



기본 | 19-31

도시내 온천관광지구 활력증진을 통한 경쟁력 제고 방안 연구

Enhancing Competitiveness and Vitalization
of Urban Hot Springs Tourism Districts

이승욱, 김태환, 조판기, 김중은, 안소현, 정연준,
윤준도, 임영식, Timothy Lee

도시내 온천관광지구 활력증진을 통한 경쟁력 제고 방안 연구

Enhancing Competitiveness and Vitalization
of Urban Hot Springs Tourism Districts

이승욱, 김태환, 조판기, 김종은, 안소현, 정연준,
윤준도, 임영식, Timothy Lee

■ 연구진

이승욱 국토연구원 책임연구원(연구책임)
김태환 국토연구원 국가균형발전지원센터장
조판기 국토연구원 국·공유지연구센터장
김중은 국토연구원 연구위원
안소현 국토연구원 책임연구원
정연준 국토연구원 연구원

■ 외부연구진

윤준도 더힘이앤씨(주) 대표이사
임영식 (주)신영이에스디 이사
Timothy Lee 호주 선샤인 코스트 대학교 교수

■ 연구심의위원

문정호 국토연구원 부원장
이왕건 국토연구원 도시연구본부장
김상조 국토연구원 선임연구위원
이순자 국토연구원 선임연구위원
박소영 국토연구원 책임연구원

주요 내용 및 정책제안

FINDINGS & SUGGESTIONS



본 연구보고서의 주요 내용

- 1 국내 관광산업 쇠퇴와 관광트렌드 변화에 따른 온천관광지구의 쇠퇴현황 및 경쟁력을 진단하고 온천관광지구의 활성화와 경쟁력제고 방안을 제시하였으며, 이를 위한 정책방안을 제언
- 2 한때 호황을 누리던 온천관광지구는 1980년대 이후 지속적인 쇠퇴를 경험하고 있어 온천관광지구의 재생이 필요한 시점인 것으로 분석되었음
- 3 온천자원 그 자체로는 도시의 성장동력으로서 한계를 나타내고 있어 온천과 연계한 새로운 콘텐츠 발굴 및 육성 등 다양한 방식의 접근으로 기존의 도시재생과는 차별화된 새로운 재생전략 필요
- 4 도시내 온천관광지구의 활력증진과 이를 통한 도시경쟁력 확보 방안을 제시하고, 유성, 수안보, 동래 등 중점사례지역에 대한 경쟁력 확보 방안을 제언

본 연구보고서의 정책제안

- 1 온천관광지구의 재생을 위해 하드웨어 중심의 대규모 재생전략 보다는 ‘장소마케팅’, ‘텍티컬 어바니즘’, ‘DIY(Do it yourself) 어바니즘’ 등 단기적 적용으로 장기적 변화를 유도할 수 있는 소규모 재생전략 제시
- 2 온천+신산업, 온천+비즈니스, 온천+스마트시티, 온천+자연친화 및 레포츠, 온천+헬스케어, 온천+도시관광 등 지역의 자원을 결합한 6가지 ‘온천+@ 지역성장모델’ 제시
- 3 관광지에 적합한 새로운 유형의 도시재생사업 개발과 선정지표 개발; 도시활력 저하를 초래하는 대규모 유흥시설의 가용성 개선을 통한 공적활용방안 모색; 관광경쟁력을 반영한 도시기본계획 수립 등 도시정책 방안 제시
- 4 국가차원의 (가칭)국제 온천관광 거점지구 조성사업; 전 연령 친화적 온천관광지구 조성 및 가이드라인 개발; 라이프스타일과 소비트렌드를 반영한 관광특구제도 개선방안 제시



1. 서론

□ 연구의 배경 및 필요성

- 우리나라의 관광산업은 도시 내에서 일자리를 창출하고 지역 상권과 동반성장하며, 도시 경제의 한 축으로서 주요 성장동력 역할을 수행함
- 특히 온천관광지구는 한때 호황을 누려 지역의 주요 성장동력 역할을 했지만 시설 노후화와 관광트렌드 변화로 온천관광지구의 쇠퇴가 가속
- 온천관광의 주요 성장동력인 대규모 호텔, 콘도, 리조트 등의 폐업으로 도시내 일자리가 급감하고 대규모 유희공간이 발생하면서 도시 전반의 경제적 침체와 경쟁력 저하를 야기하고 있음
- 최근 관광의 트렌드가 복합화되고 다양한 형태의 도시관광이 활성화됨에 따라 도시상권 활성화와 재생 차원에서 온천자원 자체는 높은 잠재력을 가지고 있음
- 하지만 온천이라는 도시의 단일 자원으로서의 한계가 있음을 고려했을 때, 온천이라는 지역자원을 활용한 새로운 도시 성장동력 확보와 도시경쟁력 회복방안을 모색할 필요가 있으며, 정책적으로 지원할 수 있는 방안을 제시하는 것이 매우 시급함

□ 연구의 목적

- 본 연구의 목적은 국내 온천관광지구의 쇠퇴현황 분석을 통해 경쟁력을 진단하고 도시재생의 일환으로 온천관광지구 활력증진과 이를 통한 도시경쟁력 확보 전략 및 정책방향을 제시하고자 함
- 국내 온천관광지구 경쟁력진단을 통해 온천관광지구 활력증진방안과 이를 통한 도시경쟁력 확보방안을 마련하는 등 경쟁력 확보 모델을 마련하고 이를 지원하기 위한 정책방향을 제시

2. 온천관광지구의 잠재력과 도시경쟁력

□ 도시관광과 도시경쟁력

- 도시관광은 도시의 경제적, 문화적, 도시공간, 인프라, 도시마케팅 등 도시의 여러 부문에 직·간접적인 영향을 미치며 도시경쟁력 제고에 기여
- 경쟁력을 갖춘 도시는 전 세계로부터 자본, 사람, 아이디어를 끌어들이는 비즈니스 허브로써 비도시 지역에 비해 예술, 문화, 엔터테인먼트가 번창하고 사회적, 문화적 다양성을 갖추고 있어 도시관광객을 끌어들이
- 도시관광의 활성화로 많은 유동인구를 유입함으로써 상권을 활성화시키고 지역의 투자를 이끌어 물리적인 재생보다는 자연스러운 선순환체계를 통해 도시재생을 실현

□ 도시관광의 트렌드 변화

- 최근 소유권보다는 경험, 체험을 소중히 여기는 가치형 소비의 확대, 나홀로 소비계층 증가, 시니어의 건강한 삶 추구 등 사회적 가치관의 변화가 관광소비에도 반영되고 있음
- 소소한 행복을 추구하는 일상 속 여행이 이루어져 가볍게 혼자 여행할 수 있는 골목, 거리, 시장 등이 있는 근거리여행, 원도심여행 및 레포츠 관련 체험이 주목을 받고 있음

□ 온천관광지구의 잠재력

- 웰빙에 대한 인식이 높아짐에 따라 관광목적지들은 자신들을 웰니스 관광의 목적지로 브랜드화하는 사례가 증가하고 있으며, 가장 대표적인 웰니스 관광으로 스파와 온천을 들 수 있음
- 과거 온천은 입욕의 개념이었으나 최근 단순히 온천자원 자체만으로는 관광자원으로서 경쟁력이 떨어지며, 온천관광과 관련 공급요소의 연계 및 활용이 중요해지고 있음

□ 도시내 온천관광지구와 도시경쟁력

- 도시 내 온천자원을 갖추고 있을 경우 온천은 전통적으로 인지도가 있기 때문에 이는 지역사회의 경쟁력을 높여주는 자원으로 활용
- 온천부대시설과 접근성은 도시자원과 연계될 경우 비도시 지역의 온천관광지보다 경쟁력 확보할 수 있음
- 온천을 활용한 관광산업이 기반이 되는 온천관광지구는 관광 및 휴양을 위한 시설의 운영을 통해 지역발전 및 지역경제 활성화를 이룩함으로써 도시의 경쟁력을 제고시키는 도시의 중요한 자원으로 변화되고 있음

3. 도시내 온천관광지구의 현황 분석

□ 도시내 관광지구 현황 및 유형

- 「관광진흥법」에 따라 지정된 우리나라 관광지, 관광단지, 관광특구 총 304개소 중 도시지역에 해당하는 도시내 관광지구 40개 시·군·구의 54개 관광지, 관광단지, 관광특구(98, 142, 451㎡)를 분석 대상으로 선정
- 도시내 온천관광지구와 다른 관광자원을 비교 분석하기 위해 본 연구에서는 관광지의 주요 관광요소를 기준으로 도시내 관광지구의 유형을 해수욕장, 종합관광, 자연관광, 문화재관광, 온천관광으로 구분

□ 도시내 관광지구 유형별 쇠퇴특성과 문제점

① 국내 관광지와 온천관광지구의 쇠퇴 특성

- 국내 관광지의 유형별 쇠퇴 특성을 분석한 결과 종합관광, 해수욕장, 자연관광, 문화재관광 유형은 쇠퇴와 재활성화를 반복하고 있는 반면 온천관광지는 활성화 후 지속적인 쇠퇴양상을 보이고 있음
- 온천관광지는 활성화 단계에서 큰 폭으로 상승해 높은 잠재력을 증명하였으나, 우리나라 온천의 특성상 다른 산업 또는 콘텐츠와 결합하기 힘든 부분이 있어 재활성화가 이루어지지 않고 지속적인 쇠퇴를 보임

표 1 | 국내 관광지 유형별 쇠퇴특성

유형	쇠퇴주기(쇠퇴단계)	특성
해수욕장	쇠퇴와 활성화를 반복 (쇠퇴 후 반등 단계)	• 관광객 수는 증가하고 있으나 종사자수는 정체
종합관광	쇠퇴와 활성화를 반복 (쇠퇴 → 재활성화 단계)	• 쇠퇴주기가 짧음 • 등락폭이 작음
자연	쇠퇴와 활성화를 반복 (강화 단계)	• 방문객이 불규칙 • 2013년 이전 쇠퇴 • 2013년 체류형 관광정책 활성화
문화재	쇠퇴와 활성화를 반복 (정체 → 탐색 단계)	• 수원만이 유일하게 관광객 증가 • 관광산업이 방문객의 감소에 따라 쇠퇴하는 경향이 나타남
온천	활성화 후 지속적인 쇠퇴 (쇠퇴 또는 정체)	• 2014년 기점으로 쇠퇴 • 지역별로 쇠퇴주기단계가 다름 - 유형: 쇠퇴 후 정체 단계/ 동래: 강화 단계 / 그 외: 쇠퇴 단계

자료: 저자 작성.

② 도시내 온천관광지구는 관련 인프라의 투자 등 재생이 필요한 시점

- 국내 유형별 관광지의 쇠퇴특성을 살펴본 결과 다른 관광지와는 달리 온천관광지는 지속적인 쇠퇴를 경험하고 있어 관련 인프라 투자 등 온천관광지구의 재생이 필요한 시점인 것으로 분석됨
- 최근 「온천법」의 개정과 기술의 발달로 온천의 잠재력을 활용한 신산업을 육성할 기회가 확대되었으며, 도시관광을 지향하는 관광트렌드를 고려하여 온천을 활용한 새로운 재생전략이 필요

③ 관광지의 특성을 고려한 차별화된 재생전략 필요

- 현 시점에서 도시내 관광지의 쇠퇴에 대응하기 위한 사업추진 방안으로 도시재생 뉴딜사업이 가장 빈번하게 추진되고 있으나, 수명주기론을 이용한 쇠퇴진단과 도시재생종합정보체계를 통한 쇠퇴 진단 결과 쇠퇴 관광지구가 매우 상이하게 나타남
- 이는 도시재생사업의 쇠퇴진단지표로 상업의 비중이 높고 방문객의 소비활동을 기반으로 하는 관광도시의 쇠퇴 정도를 판단하기에는 매우 무리가 있음을 보여줌
- 관광지의 특성을 고려한 새로운 유형의 관광지 재생전략과 유동인구, 관광시설의 방문객 수, 관련 산업 매출액 등 관광지의 새로운 쇠퇴진단도구가 필요

④ 도시내 관광특구의 경쟁력 상실

- 국내 관광지의 집계구 단위 분석결과 관광 관련 산업 사업체 및 종사자밀도의 감소폭이 가장 높은 30개의 집계구중 27개의 집계구가 관광특구에 해당하였으며, 유성관광특구에서 가장 높게 나타남
- 외국인 관광객 유치로 목적으로 조성된 관광특구의 경쟁력요인이었던 심야영업과 노상테이블이 보편화되면서 일반 중심상권과의 차별성을 상실하면서 집중되었던 관광관련 사업체 및 종사자의 밀도가 낮아진 것으로 추정
- 1993년 「관광진흥법」 제정과 관광특구의 지정 이후 관광특구의 활성화를 위한 규제완화 등이 없었던 점을 고려할 때, 차별화된 규제완화 등으로 국내 관광지 내의 경쟁력뿐만 아니라 국가적 경쟁력 확보를 통한 외국인 관광객 유치의 실효성을 발휘할 필요가 있음

4. 도시내 온천관광지구의 경쟁력 진단

□ 중점사례지역 선정 및 경쟁력 진단 방법

- 도시내 온천관광지구의 경쟁력 진단을 위해 중점사례지역을 유성, 온양, 수안보 동태로 선정하고 도시와 관광부문으로 구분하여 정성적·정량적 분석을 실시

□ 도시내 온천관광지구 경쟁력 진단결과 종합

① 온천자원과 연계한 새로운 성장동력의 모색, 콘텐츠 발굴 및 육성 필요

- 해외여행의 보편화로 인해 온천관광지구는 특히 심각한 관광객 감소를 겪고 있으며, 정적이고 고령층의 전유물로 인식되는 온천관광의 한계로 인해 젊은 인구 유입 등 방문객의 다양성 확대 필요
- 젊은 방문객과 생산가능인구를 기반으로 지역적 특성과 잠재력을 활용하는 지역 고유의 신성장동력 모델을 모색할 필요가 있음
- 급변하는 관광트렌드와 방문객 연령층 확대를 위해 지역 내 고유 자원을 적극 활용하는 등 온천과 연계한 새로운 콘텐츠의 발굴 및 육성 필요

② 온천관광지구의 이미지와 정체성 부족

- 경쟁력 진단결과 국내 온천관광지구는 일반적인 목욕탕과 모텔, 유흥가의 이미지가 강해 이에 대한 이미지 쇄신이 반드시 필요하다고 나타남
- 획일화된 온천의 이미지와 숙박업소 및 목욕탕 중심으로 온천수를 공급하는 현행법의 한계로 온천관광지구의 정체성을 회복하고 이미지를 쇄신이 필요

③ 온천법 개정과 온천자원 활용의 새로운 접근방식 필요

- 온천자원은 단순히 족욕탕, 온천탕 등의 입욕탕뿐만 아니라 의학, 미용, 음용 등 다양한 방면에서 활용이 가능함에도 불구하고 창의적인 활용방안을 도출하지 못하는 상황
- 최근 웰니스 산업에 대한 관심과 생활SOC복합화와 같은 산업적, 정책적 측면을 고려한 소규모 온천 개발, 온천 복합화 등 온천자원에 대한 새로운 접근방식이 필요한 시점임

□ 중점사례지역별 경쟁력 진단 결과

① 유성 온천

- 관광시설의 질, 양호한 접근성을 보유한 유성온천은 콘텐츠 부족과 높은 가격으로 인해 관광경쟁력 부문에서 부족한 것으로 나타남
- 그에 반면 유성온천지구는 풍부한 혁신자원과 사업체수, 생산가능인구 등 도시부문의 산업·경제적 측면에서 높은 잠재력을 보유하고 있음
- 유성온천지구의 문제점과 잠재력을 고려할 때 대덕연구단지, 카이스트, 충남대학교 등 지역 청년들의 지역정착을 유도하고 온천 및 문화 관광자원을 연계하는 MICE산업 기반의 경쟁력 제고 방안이 요구됨

② 수안보 온천

- 수안보 온천관광지구는 수려한 경관자원과 다수의 지역축제 등을 보유하고 있으며, 우리나라에서 경험하기 쉽지 않은 노천탕을 보유하고 있다는 점에서 높은 잠재력을 보유하고 있으나 광역적·지역적 접근성이 매우 부족하고 시설의 노후화로 인해 숙소의 분위기, 서비스 수준 등이 다소 떨어지는 것으로 나타남

- 가장 큰 문제점은 숙박시설 등 대규모 유희공간이 증가하고 있으며, 사업체 수와 생산가능인구 등 산업·경제 기반이 부족하고 관광산업 이외의 기능적 연계가 어렵다는 점임
- 이러한 지역적 특성을 고려할 때, 수안보 온천관광지구 내에 인접한 레저·스포츠 시설과 천연 경관자원의 연계성을 제고하고 미·저활용되는 대형 유희부지의 활용방안 모색을 통한 경쟁력 제고 방안이 요구됨

③ 온양 온천

- 온양온천은 거점공간 조성 등에 활용가능한 유희시설이 부족하고 혁신자원이 부족하며 관광적 측면에서 전반적인 관리상태 열악과 콘텐츠 부족의 문제가 발생
- 주변지역의 관광자원과의 연계를 지원할 수 있는 대중교통의 편의성이 높은 것으로 나타났으며, 저렴한 가격으로 인한 가격경쟁력도 높은 것으로 나타남
- 특히 온양온천역의 입지와 수도권 전철 연장으로 고령자들의 접근성이 매우 높으며 의료·보건시설이 인접하여 있는 점을 고려할 때, 건강·의료 관련 산업 육성 및 연계를 통한 웰니스 산업 기반의 경쟁력 제고 방안이 유리할 것으로 판단됨

④ 동래 온천

- 동래온천지구는 지정관광지는 아니나 연계가능한 관광자원이 풍부하고 문화예술시설이 다수 위치하고 있으며, 숙소의 분위기와 서비스수준, 음식의 맛 등 관광부분의 경쟁력이 매우 높은 것으로 나타남
- 온천지구 내에 분포한 상권으로 인해 온천관광과 연계한 상권활성화의 가능성이 높다고 볼 수 있음
- 광역적 접근성이 다소 부족하고 대로와 지하철역사 등으로 인한 주변 관광자원과의 연계성이 부족하다는 점이 문제로 드러남
- 동래온천지구의 옛 건축물과 동네의 분위기, 보행환경, 체험요소를 연계하고 광역접근성을 개선한다면 도시관광지로써의 경쟁력을 충분히 갖출 수 있다고 판단

표 2 | 중점사례지역 경쟁력 진단 결과

구분		경쟁력 요소	유성온천	온양온천	수안보온천	동래온천
도시 경쟁력 지수	도시	유동인구	4.510	4.710	4.100	6.690
		유흥시설	4.570	4.350	6.730	4.350
		사업체수	5.140	6.990	4.870	4.890
		종사자수	6.510	5.250	3.880	4.360
		생산가능인구	6.040	5.950	3.950	4.060
		문화예술시설	5.510	4.830	3.480	6.180
		혁신자원	6.510	4.100	4.100	5.300
		생활SOC수	5.000	6.410	5.000	3.590
		활용가능 부지	4.430	4.220	6.710	4.640
		방문형태	4.650	6.500	3.730	5.120
	교통	광역접근성	2.086	1.332	1.332	0.579
		대중교통의 편의성	1.023	1.225	0.469	0.519
		보행환경 및 안전성	1.719	1.218	0.535	1.946
		주차장	1.260	1.572	0.400	1.062
관광경쟁력 지수	숙소의 분위기	1.938	2.675	1.446	4.150	
	숙박시설 가격	1.000	3.187	1.626	2.406	
	서비스수준	3.899	2.631	1.363	4.660	
	시설의 관리상태	6.152	2.034	3.392	3.395	
	온천시설, 온천수의 질	5.392	6.262	1.537	6.159	
	연계가능한 관광자원	0.978	3.919	3.919	3.919	
	지역축제 등 콘텐츠	2.718	1.341	4.095	2.029	
	특별한 체험요소	1.851	1.851	4.319	4.319	
	음식점 가격	0.688	1.758	2.667	2.076	
	음식의 맛	7.332	3.399	4.055	9.298	
	종업원친절도	3.322	1.024	2.403	3.782	
	음식점 환경	3.942	2.479	1.928	5.490	
	상품의 가격	0.336	1.157	0.665	0.993	
	지역 특산품	0.787	2.836	1.811	1.811	
	상품 매력도	1.850	3.998	1.544	2.157	
	상품의 다양성	1.950	1.654	0.469	1.506	
계		50.22	47.55	39.97	62.26	

주) 상대적으로 높은 경쟁력 / 상대적으로 낮은 경쟁력
자료: 저자 작성.

5. 해외 온천관광지구 활성화 사례

□ 해외 온천관광지구 활성화 사례

- **(일본 벳부)** 소규모 온천마다의 특성을 발굴하여 여행객 트렌드 변화를 반영한 콘텐츠를 개발하고 지역별 통합 마케팅을 통한 상생발전을 도모
- **(독일 바덴바덴)** 지속적인 연구개발을 통한 온천 관련 의학의 전문화와 역사성을 부각시킨 스토리텔링을 통해 온천의 복합화를 추진하고 지역의 정체성을 보존
- **(헝거리 부다페스트)** 다양한 연령층 유치를 위한 콘텐츠 개발과 노천 온천 등 다양한 형태의 온천시설 제공으로 방문객들의 선택폭을 확대

□ 시사점과 국내 적용방안

- 해외 사례지역들은 지역마다 특성이 있는 고유의 온천관광지구 이미지 및 정체성을 가지고 있으며, 지역산업과 연계한 신성장 산업 육성과 도전적인 콘텐츠 도입으로 마니아층을 형성
- 우리나라도 온천과 지역특성을 연결한 도시관광 모델을 개발하고 소규모 자발적 재생을 유도하여 지역의 정체성 강화를 도모할 필요가 있음
- 온천시설의 복합화와 다양한 이벤트를 발굴하여 새로운 온천문화의 확산 필요

표 3 | 해외 온천관광지구 활성화 사례의 시사점과 국내 적용 방안

종합시사점	국내 적용 방안
우리나라 온천만의 정체성 부족	• 온천과 지역특성을 연결한 도시관광 모델 개발 • 소규모 자발적 재생을 유도하여 지역의 정체성·역사성 강화 • 장소마케팅을 통한 지역 온천 홍보
온천관광지구 차별화를 위한 법적 규제 강화	• 온천관광지구의 차별화 전략 마련 • 온천수에 대한 엄격한 판단기준으로 온천수의 질 관리 • 관광특구제도 정비와 소규모 온천활성화를 위한 기반 마련
에이징믹스(Aging Mix)를 통한 고령화시대의 온천관광지 활성화	• 연령통합적 온천관광지구 활성화 • 온천시설 복합화 및 이벤트 발굴
온천관광지구와 지역자원을 연계한 신산업 육성	• 이벤트, 서포터 등 온천과 관광을 중심으로 일자리 창출 • 지역 산업과 연계한 신성장 동력 마련
도전적인 콘텐츠 도입과 온천문화 혁신을 통한 마니아층 형성	• 온천관광시설의 다양화 • 온천과 연계한 차별화된 관광 콘텐츠 발굴 및 육성
해외 방문객 유치를 위한 관광기반시설 확충과 온천문화확산	• 외래 관광객 유치를 위한 수용태세를 정비 • 새로운 온천문화확산 • 지역·방문객 주도의 지역 마케팅 확산

자료: 저자 작성.

6. 도시내 온천관광지구의 경쟁력 확보 방안

□ 온천관광지구 활력증진방안

- 온천관광지구의 재생을 위해 하드웨어 중심의 대규모 재생전략 보다는 ‘장소마케팅’, ‘택티컬 어바니즘’, ‘DIY(Do it yourself) 어바니즘’ 등 단기적 적용으로 장기적 변화를 유도할 수 있는 소규모 재생전략을 제시

표 4 | 온천관광지구 활력증진을 위한 소규모 재생의 추진

추진 방안	주요내용
장소마케팅 (Place Marketing)	온천과 함께 먹거리와 즐길거리를 혼합한 우리나라만의 온천 이미지 만들기
택티컬 어바니즘 (테스트베드)	단기적이지만 다양한 도시 이벤트를 통해 공간의 잠재성을 발견하고 지속가능한 도시를 계획
DIY 어바니즘 (Do it yourself)	주민이 도시계획의 주체가 되어 모든 과정에 참여하고 도시환경을 능동적으로 변화

자료: 저자 작성.

- 온천과 도시관광을 결합한 모델의 고도화, 장기적으로 외래 관광객을 위한 온천관광지구 관광수용태세 확충, 온천시설의 복합화와 이벤트 프로그램 개발 등

□ 온천관광지구 활력증진을 통한 도시경쟁력 확보 방안

- 온천관광지구의 활력증진을 통한 도시경쟁력 확보방안을 위해 본 연구에서는 온천 잠재력과 지역의 자원을 결합한 ‘온천+@ 지역성장 모델’을 제시
- 온천관광지구의 방문자 욕구충족을 통해 지역현안 문제를 해결하고 온천자원과 연계한 지역현안사업 추진 및 도시활력 도모 방안을 제시

표 5 | 온천+@ 지역성장모델의 기능적, 이용자, 지역활력 측면 종합

모델	기능적 측면	이용자 측면	지역활력 측면
온천 + 신산업	• 온천수를 활용한 신산업 • 대학 등 혁신자원과 연계 • 연구개발-생산-판매	• 기업창업 • 지역정착 • 관련 상품의 소비	• 신산업 육성 • 일자리 창출 • 지역경제 활성화
온천 + 비즈니스	• MICE 기능 • 각종 행사 개최 • 유희공간 활용	• 비즈니스 후 온천 • 휴식 및 힐링 • 일상생활 속 온천	• MICE 산업육성 • 상권활성화 • 도시효율 및 활력증진
온천 + 스마트시티	• 청년창업 공간 • 문화·예술·공연 공간 • 체육시설, 도서관, 기숙사	• 문화활동 • 혁신공간 증가 • 창조활동 증가	• 젊은 유입 • 상권 활성화 • 지역투자
온천 + 자연친화 및 레포츠	• 자전거 코스, 캠핑장 • 수상레저 • 스키장	• 레저관광 • 활동 및 휴식 • 즐길거리 풍부	• 상생발전 • 체류형 관광 • 상권활성화
온천 + 헬스케어	• 의료·복지센터 • 건강·힐링 상품 • 의료산업	• 치료·건강·미용 등 • 건강상품 소비 • 휴식 및 힐링	• 신산업 육성 • 일자리 창출 • 지역활성화
온천 + 도시관광	• 도시서비스 • 음식점, 전통시장 • 종합 쇼핑센터	• 도시형 찜질방 • 다양한 먹거리, 놀거리 • 쇼핑, 도시체험	• 도시산업과 연계 • 유동인구 증가 • 상권활성화

자료: 저자작성

□ 중점사례지역별 도시 경쟁력 확보 방안

- 유성, 수안보, 온양, 동래 등 중점 사례지역의 지역문제, 방문자 욕구, 지역 잠재력, 지역자원 등을 고려하여 지역 맞춤형 온천+@지역성장모델을 적용
- (유성 온천) 유성 온천관광지구는 주변 충남대, 카이스트, 대덕 연구단지 등 우수한 인재 및 혁신자원을 지역에 정착시키기 위해 스마트 및 비즈니스 온천 모델을 적용
- (수안보 온천) 수안보 온천관광지구는 우수한 자연환경과 1일 이상 체류하는 방문객의 특성을 반영하여 주변 자연과 레포츠를 즐길 수 있는 자연친화, 레포츠 모델을 적용
- (온양 온천) 온양 온천관광지구 전통시장 등 주변 상권과 우수한 대중교통의 접근성을 활용하여 주요 방문객인 고령층을 타깃으로 한 헬스케어 모델을 적용
- (동래 온천) 동래 온천관광지구 지역은 부족한 일자리를 창출하고 다양한 도시 관광자원을 활용하는 도시관광 및 신성장동력 모델을 적용

7. 온천관광지구 지원정책 제언

□ 도시정책

- 도시재생뉴딜사업의 새로운 유형으로 관광지재생형을 개발하여 온천관광지구를 포함한 관광지의 단기적 적용으로 장기적 변화를 유도할 수 있는 소규모 재생전략 추진
- 관광지구 쇠퇴를 진단하기 위해 일반적 도시쇠퇴지표와는 차별화된 유동인구, 관광시설 이용객 수, 관련산업 매출 등 새로운 관광지구 쇠퇴지표 개발
- 쇠퇴하는 관광지에서 발생하는 대규모 유흥부동산의 활용성 회복을 위해 제도 기반을 마련하고 활용성 제고를 위한 공공과 민간의 역할 제고
- 지역자원을 연계한 도시관광의 사회적·경제적 영향력을 고려하여 관광경쟁력을 반영한 도시기본계획 수립

□ 관광정책

- 국가차원의 ‘(가칭) 국제 온천관광 거점지구 조성사업’을 추진하여 쇠퇴하는 온천관광지구의 새로운 활력을 불어넣고 한국만의 특색 있는 온천관광산업 발굴
- 인구감소 및 고령화시대에 대응하여 웰빙, 헬스케어 산업 등 온천자원이 가지는 잠재력을 활용
- 온천관광지구의 방문객 특성을 반영한 전 연령 친화적 정비 가이드라인 개발하여 온천자원과 연계한 도시 환경개선 방안 모색
- 라이프스타일 및 소비트렌드 변화와 심야영업의 보편화로 경쟁력을 상실한 관광특구제도를 정비하여 관광산업활성화를 도모

표 6 | 온천관광지구 활력증진을 위한 도시 및 관광정책 제언

구분	정책제언
도시정책	• 도시재생뉴딜사업 새로운 유형으로 관광지재생형을 개발 • 관광지 특성을 고려한 새로운 쇠퇴진단도구 개발 • 대규모 유휴부동산의 활용성 회복을 위한 제도기반 마련과 공공과 민간의 역할 제고 • 관광경쟁력을 반영한 도시기본계획 수립
관광정책	• 국가차원의 (가칭) 국제 온천관광 거점지구 조성사업 추진 • 인구감소 및 고령화시대에 대응하는 온천관광지구 정비 가이드라인 개발 • 온천자원과 연계한 도시 환경개선 방안 모색 • 관광특구제도의 혁신적 개선

자료: 저자 작성.

차례

CONTENTS

주요 내용 및 정책제안	iii
요 약	v

제1장 서론

1. 연구의 배경 및 목적	3
2. 연구의 범위 및 방법	7
3. 선행연구 검토 및 차별성	11

제2장 온천관광지구의 잠재력과 도시경쟁력

1. 도시관광과 도시경쟁력의 이론적 배경	19
2. 관광이 도시경쟁력에 미치는 영향	24
3. 온천관광지구의 잠재력과 도시경쟁력	32
4. 논의의 종합	39

제3장 도시내 온천관광지구 현황 분석

1. 도시내 관광지구 현황 및 유형	43
2. 도시내 관광지구의 관광 관련 산업변화	56
3. 도시내 관광지구 유형별 쇠퇴특성 분석	62
4. 소결	72

제4장 도시내 온천관광지구의 경쟁력 진단

1. 온천관광지구의 경쟁력 진단 방법 및 중점사례지역 선정	77
2. 온천관광지구의 주요 이슈 도출	82
3. 중점사례지역별 경쟁력 진단	108

제5장 해외 온천관광지구 활성화 사례

1. 분석 개요	127
2. 일본 벳부	130
3. 독일 바덴바덴	141
4. 헝가리 부다페스트	149
5. 시사점 종합	161

제6장 도시내 온천관광지구의 경쟁력 확보 방안

1. 온천관광지구 활력증진 방안	169
2. 온천관광지구 활력증진을 통한 도시경쟁력 확보 방안	180
3. 중점사례지역 경쟁력 확보 방안	191
4. 온천관광지구 지원정책 제언	214

차례

CONTENTS

제7장 결론

- 1. 연구의 종합 229
- 2. 연구의 의의, 한계 및 향후 과제 231

참고문헌 233

SUMMARY 245

부 록 249

표차례

LIST OF TABLES

〈표 1-1〉 선행연구 요약 및 차별성	15
〈표 2-1〉 도시경쟁력 평가지표	22
〈표 2-2〉 도시경쟁력 평가지표 중 관광과 관련된 항목	30
〈표 3-1〉 지역별 관광지, 관광단지, 관광특구 지정현황	44
〈표 3-2〉 연구대상 관광지 용도지역 현황 총괄	45
〈표 3-3〉 관광요소에 의한 유형분류	46
〈표 3-4〉 「관광진흥법」상의 관광사업 분류	48
〈표 3-5〉 한국표준산업분류상 관광산업 연관 업종	49
〈표 3-6〉 미용, 욕탕 및 유사서비스업	56
〈표 3-7〉 단지유형별 사업체수 및 종사자수 평균 변화	57
〈표 3-8〉 관광요소별 사업체수 및 종사자수 평균 변화	58
〈표 3-9〉 관광지 쇠퇴현황 분석 방법	62
〈표 3-10〉 해수욕장 관광지 방문객수 기준 쇠퇴주기 곡선(예시: 강릉)	63
〈표 3-11〉 해수욕장 관광지 관광 관련 종사자비율 기준 쇠퇴주기 곡선	64
〈표 3-12〉 종합관광지 방문객수 기준 쇠퇴주기 곡선(예시: 문경)	64
〈표 3-13〉 자연관광지 방문객수 기준 쇠퇴주기 곡선(예시: 가평)	65
〈표 3-14〉 자연관광지 관광 관련 종사자비율 기준 쇠퇴주기 곡선(예시: 가평)	65
〈표 3-15〉 문화재 관광지 방문객 기준 쇠퇴주기 곡선(예시: 수원)	66
〈표 3-16〉 문화재 관광지 방문객수 기준 쇠퇴주기 곡선	66
〈표 3-17〉 동래구 방문객수 기준 쇠퇴주기 곡선	67
〈표 3-18〉 유성구 방문객수 기준 쇠퇴주기 곡선	67
〈표 3-19〉 도시내 온천관광지 방문객수 기준 쇠퇴주기 곡선	68
〈표 3-20〉 관광객수와 관련사업 기반의 쇠퇴주기단계	68
〈표 3-21〉 온천관광지의 관광쇠퇴주기	70
〈표 4-1〉 온천관광지구의 유형구분 기준	78
〈표 4-2〉 온천관광지의 특성별 유형	79

표차례

LIST OF TABLES

〈표 4-3〉 도시내 온천관광지구 중점사례지 선정 기준	79
〈표 4-4〉 온천관광지구 이용객 변화	80
〈표 4-5〉 중점 사례지 선정	81
〈표 4-6〉 조사 내용	82
〈표 4-7〉 방문 목적 및 기간	87
〈표 4-8〉 중점사례지 방문객 인식 조사 결과	93
〈표 4-9〉 아이디어 도출 결과	98
〈표 4-10〉 청년들이 머물고 싶은 안전한 공간 만들기의 주요내용	99
〈표 4-11〉 지역자산과 함께할 방법 찾기의 주요 내용	100
〈표 4-12〉 온천의 새로운 이미지 만들기 주요 내용	101
〈표 4-13〉 자유주제 주요 내용	102
〈표 4-14〉 전문가 FGI 시행개요	103
〈표 4-15〉 도시내 온천관광지구의 도시경쟁력 요인	110
〈표 4-16〉 도시내 온천관광지구의 관광경쟁력 요인	111
〈표 4-17〉 중점사례지역 경쟁력 진단 결과	113
〈표 4-18〉 유성온천관광지구 경쟁력 진단 결과요약	114
〈표 4-19〉 온양 온천관광지구 경쟁력 진단 결과요약	117
〈표 4-20〉 수안보 온천관광지구 경쟁력 진단 결과요약	120
〈표 4-21〉 동래온천관광지구 경쟁력 진단 결과요약	123
〈표 5-1〉 해외 온천관광지구 활성화 사례 분석 대상 선정 기준	127
〈표 5-2〉 해외 온천관광지구 분석 대상지 선정	128
〈표 5-3〉 해외 온천관광지구 분석 대상지	129
〈표 5-4〉 온센도(온천여권도장) 제휴 온천 시설 리스트	134
〈표 5-5〉 해외 온천관광지구 활성화 사례의 시사점과 국내 적용 방안	165
〈표 6-1〉 소규모 재생의 추진	170
〈표 6-2〉 택티컬 어바니즘의 유형과 사례	172

〈표 6-3〉 온천과 도시관광 결합 모델	175
〈표 6-4〉 외래 관광객을 위한 관광수용태세 확충방안	178
〈표 6-5〉 온천시설의 복합화와 이벤트 프로그램	179
〈표 6-6〉 온천+@ 지역성장모델의 기능적, 이용자, 지역활력 측면 종합	184
〈표 6-7〉 온천 + 신산업 모델의 주요내용	185
〈표 6-8〉 온천 + 비즈니스 모델의 주요내용	186
〈표 6-9〉 온천 + 스마트도시 모델의 주요내용	187
〈표 6-10〉 온천 + 천연천화 레포츠 모델의 주요내용	188
〈표 6-11〉 온천 + 헬스케어 모델 주요내용	189
〈표 6-12〉 온천 + 도시관광 모델의 주요내용	190
〈표 6-13〉 온천관광지구(중점사례지역)의 지역특성을 반영한 온천+@ 모델 적용(예시)	192
〈표 6-14〉 온천관광지구에서 도시재생 뉴딜사업의 필요성과 그 이유에 대한 응답 ..	215
〈표 6-15〉 도시재생 뉴딜사업 유형별 특징(안)	216
〈표 6-16〉 온천관광지구에 적합한 도시재생사업지역 선정 지표에 대한 응답	217
〈표 6-17〉 도시재생활성화지역 지정의 세부 기준(안)	217
〈표 6-18〉 온천관광지구 쇠퇴로 인한 가장 큰 문제점에 대한 응답	218
〈표 6-19〉 대규모 유흥시설에 대한 대응 방안에 대한 응답	219
〈표 6-20〉 온천관광지구의 민간참여활성화를 위해 필요한 사항에 대한 응답	219
〈표 6-21〉 온천관광지구 재활성화를 위한 공공의 역할에 대한 응답	220
〈표 6-22〉 온천과 연계한 고령화 대응방안	223
〈표 6-23〉 온천과 동반성장 가능한 산업분야	223
〈표 6-24〉 온천관광지구 개발 가이드라인(안)	224
〈표 6-25〉 관광특구제도의 실효성과 효과성을 발휘하지 못하는 이유에 대한 응답 ..	225
〈표 6-26〉 「관광진흥법」 개정(안)	226

그림차례

LIST OF FIGURES

〈그림 1-1〉 관광지·관광단지·관광특구 지정 현황 및 유형별 대표 온천관광지구	7
〈그림 1-2〉 연구 흐름도	10
〈그림 2-1〉 관광트렌드	25
〈그림 2-2〉 관광개발에 따른 공간 변화	28
〈그림 2-3〉 관광이 도시경쟁력에 미치는 영향	31
〈그림 2-4〉 온천자원의 잠재력	33
〈그림 2-5〉 국민 국내여행시와 해외여행시 주요 활동 비교	35
〈그림 2-6〉 도시가 보유한 자원과 연계된 도시관광 지구의 유형	36
〈그림 2-7〉 해외 도시내 온천관련 시설 밀집 지역 면적	37
〈그림 3-1〉 시군별 관광관련산업 사업체수 현황(2015년 기준)	50
〈그림 3-2〉 시군별 관광관련산업 종사자수 현황(2015년 기준)	51
〈그림 3-3〉 시군별 관광관련산업 매출액 현황(2015년 기준)	52
〈그림 3-4〉 관광관련업종 사업체당 평균매출액 현황(2015년 기준)	53
〈그림 3-5〉 시군별 관광관련산업 영업이익 현황(2015년 기준)	54
〈그림 3-6〉 관광관련업종 사업체당 평균영업이익 현황(2015년 기준)	55
〈그림 3-7〉 단지유형별 사업체 변화	57
〈그림 3-8〉 단지유형별 종사자 변화	57
〈그림 3-9〉 관광요소별 사업체 변화	58
〈그림 3-10〉 관광요소별 종사자 변화	58
〈그림 3-11〉 집계구별 사업체밀도 변화 하위 30위권 내의 관광지	59
〈그림 3-12〉 집계구별 사업체밀도 변화 하위 30위권 내의 관광지(수원화성 제외)	60
〈그림 3-13〉 집계구별 종사자밀도 변화 하위 30위권 내의 관광지	61
〈그림 3-14〉 집계구별 종사자밀도 변화 하위 30위권 내의 관광지(수원화성 제외)	61
〈그림 3-15〉 유형별 관광 쇠퇴주기 단계	69
〈그림 3-16〉 관광지 쇠퇴주기 분석 결과	71
〈그림 3-17〉 도시재생 종합정보체계 쇠퇴진단	71

〈그림 3-18〉 관광지 유형별 관광객 수 쇠퇴주기 특성	72
〈그림 4-1〉 도시내 온천관광지구 경쟁력 진단 절차	78
〈그림 4-2〉 지역 온천 유명 정도에 대한 지역상인 인식	83
〈그림 4-3〉 지역 온천 유명 정도에 대한 방문객 인식	83
〈그림 4-4〉 지역상인이 생각하는 온천 이외의 이미지	83
〈그림 4-5〉 방문객이 생각하는 온천 이외의 이미지	83
〈그림 4-6〉 지역상인이 생각하는 온천의 영향력	84
〈그림 4-7〉 방문객이 생각하는 온천의 영향력	84
〈그림 4-8〉 지역상인이 생각하는 온천의 영향력	85
〈그림 4-9〉 지역상인 온천 이용 경험	85
〈그림 4-10〉 지역방문객 온천 이용 경험	85
〈그림 4-11〉 지역상인의 온천 이용 만족도	86
〈그림 4-12〉 지역방문객의 온천 이용 만족도	86
〈그림 4-13〉 온천관광지구 방문 목적	87
〈그림 4-14〉 온천관광지구 방문 기간	87
〈그림 4-15〉 온천관광지구와 지역관광	88
〈그림 4-16〉 온천관광지구 재방문의사	88
〈그림 4-17〉 SNS를 통한 홍보 의사	88
〈그림 4-18〉 지역상인들이 느끼는 불편한 점	89
〈그림 4-19〉 방문객들이 느끼는 불편한 점	90
〈그림 4-20〉 지역 방문객 증감에 대한 인식	90
〈그림 4-21〉 지역활력 증진을 위해 필요한 것(지역 상인)	91
〈그림 4-22〉 지역활력 증진을 위해 필요한 것(지역 방문객)	91
〈그림 4-23〉 지역 온천활성화를 위해 필요한 것(지역 상인)	92
〈그림 4-24〉 지역 온천활성화를 위해 필요한 것(지역 방문객)	92
〈그림 4-25〉 시민아이디어 캠프의 참석자들	94

그림차례

LIST OF FIGURES

〈그림 4-26〉 시민들의 공감투표 모습	96
〈그림 4-27〉 키워드 도출 모습 및 결과	97
〈그림 4-28〉 브레인스토밍 결과	98
〈그림 4-29〉 AHP분석을 위한 계층 설계	108
〈그림 4-30〉 온천관광지구 경쟁력 요소도출 과정	109
〈그림 4-31〉 유성 터미널 현재(좌)와 계획 조감도(우)	115
〈그림 4-32〉 유성호텔과 노후화된 모텔	116
〈그림 4-33〉 대덕연구단지	116
〈그림 4-34〉 온양온천의 대중교통 시설	118
〈그림 4-35〉 온양온천 주변 관광자원	118
〈그림 4-36〉 온양온천 5일장(좌)과 온궁로 문화거리(우)	119
〈그림 4-37〉 온양 온천활성화를 위한 관광상품 개발	119
〈그림 4-38〉 수안보온천의 관광요소	121
〈그림 4-39〉 수안보 온천 내 유흥시설	122
〈그림 4-40〉 동래온천지역 보행도로 개선사업	123
〈그림 4-41〉 부산해양자연사박물관(좌)과 동래읍성(우)	124
〈그림 5-1〉 벧부 지역의 온천분포 및 강줄기	130
〈그림 5-2〉 스에히로 여탕 유후산 그림	131
〈그림 5-3〉 스에히로 남탕 쓰루미 산 다카사케 산 그림	131
〈그림 5-4〉 가미야 온천 입구	131
〈그림 5-5〉 벧부 칸나와 영센터	131
〈그림 5-6〉 Japan Sun industry 직원들	132
〈그림 5-7〉 바덴바덴 위치도	141
〈그림 5-8〉 쿠르하우스의 외관	144
〈그림 5-9〉 바덴바덴 카지노의 관내 전경	145
〈그림 5-10〉 헝가리 부다페스트의 온천 지역 지도	149

〈그림 5-11〉 루다스온천의 내부	151
〈그림 5-12〉 세체니온천의 모습	152
〈그림 5-13〉 스파티 현장의 모습	153
〈그림 5-14〉 세체니온천에서 체스를 즐기는 현지인들	154
〈그림 5-15〉 갤러트온천수의 성분표	156
〈그림 5-16〉 와우 헝가리(헝가리 관광청) 로고	158
〈그림 5-17〉 2012년 부다페스트 방문 주요 10개국 외국인 중 의료호텔 투숙객 수 ·	159
〈그림 6-1〉 DIY 어바니즘의 종류	173
〈그림 6-2〉 온천관광지구 활력증진을 통한 도시경쟁력 확보 방안	180
〈그림 6-3〉 지역자원 및 온천 잠재력을 접목한 새로운 지역성장모델	181
〈그림 6-4〉 방문자 욕구 충족을 통한 지역현안 문제 해결	181
〈그림 6-5〉 온천자원 연계형 지역현안사업(예시)	182
〈그림 6-6〉 온천관광지구 활력증진을 통한 도시경쟁력 확보방안	183
〈그림 6-7〉 지역 잠재력 및 방문자 욕구를 반영한 온천+@ 모델 적용(예시) ·····	191
〈그림 6-8〉 스마트 공간 및 MICE산업 육성	194
〈그림 6-9〉 게이미피케이션(Gamification) 적용사례	195
〈그림 6-10〉 안전하고 편리한 보행체계 구축	196
〈그림 6-11〉 계룡스파텔 및 온천공원 활용방안	197
〈그림 6-12〉 3개 축을 중심으로 지역간 연계 추진	197
〈그림 6-13〉 온천자원 연계한 자연친화 레저 콘텐츠 개발	199
〈그림 6-14〉 대규모 유흥시설의 활용 방안	200
〈그림 6-15〉 경관보존 전략	201
〈그림 6-16〉 광역교통망 및 지역간의 연계 강화방안	202
〈그림 6-17〉 Aging Free Education Town 조성	205
〈그림 6-18〉 Community Campus 예시	205
〈그림 6-19〉택티컬 어바니즘을 활용한 철도 하부공간 활용	207

그림차례

LIST OF FIGURES

〈그림 6-20〉 가로형 상·공 복합 클러스터 구축	210
〈그림 6-21〉 보행교를 활용한 지역 연결성 강화	211
〈그림 6-22〉 지하보행로를 통한 지역 연결성 강화	211
〈그림 6-23〉 도시디자인을 통한 도시이미지 강화 사례(프라이부르크)	212
〈그림 6-24〉 공공기여 통합관리를 통한 공공공간 창출	213
〈그림 6-25〉 기획재정부 e나라재산 국유재산 포털	218
〈그림 7-1〉 온천관광지구의 쇠퇴주기 특성	230

1

CHAPTER

서론

- 1. 연구의 배경 및 목적 | 3
- 2. 연구의 범위 및 방법 | 7
- 3. 선행연구 검토 및 차별성 | 11

서론

본 장에서는 국내 온천관광산업의 쇠퇴와 지방도시의 경쟁력 저하에 따른 도시·관광정책 차원의 대응 필요성과 연구목적을 명시하였다. 본 연구는 국내 온천관광지구의 쇠퇴현황과 경쟁력 진단을 바탕으로 온천도시의 경쟁력 확보 전략을 제시하고 이를 위한 정책방향을 모색하는데 목적이 있으며, 도시·관광 측면의 경쟁력 진단과 중점사례지역을 대상으로 새로운 재생 모델을 제시하였다는 점에서 차별성을 갖는다.

1. 연구의 배경 및 목적

1) 연구의 배경 및 필요성

도시내 중요한 역할을 하던 관광산업이 쇠퇴하면서 지방도시의 경쟁력이 저하되고 있다. 우리나라의 관광산업은 도시내에서 일자리를 창출하고 지역 상권과 동반성장 하며, 도시 경제의 한 축으로서 주요 성장동력 역할을 수행하였다. 그러나 교통의 발달로 인해 해외여행이 보편화되고 관광트렌드가 단순한 자연 탐방에서 쇼핑, 먹거리, 문화·예술 등으로 다양화됨에 따라 국내 관광산업이 쇠락하기 시작하였다¹⁾. 또한 도시내 관광시설과 인프라가 노후화되고 기존 관광자원과 콘텐츠에 대한 혁신 부족으로 인해 쇠퇴지역으로 전락하면서 도시경쟁력을 저하시키는 요인이 되고 있다.

특히 온천관광지구는 한때 호황을 누렸지만 시설 노후화와 관광트렌드 변화로 관련 산업이 쇠퇴하면서 주변 상권까지 영향을 주고 있다. 소득수준의 향상과 주5일 근무제

1) 국내 관광지 214개소 중 정체단계의 관광지는 31.3%(67개소), 쇠퇴단계 관광지는 7.4%(16개소)로 우리나라 관광지들이 점차 쇠퇴하고 있는 것으로 파악되었다(김중재·이경진 2015).

의 확산으로 국민의 여가 욕구가 다양화되어 여가에 대한 가치관이 변화하기 시작하면서 전국 1일 생활권 형성, 일본으로의 관광객 유출 등으로 인해 심각한 도시활력 침체를 겪고 있다.

온천관광지구의 쇠퇴는 주변 상권을 침체시키고 대규모 유흥공간을 발생시키는 등 도시에 치명적인 악 영향을 미치고 있다. 이러한 온천관광지구의 쇠퇴는 단순히 지역 상권 차원의 매출감소에 영향을 미치는 것에 그치지 않는다. 온천관광의 주요 성장동력인 대규모 호텔, 콘도, 리조트 등의 폐업으로 도시내 일자리가 급감하고 대규모 유흥공간이 발생하면서 도시 전반의 경제적 침체와 경쟁력 저하를 야기하고 있다.

〈유성관광지구의 도시쇠퇴〉

- 도시내 온천관광이 주요 성장동력이었던 유성관광지구는 1994년 관광특구 지정 이후 한동안 호황을 누렸지만 10여 년 전부터 관광객이 줄면서 지역이 침체되기 시작
 - 유성 관광객은 2010년부터 2017년까지 지속적으로 감소하여 2013년 대비 37% 감소

[유성관광특구 관광객 변화]

연도	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
인원(만명)	911	935	915	874	544	536	358	551

출처: 2010년~2013년 - 대전광역시. 2017. 제 6차 대전권 관광개발계획.
2014년~2017년 - 디트news24(2018.09.12.)

- 현재 인구와 가구수, 사업체 등은 꾸준히 증가하는 추세지만, 유성관광지구의 주요 성장동력이었던 특급호텔들이 폐업하기 시작하면서 주변 상권까지 위축
 - 리베라 호텔과 호텔아드리아는 이미 폐업함

특급호텔 폐업 후...‘유성온천’이 식어간다(경향신문 : 2018.03.13.)

주변 상점 5곳 중 1곳 폐업 계획...‘호텔 정상화’ 촉구

대전 유성온천의 특급 호텔이 문을 닫은 이후 유성관광특구 일대 상인들이 심각한 매출 감소를 겪고 있다. 호텔 주변 상점 5곳 중 1곳은 폐업을 계획하고 있는 것으로 조사됐다.

13일 ‘호텔리베라 정상화를 위한 범시민대책위원회’(대책위)가 내놓은 유성지역 경기실태조사 결과를 보면 지난 1월 폐업한 호텔리베라유성(사진) 주변 상점 212곳 중 20.7%인 44곳이 매출 감소로 인해 폐업 예정인 것으로 나타났다. 대전지역 30여개 시민사회단체가 구성한 대책위는 호텔리베라유성이 폐업한 이후 지역 경기 실태를 파악하기 위해 지난달 말부터 이달 초까지 주변 상인들을 대상으로 조사를 진행했다.

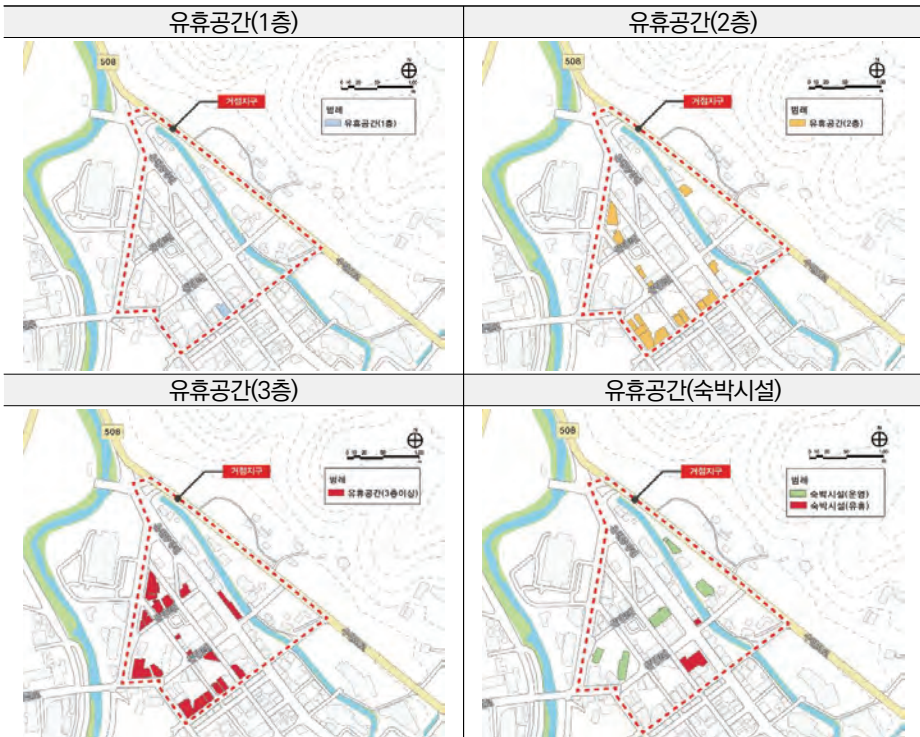
조사 결과를 보면 폐업을 계획 중인 곳 외에도 전체의 70%인 149곳이 호텔 폐업 후 30% 이상 매출이 줄었다고 답했다.

매출 감소액은 월평균 189만원으로 조사됐다. 운영이 어려워진 상점들이 종업원을 해고하면서 전체적으로 줄어든 고용인원도 126명이나 됐다. 상인들의 48.5%(103곳)는 현재와 같은 상황이 지속되면 6개월 안에 폐업하거나 업종을 전환하겠다고 답했다.

〈수안보 온천관광지구의 대규모 유희시설〉

- 수안보 거점지구 내 56개의 건축물 중 29개(51.8%) 건축물에서 유희공간이 분포
 - 거점지구내 56개의 건축물 중 유희공간이 1층에 분포된 건물이 1개(2.0%), 2층에 분포된 건물이14개 (25.0%), 3층 이상에 분포되어 있는 건물이 24개(42.9%)
 - 거점지구 내 7개(12.5%) 숙박시설 중 2개의 숙박시설이 영업중지

[유성관광특구 관광객 변화]



출처: 원광희. 2019.6. 충북경제 4%실현을 위한 북부권토론회 “철도고속화 시대의 도래와 수안보 활성화 방안.



출처 : 저자촬영.

최근 관광의 트렌드가 복합화되고 다양한 형태의 도시관광이 활성화됨에 따라 도시 상권 활성화와 재생 차원에서 온천자원 자체는 높은 잠재력을 가지고 있다. 하지만 온천이라는 도시의 단일 자원으로서의 한계가 있음을 고려했을 때, 온천이라는 지역자원을 활용한 새로운 도시 성장동력 확보와 도시경쟁력 회복방안을 모색할 필요가 있으며, 정책적으로 지원할 수 있는 방안을 제시하는 것이 매우 시급하다.

2) 연구의 목적

본 연구의 목적은 국내 온천관광지구의 쇠퇴현황 분석을 통해 경쟁력을 진단하고 도시재생의 일환으로 온천관광지구 활력증진과 이를 통한 도시경쟁력 확보 전략 및 정책 방향을 제시하고자 한다. 온천관광지구의 쇠퇴현황은 관련 산업과 방문자 수 등을 통해 분석하고 전국 관광지구(단지)들과 비교하여 그 특성을 이해하고자 한다. 또한 국내 온천관광지구를 유형화하고 대표 사례지역을 선정하여 구체적인 경쟁력 수준 진단을 통해 문제점을 도출하고자 한다. 진단 결과를 토대로 온천관광지구 활력증진방안과 이를 통한 도시경쟁력 확보방안을 마련하는 등 경쟁력 확보 모델을 제시한다. 마지막으로 대표 사례별 경쟁력 확보전략을 마련하고 이를 지원하기 위한 정책방향을 제시하고자 한다.

□ 국내 온천관광지구의 쇠퇴현황 분석을 통한 경쟁력 진단

- 전국 관광지구들을 대상으로 온천관광지구의 쇠퇴현황을 분석
- 온천관광지구의 쇠퇴현황과 경쟁력요소를 도출하고 경쟁력 수준을 진단

□ 도시재생의 일환으로 도시내 온천관광지구 활력 증진을 통한 도시경쟁력 확보 전략과 이를 지원하기 위한 정책방향을 제시

- 온천관광지구의 경쟁력 확보 모델을 개발하고 대상지의 경쟁력 확보전략을 마련
- 경쟁력 확보를 위한 정책방향을 도시 및 관공측면에서 제시

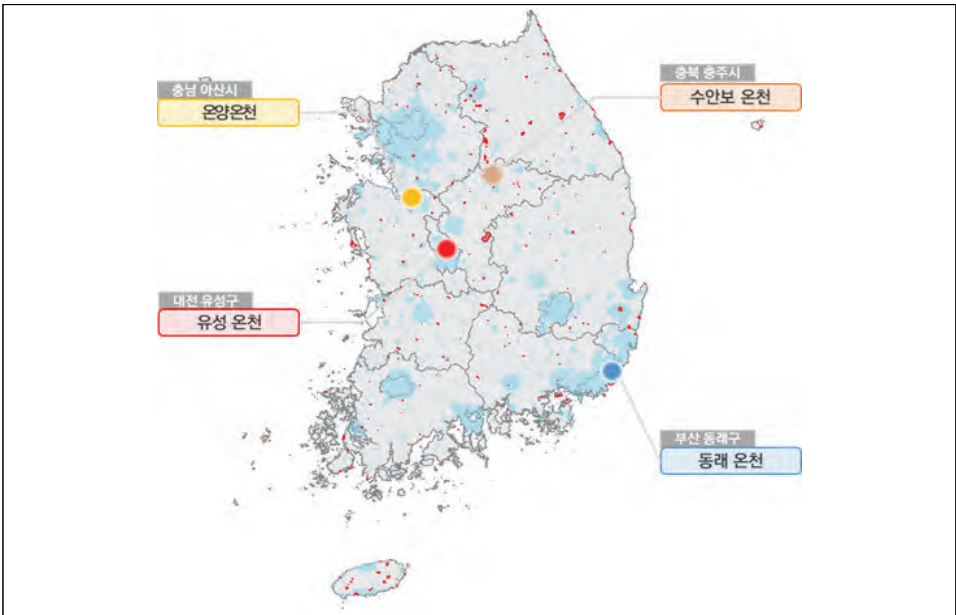
2. 연구의 범위 및 방법

1) 연구의 범위

본 연구의 공간적 범위는 1차적으로 2018년 12월말 기준 문화체육관광부의 관광지, 관광단지, 관광특구 목록 및 목록에 누락된 도시지역 온천관광지구로 설정한다. 2차 범위로는 유형별 온천관광지구의 경쟁력 수준을 진단하기 위해 유성, 온양, 수안보, 동래 온천관광지구를 설정하였다.

도시내 온천관광지구에서 도시지역의 범위란 「국토계획법」의 용도지역상 도시지역이 해당된다. KLIS의 GIS 공간자료를 사용하여 분석한 관광지 등의 목록 중 도시지역에 포함되거나 걸치는 관광지 등을 말한다. 통계자료는 연구대상지가 속해 있는 시군구와 집계구를 기준으로 구축하였다.

그림 1-1 | 관광지·관광단지·관광특구 지정 현황 및 유형별 대표 온천관광지구



자료: 문화체육관광부(2018), 관광지 및 관광단지 지정 현황, 문화체육관광부(2019), 관광특구 지정 현황, 발채 후 재가공.

시간적 범위와 관련해서는 관광지 등이 속해 있는 시군구의 2010년, 2015년 경제총조사 보고서 자료를 활용하였다. 관광지 등의 집계구 자료는 2015년 경제총조사 보고서와 통계청 마이크로데이터 서비스를 활용하여 수집하였으며, 2000년과 2005년, 2010년, 2015년, 2017년 자료를 사용하였다.

본 연구의 내용적 범위는 이론적 고찰, 도시내 온천관광지구 현황 및 쇠퇴특성 분석, 온천관광지구의 경쟁력 수준 진단, 온천관광지구의 경쟁력 확보 방안, 경쟁력 확보를 위한 정책방향 제시로 구성되어 있다.

이론적 고찰에서는 도시관광과 도시경쟁력의 이론적 배경과 함께 관광이 도시경쟁력에 미치는 영향 및 온천관광지구의 잠재력과 도시경쟁력에 대한 심층적인 분석을 실시하였다. 도시내 온천관광지구 현황 분석에서는 도시내 관광지 현황 및 유형, 관광지 유형별 관련 산업현황 및 변화, 유형별 쇠퇴특성을 분석하여 온천관광지구가 타 관광지와의 차별화되는 특성을 도출하였으며, 온천관광지구의 경쟁력 진단을 위해서는 중점사례지역을 선정하고 지역별 경쟁력 수준을 진단하여 문제점을 도출하였다. 온천관광지구의 경쟁력 확보 방안에서는 해외 온천관광지구 사례를 분석하여 시사점을 도출하였으며, 온천관광지구 활력증진 방안과 이를 통한 도시경쟁력 확보방안을 다양한 지역성장 모델을 통해 제시하였다. 마지막으로 정책수요조사를 통해 온천관광지구 경쟁력확보를 위한 정책방향을 제시한다.

2) 연구 방법

(1) 융복합 연구

본 연구는 도시내 온천관광지구의 경쟁력 확보 방안을 제시하기 위해 도시, 관광산업, 문화·예술, 온천전문가 등 다양한 분야의 전문가를 참여시켰다. 먼저 온천관광지구의 쇠퇴현황을 분석하고 관광수용태세를 진단하기 위해 도시 및 관광 전문가들과 협동연구를 추진하였다. 또한 해외의 온천관광지구 사례 분석을 위해 온천전문가에게 원고를 청탁하였고 경쟁력 확보를 위한 사업도출 및 시각화를 위해 외부기관과 융복합 연구를 실시하였다.

(2) 온천관광지 쇠퇴현황 및 경쟁력 진단

온천관광지를 포함한 전국 관광지의 관광객 수 및 관련 산업변화를 통계자료를 이용하여 분석하고 유형별 국내 관광지와 온천관광지를 비교·분석하였다. 또한 대표 사례 지역으로 선정된 온천관광지구를 대상으로 일반현황, 산업분석, 상권분석 등 정량적 분석과 설문조사, 주민참여단 운영, 표적집단면접법(FGI), 현장조사 등 정성적 분석을 실시하였다. 이를 토대로 계층화분석(AHP)을 실시하여 온천관광지구의 경쟁력 수준을 진단하였다.

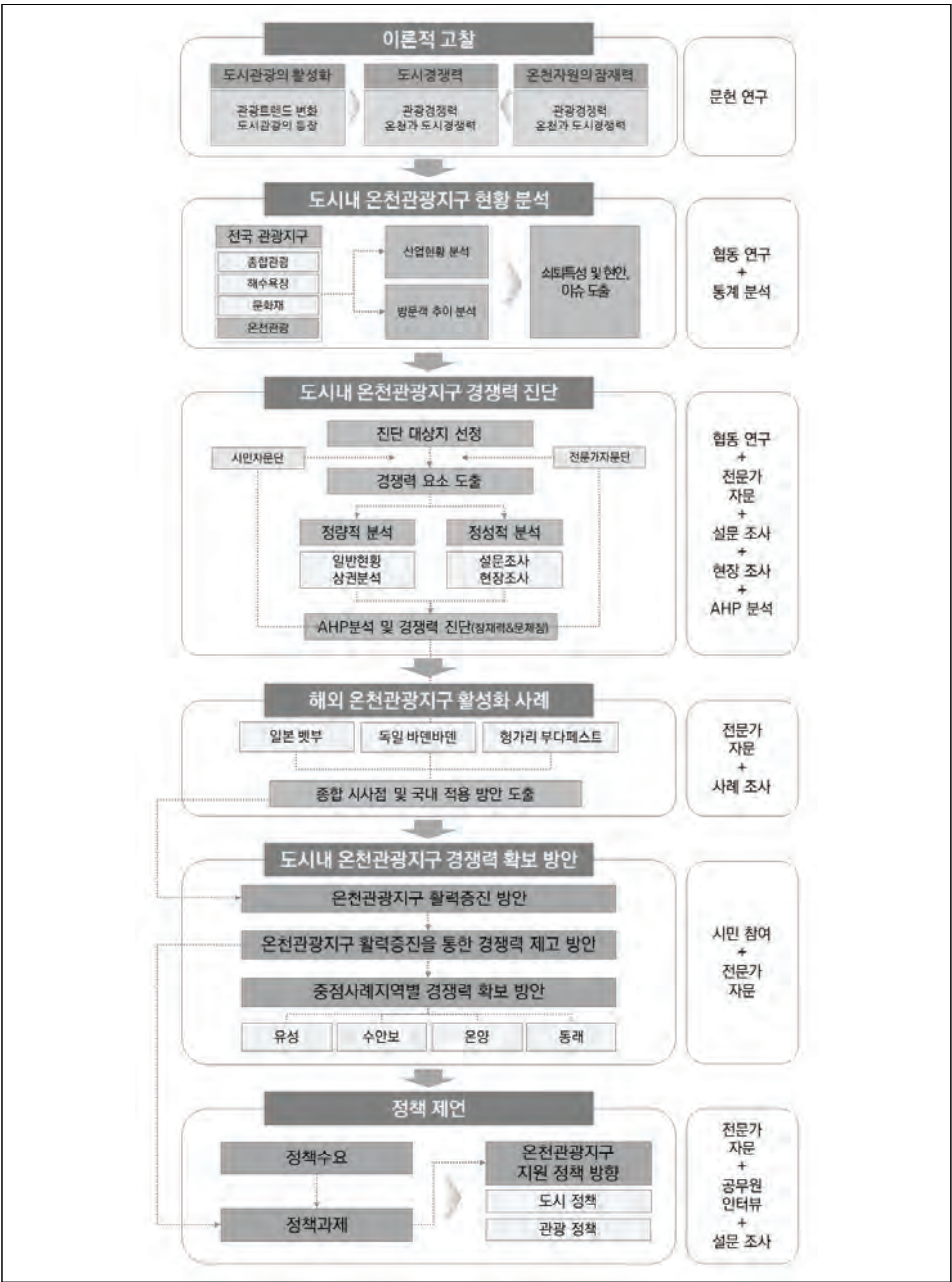
(3) 해외 온천관광지구 사례 분석

해외 온천관광지구를 살펴보기 위해 주요 사례지역을 일본, 독일, 헝가리로 설정하여 외부원고를 청탁하였다. 다양한 해외의 온천관광지구 활성화 사례를 비교분석하여 본 연구에 참고할 만한 시사점을 도출하였다.

(4) 다양한 분야방법으로 의견 청취 및 연구결과 공론화

본 연구에서는 기존 연구와의 차별성을 확보하고 실현가능한 경쟁력 확보방안을 도출하기 위해 다양한 분야·방법으로 다양한 의견을 청취하고자 노력하였다. 먼저 주민 및 상인들의 의견청취를 위해 설문조사를 실시하였고 주민자문단을 운영하여 현장의 목소리를 듣고자 하였다. 주민, 상인, 학생, 청년, 지역예술가 등 다양한 주체가 참여하는 ‘시민아이디어 캠프’를 개최하여 시민참여형 연구결과를 도출하고자 노력하였다. 또한 도시, 관광, 온천 등 다양한 분야의 전문가들로 구성된 연구자문위원회를 구성하여 자문회의를 정기적으로 개최하였고, 국회를 포함한 각 지자체와의 유기적인 협력체계를 구축하였다. 아울러 온천관광지구 경쟁력확보 세미나를 개최하여 주제 발표하였고 연구결과를 공론화 및 확산시키고 토론을 통해 다양한 의견을 수렴하였다. 마지막으로 온천관광지구를 포함하는 지자체 도시재생 및 관광 분야 담당자를 대상으로 정책 수요 조사를 실시하여 정책과제를 도출하고 제도개선 방향을 제시하였다.

그림 1-2 | 연구 흐름도



자료: 저자 작성.

3. 선행연구 검토 및 차별성

1) 선행연구 현황

(1) 관광지 쇠퇴

관광지 수명주기론은 1980년 Butler에 의해 제시된 모델로서 관광지를 하나의 상품으로 보고 수명주기를 늘려 지속가능한 관광지 발전을 도모해야 함을 주장하였다. 관광지 수명주기 관련 연구는 관광지 수명주기론의 한계 및 개선방안을 제시하는 연구와 수명주기론을 활용하여 관광지의 쇠퇴단계를 분석하고 향후 개발전략을 제시하는 연구로 구분되고 있다. 관광지 수명주기론의 한계와 개선방안을 제시하는 연구에서는 주로 관광지의 다양한 특성과 유형을 반영하지 못하고 단순히 상품성(관광객 수)만을 기준으로 평가하는 수명주기론의 한계를 비판하고 있다. 관광지 수명주기론을 활용한 관광지 진단 연구에서는 주로 수명주기론을 바탕으로 관광지의 쇠퇴정도를 진단하고 문제점을 분석하여 그에 대한 대안을 제시하는 방법이 주를 이루고 있다.

정승호·황진웅(2012)은 관광객 수 기반의 연도별 그래프 변화를 분석하는 수명주기론의 문제점과 한계를 선행연구를 통해 도출하고 실증적 연구를 통해 비판에 대한 정당성과 대처방안을 제시하고 있다. 조성호·이경자(1998)는 우리나라에 분포하는 온천관광지를 대상으로 수온, 온천질, 입지 등에 의한 분포특성을 분석하고 온천별 수명주기 단계를 분석하여 수명주기에 영향을 미치는 특성을 살펴보고자 하였다. 서현(2012)은 인천의 관광지 개발 사업을 지역적으로 분류하고 전문가의 쇠퇴단계 진단을 통해 지역별 문제점과 향후 개발 방향을 제시하였다. 김중재·이경진(2015)은 국내 230개 관광지를 대상으로 쇠퇴단계를 분석하고 쇠퇴 또는 정체단계의 관광지 재활성화 방안을 모색하였으며, 발전 또는 강화단계 관광지의 지속가능한 발전 방향을 제시하고자 하였다.

(2) 도시경쟁력

도시경쟁력 관련 연구는 도시경쟁력을 객관적으로 파악할 수 있는 지표개발 연구와 경쟁력강화 및 활용 관련 연구로 구분할 수 있다. 도시경쟁력 지표 연구는 주거, 행정, 경제 등 물리적·경제적 지표에서 문화, 복지, 교육 등 사회적 지표로 확장되고 있다. 도시경쟁력 강화 및 활용 연구에서는 지역기반의 도시경쟁력을 발굴·강화하고 지역혁신을 이룩하여 일자리와 경제적 가치를 창출 할 수 있는 방안을 모색하고 있다.

김판섭·남진(2012)은 도시환경정비사업이 도시경쟁력에 미치는 영향관계를 분석함으로써 물리적 환경개선사업의 계획요소가 도시경쟁력과 직·간접적인 영향관계가 있음을 밝히고 도시의 경쟁력 강화를 위해 공공의 적극적인 사업추진과 체계적인 계획 수립의 필요성을 제시하였다. 조재호(2017)는 Oxford Economics 지표를 활용하여 우리나라 7개 광역시와 770개 도시경쟁력을 비교분석함으로써 국내 7대 광역시의 글로벌 도시경쟁력 위상을 정리하고 한국의 국가경쟁력 약화를 방지하기 위한 전략적 방안의 필요성을 제시하고 있다. 이수진 외(2017)는 인구, 산업, 경제, 환경·재난안전, 사회복지·보건의료, 교육, 문화·체육·관광, 도시, 교통, 행·재정 등 9개 부문 52개 지표를 활용하여 시흥시의 도시 문화경쟁력을 분석하고 지역발전 전략을 제시하였다. 권연화·최열(2018)은 사회적 자본과 물리적·사회적 특성과 도시경쟁력과의 관계를 살펴봄으로써 신뢰, 네트워크, 규범 등 사회적 자본의 확충이 도시적 특성강화(젊은 인구 유입, 경제활성화, 도시기반시설 공급 등)를 통해 도시경쟁력 강화에 기여할 수 있음을 밝히고 있다.

(3) 관광경쟁력

관광경쟁력 관련 주요 이슈는 관광경쟁력에 영향을 미치는 요인, 관광특구제도의 개선방안 모색으로 요약할 수 있다. 관광트렌드의 변화와 환경적 요인으로 인해 관광경쟁력에 영향을 미치는 요소는 물리적 환경, 경쟁력있는 콘텐츠뿐만 아니라 먹거리, 관광자원의 연계성, 기후 등으로 다양하다. 관광특구제도의 개선방안은 변화하고 있는

관광트렌드를 아우를 수 있는 관광지, 객관적인 기준에 의한 지구설정, 장기적 관점의 운영 관리 방안 등으로 제시되고 있다.

우문호(2010)는 관광요소 및 관광수요조건과 관광 경제적 효과의 구조적 관계를 분석함으로써 관광트렌드와 소비행태의 변화에 따라 외식산업을 산업구조적 관점에서 볼 필요가 있음을 주장하고 있다. 이진식(2015)은 국내 경제상황과 사회환경 여건 변화 등을 고려한 한국형 도시 관광경쟁력 확보를 위한 도시 관광경쟁력의 평가 지표와 모델을 제안하였다. 이민재 외(2015)는 관광위험 측면의 기후변화 인식과 관광 만족 및 행동 의도의 상관관계를 분석함으로써 안전한 도시환경과 안정된 기후가 도시의 이미지와 관광경쟁력 형성에 도움이 됨을 밝히고 있다. 김철원(2018)은 현존하는 관광경쟁력 체계, 지자체의 관광수용태세와 지역관광 발전지수 측정 및 활용 사업에 대한 장단점을 분석하여 우리나라 실정에 부합하고 차별화된 새로운 지역관광 경쟁력 진단 및 관리사업의 필요성을 제시하였다.

(4) 온천 및 온천관광지구

최근 온천과 관련된 연구는 온천지역의 지속성 및 경제성을 유지하기 위한 방안을 모색하는 연구가 주를 이루고 있다. 최근 온천의 환경개선 및 관광활성화 외에도 온천수의 열에너지를 활용한 기술개발연구가 진행되고 있는 추세이다.

행정안전부·부산대학교(2008)는 온천수 및 온천 폐수의 열에너지 활용 기술을 발굴 제공함으로써 우리나라 온천업계의 경쟁력 강화를 위한 정책수립 기반을 마련하고자 하였다. 신용석(2009)은 국내 관광특구의 무분별한 지정과 영업시간 비재 조치 해제 등 특구지정의 실효성 상실을 현행 관광특구제도의 문제점으로 제기하고 이를 해결하기 위한 정책방향 및 제도개선 방안을 제시하고 있다. 김시중(2011)은 최근 전국 온천 관광지의 과잉공급형태의 시장구조에 의한 실질적으로 온천이용시설별 온천이용객수 감소, 온천방문객 중심의 온천관광공급의 변화 요구, 온천방문객 대상 온천관광지 연구 필요성 측면에서 온양온천관광지 방문객 만족이 재방문 및 추천의사에 미치는 영향을 규명하였다.

2) 선행연구와 본 연구와의 차별성

본 연구는 온천이라는 천연자원이 가지는 잠재력과 도시자원의 잠재력을 결합한 새로운 지역성장 모델을 개발하여 국내 온천관광지구의 활력증진과 이를 통한 도시재생 및 경쟁력 확보에 기여하는 것이다. 이에 국내 관광산업의 유형별 쇠퇴 특성과 온천관광지의 도시·관광적 쇠퇴 현황을 분석하였다. 도시재생법 기준의 쇠퇴판단기준과 관광분야의 쇠퇴판단기준을 적용한 쇠퇴진단을 비교하여 관광지 쇠퇴판단에 별도의 기준이 마련될 필요가 있음을 시사하였다. 또한 온천관광지의 유형과 지역적 특성을 결합한 온천 + @ 모델의 제시로 온천 자원의 활용 가능성을 시사하고 이를 현실화 하기 위한 정책 방향을 제시하였다는 점에서 선행연구와의 차별성을 가진다.

아울러 시민아이디어캠프 개최, 설문조사 실시, 주민인터뷰, FGI 등 다양한 방법의 주민 및 전문가 의견수렴과 국회 및 지자체와의 지속적이고 유기적인 협의를 통해 보다 현실적인 대안을 제시함으로써 지역기반의 경쟁력 제고 방안 수립의 방향성을 제시하도록 노력하였다. 또한 본 연구를 통해 온천관광지구 및 쇠퇴 관광도시의 대규모 유희부지 활용방안과 지역자원 연계방안을 통합적인 시각으로 접근함으로써 지방도시의 경쟁력 증진을 위한 기반을 마련하였다.

표 1-1 | 선행연구 요약 및 차별성

구 분		선행연구와의 차별성		
		연구목적	연구방법	주요 연구내용
주요 선행 연구	1	• 과제명: 도시환경정비사업이 도시경쟁력에 미치는 영향 분석 • 연구자: 김판섭·남진(2012) • 연구목적: 국내에서 진행중인 도시환경정비사업의 도시경쟁력에 미치는 영향을 분석하고 시사점 도출	• 문헌조사 • 구조방정식 모형(SEM)	• 도시환경정비사업의 계획요소와 도시경쟁력 지표 간의 영향관계를 규명 • 도시환경정비사업의 계획요소들이 도시의 경제·산업 경쟁력 지표에 정의 영향을 미침 • 도시경쟁력 강화를 위한 공공의 관점변화와 적극적인 사업 추진 제언
	2	• 과제명: 국내 관광지의 쇠퇴주기 분석 연구 • 연구자: 김중재·이경진(2015) • 연구목적: 국내 230개 관광지의 쇠퇴주기 단계를 분석하여 쇠퇴관광지의 재활성화 방안을 모색	• 문헌조사 • 회귀곡선추정 분석 • 변화추이곡선 분석	• 213개의 관광지 쇠퇴주기단계 분석을 통해 자원유형별 쇠퇴진단 시도 • 정체·쇠퇴관광지의 혁신 도입을 위한 방안 제시 • 지정·시행관광지의 활성화를 위한 방안 제시
	3	• 과제명: 지역관광 경쟁력 진단 방안 및 활용 전략 • 연구자: 김철원(2018) • 연구목적: 객관적인 기준의 관광경쟁력 진단 및 활용전략 제언	• 문헌조사 • 전문가 그룹 FGI • 델파이	• 객관적인 기준의 관광경쟁력 진단 도구 개발 필요성 제언 • 국내실정을 고려한 새로운 관광경쟁력 모델 제시
	4	• 과제명: 관광특구 제도 및 운영 개선방안 • 연구자: 신용석 (2009) • 연구목적: 현행 관광특구제도의 문제점을 도출하고 이를 해결하기 위한 제도개선 방안 제시	• 현황조사 • 법·제도 분석	• 현행 관광특구제도 및 지정현황 조사 • 관광특구 제도의 운영상 문제점을 개선하고 효과성을 강화하기 위한 제도개선방안 제시
본 연구		• 과제명: 도시내 온천관광지구 활력 증진을 통한 경쟁력 제고방안 연구 • 연구목적: 온천관광지구 경쟁력 진단과 경쟁력 확보를 위한 전략 및 정책방향을 제시	• 국내외 문헌검토 • 현지조사 • 관계자 인터뷰 • 융복합 연구 • 주민참여	• 온천관광지구의 쇠퇴현황조사 • 경쟁력 수준 진단 • 경쟁력 확보방안 제시 • 경쟁력 확보를 위한 정책방향 제시

자료: 저자 작성.



CHAPTER 2

온천관광지구의 잠재력과 도시경쟁력

- 1. 도시관광과 도시경쟁력의 이론적 배경 | 19
- 2. 관광이 도시경쟁력에 미치는 영향 | 24
- 3. 온천관광지구의 잠재력과 도시경쟁력 | 32
- 4. 논의의 종합 | 39

온천관광지구의 잠재력과 도시경쟁력

본 장에서는 도시관광이 도시경쟁력에 미치는 영향을 이론적 고찰을 통해 살펴보았다. 최근 고령 인구의 사회환경 변화와 나홀로관광의 증가, 도시관광 활성화 등 관광트렌드가 변화함에 따라 관광이 도시경쟁력에 미치는 영향이 증가하고 있다, 특히 웰빙에 대한 인식이 높아짐에 따라 도시내 온천관광과 관련 공급요소의 연계 및 활용이 중요해지고 있다. 온천자원과 도시의 자원이 결합할 때 시너지 효과가 발생하여 관광산업 기반의 도시경쟁력에서 우위를 차지할 가능성이 높은 것으로 나타났다.

1. 도시관광과 도시경쟁력의 이론적 배경

1) 관광활동의 다양화와 도시관광의 등장

1990년대 이전에는 바다, 산 등의 자연자원을 근간으로 하는 지역이 일반적인 관광 공간으로 인식되었고 도시는 상대적으로 관광목적지로 주목받지 못하였다(이영주, 2005). 그러나 세계화로 인해 국제사회와의 접촉이 증대되면서 국제회의 및 업무를 위한 세계도시로의 이동이 증대되었고, 이러한 국제적 이동이 단순하게 업무 관련 활동으로 종결되는 것이 아니라 단기간이더라도 도시를 관광할 수 있는 기회를 제공하게 되었다(Shaw & Williams, 1994). 도시는 항공, 철도 등의 교통 인프라로 접근성이 우수하고 정치, 경제, 행정, 사회·문화 기능이 밀집되어 있는 공간으로 비도시 지역에서 찾기 힘든 도시만의 콘텐츠를 보유하고 있어 주요 관광목적지로 주목받고 있다(김남조, 2018). 또한, 도시가 보유한 다양한 기능 및 특성이 관광활동과 연계되면서 도시는 관광목적지로 주목받기 시작하였고, 도시관광이 활성화되었다(이영주, 2005).

과거 관광활동의 범위가 주로 휴식, 휴양, 자연감상이었으나 점차 컨벤션, 이벤트, 의료, 교육, 예술, 스포츠, 산업 등과 관련된 활동으로 확대되면서 도시의 기능이 관광과 연계되며 주요 관광목적지로서 도시가 관심받기 시작한 것이다(김부성, 2010; 이영주, 2005).

도시의 기능만큼 도시를 방문하는 목적도 ① 친구, 친지 방문 ② 비즈니스 ③ 회의, 전시회 참가 ④ 교육 ⑤ 문화, 역사 ⑥ 종교 ⑦ 축제, 이벤트 ⑧ 쇼핑 ⑨ 의료 ⑩ 스포츠 ⑪ 음식 ⑫ 미용 ⑬ 예술 등 다양하다(김부성, 2010; 이영주, 2005; Page, 1995). 이와 같이, 도시를 방문하는 1차적 목적 외에도 관광은 도시를 방문하게 만드는 직·간접적 동기를 부여하며 도시관광객의 도시방문 목적은 친지를 방문하며 관광도 하고, 전시회 참관 후 관광을 하는 등의 다목적 성향을 지닌다(김부성, 2010; 유지윤·임진아, 2013; Ashworth & Page, 2011).

도시가 보유한 기능과 속성은 관광의 대상이 되기 때문에 어느 도시이든 관광의 기능을 보유하고 있다고 볼 수 있다(김부성, 2010; Page, 1995). 그렇지만 이는 다른 한편으로 관광에 활용되는 요소들이 도시 거주민과 관광객이 동시에 이용한다는 것을 의미하기 때문에 어떠한 활동이 관광의 대상이 되는지 구별하기 어렵다는 것을 의미한다. 이처럼 도시관광활동의 범위에 대한 모호성과 도시관광에 대한 개념적인 복잡성으로 인해 도시관광에 대한 연구 논의는 활발하게 이루어지지 못하였다(심창섭·칼라 산토스, 2012; Pearce, 2001: 149-151). 또한, 도시관광의 형태가 전형적으로 관광지라고 여겨지던 공간을 벗어나 일상적인 도시경험, 진정성있는 경험의 추구로 변화됨에 따라 도시관광객의 도시관광경험은 거주하는 도시민과 유사하여 도시지역에 대한 관광의 영향을 구별해내기가 더욱 어려워지고 있다(Füller & Michel, 2014). 이처럼 도시관광의 모호성은 도시관광의 연구에 대한 어려움을 가져왔으나 경제적, 사회적으로 위기에 직면한 도시들이 관광을 재생 전략 수단으로 주목하면서 1990년대부터 도시관광에 대한 연구가 이루어지기 시작하였다(여경진·주영민, 2013; Page, 1995). 도시관광에 대한 연구는 도시생태학, 정책, 도시계획, 거버넌스, 산업, 문화 등의 관점에서 다루어지고 있다(Edwards, Griffin, & Hayllar, 2008).

구체적으로 Ashworth(1989)는 도시관광에 대한 연구는 교통경로, 관광명소, 관광 시설 등의 위치에 대한 공간 분석을 고려하는 시설 측면, 도시의 관광구역과 연결된 지구가 유기적으로 진화한다는 생태학적 측면, 관광 마케팅과 관련된 사용자 측면, 인프라 제공 등의 정책과 관련 측면으로 구분하였다. Edwards et al. (2008)은 도시관광에 대한 연구의 관점을 도시 거버넌스, 산업, 문화적 측면으로 구분하였다. 도시 거버넌스 차원은 관광을 도시의 많은 사회적, 경제적 플레이어 중 하나로 여기고, 도시정부는 다른 도시활동과 함께 관광을 촉진하거나 통제하는 과제에 직면한다는 관점이며, 산업적 차원은 관광을 산업으로서 판매, 투자, 관리해야하는 대상으로 보는 관점이며, 문화적 차원은 관광객과 지역사회의 상호작용을 통해 지역사회에 변화를 미치는 것과 관련된 측면이라 하였다(Edwards et al. 2008). Pearce(2001)는 도시관광 연구를 위한 통합적 관점을 제시하였는데 도시관광 연구의 주제(수요, 공급, 개발, 마케팅, 계획, 조직, 운영, 영향)와 공간차원(관광지 지점자체, 지구 차원, 도시전체 차원, 지역 및 국가 차원)의 매트릭스를 제시하며 이를 통합하여 체계적으로 연구할 필요성에 대해 언급하였다. 또한, 도시관광에 대한 연구는 초대형도시(mega-city)의 등장, 친환경 도시, 도시공간의 복합화, 포스트모더니즘 등 새로운 도시와 관련된 이슈의 등장에 따라 끊임없이 변화를 요구받고 있으며 다학제적인 성향을 보이고 있다(심창섭 외, 2012: 38).

한편, 도시관광객에 의한 소비지출은 도시경제에 영향을 미칠 뿐 아니라, 도시관광객의 관광경험은 도시이미지 형성에도 중요한 요소로 작용하기 때문에 대다수의 도시는 관광을 도시의 성장을 위한 핵심적인 산업 중 하나로 여기고 이와 관련된 정책에 집중하고 있다. 우리나라의 경우도, 1990년대 본격적인 지방자치제를 실시하면서 각 도시들은 관광객을 유치하여 경제적인 부가가치를 극대화하기 위해 관광자원 개발과 관광객 유치를 위한 정책에 집중하고 있다(심창섭 외, 2012; 여경진 외, 2013).

2) 도시경쟁력의 변화와 활용

1980년대 기업가형 정부의 패러다임으로 경제활동의 주역은 국가단위였으나 2000년대 들어 국가권력의 분산화, 경제의 세계화 등의 시대적 흐름으로 도시가 핵심 경제단위로 전환되었으며, 이에 따라 도시경쟁력의 개념이 등장하였다(이형욱, 2015). 도시경쟁력 측정은 복합적인 다차원 측면에서 접근하고 있는데 도시경쟁력에 대한 개념이 등장할 초기에는 경제, 개발에 중점을 두었다(변미리, 2014). 그러나 최근에는 지식, 혁신, 창의성, 인적 자본, 도시의 독특한 정체성, 도시 브랜딩 등이 도시의 지속가능한 경쟁우위를 창출하는 수단으로 주목받고 있다(Sáez & Perriáñez, 2015, p. 78). 또한, 도시경쟁력의 평가는 인구감소, 안전, 다양성 존중, 주민참여 등의 사회적 과제를 해결하는 지표를 포함하는 것으로 변화되고 있다(<표 2-1> 참조).

표 2-1 | 도시경쟁력 평가지표

연구자 (평가주관)	연구제목 (지수명)	개요	평가 분야
박승규 외(2015)	광주광역시 도시 경쟁력 강화를 위한 지표 개발 및 실태 분석	광주 시정운영 목표와 부합한 종합적인 도시경쟁력 지표 마련	6개 분야(경제기반, 국제중심, 인본민주, 녹색환경, 문화예술, 첨단정보) 60개 지표
강승호 외(2009)	다차원분석법을 이용한 인천 도시경쟁력 비교 분석	인천과 국제도시들과 도시경쟁력 비교	6개 분야(도시규모, 삶의 질, 비용여건, 인적자원 및 성장여건, 국제화여건, 소프트환경) 35개 지표
임병호 외(2007)	대전의 도시경쟁력 평가 및 강화방안 연구	7대 광역시에 대한 도시경쟁력 평가	3개 분야(경제, 도시환경, 도시규모 및 국제화) 9개 지표
Sáez and Perriáñez(2015)	Benchmarking urban competitiveness in Europe to attract investment	26개 유럽국가의 159개 도시경쟁력을 다차원으로 평가	3개 차원(기본, 효율, 혁신)의 10개 지표
모리기념재단 도시전략연구소 (2019)	Global Power City Index (GPCI)	도시 간 글로벌 경쟁에서 도시의 종합적 파워를 평가	6개 분야(경제, R&D, 문화교류, 거주적합성, 환경, 접근성)의 70개 지표

연구자 (평가주관)	연구제목 (지수명)	개요	평가 분야
EIU (2012)	Hot spots 2025	도시의 미래 경쟁력 벤치 마킹을 위해 경쟁력있는 도시선정	8개 분야(경제력, 물리적 자본, 재정, 제도, 사회·문화적 성격, 인적자본, 자연환경 위험, 세계 적인 매력)
EIU (2018)	Global Livability Ranking	살기 좋은 도시 순위로 생 활조건을 평가	5개 분야(안전, 의료서비스, 문 화·환경, 교육, 인프라)의 30개 지표
Mercer Consulting (2019)	삶의 질	해외주재원 파견수당을 선정하기 위해 주재원이 느끼는 삶의 질, 생활환경 측정	10개 분야(레크리에이션, 하우 징, 경제환경, 소비재, 공공서비 스 및 교통, 정치사회적 환경, 자 연환경, 사회문화적 환경, 교육, 의료보건)
ATKearney (2019)	Global Cities	해외 주요 지점 확장을 위 해 도시순위 평가	5개 분야(비즈니스 활동, 인적 자본, 정보교환, 문화경험, 정치 적 참여)

자료: 선행연구를 토대로 저자작성.

이러한 도시경쟁력 평가지표를 기반으로 도시경쟁력 강화를 위한 방안 모색에 대한 연구가 활발하게 진행되고 있다. 그 예로, 김판섭·남진(2012)은 도시환경정비사업이 도시경쟁력에 미치는 영향관계를 분석하여 물리적 환경개선사업의 계획요소가 도시경쟁력과 직·간접적인 영향관계가 있음을 밝히고 도시의 경쟁력 강화를 위해 공공의 적극적인 사업추진과 체계적인 계획 수립의 필요성을 제시하였다. 이수진 외(2017)는 인구, 산업, 경제, 환경·재난안전, 사회복지·보건의료, 교육, 문화·체육·관광, 도시, 교통, 행·재정 9개 부문 52개 지표를 활용하여 시흥시의 도시 문화경쟁력을 분석하고 지역발전 전략을 제시하였다. 권연화·최열(2018)은 사회적 자본과 물리적·사회적 특성과 도시경쟁력과의 관계를 살펴봄으로써 신뢰, 네트워크, 규범 등 사회적 자본의 확충이 도시적 특성강화(젊은 인구 유입, 경제활성화, 도시기반시설 공급 등)를 통해 도시경쟁력 강화에 기여할 수 있음을 분석하였다.

2. 관광이 도시경쟁력에 미치는 영향

1) 관광트렌드의 변화

관광은 사회, 경제, 정치, 환경, 기술 등 여러 영역과 연관되어 있어 이러한 영역의 변화에 따라 관광트렌드도 변화되고 있다(OECD, 2018). 차미숙 외(2015)는 2040년 미래국토가 직면할 모습과 정책이슈를 도출하기 위해 인구, 경제, 기후·환경, 기술, 사회·가치, 정치 분야의 트렌드를 분석하였다.

그 결과, 핵심 트렌드로 저출산·고령화 심화, 1인 가구 및 다문화가구 증가, 경제성장 둔화, 소득 및 소비 양극화, 아시아 경제의 부상, 지구온난화 등의 기후변화, 첨단 과학기술의 발달 및 융복합화, 초고속 교통기술과 무인기술의 발달, 삶의 질 중시, 소비자 욕구 다양화, 국제관계의 다극화와 상호의존성 증대가 도출되었다. OECD(2018)에서도 2040년까지의 핵심 메가트렌드를 인간, 지구, 생산성, 정치 차원으로 구분하고 관광을 메가트렌드로 제시하였다. 이러한 관광트렌드의 변화에 정책입안자의 전략적이고 체계적인 접근법 개발이 요구되어지고 있기에, 여러 기관에서 관광트렌드를 분석하여 제시하고 있다.

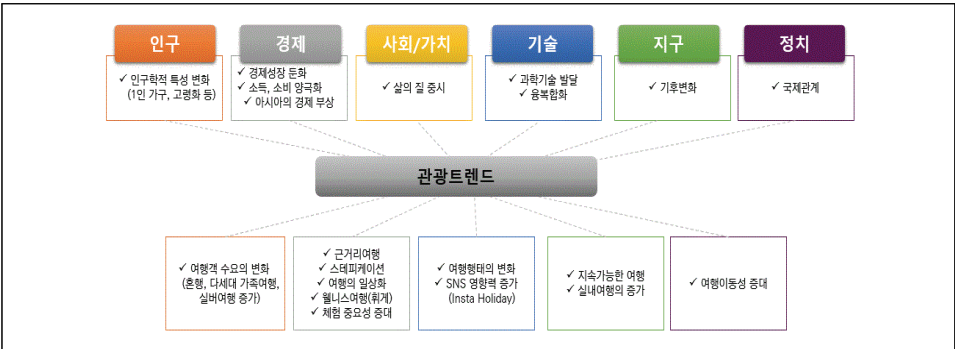
이를 구체적으로 살펴보면, OECD(2018)은 관광트렌드로 진화하는 관광객 수요, 지속가능한 관광의 성장, 기술 활성화, 여행이동성을 제시하였다. 즉, 고령화, 중산층의 성장 등 인구학적 특성의 변화에 따라 관광객 수요가 변화되고 있으며, 자연환경과 지역사회에 피해를 입히지 않는 지속가능한 관광의 성장, 공유경제 플랫폼의 성장 등은 여행방식을 변화시키고 있다고 하였다(OECD, 2018). 정부가 국제교통을 지원하고 외국인 관광객을 수용하는 정도에 따라 여행이동성은 영향을 받는데 구체적으로, 여행 촉진정책의 변경, 교통혁신, 항공규제 등에 대한 정책의 변화에 따라 여행 이동성은 변화될 것으로 전망하였다(OECD, 2018).

한국관광공사는 빅데이터 기반으로 국내여행 트렌드를 분석하여 제시하였다. 2017~2018년의 국내여행트렌드는 S. T. A. R. T로 Stayfication, Travelgram, Alone,

Regeneration, Tourist sites in TV programs의 첫 글자를 조합한 의미로 근거리여행, 여행의 일상화, 여행스타그램, 혼행, 휘게라이프, 원도심여행, 여행예능이 트렌드임을 분석하였다(한국관광공사, 2017).

2019년 국내여행의 트렌드로는 “여행은 언제 어디로든 떠날 수 있도록 나와 연결되어 있는 모든 것, B.R.I.D.G.E”로 Break the generation gap, Recreational activities, Influential contents, Delicious Foods, Go anytime, East coast를 의미하는 단어로, 다세대 가족여행, 레저여행, 인스타그램 등 SNS 여행콘텐츠의 영향력 증가, 맛집 및 카페투어, 여행의 일상화, 강원도 관광으로 분석하였다(한국관광공사, 2018). 글로벌 자유여행 액티비티 플랫폼인 ‘클룩(KLOOK)’은 12개국 여행객을 대상으로 조사한 결과, 2019년 관광트렌드로 혼행족, 액티비티를 최우선으로 하는 프로여행러, 가이드북의 역할을 하는 유튜브 여행, 인싸(인스타그램, 인사이드) 여행 증가, 모바일 예약 증가, 여행지에서의 별도 계획 없이 자신의 기분, 컨디션에 따라 여행을 하는 즉흥여행을 관광트렌드로 선정하였다(뉴스투데이, 2019. 03. 11.). 미국의 경제 잡지인 포브스(Forbes)는 일주일 이상의 여행보다는 짧게 여러 번 가는 Mini Vacations, 인스타그램에 사진을 올릴 관광지를 찾는 Insta-Holidays, 웰니스여행의 증가를 의미하는 Driven by Wellness, 비즈니스와 레저의 결합인 B-leisure trips을 여행트렌드로 소개하였다(Forbes, 2018).

그림 2-1 | 관광트렌드



자료: 선행연구를 토대로 저자작성.

이와 같이 한국관광공사, 해외기관, 상업용 플랫폼 등에서 제시한 관광트렌드에서 공통점을 찾아보면, 여행의 일상화로 자주 짧게 떠나는 여행의 증가, SNS가 여행 목적지 선택과 여행활동 등에 영향을 미치는 SNS의 영향력 증가, 웰니스 관광에 대한 수요 증가, 인구구조의 변화로 인한 관광수요의 양극화로 다세대 가족여행과 혼행, 관광지에서 보는 것 보다는 직접적인 체험을 중시하는 액티비티 요구 증대이다.

2) 관광이 도시에 미치는 영향

관광이 도시에 미치는 영향에 대해서는 지속적으로 연구되어져 왔으며, 주로 경제, 문화·여가, 공간 및 인프라, 국제화, 장소마케팅 측면에서 영향을 미치는 것으로 나타났다(김부성, 2010; 김향자 외, 2011; 2014; 김홍식 외, 2015; 이영주, 2005; Ashworth & Page, 2011; Edwards et al., 2008; Gao, Tian, Zhou & Zhang, 2009; Ma, Hong & Zhang, 2015; Jin, 2011; Page, 1995).

첫째, 다수의 다국적 연구에서 관광이 경제성장을 촉진함을 증명하였다(Gao et al., 2009; Ma et al., 2015; Jin, 2011). 세계여행관광협회(WTTC: World travel & tourism council)에 의하면 관광은 전 세계 약 1억 2,290만 개 이상의 일자리를 직접 창출하고, 전 세계 GDP의 약 3.6%를 기여한다(WTTC, 2019). 도시관광객의 소비는 도시경제에 소득을 창출할 뿐 아니라, 도시관광객 수의 증가는 호텔 등의 관광관련 시설을 비롯하여 관광인프라가 건설되며 이와 관련된 일자리 창출, 지역경제 기반의 다양화, 기업활동의 장려를 촉진한다(Füller & Michel, 2014; Page, 1995). 그 예로, Murillo et al., (2013)의 연구에 의하면 바르셀로나를 방문한 2,250만 명의 관광객에 의해 경기침체기였던 2009년 바르셀로나시는 관광부문에서 약 82억 달러의 소득을 올리고, 관광객으로 인한 직접고용이 68,711명으로 GDP의 2.4%, 기존일자리 4.1%가 창출된 것으로 나타났다. 이와 같이 관광의 경제적 효과로 인해 1980년대부터 서구 주요도시들은 장기간 지속되는 경제 불황을 타개하기 위한 수단으로 관광산업을 선호하였는데, 이는 지역을 방문하는 관광객들의 소비가 도시경제에 직·간접적으로 영향을

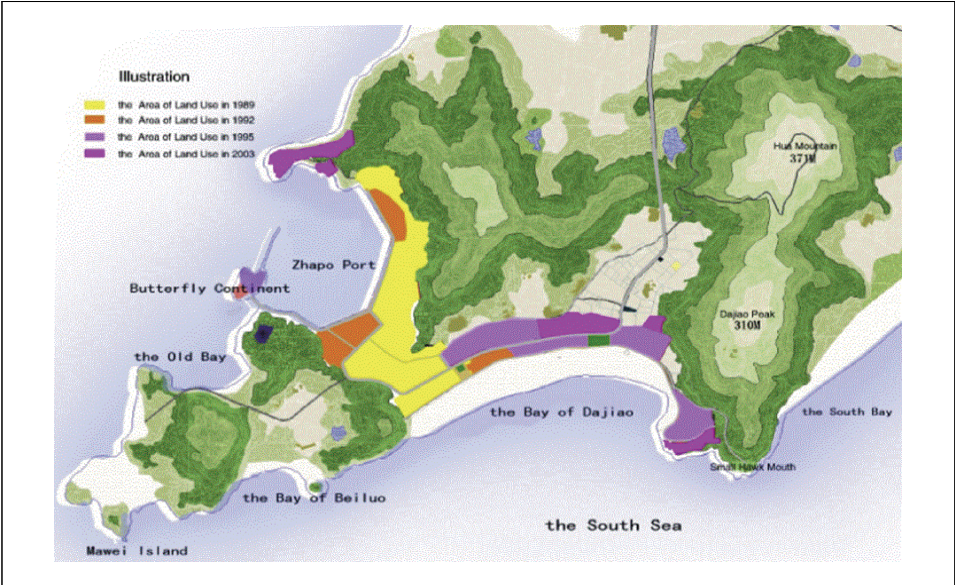
주기 때문이다(이영주, 2005). 도시관광객에 의해 가장 큰 혜택을 누리는 부문은 숙박업소(호텔, 호스텔, 아파트 등)이며 음식업, 소매업, 운송, 레크레이션 및 문화서비스 등도 직접적으로 관광의 영향을 받으며, 부동산, 기타 비즈니스, 도매업 등이 간접적으로 영향을 받는다(Murillo et al., 2013). 또한, 숙박업, 관광편의시설업, 음식점업 등 관광산업은 타 산업과 기능적으로 연계되어 있어 산업연관효과가 크기 때문에 관광의 경제적 파급효과는 도시경제에 활력을 제고하는 것으로 증명되어져 왔다(김향자 외, 2011).

둘째, 관광은 도시관광객을 비롯하여 거주하는 도시민들에게도 문화·여가적 측면에서 영향을 미친다. 관광활동이 집중된 공간의 개발은 도시관광객뿐 아니라, 도시에서 여가를 즐기는 도시민에게도 여가 기능을 제공한다(이영주, 2005). 관광객들은 관광활동을 하며 도시내 공간과 자원을 차지하고, 활동에 참여하며, 지역사회와 상호작용을 통해 지역사회의 집단 및 개인의 가치, 행동, 커뮤니티 구조, 라이프스타일, 삶의 질 등에 영향을 미친다(Edwards et al., 2008). 관광은 이들의 다양한 여가생활 및 문화적 동기를 충족시킬 수 있는 수단이 될 수 있으며, 도시가 문화적 관점을 갖게 할 뿐만 아니라, 도시내 문화와 관련된 산업을 포함시킬 수도 있다(Ashworth & Page, 2011). 도시내 문화, 예술, 회의 및 전시, 이벤트 산업 등의 집적은 관광객을 유인하는 중심 관광 요소가 되고, 관광객의 집중은 다시 도시내 문화예술을 활성화시키는 순환구조를 가진다(이영주, 2005: 3). 또한, 관광은 문화적 시설 증대 등 도시의 문화를 변화시켜 문화예술 분야에서 일하는 사람과 젊은층의 유입을 증대시킴으로써 도시의 인구구조의 특성에 변화를 가져오기도 한다(Spirou, 2011).

셋째, 관광은 도시공간과 인프라에 영향을 미친다. 관광은 도시 기반시설 및 교통체계의 변화에 영향을 미치는데 구체적으로, 새로운 기반시설을 제공하고, 거주지 토지이용의 상업적 변화를 유발하거나, 도시환경정비, 역사적 자원 복원 등의 필요성을 야기하며 도시공간을 재편하고 재구조화에 영향을 미친다(김향자 외, 2011; 김홍식 외, 2015; 이영주, 2005). 도시관광객은 도시에 머물며 여러 활동을 하게 되는데 이들이 관광자원에 효율적인 접근할 수 있도록 관광자원 간의 공간적 연계성이 형성되거나 공

간적 연결이 개선된다(이영주, 2005). 이와 같이 관광은 직·간접적으로 기업이나 개인의 공간적 이동을 일어나게 하므로 도시공간의 재구조화에 영향을 미친다(김부성, 2010; 김향자, 2011). 한편, 관광은 도시재생과 융합하여 쇠퇴한 공간의 재생에 문화 관광이 활용되며 도시재생에 긍정적 요소로 작용하기도 한다(김흥식 외, 2015; 이영주, 2005). 그 예로 전주 한옥마을, 부산 감천문화마을, 부산국제영화제(BIFF)거리, 인천 아트플랫폼 등은 지역 명소화사업에 그치지 않고 도시관광과 연계하여 도시경쟁력 창출에 기여하고 있다(김향자 외, 2014). 즉, 쇠퇴공간에 대한 도시재생으로 공공 미술 활용, 공원 등의 시설물 건축, 역사·문화 중심의 프로그램, 테마거리, 각종 축제 등이 활용되며 이러한 도시재생은 관광자원으로써 외부인을 도시로 불러 모은다. 최근에는 현지인의 생활 체험과 같이 진정성을 추구하는 여행으로 관광트렌드가 변화하면서 중요한 관광지로 간주되지 않았던 장소들로 관광공간이 확대되고 있어 도시공간에 영향을 미치고 있다(Füller & Michel, 2014; Horváth, 2018).

그림 2-2 | 관광개발에 따른 공간 변화



자료: Qian, Feng, Zhu.2012. Tourism-driven urbanization in China's small town development: A case study of Zhapo Town, 1986-2003. Habitat International, 36, 152-160. p.156

넷째, 관광은 도시의 국제화 및 도시 마케팅에 영향을 미친다. 도시관광은 경제적 기반의 세계도시 출현을 가속화시키는데 촉매역할을 한다(이영주, 2005). 이는 국제 사회 간 접촉이 증대되며 글로벌 경제활동으로 도시관광객이 유입되고, 이로 인해 도시내 세계적인 체인호텔, 레스토랑 등 다국적 관광기업이 들어서면서 도시관광객에게 수준 높은 서비스를 제공할 수 있게 만든다(이영주, 2005). 이러한 과정을 통해 도시는 세계적인 관광목적지로서 입지가 강화되며, 도시의 국제화 수준은 더욱 높아지게 된다(이영주, 2005). 또한, 도시관광은 관광목적지로서 관광객을 유인하기 위해 도시를 독특하고 흥미있는 장소로 변모시키고, 이는 도시이미지 제고로 이어지기도 한다(김향자 외, 2011). 도시관광의 역할은 “도시의 지역적, 역사적, 문화적 자산을 경험하게 하고 이에 대한 긍정적 의미를 형성하게 하는 것”이기 때문에(김홍식 외, 2010: 67), 각 도시들은 지역 알리기, 지역 발전의 전략으로 장소마케팅을 이용하고 있으며, 장소마케팅의 수단으로 도시관광전략을 활용한다(김향자 외, 2011). 이에 대한 대표적인 예로 올림픽과 같은 메가이벤트를 유치하기 위해 도시 간 치열한 경쟁을 벌이고 있으며, 메가이벤트 유치를 통해 도시 이미지를 제고시키는 사례를 들 수 있다(김향자 외, 2011). 도시 이미지 제고는 투자를 이끌어 낼 수 있기 때문에 각 도시들은 도시개발전략으로 관광 관련 산업을 활용하고, 이러한 과정을 통해 도시경쟁력을 제고시키고자 한다(김향자 외, 2011; Ashworth & Page, 2011).

3) 관광과 도시경쟁력의 관계

앞서 살펴본 바와 같이, 도시관광은 도시의 경제적, 문화적, 도시공간, 인프라, 도시마케팅 등 도시의 여러 부문에 직·간접적인 영향을 미치며 도시경쟁력 제고에 기여하고 있다. 도시경쟁력 지표에서도 경제, 문화·여가, 정치사회, 인프라, 국제화 등에서 관광과 관련된 부문이 있어 관광은 도시경쟁력 제고에 영향을 미침을 알 수 있다.

한편, 경쟁력을 갖춘 도시는 전 세계로부터 자본, 사람, 아이디어를 끌어들이는 비즈니스 허브로서 비도시 지역에 비해 예술, 문화, 엔터테인먼트가 번창하고 사회적,

문화적 다양성을 갖추고 있어 도시관광객을 끌어들이고 있다(Henderson, 2017). 앞서 살펴본 대로 관광도 여러 측면에서 도시경쟁력 제고에 영향을 미치고 있기 때문에 도시관광과 도시경쟁력은 서로 순환적으로 영향을 미치고 있다고 볼 수 있을 것이다.

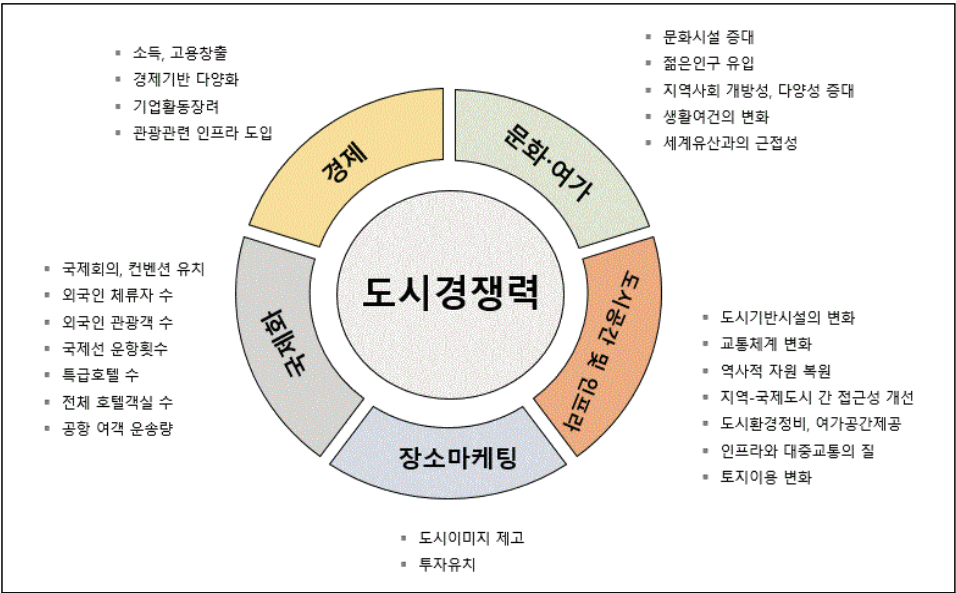
표 2-2 | 도시경쟁력 평가지표 중 관광과 관련된 항목

지수명 (평가주최)	관광과 관련된 평가항목	관광과 관련된 부문(상세)
대전 도시경쟁력 (임병호 외, 2007)	도시규모 및 국제화	인구증가율, 국제회의 건수
인천 도시경쟁력 (강승호 외, 2009)	도시규모	GRDP, 인구
	비용여건	가용토지면적
	인적자원 및 성장여건	노동인구수, 경제활동참여율
	국제화 여건	공항여객운송량, 운항횟수, 외국인거주자비율, 외국인관광객비율, 국제호텔
광주 도시경쟁지표 (박승규 외, 2015)	경제기반	경제활동인구, 재정자립도, GRDP, 1인당 GDP, 재정자립도, 인구 1천 명당 사업체수
	국제중심	도로보급율, 시도별 포장률, 서비스업 조사(산업별 분류), 인구 1천 명당 외국인수, 외래 관광객수, 특급호텔수, 전체 호텔 객실수
	문화예술	생활여건의 변화, 박물관 수, 미술관 수, 체육시설 수, 공연장수, 문화기반시설수, 콘텐츠산업 매출액, 예술공연 단체수, 문화예산 비중, 콘텐츠산업 종사자수
Global Power City Index (모리기념재단 도시전략연구)	경제	GRDP, 고용률
	문화교류	국제회의의 건수, 세계수준의 문화이벤트 건수, 문화콘텐츠 수출가치, 창조활동 환경, 세계유산과의 근접성, 문화적 교류 기회, 극장과 콘서트홀 수, 박물관 수, 스타디엄 수, 고급호텔 객실 수, 호텔수, 쇼핑옵션의 매력성, 다이닝 옵션의 매력성, 외국인 체류자수, 외국 방문객 수, 유학생 수
	접근성	도시로의 직항편, 항공탑승객 수, 활주로 수, 철도역 밀도, 대중교통 서비스, 공항까지 이동시간, 교통 편의성, 교통 혼잡, 택시요금
Hot spots 2025 (EIU)	경제력	GDP, 1인당 GDP, 도시 GDP성장률
	물리적 자본	인프라의 질, 대중교통의 질
	사회·문화적 성격	개방성과 다양성, 문화적 활기
	인적자본	인구성장률, 노동연령 인구수, 외국인 고용수
	세계적인 매력	글로벌 비즈니스 매력, 국제선 운영 순위, 회의/컨벤션 개발
Global Livability Ranking (EIU)	문화·환경	문화활동 이용가능성, 스포츠 이용가능성, 음식과 음료, 소비재와 서비스
	인프라	도로네트워크의 질, 대중교통의 질, 지역간-국제도시간 접근성

지수명 (평가주최)	관광과 관련된 평가항목	관광과 관련된 부문(상세)
삶의 질 (Mercer Consulting)	레크레이션	외식서비스, 공연, 영화, 스포츠 및 여가활동
	경제환경	환전의 용이성
	공공서비스 및 교통	대중교통, 교통체증, 취항 항공사, 공항이용의 접근성
	정치사회적 환경	다른 나라와의 관계, 출입국용이성
Global Cities (ATKearney)	비즈니스 활동	자본시장의 외국인 참여, 컨퍼런스 개최수
	인적 자본	교육기관의 외국인 학생 수, 외국국적의 인구수
	정보교환	표현의 자유, 국제뉴스 비중
	문화경험	외국 관광객 수, 자매도시 수, 박물관, 비주얼과 퍼포먼스 예술, 쇼핑이벤트, 식도락
	정치적 참여	대사관, 영사관 수, 국제적 영향력 있는 지역단체 수

자료: 선행연구를 토대로 저자작성

그림 2-3 | 관광이 도시경쟁력에 미치는 영향



자료: 선행연구를 토대로 저자 작성.

3. 온천관광지구의 잠재력과 도시경쟁력

1) 온천자원의 잠재력과 온천관광

온천은 그 온도와 성분이 다양하며, 활용 가능성이 높아 관광 분야뿐만 아니라 식품, 의학 분야에서 다양한 방식으로 활용되고 있다. 이를 구체적으로 살펴보면 첫째, 온천수를 활용한 음용수 개발이 있다. 온천수 음용의 유효성과 음용 가능 범위를 추정하기 위한 연구는 지속적으로 이루어져 왔는데 이는 일반적인 물에 비해 온천수는 미네랄 함량이 높고 다양한 성분이 가미되어 있어 기능수의 역할을 할 수 있기 때문이다(김동희·이규재, 2011). 일본 온천기후 물리의학회(2004; 김동희·이규재, 2011 재인용) 연구에 의하면 온천수의 음용을 통해 관절, 척추질환과 심장질환에 대한 유효성이 입증되었으며, 소화기 질환에도 효과가 있음이 밝혀졌다. 그러나 우리나라의 물 관련 제도는 환경부, 보건복지부, 해양수산부 등 관리 기준이 서로 상이하여 온천수의 음용화를 위해서는 제도적 개선이 필요한 실정이다.

둘째, 온천수에 함유된 성분은 관련 분야의 지속적인 연구를 통해 피부 미용의 효과성이 입증되어 온천수를 활용한 화장품 개발이 가능하다(임진숙·박래준, 2005). 아산시 온양온천지구는 성분분석과 피부자극도, 수분손실량 실험 등으로 온양온천수의 미용적 효과를 입증받았으며, 이를 기반으로 온천수를 활용한 화장품을 개발할 수 있다(심승보 외 2011).

셋째, 온천 열에너지를 활용하여 지역난방이 가능하다. 이러한 사례는 경남 창녕 부곡온천에서 시도된 바 있는데 창녕군 부곡온천은 최고 수온 78도로 냉각탑을 설치하지 않으면 목욕수로 사용할 수 없다. 온천수의 성분으로 인해 파이프의 이물질 축적과 밸브 부식이 발생하는 문제가 있었으나, 파이프 교체를 통해 유지관리비 절감과 온천수 공급 방식을 개선하였다(중앙일보, 2012. 09. 28.). 이러한 사례를 참고하여 부산대학교 산학협력단은 온천 열에너지 활용방안을 모색하고 고온 온천수뿐만 아니라 저온 온천수의 열에너지를 활용하는 방안을 제시하였다.

넷째, 온천자원을 활용한 의료상품 개발이 가능하다(신윤경·백준혁·채정호, 2010). 의학 분야에서 온천수의 활용 관련 연구는 순환계질환과 피부질환, 척추·관절 관련 질환 등을 대상으로 주로 이루어져 왔으며, 정신의학 분야에서도 활용 가능성이 검토되었다. 그 결과, 정신의학 분야에서 수치료는 입욕을 통해 긴장과 스트레스를 완화하고 광물보충 효과로 인해 신경전달물질의 교체율과 대사 기능을 활발하게 하는 것으로 나타났다(신윤경 외, 2010). 이와 같이 온천자원은 음용수 개발, 화장품 개발, 치료 분야에서 활용이 가능하며 지역활성화에 기여할 수 있다. 또한, 온천수를 활용하여 열에너지, 의료상품 개발 등의 신산업 창출을 통해 일자리 창출에 기여할 수 있는 등 여러 방면에서 활용이 가능하다.

그림 2-4 | 온천자원의 잠재력



자료: 저자작성.

그밖에도 온천자원은 예부터 관광부문에 활용되었다. 고대시대에도 치료, 보양을 목적으로 온천지역으로의 이동이 있었으며, 온천관광은 그로부터 기원을 찾을 수 있다. 현대에는 웰니스관광(wellness tourism)의 목적지로서 온천지역을 방문하고 있다. 21세기 글로벌 트렌드 중의 하나는 웰빙으로 건강증진, 휴양, 휴식, 요양, 스트레스 해소 등과 관련된 웰빙산업과 이와 관련된 웰니스관광은 증가하고 있다(GWI, 2018). 웰니스관광은 개인의 웰빙을 유지하거나, 증진시키기 위한 관광으로 2017년 기준으로 일반 관광시장보다 2배 이상 빠른 속도로 성장하고 있다(GWI, 2018: 21). 웰니스 관광의 종류로는 전통적인 치료를 연계한 활동 외에 미용, 스파, 체중관리, 해독, 식이요법, 하이킹, 휴양, 음악, 스트레스 해소 등 다양한 활동과 연계가 가능하며 가장 대표적으로는 스파와 온천을 들 수 있다(Voigt & Pforr, 2013). 이러한 추세에 맞춰 오랜

온천욕 전통을 가진 대부분의 국가들은 온천 관련 자산에 투자하여 활력을 불어넣고 있으며 이를 웰니스 관광기회로 적극 마케팅하고 있다(GWI, 2018).

과거 우리나라에서의 온천관광은 과거 목욕문화 시절에는 질 좋은 온천수에서 목욕하고 나오는 것으로 만족하였지만, 현재의 온천관광은 휴양 레저의 공간으로 숙박, 레저, 식음료, 주변 환경 등 여러 요인들이 제대로 갖추어져야 관광객을 끌어들이 수 있다(홍영택·최정길, 2010: 36). 이러한 추세는 체험중시, 고객요구 다양화 등 관광객의 가치관 변화에 따라 자연스럽게 온천공간의 기능에 대해서도 변화를 요구하기 때문이다. <표 2-2>에서 보는 바와 같이, 온천관광은 오락, 의료, 건강관리 서비스, 음식, 음악, 미용 등과의 결합을 통한 온천자원의 다양한 활용 뿐 아니라 온천 외 다른 요소들과 결합되어야 한다. 이에 따라 온천자원은 복합 레저 리조트사업과 연계하여 복합 휴양지로의 조성이 요구되어지고 있다(코트라 해외시장 뉴스, 2018).

Q. 온천 사업을 설계해오면서 바라본 중국 온천업계가 직면한 도전 과제는?

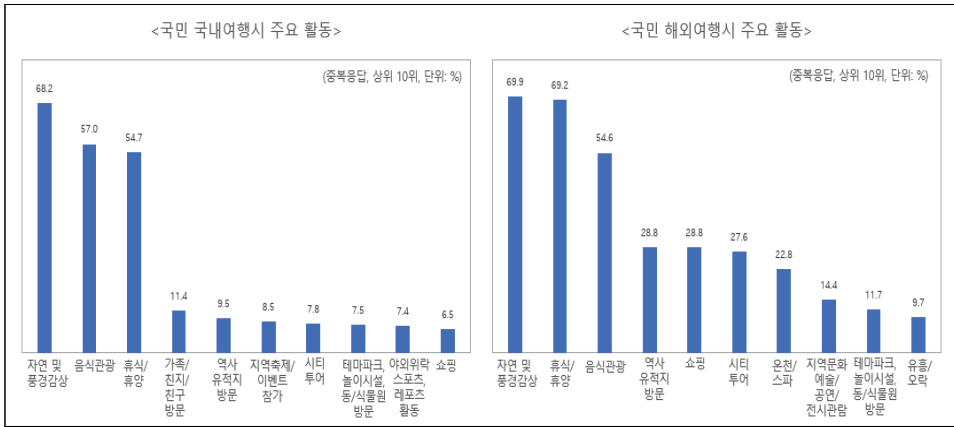
A. 현재 중국 국내 온천여행 시장은 오락 기능과 함께 의료와 건강관리 서비스에 대한 요구가 계속해서 높아지고 있다. 고객 유치와 브랜드 가치 향상을 위해서는 SPA, 기포 온천탕, 음식·음악·미용과 결합한 심리적 휴양 서비스 등 온천사업의 기능에 대한 폭넓은 고민이 필요하다. 온천 서비스에 대한 소비자의 요구와 정부의 관련 정책 변화에 집중하며 계속 연구해야 한다.

-온천 여행산업 관계자 인터뷰

자료: 배서는, “중국 온천여행 시장 동향”, kotra 해외시장뉴스(2018). [2018.09.13. 보도].

그럼에도 불구하고 현재 우리나라의 온천관광지는 대부분 온천수를 활용한 목욕탕 시설로 시설이 낙후되어 있으며, 시설투자는 막대한 자본을 필요로 한다(류은주, 2016). 또한, 우리나라의 온천관광은 일본이나 유럽에 비해 온천관광지의 다양한 면모를 보여주지 못하고 있는 실정이다(류은주, 2016). 이러한 추세에 따라 2018 국민여행조사(2019)에 의하면 국민의 국내여행지에서의 활동에는 온천/스파가 상위 10위 활동에 들어 있지 않다(문화체육관광부, 2019). 반면 해외여행지의 활동에는 온천/스파가 상위 10위에 들어 있어 우리나라 국민에 의한 온천/스파 활동은 국내 관광지 보다 해외 관광지에서 이루어지고 있음을 알 수 있다.

그림 2-5 | 국민 국내여행시와 해외여행시 주요 활동 비교



자료: 문화체육관광부. 2019. 2018 국민여행조사. p.122, p.177을 참고하여 저자 작성.

2) 도시관광 공간범위와 온천관광지구

도시관광의 공간적 범위로 대부분의 연구에서는 도시 전체를 관광하는 단일 공간 규모로 간주하고 있으나 도시관광의 공간적 범위로 도시내 관광지(tourist sites), 관광지구(tourist district), 도시(city) 수준으로 범위를 나누어 볼 수 있다(Pearce, 2001). 도시관광이 이루어지게 하는 가장 기본적인 개별 단위는 관광지(관광명소)로, 「관광진흥법」 제2조에 의하면 “관광지란 자연적 또는 문화적 관광자원을 갖추고 관광객을 위한 기본적인 편의시설을 설치하는 지역”이다. 관광지는 관광객의 관광에 대한 만족도 수준이 결정되는 공간으로, 관광에 대한 다양한 영향을 미칠 수 있기 때문에 관광지에 대한 관리 및 계획문제가 중요하며, 도시 전체의 관광에 대한 전반적인 이해를 위해서는 개별적인 관광지에서의 관광에 대한 이해가 선행되어야 한다(Pearce, 2001). 관광객은 도시의 모든 곳에서 관광활동을 하는 것이 아니며 대부분 도시내 관광시설이 군집하여 있는 특정지역으로 집중되는 경향이 있으며 이러한 관광지구로는 역사·문화지구, 민족지구(예: 차이나타운, 리틀인디아 등), 순례지구, 워킹지구 등이 있다(Pearce, 2001). 관광지구는 우리나라의 「관광진흥법」상, 관광단지 또는 관광특구에 해당하는

개념으로 볼 수 있는데, 관광단지는 “관광객의 다양한 관광 및 휴양을 위하여 각종 관광시설을 종합적으로 개발하는 관광 거점지역”, 관광특구는 “관광여건을 집중적으로 조성할 필요가 있는 지역”이다(「관광진흥법」제2조). 도시수준으로 도시관광에 대한 공간적 범위로 설정할 경우, 도시관광의 다양한 측면에 대한 통합이 가능하다(Pearce, 2001).

도시관광은 도시라는 공간이 갖고 있는 본질적인 특징에서 비롯되기 때문에 도시 공간의 사용자(거주자, 방문객, 관광객, 전시/회의 참관단, 근로자 등)와 도시가 보유한 자원의 연계에 대한 이해를 토대로 도시관광에 대한 공간범위가 결정되고, 도시관광 또는 도시내 지구의 유형이 도출될 수 있다(Ashworth & Page, 2011).

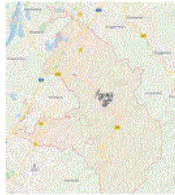
그림 2-6 | 도시가 보유한 자원과 연계된 도시관광 지구의 유형

도시가 보유한 자원	도시공간 이용자				도시관광(도시 내 지구) 유형
	경주민, 인근 방문자	관광객	전시, 컨퍼런스 참관단	도시 근로자	
역사적기념물	●	●	●		문화관광 지구 야간문화 지구 휴양지구 (온천지구) 레저, 쇼핑지구 산업지구 도시관광
박물관, 미술관	●	●	●	●	
문화, 전시시설	●	●	●	●	
유흥시설	●	●	●	●	
헬니스 시설 (미용, 스파, 온천)	●	●	●	●	
식도락	●	●	●	●	
쇼핑	●	●	●	●	
사무공간	●			●	
종류 경기장, 스포츠 이벤트	●	●	●	●	

자료: Ashworth and Page, 2011. Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. p.10를 참고하여 변형, 재정리함.

도시자원은 대부분 도시 전체 고르게 위치하기 보다는 특정 지역에 편재하고 있기 때문에 도시내 관광자원이 집적된 곳에 대해서는 특구 및 지구의 개념을 도입할 필요가 있다(이남, 2018). 이러한 측면에서 온천자원은 지자체 내 특정 지역에 편재하여 용출 되고, 이러한 지역에 온천 관련 시설이 집적되어 있으므로 특정 여건을 갖춘 구역을 대상으로 하는 특구 개념을 참고할 필요가 있다(이남, 2018). 이에 따라 도시내에서 온천과 관련된 자원, 온천과 관련된 관광시설 및 인프라 등이 집적되어 있는 지역을 도시내 온천관광지구라 할 수 있을 것이다.

그림 2-7 | 해외 도시내 온천관련 시설 밀집 지역 면적

지역	도시 전체 면적	온천 관련 시설 밀집 지역 면적	지도	주요 보유 시설
일본 유후인	127.8km ²	2.20km ² (전체 대비 1.72%)		• 온천장 • 숙박시설 • 유후인 민예촌
독일 바덴바덴	140.2km ²	0.65km ² (전체 대비 0.46%)		• 온천장 • 숙박시설 • 오페라 하우스 • 쿠어하우스 • 스포츠의학센터 • 컨벤션센터 • 온천수 시음대
프랑스 비쉬	5.9km ²	0.92km ² (전체 대비 15.6%)		• 온천장 • 숙박시설 • 스파 뷰티 프로그램
체코 카를로비 바리	59.1km ²	0.65km ² (전체 대비 1.1%)		• 웰니스 스파 호텔 • 웰니스 호텔 • 국방온천연구소 • 온천수 시음대

자료: 이남(2018). 온천도시 지정·지원을 통한 국내 온천발전에 관한 연구용역 사업. p. 96.

3) 도시내 온천관광지구와 도시경쟁력

과거 온천관광은 입욕의 개념이었으나 현재는 단순히 온천자원 자체만으로는 관광자원으로서 경쟁력이 떨어지며, 온천관광과 관련된 공급요소의 연계 및 활용이 중요해지고 있다(Lee & King, 2009). 이는 온천관광객의 주된 관심은 온천수 자체, 온천수의 효능(치료, 치유 등)보다는 온천과 관련된 부가적인 부대시설로 변화되었기에 온천자원 자체보다는 온천을 활용한 여가와 휴식공간 구축의 중요성이 증대되고 있다(Lee & King, 2009). 온천관광과 관련된 공급요소로는 온천수, 음식, 숙박, 건강과 관련된 서비스 및 시설, 엔터테인먼트, 레크레이션, 관광명소 등이 있다(Lee & King, 2009). 온천관광에서의 온천수 자체는 입욕, 치유, 보양 프로그램에 집중되어 활용되고 나머지 요소는 관광활동을 위한 인프라를 구축하는 방향으로 변화되고 있다. 이러한 추세에 따라 온천 중심의 단편적인 개발보다는 의료, 관광 등을 연계한 복합개념의 멀티플렉스화로 변화가 요구되어지고 있다(조현영 외, 2016).

여러 연구에서 온천관광의 경쟁력을 갖추기 위한 요소들을 제시하고 있는데, Lee and King(2009)은 온천관광이 경쟁력을 갖추는 데에는 관광자원, 온천관광목적지로의 전략과 정책, 관련 산업과 경제적, 환경적 지속가능성이 필요하다고 하였다. 여기서의 관광자원은 자연자원, 문화자산, 매력물, 숙박, 식도락, 교통, 안전과 보안 등을 의미하며, 전략과 정책으로는 DMO(Destination Marketing Organization)능력, 목적지 계획 및 개발, 인적자원개발, 서비스 품질 경영, 환경, 가격 등을 의미한다(Lee and King, 2009). 지속가능성은 경제성장률, 사회-문화변화, 산업매력, 수요조건, 지역사회 참여와 태도를 의미한다(Lee and King, 2009). 김시중(2010)은 국내 10대 온천관광지를 대상으로 온천관광지의 선택속성에 대한 중요도를 분석한 결과, 온천 부대시설, 온천 접근성, 온천수질, 관광여건 등의 순으로 중요한 것으로 나타나 온천수 자체보다는 온천과 관련된 부대시설, 접근성 등이 중요함을 분석하였다.

이와 같이 온천관광의 경쟁력 요소(문화자산, 매력물, 숙박, 식도락, 교통, 안전과 보안, 접근성, 관광여건 등)는 도시가 가진 기능으로 인해 도시가 비도시지역에 비해

우위에 있는 경우가 많다. 또한, 온천 부대시설과 접근성도 도시자원과 연계될 경우 비도시지역의 온천관광지보다 경쟁력을 확보할 수 있다. 이러한 측면에서 도시가 온천 자원을 보유하고 있을 경우, 온천은 전통적으로 인지도가 있기 때문에 이는 지역사회의 경쟁력을 높여주는 자원으로도 활용될 수 있다(이남, 2018). 김시중(2011)은 국내 7개의 온천의 유사성과 속성 인식도를 다차원 척도법을 활용하여 분석한 결과, 유성온천만 다른 온천과 차별적으로 인식되는 것으로 나타났는데 이는 유성온천이 분석대상이 된 7개의 온천 중 유일하게 광역시내 위치한 도심형 온천이기 때문이다. 대부분의 온천관광은 해안지역이나 온화한 기후, 자연경관이 뛰어난 전원 등에 위치하기 때문에 도시내 위치한 온천의 경우 도시 자원과 결합하여 관광객을 유인할 수 있다(Lee & King, 2009). 이러한 측면에서 도시내 온천관광지구의 경우, 도시관광 인프라와 집적된 시설을 이용하여 온천자원과 도시의 자원이 결합할 때, 시너지 효과가 발생하여 관광산업 기반의 도시경쟁력에서 우위를 차지할 가능성이 높을 것으로 판단된다.

4. 논의의 종합

도시관광은 도시의 경제적, 문화적, 도시공간, 인프라, 도시마케팅 등 도시의 여러 부문에 직·간접적인 영향을 미치며 도시경쟁력 제고에 기여하고 있다. 경쟁력을 갖춘 도시는 전 세계로부터 자본, 사람, 아이디어를 끌어들이는 비즈니스 허브로서 비도시 지역에 비해 예술, 문화, 엔터테인먼트가 번창하고 사회적, 문화적 다양성을 갖추고 있어 도시관광객을 끌어들이는 매력적인 도시이다. 이러한 움직임은 최근 도시쇠퇴를 경험하고 있는 우리나라 중소도시에서 거주인구보다는 유동인구의 확보를 위한 노력으로 도시관광의 중요성을 보여주고 있다. 도시관광의 활성화로 많은 유동인구를 유입함으로써 상권을 활성화시키고 지역의 투자를 이끌어 물리적인 재생보다는 자연스러운 선순환체계를 통해 도시재생을 실현시키고 있다.

최근 사회적 가치관의 변화가 관광수비패턴에도 반영되고 있다. 소유권보다는 경험,

체험을 소중히 여기는 가치형 소비의 확대, 나홀로 소비계층 증가, 시니어의 건강한 삶 추구 등 사회적 가치관의 변화가 관광소비에도 반영되고 있다. 소소한 행복을 추구하는 일상 속 여행이 이루어져 가볍게 혼자 여행할 수 있는 골목, 거리, 시장 등이 있는 근거리여행, 원도심여행 및 레포츠 관련 체험이 주목을 받고 있다. 또한 시니어 계층의 관광참여가 지속적으로 증가하고 있을 뿐 아니라 손자 및 손녀 등 다세대 가족여행이 함께 증가하고 있으며 여러 세대가 함께 즐길 수 있는 복합시설을 선호하는 것으로 나타났다.

웰빙에 대한 인식이 높아짐에 따라 관광목적지들은 자신들을 웰니스 관광의 목적지로 브랜드화하는 사례가 증가하고 있으며, 가장 대표적인 웰니스 관광으로 스파와 온천을 들 수 있다. 온천관광과 관련된 공급요소로는 온천수, 음식, 숙박, 건강과 관련된 서비스 및 시설, 엔터테인먼트, 레크레이션 제공 기회, 관광명소 등이 있다. 앞서 살펴본 결과 과거 온천은 입욕의 개념이었으나 최근 단순하게 온천자원 자체만으로는 관광자원으로서 경쟁력이 떨어지며, 온천관광과 관련 공급요소의 연계 및 활용이 중요해지고 있다.

문화자산, 매력물, 숙박, 식도락, 교통, 안전과 보안, 접근성 관광여건 등 온천관광의 경쟁력 요소는 도시가 가지는 기능으로 인해 비도시지역에 비해 도시가 우위에 있는 경우가 많다. 도시 내 온천자원을 갖추고 있을 경우 온천은 전통적으로 인지도가 있기 때문에 이는 지역사회의 경쟁력을 높여주는 자원으로 활용될 수 있다. 온천부대시설과 접근성은 도시자원과 연계될 경우 비도시 지역의 온천관광지보다 경쟁력 확보할 수 있다. 대부분의 온천관광은 해안지역이나 온화한 기후, 자연경관이 뛰어난 전원 등에 위치하기 때문에 도시 내 위치한 온천의 경우 도시 자원과 결합하여 관광객을 유인할 수 있다. 즉 온천을 활용한 관광산업이 기반이 되는 온천관광지구는 관광 및 휴양을 위한 시설의 운영을 통해 지역발전 및 지역경제 활성화를 이룩함으로서 도시의 경쟁력을 제고시키는 도시의 중요한 자원으로 변화되고 있다.

3

CHAPTER

도시내 온천관광지구 현황 분석

1. 도시내 관광지구 현황 및 유형 | 43

2. 도시내 관광지구의 관광 관련 산업변화 | 56

3. 도시내 관광지구 유형별 쇠퇴특성 분석 | 62

4. 소결 | 72

도시내 온천관광지구 현황 분석

본 장에서는 국내 관광지의 유형을 구분하여 산업·경제적 현황을 살펴보고 수명주기분석을 통해 관광객 감소로 인한 쇠퇴 특성을 도출하였다. 국내 관광지 중 KLAS 도시지역을 중첩하여 도시내 관광지구를 분류하고 주요 관광요소별로 관광 관련 산업 현황을 분석하였다. 그 결과 온천관광지구는 다른 관광지구와는 차별화된 쇠퇴특성을 보이고 있었다. 쇠퇴와 활성화를 주기적으로 반복하는 다른 관광지와는 달리 온천관광지구는 1980년대 이후 지속적인 쇠퇴양상을 보이고 있어 온천관광 인프라의 투자 등 온천관광지구의 재생이 필요한 시점으로 나타났다. 또한 온천관광지구의 재생은 일반적인 도시재생과는 다르게 차별화된 전략으로 접근할 필요성을 시사하고 있다.

1. 도시내 관광지구 현황 및 유형

1) 우리나라 도시내 관광지구 현황

(1) 우리나라의 관광지

우리나라의 관광지는 「관광진흥법」 제2조에 따라 관광지, 관광단지, 관광특구로 구분된다. “관광지”란 자연적 또는 문화적 관광자원을 갖추고 관광객을 위한 기본적인 편의시설을 설치하는 지역으로서 이 법에 따라 지정된 곳을 말하며, “관광단지”란 관광객의 다양한 관광 및 휴양을 위하여 각종 관광시설을 종합적으로 개발하는 관광 거점 지역으로서 이 법에 따라 지정된 곳을 의미한다. “관광특구”란 외국인 관광객의 유치 촉진을 위하여 관광 활동과 관련된 관계 법령의 적용이 완화되고, 관광 활동과 관련된 관광 여건을 집중적으로 조성할 필요가 있는 지역으로 이 법에 따라 지정된 곳을 말한다.

「관광진흥법」상 관광지, 관광단지, 관광특구로 지정된 곳은 총 304개소(관광지 227개소, 관광단지 473개소, 관광특구 34개소)이며 지역별로는 강원도가 58개로 가장 많이 지정되어 있다.

표 3-1 | 지역별 관광지, 관광단지, 관광특구 지정현황

구분	합계	관광지	관광단지	관광특구
합계	304(4)	227(4)	43	34
서울	9	-	-	9
부산	8(1)	5(1)	1	2
대구	1(1)	1(1)	-	-
인천	4	2	1	1
광주	1	-	1	-
대전	1	-	-	1
울산	1	-	1	-
세종	0	-	-	-
경기	20	14	2	4
강원	58	41	15	2
충북	26	22	1	3
충남	29	25	2	2
전북	24	21	1	2
전남	35(1)	28(1)	5	2
경북	40	32	5	3
경남	24(1)	21(1)	1	2
제주	23	15	7	1

주: 괄호 안은 조성계획 미수립 관광지.

자료: 문화체육관광부(2018), 관광지 및 관광단지 지정 현황, 문화체육관광부(2019), 관광특구 지정 현황, 발체 후 재가공.

(2) 도시내 관광지구 도출

도시내 관광지구는 「관광진흥법」에 따라 지정된 관광지, 관광단지, 관광특구 중 「국토계획법」상 도시지역을 전부 또는 일부 포함된 지역을 선정하였다. 「관광진흥법」에 따라 지정된 우리나라 관광지, 관광단지, 관광특구 총 304개소 중 도시지역에 해당하는 도시내 관광지구는 총 64개소, 100.0km²로 나타났다.

이중 미개발된 관광지, 단독시설 또는 주변지역에 파급효과를 미치지 않는 규모의 소규모 관광지/관광단지를 제외하고 40개 시·군·구의 54개 관광지, 관광단지, 관광특구(98, 142, 451m²)를 분석 대상으로 선정하였다.

(3) 도시내 관광지구의 용도지역 현황

연구 대상 관광지구의 용도지역 현황을 분석한 결과, 관광지의 용도지역 중 55.0%가 도시지역이었으며, 관리지역 4.6%, 농림지역 8.8%, 자연환경보전지역 31.5%로 나타났다. 도시지역 중에서도 가장 많은 비중을 차지하는 용도지역은 녹지지역으로서 도시지역의 86.7%를 차지하고 있으며, 상업지역이 7.0%, 주거지역 5.6%로 뒤를 이었다. 자연환경보전지역의 경우 속리산 관광특구가 대부분(99.9%)을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

표 3-2 | 연구대상 관광지 용도지역 현황 총괄

구분		면적(㎡)	구성비
합계		98,142,451	100.0%
도시지역	소계	53,988,539	55.0%
	주거지역	3,023,154	3.1%
	상업지역	3,798,334	3.9%
	공업지역	362,998	0.4%
	녹지지역	46,804,053	47.7%
관리지역		4,494,027	4.6%
농림지역		8,615,855	8.8%
자연환경보전지역		30,893,678	31.5%
미지정		150,352	0.2%

자료: KLIS 공간분석 자료를 토대로 저자 작성.

(4) 도시내 관광지구의 유형 구분

도시내 온천관광지구와 다른 관광자원을 비교 분석하기 위해 본 연구에서는 관광지의 주요 관광요소를 기준으로 도시내 관광지구의 유형을 분류하였다. 관광 요소에 의한 도시내 관광지 유형 구분에서는 「관광진흥법」상 관광지, 관광단지, 관광특구 외에도 문화체육관광부 관광지식 정보시스템 상 주요 관광지점으로 포함되는 지역과 행정안전부 전국온천현황 상 최근 10년 간 상위 10위권 이내 이용객 수를 유지한 지역을

포함하였다. 이는 최근 관광 트렌드의 변화에 따라 도시관광이 활성화 되면서 지정 관광지 외의 관광활성화지역을 포함하여 비교 분석하기 위함이다. 지정 관광지구 외의 지역에 대해서는 시군구 홈페이지 등의 관광 관련 자료를 참고하였으며, 용도지역지구는 「문화재보호법」에 근거한 문화재관련지구, 「전통사찰의 보존 및 지원에 관한 법률」에 근거한 전통사찰 및 관련 보전구역, 「온천법」에 근거한 온천 및 보호지구, 「해수욕장의 이용 및 관리에 관한 법률」상 해수욕장 등을 활용하였다.

이를 바탕으로 관광 요소에 의한 유형은 해수욕장, 종합관광, 자연관광, 문화재관광, 온천관광, 기타로 구분하였다.

표 3-3 | 관광요소에 의한 유형분류

유형	시도	시군구	관광지명	면적(㎡)	형태	비고
해수욕장	부산	해운대구	해운대	123,750	관광지	해양레저
	강원	강릉시	연곡	126,603	관광지	해양레저
			옥계	151,204	관광지	해양레저
			주문진	489,958	관광지	해양레저
			망상	457,873	관광지	해양레저
		속초시	속초해수욕장	228,803	관광지	해양스포츠
		삼척시	맹방	782,684	관광지	해양레저
			삼척해수욕장	237,388	관광지	해양레저
	경남	통영시	도남	222,184	관광지	해양레저
	제주	제주시	곽지	235,015	관광지	해양레저
			김녕해수욕장	161,002	관광지	해양레저
			합덕해안	387,775	관광지	해양레저
			협재해안	219,212	관광지	해양레저
		서귀포시	표선	368,507	관광지	종합관광단지
종합관광	부산	기장군	동부산	3,689,651	관광단지	종합관광단지
	경북	경주시	보문	8,509,944	관광단지	종합관광단지
		문경시	문경온천	570,831	관광지	온천관광
	경기	동두천	소요산	2,286,396	관광지	자연관광
	제주	서귀포시	성산포해양	744,685	관광단지	해양레저
			중문	3,236,295	관광단지	자연관광
			제주헬스케어타운	1,544,048	관광단지	종합관광단지

유형	시도	시군구	관광지명	면적(㎡)	형태	비고
자연	부산	영도구	태종대	1,714,593	관광지	자연관광
	부산	수영구	황령산	175,133	관광지	자연관광
	경기	연천군	한탄강	129,125	관광지	자연관광, 레포츠
		가평군	산장	118,042	관광지	자연체류
	강원	태백시	구문소	143,854	관광지	자연관광
	충북	보은군	속리산	43,512,916	관광특구	자연관광
문화재	경북	울릉군	울릉도	605,161	관광지	자연관광
	경기	수원시	수원화성 관광특구	1,839,263	관광특구	역사관광
	경기	여주시	신륵사	951,714	관광단지	사찰체험
	강원	춘천시	호반	5,999,437	관광지	체험관광
	전북	남원시	남원	909,859	관광지	체험관광
	전남	해남군	우수영	501,704	관광지	체험관광
	경북	영주시	영주순흥	122,646	관광지	역사문화관광
온천	경북	안동시	안동문화	1,656,196	관광단지	역사문화관광
	대전	유성구	유성 관광특구	4,570,172	관광특구	온천관광
	경북	울진	백암온천	358,718	관광지	온천관광
	충남	아산	온양온천	844,000	관광특구	온천관광
	충북	충주시	수안보온천	9,216,210	관광특구	온천관광
	부산	동래구	동래온천	714,526	-	온천관광
	경남	창원시	마금산온천	532,885	관광지	온천관광
기타	경남	창녕군	부곡온천	779,360	관광지	온천관광
	울산	북구	강동	1,363,893	관광지	자연관광
	경기	평택시	송탄 관광특구	580,608	관광특구	도심관광
	충남	공주시	곰나루	799,264	관광지	체험관광
	전북	군산시	금강호	649,900	관광지	체험관광
			은파	1,765,044	관광지	체험관광
	전북	임실군	오수의견	120,078	관광지	체험관광
	전남	영암군	영산호 쌀문화 테마공원	668,309	관광지	체험관광
	경남	사천시	실안	256,357	관광지	체험관광

자료: KLIS 공간분석 자료를 토대로 저자 작성

2) 관광지를 포함한 시군구의 관광산업 현황

(1) 우리나라의 관광사업

우리나라에서 관광사업이란 관광객을 위하여 운송·숙박·음식·운동·오락·휴양 또는 용역을 제공하거나 그 밖에 관광에 딸린 시설을 갖추어 이를 이용하게 하는 업(業)을 말하며, 「관광진흥법」 제 2조 1호에 따라 7개 부문 33개 업종으로 구분된다.

표 3-4 | 「관광진흥법」상의 관광사업 분류

구분	세부업종
여행업 (3)	일반여행업, 국외여행업, 국내여행업
관광숙박업 (7)	관광호텔업, 수상관광호텔업, 한국전통호텔업, 가족호텔업, 호스텔업, 소형호텔업, 의료관광호텔업
관광이용시설업 (6)	전문휴양업, 종합휴양업, 야영장업, 관광유람선업, 관광공연장업, 외국인관광 도시민박업
국제회의업 (2)	국제회의시설업, 국제회의기획업
카지노업	
유원시설업 (3)	종합유원시설업, 일반유원시설업, 기타유원시설업
관광편의시설업 (11)	관광유희음식점업, 관광극장유희업, 외국인전용 유희음식점업, 관광식당업, 관광순환버스업, 관광사진업, 여객자동차터미널시설업, 관광펜션업, 관광캐노우업, 한옥체험업, 관광면세업

자료: 「관광진흥법」을 토대로 저자작성.

그러나 이는 「관광진흥법」에서 규정하는 사업체 등록을 위한 기준으로 ‘한국 표준산업 분류상’의 업종과는 별개이다. 때문에 본 연구에서는 관광지가 소재한 시군구의 관광산업을 분석하기 위해 ‘한국표준산업 분류’ 상 숙박업, 음식점 및 주점업, 창작·예술 및 여가관련 서비스업, 스포츠 및 오락관련 서비스업, 기타 개인서비스업으로 제한하여 분석을 실시하였다¹⁾.

1) 보다 정확한 관광 관련 산업의 현황을 파악하고 세부 업종에 대한 대응 방안을 마련하기 위해서는 관광사업과 한국표준산업 분류의 정리가 선행될 필요가 있음.

표 3-5 | 한국표준산업분류상 관광산업 연관 업종

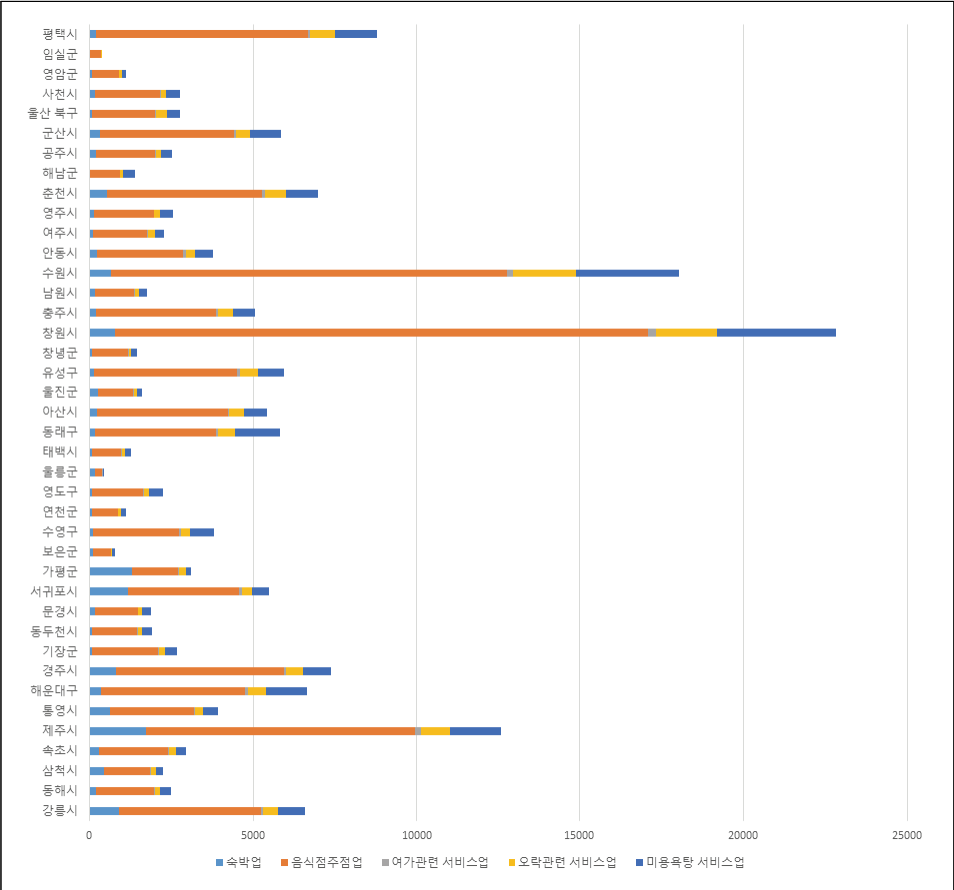
코드	항목명	코드	항목명	코드	항목명
I	숙박 및 음식점	55	숙박업	551	일반 및 생활 숙박시설 운영업
				559	기타 숙박업
		56	음식점 및 주점업	561	음식점업
				562	주점 및 비알코올 음료점업
R	예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업	90	창작, 예술 및 여가 관련 서비스업	901	창작 및 예술관련 서비스업
				902	도서관, 사적지 및 유사 여가관련 서비스업
		91	스포츠 및 오락관련 서비스업	911	스포츠 서비스업
				912	유원지 및 기타 오락관련 서비스업
S	협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업	96	기타 개인 서비스업	961	미용, 욕탕 및 유사 서비스업
				969	그 외 기타 개인 서비스업

자료: 통계청(2017). 한국표준산업분류. 발췌 후 가공.

(2) 관광 관련 사업체 분포

관광지가 소재한 시군구에서 관광 관련 업종의 사업체수가 차지하는 비율은 평균 34.2%였으며, 39개 시군구중 관광 관련 업종의 사업체수 비중이 가장 높은 지역은 가평군(55.1%)으로 나타났다. 업종별로 살펴보면, 숙박업이 가장 많은 지역은 제주 시와 서귀포시로 나타났으며, 창원시의 경우 음식점 및 주점업, 여가 관련 서비스업과 오락 관련 서비스업, 미용·욕탕서비스업 사업체수가 가장 많은 지역으로 나타났다.

그림 3-1 | 시군별 관광관련산업 사업체수 현황(2015년 기준)



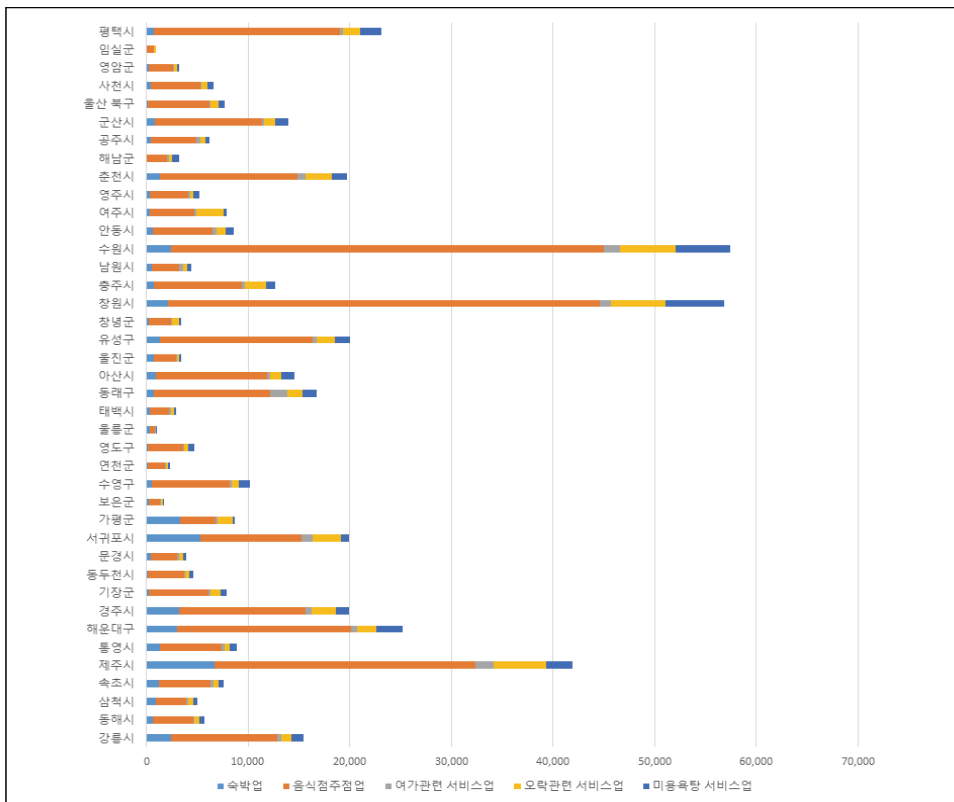
자료: 경제총조사 보고서 2015, 통계청, 발췌 후 가공.

(3) 종사자수와 관광 산업 의존도

관광지가 소재한 시군구에서 관광관련업종의 종사자수 평균 비율은 16.8%였으며, 서비스업 중 관광관련 업종의 종사자수가 30%를 상회하는 지역은 가평군, 속초시, 울릉군, 서귀포시로 나타났다.

숙박업 종사자수가 가장 많은 지역은 제주시, 음식점 및 주점업은 창원시, 여가관련 서비스업은 제주시, 오락관련 서비스업은 수원시, 미용·욕탕서비스업은 창원시로 나타났다. 창원시는 전 산업 대비 관광 관련 업종의 종사자 비중이 12.9%에 불과한 것으로 나타나 사업체 수에 비해 관광 산업 의존도가 낮다고 판단되었다.

그림 3-2 | 시군별 관광관련산업 종사자수 현황(2015년 기준)

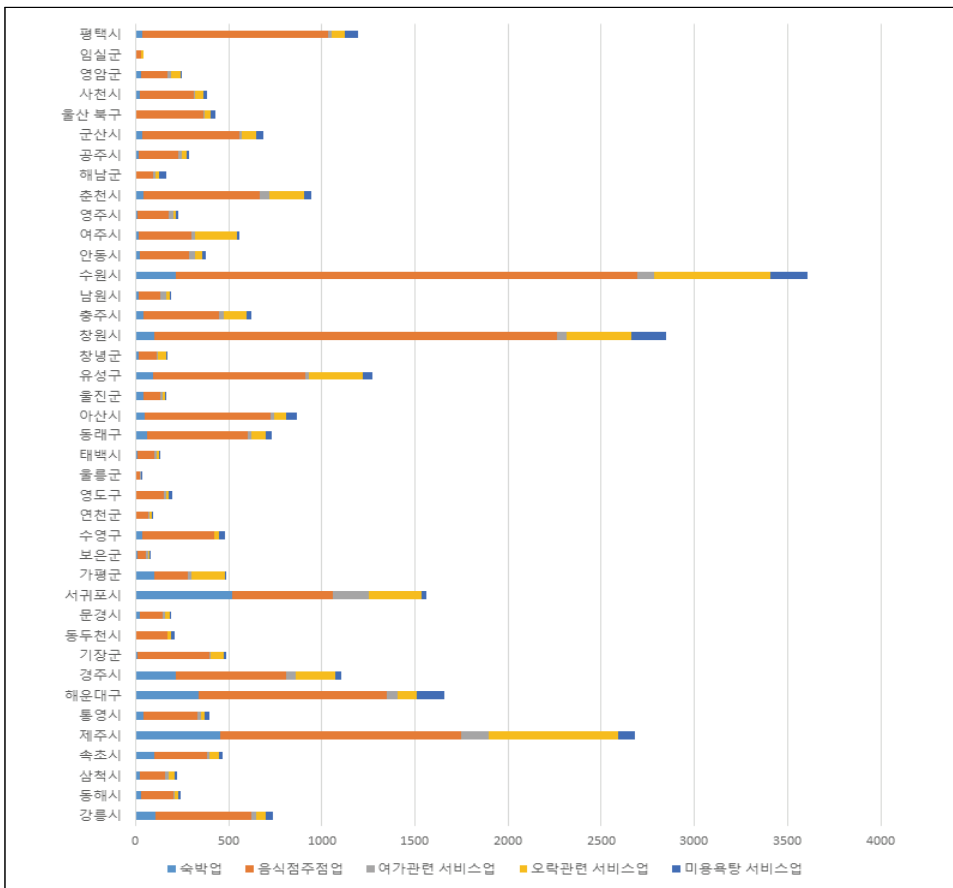


자료: 경제총조사 보고서 2015, 통계청, 발췌 후 가공.

(4) 매출액과 영업 이익

관광 관련 업종의 평균 매출액은 전 산업 대비 5.4%로 사업체수나 종사자수 비중에 비해 현저히 낮은 것으로 나타났다. 해당 도시의 전산업 대비 매출액 비중이 10%를 넘는 도시는 가평군, 속초시, 서귀포시 세 곳으로 나타났으며, 숙박업과 여가 관련 서비스업 매출이 가장 높은 지역은 서귀포시, 음식점 및 주점업과 미용·욕탕서비스업은 수원시, 오락 관련 서비스업의 매출이 가장 높은 곳은 제주시로 나타났다.

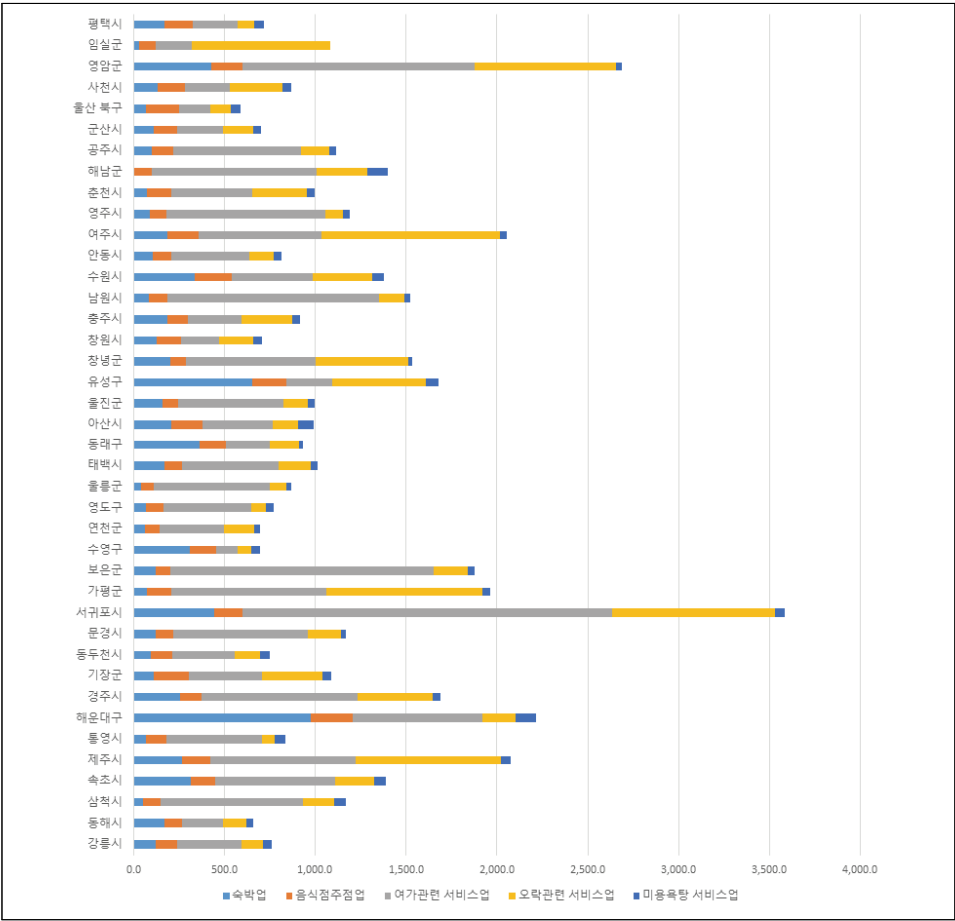
그림 3-3 | 시군별 관광관련산업 매출액 현황(2015년 기준)



자료: 경제총조사 보고서 2015, 통계청, 발체 후 가공.

관광지 소재 도시들의 매출액을 업체당 매출액으로 살펴보면 전산업은 평균 1,050.4억으로 나타났으며, 관광 관련 업종의 경우 138.9억 원으로 나타났다. 관광 관련 업종의 업체당 평균매출액이 가장 높은 도시는 서귀포시이며, 부산시 해운대구, 여주시가 뒤를 이었다. 업종별로는 숙박업과 음식점 및 주점업, 미용·욕탕서비스업의 경우 해운대구가 가장 높게 나타났으며, 여가 관련 서비스업은 서귀포시, 오락 관련 서비스업은 여주시가 가장 높았다.

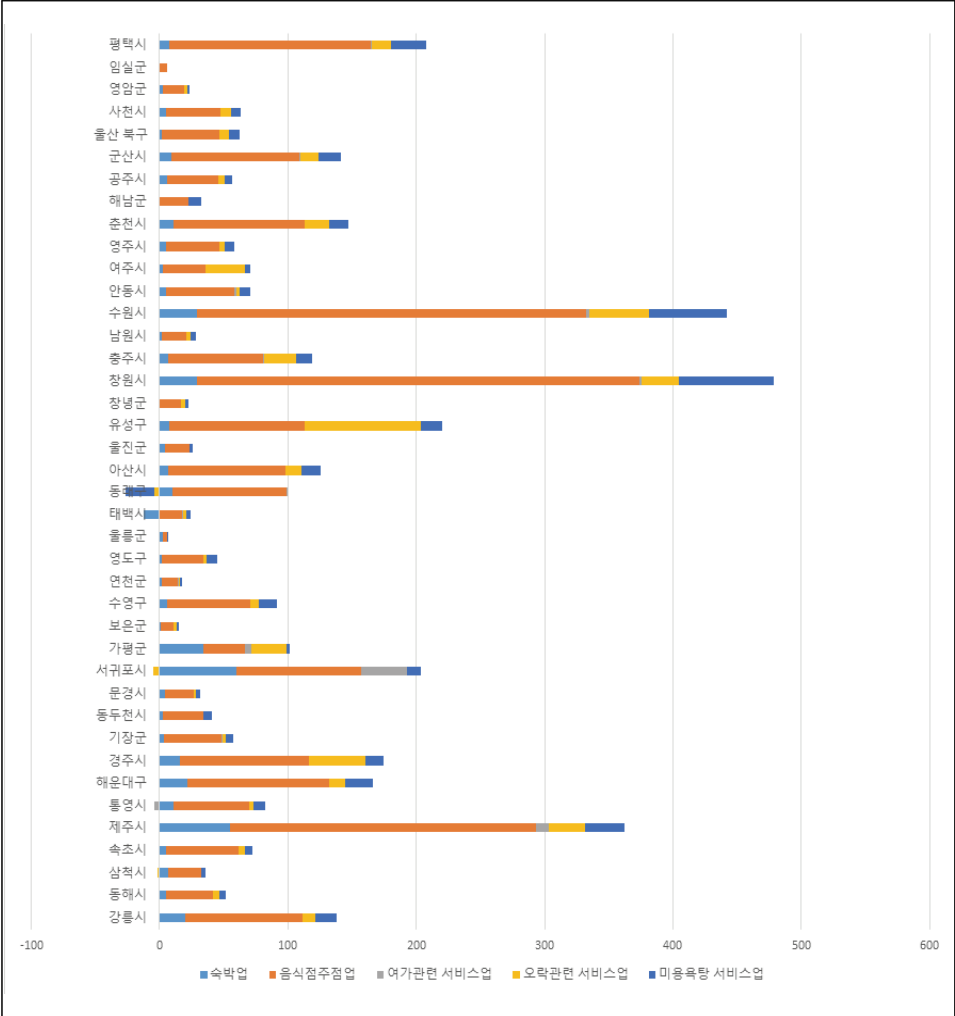
그림 3-4 | 관광관련업종 사업체당 평균매출액 현황(2015년 기준)



자료: 경제총조사 보고서 2015, 통계청, 발체 후 가공.

영업이익의 비중을 중심으로 살펴보면 전산업 대비 관광 관련 업종의 평균 영업이익 비중은 15.8%로 나타났다. 서귀포시는 숙박업과 여가 관련 서비스업에서 가장 높게 나타났으며, 창원시는 음식점 및 주점업과 미용·욕탕서비스업에서 가장 높은 도시로 나타났다. 오락 관련 서비스업의 경우 대전시 유성구가 가장 높은 것으로 나타났다.

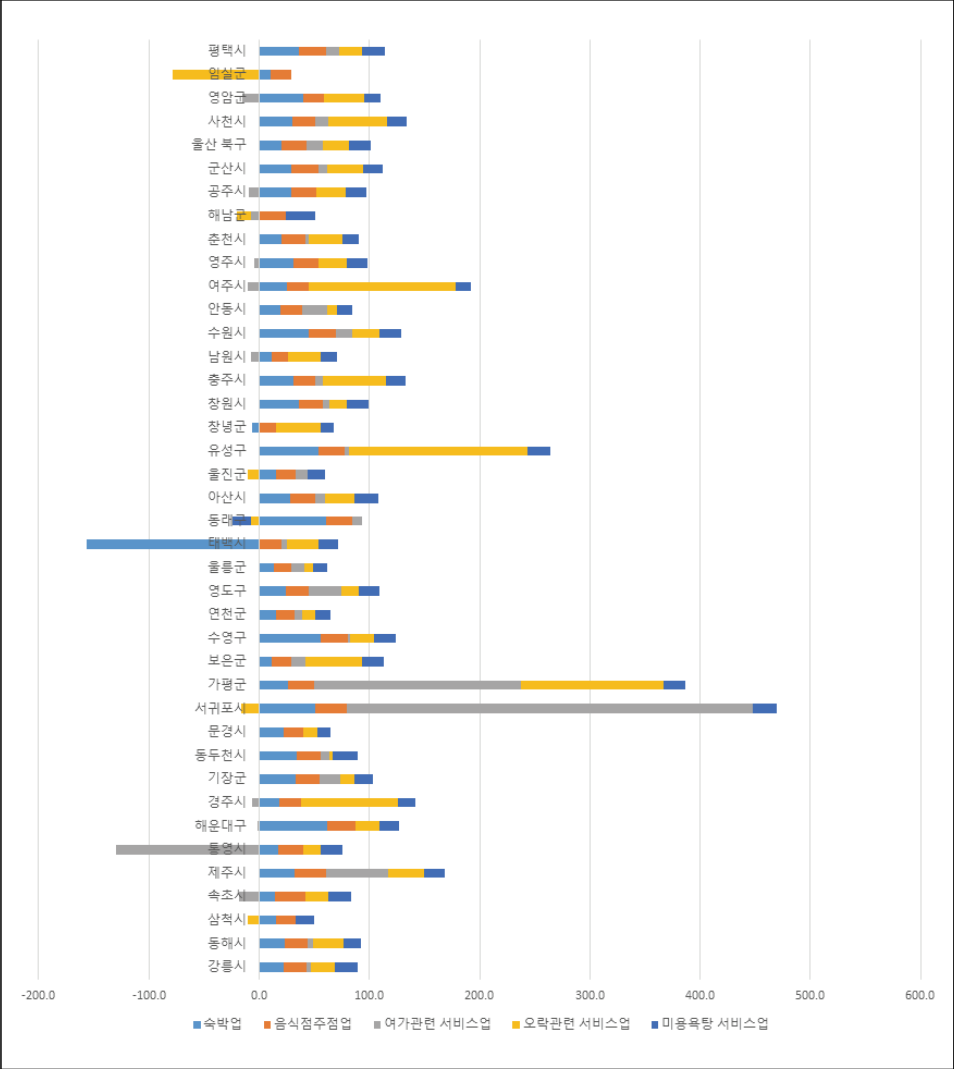
그림 3-5 | 시군별 관광관련산업 영업이익 현황(2015년 기준)



자료: 경제총조사 보고서 2015, 통계청, 발췌 후 가공.

관광 관련 업종의 업체당 평균 영업이익은 21.8억 원으로 업체당 평균 매출액의 15.7% 수준으로 나타났다. 업체당 평균 영업이익이 가장 높은 도시는 대전시 유성구이며, 서귀포시, 가평군이 뒤를 이었다.

그림 3-6 | 관광관련업종 사업체당 평균영업이익 현황(2015년 기준)



자료: 경제총조사 보고서 2015, 통계청, 발췌 후 가공.

2. 도시내 관광지구의 관광 관련 산업변화

1) 분석 방법 및 범위

경제총조사 보고서에서(2015)는 시군구, 읍면동 단위의 통계만을 제공하고 있어 관광지 등의 공간적 범위와는 차이가 크고 통계청을 비롯하여 문화체육관광부, 정부출연 기관이나 민간 등 어느 기관에서나 관광지에 대한 통계를 제공하지 않는 문제가 있었다. 이에 본 절에서는 통계청의 집계구 단위 사업체수와 종사자수를 기준으로 관광지·관광단지·관광특구의 산업변화를 살펴보았다.

분석은 ArcGIS프로그램을 활용하여 관광지와 집계구를 중첩하여 관광지에 포함되거나 걸치는 집계구를 해당 관광지의 공간적 통계범위로 설정하여 수행했고 산업 관련 통계자료의 범위는 ‘한국표준산업분류’ 상 대분류로 제공되는 사업체수와 종사자수로 설정하였다²⁾.

표 3-6 | 미용, 욕탕 및 유사서비스업

코드	대분류	코드	중분류	코드	소분류
S	협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업	94	협회 및 단체	941	산업 및 전문가 단체
				942	노동조합
				949	기타 협회 및 단체
		95	개인 및 소비용품 수리업	951	컴퓨터 및 통신장비 수리업
				952	자동차 및 모터사이클 수리업
				953	개인 및 가정용품 수리업
		96	기타 개인 서비스업	961	미용, 욕탕 및 유사 서비스업
				969	그 외 기타 개인 서비스업

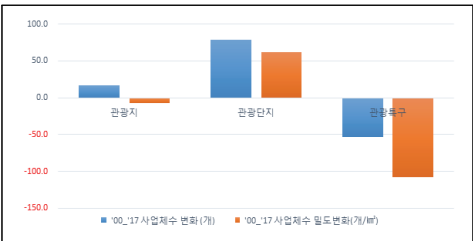
자료: 통계청(2017). 한국표준산업분류. 발췌 후 가공.

2) 도시별 관광관련업종에 포함되어 있던 「961.미용, 욕탕 및 유사서비스업」은 대분류 「S.협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업」의 소분류에 해당하므로, 대분류 전체를 포함시킬 경우 관광산업과 관련성이 적은 업종이 다수 포함되어 통계를 왜곡시킬 우려가 있으므로 본 분석에서는 제외함.

2) 관광지구 유형별 산업변화

분석에 있어 소요산 관광지는 동두천 관광특구에 해당하는 집계구에 포함됨에 따라 관광지 등의 산업변화에서 별도로 분리하는 것이 불가능하여 동두천 관광특구의 변화만을 살펴보았다. 산업변화 분석 시점은 2000년 대비 2017년의 사업체수와 종사자수의 변화, 사업체 및 종사자 밀도의 변화를 살펴보고자 하였는데, 2000년 대비 2017년 사업체수가 감소한 관광지는 태종대를 비롯하여 15개 관광지이며, 이 중 가장 많이 감소한 지역은 수원화성 관광특구로 분석되었다. 종사자수 역시 수원화성 관광특구가 1,142명 감소하였으며, 관광특구 중 유성을 제외하고 모든 관광특구의 종사자수가 감소하였다. 사업체밀도와 종사자밀도 변화 역시 수원화성 관광특구가 가장 많이 감소한 것으로 나타나며, 송택 관광특구는 종사자밀도 변화가 수원화성 관광특구보다 더욱 심각하게 감소한 것으로 나타났다. 관광지/관광단지/관광특구로 유형을 구분했을 경우 관광특구의 사업체 및 종사자 감소가 특히 심각한 것으로 보여진다.

그림 3-7 | 단지유형별 사업체 변화



자료: 경제총조사 보고서(2015, 통계청) 발췌 후 가공.

그림 3-8 | 단지유형별 종사자 변화

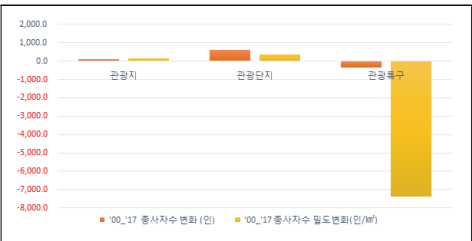


표 3-7 | 단지유형별 사업체수 및 종사자수 평균 변화

구분	'00~'17 사업체수 변화 (개)	'00~'17 종사자수 변화 (인)	사업체수 밀도변화 (개/㎢)	종사자수 밀도변화 (인/㎢)
관광지	16.8	120.3	-7.3	136.6
관광단지	79	605	62	383
관광특구	-53	-330	-107	-7,402

자료: 경제총조사 보고서 2015, 통계청, KLIS 공간분석자료를 토대로 저자 작성.

3) 관광요소별 산업변화

관광요소별 사업체 및 종사자수 변화에 있어서는 종합관광이 사업체수, 종사자수가 각각 평균 109.4개 863.4인 증가하였다. 문화재 관광의 경우 사업체와 종사자수가 각각 55.8개, 44.6인 감소하여 종합관광과는 대조적인 결과를 볼 수 있다.

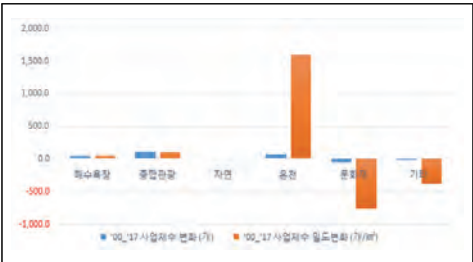
온천관광의 경우 수안보온천, 온양온천, 동래온천 등의 사업체수와 종사자수가 감소한 반면, 유성의 경우 증가한 것으로 나타났으며, 자연관광은 2000년 대비 2017년 사업체와 종사자수 변화가 미미한 것을 볼 수 있다.

표 3-8 | 관광요소별 사업체수 및 종사자수 평균 변화

구분	'00-'17 사업체수 변화 (개)	'00-'17 종사자수 변화 (인)	'00-'17 사업체 밀도변화 (개/km ²)	'00-'17 종사자 밀도변화 (인/km ²)
해수욕장	43.4	257.0	47.6	441.8
종합관광	109.4	863.4	96.0	597.5
자연	4.5	50.0	1.1	18.9
온천	68.8	59.2	1,587.6	367.6
문화재	-55.8	-44.6	-764.6	-1,655.6
기타	-6.1	-24.3	-375.6	-2,279.8

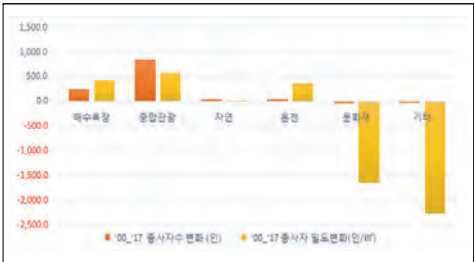
자료: 경제총조사 보고서(2015, 통계청) 발췌 후 가공.

그림 3-9 | 관광요소별 사업체 변화



자료: 경제총조사 보고서(2015, 통계청) 발췌 후 가공.

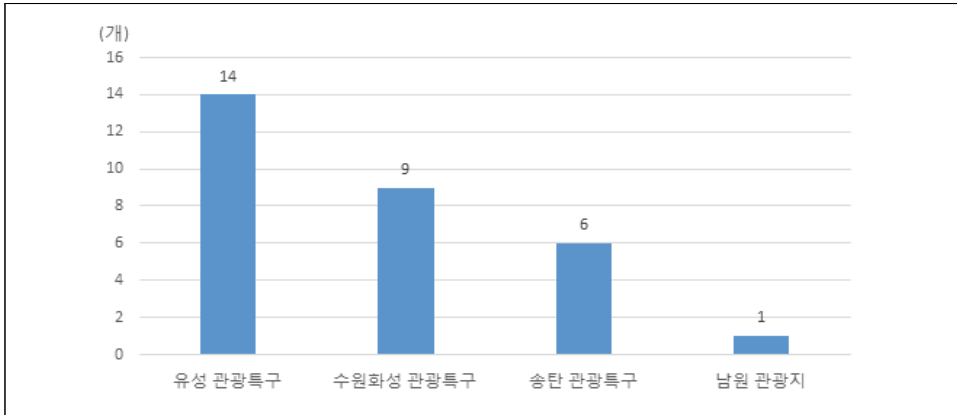
그림 3-10 | 관광요소별 종사자 변화



4) 집계구 단위 산업변화

관광지/관광단지/관광특구에 포함되거나 교차하는 집계구³⁾는 총 248개로 관광지 등에 해당하는 집계구 248개의 평균 면적은 2,6798,084㎡, 최소면적 375㎡, 최대면적 54,054,600㎡로 나타났다. 집계구가 인구를 기준으로 획정되었기 때문에 사업체수와 종사자수의 변화를 동일한 기준으로 분석하기 위해서는 단위면적당 사업체수와 종사자수의 변화를 볼 필요가 있다. 관광지 등에 해당하는 집계구 총 248개 중에서 2000년 대비 2017년 단위면적당 사업체수가 감소한 집계구는 97개로 전체의 39.1%를 차지했다. 사업체밀도가 감소한 집계구 하위 30위중에 유성구의 유성 관광특구가 14개, 수원시 수원화성 관광특구 9개, 평택시 송탄관광특구 6개, 남원시 남원관광지 1개로 나타났다. 가장 많이 감소한 집계구는 유성 관광특구 내에 존재하며, 최대 4,986개/㎢가 감소하였다. 이중 유성 관광특구에 해당하는 집계구는 총 85개이며, 이 가운데 사업체 밀도가 감소한 집계구는 27개이며, 100개/㎢ 이상 감소한 집계구가 21개로 나타났다.

그림 3-11 | 집계구별 사업체밀도 변화 하위 30위권 내의 관광지

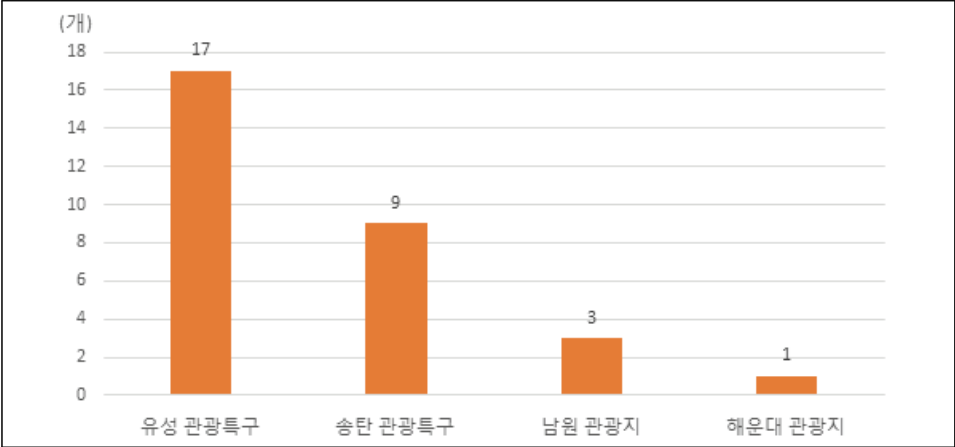


자료: 경제총조사 보고서(2015, 통계청)을 토대로 저자 작성.

3) 통계청에서 사용하는 집계구는 인구 300~500인을 기준으로 집계구를 획정. 주거지, 특히 아파트단지가 밀집한 집계구는 집계구 단위면적이 작은 반면, 비도시지역의 경우 집계구 면적이 상대적으로 큼.

수원화성 관광특구는 2016년 2월 지정된 것으로, 비교 시점인 2000년에는 관광특구에 해당하지 않았으며, 이를 감안하여 수원화성 관광특구를 제외할 경우 유성 관광특구 17개, 송탄 관광특구 9개, 남원관광지 3개, 해운대 관광지 1개로, 유성 관광특구 내의 일부 집계구에서 사업체수 감소가 심각한 수준인 것으로 분석되었다.

그림 3-12 | 집계구별 사업체밀도 변화 하위 30위권 내의 관광지(수원화성 제외)

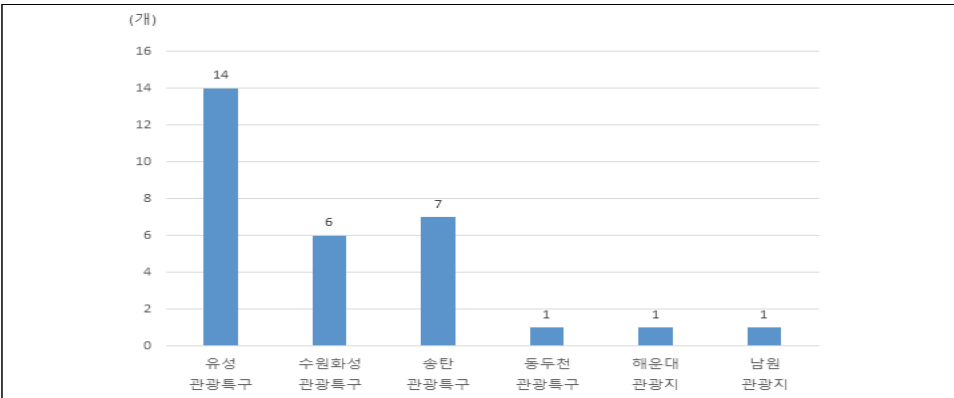


자료: 경제총조사 보고서(2015, 통계청)을 토대로 저자 작성.

특히, 유성 관광특구의 경우 최하위 1, 2, 3위에 해당하는 집계구가 존재하며, 하위 10위권 내에 8개나 해당되었다.

종사자밀도가 감소한 집계구 하위 30위중에 유성 관광특구가 14개, 송탄 관광특구 7개, 수원화성 관광특구 6개, 동두천 관광특구, 해운대 관광지, 남원 관광지 각 1개씩으로 나타났다. 가장 많이 감소한 집계구는 유성 관광특구 내에 존재하며, 최대 55,914.1인/㎢가 감소하였다. 이 가운데 종사자밀도가 감소한 집계구는 26개이며, 100인/㎢ 이상 감소한 집계구가 22개로 나타났고 집계구 가운데 종사자밀도가 가장 많이 감소한 집계구 1, 2, 3위는 모두 유성 관광특구에 해당하였다.

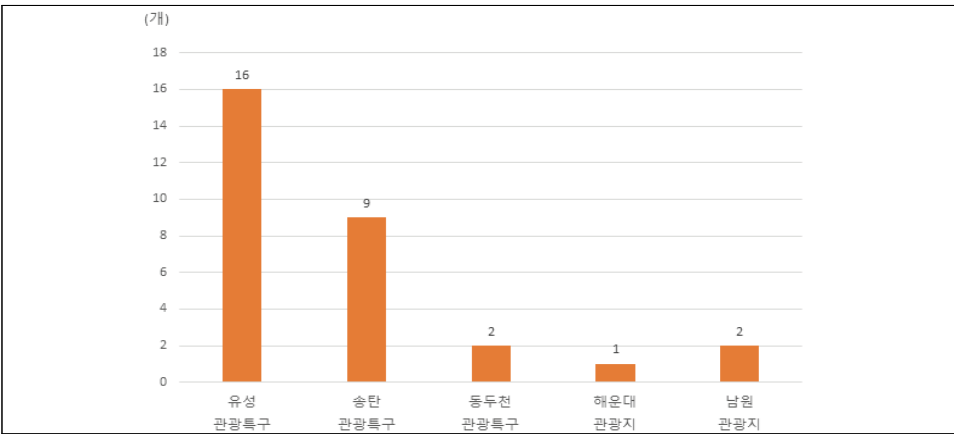
그림 3-13 | 집계구별 종사자밀도 변화 하위 30위권 내의 관광지



자료: 경제총조사 보고서(2015, 통계청)을 토대로 저자 작성.

수원화성 관광특구를 제외할 경우 유성 관광특구 16개, 송탄 관광특구 9개, 동두천 관광특구 2개, 남원관광지 2개, 해운대 관광지 1개로, 종사자밀도 역시 유성 관광특구 내의 일부 집계구에서 종사자수 감소가 심각한 수준인 것으로 분석되었으며, 종사자밀도 변화 하위 30개 집계구 중 유성 관광특구의 경우 2000년 대비 2017년 2,351명이 감소한 것으로 나타났다.

그림 3-14 | 집계구별 종사자밀도 변화 하위 30위권 내의 관광지(수원화성 제외)



자료: 경제총조사 보고서 2015, 통계청, 을 토대로 저자 작성.

3. 도시내 관광지구 유형별 쇠퇴특성 분석

1) 관광지 유형별 관광산업 쇠퇴 현황

관광지 유형별 관광산업 쇠퇴 현황은 Butler(1980)의 관광지 수명주기론을 적용하여 SPSS의 선형회귀 모형 추정을 통해 관광객과 관광 관련 산업 추세를 분석하였으며, 쇠퇴주기의 판단은 Polli and Cook(1969)의 수명주기 식별방법을 따랐다.

수명주기 분석은 관광분야에서 활용되는 관광객감소에 따른 지역 쇠퇴진단 방법이나 이에 대한 비판과 개선 방안도 제기된 바 있다(2012 정승호·황진웅). 하지만 본 연구는 국내 관광지구의 세밀한 쇠퇴진단 보다는 쇠퇴특성을 분석하여 온천관광지구 등 유형별 차이를 관찰하는데 집중하고자 한다. 관광지구와의 향후 보다 정밀한 쇠퇴진단은 수명주기 분석 방법론에 대한 심도 깊은 고민이 필요하며, 다각적인 쇠퇴진단으로 보다 명확한 쇠퇴정도를 진단해야할 것이다.

아울러 온천관광지구를 비롯한 관광지의 쇠퇴정도와 경쟁력을 판단하기 위해서는 주기적인 관광수용태세 분석이 필요하다. 그러나 관광지 방문객수, 유동인구 등 관광지의 현황을 진단할 수 있는 지표의 경우 데이터의 신뢰성이 부족하다고 판단되었다. 관광지구의 진단과 경쟁력 판단을 위해서는 유동인구, 지역자원, 주요지점 방문객, 숙박시설의 관리상태 등 관광수용태세 조사를 주기적으로 수행할 필요가 있기 때문에 본 연구에서는 4장에서 온천관광지구를 중심으로 중점사례지역을 대상으로 구체적인 경쟁력을 진단하였다.

표 3-9 | 관광지 쇠퇴현황 분석 방법

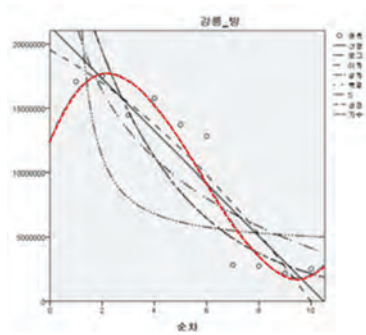
구분	주요내용
분석범위	관광요소에 의해 구분된 40개 시군구
분석내용	관광객 수 및 산업경제 지표의 쇠퇴주기단계
도출방법	회귀곡선 추정결과 유의한 곡선 중 R ² 값이 가장 높은 선형을 해당 지역의 변화추이 곡선으로 도출
사용모형	선형모형, 2차모형, 3차모형, 복합모형, S-모형, 성장모형, 지수모형
분석결과	발전(재활성화), 강화, 정체, 쇠퇴의 4단계

자료: 경제총조사 보고서(2015, 통계청) 발췌 후 가공.

(1) 해수욕장

도시지역 내에 위치한 해수욕장 관광지구의 방문객 수를 기준으로 쇠퇴주기를 분석한 결과 6개 지역 중 4개 지역이 재활성화 단계로 대부분 쇠퇴 후 반등하는 경향을 보였다. 2017년 방문객수는 2016년 대비 평균 18.05% 상승하였으며, 가장 많이 상승한 지역은 삼척시로 76.17% 상승하였다.

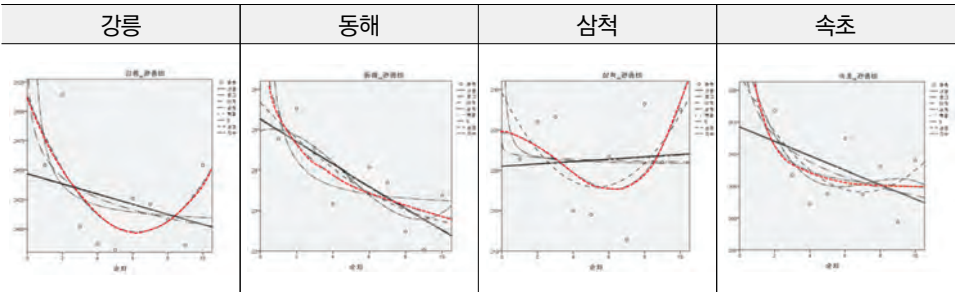
표 3-10 | 해수욕장 관광지 방문객수 기준 쇠퇴주기 곡선(예시: 강릉)

모형	방정식	모형 요약				
		R 제곱	F	자유도1	자유도2	유의확률
	선형	0.853	46.580	1.000	8.000	0.000
	로그	0.695	18.189	1.000	8.000	0.003
	이차	0.863	21.999	2.000	7.000	0.001
	삼차	0.915	21.608	3.000	6.000	0.001
	복합	0.808	33.694	1.000	8.000	0.000
	S	0.356	4.425	1.000	8.000	0.069
	성장	0.808	33.694	1.000	8.000	0.000
	지수	0.808	33.694	1.000	8.000	0.000

자료: 저자 작성.

관광 관련 산업 종사자 기준으로 살펴보았을 때는 관광객 수의 반등 경향과는 달리 관광 관련 산업 종사자 비율이 안정적으로 유지되지 못하는 경향이 나타났다. 해수욕장 관광지구의 특성상 계절별 방문객 변화, 교통발달에 의한 당일 방문객 증가, 소비패턴의 광범위화 등으로 관광객 방문 패턴이 관광 관련 산업에 미치는 영향이 많기 때문인 것으로 판단된다.

표 3-11 | 해수욕장 관광지 관광 관련 종사자비율 기준 쇠퇴주기 곡선

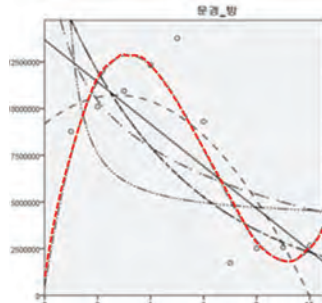


자료: 저자 작성.

(2) 종합관광

종합관광지구 역시 도시내 해수욕장과 마찬가지로 쇠퇴 후 재활성화 단계에 위치한 지역이 많이 나타났다. 그러나 도시내 종합관광지구는 해수욕장에 비해 쇠퇴 주기가 짧게 나타났으며, 그 등락폭이 적은 특징을 보였다. 2016년 대비 2017년 방문객 수는 평균 17.72% 상승한 것으로 나타났다.

표 3-12 | 종합관광지 방문객수 기준 쇠퇴주기 곡선(예시: 문경)

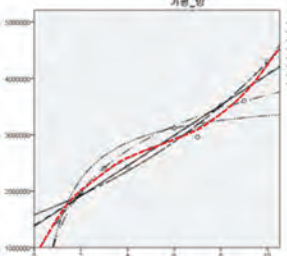
모형	방정식	모형 요약				
		R 제곱	F	자유도1	자유도2	유의확률
	선형	0.548	9.680	1	8	0.014
	로그	0.331	3.951	1	8	0.082
	이차	0.663	6.874	2	7	0.022
	삼차	0.830	9.761	3	6	0.010
	복합	0.598	11.887	1	8	0.009
	S	0.192	1.900	1	8	0.205
	성장	0.598	11.887	1	8	0.009
	지수	0.598	11.887	1	8	0.009

자료: 저자 작성.

(3) 자연

도시내 자연관광의 경우 방문객수가 불규칙하게 측정되는 탐색기의 지역이 7개 지역 중 4곳으로 가장 많이 나타났으며, 방문객의 등락 주기가 매우 긴 것으로 나타났다.

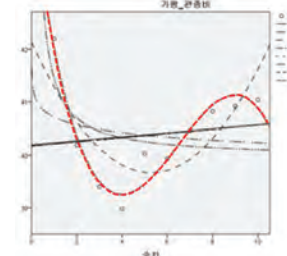
표 3-13 | 자연관광지 방문객수 기준 쇠퇴주기 곡선(예시: 가평)

모형	방정식	모형 요약				
		R 제곱	F	자유도1	자유도2	유의확률
	선형	0.955	168.056	1.000	8.000	0.000
	로그	0.891	65.513	1.000	8.000	0.000
	이차	0.955	73.652	2.000	7.000	0.000
	삼차	0.979	93.357	3.000	6.000	0.000
	복합	0.926	100.806	1.000	8.000	0.000
	S	0.830	39.074	1.000	8.000	0.000
	성장	0.926	100.806	1.000	8.000	0.000
	지수	0.926	100.806	1.000	8.000	0.000

자료: 저자 작성.

가평군의 경우에는 다른 자연 관광지구와 달리 체류형 자연관광을 주요 콘텐츠로 방문객이 점차 증가하는 것으로 나타났다. 가평군의 관광 관련 종사자의 비율은 2013년까지 크게 감소하였으나 체류형 관광 콘텐츠를 강화하기 시작한 2013년 이후 회복하여 현재는 강화 단계에 위치한 것으로 나타났다.

표 3-14 | 자연관광지 관광 관련 종사자비율 기준 쇠퇴주기 곡선(예시: 가평)

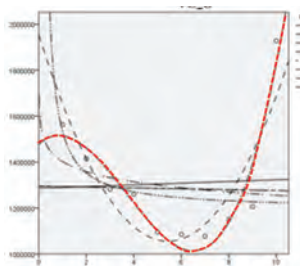
모형	방정식	모형 요약				
		R 제곱	F	자유도1	자유도2	유의확률
	선형	0.015	0.122	1	8	0.736
	로그	0.027	0.226	1	8	0.647
	이차	0.561	4.475	2	7	0.056
	삼차	0.926	24.870	3	6	0.001
	복합	0.017	0.141	1	8	0.717
	S	0.202	2.023	1	8	0.193
	성장	0.017	0.141	1	8	0.717
	지수	0.017	0.141	1	8	0.717

자료: 저자 작성.

(4) 문화재

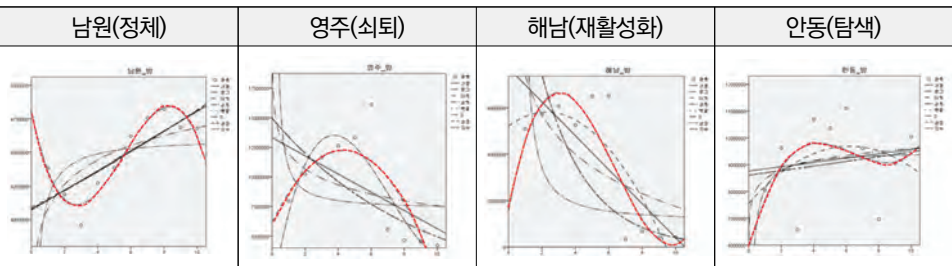
도시내 문화재 관광지구는 수원시와 해남군을 제외한 모든 관광지구가 정체 ~ 탐색 단계에 위치한 것으로 나타났다. 수원시는 2013년부터 방문객이 증가하여 2015년과 2016년 사이에는 59.85%의 방문객 성장률을 보였다.

표 3-15 | 문화재 관광지 방문객 기준 쇠퇴주기 곡선(예시: 수원)

모형	방정식	모형 요약				
		R 제곱	F	자유도1	자유도2	유의확률
	선형	0.015	0.122	1	8	0.736
	로그	0.027	0.226	1	8	0.647
	이차	0.561	4.475	2	7	0.056
	삼차	0.926	24.870	3	6	0.001
	복합	0.017	0.141	1	8	0.717
	S	0.202	2.023	1	8	0.193
	성장	0.017	0.141	1	8	0.717
	지수	0.017	0.141	1	8	0.717

자료: 저자 작성.

표 3-16 | 문화재 관광지 방문객수 기준 쇠퇴주기 곡선

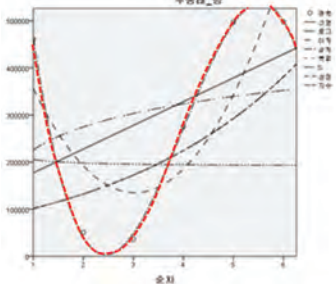


자료: 저자 작성.

(5) 온천

도시내 온천관광지구의 방문객수는 동래구를 제외하고 대부분 2013년 ~ 2014년을 기점으로 크게 감소하여 쇠퇴 또는 미약한 재활성화 단계에 위치하고 있다.

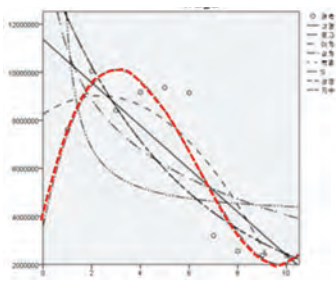
표 3-17 | 동래구 방문객수 기준 쇠퇴주기 곡선

모형	방정식	모형 요약				
		R 제곱	F	자유도1	자유도2	유의확률
	선형	0.188	0.924	1	4	0.391
	로그	0.046	0.194	1	4	0.683
	이차	0.642	2.684	2	3	0.215
	삼차	0.999	555.047	3	2	0.002
	복합	0.169	0.812	1	4	0.418
	S	0.000	0.001	1	4	0.972
	성장	0.169	0.812	1	4	0.418
	지수	0.169	0.812	1	4	0.418

자료: 저자 작성.

각 지역의 쇠퇴 단계는 다양하게 나타나는데 동래구는 쇠퇴 후 재활성화-강화 단계로 빠르게 변화하는 반면 유성구는 쇠퇴 후 정체기로 급격한 방문객 감소 이후 소강상태에 이른 것으로 보여진다.

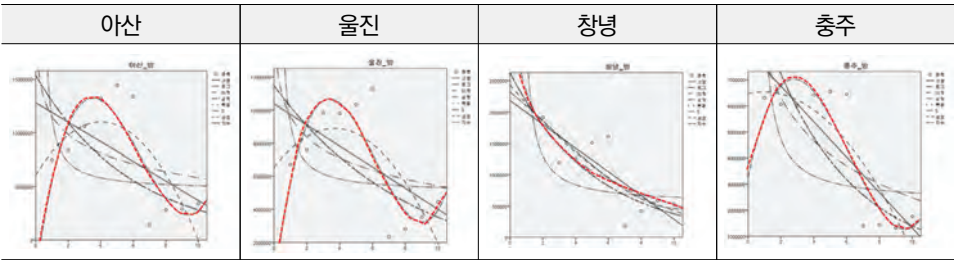
표 3-18 | 유성구 방문객수 기준 쇠퇴주기 곡선

모형	방정식	모형 요약				
		R 제곱	F	자유도1	자유도2	유의확률
	선형	0.664	15.832	1	8	0.004
	로그	0.431	6.053	1	8	0.039
	이차	0.770	11.703	2	7	0.006
	삼차	0.861	12.398	3	6	0.006
	복합	0.715	20.067	1	8	0.002
	S	0.223	2.301	1	8	0.168
	성장	0.715	20.067	1	8	0.002
	지수	0.715	20.067	1	8	0.002

자료: 저자 작성.

아산시, 울진군, 창녕군, 충주시, 창원시 모두 감소폭이 약간 상이할 뿐 급격한 쇠퇴를 겪은 것으로 나타났다. 관광지 수명주기 분석 방법의 정량적 판단기준에 의해 각 쇠퇴 단계는 지역마다 다르게 나타나나 쇠퇴 양상은 동일한 것으로 볼 수 있다.

표 3-19 | 도시내 온천관광지 방문객수 기준 쇠퇴주기 곡선



자료: 저자 작성.

2) 쇠퇴현황 분석 종합

(1) 1980년부터 현재까지 국내 관광지의 쇠퇴특성 종합

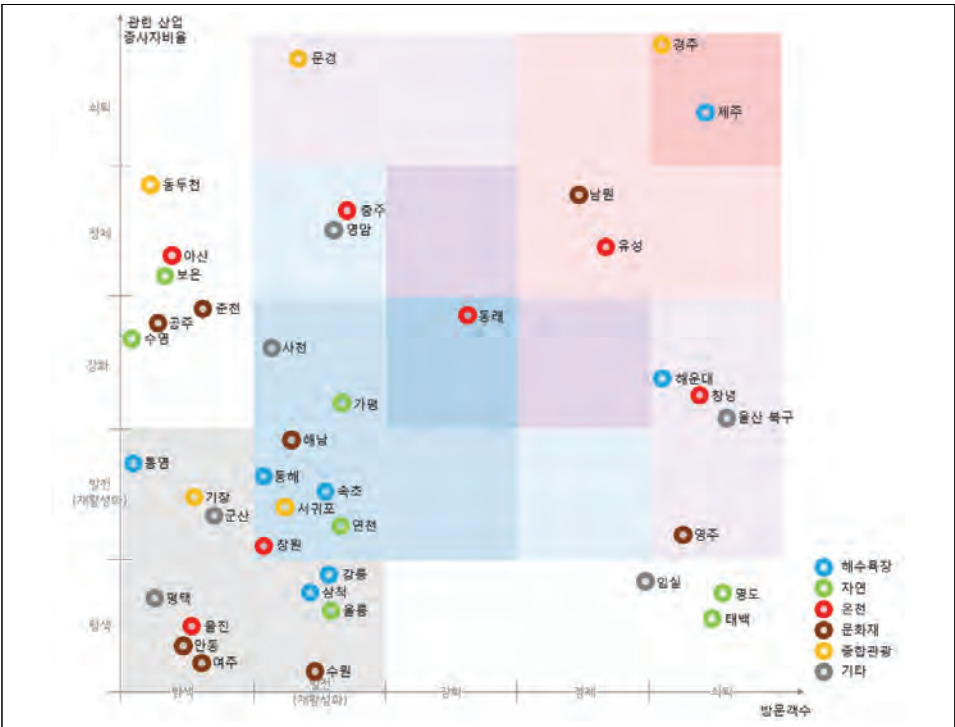
국내 관광지 및 주변지역은 관광트렌드가 변화함에 따라 활성화와 쇠퇴를 반복하고 있으며 이러한 양상은 관광지 유형별로 다르게 나타났다. 최근 교통의 발달과 해외여행의 보편화로 인해 국내 관광객 방문이 급감하는 추세에서 해수욕장과 종합관광은 쇠퇴 후 재활성화 단계, 자연은 강화단계로 나타났으나, 온천의 경우 쇠퇴, 문화재는 정체-탐색 단계로 나타났다.

표 3-20 | 관광객수와 관련사업 기반의 쇠퇴특성

유형	쇠퇴주기(쇠퇴단계)	특성
해수욕장	쇠퇴와 활성화를 반복 (쇠퇴 후 반등 단계)	• 관광객 수는 증가하고 있으나 종사자수는 정체
종합관광	쇠퇴와 활성화를 반복 (쇠퇴 → 재활성화 단계)	• 쇠퇴주기가 짧음 • 등락폭이 작음
자연	쇠퇴와 활성화를 반복 (강화 단계)	• 방문객이 불규칙 • 2013년 이전 쇠퇴 • 2013년 체류형 관광정책 활성화
문화재	쇠퇴와 활성화를 반복 (정체 → 탐색 단계)	• 수원만이 유일하게 관광객 증가 • 관광산업이 방문객의 감소에 따라 쇠퇴하는 경향이 나타남
온천	활성화 후 지속적인 쇠퇴 (쇠퇴 또는 정체)	• 2014년 기점으로 쇠퇴 • 지역별로 쇠퇴주기단계가 다름 - 유성: 쇠퇴 후 정체 단계/ 동래: 강화 단계 / 그 외: 쇠퇴 단계

자료: 저자 작성.

그림 3-15 | 유형별 관광 쇠퇴주기 단계



자료: 저자 작성.

관광지 유형별 관광객수 쇠퇴주기 특성을 살펴보면 해수욕장은 등락폭이 넓고 주기가 짧게 나타났으며, 종합관광은 등락폭이 좁으나 주기가 길게 나타나 다른 관광지들에 비해 안정적인 특징을 보였다. 자연 관광지의 경우 방문객의 수와 주기가 불규칙적으로 나타났으며, 온천은 큰 폭으로 방문객이 증가한 후 급격히 감소하여 이후 회복세를 되찾기 힘든 모습을 보였다.

관광지별로 차별화된 특성이 나타나는 것은 관광 활성화를 위한 일반화된 정책보다는 지역에 맞는 차별화된 정책이 필요함을 시사하며, 관광지의 유형중 쇠퇴 이후 재활성화기에 접어들기 힘든 온천이나 불규칙적인 방문객 양상을 보이는 자연관광지구는 주변상권과 지역경제의 불안정을 초래하고 있는 것으로 판단된다.

(2) 온천관광지구의 쇠퇴 특성

도시내 온천과 연계한 관광산업이 발달한 시군구는 부산 동래, 대전 유성 등이 있으며, 해당 지자체의 관광산업은 대부분 쇠퇴 후 재활성화 단계에 있다. 유성의 경우 방문객 및 관련 산업 모두 쇠퇴 후 정체를 나타내고 있으며, 온양온천 역시 방문객의 쇠퇴 양상을 보이고 있다. 부산 동래는 방문객 및 관련 산업 모두 강화로 나타나고 있지만 장기적으로는 쇠퇴를 경험하고 있는 것으로 나타났다.

도시내 온천을 보유하고 있는 9개 지자체 중 대전 유성, 아산, 울진, 창녕, 충주는 관광특구를 보유하고 있으나 특구제도가 경쟁력을 상실함에 따라 온천관광특구 역시 쇠퇴에 예외는 없는 것으로 보여진다.

표 3-21 | 온천관광지의 관광쇠퇴주기

시도	시군구	온천명	쇠퇴주기		구분	비고
			방문객	관련 산업		
대전	유성구	유성온천	정체	정체	관광특구	-
충남	아산시	온양온천	탐색	강화	관광특구	-
충북	충주시	수안보온천	재활성화	정체	관광특구	-
부산	동래구	동래온천	강화	강화	-	-
경남	창원시	마금산온천	재활성화	재활성화	관광지	-
경남	창녕군	부곡온천	쇠퇴	강화	관광특구	부곡하와이 재개장 예정

자료: 저자 작성.

도시내 온천관광 특성상 그 영향력이 온천관광지구에 한정되어 있어 도시 전체의 관광 쇠퇴주기 단계로 판단하기에는 무리가 있으나, 온천관광지구 내 호텔, 리조트 등의 연이은 파업과 이로 인해 발생하는 대규모 유흥시설은 분명 심각한 도시문제를 초래하고 있다. 이에 온천관광지구의 쇠퇴현황과 경쟁력을 판단하기 위해서는 개별 사례지를 토대로 보다 구체적인 분석이 필요하다고 보여진다.

(3) 관광지구의 쇠퇴와 도시쇠퇴 비교

관광객을 기준으로 쇠퇴 주기 단계를 분석한 결과 도시내에 위치한 관광지는 발전과 쇠퇴를 반복하며, 탐색단계부터 재활성화, 쇠퇴 등 다양한 단계에 분포하고 있다. 그러나 도시재생법에 의한 쇠퇴기준에 충족하는 쇠퇴 단계 도시내 관광지구는 없는 것으로 나타나 도시재생 뉴딜사업의 추진이 어려운 실정이다.

관광지구의 쇠퇴는 일반적인 도시지역의 쇠퇴와는 그 특성이 다르게 나타난다. 지역 내 소비활동의 주체가 주로 방문객이며, 주거지역보다는 상업용도 및 기반시설이 주를 이룬다. 이러한 지역적 쇠퇴 특성을 고려할 때 관광지구의 특성을 고려하여 유동인구, 시설의 노후화, 관광 관련 산업의 쇠퇴 등 관광지구의 쇠퇴정도와 재활성화 사업 판단 기준이 마련될 필요가 있다.

그림 3-16 | 관광지 쇠퇴주기 분석 결과



그림 3-17 | 도시재생 종합정보체계 쇠퇴진단



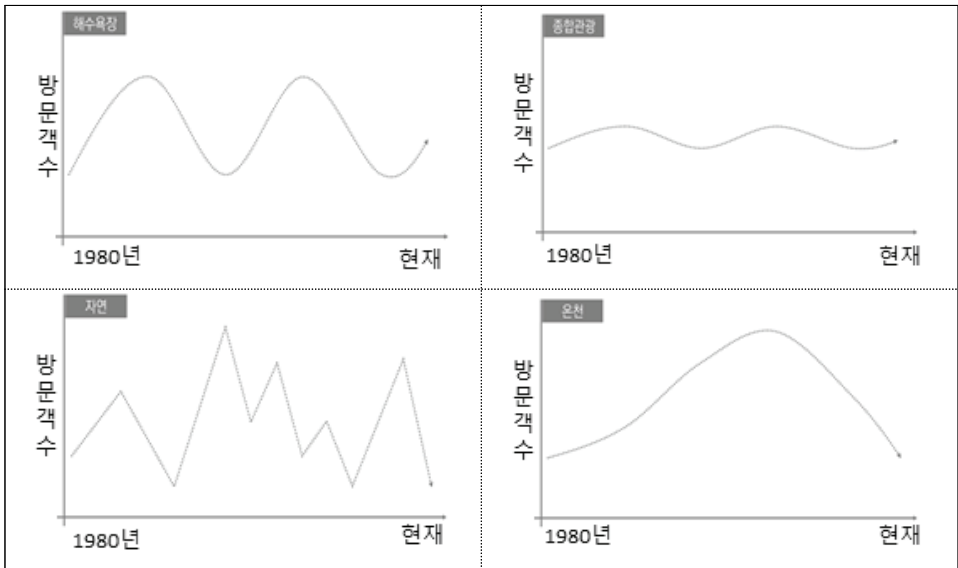
자료: 분석결과 및 도시재생종합정보체계를 바탕으로 저자 작성.

4. 소결

1) 온천관광 인프라 투자 등 도시내 온천관광지구의 재생 필요

관광지의 유형별 쇠퇴 특성을 분석한 결과 다수의 국내 관광산업의 침체로 인해 쇠퇴 단계 또는 쇠퇴 후 재활성화 단계에 있는 것으로 나타났다. 유형별로 살펴보면 관광지의 주요 자원과 유형에 따라 차이를 보이기는 하나 온천을 제외한 모든 유형이 쇠퇴와 재활성화를 반복하고 있었다. 수명주기를 이용한 쇠퇴 분석에서 온천관광지는 활성화 단계에서 큰 폭으로 상승해 높은 잠재력을 증명하였으나 우리나라 온천의 특성상 다른 산업 또는 콘텐츠와 결합하기 힘든 부분이 있어 활발한 재활성화가 이루어지지 않고 있다. 최근 「온천법」의 개정과 기술의 발달로 온천의 잠재력을 활용한 신산업을 육성할 기회가 확대되었으며, 도시관광을 지향하는 관광트렌드를 고려하여 온천을 활용한 신성장 동력이 도입될 필요가 있다고 보여진다.

그림 3-18 | 관광지 유형별 관광객 수 쇠퇴주기 특성



자료: 저자 작성.

2) 관광지의 특성을 고려한 차별화된 재생전략 필요

현 시점에서 도시내 관광지의 쇠퇴에 대응하기 위한 사업추진 방안으로 도시재생 뉴딜사업이 가장 빈번하게 추진되고 있으며, 도시재생 사업지역 선정에 위한 법정 지표는 인구감소, 사업체 감소, 건축물 노후도이다. 수명주기론을 이용한 쇠퇴진단과 도시재생종합정보체계를 통한 쇠퇴 진단 결과 쇠퇴 관광지구가 매우 상이하게 나타났다. 이는 도시재생사업의 쇠퇴진단지표로 상업의 비중이 높고 방문객의 소비활동을 기반으로 하는 관광도시의 쇠퇴 정도를 판단하기에는 매우 무리가 있음을 보여준다. 그러므로 유동인구, 매출액, 관광 관련 산업의 쇠퇴 등 관광지의 특성을 고려한 관광지 쇠퇴진단도구가 필요하다고 판단된다.

3) 도시내 관광특구의 경쟁력 상실

국내 관광지의 집계구 단위 분석결과 관광 관련 산업 사업체 및 종사자밀도의 감소폭이 가장 높은 30개의 집계구중 27개의 집계구가 관광특구에 해당하였으며, 유성관광특구에서 가장 높게 나타났다. 외국인 관광객 유치로 목적으로 조성된 관광특구의 경쟁력요인이었던 심야영업과 노상테이블이 보편화되면서 일반 중심상권과의 차별성을 상실하면서 집중되었던 관광관련 사업체 및 종사자의 밀도가 낮아진 것으로 추정된다. 1993년 「관광진흥법」 제정과 관광특구의 지정 이후 관광특구의 활성화를 위한 규제완화 등이 없었던 점을 고려할 때, 차별화된 규제완화 등으로 국내 관광지 내의 경쟁력뿐만 아니라 국가적 경쟁력 확보를 통한 외국인 관광객 유치의 실효성을 발휘할 필요가 있다.

4

CHAPTER

도시내 온천관광지구의 경쟁력 진단

1. 온천관광지구의 경쟁력 진단 방법 및
중점사례지역 선정 | 77

2. 온천관광지구의 주요 이슈 도출 | 82

3. 중점사례지역별 경쟁력 진단 | 108

도시내 온천관광지구의 경쟁력 진단

본 장에서는 우리나라 온천관광지구 중 중점사례지역을 선정하여 정량적·정성적 분석을 통해 경쟁력 요인을 도출하였으며, 이를 바탕으로 경쟁력 진단을 수행하였다. 그 결과 현재 온천관광지구는 온천자원 그 자체로는 도시의 성장동력으로서 한계를 나타내고 있으며 도시자원과 결합한 새로운 성장모델의 필요성을 시사하고 있다. 온천과 연계한 새로운 콘텐츠 발굴 및 육성을 통해 온천관광지구의 새로운 이미지와 정체성을 부각시키고, 이에 대한 다양한 방식의 접근으로 새로운 재생 전략이 필요한 것으로 나타났다.

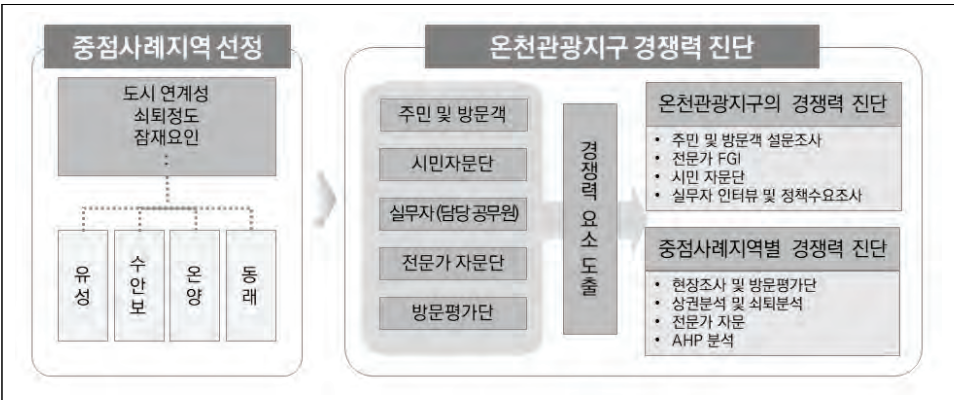
1. 온천관광지구의 경쟁력 진단 방법 및 중점사례지역 선정

1) 경쟁력 진단 방법

온천관광지구의 경쟁력 진단은 주민, 방문객, 실무자, 전문가 등의 의견수렴을 통해 도출된 정성적 요소와 상관분석, 쇠퇴분석 등 정량적 요소를 종합하여 온천관광지구 전반에 대한 경쟁력을 진단하고 각 중점사례지역별 경쟁력을 진단하였다.

온천관광지구의 쇠퇴현황과 경쟁력을 보다 심층적으로 분석하고 각 유형이 가진 지역적 특성과 잠재력을 연계한 온천관광지구 유형별 활력증진 방안을 제시하기 위해 중점사례지역을 선정하고 이에 대한 정량적·정성적 조사를 수행하였다.

그림 4-1 | 도시내 온천관광지구 경쟁력 진단 절차



자료: 저자 작성.

2) 중점사례지역 선정

(1) 온천관광지구의 유형구분 기준

온천관광지구의 유형을 구분하고 지역특성을 도출하여 경쟁력 제고 방안을 제시하기 위해 선정된 온천관광지구 유형구분 기준은 입지, 시설 유형, 연계 산업, 이용객 특성, 관련 사업 연계성 등이다.

표 4-1 | 온천관광지구의 유형구분 기준

구분	내용
입지	주변지역의 토지이용, 입지적 특성 등 주변지역 특성
시설 유형	노천탕, 워터파크 등 온천관광지구 내 주요시설의 특성
연계 산업	연계가능한 지역 특화 기반 산업
이용객 특성	방문객의 방문기간, 이동수단, 방문 목적 등 이용객 및 수요자 특성
관련 사업 연계성	도시재생사업, 문화도시사업 등 연계가능한 사업

자료: 저자 작성.

온천관광지구의 유형 구분 기준을 활용하여 분석 범위 내 온천관광지구를 분석한 결과 대부분의 도시내 온천관광지구는 일반상업지역 내에 위치하고 있었으며, 대중탕의

시설 유형을 보였다. 유성온천을 제외한 대부분의 지역이 연계가능한 기반산업을 갖고 있다고 보기 힘들다고 판단되었다.

표 4-2 | 온천관광지의 특성별 유형

온천명	입지	시설유형	연계산업	이용객 특성	관련 사업 연계성	지역특성
유성온천	일반상업	대중탕, 족욕탕	과학·기술, 컨벤션		도시재생 및 도시활력증진사업	대학 / 대덕밸리
온양온천	일반상업	대중탕, 족욕탕	-	수도권 전철 이용객	도시재생사업 추진 지역 인접	고령화 / 시장
수안보온천	일반상업	대중탕, 노천탕	-	-	수안보역 건설사업	자연 / 체류형
동래온천	일반상업 및 주거지	대중탕, 족욕탕		지역주민	도시재생 뉴딜사업 추진 지역	주거·상업
마금산온천	일반상업 및 농림지역	대중탕	-	-	-	자연
부곡온천	녹지 및 자연취락	대중탕	-	-	-	자연

자료: 저자 작성.

(2) 중점 사례지 선정 기준

도시내 온천관광지구 중점사례지역 선정 기준은 총 3개 부문, 5개 항목으로 설정하였으며, 2018 전국 온천현황(2018, 행정안전부)과 도시재생종합정보체계의 지표분석을 활용하였다.

표 4-3 | 도시내 온천관광지구 중점사례지 선정 기준

구분	내용
도시지역 및 지역경제와의 연계성	도시내 온천관광지구로서 지역경제의 중추역할을 수행하던 지역으로 지역경제와 연계 가능성이 높은 입지적 특성을 보유한 지역
온천 이용객 감소와 쇠퇴 정도	- 이용객 및 관광객 감소로 인한 온천지구의 도시활력 침체정도가 심각하고 인문사회·산업경제·물리환경적 쇠퇴가 심각한 지역 - 이용객 감소는 행정안전부에서 발행한 '2018 전국 온천 현황'의 연도별·온천지역별 이용객 현황을 바탕으로 평가 - 지역의 쇠퇴 정도는 도시재생종합정보체계를 이용하여 집계구별 쇠퇴도를 분석
도시경쟁력 강화를 위한 잠재적 요인	- 신성장거점의 조성이 가능한 유희공간, 인적·물적 자원 등 도시경쟁력 강화를 위한 잠재력이 충분한 지역 - 잠재요인은 온천지역과 연계가능한 관광자원, 인적·물적 혁신자원 등을 종합하여 평가

자료: 저자 작성.

□ 도시지역 연계성

온천관광지구 중 도심지역에 위치하고 있으며, 온천지구 내에 중심상권을 포함하고 있는 지역은 유성과 아산(온양), 동래 온천으로 지역경제와의 연계성이 높다고 판단되었다.

□ 온천이용객 변화

온천관광지구의 지난 10년간 이용객 변화율을 살펴본 결과, 가장 높은 이용객수를 보였던 시기와 비교할 때 수안보온천과 유성온천, 부곡온천이 가장 많이 감소한 것으로 나타났다¹⁾.

표 4-4 | 온천관광지구 이용객 변화

온천명	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017(증감률)
유성온천	2,732	2,523	2,523	2,508	2,262	2,293	2,293	4,207	4,449	3,414(-23.3%)
온양온천	2,865	2,865	2,865	3,581	3,727	3,727	5,298	4,566	4,400	4,342(-18.0%)
수안보온천	2,689	2,300	1,862	1,173	1,260	1,260	1,260	1,200	1,221	1,919(-28.6%)
동래온천	1,800	2,100	2,100	2,100	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,000(-9.1%)
마금산온천	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,034(측정불가)
부곡온천	3,245	1,460	3,165	3,165	3,822	3,822	3,445	3,339	3,378	3,100(-18.9%)

자료: 행정안전부(2018). 2018 전국 온천 현황. p.31. 발체 후 가공.

□ 도시쇠퇴 정도

도시재생종합정보체계에서는 활성화지역진단, 지표분석 등 지역의 인문사회적, 산업경제적, 물리환경적 쇠퇴 정도를 파악할 수 있도록 정보분석 서비스를 제공하고 있으며, 지표분석의 경우 선택지역 내 상대적인 쇠퇴 정도를 1~10(심각~양호)의 척도로 제공하고 있다.

1) 경남 마금산 온천은 시계열자료 부족으로 이용객 증감의 진단이 불가.

도시재생종합정보체계의 지표분석을 활용하여 인문·사회적, 산업·경제적, 물리·환경적 쇠퇴정도를 진단한 결과, 지역(시군구) 내 쇠퇴정도는 모든 지역이 5등급 내외로 평균적인 쇠퇴도를 보였으나 유성온천관광지구와 수안보온천관광지구의 일부지역(집계구 단위)이 대형 유흥시설을 중심으로 높은 물리·환경적 쇠퇴를 보였다.

분석 사례 대상지 선정기준에 따라 5개 부문의 현황조사 결과를 종합하여 유형별 분석 사례 대상지로 유성온천, 온양온천, 수안보온천, 동래온천을 선정하였다.

표 4-5 | 중점 사례지 선정

온천명	도시지역 연계성 ¹⁾	이용객 감소 ²⁾	쇠퇴정도 ³⁾			잠재요인 ⁴⁾ (혁신자원)	특성	비고
			인문	산업	물리			
유성온천	○	○	△	△	△	○	대학/대덕	선정
온양온천	○	○	△	△	△	○	수도권/시장	선정
수안보온천	△	○	△	△	○	△	자연/체류형	선정
동래온천	○	△	△	△	-	△	주거·상업	선정
마금산온천	△	-				-	자연친화	
부곡온천	△	○	△	△	△	△	자연친화	

주1) ○: 도심지역에 위치하며 온천관광지구 내 중심상권을 포함, △: 온천관광지구를 중심으로 상권을 형성, -: 도시 외 지역에 단위시설로 위치
주2) 최근 10년간 가장 방문객이 많았던 시점으로부터 감소한 이용객 수
○: 0 ~ 10% 감소, △: 10% 이상 감소, -: 증가 또는 유지
주3) 인문·사회: 인구증감률, 산업·경제: 사업체증감률, 물리·환경: 건축물노후도
○: 1등급 ~ 3등급(심각), △: 4등급 ~ 7등급(보통), -: 8등급 ~ 10등급(양호)
주4) 반경 3km이내 대학, 연구·산업단지 등 혁신자원
자료: 저자 작성.

2. 온천관광지구의 주요 이슈 도출

1) 온천관광지구에 대한 인식 및 문제점 도출

(1) 온천관광지구 방문객 및 지역상인 인식 조사

정성적 평가에서는 첫 번째로 분석 사례 대상지의 지역현황과 온천에 대한 인식을 조사하여 지역의 문제점 및 잠재력을 분석하고 이를 토대로 지역 주민의 의견과 특성을 반영한 경쟁력 제고 방안을 도출하고자 현장설문조사를 수행하였다. 설문조사는 1:1면 접 설문방식으로 진행하였으며, 조사 대상자는 지역상인 및 방문객 400명을 대상으로 진행하였다.

- 조사대상: 대전 유성온천, 아산 온양온천, 충주 수안보온천, 부산 동래온천 지역
당 각 100부(상인:50부/방문객:50부)
- 조사기간: 2019년 6월5일~6월25일

표 4-6 | 조사 내용

구분	항목	
	지역상인	방문객
인구 특성	성별, 연령, 거주/영업연도, 종사 직종	성별, 연령, 종사 직종, 방문 목적, 체류 기간
지역에 대한 인식	지역에서 느끼는 불편한 점	
	지역활력 증진을 위해 필요한 것	
	지역 방문객 증감 유무	-
	지역 방문객 증감에 대한 인식	-
지역 온천에 대한 조사	지역 온천 유명 정도에 대한 인식, 온천 외에 지역이 유명한 이유	
	지역 온천 이용 경험 여부	
	온천 이용 만족도	
	지역 온천을 이용하지 않은 이유	
	지역 온천의 문제점	
	지역 온천활성화를 위해 필요한 것	
	지역 경쟁력에 온천이 미치는 영향 정도	
온천과 직업의 연관성	직업과 온천의 연관성 여부	-
	직업과 온천의 연관성	-
지역에 대한 호감도 조사	-	지역 재방문 의사
	-	SNS를 통한 지역 홍보 의사

자료: 저자 작성.

① 지역 온천의 인지도에 대한 인식

□ 지역 온천의 인지도

지역상인 및 방문객 모두 온천관광지구의 온천이 유명하다고 느끼는 것으로 나타났다.

그림 4-2 | 지역 온천 유명 정도에 대한 지역상인 인식

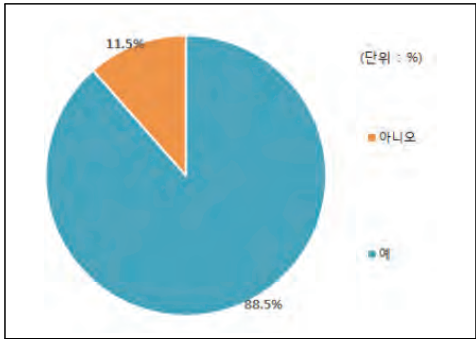
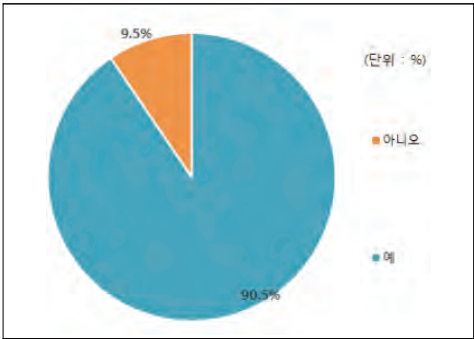


그림 4-3 | 지역 온천 유명 정도에 대한 방문객 인식



자료: 저자 작성.

일부 지역상인 및 방문객은 온천관광지의 이미지가 온천보다 유흥·상업이 유명하다고 응답하여 온천관광지 내 이미지 침체 정도를 볼 수 있었다.

그림 4-4 | 지역상인이 생각하는 온천 이외의 이미지

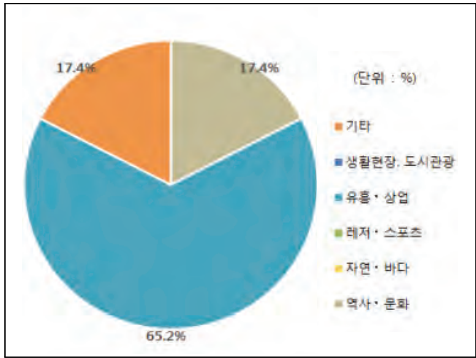
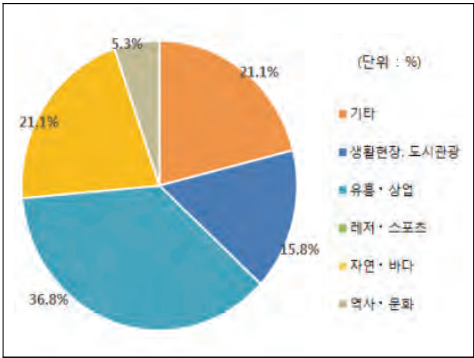


그림 4-5 | 방문객이 생각하는 온천 이외의 이미지

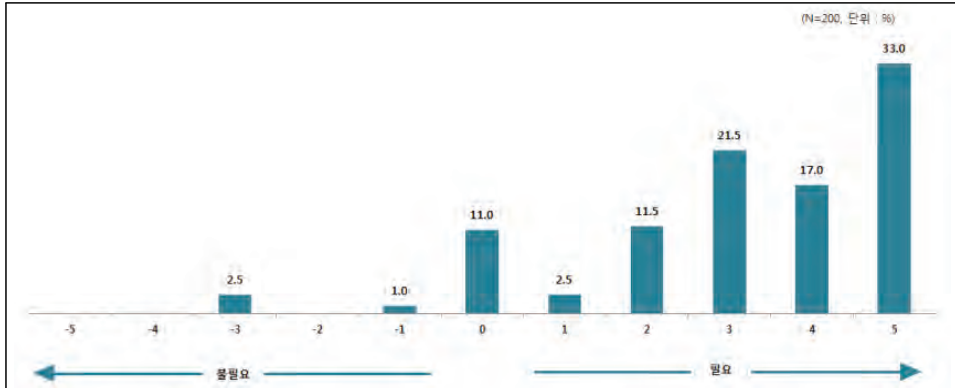


자료: 저자 작성.

□ 온천이 지역경쟁력에 미치는 영향

지역상인이 생각하는 온천이 지역경쟁력에 미치는 영향으로는 긍정적인 영향을 미친다고 응답하였으며 척도 5인 ‘매우 필요’가 가장 많이 나타났다.

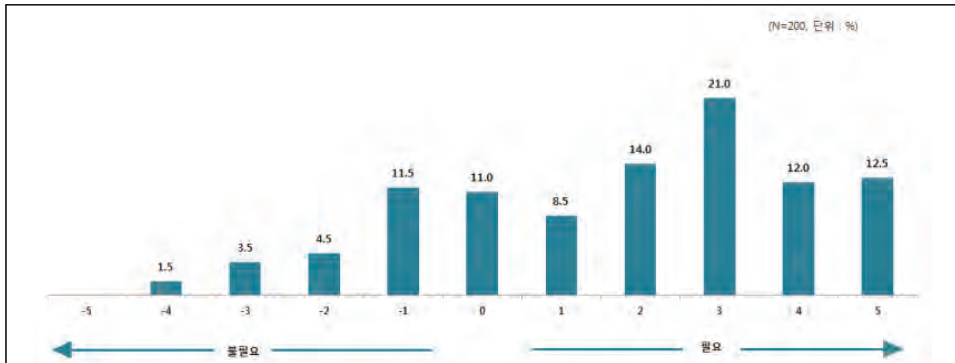
그림 4-6 | 지역상인이 생각하는 온천의 영향력



자료: 저자 작성.

방문객이 생각하는 온천이 지역경쟁력에 미치는 영향으로는 대체로 긍정적인 영향을 미친다고 응답하였으나, 불필요하다는 의견도 다수 나타났다.

그림 4-7 | 방문객이 생각하는 온천의 영향력

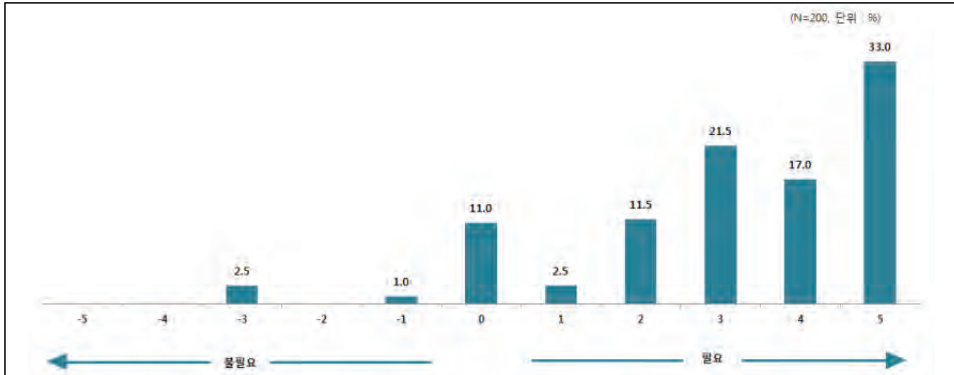


자료: 저자 작성.

□ 지역 온천 이용 경험과 이용 만족도

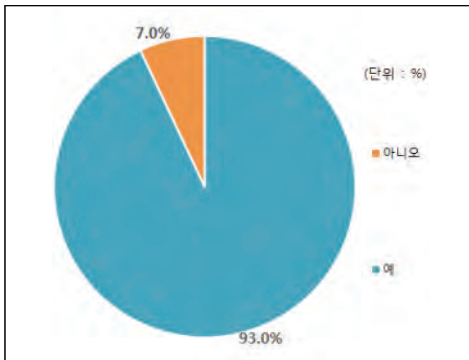
지역상인 및 방문객 대다수가 온천을 이용한 경험이 있다고 응답하였으며, 연령대가 높을수록 온천 이용률이 높게 나타나는 경향을 보였다.

그림 4-8 | 지역상인이 생각하는 온천의 영향력



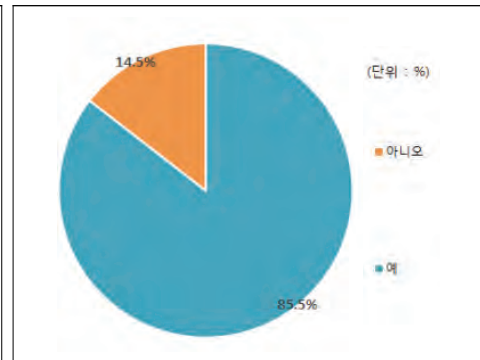
자료: 저자 작성.

그림 4-9 | 지역상인 온천 이용 경험



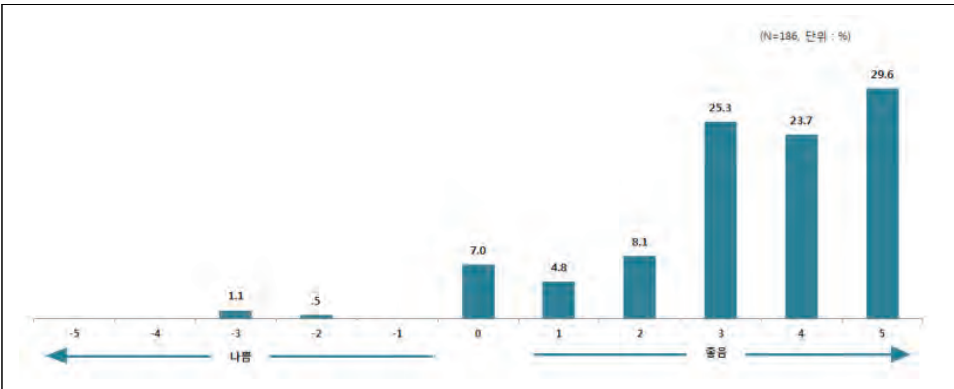
자료: 저자 작성.

그림 4-10 | 지역방문객 온천 이용 경험



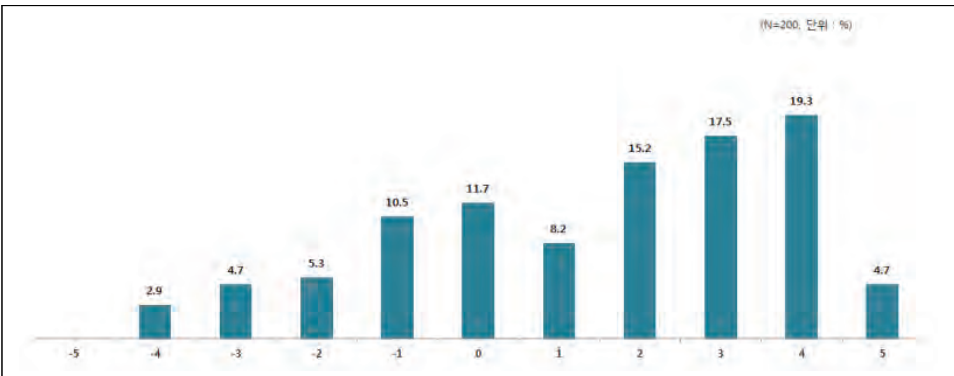
온천 이용 만족도 조사에서는 지역상인의 91.4%가 지역 온천에 만족한다고 응답한 반면, 방문객의 64.9%가 온천이용에 만족하는 것으로 응답하였다. 지역상인보다 방문객의 온천 이용 만족도가 떨어지는 것으로 나타났다.

그림 4-11 | 지역상인의 온천 이용 만족도



자료: 저자 작성.

그림 4-12 | 지역방문객의 온천 이용 만족도



자료: 저자 작성.

지역온천을 이용하지 않는다고 응답한 설문 대상자들에게 그 이유를 물었을 때 ‘대중탕 이용을 선호하지 않아서’와 ‘특별히 온천을 이용할 기회가 없어서’, ‘시설이 노후화돼서’를 가장 많이 선택하였다. 이러한 결과로 미루어보아 라이프스타일의 변화와 관광트렌드의 변화, 온천관광지의 노후화가 복합적으로 작용하여 온천관광지의 경쟁력에 영향을 미쳤다고 볼 수 있다.

② 온천관광지구의 이용 패턴

□ 방문 목적 및 기간

온천관광지구 이용객의 65.5%는 관광 및 여행 목적으로 지역을 방문하였으며, 가족 및 친지방문(21.0%)이 다음으로 가장 많이 나타났다.

그림 4-13 | 온천관광지구 방문 목적

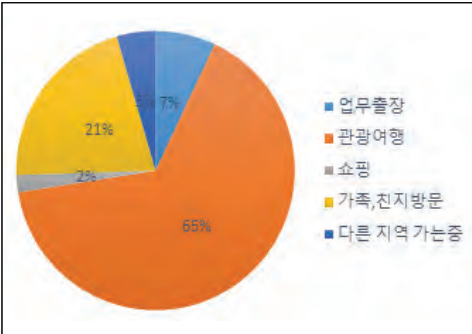
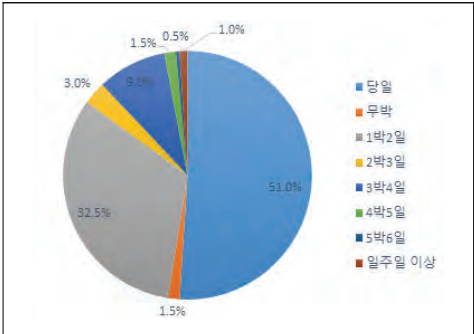


그림 4-14 | 온천관광지구 방문 기간



자료: 저자 작성.

전체 방문객의 방문기간은 당일 시간단위 방문객이 51.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 1박 2일 방문객(32.5%)이 높게 나타났고 관광·여행 목적의 관광객 중 51.2%는 숙박을 하지 않는 당일 방문객으로 나타났다.

표 4-7 | 방문 목적 및 기간

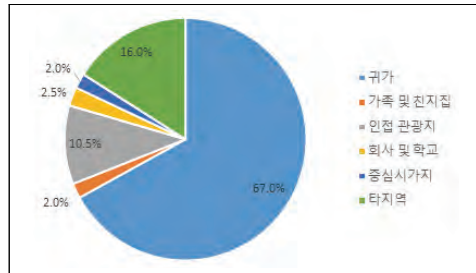
구분	당일	무박	1박2일	2박3일	3박4일	4박5일	5박6일	일주일 이상
업무·출장	7	0	4	0	2	1	0	0
관광·여행	64	3	47	4	11	1	1	0
쇼핑	4	0	0	0	0	0	0	0
가족·친지방문	18	0	14	2	5	1	0	1
다른 지역으로 이동 중 경유	9	0	0	0	0	0	0	0

자료: 저자 작성.

□ 지역 관광 연계

온천관광지구 방문 이후 일정은 귀가 67.0% 타 지역 이동이 16.0%로 나타났으며, 인접 관광지로 이동하는 경우는 10.5%에 불과한 것으로 나타났다.

그림 4-15 | 온천관광지구와 지역관광

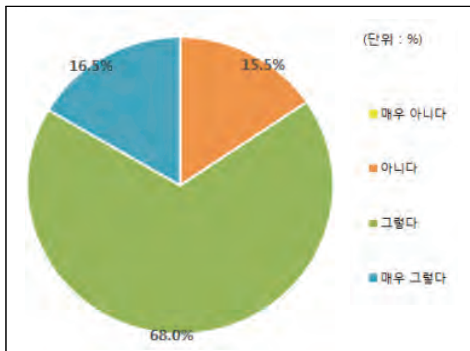


자료: 저자 작성.

□ 재방문의사 및 홍보의사

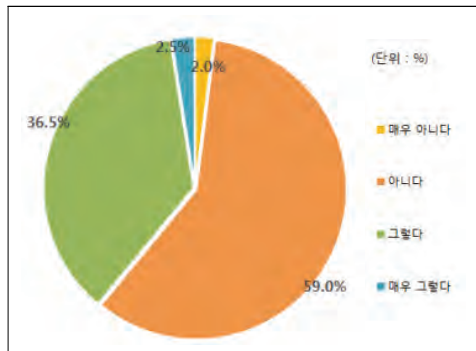
온천관광지구 방문객에게 지역 재방문의사를 묻은 결과 84.5%가 긍정적인 응답을 보였으며, 15.5%가 부정적인 응답을 보여 표면적인 지역 만족도는 높은 것으로 보였다. 그러나 SNS 등을 통한 지역 홍보 의사를 분석한 결과 긍정적 응답이 38.5%, 부정적 응답이 61.5%로 나타나 가족·지인 등에게 추천할 만한 장소는 아니라는 반응을 볼 수 있었다.

그림 4-16 | 온천관광지구 재방문의사



자료: 저자 작성.

그림 4-17 | SNS를 통한 홍보 의사

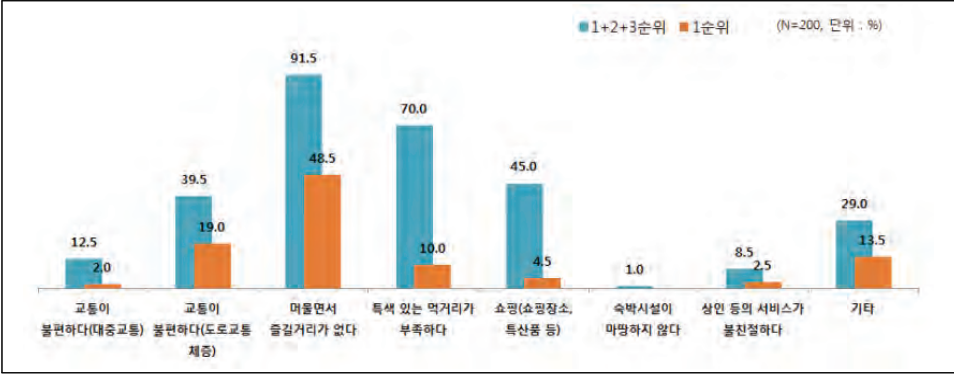


③ 온천관광지구의 문제점

□ 온천관광지구에서 느끼는 불편한 점

지역상인들은 온천관광지구의 가장 큰 문제점으로 머물면서 즐길거리가 없다는 점을 꼽았고 다음으로 불편한 교통환경, 특색없는 먹거리가 뒤를 이었다.

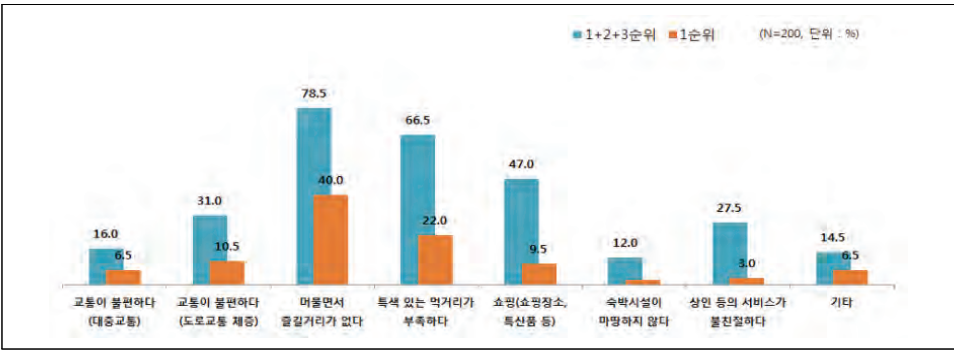
그림 4-18 | 지역상인들이 느끼는 불편한 점



자료: 저자 작성.

지역 방문객 역시 온천관광지구에서 느끼는 가장 큰 문제점으로 즐길거리 부족, 특색없는 먹거리, 불편한 교통환경을 꼽았으며, 다중응답에서는 즐길거리 부족, 특색없는 먹거리, 쇼핑 환경이 불편하다고 응답하였다. 또한 공통적으로는 온천관광지의 콘텐츠 부족이 가장 큰 문제점으로 드러났다.

그림 4-19 | 방문객들이 느끼는 불편한 점



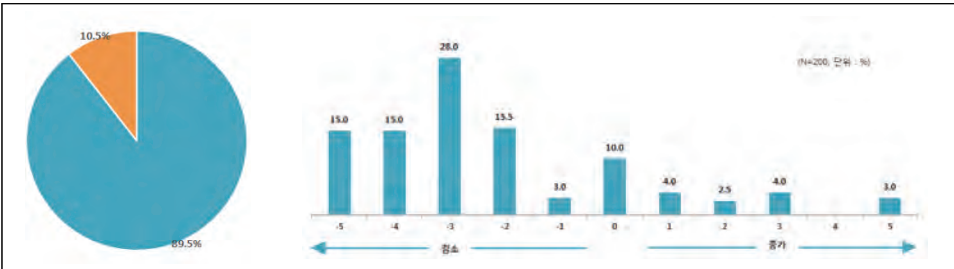
자료: 저자 작성.

④ 온천관광지구의 필요요소

□ 온천관광지의 도시활력 회복

설문결과 지역상인의 89.5%가 최근 지역 방문객의 증감이 있다고 느끼고 있었으며, 그중 76.5%가 지역 방문객이 감소했다고 느끼는 것으로 나타났다.

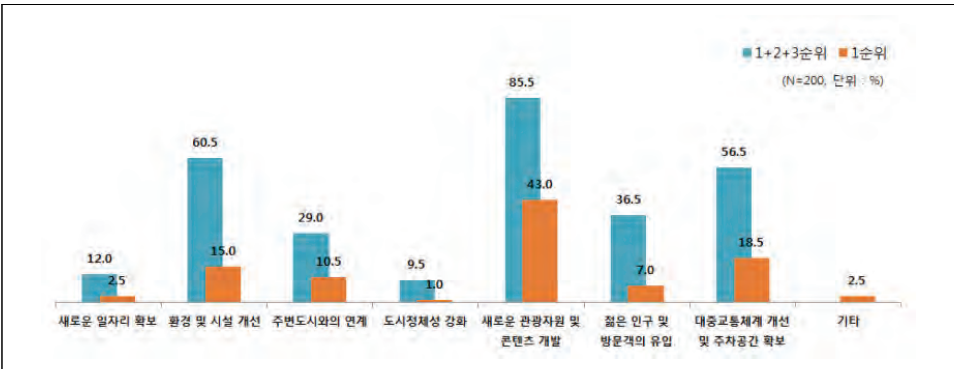
그림 4-20 | 지역 방문객 증감에 대한 인식



자료: 저자 작성.

이러한 지역활력 감소에 대응하기 위해 필요한 것으로 지역상인들은 새로운 관광자원 및 콘텐츠 개발과 대중교통체계 개선, 환경 및 시설 개선이 가장 필요하다고 응답하였다.

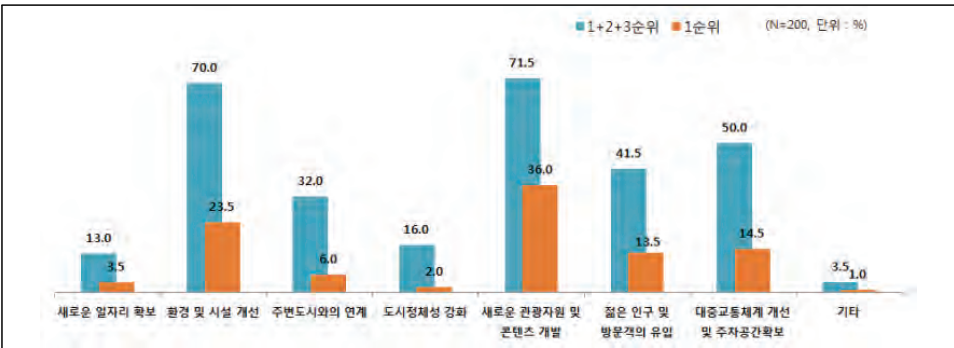
그림 4-21 | 지역활력 증진을 위해 필요한 것(지역 상인)



자료: 저자 작성.

지역 방문객 역시 새로운 관광자원 및 콘텐츠 개발이 가장 필요하다고 응답하였으며, 환경 및 시설 개선, 대중교통체계 개선 및 주차공간 확보가 뒤를 이었다.

그림 4-22 | 지역활력 증진을 위해 필요한 것(지역 방문객)



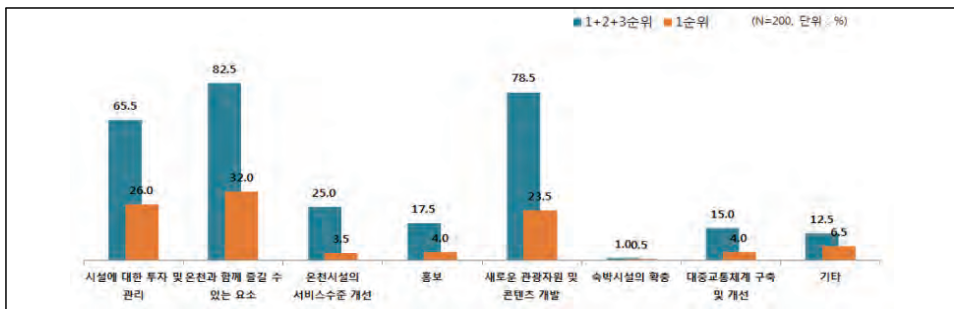
자료: 저자 작성.

지역상인과 방문객 설문에서 공통적으로 온천관광지구의 콘텐츠 부족과 접근성, 노후화된 시설에 대한 문제점이 도출되어 이에 대한 해결 방안 필요한 것으로 보여진다.

□ 다양한 콘텐츠 개발을 통한 지역 온천 활성화

지역 온천활성화를 위해 필요한 1순위 요소로 지역상인들은 ‘온천과 함께 즐길 수 있는 요소’를 꼽았으며, 시설에 대한 투자 및 관리, 새로운 관광콘텐츠 개발이 뒤를 이었다. 다중응답에서도 역시 온천과 함께 즐길 수 있는 요소를 지역상인의 82.3%가 필요하다고 응답하였다.

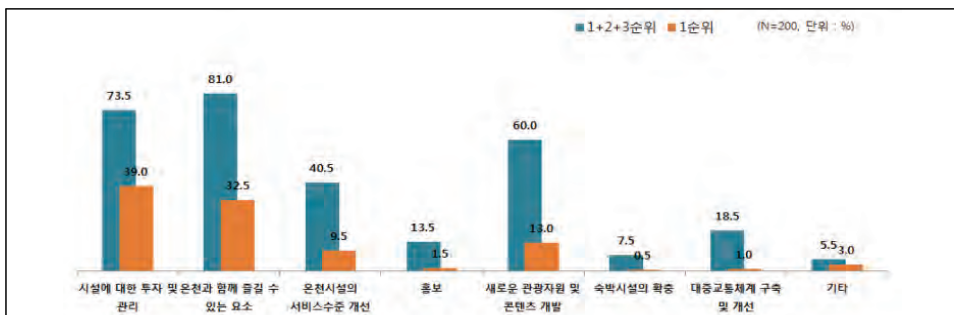
그림 4-23 | 지역 온천활성화를 위해 필요한 것(지역 상인)



자료: 저자 작성.

지역 방문객은 지역 온천활성화를 위해 1순위로 ‘시설에 대한 투자 및 관리’가 가장 필요하다고 선정하였으며, ‘온천과 함께 즐길 수 있는 요소’, ‘새로운 관광자원 및 콘텐츠 개발’을 다음으로 선정하였다. 다중응답에서는 ‘온천과 함께 즐길 수 있는 요소’를 전체 방문객의 81.0%가 선택하여 가장 선호도가 높았다.

그림 4-24 | 지역 온천활성화를 위해 필요한 것(지역 방문객)



자료: 저자 작성.

⑤ 인식조사 종합

4개 중점 사례지 방문객의 지역 인식 조사 결과를 종합하면 표 4-25와 같다.

표 4-8 | 중점사례지 방문객 인식 조사 결과

구분	유성	온양	수안보	동래
불편한 점	① 먹거리 ② 즐길거리	① 즐길거리 ② 쇼핑불편	① 즐길거리 ② 교통	① 즐길거리 ② 먹거리
필요한 것	① 관광콘텐츠 ② 교통(주차장)	① 관광콘텐츠 ② 환경개선	① 관광콘텐츠 ② 젊은인구	① 환경개선 ② 관광콘텐츠
온천 이외 유명한 것	① 유흥 ② 도시관광	① 시장	① 절	① 자연·바다 ② 유흥
온천이용 만족도	2.07	2.91	-1.65	2.81
온천을 이용하지 않은 이유	온천기회가 없음	시설노후화 온천무관심	온천기회가 없음	시설 노후화 대중탕 비선호
지역의 문제점	① 즐길거리 부족 ② 일반 목욕탕	① 즐길거리 부족 ② 시설투자·관리	① 즐길거리 부족 ② 시설투자·관리	① 시설투자·관리 ② 즐길거리 부족
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)	88:12	92:80	80:20	78:22
SNS 지역홍보 여부 (긍정:부정)	30:70	18:82	50:50	18:82
연령대별 특성	연령대가 높을수록 긍정적인 답변			

자료: 저자 작성.

(2) 주민참여 : 시민아이디어 캠프

① 배경 및 목적

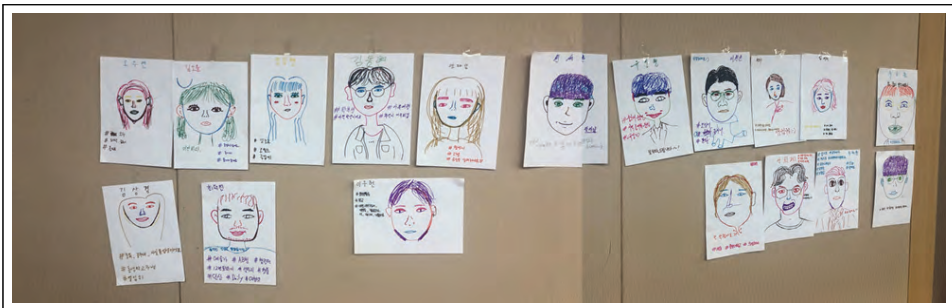
□ 캠프 추진 배경

대부분의 온천관광지구는 관광특구 지정 이후 호황을 누렸으나 온천산업의 침체, 특구의 경쟁력 상실 등의 이유로 도시활력을 상실하고 있다. 예를 들어 젊은층의 이용률 저하로 인해 활기를 잃고 유흥의 이미지가 고착화 되고 있는 유성온천지구의 활력창출을 위한 새로운 아이디어가 필요한 상황이다. 또한 온천지구는 주변의 다양한 지역자원을 보유하고 있음에도 불구하고 의사전달창구의 부족으로 사업 및 계획수립에 청년 및 시민들의 의견 반영이 어려운 실정이다. 청년 및 시민들의 시각에서 생각하는 지역현안과 이에 대한 개선방안을 공유함으로써 아이디어의 완성도를 제고하고 지역사회에 반영할 수 있도록 기회를 보장할 필요가 있다고 판단되어 온천관광지구의 쇠퇴 원인 진단 및 활성화를 위한 아이디어를 도출하고 반영할 수 있는 시민 아이디어 캠프를 개최하였다.

□ 캠프 목적

시민아이디어 캠프를 통해 청년 및 시민들의 의견을 반영한 온천지구의 활성화 방향을 제시하고 지역정체성이 녹아 있는 온천지구 활성화 아이디어를 도출하고자 하였다.

그림 4-25 | 시민아이디어 캠프의 참석자들



자료: 저자 직접 촬영.

② 범위 및 방법

□ 범위

시민 아이디어캠프의 참석범위는 온천관광지구에 관심이 있는 대전 청년, 연구진, 공무원 등 30명이다.

연번	이름	소속	연번	이름	소속
1	김동현	00대학교 도시동아리	16	권세한	00대학교
2	김소윤	00대학교 도시동아리	17	이원균	00청년정책네트워크
3	오수연	00대학교 도시동아리	18	유창현	00대학교
4	임승현	00대학교 도시동아리	19	한재환	00청년정책네트워크
5	김상경	00대학교 도시동아리	20	김민성	00청년정책네트워크
6	안다은	00대학교 도시동아리	21	이승욱	국토연구원
7	권용원	00대학교	22	정연준	국토연구원
8	방희연	00대학교	23	조판기	국토연구원
9	최덕진	클래시어터	24	안소현	국토연구원
10	노한솔		25	김중은	국토연구원
11	황은주	00구의회	26	신민호	00구청 도시과
12	주승훈	00청년정책네트워크	27	손한정	00구청 도시과
13	엄지희	00청년정책네트워크	28	김미정	00구청 문화관광과
14	이주현	00대학교	29	문장호	00구청 문화관광과
15	양희제	00대학생 네트워크	30	김송연	쿠팡실리테이션

자료: 저자 작성.

□ 진행 방법

캠프의 진행은 먼저, 연구 소개 및 아이스브레이킹 시간을 가진 이후 역할토론을 통해 개인 별 지역에 대한 의견(기대감, 아쉬움)을 공유하고 지역활성화를 위한 방향성, 기대하는 미래상 등을 나타내는 키워드를 도출하였다.

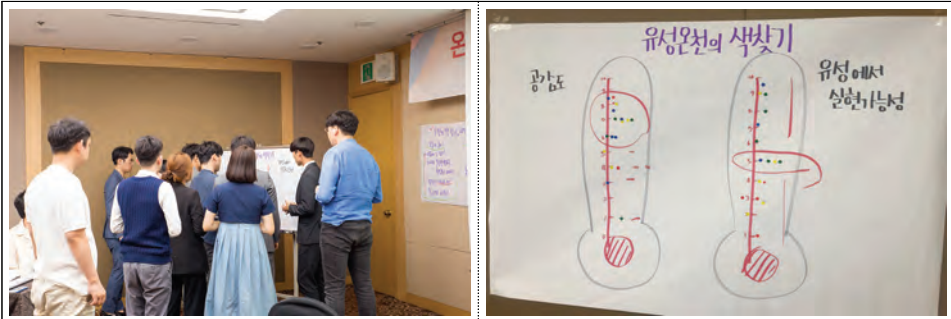
이후 제시한 키워드를 바탕으로 조별 주제를 분류하고 조별 브레인스토밍을 통해 사업 아이디어, 개선 방안을 도출하여 구체화 하는 작업을 진행하였다.

③ 주요결과

□ 공감투표

공감투표는 설문조사를 통해 도출된 문제점에 대한 해결방안으로 소개된 사례에 대해 공감도와 실행가능성을 판단하여 투표하는 방식으로 이루어졌다. 그 결과 공감도는 7-8점으로 나타났으며 실행가능성은 5점이 가장 높게 나타나 지역청년들의 아이디어를 반영한 온천활성화 방안 모색이 필요하다고 판단되었다.

그림 4-26 | 시민들의 공감투표 모습



자료: 저자 직접 촬영.

□ 역할토론

역할토론은 의견교류를 활성화하기 위한 퍼실리테이션 방식중 하나로 화자, 청자, 기자로 역할을 돌아가면서 수행하며, 자신의 생각을 다양한 참가자에게 전달하는 방식으로 진행하였다.

□ 키워드도출

의견공유과정에서 총 104개의 키워드가 도출되었으며, 가장 많이 제시된 키워드는 청년공간으로 나타났다.

키워드를 기대, 아쉬움, 변화된 미래상으로 구분하였을 때, 기대요소는 총 11개, 아쉬움이 35개, 변화된 미래상이 58개로 지역 변화의 필요성을 시사하였다.

그림 4-27 | 키워드 도출 모습 및 결과



자료: 저자 직접 촬영.

□ 아이디어 도출

의견공유 과정에서 나타난 키워드와 아이디어를 정리한 결과 아이디어 및 아이টে은 ①청년들이 머물고 싶은 안전한 공간 만들기, ②지역자산과 함께할 방법 찾기, ③유성 온천의 새로운 이미지 만들기, ④기타 의견 등 네 가지 주제로 구분되었으며, 이에 대한 청년들의 개선방향과 아이디어는 <표 4-9>와 같다.

- ① 청년들이 머물고 싶은 안전한 공간 만들기: 청년들에게 필요한 청년공간과 보행 환경 개선을 통해 온천에 방문하고 싶도록 조성
- ② 지역자산과 함께할 방법 찾기: 온천의 풍부한 물적, 지역자원의 다양한 활용 방안은 모색하고 지역활성화에 어떻게 활용할 것인지 방향성 설정
- ③ 온천의 새로운 이미지 만들기: 정체성을 상실한 온천의 긍정적인 이미지를 창출하고 홍보할 수 있는 방법 도출
- ④ 기타 의견(자유주제): HW적, SW적 접근방식만이 아닌 HuW의 측면에서 청년·지역주민·상인·공공이 어떻게 바뀌어야 할지 고민

표 4-9 | 아이디어 도출 결과

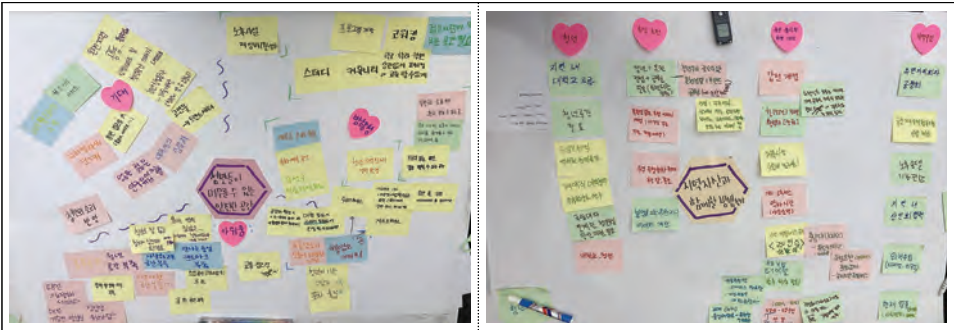
구분	제목	내용
① 청년들이 머물고 싶은 안전한 공간 만들기	충남대 앞 스마트환승센터	트램, 버스, 택시 등을 이용할 수 있는 소규모 환승센터
	보행로 / 지하도	관광특구와 유성온천역, 인접 대학을 연결하는 보행시설 설치
	청년공간 창출	온천소공원, 충대 미스터피자, 세븐팩토리 등 활용
	대학가-구암역 연결로 만들기	대학가와 구암역(신터미널 부지)을 연결하는 보행로 구축
	도로개선	보행불편을 초래하는 도로 개선
② 지역자산과 함께 할 방법 찾기	작은 전시·공연공간 만들기	청년 예술인들의 재능을 표현할 수 있는 설자리 마련
	인적자원 활용방안 마련	풍부한 인적자원을 활용할 수 있는 방안 모색
	소규모 온천활성화	소규모 온천 활용시설 개발 및 활성화
	유성온천 랜드마크	유성온천을 상징할 수 있는 랜드마크 필요
③ 유성온천의 새로운 이미지 만들기	유성온천지구 캐릭터	
	새로운 심벌 만들기	주민이 직접 참여하여 개발하는 지역 심벌 만들기
	새로운 온천이미지 만들기	목욕탕, 테마파크의 이미지를 탈피한 청년과 연계된 온천 이미지
	포토스팟 만들기	청년들이 사진을 통해 지역과 어울릴 수 있는 트렌디한 공간 만들기
④ 기타 의견 (자유주제)	주민, 상인과의 갈등 관리	쾌적한 문화·예술활동을 위한 갈등관리
	대학 간 연계	대학 내 커뮤니티 활성화를 위한 방안 도출

자료: 저자 작성.

□ 브레인스토밍 및 아이디어 구체화

브레인스토밍에 대해서는 네 가지 주제로 팀을 구성하고 브레인스토밍을 통해 아이디어에 대한 의견, 보완사항, 필요성 등을 자유롭게 제시하도록 하였다. 자세한 결과는 표 <4-10>, <4-11>, <4-12>, <4-13>과 같이 나타났다.

그림 4-28 | 브레인스토밍 결과



자료: 저자 직접 촬영.

○ 청년들이 머물고 싶은 안전한 공간 만들기

표 4-10 | 청년들이 머물고 싶은 안전한 공간 만들기의 주요내용

구분	청년공간	안전성·접근성	즐길거리
아쉬움	• 정착할 만한 시설 부족 • 청년공간 부족 • 문화공간 부족 • 창업공간(스타트업 등) 부족 • 나라에서 지원하는 프로그램들의 자격이 까다롭고, 지원 자격을 맞추기 어려움 • 대전에 청년시설들이 많은데 유성구에만 없음 • 대전지역에 게스트하우스가 1개뿐임	• 교통 접근성 최악 • 대전 청년시설 너나들이, 나들목의 경우 접근성이 좋지만, 두두두 같은 경우 접근성이 어려움 • 유성구에도 생긴다면 접근성이 좋게 가야됨	• 랜드마크, 자랑하고 싶은 공간 부족 • '대전'만의 특색 없음(노잼도시 이미지) • 공동: 물가는 저렴하지만 집값이 너무 비쌈 • 대학 중심이 아닌, 시에서 중심이 되어 운영되면 좋겠음 • 공감대 형성 불가 • 유흥업소 이미지 • 40~60대가 찾는 시설들이 많음 • 원룸들이 가격대비 시설이 너무 안 좋음
기대	• 청년의 소리 반영 • 한빛 아파트 밀 청년공간 계획 중에 있음	• 청년 접근성 ↑ • 유성 온천지구를 중심으로 주변에 많은 대학들이 있어 청년 접근성이 높은 장소임	• 많은 젊은 인구유입 가능성 • 지금 봉명동 우산거리가 옛 사창가였음, 이처럼 유성온천 유흥가도 변할 수 있을 것으로 보임
방향성	• 청년 지역인재 정착 환경 • 마음껏 사업할 수 있는 공간 제공 • 젊은 사람이 오는 공간	• 지하철과의 연계 가능성	• 단지 지나가는 길목이 아니라 문화를 향유할 수 있는 곳 필요 • 힐링하고 싶을 때 편히 찾을 수 있는 곳
미래상 or 아이디어	• 청년의 소리를 들을 수 있는 제도 • 청년들에게 믿고 맡기는 공간 • 모텔 리모델링을 통한 셰어하우스, 게스트하우스 조성 • 코워킹스페이스 조성 • 천안 아트큐브136 같은 공간		• 유성구 낮 문화의 시작 • 유성구 키워드 제작 • 청년몰 입점(아이디어스, 플리마켓 등) • 새로운 문화, 예술 공간 창출

자료: 저자 작성.

○ 지역자산과 함께할 방법 찾기

표 4-11 | 지역자산과 함께할 방법 찾기의 주요 내용

구분	청년+지역주민	유성온천의 이미지 개선 및 홍보	온천지구 주변 환경 개선
아쉬움	• 청년공간 필요	• 목욕탕같은 온천 이미지 • 동명동과 온천지구는 다른 이미지	• 대중교통 이용 불편 • 실내 농구장이 카이스트 안에만 있어 이용하려면 멀리까지 가야함 • 중·고등생을 위한 실내 체육 시설 필요
기대	• 대학교, 청년 • 주민자치회와 공청회	• 목욕탕 온천 이미지 개선	• 유성복합터미널
방향성	• 국립대와 연계한 청년유입 방안 마련 • 지역 내 상인회와의 협력을 통해 적극적인 사업추진 필요	• 청년+온천+콘셉트+공원(트렌디한 공원) • 유성온천문화축제 확장 및 홍보	• 하천 주변 상권활성화 • 충남대-유성온천 연결
미래상 or 아이디어	• 유성온천역 역세권 청년공간 • 지역 내 대학교 교류 • 계약직(지역청년) 문화 활성화 연구 • 유성지구=모텔협동조합 신설 제안 • 노후모텔 기능 전환 • 타 지역, 외국인들의 유입 유도 - 상인들의 인식변화 필요 - 새로 유입되는 청년과 기존의 상인들 간 갈등을 사전에 조정할 필요	• 청년이 즐길 수 있는 온천콘셉트(족욕)+한강처럼 맥주 먹을 수 있는 환경이 조성되는 트렌디한 공원 • 조금 걷다가 힘들어서 위로 올라가면 쉴 수 있는 카페, 라운지 바가 있는 공원 • 타깃을 명확히 잡아서 운영 필요 - 온양온천은 물이 좋다는 이미지 - 지역 주민, 인근 주민의 당일 이용 많음 - 리솜 스파캐슬은 워터파크+온천으로 • 젊은 층, 가족단위 1박2일 여행 활성화 • 적극적인 홍보를 통해 대전 외의 인근 충청권 주민이 참여할 수 있는 축제로 확장	• 실내농구장 • 지역셔틀버스 운영 • 갑천 개선 • 하천은 차를 만나지 않고 갈 수 있는 안전한 길로 걷고 싶은 거리를 조성하고 갑천 주변의 넓은 땅을 이용하여 운동시설 등 사람이 유입될 수 있는 시설 배치 • 충남대, KAIST, 유성터미널 등 대중교통이 잘 안가는 노선에 지역 셔틀버스 운영(25인승 버스) - 유성온천문화축제 축제기간 순환버스 벤치마킹 • 환승센터 설치(충남대 정문-온천역 7번 출구) • 지하도로, 공중보행로 등을 활용하여 보행연결성 강화

자료: 저자 작성.

○ 온천의 새로운 이미지 만들기

표 4-12 | 온천의 새로운 이미지 만들기 주요 내용

구분	유형중심의 도시이미지	세대 융합	지역정체성	지역자원 활용
아쉬움	• 유흥 및 숙박업소가 너무 많음 • 하천변으로 모텔이 즐비 • 주차가 혼잡하고 주차공간이 부족 • 조망이 별로임 • 노후화되고 사용 안 하는 공간이 있음	• 지역활동가가 없음 • 지역인재 활용을 못함	• 무색(無色) • 지역 대표 캐릭터가 없음	• 대학교 주변이라 갤러리 등 문화공간들이 많았는데 지가 상승 등으로 갤러리 많이 사라짐 • 천변 활용이 아쉬움
기대		• 복합터미널 신설 등 • 지리적 요건 및 좋은 접근성 활용 • 청년 활동 생태계 • 공유문화	• 특색 있는 온천	• 주변자원 적극 활용으로 발전 가능 • 문화 예술 거점 공간 하천 자원
방향성	• 사람 사는 향기 • 유성시장과 연계	• 전 세대 공동체 • 대학과 연계한 청춘 문화 • 공정여행(수익이 주민에게 돌아가는)	• 독립적 스토리를 가진 온천·숙박 • 인문학 • 로컬스토리	• 주변 시설과 대학생을 온천과 연하여 유성만의 색깔 만들기 • 청계천처럼 유성천 주변도 잘 활용
미래상 or 아이디어	• 간판정비(유흥업소) • 유성시장의 먹거리, 볼거리 홍보를 통해 동반성장	• 유성온천역 주변 청년 활동공간, 게스트 하우스 조성 • 교통을 활용한 경유형 관광	• 많은 사람이 공감할 수 있는 로컬스토리 활용 • 지역의 캐릭터를 만들어 지역 마케팅 및 대학교와 지역 연계 • 유성온천과 연관된 캐릭터 개발 등	• 하천변으로 여러 사람이 즐길 수 있는 테마거리 조성

자료: 저자 작성.

○ 자유주제

표 4-13 | 자유주제 주요 내용

구분	새로운 공간 제시	교류	소통	교통
아쉬움	• 공유공간 없음	• 세대 교류 필요 • 쓸데없이 큰 계룡스파텔 • 담장을 허물었으면 좋겠음	• 지역 주민들과의 소통 창구 부재 • 이미 조성되어 있는 지역지구	-
기대	-	계룡스파텔 내 공원	-	-
방향성	• 대학생을 위한 공간 • 9~24세 청소년들이 사용할 공간	• 담장 없는 열린 계룡스파텔 공원	• 구청과 시청의 적극적인 소통 • 청년과의 소통 • 시민-시청 간 협력	-
미래상 or 아이디어	• 체육관 개설 • 복합문화공간 조성 • 창업인큐베이팅 공간	• 언제든지 휴식을 즐길 수 있는 중앙공원	• 유성구민들과 서로 소통하는 축제 • 사업·축제 기획시 청년들의 목소리를 의무적으로 듣기 • 지역주민들과 소통창구(플랫폼) 마련	• 대전 시내버스 노선 개선 • 충남대 앞 도로 정비 • 2호선 트램 + 광역 도시철도
구분	기존 공간 활용	문화	힐링	정체성
아쉬움	• 손님들을 재울 곳이 없음 • 외부인구 유입 부족 • 족욕장 관리 소홀	• 청년 예술가들의 일자리·설자리 부족	• 힐링할 수 있는 공간 필요	• 유성온천 직관성 부족
기대	• 외부인구 유입	• 청년 문화·예술인	-	-
방향성	• 손님들을 재울 수 있는 건전한 숙박 • 외국인도 느낄 수 있는 메리트 • 노후화된 시설 개선	• 청년 예술가의 설자리 마련	• 내면의 성장	• 목욕탕 이미지 탈피
미래상 or 아이디어	• 게스트하우스 • 축제, 박람회, 전시회 • 족욕장에 파라솔, 테이블 추가 • 온천공원 플라마켓(청년공간 확보)	• 청년 활동 지원(지원금, 공간, 멘토링) • 문화행사 늘리기 • 청년문화 활성화 • 인스타그램에 올릴 수 있는 포토스팟	• 공원+온천+콘셉트	• 유성온천 캐릭터 만들기 • 유성온천 심벌

자료: 저자 작성.

(3) 전문가 FGI

① 개요

도시내 온천관광지구의 쇠퇴원인과 활성화 방안에 대해 도시재생전문가, 관광전문가, 지역 담당자, 지역주민 및 상인 등을 대상으로 표적집단면접(FGI)을 시행하여 정리하였다.

표 4-14 | 전문가 FGI 시행개요

구분	시행일	주요내용
공무원 인터뷰	'19.02.28	• 유성구청 도시 및 관광과 공무원 • 아산시청 도시 및 관광과 공무원
	'19.03.06	• 충주시청 도시 및 관광과 공무원 • 울진군청 도시 및 관광과 공무원
	'19.03.07	• 창녕군청 도시 및 관광과 공무원
	'19.06.12	• 동래구청 도시 및 관광과 공무원
관계자 워크숍	'19.01.30	• 조승래 국회의원, 유성구의원 외 관계자
전문가 인터뷰	'19.02.27	• 도시 및 지역 전문가 자문
	'19.06.11	• 수안보 도시재생활성계획 관련
시민자문단	'19.04.10	• 숙박업 및 외식업 중앙회, 유성관광진흥협회
청년 토론회	'19.05.22	• 청년네트워크 및 학생 대표, 지역 예술가 및 활동가
	'19.05.25	
창업자 인터뷰	'19.07.09	• 지역자산 활용 창업관련
전문가 세미나	'19.11.25	• 주민과 전문가가 함께하는 온천관광지구 활성화 방안 토론회



자료: 저자 직접 촬영.

② 주요 결과

□ 온천관광 시설 노후화 및 성장동력 기능상실

우리나라 온천관광지구는 시설 노후화와 다양한 관광환경의 변화에 따라 성장동력 기능을 상실한 상황이다. 국내 온천관광지구는 대부분 1990년대에 조성되어 시설이 노후화되었다. 우리나라 온천관광지구의 특성상 사적공간의 보호가 약하고 획일화 된 온천의 형태(대중탕형, 워터파크형)로 인해 대중탕 이용에 대한 젊은층의 인식저하로 대중탕형 온천과 온천관광지의 매력도 저하가 심화되었다. 또한 교통기술의 발달로 1일 생활권이 형성되고 목적중심의 지역방문 활성화로 인해 거점시설이 없는 온천관광지의 유인력이 약화되었다. 또한 저가항공의 활성화와 해외여행의 보편화로 인해 온천 관광·여행에 대한 인식이 '일본 여행'으로 형성되고 여행객 유출이 발생하게 되었다. 이러한 상황에서 온천의 주 고객층이 노년층으로 집중됨에 따라 주변지역의 상권으로의 연결성이 저하되고 소극적 소비활동으로 인해 온천관광의 지역경제 영향력이 약화되고 있는 실정이다.

□ 소비환경과 관광 트렌드의 변화

최근 소유권보다는 경험, 체험을 소중히 여기는 가치형 소비가 확대되고 나홀로 소비계층이 증가하면서 관광 판도가 급변하였다. 시니어층 역시 이러한 경향에 따라 건강한 삶을 추구하고 활기찬 노년을 즐기는 등 사회적 가치관까지 변화하고 있다. 이러한 사회적 변화는 관광 패턴에도 영향을 미쳐 소소한 행복을 추구하는 일상 속 여행을 지향하고 골목, 거리, 시장 등 지역생활의 일부를 관광요소로 즐기는 도시관광이 활성화 되고 있다. 여기에 시니어 계층의 관광참여 확대로 전 세대를 아우를 수 있는 복합 시설이 선호되고 있는 추세이다.

□ 온천자원을 활용하지 못하는 주변 정비사업

국내관광산업 침체와 온천관광지구 노후화로 많은 도시들이 온천관광지구와 주변지역에 도시 정비사업을 추진중에 있다. 이러한 정비사업은 대부분 도시정비사업 또는 도시재생사업으로 추진되고 있으나 온천이라는 천혜의 지역자원을 활용하지 못하고 개별적으로 일반화 된 지역현안 사업으로 추진 중이다. 그러나 온천의 잠재력과 온천관광지구의 관광기반을 활용하여 온천자원과 연계한 지역현안 사업이 추진되었을 때 더욱 큰 시너지효과를 발휘할 것이라고 판단된다.

□ 관광특구의 한계

온천관광지구 중 일부지역은 관광특구로 지정된 지역이 있으나 관광특구 자체로서의 한계도 온천관광지구 침체에 영향을 미쳤다고 보여진다. 관광특구는 외국인 관광객 유치를 통한 지역경제활성화를 목적으로 지정된 지구로 영업시간 규제 제거, 공개 공지의 공연 및 음식 제공 허용, 노면전차의 통행 제한 허용 등의 특례를 제공하고 있다. 그러나 사회의 변화에 따라 관광특구 경쟁력확보의 주요 원인이었던 영업시간 규제가 전면 해제되고 관광특구 내 유흥시설 및 음식점의 상권침체가 발생하였으며, 관광특구에 대한 중앙정부의 지원 부족과 관광인프라 투자의 한계로 지자체의 피로는 더해가고 있다. 현재 관광특구에 대한 재정적 지원은 없는 상태이며, 문화체육관광부의 공모사업과 지자체 재정사업이 주된 재정투입 수단이다. 지속적인 재정사업 추진에도 불구하고 효과성이 두드러지지 않고 관광인프라 투자가 축소되고 있는 실정이다.

“관광특구에 대한 재정지원은 없습니다. 「관광진흥법」에서 특례를 명시하고 있으나 사실상 무의미하고, 지자체 사업추진에 대한 행정적 지원도 부족해 지자체 차원의 운영·관리에 한계를 느끼고 있습니다.”

-00시·군 담당자 인터뷰

2) 온천관광지구의 진단 종합

□ 온천과 연계한 새로운 성장동력 필요

전문가들은 온천관광지구의 쇠퇴 요인으로 온천시설의 노후화와 국내 관광산업의 침체로 온천관광의 성장동력기능을 상실했다고 지적했다. 해외여행의 보편화로 인해 온천관광지구는 특히 심각한 관광객 감소를 겪었으며, 정적이고 고령층의 전용물로 인식되는 온천관광의 한계로 인해 젊은 인구 유입이 필요하며, 이를 위해서는 젊은 방문객과 생산가능인구를 기반으로 새로운 성장동력이 필요하다. 따라서 지역적 특성과 잠재력을 활용하여 지역 고유의 신성장모형을 모색할 필요가 있다.

□ 온천과 연계한 새로운 콘텐츠 발굴 및 육성

온천관광지구의 가장 큰 문제점으로 나타난 것은 온천과 연계한 새로운 콘텐츠의 필요성이었다. 지역상인 및 방문객 설문결과에 따르면 온천을 지역의 주요자원으로 인식하고 있으나 유흥, 목욕탕 등의 이미지 고착화로 새로운 콘텐츠에 대한 갈증이 심각한 상황이었다. 이러한 인식은 담당 공무원, 전문가 인터뷰에서도 나타났는데, 전문가들은 지역경제 활성화 측면에서 지역 내 또는 인접지역에서 숙박을 하고 2일 이상 머무는 체류형 관광을 유도할 필요가 있다고 제안하였으며, 담당 공무원들은 당일 온천만을 위해 방문하는 방문객의 경제적 파급효과는 크지 않은 편이라는 의견을 제시하였다. 급변하는 관광트렌드와 방문객 연령층 확대를 위해서는 지역 내 인적 자원을 적극적으로 활용할 필요가 있다.

□ 온천관광지구의 이미지와 정체성

설문조사와 시민아이디어 캠프에서는 온천관광지구에 대한 이미지 쇄신이 필요하다고 나타났다. 시민 아이디어캠프에서 온천에 대한 생각을 분석한 결과 목욕탕, 모텔이 두드러지게 나타났으며, 주민 및 방문객 설문에서 다수의 상인 및 방문객이 유흥가의 이미지로 인식하였다. 이는 획일화된 온천지역의 이미지와 숙박업소와 목욕탕업 중심

으로 온천수를 공급하는 현행법의 한계로 인한 것으로 보이며, 온천지역의 정체성을 회복하고 이에 따른 방문객을 유치하기 위해서는 온천관광지구의 이미지 및 정체성 회복이 우선되어야 한다고 판단된다.

□ 「온천법」 개정과 온천자원 활용의 새로운 접근방식 필요

최근 도시재생 뉴딜사업, 문화도시 조성사업 등 다양한 정비사업이 추진되고 있음에도 불구하고 온천자원을 활용하지 못한다는 주장도 있었다. 온천자원은 단순히 족욕탕, 온천탕 등의 입욕탕뿐만 아니라 의학, 미용, 음용 등 다양한 방면에서 활용이 가능함에도 불구하고 창의적인 활용방안을 도출하지 못하는 상황이라도 전문가들은 지적하였다. 이에 대해 온천 담당자들은 「온천법」의 개정을 전망하고 있어 장기적으로 소규모 온천시설의 활성화를 기대하고 있으나 단기적인 활용 방안에 대해 한계를 느끼고 있다. 최근 웰니스 산업에 대한 관심과 생활SOC복합화와 같은 산업적, 정책적 측면을 고려한 소규모 온천 개발, 온천 복합화 등 온천자원에 대한 새로운 접근방식이 필요한 시점이다.

□ 관광특구의 한계와 차별화된 지원전략 필요

온천관광지구 중 다수의 온천은 관광특구로 지정되었는데, 심야영업과 테라스 등 노상 영업 방식이 다양화되면서 발생한 관광특구의 경쟁력 상실은 온천관광지구에 더 심각한 영향을 미쳤다. 관광특구에 대한 지원 부족과 중앙정부의 관리 요구는 지자체 담당자의 행정적 부담을 가중시켰고, 이에 대한 대책이 필요한 실정이다.

3. 중점사례지역별 경쟁력 진단

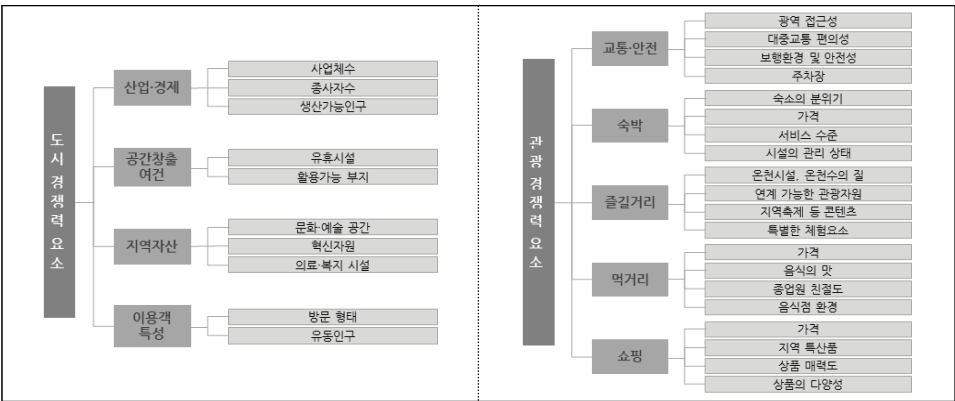
1) 중점사례지역별 경쟁력 진단 방법

(1) 분석의 틀

본 연구에서는 최근 관광트렌드를 반영한 국내 온천관광지의 활성화와 경쟁력 확보를 위한 방향을 모색하고자 도시 및 관광 분야 전문가 47명을 대상으로 전문가 설문조사 및 AHP분석을 수행하였다. 설문지는 도시 및 관광 관련 학계, 연구기관, 공공기관, 엔지니어링 업체를 대상으로 60부 배포하였으며, 이중 47부가 회수되었다. 응답한 전문가 중 24명은 도시 분야 전문가, 23명은 관광분야 전문가로 집계되었다.

설문조사는 전문가 개인별 응답방식으로 하였으며, AHP분석은 집단의사결정 방법론에 따라 집단적 판단값의 대칭성, 선형동질성, 역수성 등을 고려하여 기하평균값을 도출하고 이를 토대로 가중치를 산정하였다.²⁾ 설문의 계층설계에서는 도시경쟁력 측면과 관광경쟁력 측면으로 구분하여 2개의 Tree구조를 사용하였다.

그림 4-29 | AHP분석을 위한 계층 설계



자료: 저자 작성.

2) Aczel and Saaty(1983)는 그룹판단의 종합에 있어서 기하평균값이 대칭성, 동질성, 역수성, 분리가능성을 갖는다는 점을 증명하였다(2005, 네트워크 분석적 의사결정, T.L.Saaty 저, 조근태 역, 동원출판사)

(2) 경쟁력 요소 도출

□ 경쟁력 요소 도출 방법

도시내 온천관광지구의 경쟁력 분석은 도시경쟁력과 관광경쟁력으로 구분하여 수행하였다. 각 경쟁력 요소는 전문가 자문위원회와 시민들의 의견 청취 결과를 바탕으로 구축하였으며, 전문가 설문조사를 통해 요인별 가중치를 산정하였다. 경쟁력 요인에 대한 대상지별 자료는 현장조사, 주민 및 방문객 설문결과, 상권분석, GIS분석 등을 통해 구축하였으며, AHP분석을 통해 도출된 가중치를 반영한 표준점수 도출하였다.

그림 4-30 | 온천관광지구 경쟁력 요소도출 과정



자료: 저자 직접 촬영.

□ 도시내 온천관광지구의 도시경쟁력 요소 도출

온천관광산업과 연계성을 고려하여 도시경쟁력 진단 요소를 도시의 잠재력을 판단할 수 있는 10개 요소로 정리하였다.

표 4-15 | 도시내 온천관광지구의 도시경쟁력 요인

구분	세부요소	내용	측정방법
이용객	유동인구	기본적인 도시활력을 측정하기 위해 대상지의 연평균 유동인구 조사	상권분석
	방문형태	온천관광지의 타깃 관광 목적 설정을 위해 관광형태 조사	방문객 설문
경제 산업	사업체수	온천관광지구 활성화의 기대 파급효과를 판단하기 위해 사업체수 조사	지자체 통계
	종사자수	온천관광지구 활성화의 기대 파급효과를 판단하기 위해 종사자수 조사	지자체 통계
	생산가능인구	일자리 창출의 파급효과를 판단하기 위해 15세~64세 인구 조사	지자체 통계
지역 자원	문화예술시설	문화예술 활동 지원 가능성을 판단하기 위해 대상지 내 문화예술시설 조사	GIS분석
	의료·복지시설	반경 1.25km 이내 공공보건의료, 지역책임의료기관, 주민건강센터 수 조사	GIS분석
	혁신자원	반경 2.5km내 대학, 산업단지, 연구기관 등 조사	GIS분석
공간	유흥시설	지역 내 거점시설 조성이 용이한 유흥시설 조사	지자체 협조
	활용가능 부지	지역 내 거점시설 조성이 용이한 부지 조사	현장조사

자료: 저자 작성.

□ 도시내 온천관광지구의 관광경쟁력 요소

관광경쟁력 진단 요소는 최근 관광트렌드를 반영할 때 침체된 온천관광지구의 경쟁력 확보를 위해 필요한 요소를 5개 부문 20개 요소로 정리하였다.

표 4-16 | 도시내 온천관광지구의 관광경쟁력 요인

구분	세부요소	측정 요소	측정방법
교통·안전	광역접근성 (도로, 철도, 공항)	반경 1.25km이내 광역교통 시설 (수도권지하철, 터미널, 공항, 철도역, 항구 등)	GIS분석
	대중교통의 편의성	반경 1.25km이내 정류장 수	GIS분석
	보행환경 및 안전성	보행편의·안전성 및 상권 연계성	Walk Score
	주차장	반경 1.25km이내 공영주차장 면적	GIS분석
숙박	숙소의 분위기	정성평가	현장평가단
	가격	평균숙박료	행정안전부 지방물가정보
	서비스수준	정성평가	현장평가단
	시설의 관리상태	2018년도 공중위생서비스 평가 최우수업체 비율	공중위생서비스 평가
즐길거리	온천시설, 온천수의 질	온천이용객 만족도	지자체 통계
	연계가능한 관광자원	반경 2.5km이내 관광자원	GIS분석
	지역축제 등 콘텐츠	연간행사개최횟수	지자체 홈페이지
	특별한 체험요소	정성평가	현장평가단
먹거리	가격	평균 외식비	행정안전부 지방물가정보
	음식의 맛	정성평가	현장평가단
	종업원친절도	정성평가	현장평가단
	음식점 환경	음식점 위생등급 우수(이상) 점포 비율	음식점 위생등급 현황
쇼핑	가격	정성평가	지자체 협조
	지역 특산물	지역특산물 수	지자체 홈페이지
	상품 매력도	정성평가	현장평가단
	상품의 다양성	정성평가	현장평가단

자료: 저자 작성.

(3) AHP분석 결과

□ 도시·교통 측면

전반적인 도시경쟁력은 유성온천이 가장 높게 나타났으며, 수안보온천이 가장 낮게 나타났다. 유성온천은 다수의 대학과 대덕특구가 위치하고 있어 혁신자원이 풍부하고 종사자와 생산가능인구가 많으며, 교통수요가 높아 광역접근성이 높은 것으로 보여진다. 수안보 온천은 인구감소, 지역상권의 침체로 인해 전반적인 도시경쟁력이 부족하며, 특히 혁신 인구유출과 고령화로 인해 생산가능인구와 종사자수, 혁신자원이 부족한 것으로 보여진다.

□ 관광측면

관광경쟁력은 온양온천과 동래온천이 가장 높게 나타났으며, 유성온천이 가장 낮은 것으로 나타났다. 유성온천의 경우 숙박시설, 음식점, 쇼핑상품 등의 가격이 전반적으로 높아 경쟁력이 낮은 것으로 나타났으며, 특별한 지역 특산품이 없어 상품의 매력도도 상대적으로 낮게 나타났다. 동래온천은 관광지로 지정되지 않은 온천임에도 숙소, 연계가능한 관광자원, 음식점 등의 질이 좋아 경쟁력이 높게 나타났으나 광역접근성이 부족하여 외부 관광객 유치를 위한 도시경쟁력이 낮게 나타났다.

표 4-17 | 중점사례지역 경쟁력 진단 결과

구분		경쟁력 요소	유성온천	온양온천	수안보온천	동래온천
도시 경쟁력 지수	도시	유동인구	4.51	4.71	4.10	6.69
		유흥시설	4.57	4.35	6.73	4.35
		사업체수	5.14	6.99	4.87	4.89
		종사자수	6.51	5.25	3.88	4.36
		생산가능인구	6.04	5.95	3.95	4.06
		문화예술시설	5.51	4.83	3.48	6.18
		혁신자원	6.51	4.10	4.10	5.30
		생활SOC수	5.00	6.41	5.00	3.59
		활용가능 부지	4.43	4.22	6.71	4.64
		방문형태	4.65	6.50	3.73	5.12
	교통	광역접근성	2.086	1.332	1.3321	0.579
		대중교통의 편의성	1.023	1.225	0.4692	0.519
		보행환경 및 안전성	1.719	1.218	0.5346	1.946
		주차장	1.26	1.572	0.3995	1.062
관광경쟁력 지수	숙소의 분위기	1.938	2.675	1.4462	4.15	
	숙박시설 가격	1	3.187	1.6245	2.406	
	서비스수준	3.899	2.631	1.3629	4.66	
	시설의 관리상태	6.152	2.034	3.3924	3.395	
	온천시설, 온천수의 질	5.392	6.262	1.5369	6.159	
	연계가능한 관광자원	0.978	3.919	3.9188	3.919	
	지역축제 등 콘텐츠	2.718	1.341	4.0947	2.029	
	특별한 체험요소	1.851	1.851	4.3192	4.319	
	음식점 가격	0.688	1.758	2.6673	2.076	
	음식의 맛	7.332	3.399	4.0545	9.298	
	종업원친절도	3.322	1.024	2.4031	3.782	
	음식점 환경	3.942	2.479	1.9284	5.49	
	상품의 가격	0.336	1.157	0.6646	0.993	
	지역 특산품	0.787	2.836	1.8112	1.811	
	상품 매력도	1.85	3.998	1.5435	2.157	
	상품의 다양성	1.95	1.654	0.469	1.506	
	계		50.22	47.55	39.97	62.26

주) 상대적으로 높은 경쟁력 / 상대적으로 낮은 경쟁력
 자료: 저자 작성.

2) 중점사례지역별 경쟁력 진단 결과

(1) 유성온천관광지구의 경쟁력 진단

관광시설의 질, 양호한 접근성을 보유한 유성온천은 콘텐츠 부족과 높은 가격으로 인해 관광경쟁력 부문에서 부족한 것으로 나타났다. 그러나 유성온천지구는 풍부한 혁신자원과 사업체수, 생산가능인구 등 도시부문의 산업·경제적 측면에서 높은 잠재력을 보유하고 있었다. 유성온천지구의 문제점과 잠재력을 고려할 때 대덕연구단지, 카이스트, 충남대학교 등 지역 청년들의 지역정착을 유도하고 온천 및 문화 관광자원을 연계하는 MICE산업 기반의 경쟁력 제고 방안이 요구된다.

표 4-18 | 유성온천관광지구 경쟁력 진단 결과요약

잠재요소			문제점		
요인	평가결과	표준점수	요인	평가결과	표준점수
종사자수	46,738명	6.51	숙박시설 가격	42,000원	1.00
생산가능인구	57,888명	6.04	연계가능한 관광자원	1	0.98
혁신자원	2개	6.51	특별한 체험요소	0	1.85
광역접근성 (도로, 철도, 공항)	2	2.09	음식점 가격	3.8점	0.68
숙박시설의 관리상태	47.9%	6.15	쇼핑 상품 가격	2.8점	0.34
상품의 다양성	4.2점	1.95	지역 특산품	0	0.79

자료: 저자 작성.

□ 교통·안전

유성 온천관광지구는 시외버스터미널이 인접해 있어 광역접근성이 뛰어나고 보행환경의 질도 양호한 것으로 나타났다. 온천지구 남측에는 유성온천역이 위치하여 지역적 접근성도 우수하다. 유성구는 시외버스터미널의 부족한 물리적 환경과 안전성을 개선하기 위해 복합터미널 이전사업을 추진중에 있다.

그림 4-31 | 유성 터미널 현재(좌)와 계획 조감도(우)



자료: (좌) 임병안, “유성복합터미널 ‘플랜B’ 가동될까”, 중도일보, [2018.02.14. 보도]

(우) 최정현, “롯데와 인연 없는 대전 유성복합터미널”, 프레시안, [2018.02.27. 보도]

□ 상품의 다양성

온천지구 주변지역은 중심상권이 형성되어 다양한 상품을 구매할 수 있으며, 음식점, 주점 등 상권이 복합적으로 구성되어 있다. 그러나 유성구의 지역특산물 홍보와 온천수를 활용한 상품 개발 등이 이루어지지 않아 특산품을 활용한 경제활성화는 이루어지지 않는 것으로 판단된다.

□ 숙박시설의 관리상태

유성 온천지구의 숙박시설 관리상태는 상대적으로 양호한 것으로 나타났다. 현장답사에서는 호텔과 신축 모텔 등의 상태는 전반적으로 양호하였으나 일부 모텔, 여관 등이 노후화 된 채 방치되어 지역활력을 저해하는 것으로 보여진다. 또한 숙박업소의 가격이 비싸고 획일화되어 방문객들이 게스트하우스 등의 필요성을 느끼고 있다.

그림 4-32 | 유성호텔과 노후화된 모텔



자료: (좌) 유성구청 홈페이지, [2019.06.30. 접속], (중) 저자 직접 촬영, (우) 저자 직접 촬영.

□ 풍부한 혁신자원

유성온천의 경우 충남대학교, KAIST가 인접해 있고 대덕 연구단지, 목원대학교, 한밭대학교와도 연계 가능성이 높아 풍부한 혁신자원과 생산가능인구를 보유하고 있다. 인터뷰에서는 풍부한 인적자원과 지역적 특성에도 불구하고 지역 청년들의 정착률이 낮다는 의견이 제시되었다. 지역상인들도 젊은 인구의 유입을 통한 지역 활력 회복의 필요성을 느끼고 있으며, 청년들 역시 지역 내 활동공간이 절실하다.

그림 4-33 | 대덕연구단지



자료: (좌) 권건호, “대덕 연구단지 착공”, 전자신문, [2015.06.21. 보도]

(우) 이재림, “인공지능 피아니스트가 기다려요. KAIST 연구실 개발”, 연합뉴스, [2019.10.28. 보도]

(2) 온양온천관광지구의 경쟁력 진단

온양온천은 거점공간 조성 등에 활용가능한 유희시설이 부족하고 혁신자원이 부족하며 관광적 측면에서 전반적인 관리상태 열악과 콘텐츠 부족의 문제가 있었다. 그러나 주변지역의 관광자원과의 연계를 지원할 수 있는 대중교통의 편의성이 높은 것으로 나타났다으며, 저렴한 가격으로 인한 가격경쟁력도 높은 것으로 나타났다. 특히 온양온천역의 입지와 수도권 전철 연장으로 고령자들의 접근성이 매우 높으며 의료·보건시설이 인접하여 있는 점을 고려할 때, 건강·의료 관련 산업 육성 및 연계를 통한 웰니스 산업 기반의 경쟁력 제고 방안이 유리할 것으로 판단된다.

표 4-19 | 온양 온천관광지구 경쟁력 진단 결과요약

잠재요소			문제점		
요인	평가결과	표준점수	요인	평가결과	표준점수
사업체수	6,639개	6.99	유희시설	1	4.35
의료·보건시설	2개	6.41	혁신자원	0	4.10
방문형태	36명	6.50	활용가능 부지	1	4.22
대중교통의 편의성	199개	1.23	숙박시설의 관리상태	15.9%	2.03
주차장	8,768㎡	1.57	지역축제 등 콘텐츠	1회	1.34
숙박시설 가격	40,000원	3.19	특별한 체험요소	0개	1.85
온천시설, 온천수의 질	7.91점	6.26	음식의 맛	3.2점	3.40
연계가능한 관광자원	5개	3.92	종업원친절도	3.2점	1.02
쇼핑 가격	3.3점	1.16			
지역 특산품	1	2.84			
상품 매력도	3.2점	4.00			

자료: 자자 작성.

□ 편리한 대중교통

온양 온천지구는 대중교통 편의성이 매우 높은 것으로 나타났으며, 주차공간 역시 충분한 것으로 나타났다. 온양온천역과 버스터미널을 통한 광역적 접근이 용이하고 다수의 버스노선이 온양온천을 경유하여 지역 내 접근성도 우수하다.

그림 4-34 | 온양온천의 대중교통 시설



자료: (좌) 충청남도 홈페이지

(우) 이신학, “아산시, 내달부터 ‘온양온천 시티투어’ ‘요일별 코스 새 단장’”, 아시아투데이, [2017.08.13. 보도]

□ 연계가능한 관광자원

온양 온천지구는 연계가능한 관광자원이 풍부한 것으로 평가된다. 온양온천 주변으로는 신정호와 민속박물관, 곡교천 등이 위치하고 있으며, 대중교통을 이용하여 현충사, 자연휴양림 등으로 이동이 용이하다.

그림 4-35 | 온양온천 주변 관광자원



자료: (좌) 아산시청 홈페이지자료. [2019.06.30. 접속], (우) 충청남도 홈페이지. [2019.06.30. 접속]

□ 저렴하고 다양한 상품

전통시장과 문화거리가 인접하여 상품이 다양하고 가격이 저렴한 것으로 나타났다. 방문객 중 다수가 노년층임을 고려할 때 가격과 상품의 수요자가 잘 맞는 것으로 판단된다.

그림 4-36 | 온양온천 5일장(좌)과 온궁로 문화거리(우)



자료: (좌) 김종연, “장터기행 / 온양온천역 아래에선 5일마다 반갑구만~ 반가워요~”, 조선일보, [2016.03.15. 보도]
(우) 전세레나, “온양재래시장 구경하고 무료 온천족욕도 하고” 오마이뉴스, [2015.05.22.]

□ 생활SOC 연계

연계가능한 생활SOC로는 지역 보건소와 역사 내 건강관리센터가 있으며, 「온천법」의 개정이 이루어질 경우 온천의 의학적 활용이 가능하다. 온천의 활용성 증대와 세대 혼합을 통한 헬스케어 중심의 관광지로 발전 가능성이 높다.

그림 4-37 | 온양 온천활성화를 위한 관광상품 개발



자료: (좌) 이신학, “아산시, 온천수와 연을 결합한 화장품 개발”, 아시아투데이, [2011.10.20. 보도]
(우) 박성규, “온천에서 목욕만하던 시대는 지났다.”, 플러스코리아타임즈, [2010.08.31. 보도]

(3) 수안보온천관광지구의 경쟁력 진단

수안보 온천관광지구는 수려한 경관자원과 다수의 지역축제 등을 보유하고 있으며, 우리나라에서 경험하기 쉽지 않은 노천탕을 보유하고 있다는 점에서 잠재력을 보유하고 있으나 광역적·지역적 접근성이 매우 부족하고 시설의 노후화로 인해 숙소의 분위기, 서비스 수준 등이 다소 떨어지는 것으로 나타났다. 가장 큰 문제점은 사업체 수와 생산가능인구 등 산업·경제 기반이 부족하고 관광산업 이외의 기능적 연계가 어렵다는 점이었다. 이러한 지역적 특성을 고려할 때, 수안보 온천관광지구 내에 인접한 레저·스포츠 시설과 천연 경관자원의 연계성을 제고하고 미·저활용되는 대형 유휴부지의 활용방안 모색을 통한 경쟁력 제고 방안이 요구된다고 볼 수 있다.

표 4-20 | 수안보 온천관광지구 경쟁력 진단 결과요약

잠재요소			문제점		
요인	평가결과	표준점수	요인	평가결과	표준점수
활용가능 부지	13개	6.71	유휴시설	12개	6.73
연계가능한 관광자원	2개	3.92	유동인구	7,802명	4.10
지역축제 등 콘텐츠	5회	4.09	사업체수	420개	4.87
특별한 체험요소	1개	4.32	종사자수	1,810명	3.88
음식점 가격	12,292원	2.67	생산가능인구	3,325명	3.95
			문화예술시설	1개	3.48
			방문형태	30명	3.73
			대중교통의 편의성	31개	0.47
			보행환경 및 안전성	66점	0.53
			주차장	0	0.40
			숙소의 분위기	3.0점	1.45
			서비스수준	2.8점	1.36
			온천시설, 온천수의 질	3.35점	1.54
			음식점 환경	0%	1.93
			상품 매력도	2.4점	1.54
			상품의 다양성	3.2점	0.47

자료: 저자 작성.

□ 광역적·지역적 접근성 부족

수안보 온천관광지구는 광역 접근성이 부족하며, 보행환경, 대중교통 편의성 등 교통·안전 분야의 경쟁력이 매우 낮은 것으로 나타났다. 현재 광역 접근성이 낮은 상황이나 추후 수안보역이 건설될 경우 접근성 부족 문제는 해소될 가능성이 높다.

□ 풍부한 즐길거리

수안보 온천관광지구는 연계가능한 관광자원이 풍부하고 지역축제 등 콘텐츠가 활성화 되어 있으며, 특별한 경험을 할 수 있는 곳으로 평가된다. 수안보 온천은 충주시의 주요 축제, 문화행사 공간으로 활용되고 있으며, 스키, 클라이밍 등 다양한 스포츠를 즐길 수 있는 여건을 갖추었다. 국내 온천에서는 드문 노천탕과 자연경관이 어우러진 지역 특성이 높게 평가되어 특별한 경험이 가능하다고 판단된다.

그림 4-38 | 수안보온천의 관광요소



자료: (좌) 클라임코리아 홈페이지. [2019.11.29. 접속]

(우) 김상민, “전국유일 충주시 삼색온천……내 몸 맞게 고른다.”, 국제뉴스, [2016.01.22. 보도]

□ 활용가능한 유허시설

시설의 노후화와 유허시설 등으로 온천이용의 만족도가 떨어져 물리적 환경 개선이 필요할 것으로 판단된다. 유허시설과 부지는 지역의 쇠퇴를 가속화시키나 적절한 활용 방안이 제시된다면 지역활성화에 중요한 잠재력으로 작용할 수 있다.

그림 4-39 | 수안보 온천 내 유허시설



자료: (좌) 윤규상, “이랜드 그룹, 수안보 와이키키호텔 재개발 백지화”, 동양일보, [2017.04.06. 보도]
(우) 저자 직접 촬영

(4) 동래온천관광지구의 경쟁력 진단

동래온천지구는 지정관광지는 아니나 연계가능한 관광자원이 풍부하고 문화예술시설이 다수 위치하고 있으며, 숙소의 분위기와 서비스수준, 음식의 맛 등 관광부분의 경쟁력이 매우 높은 것으로 나타났다. 또한 온천지구 내에 분포한 상권으로 인해 온천 관광과 연계한 상권활성화의 가능성이 높다고 볼 수 있다. 그러나 광역적 접근성이 다소 부족하고 대로와 지하철역사 등으로 인한 주변 관광자원과의 연계성이 부족하다는 점이 문제로 드러났다. 동래온천지구의 옛 건축물과 동네의 분위기, 보행환경, 체험요소를 연계하고 광역접근성을 개선한다면 도시관광지로서의 경쟁력을 충분히 갖추 수 있다고 판단된다.

표 4-21 | 동래온천관광지구 경쟁력 진단 결과요약

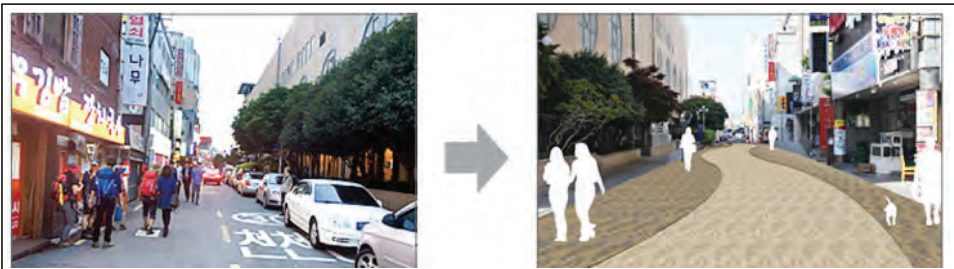
잠재요소			문제점		
요인	평가결과	표준점수	요인	평가결과	표준점수
유동인구	111,208명	6.69	유흥시설	1개	4.35
문화예술시설	5개	6.18	의료·보건시설	0개	3.59
보행환경 및 안전성	97점	1.95	광역접근성	0개	0.58
숙소의 분위기	4.1점	4.15			
숙소의 서비스수준	4.1점	4.66			
연계가능한 관광자원	2	3.92			
특별한 체험요소	1	4.32			
음식의 맛	4.1점	9.30			
종업원친절도	3.8점	3.78			
음식점 환경	0.16%	5.49			

자료: 저자 작성.

□ 풍부한 유동인구와 상권연계성

동래 온천지구의 경우 유동인구가 많고 보행환경이 우수한 것으로 나타났다. 실제 동래온천지구는 지역주민과 관광객이 섞여 많은 유동인구를 볼 수 있었으며, 전통시장, 지역상권과의 연결성이 우수하다. 동래온천지구는 보행환경 개선사업 대상지로 선정되어 추후 사업이 완료될 경우 쾌적한 지역관광 환경이 조성될 것으로 보여진다.

그림 4-40 | 동래온천지역 보행도로 개선사업



자료: 전홍욱, “부산 동래 온천문화 거리, 보행환경개선조정사업지로 선정”, 일요서울. [2016.10.28. 보도.]

□ 관광자원 간의 연결성 부족

동래 온천지구 주변에는 박물관, 공원 등 문화예술을 즐길 수 있는 시설과 공간이 확보되어 있다. 그러나 가로의 연결성 부족으로 관광자원 간 도보 이동이 불편하며, 지역 축제 등 콘텐츠 부족으로 문화공간보다는 목욕탕의 이미지가 강하다. 광역접근성 강화와 관광자원 간 연계성 강화를 통해 지역관광 활성화를 도모할 필요가 있다.

그림 4-41 | 부산해양자연사박물관(좌)과 동래읍성(우)



자료: (좌) 부산광역시 홈페이지. [2019.11.21. 접속.], (우) 부산광역시 홈페이지. [2019.11.21. 접속.]

□ 관광거점으로써의 잠재력

관광 경쟁력 측면에서 숙소의 분위기와 서비스수준이 우수하고 연계가능한 관광자원이 풍부하여 관광거점으로 높은 경쟁력을 지니고 있다고 판단된다. 단위 시설위주의 온천 활용과 가로의 연결성 부족, 쇼핑 부문의 경쟁력 부족으로 지역경제와의 시너지 효과가 부족한 것으로 판단된다. 시설중심의 문화행사를 지역중심으로 확산시켜 지역 상권과 상생할 수 있는 환경을 구축할 필요가 있다.

5

CHAPTER

해외 온천관광지구 활성화 사례

1. 분석 개요 | 127

2. 일본 벳부 | 130

3. 독일 바덴바덴 | 141

4. 헝가리 부다페스트 | 149

5. 시사점 종합 | 161

해외 온천관광지구 활성화 사례

본 장에서는 온천관광지구의 유형별 해외 온천사례 분석을 통해 지역적·정책적 시사점을 도출하였다. 일본 베투, 독일 바덴바덴, 헝가리 부다페스트는 지역마다 특성이 있는 고유의 온천관광지구 이미지 및 정체성을 가지고 있으며 지역산업과 연계한 신성장 산업 육성과 도전적인 콘텐츠 도입과 마니아층을 형성하고 있었다. 이에 우리나라도 온천과 지역특성을 연결한 도시관광 모델을 개발하고 소규모 자발적 재산을 유도하여 지역의 정체성 강화를 도모할 필요가 있다. 아울러 온천시설의 복합화와 다양한 이벤트를 발굴하여 새로운 온천문화의 확산이 필요할 시점이다.

1. 분석 개요

1) 분석 대상지 선정

중점사례지역의 경쟁력 진단 결과를 바탕으로 지역특성의 유사성, 잠재력, 문제 해결방안 등을 고려하여 해외 온천관광지구의 활성화 사례를 선정하였다.

표 5-1 | 해외 온천관광지구 활성화 사례 분석 대상 선정 기준

구분	내용
지역특성의 유사성	중점사례지역과 유사한 입지·환경적 특성
잠재요인을 활용한 재활성화	중점사례지역에서 활용가능한 잠재요인을 활용한 지역 재활성화 사례
문제 해결 방안	지역기반의 도시활력 증진을 통한 도시·관광경쟁력 제고
콘텐츠의 참신성	지역문화와 융합하여 창출한 콘텐츠의 참신성

자료: 저자 작성.

위 선정 기준을 바탕으로 중점사례지역에 시사점을 도출할 수 있는 해외 온천관광지구 활성화 사례지역을 선정한 결과 일본 벳부온천과 독일 바덴바덴, 헝가리 부다페스트 지역이 선정되었다.

표 5-2 | 해외 온천관광지구 분석 대상지 선정

온천명	특성	잠재력	문제 해결 방안	콘텐츠의 참심성	비고
일본 벳부	도시/자연	○	○	○	온양/수안보
일본 유후인	도시/리조트	△	△	△	
대만 베이더우 온천	리조트	△	-	△	
독일 바덴바덴	도시/비즈니스	△	○	△	유성
헝가리 부다페스트	도시/휴양	△	○	○	동래
캐나다 밴프어퍼 핫 스프링	자연	△	-	△	
아이슬란드 블루라군	자연	△	-	△	
터케 파울칼레	자연	△	-	△	

자료: 저자 작성(온천·관광 전문가 정성적 평가).

2) 분석 대상지의 특성

최종 선정된 일본 벳부, 독일 바덴바덴, 헝가리 부다페스트 온천은 지역의 입지적 특성과 관광수요, 지역콘텐츠를 결합하여 특유의 온천문화를 재창조하였으며, 인구고령화와 관광 트렌드 변화에 대응할 수 있는 사회적·물리적 환경을 조성하였다.

일본 벳부 온천은 오이타시의 위성도시로 활화산 근처에 위치하여 화산온천과 비화산 온천이 복합적으로 분포하며, 다양한 수질의 온천수를 형성한다는 특성을 가지고 있다. 이러한 지역의 천연자원과 다양한 온천수의 질을 활용하여, 다양한 테마의 온천을 조성하였으며, 일본의 문화축제와 온천의 접점을 중심으로 지역 콘텐츠를 개발하였다. 특히 벳부 지역의 오랜 전통을 가진 탕치문화를 현대인들의 관광특성에 맞춰 체험형 프로그램을 개발하는 등 의료관광의 보편화에 영향을 미쳤다는 점에서 온양, 수안보 온천에 시사하는 바가 크다고 판단하였다.

독일 바덴바덴온천은 산기슭에 위치한 온천도시로 공원, 산책로 등을 통한 관광자원

연계가 두드러지는 지역이다. 바덴바덴은 컨퍼런스 센터, 카지노 등 다양한 자원을 보유하고 있는데 비즈니스를 위한 방문객과 여가를 위해 방문하는 관광객이 공원, 산책로를 통해 다양한 체험을 즐길 수 있도록 구성되어 있다.

헝가리 부다페스트는 도심지에 위치하고 있으며, 가장 풍부한 온천수가 매장되어 있다. 세체니온천은 부다페스트의 대표적인 온천으로 개방적인 공간과 수영복을 입고 즐기는 풀 형태의 온천이 매력요소로 작용하고 있다. 특유의 온천 분위기 뿐만 아니라 온천을 다양한 연령층이 어우러질 수 있는 공간으로 조성하여 탕치를 목적으로 방문하는 고령자와 스파티를 즐기는 젊은이들이 한데 어우러지는 연령통합적 공간을 조성하였다는 점에서 국내 온천관광지구에 시사하는 바가 크다고 판단하였다.

표 5-3 | 해외 온천관광지구 분석 대상지

온천명	사진	지역 특성
일본 벳부		• 오이타시의 위성도시로 활화산 밑에 위치한 온천지역 • 따뜻하고 온난한 기후 • 화산온천과 비화산온천이 복합적으로 분포 • 염화수, 황산염수, 이탄산염수가 혼합되어 다양한 온천수 형성 • pH, 온천수의 색, 테마 등 다양하고 신선한 온천을 선택가능 • 의료 관광 등 다양한 콘텐츠 제공
독일 바덴바덴		• 산기슭에 위치한 온천도시 • 컨퍼런스 센터, 카라칼라 스파 등 다양한 인프라 공급 및 개선을 통해 지속 성장 • 온천수의 체계적인 관리를 위해 터널시스템 도입 • 독일 특유의 혼탕 문화 • 공원, 산책로를 통해 지역 관광자원과 연계성 강화
헝가리 부다페스트		• 세계적으로 온천수의 매장량이 풍부 • 미네랄 온천을 활용한 목욕·음용 치료 발달 • 시내에 자리잡은 온천으로 비즈니스 방문객들의 이용률이 높음 • 다양한 온도의 온천수 제공 • 야외 온천과 온천파티 등 독특한 온천문화로 지역 특색 형성

자료: (상) 박종란, “새해 효도여행 어디가 좋을까... ‘북큐슈 온천’ vs ‘장가계’”, 노컷뉴스. [2017.12.29. 보도],
 (중) 성시운, “유럽의 스파타운③ 독일의 온천스파”, 웰니스투데이. [2014.08.03. 보도],
 (하) Baths Budapest 홈페이지. (2019.09.26. 접속)

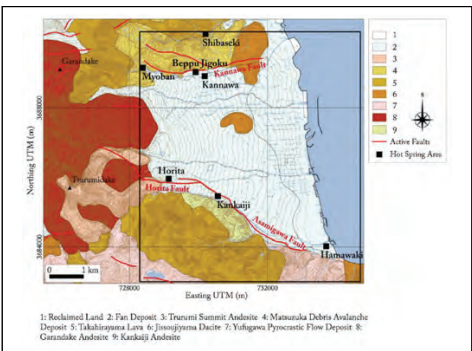
2. 일본 벳부

1) 개요

(1) 벳부 온천의 입지적 특성

벳부 지역은 큐슈지방 오이타현의 중앙부에 위치한 위성도시로 활화산 밑에 위치하여 지옥탕으로 잘 알려져 있는 온천마을이다. 벳부 온천은 일본 내에서 가장 많은 온천을 보유하고 있으며, 원천수와 용출량 면에서 모두 일본 1위 수준을 기록하고 있다. 활화산 인근에 위치하고 있다는 입지적 특성과 해양성기후로 인한 기후적 특성으로 1년 내내 온천을 즐기기 용이한 환경을 제공하며, 화산온천, 지하수형 비화산온천, 해수형 비화산온천 등 다양한 온천수가 용출되어 다양한 성분의 온천수를 공급할 수 있다는 특징을 갖고 있다.

그림 5-1 | 벳부 지역의 온천분포 및 강줄기



자료: Mia, M. B., Fujimitsu, Y., Nishijima, J. 2018. Monitoring Thermal Activity of the Beppu Geothermal Area in Japan Using Multisource Satellite Thermal Infrared Data. p.2

(2) 벳부 온천관광지의 특징

벳부의 온천은 앞서 설명한 바와 같이 다양한 온천수와 지옥탕 등 자연적인 요인으로 갖는 특성 외에도 지역 사회가 조성한 특징을 찾아볼 수 있다. 벳부 시는 항구 도시와 인접하여 개방적이고 포용적인 지역사회 분위기를 조성하였고 이러한 영향으로 다양한 국적의 유학생과 장애인, 노인을 포용하는 온천관광지를 조성하였다는 특징을 갖고 있다. 또한 탕치문화, 불마쓰리 등 일본 고유의 문화적 자산을 적극적으로 활용하여 벳부 지역만의 새로운 문화자산으로 재탄생 시켰다는 특징을 갖고 있다.

2) 뱃부 지역의 경쟁력 요인

(1) 다양한 형태의 온천

뱃부의 온천의 차별화는 작은 섬세함에서부터 비롯된다. 목욕탕마다 다른 타일 벽화, 저마다의 디자인에 따른 특색을 지니고 있으며, 대중탕에 국한된 한국과는 달리 일본은 그들의 문화를 반영한 개인을 존중하는 문화를 바탕으로 가족탕, 개인탕 등 개별적으로 즐길 수 있도록 조성되었다.

그림 5-2 | 스에히로 여탕 유후산 그림



자료: Enjoy Onsen 홈페이지. (2019.09.23. 접속)

그림 5-3 | 스에히로 남탕 쓰루미산 다카사케 산 그림



한국과 다르게, 온천이 단지 입욕을 하는것에 그치는 것이아니라, 그 온천의 풍경과 서비스를 즐기는 곳으로 조성되었다. 숙박시설과 함께 있는 곳이 많으며, 음용, 관람 등 다양한 문화체험을 할 수 있는 온천도 곳곳에 분포하고 있다.

그림 5-4 | 가미야 온천 입구



그림 5-5 | 뱃부 칸나와 영센터



자료: (좌) Enjoy Onsen 홈페이지. (2019.09.20. 접속), (우) BE@BEPPU 홈페이지. (2019.09.20. 접속)

(2) 배리어 프리

벳부 온천은 일본 전역에서뿐 아니라 세계각지에서 가족단위의 여행객이 많으며, 부모님을 모시고 오는 효도 여행지로도 유명하며 이동의 불편을 겪는 관광객들이 다수 방문하고 있다. 벳부 시는 모든 사람들이 나이나 능력에 상관없이 편안하게 즐길 수 있도록 하는 것에 초점을 맞춰 노인, 장애인 등이 안전한 관광을 할 수 있도록 서비스를 제공한다.

Japan Sun industry는 무장애 시설을 위한 난간 및 기타 장비를 설계·제조하여 화장실, 무장애 온천 등 접근성을 높이고 사회적 약자를 위한 일자리를 적극적으로 창출하였다. 또한 초고령화사회로 노인의 인구가 계속해서 증가하고 있는 가운데, 벳부는 노인이나 장애인이 편한 보편적 관광을 특징으로 하는 인프라 개발을 주도하고 있다.

그림 5-6 | Japan Sun industry 직원들



자료: Japan Sun industry 홈페이지. (2019.09.21. 접속)

(3) 아시아태평양대학교(APU)

벳부가 속해있는 오이타 현은 개방적인 항구 도시로 온천지역으로 발전하여 일본 선 산업 (Sun industry), 휠체어 마라톤 등의 영향으로 장애인들이 살기에 편한 곳으로 발전하였다. 이후 인구의 감소와 노후화, 또 거품경제의 붕괴로 인해 국내 관광이 침체 되어 숙박객의 수가 약 60% 감소하였으나 2001년 리츠메이칸 아시아태평양대학교 (APU)가 유치되면서 약 6,000명의 젊은 인구가 증가하였으며, 그 중 절반가량은 전세계 89개국에서 온 유학생들로 구성되었다(Shanmuganathan, S., Li, Y. 2016).

지역 활동과 지역 사회 개발에 유학생들이 적극적으로 참여함으로써 다국어 및 다문화 서비스를 제공하는 많은 장점이 더해져 벳부의 다양성과 공생의 이미지를 부각시켜 줌과 동시에 도시 전체에 활력을 제고하고 있다. 벳부는 다양한 사람들을 수용하는 관용의 문화가 독보적으로 자리잡았으며, 지역 경제 활동에도 한층 활력이 더해져서, 지역 내 활발한 경제 가치를 생산하고 있다.

(4) 탕치 (湯治)문화

벳부의 온천은 본래 탕치(湯治)¹⁾로부터 발전하여 무사와 군인들을 위한 요양시설과 관련 연구기관 등이 구성되어 있다. 탕치를 체험하기 위해서는 최소 2주의 치료과정과 입욕 규칙을 준수해야하나, 현대인들에게 적합한 관광상품으로 개량하면서 3일 체험 상품이 개발되었으며, 최근 헬스 앤 웰니스 관광 트렌드와 맞물려 전통 탕치문화를 콘텐츠로 한 관광상품이 활성화 되고 있는 추세이다.

1) 탕치(湯治)라는 것은 한번 또는 단 하루에 끝나는 온천이 아닌 장기간에 걸쳐 온천을 통한 치료과정으로 일본에서 온천은 이러한 치료를 위한 치료시설이라고도 볼 수 있음.

3) 온천과 연계한 활성화 전략/과정

(1) 다양한 온천을 활용한 축제 및 캠페인

벳부에는 온천 명인, 온천 마츠리 등 온천과 관련된 큰 축제가 있으며, 온천 마라톤 등을 시작으로 온천 물 뿌리기 축제, 산 태우기에 이르기까지 이색적이며 다채로운 콘텐츠를 제공하고 있다.

□ 벳부 온천명인

벳부시 관광청에서 온천 관광을 장려하기 위해 도입한 제도 중 하나로 벳부팔탕 중 88개를 다녀와 벳부 ‘온천여권’에 총 88개의 도장을 모으면 온천 명인이라는 칭호를 부여하고 있다. 벳부 온천 명인은 총 8개의 단으로 나뉘는데, 8개의 도장을 모으면 1단, 16개의 도장을 모으면 2단, 24개의 도장을 모으면 3단으로 승급할 수 있다. 88개를 다 모으지 않아도 8개 단위로 도장을 모아 벳부 온천 명인에 입단할 수 있으며, 그 이후로도 계속적으로 도장을 모으면 온천 명인에까지 등록할 수 있도록 하고 있다.

표 5-4 | 온센도(온천여권도장) 제휴 온천 시설 리스트

	施設名	Onsen facilities	시설명
1	ホテル白菊	Hotel Shiragiku	호텔 시라기쿠
2	天空湯房 清海荘	Tenku-yubo Seikaiso	텐쿠유보 세이카이소
3	西鉄リゾートイン別府	Nishitetsu resort inn Beppu	니시 테츠 리조트인 벳부
4	べっふ好楽	Beppu Koraku	벳부 코우라쿠
5	ホテルシーウェーブ別府	Hotel Seawave	호텔 시웨이브 벳부
6	ホテルフジヨシ	Hotel Fujiyoshi	호텔 후지요시
7	花菱ホテル	Hanabishi hotel	하나비시 호텔
8	野上本館	Nogami honkan	노가미혼칸
9	別府のお宿 加賀屋	Beppu no oyado Kagaya	벳부숙소 카가야
10	ホテル雄飛	Hotel Yuhi	호텔 유히
11	ホテルニューツルタ	Hotel New Tsuruta	호텔 뉴 쓰루타
12	ゆわいの宿 竹乃井	Yuwaino yado Takenoi	유와이노야도 타케노이
13	竹瓦温泉	Takegawara onsen	타케가와라 온센
14	不老泉	Furosen	후로센
15	田の湯温泉	Tanoyu onsen	타노유 온센

	施設名	Onsen facilities	시설명
16	海門寺温泉	Kaimonji onsen	카이몬지 온센
17	永石温泉	Nageshi onsen	나가이시 온센
18	北浜温泉テルマス	Kitahama onsen Termas	키타 하마 온센 테루마스
19	南的ヶ浜温泉	Minami matogahama onsen	미나미 마토가하마 온센
20	駅前高等温泉	Ekimae koto onsen	에키마에 고토 온센
21	的ヶ浜温泉	Matogahama Onsen	마토가하마 온센
22	此花温泉	Konohana Onsen	고노하나 온센
23	浜脇温泉	Hamawaki Onsen	하마 와키 온센
24	湯都ピア浜脇	Yutopia Hamawaki	유토피아 하마와키
25	東町温泉	Higashimachi Onsen	히가시마치 온센
26	八幡温泉	Yahata Onsen	야하타 온센
27	杉乃井ホテル	Suginoi Hotel	스기노이 호텔
28	ホテルさわやか別府の里	Hotel Sawayaka Beppu no sato	호텔 사와야카 벳푸노 모리
29	湯屋えびす	Yuya Ebisu	유야 에비스
30	別府温泉保養ランド	Beppu Onsen Hoyoland	벳푸 온센 휴양 랜드
31	みょうばん湯の里	Myoban Yuno sato	묘반유노사토
32	夢たまたま館	Yumetamatabako	유메타마테바코
33	ひょうたん温泉	hyotan Onsen	효탄온센
34	鬼石の湯	Oniishi no yu	오니아시유
35	かんなわ ゆの香	Kannawa Yunoka	칸나와 유노카
36	みかさや	Mikasaya	미카사야
37	神丘温泉 豊山荘	Kamioka Onsen Hozansou	카무오카온센 호잔소우
38	温泉閣	Onsenkaku	온센카쿠
39	鬼石坊主地獄 足湯	Oniishibozu Jigoku Footbath	오니이시 보우즈 지코쿠 아시유
40	海地獄 足湯	Umi Jigoku Footbath	우미 지고쿠 아시유
41	かまど地獄 足湯	Kamado Jigoku Footbath	카마도 지고쿠 아시유
42	鉄輪むし湯	Kannawa Mushi-yu	칸나와무시유
43	渋の湯	Shibu no yu	시부노유
44	地熱観光ラボ 縁間	Enma Footbath	지네츠 칸코우 라보 엠마
45	血の池地獄 足湯	Chinoike Jigoku Footbath	치노이케지코쿠 아시유
46	別府湾浜砂湯	Beppu Beach Sand Bath	벳푸 카이힌 스나유
47	前田温泉	Maeda Onsen	마에다 온센
48	おかたの湯	Okata no yu	오카타유
49	城島高原パーク展望足湯 花草香	Kijima Kogen Park Footbath	키지마코우겐 파크 텐보우 아시유 카소우카
50	別府湾ロイヤルホテル	Beppuwan Royal Hotel	벳푸 로열 호텔
51	大分空港	Oita Airport	오이타 공항

자료: Onsendo 홈페이지. (2019.09.21. 접속)

□ 온천 마라톤

온천마라톤은 2018년 제 104회 벳부 온천 마츠리 중 새롭게 도입된 제도로 벳부 온천 마츠리가 열리는 5일간 지정된 온천을 완주하는 것을 말한다. 총 3종류의 코스로 하프코스 마라톤(21.195km), 풀코스 마라톤(42.195km), 그리고 초 풀코스 마라톤(88.195km)로 구성되며²⁾, 벳부 온천을 상징하는 숫자 88을 상징화하여 마라톤 또한 각 코스당 정원은 88명으로 제한하고 있다. 벳부 온천 여권을 들고 각 코스를 돌면서 온천을 즐기기도 하고, 완주도 하는 일석이조의 일정으로 구성된다.

□ 불 마츠리

불 마츠리는 산을 태우는 의식으로 일본에서만 찾아볼 수 있는 독특한 축제 중 하나로 신선한 목초지를 만들고 화재위험 방지, 병충해 방지를 위해서도 행해지고 있다. 벳부에 위치한 오기야마 산도 불 마츠리 중 하나로 방문객을 끌어들이는 전통문화 콘텐츠로 활용하고 있다.

□ 온천수 음용과 지옥온천찜 요리

칸나와 온천에서는 온천을 몸으로 즐기는 것뿐만 아니라, 온천 증기를 이용한 찜 요리를 먹을 수 있도록 하고 있는데, 입구부터 조성된 온천 시음장에서 지옥온천의 온천수를 마실 수 있으며 온천수 특유의 냄새와 맛을 경험해 볼 수 있어 특별한 관광콘텐츠로 자리매김하였다. 음식점에서는 야채부터 해산물 고기까지 기호에 맞게 다양한 음식을 찜서 먹을 수 있으며 벳부에서만 맛볼 수 있는 특별한 경험으로 유명하다.

2) 벳부 8당 온천축제 홈페이지(<http://beppu-event.jp/onsenmatsuri/> [2019.09.23. 접속])에서 발췌 후 정리.

(2) 홍보

시골지역인 뱃부에도, 온천협동조합이며 온천포털사이트 등 뱃부의 온천을 알리기 위한 관광청과 정부의 다양한 노력들을 엿볼 수 있다. 뱃부팔탕 온센도 명인회 라는 비영리 단체도 있으며, 팔탕 온천 축제 등 독특한 온천의 종류가 책자로도 잘 소개되어 있다.

온천을 이용한 먹거리뿐 아니라 최근 트렌드에 맞춰 미용면으로도 접근하고 있다. 이와 함께 관광 대상 연령층을 낮추는 것을 목적으로 하고 있다. 온천은 그 효능이 워낙 탁월해 피부 미용에도 큰 도움을 준다고 알려져 있다. 미용을 위해 해독이 중요하다는 것은 틀림없는 사실이다. 해독이 되지 않고 노폐물이나 유해 미네랄이 체내에 남아 있다면 그것은 노화 현상과 직결되기도 한다. 온천은 물에 포함 되어있는 황화수소와 이산화탄소 등의 성분이 피부에 접촉하여 천천히 체내의 온도를 높게 유지시켜 주어 혈류 개선을 하는 데에 큰 도움이 되며, 땀의 배출을 유도해 유해 미네랄을 배출하는데 큰 도움을 준다.

그 밖에도, 많은 온천에는 마그네슘이 포함되어 있는데, 이것이 피부에 흡수되면 전신의 세포 내 350여개의 효소 활동이 활발하게 일어나 몸을 건강하게 가꿀 수 있다. 이러한 온천은 해독 효과로 신체를 건강하게 할 뿐 아니라 피부 표면에도 직접적인 작용을 한다. 온천의 성분에 따라 다르지만, 약 알칼리성의 수질은 피부를 반들반들하게 해주고 보습효과도 뛰어나다.

3) 시사점

벳부 온천은 마을 공동으로 운영되는 온천이 많아 관광객들을 대상으로 하여 꾸민 온천이 아닌 세월과 역사를 그대로 보존한 온천이 대부분이다. 그렇기 때문에 흔히들 상상하는 온천의 모습과는 조금 다를 수 있겠지만, 예스러움 속의 정적, 일본의 특유의 청량감 그리고 일본인들의 소박함을 느끼기에 더 적합하다.

그런 이유로, 도심에 지친 사람들이 자꾸 찾게 되는 것이 아닐까 생각한다. 벳부의 온천을 둘러보면 시설이 오래되고, 탕이 하나밖에 없는 곳도 많다. 하지만 거기서부터 알 수 있는 것은 벳부는 온천 마을로서 단지 많은 관광객들을 끌기 위한 것이 아닌, 그 온천 마을 자체를 보존 하는 데에 더 많은 의의를 둔다는 것이다.

어쩌면 시설들을 공사하고 화려하게 만들며 방문하는 관광객들의 기대와 필요에 맞춰 온천을 바꾸어나갈 수도 있다. 하지만 벳부는 관광으로서의 온천보다, 일본의 온천이라는 문화를 소개한다. 일본 현지인들이 온천을 어떻게 대하고 즐기는지, 예로부터 어떠한 문화를 바탕으로 발전해 왔는지에 대해 배울 수 있다는 점이 사람들로 하여금 벳부를 다시 방문하게 유도하고 있다.

특히 대중탕이라는 것은 일본인들에게 그저 물에 몸을 담구고 씻는 것이 아닌 사람들과의 새로운 관계를 맺고, 발전시키고, 지속시키기도 하는 장소이다. 온천이라는 것에 대한 인식의 차이가 결과적으로 큰 차이를 가져왔다고 분석된다.

같은 맥락으로, 한국의 온천뿐만 아니라 대부분의 관광지는 ‘양적인 관광객 유치’에 많은 초점이 맞추어져 있다. 그렇기 때문에 그 본연의 가진 것을 알리고 즐긴다기보다는 물리적인 관광지로 만들어 사람들의 관심을 끌기 위해 노력하고 있다. 그것이 나쁘다고 할 수는 없지만, 온천이라는 걸 떠올렸을 때 사람들이 생각하는 테마는 바로 휴식이다. 그렇기 때문에 사람들이 일본의 온천을 찾는 이유는 그 온천을 자연과 함께 즐길 수 있을 것이라는 기대감이 있기 때문이다.

한국의 온천은 목욕탕이 지하에 있거나 어느 건물에 있으며 그렇지 않으면 워터 테마파크의 경우가 많다. 하지만 일본의 경우는 노천탕같은 인위적이지 않으면서 온천

자체가 자연의 일부가 되고, 온천을 이용하는 사람들이 자연의 일부가 되어 온천을 즐길 수 있는 경험을 바쁜 일상에 찌든 현대인들에게 제공하고 있다. 일본의 온천은 수질이나 갯수면에서 한국보다 훨씬 앞서있다는 사실을 알 수 있다. 그렇다고 해서 한국 온천의 수질이 낮다는 것은 결코 아니다. 일본의 온천은 화산이 기반인 만큼 지진도 많고, 언제 또 폭발할지 모르며 시한폭탄과 같다고 말할 수 있다. 그것과 비교하면 우리나라는 안정적인 토양을 지니고 있다는 장점이 있다.

일본의 사례에서 본받을 만한 점은 바로 교육과 홍보이다. 대한민국 사람들 중 한국에도 온천이 200개가 넘는 사실을 알고 있는 사람은 드물다³⁾. 우리나라 온천들이 관광지로서 이름을 알리려면 우선 그 지자체의 해당 지역 온천에 대한 지식과 자부심이 필요하다.

보통 온천 지역은 도심에서 떨어져 있으며 외곽에 있고, 부족한 교통시설로 인해 접근이 불편한 지역도 상당하다. 관광객들을 위한 셔틀버스가 없다면 아무리 테마파크가 많다고 해도 20대 배낭여행 족들과 커플여행, 우정 여행 등 가족단위의 관광 이외의 수요를 기대하기 어려운 실정이다. 그래서 한국은 연령층을 다양하게 하기 위해 트렌드에 맞춘 다양한 홍보활동이 필요하다.

또한 온천을 ‘노는 곳’이 아닌 ‘머물며 자연을 만끽하는 곳’으로 바꾸기 위해서도 지금까지와는 다른 온천의 여러가지 본질과 매력을 알리는 것이 필요하다. 여러 차례의 논의와 의견수렴 과정을 거쳐 많은 외곽 지역에 다양한 관광 루트와 온천과 온천 지역 내 제휴가 이루어져야 하며, 더 많은 사람들이 복합적으로 지역 시설을 이용할 수 있도록 장려해야 한다.

이와 함께 일자리 확충 및 지역 내 경제활성화로 지역의 이미지를 쇄신하고, 온천을 지역주민들이 예로부터 물려받은 사랑스런 공간이라는 점을 부각시키고, 온천을 중심으로 다양한 매력거리를 확충해 지역에 활기를 더해주는 계기를 마련해야 한다. 즉 온천을 단순히 목욕만 하는 물리적 장소가 아닌, 자연을 접하며, 문화와 분위기를 즐기며, 지속적인 힐링을 즐길 수 있는 여유로운 장소로서 발전시켜야 한다는 것이다.

3) 검색 포털사이트(네이버)에 국내 온천 여행이라고 검색했을 때 나오는 전국적 온천 지역 개수는 약 400개에 달함.

결론적으로, 일본 벳부 지역 온천개발의 사례를 통해 우리나라 온천발전을 위해 다음과 같은 구체적인 제안점을 제시한다.

- 첫째, 전국에 산재해 있는 온천이 각기 나름대로의 매력과 차별성을 지녀야 한다. 즉, 온천이 단순한 목욕이나 물놀이를 위한 공간이 아니라, 온천이 위치하고 있는 지역의 독특한 자연적인 장점, 지리적 특성, 역사적인 특이한 사연, 개별적인 온천의 효험 등이 잘 소개되어 있어야 한다.
- 둘째, 각 지자체별로 혹은 지역별로 공동/통합 온천마케팅 활동을 전방위적이고 포괄적으로 그리고 다양한 측면에서 전개하여야 한다.
- 셋째, 온천 마라톤이나 미니 온천 씨름대회 같은 온천과 관련된 스포츠성 이벤트를 개최하여 온천과 관련된 지역 이미지를 제고해야 한다.
- 넷째, 각 온천마다 작은 온천박물관 같은 온천을 주제로 한 온천기념관 같은 시설을 설치하여 온천에 관한 전문적 지식과 안내를 일반인들에게 제공해야 한다.
- 다섯째, 전국의 혹은 지자체 단위의 온천여권 같은 회원권 제도를 운영하여 온천마니아를 유도하고, 온천을 장려하기 위한 구전효과를 극대화해야 한다.
- 여섯째, 온천수를 활용한 생수, 화장품, 피부크림, 히팅 패드, 마사지 팩 등과 같은 관련제품을 개발, 홍보, 판매해야 한다.

3. 독일 바덴바덴

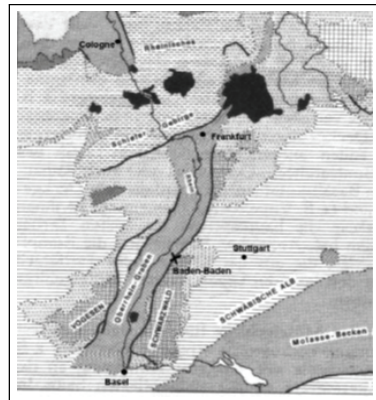
1) 개요

(1) 바덴바덴 온천의 입지적 특성

바덴바덴은 독일의 남서부 바덴뷔르템베르크의 슈바르츠발트 산지 북서쪽 기슭에 위치한 온천도시로 신경학적 치료와 사회행사로 유명하다. 바덴바덴 지역의 61.5%가 숲을 이루고 있으며, 대부분의 온천이 자연적으로 생성

되었다. 로마 제국의 영토였던 이 지역의 온천은 오랜 역사성을 지니고 있으며, 1819년 첫 증기탕이 건설되면서 온천 개발이 활성화되기 시작했다. 이후 1968년부터 컨퍼런스 센터, 카라칼라스파, 축제 홀과 함께 다양한 인프라가 지속적으로 개선되어 지금의 바덴바덴을 형성하였고 지속적으로 지역 경제를 견인해 왔다.

그림 5-7 | 바덴바덴 위치도



자료: Sanner, B. 2000. Baden-Baden a famous thermal spa with a long history. p.16.

(2) 바덴바덴 온천관광지의 특징

다른 나라와 바덴바덴 온천관광지의 가장 큰 특징은 혼탕 문화와 비즈니스트립의 연계성에 있다. 독일의 혼탕 문화는 로마의 혼합 문화로부터 유래되었으며, 휴식과 건강을 위한 사우나는 대부분 혼탕으로 이루어지고 스파는 수영복을 착용한다. 비즈니스트립과의 연계성은 1960년대부터 조성된 다양한 인프라가 공원과 보행로로 연결되어 업무와 휴식, 치료와 관광을 자유롭게 즐길 수 있도록 수요자를 중심으로 제공되고 있다.

2) 바덴바덴 온천 지역의 경쟁력 요인

(1) 미네랄 온천과 열탕

바덴바덴 곳곳에 있는 온천과 건강 리조트에는 온천수의 치유력을 이용한 통증의 완화를 보장하고 있다. 건강을 증진시키는 효과가 있는 지하수가 용출되는 천연샘은 이러한 휴양지를 건강 분야의 최고로 만들고 있다. 바덴바덴의 열수에서의 광물 농도는 바덴뷔르템베르크 주에서 가장 높은 수준을 자랑하고 있다.

바덴바덴의 열샘수는 불소를 함유한 나트륨-염소화열매로도 불린다. 이 물은 이 두 가지 주요 요소로부터 온순하고 짠 맛을 얻는다. 유럽 전 지역에서 바덴바덴만큼 미네랄이 풍부한 열수를 경험할 수 있는 곳은 거의 없다. 2,000년 이상 이곳은 수심 2,000m에서 최대 68도의 온도로 표면까지 부글부글 끓고 있었다. 그렇기 때문에 바덴바덴의 온천은 몸과 영혼에 대한 그 명성과 관련된 유명세를 발산할 수 있었다.

미네랄이 풍부한 바덴바덴의 열수는 전신을 재생시키고, 자극하고 활성화시킨다. 또한 근육에 긴장을 푸는 효과를 가지고 있고, 스트레스를 완화시키는데 확실한 도움을 준다. 미네랄이 풍부한 열수는 특히 심장병, 순환기질환, 대사장애, 부인병, 호흡기질환 등 여러가지 병을 치료하는데 사용해왔다.

특히, 카라칼라 스파의 열수에는 몸에 특수한 영향을 주는 활성화제가 있다. 하지만, 최상의 결과를 얻으려면 열수를 적당히 즐겨야 한다. 뜨거운 열수는 지지효과가 있고 저항력을 제공한다. 물은 공기보다 상당히 밀도가 높기 때문에 물속에서 몸을 움직이려면 더 많은 노력이 필요하다.

그러나 부력 때문에 이러한 노력의 증가는 대부분 눈에 띄지 않게 된다. 예를 들어, 물속에 가슴 높이 서 있을 때, 몸은 20% 더 가벼운 느낌을 받기에 물속에서 운동하는 것이 더 훌륭한 효과를 가져온다. 이와 더불어 정수압은 관절, 힘줄, 척추 등을 보호하는데 도움이 되며, 물에 녹아 있는 미네랄도 신체의 각종 면역력을 높여준다.

최근 건강에 대한 전 세계 사람들의 관심도가 높아지면서, 바덴바덴의 위상 또한 지속적으로 높아지고 있다. 바덴바덴의 클리닉과 의료 스파는 독일의 최신 첨단 의료기

술을 모두 갖추고 있다. 첨단의료라는 용어는 쉽게 떠오르는데, 의료 분야 전체에서 가장 광범위하게 훈련된 사람 중심의 전문가들에 의해 다루어 지지 않는다면 가장 정교한 첨단 기술은 아무 가치가 없을 것이다. 바덴바덴에서는 “적절한 대우”를 제공한다. 바덴바덴에서는 최적의 장비를 갖춘 클리닉에서 최고의 의료 전문가와 물리치료를 만날 수 있다. 바덴바덴의 가장 큰 자산 중에 하나는 자연이 제공하는 치유력, 즉, 공기, 태양 그리고 물이다.

(2) 다양한 즐길거리

바덴바덴은 온천으로 유명한 지역이지만, 온천으로 유명한 지역은 바덴바덴뿐만이 아니다. 하지만 많은 관광객들이 바덴바덴을 찾는 이유는 온천욕뿐만 아니라 온천이 발달하면서 카지노, 무도장들과 세계 수준의 레스토랑과 카페들, 그 밖에 류머티즘, 재활 의학 등 각종 질병을 치료하기 위해 갖춰진 춘 첨단 의료 시설과 요양시설 등 온천욕 이외의 다양한 매력 포인트가 많기 때문이다.

바덴바덴은 온천뿐만 아니라 골프와 테니스 클럽이 많고, 경마 같은 승마 스포츠도 있어 스포츠 마니아들에게도 인기 있는 여행지이다. 여름에는 등산하기 위한 안식처가 되는 반면, 겨울에는 그 산책로가 북유럽 스키어들을 위한 훌륭한 관광지가 된다.

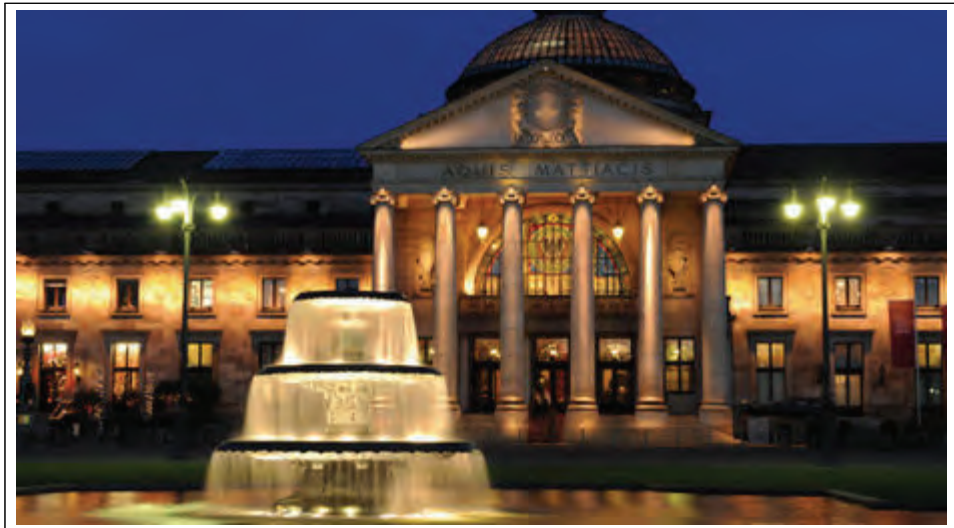
또한 바덴바덴에는 공원 조성이 매우 잘 되어있다. 바덴바덴 중심부에 있는 공원 겸 수목원인 리히텐더 알레(Lichtentaler Allee)는 바덴바덴에서 가장 아름다운 곳 중 하나이다. 대략 2킬로미터 반의 길이로, 오오스 강의 서쪽 독에 있는 길은 17세기 중반으로 거슬러 올라가는 유서깊은 산책로를 제공한다.

이 산책로는 밤, 목련, 라임, 오크 등 300여 종의 나무가 즐비한 산책하기 좋은 곳이며, 내부에 400종 이상의 장미를 가진 정원 또한 사람들의 이목을 끈다. 바덴바덴에 뻗뻗하게 들어찬 올드타운(Old Town)의 골목과 도로를 돌아보는 것은 바로크식 건축물을 탐험할 뿐만 아니라, 유명한 보석 가게와 골동품 가게, 갤러리, 카페들 또한 이 지역의 경쟁력을 높여주고 있다. 바덴바덴 올드타운의 좁은 길과 공원은 여유롭게 산책할 수 있도록 설계되어 있으며, 서유럽내 여러 유명한 관광지들 또한 비교적 가까운

곳에 위치하고 있다.

독일에 있는 모든 카지노 중에서도 바덴바덴 카지노는 전통을 잘 간직한, 가장 유명한 그리고 가장 부유한 카지노 중 하나이다. 19세기 프랑스 왕궁을 본떠 장식된 방을 갖춘 바덴바덴의 고전 쿠르하우스(Kurhaus)에 프랑스 풍의 실내를 갖추고 있는 동시에 독일 고유의 전통을 잘 갖추고 있다. 유럽의 상징적인 국제 카지노의 흔적을 발견할 수 있는 곳은 오직 바덴바덴에서만 가능하다. 카지노 바덴바덴에서 매일 쇼와 콘서트, 클래식, 록, 댄스, 파티는 사회적으로 유명한 엔터테인먼트이다.

그림 5-8 | 쿠르하우스의 외관



자료: Kurhaus 홈페이지. (2019.09.25. 접속)

즉 바덴바덴은 오늘날까지, 독일의 가장 오래된 카지노이면서, 여전히 유럽에서 가장 인기있는 관광목적지 중 하나이며, 세계의 상류 사회와 그 일부가 되고 싶어하는 사람들에게 잊을 수 없는 순간을 제공하는 곳으로 유명하다.

그림 5-9 | 바덴바덴 카지노의 관내 전경



자료: Kurhaus 홈페이지. (2019.09.25. 접속)

2,000년의 역사는 독일에 깊은 흔적을 남겼다. 이 흔적이 바덴바덴이 유네스코 세계문화유산에 등재된 “유럽의 위대한 스파”에 기여했으며, 이 위대한 문화적 업적과 자연 현상들이 말없이 수많은 이야기를 전해주고 있는 증거이다.

유네스코는 건축적 기념비와 도시 공정은 물론 유명한 산업 시설과 탁월한 자연 경관까지 독일에 있는 46개의 훌륭한 유적을 세계유산으로 지정했다. 바덴바덴은 관광객을 위해 공식 사이트 또한 다양한 언어로 제공된다. 바덴바덴의 주요 관광지인 온천뿐만 아니라 그 외에 다양한 카테고리의 즐길거리들에 대한 정보들을 제공한다. 또한 사이트 내에서는 숙박 예약 혹은 다양한 활동들을 예약할 수 있기에 관광객들이 온천욕 이외에 다양한 경험들을 할 수 있게 한다. 자연이 제공하는 것들에 귀중한 광물 성분들은 몸에 좋기 때문에 이곳을 방문하는 관광객들에게 최적의 서비스를 제공하는 동시에 바덴바덴에 머무는 시간동안 쇼핑, 유적지 방문, 시티 투어, 먹거리 등 다양하게 즐길 수 있는 매력을 제공하고 있다.

3) 온천과 연계한 활성화 전략/과정

독일스파협회는 1892년 4월 23일 라이프치히에서 독일의 대표적인 스파 및 헬스 리조트 관계자들이 모여서 공동의 목표를 추구하는 전담 조직을 만들면서 설립되었다. 독일스파협회의 발자취로 부다페스트를 포함한 개별 연방주들은 방문객들이 온천욕을 통해 건강과 삶의 질을 증진시키고, 이러한 복지들을 유지하며 잠재적인 문제들을 해결할 수 있도록 한다.

이러한 협회를 통해 부다페스트는 온천과 연계된 헬스와 웰니스 투어리즘에 더 중점을 둘 수 있으며, 시간이 지날수록 더 나은 형태를 보이며 방문객 유치에 큰 영향을 끼치게 되었다. ‘Health and Wellness Holidays’는 2011년 독일의 주요 마케팅 테마 중 하나이다. 이 캠페인은 스파 혹은 헬스리조트, 웰니스 혹은 뷰티호텔, 의료 관광 등 세 가지 주요 주제를 다루며, 현대적인 최첨단 의료시설, 고급호텔, 스파타운 등을 보여준다. 의료 관광객 7만 명을 포함한 40만 명 이상의 관광객이 이미 건강 위주의 휴가를 위해 독일을 찾고 있으며, 이 숫자는 증가하고 있다. 독일 국립 관광청은 호텔을 중심으로 독립호텔 부분과 웰니스 관광 브랜드의 지원을 받는 크로스미디어 콘셉트로 웰니스 뷰티를 판매하고 있다.

4) 시사점

(1) 온천수를 이용한 종합적 의료체계의 미비

대한민국에서는 온천수를 이용하여 각종 질병을 예방하고 전문적으로 치료하는 의료체계가 거의 전무한 상태이다. 독일에서는 중세부터 온천수를 이용해 각종 질병을 치료하는 전통이 계속해서 이어져오고 있다. 바덴바덴을 포함한 독일은 온천의학이 의사 국가 시험의 선택과목으로 되어 있고, 온천의학에 대한 많은 정보가 꾸준히 제공되고 있다. 바덴바덴의 의료체계는 개인의 맞춤화 진단에서부터 시작된다. 바덴바덴의 스파 내과 의사들은 모든 종류의 스파 관련 치료법에 정통하며, 개별적인 치료과정을 종합

적으로 개발한다.

의료 센터 바덴바덴의 의사들은 독일의 대학 센터와 전문 클리닉에서 다년간의 경험을 가진 전문가들을 이끌고 있다. 이 센터의 전문가들과 긴밀한 학제간 협력은 물론 독일 대학 클리닉과의 협력이 질병 진단과 치료에 중요한 역할을 한다. 그리고 온천수를 이용한 각종 시스템이 잘 갖춰져 있어서, 온천수를 이용하여 질병을 치료하는 전문 의사가 양성되고 있으며 그 보조요원의 자격증제도도 체계적으로 구비되어 있다.

(2) 스토리텔링, 연구개발, 임상실험

대한민국 국내 온천 또한 다양한 질병을 예방하고 치료할 수 있는 흥미로운 이야기들이 전해 내려왔었다. 하지만, 이런 흥미로운 이야깃거리가 온천지역의 홍보수단으로서 적극적으로 활용되지 못해왔다.

또한 국내 온천의 건강 증진효과에 대한 임상 연구가 거의 없고, 지역마다 지질학적 차이가 커 온천욕을 치료 개념으로 보기에는 전국적으로 확인된 의학적 근거가 부족하다. 국내에서 전해 내려오는 온천수의 효능에 대한 의학적 증명을 강화하기 위해서 온천수 성분에 따른 질병의 예방 및 치료에 대한 임상적 실험을 많이 실시해야 한다. 그러므로 많은 사람들에게 더욱 다양하고 정확한 정보를 전달할 수 있을 뿐만 아니라, 온천수를 이용하여 질병을 예방하고 치료하는 의료체계가 구체적으로 도입되어야 할 것이다.

이를 통해 많은 환자들이 온천을 찾을 수 있게 되며 온천에 대한 수요 또한 올라갈 것으로 예상된다. 이에 따라, 관련된 의학적 자료들을 축적하고, 외국의 전통적 의학 자료도 많이 수집하여 그것을 체계적으로 정리하는 작업도 병행되어야 한다. 온천수를 이용한 질병의 예방 및 치료를 위한 의료체계는 의학정보지식의 축적과 함께 온천 전문 의사와 보조 요원의 체계적 양성도 아울러 필요할 것이다.

또한 독일은 1937년 12월 연금법에서 온천 의료에 대한 개념이 정식으로 인정되었으며, 1957년에는 근로자와 종업원에게, 독일 연방정부의 규정에 따라 온천 휴양지에서 의사의 지도 아래 행해진 온천치료를 보험에 적용 받을 수 있도록 하고 있다. 이러

한 법률 규정에 따라, 더 많은 온천 관광객들이 유치될 수 있었고, 많은 사람들이 온천 의료에 대해 관심을 갖게 되었다. 대한민국 국내에서는 아직 온천 의료에 관련된 법률이 존재하지 않고 있기에, 많은 사람들이 이러한 의료혜택을 받는데 한계가 있기에, 앞으로는 더 많은 임상 연구 및 국내 온천과 관련된 의학적 근거에 대해 연구해야 할 필요성이 요구된다.

(3) 복합리조트로서의 온천 휴양지

마지막으로 국내 온천지구는 온천 외의 다른 의학적인 활동이나 예방, 치료 및 재활 프로그램이 거의 없는 실정이다. 독일 바덴바덴의 경우처럼, 한국도 온천뿐만 아니라 다양한 건강이나 웰니스 관련 프로그램을 제공하여 온천지구가 다양한 매력을 지닌 복합 웰니스리조트로 개발되어야 할 것이다. 또한 국가 차원에서도 온천의학을 좀 더 전문적인 의학 분야로 인정하고 온천 관광지가 다른 관광매력지점들과 함께 어우러지는 복합웰니스 리조트로서 자리매김할 수 있도록 관련 법령을 마련하고 다각적으로 지원해야 할 것이다.

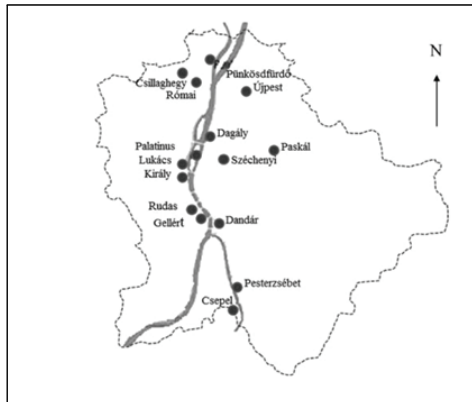
4. 헝가리 부다페스트

1) 개요

(1) 부다페스트 온천의 입지적 특성

부다페스트는 헝가리의 수도이자 유럽 연합에서 10번째로 규모가 큰 도시이며, 상업, 금융, 미디어, 예술, 패션, 연구, 교육 등이 고루 발달된 글로벌 도시이다. 또한 40여 개의 대학들이 위치하여 혁신자원이 풍부하고 있고 연간 440만 명의 해외 관광객을 유치하여 인기 관광지로 자리매김하고 있다.

그림 5-10 | 헝가리 부다페스트의 온천 지역 지도



자료: Balderer, W., Porowski, A., Idris, H., LaMoreaux, J.W. 2014. Thermal and Mineral Waters: Origin, Properties and Application.

(2) 부다페스트 온천관광지의 특징

부다페스트 언덕과 대평원을 가로질러 흐르는 부다페스트의 온천은 어떤 표면에서 용출되느냐에 따라 그 약효가 결정되며, 다양한 수질과 형태로 관광객들에게 제공된다. 다양한 온도와 성분의 온천수는 풀 형태로 조성되어 관광객과 지역 주민의 휴식공간을 제공하기도 하며, 치료와 건강을 목적으로 방문하는 이들에게는 약용 음용수로 공급되기도 한다. 이러한 헝가리의 온천문화는 헝가리 관광청을 중심으로 다양한 지역 현안을 해소하기 위해 변화하고 개량되어 웰니스 투어를 목적으로 하는 고령 관광객과 스파티를 즐기기 위해 방문하는 젊은 방문객이 한데 어우러지는 온천관광지를 형성하고 있다.

2) 부다페스트 온천 지역의 경쟁력 요인

(1) 부다페스트의 여러 형태의 온천

열수의 약효는 그것이 어떻게 표면으로 나아가느냐에 따라 결정되는데, 예를 들어 열수가 통과하는 돌의 화학적 구성, 거기서 용해되는 광물의 종류 등이 그것이다. 지질학적 관점에서 보아 부다페스트의 부다 언덕은 구성 면에서 헝가리의 가장 복잡하고 낮은 산들 중 하나이다. 약 30개의 서로 다른 돌과 증착형으로 이루어져 있으며, 그 안에는 2억 2천만 년의 지질학적 역사가 존재한다. 현재 산의 모양과 구조는 주로 826만 년 전에 시작된 침식 과정에 의해 영향을 받았는데, 그 과정에서 부다 언덕에 150개 이상의 동굴을 조성한 석회암 부분에 연속적인 수류 시스템이 발달하였다.

부다페스트에 있는 역사적인 터키식 목욕 열탕의 물은 일반적으로 미지근한 물웅덩이(섭씨 32-34도), 온수 풀(섭씨 35-37도), 그리고 열수 풀(섭씨 38-42도) 이렇게 세 개의 온도 그룹으로 나뉘어진다. 각 온도 그룹의 경우 풀에 머무는 기간이 서로 다르며, 이는 주로 풀 근처의 게시판에 표시되는 경우가 많다. 가장 뜨거운 물에서 단 6-9분, 중간 온도 풀에서 10-20분, 32-34도 풀에서 20-30분만 머문다. 물에 오래 앉아 있으면 혈압 강하로 인해 수영장을 나올 때 쉽게 현기증을 느낄 수 있다. 가장 뜨거운 온천은 루다스온천(섭씨 42 도)에 있다. 더 차가운 수영장(섭씨 18-24도)은 부다페스트 온천에 있는 다이빙 풀로 사우나나 증기탕 사용 후 갑자기 몸을 식히는 역할을 한다⁴⁾.

4) 자료: Baths Budapest 홈페이지(<http://www.bathsbudapest.com/>[2019.09.26. 접속]). 발췌 후 재정리.

그림 5-11 | 루다스온천의 내부



자료: Baths Budapest 홈페이지. (2019.09.26. 접속)

부다페스트 스파의 수영장과 물의 온도는 매우 다양하다: 가장 추운 물품은 야외 루카크 남자 온천 수영장(22도)이다. 29도의 온천수로 이루어진 루다스 스파는 가장 뜨거운 실내 수영장이다. 전통적으로 수영장에서도 여러 개의 스파가 나누어져 있다. 세 체니온천의 수영장은 부표 로프를 가진 두 개의 방으로 나뉘는데, 이것은 비록 의무적인 법적 규칙이라기보다는 자발적인 지역 규칙이지만, 빠른 수영을 할 수 있는 작은 영역, 느린 손님들을 위한 더 큰 영역 이렇게 구분되어진다.

루카크 온천과 티데의 두 수영장에서 루다스는 같은 줄에서 앞뒤로 헤엄친다. 루다스에서는, 수영장이 부표 로프로 분리되어 있고, 더 작은 수면은 연못가를 위해 남겨져 있다. 모든 온천 수영장에서는 반드시 목욕모자를 사용해야 한다.

그림 5-12 | 세체니온천의 모습



자료: Baths Budapest 홈페이지. (2019.09.26. 접속)

세체니과 루카크 스파에는 어드벤처 풀(웰니스 풀이라고도 한다)이 있다. 이 온수 수영장(32-34도의 물)은 물속에서 부글부글 끓는 물, 목 샤워기, 제트 마사지 제트기 등이 있다. 루카크 온천에는 뜨거운 욕조도 있다.

부다페스트에 있는 터키식 기념비적인 스파는 헝가리판 찜질방을 제공하고 있다. 섭씨 60-80 도 공기의 건조한 핀란드 사우나 외에도, 세체니온천에는 가볍고 편한 아로마 사우나도 있다. 사우나 후에는 얼음 목욕기를 일부 욕조에서 사용할 수 있어서, 온천 직후 빨리 몸을 식힐 수도 있다. 가장 용량이 큰 사우나인 세체니온천은 지하에 위치하고 있으며, 건물 좌우에 있는 시설은 각각 40명까지 수용할 수 있다.

부다페스트의 각 온천에는 증기탕도 있다. 부다페스트의 증기 목욕은 섭씨 40-50도에서 뜨거운 증기를 제공하며, 종종 카모마일로 수증기 냄새를 맡는다.

(2) 온천파티

온천 파티는 오직 부다페스트에서만 즐길 수 있는 독특한 온천 매력 중 하나이다. 스파티(Sparty)라고 불리는 이 파티는 매해 2월부터 12월 사이에 열리며 야간에만 제공된다. 스파티는 22년 이상 운영되어 왔으며, 현재 매년 5십만 명의 방문객이 즐겨 찾고 있다. 스파티는 매주 토요일 밤 11시30분부터 새벽 3시까지 이뤄지는 행사이며 여러 가지 독특한 경험을 해볼 수 있다. 비디오, 레이저 등 다양한 시각적 볼거리가 있으며, 또한 무제한으로 제공되는 알코올과 많은 DJ 들이 참여하기에 더욱 흥이 난다. 이 모든 행사는 물론, 온천 안에서 즐길 수 있다.

이와 비슷하지만, 더 웅장한 시네트립(Cinetrip)은 일 년에 두 번 열린다. 시네트립은 스파티보다 시각적, 미적 재미를 한 단계 더 끌어올리며 스파티보다 규모가 더 크다. 스파티와 시네트립에 관해서는 공식 사이트 및, SNS에서 다양한 이벤트 및 일정들을 확인할 수 있다.

그림 5-13 | 스파티 현장의 모습



자료: Szechenyi Baths 홈페이지. (2019.09.27. 접속)

(3) 부다페스트의 독특한 온천 문화

부다페스트의 야외온천에서는 온천객들이 수영, 체스, 일광욕, 물놀이 등을 하며 온천을 여유롭게 즐긴다. 한국의 온천과는 사뭇 다른 모습이다. 우리나라 온천은 목욕탕과 비슷한 개념이지만, 부다페스트의 온천은 전라가 아닌 수영복을 입고 남녀노소 온천에서 수영도 하며, 체스를 비롯한 다양한 형태의 레저와 일광욕을 즐긴다.

특히 온천 안에서 체스를 하는 것이 신기할 수도 있는데, 체스 판은 부다페스트의 거의 모든 온천에서 찾아볼 수 있으며, 현지인들은 정기적으로 모여 온천에서 휴식을 취하며, 한두 경기 정도 시합에 임하곤 한다. 목욕은 수세기 동안 부다페스트 삶의 한 방식이었고, 온천중에 체스게임을 하는데 약간의 시간을 보내는 것은 흔하고도 전통적인 문화 중 하나이다.

그림 5-14 | 세체니온천에서 체스를 즐기는 현지인들



자료: Szechenyi Baths 홈페이지. (2019.09.27. 접속)

(4) 접근성

부다페스트는 중부 유럽의 중심지로써, 접근성이 매우 높은 편이다. 비행기, 기차, 버스 등 다양한 이동수단으로 부다페스트에 갈 수 있어, 근접한 유럽 국가뿐만 아니라 아시아 등 다양한 나라의 사람들이 부다페스트를 연중 방문한다.

또한, 한국에서 중부유럽을 여행할 때, 부다페스트는 필수 코스 중 하나이다. 부다페스트 공항에 취항하는 외국행 여객기 또한 꾸준히 증가하고 있는 추세이다. 한국에서뿐만 아니라 2018년 3월에는 미국 항공사가 필라델피아 직항 운행을 시작했으며, 그 밖에 많은 도시에서 부다페스트를 여행할 때 다른 도시를 경유하지 않아도 된다. 또한 부다페스트 주변 국가들인 오스트리아, 체코 등 인기가 많은 관광지에 왔던 주변의 관광객들도 헝가리로 쉽게 유입되고 있다.

(5) 온천을 이용한 다양한 의학 요법과 홍보

부다페스트에선 온천을 이용한 다양한 의학 요법이 존재하는데, 그중 하나가 광천수 요법이다. 광천수 요법에 대한 연구는 19세기에 시작되었으며, 헝가리 광천수 요법학회는 1891년에 설립되었다. 광천수 요법은 스파에서 주로 행해지는 전통적인 의학 기술인 목욕으로 질병을 완화시키는 요법이다. 광천수 요법은 뜨거운 물이나 차가운 물, 움직이는 물을 통한 마사지, 근육이완 또는 자극을 포함할 수 있다. 보통, 실리카, 황, 셀레늄, 라듐과 같은 특정 미네랄이 많이 포함된 물을 사용한다.

부다페스트에선 현재까지 많은 간행물들이 다양한 임상 분야에서 적용된 사례를 발표하고 있다. 이러한 연구 결과 중 하나가 열광천수가 미네랄워터의 질적, 정량적 구성과 관계없이 서로 다른 근골격계 질환에 의한 고통을 경감시킨다는 것이다 (Bender et al. 2014). 부다페스트 시내에 위치한 갤러트온천의 온천수는 갤러트 언덕에서 나오는데 이 온천수는 칼슘, 수소탄산염, 마그네슘, 황산염, 나트륨과 불소 이온이 많이 함유되어있다. 또한 척추 기형, 신경통, 퇴행성관절염, 호흡기의 만성질환에 효과가 좋다고 알려져 있다. 이렇게 부다페스트의 주요 온천들은 온천수들의 성분표를 공식

사이트에 기재하며, 치료 목적이 있는 사람들에게 전문적이고 구체적인 의료정보들을 제공한다.

그림 5-15 | 겔러트온천수의 성분표

Minerals in the thermal water (mg/liter)		
Lithium	Li	0,4
Bromine	Br	1,32
Sodium	Na	168,0
Potassium	K	10,1
Iodine	I	0,7
Calcium	Ca	178,8
Magnesium	Mg	65,2
Fluorine	F	1,95
Chlorine	Cl	164,4
Carbonate	HCO ₃	591,8
Silicic acid	H ₂ SiO ₃	31,2
Sulfate	SO ₄ ²⁻	401,3
Metaboric acid	HBO ₂	4,0
Carbon dioxide	CO ₂	228,5
Total		1846,67 mg/liter
Radium emanation		2,7 myc/liter
Temperature of the water source		~43 °C

자료: Gellertbaths 홈페이지 (2019.09.27. 접속)

3) 온천과 연계한 활성화 전략/과정

(1) 헝가리 온천 문화의 날

헝가리 온천 문화의 날은 헝가리가 약수 및 온천수의 나라라는 사실에 대한 헝가리인들의 인식을 높일 뿐만 아니라, 더 많은 관광객들의 방문을 유도한다. 헝가리의 온천 문화는 수백 년 전으로 거슬러 올라가며, 온천 문화의 전통이 잊혀지지 않기 위해, 그리고 과거와 미래 세대들이 이러한 문화에 대해 더 잘 알 수 있도록 매년 헝가리 온천 문화의 날이 마련된다.

지역 온천관계자들은 이 행사에 자유롭게 참여하며, 관광객들에게 제공하는 서비스들에 대해 논의한다. 보통, 이 날 대부분의 온천들은 입장료를 할인해준다. 제 15회 헝가리 온천 문화의 날인 2018년도는 부다페스트의 온천 중 겔러트온천이 다양한 프로그램과 싱크로나이즈드 수영쇼를 제공하며, 일부 해변 또한 할인된 가격으로 이용할 수 있었다. 매년 온천과 연계된 색다른 프로그램들과 이벤트들이 많은 관광객들의 이목을 사로잡는다.

(2) 온천을 위한 다양한 협회들

헝가리에는 온천을 보존하고 홍보하는 다양한 협회들이 있다. 그중에서도, ‘헝가리 목욕협회’는 헝가리식 전통적인 목욕양식을 보존하고 보호하는 협회이다. 부다페스트를 포함한 헝가리 스파 문화의 전통을 보호하기 위해 설계, 개발, 건설 및 공급에 적극적으로 참여하고 있으며, 1998년부터 ‘유럽 스파협회’의 정회원이 되었다.

또한 영리단체지만, ‘헝가리 스파 투어리즘 협회’ 또한 멤버들에게 전문적인 유익한 정보를 제공한다. 헝가리 관광청 또한 다양한 프로그램 및 홍보활동을 하고 있다.

2018년도에 헝가리 관광청은 헝가리의 새로운 관광 브랜드인 ‘WOW 헝가리’를 출범시켰다. WOW 헝가리의 WOW는 경이로움의 원천(Wellspring of Wonders)을 의미하면서 동시에 영어의 감탄사를 연상시킨다. 통합 커뮤니케이션 캠페인의 일환으로,

헝가리 관광청은 13개국(독일, 오스트리아, 체코, 폴란드, 루마니아, 러시아, 슬로바키아, 네덜란드, 영국, 중국, 미국, 프랑스, 캐나다)에서 WOW 헝가리 슬로건을 이용해 광고도 진행했다. 국가별 미디어 플랫폼 외에도 내셔널 지오그래픽 또는 익스피디아 등의 글로벌 미디어 파트너와도 협력해서 온천에 대해 각종 홍보활동을 지속적으로 하고 있다.

그림 5-16 | 와우 헝가리(헝가리 관광청) 로고



자료: 헝가리 관광청 홈페이지 (2019.09.27. 접속)

(3) 의학과 온천의 연계성

부다페스트는 다양한 형태의 온천이 있지만, 그 중에서도 의학과 관련된 온천욕이 가장 발달되어 있다. 약수 및 온천수 때문에 부다페스트를 향한 관광의 수혜자는 온천 뿐만 아니라 그 외의 공공 숙박과 병원 등 주위 시설을 즐길 수 있다.

의료 및 웰니스 호텔의 투숙객 대다수는 유럽에서 왔지만, 약 30% 가 아시아에서 왔으며, 그 중 일본이 1위, 한국이 2위였다 (헝가리 중앙 통계청, 2012). 부다페스트의 온천은 단순히 즐길거리만 있는 것이 아닌, 온천수의 성능과 연계해 헬스와 웰니스 투어리즘 분야에도 적극적으로 진출하고 있다.

이러한 전략으로 인해, 인증받은 약수를 제공하는 의료 및 웰니스 호텔의 수요가 증가하고 있으며, 그 외의 온천과 연관된 의학 서비스들을 제공하는 병원들도 생겨나며 하나의 선순환 사이클을 만든다.

그림 5-17 | 2012년 부다페스트 방문 주요 10개국 외국인 중 의료호텔 투숙객 수

Country	Guests in medical hotels	
	number, persons	share, %
Japan	12,048	11.2
South Korea	10,289	9.6
Germany	8,327	7.8
Russia	7,563	7.0
Italy	6,328	5.9
United States	5,740	5.3
United Kingdom	4,695	4.4
Spain	4,446	4.1
Netherlands	3,724	3.5
Czech Republic	3,286	3.1
Other countries	40,989	38.2
Total	107,435	100.0

자료: 헝가리 중앙통계청 홈페이지 (2019.09.27. 접속)

4) 시사점

부다페스트의 온천들은 한국과 유사한 점도 있지만, 동시에 많은 차이점도 지니고 있다. 부다페스트의 온천들은 단순히 목욕만을 위한 것이 아닌, 온천이라는 활동을 남녀노소 누구나 느긋하게 즐길 수 있도록 유도한다. 부다페스트의 많은 온천들은 여러 형태의 온천 수영장, 온천 자쿠지, 다양한 온도의 온천들로 이루어져 있어서 온천객들에게 여러가지 선택의 폭을 제공한다.

특히, 부다페스트의 온천은 수영복을 입고 대형 실내외에서 누구나 즐기는 형태라, 온천을 처음 이용하는 사람도 거부감 없이 즐길 수 있다. 한편 한국의 경우는 많은 외

국인 관광객들이 전라로 입욕하는 한국의 목욕문화에 생소함을 느낄 뿐 아니라, 심한 경우 거부감마저 갖고 있다. 한국이 외국인 관광객을 보다 전략적으로 유치하려면 한국 특유의 전통적 목욕탕 형태의 온천뿐만 아니라 이러한 외국인들의 거부감을 낮출 수 있는 방안도 모색해야 할 것이다.

부다페스트는 또한 중부유럽 내에서 지리적으로 탁월한 접근성을 지니고 있다. 하지만, 그 뿐만이 아닌 부다페스트 내의 시내교통 또한 잘 발달되어 있어서, 이동하기가 저렴하면서도 용이하다. 한국의 온천들 또한 도심이 아닌 외곽에 있는 경우가 많은데, 외곽에 있는 온천들이 자가용이 아닌 기차나 버스로 편하게 갈 수 있다면 방문객들을 더 많이 유치할 수 있을 것이다.

부다페스트의 온천이 시사하는 또 하나의 중요한 점은, 전세계적으로 온천이 젊은 층으로부터 대체로 소외되고 있는 추세 속에서, 부다페스트는 스파티와 같은 젊은 층이 좋아할만한 온천과 연관된 이벤트를 연중 다양하게 제공함으로써 온천이라는 개념이 젊은 층에게 친숙하게 와 닿을 수 있도록 노력하고 있다는 점이다. 한국의 온천도 연장자들이나 육체적으로 취약한 부류만 공략할 것이 아니라, 모든 연령대의 관광객을 유도하기 위한 다각적인 프로그램이 마련되어야 할 것이다.

끝으로 부다페스트의 사례에서 배울 수 있는 점은, 온천이라는 행위가 단순한 의료 행위에 국한되지 않고, 관광산업의 큰 일부로서 의료업계와 관광업계가 최대한 온천산업을 각자 영역 안에서 극대화함과 동시에 서로 적극적으로 협력을 하여 시너지효과를 내기 위해 노력하고 있다는 점이다.

한국의 경우도 온천은 한 사업영역에만 국한된 것이 아닌, 의료업계와 레저산업, 관광산업, 숙박시설, 식음료산업이 적절하게 어우러지는 종합힐링산업으로 각 업계간의 긴밀한 협력과 정보교환이 활발하게 이루어져야 할 것이다.

5. 시사점 종합

□ 지역의 역사적 흐름과 자원을 바탕으로 온천관광지구의 정체성 확립

일본 벳부 온천은 마을 공동으로 운영되는 온천이 많아 꾸미지 않고 세월과 역사를 보존한 공간으로 단순히 관광으로서의 온천이 아닌 일본의 정체성이 녹아있는 문화로서의 온천을 지향하고 있다.

독일은 중세부터 온천수를 이용해 각종 질병을 치료하는 전통을 보존하여 온천의학이 의사국가 시험의 선택과목으로 편성되어 있으며, 지속적인 연구개발과 임상실험을 통해 의료체계를 정립해나가고 있다.

헝가리 부다페스트 온천의 가장 큰 특징은 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 다양한 실내·외 공간을 제공함으로써 여러 가지 선택권을 부여한다는 데에 있으며, 입욕만을 위한 공간이 아닌 파티와 교류, 휴식을 위한 공간이라는 인식을 이어나가고 있다.

우리나라의 온천 이용은 신라시대부터 기록되어 있으며, 일본과 비슷하게 목욕과 요양 등의 목적으로 이용되어 최근에는 그 효능이 더욱 각광을 받아 온천휴양지 또는 온천 관광자원으로서 급속도로 개발되고 있다. 그러나 우리나라의 온천은 전통적인 목욕탕과 기능적·형태적으로 큰 차별성을 갖고 있지 않으며, 온천의 고유 이미지가 부족하다.

해외사례에서 나타난 다양한 정체성을 가진 온천이 우리나라 온천에 정확히 부합한다고는 할 수 없으나 지역의 역사적 흐름과 자원을 바탕으로 온천관광지구의 정체성을 확립해 나가는 것이 우리나라 온천관광을 활성화 하는 기초 작업이라고 볼 수 있다.

□ 온천관광지구의 차별화를 위한 법적 규제 강화

독일과 헝가리의 경우 고온탕과 열탕, 저온탕과 미온탕 등으로 온도에 따른 온천의 명칭이 차별화되어 있다. 일본의 경우 역시 온천의 발생원에 따라 온천을 구분하는 명칭이 명확하고 온도 및 수질기준이 높아 온천의 차별성과 전문성을 강조하고 있다.

해외사례지역과는 달리 우리나라는 온천에 대한 명칭이 애매모호한 경우가 많으며, 각 업소마다 개개인의 온천탕을 녹차탕, 거품탕 등 다양한 이름으로 부르고 있는데,

이러한 다양한 명칭들은 방문객에게 혼란을 초래할 뿐만 아니라 온천의 전문성을 떨어뜨릴 수 있다. 이에 온천과 온천탕에 대한 명확한 기준이 필요하며, 이를 법적으로 규제할 수 있는 방안 또한 마련되어야 할 것으로 보여진다.

□ 에이징믹스(Aging Mix)를 통한 고령화시대의 온천관광지 활성화

일본의 온천은 노천탕같이 인위적이지 않으면서도 이용객들에게 색다른 경험을 제공하고자 하는데, 온천수를 이용한 찜요리 체험, 미용 체험 등을 개발하여 관광객의 연령층을 낮추고자 하는 노력을 볼 수 있다. 또한 일본 벳부지역은 전 연령이 즐기는 관광지로서의 벳부온천을 넘어 노화나 장애로 인해 불편을 겪는 이용객들의 보편적 관광을 위한 무장애시설을 개발하고 있으며, ‘Japan Sun industry’를 중심으로 노인과 장애인에 대한 일자리 창출이 활성화되고 있다.

독일의 경우에는 오랜 시간 이어온 온천수를 활용한 질병예방, 치료과정 등을 홍보 수단으로 스토리텔링을 활용하여 많은 이들의 관심을 유도하고 다양한 연령층의 방문객을 유치하고 있다.

헝가리의 온천은 우리나라 온천과 유사함과 동시에 많은 차이를 지니고 있는데, 가장 큰 차이는 온천의 타깃 연령에 있다고 볼 수 있다. 우리나라의 경우 온천은 노인들을 위한 공간이라는 인식이 지배적이며, 실제 타깃 연령층과 이용객이 고령층으로 지역 내 활발한 소비활동을 일으키지 않음에도 방문객 연령층 확대를 위한 노력을 찾아보기 어려운 실정이다. 같은 문제의식에 대해 헝가리 부다페스트 온천은 젊은 연령층이 좋아할만한 테마와 콘텐츠, 온도의 다양화를 통해 보다 넓은 연령층이 쉽게 즐길 수 있는 공간으로 개선하고자 노력하였다.

우리나라의 온천은 전라로 입욕하는 방식이 대부분이며, 일부 연령층 확대를 위해 테마파크형 온천을 조성하고 있으나 이는 전연령을 아우를 수 있는 근본적인 접근방식이 아니라고 볼 수 있다. 우리나라의 온천도 연장자들이나 육체적으로 취약한 부류만 공략할 것이 아니라, 모든 연령대의 관광객을 유도하기 위한 다각적인 프로그램이 마련되어야 할 것이라고 사료된다.

□ 온천관광지구와 지역자원을 연계한 신산업 육성

최근 건강과 미용, 휴식을 결합한 헬스 앤 웰니스 투어리즘(Health & Wellness Tourism)에 대한 관심이 집중되면서 온천에 대한 관심도 점차 증가하고 있는 추세이다. 일본, 독일, 헝가리 그리고 우리나라까지 역사적으로 온천은 치유와 요양, 휴식을 목적으로 활용되어 왔으며, 각국의 문화에 따라 현재의 모습에 다다랐다고 볼 수 있다.

일본 온천은 본래 탕치(湯治)문화로부터 발전하여 무사와 군인을 위한 요양시설과 관련 연구기관들이 구성되어 있으며, 이를 기반으로 치료과정과 탕치체험관광이 파생되어 현대인들에게 적합한 형태로 개발되었다.

독일은 앞서 언급한 바와 같이 예방, 치료 및 재활 목적의 온천의학이 발달했을 뿐만 아니라 국립 관광청을 중심으로 독립호텔, 웰니스 뷰티 등을 지원하여 다양한 신산업을 육성하고 있다.

헝가리는 전통적인 광천수요법과 온천수 음용을 통한 의학 요법이 발달하였으며, 다양한 온천시설의 형태와 온천수의 성분을 기반으로 관광산업과 의학산업을 연계한 다양한 의학 요법이 개발되고 있다.

우리나라의 경우 의학 분야에서 온천수를 활용한 기법은 대체의학으로 구분되어 연구개발이 충분히 이루어지지 않았으며, 지속적인 연구가 필요한 실정이다. 온천이라는 천연자원은 한 사업영역에만 국한된 것이 아닌, 의료업계와 레저산업, 관광산업, 숙박시설, 식음료산업이 적절하게 어우러지는 종합힐링산업으로 각 업계간의 긴밀한 협력과 정보교환이 활발하게 이루어져야 할 필요가 있다.

□ 도전적인 콘텐츠 도입과 온천문화 혁신을 통한 마니아층 형성

일본 벳부시는 온천관광을 장려하기위해 온천 명인과 온천 마라톤 프로그램을 운영하고 있으며, 지역의 전통문화를 기반으로 한 불 마츠리 등을 연계한 행사를 개최하고 있다. 특히 온천명인 프로그램은 벳부시 내 다양한 온천을 경험하고 즐기며 일정 수의 도장을 모으면 상장과 부상을 부여하는 방식으로 온천 마니아층을 겨냥했다고 보여진다.

독일의 여러 온천중 바덴바덴 온천이 경쟁력을 갖는 이유는 온천이 발달하면서 카지

노, 무도장들과 세계 수준의 레스토랑 및 카페, 첨단의료시설과 요양시설 등 온천욕 이외의 매력적인 콘텐츠가 분포하기 때문이다.

헝가리 부다페스트 온천 역시 수영장, 터키식 열탕, 온수 풀 등 다양한 온천 시설뿐만 아니라 스파티(Sparty: 온천파티)와 시네트립(Cinetrip), 체스, 일광욕 등 다양한 콘텐츠를 제공하고 있다.

우리나라의 온천관광지구 역시 연례 축제와 지역행사를 개최하며 다양한 콘텐츠를 제공하고자 노력하고 있으나, 획일화된 행사구성과 온천과 연계성이 부족한 콘텐츠로 인해 한시적인 관광객 유치에 그치고 있다. 중심지로서 온천관광지구의 도시활력을 회복하기 위해서는 지역자원과의 연계와 더불어 지역 특성을 발휘할 수 있는 도전적 콘텐츠와 온천문화 혁신이 필요하다.

□ 해외 방문객을 유치할 수 있는 관광기반시설 확충과 온천문화확산

우리나라의 온천은 대부분 지방에 위치하여 수도권이 아닌 지방 관광도시의 온천 방문을 유도하기 위해서는 국내방문객 뿐만 아니라 해외 방문객도 확보할 필요가 있다. 외국인으로서 한국 내 타 지역의 온천관광 지역을 방문하기 위해서는 버스나 기차같은 교통수단을 이용해야 하는데, 이때 비영어권 국가 출신 외국인의 편의성을 고려할 필요가 있다.

수도권을 벗어날수록 영어 혹은 다른 언어로 쓰여진 안내판이나 표지판을 보기 어렵기 때문에, 타 지역에 위치한 온천관광 지역의 주요 명소들이 다양한 언어로 쓰여 있다면 더 많은 외국인들이 수도권을 벗어나 다른 지역으로 가는데 편리함을 느낄 것이라고 사료된다. 또한 우리나라 특유의 목욕문화(전라로 입욕)에 대해 생소함을 넘어 거부감까지 느낄 수 있다는 점을 고려하여 헝가리 부다페스트 온천과 같이 수영복을 착용하는 등 온천문화의 개선이 뒤따른다면 온천관광지구의 외국인 관광객 유치에 도움이 될 것으로 판단된다. 더불어, 지역주민들이 물려받은 공간인 온천을 중심으로 온천 이외의 여가시설, 편의시설 등 다양한 시설이나 온천과 연계된 행사나 축제들을 접목해, 온천과 연관된 문화적, 사회적, 여가적인 기능을 확충시킬 필요가 있다.

표 5-5 | 해외 온천관광지구 활성화 사례의 시사점과 국내 적용 방안

종합시사점	국내 적용 방안
우리나라 온천만의 정체성 부족	• 온천과 지역특성을 연결한 도시관광 모델 개발 • 소규모 자발적 재산을 유도하여 지역의 정체성 강화 • 장소마케팅을 통한 지역 온천 홍보 • 지역 고유의 역사성·정체성 보존을 위한 방안 마련
온천관광지구 차별화를 위한 법적 규제 강화	• 온천관광지구의 차별화 전략 마련 • 온천수에 대한 엄격한 판단기준으로 온천수의 질 관리 • 관광특구제도 정비 • 소규모 온천활성화를 위한 기반 마련
에이징믹스(Aging Mix)를 통한 고령화시대의 온천관광지 활성화	• 연령통합적 온천관광지구 활성화 • 온천시설 복합화 및 이벤트 발굴
온천관광지구와 지역자원을 연계한 신산업 육성	• 이벤트, 서포터 등 온천과 관광을 중심으로 일자리 창출 • 지역 산업과 연계한 신성장 동력 마련
도전적인 콘텐츠 도입과 온천문화 혁신을 통한 마니아층 형성	• 온천관광시설의 다양화 • 온천과 연계한 차별화된 관광 콘텐츠 발굴 및 육성
해외 방문객 유치를 위한 관광기반시설 확충과 온천문화확산	• 외래 관광객 유치를 위한 수용태세 정비 • 새로운 온천문화확산 • 지역·방문객 주도의 지역 마케팅 확산

자료: 저자 작성.

6

CHAPTER

도시내 온천관광지구의 경쟁력 확보 방안

1. 온천관광지구 활력증진 방안 | 169
2. 온천관광지구 활력증진을 통한 도시경쟁력
확보 방안 | 180
3. 중점사례지역 경쟁력 확보 방안 | 191
4. 온천관광지구 지원정책 제언 | 214

도시내 온천관광지구의 경쟁력 확보 방안

본 장에서는 온천관광지구의 활력증진 방안과 이를 통한 도시경쟁력 확보방안을 제시하였다. 온천관광지구 활력증진을 위해서는 단기적 적용으로 장기적 변화를 가져 올 소규모 재생을 추진하고 온천과 도시관광을 결합한 모델의 고도화 방안을 제시하였다. 도시경쟁력 확보방안으로는 온천 자원과 지역자원을 연계한 온천 + @ 지역성장 모델 6가지를 제시하였으며, 이를 중점사례지역에 적용하였다. 마지막으로 온천관광지구의 활력증진과 경쟁력 제고를 위한 정책제언을 도시와 관광정책으로 구분하여 제시하였다.

1. 온천관광지구 활력증진 방안

1) 단기적 적용으로 장기적 변화를 가져 올 수 있는 소규모 재생 추진

온천관광지구의 활력증진을 위해서는 차별화된 도시재생 전략이 필요하다. 3장에서 확인한 바와 같이 도시쇠퇴지역과 관광쇠퇴지역은 그 특성이 다르게 나타났으며 그 해결책 또한 다르게 접근해야 한다. 따라서 본 연구에서는 온천관광지구의 재생을 위해 하드웨어 중심의 대규모 재생전략 보다는 ‘장소마케팅’, ‘택티컬 어바니즘’, ‘DIY(Do it yourself) 어바니즘’ 등 단기적 적용으로 장기적 변화를 유도할 수 있는 소규모 재생 전략을 제시한다.

표 6-1 | 소규모 재생의 추진

추진 방안	주요내용	
장소마케팅 (Place Marketing)	온천과 함께 먹거리와 즐길거리를 혼합한 우리나라만의 온천 이미지 만들기	
택티컬 어바니즘 (테스트베드)	단기적이지만 다양한 도시 이벤트를 통해 공간의 잠재성을 발견하고 지속가능한 도시를 계획	
DIY 어바니즘 (Do it yourself)	주민이 도시계획의 주체가 되어 모든 과정에 참여하고 도시환경을 능동적으로 변화	

자료: 저자 작성.

(1) 장소마케팅을 통한 온천관광지구 이미지 제고

국내 온천관광지구의 지역상인과 외부 방문객을 대상으로 한 설문조사 결과 도시내 온천자원이 도시경쟁력에 미치는 영향은 매우 크며 온천과 함께 주변 먹거리와 즐길거리가 중요한 방문 요인으로 나타났다. 지역상인의 경우 96.5%, 외부 방문객의 경우 68.0%가 온천자원이 도시경쟁력 확보에 꼭 필요하다고 응답하였다. 온천관광지구의 방문요인으로서는 ‘주변 먹거리와 즐길거리’ (58.5%), ‘온천의 시설’ (35.2%), ‘온천 수질’ (14.0%) 순으로 응답하였다.

설문조사 결과에서 나타나듯이 우리나라 온천 방문객들은 온천의 시설과 온천수질 보다는 온천과 함께 주변지역의 먹거리와 즐길거리를 중요하게 생각하고 있으며 이는

우리나라 온천관광지구 방문객들의 특성을 나타내고 있다. 또한 2장의 이론적 검토결과와 도시내 온천자원과 도시의 자원을 결합하여 시너지 효과를 발생시키는 것이 도시 및 관광경쟁력의 우위를 가지는 것으로 나타났다.

우리나라의 온천문화는 입욕 함께 먹거리와 즐길거리를 혼합한 형태로 발전하였으며, 경제성을 추구하는 ‘찜질방’으로 변화되었다. 도시내 온천관광지구는 찜질방(씻고+먹고+자고)의 시초로 해석될 수 있으며, 이를 다시 도시 전반으로 확대하여 보다 다양한 문화와 교류를 재창조할 필요가 있다.

우리나라만이 가지고 있는 온천관광지구의 이미지를 제고하기 위해서는 소규모의 장소마케팅 전략이 필요하다. 장소마케팅의 최종 목표는 정신적·문화적 가치에 대한 경제적 효용성을 확인하는 것이다(홍성용, 2007). 장소마케팅을 통해 장소에 의미를 부여하고 장소자산화를 통해 가치를 높여 방문객을 유도하고 지역의 이미지를 제고할 필요가 있다. 또한 족욕카페, 커플탕, 가족탕 등 다양한 유형의 소규모 온천시설을 육성하여 일반적인 목욕탕에 벗어나 개성이 있고 한국만의 독특한 온천 이미지를 제고해야 한다.

(2) 택티컬 어바니즘을 통한 지속가능한 온천관광지구를 계획

택티컬 어바니즘이란 도시의 일부 공간을 최소의 자본을 통해 짧은 시간에 또는 임시적으로 활용하는 소규모 활동이라고 정의할 수 있다(김영현 외, 2018). 택티컬 어바니즘은 단기적이지만 다양한 도시 이벤트를 통해 공간의 잠재성을 발견하고 지속가능한 도시를 계획하는 것이다. 일시적, 한시적, 임시적이라는 의미를 포괄하는 소규모의 변화를 통해 계획공간의 잠재력과 다양한 가능성을 모색하고 이후 지속가능한 도시계획의 방향에 대해 논의하는 방법이다.

도시공간에서 택티컬 어바니즘이 필요한 이유는 활용할 수 있는 공간이 부족하기 때문이다. 특히 공공에서 추진하는 사업은 기존 도시지역의 높은 부동산 가격으로 공간 계획에 한계를 가지게 된다. 하지만 택티컬 어바니즘은 유휴공간을 활용하여 특별한 건축행위 없이 임시적인 시설로 다양한 효과를 얻을 수 있다. 대표적인 예로 뉴욕의

타임스퀘어와 같이 가로공간을 활용하는 사례와 일본의 오픈카페, 영국의 생태 수영장을 들 수 있다.

도시내 온천관광지구의 유휴공간에 택티컬 어바니즘 계획요법을 적용할 경우 관광객들이 온천욕 후 주변에서 즐길 수 있는 놀이시설, 문화·예술 공간, 공연장 등을 임시적으로 설치하고 지역 청년을 위한 창업공간, 회의공간 등으로도 활용할 수 있다. 계절마다 다른 테마를 적용할 수도 있고 유행과 관광트렌드 변화에도 쉽게 적응될 수 있다. 즉 빠르게 변화되는 사회 트렌드에 쉽게 적용하고 또 빠르게 대응할 수 있다는 점이 택티컬 어바니즘의 장점이다.

표 6-2 | 택티컬 어바니즘의 유형과 사례

택티컬 어바니즘 유형	주요사례
상업적 활용	팝업 스토어, 팝업 레스토랑 등
문화·예술적 활용	팝업 극장, 팝업 갤러리, 임시 전시관 등
레포츠 활용	덤프트럭 수영장, 도심스키장 등
커뮤니티 활용	커뮤니티 가든, 푸드 프로젝트, 커뮤니티 시설 등
그 외	대체주거지, 임시회의장, 창업공간 등

자료: 안형진·박현영, 2013. 재생사업지구 내 공가 및 공터 활용을 통한 유연적인 도시재생방안 연구. 국토계획. p352

(3) DIY(Do it yourself)어바니즘을 통한 온천관광지구의 능동적 변화

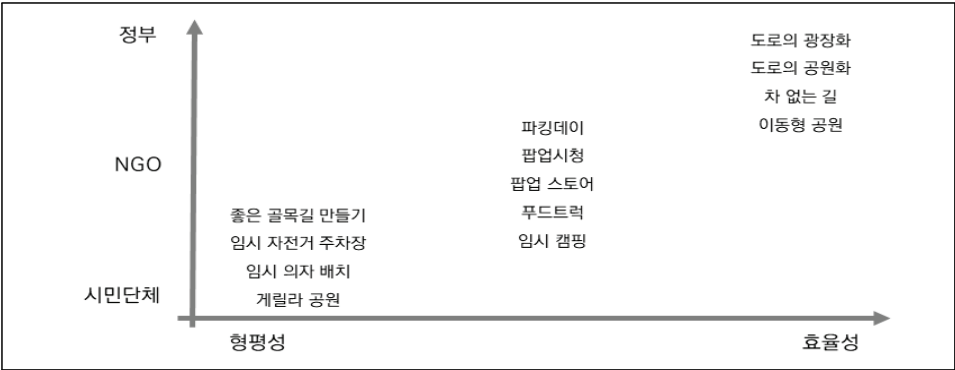
DIY 어바니즘은 Do it yourself의 약자로 주민이 도시계획의 주체가 되어 모든 과정에 참여하고 주거환경을 능동적으로 변화시키는 계획이다. 도시내 온천관광지구에서 DIY 어바니즘이 중요한 계획요소로 부각되는 이유는 사회적 가치관의 변화가 관광소비에도 반영되기 때문이다.

최근 관광소비패턴의 변화는 소유권보다는 경험, 체험을 소중히 여기는 가치형 소비의 확대, 나홀로 소비계층 증가, 시니어의 건강한 삶 추구 등 사회적 가치관이 관광소비에도 반영되고 있다는 점이다(김향자·최자은, 2017). 소소한 행복을 추구하는 일상 속 여행이 이루어져 가볍게 혼자 여행할 수 있는 골목, 거리, 시장 등이 있는 근거리여

행, 원도심여행 및 레포츠 관련 체험이 주목을 받고 있다. 밀레니얼세대는 다른 세대와 비교하여 연간 4회 이상 더 많은 여행을 하지만 이전세대보다 부를 축적하기 어려운 상황으로 단기여행을 선호하고 있다(OECD, 2018). 나홀로 여행하는 혼행족은 2011년에서 2017년까지 5배 급증한 것으로 나타났다(김향자·최자은, 2017).

도시속의 일생 생활을 즐기는 관광객들이 증가하면서 주민들의 삶의 질을 높이는 하드웨어 및 소프트웨어 적인 계획요소가 중요해지고 있다. 즉 주민들이 살기 좋고 즐길거리가 풍부한 도시에는 관광객 또한 즐거움을 느끼고 재방문에 대한 욕구가 커지는 것이다. DIY 어바니즘을 통한 온천관광지구의 능동적 변화는 살기 좋은 온천관광지구를 만드는 동시에 다시 방문하고 싶은 온천관광지구로 변화시킬 것이다.

그림 6-1 | DIY 어바니즘의 종류



자료: 세계도시정보, 미국도시계획의 신개념, DIY 어바니즘 재인용. [2019.12.20. 접속]

2) 온천과 도시관광을 결합한 모델의 고도화

온천과 도시관광을 결합하여 온천지구의 쇠퇴를 재생으로 전환하고 도시의 활력을 증진하는 실천적 방안을 모색할 필요가 있다. 이는 내부 고객과 외부 고객을 동시에 만족시키고 상호교류와 소통을 통해 온천지구의 경제활성화를 도모할 수 있다. 이를 위해서는 도시차원에서 온천관광지구 활성화 계획을 수립해야 한다.

□ 사람들이 머물 수 있는 오픈 스페이스 확보 (하드웨어)

지역 내 거주자는 물론 외래 방문객들이 편하게 모이고 체류할 수 있는 오픈스페이스를 확보하고 지구 내 공간적 거점, 이동을 위한 거점 등으로 활용한다. 또한 외래 방문객을 위한 주차 편의성을 고려하고 야간에도 안전하게 이용할 수 있는 공개적 장소로 육성할 필요가 있다. 포토존, 이미지존, 미디어파사드, 수경요소, 커뮤니티광장 등 소비자 눈높이와 트렌드에 맞는 매력적인 공간으로 재구성해야 한다.

□ 온천시설 + 볼거리·즐길거리 자원 및 콘텐츠 발굴 육성 (소프트웨어)

온천시설을 기본으로 하고 볼거리, 즐길거리, 체험프로그램, 먹거리 등을 제공하여 체류시간과 방문 후 만족도를 높이는 방안을 마련하기 위해 웰니스 관광을 지향하고 광범위하게 접근해야 한다. 특히 홍보활동을 강화할 필요가 있는데, 주요 홍보활동으로는 온천시설 외 다양한 특화사업 발굴 및 육성, 평일, 주말, 성수기 등을 고려한 상시 프로그램 운영(대표 이벤트), 기존의 온천 족욕탕을 중심으로 도시내 힐링 포인트로서의 콘텐츠 활성화, 온천과 힐링·치유·웰니스 등으로 콘셉트 설정, 건강 먹거리 발굴 및 음식점 육성, 쇼핑관광 활성화(주변 재래시장, 웰니스 전문점 등) 등이 대표적이다.

□ 온천관광지구의 통합적 관광이미지 구축 및 강화 (소프트웨어)

그간 약화된 온천관광지구의 관광이미지와 관광 방문지로서의 매력도를 되살리는 통합적 이미지를 재구축하고 브랜드화하는 것이 필요하다. 온천과 건강, 힐링, 웰니스 등의 개념을 통합하는 이미지와 브랜드를 발굴하여 대내외 홍보 콘텐츠로 활용할 수 있도록 기반을 마련해야 한다.

청년층과 실버층, 유한계층 등에 동시에 적용 가능한 단순한 이미지로 접근할 필요가 있다. 일반적으로 청년층은 활동력이 강하나 관광소비력이 떨어지고, 실버층은 소비력이 강하기는 하나 자기만의 개성을 강조하며, 유한계층(주로 부녀자)은 욕구가 매우 다양하여 중간적 완충역할이 가능하므로 계층이나 타깃별 특성을 반영한 이미지와 브랜드로 구성해야 한다. 또한 남녀노소 누구나 즐기는 “모두의 온천”으로 이미지를 구축하여 도시형 온천의 특성을 반영할 필요가 있다.

□ 감각요소와 공간요소의 결합(클러스터 효과) 및 상품화

인간의 대표적인 감각으로 시각, 촉각, 청각, 후각, 미각 등 오감이 있으며 공간요소로는 보행, 관광, 녹지, 계단, 축, 원호공간, 공간의 크기, 빛과 색의 구성 장치와 장식으로 구분될 수 있다(홍성용, 2007). 도시내 유사한 업종의 근접이 다양한 시너지 효과를 누릴 수 있듯이 온천자원과 도시자원이 결합될 경우 앞에서 언급한 인간의 오감을 모두 충족시킬 수 있다. 이는 우리나라의 대표적인 온천관광지구 이미지로 발전할 수 있으며, 하나로 연계되는 거대한 도시 상품으로 육성이 가능하다.

□ 온천관광지구의 활력증진의 상징으로서 휴먼웨어 인프라 구축 및 관광상품화 (휴먼웨어)

사람을 핵심적 관광자원으로 하는 휴먼웨어형 관광상품 육성과 활용을 통해 활력증진의 기초로 삼아야 한다. 청년공동체, 실버공동체 등 이용자 타깃별 사업 발굴 및 운영을 통해 맞춤형 인적자원을 육성할 필요가 있다. 공동체 활동 활성화를 위한 지원사업 발굴 시행(청년층, 실버층, 직장인, 유한계층 등)하고 실내+실외 공간 활용 프로그램으로 운영, 건강증진, 문화예술창작 등 공동체 활동 영역을 다양화, 각 공동체 활동의 플랫폼 기능 및 지원을 위한 사업을 동시에 진행(각 공동체 간의 연계사업)해야 한다.

표 6-3 | 온천과 도시관광 결합 모델

구분	온천과 도시관광 결합모델	주요내용
하드웨어	오픈스페이스 확보	• 오픈스페이스 지구 내 거점으로 육성 • 포토존, 이미지존, 미디어파사드, 수경요소, 커뮤니티광장 등
소프트웨어	온천시설+볼거리·즐길거리 자원 및 콘텐츠	• 웰니스 관광을 지향 • 홍보활동의 강화
	통합적 관광이미지 구축	• 통합적 이미지 구축과 브랜드화 • 다양한 계층이 즐기는 '모두의 온천'
	감각의 요소와 공간의 결합	• 시각, 촉각, 청각, 후각, 미각 등 인간의 오감과 도시공간의 결합
휴먼웨어	휴먼웨어 인프라 구축 및 관광상품화	• 휴먼웨어형 관광상품 육성 • 공동체 활동 활성화를 위한 지원사업발굴

자료: 저자 작성.

3) 장기적으로 외래 관광객을 위한 온천관광지구 관광수용태세 확충

장기적으로 온천관광지구 내 국내 관광객뿐만 아니라 외래 관광객의 방문을 유도하기 위해 온천관광지구의 서비스 수준 확보 및 만족도를 도모해 지속적인 재방문을 유도하는 전략이 필요하다. 숙박시설, 음식점, 쇼핑, 주차/교통, 정보안내 등 5개 부문을 핵심적인 과제로 설정하고 관광수용태세를 점검하고 정비할 필요가 있다. 관광수용태세 점검 체크리스트를 활용하여 소비자 관점에서 지속적인 모니터링을 시행해야 한다.

□ 숙박시설

숙박시설의 관광수용태세를 확충하기 위해 주차장, 로비, 객실 등의 시설 및 위생환경 점검 및 정비, 성수기 객실가격 바가지요금 관리, 장애인, 노약자 등을 위한 장애인 객실 확보, 편리한 예약시스템 구축(숙박예약 플랫폼 연계), 종사자 환대서비스, 언어, 복장 등을 점검하고 교육하는 등의 노력이 필요하다.

□ 음식점

음식점의 경우 종사자의 응대서비스, 메뉴, 위생 및 청결, 시설 및 환경 등 4개 부문으로 구분하여 점검 및 정비가 필요하다. 응대서비스는 환대 및 좌석안내, 메뉴 주문, 메뉴 제공, 식사 중 응대, 계산 과정, 배웅 및 환송 등 고객의 음식점 내 행동에 따른 응대과정을 점검할 필요가 있다. 또한 메뉴판 구비, 메뉴판의 구성, 외국어 표기 등의 점검과 함께 음식점 내 각종 집기의 위생상태, 화장실 위생 및 남녀 구분, 종사자의 복장 및 청결상태 등 점검, 주차장, 출입구, 내부환경의 쾌적성과 편의성 등 점검 등 시설 및 환경에 대한 점검이 필요하다.

□ 쇼핑

쇼핑은 관광객들의 핵심적 관심사항으로서 온천시설, 숙박시설이나 음식점 등 주요 방문시설의 인근에서 가능하도록 발굴해야 한다. 관광객들이 상품에 대한 흥미와 신뢰

를 동시에 가질 수 있도록 하는 체계가 중요하므로 특산품, 독특한 기념품, 매력적인 포장, 가격표시, 신용카드사용 등을 주요 과제로 점검하고 정비할 필요가 있다.

주변 재래시장은 소규모 포장, 포장디자인, 가격표시, 신용카드 등을 중점적으로 점검하고 정비하여 온천관광지구 내 관광객들의 쇼핑 명소로 만드는 전략이 필요하다. 지역 내 청년들을 대상으로 특산품 및 기념품 개발 아이디어를 공모하여 청년창업을 지원하고 사업화를 추진하며, 지역 내 공동체 경제활성화와 관광객의 소비를 동시에 촉진, 공급자와 소비자의 공유경제 실현 모델 구축이 가능하다.

□ 주차/교통

온천관광지구 내에 있는 숙박시설의 주차공간은 대체로 양호한 편으로 파악되나, 음식점과 쇼핑시설의 주차공간은 매우 부족한 편이다(불법 길거리 주차 중심으로 이용). 일정 구간 길거리 주차를 합법화하여 주차장 공급량을 늘리고 안내표지시설을 확충해야 한다. 장애인주차장을 적정 수준에서 필수적으로 확보하고 외래 방문객이 대중교통을 이용하여 접근할 경우를 대비하여 안내표지판을 관광객 중심으로 재구성하고 홍보 수단으로 활용해야 한다.

□ 정보안내

온천관광지구는 비교적 넓은 면적으로 구성되어 있어서 온천지구 내 각 시설과 프로그램에 대한 안내체계가 매우 중요하다. 도보권, 차량이용 등에 대한 정보를 우선적으로 제공하기 위해 온천관광지구 특화 관광안내지도가 꼭 필요하며 각 숙박시설, 음식점 등에 비치하여 관광객들이 손쉽게 활용하도록 유도(스마트폰용 온천관광앱 병행)할 필요가 있다. 온천관광지구 내 각 지점별로 종합관광안내시설, 방향안내시설 등을 배치하여 도보 관광객들에게 편의를 제공해야 한다.

표 6-4 | 외래 관광객을 위한 관광수용태세 확충방안

구분	주요내용
숙박시설	• 주차장, 로비, 객실 등의 시설 및 위생환경 점검 및 정비 • 성수기 객실가격 바가지요금 관리 • 장애인, 노약자 등을 위한 장애인 객실 확보 • 편리한 예약시스템 구축 (숙박예약 플랫폼 연계) • 종사자 환대서비스, 언어, 복장 등 점검 및 교육
음식점	• 응대서비스 : 환대 및 좌석안내, 메뉴 주문, 메뉴 제공, 식사 중 응대, 계산 과정, 배웅 및 환송 등 고객의 음식점 내 행동에 따른 응대과정 점검 • 메뉴 : 메뉴판 구비, 메뉴판의 구성, 외국어 표기 등 점검 • 위생 및 청결 : 음식점 내 각종 집기의 위생상태, 화장실 위생 및 남녀구분, 종사자의 복장 및 청결상태 등 점검 • 시설 및 환경 : 주차장, 출입구, 내부환경의 쾌적성과 편의성 등 점검
쇼핑	• 관광객들이 상품에 대한 흥미와 신뢰를 동시에 가질 수 있는 체계가 중요하므로 특산품, 독특한 기념품, 매력적인 포장, 가격표시, 신용카드사용 등을 주요 과제로 점검하고 정비 • 주변 재래시장은 소규모 포장, 포장디자인, 가격표시, 신용카드 등을 중점적으로 점검하고 정비하여 온천관광지구 내 관광객들의 쇼핑 명소로 만드는 전략 • 지역 내 청년들을 대상으로 특산품 및 기념품 개발 아이디어를 공모하여 청년창업을 지원하고 사업화를 추진하여, 지역 내 공동체 경제활성화와 관광객의 소비를 동시에 촉진, 공급자와 소비자의 공유통제 실현 모델 구축 가능
주차/교통	• 일정 구간 길거리 주차를 합법화하여 주차장 공급량을 늘리고 안내표지시설 확충 • 장애인주차장을 적정 수준에서 필수적으로 확보 • 외래 방문객이 대중교통을 이용하여 접근할 경우를 대비하여 안내표지판을 관광객 중심으로 재구성하고 홍보수단으로 활용
정보안내	• 도보권, 차량이용 등에 대한 정보를 우선적으로 제공하기 위해 온천관광지구 특화 관광안내지도가 꼭 필요하며 각 숙박시설, 음식점 등에 비치하여 관광객들이 손쉽게 활용하도록 유도 (스마트폰용 온천관광앱 병행) • 온천관광지구 내 각 지점별로 종합관광안내시설, 방향안내시설 등을 배치하여 도보 관광객들에게 편의 제공

자료: 저자 작성.

4) 온천시설의 복합화와 이벤트 프로그램

□ 온천시설의 복합화 유도(하드웨어)

기존 온천시설의 기능적 단순함으로 인해 집객력 있는 관광시설로서의 매력도가 떨어져 있으므로 복합적 기능을 유도하여 관광 집객시설로서의 기능 강화가 필요하다. 지자체별 온천관광지구 지원조례 등을 활용하여 주요 온천시설을 중심으로 시설개선 협의를 추진하고 시설개선에 필요한 재원조달 등 지원방안을 모색해야 한다.

복합적 온천시설은 사우나, 찜질방, 식음시설, 모임방, 노래방, 영화방, 음악감상실, 피트니스, 뷰티숍 등을 복합적으로 운영하는 것으로서 타 지역을 벤치마킹하여 온

천 특화 시설로 포지셔닝하는 전략이 필요하다.

□ 온천관광지구의 대표 이벤트 발굴·운영 (소프트웨어)

각 계절이나 주말에 온천 특화 이벤트를 발굴 운영하여 관광 집객력을 제고할 필요가 있다. 온천관광지구 내 유희공간을 이용한 대규모 힐링음악 콘서트, 재즈 콘서트 등을 체류 관광객들을 위해 개최하여 대외적인 이미지를 구축하고 적극적인 홍보가 수반되어야 한다. 기존의 야외공연장과 온천족욕장, 보행자 공간 등을 이용하여 주말 청년 버스킹 공간으로 활용이 가능하다.

청년힐링음악 경연대회, 청년힐링랩 경연대회, 건강지압길 달리기 대회, 건강 먹거리 프리마켓 운영, 온천의 밤 등 지역민과 관광객들이 함께 즐기는 이벤트를 꾸준히 운영하여 보고 즐길거리가 풍부한 온천 이미지 구축 및 홍보가 필요하다.

□ 온천 시민 서포터즈 운영 (휴먼웨어)

온천의 공동체 활력증진과 홍보, 관광 집객력 향상을 위해 시민들이 주축이 되는 온천 서포터즈를 조직적으로 운영할 필요가 있다. SNS를 활용한 대외적 홍보활동, 각종 프로그램 운영 지원, 지역 내 관광시설 및 종사자 대상 관광수용태세 모니터링 및 캠페인, 대내외 유사 조직 교류활동 등을 4대 목적사업으로 설정하여 활동을 추진한다.

구청, 상인회, 주민조직 등은 시민 서포터즈의 원활한 활동을 도모하기 위한 지원체계를 구축하고 중장기적으로는 청년 서포터즈 자체가 외래 관광객을 위한 인적 관광자원으로서의 역할을 할 수 있도록 경쟁력있는 관광조직으로 육성할 필요가 있다.

표 6-5 | 온천시설의 복합화와 이벤트 프로그램

구분	온천과 도시관광 결합모델	주요내용
하드웨어	온천시설의 복합화	• 온천사우나 → 체류형 복합건강문화시설 • 지자체별 지원조례를 활용한 시설개선
소프트웨어	대표 이벤트 발굴·운영	• 유희공간을 활용한 문화공간 조성 • 지역민과 관광객이 함께 즐기는 이벤트
휴먼웨어	온천 시민 서포터즈 운영	• 온천 서포터즈를 조직적으로 운영

자료: 저자 작성.

2. 온천관광지구 활력증진을 통한 도시경쟁력 확보 방안

1) 기본방향

온천관광지구의 활력증진을 통한 도시경쟁력 확보방안을 위해 본 연구에서는 온천 잠재력과 지역의 자원을 결합한 새로운 지역성장 모델과 함께 방문자 욕구충족을 통한 지역현안 문제 해결, 온천자원과 연계한 지역현안사업 추진 및 도시활력 도모 방안을 제시한다.

그림 6-2 | 온천관광지구 활력증진을 통한 도시경쟁력 확보 방안



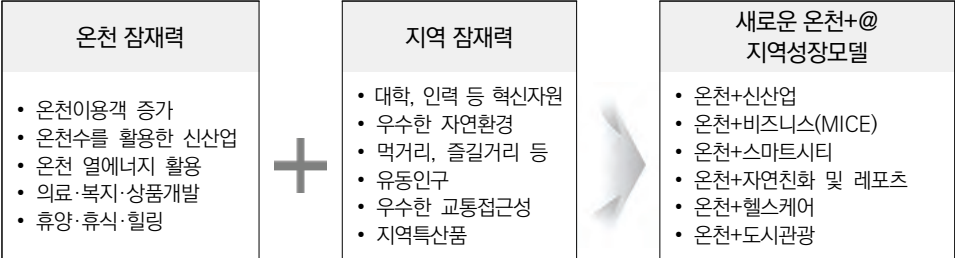
저자 작성.

(1) 온천 잠재력과 지역의 자원을 접목한 새로운 지역성장 모델 개발

본 연구에서는 온천 본연의 잠재력과 지역이 가지고 있는 자원을 결합하여 새로운 지역 성장동력을 창출하는 등 지역의 새로운 성장모델을 제시하였다. 지역자원으로는 대학, 연구단지, 기업, 고급인재 등 지역 혁신자원이 대표적이며, 온천이용객의 지속적인 증가와 함께 온천수를 활용한 다양한 신산업 개발, 온천 열에너지 활용, 의료·치료·건강상품 개발 등 온천이 가지고 있는 잠재력과 연계하여 도시 전체의 경쟁력을 확보하는 방안이다.

새로운 온천+@ 지역성장모델은 지역의 신산업 육성, 일자리 창출, 유동인구 확보 등을 통해 지역활성화를 도모하고 도시경쟁력을 강화시킬 것이다.

그림 6-3 | 지역자원 및 온천 잠재력을 접목한 새로운 지역성장모델

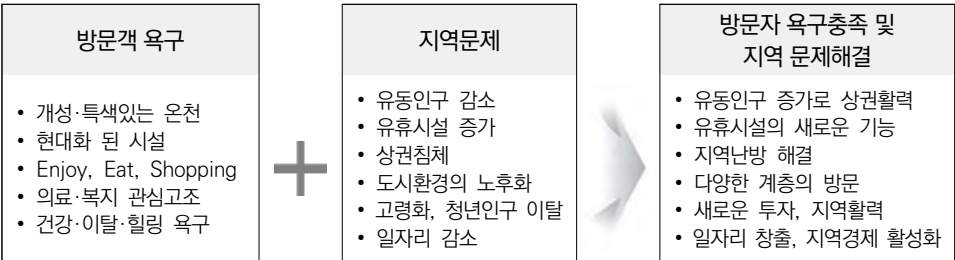


자료: 저자작성.

(2) 온천관광지구의 방문자 욕구 충족을 통한 지역현안 문제 해결

온천관광지구를 찾는 방문자들의 관광욕구를 충족시키는 동시에 지역현안을 해결하는 방안을 결합시켜 두 가지 문제를 동시에 해결하는 방안이다. 주민설문조사 결과 방문객들이 원하는 온천관광지구의 키워드는 개성 있는 온천, 시설의 현대화, 즐길거리·먹거리 다양화, 쇼핑, 의료·복지, 건강 및 힐링 등이며, 온천관광지역의 현안 문제들인 유동인구 감소, 유흥시설 증가, 상권침체, 시설의 노후화 등을 방문객들의 욕구 충족과 함께 해결하는 방식이다.

그림 6-4 | 방문자 욕구 충족을 통한 지역현안 문제 해결

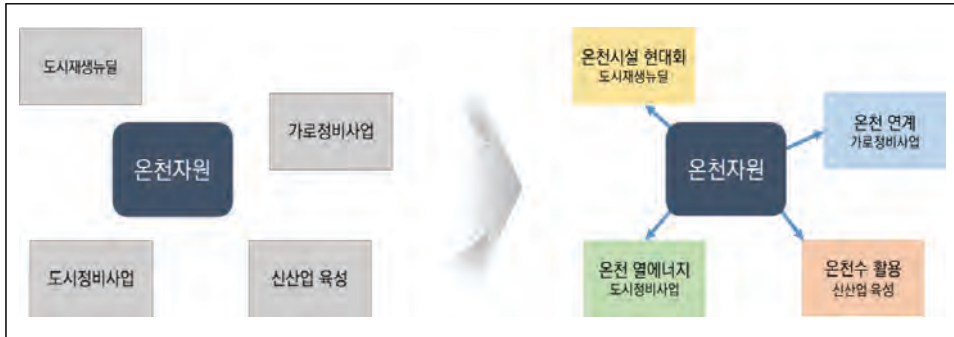


자료: 저자작성.

(3) 온천자원 연계한 지역현안사업 추진 및 도시활력 도모

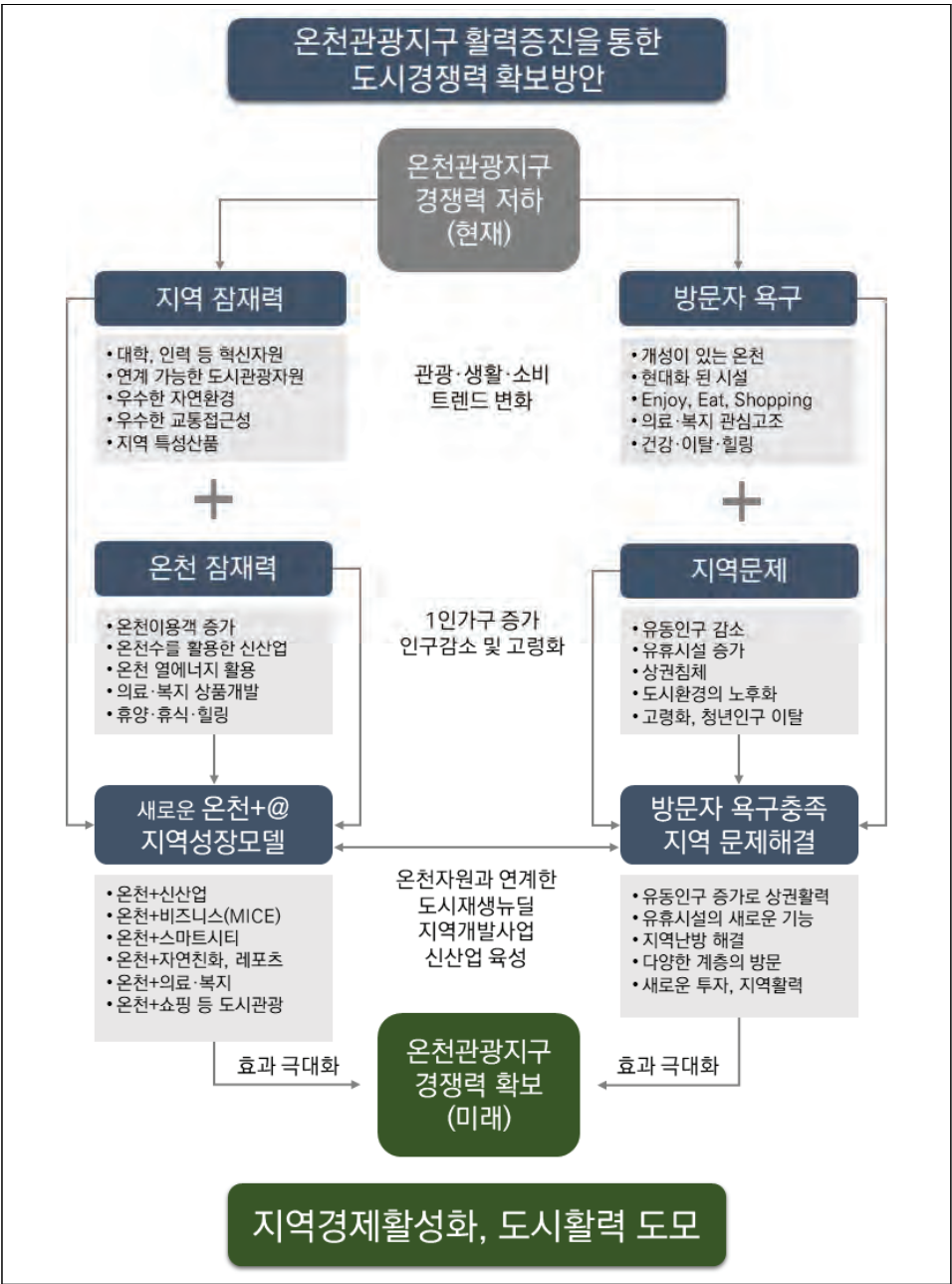
현재 추진되고 있는 온천관광지구 내 또는 주변 사업들은 지역현안 문제를 해결하기 위한 목적 하에 개별적으로 추진되고 있지만, 온천자원을 활용한 사업계획을 수립할 경우 사업 효과를 극대화시킬 수 있다. 도시내 온천관광지구는 대부분 80년대 또는 그 이전에 형성되었기 때문에 도시환경이 낙후되어 현재 도시재생 및 정비사업 등이 개별적으로 추진 중이다. 이러한 지역사업들과 함께 온천이라는 지역자원을 효율적으로 활용하여 온천시설의 현대화와 온천과 주변지역간 연계사업, 온천열에너지를 활용한 신재생 주택 등을 계획할 수 있다. 온천이라는 특수한 지역자원을 활용함으로써 차별화된 지역현안사업을 추진할 수 있는 동시에 온천시설과 주변지역이 상생 발전할 수 있는 계기가 마련될 수 있다.

그림 6-5 | 온천자원 연계형 지역현안사업(예시)



자료: 저자작성.

그림 6-6 | 온천관광지구 활력증진을 통한 도시경쟁력 확보방안



자료: 저자 작성.

2) 온천+@ 지역성장모델

본 연구에서는 온천관광지구 활력증진을 통한 도시경쟁력 확보방안을 위해 6가지 온천+@ 지역성장모델을 제시한다. 온천자원과 관련된 신산업을 육성하는 온천+신산업 모델, 온천자원과 MICE산업 등 비즈니스를 결합한 온천+비즈니스 모델, 온천에 트렌드세터(Trend Setter), 인플루언서(Influencer) 등의 유입을 위한 온천+스마트시티 모델, 온천과 주변의 우수한 자연환경 및 레포츠 기능을 결합한 온천+자연친화레포츠 모델, 온천과 최근 고령화 및 건강에 대한 수요를 충족시키는 온천+헬스케어 모델, 그리고 마지막으로 우리나라 찜질방의 도시 확장판인 온천과 다양한 도시관광을 결합한 온천+도시관광 모델이다.

6개의 온천+@ 지역성장모델은 이용자 측면에서 다양한 활동이 가능하도록 하고 지역활력 측면에서는 새로운 일자리를 창출하고 유동인구 증가를 통한 상권활성화, 지역투자 활성화 등 지역경제활성화에 기여 할 것으로 기대한다.

표 6-6 | 온천+@ 지역성장모델의 기능적, 이용자, 지역활력 측면 종합

모델	기능적 측면	이용자 측면	지역활력 측면
온천+신산업	• 온천수를 활용한 신산업 • 대학 등 혁신자원과 연계 • 연구개발-생산-판매	• 기업창업 • 지역정책 • 관련 상품의 소비	• 신산업 육성 • 일자리 창출 • 지역경제 활성화
온천+비즈니스	• MICE 기능 • 각종 행사 개최 • 유휴공간 활용	• 비즈니스 후 온천 • 휴식 및 힐링 • 일상생활 속 온천	• MICE 산업육성 • 상권활성화 • 도시효율 및 활력증진
온천+스마트시티	• 청년창업 공간 • 문화·예술·공연공간 • 체육시설, 도서관, 기숙사	• 문화활동 • 혁신공간 증가 • 창조활동 증가	• 젊은 유입 • 상권활성화 • 지역투자
온천+자연친화 및 레포츠	• 자전거 코스, 캠핑장 • 수상레저 • 스키장	• 레저관광 • 활동 및 휴식 • 즐길거리 풍부	• 상생발전 • 체류형 관광 • 상권활성화
온천+헬스케어	• 의료·복지센터 • 건강·힐링 상품 • 의료산업	• 치료·건강·미용 등 • 건강상품 소비 • 휴식 및 힐링	• 신산업 육성 • 일자리 창출 • 지역활성화
온천+도시관광	• 도시서비스 • 음식점, 전통시장 • 종합 쇼핑센터	• 도시형 찜질방 • 다양한 먹거리, 놀거리 • 쇼핑, 도시체험	• 도시산업과 연계 • 유동인구 증가 • 상권활성화

자료: 저자작성.

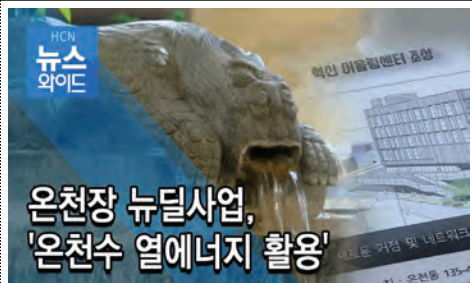
(1) 온천 + 신산업 모델

온천수 등 온천자원을 활용한 신산업 육성 지역성장모델이다. 도시내 온천관광지구 주변에 대학, 연구소, 기업 등 혁신역량이 밀집한 지역과 새로운 일자리가 필요한 도시에 적용 가능하다. 대학 및 연구기관 등 혁신역량과 온천자원을 연계하여 연구개발, 열에너지 활용, 화장품 개발 등 신산업을 육성한다. 최근 온천수 열에너지를 활용하여 지역난방 등으로 활용하고 있으며, 온천수를 활용한 화장품 등 미용용품을 개발하고 있다.

기능적으로는 대학 등 지역 혁신자원과 연계를 통해 온천수를 활용한 신산업을 육성하고 연구개발-생산-판매 등이 온천관광지구내에서 이루어지도록 산업생태계를 마련한다. 이용자 측면에서는 기업창업 활동을 펼치고 지역에 정착을 하고 소비자들은 관련 상품을 소비함으로써 지역 상권을 활성화시킨다. 도시차원에서는 신산업 육성을 통해 새로운 일자리를 창출하고 지역경제 활성화를 견인한다.

표 6-7 | 온천 + 신산업 모델의 주요내용

구분	주요내용
모델명	신산업 온천 모델
개념	온천자원을 활용한 다양한 신산업을 육성
적용지역	대학, 연구소, 기업 등 혁신역량을 밀집하고 지역의 새로운 일자리가 필요한 지역
중요기능	R&D 등 연구개발, 신산업 육성, 온천열에너지 활용, 화장품 개발 등
기대효과	온천자원을 활용한 신산업육성으로 지역의 일자리 창출 및 지역경제 활성화



자료: (상)저자 작성, (좌하) 디자인하우스 홈페이지, [2019.11.29. 접속], (우하) 공이철, “온천장 뉴딜사업, ‘온천수 열에너지 활용’”, 현대 HCN뉴스. [2019.10.22. 보도]

(2) 온천 + 비즈니스(MICE) 모델

온천관광지구에 MICE산업을 유치한 온천자원과 비즈니스가 결합된 지역 성장 모델이다. 도시내 온천관광지구와 지역 산업 등 비즈니스와 MICE 산업 수요가 있는 지역에 적용가능하다. 쇠퇴하는 온천관광지구 내 유희공간을 소규모 회의장, 전시장 등으로 활용하여 도시내 소규모 MICE산업을 육성한다.

비즈니스 목적으로 방문한 방문객이 일과시간 이후 온천과 휴식을 즐기는 블레저(bleisure, business + leisure)족들을 위한 연계 프로그램을 마련하여 이용객들의 만족도를 높일 수 있다. 한국관광공사의 2017년 마이스 참가자 조사 자료에 따르면, 우리나라에서 열린 마이스 참가자들은 행사 참가 목적으로 평균 5.20일을 체류하는 것으로 나타났다. 블레저들이 비즈니스 이후 온천관광지구에서 휴식을 즐길 수 있는 지역 성장모델은 온천관광지구 활성화와 도시경쟁력 확보를 동시에 잡을 수 있는 좋은 아이템이다.

표 6-8 | 온천 + 비즈니스 모델의 주요내용

구분	주요내용
모델명	비즈니스형 온천 모델
개념	온천자원과 MICE 산업을 결합
적용지역	도시 온천관광지구 주변 MICE 산업 수요가 있는 지역
중요기능	소규모 회의장, 전시장, 각종 회의 및 행사 개최
기대효과	비즈니스 목적으로 방문한 방문객이 일과시간 후 온천과 휴식을 즐길 수 있음



자료: (상) 저자 작성. (좌하) 예금보험공사 블로그, [2019.11.26. 접속], (우하) 김영은, “도시 속 특별한 컨테이너, ‘언더스탠드에비뉴’” 소비자평가, [2017.01.22. 보도]

(3) 온천 + 스마트도시 모델

스마트 온천 모델은 온천관광지구에 스마트 시티를 결합한 모델이다. 여기서 스마트 시티는 4차산업혁명 시대의 스마트 첨단시설을 도시에 적용한 것을 포함하여 청년, 전문가, 문화·예술인 등 창조계층을 위한 공간을 의미한다. 온천관광하면 떠오르는 고령층 또는 가족단위 관광객에서 탈피하여 젊은 청년들과 문화·예술인 등 창조계층들이 방문하고 머무르는 스마트 온천관광지구 모델이다. 온천관광지구 주변에 젊은 트렌드세터 및 인플루언서들이 모이는 지역에 적용가능하다.

온천관광지구에 이들을 위한 창업공간, 문화·예술공간, 공연장, 체육시설, 도서관, 기숙사 등 스마트한 혁신공간을 조성하여 젊은 유동인구 유입 등 주변 상권활성화를 도모시킨다. 아울러 스마트 시티의 첨단기술과 온천의 휴양을 접목시켜 다양한 시너지 효과를 얻을 수 있다. 스마트 온천은 지역의 저임금 유지, 운영비, 유지관리비용, 에너지 소비 등 도시관리 비용을 절감시키는 효과가 있다.

표 6-9 | 온천 + 스마트도시 모델의 주요내용

구분	주요내용
모델명	스마트 온천 모델
개념	온천자원과 스마트도시를 결합
적용지역	청년, 전문가, 문화·예술인 등 창조계층, 트렌드세터, 인플루언서들이 많은 지역
중요기능	창업공간, 문화·예술공간, 공연장, 체육시설, 도서관 등 스마트 혁신공간 확충
기대효과	젊은 유동인구 유입 등으로 주변 상권활성화 도모 및 도시관리비용 절감



자료: (좌)저자 작성. (우) 박한용, “‘비긴어게인3’ 서울 버스킹 현장 공개, 게스트 김고은-정해인 출연”, 지피코리아, [2019.08.16. 보도]

(4) 온천 + 자연친화 레포츠 모델

자연친화 레포츠와 온천자원을 연계한 지역발전 모델이다. 이 모델은 온천관광지구 주변에 우수한 자연환경이 있고 다양한 레포츠 활동이 가능한 지역에 적용된다. 대도시 지역에서 벗어나 고립된 형태의 온천관광지구는 장기체류(1일 이상)형 방문객이 많기 때문에 이들이 다양한 레포츠 활동과 함께 온천을 즐길 수 있도록 해야 한다.

온천관광지구 주변 자연환경을 활용하여 스키장, 자전거 코스, 수상레저 시설, 캠핑장 등을 조성하여 방문객들이 낮에는 레저, 밤에는 온천을 즐길 수 있도록 종합적인 힐링 패키지 상품을 개발할 필요가 있다. 또한 레포츠에 필요한 장비(자전거, 스키용품, 수상레저 용품, 캠핑도구 등)를 편리하게 보관 및 이동할 수 있도록 다양한 형태의 숙박시설과 이동수단 등을 개발하여 이용객들의 편의를 제공할 필요가 있다.

표 6-10 | 온천 + 자연친화 레포츠 모델의 주요내용

구분	주요내용
모델명	자연친화 레포츠 연계형 온천 모델
개념	온천자원과 자연친화 레포츠를 연계
적용지역	온천관광지구 주변 우수한 자연환경, 다양한 레포츠 기능
중요기능	자전거 코스, 스키장, 수상레저, 캠핑 등
기대효과	방문객들이 낮에는 레저, 밤에는 온천을 즐길 수 있는 종합 힐링 패키지



자료: (상)저자 작성. (좌하) 조선일보, “겨울 특집 섹션 ‘스키&온천 G1~8...뜨거운 온천수에 언 몸을 담근다.”, 조선일보, [2009.12.11. 보도], (우하) 오수연, “산악자전거 울퉁불퉁 자연을 넘는다”, 중앙일보, [2015.05.14. 보도.]

(5) 온천 + 헬스케어 모델

헬스케어 온천은 온천자원과 헬스케어 산업을 결합한 모델이다. 최근 고령인구의 증가와 건강·치료·힐링에 대한 사회적 관심이 높아지면서 온천자원이 가지는 미래 잠재력은 매우 크다. 고령층 유동인구가 많고 교통접근성이 좋은 지역에 적합한 모델이다.

음용수 개발, 헬스케어 상품, 힐링 체험, 건강·치료 프로그램 등 온천자원을 활용한 다양한 헬스케어 산업 발굴 및 연구개발(R&D)을 추진하여 온천과 헬스케어 산업 활성화를 통해 도시경쟁력을 확보할 수 있다.

최근 헬스케어에 대한 사회적 수요와 산업적 관심이 커지면서 헬스케어 시장 또한 활성화 되고 있다. 온천수는 현재도 다양한 미용과 치료 목적으로 활용되고 있어 헬스케어 산업과의 시너지 효과를 극대화시킬 수 있다. 일본사례에서 나타났듯이 고령자들과 환자들이 온천관광과 함께 헬스케어를 받을 수 있도록 장기체류를 유도하는 등 다양한 프로그램과 기반시설 투자가 필요하다.

표 6-11 | 온천 + 헬스케어 모델 주요내용

구분	주요내용
모델명	헬스케어 온천
개념	온천자원과 헬스케어 산업을 접목
적용지역	고령층 유동인구가 많고 교통접근성이 좋은 지역
중요기능	음용수 개발, 헬스케어 상품, 힐링 체험, 건강·치료 프로그램 등
기대효과	고령화 시대의 새로운 헬스케어 산업 육성



자료: (상) 저자 작성, (좌하) 맹창호, “충남 웰니스 스파 국가전략사업으로 성장될까①”, 중도일보, [2017.10.30. 보도], (우하) 임소영, “온천수 마시고 몸 담그고...아토피 환자, 3주 만에 치료 효과”, 중앙선데이, [2014.10.19. 보도.]

(6) 도시관광 온천 모델

도시관광형 온천 모델은 도시관광자원과 온천을 결합한 모델이다. 주로 도시지역 내 위치한 온천관광지구에 적용가능하며 온천과 함께 도시의 다양한 서비스와 결합할 수 있기 때문에 온천관광지구 활력증진에 더욱 효과적이다. 우리나라의 대표적인 찜질방 시스템을 도시 확대판으로 확장하여 방문객들이 온천욕 후 쇼핑, 전통시장 탐방, 도시 체험 등 다양한 도시관광을 즐기도록 유도한다.

쇼핑센터, 음식점, 전통시장, 숙박업소 등 도시서비스를 기능적 측면에서 접근한다. 이용자들이 도시형 찜질방을 즐기면서 유동인구를 증가시키는 등 상권을 활성화시키는 효과가 있다. 정주인구가 지속적으로 감소하는 우리나라 중소도시들이 유동인구 늘리기 초점을 두는 현 시점에서 온천자원과 도시관광을 결합시킨 이 모델은 유동인구를 증가시키는 동시에 도시에 활력을 불어넣을 것으로 기대된다.

표 6-12 | 온천 + 도시관광 모델의 주요내용

구분	주요내용
모델명	도시관광형 온천 모델
개념	온천과 도시관광을 결합한 모델
적용지역	온천과 함께 쇼핑, 먹거리, 즐길거리가 있는 도시내 온천관광지구
중요기능	쇼핑센터, 전통시장, 먹자골목, 다양한 형태의 숙박업소 등
기대효과	온천시설과 함께 도시관광을 활성화시켜 상권활성화 등 지역경제에 기여



자료: (상) 저자 작성. (좌하) Visitsingapore 홈페이지, [2019.11.30. 접속.], (우하) 저자 직접 촬영.

3. 중점사례지역 경쟁력 확보 방안

1) 온천 + @ 지역성장모델 적용

중점 사례지역의 지역문제, 방문자 욕구, 지역 잠재력, 지역자원 등을 고려하여 지역맞춤형 온천+@지역성장모델을 적용시켜 보았다. 유성 온천관광지구는 주변 충남대, 카이스트, 대덕 연구단지 등 우수한 인재 및 혁신자원을 지역에 정착시키기 위해 스마트 및 비즈니스 온천 모델을 적용하였다. 온양 온천관광지구 전통시장 등 주변 상권과 우수한 대중교통의 접근성을 활용하여 주요 방문객인 고령층을 타깃으로 한 헬스케어 모델을 적용하였다. 수안보 온천관광지구는 우수한 자연환경과 1일 이상 체류하는 방문객의 특성을 반영하여 주변 자연과 레포츠를 즐길 수 있는 자연친화, 레포츠 모델을 적용하였다. 마지막으로 동래 온천관광지구 지역은 부족한 일자리를 창출하고 다양한 도시관광자원을 활용하는 도시관광 및 신성장동력 모델을 적용시킬 수 있다.

본 연구는 도시형 온천관광지구인 유성, 온양, 동래 온천관광지구와 단지형 온천관광지구인 수안보를 대상으로 온천관광지구의 경쟁력 확보방안을 제시하였다.

그림 6-7 | 지역 잠재력 및 방문자 욕구를 반영한 온천+@ 모델 적용(예시)

	지역문제	방문자 욕구	지역 잠재력	지역자원	적용 모델
유성	청년인구의 유입 저벽 • 유출중심의 도시이미지 • 청년층의 지역 정착 난관 • 호텔 관광업 쇠퇴 • 지역 상권 침체	청년이 이용하는 온천 • 청년공간 • 새로운 온천관광 시설 • 온천과 연계된 콘텐츠 • 지역 축제 활성화	중심지적 성격과 관광·산업기반 • 유성구의 중심상업지역으로 정착 • 뛰어난 접근성 • 생산기반인구 • 상권의 다양성	풍부한 혁신 자원 • 대덕 연구단지 인접 • 다수의 지역대학 분포 • 창의적 인재자원 풍부	스마트 비즈니스
온양	일본 이외의 국내외 관광객 • 유출중심의 도시이미지 • 청년층의 지역 정착 난관 • 호텔 관광업 쇠퇴 • 지역 상권 침체	건강한 온천 • 건강 관련 온천 확대 • 축적된 온천 활성화 • 온천시설의 관리 강화 • 저렴한고 맛있는 음식점	편리한 대중교통 체계와 저렴한 상권 • 지하철, 버스 등 대중교통 체계 • 국공립, 협동사, 신집회 등 다양한 관광자 원과의 연계 가능 • 전통시장과 상권이 인접하여 저렴한 지역 일가 형성	고가호텔등250여개와 외곽시설 • 활용 가능한 고가관광자원 • 연계 가능한 외곽시설 • 보건소, 건강관리센터 인 접	헬스케어
수안보	대형 유흥공간 발생 • 관광특구의 경쟁력 감소로 인한 대형 호텔 폐업 • 국내관광산업 침체로 인한 대형 유흥공간 발생	레포츠를 즐기는 자연온천 • 자연친화 온천환경 • 레포츠 시설 확보 • 광역적 접근성 강화 필요 • 안전한 관광환경 • 상권 활성화	천혜의 자연경관과 다수의 지역행사 • 산지로 둘러싸인 지형으로 천혜의 자연경 관 보유 • 다양한 규모의 지역축제 및 행사 다수 개최	레포츠시설 • 스키장, 캠핑장 등 다양한 스포츠시설 보유 • 축제, 문화행사등이 풍부	자연친화 레포츠
동래	관광자원 간 연결성 부족 • 일차로 등 성장동력 부족 • 기업과 연결성 부족 • 도시관광자원 연계 체계 부족 • 일부 시설 위주의 문화행사	콘텐츠가 다양한 온천 • 신성장동력 필요 • 다양한 관광자원을 도별로 출발 수 있는 온천지구 • 가뭄 및 수질 환경 개선	풍부한 유흥인구와 상권연계성 • 보행도로 개선사업을 통해 우수한 보행환 경 제공 • 지역상권 연결성 우수 • 지역주민과 관광객이 섞이는 도시관광 관 형 조성	광역길과 휴식공간 • 다양한 시설이 남아있 는 공해길과 건축물 • 공개공지, 휴식공간 등 휴식공간 분포	도시관광 신성장동력

자료: 저자작성.

표 6-13 | 온천관광지구(중점사례지역)의 지역특성을 반영한 온천+@ 모델 적용(예시)

구분	유성 온천	온양 온천	수안보 온천	동래 온천
지역 문제	- 충남대, 카이스트, 대덕특구 고급인력들의 사출 유출 - 대덕벤처기업들의 판교 이전 - 과거의 MICE 기능 상실 20~30대 젊은 여성들은 일본 큐슈 온천을 선호 - 충남에서 가장 젊은 인구(유동인구)를 가지고 있지만, 청년공간이 부족 - 유흥, 노점 등의 부정적 도시 이미지	- 방문객의 고령화와 도시 활력 감소 - 고령층의 소비활동 및 경제 효과 부족 - 관광콘텐츠 및 관광수용 태세 부족 - 일자리 및 학산자원 부족 - 활용가능 부지 부족	- 방문객 감소와 상권 쇠퇴 - 대규모 유흥공간의 발생(콘도, 모텔, 상가 등) - 광역교통(KTX)과 온천관광지구의 단절 - 인근 수안보 스키장 폐업 - 지역연계를 고려하지 않는 개발사업 추진 - 지속적인 난개발 속 환경 파괴(신규 연구원 건설)	- 광역적 접근성과 중심지 기능 부족 - 내부연결성 및 지역자원 간 연계성 부족 - 의료·복지시설, 도서관 등 생활 SOC부족 - 온천 단일시설 중심의 관광 기반과 온천지구 이미지 부족 - 지역 내 성장동력원 부족 - 활용가능 부지 부족
방문 자 육 구	- 청년이 이용하는 온천 - 청년공간 - 새로운 온천관광 시설 - 온천과 연계된 콘텐츠 - 지역축제 활성화	- 건강한 온천 - 건강 관련 온천 확대 - 족욕탕 운영 활성화 - 온천시설의 관리 강화 - 저렴하고 맛있는 음식점	- 레포츠를 즐기는 자연온천 - 자연친화 온천환경 - 레포츠 시설 확충 - 광역적 접근성 강화 - 안전한 보행환경 - 상권활성화	- 콘텐츠가 다양한 온천 - 신성장동력 필요 - 다양한 관광자원을 도보로 즐길 수 있는 온천지구 - 가로 및 쇼핑 환경 개선
지역 잠재력	- 중심지적 성격과 관광·산업 기반 - 유성구의 중심상업지역으로 정착 - 뛰어난 접근성 - 생산가능인구 - 상권의 다양성	- 편리한 대중교통 체계와 가격경쟁력 - 지하철, 버스 등 대중교통 체계 - 곡교천, 현충사, 신정호 등 다양한 관광자원 연계 가능 - 전통시장과 상권이 인접하여 자립한 지역 물가 형성	- 천혜의 자연경관과 다수의 지역행사 - 신지로 둘러싸인 지형으로 천혜의 자연경관 보유 - 다양한 규모의 지역축제 및 행사 다수 개최	- 풍부한 유동인구와 상권 연계성 - 보행도로 개선사업을 통해 우수한 보행환경 제공 - 지역상권 연결성 우수 - 지역주민과 관광객이 섞이는 도시관광환경 조성
지역 자원	- 풍부한 혁신 자원 - 대덕 연구단지 - 다수의 지역대학 분포 - 창의적 인적자원 풍부	- 고가 허부공간과 의료시설 - 활용가능한 고가허부공간 - 연계가능한 의료시설 - 보건소, 건강관리센터 인접	- 레포츠시설 - 스키장, 클라이밍 등 다양한 스포츠시설 보유 - 축제, 문화행사공간 보유	- 골목길과 휴식공간 - 다양한 시대상이 남아있는 골목길과 건축물 - 공개공지, 족욕공원 등 휴식공간 분포
적용 모델	- 비즈니스 온천 - 스마트 시티 온천 - 도시관광 온천	- 헬스케어 온천 - 도시관광 온천	자연친화 및 레포츠 온천	- 신산업 온천 - 도시관광 온천
목표	창조계층, 트렌드세터, 인플루언서, 전문직이 살고 싶은 도시 유성	탕치, 미용 등 데일리 헬스케어로 방문객을 유치하여 다양한 계층이 공존하는 자생적 도시	1일 이상의 장기체류자들이 늘고 치유하고 싶은 도시 수안보	일자리 창출을 통한 온천장의 자생력 강화와 장소만들기로 온천관광지구의 정체성과 도시활력 증진
추진 전략	- 소규모 온천 및 MICE 산업 육성 - 스마트 공간 확충 - 유흥도시 이미지 탈피, 젊고 트렌디한 빛의 도시 이미지 육성 - 유흥공간의 택티컬 어바니즘 적용	- 에이징 프리 교육 타운 조성 - 온천자원과 연계한 헬스케어 산업 육성 - 관광수용태세 정비 및 콘텐츠 발굴 - 택티컬 어바니즘을 활용한 유흥공간 활용성 제고	- 자연친화 레저 콘텐츠 연계 개발 - 대규모 유흥시설의 활용 방안 모색 - 천연자연과의 연계 및 경관 보존 전략 수립 - 광역교통망 확보를 통한 접근성 강화 등	- 온천자원을 활용한 신성장동력 창출 - 가로형 상·공 복합 클러스터 구축 - 온천장역 연결성 강화를 통한 지역 접근성 강화 - 도시디자인을 활용한 온천장 고유의 이미지 제고 등

자료: 지자체청.

2) 유성 온천관광지구 경쟁력 확보 방안

(1) 대전 유성구의 핵심이슈

대전 유성구는 충남대, 카이스트, 대덕특구 등 혁신자원이 풍부하며 충남에서 가장 젊은 인구(유동인구)를 보유하고 있다. 하지만 유성의 젊은 인재들은 대학 졸업 후 서울로 취직자리를 찾는 등 고급인력이 수도권으로 유출되고 있으며, 대덕벤처기업 등 유성에 창업한 기업들은 판교 등으로 이전을 희망하고 있다. 과거 대전의 주요 MICE 기능을 담당했던 유성온천관광지구는 도룡동의 개발로 인해 많은 기능이 이전하게 된다. 또한 과거 관광특구로 인해 발전한 유흥문화는 여전히 지역에 자리잡고 있어 온천이라는 도시이미지 보다는 유흥과 노잼 등의 부정적 도시 이미지를 가지고 있다. 대전 유성구의 핵심이슈는 아래와 같이 정리된다.

- 충남대, 카이스트, 대덕특구 고급인력들의 서울 유출
- 대덕벤처기업들의 판교 이전
- 과거의 MICE 기능 상실(도룡동으로 이전)
- 20-30대 젊은 여성들은 일본 큐슈 온천을 선호
- 충남에서 가장 젊은 인구(유동인구)를 가지고 있지만, 청년공간이 부족
- 유흥, 노잼 등의 부정적 도시 이미지

(2) 미래 비전(예시) : Smart & Trendy / City of Day & Night 유성

본 연구에서는 유성 온천관광지구의 미래 핵심가치를 ‘Smart & Trendy(스마트하고 트렌디한)’, ‘City of Day & Night(낮과 밤의 도시)’로 설정하는 등 ‘스마트하고 젊은 트렌드세터가 낮과 밤을 즐길 수 있는 도시로 육성’하겠다는 미래 비전을 제시하였다.

(3) 목표(예시): 창조계층, 트렌드세터, 인플루언서, 전문직이 살고 싶은 도시 유성

미래 핵심가치와 비전을 실천하기 위해 문화·예술, 과학·기술의 혁신을 선도하고 있

는 트렌드센터 및 인플루언서들이 살고 싶은 도시 만들기를 목표로 설정하였다.

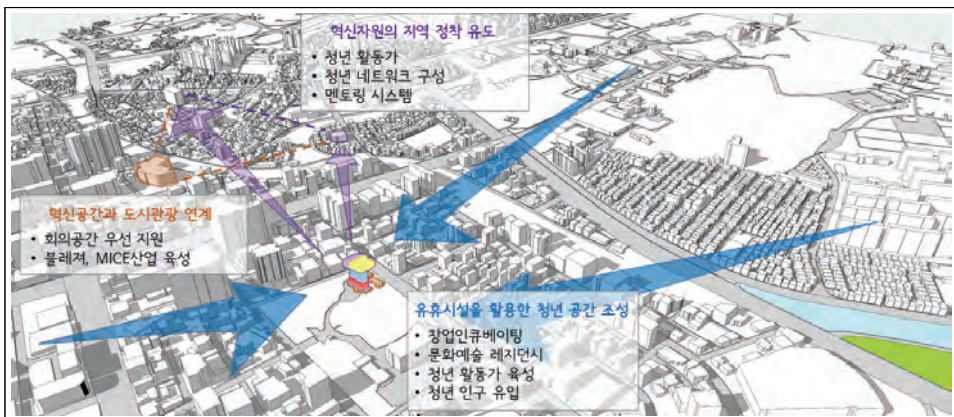
단기전략으로는 1-2인 젊은 가구 인구와 트렌드센터, 특화관광소비자, 도시관광객 등을 위한 도시로, 장기적으로는 전문직 종사자, 지식형 창조계급, 클링족, 카테고리킬러 소비계층, MICE, 미식관광객, 해외방문객 등의 정주를 유도하는 것을 목표로 설정하였다.

(4) 추진전략

① 소규모 온천 및 MICE 산업 육성과 스마트 공간 확충하는 등 장소마케팅 전략을 통해 색깔 있고 활력 있는 도시로 육성

- 유성온천관광지구 내 유희부지, 노후 모텔 등을 활용하여 소규모 MICE산업을 육성하여 충남대, 카이스트, 대덕연구단지의 혁신인재들과 대전청사 및 세종시 수요를 유도
- 청년 및 트렌드센터 인구를 유입시키기 위해 창업공간, 문화·예술공간, 공연장, 도서관, 기숙사 등 스마트 공간을 조성
- 소규모 온천카페, 온천도서관, 온천식당 등 다양한 형태의 테마온천이 조성되도록 소규모 온천시설의 활성화 추진
- 노후 모텔을 활용하여 청년창업공간, 회의장, 레지던시, 셰어하우스 등으로 활용

그림 6-8 | 스마트 공간 및 MICE산업 육성

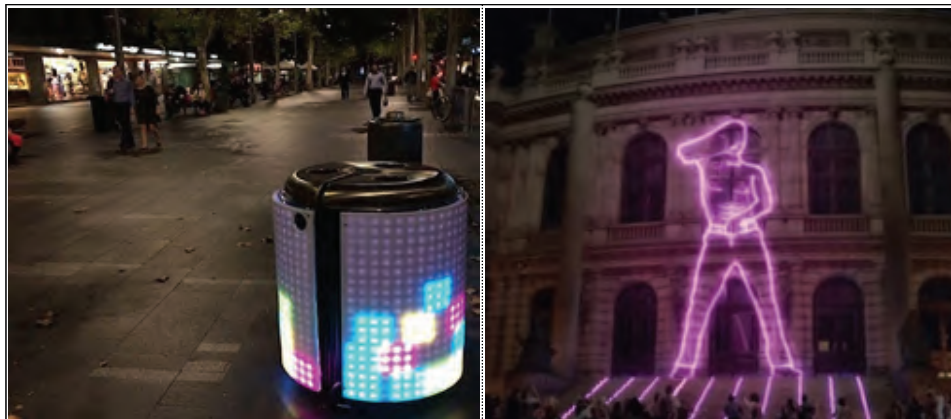


자료: 저자 작성

② 유흥의 도시 이미지에서 탈피, 젊고 트렌디한 빛의 도시 이미지로 육성

- 게이미피케이션 전략을 통해 젊고 트렌디한 청년들이 도시에서 놀이, 교육, 체험, 힐링 등 다양한 활동을 할 수 있는 트렌디한 공간 조성
- 미디어파사드, 야간 조명 등 유성(流星)을 상징한 빛을 활용하여 밝고 안전한 도시 이미지와 젊고 트렌디한 빛의 도시로 육성
- 유성온천의 상징성을 강화하는 랜드마크를 발굴·설치하고 최근 관광트렌드를 반영한 포토스팟을 조성하여 젊은 방문객의 SNS 홍보효과 유발
- 야시장, 조명쇼 등 새로운 야간 프로그램을 개발하여 야간 이용자를 위한 밝고 안전한 도시공간 조성으로 기존의 유흥 도시이미지 탈피
- 유흥가의 간판정비 가이드라인을 마련하여 거부감 없는 간판조명을 만드는 등 안전하고 깔끔한 도시이미지를 지향하는 전략 마련

그림 6-9 | 게이미피케이션(Gamification) 적용사례



자료: (좌) 동아사이언스. “게임 한 판 할래요? 스마트 쓰레기통 등장”. 동아사이언스. [2017.04.05. 보도], (우) Nestle’ Contrex 광고 갈무리. Nestle’ YouTube 홈페이지. [2019.09.02. 접속]

③ 안전하고 편리한 스마트 보행체계 구축

- 충남대와 유성온천역(대전지하철)을 연결하는 대학로를 스마트 거리로 조성하여 유동인구의 보행편의와 게이미피케이션, 야간 조명 등으로 다양한 볼거리 및 즐길거리를 제공
- 외지 학생들이 많은 충남대 및 카이스트 학생들을 위해 충남대학교 정문 앞 스마트 환승센터를 조성
- 도로다이어트를 통해 보도폭 확장 및 스마트 모빌리티 도로를 구축하여 유동인구 보행 안정성 및 연결성을 확대
- 미래 트램과 함께 온천관광지구 내부 순환 신교통수단을 확충하여 청년들의 이동편의를 제공하고 관광객들의 지역 접근성 강화이색적인 경험 체험

그림 6-10 | 안전하고 편리한 보행체계 구축



자료: (좌) 이주리. “中횡단보도 뭐가 달라 해외 네티즌들이 열광할까?”. 중앙일보. [2019.04.27. 보도],
(우) 하영선. “급성장하는 퍼스널 모빌리티 시장..공유서비스 확대 ‘주목’”. 조선일보. [2019.02.08. 보도].

④ 계룡스파텔 및 온천공원 등 유휴공간을 택티컬 어바니즘 적용하여 스마트 공간으로 조성

- 온천관광지구 내 저활용 되고 있는 유휴공간을 활용하여 유성의 젊은 이미지에 부합하는 게이미피케이션, 버스킹 공간, 테마공원 등 스마트 공간을 조성
- 계룡스파텔 부지의 효율적인 활용을 위해 담장을 허물고 프리마켓, 야시장, 컨테이너 문화·예술공간, 도시공원 등으로 복합 활용
- 온천공원을 다양한 테마공원으로 재탄생시켜 문화·공원, 족욕공원, 버스킹 공원, 도심 캠핑장, 엑스스포츠 공원 등으로 활용

그림 6-11 | 계룡스파텔 및 온천공원 활용방안



자료: 저자 작성.

⑤ 대학로(남·북 축), 온천공원(동·서 축), 유성천(사선 축) 등 유성온천관광지구의 3대 축을 중심으로 지역연계 강화

- 3개 축을 중심으로 충남대·카이스트 지역과 온천관광지구, 유성버스터미널의 연계성을 강화하여 지역간 상생을 도모

그림 6-12 | 3개 축을 중심으로 지역간 연계 추진



자료: 저자 작성.

3) 수안보 온천관광지구 경쟁력 확보 방안

(1) 수안보 온천관광지구의 핵심이슈

수안보 온천관광지구는 도심과는 거리가 멀어 자연환경으로 둘러싸인 고립된 형태의 관광지구이다. 온천시설의 노후화 등으로 최근 방문객이 감소하고 있어 상권이 쇠퇴하는 동시에 콘도, 모텔, 상가건물 등 대규모 유흥시설이 발생하고 있다. 광역교통시설인 KTX역사가 개발을 앞두고 있지만 온천관광지구와는 단절되어 있어 지역연계를 고려하지 않는 개발사업들이 추진 중이다. 신규 연수원 건설 등 지속적인 난개발이 이루어지고 있어 환경파괴 또한 중요한 현안 이슈로 부각되고 있다 수안보 온천관광지구의 주요 이슈는 아래와 같이 정리된다.

- 방문객 감소와 상권 쇠퇴
- 대규모 유흥공간의 발생(콘도, 모텔, 상가 등)
- 광역교통(KTX)과 온천관광지구의 단절
- 인근 수안보 스키장 폐업
- 지역연계를 고려하지 않는 개발사업 추진
- 지속적인 난개발 속 환경 파괴(신규 연수원 건설)

(2) 미래 비전(예시): Play & Heal City(놀고 치유하는 도시) 수안보

수안보 온천관광지구의 경쟁력 확보를 위해 지역의 미래 비전을 ‘Play & Heal City 수안보’로 설정하여 레저·스포츠 연계형 자연친화 온천관광지구모델을 적용하였다.

(3) 목표(예시) : 1일 이상의 장기체류자들이 놀고 치유하고 싶은 도시 수안보

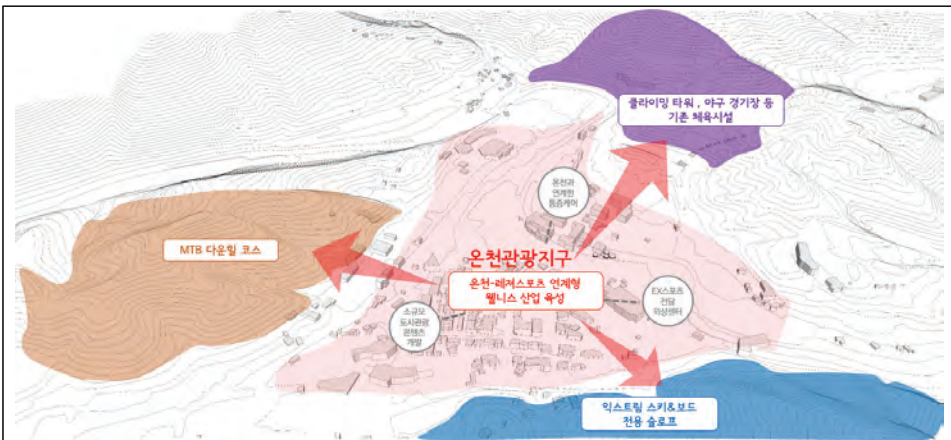
수안보 온천관광지구의 미래비전 실천을 위해 1일 이상의 장기체류자들이 일상에서 벗어나 자연과 함께 레저·스포츠를 즐기고 온천에서 심신(心身)을 치유하는 온천관광지구 조성을 목표로 설정하였다.

(4) 추진전략

① 자전거 트랙, 스키장, 수상스포츠 등 자연친화 레저 콘텐츠 개발

- 지역자원을 활용한 계절 스포츠 대회 유치
 - 암벽등반, 수상스포츠, 프리다이빙, 오프로드 바이크 등 온천관광지구와 인접한 지역 레저 자원의 활용 방안 모색
 - 계절별 스포츠, 레저, 엑스스포츠 관련 대회유치를 통해 방문객을 유치하고 관람객, 선수단의 휴식공간으로 재활성화 도모
- 소규모 도시관광 콘텐츠 개발 및 연계
 - 가족단위 관광객을 아우를 수 있는 소규모 도시관광 콘텐츠 도입을 통해 단순히 레포츠를 즐긴 후 찾는 휴식·숙박공간이 아닌 자체적으로 매력있는 관광 도시 조성
 - 족욕, 온천수 테라피 등 남녀노소 모두 즐길 수 있는 콘텐츠로 방문객 연령층 확대
- 레저관광 트렌드를 반영한 지속적인 콘텐츠 개발
 - 「도로교통법」 개정에 따른 개조 가능한 캠핑카의 범위 확대와 차박족의 증가를 고려하여 자연온천과 오토캠핑을 연계한 콘텐츠를 개발하는 등 법·제도 변화에 대한 다각적인 검토 등 변화하는 관광 트렌드에 지속적인 대응

그림 6-13 | 온천자원 연계한 자연친화 레저 콘텐츠 개발



자료: 저자 작성.

② 대규모 유흥시설의 활용 방안 모색

- 대규모 유흥시설 활용을 위한 조례 개정
 - 콘도, 리조트, 공연장 등 대규모 유흥시설의 활용성 증진을 위한 조례 제정
 - 공유지의 민간활용에 대한 임대료 감면, 인센티브 등을 제공하여 민간참여 유도
 - 적절한 지원 정책 마련으로 장기적이고 자생적인 공간 활성화 도모
- 온천과 연계한 재활의료시설 유치
 - 온천을 활용한 복합 의료시설로 활용하여 일회성 온천관광이 아닌 장기적 관점의 웰니스 온천관광 활성화
- 필지분할을 통한 개발부담 절감
 - 대규모 유흥부지의 필지분할을 완화하여 소규모 토지를 활용한 상권형성을 유도
 - 필지의 용도 복합화를 통해 다양한 연령층과 소비계층이 즐길 수 있는 지역환경 조성

그림 6-14 | 대규모 유흥시설의 활용 방안

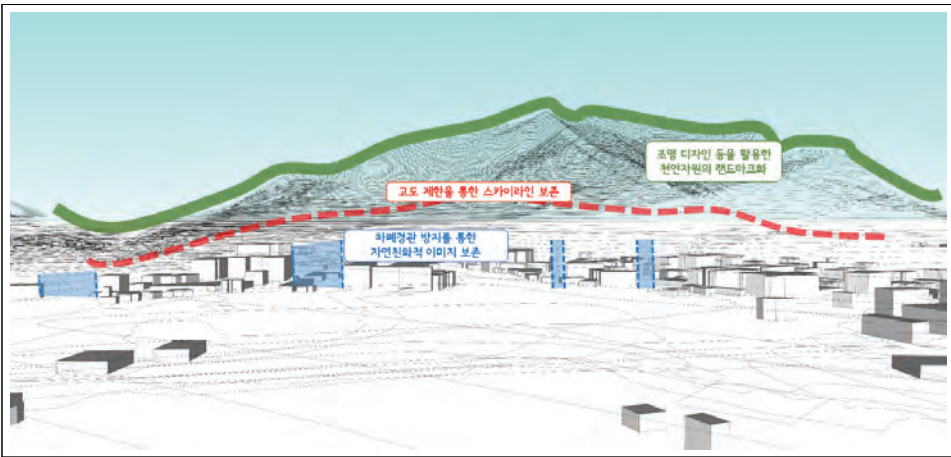


자료: (좌) 김준호, “충남 공주 갑사 인근 ‘홍물’ 호텔 구조물 철거된다.”, 연합뉴스, [2019.09.02. 보도],
 (우) 연합뉴스, “복합의료시설 WE호텔 전경, 제주도 서귀포시 화수동에 지난 2월 9일 개관한 복합의료시설 WE호텔.”[2014.09.16.. 보도], 발체 후 가공

③ 천연자연과의 연계 및 경관 보존 전략 수립

- 경관 개선 및 보존 사업
 - 천연자원의 활용성 증진을 위해 고도제한, 차폐경관 방지 등에 대한 경관개선 및 보존 가이드라인 제시
 - 역사·문화자원을 활용한 조명 디자인 등을 통해 지역 천연자원의 랜드마크화 도모
- 역사성을 활용한 전통온천 이미지 창출
 - 수안보 온천의 역사적 콘텐츠를 활용한 스토리텔링을 통해 지역의 정체성을 확립하고 전통온천관광 요소 개발을 통해 수안보만의 특별한 이미지 창출
- 관문경관 개선 사업
 - 수안보 온천의 역사적 콘텐츠와 지역 특성을 반영한 관문경관 형성
 - 지역관문과 주요축의 연결성을 강화하는 가로디자인으로 도시의 정체성을 확립하고 방문개를 위한 가독성 제고

그림 6-15 | 경관보존 전략

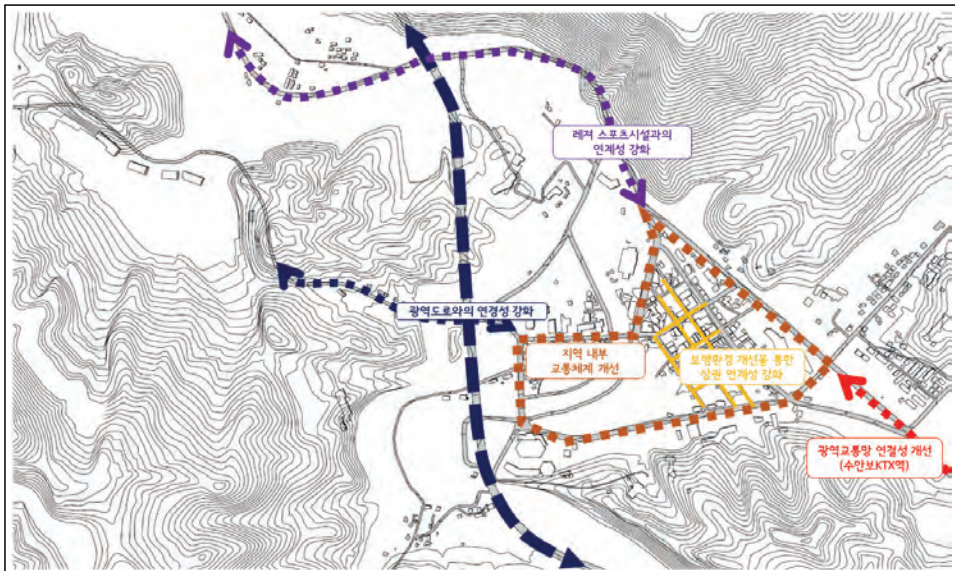


자료: 저자 작성.

④ 광역교통망 확보를 통한 접근성 강화(철도역과 연계)

- 수안보역 건설(예정) 이후 온천지역과 역세권의 접근성 개선을 통한 파급효과 제고
- 수안보 KTX역과 연계한 광역적·지역적 접근성 개선
 - 수안보 KTX역 건립을 통해 광역 접근성 개선 효과를 극대화하기 위한 연계된 지역접근성 개선
 - 단기적으로는 버스 순환노선을 활용하여 방문객들의 이동 불편을 최소화하고 장기적으로는 모노레일, 트램 등 철도역과 직접 연계가능한 교통시설 도입
- 수안보 역세권과의 상생구조 구축
 - 수안보 역세권 개발과의 물리적·기능적 연계성 강화를 통해 온천관광지구의 침체 가속화 방지
 - 차별화된 콘텐츠 개발과 지역 역량 강화를 통해 역세권 개발지구와 상생할 수 있는 자생력

그림 6-16 | 광역교통망 및 지역간의 연계 강화방안



자료: 저자 작성.

3) 온양 온천관광지구 경쟁력 확보 방안

(1) 온양 온천관광지구의 핵심이슈

온양 온천관광지구는 아산시 구도심에 있어 온천관광지구와 전통시장 및 5일장, 음식점과 상가가 분포한 문화의 거리가 어우러지는 지역으로 온천을 즐기기기 위해 방문하는 고령층과 시장을 이용하는 중년층, 문화의 거리를 활용하는 청년층의 교류를 창출하고 도시의 활력을 증진시킬 수 있는 잠재력을 지니고 있다.

그러나 전통시장과 온천이 갖는 고유의 이미지로 인해 구도심은 노인을 위한 공간이라는 인식이 자리하고 있으며, 젊은이들이 즐길 수 있는 콘텐츠 부족, 가격경쟁력에 비해 부족한 기반시설과 관광상품의 질이 지역 내 젊은 인구의 유입과 도시활력을 저해하는 요소로 작용하였다. 또한 사회초년생과 대학생이 진입하기 어려운 도시분위기와 혁신공간으로 활용할 수 있는 공간 부족으로 인해 젊은 상주인구를 유입시키기 어려운 실정이다. 이러한 온양 온천관광지구의 주요 이슈는 아래와 같이 정리된다.

- 방문객의 고령화와 도시활력 감소
- 고령층의 소비활동 및 경제적 효과 부족
- 관광콘텐츠 및 관광수용태세 부족
- 일자리 및 혁신자원 부족
- 활용가능 부지 부족

(2) 미래 비전(예시): Aging Mix / Health & beauty / Education(전 연령층이 어우러지는 연령통합적 온천도시) 온양

온양 온천관광지구의 경쟁력 확보를 위해 지역의 미래 비전을 ‘Aging Mix / Health & beauty / Education(전 연령층이 어우러지는 연령통합적 온천도시) 온양’으로 설정하여 헬스케어 연계형 온천관광지구모델을 적용하였다.

(3) 목표(예시)

① 목표 1 : 다양한 계층이 공존하는 자생적 도시 기반 마련

온양 온천관광지구는 현재 주요 방문객 계층인 노년층과 주변지역의 청소년, 청년 인구의 조화를 통한 연령통합적 사회를 이룩하기 위해 모든 연령층이 자생적 기반을 갖추고자 한다.

② 목표 2 : 탕치, 미용 등 데일리 헬스케어로 방문객 유치

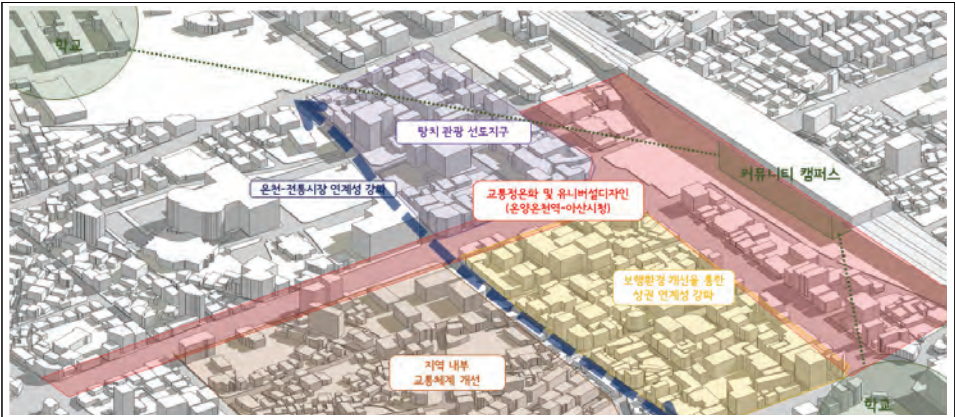
또한 온천을 활용한 다양한 헬스케어 콘텐츠 개발을 통해 도시철도를 활용한 단기 방문객과 치료목적의 체류형 방문객이 요일과 시간대에 상관없이 방문할 수 있는 도시로 재활성화 하고자 한다.

(4) 추진전략

① 물리적·사회적 장벽을 철폐한 Aging Free Education Town 조성

- 유니버설 디자인을 통한 전 연령 친화적 근린환경 구축
 - 보행환경 개선 및 교통 정온화를 통해 노인과 어린이, 영유아 동반자 등 전 연령, 전 계층이 불안감 없이 즐길 수 있는 도시환경 조성
 - 대중교통 시설, 신호등, 표지판 등 기반시설에 유니버설 디자인 적용을 통해 연령, 성별, 국적, 장애 유무에 관계없이 누구나 쉽게 즐길 수 있는 온천관광지구 구축
- 노인 일자리 창출
 - 문화 해설사, 탕치 전문가, 보편적 관광인프라 개발 분야 등 온천과 관광분야를 중심으로 노년층의 일자리를 창출하여 노인들의 경제적 활동 지원
 - 돌봄교실, 지역 안전 순찰 등 노인들의 지역사회 기여도를 증진 시킬 수 있는 일자리를 공급하여 지역과 노인의 사회적 거리감을 축소

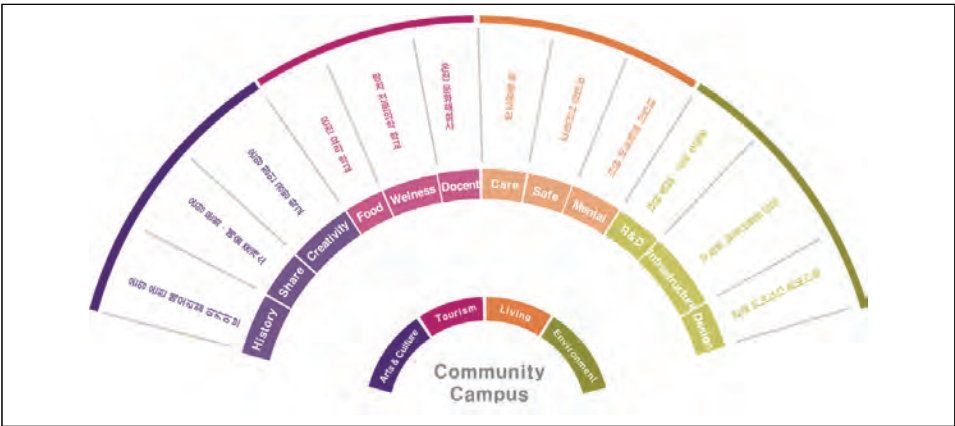
그림 6-17 | Aging Free Education Town 조성



자료: 저자 작성.

- Community Campus 조성(노인-전 연령 연계 학교)
 - 청소년부터 노년까지 전 연령을 대상으로 온천수 활용 상품 제작, 콘텐츠 개발을 지원하는 커뮤니티 캠퍼스 조성
 - 연구개발, 예술, 관광, 생활 건강 등 학교를 중심으로 사람과 사람, 사람과 기업을 연결시켜 창의적 인재를 육성하고 새로운 일자리 창출과 신성장 동력 개발의 기반 마련

그림 6-18 | Community Campus 예시



자료: 저자 작성.

② 헬스케어 산업 육성 및 온천자원 연계

- 탕지 관광 선도지구 육성
 - 의료시설과 온천을 연계한 탕지 요법 개발 및 전문가 육성 등 헬스케어의 전문성을 강화하고 선도지구로 육성하여 온천 자원의 가치 증대
 - 직장인, 학생 등을 대상으로 하는 1일 체험프로그램부터 만성 질환 치료를 목적으로 하는 장기 치료 프로그램까지 폭넓은 콘텐츠 개발로 방문객 유도
- 보편적 기반시설 산업 연계를 통한 시설 안전성 강화 및 선순환구조 구축
 - 보편적 기반시설 개발 및 제작 산업을 육성하고 온천관광시설 정비를 지원하여 무장애시설로 교체·보수하는 등 온천관광시설의 안전성 강화
 - 고령화 및 사회적 약자를 위해 지역 전반의 무장애시설 설치 사업과 연계하여 지역-산업-온천관광의 선순환 구조 창출
- 헬스케어를 중심으로 지속적인 온천자원 연계 사업 개발 및 지원

③ 온천관광지구의 관광수용태세 정비 및 콘텐츠 발굴

- 관광수용태세 정비
 - 먹거리 개발 및 상권단위 식자재 유통 체계를 구축하여 지역상권의 가격경쟁력을 유지하고 먹거리의 질 향상
 - 숙박업소의 고도화를 통해 장기 체류형 관광객에 대한 수용태세를 정비하고 가격 분포 확장 및 지원으로 다양한 계층의 방문객 유도
- 특별한 즐길거리와 콘텐츠 발굴
 - 여느 온천지구에서 경험할 수 있는 족욕 외에 새로운 즐길거리가 필요하며, 지역 정체성을 보여줄 수 있는 콘텐츠 발굴
 - 온양온천역 광장에 랜드마크를 조성하고 온천지구와 관련된 콘텐츠를 제공하여 전 연령이 어우러질 수 있는 거점공간 형성

④ 택티컬 어버니즘을 활용한 유희부지 활용성 제고

- 기반시설의 활용성 증진을 위한 공간창출 전략 마련
 - 철도, 도로, 공원 등 기반시설의 활용성 증진을 위해 미·저활용 공간을 모색하는 공간창출 전략 마련
- 철도 하부공간 등 도시내 유희부지를 활용하여 택티컬 어버니즘을 적용한 맞춤형 공간 개발
 - 철도 하부공간, 공공시설 내 유희공간 등을 중심으로 자발적 개발과 임시적 활용을 허용함으로써 공간의 다양성을 창출하고 도시활력을 제고하는데 이바지함
 - 주민주도의 임시적 공간활용을 지원하여 정책변화로 인한 창업자의 폐업에 완충제 역할을 수행

그림 6-19 | 택티컬 어버니즘을 활용한 철도 하부공간 활용



자료: 저자 작성.

5) 동래 온천관광지구 경쟁력 확보 방안

(1) 동래 온천관광지구의 핵심이슈

동래 온천관광지구는 상권 및 주거지와 인접한 단위시설 중심의 온천지구로 지정되어 온천관광지에 버금가는 온천이용객을 보유하고 있으나 광역적 접근성과 중심지기능 부족으로 활력이 점차 감소하고 있다. 때문에 온천관광지의 이미지와 기반시설이 부족하고 주거지와 연결된 도서관, 보건시설 등 생활 SOC 부족 현상을 동시에 겪고 있다. 또한 음식점, 소매업 중심의 상권으로 지역의 경제기반을 형성할 수 있는 성장동력이 부족한 실정이다. 현재 주요 이슈로 부각되고 있는 동래 온천관광지구의 주요 이슈는 아래와 같이 정리된다.

- 광역적 접근성과 중심지기능 부족
- 내부연결성 및 지역자원간 연계성 부족
- 의료·복지시설, 도서관 등 생활 SOC부족
- 온천 단일시설 중심의 관광기반과 온천지구 이미지 부족
- 지역 내 성장동력원(산업) 부족
- 활용가능 부지 부족

(2) 미래 비전(예시): New Job / New Place / New Spring (신성장 동력과 장소성으로 새롭게 태어나는 온천장) 동래

온천장지역(동래 온천관광지구)의 경제적 기반을 안정화하고 정체성을 확보하여 지역 경쟁력을 강화하기 위한 동래 온천관광지구의 미래 비전을 ‘New Job / New Place / New Spring (신성장 동력과 장소성으로 새롭게 태어나는 온천장) 동래’로 설정하고 소규모 도시관광 중심의 온천관광지구모델을 적용하였다.

(3) 목표(예시)

① 목표 1(예시): 신성장동력과 일자리 창출을 통한 온천장의 자생력 강화

동래 온천관광지구의 미래비전을 실현하기 위한 첫 번째 목표로 지역의 경제적 안정성을 강화하기 위해 지역의 신성장동력 개발과 일자리 창출을 통한 동래의 자생력 강화로 설정하였다.

② 목표 2(예시): Place Making(장소만들기)을 통한 온천관광지구의 정체성 확립과 도시활력 증진

동래 온천관광지구는 온천과 볼거리를 즐기고 향유하는 관광지로서의 장소적 의미보다 주거공간 내 온천이 위치하는 공간적 의미가 크다. 이러한 이유로 목욕탕으로 고착화된 온천의 이미지를 지역적으로 확산하고 온천관광지구의 정체성을 강화하기 위해 장소만들기를 통한 온천관광지구의 정체성 강화와 도시활력 증진을 두 번째 목표로 설정하였다.

(4) 추진전략

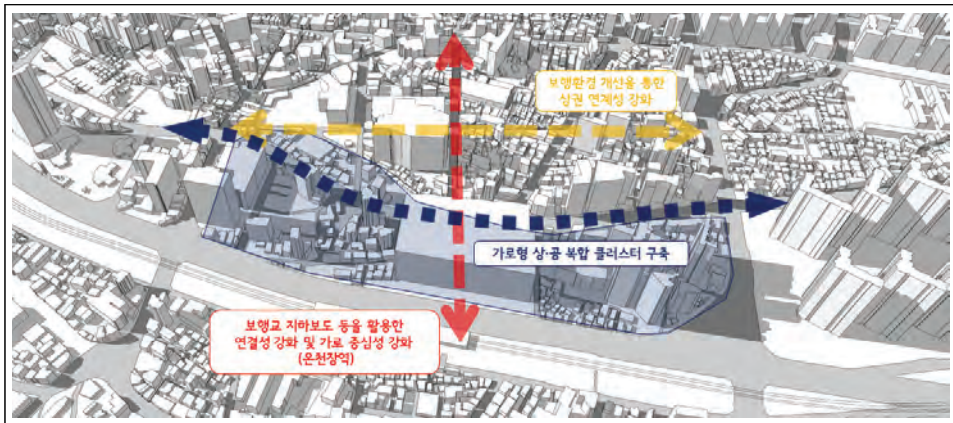
① 온천자원을 활용한 신성장동력 창출

- 온천수의 열에너지를 활용한 제로에너지 건축물 지원
 - 동래 온천의 수온(31-63°C)을 활용한 제로에너지 건축물 지원으로 저탄소 녹색성장 기반 마련
 - 신재생에너지 산업거점을 조성하고 온천수의 열에너지와 알카리성분을 활용한 신성장동력원 창출
- 기존의 시설 및 특산품과 연계한 일자리 창출
 - 온천장지역의 유명 먹거리, 시설, 지역적 특성 등을 활용한 일자리 창출
 - 도시관광 네트워킹 및 매니지먼트, 미용·의료 상품개발, 한방 상품 개발 등 기존의 관광기반시설, 특산품을 연계한 온천상품 고도화

② 가로형 상·공 복합 클러스터 구축

- 문화·예술 산업 육성을 통한 소규모 일자리 사업 활성화
 - 온천장 지역의 명성과 정체성 강화를 위해 주요 상권 및 연결 가로를 문화·예술 공방과 판매시설 등이 복합화 된 문화산업클러스터로 조성
 - 문화산업을 통해 지역 주민의 여가수요를 충족시키고 문화적 갈등을 해소함과 동시에 지역기반의 일자리 창출
 - 소비공간으로서의 거리를 창업과 생산, 소비가 결합된 지역경제 거점으로 육성
- 생활SOC복합화를 통한 공간 혁신
 - 소규모 창업시설과 상권, 생활 SOC복합화를 통해 공간의 효율적 활용 장려
 - 공방, 판매자만을 겨냥한 폐쇄적 공간이 아니라 방문객과 주민의 다양한 지역 내 활동을 유도할 수 있는 열린 공간 조성으로 상·공 클러스터의 접근성 제고

그림 6-20 | 가로형 상·공 복합 클러스터 구축



자료: 저자 작성.

③ 온천장역 연결성 강화를 통한 지역 접근성 강화

- 지상 보행로를 활용한 단절해소

- 온천장역 시설환경을 개선하고 지상 보행로를 설치하여 대로로 인한 지역 단절을 해소하고 대중교통 접근성을 강화
- 보행로 상부를 공원화하여 도시내 녹지공간을 창출하고 관문경관 개선 효과 유발

그림 6-21 | 보행교를 활용한 지역 연결성 강화



자료: 저자 작성.

- 보행로 지하화 및 침상(Sunken)광장을 활용한 단절해소
 - 온천장역과 동래 온천관광지구를 지하보행로로 연결하여 대로로 인한 단절을 해소하고 안전한 보행환경 제공
 - 지하공간을 활용한 온천 분수, 온천장 아카이브, 공연시설 등 지역 특성을 반영한 공간디자인으로 지역 방문 유도

그림 6-22 | 지하보행로를 통한 지역 연결성 강화



자료: 저자 작성.

④ 도시디자인을 활용한 온천장 고유의 이미지 제고

- 동래 노천족욕탕의 안전성을 접근성을 개선하고 랜드마크를 조성하여 온천중심의 지역이미지 제고
- 도시디자인 요소를 활용한 온천장 도시관광 인프라 구축
 - 온천수로, 온천시설 보도블록 등 도시디자인 요소를 적용한 도시관광 인프라 구축을 통해 동래 온천관광지구만의 특별한 이미지 형성
 - 지역 내 관광시설 및 상점의 연계 방문을 유도하고 도시의 가독성 제고
- 온천관광네트워크 형성과 다양한 방식의 콘텐츠 홍보를 통한 경쟁력 강화
 - 온천(목욕탕), 숙박시설, 상점, 음식점 등 온천관광 네트워크를 형성하고 연계 방문 시 할인혜택 제공, 쿠폰 발급 등을 통해 체류형 관광 유도
 - 온천의 성분과 특성, 테마 등을 담은 지역홍보자료를 공동 발간하여 지역 방문객의 선택권을 보장하고 홍보효과를 극대화

그림 6-23 | 도시디자인을 통한 도시이미지 강화 사례(프라이부르크)



자료: (좌) 하나투어 홈페이지[2109.12.13. 접속], (중) 저자 직접 촬영, (우) 저자 직접 촬영.

⑤ 주변 개발·정비사업과 연계

- 공공기여 통합관리를 통한 공공공간 창출
 - 지역 내부와 주변지역의 개발·정비사업에 대한 기부채납 등 공공기여를 통합화 하여 필요한 수요가 집중되는 위치에 공공공간을 제공하여 공공기여의 효율성을 제고
 - 공개공지의 연결성을 확보하여 쾌적하고 안전한 공공공간 제공

그림 6-24 | 공공기여 통합관리를 통한 공공공간 창출



자료: 저자 작성

4. 온천관광지구 지원정책 제언

온천관광지구의 활력증진을 통해 지역경제를 활성화하고 도시경쟁력을 강화하기 위해서는 도시관광 및 온천관광지구에 대한 새로운 시각과 법·제도적 기반이 뒷받침되어야 한다. 이에 본 절에서는 앞서 제시된 온천관광지구의 활력 증진방안과 도시경쟁력 제고 방안을 실현하기 위한 지원정책을 도시 정책과 관광 정책으로 구분하고 다음과 같이 제언하고자 한다.

1) 도시 정책

2013년 도시재생법이 제정됨에 따라 도시정책의 패러다임이 개발 중심에서 재생으로 진보하였으나 기존의 도시재생이 계획수립 중심의 사업과 낮은 체감도, 정부지원 미흡이라는 문제점이 발생하였다. 이에 정부는 2017년 도시재생 뉴딜정책을 발표하고 ‘지속적으로 혁신하는 도시공간’, ‘지역의 도시재생 경제활성화’, ‘주민·지역공동체 주도의 협력적 거버넌스 구축’을 도시재생 뉴딜의 3대 전략으로 추진하였다. 현재 도시정비사업의 핵심사업 중 하나인 도시재생 뉴딜사업은 정비지역의 주요 자원조달 수단으로 2020년 현재까지 189개소가 선정되어 68개소가 사업 관리단계에 있다.

도시재생사업에 의존할 수밖에 없는 지자체의 실정에도 불구하고 기존의 도시재생사업 선정지표에는 관광지의 쇠퇴 특성이 반영되지 못해 관광지의 쇠퇴에 대한 선제적인 대응이 불가능하다. 특히, 온천관광지구와 같이 부흥이후 급격한 침체로 회복세에 들지 못하는 지역의 경우 사업체감소와 인구감소 시점 이전에 방문객감소와 관광시설의 이용률이 감소하는 쇠퇴 징후를 파악할 수 없다는 문제점을 가지고 있다.

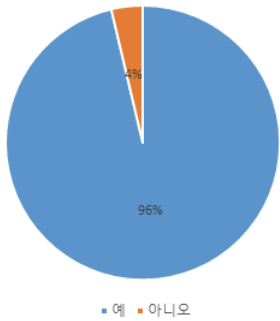
이에 도시정책적 개선 방안으로 관광지의 특성을 고려한 새로운 유형의 도시재생 뉴딜사업 모델과 쇠퇴진단도구 개발을 제안하고 온천관광지구와 관광지의 공동화와 황폐화를 초래하는 대형유흥부지의 가용성 개선을 위한 방안과 관광을 도시경쟁력의 요소로 분석하여 도시기본계획에 반영하는 방안을 제안하고자 한다.

(1) 관광지에 적합한 새로운 유형의 도시재생사업 개발과 선정지표 개발

□ 도시재생뉴딜사업의 새로운 유형으로 관광지재생형 개발

본 연구에서 실시한 정책수요조사 결과 온천관광지구의 재활성화를 위해서는 대부분 (96%)이 도시재생 뉴딜사업이 필요하다고 응답하였으며, 그 이유로는 관광자원과 시설의 연계성·활용성 증진이 가장 높게 나타났다. 순위별 응답에서 1순위로는 관광자원 및 시설의 연계성과 활용성 증진이 가장 높게 나타났으며, 2순위에서는 사업체의 경제적 쇠퇴 회복이 높게 나타났다. 3순위에서는 온천의 지역정체성 회복과 사업추진을 위한 국가의 재정지원이 가장 높게 나타나 관광지 활성화사업이 도시재생뉴딜사업의 필요성과 일치함을 보여준다.

표 6-14 | 온천관광지구에서 도시재생 뉴딜사업의 필요성과 그 이유에 대한 응답

도시재생 뉴딜 사업의 필요성	구분	종합	1순위	2순위	3순위
	정주인구의 생활환경 개선	9	2	2	5
	경제적 쇠퇴 회복	19	4	12	3
	관광자원의 활용성 제고	28	18	5	1
	온천지역의 정체성 회복	12	1	4	7
	국가의 재정지원	10	1	2	7
	무응답	5	1	2	2
	계	81	27	27	27

자료: 저자 작성.

현재 도시재생뉴딜사업으로는 경제기반형, 중심시가지형, 근린재생형, 우리동네살리기 등 5개 유형으로 구분되고 있다. 하지만 온천관광지구를 포함한 주요 관광지구는 방문객 의존적 특성으로 인해 산업지역, 중심시가지, 근린과는 다른 쇠퇴특성을 보이고 있다. 이에 새로운 도시재생 뉴딜사업 유형으로 관광지재생형을 개발하고 쇠퇴된 관광지의 도시활력과 경쟁력 제고를 도모할 필요가 있다.

표 6-15 | 도시재생 뉴딜사업 유형별 특징(안)

구분	주거재생형		일반근린형	중심시가지형	관광지재생형	경제기반형
	우리동네 살리기	주거지원형				
추진근거	국가균형발전법	도시재생 활성화와 및 지원에 관한 특별법				
대상	소규모 저층 주거밀집지역	저층 주거밀집지역	골목상권과 주거지혼재	상업, 창업, 역사, 문화예술 등	관광지, 관광특구, 관광단지 등	역세권, 산단, 항만 등
특성	소규모 주거	주거	준주거	상업	상업	산업
기간	3년	4년	4년	5년	5년	6년
면적	5만㎡	5만~10만㎡	10만~15만㎡	20만㎡	20만~50만㎡	50만㎡
내용	노후주거지 정비, 공동이용시설, 생활편의시설 등 공급 (도로정비 가능)	노후주거지 정비, 골목길정비, 주차장, 생활편의시설 (신규도로, 확폭 가능)	이전·유류 공공시설을 활용한 공동체거점 조성	공공기능 및 상권활성화를 위한 시설 조성	관광기반시설 정비 및 인접 상권활성화, 대규모 유류시설 활용	기반시설 정비 및 복합 앵커 시설 구축

자료: 국토교통부, 2019, 도시재생 뉴딜사업 중심시가지형·일반근린형 활성화계획 수립 및 사업시행 가이드라인 국토교통부. p.2. 발췌 후 가공

□ 관광지의 특성을 고려한 쇠퇴진단도구 개발

현재 도시재생사업지역 선정에 위한 법정 지표는 인구, 사업체, 노후 건축물 비율로 구성되어 있다. 하지만 관광지구의 경우 관광객 감소로 인한 쇠퇴와 지역 정주민구와 사업체감소로 인한 쇠퇴 특성이 서로 달라 관광지 쇠퇴를 선제적으로 대응하지 못하는 문제점이 있다.

본 연구에서 관광지쇠퇴 지역과 도시쇠퇴지역을 비교분석한 결과 관광지의 쇠퇴와 도시지역의 쇠퇴가 다르게 나타나 쇠퇴관광지임에도 불구하고 도시재생사업의 추진이 어려운 실정이다. 정책수요조사 결과에 따르면 온천관광지구를 대상으로 하는 도시재생뉴딜사업의 원활한 추진을 위해서는 기존의 지표와 차별화된 지역선정지표가 필요하다고 응답하였다. 종합적으로 볼 때, 관광시설 이용률과 건축물 노후도에 대한 평가가 중요한 것으로 응답하였다. 순위별 응답을 기준으로 할 경우 1순위에서는 유동인구 수 증감률, 관광시설 이용률, 인구 증감률 순서로 응답하였다.

표 6-16 | 온천관광지구에 적합한 도시재생사업지역 선정 지표에 대한 응답

구분	종합	1순위	2순위	3순위
인구수 증감률	7	5	0	2
사업체 증감률	13	4	4	4
건축물 노후도	16	4	9	4
유동인구수 증감률	7	7	6	4
숙박업체 증감률	6	1	2	3
음식점업 증감률	2	0	2	0
관광시설 이용률	17	6	3	8
무응답	3	0	1	2
계	81	27	27	27

자료: 저자 작성.

관광지구의 쇠퇴를 진단하기 위한 지표는 일반적 도시쇠퇴지표와는 차별화된 관광지 구 쇠퇴의 특성을 반영할 수 있는 새로운 지표개발이 필요하다.

표 6-17 | 도시재생활성화지역 지정의 세부 기준(안)

구분	내용
주거재생형 및 일반근린형	1. 인구가 현저히 감소하는 지역: 다음 각 목의 어느 하나 이상에 해당하는 지역 가. 최근 30년간 인구가 가장 많았던 시기와 비교하여 20퍼센트 이상 인구가 감소한 지역 나. 최근 5년간 3년 이상 연속으로 인구가 감소한 지역
경제기반형	2. 총 사업체 수의 감소 등 산업의 이탈이 발생하는 지역: 다음 각 목의 어느 하나 이상에 해당하는 지역 가. 최근 10년간 「통계법」 제18조에 따라 통계청이 승인한 전국사업체총조사 결과에 따른 총 사업체 수(이하 이 호에서 "총 사업체 수"라 한다)가 가장 많았던 시기와 비교하여 5퍼센트 이상 총 사업체 수가 감소한 지역 나. 최근 5년간 3년 이상 연속으로 총 사업체 수가 감소한 지역 3. 노후주택의 증가 등 주거환경이 악화되는 지역: 전체 건축물 중 준공된 후 20년 이상 지난 건축물이 차지하는 비율이 50퍼센트 이상인 지역
중심시가지 및 관광지재생형	1. 해당지역의 유동인구가 현저히 감소하는 지역: 최근 5년간 3년 이상 연속으로 유동인구수가 감소한 지역 2. 문화·관광시설의 이용률이 현저히 저조한 지역: 주요관광지 방문객 조사 결과 방문객 수가 가장 많았던 시기와 비교하여 방문객의 수가 10%이상 감소한 지역 3. 주택, 상가 등 지역의 노후화가 심화되는 지역: 전체 건축물 중 준공된 후 20년 이상 지난 건축물이 차지하는 비율이 50퍼센트 이상인 지역

자료: 도시재생법 시행령을 토대로 저자작성.

(2) 대규모 유희시설의 가용성 개선을 통한 공적활용방안 모색

□ 대규모 유희부지의 활용성 회복을 위한 제도기반 마련

본 연구에서 실시한 정책설문조사 결과 온천관광지구의 쇠퇴로 인한 가장 큰 문제점으로 대규모 유희시설의 발생이라는 응답률이 44%로 가장 높게 나타났다.

표 6-18 | 온천관광지구 쇠퇴로 인한 가장 큰 문제점에 대한 응답

구분	빈도
대규모 유희시설 발생	12
지역활력 감소	5
소상공인의 매출 감소	1
지역정체성 상실	7
인구감소 및 고령화	2
기타	1
계	27

자료: 저자 작성.

관광지구의 호텔, 콘도 등 대규모 시설이 폐업했을 시 대규모 유희부지가 발생하며 이의 활용성 회복을 위한 제도기반 마련이 필요하다. 대규모 유희시설은 빈 집, 빈 점포 등과는 다르게 가용성이 부족하고 활용을 위한 관련 법·제도가 부재한 실정이다.

쇠퇴하는 온천관광지구의 경우 리조트, 콘도, 연수원 등 대규모 유희시설의 발생가능성이 높으므로 이를 효율적으로 관리하고 활용할 수 있는 제도적 기반이 필요하다. 국유재산의 정보를 제공 및 관리를 수행하고 있는 e나라재산 서비스와 같이 유희부지, 빈집 등의 통합적 관리체계를 마련할 필요가 있다.

그림 6-25 | 기획재정부 e나라재산 국유재산 포털



자료: e나라재산 홈페이지 [2019.11.25. 접속]

□ 대규모 유흥시설 활용성 제고를 위한 공공과 민간의 역할 제고

본 연구의 정책수요조사에서 대규모 유흥시설 발생에 대한 대응방안으로는 시설의 활용성 회복을 위한 지원(33%)이 가장 높게 나타났으며, 공공매입을 통한 공적 활용(30%)이 뒤를 이었다. 설문 결과들을 통해 대규모 유흥시설 관리에 있어 공공의 역할이 중요한 비중을 차지할 필요가 있음을 알 수 있었다.

표 6-19 | 대규모 유흥시설에 대한 대응 방안에 대한 응답

구분	빈도
공공매입을 통한 공적 활용	8
필지분할을 통한 공간 재편	3
활용성 회복을 위한 지원	9
소유주들의 인식 개선	5
무응답	2
계	27

자료: 저자 작성.

대규모 유흥시설은 과도한 투자부담으로 인해 민간이 쉽게 리스크를 감당하고 사업에 참여하기 어려운 실정이다. 정책수요조사에 따르면 실무자들은 민간의 사업참여유도를 위해 공공의 성공모델제시(26%)와 민간에 대한 지원사업 확대(22%)가 가장 필요하다고 응답하였다.

표 6-20 | 온천관광지구의 민간참여활성화를 위해 필요한 사항에 대한 응답

구분	빈도	비율(%)
공공주도의 성공모델 제시	7	26
관련 지원사업의 확대	7	26
관광트렌드 분석	6	22
소비시장 세분화	1	4
기반시설 확충	5	18
무응답	1	4
계	27	100

자료: 저자 작성.

대규모 유흥시설의 소유 및 활용의 중심인 민간의 사업참여를 유도하여 유흥시설의 황폐화를 방지하고 활용성을 제고하기 위해서는 공공의 신뢰성을 바탕으로 온천과 유

휴식시설, 지역자원을 연계한 공공주도의 성공 모델을 제시할 필요가 있다. 또한 대규모 유흥시설 활용의 파급효과를 극대화하고 온천관광지구의 활력을 증진시키기 위해서는 공공이 노후 온천시설의 리모델링 지원, 생활SOC확충, 주변상권 지원 등 정주민구의 유입을 유도하고 지역환경을 개선하여 민간의 수익성을 간접적으로 보장함으로써 민간의 자발적 사업추진을 유도할 필요가 있다.

표 6-21 | 온천관광지구 재활성화를 위한 공공의 역할에 대한 응답

구분	종합	1순위	2순위	3순위
노후시설의 리모델링 지원	20	12	2	6
전문인력 육성	7	1	5	1
생활 SOC확충	17	9	3	5
주차공간확보	9	0	5	4
교통 접근성 개선	12	3	4	5
주변상권 지원	10	1	6	3
무응답	6	1	2	3
계	81	27	27	27

자료: 저자 작성.

(3) 관광경쟁력을 반영한 도시기본계획 수립

관광은 지역을 방문하는 관광객들의 소비로 하여금 도시경제에 직·간접적인 영향을 미쳐 지역 상권을 활성화시키고 관광객들을 타깃으로 조성하는 관광기반시설을 확충한다. 이러한 관광객의 영향은 정주민구의 문화·여가적 여건 개선에도 영향을 미쳐 관광을 중심으로 성장한 도시의 방문인구와 유동인구의 증감이 지대한 영향을 미친다고 볼 수 있다. 그러나 현재 도시기본계획은 정주민구의 증가와 산업 분야의 경쟁력 강화를 통한 경제적 성장을 중점적으로 다루고 있으며, 관광기본계획은 광역권 관광산업의 발전 방향을 중심으로 별도 수립되어 지자체 차원의 경제적, 문화적, 정치적 영향력을 포괄하지 못하는 실정이다.

지역자원을 연계한 도시관광의 사회적·경제적 영향력을 고려하여 관광기본계획과 연계한 도시기본계획을 수립하고 관광경쟁력 요소를 도시경쟁력 증진을 위한 요소로써 각종 기본계획에 반영할 필요가 있다.

2) 관광 정책

최근 지역의 문화적 재생과 지역관광산업의 육성이 관광정책의 중점 과제중 하나로 제시됨에 따라 올해의 관광도시, 문화도시 조성사업 등 다양한 지원사업 등이 추진되고 있다. 또한 웰니스 산업이 성장함에 따라 2017년부터 온천과 웰니스 관광지의 수용태세 개선을 위한 웰니스 관광33선과 웰니스 관광 클러스터를 선정하고 지원하고 있다. 최근에는 도시재생사업의 일환으로 무분별한 개발에 따른 부작용 예방과 도시의 역사, 문화를 바탕으로 도심과 공동체를 활성화하는 문화적 도시재생사업도 추진중이다.

그러나 문화체육관광부의 지원사업은 콘텐츠개발, 인적자원 육성 등 소프트웨어 사업과 소규모 물리적 개선사업을 중심으로 이루어지고 있어 파급효과가 미미하고 장기적인 투자가 필요한 사회적·물리적 환경개선 사업에도 지속적인 지원이 어렵다는 문제를 갖고 있다.

이에 관광정책적 개선 방안에서는 관광정책의 파급효과를 극대화하기 위하여 문화체육관광부 주도의 물리적 환경개선 사업이 필요하다고 판단하여 관광거점을 조성하고 특화자원을 바탕으로 신성장동력을 창출하는 (가칭) 국제 온천관광지구 거점 조성사업을 제안한다. 또한 기존 온천관광지의 안전하고 쾌적한 관광환경을 제공하고 관광특구의 외부관광객 유치효과를 회복하기 위한 온천관광지구 정비 가이드라인과 관광특구제도 개선을 제안한다.

(1) (가칭) 국제 온천관광 거점지구 조성사업 추진

도시내 핵심 관광경쟁력 요소인 온천관광지구의 재활성화와 지역 산업 연계를 통한 ‘(가칭)국제 온천관광 거점지구 조성사업’을 발굴·추진할 필요가 있다. 지역 자원과 산업 연계를 통한 특화자원을 창출하고 온천관광산업 혁신과 함께 도시경쟁력을 도모하기 위해 ‘(가칭) 국제 온천관광 거점지구 조성사업’을 추진하여 쇠퇴하는 도시공간에 새로운 활력을 불어넣고 도시공동화, 지역상권 연쇄침체 등 다양한 도시문제를 해소해야 한다.

본 사업은 온천관광산업의 혁신차원에서 노후화된 온천관광인프라 개선과 함께 한국만의 특색 있는 온천관광산업의 발굴 차원에서 필요하다. 온천 본연의 잠재력과 지역이 가지고 있는 자원을 결합하여 새로운 지역 성장동력 창출 등 지역의 새로운 성장모델 개발 필요가 있다. 또한 쇠퇴하는 온천관광지구 활성화를 위해 많은 지자체에서는 도시재생(뉴딜)사업을 추진하고 있지만, 관광지구 쇠퇴가 가지는 특성으로 차별화된 재생전략으로 접근할 필요가 있다.

사업유형으로는 본 연구에서 제시한 온천+@지역성장모델을 바탕으로 신산업 온천, 비즈니스 온천, 스마트 온천, 헬스케어 온천, 레포츠 온천, 도시관광 온천 등 6가지 사업을 제안한다. 신산업 온천은 온천수를 활용한 화장품 개발, 온천열에너지 활용, 온천자원과 4차산업 기술을 접목한 신산업 창출 등을 지원하는 사업이다. 비즈니스 온천은 도시내 온천관광지구에 MICE산업을 유치하는 등 온천자원과 비즈니스를 결합하여 도시를 활성화시키는 목적을 가지고 있다. 스마트 온천은 온천관광지구에 도시혁신개념을 주입하여 청년을 위한 창업공간, 문화·예술공간, 생활SOC 등 스마트한 혁신공간을 조성하는 사업이다. 헬스케어 온천은 고령인구의 증가와 건강·치료·힐링 등 사회적 수요변화에 대응하기 온천자원을 활용한 헬스케어 산업 육성한다. 레포츠 온천은 장기체류형 방문객 유입을 목표로 온천관광지구 주변 자연환경을 활용한 레포츠 산업 육성한다. 도시관광 온천은 방문객들이 온천을 즐긴 후 다양한 도시서비스를 즐길 수 있도록 도시관광사업과 함께 결합하여 상권활성화를 도모한다.

(2) 온천관광지구 정비 가이드라인 개발

□ 인구감소 및 고령화시대에 대응하는 온천의 새로운 역할 필요

최근 세계적인 인구의 고령화와 우리나라의 급격한 고령화에 따라 고령화사회에 대한 대응 방안의 필요성이 제기되고 있다. 또한 최근 활기찬 노년을 지향하는 사회적 환경 변화와 노인들의 관광참여 증가는 노년층의 주요 관광지중 하나인 온천관광지구에 큰 영향을 미칠 것으로 보여진다.

본 연구에서 실시한 정책수요조사 결과 최근 진행되고 있는 고령화에 대응하기 위해 온천과 연계하기에 가장 적절한 시설로는 노인들의 여가시설(33%)이 가장 높게 나타났으며, 노인들의 일상생활 보조를 위한 복지시설(22%)이 뒤를 이었다. 온천과 연계하여 성장시킬 수 있는 산업분야에 대한 응답에서는 의료·보건 분야와 비즈니스·컨벤션 분야가 각각 37%로 가장 높게 나타났다.

표 6-22 | 온천과 연계한 고령화 대응방안

구분	빈도
여가시설	9
복지시설	6
상업시설	3
체육시설	2
일자리시설	1
기반시설	1
의료정비시설	4
무응답	1
계	27

자료: 저자 작성.

표 6-23 | 온천과 동반성장 가능한 산업분야

구분	빈도
의료·보건 산업	10
열에너지 연계 산업	1
비즈니스·컨벤션 산업	10
먹거리 산업	3
뷰티·마용 분야	2
무응답	1
계	27

자료: 저자 작성.

□ 온천관광지구의 방문객 특성을 반영한 전 연령 친화적 정비 가이드라인 개발

온천관광지구가 다양한 아동부터 노년까지 전 연령의 쾌적하고 안전한 관광환경을 보장하고 서비스를 제공하기 위해서는 온천관광지구의 정비 방향과 기준을 명확히 할 필요가 있다. WHO에서는 2007년 고령친화도시 가이드라인을 제시하며 주거, 안전, 사회 등 8개 측면의 근린환경조성 및 설계 방향을 제시하였으나 이는 우리나라의 환경과 관광지구에 적용하기에는 다소 무리가 있다고 판단된다. 이에 아동부터 노년까지, 그리고 방문객과 정주민 모두의 안전하고 쾌적한 환경을 제공하기 위한 온천관광지구의 정비 가이드라인을 개발할 필요가 있다.

표 6-24 | 온천관광지구 개발 가이드라인(안)

가이드라인 구성	내용
총칙	• 온천관광지구 개발의 목적 및 정의 • 온천관광지구의 적용 대상 및 범위
온천관광지구 환경 평가	• 온천관광지구의 쇠퇴도 및 잠재력 진단 • 장애·연령 친화적 환경 및 지역 안전성 평가
온천관광지구 개발계획 수립	• 수립 및 계획 내용, 기초조사 방법, 주민 등의 의견수렴 등 • 도시기본계획, 도시재생전략계획과의 연계
교통·보행환경	• 보행로의 폭, 연석, 단차, 점자표시 등 적용 기준 및 범위 • 차로폭, 교통정온화 등 적용 기준 및 범위 • 대중교통 노선 구성 기준, 고령친화적 차량 도입 등
공원녹지	• 가로등, 벤치 등 범죄예방 설계기준 적용 • 공원의 활용 및 활동의 활성화를 위한 설계 기준
상업지역	• 상가의 투시성 확보, 제한업종 설정 기준 등 • 온천자원 활용 가능 업종 및 시설에 대한 기준 등
아파트 및 주거단지	• 온천 에너지 활용 및 적용 기준 • 단지 내 의료서비스 시설 설치 기준 등
사회 통합 및 고령자원 활용	• 연령 간 사회적 격차 해소를 위한 방안 • 인적자원 개발, 고령자 자생력 확보를 위한 방안
의사소통 및 정보 공유	• 연령통합적 특성을 반영한 다양한 정보제공체계 구축 등

자료: WHO(2007) Global Age-friendly Cities: A Guide, 부산광역시 범죄예방환경설계(CPTED) 가이드라인을 바탕으로 저자 작성.

□ 온천 자원과 연계한 도시 환경개선 방안 모색

온천관광지구는 온천자원의 활용성을 극대화하고 안전하고 쾌적한 관광환경을 제공하는 방향의 환경개선 방안을 모색해야 한다. 이를 위해서는 어린이와 임산부, 노인, 장애인 등이 자유롭게 이용할 수 있는 보행중심의 쾌적한 지역환경이 조성되어야 하며, 자연적 감시를 바탕으로 안심하고 즐길 수 있는 관광지로 조성될 필요가 있다. 또한 온천자원의 활용성을 제고하고 이를 기반으로 온천관광지구의 지속가능성을 강화하기 위해서는 관광뿐만 아니라 기반시설, 주거, 보건·복지 등 온천의 특성과 잠재력을 활용한 도시 전반의 환경개선 방안으로 발전시킬 필요가 있다.

본 연구에서 실시한 정책수요조사에서는 온천관광지구 재활성화를 위한 지원사업 등

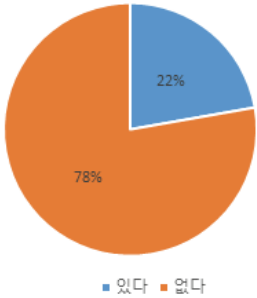
으로는 주민(상인)들의 체감도가 높은 사업을 우선 추진해야하며 필요에 따라 대규모 복합관광시설이나 랜드마크 설치도 고려해볼 필요가 있다는 의견이 제시되었다. 또한 최신트렌드를 반영하여 TV, SNS, 유튜브 등 다양한 매체를 통한 연계 홍보 전략과 지구 내 민간업주들의 자구적 노력이 수반 될 필요가 있다는 의견도 제시되었다

(3) 관광특구제도의 개선

본 연구에서 실시한 정책수요조사 결과 현재 시행중인 관광특구의 실효성에 대한 질문에는 약 78%가 제대로 된 효과를 발휘하지 못하고 있다고 응답하였으며, 그 이유로는 특구에 대한 지원사업 부재(30%)가 가장 많았고 무분별한 특구의 지정, 관광특구에 대한 홍보 부족이 같은 빈도를 보였다.

관광특구제도가 효과성을 발휘하기 위해서는 SOC사업 지원 확대, 차별화된 규제완화 등 특구지역에 대한 지원제도를 확충해야 한다는 의견이 제시되었다. 한편으로는 특구제도를 폐지하고 지역 내 주민(상인)의 자구적 노력으로 재활성화 시켜야 한다는 의견도 있었다.

표 6-25 | 관광특구제도의 실효성과 효과성을 발휘하지 못하는 이유에 대한 응답

도시재생 뉴딜 사업의 필요성	구분	빈도
 ■ 있다 ■ 없다	심야영업의 보편화	3
	지원사업의 부재	8
	전담조직의 부재	1
	관광특구에 대한 홍보 부족	5
	무분별한 특구 지정	5
	무응답	5
	계	27

자료: 저자 작성.

라이프스타일의 변화와 소비트렌드의 변화, 심야영업의 보편화로 인해 경쟁력을 상실한 관광특구제도를 정비하여 관광산업활성화를 도모할 필요가 있다. 주민(상인)들이 체감할 수 있는 파격적인 규제완화와 사업지원의 확대를 통해 관광특구의 정체성과 경쟁력 회복할 수 있도록 관광특구제도의 개선이 시급한 실정이다.

정책수요조사결과와 특구제도에 대한 의견이 개선과 폐지로 나뉘는 정도로 관광특구제도의 실효성이 부족한 실정이다. 지원에 비해 과도한 관리 및 평가체계로 인해 지자체의 행정력 부담을 초래하고 있어 적절한 개선 방안이 없을시 특구제도의 폐지도 고려해볼 필요가 있다.

표 6-26 | 「관광진흥법」 개정(안)

구분	내용
제 70조의 1 관광특구의 지정	관광특구는 다음 각 호의 요건을 모두 갖춘 지역 중에서 시장·군수·구청장의 신청(특별자치시 및 특별자치도의 경우는 제외한다)에 따라 시·도지사가 지정한다. 이 경우 관광특구로 지정하려는 대상지역이 같은 시·도 내에서 둘 이상의 시·군·구에 걸쳐 있는 경우에는 해당 시장·군수·구청장이 공동으로 지정을 신청하여야 하고, 둘 이상의 시·도에 걸쳐 있는 경우에는 해당 시장·군수·구청장이 공동으로 지정을 신청하고 해당 시·도지사가 공동으로 지정하여야 한다. 1. 외국인 관광객수가 대통령령으로 정하는 기준 이상일 것 2. 문화체육관광부령으로 정하는 바에 따라 관광안내시설, 공공편익시설 및 숙박시설 등이 갖추어져 외국인 관광객의 관광수요를 충족시킬 수 있는 지역일 것 3. 임야·농지·공업용지 또는 택지 등 관광활동과 직접적인 관련성이 없는 토지의 비율이 대통령령으로 정하는 기준을 초과하지 아니할 것 4. 제1호부터 제3호까지의 요건을 갖춘 지역이 서로 분리되어 있지 아니할 것
제 70조의 2 관광특구의 해지	관광특구는 다음의 각 호의 요건에 해당하는 정당한 사유가 있는 경우 시장·군수·구청장의 신청(특별자치시 및 특별자치도의 경우는 제외한다)에 따라 시·도지사가 해지할 수 있다. 이 경우 관광특구로 지정하려는 대상지역이 같은 시·도 내에서 둘 이상의 시·군·구에 걸쳐 있는 경우에는 해당 시장·군수·구청장이 공동으로 해지를 신청하여야 하고, 둘 이상의 시·도에 걸쳐 있는 경우에는 해당 시장·군수·구청장이 공동으로 해지를 신청하고 해당 시·도지사가 공동으로 해지하여야 한다. 1. 기반시설의 부족으로 외국인 관광객의 유치에 불가능하다고 판단되는 지역 2. 관광특구에서 대통령령으로 지정하는 관광 관련 산업의 쇠퇴가 심각하여 지역의 기반산업 능력을 상실 하였다고 판단되는 지역

자료: 「관광진흥법」을 토대로 저자작성.



CHAPTER 7

결론

1. 연구의 종합 | 229

2. 연구의 의의, 한계 및 향후 과제 | 231

결론

본 장에서는 연구의 주요내용을 정리하고 연구의 의의와 한계 및 향후 추진과제를 제시하였다. 본 연구는 국내관광산업의 쇠퇴와 온천관광지구의 침체에 착안하여 온천관광지구의 쇠퇴특성과 경쟁력을 진단하고 활력증진방안과 경쟁력 제고방안을 제시하였다는 데에 의의가 있다. 아울러 온천관광지구 및 쇠퇴 관광도시의 대규모 유희부지 활용방안과 지역자원 연계방안을 통합적인 시각으로 접근함으로써 지방도시의 경쟁력 증진을 위한 기반을 마련하였다.

1. 연구의 종합

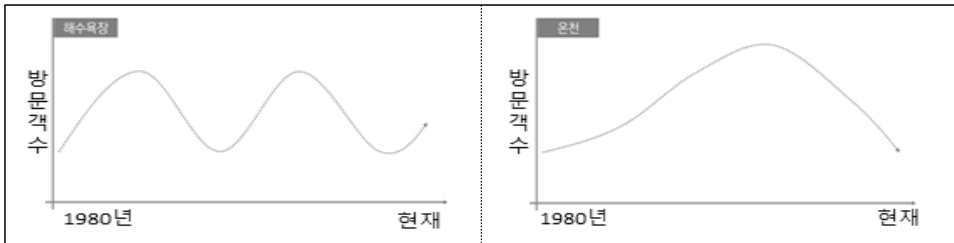
온천관광지구는 급변하는 사회적 변화로 인해 도태되어 도시활력저하와 대형 유희시설로 인한 황폐화를 겪어왔다. 최근 문화체육관광부의 국내관광 활성화와 행정안전부의 온천법 개정¹⁾ 등 국내 관광산업과 온천자원 활용에 대한 전망이 밝아짐에 따라 온천자원의 활용성 증진과 온천관광지구의 경쟁력강화를 위해 연구의 필요성을 인식하고 본 연구를 시작하였다. 이에 온천관광지구의 현황과 쇠퇴특성을 살펴보고 이를 개선하기 위한 경쟁력 제고 방안을 제시하였으며, 이를 위한 정책방안을 제안하였다.

온천관광지구의 쇠퇴특성을 살펴본 결과 온천이 가진 잠재력과 연계성에도 불구하고 부흥기 이후 급격한 침체를 겪은 온천관광지구는 다른 관광지 유형과 달리 회복세를 잡지 못하는 경향이 파악되었으며, 지자체는 온천관광지구의 활성화를 위해 도시재생

1) 문화체육관광부에서는 평화·포용·공정·혁신을 기반으로 하는 2019 문화정책(2019 업무계획)을 발표하며 국내 관광시장 활성화에 대한 중장기발전전략을 마련할 것이라 예고하였으며, 행정안전부는 온천수의 사용시설 확대를 골자로 하는 「온천법 시행령」개정(안)의 입법을 예고.(문화체육관광부 보도자료 [2019.03.11.], 행정안전부 보도자료 [2019.12.16.])

뉴딜사업 추진을 지속적으로 시도하고 있으나 주거지 중심의 도시재생지역 선정기준에 미치지 못해 쇠퇴를 거듭하고 있었다.

그림 7-1 | 온천관광지구의 쇠퇴주기 특성



자료: 저자 작성.

온천관광지구의 도시경쟁력과 관광경쟁력을 진단한 결과 온천관광지구는 전반적으로 특별한 체험요소가 없으며, 지역특산물도 거의 없는 것으로 나타났다. 또한 공중위생서비스 평가 결과 최우수 업체가 전체의 50%를 넘는 지자체는 없었으며, 평균 29.2 퍼센트로 매우 낮은 비율로 나타났고, 중점사례지역 중 관광특구가 관광지로 지정되지 않은 동래온천관광지구보다 적은 경쟁력을 보이며 관광특구의 경쟁력이 약화됨을 알 수 있었다.

중점사례지역별로 살펴보면 도시 및 관광경쟁력의 편차가 두드러지게 나타나는데, 유성온천관광지구와 온양온천관광지구는 관광경쟁력 이 부족하며 수안보온천관광지구는 도시경쟁력이 부족한 것으로 나타났다. 특히 유성온천관광지구는 관광객들의 체감도가 높은 가격부문에서 경쟁력이 부족하다고 평가되었으며, 온양은 질적인 면에서 경쟁력이 부족한 것으로 나타났다. 수안보온천관광지구의 경우 인구유출과 고령화로 인해 산업분야의 경쟁력이 부족하며, 도외지역에 입지하여 접근성이 매우 부족한 것으로 평가되었다.

이에 온천관광지구의 활성화를 위해서는 온천관광만이 아닌 새로운 성장동력이 필요하고 창의적인 콘텐츠와 지역 이미지제고 등으로 방문객을 유도할 필요가 있으며, 관광특구의 경쟁력 강화 전략이 필요하다고 판단되었다.

도시내 온천관광지구의 활력증진을 위해서는택티컬어바니즘, DIY어바니즘의 개념을 적용하여 소규모, 점진적 개발을 통해 지역주민과 방문객 모두가 공감하고 즐길 수 있는 도시로 형성되어야 하며, 국내뿐만 아니라 외래관광객 유치를 위한 관광수용태세 확충과 온천문화 개선이 이루어져야 한다고 판단되었다. 또한 온천시설의 복합화와 새로운 이벤트, 프로그램 등을 지속적으로 개발할 필요가 있으며, 이를 위해서는 지역의 역사와 특성, 분위기를 잘 알고 있는 지역주민 및 청년 조직 육성이 가장 적합할 것이라고 판단된다.

온천관광지구의 활력증진을 통해 도시경쟁력을 확보하기 위해서는 기본적으로 온천이 가진 잠재력과 지역자원을 접목한 새로운 지역성장모델이 필요하다고 판단되었다. 이러한 지역성장모델은 관광지구로서 방문자의 욕구를 충족시켜야 할 뿐만 아니라 주거, 상업, 산업 등 다양한 지역 현안을 해결할 수 있는 방향이어야 한다. 새로운 성장동력과 방문자의 욕구 충족, 지역현안 해소가 맞물린다면 온천관광지구로써의 도시·관광경쟁력 뿐만 아니라 지역 전반의 도시경쟁력 제고에도 긍정적인 영향을 미치며 주요 성장동력으로 지역경제를 견인할 수 있을 것으로 판단된다.

2. 연구의 의의, 한계 및 향후 과제

본 연구는 국내관광산업의 쇠퇴와 온천관광지구의 침체에 착안하여 온천관광지구의 쇠퇴특성과 경쟁력을 진단하고 이를 바탕으로 활력증진방안과 경쟁력 제고방안을 제시하였다는 데에 의의가 있다. 온천관광지구 활력증진을 통한 경쟁력 확보방안을 마련하는데 있어 현장 중심의 연구를 지향하고자 노력하였으며, 특히 중점사례지역을 중심으로 보다 심층적인 연구를 추진하기 위해 시민아이디어캠프 개최, 설문조사 실시, 주민 인터뷰, FGI 등 다양한 방법의 주민 및 전문가 의견을 수렴하였다. 또한 국회 및 지자체와의 지속적이고 유기적인 협의를 통해 보다 현실적인 대안을 제시하는 등 지역기반의 경쟁력 제고 방안 수립의 방향성을 제시하도록 노력하였다. 아울러 본 연구를 통해

온천관광지구 및 쇠퇴 관광도시의 대규모 유희부지 활용방안과 지역자원 연계방안을 통합적인 시각으로 접근함으로써 지방도시의 경쟁력 증진을 위한 기반을 마련하였다.

그러나 본 연구과정에서 활용된 관광분야의 쇠퇴진단 도구의 신뢰성을 증명하지 못하였다는 한계가 있다. 수명주기 분석은 관광분야에서 활용되는 관광객감소에 따른 지역 쇠퇴진단 방법이나 이에 대한 비판과 개선 방안도 제기된 바 있다(2012 정승호·황진웅). 향후 보다 정밀한 쇠퇴진단을 위해서는 수명주기 분석 방법론에 대한 심도 깊은 고민이 필요하며, 다각적인 쇠퇴진단으로 보다 명확한 쇠퇴정도를 진단해야할 것이다.

온천관광지구를 비롯한 관광지의 쇠퇴정도와 경쟁력을 판단하기 위해서는 주기적인 관광수용태세 분석이 필요하다. 인구, 사업체, 건축물의 노후도 등은 체계적이고 주기적인 조사를 통해 데이터를 구축해왔으며, 지역의 쇠퇴를 진단하는 지표로 활용되었다. 그러나 관광지 방문객수, 유동인구 등 관광지의 현황을 진단할 수 있는 지표의 경우 데이터의 신뢰성이 부족하다고 판단되었다. 관광지구의 진단과 경쟁력 판단을 위해서는 유동인구, 지역자원, 주요지점 방문객, 숙박시설의 관리상태 등 관광수용태세 조사를 주기적으로 수행한다면 보다 정확한 연구를 진행하여 지역 맞춤형 개선방안을 제시할 수 있을 것으로 기대된다.

우리나라 온천관광지구는 대부분 노후화되어 온천기반시설에 대한 정비가 시급한 실정이다. 그러나 민간을 중심으로 운영되는 온천관광지구의 특성상 리모델링 지원, 인센티브 감면 등 지원정책이 어렵다는 한계가 있으며, 도시재생 뉴딜사업 등 지원사업의 유치에 어려움을 겪고 있다. 본 연구를 통해 온천관광지의 쇠퇴 특성을 파악한 결과 쇠퇴와 회복을 반복하는 다른 관광지구와 반해 온천관광지구는 회복세를 되찾기 어려운 상황으로 보였다. 이러한 온천관광지구의 도시활력증진과 경쟁력 제고를 위해서는 오래되고 경쟁력을 상실한 제도를 개선하고 지역 개선을 위한 새로운 창구를 모색할 필요가 있다. 향후 본 연구가 온천관광지구와 국내 관광지구의 경쟁력 제고 방안을 모색하고 지역활력 회복을 위한 정비사업계획을 수립하는 기반이 될 수 있기를 기대한다.

참고문헌

REFERENCE



【 인용문헌 】

- 강승호, 김종엽. 2009. 다차원분석법을 이용한 인천 도시경쟁력 비교 분석. 한국도시지리학회지 12(3). 97-109.
- 국토교통부. 2019. 도시재생 뉴딜사업 중심시가지형·일반근린형 활성화계획 수립 및 사업시행 가이드라인. 국토교통부.
- 권연화, 최열. 2018. 사회적 자본 및 도시특성이 기초 자치단체 경쟁력에 미치는 영향 분석. 국토연구 96. 21-36.
- 김중재, 이경진. 2016. 국내 관광지의 수명주기 분석 연구. 한국조경학회지 43(6). 25-40.
- 김갑성, 김홍석, 서종녀. 2009. 도시경쟁력 평가체계 구축 및 활용방안. 도시정보 326. 3-15.
- 김남조. 2018. 관광전략거점도시 법제화 방안 연구. 문화체육관광부, (사)한국관광학회.
- 김동희, 이규재. 2011. 보양온천 지정과 온천수 음용을 위한 온천수질 평가 연구. 한국물학회지 1(1). 1-10.
- 김부성. 2010. 도시이미지 제고를 통한 도시 관광개발. 한국경제지리학회지 13(3). 354-366.
- 김시중. 2010. 국내 온천관광지 이미지 및 선호도 평가. 한국경제지리학회지 13(2), 253-269.
- 김시중. 2011. 온천관광지의 다차원 포지셔닝 연구. 관광학연구 35(9). 383-400.
- 김영현, 정영호, 이상윤. 2018. 택티컬 어바니즘에 기반한 도시 유희공간 활용방안. 대한건축학회 추계학술발표대회논문집. 38(2). 228-231.
- 김중재, 이경진. 2015. 국내 관광지 쇠퇴 원인 분석 및 유형화 연구. 2015년 한국조경

학회·한국환경복원기술학회 공동학술대회. 153-154.

김철원. 2000. 관광산업 경쟁력 평가모델 개발. 한국관광연구원.

김철원. 2018. 지역관광 경쟁력 진단 방안 및 활용 전략. 한국관광정책 71. 54-59.

김판섭, 남진. 2012. 도시환경정비사업이 도시경쟁력에 미치는 영향 분석. 한국지역학회 28(2). 79-93.

김향자, 이한나, 기명성. 2014. 도시재생 추진에 따른 도시관광 정책 방안 연구. 한국문화관광연구원: 기본연구.

김향자, 최자은. 2017. 지역관광자원 개발방향에 대한 연구Ⅱ. 한국문화관광연구원.

김향자, 하보란, 나효선. 2011. 도시관광 활성화 정책 추진방안. 한국문화관광연구원: 기본연구.

김흥렬, 장윤정. 2013. 도시관광의 관광매력성과 도시이미지 관계 연구. 관광연구저널 27(3). 173-188.

김흥식, 한성미, 박혜연. 2015. 지역구도심 재생을 위한 도시관광 정책방안 연구. 경기연구원.

대전광역시. 2017. 제6차 대전권 관광개발계획.

류은주. 2016. 아산시의 온천 관광개발 추진 및 특성: 온양온천의 역사·문화자원을 활용한 관광개발을 중심으로. 동북아관광연구 12(4). 143-164.

문화체육관광부. 2018. 2017년 기준 관광동향에 관한 연차보고서. 문화체육관광부.

문화체육관광부. 2019. 2018 국민여행조사. 세종: 문화체육관광부.

박승규, 김선기, 조창덕. 2015. 광주광역시 도시경쟁력 강화를 위한 지표 개발 및 실태분석. 한국지방행정연구원: 정책연구.

변미리. 2014. 도시경쟁력과 문화가치. 문화정책 1, 115-142.

손동필, 고영호, 윤주선. 2017. 택티컬 어바니즘 기반의 가로활성화 방안 연구. 건축도시공간연구소.

신용석, 김성태, 황혜정. 2008. 관광특구 평가 및 개선방안. 한국문화관광연구원.

신용석. 2009. 관광특구 제도 및 운영 개선방안. 국토연구 63. 181-203.

-
- 신윤경, 백준혁, 채정호. 2010. 환경치료의 정신의학적 적용. 스트레스. 18: 167-179.
- 심승보, 오성근, 전용진. 2011. 온양온천수를 이용한 피부개선 화장품의 개발. 한국산학기술학회논문지 12(9). 4257-4260.
- 심창섭, 칼라 산토스. 2012. 도시관광에서의 진정성 개념에 관한 탐색적 고찰. 관광연구논총 24(3). 33-56.
- 안형진·박현영. 2013. 재생사업지구 내 공가 및 공터 활용을 통한 유연적인 도시재생 방안 연구. 국토계획 48(6). 347-366
- 여경진, 주영민. 2013. 도시관광 자원 변화에 관한 연구-1920년대 이후의 도쿄를 대상으로. 일본근대학연구 40호. 259-274.
- 우문호. 2010. 외식산업의 관광요소 및 관광수요조건과 관광 경제적 효과의 구조적 관계. 관광·레저연구. 22(3). 155-173.
- 원광희. 2019. 철도고속화 시대의 도래와 수안보 활성화 방안. 충북경제 4%실현을 위한 북부권토론회 발표자료.
- 이민재, 황윤섭, 서원석. 2015. 관광객의 기후변화인식에 따른 관광위험, 관광만족 및 행동 의도 차이 검증을 통한 제주 관광 경쟁력 제고 방안. 관광연구논총 27(4). 179-198.
- 이남. 2018. 온천도시 지정·지원을 통한 국내 온천발전에 관한 연구용역 사업. (주)컨설팅앤컨설턴트.
- 이상대. 2014. 도시경쟁력과 창조도시. 이슈&진단 152. 1-27.
- 이수진, 김태경, 최준규, 조성한, 정천용, 윤소윤. 2017. 시흥시 지역발전 전략 연구: 도시 문화경쟁력 강화 중심으로. 경기연구원.
- 이영주. 2005. 도시관광 개발사례 연구. 강원발전연구원.
- 이진식. 2015. 한국형 도시 관광경쟁력 평가 모델 및 지표 개발. 관광·레저연구 27(8). 101-121.
- 이형욱. 2015. 지방정부의 도시경쟁력 제고에 관한 연구: 도시창조성을 활용한 창조

-
- 도시 전략을 중심으로. 국가정책연구 29(3). 77-107.
- 일본온천기후물리의학회. 2004. 신온천의학(Balneology, Climatology and Physical Medicine). JTB.
- 임병호, 문경원, 김홍태, 이재영, 이범규, 조수희, 김소령. 2007. 대전의 도시경쟁력 평가 및 강화방안 연구. 대전발전연구원.
- 임진숙, 박래준. 2005. 인공 온천수가 혈류 및 여드름 피부에 변화에 미치는 영향. 한 국미용학회지 11(2), 153-159.
- 정승호, 황진웅. 2012. Butler 관광지 수명주기 이론에 대한 비판. 여가관광연구 20, 29-49.
- 조재호. 2017. 우리나라 7대 광역시와 세계 779개 도시경쟁력 비교분석: Oxford Economics자료에 근거한 도시경쟁력. 지역연구 33(4). 3-17.
- 조현영, 장국일, 김진홍, 김영조, 김형남. 2016. 화순온천 관광지 활성화 방안 연구. 차미숙, 이원섭, 김선희, 임은선, 이영주, 윤영모, 이지원, 박재희, 이양원, 김기웅. 2015. 미래 국토발전 전략 수립방안 연구. 국토연구원.
- 통계청. 2016. 2015년 기준 경제총조사보고서. 통계청.
- 행정안전부, 부산대학교. 2008. 온천 열에너지 활용방안 보고서(전국편). 행정안전부.
- 행정안전부. 2018. 2018년 전국 온천현황. 행정안전부.
- 한국관광공사. 빅데이터로 살펴본 17/18 여행 트렌드는 S.T.A.R.T. (보도자료, 2017. 12. 14.)
- 한국관광공사. 2018. 소셜미디어 빅데이터 활용 국내관광 트렌드 분석 및 2019 트렌드 전망.
- 홍성용. 2007. 스페이스 마케팅. 삼성경제연구소.
- 홍영택, 최정길. 2010. 근대 온천 관광문화의 공간 확산에 관한 한·일간 비교연구. 한 국사지리학회 20(2). 25-39.
- Ashworth, G. J. 1989. Urban tourism: An imbalance in attention. Progress in tourism, recreation and hospitality management, 1, 33-54.

-
- Ashworth, G. . Page. S. J. 2011. Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism management*, 32(1), 1–15.
- Balderer, W., Porowski, A., Idris, H., LaMoreaux, J.W. 2014. Thermal and Mineral Waters: Origin, Properties and Application.
- Bender, T., Bálint, G., Prohászka, Z., Géher, P., Tefner, I, K. (2014). Evidence-based hydro- and balneotherapy in Hungary - a systematic review and meta-analysis. *International Journal of Biometeorology*. 58(3), 311–323.
- Edwards, D., Griffin, T., Hayllar, B. 2008. Urban tourism research: developing an agenda. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1032–1052.
- Füller, H., Michel, B. 2014. ‘Stop Being a Tourist!’ New Dynamics of Urban Tourism in Berlin-Kreuzberg. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(4), 1304–1318.
- Gao, S. Y., Tian, L. F., Zhou, J., Zhang, Y. L. 2009. Tourism foreign exchange income and economic growth in China: A panel cointegration approach. In 2009 International Conference on Management Science and Engineering (pp. 950–955). IEEE.
- GW. 2018. Global wellness economy monitor. Global Wellness Institute.
- Henderson, J. 2017. Global cities, Tokyo, urban tourism. *International journal of tourism cities* 3(2). 143–157.
- Horváth, D. B. 2018. A New Era for Urban Tourism? The Case of Venice, Italy. *Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development* 9(17). 13–32.
- Jin, J. C. 2011. The effects of tourism on economic growth in Hong Kong. *Cornell Hospitality Quarterly* 52(3). 333–340.
- Lee, C. F., King, B. 2009. A determination of destination competitiveness for

-
- Taiwan's hot springs tourism sector using the Delphi technique. *Journal of Vacation Marketing* 15(3). 243–257.
- Ma, T., Hong, T., Zhang, H. 2015. Tourism spatial spillover effects and urban economic growth. *Journal of Business Research* 68(1). 74–80.
- Mia, M. B., Fujimitsu, Y., Nishijima, J. 2018. Monitoring Thermal Activity of the Beppu Geothermal Area in Japan Using Multisource Satellite Thermal Infrared Data. *Geosciences* 306(8). 2–26
- Murillo, J., Vayà, E., Romani, J., Suriñach, J. 2013. How important to a city are tourists and day-trippers? The economic impact of tourism on the city of Barcelona. *Tourism Economics* 19(4). 897–917.
- OECD. 2018. OECD tourism trends and policies 2018. OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/tour-2018-en>
- Page, S. J. 1995. *Urban tourism*. Routledge.
- Pearce, D. G. 2001. An integrative framework for urban tourism research. *Annals of tourism research* 28(4). 926–946.
- Qian, J., Feng, D., Zhu, H. 2012. Tourism-driven urbanization in China's small town development: A case study of Zhapo Town, 1986–2003. *Habitat International* 36(1). 152–160.
- Butler, R. W. 1980. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implication for management of resources.
- Polli, R., Cook, V. 1969. Validity of the product life cycle. *The Journal of business*. 385–400.
- Saaty, T. L., 조근태 역. 2005. 네트워크 분석적 의사결정. 동현출판사.
- Sanner, B. 2000. Baden–Baden a famous thermal spa with a long history. *GHC Bulletin*. 16–22.
- Sáez, L., Periañez, I. 2015. Benchmarking urban competitiveness in Europe to

-
- attract investment. *Cities* 48. 76–85.
- Shanmuganathan, S., Li, Y. (2016) An AI based approach to multiple census data analysis for feature selection. *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 31 (2), 859–872.
- Shaw, G., Williams, A. M. 1994. *Critical issues in tourism: a geographical perspective*. Blackwell Publishers.
- Spirou, C. 2011. *Urban tourism and urban change: Cities in a global economy*. New York: Routledge.
- Voigt, C., Pforr, C. 2013. *Wellness tourism: A destination perspective*. Routledge.
- WTTC. 2019. *Travel & tourism economic impact 2019: World travel & Tourism Council*
- World Economic Forum. 2017. *Travel & Tourism Competitiveness Report*.

【 관련문헌 】

- 국토교통부. 2006, 2016 주거실태조사 자료
- 문화체육관광부. 2018. 관광지 및 관광단지 지정 현황
- 문화체육관광부. 2019. 관광특구 지정 현황
- 지역발전위원회. 2018. 문재인정부 국가균형발전 비전과 전략
- 통계청. 2005, 2015 인구주택총조사 자료
- 통계청, 2015, 2015 경제총조사 자료
- 통계청, 2017, 한국표준산업분류
- 한국관광공사. 2018. 관광경쟁력 진단 모형.
- 한국노동연구원. 2017. 제18차 노동패널조사 자료
- ATKearney. 2019 *Global Cities Report*
- EIU. 2012. *The global city competitiveness index*. The Economist Intelligence

Unit.

Forbes. 2018. The 4 Biggest Travel Trends For 2019

LH. 2016. 주택조사자료

Mercer. 2019. Quality of Living City Ranking.

UNWTO. 2019. Urban tourism.

【홈페이지】

국가통계포털(<http://kosis.kr/>). [2019. 05. 29. 접속]

도시재생종합정보체계(<https://www.city.go.kr/index.do>). [2019. 06. 30. 접속]

동래구청 홈페이지(<https://www.dongnae.go.kr>). [2019. 06. 30. 접속]

디자인하우스 홈페이지(<http://www.designhouse.co.kr/>). [2019. 11. 29. 접속]

세계도시정보 홈페이지(<https://ubin.krihs.re.kr/>). [2019. 12. 20. 접속]

소상공인진흥공단 상권분석(<http://sg.sbiz.or.kr>). [2019. 06. 30. 접속]

모리기념재단도시전략연구소(<http://mori-m-foundation.or.jp>). [2019. 08. 23. 접속]

문화체육관광부(<https://www.mcst.go.kr/kor/main.jsp>). [2019. 06. 30. 접속]

부산광역시청 홈페이지(<http://www.busan.go.kr/>). [2019. 11. 21. 접속]

베틀부 8탕 온천축제 홈페이지(<http://beppu-event.jp/onsenmatsuri/>). [2019. 09. 23. 접속]

아산시청 홈페이지(<https://www.asan.go.kr>). [2019. 06. 30. 접속]

예금보험공사 블로그(<https://m.blog.naver.com/>). [2019. 11. 26. 접속]

유성구청 홈페이지(<https://www.yuseong.go.kr>). [2019. 06. 30. 접속]

충청남도 홈페이지(<http://www.chungnam.go.kr/>). [2019. 06. 30. 접속]

클라임코리아 홈페이지(<http://www.climbkorea.com/>). [2019. 11. 29. 접속]

통계분류포털(<https://kssc.kostat.go.kr>). [2019. 06. 30. 접속]

통계청 마이크로데이터 통합서비스(<https://mdis.kostat.go.kr/>). [2019. 07. 31. 접속]

한국관광공사 홈페이지(<https://www.visitkorea.or.kr>). [2019. 06. 30. 접속]

헝가리 관광청 홈페이지(<https://hellohungary.com/>). [2019. 09. 27. 접속]

헝가리 중앙통계청 홈페이지(<https://www.ksh.hu/>). [2019. 09. 27. 접속]

ATKearney 홈페이지(<https://www.atkearney.com/>). [2019. 09. 02. 접속]

BE@BEPPU 홈페이지(<https://bebeppu.com/>). [2019. 09. 20. 접속]

Bathes Budapest 홈페이지(<http://www.bathsbudapest.com/>). [2019. 09. 26. 접속]

e나라재산 홈페이지(<https://www.k-pis.go.kr/>). [2019. 11. 25. 접속]

EIU 홈페이지(<https://www.eiu.com/>). [2019. 08. 23. 접속]

Enjoy Onsen 홈페이지(<https://enjoyonsen.city.beppu.oita.jp/>). [2019. 09. 20. 접속]

Gellert Baths 홈페이지(<http://www.gellertbath.com/>). [2019. 09. 27. 접속]

Japan Sun Industries 홈페이지(<http://www.taiyonoie.or.jp/>). [2019. 09. 21. 접속]

Kurhaus Wiesbaden 홈페이지(<https://www.wiesbaden.de/>). [2019. 09. 25. 접속]

Mercer 홈페이지(<https://mobilityexchange.mercer.com/>). [2019. 09. 02. 접속]

Nestle' YouTube 홈페이지(<https://www.youtube.com/user/NestleCorporate>)
[2019. 09. 02. 접속]

Onsendo 홈페이지(<http://onsendo.beppu-navi.jp/>). [2019. 09. 21. 접속]

Szechenyi Baths 홈페이지(<http://szechenyispabaths.com/>). [2019. 09. 27. 접속]

Visitsingapore 홈페이지(<https://www.visitsingapore.com/>). [2019. 11. 30. 접속.]

【보도자료】

국무조정실 생활SOC추진단. 2018. 제1차 생활밀착형 사회기반시설 정책협의회 자료.
[2018. 12. 17. 보도]

관계부처 합동. 2018. 내 삶을 바꾸는 도시재생 뉴딜 로드맵.

문화체육관광부 보도자료. 우리 삶을 바꾸는 도서관, 제3차 도서관발전종합계획 발표.
[2019. 01. 23. 보도]

문화체육관광부 보도자료. 4개 부처 손잡고 섬 관광 활성화에 나선다: 문체부·행안부·
국토부·해수부, '섬 관광 활성화 협약' 체결. [2019. 02. 19. 보도]

문화체육관광부 보도자료. 지역의 삶을 담은 문화적 도시재생 확대 추진.

[2019.02.20. 보도]

문화체육관광부 보도자료. 문체부, 제2차 문화도시 지정 공모. [2019.03.04. 보도]

문화체육관광부 보도자료. 평화·포용·공정·혁신으로 여는 2019 문화정책: 문화체육관광부「2019 업무계획」발표. [2019.03.11. 보도]

한국관광공사 보도자료. 웰니스 관광으로 새로운 관광한국 이끈다 ‘웰니스 관광 25선 운영협의체 발족’. [2017.07.18. 보도]

행정안전부 보도자료. 병원에서도 치료 목적으로 온천수 사용 가능, 의료관광 활성화 전망. [2019.12.16. 보도]

【언론기사】

국제뉴스. 전국유일 충주시 삼색온천...내 몸 맞게 고른다. [2016.01.22. 보도]

노컷뉴스. 새해 효도여행 어디가 좋을까... ‘북큐슈 온천’ vs ‘장가계’. [2017.12.29. 보도]

뉴스투데이. 클룩, 2019 글로벌 여행 트렌드 발표. [2019.03.11. 보도]

경향신문. ‘특급호텔 폐업 후...“유성온천”이 식어간다’.. [2018.03.13. 보도]

동아사이언스. 게임 한 판 할래요? 스마트 쓰레기통 등장. [2017.04.05. 보도]

동양일보. 이랜드 그룹, 수안보 와이키키호텔 재개발 백지화. [2017.04.06. 보도]

디트news. ‘유성온천지구 활성화’ 전체적 리모델링 필요. [2018.09.12. 보도]

소비자평가. 도심 속 특별한 컨테이너, ‘언더스텐드예비뉴’ “. [2017.01.22. 보도]

아시아투데이. 내달부터 온양온천 시티투어 ‘요일별 코스 새 단장’. [2017.08.13. 보도]

아시아투데이. 대전대학교, 파라다이스 도고지점과 업무 협약식 가져. [2010.08.31. 보도]

아시아투데이. 아산시, 온천수와 연을 결합한 화장품 개발. [2011.10.20. 보도]

연합뉴스. 복합의료시설 WE호텔 전경, 제주도 서귀포시 회수동에 지난 2월9일 개관한 복합의료시설 WE호텔. [2014.09.16. 보도]

연합뉴스. “인공지능 피아니스트가 기다려요.” KAIST 연구실 개발. [2015. 06. 21. 보도]

연합뉴스. 충남 공주 갑사 인근 홍물 호텔 구조물 철거된다. [2019. 09. 02. 보도]

오마이뉴스. 온천재래시장 구경하고 무료 온천족욕도 하고. [2015. 05. 22. 보도]

웰니스투데이, 유럽의 스파타운⑬ 독일의 온천스파. [2014. 08. 03. 보도]

일요서울. 부산 동래 온천문화 거리, 보행환경개선조정 사업지로 선정. [2016. 10. 28. 보도]

전자신문. 대덕연구단지 착공. [2015. 06. 21. 보도]

조선비즈. 서울창업허브, ‘키친 인큐베이팅’ 프로그램 진행. [2017. 08. 21. 보도]

조선일보. 겨울 특집 섹션 스키&온천 GI'8, 뜨거운 온천수에 언 몸을 담근다. [2009. 12. 11. 보도]

조선일보. 장터기행/온양온천역 아래에선 5일마다 ‘반갑구만~반가워요~. [2016. 03. 15. 보도]

조선일보. 급성장하는 퍼스널 모빌리티 시장.. 공유서비스 확대 ‘주목’. [2019. 02. 08. 보도]

중도일보. 충남 웰니스 스파 국가전략산업으로 성장될까①. [2017. 10. 30. 보도.]

중앙선데이. 온천수 마시고 몸 담그고...아토피 환자, 3주 만에 치료 효과. [2014. 10. 19. 보도.]

중앙일보. 창녕 부곡온천, 고효율 새 난방시스템 개발 ‘눈길’. [2012. 09. 28. 보도]

중앙일보. 산악자전거 울통불통 자연을 넘는다. [2015. 05. 14. 보도]

중도일보. 유성복합터미널 안갯속 ‘플랜B’ 가동될까. [2018. 02. 14. 보도]

중앙일보. 창녕 부곡온천, 고효율 새 난방시스템 개발 눈길. [2012. 09. 28. 보도]

중앙일보. 횡단보도 뭐가 달라 해외 네티즌들이 열광할까?. [2019. 04. 27. 보도]

지피코리아. ‘비긴어게인3’ 서울 버스킹 현장 공개, 게스트 김고은-정해인 출연, [2019. 08. 16. 보도]

충남신문. 아산시, 온천수 활용한 화장품 개발. [2011. 10. 20. 보도]

프레스시안. 롯데와 인연 없는 대전 유성복합터미널. [2018.02.27. 보도]
플러스코리아타임즈. 온천에서 목욕만하던 기대는 지났다. [2010.08.31. 보도]
현대HCN뉴스. 온천장 뉴딜사업, '온천수 열에너지 활용'. [2019.10.22. 보도]
kotra해외시장뉴스. 중국 온천여행 시장 동향, 자료원: KOTRA 선양 무역관 자체 인
터뷰. [2018.09.13. 보도]

SUMMARY



Enhancing Competitiveness and Vitalization of Urban Hot Springs Tourism Districts

Lee Syungkuk, Kim Taehwan, Cho Panki, Kim Joongeun, An Sohyun, Jeong Yeonjun,
Yun Jundo, Yim Youngsik, Timothy Lee

Key words: Urban Hot Spring Tourism District, Urban Regeneration, Large Vacant Facilities,
Urban Competitiveness, Tourism Competitiveness

Urban tourism creates jobs and plays as a key economic engine in urban areas. In the past days, hot spring tourism in Korea has played as a major role in regional growth. However, the decline of the hot spring tourism is being accelerated due to the deterioration of its facilities and tourism trend shift. The closure of hotels, condominiums, and resorts has led to a sharp decline in urban jobs and increasing large vacant spaces which causes economic downturn and deterioration of the entire city. Hot spring resources themselves have high potential in terms of urban regeneration and revitalization. However, there are limits for urban competitiveness utilizing only hot spring resources. In order to restore urban competitiveness, it is necessary to consider new models by linking hot springs with local resources. Therefore this study aims to suggest new developing models for enhancing the vitality of hot spring tourism districts, and

introducing strategies for securing urban competitiveness with policy directions to support them.

To find out the decline status and major issues of the hot spring tourism districts, this study uses various research methods such as literature review, statistical analysis, expert FGI, and surveys of residents and merchants. In order to analyze the decline diagnosis of the hot spring tourism district, 54 tourist attractions (tourist site, tourist park, special tourist zone) in Korea were selected as the analysis targets and being analyzed based on the major tourism factors. As a result, the following decline characteristics and issues were derived.

First, the hot spring districts has a unique decline cycle unlike the other types of tourist attractions. As the other types shows a repeated cycle of decline and revitalization, hot spring districts shows a steady decline since its boom. Considering the tourism trend shift and the importance of urban tourism, Korean hot spring districts has reached to its limits for natural revitalization by itself. Also due to the nature of Korean hot springs, it is difficult to combine with other industries or contents. Therefore it is a period to invest on deteriorated infrastructures and push forward a urban regeneration project to revitalize hot spring districts.

Second, considering the characteristics of tourist attractions, a differentiated regeneration strategies are needed to revitalize tourism districts. Recently, the Korean government is running the Urban Regeneration New Deal project to revitalize declined urban areas. This project focuses on CBD and residential areas. However, the decline index of tourism attractions resulted differently from the general urban decline. This results suggests that the general urban decline indicators mismatches with the tourism attractions and needs to generate a tourism decline indicator based on commerce and consumption activity of visitors. Therefore, a new diagnosis tool such as transient population

and tourism business sales index are needed to respond against the tourism district decline.

Third, a new competitiveness strategy is need for 'Special Tourist Zone' in Korean tourism districts. In the analysis of this study, the loss of competitiveness of 'Special Tourist Zone' had a significant effect on the decline of hot spring tourism districts. The 'Special Tourist Zone' were designated to attract foreign tourists since 1993 with the enactment of the 'Tourism Promotion Act'. However, this special zones has loosen their distinctions from the general commercial areas and could not respond to the tourism trend shift which resulted as urban decline. Therefore, it is necessary to improve its legal system and strengthen the effectiveness for attracting tourists into the 'Special Tourist Zone'.

To respond against the issues above, this study suggests a new strategy to vitalize hot spring tourism districts along with strengthening the competitiveness of the entire city. To vitalize hot spring tourism districts this study introduces three fundamental principles; Place marketing, Tactical urbanism, and Do it yourself strategy. For strengthening the competitiveness of the city this study introduces new six strategic models with the combination of hot spring attractions and regional resources. The six models(Hot Spring + @ Model) are ① Hot spring + related new industry, ② Hot spring + MICE business, ③ Hot spring + smart city, ④ Hot spring + nature friendly leisure, ⑤ Hot spring + health care, ⑥ Hot spring + urban tourism.

To support the principals and 'Hot Spring + @ Model, this study introduces the following policies in terms of urban and tourism sector.

In the urban policy sector, regeneration strategies that reflect the socio-economic characteristics of tourist destinations should be developed, and must clarify the role of public and private sectors to strengthen regional-based

competitiveness. First of all, this study introduces a new type of 'Urban Regeneration New Deal' project for tourism districts to promote a small-scale regeneration strategy that can induce long-term change by short-term application. In order to diagnose the decline of tourist attractions, new indicator for tourism zones must be developed such as transient population and tourism business sales. Also, the role of public and private sectors should be strengthened for the reuse of large vacant spaces. Lastly, regional competitiveness should be strengthened by linking the tourism and urban master plan.

In terms of tourism policy, a unique characteristic of Korean hot spring must be discovered to strengthen international competitiveness. Also new hot spring tourism business should be developed to respond the social environment shift. Therefor, this study introduces 'International Hot Spring Tourism Hub Development Project' to promote and develop a Korean unique hot spring tourism business. This project shall actively utilize the potential resources of hot springs such as well-being and health care in response of population reduction and aging. In order to revitalize hot spring tourism districts, it is necessary to develop a age-friendly design guideline. This guideline must reflect the characteristics of visitors and seek possibilities to improve urban environment along with hot spring resources. In addition, the government must continuously analyze the changes in lifestyles and consumption trends, and improve 'Special Tourist Zone' system to achieve a sustainable tourism business.

부 록

APPENDIX



▣ 부록1: 유성온천관광지구 경쟁력 확보를 위한 추진사업(예시)



1) 대학로 스마트거리 조성사업

(1) 사업의 필요성

- 유동인구가 가장 많은 충남대 정문과 유성온천 지하철역 사이 대학로를 보행친화적으로 탈바꿈시켜 보행자에게 볼거리와 즐길거리를 제공

(2) 사업의 대상지

- 대학로(충남대 정문과 유성온천역 사이 구간 / 도보 30분 거리)

부도 1-1 | 사업대상지



(3) 사업의 주요내용

1 게이미피케이션 등 스마트 거리 조성

- 보행자 거리에 구간별로 게임체험을 접목시킨 게이미피케이션 거리를 조성
- 게이미피케이션은 게임의 메커니즘과 사고방식을 접목시킨 뜻으로 보행자 거리에 게임과 개발 실험을 위한 시물레이션으로 활용
- 젊은 유동인구의 유입을 증가시키고 지역의 특별한 체험요소를 창출하기 위해 단 순한 기반시설이 아닌 즐길 수 있는 기반시설을 설치

부도 1-2 | 게이미피케이션 사례



‘게이미피케이션’(Gamification)

‘게이미피케이션’(Gamification)이란 게임 외적인 분야에서 문제 해결, 지식 전달, 행동 및 관심 유도 혹은 마케팅을 위해 게임의 ‘매커니즘’(Mechanism)과 사고방식을 접목시키는 것을 뜻한다. 순위표 등을 제공해 경쟁심을 이끌어 내거나 행동에 대한 보상으로 가상의 화폐나 보상을 지급하는 등의 ‘매커니즘’(Mechanism)을 통해 평소 재미없게 느끼거나 지루하게 느끼는 설문조사, 콘텐츠 읽기 등을 유도하는 것이 일반적인 방식이다.

‘게이미피케이션’(Gamification)의 예시는 주변에서도 쉽게 찾아볼 수 있다. 바로 ‘윈도우즈’(Windows)에 기본적으로 설치돼있는 ‘프리셀’(FreeCell)이다. ‘프리셀’(FreeCell)은 단순히 여가시간을 보내기 위한 목적뿐만 아니라 마우스의 사용법을 숙달시키기 위해 개발된 게임으로 ‘게이미피케이션’(Gamification)의 대표적인 사례로 들 수 있다.

이 외에도 문제를 발생하는 행동을 방지하고 마케팅을 목적으로 활용된 예로는 2012년 8월에 덕평휴게소의 남자화장실 소변기에 설치된 ‘강한남자찾기’라는 게임을 들 수 있다. 이 게임은 소변기에 장착된 센서로 소변의 양과 세기를 측정해 앞서사람과의 스코어를 경쟁하는 게임으로 변기 밖으로 튀어나가는 소변의 양을 상당량 줄였을 뿐만 아니라 해당 게임으로 인해 방문객들이 다시 방문하고자 하는 이유를 만들어주고 입소문과 ‘SNS’(Social Networking Service) 등을 통해서 더 많은 사람들의 방문을 유도하고 있다.

단순히 이러한 예시뿐만 아니라 의학적인 치료를 목적으로 하는 게임과 개발 실험을 위한 시뮬레이션 게임 등 ‘게이미피케이션’(Gamification) 사회의 여러 분야에서 활용되고 있다.

출처: [네이버 지식백과] 게이미피케이션 [Gamification] (게임용어사전: 기관/용어, 2013. 12. 12., 이재진)

② 온천관광지구를 상징하는 랜드마크 조성

- 스마트거리와 온천공원이 교차하는 분수공간에 유성온천관광지구를 상징하는 랜드마크를 건설하여 지역의 중심지기능을 회복하고 인구의 집중을 유도
- 최근 관광트렌드를 반영하여 관광객들을 위한 포토스팟을 조성하고 관리하여 젊은 관광객의 SNS활동을 통한 자발적 홍보효과 유발
- AR, 미디어 아트 등을 활용하여 유성구의 상징성을 나타내고 마스코트, 예술기법 등 지역 문화·예술인 및 학생들의 참여를 유도하여 트렌드 변화를 즉각 반영할 수 있도록 조성

부도 1-3 | 온천 랜드마크 조성(예시)



③ 충남대 스마트 환승센터 만들기

- 충남대학교 앞 교차로는 대전 트램 2호선이 계획되어 있으며, 주변 대학으로부터 발생하는 버스 이용객 수요도 높은 것으로 판단
- 고속버스, 지역버스, 학교셔틀, 향후 트램까지 한 곳에서 이용할 수 있는 소형 스마트 환승센터를 설치하여 대학생들의 편의와 온천관광지구로의 접근성 확대

부도 1-4 | 충남대 스마트 환승센터 만들기 예시



부도 1-5 | 충남대 스마트환승센터(예시)



④ 스마트 Street Furniture

- 스마트시티 기법을 적용한 가로시설물을 설치하여 보다 편리한 이용환경을 조성하고 관광시설에서도 정보를 보다 쉽게 접할 수 있도록 조성

부도 1-6 | 스마트 Street Furniture 사례



(상) <http://blog.re-work.co/connect-iot-bigbelly-kevin-menice/>

(하) <https://www.ekapija.com/en/news/1752147/petrosolar-street-furniture-soon-in-eu-market-solutions-of-novi-sads-petro>

⑤ 미디어파사드 등 야간 조명설치

- 미디어파사드, 야간 조명 등 유성(流星)을 상징한 빛을 활용하여 밝고 안전한 도시 이미지와 젊고 트렌디한 빛의 도시로 육성
- 가로등, 조명쇼 등 새로운 야간 프로그램을 개발하여 야간 이용자를 위한 밝고 안전한 도시공간 조성으로 기존의 유흥 도시이미지 탈피

- 유흥가의 간판정비 가이드라인을 마련하여 거부감 없는 간판조명을 만드는 등 안전하고 깔끔한 도시이미지를 지향하는 전략 마련

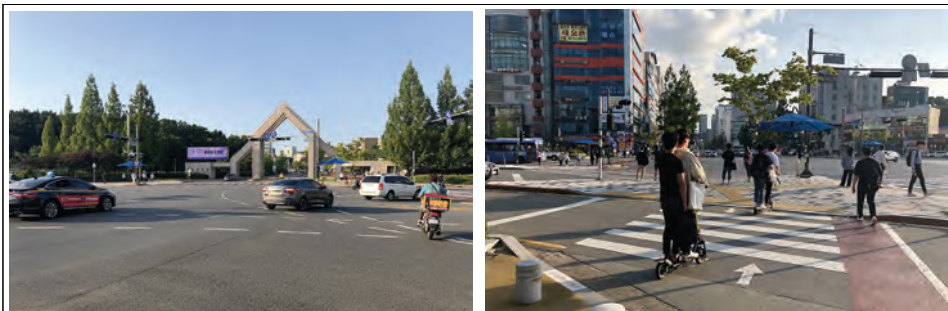
부도 1-7 | 미디어파사드 사례



⑥ 안전보행로 만들기 사업: 보행 및 스마트 모빌리티 이용 환경 개선 사업

- 지하철, 버스터미널 등을 이용하는 학생들의 보행편의를 개선함으로써 온천관광지구에 젊은 인구를 유입시키고 활동을 확산시킬 수 있도록 개선
- 대학로 구간의 차로폭을 축소하거나 1개 차선을 제거하여 보행자와 자전거 이용자, 스마트모빌리티 이용자의 환경 개선을 위한 기반 마련
- 최근 젊은 인구를 중심으로 활용도가 증가하고 있는 스마트 모빌리티의 안전하고 편리한 이용환경을 제공하기 위해 기존의 가로공간을 재구성
 - * 보호장비, 이용 공간에 대한 조례 제정 필요
- 교통 정온화기법을 적용하여 차량과 보행자 등의 간섭을 최소화하여 사고발생률과 이용자들의 안전한 보행환경 보장

부도 1-8 | 위험에 노출되어 있는 보행공간 및 스마트모빌리티



부도 1-9 | 온천 스마트 거리 조성(예시)



2) 유희공간 및 노후시설 활용 사업

(1) 사업의 필요성

- 유성온천관광지구 내 저활용되고 있는 주요 유희공간으로는 계룡스파텔 내 부지와 온천공원 및 2개의 소공원이 있으며, 주변으로 노후 모델이 다수 입지
- 저활용되고 있는 노후 유희공간인 만큼 새로운 기능 또는 기능의 복합화를 통해 유성온천관광지구의 활성화를 도모

(2) 사업의 대상지

- 계룡스파텔 유희공간, 온천공원, 소공원(2개), 노후모델존

부도 1-10 | 사업대상지



(3) 사업의 주요내용

1 계룡스파텔 복합화사업

① 유성 문화·예술 플랫폼 조성

- 계룡스파텔 내 미활용되고 있는 건축물을 활용하여 복합문화공간을 창출
- 유성온천 청년센터, 예술가 인큐베이팅과 레지던시 등을 도입하고 지역예술가를 육성하여 지역예술가들의 자발적 예술 활동을 기반으로 한 문화예술도시로 도약

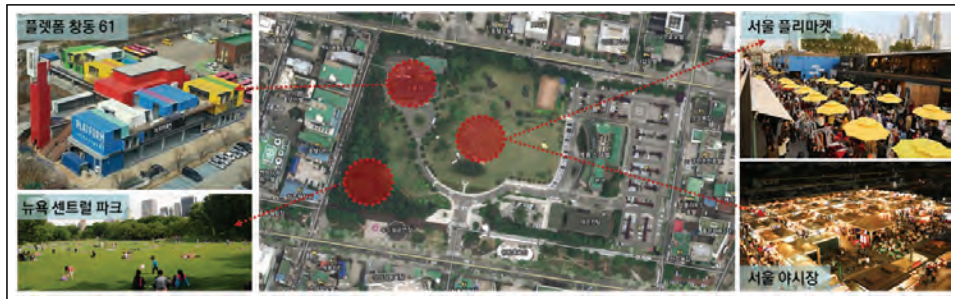
② 플리마켓 활성화

- 계룡스파텔의 물리적, 사회적 장벽을 제거하여 온천시설 이용객만을 위한 공간이 아닌 유성시민과 방문객을 위한 공간으로 개선
- 푸드트럭, 의류 등 일반적인 상품 뿐만 아니라 지역 예술가들의 작품을 즐기고 구매할 수 있도록 다양한 콘셉트의 플리마켓 개최

③ 지하 주차장조성

- 계룡스파텔 주차공간을 개선하여 지하주차장을 조성하고 이용객들의 편의를 증진함과 동시에 지역 내 주차공간 부족과 보행환경 저해 문제를 해소

부도 1-11 | 계룡스파텔 복합화사업 예시



② 다양한 테마와 공연이 있는 온천공원 조성사업

① 유성온천 족욕탕 이용환경 개선

- 고령의 이용객뿐만 아니라 젊은 이용객들이 족욕과 공원을 즐길 수 있는 콘텐츠를 개발하고 이를 위한 기반시설 보완

예시: 온천공원에서 문화·예술과 온천수 족욕, 맥주를 즐기며 여유를 가질 수 있는 ‘온맥(온천+맥주)’ 콘텐츠를 도입하고 이를 위해 족욕탕에 작은 테이블을 설치

- 유성온천 족욕탕의 수질, 위생 등 이용객들이 믿고 사용할 수 있는 관리체계와 시설물 디자인을 적용

② 다양한 테마 도입

- 젊은 청년과 가족단위 방문객, 고령층 이용객 등 다양한 연령층이 유성온천지구를 즐길 수 있도록 다양한 콘텐츠와 테마를 도입
- 버스킹공원, AR체험프로그램, 도심캠핑장, 엑스스포츠 공간 등 청년과 관광객을 유도할 수 있는 다양한 도입기능을 확충

부도 1-12 | 온천 테마공원 예시



③ 소규모 MICE 공간+생활SOC 복합 조성

① 유희공원 활용사업

- 유희공원 부지를 활용하여 소규모 회의장, 행사장, 공연장 등 MICE 기능을 도입
- 소규모 MICE 기능과 함께 생활SOC를 복합화하여 지역주민들의 필요한 도시지원 시설을 확충, 주민 삶의 질 제고

② 노후모텔 활용사업

- 노후화된 모텔을 게스트하우스, 창업공간, 레지던시 등으로 활용하여 방문객과 지역 예술가를 위한 공간으로 제공
- 셰어하우스, 기숙사 등으로 개선하여 지역 대학생들의 주거안정성 확보하는 방안도 검토하고 성공 모델 제시를 통해 지역 내 업주들의 자발적 참여 유도

부도 1-13 | 노후모텔 활용하기 예시



④ 청년 온천문화공간 만들기

- 제품개발, 문화예술, 개인방송 등 지역 내 주요 창조계층인 청년들이 활동할 수 있는 공간을 다양한 방식으로 공급
- 개발, 개인방송 분야에 대해서는 시제품을 만들어 볼 수 있고 영상을 편집할 수 있는 메이커스페이스를 청년공간에 도입

- 문화예술 분야에 대해서는 기존에 분포하던 공연·전시시설의 상실로 인해 설자리를 잃게 된 지역 청년들을 위해 공원, 하천 부지, 벽면 등을 활용한 활동공간 마련

부도 1-14 | 청년 온천문화공간 만들기 예시]



부도 1-15 | 규모 온천을 활용한 사업체 확산 예시



부도 1-16 | 온천 문화공간 조성(예시)



3) 지역 연계·네트워킹 사업

① 유성이 열차(버스) 운행하기

- 지역 내부를 순환하는 코끼리 열차 또는 셔틀버스를 운영하여 대학-지역 간 물리적 연결성 문제를 해소하고 차후 수요를 충당할 수 있는 사업이 시행될 경우 운영을 재검토
- 지역 내 접근성 개선 및 저속운행을 통한 상권활성화 도모

부도 1-17 | 유성이 열차(버스) 예시



② 유성천 및 갑천의 활용 및 연계성 강화

- 유성관광지구는 유성천과 갑천이라는 천연 자원을 보유하고 있음에도 불구하고 오히려 지역을 단절시키거나 광폭도로로 인해 보행접근성이 매우 부족한 실정
- 유성천 수변공간을 활용하고 갑천으로의 보행연결성을 개선하여 온천관광지구와 연계 강화

부도 1-18 | 유성천 및 갑천의 활용 및 연계방안 제시



4) 유성온천 청년 센터 운영하기

1 유성온천관광지구의 발전과 청년공간 만들기를 위한 전담 센터 구축·운영

- (역할 1: 청년VS상인·주민 민원문제 해결) 지역 청년들의 예술·문화활동을 지원하기 위해 지역 주민 및 상인들과 발생하는 마찰을 해소하는 역할을 수행하는 중재조직 마련
- (역할 2: 청년들의 지역 정착 지원) 지역 대학 인재들의 지역정착을 지원하여 혁신자원을 확보하는 방안을 모색
- (역할 3: 청년 문화행사 기획 및 지원) 축제 수요를 활용하여 다양한 구성과 규모의 문화행사를 개발함으로써 지역방문객 유치하고 지역민의 문화적 갈증 해소

■ 부록2: 설문지

1) 지역상인 인식조사 설문지

통계법 13조(비밀의 보호)에 의거 본 조사에서 개인의 비밀에 속하는 사항은 엄격히 보호됩니다.	ID <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px; vertical-align: middle;"></table>		
온천관광지구 주민 의견수렴 설문조사 (지역 상인 대상)			
안녕하십니까? GRI리서치 조사원 0 0 0 입니다. 저희 GRI리서치에서는 국책연구기관인 국토연구원의 의뢰를 받아 '도시내 온천관광지구 활력증진을 통한 경쟁력 제고 방안 연구' 와 관련하여 지역 상인을 대상으로 한 설문조사를 실시하고 있습니다. 바쁘시더라도 잠시 설문에 응답해 주시면 감사하겠습니다. [조사주관기관] 국토연구원 [조 사 기 관] (주)GRI리서치 연구본부			
【선문1】 귀하께서 거주(영업)하고 계신 곳은 어디입니까? <u>거주지와 영업장이 같다면 한 곳만 다르다면 두 곳을 작성해 주세요.</u> 1) 영업장 위치 : _____ 시/도 _____ 구/시/군 _____ 동/읍/면 2) 거주지 위치 : _____ 시/도 _____ 구/시/군 _____ 동/읍/면			
【선문2】 귀하의 연령은 만으로 어떻게 되십니까? 만()세 (<u>19세 이하 조사 중단</u>) ① 20대 연령 ② 30대 연령 ③ 40대 연령 ④ 50대 연령 ⑤ 60대 연령 ⑥ 70대 이상			
【선문3】 귀하께서는 이 지역에서 언제부터 거주(또는 영업)하셨습니다습니까? _____ 년 _____ 월			
【선문4】 귀하께서 종사하고 계신 직종은 무엇 인니까? <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="vertical-align: top; width: 50%;"> ① 농림·어업 ③ 제조업 ⑤ 환경복원업 ⑦ 도매·소매업 ⑨ 숙박·음식점업 ⑪ 금융·보험업 ⑬ 기술서비스업 ⑮ 공공행정 ⑰ 사회복지업 ⑲ 개인서비스업 </td> <td style="vertical-align: top; width: 50%;"> ② 광업 ④ 전기·가스업 ⑥ 건설업 ⑧ 운수업 ⑩ 방송통신업 ⑫ 부동산임대업 ⑭ 사업지원서비스업 ⑯ 교육서비스업 ⑱ 여가관련 서비스업 ㉔ 기타 </td> </tr> </table>		① 농림·어업 ③ 제조업 ⑤ 환경복원업 ⑦ 도매·소매업 ⑨ 숙박·음식점업 ⑪ 금융·보험업 ⑬ 기술서비스업 ⑮ 공공행정 ⑰ 사회복지업 ⑲ 개인서비스업	② 광업 ④ 전기·가스업 ⑥ 건설업 ⑧ 운수업 ⑩ 방송통신업 ⑫ 부동산임대업 ⑭ 사업지원서비스업 ⑯ 교육서비스업 ⑱ 여가관련 서비스업 ㉔ 기타
① 농림·어업 ③ 제조업 ⑤ 환경복원업 ⑦ 도매·소매업 ⑨ 숙박·음식점업 ⑪ 금융·보험업 ⑬ 기술서비스업 ⑮ 공공행정 ⑰ 사회복지업 ⑲ 개인서비스업	② 광업 ④ 전기·가스업 ⑥ 건설업 ⑧ 운수업 ⑩ 방송통신업 ⑫ 부동산임대업 ⑭ 사업지원서비스업 ⑯ 교육서비스업 ⑱ 여가관련 서비스업 ㉔ 기타		
【문1】 이 지역에 대하여 불편하거나 문제가 있다고 느낀 점이 있다면 무엇입니까? 1순위(), 2순위(), 3순위() <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="vertical-align: top; width: 50%;"> ① 교통이 불편하다(대중교통) ③ 머물면서 즐길거리가 없다 ⑤ 쇼핑(쇼핑장소, 특산물 등) ⑦ 상인 등의 서비스가 불편하다 </td> <td style="vertical-align: top; width: 50%;"> ② 교통이 불편하다(도로교통 체증) ④ 특색 있는 먹거리가 부족하다 ⑥ 숙박시설이 마땅하지 않다 ⑧ 기타 () </td> </tr> </table>		① 교통이 불편하다(대중교통) ③ 머물면서 즐길거리가 없다 ⑤ 쇼핑(쇼핑장소, 특산물 등) ⑦ 상인 등의 서비스가 불편하다	② 교통이 불편하다(도로교통 체증) ④ 특색 있는 먹거리가 부족하다 ⑥ 숙박시설이 마땅하지 않다 ⑧ 기타 ()
① 교통이 불편하다(대중교통) ③ 머물면서 즐길거리가 없다 ⑤ 쇼핑(쇼핑장소, 특산물 등) ⑦ 상인 등의 서비스가 불편하다	② 교통이 불편하다(도로교통 체증) ④ 특색 있는 먹거리가 부족하다 ⑥ 숙박시설이 마땅하지 않다 ⑧ 기타 ()		
【문2】 최근 이 지역의 방문객이 <u>증가 또는 감소</u> 했다고 느끼십니까? ① 예 ② 아니요			

감소					유지					증가
-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5

1순위(), 2순위(), 3순위()

- ① 예 (문5로 이동) ② 아니오 (문4-1로 이동)

① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 아니다 ④ 매우 아니다

① 예 (문6-1로 이동) ② 아니오 (문7로 이동)

악영향					무관					영향
-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5

불필요					보통					중요	
-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	

① 예 (문8-1로 이동) ② 아니오 (문8-2로 이동)

나름					보통					좋은
-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5

【문1】 이 지역을 방문하여 불편하거나 문제가 있다고 느끼신 점이 있다면 무엇입니까?

1순위(), 2순위(), 3순위()

- ① 교통이 불편하다(대중교통) ② 교통이 불편하다(도로교통 체증)
③ 머물면서 즐길거리가 없다 ④ 특색 있는 먹거리가 부족하다
⑤ 소풍(소풍장소, 특산품 등) ⑥ 숙박시설이 미량하지 않다
⑦ 상인 등의 서비스가 불편할하다 ⑧ 기타 ()

【문2】 이 지역의 활력 증진을 위해 가장 필요한 3가지를 순서대로 골라 주십시오.

1순위(), 2순위(), 3순위()

- ① 새로운 일자리 확보
- ② 환경 및 시설 개선
- ③ 주변도시와의 연계
- ④ 도시경체성 강화
- ⑤ 새로운 관광자원 및 콘텐츠 개발
- ⑥ 젊은 인구 및 방문객의 유입
- ⑦ 대중교통체계 개선 및 주차공간확보
- ⑧ 기타

【문3】 이 지역이 온천으로 유명하다고 생각하십니까?

- ① 예 (문4로 이동) ② 아니오 (문3-1로 이동)

【문3-1】 이 지역이 온천으로 유명하지 않다고 생각하신다면 무엇으로 유명하다고 생각하십니까?

- ① 역사문화 ② 자연·바다
③ 레저·스포츠 ④ 유흥·상업
⑤ 생활현장, 도시관광 ⑥ 기타

【문4】 이 지역의 경쟁력에 온천은 얼마나 영향을 미친다고 생각하십니까?

불필요					보통					중요
-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5

【문5】 귀하께서는 이 지역에서 온천을 이용하신 적이 있습니까?

- ① 예 (문5-1로 이동) ② 아니오 (문5-2로 이동)

【문5-1】 온천을 이용하신 후 만족도는 얼마나 되십니까? (※응답 후 문 6으로 이동)

나름	보통									유용
-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5

【문5-2】 아니라면 온천을 이용하지 않은 이유는 무엇입니까?

- ① 시설이 노후화되어서 ② 대중당 이용을 선호하지 않아서
③ 온천에 관심이 없어서 ④ 대중교통 및 차량 접근성이 좋지 않아서
⑤ 같이 갈 사람이 없어서 ⑥ 특별히 온천을 이용할 기회가 없어서
⑦ 기타()

【문6】 이 지역 온천의 가장 큰 문제점은 무엇이라고 생각되십니까?

- | | |
|------------------------|-------------------|
| ① 시설에 대한 투자 관리 부족 | ② 목욕탕과의 차별성 부족 |
| ③ 온천시설업의 서비스수준 부족 | ④ 온천과 연계한 즐길거리 부족 |
| ⑤ 접근성 부족(차량, 대중교통, 보행) | ⑤ 기타() |

【문7】 이 지역 온천의 활성화를 위해 가장 필요한 3가지를 순서대로 골라 주십시오.

1순위(), 2순위(), 3순위()

- | | |
|---------------------|---------------------|
| ① 시설에 대한 투자 및 관리 | ② 온천과 함께 즐길 수 있는 요소 |
| ③ 온천시설의 서비스수준 개선 | ④ 홍보 |
| ⑤ 새로운 관광자원 및 콘텐츠 개발 | ⑤ 숙박시설의 확충 |
| ⑦ 대중교통체계 구축 및 개선 | ⑤ 기타() |

【문8】 귀하께서는 이 지역에 재방문하실 의향이 있으십니까?

- | | | | |
|----------|-------|-------|----------|
| ① 매우 그렇다 | ② 그렇다 | ③ 아니다 | ④ 매우 아니다 |
|----------|-------|-------|----------|

【문9】 귀하께서는 SNS, 블로그 등을 통해 이 지역을 소개하실 의향이 있으십니까?

- | | | | |
|----------|-------|-------|----------|
| ① 매우 그렇다 | ② 그렇다 | ③ 아니다 | ④ 매우 아니다 |
|----------|-------|-------|----------|

【문10】 온천관광지구의 활성화방안과 관련하여 귀하께서 생각하시는 의견이 있다면 어떠한 내용이라도 말씀해 주십시오.

설문에 응답하여 주셔서 대단히 감사합니다.

① 쇠퇴지역에 부합하는 사업범위 설정 ② 지역주민 및 상인들의 합의 도출
③ 세부사업 및 콘텐츠 개발 ④ 적절한 사업시행자 선정
⑤ 민간참여 유도 ⑥ 기타()

- ① 관광지에 적합한 쇄퇴지표 개발
- ② 새로운 유형의 도시재생사업
- ③ SW사업에 대한 지원 강화
- ④ 관광지 재생을 위한 전담조직 구성
- ⑤ 기타()

$$(\quad), (\quad), (\quad)$$

- ① 인구수 증감률 ② 사업체수 증감률
③ 건축물 노후도 ④ 유동인구수 증감률
⑤ 숙박업소 증감률 ⑥ 음식점수 증감률
⑦ 지구 내 시설 이용률 ⑧ 기타 ()

① 공공이 매입하여 공공목적으로 활용
② 질지분합을 통한 공간재편
③ 활용성 회복을 위한 지원
④ 교육을 통한 소유주들의 인식개선
⑤ 기타)

[illegible]

① 심야영업의 보편화 ② 지원사업의 부재
③ 전담조직의 부재 ④ 관광특구에 대한 홍보 부족
⑤ 무분별한 관광특구 지정 ⑥ 기타()

[The following information was provided by the authors:]

■ 온천의 새로운 기능에 관한 문항입니다.

【문6】 온천과 연계하여 고령화에 대응하기 위해 가장 적절한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| ① 노인들의 여가활동을 위한 여가시설 | ② 일상생활 보조를 위한 복지시설 |
| ③ 생활권 내 상업시설 | ④ 야외활동을 위한 체육시설 |
| ⑤ 생계유지를 위한 일자리시설 | ⑥ 보행편의 제공을 위한 기반시설 정비 |
| ⑦ 의료·보건시설 | ⑧ 기타() |

【문7】 온천과 연계하여 성장시킬 수 있는 산업분야로 적절한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

- | | |
|-------------|-----------|
| ① 의료·보건 분야 | ② 열에너지 활용 |
| ③ 비즈니스·컨벤션 | ④ 먹거리 |
| ⑤ 미용(화장품 등) | ⑥ 용융수로 활용 |
| ⑦ 기타() | |

■ 공공의 역할과 민간참여 활성화에 관한 문항입니다.

【문8】 온천관광지구의 재활성화를 위해 공공이 해야하는 역할은 무엇이라고 생각하십니까?

1순위(), 2순위(), 3순위()

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| ① 노후 온천시설 리모델링을 위한 지원 | ② 전문 인력 육성 |
| ③ 생활SOC 확충 및 관리 | ④ 주차공간 확보 |
| ⑤ 교통 접근성 개선 | ⑥ 숙박, 음식점 등 온천 주변상권 지원 |
| ⑦ 기타() | |

【문9】 온천관광지구의 민간참여 활성화를 위해 필요한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

- | | |
|---------------|------------|
| ① 공공의 성공모델 제시 | ② 지원사업의 확대 |
| ③ 관광트렌드 분석 | ④ 소비시장 세분화 |
| ⑤ 기반시설 확충 | ⑥ 기타() |

【문10】 기타 온천관광지구의 활성화를 위해 필요하다고 생각되는 의견이 있다면 어떠한 내용이라도 말씀해 주십시오.

설문에 응답하여 주셔서 대단히 감사합니다.

4) AHP분석을 위한 전문가 설문조사

통계법 18조(비밀의 보호)에 의거 본 조사에서
 개인의 비밀에 속하는 사항은 엄격히 보호됩니다.

ID

--	--	--	--

온천관광지구 경쟁력 제고방안 도출을 위한 설문조사

안녕하십니까? 국토연구원 정연준 연구원입니다.

저희 국토연구원에서는 국내 온천관광지의 활성화와 도시경쟁력확보 방안을 모색하고자 '도시내 온천관광지구 활력증진을 통한 경쟁력 제고 방안 연구'를 진행하고 있습니다. 본 연구와 관련하여 도시·관광분야 전문가를 대상으로 한 설문조사를 실시하고자 하오니 바쁘시더라도 잠시 설문에 응답해 주시면 감사하겠습니다.

【설문1】 귀하께서 거주하고 계신 곳은 어디입니까?

[시 군 구]

【설문2】 귀하의 연령은 만으로 어떻게 되십니까?

① 20대 연령 ② 30대 연령 ③ 40대 연령 ④ 50대 연령 ⑤ 60대 연령 ⑥ 70대 이상

【설문3】 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

① 남 ② 여

【설문3】 귀하의 전공분야는 무엇입니까?

① 관광산업·정책
 ③ 도시계획·설계
 ⑤ 기타()

② 문화·콘텐츠
 ④ 건축

【설문4】 귀하의 소속기관은 무엇입니까?

① 공공기관
 ③ 연구소 및 연구원
 ⑤ 기타

② 대학 및 학회
 ④ 엔지니어링

【설문5】 귀하의 관련 분야 경력은 어떻게 되십니까? (대학원 수학과정 포함)

[년 개월]

■ 온천의 새로운 기능에 관한 문항입니다.

【문6】 온천과 연계하여 고령화에 대응하기 위해 가장 적절한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| ① 노인들의 여가활동을 위한 여가시설 | ② 일상생활 보조를 위한 복지시설 |
| ③ 생활권 내 상업시설 | ④ 야외활동을 위한 체육시설 |
| ⑤ 생계유지를 위한 일자리시설 | ⑥ 보행편의 제공을 위한 기반시설 정비 |
| ⑦ 의료·보건시설 | ⑧ 기타() |

【문7】 온천과 연계하여 성장시킬 수 있는 산업분야로 적절한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

- | | |
|-------------|-----------|
| ① 의료·보건 분야 | ② 열에너지 활용 |
| ③ 비즈니스·컨벤션 | ④ 먹거리 |
| ⑤ 미용(화장품 등) | ⑥ 용융수로 활용 |
| ⑦ 기타() | |

■ 공공의 역할과 민간참여 활성화에 관한 문항입니다.

【문8】 온천관광지구의 재활성화를 위해 공공이 해야하는 역할은 무엇이라고 생각하십니까?

1순위(), 2순위(), 3순위()

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| ① 노후 온천시설 리모델링을 위한 지원 | ② 전문 인력 육성 |
| ③ 생활SOC 확충 및 관리 | ④ 주차공간 확보 |
| ⑤ 교통 접근성 개선 | ⑥ 숙박, 음식점 등 온천 주변상권 지원 |
| ⑦ 기타() | |

【문9】 온천관광지구의 민간참여 활성화를 위해 필요한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

- | | |
|---------------|------------|
| ① 공공의 성공모델 제시 | ② 지원사업의 확대 |
| ③ 관광트렌드 분석 | ④ 소비시장 세분화 |
| ⑤ 기반시설 확충 | ⑥ 기타() |

【문10】 기타 온천관광지구의 활성화를 위해 필요하다고 생각되는 의견이 있다면 어떠한 내용이라도 말씀해 주십시오.

설문에 응답하여 주셔서 대단히 감사합니다.

■ 참고사항 1. 설문조사 방법

■ 상대적 중요성에 대한 척도

척도	정의	설명
1단계	중등	• 두 개의 지표가 차상위 목표의 기준에서 볼 때 똑같이 중요(1배)
3단계	약간 중요	• 한 지표가 다른 지표보다 3배 가량 중요
5단계	중요	• 한 지표가 다른 지표보다 5배 가량 중요
7단계	매우 중요	• 한 지표가 다른 지표보다 7배 가량 중요하거나 가치가 있음
9단계	절대 중요	• 다른 지표에 비하여 비교할 수 없을 정도로 절대적으로 중요(9배)

■ 지표비교의 예시

다음 두 개의 비교요소 중에서 온천관광 활성화를 위해 더 중요하다고 생각되는 항목에 중요도의 정도에 따라 체크해 주시기 바랍니다.

절대 중요			중요					중등					중요					절대 중요			
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	지표분류			
A지표	●																	B지표			
→ A지표가 B지표보다 절대적으로 중요한 지표임																					
A지표							●											C지표			
→ A지표가 C지표보다 약간 더 중요한 지표임																					

■ 설문을 위한 비교요소 항목

다음은 전문가 및 온천관광지구 담당자 인터뷰를 통해 도출된 온천관광과 온천관광지의 경쟁력 확보를 위한 고려사항입니다. 다음 요소를 토대로 설문에 대한 답변 부탁드립니다.

● 온천관광의 활성화를 위한 고려사항

유형	세부지표	유형	세부지표
타겟 관광목적	• 휴식	관광지의 스타일 및 컨셉	• 웰빙
	• 모험		• 문화·예술
	• 출장 후 자투리시간 활용		• 첨단기술
	• 커뮤니티(새로운 사람 만나기)		• 동네사람처럼
타겟 관광그룹	• 혼자	관광지의 관광기반	• 숙박시설
	• 커플		• 교통편
	• 친구, 소그룹		• 주요관광지 및 관광자원
	• 가족(아이동반)		• 주변 상권

● 온천관광지의 경쟁력 확보를 위한 고려사항

유형	세부지표	유형	세부지표
교통·안전	• 광역 접근성 (도로, 철도, 공항)	숙박	• 숙소의 분위기
	• 대중교통의 편의성		• 가격
	• 보행환경 및 안전성		• 서비스 수준
	• 주차장		• 시설의 관리 상태
즐거거리	• 온천시설, 온천수의 질	먹거리	• 가격
	• 연계 가능한 관광자원		• 음식의 맛
	• 지역축제 등 콘텐츠		• 종업원 친절도
	• 특별한 체험요소		• 음식점 환경
쇼 핑	• 가격		
	• 지역 특산물		
	• 상품 매력도		
	• 상품의 다양성		

■ 참고사항 2. 국내관광산업 침체와 온천관광지구의 쇠퇴

□ 도시 내 관광산업 쇠퇴로 인한 지방도시의 도시경쟁력 저하

- 과거 지역경제의 중요한 축을 형성했던 도시 내 관광지구가 시설 인프라의 노후화와 관광컨텐츠에 대한 혁신의 부족으로 쇠퇴지역으로 전락하면서 도시경쟁력을 저하
- 도시 내 관광산업은 일자리를 창출하며, 도시 경제의 한 축으로서 주요 성장동력 역할을 해왔지만 관광시설 투자위축과 관광트렌드의 변화로 인해 새로운 출구 전략이 필요
- 관광특구 또한 외국인 관광객 유치 촉진을 위한 것이었으나, 현재 대부분의 관광특구는 내국인 관광객을 대상으로 하는 관광지 및 관광단지와 차별성이 없음
- 대부분의 지자체는 관광특구를 국제관광 진흥지구의 성격보다는 환경규제 완화 등이 적용되기를 바라는데 일종의 개발특구로 인식하고 있음

□ 도시 내 온천관광지구의 새로운 성장동력 필요

- 소득수준의 향상과 주5일 근무제의 확산으로 국민의 여가 욕구가 다양화되고 여가에 대한 가치관이 변화하기 시작하면서 한 동안 온천관광지구는 호황을 누림
- 하지만 최근 교통발달로 인한 전국 1일 생활권, 일본 온천관광 여행객 증가, 여행관광 트렌드 변화, 온천시설의 일원화 및 노후화로 전국 온천관광지구의 경쟁력이 저하
- 특히 온천관광이 주요 성장동력인 도시 내 온천관광지구 쇠퇴는 도시의 일자리 감소와 자영업의 어려움을 가중시키는 요소로 작용하여 새로운 활력 모색이 필요
- 이와 더불어 온천관광지구가 도시의 성장동력으로써 가지는 한계를 생각했을 때, 온천이라는 지역자원을 활용한 새로운 도입기능 모색이 절실한 시점임

<그림 2-5> 온천 이용객 현황



〈유성관광지구의 도시쇠퇴〉

- 도시 내 온천관광이 주요 성장동력이었던 유성관광지구는 1994년 관광특구 지정 이후 한 동안 호황을 누렸지만 10여 년 전부터 관광객이 줄면서 지역이 침체되기 시작
 - 유성 관광객은 2010년부터 최근까지 지속적으로 감소하여 2013년 대비 37% 감소

<유성관광특구 관광객 변화>

연도	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
인원(만명)	911	935	915	874	544	536	358	551

출처: 2010년~2013년 - 제 6차 대전권 관광개발계획(2017.1)

2014년~2017년 - 디트뉴스24(2018.08.12.)

- 현재 인구와 가구수, 사업체 등은 꾸준히 증가하는 추세지만, 유성관광지구의 주요 성장동력이었던 특급호텔들이 폐업하기 시작하면서 주변 삼권까지 위축
 - 리베라 호텔과 호텔아드리아는 이미 폐업했으며, 유성호텔도 폐업위기

특급호텔 폐업 후...‘유성온천’이 식어간다(경향신문 : 2018.03.13.)

주변 상점 5곳 중 1곳 폐업 계획...‘호텔 정상화’ 촉구

대전 유성온천의 특급 호텔이 문을 닫은 이후 유성관광특구 일대 상인들이 심각한 매출 감소를 겪고 있다. 호텔 주변 상점 5곳 중 1곳은 폐업을 계획하고 있는 것으로 조사됐다.

13일 ‘호텔리베라 정상화를 위한 범시민대책위원회’(대책위)가 내놓은 유성 지역 경기실태조사 결과를 보면 지난 1월 폐업한 호텔리베라유성(사진) 주변 상점 212곳 중 20.7%인 44곳이 매출 감소로 인해 폐업 예정인 것으로 나타났다. 대전지역 30여개 시민사회단체가 구성한 대책위는 호텔리베라유성이 폐업한 이후 지역 경기실태를 파악하기 위해 지난달 말부터 이달 초까지 주변 상인들을 대상으로 조사를 진행했다.

조사 결과를 보면 폐업을 계획 중인 곳 외에도 전체의 70%인 149곳이 호텔 폐업 후 30% 이상 매출이 줄었다고 답했다.

매출 감소액은 월평균 189만원으로 조사됐다. 운영이 어려워진 상점들이 종업원을 해고하면서 전체적으로 줄어든 고용인원도 126명이나 됐다. 상인들의 48.5%(103곳)는 현재와 같은 상황이 지속되면 6개월 안에 폐업하거나 업종을 전환하겠다고 답했다.

매출 감소의 가장 큰 원인은 역시 호텔 폐업이었다. 24%(51곳)는 전체적인 경제상황 등을 원인으로 꼽았지만, 76%(161곳)가 호텔 폐업을 직접적인 이유로 꼽았다.

대책위는 “실태조사 결과에서 보이듯 호텔리베라 폐업으로 인한 유성지역 경기 악화가 예상보다 심각한 상황”이라며 “대전시가 호텔을 인수해 경영개발을 추진하거나 제3자 매각으로 호텔을 정상화시키는 등의 대책을 마련해야 한다”고 밝혔다.

1. 온천관광의 활성화를 위한 고려사항에 관련된 문항입니다.

1-1. 온천관광의 활성화를 위해 우선적으로 고려하는 항목에 체크(○)해 주시기 바랍니다.

절대 중요			중요				동등				중요				절대 중요			지표분류
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
관광목적(타겟)																		스타일 및 컨셉
관광목적(타겟)																		관광그룹(타겟)
관광목적(타겟)																		관광기반
스타일 및 컨셉																		관광그룹(타겟)
스타일 및 컨셉																		관광기반
관광그룹(타겟)																		관광기반

1-2. 온천관광의 활성화를 위해 중요하다고 생각되는 관광목적에 체크(○)해 주시기 바랍니다.+

절대 중요			중요				동등				중요				절대 중요			지표분류
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
휴식																		모험
휴식																		출장 후 자투리시간
휴식																		커뮤니티
모험																		출장 후 자투리시간
모험																		커뮤니티
출장 후 자투리시간																		커뮤니티

1-3. 최근 관광트렌드를 반영할 때 더 경쟁력있는 온천관광지의 스타일 및 컨셉에 체크(○)해 주시기 바랍니다.

절대 중요			중요				동등				중요				절대 중요			지표분류
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
웰빙																		문화·예술
웰빙																		첨단기술
웰빙																		동네사람처럼
문화·예술																		첨단기술
문화·예술																		동네사람처럼
첨단기술																		동네사람처럼

1-4. 온천관광의 활성화를 위해 더 중요하다고 생각되는 관광그룹 형태에 체크(○)해 주시기 바랍니다.

절대 중요			중요				동등				중요				절대 중요			지표분류
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
혼자																		커플
혼자																		친구, 소그룹
혼자																		가족(아이동반)
커플																		친구, 소그룹
커플																		가족(아이동반)
친구, 소그룹																		가족(아이동반)

1-5. 온천관광의 활성화를 위해 더 중요하다고 생각되는 관광기반에 체크(○)해 주시기 바랍니다.

절대 중요			중요				동등				중요				절대 중요			지표분류
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
숙박시설																		교통편
숙박시설																		주요관광지
숙박시설																		주변상권
교통편																		주요관광지
교통편																		주변상권
주요관광지																		주변상권

2. 다음은 온천 관광지의 경쟁력 확보를 위한 고려사항입니다.

2-1. 귀하께서 온천관광에서 더욱 중요하다고 생각하시는 항목에 체크(○)해 주시기 바랍니다.

절대 중요			중요				동등				중요				절대 중요			지표분류
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
교통·안전																		숙박
교통·안전																		출입거리
교통·안전																		먹거리
교통·안전																		쇼핑
숙박																		출입거리
숙박																		먹거리
숙박																		쇼핑
출입거리																		먹거리
출입거리																		쇼핑
먹거리																		쇼핑

2-2. 온천관광지의 교통·안전 측면에서 더욱 중요하다고 생각하는 항목에 체크(○)해 주시기 바랍니다.

절대 중요				중요				동등				중요				절대 중요				
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	지표분류		
광역적 접근성																		대중교통 편의성		
광역적 접근성																		주차장		
광역적 접근성																		보행환경		
대중교통 편의성																		주차장		
대중교통 편의성																		보행환경		
주차장																		보행환경		

2-3. 온천관광지의 숙박시설에서 중요하다고 생각하는 요소에 체크(○)해 주시기 바랍니다.

절대 중요				중요				동등				중요				절대 중요				
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	지표분류		
숙소의 분위기																		가격		
숙소의 분위기																		서비스 수준		
숙소의 분위기																		시설의 관리상태		
가격																		서비스 수준		
가격																		시설의 관리상태		
서비스 수준																		시설의 관리상태		

2-4. 온천관광지의 즐길거리중 더욱 중요하다고 생각하는 사항에 체크(○)해 주시기 바랍니다.

절대 중요				중요				동등				중요				절대 중요				
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	지표분류		
온천시설·온천수																		언제 가능한 관광자원		
온천시설·온천수																		지역축제 등 콘텐츠		
온천시설·온천수																		특별한 경험		
언제 가능한 관광자원																		지역축제 등 콘텐츠		
언제 가능한 관광자원																		특별한 경험		
지역축제 등 콘텐츠																		특별한 경험		

2-5. 온천관광지의 먹거리를 선택에 더 중요하다고 생각하는 사항에 체크(○)해 주시기 바랍니다.

절대 중요				중요				동등				중요				절대 중요				
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	지표분류		
가격																		음식의 맛		
가격																		종업원 친절도		
가격																		음식점 환경		
음식의 맛																		종업원 친절도		
음식의 맛																		음식점 환경		
종업원 친절도																		음식점 환경		

2-6. 온천관광지에서의 쇼핑활동에서 더 중요하다고 생각하는 사항에 체크(○)해 주시기 바랍니다.

절대 중요			중요				동등				중요				절대 중요			지표분류
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
가격																		지역 특산물
가격																		상품 매력도
가격																		상품의 다양성
지역 특산물																		상품 매력도
지역 특산물																		상품의 다양성
상품 매력도																		상품의 다양성

3. 다음은 대표적인 국내외 온천관광지에 대한 인지도와 경쟁력에 관한 질문입니다.

3-1. 귀하께서 더 잘 알고 있거나 인지도가 높다고 생각하는 관광지에 체크(○)해 주시기 바랍니다.

절대 중요			중요				동등				중요				절대 중요			지표분류
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
대전 유성온천																		부산 동래온천
대전 유성온천																		충주
대전 유성온천																		수안보온천
대전 유성온천																		아산 온양온천
부산 동래온천																		충주
부산 동래온천																		수안보온천
부산 동래온천																		아산 온양온천
충주																		아산 온양온천
수안보온천																		아산 온양온천

절대 중요			중요				동등				중요				절대 중요			지표분류
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
헝가리																		독일
세체니 온천																		비스바덴 온천
헝가리																		일본
세체니 온천																		유후인 온천
헝가리																		캐나다 밴프 어퍼
세체니 온천																		햇 스프링스
독일																		일본
비스바덴 온천																		유후인 온천
독일																		캐나다 밴프 어퍼
비스바덴 온천																		햇 스프링스
일본																		캐나다 밴프 어퍼
유후인 온천																		햇 스프링스

3-2. 귀하께서 더 큰 경쟁력을 갖고 있다고 생각하는 온천관광지에 체크(○)해 주시기 바랍니다.

절대 중요			중요				동등				중요				절대 중요			지표분류
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
대전 유성온천																		부산 동래온천
대전 유성온천																		충주 수안보온천
대전 유성온천																		아산 온양온천
부산 동래온천																		충주 수안보온천
부산 동래온천																		아산 온양온천
충주 수안보온천																		아산 온양온천

절대 중요			중요				동등				중요				절대 중요			지표분류
지표분류	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
헝가리																		독일
세체니 온천																		비스바덴 온천
헝가리																		일본
세체니 온천																		유후인 온천
헝가리																		캐나다 밴프 어퍼 햇 스프링스
세체니 온천																		일본
독일																		유후인 온천
비스바덴 온천																		캐나다 밴프 어퍼 햇 스프링스
독일																		캐나다 밴프 어퍼 햇 스프링스
일본																		캐나다 밴프 어퍼 햇 스프링스
유후인 온천																		햇 스프링스

▣ 부록3: 도시내 온천관광지구 도시경쟁력 분석(산업)

1) 개요

(1) 공간적 범위

- 2018년 12월말 기준 문화체육관광부의 관광지, 관광단지, 관광특구 목록을 기준으로 함
- 도시지역은 국토의 계획 및 이용에 관한 법률에 의한 용도지역상 도시지역으로 하되, KLIS의 GIS 공간자료를 사용
- 관광지등의 목록 중 도시지역에 포함되거나 걸치는 관광지등을 연구의 대상으로 함
- 통계자료는 연구대상지가 속해 있는 시군구와 집계구를 기준으로 구축함

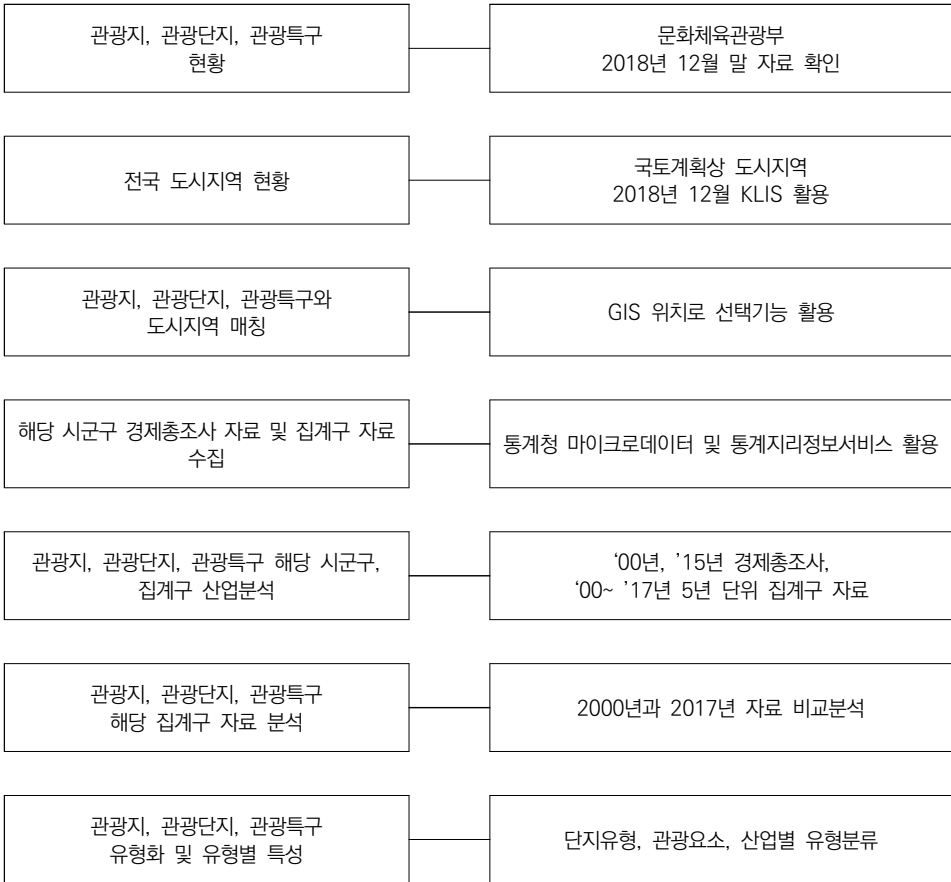
(2) 시간적 범위

- 관광지등이 속해 있는 시군구에 대한 통계는 2010년, 2015년 경제총조사보고서 자료를 활용
- 관광지등의 집계구 자료는 2000년과 2005년, 2010년, 2015년, 2017년 자료를 사용

(3) 내용적 범위

- 도시지역에 포함 또는 도시지역을 포함하는 관광지, 도시지역에 걸쳐 있는 관광지 등 도출
- 관광지등이 소재한 시군구의 산업특성 및 관광산업 현황 분석
- 관광요소, 단지유형 등에 따른 관광지등의 유형화
- 관광지등이 소재한 읍면동의 2010년과 2015년의 산업변화 분석
- 관광지등이 소재한 집계구의 사업체수 및 종사자수 변화 분석

부도 3-1 | 도시내 온천관광지구 산업 경쟁력 분석 흐름도



2) 연구대상지 도출

(1) 관광사업 및 관광지 정의

■ 관광사업

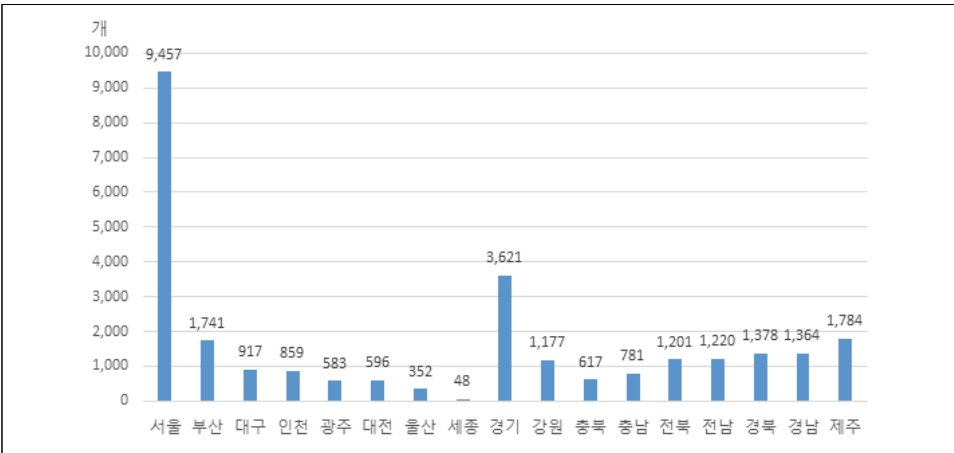
- “관광사업”이란 관광객을 위하여 운송·숙박·음식·운동·오락·휴양 또는 용역을 제공하거나 그 밖에 관광에 딸린 시설을 갖추어 이를 이용하게 하는 업(業)을 말함 (관광진흥법 제2조)

부표 3-1 | 관광진흥법상의 관광사업 분류

구분	세부업종
여행업 (3)	일반여행업, 국외여행업, 국내여행업
관광숙박업 (7)	관광호텔업, 수상관광호텔업, 한국전통호텔업, 가족호텔업, 호스텔업, 소형호텔업, 의료관광호텔업
관광이용시설업 (6)	전문휴양업, 종합휴양업, 야영장업, 관광유람선업, 관광공연장업, 외국인관광 도시민박업
국제회의업 (2)	국제회의시설업, 국제회의기획업
카지노업	
유원시설업 (3)	종합유원시설업, 일반유원시설업, 기타유원시설업
관광편의시설업 (11)	관광유희음식점업, 관광극장유희업, 외국인전용 유희음식점업, 관광식당업, 관광순환버스업, 관광사진업, 여객자동차터미널시설업, 관광펜션업, 관광케도업, 한옥체험업, 관광면세업

- 2016년 전국의 관광사업체수는 총 27,969개이며, 서울이 9,347개로 전체의 34.1%를 차지하고 있으며, 경기 3,621개(13.1%), 부산 1,741개(6.3%) 순임
 - 업종 가운데 가장 많은 업종은 여행업으로 16,605개로 전체의 60.0%를 차지
 - 여행업은 지역적 분포의 불균형이 심각한 상태로, 서울에 42.1%(6,996개)가 집중되어 있음
 - 유원시설업을 제외하고 서울이 관광산업 전 업종 비율이 가장 높음
- 관광사업체 종사자수는 총 261,978명으로 서울이 전체의 37.1%인 97,279명임
 - 2순위는 경기(30,106명, 11.5%), 3순위 강원(36,707명, 10.2%)
 - 강원의 경우 관광숙박업(14,511명), 카지노업(3,737명)과 유원시설업(3,075명)의 비중이 가장 높음

부도 3-2 | 지역별 관광사업체수(2016년 기준)

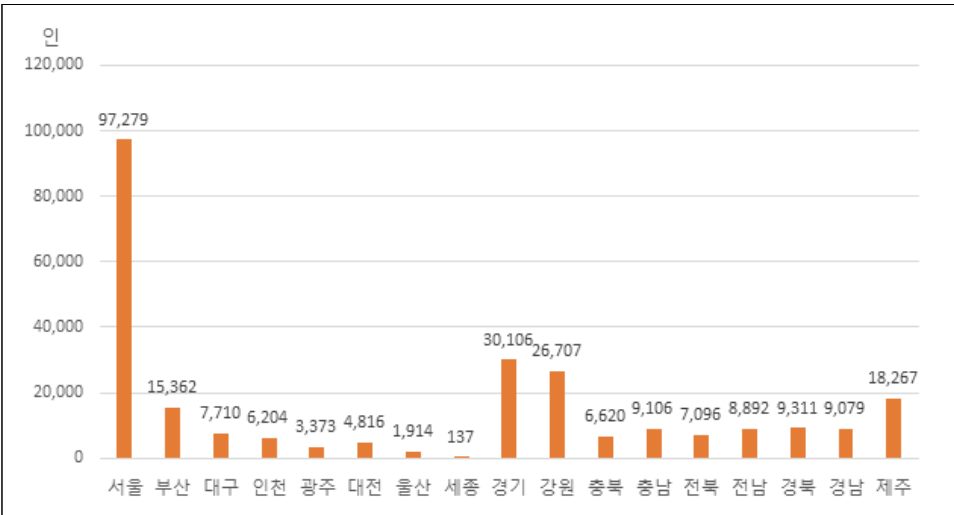


부표 3-2 | 관광사업체 업종별 지역별 사업체수(2016년)

지역	전체	여행업	관광 숙박업	관광객 이용시설업	국제 회의업	카지노업	유원 시설업	관광편의 시설업
전체	27,696	16,605	1,716	3,168	700	17	1,782	3,708
서울	9,457	6,996	354	884	465	3	130	625
부산	1,741	1,113	114	141	49	2	174	148
대구	917	630	21	39	27	1	64	135
인천	859	405	115	108	7	1	63	160
광주	583	435	18	30	17	0	25	58
대전	596	400	23	12	30	0	58	73
울산	352	188	14	15	3	0	53	79
세종	48	29	0	5	2	0	12	0
경기	3,621	1,893	163	475	40	0	471	579
강원	1,177	380	148	388	13	2	83	163
충북	617	334	32	128	4	0	63	56
충남	781	364	38	148	2	0	100	129
전북	1,201	556	48	214	7	0	52	324
전남	1,220	484	143	127	1	0	101	364
경북	1,378	527	75	201	12	0	112	451
경남	1,364	638	90	196	18	0	190	232
제주	1,784	1,233	320	57	3	8	31	132

자료: 문화체육관광부, 관광사업체기초통계조사

부도 3-3 | 지역별 관광사업체 종사수(2016년 기준)



부표 3-3 | 관광사업체 업종별 지역별 종사자수(2016년)

지역	전체	여행업	관광 숙박업	관광객 이용시설업	국제 회의업	카지노업	유원 시설업	관광편의 시설업
전체	261,978	98,421	73,631	17,421	12,596	9,115	23,683	27,110
서울	97,279	46,758	27,214	1,878	8,860	2,134	3,853	6,583
부산	15,362	5,628	3,804	1,150	1,308	745	799	1,928
대구	7,710	4,104	730	135	342	180	851	1,369
인천	6,204	2,481	1,318	359	46	662	313	1,025
광주	3,373	1,616	469	61	251	-	192	785
대전	4,816	1,982	961	461	373	-	295	745
울산	1,914	465	642	66	7	-	163	571
세종	137	91	-	10	4	-	32	-
경기	30,106	10,302	4,468	2,937	888	-	5,846	5,664
강원	26,707	2,347	14,511	1,767	138	3,737	3,075	1,131
충북	6,620	3,781	1,121	1,054	20	-	349	294
충남	9,106	2,216	1,320	2,791	6	-	2,221	552
전북	7,096	3,434	797	909	67	-	573	1,315
전남	8,892	2,373	2,979	896	3	-	1,462	1,178
경북	9,311	2,921	2,598	1,154	145	-	1,008	1,485
경남	9,079	3,616	2,372	872	110	-	918	1,190
제주	18,267	4,306	8,327	920	28	1,657	1,733	1,296

자료: 문화체육관광부, 관광사업체기초통계조사

■ 관광지

- 관광진흥법 제2조에서는 관광지를 다음과 같이 구분하고 있음
 - “관광지”란 자연적 또는 문화적 관광자원을 갖추고 관광객을 위한 기본적인 편의 시설을 설치하는 지역으로서 이 법에 따라 지정된 곳을 말함
 - “관광단지”란 관광객의 다양한 관광 및 휴양을 위하여 각종 관광시설을 종합적으로 개발하는 관광 거점 지역으로서 이 법에 따라 지정된 곳을 말함
 - “관광특구”란 외국인 관광객의 유치 촉진 등을 위하여 관광 활동과 관련된 관계 법령의 적용이 배제되거나 완화되고, 관광 활동과 관련된 서비스·안내 체계 및 홍보 등 관광 여건을 집중적으로 조성할 필요가 있는 지역으로 이 법에 따라 지정된 곳을 말함
- 관광진흥법상의 관광지, 관광단지, 관광특구로 지정된 곳은 총 304개소임
 - 관광지 227개소, 관광단지 473개소, 관광특구 34개소

부표 3-4 | 관광지/단지/특구 지정현황

(관광지, 관광단지 2018. 12. 31. 기준, 관광특구 2019.4.12. 기준)

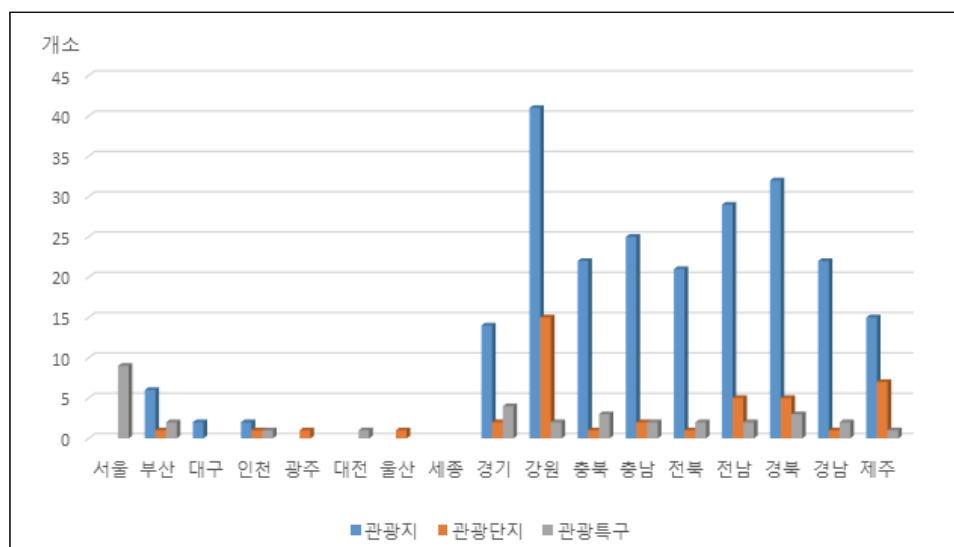
구분	합계	관광지	관광단지	관광특구
합 계	304(4)	227(4)	43	34
서울	9			9
부산	8(1)	5(1)	1	2
대구	1(1)	1(1)		
인천	4	2	1	1
광주	1		1	
대전	1			1
울산	1		1	
세종	0			
경기	20	14	2	4
강원	58	41	15	2
충북	26	22	1	3
충남	29	25	2	2
전북	24	21	1	2
전남	35(1)	28(1)	5	2
경북	40	32	5	3
경남	24(1)	21(1)	1	2
제주	23	15	7	1

주: 괄호 안은 조성계획 미수립 관광지

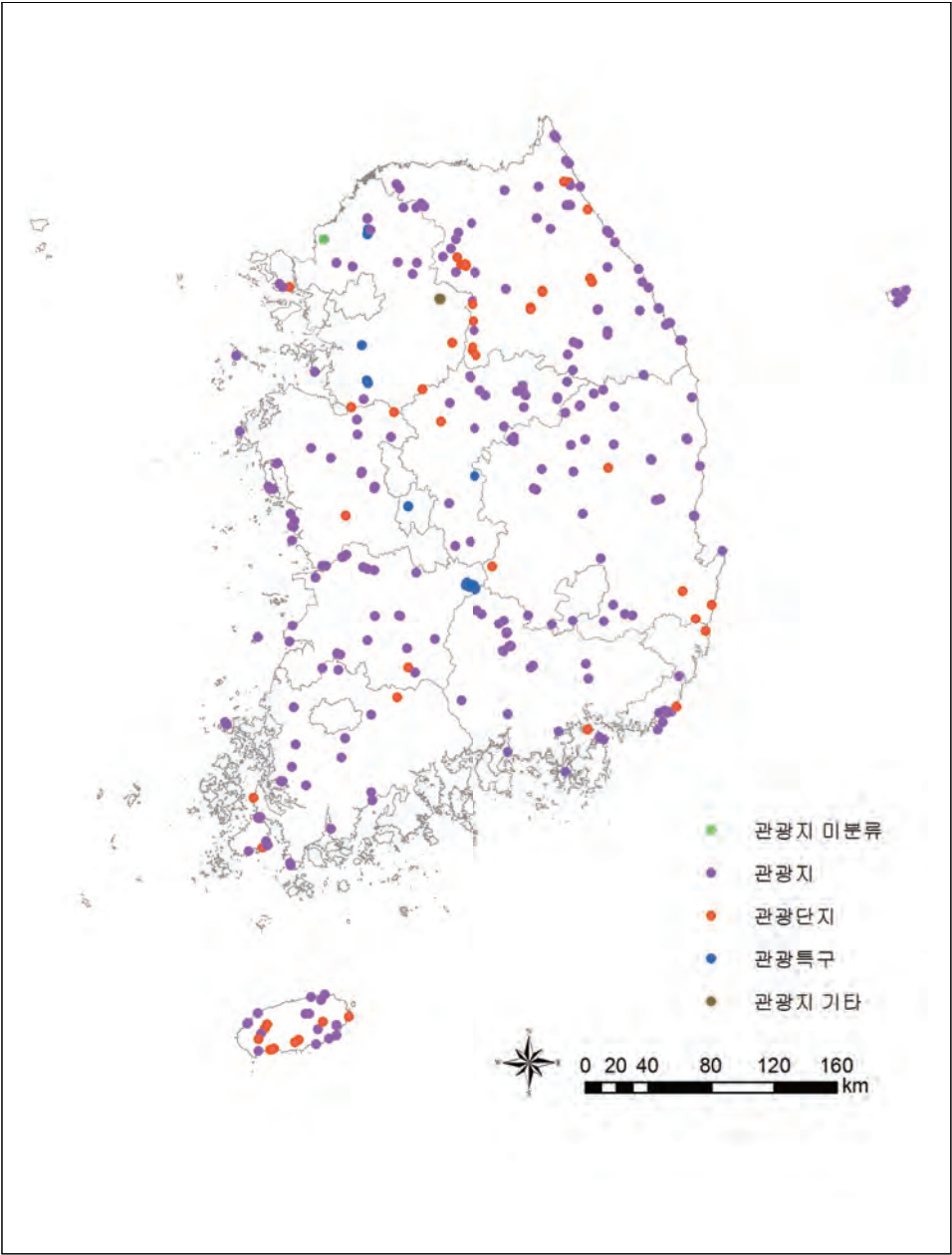
자료: 문화체육관광부, 2019

- 지역별로는 강원이 총 58개로 가장 많으며, 경북 40개, 전남 35개 순임
- 관광지가 가장 많은 지역은 강원지역으로 41개가 지정되어 있으며, 경북 32개, 충남 25개 순임
- 관광단지 역시 강원지역이 115개로 가장 많으며, 제주 7개, 전남과 경북이 각각 5개가 지정되어 있음
- 관광특구는 전국 34개 중 서울에 9개가 지정되어 있으며, 경기 4개로 수도권에 집중되어 있음

부도 3-4 | 관광지/단지/특구 지정현황(2018.12.31. 기준)



부도 3-5 | 전국 관광지/단지/특구 현황(2018년 기준)



부표 3-5 | 관광지 현황

(2018. 12. 31. 기준)

시·도	지정개소	관 광 지 명
합 계	227(4)	※ 진한글씨는 조성계획 미수립 관광지
부 산	5(1)	기장도예촌, 용호씨사이드 , 금련산청소년수련원, 태종대, 해운대
대 구	1(1)	비슬
인 천	2	마니산, 서포리
경 기	14	대성, 산장, 수동, 장흥, 용문산, 신륵사, 한탄강, 공릉, 임진각, 내리, 백운계곡, 산정호수, 소요산, 궁평
강 원	41	호반, 구곡폭포, 청평사, 간현, 옥계, 주문진, 연곡, 동명, 대관령 어흘리, 무릉계곡, 망상, 추암, 구문소, 속초해수욕장, 척산온천, 장호, 맹방, 삼척해수욕장, 초당, 팔봉산, 홍천온천, 어답산, 유현문화, 고씨동굴, 영월온천, 마차탄광문화촌, 미탄마하생태, 화암, 아우라지, 고석정, 직탕, 광덕계곡, 후곡약수터, 내설악 용대, 방동약수터, 오토테마파크, 송지호, 삼포 문암, 화진포, 오색, 지경
충 북	22	세계무술공원, 충은온천, 능암온천, 충주호체험, 교리, 능강, 금월봉, 계산, 제천온천, 만남 의광장, 제천 성내, 속리산레저, 구병산, 장계, 송호, 레인보우 힐링, 수옥정, 괴강, 무극, 천동, 다리안, 온달
충 남	25	천안종합휴향, 태조산, 공나루, 마곡사, 마곡온천, 공주문화, 대천해수욕장, 무창포해수욕장, 죽도, 신정호, 아산온천, 간월도, 삼교호, 왜목마을, 난지도, 구드래, 서동요역사, 금강하구둑, 춘장대해수욕장, 칠갑산도림온천, 남당, 예당, 덕산온천, 만리포해수욕장, 안면도
전 북	21	석정온천, 금강호, 은파, 김제온천, 벽골제, 남원, 모항, 변산해수욕장, 위도, 모악산, 금마, 미륵사지, 왕궁보석테마, 웅포, 사선대, 오수익견, 방화동, 내장산리조트, 백제가요정읍사, 마이산회복온천, 윤일암반일암
전 남	28(1)	대구면도요지, 곡성 도림사, 지리산온천, 나주호, 담양호, 화산연꽃방죽, 울포해수욕장, 한국차소리 문화공원, 불갑사, 성기동, 마한문화, 영산호 쌀문화 테마공원, 영암바독테마파크 , 신지명사십리, 장성호, 홍길동테마파크, 정남진우산도, 녹진, 아리랑마을, 해신장보고, 회동, 사포, 땅골, 우수영, 도곡온천, 운주사, 화순온천, 대광해수욕장
경 북	32	경산온천, 고령부례, 문경온천, 문경상리, 오전약수, 다덕약수, 경천대, 문장대온천, 화성나루, 안동화회, 예안현, 고래불, 장사해수욕장, 선바위, 문수, 부석사, 영주순흥, 풍기온천, 치산, 포리, 예천삼강, 개척사, 울릉도, 백암온천, 성류굴, 의성탐산온천, 신화랑, 청도온천, 청도용암온천, 주왕산, 가산산성, 호미곶
경 남	21(1)	거가대교, 장목, 가조, 수송대, 당항포, 송정, 표충사, 실안, 금서, 전통한방휴양, 중산, 벽계, 오목내, 부곡온천, 마금산온천, 도남, 목계 , 농월정, 미송산, 합천보조덤, 합천호
제 주	15	제주남원, 돈내코, 수망, 미천굴, 토산, 표선, 광지, 제주여성테마파크, 김녕해수욕장, 돌문 화공원, 묘산봉, 봉개휴양림, 용머리, 함덕 해안, 협재 해안

자료: 문화체육관광부, 2019

부표 3-6 | 관광단지 현황

(2018. 12. 31. 기준)

연번	단 지 명	위 치	규 모 km ²	개 발 주 체	비 고 (지정/ 조성계획)
1	보 문	경북 경주시 신평동, 보문동, 북군동, 천군동, 손곡동 일원	8.515	경북관광공사	'75. 4/'73. 5
2	중 문	제주 서귀포시 색달동, 중문동, 대포동 일원	3.562	한국관광공사	'71. 1/'78. 6
3	해남 오시아노	전남 해남군 화원면 주광리, 화봉리 일원	5.073	한국관광공사	'92. 9/'94. 6
4	감 포	경북 경주시 감포읍 나정리, 대본리 일원	4.019	경북관광공사	'93.12/'97. 3
5	마우나오션	경북 경주시 양남면 신대리 산 140-1번지 일원	6.419	(주)엠오디	'94. 3/'94. 5
6	원주 오크밸리	강원 원주시 지정면 월송리, 판대리 일원	11.356	(주)한솔개발	'95. 3/'96. 2
7	김천온천	경북 김천시 부항면 안간·파천리 일원	1.424	(주)우촌개발	'96. 3/'97.12
8	휘닉스파크	강원 평창군 봉평면 면오리, 무이리, 진조리 일원	4.233	(주)보광	'98.10/'99. 3
9	평창 용평	강원 평창군 대관령면 용산리, 수하리 일원	16.219	(주)용평리조트	'01. 2/'04. 3
10	여수 화양	전남여수시 화양면 장수리, 안포리, 화동리, 이목리, 서촌리 일원	9.990	(주)일상해양산업	'03.10/'06. 5
11	안동문화	경북 안동시 성곡동 일원	1.655	경북관광공사	'03.12/'05. 4
12	오시리아 (舊동부산)	부산시 기장군 기장읍 대변리, 시랑리 일원	3.663	부산도시공사	'05. 3/'06. 4
13	웰리힐리파크	강원 횡성군 둔내면 두원리, 우음리, 조항리 일원	4.831	(주)신안종합리조트	'05. 6/'12. 7
14	알펜시아	강원 평창군 대관령면 용산리, 수하리 일원	4.855	강원도개발공사	'05. 9/'06. 4
15	성산포해양	제주 서귀포시 성산읍 고성리 127-2일원	0.654	(주)보광제주	'06. 1/'06. 1
16	여등산	광주시 광산구 운수동 219번지 일원	2.736	광주광역시도시공사	'06. 1/'07. 4
17	신화역사공원	제주 서귀포시 안덕면 서광리 산35-7 일원	3.986	제주국제자유도시개발센터	'06.12/'06.12
18	홍천 비발디파크	강원 홍천군 서면 팔봉리 1290-14 일원	7.052	(주)대명레저산업	'08.11/'11. 1
19	팜파스종합휴양	제주 서귀포시 표선면 성읍리 3196-2	3.001	(주)남영산업	'08.12/'08.12
20	고흥우주해양	전남 고흥군 영남면 남열리 201번지 일원	1.158	고흥군	'09. 5/'09. 2
21	라비에벨 (舊무릉도원)	강원 춘천시 동산면 조양리 산156번지 및 홍천군 북방면 전치곡리 산1번지 일원	4.844	(주)코오롱글로벌	'09. 9/'09. 9
22	평택호	경기 평택시 현덕면 관관리, 기산리, 대안리, 신왕리 일원	2.743	(주)평택호관광단지(가칭)	'09.10/수립중
23	강 동	울산광역시 북구 정자동 일원	1.369	울산 북구청	'09.11/'14.12
24	여수 경도	전남 여수시 경호동 일원	2.127	전남개발공사	'09.12/'09.12
25	제주헬스케어타운	제주 서귀포시 동홍동 2032번지 일원	1.539	제주국제자유도시개발센터	'09.12/'09.12
26	신영	강원 춘천시 동산면 군자리 일원	1.694	(주)신영종합개발	'10. 2/'10. 5

관광단지 현황(계속)

(2018. 12. 31. 기준)

연번	단 지 명	위 치	규 모 km ²	개 발 주 체	비 고 (지정/ 조성계획)
27	설악화리조트	강원 속초시 장사동 11번지 일원	1.314	(주)한화호텔 앤드 리조트	'10. 8/'10. 8
28	예래휴양형주거	제주 서귀포시 예래동 일원	0.741	(주)버자아제주리조트	'10.11/'10.11
29	창원 구산해양	경남 창원시 마산합포구 구산면 구복리, 심리 일원	2.843	창원시	'11. 4/'15. 3
30	골드힐카운티리조트	충남 천안시 서북구 입장면 기로리 일원	1.692	(주)골드힐	'11.12/'13. 6
31	고성 델피노 골프앤리조트	강원 고성군 토성면 원암리 403-1번지 일원	0.901	(주)대명레저산업	'12. 5/'12. 5
32	강화종합리조트	인천 강화군 길상면 선두리 산281-1번지 일원	0.645	(주)해강개발	'12. 7/'12. 7
33	록인제주	제주 서귀포시 표선면 가시리 622번지 일원	0.523	(주)록인제주	'13.12/'13.12
34	백제문화	충남 부여군 규암면 합정리,신리,호암리,오수리 일원	3.025	(주)호텔롯데	'15.1/'15.1
35	원주 더네이처	강원 원주시 문막읍 궁촌리 산121번지 일원	1.444	(주)경안개발	'15. 1/'17. 4 (실효)
36	양양국제공항	강원 양양군 손양면 동호리 510-28번지 일원	2.448	(주)새서울레저	'15.12/'15.12
37	횡성 드림마운틴	강원 횡성군 서원면 석화리 산 261-1번지 일원	1.797	(주)미지엔리조트	'16. 3/'17. 6.
38	안성 죽산	경기 안성시 죽산면 당목리 산53번지 일원	1.438	(주)송백개발(주)서해종합건설	'16.10/미수립
39	원주 플라워프루트월드	강원 원주시 문막읍 궁촌리 1777번지 일원	1.874	(주)원주화훼특화관광단지개발	'16.11/미수립
40	진도 대명리조트	전남 진도군 의신면 초사리 산274일원	0.559	(주)대명레저산업	'16.12/'16.12
41	원주 루첸	강원 원주시 문막읍 비두리 산 239-1번지 일원	2.644	(주)지프러스	'17. 4./미수립
42	증평 에듀팜 특구	충북 증평군 도안면 연촌리 산59-1번지	2.623	(주)블랙스톤리조트	'17.12/'17.12
43	드래곤	전북 남원시 대산면 옥율리 산131 일원	0.795	신한레저주식회사	'18. 9/'18. 9

자료: 문화체육관광부, 2019

부표 3-7 | 관광특구 현황

(2019. 4.12. 기준)

지역	특구명	지정 지역(소재지)	면적(km ²)	지정일
13개 시도 31개소		-	2,636.47	
서울(6)	명동·남대문·북창	명동, 회현동, 소공동, 무교동·다동 각 일부지역	0.87	2000.03.30
	이태원	용산구 이태원동·한남동 일원	0.38	1997.09.25
	동대문 패션타운	중구 광희동·을지로5~7가·신당1동 일원	0.58	2002.05.23
	종로·청계	종로구 종로1가·6가·서린동·관철동·관수동·예지동 일원, 창신동 일부 지역(광화문 빌딩~송인동 4거리)	0.54	2006.03.22
	잠실	송파구 잠실동·신천동·석촌동·송파동·방이동	2.31	2012.03.15
	강남	강남구 삼성동 무역센터 일대	0.19	2014.12.18
부산(2)	해운대	해운대구 우동·중동·송정동·재송동 일원	6.22	1994.08.31
	용두산·자갈치	중구 부평동·광복동·남포동 전지역, 중앙동·동광동·대청동·보수동 일부지역	1.08	2008.05.14
인천(1)	월미	중구 신포동·연안동·신흥동·북성동·동인천동 일원	3.00	2001.06.26
대전(1)	유성	유성구 봉명동·구암동·장대동·궁동·어은동·도룡동	5.86	1994.08.31
경기(4)	동두천	동두천시 중앙동·보산동·소요동 일원	0.40	1997.01.18
	평택시 송탄	평택시 서정동·신장1·2동·지산동·송북동 일원	0.49	1997.05.30
	고양	고양시 일산 서구, 동구 일부 지역	3.94	2015.08.06
	수원 화성	경기도 수원시 팔달구, 장안구 일대	1.83	2016.01.15
강원(2)	설악	속초시·고성군 및 양양군 일부 지역	138.2	1994.08.31
	대관령	강릉시·동해시·평창군·횡성군 일원	428.3	1997.01.18
충북(3)	수안보온천	충주시 수안보면 온천리·안보리 일원	9.22	1997.01.18
	속리산	보은군 내속리면 사내리·상판리·중판리·갈목리 일원	43.75	1997.01.18
	단양	단양군 단양읍·매포읍 일원(2개읍 5개리)	4.45	2005.12.30
충남(2)	아산시온천	아산시 음봉면 신수리 일원	3.71	1997.01.18
	보령해수욕장	보령시 신흥동, 응천읍 독산·관당리, 남포면 월전리 일원	2.52	1997.01.18
전북(2)	무주 구천동	무주군 설천면·무풍면	7.61	1997.01.18
	정읍 내장산	정읍시 내장지구·용산지구	3.45	1997.01.18
전남(2)	구례	구례군 토지면·마산면·광의면·신동면 일부	78.02	1997.01.18
	목포	북항·유달산·원도심·삼학도·갯바위·평화광장 일원 (목포해안선 주변 6개 권역)	6.90	2007.09.28
경북(3)	경주시	경주 시내지구·보문지구·불국지구	32.65	1994.08.31
	백암온천	울진군 온정면 소태리 일원	1.74	1997.01.18
	문경	문경시 문경읍·가은읍·마성면·농암면 일원	1.85	2010.01.18
경남(2)	부곡온천	창녕군 부곡면 거문리·사창리 일원	4.82	1997.01.18
	미륵도	통영시 미수1·2동·봉평동·도남동·산양읍 일원	32.90	1997.01.18
제주(1)	제주도	제주도 전역 (부속도서 제외)	1,809.56	1994.08.31

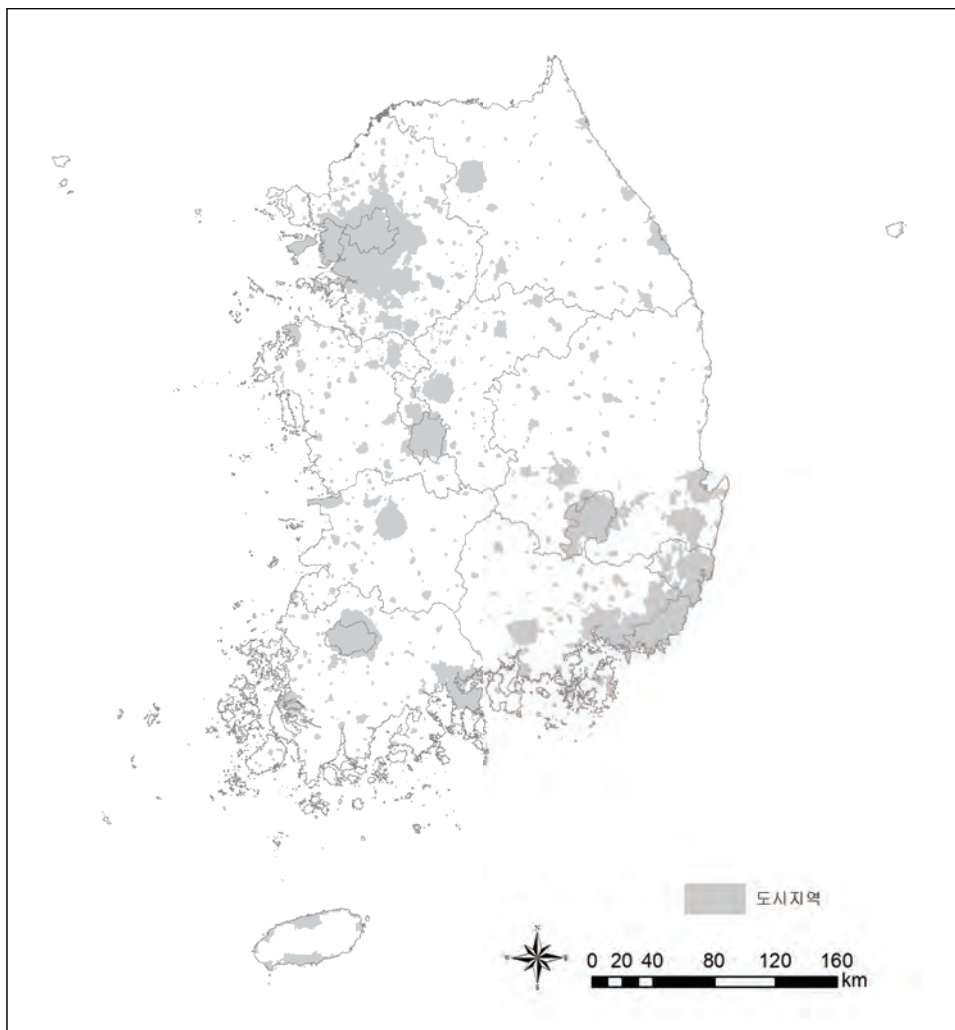
자료: 문화체육관광부, 2019

(2) 연구대상지 도출

■ 국토의 계획 및 이용에 관한 법률상 도시지역

- KLIS상 도시지역으로 지정된 면적은 전국 총 17,052㎢임
 - 도시지역이 가장 많은 지역은 서울과 부산에 접한 시군지역들과 광역시들임

부도 3-6 | 2017년 전국 도시지역 현황



■ 도시지역과 관광지/관광단지/관광특구

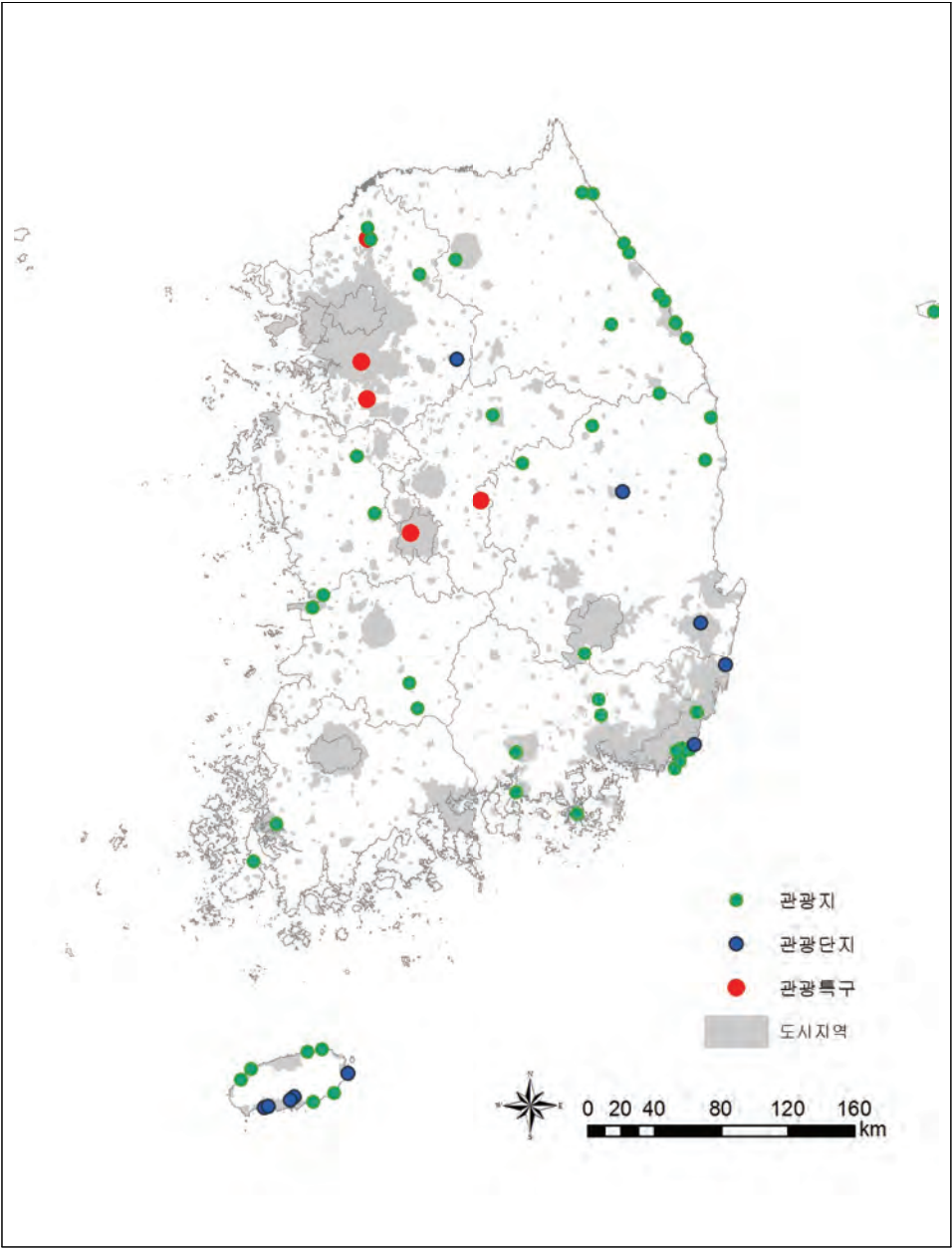
- 관광지, 관광단지, 관광특구가 국토의 계획 및 이용에 관한 법률상의 도시지역을 전부 또는 일부 포함한 지역을 선정
 - 총 64개소, 100.0㎢

부표 3-8 | 도시지역내 관광지/단지/특구 지정 현황

시도	시군구	관광지명	면적(㎡)	비고
합계			100,067,041	
부산	영도구	태종대	1,714,593	미개발상태
	남구	용호 씨사이드	143,480	
	해운대구	해운대(BEXCO)	96,563	
		해운대(달맞이길)	81,025	
		해운대(동백공원)	89,449	
		해운대(해수욕장)	123,750	
	수영구	황령산	175,133	
	기장군	기장도에촌	922,912	
		동부산	3,689,651	
대구	달성군	비슬관광지	252,450	2017년 6월 지정
대전	유성구	유성 관광특구	4,570,172	
울산	북구	북구	1,363,893	
경기	수원시	수원화성 관광특구	1,839,263	
	평택시	송탄 관광특구	580,608	
	동두천시	동두천 관광특구	274,529	
		소요산	2,286,396	
	여주시	신록사	951,714	
	연천군	한탄강	129,125	
	가평군	산장	118,042	
강원	춘천시	호반	5,999,437	
	강릉시	연곡	126,603	
		옥계	151,204	
		주문진	489,958	
	동해시	망상	457,873	
		추암	33,112	
	태백시	구문소	143,854	
	속초시	속초해수욕장	228,803	
		척산온천	153,984	
	삼척시	맹방	782,684	
		삼척해수욕장	237,388	
	정선군	아우라지	89,874	

시도	시군구	관광지명	면적(㎡)	비고
충북	충주시	세계무술공원	617,471	
	보은군	속리산	43,512,916	
충남	공주시	곰나루	799,264	
	아산시	신정호	277,135	
전북	군산시	금강호	649,900	
		은파	1,765,044	
	남원시	남원	909,859	
	임실군	오수익견	120,078	
전남	해남군	우수영	501,704	
	영암군	영산호 쌀문화 테마공	668,309	
경북	경주시	보문	8,509,944	
	안동시	안동문화	1,656,196	
	영주시	영주순흥	122,646	
	문경시	문경온천	570,831	
	울진군	백암온천	358,718	
		성류굴	66,900	
	울릉군	울릉도	605,161	
경남	창원시	마금산온천	532,885	
	진주시	오목내	331,080	미개발상태
	통영시	도남	222,184	
	사천시	실안	256,357	
	창녕군	부곡온천	779,360	
제주	제주시	곽지	235,015	
		김녕해수욕장	161,002	
		합덕해안	387,775	
		협재해안	219,212	
	서귀포시	돈내코	115,501	
		성산포해양	744,685	
		예래휴양형주거	740,657	미개발상태
		제주남원	182,880	
		제주헬스케어타운	1,544,048	
		중문	3,236,295	
		표선	368,507	

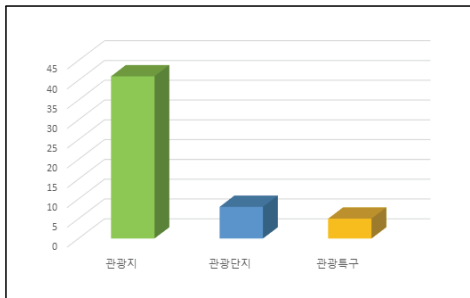
부도 3-7 | 도시지역내 관광지/관광단지/관광특구



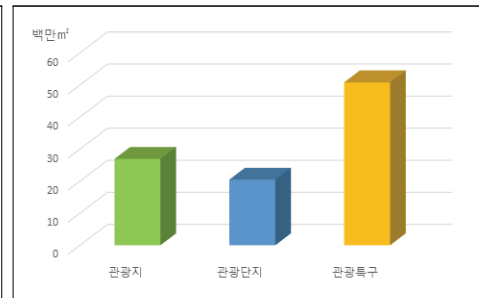
■ 연구대상지 선정

- 연구대상지는 미개발된 관광지 제외
 - 부산 용호 씨사이드(미개발), 대구 비슬관광지(최근 지정되어 미개발), 경남 진주 오목내 관광지, 제주특별자치도 서귀포시 예래휴양형주거 관광단지(공사 중단) 등 4개소는 연구대상지에서 제외
- 소규모 관광지/단지 제외
 - 단독시설이 아닌 건축물군을 이루고 관광관련 업종이 집적하여 사업을 영위할 있는 규모
 - 주변지역에 파급효과를 미칠 수 있는 규모
 - 지정면적(KLIS 구적면적 사용) 기준으로 10만㎡ 미만 제외
 - 부산 해운대 중 BEXCO, 강원 동해시 추암, 강원 정선군 아우라지, 경북 울진군 성류굴 등
- 39개 시군구, 54개 관광지/단지/특구, 98,142,451㎡
 - 강원도와 제주특별자치도가 각각 10개소 가장 많은 개소를 보유
 - 충북 보은군 속리산 관광특구가 43,512,916㎡로 가장 큰 규모

부도 3-8 | 관광지/단지/특구 개소수



부도 3-9 | 관광지/단지/특구 면적



부표 3-9 | 지역별 연구대상지 현황

지역		유형	관광지명	면적(㎡)
합계			54개소	98,142,451
부산	소계		5개소	6,626,039
	영도구	관광지	태종대	1,714,593
	해운대구	관광지	해운대	123,750
	수영구	관광지	황령산	175,133
	기장군	관광지	기장도예촌	922,912
		관광단지	동부산	3,689,651
대전	소계		1개소	4,570,172
	유성구	관광특구	유성 관광특구	4,570,172
울산	소계		1개소	1,363,893
	북구	관광지	강동	1,363,893
경기	소계		7개소	6,179,677
	수원시	관광특구	수원화성 관광특구	1,839,263
	평택시	관광특구	송탄 관광특구	580,608
	동두천시	관광특구	동두천 관광특구	274,529
		관광지	소요산	2,286,396
	여주시	관광단지	신록사	951,714
	연천군	관광지	한탄강	129,125
	가평군	관광지	산장	118,042
강원	소계		10개소	8,771,788
	춘천시	관광지	호반	5,999,437
	강릉시	관광지	연곡	126,603
		관광지	옥계	151,204
		관광지	주문진	489,958
	동해시	관광지	망상	457,873
	태백시	관광지	구문소	143,854
	속초시	관광지	속초해수욕장	228,803
		관광지	척산온천	153,984
	삼척시	관광지	맹방	782,684
		관광지	삼척해수욕장	237,388
충북	소계		2개소	44,130,387
	충주시	관광지	세계무술공원	617,471
	보은군	관광특구	속리산	43,512,916

지역		유형	관광지명	면적(㎡)
충남	소계		2개소	1,076,399
	공주시	관광지	곰나루	799,264
	아산시	관광지	신정호	277,135
전북	소계		4개소	3,444,881
	군산시	관광지	금강호	649,900
		관광지	은파	1,765,044
	남원시	관광지	남원	909,859
	임실군	관광지	오수의견	120,078
전남	소계		2개소	1,170,013
	해남군	관광지	우수영	501,704
	영암군	관광지	영산호 쌀문화테마공원	668,309
경북	소계		6개소	11,823,496
	경주시	관광단지	보문	8,509,944
	안동시	관광단지	안동문화	1,656,196
	영주시	관광지	영주순흥	122,646
	문경시	관광지	문경온천	570,831
	울진군	관광지	백암온천	358,718
	울릉군	관광지	울릉도	605,161
경남	소계		4개소	1,790,786
	창원시	관광지	마금산온천	532,885
	통영시	관광지	도남	222,184
	사천시	관광지	실안	256,357
	창녕군	관광지	부곡온천	779,360
제주	소계		10개소	7,194,920
	제주시	관광지	곽지	235,015
		관광지	김녕해수욕장	161,002
		관광지	합덕해안	387,775
		관광지	협재해안	219,212
	서귀포시	관광단지	돈내코	115,501
		관광단지	성산포해양	744,685
		관광지	제주남원	182,880
		관광단지	제주헬스케어타운	1,544,048
		관광단지	중문	3,236,295
		관광지	표선	368,507

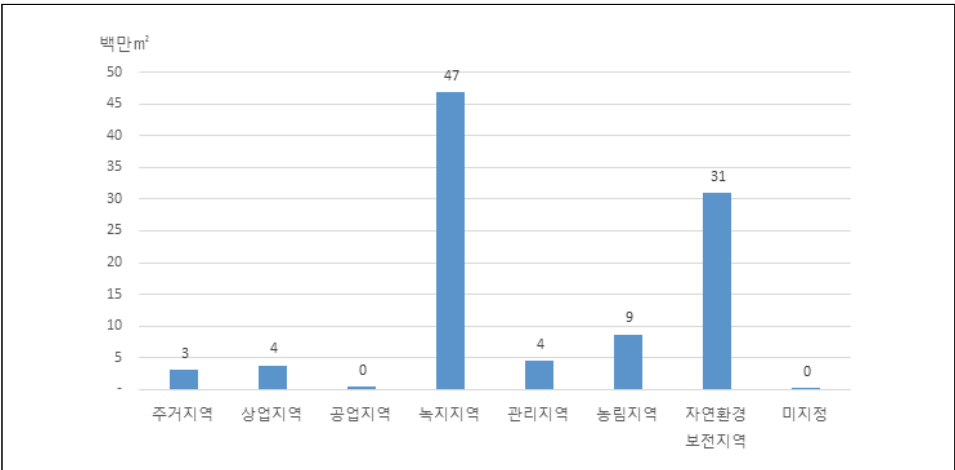
■ 연구대상 관광지/단지/특구 용도지역 현황

- 연구대상 관광지의 용도지역 중 55.0%가 도시지역이며, 관리지역 4.6%, 농림지역 8.8%, 자연환경보전지역 31.5%임
- 도시지역 중에서도 가장 많은 비중을 차지하는 용도지역은 녹지지역으로 도시지역의 86.7%를 차지하고 있으며, 상업지역이 7.0%, 주거지역 5.6%, 공업지역 0.7%임
- 자연환경보전지역의 경우 속리산 관광특구가 대부분(99.9%)을 차지하고 있음

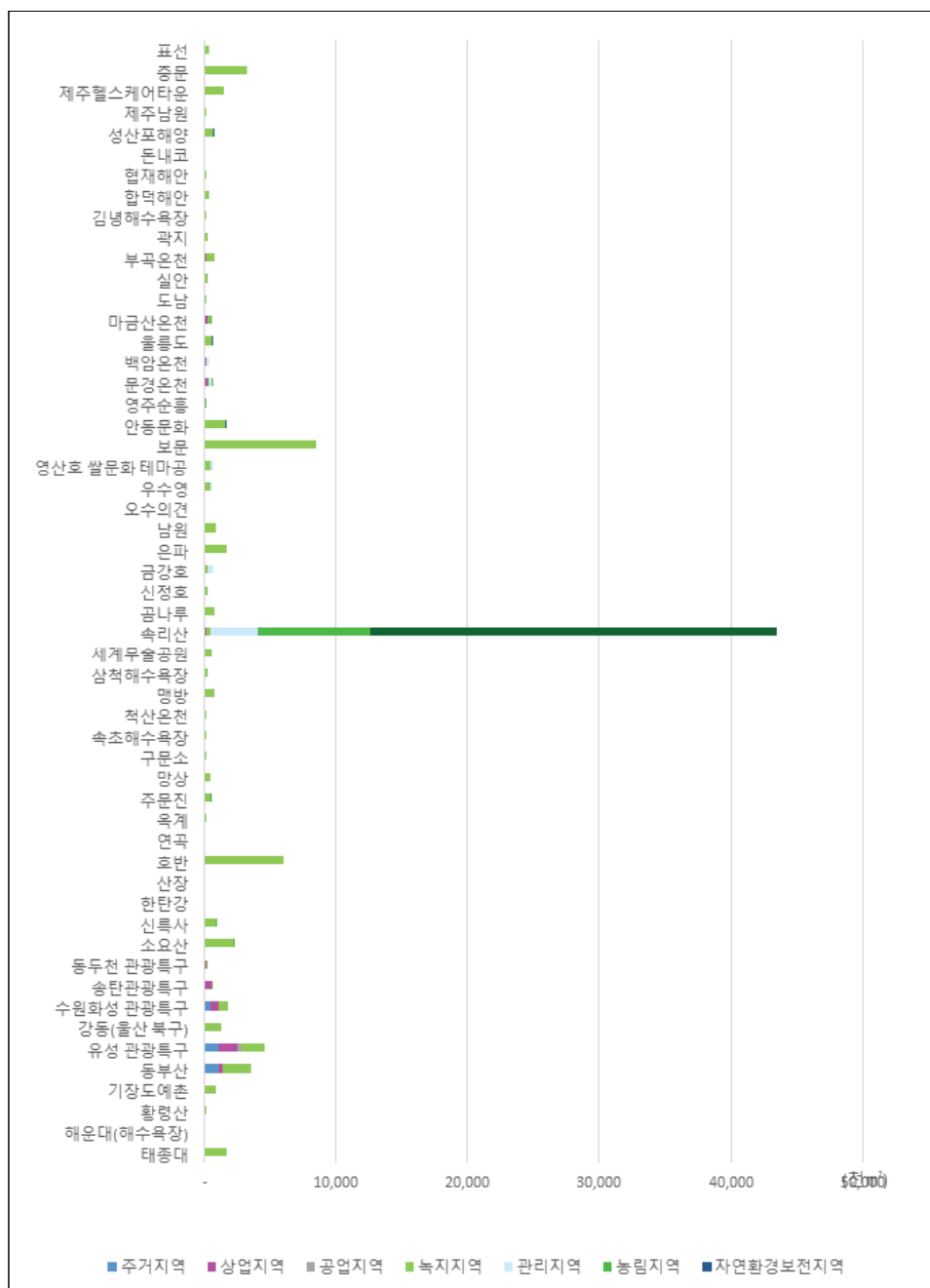
부표 3-10 | 연구대상 관광지 용도지역 현황 총괄

		면적(㎡)	구성비
합계		98,142,451	100.0%
도시지역	소계	53,988,539	55.0%
	주거지역	3,023,154	3.1%
	상업지역	3,798,334	3.9%
	공업지역	362,998	0.4%
	녹지지역	46,804,053	47.7%
관리지역		4,494,027	4.6%
농림지역		8,615,855	8.8%
자연환경보전지역		30,893,678	31.5%
미지정		150,352	0.2%

부도 3-10 | 연구대상 관광지/단지/관광특구 용도지역 현황 총괄



부도 3-11 | 관광지별 용도지역 현황



부표 3-11 | 관광지별 용도지역 현황

(2018.12.31. 기준)

지역	관광 지명	면적(㎡)	도시지역					관리 지역	농림 지역	자연환경 보전지역	미지정
			소계	주거 지역	상업 지역	공업 지역	녹지 지역				
합계	54개소	98,142,451	53,988,539	3,023,154	3,798,334	362,998	46,804,053	4,494,027	8,615,855	30,893,678	150,352
부산	소계	5개소	6,626,039	6,475,687	1,094,662	290,406	-	5,090,619	-	-	150,352
	영도구 태종대	1,714,593	1,711,404	74	-	-	1,711,330	-	-	-	3,189
	해운대구 해운대	123,750	40,284	-	8,284	-	32,000	-	-	-	83,466
	수영구 황령산	175,133	175,133	-	-	-	175,133	-	-	-	-
	기장군 기장 도예촌	922,912	922,912	3	-	-	922,909	-	-	-	-
대전	소계	1개소	4,570,172	4,570,172	1,140,594	1,381,840	362,971	1,684,767	-	-	63,697
	유성구 유성관 광특구	4,570,172	4,570,172	1,140,594	1,381,840	362,971	1,684,767	-	-	-	-
	소계	1개소	1,363,893	1,363,893	-	-	1,363,893	-	-	-	-
울산	북구 북구	1,363,893	1,363,893	-	-	-	1,363,893	-	-	-	-
	소계	7개소	6,179,677	6,174,275	598,237	1,230,604	-	4,345,434	1,116	4,286	-
경기	수원시 수원화 성관광 특구	1,839,263	1,839,263	520,807	598,661	-	719,795	-	-	-	-
	평택시 송탄관 광특구	580,608	580,608	4,401	552,558	-	23,649	-	-	-	-
	동두천시 동두천 관광특 구	274,529	274,529	73,029	79,385	-	122,115	-	-	-	-
	소요산	2,286,396	2,282,951	-	-	-	2,282,951	-	3,445	-	-
	여주시 신록사	951,714	949,757	-	-	-	949,757	1,116	841	-	-
강원	연천군 한탄강	129,125	129,125	-	-	-	129,125	-	-	-	-
	가평군 산장	118,042	118,042	-	-	-	118,042	-	-	-	-
	소계	10개소	8,771,788	8,771,600	2,887	-	8,768,713	18	169	1	-
	춘천시 호반	5,999,437	5,999,437	-	-	-	5,999,437	-	-	-	-
	강릉시 연곡	126,603	126,603	-	-	-	126,603	-	-	-	-
충북	옥계	151,204	151,204	-	-	-	151,204	-	-	-	-
	주문진	489,958	489,771	1,852	-	-	487,919	18	169	-	-
	동해시 망상	457,873	457,872	-	-	-	457,872	-	-	1	-
	태백시 구문소	143,854	143,854	6	-	-	143,848	-	-	-	-
	속초시 속초해 수욕장	228,803	228,803	1,029	-	-	227,774	-	-	-	-
	척산온 천	153,984	153,984	-	-	-	153,984	-	-	-	-
	맹방	782,684	782,684	-	-	-	782,684	-	-	-	-
	삼척시 삼척해 수욕장	237,388	237,388	-	-	-	237,388	-	-	-	-
충북	소계	2개소	44,130,387	1,120,332	109,795	27,083	983,454	3,564,625	8,564,330	30,881,100	-

지역	관광 지명	면적(㎡)	도시지역					관리 지역	농림 지역	자연환경 보전지역	미지정
			소계	주거 지역	상업 지역	공업 지역	녹지 지역				
충남	충주시	세계무 술공원	617,471	617,471	97	-	-	617,374	-	-	-
	보은군	속리산	43,512,916	502,861	109,698	27,083	-	366,080	3,564,625	8,564,330	30,881,100
	소계	2개소	1,076,399	1,076,399	13	-	-	1,076,386	-	-	-
	공주시	곰나루	799,264	799,264	13	-	-	799,251	-	-	-
	아산시	신정호	277,135	277,135	-	-	-	277,135	-	-	-
전북	소계	4개소	3,444,881	3,035,034	29,702	-	-	3,005,332	409,847	-	-
	군산시	금강호	649,900	240,053	-	-	-	240,053	409,847	-	-
	은파	1,765,044	1,765,044	27,965	-	-	-	1,737,079	-	-	-
	남원시	남원	909,859	909,859	1,737	-	-	908,122	-	-	-
	임실군	오수의 견	120,078	120,078	-	-	-	120,078	-	-	-
전남	소계	2개소	1,170,013	1,025,033	-	7,126	-	1,017,907	144,980	-	-
	해남군	우수영	501,704	492,248	-	7,126	-	485,122	9,456	-	-
	영암군	영산호 쌀문화 테마공 원	668,309	532,785	-	-	-	532,785	135,524	-	-
경북	소계	6개소	11,823,496	11,406,665	2,034	409,464	27	10,995,140	373,322	37,049	6,460
	경주시	보문	8,509,944	8,509,944	-	-	-	8,509,944	-	-	-
	안동시	안동문 화	1,656,196	1,656,143	-	-	-	1,656,143	-	-	53
	영주시	영주순 흥	122,646	118,057	-	-	-	118,057	-	4,589	-
	문경시	문경온 천	570,831	419,690	-	249,451	-	170,239	140,168	10,973	-
	울진군	백암온 천	358,718	157,798	-	157,545	-	253	200,918	2	-
	울릉군	울릉도	606,161	545,033	2,034	2,468	27	540,504	32,236	21,485	6,407
	소계	4개소	1,790,786	1,780,646	40,827	451,796	-	1,288,023	119	10,021	-
경남	창원시	마금산 온천	532,885	522,745	22,251	222,904	-	277,590	119	10,021	-
	통영시	도남	222,184	222,184	18,576	987	-	202,621	-	-	-
	사천시	실안	256,357	256,357	-	-	-	256,357	-	-	-
	창녕군	부곡온 천	779,360	779,360	-	227,905	-	551,455	-	-	-
제주	소계	10개소	7,194,920	7,188,803	4,403	15	-	7,184,385	-	-	6,117
	제주시	괭지	235,015	235,015	-	-	-	235,015	-	-	-
		김녕해 수욕장	161,002	161,002	-	-	-	161,002	-	-	-
		협덕해 안	387,775	387,775	3,141	15	-	384,619	-	-	-
		협재해 안	219,212	219,212	-	-	-	219,212	-	-	-
	서귀포시	돈내코	115,501	115,501	-	-	-	115,501	-	-	-

지역	관광 지명	면적(㎡)	도시지역					관리 지역	농림 지역	자연환경 보전지역	미지정
			소계	주거 지역	상업 지역	공업 지역	녹지 지역				
	성산포 해양	744,685	738,568	-	-	-	738,568	-	-	6,117	
	제주남 원	182,880	182,880	-	-	-	182,880	-	-	-	
	제주헬 스케어 타운	1,544,048	1,544,048	-	-	-	1,544,048	-	-	-	
	중문	3,236,295	3,236,295	-	-	-	3,236,295	-	-	-	
	표선	368,507	368,507	1,262	-	-	367,245	-	-	-	

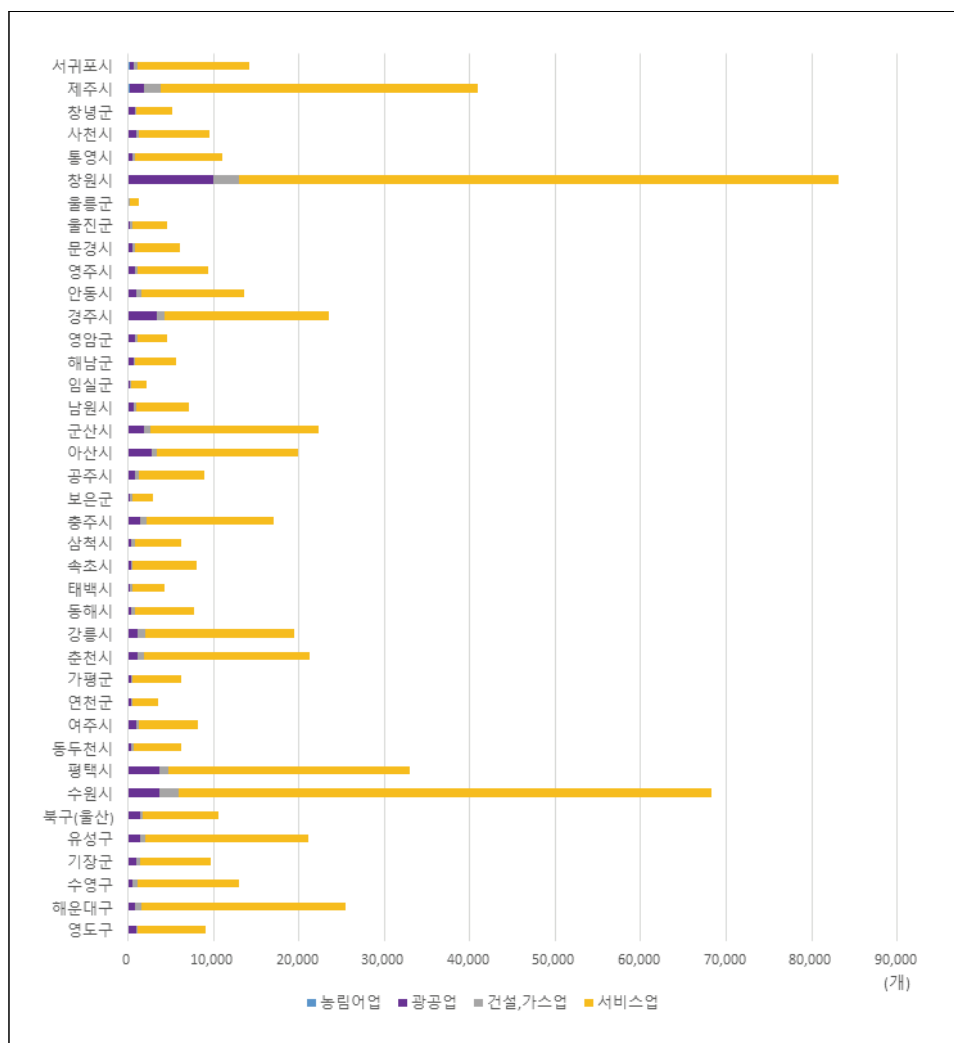
3) 연구대상도시 산업현황

(1) 산업 일반현황

■ 사업체수

- 2015년 현재 경제총조사 보고서에 따르면, 전국 전산업의 사업체수는 총 3,874,167개로 농림어업이 3,288개(0.1%), 광공업 415,855개(10.7%), 건설가스업 135,753개(3.5%), 서비스업 3,319,271개(85.7%)임
- 연구대상도시 가운데 농림어업의 사업체수가 가장 많은 도시는 제주특별자치도 서귀포시로 207개이며, 광공업과 건설가스업, 서비스업 모두 창원시가 각각 9,933개, 3,069개, 70,160개로 가장 많은 도시임

부도 3-12 | 시군구별 산업별 사업체수 현황(2015년 기준)



부표 3-12 | 시군구별 산업별 사업체수 현황

(단위: 개)

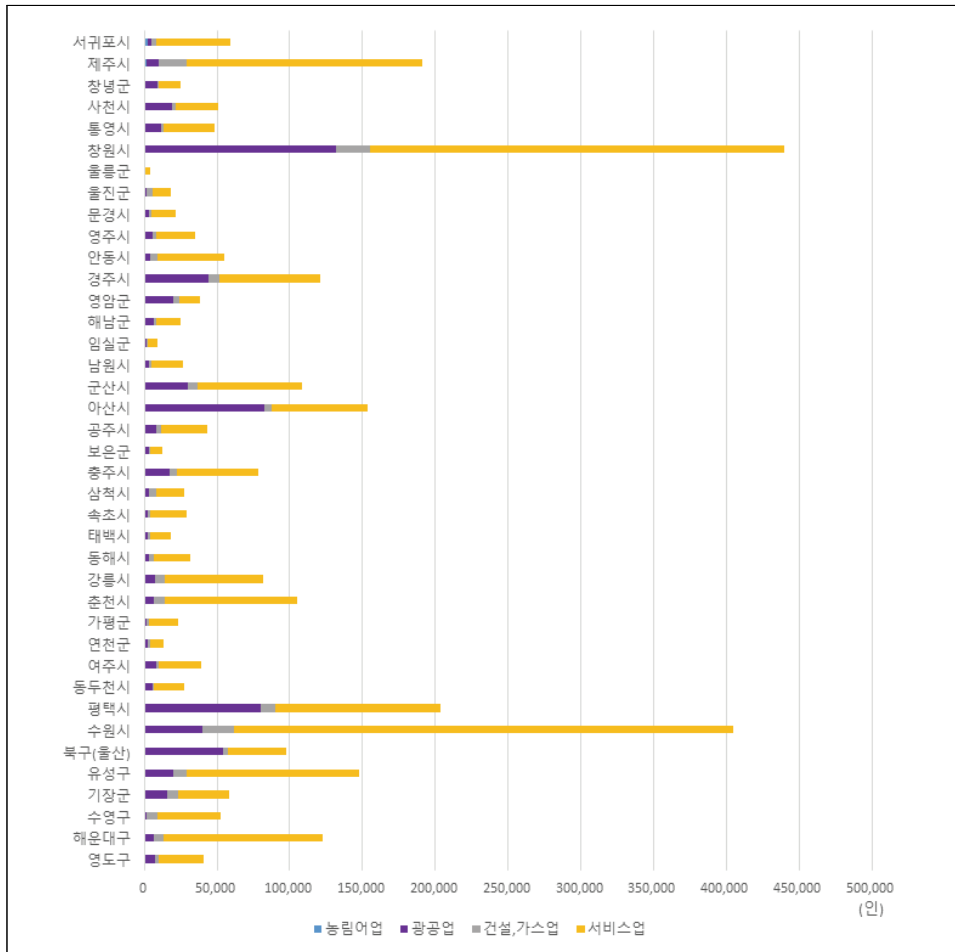
행정구역	전산업		농림어업		광공업		건설,가공업		서비스업	
	업체수	구성비	업체수	구성비	업체수	구성비	업체수	구성비	업체수	구성비
전국	3,874,167	100.0	3,288	0.1	415,855	10.7	135,753	3.5	3,319,271	85.7
영도구	9,080	100.0	5	0.1	930	10.2	235	2.6	7,910	87.1
해운대구	25,483	100.0	-	-	809	3.2	725	2.8	23,949	94.0
수영구	12,939	100.0	-	-	571	4.4	529	4.1	11,839	91.5
기장군	9,721	100.0	7	0.1	1,039	10.7	405	4.2	8,270	85.1
유성구	21,165	100.0	4	0.0	1,384	6.5	706	3.3	19,071	90.1
북구(울산)	10,640	100.0	1	0.0	1,495	14.1	280	2.6	8,864	83.3
수원시	68,332	100.0	6	0.0	3,697	5.4	2,266	3.3	62,363	91.3
평택시	32,926	100.0	34	0.1	3,579	10.9	1,184	3.6	28,129	85.4
동두천시	6,192	100.0	1	0.0	435	7.0	193	3.1	5,563	89.8
여주시	8,200	100.0	19	0.2	1,014	12.4	289	3.5	6,878	83.9
연천군	3,577	100.0	9	0.3	331	9.3	202	5.6	3,035	84.8
가평군	6,193	100.0	5	0.1	301	4.9	278	4.5	5,609	90.6
춘천시	21,256	100.0	21	0.1	1,090	5.1	806	3.8	19,339	91.0
강릉시	19,419	100.0	37	0.2	1,161	6.0	806	4.2	17,415	89.7
동해시	7,761	100.0	2	0.0	440	5.7	358	4.6	6,961	89.7
태백시	4,302	100.0	1	0.0	216	5.0	240	5.6	3,845	89.4
속초시	8,077	100.0	5	0.1	340	4.2	252	3.1	7,480	92.6
삼척시	6,283	100.0	14	0.2	356	5.7	409	6.5	5,504	87.6
충주시	17,087	100.0	31	0.2	1,377	8.1	708	4.1	14,971	87.6
보은군	2,876	100.0	19	0.7	280	9.7	169	5.9	2,408	83.7
공주시	8,866	100.0	19	0.2	774	8.7	425	4.8	7,648	86.3
아산시	19,858	100.0	26	0.1	2,789	14.0	636	3.2	16,407	82.6
군산시	22,238	100.0	22	0.1	1,837	8.3	782	3.5	19,597	88.1
남원시	7,191	100.0	28	0.4	627	8.7	309	4.3	6,227	86.6
임실군	2,246	100.0	29	1.3	225	10.0	148	6.6	1,844	82.1
해남군	5,560	100.0	53	1.0	555	10.0	257	4.6	4,695	84.4
영암군	4,599	100.0	19	0.4	804	17.5	301	6.5	3,475	75.6
경주시	23,531	100.0	25	0.1	3,417	14.5	851	3.6	19,238	81.8
안동시	13,526	100.0	28	0.2	880	6.5	633	4.7	11,985	88.6
영주시	9,454	100.0	10	0.1	762	8.1	427	4.5	8,255	87.3
문경시	6,021	100.0	11	0.2	496	8.2	255	4.2	5,259	87.3
울진군	4,531	100.0	11	0.2	234	5.2	315	7.0	3,971	87.6
울릉군	1,258	100.0	1	0.1	88	7.0	89	7.1	1,080	85.9
창원시	83,187	100.0	25	0.0	9,933	11.9	3,069	3.7	70,160	84.3
통영시	11,034	100.0	2	0.0	456	4.1	312	2.8	10,264	93.0
사천시	9,591	100.0	19	0.2	931	9.7	367	3.8	8,274	86.3
창녕군	5,163	100.0	21	0.4	792	15.3	198	3.8	4,152	80.4
제주시	40,917	100.0	189	0.5	1,751	4.3	1,933	4.7	37,044	90.5
서귀포시	14,238	100.0	207	1.5	474	3.3	409	2.9	13,148	92.3

자료: 경제총조사 보고서 2015, 통계청

■ 종사자수

- 전국 종사자수는 총 20,889,257명으로 서비스업 종사자수가 15,398,921명으로 73.7%를 차지하고 있음
- 연구대상도시 가운데 서비스업 종사자수가 가장 많은 도시는 수원시로 수원시 전체의 84.8%(343,110명)를 차지하고 있음
- 서비스업 종사자 비율이 전국 평균(73.7%)을 상회하는 도시는 20개 도시임

부도 3-13 | 시군구별 산업별 종사자수 현황(2015년 기준)



부표 3-13 | 시군구별 산업별 종사자수 현황

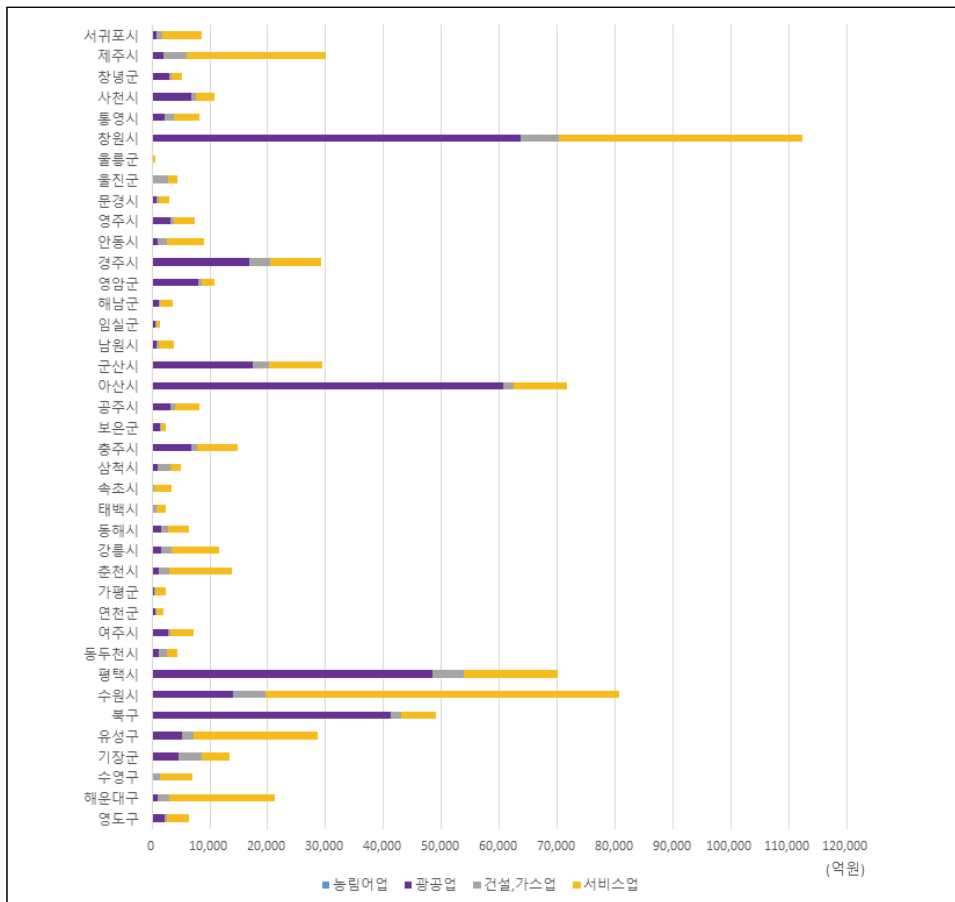
(단위: 인)

행정구역	전산업		농림어업		광공업		건설, 가스업		서비스업	
	종사자수	구성비	종사자수	구성비	종사자수	구성비	종사자수	구성비	종사자수	구성비
전국	20,889,257	100.0	39,488	0.2	4,058,623	19.4	1,392,225	6.7	15,398,921	73.7
영도구	40,787	100.0	202	0.5	7,617	18.7	1,727	4.2	31,241	76.6
해운대구	122,814	100.0	-	-	6,431	5.2	7,016	5.7	109,367	89.1
수영구	53,129	100.0	-	-	1,969	3.7	6,879	12.9	43,984	82.8
기장군	58,364	100.0	60	0.1	15,909	27.3	7,183	12.3	35,210	60.3
유성구	147,987	100.0	8	0.0	19,724	13.3	9,097	6.1	119,154	80.5
울산 북구	97,445	100.0	-	-	54,446	55.9	2,645	2.7	40,336	41.4
수원시	404,570	100.0	191	0.0	39,536	9.8	21,733	5.4	343,110	84.8
평택시	203,618	100.0	448	0.2	79,443	39.0	10,130	5.0	113,559	55.8
동두천시	27,080	100.0	-	-	5,654	20.9	1,137	4.2	20,285	74.9
여주시	39,513	100.0	216	0.5	7,932	20.1	1,685	4.3	29,680	75.1
연천군	13,560	100.0	156	1.2	2,608	19.2	1,234	9.1	9,562	70.5
가평군	23,593	100.0	119	0.5	1,620	6.9	1,786	7.6	20,068	85.1
춘천시	105,266	100.0	418	0.4	6,382	6.1	7,557	7.2	90,909	86.4
강릉시	81,617	100.0	411	0.5	6,794	8.3	7,180	8.8	67,232	82.4
동해시	31,998	100.0	-	-	3,176	9.9	3,109	9.7	25,695	80.3
태백시	17,931	100.0	-	-	2,073	11.6	1,786	10.0	14,065	78.4
속초시	29,185	100.0	48	0.2	2,051	7.0	1,879	6.4	25,207	86.4
삼척시	27,608	100.0	142	0.5	3,336	12.1	4,616	16.7	19,514	70.7
춘주시	78,369	100.0	571	0.7	16,893	21.6	5,162	6.6	55,743	71.1
보은군	12,477	100.0	169	1.4	3,266	26.2	989	7.9	8,053	64.5
공주시	43,041	100.0	155	0.4	8,427	19.6	3,320	7.7	31,139	72.3
아산시	153,555	100.0	253	0.2	82,627	53.8	4,784	3.1	65,891	42.9
군산시	108,353	100.0	254	0.2	29,802	27.5	6,302	5.8	71,995	66.4
남원시	26,699	100.0	252	0.9	3,266	12.2	1,678	6.3	21,503	80.5
임실군	9,405	100.0	365	3.9	1,631	17.3	835	8.9	6,571	69.9
해남군	24,777	100.0	310	1.3	6,428	25.9	1,433	5.8	16,606	67.0
영암군	38,572	100.0	204	0.5	19,958	51.7	3,703	9.6	14,707	38.1
경주시	121,128	100.0	239	0.2	43,912	36.3	7,533	6.2	69,444	57.3
안동시	55,397	100.0	286	0.5	4,128	7.5	4,290	7.7	46,693	84.3
영주시	35,370	100.0	71	0.2	5,575	15.8	2,401	6.8	27,323	77.2
문경시	22,002	100.0	90	0.4	3,392	15.4	1,599	7.3	16,921	76.9
울진군	17,978	100.0	108	0.6	1,302	7.2	4,223	23.5	12,345	68.7
울릉군	4,073	100.0	-	-	316	7.8	563	13.8	3,184	78.2
창원시	439,499	100.0	291	0.1	131,811	30.0	22,895	5.2	284,502	64.7
통영시	47,995	100.0	-	-	11,360	23.7	1,857	3.9	34,702	72.3
사천시	50,465	100.0	297	0.6	18,936	37.5	2,746	5.4	28,470	56.4
창녕군	24,811	100.0	247	1.0	8,733	35.2	1,235	5.0	14,596	58.8
제주시	190,910	100.0	1,331	0.7	8,965	4.7	18,906	9.9	161,708	84.7
서귀포시	59,090	100.0	2,225	3.8	2,366	4.0	3,391	5.7	51,108	86.5

■ 매출액

- 매출액 기준으로 서비스업의 매출액은 약 311조원으로 전 산업의 58.6%를 차지하고 있으며, 광공업 매출액은 약 170조원으로 32.0%를 차지
- 서비스업 매출액이 가장 높은 도시는 수원시로 약 6조 1천억 원임(수원시 전산업 매출액의 75.8%)
- 해당 지자체 전 산업 중 서비스업 매출액 비중이 가장 높은 도시는 속초시로 86.2%를 차지하고 있으며, 해운대구 86.2%, 제주시 80.2% 순임

부도 3-14 | 시군구별 산업별 매출액 현황(2015년 기준)



부표 3-14 | 시군구별 산업별 매출액 현황

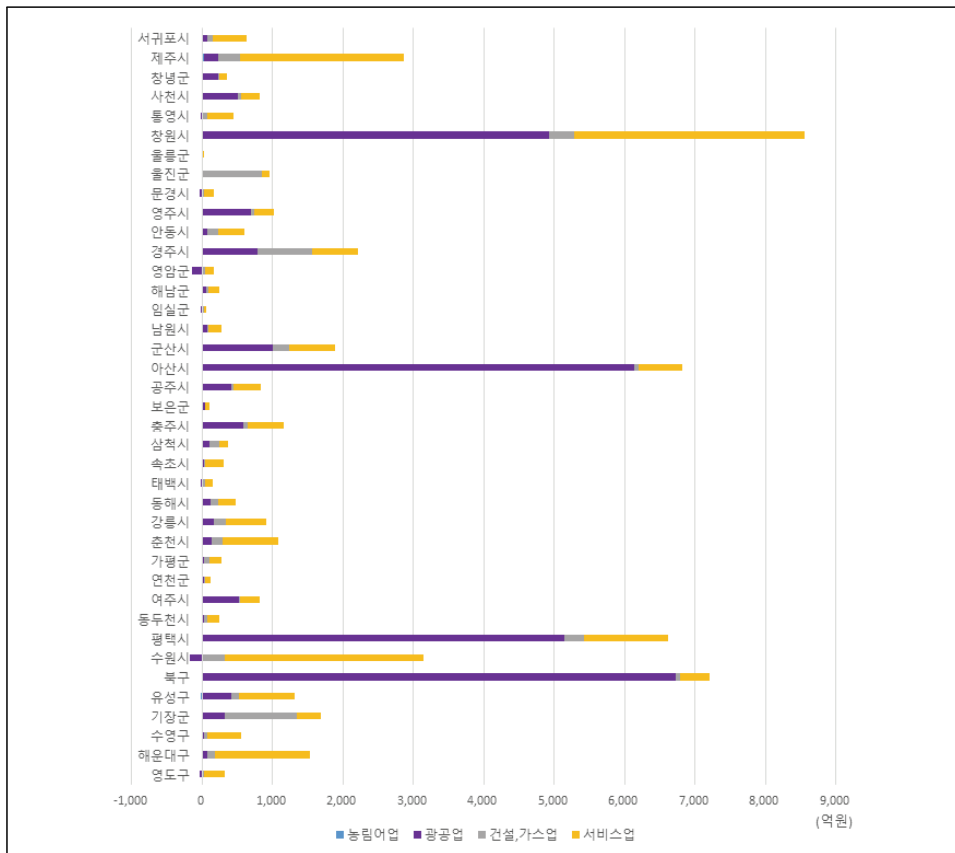
(단위: 억 원)

행정구역	전산업		농림어업		광공업		건설,가스업		서비스업	
	억 원	구성비	억 원	구성비	억 원	구성비	억 원	구성비	억 원	구성비
전국	5,311,197	100.0	10,934	0.2	1,697,599	32.0	490,834	9.2	3,111,830	58.6
영도구	6,297	100.0	89	1.4	2,127	33.8	319	5.1	3,763	59.8
해운대구	21,237	100.0	-	-	1,017	4.8	1,909	9.0	18,311	86.2
수영구	7,817	100.0	-	-	143	1.8	1,247	16.0	5,535	70.8
기장군	13,398	100.0	5	0.0	4,608	34.4	3,933	29.4	4,851	36.2
유성구	28,638	100.0	2	0.0	5,267	18.4	1,996	7.0	21,371	74.6
북구(울산)	49,133	100.0	-	-	41,220	83.9	1,828	3.7	6,082	12.4
수원시	80,669	100.0	51	0.1	14,020	17.4	5,465	6.8	61,133	75.8
평택시	70,138	100.0	105	0.2	48,346	68.9	5,380	7.7	16,278	23.2
동두천시	4,482	100.0	-	-	1,271	28.3	1,278	28.5	1,933	43.1
여주시	7,263	100.0	67	0.9	2,758	38.0	456	6.3	3,982	54.8
연천군	1,915	100.0	26	1.3	518	27.1	294	15.3	1,077	56.3
가평군	2,420	100.0	17	0.7	268	11.1	347	14.3	1,788	73.9
춘천시	13,763	100.0	42	0.3	1,178	8.6	1,693	12.3	10,850	78.8
강릉시	11,538	100.0	77	0.7	1,564	13.6	1,666	14.4	8,231	71.3
동해시	6,355	100.0	-	-	1,526	24.0	1,298	20.4	3,522	55.4
태백시	2,306	100.0	-	-	221	9.6	601	26.1	1,484	64.3
속초시	3,435	100.0	31	0.9	193	5.6	243	7.1	2,969	86.4
삼척시	4,987	100.0	44	0.9	917	18.4	2,187	43.8	1,840	36.9
충주시	14,886	100.0	170	1.1	6,564	44.1	1,139	7.7	7,013	47.1
보은군	2,473	100.0	52	2.1	1,317	53.3	165	6.7	940	38.0
공주시	8,112	100.0	38	0.5	3,116	38.4	761	9.4	4,197	51.7
아산시	71,597	100.0	70	0.1	60,501	84.5	1,924	2.7	9,102	12.7
군산시	29,444	100.0	101	0.3	17,209	58.4	2,802	9.5	9,332	31.7
남원시	3,714	100.0	79	2.1	745	20.1	322	8.7	2,568	69.1
임실군	1,416	100.0	28	2.0	475	33.6	227	16.0	684	48.3
해남군	3,556	100.0	93	2.6	1,053	29.6	310	8.7	2,100	59.0
영암군	10,753	100.0	97	0.9	7,977	74.2	520	4.8	2,159	20.1
경주시	29,243	100.0	71	0.2	16,724	57.2	3,539	12.1	8,910	30.5
안동시	9,022	100.0	85	0.9	829	9.2	1,705	18.9	6,403	71.0
영주시	7,325	100.0	32	0.4	3,159	43.1	640	8.7	3,495	47.7
문경시	3,061	100.0	32	1.1	826	27.0	290	9.5	1,912	62.5
울진군	4,297	100.0	14	0.3	153	3.6	2,708	63.0	1,423	33.1
울릉군	499	100.0	-	-	40	8.1	146	29.3	311	62.4
창원시	112,222	100.0	48	0.0	63,680	56.7	6,596	5.9	41,899	37.3
통영시	8,296	100.0	-	-	2,218	26.7	1,582	19.1	4,491	54.1
사천시	10,865	100.0	60	0.5	6,774	62.3	766	7.0	3,263	30.0
창녕군	5,222	100.0	69	1.3	3,017	57.8	225	4.3	1,911	36.6
제주시	30,009	100.0	236	0.8	1,747	5.8	3,957	13.2	24,070	80.2
서귀포시	8,625	100.0	264	3.1	562	6.5	918	10.6	6,881	79.8

■ 영업이익

- 전국 전산업 총 영업이익은 약 35조원이며, 서비스업이 약 19조원으로 55.0%, 광공업 약 13조원으로 36.9%를 차지하고 있음
- 영업이익이 가장 높은 도시는 울산 북구, 아산시, 평택시, 창원시 순이며, 이들 도시는 대부분 광공업의 영업이익 비중이 높으나, 창원시의 경우 서비스업의 영업이익은 제조업의 66% 수준임
- 서비스업의 영업이익이 높은 도시로는 창원시, 수원시, 제주시, 해운대구, 평택시 순임

부도 3-15 | 시군구별 산업별 영업이익(2015년 기준)



부표 3-15 | 시군구별 산업별 영업이익 현황

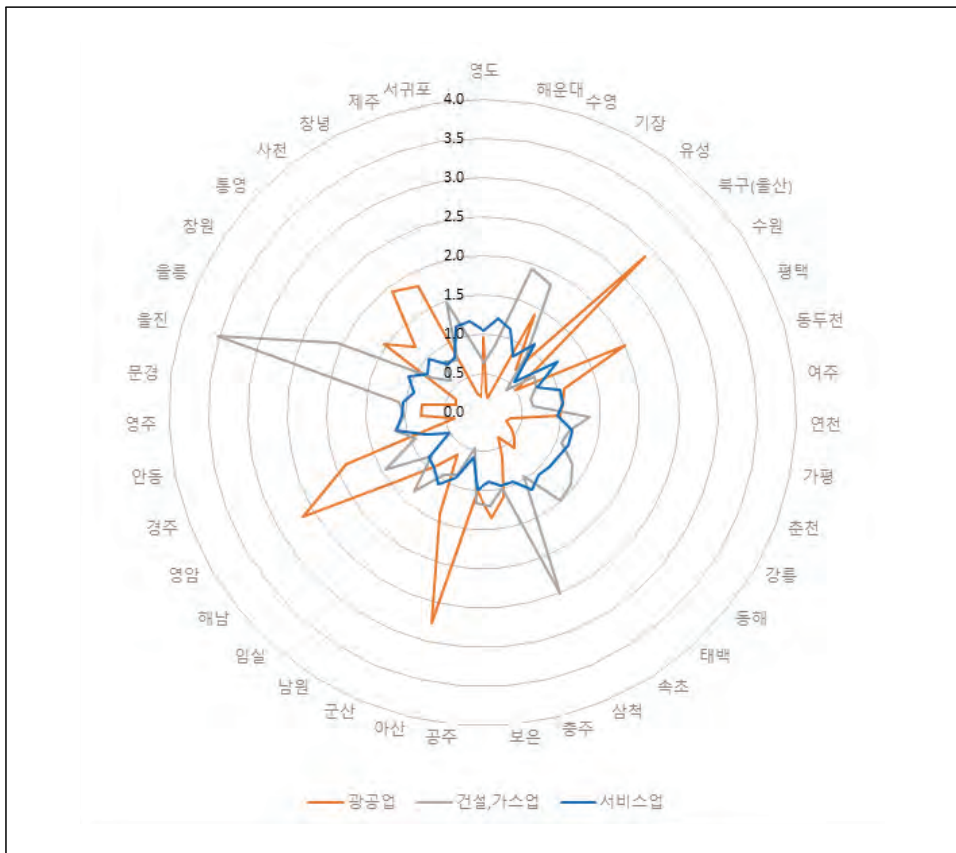
(단위: 억 원)

행정구역	전산업		농림어업		광공업		건설,가스업		서비스업	
	억 원	구성비	억 원	구성비	억 원	구성비	억 원	구성비	억 원	구성비
전국	349,422	100.0	581	0.2	129,043	36.9	27,643	7.9	192,155	55.0
영도구	291	100.0	2	0.6	-34	-11.7	23	8.0	300	103.1
해운대구	1,529	100.0	0	0.0	75	4.9	104	6.8	1,350	88.3
수영구	571	100.0	0	0.0	20	3.5	56	9.8	469	82.1
기장군	1,685	100.0	1	0.0	325	19.3	1,018	60.4	341	20.2
유성구	1,307	100.0	0	0.0	417	31.9	103	7.9	786	60.2
울산북구	7,199	100.0	0	0.0	6,717	93.3	66	0.9	414	5.8
수원시	2,963	100.0	0	0.0	-179	-6.0	323	10.9	2,818	95.1
평택시	6,613	100.0	4	0.1	5,132	77.6	278	4.2	1,194	18.1
동두천시	242	100.0	0	0.0	17	7.2	55	22.8	170	70.1
여주시	810	100.0	2	0.3	510	63.0	28	3.4	270	33.3
연천군	115	100.0	0	0.2	27	23.1	17	15.1	71	61.6
가평군	272	100.0	1	0.2	26	9.4	70	25.6	176	64.8
춘천시	1,082	100.0	3	0.2	131	12.1	147	13.6	801	74.1
강릉시	915	100.0	4	0.5	163	17.8	161	17.7	586	64.1
동해시	477	100.0	0	0.0	113	23.8	118	24.7	245	51.4
태백시	126	100.0	0	0.0	-18	-14.0	39	30.8	105	83.3
속초시	297	100.0	1	0.2	19	6.2	21	7.1	257	86.4
삼척시	368	100.0	2	0.6	103	27.9	128	34.8	135	36.7
충주시	1,150	100.0	8	0.7	574	49.9	68	6.0	500	43.5
보은군	99	100.0	2	2.0	31	31.3	10	10.2	56	56.5
공주시	837	100.0	1	0.1	409	48.9	30	3.6	396	47.4
아산시	6,822	100.0	4	0.1	6,125	89.8	71	1.0	621	9.1
군산시	1,892	100.0	2	0.1	998	52.8	237	12.5	655	34.6
남원시	266	100.0	3	1.1	64	24.2	24	9.0	175	65.7
임실군	47	100.0	2	4.4	-1	-1.4	14	29.0	32	68.3
해남군	244	100.0	7	2.7	53	21.8	25	10.1	160	65.5
영암군	16	100.0	4	22.1	-140	-868.2	32	197.2	121	748.9
경주시	2,211	100.0	1	0.1	786	35.6	764	34.5	659	29.8
안동시	595	100.0	5	0.8	70	11.8	143	24.1	377	63.4
영주시	1,012	100.0	0	0.0	684	67.6	47	4.6	281	27.7
문경시	122	100.0	1	0.6	-37	-30.3	20	16.0	139	113.7
울진군	956	100.0	0	0.0	11	1.2	836	87.4	109	11.4
울릉군	30	100.0	0	0.0	5	16.8	8	26.4	17	56.6
창원시	8,550	100.0	1	0.0	4,922	57.6	358	4.2	3,269	38.2
통영시	419	100.0	0	0.0	-29	-6.9	78	18.6	370	88.3
사천시	821	100.0	5	0.6	495	60.3	44	5.4	275	33.5
창녕군	353	100.0	6	1.7	223	63.0	14	3.8	111	31.4
제주시	2,857	100.0	24	0.8	204	7.1	307	10.7	2,322	81.3
서귀포시	632	100.0	15	2.4	61	9.7	68	10.7	488	77.2

■ 산업특화도

- LQ 지수로 살펴본 도시별 산업특화도에 있어 서비스업이 특화된 도시는 부산 영도구를 비롯해 20개 도시임
 - 부산 영도, 해운대, 수영 / 대전 유성 / 경기 수원, 동두천, 여주, 가평 / 강원 춘천, 강릉, 동해, 태백, 속초 / 전북 남원 / 경북 안동, 영주, 문경, 울릉
 - 제주 제주, 서귀포 등임
 - 해운대구, 수원시, 가평군, 춘천시, 속초시, 서귀포시 등이 비교적 LQ지수값이 높음

부도 3-16 | 시군별 산업별 LQ지수



부표 3-16 | 시군별 산업별 LQ지수

행정구역	전산업	농림어업	광공업	건설,가공업	서비스업
전국	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
영도구	1.0	2.6	1.0	0.6	1.0
해운대구	1.0	-	0.3	0.9	1.2
수영구	1.0	-	0.2	1.9	1.1
기장군	1.0	0.5	1.4	1.8	0.8
유성구	1.0	0.0	0.7	0.9	1.1
북구	1.0	-	2.9	0.4	0.6
수원시	1.0	0.2	0.5	0.8	1.2
평택시	1.0	1.2	2.0	0.7	0.8
동두천시	1.0	-	1.1	0.6	1.0
여주시	1.0	2.9	1.0	0.6	1.0
연천군	1.0	6.1	1.0	1.4	1.0
가평군	1.0	2.7	0.4	1.1	1.2
춘천시	1.0	2.1	0.3	1.1	1.2
강릉시	1.0	2.7	0.4	1.3	1.1
동해시	1.0	-	0.5	1.5	1.1
태백시	1.0	-	0.6	1.5	1.1
속초시	1.0	0.9	0.4	1.0	1.2
삼척시	1.0	2.7	0.6	2.5	1.0
충주시	1.0	3.9	1.1	1.0	1.0
보은군	1.0	7.2	1.3	1.2	0.9
공주시	1.0	1.9	1.0	1.2	1.0
아산시	1.0	0.9	2.8	0.5	0.6
군산시	1.0	1.2	1.4	0.9	0.9
남원시	1.0	5.0	0.6	0.9	1.1
임실군	1.0	20.5	0.9	1.3	0.9
해남군	1.0	6.6	1.3	0.9	0.9
영암군	1.0	2.8	2.7	1.4	0.5
경주시	1.0	1.0	1.9	0.9	0.8
안동시	1.0	2.7	0.4	1.2	1.1
영주시	1.0	1.1	0.8	1.0	1.0
문경시	1.0	2.2	0.8	1.1	1.0
울진군	1.0	3.2	0.4	3.5	0.9
울릉군	1.0	-	0.4	2.1	1.1
창원시	1.0	0.4	1.5	0.8	0.9
통영시	1.0	-	1.2	0.6	1.0
사천시	1.0	3.1	1.9	0.8	0.8
창녕군	1.0	5.3	1.8	0.7	0.8
제주시	1.0	3.7	0.2	1.5	1.1
서귀포시	1.0	19.9	0.2	0.9	1.2

(2) 관광산업 현황

■ 업종 구분

- 관광사업은 「관광진흥법」 제2조 1호에 따라 7개 부문 33개 업종으로 구분하고 있음
- 그러나, 이는 관광진흥법에서 규정하고 있는 사업체 등록을 위한 기준으로 한국표준산업분류상의 업종과는 별개임
- 도시지역 내 관광지/관광단지/관광특구가 속해 있는 시군구의 관광산업을 분석하기 위해 한국표준산업분류에 의한 업종으로 재분류가 필요함
- 한국표준산업분류체계상 중분류를 기준으로 관광산업과 연관된 업종은 다음과 같음

부표 3-17 | 한국표준산업분류상 관광산업 연관 업종

코드	항목명	코드	항목명	코드	항목명
G	도매 및 소매업	47	소매업; 자동차 제외	471	종합 소매업
				472	음·식료품 및 담배 소매업
				473	가전제품 및 정보 통신장비 소매업
				474	섬유, 의복, 신발 및 가족제품 소매업
				475	기타 생활용품 소매업
				476	문화, 오락 및 여가 용품 소매업
				477	연료 소매업
				478	기타 상품 전문 소매업
				479	무점포 소매업
H	운수 및 창고업	49	육상 운송 및 파이프라인 운송업	491	철도 운송업
				492	육상 여객 운송업
				493	도로 화물 운송업
				494	소화물 전문 운송업
				495	파이프라인 운송업
		50	수상 운송업	501	해상 운송업
				502	내륙 수상 및 항만 내 운송업
		51	항공 운송업	511	항공 여객 운송업
				512	항공 화물 운송업
		52	창고 및 운송관련 서비스업	521	보관 및 창고업
				529	기타 운송관련 서비스업
I	숙박 및 음식점	55	숙박업	551	일반 및 생활 숙박시설 운영업
				559	기타 숙박업
		56	음식점 및 주점업	561	음식점업
				562	주점 및 비알코올 음료점업

부표 3-18 | 한국표준산업분류상 관광산업 연관 업종

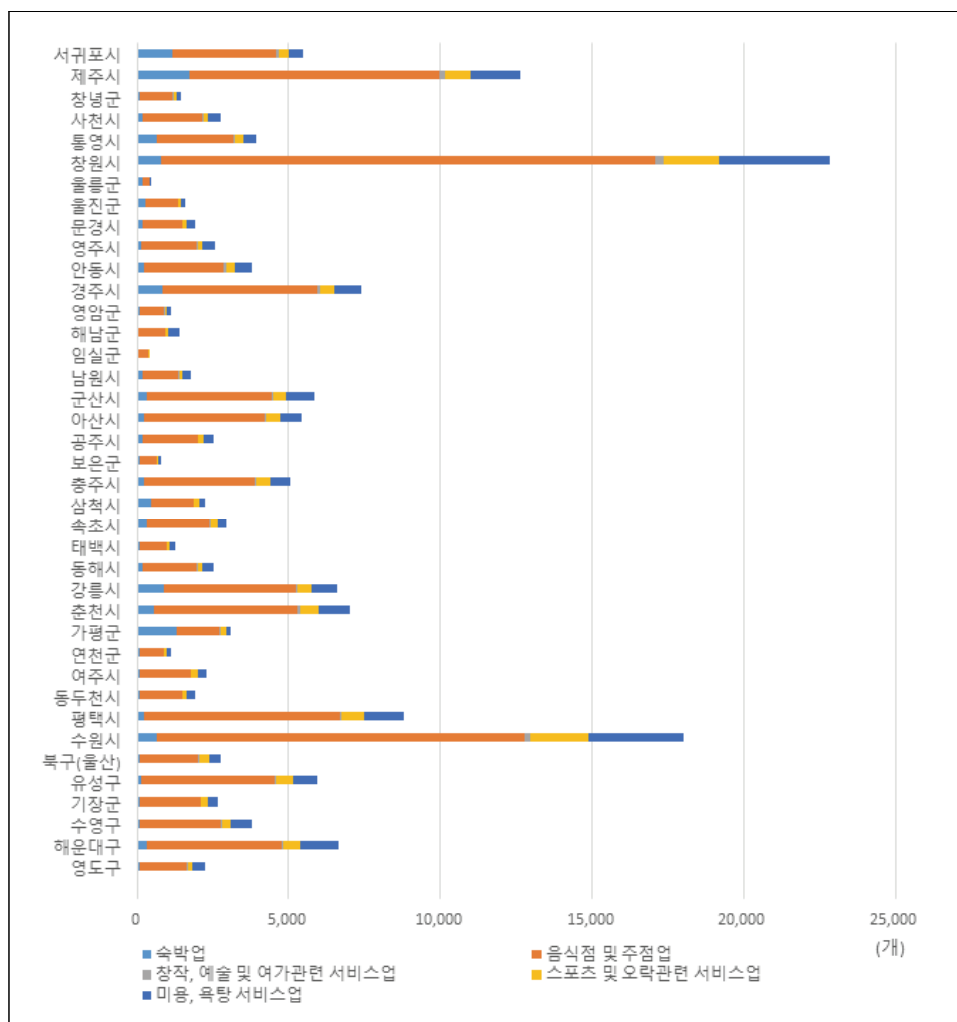
코드	항목명	코드	항목명	코드	항목명
N	사업시설 관리, 사업 지원 및 임대 서비스업	75	사업 지원 서비스업	751	고용 알선 및 인력 공급업
				752	여행사 및 기타 여행 보조 서비스업
				753	경비, 경호 및 탐정업
				759	기타 사업 지원 서비스업
		76	임대업; 부동산 제외	761	운송장비 임대업
				762	개인 및 가정용품 임대업
				763	산업용 기계 및 장비 임대업
				764	무형 재산권 임대업
R	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	90	창작, 예술 및 여가관련 서비스업	901	창작 및 예술관련 서비스업
		91	스포츠 및 오락관련 서비스업	902	도서관, 사적지 및 유사 여가관련 서비스업
				911	스포츠 서비스업
				912	유원지 및 기타 오락관련 서비스업
S	협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업	96	기타 개인 서비스업	961	미용, 욕탕 및 유사 서비스업
				969	그 외 기타 개인 서비스업

- 관광지가 소재한 시군구의 관광산업 분석을 위해 본 연구에서는 관광산업을 한국 표준산업분류상 다음업종으로 제한하여 분석을 실시
 - 숙박업(숙박시설 운영업, 기타 숙박업)
 - 음식점 및 주점업(음식점업, 주점 및 비알콜 음료점업)
 - 창작, 예술 및 여가관련 서비스업(창작 및 예술관련 서비스업)
 - 스포츠 및 오락관련 서비스업(유원지 및 기타 오락관련 서비스업)
 - 기타 개인서비스업(미용, 욕탕 및 유사서비스업, 그 외 기타 개인서비스업)

■ 사업체수

- 관광지가 소재한 시군구에서 관광관련업종의 사업체수가 차지하는 비율은 평균 34.2%임
- 39개 시군구 중 관광관련 업종의 사업체수 비중이 가장 높은 지역은 가평군으로 전산업의 55.1%임(가평군은 숙박업, 음식점 및 주점업의 비중이 높음)
- 업종별로 살펴보면 숙박업이 가장 많은 지역은 제주시와 서귀포시이며, 창원시의 경우 음식점 및 주점업, 여가관련 서비스업과 오락관련 서비스업, 미용·욕탕서비스업이 사업체수가 가장 많은 지역임

부도 3-17 | 시군별 관광관련산업 사업체수 현황(2015년 기준)



부표 3-19 | 관광관련 업종 사업체수 현황(2015년 기준)

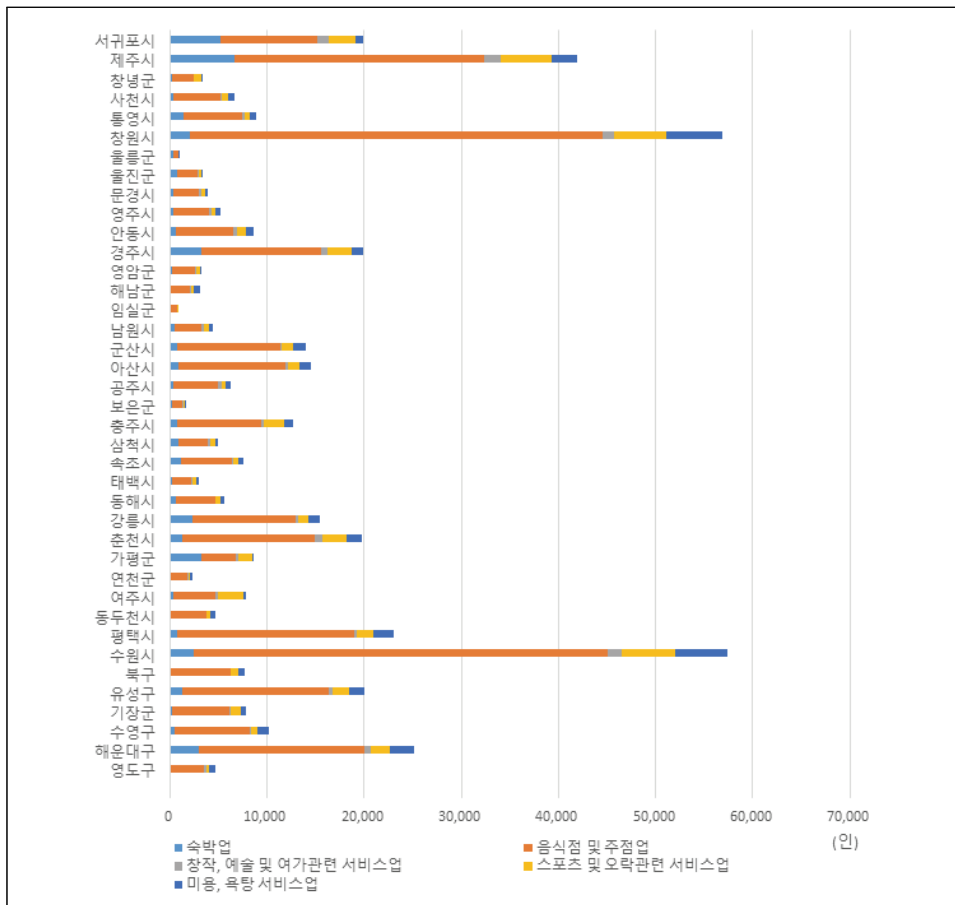
(단위: 개)

사업체		전산업	관광관련산업						
			소계	구성비	숙박업	음식점 주점업	여가관련 서비스업	오락관련 서비스업	미용욕탕 서비스업
부산	영도구	9,080	2,243	24.7	78	1,578	20	153	414
	해운대구	25,483	6,648	26.1	347	4,402	84	564	1,251
	수영구	12,939	3,803	29.4	109	2,628	52	288	726
	기장군	9,721	2,676	27.5	98	2,001	16	202	359
대전	유성구	21,165	5,936	28.0	144	4,375	74	562	781
울산	북구	10,640	2,771	26.0	74	1,945	28	324	400
경기	수원시	68,332	18,027	26.4	650	12,127	203	1,911	3,136
	평택시	32,926	8,799	26.7	216	6,463	67	745	1,308
	동두천시	6,192	1,918	31.0	77	1,394	13	137	297
	여주시	8,200	2,292	28.0	100	1,655	29	232	276
	연천군	3,577	1,119	31.3	83	796	14	90	136
	가평군	6,193	3,093	49.9	1,306	1,404	26	208	149
강원	춘천시	21,256	6,993	32.9	553	4,712	107	633	988
	강릉시	19,419	6,584	33.9	906	4,327	72	444	835
	동해시	7,761	2,510	32.3	195	1,784	22	162	347
	태백시	4,302	1,264	29.4	80	889	21	93	181
	속초시	8,077	2,968	36.7	311	2,093	27	221	316
	삼척시	6,283	2,264	36.0	448	1,410	28	165	213
충북	충주시	17,087	5,072	29.7	219	3,649	74	438	692
	보은군	2,876	788	27.4	104	548	8	50	78
충남	공주시	8,866	2,520	28.4	203	1,796	32	174	315
	아산시	19,858	5,436	27.4	226	4,001	48	454	707
전북	군산시	22,238	5,867	26.4	315	4,110	51	442	949
	남원시	7,191	1,775	24.7	183	1,182	28	122	260
	임실군	2,246	373	16.6	28	327	4	14	-
전남	해남군	5,560	1,396	25.1	-	941	13	71	371
	영암군	4,599	1,112	24.2	70	836	13	67	126
경북	경주시	23,531	7,383	31.4	828	5,121	64	507	863
	안동시	13,526	3,792	28.0	251	2,622	73	281	565
	영주시	9,454	2,567	27.2	160	1,803	23	160	421
	문경시	6,021	1,901	31.6	170	1,312	20	121	278
	울진군	4,531	1,597	35.2	276	1,058	19	97	147
	울릉군	1,258	449	35.7	175	229	8	13	24
경남	창원시	83,187	22,842	27.5	793	16,291	259	1,856	3,643
	통영시	11,034	3,940	35.7	633	2,560	33	260	454
	사천시	9,591	2,758	28.8	165	1,991	25	160	417
	창녕군	5,163	1,469	28.5	74	1,114	11	89	181
제주	제주시	40,917	12,614	30.8	1,724	8,232	181	873	1,604
	서귀포시	14,238	5,485	38.5	1,179	3,391	96	316	503

■ 종사자수

- 관광지가 소재한 시군구에서 관광관련업종의 종사자수의 평균 비율은 16.8%임
- 서비스업 중 관광관련 업종의 종사자수가 30%를 상회하는 지역은 가평군, 속초시, 울릉군, 서귀포시임
- 숙박업 종사자수가 가장 많은 지역은 제주도, 음식점 및 주점업 창원시, 여가관련 서비스업 제주도, 오락관련 서비스업 수원시, 미용·욕탕서비스업은 창원시임
- 창원시는 전 산업 대비 관광관련 업종의 종사자수 비중은 12.9%에 불과

부도 3-18 | 시군별 관광관련산업 종사자수 현황(2015년 기준)



부표 3-20 | 관광관련업종 종사자수 현황(2015년 기준)

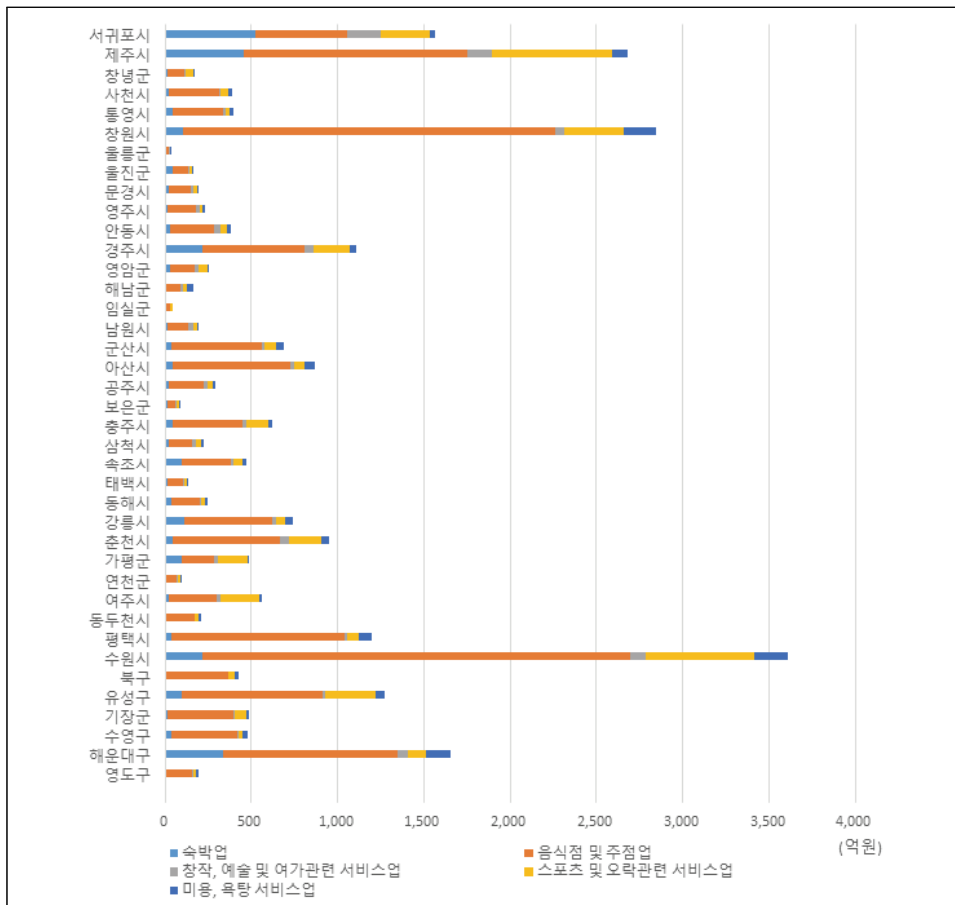
(단위: 인)

지역		전산업	관광관련산업						
			소계	구성비	숙박업	음식점 주점업	여가관련 서비스업	오락관련 서비스업	미용욕탕 서비스업
부산	영도구	40,787	4,746	11.6	162	3,426	140	375	643
	해운대구	122,814	25,199	20.5	3,042	17,058	643	1,884	2,572
	수영구	53,129	10,186	19.2	495	7,750	166	651	1,124
	기장군	58,364	7,862	13.5	260	5,884	168	1,005	545
대전	유성구	147,987	20,042	13.5	1,301	15,054	378	1,783	1,526
울산	북구	97,445	7,708	7.9	157	6,071	92	734	654
경기	수원시	404,570	57,426	14.2	2,423	42,605	1,509	5,470	5,419
	평택시	203,618	23,082	11.3	722	18,312	266	1,704	2,078
	동두천시	27,080	4,649	17.2	185	3,548	86	367	463
	여주시	39,513	7,917	20.0	334	4,377	196	2,660	350
	연천군	13,560	2,289	16.9	177	1,617	105	230	160
	가평군	23,593	8,668	36.7	3,318	3,452	245	1,454	199
강원	춘천시	105,266	19,719	18.7	1,288	13,583	825	2,553	1,470
	강릉시	81,617	15,450	18.9	2,394	10,516	354	980	1,206
	동해시	31,998	5,667	17.7	604	4,046	102	429	486
	태백시	17,931	2,969	16.6	296	1,904	204	310	255
	속초시	29,185	7,611	26.1	1,187	5,162	227	504	531
	삼척시	27,608	4,995	18.1	895	3,035	226	487	352
충북	충주시	78,369	12,690	16.2	765	8,628	327	2,033	937
	보은군	12,477	1,712	13.7	248	1,060	99	212	93
충남	공주시	43,041	6,223	14.5	429	4,521	360	485	428
	아산시	153,555	14,519	9.5	937	10,947	263	1,153	1,219
전북	군산시	108,353	13,951	12.9	804	10,552	176	1,108	1,311
	남원시	26,699	4,401	16.5	493	2,767	316	486	339
	임실군	9,405	897	9.5	51	669	14	163	
전남	해남군	24,777	3,188	12.9		2,079	129	314	666
	영암군	38,572	3,227	8.4	256	2,327	138	352	154
경북	경주시	121,128	19,949	16.5	3,235	12,370	689	2,376	1,279
	안동시	55,397	8,605	15.5	649	5,888	386	874	808
	영주시	35,370	5,211	14.7	336	3,739	275	315	546
	문경시	22,002	3,942	17.9	412	2,651	159	380	340
	울진군	17,978	3,442	19.1	717	2,207	116	194	208
	울릉군	4,073	968	23.8	369	484	62	22	31
경남	창원시	439,499	56,872	12.9	2,128	42,456	1,111	5,353	5,824
	통영시	47,995	8,901	18.5	1,368	6,042	249	527	715
	사천시	50,465	6,612	13.1	397	4,879	118	578	640
	창녕군	24,811	3,422	13.8	264	2,194	80	666	218
제주	제주시	190,910	41,912	22.0	6,703	25,656	1,748	5,215	2,590
	서귀포시	59,090	19,905	33.7	5,275	9,959	1,114	2,808	749

■ 매출액

- 관광관련업종의 평균매출액은 전산업 대비 5.4%로 사업체수나 종사자수 비중에 비해 현저히 낮아짐
- 해당 도시의 전산업 대비 매출액 비중이 10%를 넘는 도시는 가평군, 속초시, 서귀포시 등 3개임
- 숙박업 매출액이 가장 높은 지역은 서귀포시, 음식점 및 주점업 수원시, 여가관련 서비스업 서귀포시, 오락관련 서비스업 제주시, 미용·욕탕서비스업은 수원시임

부도 3-19 | 시군별 관광관련산업 매출액 현황(2015년 기준)



부표 3-21 | 관광관련업종 매출액 현황(2015년 기준)

(단위: 억 원)

지역		전산업	관광관련산업						
			소계	구성비	숙박업	음식점 주점업	여가관련 서비스업	오락관련 서비스업	미용욕탕 서비스업
부산	영도구	6,297	194.7	3.1	5.5	149.4	9.7	12.0	18.1
	해운대구	21,237	1,656.2	7.8	338.4	1,008.5	59.9	103.6	145.8
	수영구	7,817	481.5	6.2	33.5	386.0	6.3	21.6	34.0
	기장군	13,398	488.4	3.6	10.7	387.2	6.5	67.3	16.8
대전	유성구	28,638	1,272.4	4.4	94.2	815.8	18.6	290.7	53.0
울산	북구	49,133	427.9	0.9	4.9	359.3	4.8	36.6	22.4
경기	수원시	80,669	3,609.7	4.5	218.1	2,473.7	90.8	628.3	198.8
	평택시	70,138	1,194.7	1.7	36.6	999.9	16.5	68.8	72.9
	동두천시	4,482	209.0	4.7	7.4	162.4	4.5	19.0	15.7
	여주시	7,263	557.5	7.7	18.8	280.5	19.6	228.2	10.4
	연천군	1,915	94.3	4.9	5.3	64.7	4.9	15.1	4.3
	가평군	2,420	487.6	20.1	99.6	181.0	22.3	178.4	6.3
강원	춘천시	13,763	946.7	6.9	41.5	626.6	47.9	189.3	41.4
	강릉시	11,538	737.9	6.4	109.5	511.6	25.6	52.4	38.9
	동해시	6,355	244.0	3.8	33.3	171.8	5.0	20.5	13.4
	태백시	2,306	135.1	5.9	13.7	86.9	11.1	16.4	7.1
	속초시	3,435	467.8	13.6	98.3	283.2	17.7	47.6	21.0
	삼척시	4,987	220.5	4.4	23.5	133.7	22.0	28.5	12.8
충북	충주시	14,886	623.9	4.2	41.3	408.4	21.6	124.1	28.6
	보은군	2,473	80.9	3.3	12.6	44.4	11.6	9.4	2.9
충남	공주시	8,112	289.3	3.6	20.5	206.5	22.6	26.7	13.0
	아산시	71,597	869.5	1.2	46.8	680.1	18.6	64.3	59.7
전북	군산시	29,444	687.5	2.3	35.4	524.1	12.8	73.9	41.4
	남원시	3,714	191.3	5.2	15.9	117.1	32.6	17.3	8.4
	임실군	1,416	40.9	2.9	0.9	28.6	0.8	10.7	-
전남	해남군	3,556	166.0	4.7	-	92.5	11.8	19.9	41.8
	영암군	10,753	247.4	2.3	29.8	144.8	16.6	52.2	4.0
경북	경주시	29,243	1,107.6	3.8	214.2	592.6	54.9	210.2	35.7
	안동시	9,022	378.5	4.2	26.9	260.1	31.5	37.7	22.4
	영주시	7,325	232.5	3.2	14.1	167.1	20.1	15.6	15.6
	문경시	3,061	191.3	6.3	20.8	125.6	14.8	21.9	8.3
	울진군	4,297	163.2	3.8	44.4	88.6	11.0	12.9	6.3
	울릉군	499	30.4	6.1	7.3	16.0	5.1	1.2	0.7
경남	창원시	112,222	2,845.0	2.5	100.5	2,161.0	55.0	343.7	184.8
	통영시	8,296	395.9	4.8	44.1	291.3	17.3	18.6	24.7
	사천시	10,865	385.8	3.6	22.1	292.1	6.2	46.9	18.5
	창녕군	5,222	171.8	3.3	14.9	99.4	7.8	45.4	4.3
제주	제주시	30,009	2,678.7	8.9	456.3	1,292.7	144.9	698.5	86.3
	서귀포시	8,625	1,562.2	18.1	520.8	536.8	195.2	282.9	26.4

- 전산업 대비 관광관련업종의 평균 영업이익비중은 15.8%임
- 도시들 중 관광관련업종의 영업이익 비중이 가장 높은 지역은 전남 영암시로 142.8%이나, 이는 영암시 전산업의 영업이익이 불과 16억에 불과하기 때문에 발생하는 통계적 허수임.
- 서귀포시는 숙박업과 여가관련 서비스업에서 도시들중 가장 높게 나타났으며, 창원시는 음식점 및 주점업과, 미용·욕탕서비스업에서 가장 높은 도시로, 오락관련 서비스업의 경우 유성구가 가장 높은 것으로 나타남

[illegible]

부표 3-22 | 관광관련업종 영업이익 현황(2015년 기준)

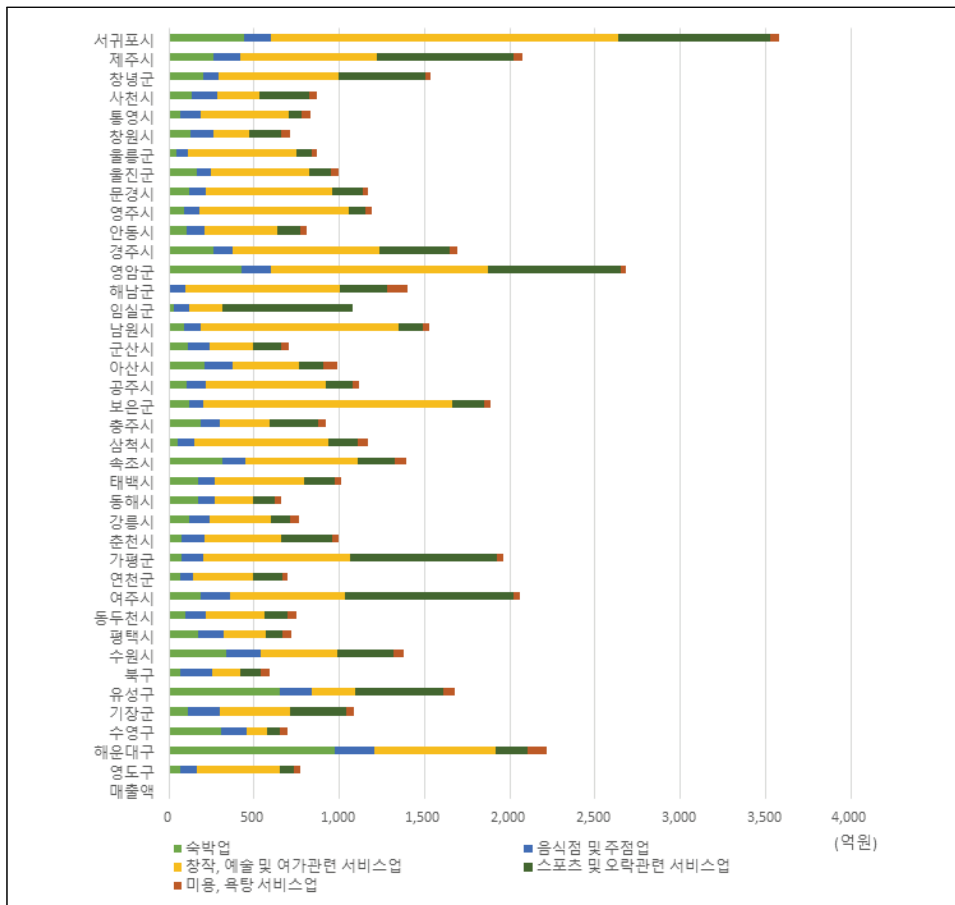
(단위: 억 원)

지역		전산업	관광관련산업						
			소계	구성비	숙박업	음식점 주점업	여가관련 서비스업	오락관련 서비스업	미용욕탕 서비스업
부산	영도구	291	44.7	15.4	1.9	31.8	0.6	2.4	8.0
	해운대구	1,529	166.3	10.9	21.5	110.3	-0.1	12.5	22.0
	수영구	571	91.5	16.0	6.1	64.8	0.1	6.2	14.4
	기장군	1,685	57.1	3.4	3.2	45.3	0.3	2.5	5.9
대전	유성구	1,307	220.4	16.9	7.7	105.2	0.3	90.7	16.5
울산	북구	7,199	62.3	0.9	1.5	44.7	0.4	7.6	8.1
경기	수원시	2,963	442.1	14.9	29.0	303.0	3.1	46.1	60.9
	평택시	6,613	207.4	3.1	7.8	156.4	0.8	15.5	27.0
	동두천시	242	41.0	16.9	2.6	31.2	0.1	0.4	6.8
	여주시	810	70.2	8.7	2.5	33.3	-0.3	30.8	4.0
	연천군	115	17.4	15.1	1.3	13.2	0.1	1.0	1.9
	가평군	272	101.5	37.3	34.2	32.6	4.9	26.8	3.0
강원	춘천시	1,082	146.9	13.6	11.1	101.8	0.4	19.2	14.4
	강릉시	915	138.2	15.1	19.8	91.4	0.3	9.5	17.2
	동해시	477	51.8	10.9	4.6	37.2	0.1	4.4	5.6
	태백시	126	11.4	9.1	-12.5	17.8	0.1	2.7	3.2
	속초시	297	72.1	24.3	4.6	56.8	-0.5	4.7	6.5
	삼척시	368	34.4	9.3	6.8	25.7	0.0	-1.7	3.6
충북	충주시	1,150	118.5	10.3	6.8	74.0	0.5	25.1	12.1
	보은군	99	15.0	15.1	1.2	9.6	0.1	2.6	1.5
충남	공주시	837	56.1	6.7	6.0	40.1	-0.3	4.7	5.7
	아산시	6,822	125.7	1.8	6.4	91.6	0.4	12.4	15.0
전북	군산시	1,892	141.3	7.5	9.2	100.0	0.4	14.6	17.1
	남원시	266	27.9	10.5	2.0	18.6	-0.2	3.5	4.0
	임실군	47	5.1	10.9	0.3	5.9	0.0	-1.1	-
전남	해남군	244	31.7	13.0	-	22.6	-0.1	-0.9	10.1
	영암군	16	23.1	142.8	2.8	16.0	-0.2	2.4	1.9
경북	경주시	2,211	173.7	7.9	15.4	100.7	-0.4	44.5	13.5
	안동시	595	70.4	11.8	4.8	53.2	1.6	2.5	8.3
	영주시	1,012	58.1	5.7	5.0	41.3	-0.1	4.1	7.8
	문경시	122	31.6	25.9	3.8	23.0	0.0	1.6	3.1
	울진군	956	25.0	2.6	4.2	19.2	0.2	-1.0	2.4
	울릉군	30	6.3	21.1	2.3	3.6	0.1	0.1	0.3
경남	창원시	8,550	478.4	5.6	28.8	345.4	1.7	28.3	74.3
	통영시	419	78.1	18.6	11.1	58.3	-4.3	3.9	9.1
	사천시	821	63.5	7.7	4.9	42.2	0.3	8.5	7.6
	창녕군	353	22.0	6.2	-0.5	16.6	0.0	3.6	2.2
제주	제주시	2,857	362.3	12.7	54.9	238.4	10.2	27.9	30.8
	서귀포시	632	198.2	31.4	59.8	97.4	35.4	-5.1	10.7

■ 업체당 평균매출액

- 관광지 소재 도시들의 전산업 업체당 평균매출액은 1,050.4억 원이며, 관광관련 업종의 경우 138.9억 원임
- 관광관련업종의 업체당 평균매출액이 가장 높은 도시는 서귀포시이며, 해운대구, 여주시 순임.
- 업종별로는 숙박업과 음식점 및 주점업, 미용·욕탕서비스업의 경우 해운대구, 여가관련서비스업 서귀포시, 오락관련 서비스업 여주시가 가장 높음

부도 3-21 | 관광관련업종 사업체당 평균매출액 현황(2015년 기준)



부표 3-23 | 관광관련업종 사업체당 평균매출액 현황(2015년 기준)

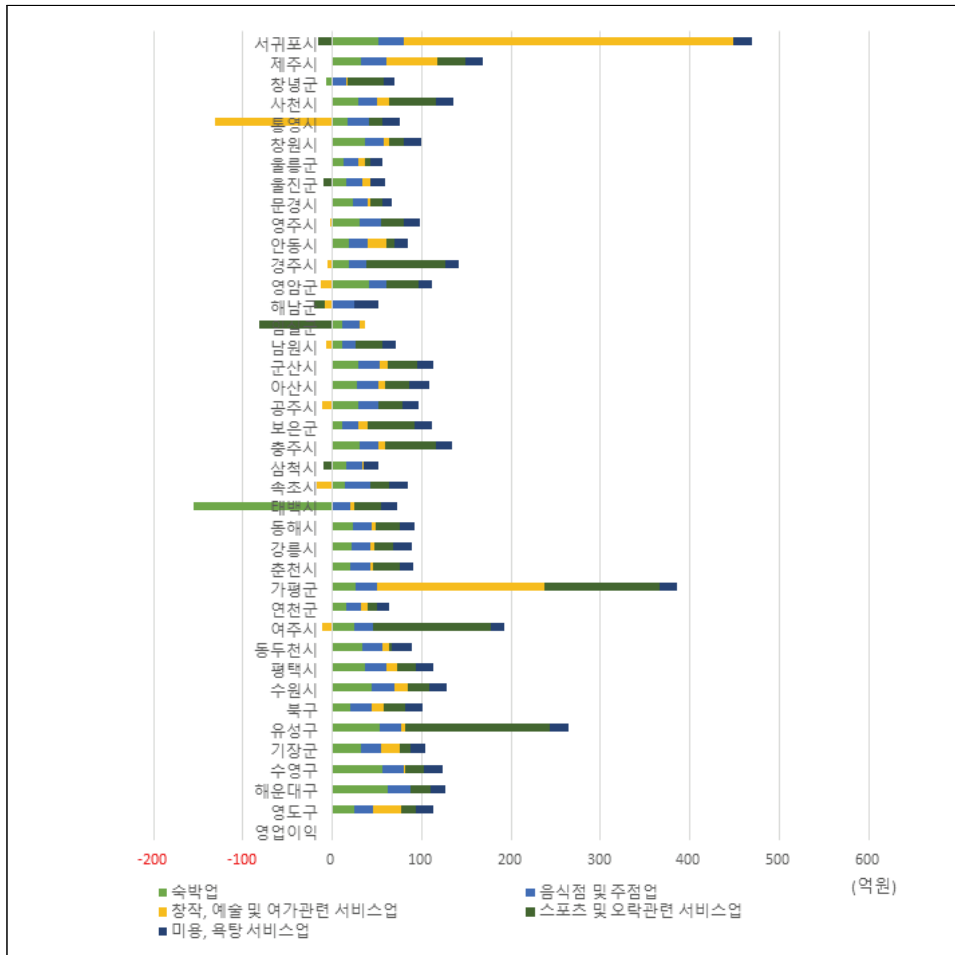
(단위: 백만 원)

지역		전산업	관광관련산업						
			소계	구성비	숙박업	음식점 주점업	여가관련 서비스업	오락관련 서비스업	미용욕탕 서비스업
부산	영도구	693.5	86.8	12.5	70.0	94.7	486.2	78.6	43.7
	해운대구	833.4	249.1	29.9	975.3	229.1	713.3	183.6	116.6
	수영구	604.2	126.6	21.0	307.7	146.9	121.3	75.0	46.9
	기장군	1,378.2	182.5	13.2	108.8	193.5	405.1	333.1	46.8
대전	유성구	1,353.1	214.3	15.8	654.3	186.5	251.8	517.3	67.9
울산	북구	4,617.8	154.4	3.3	65.6	184.7	171.6	112.9	55.9
경기	수원시	1,180.6	200.2	17.0	335.5	204.0	447.2	328.8	63.4
	평택시	2,130.2	135.8	6.4	169.4	154.7	246.4	92.3	55.8
	동두천시	723.9	109.0	15.1	96.3	116.5	346.1	138.4	52.9
	여주시	885.8	243.2	27.5	187.7	169.5	677.3	983.6	37.6
	연천군	535.3	84.2	15.7	63.7	81.2	351.7	167.5	31.8
	가평군	390.8	157.6	40.3	76.3	128.9	859.5	857.5	42.1
강원	춘천시	647.5	135.4	20.9	75.1	133.0	447.5	299.0	41.9
	강릉시	594.2	112.1	18.9	120.9	118.2	355.9	117.9	46.5
	동해시	818.9	97.2	11.9	171.0	96.3	226.9	126.4	38.5
	태백시	535.9	106.9	19.9	171.0	97.8	527.7	175.9	39.1
	속초시	425.2	157.6	37.1	316.1	135.3	655.3	215.5	66.4
	삼척시	793.7	97.4	12.3	52.4	94.8	786.6	172.5	60.3
충북	충주시	871.2	123.0	14.1	188.4	111.9	291.8	283.4	41.3
	보은군	860.0	102.7	11.9	121.4	81.0	1,455.9	187.7	36.7
충남	공주시	914.9	114.8	12.5	101.2	115.0	705.4	153.3	41.4
	아산시	3,605.4	160.0	4.4	207.3	170.0	388.0	141.6	84.5
전북	군산시	1,324.1	117.2	8.9	112.5	127.5	250.5	167.2	43.6
	남원시	516.5	107.8	20.9	86.8	99.1	1,164.1	141.8	32.4
	임실군	630.3	109.8	17.4	31.6	87.4	191.8	765.1	-
전남	해남군	639.6	118.9	18.6	-	98.3	904.2	280.9	112.7
	영암군	2,338.1	222.5	9.5	426.1	173.3	1,273.9	779.0	31.4
경북	경주시	1,242.8	150.0	12.1	258.7	115.7	857.5	414.6	41.4
	안동시	667.0	99.8	15.0	107.2	99.2	431.2	134.0	39.6
	영주시	774.8	90.6	11.7	87.9	92.7	875.7	97.5	37.2
	문경시	508.4	100.6	19.8	122.5	95.7	740.8	180.6	29.8
	울진군	948.5	102.2	10.8	160.9	83.8	576.7	132.7	42.8
	울릉군	396.3	67.6	17.1	42.0	70.1	633.4	94.5	28.3
경남	창원시	1,349.0	124.6	9.2	126.8	132.7	212.2	185.2	50.7
	통영시	751.8	100.5	13.4	69.7	113.8	522.8	71.4	54.4
	사천시	1,132.8	139.9	12.3	134.1	146.7	248.2	293.4	44.3
	창녕군	1,011.4	117.0	11.6	201.5	89.2	706.0	510.6	23.9
제주	제주시	733.4	212.4	29.0	264.7	157.0	800.6	800.1	53.8
	서귀포시	605.8	284.8	47.0	441.7	158.3	2,033.1	895.2	52.6

■ 업체당 평균영업이익

- 관광관련업종 업체당 평균영업이익은 21.8억 원으로 업체당 평균매출액의 15.7% 수준임
- 업체당 평균영업이익이 가장 높은 도시는 유성구이며, 서귀포시, 가평군 순임
- 업종별로는 숙박업의 경우 해운대구, 음식점 및 주점업 제주시, 여가관련서비스업 서귀포시, 오락관련서비스업 유성구, 미용·욕탕서비스업 해남군이 가장 높음

부도 3-22 | 관광관련업종 사업체당 평균영업이익 현황(2015년 기준)



부표 3-24 | 관광관련업종 사업체당 평균영업이익 현황(2015년 기준)

(단위: 백만 원)

지역		전산업	관광관련산업						
			소계	구성비	숙박업	음식점 주점업	여가관련 서비스업	오락관련 서비스업	미용욕탕 서비스업
부산	영도구	32.0	19.9	62.2	24.9	20.1	32.5	15.6	19.2
	해운대구	60.0	25.0	41.7	62.1	25.1	-1.6	22.2	17.6
	수영구	44.1	24.1	54.5	55.8	24.7	1.1	21.4	19.8
	기장군	173.3	21.3	12.3	32.4	22.6	20.1	12.1	16.3
대전	유성구	61.7	37.1	60.1	53.4	24.0	3.9	161.4	21.2
울산	북구	676.6	22.5	3.3	20.5	23.0	14.5	23.3	20.3
경기	수원시	43.4	24.5	56.6	44.7	25.0	15.3	24.1	19.4
	평택시	200.9	23.6	11.7	35.9	24.2	12.0	20.8	20.6
	동두천시	39.1	21.4	54.7	33.1	22.4	7.4	2.9	22.8
	여주시	98.8	30.6	31.0	24.7	20.1	-11.8	132.6	14.6
	연천군	32.3	15.5	48.1	15.3	16.5	7.1	10.7	13.9
	가평군	44.0	32.8	74.7	26.2	23.3	187.8	128.7	19.9
강원	춘천시	50.9	21.0	41.3	20.2	21.6	3.3	30.3	14.5
	강릉시	47.1	21.0	44.6	21.8	21.1	3.9	21.4	20.6
	동해시	61.4	20.6	33.6	23.3	20.8	4.2	27.0	16.3
	태백시	29.2	9.0	30.9	-155.6	20.0	4.6	29.3	17.9
	속초시	36.8	24.3	66.1	14.8	27.2	-17.6	21.3	20.5
	삼척시	58.6	15.2	25.9	15.1	18.2	1.4	-10.3	17.1
충북	충주시	67.3	23.4	34.7	31.0	20.3	7.2	57.2	17.5
	보은군	34.5	19.0	55.2	11.6	17.5	10.6	51.8	19.5
충남	공주시	94.4	22.3	23.6	29.6	22.3	-10.8	27.3	18.0
	아산시	343.5	23.1	6.7	28.2	22.9	8.1	27.4	21.2
전북	군산시	85.1	24.1	28.3	29.1	24.3	8.3	33.0	18.0
	남원시	37.0	15.7	42.5	10.7	15.7	-6.9	29.0	15.5
	임실군	21.0	13.8	65.6	11.6	18.1	6.0	-81.4	-
전남	해남군	43.9	22.7	51.8	-	24.0	-9.2	-12.0	27.3
	영암군	3.5	20.7	590.7	40.5	19.2	-13.2	36.1	15.4
경북	경주시	94.0	23.5	25.0	18.6	19.7	-5.9	87.9	15.6
	안동시	44.0	18.6	42.2	19.1	20.3	21.7	8.9	14.7
	영주시	107.0	22.6	21.2	31.0	22.9	-3.0	25.6	18.6
	문경시	20.3	16.6	82.1	22.3	17.5	2.3	13.5	11.3
	울진군	210.9	15.6	7.4	15.2	18.1	9.8	-10.1	16.3
	울릉군	23.9	14.1	59.1	13.1	15.6	8.5	5.2	14.2
경남	창원시	102.8	20.9	20.4	36.3	21.2	6.5	15.3	20.4
	통영시	38.0	19.8	52.2	17.5	22.8	-131.4	15.0	20.0
	사천시	85.6	23.0	26.9	29.5	21.2	12.8	53.1	18.2
	창녕군	68.4	15.0	21.9	-7.4	14.9	2.3	40.6	12.3
제주	제주시	69.8	28.7	41.1	31.8	29.0	56.6	31.9	19.2
	서귀포시	44.4	36.1	81.4	50.8	28.7	368.6	-16.0	21.2

4) 유형 분류 및 산업변화

(1) 도시별 유형분류

- 관광진흥법상의 유형분류에 의한 구분
 - 관광진흥법상 관광지, 관광단지, 관광특구 등으로 구분
 - 관광지는 41개, 관광단지 8개, 관광특구 5개 등임

부표 3-25 | 관광진흥법상에 의한 유형분류

유형	시도	시군구	관광지명	면적(㎡)	관광요소	관광활동
관광지	부산	영도구	태종대	1,714,593	문화재, 유원지	자연관광
	부산	해운대구	해운대	123,750	해수욕장, 온천	해양레저
	부산	수영구	황령산	175,133	온천, 유원지	자연관광
	부산	기장군	기장도예촌	922,912	유원지	체험관광
	울산	북구	북구	1,363,893	유원지	자연관광
	경기	동두천시	소요산	2,286,396	유원지	자연관광
	경기	연천군	한탄강	129,125	문화재, 유원지	자연관광, 레포츠
	경기	가평군	산장	118,042	유원지	자연체류
	강원	춘천시	호반	5,999,437	문화재, 유원지	체험관광
	강원	강릉시	연곡	126,603	해수욕장, 유원지	해양레저, 체류
	강원	강릉시	옥계	151,204	해수욕장, 유원지	해양레저
	강원	강릉시	주문진	489,958	해수욕장, 유원지	해양레저
	강원	동해시	망상	457,873	해수욕장, 유원지	해양레저, 체류
	강원	태백시	구문소	143,854	문화재, 유원지	자연관광
	강원	속초시	속초해수욕장	228,803	해수욕장, 유원지	해양스포츠
	강원	속초시	척산온천	153,984	온천, 유원지	온천관광
	강원	삼척시	맹방	782,684	해수욕장, 유원지	해양레저
	강원	삼척시	삼척해수욕장	237,388	해수욕장, 유원지	해양레저
	충북	충주시	세계무술공원	617,471	유원지	체험관광
	충남	공주시	곰나루	799,264	온천, 문화재, 유원지	체험관광
	충남	아산시	신정호	277,135	-	체험관광
	전북	군산시	금강호	649,900	온천, 유원지	체험관광
	전북	군산시	은파	1,765,044	유원지	체험관광
	전북	남원시	남원	909,859	문화재, 유원지	체험관광
	전북	임실군	오수익견	120,078	유원지	체험관광

유형	시도	시군구	관광지명	면적(㎡)	관광요소	관광활동
	전남	해남군	우수영	501,704	문화재, 유원지	체험관광
	전남	영암군	영산호 쌀문화 테마공원	668,309	유원지	체험관광
	경북	영주시	영주순흥	122,646	문화재	역사문화관광
	경북	문경시	문경온천	570,831	온천, 유원지	온천관광
	경북	울진군	백암온천	358,718	온천	온천관광
	경북	울릉군	울릉도	605,161	유원지	자연관광
	경남	창원시	마금산온천	532,885	온천	온천관광
	경남	통영시	도남	222,184	해수욕장, 유원지	해양레저
	경남	사천시	실안	256,357	유원지	체험관광
	경남	창녕군	부곡온천	779,360	온천, 유원지	온천관광
	제주	제주시	곽지	235,015	해수욕장, 유원지	해양레저
	제주	제주시	김녕해수욕장	161,002	해수욕장, 유원지	해양레저
	제주	제주시	합덕해안	387,775	해수욕장, 유원지	해양레저
	제주	제주시	협재해안	219,212	해수욕장, 유원지	해양레저
	제주	서귀포시	제주남원	182,880	문화재, 유원지	해양레저
	제주	서귀포시	표선	368,507	해수욕장, 유원지	종합관광단지
관광단지	부산	기장군	동부산	3,689,651	온천, 유원지	종합관광단지
	경기	여주시	신륵사	951,714	문화재, 유원지	사찰체험
	경북	경주시	보문	8,509,944	온천, 문화재, 유원지	종합관광단지
	경북	안동시	안동문화	1,656,196	온천, 유원지	역사문화관광
	제주	서귀포시	돈내코	115,501	문화재, 유원지	체험관광
	제주	서귀포시	성산포해양	744,685	문화재, 유원지	해양레저
	제주	서귀포시	제주헬스케어타운	1,544,048	유원지	종합관광단지
	제주	서귀포시	중문	3,236,295	온천, 문화재, 유원지	자연관광
관광특구	대전	유성구	유성 관광특구	4,570,172	온천	온천관광
	경기	수원시	수원화성 관광특구	1,839,263	문화재	역사관광
	경기	평택시	송탄 관광특구	580,608	-	도심관광
	경기	동두천시	동두천 관광특구	274,529	유원지	도심관광
	충북	보은군	속리산	43,512,916	자연공원구역, 문화재	자연관광

■ 관광요소에 의한 구분

- 각 관광지/관광단지/관광특구를 관광요소별로 유형화하기 위해서 KLIS상의 용도지역지구 지정 현황과 지역지구가 지정되지 않은 지역에 대해서는 시군구 홈페이지 등의 관광관련 자료를 참고로 함
- 용도지역지구는 문화재보호법에 근거한 문화재관련지구, 전통사찰의 보존 및 지원에 근거한 전통사찰 및 관련 보전구역, 온천법에 근거한 온천 및 보호지구, 해수욕장의 이용 및 관리에 관한 법률상 해수욕장 등을 활용
 - 문화재보호법에 근거한 문화재 : KLIS²⁾에서 문화재, 등록문화재구역, 국가지정문화재, 시도지정문화재, 가지정문화재구역, 조례로 정한구역으로 지정된 지역
 - 전통사찰의 보존 및 지원에 근거한 전통사찰 및 관련 보전구역 : 경지내, 전통사찰보전구역, 전통사찰역사문화보존구역으로 지정된 지역
 - 온천법에 근거한 온천 및 보호지구 : 온천지구, 온천공³⁾보호구역, 온천원보호지구
 - 해수욕장의 이용 및 관리에 관한 법률상 해수욕장
- 관광요소에 의한 유형은 해수욕장, 종합관광, 자연관광, 온천관광, 문화재관광, 기타 등으로 구분

2) Korea Land Information system

3) 온천원보호지구로 지정되지 아니한 지역으로서 소규모 온천개발이 필요하다고 인정되는 지역에 대하여는 시·도지사의 승인(특별자치도지사는 승인을 필요로 하지 아니한다)을 얻어 이를 온천공보호구역으로 지정. (출처: 서울특별시 알기 쉬운 도시계획 용어, 2016. 12., 서울특별시 도시계획국)

부표 3-26 | 관광요소에 의한 유형분류

유형	시도	시군구	관광지명	면적(㎡)	형태	비고
해수욕장	부산	해운대구	해운대	123,750	관광지	해양레저
	강원	강릉시	연곡	126,603	관광지	해양레저
			옥계	151,204	관광지	해양레저
			주문진	489,958	관광지	해양레저
		동해시	망상	457,873	관광지	해양레저
		속초시	속초해수욕장	228,803	관광지	해양스포츠
		삼척시	맹방	782,684	관광지	해양레저
			삼척해수욕장	237,388	관광지	해양레저
	경남	통영시	도남	222,184	관광지	해양레저
	제주	제주시	곽지	235,015	관광지	해양레저
			김녕해수욕장	161,002	관광지	해양레저
			합덕해안	387,775	관광지	해양레저
			협재해안	219,212	관광지	해양레저
		서귀포시	표선	368,507	관광지	종합관광단지
종합관광	부산	기장군	동부산	3,689,651	관광단지	종합관광단지
	경북	경주시	보문	8,509,944	관광단지	종합관광단지
	제주	서귀포시	성산포해양	744,685	관광단지	해양레저
		서귀포시	중문	3,236,295	관광단지	자연관광
		서귀포시	제주헬스케어타운	1,544,048	관광단지	종합관광단지
자연	부산	영도구	태종대	1,714,593	관광지	자연관광
	부산	수영구	황령산	175,133	관광지	자연관광
	경기	연천군	한탄강	129,125	관광지	자연관광, 레포츠
		동두천시	소요산	2,286,396	관광지	자연관광
		가평군	산장	118,042	관광지	자연체류
	강원	태백시	구문소	143,854	관광지	자연관광
	충북	보은군	속리산	43,512,916	관광특구	자연관광
	충남	아산시	신정호	277,135	관광지	체험관광
	경북	울릉군	울릉도	605,161	관광지	자연관광
온천	대전	유성구	유성 관광특구	4,570,172	관광특구	온천관광

유형	시도	시군구	관광지명	면적(㎡)	형태	비고
	강원	속초시	척산온천	153,984	관광지	온천관광
	경북	문경시	문경온천	570,831	관광지	온천관광
	경북	울진군	백암온천	358,718	관광지	온천관광
	경남	창원시	마금산온천	532,885	관광지	온천관광
	경남	창녕군	부곡온천	779,360	관광지	온천관광
문화재	경기	수원시	수원화성 관광특구	1,839,263	관광특구	역사관광
	경기	여주시	신륵사	951,714	관광단지	사찰체험
	강원	춘천시	호반	5,999,437	관광지	체험관광
	전북	남원시	남원	909,859	관광지	체험관광
	전남	해남군	우수영	501,704	관광지	체험관광
	경북	영주시	영주순흥	122,646	관광지	역사문화관광
	제주	서귀포시	돈내코	115,501	관광단지	체험관광
	제주	서귀포시	제주남원	182,880	관광지	해양레저
	경북	안동시	안동문화	1,656,196	관광단지	역사문화관광
기타	부산	기장군	기장도예촌	922,912	관광지	체험관광
	울산	북구	강동	1,363,893	관광지	자연관광
	경기	동두천시	동두천 관광특구	274,529	관광특구	도심관광
	경기	평택시	송탄 관광특구	580,608	관광특구	도심관광
	충북	충주시	세계무술공원	617,471	관광지	체험관광
	충남	공주시	곰나루	799,264	관광지	체험관광
	전북	군산시	금강호	649,900	관광지	체험관광
	전북	군산시	은파	1,765,044	관광지	체험관광
	전북	임실군	오수익견	120,078	관광지	체험관광
	전남	영암군	영산호 쌀문화 테마공원	668,309	관광지	체험관광
	경남	사천시	실안	256,357	관광지	체험관광

(2) 관광지의 산업변화

- 관광지/관광단지/관광특구의 산업변화는 통계청의 집계구 단위 사업체수와 종사자 수를 기준으로 살펴봄
 - 경제총조사 보고서에서는 시군구, 읍면동 단위의 통계만을 제공하고 있음에 따라 관광지등의 공간적 범위와는 차이가 큼
 - 통계청을 비롯하여 문화체육관광부, 정부출연기관이나 민간 등 어느 기관에서 관광지에 대한 통계를 작성하는 제공하지 않음
 - 따라서, 본 연구에서는 일반적으로 읍면동의 1/15~1/30배에 해당하는 집계구를 활용하여 분석을 실시
- 관광지와 집계구를 중첩하여 관광지에 포함되거나 걸치는 집계구를 해당 관광지의 통계범위로 설정하여 분석
 - 단, 집계구 단위의 산업관련 자료는 한국표준산업분류상의 대분류로 제공되며, 제공되는 항목도 사업체수와 종사자수로 제한됨
 - 업종은 산업분류 I, 숙박 및 음식점업, R, 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업을 대상으로 함
 - 앞서, 도시별 관광관련업종에 포함되어 있던 「961. 미용, 욕탕 및 유사서비스업」은 대분류 「S. 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업」의 소분류에 해당하므로, 대분류 전체를 포함시킬 경우 관광산업과 관련성이 적은 업종이 다수 포함되어 통계를 왜곡시킬 우려가 있으므로 본 분석에서는 제외토록 함

부표 3-27 | 미용, 욕탕 및 유사서비스업

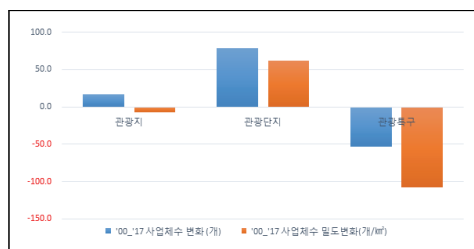
코드	대분류	코드	중분류	코드	소분류
S	협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업	94	협회 및 단체	941	산업 및 전문가 단체
				942	노동조합
				949	기타 협회 및 단체
		95	개인 및 소비용품 수리업	951	컴퓨터 및 통신장비 수리업
				952	자동차 및 모터사이클 수리업
				953	개인 및 가정용품 수리업
		96	기타 개인 서비스업	961	미용, 욕탕 및 유사 서비스업
				969	그 외 기타 개인 서비스업

- 분석에 있어 소요산 관광지는 동두천 관광특구에 해당하는 집계구에 포함됨에 따라 관광지 등의 산업변화에서 별도로 분리하는 것이 불가하여 동두천 관광특구의 변화만을 살펴봄
- 산업변화 분석 시점은 2000년 대비 2017년의 사업체수와 종사자수의 변화, 사업체 및 종사자 밀도의 변화를 살펴보고자 함
- 2000년 대비 2017년 사업체수가 감소한 관광지는 태종대를 비롯하여 15개 관광지이며, 이 중 가장 많이 감소한 지역은 수원화성 관광특구로 분석됨
- 종사자수 역시 수원화성 관광특구가 1,142명 감소하였으며, 관광특구 중 유성을 제외하고 모든 관광특구의 종사자수가 감소함
- 사업체밀도와 종사자밀도 변화 역시 수원화성 관광특구가 가장 많이 감소한 것으로 나타나며, 송택 관광특구는 종사자밀도 변화가 수원화성 관광특구보다 더욱 심각하게 감소한 것으로 나타남
- 관광지/관광단지/관광특구로 유형을 구분했을 경우 관광특구의 사업체 및 종사자 감소가 심각한 것으로 나타남

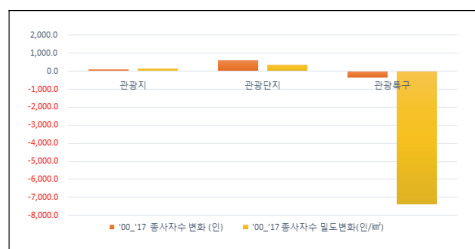
부표 3-28 | 단지유형별 사업체수 및 종사자수 평균 변화

	'00~'17 사업체수 변화 (개)	'00~'17 종사자수 변화 (인)	사업체수 밀도변화 (개/㎢)	종사자수 밀도변화 (인/㎢)
관광지	16.8	120.3	-7.3	136.6
관광단지	79	605	62	383
관광특구	-53	-330	-107	-7,402

부도 3-23 | 단지유형별 사업체 변화



부도 3-24 | 단지유형별 종사자 변화

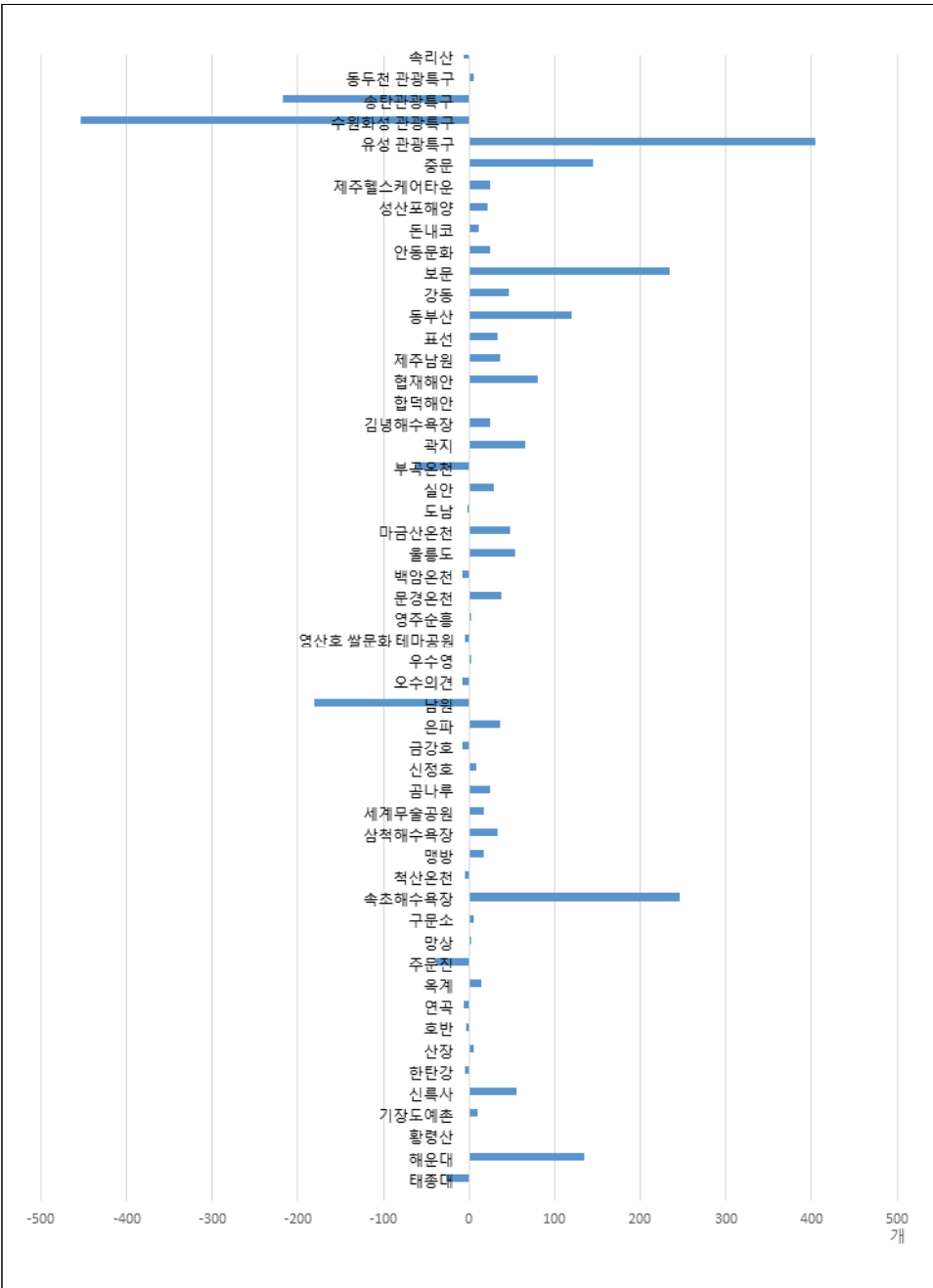


부표 3-29 | 단지별 사업체 및 종사자수 변화

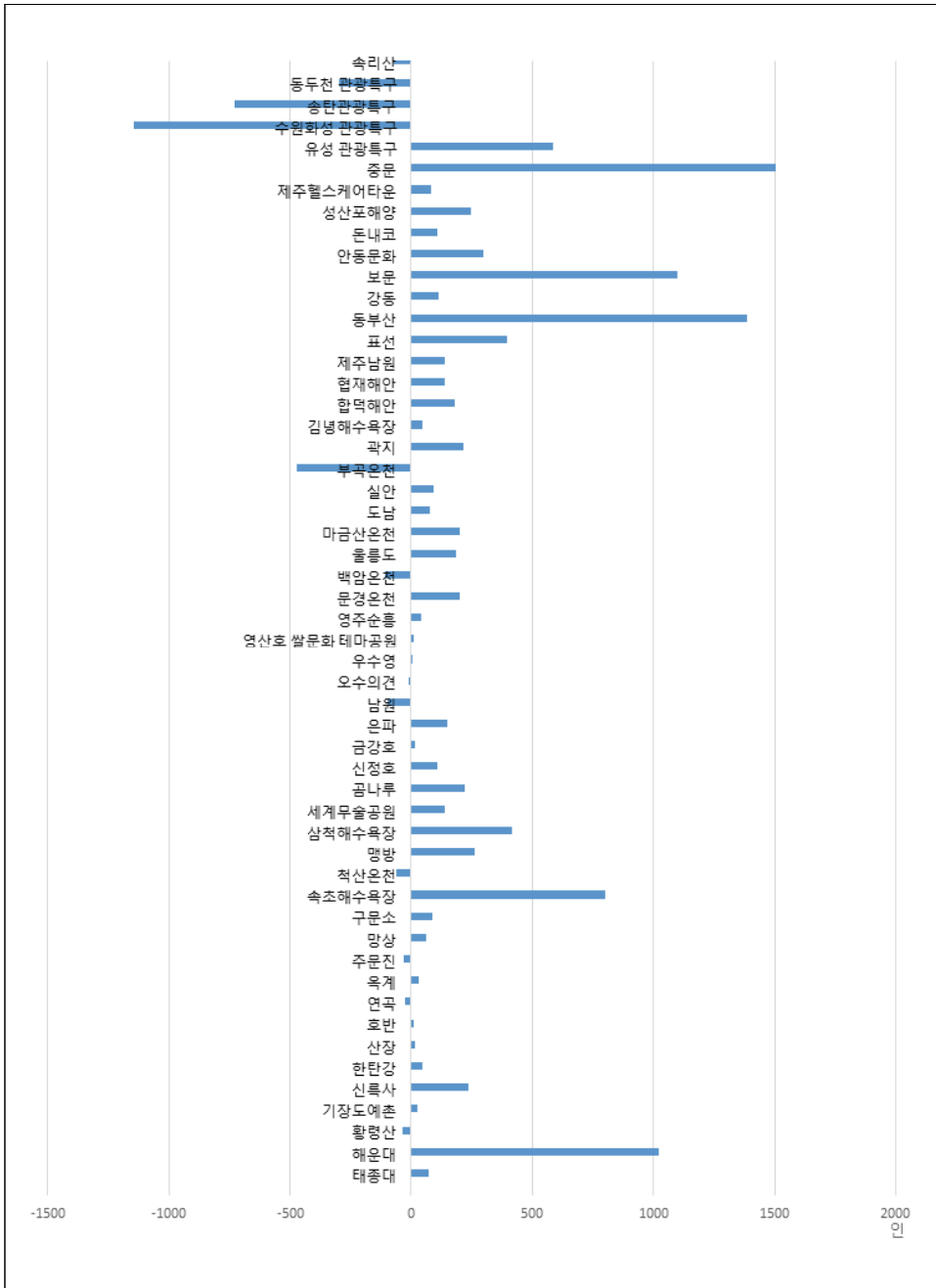
유형	시도	시군구	관광지명	사업체수 변화 00_17	종사자수 변화 00_17	사업체수 변화/km ²	종사자수 변화/km ²
관광지	부산	영도구	태종대	-27	71	-31.7	30.2
		해운대구	해운대	135	1,024	191.8	3,159.0
		수영구	황령산	0	-37	0.0	-37.8
		기장군	기장도예촌	10	26	0.6	1.5
	경기	연천군	한탄강	-4	49	-0.8	9.8
		가평군	산장	6	14	0.9	2.1
		여주시	신록사	56	236	14.7	66.9
	강원	춘천시	호반	-3	9	-0.2	-0.4
		강릉시	연곡	-6	-25	-1.7	-7.0
			옥계	14	29	2.5	5.1
			주문진	-39	-28	-146.0	-126.6
		동해시	망상	2	60	0.4	12.9
		태백시	구문소	5	86	0.3	5.3
		속초시	속초해수욕장	246	799	308.5	905.4
			척산온천	-5	-60	-0.6	-15.1
		삼척시	맹방	18	264	11.2	92.5
			삼척해수욕장	34	418	23.7	291.0
	충북	충주시	세계무술공원	18	137	10.7	82.6
	충남	공주시	곰나루	24	219	11.0	136.4
		아산시	신정호	8	106	2.6	34.8
	전북	군산시	금강호	-8	18	-1.1	2.6
		군산시	은파	37	148	88.8	233.1
		남원시	남원	-180	-96	-1,272.3	-1,853.6
		임실군	오수익견	-7	-11	-2.6	-4.0
	전남	해남군	우수영	2	2	1.4	2.6
		영암군	영산호 쌀문화 테마공원	-4	9	-0.3	0.8
	경북	영주시	영주순흥	3	44	0.7	10.2
		문경시	문경온천	38	203	76.7	228.7
		울진군	백암온천	-8	-105	-24.2	-280.6
		울릉군	울릉도	54	183	30.0	88.2
	경남	창원시	마금산온천	48	200	115.8	460.3
		통영시	도남	-1	75	-1.9	143.5
		사천시	실안	29	95	4.1	13.6

유형	시도	시군구	관광지명	사업체수 변화 00_17	종사자수 변화 00_17	사업체수 변화/km ²	종사자수 변화/km ²
		창녕군	부곡온천	-64	-470	-27.6	-166.3
	제주	제주시	곽지	66	216	91.3	298.8
		제주시	김녕해수욕장	25	48	5.4	10.3
		제주시	함덕해안	1	180	-21.4	885.3
		제주시	협재해안	80	140	180.6	303.9
		서귀포시	제주남원	37	139	45.6	227.2
		서귀포시	표선	33	398	21.4	211.6
관광 단지	부산	기장군	동부산	120	1,384	215.9	1,650.5
	울산	북구	강동	46	114	11.3	28.2
	경북	경주시	보문	235	1,097	27.3	80.6
		안동시	안동문화	24	300	2.5	31.1
	제주	서귀포시	돈내코	12	107	1.9	16.7
		서귀포시	성산포해양	22	248	18.5	208.0
		서귀포시	제주헬스케어타운	25	84	7.1	23.7
		서귀포시	중문	145	1,504	211.2	1,024.7
관광 특구	대전	유성구	유성 관광특구	404	587	9,385.6	1,978.6
	경기	수원시	수원화성 관광특구	-453	-1,142	-5,675.4	-13,401.2
		평택시	송탄 관광특구	-218	-727	-4,145.8	-23,909.1
		동두천시	동두천 관광특구	6	-295	-108.7	-1,663.6
	충북	보은군	속리산	-6	-72	7.8	-15.0

부도 3-25 | 관광지별 사업체수 변화(2000-2017)



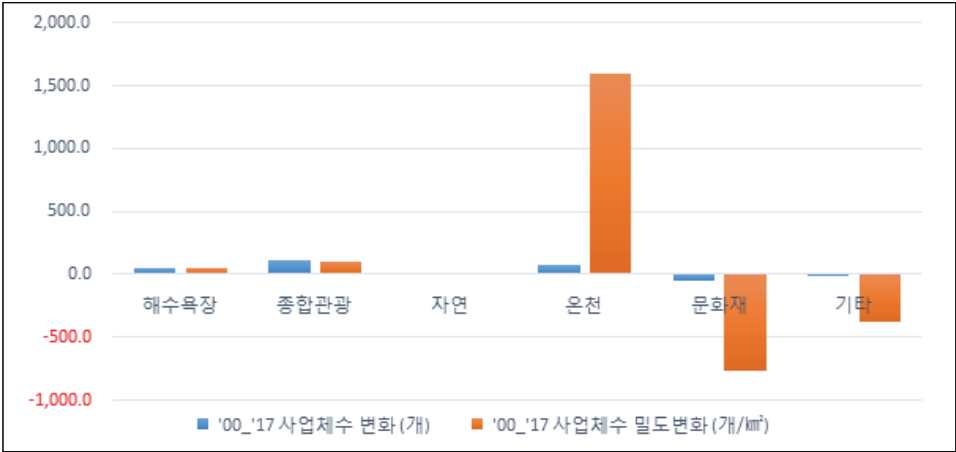
부도 3-26 | 관광지별 종사자수 변화(2000-2017)



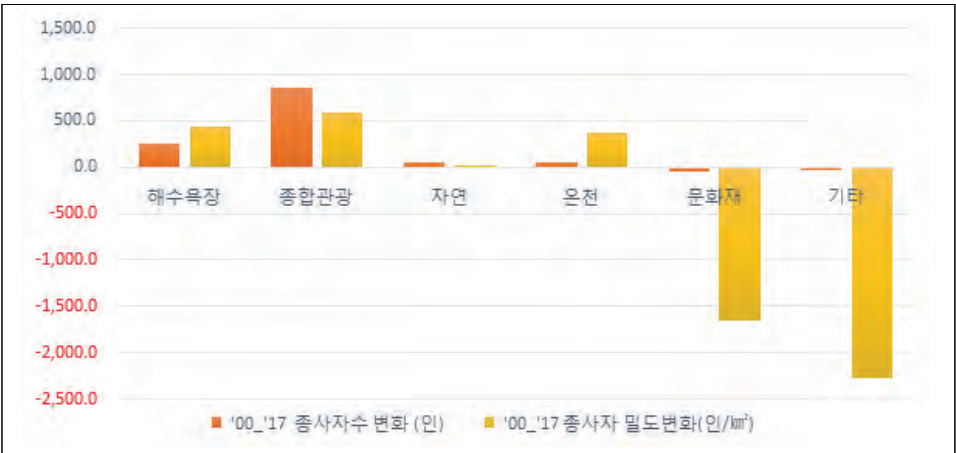
- 관광요소별 사업체 및 종사자수 변화에 있어서는 종합관광이 사업체수, 종사자수가 각각 평균 109.4개 863.4인 증가함
- 문화재 관광의 경우 사업체와 종사자수가 각각 55.8개, 44.6개 감소하여 종합관광과는 대조적임
- 온천관광의 경우 척산온천, 백암온천, 부곡온천 등의 사업체수와 종사자수가 감소한 반면, 유성의 경우 증가한 것으로 나타남
- 자연관광은 2000년 대비 2017년 사업체와 종사자수 변화가 미미함

	'00_ '17 사업체수 변화 (개)	'00_ '17 종사자수 변화 (인)	'00_ '17 사업체 밀도변화 (개/km ²)	'00_ '17 종사자 밀도변화 (인/km ²)
해수욕장	43.4	257.0	47.6	441.8
종합관광	109.4	863.4	96.0	597.5
자연	4.5	50.0	1.1	18.9
온천	68.8	59.2	1,587.6	367.6
문화재	-55.8	-44.6	-764.6	-1,655.6
기타	-6.1	-24.3	-375.6	-2,279.8

부도 3-27 | 관광요소별 사업체 변화



부도 3-28 | 관광요소별 종사자 변화

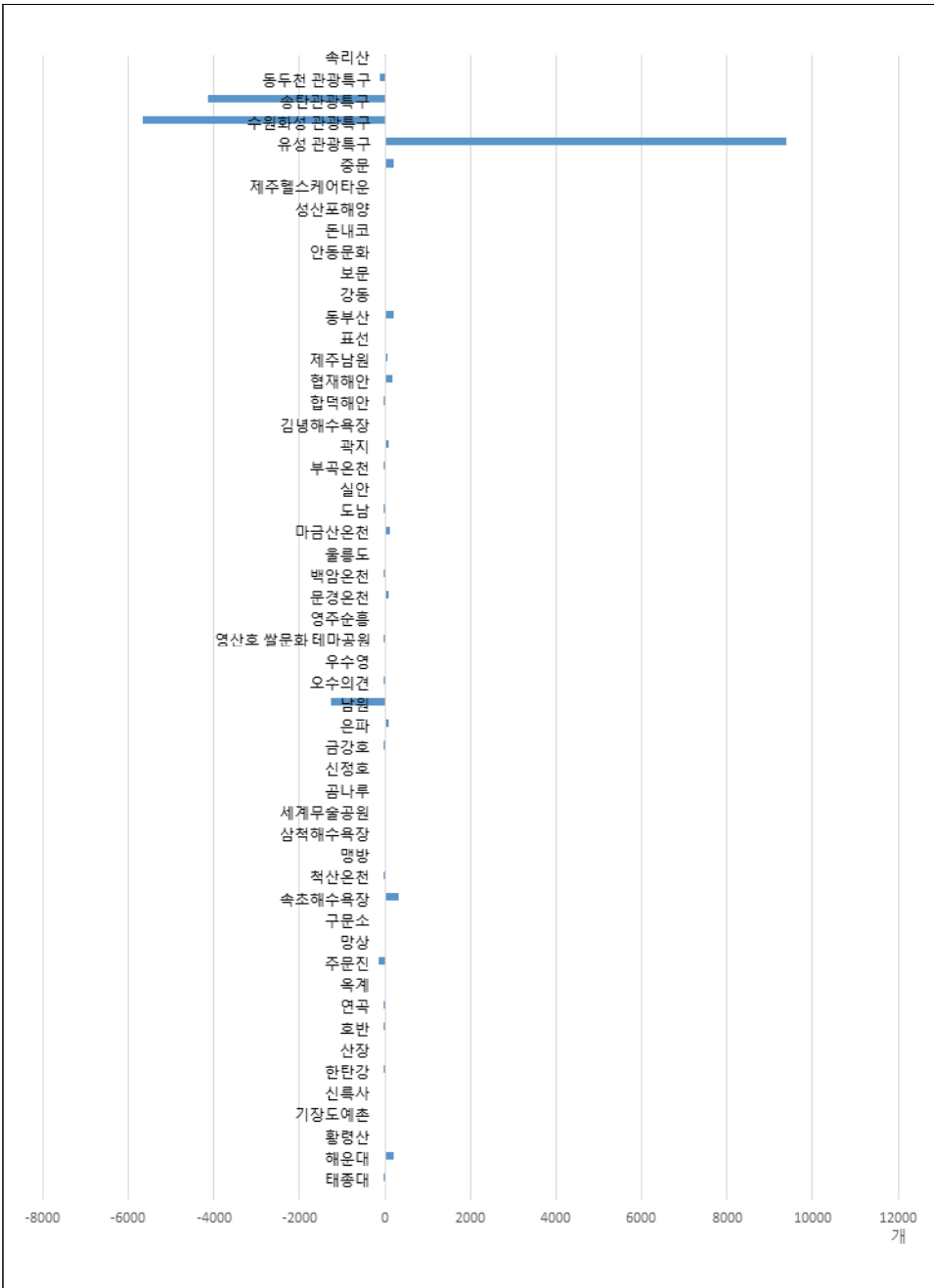


부표 3-30 | 관광요소별 유형 사업체 및 종사자수 변화

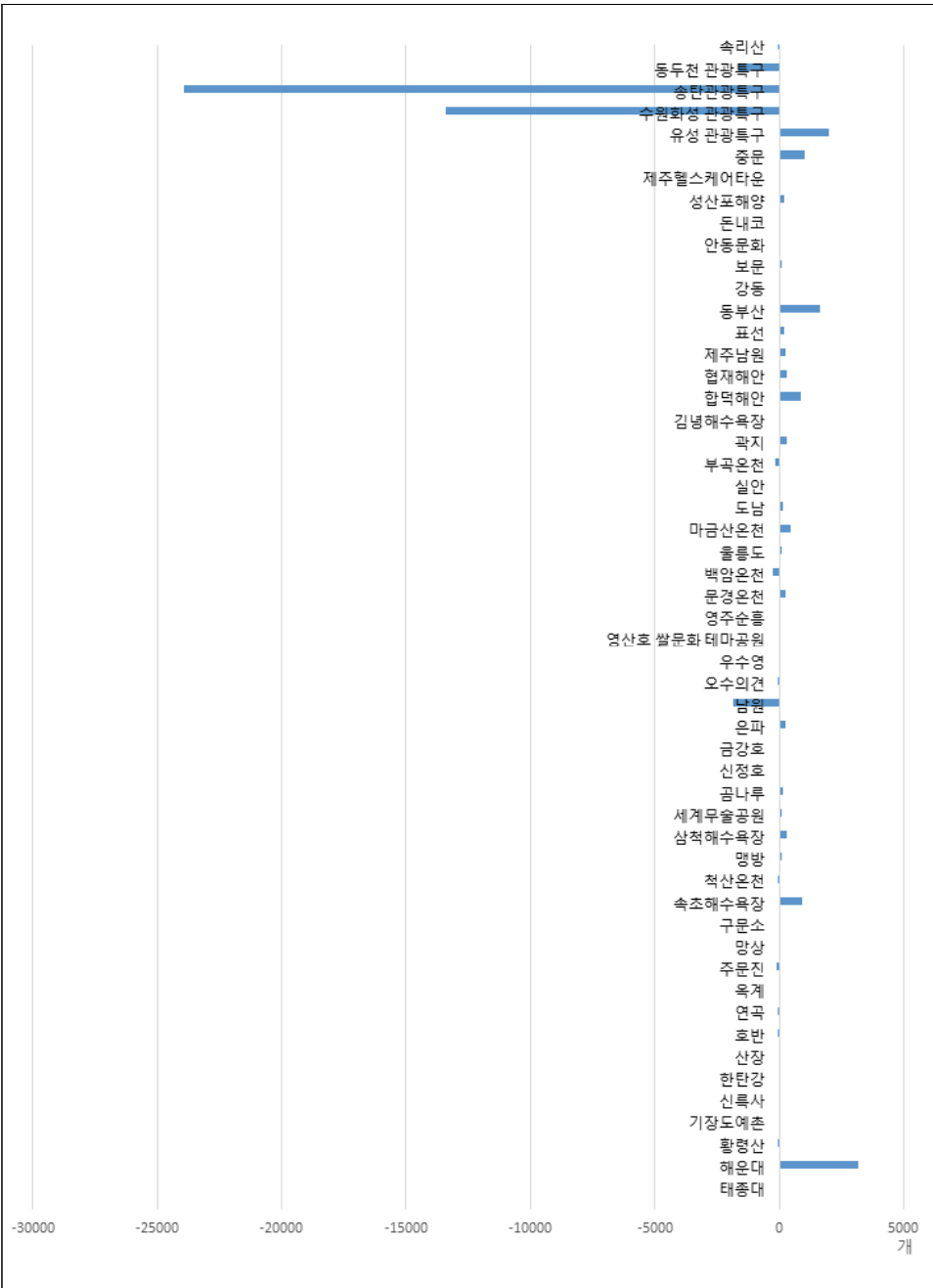
유형	시도	시군구	관광지명	사업체수 변화	종사자수 변화	사업체수 변화/km²	종사자수 변화/km²
해수 욕장	부산	해운대구	해운대	135	1,024	191.8	3159.0
	강원	강릉시	연곡	-6	-25	-1.7	-7.0
			옥계	14	29	2.5	5.1
			주문진	-39	-28	-146.0	-126.6
			망상	2	60	0.4	12.9
		속초시	속초해수욕장	246	799	308.5	905.4
		삼척시	맹방	18	264	11.2	92.5
			삼척해수욕장	34	418	23.7	291.0
	경남	통영시	도남	-1	75	-1.9	143.5
	제주	제주시	곽지	66	216	91.3	298.8
			김녕해수욕장	25	48	5.4	10.3
			합덕해안	1	180	-21.4	885.3
			협재해안	80	140	180.6	303.9
		서귀포시	표선	33	398	21.4	211.6
종합 관광	부산	기장군	동부산	120	1,384	215.9	1650.5
	경북	경주시	보문	235	1,097	27.3	80.6
	제주	서귀포시	성산포해양	22	248	18.5	208.0
		서귀포시	중문	145	1,504	211.2	1024.7
		서귀포시	제주헬스케어타운	25	84	7.1	23.7

유형	시도	시군구	관광지명	사업체수 변화	종사자수 변화	사업체수 변화/km ²	종사자수 변화/km ²
자연	부산	영도구	태종대	-27	71	-31.7	30.2
	부산	수영구	황령산	0	-37	0.0	-37.8
	경기	연천군	한탄강	-4	49	-0.8	9.8
		가평군	산장	6	14	0.9	2.1
	강원	태백시	구문소	5	86	0.3	5.3
	충북	보은군	속리산	-6	-72	7.8	-15.0
	충남	아산시	신정호	8	106	2.6	34.8
온천	경북	울릉군	울릉도	54	183	30.0	88.2
	대전	유성구	유성 관광특구	404	587	9385.6	1978.6
	강원	속초시	척산온천	-5	-60	-0.6	-15.1
	경북	문경시	문경온천	38	203	76.7	228.7
	경북	울진군	백암온천	-8	-105	-24.2	-280.6
	경남	창원시	마금산온천	48	200	115.8	460.3
	경남	창녕군	부곡온천	-64	-470	-27.6	-166.3
문화 재	경기	수원시	수원화성 관광특구	-453	-1,142	-5675.4	-13401.2
	경기	여주시	신륵사	56	236	14.7	66.9
	강원	춘천시	호반	-3	9	-0.2	-0.4
	전북	남원시	남원	-180	-96	-1272.3	-1853.6
	전남	해남군	우수영	2	2	1.4	2.6
	경북	영주시	영주순흥	3	44	0.7	10.2
	제주	서귀포시	돈내교	12	107	1.9	16.7
	제주	서귀포시	제주남원	37	139	45.6	227.2
	경북	안동시	안동문화	24	300	2.5	31.1
기타	전북	군산시	금강호	-8	18	-1.1	2.6
	충남	공주시	곰나루	24	219	11.0	136.4
	경기	평택시	송탄 관광특구	-218	-727	-4145.8	-23909.1
	경기	동두천시	동두천 관광특구	6	-295	-108.7	-1663.6
	부산	기장군	기장도예촌	10	26	0.6	1.5
	울산	북구	강동	46	114	11.3	28.2
	충북	충주시	세계무술공원	18	137	10.7	82.6
	전북	군산시	은파	37	148	88.8	233.1
	전북	임실군	오수익견	-7	-11	-2.6	-4.0
	전남	영암군	영산호 쌀문화 테마공원	-4	9	-0.3	0.8
	경남	사천시	실안	29	95	4.1	13.6

부도 3-29 | 관광지별 사업체밀도 변화(2000-2017)

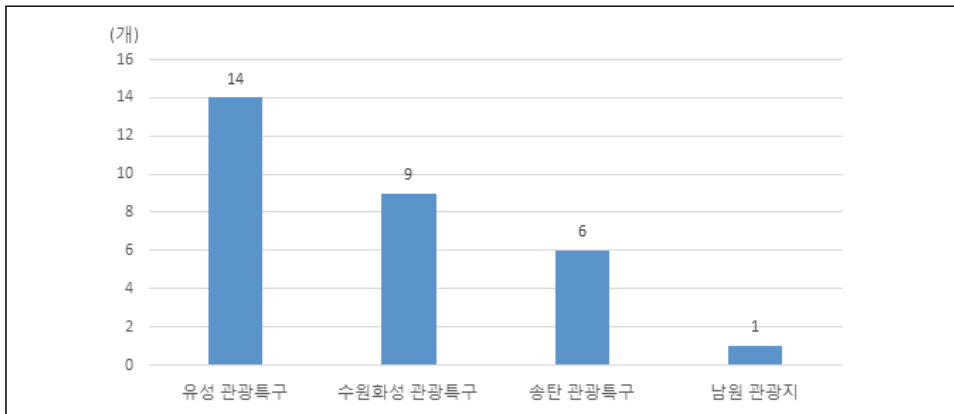


부도 3-30 | 관광지별 종사자밀도 변화(2000-2017)



- 관광지/관광단지/관광특구에 포함되거나 교차하는 집계구⁴⁾는 총 248개.
 - 관광지등에 해당하는 집계구 248개의 평균 면적은 2,6798,084㎡, 최소면적 375㎡, 최대면적 54,054,600㎡
- 집계구가 인구를 기준으로 확정되었기 때문에 사업체수와 종사자수의 변화를 동일한 기준으로 분석하기 위해서는 단위면적당 사업체수와 종사자수의 변화를 볼 필요가 있음
- 관광지등에 해당하는 집계구 총 248개 중에서 2000년 대비 2017년 단위면적당 사업체수가 감소한 집계구는 97개로 전체의 39.1%를 차지
- 사업체밀도가 감소한 집계구 하위 30위중에 유성구의 유성 관광특구가 14개, 수원시 수원화성 관광특구 9개, 평택시 송탄관광특구 6개, 남원시 남원관광지 1개임
- 가장 많이 감소한 집계구는 유성 관광특구 내에 존재하며, 최대 4,986개/㎢가 감소
 - 유성 관광특구에 해당하는 집계구는 총 85개임
 - 이 가운데 사업체 밀도가 감소한 집계구는 27개이며, 100개/㎢ 이상 감소한 집계구가 21개

부도 3-31 | 집계구별 사업체밀도 변화 하위 30위권 내의 관광지



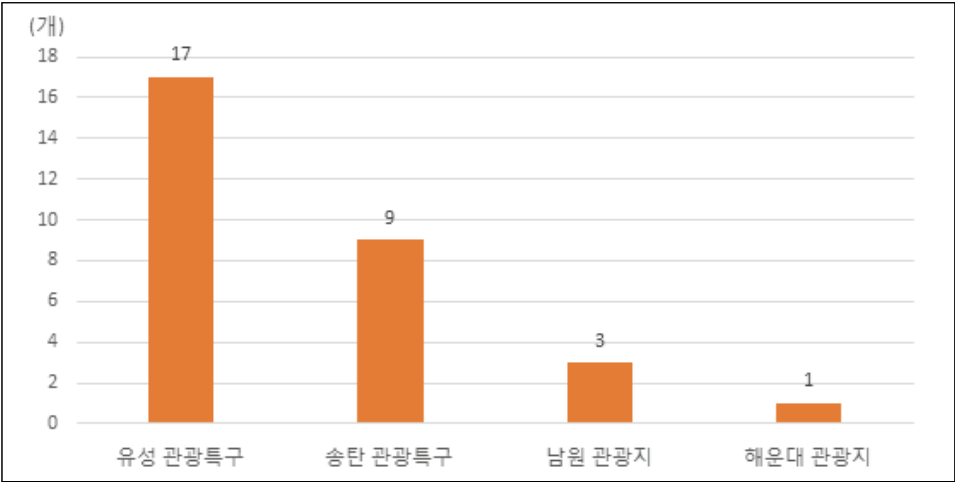
4) 통계청에서 사용하는 집계구는 인구 300~500인을 기준으로 집계구를 확정. 주거지, 특히 아파트단지가 밀집한 집계구는 집계구 단위면적이 작은 반면, 비도시지역의 경우 집계구 면적이 상대적으로 큼

부표 3-31 | 사업체 밀도 변화 하위 30개 집계구(2000년~2017년)

행정구역	관광지명	유형	사업체수 변화	종사자수 변화	집계구 면적	사업체 밀도 변화(개/㎢)	종사자 밀도 변화(인/㎢)
유성구	유성 관광특구	관광특구	-14	-157	2,808	-4,986.0	-55,914.1
유성구	유성 관광특구	관광특구	-33	-63	15,532	-2,124.6	-4,056.1
유성구	유성 관광특구	관광특구	-9	-14	5,409	-1,663.9	-2,588.3
평택시	송탄관광특구	관광특구	-35	-142	35,967	-973.1	-3,948.1
유성구	유성 관광특구	관광특구	-11	78	12,272	-896.3	6,355.9
평택시	송탄관광특구	관광특구	-49	-102	56,219	-871.6	-1,814.3
유성구	유성 관광특구	관광특구	-17	-8	24,264	-700.6	-329.7
유성구	유성 관광특구	관광특구	-16	-27	26,328	-607.7	-1,025.5
유성구	유성 관광특구	관광특구	-15	-26	25,700	-583.6	-1,011.7
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-36	-214	62,013	-580.5	-3,450.9
유성구	유성 관광특구	관광특구	-14	-50	24,156	-579.6	-2,069.9
유성구	유성 관광특구	관광특구	-20	-176	35,004	-571.4	-5,027.9
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-43	-45	75,367	-570.5	-597.1
남원시	남원	관광지	-84	-174	149,888	-560.4	-1,160.9
평택시	송탄관광특구	관광특구	-23	-44	42,289	-543.9	-1,040.5
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-49	-205	97,836	-500.8	-2,095.4
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-57	-132	113,952	-500.2	-1,158.4
평택시	송탄관광특구	관광특구	-35	-107	76,319	-458.6	-1,402.0
유성구	유성 관광특구	관광특구	-19	-35	44,880	-423.3	-779.9
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-35	-83	83,019	-421.6	-999.8
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-12	-18	31,613	-379.6	-569.4
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-22	-38	65,825	-334.2	-577.3
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-46	-167	141,478	-325.1	-1,180.4
평택시	송탄관광특구	관광특구	-12	-12	37,084	-323.6	-323.6
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-14	-7	47,099	-297.2	-148.6
유성구	유성 관광특구	관광특구	-64	-855	222,328	-287.9	-3,845.7
유성구	유성 관광특구	관광특구	-6	-8	21,361	-280.9	-374.5
평택시	송탄관광특구	관광특구	-14	-26	50,644	-276.4	-513.4
유성구	유성 관광특구	관광특구	-5	8	18,258	-273.9	438.2
유성구	유성 관광특구	관광특구	-10	-31	38,294	-261.1	-809.5

- 수원화성 관광특구는 2016년 2월 지정된 것으로, 비교 시점인 2000년에는 관광특구에 해당하지 않음, 이를 감안하여 수원화성 관광특구를 제외할 경우 유성 관광특구 17개, 송탄 관광특구 9개, 남원관광지 3개, 해운대 관광지 1개로, 유성 관광특구 내의 일부 집계구에서 사업체수 감소가 심각한 수준인 것으로 분석됨

부도 3-32 | 집계구별 사업체밀도 변화 하위 30위권 내의 관광지(수원화성 제외)



- 특히, 유성 관광특구의 경우 최하위 1, 2, 3위에 해당하는 집계구가 존재하며, 하위 10위권 내에 8개나 해당함

부표 3-32 | 수원화성 관광특구를 제외한 사업체 밀도변화 하위 30개 집계구(2000년~2017년)

행정구역	관광지명	유형	사업체수 변화	종사자수 변화	집계구 면적	사업체 밀도 변화(개/㎢)	종사자 밀도 변화(인/㎢)
유성구	유성 관광특구	관광특구	-14	-157	2,808	-4,986.0	-55,914.1
유성구	유성 관광특구	관광특구	-33	-63	15,532	-2,124.6	-4,056.1
유성구	유성 관광특구	관광특구	-9	-14	5,409	-1,663.9	-2,588.3
평택시	송탄관광특구	관광특구	-35	-142	35,967	-973.1	-3,948.1
유성구	유성 관광특구	관광특구	-11	78	12,272	-896.3	6,355.9

행정 구역	관광지명	유형	사업체수 변화	종사자수 변화	집계구 면적	사업체 밀도 변화(개/㎢)	종사자 밀도 변화(인/㎢)
평택시	송탄관광특구	관광특구	-49	-102	56,219	-871.6	-1,814.3
유성구	유성 관광특구	관광특구	-17	-8	24,264	-700.6	-329.7
유성구	유성 관광특구	관광특구	-16	-27	26,328	-607.7	-1,025.5
유성구	유성 관광특구	관광특구	-15	-26	25,700	-583.6	-1,011.7
유성구	유성 관광특구	관광특구	-14	-50	24,156	-579.6	-2,069.9
유성구	유성 관광특구	관광특구	-20	-176	35,004	-571.4	-5,027.9
남원시	남원	관광지	-84	-174	149,888	-560.4	-1,160.9
평택시	송탄관광특구	관광특구	-23	-44	42,289	-543.9	-1,040.5
평택시	송탄관광특구	관광특구	-35	-107	76,319	-458.6	-1,402.0
유성구	유성 관광특구	관광특구	-19	-35	44,880	-423.3	-779.9
평택시	송탄관광특구	관광특구	-12	-12	37,084	-323.6	-323.6
유성구	유성 관광특구	관광특구	-64	-855	222,328	-287.9	-3,845.7
유성구	유성 관광특구	관광특구	-6	-8	21,361	-280.9	-374.5
평택시	송탄관광특구	관광특구	-14	-26	50,644	-276.4	-513.4
유성구	유성 관광특구	관광특구	-5	8	18,258	-273.9	438.2
유성구	유성 관광특구	관광특구	-10	-31	38,294	-261.1	-809.5
남원시	남원	관광지	-16	-31	63,554	-251.8	-487.8
평택시	송탄관광특구	관광특구	-5	3	20,470	-244.3	146.6
유성구	유성 관광특구	관광특구	-7	-24	30,502	-229.5	-786.8
유성구	유성 관광특구	관광특구	-13	-27	56,858	-228.6	-474.9
평택시	송탄관광특구	관광특구	-33	-97	164,687	-200.4	-589.0
평택시	송탄관광특구	관광특구	-10	-13	50,932	-196.3	-255.2
남원시	남원	관광지	-17	-17	87,316	-194.7	-194.7
유성구	유성 관광특구	관광특구	-3	-1	15,516	-193.4	-64.5
해운대구	해운대(해수욕장)	관광지	-33	-136	170,800	-193.2	-796.3

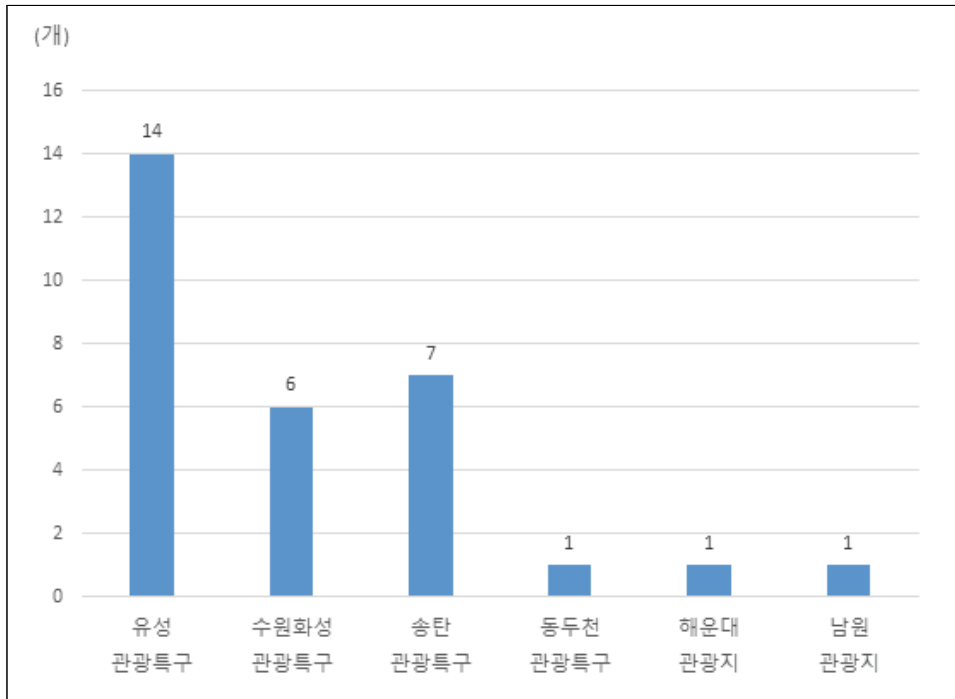
- 종사자밀도가 감소한 집계구 하위 30위중에 유성 관광특구가 14개, 송탄 관광특구 7개, 수원화성 관광특구 6개, 동두천 관광특구, 해운대 관광지, 남원 관광지 각 1개씩임

부표 3-33 | 종사자 밀도변화 하위 30개 집계구(2000년~2017년)

행정 구역	관광지명	유형	사업체수 변화	종사자수 변화	집계구 면적	사업체 밀도 변화(개/km ²)	종사자 밀도 변화(인/km ²)
유성구	유성 관광특구	관광특구	-14	-157	2,808	-4,986.0	-55,914.1
유성구	유성 관광특구	관광특구	0	-41	3,614	0.0	-11,345.7
유성구	유성 관광특구	관광특구	-3	-610	108,000	-27.8	-5,648.2
평택시	송탄관광특구	관광특구	-20	-176	35,004	-571.4	-5,027.9
유성구	유성 관광특구	관광특구	-33	-63	15,532	-2,124.6	-4,056.1
평택시	송탄관광특구	관광특구	-35	-142	35,967	-973.1	-3,948.1
유성구	유성 관광특구	관광특구	-64	-855	222,328	-287.9	-3,845.7
유성구	유성 관광특구	관광특구	-36	-214	62,013	-580.5	-3,450.9
유성구	유성 관광특구	관광특구	-4	-73	21,418	-186.8	-3,408.4
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	18	-173	58,383	308.3	-2,963.2
유성구	유성 관광특구	관광특구	-9	-14	5,409	-1,663.9	-2,588.3
유성구	유성 관광특구	관광특구	-49	-205	97,836	-500.8	-2,095.4
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-14	-50	24,156	-579.6	-2,069.9
남원시	남원	관광지	-4	-77	41,245	-97.0	-1,866.9
평택시	송탄관광특구	관광특구	-49	-102	56,219	-871.6	-1,814.3
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-35	-107	76,319	-458.6	-1,402.0
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	4	-76	61,044	65.5	-1,245.0
평택시	송탄관광특구	관광특구	-46	-167	141,478	-325.1	-1,180.4
유성구	유성 관광특구	관광특구	-84	-174	149,888	-560.4	-1,160.9
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-57	-132	113,952	-500.2	-1,158.4
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-23	-44	42,289	-543.9	-1,040.5
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-16	-27	26,328	-607.7	-1,025.5
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-15	-26	25,700	-583.6	-1,011.7
평택시	송탄관광특구	관광특구	-9	-78	77,740	-115.8	-1,003.3
수원시	수원화성 관광특구	관광특구	-35	-83	83,019	-421.6	-999.8
유성구	유성 관광특구	관광특구	-10	-31	38,294	-261.1	-809.5
유성구	유성 관광특구	관광특구	-33	-136	170,800	-193.2	-796.3
평택시	송탄관광특구	관광특구	-5	-20	25,406	-196.8	-787.2
유성구	유성 관광특구	관광특구	-7	-24	30,502	-229.5	-786.8
유성구	유성 관광특구	관광특구	-19	-35	44,880	-423.3	-779.9

- 가장 많이 감소한 집계구는 유성 관광특구 내에 존재하며, 최대 55,914.1인/㎢가 감소함
- 이 가운데 종사자밀도가 감소한 집계구는 26개이며, 100인/㎢ 이상 감소한 집계구가 22개
- 집계구 가운데 종사자밀도가 가장 많이 감소한 집계구 1,2,3위는 모두 유성 관광특구임

부도 3-33 | 집계구별 종사자밀도 변화 하위 30위권 내의 관광지



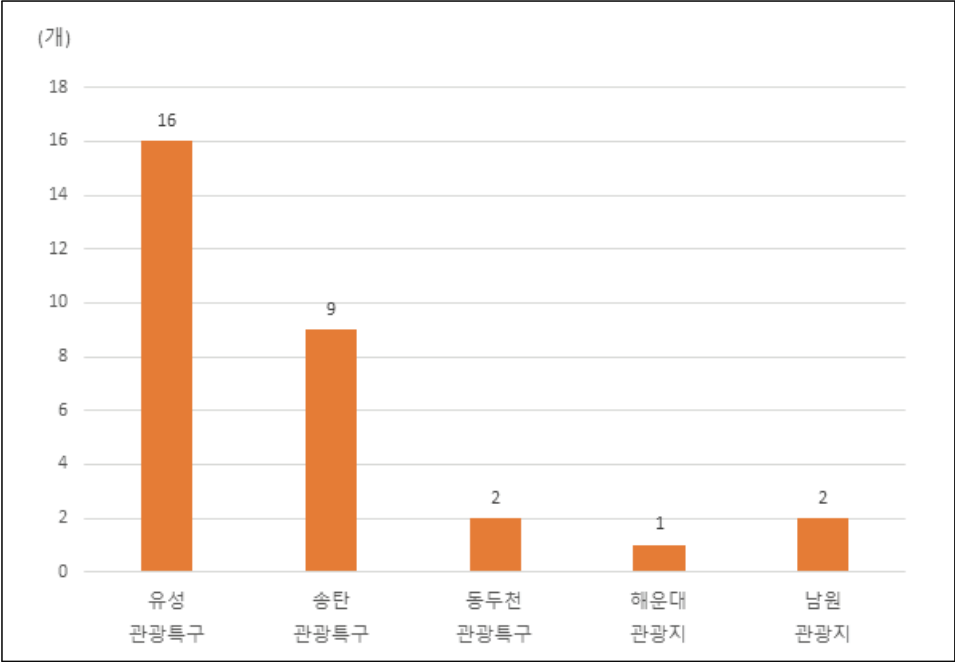
- 수원화성 관광특구를 제외할 경우 유성 관광특구 16개, 송탄 관광특구 9개, 동두천 관광특구 2개, 남원관광지 2개, 해운대 관광지 1개로, 종사자밀도 역시 유성 관광특구 내의 일부 집계구에서 종사자수 감소가 심각한 수준인 것으로 분석됨

부표 3-34 | 수원화성 관광특구를 제외한 종사자 밀도변화 하위 30개 집계구(2000년~2017년)

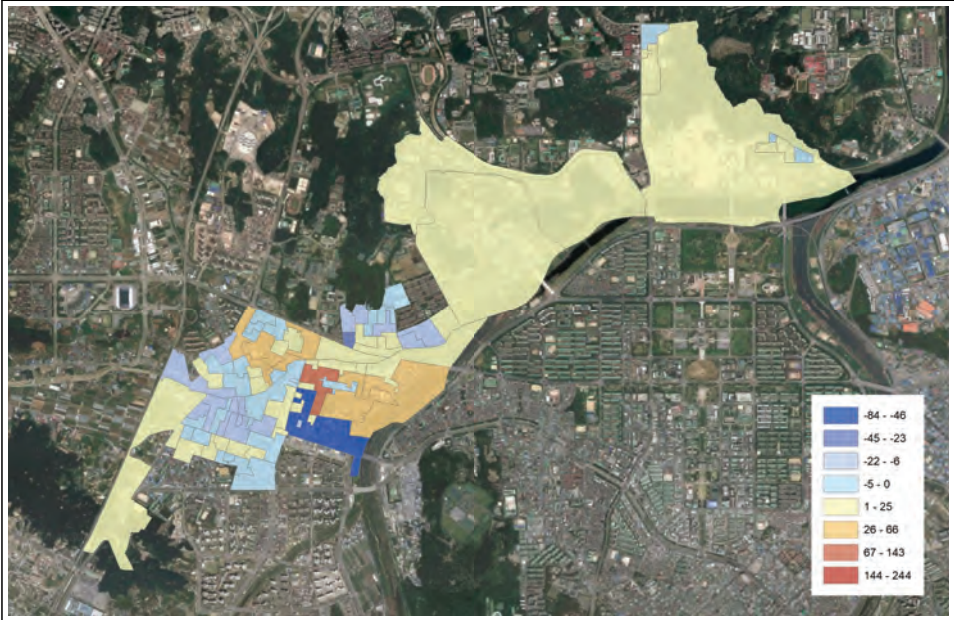
행정구역	관광지명	유형	사업체수 변화	종사자수 변화	집계구 면적	사업체 밀도 변화(개/km ²)	종사자 밀도 변화(인/km ²)
유성구	유성 관광특구	관광특구	-14	-157	2,808	-4,986.0	-55,914.1
평택시	송탄관광특구	관광특구	0	-41	3,614	0.0	-11,345.7
유성구	유성 관광특구	관광특구	-3	-610	108,000	-27.8	-5,648.2
유성구	유성 관광특구	관광특구	-20	-176	35,004	-571.4	-5,027.9
유성구	유성 관광특구	관광특구	-33	-63	15,532	-2,124.6	-4,056.1
평택시	송탄관광특구	관광특구	-35	-142	35,967	-973.1	-3,948.1
유성구	유성 관광특구	관광특구	-64	-855	222,328	-287.9	-3,845.7
유성구	유성 관광특구	관광특구	-4	-73	21,418	-186.8	-3,408.4
유성구	유성 관광특구	관광특구	18	-173	58,383	308.3	-2,963.2
유성구	유성 관광특구	관광특구	-9	-14	5,409	-1,663.9	-2,588.3
유성구	유성 관광특구	관광특구	-14	-50	24,156	-579.6	-2,069.9
평택시	송탄관광특구	관광특구	-4	-77	41,245	-97.0	-1,866.9
평택시	송탄관광특구	관광특구	-49	-102	56,219	-871.6	-1,814.3
평택시	송탄관광특구	관광특구	-35	-107	76,319	-458.6	-1,402.0
평택시	송탄관광특구	관광특구	4	-76	61,044	65.5	-1,245.0
남원시	남원	관광지	-84	-174	149,888	-560.4	-1,160.9
평택시	송탄관광특구	관광특구	-23	-44	42,289	-543.9	-1,040.5
유성구	유성 관광특구	관광특구	-16	-27	26,328	-607.7	-1,025.5
유성구	유성 관광특구	관광특구	-15	-26	25,700	-583.6	-1,011.7
동두천시	동두천 관광특구	관광특구	-9	-78	77,740	-115.8	-1,003.3
유성구	유성 관광특구	관광특구	-10	-31	38,294	-261.1	-809.5
해운대구	해운대(해수욕장)	관광지	-33	-136	170,800	-193.2	-796.3
유성구	유성 관광특구	관광특구	-7	-24	30,502	-229.5	-786.8
유성구	유성 관광특구	관광특구	-19	-35	44,880	-423.3	-779.9
동두천시	동두천 관광특구	관광특구	-10	-271	359,234	-27.8	-754.4
평택시	송탄관광특구	관광특구	-33	-97	164,687	-200.4	-589.0
평택시	송탄관광특구	관광특구	-14	-26	50,644	-276.4	-513.4
남원시	남원	관광지	-16	-31	63,554	-251.8	-487.8
유성구	유성 관광특구	관광특구	-13	-27	56,858	-228.6	-474.9
유성구	유성 관광특구	관광특구	-1	-10	25,647	-39.0	-389.9

- 종사자밀도 변화 하위 30개 집계구 중 유성 관광특구의 경우 2000년 대비 2017년 2,351명이 감소한 것으로 나타남

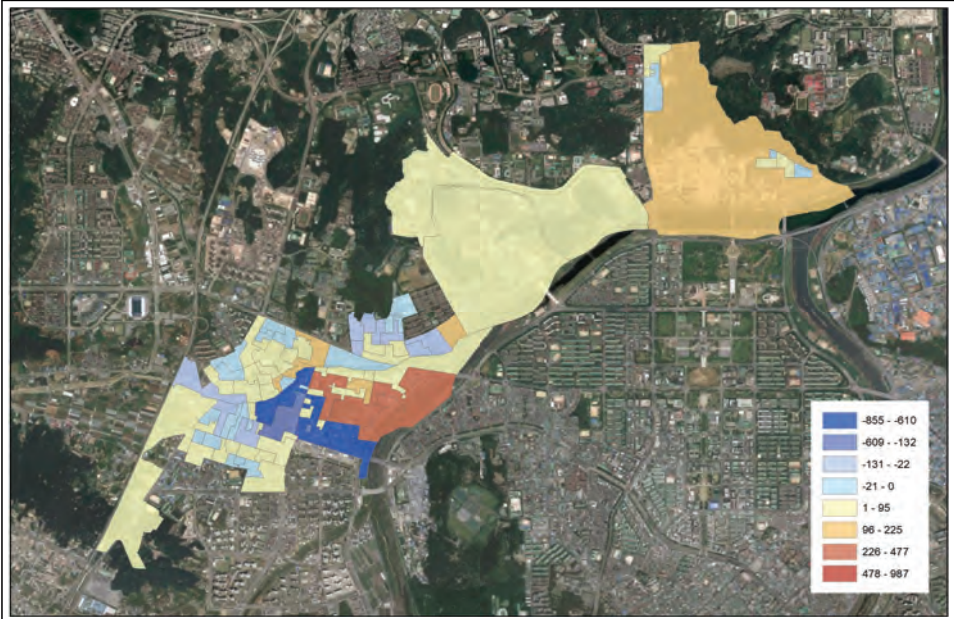
부도 3-34 | 집계구별 종사자밀도 변화 하위 30위권 내의 관광지(수원화성 제외)



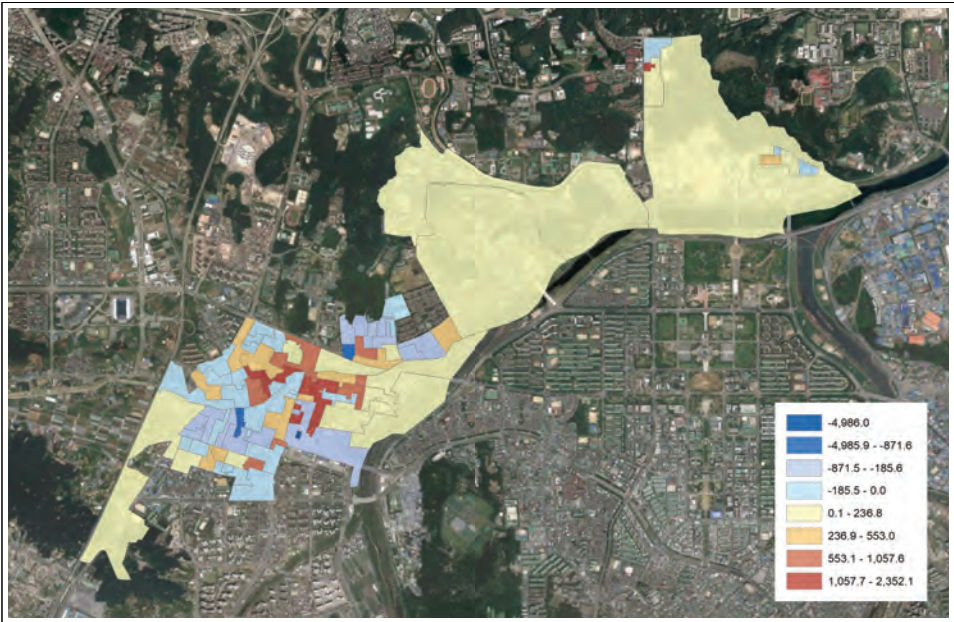
부도 3-35 | 유성 관광특구 사업체수 변화('00-'17년)



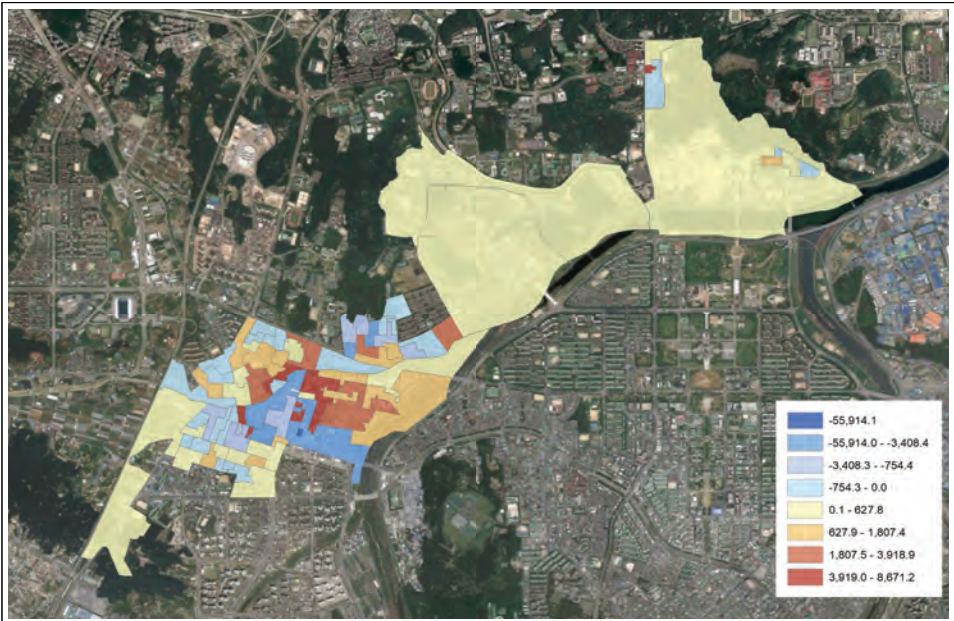
부도 3-36 | 유성 관광특구 종사자수 변화('00-'17년)



부도 3-37 | 유성 관광특구 사업체밀도 변화('00-'17년)



부도 3-38 | 유성 관광특구 종사자밀도 변화('00-'17년)



부록4: 중점사례지역 현황 분석

1) 유성온천관광지구

□ 유성 온천관광지구의 분석 범위

유성 온천관광지구는 대전광역시 유성구 봉명동, 온천동 일대에 위치하고 있는 유성관광특구⁵⁾의 일부지역이다. 유성호텔과 계룡스파텔(군휴양시설)을 중심으로 호텔과 온천시설이 집중되어 있으며 북쪽에는 충남대학교 및 카이스트, 남쪽에는 유성온천역이 입지하고 있다.

부도 4-1 | 유성 온천관광지구 범위



자료: 저자 작성

5) 유성관광특구는 대전 유성구 봉명동, 장대동, 구암동, 궁동, 어은동, 도룡동 일원으로 (지적면적: 5,858,972㎡) 1994년 08월 31일 관광특구로 지정되었다.

□ 주요 관광자원 현황

유성 온천관광지구 내에는 다양한 인문·관광 자원이 위치하고 있으며, 관광업체와 관광시설 등 다수의 시설 관광자원이 존재한다.

부표 4-1 | 유성구 관광자원 현황

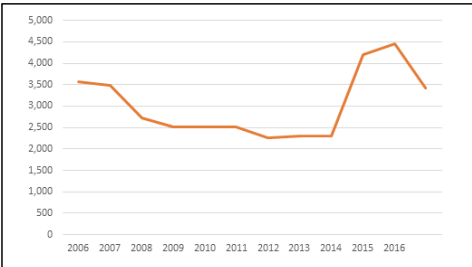
구분	내용	개소 수
인문 관광자원	이팝꽃축제(1), 온천페스티벌(3), 경륜장(1), 군인휴양소(1), 방송국(1), 국제회의시설(1), 엑스포과학공원(2), 기념물(1), 놀이시설(1)	12
시설 관광자원	관광업체 여행업(15), 관광숙박업(9), 관광객이용시설업(5), 관광객편의시설업(14), 국제회의업(1), 유원시설업(1)	45
	관광시설 공공편의시설(48), 관광안내시설(1), 숙박시설(10), 휴양·오락시설(6), 집객시설(19), 상가시설(2)	86

자료: 신용석 외, 2008, 관광특구 평가 및 개선방안, 한국문화관광연구원, p.144.

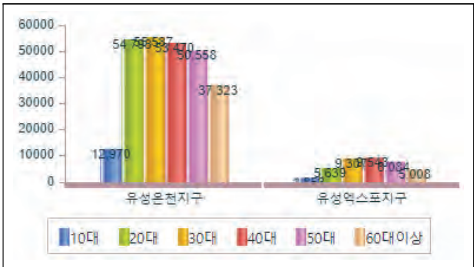
□ 온천 이용객 및 유동인구 현황

유성 온천의 이용객 수를 살펴보면 2000년대 초 급격한 감소 이후 2015년 회복되는 듯 했으나 최근 다시 급격한 감소를 보이고 있다. 유동인구의 연령 분포에서는 다수의 대학이 인접한 입지적 특성과 카페거리 조성사업 등 환경개선사업의 효과로 다양한 연령층이 분포하는 것으로 나타났다.

부도 4-2 | 유성온천 이용객 추이



부도 4-3 | 유성 관광특구 연령별 유동인구



자료: (좌) 2018, 2018 전국 온천현황, 행정안전부, 발체 후 가공
(우) 소상공인시장진흥공단 상권정보시스템. [2019.06.30. 접속].

유성온천관광지구의 이용객수가 최근 10년간 감소세를 보이는 것은 온천에 대한 인식저하와 교통이 발달함에 따라 타 지역으로의 관광객이 유출된 결과로 보여진다.

부표 4-2 | 유성온천관광지구 이용객 수 변화

(단위: 천 명)

연도	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
이용객수	3,561	3,475	2,732	2,523	2,523	2,508	2,262	2,293	2,293	4,207	4,449	3,414

자료: 2018, 2018 전국 온천현황, 행정안전부.

연간 유동인구 변화를 살펴봤을 때에는 유동인구 대비 저조한 온천이용률과 방학기간 중에 유동인구가 감소하는 것으로 나타났다.

부표 4-3 | 유성온천관광지구 유동인구 현황

(단위: 천 명)

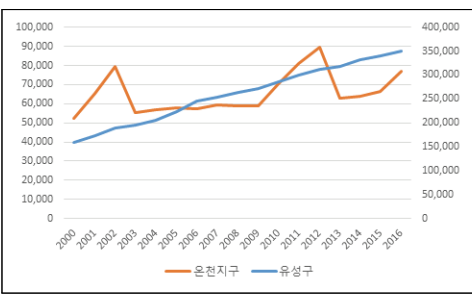
2018년	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
유동인구	280,407	284,900	328,813	320,620	327,113	314,149	280,357	275,709	282,426	297,031	298,711	264,703
증감률	2.37	1.60	15.41	-2.49	2.03	-3.96	-10.76	-1.66	2.44	5.17	0.57	-11.38

자료: 소상공인시장진흥공단 상권정보시스템. [2019.06.30. 접속].

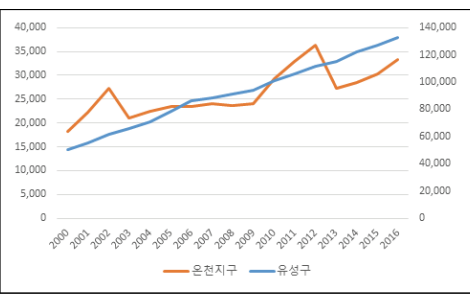
□ 인문사회 현황

유성구와 유성온천지구에 해당하는 집계구의 인구 추이를 살펴본 결과 유성구의 인구 및 세대수는 지속적으로 증가하고 있으나 온천지구의 인구 및 세대수는 불안정하게 증가하는 추세를 보이고 있었다.

부도 4-4 | 유성구·유성온천지구 인구추이



부도 4-5 | 유성구·유성온천지구 세대수추이

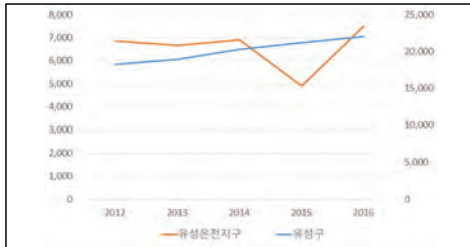


자료: 국가통계포털 기관별 통계(시군구 인구통계), 발췌 후 가공. [2019.05.29. 접속].

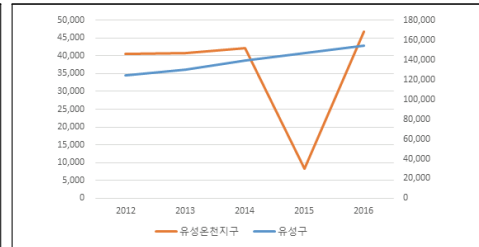
□ 산업경제 현황

최근 5년간 사업체수 추이에서도 유성구의 사업체수와 종사자수 역시 안정적으로 증가하고 있으나 온천지구의 사업체 및 종사자수는 2015년에 급격한 침체를 겪었다.

부도 4-6 | 유성구·유성온천지구사업체수 추이



부도 4-7 | 유성구·유성온천지구 종사자수 추이



자료: 국가통계포털 기관별 통계(시군구 사업체통계), 발체 후 가공. [2019.05.29. 접속]

□ 물리환경 현황

대전시 전체를 대상으로 노후 건축물 비율을 분석한 결과⁶⁾ 일부 집계구를 제외한 대부분의 지역이 3~5등급의 비교적 심각한 물리적 쇠퇴를 겪고 있는 것으로 나타났다.

부도 4-8 | 유성온천지구 건축물 노후도 현황



자료: 도시재생종합정보체계 정보분석서비스(지표분석). [2019.06.30. 접속]

6) 도시재생종합정보체계에서 확인 가능한 최근 자료(2014년)를 기준으로 분석하였으며, 분석범위 내 상대적 쇠퇴도(1~10등급) 중 숫자가 낮을수록 노후화되었음을 의미한다.

□ 관련사업 추진 현황

유성온천관광지구 내에는 도시활력증진사업, 도시환경정비사업 등이 추진되고 있으며, 기반시설 공급을 위한 사업도 추진되고 있다.

부표 4-4 | 유성 온천관광지구 내 사업추진 현황

사업명	근거법	주관
봉명지구 명물카페거리 조성사업	국가균형발전특별법	국토교통부
장대B지구 도시환경정비사업	도시 및 주거환경정비법	국토교통부
장대C지구 도시환경정비사업	도시 및 주거환경정비법	국토교통부
유성IC만남의 광장 공영주차장 조성	국가통합교통체계 효율화법	국토교통부

자료: 도시재생종합정보체계 정보분석서비스(사업정보). [2019.06.30. 접속]

유성온천관광지구 주변지역에서도 개발사업이 다수 진행되고 있다. 또한 유성구 광역접근성 개선을 위한 유성 복합환승센터 개발사업이 추진되고 있다.

부표 4-5 | 온천관광지구 주변지역 사업추진 현황

사업명	근거법	주관
대덕연구개발특구 1단계 개발사업	연구개발특구의 육성에 관한 특별법	
한국연구재단 대전청사 본관 그린리모델링 지원사업	녹색건축물 조성 지원법	국토교통부
도룡1지구 주택재건축사업	도시 및 주거환경정비법	국토교통부
도룡2지구 주택재건축사업	도시 및 주거환경정비법	국토교통부
도룡3지구 주택재건축사업	도시 및 주거환경정비법	국토교통부
대전노은	택지개발촉진법	
대전노은2	택지개발촉진법	
유성 복합환승센터 개발사업	국가교통체계 효율화법	국토교통부

자료: 도시재생종합정보체계 정보분석서비스(사업정보). [2019.06.30. 접속]

[illegible]

362

□ 상권분석

유성 온천관광지구는 상권의 특성과 대로, 하천 등을 기준으로 6개 상권으로 구분되며, 6개 상권에 대한 비교·분석으로 보다 구체적인 현황을 진단하였다.

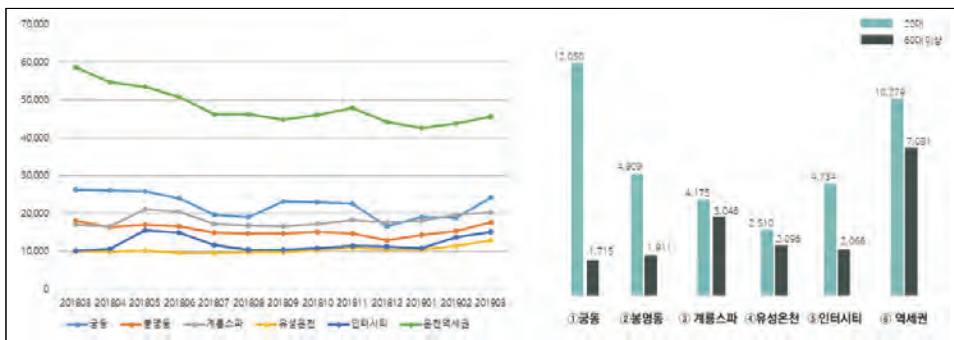
부도 4-10 | 유성 온천관광지구 상권 구분



자료: 저자 작성

상권정보시스템으로 유동인구를 살펴본 결과 유성온천역세권이 가장 많은 유동인구를 보유하고 있으며, 궁동, 계룡스파텔, 봉명동, 유성온천 순으로 나타났다. 연령대별로는 궁동과 역세권, 봉명동에 젊은 유동인구가 많았으며, 60대 이상은 유성온천 역세권 및 계룡스파텔 주변에 많은 것으로 나타났다.

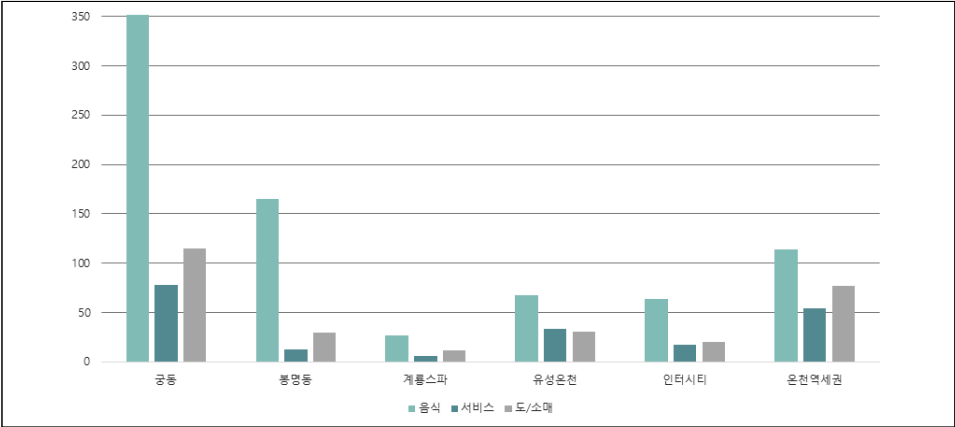
부도 4-11 | 상권간 유동인구 비교



자료: 소상공인시장진흥공단 상권정보시스템, 발체 후 가공. [2019.06.30. 접속].

유성 온천관광지구에 가장 많은 업종은 음식점, 도/소매, 기타 서비스업이며 상권별로는 궁동과 봉명동은 젊은 층이 많이 모이는 만큼 음식점이 많고 계룡스파텔, 유성온천, 인터시티 상권은 상대적으로 적은 것을 나타냈다.

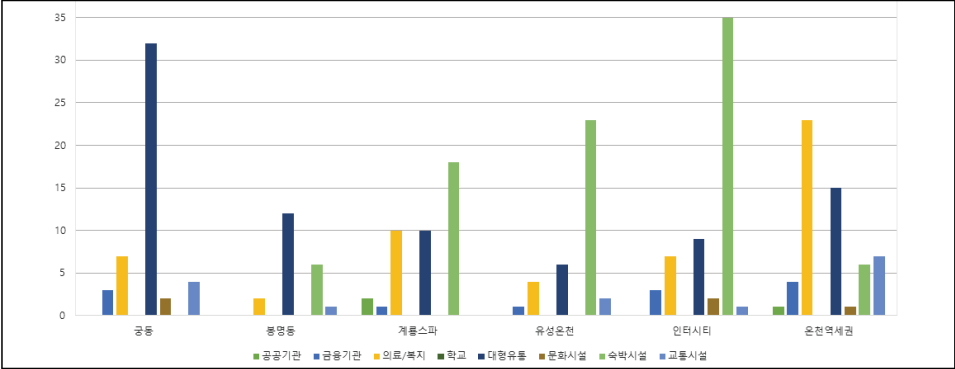
부도 4-12 | 상권간 업종 비교



자료: 소상공인시장진흥공단 상권정보시스템, 발체 후 가공. [2019.06.30. 접속].

상권별로 주요시설을 비교해 보았을 때 궁동의 경우 편의점 등 대형유통시설이 많으며, 계룡스파텔, 유성온천, 인터시티는 숙박업이 많은 것으로 나타났다.

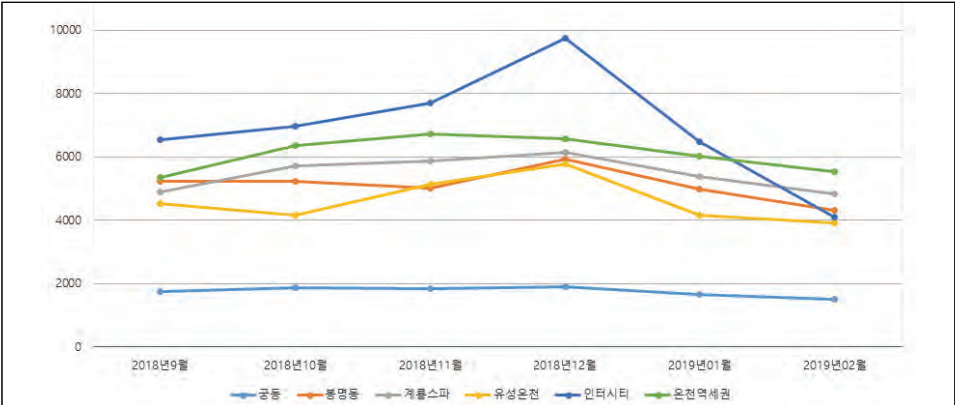
부도 4-13 | 상권간 주요시설 비교



자료: 소상공인시장진흥공단 상권정보시스템, 발체 후 가공. [2019.06.30. 접속].

음식점을 기준으로 매출을 비교하였을 때 궁동은 음식점이 가장 많음에도 불구하고 매출이 가장 적은 것으로 나타났으며, 온천역세권, 계룡스파텔, 봉명동, 인터시티, 유성온천 순으로 높게 나타났다. 인터시티의 경우 최근에 매출이 급격히 하락했으며, 젊은 층이 많이 모이는 궁동과 타지역간의 매출 차이가 큰 것으로 나타났다.

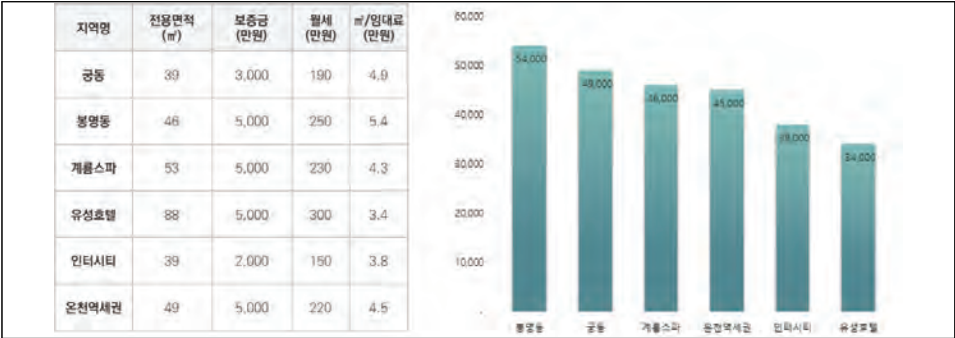
부도 4-14 | 상권간 매출(음식점) 비교



자료: 소상공인시장진흥공단 상권정보시스템, 발체 후 가공. [2019.06.30. 접속].

상권별 임대료는 봉명동이 가장 높게 나타났으며 궁동, 온천역세권, 계룡스파텔, 인터시티, 유성호텔 상권 순으로 나타났다.

부도 4-15 | 상권간 임대료 비교



자료: 소상공인시장진흥공단 상권정보시스템, 발체 후 가공. [2019.06.30. 접속].

유성 온천관광지구의 상권별 비교·분석을 종합하면 다음과 같이 정리할 수 있다.

- (궁동과 역세권으로 편중된 20대 유동인구) 젊은 20대가 많이 찾는 곳은 궁동과 온천역세권으로 계룡스파텔 및 유성온천 지역의 청년 인구유입 대책이 필요
- (음식점 및 숙박업에 편중된 시설) 유성온천관광지구는 음식점 및 숙박업에 편중된 시설배치를 보임
- (문화 체육시설 부족) 지역주민 및 청년 인터뷰에 따르면 다른 시설에 비해 문화 시설은 매우 부족하여 지역 주민들의 문화적 갈증 심각
- (문화·예술 기반시설 확충 필요) 유성온천지구에는 다수의 소공연장이 분포하였으나 현재는 활용할 수 있는 시설이 매우 부족
- 지역 주민 및 청년들의 문화활동 보장을 위한 기반시설 확충이 절실함

부도 4-16 | 유성 온천관광지구 상권비교 종합



자료: 저자 작성

2) 온양온천관광지구

□ 온양온천관광지구의 분석 범위

온양온천관광지구는 아산시 온천 관광특구⁷⁾ 중 온양 1·2동의 온양온천역을 중심으로 형성된 일단의 지역으로 볼 수 있다. 온양온천은 수도권(지하철 1호선 연결)내 도시 지역에 입지하여 접근성과 연계성이 뛰어나고 온양온천역을 중심으로 주요 온천시설과 아산시 온궁로 문화의 거리, 온양온천시장이 입지하고 있다.

부도 4-17 | 온양 온천관광지구의 분석 범위



자료: 저자 작성

7) 아산시 온천관광특구는 온양온천과 도고온천 등이 포함된 아산시 온양 1·2동, 음봉면, 도고면 일원으로 (지정면적: 844,000㎡) 1997년 01월 18일 관광특구로 지정되었다.

□ 주요 관광자원 현황

온양온천관광지구는 관광산업과 연계한 업체 및 시설이 다수 분포하고 있으며 신정호, 외암민속마을 등 관광자원을 경유하는 투어버스를 운영하고 있다.

부표 4-6 | 온양 온천관광지구 주요 관광자원 현황

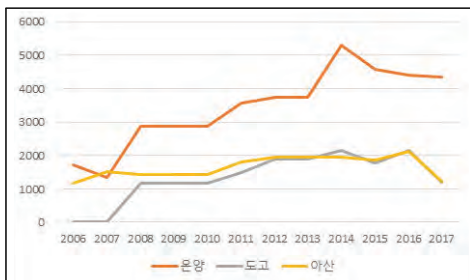
구분	내용		개소 수
자연관광자원	신정호관광지(1)		1
인문관광자원	민속자료(1), 문화재자료(4)		5
시설 관광자원	관광업체	여행업(33), 관광숙박업(10), 유원시설업(1)	44
	관광시설	공공편의시설(4), 관광안내시설(62), 숙박시설(257), 휴양·오락시설(76), 집객시설(1), 상가시설(5)	405

자료: 신용석 외, 2008, 관광특구 평가 및 개선방안, 한국문화관광연구원, p.144.

□ 온천 이용객 및 유동인구 현황

온양 온천 관광특구의 이용객 수는 2000년대 초 온천산업의 쇠퇴로 감소하였으나 2008년 수도권전철 개통을 기점으로 회복되고 있는 추세이다. 특히 온양온천은 수도권전철 개통의 영향과 전통시장의 입지 등의 이유로 특구 내 다른 온천에 비해 유동인구가 많고 이용객 증가가 두드러진다.

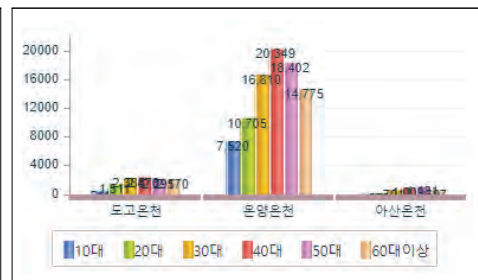
부도 4-18 | 온양·도고·아산 온천 이용객 추이



자료: (좌) 2018, 2018 전국 온천현황, 행정안전부, 발체 후 가공

(우) 소상공인시장진흥공단 상권정보시스템. [2019.06.30. 접속].

부도 4-19 | 온양·도고·아산 온천지구 연령별 유동인구



온양온천과 도고온천, 아산온천의 이용객 수는 증가세를 보이고 있으나 주이용객인 노인층의 소비특성으로 인해 지역경제 활성화 효과는 저조한 실정이다.

부표 4-7 | 온양 온천관광지구 이용객 수 변화

(단위: 천 명)

연도	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
온양	1,714	1,350	2,865	2,865	2,865	3,581	3,727	3,727	5,298	4,566	4,400	4,342
도고	0	0	1,183	1,183	1,183	1,479	1,899	1,899	2,141	1,786	2,152	1,213
아산	1,169	1,520	1,423	1,423	1,423	1,793	1,950	1,950	1,950	1,877	2,120	1,230

자료: 2018, 2018 전국 온천현황, 행정안전부.

유성온천과 비교할 때 유동인구 대비 온천이용객의 수가 많은 것으로 나타났다.

부표 4-8 | 온양 온천관광지구 유동인구 현황

(단위: 천 명)

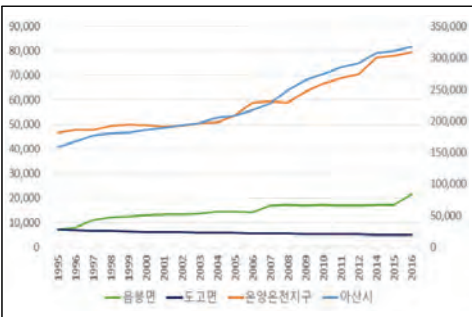
2018년	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
온양	59,540	71,702	98,685	104,148	101,395	98,632	88,939	90,309	92,541	88,333	94,686	88,473
도고	7,700	11,862	13,113	13,026	13,735	12,483	12,411	11,939	10,354	9,862	10,682	11,359
아산	3,275	3,252	4,142	4,761	4,657	4,829	4,486	4,425	3,609	3,776	4,080	4,004

자료: 소상공인시장진흥공단 상권정보시스템. [2019.06.30. 접속].

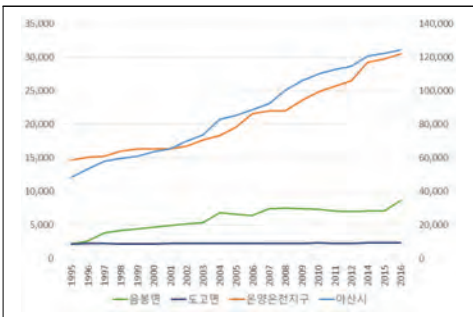
□ 인문사회 현황

아산시와 온양온천지구의 인구 및 세대수 증가양상이 유사하게 나타나며, 도고온천 지구와 아산온천지구의 인구 및 세대수는 증가폭이 크지 않은 것으로 나타났다.

부도 4-20 | 아산시·아산 관광특구 인구추이



부도 4-21 | 아산시·아산 관광특구 세대수추이

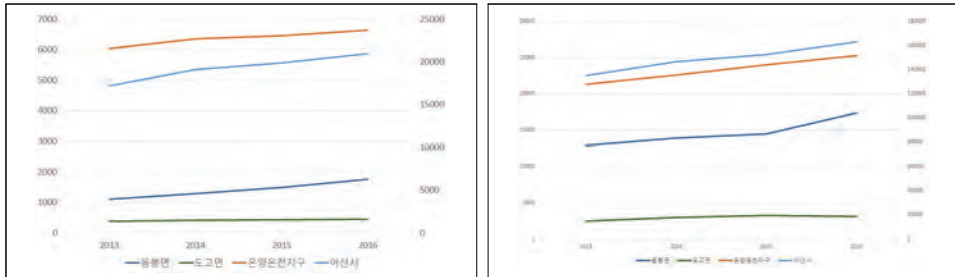


자료: 국가통계포털 기관별 통계(시군구 인구통계), 발췌 후 가공. [2019.05.29. 접속].

□ 산업경제 현황

아산시와 아산관광특구 내 온천지구의 사업체 및 종사자수는 완만하고 지속적 증가세를 보이고 있다.

부도 4-22 | 아산시·아산 관광특구 사업체수 추이 부도 4-23 | 아산시·아산 관광특구 종사자수 추이

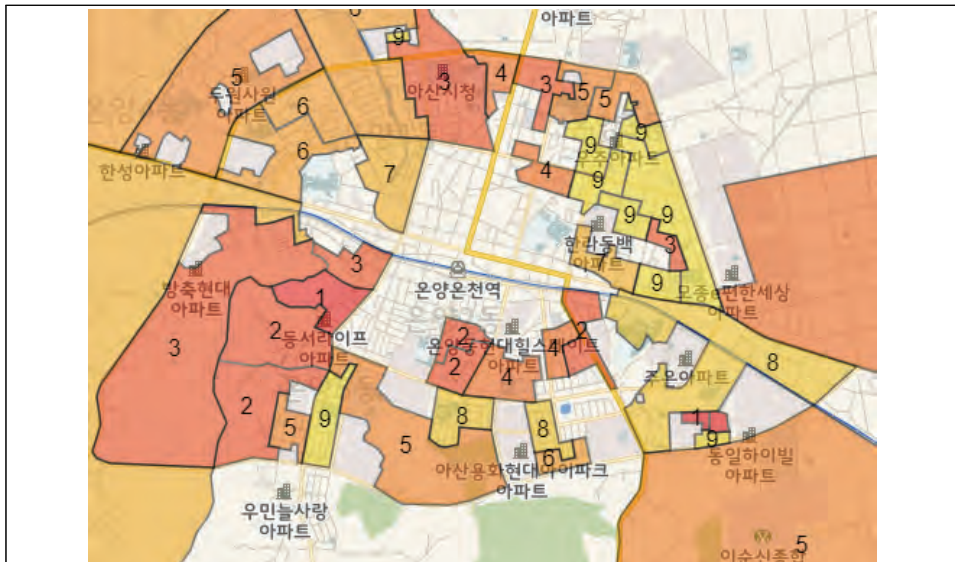


자료: 국가통계포털 기관별 통계(시군구 사업체통계), 발체 후 가공. [2019.05.29. 접속]

□ 물리환경 현황

온양온천지구의 경우 일부 지역을 제외하고 쇠퇴도가 양호한 것으로 나타났다.

부도 4-24 | 온양 온천지구 건축물 노후도 현황



자료: 도시재생종합정보체계 정보분석서비스(지표분석). [2019.06.30. 접속]

□ 관련사업 추진 현황

온양온천관광지구 내에는 구도심을 중심으로 도시재생 뉴딜사업을 비롯한 정비사업과 주택재개발 사업이 다수 진행되고 있다.

부표 4-9 | 온양 온천관광지구 내 사업추진 현황

사업명	근거법	주관
도시재생 뉴딜사업	도시재생법	국토교통부
도시활력증진지역개발	국가균형발전특별법	국토교통부
국토환경디자인 지원사업	경관법	국토교통부
용화1구역 주택재개발사업	도시 및 주거환경정비법	국토교통부
온양중심상권7구역 주택재개발사업	도시 및 주거환경정비법	국토교통부

자료: 도시재생종합정보체계 정보분석서비스(사업정보). [2019.06.30. 접속]

주변지역 역시 도시재생사업과 주택재건축사업 등이 활발하게 진행되고 있다.

부표 4-10 | 온양 온천관광지구 주변지역 사업추진 현황

사업명	근거법
배방 도시재생선도사업(일반근린형)	도시재생법
한림연립 주택재건축사업	도시 및 주거환경정비법
모종1구역 주택재개발사업	도시 및 주거환경정비법
아산용화 택지개발사업	택지개발촉진법

자료: 도시재생종합정보체계 정보분석서비스(사업정보). [2019.06.30. 접속]

부도 4-25 | 온양 온천관광지구 주변 사업 추진 현황



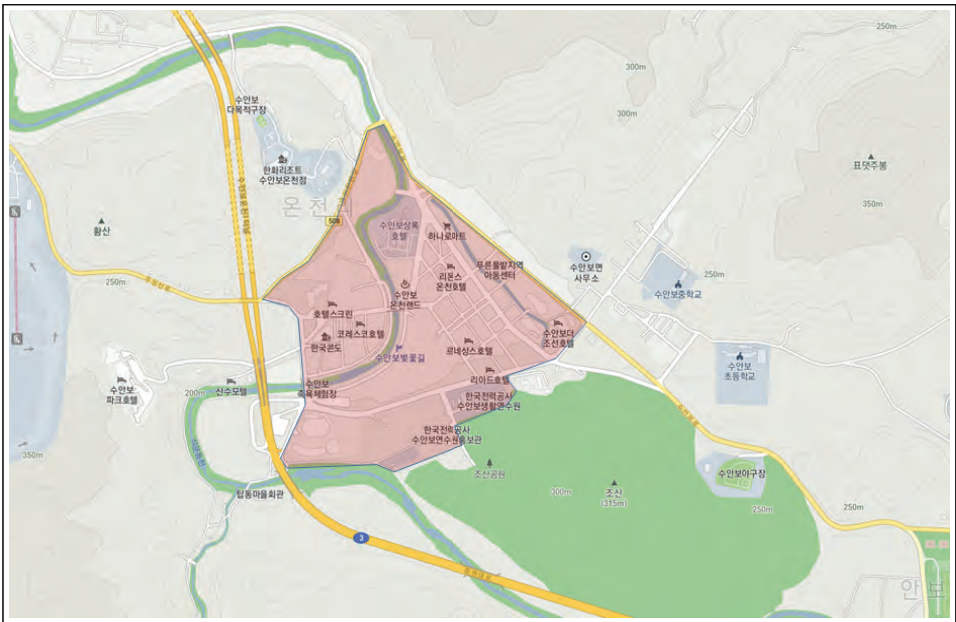
자료: 도시재생종합정보체계 정보분석서비스(사업정보). [2019.06.30. 접속]

3) 수안보온천관광지구

□ 수안보 온천관광지구의 분석 범위

수안보 온천관광지구는 충청북도 충주시 수안보면 온천리 일부 지역에 선정된수안보 관광특구⁸⁾ 내 에 위치한다. 충주시와는 거리가 있고 대중교통 접근성이 좋지 않아 체류형 관광객이 많으며, 대형 콘도 및 리조트를 중심으로 상권이 형성되어 있다.

부도 4-26 | 수안보 온천관광지구의 분석 범위



자료: 저자 작성

8) 수안보 관광특구는 충청북도 충주시 수안보면 온천리, 안보리 일원으로 (지정면적: 9,216,210㎡) 1997년 01월 18일 관광특구로 지정되었다.

□ 주요 관광자원 현황

수안보 온천지구는 다양한 시설자원과 연계가능한 스키장이 위치하고 있었으나 최근 기후변화와 이용률 감소로 스키장은 휴장상태이다. 공연장, 인공암벽, 체육시설 등 다양한 집객시설이 위치하고 있으나 연계성이 부족한 상태이다.

부표 4-11 | 수안보 온천관광지구 주요 관광자원 현황

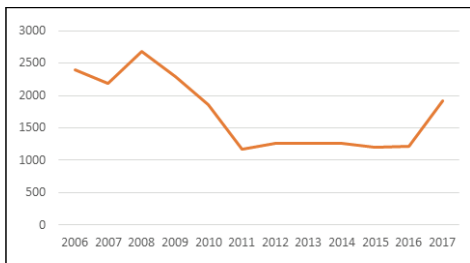
구분	내용		개소 수
자연관광자원	온천(1)		1
시설 관광자원	관광업체	관광숙박업(6), 관광객이용시설업(6), 관광객편의시설업(276)	288
	관광시설	공공편의시설(11), 관광안내시설(15), 숙박시설(33), 휴양·오락시설(31), 집객시설(277), 상가시설(7)	374

자료: 신용석 외, 2008, 관광특구 평가 및 개선방안, 한국문화관광연구원, p.144.

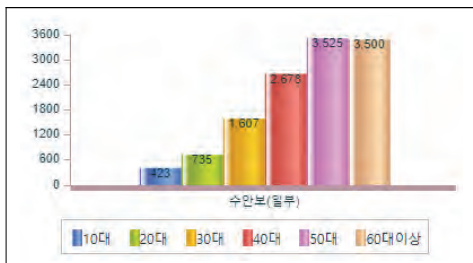
□ 온천 이용객 및 유동인구 현황

수안보 온천의 이용객 수는 2000년대 초까지 안정세를 유지하였으나 2006년을 기점으로 급감하였으며, 최근에는 회복세로 돌아섰다. 유동인구는 장년층과 노년층이 다수를 차지하며, 젊은 인구의 유입이 부족한 실정이다.

부도 4-27 | 수안보온천 이용객 추이



부도 4-28 | 수안보온천 관광특구 연령별 유동인구



자료: (좌) 2018, 2018 전국 온천현황, 행정안전부, 발체 후 가공
(우) 소상공인시장진흥공단 상권정보시스템. [2019.06.30. 접속].

수안보 온천관광지구는 2002년 와이키키 호텔 폐장 이후 지속적으로 이용객이 감소하였으나 노천탕을 즐길 수 있는 특징을 갖고 있어 호황기 방문객들의 재방문률이 높은 것으로 나타났다.

부표 4-12 | 수안보 온천관광지구 이용객 수 변화

(단위: 천 명)

연도	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
2018	2,397	2,190	2,689	2,300	1,862	1,173	1,260	1,260	1,260	1,200	1,221	1,919

자료: 2018, 2018 전국 온천현황, 행정안전부.

연간 유동인구 추세는 여느 온천관광지구와 큰 차이를 찾아보기 어려웠으나 유동인구 중 다수가 온천관광객으로 나타났다.

부표 4-13 | 수안보 온천관광지구 유동인구 현황

(단위: 천 명)

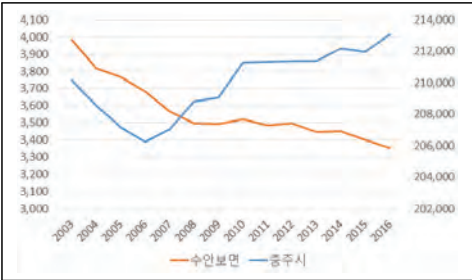
2018년	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
유동인구	6,742	7,357	9,019	13,977	13,940	12,017	12,082	13,478	12,987	13,669	13,612	12,455
증감률	15.56	9.12	22.59	54.97	-0.26	-13.79	0.54	11.55	-3.64	5.25	-0.42	-8.5

자료: 소상공인시장진흥공단 상권정보시스템. [2019.06.30. 접속].

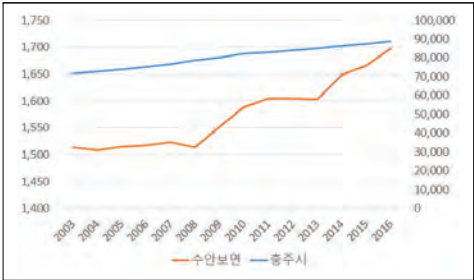
□ 인문사회 현황

충주시의 인구추이는 감소하다가 증가세로 돌아서 지속적으로 증가하고 있으나 수안보온천지구는 인구가 지속적으로 감소하고 세대수는 증가하는 양상을 보인다.

부도 4-29 | 충주시·수안보면 인구 추이



부도 4-30 | 충주시·수안보면 세대수 추이

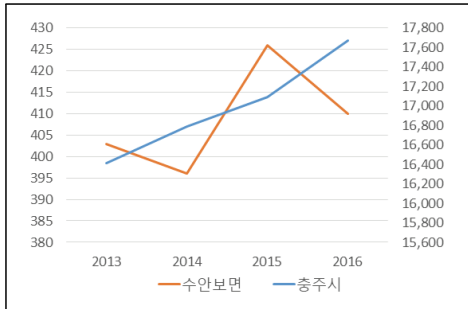


자료: 국가통계포털 기관별 통계(시군구 인구통계), 발췌 후 가공. [2019.05.29. 접속].

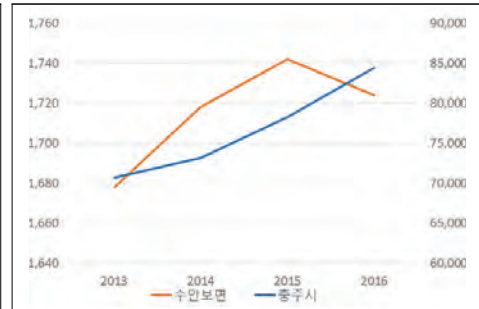
□ 산업경제 현황

산업·경제적 측면에서 살펴보면 충주시의 사업체 및 종사자수는 지속적으로 증가하는 반면 수안보온천지구의 사업체와 종사자수는 2015년 이후 감소세로 돌아섰다.

부도 4-31 | 충주시·수안보면 사업체수 추이



부도 4-32 | 충주시·수안보면 종사자수 추이



자료: 국가통계포털 기관별 통계(시군구 사업체통계), 발췌 후 가공. [2019.05.29. 접속].

□ 물리환경 현황

수안보온천지구와 스키장이 포함된 집계구는 3-5등급으로 충주시 내 타 집계구에 비해 심각한 물리적 쇠퇴를 겪고 있는 것으로 나타났으며, 특히 중심가로 주변지역은 심각한 물리적 쇠퇴를 겪고 있었다.

부도 4-33 | 수안보면 건축물 노후도 현황



자료: 원광희.2019. 철도고속화 시대의 도래와 수안보 활성화 방안. 발표자료

□ 유희공간 분포도⁹⁾

수안보온천관광지구의 경우 다른 지역에 비해 공간의 유희화로 인한 황폐화가 심각한 상황이다. 중심상권 내 56개의 건축물 중 29개(51.8%)건물에 유희공간이 분포되어 있는 것으로 나타는데, 유희공간이 1층에 분포된 건물이 1개(2.0%), 2층에 분포된 건물이 14개(25.0%), 3층 이상에 분포되어 있는 건물이 24개(42.9%)로 나타나 2층 이상의 층에서 심각한 공동화가 일어남을 알 수 있었다. 대상지 내 7개(12.5%) 숙박시설 중 2개의 숙박시설의 운영이 중지되어 사용하지 않는 유희공간으로 나타나 관광산업의 침체로 인한 지역공동화를 시사하였다.

특히 수안보 온천관광지구의 체류형 관광으로 인해 콘도, 리조트, 관광호텔이 폐업하며 대규모 유희시설이 다수 발생하였는데, 대규모 유희시설의 경우 빈집, 빈 점포 등 소규모 유희시설과는 달리 수요가 없는 상태에서 재활용 용도가 한정되어 장기적으로 방치되는 경우가 많았다. 대규모 유희시설은 도시쇠퇴를 가속화시키는 등 도시환경에 악영향을 미치므로 시급한 대응방안 마련이 필요하다고 볼 수 있다.

부도 4-34 | 대상지 내 유희공간 분포도



자료: 원광희.2019. 철도고속화 시대의 도래와 수안보 활성화 방안. 발표자료

9) 원광희.2019. 철도고속화 시대의 도래와 수안보 활성화 방안. 발표자료(11p)

□ 관련사업 추진 현황

수안보 온천관광지구에는 레저스포츠 시설의 확충과 정체성 강화를 위한 정비사업이 주로 추진되고 있었으며, 상업서비스시설 중심의 수안보 온천관광지구 주요 기능과 연계할 경우 매우 큰 시너지 효과를 발휘할 것으로 판단된다.

부표 4-14 | 수안보 온천관광지구 관련 사업추진 현황

	구분	사업기간	사업비
기시행	새재 자전거길 조성	-	46.2억
	조산공원 휴탐방로 조성	'17년~'18년	12억
시행중	중부내륙선 철도건설	~'21년	-
	석문동천 고향의 강 사업	'14년~'19년	139억
	수안보 파크로드	~'16년	0.4억
	수안보 다목적 체육관	'18~'19년	55억
시행예정	중부권 통합의학센터	'18년~'20년	268억

자료: 원광희. 2019. 철도고속화 시대의 도래와 수안보 활성화 방안. 발표자료

□ 주요기능 분포

부도 4-35 | 수안보 온천관광지구 주요기능 분포도



자료: 원광희. 2019. 철도고속화 시대의 도래와 수안보 활성화 방안. 발표자료

4) 동래온천관광지구

□ 동래 온천관광지구의 분석 범위

동래 온천관광지구는 부산광역시 동래구 온천1동 일원의 온천지구 내 상권으로 설정하였다. 주거지역과 일반상업지역 내에 위치하고 있으며, 부산1호선(온천장역)을 통한 지역내 접근성이 용이하나 직접적인 광역교통시설 부재로 인해 광역접근성이 낮은 실정이다.

부도 4-36 | 동래 온천관광지구의 분석 범위



자료: 저자 작성

□ 주요 관광자원 현황

주요 자원을 살펴보면, 도시관광과 관련된 시설과 온천, 휴양시설 등이 입지해있음을 볼 수 있다.

부표 4-15 | 동래 온천관광지구 관광자원 현황

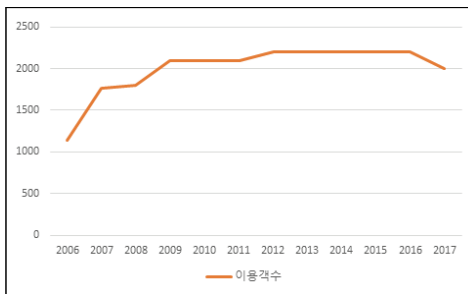
구분	내용		개소 수
자연관광자원	산악자원(1), 온천자원(1)		2
시설 관광자원	관광업체	관광숙박업(1)	1
	관광시설	공공편의시설(6), 관광안내시설(2), 숙박시설(58), 휴양·오락시설(2), 집객시설(1)	69

자료: 동래구청 홈페이지. 발췌 후 가공. [2019.06.30. 접속].

□ 이용객 및 유동인구 현황

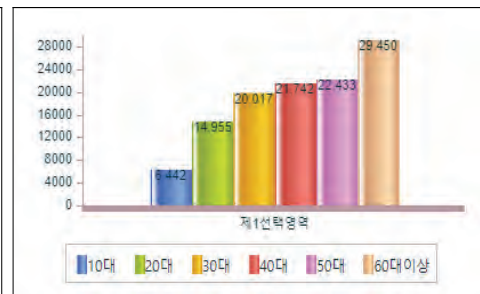
동래온천지구의 이용객은 2006년부터 꾸준히 증가하였으나 2016년 소폭 하락한 것을 볼 수 있다. 유동인구는 노년층의 비중이 매우 높으며 이러한 영향으로 오전시간대 유동인구가 가장 높게 나타났다.

부도 4-37 | 동래 온천지구 이용객 추이



자료: (좌) 2018, 2018 전국 온천현황, 행정안전부, 발췌 후 가공
(우) 소상공인시장진흥공단 상권정보시스템. [2019.06.30. 접속].

부도 4-38 | 연령별 유동인구



동래 온천관광지구는 부산시민들의 휴식공간으로 이용객들은 온천을 목적으로 방문하는 방문객보다 지역주민들이 주로 이용하고 있었다.

부표 4-16 | 동래 온천관광지구 이용개 수 변화

(단위: 천 명)

연도	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
이용객수	1,140	1,761	1,800	2,100	2,100	2,100	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,000

자료: 2018, 2018 전국 온천현황, 행정안전부.

월별 유동인구를 살펴보면 여름철 유동인구가 매우 감소하며 겨울철에는 증가하다가 1월 급감하였다.

부표 4-17 | 동래 온천관광지구 유동인구 현황

(단위: 천 명)

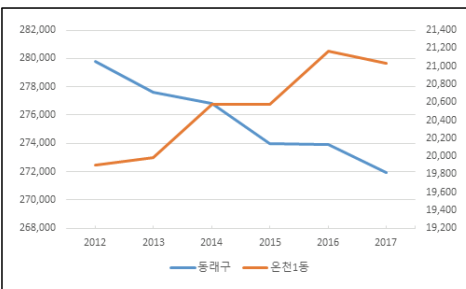
최근1년	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월
유동인구	150.7	146.1	131.0	135.8	135.2	138.8	148.2	109.4	114.2	103.0	88.8	115.0
증감률	12.90	-3.02	-10.37	3.67	-0.43	2.68	6.75	-26.1	4.35	-9.8	-13.8	29.6

자료: 소상공인시장진흥공단 상권정보시스템. [2019.06.30. 접속].

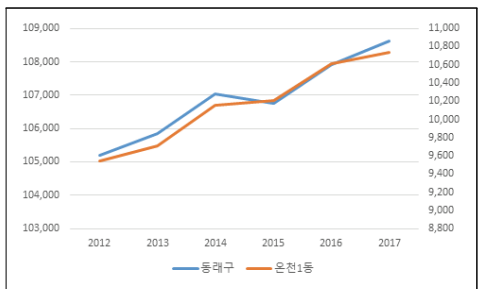
□ 인문사회 현황

동래구의 인구는 지속적으로 감소하고 있으나 온천1동의 인구는 꾸준히 증가하다가 2016년 소폭 하락한 것을 볼 수 있다. 동래구와 온천 1동의 세대수는 증가하고 있으며, 증가 추이가 비슷하게 나타났다. 인구와 세대수 추이로 볼 때, 동래구의 가족구성 이 축소되고 있으나 온천1동은 큰 변화가 없는 것으로 판단된다.

부도 4-39 | 동래구·온천1동 인구 추이



부도 4-40 | 동래구·온천1동 세대수 추이

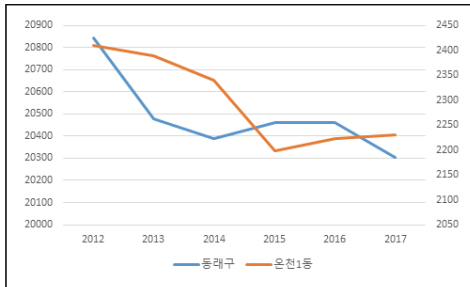


자료: 국가통계포털 기관별 통계(시군구 인구통계), 발체 후 가공. [2019.05.29. 접속].

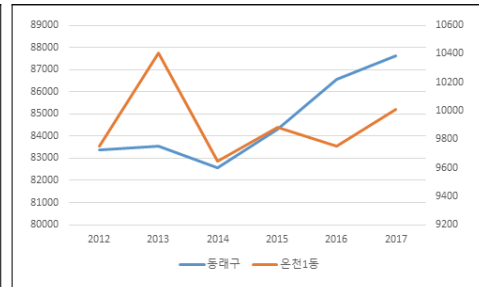
□ 산업경제 현황

산업·경제적 측면을 살펴보면 동래구와 온천1동의 사업체는 대폭 감소와 소폭상승을 이루고 있으나 전반적으로 쇠퇴하는 경향을 볼 수 있다. 동래구의 종사자수는 최근 3년간 꾸준히 증가하고 있으나 온천1동은 2013년 대폭 감소한 후 회복세로 돌아섰다.

부도 4-41 | 동래구·온천1동 사업체수 추이



부도 4-42 | 동래구·온천1동 종사자수 추이

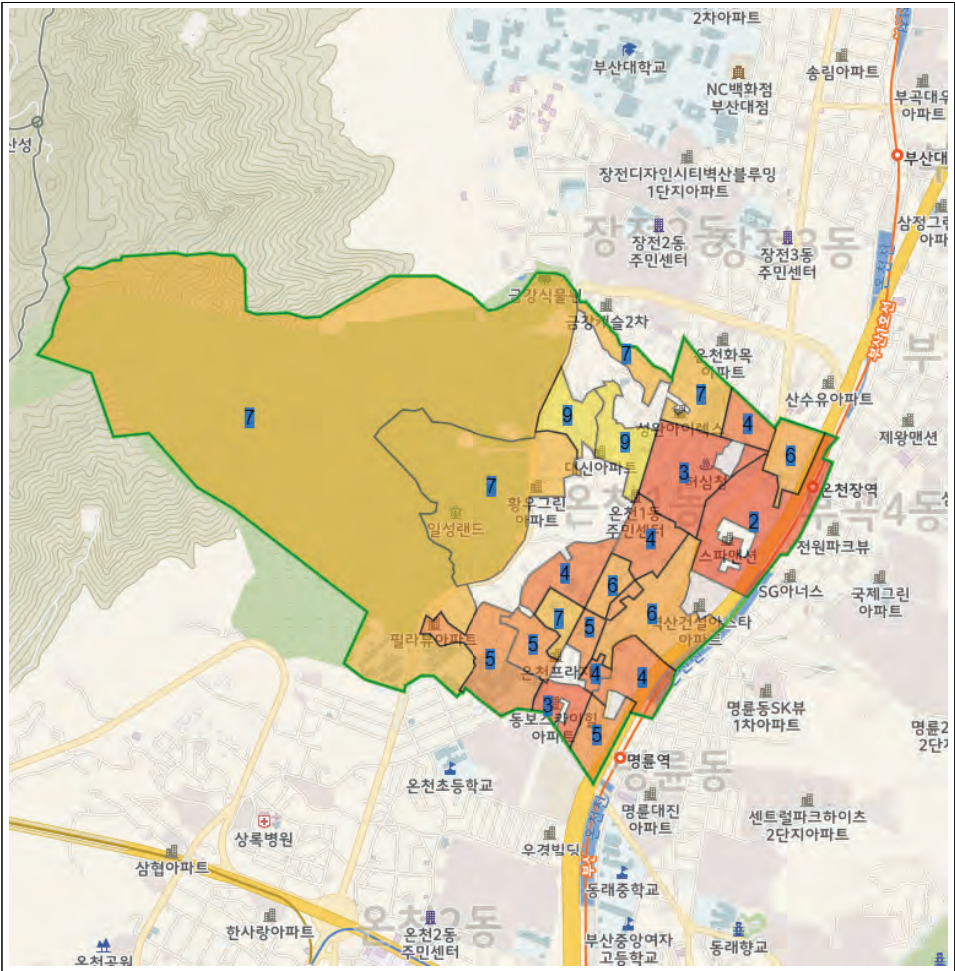


자료: 국가통계포털 기관별 통계(시군구 사업체통계), 발췌 후 가공. [2019.05.29. 접속].

□ 물리환경 현황

동래 온천지구는 주변이 주거지로 둘러싸인 사업지역 내에 위치하고 있으며, 주거지역은 대부분 양호한 물리적 쇠퇴도를 유지하고 있다. 상업지역은 2~7의 쇠퇴도가 복합적으로 보이며, 물리적 쇠퇴도의 양극화가 이루어지고 있다고 판단된다.

부도 4-43 | 동래구·온천1동 노후건축물 비율



자료: 도시재생종합정보체계 정보분석서비스(지표분석). [2019.06.30. 접속]

기본 19-31

도시내 온천관광지구 활력증진을 통한 경쟁력 제고 방안 연구

연구진 이승욱, 김태환, 조판기, 김중은, 안소현, 정연준, 윤준도, 임영식, Timothy Lee

발행인 강현수

발행처 국토연구원

출판등록 제2019-7호

인쇄 2019년 12월 28일

발행 2019년 12월 31일

주소 세종특별자치시 국책연구원로 5

전화 044-960-0114

팩스 044-211-4760

가격 9,000원

I S B N 979-11-5898-482-3

홈페이지 <http://www.krihs.re.kr>

© 2019, 국토연구원

이 연구보고서를 인용하실 때는 다음과 같은 사항을 기재해주십시오.

이승욱, 김태환, 조판기, 김중은, 안소현, 정연준, 윤준도, 임영식, Timothy Lee. 2019. 도시내 온천관광지구 활력증진을 통한 경쟁력 제고 방안 연구. 세종: 국토연구원.

이 연구보고서의 내용은 국토연구원의 자체 연구물로서 정부의 정책이나 견해와는 상관없습니다.

이 연구보고서는 한국출판인협회에서 제공한 KoPub 서체와 대한인쇄문화협회가 제공한 바른바탕체 등이 적용되어 있습니다.

도시내 온천관광지구 활력증진을 통한 경쟁력 제고 방안 연구

Enhancing Competitiveness and Vitalization
of Urban Hot Springs Tourism Districts



제1장 서론

제2장 온천관광지구의 잠재력과 도시경쟁력

제3장 도시내 온천관광지구 현황 분석

제4장 도시내 온천관광지구의 경쟁력 진단

제5장 해외 온천관광지구 활성화 사례

제6장 도시내 온천관광지구의 경쟁력 확보 방안

제7장 결론



KRIHS 국토연구원

(30147) 세종특별자치시 국책연구원로 5 (반곡동)

TEL (044) 960-0114 FAX (044) 211-4760

