

대전 관광정책 방향을 위한 제언

장인식 우송정보대학 문화관광계열 교수

1. 들어가는 말

19세기가 자유를 갈망하는 시대였고, 20세기가 평등을 추구하는 시대였다면, 21세기는 행복을 향한 열린 시대라고 표현하고 싶다. 이 같은 생각은 사회의 거대한 물결이 수렵사회를 시작으로 농업사회, 공업사회, 정보사회를 거쳐 여태까지 생각하지도 못했던 신소재(新素材) 미래사회로 치닫고 있기 때문이기도 하다.

즉, 농업혁명과 산업혁명에 이은 새로운 지식혁명은 다시금 생존과 성장을 위한 치열한 경쟁을 예고하고 있으며 한 걸음 더 나아가 '인간다운 삶의 질 향상'을 위해 생존만이 아닌 자존과 자유, 이를 위한 개선과 진보, 개혁과 혁신과 같은 적극적이며 의도적인 발전까지를 요구하고 있기 때문이다.

그래서인지 미래의 도시정책들도 활력(vitality)과 녹색(green), 재생(regeneration), 문화(culture), 복지(welfare), 참여(participation)라는 새로운 이념들로 재구성되어 가고 있다(대한국토도시계획학회, 2009). 그 중에서 문화정책의 역할과 기능은 큰 관심을 모으기에 충분해 보인다.

왜냐하면 문화라는 요소가 사회흐름에 대한 큰 물결을 가장 잘 반영할 수 있음과 동시에 다양한 도시민의 수준과 요구에도 쉽게 부합할 수 있기 때문이다. 지역에 대한 전통성을 유지하고 정체성을 확립하며 사회통합은 물론 더 나아가 문화 복지와 산업으로의 확대도 가능하기 때문이다.

마치 문화라는 어원자체가 지닌 '발을 경작한다.'와 '가치를 창조한다.'라는 의미

를 지니고 있는 것처럼 말이다. 그 중에서 관광(觀光)이 갖는 역할은 남다르다. 이 역시도 문화가 지니는 속성처럼 인간성 회복수단은 물론 건전한 지역문화의 창달과 진흥을 시작으로 하는 하나의 장소(場所)산업으로까지 확대가 가능하기 때문이다.

분명코 제반 물질문명의 발달은 노동시간을 단축해 놓을 수 있기에 미래사회는 여가 중심사회로 이루어지며 이미 늘어나 있는 자유 시간에 무엇을 어떻게 해야 할 것인가로 문제의 핵심이 압축되어 가고 있기에 이들을 개인의 영역에만 묶어 놓고 방치하기엔 너무도 인색해 진다.

무의미한 시간 때우기(time killing)와 소극적이며 획일화된 개인적인 여가활동이야말로 많은 사회적인 역기능을 초래할 수도 있기에 많은 선진 국가들이 앞 다투어 큰 관심을 가지는 까닭이다. 즉, 개인적인 행복추구권으로 문화와 여가생활을 보장함과 동시에 지역경쟁력 강화수단으로 지혜롭게 활용하고자 있는 형국이다.

다시 말해 많은 현대인들이 추구하는 다양한 행복 찾기의 하나가 자유 시간에 행해지는 다양한 행위일 것이요, 이러한 표현이 사회를 안정시키고 넉넉한 돌봄 사회로의 진입을 돕게 된다면 게다가 경쟁력을 갖춘 하나의 유기체로 자리 잡아 간다면, 이는 실로 간과할 수 없는 높은 부가가치를 지니게 된다는 이치이다(한국문화관광연구원, 2008). 게다가 이 같은 경향이 1860년대 산업혁명 직후엔 유럽의 유한계급층이 주류를 이끌어냈지만 1910년대는 미국의 중산계급층이, 1960년대는 지구 북반구에 위치한 선진 국민들이, 그리고 향후 2010년대에는 신흥공업국들이 밀집한 아시아 지역민들이 주체가 될 것이라는 예견은 매우 기대되는 내용이다(안종윤, 2007).

이러한 맥락에서 대전광역시 역시도 올해의 시정목표를 쾌적한 환경도시, 창의적 교육도시, 건강한 장수도시에 두고 문화관광 정책 역시도 ①시민이 행복한 문화예술도시 조성 ②생활 중심의「열린 문화 환경」확충 ③스포츠 활성화로 시민 행복지수 향상 ④생활 밀착형 체육시설 인프라 확충 ⑤고부가가치의 문화산업 육성 ⑥지역경제 활력을 위한 MICE 산업 육성 ⑦중부권의 관광 거점도시 육성 ⑧문화재 보존 등 전통 문화유산의 전승 ⑨시민과의 접점에서 생활문화 서비스 강화문화로 생동하는 대전을 만들어 보겠다는 노력을 보이기도 하였다(대전광역시, 2009).

특히, 최근에는 그동안 대전시가 담당해왔던 문화예술의 창작과 보급 활동, 문화지원 사업, 시민 문화향수 기회 확대와 문예 진흥 정책자문 및 교육·조사연구, 국내·외 문화예술 교류 등에 관한 사업을 민간주도로 전환하고자 문화재단을 출범시키기도 하였으며 동시에 대전충청방문의 해 사업추진 및 MICE 산업육성의 해로 준비하고 있다.

이러한 배경 하에서 본 논고에서는 시 승격 60주년을 보내면서 2010년 대전충청방문의 해라는 특별한 이벤트는 물론 민선 5기가 해결해야 할 새로운 관광부문의 해결과제와 정책목표 등을 향후 전개될 제5차 대전권 관광개발계획의 입장에서 나름대로의 방향과 대안들로 구성해보고자 한다.

2. 대전의 관광위상

2.1 관광이미지와 동향

일반적으로 관광이란 일상 생활권을 떠나 다시 돌아 올 예정으로 즐거움을 추구하는 행위를 일컫는다. 이를 만들어내는 요인(동기)이 많아 있을 수 있겠지만 크게는 자발적인 입장과 인위적인 입장이 있다고 본다. 즉, 관광의 주체가 관광대상을 스스로 직접 찾아나설 수도 있고 아니면 관광자원(매력물)에 의해 좌우될 수도 있다는 의미이다.

그렇다면 대전은 과연 관광기능에 있어 어느 정도의 역할을 담당하고 있을까? 이러한 의문은 곧바로 대전은 과연 어떠한 이미지를 가지고 있는나로 이어진다. 일반적으로 이미지란 사람의 마음속에 그려지는 감각적인 영상, 즉 심상(心像)을 뜻하고 있는데 실제적으로 이를 통하여 관광행동에 많은 영향을 주고받기 때문이다.

동시에 이러한 이미지는 한 도시를 마케팅하는 입장에서도 중요하다. 또한 불특정한 고객들을 상대로 강력하고 바람직한 연상(聯想)으로써 도시를 포장하고 홍보하는 강력한 수단도 되고 있다. 아니 더 나아가, 도시의 속성과 다양한 도시환경, 그리고 이에 대한 소비자의 주관적 연상이나 감정까지 포함하는 도시브랜드에 있어서도 큰 역할을 담당하기도 한다.

근래 대전발전연구원(2007)에서는 전국 광역자치단체별로 인구비율에 맞게 표본을 할당하여 대전의 관광이미지를 조사한 바 있다. 그 결과, 대전은 자연환경보다는 인문환경적인 이미지가 강하고 흥미롭다, 저렴하다, 친근하다, 안전하다, 차분하다, 편안하다, 깨끗하다, 교육적으로 나타나 비교적 긍정적이며 미래지향적인 곳으로 인식하고 있었다. 하지만 매력정도나 음식, 동적 감각 등에 있어서는 특별한 느낌을 가지고 있지 못하는 것으로 나타났다.

동시에 대전소재 관광자원에 대한 인지면에 있어서는 엑스포 과학공원(15.8%), 유성온천(11.7%), 월드컵경기장(8.8%), 대덕연구단지(6.74%) 등의 순이었으며 평균 2개 정도는 알고 있었다. 그래서인지 대전과 가장 가까운 이미지로서 ①과학중심지(31.3%) ②행정중심지(19.2%) ③교통중심지(17.3%) 등의 순으로 나타났다.

한편 한국관광공사에서 정기적으로 시행하고 있는 국민여행실태조사에서 나타난 대전방문객들의 성향에 있어서는 당일관광이나 숙박관광 측면에 있어 울산과 함께 매우 낮은 방문률을 나타내고 있고 관광에 대한 매력정도 역시도 낮은 편이라 평가할 수 있다. 하지만 당일관광에 있어 대전시민의 참여율이 여전히 15%선을 유지하고 있음은 매우 주목할 가치가 크다고 여겨진다.

요약해 본다면 대전시는 과학도시라는 강한 관광이미지 속에 주로 20-40대들이 주

말을 이용하여 자가용으로 많이 방문하고 있으며 이 같은 실태는 전국 16개 시도와 비교하여 아주 낮은 수치이자 관광목적지로서는 많은 한계를 드러내 보이고 있었다. 하지만 당일관광에 있어서 대전시민의 참여율이 높고 최근 수도권 방문객의 뚜렷한 증가 추세는 새로운 관심을 모으기 충분하다고 여겨진다.

표 1
방문지 대전의 위상

순 위	방문선호		기억에 남는지역	향후 방문 희망지역	만족도
	숙박여행	당일여행			
1위	강 원	경 기	강 원	제 주	제 주
2위	경 기	서 울	경 기	강 원	강 원
3위	경 남	경 남	경 남	북 한	경 북
4위	충 남	충 남	경 북	경 북	전 남
5위	경 북	전 남	충 남	전 남	전북/광주
6위	전 남	경 북	전 남	부 산	-
7위	서 울	강 원	부 산	경 남	부산/경남
8위	전 북	전 북	서 울	서 울	-
9위	충 북	인 천	전북/제주	전 북	충 남
10위	부 산	부 산	-	충남/경기	충 북
11위	제 주	충 북	충 북	-	경 기
12위	인 천	대 전	인 천	인 천	대 구
13위	대 구	대 구	대 구	충 북	인 천
14위	대 전	광 주	대 전	울 산	울 산
15위	광 주	제 주	울산/광주	대 구	서 울
16위	울 산	울 산	-	광주/대전	대 전

지 료 : 한국관광공사, 2008 국민여행실태조사, 2009.

2.2 관광산업여건

2009년 12월 현재, 대전지역은 관광사업 측면에 있어서 전국의 3.6%선인 457개 업체가 운영 중에 있다. 그 중 22개의 관광호텔이 있는데 전국평균의 객실이용률(57%)보다 낮은 수준에 머물고 있으며 외국인 이용률도 전국평균의 절반에 가까운 실적을 나타내고 있어 지역관광의 내실화가 필요한 시점에 놓여 있다.

그나마 다소 경쟁력 있는 부문이 시내순환관광업인데 이 역시도 학생중심과 대전 시민이용에서 크게 벗어나지 못하고 있어 또 다른 과제를 안겨 주고 있다. 아울러 수차 상으로는 특정국가의 음식을 전문적으로 제공하는 관광식당업이 다소 우위를 나타내고는 있으나 비교적 부가가치가 높은 외국인전용 유흥 음식점업이나 관광 펜션업 등과 같은 관광 사업은 전무한 실정이기도 하다.

한편 관광자원 측면에 있어서도 대전지역의 사정은 그리 여유롭지 못하다. 전국 26 개소가 지정·운영되고 있는 관광특구에 있어 단지 유성지역 1개만 속해 있고 전국 112 개소 자연휴양림 중 2개소만 있을 뿐, 관광거점지역이라 일컫는 관광단지과 정부가 지원하자는 관광지는 단 한 개도 없는 형편이다.

표 2 대전시의 관광사업위상

구분	여행업			관광숙박업			관광객 이용 시설업	국제회의업		카지노업	유원 시설	관광편의시설업		
	국외	국내	일반	호텔	콘도	기타		사실	기획			관광식당	사내관광	기타
서울	2,600	933	662	116	0	6	84	2	129	3	7	708	1	73
부산	429	285	32	49	3	1	10	1	16	2	13	129	1	47
대구	180	167	10	24	0	0	2	1	3	0	9	48	0	11
인천	203	198	8	36	1	2	5	0	0	1	5	78	1	4
광주	125	126	13	19	0	0	2	1	2	0	3	40	0	4
대전	176	158	9	22	0	0	4	1	2	0	2	72	1	0
(%)	3.4	4.4	1.0	3.7	0	0	2.5	11.1	1.2	0	1.2	4.4	2.5	0
울산	62	60	6	7	0	0	0	0	2	0	6	36	0	7
경기	172	211	45	75	1	1	4	1	0	0	32	252	0	173
강원	88	88	14	32	18	4	10	0	2	2	21	31	0	31
충북	141	157	12	23	7	1	2	0	0	0	7	23	0	5
충남	143	173	1	17	1	1	2	0	0	0	16	49	0	0
전북	95	103	19	14	0	5	1	0	0	0	13	31	0	24
전남	136	198	10	24	5	7	0	0	0	0	13	36	0	4
경북	219	262	5	51	12	0	4	0	0	1	10	23	0	14
경남	240	260	12	32	6	4	1	1	0	0	9	60	0	7
제주	43	176	55	50	4	13	27	1	4	8	7	32	0	2
합계	5,052	3,555	913	591	58	45	158	9	161	17	173	1,648	4	406

자료 : 한국관광협회중앙회(www.koreatravel.or.kr) 2009

33 관광행정여건

관광정책은 관광을 촉진하기 위하여 조직체가 취하는 여러 가지 시책을 의미하는 데 여기에서 조직(組織)이라함은 인간의 노력을 보다 효과적으로 협동시키기 위한 목적 실현 수단을 일컫고 있기에 관광조직 역시도 관광진흥을 위해 마련된 여러 시책들에 대하여 효과적으로 실행할 수 있도록 편성되어야 함은 당연한 이치이다.

여기에는 공공부문을 구체화하는 관광행정과 민간부문의 영역을 다루어야 하는 관광경영가지도 고려되어야 하겠으며 관광산업의 진흥, 관광자원개발과 시설확충, 관광자원의 보호, 관광영업의 단속, 관광여가의 장려, 외래 관광객 유치, 관광통계의 작성 등 매우 다양한 관광시책에 따라 전개가 가능하다.

관광에 대한 공공부문의 역할은 크게 정책, 기획, 개발, 규제 등과 같은 내용을 중심

으로 한 관광행정을 비롯하여 조사연구, 교육과 훈련, 마케팅까지를 포함해야 한다고 하나 국내의 경우, 관광기본법에서 명시하고 있는 외국관광객 유치에 비롯하여 관광객 이용시설의 개선, 관광자원의 보호, 관광사업의 지도육성, 관광종사원의 자질향상, 관광지 지정과 개발, 관광개발진흥기금의 운영, 기타 대전지역관광 활성화 등이 중심이 되고 있다.

표 3
대전시 관광행정위상

지역	국	과	인력(명)	예산(억원)
서울	경쟁력강화본부	관광진흥담방 5개팀	59	481
부산	문화체육관광국	관광진흥과 5개팀	28	81
대구	문화체육관광국	관광문화재과 3개팀	22	121
인천	문화체육관광국	관광진흥과 4개팀	28	254
광주	도시마케팅본부	관광진흥과 4개팀	20	164
대전	문화체육관광국	관광문화재과 2개팀	13	142
울산	문화체육국	관광과 3개팀	18	177
경기	문화관광국	관광진흥과 3개팀	26	581
	문화복지국	문화관광과 2개팀		
강원	환경관광문화국	관광진흥과 5개팀	44	712
		마케팅사업본부 4개팀		
충북	문화관광환경국	관광항공과 3개팀	17	201
충남	문화체육관광국	관광산업과 4개팀	19	371
전북	문화체육관광국	관광산업과 5개팀	23	264
전남	관광문화국	관광정책과 6개팀	31	951
경북	관광산업국	관광산업과		
		관광개발과	38	253
		관광마케팅사업단		
경남	문화관광체육국	관광진흥과 4개팀	18	520
제주	문화관광교통국	관광정책과 5개팀	22	553

현재 대전시청에서 문화체육국 산하 관광문화재과에서 관광기획담당, 관광산업담당 등 2개 조직에서 관광업무를 담당하고 있는데 이는 전국 16개 광역자치단체와의 관광행정력을 비교해 볼 때, 인력측면에서는 16개 시도 중에서 제일 적고 일부 문화재 업무까지 담당, 뚜렷한 관광업무의 독립기능도 약한 실정이다. 또한 5개 기초자치단체에 있어서도 축제와 홍보, 청소년 등과 같은 업무와 관광행정까지를 병행하여 다루고 있는 구조이다.

3. 대전의 관광정책방향

3.1 관광개발방향의 균형유지

일반적으로 관광을 형성하는 구조로서는 주체(관광객), 객체(관광자원), 매체(편의 시설) 등으로 설명하고 있다. 이는 관광시장(수요)과 관광자원(공급)을 연결하는 교통, 정보, 서비스 등과 같은 일련의 시스템을 일컫는다. 여기에서 관광객은 '경험의 질 보장'이라는 일종의 변화 욕구를 충족하고자 하며 관광자원(매력물)을 공급하는 지역주민이나 기업체 등은 경제적인 편익을 포함한 다양한 혜택을 희망하게 된다. 여기에서 바로 관광개발이 등장하게 된다.

하지만 관광이라는 현상이 매우 유동적이고 다면적이기에 또한 개발이라는 개념 역시도 그 범위가 매우 넓어 그리 쉽게 접근하기는 어렵다. 즉, 관광을 의도적인 발전으로도 모하는 의미에서 개발의 수단으로 삼는 접근과 단순히 관광과정에서 필요한 제반 요소를 확보한다는 측면에서 살펴볼 수 있겠는데 관광 진흥 및 육성과 같은 폭넓은 해석이나 아니면 관광자 또는 관광지역의 희망조건만을 충족시켜주는 좁은 해석이나에 따라 그 의미가 달라질 수 있다는 것이다.

게다가 성장·발전과 그 뜻을 달리 하는 개발에 대한 해석이 경제적 중심의 생존형(self-sustenance)인가, 분배와 자립 중심의 자존형(self-esteem)인가, 삶의 질 향상을 꾀하는 자유형(freedom from servitude)인가에 따라서도 관광개발의 목표와 방향과 직결되는 중요한 역할을 하게 된다. 결과적으로 관광개발 역시도 그 적용범위와 다루고자 하는 내용에 따라 성격자체가 좌우된다 할 수 있다.

따라서 관광개발이란 관광자원이 지니고 있는 가치를 찾아내거나 높임으로써 관광객을 유치하고 관광경험을 보장함으로써 그 효과로 힘입어 지역발전을 도모하는 일을 일컫는거나 관광개발을 하고자 하는 자가 자원성, 시장성, 수용능력 등을 충분히 검토한 후, 대상지에 인력과 자본, 기술 등 유·무형의 투자를 하여 발전을 꾀하는 행위를 가리킨다. 결국 오늘날의 관광개발 분야도 단편적인 형태가 아닌 보다 구체적인 영역과 접근체계를 가져야 된다고 할 수 있다(장인식, 2004).

먼저 관광자원개발은 관광객이 관광자원에 대한 접근을 용이하게 해 줄 수 있는 활용방안을 시작으로 잠재력 높은 매력개발, 또는 새로운 신규자원의 발굴과 창출노력이 포함된다. 동시에 기존이든 신규이든 간에 자원으로서의 가치유지 노력과 이용자를 위한 경험의 질 보장, 그리고 수급간의 균형유지를 위한 제반적인 서비스 관리 등을 이에 포함된다.

관광시장개발은 관광 상품화(merchandising)를 중심으로 관광루트와 코스를 개발

하여 기존의 관광자원들에 대한 상품가치를 향상시킨다든지 고유성과 표준성을 조절하여 마케팅적 사고에 입각한 관광객 욕구만족을 위한 노력, 기타 일시적 수요환기나 신 수요창출을 위한 여러 형태의 이벤트를 만들어 내는 것들을 포함한다.

끝으로 관광제도개발은 현실가능성을 감안하여 개발주체에 대한 내·외부적인 여건을 향상시킨다는 부분으로 행정이나 재정적인 지원과 방책 등을 내용으로 하고 있다. 그것도 내용적으로는 관광인프라와 같은 기반부문과 관광활동에서 기본적으로 필요한 숙식·위락부문, 기타 관광지역에서의 친절과 같은 서비스부문 등으로 구분된다 하겠다.

그림 1
새로운 관광개발의 접근모형



아무튼 오늘날의 관광개발은 막연한 기대나 한정된 의지로서만 접근하는 분야가 아니라 추구하는 이념과 목적, 과제와 목표 등을 바탕으로 기본방침이 세워지고 개발 내용과 방법, 추진주체와 순서 등이 결정되는 일련의 과정을 거치게 되어야 할 시점에 와 있다. 그 중에서도 특히 자원조건이나 시장조건, 개발시기, 경영조건, 재정조건 등은 실현가능성으로 이어지는 중요한 역할을 하게 된다. 따라서 성급한 모방이나 비전문가에 의한 개념 없는 시도는 양적인 팽창은 있을지언정 질적인 내실은 부족하게 만드는 원인이 되고 있다.

3.2 정책목표의 확립과 실천

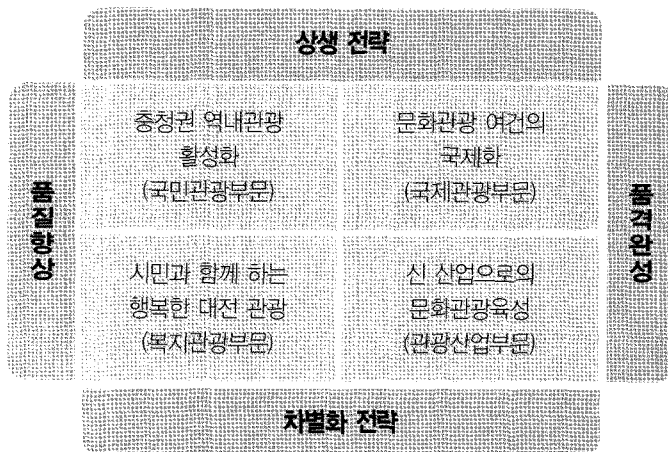
문화란 가치를 창조한다는 의미가 있고, 관광이란 타 지역의 이색적인 문화를 본다(觀國之光)는 뜻이 있다. 세계화와 지방화, 표준화와 고유화, 협력과 경쟁, 내부적 복지와 외부적 접객 등은 상반된 개념들이다. 게다가 개발이나 보전이나, 자력이나 타력이나 등도 서로 어울리지 않은 개념들이다. 따라서 이러한 것들을 지혜롭게 조합하고 균형을 유지함에 있어서는 진지한 고민이 요구된다.

즉, 지역주민의 희망조건과 방문객 경험의 질 보장, 지역의 자연인문환경의 보전 등이 서로 균형점을 이루는 선에서 발견하는 방책(方策)이 지속가능한 문화관광개발이 되는 것이다. 결코 쉬운 일이 아니기에 여러 상황을 파악하고 진지하게 접근해야 한다. 통제 가능한 사안들과 통제 불가능한 사안들을 구분 지어 나름대로의 아이디어들을 실현시켜 나가야 한다.

특히 대전광역시와 같이 상대적으로 관광수용기능이 취약한 입장에서는 분명한 목표를 가지고 신중하게 하나씩 엮어 나가야 한다. 체계적이며 전략적인 계획은 미래를 위해 더 유용하다는 상식에 부합하여 지역과 관련된 수많은 이미지들을 단순화시키고 이를 전략적인 형상으로 만드는 작업부터 시작하여야 하겠다.

이러한 맥락에서 대전광역시에서는 상생전략과 차별화전략이 동시에 필요한데 전자는 중앙정부에서 구상하고 있는 상위계획에 충실하면서 인근 충청지역과의 공동방안을 찾아보는 것이고 후자는 내생적 개발(endogenous development)을 중심으로 독창적인 방안들을 모색하는 방법이다. 동시에 내용적인 측면에 있어서는 품질향상과 품격완성을 목표로 접근하는 방안도 필요하다. 품질향상은 대전 시민과 방문객들에 대하여 보다 많은 편익을 제공하고 품격완성이란 국제적 수준으로서의 체질개선과 영역확대를 의미한다 하겠다.

그림 2
관광정책목표와 전략



4. 대전시 관광정책방안

4.1 '2010 대전방문의 해' 활용

2004년부터 문화체육관광부가 국내관광 진흥을 위해 시행해 온 지역방문의 해 사업은 7회째를 맞이하여 2010년 대전과 충남북이 공동으로 '대충청 방문의 해' 사업까지 이르렀다. 따라서 관광진흥개발기금 각 20억원과 한국관광공사 등을 통한 국내외 마케팅 지원이 우선적으로 지원된다.

이는 비교적 낙후되어 있는 대전의 관광위상을 높이는 기회임에는 틀림없다. 하지만 이러한 계기를 일회성 행사로 흘려보내다가 아님 사막의 신기루처럼 한껏 부풀기대로 인한 절망만을 초래하게 된다면 이는 참으로 안타까운 일이 될 것이다.

이러한 측면에서 성공적인 행사개최는 물론 지역관광 진흥을 위한 원년(元年)의 기회로 지혜롭게 활용해야 할 것이다. 먼저 기존 6개(강원, 경기, 제주, 경북, 광주전남, 인천) 지역에 대한 사례분석들을 보다 면밀히 짚고 넘어가야 하겠다. 그들은 평균 107억원의 사업비에 24개에서 43개의 사업들을 소화해냈다.

금번의 경우, 대전시에서는 공동사업 3개에 약 37억원(국비 17.5억, 시비 19.5억), 자체사업 18개에 약 10억원을 계획하고 있는데 이는 충남 자체사업 14개에 76억원, 충북 자체사업 91개에 232억원과 비교하여 뚜렷한 차이를 나타내고 있다. 따라서 대전시에서는 보다 효율적인 측면에서 사업집행에 만전을 기울여야 할 것이다.

특히, 5개의 기초자치단체와 산·관·학·연·연 등과 같은 네트워크가 더욱 더 중요해 보인다. 왜냐하면 대전지역 전반에 걸친 기반구조가 상대적으로 미약하기 때문이다. 게다가 충남의 대백제전과 충북의 한방바이오엑스포와 같은 대형행사 사이에서 남아공화국에서 열리는 월드컵 경기까지 자칫 초점을 잃어버릴 가능성도 크다.

동시에 관광진흥법에서 정하고 있는 제5차 권역계획(2012-2016)을 눈앞에 두고 있는 시점이기에 보다 내실 있는 추진능력도 점검을 해야 할 시기이다. 또한 민선 5기로 전환되는 시점에서 대전의 정체성과 개방성을 도모하는 하나의 유용한 수단으로서 관광을 활용해야 할 것이다.

표 4
2010 대중청방문의 해 사업
(대전담당)

구분	사업명	사업내용	
문화사업	기획특집	엽서는 정을 신고	· 관광명소 우체통설치(대형 3개, 소형 7개)
	관광상품	AM 7 대전충청투어	· 오전 7시 수도권 출발 충청권 여행
	홍보마케팅	공동홍보마케팅	· 방송매체 및 온라인, 홍보판 운영, 박람회참가 등
		선포식	· 재아의 타종식 연계
	특별이벤트 (4)	인기TV프로그램 방송	· 리얼 버라이어티 (1박2일 등) · 관광소재 프로그램 등 유치
		계족산 길(비수리 황토길)	· 3~5, 9~11월 / 6개월 추진 · KTX 등과 연계한 중부권 최고 걷기코스
		세계관광음식브랜드박람회	· 대전을 세계 웰빙 음식의 상징도시 인식 제고 및 취약한 먹 거리 발굴 홍보
		한밭로드스토리 발간	· 산길, 자전거길 등 · 세미나 개최, 홍보물 발간
	대전관광 브랜드 마케팅 (4)	대전 보물찾기	· 지도배포 후, 대전관광지 찾는 이벤트
		과학캠프 동행 학부모 시티투어	· 가족과학캠프 홍보물 제작지원 · 참가 학부모 시티투어(2,000명)
대전 관광상품 이노베이션		· 특화관광상품 개발 컨설팅지원 · 홍보활동 지원(5개사 선정)	
관광 비즈니스 컨퍼런스		· 관광전공 학생, 종사자, 취업희망자 교육훈련 (500명)	
자체사업	전국 문화관광해설사 대회	· 전국 300명 · 한국관광공사 지원(7,500천원)	
	친절서비스 콘테스트	· 역할극 경진대회 개최(10개팀)	
	인간분야 시민참여 활성화 (7)	· 명품 대전 사이버 타운	· 대전 관광 관련 홈페이지, 싸이월드, 블로그 책자발간 및 시상
		출향인사 초청행사	· 출향인사 초청 팸 투어 실시(500명)
		반가워유, 대전·한밭	· 대전 또는 한밭 명칭 이름, 마을, 법인 등 초청 시티투어 (80명)
		함께 해요, 이웃사촌 시티투어	· 전국 다문화가정 500 가구초청 시티투어
	지자체간 협력(2)	사이버 가이드 운영	· 76개 동별 추천인원 교육, UCC 콘테스트
대전 Hi-Five 프로모션		· 구별 축제 및 연합홍보사업 등	
평가환류(1)	자체사업 평가	· 연중평가, 모니터링, 기록유지 등	

자료 : 대전광역시 2010 대중청방문의 해 사업보고, 2009. 12

4.2 관광자원 개발측면

지역에 산재해 있는 다양한 잠재가치들을 자연자원과 문화자원, 사회자원, 산업자원, 위락자원 등으로 세분화시켜 보고 각기 당일형인가 체재형인가를 면밀하게 분석하여야 하겠다. 동시에 향후 자연환경의 중요성을 감안하여 자연보전지구, 자연함양지구, 자연환경지구, 자연개조지구, 자연개량지구, 자연조화지구 등과 같은 관광등급제를 실시해 봄직도 하다.

이는 기존의 자연자원을 이용함에 있어 방문객의 입장에서 어느 정도 쾌적성(amenity)을 사전에 보장에 두는 일종의 차별화 전략으로서 현재 그린벨트 지역이 많은 대전광역시의 입장에서 매우 유리할 것이다. 또한 신규 여가 공간의 확보노력에 주력하더라도 너무 무리한 물리적 개발보다는 신비감을 이끌어 낼 수 있는 관광 매력물을 발굴해 내는데 우선해야 한다. 예를 들면 한밭유교, 쇼핑자원, 대전 산성, 산업단지, 과학연구단지, 레저스포츠 등이다.

인적자원개발도 충분히 소화해야 한다. 대전 컨벤션 센터가 존재하고 국제적 수준의 위락단지가 조성되면 지금부터라도 이에 대응할 수 있는 전문 인력들이 양성되어야 한다. 동시에 꾸준한 관광종사원 재교육이나 지역주민에 대한 확대요령들도 질적으로 향상되는 방향에서 준비되어야 한다. 마지막으로 확보된 자원과 시설에 대한 관리, 서비스 관리, 이용자 관리 등 관광 가치를 유지하기 위한 내용들도 준비되어야 한다. 예를 들면 사이버 안내원 운영, 대전 시민 할인제, 사전 예약제, 통합 이용 할인제 등이다.

4.3 관광시장 개발측면

여기에는 최우선으로 '과학과 교통'이라는 중심이미지를 발판 삼아 다양한 콘텐츠를 만들어 나가야 하는 과제가 숨어 있다. 이는 지속적인 수요 환기형 축제와 이벤트를 적절히 조화시키는 명소마케팅 작업을 우선하고 있다. 현재 대전에는 총 22개의 축제가 있는데 가장 오래된 축제가 20년이 넘지도 못한 10년 미만이 대부분이다.

1983년 시작해 제일 오랜 연혁을 갖고 있는 한밭문화제가 사실상 2006년 막을 내리고, 1989년도에 시작한 유성축제가 최근에 통폐합됨으로써 대전지역 축제 대부분은 지방자치제가 시작된 1994년 이후에 만들어졌다. 현재 같은 이름으로 개최되는 가장 오랜 축제는 1990년 시작된 벚꽃을 주제로 한 신탄진 봄꽃축제뿐이다.

현재 대전광역시에 주관하는 것으로서는 꿈돌이 사이언스 페스티벌(과학산업과), e스포츠 한밭대전(문화산업과), 디쿠 페스티벌(문화산업과), 2010 영화제(문화산업과), 건우직녀 축제(문화예술과), 아줌마대축제(농업유통과), 윈터 페스티벌(문화예술의 전당), 스프링 페스티벌(문화예술의 전당), 빛깔 있는 여름축제(문화예술의 전당),

대전 국제음악제(문화예술의 전당) 등 10개로 정리되고 있다.

기초자치단체에 있어서는 인동장터 독립만세 운동재현, 물속마을 이야기 생명축제, 대전역 영시축제, 대학로 축제, 대청호 국화향 나라전 등 동구지역이 5개, 루체 페스타와 효문화 뿌리축제의 중구지역 2개, 수상뮤지컬 갑천과 가오내 축제의 서구지역 2개, 신탄진 봄꽃제와 동춘당 문화제의 대덕구 2개, 기타 유성구의 YESS 5월의 눈꽃축제 등 총 12개가 열리고 있다.

하지만 불행히도 정부지정 문화관광축제는 서울시와 함께 전무한 실정에 놓여 있으며 앞서 언급된 22개 축제행사 대부분이 거의 관 주도형으로 진행되고 있으며 특히, 다른 여타지역과는 달리 관광이나 축제부서가 아닌 다른 부서에서 열리는 행사가 많다는 문제점도 안고 있다. 게다가 대전의 대표축제라 칭하고 있는 국제열기구축제는 빠져 있다.

따라서 향후 이러한 사항들에 대한 보다 세밀한 손질은 물론 대전만의 독특한 축제 행사를 발굴하고 보여주었으면 한다. '위함'을 위한 거짓됨보다는 '의함'의 주임됨을 만들어 가야 한다는 의미이다(임재해, 2004). 바로 자발적 커뮤니티에 의한 마을축제의 지원강화 방안이다.

예컨대 유성구 전민동의 '한마음 축제' 라든지 중구 태평 2동의 '10월의 눈 내리는 마을' 축제, 동구 가양 2동의 '홍룡 가마놀이 행사' 등이 대표적이라 하겠다. 그 밖에도 동구지역에서의 탐제(용운동), 장승제(대동, 비룡동), 당산제(소제동), 정월 대보름제(대청동, 이사동), 디딜방아뱅이(산내동), 솟대제(판암동) 등도 포함된다.

아울러 중구지역의 칠석놀이(부사동), 옛장수놀이(문창동), 버드네 산신제와 보싸옴놀이(유천동), 대보름 액막이놀이(목달동), 으능정이 거리지(은행동) 등 주로 전통놀이에 치중한 문화계승 차원에서의 유사한 행사들이 해당된다. 이 같이 76개 동(洞)에서 아파트나 동호단체끼리 여러 형태로 이루어지고 있는 모양이 바로 대전만의 축제가 될 수 있다는 것이다.

또한 비교적 국내에서 사업경쟁력이 높은 시내관광순환업(시티투어)을 지역사랑 및 교육기능과 연결시켜 활성화해 나아갔으면 한다. 현재 초·중등학교에서 교육하고 있는 지역사회 과목을 대학과 일반인들에게 확산시켜 하나의 '대전지역 교양과목'으로 자리 매김 시켜봄도 매우 바람직 할 것이다. 게다가 보편적인 투어버스의 운행보다는 해설사나 전문가가 함께 동행 하는 '대전구석구석'이나 '대전 최고' 등의 상품으로 예약 운행하는 방안도 있을 수 있겠다.

특히, 대전 시민이나 방문객들을 위한 선진형 지도 제작이나 수요자 중심의 인터넷 데이터베이스 작업을 통해 방문객 형편에 맞는 루트와 코스정보를 제공하면 아주 차별화된 정책이 될 것이다. 그러하기 위해서라도 정확한 지역관광통계작업과 보다 과학적이며 지속적인 시장조사가 선행되어야 함은 지극히 당연하다.

4.4 관광제도 개발측면

창의적인 제도(정책)측면에 있어서는 먼저 상생적 접근방법이 있다. 이는 중앙정부가 계획하고 있는 정책들 중에서 대전광역시가 수용하여 지원받을 수 있는 내용들로서 중저가 숙박시설 확충, 한국전통 숙박시설의 육성, 문화 체험형 관광지 조성, 복지관광 도시지정, 도시형 기반시설의 확충, 쇼핑관광의 활성화, 지역주민에 대한 관광교육 지원, 문화관광마을의 조성 등이다.

게다가 문화관광 해설가 육성, 생태관광 시범지역 조성, 생태공원의 조성, 환경관광지 육성지원, 선진형 관광안내 정보체계 구축, 테마가 있는 가족형 휴양시설 조성, 도시공원의 생활관광 자원화, 휴가분산제 시행, 관광시설 이용에 대한 지역주민 할인제 실시, 노인층과 근로계층을 위한 휴양시설 확충, 장애인용 편의시설의 확대 등도 있다.

동시에 지역협력사업과 콘텐츠 융합분위기에 맞춰 보다 더 긴밀한 충청권 공동 대응력도 해당된다. 특히, 대전이 생활권인 충남의 계룡시와 공주시, 논산시, 연기군, 금산군 충북의 옥천군, 보은군, 영동군, 청원군 등을 비롯하여 G9 공동마케팅은 아주 보기 좋은 사례가 될 수 있겠다. 이는 도농교류의 촉진차원에서 매우 바람직하다고 여겨진다.

끝으로 관광기획 능력과 추진 역량을 강화할 수 있는 전문운영 조직도 필요해 보인다. 작게는 현재 대전시에서 운영하고 있는 인재개발원에서 문화관광 부문과 관련한 제반 프로그램을 개설, 적극적으로 공무원을 재교육했으면 한다. 동시에 평생교육 차원에서 다양한 여가기획 프로그램 교육도 힘껏 지원했으면 한다.

게다가 개발과 보전성격의 이중 업무를 안고 있는 대전시청의 '관광문화재' 부서를 현재 관광기본법과 관광진흥법에서 명시하고 있는 업무내지는 중앙부서(문화체육관광부 관광산업국)에서 담당하고 있는 내용정도는 책임질 수 있도록 조직을 개편할 필요성도 높아 보인다.

아니면 경상북도나 충청남도도 같이 관광담당 개방형 전문직을 수용한다든지 전북이나 제주와 같이 관광전문가를 특별채용 할 필요성도 있다. 더 나아가 경기도나 인천, 제주와 같이 별도의 관광공사 설립도 검토해 볼 가치는 있다. 왜냐하면 모토산 뉴 그린 파크의 완성과 장동 레포츠 관광단지의 신설 등 앞날을 고려해 볼 때, 현 대전도시공사 레저사업부의 독자적인 분리도 그리 엉뚱한 발상만은 아닐 것이다.

그래서 현재 대전시가 적자를 보전해 주고 있는 사업 분야, 즉 시티투어와 동물원, 국제열기구축제, 엑스포 과학공원 까지를 아우를 수 있도록 접근해봄도 좋다 판단한다. 아남 충남과 충북과 함께 광역경제권이 이미 형성되어 있으므로 이참에 가칭 충청관광공사의 설립도 가능해 진다. 아무튼 미래 산업에 대한 추진주체의 역량강화는 정책과 제도부문에 있어 매우 중요한 사항임에는 분명해 보인다.

5.. 마치는 말

도시는 만들기보다 관리하기가 더 어렵다고 한다. 새로운 도시건설만큼이나 변화하는 사회적 요구에 대응한 도시정책 역시도 쉽지 않다는 풀이이다. 또한 국가 간 경쟁에서 도시 간 경쟁으로 변모하고 있는 현 시점에서 창조력은 매우 중요한 수단이자 목적도 될 수 있다.

이러한 영역에 있어 문화관광의 역할이란 매우 커지고 있다. 많은 미래학자들이 향후 지구촌을 하나의 상상화된 커뮤니티(imaginated community)로 묶어주는 원동력을 바로 문화관광이라 자주 언급하고 있다.

이러한 관점에서 대전시의 문화관광위상이란 그리 여유로워 보이지는 않는다. 과학도시라는 강한 지역이미지에다 교통중심지라는 이점을 살리지 못한 채, 상대적으로 빈약한 매력성으로 영위해 나가고 있다.

그래도 향후 백제문화권과 금강문화권, 중원문화권의 배후기능이 자연스럽게 한밭 유교문화권과 연결되고 근래 컨벤션 센터의 완공 및 양호한 교통조건, 2010년 방문의 해 등은 대전시 문화관광의 앞날을 밝게 하고 있다.

하지만 문제의 핵심은 역시 다른 지역들과 마찬가지로 개발내용이 부족해서가 아니라 과연 실천할 능력과 의사결정자의 추진의지가 있느냐 하는 것이다. 극히 개인적인 경험에 의존하여 다른 지역에서도 다 해내는 일들인데 왜 우리지역도 쉬울 것이라는 안이함을 경계해야 할 것이다.

따라서 본 연구에 있어서는 이러한 대전시의 관광환경을 분석하여 품질향상과 품격완성이라는 미래지향적인 정책이념을 강조하고 있다. 전자는 정체성 입장에서 대전 시민을 위한 복지형 문화관광 프로그램 완성을 의미하는 것이고 후자 개방성 입장에서 국제적 수준으로의 구조 변환과 문화관광부문에 대한 영역확산을 의미한다.

이를 위해서는 자원개발과 시장개발, 제도개발이라는 새로운 틀 속에서 균형적인 정책방향이 형성되어야 한다. 동시에 본 논고에 있어서는 바로 그 핵심에 자발적인 지역공동체의 힘이 필요하다고 생각하여 휴먼웨어에 입각한 한밭공동체 회복도 함께 언급해 보았다. 「생활문화 공동체 만들기」와 「살기 좋은 마을 만들기」차원에서의 접근노력이 보다 체계적으로 전개되었으면 한다.

참고문헌

- 권영섭(2003), "지역별 지식기반산업 육성과 지역혁신체제", 국토연구원.
김광득(2005), "여가와 현대사회", 서울, 백산출판사.
김세용 외(2009), "도시이미지전략의 유형별 사례연구", 대한민국·도시계획학회, 국토계획, 제44권 제1호.
대한국토·도시계획학회(2002), "21세기 도시정책방향".
대전광역시(2007), "제4차 대전권 관광개발계획".
대전광역시 문화체육관광국(2009), "2010년 주요업무계획".
대전발전연구원(2009), "2010 충청권 방문의 해 자체실행계획".
문경원(2007), "대전지역 관광이미지발굴과 활용방안", 대전발전연구원.
문경원 외(2005), "대전의 장소마케팅 전략방안", 대전발전연구원.
문화관광부(2004), "관광진흥 5개년 계획(2004-2008)".
문화체육관광부(2009), "2008 관광동향에 관한 연차보고서".
박문순 외(2001), "세계화와 지방화", 삼성경제연구소.
변재상(2009), "국내 도시 이미지 전략 및 브랜드 슬로건의 경쟁분석", 대한민국·도시계획학회, 국토계획, 제44권 제6호.
안종윤(2007), "관광정책론", 서울: 박영사.
오동훈 외(2007), "도시재생전략으로서의 도시문화마케팅 해외사례연구", 대한민국·도시계획학회, 국토계획, 제42권 제5호.
이동환(2009), "해외도시개발의 전망 및 과제", 대한민국·도시계획학회, 도시정보.
이연정(2005), "문화산업정책 10년, 평가와 전망", 한국문화관광정책연구원.
이우종(2005), "도시브랜드 이미지의 구성요소와 영향에 관한 연구", 대한민국·도시계획학회, 국토계획 제40권 제6호.
임재해(2004), "지역문화 그 진단과 처방", 서울: 지식산업사.
장인식(2004), "관광개발의 학문적 성격과 범위", 여가관광연구, 제1권 제2호.
장인식(2006), "광역자치단체 관광개발의 과제와 방향", 국제관광연구, 제3권 제3호.
정선거(2009), "창조계층 유인을 위한 대전의 문화정책", 대전발전연구원.
한국관광공사(2009), "2008 국민여행실태조사".
한국관광학회(2009), "관광학총론", 서울: 백산출판사.
한국국제관광개발연구원(2000), "관광학사전", 서울: 백산출판사.
한국문화관광연구원(2008), "여가 그리고 정책", 서울: 대왕사.
황의연 외(2008), "주민 참여형 도시 만들기 사례의 사업주제별 유형과 특성분석", 대한민국·도시계획학회, 「국토계획」, 제43권 제6호.
대충청 방문의 해 사업 누리집, www.2010visit.org.kr
문화체육관광부 누리집, www.mcst.go.kr
한국관광공사 www.knto.or.kr
한국관광협회중앙회, www.koreatravel.or.kr
한국문화관광연구원 홈페이지, www.kcti.re.kr
한국방문의 해 위원회 누리집, www.visitkoreayear.com

