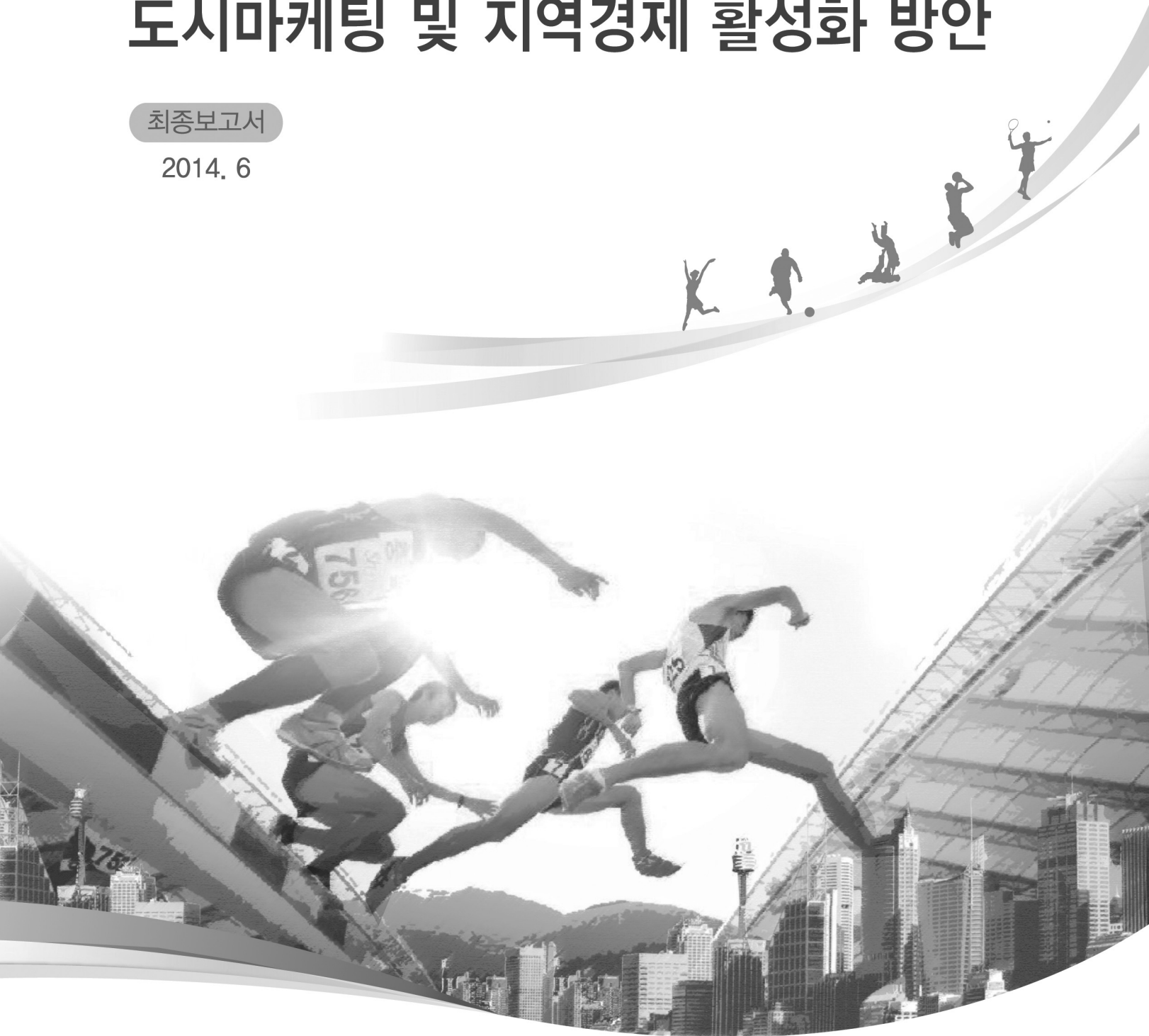


2016년 전국체육대회를 통한 도시마케팅 및 지역경제 활성화 방안

최종보고서

2014. 6





제 출 문

아산시장 귀하

본 보고서를 「2016년 전국체육대회를 활용한
도시마케팅 및 지역경제 활성화 방안」의
최종보고서로 제출합니다.

2014년 6월

목 차

I. 과업의 개요

1. 과업의 배경	3
2. 과업의 목적	3
3. 과업의 범위 및 주요내용	4

II. 지역여건과 전국체육대회 개최 효과 분석

1. 지역현황분석	1) 지리적 위치	7
	2) 자연환경	8
	3) 인문사회환경	10
	4) 산업구조	14
	5) 역사문화자원	15
	6) 관광자원	16
2. 전국체육대회와 연계한 지역여건분석	1) 관광연계 여건분석	25
	2) 지역경제 연계 여건분석	28
	3) 마케팅연계 여건분석	31
3. 제97회 전국체육대회 개요	1) 전국체육대회 개요	36
	2) 기반시설 현황	37
4. 전국체육대회 파급효과 분석	1) 분석의 개요	40
	2) 지역경제 파급효과 분석모형	40
	3) 경제효과분석	44

III. 시민의견 및 타지역 사례분석

1. 설문조사	1) 조사개요	53
	2) 조사결과 요약	54
2. 사례조사	1) 경기도(제92회)	61
	2) 대구광역시(제93회)	63
	3) 인천광역시(제94회)	66
	4) 제주특별자치시(제95회)	68
3. SWOT분석 및 과제도출	1) 강점(Strength)	71
	2) 약점(Weakness)	72
	3) 기회(Opportunity)	72
	4) 위협(Threat)	73

IV. 비전 및 목표

1. 접근개념 및 기본방향	1) 접근개념	77
	2) 마케팅 기본 방향	78
2. 비전 및 목표	1) 비전	79
	2) 목표	80
3. 추진전략	1) 지역에 적합한 홍보마케팅 전략 수립	81
	2) 외부방문객 관심촉발형 홍보마케팅 실시	81
	3) 지역상권과 관광객 연계 지역수익 창출사업 전개	82
	4) 전국체전 단계별 실행전략 추진	82

V. 전국체육대회 활용 마케팅 방안

1. 사전 전국체전 활용 마케팅 방안	1) 방송 & 바이럴 연계 홍보 마케팅	86
	2) 온라인 캠페인	88
	3) 녹색체전 홍보마케팅	92
	4) 왕의온천 이동식 족욕	95
	5) 전국 축제 연계 홍보	98
	6) 온궁행렬 재현	101
	7) 성공기원 행사 개최	105
	8) 올림픽스타 등 스타 마케팅	109
	9) 지역민 스마일운동	111
2. 전국체전 개최 중 마케팅 방안	1) 전국체전 참가선수단 가족마케팅	115
	2) 왕의 온천 족욕거리 조성	118
	3) 온궁열차	122
	4) 리마인드 웨딩트레인	126
	5) 지역축제 및 행사 연계 개최	130
	6) 물활용 전국체전 번외게임	133
	7) 물수제비대회	136
	8) 향토기업 홍보부스 조성	139
	9) 온천뷰티 및 온천의료상품 판매전	142
	10) 가상 스포츠 체험관 운영	145
	11) 전국체전 공식 지역업체 쿠폰제	148
	12) 온천여권 스탬프앨리	151
	13) 힐링 코미디페스티벌	154
	14) 국내외 교류도시 초청전	157
	15) 아산시 로컬푸드 한마당	160
	16) 건강식 인증식당 지정	163
	17) 고향사랑 서포터즈	166

목 차

3. 전국체전 사후 활용방안	1) 스포츠 테마탕 조성	170
	2) 선수단 온천 피로회복 훈련 장소 홍보	173
	3) 온천의료관광 팸투어 및 홍보	177
	4) 전국 동아리경기 및 생활체육대회 유치	180
	5) 유소년, 어린이 대회 활성화	183
	6) 전국대회 경기 지속 유치	186
	7) 아산국민건강센터 조성	189

VI. 사업추진방안

1. 사업의 우선순위 및 추진계획	1) 기본 방향	195
	2) 사업별 우선순위	195
	3) 사업별 추진계획	198
2. 투자계획	1) 재원별 투자계획	199
	2) 연차별 투자계획	201

부 록

1. 설문조사지	205
----------	-----

표목차

【표 II-1】 아산시의 지리적 위치	7
【표 II-2】 아산시 하천 현황	8
【표 II-3】 아산시 기상개황 및 월별 강수량 분포도	9
【표 II-4】 아산시 행정구역 현황(2011년 기준)	10
【표 II-5】 충남대비 아산시 인구비중 추이(2000-2011년)	11
【표 II-6】 아산시 동읍면별 인구현황 추이	11
【표 II-7】 아산시 도로연장(2011년 기준)	12
【표 II-8】 산업단지 현황	14
【표 II-9】 아산시 제조업 현황	14
【표 II-10】 지정문화재 현황	15
【표 II-11】 충남 및 아산시 관광객 추이	16
【표 II-12】 주요관광지 관광객 추이	16
【표 II-13】 계절별 관광객 현황(2012년 기준)	17
【표 II-14】 아산시 축제 현황(2013년 기준)	20
【표 II-15】 아산시 대표관광코스	23
【표 II-16】 온양온천 시티투어 운행코스	24
【표 II-17】 아산시 음식특화거리(2011년 기준)	25
【표 II-18】 지역별 모범음식점 현황(2011년 기준)	26
【표 II-19】 아산시 숙박시설(2011년 기준)	26
【표 II-20】 아산시 굿스테이 업소(2011년 기준)	27
【표 II-21】 아산시 전통시장(2011년 기준)	28
【표 II-22】 아산시 농특산물 지정현황(2011년 기준)	30
【표 II-23】 아산시 상징물	31
【표 II-24】 이순신 종합운동장 시설	38
【표 II-25】 다지역 투입산출표의 기본구조	42
【표 II-26】 역대 전국체전 선수단 및 임원규모	44
【표 II-27】 충남 10월 평균 관광객수	45
【표 II-28】 아산시 10월 평균 관광객수	45
【표 II-29】 여행실태 조사결과(여행지출액, 일수)	45
【표 II-30】 충남 관광객 지출비용 산출	46
【표 II-31】 아산시 관광객 지출비용 산출	46
【표 II-32】 전국체전 효과	48

표목차

【표 III-1】 설문조사 항목	53
【표 III-2】 개최인지	54
【표 III-3】 지역발전 기여정도	54
【표 III-4】 참여의향 및 참여유형	55
【표 III-5】 역점분야	55
【표 III-6】 전국체육대회 개최 기대효과	56
【표 III-7】 전국체육대회를 통한 아산시 구득 이미지	57
【표 III-8】 홍보 및 마케팅 적합 자원	58
【표 III-9】 마케팅 목적 및 전략방향	58
【표 III-10】 아산시 관광수준	59
【표 III-11】 대표 문화관광자원	60
【표 III-12】 개최관련 적합 관광상품	60
【표 III-13】 관광발전 우선 추진사항	60
【표 V-1】 방송 & 바이럴 연계 홍보 사업 투자비	87
【표 V-2】 온라인캠페인 투자비	91
【표 V-3】 녹색체전 홍보마케팅 투자비	94
【표 V-4】 왕의온천 이동식 족욕 투자비	97
【표 V-5】 대규모 행사 및 축제연계 홍보 투자비	100
【표 V-6】 온궁행렬 재현 투자비	104
【표 V-7】 오리엔티어링 대회 사례	106
【표 V-8】 성공기원 행사 개최 투자비	108
【표 V-9】 올림픽스타마케팅 투자비	110
【표 V-10】 지역민 스마일운동 투자비	113
【표 V-11】 참가선수단 가족 마케팅 투자비	117
【표 V-12】 아산시 온천 주요 효능	118
【표 V-13】 왕의 온천 족욕거리 투자비	121
【표 V-14】 백암온천 기차여행 상품(1박2일)	123
【표 V-15】 온궁열차 투자비	125
【표 V-16】 리마인드 웨딩트레인 투자비	129
【표 V-17】 지역축제 및 행사 연계 개최 투자비	132
【표 V-18】 물을 활용한 전국체전 번외게임 투자비	135
【표 V-19】 물수제비 대회 투자비	138
【표 V-20】 아산시 소재 기업	139

표목차

【표 V-21】 향토기업 홍보부스 조성 투자비	141
【표 V-22】 온천뷰티 및 온천의료상품 판매전 투자비	144
【표 V-23】 장영실과학관 시설 현황	145
【표 V-24】 체험스포츠 종목	146
【표 V-25】 가상스포츠체험관 운영 투자비	147
【표 V-26】 전국체전 공식 지역업체 쿠폰제	150
【표 V-27】 전국체전 공식 지역업체 쿠폰제 투자비	153
【표 V-28】 힐링코미디 페스티벌 투자비	156
【표 V-29】 아산시 국내외 교류현황	157
【표 V-30】 국내외 교류도시 초청전 투자비	159
【표 V-31】 아산시 로컬푸드 마당	161
【표 V-32】 아산시 로컬푸드 한마당 투자비	162
【표 V-33】 건강식 인증식당 투자비	165
【표 V-34】 고향사랑 서포터즈 투자비	168
【표 V-35】 스포츠 테마탕 조성 투자비	172
【표 V-36】 선수단 온천 피로회복 훈련 프로그램 운영 투자비	176
【표 V-37】 온천의료관광 팸투어 및 홍보 투자비	179
【표 V-38】 전국 동아리경기 및 생활체육대회 유치 투자비	182
【표 V-39】 유소년, 어린이대회 활성화 투자비	185
【표 V-40】 전국대회 경기 지속 유치 투자비	188
【표 V-41】 아산국민건강센터 조성투자비	191
【표 VI-1】 사업별 우선순위(사전)	196
【표 VI-2】 사업별 우선순위(개최 중)	196
【표 VI-3】 사업별 우선순위(사후)	197
【표 VI-4】 사업별 추진계획	198
【표 VI-5】 전국체전 개최 전 재원별 투자계획(안)	199
【표 VI-6】 전국체전 개최 중 재원별 투자계획(안)	200
【표 VI-7】 전국체전 개최 후 재원별 투자계획(안)	200
【표 VI-8】 연차별 투자계획(안)	201

그림목차

【그림 I-1】 계획의 추진체계	4
【그림 II-1】 충남 및 아산시 수계현황도	9
【그림 II-2】 아산시 교통현황도	13
【그림 II-3】 이순신 관련 유적	15
【그림 II-4】 온양온천	18
【그림 II-5】 도고온천	18
【그림 II-6】 아산시 축제	20
【그림 II-7】 아산시 관광자원 위치도	21
【그림 II-8】 아산시 온천의료관광산업	24
【그림 II-9】 아산시 농산물 브랜드 「아산 맑은」	29
【그림 II-10】 아산시 온천수화장품 「온궁」	30
【그림 II-11】 아산 출신 인물	32
【그림 II-12】 아산시 공식 및 문화관광 홈페이지	33
【그림 II-13】 아산시 트위터 및 페이스북	34
【그림 II-14】 전국체육대회 아산시 경기장 배치도	37
【그림 II-15】 아산시 경기장 확충 계획	39
【그림 III-1】 대구 전국체전 목표 및 전략	64
【그림 III-2】 대구 전국체전 온·오프라인 홍보	66
【그림 IV-1】 비전 및 목표	79
【그림 V-1】 대구시 SNS 홍보단	89
【그림 V-2】 전남 전국체전-녹색체전[친환경 과일탑, 물대포]	93
【그림 V-3】 온양온천 족욕체험장	95
【그림 V-4】 족욕카페	96
【그림 V-5】 대한민국 온천대축제 온궁행렬	101
【그림 V-6】 해운대 달맞이 온천축제 진성여왕 피접행렬	102
【그림 V-7】 아산 특산물 시식이벤트	103
【그림 V-8】 대구 전국체전 성공개최 기원 시도민 걷기 대회	106
【그림 V-9】 지역별 스마일 운동	112

그림목차

【그림 V-10】 평창스페셜올림픽 가족 마케팅	116
【그림 V-11】 야외족욕장 사례(유성온천, 금정산, 금산 순)	119
【그림 V-12】 온양온천 리마인드허니문	126
【그림 V-13】 다시찾는 추억의 신흠열차	127
【그림 V-14】 대한민국 온천대축제	133
【그림 V-15】 대전 H2O페스티벌	134
【그림 V-16】 세계물수제비 선수권대회	137
【그림 V-17】 대한민국온천축제 온천산업전	143
【그림 V-18】 대구 가상 스포츠체험관	146
【그림 V-19】 아산시 스마트 쿠폰	148
【그림 V-20】 대한민국온천대축제 온천여권	151
【그림 V-21】 산청엑스포 스탬프앨리	152
【그림 V-22】 부산국제코미디페스티벌	155
【그림 V-23】 자매도시간 생활체육 교류전	158
【그림 V-24】 아산 로컬푸드 직매장	160
【그림 V-25】 아산 공무원서포터즈	166
【그림 V-26】 유성 의료수증치료실	171
【그림 V-27】 부산 한방의료관광 팸투어	178
【그림 V-28】 경주시 유소년 대회 유치	184
【그림 V-29】 김천 종합스포츠타운	187

제 I 장

과업의 개요

1. 과업의 배경

2. 과업의 목적

3. 과업의 범위 및 주요내용

1. 과업의 배경

|| 아산시 특색에 맞는 전국체육대회 기본 방향 설정

- 2016년 전국체육대회의 성공 개최를 통해 아산시 도시 인프라 개선 및 품격을 고양하고, 역동적 발전상을 널리 알리는 계기로 활용함
- 나아가 이를 활용하여 도시마케팅 측면에서 아산시를 홍보하고 지역경제 활성화로 연계될 수 있는 체계적인 계획이 필요함

|| 다양한 분야를 종합·조정하는 총괄기획과 로드맵 설정

- 전국단위의 종합행사 수행 경험이 부족하여 2016년 전국체육대회 준비·진행 과정에서 여러 분야에서 예상하지 못한 문제의 발생 여지가 있음
- 타 지방자치단체 성공 및 실패사례 분석과 환경 분석을 통하여 아산시를 마케팅 할 수 있는 엄밀한 계획의 수립과 로드맵의 설정이 필요함

2. 과업의 목적

|| 충실한 기초조사·진단을 바탕으로 한 조성방안 마련

- 아산시 지역의 여건 및 잠재력 등을 면밀히 조사·분석하여 지역적 특성·장점에 맞는 마케팅방안 및 전략을 마련함으로써 자생적 성장기반 및 새로운 성장 동력을 창출함

|| 관광객과 지역주민의 수요와 특성에 맞는 정책 및 사업대안 작성

- 관광객의 기본수요 충족과 지역민들의 수요를 충실히 조사하고, 이를 실현하기 위한 구체적인 정책 및 사업대안을 마련함

|| 통합적 관리를 위한 거버넌스체계 구축·운영 방안 제시

- 아산시 및 지역사회가 함께 하는 관광객 대응을 위한 종합적·협력적 관리체계 구축 및 방안을 제시함

3. 과업의 범위 및 주요내용

|| 공간적 범위

- 충남 아산시 일원
- 주요 대상지역 적용가능한 사업 선정

|| 시간적 범위 : 2014 ~ 2016(3년간)

- 기준연도 : 2012년
- 목표연도 : 2016년

|| 내용적 범위

- 지역여건분석 : 지역 여건 분석, 사례조사 분석
- 마케팅 기본 방향 : 기본 컨셉 제시
- 전국체전 활용 마케팅 기본방안 : 개최 전 행사, 기간 내 행사, 사후 활용 방안
- 지역활성화 방안 : 홍보 및 활성화 방안, 지역주민 참여방안, 지역 경제활성화 방안, 사후 활용 및 관리 방안



【그림 1-1】 계획의 추진체계

제Ⅱ장

지역여건과 전국체육대회 개최 효과 분석

1. 지역현황분석

2. 전국체육대회와 연계한 지역여건 분석

3. 제97회 전국체육대회 개요

4. 전국체육대회 파급효과 분석

1. 지역 현황분석

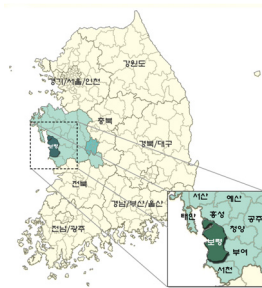
1) 지리적 위치

|| 한반도 중서부, 충남의 북부에 위치

- 아산시는 한반도의 중서부 지역에 위치하며, 충청남도의 북부, 수도권 남부지역의 사회 경제적 영향권에 포함됨
- 동쪽으로는 천안시, 남쪽으로는 공주시, 서쪽으로는 당진시와 예산군, 북쪽으로는 아산만을 경계로 경기도 평택시와 접하고 있으며, 수도권과 충남의 관문 역할을 하고 있음

【표 II-1】 아산시의 지리적 위치

동 경			북 위			연장거리(km)	
방위	지 점	경 도	방위	지 점	위 도	동서간	남북간
극동	배방읍 휴대리	동경 127° 06' 32"	극남	송악면 거산리	북위3 6° 39' 53"	29km	34km
극서	선장면 신덕리	동경 126° 50' 32"	극북	둔포면 운용리	북위 36° 55' 46"		



- 아산시는 수도권과 대전권을 연결하는 중간지역으로 서울과는 96km, 대전과는 91.3km 지점에 위치함
- 또한 서해안 고속도로 및 경부고속도로 등 국가남북 교통축 사이에 입지하여 있으며, 장항선과 경부고속철도가 지역을 관통하고, 수도권 전철 1호선의 종점으로 지역간 접근성은 대체로 양호한 편임
- 서해안고속도로, 장항선 등으로 서해안 내륙지방의 수송기능이 강화되었으며, 경부고속철도를 통해 서부지방의 수송이 유리해짐에 따라 잠재력이 높은 지역으로 주목받고 있음

2) 자연환경

(1) 지형 및 지세

Ⅵ 남고북저 지형으로 중앙이 낮고 평평한 평야가 전개

- 아산시에는 차령산맥이 시의 남부를 지나면서 광덕산(699m), 망경산(600m), 봉수산(534m), 설화산(441m) 등이 위치하고 있으며, 북부에는 영인산(364m), 고용산을 중심으로 한 구릉성 산지가 발달하였음
- 남고북저의 지형으로 중앙이 낮고 평평한 평야가 전개되고 있으며, 시의 중앙부를 곡교천이 동서로 관류하면서 남북을 거의 양분하여 흐르며, 삽교천에서 합류하여 삽교호로 유입됨
- 북서부에는 아산만이 만입하여 있고 아산만으로 유입하는 삽교천, 안성천 하구에 삽교호 및 아산호가 조성되어 있으며, 간척지는 논으로 이용되고 있음

(2) 수계

Ⅵ 곡교천을 중심으로 삽교호로 합류함

- 아산시의 하천은 법정하천이 4개소, 지방하천이 41개소, 소하천이 91개소로 총 136개소이며, 2011년 기준 요개수 연장은 358.5km, 기개수연장 184.40km로 개수율은 51.4%로 낮은 편임

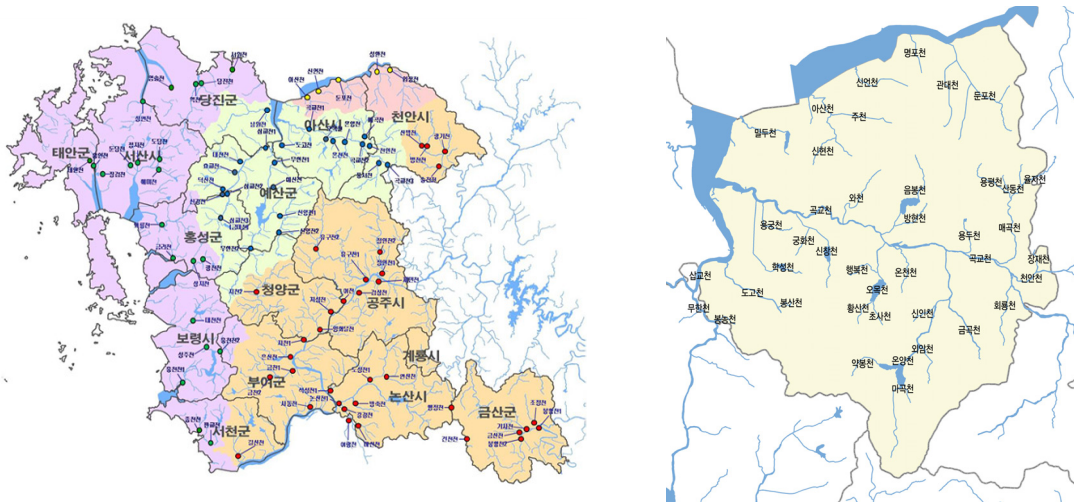
【표 II-2】 아산시 하천 현황(2011년 기준)

구분	하천수 (개)	총연장 (km)	요개수(km)			
				기개수(km)	미개수(km)	개수율(%)
계	136	361.9	358.5	184.40	174.10	51.4
국가하천	4	34.70	57.40	43.20	14.20	75.3
지방하천	41	200.30	191.60	132.50	59.10	69.2
소하천	91	126.9	109.5	8.70	100.80	4.9

자료 : 아산시, 아산시 통계연보, 2012년

- 아산시 북서부에는 아산만이 내륙 깊숙이 만입해 있으며, 아산호와 삽교호가 조성되어 있고, 곡교천(曲橋川)이 시의 중앙을 가로질러 삽교호로 흘러들며, 온양천(溫陽川)·천안천(天安川)·매곡천(梅谷川)·용두천(龍頭川) 등이 곡교천으로 합류함

- 또한 시의 남서부 도고산(道高山 : 482m)에서 발원하여 무한천에 합류, 삼교호로 유입하는 도고천이 시의 서부를 북류하며, 이들 하천유역에 탕정평야(湯井平野) 등 비옥한 평야가 발달해 아산시 제일의 곡창지대를 이루고 있음
- 시내 곳곳에는 염치·도고·송악·성내·봉재·수철·월랑·영인 저수지 등이 있어 이들 평야의 관개용수로 이용되고 있으며, 곡교천은 농업용수뿐만 아니라 아산만공업지대 음봉천의 공업용수로 공급됨



【그림 11-1】충남 및 아산시 수계현황도

(3) 기후 및 기상

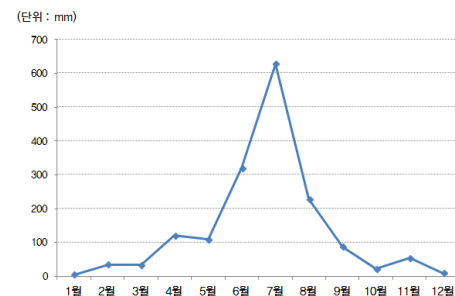
Ⅱ 온난하며 강수량이 많은 해양성 기후

- 아산시는 중부 내륙지방에 위치하고 있어 온대온순형 기후에 속하나 서해안 해양성 기후의 영향을 받아 기온의 연교차가 적고 쾌청 일수가 많음
- 특히, 강수량은 하절기에 연간 강수량의 6-70%가 집중되며, 해양성 기후의 영향으로 강수량은 많은 편임

【표 11-3】아산시 기상개황 및 월별 강수량 분포도

구분	기온(℃)			강수량 (mm)	상대 습도 (%)	적설 (cm)
	평균	최고	최저			
2007년	12.9	18.1	8.7	1,395.3	69.0	9.0
2008년	12.6	18.0	8.1	900.54	70.0	6.6
2009년	12.3	17.6	7.6	938.00	68.8	10.5
2010년	12.1	17.0	7.1	1,513.0	70.0	13.0
2011년	11.7	16.9	7.2	1,517.5	67.3	5.8

자료 : 아산시, 아산시 통계연보, 2012년



3) 인문·사회 환경

(1) 행정구역

- 아산시는 1995년 온양시와 아산군이 통합된 이후 2011년 기준 행정구역상 2개 읍과 9개 면, 6개 동으로 구성되어 있음
- 아산시의 총 면적은 542.18km²로 충청남도의 6.3%를 차지하고 있으며, 송악면이 전체면적의 11.3%인 61.19km², 음봉면 59.04km², 영인면 56.28km² 등의 순으로 나타남
- 가장 작은 지역은 온양 1동과 2동으로 두개 동을 합한 면적이 2.19km²로 아산시 전체 면적의 0.4%에 불과함

【표 II-4】 아산시 행정구역 현황(2011년 기준)

구분	면적	
	(km ²)	구성비
아산시 계	542.18	100.0
염치읍	42.15	7.8
배방읍	49.64	9.2
송악면	60.19	11.3
탕정면	24.21	4.5
음봉면	59.04	10.9
둔포면	41.20	7.6
영인면	56.28	10.4
인주면	45.01	8.3
선장면	37.66	6.9
도고면	43.84	8.1
신창면	39.69	7.3
온양1동	2.19	0.4
온양2동		
온양3동	6.27	1.2
온양4동	10.06	1.9
온양5동	13.02	2.4
온양6동	10.74	2.0



자료 : 아산시, 아산시 통계연보, 2012년

(2) 인구

Ⅵ 인구변화 추이

- 아산시의 인구는 2011년 기준 285,411명으로 충남 전체인구의 13.3%를 차지하고 있으며 천안시에 이어 두 번째로 큰 규모임

- 아산시의 인구비중은 2000년 기준 충남의 9.7%(187,503명)에서 2011년 13.3%(285,411명)로 증가하였으며, 충남의 인구는 2000년부터 2011년 사이에 연평균 1.0% 증가한 것에 비해, 아산시의 인구는 같은 기간 동안 연평균 3.9%로 매우 높은 성장률을 보였음

【표 II-5】 충남대비 아산시 인구비중 추이(2000-2011년)

(단위 : 명, %)

구분	2000년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	연평균증가율	
									00-11	05-11
충남	1,930,234	1,982,495	2,000,844	2,026,084	2,053,791	2,075,249	2,118,264	2,149,374	1.0%	1.4%
아산	187,503	208,448	217,112	227,815	248,329	264,324	274,551	285,411	3.9%	5.4%
(비중)	(9.7)	(10.5)	(10.9)	(11.2)	(12.1)	(12.7)	(13.0)	(13.3)	-	-

자료 : 아산시, 아산시 통계연보, 각년도; 충청남도, 충남통계연보, 각년도

Ⅱ 동읍면별 인구현황

- 2011년 기준 아산시 전체 인구 중 배방읍의 인구가 전체의 21.3%인 60,711명으로 가장 많았으며, 온양3동이 11.3%인 32,302명인 것으로 나타남
- 연평균 증가율 또한 배방읍이 11.6%, 탕정면이 8.0% 등의 순으로 나타나 산업단지가 입지한 지역을 중심으로 높은 인구증가율을 보이는 것으로 나타남

【표 II-6】 아산시 동읍면별 인구현황 추이

구분	2000년		2005년		2011년		연평균증가율 (00-11)
	인구수	(비중)	인구수	(비중)	인구수	(비중)	
아산시 계	185,847	(100.0)	208,448	(100.0)	285,411	(100.0)	4.0
염치읍	6,929	(3.7)	8,953	(4.3)	8,006	(2.8)	1.3
배방읍	18,162	(9.8)	20,946	(10.0)	60,711	(21.3)	11.6
송악면	3,978	(2.1)	3,916	(1.9)	3,781	(1.3)	-0.5
탕정면	8,173	(4.4)	13,402	(6.4)	18,973	(6.6)	8.0
음봉면	12,989	(7.0)	14,309	(6.9)	16,924	(5.9)	2.4
둔포면	11,441	(6.2)	11,414	(5.5)	11,755	(4.1)	0.2
영인면	7,777	(4.2)	7,369	(3.5)	7,531	(2.6)	-0.3
인주면	8,074	(4.3)	8,104	(3.9)	8,618	(3.0)	0.6
선장면	5,093	(2.7)	4,731	(2.3)	4,341	(1.5)	-1.4
도고면	6,133	(3.3)	5,704	(2.7)	5,246	(1.8)	-1.4
신창면	13,852	(7.5)	16,181	(7.8)	23,319	(8.2)	4.8
온양1동	8,742	(4.7)	8,360	(4.0)	7,301	(2.6)	-1.6
온양2동	9,913	(5.3)	8,635	(4.1)	9,217	(3.2)	-0.7
온양3동	15,630	(8.4)	19,125	(9.2)	32,302	(11.3)	6.8
온양4동	18,860	(10.1)	19,549	(9.4)	21,559	(7.6)	1.2
온양5동	15,317	(8.2)	17,442	(8.4)	19,941	(7.0)	2.4
온양6동	14,784	(8.0)	20,308	(9.7)	25,886	(9.1)	5.2

자료 : 아산시, 아산시 통계연보, 각년도

(3) 교통

Ⅵ 고속도로

- 2011년 기준 아산시를 관통하는 고속도로는 없으나 서해안고속도로와 경부고속도로가 근접하여 있어 광역교통체계는 비교적 우수한 편임
- 또한 부여-예산-아산-평택을 잇는 제2서해안고속도로의 건설이 예정됨에 따라 접근성이 향상 될 것으로 전망됨

Ⅶ 일반도로

- 아산시는 천안-장항간 45호선 국도와 공주-유구-아산간 39호선 국도가 시를 남북으로 횡단하고 있음
- 아산시에는 5개의 국도와 5개의 지방도가 지역을 연결함에 따라 지역 내에서의 접근은 양호한 편임
 - 국도 21호선, 34호선, 39호선, 45호선, 국지도 70호선 등 5개의 노선이 지나고 있으며, 지방도는 616호선, 623호선, 624호선, 628호선, 645호선이 지나고 있음
- 2011년 기준 아산시의 총 도로연장은 798,542m로 포장율은 58%를 보이고 있으며, 이는 시군도의 도로포장율 43%에 기인한 것임

【표 Ⅱ-7】 아산시 도로연장(2011년 기준)

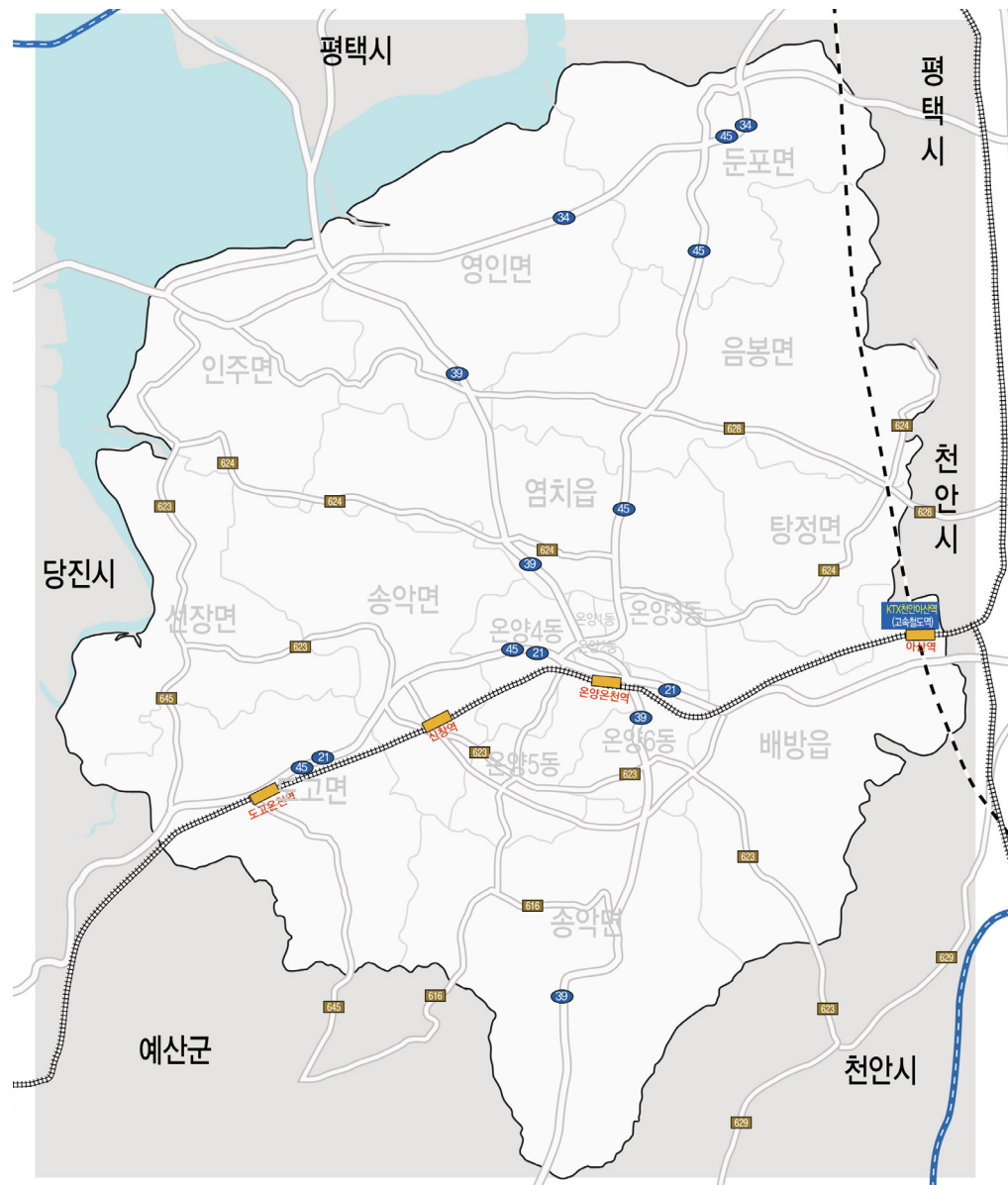
구분	포장			미포장	미개통
	연장(m)	포장(m)	포장율(%)	연장(m)	연장(m)
합계	798,542	464,924	58	299,118	34,500
일반국도	123,810	102,410	83	-	21,400
지방도	137,300	129,400	94	7,900	-
시군도	537,432	233,114	43	291,218	13,100

자료 : 아산시, 아산시 통계연보, 2012년

- 2011년 기준 아산시 인구 1인당 도로연장은 2.80m/인, 차량 1대당 도로연장은 7.02/대인 것으로 나타남
- 아산시의 인구당, 차량당 도로연장 비율은 매년 하락하는 추세로 도로의 확충에 비하여 인구 및 차량의 증가속도가 매우 빠른 것으로 나타났으며, 이에 따라 증가하는 아산시 인구에 대응하기 위한 도로확충이 필요함

|| 철도

- 천안아산역의 경부고속철도와 수도권 1호선 종점으로 수도권과의 접근성이 개선되어 수도권 관광객의 유입이 비교적 유리함
- 또한 천안-장항간을 운행하는 장항선 철도가 아산시 중심부를 통과하고 있으며, 장항선은 복선화 및 직선화를 위한 공사 중에 있음



【그림 II-2】 아산시 교통현황도

4) 산업구조

Ⅵ 산업단지

- 2011년 기준 아산시내 산업단지는 총 15개소로 지방산업단지 6개소(인주1,2, 탕정디스플레이시티 1, 2, 아산테크노밸리, 운용일반산업단지)와 9개의 농공단지(탕정, 신창, 둔포, 영인, 득산, 배미, 신인, 도고, 둔포 2)가 가동 중임
- 입주업체 수는 총 213개소로 84.2%의 가동률을 보이고 있으며, 업체 수, 종업원 수는 지속적인 증가를 보이고 있음

【표 II-8】 산업단지 현황

구분	개소수 (개)	총면적 (천㎡)	분양대상 면적 (천㎡)	분양면적 (천㎡)	입주 업체수 (개)	가동률 (%)	종업원수 (명)	생산액 (억원)	수출액 (천불)
2005년	9	6613	5,005	4,452	91	57	7,556	31,321	2,766,443
2006년	14	11,449	5,118	5,118	94	97	14,718	62,416	14,080,628
2007년	14	11,449	6,415	5,581	93	95	15,303	76,309	19,837,143
2008년	14	12,060	7,037	7,000	97	99	17,387	26,066	19,546,066
2009년	15	12,129	7,039	7,000	96	98	20,454	389,939	19,363,261
2010년	15	11,909	6,927	6,900	178	80	23,655	468,825	34,066,753
2011년	15	12,075	7,087	7,070	213	84	26,376	415,942	27,483,055
연평균 증가율	8.9%	10.6%	6.0%	8.0%	15.2%	6.7%	23.2%	53.9%	46.6%

자료 : 아산시, 아산시 통계연보, 각년도

Ⅶ 제조업 현황

- 아산시의 제조업 사업체 수는 2011년 기준 736개소로 최근 5년간 연평균 1.4%씩 증가하였으며, 제조업의 생산액은 2011년 기준 596,304억원으로 2005년 178,802억원 대비 연평균 22.2%씩 증가하는 것으로 나타남

【표 II-9】 아산시 제조업 현황

(단위 : 개소, 억원)

구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	연평균증가율 (2005-2011)
사업체수	676	791	600	-	635	665	736	1.4%
생산액	178,802	197,814	261,447	-	339,069	489,454	596,303	22.2%

자료 : 아산시, 아산시 통계연보, 2012년

5) 역사·문화자원

Ⅱ 지정문화재

- 역사문화자원은 국가지정문화재와 지방지정문화재, 문화재자료, 등록자료 등으로 구분함
- 아산시의 문화재는 총 64점으로 지정문화재 39점, 문화재자료 25점이 전역에 걸쳐 분포하고 있음

【표 II-10】 지정문화재 현황

총계	국가지정문화재							지방지정문화재					문화재자료	등록
	계	국보	보물	사적 및 명승	천연기념물	중요민속자료	중요무형문화재	계	유형문화재	기념물	민속자료	무형문화재		
64	14	1	4	3	-	6	-	25	8	7	7	3	25	-

자료 : 아산시, 아산시 통계연보, 2012년

- 아산시의 국가지정유물 중 국보 1점과 보물 2점, 사적 2점 등이 이순신 장군과 관련된 유물임
- 특히, 아산시 염치읍에 위치한 현충사 내의 난중일기(지정명칭 : 이충무공난중일기부서간첩임진장초(李忠武公亂中日記附書簡帖壬辰狀草))는 국보 제76호로 지정되었으며, 전쟁 중 지휘관이 직접 기록한 사례인 점을 들어 2013년 6월 유네스코 세계기록유산으로 등재되었음

【그림 II-3】 이순신 관련 유적



6) 관광자원

(1) 관광객

- 아산시의 관광객 수는 2005년 약 676만명으로 충청남도 관광객수(8,426만명)의 약 8.0%를 차지하였으며, 2012년에는 충청남도 관광객 수(9,299만명)의 14.4%인 약 1,338만명으로 연평균 10.3%씩 증가하고 있음

【표 II-11】 충남 및 아산시 관광객 추이

구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	연평균증가율 (05-12)
충청남도	84,260,665	84,632,902	85,631,187	74,290,283	88,456,011	102,472,295	98,778,091	92,999,092	1.4
아산시	6,762,171	6,176,739	7,466,965	8,332,179	10,606,857	13,229,554	14,446,558	13,388,696	10.3
비중(%)	8.0	7.3	8.7	11.2	12.0	12.9	14.6	14.4	-

자료 : 한국문화관광연구원 관광지식정보시스템, 당해년도

- 아산시의 주요 관광지별 관광객을 살펴보면 2012년 온양온천의 관광객 수가 아산시 전체 관광객 수의 33.2%인 444만명으로 가장 높은 비중을 차지하고 있음
- 아산시 관광객은 주로 온양온천(444만명, 33.2%), 도고온천(285만명, 21.3%), 아산온천(289만명, 21.6%)을 중심으로 집중하고 있음

【표 II-12】 주요관광지 관광객 추이

구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
온양온천	1,673,725 (24.8)	1,642,682 (26.6)	1,703,587 (22.8)	3,029,618 (36.4)	3,549,595 (33.5)	4,620,217 (34.9)	4,995,175 (34.6)	4,443,191 (33.2)
도고온천	799,548 (11.8)	909,230 (14.7)	1,511,444 (20.2)	1,263,770 (15.2)	1,798,357 (17.0)	2,473,687 (18.7)	2,911,514 (20.2)	2,856,512 (21.3)
아산온천	1,188,436 (17.6)	1,194,097 (19.3)	1,749,020 (23.4)	1,512,855 (18.2)	1,929,951 (18.2)	2,613,542 (19.8)	3,121,851 (21.6)	2,896,281 (21.6)
도고컨트리클럽	84,980 (1.3)	81,980 (1.3)	86,121 (1.2)	76,294 (0.9)	93,092 (0.9)	75,218 (0.6)	65,291 (0.5)	88,858 (0.7)
세계꽃식물원	130,072 (1.9)	209,340 (3.4)	341,334 (4.6)	185,069 (2.2)	175,157 (1.7)	190,557 (1.4)	162,096 (1.1)	165,377 (1.2)
아산외암마을	- 0.0	380,673 (6.2)	224,356 (3.0)	205,479 (2.5)	304,090 (2.9)	366,223 (2.8)	315,059 (2.2)	373,555 (2.8)
영인산자연휴양림	205,222 (3.0)	235,258 (3.8)	186,134 (2.5)	250,194 (3.0)	195,504 (1.8)	232,140 (1.8)	231,304 (1.6)	285,459 (2.1)
온양민속박물관	251,510 (3.7)	206,319 (3.3)	142,312 (1.9)	92,939 (1.1)	78,581 (0.7)	95,586 (0.7)	90,097 (0.6)	93,887 (0.7)
현충사	912,454 (13.5)	689,865 (11.2)	527,497 (7.1)	661,238 (7.9)	481,253 (4.5)	447,913 (3.4)	495,453 (3.4)	484,330 (3.6)
신정호관광지	663,189 (9.8)	366,814 (5.9)	561,980 (7.5)	436,500 (5.2)	656,980 (6.2)	651,297 (4.9)	507,627 (3.5)	380,024 (2.8)

자료 : 한국문화관광연구원 관광지식정보시스템, 당해년도

- 아산시의 계절별 관광패턴을 보면 1월 및 8월부터 12월까지 집중되는 경향을 보이고 있으나 비교적 4계절에 고르게 분포되어 있음
- 이는 추운 계절에 이용하는 온천관광객이 높은 비중을 차지하기 때문인 것으로 사료됨

【표 II-13】 계절별 관광객 현황(2012년 기준)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
관광객수	1,078,893	903,516	836,915	937,119	955,047	883,958	928,708	1,023,344	1,013,615	1,710,784	1,528,661	1,588,136

자료 : 한국문화관광연구원 관광지식정보시스템, 당해년도

(2) 온천

- 우리나라의 온천은 대다수 단순온천(백암온천, 척산온천, 덕구온천), 중탄산토류천(도고온천, 덕산온천, 이천온천, 온양온천, 수안보온천, 유성온천), 황산염천(해운대온천, 부곡온천, 동래온천)에 해당됨
- 아산시의 온천은 천연 중탄산토류천 온천으로 위장병, 신경통, 류마티스, 피부질환, 근육통, 혈관순환촉진, 피하지방제거와 세포재생을 촉진시켜주는 효능이 있으며, 아산시 온천은 온양온천, 도고온천, 아산온천으로 구분되어 운영되고 있음

Ⅵ 온양온천

- 온양온천은 우리나라에서 가장 오래된 온천으로 1,300여년전 백제때에는 탕정군, 신라때에는 탕정주, 고려시대때에는 온수군으로 지칭됨
- 1442년 세종대왕이 온양온천 행사시 온양군으로 개칭된 이후 온양으로 불리었으며, 특히, 조선시대 세종대왕 15년(1443년) 정월에 안질 치료차 행행한 후 현종·숙종·영조·정조 등 여러 임금께서 온궁을 짓고 휴양이나 병의 치료차 머물고 돌아간 사례가 많아 다수의 관련 유적들이 남아있음
- 온양온천은 지질이 주라기 및 백악기 화강암류로 되어 있으며 용출되는 온천수 수온이 37.8℃~54.9℃ 내외의 고열온천
 - 온천수의 주요성분은 알칼리성으로 실리카성분을 함유한 실리카온천으로 수질이 좋고 수량이 풍부하여 각종 성인병과 피부미용에도 효과가 매우 큼
- 온양온천은 온천수가 뛰어날 뿐만 아니라 온양관광호텔, 온양제일호텔, 그랜드호텔, W호텔 등 온천관광호텔과 200개소에 달하는 여관 등의 숙박시설, 상가, 음식점, 유흥업소, 수영장과 같은 편의시설이 잘 발달되어 많은 관광객이 찾는

온천지역 최대의 명소로 자리잡고 있음



【그림 II-4】 온양온천

Ⅱ 도고온천

- 아산시 도고면 기곡리에 위치한 도고온천은 신라시대부터 약수로 이름난 곳으로 약 200여년 전부터 온천으로 개발되었음
- 특히, 물이 부드럽고 유황을 함유하고 있어 피부나 음용을 통해 이온상태로 체내에 흡수되어 인체의 생리작용과 신진대사를 촉진함으로 신경통, 피부병, 위장병, 관절염, 류마티즘, 부인병, 당뇨병, 생식기질환, 소화기질환, 피부미용에 특효가 있는 것으로 알려짐
- 도고온천의 수질은 유황온천과 단순온천이 있고, 온천수 수온은 25℃~35℃를 유지하는 온(溫)온천으로 주로 물을 가열하여 사용하고 있는데 수소이온 농도가 8.7도에 이르고 그 밖에 고형 잔유물, 규산, 나트륨, 칼슘, 마그네슘 등의 성분으로 되어 있음
- 도고온천 주변 숙박시설은 콘도 3개, 여관 10개소 등이 있으며, 도고골프장을 비롯하여 워터파크, 세계꽃식물원, 웅기발효음식전시체험관이 근 거리에 위치해 있어 볼거리와 레크레이션 시설을 완비한 최고의 온천휴양지임



【그림 II-5】 도고온천

Ⅵ 아산온천

- 아산온천은 1987년에 발견되어 1991년에 아산시 음봉면 신수리 일원에 조성된 관광지로, 500명 이상을 수용할 수 있는 대온천욕장, 여관 등의 시설이 있으며, 2001년 4월 테마온천 시설인 스파비스가 개장되어 운영 중에 있음
- 약알칼리성 온천으로 20여 종의 인체에 유익한 성분이 다량 함유되어 있어 혈액순환촉진, 세포재생촉진, 신경통, 관절염, 고혈압, 피부미용에 효과가 큼

(3) 축제

- 아산시에는 2013년 기준 대한민국 온천대축제, 아산성웅이순신축제, 외암마을 짬뽕축제, 온양온천문화예술제 등 총 4개의 축제가 개최되고 있음

Ⅶ 대한민국온천대축제

- 대한민국온천대축제는 온양, 도고, 아산 3대 온천지구를 클러스트화 하는 발산형 축제로 전국 유일 3대 온천의 우수성을 알리고 온천관광 활성화 및 산업화를 촉진하기 위해 개최되었음
- 온양온천역 광장 및 주변 시내권을 주 행사장으로 활용하여 왕실온천의 이미지를 강화하고, 도고온천은 건강과 온천의료를 테마로, 아산온천은 휴식과 놀이를 테마로 이벤트와 프로그램을 구성함
- 온천스탬프앨리를 통해 아산시 3대 온천을 방문 및 이용할 수 있도록 유도하며, 온천 및 관내 연계 셔틀버스 운행으로 관광객 편의를 도모

Ⅷ 아산성웅이순신축제

- 아산 성웅이순신축제는 충무공 이순신장군 의 정신을 되새겨 애국애족의 정신을 고취시키고 시민의 화합을 도모하기 위하여 개최됨
- 1961년 온양문화제를 시작으로 해마다 개최되고 있으며 2004년 명칭을 변경하여 개최되고 있음
- 매년 이순신 장군의 탄신일인 4월 28일을 전후하여 3~4일간 진행되며 불꽃놀이로 시작되는 전야제 행사와 4월 28일 현충사에서 거행되는 다례행사와 서막식, 이충무공 전술비(秘) 연날리기 대회, 아산줄다리기, 무과시험재연, 석전 등 다채로운 행사가 있으며 식전행사, 의전행사, 경축행사, 문화예술행사, 전통민속행사 등이 많은 관광객과 시민들에게 볼거리를 제공함

Ⅱ 온양온천문화예술제

- 온양온천문화예술제는 청백리 맹사성의 정신을 기리는 "맹사성 축제"와 순수예술제인 "설화예술제", 그리고 조선시대 역대 왕들의 온궁행차를 재연한 "온궁행렬 재연"이 통합되어 펼쳐지는 축제임
- 맹사성축제 : 청백리로 유명한 아산출신의 명정승인 맹사성의 사상과 업적을 재조명하고 청백리 정신을 계승함
- 설화예술제 : 예총 아산지회 산하 예술단체인 문인협회, 음악협회, 미술협회, 연극협회, 사진협회, 무용협회의 문화예술인들이 모두 참여하는 순수예술행사
- 온궁행렬재연 : 조선시대 세종대왕을 비롯한 여러 임금들의 휴양 및 병 치료차 머무른 온양온천의 온궁행차를 재연한 아산 대표의 문화유산 행사임

Ⅱ 외암민속마을 짚풀문화제

- 농경생활의 핵심인 '짚과 풀'을 주제로 송악면 외암리 민속마을에서 가을걷이를 끝낸 농한기를 맞아 주민들이 실제 사는 초가집의 이엉을 다시 잇고, 수확한 곡식을 탈곡하며 떡메를 쳐서 만든 떡을 함께 나누어 먹는 체험축제의 형태로 진행됨
- 짚풀문화제는 주민과 지역시민단체가 함께 만드는 축제로 외암민속마을의 아름다움을 살리고 마을공동체를 만들어갔던 문화를 재현하고 있음

【그림 II-6】 아산시 축제



【표 II-14】 아산시 축제 현황(2013년 기준)

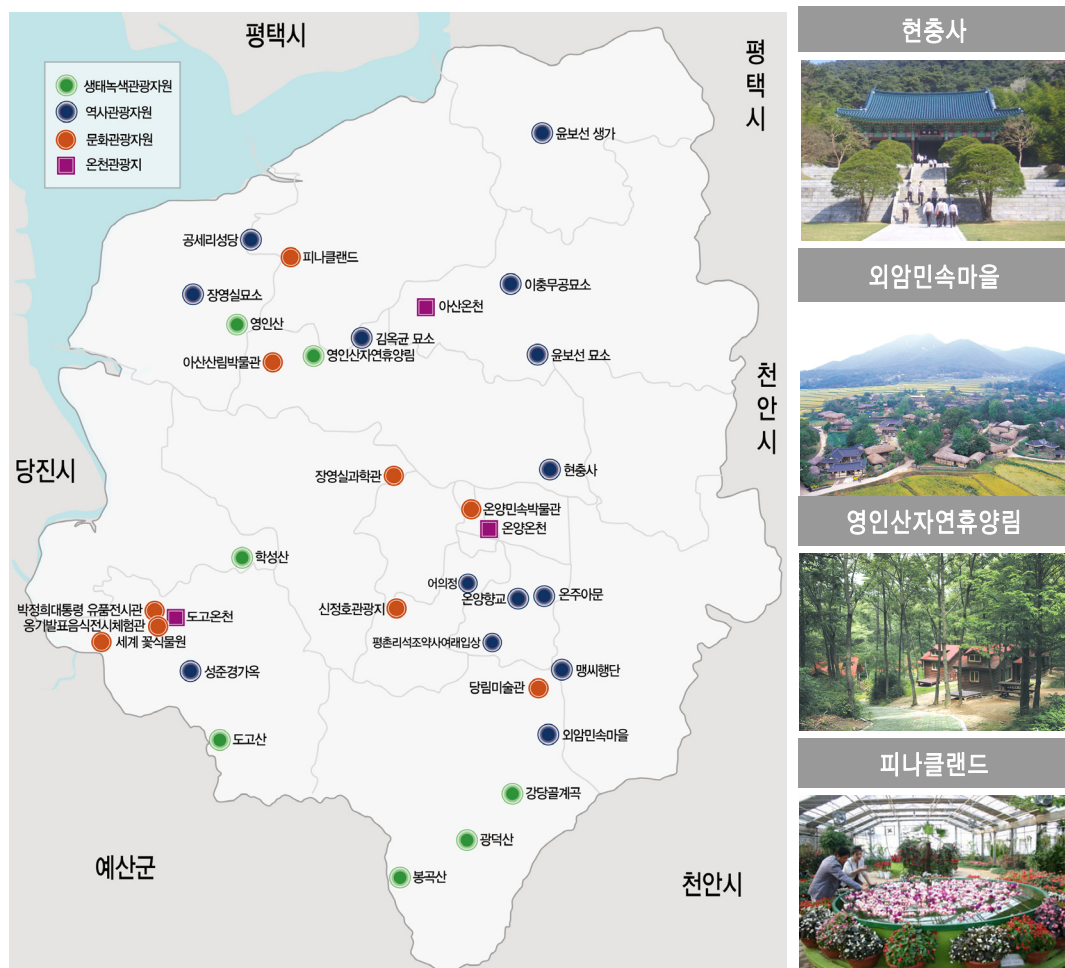
구분	개최시기	기간(일)	주관/주최	개최장소
대한민국온천대축제	10월 중순	5일	아산시, (특)한국온천협회, (재)아산문화재단	온양온천, 도고온천, 아산온천
아산성웅이순신축제	4월28일 전후	3-4일	아산시	현충사 일원
온양온천문화예술제	10월 초	3일	(사)한국예총아산지회	온양온천역 광장일원
외암민속마을 짚풀문화제	10월 중순	3일	(재)아산문화재단, 외암민속마을보존회	외암민속마을일원

자료 : 아산시 문화관광홈페이지

(4) 관광자원

Ⅱ 다양한 문화관광자원

- 아산시는 온천과 현충사를 비롯하여 많은 관광자원을 보유하고 있으며, 고속철도 및 수도권 지하철과 연계되어 접근성이 향상되어 관광객이 증가하고 있음
- 아산시는 광덕산, 강당골, 영인산, 설화산 등 풍부하고 다양한 산림관광자원을 보유하고 있으며, 외암민속마을, 온양민속박물관 등 아산시 역사를 바탕으로 한 자원들이 곳곳에 산재되어 있음
- 특히, 아산의 3대 온천인 온양온천, 도고온천, 아산온천이 있어 이를 중심으로 다양한 관광인프라가 확충되고 있음



【그림 II-7】 아산시 관광자원 위치도

|| 현충사

- 아산시 염치면 백암리에 소재하고 있는 현충사는 충무공 이순신을 기리기 위해 1706년에 세워졌으며, 일제시대때 퇴락하였으나 1932년 이충무공유적보존회와 동아일보가 중건한 이후 1967년 현충사 성역화 사업을 통해 오늘의 경관을 갖추
- 본전내에는 이순신 장군의 영정을 모시고 있으며, 유물관에는 일생기록인 십경도와 국보 76호인 난중일기 보물326호 장검 등이 전시되어 있고 이충무공이 살던 옛집, 활터, 정려 등이 정내에 있음

|| 외암민속마을

- 국가지정 중요민속자료 제236호로(1999년 12월 28일) 국가에서 지정 보호하고 있는 마을이며, 아산시 송악면 외암리 민속마을에는 약 500년 전에 이 마을에 정착한 예안 이씨일가가 지금까지 주류를 이루어 살고 있음
- 문중에 걸출한 인물들이 많아서 큰집이 들어서기 시작했고 지금도 옛 모습을 간직한 집들의 이끼 낀 돌담을 돌면 마을의 역사를 짐작할 수 있는데 돌담너머로 집집마다 뜰 안에 심어 놓은 과일나무 및 마을 입구의 장승을 비롯하여 조선시대의 생활상을 엿볼 수 있는 디딜방아, 연자방아, 물레방아, 초가지붕 등이 보존되어 있음
- 특히, 이참판택과 중요민속자료 233호로 지정된 영암군수택(건재가옥)은 아름다운 정원과 더불어 조상들의 삶의 모습을 느껴볼 수 있는 장소임

|| 온양민속박물관

- 아산시 권곡동에 위치한 온양민속박물관은 사설민속관으로 1978년 개관하였으며 우리민족의 살아온 발자취와 민속자료들을 전시하고 있음
- 6,270㎡의 규모에 4개의 전시실과 1개의 소전시실로 13개 분야에 걸쳐 민속자료 20,000여점이 상설 전시되고 있음
 - 제1전시실은 한국인의 일생, 의식주, 생활모습을 제2전시실은 직업, 제3전시실은 민속공예, 민속신앙 등을 생동감 있게 전시하고 있으며, 전통혼례를 올릴 수 있는 생활문화관도 갖추고 있음
 - 야외전시장에는 너와집과 연자매, 옛날사람들의 음식, 지소, 고인돌 등이 전시되어 있음

|| 피나클랜드

- 정상에 올라 바라보면, 아산만과 서해바다의 아름다운 풍경이 눈앞에 시원하게 펼쳐지고 주제별로 나뉘어진 특색 있는 소정원과 산책로, 넓은 잔디광장, 친근한

동물들과의 만남, 전망대와 시원한 폭포의 진경산수, 빛과 바람을 이용한 조형물 '태양의 인사'가 관광객을 맞이함

- 서해안고속도로의 개통으로 가족나들이, 현장학습, 문화체험 등의 다채로운 이벤트가 가능한 복합문화공간으로 기대됨

|| 아산시 대표관광코스

- 아산시는 지역에 분포한 역사문화관광자원을 관광객에게 보다 효율적으로 제공하기 위해 계절별, 일정별, 테마별로 관광코스를 운영하고 있음

【표 II-15】 아산시 대표관광코스

구분	코스명	주요코스
일정별	1일(당일)코스	-온양온천역→신정호관광지→외암민속마을(중식)→현충사→온양온천욕 -온양온천역→봉곡사→외암민속마을(중식)→현충사→온양민속박물관
	1박2일코스	-온양온천역→신정호관광지→외암민속마을(중식)→현충사→온양온천(숙박)→온양민속박물관→세계꽃식물원(중식)→공세리성당 -온양온천역→신정호관광지→세계꽃식물원(중식)→도고온천(숙박)→온양민속박물관→현충사→온양온천역
	2박3일코스	-온양온천역→맹씨행단→외암민속마을(중식)→공세리성당→아산온천(숙박)→피나클랜드→세계꽃식물원(중식)→도고산→도고온천(숙박)→신정호관광지 -온양온천역→봉곡사→외암민속마을(중식)→신정호관광지→온양민속박물관→온양온천(숙박)→현충사→공세리성당→피나클랜드→도고온천(숙박)→세계꽃식물원
	3박4일코스	-온양온천역→맹씨행단→외암민속마을(중식)→공세리성당→아산온천(숙박)→피나클랜드→세계꽃식물원(중식)→도고산→도고온천(숙박)→신정호관광지→온양민속박물관(중식)→온양온천(숙박)→현충사 -온양온천역→봉곡사→외암민속마을(중식)→맹씨행단→온양민속박물관→온양온천(숙박)→현충사→공세리성당→피나클랜드(중식)→영인산자연휴양림(숙박)→도고산→세계꽃식물원(중식)→도고온천(숙박)→신정호관광지
테마별 코스	문화유적답사	-현충사→온양민속박물관→외암리민속마을→맹사성고택→영괴대→여민루→김옥균 묘소→이충무공묘소→윤보선 전대통령 생가→윤보선 전대통령 묘소
	불교사찰답사	-세심사→해명사→보문사→인취사→봉곡사→대륜사→관음사
	천주교성지탐사	-김대건신부 생가지→공세리 성당→온천욕(온양·도고·아산온천)
	산업시설견학	-현대자동차 공장(사전예약)

자료 : 아산시 문화관광홈페이지

|| 온양온천 시티투어

- 아산시의 관광자원을 국내외 관광객들이 편안하고 즐겁게 체험할 수 있도록 주요관광명소를 순환하는 시티투어를 연중 운행함
- 운영 프로그램
 - 운행방식 : 가이드의 설명과 함께하는 전세버스 방식

- 운영기간 : 하절기(4-10월), 동절기(11-3월), 여름별도코스 운행(7-8월)
- 동절기에는 온천욕이 포함된 온천코스로 운영함

【표 II-16】 온양온천 시티투어 운행코스

구분	코스명	주요코스
하절기	초록힐링코스(목, 토)	-온양온천역-공세리성당-피나클랜드-중식-영인산휴양림·수목원-영인산 박물관-온양온천역
	레일바이크코스(수, 금)	-온양온천역-신정호관광지-중식-레일바이크-현충사-온양온천역
	시간여행코스(화, 일)	-온양온천역-봉곡사-중식-외암민속마을-현충사-온양민속박물관-온양온천역
동절기	도고온천코스(화, 목)	-온양온천역-외암민속마을-중식-세계꽃식물원-온천욕(도고, 아산, 온양)-온양온천역
	아산온천코스(수, 금)	
	온양온천코스(토, 일)	
여름	시간여행코스(화, 목, 토)	-온양온천역-봉곡사-중식-외암민속마을-온양민속박물관-현충사-온양온천역
	역사문화코스(수, 금, 일)	-온양온천역-현충사-중식-이순신장군묘-공세리성당-온양민속박물관-온양온천역

자료 : 온양온천시티투어홈페이지(<http://citytour.asan.go.kr/>)

Ⅱ 온천 의료관광

- 아산온천은 한국의료관광지원센터의 헬스케어 상품으로 아산스파비스와 온양민속박물관, 외암리민속마을을 연계한 아산온천 힐링패키지가 소개되고 있음
- 아산시는 온천의학연구센터를 건립하고, 온천 의료 뷰티 산업간 운영 및 온천 축제 개최를 통해 온천의료산업을 활성화 하고자 함
- 또한 아산시는 온천과 의료관광을 결합한 온천 의료관광사업의 선도적 모델을 구축하기 위하여 업무협약을 체결하였음(2014. 2.18)
- 협약서는 온천수 치료의 의학적 효능 검증을 위한 임상연구, 온천수치료 재활센터 설립, 온천수 치료 재활프로그램을 연구 개발, 일본 의료관광객 유치, 온천수를 활용한 다양한 산업화 추진과 해외 홍보 및 판촉 등을 내용으로 함



【그림 II-8】 아산시 온천의료관광산업

2. 전국체육대회와 연계한 지역여건분석

1) 관광연계 여건분석

(1) 음식점

Ⅵ 음식특화거리

- 아산시에는 총 3곳의 음식 특화거리가 있으며, 인주장어촌, 염치한우촌, 온양상설시장내에 국밥집 특화거리가 있음
- 아산만방조제와 삽교천방조제 사이에 위치한 인주장어촌은 약 10여개의 장어 전문 음식점이 장어촌을 이루고 있음
- 염치한우촌은 현충사에서 염치읍 염성리 일대에 분포하고 있으며, 약 7-8개의 한우 전문식당이 밀집하여 있음
- 온양상설시장내에 새로이 조성된 먹거리촌인 상설시장 먹거리촌은 16개소가 한곳에 모여 있어 부담 없이 편안하게 먹을 수 있는 국밥, 수육, 머릿고기 등을 맛볼 수 있음

【표 II-17】 아산시 음식특화거리 (2011년 기준)

구분	상호명	
인주장어촌	아산정, 영웅장어, 돌집장어, 꽃동네 원조장어, 오복장어, 숲속장어, 인주나루터장어, 풍천장어, 참숯장어촌, 푸른장어마을	
염치한우촌	경동식당, 염치식당, 큰고개식당, 산천정육점식당, 아산축산정육 도소매식당, 한우드소(염치점), 한우사랑염치점	
온양상설시장 먹거리촌 (국밥집)	온양상설시장 먹거리장터 1호점 ~ 온양상설시장 먹거리장터 18호점 (총 16개소)	

자료 : 아산시 문화관광홈페이지

Ⅱ 모범음식점

- 2011년 기준 아산시 모범음식점은 총 117개소로 음식특화거리에 위치한 음식점 뿐만 아니라 지역을 대표하는 향토음식점까지 지정되어 있음
- 대부분의 모범음식점은 아산시청과 터미널을 중심으로 하는 온양동에 전체 모범음식점의 61.5%인 72개소가 집중되어 있으며, 배방, 둔포 등 산업단지 지역 등에 분포하고 있음

【표 II-18】 지역별 모범음식점 현황(2011년 기준)

구분	계	염치읍	배방읍	송악면	탕정면	음봉면	둔포면	영인면	인주면	선장면	도고면	신창면	온양동
음식점	117	2	20	1	1	3	6	3	2	-	3	4	72
(비중)	(100.0)	(1.7)	(17.1)	(0.9)	(0.9)	(2.6)	(5.1)	(2.6)	(1.7)	-	(2.6)	(3.4)	(61.5)

자료 : 아산시 홈페이지

(2) 숙박시설

Ⅱ 관광객 이용시설업

- 전국체육대회 개·폐회식에 참가하는 선수단 20,000여명 이상이 숙박 할 수 있는 대규모 숙박시설이 필요하며, 참가 선수단의 경기력 향상을 위해 편안하고 쾌적한 숙박시설이 기반이 되어야 함
- 2012년 아산시 통계연보에 따르면 대규모 숙박시설은 5개의 관광호텔업과 휴양콘도미니엄업 5개소, 종합휴양업 1개소, 전문휴양업 1개소 등이 있음

【표 II-19】 아산시 숙박시설(2011년 기준)

구분	계	관광숙박업				관광객이용시설업					
		호텔업			휴양콘도미니엄업	전문휴양업	종합휴양업	자동차야영장업	관광유람선업	관광공연장업	외국인전용관광기념품판매업
		가족호텔업	관광호텔업	기타호텔업							
아산시 계	12	-	5	-	5	1	1	-	-	-	-
음봉면	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
도고면	6	-	-	-	5	-	1	-	-	-	-
온양1동	5	-	5	-	-	-	-	-	-	-	-

자료 : 아산시, 아산시 통계연보, 2012년

Ⅵ 굿스테이

- 굿스테이는 문화체육관광부와 한국관광공사가 지정한 우수 숙박브랜드로 아산시에는 총 3곳의 모텔이 굿스테이로 지정되어 있음
- 2개소는 아산온천 부근에, 1개소는 온양온천 부근에 위치하고 있으며, 객실의 규모와 종류가 다양한 것이 특징임

【표 II-20】 아산시 굿스테이 업소(2011년 기준)

구분	위치	객실수	주차 시설	외국어 서비스
리베라모텔	아산시 음봉면 아산온천로243번길 123	총 : 35실 23m ² /3개, 19m ² /23개 26m ² /7개, 42m ² /2개	35대	영어, 중국어
팜스프링호텔	아산시 음봉면 아산온천로157번길 7-99	총 35실 99m ² /2개, 23m ² /4개 26m ² /8개, 26m ² /11개 16m ² /10개	30대	영어, 중국어
아이엔지모텔	아산시 충무로8번길 17 (온천동,유성장모텔)	총 27실 39m ² /1개, 19m ² /24개 33m ² /2개	8대	영어

자료 : 한국관광공사 굿스테이 홈페이지

Ⅶ 모텔

- 관광객을 위한 숙박시설은 대체적으로 양호한 편이나, 현재 운영 중인 숙박시설의 경우 관광객과 선수단이 함께 이용하기에는 한계를 내포하고 있음
- 이에 따라 스포츠 관광목적 및 관광객의 특성에 부합할 수 있는 특화된 게스트하우스, 유스호스텔 등의 저가형 숙박 인프라 개발 및 확충이 필요함

2) 지역경제 연계 여건분석

(1) 전통시장

- 아산시에는 문화관광형시장¹⁾인 온양온천시장과 둔포전통시장이 있으며, 온양온천역 풍물 5일장이 운영되고 있음

【표 II-21】 아산시 전통시장(2011년 기준)

구분	주소	등록여부	시장구분	취급품목	점포수	종사자
온양온천시장	아산시 온천동 94-6	인정시장	상설시장	잡화, 건어물, 생선	249	619
둔포전통시장	아산시 둔포면 둔포리 450-1	인정시장	상설+정기시장	음식점, 잡화, 가공식품, 의류, 기타소매업	137	357
온양온천역 풍물5일장	아산시 온천동 69-14 철도하부공간	-	공동개설시장	농수임산물, 공산품, 의류, 한약재 등	447	447

자료 : 시장경영진흥원, 아산시 홈페이지

Ⅵ 온양온천시장(온양전통시장)

- 온양온천시장은 아산을 대표하는 전통시장으로 250여개의 점포와 600여명의 상인들로 구성되어 있고 1950년대부터 싸전, 소전, 고추전, 된장골목 등 자연스럽게 5일장이 서며 그 역사가 시작되었음
- 이후 소전과 싸전이 이전하고 새로운 도로가 개설되며 옛 시장터에서 온천동으로 이전, 지금의 온양온천시장으로 이어져 오고 있음
- 온양온천시장은 문화관광형 시장으로 아산시 온천동에 위치하고 있으며, 잡화, 건어물, 생선 등이 주요품목으로 판매되고 있음

Ⅵ 둔포전통시장

- 아산시 둔포면 둔포리에 위치한 둔포전통시장은 상설 및 정기시장으로 음식점, 잡화, 가공식품, 의류, 기타소매업이 입지하고 있음
- 2일과 7일에 열리는 둔포전통시장의 정기시장은 주변에 이마트가 입지하여 있어 경쟁점포와의 차별화된 프로그램 개발이 필요함

1) 문화관광형시장은 전통시장 중 역사, 문화, 특산품 등 시장이 가진 고유한 특성을 즐기고 관광하는 공간으로 개발된 시장으로 전통시장이 위치한 지역의 고유문화와 관광자원을 연계하여 관광명소로 육성하기 위함임

Ⅵ 온양온천역 풍물5일장

- 온양역 하부공간에 명품 5일장을 만들고자 2009년 11월 개설하여 온양 5일장에 맞추어 운영하고 있음
- 온양온천시장은 2008년 수도권과 연결된 지하철 온양온천역과 근접한 위치에 있어 서울 및 수도권 관광객의 관광지로서의 역할을 하고 있음
- 수도권 전철 하부로 외부고객의 비중이 높으며, 농산물, 수산물, 마늘, 화훼, 의류공산품, 한약재 구역으로 나뉘어 운영됨
- 또한 과거 신흥여행지로서의 향수를 즐길 수 있으며, 먹거리 시장이 운영되고 근교에 온천이 있어 온천욕도 가능한 특징을 보임

(2) 특산품

Ⅵ 아산시 농산물 브랜드

- 아산시에서는 2013년 「아산 맑은」으로 농산물 브랜드를 론칭하였으며, 엄정한 품질관리시스템 구축, 판촉행사 개최, 대형마트 입점 추진, 홍보대사 임명, 포장재 지원, 매체 광고 등 다양한 마케팅을 하고 있음
- 「아산맑은」 B·I(Brand Identity)는 알파벳의 첫 번째 글자로 아산의 이니셜 'A'를 상징해 국내 농산물들 중에 가장 으뜸 품질임을 상징하며, 둥근 원의 집합은 알찬 아산의 농산물, 농업인의 땀, 열정을 의미함
- 또한 아산의 지질적 특성인 온천수가 아산의 농작물을 더 단단하고 옹골차게 만드는 기능적 특수성을 표현함



【그림 II-9】 아산시 농산물 브랜드 「아산 맑은」

Ⅱ 아산시 농특산물 지정현황

- 농특산물의 판매경쟁에서 품질우위를 확보하고 대외경쟁력을 향상시키기 위하여 농특산물을 지정하여 운영하고 있음
- 충청남도에서는 도지사 농특산물 품질추천제를 통해 총 55품목 255건을 지정하여 육성하고 있으며, 아산시는 농수축산물 4종, 가공식품류 5개가 지정되었음
- 아산시의 대표 특산품은 맑은 쌀이며, 아산배, 아산사과, 탕정포도 등의 농특산물과 표고, 느타리, 팽이 등 버섯류, 송악연엽주, 전통 떡 등 전통 식품류 등이 있음
- 아산시는 아산 맑은 쌀 이외의 특산품이 미약하며, 이와 관련하여 다양한 마케팅이 필요한 실정임

【표 II-22】 아산시 농특산물 지정현황(2011년 기준)

구분	농수축산물류	가공식품류
도지사추천 농특산물 지정현황	아산염작배(염작배영농법인) 새송이버섯(버섯사랑) 비양산 참머루 포도(바우농원) 친환경 無항생제인증란(계림농장)	선장김치(선장농협) 탕정과인(산골농산) 소이빌참옷된장, 소이빌참옷간장, 소이빌고추장 [(주)소이빌] 비양산참머루포도즙(바우농원) 포도즙, 배즙, 복분자즙(산골농산영농법인)

자료 : 충청남도, 충남도정백서, 2012년

Ⅱ 온천수 화장품 : “온궁”

- 온궁은 온천수의 효능을 이용한 화장품·목욕용품(입욕제)의 브랜드명으로 온양온천에 와서 거처하는 온천행궁의 줄임말이며, 미백과 주름개선 효과로 기능성 허가를 받았음
- 2013년 대한민국 아산온천 대축제 기간에는 온양온천역 앞 온천뷰티산업전시관에서 온천수 결합 상품을 이용한 체험 프로그램을 통해 온천의 효능을 경험할 수 있도록 하였음



【그림 II-10】 아산시 온천수화장품 「온궁」

3) 마케팅 연계 여건분석

(1) 아산시 마케팅



Ⅵ 연혁

- 아산시는 삼한시대에는 마한의 염로국이었고 백제시대에는 탕정군, 아술현, 굴직현에 속해있었으며, 통일신라시대에는 탕정주, 기량현(중앙에서 총관파견), 고려시대에는 온수군, 인주현, 신창현, 조선시대에는 온양군, 아산현, 신창현의 3개의 행정중심이 형성됨
- 1914년 아산군으로 개편되었다가 1986년 1월 2일 온양읍이 시로 승격 분리된 이후 1995년 아산군과 온양시의 통합으로 아산시가 되었으며, 2012년 기준 2읍 10면 6동을 관할하고 있음

Ⅵ 상징물

- 아산시는 기분좋은 변화, 활짝웃는 아산의 시정구호를 중심으로 심벌마크, 시브랜드 「스마트 아산,」 농특산물 브랜드 「아산맑은」 등이 있음

【표 II-23】 아산시 상징물

상징물		내용
시정구호	기분좋은 변화, 활짝웃는 아산	
심벌마크		전통을 의미하는 녹색과 첨단산업을 의미하는 청색이 한 방향으로 나아가는 사람의 형태로 표현 전통과 발전이 공존하는 아산시의 특징과 물결모양을 통해 시민이 함께하는 아산을 표현
시브랜드		Smart란? S(Spring) - 도약(활력의 도시),온천(hot spring)의 도시 M(Mankind) - 인간중심의 미래도시 아산 A(Art) - 예술, 문화가 살아 숨쉬는 도시 R(Renovation) - 혁신도시 T(Technic) - 첨단기술도시 아산
캐릭터		아산사랑의 줄임말. 아산의 사내(牙郎)인 소년 이순신과 아산 발전이 물결 넘쳐흐르기를(牙浪) 기원하는 의미를 담고 있으며, 수군인 이순신장군과 온천의 물을 상징한다

자료 : 아산시 홈페이지(<http://www.asan.go.k>)

Ⅱ 아산시 대표인물

- 아산시는 대표적 인물인 이순신, 장영실 등 역사인물을 통한 문화관광 마케팅을 실시하고 있으며, 세종대왕이 즐겨찾던 온양온천을 인물마케팅을 통해 홍보하고 있음
- 이순신장군과 관련하여 성웅이순신축제가 매년 4월 개최되고 있으며, 이순신빙상장, 이순신종합체육관 등의 명칭설정을 통해 지역의 대표적인 브랜드로 활용하고 있음
- 아산시의 현대인물로는 이어령, 소설가 복거일, 최양락, 류승완 등이 있으며, 스포츠계에서는 한새배구단이 아산시를 연고로 활동하고 있음



【그림 II -11】 아산 출신 인물

(2) 홈페이지

Ⅱ 아산시 공식홈페이지

- 아산시의 공식홈페이지(<http://www.asan.go.kr>)는 아산의 시정, 문화관광, 생활정보, 민원 등 다양한 정보를 제공하고 있음
- 홈페이지는 쌍방향 소통보다는 일방적 정보를 제공하는 것으로 다양한 정보 제공에 초점을 맞추고 있음
- 또한 홈페이지상에 QR코드 안내나 아산시 어플리케이션에 대한 안내가 부족하여 이에 대한 연동 방안이 마련되어야 할 것임

Ⅱ 문화관광홈페이지

- 아산시 문화관광홈페이지는 아산의 문화관광지 소개, 맛집, 숙박, 문화행사, 축제, 일정별 관광 코스 등 문화관광과 관련된 다양한 정보를 소개하고 있음

- 이를 통해 아산시를 찾는 관광객의 편의를 도모하고 사전 관광정보를 충분히 인지하게 함으로써 관광마케팅에 활용하고 있음



【그림 II-12】 아산시 공식 및 문화관광 홈페이지

Ⅱ 아산시 읍면별 홈페이지

- 아산시는 2013년 17개 읍·면·동 사무소 홈페이지(<http://town.asan.go.kr>)를 전국 자치단체 최초로 SNS(Social Network Service)형 홈페이지로 전면 재구축하였음
 - 개편홈페이지는 마을주민들이 만든 콘텐츠(UCC : User Created Contents)가 주를 이루고 읍·면·동 단위 마을의 대표홈페이지로서 포털사이트의 카페나 동호회처럼 홈페이지 운영을 주민 스스로 하도록 돕는 역할을 함
 - 각 마을의 문화행사, 특산물, 관광명소 등의 좋은 콘텐츠가 홈페이지에 등록되어 지역경제 활성화 및 온라인을 통해 아산시를 홍보하고 있음

(3) 소셜미디어(SNS)

- 소셜미디어는 홈페이지의 단순한 틀에 일반적인 정보를 알리는 것과는 달리 다양한 틀을 이용하여 쌍방향 소통이 가능하여 홍보수단으로 활용되고 있음
- 이에 아산시에서는 다양한 소셜미디어를 통해 지역의 관련 정책, 관광 등의 다양한 정보를 제공하고 있음

Ⅱ 트위터

- 아산시는 아산시 트위터 asancity를 개설하여 운영 중이며, 각종 시정안내와 행사 공연 소식 등을 실시간으로 전달하고 시민들의 다양한 목소리를 듣는 소통 창구로 활용하고 있음
- 아산시 트위터는 일방적인 홍보메시지 전달보다는 상호 소통을 바탕으로 정보 및 메시지를 제공해 유대감을 형성하여 아산시에 대한 친밀감을 높이는데 주력하고 있음

Ⅱ 페이스북

- 아산시는 2011년 아산시청 공식 페이스북(www.facebook.com/loveasan) 개설을 통해 시민들과 꾸준한 소통을 하고 있으며 시정 홍보 및 기부이벤트 등을 통해 다양한 홍보 마케팅을 실시하고 있음
- 아산장터(<https://www.facebook.com/asanfarm>) 등의 개설을 통하여 아산시의 농특산물을 홍보하는 장으로 마련하였음



【그림 Ⅱ-13】 아산시 트위터 및 페이스북

Ⅱ 블로그 홍보

- 아산시에서는 SNS 뿐만 아니라 블로그(<http://blog.naver.com/asanstory>)를 통해 폭넓은 정보들을 제공하여 지역홍보 및 시민 참여를 도모함
- 또한 2013년부터 아산e야기 블로그 경진대회를 개최하고 있으며, 공모전 수상자들은 아산시 기자단으로 위촉하고 있음
- 위촉된 아산시 블로그 위촉단은 아산시의 문화관광자원 및 특산물, 먹거리, 볼거리, 축제 등을 이미지와 이야기로 블로그를 통해 홍보해 아산의 아름답고 감동적인 이야기 등 아산사람들의 이야기를 네티즌에게 전달하는 역할을 수행함
 - 자율취재를 원칙으로 아산의 볼거리, 먹거리, 즐길거리와 아산성웅이순신축제·짬뽕문화제 등 아산시만의 특색 있는 기사를 발굴, 블로그에 올리는 아산시정 알리기 역할을 수행함

Ⅱ 아산시 전용 어플리케이션 : 스마트 아산

- 아산시는 스마트폰을 이용해 아산을 홍보하는 「스마트 아산」 어플리케이션을 개발하고 ▲아산뉴스 ▲문화행사 ▲아산시소식 ▲구인정보 ▲조직안내 ▲입찰 공고 등 각종 시정안내와 ▲주요관광지소개 ▲시티투어 ▲숙박 등 실생활에 유익한 정보를 제공하고 있음

- 특히, 스마트플랜기능을 이용해 아산을 찾는 여행객들이 가상으로 여행코스를 선택하고 최적의 경로를 찾아주는 기능까지 삽입되어 있어 아산을 방문하는 관광객들에게 편의를 제공함
- 또한 2013대한민국온천대축제 전용앱, 스마트아산 미니게임 등 다양한 어플리케이션 연동을 통해 아산시를 보다 쉽고 재미있게 접근 할 수 있도록 함

|| QR코드

- QR(Quick Response)코드는 기업, 지자체는 물론 중소기업의 새로운 마케팅 수단으로 각광받고 있으며, 아산시는 관광객의 온천관광을 유도하고 지역 특산물에 QR코드를 활용하여 홍보하고 있음
- QR코드에 삽입된 내용은 아산시 소개, 관광지, 음식점, 숙박지 등 관광을 주요 내용으로 하고 있음
- 또한 외암민속마을도 QR코드를 활용하고 있으며, 마을유래 및 특징, 외암마을 문화유산, 마을홍보동영상, 체험행사 등 마을에 대한 정보를 손쉽게 접근할 수 있도록 하였음

|| UCC 공모

- 아산시는 시민을 대상으로 다양한 UCC 공모를 하고 있으며, 이를 통해 아산의 명소 등을 소개하는 홍보 영상으로 활용하고 있음
- 성웅이순신축제, 민방위캐릭터, 유쾌 상쾌 발랄한 UCC 등 다양한 공모를 통해 지역의 축제 및 관광지를 홍보하며, 시정의 정책에 활용될 수 있는 아이디어 등의 시민참여를 독려하고 있음

3. 제97회 전국체육대회 개요

1) 전국체육대회 개요

Ⅵ 전국체육대회 역사

- 전국체육대회는 1920년 7월 13일 대한체육회의 창설 이후 11월 배재고보구장에서 실시된 제1회 전조선야구대회를 기원으로 하고 있음
 - 조선체육대회 출발 초기에는 단일 종목별 경기대회로 개최되었으며 1925년 종합경기대회가 처음 시도 됨
- 전국체육대회는 체육진흥과 엘리트 체육인 발굴 육성 등 종합 스포츠 행사로 발전되었으며, 조선체육회 강제해산과 6.25전쟁을 제외하고는 매년 개최되었음
- 특히, 지방체육의 균형적 발전을 도모하기 위하여 1957년 제38회 대회부터 지방순회 개최 원칙으로 체육시설 정비 및 신설, 전문체육 육성 및 생활체육을 유도하였으며, 시도체육회 및 시도경기단체 활성화, 지방학교 운동 및 실업팀 확대 등 지방체육활성화에 기여하였음
- 2006년 제87회 대회는 경상북도가 체전사상 최초로 인구 15만명 규모의 김천시를 주 개최지로 정하고 15개 시·군에서 분산 개최하였음
 - 김천시는 부족한 숙소문제를 해결하기 위하여 대한주택공사에서 신축 중이던 덕곡지구 임대아파트를 선수촌 아파트로 제공하여 선수단의 편의를 도모하였음
- 대한체육회 주최로 2016년에 개최되는 제97회 전국체육대회는 고등부, 대학부, 일반부로 나누어 46개 종목의 경기를 치르게 됨

Ⅶ 2016년 제97회 전국체육대회 추진현황

- 2016년 제97회 전국체육대회는 아산시를 중심으로 지역 간 균형발전과 도민이 함께 참여하는 ‘화합체전’, 찬란한 백제문화와 천혜의 자연이 어우러진 ‘관광체전’, 도청이전으로 서해안시대를 선도하는 희망의 ‘도약체전’, 첨단산업과 저탄소 녹색성장을 추구하는 ‘녹색체전’으로 운영해 대한민국 전체가 함께 어우러져 발전하는 화합·경제체전으로 준비하고 있음
- 아산 전국체전을 15개 전 시·군에 1개 종목 이상 경기장 배정을 원칙으로 정해 주 개최지인 아산에는 16개 종목, 2001년 전국체전 개최지인 천안에는 12개 종목을 배정함으로써 전 도민이 전국체전에 대한 관심과 참여를 유도하고, 주 개최지인 아산에서 1시간 30분 이내 이동 가능하도록 경기장 배치계획을 수립함

2) 기반시설 현황

(1) 체육기반시설

- 2016년 전국체육대회 개최와 관련하여 총 46종목, 72개소에서 치러지며, 이중 아산시에서는 16개 종목이 24개소에서 치러짐
 - 육상, 축구, 수영, 테니스, 탁구, 볼링 등 다양한 종목이 아산시 경기장을 중심으로 개최됨
- 아산시는 2만 명 이상이 수용 가능한 이순신종합운동장, 충남수영의 산실인 아산실내수영장, 경찰교육원, 복합체육시설 이순신 빙상장·체육관, 2013년 준공된 필드하키전용구장 등 체육기반시설이 풍부한 편임



【그림 11-14】 전국체육대회 아산시 경기장 배치도

Ⅱ 이순신 종합운동장

- 아산시 풍기동에 있는 종합운동장으로 2008년 4월 28일 완공되었으며, 부지면적 119,209㎡이며, 수용인원은 19,283명(주경기장)임
- 2008년부터 2011년까지 챌린저스리그 소속의 아산시민축구단의 홈구장으로 사용되었으며, 2013년부터 아산유나이티드의 홈구장으로 사용됨

【표 II -24】 이순신 종합운동장 시설

구분	건축면적(㎡)	관람석	부속시설	비고
주경기장	13,662 (필드 : 8,164)	19,283석	헬스장, 에어로빅, 댄스스포츠	2종 공인 천연잔디
보조경기장	6,361	600석	사무실, 샤워실, 탈의실	인조잔디
농구장	15M×28M	-	-	우레탄코팅
배드민턴	15M×28M	-	-	우레탄코팅

자료 : 이순신 종합운동장 홈페이지(<http://stadium.asan.go.kr/>)

Ⅱ 이순신 빙상장·체육관

- 이순신 빙상장·체육관은 풍기동 114-3번지 일원에(이순신종합운동장 옆) 부지면적 30,892㎡, 연면적 13,300㎡(지상3층) 규모로 총 305억원이 투입되어 2012년 준공됨
- 충청남도 유일의 동·하계 복합 체육관인 이순신 빙상장·체육관은 한번의 방문으로 스케이팅에서부터 농구, 배구, 배드민턴 등의 실내스포츠를 다양하게 즐길 수 있는 ‘스포츠 원스톱 쇼핑’을 가능하게 하는 시설임
 - 이순신빙상장은 3,870㎡, 496석, 아이스링크 국제 규격(61m×30m)이며, 체육관은 8,678㎡, 3,303석, 경기장 51m×32m으로 농구, 배구, 배드민턴 등의 종목을 즐길 수 있으며, 대규모 체육행사 및 경기를 진행할 수 있는 설비와 규모를 동시에 갖춘
 - 체육관은 배구-농구코트 1면과 배드민턴 코트 2면, 사회체육장(탁구장, 워밍업실)을 갖추고 있음

Ⅱ 아산실내수영장

- 아산실내수영장은 방축동 22-5일원에 부지 10,331㎡ 연면적 4,852㎡로 지상2층, 지하 1층 규모로 경영장 50미터 10레인과 다이빙장을 갖추었으며, 1986년 대한체육회에서 국가대표 선수 훈련으로 건축해 사용하다 1996년 아산시로 이관돼 일반시민이 이용하고 있음
- 준공이 된지 27년이 되어 시설 노후화가 급속히 진행된 아산실내수영장은 보수공사를 통해 공조기, 관람석 의자, 장애인 램프, 탈의실 등을 수리 및 정비하여 시민이 편리하고 쾌적하게 이용할 수 있도록 하였으며, 2016년 전국체육대회를 준비하고 있음

|| 아산 학산필드하키장

- 아산시는 전문적이고 체계적인 훈련을 통한 경기력 향상 및 각종 대회 유치를 통한 아산시 홍보를 위하여 대한하키협회 공인 규정을 충족한 아산 학산필드하키장을 2013년 건립하였음
- 아산 학산필드하키장은 아산시 선장면 선창리 12-46번지 등 일원에 면적 14,063㎡, 건축연면적 786㎡, 전용필드하키장 1면(63.2×103.2), 보조연습장 1면, 경기운영실, 심판실, 주차장(70대, 버스6대), 관람석(560석), 조명시설 규모로 준공됨

|| 전국체전 시설 확충 계획

- 아산시는 기존시설의 정비 및 확충을 통해 체전의 목표에 부합하는 전국체전을 개최하고자 함

01 이순신 종합운동장 시설 확충

- 개·폐막식 및 육상종목의 성공적 개최
- 사업비 : 250억원
- 사업기간 : 2013.1~ 2016.5



02 아산실내수영장 건립

- 국제공인조건을 갖춘 수영경기장 확충
- 사업비 : 250억원
- 사업기간 : 2013.5~ 2016.6



03 아산 종합스포츠센터 건립

- 시민체육수요 충족 및 체육문화 저변확대
- 사업비 : 122억원
- 사업기간 : 2013.1~ 2016.3



04 주경기장 보수 보강

- 체전 운영의 안정성 확보 및 미관개선
- 사업비 : 100억원
- 사업기간 : 2014.1 ~ 2016.3



【그림 II-15】 아산시 경기장 확충 계획

4. 체육대회 파급효과 분석

1) 분석의 개요

- 지역경제 파급효과는 아산시의 파급효과와 충남도의 파급효과로 구분되며, 각 지역의 효과는 전국체전 개최를 위한 건설효과와 전국체전 개최 시 발생하는 관광객 효과로 구성됨
- 시설 건설단계의 효과는 2016년 전국체육대회 개최를 위한 건설비에 의한 경제 효과이며, 운영효과는 관광객들의 지출비용에 따른 지역경제 효과임
- 파급효과 분석은 2009년 한국은행에서 발행한 2005년 산업연관표를 세분화한 다지역 산업연관표(충남발전연구원, 2009)를 기준으로 하여 분석
- 전국을 수도권(서울, 인천, 경기), 강원권, 충남, 충북, 대전, 전라권(광주, 전북, 전주, 제주), 경북권(대구, 경북), 경남권(부산, 울산, 경남) 8개 권역으로 구분함
- 분석 결과는 충남과 기타지역으로 구분하여 제시함

2) 지역경제 파급효과 분석모형

- 지역경제를 성장시키는 요인은 지역에서 생산된 상품 및 서비스에 대한 외부 지역의 수요(김홍배, 2001)이며, 이는 관광객 유치를 통하여 지역경제 활성화에 기인하는 것을 알 수 있음
- 이러한 지역경제 효과 분석을 위한 방법은 수출기반모형, 변이할당모형, 산업연관분석 등 다양하게 제시되어 있으나 본 분석에서는 다지역 산업연관 모형을 사용하도록 함

Ⅵ 산업연관분석모형

- 한 나라 또는 지역의 경제에서는 재화와 서비스가 생산되고 그 생산과정에서 각 산업은 원재료의 거래관계를 토대로 직접, 간접으로 연관을 맺게 되는데, 이처럼 생산활동을 통하여 이루어지는 산업간의 상호연관관계를 수량적으로 파악하는 분석방법이 산업연관분석 또는 투입산출분석임
- 산업연관분석모형을 적용하기 위해서는 일정기간(보통 1년) 동안 한 나라에서 생산되는 모든 재화와 서비스의 산업간 거래관계를 일정한 원칙과 형식에 따라 체계적으로 기록한 종합적인 통계표인 산업연관표의 작성이 필수적임

Ⅱ 다지역산업연관모형

- 전국 투입산출모형은 산업의 구분이 지역별로 분류되지 않았기 때문에 산업제품에 대한 수요의 변화가 지역경제에 미치는 영향이 측정될 수 없음
- 투입산출모형이 지역경제에 대해 의미 있는 분석 및 예측방법이 되기 위해서는 지역의 개념, 즉 공간의 개념이 고려되어야 함. 공간의 개념이 투입산출표에 반영될 때 지역모형은 전국모형과 구분됨
- 투입산출모형이 지역모형이 되기 위해서는 다음과 같이 지역의 두 특성이 투입산출표에 반영되어야 함
- 첫째는 생산구조의 지역특성임
 - 전국 투입산출표로부터 계산되는 산업간 투입계수는 각 지역의 산업간 투입계수의 전국 평균으로 볼 수 있음
 - 따라서 지역의 투입계수는 전국의 투입계수와 유사할 수도 또는 상당한 차이를 보일 수도 있으므로 이러한 특성이 모형에 반영되어야 함
- 둘째는 지역의 개방성임
 - 이는 지역 간 상품의 흐름 즉, 지역간 교역을 의미함
 - 지역 간 교역에 의해 지역간 상호 연관관계는 나타나므로 정확한 지역경제 분석을 위해서는 이러한 지역의 개방성이 모형에 반영되어야 함
- 다지역 산업연관모형을 적용하기 위해서는 분석지역을 포함한 다지역 투입산출표 작성이 선행되어야 함

Ⅱ 다지역 투입산출표의 기본구조

- 일반적인 다지역 투입산출표의 구조는 다음 그림에 제시된 바와 같음
- 여기서는 설명의 편의를 위해 국민경제는 r 과 s 의 두 지역경제로 구성되어 있으며, 두 지역 모두 n 개의 산업으로 구성되어 있다고 가정함

【표 II-25】 다지역 투입산출표의 기본구조

To From			중간수요									최종수요									총 산 출
			지역R			...			지역S			지역R			...			지역S			
			1	2	3	1	2	3	1	2	3	소 비	투 자	수 출	소 비	투 자	수 출	소 비	투 자	수 출	
중 간 투 입	지 역 R	1 2 3	X^{RR}			...			X^{RS}			C^{RR}	I^{RR}	E^R	C^{RS}	I^{RS}	-	X^R
	⋮	1 2 3	⋮			...			⋮			⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
	지 역 S	1 2 3	X^{SR}			...			X^{SS}			C^{SR}	I^{SR}	-	C^{SS}	I^{SS}	E^S	X^S
	수입		M^R			...			M^S												
	부가가치		VA^R			...			VA^S												
	총투입		X^R			...			X^S												

자료: 한국은행(2007).

|| 생산효과

- 다지역 투입산출모형은 지역 간 산업간 재화의 흐름을 나타내는 다지역 투입산출표를 바탕으로 지역 제품에 대한 최종수요의 변화가 해당 지역경제를 포함한 국민경제에 미치는 파급효과를 제시해 줌
- 앞에서 제시된 다지역 투입산출표에 나타난 재화의 배분을 식으로 나타내면 다음과 같음

$$CAX + CF = X, \quad \dots \text{식(1)}$$

X : 지역별 산업별 총 산출액 행렬($nm \times 1$),

F : 최종수요 벡터($m \times 1$),

C : 지역간 산업간 재화의 교역계수 행렬($nm \times nm$),

A : 투입계수 행렬($nm \times nm$),

m : 지역 수, n : 산업 수,

- 위의 식으로부터 지역별 산업별 산출액 및 각 산업 재화에 대한 최종수요와의 관계는 식(2)와 같이 표현됨

$$\Delta X = (I - CA)^{-1} A_h \cdot \Delta X_h + (I - CA)^{-1} \Delta F, \quad \dots \text{식(2)}$$

ΔX : 생산액 변화, ΔF : 최종수요의 변화,

|| 부가가치 유발효과

- 부가가치 유발효과란 각 산업제품에 대한 최종수요의 변화가 지역 및 국민경제의 부가가치액에 미치는 효과를 말함
- 이러한 부가가치 유발효과는 식(3)과 같이 최종수요 변화에 따른 생산유발 규모와 부가가치 계수 행렬의 곱으로 계산됨
- 부가가치 계수행렬은 투입산출표의 산업별 부가가치액을 생산액으로 나누어 준 값임

$$\Delta V = \hat{A}_V \cdot (I - CA)^{-1} A_h \cdot \Delta X_h + \hat{A}_V \cdot (I - CA)^{-1} \Delta F, \quad \dots \text{식(3)}$$

V : 부가가치액 행렬($1 \times mn$),

\hat{A}_V : 부가가치계수 행렬($mn \times 1$),

|| 고용효과

- 고용효과란 각 산업제품에 대한 최종수요의 변화가 지역 및 국민경제의 고용에 미치는 효과를 의미함
- 고용효과는 식(4)와 같이 최종수요 변화에 따른 생산유발규모와 고용자 투입계수 행렬의 곱으로 계산됨
- 고용자 투입계수 행렬은 단위 생산액당 고용자의 투입규모를 의미함

$$\Delta W = \hat{E}_W \cdot (I - CA)^{-1} A_h \cdot \Delta X_h + \hat{E}_W \cdot (I - CA)^{-1} \Delta F \quad \dots \text{식(4)}$$

W : 고용 행렬($1 \times mn$),

\hat{E}_W : 고용계수 행렬($mn \times 1$).

3) 경제효과분석

|| 분석의 전제

- 앞서 설명된 전국대회의 아산시 지역경제 효과는 ①전국체전을 위한 시설의 건설, ②선수단 및 관광객의 소비지출에 의하여 분석됨
- 자료는 관광지식정보시스템의 충청남도 및 아산시 관광객 수 자료와 문화체육관광부의 2012년 국민여행 실태조사 결과를 활용하여 분석함

|| 투자비용

- 2016년 전국체전을 위한 충남의 투자비용은 1,276억원으로 경기장 시설 건설비 876억원과 체전기간 중 지출되는 대회 운영비 400억원으로 구성됨
- 경기장 시설 건설비 중 아산시에 위치한 경기장 및 시설 확충액은 635억원임

|| 선수단 규모

- 역대 전국체전 선수단 및 임원 규모는 24,000~25,000명 정도 규모임
- 2016년 전국체전의 주 개최지인 아산시의 경우는 전체 25,000명 정도의 규모에서 파악할 수 있으며, 주 개최지인 아산에서 개최되는 종목이 많음에 따라 선수단 및 임원은 총 인원의 50%인 12,500명 정도로 가정함

【표 II-26】 역대 전국체전 선수단 및 임원규모

(단위 : 명)

지역	인천 (2013년)	대구 (2012년)	경기도 (2011년)	경남 (2010년)	대전 (2009년)
대회참여인원	24,524	25,000	25,000	24,300	24,600

|| 관광객수

- 전국체전이 개최되는 최근 3개년 10월의 충남의 관광객 수는 평균 1,190만명 정도의 관광객이 방문하고 있으며, 일평균 38.6만명 정도로 파악됨
- 일평균 관광객 수와 대회기간(7일)을 고려하면 270만명의 관광객이 추산되며 그 중 10%인 27만명을 전국체전으로 인한 관광객 수요의 증가라고 가정함

【표 II-27】충남 10월 평균 관광객 수

(단위 : 명)

구분	2010.10	2011. 10	2012. 10	평균	일 평균
관광객수	12,146,315	11,611,453	12,149,376	11,969,048	386,098

자료: 관광지식정보시스템, 각년도

- 또한 아산시 관광객수는 전국체전이 개최되는 최근 3개년 10월의 아산시 관광객 수를 통해 평균 145만명 정도가 방문하고 있으며, 일평균 47천명 정도로 파악됨
- 일평균 관광객 수와 대회기간 7일을 고려하면 328,983명의 관광객이 추산되며 그중 30%인 98,649명을 전국체전을 위한 관광객 수요라 가정함

【표 II-28】아산시 10월 평균 관광객 수

(단위 : 명)

구분	2010.10	2011. 10	2012. 10	평균	일 평균
관광객수	1,141,790	1,518,203	1,710,784	1,456,926	46,997

자료: 관광지식정보시스템, 각년도

(1) 관광객 지출비용

- 1인 평균 여행 지출액은 551,457원으로 이 금액은 1년 동안 숙박, 당일 여행 지출 비용임
 - 문화체육관광부의 2012년 국민여행 실태조사(2013년)의 결과에서 도출함
- 1년 동안 1인 평균 여행 횟수는 총 4.93으로 숙박 2.13일, 당일 2.80일로 나타남
- 1인 여행 1회 총 지출비용은 111,857원으로 숙박여행 171,133원, 당일여행 66,765원 임

【표 II-29】여행실태 조사결과(여행지출액, 일수)

(단위 : 명)

구분	전체	숙박	당일
1인 평균 여행 지출액(원, A)	551,457	364,514	186,943
1인 평균여행횟수(회, B)	4.93	2.13	2.80
1인 여행시 평균 지출액(원, C=A/B)	111,857	171,133	66,765

자료: 문화체육관광부, 2012년 국민여행 실태조사(2013)

(2) 관광객 지출비용 산출

|| 충남 관광객 지출효과

- 충남을 방문한 관광객 총 지출비용은 345.09억원으로, 선수 및 임원의 지출비용은 42.78억원, 관광객 지출비용은 302.31억원으로 추정됨
- 대회에 참가하는 선수 및 임원은 숙박시 지출비용인 171,133원을 적용하고, 관광객은 숙박과 여행이 포함된 지출비용인 111,857원을 적용함

【표 II-30】 충남 관광객 지출비용 산출

(단위 : 명)

구분	인원수(명)	지출비용(원)	총 지출비용(원)
대회참가인원(선수, 임원)	25,000	171,133	4,278,250,000
관광객수	270,268	111,857	30,231,367,676
계	295,268	-	34,509,617,676

|| 아산시 관광객 지출효과

- 전국대회 개최시 아산시 대회참가인원은 12,500명, 관광객 수는 98,694명으로 추정됨
- 대회에 참가하는 선수 및 임원은 숙박시 지출비용인 171,133원을 적용하고, 관광객은 숙박과 여행이 포함된 지출비용인 111,857원을 적용함
- 총 지출비용은 131.78억원으로, 선수 및 임원의 지출 비용은 21.39억원, 관광객 지출비용은 110.39억원으로 추정됨

【표 II-31】 아산시 관광객 지출비용 산출

(단위 : 명)

구분	인원수(명)	지출비용(원)	총 지출비용(원)
대회참가인원(선수, 임원)	12,500	171,133	2,139,162,500
관광객수	98,694	111,857	11,039,614,758
계	111,194	-	13,178,777,258

(3) 전국체전 효과

- 파급효과는 건설비의 경우 건설 투자기간 발생하는 효과이며, 운영비 및 관광객 지출효과는 전국체전이 개최되는 기간 발생하는 효과임

Ⅵ 건설 및 운영효과

- 전국체전을 위한 총 사업비인 1,276억원 중 건설비 876억원과 운영비 400억원의 효과를 분석함
- 전국체전에 따른 효과로서 충남지역은 1,799억원의 생산유발, 816억원의 부가가치 증가, 1,476명의 고용증가 효과 발생
- 우리나라 전 지역에 발생하는 생산유발효과는 3,156억원, 부가가치 유발효과는 1,276억원, 고용유발효과는 2,244명인 것으로 나타났음
- 이 중 아산시 효과는 전국체전을 위한 총 사업비 중 아산시에 투자되는 건설비인 635억원의 효과를 분석함
- 전국체전에 따른 아산지역의 효과는 865억원의 생산유발, 385억원의 부가가치 증가, 626명의 고용증가 효과 발생

Ⅶ 관광객 지출효과

- 전국체전으로 인하여 충남에 유발되는 관광객 수인 27만명과 대회참가인원 2.5만명의 소비지출액인 345억원의 유발효과를 분석함
- 대회참가자 및 관광객의 지출효과로서 충남지역은 512.9억원의 생산유발, 234.4억원의 부가가치 증가, 946명의 고용증가 효과 발생
- 우리나라 전 지역에 발생하는 생산유발효과는 792.3억원, 부가가치 유발효과는 345.0억원, 고용유발효과는 1,099명인 것으로 나타났음
- 이 중 아산시의 관광객 지출효과는 전국체전으로 인하여 유발되는 관광객 수인 98,649명과 대회참가인원 12,500명의 소비지출액인 131억원의 유발효과를 분석함
- 아산시의 대회참가자 및 관광객의 지출효과는 196억원의 생산유발, 90억원의 부가가치 증가, 361명의 고용증가 효과 발생

Ⅷ 지역경제효과 종합

- 2016년 전국체전으로 인하여 투자 및 지출되는 금액은 총 1,621억원이며, 이는 분석된 건설 및 운영비용, 대회참가자 및 관광객 지출비용임
- 이중 2016년 전국체전으로 인하여 아산시에 투자 및 지출되는 금액은 총 766억원이며, 이는 건설비용 및 대회참가자, 관광객 지출비용임
- 전국체전에 따른 효과로서 충남지역은 총 2,312억원의 생산유발, 1,050억원의

부가가치 증가, 2,422명의 고용증가 효과가 발생함

- 우리나라 전 지역에 발생하는 생산유발효과는 3,948.4억원, 부가가치 유발효과는 1,621.0억원, 고용유발효과는 3,323명인 것으로 나타났음
- 전국체전에 따른 아산지역의 효과는 1,061억원의 생산유발, 475억원의 부가가치 증가, 987명의 고용증가 효과 발생

【표 II-32】 전국체전 효과

(단위 : 억원, 명)

구 분			합계	건설효과	관광객 지출효과
지 출 금 액			1,621.0	1,276.0	345.0
파급 효과	생산 유발효과	충남지역	2,312.1	1,799.2	512.9
		(아산시)	(1,061)	(865)	(196)
		충남 제외 광역지자체	1,635.3	1,356.9	278.4
		전국(충남+광역지자체)	3,948.4	3,156.1	792.3
	부가가치 유발효과	충남지역	1,050.7	816.3	234.4
		(아산시)	(475)	(385)	(90)
		충남 제외 광역지자체	570.3	459.7	110.6
		전국(충남+광역지자체)	1,621.0	1,276.0	345.0
	고용 유발효과	충남지역	2,422	1,476	946
		(아산시)	(987)	(626)	(361)
		충남 제외 광역지자체	901	748	153
		전국(충남+광역지자체)	3,323	2,224	1,099

주: 건설효과는 전국체전에 따른 시설 건설비이며, 선수단, 관광객 효과는 선수단 및 관광객들의 지출비용임(충남지역 효과에는 아산시 효과가 포함된 수치임)

(4) 사회적 파급효과

Ⅵ 관광적 영향

- 전국체전의 개최를 통해 지역의 관광자원 등이 홍보되면서 관광목적지로의 인식과 이미지가 향상되어 관광수요가 증가하며 식음, 숙박 등 상업 활동이 활발해져 잠재적 투자력이 증대됨
- 또한 체전을 통해 선수단을 응원하기 위해 지역을 방문하게 되고 방문 후 긍정적인 관광이미지를 형성하기도 함
- 전국체전을 통한 관광객의 증가는 관광객의 소비 지출을 유도하고 관광수입을 증가시킴

Ⅶ 도시발전 및 환경개선

- 전국체전 개최를 위해서는 관련시설투자로 건축이나 사회 간접자본시설(SOC)을 확충하게 됨
- 이를 통해 개최지의 기반시설 및 공공시설이 확충되고 주변 환경이 개선되는 등 긍정적인 결과를 가져옴
- 그러나 대회장과 주변지역의 정비과정에서 발생하는 자연환경 파괴논란, 대회 유치과정에서 발생하는 주민들간의 갈등은 부정적인 영향으로 꼽힘

Ⅷ 도시이미지 개선 및 홍보효과

- 전국체전의 개최는 개최지역의 관심을 고조시키고, 지역의 지역주민의 자발적 참여를 유도하여 주민들의 소속감과 사회적 유대의 강화, 시민의식 제고 등 사회 문화적 수준의 향상을 도모할 수 있음
- 특히, 시민의 스포츠 활동의 참가율을 높임으로서 신체적 정신적 건강과 함께 개인과 공동체의 생활의 질을 높이는 긍정적인 파급효과를 가져옴
- 또한 홍보에 있어서도 전국체전 개최 기간 동안 다양한 언론에 아산시가 노출되는 빈도가 증대되면서 방송 광고 대체 효과가 발생함

제 Ⅲ 장

시민의견 및 타지역 사례분석

1. 설문조사

2. 사례조사

3. SWOT분석 및 과제도출

1. 설문조사

1) 조사개요

Ⅵ 조사목적

- 주민 및 관광객 설문조사는 2016년 전국체육대회를 활용한 도시마케팅에 대한 주민 및 관광객 의견을 수렴하여 본 계획의 기초자료로 활용하고자 함
- 설문조사는 기존 관주도의 하향식(Top-to-Bottom)의 개발방식을 지양하고 주민수요를 바탕으로 주민참여를 유도하는 상향식(Bottom-to-Top)개발을 추진하기 위한 수단으로 활용함

Ⅶ 조사방법 및 내용

- 전문가 자문을 바탕으로 설계·작성된 설문지를 무작위로 추출된 주민을 대상으로 비확률 표본 추출방법의 하나인 임의표본추출을 이용하였으며, 기입방식은 응답자가 직접 기입하는 자기기입식설문지(Self-administered)방식을 채택
- 아산시민 및 관광객을 대상으로 총 400부의 설문지를 배포하여 총 335부가 분석에 활용되었음
 - 회수결과 전체 배부 400부 중 총 351부가 회수되었으나, 불완전하거나 불성실한 내용, 응답의 모호한 16부를 폐기하여 유효표본 335부를 분석 자료로 활용함
 - 모집단 : 20세 이상 아산시민 및 아산시 방문객
 - 조사기간 : 2013년 12월 7일 ~ 12월 15일

【표 III-1】 설문조사 항목

조 사 항 목	주 요 내 용
개최인식	개최인식, 정보, 참여의향, 체전 역점분야, 전국체전 기대효과
아산시 이미지 및 마케팅	아산시 이미지, 홍보마케팅 자원, 마케팅 목적, 마케팅 전략방향, 홍보마케팅 전략
아산시 문화관광	문화관광 평가, 대표문화관광자원, 전국체육대회 적합 관광상품 관광발전을 위한 우선추진사항
일반사항	성별, 연령, 직업, 거주지, 거주기간

2) 조사결과 요약

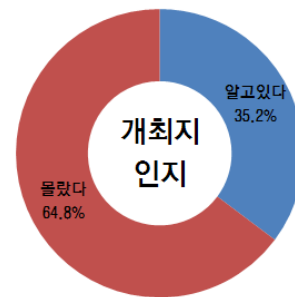
(1) 전국체육대회 개최지 인식

Ⅵ 개최지 인식

- 아산시의 2016년 전국체육대회의 개최지와 관련하여 64.8%인 217명이 몰랐다고 응답하였으며 35.2%인 118명은 알고 있다고 응답함
- 아산시민의 경우 53.9%가 알고 있다고 응답하였으며, 타지역민의 경우 16.7%만이 알고있다고 응답하여 개최에 대한 인지도가 매우 낮음을 알 수 있음

【표 Ⅲ-2】 개최지 인지

구분		알고있다	몰랐다	전체
전체	빈도	118	217	335
	(%)	(35.2)	(64.8)	(100.0)
아산시	빈도	90	77	167
	(%)	(53.9)	(46.1)	(100.0)
타지역	빈도	28	140	168
	(%)	(16.7)	(83.3)	(100.0)



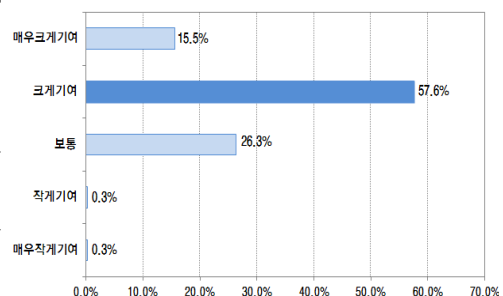
- 개최지에 대한 정보루트로는 텔레비전 및 라디오가 41.5%로 가장 많았으며, 주변사람 20.3%, 안내문(현수막, 간판 등)이 17.8% 등의 순으로 나타남

Ⅶ 전국체육대회가 지역에 미치는 영향

- 전국체육대회가 지역발전에 기여하는 정도는 57.6%가 크게 기여한다고 응답하였으며, 매우 크게 기여한다가 15.5%로 대부분 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타남
- 아산시민과 타지역민은 각각 56.3%, 58.9%가 크게 기여한다고 응답하여 지역민과 타지역민 모두 전국체육대회의 개최가 지역발전에 기여한다고 응답함

【표 Ⅲ-3】 지역발전 기여정도

구분		매우 작게기여	작게기여	보통	크게기여	매우 크게기여
아산시	빈도	0	1	49	94	23
	(%)	(0.0)	(0.6)	(29.3)	(56.3)	(13.8)
타지역	빈도	1	0	39	99	29
	(%)	(0.6)	(0.0)	(23.2)	(58.9)	(17.3)
전체	빈도	1	1	88	193	52
	(%)	(0.3)	(0.3)	(26.3)	(57.6)	(15.5)

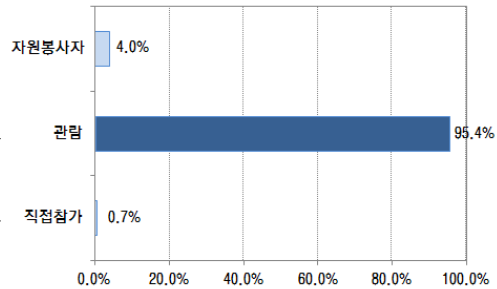


Ⅱ 참여의향

- 전국체육대회 개최시 45.1%가 참여하겠다고 응답하였으며, 54.9%는 참여 의사가 없는 것으로 나타남
- 아산시민의 경우 61.7%가 참여 의향이 있다고 응답하였으며, 타지역은 28.6%만이 참여하겠다고 응답하여, 지역에 거주하는 지역민의 참여의향이 높은 것으로 나타남
- 참여유형으로는 아산시민의 경우 관람이 93.2%, 자원봉사가 5.8%로 나타났으며, 타 지역민은 관람이 100.0%로 나타남

【표 III-4】 참여의향 및 참여유형

구분		있다	없다	전체
아산시	빈도	103	64	167
	(%)	(61.7)	(38.3)	(100.0)
타지역	빈도	48	120	168
	(%)	(28.6)	(71.4)	(100.0)
전체	빈도	151	184	335
	(%)	(45.1)	(54.9)	(100.0)

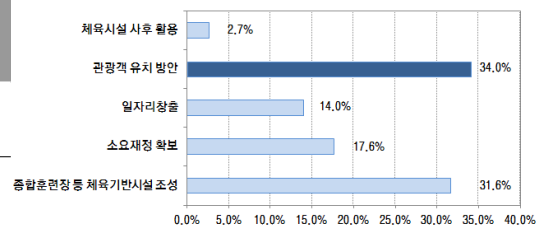


Ⅱ 전국대회 개최 시 역점분야

- 전국대회 개최 시 아산시에서 가장 역점을 두어야 할 부문으로는 관광객 유치 방안(34.0%)으로 나타났으며, 체육기반시설 조성(31.6%), 소요재정 확보(17.6%) 등의 순으로 나타남
- 아산시민은 31.7%가 체육기반시설 조성을, 타 지역민은 40.5%가 관광객 유치 방안을 역점분야로 응답하였음

【표 III-5】 역점분야

구분		체육기반시설 조성	소요재정 확보	일자리 창출	관광객 유치 방안	체육시설 사후 활용
아산시	빈도	53	35	29	46	4
	(%)	(31.7)	(21.0)	(17.4)	(27.5)	(2.4)
타지역	빈도	53	24	18	68	5
	(%)	(31.5)	(14.3)	(10.7)	(40.5)	(3.0)
전체	빈도	106	59	47	114	9
	(%)	(31.6)	(17.6)	(14.0)	(34.0)	(2.7)



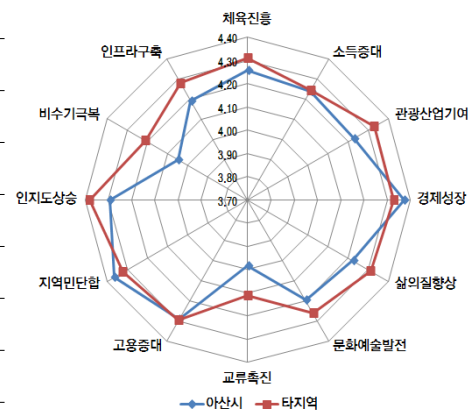
Ⅱ 기대효과

- 전국체육대회 개최에 따른 기대효과로는 경제성장이 4.35점으로 가장 높게 나타났다으며, 지역민 단합과 인지도 상승이 각각 4.34점, 고용증대 4.30점 등의 순으로 나타남
- 아산시민의 경우 경제성장과 지역민 단합이 각각 4.37점으로 효과가 가장 기대되는 항목으로 꼽았으나 교류촉진의 경우 3.98점으로 가장 낮은 점수를 받았음
- 아산시를 방문한 타 지역민의 경우 전국체육대회 개최에 따른 기대효과로는 인지도 상승이 4.38점으로 가장 높았으며, 관광산업기여, 경제성장이 각각 4.33점 등의 순으로 나타났음

【표 Ⅲ -6】 전국체육대회 개최 기대효과

거주지변환	아산시		타지역		합계	
	N	평균	N	평균	N	평균
체육진흥	167	4.26	168	4.31	335	4.28
소득증대	167	4.24	168	4.24	335	4.24
관광산업기여	167	4.23	168	4.33	335	4.28
경제성장	167	4.37	168	4.33	335	4.35
삶의질향상	167	4.22	168	4.31	335	4.27
문화예술발전	167	4.20	168	4.26	335	4.23
교류촉진	167	3.98	168	4.11	335	4.05
고용증대	167	4.29	168	4.30	335	4.30
지역민단합	167	4.37	168	4.32	335	4.34
인지도상승	167	4.29	168	4.38	335	4.34
비수기극복	167	4.05	168	4.21	335	4.13
인프라구축	167	4.19	168	4.28	335	4.24

주 : 5점 만점



(2) 아산시 이미지 및 마케팅

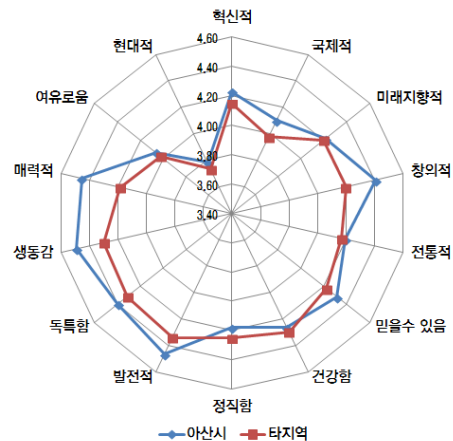
Ⅵ 아산시 이미지

- 2016년 전국체육대회 개최를 통하여 아산시가 얻어야 하는 이미지로는 발전적이다가 4.40점으로 가장 높았으며, 생동감 있다 4.39점, 독특하다 4.36점 등의 순으로 나타남
- 전국체전을 통해 구득해야 하는 이미지로 아산시민들은 생동감이 있다가 4.49점으로 가장 높았으며, 발전적이다 4.47점, 매력적이다 4.46점, 창의적이다 4.41점 등의 순으로 나타났음
- 타지역민의 응답으로는 발전적이다가 4.34점으로 가장 높았으며, 독특하다 4.32점, 생동감이 있다와 건강하다가 각각 4.30점 등의 순으로 나타남

【표 III -7】 전국체육대회를 통한 아산시 구득 이미지

거주지변환	아산시		타지역		합계	
	N	평균	N	평균	N	평균
혁신적	167	4.23	168	4.15	335	4.19
국제적	167	4.10	168	3.98	335	4.04
미래지향적	167	4.22	168	4.20	335	4.21
창의적	167	4.41	168	4.20	335	4.30
전통적	167	4.19	168	4.17	335	4.18
믿을수있음	167	4.32	168	4.23	335	4.27
건강함	167	4.26	168	4.30	335	4.28
정직함	167	4.18	168	4.25	335	4.21
발전적	167	4.47	168	4.34	335	4.40
독특함	167	4.40	168	4.32	335	4.36
생동감	167	4.49	168	4.30	335	4.39
매력적	167	4.46	168	4.18	335	4.32
여유로움	167	4.07	168	4.02	335	4.04
현대적	167	3.78	168	3.73	335	3.76

주 : 5점 만점

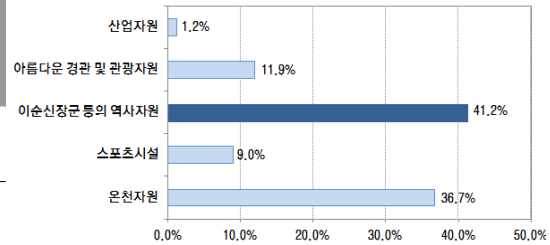


Ⅵ 홍보 및 마케팅 자원

- 2016년 전국대회를 연계하여 아산시를 홍보하고 마케팅하는데 적합한 자원으로는 이순신 장군 등 역사자원이 전체 응답의 41.2%로 가장 높았으며, 온천자원이 36.7%로 나타났음
- 아산시민들은 온천자원과 역사자원이 각각 38.9%로 홍보 마케팅을 위한 적합자원으로 응답하였으며, 타지역 방문객의 경우 역사자원이 43.5%, 온천자원이 34.5% 등의 순으로 응답되었음

【표 Ⅲ-8】 홍보 및 마케팅 적합 자원

구분		온천 자원	스포츠 시설	이순신 장군 등의 역사 자원	경관 및 관광 자원	산업 자원
아산시	빈도 (%)	65 (38.9)	10 (6.0)	65 (38.9)	26 (15.6)	1 (0.6)
타지역	빈도 (%)	58 (34.5)	20 (11.9)	73 (43.5)	14 (8.3)	3 (1.8)
전체	빈도 (%)	123 (36.7)	30 (9.0)	138 (41.2)	40 (11.9)	4 (1.2)



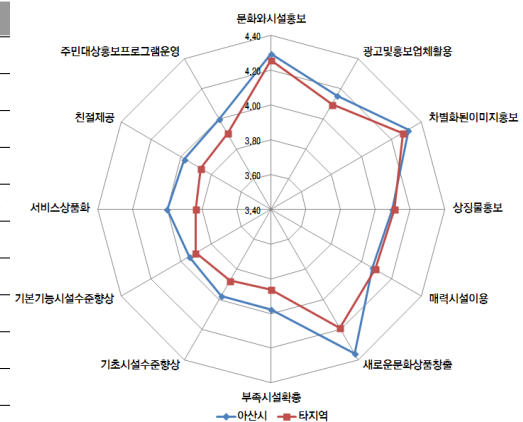
Ⅱ 마케팅 목적 및 전략방향

- 전국체육대회를 활용하여 아산시를 홍보하고 마케팅하는데 가장 적합한 전략은 차별화된 이미지 홍보전략 시행이 4.29점으로 가장 높았으며, 지역 특성 및 이미지와 부합되는 새로운 문화상품 창출 전략과 지역의 문화와 시설 홍보를 통해 이미지를 높이는 전략이 각각 4.27점으로 나타났음
- 아산시민과 타 지역 방문객 모두 차별화된 이미지 홍보가 각각 4.31점, 4.27점으로 가장 적합한 전략으로 답하였음
- 이에 따라 지역의 이미지를 활용하여 아산시만의 차별화된 이미지를 통한 지역을 홍보하는 전략이 필요함

【표 Ⅲ-9】 마케팅 목적 및 전략방향

거주지변환	아산시		타지역		합계	
	N	평균	N	평균	N	평균
문화와 시설 홍보	167	4.29	168	4.26	335	4.27
광고 및 홍보업체 활용	167	4.16	168	4.10	335	4.13
차별화된 이미지 홍보	167	4.31	168	4.27	335	4.29
상징물 홍보	167	4.10	168	4.11	335	4.10
매력시설 이용	167	4.07	168	4.09	335	4.08
새로운 문화상품 창출	167	4.36	168	4.19	335	4.27
부족시설 확충	167	3.98	168	3.86	335	3.92
기초시설 수준 향상	167	3.98	168	3.88	335	3.93
기본 기능시설수준 향상	167	3.95	168	3.90	335	3.93
서비스 상품화	167	4.00	168	3.83	335	3.92
친절 제공	167	3.98	168	3.87	335	3.92
주민대상홍보프로그램 운영	167	4.00	168	3.90	335	3.95

주 : 5점 만점



(3) 아산시 관광

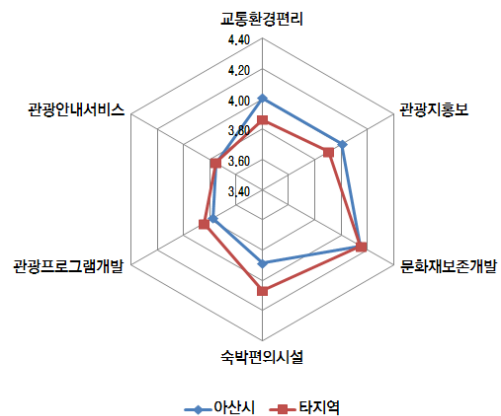
Ⅱ 아산시 관광수준

- 아산시 관광에 대한 전반적인 의견으로는 역사, 문화재 보존 및 개발이 4.15점으로 수준이 높은 것으로 나타났으며, 호텔 및 여관 등 숙박편의시설이 3.98점으로 만족도가 높은 것으로 나타남
- 아산시민의 경우 문화재 보존 개발이 4.14점으로 가장 높은 점수를 얻었으며, 교통환경 편리와 관광지 홍보가 각각 4.01점 등의 순으로 나타남
- 타지역 방문객의 경우 문화재 보존개발이 4.15점으로 가장 잘되어 있는 것으로 응답하였으며, 숙박시설 편의가 4.07점, 관광지 홍보가 3.90점 등의 순으로 나타남
- 아산시민과 타지역 방문객은 관광안내서비스에 가장 적은 3.75점, 3.76점의 수준으로 응답하여 이에 대한 대책 마련이 필요함

【표 III-10】 아산시 관광수준

거주지변환	아산시		타지역		합계	
	N	평균	N	평균	N	평균
교통환경 편리	167	4.01	168	3.86	335	3.93
관광지홍보가 잘됨	167	4.01	168	3.90	335	3.96
문화재보존개발	167	4.14	168	4.15	335	4.15
숙박편의시설	167	3.89	168	4.07	335	3.98
관광프로그램개발	167	3.78	168	3.85	335	3.81
관광안내서비스	167	3.75	168	3.76	335	3.76

주 : 5점 만점



Ⅱ 아산시 문화관광자원

- 아산시의 대표적인 문화관광자원으로는 이순신, 현충사 등 역사인물이 43.1%로 가장 높은 응답률을 보였으며, 온양온천, 도고온천 등 온천자원이 27.3%, 외암민속마을이 18.7% 등의 순으로 나타남
- 아산시민과 타지역 방문객을 비교하여 보면 역사인물이 각각 41.6%, 44.6%로 가장 높게 나타났으며, 온천이 25.7%, 28.9% 등의 순으로 나타남
- 아산시민과 타지역 방문객 모두 아산시의 대표 문화관광자원으로 이순신을 포함한 역사자원과 온천 등의 지역관광자원을 꼽았음

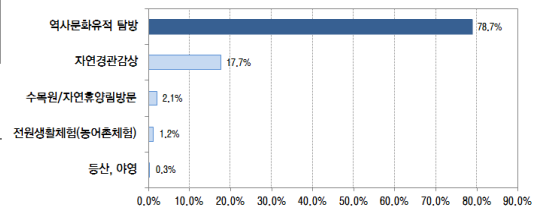
【표 III-11】 대표 문화관광자원

구분	역사인물 (이순신, 현충사)	온천 (온양, 도고 등)	외암민속 마을	아산만 방조제	온양민속 박물관	신정호	피나클 랜드	공세리 성당	아산 신도시
아산시	빈도 (%)	139 (41.6)	86 (25.7)	74 (22.2)	20 (6.0)	10 (3.0)	5 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)
타지역	빈도 (%)	150 (44.6)	97 (28.9)	51 (15.2)	17 (5.1)	8 (2.4)	6 (1.8)	5 (1.5)	1 (0.3)
전체	빈도 (%)	289 (43.1)	183 (27.3)	125 (18.7)	37 (5.5)	18 (2.7)	11 (1.6)	5 (0.7)	1 (0.1)

- 적합한 관광상품으로는 전체 응답의 78.7%가 역사·문화유적탐방으로 응답하였으며, 자연경관감상 17.7%, 수목원/자연휴양림방문이 2.1% 등의 순으로 나타남

【표 III-12】 개최관련 적합 관광상품

구분		자연 경관 감상	역사 문화 유적 탐방	전원 생활 체험	수목원 /자연 휴양림 방문	등산 야영
아산시	빈도 (%)	28 16.9%	136 81.9%	0 0.0%	2 1.2%	0 0.0%
타지역	빈도 (%)	31 18.5%	127 75.6%	4 2.4%	5 3.0%	1 0.6%
전체	빈도 (%)	59 17.7%	263 78.7%	4 1.2%	7 2.1%	1 0.3%



- 아산시 관광발전을 위해 우선적으로 추진해야 할 사항으로는 관광홍보 활성화가 26.0%로 가장 많았으며, 교통시설(도로상태/안내표지판) 개선이 24.2%, 편의시설 정비가 17.9% 등의 순으로 나타났음

【표 III-13】 관광발전 우선 추진사항

구분		교통시설 개선	음식점 확충	숙박시설 확충	편의시설 정비	주민들의 서비스 개선	관광홍보 활성화	국제관광 지 개발	관광인력 양성	특산품및 기념품 개발
아산시	빈도 (%)	45 (26.9)	6 (3.6)	13 (7.8)	25 (15.0)	14 (8.4)	45 (26.9)	0 (0.0)	11 (6.6)	8 (4.8)
타지역	빈도 (%)	36 (21.4)	13 (7.7)	15 (8.9)	35 (20.8)	12 (7.1)	42 (25.0)	1 (0.6)	11 (6.5)	3 (1.8)
전체	빈도 (%)	81 (24.2)	19 (5.7)	28 (8.4)	60 (17.9)	26 (7.8)	87 (26.0)	1 (0.3)	22 (6.6)	11 (3.3)

2. 사례조사

- 전국체육대회는 체육인들만의 행사로 인식되고 있는 것이 사실이나 최근에는 문화, 예술, 관광 등의 지역 자원을 활용하여 지역을 홍보하는 계기로 마련함

1) 경기도(제92회)

(1) 행사개요

- 대회명칭 : 제92회 전국체육대회
- 기 간 : 2011.10.06 ~ 2011.10.12(7일간)
- 장 소 : 경기도 고양시 외 20개 시군 일원
- 참가인원 : 18,840명
- 경기종목 : 45종목(정식:42종목, 시범:3종목)
- 구호 : 꿈을 안고 경기로! 손을 잡고 세계로!

(2) 홍보 및 마케팅

Ⅵ 지역축제 연계 및 문화예술공연, 각종 전시관 운영

- 주 개최지역인 고양시의 호수예술제와 행주문화제, 수원시의 화성문화제, 광주시의 남한산성문화제 등 시·군의 역사·문화·예술 분야 대표 축제와 도의 도자비엔날레, 레포츠펙스티벌 등 경기도의 34개 지역축제 일정을 대회기간 내로 조정하여 대회 참가자를 비롯한 방문객들에게 풍부한 즐길 거리와 볼거리를 제공함
- 일산 호수공원 한울광장 특설무대에서는 10월 7일부터 10일까지(4일간) 경기예총, 문화원 경기지회 등 경기도 문화예술단체들이 주관하는 고품격 문화예술 공연을 개최함
- 또한 탈북 예술인들로 구성된 북한 예술단을 초청하여 공연하였으며, 대규모 숙박지에서 야간공연도 실시됨
- 시·도 홍보관, 향토음식점, 농수산물 판매 전시장 등 다양한 전시관 등을 설치 운영하여 체전 기간 중 보고, 먹고, 즐기는 재미를 느끼고, 경기도의 대외 이미지를 한층 더 부각시켰음

Ⅵ 해외선수단 대상 관광팸투어 실시

- 전국체육대회에 참가하는 해외 18개국 1,300여 명의 해외동포 선수단을 위해 인천공항과 김포공항에 별도의 안내데스크를 설치하여 해외 방문객의 입국 절차를 도왔으며, 국가별로 공항에서 숙소와 경기장 및 행사장 사이를 수시로 오가는 이동차량 700여 대를 배차함
- 해외동포 선수단을 응원할 국가별 응원을 조직하고, 환영 행사 등을 개최하고 해외동포 선수단 및 방문객들에게 한국과 경기도의 역사·문화·관광자원을 소개하고 안내하는 관광코스를 기획하여 고국의 정을 느끼게 할 ‘팸투어’를 추진함
- 또한 선수, 임원진을 초청해 세계문화유산인 화성, 조선왕릉, 도자박물관, DMZ, 포천승진훈련장 등 관광지 팸투어도 실시함

Ⅶ 관람객 레포트 및 체험관광 제공

- 전국체전 기간내에 요트, 사격 경기 등이 열릴 경기장에서 레포트 프로그램을 진행하여 관람객의 참여를 독려하고 있음
- 각 지자체별로 화성전곡항 요트 및 레프팅 강습, 경기도 종합사격장 클레이사격, 과천 경마공원 승마체험, 부천 오정레포트센터 국제규격수영장, 안양 인라인롤러 전용경기장 무료개방 등을 통해 관람객의 체험관광프로그램을 진행함
- 이를 통해 전국체육대회 참가 단 및 방문객들에게 풍부한 볼거리를 제공하고 지역을 홍보하는 계기를 마련함

Ⅷ 체육대회 기간내 의료관광마케팅

- 고양시 의료관광협의회는 전국체전과 각종 축제에 참석하기 위하여 방문하는 외국인들을 대상으로 의료관광부스 현장에서 의료관광상담과 의료마케팅을 실시하였음
- 글로벌 의료관광을 표방한 고양시는 페스티벌 행사장 주제관에 의료관광 부스를 설치하고 통역원을 배치하여 외국인 의료마케팅을 위한 의료관광 통역과 상담을 진행함
- 고양시의료관광협의회 소속 16개 병원과 3개 에이전시에서 의료전문인들이 출장하여 행사를 진행하여 방문객의 호응을 얻음

Ⅵ SNS 등을 활용한 온라인 홍보

- 경기도 전국체전은 지역내 지자체 소유 전광판에 체전 홍보영상을 상영하고 관내에 홍보탑·배너기 등 각종 홍보물을 설치해 전국체전 개최를 적극 홍보하였으며, 신문, 방송·미디어를 비롯해 SNS홍보, e-뉴스레터 제작 및 발송, 지역행사 연계 체전 홍보 등 다양한 활동을 하였음
- 특히, 대회 준비과정을 전국체전 홈페이지를 통해 알리고, 젊은 층과 소통하기 위한 공식 트위터 및 페이스북(www.facebook.com/92NSF)을 개설하여 실시간으로 소통하였으며, 대회정보를 비롯한 스포츠 관련 이슈들을 게시하였음
- 또한 대회 기간 중에는 경기정보와 선수 동정 제공 및 릴레이 동영상 응원메시지 등을 촬영해 게시하였으며, 디지털 응원배지달기 등을 진행하는 등 다양한 온라인 이벤트를 운영하였음

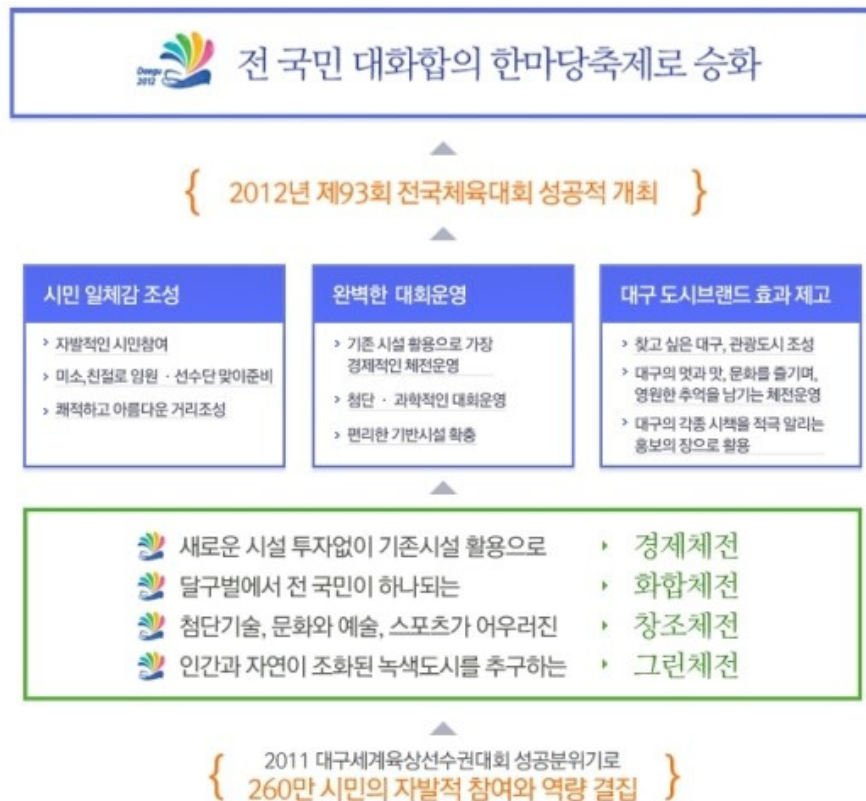
Ⅶ 시민서포터즈 및 자원봉사자 운영

- 시민들이 자율적으로 구성한 시민서포터즈는 250여 기관 및 단체, 일반시민 3,000여명으로 구성되어 경기장마다 운집하여 선수단을 응원함
- 전국체전 자원봉사자의 3,500명 중 절반가량이 고양시에서 자원하였으며, 경기안내, 급수봉사, 환경봉사, 교통 및 주차 등 10개 분야에서 봉사를 실시함
- 또한 고양시 택시종사자 3,600여명은 전국체전 홍보대사로 참여하여 300여 선수단과 국내외 귀빈 등을 위해 경기장과 숙소 등을 안내함

2) 대구광역시(제93회)

(1) 행사개요

- 대회명칭 : 제93회 전국체육대회
- 기 간 : 2012. 10. 11 ~ 2013. 10. 17(7일간)
- 장 소 : 대구스타디움외 대구시 일원
- 참가인원 : 24,200여명(선수 18,300명, 임원 5,900명)
- 경기종목 : 45개(정식종목 42개, 시범종목 3개)
- 구호 : 맘·몸·뜻, 달구벌에서 하나로!



【그림 III-1】 대구 전국체전 목표 및 전략

(2) 홍보 및 마케팅

Ⅱ 지역의 축제 및 관광프로그램과 연계

- 대구의 맛과 멋, 문화를 즐길 수 있도록 컬러풀대구페스티벌, 대구국제오페라 축제, 대구국제재즈축제, 팔공산 전통장터 승시(산중 장터)재연 등 다양한 문화축제와 연계를 통한 전국체전 개최
 - 또한 약령시, 이상화 고택 등을 둘러볼 수 있는 근대골목투어와 대구12경과 연계한 근교권투어, 대구시티투어 프로그램, 특히, 최근 한국 관광의 별로 선정된 도심 골목투어 등 다양한 볼거리도 안내도 운영해 볼거리를 제공함
 - 주경기장인 대구스타디움 내에는 대구의 10미를 맛 볼 수 있는 시식코너를 설치하여 운영하였으며, 음식점 시설종사자에 대한 교육을 통해 미소와 친절로 정성을 다하여 응대함으로 따뜻하고 인정이 넘치는 대구의 좋은 이미지를 제시함
- － 10미: 따로국밥, 북어불고기, 뭉티기, 동인동짬갈비, 누른국수, 납작만두, 소맥창구이, 야끼우동, 무침회, 논메기매운탕

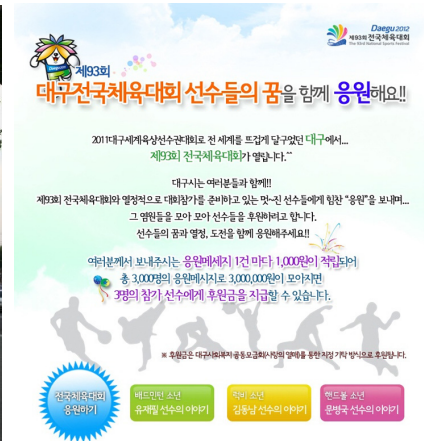
- 시민들의 다양한 참여를 위해 대구스타디움 인근에 예술공연, 스포츠 체험장 등 다양한 프로그램을 운영을 통해 시민들이 흥미를 가지고 가족과 함께 자발적으로 경기장을 방문하도록 유도함

Ⅵ 쾌적한 가로환경 조성

- 대구를 찾는 방문객에게 아름답고 깨끗한 쾌적한 도시이미지 제공을 위해 주요 관문인 동대구역광장 등 4개소에 꽃 조형물을 설치하는 한편, 상동교, 수성교 등 13개소에 꽃벽과 달구벌대로 등 주요 가로변 49개소에 가로화분을 설치
 - 꽃 조형물 설치(4개소): 동대구역광장, 대구공항, 대구스타디움, 현풍IC
 - 기존 꽃벽 활용(13개소): 상동교, 수성교, 동신교, 신천교, 아양교, 불로교, 팔달교, 태전교, 동천교, 거동교, 가창교, 죽곡1녹지, 황금네거리
 - 가로 꽃화분(41개소 2,400개): 달구벌대로, 국채보상로, 동대구로, 화랑로, 봉덕로, 유흥로 등
- 또한 주경기장인 대구스타디움 매표소 부근에 대형 꽃 조형물을 설치해 포토 존으로 활용하며, 경기장 주변과 마라톤코스 등 주요 가로에 가로화분 내놓기 운동으로 품격 있는 가로경관을 조성하였음

Ⅶ 온라인 및 오프라인 홍보

- 대구시는 전국체전을 계기로 고부가가치 지식산업으로 21C 지식경제도시를 이끌어 가는 첨단의료중심 글로벌 지식경제도시 등 각종 시책을 적극적으로 홍보함
- 대중교통 수단인 버스(1,500대)와 지하철(1·2호선 282면), 모범음식점(1,200개소)에 대회 포스터 등 홍보물을 부착하고, 시 및 구·군에 체전잔여일수기 설치(10개), 관용버스(31대) 및 시티투어(2대)에 홍보문안 래핑, 시내 곳곳에 있는 전광판을 통해 전국체전을 홍보함
 - 시내 주요거리와 경기장 주변에 가로배너기(4,000조)를 설치하고, 주요 지점에 육교현판(20개소) 설치, 리플렛(2만부)과 포스터(2만부) 배부, 경기장 안내 표지판 및 애드벌룬 설치, 지하철역 승강장 전광판과 시내버스 승강장, 버스 내 전광판 송출 및 지하철 전동차 안내 방송 등을 통한 홍보활동을 전개함
- 또한 제93회 대구전국체육대회 성공개최 기원 온라인 이벤트 행사를 우리 시 소셜미디어 “다채움”과 전국체전 홈페이지를 통해 전국체전 붐 조성은 물론, 불우한 환경에서도 열심히 훈련하는 전국체전참가선수 3명을 후원(각 100만원)하는 행사 등을 통해 전국체전을 홍보하였음



【그림 III-2】 대구 전국체전 온·오프라인 홍보

Ⅱ 시민서포터즈 운영

- 대구시는 제93회 전국체육대회의 성공적인 개최를 위해 향우회, 사회단체, 진출기업체, 종교단체 등으로 구성된 “선수단 서포터즈”와 생활체육회 동호인 클럽, 초·중·고등학교 운동부, 직장 및 대학동아리 등으로 구성된 “경기 종목별 서포터즈”로 구분 모집하였음
- 市 홈페이지, 대회홈페이지(<http://www.2012sports.kr>), 구·군 홈페이지를 통해 모집된 시민서포터즈는 지역을 찾는 참가 선수·임원단의 경기응원, 안내, 환영행사로 친선교류 활동은 물론 각종 국제대회 성공 견인 역할을 수행하였으며 특히, 지역홍보활동을 통해 지역 민간 외교관의 역할을 하였음

2) 인천광역시(제94회)

(1) 행사개요

- 대회명칭 : 제94회 전국체육대회
- 기 간 : 2013. 10. 18 ~ 2013. 10. 24(7일간)
- 장 소 : 문학경기장 주경기장 및 보조경기장
- 경기종별 : 고등부, 대학부, 일반부
- 참가인원 : 24,524명(선수 18,587, 임원 6,926)
- 경기종목 : 46개(정식종목 44개, 시범종목 2개)
- 구호 : 역동하는 인천에서 함께 뛰자 세계로! 비상하는 인천에서 하나되는 전국체전!

(2) 홍보 및 마케팅 계획

Ⅵ 다양한 문화축제 행사 개최

- 인천시는 ‘역동하는 인천에서 함께 뛰자 세계로’란 슬로건을 내걸고 전 국민의 스포츠 축제인 전국체전에서 시민과 관광객들에게 다양한 볼거리, 먹을거리를 제공하기 위해 체전 기간 중 인천시의 우수하고 다양한 문화축제를 개최함
- 인천시 산하 10개 기초지자체에서는 체전 열기를 북돋우고 대회기간 경기장 관람객 참여를 높이기 위해 월미도 문화의 거리와 자유공원 일대에서 월미불 꽃축제, 꽃게 요리경연대회, 중국전통문화공연 등을 개최하였음
- 또한 전국 147개 전통시장과 17개 시·도 및 유관단체가 참가하는 국내 최대 규모의 전통시장 행사 및 세계음식박람회를 통해 다양한 지역과 세계 특색 음식의 소개하여 타지역 방문객과 외국인들이 자연스럽게 전국체전을 관람할 수 있도록 하였음
- 세계시장의 거리에는 동남아, 유럽, 중남미, 아프리카 10개 국가의 부스를 설치하였으며, 세계음식관, 인천특색음식관, 식품제조관, 영양체험관 등 각종 전시관이 문을 열고 세계 음식·문화를 체험할 수 있는 다양한 이벤트, 세계 민속공연 및 문화예술 공연을 진행함

Ⅶ 모바일앱서비스 활용을 활용한 안내서비스 체계 구축

- 대회기간내에 모바일 앱서비스인 아이로 앱을 활용해 체전과 문화예술행사 등을 안내하였으며 자원봉사자 교육 등 안내체계 구축을 통해 방문하는 선수단과 관람객들에게 인천에 대한 정보를 제공하였음
- ‘아이로2)앱’은 세부적인 경기일정, 개·폐회식에서 펼쳐지는 구체적인 행사 내용, 엠블럼·마스코트 등 상징물을 안내하고 있으며 모든 관람객이 함께 참여하는 ‘응원하기’ 메뉴 구성을 통해 관람객의 흥미를 유도하였음
- 또한 체전기간 중에 인천시를 찾는 방문객들에게 인천시의 우수한 관광자원에 대한 관광안내를 실시해 스쳐 지나가는 관광에서 탈피해 볼거리, 먹을거리, 쇼핑 등도 병행할 수 있도록 인천시 관광안내 정보 책자를 제공함

2) 아이로앱은 마스코트 'I-RO'에서 따온 말로서 ‘인천으로’라는 의미로, 인천의 영문 이니셜 I와 세계로의 ‘~로’ 천지사 합성어로 이름 지어졌음. 대회에 참가하는 선수들이 인천으로 모여들어 세계로 뻗어나갈 수 있기를 기원하는 의미, 마스코트 'I-RO'는 세계적인 멸종위기동물 저어새를 모티브로 제작되었는데 저어새를 마스코트로 활용하면서 친환경생태도시 인천을 홍보하고 멸종위기 동물 저어새의 범국민적인 관심과 제고에도 그 목적이 있음

Ⅵ 자원 봉사 등 시민참여 독려

- 전국체전 자원봉사의 효율적인 운영으로 대회의 성공개최 지원을 위해 전국체전 시스템을 구축, 경기 및 관광안내, 문화행사 지원, 교통·주차질서 등 8개 분야에 3,000여명을 모집하여 운영함
- 선발된 자원봉사자들은 기본 소양교육 및 직무분야 현장교육을 받고 발대식과 함께 개·폐회식 및 종목별 경기장 등에 배치되어 봉사활동을 진행함

2) 제주특별자치시(제95회)

(1) 행사개요

- 대회명칭 : 제95회 전국체육대회
- 기 간 : 2014. 10. 28(화)~11. 3(월) / 7일간
- 장 소 : 제주종합경기장 등 72개 경기장
- 경기종별 : 고등부, 대학부, 일반부
- 참가인원 : 30,000여명(선수 22,000, 임원 8,000)
- 경기종목 : 46개(정식종목 44개, 시범종목 2개)

(2) 단계별 홍보 계획

Ⅵ 기본방향

- 전국민의 관심과 참여 유도를 위한 민족의 대축제 홍보
- 체전과 문화축제를 병행한 다양한 홍보로 경기 관람 유도 홍보
- 민간 참여 홍보 및 전도민이 주인의식을 갖도록 시민홍보 강화
- 단계별로 지속적이고, 차별화된 홍보전략 수립

Ⅵ 단계별 홍보 추진방침

- 1단계 : 대회유치결정 홍보 및 도민 관심유도
- 2단계 : 체전 준비 및 도민 참여 유도 홍보(엠블럼, 마스코트, 구호, 표어, 도민참여 아이디어 공모 등)

- 3단계 : 체전 분위기 조성 및 체육행사 홍보(각종 대회, 행사 등 집중 개최, 도민 참여 서포터즈 구성 등)
- 4단계 : 다양한 홍보 매체를 활용한 체육 및 문화행사 집중홍보(언론활용, 육교 광고, 대중교통광고, 포스터, 문화 행사 등)
- 5단계 : 대회 기간 중 체전홍보 가속화로 도민 참여홍보(프레스센터 적극 운영, 중계방송, 경기상황 신속 전파 등)
- 6단계 : 체전 마무리홍보(영상기록물, 백서, 도민 자긍심 함양 및 익년 소년체전 홍보)

|| 주요 홍보계획

- 언론매체 홍보 : 특집보도, 대담, 자막, 공익광고
- 상징물 홍보 : 엠블럼, 마스코트, 포스트, 표어, 홍보 스티커 등
- 간행물 홍보 : 도정소식지, 홍보 리플렛, 안내 가이드북, 안내서 등
- 인터넷 온라인 홍보 : 홈페이지 조기개설, 배너달기, 뉴스 레터 등
- 옥외광고물 홍보 : 현수막, 현판, 아치, 체전알림 보드 등

(3) 홍보 및 마케팅계획

|| 제주자연, 독특한 문화 등 제주 미래가치 함축, 융합체전 승화

- 지역별 축제의 체전 기간 중 개최로 보고, 즐기며, 느끼는 대회연출
- 도일원 문화 예술 공간을 이용한 특색있는 문화 행사 기획 운영
- 제주의 독특한 문화 소개 및 체험의 참여 축제로 운영
- 주경기장을 중심으로 다양한 전통문화 축제 운영, 선수단과 도민이 함께하는 하나 뒀의 행사로 개최

|| 지역별 문화 축제 및 특산품 마케팅 접목

- 문화와 자연환경, 힐링을 소재로 한 별도의 체험프로그램을 개발·운영하고 참가자들이 함께 즐기는 장외 이벤트 개최 방안 마련
- 탐라문화제, 해녀축제, 마축제 등 제주 문화예술을 체험할 수 있는 축제들을 체전과 연계하기 위한 협력체계를 구축함
- 특히, 체전기간 중 제주에서만 접할 수 있는 허벅장단축제 등 제주만의 문화 공연을 개최하고 체전관계자들에게 제주관광공사 면세점 10% 할인 혜택을 제공함

- 종합경기장 주변 제주향토음식축제를 개최하고 부수적으로 다문화요리 음식점을 운영, 제주 고유의 7대 향토음식 등 홍보할 계획임
- 특히 올레, 오름, 습지, 휴양림 등 생태관광지 프로그램 개발과 안내 시스템을 통해 제주의 환경가치를 최대한 마케팅하는데 주력하고 있음

Ⅱ 제주 홍보관 운영

- 94회 인천전국체전에 참가해 제주관광홍보관 운영을 통한 대대적인 홍보마케팅 활동을 전개함
- 제주홍보관은 제주의 가을과 함께하는 열리는 도내 축제이미지, 내년 제주에서 열리는 제95회 전국체육대회 홍보이미지, 제주의 자연절경과 세계 7대자연경관 이미지를 부각시키는 디자인으로 부스가 제작됨
- 또한 관광객에게 실질적이고 입체적인 시각효과를 제공하여 관람객을 끌어들이기 위해 대형 PDP를 활용한 제주 홍보영상물 상영, 가을 산행 및 동계 전시훈련 관련 제주여행 상담 코너를 운영함
- 부대이벤트로 제주홍보관을 찾는 관람객을 대상으로 삼다수 제공과 제주감귤, 초콜릿 시식 등을 진행하며 제주지역 특산품 홍보와 제주관광플래시 게임, 제주 관광퀴즈 등 관람객들이 직접 참여할 수 있는 프로그램을 운영하여 흥미를 유도함

3. SWOT 분석 및 과제도출

1) 강점(Strength)

|| 풍부한 역사·문화 및 자연관광 자원

- 천혜의 수려한 자연관광자원과 풍부한 역사문화자원으로 다양한 관광자원을 제공하고 있으며 전국최대 온천관광지(온양, 도고, 아산 온천)와 신정호 관광지 등의 자연관광자원과 현충사 등 풍부한 역사문화자원을 보유함
- 또한 성웅이순신축제 등 지역의 역사자원을 활용한 축제자원을 보유하고 있어, 지역의 관광특징을 부각시킬 수 있는 다양한 관광콘텐츠를 보유하고 있음

|| 우수한 접근성 및 대형배후시장 보유

- 전국교통망의 결절지로서 철도와 고속도로, 국도 등을 통해 수도권과 지역을 연결하는 다양한 교통편에 의한 방문이 유리
- 또한 국토의 중심부에 위치하여 수도권 및 영호남 지역의 풍부한 관광수요시장을 가지고 있으며, 세계 최대 관광시장인 중국과 비교적 가까운 곳에 위치하여 입지적 장점을 지님

|| 온천휴양권을 중심으로 한 체류형 인프라구축

- 체류형 관광을 위한 관광숙박시설과 관광객 이용시설업, 관광관련시설 등이 역사온천휴양권을 중심으로 집중되어 있음
- 또한 민속마을, 식물원, 공연장 등이 다수 입지하여 잠재적 도시 관광객을 유치하고 있으며, 체류형 관광기반시설 구축에 따라 충남권의 관광거점지로서의 역할이 기대되고 있음

|| 높은 정책적 관심 및 참여도

- 아산시에서는 체육을 통한 지역경제 활성화에 역점을 두고 아산시 여성축구단, 프로배구단 유치 등 정책을 수립 및 추진하고 있음
- 또한 전국체전 준비단을 설치하여 체계적인 사전준비 시스템을 구축하고 있음

|| 다양한 홍보체계 구축

- 아산시는 홈페이지 구축, 홍보동영상 등 일방적 홍보뿐만 아니라 쌍방향 소통체계인 SNS와 UCC공모 등 다양한 홍보체계를 구축하고 있음

- 이러한 홍보체계 구축을 통해 아산시의 관련 정책 및 생활정보, 민원 등 정보의 소통의 장을 마련하였음

2) 약점(Weakness)

Ⅵ 관광자원 활용 콘텐츠 부족

- 아산시는 현충사와 온천 등 다양한 역사문화 관광자원을 보유하고 있으나 이를 활용한 콘텐츠는 부족함
 - 아산코미디홀의 개관으로 공연관람부터 각종체험과 온천까지의 연계가 가능함에도 불구하고 이들을 묶어줄 콘텐츠와 프로그램은 부재한 실정임
- 다양한 관광자원이 유기적으로 결합된 아산시를 대표할만한 관광콘텐츠의 발굴이 필요함

Ⅶ 관광지역간의 연계 및 특성화 미흡

- 아산시는 3대 온천을 중심으로 건강도시 이미지를 구축하고 있으나 관광지역간의 연계나 지역의 온천의 특성을 살린 개발이 이루어지지 못하고 있는 편임
- 3대 온천을 특성화 및 연계할 수 있는 방안을 마련하여 건강한 도시로서의 이미지를 부각시킬 수 있어야 함
- 아산시의 성장과 함께한 온천관광 산업들이 영세 및 노후화되어 도심에 위치하고 있으며, 문화관광 시장의 트렌드와 경쟁력을 반영한 고부가가치 창출로의 전환이 미진한 상태임

Ⅷ 관광산업의 지역간 불균형 발전

- 온천동과 도고를 중심으로 관광숙박업체와 관광객 이용시설업이 집중 분포되어 있어 이들 지역의 편중현상이 심화되어 있는 것으로 나타남
- 대부분의 관광지 개발도 3대 온천지역을 중심으로 계획이 수립됨에 따라 지역간 불균형 발전을 초래하고 있음

3) 기회(Opportunity)

Ⅵ 접근성의 지속적 개선

- 경부고속철도, 장항선, 1호선 등의 개통을 통해 수도권과의 접근이 편리해졌으며 제2서해안 고속도로 건설 예정에 따른 광역교통체계가 향상될 전망이다

- 도로망의 확충과 수도권 전철의 발달로 인해 접근성이 지속적으로 개선되고 있음에 따라 접근성을 활용한 근교관광을 활성화 할 필요가 있음

Ⅵ 국민관광수요의 지속적 증대

- 국민소득의 향상과 주5일 근무의 확산에 따라 관광수요 및 패턴이 변화하고 있으며, 건강하고 즐거움을 강조한 라이프스타일이 확산됨
- 아산뿐만 아니라 충남 내포신도시, 세종시 등 주변지역의 인구증가가 지속적으로 이루어짐에 따라 잠재적으로 관광산업이 활성화 될 것임

Ⅶ 관광행태의 다양화

- 공정관광, 문화관광, 예술관광, 스포츠, 건강, 농촌체험 등 특정한 주제와 연계된 관광수요가 확대되고 있음
- 여행 목적지에서도 숙박관광을 중심으로 비교적 시간이 소요되는 체험관광, 스포츠 등과 같은 자기 계발에 중점을 두는 관광활동의 비중이 높아지고 있음
- 또한 국가차원에서 전략적인 마케팅을 통한 고부가가치 관광분야인 의료관광, MICE관광, 크루즈관광, 생태관광 등을 추진 중임

Ⅷ 젊은 인구층 유입으로 건강한 이미지 창출

- 산업단지 유치와 더불어 주변 대학교 유치 등으로 젊은 인구층이 지속적으로 유입되고 있으며, 건강하고 밝은 이미지를 창출하고 있음
- 또한 지역의 상인 및 주민의 관광여건이 성숙되고 있어 지역의 관광 매개체로서의 역할을 충실히 수행함

4) 위협(Threat)

Ⅰ 전통적 관광자원 가치 하락

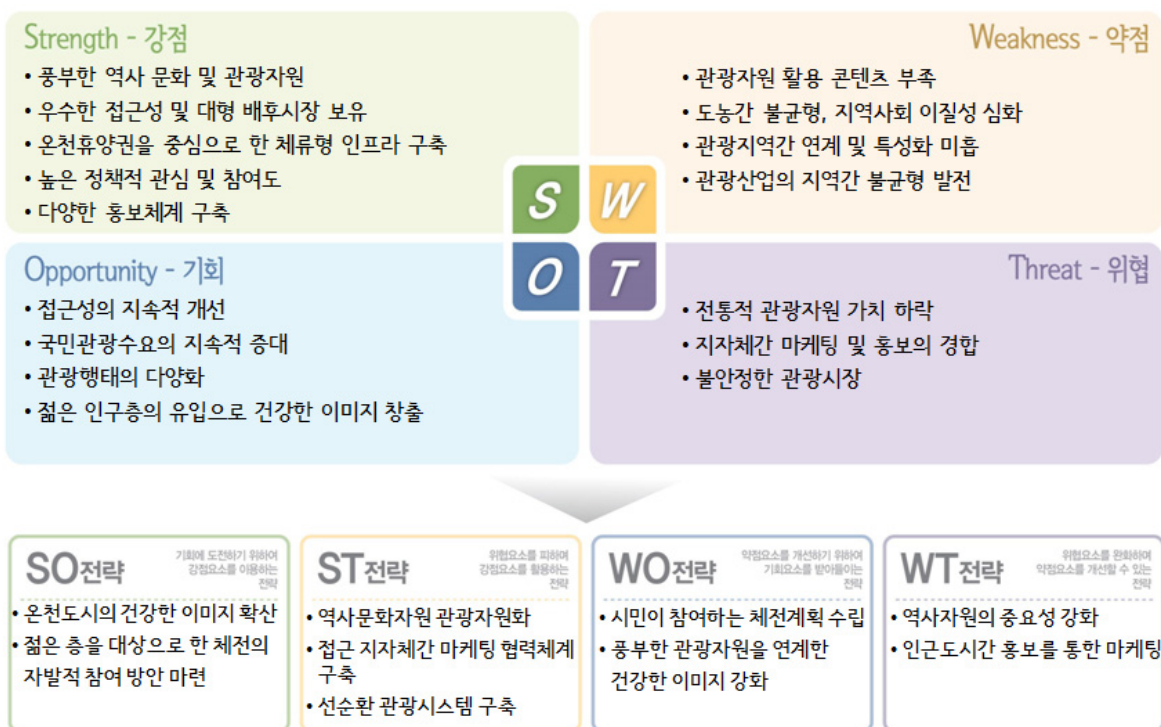
- 관광패러다임은 단순 경관탐방형에서 환경생태, 역사문화 및 향토자원의 체험형으로 변화하고 있음
- 이에 따라 현충사 등 단순한 관람위주의 역사문화자원보다는 체험하고 참여할 수 있는 관광상품이 개발되고 있으며 전통적 관광자원의 가치가 하락되고 있음

|| 자치단체간 마케팅 경합

- 자치단체간 스포츠 이벤트 및 관광객 유치의 경합으로 상호 보완보다는 경쟁 분위기가 고조되고 있음
- 특히, 온천을 소재로 한 유사프로그램들이 지자체별로 개발됨에 따라 지역간 관광산업 경쟁이 심화되고 있음
- 또한 다양한 관광개발사업은 주변에 인접한 시도뿐만 아니라 원거리에서도 유사한 관광사업들을 추진하여 상호 경쟁과 유치관광객이 분산됨

|| 불안정한 관광시장

- 관광산업에 대한 지원정책에 부족하고 규제가 많아 인프라 확충이 어려우며 고부가 가치형 레저시설의 부족으로 관광매력성이 저하되고 있음
- 지역에 찾아오는 태풍이나 폭우, 폭설 등이나 지진과 쓰나미 등의 자연재해에 의한 관광시장 불안정이 우려됨
- 신종플루, 구제역 등 예상치 못한 질병의 발생으로 관광산업이 위축되어 관광객이 급감하고, 지역의 관광산업을 침체시킴



제Ⅳ장

비전 및 목표

1. 접근개념 및 기본방향

2. 비전 및 목표

3. 추진전략

1. 접근개념 및 기본방향

1) 접근개념

Ⅵ 잠재력의 자원화

- 아산시가 위치하고 있는 지리적 위치와 지역의 산업자원, 문화관광 자원을 활용한 홍보마케팅 추진으로 지역이 가지고 있는 잠재력을 홍보마케팅 자원화
- 이를 위하여 지역의 다양한 자원을 부각시켜 지역 전체를 홍보할 수 있는 방안을 마련함

Ⅶ 효과의 극대화

- 전국체전 개최를 효과를 극대화 시킬 수 있도록 다양한 홍보 활동을 통해 지역을 홍보하고 주 개최지로서 아산시를 홍보할 수 있는 방안 마련
- 또한 전국체전 개최 효과가 지역으로 확산될 수 있는 마케팅 방안 마련을 통해 지역민 전체가 관심을 유발할 수 있는 홍보 방안 마련

Ⅷ 차별화와 명소마케팅

- 전국적인 아산시의 인지도를 높이기 위하여 지역이 가지고 있는 자원의 차별화와 명소화를 통한 지역홍보 필요
- 이를 위하여 기존 자원을 활용한 명소마케팅 방안 마련과 이를 통한 지역민의 소득창출과 연계될 수 있는 마케팅 방안 마련



아산의 입지 및 문화관광
잠재력의 자원화



전국체육대회
개최효과 극대화



차별화와 명소마케팅으로
지역홍보와 소득창출

2) 마케팅 기본방향

Ⅵ 전국체육대회 성공개최 기반과 지원체계 구축

- 전국체육대회의 경우 체육과 관련된 일부 사람들에게만 관심이 있고 일반인들에게는 관심에서 멀어지고 있는 현실에서 2016년 전국체육대회의 성공적인 개최를 위한 기반과 지원체계 구축으로 홍보마케팅 방안 마련
- 이를 위해 전국적으로 아산시가 2016년 전국체육대회 주 개최지임을 알릴 수 있는 홍보수단 마련과 함께 아산시를 전국적으로 이미지메이킹 할 수 있도록 마케팅 방안을 마련

Ⅶ 아산시민의식 선진화와 도시 위상제고 방안 마련

- 2016년 전국체육대회 개최를 계기로 아산시민의식을 한 단계 업그레이드 시키는 계기를 마련
- 외부적으로 구도시의 이미지를 가지고 있는 아산시에 대한 이미지를 전국체육대회를 통해 도시 위상을 제고시킬 수 있는 홍보마케팅 방안 마련 필요

Ⅷ 지역 인지도 제고 및 기존 홍보마케팅 강화

- 아산시라는 지명에 대한 전국적인 낮은 인지도를 전국체육대회를 활용하여 제고 할 수 있는 마케팅 방안과 아산시가 보유하고 있는 온천에 대한 전국적인 낮은 인지도를 증대시킬 수 있는 방안 마련 필요
- 또한 아산시에서 기존 추진하고 있는 홍보마케팅 방안을 강화하여 투자 대비 효과가 나타낼 수 있는 방안 마련 필요

Ⅷ 관련 주체들 간 유기적 협력체계 구축 및 참여 확대

- 2016년 전국체육대회의 성공적인 개최를 위하여 지자체뿐만 아니라 관련 단체와 민간업체, 지역민이 참여를 통해 공동의 목표를 달성하고자 하는 의식을 공유할 수 있는 협력체계 구축과 참여 방안 마련 필요

Ⅸ 지역특산물과 관광산업으로 지역소득창출

- 공공에서 추진하고 있는 사업이나 행사가 지역민들의 수익에 직접적으로 영향이 갈 수 있도록 지역소득창출을 위한 홍보마케팅 방안 마련

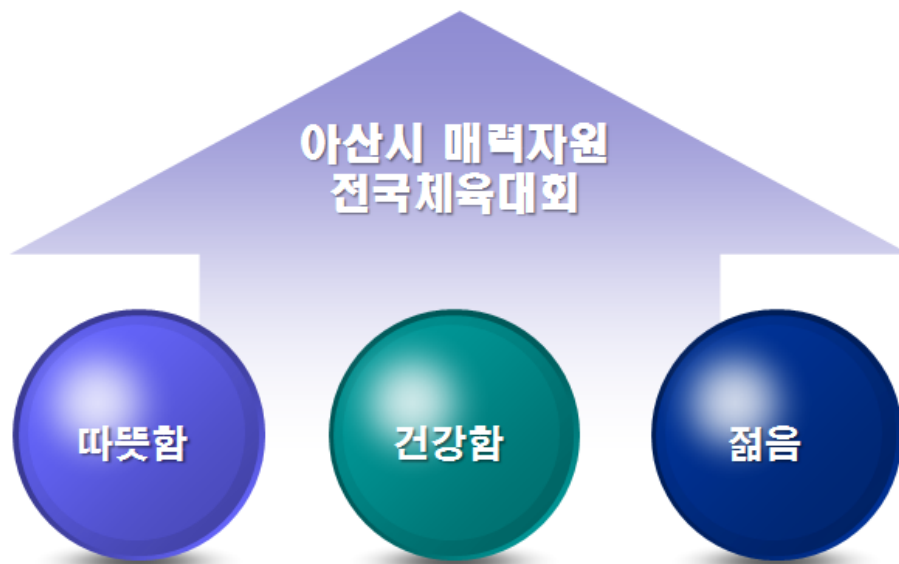
2. 비전 및 목표

1) 비전

|| 온정과 건강·휴양의 고장, 스마트 아산

- 아산시는 충절의 정신과 휴양으로 건강한 삶이 있고, 시민들이 따뜻한 인정으로 관광객들을 맞이하는 “온정(溫情)과 건강·휴양의 고장, 스마트 아산”으로 선정하고 이를 실현시킬 수 있도록 방문객을 위한 아산시만의 테마를 집중적으로 활용하도록 함
- 홍보마케팅 테마의 설정은 ‘선택과 집중’의 원칙에 의한 것으로 타깃 시장은 물론 시장에서 선호되는 아산시 자원과 상품을 선택하여 집중적으로 활용, 보다 빠른 결과를 기대하도록 함
- 아산시 홍보마케팅 전략은 아산시 전체의 비전 및 관광비전의 의미를 수용하되, 전국체전 방문객이라는 타깃시장의 특수성, 아산시의 자원성 및 잠재성을 모두 표현할 수 있도록 ‘따뜻함’, ‘건강함’, ‘젊음’등을 대표 테마로 삼음

온정과 건강·휴양의 고장, 스마트 아산



【그림 IV-1】 비전 및 목표

2) 목표

Ⅵ 전국체육대회 시 체류형 · 목적형 방문지로 되기 위한 기반 및 이미지 홍보

- 전국체육대회의 관심도가 떨어지는 현실에서 아산시의 경우 2016년 전국체육대회 주 개최지로서 방문객 유치 방안 마련 필요
- 이는 아산시를 목적지로 두는 관광상품 개발 및 홍보가 부족하기 때문이며, 더 앞서 아산시에 대한 인지도와 매력성이 부족함에 따라 전국체전을 활용하여 지역을 알릴 수 있는 방안을 개발하고자 함
- 이를 위해 타 지자체의 전국체전 마케팅 계획 및 유치과정 등을 살펴보고, 향후 아산시의 미래를 예측하여 지역여건과 지역역량에 부합하는 최적의 마케팅 방안을 도입하도록 함
- 특히, 관광상품으로 활용가능한 지역의 자원과 산업, 축제 및 이벤트 등을 각종 홍보수단 및 유치사업으로 활용하도록 하며, 이러한 잠재 자원을 발굴하고 홍보하는 계기가 마련되도록 함

Ⅶ 아산시 관광자원과 시설을 활용한 체육대회 방문객 유치 전략 제시

- 실질적으로 전국체전을 활용하여 관광객을 유치하기 위해서는 체육시설 등의 하드웨어 사업이 근간을 이루는 신규개발사업도 필요하겠지만 무엇보다도 아산시를 알리고, 아산시를 방문하고자 하는 마음이 들 수 있도록 하는 홍보 및 이미지 제고 사업 등이 필요하며, 이를 우선사업으로 제시하도록 함
- 또한 아산시의 다양한 자원 중에 우선 집중적으로 관광객에게 알리고, 상품화할 수 있는 자원들을 중심으로 마케팅 방안을 강구하되, 관광객의 행태, 정서에 맞는 상품을 홍보할 수 있도록 하고 각각의 제시되는 사업들은 사업 간의 유기적인 연계화가 필요하며, 또한 시간적인 차이가 발생할 수 있으므로 단계적 사업계획 등으로 구분하여 제시되어야 함

Ⅷ 지역이 만족하는 경제효과 제고 방안 제시

- 전국체육대회 개최를 통해 지역민들에게 실질적인 효과 전달될 수 있도록 지역의 사업체나 생산품들이 판매될 수 있도록 연계하는 마케팅 방안 제시를 통해 전국체육대회 개최가 지역경제효과에 기여할 수 있는 방안을 제시

3. 추진전략

1) 지역에 적합한 홍보마케팅 전략 수립

- 관광객을 유치하기 위한 아산시의 자원성에 대한 객관적인 평가와 이를 토대로 시사점을 도출하여 향후 아산시 전국체전 개최를 준비하여야 할 사업 등을 개발하는 마케팅 전략으로서 매력적인 시설과 자원을 홍보하는 전략임
- 매력적인 시설과 자원을 알리는 마케팅 전략은 타 지자체와의 차별화, 아산시의 정체성 및 타당성 반영, 전국체전 관광객의 선호도 등이 충분히 반영된 홍보마케팅 방안으로서 아산시만의 특화된 선점우위 사업으로 제시되도록 함
- 세부사업의 실행성을 추구하기 위하여 현재 시장 상황과 부합되지 않는 예산이 많이 투입되는 방송 홍보 등은 지양하도록 함
- 아산시 사회·문화 여건 및 2016년 전국체육대회 관련 계획 등과 부합하는 단위형 홍보마케팅 방안을 제시하도록 하며, 아산시 전체 공간구조를 감안한 사업을 제시하도록 함

2) 외부 방문객 관심촉발형 홍보마케팅 실시

- 아직까지 국내외에서 인지도가 낮은 아산시와 아산시 관광을 알릴 수 있도록 하는 홍보전략 사업의 전개가 필요함. 무엇보다도 관광객에게 흥미롭고, 방문하고자 하는 욕구를 가질 수 있도록 관심을 유도하는 관심촉발형 홍보전략 사업의 추진이 필요함
- 이를 위해서 전국체육대회에 참여하는 방문객의 정서, 선호하는 관광행태 등을 아산시 관광자원과 상품 등에 반영하도록 함. 특히 운동을 좋아하는 방문객들이 선호하는 건강아이템을 적극적으로 활용하여 관광지 방문으로 유도를 꾀하도록 함
- 아산시가 가지고 있는 대표적인 자원인 온천을 활용하여 방문객을 찾아가는 공격적인 마케팅으로 다른 지역과의 차별화 전략을 진행
- 단순히 온천을 즐기는 것이 아니라 온천과 함께 지역의 농특산물을 활용한 음식과 연계하여 육체적 건강과 정신적 휴양을 고려한 온천으로 특화하는 마케팅 계획을 제시

3) 지역상권과 관광객 연계 지역수익 창출사업 전개

- 2016년 전국체육대회 주 개최지로서 아산시에서 기대하는 효과는 지역의 전국적인 이미지 증대와 지역수익 창출이라고 할 수 있음
- 이에 실질적인 경제적인 수익 효과를 발생시킬 수 있도록 전국체전과 연계하여 지역의 상품을 판매할 수 있는 마케팅활동을 실시하고 지역사업장을 연계함
- 이를 위하여 전국체육대회가 개최되는 곳에서는 지역의 생산품을 판매·홍보할 수 있는 행사를 마련하고 전국체전 개최 효과를 지역으로 파급시킬 수 있도록 재래시장 등에 방문객 관심유발형 프로그램을 마련함

4) 전국체전 단계별 실행전략 추진

Ⅵ 전국체전 개최 전 마케팅

- 아산시가 계획하고 있는 전국체육대회 시설 조성 등과 함께 아산시에서는 2016년 전국체전의 주 개최지가 아산시라는 것과 관광아산을 알리는 사업이 우선적으로 진행되어야 할 것임
- 가장 우선 고려되어야 하는 사업은 지역을 알리는 사업으로 인터넷을 통한 젊은층을 대상으로 한 소문 확산을 위한 바이럴마케팅과 아산시 자원을 홍보하는 마케팅 활동을 우선 수행되어야 함
- 아산시 알리기 사업은 크게 2개 공간에서 구분되어 실시되어야 하는데

Ⅶ 전국체전 개최 중 마케팅

- 전국체전 개최 중 아산시에서 수행할 마케팅 전략은 이슈화를 통해 방문객을 아산시로 이끄는 마케팅 방안 마련과 아산시를 방문한 방문객들에게 만족을 주고 상품을 판매하는 마케팅 활동을 전개
- 이를 위해서 우선 전국체전 참가객을 대상으로 한 참여마케팅 전개와 볼거리 제공을 위한 행사개최를 전국체전 개최 기간 중에 집중적으로 진행하고 개최 효과의 지역 확산을 위한 지역 상품 판매 행사 개최와 지역 관광자원을 연계하는 마케팅을 추진

Ⅷ 전국체전 개최 후 마케팅

- 전국체전 개최 효과를 지속시킬 수 있는 마케팅 활동 전개를 통해 지역의 이미지를 확립하고 시설 활용의 극대화를 통한 지역의 새로운 소득 창출을 발생시키는 마케팅 활동 실시로 스포츠와 온천을 연계한 온천의료관광 상품 개발과 체육대회 유치를 통한 스포츠마케팅 전개

제 V 장

전국체육대회 활용 마케팅 방안

1. 사전 전국체전 활용 마케팅 방안
2. 전국체전 개최 중 마케팅 방안
3. 전국체전 사후 활용방안

1. 사전 전국체전 활용 마케팅 방안

- 2016년 전국체육대회의 개최가 확정됨에 따라 전국체전의 참가를 독려하고 지역을 홍보하기 위한 사전 마케팅이 필요함
- 아산시의 전국체전의 컨셉은 온정과 건강·휴양의 고장, 스마트 아산임에 따라 이를 활용하여 사전에 마케팅을 3개 부문으로 나누어서 전개함

Ⅵ 주 개최지 홍보

- 2016년 전국체육대회의 주 개최지가 아산임에 따라 기존 아산의 이미지를 파악하고 전국체육대회와 아산시의 건강한 이미지를 부여하여 홍보함
- 특히, 주 개최지로서 관심을 유도할 수 있는 행사 및 홍보 마케팅을 전개함
- 또한 지역주민과 방문객, 주 개최지 인근의 지역민들이 함께 참여할 수 있는 인식확산의 기회를 마련함

Ⅶ 관광객 관심유발

- 전국체전 참여 의사를 심어주기 위한 다양한 부문의 불특정 다수를 대상으로 관심유발 마케팅을 실시함
- 특히, 오프라인 바이럴마케팅을 통해 전국체전의 재미있는 내용을 이슈화하고 관광객들의 흥미를 유발할 수 있는 요소로 활용함
- 또한 선택과 집중을 통해 아산의 가장 고유한 자원인 온천산업을 전략화 하여 관광객을 위한 수용태세를 정비 하는 등 인프라를 확충함

Ⅷ 지역이미지 강화

- 이슈화가 가능한 이벤트를 강화하고 프로그램 및 프로모션별 타깃을 겨냥하여 공격적인 마케팅을 수행함
- 또한 아산시만이 갖고 있는 지역이미지를 강화하여 그 이미지를 통한 스토리를 생산해내고 활용할 수 있도록 함

1) 방송 & 바이럴 연계 홍보 마케팅

(1) 필요성

- 매체홍보를 통한 직접적인 참여를 유도하고 매체 노출을 통한 불특정 다수의 관심을 유도할 수 있는 화제성 유발의 홍보 필요
- 따라서 방송 전 전국체육대회에 대한 관심을 유도하고 방송 후 영향력 지속을 위한 바이럴마케팅이 필요

(2) 사업개요

- 위치 : 광고매체 대상 홍보
- 목표 : 매체를 통한 전국체전 및 아산시 홍보
- 특징 : 타깃대상의 흐름을 파악하고 동선에 맞춰서 마케팅을 전개

(3) 현황 및 개발 방향

|| 현황

- 아산시는 홈페이지뿐만 아니라 온라인 및 SNS를 통해 지역을 홍보하고 시민 및 타 지역민과 소통의 장을 마련하고 있음
- 특히, 전국체전 유치 홍보를 위해 온·오프라인 서명운동과 함께 각종 영상 매체와 웹진발송, 트위터 등 SNS홍보를 전개하여 왔으며, 2012년에는 2016 전국체전 유치 기원 SNS이벤트 공모를 통하여 유치 분위기 조성과 공감을 얻어 내고자 하였음

|| 기본방향

- 전국체전에 대한 관심을 유도하고 영향력 지속을 위한 다양한 분야의 결합 마케팅 실시

(4) 세부추진방안

|| 방송 및 바이럴마케팅

- 방송에 맞춘 공략 키워드를 선별하고 블로그나 카페 포스팅, SNS마케팅, 언론 홍보, 동영상 홍보 등을 통해 지속적인 개최 개요를 노출함

- 파워블로그, 카페포스팅 : 공략키워드 선별→블로그 글 상위노출→홈페이지 유입 대표 블로그 운영→ 전국체전 관련 글 작성
- 페이스북 운영 : 체전관련 타깃그룹을 통한 SNS 마케팅 포스팅 전개
- 언론홍보 : 네이버 등 검색엔진에 검색될 수 있는 언론사 선별보도/사진보도 기사화(30개 이상의 언론사에 보도 및 사진보도 자료 릴리즈(온라인 홍보 必))
- 동영상 홍보 : 유튜브, 네이버, 다음팟 TV등에 방송에서 소개된 소식 업로드
 - 방송메이킹 세미다큐 및 체전관련 동영상 업로드, 스토리텔링화를 통한 관심제고



(5) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 방송 및 검색엔진 등과의 연계가 필요한 사업으로 각 부문별로 투자가 필요함
- 방송 & 바이럴 연계 홍보 사업비는 70백만원으로 바이럴부문 20백만원, 언론홍보와 관련된 부분 20백만원, 방송이 30백만원이 소요될 것으로 예상되며, 여기에서 바이럴 관련 교육과 방송은 추가 협의가 필요함
- 아산시 홍보마케팅 비용으로 추진하며 기존 아산시에서 SNS 부문에 소요되고 있는 비용을 활용하여 전국체전 대비 홍보비를 연계하여 추진하는 것이 필요함

【표 V-1】 방송 & 바이럴 연계 홍보 사업 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	70	
바이럴부문	20	<ul style="list-style-type: none"> • 페이스북 포스팅 : 관련소식 100개 포스팅 • 카페포스팅 ; 10~20개 카페/2회 이상 • 블로그 포스팅 : 10개 파워블로그/ 상위노출
동영상부문	20	• 온라인콘텐츠 : 유튜브, 네이버, 다음팟 등 10여개 채널에 10회 이상 업로드
언론홍보		• 온라인 검색노출 : 30여개 언론사
프레스룸 online 이벤트		• 프레스룸 운영
방송	30	• 세부내역 추후 결정

2) 온라인 캠페인

(1) 필요성

- 전국체육대회의 젊은층 방문객을 고려한 홍보 방안이 필요하며, 아산시에 소재한 대학교 및 고등학교와 연계한 전략적 홍보 필요
- 직장이나, 학교, 가정에서도 전국체육대회를 자발적으로 홍보할 수 있는 전략이 필요하며, 자발적으로 운동하는 모습을 직접 사진으로 찍고, 인증샷을 공식 트위터나 페이스북에 게시하는 온라인 캠페인 필요

(2) 사업개요

- 위치 : 인터넷 및 스마트폰 소셜네트워크 어플리케이션
- 목표 : 온라인을 통한 전국체육대회 홍보
- 특징 : 젊은 층을 타겟으로 한 홍보

(3) 현황 및 개발 방향

|| 현황

- 2013년 기준 우리나라의 SNS이용률은 31.3%를 기록하였으며, 그 중 젊은층에 속하는 20대의 경우 69.3%로 가장 높았고, 10대의 경우 48.7%의 비율을 차지한 것으로 나타남(데일리그ريد 기사, 2013년12월30일)
- 아산시는 홈페이지 뿐만 아니라 다양한 SNS를 통해 지역을 홍보하고 시민 및 타 지역민과 소통의 장을 마련하고 있음
- 특히, 전국체전 유치 홍보를 위해 온·오프라인 서명운동과 함께 각종 영상 매체와 웹진발송, 트위터 등 SNS 홍보를 전개하여 왔으며, 2012년 2016 전국체전 유치 기원 SNS 이벤트 공모를 통하여 유치 분위기 조성과 공감을 얻어내고자 하였음

|| 기본방향

- 젊은층이 선호하는 서비스 개발을 통해 관광객 홍보 및 유치 활동을 다각화하여 전국체육대회 SNS홍보마케팅 구축 및 안내 및 아산시 관광홍보기능을 강화
- 또한 SNS 및 어플리케이션 등 각 마케팅 수단별 특징을 살린 계획이 필요함

(4) 관련사례

Ⅱ 대구광역시 SNS 홍보단

- 제93회 대구전국체육대회 성공개최 기원 온라인 이벤트 행사를 우리 시 소셜 미디어 “다채움”과 전국체전 홈페이지를 통해 전국체전 붐 조성은 물론, 불우한 환경에서도 열심히 훈련하는 전국체전참가선수 3명을 후원(각 100만 원)하는 행사 등을 통해 전국체전을 홍보하였음
- 특히 대구시의 SNS 홍보단은 3대 전국체전 개최시 경기장면, 응원모습등을 소셜미디어를 통해 전달하였고, 대구치맥페스티벌, 도시철도3호선, 2013 세계 에너지총회 등 대구시정과 관련된 정보도 홍보하였음



【그림 V-1】 대구시 SNS 홍보단

Ⅱ 제94회 인천 전국체육대회

- 대회기간내에 모바일 앱서비스인 아이로 앱을 활용해 체전과 문화예술행사 등을 안내하였으며 자원봉사자 교육 등 안내체계 구축을 통해 방문하는 선수단과 관람객들에게 인천에 대한 정보를 제공하였음
- ‘아이로³⁾앱’은 세부적인 경기일정, 개·폐회식에서 펼쳐지는 구체적인 행사내용, 엠블럼·마스코트 등 상징물을 안내하고 있으며 모든 관람객이 함께 참여하는 ‘응원하기’ 메뉴 구성을 통해 관람객의 흥미를 유도하였음
- 또한 체전기간 중에 인천시를 찾는 방문객들에게 인천시의 우수한 관광자원에 대한 관광안내를 실시해 스쳐 지나가는 관광에서 탈피해 볼거리, 먹을거리, 쇼핑 등도 병행할 수 있도록 인천시 관광안내 정보 책자를 제공함

3) 아이로앱은 마스코트 'I-RO'에서 따온 말로서 ‘인천으로’ 라는 의미로, 인천의 영문 이니셜 I와 세계로의 ‘~로’ 천지사 합성어로 이름 지어졌음. 대회에 참가하는 선수들이 인천으로 모여들어 세계로 뻗어나갈 수 있기를 기원하는 의미임. 마스코트 'I-RO'는 세계적인 멸종위기동물 저어새를 모티브로 제작되었는데 저어새를 마스코트로 활용하면서 친환경생태도시 인천을 홍보하고 멸종위기 동물 저어새의 범국민적인 관심과 제고에도 그 목적이 있음

(5) 세부추진방안

Ⅵ 펀펀(Fun Fun) SNS

- 아산시의 지역에 얽힌 설화, 전설 등의 스토리를 기반으로 스토리텔링을 개발하여 관광콘텐츠를 제공하며 지도제작 및 어플리케이션 지원을 통해 지역에 대한 소소한 재미를 제공함
- 또한 전국체전의 재미있는 경기영상이나 광고 등을 게시하여 SNS 이용자들의 흥미를 유발할 수 있도록 함

Ⅶ 데일리(Daily)SNS

- 전국체전의 준비과정 및 개최 이후 매일의 경기일정 및 경기결과 등을 SNS에 게시하여 많은 사람들이 공유할 수 있도록 함
 - SNS의 경우 주로 업무가 시작되는 오전 9시 30분~10시, 혹은 퇴근 직전인 오후 5시~6시 타임이 효과적이며, 날씨나 유머, 명언, 인사 등 가벼운 일상적 대화를 비롯해 과거 기사나 자료 등을 활용한 콘텐츠를 활용함
- 또한 1일 1퀴즈 이벤트를 마련하고 상품으로 아산시 농특산물이나 기념품 제공 등을 통해 관심을 유도함
- 사전마케팅의 경우 한정된 시간동안 일정한 가격으로 진행함으로써 다음 콘텐츠에 대해 예측하게하고 기대감을 증폭시킬 수 있도록 함

Ⅷ 대중교통수단 마케팅

- 아산시의 지하철, 버스, 택시 등을 중심으로 전국체육대회 사전 홍보 동영상이나 자동 상영될 수 있는 시스템을 구축함
 - 택시의 경우 택시기사가 요금작동버튼을 누르면 체전 홍보영상이 네비게이션 화면에 자동적으로 상영되는 방식으로 아산시 택시와 협약을 맺고 운영하도록 함
- 체전 홍보스티커를 라벨식이 아닌 자석식 스티커로 제작하여 버스, 택시, 지하철 등에 부착하고 일반인들도 보다 편리하게 일상생활에서 사용할 수 있도록 함

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 스마트 관광의 투자비는 기존 아산시에서 실시하고 있는 홍보사업과 연계하여 운영이 가능함
- 외래 관광객 만족도 향상 및 재방문 증가와 아산시 관광활성화를 통한 지역경제 회복에 기여할 것임
- 젊은층 대상 온라인캠페인에 소요되는 비용은 100백만원으로 세부적으로 편편한 SNS를 위한 스마트앱 제작, 문화콘텐츠 지도 제작에 30백만원, 데일리 SNS를 위한 스마트앱 제작과 기념품 비용에 20백만원, 스마트 비즈니스 인력육성을 위한 교육프로그램 개발과 지원에 50백만원이 소요될 것으로 예상됨

【표 V-2】 온라인캠페인 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	100	
편편(fun fun)한 SNS	30	• 스마트 앱 제작 • 문화콘텐츠 지도 제작 및 앱 지원
데일리(Daily) SNS	20	• 스마트 앱 제작 • 아산시 기념품
스마트 비즈니스 인력육성	50	• 교육프로그램 개발계획 수립 • 교육지원 크리에이터 육성

Ⅶ 재원조달계획

- 온라인캠페인에 소요되는 비용은 아산시와 정부가 50:50 비율로 지원하는 것으로 하며, 아산시의 경우 기존 온라인 홍보비용과 연계하여 재원 마련
- 또한 문화체육관광부 '무인 관광 안내시스템 구축'지원 사업 공모를 통한 50% 예산 확보 방안 추진

3) 녹색체전 홍보마케팅

(1) 필요성

- 정부의 녹색 성장정책에 적극적으로 참여하고 친환경 에너지 생산장소로서 아산시의 상징성을 부여할 수 있는 녹색체전 홍보마케팅 방안 마련이 필요
- 에너지 자립을 통한 친환경 전국체전의 이미지를 홍보하고 전국체전 이슈화를 위한 홍보방안을 마련함

(2) 사업개요

- 위치 : 언론 및 방송 홍보(이순신종합운동장)
- 목표 : 녹색체전을 목표로 한 상징성 부여
- 특징 : 전국체전 이슈화를 통한 녹색체전 홍보마케팅 실시

(3) 현황 및 개발 방향

|| 현황

- 아산시는 2016년 전국체전의 성공적인 개최와 미래비전, 도시마케팅 전략의 일환으로 꽃과 숲이 어우러진 행복한 녹색도시 가꾸기 사업을 수립하여 추진 중에 있음
 - 시민 참여형 나무심기운동 확대 추진, '천년의 숲길' 등산로 조성, 권곡동 도시숲 모델사업, 현충사 은행나무길 조성사업 등 국·도비 공모사업 등을 적극 추진 발굴하고, 지역간 균형 있고 조화로운 소규모 공원조성으로 이용시민의 편의 등을 최대한 발휘해 최상의 녹색복지 서비스를 제공함
- 아산시에서는 주경기장으로 활용될 이순신종합운동장내 태양광 시민발전소와 아산시 소각장에서 발생하는 폐열을 활용하여 체육관에 온수 공급을 추진하는 녹색체전을 위한 노력을 하고 있음
 - 종합운동장 관람석 활용으로 공간 활용성 증대, 종합운동장 디자인엔출로 관람객 그늘서비스 제공 등

|| 기본방향

- 에너지 절감 사례 및 시설 조성을 통한 언론 이슈화를 통해 녹색체전을 위한 홍보체계 마련

(4) 관련사례

Ⅵ 친환경 녹색체전 [전국체전]

- 전국체전은 인천(94회), 전남(89회) 등에서 녹색체전을 목표로 운영되었으며, 특히, 인천에서는 실천방안인 5R(Reduce·절약, Reuse·재사용, Recycle·재활용, Renewable energy·재생에너지, Revitalization·도시재생)운동을 통해 목표를 달성하기 위하여 노력하였음

Ⅶ 인천아시안게임 친환경 경기장 조성

- 세계의 친환경 트렌드에 따라 2014년에 개최되는 인천아시안게임에서는 활용될 경기장을 매립지에 조성하고 수영, 승마 근대 5종의 경기장을 완공할 예정임
- 또한 지역난방공사와 저탄소 친환경 업무협약 등을 통해 국내최초 탄소감축 국제대회로 개최하기 위한 내용을 골자로 함



【그림 V-2】 전남 전국체전-녹색체전[친환경 과일탑, 물대포]

(5) 세부추진방안

Ⅷ 녹색체전 홍보부스 마련

- 아산시 환경홍보관, 자연활동 체험관, 녹색생활 체험관을 운영하며, 자전거로 솜사탕 만들기, 온실가스 배출 측정체험 등 녹색생활과 관련된 체험관을 상시로 운영함
 - 생활 속 녹색기술을 보여주는 그린 홈, 녹색교통, 녹색에너지 등 다양한 전시물과 직접 체험할 수 있는 콘텐츠 및 교육 프로그램으로 구성

Ⅸ 스포츠관람 친환경 생활실천 규약 마련

- 스포츠의 대중성 및 파급효과를 활용하여 에너지 절약, 재활용 분리수거 등 저탄소 친환경 생활실천 캠페인을 홍보

- 평소 경기장에서 가장 많이 발생하는 쓰레기인 PET, 캔 등에 대한 재활용 분리함을 설치하고, 홍보기념품 등을 배부함

Ⅵ 언론홍보 및 방송 프로그램 연계

- 아산시에서 계획 및 운영 중인 태양광 시민발전소 및 소각장 폐열을 활용한 온수 공급 방안 등을 언론 및 매체를 이용하여 대내외에 홍보함
- 젊은 층이 선호하는 운동종목의 인기 선수 및 최근 인기리에 방영하고 있는 KBS 우리 동네 예체능, 출발드림팀 등 방송프로그램 등과 연계한 홍보전략 마련 필요

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 녹색체전 홍보마케팅에 소요되는 비용은 200백만원으로 녹색체전 홍보부스 시설 및 운영에 50백만원, 범시민운동 추진을 위한 교육 및 홍보물 제작에 50백만원, 언론 홍보를 위한 방송 제작 지원에 100백만원이 소요됨
- 아산시 관광의식과 마인드 제고 사업의 투자는 공공사업으로 투자해서 추진하고, 민간은 프로그램 참여와 동참을 할 수 있도록 운영
- 구체적인 사업비는 아산시 친환경전국체전을 위한 세미나와 행사, 범시민 운동 추진위원회 운영, 스마일 운동 홍보와 진행을 공공사업으로 추진

【표 V-3】 녹색체전 홍보마케팅 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	200	
녹색체전 홍보부스	50	• 운영 인력 및 홍보물 전시
친환경전국체전 범시민운동 추진	50	• 에너지절약 생활실천 교육 및 홍보물
언론 홍보 및 방송프로그램 연계 홍보	100	• 방송 제작 지원

Ⅵ 자원조달계획

- 예산은 아산시 자체 예산으로 추진하고 아산시민 관광의식과 마인드 제고 추진 주체는 공공이 주관하여 추진하고, 지역단체와 지역주민의 적극적인 지원 필요
- 녹색체전 홍보부스 및 에너지절약 관련 사업은 에너지관리공단과 연계하여 추진

4) 왕의온천 이동식 족욕

(1) 필요성

- 아산에 있는 온천의 경우 피부미용, 혈관경화증, 신경통, 부인병, 위장병, 빈혈 등에 효능이 높은 것으로 알려져 있으며 이러한 온천수의 기능을 활용한 홍보방안이 필요함
- 따라서 온양온천 온천수의 다양한 효능을 활용해 특색있는 프로그램 개발이 필요하며, 체전 선수들의 피로를 풀어주고 관광객들에게는 특별한 경험 건강을 고려하는 프로그램 제공이 필요함

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 일원
- 목표 : 전국체전을 연계한 아산시의 관광객 모객 및 홍보
- 특징 : 온천수의 효능을 활용한 족욕 프로그램 운영 및 관광객 모객을 위한 홍보

(3) 현황 및 개발 방향

Ⅵ 현황

- 아산시는 2012년 온양온천역에 온천수를 직접 공급하는 총 면적 560㎡의 족욕 체험장을 조성하고 아산의 온천을 홍보하고 있음
- 족욕체험장은 하루 평균 70~80여명의 시민과 관광객들이 방문하여 아산의 온천수를 이용한 족욕체험장을 이용하고 있으며, 도심권의 새로운 명소로서 자리매김하고 있음
- 운영시간은 봄과 가을에는 오전10시부터 오후5시까지 운영되며, 여름철에는 오전 10시부터 오후 7시까지 운영됨



【그림 V-3】 온양온천 족욕체험장

Ⅱ 기본방향

- 아산지역 온천수의 경우 각 효능이 차별화되어 있으며, 이를 활용한 족욕 프로그램으로 사전 홍보

(4) 관련사례

Ⅱ 족욕카페

- 족욕카페는 여행자의 피로를 말끔히 풀어주는 역할을 하고 있으며 족욕은 30분에 3천원에 이용이 가능하며, 한방차, 허브차 등을 판매하여 힐링의 시간을 갖을 수 있도록 조성함
- 족욕카페는 따뜻한 물에 발을 담가 피로도 풀 수 있고 사색에 잠길 수 있는 공간으로서 도보여행객을 위한 힐링공간으로 활용됨



【그림 V-4】 족욕카페

(5) 세부추진방안

Ⅱ 왕의 온천 족욕

- 온양온천역에 상설로 운영하며 현재 조성된 온양온천 족욕체험장과 연계한 이동식 족욕시설을 활용하여 교통편을 기다리는 관광객을 대상으로 족욕시설을 이용할 수 있도록 함
- 이와 더불어 왕이 온양행궁 행차 때 마셨던 건강음료 및 차 등을 함께 패키지 등으로 판매함으로써 왕의 온천 이미지를 부각시킴

Ⅱ 찾아가는 족욕서비스

- 전국체전 개최전 이슈형 프로그램으로 운영하며 아산시 홍보버스를 활용하여 각종대회 및 스포츠 경기장에 찾아가는 족욕서비스를 진행함

- 체험시 아산시에서 자체 개발한 입욕제와 함께 이용할 수 있도록 하며, 누구나 손쉽게 즐길 수 있는 건강체험으로 활용

Ⅵ 지역연계 족욕서비스

- 아산시 도심지역을 중심으로 지역상가를 이용해 쇼핑을 한 방문객에게 쇼핑전 후 족욕체험을 통해 피로회복에 효과가 있는 아산온천을 홍보하고 방문객 및 관광객의 상가 유도를 통해 지역경제 효과를 기대함
- KTX에서 판매되고 있는 웰빙족욕 기차여행(대전)과 차별화된 아산만의 차별화된 족욕기차여행 상품 개발

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 왕의 온천 족욕프로그램은 친숙하게 아산 온천물을 체험할 수 있는 요소로서 초기 시설비용이 소요될 것으로 판단됨. 특히, 족욕프로그램의 경우 운영인력이 소요되는 만큼 운영 효율성을 위해 20개 내외의 족욕기를 운영하는 것을 제안함
- 왕의 온천 족욕프로그램은 사업 초기 아산온천역을 대상으로 운영하며, 전국체 전시기와 연계하여 점진적으로 사업을 확대하여 전국적인 이슈화가 될 수 있도록 진행하는 것이 필요함

【표 V-4】 왕의온천 이동식 족욕 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	200	
왕의 온천 족욕	50	• 시설비 : 족욕기, 물탱크, 수건 등
찾아가는 왕의온천 족욕서비스	100	• 시설비 : 족욕기, 물탱크, 수건 등 • 시설 운송비
지역연계 족욕서비스	50	• 이동식 족욕거리 조성 및 운영

Ⅵ 자원조달계획

- 소요 재원은 기본적으로 아산시와 온천 업체가 50:50비율로 지원하도록 함
- 왕의온천 이동식족욕의 경우 지역상가 및 온천시설과의 연계가 필요한 사업으로 지역민의 적극적인 참여를 위해서 프로그램의 효율성에 대한 초기 인식이 필요하며, 일부 비용에 대해서는 투자를 독려하거나 자체 운영을 할 수 있도록 하는 방안도 모색할 수 있음

5) 전국 축제 연계 홍보

(1) 필요성

- 아산시 및 충청남도, 전국의 대규모 축제에 참여하여 전국체전 홍보용 팸플렛과 기념품을 배부하여 전국체육대회의 범국민적 참여 분위기를 조성함과 동시에 왕의 온천이라는 도시 이미지를 부각하여 타 개최지와 차별화된 고급화 홍보 전략 전개 필요
- 2014~2015년 전국체육대회가 개최하기 전 아산시에서 개최되는 지역축제에 전국체육대회 홍보관 마련을 통한 축전 홍보 필요

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시, 충청남도, 전국 유명 축제
- 목표 : 아산시 개최 축제기간동안 전국체육대회 홍보
- 특징 : 선수단 및 관광객이 방문하는 축제장내 홍보관 마련으로 차별화된 고급화 홍보전략

(3) 현황 및 개발 방향

|| 현황

- 아산시에서 개최되고 있는 축제로는 대한민국온천대축제, 아산성웅이순신축제, 외암마을짚풀문화제, 온양온천문화예술제, 신정호별빛축제 개최되고 있음
- 충남에서는 대한민국 대표축제인 보령머드축제를 비롯하여 금산인삼축제, 백제문화제 등 다양한 축제들이 시기별로 개최되고 있음
- 또 범위를 확장해서 살펴보면 2014 아시안게임, 제주전국체전 등 큰 국제 및 국내 스포츠대회가 개최될 예정임
- 이를 활용하여 전국체전의 주 개최지인 아산시를 알리고 온양온천으로 유명한 지역의 이미지를 홍보하는 방안 마련이 필요함

|| 기본방향

- 축제장에서의 전국체육대회 홍보 방안으로는 체전 홍보관 운영과 함께 축제 홍보물을 통한 체육대회 일정을 알리는 방안 구성

(4) 관련사례

Ⅵ 강릉시 [전국체전 홍보투어단] 구성 운영

- 2015년에 개최되는 96회 전국체전의 주 개최지인 강릉시는 전국체전의 붐 조성
과 강릉관광 활성화를 위하여 [전국체전 홍보투어단]을 구성하여 운영 중에 있음
- 「전국체전 홍보투어단」은 전국체전운영부장을 단장을 중심으로 전국체전 기
획팀(2명), 동계올림픽 지원총괄과 대외홍보팀(1명), 관광과 관광마케팅팀(1명)
등을 구성하여 2014년 3월부터 12월까지 운영할 계획임
- 인천아시안게임과 제주전국체전, 함평나비축제, 보령머드축제 등 전국의 대규
모 스포츠행사 및 지역축제를 방문하여 2015년 전국체육대회 주 개최지인 강
릉시를 홍보할 예정임

(5) 세부추진방안

Ⅵ 전국체전 홍보관 운영

- 전국체전의 준비과정, 참가선수, 사진 및 기록 등을 담은 전시홍보관 부스를
축제장에 설치하여 상설 운영함
- 다시 보는 전국체전, 미리 보는 전국체전 등의 컨셉을 통해 전국체전의 역사와 기록을 전시하고,
아산시가 준비하는 새로운 전국체전의 모습을 홍보함
- 체전과 관련된 홍보물 배포와 엽서 프로그램 등의 병행을 통해 축제를 방문한
관광객을 대상으로 전국체전을 홍보함
- 아산시 축제 이외에도 충남에서 개최하는 지역축제의 홍보물에 아산전국체육
대회의 일정을 삽입하는 방안 검토

Ⅵ 전국체전 특별이벤트 프로그램 운영

- 전국체전을 알리기 위한 특별 이벤트를 마련하여 관광객이 참여할 수 있는 체
험형 프로그램을 진행함
- 아산시에서 개최되는 종목을 중심으로 체험프로그램화하여 남녀노소 즐길 수
있는 프로그램으로 활용함
- 아산시 농특산물 및 기념품 등에 부착할 수 있는 전국체전 홍보용 스티커를
제작하여 경기일정 및 경기종목, 경기장 정보를 홍보하는 방안 검토

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 대규모 행사 및 축제연계 홍보에 소요되는 비용은 100백만원으로 세부적으로 홍보관 부스 설치비 20백만원, 홍보관 내 전시물 20백만원, 시설이동비 10백만원, 특별이벤트 50백만원이 소요될 것으로 예상됨
- 전국체전 홍보관의 경우 각 축제장에 축제기간동안 홍보관 부스 시설물이 설치됨에 있어서 첫 실시되는 축제장에 초기 부스 제작 시설비용이 소요될 것으로 판단됨
- 또한 이어서 실시되는 축제에 설치되는 홍보관 시설의 경우 초기 시설 제작비용 대비 적은 비용(시설이동 및 배치비용)으로 비용 절감이 가능할 것으로 예상됨

【표 V-5】 대규모 행사 및 축제연계 홍보 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	100	
홍보관 부스	20	• 홍보관 부스 설치비
홍보관 디스플레이	20	• 홍보관 내 전시물(판넬, 리플렛, 프로그램 엽서 등)
시설 이동비	10	• 제작 부스시설 각 축제장 이동비
특별이벤트	50	• 프로그램 소품 및 사회자

Ⅶ 재원조달계획

- 소요 재원은 기본적으로 아산시에서 지원하도록 함
- 아산시에서 개최되는 축제들과 연계가 필요한 사업으로 적극적인 참여를 위해서 프로그램의 효율성에 대한 초기 인식이 필요하며, 축제 주최측과의 긴밀한 협조로 투자를 독려하거나 자체 운영을 할 수 있도록 하는 방안도 모색할 수 있음

6) 온궁행렬 재현

(1) 필요성

- 전통의 온천 재발견 및 보양온천의 우수성을 홍보하며 온궁에 대한 역사적 인식 및 과거 화려했던 온양온천의 명성을 되찾을 수 있는 계기 마련이 필요

(2) 사업개요

- 위치 : (아산시 대내 홍보) 온양온천역 광장 삼거리, 온양관광호텔 사거리 등
(대외홍보) 서울시 서울광장, 인사동 거리
- 목표 : 온궁행렬의 역사적 가치를 재조명하고 온양온천의 우수성을 홍보함
- 특징 : 온궁이라는 새로운 전통을 아산시의 지역과 결합시킨 새로운 문화상품 개발

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황

- 온양행궁은 온양관광호텔을 중심으로 아산시 온천동 일대를 조선시대 태조가 조성한 후 조선시대 임금들이 휴양지 겸 지방행차시 임시숙소로 사용되었으며, 전란 등으로 대부분이 파손되고 일부 온궁 유적과 고문헌자료만 남아있음
 - 문헌에 의하면 세종대왕 15년(1443년) 정월에 안질 치료차 행행한 후 현종·숙종·영조·정조 등 여러 임금께서 온궁을 짓고 휴양이나 병의 치료차 머물고 돌아간 것으로 기록되어 있음
- 2013년 대한민국온천대축제 행사시 정조의 영피첩을 고증하여 조선후기 끊어졌던 왕의 온궁행차를 재연하였음
- 또한 온양행궁의 복원을 통해 내정전, 온탕, 궁문, 홍문관, 상서원, 수문장청, 병조빈청, 상의원, 사복시, 수라간 등 정조 ‘영피첩’의 고증에 의해 모습 재연



【그림 V-5】 대한민국 온천대축제 온궁행렬

|| 기본방향

- 문헌에만 존재했던 역사적 사실을 재연하여 방문객에게 흥미 있는 프로그램 제공하고 온양온천의 역사성을 홍보함
- 지역의 명소를 행렬 장소로 선정하여 숨은 명소를 찾아볼 수 있는 계기 마련

(4) 관련사례

|| 진성여왕피접행렬 재현(부산 해운대)

- 해운대 달맞이 온천축제에 진행되는 행사 중의 하나로 해운대 온천욕으로 천 연두가 씻은 듯이 나왔다는 진성여왕 피접행렬, 임금이나 군대가 행진할 때 뒤따르던 취타대 등 퍼레이드가 재현됨
- 또한 해운대구청 앞 온천비에서 온천전설 무용극을 공연하고 달맞이 축제와 더불어 다양한 행사를 진행함
 - 무용극은 진성여왕 태평성대무로 신라말 나라의 평안과 안녕을 기원하면서 임금 앞에서 추던 춤을 재현한 것임



【그림 V-6】 해운대 달맞이 온천축제 진성여왕 피접행렬

(5) 세부추진방안

|| 온궁행렬 상설공연

- 기존 정조의 영귀첩을 고증해 행렬을 재연한 온양온천문화예술제와 2013 대한민국 온천 대축제때 시행된 온궁행렬을 바탕으로 새로운 프로그램을 추가하여 재미를 배가시킴
- 또한 온궁행렬의 코스를 아산시 명소인 온궁이 위치했던 온양온천호텔과 신정호 등으로 선정하여 관광객에게 숨겨진 아산의 관광명소를 소개함
- 온궁행렬시 억울한 일을 당한 백성이 임금에게 그 사연을 직접 호소하는 격쟁 상언과 신하가 사사로운 일로 임금에게 글을 올리는 상언 등의 프로그램을 삽입함

- 격쟁(擊箏) : 조선시대에 억울하고 원통한 일을 당한 사람이 궁궐에 난입하거나 국왕이 거동하는 때를 포착하여 징·팽과리·북 등을 쳐서 이목을 집중시킨 다음 자신의 억울한 사연을 국왕에게 호소하는 행위

Ⅵ 아산 온궁행렬 시연회

- 서울광장이나 인사동에서 아산시 온궁행렬 퍼레이드를 실시해 서울시민 및 방문한 관광객을 대상으로 홍보활동을 전개함
- 온궁행렬 및 상소, 족욕체험 등을 통해 온양온천의 역사성과 우수성을 홍보할 수 있는 홍보의 장으로 마련함
- 타 지역 홍보시에는 광장 및 공연마당 사용허가서와 투입인원, 시간계획, 안전 계획 등이 포함된 사업계획서를 해당 지자체에 제출하여 사용할 수 있음

Ⅶ 아산 특산품 시식이벤트 개최

- 온궁행렬시 참여시민과 관람시민을 대상으로 “장군의 승전떡”이벤트를 개최해 선수단의 승리를 다짐할 수 있는 기회를 마련함
- 장군의 승전떡은 이순신 장군이 백성들과 함께 나눠먹던 것을 재현해 송화가루와 찹가루를 활용한 떡을 개발함
- 또한 아산시 특산품인 탕정와인을 떡과 같이 시음할 수 있는 이벤트 개최를 통해 지역의 특산품을 홍보하는 장으로 마련



【그림 V-7】 아산 특산품 시식이벤트

(6) 집행계획

Ⅰ 투자계획

- 온궁행렬 재현 투자비는 200백만원이 투자될 것으로 예상되며, 아산시에서 시연되는 온궁행렬에는 의상 등 소품 임대, 연기자 인건비, 운영인력 등에 70백만원이 소요되며, 서울에서 시연되는 아산 온궁행렬 시연회에는 홍보부스 등이 추가되어 100백만원, 그리고 온궁행렬과 함께 아산 특산품 시식회에 30백만원이 소요될 것으로 예상됨

- 온궁행렬 의상 및 소품은 기존 온양온천문화예술제와 2013 대한민국 온천 대 축제때 시행된 온궁행렬 개최 팀과 협의 후 시행
- 특산품 시식회의 재료와 운영인력의 경우 아산시 농업기술센터와 협의 후 시행하는 방안을 검토함

【표 V-6】 온궁행렬 재현 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	200	
온궁행렬	70	• 의상 등 소품, 연기자, 운영인력 등
아산 온궁행렬 시연회	100	• 홍보부스, 의상 등 소품, 연기자, 운영인력 등
아산 특산품 시식회	30	• 시식회 재료, 부스 시설 및 운영인력 등

Ⅱ 재원조달계획

- 본 사업은 지자체에서 주도적으로 계획하고 실행하는 사업 성격을 가지고 있어 투자비 전액을 공공에서 지원함
- 온궁행렬의 경우 충남문화재단의 지역문화 보존 및 재연과 관련된 재원을 확보할 필요가 있음

7) 성공기원 행사 개최

(1) 필요성

- 전국체전의 사전 홍보기회를 마련하고 시민의 적극적인 참여를 독려하기 위한 성공 기원행사 개최

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 일원
- 목표 : 전국체전의 성공적 개최를 기원하기 위한 범시민적 행사 개최
- 특징 : 아산시민의 적극적 참여를 유도하기 위한 다양한 사전행사 개최

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황

- 아산시에서는 2013년 친절아산만들기 범시민운동 결의대회를 개최하여 2016년 전국체전 개최시 외식업, 숙박업, 운수업, 온천업 등 서비스 종사자와 시민모두가 동참하는 친절 교육 등을 실시함
- 오리엔티어링(O/L)이란 스웨덴 청소년지도사였던 에룬스트 칠란더가 창안한 환경친화적 스포츠로 자연의 산야 및 숲 등의 코스에서 지도와 나침반만을 사용하여 몇 개의 포스트를 찾아 빨리 목적지에 도착하는 것을 겨루는 스포츠임
- 또한 읽기 능력과 빠른 판단력, 지력, 체력이 요구되는 스포츠이며 친환경적 스포츠로 각 지자체에서 많은 대회를 열고 있음

Ⅶ 기본방향

- 아산에서 개최되는 전국체육대회를 홍보하고 성공을 기원하기 위한 것으로 시민의 적극적인 참여를 유도함
- 제97회 전국체육대회의 목표인 녹색체전에 부합하는 아산의 친환경적인 모습을 보여주고 자연생태계를 체험할 수 있는 기회를 부여

(4) 관련사례

Ⅱ 대구 전국체전 성공개최 기원 시도민 걷기 대회

- 2012년 전국 체육대회의 성공적인 개최를 기원하기 위하여 시도민 걷기대회를 대구 두류공원내 두류양궁장에서 개최함
- 대구, 경북도민의 건강증진과 제93회 전국체육대회의 성공개최를 기원하기 위해 진행된 행사는 약 10,000여명이 참여하여, 식전행사로 가루뱅이 농악과 대북공연, 식후행사로는 계명문화대 태권도 시범, 초청가수 공연, 경품추첨행사 등을 진행함
- 특히, 행사장에 전국체전 홍보부스를 운영해 기념품과 홍보물을 배부하고 참가자의 건강상담을 위해 대구광역시 걷기연합회에서 올바른 걷기 교육과 건강상담부스도 운영함



【그림 V-8】 대구 전국체전 성공개최 기원 시도민 걷기 대회

Ⅱ 오리엔티어링 대회

- 각 지자체에서는 지역의 산 및 자연을 활용한 오리엔티어링 대회를 개최하고 있으며, 이를 통해 지역을 홍보하는 계기로 활용함

【표 V-7】 오리엔티어링 대회 사례

달구벌 전국오리엔티어링대회	행복플러스 가족오리엔티어링대회	국민건강 오리엔티어링대회	울산시장배 전국가족(초등부), 개인 오리엔티어링 대회
<ul style="list-style-type: none"> · 일시 : 2014년 4월 27일(일) · 장소 : 대구시 달성군 방천리 · 경기형식 : Foot 오리엔티어링 · 주최 : 달구벌오리엔티어링클럽 	<ul style="list-style-type: none"> · 일시 : 2014년 5월 10일(토) · 장소 : 인천 아라빛섬 정서진 · 경기형식 : 스코어오리엔티어링 	<ul style="list-style-type: none"> · 일시 : 2014년 5월 11일(일) · 장소 : 서울 봉화산 · 경기형식 : Foot 오리엔티어링 · 주최 : 서울특별시오리엔티어링연맹 	<ul style="list-style-type: none"> · 일시 : 2014년 6월 15일(일) · 장소 : 태화강대공원 · 경기형식 : Foot 오리엔티어링 · 주최 : 울산광역시오리엔티어링연맹

자료 : 국민생활체육회 블로그(http://blog.naver.com/sports_7330?Redirect=Log&logNo=70188489621)

(5) 세부추진방안

Ⅵ 아산둘레길 라디엔티어링

- 전국체전 개최 전 아산시민과 관광객, 선수단을 중심으로 아산지역의 주요관광지 및 둘레길을 투어하는 라디엔티어링 행사를 개최
- 라디엔티어링은 오리엔티어링[orienteering]에서 나오게 된 단어로 오리엔티어링은 자연의 산야·숲 등의 코스에서 지도와 나침반만을 사용하여 몇 개의 정해진 지점(포스트)을 거쳐 빨리 목적지에 도착하는 것을 겨루는 경기임
- 이름에서 알 수 있듯이 라디엔티어링은 지도와 나침반대신 라디오를 가지고 하는 게임, 즉 정해진 방송주파수에서 방송되는 안내에 따라서 정해진 지점으로 가는 게임임

Ⅶ 체전 성공기원 시민 자전거타기 행사

- 아산시는 안전행정부에서 2010-2012년 실시한 「자전거 10대 거점도시 육성사업」에 선정되어 자전거의 인프라와 안전, 문화시설 구축 등 총체적인 자전거 이용기반을 구축하였음
 - 온양지구를 중심으로 한 간선 자전거도로망, 대중교통과의 환승체계 구축
- 자전거타기 행사는 2016년 전국체전의 목표인 녹색체전을 표방하고 안전하고 건강한 체전이 성공적으로 개최되기를 희망하는 것을 목적으로 함
- 신정호-외암민속마을간의 자전거 도로를 이용해 전국체전의 성공적인 개최를 기원하는 시민 자전거 타기행사를 개최함

Ⅷ 체전 성공기원 그림 공모전 개최

- 전국체육대회 개최 홍보를 위해 관내 초등학교 및 중학생, 고등학생을 대상으로 전국체전 그림 공모전을 실시하여 학생 및 학부모들의 관심과 참여를 유도함
- 주제는 전국체전과 관련한 자유주제로 엠블럼과 캐릭터 등을 활용할 수 있도록 하며 학교 실정에 맞게 동아리, 방과 후 시간 활용, 여름방학 과제 부여 등을 통해 개최함
- 선정된 우수 작품은 체전기간 동안 전시될 수 있도록 부스를 설치함

Ⅸ 광덕산 or 영인산 오리엔티어링 대회 개최

- 도보를 통해 길을 찾으면 풋오리엔티어링, 자전거를 타고 찾으면 MTB 오리엔티어링으로 구분하여 활용

- 경기방법은 총 세 가지인데 지정된 포스트를 정해진 순서대로 통과하여 되도록 빨리 도착점에 돌아오는 포인트 오리엔티어링, 주최자가 설정한 코스를 따라 지도에 선으로 표시된 코스에 설치된 포스트를 찾아서 돌아오는 라인 오리엔티어링, 제한 시간 안에 임의로 포스트를 찾아가 되도록 많은 점수를 모아서 돌아오는 스코어 오리엔티어링 등이 있음
- 학생부, 일반부(초보자, 유경험자), 엘리트, 혼성단체(가족부)로 구분하여 행사를 운영함
- 경기규칙은 국제오리엔티어링연맹 및 대한오리엔티어링 연맹 대회규정에 준함

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 성공기원 행사 개최 투자비는 180백만원이 소요될 것으로 판단되며, 순차적으로 진행되는 것으로 제안함
- 아산둘레길 라디엔티어링 대회 70백만원, 체전 성공기원 시민 자전거타기 행사 50백만원, 체전 성공기원 그림 공모전 개최 30백만원, 오리엔티어링 대회 50백만원이 소요될 것으로 예상됨

【표 V-8】 성공기원 행사 개최 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	200	
아산둘레길 라디엔티어링	70	• 행사시설 및 장비 임대, 운영인력, 홍보비 등
체전 성공기원 시민 자전거타기 행사	50	• 시설 및 장비, 기념품, 홍보비 등
체전 성공기원 그림 공모전 개최	30	• 행사진행 인력, 홍보비, 전시시설 등
오리엔티어링 대회 개최	50	• 행사시설 및 장비 임대, 운영인력, 홍보비 등

Ⅶ 재원조달계획

- 재원은 아산시 행사 재원과 충남도 지원 비용을 통해 추진하며, 지역민의 적극적인 참여를 통해 인력 및 행사 참여 유도

8) 올림픽스타 등 스타 마케팅

(1) 필요성

- 전국체전은 올림픽이나 월드컵과 같은 화려한 스포츠 이벤트는 아니지만 남다른 의미를 가진 한국 스포츠의 뿌리이자 한국 스포츠 스타탄생의 산실이며 모든 국민들이 보고 느끼고 참여할 수 있는 축제의 장임
- 2016년에는 전국체전뿐만 아니라 브라질올림픽이 8월 5일~21일까지 개최됨에 따라 올림픽 발굴한 스타를 중심으로 올림픽 못지않은 전국체전의 위상을 높이고 홍보할 수 있는 방안 마련이 필요함

(2) 사업개요

- 위치 : 스타마케팅
- 목표 : 전국체전을 홍보할 수 있는 스타마케팅
- 특징 : 올림픽이 발굴해낸 스타를 중심으로 한 전국체전 마케팅

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황 및 기본방향

- 아산시에서는 올림픽 개최와 함께 부상한 스포츠 스타를 중심으로 전국체전 참가를 독려하여 질 높은 경기력을 보일 수 있도록 노력하여야 함
- 또한 적극적인 스포츠스타 영입을 통해 지역의 대외적 위상을 높이고 긍정적 이미지를 제고함

(4) 관련사례

Ⅵ 전국체전 올림픽스타마케팅

- 제93회 대구전국체전은 런던올림픽에 참가했던 국가대표선수들이 대거 참가해 관심을 모았음
- 또한 인천시는 제94회 전국체전이 2012년 런던올림픽 이후 금메달리스트 등 스포츠스타들이 대거 참여해 관람객에게 또 다른 볼거리를 제공하였으며 수영 선수 박태환과 복싱선수이자 배우인 이시영이 인천시청에 입단함으로서 유명 선수를 통한 지역 및 지역대회를 홍보하고 있음

- 이를 통해 지역을 홍보하는 것뿐만이 아니라 해당스포츠의 발전까지 이루어 낼 수 있을 것으로 전망함

5) 세부추진방안

Ⅵ 올림픽 스타 마케팅

- 전국체전 출전은 올림픽이전에 결정됨에 따라 출전등록 이후 올림픽기간에 전국체전을 함께 홍보할 수 있는 기사나 보도자료를 배포함
- 또한 선수는 아니더라도 월드스타인 박찬호나 박지성, 김연아 등을 전국체전에 홍보대사나 선수단 코치 등에 참여하게 함으로써 관람객에게 흥미거리를 제공함
- 올림픽스타 팬사인회 및 포토존 등을 설치하여 스타와 함께하는 전국체전 이미지를 부여함

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 올림픽스타 등 스타마케팅에는 100백만원이 소요될 것으로 예상되며, 올림픽스타를 활용한 참여행사 개최 등에 50백만원, 아산시 출신 홍보대사 마케팅에 50백만원이 소요될 것으로 판단됨

【표 V-9】 올림픽스타마케팅 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	100	
올림픽스타마케팅	50	• 올림픽스타 참여 행사
홍보대사 마케팅	50	• 홍보대사 위촉, 동영상 제작 등

Ⅵ 자원조달계획

- 아산시 자체 홍보비용으로 재원을 충당하고 스타 섭외에 있어서는 대한체육회와 지역 체육회 등과 협의 하여 추진

9) 지역민 스마일운동

(1) 필요성

- 전국체육대회 개최시 지역주민의 적극적 참여 방안을 마련하고 지역의 상가 및 관광지의 방문을 유도할 수 있는 친절한 아산시 이미지 부여 필요

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 일원
- 목표 : 전국체육대회의 자발적인 참여 및 홍보
- 특징 : 자발적 스마일 운동 참여를 통한 친절한 아산시 이미지 제고

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황

- 아산시에서는 2013 온천대축제 및 2016년 전국체전 개최 등에 따른 친절을 도시브랜드화 하기 위해 중장기적 로드맵 작성 및 친절아산만들기(범시민스마일 운동)를 적극적으로 추진하였음
- 주요 내용으로는 친절아산만들기를 범시민운동으로 전개하여 시민생활과 가장 밀접한 서비스업 종사자, 운수종사자의 우선실시 후 범시민 운동으로 전개함
- 또한 2014년에는 찾아가는 친절아산시민아카데미와 친절아산day를 통해 2016 전국체전을 성공적으로 개최함은 물론 아산시를 전국 최고의 ‘친절 특별시’로 만드는 계기를 마련하고 있음

Ⅵ 기본방향

- 2016년 전국체육대회의 성공적인 개최와 친절한 온천도시 이미지 부여를 위한 스마일 운동교육의 지속적 확대

(4) 관련사례

Ⅵ 대구 미소친절 대구 대상 선발대회

- 대구시에서는 “미소친절 대구”운동의 범국민적 확산과 미소친절 도시 브랜드화를 위해 전국 미소친절 대구 대상 선발대회를 개최함

- 이는 시민의 행복한 미소를 찾아 친절한 시민성을 회복하고, 밝고 친절한 도시 이미지를 개선하기 위해 마련되었으며 7개 부문(학생, 운수, 외식, 의료, 공동주택, 일반, 공공) 개인, 단체 또는 기관을 대상으로 미소친절 사례를 선발함
- 선발대회를 통해 모인 재미있고 다양한 미소친절 사례는 '미소친절 대구' 홍보자료로 활용하고, 최우수, 우수 수상자에 대해서는 '미소친절 대구' 홍보대사 및 미소친절 교육강사로 활용

Ⅵ 익산 스마일운동 추진

- 익산시는 제99회 전국체육대회를 성공적으로 개최하기 위해 나눔과 배려가 있는 스마일 운동을 시민의식선진화운동과 함께 대대적으로 전개
- 또한 여성친화감성도시 익산의 이미지를 제고하기 위해여 미소 짓고, 인사하고, 칭찬하는 스마일 운동을 추진함
- 시민의 스마일운동 마인드 함양을 위해 스마일체조를 개발해 20개 학교, 공원 등에서 광장지도자를 활용해 시민들에게 확산 해 나갈 예정이며, 스마일운동 중점 실천 방법, '여친 남친'에서 스마일운동을 범시민으로 확산하기 위한 스마일 노래 개사 등 다양한 중점 실천 방안을 제시함



【그림 V-9】 지역별 스마일 운동

(5) 세부추진방안

Ⅵ 스마일 운동 전개

- 율동과 가사를 아산시에 맞게 개발해 언제나, 어디서나, 누구나, 함께 웃을 수 있는 범시민 스마일 운동을 전개
- 아산시를 찾은 선수단 및 관광객들을 위한 스마일 운동의 홍보를 위한 입간판 및 현수막 설치, 이미지 작업 실시
- 초기에는 관공서, 관광사업자, 민간단체를 중심으로 추진하다가 점차 범시민적 운동으로 확산 실시

Ⅵ 스마일 길 및 포토존 조성

- 전통시장 및 상가를 중심으로 스마일길을 조성하여 친절하고 친근한 지역의 이미지를 제고함
- 또한 아산시 스마일 마스코트를 활용한 포토존 조성을 통해 지역민과 방문객이 함께 운동을 실천할 수 있는 장소로 활용함

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 아산시 관광의식과 마인드 제고 사업의 투자는 공공사업으로 투자해서 추진하고, 민간은 프로그램에 참여
- 세부 사업비는 아산시 방문객 관광진흥을 위한 세미나와 행사, 범시민 운동 추진위원회 운영, 스마일 운동 홍보와 진행을 공공사업으로 추진
- 전체 사업비는 100백만원으로 범시민 친절서비스 운동에 50백만원, 스마일 운동 50백만원이 예상됨

【표 V-10】 지역민 스마일운동 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
소 계	100	
범시민운동 추진	50	• 범시민 친절서비스운동 추진위원회 운영
스마일 운동	50	• 스마일 운동 캠페인 및 홍보물 조성 등

Ⅵ 자원조달계획

- 예산은 아산시 자체 예산으로 추진하고 아산시민 관광의식과 마인드 제고 추진 주체는 공공이 주관이 되어 추진하고, 지역단체와 지역주민의 적극적인 참여와 지원이 필요함

2. 전국체전 개최 중 마케팅 방안

- 전국체전의 목표와 아산시의 잠재된 가치에 부합할 수 있는 다양한 프로그램 개발을 통한 전국체전 참여 유도
- 전국체전을 계기로 지역내의 경제 활성화를 도모하고 아산의 문화, 관광자원을 널리 알릴을 물론 온양온천의 역사적 가치를 알리는 다양한 프로그램을 운영
- 또한 많은 지역주민과 관광객, 선수단이 함께 참여하여 체전을 즐기고 주 개최지로서의 자긍심을 갖을 수 있도록 참여 프로그램을 다양하게 운영

Ⅵ 아산시 자원 안내

- 아산시를 방문하는 관광객과 선수단의 관광을 독려하고 유도하기 위한 아산시 관광자원 및 지역자원을 소개함
- 체육대회의 참가를 유도하기 위한 각 부문별 자원안내 및 서비스 질 향상을 통한 관광객의 만족도 향상

Ⅶ 관광객 상품 개발

- 선수단과 관광객을 대상으로 한 아산만의 문화공연 및 관광상품 개발을 통한 재미있고 볼거리가 풍부한 전국체전 운영
- 자연, 문화, 축제 등 프로그램 개발과 안내시스템 운영을 통한 아산의 관광가치를 최대한 마케팅
- 아산시 향토음식 및 건강음식 인증제를 통해 향토음식을 홍보

Ⅷ 지역효과 확산

- 전통시장 연계 및 지역의 상가, 향토업체 홍보, 특산품 판매를 통한 지역경제 선순환적 구조 확립
- 아산시민의 자발적 참여구조를 통해 전국체전의 참여 분위기 조성

1) 전국체전 참가선수단 가족마케팅

(1) 필요성

- 전국체전에 참가하기 위해 방문하는 선수단 이외에 전국체전 기간 중에는 선수단 가족들과 관람객들이 경기장을 방문하게 되는 것이 특징이라 할 수 있음
- 이에 따라 전국체육대회 참가 선수들의 가족들과 선수들을 응원하기 위해 경기장을 방문한 지인들은 체육대회의 핵심 방문객이라 할 수 있으며, 이들을 대상으로 한 마케팅 필요

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 일대
- 목표 : 가족힐링프로그램 마케팅을 실시하여 지역의 이미지를 제고
- 특징 : 전국체육대회의 핵심방문층이라 할 수 있는 선수단 가족들을 위한 마케팅 시도

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황

- 전국체전개최로 인한 경제적 파급효과분석(경기개발연구원, 2010)에 따르면 선수단 가족과 관람객들은 평균적으로 선수단 규모에 비해 2-3배 정도 더 많은 것으로 추정할 수 있다고 나타남(광주광역시 2배, 울산광역시 2배, 대전광역시 3배 등)
- 아산시에 가족을 대상으로 온천원수를 바로 이용하는 가족탕이 있는 곳은 온양 제일관광호텔, 용문장 여관 등이 있음
- 또한 가족들을 대상으로 한 온천여행들도 인기가 있어 전국체전의 시기를 활용하여 다양한 마케팅이 필요함

Ⅶ 기본방향

- 전국체육대회에 참여한 가족들을 대상으로 한 마케팅으로 선수단 가족 인증 시할인 서비스, ‘가족힐링프로그램’등의 운영 검토

(4) 관련사례

Ⅵ 2013 평창동계스페셜올림픽 패밀리 라운지 운영

- 스페셜 올림픽에서는 선수단의 가족을 위한 서비스를 대회기간 내내 제공하였으며, 특히 알펜시아 컨벤션센터 1층 종합 안내센터내 ‘패밀리 라운지’를 운영하였음
- 스페셜올림픽은 한국관광공사와 협력해 선수단 가족들에게 대회가 열리는 강원도 일대를 관광할 수 있는 1일 코스 지역관광 상품을 무료로 제공하고 하였음
- 또한 가족을 중심으로 한 가족 리셉션을 준비해 서로의 문화와 경험을 공유하였으며, 대회에 참여한 선수가족들의 노고에 감사를 표했음



【그림 V-10】 평창스페셜올림픽 가족 마케팅

(5) 세부추진방안

Ⅵ 선수단 가족인증제

- 전국체전 참가선수들의 가족들을 위한 프로그램 운영으로 가족들에게 선수단 가족 인증을 하는 인증제를 실시하여 아산시의 지정 특산품, 식당, 숙박시설 등을 할인하여 이용할 수 있도록 함

Ⅵ 전국체전 가족힐링프로그램

- 전국체전대회에 참여한 선수단의 가족들을 대상으로 한 프로그램으로 가족들과 함께 참가 선수들이 피로회복을 위한 아산의 온천과 연계한 힐링프로그램 운영
- 온천별로 시간제 가족탕 및 가족실 운영을 통하여 선수와 가족이 편안하게 이용할 수 있는 공간을 마련하며, 참여 선수들과 가족들을 대상으로 온천 이용 할인 쿠폰 등을 발급함

Ⅵ 가족과 함께하는 아산의 맛

- 체전기간동안 먹을거리가 중요한 참여선수들과 타지에서 찾아온 가족들을 위한 음식제공을 의미로 아산지역의 건강식 음식점에서 건강과 힐링에 도움이 되는 음식을 맛보는 프로그램
- 아산 3대 음식특화거리를 중심으로 장어, 한우, 국밥 등 골라먹는 재미가 있는 아산을 관광브로서 등에 소개하고 이들 업체를 중심으로 할인쿠폰 등을 발급함
- 또한 전쟁 중 필요한 영양과 힘을 담은 보양식 위주의 식단으로 용맹스러운 장군의 이미지를 담은 『현충밥상』을 특화하여 아산의 새로운 맛을 소개함

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 프로그램 운영에 대한 시설비 및 설치비용은 투자되지 않을 것으로 예상되나 힐링프로그램 운영에 필요한 온천 및 음식점 등의 섭외와 함께 비용 투자 필요
- 참가선수단 가족 마케팅에 대한 투자비는 가족힐링온천이용 지원에 20백만원, 가족힐링음식점 이용 지원에 20백만원, 가족인증제 할인점 지원에 20백만원이 소요될 것으로 예상됨

【표 V-11】 참가선수단 가족 마케팅 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	60	
가족힐링온천이용	20	• 온천이용비
가족힐링음식점이용	20	• 음식점이용비
가족인증제 할인점	20	• 인증카드 제작비 및 상점 이용비

Ⅵ 자원조달계획

- 소요 자원은 기본적으로 아산시에서 지원하도록 함
- 아산시의 온천 및 음식점 등과 연계가 필요한 사업으로 지역업체의 적극적인 참여를 위해서 프로그램의 효율성에 대한 초기 인식이 필요하며, 참여 상가들과의 긴밀한 협조로 투자를 독려하거나 자체 운영을 할 수 있도록 하는 방안도 모색할 수 있음

2) 왕의 온천 족욕거리 조성

(1) 필요성

- 아산에 있는 온천의 경우 피부미용, 혈관경화증, 신경통, 부인병, 위장병, 빈혈 등에 효능이 높은 것으로 알려져 있으며 이러한 온천수의 기능을 활용한 홍보방안이 필요함
- 따라서 아산 온천수의 다양한 효능을 활용해 특색 있는 프로그램으로의 개발이 필요하며, 체전 선수들의 피로를 풀어주고 관광객들에게는 특별한 경험 건장을 고려하는 프로그램 제공이 필요함

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시의 아산온천, 도고온천, 온양온천
- 목표 : 전국체전을 연계한 아산시의 관광객 모객 및 홍보
- 특징 : 효능이 차별화된 아산의 온천을 활용한 족욕 프로그램을 개발하여 전국 체육대회의 홍보 및 지역홍보의 수단으로 활용

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황

- 온양온천은 국내에서는 가장 오래된 온천으로 백제, 통일신라시대를 거쳐 그 역사가 근 1300년이 되는 것으로 기록되어 있으며 고려시대에 온수군(溫水郡)이라 불리었던 것으로 보아 실제 온천의 역할을 수행해 온 기간은 600여년인 것으로 추정됨
- 아산의 온천은 온천별로 주요 효능이 다르며 관련한 효능은 아래 표와 같음

【표 V-12】 아산시 온천 주요 효능

구 분	효 능
온양온천	피부미용, 혈관경화증, 신경통, 부인병, 위장병, 빈혈 등
아산온천	신경통, 피부병, 위장병, 관절염, 동맥경화증, 만성기관지염, 변비, 외상후유증, 류마티즘, 부인병, 당뇨병, 생식기질환, 소화기질환, 피부미용
도고온천	혈액순환촉진, 세포재생촉진작용, 신경통, 관절염, 고혈압, 위장병, 풍, 피부미용

- 아산시에서는 온양온천역에 관광객들과 일반 시민들이 무료로 이용할 수 있는 족욕체험장을 조성하였음

Ⅵ 기본방향

- 아산시에 소재하고 있는 온양온천, 아산온천, 도고온천은 각 온천수별 다른 주요 효능이 있는 것으로 알려져 있으며, 이 효능을 활용하여 온천주변에 족욕시설 인프라 구축으로 프로그램 구성 및 개발
- 또한 각 온천별로 족욕시스템 인프라 구축으로 관광객 및 선수들이 본인에게 필요한 효능의 온천을 찾아 유동 할 수 있도록 함에 따라 아산 시내 관광객들이 고루 확산이 되는 효과 기대

(4) 관련사례

Ⅵ 대전 유성온천 야외족욕프로그램

- 2007년 10월 문을 연 체험장은 170명이 동시에 이용할 수 있는 4개의 욕장을 갖추고 일반에 무료 개방. 주변에 경관조명과 물레방아, 산책로 등이 조성되어 요즘엔 하루 평균 1천여명이 이용하는 관광명소임

Ⅵ 축제내 족욕프로그램

- 금정산역사문화축제에서는 금정산성막걸리를 이용하여 금정산성을 찾은 관광객들에게 쉼터제공 역할을 하는 족욕프로그램을 선보임
 - 성인층을 대상으로 한 족욕서비스 운영, 1인당 약 15분 정도 체험을 실시하며, 일반 족욕이 아닌 마을의 막걸리 및 누룩식초 재료를 첨가한 건강프로그램 구성
- 금산인삼축제에서는 축제기간동안 홍삼족욕체험을 운영하고 있으며, 20여개의 습식족욕기 배치로 방문객이 자율적으로 참여할 수 있도록 하였고 유료로 운영하였음에도 축제기간동안 인기 있는 프로그램으로 운영됨
- 특히 단순한 족욕체험이 아니라 공연과 족욕을 함께 즐길 수 있는 공간을 조성하여 프로그램의 흥미도를 높이고 있음



【그림 V-11】야외족욕장 사례(유성온천, 금정산, 금산 순)

(5) 세부추진방안

Ⅵ 테마별 야외족욕시설 조성

- 3대 온천의 특화된 이미지를 족욕프로그램에 적용하여 온양온천은 왕의 온천 족욕, 아산온천은 탄산온천, 도고온천은 유황온천 족욕 등으로 컨셉을 정해 야외족욕시설을 운영함
- 또한 온천의 유래 및 효능을 자세히 설명하고, 같이 마시면 좋은 차, 음식 등의 정보를 제공하여 관광객이 배울 수 있는 공간으로 조성
- 왕의 온천 족욕프로그램은 친숙하게 아산 온천물을 체험할 수 있는 요소로서 초기 시설비용이 소요될 것으로 판단됨.
- 특히 족욕프로그램의 경우 운영인력이 소요되는 만큼 운영 효율성을 위해 20개 내외의 족욕기를 운영하는 것을 제안함

Ⅶ 왕의온천 족욕거리 조성

- 방문객들을 지역의 상가들이나 시장 일대로 유도하는 전략으로 온양전통재래 시장 및 상가 밀집지역일대에 족욕거리 조성
- 상가와 시장에서 쇼핑 전후로 족욕체험을 통해 피로도를 낮추는 역할과 함께 방문객들을 상가 유도로 지역경제 효과에 기대 가능
- 왕의 온천 족욕프로그램은 사업 초기 아산온천역을 대상으로 운영하며, 전국체전시기와 연계하여 점진적으로 사업을 확대하는 것이 필요함

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 왕의 온천 족욕거리 투자비는 200백만원으로 테마별 족욕거리 조성을 위한 시설비와 운영비에 100백만원, 왕의온천 족욕거리 조성에 100백만원이 소요될 것으로 예상됨
- 공공에서 시설을 조성하는데 지원하는 형식으로 진행되는 사업으로 민간 온천 업체들의 사업장을 대상으로 자율적으로 조성할 수 있도록 유도하는 것이 필요함

【표 V-13】 왕의 온천 족욕거리 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	200	
테마별 족욕거리	100	• 시설비 : 족욕기, 물탱크, 수건 등 • 시설 운송비
왕의온천 족욕거리	100	• 족욕거리 조성

Ⅵ 자원조달계획

- 소요 자원은 기본적으로 아산시에서 지원하도록 함
- 왕의온천 족욕거리의 경우 지역상가 및 온천시설과의 연계가 필요한 사업으로 적극적인 참여를 위해서 프로그램의 효율성에 대한 초기 인식이 필요하며, 일부 비용에 대해서는 투자를 독려하거나 자체 운영을 할 수 있도록 하는 방안도 모색할 수 있음

3) 온궁열차

(1) 필요성

- 아산의 KTX고속열차가 정차하는 천안아산역이 위치함에 따라 원거리 지역 관광객이 아산지역까지 방문하기 적정한 접근성의 유리함을 통해, 전국체육대회의 광역적 홍보로 관광객 유치 필요
- 열차와 함께 아산지역의 특성이라 할 수 있는 온천과 특별한 역사적 근거인 온궁을 접목한 프로그램 개발로 관광객들의 관심 유도 필요
- 또한 지역의 특색을 관광객들에게 보여주기 위해 지역의 관광지들을 코스화하여 관광의 매력성 표출 등으로 지역의 이미지를 제고시키는 방안 필요

(2) 사업개요

- 위치 : 아산천안역, 온양온천역, 아산시 주요관광지 일대
- 목표 : 열차를 활용한 광역적인 관광객 유치 및 아산시 주요관광지를 연계한 관광 코스 운영
- 특징 : 열차를 활용한 이색적인 경험 제공과 특별한 열차 운영을 통한 원거리 관광객 모객이 유리할 것으로 기대

(3) 현황 및 기본방향

|| 현황

- 아산의 KTX고속열차가 정차하는 천안아산역의 경우 원거리 지역의 관광객이 활용하기에 적정함에 따라 전국체육대회의 광역적 홍보를 통한 관광객 유치가 용이할 것으로 판단됨
- 온양역의 경우 장항선이 지남에 따라 기차를 타고 떠나는 추억의 온천여행 컨셉을 설정하고 수도권과 연결되어 온양온천역을 지나는 지하철 1호선은 접근성에 기반한 관광상품을 개발함

|| 기본방향

- 기차 및 지하철과 아산시 주요 관광지를 연계하는 프로그램 개발을 통해 이야기 중심의 여행 패키지 상품 개발

(4) 관련사례

|| 백암온천 기차여행

- 코레일에서는 2011년 울진붉은대게와 백암온천을 패키지로 한 1박 2일 기차여행 상품인 [울진붉은대게열차]를 개발하여 144,000원에 판매하였음
- 백암온천의 코스는 2일 오전에 온천욕을 하는 것으로 구성되어 있으며 경북지역을 자세히 살펴볼 수 있는 패키지 상품으로 판매됨

【표 V-14】 백암온천 기차여행 상품(1박2일)

시간	상세일정
1일차	청량리역-풍기역-소백산-울진금강소나무군락지-후포항-숙소
2일차	온천욕-후포항-성류굴-불영사-풍기인삼시장-풍기역-청량리역



|| 영동 와인트레인

- 2008년 수도권 쇼핑객을 모으기 위해 영동군의 와인코리아와 협약을 체결한 뒤 열차 4량을 연결한 ‘와인&인삼트레인’(‘09년 3월 개통) 관광상품을 운영
- 영동의 와인열차는 기차여행을 즐기며 갖가지 국내 와인도 시음할 수 있는 독특한 테마열차. 열차에서는 와인교실, 레크리에이션 등을 즐길 수 있고, 영동에 도착하면 포도따기체험, 와인공장견학, 국악박물관 관람 등 다양한 프로그램을 즐길 수 있음

(5) 세부추진방안

|| 온궁열차 프로그램 운영

- 전국체전 기간 동안 천안아산역을 지나는 KTX고속열차편에 온궁열차 칸을 특별 운영하여 열차내에서 온천물 족욕, 온궁관련 체험 등 관광상품 마련
- 온양역의 경우 장항선이 지남에 따라 기차를 타고 떠나는 추억의 온천여행 컨셉을 부여하여 기차내에서 먹는 온천도시락, 기차 안에서 즐겼던 달걀(온천물 활용)과 사이다, 추억의 통기타 공연 등 체험거리 운영
- 수도권과 연결되어 온양온천역을 지나는 지하철 1호선을 활용하여 지하철 내에서 전국체전과 온양의 온궁을 알리는 퍼포먼스 개발 운영

Ⅵ 왕의 온천 시티투어프로그램 운영

- 온궁열차를 이용한 방문객들을 대상으로 조선시대 왕이 온천을 위해 걸어왔던 이야기를 토대로 아산시 시티투어 프로그램 구성
- 전국체육대회 개최 전까지 시범운영과 테마운영, 특화운영의 3단계로 운영하며, 시티투어를 위한 가이드는 아산시민을 대상으로 한 이야기 시티투어 가이드 양성필요
- 아산시 시티투어 프로그램의 경우 아산시에 정보 및 왕의 온천 스토리를 연계한 교육프로그램을 이수한 자에 활동자격을 부여하며, 왕의 온천 시티투어 가이드북을 제작하여 개별관광객의 접근성을 높일 수 있도록 운영

Ⅶ 레일바이크 활용 연계상품 개발

- (구)도고온천역을 활용한 관광상품으로 왕복 5.2km의 길이로 레일바이크를 설치하여 아산시의 숨겨진 자원을 감상할 수 있는 관광상품임
- 지하철 및 장항선을 이용하여 온양온천역, 온양터미널에서 430, 441, 450번 시내버스와 연계하여 레일바이크와 스카이로드 등을 체험할 수 있는 관광상품을 개발함
- 기차연계상품은 구간별 체전 특별 할인을 적용하여 입장권과 통행권을 패키지화 함

Ⅷ 서울 및 수도권 전담여행사 활용

- 가장 단기간에 관광객을 유치하기 위해서는 서울 및 수도권에 집중되어 있는 전담 여행사를 대상으로 하는 프로모션 전략이 요구됨
- 스포츠 관련 전담 여행사를 초청하는 팸투어를 지속적으로 실시하고, 여행사에 다양한 인센티브 제공 등을 통하여 수도권에서 아산시의 상품이 판매될 수 있도록 노력하여야 함

Ⅸ 아산시 내 전담여행사 육성

- 관광상품을 직접 발굴하고 직접 판매하거나 상품을 받아서 운영하는 랜드업체 역할을 할 수 있는 정도의 역량을 갖춘 전담여행사를 아산시에 관광벤처사업으로 구축하고 역량제고를 위한 지원 정책을 실행할 필요가 있음
- 현재 한국관광공사에서 매년 진행하고 있는 「창조관광사업/관광벤처」 사업을 통한 진행도 가능할 것으로 판단

Ⅵ 모객인센티브 지원제도

- 아산시에서는 다양한 관광자원을 알리고 체류형 관광객 유치를 통한 관광산업 발전 및 지역경제 활성화 도모를 위하여 단체관광객을 유치한 여행사에 인센티브를 제공하는 지원 제도 검토

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 온양온천역을 활용한 온궁열차 프로그램의 경우 철도공사와의 협력이 필요하며, 장기적인 관점에서 운영이 가능하도록 프로그램 개발이 필요함
- 아산시 내 전담여행사 육성 비용은 1년 여행사 지원비 및 공동 홍보비 100백만 원이 소요될 것으로 판단됨

【표 V-15】 온궁열차 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	400	
온양온천역을 활용한 온궁열차 프로그램 운영	150	• 온궁열차 프로그램 개발비
‘왕의 온천’ 시티투어 프로그램	50	• 왕의 온천 시티투어
서울 및 수도권 전담여행사 활용	50	• 여행사 지원비 및 공동 홍보비 등 • 10백만 원 X 5년 = 50백만 원
아산시 내 전담여행사 육성	100	• 여행사 지원비 및 공동 홍보비 등 • 20백만 원 X 5년 = 100백만 원

Ⅵ 재원조달계획

- 소요재원은 기본적으로 아산시 재원과 국비를 50:50으로 투자하는 것을 원칙으로 하며 이를 위한 국비확보가 필요함
- 아산시 내 전담여행사 육성 비용은 현재 한국관광공사에서 매년 진행하고 있는 「창조관광사업/관광벤처」 사업을 통한 진행도 가능할 것으로 판단됨
- 아산시에서 기존 추진하고 있는 모객인센티브 비용 활용

4) 리마인드 웨딩트레인

(1) 필요성

- 관광객을 유치하기 위한 마케팅으로 열차를 활용한 관광객에게 지역내에서 특별한 경험을 할 수 있는 상품 구성 제공 필요
- 코레일과 연계를 통해 기차를 이용한 관광객들은 지역에서 다양한 혜택을 누릴 수 있도록 하여 관광객 유치를 위한 마케팅 전략 필요

(2) 사업개요

- 위치 : 아산천안역, 온양온천역, 아산시내 일대
- 목표 : 관광객 유치를 위해 코레일과 연계한 특별한 상품 구성으로 지역경제 활성화 유도
- 특징 : 열차이용 관광객과 지역을 연계하는 상품 구성으로 방안구성

(3) 현황 및 기본방향

현황

- 아산시는 2010년 테마투어 프로그램인 리마인드 허니문을 기획하여 황혼의 부부들에게 신혼의 낭만을 선물하는 대표 브랜드 상품으로 판매하였음
 - 약손마사지, 세족식, 허니문디너파티, 추억의 악극관람, 프로포즈이벤트 등의 1박2일 온천여행 상품을 판매
- 2013년에는 신년맞이 부부여행 온양온천리마인드허니문 상품을 기획하여 운영함
 - 신년 온천관광 특화시즌에 집중하여 온천욕을 중심으로 한 리마인드허니문 버스를 운영하고, 신년 토정비결, 신년 건강검진 등 특화서비스를 부각함
 - 온천을 방문한 관광객들에게도 일부 프로그램을 제공하여 관광경쟁력을 강화함



【그림 V-12】 온양온천 리마인드허니문

Ⅱ 기본방향

- 기차여행 체험상품을 통해 아이들에게는 기차여행의 즐거움과 신기한 체험을, 어른들에게는 유년시절 고향의 향수를 느끼게 해주는 힐링여행 상품 구성
- 서울역에서 출발하여 온양온천역을 거쳐 연계버스를 이용해 온양온천, 아산시장을 둘러보는 형식으로 운영하며, 성인층을 대상으로 한 리마인드웨딩을 연출하는 프로그램 구성

(4) 관련사례

Ⅱ 다시찾는 추억의 신혼열차

- 코레일 대전충남본부에서는 다시 찾는 추억의 신혼열차를 운영하여 1960~70년대 국내 신혼여행지로 가장 사랑받았던 경주, 부산지역에서 달콤한 허니문 추억을 되살려보는 '다시 찾는 추억의 신혼열차'를 기획하였음
 - 대전역에서 출발하여 첫째날에는 경주지역 주요 신혼여행지였던 불국사, 천마총, 첨성대, 안압지를 관광하고, 둘째날에는 부산 해운대역으로 이동, 해운대 해변과 누리마루 등을 관광함
- 추억의 신혼열차는 열차내 리마인드웨딩촬영, 결혼기념일이벤트, 에스코트 서비스 등 이벤트 프로그램을 운영하였으며 사랑과 추억, 향수를 남긴 대표적인 테마열차상품임



【그림 V-13】 다시 찾는 추억의 신혼열차

Ⅱ 부산갈매기 나는 하늘길 따라 <별밤열차>

- 아름다운 부산의 야경과 여름밤 해변의 정취를 감상할 수 있는 '별밤열차'는 매주 금요일, 둘째 넷째 토요일 저녁 7시 30분에 부산역을 출발해 해운대와 송정을 거쳐 울산 남창역까지 왕복 운행하고 있음
- 승객들에게는 와인과 샌드위치가 제공되고, 이벤트 칸에서는 추억의 콘서트도 개최하고 있음

(5) 세부추진방안

Ⅵ 온양온천 리마인드허니문

- 리마인드허니문은 과거 60~80년대 온양온천을 신혼여행으로 방문한 사연을 다방면으로 공모하여 여행자를 대상으로 시범적으로 운영
 - 실제 온양온천으로 신혼여행을 다녀간 사연을 다방면으로 공모하고 공모를 통해 여행자를 선발해 시범사업을 진행(2011년과 동일)
- 또한 신혼여행을 가지 못한 중년부부들을 대상으로 허니문프로그램을 운영하여 가고 싶은 온양온천의 모습을 다시 재현할 수 있도록 함
- 2017년에는 온양온천을 다시 신혼여행으로 올수 있도록 방문자만이 아닌 모든 부부들을 대상으로 한 리마인드여행 상품을 운영함

Ⅶ 낭만이 달린다!(리마인드 트레인)

- 열차내에 70~80년대 신혼여행지로 유명했던 아산의 모습과, 현재의 모습, 전국체전 영상 및 사진을 활용한 전시 칸을 마련하여 과거와 2017년의 전국체전을 관람할 수 있도록 함
- 열차내 리마인드웨딩식을 열수 있는 칸을 마련하고 포토타임을 갖게 하며, 아산특산품인 탕정와인을 선물하여 아산에 대한 이미지를 각인시킴

탕정포도주의 특징

성인병예방, 강력한 항암성분, 노화방지에 좋은 탕정와인은 기후와 토질이 좋은 아산시 탕정지역에서 생산된 포도로 제조한 와인입니다

- 70~80년대 신혼여행지로 유명했던 아산을 목적지로 하는 열차안에서 즐기는 프로그램을 운영하여 특히, 전국체전에서 실시되는 일부 종목들을 레크레이션으로 통해 간단하게 즐길 수 있도록 변형하여 진행
 - DJ음악다방 운영을 통해 사연을 신청하고 노래를 들려주는 부스 운영

Ⅷ 리마인드 아산투어

- 온양온천에서 출발하는 연계버스를 이용하여 70~80년대 신혼여행지로 유명하였던 관광지와 함께 현재 아산지역의 주요 관광지를 투어 하는 방식으로 운영
- 온양온천시장과 연계를 통해 온천분수인 '건강의 샘'과 온양의 추억과 역사를 1시간 가량의 시장투어로 경험할 수 있는 '온양 옛이야기 투어2편'을 비롯해 참가자들의 뜨거운 호응을 얻었던 '리마인드 허니문 디너파티'등 프로그램을 운영함

Ⅵ 아산 추억여행 사진전

- 30-40년전 온양온천에 신혼여행을 다녀간 노부부들의 사진을 공모해 전시할 수 있는 사진전을 개최함
- 사진전은 온양온천역, 체육관, 시청 등 다양한 곳에서 전시하며 사진의 당사자 뿐만이 아닌 시민, 방문객들이 함께 보고 추억을 공유할 수 있도록 함

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 코레일과의 연계가 필요한 사업으로 프로그램을 위한 기차내 조성비용 및 프로그램 운영비 투자가 필요함
- 온궁열차 투자비는 전체 170백만원이 소요되며, 세부적으로 온양온천 리마인드허니문의 홍보비와 운영비 등에 30백만원, 리마인드 트레인 홍보비와 레크레이션 등 프로그램 운영비에 50백만원, 리마인드 아산투어 비용 70백만원, 아산 추억여행 사진전의 전시시설과 운영비에 20백만원이 소요됨

【표 V-16】 리마인드 웨딩트레인 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	170	
온양온천 리마인드허니문	30	• 홍보비, 운영비
낭만이 달린다(리마인드 트레인)	50	• 홍보비 • 레크레이션 프로그램 운영비
리마인드 아산투어	70	• 버스 연계 및 투어 비용
아산 추억여행 사진전	20	• 전시시설, 운영비

Ⅵ 자원조달계획

- 소요재원은 기본적으로 아산시 재원과 국비로 50:50의 비율로 재원을 투자하는 것으로 함
- 코레일과 아산지역 관광지와 연계가 필요한 사업으로 적극적인 참여를 위해서 프로그램의 효율성에 대한 초기 인식이 필요하며, 참여 대상(코레일 및 관광지)과 긴밀한 협조로 투자를 독려하거나 자체 운영을 할 수 있도록 하는 방안도 모색할 수 있음

5) 지역축제 및 행사 연계 개최

(1) 필요성

- 전국체전을 찾은 선수단 및 스포츠 관광객들의 볼거리와 즐길거리, 먹거리 등과 연계 할 수 있는 축제 프로그램의 개발이 필요
- 전국체육대회 기간 동안 경기 관람을 목적으로 방문하는 관람객 이외에도 지역의 관광객을 모객하여 전국체육대회의 특별함을 제시할 필요가 있음

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 4대축제 및 충남도 축제
- 목표 : 축제 연계를 통해 전국체전의 프로그램 다양성 확보
- 특징 : 전국체육대회와 같은 기간에 실시되는 축제와의 연계

(3) 현황 및 기본방향

|| 현황

- 아산에서 개최되는 축제는 대한민국온천대축제, 아산성웅이순신축제, 외암마을 짚풀문화제, 온양온천문화예술제 등이 개최되고 있으며, 10월에 축제가 집중 개최되고 있는 것으로 파악됨
- 전국체육대회의 경우 10월 중 일주일간에 걸쳐 개최되는 시기적 특성과 아산 시에서 개최되는 축제 개최시기와의 연계성이 매우 높은 것으로 파악되며, 아산시 축제들과의 개최시기를 연계하는 것이 매우 중요한 사항이라 할 수 있음

|| 기본방향

- 특색있는 지역문화 축제 및 행사 개최를 통한 대회분위기 고조 및 다양한 볼거리와 문화체험의 기회 제공

(4) 관련사례

|| 제92회 전국체전(고양시 문화예술행사 연계)

- 2011년 개최된 전국체전에서는 전국체전과 고양국제특산물페스티벌, 고양글로벌문화 대축제 등으로 문화와 스포츠가 결합된 전국체전을 개최함

- 경희대 국제관광전략연구소에 따르면 전국체전, 고양국제특산물페스티벌, 10월 고양글로벌문화대축제에 대한 잠정 경제파급효과는 962억으로 조사되었음
- 또한 행주문화제, 고양호수예술축제, 고양국제야외조각축제, 대한민국막걸리축제, 선인장페스티벌, 농축산물한마당 등의 지역축제와의 연계를 통해 다양한 볼거리를 제공하였음

Ⅵ 제95회 제주전국체전 축제연계방안

- 제주전국체전은 지역별 축제를 체전기간에 개최하여 보고, 즐기며, 느끼는 대회로 연출하기 위하여 지역의 축제와 행사를 연계하여 추진하고 있음
- 이에 따라 제주도의 문화예술공간을 이용한 특색있는 문화행사를 기획 운영하고 제주도의 독특한 문화소개 및 체험의 참여축제로 운영하고자 함

※ 제주도 연계축제

탐라문화제, 탐라전국합창제, 제주국제관악축제, 해양마을축제, 이중섭예술제, 칠십리축제, 추사문화예술제, 제주마축제, 제주역새꽃축제, 올레길 및 오름축제, 청소년 문화예술축제, 거문오름탐방 등

(5) 세부추진방안

Ⅵ 축제 패키지 투어

- 아산시에서 개최중인 축제는 대한민국온천대축제, 아산성웅이순신축제, 외암마을짚풀문화제, 온양온천문화예술제로서 전국체육기간 중 선수단 및 가족들이 축제장을 방문할 수 있도록 경기장과 축제장을 연결하는 패키지 투어 프로그램 운영
- 축제장내 기존 프로그램과 더불어 아트마켓 등을 통해 기념품을 판매할 수 있도록 하고 향토음식관, 농축산물판매장 같은 부스 운영을 통해 직거래를 통한 방문객의 쇼핑관광을 도울 수 있도록 함
- 행사장간 셔틀버스 및 시티투어 버스를 이용하여 연계프로그램을 운영함

Ⅵ 아산시특화 문화행사 개최

- 공연 ‘로망스 오브 도고’, 광대놀이극 ‘술산광덕이야기’ 등 지역의 예술단체를 중심으로 아산만의 특화된 문화행사를 개최함
- 선수촌에서는 조직위원회와 공동으로 전통현대무용 및 연주, 전통악기 연주, 아산시 전통공연 등 프로그램을 특설무대에서 진행하여 분위기를 고조시킴

Ⅵ 전국체전 중계 프로그램

- 축제장내 전국체전 공간을 신설하여 주요 경기 안내 및 경기장 안내, 주요선수 소개 및 팬사인회 개최
- 행사장 내 무대 프로그램을 통해 전국체전의 주요 경기를 실시간 중계 및 재방송 할 수 있는 중계프로그램 실시

Ⅶ 축제홍보관 배치

- 축제기간 내 경기장 주변에 축제 홍보관을 배치하고 홍보팝플렛 및 현수막 등을 통해 축제를 홍보함
- 아산시뿐만이 아닌 백제문화제, 천안흥타령축제 등 충남도내 10월 축제를 연계 홍보

(6) 집행계획

Ⅰ 투자계획

- 축제연계상품의 경우 각 축제별로 홍보비를 사용할 수 있으며, 기존 관광지를 연결하는 셔틀버스 운영 프로그램을 확대 운영할 수 있음
- 전체 사업비는 100백만원으로 축제 패키지 투어에 50백만원, 전국체전 언론홍보 프로그램에 20백만원, 축제홍보관 조성 및 운영에 30백만원이 소요될 것으로 예상됨

【표 V-17】 지역축제 및 행사 연계 개최 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	100	
축제 패키지 투어	50	• 축제 연계 셔틀 프로그램
전국체전 홍보 프로그램	20	• 팬사인회, 전국체전 유인물
축제홍보관	30	• 축제홍보관 설치 및 운영, 홍보물

Ⅱ 자원조달계획

- 소요 재원은 아산시 자체 재원으로 지원하고 아산시에서 지원하고 있는 축제비용과 연계하여 추진

6) 물활용 전국체전 번외게임

(1) 필요성

- 전국체육대회를 찾는 선수단의 가족들 및 관람객들이 아산지역의 관광객이라 할 수 있으며, 관광객들을 위한 즐길거리 제공 필요
- 전국체육대회는 이벤트 행사의 일종이라 할 수 있으며, 경기 대회 이외에 번외의 프로그램 구성

(2) 사업개요

- 위치 : 아산종합운동장
- 목표 : 관광객들을 위한 즐길거리 제공
- 특징 : 전국체전 기간 특별한 번외경기 이벤트를 통해 특별성 제공

(3) 현황 및 기본방향

|| 현황

- 2013년에 개최된 대한민국온천대축제에서는 온천수 수영대회 등 지역문화와 관광자원을 연계된 프로그램 개발로 온천을 즐길 수 있는 다양하고 재미있는 프로그램을 실시함
- 특히 온천수 수영대회, 온천수 난장 등 관광객들이 체험할 수 있는 각종 경기 대회를 개최함



【그림 V-14】 대한민국 온천대축제

|| 기본방향

- 번외 게임 이벤트를 통해 선수단 가족들 및 관람객들을 대상으로 한 즐길거리 제공 및 아산 전국체육대회의 이슈 창출 기대

(4) 관련사례

Ⅵ 대전 H2O페스티벌

- 2008년에 진행된 대전 H2O페스티벌은 물을 소재로 한 프로그램을 통해 일상 생활에서의 일탈과 재미를 느낄 수 있도록 함
- 주요프로그램은 물벼락(각 코트별 4개 테마 물전쟁 :물총싸움), 워터로드쇼(3가지 컨셉의 시민참여 퍼포먼스, 공연 등), 물 놀이터(물놀이터 8종, 미끄럼틀 5종, 놀이터 3종) 등이며, 물 관련 유비쿼터스 및 과학체험, 일반문화예술행사, 물 관련 문화예술행사 등이 진행되었음



【그림 V-15】 대전 H2O페스티벌

(5) 세부추진방안

Ⅵ 온천수활용 체험행사

- 온천수를 활용한 워터터널조성을 통해 체험행사장의 주 메인광장으로 활용하여 랜드마크화 함
- 온천수 빨리 식히기 대회, 온천수에 삶은 계란먹기 대회, 온천수 OX퀴즈, 수중줄다리기, 물풍선 빨리 터뜨리기 등 쉽고 재미있게 체험할 수 있는 체험행사를 마련함

Ⅵ 온천워터크래프트

- 온천물을 활용한 번외게임으로 참여선수와 가족들이 참여하는 이벤트형 프로그램 운영
- 사회자의 진행에 따라 물총을 이용한 팀대결을 운영하며, 사회자는 온천에 대한 효능에 대한 강조를 하며, 건강에 좋은 온천물을 설명하는 방식으로 게임 진행

Ⅵ 온천워터 스포츠경기

- 수중이어달리기, 배구, 농구 등 온천워터에서 할 수 있는 스포츠 경기 프로그램을 가족 및 동호회를 대상으로 경기를 운영
- 온천워터컬링은 동계체육 종목에 해당하는 컬링을 온천물과 접목하여 실시하는 방안으로 선수들과 가족들이 함께 참여해야 하는 부분임에 따라 누구나 어렵지 않게 참여 할 수 있는 경기 운영

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 번외게임을 위한 게임장 시설 조성 비용투자가 필요하며, 물총과 컬링장 제작 등의 시설 조성 필요
- 제작된 시설들의 경우 사후관리를 통해 아산시에서 실시하는 축제 및 행사 등에 활용하여 비용절감 실시
- 전국체전 번외게임 투자비는 전체 170백만원으로 세부적으로 워터크라프트 게임장 조성 및 장비 임대 등에 100백만원, 워터컬링왕 선발대회 시설 조성비에 70백만원이 소요될 것으로 예상됨

【표 V-18】 물을 활용한 전국체전 번외게임 투자비 (단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	170	
워터크라프트	100	• 게임장 조성 및 물총, 참여자 복장 등
워터컬링왕	70	• 컬링게임 시설 조성비

Ⅵ 자원조달계획

- 소요 자원은 기본적으로 아산시에서 지원하도록 하고 지역의 온천업체와 놀이시설이 있는 업체와의 협의를 통해 자원과 인력을 지원하도록 유도함

7) 물수제비대회

(1) 필요성

- 아산에는 온천을 제외한 다른 관광지도 많이 있으나 홍보 및 인지도 부족으로 타 관광지에 대한 이미지 연상이 어려운 실정임
- 물수제비 대회 개최를 통해 누구나 쉽게 참여할 수 있고 지역의 관광지를 홍보 할 수 있는 이벤트성 행사의 개최가 필요함

(2) 사업개요

- 위치 : 신정호, 곡교천 주변
- 목표 : 아산시의 자연환경을 활용한 친환경적 스포츠 대회 개최
- 특징 : 남녀노소 누구나 참여할 수 있는 물을 활용한 에코힐링 프로그램

(3) 현황 및 기본방향

|| 현황

- '물수제비 뜨기(duck and drake)'는 납작한 돌 등을 호수나 개울의 수면과 수평이 되게 던져 물위를 스치며 날아가게 하는 놀이로, 기네스북에 최고 기록이 기록될 만큼 전 세계 공통적으로 즐겨 온 물놀이 문화임
- 아산시에서는 2013 대한민국 온천대축제 행사시 신정호수 공원을 중심으로 물수제비 대회를 개최하였음

|| 기본방향

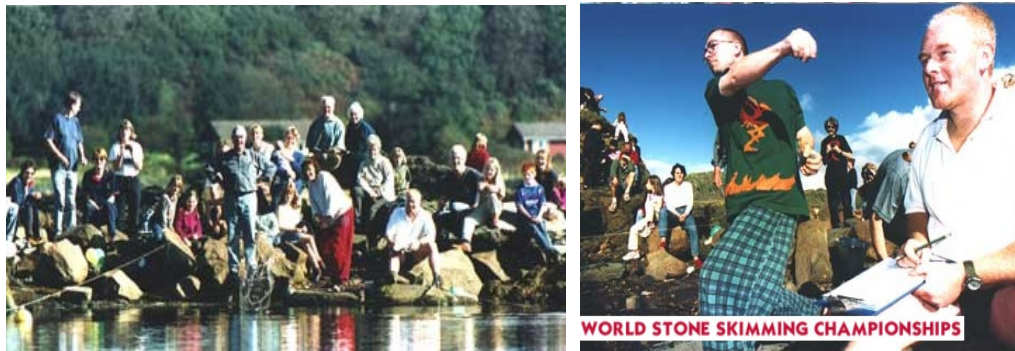
- 전국체전 번외게임으로 신정호와 곡교천 주변에서 예선, 본선을 통해 관광객 및 선수단의 흥미를 유발할 수 있도록 개최함

(4) 관련사례

|| 물수제비 세계선수권대회

- 물수제비 세계선수권대회(스톤 스킴밍 챔피언십: Stone skimming Chanmpionships)는 스코틀랜드 에스데일에서 매년 열리며, 에스데일의 점판암으로 만들어진 돌을 사용하여 돌이 날아간 거리와 튀긴 정도를 종합적으로 평가함

- 콜만-맥은 1989년에 미국 텍사스 주의 드리프트우드에 북미 물수제비 협회(The North American Stone Skipping Association, NASSA)를 세웠고 1989년부터 1992년까지 텍사스의 워벌리에서 4년간 세계 선수권 대회를 열었음
- 기네스북에 의하면 물수제비 세계신기록은 2007년 7월 19일에 러셀바이어스가 세운 51번임



【그림 V-16】 세계물수제비 선수권대회

Ⅵ 진안천 물수제비뜨기 대회

- 계룡문화공동체에서 주최한 물수제비뜨기대회는 2008년 8월에 두계천에서 개최되었으며 대회는 개인전과 단체전으로 진행되었으며, 물 위로 던진 돌이 가장 많이 튕긴 횟수 등을 세어 순위를 결정하여, 입상자에게 자전거 등을 수여하였음

(5) 세부추진방안

Ⅵ 물수제비대회 개최

- 신정호를 중심으로 전국체육대회 기간 동안 물수제비 대회를 개최하여 체육대회 번외게임으로 예선, 본선 등으로 치러 선수단 및 관광객의 흥미를 유발함
- 관련선수를 초청하여 세계적으로 기록이 공인 가능한 대회를 개최하며 사용되는 돌도 세계선수권대회에 적합하도록 규격화된 돌을 사용함
- 대회에서 사용하는 돌은 규격화된 돌을 사용하며, 인공적으로 제작한 돌을 사용하거나 돌이 물위를 벗어났을 경우는 실격처리 하는 등 대회 규정을 적용함

Ⅵ 신정호별빛축제 연계 개최

- 8월에 개최되는 신정호 별빛축제를 전국체전기간으로 변경하여, 신정호국민관광지 야외음악당을 중심으로 포크콘서트, 별빛데이트 등의 프로그램을 진행함

(6) 집행계획

Ⅱ 투자계획

- 신정호를 활용한 경기장 시설 조성비용 투자가 필요하며, 경기 도구 제작 등의 시설 조성 필요
- 행사 진행을 위한 인력은 지역의 대학생과 지역주민을 활용하고 초청 선수의 시범 경기를 위한 선수 초청비 필요
- 물수제비 대회 전체 비용은 100백만원이 소요될 것으로 예상되며, 세부적으로 행사장 조성 및 시설운영에 40백만원, 공연 및 참여프로그램 운영에 30백만원, 선수 초청 및 기념품비에 30백만원이 소요될 것으로 예상됨

【표 V-19】 물수제비 대회 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	100	
행사장 조성 및 시설운영	40	• 경기장 조성 및 장비, 운영인력 등
공연 및 참여 프로그램	30	• 공연팀, 체험프로그램 부스 설치 등
선수 초청 및 기념품	30	• 선수 초청, 지역특산물 활용 기념품 등

Ⅱ 자원조달계획

- 소요 재원은 기본적으로 아산시에서 지원하도록 하고 일부 시설은 신정호별빛 축제 비용을 활용하여 경기 개최

8) 향토기업 홍보부스 조성

(1) 필요성

- 아산시 향토기업이 명맥을 유지하고 활성화 될 수 있는 기반마련이 필요함에 따라 아산시에서 기업 활동을 해온 향토기업을 중심으로 기업에 대한 정보, 제품 등을 자세히 설명하고 홍보할 수 있는 공간을 조성함

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 이순신종합운동장 주변
- 목표 : 아산시 향토기업의 제품 및 특산품 홍보
- 특징 : 지역의 특성을 반영한 제품 및 기업 홍보로 관광객에게 볼거리 제공

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황

- 아산시에는 총 1,607개의 제조업체가 있으며, 전자·전기 기계장비 업체가 486개소로 가장 많은 것으로 나타났음

【표 V-20】 아산시 소재 기업

구분	계	식료·음료·담배	섬유·의복·가죽·신발	목재·나무	펄프·종이·인쇄·기록	코크스및 화학·의약	플라스틱 및 비금속	금속조립	전자·전기 기계장비	자동차 운송 장비	가구 및 기타
제조업	1,607	112	31	23	40	102	222	266	486	231	94

자료 : 아산시 기업사랑 홈페이지

- 아산시에서는 2013 대한민국 온천대축제의 홍보를 향토기업인 더맥키스컴퍼니가 라벨홍보를 하였으며, 아산신도시 용곡공원 향토티길 조성 및 크고 작은 콘서트 등을 개최해 지역민을 위한 사회적 기여 활동을 왕성하게 전개하는 등 아산시와 기업을 홍보하고 있음
- 또한 아산시는 아산시의 유관기관 및 지역단체, 기업체 등이 담긴 2012년 우수기업 제품안내 책자 발간을 통해 지역의 기업을 홍보하고 있음

Ⅱ 기본방향

- 아산시내 향토기업들이 지역민들과 방문객이 참여하는 전국체전 경기장 주변에서 자사를 홍보하는 장을 마련함
- 아산시는 참여업체들의 홍보활동을 위해 참여업체 홍보부스운영 및 마케팅 활동을 지원하며, 참여업체별 자체콘텐츠 구성을 원칙으로 함

(4) 관련사례

Ⅱ 부산·경남 향토기업 문화축제

- 부산경남경마공원에서 2012년, 2013년 향토기업을 중심으로 지역주민을 위한 공익 바자회 성격의 홍보축제를 개최함
- 기업홍보박람회는 20여개 향토기업이 참여해 홍보부스를 운영하면서 마케팅 활동을 펼치고 각종 체험행사와 경품 제공, 무료 시식 등의 제공을 통해 지역민에게 친근하게 홍보할 수 있는 기회로 작용함



(5) 세부추진방안

- 체전을 계기로 아산의 따뜻한 이미지를 국내외 널리 알리고 기업 홍보의 장으로 활용한다면 스포츠 체전으로의 성공과 더불어 국내·외 관광객 유치, 지역상품 판로 개척 등 지역 산업의 생산 유발효과를 발생시켜 지역경제 활성화에 기여할 것으로 예상됨

Ⅵ 기업홍보부스 조성

- 지역의 기업을 대상으로 체험행사, 홍보, 경품제공, 무료시식 등을 제공하며, 온천의료관광 업체를 대상으로 무료건강진단, 홍보, 경품제공 등을 기획하여 방문객의 참여를 독려하도록 함
- 또한 사전 및 개최중 문화이벤트 개최를 통해 지역기업의 동호회 및 아산시 지역 문화예술 공연단체 공연을 통해 지역주민과 방문객이 함께 보고 즐길 수 있는 행사를 마련함

Ⅶ 타깃 마케팅 행사

- 방문고객의 흥미를 유발할 수 있는 체험 및 경품행사를 진행하며, 특히 기업홍보부스 방문객을 대상으로 스탬프 투어를 실시하고 기업의 대표제품이나 지역의 제품 등을 홍보할 수 있는 기념품을 제공함
- 또한 핑크데이, 키즈데이 등 타깃 마케팅을 통해 페이스페인팅, 비눗방울체험, 물총게임 등 체험과 참여가 가능한 프로그램을 진행함

(6) 집행계획

Ⅰ 투자계획

- 향토기업 홍보행사에 투자되는 비용은 전체 100백만원으로 세부적으로 기업홍보부스 조성에 50백만원, 타깃 마케팅 행사에 50백만원이 소요됨
- 향토 기업의 참여와 운영은 지역 기업협의체에서 담당하고 공공은 시설비와 운영을 지원하는 방식으로 진행

【표 V-21】 향토기업 홍보부스 조성 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	100	
기업홍보부스	50	• 홍보부스 조성 및 시설 등
타깃 마케팅 행사	50	• 프로그램 장비 및 운영 인력 등

Ⅱ 자원조달계획

- 재원은 아산시와 향토 기업이 50:50으로 재원을 조달하는 것을 원칙으로 하며, 아산시 기업협의체가 주체가 되고 아산시에서 지원하는 것으로 함

9) 온천뷰티 및 온천의료상품 판매전

(1) 필요성

- 온천의 의료 및 미용과 관련한 우수성을 홍보하고 기존에 개발된 아산시의 온천뷰티 및 온천의료상품을 홍보하고 판매하여 아산온천의 우수성을 널리 알릴 필요가 있음

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 이순신 종합운동장 주변 부스
- 목표 : 아산시 온천관련 상품 판매를 통한 지역경제 활성화
- 특징 : 아산시만의 독특한 건강 및 뷰티 상품 판매를 통한 관광 및 지역경제 이바지

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황

- 아산시는 동양 4대 유황온천으로 불리는 도고온천수와 한방약재로 만든 화장품 온궁을 개발하여 판매하고 있음
 - 온궁 궁중비결 페이스라인은 주름개선 및 미백 이중기능성으로 온궁 궁중 비결수(토너), 온궁 궁중 비결유액(로션), 온궁 궁중 비결 에센스, 온궁 궁중 비결크림 등이 있음
 - (주)아로마뉴텍이 선보인 궁중한방 스파케어 제품에는 궁중 한방 마스크팩과 스파 매직 워터드롭 핸드크림, 한방 스파케어 입욕제(성인·유아용), 한방 스파케어 족욕제, 스파 워터풀 페이스 미스트, 한방 스파 워터풀 바디워시·로션 등이 있음
- 2013 대한민국온천대축제에서는 대전대학교 한의과대학 부속병원 및 온천의료센터, 문치과병원 등 아산시 소재 개인병원, 호서대학교 화장품학과, 아로마뉴텍 등 화장품관련 업체가 참여하여 온천의료효능전과 온천뷰티산업 전시회를 개최함
 - 온천의료효능체험은 온천의료효능 체험전으로 아토피 및 피부질환개선 체험(온천수 훈증 등 사용), 족부 각질 및 순환개선 체험(족욕제 족욕 등), 구취 및 치주질환예방 체험(온천수 가글액 등), 체질진단 및 입욕프로그램 처방(키호스크 등), 입욕제(특허약물) 약 찻 쌀기 체험(당귀 등) 등이 진행됨
 - 온천뷰티산업 전시회에서는 뷰티체험으로 페이스 마사지(온궁 마스크 팩 사용), 족욕체험(온궁 족욕제 사용), 온궁화장품 체험(각 제품 사용) 프로그램이 있고 목욕용품, 화장품, 네일아트, 얼굴

피부진단, 온천의료체험, 뷰티체험 대기실 운영 등의 뷰티상품 전시회를 마련함



【그림 V-17】 대한민국온천축제 온천산업전

Ⅱ 기본방향

- 아산시에서 자체 개발한 온천수화장품 “온궁”을 홍보하고 아산 3대온천의 우수성을 알릴 수 있는 홍보의 장을 마련함

(4) 세부추진방안

- 전국체전기간내 가장 많은 경기가 치러지는 아산이순신종합경기장을 중심으로 온천을 활용한 뷰티 및 의료체험 부스를 설치함
- 아산시의 온천 활용 제품을 홍보하고 관광객의 홍보를 유발할 수 있는 부스로 상시 운영함

Ⅱ 온천뷰티체험

- 아산시에서 개발한 온궁화장품을 활용하여 직접 발라볼 수 있는 체험부스를 만들고 페이스마사지, 네일아트, 얼굴피부진단 등의 프로그램을 진행하며, 화장품과 목욕용품도 함께 판매할 수 있도록 함
- 판매되는 제품은 패키지 상품뿐만 아니라, 마스크팩, 스킨, 로션 등 단품으로도 판매할 수 있도록 함
- 또한 부스를 참가하는 방문객에게 온궁화장품의 견본품 및 멀티슈 등 제품을 통해 온궁브랜드를 알리는 방안을 마련함

Ⅱ 온천의료체험

- 온천의 의료효능을 체험할 수 있도록 아토피 및 피부질환(온천수 혼증 등), 족욕 각질 및 순환개선(족욕제, 족욕 등), 구취 및 치주질환예방(온천수 가글액), 체질진단 및 입욕프로그램 처방(키호스크 등)의 체험을 통해 관람객의 흥미를 유발함

- 또한 참가한 선수들의 피로회복에 도움이 될 수 있도록 간단한 족욕시설을 구비하고 홍보하여 향후 온양온천을 재방문 할 수 있는 기회를 마련함

(5) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 온천뷰티 및 온천의료상품 판매전에 소요되는 사업비는 전체 100백만원으로 온천뷰티체험을 위한 부스 조성, 체험 재료, 운영 인력 등에 50백만원, 온천의료체험을 위한 체험시설, 운영 인력 등에 50백만원이 소요될 것으로 판단됨
- 공공에서는 시설조성에 투자하고 체험재료와 운영은 참여업체에서 담당하는 것을 원칙으로 하며, 참여 업체는 관련 사업체와 협의 후 결정

【표 V-22】 온천뷰티 및 온천의료상품 판매전 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	100	
온천뷰티체험	50	• 부스 조성, 체험 재료, 운영 인력 등
온천의료체험	50	• 체험 시설, 운영 인력 등

Ⅶ 자원조달계획

- 자원은 아산시와 민간 참여 업체가 50:50 비율로 지원하는 것을 원칙으로 하며, 또한 중소기업 지원사업비 항목으로 예산 확보 가능
- 참여업체는 아산시 소재 업체는 대상으로 하며, 참여업체 선정은 중소기업 지원센터 등 관련 단체와 협의하여 시행

10) 가상 스포츠 체험관 운영

(1) 필요성

- 가상스포츠체험관 운영을 통해 다양한 스포츠를 미리 체험해보는 등 전국체전의 관심 및 가족단위 관광객의 방문을 유도함

(2) 사업개요

- 위치 : 아산 장영실 과학관
- 목표 : 가족단위 관람객의 흥미유발 및 스포츠 참여
- 특징 : 가상스포츠체험을 통한 전국체전 관심 유도

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황

- 아산시는 환경과학공원내에 장영실과학관을 개관하여 운영 중에 있으며 시민들에게 기초과학시설을 제공하고, 과학교육 및 기획전시 등을 통해 과학기술에 이바지 하고 있음
- 아산장영실과학관은 선문대학교에서 위탁 운영하고 있으며 2011년 7월 22일 개관 이후 2014년 3월 기준 50만 명 이상의 누적 방문객 수를 기록하였음

【표 V-23】 장영실과학관 시설 현황

구 분	면적	주요시설
지상1층	2,217㎡	4D영상관, 어린이 과학관, 과학교실, 기획전시실, 뮤지엄숍, 카페테리아
지상2층	1,860㎡	장영실관 및 과학체험관, 통신실, 옥외테크
지상3층	599㎡	관장실, 사무실, 연구실, 수장고

자료 : 장영실과학관 홈페이지(<http://www.jyssm.co.kr/index.php>)

- 문화체육관광부는 제2차 스포츠산업 중장기 발전계획을 통해 스포츠와 창의적 아이디어를 IT 등과 융복합해 새로운 부가가치를 창출하는 계획을 발표함
- 이 과제에 야구 등 가상체험형 스포츠 개발 등의 사업이 포함되어 있어 이를 활용한 전국체전 기간내 체험관을 유치할 수 있는 사업 발굴이 필요

Ⅱ 기본방향

- 전국체육대회의 가족단위 방문객을 방문을 유도하고 스포츠 종목을 즐기고 체험해볼 수 있는 프로그램 운영

(4) 관련사례

Ⅱ 대구 가상스포츠체험관

- 대구의 가상스포츠체험관은 2011년 세계육상선수권 대회와 연계하여 조성되었으며, (재)대구디지털산업진흥원에서 대구지역 첨단스포츠콘텐츠지원으로 운영하고 있음
- 각 체험관별 섹션으로 구분되어 체험할 수 있으며, 스크린골프, 스크린 야구, 멀티터치게임, 100m 육상체험, 2인 탁구체험 등을 할 수 있음



【그림 V-18】 대구 가상 스포츠체험관

Ⅱ 국립과천과학관 스포츠과학 특별전

- 남녀노소 전 계층이 스포츠 체험을 통해 자연스럽게 상호교감하고 소통할 수 있는 기회를 제공하기 위해 마련됨
- 전시관은 크게 2개의 존(스포츠체험 존, 유아체험 존)으로 구성되어 있으며, 첨단 IT기술이 접목된 28종의 전시품들을 통해 관람객들은 스포츠에 숨어있는 각종 과학원리를 자연스럽게 체험할 수 있음

【표 V-24】 체험스포츠 종목

코너명	전시물 명
기초체력 측정코너	건강체력진단, 육상, 암벽등반
체험스포츠코너	축구, 야구, 농구, 탁구, 조정, 권투, 유도, 세그웨이, 짚라인
가상스포츠코너	스크린골프, 승마, 스노우보드, 3D스포츠게임, 사격, 액서게임
유아체험존(Kids Park)	플레이짐, 에어바운스, 전동라이더

(5) 세부추진방안

Ⅵ 가상스포츠체험관

- 가상스포츠체험관에는 우리 생활에서 쉽게 접할 수 있는 가상게임기를 비롯해, 게임과 첨단 기술을 결합한 다양한 가상스포츠 콘텐츠들을 전시 운영
- 체험관은 청소년과 성인을 대상으로 하는 스포츠 콘텐츠뿐만 아니라 영유아 위주의 체험 콘텐츠, 고연령대를 위한 스크린골프 등 타깃층을 다양화함
- 가상스포츠 체험관을 통해 시민들에게 체험할 수 있는 휴식공간을 제공하고 전국체전의 관심을 유도하며 충남테크노파크와의 협력체계를 구축하여 전국체전에 개최되는 스포츠를 중심으로 스포츠 체험관을 운영

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 가상 스포츠체험관 운영에 소요되는 투자비는 전체 100백만원으로 장소임대료는 기존 아산시 시설을 이용하는 것으로 제안함
- 세부적으로 기초체력 측정코너 장비임대료와 운영비에 30백만원, 체험스포츠 장비임대료 30백만원, 가상스포츠 장비임대료 30백만원, 유아체험존 장비임대료 10백만원이 소요될 것으로 예상됨

【표 V-25】 가상스포츠체험관 운영 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	100	
기초체력 측정코너	30	• 장비임대료, 운영비
체험스포츠	30	• 장비임대료, 운영비
가상스포츠	30	• 장비임대료, 운영비
유아체험존	10	• 장비임대료, 운영비

Ⅵ 자원조달계획

- 자원은 아산시 자체 재원으로 진행하고 충남테크노파크와 협의하여 진행 시 협조가 가능할 것으로 판단됨
- 추후 문화체육관광부의 융합 사업으로 가상스포츠체험관 건립도 가능할 것으로 판단됨

11) 전국체전 공식 지역업체 쿠폰제

(1) 필요성

- 전국체육대회가 개최됨에 있어 지역의 활성화를 위해 지역주민이 적극적으로 참여하는 방안 필요
- 지역의 활성화는 지역의 상가의 활성화에 큰 비중이 차지되고 있음에 따라 상가운영 지역민들의 참여 유도 필요

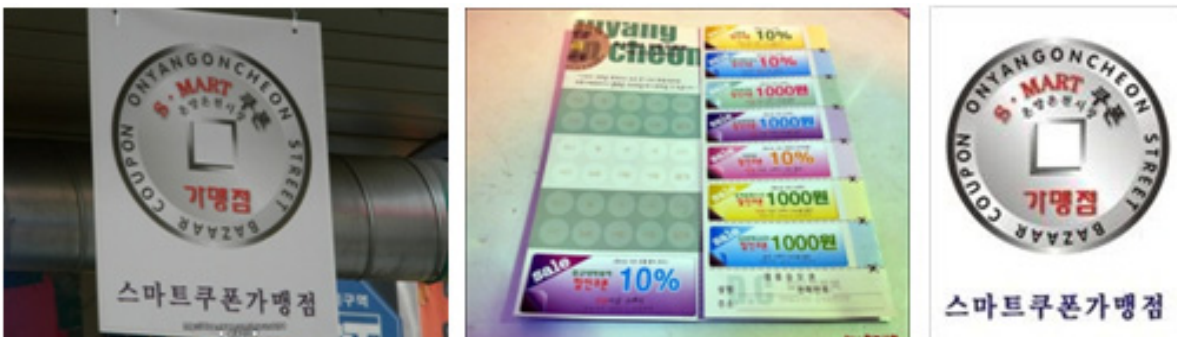
(2) 사업개요

- 위치 : 아산지역
- 목표 : 전국체육대회 개최기간동안 쿠폰제 실시를 통한 지역상가 활성화
- 특징 : 쿠폰제 실시를 통해 관광객들이 지역 상가를 활발히 이용할 수 있도록 함

(3) 현황 및 기본방향

현황

- 온양온천시장에서는 문화관광형 시장육성사업의 일환으로 미니테마장터에서 운영했던 쿠폰행사를 시장전체로 넓혀 물건을 사면 주변관광지까지 쓸 수 있는 쿠폰을 발급하고 있음
- 시장내 쿠폰가맹점 표시가 돼 있는 점포 100여곳에서 5천원어치 이상 물건을 살 때마다 100원짜리 스티커쿠폰 1장을 받으며, 쿠폰은 온양온천시장, 아산관광지 소개 등 정보 등이 담긴 'S·MART 공동쿠폰사업 쿠폰 북'에 모으면 됨



【그림 V-19】 아산시 스마트 쿠폰

Ⅵ 기본방향

- 전국체육대회 개최로 아산시를 찾는 방문객들이 아산시 지역 상가를 이용하게 하기 위한 전략적인 쿠폰제 프로그램 필요

(4) 관련사례

Ⅵ 순창장류축제 할인쿠폰 발행

- 순창장류축제에 참석하는 관광객의 즐거움을 위해 5% 할인쿠폰을 발행하여 축제행사장의 모든 물품 및 식사시 이용이 가능하고, 축제기간 중에도 3개의 부스를 마련하여 모든 관광객을 대상으로 순창고추장을 비롯한 각종 농산물 등을 저렴하게 구입 할 수 있도록 하였음

(5) 세부추진방안

Ⅵ 전국체전 에누리쿠폰 발급

- 기존 온양온천시장을 중심으로 발급했던 쿠폰을 아산지역내에 참여를 원하는 요식업체 및 숙박업체 등을 대상으로 쿠폰제를 실시하며, 전국체전 관람객들을 대상으로 할인쿠폰 제공
- 이를 위해서는 수준 높은 서비스 제공을 위해서 요식업체 및 숙박업체의 인적서비스 뿐만 아니라, 아산시를 찾는 방문객들에게 다양한 정보제공 및 안내가 필요함
- 쿠폰제의 경우 아산시 시민들의 참여가 필요하며, 쿠폰제에 참여한 상가업소의 경우 소득창출을 통해 WIN-WIN 할 수 있는 기회 마련

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 지역관광자원 및 유관기관과의 연계가 필요한 사업으로 프로그램을 위한 운영비 투자가 필요함
- 전국체전 공식 지역업체 쿠폰제 사업에 소요되는 비용은 전체 170백만원으로 세부적으로 쿠폰제작 비용이 20백만원, 업체할인지원비에 150백만원이 소요될 것으로 판단됨

- 현재 아산시에서 추진 중인 모객인센티브 비용과 연계하여 추진하고 개최 기간 초반에 집중적으로 지원하여 홍보효과를 극대화

【표 V-26】 전국체전 공식 지역업체 쿠폰제

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	170	
쿠폰제작	20	• 쿠폰제작 비용
업체할인지원비	150	• 업체할인지원비

Ⅱ 재원조달계획

- 소요 재원은 기본적으로 아산시에서 지원하도록 함
- 참여를 원하는 아산지역의 요식업체 및 숙박업체들과의 연계가 필요한 사업으로 적극적인 참여를 위해서 프로그램의 효율성에 대한 초기 인식이 필요하며, 참여 대상 업체와 긴밀한 협조로 투자를 독려하거나 자체 운영을 할 수 있도록 하는 방안도 모색할 수 있음

12) 온천여권 스탬프앨리

(1) 필요성

- 사전 지역에 관광객 유치를 통해 전국체육대회의 개최를 알릴 수 있는 방안 구성필요
- 동시에 지역의 관광지들을 방문할 수 있도록 하는 방안을 구성하며, 아산지역 지역 상가들을 이용할 수 있도록 유도하는 마케팅 필요

(2) 사업개요

- 위치 : 전국체육대회 경기장 및 아산시 일대
- 목표 : 온천여권을 통한 지역내 관광객 분산 및 지역 활성화
- 특징 : 온천여권을 활용하여 지역의 관광지를 관광할 수 있는 특징과 지역을 홍보 할 수 있는 효과 기대

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황

- 온천여권은 2013 대한민국온천대축제에서 실시한 프로그램으로 스탬프앨리 프로그램으로 운영되었음
- 온천여권은 3,000원에 판매되었으며, 셔틀버스 무료승차, 온천수마스크팩을 이용한 얼굴마사지, 족욕제를 이용한 족욕체험, 손마사지, 온천수 훈증치료, 익선관만들기, 신부만들기 등을 무료로 이용할 수 있음
- 또한, 온양온천과 도고온천, 아산온천, 로봇축제, 온천뷰티전시회, 왕의온천에서 놀자, 추억의 야간장터, 리마인드 허니문, 외암민속 마을 짬뽕문화제, 곤충체험전 등 스탬프 확인에 따라 기념품을 증정 받았음



【그림 V-20】 대한민국온천대축제 온천여권

|| 기본방향

- 전국체육대회 개최로 아산시를 찾는 방문객들이 아산시 지역상가를 이용하게 하기 위한 전략적인 쿠폰제 프로그램 필요

(4) 관련사례

|| 스탬프앨리

- 2013년 산청엑스포에서는 동안 가족단위 관람객이 행사장 전체를 돌아볼 수 있도록 관람동선을 유도하기 위해 한방체험관과 주제관, 동의보감박물관, 통합체험관, 한방기(氣)체험장 등 총 5개소에 스탬프앨리 부스를 설치하고 이들 전시관을 모두 관람한 만 12세 이하 어린이들이 도장을 찍어오면 엑스포 이름이 새겨진 기념품을 제공하는 스탬프앨리를 운영하였음
- 인천교통공사에서는 인천도시철도 역사탐방프로그램인 휴먼스탬프앨리를 운영하여 인천에 대한 이해도를 넓히는데 활용하였음
- 스탬프앨리는 미션수행과 동시에 앨리참가가 완료된 이후에 부상을 받기 때문에 대부분의 참가자들은 곳곳을 살펴볼 수 있는 계기가 됨



【그림 V-21】 산청엑스포 스탬프앨리

(5) 세부추진방안

|| 온천여권앨리

- 온천여권의 경우 아산시의 대표적인 관광지와 전국체육대회 일부 경기를 포함한 스탬프로 구성하는 방안 고려
- 온천여권 소지자의 경우 아산시 주요 관광자원 입장료 할인, 아산시 지정 음식점 할인, 숙박료 할인서비스를 실시하여 전국체전을 찾는 선수단 가족 및 관광객들을 대상으로 운영

Ⅵ 쇼핑관광상품 개발

- 관광객을 대상으로 하는 패키지 상품으로 아산시에 있는 쇼핑업체와 재래시장을 연계한 관광상품 개발

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 아산시 관광자원을 연계한 온천여권 네트워크를 구축하고 관광객을 유치하기 위하여 홍보비 및 인쇄비를 지원함
- 전국체전 공식 지역업체 쿠폰제에 소요되는 비용은 60백만원으로 세부적으로 온천여권 인쇄비 및 운영비에 50백만원, 아산시 쇼핑상품 개발 비용에 10백만원이 소요될 것으로 예상됨

【표 V-27】 전국체전 공식 지역업체 쿠폰제 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	60	
온천여권	50	• 온천여권 인쇄비, 운영비
쇼핑상품 개발	10	• 아산시 관광상품 개발

Ⅵ 재원조달계획

- 기본적으로 아산시 자체 예산으로 충당하며, 기존 온천여권 비용 등을 통하여 일부 사업 예산을 충당할 수 있을 것으로 판단됨

13) 힐링 코미디페스티벌

(1) 필요성

- 아산은 최양락을 비롯한 다수의 개그맨들을 배출한 지역이며, 전국 최초로 코미디전시관과 코미디홀이 개관하여 이를 활용한 다양한 문화행사를 진행하고 있음
- 그러나 현재까지 홍보가 부족하고 관광객의 평일 방문이 저조함에 따라 코미디홀을 홍보하고 주변관광자원을 연계하여 지역관광을 활성화 시킬 수 있는 방안 마련이 필요함

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 코미디홀
- 목표 : 아산시의 코미디홀을 활용한 지역연계 관광상품 개발
- 특징 : 지역의 인적자원 및 코미디홀, 주변 관광자원을 연계한 관광상품 개발

(3) 현황 및 기본방향

|| 현황

- 아산시는 2014년 전국 최초로 아산시 도고면에 코미디 전시관과 공연장을 갖춘 코미디홀을 개관하였음
- 아산코미디홀은 문화체육관광부가 주관한 근대지역, 근대산업 유산활용 예술창작벨트 조성사업 공모사업에 선정되어 2011년 착공해 2014년 준공되었음
 - 아산코미디홀은 매주 토요일과일요일 양일간 공연이 이루어지며, 단체예약시 평일에도 공연될 예정임
- 또한 아산은 최양락, 이영자, 안상태, 장동민, 유세윤 등 많은 개그맨들을 배출한 지역으로 인적자원을 활용하여야 함

|| 기본방향

- 웃음과 해학의 중심지로서 아산을 알리고 지역민과 방문객의 볼거리를 제공하며, 코미디홀의 효율적 운영을 위한 코미디페스티벌을 개최함

(4) 관련사례

Ⅵ 부산국제코미디페스티벌

- 2013년에는 부산바다 웃음바다라는 주제로 아시아 최초의 코미디 페스티벌인 제1회 부산국제코미디페스티벌을 개최함
- 페스티벌에서는 한국의 웃음문화와 코미디축제의 발전전략을 주제로 학술제가 열렸으며, 영화의 전당 야외무대 및 광장, 하늘연극장, 웃음소극장, 바다소극장 등에서 코믹공연을 개최함
- 국내 참가팀인 개그드림콘서트, 웃찾사, 얌모얌모 등과 해외 참가팀인 연길시 조선족예술단(중국), 라니후사르(헝가리), 3가가헛즈 등 7개국 17개 팀이 참가하였음



【그림 V-22】 부산국제코미디페스티벌

(5) 세부추진방안

Ⅶ 힐링 코미디페스티벌

- 아산시 코미디홀의 개관과 더불어 충청도만의 해학을 느낄 수 있는 힐링코미디페스티벌을 개최함
- 코미디의 역사를 알 수 있는 전시관을 중심으로 60년대 코미디부터 최근에 이르는 코미디의 변천사를 알 수 있도록 프로그램을 운영함
- 또한 국내외의 코미디 작품들의 공모를 통해 심사위원회를 거쳐 고품격의 공연이 개최될 수 있도록 함
- 코미디페스티벌을 통해 장항선 직선화사업으로 인한 침체된 옛 도고온천역의 활성화와 주변의 레일바이크, 글램핑장, 세계꽃식물원, 옹기발효음식전시체험관, 도고온천과 함께 코미디홀을 연계하여 코미디의 메카로 육성함

Ⅱ 코미디홀의 상시운영

- 코미디빅리그 등을 차용한 서바이벌 개그프로그램을 개최하여 코미디홀에서 상시 운영될 수 있도록 함
- 또한 방송 3사의 신입 및 공채 개그맨 시험 등을 코미디홀에서 개최하여 진정한 코미디의 메카로서 활용함

(6) 집행계획

Ⅱ 투자계획

- 힐링 코미디페스티벌에 소요되는 비용은 300백만원으로 추정되며, 축제기획 및 실행, 공연, 전시, 부대행사, 홍보마케팅 등으로 구분될 수 있음
- 세부적으로 공연프로그램을 위한 공연팀 초청에 125백만원, 전시프로그램을 위한 전시부스, 판넬 등에 50백만원, 부대체험행사에 75백만원, 홍보를 위한 매체홍보, 플랜카드, 팸플렛 등에 50백만원이 소요될 것으로 예상됨
- 축제 운영 인원은 지역 주변 대학 코미디 동아리 학생과 아산시민 자원봉사자들이 함께 운영하는 방식으로 추진

【표 V-28】 힐링코미디 페스티벌 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	300	
공연프로그램	125	• 공연팀 초청
전시프로그램	50	• 전시부스, 판넬 등
부대행사	75	• 코미디 분장 체험 등
홍보마케팅	50	• 매체홍보, 플랜카드, 팸플렛 등

Ⅱ 자원조달계획

- 아산시 축제 재원과 충남도 지정 축제 지원 비용을 통해 추진하며, 지역 상인들의 적극적인 참여를 통해 민간주도형 축제로 육성하고 지역단체, 온천업체 등을 통한 축제 예산 확보
- 장기적으로 문화체육관광부의 문화관광형 축제로 육성을 통한 축제 예산 확보 방안 노력 필요

14) 국내외 교류도시 초청전

(1) 필요성

- 아산시는 자매결연 및 우호협력을 체결하여 다양한 분야에서 교류를 하고 있으나 일회성 행사로 그치는 경우가 많음
- 전국체전을 계기로 교류도시와의 적극적인 문화적 교류를 하고 전국체전을 문화체전으로 만들기 위한 교류전 개최가 필요

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 주정기장 일원
- 목표 : 아산시 자매 및 교류도시 초청전을 통한 문화체전의 개최
- 특징 : 국내외 지역의 다양한 문화를 접할 수 있는 도시교류전 개최

(3) 현황 및 기본방향

현황

- 국내외 도시간 교류는 자매결연, 우호협력관계수립을 통한 교류활성화로 상호 호혜의 원칙에 따른 도시간 협력강화와 공동발전을 위해 추진되고 있으며, 경제, 교육, 문화, 관광, 축제 등 다양한 부문에서 교류하고 있음
- 아산시는 국외자매결연도시 2개, 국내자매결연도시 6개 국외우호협력도시 7개 등과 교류하고 있음

【표 V-29】 아산시 국내외 교류현황

구분	국외 자매결연도시	국내 자매결연도시	국외 우호협력도시
도시명	중국 동관시 (경제, 교육, 문화, 관광) 헝가리 미슈콜츠시 (경제, 교육, 관광)	경남 진주(문화 축제) 서울 서대문구(교육, 도농) 경기 여주(문화(도예)) 경기 성남(교육, 도농) 전북 남원(문화, 예술) 전남 여수(문화)	중국 영성시(경제) 미국 랜싱시(교육) 미국 타일러시(교육, 의료) 탄자니아 무완자시(농업) 케냐 키수무시(경제, 농업) 중국 웨이팡시(경제, 교육, 문화, 관광)

자료 : 아산시 홈페이지

Ⅱ 기본방향

- 국내 및 국외 교류시와의 협력추진으로 전국체전의 불거리를 보다 풍성하게 하고 문화적 교류의 장을 제공함

(4) 관련사례

Ⅱ 자매도시 교류전

- 서울시 강북구는 자매도시인 양평군과 생활체육교류전을 갖고 양서레포츠공원에서 축구 등 체육경기를 가지며 화합을 다짐
 - 강북구청과 양평군은 1999년 6월 자매결연협정을 체결하고 상호방문 등 경제, 문화, 예술, 체육 등의 분야에서 활발한 교류활동을 하고 있음
- 서울시 중구와 충북 영동군도 자매도시간 바람직한 발전방안을 모색하고 긴밀한 유대관계를 지속적으로 유지하고자 생활체육교류전을 개최함
- 또한 도시간 농산물직거래장터 및 중소기업 교류전 등을 통해 자매도시로서의 교류를 꾸준히 해 나가고 있음



【그림 V-23】 자매도시간 생활체육 교류전

(5) 세부추진방안

Ⅱ 자매도시 문화교류전

- 국내외 협력도시와 우호증진과 문화교류 활동의 일환으로 문화, 예술, 경제 등 다양한 부문의 문화교류전을 개최함
- 전국체전 기간 내에 지역의 문화와 역사를 알 수 있는 전시물과 체험, 공연 등을 통해 관광객들이 보다 쉽게 접근할 수 있도록 프로그램화 함

Ⅵ 생활체육교류전

- 아산시 자매교류도시인 경남 진주, 서울시 서대문구, 경기도 여주 및 성남, 전북 남원, 전남 여수 등을 초대해 전국체전 기념 생활체육 교류전을 개최함
- 전국체전을 전문 선수단뿐만 아니라 동호회 및 생활체육인들이 함께 즐길 수 있는 자리로 마련함

Ⅶ 한국관광공사·문화체육관광부 활용 마케팅 추진

- 세계 주요 대도시의 한국관광공사 지사, 한국문화원, 코리아 프라자 등을 활용하여 MICE, 단체관광 및 여성미용(화장품)관광 등 다양한 유형의 관광에 대한 현지 홍보 설명회를 개최함

(6) 집행계획

Ⅰ 투자계획

- 국내외 교류도시 초청전에 소요되는 비용은 200백만원으로 추정되며, 자매도시 문화교류전을 위한 교류행사, 교류도시 전시 및 공연프로그램에 100백만원, 생활체육교류전에 생활체육 전시에 70백만원, 관광 관련 국가 기관 활용 해외 홍보를 위한 홍보물 및 영상물 지원에 30백만원이 소요될 것으로 예상됨
- 행사 진행에 필요한 인원은 지역의 유학생과 자원봉사자를 활용하고 전국체전 자원봉사자들이 함께 운영하는 방식으로 추진

【표 V-30】 국내외 교류도시 초청전 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	200	
자매도시 문화교류전	100	• 교류전 개최, 전시, 공연 등
생활체육교류전	70	• 생활체육 전시 및 설치 등
관광 관련 기관 활용 홍보	30	• 아산시 홍보물 및 영상물 등

Ⅱ 자원조달계획

- 국내외 교류도시 초청전에 소요되는 재원은 아산시 자체 예산으로 진행함
- 아산시 지역교류비용을 활용하여 예산을 확보하고 장기적으로 민간 교류 차원에서 아산시 체육회와 연계하여 추진

15) 아산시 로컬푸드 한마당

(1) 필요성

- 아산의 농축수산물 가공품을 소개하고 판매하는 직거래장터 성격의 로컬푸드 마당을 통해 지역생산 지역소비로 지역경제 활성화 필요

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 주경기장 일원
- 목표 : 지역생산 지역소비를 통한 지역경제 활성화
- 특징 : 아산시의 특산품뿐만이 아닌 농축수산물, 가공품 등의 직거래를 통한 올바른 소비생활 유도

(3) 현황 및 기본방향

현황

- 아산시는 2013년 아산하나로마트에 아산시와 원예농협이 함께하는 농가자율형 로컬푸드 직매장인 아산로컬푸드 직매장을 개관하였음
- 로컬푸드 매장은 165㎡의 작은 규모이지만 축·수산물을 제외한 농산물과 농산가공품이 판매됨
- 로컬푸드 직매장은 97여 농가에서 생산한 제철 채소류, 사과, 배와 같은 신선 농산물부터 쌀, 면류, 잡류와 같은 가공농산물, 화훼 등 170여개의 품목을 판매하고 있음



【그림 V-24】 아산 로컬푸드 직매장

Ⅵ 기본방향

- 로컬푸드 직거래 활성화를 통한 물가 안정 도모 및 녹색소비 실천을 통한 지역경제 활성화 기반 마련

(4) 관련사례

Ⅵ 고양 농축산물 한마당 축제

- 2011년 전국체전 개최시 고양시와 고양시 농업기술센터에서는 2011년 고양농축산물 한마당 축제를 개최하고 지역에서 생산하는 신선한 우수 농산물을 저렴하게 구입할 수 있는 직거래 장터를 마련하였음
- 지역생산자단체 및 소비자단체 직거래장터, 안화 및 꽃그림, 꽃음식 전시관, 쌀홍보관, 안전성 및 수입농산물 비교전시관 등 운영

(5) 세부추진방안

Ⅵ 아산시 로컬푸드마당

- 지역에서 판매하는 신선한 우수 농산물을 저렴하게 구입할 수 있는 로컬푸드 마당을 통해 농업인과 시민이 함께 윈-윈 할 수 있는 장을 마련함
- 우수농산물을 싼값에 구입할 수 있는 행사인 직거래 형태의 로컬푸드 마당은 아산시 관내의 농축수산물, 가공식품의 홍보 판매전이 기획됨
- 지역로컬푸드를 갖고 음식을 만드는 마을 음식 대결을 하고 방문하는 방문객에게 음식품평회 등을 하는 등의 행사를 진행함
- 또한 로컬푸드는 입맛과 마음속 향수를 자극할 수 있는 것으로 음식에 대한 사연을 모집하는 등의 행사를 개최함

【표 V-31】 아산시 로컬푸드 마당

구분	로컬푸드마당	사회적경제 한마당	마을나눔한마당	식생활교육한마당
내용	아산 관내 생산 농축수산물 가공식품 홍보 및 판매	관내 생협 및 사회적 기업 홍보 판매	막걸리, 된장 등 시식 및 체험	어린이 대상 올바른 식생활 교육 체험관 운영

Ⅵ 로컬푸드 아카데미

- 학생들을 대상으로 실시하는 교육프로그램으로 로컬푸드의 중요성을 알리고 식생활 교육 및 체험프로그램 위주로 구성
- 또한 생활 속에서 실천할 수 있는 로컬푸드의 중요성을 일깨우기 위한 로컬푸드 식단 만들기 등의 행사를 진행함

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 아산시 로컬푸드 한마당에 대한 소요비는 100백만원으로 세부적으로 아산시 로컬푸드 마당 시설 조성 및 프로그램 운영비에 90백만원, 로컬푸드 아카데미의 교육비 및 실습재료비 등에 10백만원이 소요될 것으로 예상됨
- 아산시에서는 로컬푸드 한마당을 위한 시설비를 지원해주고 프로그램 운영과 인력 운영은 참여 업체에서 담당하는 것으로 운영
- 로컬푸드 아카데미의 경우 충남발전연구원 사회적경제지원센터와 연계하여 추진하여 지원을 받을 수 있도록 함

【표 V-32】 아산시 로컬푸드 한마당 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
소 계	100	
아산시 로컬푸드 마당	90	• 로컬푸드 한마당 시설 및 프로그램, 홍보비 등
로컬푸드 아카데미	10	• 교육비 및 실습재료비 등

Ⅵ 자원조달계획

- 아산시의 지역 농특산물 홍보비를 활용하여 예산을 조달하며, 지역 로컬푸드 업체와 협의하여 로컬푸드 한마당 운영
- 로컬푸드 아카데미는 충남발전연구원 사회적경제지원센터와 연계하여 협의 후 진행하여 아산시에서 지원해 주는 형식으로 운영

16) 건강식 인증식당 지정

(1) 필요성

- 전국체육대회 기간 동안 지역민이 참여할 수 있는 상권 활성화를 위한 방안 구상 필요
- 대회기간동안 참가 선수들을 위한 식단 조절 및 건강음식 제공 등이 필요하며, 지역의 농특산물을 활용한 음식 제공 등으로 홍보 필요

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 지정식당
- 목표 : 지역상권 활성화 및 지역 농특산물 홍보
- 특징 : 선수들의 건강관리를 위한 아산을 대표하는 특별한 음식제공 및 건강식 식단 제공

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황

- 아산시에서는 웰빙향토음식을 홍보하고 있으며 2012년 아산향토음식 맛 자랑 전국조리경연대회의 개최를 통해 작품의 레시피를 책자로 발간하고 전국 지자체에 홍보하고 있음
- 경연대회를 통해 관내 생산 식재료로 조리한 붕어찜(대상), 유황돈찜(금상), 이순신 칠향유황오리찜(금상), 오골계 보양찜(은상) 등과 청소년들의 입맛을 사로 잡는 연근 두부카레 부침, 이순신 산야초 주먹밥, 모듬버섯말이, 탕정포도 장조림 등 40개의 음식의 조리방법과 음식의 특징을 레시피에 담았음

Ⅶ 기본방향

- 전국체전에 참여한 선수단의 경우 식단 조절 및 음식에 대해 민감할 수 있으므로 선수단의 식단을 고려한 지역 농특산물 친환경 농수산물로 식단을 운영
- 체전기간 중 선수단 및 아산시를 찾은 관광객을 위한 건강식 인증식당을 지정 하 전문 영양사의 관리 병행 운영하는 방안 검토

(4) 관련사례

|| 미더유 인증사업

- 충청남도에서 실시하는 미더유 인증사업은 충남 3농협신의 일환으로 지역순환 농식품체계 확립을 중심으로 하여 지역농산물소비활성화, 향토음식문화 계승, 안전한 먹거리 제공을 목적으로 국내에서 처음 시행되었음
- 미더유사업은 지역농산물의 중요성과 소비자의 신뢰를 바탕으로 식당에 대한 인식을 점차 변화시키고 있음
- 2014년 기준 미더유사업에 인증된 업체는 총 7개 업체, 예비업체 5개 업체인 것으로 나타났으며, 아산시 관내의 식당 중 지정된 업체는 없음

(5) 세부추진방안

|| 전국체전 선수 건강식

- 체전 기간 동안 식단조절과 음식에 민감한 선수들을 고려하여 지역의 농특산물을 활용한 친환경 건강식 식단으로 구성된 음식 제공
- 체전 기간 선수들에게 건강식 제공이 가능한 음식점을 건강식 인증식당으로 지정하여 집중적으로 홍보·육성하는 사업을 시범적으로 실시하며, 본 사업은 정착화 되기 위해서는 어느 정도의 시간이 필요하므로 사업초기부터 점진적으로 준비해 나가야 할 사업임
- 건강식 가능 음식점을 대상으로 일제 점검을 통해 우수 및 전문식당을 선정하여 아산시 명의의 인증표를 발급하고 다양한 종류의 음식을 즐길 수 있도록 선수들의 입맛에 맞는 메뉴도 독자적으로 개발하도록 유도함
 - 선정된 식당에 대해서는 인증패 제공, 아산시 관광홈페이지, 브로슈어 등 홍보, 서비스 품질 교육 기회 등을 제공하고 전국체전 운영진과 협력하여 인센티브, 할인혜택 및 추가 서비스 등을 추가적으로 강구함
- 건강식 업체별로는 후식으로 ‘장군의 승전떡’을 마련하여 방문하는 선수단과 관광객을 대상으로 승리를 기원하는 마음을 전달함

|| '현충밥상' 등 건강 메뉴 개발

- 전쟁 중 필요한 영양과 힘을 담은 보양식 위주의 식단으로 용맹스러운 장군의 이미지를 담은 '현충밥상'- 아산·천안

- 위풍당당 현충밥상은 오곡밥, 귀류탕, 설하떡방, 적어충법, 아주까리나물, 시래기나물, 호박고지나물, 동지, 추수로, 설기떡 등으로 상차림을 표현하였음
- 현충밥상은 겨울이라는 계절과 전쟁 중에 필요한 영양과 힘을 모티브로 하였으며, 특히 전쟁 상황이라 음식의 가짓수를 줄였으며, 하나의 음식에 영양가가 충분히 들어갈 수 있는 보양식 위주의 식단으로 용맹스러운 장군의 이미지를 표현하였음

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 체전 기간 동안 건강식 인증식당을 대상으로 한 운영비용 투자와 전문 영양사의 식단 관리에 대한 투자
- 건강식 인증식당에 소요되는 사업비는 110백만원으로 지정 업소를 대상으로 업주 및 종사원 대상 서비스 교육 지원비와 시식회 행사를 포함한 식당, 메뉴 평가 사업비 등 70백만원이 소요될 것으로 예상되며, 인증패 작성 및 식당 입구 등에 전문식당을 상징하는 조형물 제작, 메뉴판 제작 등에 지원하는데 30백만원이 소요될 것으로 판단됨

【표 V-33】 건강식 인증식당 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	110	
전문식당 평가 및 선정	70	<ul style="list-style-type: none"> • 건강식당 선정 • 서비스 교육 관련 사업 : 15백만원 • 식당 평가(시식회 행사 포함) : 55백만원
전문식당 지원	30	<ul style="list-style-type: none"> • 홍보물, 인터넷 등에 식당 안내 : 기존 예산으로 총당 • 메뉴판 제작, 인증패 및 조형물 지원 : 30백만원
전문 영양사	10	<ul style="list-style-type: none"> • 영양사 관리 및 육성 지원

Ⅶ 자원조달계획

- 소요 자원은 기본적으로 아산시에서 지원하도록 함
- 아산지역 건강식이 가능한 음식점들과 연계가 필요한 사업으로 적극적인 참여를 위해서 프로그램의 효율성에 대한 초기 인식이 필요하며, 참여 음식점과 긴밀한 협조로 투자를 독려하거나 자체 운영을 할 수 있도록 하는 방안도 모색할 수 있음

17) 고향사랑 서포터즈

(1) 필요성

- 대회전에 지역에 전국체전을 홍보하고 대회 중에 자원봉사활동 및 경기관람, 응원참여 등의 고향의 손님맞이를 적극적으로 할 수 있는 고향사랑 서포터즈의 모집이 필요

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 일원
- 목표 : 전국체육대회의 자발적인 참여 및 홍보
- 특징 : 지역을 응원하는 고향사랑 서포터즈를 통해 화합하는 전국체전의 의미 강화

(3) 현황 및 기본방향

|| 현황

- 아산시에서는 아산시 공무원서포터즈를 임명하여 제52회 아산성웅이순신축제 개최시 처음으로 활동하였으며, 대한민국온천대축제 등을 홍보하는 등 적극적인 홍보활동을 전개함
- 공무원들이 직접 시정을 홍보함으로써 예산을 절감하고 자부심을 갖게하는 계기가 되며 참신한 아이디어와 활발한 시정 홍보로 또 하나의 홍보소재가 되고 있음



【그림 V-25】 아산 공무원서포터즈

|| 기본방향

- 전국체전 서포터즈는 전국체전의 붐 조성을 위한 자발적인 참여와 홍보에 앞장서고 대회에 참가하는 선수, 임원 및 관광객을 밝은 미소와 친절로 환영하는 등 성공적인 대회가 되도록 노력함

(4) 관련사례

Ⅵ 전국체전 서포터즈 운영

- 인천시와 경기도 고양시는 전국체전의 성공적 개최를 위하여 인터넷으로 유관 기관, 시민단체, 가족, 동호회 및 일반시민 등 250여개 기관·단체 등으로 구성된 전국체전 서포터즈를 모집하여 운영함
- 대구시는 시민의 활발한 참여와 효율적 운영을 유도하기 위하여 시민서포터즈를 향우회, 사회단체, 진출기업체, 종교단체 등으로 구성된 “선수단서포터즈”와 생활체육회 동호인 클럽, 초·중·고등학교 운동부, 직장 및 대학동아리 등으로 구성된 “경기 종목별 서포터즈”로 구분하여 모집하였음
- 시민서포터즈는 지역을 찾는 참가 선수·임원단 의 경기응원, 안내, 환영행사로 친선교류 활동은 물론 선수단의 사기를 북돋고 경기장을 흥을 돋우며, 시도 구분 없이 선수단을 응원하는 역할을 함

(5) 세부추진방안

Ⅵ 시민자율서포터즈 구성

- 체전기간 중 관내 경기장에서 펼쳐지는 경기에 참가하는 선수들을 격려하고 기량향상을 위해 자발적으로 참여할 수 있는 응원단 모집
- 시민 자율 서포터즈도 66개 경기장별 30~500명으로 연 2만 5천명 정도로 모집하여 참가선수들이 최상의 기량을 발휘할 수 있도록 함
- 응원을 함에 있어서도 지역의 특색을 살린 응원 도구를 준비하여 경기장·종목별로 체계적인 열띤 응원을 펼침

Ⅵ 온라인 서포터즈 공모

- 파워블로거를 중심으로 경험이 풍부하고 활동실적이 우수한 서포터즈 선발 및 지원
- 전국체전 및 아산시 문화유적지, 관광, 축제 등 홍보를 통해 전국체전 기간 중 방문객에게 정보를 제공하고 방문객 유치에 기여
- 기존 아산시 온라인 서포터즈와 연계한 체계적인 교육기회 제공과 SNS 대상 홍보를 위한 체계 구축

Ⅱ 경기종목별 응원단 구성

- 대회에 참가하는 15개 시도 선수단 및 해외동포와 아산의 단체, 학교, 기업체 등과의 자매결연을 추진하여 각종 경기종목팀 단위로 1-3개 기관, 단체, 학교, 기업체 등이 지정되고, 선수단 환영, 경기응원, 숙소방문격려, 관광안내 등을 맡게 함

(6) 집행계획

Ⅱ 투자계획

- 고향사랑 서포터즈에 소요되는 비용은 전체 50백만원으로 세부적으로 시민자율 서포터즈 구성에 발대식 및 응원도구 지원에 20백만원, 온라인서포터즈 구성에 온라인 모집 및 교육을 위해 10백만원, 경기종목별 응원단 구성에 응원단 지원 및 준비물 지원에 20백만원이 소요될 것으로 예상됨
- 또한 각 단체별 서포터즈 참석 시 일부 비용을 지원하는 방식으로 단체에서 자율적으로 운영하는 것을 고려함

【표 V-34】 고향사랑 서포터즈 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	50	
시민자율 서포터즈 구성	20	• 발대식, 응원도구 등
온라인서포터즈 구성	10	• 온라인 모집 및 교육 등
경기종목별 응원단 구성	20	• 응원단 지원 및 준비물 등

Ⅱ 재원조달계획

- 소요 재원은 기본적으로 아산시 홍보비용 재원으로 지원하도록 함
- 또한 각 단체별 서포터즈 참여 시 초기 기초적인 재원은 아산시에서 제공하고 단체별 적극적인 참여가 이뤄지도록 유도함

3. 전국체전 사후 활용방안

- 전국체육대회 개최를 위하여 선진화된 체육시설이 건설됨에 따라 이를 활용할 수 있는 다양한 프로그램 마련이 필요
- 또한 시민의 여가시간 확대에 따른 동호회 및 생활체육과의 연계를 통한 사후 활용방안 제시

Ⅵ 시설이용확대

- 체육시설의 지속적 활용과 지역민의 체육활동 증대에 따른 전국체전 이후 경기장 활용 확대
- 주경기장 등 주요 경기장은 종합 안전진단 결과를 반영해 시설 안전성을 제고하고 전지훈련 유치 확대가 가능하도록 편의시설을 보완함과 동시에 생활체육인의 이용 편의성을 고려
- 뉴스포츠 및 계절스포츠 등의 유치 및 생활체육대회 개최 등 종합적인 활용방안 제시

Ⅶ 관광객 지속적 유치

- 관련 참가자 및 동반관광객을 대상으로 한 특화된 관광프로그램 개발로 전국체전 이후의 효과를 극대화 함
- 온천 등 지역문화자원과의 연계를 통해 자원의 역량제고 및 지역의 전국화를 위한 기회 마련

Ⅷ 지역이미지 정립

- 기존 온천의 이미지에서 스포츠를 결합한 건강한 이미지를 강화하고 미래의 스포츠 수요를 고려한 지속적인 활동 및 네트워크 구축

1) 스포츠 테마탕 조성

(1) 필요성

- 전국 각지로부터 다양한 계층의 방문객이 아산시를 찾으므로, 대회 단계별, 즉 대회 개최 전, 대회 개최기간, 대회 개최 후 문화관광 프로그램 등에 대한 준비를 철저히 할 필요가 있음

(2) 사업개요

- 위치 : 아산 3대 온천
- 목표 : 전국체육대회 개최 이후 스포츠 관광지로 발돋움
- 특징 : 온천을 통한 지역의 건강 이미지 부각

(3) 현황 및 기본방향

|| 현황

- 현재 아산시의 3대 온천의 경우 아산온천(안마탕, 노천온탕, 금탕, 폭포탕), 도고온천(스파, 자수정사우나, 드림배스, 커플마사지, 청옥사우나, 노천탕 등), 온양온천(노천대욕탕 등)으로 운영되고 있음

|| 기본방향

- 전국체육대회 개최기간동안 건강 효능이 있는 온천을 이용하였던 스포츠인들이 사후에도 피로회복 및 건강을 위해 지역을 다시 찾아올 수 있도록 하는 방안 구성

(4) 관련사례

|| 유성 수중운동치료실

- 대전의 한 재활과 요양치료 전문병원은 2010년 천연온천수를 이용해 수중운동과 물리치료가 가능한 '수중운동치료실(medical aqua Therapy)'을 설치, 운영함
- 의료수중치료실은 330㎡(100평) 규모로 유성온천수를 이용한 아로마탕과 기능탕, 족욕탕, 전신풀 등 최신 설비를 갖추었음
- 특히, 수중치료 전문교육을 받은 4명의 물리치료사들이 환자들의 운동수행능력과 근력 및 지구력, 유연성, 균형감각의 향상을 위해 1대 1 맞춤형 치료를 시행



【그림 V-26】유성 의료수중치료실

(5) 세부추진방안

Ⅵ 온천별 특성을 고려한 이미지 부여

- 아산의 온천의 특성을 고려한 스포츠 테마탕 이미지 부여
 - 아산온천(마인드 온천) – 집중력탕, 지구력탕, 판단력탕
 - 도고온천(회복 온천) – 피로회복탕, 안마탕
 - 온양온천(에너지 온천) – 근력탕, 순발력탕, 유연성탕, 민첩성탕
- 특성화된 온천의 효능을 고려하여 이미지를 부여하되, 각 온천별로 프로그램을 순환시킴으로써 다양한 체험을 할 수 있도록 구성함

Ⅶ 집중력과 근력을 높이기 위한 물리치료 연계

- 스포츠 테마탕은 각 스포츠 종목에서 요구되는 요소에 따라 집중력, 근력, 지구력, 순발력 등의 에너지 발산에 필요한 효능이 있는 테마탕 구성
- 온천의 효능과 더불어 집중력과 근력을 높이기 위한 물리치료를 연계함으로써 일석이조의 효과를 높이하고자 함
- 또한 연령대 및 성별로 선호하는 형태를 고려하여 다양한 컨셉을 구성함

Ⅷ 온천업체 지원

- 온천별 시설 교체비 지원 및 [찾아가는 친절 아카데미]를 연계한 종사원 대상 서비스 교육을 실시

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 스포츠 테마탕에 소요되는 사업비는 아산시 온천 업소를 대상으로 할 경우 업주 및 종사원 대상 서비스 교육 지원비와 시설교체에 따른 사업비 등이 소요될 것으로 예상됨
- 스포츠 테마탕 비용은 150백만원이 소요되는 것으로 예상되며, 세부적으로 서비스 교육으로 업주 및 종사원 대상 서비스 교육 지원에 50백만원, 스포츠테마탕 조성을 위한 지원비에 100백만원이 소요될 것으로 예상됨

【표 V-35】 스포츠 테마탕 조성 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
합 계	150	
서비스 교육	50	• 업주 및 종사원 대상 서비스 교육 지원
스포츠테마탕	100	• 각 온천별 서비스 지원비, 시설교체지원비

Ⅶ 재원조달계획

- 소요재원은 기본적으로 아산시와 민간업체에서 50:50 비율로 지원하는 것을 원칙으로 함
- 또한 관광진흥개발기금의 관광활성화 기반구축 사업 중 관광시설 지원사업 항목으로 장기적으로 예산 확보 가능
- 스포츠테마탕 시설 조성 및 운영 사업비는 지역 온천업체 등 관련 단체와 협의하여 진행

2) 선수단 온천 피로회복 훈련 장소 홍보

(1) 필요성

- 회복훈련은 은 선수들로 하여금 더 많은 훈련을 수행할 수 있는 능력을 강화하여 훈련을 더욱 효과적으로 수행하게 하며, 훈련에 대한 적응을 더욱 용이하게 함
- 온천은 선수들이 운동과 훈련 후 피로를 풀 수 있고 휴식과 체력회복에 효과적인 것으로 나타남
- 이에 따라 선수단의 피로회복 훈련 프로그램 도입을 통해 아산의 3대 온천은 피로회복 및 신경통 등에 효과적인 부문을 홍보할 필요가 있음

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 3대 온천
- 목표 : 선수단의 동계훈련 및 피로회복 프로그램 운영
- 특징 : 온천을 활용한 선수단 피로회복 및 동계훈련지 홍보

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황

- 2008년 프로야구팀 기아타이거즈는 온양관광호텔에서 피로회복에 중점을 두는 온천 훈련을 하였으며, 국가대표 및 선수단의 전지훈련장으로 아산시를 찾고 있음
- 2014년에는 아산시에 위치한 경찰교육원에서 유도 국가대표 및 국가대표 상비군의 동계전지훈련이 실시되었으며, 훈련장과 수영시설을 제공함
- 아산시는 전국규모의 대회유치로 시너지 효과가 기대되고 있으며, 훈련인프라의 확충을 통해 아산의 온천을 함께 홍보할 수 있는 계기를 마련함
- 안택원 대전대 천안한방병원장에 따르면 아산시와 함께 체질별 온천욕 프로그램, 질환별 온천욕프로그램과 입욕제 구성약재의 개별기능성 확인, 근육피로 유발 후 근피로 회복에 미치는 온천욕 효과 등에 대한 공동연구를 진행한 결과 온천의 의학적 효능을 입증함

|| 기본방향

- 아산의 3대 온천의 효능, 특히 피로회복 효과를 홍보하여 피로회복 훈련지로서 프로선수 및 선수단을 유치함

(4) 관련사례

|| 프로팀 온천훈련

- 프로야구팀은 덕구온천, 덕산온천 등에서 온천욕을 통해 피로를 효과적으로 회복하기 위한 재활훈련의 일환으로 온천훈련을 실시함
- 또한 일본의 대표적인 온천지를 온천훈련장으로 선정하여 마무리 훈련 및 피로회복을 위한 훈련을 실시함
 - 한화이글스는 일본으로 전지훈련시 피로회복을 위한 온천훈련을 실시하고 있으며, 대부분의 프로야구팀에서도 피로회복을 위한 온천훈련프로그램을 운영하고 있음
- 2009년에는 대전시티즌과 대전의 유성온천수 사우나업체는 후원협약을 체결하여 피로회복에 좋은 온천을 활용하여 선수단이 이용할 수 있도록 하였음

|| 창녕스포츠파크와 부곡온천

- 창녕스포츠파크는 부근에 위치한 부곡하와이의 협찬으로 국제규격의 실내수영장(8레인)의 이용이 가능함에 따라 운동 후 즉시 피로를 풀 수 있는 이용 편리성을 제공하고 있음
- 또한 안내 전담창구를 개설 운용함으로서 숙박, 체육시설 이용에 대한 편의를 제공하고 있으며, 전지훈련 참가팀에 맞는 종목별 친선교류 경기를 개최함으로써 선수단의 경기력 향상에 도움을 주고 있음

※ 부곡온천수의 의료적 효능 연구발표(연세대 이규재 교수 연구팀, 2010년 11월)

- 수돗물과 온천수에 목욕을 번갈아가며 목욕을 하면 체내의 산소량과 피부상태의 회복률이 몇배나 높은 것으로 입증됐다
- 물을 이용한 환자의 고통을 경감시켜주는 효과가 있고 만성 아토피 피부치료에도 탁월한 효능이 있다.

(5) 세부추진방안

Ⅵ 온천훈련프로그램 운영

- 프로야구선수 및 타 종목 선수들을 대상으로 산행, 달리기, 웨이트 트레이닝, 온천욕 등의 온천훈련 프로그램을 구성하여 운영함
- 또한 마무리훈련을 중점화 하여 선수들의 몸의 무리가 가지 않도록 요가 및 체력회복훈련 등의 체계화된 프로그램 마련

Ⅶ 피로회복탕 운영

- 일본인들이 예부터 행해오던 온천탕 치료법인 [여명약탕]을 미야자키 온천 등에서 실시하고 있으며, 이는 한약방과 욕탕치료에 주목한 치료법임
- 이처럼 아산시에서 온궁 등 자체 발굴한 입욕제를 활용해 아산시만의 특화된 피로회복탕을 조성함

Ⅷ 체험프로그램 개발

- 지역온천업체와 체육시설을 연계한 프로그램 개발로 온천을 통한 휴식과 체육시설을 활용한 재활운동이 가능한 프로그램으로 구성
- 지역의 병원, 음식점, 숙박을 연계하여 패키지 상품으로 제공하며, 정신적, 육체적 재활을 위한 프로그램으로 구성

Ⅸ 온천숙박업소 리모델링비 지원

- 선수 개인사물함 및 전용 휴식공간의 준비를 통해 선수단의 이용편의를 도모하고 후원협약을 통해 온천의 효능을 홍보
- 지역의 참가업체를 선정해 선수단 유치 공간의 리모델링비를 지원함

Ⅹ 경기장 무료 이용

- 지역복지사업의 일환으로 관내에 숙박하는 선수단에게 전지훈련장을 무료로 이용할 수 있도록 하여 타지역 전지훈련장 대비 경제적인 부담을 낮추는 등 전지훈련지로서의 장점을 홍보함
- 또한 유료 관광지 쿠폰 등을 제공하여 선수 및 팀 관계자들이 여가시간을 효율적으로 이용할 수 있도록 함

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 선수단 온천 피로회복 훈련 프로그램에 소요되는 비용은 100백만원으로 세부적으로 온천훈련프로그램 운영 및 인력지원비에 30백만원, 피로회복탕 운영을 위한 운영 인력 및 입욕제 지원에 30백만원, 체험프로그램 개발 및 운영에 30백만원, 경기장 운영 지원에 10백만원이 소요될 것으로 예상됨
- 추가 소요되는 비용에 대해서는 참여 업체의 지원을 받아서 운영할 수 있도록 사전 조율이 필요함

【표 V-36】 선수단 온천 피로회복 훈련 프로그램 운영 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
소 계	100	
온천훈련프로그램	30	• 프로그램 운영 및 인력 운영비 지원 등
피로회복탕 운영	30	• 운영 인력 및 입욕제 지원 등
체험프로그램 개발	30	• 프로그램 운영 및 장비 지원 등
경기장 무료 이용	10	• 경기장 무료 이용 지원 홍보 등

Ⅶ 재원조달계획

- 소요 재원은 기본적으로 아산시 예산으로 지원하는 것을 원칙으로 함
- 또한 프로그램 진행과 운영 사업비는 지역 온천업체 등 참여 업체와 협의를 통하여 진행

3) 온천의료관광 패키지 및 홍보

(1) 필요성

- 관광인식의 변화로 의료와 관광이 융합된 의료관광에 대한 수요가 증가함에 따라 전국체전을 기점으로 선수단뿐만이 아니라 관광객을 유입할 수 있는 대안 마련이 필요
- 또한 아산시의 한방온천의료시스템 구축을 통해 온천, 자연 등을 연계한 관광 인프라 구축을 통해 과거 온천 관광지로서의 명성을 회복할 필요가 있음

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 3대 온천 및 아산시 일원
- 목표 : 온천의 우수성을 알리고 지역의 숨겨진 관광자원을 결합하여 전반적인 관광 활성화에 기여
- 특징 : 전국체전에 개최 이미지를 활용한 온천의 우수성을 결합하여 온천 의료 관광상품을 만들어 각 지자체 및 선수단을 대상으로 한 홍보 실시

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황

- 아산시에서는 문화관광과 온천관광개발팀을 중심으로 온천의료관광개발 등의 업무를 수행하고 있으며, 온천과 의료 관광을 결합한 온천의료관광산업 활성화를 위해 단국대학교, 대전대학교, (주)티엘씨코리아와 4자 업무협약을 체결하는 등 온천의료관광의 선도적 모델을 만들기 위해 노력하고 있음
 - 참석기관 관계자들은 온천수 치료의 의학적 효능 검증을 위한 임상연구, 온천수치료 재활센터 설립, 온천수 치료 재활프로그램을 연구 개발, 일본 의료관광객 유치, 온천수를 활용한 다양한 산업화 추진과 해외 홍보 및 판촉 등 기관별 업무를 분담함
- 또한 온천수 관련 상품개발을 위한 MOU를 체결하고 아산소재 파라다이스 스파 도고 내에 '온천의학연구소'와 '온궁한의원'을 개소하여 온천의료관련 연구와 진료를 지속함

Ⅵ 기본방향

- 아산의 우수한 한방온천의 효과와 약선요리, 온천 등의 관광자원과 연계한 의료관광 상품을 소개하고 온천의료관광객 유치 활성화를 위한 패키지를 실시함

(4) 관련사례

Ⅵ 부산 한방의료관광 팸투어

- 부산시는 일본 및 러시아 지역 한방 의료관광 관계자 등 20명을 초청해 부산의 우수한 한방 의료기술과 약선요리·온천 등 관광자원과 연계한 의료관광 상품을 소개하고 의료관광객 유치 활성화를 위해 '한방 의료관광 팸투어'를 실시
- 부산시와 부산관광공사가 공동으로 주관하며 부산한의사회 후원으로 마련돼 잡지 기자, 여행사, 한방 의료관광 파워 블로그 운영자, 온천 관계자, 에이전시 등 관계자 20명이 부산을 방문
- 팸투어 기간 동안 초청방문단은 부산한의사회에서 개최하는 한방 의료관광 세미나에 참석해 한방 성형, 한방 다이어트 등 부산의 한방 특화 의료관광 상품을 소개받고 동의대학교한방병원, 신통한의원 등을 방문해 부산의 우수한 한방 의료 기술을 체험하게 됨
- 또한, 약선요리 등 부산의 음식문화를 즐기며 허심청 등 동래 온천관광과 롯데·신세계 백화점 등 쇼핑센터를 둘러보는 시간을 가짐



【그림 V-27】 부산 한방의료관광 팸투어

(5) 세부추진방안

Ⅵ 온천의료관광팸투어

- 아산온천의 전통성과 효능을 알리고 관광자원을 연계하여 관광객을 유치할 수 있는 기회로 마련함
- 아산시 온천별 주요 효능, 지역별 관광코스에 따라 의료관광 패키지를 개발하여 판매함
- 팸투어 초청대상은 지자체 선수단 홍보팀, 한방전문잡지기자, 여행사, 의료관광 파워블로그 운영자, 온천관계자 등임

Ⅵ 온천테라피 상품 개발

- 지역의 유명 온천을 중심으로 온천과 자연이 조화되어 목욕과 미용, 심신안정을 위한 테라피 상품을 개발함
- 도고온천의 경우 피부미용에 효과를 보임에 따라 토탈바디케어 공간을 갖춘 미용클리닉센터로 부각시켜 테라피 상품을 개발함

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 온천의료관광 팸투어 및 홍보 등에 소요되는 사업비는 100백만원으로 온천의료관광 국내외 팸투어 진행 및 홍보비에 70백만원, 온천테라피 상품 개발 지원에 30백만원이 소요될 것으로 예상됨
- 팸투어는 국내와 국외로 나누어서 진행하며, 참여자들이 아산시의 온천과 관련된 다양한 상품을 볼 수 있도록 국내와 국외로 구분하여 홍보자료와 설명자료를 준비

【표 V-37】 온천의료관광 팸투어 및 홍보 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
소 계	100	
온천의료관광 팸투어	70	• 국내외 관계자 팸투어 진행 및 홍보비
온천테라피 상품 개발	30	• 상품 개발 및 지원

Ⅵ 자원조달계획

- 소요 재원은 아산시에서 지원하도록 함
- 국토교통부에서는 내륙권발전 시범사업의 일환으로 외국인을 위한 휴양형 의료관광 연계 협력사업을 추진 중에 있어 이와 연계한 아산시의 온천의료관광 사업을 추진할 필요가 있음
- 또한 한국관광공사 충청권협력단과 협력하여 외국인 대상 팸투어 실시도 추진해 볼 수 있음

4) 전국 동아리경기 및 생활체육대회 유치

(1) 필요성

- 전국체전 개최에 따라 지역의 개최지 이미지가 확산될 것을 기대해 볼 수 있으며, 전국체전이 개최되었던 타 지역과는 달리 사후 개최지역이라는 이미지를 더욱 부각 시킬 수 있는 방안 모색이 필요
- 스포츠와 온천을 결합한 건강 도시로의 이미지를 부각시켜 전국동호회 및 생활체육대회를 유치 할 수 있는 방안이 마련되어야 함

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 일원
- 목표 : 전국체전 개최 후 개최지역 이미지 부각
- 특징 : 스포츠인들이 활동할 수 있는 최상의 경기장과 부대시설 제공

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황

- 아산시는 이순신 종합운동장, 학선필드하키장 등의 건립으로 동호회 및 생활체육대회를 개최하고 있음
- 국민생활체육회에 따르면 2013년 기준 총 8,504개의 클럽에 485,890명의 회원이 동호인클럽에 가입하여 활동하고 있는 것으로 나타남
 - 지역클럽은 8,347개, 직장은 157개로 지역에서 자생적으로 발생한 동호인클럽이 많은 비중을 차지하고 있음
- 종목별로는 축구가 622개로 가장 많았으며, 탁구 544개, 야구 391개, 육상 242개 클럽 등의 순으로 나타났음

Ⅵ 기본방향

- 체전에서 실시되었던 스포츠 종목뿐만 아니라 비인기 종목들 까지도 지역에서 발전될 수 있도록 아마추어 운동선수단, 동호회 등의 그룹들을 유인 하는 방안을 고려해볼 필요가 있으며, 지역에 방문한 스포츠인들이 아산 온천을 즐길 수 있도록 함

(4) 관련사례

Ⅵ 여수시

- 스포츠레저분야의 집중 육성책을 펴고 있는 여수시는 2012년 여수세계박람회를 다져진 각종 SOC와 숙박시설 등 관련 기반과 체육인프라를 바탕으로 스포츠 선수단 유치에 주력하고 있음
 - 50세 이상 실버선수단의 시니어배구대회, 생활체육 시도대항 볼링대회, YMCA전국유도대회 등 다양한 분야에서 대회가 개최되고 있음
- 여수시는 여수시체육회, 여수시생활체육회, 장애인체육회와 공동으로 테스크포스팀을 운영하면서 전지 훈련팀 유치와 지원 등 각종대회 유치에 힘쓰고 있음

(5) 세부추진방안

Ⅵ 전국 동아리경기 유치

- 활성화 되고 있는 생활체육 및 동아리 경기를 (사)대한체육인회, 국민생활체육회 및 아산시 체육협회와 연계하여 유치활동을 적극적으로 추진함
- 구체적으로 각종대회 유치를 통해 생활체육과 지역경제가 상생할 수 있는 공동협약 체결식 등을 통해 원활한 대회추진을 도모함
- 전국생활체육 클럽과 사회체육단체 유치를 통해 자연스럽게 가족단위로 즐기는 문화 관광프로그램을 운영해 시너지효과를 높임

Ⅵ 운동용품 업체 연계 유치

- 마케팅 수단의 다양한 접근 중 지역운동용품 업체와 연계를 통해 동아리 경기를 유치하여 효과를 극대화
- 예를 들면 코카콜라배 직장인 야구대회, 나이키배 축구대회 등 스포츠마케팅을 통한 대회유치를 할 수 있을 것임
- 지속적인 개최를 위한 민-관이 네트워크를 구성하여야 함

Ⅵ 유명스포츠인 참여 행사

- 종목별 프로스포츠인 참여하는 행사 개최를 통해 경기에 대한 집중도를 높이고 프로스포츠인이 직접 알려주는 교육기회를 제공하는 등의 프로그램을 개발
- 지역출신의 유명스포츠인을 대상으로 한 생활체육대회를 구상할 수 있을 것임

(6) 집행계획

Ⅱ 투자계획

- 전국 동아리 경기 및 생활체육대회 유치 등에 소요되는 사업비는 100백만원으로 전국 동아리 유치 활동을 위한 체육관련 단체 협약식 및 유치 활동 지원에 40백만원, 운동용품 업체 연계 유치 활동에 30백만원, 유명 스포츠인 참여 행사에 30백만원이 소요될 것으로 예상됨
- 투자비는 단계별로 지출하며, 먼저 체육회 등과의 협약식 및 유치 지원에 투자하고 민관 네트워크 구축에 순차적으로 투자

【표 V-38】 전국 동아리경기 및 생활체육대회 유치 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
	100	
전국 동아리 유치 활동	40	• 협약식, 체육협회 유치 지원 등
운동용품 업체 연계 유치	30	• 민관 네트워크 구축, 행사 지원 등
유명 스포츠인 참여 행사	30	• 참여 행사 개최

Ⅱ 자원조달계획

- 소요 재원은 아산시과 민간업체가 50:50의 비율로 지원하도록 함
- 경기 유치에 있어 지역 운동용품 업체와 연계하여 전국적인 행사 규모로 개최 할 수 있도록 업체 참여를 유도함
- 또한 지역 체육 관련 협회나 단체들의 협력을 통해 유치 활동을 원활하게 진행할 수 있도록 협력 체계를 조성

5) 유소년, 어린이 대회 활성화

(1) 필요성

- 성장하고 있는 유소년 스포츠 시장에 대한 기회를 선점하고 지역의 자원을 활용하여 시장을 개척할 수 있는 방안마련이 필요

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 일원
- 목표 : 전국체전 개최 후 개최지역 이미지 부각
- 특징 : 유소년 및 가족단위 선수단을 수용할 수 있는 시설 확충

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황

- 아산시에서는 2012년 전국우수클럽초청 유소년 축구대회를 비롯하여 이충무공배 유소년 야구대회 등 유소년 관련 경기를 유치하였음
- 아산시에는 아산파워유소년야구단, 스마트아산유소년클럽 등이 있으며, 프로배구단에서는 유소년 배구발전기금을 기탁하는 등 유소년 스포츠에 대해 많은 관심을 갖고 있음

Ⅵ 기본방향

- 아산시의 접근성 및 우수한 체육시설을 활용한 유소년 대회 유치로 지역경제 파급효과 극대화

(4) 관련사례

Ⅵ 경주시 유소년대회 유치

- 경주시는 KBO가 주최하는 국내 최대의 야구대회인 KBO 총재배 전국유소년 야구대회를 유치하였으며, 이 대회는 2015년과 2016년, 2년 동안 7월말에서 8월초(11일간)에 걸쳐 246개 팀 선수 및 임원, 학부모 등 3만 여명이 참여하는 대규모 행사임

- 또한 2017, 2018년 연속으로 7월말부터 8월초(10일간)까지 120개 팀이 참가하는 KBO총재배 전국중학교야구대회 위 개최가 예정됨
- 대회 유치를 위해 경주시는 지난해 11월21일 KBO에 유치신청을 했으며, 경주시는 화성시와의 최종후보지 경쟁에서 승리해 대회 유치가 확정되었음
- KBO 총재배 전국유소년 야구대회 유치 확정으로 대회기간 동안 4만3천985명(연인원)의 선수단과 6만8천979명(연인원)의 학부모, 응원단, 협회관계자 등 약 11만명이 경주를 방문, 약 159억원에 달하는 경제유발효과를 거둘 수 있을 것으로 전망됨



【그림 V-28】 경주시 유소년 대회 유치

(5) 세부추진방안

Ⅵ 전국 유소년 경기대회 유치

- 가족단위 방문객이 가장 많은 어린이대회 유치를 통해 가족들이 함께 즐길 수 있는 관광프로그램을 운영하며, 이들의 참여로 인한 지역경제 활성화 효과를 유도함
- 국민생활체육유소년대회, 유소년 축구대회 등 대규모 및 도와 군단위의 소규모 대회 등을 유치하여 지역을 홍보할 수 있는 계기를 마련함

Ⅶ 아산시 유소년 스포츠단 운영

- 아산시에는 유소년 축구단 및 어린이 야구단이 있으나 종목이 축구와 야구에 한정되어 있어 이를 확대하여 탁구, 태권도 등 생활체육과 관련된 종목으로 확대 운영함
- 유소년 스포츠단은 아산시 어린이의 복지차원에서 교육프로그램을 운영하며, 아산시 소속 선수단의 산하 유소년 스포츠단을 구성함
- 경기력 향상을 위해 아산시체육회와 연계하여 추진하며, 체계적인 교육시스템을 구축함

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 유소년·어린이대회 활성화에 대한 투자비는 100백만원이며 세부적으로 전국 유소년 체육대회 유치를 위해 홍보활동, 가족 참여 관광프로그램 운영 등에 30백만원, 아산시 유소년 스포츠단 운영을 위한 지원에 70백만원이 소요될 것으로 예상됨

【표 V-39】 유소년, 어린이대회 활성화 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
소 계	100	
전국 유소년 체육대회 유치	30	•유치 홍보활동, 가족 참여 관광프로그램 운영 등
아산시 유소년 스포츠단 운영	70	•유소년 스포츠단 운영 지원 등

Ⅶ 재원조달계획

- 유소년, 어린이대회 활성화를 위한 비용은 아산시 생활체육활성화 비용으로 재원을 마련하고 장기적으로 정부에서 추진하고 있는 생활체육 활성화 비용을 확보하는 방안 마련
- 유소년 스포츠단 운영은 아산시체육회와 연계 추진하는 것을 전제로 관련 단체와 협의 후 진행

6) 전국대회 경기 지속 유치

(1) 필요성

- 대규모 대회 유치를 통한 스포츠시설을 적극적으로 활용하고 파급효과가 비교적 큰 대회 유치를 통해 지역경제를 활성화 할 수 있는 방안 마련 필요

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 일원
- 목표 : 전국체전 개최 후 개최지역 이미지 부각
- 특징 : 전국규모의 대회를 유치할 수 있는 지속적 시설 보강 및 네트워크 구축

(3) 현황 및 기본방향

|| 현황

- 아산시는 이순신종합운동장, 아산학선필드장, 경찰청운동장 등 다양한 스포츠 인프라를 바탕으로 전국규모의 대회를 유치하고 있음
- 그러나 타 지자체에서 스포츠 산업에 대한 높은 관심도와 적극적인 정책 운용에 따른 차별화가 어려운 실정임

|| 기본방향

- 타 지역과 차별화된 아산시만의 전국대회 경기 유치

(4) 관련사례

|| 김천 종합 스포츠타운

- 김천시는 ‘대한민국 스포츠중심도시 김천, 차별화된 스포츠마케팅으로 살아나는 지역경제’를 목표로 스포츠마케팅을 실시하고 있음
- 연간 가족 체육대회 35경기 이상, 전지훈련캠프 100팀 이상 유치를 목표로 설정하여 국가대표팀과 각 시도 대표팀의 전지훈련지로서 마케팅 하고 있음
- 2012년 기준 대회유치와 전지훈련지 등을 통해 25만명이 유입되었고 약 165억원의 경제효과를 거둔 것으로 나타남

- 또한 스포츠마케팅 전담부서 신설 및 운영을 통한 공격적, 전략적, 체계적 마케팅 활동을 하고 있음



【그림 V-29】 김천 종합스포츠타운

(5) 세부추진방안

Ⅵ 아산시 스포츠마케팅 추진단 구성

- 스포츠 경기 유치 및 운영을 전담하는 스포츠마케팅 추진단은 전문가 및 공무원으로 구성하며, 스포츠마케팅 전문가 영입을 통한 시설 활용 및 대회 유치 등에 대한 전문성을 확보함
- 유치단은 대한체육회, 생활체육회 등과의 네트워크 구축을 통해 지속적인 대회 유치 관리를 계획하며, 매년 3-4개 이상 전국단위 대회 유치 및 프로축구, 프로야구 전지훈련 유치 등을 목표로 함
- 지역별 경쟁이 치열한 종목의 유치보다는 틈새시장을 찾아 유치 종목을 차별화하는 방안 마련이 필요

Ⅶ 아웃도어 스포츠대회 유치

- 오리엔티어링대회, MTB, X-sports 등 웰빙 및 녹색문화를 대변하는 스포츠 대회의 유치를 통해 타 지역과 차별화된 스포츠 마케팅 활동을 전개
 - 오리엔티어링의 경우 친환경적이고 대규모의 사람들이 참여함에 따라 숙박과 관광부문에서의 적극적인 참여를 독려함

Ⅷ 스포츠단체 홍보활동

- 아산시의 체육시설, 관광, 온천을 활용한 재활 등 자원을 활용한 홍보활동을 하며, 대회 개최 시 접근성과 편리성에 대한 장점을 체계적으로 홍보함
- 특히 배드민턴, 유도, 태권도 등 실내체육관을 활용해 개최될 수 있는 스포츠 경기의 유치를 위한 홍보활동을 강화함으로써 사계절형 스포츠 대회를 발굴함

- 또한 스포츠 대회 개최 시 관광, 숙박 등 아산시의 인센티브 등에 대한 마케팅 도구를 홍보함

Ⅵ 협력네트워크 구축

- 지역의 체육단체와 대한체육회, 생활체육회 등 인적네트워크를 활용한 유치 활동을 전개하며 또한 삼성(삼성전기-배드민턴) 등 대기업 및 지역내 기업을 중심으로 한 대회 개최를 통해 지역 파급효과를 증대시킴

(6) 집행계획

Ⅵ 투자계획

- 전국규모의 경기를 지속적으로 유치하기 위한 비용은 200백만원이 소요될 것으로 예상되며, 세부적으로 스포츠마케팅 추진단 구성 및 운영과 유치 활동 지원을 위한 비용으로 100백만원, 전국 아웃도어 스포츠대회 유치를 위한 전국 대상 홍보 활동에 60백만원, 스포츠단체 홍보 활동을 위한 네트워크 구축과 홍보 활동에 40백만원이 소요될 것으로 예상됨
- 전국대회 경기 유치를 위한 투자비는 관련 체육 단체와 협의 후 진행하고 홍보활동 중심으로 진행

【표 V-40】 전국대회 경기 지속 유치 투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
소 계	200	
스포츠마케팅 추진단 구성	100	• 추진단 구성 및 운영, 유치 활동 지원
아웃도어 스포츠대회 유치	60	• 전국 아웃도어 스포츠단체 대상 홍보 활동 등
스포츠단체 홍보 활동	40	• 네트워크 구축, 홍보 활동 등

Ⅵ 재원조달계획

- 전국대회 경기 지속 유치를 위한 비용은 기존 아산시에서 추진하고 있는 전국 대회 경기 유치 비용에 추가해서 재원을 마련하는 것으로 아산시 자체 재원으로 추진하는 것을 원칙으로 함
- 전국대회 경기 유치의 성격상 공공에서 추진하는 것은 한계가 있기 때문에 체육 관련 단체와의 긴밀한 네트워크 구축과 협력 체계를 기반으로 추진해야 되며, 공공과 민간 및 지역 정치인들도 함께 움직일 수 있는 체계 마련이 필요

7) 아산국민건강센터 조성

(1) 필요성

- 체육시설은 궁극적으로 지역 주민의 건강과 여가 선용을 위해 조성된 것으로 주민 편의성을 높이고 적극적으로 활용 할 수 있는 공간 활용 방안이 필요

(2) 사업개요

- 위치 : 아산시 일원
- 목표 : 지역주민의 건강과 여가 선용 공간으로 활용
- 특징 : 건강관리 복합시설로 조성하여 아산시만의 건강과 여가 활용의 장으로 활용

(3) 현황 및 기본방향

Ⅵ 현황

- 아산이순신체육관, 이순신종합운동장은 풍기동 일원에 위치하고 있어 건물간 접근성이 양호함
- 또한 실내체육관은 제95회 전국동계체육대회가 개최된 곳으로 농구, 배구, 배드민턴 등을 즐길 수 있으며, 대규모 체육행사를 진행할 수 있도록 조성함
- 이순신 종합운동장이 위치한 온양온천체육공원은 생활체육문화공간으로서 아산체육의 메카 및 다목적 레저스포츠 공간으로 활용되고 있음

Ⅵ 기본방향

- 기존의 시설을 최대한 활용할 수 있는 차별화된 스포츠마케팅 활동 전개

(4) 관련사례

Ⅵ 논산 건강관리센터

- 논산시는 보건소, 국민체육센터, 공설운동장, 종합사회복지수련관, 청소년수련관의 연계를 통해 지역주민의 복지거점으로 활용하고 있음
- 기존의 보건소와 체육관의 틀을 벗어나 예방과 치료, 재활의 교육기능을 통합한 원스톱서비스가 가능한 체력증진 거점시설로 활용되고 있음

(5) 세부추진방안

Ⅵ 아산국민건강센터 조성

- 아산 이순신체육관, 빙상장, 수영장을 중심으로 아산 국민건강센터를 조성하여 개인별 스포츠 검진을 통한 운동 방법 등을 제시해주는 종합적인 건강센터로의 역할을 수행함
 - 스포츠 검진이란 체격 등 신체발달 및 근력, 근지구력, 순발력, 유연성, 심폐지구력 등 개인별 스포츠적성 정밀검사를 통해 운동능력을 과학적으로 진단하고 일반인에게는 효과적으로 운동할 수 있는 맞춤 운동정보를 제공하고, 전문운동선수에게는 운동종목에 따른 정밀검사를 통하여 경기력을 극대화하고 상해를 예방할 수 있는 과학적 자료를 제공하는 특화된 검진프로그램임
- 실내체육관의 헬스교실을 활용해 스포츠검진 프로그램을 운영하고 헬스, 스포츠댄스, 에어로빅 등 문화중심의 센터를 운영하며, 아쿠아로빅, 실내수영장 운영을 통해 시민의 건강관리의 메카로 활용함
- (재)국민체력센터와의 네트워크 구축을 통해 전국순회운동처방서비스사업을 아산시에 도입하여 활용할 수 있도록 함
- 또한 건립 예정인 장애인 체육센터와 연계하여 시민과 장애인들이 함께 이용할 수 있는 다목적 체육시설로 활용함

Ⅶ 다목적 여가공간

- 이순신 종합경기장 주변의 온양온천체육공원은 자전거와 인라인 등 시민들이 즐겨 이용할 수 있는 레저스포츠가 가능한 형태의 공원으로 조성함
- 전국체전 이후에는 지역주민이 사용할 수 있는 시설로 전환하는데 프레스룸, 시·도단체실 등 유휴공간은 헬스, 요가 및 문화교육강좌 등으로 활용함
- 또한 실내체육관 등을 중심으로 마을 주민들의 체육대회나 집회장소로 이용할 수 있도록 모델을 제시함

(6) 집행계획

Ⅷ 투자계획

- 아산시 국민건강센터 조성의 경우 아산시민의 건강 증진을 목적으로 보건소와 연계하여 1개소를 신규 조성하는 것을 주요 사업으로 운동검진시설과 장애인 체육시설을 조성하는 것으로 1,000백만원이 소요될 것으로 예상됨

- 운동검진시설은 체력 측정시설, 운동시설, 교육 강좌시설 등으로 700백만원이 소요되며, 장애인 다목적 체육시설은 장애인 운동시설, 교육시설 등에 300백만원이 소요될 것으로 예상됨

【표 V-41】 아산국민건강센터 조성투자비

(단위 : 백만원)

구 분	금 액	비 고
소 계	1,000	
운동검진시설	700	• 체력 측정시설, 운동시설, 교육 강좌 시설 등
장애인 체육시설 등	300	• 장애인 운동시설, 교육시설 등

Ⅵ 재원조달계획

- 아산국민건강센터에 소요되는 재원은 아산시와 정부가 50:50으로 지원하는 것으로 진행함
- 정부에서 추진하고 있는 생활체육을 활성화와 건강복지 관련 예산을 확보할 수 있도록 하며, 아산시 보건소와 연계하여 치료와 검진시설에 투자되는 재원은 확보할 필요가 있음

제 VI 장

사업 추진 방안

1. 사업의 우선 순위

2. 투자계획

1. 사업의 우선순위 및 추진계획

1) 기본 방향

- 아산시의 마케팅 계획 및 관련 사업의 효율적 추진을 위하여 각 사업별 특성을 종합분석하고 사업의 우선순위를 선정하도록 함
- 우선순위 선정은 비전 및 목표와의 부합성, 필요성, 관광객 선호도, 관광객 유치 유발효과, 실현가능성 등을 기준으로 검토하였으며, 각 사업들이 가지고 있는 요인별 중요도에 따라 우선순위를 선정하도록 함
- 우선 앞서 제시된 전국체전 마케팅을 단계별, 사업별로 구분하여 살펴보도록 하며, 앞서 언급되었듯이 각 사업이 독자적으로 운영되기보다는 동시에 병행하여 진행된다는 전제하에 실행 가능한 사업들에 대한 우선순위 가중치를 부여하였음
- 비전 및 목표와의 부합성은 아산시 관광관련 상위 계획 등과의 부합여부를 나타내며, 관광객 선호도의 경우 문화관광연구원 연구원 결과 등을 참조하였음
- 또한 관광객 유치유발효과는 관련 전문가들의 의향을 중심으로 참조하였으며, 실현가능성은 유사사례 시사점 및 연구진 등의 판단에 의하여 작성하였음

2) 사업별 우선순위

Ⅵ 개최전 사업 우선순위

- 전국체전 개최 전 사업별 우선순위를 살펴보면 2016 전국체전 주 개최지가 아산시라는 것을 알리는 부분으로 특히, 외부에 알리는데 직접적으로 관련된 사업들로 방송 & 바이럴 연계 홍보 마케팅, 왕의 온천 이동식 족욕, 전국 축제 연계 홍보 등이 1순위 사업으로 선정되었음
- 2순위 사업으로는 온라인 캠페인, 전국체전 성공기원 행사 개최, 올림픽 스타 등 스타마케팅 사업 등으로 나타났음
- 3순위 사업으로는 녹색체전 홍보마케팅, 온궁행렬 재현, 지역민 스마일 운동 등으로 나타났음

【표 VI-1】 사업별 우선순위(사전)

구 분	비전목표 부합성	관광객 선호도	유치 유발효과	실현 가능성	우선 순위
• 방송 & 바이럴 연계 홍보 마케팅	◎	◎	◎	○	1순위
• 온라인 캠페인	◎	○	◎	○	2순위
• 녹색체전 홍보마케팅	○	△	○	○	3순위
• 왕의온천 이동식 족욕	◎	◎	◎	○	1순위
• 전국 축제 연계 홍보	◎	◎	○	◎	1순위
• 온궁행렬 재현	◎	◎	○	△	3순위
• 성공기원 행사 개최	◎	◎	○	○	2순위
• 올림픽스타 등 스타 마케팅	○	◎	○	◎	2순위
• 지역민 스마일운동	○	○	△	◎	3순위

◎ : 높음, ○ : 중간, △ 보통

Ⅱ 개최 중 사업 우선 순위

- 전국체전 개최 중 사업의 경우 자원의 경쟁력 확보차원의 사업이 1순위 사업으로 선정되었음. 전국체전 참가선수단 가족마케팅, 온궁열차, 전국체전 공식 지역업체 쿠폰제, 건강식 인증식당 지정, 고향사랑 서포터즈 등이 가장 중요하게 여겨지는 사업으로 나타났음

【표 VI-2】 사업별 우선순위(개최 중)

구 분	비전목표 부합성	관광객 선호도	유치 유발효과	실현 가능성	우선 순위
• 전국체전 참가선수단 가족마케팅	◎	◎	◎	○	1순위
• 왕의 온천 족욕거리 조성	◎	◎	○	○	2순위
• 온궁열차	◎	○	◎	◎	1순위
• 리마인드 웨딩트레인	◎	◎	○	◎	1순위
• 지역축제 및 행사 연계 개최	○	◎	◎	○	2순위
• 물활용 전국체전 번외게임	○	○	○	◎	3순위
• 물수제비대회	○	○	○	◎	3순위
• 향토기업 홍보부스 조성	○	○	◎	○	3순위
• 온천뷰티 및 온천의료상품 판매전	◎	○	○	◎	2순위
• 가상 스포츠 체험관 운영	○	○	△	◎	3순위
• 전국체전 공식 지역업체 쿠폰제	◎	○	◎	◎	1순위
• 온천여권 스탬프앨리	○	○	◎	◎	2순위
• 힐링 코미디페스티벌	◎	◎	○	○	2순위
• 국내외 교류도시 초청전	◎	◎	○	○	2순위
• 아산시 로컬푸드 한마당	○	○	◎	◎	2순위
• 건강식 인증식당 지정	◎	◎	○	◎	1순위
• 고향사랑 서포터즈	○	◎	◎	◎	1순위

◎ : 높음, ○ : 중간, △ 보통

- 2순위 사업으로는 왕의 온천 족욕거리 조성, 아산시 지역축제 연계 개최, 온천 뷰터 및 온천의료상품 판매전, 온천여권 스탬프 랠리, 힐링코미디페스티벌, 국내외 교류도시 초청전, 아산시 로컬푸드 한마당 등으로 나타났음
- 3순위 사업으로는 물 활용 전국체전 번외 게임, 물수제비 대회, 향토기업 홍보 부스 조성, 가상 스포츠 체험관 운영 등의 사업으로 나타남

Ⅱ 개최 후 사업 우선순위

- 전국체전 개최 후 사업별 우선순위를 살펴보면 2016 전국체전 주 개최지로서의 이미지를 지속적으로 활용하여 건강의 아산시 이미지를 나타낼 수 있는 사업으로 특히, 아산 온천을 활용한 지역 특화 사업들로 스포츠 테마탕 조성, 전국 동아리 경기 및 생활체육대회 유치, 어린이 경기 활성화 등이 1순위 사업으로 선정되었음
- 2순위 사업으로는 선수단 온천 피로회복 훈련 장소 홍보 활동, 온천의료관광 팸투어 및 홍보, 전국대회 경기 지속 유치, 아산 국민건강센터 조성 사업 등으로 나타났음

【표 Ⅵ-3】 사업별 우선순위(사후)

구 분	비전목표 부합성	관광객 선호도	유치 유발효과	실현 가능성	우선 순위
• 스포츠 테마탕 조성	◎	◎	◎	△	1순위
• 선수단 온천 피로회복 훈련 장소 홍보	◎	○	◎	○	2순위
• 온천의료관광 팸투어 및 홍보	◎	○	◎	○	2순위
• 전국 동아리경기 및 생활체육대회 유치	◎	◎	◎	○	1순위
• 유소년, 어린이 대회 활성화	◎	◎	○	◎	1순위
• 전국대회 경기 지속 유치	◎	◎	○	△	2순위
• 아산국민건강센터 조성	◎	○	△	◎	2순위

◎ : 높음, ○ : 중간, △ 보통

3) 사업별 추진계획

- 각 단계별 사업 내용과 사업의 우선순위 등을 종합하여 다음과 같은 추진계획을 제시하도록 함

【표 VI-4】 사업별 추진계획

구 분		사업별 추진계획															
		2014				2015				2016				2017년 이후			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
개최전	• 방송 & 바이럴 연계 홍보 마케팅																
	• 온라인 캠페인																
	• 녹색체전 홍보마케팅																
	• 왕의 온천 이동식 족욕																
	• 전국 축제 연계 홍보																
	• 온궁행렬 재현																
	• 전국체전 성공기원 행사 개최																
	• 올림픽 스타 등 스타마케팅																
	• 지역민 스마일 운동																
	• 전국체전 참가선수단 가족마케팅																
개최중	• 왕의 온천 족욕거리 조성																
	• 온궁열차																
	• 리마인드 웨딩트레인																
	• 아산시 지역축제 연계 개최																
	• 물 활용 전국체전 번외 게임																
	• 물수제비 대회																
	• 향토기업 홍보부스 조성																
	• 온천뷰티 및 온천의료상품 판매전																
	• 가상 스포츠 체험관 운영																
	• 전국체전 공식 지역업체 쿠폰제																
	• 온천여권 스탬프 랠리																
	• 힐링 코미디페스티벌																
	• 국내외 교류도시 초청전																
	• 아산시 로컬푸드 한마당																
	• 건강식 인증식당 지정																
	• 고향사랑 서포터즈																
	• 스포츠 테마탕 조성																
개최후	• 선수단 온천 피로회복 훈련 장소 홍보 활동																
	• 온천의료관광 팸투어 및 홍보																
	• 전국 동아리 경기 및 생활체육대회 유치																
	• 어린이 경기 활성화																
	• 전국대회 경기 지속 유치																
	• 아산 국민건강센터 조성																

2. 투자계획

1) 재원별 투자계획

- 제시되었던 33개 사업의 경우 전국체전을 기준으로 사전, 사후에 실시되는 마케팅 사업으로 현재 지자체에서 진행되고 있는 사업 등도 포함되어 있으며 대부분 제안사업 등으로 정확한 투자계획은 사업 실시 때 확실하게 산출될 것으로 보임
- 따라서 본 투자계획에서는 투자비를 가늠할 수 있는 33개 사업에 대한 투자비를 살펴보고자 함. 33개 사업의 총 투자비는 5,510백만원이 소요될 것으로 판단되며, 개최 전 마케팅 비용은 1,270백만원이 소요되며, 개최 중 마케팅 비용이 2,490백만원, 개최 후가 1,750백만원이 소요될 것으로 판단됨
- 마케팅 사업의 특성상 아산시와 충남도가 대부분의 재원조달이 이루어져야 할 것이며, 일부 국비와 민간사업체 참여에 의한 민간 재원이 투자될 것으로 예측됨
- 재원별 투자계획은 국비가 835백만원, 지방비가 4,065백만원, 민자가 610백만원으로 나타났음
- 개최 전 재원별 투자계획은 국비가 50백만원, 지방비가 1,020백만원, 민자가 200백만원으로 나타났음

【표 VI-5】 전국체전 개최 전 재원별 투자계획(안)

(단위 : 백만원)

구 분	소계	국비	지방비	민자
• 방송 & 바이럴 연계 홍보 마케팅	70	-	70	-
• 온라인 캠페인	100	50	50	-
• 녹색체전 홍보마케팅	200	-	100	100
• 왕의온천 이동식 족욕	200	-	100	100
• 전국 축제 연계 홍보	100	-	100	-
• 온궁행렬 재현	200	-	200	-
• 성공기원 행사 개최	200	-	200	-
• 올림픽스타 등 스타 마케팅	100	-	100	-
• 지역민 스마일운동	100	-	100	-
소 계	1,270	50	1,020	200

- 개최 중 자원별 투자계획은 국비가 285백만원, 지방비가 1,970백만원, 민자가 235백만원으로 나타났다

【표 VI-6】 전국체전 개최 중 자원별 투자계획(안)

(단위 : 백만원)

구 분	소계	국비	지방비	민자
• 전국체전 참가선수단 가족마케팅	60	-	60	-
• 왕의 온천 족욕거리 조성	200	-	200	-
• 온궁열차	400	200	200	-
• 리마인드 웨딩트레인	170	85	85	-
• 지역축제 및 행사 연계 개최	100	-	100	-
• 물활용 전국체전 번외게임	170	-	170	-
• 물수제비대회	100	-	100	-
• 향토기업 홍보부스 조성	100	-	50	50
• 온천뷰티 및 온천의료상품 판매전	100	-	50	50
• 가상 스포츠 체험관 운영	100	-	100	-
• 전국체전 공식 지역업체 쿠폰제	170	-	85	85
• 온천여권 스탬프ラリー	60	-	60	-
• 힐링 코미디페스티벌	300	-	300	-
• 국내외 교류도시 초청전	200	-	200	-
• 아산시 로컬푸드 한마당	100	-	50	50
• 건강식 인증식당 지정	110	-	110	-
• 고향사랑 서포터즈	50	-	50	-
소 계	2,490	285	1,970	235

- 개최 후 자원별 투자계획은 국비가 500백만원, 지방비가 1,075백만원, 민자가 175백만원으로 나타났다

【표 VI-7】 전국체전 개최 후 자원별 투자계획(안)

(단위 : 백만원)

구 분	소계	국비	지방비	민자
• 스포츠 테마탕 조성	150	-	75	75
• 선수단 온천 피로회복 훈련 장소 홍보	100	-	100	-
• 온천의료관광 팸투어 및 홍보	100	-	100	-
• 전국 동아리경기 및 생활체육대회 유치	100	-	50	50
• 유소년, 어린이 대회 활성화	100	-	50	50
• 전국대회 경기 지속 유치	200	-	200	-
• 아산국민건강센터 조성	1,000	500	500	-
소 계	1,750	500	1,075	175

2) 연차별 투자계획

- 연차별 투자계획은 개최 전 마케팅 사업의 경우 전체 1,270백만원으로 2014년 428백만원, 2015년 842백만원으로 나타남
- 2016년 전국체전 기간 중 마케팅 사업비용은 2,490백만원이고 개최 후 비용은 1,750백만원으로 나타남

【표 VI-8】 연차별 투자계획(안)

(단위 : 백만원)

구 분		소계	2014년	2015년	2016년	2017년이후
개최 전	• 방송 & 바이럴 연계 홍보 마케팅	70	28	42	-	-
	• 온라인 캠페인	100	40	60	-	-
	• 녹색체전 홍보마케팅	200	80	120	-	-
	• 왕의온천 이동식 족욕	200	80	120	-	-
	• 전국 축제 연계 홍보	100	40	60	-	-
	• 온궁행렬 재현	200	-	200	-	-
	• 성공기원 행사 개최	200	80	120	-	-
	• 올림픽스타 등 스타 마케팅	100	40	60	-	-
	• 지역민 스마일운동	100	40	60	-	-
	소 계	1,270	428	842	-	-
개최 중	• 전국체전 참가선수단 가족마케팅	60	-	-	60	-
	• 왕의 온천 족욕거리 조성	200	-	-	200	-
	• 온궁열차	400	-	-	400	-
	• 리마인드 웨딩트레인	170	-	-	170	-
	• 지역축제 및 행사 연계 개최	100	-	-	100	-
	• 물활용 전국체전 번외게임	170	-	-	170	-
	• 물수제비대회	100	-	-	100	-
	• 향토기업 홍보부스 조성	100	-	-	100	-
	• 온천뷰티 및 온천의료상품 판매전	100	-	-	100	-
	• 가상 스포츠 체험관 운영	100	-	-	100	-
	• 전국체전 공식 지역업체 쿠폰제	170	-	-	170	-
	• 온천여권 스탬프앨리	60	-	-	60	-
	• 힐링 코미디페스티벌	300	-	-	300	-
	• 국내외 교류도시 초청전	200	-	-	200	-
	• 아산시 로컬푸드 한마당	100	-	-	100	-
	• 건강식 인증식당 지정	110	-	-	110	-
	• 고향사랑 서포터즈	50	-	-	50	-
	소 계	2,490	-	-	2,490	-
개최 후	• 스포츠 테마탕 조성	150	-	-	-	150
	• 선수단 온천 피로회복 훈련 장소 홍보	100	-	-	-	100
	• 온천의료관광 팸투어 및 홍보	100	-	-	-	100
	• 전국 동아리경기 및 생활체육대회 유치	100	-	-	-	100
	• 유소년, 어린이 대회 활성화	100	-	-	-	100
	• 전국대회 경기 지속 유치	200	-	-	-	200
	• 아산국민건강센터 조성	1,000	-	-	-	1,000
	소 계	1,750	-	-	-	1,750
합 계		5,510	428	842	2,490	1,750

부 록

1. 설문조사지

1. 설문조사지

「아산시 전국체육대회 활용 도시마케팅 및 지역 경제 활성화 방안」 연구를 위한 설문조사

안녕하십니까?

아산시에서는 2016년 전국체육대회를 활용한 도시마케팅 및 지역 경제 활성화 방안을 마련하기 위하여 의견을 수렴하고자 설문조사를 실시하고 있습니다.

본 조사는 아산시민과 방문객을 대상으로 실시하고 있으며, 전국체육대회와 연계한 아산시 도시발전 방안 마련을 위한 기초자료로 활용하고자 합니다.

본 설문조사는 계획수립을 위한 목적 외에 다른 용도로는 절대 사용하지 않을 것을 약속드립니다. 바쁘시더라도 본 설문에 협조하여 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2013. 12.

연락처 : 충남발전연구원 문화디자인연구부
김경태(041-840-1253, kimkt@cdi.re.kr)
권미정(041-840-1256, mwhs@cdi.re.kr)

◆ 전국체육대회 개최에 대한 인식부문입니다. 해당되는 항목에 ☒해 주시기 바랍니다.

1. 귀하께서는 2016년 아산시에서 전국체육대회가 개최되는 것을 알고계십니까?

- ① 알고 있다. ② 몰랐다.

1-1. 알고 계셨다면 소식이나 정보를 어디에서 얻으셨습니까?

- ① 텔레비전·라디오 ② 신문·잡지 ③ 인터넷 ④ 안내문(현수막, 간판 등)
⑤ 공공단체·교육기관 ⑥ 주변사람(동호인 포함) ⑦ 기타 ()

2. 전국체육대회의 개최가 지역의 발전에 어느 정도 기여한다고 생각하십니까?

- ① 매우 작게 기여 ② 작게 기여 ③ 보통 ④ 크게 기여 ⑤ 매우 크게 기여

3. 귀하께서는 전국체육대회 개최 시 참여 의향이 있으십니까?

- ① 있다. ② 없다.

3-1. 전국체육대회에 참여를 한다면 어떤 유형으로 참여 하시겠습니까?

- ① 직접 참가 ② 관람 ③ 자원봉사자 ④ 기타()

4. 전국체육대회 개최 시 아산에서 가장 역점을 두어야 할 분야는 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 종합훈련장 등 체육시설 기반 조성 ② 소요재정확보
③ 일자리 창출 ④ 관광객 유치 방안
⑤ 체육시설 사후 활용 ⑥ 기타()

5. 전국체전 개최에 따른 기대효과를 알아보기 위한 문항입니다. 해당번호에 (V)로 기입하여 주십시오.

구분	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 지역 체육진흥 및 역량 확대에 기여	①	②	③	④	⑤
2. 지역주민의 소득증대	①	②	③	④	⑤
3. 지역관광산업에 기여	①	②	③	④	⑤
4. 지역 경제성장에 영향을 줌	①	②	③	④	⑤
5. 지역주민 삶의 질 향상과 건강증진	①	②	③	④	⑤
6. 지역 문화예술의 발전	①	②	③	④	⑤
7. 국내외 교류 촉진	①	②	③	④	⑤
8. 고용증대효과	①	②	③	④	⑤
9. 지역민의 단합과 친목도모	①	②	③	④	⑤
10. 지역 인지도 상승	①	②	③	④	⑤
11. 지역비수기 극복	①	②	③	④	⑤
12. 스포츠 저변확대 및 스포츠시설 인프라 구축	①	②	③	④	⑤

◆ 아산시 이미지 및 마케팅과 관련한 문항입니다. 해당되는 항목에 ☑해 주시기 바랍니다.

6. 2016년 전국체육대회 개최를 통해 아산시가 얻어야 되는 이미지 무엇이라고 생각입니까?

구분	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 아산시는 혁신적이다	①	②	③	④	⑤
2. 아산시는 국제적이다	①	②	③	④	⑤
3. 아산시는 미래지향적이다	①	②	③	④	⑤
4. 아산시는 창의적이다	①	②	③	④	⑤
5. 아산시는 전통적이다	①	②	③	④	⑤
6. 아산시는 믿을 수 있다	①	②	③	④	⑤
7. 아산시는 건강하다	①	②	③	④	⑤
8. 아산시는 정직하다	①	②	③	④	⑤
9. 아산시는 발전적이다	①	②	③	④	⑤
10. 아산시는 독특하다	①	②	③	④	⑤
11. 아산시는 생동감이 있다	①	②	③	④	⑤
12. 아산시는 매력적이다	①	②	③	④	⑤
13. 아산시는 여유롭다	①	②	③	④	⑤
14. 아산시는 현대적이다	①	②	③	④	⑤
15. 기타()	①	②	③	④	⑤

7. 2016년 전국체육대회를 연계하여 아산시를 홍보하고 마케팅하는데 가장 적합한 자원은 무엇이라고 생각하십니까?
- ① 온천자원 ② 스포츠시설
③ 이순신장군 등의 역사자원 ④ 아름다운 경관 및 관광자원
⑤ 산업자원 ⑥ 기타(_____)
8. 2016 전국체전을 활용한 아산시 마케팅은 어떤 목적을 가지고 전개되어야 한다고 생각하십니까?
- ① 지역경제의 활성화 ② 지역주민의 애향심 고취 및 사회 통합
③ 지역문화 활성화를 통한 삶의 질 향상 ④ 기타(_____)
9. 2016 전국체전을 활용한 아산시 도시마케팅 전략방향이 어떤 것이어야 된다고 생각하십니까?
- ① 기존 긍정적 도시이미지를 강화해야 한다. ② 기존 부정적 도시 이미지를 전환한다.
③ 기존틀을 벗어난 새로운 이미지를 창출한다. ④ 기타(_____)
10. 2016년 전국체육대회를 활용한 아산시를 홍보하고 마케팅하는데 가장 적합한 전략은 무엇이라고 생각하십니까?

구분		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
이미지 전략	1. 지역의 현재 있는 문화와 시설의 홍보를 통해 이미 지를 높이는 전략	①	②	③	④	⑤
	2. 지역의 좋은 이미지를 높이기 위하여 광고 및 홍보 를 위해 전문 업체를 활용하는 전략	①	②	③	④	⑤
	3. 현재의 지역이미지(긍정적이미지, 약한이미지, 혼합 이미지, 상반적이미지, 과장이미지)에 따라 차별화된 이미지 홍보 전략 시행	①	②	③	④	⑤
매력 마케팅 전략	1. 느낌이 좋은 시설물, 공원 등의 매력적인 상징물을 만들어 홍보하는 전략	①	②	③	④	⑤
	2. 지역의 매력적인 시설(음식점이나 온천시설, 문화시 설)을 이용하는 전략	①	②	③	④	⑤
	3. 지역특성 및 이미지와 부합되는 축제와 행사 등의 개발로 새로운 문화상품의 창출 전략	①	②	③	④	⑤
간접 시설 마케팅 전략	1. 지역의 부족한 시설을 평균수준으로 확충하는 전략	①	②	③	④	⑤
	2. 교통, 음식점, 숙박시설 등 외부인 유입을 위한 도 시의 기초 시설 수준을 높이는 전략	①	②	③	④	⑤
	3. 교육, 환경, 문화시설 등 지역민을 위한 기본기능 시설의 수준을 높이는 전략	①	②	③	④	⑤
사람 마케팅 전략	1. 지역주민의 서비스 정신을 상품화하는 전략	①	②	③	④	⑤
	2. 방문객들에게 지역주민의 친절, 순박함 등을 제공하 는 전략	①	②	③	④	⑤
	3. 관광객과 외부인에 대한 친절한 태도함양을 위한 주 민대상 홍보 프로그램 운영	①	②	③	④	⑤

◆ 아산시 문화관광과 관련한 문항입니다. 해당되는 항목에 ☑해 주시기 바랍니다.

11. 아산시 관광부문에 대한 귀하의 의견을 알아보기 위한 것입니다.

평가항목	1점 ←-----▶ 5점				
	전혀	그렇지	않다	매우	그렇다
교통환경이 편리하다	①	②	③	④	⑤
지역 및 유명관광지 홍보가 잘되어 있다	①	②	③	④	⑤
역사, 문화재 보존 및 개발이 잘되어 있다.	①	②	③	④	⑤
호텔 및 여관 등 숙박편의시설이 잘되어 있다.	①	②	③	④	⑤
관광프로그램 개발이 잘되어 있다.	①	②	③	④	⑤
관광안내서비스가 잘되어 있다.	①	②	③	④	⑤

12. 귀하께서는 아산시의 대표적인 문화관광자원이 무엇이라고 생각하십니까?

1순위 : _____ 2순위 : _____

13. 귀하께서는 전국체육대회 개최와 관련하여 가장 적합한 관광상품은 무엇이라고 생각하십니까?

- | | |
|-----------------|----------------|
| ① 자연경관 감상 | ② 역사·문화유적 탐방 |
| ③ 전원생활체험(농어촌체험) | ④ 수목원/자연휴양림 방문 |
| ⑤ 등산·야영 | ⑥ 기타(_____) |

14. 아산시의 관광발전을 위해 우선적으로 추진해야 할 사항은 무엇입니까?

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| ① 교통시설(도로상태/안내표지판) 개선 | ② 음식점 확충 |
| ③ 숙박시설 확충 | ④ 편의시설(주차장, 화장실 등) 정비 |
| ⑤ 주민들의 서비스 개선 | ⑥ 관광홍보 활성화 |
| ⑦ 국제관광지 개발 | ⑧ 관광인력 양성 |
| ⑨ 특산품 및 기념품 개발 | ⑩ 기타(_____) |

◆ 다음은 인구통계에 대한 질문입니다. 해당되는 항목에 ☑해 주시기 바랍니다.

성 별	① 남	② 여	연 령	(세)
직 업	① 농·임·어업	② 생산직	③ 사무직	④ 자영업	⑤ 공무원
	⑥ 서비스직	⑦ 전문직	⑧ 관리직	⑨ 대학(원)생	⑩ 가정주부
학 력	① 중졸이하	② 고졸	③ 대재(전문대 포함)	④ 대졸(전문대 포함)	⑤ 대학원 이상
거 주 지	_____ 시/도		_____ 시/군		

◆ 아산시 전국체전과 관련하여 기타의견 및 건의사항이 있으시면 작성해주시기 바랍니다.

♣ 성실히 응답해 주셔서 감사합니다 ♣



참여 연구진

연구수행기관

충남발전연구원

연구책임

김 경 태 충남발전연구원 책임연구원

연구진

이 인 배 충남발전연구원 선임연구위원

이 충 훈 충남발전연구원 선임연구위원

박 철 희 충남발전연구원 연구위원

임 형 빈 충남발전연구원 책임연구원

권 미 정 충남발전연구원 연구원

신 선 하 충남발전연구원 연구원

외부연구진

김 주 호 배재대학교 이벤트개발연구소 교수

오 기 자 굿커뮤니케이션 대표

자문위원

박 근 수 배재대학교 교수


장 인 식 우송정보대학 교수

김 종 철 오감플러스 대표

조 효 진 경기대학교 교수

맹 주 완 아산문화재단 상임이사

2016년 전국체육대회를 통한 도시마케팅 및 지역경제 활성화 방안

- 인쇄 · 발행 : 2014년 6월
- 발 행 처 : 아 산 시
- 연 구 기 관 :  충남발전연구원
Chungnam Development Institute
- 인 쇄 사 : 필성인쇄

-
- 본 보고서의 판권소유는 아산시와 충남발전연구원에 있음
 - 본 보고서의 내용은 저자의 서면동의가 없이는 복제나 전제가 불가능함