 것인가?

① 편의성을 도모할 수 있는 관광환경 조성

- 관광객의 관광 활동을 위해서는 관광 편의성을 높이는 것은 무엇보다 중요한 부분이나, 대전까지의 접근이 우수한 것에 비해 대전 내부의 교통 환경이나 숙박, 안내 등의 수용태세는 비교적 원활하지 못함
 - 결국 관광 매력성을 높이는 것에 앞서 관광 활동을 편리하게 할 수 있도록 관광 환경을 확보하는 노력이 요구됨

② 관광마케팅의 현대화와 체계 강화

- 관광의 패러다임이 빠르게 변화하는 것처럼 관광객의 욕구 또한 빠르고 다양하게 변화하고 있으므로 대전이 관광에 대한 도시 이미지와 인식이 부족한 현재 상황을 갑자기 변화시킬 수는 없겠지만, 기본에 충실할 수 있도록 테마 중심의 관광 정보를 제공하는 등 관광마케팅의 변화를 가져갈 필요가 있음

③ 충청권 시장을 고려한 관광 전략 요구

- 인접지역 간 연계관광의 중요성을 보더라도 대전을 둘러싸고 있는 인접지역(세종, 충북, 충남)에 거주하고 있는 사람들은 대전 방문이 가능한 최우선적 잠재 관광객이므로 충청권 시장에 거주하고 있는 사람들의 욕구를 충족시킬 수 있는 관광 전략을 수립하여 전개하는 것이 필요함

(4) 회피/탈출/방어(WT): 경쟁력 확보를 위한 요소는 무엇인가?

① 대전방문 당일테마형 특화 상품 개발

- 지자체 간 관광경쟁이 심화되고 있는 가운데, 대전은 거리적 장점으로 인해 숙박 관광객 유치에 어려움이 있고, 서울, 제주, 부산과 같이 전통적으로 관광수요가 집중되는 관광목적지와 경쟁하는 것은 현실적으로 어려운 상황이기 때문에 대전만의 차별화 콘텐츠를 확보하여 관련 수요를 유치하는 것이 필요함

② 맞춤형 관광자원 개발

- 지자체 간 관광 경쟁이 심화되고 있으므로 정부 지원에 의존하는 과거 방식으로는 대규모 관광자원 개발 추진이 현실적으로 어려울 것이므로 대전이 관광에 대한 차별화된 점을 만들기 위해서는 틈새시장을 찾아 관광자원화시키는 포지셔닝 전략이 요구됨
 - 중부권 허브 관광목적지 역할을 할 수 있는 공간을 창출할 수 있도록 현재 시점에서 대전에 필요한 관광자원이 무엇인지를 맞춤형으로 개발하는 노력이 필요할 것임

③ 관광 분야에 대한 선택적 투자 강화

- 1993년 대전 세계박람회를 통해 대전의 과학도시 이미지가 형성되었고, 세계박람회를 토대로 관광 분야에 대한 투자를 하였지만, 현재 시점에서 대전의 관광 이미지는 우호적이지 않은 상황임
- 따라서 권역별 관광개발 수립 연구와 같이 지역의 관광 현상을 종단적으로 진단하면서, 관광 분야에 대한 선택적 투자를 강화하는 것이 현실적으로 필요함

제3장

관광개발 기본구상 및 사업계획



1절 관광개발 기본구상

2절 전략별 관광(개발) 사업계획

1절 관광개발 기본구상

1. 개발비전 및 목표

1) 개발비전

- 제7차 대전권역계획의 비전은 기 대전권역계획(5차, 6차)의 비전이 지닌 의미와 계획과의 연계가능성을 고려하되 앞서 살펴본 관광개발 여건 및 동향 분석에서 나타난 대전권 상황을 반영할 수 있도록 다음과 같이 설정함

"일상생활의 행복을 연결하는 관문형 관광성장도시"

[그림 3-1] 제7차 대전권 관광개발계획의 비전

- 일상생활 속 작지만 확실한 행복을 느낄 수 있는 곳이자 주변 권역을 연결해주는 관문 역할을 제공하도록 성장을 꿈꾸는 도시라는 비전을 통하여 대전뿐만 아니라 대전 인근의 충청권까지 하나의 메가시티를 형성하여 모두가 누릴 수 있는 소확행 관광지로의 도약이 가능할 것으로 기대됨

2) 목표

(1) 정성적 목표

- 제7차 대전권역계획에 대한 정성적 차원의 목표는 지역의 관광학적 특성을 고려하여 대전형 관광시장의 형태를 특화시킬 수 있는 3대 목표를 설정함



[그림 3-2] 제7차 대전권 관광개발계획의 정성적 목표

(2) 정량적 목표

- 수요분석의 경우 2019년 기준 수요 총량은 922.9만 명인 가운데, 2026년에는 약 1,743.8만 명의 수요가 예측 목표로 도출됨
 - 2026년의 수요 예측 목표인 약 1,743.8만 명은 당일 관광객(990만 명)과 숙박 관광객(720만 명)이 포함된 국내관광객(1,710만 명)과 외래관광객(33.8만 명)의 총량이라고 할 수 있음
- 공급분석의 경우 2019년 기준 공급 총량은 약 924.4만 명인 가운데, 2026년에는 2,713.5만 명의 공급이 예측 목표로 도출됨
 - 2026년의 공급 예측 목표인 약 2,713.5만 명은 대전에 해당하는 11개 관광 공급 시설(테마공원: 252.1만 명, 전시체험시설: 640.9만 명, 자연생태체험시설: 622.5만 명, 자연휴양시설: 290.5만 명, 농산어촌체험시설: 6.5만 명, 리조트시설: 101.8만 명, 레저스포츠시설: 145만 명, 생활여가시설: 104.7만 명, 공원시설: 369.2만 명, 문화예술시설: 65.1만 명, 관광숙박업: 114.9만 명)의 총량임

2. 추진전략

- 제7차 대전권 관광개발계획에서는 ① 거점형, ② 테마형, ③ 맞춤형으로 추진전략을 나누고, 각 전략에 해당하는 세부 사업을 전개함

1) 거점형 추진전략	2) 테마형 추진전략	3) 맞춤형 추진전략
<ul style="list-style-type: none"> · 보문산 관광거점 조성 · 유성온천지구 관광거점 조성 · 공정관광 관련 사업 발굴 · 환경친화적 생태관광, 여가 클러스터 구축 	<ul style="list-style-type: none"> · 교통관광 관련 사업 발굴 · 문화관광 관련 사업 발굴 · 축제관광 관련 사업 발굴 	<ul style="list-style-type: none"> · MICE관광 관련 사업 발굴 · 관광상품 및 여행 프로그램 관련 사업 발굴 · 관광기념품 관련 사업 발굴 · 관광마케팅 관련 사업 발굴

[그림 3-3] 제7차 대전권 관광개발계획의 추진전략

1) 거점형 추진전략

① 보문산 관광거점 조성

- 2020년 보문산 활성화 민·관공동위원회를 통해 『보문산 도시여행 인프라 조성사업』 계획이 발표되었고, 보문산 전망대 조성 기본구상을 시작으로 2025년까지 보문산을 대전의 대표 여행지로 명소화하는 전략사업 발굴이 중요한 상황임
- 따라서 해당 사업에서 보문산 전망대 조성과 오-월드 시설현대화 사업을 반영하되, 변화하는 대전시의 관광 여건에 맞추어 새로운 관광개발 전략을 개발함

② 유성온천지구 관광거점 조성

- 1970년대 국내 최고 신혼여행지로 주목받은 유성온천은 1994년 관광특구로 지정되면서 대전을 대표하는 관광지가 되었으나 이후 쇠퇴의 길을 걸으며 제5차와 제6차 대전권 관광개발계획에서 주요 전략 대상으로 지속해서 논의되어 옴
- 제7차 대전권 관광개발계획에서는 해당 상위계획을 최대한 반영하여 유성온천지구의 관광거점화를 꾀함

③ 공정관광 관련 사업 발굴

- 시 차원에서 공정관광 관련 조례(2017.8.11.)가 제정되어 있고, 대덕구는 기초자치단체 중 전국 최초로 조례를 제정(2018.11.14.)하는 등 대전에서 공정관광은 중요한 틈새 관광영역이라고 할 수 있음
- 이에 대전형 공정관광을 특화할 수 있는 포지셔닝 전략 사업을 발굴하고, 지원 체계를 확고히 구축하여 브랜드화 시키고자 새로운 관광개발 전략을 세움

④ 환경친화적 생태관광·여가 클러스터 구축

- 다른 지역에 비해 수려한 자연환경을 보유하고 있다고 말할 수는 없으나 대전의 도심 내부와 도시 외곽에는 환경친화적 공간이 다수 퍼져있음
- 제7차 대전권 관광개발계획에서는 대전시 도심 내부와 외곽에 있는 환경친화적 자원을 보존하면서도, 관광 자원으로 활용하고자 새로운 거점형 추진전략을 개발함

2) 테마형 추진전략

① 교통관광 관련 사업 발굴

- 국토의 중심지로 접근 편의성이 전통적으로 강한 대전의 지리적 이점을 이미지화할 수 있는 사업이 요구되므로 본 계획에서는 대전의 지리적 이점과 기존자원과 신 자원을 연계하도록 과학기술을 이용한 새로운 교통 테마 관광 추진전략을 마련함

② 문화관광 관련 사업 발굴

- 어느 도시든 지역의 정체성이 반영된 문화가 존재하며, 문화적 특성을 활용하여 지역의 테마형 관광자원으로 활용하는 노력은 필요함
- 이에 대전의 여러 문화적 특성 중 관광 자원화시킬 수 있는 영역을 발굴하여 전략적으로 활용하는 계획수립이 요구되므로, 문화 관련 테마관광 전략을 새롭게 수립함

③ 축제관광 관련 사업 발굴

- 2020~2021년 기준 대전을 제외한 모든 광역시에서 직접 정부 예산을 지원받는 문화관광축제에 선정된 것과 대조적으로 대전은 문화관광축제보다 한 등급 낮으며, 전문가 현장평가, 빅데이터 분석, 컨설팅 등의 지원만을 받을 수 있는 예비 문화관광축제에만 2개(대전사이언스페스티벌, 대전호문화뿌리축제)의 축제가 선정됨
- 이에 대전에서 개최되는 개별 축제를 육성·확대하면서, 각각의 축제를 연계할 수 있는 사업을 발굴하여 대전의 축제 브랜드를 극대화할 수 있는 전략을 수립할 필요가 있으므로, 본 계획에서는 축제 관련 신규 관광 전략을 제시함

3) 맞춤형 추진전략

① MICE관광 관련 사업 발굴

- 대전의 국제회의 개최 건수 또한 국내 상위권으로, MICE 관련 시설을 중심으로 인근 관광 관련 자원과의 연계를 통해 블레저 맞춤형 프로그램과 사업 발굴을 도모할 필요가 있으므로, MICE관광 맞춤 추진전략을 새롭게 개발함

② 관광상품 및 여행 프로그램 관련 사업 발굴

- 대전의 주요 관광지를 활용하여 관광 연계 상품과 프로그램이 개발되면서, 대전을 대표하는 대전형 관광상품 및 여행 프로그램 발굴의 중요성이 강조되고 있으므로 대전의 주요 관광거점을 기반으로 이야기 중심의 관광상품과 여행 프로그램을 선택적으로 활용할 수 있는 사업 발굴이 중요하므로, 이를 위한 맞춤형 전략을 새롭게 개발함

③ 관광기념품 관련 사업 발굴

- 대전을 대표할 수 있는 관광기념품과 관련된 소재를 활용하여 사업화할 수 있는 전략 방안을 구축할 필요가 있으므로, 해당 방안을 위한 관광 개발전략을 새롭게 발굴함

④ 관광마케팅 관련 사업 발굴

- 대전시의 관광 이미지 수립과 인지도 제고를 위한 맞춤형 전략을 새롭게 수립함

3. 관광개발 공간 체계

1) 공간 체계 구상

- 제7차 대전권역계획의 관광 소권은 앞서 제시한 정성적 3대 개발목표와 추진전략을 효율적으로 입히면서, 기 대전권역계획(5차, 6차)에서 제시된 공간적 관광자원을 기능적으로 연결할 수 있도록 설정함
- 특히 제7차 대전권역계획의 관광 소권은 관광지 수명주기 이론(TALC: Tourist Area Life Cycle Model, 이하 TALC)과 휴양기회분포(ROS: Recreation Opportunity Spectrum, 이하 ROS)를 토대로 ① 동부 생태관광권, ② 대전 역사관광권, ③ 유성 휴양·과학관광권, ④ 둔산 도심관광권, ⑤ 중남부 여가관광권 등 자원의 기능성 중심으로 설정함
- 또한 제7차 대전권역계획의 관광 소권은 10년 주기로 계획되는 제4차 관광개발기본계획의 대전권(동부생태관광권, 대전역사관광권, 유성휴양과학관광권, 둔산 도심관광권, 중남부 여가관광권)의 공간체계구상과 일치함
 - 이는 5년 주기로 계획되는 제7차 대전권 관광개발계획에서 상위계획인 제4차 관광개발계획의 공간체계구상을 따라 대전시가 기존에 가진 관광자원을 활용하여 안정적으로 관광자원을 구축하기 위함임

2) 공간별 개발 방향

- 설정된 5개 관광 소권에 대해 이동수단(접근성), 목표집단, 테마 유형, 그리고 기타 지역의 숙원사업 등을 포괄적 차원에서 검토한 결과 3가지 도입기능(거점기능, 부거점기능, 지원기능)을 도출할 수 있음
 - 첫째, 동부 생태관광권은 도심과 다소 거리가 있어 접근성이 우수하지 못해 자가용 이용을 통해 접근이 필요한 권역으로, 저학년의 학생 또는 어린 자녀를 둔 가족(자녀 아동기)이 목표집단이 되며, 도심 외 자연환경이라는 테마로 접근을 할 수 있는 부거점기능 역할을 할 수 있음
 - 둘째, 대전 역사관광권은 대전역을 중심으로 자원 대부분이 인접해 있어 도보 이동의 접근성이 우수한 권역으로, 다양한 목표집단(예: 고학년 학생, 나홀로 여행객, 친구, 연인 등)의 관심을 도모할 수 있는 대전의 과거, 현재, 미래와 관련된 역사 및 문화 자원 중심의 시간여행 테마로 접근할 수 있는 지원기능 역할을 할 수 있음
 - 셋째, 유성 휴양·과학관광권은 지역의 숙원사업 대상인 유성온천이 포함된 권역으로, 자가용 이동 후 도보로 접근이 가능한 장점과 함께 고학년의 학생 또는 청소년기 자녀를 둔 가족(자녀 청소년기)뿐만 아니라 국내·외 비즈니스 관광객이 목표집단이 되며, 유성의 온천과 과학 이미지를 화상할 수 있는 거점기능 역할을 할 수 있음
 - 넷째, 둔산 도심관광권은 대중교통 이동 후 도보로 접근이 우수한 권역으로, 대전시민들이 도심 내 자연환경과 문화환경을 테마로 접근할 수 있는 부거점기능 역할을 할 수 있음
 - 다섯째, 중남부 여가관광권은 지역의 숙원사업 대상인 보문산이 포함된 권역으로, 도보로 이동이 가능한 중부와 자가용으로 이동이 가능한 남부의 특성이 혼재해 접근의 장·단점이 공존하며, 중부의 보문산 중심으로는 대전이 고향인 타 지역민이 목표집단인 반면에 남부의 장태산 자연휴양림은 저학년의 학생 또는 어린 자녀를 둔 가족(자녀 아동기)이 목표집단이 되며, 향수와 도심 외 자연환경이라는 테마로 접근이 가능한 거점기능 역할을 할 수 있음

[표 3-1] 제7차 대전권역계획의 소권별 특징에 따른 도입기능 설정

구분	동부 생태관광권	대전 역사관광권	유성 휴양·과학관광권	둔산 도심관광권	중남부 여가관광권
이동수단 (접근성)	자가용 (下)	도보 (上)	자가용·도보 (中)	대중교통·도보 (上)	도보·자가용 (中下)
목표집단	학생(저학년), 가족(자녀 아동기)	학생(고학년), 1인, 친구, 연인	학생(고학년), 가족(자녀 청소년기), 비즈니스 관광객	대전시민	대전이 고향인 타 지역민, 학생(저학년), 가족(자녀 아동기)
테마 유형	도심 외 자연환경	역사·문화 중심 시간여행	이미지 회상	도심 내 자연·문화환경	향수 & 도심 외 자연환경
숙원사업 (대상)			○ (유성온천)		○ (보문산)
↓ ↓ ↓ ↓ ↓					
구분	동부 생태관광권	대전 역사관광권	유성 휴양·과학관광권	둔산 도심관광권	중남부 여가관광권
도입기능	부거점기능	지원기능	거점기능	부거점기능	거점기능

○ 3가지 도입기능별 권역 내 중점 개발방향을 설정하면 다음과 같음

- 첫째, 거점기능은 1순위 대상이자 이미지 자원 중심의 거점형 관광자원 활용이 필요한 곳으로, 지역의 숙원사업 대상이라고 할 수 있는 보문산과 유성온천의 거점기능을 육성하고, 아울러 MICE 중심의 블레저 특화 거점기능을 확보하는 것이 필요함
- 둘째, 부거점기능은 2순위 대상이자 자연 자원 중심의 양분형 관광자원 활용이 필요한 곳으로, 도심 내·외 자연관광자원의 기능을 강화하고, 아울러 기존의 공정·생태관광 테마와 자원을 최대한 활용하는 것이 필요함
- 셋째, 지원기능은 3순위 대상이자 역사 자원과 문화 자원 중심의 연결형 관광자원 활용이 필요한 곳으로, 교통과 정보에 대한 지원기능을 강화하고, 대전의 문화관광 장점을 특화하여 기능을 강화하며, 대전의 전체적인 관광산업의 지원을 활성화하는 것이 필요함

[표 3-2] 제7차 대전권 관광개발계획의 소권별 도입기능의 배분

우선순위	도입기능	해당권역	관광자원 활용형태	중점 개발방향
1	거점 기능	유성 휴양·과학관광권 중남부 여가관광권	이미지 자원 거점형	· 보문산 중심 거점 육성 · 유성온천 중심 거점 육성 · 블레저 특화 거점 육성
2	부거점 기능	동부 생태관광권 둔산 도심관광권	자연 자원 양분형	· 도심 내 자연관광자원 기능 강화 · 도심 외 자연관광자원 기능 강화 · 공정·생태관광 최대 활용
3	지원 기능	대전 역사관광권	역사·문화 자원 연결형	· 교통, 정보 지원기능 강화 · 문화관광 기능 강화 · 관광산업 지원 활성화

2절 전략별 관광(개발) 사업계획

1. 전략별 관광(개발) 계획

1) 보문산 관광거점 조성계획⁷⁾

- 보문산을 대사지구, 문화지구, 사정지구, 행평지구로 구분하여 관광사업을 모색한 후 각 사업 지구에 맞는 10개의 세부사업을 발굴함

[표 3-3] 보문산 관광거점 조성계획을 위한 사업개요

사업(4)	세부사업(10)
대사지구 관광사업	· 보문산 전망대 조성 · 스카이워크(황금로) 조성 · 바이대전 플리마켓 & 스토리광장 조성
문화지구 관광사업	· 보문웰빙 헬스공원 조성
사정지구 관광사업	· 실감형 글로리 정원 조성 · 에어로디움 스포츠파크 조성 · 가족휴양 캠핑촌 조성
행평지구 관광사업	· 오-월드 시설현대화 사업 · 효문화 뿌리마을(제2뿌리공원) 조성 · 뿌리공원 분수 조성 ^a

주: ^a 뿌리공원의 가장 인접한 곳이 행평지구이기에 행평지구 관광사업으로 분류하여 포함시킴



[그림 3-4] 보문산 관광거점 조성계획 관련 사업계획도

7) 대전시에서 추진 중인 『보문산 도시여행 인프라 조성사업』의 일부 사업(보문산 전망대 조성, 오-월드 시설현대화, 효문화 뿌리마을(제2뿌리공원) 조성, 스카이워크(황금로) 조성)의 내용을 포함하여 작성함

(1) 세부사업 내용

① 대사지구 관광사업

[표 3-4] 대사지구 관광사업에 대한 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 보문산 전망대 조성	●	
· 스카이워크(황금로) 조성	●	
· 바이대전 플리마켓 & 스토리광장 조성	●	●

■ 보문산 전망대 조성

- 주요 시설은 전시, 관리 및 안내, 카페, 내·외부 전망 공간 등으로 구성함
- 기존 건축물 존치는 사실상 불가능하며, 신규 건축계획을 통해 기능적, 활용적, 상징적 전략을 마련하여 실시하도록 함
- 사업대상지로의 진입 및 유·출입 동선이 자유롭게 구성하여 관광취약계층을 포함하여 가능한 많은 방문객이 방문할 수 있도록 조성함
- 주변 산림자원과 배치되지 않도록 건축물을 목구조 형태로 구성하여 조성함.
- 지상을 운행하는 트램이 보문산권 인근을 통과하므로, 트램과 기존 교통수단인 자전거 등의 교통체계를 유기적으로 연계하여 보문산 전망대의 접근성을 강화함

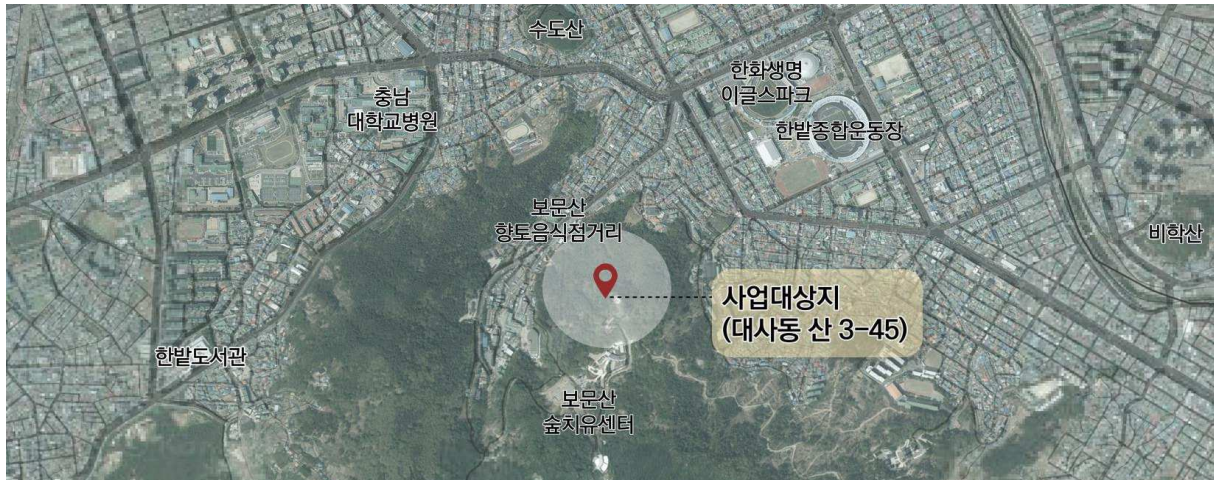


[그림 3-5] 보문산 전망대 조성사업부지

■ 스카이워크(황금로) 조성

- 보문산 숲을 새로운 시선으로 즐기는 스카이워크(황금로)를 조성하고, 이를 통하여 보문산 전망대까지의 접근성을 개선함
- 단순히 걷는 길이 아니라 숲을 걷고, 쉬고, 눕고, 배우고, 바라볼 수 있는 복합기능을 가진 '특화길'을 조성하여 숲을 바라보는 새로운 방법을 제공함
- 지금까지는 눈앞에 보이는 모습으로 아래에서만 숲을 바라보았다면, 스카이라드, 관찰데크, 전망대

- 등을 조성하여 숲의 성장에 맞춘 입체적인 길을 구성하여 새로운 경험의 공간을 제공함
- 또한 보문산이 가진 장점을 활용하여 분야별 이용 프로그램을 개발하고, 이에 시민참여를 유도함
- 황금로 하부 및 주변에 보문산 특화 색상을 지정하여 경관을 가꾸고, 생태복원 숲을 조성하여 시민들에게 오감만족 힐링 경험을 제공함



[그림 3-6] 스카이워크(황금로) 조성사업부지

■ 바이대전 플리마켓 & 스토리광장 조성

- 건축물은 1개의 동(50㎡)으로 조성하여 바이대전을 위한 굿즈 판매 부스와 VR 콘텐츠를 즐길 수 있는 시설 공간을 도입함
- 건축물은 숲속과의 연계를 고려하여 목조 형태로 조성하고, 플리마켓 광장과 이질성을 최소화하며, 주변 자원과의 연계를 고려하여 잔디 블록 등을 통해 자연 친화적 분위기를 제공할 수 있도록 조성함
- 사업비 축소와 중복 투자 등을 예방하는 차원에서 바이대전 판매시설과 실감형 콘텐츠(VR·AR 체험) 시설 등은 전망대 내부로 도입하고 인근을 경유하는 트램과 관련된 VR 체험 및 관련 기념품 판매를 할 수 있도록 대전시를 대표적으로 보여줄 수 있는 콘텐츠를 마련함



[그림 3-7] 바이대전 플리마켓 & 스토리광장 조성사업부지

② 문화지구 관광사업

[표 3-5] 문화지구 관광사업에 대한 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 보문웰빙 헬스공원 조성	●	

■ 보문웰빙 헬스공원 조성⁸⁾

- 계획의 콘셉트와 조화를 이룰 수 있도록 자연 친화적 공간으로 조성하고, 관광취약계층을 포함한 모든 방문객이 쉽게 접근할 수 있도록 진입장벽을 최소화할 수 있는 보문산 도입 동선을 구상함
- 대전역을 비롯한 대전복합터미널과 지하철역, 그리고 보문산권을 경유하는 트램 간 연계성을 확보하여 대전시민뿐만 아니라 외부 관광객의 접근성을 높임
- 현재의 등산객 이용률을 보다 극대화하고, 대사지구, 사정지구, 행평지구 간 연결성을 높이는 매개 역할 기능을 할 것으로 판단되어 광장 중심의 시설 도입을 검토함
- 단순 운동 시설의 개념보다는 놀이 및 운동뿐만 아니라 과학적 측면으로 접근하여 놀이와 즐거움을 제공할 수 있는 운동 시설로 도입하고, 걸음 및 보행의 교정 및 운동에 대한 생활화를 도모할 수 있도록 관련 교육 프로그램을 개발함
- 노령층 인구 증가 등의 이유로 지속해서 높은 건강과 치유 관련 관심에 따른 요구를 충족시킬 수 있는 시설을 도입할 뿐만 아니라, 관광취약계층도 편리하게 즐길 수 있는 시설을 도입하여 누구나 즐길 수 있는 장소로 거듭나도록 함



[그림 3-8] 보문웰빙 헬스공원 조성사업부지

③ 사정지구 관광사업

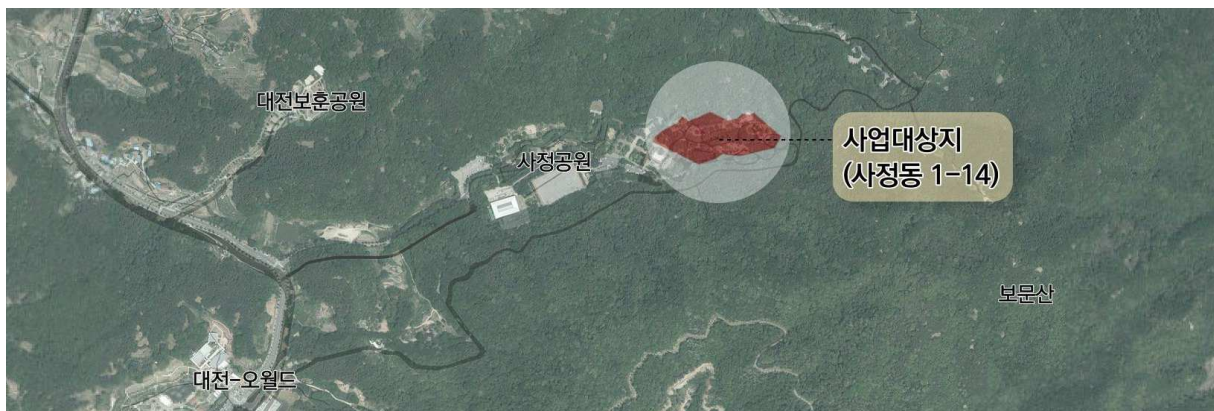
[표 3-6] 사정지구 관광사업에 대한 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 실감형 글로리 정원 조성	●	●
· 에어로디움 스포츠파크 조성	●	
· 가족휴양 캠핑촌 조성	●	

8) 대전광역시(2013: 245~249)를 토대로 작성함

■ 실감형 글로리 정원 조성

- 조경 중심의 정원 조성보다는 콘텐츠 중심의 정원 조성이 상대적으로 더 중요하므로 사업추진 방향에 다양한 콘텐츠(예: AR, MR, LED 조명, 미디어 등)의 설정을 우선으로 적용함
- 예산 절감 및 운영관리를 효율적으로 가져가기 위해 민간투자 유치를 우선 검토하되 민간투자 확보가 어려우면 국비 관련 사업추진을 함께 검토함
- VR/AR/MR과 같이 ICT 기술 중심의 실감형 정원으로 조성하고, 일몰 후 야간에 보문산의 대표하는 대전의 깃대종인 '하늘다람쥐'를 형상화하여 LED 조명과 미디어 등을 활용한 보문산 글로리 정원을 조성함
- 실감형 정원은 보문산 전망대와 보문산성의 우수한 인문자원과 자연경관을 주제로 구성하고, 그 외에도 AR 포토존 형태 등 미디어가 접목된 정원으로 조성함
- 글로리 정원의 운영 목적상 야간에 중점적 운영이 가능하므로 LED 장비와 고도조명 등을 충분히 활용하여 '하늘다람쥐'가 자유롭게 날아다니는 것을 형상화할 수 있도록 조성하며, 불빛 배경의 정원이 하나의 포토존이 되어 방문객들이 자유롭게 촬영할 수 있도록 함
- 고도를 활용하여 정원 내 주요 포인트에서는 광시야각 형태의 사진 촬영이 가능하게 만드는 전망 포토존을 조성하고, 촬영된 사진을 다양한 매체를 통해 적극적으로 노출할 수 있도록 이벤트 등을 통해 관람객 입장을 유도함
- 실감형 글로리 정원 내부에는 'VR 모노레일'과 '디오라마' 조성을 통해 관람객들의 이목을 끄



[그림 3-9] 실감형 글로리 정원 조성사업부지

■ 에어로디움 스포츠파크 조성

- 도입시설에 대한 건축 및 조성 관련 계획은 실내형과 실외형을 구분하되 실내형은 외관보다 내부 시설의 도입 용이성에 맞추도록 간결한 건축 방식을 적용함
- 실외형의 건축 및 도입시설은 주변 공원과 연계하여 누구나 즐기면서 이용할 수 있도록 관련 시설(예: 파크골프, 인공암벽 등)을 도입할 수 있도록 함
- 일부 시설은 유료화를 추진하여 도입 시점부터 민간자본 유치 및 위탁 관점에서 접근하도록 하며 에어로디움을 포함한 다양한 레저스포츠 활동으로 공원을 구성해 관람객들에게 즐거움을 선사함



[그림 3-10] 에어로디움 스포츠파크 조성사업부지

■ 가족휴양 캠핑촌 조성

- 사계절 이용을 할 수 있도록 공간을 조성하여 도시공원의 기능을 강화하고, 사업지역의 자연환경 기반의 체제지원 공간으로 조성하여 다양한 활동이 가능하도록 연계를 통해 여가 욕구를 충족시킬 수 있는 휴식공간을 구성하고자 함
- 매력적인 경관과 쾌적함을 확보하기 위해 공간별 특성을 고려하고, 이에 맞는 식재, 시설물, 구조물, 포장 등을 도입하여 공간별 독창성을 확보하고자 함
- 또한 대상 지역의 지속 가능한 생태환경을 유지할 수 있도록 민감할 수 있는 생태계는 생태복원형 설계기법을 충분히 검토하여 도입하도록 함
- 동선 간 접촉 지점과 주요 공간에는 랜드마크 성격의 수목이나 구조물을 배치하여 공간에 대한 방향성과 상징성을 확보함
- 녹지의 경우 다층구조의 완충녹지로 조성하고, 풍부한 녹지 형성을 위해 녹지율을 최대한 확보하여 도로로부터 발생하는 소음이나 분진 등을 최소화함



[그림 3-11] 가족휴양 캠핑촌 조성사업부지

④ 행평지구 관광사업

[표 3-7] 행평지구 관광사업에 대한 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 오-월드 시설현대화 사업	●	
· 효문화 뿌리마을(제2뿌리공원) 조성	●	
· 뿌리공원 분수 조성	●	

■ 오-월드 시설현대화 사업

- (Science Park: 첨단과학기술 기반 미래형 종합테마파크 조성) 5G MEC와 디지털 트윈 기반 첨단 과학 공원 서비스(예: 5G 드론사진관, 미아 위치추적 시스템, 자율 사파리 버스 등)를 구축하고, 디지털 기술과 연계한 VR 어트랙션을 조성하고, 대전테크노파크, 과학산업진흥원과 협업하여 공공 선도사업을 추진함
- (Zoo Land: 아프리카 사파리 및 동물전시시설 업그레이드) 기존 자원을 최대한 활용하되 아프리카 사파리를 업그레이드하여 중부권 최고의 사파리이자 컬러 콘텐츠로 강화하기 위해 아프리카 사파리 내부를 확장하고, 신규동물 전시 및 스카이전망대를 도입함
- 동물과 관람객의 교감 활성화와 동물 전시시설 특화를 위해 창의적 전시기법을 도입하고, 동물 친화·복지형 시설(예: 미니펫월드)과 원숭이 특화시설인 몽키랜드를 신규로 조성하는 등의 활동으로 기존 동물원의 이미지를 개선함
- (플라워랜드: 명품힐링 공원 조성 등) 동물원부터 플라워랜드까지 미니 관람 기차를 설치하여 통합적 공원 이용이 가능하도록 체계 확립과 고객 편의를 도모함
- 또한 친환경·힐링·명품 테마 공간으로 재구성하여 야외결혼식이나 단체행사 등을 유치하여 고객 참여 공간으로 마련, 이용 활성화와 고객만족도를 향상함
- (조이랜드: 놀이기구 교체 및 신규 설치 등) 노후기종을 트렌드에 맞는 최신형 놀이기구로 교체하고, 신규 대형 놀이 기종을 도입하여 신규 수요를 창출하며, 중·장기적 운영을 활성화함
- 특히 대관람차 등 랜드마크형 놀이 기종을 도입하여 오-월드가 대전의 랜드마크로서 자리 잡을 수 있도록 함



[그림 3-12] 오-월드 시설현대화 사업부지

■ 효문화 뿌리마을(제2뿌리공원) 조성

- 유등천변에 인접된 부지를 추가로 확보하여 기존 효 관련 시설과의 연계를 강화하고, 효(孝) 테마 시설로의 거점 공간을 마련하여 기존 뿌리공원의 기능적 분담을 실행함
- 또한 천연기념물 서식지의 보존 측면과 생태적 측면을 고려하여 가족 단위 관광객의 다목적 체험 공간을 조성하여 공원 콘텐츠를 다양화함
- 각종 레크리에이션과 여가 체험 활동이 가능한 공간을 조성하여 청소년과 외국인 관광객을 적극적으로 유치함
- 연결 도로, 주차장 및 녹지공간 등의 기반시설을 마련하여 관광객의 편의를 도모함



[그림 3-13] 효문화 부리마을(제2부리공원) 조성사업부지

■ 부리공원 분수 조성

- 고사 분수를 유등천에 설치하고, 만성교에 낙하 분수를 설치하여 분수를 통한 시원한 느낌 제공과 볼거리 강화를 도모하고, 휴양에 대한 이미지를 극대화함
- 아울러 유등천의 음악분수와 연계하여 공연 형태로 계획하여 방문객의 즐거움을 도모하고, 특히 여름에 시원함과 청량감을 느낄 수 있도록 하며, 조명을 설치해 야간에 대한 활용까지 도모하여 분수를 주·야간 멀티형으로 활용함
- 특히 야간에 분수와 조명을 통해 물과 빛을 활용한 심미적 연출로 볼거리를 제공하고 고사 분수를 통해 부리공원 내 상징적 랜드마크 기능을 강화함



[그림 3-14] 부리공원 분수 조성사업부지

(3) 사업집행

- 사업주체: 대전광역시, 대전도시공사, 대전마케팅공사, 대전광역시 중구, 민간
- 사업기간: 2022년~2026년
- 사업효과: 보문산 주변의 관광상권 활성화 도모, 보문산 내 관광자원 확충 기능, 숙원사업에 의한 대전의 관광거점 역할 강화
- 지속가능성 확보방안: 선택과 집중을 통한 보문산 내 우선순위 사업의 단계별 실행, 유료 시설의 민간 운영, 보문산 주변 상권 활성화 및 SOC 확충
- 투자계획: 96,153백만 원

[표 3-8] 보문산 관광거점 조성계획의 연차별·자원별 투자계획

단위: 백만 원

사업전략	세부사업	자원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
대사지구 관광사업	보문산 전망대 조성	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	12,480	2,991	6,240	3,249	-	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	12,480	2,991	6,240	3,249	-	-
	스카이워크(황금로) 조성	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	3,731	3,731	-	-	-	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	3,731	3,731	-	-	-	-
	바이대전 플리마켓 & 스토리광장 조성	국비	500	250	250	-	-	-
		지방비	500	250	250	-	-	-
		민자	500	-	-	500	-	-
		합계	1,500	500	500	500	-	-
	소계		17,711	7,222	6,740	3,749	-	-
문화지구 관광사업	보문웰빙 헬스공원 조성	국비	3,000	-	-	-	1,500	1,500
		지방비	3,000	-	-	-	1,500	1,500
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	6,000	-	-	-	3,000	3,000
	소계		6,000	-	-	-	3,000	3,000
사정지구 관광사업	실감형 글로리 정원 조성	국비	2,000	-	500	500	1,000	-
		지방비	2,000	-	500	500	1,000	-
		민자	4,000	-	-	2,000	2,000	-
		합계	8,000	-	1,000	3,000	4,000	-
	에어로디움 스포츠파크 조성	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	2,031	-	-	690	672	669
		민자	2,031	-	-	690	672	669
		합계	4,062	-	-	1,380	1,344	1,338
사정지구 관광사업	가족휴양 캠핑촌 조성	국비	1,250	-	-	-	1,250	-
		지방비	5,750	-	-	4,000	1,750	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	7,000	-	-	4,000	3,000	-
	소계		19,062	-	1,000	8,380	8,344	1,338
행평지구 관광사업	오-월드 시설현대화 사업 ^a	국비	7,500	-	-	3,750	3,750	-
		지방비	7,500	500	1,000	3,000	3,000	-
		민자	20,000	-	5,000	7,500	7,500	-
		합계	35,000	500	6,000	14,250	14,250	-
	효문화 부리마을 (제2부리공원) 조성	국비	8,190	1,700	6,490	-	-	-
		지방비	8,190	2,200	5,990	-	-	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	16,380	3,900	12,480	-	-	-
	부리공원 분수 조성	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	2,000	-	-	-	1,000	1,000
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	2,000	-	-	-	1,000	1,000
소계		53,380	4,400	18,480	14,250	15,250	1,000	
총계		96,153	11,622	26,220	26,379	26,594	5,338	

2) 유성온천지구 관광거점 조성계획

(1) 사업전략 및 세부사업

- 본 사업은 대전시 유성구의 숙원사업인 ‘온천지구 관광거점 조성사업 공모사업 계획서’를 바탕으로 정리하여 추진하고자 하는 발전방향을 반영하고자 함

[표 3-9] 유성온천지구 관광거점 조성계획의 시·공간적 범위

시간적 범위	공간적 범위
· 사업기간: 4년(2020~2023)	· 대전 유성구 봉명동 일원 (유성온천지구) · 면적: 787.000㎡

자료: 대전광역시 유성구(2020: 7)를 토대로 작성함

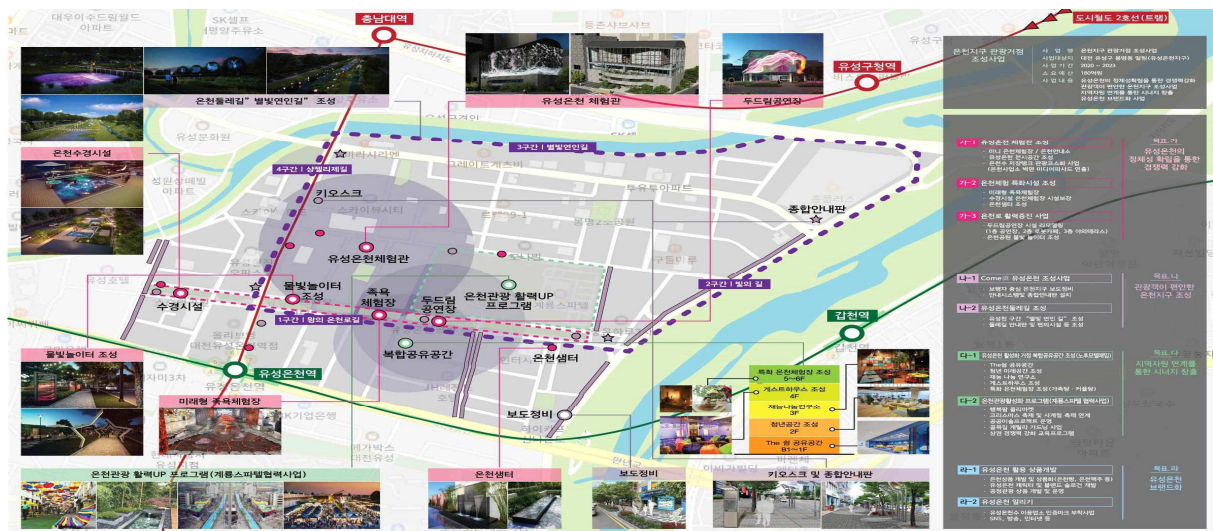
- 따라서 사업전략을 정체성, 확장성, 다양성 그리고 상품성 4가지로 나누고, 그에 맞는 9개의 사업과 26개의 세부사업을 발굴함

- | | |
|--------------------------------|-------------------------|
| · 정체성: 유성온천의 정체성 확립을 통한 경쟁력 강화 | · 확장성: 관광객이 편안한 온천지구 조성 |
| · 다양성: 지역자원 연계를 통한 시너지 창출 | · 상품성: 유성온천 브랜드화 |

[표 3-10] 유성온천지구 관광거점 조성계획의 사업개요

사업전략(4)	사업명(9)	세부사업 수
[정체성] 유성온천의 정체성 확립을 통한 경쟁력 강화	유성온천 체험관 조성	3
	유성온천 특화시설 조성	3
	온천로 활력증진 사업	2
[확장성] 관광객이 편안한 온천지구 조성	Come溫 유성온천 조성	2
	유성온천 둘레길 조성	2
[다양성] 지역자원 연계를 통한 시너지 창출	유성온천 활성화 거점 복합공유공간	5
	온천관광 활력 UP 프로그램	5
[상품성] 유성온천 브랜드화	유성온천 활용 상품개발	2
	유성온천 알리기	2

자료: 대전광역시 유성구(2020: 47)를 토대로 작성함



[그림 3-15] 온천지구 관광거점 조성계획의 사업 구상도

자료: 대전광역시 유성구(2020: 46)

(2) 세부사업내용

① [정체성] 유성온천의 정체성 확립을 통한 경쟁력 강화

[표 3-11] 유성온천의 정체성 확립을 통한 경쟁력 강화의 사업분류

사업명	H/W	S/W	세부사업
유성온천 체험관 조성	●		· 미니 온천체험장 / 온천 안내소
	●		· 유성온천 전시공간 조성
	●		· 온천수 저장탱크 관광코스화 사업
온천체험 특화시설 조성	●		· 족욕체험장 리모델링
	●		· 수경시설 온천체험장 시설보강
	●		· 온천샘터 조성
온천로 활력증진 사업	●		· 두드림공연장 시설 리뉴얼
	●		· 온천공원 물빛놀이터 조성

자료: 대전광역시 유성구(2020: 48)를 토대로 작성함

■ 유성온천 체험관 조성

- 유성온천 체험관을 조성하고, 유성온천관리사무소를 리모델링하여 유성온천만의 특화된 콘텐츠 공간으로 확보함
- 지하 1층과 1층에는 미니 온천체험장, 유성온천 안내서, 온천상품 판매소를 위치시켜 체험, 안내, 판매가 복합적으로 이루어질 수 있도록 함
- 2층에는 유성온천 전시공간을 조성하고, 3층 이상에는 온천수 저장탱크 관광 자원화를 시도함
- 온천수 저장탱크를 외부에 노출하고, 미디어 파사드 기법을 도입하여 유성 온천수의 시각적 관광자원화를 시도함
- 전국 최초로 도입하는 트램과 함께 어우러질 수 있는 건물 리모델링을 통하여 과학도시라는 대전시의 도시 브랜딩을 공고히 할 수 있도록 함

■ 유성온천 특화시설 조성

- 여름에만 이용하는 수경시설에 온천을 할 수 있도록 시설(온천수 공급용 기계설비)을 보강하고, 유성 온천지구를 느낄 수 있도록 곳곳에 온천샘터를 조성함
- 지상으로 운행하는 트램이 본 구역 인근을 경유하므로, 시민과 관광객이 트램을 타고 지나갈 때도 도심 속 온천이라는 이미지를 가진 유성온천의 모습을 각인시킬 수 있도록 미래형 족욕 체험장으로 리모델링 함
- 또한 관광취약계층을 비롯한 모든 구성원이 쉽게 접근할 수 있는 공간으로 다가갈 수 있는 공간으로 거듭나도록 편의성과 안전성을 함께 고려함

[표 3-12] 유성온천 특화시설 조성사업의 위치와 규모

구분	내용
사업위치	유성온천지구 일원
사업규모	족욕체험장 리모델링, 온천샘터, 유성온천 홍보테마관 리모델링

자료: 대전광역시 유성구(2020: 54)를 토대로 작성함

■ 온천로 활력 증진 사업

- 주간 외에도 야간에 특화된 빛으로 볼거리를 제공하여 유성온천공원의 활용성을 높여 유성온천 이미지 개선을 통해 전 세대가 찾고 싶은 온천지구를 구성하고, 유성온천공원의 깔끔하지 만 맛있는 공간에 재미를 입혀 특화된 볼거리를 제공함
- 기존 두드림공연장의 소음문제 해결과 활용성을 높여 젊은이들이 즐겨 찾는 공간으로 조성하고자 1층 공연장과 2층 로봇카페, 3층 야외테라스 조성을 통해 인증샷 명소화를 시도함

② [확장성] 관광객이 편안한 온천지구 조성

[표 3-13] 관광객이 편안한 온천지구 조성의 사업분류

사업명	H/W	S/W	세부사업
Come온 유성온천 조성	●		· 보행자 중심 온천지구 보도정비
	●		· 안내시스템 및 종합안내판 설치
유성온천 둘레길 조성	●		· 유성천 구간 '별빛 연인 길' 조성
	●		· 둘레길 안내판 및 편의시설 등 조성

자료: 대전광역시 유성구(2020: 62)를 토대로 작성함

■ Come온 유성온천 조성

- 유성온천지구 내 오래되고 정비가 안 된 보도 및 미관을 저해시키는 가로환경 정비를 통해 보행자 중심의 온천지구 걷는 길을 조성함
- 관광객에게 관광정보를 쉽게 접근할 수 있게 하는 관광안내시스템 및 종합안내도를 설치하고 해당 안내 시스템에 무장애 맵을 탑재하여 장애인을 비롯한 관광취약계층을 위한 편의시설 정보를 제공하도록 함
- 관광안내시스템 및 편의시설 정보제공 시 전국 최초로 도입되는 트램을 함께 연계하여 대전시 트램의 관광자원화를 함께 도모함

■ 유성온천 둘레길 조성

- 온천둘레길 조성을 위한 미정비 구간(3구간: 별빛 연인 길)을 안전하면서도 낭만적인 코스로 개발하고, 둘레길 4개 구간(1구간: 왕의 온천길, 2구간: 바람과 숲이 있는 빛의 길, 3구간: 별빛 연인 길, 4구간: 젊음의 상젤리제 길)의 안내판 및 편의시설을 보강하며, 안정성을 높이기 위한 구간별 연결지점을 정비함
- 온천둘레길 조성 시 장애인을 포함한 관광취약계층의 이동에 대한 편의성과 안전성을 확보할 수 있도록 고려함
- 유성온천역을 경유하는 트램과 기존 교통자원인 타슈 등을 연계하는 방안을 통하여 온천둘레길의 접근성을 높임

③ [다양성] 지역자원 연계를 통한 시너지 창출

[표 3-14] 지역자원 연계를 통한 시너지 창출의 사업분류

사업명	H/W	S/W	세부사업
유성온천 활성화 거점 복합공유공간	●		· The 씬 공유공간 조성
	●		· 청년 공간
	●		· 재능 나눔 연구소
	●		· 게스트하우스 조성
	●		· 특화 온천체험장 조성
온천관광 활력 UP 프로그램		●	· 행복팜 플리마켓
		●	· 크리스마스 축제
		●	· 공공미술 프로젝트
		●	· 골목길 게릴라가드닝 사업
		●	· 상권 경쟁력 강화 프로그램

자료: 대전광역시 유성구(2020: 72)를 토대로 작성함

■ 유성온천 활성화 거점 복합공유공간

- 대상지 노후호텔 매입 후 리모델링을 통해 복합공유공간과 지역에 거주하는 청년을 위한 문화예술 창작 공간을 조성함
- 지하 1층과 지상 1층은 관광안내, 주민사랑방, 소공연장, 물품보관소(캐리어) 등이 있는 공유 공간으로 조성하고, 창업 실험공간이자 문화예술가들의 작품을 전시하는 등 테스트 베드로 적극 활용함
- 2층은 청년네트워크 공간으로 구성하여 지역주민과 어울릴 수 있는 프로그램을 구상하며, 3층에는 지역 대학, 유성구 자원봉사센터, 문화·예술가 협회 등 다양한 지역단체와 연계하여 창작&작업 공간으로 활용함
- 4층은 관광객과 외지인을 위한 공유 숙소 개념으로 게스트하우스를 구성하여 저렴하게 온천과 숙박을 함께할 수 있는 공간으로 운영하고, 5층과 6층은 특화 온천 체험장 조성을 통해 온천탕 활성화를 위한 테스트 베드 역할과 함께 한방치유센터 역할을 할 수 있도록 함

■ 유성관광 활력 UP 프로그램

- 유성온천공원과 계룡스파텔 잔디광장을 활용하여 행복팜 플리마켓을 정기적으로 개최하고 유흥가가 많은 유성온천지구에 지역 예술 작가들과 함께 포토존 등 아기자기한 작품을 곳곳에 배치하는 공공 미술 프로젝트를 진행함
- 골든하이쇼핑몰에서 상생협력 사업으로 겨울에 개최 예정인 오로라 축제와 해당 사업을 연계하여 계룡스파텔 광장과 온천로에 크리스마스 축제를 개최함
- 유성온천지구의 수많은 골목길에 게릴라가드닝 사업을 통해 길거리 곳곳에 미니정원을 조성하여 유흥가 이미지를 개선하고 인증샷 명소로 조성함
- 축제 기간 동안 해당 프로젝트에 참여하는 예술가가 트램에 랩핑 작업을 실시하는 방안을 통하여 해당 사업에서 기획하는 행복팜 플리마켓 혹은 크리스마스 축제 등의 홍보 활동으로 활용함
- 주민, 상인 등의 주기적 교육을 통하여 스스로 지역경쟁력을 갖출 수 있는 기반을 마련함

④ [상품성] 유성온천 브랜드화

[표 3-15] 유성온천 브랜드화의 사업분류

사업명	H/W	S/W	세부사업
유성온천 활용상품 개발	●		· 온천상품 개발 및 상품화
		●	· 유성온천 캐릭터 및 브랜드 슬로건 개발
유성온천 알리기		●	· 유성온천수 이용업소 인증마크 부착
		●	· SNS, 언론, 인터넷 등 홍보

자료: 대전광역시 유성구(2020: 85)를 토대로 작성함

■ 유성온천 활용 상품개발

- 유성온천 방문객들만 구매 가능한 온천 빵, 온천 맥주 등 특별한 온천상품을 개발 및 판매하고, 유성 온천을 나타낼 수 있는 캐릭터와 브랜드 슬로건을 개발함
- 지역 대표 제과점인 성심당과 온천 빵을 개발(MOU 체결)하고, 지역 주류 업체인 바이젠하우스와 온천 맥주를 개발(MOU 체결)하여 유성에서만 판매하는 유성온천 특산물화를 통해 관광 활성화를 도모함
- 지역대학 등과 협력하여 유성 온천수를 활용한 온천수 화장품을 개발 및 관광상품화하고, 목욕 티셔츠, 목욕 가운, 목욕 용품 등 특색 있는 유성온천 관련 키트를 개발함

■ 유성온천 알리기

- 유성온천 캐릭터와 연계한 유성 온천수 명패를 제작하고 유성온천 관리사무소에서 온천수를 공급하는 검증된 업소에만 입구에 유성 온천수 명패를 부착함
- 천년의 역사와 신혼여행지로 유명했던 유성온천의 명성을 되찾기 위해 방송매체, SNS, 유튜버 등을 활용하여 적극적인 홍보 활동을 추진함
- 15명의 유성구 블로거 기자단을 유성온천 홍보 블로거로 병행하여 위촉하고, 타 지자체 블로거를 정기적으로 초청하여 유성온천에 대한 홍보를 강화함
- 아울러 유성온천지구가 관광 취약계층이 방문함에 불편함이 없는 열린 관광지가 될 수 있도록 이에 대한 홍보 전력을 강화함
- 또한 공중파 TV 방영 콘텐츠를 제공하거나 월 1회 정기적 보도자료 제공을 통한 언론 보도 활성화 등 온·오프라인의 전방위적 콘텐츠 홍보전략을 전개함



[그림 3-16] 지자체 운영 인증패 사례 이미지

자료: 대전광역시 유성구(2020: 94)

(3) 사업집행

- 사업주체: 대전광역시, 대전광역시 유성구, 대전마케팅공사, 계룡스파텔
- 사업기간: 2022년~2023년 (사업 지연 시 2024년까지 시행)
- 사업효과: 유성온천지구 재활성화 도모, 유성온천 관련 브랜드 파급력 확보, 온천에 대한 정체성 향상
- 지속가능성 확보방안: 민관 거버넌스 추진체계를 통해 효과적 사업추진과정에 대한 평가 및 환류, 목표지향적 성과지표의 지속적으로 발굴하여 모니터링 실시
- 투자계획: 16,000백만 원

[표 3-16] 유성온천지구 관광거점 조성계획의 연차별·재원별 투자계획

단위: 백만 원

사업전략	사업명	재원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
유성온천 정체성 확립을 통한 경쟁력 강화	유성온천 체험관 조성	국비	1,068	133	935	-	-	-
		지방비	1,068	133	935	-	-	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	2,136	266	1,870	-	-	-
	유성온천 특화시설 조성	국비	1,046	131	915	-	-	-
		지방비	1,046	131	915	-	-	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	2,092	262	1,830	-	-	-
	온천로 활력 증진 사업	국비	2,182	273	1,909	-	-	-
		지방비	2,182	273	1,909	-	-	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	4,364	546	3,818	-	-	-
소계		8,592	1,074	7,518	-	-	-	
관광객이 편안한 온천지구 조성	Come온 유성온천 조성	국비	520	65	455	-	-	-
		지방비	520	65	455	-	-	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	1,040	130	910	-	-	-
	유성온천 둘레길 조성	국비	736	92	644	-	-	-
		지방비	736	92	644	-	-	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	1,472	184	1,288	-	-	-
	소계		2,512	314	2,198	-	-	-
지역자원 연계를 통한 시너지 창출	유성온천 활성화 거점 복합공공공간	국비	1,299	163	1,136	-	-	-
		지방비	1,299	163	1,136	-	-	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	2,598	326	2,272	-	-	-
	온천관광 활력 UP 프로그램	국비	613	76	537	-	-	-
		지방비	613	76	537	-	-	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	1,226	152	1,074	-	-	-
	소계		3,824	478	3,346	-	-	-
유성온천 브랜드화	유성온천 활용 상품개발	국비	327	41	286	-	-	-
		지방비	327	41	286	-	-	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	654	82	572	-	-	-
유성온천 브랜드화	유성온천 알리기 사업	국비	209	26	183	-	-	-
		지방비	209	26	183	-	-	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	418	52	366	-	-	-
	소계		1,072	134	938	-	-	-
총계			16,000	2,000	14,000	-	-	-

3) 공정·생태관광 계획

(1) 사업전략 및 세부사업

- 제시된 목적을 달성하기 위해 5개의 사업전략과 그에 해당하는 21개의 세부사업을 도출함

[표 3-17] 공정·생태관광 계획의 사업개요

사업 전략	사업명(5)	세부사업(21)
[지속가능성] 지속 가능한 체류형 도시 조성	지역 중심 공정관광 기반 구축	· 대전 공정관광지원센터 설립 및 운영
		· 공정관광 통합추진위원회 구성 및 운영
		· 광역권 생태관광협의회 구성 및 운영
		· 공정관광특구 지정사업
	대전 체류형 관광기반 강화	· 대청호오백리길 환경보존참여금 신설 및 환경 패스포트 제공
		· 대청호오백리길 보건소 건강서비스 제공
		· 대청호 및 도심 외 자연생태권 야간경관 사업
		· 관광객 청결 환경 개선 캠페인
[다양성] 다양한 인력육성	지역 기반 관련 인력육성	· 공정여행 컨설팅 지원사업
		· 대전 공정관광 전문인력 양성 및 창업 프로그램 운영
[상품성] 대표 프로그램· 시설 상품화	지역 기반 공정·생태관광 대표 프로그램 육성·지원	· 대전 대표 공정·생태관광 프로그램 육성 및 지원
		· 환경부 '생태관광지역' 지정 추진
		· 주민참여 공정관광 프로그램 운영
		· 대전 공정관광코스 공모전 개최
		· 공정관광자원, 공정관광 콘텐츠 및 스토리 개발
		· 대전공정관광국제포럼 추진
		· 취약계층 공정·생태관광 참여프로그램 운영
		· 대전 명품조망대길 조성사업
	지역 기반 공정·생태관광 대표시설 조성	· '잃어버린 도시 이야기 동상' 조성사업
		· 조류생태공원 조성사업
		· 바이크텔 및 바이크 휴게소 조성사업

(2) 세부사업내용

① 지역 중심 공정관광 기반 구축

- 법제 기반 마련, 조직화, 지원체계 구축을 통해 지역 중심형 관광활성화 전략 기반을 다져 지속 가능한 지역 기반 공정관광의 추진전략을 수립함

[표 3-18] 지역 중심 공정관광 기반 구축의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대전 공정관광지원센터 설립 및 운영	●	
· 공정관광 통합추진위원회 구성 및 운영		●
· 광역권 생태관광협의회 구성 및 운영		●
· 공정관광특구 지정사업		●

■ 대전 공정관광지원센터 설립 및 운영

- 주민이 참여하고 주도하는 지역 기반 공정관광 프로그램 개발과 운영을 지원 및 총괄하는 대전 공정관광지원센터를 설립 및 운영하고, 해당 지원센터의 설치장소, 규모, 센터 운영인력을 확정함

■ 공정관광 통합추진위원회 구성 및 운영

- 기존 공정관광 추진위원회 구성을 공정관광사업을 운영하는 대전광역시 4개 기초자치단체 실무자들을 포함해 운영함
- 대전의 공정관광 이슈 관련 정책 제언과 자문을 수행하고 4개 기초자치단체 공정관광 사업을 조율함

■ 광역권 생태관광협의회 구성 및 운영

- 대전, 세종, 충남, 충북 관광 관련 실무자 협의회를 운영하고, 광역별 공동사업으로 국내·외 관광전, 축제 교류 홍보전(공동홍보부스), 거리홍보전, 관광설명회, 워크숍, 홍보물 공동제작, 팸투어, 스팟광고, 관광상품 및 여행 프로그램 등을 공동으로 진행함

■ 공정관광특구 지정사업

- 대전광역시 공정관광 육성 및 지원조례의 내용을 수정하여 공정관광특구 지정에 대한 내용을 추가하고, 특구 선정 시 대전광역시 자체 혜택 제공 관련 조례 조항을 신설하여 공정관광특구로서의 이점을 부여함

② 대전 체류형 관광기반 강화

- 광역적인 관광객 유치를 위한 관광 안내와 홍보 관련 수용태세를 확립하고, 도심 내 전통시장을 관광 명소로 활성화하여 대청호와 대덕구 및 동구의 마을 숙박 관광객을 유도하고, 이를 토대로 체류형 관광기반을 강화하고자 함

[표 3-19] 대전 체류형 관광기반 강화의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대청호오백리길 환경보존참여금 신설 및 환경 패스포트 제공		●
· 대청호오백리길 보건소 건강서비스 제공		●
· 대청호 및 도심 외 자연생태권 야간경관 사업	●	
· 관광객 청결 환경 개선 캠페인		●

■ 대청호오백리길 환경보존참여금 신설과 환경 패스포트 제공

- 환경보존참여금 신설 관련 조례는 대전광역시의회와 충청북도의회에서 제정하고, 약 5,000원 정도로 책정한(임시 안) 대청호오백리길 환경보존참여금을 내는 도보 여행객들에게 대청호오백리길 내에서 다양한 혜택을 제공하여 이를 수익기금으로 활용함
- 환경 패스포트를 구매한 도보 여행객들에게는 대청호오백리길 소식지를 이메일을 통해 정기적으로 제공하며, 이를 지참한 도보 여행객에게는 해당 사업지에 있는 보건소, 식당, 관광안내소 등 CI가 있는 장소에서 스탬프 도장을 받아 그 횟수만큼 다양한 혜택을 제공함

■ 대청호오백리길 보건소 건강서비스 제공

- 대청호오백리길에 있는 보건소를 활용해 도보 여행객을 위한 응급처치와 다양한 건강 관련 부가 서비스를 제공하고 보건소 서비스 활성화를 위해 기존 인력 외에도 대전과 충북으로부터 자원봉사자나 공익 요원을 서비스 교육 후 배치함
- 응급처치 외에도 여성 도보객을 위한 피부관리, 피로를 풀어주는 발 마사지, 한방 관련 건강서비스를 함께 제공함
- 대청호오백리길에 있는 보건소에는 대청호오백리길 BI와 캐릭터 등의 표식을 부착하여 이용객들이 쉽게 알아볼 수 있도록 함

■ 대청호 및 도심 외 자연생태권 야간경관 사업

- 대청호 광장, 산책로, 공원 등 경관 조명을 우선 시범지역(대청호 로하스캠핑장, 장동산림욕장 등)을 정하여 설치하거나 기존 조명을 보강함
- 대전 도심 외 자연환경 시범지역(예: 계족산, 만인산, 식장산, 장태산, 한밭수목원 등)에 야간경관 사업을 확대하여 야간에 진행 가능한 프로그램과 함께 활용하여 대전시민과 관광객들이 야간에 방문하는 명소로 발돋움할 수 있도록 함
- 아울러 장애인을 포함한 관광취약계층이 야간경관을 감상할 수 있도록 경관 조명 이외에 인프라 확충·정비를 병행함

■ 관광객 청결 환경 개선 캠페인

- 관광객, 공정관광 업체, 대전광역시 관광전담부서, 그리고 일반 시민 대상으로 관광객 흔적 지우기(쓰레기 수거 및 재활용품 수집) 캠페인을 추진하여 우수자를 시상함

③ 지역 기반 관련 인력육성

- 지속 가능한 가치와 공정여행에 대한 시민 인식 제고를 위한 홍보 및 교육으로 공정관광 역량 기반을 확대하여 공정관광에 대한 시민 인식 제고로 공정여행의 지역 기반 확대와 수요 창출을 도모하고자 함

[표 3-20] 지역 기반 관련 인력육성의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 공정여행 컨설팅 지원사업		●
· 대전 공정관광 전문인력 양성 및 창업 프로그램 운영		●

■ 공정여행 컨설팅 지원사업

- 공정여행 양성과정을 수료한 강사단을 학교 및 평생교육 현장 등의 요청에 따라 파견하여 교육을 제공함
- 차수별 교육이나, 전체 한 학기 교육 등 여러 형태로 파견하여 교육하고, 강사에게는 식비, 교통비 등의 실비를 제공함

■ 대전 공정관광 전문인력 양성 및 창업 프로그램 운영

- 각 2개월간 '기초-심화-인큐베이팅-창업'의 4단계 교육과정을 실시하고, 창업 이후에도 후속 관리를 시행하여 체계적으로 전문인력을 양성함

④ 지역 기반 공정·생태관광 대표 프로그램 육성·지원

- 대전을 대표할 수 있는 공정·생태관광 상품을 발굴하여 핵심사업으로 집중적으로 육성하고자 대전광역시와 대전의 5개 기초자치단체, 그리고 지역주민이 같이 참여하는 상품을 발굴하고 운영할 수 있는 성공모델을 창출함

[표 3-21] 지역 기반 공정·생태관광 대표 프로그램 육성·지원의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대전 대표 공정·생태관광 프로그램 육성 및 지원		●
· 환경부 '생태관광지역' 지정 추진		●
· 주민참여 공정관광 프로그램 운영 및 공모전 개최		●
· 공정관광자원, 공정관광 콘텐츠 및 스토리 개발		●
· 대전공정관광국제포럼 추진		●
· 관광취약계층 공정·생태관광 참여프로그램 운영		●

■ 대전 대표 공정·생태관광 프로그램 육성 및 지원

- 대전광역시와 대전의 기초자치단체에서 운영하는 공정·생태관광 프로그램을 공모하여 평가·선정한 후 순위별로 차등 지원함

■ 환경부 '생태관광지역' 지정 추진

- 대덕구가 대청호와 계족산을 중심으로 추진하고 있는 환경부 '생태관광지역' 지정 생태관광자원화 사업을 대전광역시가 주도 및 연계하여 추진하도록 함

■ 주민참여 공정관광 프로그램 운영 및 공모전 개최

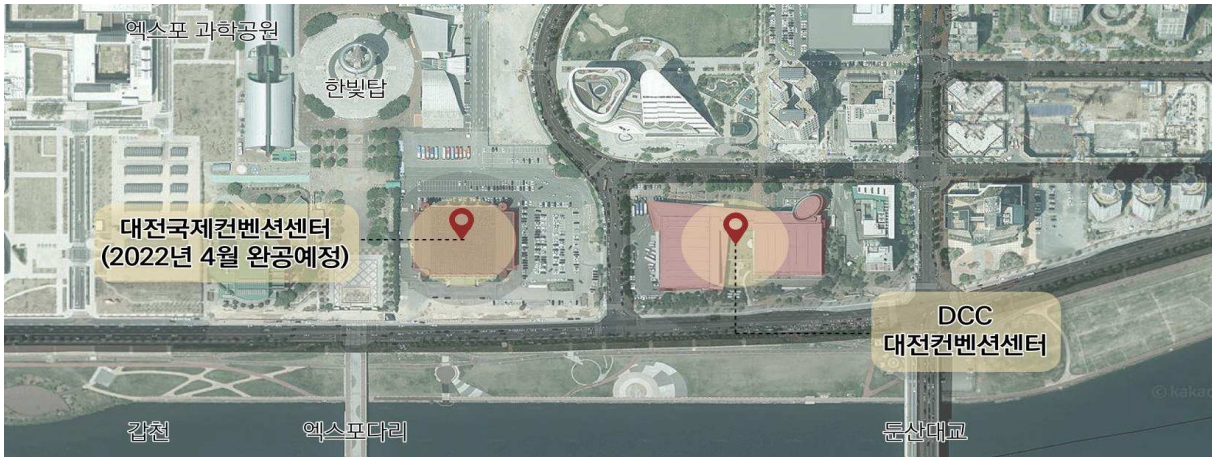
- '내 집 남은 방 에어비앤비에 등록하기', '내가 만든 여행코스 마이리얼트립에 등록하기' 등 시민이 공정관광의 콘텐츠 공급·생산자가 될 수 있는 정보를 제공함
- 시민들 각자가 체험한 공정여행 장소 및 코스를 공모하고, 시상은 참가자 추첨을 통해 공정여행 관련 팸투어 참여 기회를 제공하며, 우수자에게는 공정관광 상품 참가 기회 등의 혜택을 부여함

■ 공정관광자원, 공정관광 콘텐츠 및 스토리 개발

- 대전의 공정관광 관련 자원, 공정관광 콘텐츠 및 스토리를 발굴하여 공정관광 프로그램의 기반을 제공함

■ 대전공정관광국제포럼 추진

- 추진위원회를 구성하여 이들을 중심으로 국제포럼 준비계획을 수립한 후 ‘대전국제공정관광포럼’을 추진함



[그림 3-17] 대전국제공정관광포럼 개최 예상 장소(안)

■ 관광취약계층 공정·생태관광 참여프로그램 운영

- 학교, 복지센터 혹은 장애인센터 등의 신청을 받아 공정·생태관광 강사를 파견하여 직접 공정·생태관광 프로그램을 기획해 참여하도록 교육함
- 이를 위해 관광취약계층 대상 공정·생태 참여프로그램에 대한 홍보를 강화하고, 관광상품의 품질 관리를 통해 고정적인 관광상품을 유지하도록 함
- 또한 관광취약계층 중 개인 참여를 희망하는 사람을 위해 공정·생태관광 관련 시설이나 상품의 접근성을 높이고, 예약과 정보 등의 검색 편의성을 높이기 위해 온라인 매체를 충분히 활용하도록 함

⑤ 지역 기반 공정·생태관광 대표시설 조성

- 대전을 대표할 수 있는 공정·생태관광 테마형 기반시설을 조성하고 이를 상시 운영하여 대전의 관광 매력도를 증가시키고자 함

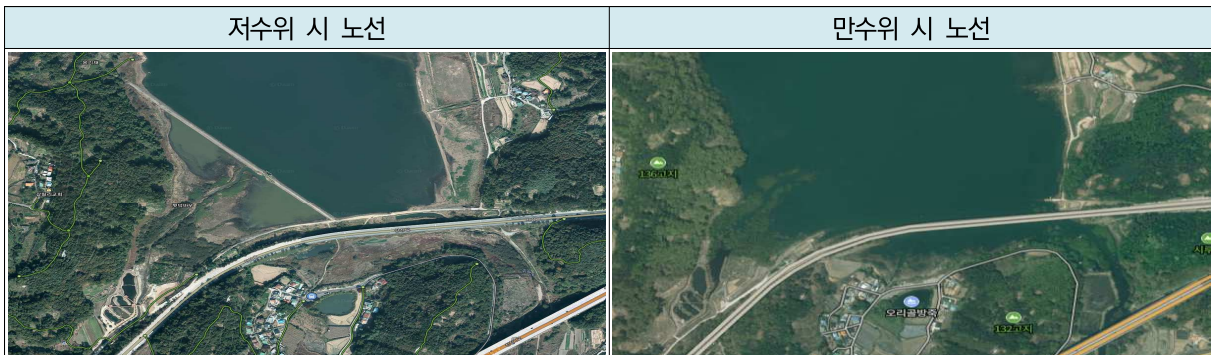
[표 3-22] 지역 기반 공정·생태관광 대표시설 조성의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대전 명품 조망대길 조성사업	●	
· 잃어버린 도시 이야기 동상 조성사업	●	
· 조류생태공원 조성사업	●	
· 바이크텔 및 바이크 휴게소 조성사업	●	

■ 대전 명품 조망대길 조성사업

- 2020년 기준 대청호오백리길 대전 구간에는 총 11개의 포토 포인트가 있지만, 대청호를 조망할 수 있는 관망 지점마다 접근 용이성, 편의성, 다양성이 다르므로 이를 고려한 관망 지점 확보가 필요함

- 이에 대전을 대표할 수 있는 공정관광 및 생태관광 테마형 기반 시설을 조성할 필요성이 있음
- 구체적으로 대청호오백리길 4구간 신상동 인공습지에서 신상교(총 420m 거리의 교량) 시작 지점까지 250m, 5구간 신상교 거점지에서 신상교까지 270m이며, 총 940m 구간이 주요 사업의 공간적 범위임
- 특히 신상교는 만수위 시 길이 물에 잠겨서 이용할 수 없는 상황이기 때문에 신상교 교량과 거점지 전체를 대상으로 사업추진



[그림 3-18] 신상교 저수위와 만수위 시 모습

자료: 대전광역시·대전세종연구원(2021: 311)

■ 잃어버린 도시 이야기 동상 조성사업

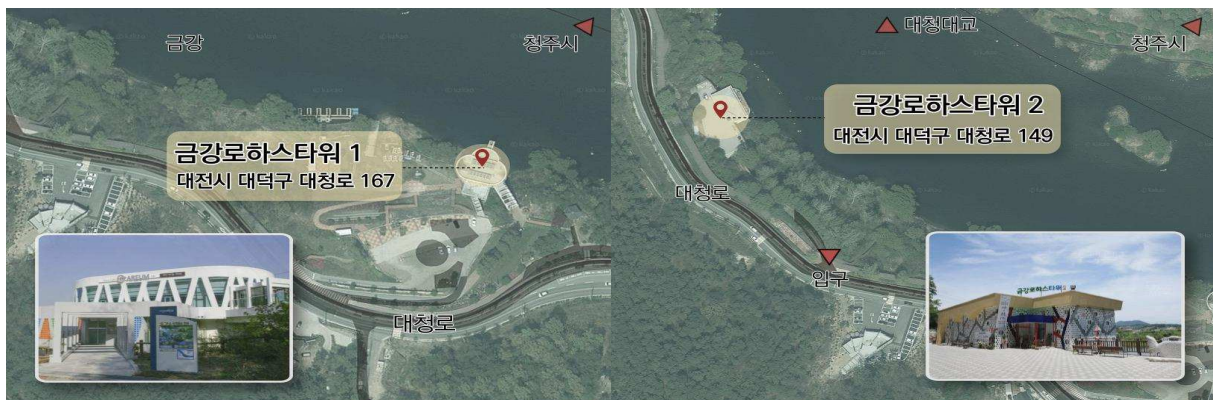
- 대청호 대청댐을 조성하면서 생겨난 수몰민의 역사와 애환을 상징하는 동상을 조성하여 대청호의 이미지를 시각화하고자 함
- 공모사업으로 잃어버린 도시 이야기 동상 조성사업을 진행하여 대청호오백리길에서 상징성이 있는 공간에 동상을 조성함

■ 조류생태공원 조성사업

- 대청호는 1년 연중 다양한 조류를 관찰할 수 있으며, 특히 12월과 1월에 다양한 조류의 관찰이 가능함
- 이에 대청호오백리길의 1구간과 4구간을 중심으로, 조류생태공원을 조성하여 가족이나 학생들을 대상으로 한 생태교육 체험용 시설로 활용하고자 함
- 조류생태공원에 탐조용 망원경, 조류안내판, 인공 새집, 먹이대 등을 설치하고, 구간 내 새들이 쉴 수 있는 부표, 횃대, 모래톱 등 새들이 쉴 수 있는 곳을 조성하여 새들이 오래 머물 수 있도록 유도하여 탐조에 유리한 환경을 조성함
- 그 외에 탐조 프로그램 진행이 가능한 단체나 조류 해설사들이 공원을 중심으로 활동할 수 있도록 연계함

■ 바이크텔 및 바이크 휴게소 조성사업

- 금강로하스타워1·2와 같이 이미 조성된 시설을 부분 개보수하여 대청호와 금강 수변 바이크 쉼터 및 바이크 호텔로 활용함
- 자전거 수리센터, 자전거 보관대 등 자전거 관련 시설과 함께 족욕시설, 매점, 공공 샤워실 등이 포함된 이용자 편의시설을 도입함
- 개인 MTB 이용객을 위해 단독형 32베드, 동호회 등 단체형 24베드 등 총 56베드로 조성된 '바이크텔'을 조성함
- MTB 이용객을 위한 휴게 편의·안내시설, 자전거 대여 시설, 무료 Wifi-Zone을 제공하는 '바이크 휴게소'를 조성함
- MTB 이용객들의 휴식, 안내 등을 위한 안내 표지 시설, 그늘막, 벤치, 족욕장 등이 배치된 휴게시설을 조성함



[그림 3-19] 금강로하스타워1·2의 위치도

(3) 사업집행

- 사업주체: 대전광역시, 대전마케팅공사, 대전광역시 동구, 대전광역시 대덕구, 대덕구 공정생태관광지원센터, 대전광역시 유성구, 대전광역시 서구
- 사업기간: 2022년~2026년
- 사업효과: 공정관광과 생태관광의 장점 극대화, 선택적 장소 활용을 통한 효과 극대화 도모, 공정·생태관광에 대한 도시 이미지 포지셔닝 구축
- 지속가능성 확보방안: 실무적으로 협의와 추진을 할 수 있는 조직 구성·운영, 기존 인프라를 활용한 사업의 선택과 집중, 보전 중심의 관광활성화 추진
- 투자계획: 9,815.7백만 원

① 사업목적에 따른 연차별·재원별 투자계획

- 본 사업은 대전광역시 공정·생태관광에 관하여 ‘지속가능성’, ‘다양성’, ‘상품성’의 3가지 전략을 취함

[표 3-23] 공정·생태관광 계획에 대한 연차별·재원별 투자계획

단위: 백만 원

사업전략	사업명	재원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
지속 가능한 체류형 도시 조성	지역 중심 공정관광 기반 구축	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	319.2	84	84	84	33.6	33.6
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	319.2	84	84	84	33.6	33.6
	대전 체류형 관광 기반 강화	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	3,329.4	893	893	893	325.2	325.2
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	3,329.4	893	893	893	325.2	325.2
소계		3,648.6	977	977	977	358.8	358.8	
인력육성	지역 기반 관련 인력육성	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	494	130	130	130	52	52
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	494	130	130	130	52	52
	소계		494	130	130	130	52	52
대표 프로그램· 시설 상품화	지역 기반 공정·생태관광 대표 프로그램 육성·지원	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	1,337.1	364.5	364.5	364.5	121.8	121.8
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	1,337.1	364.5	364.5	364.5	121.8	121.8
	지역 기반 공정·생태관광 대표 시설 조성	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	4,336	1,420	1,420	1,320	88	88
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	4,336	1,420	1,420	1,320	88	88
	소계		5,673.1	1,784.5	1,784.5	1,684.5	209.8	209.8
총계			9,815.7	2,891.5	2,891.5	2,791.5	620.6	620.6

4) 교통관광 계획

(1) 세부사업내용

① 기본방향

- IT 기술이 적용된 전동킥보드 등의 퍼스널 모빌리티 설치
 - 레저형 퍼스널 모빌리티 코스 개발 / 생활레저관광 활성화 유도
- 추진코스 내 퍼스널 모빌리티 전용도로 별도 조성
 - 추진코스 내 퍼스널 모빌리티를 위한 도로를 개선하여 접근성을 좋게 하고, 건강 및 레저를 함께 즐길 수 있도록 친환경 레저형 퍼스널 모빌리티 도로 확보

② 추진전략

- IT 기반의 전동킥보드를 이용한 친환경 레저코스 개발
 - 주요 거점지역에 퍼스널 모빌리티 대여시스템 구축
 - 가족 단위 관광객을 위한 다양한 테마노선 개발
- 퍼스널 모빌리티 전용도로 정비
 - 도로 확장 및 데크 설치로 친환경 전동킥보드 도로 조성
 - 전동킥보드 안전성 확보를 위한 연석 설치
 - 사각지대를 없애기 위한 볼록거울 설치 및 도로의 직선화
 - 안전을 위한 도로의 경사 조정
 - 퍼스널 모빌리티 전용 표지판 설치
- 퍼스널 모빌리티를 이용한 관광객 유치
 - 관광객 유치를 위한 홍보 및 건강, 레저를 즐길 수 있는 서비스 제공
 - 주요 거점에 무인 퍼스널 모빌리티 대여시스템 구축
 - GPS 위치와 대여 정보 / 관광정보를 제공하는 스마트 서비스 구축
- 퍼스널 모빌리티와 트램과의 연계
 - 해당 코스 인근을 경유하는 트램과 퍼스널 모빌리티를 연계하여 환승제도 혹은 탑승권 할인 제도 등을 통해 교통관광이 활성화될 수 있도록 함

[표 3-24] 교통관광 계획의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 퍼스널 모빌리티 관광코스(1)		●
· 퍼스널 모빌리티 관광코스(2)		●
· 퍼스널 모빌리티 관광코스(3)		●

③ 추진코스

■ 퍼스널 모빌리티 관광코스(1): 대전역~테미오래 구간 활용

○ (컨셉트) 원도심 근현대 역사 자원 활용

- 대전역 이용 대전 방문 관광 수요를 고려한 도보관광의 접근성 강화

○ (코스길이) 편도 4km 미만

- 도보: 49분 소요(3.0km), 자전거: 17분 소요(3.7km)
- 코스: 대전역→트래블라운지→으능정이스카이로드→옛충남도청사(대전근현대사전시관)→옛충남도청관사촌(테미오래)
- 거치대 장소: 대전역 서광장 주변, 트래블라운지 주변, 으능정이스카이로드 입구 주변, 옛충남도청사 내 주차 공간, 테미오래 주변 등 5개소



[그림 3-20] 퍼스널 모빌리티 관광코스(1)의 공간적 범위

○ (기타) 퍼스널 모빌리티 관광코스(1)에 대한 인프라 도입 및 운영 후 환류 체계 구축과 서비스 제공 확대를 위한 공간적 범위 검토

- 환류 범위: 레저형 할인 요금 검토, 빅데이터 수집 및 분석
- 서비스 제공 확대를 위한 공간적 범위: 시작점인 대전역과 종착점인 테미오래를 기준으로 검토
 - : (대전역 기준) 대동하늘공원, 우암사적공원(남간정사), 동춘당역사공원
 - : (테미오래 기준), 보문산공원, 한밭종합운동장⁹⁾

○ 아울러 1차 서비스 공간 인근에는 대전천 자전거길이 있고, 2차 서비스 가능 공간 인근에는 대동천 자전거길이 있어 천변의 자전거길을 활용하여 연계 코스나 프로그램 개발 가능

- 퍼스널 모빌리티를 위한 전용 도로를 도심에 새로 놓는 것이 어렵거나 한계가 있을 수 있기 때문에 최대한 자전거 도로를 활용한다는 측면에서 천변의 자전거길 활용은 필요함
- 특히 천변의 자전거길 활용은 대전시 전체 자전거 도로망으로 레저와 운송수단으로 함께 활용이 가능하다는 측면에서 대전시민뿐만 아니라 대전을 방문한 관광객 모두 이용 가능하다는 장점이 있음

9) 새로운 야구장인 베이스볼드림파크가 2025년 3월 준공 목표로 한밭종합운동장에 조성될 계획에 있음



[그림 3-21] 퍼스널 모빌리티 관광코스(1) 인근 자전거길 모습

■ 퍼스널 모빌리티 관광코스(2): 대전시청~국립중앙과학관 구간 활용

○ (콘셉트) 예술·휴양·과학·비즈니스 자원 활용

- 대전시청에서부터 이용 가능한 관광자원의 접근성 강화

○ (코스길이) 편도 8km 내외

- 도보: 93분 소요(5.9km), 자전거: 31분 소요(8.3km)
- 코스: 대전시청→보라매공원→대전엑스포시민광장→엑스포다리→엑스포과학공원→대전사이언스콤플렉스→국립중앙과학관
- 거치대 장소: 대전시청 주변, 대전엑스포시민광장 주변, 엑스포다리, 엑스포과학공원 주변, 대전사이언스콤플렉스 주변, 국립중앙과학관 주변 등 6개소



[그림 3-22] 퍼스널 모빌리티 관광코스(2)의 공간적 범위

○ (특징) 대전광역시청까지는 대중교통(지하철, 버스) 이동이 편리하지만, 서구와 유성구의 주요 자원까지의 접근성을 개선할 수 있도록 퍼스널 모빌리티 코스를 구성하여 활용

- 예술(대전예술의전당, 대전시립미술관, 이응노미술관), 휴양(한밭수목원, 엑스포다리, 대전사이언스콤플렉스), 과학(엑스포과학공원, 국립중앙과학관), 비즈니스(대전컨벤션센터, 대전국제전시컨벤션센터)를 퍼스널 모빌리티 코스를 의한 클러스터로 구축

- (기타) 퍼스널 모빌리티 관광코스(2)에 대한 인프라 도입 및 운영 후 환류 체계 구축과 서비스 제공 확대를 위한 프로그램 개발
 - 환류 범위: 레저형 할인 요금 검토, 빅데이터 수집 및 분석
 - 서비스 제공 확대를 위한 프로그램 개발: 갑천변 중심의 투어 프로그램 도입
- 아울러 퍼스널 모빌리티 관광코스(2) 인근에는 갑천 자전거길이 있기 때문에 이를 연계 코스나 관광프로그램으로 개발 가능
 - 따라서 퍼스널 모빌리티 관광코스(2) 또한 확장 개념으로 코스 활용도를 높일 수 있음



[그림 3-23] 퍼스널 모빌리티 관광코스(2) 인근 자전거길 모습

■ 퍼스널 모빌리티 관광코스(3): 대청호오백리길 대전 구간 활용

- (컨셉트) 생태관광자원 활용
 - 대청호 주변의 수려한 자연환경을 활용한 녹색생태관광 사업을 통해 생태관광 및 광역 접근성 강화
- (코스길이) 편도 8km 내외
 - 도보: 123분 소요(8.2km), 자전거: 37분 소요(8.4km)
 - 코스: 대청댜물문화관→대청공원→대청호로하스캠핑장→금강로하스에코공원
 - 거치대 장소: 대청댜물문화관 주차장 주변, 대청공원 주변, 대청호로하스캠핑장 주차장 주변, 금강로하스에코공원 주변 등 4개소



[그림 3-24] 퍼스널 모빌리티 관광코스(3)의 공간적 범위

- (기타) 퍼스널 모빌리티 관광코스(3)에 대한 인프라 도입 및 운영 후 환류 체계 구축과 서비스 제공 확대를 위한 공간적 범위 검토 및 충북 지점까지의 확대를 위한 대전과 충남의 협의체 구성
 - 환류 범위: 레저형 할인 요금 검토, 빅데이터 수집 및 분석
 - 서비스 제공 확대를 위한 공간적 범위: 대청호오백리길 21구간(대청로하스길)의 대전 지점부터 충북 지점까지 확대
- 특히 퍼스널 모빌리티 관광코스(3)의 경우 3차 서비스 가능 공간까지 확장할 경우 대전과 충북의 공통이자 핵심자원인 대청호를 광역 차원에서 활용할 수 있다는 장점 보유
 - 대청호 유역은 대부분 상수도 보호구역과 그린벨트로 지정되어 있어 주변 지역의 환경훼손을 줄이면서, 자연자원과 녹색산업기술의 접목을 통해 새로운 스마트한 관광재생 프로젝트를 추진할 필요가 있음
 - 아울러 대청호 주변의 수려한 자연환경과 다양한 역사·문화재를 이용한 광역적 녹색생태관광 사업을 통해 경제 활성화를 고취할 필요가 있음
- 대청호오백리길 21구간(대청로하스길)은 충북과 대전이 함께 포함된 구간으로, 광역교통망 강화 차원에서 퍼스널 모빌리티를 활용한다면, 지역연계 관광의 시너지 효과 도모 가능
 - 특히 3차 서비스 가능 공간에 있는 청남대는 매년 약 50만 명 이상의 관광객이 방문하는 충북의 대표 관광지로, 청남대를 가기 위해서는 문익에서 예약된 자동차 또는 대중교통으로 이용이 가능함
 - 구체적으로 청남대의 경우 행정구역이 상이하여 문익면에서 버스를 갈아타야 하는 불편함이 있어 이러한 문제점을 해소하기 위한 지자체 간 접근성 강화방안 마련이 필요함
- 따라서 관련 기초지자체를 포함하여 충북과 대전, 그리고 퍼스널 모빌리티 업체 등 관련 주체들과 협의체를 만들어 원활한 사업 수행을 도모함
 - 본 협의체에는 충청북도과 대전광역시, 충청북도 상당구청과 대전광역시 대덕구청, 그리고 퍼스널 모빌리티 업체와 충북개발공사, 대전마케팅공사로 이루어질 것으로 예상됨
 - 충북과 대전이 MOU 주체로 SOC 확충 등 사업 전반의 수행을 맡으며, 퍼스널 모빌리티 업체, 대전마케팅공사, 그리고 충북개발공사가 함께 해당 코스에 필요한 이동수단과 거치대, 그리고 프로그램 개발 및 프로모션 등을 담당하도록 함
- 1차 서비스 공간을 우선적으로 연결한 다음 2차 서비스 가능 공간을 연결하고, 마지막으로 3차 서비스 가능 공간을 연결하여 자가용 수요 이외에 퍼스널 모빌리티를 활용하여 대전에서도 청남대까지 접근이 가능한 코스를 개발하여 여러 효과 창출을 도모

(3) 사업집행

- 사업주체: 대전광역시, 대전마케팅공사, 대전광역시 동구, 대전광역시 중구, 대전광역시 서구, 대전광역시 유성구, 대전광역시 대덕구, 충청북도, 충청북도 청주시 상당구
- 사업기간: 2023년~2025년
- 사업효과: 경제적 및 사회·문화적 파급효과에 대한 긍정적 상호작용 도모
 - (경제적 파급효과) 버스노선 광역화로 인한 관광객 증가, 생활레저관광(전동킥보드 등의 퍼스널 모빌리티) 사업에 따른 관광객 유입
 - (사회·문화적 파급효과) 지역관광 불균형 해소, 레저생활의 장으로 활용

- 지속가능성 확보방안: 효율적 사업 추진·운영을 위한 민간사업자 활용, 지속적 운영을 위한 퍼스널 모빌리티 관련 법제도 검토·활용, 퍼스널 모빌리티 활용을 위한 SOC 확충
- 투자계획: 337.5백만 원

[표 3-25] 교통관광 계획의 연차별·자원별 투자계획

단위: 백만 원

사업전략	사업명	자원	사업비 ^a	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
교통관광 계획	퍼스널 모빌리티 관광코스(1)	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	112.5	-	112.5	-	-	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	112.5	-	112.5	-	-	-
	퍼스널 모빌리티 관광코스(2)	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	135	-	-	135	-	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	135	-	-	135	-	-
	퍼스널 모빌리티 관광코스(3)	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	90	-	-	-	90	-
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	90	-	-	-	90	-
총계			337.5	-	112.5	135.0	90	-

주: ^a 퍼스널 모빌리티를 포함하여 전동킥보드 및 전용 거치대 설치 비용 기준 (단, 도로 조성 비용 별도)

5) 문화관광 계획

(1) 사업전략 및 세부사업

- 사업목적 달성을 위해 3개 사업과 그에 해당하는 세부사업 6개를 도출함

[표 3-26] 문화관광 계획의 사업개요

사업명(3)	세부사업(6)
대전 아트투어 활성화	· 공연전시 시설 간 연계 전략 · 대전 문화예술의 밤
대전 아키텍처 투어 활성화	· 코스1(우리 전통 건축의 멋) · 코스2(건축으로 이해하는 근대 대전의 형성과 발전) · 코스3(근현대 건축 예술의 세계)
대전 다크투어 활성화	· 다크투어리즘 관련 인력 양성

(2) 세부사업내용

① 대전 아트투어 활성화

- 대전시 서구 만년동 일대에는 다수의 문화예술 향유 공간¹⁰⁾이 밀집되어 있으며, 자연 친화적인 한밭수목원도 함께 구성되어 있으므로, 문화예술을 매개로 한 여가 향유 공간으로서 예술관광 활성화에 유리함

[표 3-27] 대전 아트투어 활성화에 대한 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 공연전시 시설 간 연계		●
· 대전 문화예술의 밤		●



[그림 3-25] 대전문화예술단지 내 문화자원의 위치도

■ 공연전시 시설 간 연계

- 현재 대전시립미술관과 이응노미술관 간 관람료 할인 제도를 확대하여 만년동 문화예술단지 내 문화 향유 시설의 통합 할인권을 제공하고, 각 기관을 연계하여 1+1, 할인 등 다양한 묶음 할인제와 유효 기간 설정으로 구매 욕구를 높임
- 문화예술단지 내 공연전시정보를 통합 안내하는 홍보책자를 온·오프라인으로 발행하고, 문화예술단지 공동으로 도록, 아트북, 기프트 등을 제작함

10) 대전관광 홈페이지에는 대전예술의전당, 대전시립미술관, 이응노미술관 등을 문화벨트로 보고, '대전문화예술단지'라는 명칭을 사용하고 있음

- 관광취약계층을 위한 공연전시 연계 안내 홍보책자를 제작하여 해당 프로그램에 관한 접근성을 높이도록 함

■ 대전 문화예술의 밤

- 문화예술단지 뒤편으로는 한밭수목원이 초록 쉼터를 이루고 있고, 대전시립미술관 앞 연못에서는 시원한 분수가 뿜어져 나와 이국적인 뷰를 선사함
- 또한 밤이 되면 대전예술의전당, 대전시립미술관 외벽으로 오색빛깔 LED 불빛이 들어와 야경명소로 탈바꿈하고 포토존으로 활용 가능함
- 이러한 장점을 극대화하여 야간 시간대에 실내·외를 병행한 문화예술 공연전시와 미디어 파사드가 복합된 문화예술축제를 정례화할 필요가 있음
- 이에 야외경관을 활용한 야간 문화 예술 축제인 (가칭) '대전 문화예술의 밤'을 기획하여 대전의 대표 문화예술관광 상품으로 각인시킴

② 대전 아키텍처 투어 활성화

- 대전은 다수의 근대문화유산을 보유하고 있으며, 이 중에는 역사적 재미와 미학적 가치를 지닌 건축물이 많지만, 그 중요성을 인정받지 못하고 있음

[표 3-28] 대전 아키텍처 투어(건축물 여행)의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 코스1(우리 전통 건축의 멋)		●
· 코스2(건축으로 이해하는 근대 대전의 형성과 발전)		●
· 코스3(근현대 건축 예술의 세계)		●

- 10명 이내의 소그룹 투어로, '마이리얼트립'에 등록하는 방식으로 운영하며, 투어 코스는 거리와 역사적 의미를 고려하여 변형이 가능하도록 자율성을 고려함
- 이에 대전건축물여행을 위한 유산을 발굴하고 조명하는 계획을 수립함
- 대전의 건축물과 역사에 대한 이해가 이뤄질 때 감흥을 얻을 수 있으므로, 해당 소양을 지닌 운영단체와 독립 가이드를 양성하는 프로그램을 함께 추진함
- 해당 코스를 지나가는 트램의 1일 승차권 투어를 기획하여 대전 아키텍처 투어에 대한 관광객의 접근성을 높임

■ 코스1(우리 전통 건축의 멋)

- 대전에는 조선 중·후기 건축물이 다수 분포하고 있어 이를 연계하여 전통 건축의 특성과 근세 지성사를 알기 쉽게 이해하는 답사 프로그램을 기획하도록 함
- 남간정사, 동춘당, 쌍청당 등이 대표적 답사지이며, 이 밖에 기국정, 송현서원, 도산서원, 진잠향교, 회덕향교, 문충사, 이사동 등이 추가 가능함
- 다수의 건물이 대덕구 송촌동 일대에 밀집되어 있어 이동 동선의 장점이 있으나 주차 공간이 부족하여 소그룹 형태의 차량을 이용한 단체 관광이 효율적임



[그림 3-26] 대전 아키텍처 투어 코스1에 포함된 주요 건축물의 위치도

[표 3-29] 대전 아키텍처 투어 코스1에 포함된 주요 건축물 내용

답사지	세부 설명
쌍청당	<ul style="list-style-type: none"> 대전광역시 유형문화재로 조선 세종 14(1432)에 지어져 조선 전기의 건축양식을 살펴볼 수 있으며 앞면 3칸·옆면 2칸 규모로 비교적 본래 형태가 잘 보존되어 있음 다른 주택건물에서는 볼 수 없는 단청이 되어 있어 특징적이며 주변에 남아 있는 별당 건축 가운데 가장 오래된 건축물인 점에서 중요한 문화유적지임
동춘당	<ul style="list-style-type: none"> 국가지정문화재 보물 제209호로 지정된 송춘길(1606~1672) 선생의 별당으로 당시 독서와 강학, 집회소의 기능을 겸비하며 지역사회 문화교류의 장으로도 중요한 역할을 했음 다른 별당에 비해 비교적 간소한 구조와 앞면 3칸·옆면 2칸 규모로 평균적인 규모지만 들어열개문을 달아 내부와 외부공간을 연결하고 내부의 문도 들어 열 수 있게 하여 전체를 하나의 큰 공간으로 사용할 수 있도록 하였음
남간정사	<ul style="list-style-type: none"> 시·도유형문화재 제4호로 동구 가양동에 있는 조선시대의 별당형 정자이며 우암 송시열(1607~ 1689) 선생이 말년에 지은 서당임 자연을 거스르지 않고, 조화를 끌어낸 건축물로 알려진 이 건물의 앞마당 반을 차지하고 있는 연못은 이곳 정원을 완성하는 주요한 요소로, 건물의 일부분 외에 연못 주변은 원래 있던 자연석을 그대로 두고 조경을 마무리하여 자연의 아름다움을 정원에 끌어들이고 있음

■ 코스2(건축으로 이해하는 근대 대전의 형성과 발전)

- 일제강점기 건립되어 근대문화유산으로 지정된 건축물을 묶어 근대도시로서 대전이 형성되고 발전한 명암을 돌아보는 투어 프로그램을 기획함
- 건축물 대부분이 중구 원도심에 밀집되어 있어 도보와 차량을 병행하여 이동하는 것이 효율적임



[그림 3-27] 대전 아키텍처 투어 코스2에 포함된 주요 건축물의 위치도

[표 3-30] 대전 아키텍처 투어 코스2에 포함된 주요 건축물 내용

답사지	세부 설명
(구) 동양척식 주식회사 대전지점	· 국가등록문화재 제98호로, 1922년 일제강점기 대표 수탈 기관으로 동구 인동에 지어짐 · 정면 2층 위쪽의 페디먼트를 중심으로 양쪽이 좌우 대칭을 이루고 있고, 회사 마크를 커다랗게 올린 모습은 권위성을 상징하며 현재 원형을 상당 부분 잃었으나 동양척식회사의 마크는 그대로 남아 일제강점기의 역사를 되새기게 함
(구 충남 도청사) 대전근현대사전 서관	· 국가등록문화재 제18호로, 1932년에 중구 선화동에 건립되어 대전에 남아 있는 근대관청 건물 중 가장 오래되었으며 현재 근현대사전서관으로 사용되고 있음 · 전국적으로도 원형을 간직한 몇 안 되는 근대 도청 건물 중 하나로 알려져 있으며 일제강점기, 한국전쟁 등 우리나라의 근현대사를 이어왔기에 역사적으로 상징하는 의의가 크고 영화 '변호인'의 촬영지로서 대전을 찾는 관광객들의 필수 코스로 주목받음
테미오래	· 중구 대흥동에 위치하며 충청남도지사 공관을 포함하여 공무원 관사로 사용되었던 건물들이 밀집되어 있으며, 과거에는 관사촌으로 불리다 2018년 공모를 통해 현재의 이름으로 변경됨 · 1932년에 건축되어 서양과 일본, 우리 전통 건축양식이 적절하게 조화를 이룬 형태를 갖추어 1930년대 건축양식과 특징을 알 수 있는 중요한 사료이며 충남도지사공관은 대전광역시 문화재자료 제49호로, 제1호, 제2호, 제5호, 제6호 관사는 등록문화재 제101호로 지정됨
(구 오정동 선교사촌) 한남대학교 인돈학술원	· 1955~1958년에 한남대학교가 지어질 당시 그 안에 지어진 선교사 사택들이 있는 곳으로, 이 중 최초(1955년)에 지어진 북측의 3동이 대전광역시 문화재자료 제44호임 · 1990년대 초 선교사들이 떠난 후 사택의 일부에 한남대학교 설립자인 인돈(印敦, William A. Iderman Linton, 1891~1960)을 기념하는 인돈학술원을 개원하고, 유물을 보관·전시하고 있으며 1950년대 국내 시대상이 반영된 건물들로 붉은 벽돌에 한국식 지붕을 올린 점이나 주된 진입이 현관으로 모이는 점 등에서 서양식 건축에 한국 건축양식을 도입한 모습을 볼 수 있음

■ 코스3(근현대 건축 예술의 세계)

- 1950년대 말 근대화 과정에서부터 21세기의 현대건축을 아우르는 도시의 발전상을 다양한 양식의 건축물을 통해 느끼고, 건축에 담긴 예술적 가치를 이해하는 문화예술관광 프로그램으로 구성된 투어임



[그림 3-28] 대전 아키텍처 투어 코스3에 포함된 주요 건축물의 위치도

[표 3-31] 대전 아키텍처 투어 코스3에 포함된 주요 건축물 내용

답사지	세부 설명
대전창작센터	· 중구 은행동에 있으며, 1958년에 건립된 (구)농수산물품질관리원 건물로, 2008년 대전시립미술관 전시관으로 변화하면서 대전 원도심 문화예술의 거점으로서 역할을 충실히 수행하며 다양한 전시를 통해 근대역사와 그 속에 존재하는 유무형의 가치를 보존해 오고 있음
배재대학교 21세기관	· 서구 도마동 배재대학교 내에 있는 21세기관은 1995년에 완공되고, 1999년 대전광역시 준공 건축물대상과 좋은 건축물 40선에 선정됐으며 전시작 중 서우탁 작가의 <고래의 꿈>이 대표적이며, 그 조형물 위쪽으로 거대한 아트리움이 건물의 특징 중 하나임
대전대학교 30주년 기념관	· 동구 용운동 대전대학교 내에 위치하며 미래지향적인 건물 디자인과 건물 외관의 웅장함이 매력으로 최근 여러 편의 영화, 드라마 배경으로도 활용되며 촬영지로 주목받고 있음 · 국내 유명 건축가인 승효상이 설계하여 조형적인 아름다움은 물론 도회적인 감성과 첨단 분위기가 어울려 개성적이며 선진적인 이미지를 한껏 표출하고 있으며 건축미적인 측면만 본다면, 대전의 랜드마크로서 손색이 없는 건축물임
대전예술가의 집	· 중구 문화동에 위치하였으며, 30년이 넘게 대전 공연예술과 시각예술의 보금자리였던 옛 시민문화회관 자리에 재건립 되어 대전 시민의 기억이 남은 장소성을 지님 · 지상 5층, 지하 1층 규모로 다목적 공연장과 8개의 전시실을 갖추고 있어 다양한 문화예술을 수용할 수 있고, 13개 문화예술단체가 상주하는 다목적 복합문화공간임
이응노미술관	· 고암 이응노(1904~1989)의 삶과 예술 활동을 재조명하고 예술세계를 연구함으로써 한국 미술 발전에 기여하고자 설립되었으며 프랑스 출신 유명 건축가 로랑 보두앵(Laurent Beaudouin, 1955~)이 설계한 이응노미술관은 건축적으로 '상징', '담과 마당', '산책', '자연'의 네 요소를 품고 있음 · 이응노의 작품 속에 있는 '조형적 구조'를 통해 고암의 예술세계를 상징화하고, 전통 건축 요소인 담, 마당의 개념을 재해석하여 전시 공간과 연계된 외부공간을 형성하고, 산책 개념을 통해 관람의 흥미를 유발했으며 자연공원의 자연환경을 담아내는 공간 설정으로 원래의 공원부지에 대한 장소성을 배가시킴

③ 대전 다크투어 활성화

- 한국 현대사의 이념적 갈등과 동족상잔의 상처는 지금까지도 아물지 않고 사회적 갈등을 초래하고 있으며, 대전도 그러한 역사적 흔적이 곳곳에 남겨져 있음
- 현재 대전시에서 운영하는 '대전 스토리 투어'에서 다크투어리즘적 요소를 일부 코스에 삽입해 좋은 반응을 얻고 있으므로, 이를 확대하여 하나의 관광요소로 활용할 필요가 있음
- 또한 다크투어리즘과 관련된 곳을 찾는 시민이나 관광객에게 자칫 잊기 쉬운 지난날의 역사를 되새겨, 국가사랑과 역사의를 고취하는 장소로 활용하도록 함

[표 3-32] 대전 다크투어 활성화의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 다크투어 관련 인력 양성		●

■ 다크투어 관련 인력 양성

- 대전 내 다크투어리즘 관련하여 조성된 유적지나 관련 주요 거점을 토대로 구성되는 투어 프로그램을 운영할 수 있는 단체 및 전문 가이드 인력을 양성함
- 상술한 다크투어리즘은 대전의 도시 정체성을 소개하는 차원에서 다른 방식으로 접근이 가능한데, 가령 한밭교육박물관을 포함하여 대전의 근대역사를 생생하게 보여주는 여행 프로그램으로 확장될 것으로 기대됨

- 아픈 역사의 반성과 공동체적 이해의 폭을 넓히는 관광 콘텐츠에 교훈적 깊이를 더하면, 대전만의 수준 높은 브랜드 관광 프로그램으로 자리매김할 수 있을 것으로 보임¹¹⁾



[그림 3-29] 대전 다크투어 관련 주요 거점 위치도

[표 3-33] 대전 다크투어 관련 주요 거점 내용

답사지	세부 설명
대전 보라매공원 대전지구전투 호국영웅비	<ul style="list-style-type: none"> · 지난 1950년 7월 17일부터 20일까지 3일간 대전지구 전투에서 산화한 미군 참전 용사(미 제24사단 등)의 넋을 기리고, 그 희생정신과 업적을 알리기 위해 2016년 대전 보라매공원에 건립됨 · 대전지방보훈청은 2016년 현충 시설을 깨끗하게 보존·관리하는 방안으로 '현충시설 입양사업'을 기획했으며, 첫 번째 입양 시설로 서구 둔산동 보라매공원 내 위치한 대전지구전투 호국영웅비를 선정하고, 대전둔산초등학교에 입양을 성사시켜 '현충시설 입양표지판'을 설치함
옛 대전 형무소와 망루	<ul style="list-style-type: none"> · 중구 중촌동에 있는 대전시 문화재자료 제47호인 옛 대전형무소는 3·1운동의 영향으로 1919년 5월 8일 조선총독부령 86호에 의해 대전군 대전면 중촌정(현 중구 중촌동)에 문을 열어 1923년에 명칭을 대전감옥에서 대전형무소로 개칭함 · 일제강점기 여운형, 안창호, 김창숙 등을 포함해 많은 수의 독립운동가가 대전형무소에서 옥고를 치렀고, 고된 수형 생활과 고문 등으로 옥사한 이들도 상당하였으며 누구도 관심 없었던 장소였지만, 2010년 마을 자원을 활용한 다양한 마을공동체 사업을 전개하면서, 우리 마을의 역사와 자원에 대한 관심이 생겨나 현재 대전 대표 다크투어의 장소가 됨
산내 골령골 민간인 학살지	<ul style="list-style-type: none"> · 동구 낭월동에 소재한 산내 골령골은 한국전쟁 당시 1950년 6월 28일부터 7월 17일까지 20여일간 보도연맹원과 대전형무소 재소자 등 최소 1,800명 이상, 최대 7,000명 이상의 민간인들이 집단 학살당해 암매장당한 비극의 현장임 · 대전시는 2016년 행정안전부에서 진행한 '한국전쟁 민간인 희생자 위령시설' 조성사업 공모에 동구의 산내 골령골 낭월동 일대 10만㎡ 규모의 부지를 후보지로 정해 신청서를 제출했고 이중 대전 산내 골령골은 파급 효과, 접근성, 역사성, 자치단체 의지 등의 평가항목에서 높은 점수를 받아 조성부지로 최종 선정돼 현재 사업이 추진(국비 402억 원, 2024년 준공 예정) 중임
한밭교육 박물관	<ul style="list-style-type: none"> · 대전시 문화재자료 제50호인 한밭교육박물관은 동구 삼성동 소재의 교육 박물관이며, 전통 교육부터 현재 교육을 한눈에 알아볼 수 있는 곳으로 교육자료의 보존과 평생교육 기능의 강화를 목적으로, 대전에서 가장 오래된 대전삼성초등학교(1938년 준공) 교사(校舍)를 박물관 전시실로 개조하여 1992년 개관함 · 한국전쟁 당시 100여 발 이상의 총탄 흔적이 선명하게 남아 있으며, 서당과 서원, 향교, 성균관 등에서 사용하던 교재와 개화기 교과서, 일제강점기 교과서 및 해방 이후 현재의 교과서를 전시하고 있으며, 시대별 학용품과 다양한 전통 민속품을 관람할 수 있으며, 조선시대 교육기관의 모형과 전근대 남성과 여성의 생활 모습도 전시되어 있음

11) 현재 대전에서 운영하는 '대전스토리투어'는 약 3시간에 걸쳐 버스로 중촌동(옛 대전형무소와 망루), 삼성동(한밭교육 박물관), 낭월동(산내 골령골) 일원을 도는 코스가 있음(충도일보, 2021.3.8.)

(3) 사업집행

- 사업주체: 대전광역시, 대전광역시 동구, 대전광역시 중구, 대전광역시 서구, 대전광역시 유성구, 대전광역시 대덕구, 대전마케팅공사, 대전문화재단
- 사업기간: 2022년~2026년
- 사업효과: 지역성 기반의 문화자원 활용 관광활성화 도모, 대전형 대표 문화관광상품 및 여행 프로그램 개발 가능, 투자 대비 효과 창출 극대화 가능
- 지속가능성 확보방안: 선택적 문화관광자원 중심의 투자·활용, 단기적 효과보다는 장기적 차원의 효과 추진을 위한 계획 및 접근 필요
- 투자계획: 2,550백만 원

[표 3-34] 문화관광 계획의 연차별·재원별 투자계획

단위: 백만 원

사업전략	세부사업	재원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
대전 아트투어 활성화	공연전시 시설 간 연계	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	500	100	100	100	100	100
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	500	100	100	100	100	100
	대전 문화예술의 밤	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	1,000	200	200	200	200	200
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	1,000	200	200	200	200	200
소계		1,500	300	300	300	300	300	
대전 아키텍처 투어 활성화	코스1(우리 전통 건축의 멋)	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	250	50	50	50	50	50
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	250	50	50	50	50	50
	코스2(건축으로 이해하는 근대 대전의 형성과 발전)	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	250	50	50	50	50	50
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	250	50	50	50	50	50
	코스3(근현대 건축 예술의 세계)	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	250	50	50	50	50	50
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	250	50	50	50	50	50
소계		750	150	150	150	150	150	
대전 다크투어 활성화	다크투어 관련 인력 양성	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	300	-	-	100	100	100
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	300	-	-	100	100	100
	소계		300	-	-	100	100	100
총계			2,550	450	450	550	550	550

6) 축제관광 계획

(1) 사업전략 및 세부사업

- 제시된 사업목적의 달성을 위해 6개의 사업전략과 15개의 세부사업을 도출함

[표 3-35] 축제관광 계획의 사업개요

사업전략(6)	세부사업(15)
축제 활성화를 위한 관심 증대	· 지역축제 지역경제 효과 및 성과 추정
	· 지역축제 개최지 수용태세 개선
축제 추진 조직 체계에 대한 재정비	· 축제 조직위원회 체계 재수립(공공) 및 운영
	· 민간 축제기업 육성 계획수립 및 운영
	· 지역축제 지원사업
지역 정체성을 갖춘 대표축제 육성	· 대전 대표축제 평가체계 구축 및 실행
	· 지역축제 신규 콘텐츠 발굴을 위한 아이디어 공모
축제를 통한 도시브랜드 강화	· 지역축제 브랜딩 컨설팅
축제의 산업화를 통한 지역경제 활성화	· 지역축제 굿즈 및 특화 먹거리 개발
	· 지역축제 관련 산업화 계획수립 및 실시
축제 간 협업 및 통합채널 구축	· 지역축제 홍보 채널의 신규 개설 및 개편
	· 지역축제 민간 홍보단 조직구성 및 운영
	· 지역축제 홍보 콘텐츠 생성 및 노출
	· 지역축제 간 지역축제 홍보관 운영
	· 대전 지역축제 이모티콘 개발

(2) 세부사업내용

① 축제 활성화를 위한 관심 증대

- 축제 행사 활성화를 통한 방문객 유치에 필요하며, 이를 위해서는 대전광역시의 지역축제 관심과 그에 따른 지원이 수반되어야 하지만 2020년 기준 전국 평균 축제 개최 건수 57건 대비 대전 축제 개최 계획 건수는 8건으로 평균에 크게 미치지 못하는 것으로 나타남
- 축제·행사에 배정된 예산 또한 전국 평균에 비해 상대적으로 낮은 것으로 나타나므로 대전광역시의 축제 개최를 위한 환경 개선이 시급함
- 아울러 축제를 통해 많은 방문객을 유치하기 위해서는 방문객을 맞이할 수 있는 수용태세에 대한 개선과 보완이 반드시 선행되어야 함

[표 3-36] 축제 활성화를 위한 관심 증대의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 지역축제 지역경제 효과 및 성과 추정		●
· 지역축제 개최지 수용태세 개선		●

■ 지역축제 지역경제 효과 및 성과 추정

- 지역축제 개최에 따른 수요·공급 측면의 직접 지출 효과와 더불어 경제적 파급효과 측정을 통한 지역축제의 직·간접 효과 계량화를 실시하고, 지역축제 개최 또는 지원비용 대비 투자자본수익률 등의

지표개발과 그에 따른 성과를 측정함

■ 지역축제 지역경제 수용태세 개선

- 지역축제 방문객의 편의 증대를 위한 지역축제 개최장소 수용태세의 전반적 점검이 필요하므로 지역 축제 예상 방문객 수준에 따른 다양한 수용태세를 개선함
- 축제 활성화를 위한 관심 증대를 통하여 효율적인 지역축제 지원육성 방향 설계와 방문객의 만족도 향상을 기대해볼 수 있음
- 지역축제 방문객의 편의 증대를 위한 지역축제 개최장소 수용태세의 전반적 점검이 필요하므로 지역 축제 예상 방문객 수준에 따른 다양한 수용태세를 개선함

② 축제 추진 조직 체계에 대한 재정비

- 현재 대전에서 개최되는 축제 대부분은 공공형태로 개최 혹은 계획·예정됨
- 문화체육관광부(2021a)에 따르면, 2020년 기준 대전은 8건 축제 중 1건(계족산 맨발 축제)을 제외한 7건이 공동형태로 개최 혹은 계획·예정됨
- 이에 축제 전담 조직에 대한 재구성과 함께 전문성을 강화를 위해 해당 분야의 전문가와 기업을 포함해 조직을 설계하여 역량을 강화할 필요가 있음

[표 3-37] 축제 추진 조직 체계에 대한 재정비의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 축제 조직위원회 체계 재수립(공공) 및 운영		●
· 민간 축제기업 육성 계획수립과 운영		●
· 지역축제 지원사업		●

■ 축제 조직위원회 체계 재수립(공공) 및 운영

- 공공, 업계, 학계, 언론, 주민 등이 함께 상호 협력하여 대전 지역축제의 지속가능성을 확보할 수 있는 환경을 구축함
- 축제 주제와 관련하여 산·학 협력 형태를 통한 전문성 강화 교육과 더불어 축제로 인한 사후 후방효과를 극대화할 수 있는 방안이 논의될 수 있도록 함
- 또한 매년 축제에 따라 구성되는 조직위원회의 형태가 아닌 지속성을 담보할 수 있는 효율적인 조직의 형태가 가능하도록 설계함

■ 민간 축제기업 육성 계획수립 및 운영

- 민간이 주축이 되는 R&D 조직을 통해 지역축제 방문객들의 요구를 집중적으로 파악하고, 이를 충족시킬 방안 제시를 통한 축제 품질 향상을 도모함

■ 지역축제 지원사업

- 향후 민간형태의 축제가 확대될 수 있도록 축제 지원계획을 수립하며 지역축제의 재정자립도를 확보할 수 있도록 공공형태의 지원을 수반하도록 계획함

- 해외 주요 축제와 같이 일부 지원금을 통해 재정자립도를 갖춘 축제가 될 수 있도록 장기적 육성 진흥계획을 수립함
- 지역축제의 주체가 공공형태에서 민간형태로 전환될 수 있도록 장기적 관점에서의 지원 사업이 설계되어야 하며, 일몰제(졸업제)를 통해 기존 축제의 경쟁력을 강화함과 동시에 새로운 축제의 신규진입이 가능한 지원 사업의 구조가 될 수 있게 다각적인 고려가 요구됨
- 민·관·산·학 협력체계를 통해 기존의 축제를 보완하고, 신규 축제를 개발할 수 있도록 조직에 R&D 기능을 추가하여 그 기능을 확대하고 향후 지속적인 민간형태의 축제 확대를 기대해볼 수 있음

③ 지역 정체성을 갖춘 대표축제 육성

- 지역축제의 문제점 중 하나는 유사 축제의 난립으로 차별성이 부족하다는 것임
- 따라서 지역의 정체성을 포함하면서 동시에 차별성을 지닌 축제들이 우수사례로 선정되고 있으므로, 대전 역시 지역을 대표할 수 있는 정체성과 차별성을 지닌 대표 지역축제를 집중적으로 육성할 필요가 있음
- 과학도시라는 대전의 이미지에 맞게 ‘대전 사이언스 페스티벌’을 고도화시켜 대전의 대표축제로 육성하되 관람형태보다는 체험형태의 콘텐츠 구성을 강화하여 다양한 사람들의 접근이 가능하도록 보완해야 함
- 또한 기존의 페스티벌 형태에서 회의/전시(MICE) 형태를 확대 혹은 융합하여 전국을 대표할 수 있는 과학 관련 이벤트 규모로 성장이 필요함
- 우수축제 사례와 같이 지역의 정체성을 소재로 삼을 수 있는 음식, 특산물, 지역의 인물 등을 고려한 지역축제가 효과적일 수 있음
- 다른 지역에서 경험할 수 없는 지역 내 신규 특화 콘텐츠를 개발하여 신규 방문객을 유인하고, 지역 축제의 규모를 확대하여 지역 정체성을 부각하면서, 새로운 볼거리, 즐길 거리를 함께 제공할 방안이 필요함

[표 3-38] 지역 정체성을 갖춘 대표축제 육성의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대전 대표축제 평가체계 구축 및 실행		●
· 지역축제 신규 콘텐츠 발굴을 위한 아이디어 공모		●

■ 대전 대표축제 평가체계 구축 및 실행

- 대전을 대표할 수 있는 지역축제를 평가할 수 있도록 대전 지역에 적합한 평가 지표 개발이 필요함
- 따라서 지역축제의 전반적인 평가를 통해 다양한 인증(예: 연인축제, 가족축제, 맛집축제, 야경축제, 자연축제 등)을 통해 대전의 지역축제를 테마화하여 체계적 홍보가 가능하도록 환경을 구축하고, 평가를 받은 다양한 축제 중 우수한 평가를 받은 축제를 대전의 대표축제로 육성할 수 있는 제도를 강화함
- 대전을 대표할 수 있는 지역축제를 평가하여 정체성을 지닌 대표 지역축제의 집중적 육성이 가능할 것으로 보임

■ 지역축제 신규 콘텐츠 발굴을 위한 아이디어 공모

- 대전시민 참여형(주민참여형) 지역축제 개최가 가능할 수 있도록 신규 축제 아이디어(혹은 기존 축제에 추가할 수 있는 프로그램 단위) 공모전을 실시함

- 또한 관 주도의 형태에서 시민주도 형태의 지역축제로 변화할 수 있는 계기를 제공하여 지역축제의 진정성을 높일 수 있을 것으로 기대됨

④ 축제를 통한 도시브랜드 강화

- 지역축제는 대규모의 관광개발 대비 저비용으로 외지인을 유인하여 지역 내 파급효과를 발생시키고, 동시에 지역축제의 파생을 통한 지역 마케팅 기능을 지님
- 따라서 관광 성장기반의 구축을 위해 지역축제를 적극적으로 활용할 필요가 있으며, 지역축제를 통한 도시 브랜딩이 효과적으로 이루어져 국내 대표 “노잼도시”의 이미지를 탈피해 새로운 도시브랜드로 나아가야 함

[표 3-39] 축제를 통한 도시브랜드 강화의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 지역축제 브랜딩 컨설팅		●

■ 지역축제 브랜딩 컨설팅

- 지역을 대표할 수 있는 브랜드를 만들기 위해 축제를 활용하는 것이 효율적일 수 있으므로, 지역축제 개최에 초점을 맞추는 형태에서 지역축제를 통한 지역 브랜딩으로 발전할 수 있도록 전문 컨설팅을 지원함
- 관광 성장기반 구축을 위한 지역축제의 적극적 활용으로 도시 브랜딩이 효과적으로 이루어져 국내 대표 “노잼도시”의 이미지를 탈피할 수 있을 것으로 기대됨

⑤ 축제의 산업화를 통한 지역경제 활성화

- 성공적 축제의 경우 지역의 정체성과 특성을 대표할 수 있는 소재를 활용하는 것이 특징인데, 이는 특히 산업화를 통해 축제 기간 이외에도 다양한 경제적 파급효과를 발생시키고 있음
- 반면 대전시는 아직 축제를 통한 상품화가 활발히 이루어지지 않고 있으므로 이에 대한 다양한 육성 방안을 수립하고자 함

[표 3-40] 축제의 산업화를 통한 지역경제 활성화의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 지역축제 굿즈 및 특화 먹거리 개발		●
· 지역축제 관련 산업화 계획수립 및 실시		●

■ 지역축제 굿즈 및 특화 먹거리 개발

- 공공의 지원을 바탕으로 한 민간 주도형의 방법으로, 지역의 특색을 지닌 식음료, 축제 기념품 등의 개발이 이루어질 수 있도록 집중적으로 육성함
- 축제의 로고 혹은 캐릭터를 활용한 기념품 등의 다양한 상품화를 통해 지역경제 활성화에 이바지함

■ 지역축제 관련 산업화 계획수립 및 실시

- 공공투자를 활용한 상품개발 전담 조직을 구성하고, 축제 상품의 집중 컨설팅과 판매를 통해 산업적 기반 환경을 구축하고자 함
- 공모를 통해 개발된 지역축제 상품 및 먹거리를 활용하여 지역의 경제적 효과를 발생시킬 수 있도록 후속상품 및 융합상품 개발 지원, 생산, 그리고 유통까지 연결될 수 있는 체계적인 계획을 수립·실시함
- 대전의 지역적 특색, 지역축제의 특성 등을 반영한 독특한 상품 및 먹거리 개발을 통해 방문객에 의한 온라인 채널의 노출을 기대할 수 있으며, 이러한 상품과 먹거리는 향후 잠재 방문객을 유인할 수 있는 요소로 활용될 것으로 보임

⑥ 축제 간 협업 및 통합채널 구축

- 대전시의 지역축제에 대한 홍보는 대전시 공식 홈페이지나 축제별 홈페이지를 통해 이루어지고 있으므로 노출과 콘텐츠 접근성이 취약함
- 또한 문화체육관광부에서 운영하는 문화관광축제 웹사이트에서는 문화관광축제로 선정된 부분에 대해서만 소개하여 대전의 축제가 전부 소개될 수 없음
- 따라서 (잠재)방문객에게 쉽게 노출되고, 그들의 접근이 자유로운 채널을 활용한 홍보와 함께 효율성 제고를 위한 축제 간 통합채널의 운영이 고려됨

[표 3-41] 축제 간 협업 및 통합채널 구축의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 지역축제 홍보 채널의 신규 개설 및 개편		●
· 지역축제 민간 홍보단 조직구성 및 운영		●
· 지역축제 홍보 콘텐츠 생성 및 노출		●
· 지역축제 간 지역축제 홍보관 운영	●	
· 대전 지역축제 이모티콘 개발		●

■ 지역축제 홍보 채널의 신규 개설 및 개편

- 유튜브를 포함한 SNS는 많은 게시물에 의한 노출이 가장 중요한 요소이지만, 단일 지역축제로 생성할 수 있는 게시물의 규모는 한정적임
- 따라서 대전 축제의 모든 콘텐츠를 업로드하여 게시물의 규모를 늘리고, 자연스러운 노출에 의한 대전의 축제를 한눈에 확인할 수 있는 채널을 구축하도록 함
- 혹은 현재 대전광역시 공식 유튜브인 '대전 블루스'를 활용하여 지역축제와 더불어 대전시의 소식을 함께 전달하는 채널 개편의 방안도 함께 고려 가능함

■ 지역축제 민간 홍보단 조직 구성 및 운영

- 지역축제 주최기관에서 생성할 수 있는 홍보자료의 양적 제약을 해소할 수 있도록 지역축제 민간 홍보단(서포터즈, 기자단) 형태의 조직을 구성할 필요가 있음
- 따라서 지역축제에 대한 취재 환경을 제공하여 다량의 홍보자료를 생성할 수 있는 기반을 구축하고, 홍보자료의 성과에 따른 보상을 통해 정기적 활동이 가능하도록 지원함

- 지역축제 홍보관 운영을 통하여 방문객에게 향후 개최될 대전의 지역축제에 대한 호기심과 흥미를 유발하고, 지역축제 민간 홍보단을 통해 제작된 홍보 콘텐츠와 연계하여 콘텐츠 노출을 극대화할 수 있을 것으로 기대됨

■ 지역축제 홍보콘텐츠 생성 및 노출

- 지역축제 개최 전에는 국내·외에 지역축제의 존재를 알리기 위한 다각적인 홍보 콘텐츠 생성을 위하여 네티즌들의 이목을 집중시킬 수 있는 유명인을 활용한 대형 홍보 콘텐츠(최소 1건 이상)를 제작함
- 또한 지역축제 기간 중에 코로나19로 인해 나타난 랜선여행과 같이 언제 어디서나 경험이 가능한 랜선 축제를 즐길 수 있도록 개인 유튜브들과의 민간 협업을 통해 다양한 영상자료를 생성함

■ 지역축제 간 지역축제 홍보관 운영

- 대전에서 개최되는 모든 지역축제에 대전시 지역축제를 소개할 수 있는 전시 부스를 설치·운영하여 이를 통해 대전에서 개최되는 지역축제의 정보를 전달하고 방문객을 유인하고, 전시 부스에서 축제별 특성을 경험할 수 있는 자료나 영상물 혹은 간단한 체험형식의 콘텐츠를 진행함

■ 대전 지역축제 이모티콘 개발

- 대전 지역축제의 노출 확대 방안으로 카카오톡 이모티콘을 개발함
- 대전시의 캐릭터, 축제 아이템 혹은 기존의 캐릭터 등과 융합하여 카카오톡 이모티콘을 개발 및 배포하여 불특정 다수에 의한 노출 효과를 노림

(3) 사업집행

- 사업주체: 대전광역시, 대전마케팅공사, 민간
- 사업기간: 2022년~2026년
- 사업효과: 축제 기획·운영에 대한 내실화 도모, 축제관광에 대한 체질 개선 가능, 축제관광 관련 R&D 기능 강화
- 지속가능성 확보방안: 조직적 대응 체계 구축, 적극적 시민 참여 유도 방안 확립, 민·관 협력을 통한 축제관광 연계 기능 강화
- 투자계획: 9,020백만 원

[표 3-42] 축제관광 계획의 연차별·자원별 투자계획

단위: 백만 원

사업	세부사업	자원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
축제 활성화를 위한 관심 증대	지역축제 지역경제 효과 및 성과 추정	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	250	50	50	50	50	50
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	250	50	50	50	50	50
	지역축제 개최지 수용태세 개선	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	1,000	200	200	200	200	200
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	1,000	200	200	200	200	200
	소계		1,250	250	250	250	250	250
축제 추진 조직 체계에 대한 재정비	축제 조직위원회 체계 재수립 및 운영	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	470	150	80	80	80	80
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	470	150	80	80	80	80
	민간 축제기업 육성 계획수립 및 운영	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	720	120	150	150	150	150
		민자	230	30	50	50	50	50
		합계	950	150	200	200	200	200
	지역축제 지원사업	국비	1,250	250	250	250	250	250
		지방비	2,090	350	370	400	420	550
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	3,340	600	620	650	670	800
	소계		4,760	900	900	930	950	1,080
대전 축제의 지역 정체성을 갖춘 대표축제 육성	대전 대표축제 평가체계 구축과 평가 및 인증	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	280	80	50	50	50	50
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	280	80	50	50	50	50
	지역축제 신규 콘텐츠 발굴을 위한 아이디어 공모	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	250	50	50	50	50	50
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	250	50	50	50	50	50
	소계		530	130	100	100	100	100
축제를 통한 도시 브랜드 강화	지역축제 브랜딩 컨설팅	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	610	200	150	100	80	80
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	610	200	150	100	80	80
	소계		610	200	150	100	80	80
축제의 산업화를 통한 지역경제 활성화	지역축제 굿즈 및 특화 먹거리 개발	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	200	40	40	40	40	40
		민자	50	10	10	10	10	10
		합계	250	50	50	50	50	50
	지역축제 관련 산업화 계획수립 및 실시	국비	250	-	100	50	50	50
		지방비	450	-	150	100	100	100
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	700	-	250	150	150	150
	소계		950	50	300	200	200	200

단위: 백만 원

사업	세부사업	재원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
축제 간 협업 및 통합채널 구축	지역축제 홍보 채널의 신규 개설 및 개편	국비	190	60	50	40	25	15
		지방비	190	60	50	40	25	15
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	380	120	100	80	50	30
	지역축제 민간 홍보단 조직 구성 및 운영	국비	125	25	25	25	25	25
		지방비	125	25	25	25	25	25
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	250	50	50	50	50	50
	지역축제 홍보 콘텐츠 생성 및 노출	국비	75	15	15	15	15	15
		지방비	75	15	15	15	15	15
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	150	30	30	30	30	30
	지역축제 간 지역축제 홍보관 운영	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	25	5	5	5	5	5
		민자	25	5	5	5	5	5
		합계	50	10	10	10	10	10
	대전 지역축제 이모티콘 개발	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	90	-	-	30	30	30
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	90	0	0	30	30	30
	소계		920	210	190	200	170	150
총계			9,020	1,740	1,890	1,780	1,750	1,860

7) MICE관광 계획

(1) 사업전략 및 세부사업

- 제시된 사업목적을 달성하기 위해 3개의 사업과 그에 해당하는 8개의 세부사업을 도출함

[표 3-43] MICE관광 계획의 사업개요

사업(3)	세부사업(8)
대전형 MICE 인프라 확장	· 과학 MICE 랜드마크 건립
	· 과학 특화 국제회의복합지구 지정 추진
	· 자율주행 활용한 연계 접근성 강화
대전형 콘텐츠 발굴 및 활성화	· 대전 특화 과학전시회 발굴사업
	· 엑스포 과학 거리 일원 와인거리 조성을 통한 소프트웨어 강화
ESG 기반 MICE 생태계 활성화	· 대전 MICE 네트워크 활성화
	· 비대면 영상회의 설비 및 디지털 트윈 기반 MICE 신기술 도입
	· 대전 MICE 과학 인재 육성 및 역량 강화

(2) 세부사업내용

① 대전형 MICE 인프라 확장

- MICE 랜드마크를 건립하고 과학을 MICE를 접목하여 과학도시 대전만의 차별화된 정체성을 수립하여 과학 MICE 산업의 중심지로서 도약하고자 함
- 또한 자율주행을 MICE 참가자 혹은 방문객 수송에 활용하여 접근성을 강화하고 친환경 그린 MICE 기반 구축 체계를 확보함

[표 3-44] 대전형 MICE 인프라 확장의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 과학 MICE 랜드마크 건립	●	
· 과학 특화 국제회의복합지구 지정 추진	●	
· 자율주행 활용한 연계 접근성 강화	●	

■ 과학 MICE 랜드마크 건립

- 대전컨벤션센터 주변 과학 상징물 노후화와 첨단 랜드마크의 부재로 MICE 참가자에게 과학도시 대전의 위상을 보여주지 못함
- 따라서 최신 스마트 과학기술을 접목한 대전 과학 MICE 랜드마크 설치로 차별화된 과학도시 대전의 정체성을 확보하고 경쟁력을 높이고자 유성구에 있는 엑스포 과학 공원 내 스튜디오 큐브 외벽에 중 부권 최대의 미디어 파사드를 설치함
- 스튜디오 큐브에 설치될 디지털 큐브는 첨단 LED 조명 시스템과 ICT 기술을 접목한 초대형 디스플레이로 구축함
- 국내 최대규모의 영상 콘텐츠 촬영장소인 스튜디오 큐브에서 촬영된 영화나 드라마의 콘텐츠를 활용해 가상현실(VR), 증강현실(AR), 확장현실(MR) 등 최첨단 실감형 콘텐츠를 활용한 연출을 미디어아트에 적용함

■ 과학 특화 국제회의복합지구 지정 추진

- MICE 관련 경쟁 도시들은 국제회의복합지구 지정을 통해 자체 고유의 브랜드를 정립하고 산업 경쟁력을 높이고 있음
- 이에 대전도 엑스포과학공원 일대를 MICE 관련 시설 밀집 지역으로 특화하는 ‘과학 특화 국제회의 복합지구’로 지정해 대전 고유의 브랜드를 개발하고자 대전광역시의 전략 산업 및 특화 콘텐츠를 발굴하고 이를 활용하여 MICE관광의 차별적 전략을 수립, 독보적인 ‘과학 MICE 도시’로서의 이미지를 구축함
- 대전컨벤션센터 제2전시장(2022년 4월 예정)과 대전신세계 아트 앤 사이언스 등 연관 시설 간의 연계를 굳히고, 실질적인 집적화 전략을 구상하여 국제회의 유치·개최 경쟁력을 강화함
- 갑천 주변에 조성된 대전컨벤션센터, 대전신세계 아트 앤 사이언스, 한빛탑, 엑스포과학공원, 한밭수목원, 대전예술의전당 등 전시컨벤션, 호텔, 쇼핑, 레저, 문화예술 시설과 과학기술이 연계된 독보적인 경쟁력을 가진 MICE 복합단지를 조성함
- 또한 ‘국제회의복합지구’로 지정될 경우에는 개발부담금, 대체 산림자원조성비, 교통유발부담금 등 각종 부담금 감면 혜택과 용적률이 완화, 재정지원 등 인근 지역 활성화를 함께 꾀할 수 있음

■ 자율주행을 활용한 연계 접근성 강화

- 대전 사이언스컴플렉스, 대전컨벤션센터, 대전국제전시컨벤션센터, 대전시립미술관 등 국제회의복합지구 지정 지역을 순환하는 대중교통이 현재는 없는 상황이므로 첨단 교통기술인 자율주행 버스를 국제회의 복합지구 지정 지역에 도입하여 MICE 참가자 혹은 방문객 수송에 활용해 접근성을 강화하고자 함
- 세 차례의 단계적 도입을 통해 자율주행 버스의 효용성 및 혁신성, 안전성 등을 자세히 검토하고 활성화를 추진하고 인근을 지나가는 트램과 연계하여 트램 이용 시 자율주행 버스 이용료를 할인해주는 등의 혜택을 통해 시민뿐만 아니라 외부 관광객의 접근성을 높임



[그림 3-30] 자율주행 관련 단계별 사업 실행(안)

② 대전형 콘텐츠 발굴 및 활성화

- 과학도시 대전을 알릴 수 있는 특화 콘텐츠 발굴을 통해 MICE 방문객의 체험 공간을 마련하고, 그들의 만족도를 높일 뿐만 아니라 인근 지역 활성화에 이바지하고자 함

[표 3-45] 대전형 콘텐츠 발굴 및 활성화의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대전 특화 과학전시회 발굴		●
· 유성온천 관광거점 활성화를 통한 관광친화적 MICE 환경 조성	●	

■ 대전 특화 과학전시회 발굴

- 과학도시 대전의 고유 MICE 브랜드 구축을 위해서는 이와 관련된 소프트웨어로 특화된 지역전시회가 필요하며 특히 드론 산업은 미래 먹거리로 주목받고 있음
- 예시로 대전은 2021년 2월 '드론 특별자유화구역'으로 선정되어 드론 산업 중심지 도약을 위해 국내를 넘어 국제적으로 대규모 드론 산업 전시박람회를 추진할 필요가 있음
- 이에 따라 교통·물류배송 드론, 안티 드론(드론 무력화) 기술, 도심 항공 모빌리티(Urban Air Mobility, 일명 플라잉카)에 대한 전시회를 공격적으로 유치하고 이를 항공우주연구원, 전자통신연구원, KAIST, 대전마케팅공사 공동으로 주관하여 국내 최고의 도심 항공 이동성 특화전시회로 도약함

■ 엑스포 와인거리 조성을 통한 연계 소프트웨어 강화

- 엑스포과학공원 일대가 국제회의복합지구로 지정되더라도 현 상태로는 MICE 참가자들이 체류형으로 즐길 수 있는 콘텐츠가 부족함
- 따라서 과학기술을 접목한 대전 과학 MICE 랜드마크 설치와 함께 대전의 대표적인 축제인 '와인페스티벌'을 결합하여 미래혁신기술과 과거 과학기술의 접목을 유도하고 방문객의 체험공간을 마련함
- 저렴한 건축비로 다양한 디자인 시설설치가 가능한 컨테이너형 와인바를 조성하고 와인바를 클러스터화한 와인거리를 조성하며 엑스포과학공원 일대에 하절기-동절기, 전시회 기간 등의 특성을 고려하여 와인동호회 및 주류협회를 중심으로 다양한 프로그램 구성을 지원함
- 인근을 경유하는 트램과 연계하여 와인페스티벌 기간 동안 해당 콘셉트에 맞게 트램을 랩핑하여 이를 홍보하고 축제 기간에는 트램 1일 승차권을 발권하여 대전시민뿐만 아니라 외부 관광객이 축제장까지 쉽게 접근할 수 있도록 도모함



[그림 3-31] 와인거리 중심의 MICE관광객 이동 동선 예시

② ESG 기반 MICE 생태계 강화

- 2021년 MICE 산업 트렌드 중 하나는 ‘그린MICE’로, 기업의 사회적 책임의 중요성이 대두되면서, ESG(Environment Social Governance)로 통칭하는 지속가능성을 평가함
 - 탄소중립(넷제로), 순환경제, 사회공헌, 투명한 기업지배구조 등을 추구하는 ESG 경영은 세계적으로 기업의 지속가능성을 평가하는 핵심 지표로, 전 세계 기업 경영의 뜨거운 화두로 부상하였으며, ESG가 기업경영의 새로운 표준으로 자리 잡으면서, 글로벌 기업들이 잇따라 ESG 경영을 선언하고 있는 추세임
- 따라서 대전·충청 MICE 연합 재정비를 통해 MICE 업계의 상생협력을 도모하고, 과학도시 대전만의 특화 전략을 도출하여 기술 기반의 MICE 생태계 마련 혹은 MICE 생태계 자체가 MICE 콘텐츠가 되는 선순환을 확보하고자 함
 - 또한 MICE 과학 인재 육성을 통해 전문인력을 양성하고 MICE 부문 청년 일자리 경쟁력을 강화함

[표 3-46] ESG 기반 MICE 생태계 강화의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대전 MICE 네트워크 활성화		●
· 비대면 영상회의 설비 및 디지털 트윈 기반 MICE 신기술 도입	●	
· 대전 MICE 과학인재 육성 및 역량 강화		●

■ 대전 MICE 네트워크 활성화

- 5개 분과 75개 회원사로 구성된 MICE 분야에 한정된 회원사 구성으로 인해 과학도시 대전에 특화된 MICE 전략도출이 실패하고 참여 유인이 부재함
- 따라서 대전·충청 MICE 연합을 재정비하고 관련 업계 상생협력 도모를 통해 대전 MICE 산업의 지속 가능한 경영을 도모하고자 함
- 대전·충청 MICE 연합 내 과학분과를 추가하여 과학과 MICE의 접목방안을 마련하고, 지역 내 과학 연구 인프라인 KAIST, 정부출연연구소, 과학 관련 기업 등을 회원사로 유치하여 각 기관의 자원 활용을 도모함
- 대전·충청 MICE 연합과 기존 컨벤션 대사제를 통합하고, 회원사가 직접 제안한 상생 활성화 방안을 제시하며, 의견수렴과정을 거쳐 이를 정책적으로 구체화하여 순환 경제, 사회공헌, 투명한 지배구조를 추구하는 ESG 경영기반 그린 MICE 네트워크 도입을 추진함

■ 비대면 영상회의 설비 및 디지털 트윈 기반 MICE 신기술 도입

- 코로나 19 이후로 온·오프라인 형식의 혼합형 행사 혹은 비대면 행사가 주요 형태로 자리 잡고 있지만, 기존 시설에는 아직 관련 장비가 미비하고 수용자의 무게 중심이 대면에서 비대면 미팅으로 전환하고 있으므로, 이에 따른 디지털 전환 기술에 대한 선도모델 확보가 시급함
- 따라서 실시간 온라인 플랫폼 화면과 주 회의장 영상을 동시에 송출하여 온·오프라인 참가자에게 대규모 현장 주도형 비대면 회의 구현을 할 수 있는 장비를 확보함
- 초고속 인터넷망, 5G 기반의 디지털 트윈 방식 기술을 도입하고, 홀로그램 전시콘텐츠 활용을 위한 기술 구축을 지원하고 ‘미팅 테크놀로지’ 자체를 전시회와 회의의 주요 의제로 삼아 관련 산업의 집적화를 도모함

■ 대전 MICE 과학인재 육성 및 역량 강화

- 디지털 전환과 MICE 산업 환경변화에 부합하는 인재 양성이 어려우므로 MICE 패러다임 변화에 적극적으로 대응할 수 있는 빅데이터, 증강현실, 사물인터넷, 비대면 영상회의 관련 전문인력의 양성이 시급함
- 대전지역 MICE 전공자에 디지털 전환 MICE 교육과정을 홍보하여 인공지능 기반, 빅데이터 분석 등 관련 프로그램을 제공하고 관련 교육을 무료로 지원함
- 대전마케팅공사와 연계하여 '디지털 MICE 콘텐츠 아이디어 공모전' 및 '디지털 MICE 창업공모전'을 주최해 창의적인 지역인재와 일자리를 발굴함

(3) 사업집행

- 사업주체: 대전광역시, 대전마케팅공사, 대전광역시 유성구, 항공우주연구원, 전자통신연구원, KAIST
- 사업기간: 2022년~2026년
- 사업효과: 관광거점 기능공간으로의 역할 도모, 체류형 관광활성화 도모 가능, 과학 중심의 MICE관광 브랜드 구축
- 지속가능성 확보방안: MICE 관련 시설 활용도 강화, 비즈니스와 관광의 연계성 강화, 접근성 및 교통 편의성 강화, 야간관광 관련 시스템 확충
- 투자계획: 17,250백만 원

[표 3-47] MICE관광 계획의 연차별·자원별 투자계획

단위: 백만 원

사업전략	세부사업	자원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
대전형 MICE 인프라 확장 사업	과학 MICE 랜드마크 건립	국비	2,100	2,100	-	-	-	-
		지방비	5,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	7,100	3,100	1,000	1,000	1,000	1,000
	과학 특화 국제회의복합지구 지정 추진	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	250	50	50	50	50	50
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	250	50	50	50	50	50
	자율주행을 활용한 연계 접근성 강화	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	1,000	200	200	200	200	200
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	1,000	200	200	200	200	200
	소계		8,350	3,350	1,250	1,250	1,250	1,250
대전형 콘텐츠 발굴 및 활성화	대전 특화 과학전시회 발굴	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	1,000	200	200	200	200	200
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	1,000	200	200	200	200	200
	엑스포 과학거리 일원 와인거리 조성을 통한 소프트웨어 강화	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	4,500	900	900	900	900	900
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	4,500	900	900	900	900	900
	소계		5,500	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
ESG 기반 MICE 생태계 활성화	대전 MICE 네트워크 활성화	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	150	30	30	30	30	30
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	150	30	30	30	30	30
	비대면 영상회의의 설비 및 디지털 트윈 기반 MICE 신기술 도입	국비	700	140	140	140	140	140
		지방비	300	60	60	60	60	60
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	1,000	200	200	200	200	200
	대전 MICE 과학인재 육성 및 역량강화	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	2,250	450	450	450	450	450
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	2,250	450	450	450	450	450
	소계		3,400	680	680	680	680	680
총계		17,250	5,130	3,030	3,030	3,030	3,030	

8) 관광상품 및 여행 프로그램 계획

(1) 사업전략 및 세부사업

[표 3-48] 관광상품 및 여행 프로그램 계획의 사업개요

사업(6)	세부사업(7)
지역 관광상품 및 프로그램 개발 민간 지원 사업	· 대전 우수 관광상품 개발 계획 수립 및 운영 · 대전 관광상품 중앙부처 지원사업 제안서 컨설팅 계획 수립 및 운영
대전 관광상품 온라인 판매물 운영	· 대전 관광상품 온라인 판매물 개발 계획 수립, 개발 및 운영
온통대전을 활용한 대전 관광 패스	· 대전 관광 패스 운영 계획 수립, 개발 및 운영
대전 관광상품 품질 인증제	· 대전 관광 품질 인증 계획 수립 및 운영
대전 지하철 스탬프 투어	· 대전 지하철 스탬프 투어 계획 수립 및 운영
대전 과학 수학여행 지원 상품	· 국내·외 수학여행 단체 지원 방안 수립 및 운영

(2) 세부사업내용

① 지역 관광상품 및 프로그램 개발 민간 지원사업

- 현재 문화체육관광부 ‘관광두레 사업’, 행정안전부 ‘청년공동체 활성화 사업’과 ‘마을기업 육성사업’ 등 지역주민이 주도하는 관광상품 개발 가능 사업들이 중앙정부 부처별로 진행되고 있음
- 그러나 대전시 자체에서 지역주민들이 스스로 참여하기 위한 교육 및 제안서를 컨설팅하고, 정보를 제공하는 사업을 진행할 수 있는 역량 강화가 필요함
- 또한 민간에서 관광상품을 만들 수 있는 여건을 조성하여 관광상품 및 프로그램 개발에 있어서 민간에서 적극적으로 참여하고, 지방정부는 민간에서 참여할 수 있는 지원 및 상품을 판매할 수 있는 장을 마련할 수 있도록 함

[표 3-49] 지역 관광상품 및 프로그램 개발 민간 지원사업의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대전 우수관광상품 개발 계획 수립 및 운영		●
· 대전 관광상품 중앙부처 지원사업 제안서 컨설팅 계획 수립 및 운영		●

■ 대전 우수 관광상품 개발 계획 수립 및 운영

- 대전 관광의 현황 관광 트렌드를 반영한 대전 우수 관광상품 개발 방향 및 운영, 평가에 관한 지침서를 개발하고, 지침서 개발 시 관광취약계층에 관한 사항을 추가하여 관광취약계층을 위한 관광상품 활성화를 도모하고자 함
- 지침서에 따라 구별, 주제별 우수 관광상품 인증을 통해 체계적 관리와 운영을 시행하고, 명확한 평가 기준을 적용하여 대전 관광상품의 체계적 관리와 대전 관광상품의 우수성을 확보함
- 매년 우수 관광상품에 대한 시상 및 우수 관광상품 인센티브 제공을 통해 민간사업자의 참여를 유도함

■ 대전 관광상품 중앙부처 지원사업 제안서 컨설팅 계획수립 및 운영

- 시민 주도적인 관광상품 개발을 위해 중앙정부에서 추진하고 있는 지역개발 및 마을 단위 주민참여 사업에 적극적인 참여를 유도함
- 시민 대상 중앙정부 지역개발, 마을 단위 사업(예: 관광두레 사업, 마을기업 육성사업, 청년 공동체 활성화 사업, 도시재생 뉴딜사업 등)에 대한 사업을 소개하고 참여 방법을 교육하고, 관련 사업에 대한 전문가 초청 또는 고용을 통하여 사업 제안서 작성 지원과 지속적인 모니터링 및 운영을 제공함
- 온라인 판매몰을 통해 대전 지역주민이 만든 관광상품을 홍보하여 관광객에게는 편리함을 제공하고, 공급자에게는 비용 문제로 인한 홍보문제를 해소하여 지역 관광상품의 판매 증진이 가능할 것으로 보임

② 대전 관광상품 온라인 판매몰 운영

- 지역주민이 만든 상품은 비용 문제로 인해 홍보에 어려움을 겪고 있으므로 대전 지역주민들이 만든 관광상품을 통합 판매할 수 있는 온라인 대전 관광상품 통합 쇼핑몰을 운영하여 지역 관광상품 판매를 증진하고 이를 홍보함

[표 3-50] 대전 관광상품 온라인 판매몰 운영의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
·대전 관광상품 온라인 판매몰 개발 계획 수립, 개발 및 운영	●	●

■ 대전 관광상품 온라인 판매몰 개발 계획 수립, 개발 및 운영

- 웹과 SNS를 통해 대전 방문 관광객들에게 민간에서 만든 대전의 다양한 관광상품 및 프로그램 정보와 영상, 이미지 콘텐츠 등을 제공하고 상품을 예약 판매함
- 지속 가능한 대전 관광상품 및 프로그램 생태계 조성을 위해 대전 지역 내에 숨겨진 관광 콘텐츠를 발굴하고 전문적인 상품화 과정을 거쳐 체험형 관광상품 출시 및 상품의 국내·외 홍보 마케팅을 지원함

③ 온통대전을 활용한 관광 패스

- 대전은 현재 '온통대전'이라는 지역화폐를 만들어 지역경제 활성화에 노력하고 있으므로, 이를 활용해 기존 온통대전에 관광상품, 관광지 입장, 교통 기능 등을 확대하여 관광객도 이용 가능한 관광카드를 개발하고자 함

[표 3-51] 온통대전을 활용한 관광 패스의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대전 관광 패스 운영 계획 수립, 개발 및 운영	●	●

■ 대전 관광 패스 운영 계획 수립, 개발 및 운영

- 한 장의 카드로 대전지역 내 다양한 관광지 및 음식점, 숙박, 쇼핑 시설, 관광상품을 할인받고, 편하게 이용할 수 있는 관광 패스를 도입하고 기존 온통대전에 관광상품, 관광지 입장, 숙박, 음식점, 쇼핑, 교통 기능을 확대하여 관광객도 이용 가능한 관광카드를 개발함

- 해당 관광카드를 언제 어디서나 편리하게 구매 가능하도록 하며, 실물카드와 모바일 어플리케이션을 연동시켜 앱에서 잔여 시간과 관광지, 관광상품 정보를 확인할 수 있게 구성함
- 트램과도 연동하여 온통대전 어플리케이션 내에서 트램을 통한 관광코스를 추천해주고, 해당 코스 이용 시 탑승료를 할인하는 등의 방법을 통하여 트램의 효과적인 관광자원화를 도모함

④ 대전 관광상품 품질 인증제

- 한국관광공사의 관광 품질 인증제는 기준이 높아 지역 관광상품이 인증을 받는 데에 진입 장벽이 높으므로, 대전의 관광상품을 인증하고 관리할 수 있는 대전시 자체 관광상품 품질 인증제를 실시함

[표 3-52] 대전 관광상품 품질 인증제의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대전 관광 품질 인증제 계획 수립 및 운영		●

■ 대전 관광 품질 인증 계획 수립 및 운영

- 시민이 직접 만든 관광상품을 관광객들이 믿고 구입하고, 대전 관광상품의 품질을 유지하기 위해 대전 관광상품 및 프로그램 품질 인증제를 도입함
- 대전 관광상품 프로그램에 대해 독창성, 관광기여도, 이용객 만족도, 지속가능성 등 기준을 만들어 대전 관광상품 및 프로그램의 지속적 관리를 통해 그 품질을 향상함
- 3년 주기로 1회 인증 재평가를 시행하고, 주기적 재평가와 별개로 암행 평가 등을 실시하며, 객관적 평가 기준을 마련해 별 마크 등을 수준에 맞춰 차등 부여해 업체 간 경쟁을 유도함
- 인증 관광상품에는 인증마크, 인증서, 인증현판을 제공하며, 홍보 및 컨설팅을 지원함

⑤ 대전 지하철 스탬프 투어

- 대전 지하철을 타고, 대전의 각 명소를 찾아 방문하여 관광객의 지역 내 소비를 높이고자 지하철 스탬프 투어를 고안한다면, 많은 사람이 흥미를 갖고 참여를 유도할 수 있는 다양한 주제의 투어 코스를 통해 효과적 홍보와 함께 관광객들의 지역 소비를 유도할 수 있을 것임

[표 3-53] 대전 지하철 스탬프 투어의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대전 지하철 스탬프 투어 계획·수립 및 운영		●

■ 대전 지하철 스탬프 투어 계획·수립 및 운영

- 매년 새로운 주제를 정하고, 코스를 개발하여 완주한 관광객에게 소정의 기념품을 증정함
- 스탬프 투어는 스마트 폰 앱을 활용해 쉽게 이용하도록 하며, 완주 시 자동으로 기념품 신청이 이루어짐
- 방문 지역 내 소비 촉진을 위해 방문 지역에서 사용한 영수증, 결제 내역 등을 받아 추후 추첨을 통해 상품을 제공함
- 대전 지하철 2호선(트램) 개통 후에는 매년 공모를 통해 투어 주제를 정하여 홍보 효과를 증대함

⑥ 대전 과학 수학여행 지원 상품

- 수학여행은 매년 고등학교에서 있는 행사로 지속적인 단체 관광객을 유인할 수 있는 좋은 수단임
- 특히 최근에는 IT, 빅데이터, 사물인터넷, AI 등 과학에 대한 관심이 높아지고 있으므로, 대전의 강점인 과학을 활용한 프로그램 구성이 필요함
- 현재의 관광 트렌드는 개별관광이 주류를 이루고 있으나 수학여행, 체험 학습 등의 단체 상품은 여전히 유지되고 있으므로, 대전의 강점인 과학 교육을 주제로 한 수학여행 상품을 유치하여 대전의 정체성을 살릴 수 있는 지속적인 관광 상품의 수요를 기대해볼 수 있음

[표 3-54] 대전 과학 수학여행 지원 상품의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 국내·외 수학여행 단체 지원 방안 수립 및 운영		●

■ 국내·외 수학여행 단체 지원 방안 수립 및 운영

- 수학여행 중 전 일정 동안 수학여행 전담 지도사가 동행 선생님의 업무 경감과 학생들의 학습 만족도를 높일 수 있는 프로그램을 구성함
- 야간시간 공연 및 레크리에이션 지원, 수학여행 프로그램 결정을 위한 숙박, 음식점, 편의시설에 관한 정보를 제공하고 예약을 지원함
- 방문 이후 SNS 등을 통한 방문 후기 전파력을 통하여 향후 일반관광객 확대 효과를 기대할 수 있음

(3) 사업집행

- 사업주체: 대전광역시, 대전마케팅공사, 대전도시철도공사, 대전광역시 교육청
- 사업기간: 2022년~2026년
- 사업효과: 인적 자원 역량 강화 도모, 투자 대비 효과 창출 극대화 가능, 소비자 욕구 충족을 위한 품질 강화 역할
- 지속가능성 확보방안: 선택형 관광상품 및 프로그램 발굴 및 관리 강화, 상품 및 프로그램 구성을 위한 종합적·복합적 차원의 시스템 효율화 추진
- 투자계획: 4,900백만 원

[표 3-55] 관광상품 및 여행 프로그램 계획의 연차별·재원별 투자계획

단위: 백만 원

사업전략	세부사업	재원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
지역 관광상품 및 프로그램 개발 민간 지원 사업	대전 우수 관광상품 개발 계획 수립 및 운영	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	500	100	100	100	100	100
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	500	100	100	100	100	100
	대전 관광상품 중앙부처 지원사업 제안서 컨설팅 계획 수립 및 운영	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	500	100	100	100	100	100
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	500	100	100	100	100	100
	소계		1,000	200	200	200	200	200
대전 관광상품 온라인 판매몰 운영	온라인 판매몰 개발 계획 수립, 개발 및 운영	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	700	100	200	200	100	100
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	700	100	200	200	100	100
	소계		700	100	200	200	100	100
온통대전을 활용한 대전 관광 패스	대전 관광 패스 운영 계획 수립, 개발 및 운영	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	900	100	300	300	100	100
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	900	100	300	300	100	100
	소계		900	100	300	300	100	100
대전 관광상품 품질 인증제	대전 관광 품질 인증 계획 수립 및 운영	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	900	100	200	200	200	200
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	900	100	200	200	200	200
	소계		900	100	200	200	200	200
대전 지하철 스탬프 투어	대전 지하철 투어 계획 수립 및 운영	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	500	100	100	100	100	100
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	500	100	100	100	100	100
	소계		500	100	100	100	100	100
대전 과학 수학여행 지원 상품	국내·외 수학여행 단체 지원 방안 수립 및 운영	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	900	100	200	200	200	200
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	900	100	200	200	200	200
	소계		900	100	200	200	200	200
총계			4,900	700	1,200	1,200	900	900

9) 관광기념품 계획

(1) 사업전략 및 세부사업

[표 3-56] 관광기념품 계획의 사업개요

사업전략(6)	세부사업(23)
지속 가능한 관광기념품 확보	· 대표 관광기념품 선정 및 브랜드화
관광기념품 개발(공모)	· 관광 굿즈 개발(공모)
	· 관광 굿즈 상품화 전략을 위한 민간 주도 전략 수립
관광기념품 상품화	· 관광기념품 지원 특화사업
	· 상품화 및 비즈니스 모델 구축·지원
	· 대전시 관광기념품 인증제
	· 관광기념품 사업화 크라우드 펀딩 및 IR 대회 개최
	· 관광기념품 전시회 및 팝업스토어 참가·운영, 세계 캐릭터 박람회 개최
문화관광기념품 특화 거리 조성	· 대전 관광 굿즈샵 조성
	· 지자체 또는 유명 캐릭터샵 조성
	· 지역 기술 기반 아이디어 제품 개발
	· 소품샵 및 캐릭터 카페 조성
	· 나만의 캐릭터 제작소 조성
지속 가능한 대표 관광기념품 활성화	· 꿈돌이 스토리텔링 및 의인화
	· 꿈돌이 온라인 활동
	· 꿈돌이 오프라인 활동
	· 스몰 꿈돌이 동산(놀이터) 조성
관광기념품 유통 활성화	· 대전 관광자원과 기념품 통합 온라인 플랫폼 구축
	· 관광기념품 온라인 쇼핑몰 연계
	· 지역기업과 연계된 프로모션 및 판매 지원
	· 유명기업 또는 지역 기반 사업과 콜라보
	· 유튜브, 인스타그램, 페이스북 등 SNS 활용
	· 유통 판로망 조사 분석

(2) 세부사업내용

① 지속 가능한 관광기념품 확보

[표 3-57] 지속 가능한 관광기념품 확보의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대표 관광기념품 선정 및 브랜드화		●

■ 대표 관광기념품 선정 및 브랜드화

- 대전시민 및 외래관광객을 대상으로 대전 관광의 핵심 가치를 담은 효과적인 관광기념품을 개발하기 위하여 현재 개발된 관광기념품의 현황을 조사하고 분석함

- 기존의 곰돌이 캐릭터 관련 관광기념품이 대전 대표 관광기념품으로서 선정될 수 있는지 타당성을 조사하고 분석함
- 대전 관광기념품 선정에 따라 연계되는 관광기념품의 개발전략 및 연계 관광상품의 패키지화를 통해 관광기념품의 브랜드화를 실시하고 도시마케팅 차원에서의 개발 혹은 선정된 관광기념품의 홍보 마케팅 전략을 수립하고 실행함
- 생애주기가 비교적 단기간이라는 관광기념품의 속성을 극복하고자 지속 가능한 관광기념품이 되기 위한 전략과 세부 실행계획을 수립함

② 관광기념품 개발(공모)

- 관광 트렌드와 수요자 중심의 관광기념품을 개발하고, 대전시민과 인근 지역의 특성을 반영한 전문가 등이 참여하여 지역을 대표하는 관광기념품 개발 진흥계획을 수립하고 관광기념품 개발의 목적성(고유성, 전문성, 다각성)에 근거한 개념재정립, 수요자 중심 유통소비기반, 상품화 발굴의 다각화, 관광기념품의 생태구조구축, 지역 청년 전문인력화 등 개발모델의 정립을 도모하고자 함
- 이를 통하여 지역주민 혹은 공동체의 주도적인 참여 유도를 통한 지속 가능한 관광기념품의 개발을 도모할 것으로 기대됨

[표 3-58] 관광기념품 개발(공모)의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 관광 굿즈 개발(공모)		●
· 관광 굿즈 상품화 전략을 위한 민간 주도 전략 수립		●

■ 관광 굿즈 개발(공모)

- 공모전을 통해 개발 혹은 선정된 관광 굿즈를 활용하고, 상품화를 위한 스토리텔링화 또는 의인화 전략에 대한 실행계획을 수립함
- 전문가 부문(전국 단위 관련 예술가 및 개발 전문가 부문, 대전공예협동조합 소속 예술가 부문, 관광 열성 팬용 상품 관련 상품 개발 및 운영자 등)이 개발 후 선정된 관광 굿즈별 투자대회를 실시함
- 대전시민 혹은 외부전문가를 통해 관광 트렌드에 부합하는 기념품 중심의 공모사업으로, 대전의 고유성과 정체성이 보이도록 하며, 청년 창업가 및 1인 창조기업을 포함한 대전시민 부문, 대전 내·외 전문가 부문 등의 세부적인 분류를 통해 1차 개발 후 2차로 상품화를 진행함

[표 3-59] 대전시 관광기념품 공모전 추진 방향

내용	방향성
개최목적	신규 관광기념품 발굴, 기존개발 및 판매되는 기념품의 관광상품화 및 홍보
참여대상	대전시민, 대전거주 청년창업자(예비, 초기), 지역 청년 예술인, 디자인/공예품 전문가 등 구분
공모시기	타 공모전 개최 이전 및 개최 차별화
심사과정	전문가, 대전시민, 외국인인을 포함한 외래관광객
수상 후	관광기념품의 상품화, 창업 및 사업화 지원, 투자자 연계 등 비즈니스모델 지원, 인증제도, 온·오프라인 판매를 위한 판로망 확대 및 지자체 관련 네트워크 지원

■ 관광 굿즈 상품화 전략을 위한 민간 주도 전략 수립

- 기존 관광기념품 관련 공모전의 개선을 통해 대전시민들이 공감할 수 있는 관광기념품 개발을 위하여 시민참여형 관광기념품 공모전을 실시함
- 시민참여형을 통한 개발 후 판매 또는 굿즈 기반의 창업 및 연계 상품화를 위한 개발자 관점에서의 시장환경분석, 시장성 검증, 비즈니스 모델 수립 중심의 1차 전략 수립 이후 타당성 및 객관적 검증을 위한 창업 관계기관 전문가 멘토링 후 최종 상품화 전략 수립을 통한 경영 생태계를 구축함

③ 관광기념품 상품화

- 기존 관광기념품에 대한 상표등록, 저작권등록, 상품화 및 구매를 위한 매력도 상승에 필요한 실용성, 디자인, 포장 및 패키징화, 관광기념품 인증제사업을 실시할 필요가 있으므로 대전시에서 주최하고, 대전마케팅공사가 주관하는 (가칭) '세계 캐릭터 박람회'를 개최하고자 함
- 지역 혹은 국가의 독특하고 차별화된 고유적이고 차별화된 문화적 콘텐츠를 담은 관광기념품은 해당 지역뿐만 아니라 나라의 대표 브랜드로 인식시켜 대전을 관광목적지화 할 수 있을 것으로 기대됨
- 또한 국내·외 판매 확대를 위한 마케팅 혹은 홍보 활동을 통하여 대전의 정체성과 연계되는 관광 기념품을 국제화할 뿐만 아니라 수요자 중심의 관광기념품 시장과 사업성을 구축할 수 있을 것으로 보임

[표 3-60] 관광기념품 상품화의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 관광기념품 지원 특화사업		●
· 상품화 및 비즈니스 모델 구축·지원		●
· 대전시 관광기념품 인증제		●
· 관광기념품 사업화 크라우드 펀딩 및 IR 대회 개최		●
· 관광기념품 전시회 및 팝업스토어 참가·운영, 세계 캐릭터 박람회 개최		●

■ 관광기념품 지원 특화사업

- 개발된 관광기념품의 배타적 독점권리를 가지기 위하여 등록에 필요한 상표출원서 등의 제반 절차를 통해 상표침해 발생 방지, 법정 제재 관련 시스템 구축을 통한 대전광역시 관광기념품 브랜드의 가치 상승을 유발함
- 이에 지적 재산권 보호를 위한 동일 「상표검색→상표출원→특허권심사→상표등록」 제반 행정절차 비용을 지원하고, 판매수익 발생 시 저작권, 판권공유 또는 수익분배와 연계되는 지원 특화사업을 추진함

■ 상품화 및 비즈니스 모델 구축·지원

- 상품화를 위한 지역 청년 예비창업자, 초기 창업자, 청년 예술인들이 참여하는 관광기념품 비즈니스 모델을 구축하고 활용함
- 또한 소비자 관점에서 구매력 상승을 위해 지역 디자인전문가, 포장 및 상품화를 위한 패키지 전문가의 참여를 통해 매력도를 상승시킴

■ 대전시 관광기념품 인증제

- 지역을 대표하는 음식, 숙박 및 각종 공예품과 더불어 관광 쇼핑, 관광지 매력도 상승 접점에서 관광 기념품의 품질과 만족도에 대한 기준을 만들어 대전시 차원에서 단일화된 품질인증 및 인증마크를 부여하는 방법으로 진행함
- 「관광기념품 인증제 분야 및 신청 자격 제시→분야별 평가항목개발 및 제시→1차 서류 및 전문가평가, 2차 현장 반응성 평가→인증 결정→인증에 따른 인증홍보물 제공, 홍보 마케팅, 인증 분야별 역량 강화지원, 정기적인 소비자 반응 모니터링 제공 등의 지원」 순으로 인증제도화를 운영함

■ 관광기념품 사업화 크라우드 펀딩 및 IR 대회 개최

- 개발된 관광기념품의 사업화를 위한 자금이 필요한 청년창업자가 온라인 플랫폼 등을 통해 대중(대전 시민 중심)에게 자금을 모으는 방식으로 개최하여 추후 수익 발생에 따라 배분하는 형식으로 개최함
- 그뿐만 아니라 IR 대회 개최를 통하여 지역 청년창업자(예비: 미창업자, 초기: 3년 이내 창업자)의 관광기념품 개발과 투자유치를 지원함

■ 관광기념품 전시회 및 팝업스토어 참가·운영, 세계 캐릭터 박람회 개최

- 개발된 관광기념품으로 전시회에 참가하거나 팝업스토어를 운영하여 개발된 관광기념품의 위상을 강화하고, 실효성 있는 유통구조를 확보하고자 함
- 아울러 대전컨벤션센터와 연계된 (가칭) ‘세계 캐릭터 박람회’를 개최하고, 국내·외 다양한 기념품 박람회를 개최·참여하여 관광기념품 홍보마케팅을 전개함

④ 문화관광기념품 특화 거리 조성

- 지역 공예인들의 생태구조 개선 및 특화 거리 조성으로 인한 이색적이고 매력적인 볼거리 및 관광 기념품 구매가 가능한 관광 콘텐츠 확보해야 하는 필요성이 증대하므로 대전지역 내 도시 공동화 현상이 발생하는 지역에 일부 시설을 개보수하고, 임대료 지원을 통해 운영하며, 지역 청년창업 및 예술인을 중심으로 공개적으로 모집함

[표 3-61] 문화관광기념품 특화 거리 조성의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대전 관광 굿즈샵 조성	●	
· 지자체 또는 유명 캐릭터샵 조성	●	
· 지역 기술 기반 아이디어 제품 개발		●
· 소품샵 및 캐릭터 카페 조성	●	
· 나만의 캐릭터 제작소 조성	●	

■ 대전 관광 굿즈샵 조성

- 관광기념품 사용 아이템별, 개발 분야별, 과학도시 특성을 반영한 관광기념품, 관광자원 테마 또는 스토리별 5개의 영업 공간을 확보 후 리모델링하여 대전 관광기념품샵으로 활용함
- 대전 관광기념품샵의 군집화를 통해 수요 확대와 함께 대전관광 매력도 제고를 도모함

■ 지자체 또는 유명 캐릭터샵 조성

- 관광기념품 관련 굿즈 또는 타 지자체에 개발된 굿즈 관련 참여형 캐릭터샵, 지역 기술 기반의 아이디어 창업 가게, 지역 문화예술인 관련 기념품 및 소품점, 액세서리, 기존 관광기념품의 업사이클링, 나눔의 공간, 구제상점 등으로 조성함
- 지자체·국가별 대표 관광기념품 전시·판매 공간, 펍수 굿즈, 카카오 프렌즈, 라인프렌즈 브랜드 스토어에 입점할 수 있도록 기존 공간을 리모델링하여 조성함

■ 지역 기술 기반 아이디어 제품 개발

- 지역 연고 인플루언서를 활용하여 카페와 샵을 유치하고, 대전창조경제혁신센터 창업사업지원을 통해 발굴한 지역의 청년창업자가 개발한 기술 기반 아이디어 제품, 독특한 디자인 상품 및 각종 인기 아이디어 기반 제품 전시 및 판매점 등을 조성함

■ 소품샵 및 캐릭터 카페 조성

- 이용 빈도가 높은 휴대전화 액세서리, 머리 장신구, 보석 액세서리, 의류나 복장 디자인 소품을 활용한 편집샵 등으로 구성된 로드샵과 캐릭터를 활용한 카페를 조성함

■ 나만의 캐릭터 제작소 조성

- 관광객 개인이 대전 방문을 기념하기 위한 캐릭터를 직접 제작할 수 있는 공간과 시민을 위한 원데이클래스 공간을 운영함
- 구체적으로 대전의 대표 관광지 배경의 포토존 공간, 기존 대전 관광기념품 기반 방문객 아이디어가 반영되는 체험 및 제작 공간인 (가칭) '대전 디자인 팩토리', 기타 자기만의 아이디어를 반영한 대전 캐릭터 제작, 대전 대표 음식, 디퓨저, 기능성 미용 제품 등 제작을 위한 원데이클래스 운영샵 등을 조성함

⑤ 지속 가능한 대표 관광기념품 활성화

- 대전엑스포 공식 마스코트에서 대전 대표 캐릭터(마스코트)로 재도약할 수 있는 곰돌이를 활용한 관광기념품화, 곰돌이를 통한 관광자원화, 도시를 홍보하는 마케팅화, 도시 이미지 제고 등의 파급효과를 극대화하고자 함
- 대전을 대표하는 곰돌이 캐릭터를 1차 관광기념품으로 판매하는 전략보다 스토리 혹은 의인화를 통해 대전시 관광을 홍보하여 친밀감을 높이고 도시마케팅과 연계되는 대표 관광자원 혹은 관광이미지로 성장할 수 있을 것으로 기대됨

[표 3-62] 지속 가능한 대표 관광기념품 활성화의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 곰돌이 스토리텔링 및 의인화		●
· 곰돌이 온라인 활동		●
· 곰돌이 오프라인 활동		●
· 스몰 곰돌이 동산(놀이터) 조성	●	

■ 꿈돌이 스토리텔링 및 의인화

- “모든 사람의 꿈을 이루어주는 꿈돌이”라는 슬로건 아래 관련 스토리텔링 및 의인화를 통해 꿈돌이와 함께 살아가는 대전시민의 모습을 그리고, 언제 어디서나 모두의 꿈돌이가 될 수 있도록 추진함
- 크게 도입기→성장기→성숙기로 구분하여 출생, 출생지, 가족관계, 취미, 특기 등 기본내용과 일반사항(예: 돌잔치, 초등학교 입학/졸업, 중학교 입학/졸업, 고등학교 입학/졸업, 대학교 입학/졸업, 현재 직업, 결혼식, 자녀출산) 등의 스토리화를 기획하고, 관련 애니메이션 및 영상을 제작함
- 꿈돌이의 가족관계, 친구 관계 등을 활용하여 활동 범위를 설정함
- 꿈돌이 재탄생 및 대전 대표 이미지 제고와 각인을 위해 다양한 채널을 통한 역발상 아이디어 제안을 받아 의인화를 실시함
- 특히 꿈돌이가 30세가 되는 2023년에는 꿈돌이와 꿈순이의 결혼 행사를 시작으로, 2세 탄생과 돌잔치 등의 행사 진행을 통한 이슈화를 만들고, 그에 따른 의인화를 꾸준히 실시함

■ 꿈돌이 온라인 활동

- 꿈돌이 관련 공식 채널과 SNS를 확대하며, 꿈돌이 플랫폼을 통해 굿즈를 판매하고, 대전의 관광자원 및 관련 관광인프라 연계 OTA 등 대전관광의 플랫폼 임무를 수행하도록 함
- 전국 대표 캐릭터와 함께하는 꿈돌이 예능프로그램을 개설하고, 온라인상의 대전지역 방송 및 언론사와 연계 활동을 추진함
- 전국단위 방송 채널 출연과 연예 활동을 위한 기획사를 설립하고, 대전시 및 관계기관 홈페이지 및 온라인 공간에서 꿈돌이를 볼 수 있도록 함
- 온라인 국내 캐릭터 TOP10 선정 대회를 개최하여 꿈돌이를 효과적으로 홍보함

■ 꿈돌이 오프라인 활동

- 2023년 대전세계박람회 개최 및 대덕연구단지 30주년 및 대덕연구단지 출범 50주년을 통한 과학 브랜드 꿈돌이 행사 개최를 추진하고 꿈돌이와 함께하는 국내 캐릭터 만남의 시간과 자리의 정례화를 통하여 친근한 교류 및 홍보를 함
- 대전에서 개최되는 모든 축제 및 행사에 꿈돌이가 참여하여 홍보 활동을 펼치고, 대전 내 기초자치구의 캐릭터와 동반 활동을 추진함
- 꿈돌이를 명예 부시장 역할로 임명하여 찾아가는 지역 명사로 만들고, 대전시민이 만나고 싶은 국내·외 유명인과 꿈돌이와의 만남과 인터뷰 활동을 진행함
- 대전시민 남녀노소 모든 사람의 관점에서 민원 해결이나 즐거움 요소 제공 등 최종 오프라인 판매를 위한 유통을 활성화함
- 대전시 전체 행정 공간, 연관 공간 및 시설 등을 캐릭터화하며, 관련 기관과 온통대전이나 대덕e로움과 같은 지역화폐 등에 꿈돌이 캐릭터를 사용하고 그뿐만 아니라, 꿈돌이 굿즈와 대전 대표 공예품 및 관광기념품으로 구성하여 전시 관점에서의 주최와 관광기념품과 관련된 민간단체 또는 개인이 주관하는 비즈니스 활동공간으로 활용함
- 유동인구가 많은 은행동 성심당 근처 등에 꿈돌이 굿즈샵을 위치해 이용 관련 안내와 홍보를 제공하고 향후 로드맵 연계 가능성까지 함께 검토함

■ 스몰 꿈돌이 동산(놀이터) 조성

- 1993년 당시 엑스포과학공원 한빛탑 및 꿈돌이 배경과 대전 꿈돌이 동산(놀이터) 대표 놀이기구를 소형으로 안전하게 제작 후 유동인구가 많은 대전역, 대전복합터미널, 유성온천지구(족욕장 또는 봉명동 문화거리) 등에 동일 이미지 콘셉트로 설치하여 포토존, 영유아 대기 장소 및 놀이 공간으로 활용함

⑥ 관광기념품 유통 활성화

- 꿈돌이 혹은 개발된 관광기념품의 판매 극대화를 위하여 온라인 플랫폼을 구축하고, 지역대표기업, 지역 출신 인플루언서, 소상공인 등과의 협업을 통하여 관광기념품의 활발한 유통을 전개하고자 함
- 관광기념품의 접근성을 상승시키기 위하여 온·오프라인상 다양한 유통망을 구축하여 인지도를 상승시키고, 대전의 관광자원별 매력도와 만족도를 고려한 관광자원별 방문객 특성에 맞도록 연계된 판매 전략을 가능하게 할 것으로 기대됨

[표 3-63] 관광기념품 유통 활성화의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대전 관광자원과 기념품 통합 온라인 플랫폼 구축		●
· 관광기념품 온라인 쇼핑몰 연계		●
· 지역기업과 연계된 프로모션 및 판매 지원		●
· 유명기업 또는 지역 기반 사업과 콜라보		●
· 유튜브, 인스타그램, 페이스북 등 SNS 활용		●
· 유통 판로망 조사 분석		●

■ 대전 관광자원과 기념품 통합 온라인 플랫폼 구축

- 굿즈 판매, 대전 관광자원 및 관련 인프라 연계 OTA 역할 등 대전 관광인프라, 수용태세를 확보한 꿈돌이 플랫폼을 구축하고, 공식 기념품 이외에 개별기업이 직접 개발한 제품과 생산자 참여를 통해 대전 관광기념품의 판매를 극대화함

■ 관광기념품 온라인 쇼핑몰 연계

- 온라인 쇼핑몰, 백화점 등 대형 유통 관련 쇼핑몰 입점을 통한 판매망을 확보함
- 와디즈(Wadiz), 고도몰, 샵바이, 카페24, 아이디어몰, 중소넷, 11번가, G마켓, 옥션, 쿠팡, 인터파크, 위메프, 롯데온, 네이버쇼핑, 티몬, 국내 백화점별 쇼핑몰 등과 협업하거나 연계하여 판매함

■ 지역기업과 연계된 프로모션 및 판매 지원

- 외래관광객 모집 및 안내 가능한 여행사, 관광교통 관련 기업, 관광숙박업, 관광객 이용 편의 시설업, 테마파크 등 관광목적지 행동과 연계되는 기업에서의 판매 활동과 그에 따른 수입구조를 개선하고 배분함
- 대전광역시관광협회 및 소속 여행사와 연계된 판매 또는 기념품 제공, 대전 내 관광호텔을 포함한 관광숙박업에서 판매 또는 이용 고객 기념품 제공, 대전마케팅공사 국제행사 및 전시행사 시 기념품

제공, 오-월드, 부리공원 등 기념품점 연계 판매, 기타 대전시티투어 및 관광객을 위한 전세버스 운영 시 기념품 제공 등을 통해 수익을 발생하고 이를 배분함

■ 유명기업 또는 지역 기반 사업과 콜라보

- 한화갤러리아, 신세계, 하나은행, 한국담배인삼공사, 맥키스 컴퍼니, 계룡건설, 우성사료, 성심당, 인지도가 있는 카페, 프랜차이즈 가맹점 등과 일정 기간 콜라보를 통해 상호 경쟁력을 확보하고, 수익 구조 및 효과를 유도함
- 관광지 혹은 대전의 소상공인들이 기념품과 관련된 편집샵 운영 혹은 샵&샵 형태를 운영할 수 있도록 지원을 하고, 일정 기간 이후에는 소상공인의 주도적인 판매로 나아갈 수 있는 수익구조를 조정하고, 관광기념품을 홍보하도록 함

■ 유튜브, 인스타그램, 페이스북 등 SNS활용

- 지역 연고 인플루언서가 3D 펜으로 만드는 꿈돌이 콘텐츠 등 먹방, 관광, 쇼핑과 같이 대전과 관련된 유명 유튜버와 연계되는 영상을 제작 홍보 및 판매하고, 100만 명 이상 구독자를 보유한 인플루언서, 인스타그램, 페이스북, 트위터 등의 SNS 운영자와 연계하여 대전 관련 상품을 홍보함

■ 유통 판로망 조사분석 및 결과 제시

- 진출 가능 로드샵, 대형할인마트, 백화점, 온·오프라인상의 판매·입점 가능성 조사분석, 유통망과 적합한 관광기념품 분석, 유통망 진출의 성과분석 등을 실시하여 결과를 제시함
- 관광기념품에 대한 시장성 및 환경분석, 홍보 및 중장기 판매전략 수립, 온라인시장과 오프라인 시장 유통채널별 판로망 확보 및 판매실행 세부 계획 수립, 판매분석 및 성과 결과분석, 지속할 수 있는 비즈니스 모델제시 등에 대한 연차별 조사분석 용역 등을 통하여 유통 판로망을 조사분석하고 결과를 제시함

(3) 사업집행

- 사업주체: 대전광역시, 대전마케팅공사, 대전·세종관광기업지원센터, 민간
- 사업기간: 2022년~2026년
- 사업효과: 이미지 개선을 위한 적극적 대상 창출 가능, 브랜드 구축 및 수익 창출 도모, 순환형 관광기념품 생태계를 위한 긍정적 환경 및 분위기 조성
- 지속가능성 확보방안: 장기적 투자 및 지원 강화, 특화 전략 수립·시행, 관광상품화를 위한 전략적 OSMU(One Source Multi Use) 접근
- 투자계획: 4,980백만 원

[표 3-64] 관광기념품 계획의 연차별·자원별 투자계획

단위: 백만 원

사업전략	세부사업	자원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
지속 가능한 관광기념품 확보	대표 관광기념품 선정 및 브랜드화	국비	50	20	20	10	-	-
		지방비	160	60	60	20	20	-
		민자	90	20	20	20	30	-
		합계	300	100	100	50	50	-
	소계		300	100	100	50	50	-
관광기념품 개발(공모)	관광 굿즈 개발(공모)	국비	70	50	20	-	-	-
		지방비	260	100	100	20	20	20
		민자	170	50	30	30	30	30
		합계	500	200	150	50	50	50
	관광 굿즈 상품화 전략을 위한 민간 주도 전략 수립	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	50	10	10	10	10	10
		민자	50	10	10	10	10	10
		합계	100	20	20	20	20	20
	소계		600	220	170	70	70	70
관광기념품 상품화	관광기념품 자원 특화사업	국비	50	10	10	10	10	10
		지방비	100	20	20	20	20	20
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	150	30	30	30	30	30
	상품화 및 비즈니스 모델 구축·지원	국비	60	20	20	10	10	-
		지방비	170	60	60	30	20	-
		민자	60	20	20	10	10	-
		합계	290	100	100	50	40	-
	대전시 관광기념품 인증제	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	120	30	30	20	20	20
		민자	30	-	-	10	10	10
		합계	150	30	30	30	30	30
관광기념품 상품화	관광기념품 사업화 클라우드 펀딩 및 IR 대회 개최	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	50	10	10	10	10	10
		민자	50	10	10	10	10	10
		합계	100	20	20	20	20	20
	관광기념품 전시회 및 팝업스토어 참가·운영, 세계 캐릭터 박람회 개최	국비	100	30	30	20	10	10
		지방비	150	50	50	20	20	10
		민자	50	10	10	10	10	10
		합계	300	90	90	50	40	30
	소계		990	270	270	180	160	110

단위: 백만 원

사업전략	세부사업	재원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
문화관광 기념품 특화 거리 조성	대전 관광 굿즈샵 조성	국비	70	30	30	10	-	-
		지방비	100	30	30	20	10	10
		민자	100	20	20	20	20	20
		합계	270	80	80	50	30	30
	지자체 또는 유명 캐릭터샵 조성	국비	70	30	30	10	-	-
		지방비	100	30	30	20	10	10
		민자	100	20	20	20	20	20
		합계	270	80	80	50	30	30
문화관광 기념품 특화 거리 조성	지역 기술 기반 아이디어 제품 개발	국비	70	30	30	10	-	-
		지방비	100	30	30	20	10	10
		민자	100	20	20	20	20	20
		합계	270	80	80	50	30	30
	소품샵 및 캐릭터 카페 조성	국비	70	30	30	10	-	-
		지방비	100	30	30	20	10	10
		민자	100	20	20	20	20	20
		합계	270	80	80	50	30	30
	나만의 캐릭터 제작소 조성	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	50	10	10	10	10	10
		민자	50	10	10	10	10	10
		합계	100	20	20	20	20	20
	소계		1,180	340	340	220	140	140
지속 가능한 대표 관광기념품 활성화	꿈돌이 스토리텔링 및 의인화	국비	30	10	10	10	-	-
		지방비	40	10	20	10	-	-
		민자	30	10	10	10	-	-
		합계	100	30	40	30	-	-
	꿈돌이 온라인 활동	국비	100	30	30	30	10	-
		지방비	110	30	30	30	10	10
		민자	50	10	10	10	10	10
		합계	260	70	70	70	30	20
	꿈돌이 오프라인 활동	국비	100	30	30	30	10	-
		지방비	110	30	30	30	10	10
		민자	90	20	20	20	20	10
		합계	300	80	80	80	40	20
	스몰 꿈돌이 동산(놀이터) 조성	국비	90	30	30	30	-	-
		지방비	110	30	30	30	10	10
		민자	50	10	10	10	10	10
		합계	250	70	70	70	20	20
	소계		910	250	260	250	90	60

단위: 백만 원

사업전략	세부사업	재원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
관광기념품 유통 활성화	대전 관광자원과 기념품 통합 온라인 플랫폼 구축	국비	50	20	10	10	10	-
		지방비	80	20	20	20	10	10
		민자	70	10	10	20	20	10
		합계	200	50	40	50	40	20
	관광기념품 온라인 쇼핑몰 연계	국비	50	20	10	10	10	-
		지방비	80	20	20	20	10	10
		민자	70	10	10	20	20	10
		합계	200	50	40	50	40	20
	지역기업과 연계된 프로모션 및 판매 지원	국비	30	10	10	10	-	-
		지방비	30	10	10	10	-	-
		민자	40	10	10	10	10	-
		합계	100	30	30	30	10	-
	유명기업 또는 지역 기반 사업과 콜라보	국비	50	20	10	10	10	-
		지방비	80	20	20	20	10	10
		민자	70	10	10	20	20	10
		합계	200	50	40	50	40	20
관광기념품 유통 활성화	유튜브, 인스타그램, 페이스북 등 SNS 활용	국비	50	20	10	10	10	-
		지방비	80	20	20	20	10	10
		민자	70	10	10	20	20	10
		합계	200	50	40	50	40	20
	유통 판로망 조사분석 및 결과 제시	국비	20	10	10	-	-	-
		지방비	50	30	10	10	-	-
		민자	30	10	10	10	-	-
		합계	100	50	30	20	-	-
	소계		1,000	280	220	250	170	80
	총계		4,980	1,460	1,360	1,020	680	460

10) 관광마케팅 계획

(1) 사업전략 및 세부사업

- 제시된 사업목적을 달성하기 위해 사업전략 3개를 발굴하여 그에 맞는 13개(대전트래블라운지를 포함한 오프라인: 4개, 온라인: 6개, 대전·세종관광기업지원센터: 3개)의 세부사업을 계획함

[표 3-65] 관광마케팅 계획의 사업개요

사업전략(3)	세부사업(13)	중점목표
대전의 오프라인 관광마케팅 계획	· 대전트래블라운지 활성화 사업	체험성
	· 대전 도시상징물 개선 사업	정체성
	· 외국인 관광객 편의서비스 개선 사업	편의성
	· 축제이벤트 콘텐츠 차별화 사업	차별성
대전의 온라인 관광마케팅 계획	· 융합현실(MR) 여행환경 구축	체험성
	· OTA 파트너십 마케팅 사업	차별성
	· 온라인 글로벌 마케팅 활성화 사업	차별성
	· 무장애 관광 콘텐츠 구축사업	편의성
	· 온라인 여행 컨시어지 서비스 사업	편의성
	· 빅데이터 기반 관광지 혼잡도 서비스 사업	편의성
대전·세종관광기업지원센터 활성화 계획	· 대전·세종관광기업지원센터 창업단계별 운영 사업	차별성
	· 대전·세종관광기업지원센터 마케팅 지원 강화 사업	차별성
	· 산·학 연계 관광 일자리 인턴 활성화 사업	차별성

(2) 세부사업내용

① 대전의 오프라인 관광마케팅 계획

[표 3-66] 대전의 오프라인 관광마케팅 계획의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대전트래블라운지 활성화 사업	●	●
· 대전 도시상징물 개선 사업	●	●
· 외국인관광객 편의서비스 개선 사업	●	●
· 축제이벤트 콘텐츠 차별화 사업	●	●

■ 대전트래블라운지 활성화 사업

- 현재 대전트래블라운지는 관광객들에게 여행지 안내 및 여행상품 예약, 티켓판매, 여행 프로그램 운영 등 종합여행 서비스를 제공하고 있으나 실제 대전 여행으로 이어질 수 있는 매개 역할이 부족함
- 따라서 대전트래블라운지가 정보의 허브 역할뿐만 아니라 여행 터미널의 개념으로, 대전역을 이용하는 관광객 수요와 연계한 당일형 여행상품 개발을 통해 실질적인 여행으로 연결할 수 있는 매개체가 되도록 육성하는 것이 필요함
- 또한 과거 방문객 안내센터는 관광시설 팸플릿과 관광지도 제공, 여행 조언의 역할을 하였으나 현대

의 관광객들은 이러한 정보를 스마트폰을 통해 쉽게 얻을 수 있으므로, 지역 정체성이 두드러지는 체험 중심의 공간으로의 변화가 필요함

(원도심 스토리텔링 콘텐츠 발굴과 전시) 동영상 콘텐츠에 대한 소비가 폭발적으로 증가하면서, 주요 플랫폼인 유튜브를 통한 홍보와 마케팅 활동이 높아졌으며, 관광마케팅 활동에서도 유관기관과 기업의 유튜브 활용도가 높아졌으므로 대전트래블라운지가 위치한 대전의 원도심 지역에 대한 방문객들의 역사적 의미와 이해도를 높이고, 관광 욕구를 자극하여 대전 원도심을 중심으로, 지역관광 활성화를 도모함

(대전역 연계 DIY 여행 프로그램 운영) 포스트 코로나 시대의 여행은 위생과 안전이 중요한 요건으로 자리 잡을 것으로 보이며, 동시에 전문성을 살린 소규모 단위의 맞춤형 여행상품이 주목받을 것으로 예상되므로 현재 운영 중인 대전트래블라운지의 활성화를 위해 대전트래블라운지를 출발지와 도착지로 설정한 DIY 당일형(반일 또는 전일 투어) 여행상품을 기획함

(스마트 체험 서비스 확대) 방문객들에게 생생한 온라인 체험의 접근성을 높이고, 방문 동기를 자극하는 것은 중요하므로 맞춤형 정보 제공을 통해 서비스를 강화하고, 현재 조성된 대전트래블라운지 내 키오스크 외에도 체험 기능이 포함된 키오스크를 설치할 뿐만 아니라 VR 구현이 가능한 체험 환경을 조성함

■ 대전 도시상징물 개선 사업

- 대전은 고속도로 톨게이트, 대전역, 주요 관광거점 등에 상징물이 부족하여 대전의 이미지 확립이 어려우며, 이에 상징물 관련 관광마케팅 활용도가 낮음
- 꿈돌이 캐릭터의 매력도를 높이기 위해서 디자인 개선과 함께 주제별 디자인 변화를 통한 다변화가 효과적이며, 대전이 보유한 관광자원(예: 과학, 예술, 음식, 자연 등)을 주제에 맞게 구분하여 캐릭터를 다변화시키는 것이 요구됨
- 또한 현재 대전의 대중교통 시설 디자인은 내·외부 표준디자인에 따라 이루어지고 있으나 대중교통 시설 디자인 역시 도시 이미지 전달에 효과적인 매개체이므로 이를 이용한 도시마케팅 실행이 필요함

■ 외국인 관광객 편의서비스 개선 사업

- 대전을 방문하는 외국인 관광객 비율은 2019년 기준 1.5%로 전국 12위 수준임
- 이런 가운데 주로 내국인 관광객 중심으로 관광 서비스가 구축되어 있으므로, 대전 관광의 체질 개선을 위해서는 외국인 관광객의 확대 도모가 필요함
- 또한 개별여행에 있어 음식 경험은 여행 만족에 중요한 요소이며, 외국인 관광객 편의와 유치를 위해서는 음식점의 메뉴에 대한 정보 접근성을 편리하게 만들어주는 것이 필요함
- 관광식당업은 관광진흥법에서 규정하고 있으며, 지역의 관광협회가 지정 권한을 위탁받아 시행하고 있으므로, 이는 외국인 관광객들에게 음식점 정보 제공에 편의를 제공하고, 신뢰성을 부여하여 관광 체험의 질을 높여줄 수 있음

■ 축제이벤트 콘텐츠 차별화 사업

- 특색이 부족한 대전 관광에 다양한 축제이벤트와 ‘파티 바이크 투어’ 등을 통해 활력을 불어넣고, 대전의 도시브랜드를 확고히 해야 할 필요성이 대두됨

② 대전의 온라인 관광마케팅 계획

[표 3-67] 대전의 온라인 관광마케팅 계획의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 융합현실(MR) 여행환경 구축		●
· OTA 파트너십 마케팅 사업		●
· 온라인 글로벌 마케팅 활성화 사업		●
· 무장애 관광 콘텐츠 구축사업		●
· 온라인 여행 컨시어지 서비스 사업		●
· 빅데이터 기반 관광지 혼잡도 서비스 사업		●

■ 융합현실(MR) 여행환경 구축

- 융합현실의 확장형인 디지털 트윈은 실제 도시와 비슷한 도시를 가상공간에 구현하여 도시계획과 정책개발에 활용될 수 있으며, 교통 및 관광객 혼잡도 통제 시뮬레이션 등 사회의 다양한 분야에 활용될 수 있는 기술임
- 2020년 12월 대전광역시는 한국전자통신연구원(ETRI)과 디지털 트윈 플랫폼 구축을 위한 양해각서를 체결한 바 있으며, 교통 분야에 시범 플랫폼을 구축할 예정에 있음
- 또한 현재 대전 관광 홈페이지에는 관광지 리스트와 안내 설명과 같은 단편적 정보 제공 위주로 이루어지고 있으므로, 해당 기술을 통한 대전 관광의 매력도 향상이 필요함

(3D 대전 관광 대표 홈페이지 구축) 현재 관광객들은 여행 전 정보를 주로 홈페이지를 포함한 인터넷과 SNS(블로그, 유튜브 등)를 통해 검색하며, 관광 홈페이지는 여행동기를 자극할 수 있는 주요 채널임

- 따라서 홈페이지 방문을 통해 관광객들에게 가고 싶은 관광지로 인식시키고, 관광객의 관점에서 여행 방문을 통해 얻게 될 경험을 제공할 필요가 있음
- 이에 개편 홈페이지를 포함하여 대상 관광시설 조사 및 DB를 구축하고, 숙박, 교통, 관광지 등 관광시설별로 정보를 제공하고 3D 지도 구현과 주요 관광시설에 대한 정보 및 입체사진의 적용을 통하여 현재의 정보나열식 환경에서 공간 중심의 주요 관광시설 안내와 예약·구매가 가능하도록 구현함

(대전 디지털 트윈 플랫폼 추진) 한국전자통신연구원(ETRI), 한국국토정보공사(LX)와 대전 관광 디지털 트윈 플랫폼 구축을 위한 파트너십을 추진하여 대전의 주요 관광명소들 대상 VR 영상을 통한 비대면 투어 서비스를 실시함

- 또한 대전의 과거 모습을 3D 체험이 가능하게 역사문화 체험 서비스로 구현하고, 디지털 트윈 플랫폼 외에 '네이버 제페토'와 같은 메타버스 업체와 협업을 통해 (가칭) '한밭대전'과 같은 가상 관광 체험을 구현하는 메타버스를 계획·실행함

■ OTA 파트너십 마케팅 사업

- OTA(Online Travel Agency: 온라인 여행사) 상품개발 담당자 대상 간담회 개최 및 답사 여행 지원을 통해 마케팅 파트너십을 체결하여 대전 관광상품의 판매 기회를 높이도록 추진함
- 국내 및 아시아 지역을 기반으로 하는 인터파크 투어, 여기어때 등 주요 OTA들을 대상으로, 대전의 매력적인 관광자원을 홍보하는 답사 여행을 기획하고, OTA의 요구를 반영한 대전 여행상품을 개발하도록 함

■ 온라인 글로벌 마케팅 활성화 사업

- 2020년 기준 트립어드바이저(Tripadvisor)에 등재된 대전 관광자원은 총 170개로, 파리(3,071개), 서울(974개), 부산(264개)과 비교하여 저조하게 나타남
- 따라서 외국인 관광객 확대를 위해서는 트립어드바이저, 구글맵과 같은 온라인 마케팅 채널 상 대전 관광 노출을 높이는 것이 필요하다고 판단됨
- 구글맵에 등록된 관광자원들에 대한 리뷰, 사진 등 개선된 정보를 제공하고, 외국인에게 대전의 장점을 어필할 수 있는 지속적인 관광자원 발굴·게시를 요청함
- 아울러 특색을 고려한 대전의 저평가 관광명소를 발굴하고, 이미지를 개선함

■ 무장애 관광 콘텐츠 구축사업

- ‘장애인차별금지법’ 및 ‘장애인복지법’에 관광조항 신설, ‘한국관광공사법’ 개정, ‘교통약자의 이동편의 증진법’ 등 무장애 관광에 대한 정책적 지원이 적극적으로 이루어지고 있음
- 대전은 우리나라 내륙 교통의 중심이자 과학과 문화예술 관람 등을 중심으로 관광 활동이 이루어지는 곳이지만, 무장애 정보와 안내는 대전시 차원에서 이루어지고 있지 않은 상황으로, 장애인들의 관광 정보 획득과 참여가 어려움
- 따라서 대전 주요 관광시설에 대한 무장애 관광 실태조사를 통한 데이터를 구축하고, 전국 주요 장애인복지관을 대상으로, 사전 설문조사 후 대전의 볼거리, 먹거리, 즐길거리 등 대전 관광을 위한 주요 정보를 정리하여 제작함
- 대전 여행 라운지(대전트래블라운지)와 전시·관람시설 등에 무장애(무장애 여행)를 위한 점자 안내 책자 개발 및 점자 안내판 비치 등을 통해 무장애 관광객들의 관광 참여를 확대함
- 대전의 관광지를 대상으로 무장애 관광 조성사업 공모를 통한 대상지 선정 및 무장애 관광지 조성을 추진하고, 대전 소재 숙박시설, 음식점/카페, 박물관, 공연, 교통 등 관광 연관 시설들을 대상으로 무장애 관광시설 공모와 선정을 통해 시설개선을 지원함
- 대전의 공식 관광 홈페이지와 대전마케팅공사 홈페이지 등에 무장애 관광 정보를 제공할 수 있는 콘텐츠를 개발함

■ 온라인 여행 컨시어지 서비스 사업

- 현재 대전트래블라운지는 현장에 방문하는 관광객들을 대상으로 여행 정보제공을 지원하고 있으나 대전 방문 전에 대해 컨설팅이 필요할 경우의 정보는 제한적임
- 따라서 관광객들은 주로 지인이나 인터넷(블로그, SNS 등)을 통한 정보를 바탕으로, 여행을 기획함에 따라 대전 여행 계획 시 궁금한 점들에 대해 도움을 받을 수 있는 여행 컨시어지 서비스를 통해 여행 만족도를 높이는 것이 필요함
- 온라인 컨시어지 서비스 제공을 위한 분야별 안내서 DB를 구축하고, 온라인으로 대전 여행 상담내용 접수 시 답변 서비스를 운영함

■ 빅데이터 기반 관광지 혼잡도 서비스 사업

- 관광지 혼잡도는 방문객들의 관광 경험 만족도에 영향을 주는 중요한 요소이며, 특히 코로나19로 인한 밀집 지역에 대한 정보의 중요성이 높아졌으며, 이에 안전하고 쾌적한 관광을 지원할 수 있는 혼잡도 정보 제공이 필요함
- 주요 통신사(KT, SKT, LGU+)와의 정보 제공을 협의하여 빅데이터 기반의 혼잡도 분석 플랫폼 개발하고 대전 관광 홈페이지 내 혼잡도 분석 서비스를 연동하여 관광객에게 제공함

③ 대전·세종관광기업지원센터 활성화 계획

[표 3-68] 대전·세종관광기업지원센터 활성화 계획의 사업분류

세부사업	H/W	S/W
· 대전·세종관광기업지원센터 창업단계별 운영 사업		●
· 대전·세종관광기업지원센터 마케팅 지원 강화 사업		●
· 산·학 연계 관광 일자리 인턴 활성화 사업		●

■ 대전·세종관광기업지원센터 창업단계별 운영사업

- 대전·세종관광기업지원센터(2020년 9월 개소)는 지역관광벤처 신규 발굴, 관광 콘텐츠 개발, 관광 인재 교육 및 양성, 일자리 창출로 관광기업 입주 공간과 회의실 등을 조성하여 관광기업 활동을 지원하고 있음
- 센터 개소 이후 신규벤처 발굴과 산·학 협력 관광사업 모델의 목표 대비 달성률이 높게 나타났으며, 향후 직·간접 일자리 창출, 창업 교육, 맞춤형 컨설팅 부문의 활성화를 위한 계획을 추진하고 있음
- 창업기업들의 지원단계를 목적을 고려하여 창업장려(지역확산), 창업초기(지역혁신), 성장(지역상생)으로 구분함으로써, 지원의 목적과 차별화를 통해 맞춤형 지원이 이루어지도록 설계함
- 관광분야 창업기업을 「발굴→보육→투자지원」에 걸쳐 전문성을 가진 민간창업기획자(엑셀러레이터)를 모집·운영하여 창업 과정의 효과적인 지원을 도모함
- 수요자(사업자)의 필요에 의해 이루어지는 수동형 발굴이 아닌 예비 창업가들을 능동적으로 발굴할 수 있도록 대전과 세종 소재 대학들을 대상으로 찾아가는 설명회 등을 개최함

■ 대전·세종관광기업지원센터 마케팅 지원 강화 사업

- 창업 및 입주기업들에 판로개척은 사업성과에 중요한 기능으로, 많은 기업이 네트워크 형성뿐만 아니라 마케팅에 어려움을 가지고 있음
- 현재 대전·세종관광기업지원센터의 홈페이지는 내용과 콘텐츠가 다양하게 구성되어 있지 않아 홈페이지 방문객들에게 창업의 호기심과 동기를 부여하는 데 한계를 보임
- 대전·세종관광기업지원센터 대학생 기자단을 운영하고, 대전·세종관광기업지원센터 홈페이지 콘텐츠를 강화함
- 관광 크리에이터를 위한 오픈 스튜디오를 운영함
- VR, AR 관광 콘텐츠 개발 및 사업화 지원뿐만 아니라 센터 직원, 입주기업 대표, 예비창업자, 관련 전문가 등 입주기업의 사례발표와 시상, 특강개최, 참석자 네트워킹 등 성과발표회를 운영함

■ 산·학 연계 관광 일자리 인턴 활성화 사업

- 대학생 인턴은 입주기업 내에서의 경험을 바탕으로 향후 관광 창업에 대한 동기를 높여줄 수 있으며, 직무 경험을 통해 관광 전문성을 높여 지역 관광생태계의 시작점이 될 수 있으므로, 인턴 채용을 위한 다각적인 유치계획이 필요함
- 산학연계 대학생 인턴채용을 홍보하고, 홈페이지를 통한 예약 시스템을 통해 대학생 인턴 일자리 상 담소 운영함
- 인턴 채용 보조금 지원과 채용면접을 지원하고, 인턴 활동 수기 공모전을 시행함

(3) 사업집행

- 사업주체: 대전광역시, 대전마케팅공사(대전·세종관광기업지원센터), 대전광역시관광협회
- 사업기간: 2022년~2026년
- 사업효과: 온·오프라인 관광마케팅 활성화 가능, 다양한 마케팅 수단 확보, 잠재 관광객 대상의 편의성 제공 및 관심 유발 도모
- 지속가능성 확보방안: 투자 대비 효과 극대화를 위한 관광마케팅 영역의 집중적 활용, 관광마케팅의 스마트화 추진전략 수립·시행, 국비사업(대전트래블라운지, 대전·세종관광기업지원센터) 종료 후 운영에 대한 로드맵 수립·시행
- 투자계획: 11,750백만 원

[표 3-69] 관광마케팅 계획의 연차별·재원별 투자계획

단위: 백만 원

사업전략	세부사업	재원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
대전의 오프라인 관광마케팅 진흥	대전트래블라운지 활성화 사업	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	1,100	300	200	200	200	200
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	1,100	300	200	200	200	200
	대전 도시상징물 개선 사업	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	600	200	100	100	100	100
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	600	200	100	100	100	100
	외국인 관광객 편의서비스 개선 사업	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	300	100	50	50	50	50
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	300	100	50	50	50	50
	축제이벤트 콘텐츠 차별화 사업	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	550	150	100	100	100	100
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	550	150	100	100	100	100
	소계		2,550	750	450	450	450	450

단위: 백만 원

사업전략	세부사업	재원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
대전의 온라인 관광마케팅 진흥	융합현실(MR) 여행환경 구축	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	900	250	200	150	150	150
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	900	250	200	150	150	150
	OTA 파트너십 마케팅 사업	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	500	100	100	100	100	100
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	500	100	100	100	100	100
	온라인 글로벌 마케팅 활성화 사업	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	250	50	50	50	50	50
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	250	50	50	50	50	50
	무장애 관광 콘텐츠 구축사업	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	700	250	150	100	100	100
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	700	250	150	100	100	100
대전의 온라인 관광마케팅 진흥	온라인 여행 컨시어지 서비스 사업	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	150	30	30	30	30	30
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	150	30	30	30	30	30
	빅데이터 기반 관광지 혼잡도 서비스 사업	국비	-	-	-	-	-	-
		지방비	700	250	150	100	100	100
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	700	250	150	100	100	100
	소계		3,200	930	680	530	530	530
	대전·세종 관광기업 지원센터 활성화	대전·세종관광기업지원 센터 창업단계별 운영 사업	국비	2,000	400	400	400	400
지방비			2,000	400	400	400	400	400
민자			-	-	-	-	-	-
합계			4,000	800	800	800	800	800
대전·세종관광기업지원 센터 마케팅 지원 강화 사업		국비	500	100	100	100	100	100
		지방비	500	100	100	100	100	100
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	1,000	200	200	200	200	200
산·학 연계 관광 일자리 인턴 활성화 사업		국비	500	100	100	100	100	100
		지방비	500	100	100	100	100	100
		민자	-	-	-	-	-	-
		합계	1,000	200	200	200	200	200
소계		6,000	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	
총계			11,750	2,880	2,330	2,180	2,180	2,180

2. 전략환경영향평가 결과

1) 평가 결과

- 본 계획은 2022년부터 2026년까지 향후 5년 동안 대전권의 관광 부문에 대한 경쟁력을 강화하기 위한 “제7차 대전권 관광개발계획”으로 국가환경정책 및 국제환경 동향·협약·규범 등 다양한 환경보전계획에 부합되도록 계획을 수립하였음
 - 아울러 상위계획 및 관련 계획과 일관성이 있고, 공간계획 및 수요공급규모, 환경용량에 적절한 것으로 검토되었음
- 또한 본 계획에 대한 대안설정과 분석을 통해 환경측면의 계획의 적정성과 입지의 타당성을 검토하고, 환경 영향요소에 따른 영향을 예측·분석을 검토하였음
 - 다만 그에 따른 공사 시 영향으로 토공작업에 따른 토사유출, 비산먼지 발생, 공사장비에 의한 일시적인 대기 및 수질오염물질 발생과 소음·진동피해가 주요한 부정적인 영향 요소로 도출되었음
 - 그러나 공사 시의 영향은 일시적이고 불가피한 영향이 발생할 것으로 적절한 저감대책 수립과 공사 중 환경관리를 철저히 함으로써 악영향을 최소화할 수 있을 것으로 평가됨
- “제7차 대전권 관광개발계획”에서는 관광(단)지 지정·조성계획 등의 상위 행정계획으로 구체적인 토지이용계획이 수립되지 아니하여, 정확한 입지의 타당성 분석이 어려움
 - 따라서 향후 개별 입지에 대한 환경영향평가 시 구체적인 검토가 필요함

제4장

관광개발사업 집행 관리 계획



1절 사업 추진 체계

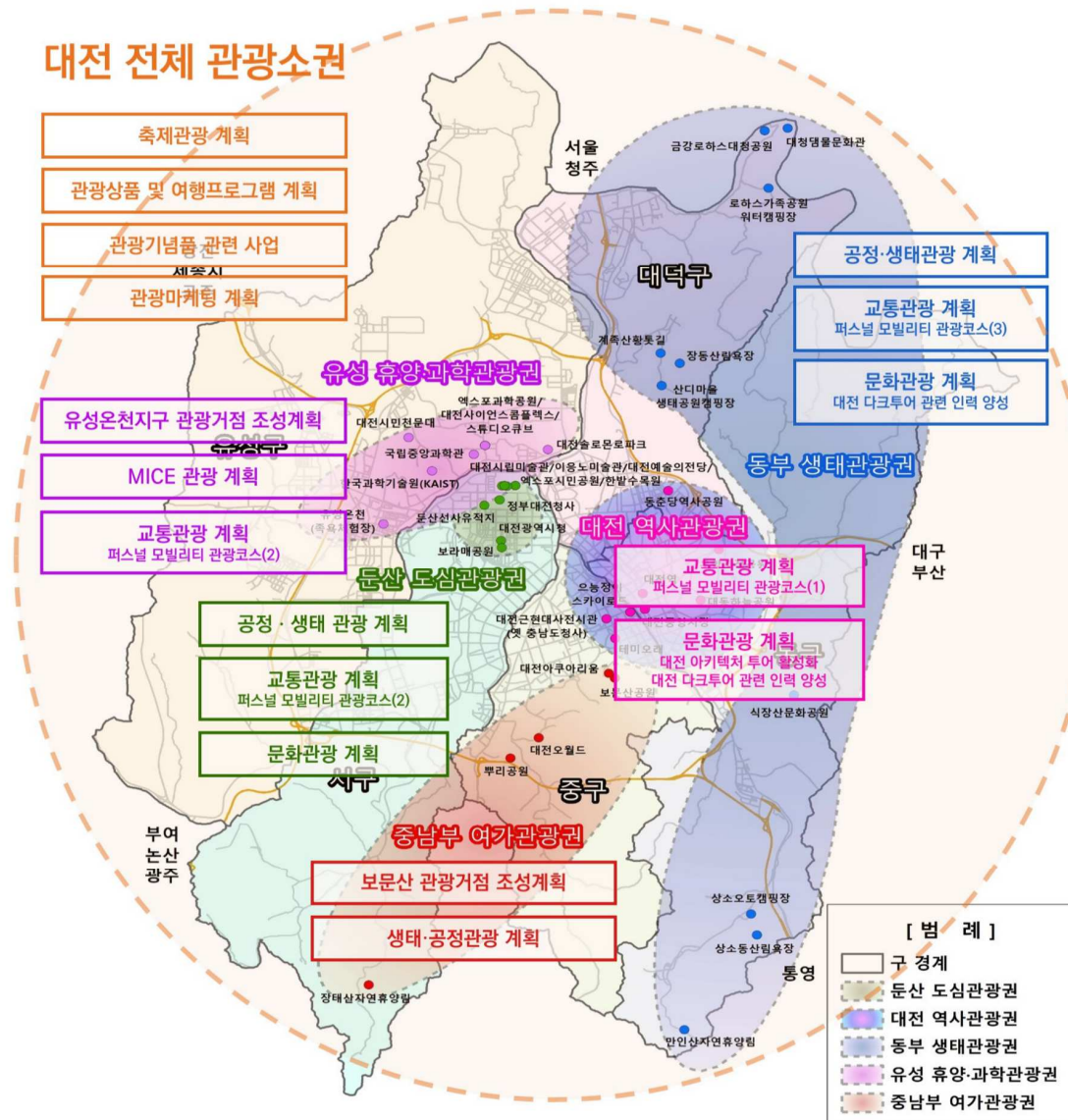
2절 투자계획 및 자원조달 방안

3절 개발효과 분석

1절 사업 추진 체계

1. 사업 추진 공간

- 제7차 대전권역계획의 관광 소권으로 동부 생태관광권, 대전 역사관광권, 유성 휴양·과학관광권, 둔산 도심관광권, 중남부 여가관광권 등 총 5가지를 제시한 바 있으며, 이를 추진전략별 사업 공간으로 제시하면 다음과 같음



[그림 4-1] 관광 소권별 추진과제 분포도

○ 각기 추진전략에 따른 계획에 해당되는 관광 소권은 아래 표와 같음

[표 4-1] 추진전략에 따른 관광 소권 분류

추진전략	계획	관광 소권
거점형	보문산 관광거점 조성계획	중남부 여가관광권
	유성온천지구 관광거점 조성계획	유성 휴양·과학관광권
	공정·생태관광 계획	동부 생태관광권
		둔산 도심관광권
테마형	교통관광 계획	중남부 여가관광권
		유성 휴양·과학관광권
		대전 역사관광권
		둔산 도심관광권
	문화관광 계획	유성휴양·과학관광권
		동부 생태관광권, (충북권)
		둔산 도심관광권
		대전 역사관광권
맞춤형	축제관광 계획	둔산도심관광권
		대전역사관광권
		동부생태관광권
		대전 전체 관광 소권
	MICE관광 계획	대전 전체 관광 소권
맞춤형	관광상품 및 여행 프로그램 계획	유성 휴양·과학관광권
	관광기념품 계획	대전 전체 관광 소권
	관광마케팅 계획	대전 전체 관광 소권
		대전 전체 관광 소권

2. 사업 추진 방식

1) 전략별 사업 추진 방식

- 본 사업 기간(2022년~2026년) 내 대표 사업의 추진방식은 다음과 같은 사항을 고려하여 도출함
 - 문화체육관광부, 산림청 등의 타 부처 연계사업과 대전시 자체 공모 사업 방식을 함께 유치하여 추진함
 - 본 사업들은 모두 문화체육관광부의 관광진흥법과 대전광역시 관광진흥조례를 근거법으로 하여 진행됨
- 3가지 추진전략(거점형, 테마형, 맞춤형)별 사업에 대한 근거법, 추진방식(부처, 관련 사업), 주체를 제시하면 다음과 같음

[표 4-2] 거점형 추진전략의 사업 추진 방식

추진전략	사업	근거법	추진방식		주체
			부처	관련 사업	
거점형	1. 보문산 관광거점 조성계획				
	보문산 전망대 조성	산림문화·휴양에 관한 법률	산림청	지자체 자연휴양림 조성	대전시
	스카이워크(황금로) 조성				
	바이대전 플리마켓 & 스토리광장 조성	관광진흥법	문체부	스마트 관광도시 사업	대전시
	보문웰빙 헬스공원 조성	지역개발 및 지원에 관한 법률	국토부	지역수요 맞춤형 지원사업	대전시
	실감형 글로리 정원 조성	관광진흥법, 환경정책기본법 등	문체부, 환경부	스마트 관광도시 사업, 스마트 그린도시 사업	대전시
	에어로디움 스포츠파크 조성	관광진흥법	문체부	관광레저도시 지원 및 콘텐츠 개발	대전시
	가족휴양 캠핑존 조성	관광진흥법	국토부	체류형 관광사업	대전시
	오-월드 시설현대화 사업	-	대전시	자체	대전시, 대전도시공사
	효문화 뿌리마을(제2뿌리공원) 조성	관광진흥법	문체부	충청유교문화권 광역관광개발사업	대전시, 중구
	뿌리공원 분수 조성	-	대전시	자체	대전시, 중구
	2. 유성온천지구 관광거점 조성계획				
	유성온천 체험관 조성	관광진흥법	문체부	국제 온천지구 관광거점 조성(대전 유성)	대전시, 유성구
	온천체험 특화시설 조성				
	온천로 활력증진 사업	관광진흥법	문체부	국제 온천지구 관광거점 조성(대전유성), 융복합관광서비스사업화 지원사업	대전시, 유성구
	Come 溫 유성온천 조성	관광진흥법	문체부	국제 온천지구 관광거점 조성(대전 유성), 고품격관광활성화(스마트 관광안내시스템)	대전시, 유성구
	유성온천 둘레길 조성	관광진흥법	문체부	국제 온천지구 관광거점 조성(대전 유성)	대전시, 유성구
	유성온천 활성화 거점 복합공유공간	관광기본법, 관광진흥법	문체부	국제 온천지구 관광거점 조성(대전 유성), 문화콘텐츠 접목 노후관광시설 재생	대전시, 유성구, 민자
	온천관광 활력 UP 프로그램				
	유성온천 활용 상품개발	관광진흥법	문체부	국제 온천지구 관광거점 조성(대전 유성)	대전시, 유성구, 민자
	유성온천 알리기 사업				
	3. 공정·생태관광 계획 ¹²⁾				
	지역 중심 공정관광 기반 구축	관광진흥법, 관광진흥개발기금법	문체부	생활관광활성화, 관광두레 조성	대전시
	대전체류형 관광 기반 강화				
	지역 기반 관련 인력육성				
	지역 기반 공정·생태 관광 대표 프로그램 육성·지원	관광진흥법, 관광기본법, 자연환경보전법	문체부, 환경부	생활관광활성화, 생태녹색관광 운영 활성화 지원, 생태관광 체험시설 조성	대전시
	지역 기반 공정·생태 관광 대표 시설 조성	자연환경보전법	환경부	생태관광체험시설 조성	대전시

12) 대전광역시 공정관광 육성 및 지원조례, 대전광역시 생태관광 육성·지원 조례, 대전광역시 대덕구 공정·생태관광 육성 및 지원조례, 대전광역시 동구 공정관광 육성 및 지원 조례, 대전광역시 유성구 공정관광 육성 및 지원 조례, 대전광역시 서구 공정관광 육성 및 지원 조례를 근거로 볼 수 있음

[표 4-3] 테마형 추진전략의 사업 추진 방식

추진전략	사업	근거법	추진방식		주체
			부처	관련 사업	
테마형	4. 교통관광 계획				
	퍼스널 모빌리티 관광코스(1)	관광진흥법	문체부	지역관광 편의성 제고(관광교통개선)	대전시
	퍼스널 모빌리티 관광코스(2)				대전시
	퍼스널 모빌리티 관광코스(3)				대전시
	5. 문화관광 계획				
	대전 아트투어 활성화	관광진흥법, 관광진흥개발기금법	문체부	지자체 시티투어 우수사례 구축을 통한 시티투어 체질개선 도모	대전시, 대전마케팅공사
	대전 아키텍처 투어 활성화	문화재보호법	문화재청	생생문화재 사업	대전시
	대전 다크투어 관련 인력 양성	문화재보호법, 관광기본법, 관광진흥법, 관광진흥개발기금법	문화재청 , 문체부	생생문화재 사업, 관광전문인력 양성	대전시
	6. 축제관광 계획 ¹³⁾				
	지역축제 지역경제 효과 및 성과 추정	관광진흥법	문체부	축제 경쟁력 강화 및 세계적인 축제 육성	대전시
	지역축제 개최지 수용태세 개선	관광기본법	문체부	관광지 방역·수용태세 개선지원	대전시,
	축제 조직위원회 체계 재수립 및 운영	-	대전시	자체	대전시, 대전마케팅공사
	민간 축제기업 육성 계획수립 및 운영	관광진흥법	문체부	문화관광축제 지원	대전시, 대전마케팅공사, 민간
	지역축제 지원사업	관광진흥법	문체부	축제 경쟁력 강화 및 세계적인 축제 육성	대전시, 대전마케팅공사
	대전 대표축제 평가체계 구축과 평가 및 인증	-	대전시	자체	대전시, 대전마케팅공사
	지역축제 신규 콘텐츠 발굴을 위한 공모				
	지역축제 브랜딩 컨설팅	관광진흥법, 관광진흥개발기금법, 한국관광공사법, 보조금 관리에 관한 법률	문체부	지자체 관광 경쟁력 강화	대전시, 대전마케팅공사
	지역축제 굿즈 및 특화 먹거리 개발	-	대전시	자체	대전시, 대전마케팅공사
	지역축제 관련 산업화 계획수립 및 실시				
	지역축제 홍보 채널의 신규 개설 및 개편				
	지역축제 민간 홍보단 조직 구성 및 운영				
	지역축제 홍보 콘텐츠 생성 및 노출	관광진흥법	문체부	관광자원개발	대전시, 대전마케팅공사
	대전 지역축제 이모티콘 개발	문화산업진흥기본법	문체부	캐릭터유통활성화 지원	대전시, 대전마케팅공사

13) 대전광역시 축제육성 조례에 따라 지원 가능

[표 4-4] 맞춤형 추진전략의 사업 추진 방식

추진전략	사업	근거법	추진방식		주체
			부처	관련 사업	
맞춤형	7. MICE관광 계획				
	대전형 MICE 인프라 확장 사업	국제회의산업 육성에 관한 법률	문체부	국제회의산업 육성기반 조성	대전시, 대전마케팅공사
	대전형 콘텐츠 및 발굴 및 활성화	관광진흥법	문체부	관광자원개발	대전시, 대전마케팅공사
	ESG 기반 MICE 생태계 활성화	국제회의산업 육성에 관한 법률	문체부	국제회의 산업육성 기반 조성	대전시, 대전마케팅공사
	8. 관광상품 및 여행 프로그램 계획				
	지역 관광상품 및 프로그램 개발 민간 지원 사업	-	대전시	자체	대전시
	대전 관광상품 온라인 판매물 운영	관광진흥법	문체부	관광편의성제고(스마트 쇼핑 활성화)	대전시, 대전마케팅공사
	온통대전을 활용한 대전 관광 패스	관광진흥법, 관광진흥개발기금법	문체부	지자체 시티투어 우수사례 구축을 통한 시티투어 체질개선 도모	대전시, 대전마케팅공사
	대전 관광상품 품질 인증제	-	대전시	자체	대전시, 대전마케팅공사
	대전 지하철 투어 계획 수립 및 운영	관광진흥법, 관광진흥개발기금법	문체부	지자체 시티투어 우수사례 구축을 통한 시티투어 체질개선 도모	대전시, 대전마케팅공사
	국내·외 수학여행 단체 지원 방안 수립 및 운영	관광기본법, 관광진흥법, 관광진흥개발기금법 한국관광공사법, 보조금 관리에 관한 법률	문체부	청소년관광	대전시, 교육청
	9. 관광기념품 계획				
	지속 가능한 관광기념품 확보	관광기본법, 관광진흥법, 관광진흥개발기금법	문체부	관광기념품 공모전 개최 및 유통활성화 지원	대전시, 대전마케팅공사
	관광기념품 개발 (공모)				
	관광기념품 지원 특화 사업				
	관광기념품 상품화 및 비즈니스 모델 구축지원				
	대전시 관광기념품 인증제	-	대전시	자체	대전시, 대전마케팅공사
	관광기념품 사업화 클라우드 펀딩 및 IR 대회 개최	관광기본법, 관광진흥법, 관광진흥개발기금법	문체부	관광기념품 공모전 개최 및 유통활성화 지원	대전시, 대전마케팅공사
	관광기념품 전시회 및 팝업스토어 참가·운영, 세계 캐릭터 박람회 개최	문화산업진흥기본법, 대중문화예술산업 발전법	문체부	대중문화예술지원 인프라 운영	대전시, 대전마케팅공사
	문화관광기념품 특화 거리 조성	-	대전시	자체	대전시, 대전마케팅공사, 민자
	곰돌이 스토리텔링 및 의인화	문화산업진흥기본법	문체부	캐릭터유통활성화 지원	대전시, 대전마케팅공사
	곰돌이 온·오프라인 활동				
	스몰 곰돌이 동산(놀이터) 조성	-	대전시	자체	대전시

추진전략	사업	근거법	추진방식		주체
			부처	관련 사업	
맞춤형	9. 관광기념품 계획				
	대전 관광자원과 기념품 통합 온라인 플랫폼 구축	-	대전시	자체	대전시, 민자
	관광기념품 온라인 쇼핑몰 연계				
	지역기업과 연계된 프로모션 및 판매지원				
	유명기업 또는 지역기반 사업과 콜라보	-	대전시	자체	대전시
	유튜브, 인스타그램, 페이스북 등 SNS 활용	관광진흥법	문체부	글로벌네트워크 활용 한국관광홍보	대전시, 대전마케팅공사
	유통 판로망 조사 분석	관광기본법, 관광진흥법, 관광진흥개발기금법	문체부	관광단체 및 연구지원사업	대전시
	10. 관광마케팅 계획				
	대전의 오프라인 관광마케팅 계획	콘텐츠산업진흥법	문체부	실감형콘텐츠 제작지원	대전시
	대전의 온라인 관광마케팅 계획	관광기본법, 관광진흥법, 관광진흥개발기금법 한국관광공사법, 장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률, 공공데이터의 제공 및 이용활성화에 관한 법률, 보조금 관리에 관한 법률	문체부	온라인 관광 정보 제공	대전시
	대전·세종관광기업지원센터 활성화 계획	관광진흥법	문체부	관광기업 지원센터 운영 사업	대전시, 문체부

3. 사업 추진 일정

- 본 사업 기간(2022년~2026년) 내 추진과제의 사업 계획 세부 일정은 다음과 사항을 고려함
 - 사업 추진 일정은 크게 기본계획 수립 및 시범사업 등 준비단계, 사업실행단계, 사업운영단계 등 3가지로 구분함
 - 제7차 대전권역계획에 포함된 모든 사업은 5년 내 추진 완료가 가능하도록 계획 단계부터 내용을 반영함
- 단계별 사업 추진 일정을 제시하여 사업추진의 기본 방향을 제시함
 - 2022년부터 2023년은 1단계는 사업의 준비 및 토대를 마련하고 방향성을 명확하게 하는 기간이며, 2024년부터 2026년까지는 1단계를 토대로 사업을 실행 및 완성하는 단계로 설정함
 - 모든 사업에 적용되는 것은 아니지만, 사업 추진 단계를 나누어 사업 추진의 방향성을 명확하게 제시하고자 함
- 3가지 추진전략(거점형, 테마형, 맞춤형)별 사업에 대한 추진 일정을 단계별·연차별로 제시하면 다음과 같음

[표 4-5] 거점형 추진전략의 사업 추진 일정

추진전략	추진과제	사업전략 또는 세부사업	1단계		2단계		
			'22	'23	'24	'25	'26
거점형	보문산 관광거점 조성계획	보문산 전망대 조성					
		스카이워크(황금로) 조성					
		바이대전 플리마켓 & 스토리광장 조성					
		보문웰빙 헬스공원 조성					
		실감형 글로리 정원 조성					
		에어로디움 스포츠파크 조성					
		가족휴양 캠핑촌 조성					
		오-월드 시설현대화 사업					
		효문화 뿌리마을(제2뿌리공원) 조성					
		뿌리공원 분수 조성					
	유성온천지구 관광거점 조성계획	유성온천 체험관 조성					
		온천체험 특화시설 조성					
		온천로 활력증진 사업					
		Come 溫 유성온천 조성					
		유성온천 둘레길 조성					
		유성온천 활성화 거점 복합공유 공간					
		온천관광 활력 UP 프로그램					
		유성온천 활용 상품개발					
		유성온천 알리기					
	공정·생태 관광 계획	지역 중심 공정관광 기반 구축					
		대전 체류형 관광 기반 강화					
		지역 기반 관련 인력육성					
		공정·생태 관광 대표 프로그램 육성·지원					
		지역 기반 공정·생태 관광 대표 시설 조성					

주:은 기본계획 수립 및 파일럿 사업 등 준비단계, ■■■■■은 사업실행단계, ■■■■■은 사업운영단계로 표시함

[표 4-6] 테마형 추진전략의 사업 추진 일정

추진전략	추진과제	사업전략 또는 세부사업	1단계		2단계		
			'22	'23	'24	'25	'26
테마형 추진전략	교통관광 계획	퍼스널 모빌리티 관광코스(1)	■	▨	▨	▨
		퍼스널 모빌리티 관광코스(2)	■	▨	▨
		퍼스널 모빌리티 관광코스(3)	■	▨
	문화관광 계획	대전 아트투어 활성화	■	■	■	■	■
		대전 아키텍처 투어 활성화	■	■	■	■	■
		대전 다크투어 관련 인력 양성			■	■	■
	축제관광 계획	지역축제 지역경제 효과 및 성과 추정	■	■	■	■	■
		지역축제 개최지 수용태세 개선	■	■	■	■	■
		축제 조직위원회 체계 재수립 및 운영	▨	▨	▨	▨	▨
		민간 축제기업 육성 계획수립 및 운영	▨	▨	▨	▨
		지역축제 지원사업	■	■	■	■	■
		대전 대표축제 평가체계 구축과 평가 및 인증	■	■	■	■
		지역축제 신규 콘텐츠 발굴을 위한 아이디어 공모	■	■	■	■	■
		지역축제 브랜딩 컨설팅	■	■	■	■	■
		지역축제 굿즈 및 특화 먹거리 개발	■	■	■	■	■
		지역축제 관련 산업화 계획수립 및 실시		■	■	■
		지역축제 홍보 채널의 신규 개설 및 개편	■	■	■	■	■
		지역축제 민간 홍보단 조직 구성 및 운영	▨	▨	▨	▨	▨
		지역축제 홍보 콘텐츠 생성 및 노출	■	■	■	■	■
		대전 지역축제 이모티콘 개발			■	■	■

주:은 기본계획 수립 및 파일럿 사업 등 준비단계, ■은 사업실행단계, ▨은 사업운영단계로 표시함

[표 4-7] 맞춤형 추진전략의 사업 추진 일정

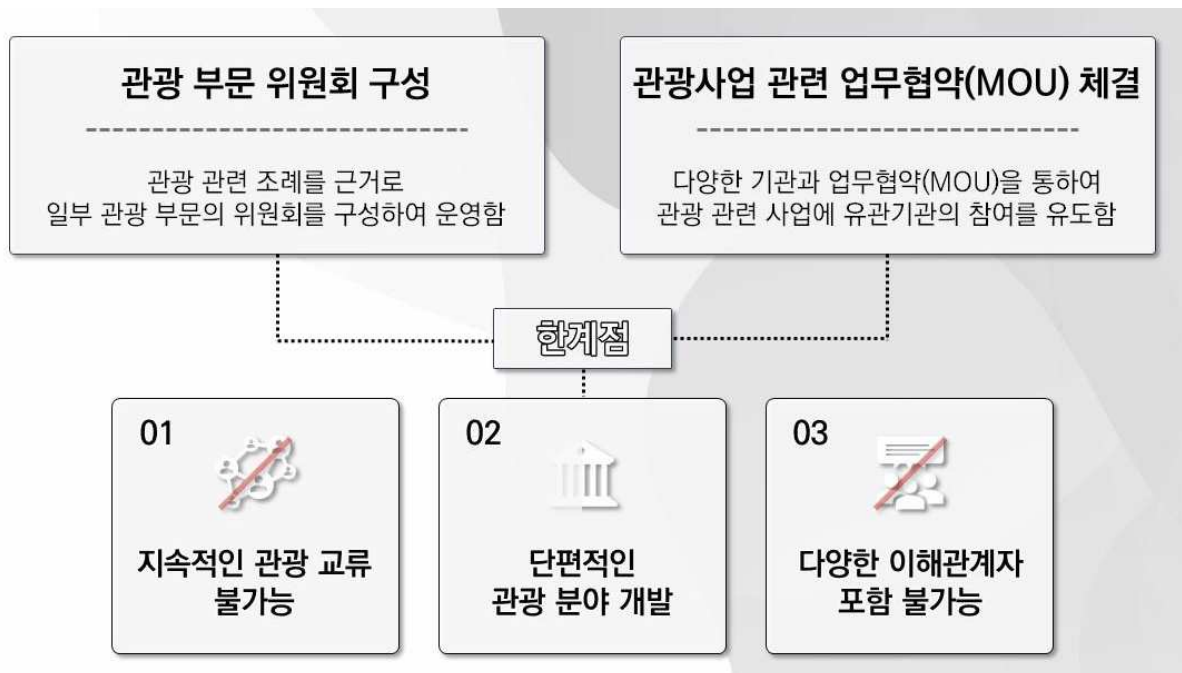
추진전략	추진과제	사업전략 또는 세부사업	1단계		2단계		
			'22	'23	'24	'25	'26
맞춤형 추진전략	MICE관광 계획	대전형 MICE 인프라 확장 사업					
		대전형 콘텐츠 및 발굴 및 활성화					
		ESG 기반 MICE 생태계 활성화					
	관광상품 및 여행프로그램 계획	지역 관광상품 및 프로그램 개발 민간 지원 사업					
		대전 관광상품 온라인 판매물 운영				
		온통대전을 활용한 대전 관광 패스				
		대전 관광상품 품질 인증제				
		대전 지하철 투어 계획 수립 및 운영				
		국내·외 수학여행 단체 지원 방안 수립 및 운영				
	관광기념품 계획	지속 가능한 관광기념품 확보					
		관광기념품 개발(공모)					
		관광기념품 지원 특화 사업					
		관광기념품 상품화 및 비즈니스 모델 구축지원					
		대전시 관광기념품 인증제					
		관광기념품 사업화 크라우드 펀딩 및 IR 대회 개최					
		관광기념품 전시회 및 팝업스토어 참가·운영, 세계 캐릭터 박람회 개최					
		문화관광기념품 특화 거리 조성					
		꿈돌이 스토리텔링 및 의인화				
		꿈돌이 온·오프라인 활동					
		스몰 꿈돌이 동산(놀이터) 조성					
		대전 관광자원과 기념품 통합 온라인 플랫폼 구축					
		관광기념품 온라인 쇼핑몰 연계					
		지역기업과 연계된 프로모션 및 판매지원					
		유명기업 또는 지역기반 사업과 콜라보					
		유튜브, 인스타그램, 페이스북 등 SNS 활용					
		유통 판로망 조사 분석					
	관광마케팅 계획	대전 오프라인 관광마케팅 진흥					
		대전 온라인 관광마케팅 진흥					
		대전·세종 관광기업 지원센터 활성화					

주:은 기본계획 수립 및 파일럿 사업 등 준비단계, ■■■■■은 사업실행단계, ■■■■■은 사업운영단계로 표시함

4. 지원 체계 정비

1) 대전관광네트워크 구성·운영

- 대전광역시에는 다양한 기관과 업무협약(MOU)을 통해 정책적 네트워크를 직·간접적으로 구성하고 있지만, 대전 관광의 활성화를 위해서는 아래 그림과 같은 몇 가지 한계점을 가지고 있음



[그림 4-2] 대전시 관광 관련 정책 네트워크와 그 한계점

- 이에 대전광역시와 대전마케팅공사가 정기협의체를 구성하여 운영하고자 하였으나 현재까지는 활성화되지 못함
- 따라서 정례적으로 정기 협의회를 운영할 수 있도록 (가칭) ‘대전관광네트워크’를 구성하여 대전의 관광활성화를 위한 상생 거버넌스로 활용할 필요가 있음
 - 구체적으로 대전의 관광활성화를 도모하여 시너지효과를 내기 위해서는 다양한 이해관계자의 협업, 협력, 조율, 조정, 정보 공유, 교류 등이 필요함
 - 협의회를 통해 정책회의와 실무회의 이외에 포럼과 워크숍 등을 개최하여 다양한 이해관계자들의 의견을 청취하는 노력이 요구됨
 - 아울러 정책회의와 실무회의 형식 이외에 부문별(예: MICE, 축제, 생태, 공정, 문화, 교통, 관광상품 및 여행 프로그램, 마케팅 등) 분과로 세분화하여 워크숍 등을 통해 정책·실무를 뒷받침할 수 있도록 R&D 또한 병행되어야 할 것임
 - 또한 부문별 분과를 통해 관련 사업에 대한 평가 등이 발전적인 방향에서 이루어질 수 있도록 평가 단으로 활용하는 것도 고려해볼 수 있음
- 한편, 협의회가 정례적으로 운영이 된 이후에는 산·관·학·연에 대한 규모를 확대하여 정착화 시키도록 함

- 먼저 호텔, 1인 창업자, 로컬 크리에이터 등 소규모부터 대규모까지 관광 관련 산업체로 확대·운영하여 대전 관광사업의 협업 관계를 강화하고자 함
- 아울러 협의회가 정례적으로 정착화된 이후에는 관광과 간접적으로 관련이 있는 담당 기관 및 부서(예: 대전문화재단, 대전도시공사, 과학산업진흥원, 정보문화산업진흥원, 디자인진흥원 등)로 확대·운영하여 관광 협업 관계를 형성하고자 함

2) 관광사업 컨트롤타워 확충 및 기능 유지

(1) 대전광역시 관광 관련 조례 기준 거점형 센터 확충

- 대전광역시 관광 관련 조례 중 「대전광역시 생태관광 육성 지원 조례」와 「대전광역시 공정관광 육성 및 지원조례」에는 생태관광과 공정관광의 육성·지원을 전담할 수 있는 센터 설치 조항이 있음
- 또한 실제 대전광역시 대덕구의 경우 공정관광과 생태관광을 함께 육성·지원할 수 있도록 「대전광역시 대덕구 공정·생태관광 육성 및 지원 조례」를 제정한 바 있음
- (가칭) ‘대전 공정·생태관광센터’를 설치하고, 센터를 대전마케팅공사 조직에 포함하여 운영한다면, 생태관광과 공정관광 관련 사업과 지원의 전문성을 강화할 수 있을 것임

(2) 사업 공모형 센터의 기능 유지

- 대전에는 최근 시점 기준으로 2개의 사업 공모형 공간(대전트래블라운지, 대전·세종관광기업지원센터)을 운영하고 있으며 해당 공간은 관광산업 거점조성을 통한 지역관광사업 생태계 조성이라는 비전 아래 “지역 관광사업 발굴·육성 및 일자리 창출”이라는 전략을 수립하여 운영하고 있음
- 대전·세종관광기업지원센터의 기능은 기업 맞춤형 창업과 육성을 지원함과 동시에 미래 관광 인재 육성과 그에 맞는 일자리 허브를 구축하며, 지역에 특화된 관광산업 활성화 등을 통해 관내 관광기업의 자생력을 확보하고, 민간중심의 관광산업을 육성하는 것임
- 시 차원의 적극적 지원을 위한 재원 확보가 요구되며, 아울러 현재의 도입기 상황을 통해 2025년 이후 성장기에 잘 돌입할 수 있도록 센터 운영에 대한 중·장기 계획을 수립할 필요가 있음

3) 관광 분야 전문직 공무원 확보

- 관광사업 관련 무엇(what)을 하는 것 이상으로 누가(who) 관광사업을 담당하느냐는 성과 차원에서 중요한 문제이기 때문에 대전에서 관광 분야에 무게를 두고 정책을 진행하기 위해서는 관광 분야 전문직 공무원이 필요할 것임
- 일부 광역시에서는 관광 분야에 대한 전문직 공무원(일반임기제)을 두고 있음
 - 부산은 관광진흥과에 2명, 엑스포 유치 기획팀에 1명으로 총 3명, 대구는 관광마케팅팀에 2명, 인천은 관광정책 1명과 마이스산업과 내 전시이벤트 팀 1명으로 총 2명, 광주와 울산은 모두 관광진흥과에 1명씩 두고 있으나 인천은 관광산업 관련 인력이며, 울산은 관광마케팅 관련 인력임
 - 해당 광역시들은 모두 관광정책이나 관광마케팅과 같이 관광 부문의 전체적인 영역에서 필요한 인력을 전문직 공무원(일반임기제)으로 활용하고 있다는 특징을 가짐

- 또한 인천과 부산에서는 전체적 영역뿐만 아니라 MICE 관련 혹은 엑스포 유치 등에 전문직 공무원을 배치하여 특정 분야의 전문성과 지속성을 수립하고자 함
- 따라서 관광 분야에 대한 전문직 공무원은 관광정책 관련 전반적 임무(예: 정책 발전수립·기획, 사업체 육성·지원, 정책과제 발굴, 관광 동향 및 통계분석 관리 등)를 수행하고, 국내·외 관광마케팅과 MICE 등 특정 분야에 대한 전문성을 바탕으로 지속적인 정책부서의 역할을 할 수 있는 기반을 마련하고 있다는 점에서 의미하는 바가 큼
- 한편, 현재 기준 대전광역시 문화체육관광국 관광마케팅과에는 축제 부문만 전문직 공무원(일반임기제)¹⁴⁾을 두고 있는 가운데, 관광정책 전반에 대한 전문직 공무원은 없음
 - 대전광역시 내 기초자치구 중 유일하게 동구가 민선 7기에 들어서면서 관광을 중요한 영역으로 활용하기 위해 부서 명칭 변경을 포함한 조직개편을 단행하였고, 그중 하나로 전문직 공무원(일반임기제)을 채용하게 됨
- 전문직 공무원(일반임기제)을 확보하는 것은 분명 인사·조직상 어려움이 있으며, 아울러 기존 공무원제도와와의 마찰 등에 대한 문제점도 충분히 고려가 필요한 부분이라고 할 수 있음
 - 다만 미래의 먹거리로 관광 분야를 중요하게 활용하기 위해서는 지속성과 전문성을 강화하는 노력이 필요하며, 이에 관광 분야 전문직 공무원(일반임기제)을 관광 주무 부서에 두는 것은 중요함

4) 대전광역시 관광 관련 조례 정비

- 현재 대전의 관광 관련 조례는 총 9개로 검색되는 가운데, 대전광역시 관광진흥조례가 2010년 8월 13일에 제정되어 대전의 관광 관련 첫 번째 조례로 나타남
 - 이러한 상황에서 몇 가지 측면에서 대전광역시의 관광 관련 조례는 추가·보완 등을 통한 정비가 요구됨

(1) 대전광역시 관광진흥조례 정비

- 대전광역시 관광진흥조례 제1조(목적)부터 제9조(업무의 위탁)까지 내용적 범위를 구성하고 있음
 - 주요 관광객 유치 지원, 보조금 신청·지급, 관광안내소 설치·업무 등 관광 수요자 관련 조항과 위원회 설치·구성, 관광협의회 설립·지원 등 관광 공급자 관련 조항으로 구분할 수 있음
- 권역별 관광개발계획의 범위 중 관광 진흥 관련 내용도 계획 수립에 포함되어 있는 가운데, 진흥계획 수립 관련 내용을 관광진흥조례에 포함할 필요가 있음
 - 가령 「대전광역시 공정관광 육성 및 지원조례」나 「대전광역시 생태관광 육성 지원 조례」를 보면, 육성·지원계획을 5년마다 수립하는 것으로 기술되어 있음
 - 아울러 5년마다 시행되는 권역별 관광개발계획에 관련 내용을 포함하면, 계획 수립을 대체할 수 있도록 명시하고 있음
- 따라서 대전광역시 관광진흥조례에 관련 계획의 수립·시행에 대한 조항을 신설하여 권역별 관광개발계획과 연동되어 계획의 수립·시행이 이루어질 수 있도록 함
 - 이는 관광진흥 관련 지역의 모니터링 체계의 근거를 제시할 수 있다는 점에서 의미가 있음

14) 전문직직 또는 기술이 요구되거나 임용관리에 특수하게 요구되는 업무 담당을 위한 경력직공무원 임용을 목적으로 일정 기간을 정해두고 근무하는 형태의 공무원을 의미함. 지방공무원법 제2조(공무원의 구분)와 제25조의 5(근무기간을 정하여 임용하는 공무원), 공무원임용령 제3조의 2(임기제공무원의 종류), 지방공무원 인사분야 통합지침(행정안전부 예규 제15호), 대전광역시 지방공무원 인사 규칙 등을 근거로 함

(2) 대전광역시 관광공예품 개발 및 육성조례 정비

- 관광은 융복합산업으로, 모든 테마의 관광 현상을 조례로 만들 수는 없겠지만, 현재 제정된 대전의 관광 조례 중 일부 테마는 범위나 명칭 등에 변화가 필요한 부분이 존재함
 - 특히 제7차 대전권역계획의 맞춤형 추진전략에 해당하는 관광기념품 계획과 관련된 조례인 「대전광역시 관광공예품 개발 및 육성조례」의 경우 정비가 요구됨
 - 즉, 현재는 관광기념품과 공예품을 혼합한 형태이기 때문에 광의적인 형태로 조례가 제정되어 있어 이에 대한 선택과 집중 차원에서 관광기념품과 공예품이 이원화될 수 있도록 조례 정비가 필요함을 의미함
 - 현재의 조례는 관광기념품보다는 관광공예품으로 명칭 및 내용이 구성되어 있어 관광보다는 공예문화에 비중을 두고 있음
- 일부 광역자치단체와 기초자치단체에서는 관광기념품 관련 개발, 육성, 지원 등을 조례로 제정한 상황임
 - 광역자치단체 중에는 경기도가 관광기념품 관련 조례(2013.12.2.)를 가장 먼저 제정하였고, 기초자치단체에서는 구리시가 관광기념품 관련 조례(2016.12.30.)를 가장 먼저 제정하였음
 - 대전은 동구가 유일하게 관광기념품 관련 조례(2021.7.1.)를 제정한 바 있음
- 한편, 부산광역시의 경우 「부산광역시 관광기념품 개발 및 육성 지원 조례」와 「부산광역시 공예문화산업 육성 및 지원에 관한 조례」를 두어 관광기념품과 공예문화 영역을 구분하고 있음
 - 영역 구분에 따라 담당 부서 또한 이원화시켜 육성·지원에 대한 전문성을 강화하는 방향으로 조례가 구성되어 있음
- 따라서 「대전광역시 관광공예품 개발 및 육성조례」의 명칭을 (가칭) 「대전광역시 관광기념품 개발 및 육성 지원 조례」로 변경하고, 관광기념품 관련으로 조례의 조항과 내용을 추가 신설·보완할 필요가 있음
 - 또한 공예품에 대한 영역의 경우에는 (가칭) 「대전광역시 공예문화산업 육성 및 지원에 관한 조례」를 신설하여 이에 대한 전문성을 강화하는 노력이 요구됨

2절 투자계획 및 재원조달 방안

1. 투자계획

1) 재원현황

① 대전광역시 관광개발 사업비 총량

- 대전광역시 본청과 5개 구, 대전도시공사, 그리고 민자에 대한 최근 5년(2016~2020) 간 관광개발 관련 사업 예산은 총 44,723백만 원이며, 연간 평균 예산 및 사업비는 8,945백만 원으로 나타남
 - 특히 과거 3년(2016~2018)에 비해 최근 2년(2019~2020) 동안 관광개발 관련 사업비가 많이 발생했다는 점이 주목할 사항으로 판단됨

[표 4-8] 최근 5년간 대전의 관광개발 사업비 산출

단위: 백만 원

예산 구분 ^a	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	계	연간 평균 예산 및 사업비
시	1,609	1,634	2,928	12,097	3,891	22,159	4,432
구	35	2,194	1,653	2,143	4,852	10,877	2,175
대전도시공사	471	466	956	1,083	366	3,342	668
민자	0	0	100	6,438	1,807	8,345	1,669
총계	2,115	4,294	5,637	21,761	10,916	44,723	8,945

주: ^a 백만 원 이하 단위는 반올림 처리하여 계산함

- 위의 결과를 토대로 대전의 연간 평균 관광개발 사업비(8,945백만 원)에 평균 증가율 5%를 적용하여 제7차 대전권역계획 기간(2022~2026)의 관광개발 관련 사업비를 도출하면 다음과 같음
 - 분석 결과 2022년부터 2026년까지 관광개발 관련 사업비 총계는 54,491백만 원으로, 연간 평균 사업비는 10,898백만 원으로 나타남

[표 4-9] 제7차 대전권역계획 기간 대전광역시 관광개발 사업비 산출

단위: 백만 원

구분 ^a	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년	계 ('22~'26)	연간 평균 사업비
관광개발 예산	9,392	9,862	10,355	10,872	11,416	11,987	54,491	10,898

주: ^a 백만 원 이하 단위는 반올림 처리하여 계산함

2) 투자계획

(1) 연차별·재원별 총투자계획

- 제7차 대전권역계획은 2022년부터 2026년까지의 사업기간 동안 3가지 추진전략, 10가지 추진 계획에 172,756.2백만 원(국비 39,310백만 원, 지방비 105,090.2백만 원, 민자 28,356백만 원)의 투자 비용이 발생할 것으로 산출됨

[표 4-10] 연차별·자원별 총투자계획 총괄표

단위: 백만 원

자원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
국비	39,310	6,590	15,800	5,610	8,695	2,615
지방비	105,090.2	21,918.5	32,319	22,360.5	17,132.6	11,359.6
민자	28,356	365	5,365	11,095	10,567	964
합계	172,756.2	28,873.5	53,484	39,065.5	36,394.6	14,938.6

- 거점형 추진전략의 총투자계획은 121,968.7백만 원으로 추정됨
- 테마형 추진전략의 총투자계획은 11,907.5백만 원으로 추정됨
- 맞춤형 추진전략의 총투자계획은 38,880백만 원으로 추정됨

[표 4-11] 제7차 대전권 관광개발계획 연차별·자원별 투자계획

단위: 백만 원

추진전략	추진계획	사업 전략	자원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
거점형	보문산 관광거점 조성계획	대사지구 관광사업	국비	500	250	250	-	-	-
			지방비	16,711	6,972	6,490	3,249	-	-
			민자	500	-	-	500	-	-
			합계	17,711	7,222	6,740	3,749	-	-
		문화지구 관광사업	국비	3,000	-	-	-	1,500	1,500
			지방비	3,000	-	-	-	1,500	1,500
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	6,000	-	-	-	3,000	3,000
		사정지구 관광사업	국비	3,250	-	500	500	2,250	-
			지방비	9,781	-	500	5,190	3,422	669
			민자	6,031	-	-	2,690	2,672	669
			합계	19,062	-	1,000	8,380	8,344	1,338
		행평지구 관광사업	국비	15,690	1,700	6,490	3,750	3,750	-
			지방비	17,690	2,700	6,990	3,000	4,000	1,000
			민자	20,000	-	5,000	7,500	7,500	-
			합계	53,380	4,400	18,480	14,250	15,250	1,000
		소계		96,153	11,622	26,220	26,379	26,594	5,338
	유성온천 지구 관광거점 조성계획	유성온천 정체성 확립을 통한 경쟁력 강화	국비	4,296	537	3,759	-	-	-
			지방비	4,296	537	3,759	-	-	-
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	8,592	1,074	7,518	-	-	-
		관광객이 편안한 온천지구 조성	국비	1,256	157	1,099	-	-	-
			지방비	1,256	157	1,099	-	-	-
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	2,512	314	2,198	-	-	-
		지역자원 연계를 통한 시너지 창출	국비	1,912	239	1,673	-	-	-
			지방비	1,912	239	1,673	-	-	-
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	3,824	478	3,346	-	-	-
		유성온천 브랜드화	국비	536	67	469	-	-	-
			지방비	536	67	469	-	-	-
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	1,072	134	938	-	-	-
		소계		16,000	2,000	14,000	-	-	-

단위: 백만 원

추진전략	추진계획	사업 전략	재원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
	공정·생태 관광 계획	지속 가능한 체류형 도시 조성	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	3,648.6	977	977	977	358.8	358.8
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	3,648.6	977	977	977	358.8	358.8
		지역 기반 관련 인력육성	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	494	130	130	130	52	52
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	494	130	130	130	52	52
		대표 프로그램· 시설 상품화	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	5,673.1	1,784.5	1,784.5	1,684.5	209.8	209.8
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	5,673.1	1,784.5	1,784.5	1,684.5	209.8	209.8
		소계		9,815.7	2,891.5	2,891.5	2,791.5	620.6	620.6
		합계		121,968.7	16,513.5	43,111.5	29,170.5	27,214.6	5,958.6
테마형	교통관광 계획	퍼스널 모빌리티 관광코스(1)	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	112.5	-	112.5	-	-	-
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	112.5	-	112.5	-	-	-
		퍼스널 모빌리티 관광코스(2)	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	135	-	-	135	-	-
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	135	-	-	135	-	-
		퍼스널 모빌리티 관광코스(3)	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	90	-	-	-	90	-
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	90	-	-	-	90	-
		소계		337.5	-	112.5	135	90	-
	문화관광 계획	대전 아트투어 활성화	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	1,500	300	300	300	300	300
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	1,500	300	300	300	300	300
		대전 아키텍처 투어 활성화	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	750	150	150	150	150	150
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	750	150	150	150	150	150
		대전 다크투어 활성화	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	300	-	-	100	100	100
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	300	-	-	100	100	100
		소계		2,550	450	450	550	550	550
	축제관광 계획	축제 활성화를 위한 관심 증대	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	1,250	250	250	250	250	250
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	1,250	250	250	250	250	250
		축제 추진 조직 체계에 대한 재정비	국비	1,250	250	250	250	250	250
			지방비	3,280	620	600	630	650	780
			민자	230	30	50	50	50	50
			합계	4,760	900	900	930	950	1,080
		대전 축제의 지역 정체성을 갖춘 대표축제 육성	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	530	130	100	100	100	100
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	530	130	100	100	100	100

단위: 백만 원

추진전략	추진계획	사업 전략	재원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
		축제를 통한 도시브랜드 강화	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	610	200	150	100	80	80
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	610	200	150	100	80	80
		축제의 산업화를 통한 지역경제 활성화	국비	250	-	100	50	50	50
			지방비	650	40	190	140	140	140
			민자	50	10	10	10	10	10
			합계	950	50	300	200	200	200
		축제 간 협업 및 통합채널 구축	국비	390	100	90	80	65	55
			지방비	505	105	95	115	100	90
			민자	25	5	5	5	5	5
			합계	920	210	190	200	170	150
		소계		9,020	1,740	1,890	1,780	1,750	1,860
		합계		11,907.5	2,190	2,452.5	2,465	2,390	2,410
맞춤형	MICE관광 계획	대전형 MICE 인프라 확장 사업	국비	2,100	2,100	-	-	-	-
			지방비	6,250	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	8,350	3,350	1,250	1,250	1,250	1,250
		대전형 콘텐츠 발굴 및 활성화	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	5,500	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	5,500	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
		ESG 기반 MICE 생태계 활성화	국비	700	140	140	140	140	140
			지방비	2,700	540	540	540	540	540
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	3,400	680	680	680	680	680
		소계		17,250	5,130	3,030	3,030	3,030	3,030
	관광상품 및 여행 프로그램 계획	지역 관광상품 및 프로그램 개발 민간 지원 사업	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	1,000	200	200	200	200	200
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	1,000	200	200	200	200	200
		대전 관광상품 온라인 판매물 운영	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	700	100	200	200	100	100
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	700	100	200	200	100	100
		온통대전을 활용한 대전 관광 패스	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	900	100	300	300	100	100
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	900	100	300	300	100	100
		대전 관광상품 품질 인증제	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	900	100	200	200	200	200
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	900	100	200	200	200	200
		대전 지하철 스탬프 투어	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	500	100	100	100	100	100
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	500	100	100	100	100	100
		대전 과학 수학여행 지원 상품	국비	-	-	-	-	-	-
			지방비	900	100	200	200	200	200
			민자	-	-	-	-	-	-
			합계	900	100	200	200	200	200
		소계		4,900	700	1,200	1,200	900	900

단위: 백만 원

추진전략	추진계획	사업 전략	재원	사업비	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년	
	관광기념품 계획	지속 가능한 관광기념품 확보	국비	50	20	20	10	-	-	
			지방비	160	60	60	20	20	-	
			민자	90	20	20	20	30	-	
			합계	300	100	100	50	50	-	
		관광기념품 개발(공모)	국비	70	50	20	-	-	-	
			지방비	310	110	110	30	30	30	
			민자	220	60	40	40	40	40	
			합계	600	220	170	70	70	70	
	관광기념품 계획	관광기념품 상품화	국비	210	60	60	40	30	20	
			지방비	590	170	170	100	90	60	
			민자	190	40	40	40	40	30	
			합계	990	270	270	180	160	110	
		문화관광기념품 특화 거리 조성	국비	280	120	120	40	-	-	
			지방비	450	130	130	90	50	50	
			민자	450	90	90	90	90	90	
			합계	1,180	340	340	220	140	140	
		지속 가능한 대표 관광기념품 활성화	국비	320	100	100	100	20	-	
			지방비	370	100	110	100	30	30	
			민자	220	50	50	50	40	30	
			합계	910	250	260	250	90	60	
		관광기념품 유통 활성화	국비	250	100	60	50	40	-	
			지방비	400	120	100	100	40	40	
			민자	350	60	60	100	90	40	
			합계	1,000	280	220	250	170	80	
		소계			4,980	1,460	1,360	1,020	680	460
		관광마케팅 계획	대전의 오프라인 관광마케팅 진흥	국비	-	-	-	-	-	-
				지방비	2,550	750	450	450	450	450
				민자	-	-	-	-	-	-
	합계			2,550	750	450	450	450	450	
	대전의 온라인 관광마케팅 진흥		국비	-	-	-	-	-	-	
			지방비	3,200	930	680	530	530	530	
			민자	-	-	-	-	-	-	
			합계	3,200	930	680	530	530	530	
	대전·세종 관광기업 지원센터 활성화		국비	3,000	600	600	600	600	600	
			지방비	3,000	600	600	600	600	600	
			민자	-	-	-	-	-	-	
			합계	6,000	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	
	소계			11,750	2,880	2,330	2,180	2,180	2,180	
합계			38,880	10,170	7,920	7,430	6,790	6,570		
총계			172,756.2	28,873.5	53,484	39,065.5	36,394.6	14,938.6		

(2) 전략별 관광(개발)계획의 유형별 사업비

- 제7차 대전권역계획에서 제시된 사업을 유형(H/W, S/W)별¹⁵⁾로 사업비를 구분하면 다음과 같음
- 전체 사업비(172,756.2백만 원) 중 시설 조성 등의 H/W 사업비는 136,917백만 원으로 전체 사업비의 79.3%를 차지하는 것으로 나타났지만, 콘텐츠와 프로그램 구성·운영 등의 S/W 사업비는 35,839.2백만 원으로 전체 사업비의 20.7%를 차지하는 것을 알 수 있음

15) H/W와 S/W가 복합적인 사업의 경우 핵심사업의 역할을 기준으로 유형을 이분화함

- H/W 관련 전체 사업비(136,917백만 원) 중 보문산 관광거점 조성계획이 차지하는 비중이 70.2%(96,153백만 원)로 가장 높은 것을 알 수 있으며, 그다음으로 MICE관광 계획이 13,850백만 원(10.1%)으로 나타남
- S/W 관련 전체 사업비(35,839.2백만 원) 중 관광마케팅 계획(27.8%)과 축제관광 계획(22.4%)이 차지하는 비중이 가장 높은 것을 알 수 있으며, 사업비는 각각 9,950백만 원과 8,020백만 원으로 나타남

[표 4-12] 제7차 대전권역계획의 유형별 사업비 분류

단위: 백만 원, %

추진 전략	구분	유형	사업비	비율	추진 전략	구분	유형	사업비	비율
거점형	보문산 관광거점 조성계획	H/W	96,153	70.2	맞춤형	MICE 관광 계획	H/W	13,850	10.1
		S/W	-	0.0			S/W	3,400	9.5
	유성온천지구 관광거점 조성계획	H/W	13,702	10.0		관광상품 및 여행 프로그램 계획	H/W	1,600	1.2
		S/W	2,298	6.4			S/W	3,300	9.2
	공정·생태 관광 계획	H/W	7,452.0	5.4		관광 기념품 계획	H/W	1,360	1.0
		S/W	2,363.7	6.6			S/W	3,620	10.1
테마형	교통관광 계획	H/W	-	0.0		관광 마케팅 계획	H/W	1,800	1.3
		S/W	338	0.9			S/W	9,950	27.8
	문화관광 계획	H/W	-	0.0		유형	H/W	136,917.0	79.3
		S/W	2,550	7.1			S/W	35,839.2	20.7
	축제관광 계획	H/W	1,000	0.7		합계			
		S/W	8,020	22.4				172,756.2	100.0

(3) 전략별 관광(개발)계획의 자원별 사업비

- 제7차 대전권역계획에서 제시된 사업을 자원(국비, 지방비, 민자)별로 사업비를 구분하면 다음과 같음
 - 지방비가 105,090.2백만 원으로 가장 높은 비중(60.8%)을 차지하는 재원으로 나타난 가운데, 국비와 민자의 비중은 각각 22.8%와 16.4%이며, 이에 대한 사업비는 각각 39,310백만 원과 28,356백만 원이 사업비로 책정된 상황임

[표 4-13] 제7차 대전권역계획의 자원별 사업비 분류

단위: 백만 원, %

자원	사업비	비율	자원	사업비	비율
국비	39,310	22.8	민자	28,356	16.4
지방비	105,090.2	60.8	합계	172,756.2	100.0

총 투자소요액 172,756.2백만 원

총 투자소요액 172,756.2백만 원



[그림 4-3] 제7차 대전권역계획의 유형별(좌)·자원별(우) 사업비 분류

3) 전략별 관광(개발)계획 총량

(1) 총량 설정 절차

- 제7차 대전권역계획의 전략별 관광(개발)계획에 대한 현실성과 실행력 등을 검토하기 위해 두 가지 측면에서 총량을 설정함
 - 첫 번째는 대전광역시 관광 관련 예산과 관광개발 관련 사업비를 활용하는 것으로, 2016년부터 2020년까지 5년 동안의 관광 관련 가용 재원에 평균 증가율 5%를 반영하여 관광개발 관련 집행 가능성을 살펴봄
 - 두 번째는 제6차 대전권 관광개발계획 실행 결과를 활용하는 것으로, 제6차 기간(2017~2021) 동안 실제 투입된 사업비에 평균 증가율 5%를 반영하여 계획에 대한 전체 사업비 집행 가능성을 살펴봄

(2) 총량 설정에 대한 종합평가

- 총량 설정에 따라 도출된 결과를 종합해보면 다음과 같음
 - 관광개발 관련 사업비는 제7차 대전권역계획 기간(2022~2026) 내 총 54,491백만 원이 발생 가능하며, 전략별 관광(개발)계획의 전체적인 사업비는 146,880백만 원이 가용 재원으로 가능할 것으로 나타남

① 대전광역시 관광개발 사업비 총량에 따른 제7차 관광개발예산 산출

- 대전시와 기초자치구, 대전도시공사, 그리고 민간 등의 재원을 통해 제7차 기간까지 가능한 관광개발 관련 사업비는 54,491백만 원으로 산출되었고, 제7차 대전권역계획의 전체 사업비 중 H/W 사업비는 136,917백만 원으로 산출됨
 - 가용 가능 재원과 비교하면, 제7차에 계획된 관광개발 관련 사업비는 60.2% 정도 초과하는 수치로 나타남
 - 다만 제7차 대전권역계획의 H/W 중 '보문산 관광거점 조성계획'이 차지하는 비중이 70.2%로, '보문산 관광거점 조성계획'을 제외하면, H/W 사업비가 40,764백만 원으로 가용 가능 자원 범위라고 할 수 있음
 - 대전광역시와 대전광역시 중구의 지방비 재원으로 '보문산 관광거점 조성계획'에 대한 전체 사업비를 더 확보하는 것은 현실적으로 어렵기 때문에 국비와 민자에 대한 재원을 어느 정도 확보하느냐가 중요할 것임
 - 특히 행평지구와 대사지구에 투입될 H/W 사업비가 '보문산 관광거점 조성계획'의 전체 사업비의 70% 이상을 차지하고 있음
 - 따라서 두 대상지구에 대한 사업비 확보가 '보문산 관광거점 조성계획'이 제7차 기간에 원활하게 수행될 수 있는지에 대한 핵심이라고 할 수 있음

② 전차 권역계획 실행 결과에 따른 제7차 관광개발 사업비 산출

- 앞서 제2장(관광개발 여건 및 동향 분석) 제3절(전차 권역계획 진단)을 통해 제6차 대전권역계획에 대한 실제 사업비 집행 금액은 총 115,084백만 원이라는 것을 확인할 수 있음
 - 이에 제6차 대전권역계획의 실제 사업 집행비(115,084백만 원)에 평균 증가율 5%를 적용하여 제7차 대전권역계획(2022~2026) 기간까지 가능한 사업비를 산출해보면 제7차 대전권역계획의 마지막 시점인 2026년 기준으로 계획에 따른 사업비는 146,880백만 원이 도출됨

- 제6차 대전권역계획의 실제 사업 집행비를 기준으로 2026년까지 가능한 사업비는 146,880백만 원으로 산출되었고, 제7차 대전권역계획의 전체 사업비 총액은 172,756.2백만 원으로 산출됨
 - 즉, 제6차와 비교해보았을 때 제7차 기간의 사업비 산출액이 초과(25,876.2백만 원)하는 상황이기 때문에 사업비를 현실적으로 집행할 수 있게 만들기 위해서는 지방비를 포함하여 다양한 자원 확보 노력이 요구될 것으로 판단됨

2. 자원조달 방안

1) 공공자원 조달방안

(1) 공공자원 구조

- 제7차 대전권역계획의 사업추진을 위해서는 각 정부 부처 정책사업과 연계할 수 있는 국비와 대전시의 재정투자(지방비)가 요구됨
 - 제7차 대전권역계획은 3개의 추진전략(총 10개 사업)으로 나누어지며, 지방재정의 증가를 위해 지방세 비율을 높이면서, 국세를 지방세로 전환하는 방안 등 국세와 지방세 비율을 7:3 정도 수준까지 높여 나가야 할 것임
- 정부회계는 아래 그림과 같이 일반회계, 특별회계, 기금으로 구분됨
 - 먼저 일반회계는 정부 부처별 국가보조사업을 통해 보조금을 지원함
 - 국가균형발전특별회계를 통해 국고보조금을 지원하였으나 2020년도에는 재정분권 추진에 따라 지방이양사업을 반영하여 포괄보조 세부사업 목록이 2019년 43개(시·도 37개, 시·군·구 6개)에서 2020년도에는 20개(시·도 15개, 시·군·구 5개)로 변경되어 예산이 편성됨(대전광역시 동구, 2020: 309)
 - 기금은 특정 부문의 육성과 개발을 촉진하기 위해 원활한 자금 지원 혹은 사업에 수반되는 자금의 효율적인 운용과 관리를 위한 자금으로, 2020년 기준으로 금융성 기금을 포함하여 총 67개 종류가 있음

(2) 국비 조달 사업

① 국고보조금 지원사업

- 제7차 대전권역계획과 가장 밀접하게 관련이 있는 부처는 문화체육관광부이며, 이에 해당 부처의 2021년도 기준 지자체 보조사업(공모) 현황 중 관광과 관련이 있는 사업은 아래와 같음

[표 4-14] 2021년 기준 문화체육관광부 국고보조사업 현황

단위: 백만 원, %

소관	세부사업	내역사업명(내내역사업명)	지원예산	지원대상
지역 문화 정책관	박물관·미술관 진흥지원	박물관·미술관 협력강화 (실감콘텐츠 제작 및 체험존 조성 지원)	10,000	지자체
		스마트 박물관·미술관 구축 지원	6,700	
	지역문화 진흥	지역문화 역량 강화 (지역문화 혁신브랜드 육성)	100	지자체 (광역·기초)
	문화도시 조성	문화도시 조성 지원	18,000	지자체 (광역·기초)

단위: 백만 원, %

소관	세부사업	내역사업명(내내역사업명)	지원예산	지원대상
관광 정책국	고품질 관광기반 조성	관광특구 활성화 지원	914	지자체
	한국형 생태녹색 관광육성	생태관광육성 (생태테마관광자원화, 문화콘텐츠 접목 노후관광시설 재생)	2,075	지자체
		걷기여행길 프로그램 운영	200	
	도시관광 및 산업관광 활성화	산업관광활성화	300	지자체
	국내관광 역량 강화	열린관광 환경 조성	5,000	광역·기초자치단체
		레저스포츠 관광활성화 지원 (지역별 특화 레저스포츠관광 활성화)	400	지자체
관광 산업 정책관	관광안내체계 구축 지원	읽기 쉬운 관광안내체계구축	400	지자체
	관광자원기반조성	계획공모형 지역관광개발	500	지자체
		전통한옥 브랜드화	900	지자체
	관광활성화 기반구축	관광두레 조성	1,250	광역 지자체
		야영장 안전시설 개보수	1,350	지자체, 등록 야영장
	국민여가캠핑장 조성	야영장 화재안전성 확보	1,088	
		야영장활성화 프로그램지원	450	
	의료및웰니스관광육성	지역 의료관광 활성화 지원	2,400	지자체
	MICE산업 육성지원	지역MICE산업 활성화 지원 (디지털 마이스 공간 조성 및 지원)	250	지자체
		MICE산업 협력 네트워크 구축 (국제회의복합지구 활성화 지원)	2,000	국제회의복합 지구가 지정된 지자체
체육국	스포츠산업 활성화 지원	지역스포츠산업지원 (지역특화 스포츠 관광)	4,100	지자체
체육협력관	국제대회 국내개최 지원	지자체 개최 국제 경기대회 지원	5,000	17개 시도(광역)

자료: 문화체육관광부 홈페이지를 토대로 작성함

② 국가균형발전특별회계

- 국가균형발전특별회계는 지역자율계정, 지역지원계정, 세종특별자치시계정, 제주특별자치도계정 등 4개 계정과 그에 따른 8개 사업군이 있으며, 해당 계정 중 제7차 대전권역계획과 밀접한 연관이 있는 계정은 ‘지역자율계정’과 ‘지역지원계정’으로, 지역자율계정은 시·도 및 시·군·구 자율편성사업으로 구성되는 반면에 지역지원계정은 부처 직접편성 사업으로 구성됨
- 2021년도 균특회계 예산안 편성지침 기준 지역자율계정 포괄보조사업 목록은 아래와 같음

[표 4-15] 지역자율계정 포괄보조사업 목록

구분	부처	세부사업명	보조율	예산 내역사업
시도 자율 편성 사업	국토부	① 도시형교통모델	50%	· 공공형택시지원 등
		② 주차환경개선지원	50%	· 공영주차장건설지원
	농식품부	③ 반려동물산업육성	30~40%	· 동물보호센터 건립지원
		④ 농촌형교통모델	50%	· 농촌교통지원
	농진청	⑤ 지역농촌지도사업 활성화지원	50%	· 농촌지도기반 조성
	문화체육관광부	⑥ 문화시설 확충 및 운영	40%	· 공공도서관 등(단, 작은도서관조성 국비 70%)
		⑦ 체육진흥시설 지원	30%	· 생활체육공원 등
		⑧ 폐산업시설 등 유휴공간 문화재생	50%	· 폐산업시설 등 유휴공간 문화재생
	산림청	⑨ 산림휴양·녹색공간조성	50%	· 지자체 자연휴양림 조성 등
		⑩ 임도시설(국유림 제외)	70%	· 임도시설(간선임도)
	해수부	⑪ 해양 및 수자원 관리	50~70%	· 연안정비 등
	행안부	⑫ 지역사회활성화기반조성	50%	· 지역사회 활성화 공간조성 및 조사연구
	환경부	⑬ 상수도시설 확충 및 관리	70%	· 도서지역 식수원 개발 등

구분	부처	세부사업명	보조율	예산 내역사업
시군구 자율 편성 사업	국토부	⑭ 성장축진지역 개발	100%	· 지역개발 지원 등
	농식품부	⑮ 도시활력증진지역 개발	50%	· 우리동네살리기
		⑯ 일반농산어촌 개발	70%	· 농촌중심지 활성화 등
	행안부	⑰ 지역행복생활권 협력사업	70~80%	· 취약지역개선 등
		⑱ 특수상황지역 개발	80%	· 기초생활기반 확충 등

자료: 기획재정부(2020: 16)를 토대로 작성함

- 재정분권 추진방안(2018.10.)에 따른 지방이양 대상사업은 아래 표와 같으며, 해당 사업들은 군특회계 대상사업에 신청할 수 없음

[표 4-16] 지방이양 대상사업

부처		사업명	부처		사업명
행안부	균특자율계정 (시군구)	• 소하천정비	국토부	균특자율계정 (시군구)	• 도시활력증진지역개발 (기존도활: 도시생활환경개선·지역역량강화)
	문체부	균특자율계정 (시도)	중기부	균특자율계정 (시도)	• 전통시장 및 중소유통 물류기반 조성
문화재청			균특자율계정 (시도)	• 문화유산관광자원개발	
산림청			균특자율계정 (시도)	• 산림경영자원 육성	
				• 산림휴양·녹색공간조성 (산림생태문화체험단지) (숲길조성·관리) (산림레포츠시설조성) (유아숲체험원 조성) (치유의숲 조성) (지자체도시숲 조성) (지방정원 조성) (지방수목원및박물관조성) (지역생태숲 조성) (산림교육센터 조성) (산림복지단지 조성) (수목장림 조성) (공동체정원)	
		• 임도시설(국유림제외) (작업임도) (구조개량) (유지보수)			
문예 기금		• 예술의 관광자원화 (지역대표공연예술제)			
산업부	균특자율계정 (시도)	• 지역특성화산업육성			
환경부	균특자율계정 (시도)	• 자연환경 보전 및 관리 (자연환경보전이용시설설치)			
	균특지원계정	• 생태휴식공간 확대			
국토부	균특자율계정 (시도)	• 대중교통지원			

자료: 기획재정부(2019: 25~26)를 토대로 작성함

③ 기금

- 기금을 통한 국고보조금 지원사업 중에서 제7차 대전권역계획에 활용할 수 있는 사업은 문화체육관광부의 문화예술진흥기금, 관광진흥개발기금, 그리고 국민체육진흥기금 등이 있음

[표 4-17] 문화체육관광부 기금 사업

단위: 백만 원

구분			주요 사업	지원예산
관광 진흥 개발 기금	관광 진흥 기반 확충	관광자원 활성화	<ul style="list-style-type: none"> 관광자원 기반조성(33,513) : 관광레저도시 지원 및 콘텐츠개발(130), 관광자원 정책개발 및 운영 지원(692), 국가 관광자원 통합정보관리시스템 운영(416), 관광투자유치 지원(300), 지역관광자원 개발(20,637), 계획공모형 지역관광개발(4,500), 지역관광개발 지원체계 구축(500) 	33,513
	국내 관광 활성화	관광 인프라 조성	<ul style="list-style-type: none"> 전통문화체험 지원(36,616) : 전통문화체험시설 지원(6,176), 전통문화 활용 활성화 사업 발굴 및 지원(3,440) 핵심관광지 육성(10,295) : 「대한민국 테마여행 10선」 10개 권역(39개 지자체) 이동·연계망 구축지원(2,800), 관광콘텐츠확충 및 홍보마케팅(7,450), 사업관리비(45) 한국형 생태녹색관광 육성(14,204) : 생태녹색관광육성(2,328), 걷기여행길 관리 및 활성화(3,339), 코리 아모빌리티 구축(530) 도시관광 및 산업관광 활성화(39,900) : 관광거점도시 육성(38,300), 지자체 시티투어 지원(600), 산업관광 육성(500), 생활관광활성화(500) 	97,015
		국내관광 육성지원	<ul style="list-style-type: none"> 관광안내체계 구축지원(8,381) : 관광안내소 운영(2,006), 관광안내서비스 개선(5,745), 관광안내표지판 개선(80), 관광경찰 협업(100), 읽기 쉬운 관광안내체계 구축(450) 문화관광해설사 육성(9,956) : 문화관광해설사 양성(9,590), 문화관광해설사 교육 및 관리(366) 문화관광축제지원(4,281) : 우수 문화관광축제 지원(1,000), 축제 경쟁력 강화 및 세계적인 축제 육성(2,791), 지역축제 육성 및 지원(400), 문화관광축제 활성화(90) 국내관광 역량 강화(41,784) : 국내관광 캠페인(11,317), 관광소재 및 상품개발(4,011), 국민관광 지원(23,646), 관광통계 개선(2,810) 스마트관광 활성화(30,172) : 스마트관광 기반 조성(13,200), 관광 빅데이터(10,234), 온라인 관광정보 제공(3,598), 관광마케팅 통합시스템 운영(3,140) 국내여행 활성화 지원(41,800) 융복합 관광서비스 사업화 지원 R&D(2,901) : 연구개발 과제 선정 및 지원(2,800), 기획평가관리비(101) 공간정보기반 실감형콘텐츠 융복합 및 혼합현실제공 기술개발 R&D(1,095) : 연구개발 과제 선정 및 지원(1,043), 기획평가관리비(52) 	140,370
		관광사업체 육성지원	<ul style="list-style-type: none"> 관광산업 육가지원(599,000) : 관광사업체 육가지원(594,000), 보증기관 출연(5,000) 	36,569
	외래 관광객 유치	해외관광객 유치 활동사업	<ul style="list-style-type: none"> 외래관광객 유치 마케팅 활성화 지원(56,510) : 해외시장별 관광객 유치 활동 지원(38,612), 관광상품 개발 지원(4,570), 한국관광통계관리 및 조사(943), 국제관광기구 협력(2,049), FIT 맞춤형 외래관광객 유치 캠페인(1,136), 관광-항공 연계 외래객 유치 활성화(4,700), 메가이벤트 연계 한국관광 홍보마케팅(4,000) 고품질 관광기반 조성(21,671)⁽⁶⁾ : 관광특구 활성화 지원(1,084), (이관)관광거점 조성 및 운영(3,795), (이관)고품질 관광 활성화(4,641), (이관)관광 편의성 제고(5,480), (이관)여행업 경쟁력 강화 및 건전여행 풍토조성(6,671) 	194,786

단위: 백만 원

구분			주요 사업	지원예산
	관광 산업 활성화	관광산업 활성화 지원	<ul style="list-style-type: none"> 관광활성화 기반 구축(25,531) : 관광호텔 체인화 기반조성(200), 관광산업 정책개발 및 조사(483), 호텔 등급제도 운영(600), 관광산업 통계기반 조성(500), 안전민박 활성화(4,477), 한국관광 품질인증제 운영(2,890), 관광기념품 공모전 개최 및 유통활성화 지원(550), 관광두레 조성(12,581), 복합리조트 조성 지원(50), 지역특화형 숙박시설 조성(2,000) 국민여가캠핑장 조성(4,038) : 야영장 안전시설 개보수(1,350), 야영장 활성화 프로그램 지원(450), 친환경·안전 캠핑 캠페인, 고캠핑 홈페이지 운영 등(1,150), 야영장 화재안전성 확보(1,088) 관광사업 인재발굴 및 전문역량 강화(10,751) : 관광전문인력 양성(1,233), 종사원 전문역량 강화(660), 관광산업 일자리 활성화(7,100), 유원시설 안전관리(1,358), 관광단체 및 연구지원 사업(400) 관광사업 창업지원 및 벤처육성 (74,504) : 관광사업 발굴 및 지원(9,714), 관광사업 도약 및 성장 지원(16,590), 관광사업 지원기반 구축(3,200), 관광기업 육성펀드 조성(45,000) 	114,824
		고부가가치 관광산업 육성	<ul style="list-style-type: none"> MICE 산업 육성지원(30,257) : 기업회의·인센티브관광 활성화(7,475), 컨벤션 유치 개최 지원 활성화(7,483), 해외마켓 참가·국제이벤트 활성화(4,136), MICE 산업통계 조사 및 운영(1,210), 지역 MICE산업 활성화 지원(6,391), MICE산업 협력 네트워크 구축(3,562) 한국관광콘텐츠 활성화(20,378) : 한류관광 활성화(9,010), 전통시장 관광 활성화(1,200), 테마관광 활성화(6,301), 음식관광 활성화(2,000), 고급관광 육성(1,000) 	60,786
문화예 술진흥 기금	지역문화 예술 진흥	예술의 관광 자원화	<ul style="list-style-type: none"> 전통예술지역브랜드상설공연(1,973) 전통공연예술활성화(4,806) 지역명소활용공연지원(0) * 지출구조조정으로 사업 종료 	18,819
체육진 흥기금	생활체육 시설지원	생활체육 시설지원	<ul style="list-style-type: none"> 국민체육센터 건립지원(269,382) : 국민체육센터건립지원(227,632), 근린생활형 소규모 체육관 건립 지원(23,400), 개방형 다목적 체육관 건립지원(18,000), 사업운영비(150), 체육센터 조사분석 연구비(200) 	348,609
	스포츠 산업 육성	스포츠 산업연구 및 개발조성 (R&D)	<ul style="list-style-type: none"> (신규) 지역사회 기반 재활운동 서비스 기술개발 R&D(3,905) : 지능형 재활연계 생활체육 서비스 기술개발(1,800), ICT융합 재활 생활 체육 기술 개발(800), 장애유형별 신체·인지증강 기술개발(1,200) 스포츠과학지원(4,393) : 지역스포츠과학거점운영(3,570) 스포츠서비스사업화지원 R&D(708) : 생활스포츠서비스시장창출(1,833), 스포츠사회서비스시장창출(1,583) 	22,068
		스포츠산업 활성화	<ul style="list-style-type: none"> 스포츠산업활성화지원(60,386) : 지역스포츠산업지원(11,854), 첨단기술기반산업혁신(7,000) 	179,606

자료: 문화체육관광부(2020c)를 토대로 작성함

16) 사업명이 “관광특구 활성화 지원”에서 “고품질 관광기반 조성”으로 변경되었고, 4개 사업(관광거점 조성 및 운영, 고품격 관광 활성화, 관광 편의성 제고, 여행업 경쟁력 강화 및 건전여행 풍토조성)을 이관받음

- 한편, 관광진흥개발기금의 경우 2021년 약 1조 3,244억 원으로 2020년의 약 1조 1,681억 원보다 13.4%가 증가한 것으로 나타남
 - 특히 국내관광활성화와 관광산업 활성화의 증감률은 전년 대비 대폭 증가(17.9%, 22.5%)한 것을 알 수 있음
- 광역시의 경우 외국인 전용 카지노를 보유한 부산과 인천이 평균적으로 관광진흥개발기금이 많은 가운데, 대전은 2017년부터 2020년까지 매년 증가폭을 이어오다가 2021년 감소(전년 대비 -31.7%)한 것으로 나타남
- 구체적으로 대전의 관광진흥개발기금에 대한 보조 예산을 연도별 주요사업을 토대로 살펴보면 다음과 같음
 - 특징적인 것은 핵심관광지 육성에 대한 기금보조 예산 확보가 낮아졌다는 것과 관광진흥개발기금의 주요 사업을 포괄적으로 활용하지 못하고 있다는 점임
 - 따라서 문화관광축제 지원을 포함한 관광진흥개발기금의 주요 사업에 대해 대전시의 확보 노력이 요구됨

④ 지방교부세

- 지자체 행정 운영상 필요 재원 교부를 통해 지자체 재정을 조정함으로써 지방행정의 건전한 발전을 도모하고자 국가가 지자체에 교부하는 금액으로, 보통교부세, 특별교부세, 부동산교부세 및 소방안전교부세로 이루어짐
- 보통교부세는 기준재정수입액이 기준재정수요액에 못 미치는 지방자치단체에 그 미달액을 기초로 교부함
- 특별교부세는 다음과 같은 상황에서 지방자치단체가 국가에 받아냄
 - 기준재정수요액의 산정 방법으로는 파악할 수 없는 지역 현안에 대한 재정수요가 있을 시 특별교부세 재원의 100분의 40에 해당하는 금액을 받아낼 수 있음
 - 보통교부세의 산정기일 후에 발생한 재난을 복구하거나 재난 및 안전관리를 위한 특정한 재정수요가 생기거나 재정수입이 감소하면, 특별교부세 재원의 100분의 50에 해당하는 금액을 받아낼 수 있음
 - 국가적 장려사업, 국가와 지방자치단체 간에 시급한 협력이 필요한 사업, 지역 역점시책 혹은 지방행정 및 재정 운용 실적이 우수한 지방자치단체에 재정 지원 등 특별한 재정수요가 있는 경우에는 특별교부세 재원의 100분의 10에 해당하는 금액을 받아낼 수 있음

(2) 지방비 조달방안

① 대전시 재정현황

- 2016년부터 2020년까지 대전시의 예산 규모는 증가추세를 유지하고 있음
 - 해당 기간 내 대전시 예산 규모는 평균적으로 9.5%의 증감률을 보임
 - 예산총계와 마찬가지로 일반회계는 기간 내 꾸준히 증가하고 있지만, 특별회계는 2017년 급감했다가 2018년부터 다시 증가하는 모습을 보임
- 대전시 지방세 수입 비중은 2016년부터 2017년까지 상승하다가 2018년을 기점으로 감소함
 - 지방세와 달리 지방교부세 비중은 2019년까지 꾸준한 상승 폭을 보이다 2020년에 하락하였으나 그 차이가 심하지 않음

- 재정분권 추진방안(2018.10.)에 따라 2020년 1월을 기점으로, 지방 이양 사업이 증가하였고, 이에 따라 지방자치단체의 재정자립도 또한 증가함
 - 그러나 대전시 지방세 비중은 2018년을 기점으로 감소하면서, 지방교부세와 지방채 비중이 증가하게 됨
 - 따라서 제7차 대전권역계획의 사업 진행을 위해서는 대전시 자체 지방 자원 자금 조달을 활성화해야 함

② 지방자원 조달 활성화 방안

- 대전시 일반회계 기준 분야별 투자 규모를 살펴보았을 때 ‘문화 및 관광’ 분야 비중은 점차 하락 추세를 보임
 - 따라서 제7차 대전권역계획의 원활한 사업수행을 위해서는 해당 분야의 비중을 증가시키는 방안을 마련할 필요가 있음
 - 또한 제7차 대전권역계획의 사업은 문화 및 관광 분야 외에도 ‘국토 및 지역개발’과 ‘과학기술’ 분야와 연관성이 있으므로, 해당 분야와의 연계를 통하여 유동적인 자금흐름을 확보하고, 관련 사업의 개발·수행을 통한 지방자원을 마련함

[표 4-18] 대전시 일반회계 기준 세출 분야별·연도별 현황

단위: 백만 원, %

세출분야	2016		2017		2018		2019		2020	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중
합계	2,800,685	100.0	2,997,198	100.0	3,488,734	100.0	3,845,524	100.0	4,418,200	100.0
일반공공행정	390,522	13.9	437,959	14.6	457,403	13.1	486,421	12.7	521,858	11.8
공공질서 및 안전	104,141	3.7	140,866	4.7	153,976	4.4	156,807	4.1	173,603	3.9
교육	276,935	9.9	287,929	9.6	284,744	8.2	306,347	8.0	315,625	7.1
문화 및 관광	167,041	6.0	179,109	6.0	179,929	5.2	195,056	5.1	219,103	5.0
환경보호	66,191	2.4	57,015	1.9	75,668	2.2	98,422	2.6	154,369	3.5
사회복지	1,021,711	36.5	1,071,078	35.7	1,336,959	38.3	1,546,858	40.2	1,739,783	39.4
보건	51,915	1.9	55,273	1.8	63,732	1.8	69,040	1.8	72,727	1.7
농림해양수산	33,784	1.2	33,398	1.1	38,561	1.1	31,595	0.8	35,099	0.8
산업·중소기업	56,271	2.0	58,786	2.0	81,189	2.3	121,119	3.2	179,439	4.1
수송 및 교통	239,000	8.5	248,316	8.3	309,892	8.9	349,647	9.1	410,128	9.3
국토 및 지역개발	139,102	5.0	155,337	5.2	212,583	6.1	149,429	3.9	289,982	6.6
과학기술	33,390	1.2	43,665	1.5	50,851	1.5	51,674	1.3	50,580	1.1
예비비	28,611	1.0	36,848	1.2	36,553	1.1	58,297	1.5	27,209	0.6
기 타	192,071	6.9	191,620	6.4	206,694	5.9	224,814	5.9	228,693	5.2

자료: 대전광역시 예산재정 홈페이지를 토대로 작성함

- 대전시는 2021년 기준으로 통합재정안정화기금을 포함하여 지역균형발전기금, 지역개발기금 등 17개의 기금을 운용하고 있음
 - 제7차 대전권역계획의 사업과 연관된 기금은 ‘지역개발기금’, ‘과학기술육성기금’, ‘체육진흥기금’, ‘녹지기금’, ‘도시·주거환경정비기금’과 함께 개별 기금의 여유자금을 효율적으로 관리하기 위해 운영 중인 통합재정안정화기금이 있음
 - 따라서 해당 기금들의 연계와 효율적인 운영을 통하여 효과적인 지방비 재원을 마련함

[표 4-19] 2021년 기준 대전시 기금 현황

기금명	설치	설치목적	소관부서
통합재정안정화기금	2020년	재원의 효율적 활용을 위한 통합관리	예산담당관
지역개발기금	2017년	주민복지 증진과 지역개발사업 지원 자금조달	예산담당관
과학기술육성기금	1998년	과학기술혁신 및 대덕연구 개발특구 육성	과학산업과
체육진흥기금	1995년	대전 체육 진흥사업 및 활동지원	체육진흥과
녹지기금	1992년	도심 내 녹지공간을 확보 휴식공원 제공	공원녹지과
도시·주거환경정비기금	1997년	도시정비사업 사업비 보조·융자	도시개발과

자료: 대전광역시 예산재정 홈페이지를 토대로 작성함

3) 민간재원 조달방안

(1) 제7차 대전권역계획의 민간유치 사업내용

- 제7차 대전권 관광개발계획에 반영된 민자유치사업은 보문산 관광거점 조성계획(3개), 축제관광 계획(3개), 관광기념품 계획(6개) 등 총 12개 사업임
 - 구체적으로 민자유치가 포함된 사업의 전체 비용(101,763백만 원) 중 민자유치(28,356백만 원)가 필요한 사업의 비중은 약 27.9%로 나타남
- 사업별로 민자유치의 비중을 살펴보면 다음과 같음
 - 첫째, '보문산 관광거점 조성계획'에서 민자유치가 포함된 사업의 전체 비용은 90,153백만 원으로, 민자는 26,531백만 원으로 나타났으며, 이에 대한 민자유치 비중은 29.4%로 계산됨
 - 둘째, '축제관광 계획'에서 민자유치가 포함된 사업의 전체 비용은 6,630백만 원으로, 민자는 305백만 원으로 나타났으며, 이에 대한 민자유치 비중은 4.6%로 계산됨
 - 셋째, '관광기념품 계획'에서 민자유치가 포함된 사업의 전체 비용은 4,980백만 원으로, 민자는 1,520백만 원으로 나타났으며, 이에 대한 민자유치 비중은 30.5%로 계산됨
- 결과적으로 축제관광 계획을 제외한 나머지 2개 사업(보문산 관광거점 조성계획, 관광기념품 계획)에서 민간재원 조달을 어떻게 하느냐가 중요함

(2) 민간투자 활성화 방안

- 민간자본 참여 희망지의 공공기반시설에 대해 공공부문 투자를 우선으로 시행함
 - 보문산 관광거점 조성계획에 포함된 사업은 H/W 개발 분야에 속해있으므로, 공공재원을 해당 개발 지 인근 교통, 연결 도로 등 하부기반시설에 우선하여 투자하도록 함
- 적극적 투자유지체계 확립을 위하여 잠재투자자를 대상으로 상시로 투자 모델 공간을 조성하거나 홍보물 배포, 투자설명회 개최, 관광 관련 업체 대상의 컨소시엄형 사업 발굴 등의 방법을 이용함
- 민간투자 사업에 대한 지원 혹은 관리 체계를 내실화하여 민간투자자의 의견에 신속하게 대응할 수 있도록 함
 - 사업투자에 대한 민관 거버넌스를 활성화하기 위해 전담기구를 만들어 상설화하고, 민간투자사업 지원협의체를 구성하여 민간 참여를 강화하는 방안을 모색함

- 해당 사업과 관련된 대전시 내 기존 관광지의 인지도 극대화를 통해 안정적인 관광수요 창출을 도모함
 - 보문산 관광거점 조성계획 내 행평지구의 '오-월드'는 대전시 관광지로 인식되어 있으므로, 해당 사업 인근 정비와 활발한 홍보 활동으로 안정적인 관광수요를 창출함
- 해당 사업에 민간자본 투자 시 인센티브를 부여하여 사업의 매력도를 높임
 - 제반 인허가 절차 간소화 등을 통해 원활한 사업추진을 도모하고, 지역관광 연구개발, 관광기술 협력 알선 등을 적극적으로 지원하는 등 행정 지원을 시행함
 - 정부 기관의 민간부문 유치, 지역 잠재 자본 발굴을 활용하거나 참여 예정 기업에 대한 여신 규제 완화 등의 방법을 통해 재정적인 지원을 시행함
 - 지급 보증, 시설대여 보증, 이행 보증 등 민간투자 업체에 대한 신용보증제도를 검토하여 신용보증 지원을 시행함
 - 보문산 관광거점 조성계획의 H/W 사업 중 에어로디움 스포츠파크와 글로리 정원, 그리고 바이대전 플리마켓&스토리광장 조성사업 등 판매를 통해 수익을 창출할 수 있는 사업들은 판매수익을 고려하거나 일부 시설을 직접 운영하게 하는 등의 인센티브를 부여함
 - 관광기념품 제작 시 민간자본 투자 기업에 우선적으로 생산 혹은 판매 관련 계약을 맺고 문화관광기념품 특화 거리 조성 시에도 우선적으로 선호하는 자리에 입점할 수 있게 해주는 방안을 통하여 이점을 부여함
- 민간자본 투자 시 해당 시설에 기업명을 함께 기재하는 등 기업 홍보에 도움이 될 수 있는 기회를 부여함
 - 보문산 관광거점 조성계획의 에어로디움 스포츠파크 등 민자유치가 필요한 H/W 사업에 기업명을 기재하거나 홍보관을 마련하여 기업의 홍보 창구로 활용할 수 있도록 함
 - 또한 축제관광 계획에서 지역축제 홍보관 운영사업 혹은 특화 먹거리 개발사업에 민간기업과 스폰서십을 맺어 기업 홍보관을 설치하거나 홍보 부스를 따로 마련해 축제 활성화를 함께 도모함
- 대전의 관광학적 특성을 고려했을 때 해외 민간자본 투자보다는 국내 민간자본 투자를 유치하는 것이 현실적으로 필요함
 - 다만 관광개발 관련 사업이 높은 투자와 장기간 소요되는 특성이 있으므로 민간자본 투자를 촉진하기 위한 수익성 보장이 중요함
 - 따라서 민간자본 투자가 가능한 사업을 토대로 투자 매력도와 경쟁력을 높이는 것이 중요함

3절 개발효과 분석

1. 경제적 파급효과

1) 전략별 관광(개발)계획으로 인한 경제적 파급효과

- 제7차 대전권역계획에 대한 계획기간의 마지막 시점인 2026년만 살펴보면, 생산유발효과 약 256억 원, 고용유발효과 127명, 부가가치유발효과 약 131억 원, 소득유발효과 약 75억, 조세유발효과 약 9.5억 원의 경제적 파급효과가 도출됨

[표 4-20] 전략별 관광(개발)계획으로 인한 경제적 파급효과 결과

단위: 백만 원, 명

연도	생산유발효과	고용유발효과	부가가치유발효과	소득유발효과	조세유발효과
2022년	45,643	205	22,499	12,965	1,776
2023년	96,832	335	43,537	25,647	4,143
2024년	81,287	279	36,440	21,482	3,487
2025년	70,394	243	31,645	18,643	3,012
2026년	25,588	127	13,132	7,498	949

2) 관광객 지출로 인한 경제적 파급효과

- 2026년 기준 대전에 방문하는 관광객의 지출액으로 인한 직·간접적인 생산유발효과는 3조 9,962억 원이며, 증가한 생산량을 충족하기 위해 추가로 고용되는 인원은 13,200명, 새롭게 창출되는 부가가치는 1조 6,281억 원, 소득유발효과는 약 7,852억 원, 조세유발효과는 1,879억 원 규모로 추산됨

[표 4-21] 관광객 지출로 인한 경제적 파급효과 결과

단위: 백만 원, 명

연도	생산유발효과	고용유발효과	부가가치유발효과	소득유발효과	조세유발효과
2022년	1,657,073	5,473	675,115	325,572	77,915
2023년	2,333,139	7,706	950,554	458,402	109,703
2024년	2,915,610	9,630	1,187,861	572,843	137,091
2025년	3,463,316	11,440	1,411,004	680,453	162,843
2026년	3,996,239	13,200	1,628,125	785,159	187,901

3) 종합

- 전략별 관광(개발)계획으로 인한 경제적 파급효과 결과와 관광객 지출로 인한 경제적 파급효과 결과를 종합한 결과, 2026년 기준 약 4조 218억 원의 생산유발효과, 약 13,327명의 고용유발효과, 약 1조 6,413억 원의 부가가치유발효과, 약 7,927억 원의 소득유발효과, 그리고 약 1,889억 원의 조세유발효과가 기대됨

[표 4-22] 전략별 관광(개발)계획과 관광객 지출로 인한 경제적 파급효과 전체 결과

단위: 백만 원, 명^a

연도	생산유발효과	고용유발효과	부가가치유발효과	소득유발효과	조세유발효과
2022년	1,702,716	5,678	697,613	338,537	79,691
2023년	2,429,971	8,042	994,091	484,049	113,846
2024년	2,996,897	9,909	1,224,301	594,325	140,578
2025년	3,533,710	11,683	1,442,649	699,096	165,855
2026년	4,021,827	13,327	1,641,256	792,657	188,851

주: ^a 반올림하여 사용하였기 때문에 일부 비용과 인원은 상이할 수 있음

2. 사회·문화·환경적 파급효과

1) 긍정적 효과

(1) 삶의 질 향상

- 제7차 대전권역계획을 통해 제시된 관광·여가 관련 시설, 관광 활동, 그리고 프로그램으로 인해 지역주민의 관광·여가 기회가 증대할 것이고, 이는 지역주민을 위한 삶의 질 향상에도 도움이 될 것임
- 따라서 관광·여가 관련 직·간접적인 인프라 확충을 통해 지역주민과 관광객에게 행복감을 제공하고, 관광 체험 향유권을 보장하여 전반적인 삶의 질 개선을 도모할 수 있을 것임

(2) 관광활성화 도모

- 제7차 대전권역계획에 언급된 관광 소권 내 개발과 진흥 관련 전략사업을 통해 대전의 관광 활성화를 도모할 수 있을 것으로 판단됨
- 특히 제7차 대전권역계획의 추진 사업은 관광 소권별로 균등하게 적용이 가능하다는 점에서 대전 관광을 전반적인 차원에서 활성화할 수 있을 것으로 판단됨

(3) 관광목적지 이미지 개선

- 제7차 대전권역계획을 통해 관광 관련 시설 조성 및 프로그램 도입이 된다면, 관광목적지로 대전에 대한 부정적 이미지를 변화시키는 계기가 될 수 있을 것임
- 아울러 대전을 방문하는 관광객뿐만 아니라 지역주민의 관광·여가 참여 기회가 직·간접적으로 증가할 것이며, 이를 통해 대전의 관광 중요성 인식 제고와 긍정적 이미지 인식을 도모할 수 있을 것임

(4) 관광산업 저변 확대

- 제7차 대전권역계획을 통해 관광 관련 시설과 프로그램이 확대될 것이고, 이는 대전의 관광 산업 전반의 저변 확대에도 도움이 될 것임

- 이에 기존 대규모 사업자 중심에서 틈새시장에 적합한 신규 잠재 인적 자원의 사회진출 기회가 확대되어 대전의 관광산업 분야 고용기회 창출로 이어질 것으로 판단됨

(5) 광역 관광 발전 가능성 도모

- 제7차 대전권역계획의 추진전략 내 사업의 일부는 대전뿐만 아니라 충청권(세종, 충북, 충남)과 연대·연계·협력하여 광역 차원에서 대응이 가능할 것임
- 따라서 제7차 대전권역계획의 내 추진되는 사업을 충청권역계획과 연결한다면, 충청권 광역 관광거점으로 대전의 기능을 강화·활용할 수 있을 것으로 기대됨

2) 부정적 효과

(1) 지역주민 불편 현상

- 제7차 대전권역계획을 통해 대전을 방문하는 관광객이 증가하면, 지역주민 불편 현상이 발생할 것으로 예상됨
- 이러한 사회·문화적 불편으로 인해 지역주민이 관광에 대한 회의적 태도가 발생할 수 있을 것이며, 이에 대한 사회적 비용 투입도 필요할 수 있어 지역주민의 불편은 파생적으로 발생할 수 있을 것임

(2) 이해관계자 간 갈등

- 제7차 대전권역계획을 통해 제안된 관광 관련 개발과 진흥에 대해 다양한 이해관계자가 존재하기 때문에 의사결정에서 차이가 발생하는 등 갈등을 겪을 가능성이 있음
- 따라서 다양하게 발생 가능한 이해관계자 간 갈등은 결국 지역 기반형 관광사업 추진에도 부정적 영향을 미칠 수 있을 것이며, 관광 관련 사업 추진의 어려움 또한 예상해볼 수 있음

(3) 생활환경 변화와 자연환경 훼손

- 제7차 대전권역계획의 관광개발과 그에 따른 관광객의 방문을 통해 생활환경뿐만 아니라 자연환경이 변화될 가능성이 크다고 볼 수 있음
- 결국 관광개발에 따른 생활환경 변화와 자연환경 훼손으로 인해 지역주민뿐만 아니라 대전을 방문하는 관광객에게 불편함을 제공하게 될 것임

3) 부정적 효과 저감방안

(1) 지역주민을 위한 사회·문화적 충격 완화와 대응 전략 수립

- 제7차 대전권역계획을 통해 지역주민의 생활에도 변화와 불편이 예상되기 때문에 이를 최소화할 수 있는 대응 전략을 갖추는 노력이 필요함
- 결국 계획이 성공적으로 진행되기 위해서는 지역주민의 공감대 형성이 무엇보다 중요한 만큼 계획 시 지역주민의 의견수렴 과정이 필요할 것이며, 직·간접적으로 사업에 지역주민을 참여시켜 사회적 이익을 실현할 수 있는 공동 주체가 될 수 있도록 해야 할 것임

(2) 보전 계획 수립과 이행

- 제7차 대전권역계획을 통해 부정적 환경 변화가 예상되기 때문에 지속 가능 차원의 보전 계획을 수립하고, 이를 이행하는 노력이 필요할 것임
- 아울러 효과적 자원화 시스템 마련과 함께 지속 가능한 방전방안을 모색하기 위해 지역주민 뿐만 아니라 대전을 방문하는 관광객을 대상으로 환경보전에 대한 인식을 확산시키려는 노력을 병행해야 할 것으로 판단됨

(3) 관광객 관리 시스템 구축

- 제7차 대전권역계획을 통해 대전을 방문하는 관광객이 증가할수록 효율적 관광자원 이용을 위한 관리 시스템을 확보하는 것이 중요함
- 아울러 대전을 방문하는 관광객뿐만 아니라 지역주민 대상으로, 환경오염 발생이 최소화될 수 있도록 캠페인과 환경 운동을 전개하여 의식 개선을 유도하는 노력이 병행되어야 할 것임

참고문헌

- 국토교통부(2019), 〈제3차 스마트도시 종합계획: 2019~2023〉
- 국토연구원(2019), 〈도시내 온천관광지구 활력증진을 위한 경쟁력 제고방안 연구〉
- 기획재정부(2019), 〈2020년도 국가균형발전특별회계 예산안 편성 지침〉
- 기획재정부(2020), 〈2021년도 국가균형발전특별회계 예산안 편성 지침〉
- 대전광역시 동구(2020), 〈대전 동구 관광종합개발계획 수립 용역〉
- 대전광역시 유성구(2020), 〈2020년 온천지구 관광거점 조성사업계획서〉
- 대전광역시(2013), 〈보문산권 종합관광개발 기본계획〉
- 대전광역시(2015), 〈2025 대전광역시 경관계획〉
- 대전광역시(2019) 〈2030 대전도시기본계획 일부변경〉
- 대전광역시(2020), 〈2030 새로운 대전 그랜드플랜〉
- 대전광역시·대전세종연구원(2021), 〈대청호오백리길 관광활성화 방안 연구〉
- 대전마케팅공사(2021), 〈대전 국제회의복합지구 지정 및 육성진흥계획 수립 연구〉
- 대한민국정부(2019), 〈제5차 국토종합계획〉
- 문화체육관광부(2016), 〈충청유교문화권 광역관광개발 기본구상 및 계획〉
- 문화체육관광부(2018), 〈제5차 관광진흥 5개년 계획 수립 연구〉
- 문화체육관광부(2019), 〈제4차 국제회의산업 육성 기본계획〉
- 문화체육관광부(2020a), 〈2019 국민여행조사: 분석편〉
- 문화체육관광부(2020b), 〈2019 관광사업체조사〉
- 문화체육관광부(2020c), 〈2021년도 예산·기금운용계획 개요〉
- 문화체육관광부(2021a), 〈축제 관련 산업 기초조사를 통한 축제의 산업적 발전방안〉
- 문화체육관광부(2021b), 〈제4차 관광개발기본계획(안) 주요내용〉
- 송수엽(2021), 코로나19 발생에 따른 2020년 관광레저소비지출동향, 〈한국관광정책〉 83호, 104~108.
- 인천광역시(2017), 〈제6차 인천권 관광개발계획〉
- 행정중심복합도시건설청(2020), 〈행정중심복합도시권 문화·관광분야 발전전략〉

중도일보(2021.3.8.), [대전다크투어] 아픈역사 발자취 따라 길을 걷다

국가관광자원개발 통합정보시스템, 〈<https://tdss.kr/pub/main.do>〉

대전광역시 예산재정 홈페이지, 〈<https://www.daejeon.go.kr/bud/index.do>〉

문화체육관광부 홈페이지, 〈<https://www.mcst.go.kr/kor/main.jsp>〉

연 구 책 임 : 윤설민(대전세종연구원 미래기획실 연구위원)

내 부 연 구 진 : 김흥주(대전세종연구원 세종연구실 연구위원)

(가나다 순) 문충만(대전세종연구원 지속가능연구실 책임연구위원)

양준석(대전세종연구원 성장동력연구실 연구위원)

염인섭(대전세종연구원 미래기획실 책임연구위원)

이은재(대전세종연구원 지속가능연구실 책임연구위원)

이정범(대전세종연구원 지속가능연구실 책임연구위원)

임병호(대전세종연구원 혁신공간연구실 선임연구위원)

한상헌(대전세종연구원 시민행복연구실 책임연구위원)

외 부 연 구 진 : 김동한(한남대학교 호텔항공경영학과 교수)

(가나다 순) 김흥렬(목원대학교 항공호텔관광경영학과 교수)

박근수(배재대학교 호텔항공경영학과 교수)

박종진(여가공간연구소 소장)

윤동환(공주대학교 관광&영어통역 융복합학과 교수)

이상민(한남대학교 호텔항공경영학과 교수)

이준재(한남대학교 호텔항공경영학과 교수)

장인식(우송정보대학교 호텔관광과 교수)

연 구 보 조 : 이소효(대전세종연구원 미래기획실 위촉연구원)

(가나다 순) 임은재(대전세종연구원 미래기획실 위촉연구원)

자 문 위 원 : 송학준(배재대학교 호텔항공경영학과 교수)

(가나다 순) 송현철(한국관광공사 대전충남지사장)

이순자(국토연구원 국토계획·지역연구본부 선임연구위원)

이원석(경기대학교 관광개발학과 교수)

Daejeon is U