



지역관광 성장의 발판 마련을 위한

제12차 관광산업포럼

Korea Tourism Industry FORUM 12th

일시 2019. 4. 30(화) 14:00

장소 호텔인터시티 5층 에메랄드홀

[주제 1] 2019 트렌드와 여가·관광

[주제 2] 소비자 조사 분석을 통한 대전 관광 활성화 방향 탐색



03149 서울시 종로구 인사동5길 14 한국관광협회중앙회빌딩 3층
T. 02-757-7485 F. 02-757-7489



주최 문화체육관광부 주관 한국관광협회중앙회

후원 대전광역시 대전광역시관광협회 GKL사회공헌재단

지역관광 성장의 발판 마련을 위한

제12차 관광산업포럼

Korea Tourism Industry FORUM 12th

일시 2019. 4. 30(화) 14:00

장소 호텔인터시티 5층 에메랄드홀

[주제 1] 2019 트렌드와 여가·관광

[주제 2] 소비자 조사 분석을 통한 대전 관광 활성화 방향 탐색



목 차

제12차 관광산업포럼 개요 및 계획안	2
제1주제 : 2019 트렌드와 여가·관광	5
- 발 제 : (주)마컴프렌즈 대표 '김태호'	
• (주)마컴프렌즈 대표	
제2주제 : 소비자 조사 분석을 통한 대전 관광 활성화 방향 탐색	17
- 발 제 : 국내관광 소비트렌드 전문가 '김민화'	
• (주)컨슈머인사이트 책임연구원(여행기획조사 담당)	
- 세종대학교 호텔관광경영학 박사	
관광산업포럼 구성원	31

제12차 관광산업포럼 개요 및 계획안

▶ 목 적

- 관광산업포럼의 정기적 개최를 통해 정부와 지자체, 업계와 학계가 함께 관광 현안에 대해 공유하고, 서로 소통할 수 있는 창구 마련
- 지역관광 역량 향상 및 관광 현안문제에 대한 신선한 시각과 다양한 논의를 통해 내실화를 기하고, 궁극적으로 국내관광 활성화 유도

▶ 현 황

- 관광산업포럼은 한국관광협회중앙회 윤영호 회장과 한양대학교 이훈 교수를 업계·학계 공동 위원장으로 학계, 관광두레, 연구원, 기업, 언론 등 관광분야 전문가 31인으로 구성됨.
- 동 포럼은 정부와 지자체 및 유관기관이 함께 참여하여 국내관광과 관련한 공통 주제와 지역 특화 주제를 설정하여 공론화하는 자리로써, 매회 지역을 선정하여 순회해 개최함.
 - ※ 제 1 차 포럼 ('16. 10. 26, 경주)
 - ※ 제 2 차 포럼 ('17. 01. 20, 서울)
 - ※ 제 3 차 포럼 ('17. 02. 14, 평창)
 - ※ 제 4 차 포럼 ('17. 05. 26, 전주)
 - ※ 제 5 차 포럼 ('17. 07. 11, 울산)
 - ※ 제 6 차 포럼 ('17. 12. 07, 단양)
 - ※ 제 7 차 포럼 ('18. 02. 07, 장흥)
 - ※ 제 8 차 포럼 ('18. 08. 28, 군산)
 - ※ 제 9 차 포럼 ('18. 10. 23, 광주)
 - ※ 종합 포럼 ('19. 01. 16, 서울)
 - ※ 제11차 포럼 ('19. 04. 10, 창원)

▶ 개최지역 선정 취지

- '2019~2021 대전방문의 해'를 맞이하여 '제12차 관광산업포럼'을 대전광역시에서 개최하여 지역 관광 활성화에 기여하고자 함

▶ 포럼 개요

- 일 시 : 2019. 4. 30.(화) 14:00
- 장 소 : 호텔인터시티 5층 에메랄드룸(대전광역시)
- 주 최 : 문화체육관광부
- 주 관 : 한국관광협회중앙회
- 후 원 : 대전광역시, 대전광역시관광협회, GKL사회공헌재단
- 사 회 : 강시는 한국관광협회중앙회 기획협력국 과장
- 좌 장 : 장인식 우송정보대학 교수
- 참 석 자 : 80여명 내외
- 포함사항 : 지역명소 답사

▶ 세부 추진계획

- 일 시 : 2019. 4. 30.(화) 14:00
- 장 소 : 호텔인터시티 5층 에메랄드룸(대전광역시)
- 내 용 : 관광동향 등 공통 주제 및 지역별 특화된 관광 관련 주제 선정하여 지자체에 실질적인 도움이 될 수 있도록 추진

제1주제 : 2019 트렌드와 여가·관광

- 발 제 : (주)마컴프렌즈 대표 '김태호'

제2주제 : 소비자 조사 분석을 통한 대전 관광 활성화 방향 탐색

- 발 제 : 국내관광 소비트렌드 전문가 '김민화'

종합토론 : - 좌 장 : 장인식 우송정보대학 교수

- 토 론 : 김용두 대전광역시 관광마케팅과장
정강환 배재대학교 교수
김강열 한국관광통역안내사협회 사무국장
박재희 대흥여행사 본부장
김성욱 (주)여행노트앤투어 대표
김형우 스포츠조선 부국장
한경표 시니어꿈꾸는여행자과정 수료자

▶ 일정안내

시 간	주요 내용	비 고
14:00-14:03	03' 개회선언 및 국민의례	사회: 중앙회
14:03-14:10	07' 참석자 소개 및 인사말씀	개회사, 축사, 환영사
14:10-14:30	20' '2019~2021 대전방문의 해' 성공 추진을 위한 대전광역시-한국관광협회중앙회 업무협력 체결	
14:30-14:50	20' [1세션] 2019 트렌드와 여가·관광	(주)마컴프렌즈 대표 김태호
14:50-15:10	20' [2세션] 소비자 조사 분석을 통한 대전 관광 활성화 방향 탐색	관광소비 전문가 '김민화'
15:10-15:30	20' 커피브레이크	
15:30-16:40	70' 종합토론	
16:40	마무리	

2019 트렌드와 여가·관광

김태호 (주)마컴프렌즈 대표

2019 트렌드와 여가·관광

2019/4/30
㈜마컴프렌즈 대표 김태호

2016년 1월 클라우스 슈밥 회장
다보스포럼에서 4차 산업 혁명 선언



3D 프린터 / 사물인터넷(IOT) / 인공지능(AI) / 빅데이터 / AR, VR / 스마트 팩토리 / 자율 주행차 / 커넥티드 카

[참조:픽사베이]

Klaus Schwab
세계경제포럼회장

“4차산업혁명이 이전과 다른 것은
소비자가 혁명의 이행과정에서 운전석에 직접 앉아있다는 것이다.

좀 더 다루기 쉽고, 저렴하고, 간단하고,
개인 맞춤형이면서, 서비스 정신으로 무장한
쇼핑의 체험을 해보고 싶지 않은 소비자가 어디 있을까?”
[바이너트 용건(Wijand Jongen), 네덜란드 미래학자 “온라인쇼핑의 종말” 저자]

1,2차 산업혁명이 수요가 넘치는데 어떻게 하면 그 수요를 충족시킬 수 있을까라는 공급자(생산자) 중심의 혁명이었다면
3차 산업혁명은 공급과 수요가 균형을 맞추면서 경쟁관계에 의한 마케팅 활동이 활발하게 전개된 시기였고,
4차 산업혁명은 소비자가 공급에도 직접적인 영향력을 행사하면서 소비자인 동시에 생산자로 변모하는 혁명

3만\$ 시대의 사회 구성원들은
‘가족’, ‘삶의 질’, ‘자기 만족’에 큰 가치를 부여합니다
그리고 부여된 가치는 사람들의 **트렌드**로 나타납니다

3만\$ 사회 구성원들이 추구하는 가치

2018년 1인당 국민총소득(GNI) 31,349\$

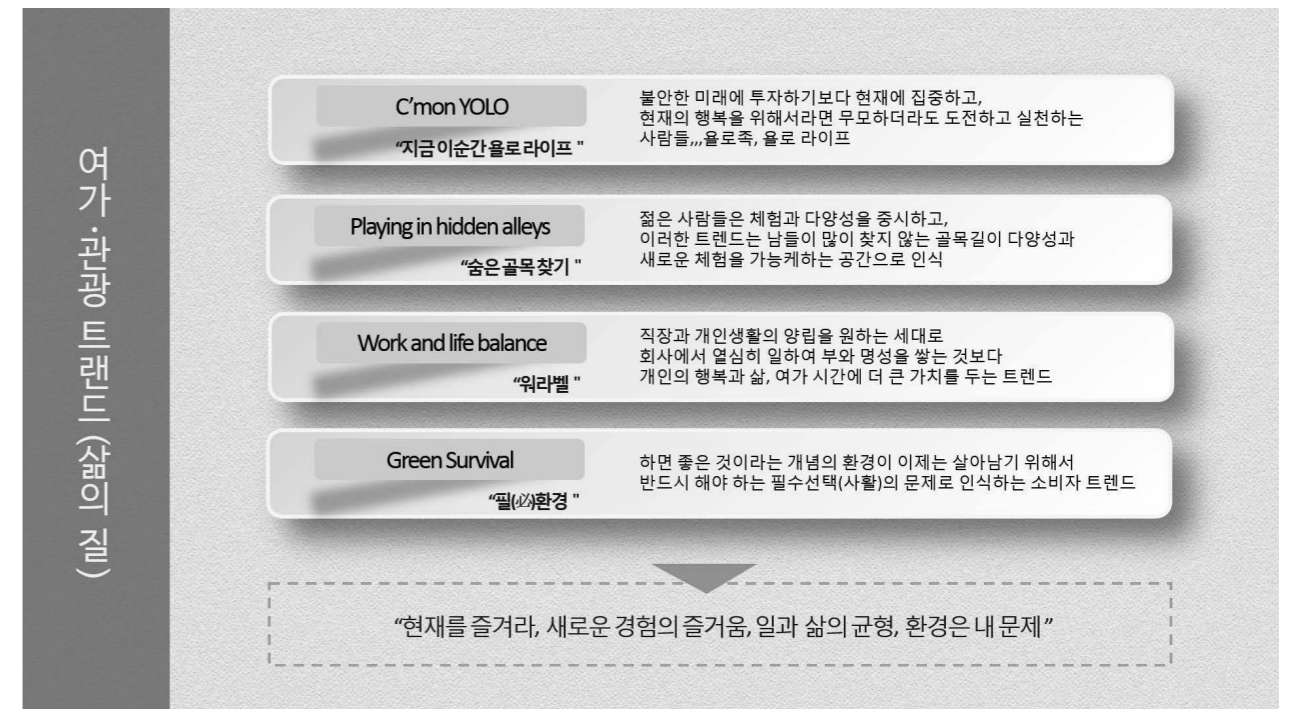
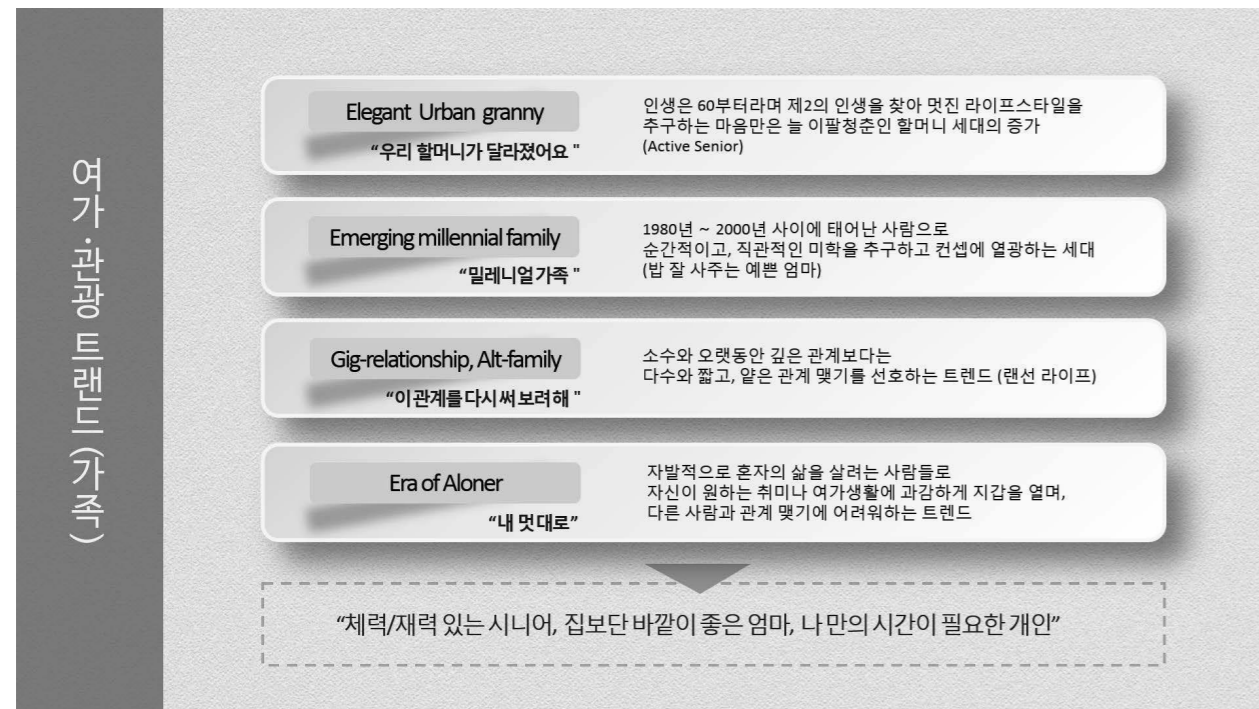
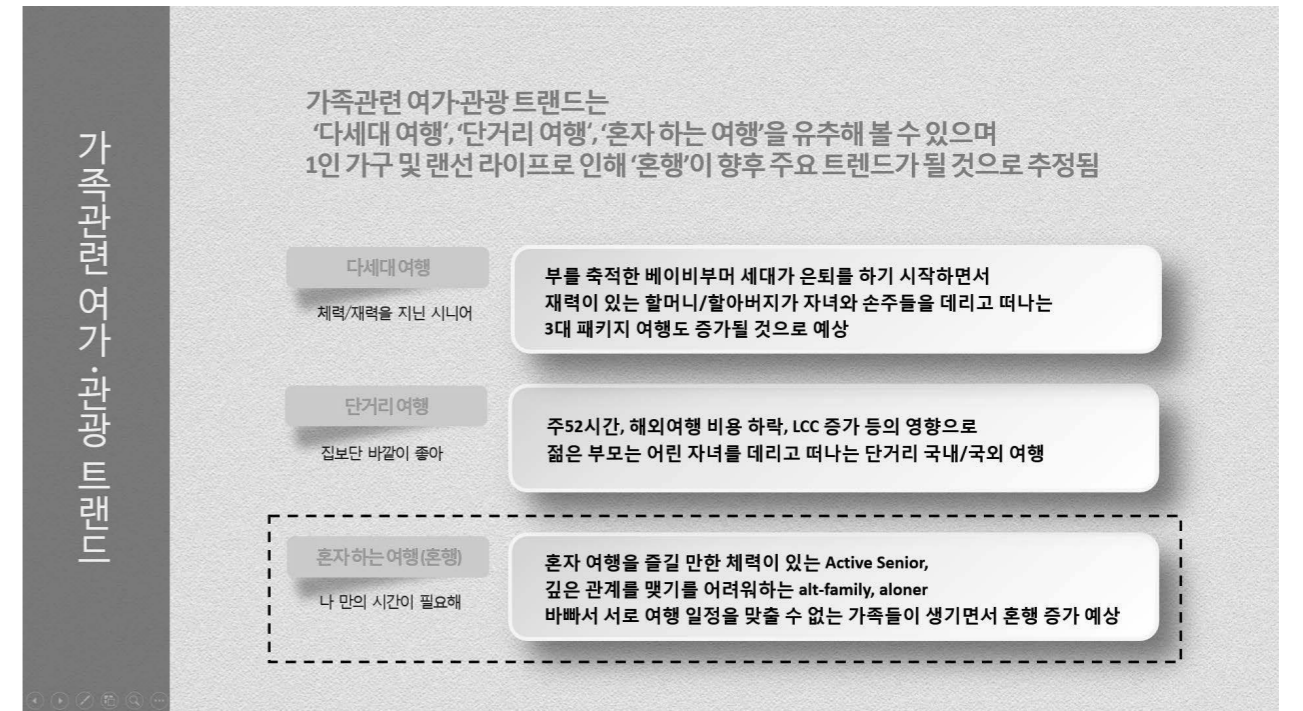
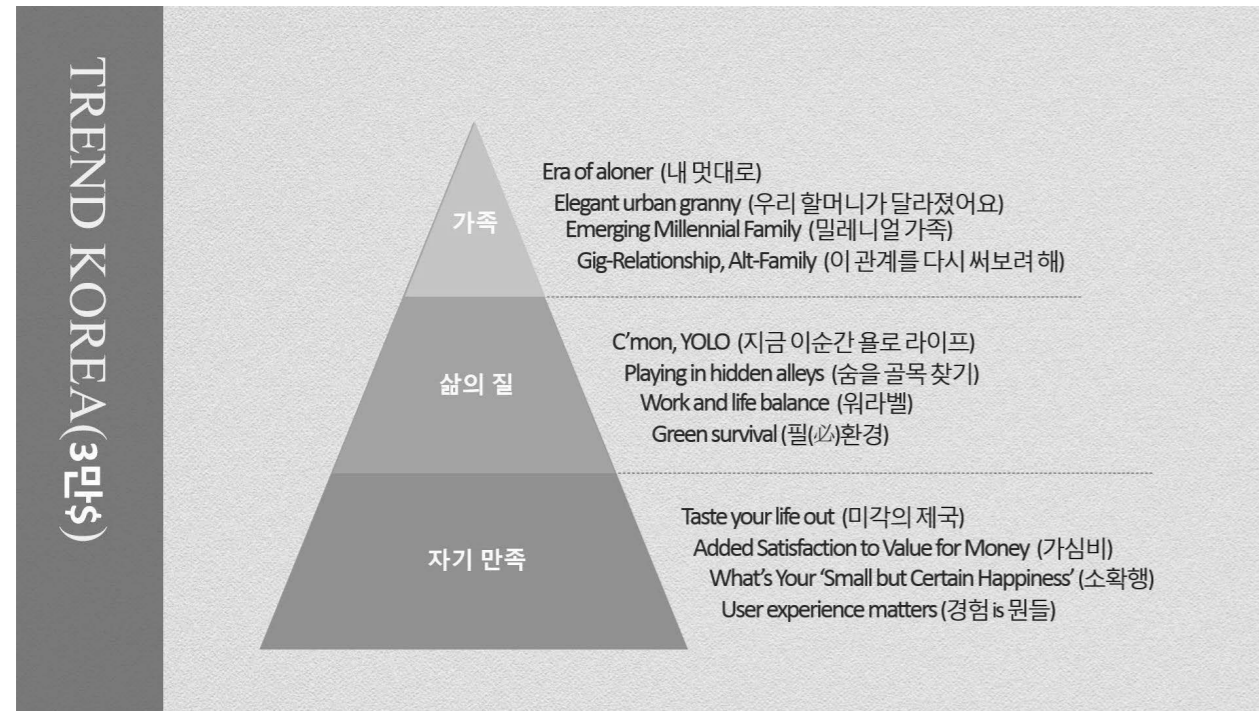
한국은행이 3월 5일 발표한 ‘지난해 4분기 및 연간 국민소득(잠정)’에 따르면 지난해 1인당 GNI는 3만1,349달러로 전년 2만9,745달러보다 5.4% 올랐다. 이에 따라 1인당 GNI는 2006년 2만달러를 처음 돌파하고 12년 만에 3만달러 고지를 넘어섰다. (출처: 연합뉴스 2019/3/5)

■ GNI(Gross National Income) : 국민총소득(GNI)은 한나라의 국민이 국내외 생산 활동에 참가하거나 생산에 필요한 자산을 제공한 대가로 받은 소득의 합계로서 이 지표에는 자국민(거주자)이 국외로부터 받은 소득(국외취득요소소득)은 포함되는 반면 국내총생산 중에서 외국인(비거주자)에게 지급한 소득(국외지급요소소득)은 제외된다. [내이버 지식백과]

TREND KOREA

4차 산업혁명과 3만\$ 시대를 맞은
소비자의 인식, 행태를 트렌드 코리아 자료(2015~2019)를 활용하여
가족, 삶의 질, 자기 만족 3개의 영역으로 분류 후 2019 여가·관광 산업의 트렌드에 적용

[김난도교수, 서울대학교 소비트렌드분석센터 센터장]



삶의 질 관련 여가관광 트렌드

삶의 질 관련 여가관광 트렌드는 '힐링 여행', '숨겨진 장소로의 여행', '여행의 일상화', '환경 여행'을 유추해 볼 수 있으며 나만의 공간을 찾아 힐링을 즐기려는 욕구로 인해 '힐링 여행', '숨겨진 장소로의 여행' 향후 주요 트렌드가 될 것으로 추정됨

힐링 여행
현재를 즐겨라

올로, 워라벨은 일상에서 쌓인 스트레스를 풀고자 하는 내면의 욕구 트렌드. 따라서, 힐링 여행을 통해 정신적, 육체적 피로를 회복하려는 사람들이 증가할 것으로 예상

숨겨진 장소로의 여행
새로운 경험의 즐거움

SNS에 모든 것을 공유하는 세대들에게 다 알려진 장소는 매력이 떨어짐. 누구나 찾는 그런 매력 없고 복잡한 곳을 벗어나 찾는 사람은 적지만 충분히 자신이 만족할 수 있는 나만의 숨겨진 장소를 찾는 여행 증가 예상

여행의 일상화
일과 삶의 균형

해외여행 자유화 30년, 해외여행 경험이 많은 젊은 세대는 특별한 여행 계획을 사전에 세우지 않아도 시간과 상황만 허락하면, 떠나는 해외여행의 일상화 시대 도래

환경 여행
환경은 내 문제

친환경을 지나 필(必)환경 시대에 들어서면서 여행소비자들은 환경에 피해를 최소화 할 수 있는 여행을 선택하는 트렌드가 선진 외국을 중심으로 나타나고 있어 향후 우리나라도 하나의 트렌드로 나타날 것으로 예상

자기 만족 관련 여가 관광 트렌드

자기 만족 관련 여가관광 트렌드는 '컨셉 여행', '미각 여행', '사회적 이슈 체험 여행'을 유추해 볼 수 있으며 3만\$을 넘기면서 다양한 이슈에 관심을 가지게 되면서 '사회 이슈 체험 여행'도 하나의 여행 트렌드로 자리를 차지할 것으로 판단됨

컨셉 여행
마음을 끄는 컨셉/소확행

구구절절 설명하는 기승전결의 이야기 구조보다 한눈에 알아볼 수 있는 콘텐츠에 열광하고 자신만의 개성적인 컨셉을 연출할 수 있는 여행 (산격동 사진관, 엄마뿔발건, 스타쉐프와 투어 등)

미각 여행
미각의 제국/소확행

국내외를 막론하고 맛집을 찾는 사람들이 증가하면서 맛 집 찾기가 하나의 커다란 여행 트렌드를 이끌 것으로 보임 (푸드 셰프파)

사회 이슈 체험 여행
경험 is 원들

여행을 자주하면서 새로운 것을 보고, 맛집을 탐방하는 것 이상의 무엇인가를 얻을 수 있는 여행을 생각하는 시대 진입 (ex : GCC - 체험 여행으로 삶을 변화시키고자 하는 목표, 700만 회원)

여가 관광 트렌드 (자기 만족)

Added satisfaction to value for money
"가심비"

제품의 '성능' 대비 가격이라는 가성비가 아니라, 가격 대비 '마음'의 만족을 추구하는 경향을 일컫는 용어

What's your small but certain happiness
"소확행"

작지만 확실한 행복 - 특별하지 않더라도 당신의 매일매일은 충분히 소중하고, 특별함에서 평범함으로, 행복의 강도보다 행복의 빈도를 중시하는 트렌드

Taste your life out
"미각의 제국"

쿠팡, 먹방이 각종 매체의 주 콘텐츠로 등장하고, 음식을 먹는 것이 존재의 이유가 되는 미각 탐색 트렌드

User experience matters
"경험 is 원들"

제품이나 서비스만으로 고객을 잡아 두기는 어렵다. 고객은 오감을 경험할 수 있는 제품, 서비스에 지갑을 연다

"마음을 끄는 컨셉, 새로운 경험 갈증, 미각은 존재의 이유"

2019 글로벌 여가 관광 트렌드

Booking.com (2018/10/18)

The Appren-trip	배움 여행 - 자원 봉사, 해외 직무 여행 등
Easy does it	ICT기술 발달로 편의성(편하게, 쉽게, 빠르게) 더 부각
Watch this space - uncharted territories	미지 탐험 열망 - 우주여행, 해저숙소 등
Up close and personal	개인의 취향을 고려한 개인 밀착형 여행 콘텐츠 니즈
Conscious travel	의식/윤리적 여행 - 여행지의 인권, 평등, 노동을 고려한 여행지 선택
Plastic not-so fantastic	여행지에서 환경에 미치는 행위를 최소화 하려는 태도
The experience curator	특별한 체험 여행 - 경기 관람, 동심으로 돌아갈 수 있는 여행
Maximizing the micro	단기여행이 증가하면서 개성이 넘치는 여행 욕구 증가

2019 글로벌 여가관광 트렌드

lonely planet (2018/10/22)

5대 트렌드

- Dark Skies**
별, 오로라, 천문현상 관측 여행
- Augmented Attractions**
증강현실을 이용한 관광명소 체험
- Road Trips Go Electric**
탄소배출량 고려 여행자로 인해 이동은 전기차 렌탈
- My DNA and Me**
유전자 해독 기술 발달로 뿌리 탐험 여행
- Getting Off the Touristed Path**
덜 알려진 곳을 찾고, 명소는 비수기에 방문

Top 10 countries to visit in 2019

- Sri Lanka
- Germany
- Zimbabwe
- Panama
- Kyrgyzstan
- Jordan
- Indonesia
- Belarus
- São Tomé and Príncipe (상투메프린시페)
- Belize

2019 여가·관광 키워드

소비자 중심 시대

4차 산업혁명을 맞이한 CONSUMERTOPIA 시대의 여가관광 소비자는
쉽고, 빠르고, 편하게 관광 상품을 찾고, 없으면 스스로 기획하는 단계 진입
관광소비자를 이해하는 것 관광산업 발전의 **A to Z**

CONSUMER

세분화된 니즈

ICT 기술의 발달로 여행공급자와의 정보 격차를 줄인 여가관광 소비자는
남과는 다른 나만의 여가를 보내고, 특별한 관광상품을 찾고 즐기려는 경향
따라서, PKG 상품/FIT 상품의 세분화를 통해 소비자의 다변화된 니즈에 대응

VARITY

여행의 가치 추구

소득이 증가하면서 여가관광을 통해 소비자는
육체적, 정신적 스트레스를 풀거나, 보는 것, 먹는 것에만 머물렀던 시대에서
의미 있는 여가관광 활동을 하거나 체험을 통해 의미 있는 결과를 얻으려는 시대로 여행의 가치가 확장

VALUE

글로벌 동조 현상

글로벌 트렌드 사례와 한국의 사례에서 보듯 여가관광 소비자는
다세대 여행 및 FIT 여행 증가, 여행을 통한 다양한 체험, 덜 알려진 곳 방문, ICT 발달로 인한 새로운 관광 니즈 등
국가는 다르지만 관광의 행태에 있어서는 글로벌 동조 현상

CONFORMITY

2019 글로벌 여가관광 트렌드

TRAVEL PR (2018/12/10)

Travellers will seek arts over adventure	문화, 예술, 역사, 도보여행, 야생에서의 휴가 등
Rise in anxiety prompts focus on alternative spa therapies	스파 테라피 여행(스트레스 해소)
Revisiting family holidays from decades ago/Multigenerational travel	가족 단위/다세대 여행
Solo travel numbers continue to soar	혼행 증가(스페인>인도>미국)
Wildlife enthusiasts taking to the water to escape the crowds	수상생태지역 여행(ex:야생동물 크루즈)
Honeymooners are getting adventurous	모험 신혼여행(화산 트래킹, 맹그로브 지역 카약)
Discerning travellers venture far from the madding crowd	덜 알려진 지역으로의 여행
Upsurge in immersive foodie holidays	음식 투어 급증(먹는 것만 아니라 만들기도 체험)
A less formal style in the delivery of hospitality	격식을 줄인 환대(포멀하지 않은 자연스러운 환대)

감 사 합 니 다

발표 내용 및 기타 문의

연락처 : 010-2224-6221
이메일 : ktaeho0802@naver.com

소비자 조사 분석을 통한 대전 관광 활성화 방향 탐색

김민화 국내관광 소비트렌드 전문가

여행 행태 및 계획조사 홈페이지
http://consumerinsight.co.kr/travel
-매주 조사 결과 업데이트중-

소비자 조사 분석을 통한 대전관광 활성화 방향 탐색

컨슈머인사이트 - 김민화 연구위원
19. 04. 30



Copyright © 2018 Consumer Insight All Rights Reserved

☑ 컨슈머인사이트 소개

컨슈머인사이트는 국내 유일의 여행전문 리서치 회사로
2015년 8월 이후 매주 '여행 행태 및 계획 조사'를 자체적으로 운영 중임

여행 기획조사 구성

- 주례 여행 행태 및 계획조사**
: 여행 소비자 Trend 파악
- 국내 여행지 평가/추천 조사**
: 여행자와 현지인의 국내 여행지 추천
- 여름휴가 여행 만족도 조사**
: 여행지-여행사 경쟁력 평가

조사의 목적

- 여행/관광 부문 관련 기관에...**
- 현 트렌드에 맞는 신속한 정보 제공**
- 소비자 중심의 의사결정을 할 수 있는 Insight 제공**
- 한국 여행산업의 성장에 기여**



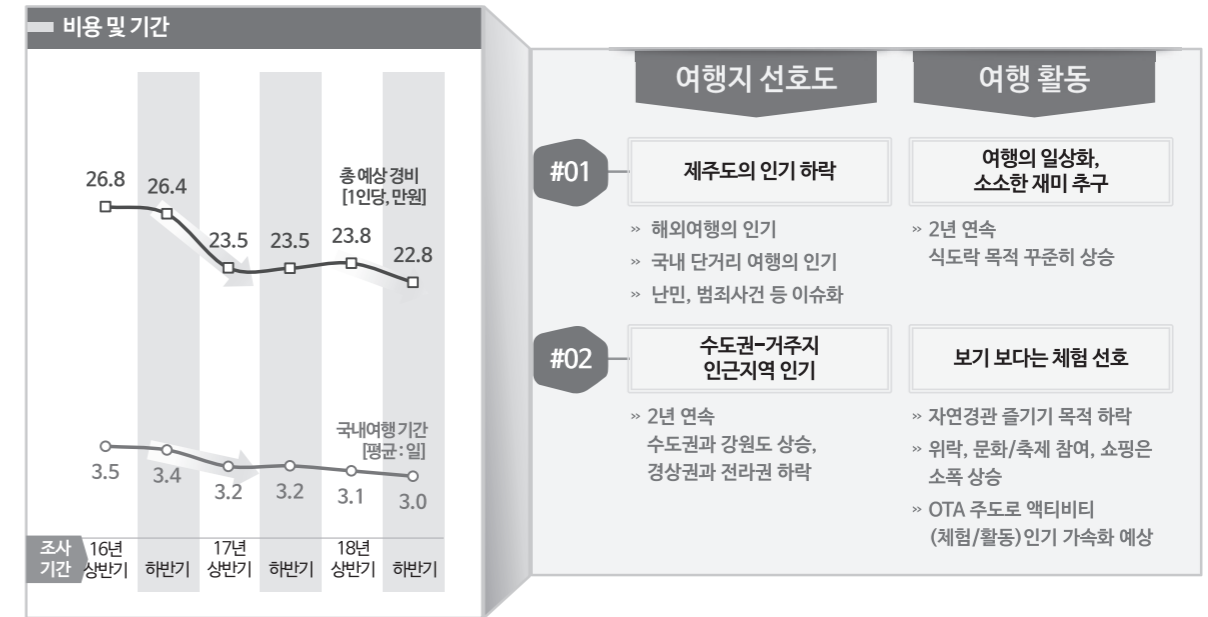
Contents

- I. 국내관광 동향 (1박 이상 숙박여행)
- II. 대전 관광객 분석
- III. 대전 관광 경쟁력 분석
- IV. 대전 관광 활성화 방안

2. 여행 행태 변화

I. 국내관광 동향

'17년 급증했던 연휴로 국내여행은 여행비용 및 기간이 감소하였으며, 여행목적의 다양화 경향이 있음.



여행지 선호도

#01 제주도의 인기 하락

- » 해외여행의 인기
- » 국내 단거리 여행의 인기
- » 난민, 범죄사건 등 이슈화

여행 활동

여행의 일상화, 소소한 재미 추구

- » 2년 연속 식도락 목적 꾸준히 상승

#02 수도권-거주지 인근지역 인기

- » 2년 연속 수도권과 강원도 상승, 경상권과 전라권 하락

보기 보다는 체험 선호

- » 자연경관 즐기기 목적 하락
- » 위락, 문화/축제 참여, 쇼핑은 소폭 상승
- » OTA 주도로 액티비티 (체험/활동) 인기 가속화 예상

※ 출처: 컨슈머인사이트 주례 여행 행태 및 계획 조사

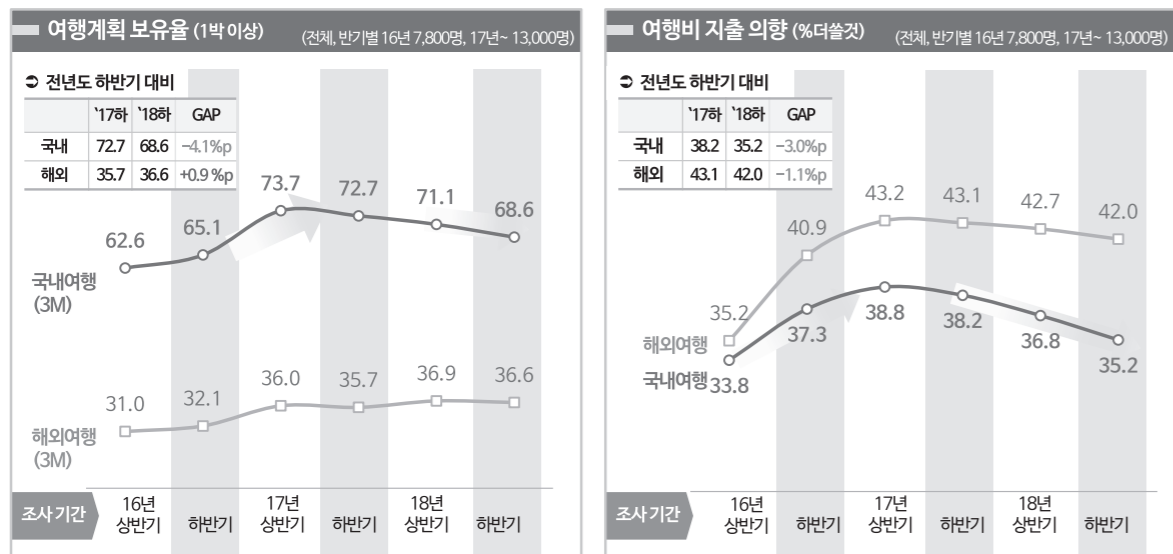
5

ConsumerInsight

1. 여행 지출 및 계획 추이

I. 국내관광 동향

여행계획 보유율 및 여행비 지출의향은 '17년 상반기 최고치를 기록한 후 하락세에 있으며, 해외 보다 국내의 하락폭이 큼



Q. 귀하께서는 향후 3개월 내 1박 이상의 일정으로 여행하실 계획이 있으십니까? 대략적인 시기나 목적지를 정하신 관광/휴양 목적의 여행을 기준으로 응답해 주십시오.

※ 출처: 컨슈머인사이트 주례 여행 행태 및 계획 조사

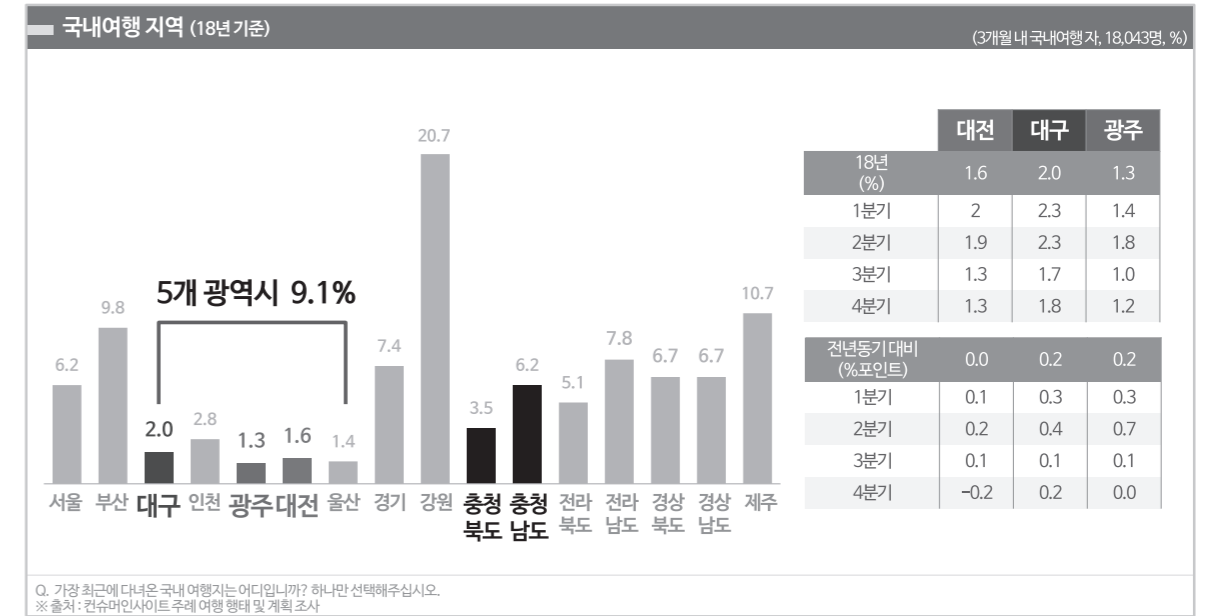
4

ConsumerInsight

3. 국내여행 지역

I. 국내관광 동향

'18년 1박 이상의 국내여행 지역 중 대전은 1.6%를 점유함. 서울과 부산을 제외한 5개 광역시는 1~2%대로 큰 차이가 없음.



Q. 가장 최근에 다녀온 국내 여행지는 어디입니까? 하지만 선택해 주십시오.

※ 출처: 컨슈머인사이트 주례 여행 행태 및 계획 조사

6

ConsumerInsight

Contents

- I. 국내관광 동향 (1박 이상 숙박여행)
- II. 대전 관광객 분석
- III. 대전 관광 경쟁력 분석
- IV. 대전 관광 활성화 방안

2. 대전 여행 특성 (1)

II. 대전 관광객 분석

대전은 충청도 내 젊은 층 유입이 많은 곳이나, 대구-광주대비 고연령층 방문객이 많음.
또한 겨울, 1박2일 짧은 여행을 하는 곳임.

여행자 특성 및 시기/기간 (3개월 내 국내여행자, 18,043명, %)

	전국	대전	충북	충남	
연령대	20대	17	25	14	13
	30대	22	19	19	21
	40대	25	19	21	28
	50대 이상	36	37	47	38
	시기	봄(3~5월)	24	21	25
	여름(6~8월)	26	21	27	29
	가을(9~11월)	25	24	27	25
	겨울(12~2월)	25	34	21	19
기간	1박 2일	50	59	61	60
	2박 3일	31	26	28	27
	3박 4일 이상	19	15	11	13
	[단위: 일]	1.92	1.85	1.57	1.71
	경비 평균 [단위: 만원]	21.1	15.6	14.6	15.4

	전국	대전	대구	광주	
연령대	20대	17	25	27	31
	30대	22	19	25	26
	40대	25	19	20	20
	50대 이상	36	37	28	23
	시기	봄(3~5월)	24	21	27
	여름(6~8월)	26	21	21	19
	가을(9~11월)	25	24	24	25
	겨울(12~2월)	25	34	29	28
기간	1박 2일	50	59	59	52
	2박 3일	31	26	24	29
	3박 4일 이상	19	15	17	19
	[단위: 일]	1.92	1.85	1.85	1.97
	경비 평균 [단위: 만원]	21.1	15.6	14.6	19.2

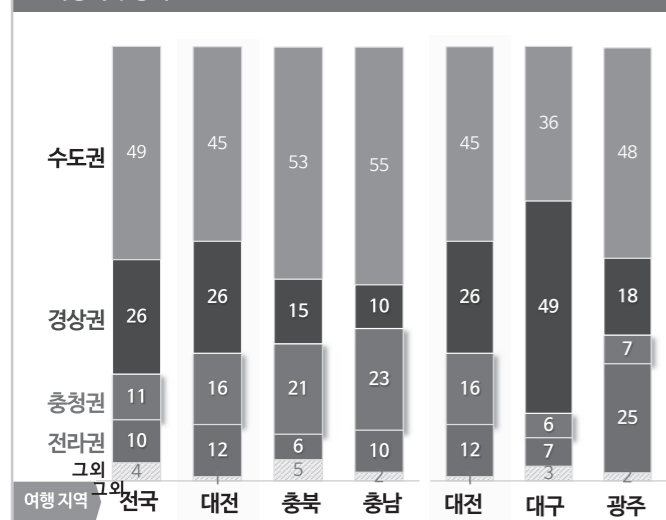
Q. 최근에 다녀온 'OOO'여행 시기를 달력을 보고 표시해 주시기 바랍니다.
Q. 'OOO' 여행을 위해 1인 기준으로 총 얼마를 지출하셨습니까? 숙박, 교통, 쇼핑, 식음료 등 모두 포함.
※ 출처: 컨슈머인사이트 주례 여행 행태 및 계획 조사

1. 대전 여행객 유입

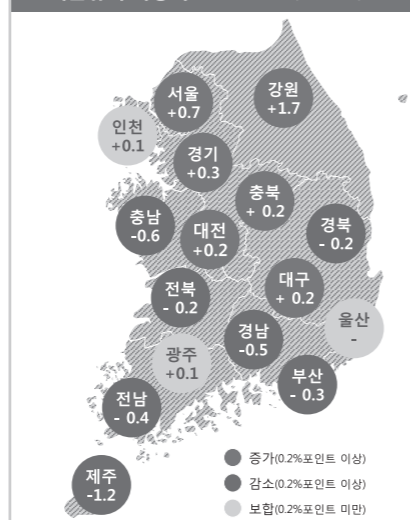
II. 대전 관광객 분석

대전은 수도권뿐 아니라 인접지역에서의 유입 비중도 적은 편임.
최근 근거리 여행선호로 수도권에서의 유입은 점차 줄어들 것으로 예상됨

여행객 구성비



여름휴가 여행지 전년 대비 증감(%포인트)



Q. 가장 최근에 다녀온 국내 여행지는 어디입니까? 하나만 선택해 주십시오.
Q. 현재 살고 계신 지역이 어디입니까?

※ 출처: 컨슈머인사이트 주례 여행 행태 및 계획 조사

주1) 사례수: '18년 18,055명, '17년 17,904명
Q. 귀하에서 여름휴가로 여행하신 지역은 어디입니까

2. 대전 여행 특성 (2)

II. 대전 관광객 분석

대전은 혼자하는 여행이 19%이며 가족/친구 집 숙박이 40%를 차지함.

동반자 및 교통/숙박 (3개월 내 국내여행자, 18,043명, %)

	전국	대전	충북	충남	
동반자	부모/자녀 등 가족	34	23	32	39
	배우자	29	28	31	30
	친구	23	23	23	21
	혼자서	8	19	8	5
	연인	7	7	7	6
교통편	승용차	68	66	83	90
	기차	10	18	4	4
	고속/관광버스	10	14	11	6
	항공/기타	13	2	2	1
숙박 유형	호텔/모텔	34	40	23	20
	펜션/민박	30	12	31	39
	가족/친구 집	18	40	24	18
	콘도/캠핑	14	5	18	19
	기타	4	4	4	4

	전국	대전	대구	광주	
동반자	부모/자녀 등 가족	34	23	26	23
	배우자	29	28	25	21
	친구	23	23	23	24
	혼자서	8	19	15	19
	연인	7	7	11	12
교통편	승용차	68	66	55	54
	기차	10	18	26	17
	고속/관광버스	10	14	16	25
	항공/기타	13	2	3	4
숙박 유형	호텔/모텔	34	40	53	43
	펜션/민박	30	12	10	15
	가족/친구 집	18	40	30	36
	콘도/캠핑	14	5	2	2
	기타	4	4	5	3

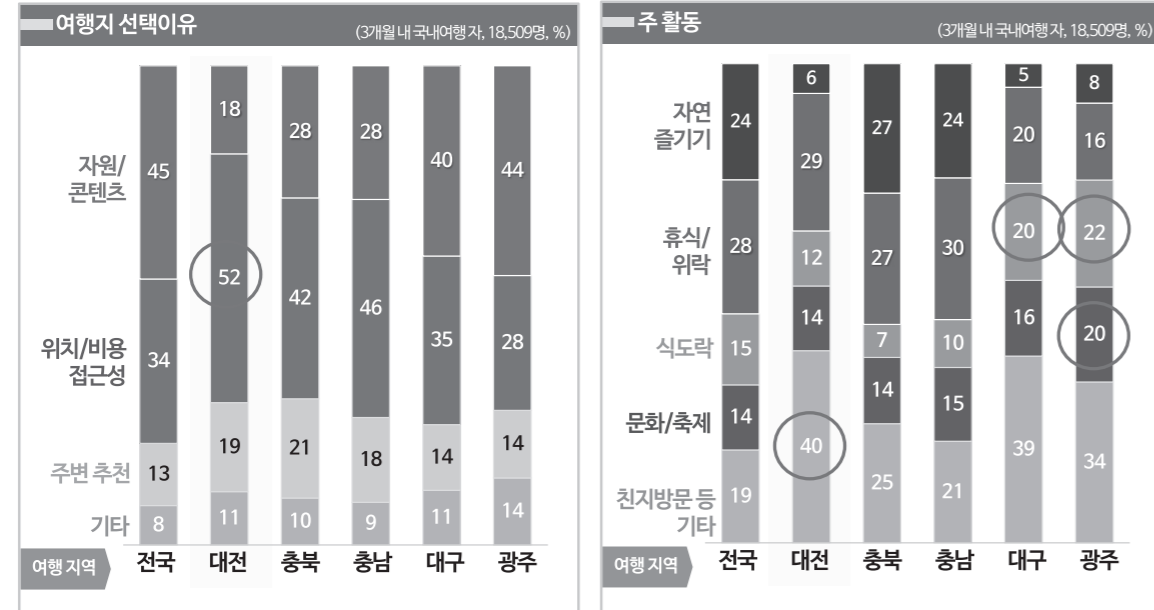
Q. 최근에 다녀온 'OOO'여행 시기를 달력을 보고 표시해 주시기 바랍니다.
Q. 'OOO' 여행을 위해 1인 기준으로 총 얼마를 지출하셨습니까? 숙박, 교통, 쇼핑, 식음료 등 모두 포함.

※ 출처: 컨슈머인사이트 주례 여행 행태 및 계획 조사

3. 대전 여행객 특성

II. 대전 관광객 분석

대전 방문 이유는 위치/비용 접근성이 가장 크며, 볼거리/놀거리/먹거리 등 순수여행 콘텐츠를 즐기기도는 친지방문 계기가 많음.



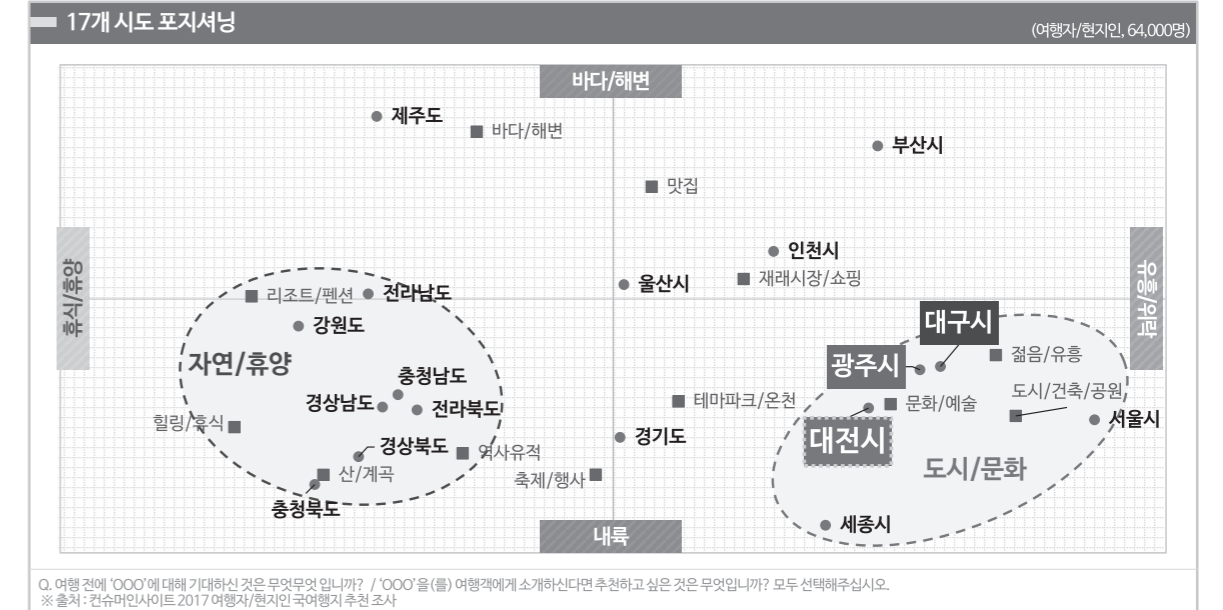
※ 출처: 컨슈머인사이트 주례 여행 행태 및 계획 조사

ConsumerInsight

1. 대전 여행지 포지셔닝

III. 대전 관광 경쟁력 분석

대전시와 서울, 대구, 광주 등 광역시는 도시문화 여행지로 유사한 포지셔닝을 갖고 있음.



ConsumerInsight

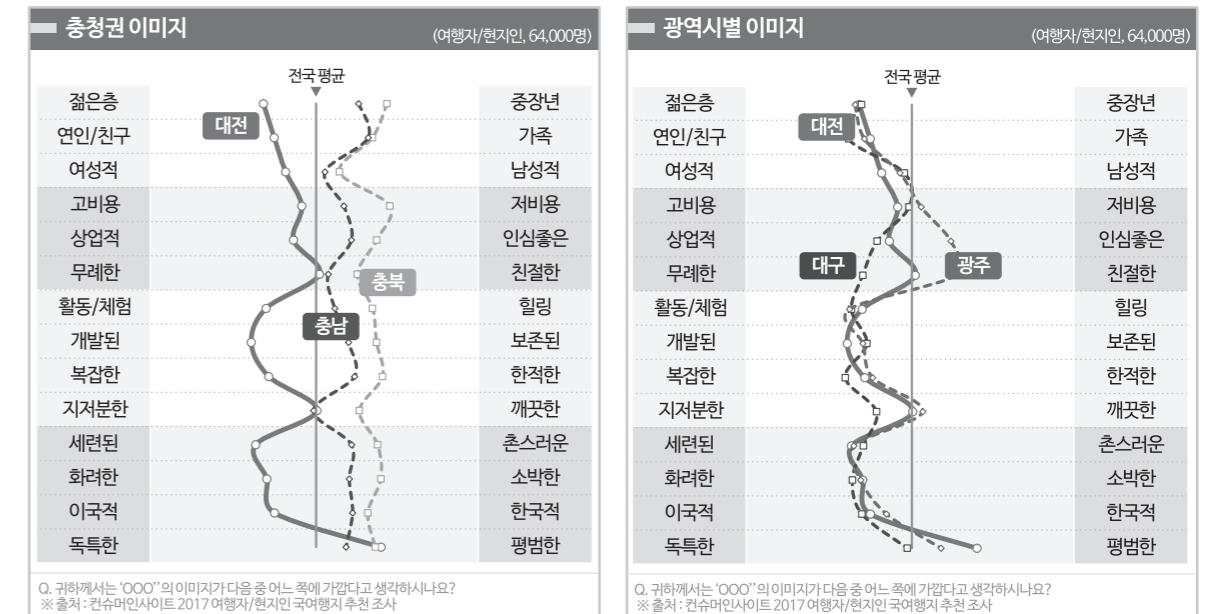
Contents

- I. 국내관광 동향 (1박 이상 숙박여행)
- II. 대전 관광객 분석
- III. 대전 관광 경쟁력 분석
- IV. 대전 관광 활성화 방안

2. 대전 지역 이미지

III. 대전 관광 경쟁력 분석

대전은 충북-충남 대비 도시적 이미지가 강함. 대구-광주와 유사하나 상대적으로 여성적, 개발된, 평범하다는 인식이 높음.

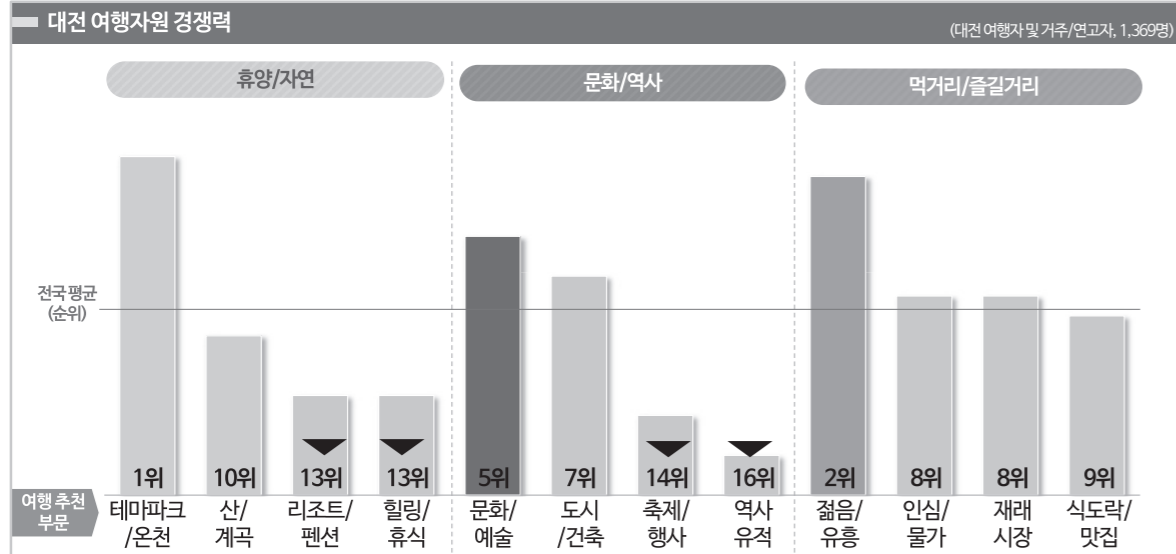


ConsumerInsight

3. 대전 자원 경쟁력

III. 대전 관광 경쟁력 분석

대전은 17시도 테마파크/온천 부문 추천 1위, 젊음/유흥 2위임.
반면, 도시콘텐츠는 중상위권이나, 자연/역사 등 순수관광콘텐츠는 취약한 편임.



Q. 여행 전에 'OOO'에 대해 기대하신 것은 무엇이었습니까? / 'OOO'를(를) 여행객에게 소개하신다면 추천하고 싶은 것은 무엇입니까? 모두 선택해주세요.
※ 출처: 컨슈머인사이트 2017 여행자/현지인 국여행자 추천 조사

4. 대전 여행만족도

III. 대전 관광 경쟁력 분석

16개 시도 내 대전의 체감만족도는 11위이며,
광주·대전 대비 쾌적도는 우수하나, 풍족도는 열세에 있음.



Q. 전반적으로 봤을 때 'OOO'에 대해 여행지로써 얼마나 만족하십니까? 해당되는 곳에 체크해주세요. / Q. OOO는(는) 여행지로 어땠습니까? / Q. OOO에서 스트레스 받은 경험이 얼마나 있었습니까?
출처: 2018년 여름휴가 여행만족도 조사

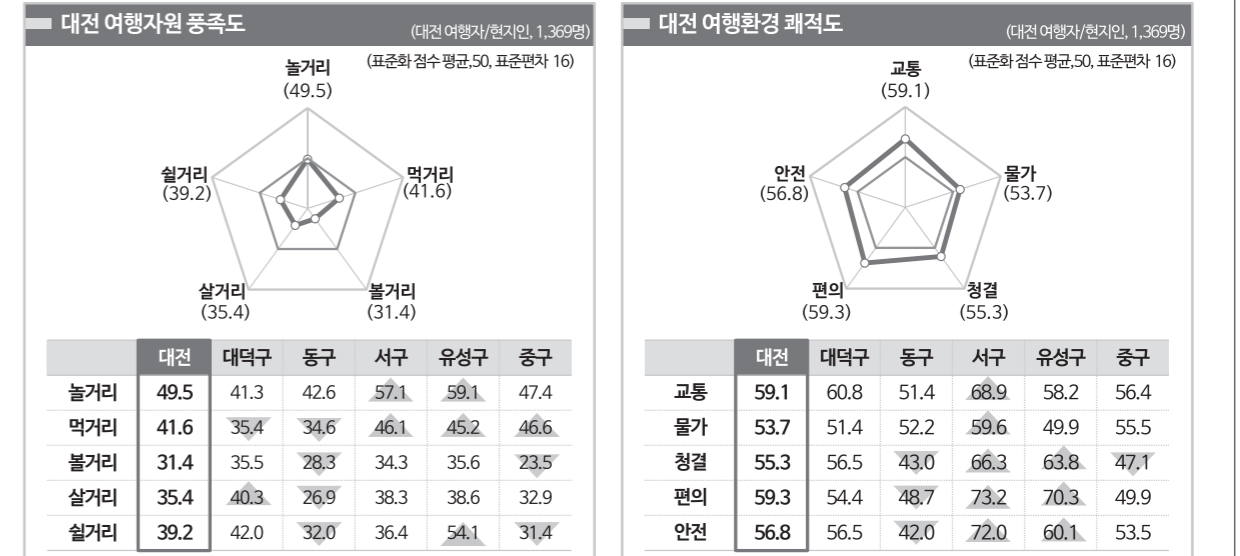
Contents

- I. 국내관광 동향 (1박 이상 숙박여행)
- II. 대전 관광객 분석
- III. 대전 관광 경쟁력 분석
- IV. 대전 관광 활성화 방안

1. 대전 내 지역 경쟁력

IV. 대전 관광 활성화 방안

대전 내에서 상대적으로
서구와 유성구의 풍족도와 쾌적도가 우수하며, 동구는 취약함

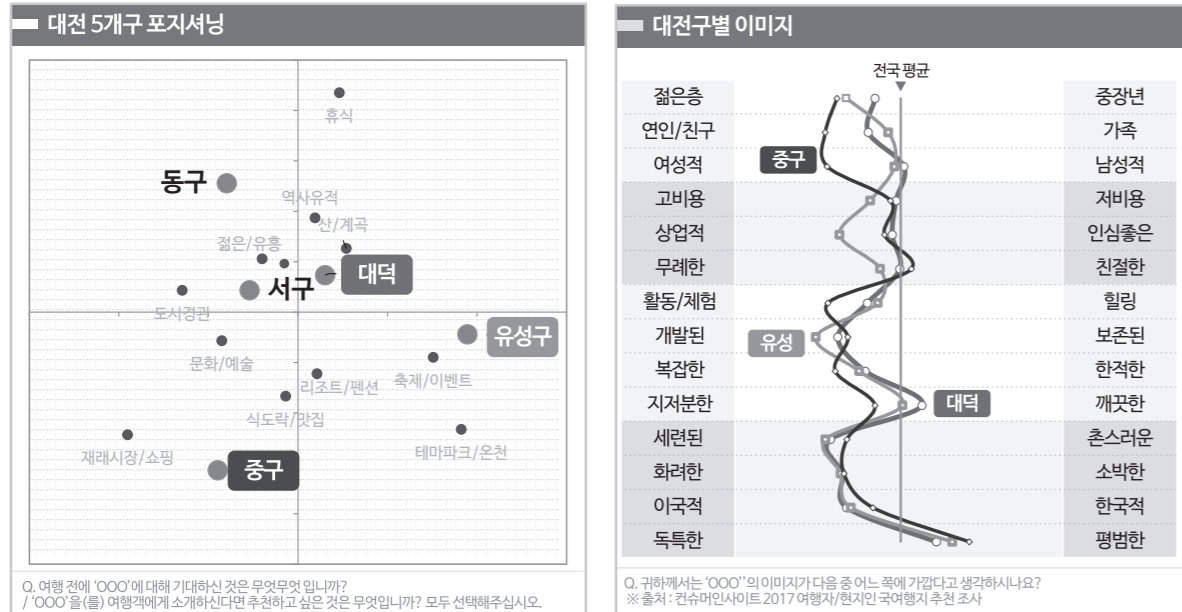


Q. OOO 지역이 각 측면에서 얼마나 추천할만하다고 생각하십니까?
- 놀고 즐기는 여행, 식도락/먹거리여행, 볼거리여행, 살거리여행, 살거리여행

2. 대전 여행지 포지셔닝

IV. 대전 관광 활성화 방안

대덕은 남성적-깨끗한, 중구는 여성적-활동체험
유성구는 상업적-개발된 이미지가 강함.



19

ConsumerInsight

THANK YOU

ConsumerInsight

본 내용에 대한 문의는 아래로 연락 바랍니다

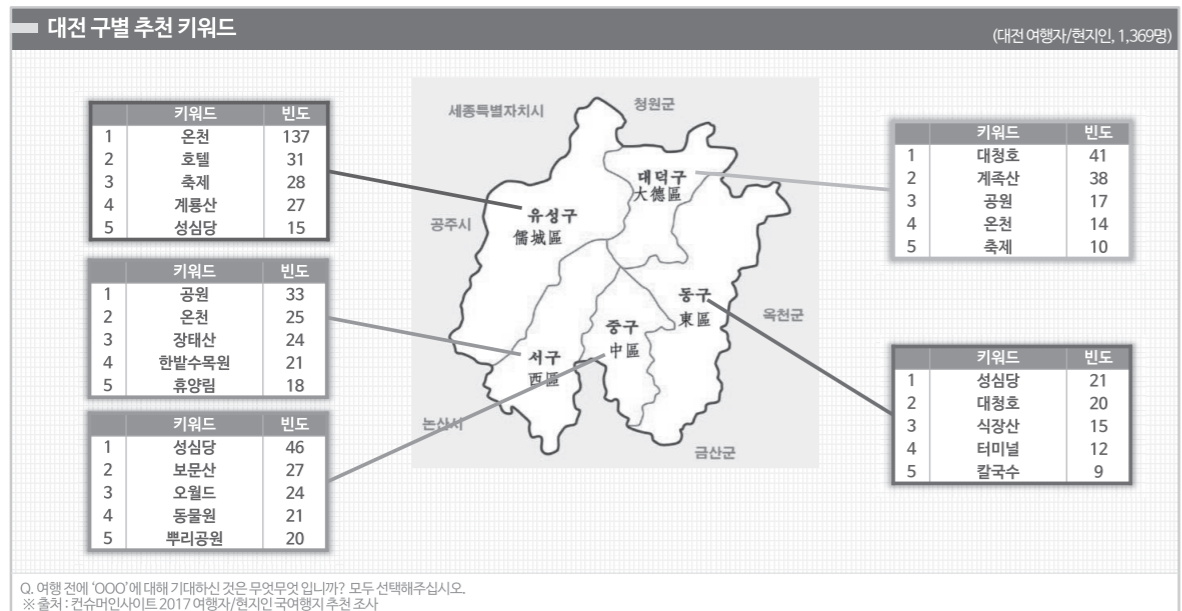
김민화 연구위원 Ph.D

(6004-7643 / kimmh@consumerinsight.kr)

3. 대전 대표 관광자원

IV. 대전 관광 활성화 방안

대전의 대표관광자원으로 온천, 공원, 성심당, 대청호 등이 나타나며
계룡산, 장태산, 보문산, 계족산, 식장산 등 산이 공통적으로 언급됨.



20

ConsumerInsight

관광산업포럼(1기) 구성원

2016. 10월 ~ 현재

	구 분	성 명	소 속	비 고
1	업계	윤영호	한국관광협회중앙회 / 회장	공동위원장
2	학계	이 훈	한양대학교 관광학과 / 교수	공동위원장
3	학계	정강환	배재대학교 관광이벤트경영학과 / 교수	
4	학계	김재호	인하공업전문대학 관광경영과 / 교수	
5	학계	심원섭	목포대학교 관광경영학과 / 교수	
6	학계	이인재	가천대학교 관광경영학과 / 교수	
7	학계	김형곤	세종대학교 관광경영학과 / 교수	
8	학계	서원석	경희대학교 호텔관광대학 / 교수	
9	학계	정 철	한양대학교 관광학과 / 교수	
10	학계	최인호	청운대학교 관광경영학과 / 교수	
11	학계	류성옥	고려대학교 국제스포츠학부 / 교수	
12	학계	한상현	동의대학교 국제관광경영학과 / 교수	
13	학계	이영진	한국골프대학교 골프경영과 / 교수	
14	학계	송영민	안양대학교 관광경영학과 / 교수	
15	학계	박종구	동국대학교 호텔관광경영학부 / 교수	
16	학계	박종찬	광주대학교 관광경영학과 / 교수	
17	학계	허 준	동덕여자대학교 관광학과 / 교수	
18	학계	진보라	부산대학교 관광컨벤션학과 / 강사	
19	연구원	박주영	한국문화관광연구원 / 연구위원	
20	연구원	조아라	한국문화관광연구원 / 부연구위원	
21	연구원	최경은	한국문화관광연구원 / 부연구위원	
22	지자체	최용훈	서울특별시 관광산업지원팀 / 팀장	
23	관광두레	정태균	관광두레 / PD / 전남 여수	
24	관광두레	홍수진	관광두레 / PD / 전남 곡성	
25	관광두레	배정근	관광두레 / PD / 경남 남해	
26	언론	최병일	한국경제신문 / 부장	
27	언론	황인석	한라대학교 / 교수	매일경제신문 / 前부장
28	기타	김성욱	여행노트앤투어 / 대표	
29	기타	오형은	지역활성화센터 / 대표	
30	기타	정란수	대안관광컨설팅 프로젝트 수 / 대표	
31	기타	이종원	한국여행작가협회 / 감사	

