

# 캠프페이지의 효율적인 활용을 위한 이용자인식 연구

## - 춘천시민과 관광객을 중심으로 -

전미리\* · 강은지\*\* · 김용근\*\*\*

\*서울시립대학교 일반대학원 조경학과 · \*\*지역활성화센터플러스 · \*\*\*서울시립대학교 조경학과

## A Study on User Perception for the Efficient Utilization of Camp Page - Focus on Chuncheon Citizen and Tourist -

Jun, Mi-Ri\* · Kang, Eun-Ji\*\* · Kim, Yong-Geun\*\*\*

\*Dept. of Landscape Architecture, Graduate School, The University of Seoul

\*\*Regional Development Division, Regional Activation Center Plus Co., Ltd.

\*\*\*Dept. of Landscape Architecture, The University of Seoul

### ABSTRACT

Camp Page, which has been located in front of Chuncheon Station for about 50 years since 1958, recently opened to the public. Chuncheon City is currently struggling to construct a park on this site due to an uncertainty of general plans and financial difficulties. Accordingly, this research conducted a cognitive survey about site usage with Camp Page users in order to clarify directions for efficient establishment of parks within the former military base.

The course of research includes analytical methods such as a survey targeting Chuncheon citizens and tourists both in the field and online, a frequency analysis of 1,360 index samples, a cross analysis and *t*-test. As a result, firstly, Chuncheon citizens recognized the image of Chuncheon as a city with a fresh, clean lakeshore whereas tourists think of it as a city for sightseeing and leisure. Hence, it was justifiable to conclude that the city should organize various programs for people to enjoy leisure activities while at the same time protecting the environment. Second, the awareness of tourists about Camp Page was relatively low and both citizens and tourists recognize that it was not sufficient enough for enjoyment of free time. The majority answered “space for culture and art and for experiencing the natural environment” when asked about the direction of space creation at Camp Page, which indicates that the site will need to be available both for cultural art and nature experiences. Lastly, it was thought that the direction of developing leisure facilities in Chuncheon city should include the improvement of worn out installations and developing chain products among programs. This research will be able to use fundamental data for the efficient utilization of the returned U.S. military camps that are constantly merging.

*Key Words: Chuncheoun City, Returned US Army Camp, Park Construction, Leisure Facilities and Programs*

---

**Corresponding author:** Yong-Geun Kim, Dept. of Landscape Architecture, The University of Seoul, Seoul 02504, Korea, Tel.: +82-2-6490-2842, E-mail: ygkim@uos.ac.kr

## 국문초록

1958년부터 약 50년간 춘천역 앞에 주둔했던 캠프페이지가 시민에게 개방되었다. 춘천시는 이 부지를 공원으로 조성할 계획이나 공원의 조성방향 및 재원 등의 문제로 사업의 추진에서부터 난항을 겪고 있다. 이에 본 연구는 캠프페이지 이용자를 대상으로 부지 활용에 대한 인식조사를 진행하여 효율적인 공원조성 방향에 기여하고자 하였다.

연구방법으로 설문 대상을 춘천시민과 관광객으로 구분하여 현장 및 온라인설문조사를 진행하였고, 1,360부의 유효 표본수를 빈도분석, 교차분석, *t*-test 등 분석방법을 활용하여 분석하였다. 그 결과 첫째, 춘천시 이미지에 대하여 춘천시민은 청정호반도시, 관광객은 관광레저도시로 인식하였다. 이에 자연을 보호하면서도 레저활동을 즐길 수 있도록 다양한 프로그램을 구성해야 할 것으로 판단된다. 둘째, 캠프페이지에 대하여 관광객의 인지도는 낮은 수준이었으며, 춘천시민과 관광객 모두 여가를 즐기기에 충분치 못한 것으로 인식하고 있었다. 캠프페이지 공간조성 방향으로는 “문화예술공간 및 자연체험공간”에 대한 응답이 많아, 문화예술과 자연체험활동을 함께 즐길 수 있는 공간으로 조성되어야 할 것으로 판단된다. 마지막으로 춘천시 여가시설 발전방향으로 노후된 시설 등의 개선과 더불어 프로그램간의 연계상품 개발이 필요할 것으로 생각된다. 이러한 연구는 지속적으로 통합되고 있는 미군반환기지의 효율적인 활용을 위한 기초자료로 활용할 수 있을 것으로 생각된다.

주제어 : 춘천시, 미군기지, 공원조성, 여가시설 및 프로그램

## 1. 서론

주한미군은 1945년 일본 해방직후부터 우리나라에 주둔한 이래 한국 전쟁을 거치면서 현재까지 60여년의 한국 주둔 역사를 이어가고 있다(Kim *et al.* 2006). 1995년 지방자치가 본격적으로 실시되면서 미군부대 주둔은 훈련소음, 환경오염, 군사보호구역 내 개발제한 등으로 인하여 지역발전의 장애요인으로 인식되고 있다(Oh, 2008).

이러한 문제점으로 주민이나 지방자치단체에서 도시 내 군부대의 이전을 요구하는 경향이 늘어나고 있고, 군 당국도 사회적 분위기를 감안하여 전략적 가치가 떨어지는 군 부지를 해체해 왔으며, 주한 미군도 기지 반환 및 이전·통합을 지속적으로 추진하고 있는 실정이다(Kim, 2004). 실제로 2001년에 체결된 LPP(Land Partnership Plan)협정과 2004년에 체결된 YRP(Yongsan Relocation Plan)협정에 따라 많은 미군기지가 반환되었다. 총 58개로 전국에 산재되어 있는 미군기지를 중부, 남부의 2개 권역 23개로 축소하는 협정계획에 따라 이전 및 반환되는 미군기지가 더욱 늘어날 것으로 예상된다.

미군 반환기지는 그간 지역사회에 크고 작은 사회·경제적인 영향을 주었던 역사적 상징물이자 지역의 중요한 자산적 가치를 지닌다. 따라서 이를 어떻게 이해하고 활용할 것인지에 대해 신중한 접근이 필요하다(Jun and Huh, 2015). 반환기지의 활용에 있어서 무엇보다 중요한 것은 지속가능한 지역발전 계획과 연계되어 장기적이고, 전략적인 관점에서 최적의 활용 방안을 모색하고, 이를 실행할 수 있는 체계를 갖추는 것이라 할 수 있다(Park, 2006).

미군 반환 기지의 하나인 캠프페이지(Camp Page)는 강원도 춘천시 소양동과 근화동에 위치하였고, 총 면적은 63만 9,300 m<sup>2</sup>로 약 21만 3천평에 달한다(Gyeonggi Research Institute, 2008). 한국전쟁 당시 춘천에 제4미사일사령부와 주한 미군군사 고문단 등이 주둔하기 시작하면서 만들어진 주둔지로 국방과 한·미간의 안보 역할에 크게 기여하였다.

춘천역은 한국전쟁이 끝난 직후 당시에는 도시의 외곽 지역으로 춘천역 주변에 위치한 캠프페이지가 도시발전에 지장을 초래하지 않았다(KRIHS, 2005). 그러나 1958년부터 50년 가까이 도시개발제한으로 인하여 춘천에서 가장 낙후한 지역 중 하나가 되었다(Lee, 2009). 더욱이 춘천시가 점차 도시화 되고, 서울근교에서 가까운 입지조건으로 외부관광객의 유입이 늘어남에 따라 춘천역 앞에 위치한 캠프페이지는 지역발전을 저해하고, 춘천의 이미지를 실추시키는 하나의 요인으로 인식되기 시작하였다.

이에 미군이 48년간 주둔했던 캠프페이지는 2005년 미군기지 폐쇄 이후 8년간의 정비를 거쳐 2013년에 개방되었고, 2016년 5월 국방부의 소유였던 부지는 춘천시 소유가 되었다. 춘천시는 캠프페이지를 시민들이 자유롭게 여가활동을 즐길 수 있는 공원으로 조성할 계획이다. 이에 부지의 효율적인 이용을 위해 내부 의견수렴 및 시민과 전문가 패널로 이루어진 토론회 등 시민공청회를 열었다. 그러나 공원조성의 방향과 더불어 부지매입비, 공원개발 및 관리비 등 재원 문제로 사업의 추진부터 난항을 겪고 있는 실정이다.

따라서 본 연구는 캠프페이지 이용자를 대상으로 캠프페이지 부지의 활용에 대한 인식조사를 진행하여 이용자의 의견을

수렴하고 공원조성의 효율적인 방향설정에 기여하고자 한다. 춘천시 서울 근교 주요 관광지로 인식되는 만큼 캠핑페이지가 공원화된다면 춘천시민뿐만 아니라, 외부 관광객의 이용도 높을 것으로 예상된다. 이에 춘천시민 및 관광객의 공원 주제 및 도입시설, 이용프로그램에 대한 인식을 비교·조사하여 캠핑페이지 공원화 계획의 구체적인 방향설정 및 발전을 위한 기초자료로 활용하고자 한다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 미군 이전부지 활용에 대한 연구동향

시대적 상황의 변화와 시민의 요구로 국내 주둔해 있던 미군 기지들이 반환됨에 따라 경제발전 저해와 환경오염 등의 문제를 낳아온 미군 이전부지 활용방안에 대한 다양한 관심과 연구들이 진행되어왔다. 미군 이전부지에 관한 연구동향을 살펴보면 첫째, 미군 이전부지 개발에 있어서 법·행정적 절차 개선에 대한 연구, 둘째, 미군 이전부지가 가지는 사회·문화적 가치를 토대로 개발방향을 제시하는 연구, 셋째, 미군 이전부지에 대한 주민들의 인식연구 등 세 가지로 구분할 수 있다.

미군 이전부지 개발을 위한 법 및 행정절차 개선에 대한 연구에서는 주로 직접적인 사례를 통하여 재원 확보 및 환경오염 개선을 통하여 지역개발 방향 제시를 중심으로 연구되었다. Mo(2011)의 연구에서는 서울시 중구에 위치한 미국동공병단(FED) 부지의 개발계획 및 재원확보 등에 대한 고려가 이루어졌다. Jeong(2006)의 연구에서는 파주시 6개 반환미군공여지를 대상으로 활용방안을 제안하기 위해 전문가 의식조사 및 반환예정지별 도입기능의 수요, 도입기능의 선정 및 기능배분 등을 분석하였다. 그 결과, 토지소유권, 재원조달방안, 환경오염 복원 등의 법적, 행정절차 개선방법을 제시하였다.

미군 이전부지의 장소적 가치에 초점을 둔 연구로는 Hwang(2006)의 연구를 들 수 있다. 경기도 평택시 미군 $\alpha$ 탄약고 사례를 중심으로 반환미군기지의 문화적 재생방안에 대하여 검토하였다. 연구자는 문헌고찰과 시민 의견조사·분석을 바탕으로 평택의 특성과 평택미군기지의 장소성을 파악하고, 반환미군기지가 가지는 근대문화유산으로서의 가치를 보전하면서도 긍정적 지역이미지를 제고할 수 있는 문화적 재생의 장소전략을 제시하였다. Lee(2009)는 용산 미군기지를 활용한 문화콘텐츠 기반의 도시마케팅에 관한 연구에서 용산 미군기지 부지가 갖는 한국사적 의미와 중요성, 세계사적인 상징성의 부각시켜야 함을 제시하였다. Lee(2008)의 연구에서는 용산 미군기지의 역사 및 부지가 지닌 잠재력, 주변과의 관계 분석을 통하여 도시와 상생방법과 더불어 주변과의 원활한 네트워크 전략에 대한 구체적인 공원설계안을 제시하였다.

미군 이전부지에 활용과 관련하여 주민들의 인식을 토대로 개발방향을 제시한 연구로는 동두천시 미군기지 이전 전·후의 경관변화에 의한 지역주민들의 지역에 관한 인식도, 지역경제관과의 관계성 등을 비교분석한 Ko(2009)의 연구가 있다. 연구결과, 동두천시는 타 지역과는 다르게 역사적 성격의 경관을 나타내고 있었으며, 이는 지역주민들에게 경제적·관념적으로 영향을 미치고 있는 것으로 나타나, 도시개발계획에 있어서 반드시 고려되어야 할 점으로 지적하였다. Kim(2010)의 연구에서도 주민인식연구를 중심으로 파주시 미군반환 공여지와 주변지역 활용방안에 대한 연구를 진행하였다. 주된 내용으로는 성공적인 개발을 위해서는 민·관 상호 의사소통을 할 수 있는 주민 참여방식의 시스템을 도입해야함을 시사했다.

미군 이전부지가 갖는 입지조건 중요성이 커짐에 따라 미군 이전부지와 관련된 다양한 연구가 이루어지고 있었다. 미군기지는 전쟁 이후 수십 년 동안 그 지역에 영향을 미쳐왔던 만큼 미군기지가 갖는 역사적 의미, 장소적 의미를 고려하여 개발계획을 세우는 노력이 필요할 것으로 생각되며, 주변과의 연계성을 가질 수 있는 계획들이 구체적으로 제시되어야 할 것이다.

### 2. 춘천의 관광 동향

캠핑페이지가 공원화된다면, 향후 춘천시를 대표할 수 있는 하나의 오픈스페이스가 될 것으로 생각된다. 이에 현재까지의 춘천시 관광현황과 기존 계획·추진되고 있는 관광정책 등을 살펴보고, 공원계획에 반영할 필요가 있다고 생각된다.

춘천은 환경적으로 수도권의 상수원 역할을 하는 등 산업을 유치하기에 많은 제약이 있다. 따라서 지역의 자연환경을 가장 효율적으로 활용하기 위한 전략으로 친환경적인 산업을 추진해왔다(Lee, 2010). 그에 따라 춘천시는 자연생태와 관련이 깊은 관광도시로 발전하였으며, 특히 천혜의 자연환경과 편리한 접근성, 지속적인 관광환경 개발로 인해 많은 관광객이 찾고 있다(Lee, 2015).

춘천시는 보유한 다양한 자원들을 바탕으로 많은 관광발전 계획과 사업들을 추진해왔다. 춘천시의 관광개발관련 계획은 크게 3단계로 나누어 살펴볼 수 있다. 먼저 1990년 문화체육부 주체로 추진된 전국관광종합개발 계획에 따라 춘천시는 춘천권의 관광거점기능을 담당하였다. 이에 관광관련 산업, 숙박, 휴양, 교통, 정보, 위락 및 인적서비스 등 관광자원 기반을 구축하였다(Jung, 2007).

두 번째로 2001년부터 2006년까지 추진되었던 제3차 강원권 관광개발계획을 통하여 춘천시는 수도권 1일 산업휴양벨트로 지정되어, 다양한 국제적인 문화·예술축제의 활성화로 국제축제도시로 육성하고, 향토문화 관광활성화, 친환경을 바탕으로 한 수변관광자원 개발을 추진하였다(Gangwondo, 2001).

마지막으로 이전까지 추진되었던 관광개발계획은 관광지로서의 기반을 조성하고, 하드웨어를 구축하는 단계였다면, 2020 강원관광발전 마스터플랜 계획에서는 소프트웨어 개발을 중심으로 하고 있다. 구체적으로 쾌적한 관광환경 구축, 과학적인 홍보·마케팅, 관광의 부가가치 창출, 관광 행정의 네트워크화 설정을 중점 추진과제로 설정하고 있다(Gangwondo, 2005).

이렇게 춘천시는 관광산업의 발전을 위하여 관광계획을 단계적으로 추진해 왔으며, 그 결과 방문객수가 지속적으로 증가하고 있는 추세이다. 춘천은 자연자원을 기반으로 레저, 문화, 축제 등 자연체험과 연계할 수 있는 관광산업이 많이 개발되어 있다. 이에 춘천의 가장 강점인 자연자원을 보호하면서 기존 관광프로그램들의 연계방안들을 잘 구축해 나간다면, 관광산업에 있어서 더욱 발전가능성이 큰 지역이라 생각된다.

### III. 연구방법

#### 1. 캠프페이지 현황

2013년 6월 8일 공식 개방된 캠프페이지는 강원도 춘천시 소양동 근화동에 위치하였으며, 부지면적은 약 63만 9300m<sup>2</sup>(21만 3천 평)로 경사도는 0.4%로 평탄한 지형이다. 캠프페이지는 크게 4부분으로 나눌 수 있으며, 비행장 및 헬기 이착륙장으로 쓰였던 A zone, 가건물로 이루어져 지취 및 정비관련 지역으로 추정되는 B zone, 미군들의 생활구역으로 추정되는 C zone, 사격훈련장이 있었던 D zone으로 구분할 수 있다(Kim, 2009).

현재는 미군부대의 잔여물인 물탱크와 격납고, 조종사 숙소가 건물중 유일하게 보존되어 꿈자람물정원, 봄내체육센터, 꿈자람센터(2018년 예정)로 활용되고 있다. 가건물이 많았던 B zone에는 현재 꿈자람 어린이공원과 장애인스포츠센터가 조성되어 있으며, C zone에는 춘천평화생태공원으로 계절별로 유채, 코스모스 등을 심어 아름다운 경관을 조성하고 있다. 가장 넓은 구역인 A zone은 현재 대부분 나지로 춘천역 앞쪽 부지는 주차장으로 활용되고 있다(Figure 1 참조).

#### 2. 설문지 구성

본 연구의 설문은 미군 이전부지와 관련된 기존 문헌(Ko, 2009, Kim, 2010, Kwon, 2016, Maeng and Cho, 2009)을 검토하여 캠프페이지에 대한 인식을 알아보고, 향후 발전방향을 설정하기 위한 설문문항으로 사용하였다. 구체적으로 캠프페이지의 이미지 및 이용현황을 알아보기 위하여 캠프페이지 인지 여부, 이미지, 이용목적, 이용빈도에 대한 설문문항을 개발하였다. 또한 캠프페이지 활용유형을 알아보기 위하여 향후 캠프페이지 발전방향, 도입 필요시설, 도입 필요프로그램에 대한 설문문항을 개발하였다(Table 1 참조).

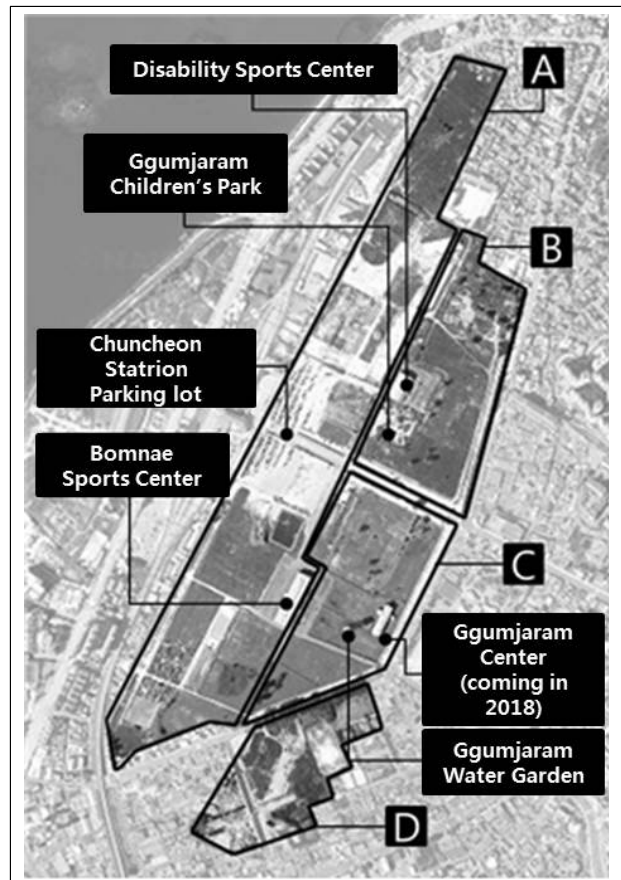


Figure 1. Status of Camp Page

이와 함께 춘천의 관광·여가에 대한 응답자의 인식을 파악하여 캠프페이지와 연계할 수 있는 방안을 알아보려 하였다. 이에 관련된 선행연구(Jung, 2007, Lee, 2005, Jun, 2014, Lee, 2015, Jeong, 2015)를 검토하여 춘천시에 대한 일반적인 사항과 춘천시 여가시설 조성방향에 대한 설문문항을 개발하였다.

구체적으로 춘천시 일반사항으로는 춘천시 이미지, 대표명소, 주로 방문하는 여가시설, 정보수집경로, 방문결정 요인으로 구성하였다. 춘천시 여가시설 조성방향에서는 춘천시 여가시설 발전방향, 춘천시 여가시설 조성방향을 묻는 설문문항을 개발하였다. 이외 응답자들의 일반적인 특성 문항도 포함하였다. 동일한 장소여도 관광객에게는 관광지, 주민에게는 여가공간이 될 수 있을 것이다. 이에 본 연구에서는 응답자가 스트레스를 해소하고, 휴식 및 새로운 체험을 할 수 있는 모든 공간 및 시설을 여가공간 및 시설로 정의하고자 한다.

#### 3. 조사 방법

본 연구는 구글을 통한 온라인조사(2015년 11월 5~14일), 읍·면·동 설문조사지 배포(2015년 10월 28일~11월 14일), 직접 설문조사(2015년 10월 31일, 11월 3일)로 조사를 실시하

Table 1. Organization of survey about local recognition

Section	Content of survey
General facts about Chuncheon City	Image of the city, landscapes, frequently visited leisure facility, method of collecting information about leisure facility, factors of deciding to visit leisure facility, direction of developing leisure facility in the city in the future.
Direction of construction leisure facilities in the city	Requests regarding construction of leisure facility in the city, intention to use chain products for tourists among landscapes.
Images and current usage of Camp Page	Recognition of Camp Page, image, purpose of the usage, frequency of the usage
Types of using Camp Page	Direction of developing Camp Page in the future, necessary facility at the site of Camp Page, necessary program at Camp Page
General information of respondents	Gender, age, job, academic background

였다. 온라인 조사를 통해 외부 관광객 대상으로 300부, 읍(1)·면(9)·동(17)의 사무소, 주민자치센터에 각 30부씩 배포하여 모두 회수하였다. 또한 춘천시내 교통중심지(춘천역, 남춘천역), 관광지(남이섬, 소양강댐, 캠페이지)를 선정하여 직접 설문조사를 시행하였다. 분석은 빈도분석, 기술통계분석, 교차분석, t-test 등의 분석을 활용하였다(Table 2 참조).

## IV. 연구 결과 및 고찰

### 1. 응답자 특성

설문응답자 총 1,360명 중 춘천시 주민이 55.3%(752명), 관광객이 44.7%(608명)로 춘천시 내에서 설문조사가 이루어진 만큼 춘천시민의 응답률이 다소 높게 나타났다. 성별 비율은 남자가 52.1%(707명), 여자가 47.9%(649명)로 비슷한 비율로 조사되었으며, 연령대는 비교적 고르게 분포하고 있어, 다양한

Table 2. Survey details and schedule

Classification	Details	
Data collection method	Self-administered user survey 1:1 interview, Online survey	
Survey destination	Administrative district of Chuncheon(27), Traffic hub of Chuncheon, Tourist attraction	
Surveyee	Chuncheon Citizen, Tourist	
Number of valid samples	1,360 copies (Chuncheon Citizen- 752 copies, Tourist- 608 copies)	
Survey period	Field survey	2015. 10. 31(sat), 11. 3(tue)
	Community service center	2015. 10. 28(wed)~11.14(sat)
	Online survey	2015. 11. 5(thu)~11. 14(sat)

계층의 의견을 수렴할 수 있을 것으로 판단된다(Table 3 참조).

직업으로는 응답자들은 대체로 다양한 직업군에 속해 있다고 생각된다. 춘천시 주민의 경우, 주민 설문조사가 각 읍면동 주민센터에서 이루어진 만큼 공무원의 비율이 다소 높은 것으로 생각되며, 그 외에 직업군에 대해서는 비교적 고르게 분포하고 있었다. 관광객은 20대 연령층의 비율이 높았던 만큼 학생의 비율이 높게 조사된 것으로 생각된다. 학력은 대학교 졸업 이상의 고학력자가 대체로 많은 것으로 조사되었다.

### 2. 춘천시 이미지 및 여가시설 이용현황

춘천시 이미지에 대하여 청정·호반도시와 관광·레저도시라는 응답이 각각 36.6%(496명), 34.4%(467명)로 높게 나타났으며, 춘천시민과 관광객 간의 춘천시 이미지에 대한 분포도는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다(Table 4 참조).

춘천시민의 43.5%(326명)가 춘천을 청정·호반도시라고 응답하였고, 관광객의 40.6%(247명)가 관광·레저도시라는 응답하였다. 이에 춘천시민은 춘천을 깨끗한 호수의 이미지로 인식

Table 3. Demographical characteristics

Classification	Cpmtents	Frequency(%)		
		Citizen	Tourist	Total
Differentiating respondents		752(55.3)	608( 44.7)	1,360(100.0)
Gender	Men	410(54.7)	297( 49.0)	707( 52.1)
	Women	340(45.3)	309( 51.0)	649( 47.9)
Sum		750(100.0)	606(100.0)	1,356(100.0)
Age	Teenager	10( 1.3)	14( 2.3)	24( 1.8)
	Twenties	98(1 3.1)	255( 41.9)	353( 26.0)
	Trigenerian	150( 20.0)	110( 18.1)	260( 19.2)
	Forty	251( 33.5)	120( 19.7)	371( 27.3)
	Fifty	148( 19.8)	86( 14.1)	234( 17.2)
	Sicity or more	92( 12.3)	23( 3.8)	115( 8.5)
Sum		749(100.0)	608(100.0)	1,357(100.0)
Occupation	Independent business	63( 8.5)	55( 9.2)	118( 8.8)
	Public official	178( 24.0)	31( 5.2)	209( 15.6)
	Employee	101( 13.6)	146( 24.3)	247( 18.4)
	Student	45( 6.1)	176( 29.3)	221( 16.5)
	Housewife	140( 18.8)	83( 13.8)	223( 16.6)
	Agriculture fishing industry	27( 3.6)	4( 0.7)	31( 2.3)
	Service industry	37( 5.0)	18( 3.0)	55( 4.1)
	Profession	63( 8.5)	58( 9.7)	121( 9.0)
	Inoccupation	34( 4.6)	19( 3.2)	53( 3.9)
	Etc	55( 7.4)	10( 1.7)	65( 4.8)
Sum		743(100.0)	600(100.0)	1,343(100.0)

(Table 3. Continued)

Academic background	Elementary school	15( 2.0)	1( 0.2)	16( 1.2)
	Middle school	33( 4.5)	18( 3.0)	49( 3.7)
	High school	260( 35.1)	226( 37.8)	486( 36.4)
	University	379( 51.1)	289( 48.3)	668( 50.0)
	Graduate school	51( 6.9)	62( 10.4)	113( 8.5)
	Etc	3( 0.4)	2( 0.3)	5( 0.4)
Sum		741(100.0)	598(100.0)	1,339(100.0)

Table 4. Chuncheon city image

Classification	Frequency(%)		
	Citizen	Tourist	Total
Tourism and leisure city	220(29.3)	247(40.6)	467(34.4)
Clean and lakeside city	326(43.5)	170(28.0)	496(36.6)
Ecology and resort city	46( 6.1)	26( 4.3)	72( 5.3)
Cultured and art city	53( 7.1)	27( 4.4)	80( 5.9)
Administrative and educational city	32( 4.3)	20( 3.3)	52( 3.8)
High-tech and knowledge industrial city	11( 1.5)	10( 1.6)	21( 1.5)
Historical and cultural city	3( 0.4)	13( 2.1)	16( 1.2)
Experiential city	56( 7.5)	93(15.4)	149(11.0)
Etc	2( 0.3)	2( 0.3)	4( 0.3)
Sum	749(100.0)	608(100.0)	1,357(100.0)

$\chi^2=68.980$ ,  $p=0.000$ ,  $df=8$ ,  $N=1,357$

하고, 관광객은 관광과 레저를 즐길 수 있는 관광의 도시로 인식하는 것으로 판단된다.

### 1) 춘천시 대표 명소

춘천시 대표 명소를 알아보기 위하여 응답자들에게 다양한 춘천의 명소들 중 중복응답으로 3가지를 선택할 수 있도록 하였다. 그 결과, 춘천시의 대표명소로 남이섬 22.3%(798명), 소양강댐 22.0% (789명), 공지천 10.7%(384명)로 응답하였다 (Table 5 참조).

춘천시민은 소양강댐 23.8%(482명), 남이섬 19.3%(392명), 공지천 13.5%(273명), 청평사 7.6%(154명), 구봉산 5.2%(105명), 삼악산 5.0%(101명) 등의 순으로 대표명소를 인식하고 있었다. 이는 춘천을 청정·호반도시의 이미지로 인식하는 만큼 자연자원을 춘천시의 대표 명소로 생각하고 있는 것으로 판단된다. 반면, 관광객의 경우에는 남이섬 26.3%(406명), 소양강댐 19.8%(307명), 강촌레일바이크 10.9%(169명), 공지천 7.2%(111명), 제이드가든수목원 5.4%(84명)의 순으로 응답하여 춘천을 레저나 관광을 즐길 수 있는 관광자원을 춘천의 대표 명소로 생각하고 있는 것으로 판단된다.

Table 5. Tourist attraction of Chuncheon(duplicate response)

Classification	Frequency(%)		
	Citizen	Tourist	Total
Gubongsan	105( 5.2)	32( 2.0)	137( 3.8)
Samaksan	101( 5.0)	47( 3.0)	147( 4.1)
Gongjicheon	273(13.5)	111( 7.2)	384(10.7)
Gugokpokpo	93( 4.8)	49( 3.2)	142( 4.0)
Namiseom	392(19.3)	406(26.3)	798(22.3)
Soyang River Dam	482(23.7)	307(19.8)	789(22.0)
Chuncheon Forest Recreational Forests	15( 0.7)	43( 2.8)	58( 1.6)
Makguksu Museum	15( 0.7)	30( 1.9)	45( 1.3)
Jung-do	88( 4.3)	48( 3.1)	136( 3.8)
Historic site of Uiam Ryuinseok	14( 0.7)	12( 0.8)	26( 0.7)
Cheongpyeongsa	154( 7.6)	71( 4.6)	225( 6.3)
Gangwon Provincial Arboretum	13( 0.6)	19( 1.2)	32( 0.9)
Chuncheon Puppet Theater	26( 1.3)	17( 1.1)	43( 1.2)
Jade Garden	27( 1.3)	84( 5.4)	111( 3.1)
Yongwasan Recreational Forests	5( 0.3)	15( 1.0)	20( 0.6)
Jibdarigol Recreational Forests	41( 2.0)	10( 0.7)	51( 1.4)
Kim You Jeong House of Literature	89( 4.4)	64( 4.2)	153( 4.3)
Kangchon railbike	88( 4.3)	169(10.9)	257( 7.4)
Etc	7( 0.3)	12( 0.8)	19( 0.5)
Total(N)	752(100.0)	608(100.0)	1,360(100.0)

### 2) 주로 방문하는 춘천시 여가시설

춘천시민과 관광객 간의 주로 방문하는 여가시설에 대하여 춘천시민과 관광객 모두 공원과 휴양시설에 대한 이용빈도가 가장 높은 것으로 조사되었으나, 공원과 휴양시설을 제외하면 춘천시민은 수변공간, 관광객은 관광·산업시설의 이용빈도가 높은 것으로 조사되었다. 이는 춘천시민은 일상에서의 휴식을 취할 수 있는 장소를, 관광객은 춘천에만 있는 여가시설을 더 선호하고 있기 때문인 것으로 생각된다(Table 6 참조).

### 3) 춘천시 여가시설에 대한 정보획득방법

정보획득방법으로 카페 및 블로그가 28.0%(380명), 홈페이지 16.0%(217명), 지인 19.3%(261명)의 순으로 높게 나타났으며, 춘천시민과 관광객간의 정보획득 방법에 대한 분포도는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다(Table 7 참조).

춘천시민과 관광객은 정보를 쉽게 공유할 수 있는 카페 및 블로그와 더불어 지인에게 다양한 정보를 얻고 있는 것을 알 수 있었다. 특히 카페 및 블로그의 이용률은 관광객이 눈에 띄

Table 6. frequently visited leisure facility

Classification	Frequency(%)		
	Citizen	Tourist	Total
Park	288(38.4)	172(28.4)	460(33.9)
Waterfront	124(16.5)	99(16.3)	223(16.4)
Recreational facilities	139(18.5)	145(23.9)	284(20.9)
Cultural and arts facilities	53( 7.1)	29( 4.8)	82( 6.0)
Tourism industrial facilities	66( 8.8)	137(22.6)	203(15.0)
Sport facilities	71( 9.5)	9( 1.5)	80( 5.9)
Etc	9( 1.2)	15( 2.5)	24( 1.9)
Sum	750(100.0)	606(100.0)	1,356(100.0)

$\chi^2=100.011, p=0.000, df=7, N=1,356$

Table 7. Acquisition of information about leisure facility of Chuncheon

Variable	Frequency(%)		
	Citizen	Tourist	Total
Home page	138(18.4)	79(13.0)	217(16.0)
Cafe and blog	168(22.4)	212(35.0)	380(28.0)
Information leaflet	100(13.4)	35( 5.8)	135(10.0)
Bulletin board	21( 2.8)	21( 3.5)	42( 3.1)
TV/radio	82(10.9)	75(12.4)	157(11.6)
Newspaper and magazine	27( 3.6)	17( 2.8)	44( 3.2)
Application	50( 6.7)	59( 9.7)	109( 8.0)
Acquaintance	155(20.7)	106(17.5)	261(19.3)
Etc	8( 1.1)	2( 0.3)	10( 0.7)
Sum	749(100.0)	606(100.0)	1,355(100.0)

$\chi^2=54.070, p=0.000, df=8, N=1,355$

게 높은 것을 알 수 있다. 결국 이런 정보는 먼저 방문한 이용자의 만족도가 높게 나타나야 획득할 수 있는 정보이므로, 앞으로 방문자의 만족도를 높이기 위한 다양한 프로그램과 서비스가 이루어져야 할 것으로 판단되며, 수요가 반영된 개발계획을 수립해야 할 것으로 생각된다.

4) 춘천시 여가시설 방문에 영향을 미치는 요인

응답자들은 여가시설의 위치 및 접근성을 35.6%(482명)로 춘천시 여가시설 방문에 가장 큰 요인이라 응답하였으며, 춘천시민과 관광객 간의 시설방문 영향요인에 대한 분포도는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다(Table 8 참조).

모두 가장 높게 응답한 여가시설 위치 및 접근성 외에 춘천시민은 프로그램의 다양성에 25.8%(193명), 시설의 다양성에 20.3%(152명) 순으로 중요한 요인으로 응답하였으며, 관광객은 인지도 17.8%(117명), 프로그램의 다양성 12.3%(81명) 순으로 중요하다고 응답하였다. 관광객의 경우, 인지도를 특히 중요하게 생각하고 있으므로, 특색 있는 홍보 및 마케팅 방안마

Table 8. factors of deciding to visit leisure facility

Classification	Frequency(%)		
	Citizen	Tourist	Total
Location and accessibility	255(34.1)	227(42.2)	482(35.6)
Scale	8( 1.1)	29( 4.4)	37( 2.7)
Awareness	71( 9.5)	117(17.8)	188(13.9)
Environmental and hygienic condition	65( 8.7)	74(11.3)	139(10.3)
Diversity of facilities	152(20.3)	76(11.6)	228(16.9)
Diversity of program	193(25.8)	81(12.3)	274(20.3)
Etc	3( 0.5)	2( 0.4)	5( 0.3)
Sum	747(100.0)	606(100.0)	1,353(100.0)

$\chi^2=84.724, p=0.000, df=7, N=1,353$

련이 필요할 것으로 판단된다.

5) 춘천시 여가시설 발전에 필요한 요인

춘천시 여가발전이 필요한 요인 중 가장 높은 비율응답은 다양한 프로그램 개발이었으며(춘천시민 29.3%(220명), 관광객 23.3%(141명)), 다음 순으로 춘천시민은 여가시설의 접근성이 19.3%(145명), 관광객은 주변관광지간 연계방안 모색이 19.5%(115명)로 두 집단 간 차이를 나타냈다(Table 9 참조). 그 외에도 노후된 시설 교체 및 확충 전체 응답자의 11.7%(159명)로 나타나, 새로운 여가시설과 더불어 기존 시설의 관리 또한 필요한 것으로 생각된다.

3. 춘천시 여가시설 발전방향

1) 다양한 춘천관광지 연계 상품개발 시 방문의사

춘천시에 다양한 관광지를 연계 상품이 개발될 경우, 42.6%

Table 9. Necessary factors for developing leisure facility in Chuncheon

Classification	Frequency(%)		
	Citizen	Tourist	Total
Accessibility of leisure facility	145(19.3)	115(19.0)	260(19.2)
Create enough green space	82(10.9)	54( 8.9)	136(10.0)
Change and expansion of decrepit facilities	89(11.9)	70(11.6)	159(11.7)
Development of various program	220(29.3)	141(23.3)	361(26.7)
Public relations and marketing	66( 8.8)	74(12.3)	140(10.3)
Connections among tourist spots	103(13.7)	118(19.5)	221(16.3)
Expand citizen participation	17( 2.3)	12( 2.0)	29( 2.1)
Improvement of policy and system	21( 2.8)	13( 2.2)	34( 2.5)
Etc	7( 0.9)	7( 1.2)	14( 1.0)
Sum	750(100.0)	604(100.0)	1,354(100.0)

$\chi^2=18.702, p=0.000, df=9, N=1,354$

(570명), 41.2%(551명)로 당일코스와 1박 2일 코스로 방문하겠다는 응답이 높게 조사되었다. 춘천시민과 관광객간의 방문의사에 대한 분포도는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다(Table 10 참조).

춘천시민의 경우, 당일코스가 46.3%(339명), 1박 2일 코스가 37.8%(277명), 2박 3일 코스가 10.7%(78명) 순으로 높은 비율을 나타냈으며, 관광객의 경우는 1박 2일 코스가 45.3%(274명), 당일코스가 38.2%(231명), 2박 3일 코스가 11.4%(69명) 순으로 높은 비율로 조사되었다. 따라서 두 집단 모두 당일코스, 1박 2일 코스로 머무르겠다는 의견이 가장 많이 나타났으며, 향후 캠페이지의 인근 관광지와의 연계한 상품개발은 당일 또는 1박 2일의 짧은 코스로 상품을 개발할 필요가 있다고 판단된다.

## 2) 춘천시 여가시설 조성에 바라는 점

춘천시 여가시설 조성에 바라는 점을 알아본 결과, 1위 '여가 공간의 접근성 개선' 17.7%(37명), 2위 '자연 및 생태환경 조성' 13.4%(28명), 3위 '특색 있는 관광상품 개발' 11.4%(24명), 4위 '모든 계층이 이용할 수 있는 시설 및 공간 조성' 9.5%(20명), 5위 '여가 시설 개선' 9.1%(19명) 순으로 조사되었다. 그 외에도 시민을 고려한 조성, 춘천 이미지를 반영하는 공간, 다양한 프로그램 개발, 문화예술공간 조성, 관광지 간의 연계, 요금 하향 조정, 숙박시설의 개선, 홍보 활성화, 문화유산 보존, 흥등가 정리 등의 다양한 의견이 조사되었다(Table 11 참조).

따라서 춘천시 여가시설 조성에 있어서 춘천시민과 관광객 모두 접근성을 개선하는 것이 가장 시급하게 느끼고 있었으며, 자연 및 생태 친화적인 공간, 춘천시만의 특색 있는 관광상품의 개발이 필요할 것으로 판단된다.

## 4. 캠페이지 이용현황

### 1) 캠페이지 인지 여부

Table 10. Intention to use chain products for tourists among landscapes

Classification	Frequency (%)		
	Citizen	Tourist	Total
Select none	21(46.3)	18(38.2)	39( 2.9)
One day course	339(37.8)	231(45.3)	570(42.6)
1 night and 2 days course	277(10.7)	274(11.4)	551(41.2)
2 night and 3 days course	78( 1.0)	69( 2.1)	147(11.0)
3 night and 4 days course	7( 1.4)	13( 3.0)	20( 1.5)
Etc	10( 2.9)	-	10( 0.7)
Sum	732(100.0)	605(100.0)	1,337(100.0)

$$\chi^2=21.189 \quad p=0.000, \quad df=6, \quad N=1,337$$

Table 11. Requests regarding construction of leisure facility in the city

Classification	Frequency (%)		
	Citizen	Tourist	Total
Improved accessibility	24(17.3)	13(18.6)	37(17.7)
Creating environment in nature	17(12.2)	11(15.8)	28(13.4)
Development of unique products for tourists	19(13.7)	5( 7.1)	24(11.4)
Facilities and spaces that can be used by every class of citizens	12( 8.7)	8(11.4)	20( 9.5)
Improved leisure facility	10( 7.2)	9(12.9)	19( 9.1)
Necessity of various programs	11( 7.9)	5( 7.1)	16( 7.6)
A space of reflecting the image of Chunchen city	3( 2.2)	8(11.4)	11( 5.3)
Landscapes taking people into account	10( 7.2)	-	10( 4.8)
Building spaces of cultural art	6( 4.3)	2( 2.9)	8( 3.8)
Improving accommodations	5( 3.6)	-	5( 2.4)
Connections among tourist spots	4( 2.9)	1( 1.4)	5( 2.4)
Activated promotions	3( 2.2)	2( 2.9)	5( 2.4)
Sufficient support	3( 2.2)	-	3( 1.4)
Discounted fare	1( 0.7)	3( 4.3)	4( 1.8)
Maintaining cultural heritage	1( 0.7)	1( 1.4)	2( 1.0)
Getting rid of red-light district	2( 1.4)	-	2( 1.0)
Providing opportunity to as many people as possible	1( 0.7)	-	1( 0.5)
Domestic and international benchmarking	1( 0.7)	-	1( 0.5)
Reflecting citizens' opinion	1( 0.7)	-	1( 0.5)
Minimizing damages to the environment	1( 0.7)	-	1( 0.5)
Quality of food culture	-	1( 1.4)	1( 0.5)
Joyful environment	-	1( 1.4)	1( 0.5)
Compensation for the loss to the locals	1( 0.7)	-	1( 0.5)
Improving risks of falling objects during construction	1( 0.7)	-	1( 0.5)
Establishing outlets	1( 0.7)	-	1( 0.5)
Consistent management	1( 0.7)	-	1( 0.5)
Sum	139(100.0)	70(100.0)	209(100.0)

캠페이지를 사전에 알고 있었다는 응답자가 58.7%(797명)로 모르고 있던 응답자보다 많았다. 춘천시민의 경우, 사전에 알고 있었다는 응답이 87.4%(657명)로 캠페이지에 대해 알고 있던 응답자가 매우 많았으며, 관광객의 경우, 몰랐다는 응답이 76.9%(466명)로 모르고 있던 응답자의 비율이 매우 높게 조사되었다. 따라서 관광객의 경우, 캠페이지에 대해 모르고 춘천을 방문하는 경우가 많은 것으로 판단된다(Table 12 참조).

### 2) 캠페이지 이미지

앞서 캠페이지의 인지 여부에 대해 알고 있다는 응답자를



Table 12. Awareness of Camp Page

Classification	Frequency (%)		
	Citizen	Tourist	Total
Knowingness	657(87.4)	140(23.1)	797(58.7)
Unknowingness	95(12.6)	466(76.9)	561(41.3)
Sum	752(100.0)	606(100.0)	1,358(100.0)

$\chi^2=571.629, p=0.000, df=1, N=1,358$

대상으로 캠프페이지의 이미지에 대하여 5점 리커트 척도로 조사하였다. 춘천시민과 관광객 모두 모든 항목에서 3.3 이하로, 대체적으로 낮은 평균점수를 나타냈다. 이는 캠프페이지가 환경정화를 통해 시민에게 개방되기는 하였지만, 아직 시민들이 휴식이나 여가를 즐길 수 있는 공간으로는 느끼지 못하고 있다고 생각된다. 이에 캠프페이지 공원조성을 통하여 이미지 개선이 필요할 것으로 생각된다(Table 13 참조).

3) 캠프페이지 이용경험

캠프페이지를 알고 있다고 응답한 춘천시민 및 관광객을 대상으로 캠프페이지 이용경험을 알아보았다. 방문경험이 있는 응답자가 80%(637명), 경험이 없는 응답자가 20%(159명)로 조사되었다(Table 14 참조).

춘천시민과 관광객간의 분포도에는 차이가 있었는데, 춘천시민의 경우, 방문경험이 있는 응답자가 86.1%(565명)로 방문경험이 있는 응답자가 매우 높은 비율로 나타났으며, 관광객의 경우, 방문경험이 있는 응답자가 51.4%(71명), 방문경험이 없는 응답자가 48.6%(68명)로 비슷한 비율로 나타났다. 관광객의 경우, 대부분의 응답자가 캠프페이지에 대한 사전지식이 없었던 만큼 이용경험이 매우 저조한 것으로 판단된다.

캠프페이지 방문빈도로 춘천시민의 경우, 1년에 2~3회가 52.8%(349명), 한 달에 1~2회가 19.7%(130명)로 높은 비율을

Table 13. Image of Camp Page

Classification	Mean		t-test for the identity of average	
	Citizen	Tourist	t	p
A space of cultural heritage related to US military post	2.69	2.75	-0.494	0.622
A space of nature and sights that gives sensation of fresh environment	2.90	2.95	-0.498	0.619
A park of green belt for relaxation	3.21	3.19	0.191	0.848
A space for public athletics like jogging	3.31	3.16	1.508	0.132
A space for hobby activities like weekend farm	2.92	2.88	0.431	0.667

Table 14. Experience of using Camp Page

Classification	Frequency (%)		
	Citizen	Tourist	Total
No	91(13.9)	68(48.6)	159(20.0)
First visit	33( 5.0)	31(22.1)	64( 8.1)
2~3 times a year	346(52.7)	24(17.1)	370(46.5)
1~2 time a month	130(19.8)	10( 7.2)	140(17.5)
Once a week	26( 4.0)	4( 2.9)	30( 3.8)
2~3 times a week	15( 2.3)	-	15( 1.9)
Almost daily	10( 1.5)	2( 1.4)	12( 1.5)
Etc	5( 0.8)	1( 0.7)	6( 0.7)
Sum	656(100.0)	139(100.0)	796(100.0)

$\chi^2=164.284, p=0.000, df=7, N=807$

나타냈고, 관광객의 경우, 방문경험이 없다가 49.3%(72명), 처음 방문이 21.9%(32명)로 나타나, 거주지가 춘천인 만큼 춘천시민이 캠프페이지를 더욱 잦은 빈도로 이용하고 있는 것으로 판단된다.

4) 캠프페이지 방문목적

캠프페이지 방문경험이 있는 춘천시민 및 관광객을 대상으로 캠프페이지의 방문목적에 알아본 결과, 프로그램 이용이 45.9%(293명)로 가장 높은 응답을 보였으며, 그 다음으로는 산책 및 휴식이 23.2%(48명), 조깅 및 간단한 운동이 13.9%(89명)의 순으로 조사되었다(Table 15 참조).

춘천시민과 관광객간의 방문목적에 대한 분포도는 통계적으로 유의한 차이를 보였는데, 춘천시민의 경우, 프로그램이용이 48.8%(276명)로 가장 높은 비율로 나타났으며, 산책 및 휴식이 22.1%(125명), 조깅 및 간단한 운동이 14.7%(83명) 순으로 조사되어 춘천시민들은 캠프페이지를 주로 프로그램을 이용, 산책과 휴식, 운동의 목적으로 방문하고 있는 것으로 나타

Table 15. Purpose of visiting Camp Page

Classification	Frequency (%)		
	Citizen	Tourist	Total
Walk and relaxation	125(22.1)	23(31.5)	148(23.2)
Jogging and exercise	83(14.7)	6( 8.2)	89(13.9)
Dilettante life	32( 5.7)	7( 9.6)	39( 6.1)
Meeting and confab	18( 3.2)	9(12.3)	27( 4.2)
Scenery appreciation	13( 2.3)	6( 8.2)	19( 3.0)
Field education	2( 0.4)	19( 1.4)	3( 0.5)
Program use	276(48.8)	17(23.3)	293(45.9)
Etc	16( 2.8)	4( 5.5)	20( 3.1)
Sum	565(100.0)	91(100.0)	638(100.0)

$\chi^2=38.459, p=0.000, df=7, N=638$

났다. 관광객의 경우, 산책 및 휴식이 31.5%(23명)로 가장 높은 비율로 나타났으며, 프로그램 이용이 23.3%(17명), 만남과 담소가 12.3%(9명) 순으로 조사되어 산책과 휴식, 프로그램 이용, 만남 등의 목적으로 방문하고 있는 것으로 판단된다.

#### 5) 캠프페이지 동행유형

캠프페이지 방문경험이 있는 응답자를 대상으로 캠프페이지의 동행유형을 알아본 결과, 가족과 함께 오는 응답자가 54.4%(349명), 친구/동료가 28.3%(182명)로 높은 응답률을 보였다(Table 16 참조).

춘천시민의 경우, 가족이라고 응답한 비율은 57.6%(328명)로 가장 높았고, 친구/동료가 25.8%(147명), 단체모임 및 동호회가 10.0%(57명) 순으로 조사되었으며, 관광객의 경우, 친구/동료가 47.9%(35명)로 가장 높게 나타났으며, 가족이 28.8%(21명), 혼자라고 응답한 비율이 12.3%(9명) 순으로 조사되어 춘천시민과 관광객 모두 가족, 친구 및 동료와 함께 캠프페이지를 이용하고 있는 것으로 판단된다.

### 5. 캠프페이지 발전 방향

#### 1) 캠프페이지 공간 변화방향

캠프페이지가 어떤 공간으로 변화되기 원하는지 알아본 결과, 먼저 총계로는 문화예술공간이 34.7%(470명), 자연체험공간이 22.2%(301명)로 가장 높은 응답을 보였다. 구체적으로 두 집단간 차이를 살펴보면, 춘천시민의 경우, 문화예술공간(35.4%), 복합관광공간(24.9%), 자연체험공간(18.1%), 종합체육공간(15.5%) 순으로 변화되어야 한다고 응답하였으며, 그에 비해 관광객은 문화예술공간(33.9%), 자연체험공간(27.3%), 복합관광공간(13.5%), 종합체육공간(12.5%) 순으로 나타나, 춘천시민이 선호했던 복합관광공간보다는 자연체험공간의 비율이 다소 높게 나타났다(Table 17 참조).

따라서 캠프페이지는 춘천의 이미지를 연계한 문화예술공간으로 발전시키되, 춘천시민의 경우, 쇼핑, 편익시설, 체험 등을

Table 17. Direction of changing space at Camp Page

Classification	Frequency(%)		
	Citizen	Tourist	Total
Cultural art space	264(35.4)	206(33.9)	470(34.7)
Preservation space of cultural heritage	17( 2.3)	38( 6.3)	55( 4.1)
Natural experiencing space	135(18.1)	166(27.3)	301(22.2)
Physical space	116(15.5)	76(12.5)	192(14.2)
Traditional space	15( 2.0)	36( 5.9)	51( 3.8)
Complex tourism space	186(24.9)	82(13.5)	268(19.8)
Etc	13( 1.7)	3( 0.5)	16( 1.2)
Sum	746(100.0)	607(100.0)	1,353(100.0)

$$\chi^2=68.399 \quad p=0.000, \quad df=6, \quad N=1,353$$

검비한 복합관광공간, 관광객의 경우, 자연을 즐길 수 있는 자연체험공간으로 변화되길 원하는 만큼 이에 대한 고려가 필요할 것으로 판단된다.

#### 2) 캠프페이지에 도입이 필요한 시설

캠프페이지에 도입이 필요한 시설을 알아보기 위하여 응답자들에게 다양한 시설 중 중복하여 선택할 수 있도록 하였다. 그 결과, 문화광장이 8.6%(377명), 야외공연장이 6.8%(297명), 자연체험놀이터가 6.8%(296명)의 순으로 조사되었다. 춘천시민과 관광객의 차이를 살펴보면 두 집단 간 순위의 차이가 있는 것을 알 수 있었다(Table 18 참조).

춘천시민은 1위 '문화광장' 9.6%(232명), 2위 '야외공연장' 8.9%(216명), 3위 '자연체험놀이터' 7.6%(183명), 4위 '잔디광장' 5.7%(139명) 순으로 나타났으며, 관광객은 1위 '문화광장' 7.4%(145명), 2위 '자전거코스' 6.7%(130명), 공동 3위 '자연체험놀이터', '카페' 5.9%(115명) 순으로 나타났다. 따라서 춘천시민과 관광객 모두 문화예술관련 시설의 도입이 가장 필요하다고 생각하였지만, 특히 춘천시민의 경우, 생태자연과 관련된 시설, 관광객은 레저스포츠관련 시설 도입을 더욱 원하고 있다고 판단된다.

#### 3) 캠프페이지에 도입이 필요한 프로그램

캠프페이지에 도입이 필요한 프로그램을 알아보기 위하여 응답자들에게 다양한 프로그램 중 중복하여 선택할 수 있도록 하였다. 응답자들은 '이벤트·축제 프로그램' 25.3%(669명), '생태·자연체험프로그램' 23.2%(614명), '문화·예술프로그램' 20.3%(538명)의 순으로 조사되었다. 춘천시민과 관광객의 차이를 살펴보면 두 집단간 순위의 차이가 있는 것을 알 수 있었다(Table 19 참조).

춘천시민은 캠프페이지에 가장 필요한 프로그램으로 '생태·자연체험프로그램' 23.8%(369명), '문화·예술프로그램' 23.1%

Table 16. Types of companion at Camp Page

Classification	Frequency(%)		
	Citizen	Tourist	Total
Family	328(57.6)	21(28.8)	349(54.4)
Friends/colleagues	147(25.8)	35(47.9)	182(28.3)
Group/club	57(10.0)	4( 5.5)	61( 9.5)
Couple	15( 2.6)	2( 2.7)	17( 2.6)
Alone	22( 3.9)	9(12.3)	31( 4.8)
Etc	-	2( 2.7)	2( 0.3)
Sum	569(100.0)	73(100.0)	642(100.0)

$$\chi^2=47.672 \quad p=0.000, \quad df=5, \quad N=642$$

Table 18. Necessary facility at the site of Camp Page(duplicate response)

Classification		Frequency(%)		
		Citizen	Tourist	Total
Cultural art	Symbolic sculpture	48(2.0)	42(2.2)	90(2.1)
	Lake of mirror	35(1.4)	54(2.8)	89(2.0)
	Culture square	232(9.6)	145(7.4)	377(8.6)
	Skywalk	35(1.4)	64(3.3)	99(2.3)
	Outdoor theater	216(8.9)	81(4.2)	297(6.8)
	Library	63(2.6)	30(1.5)	93(2.1)
	Art museum	58(2.4)	38(1.9)	96(2.2)
	Entrance plaza	32(1.3)	21(1.1)	53(1.2)
	Artist residence	25(1.0)	19(1.0)	44(1.0)
	Music fountain	118(4.9)	75(3.8)	193(4.4)
	Ecologic nature	Deck for natural observation	13(0.5)	19(1.0)
Place of ecological education		63(2.6)	61(3.1)	124(2.8)
Forest		97(4.0)	91(4.7)	188(4.3)
Grass square		139(5.7)	85(4.4)	224(5.1)
Lake		36(1.5)	60(3.1)	96(2.2)
Wetland		33(1.4)	49(2.5)	82(1.9)
Wild flower garden		79(3.3)	45(2.3)	124(2.8)
Botanical gared		57(2.4)	59(3.0)	116(2.7)
Pond		11(0.5)	13(0.7)	24(0.5)
Leisure sports	Playground for experience of nature	183(7.6)	115(5.9)	298(6.8)
	Physical fitness center	36(1.5)	24(1.2)	60(1.4)
	Indoor gymnasium	89(3.7)	36(1.8)	125(2.9)
	Playground	84(3.5)	28(1.4)	112(2.6)
	Paddling pool	73(3.0)	31(1.6)	104(2.4)
	Rock-climbing center	24(1.0)	28(1.4)	52(1.2)
	Trekking course	66(2.7)	87(4.5)	153(3.5)
	Bike route	57(2.4)	130(6.7)	187(4.3)
	Ice-rink	24(1.0)	22(1.1)	46(1.1)
	Bicycle rental shop	23(1.0)	34(1.7)	57(1.3)
Liberal education	American Life Experience Museum	18(0.7)	29(1.5)	47(1.1)
	Camp Page Museum	45(1.9)	41(2.1)	86(2.0)
	Traditional Norimadang	44(1.8)	31(1.6)	75(1.7)
	Traditional garden	82(3.4)	58(3.0)	140(3.2)
Commerce entertainment	Convenience store	44(1.8)	36(1.8)	80(1.7)
	Cafe	90(3.7)	115(5.9)	205(3.2)
	Restaurant	47(1.9)	53(2.7)	100(2.3)
Total(N)		751(100.0)	607(100.0)	1,358(100.0)

Table 19. Necessary program at Camp Page(duplicate response)

Classification	Frequency(%)		
	Citizen	Tourist	Total
Event and festival program	355(22.9)	259(23.6)	614(23.2)
Ecological experiential program	369(23.8)	300(27.4)	669(25.3)
History educational program	87( 5.6)	102( 9.3)	189( 7.1)
Sport and physical educational program	216(13.9)	149(13.6)	365(13.8)
Educational program	57( 3.7)	29( 2.6)	86( 3.2)
Culture and arts program	359(23.1)	179(16.3)	538(20.3)
Traditional program	100( 6.4)	75( 6.8)	175( 6.6)
Etc	8( 0.5)	3( 0.3)	11( 0.4)
Total(N)	750(100.0)	603(100.0)	1,353(100.0)

(359명), '이벤트·축제 프로그램' 22.9%(355명) 순으로 나타났으며, 관광객은 '생태·자연 프로그램' 27.4%(300명), '이벤트·축제 프로그램' 23.6%(259명), '문화·예술 프로그램' 16.3%(179명) 순으로 나타났다.

두 집단 모두 캠프페이지에 추가로 필요한 프로그램으로 '생태·자연체험 프로그램'으로 응답한 것으로 보아, 춘천의 수려한 자연환경을 체험할 수 있는 프로그램의 필요성이 반영된 것으로 생각되며, 춘천시민은 일상생활에서 쉽게 접근할 수 있는 문화·예술프로그램, 관광객은 일상적인 것보다는 이벤트·축제 프로그램의 도입을 원하고 있는 것으로 판단된다.

## V. 결론

춘천 캠프 페이지의 효과적인 활용방안을 제시하고자 춘천시민과 관광객들을 대상으로 캠프페이지 활용방향에 대한 인식조사를 수행하여 얻은 결론은 다음과 같다.

첫째, 현재 춘천시의 이미지는 춘천시민에게는 '청정호반도시', 관광객에게는 '관광레저도시'이므로, 자연환경을 보호하면서도 관광과 레저의 이미지를 유지할 수 있도록 여가시설 및 프로그램의 다양성 구축이 필요할 것으로 판단된다. 특히, 접근성, 프로그램 및 시설의 다양성이 여가시설 방문결정에 중요한 요인으로 작용하므로, 특정 시설에만 집중할 것이 아니라, 메인인 되는 곳과 주변 여가시설과의 연계를 통하여 이동거리를 짧게 분산시킨다면 접근성의 개선과 동시에 다양성도 확보할 수 있을 것으로 생각된다.

둘째, 춘천시 여가시설의 발전을 위해서는 접근성의 개선이 가장 우선시되어야 할 것으로 생각되며, 춘천의 자연환경을 보호하면서도 다양한 계층을 수용할 수 있는 시설 및 공간조성이 필요하며, 노후화된 시설의 개선도 필요할 것으로 판단된다. 특히, 춘천시민들도 춘천 관광에 관심을 나타내고 있으므로, 춘천시의 다양한 관광지를 연계한 춘천만의 특색 있는 관광 상

품의 개발을 통해 관광객뿐 아니라, 춘천시민들도 함께 즐길 수 있는 여가시설로 변화해야 할 것으로 생각된다.

셋째, 캠프페이지 발전방향으로 관광객과 춘천시민은 모두 캠프페이지가 '문화예술공간 및 자연체험공간'으로 변화되길 원하고 있으므로, 춘천의 생태적, 환경적 특성을 고려하여 문화·예술활동과 자연체험활동을 동시에 즐길 수 있는 시설 및 프로그램의 도입이 필요할 것으로 생각된다.

설문조사 결과를 바탕으로 향후 캠프페이지 발전방향을 제시하고자 한다. 춘천역 바로 앞에 위치한 캠프페이지의 입지조건은 춘천의 첫인상이자 캠프페이지의 역사적 공간으로서 상징성을 담을 수 있는 공간이 되어야 할 것으로 생각된다. 이에 현재 남아있는 물탱크, 기숙사 및 격납고와 같은 기존 캠프페이지 시설을 보존하고, 지속적으로 활용하는 노력이 필요하다.

춘천시민 및 관광객 모두 캠프페이지가 문화예술 및 자연체험 공간으로 변화하길 원하는 만큼, 공원 내 많은 시설을 도입하기보다는 캠프페이지 주변 자연환경과 잘 어울릴 수 있는 경관 및 공간설계가 필요할 것이다. 더불어 인근 소규모공원의 프로그램, 춘천에서 개최되는 다양한 축제 등과도 유기적 연계가 이루어질 수 있는 프로그램 계획이 필요하다고 생각된다.

본 연구는 캠프페이지 공원화 계획의 방향 설정 및 발전방향 제시를 위하여 캠프페이지 이용객 및 잠재 이용객을 대상으로 인식조사를 진행하였다. 이러한 연구는 캠프페이지 이전 부지의 효율적인 활용방향 설정에 기초자료로 활용할 수 있다는 데 그 의의가 있다. 그러나 캠프페이지에 국한하여 조사된 연구결과이므로, 모든 미군 이전부지에 도입할 수 없는 것에 한계점이 있다.

미군 이전부지는 오랜 시간동안 군 부지 특성상 인근지역과 단절되고 닫혀있는 지역이었다. 따라서 늘어나고 있는 미군 이전부지뿐 아니라, 이미 이전 및 활용되고 있는 부지가 주변 지역과 소통되고, 지역민에게 열려있는 공간으로 활용되기 위해서는 부지의 위치, 역사, 잠재 이용자 등에 대한 다양한 고려가 필요하며, 향후 이와 관련된 꾸준한 연구가 이루어져야 할 것으로 생각된다.

## References

- Gangwondo(1997) Basic Plan for Tourism Development of Chuncheon Region.
- Gangwondo(2001) The Third Tourism Development Plan for Gangwon Region. Research Institute for Gangwon.
- Gangwondo(2005) Tour Master Plan for Gangwondo 2020. Research Institute for Gangwon.
- Gyeonggi Research Institute(2008) A Study on the Site Planning and Utilization Plan of the Base Station in Chuncheon.
- Hwang, U. G.(2006) Models of Culture Revival Plan in US Forces Installations. Master's Thesis. Sungkonghoe University, Seoul, Korea.
- Jeong, S. H.(2015) A Study on Travel Guide Service Design. Master's Thesis. Gangwon University, Gangwondo, Korea.
- Jeong, W. M.(2006) Land Use Plan Following the Enactment of "Special Act on the Support for the Area around the Land to be returned by US Forces in Korea". Master's Thesis. Anyang University, Gyeong-gido, Korea.
- Jun, D. U. and H. Huh(2015) A study on the characteristics of the U.S. Army Returns and its application to the United States. The Journal of Korean Policy Studies 15(1): 19-49.
- Jung, J. W.(2007) Cultural Tourism Resource Development in Chuncheon. Master's Thesis. Gangwon University, Gangwondo, Korea.
- Kim, J. H.(2004) A Comparative Study on the Land Use Conversion of the Closed Military Base, Research Institute of Sciences and Arts, Chongju University, p425-450.
- Kim, G. S.(2010) A Study on the Scheme for Utilization of the Land Returned from the U.S. Armed Forces Stationed in Korea and the Area around It. Master's Thesis. Konkuk University, Seoul.
- Kim, D. S., Y. H. Choi, A. Evans and S. H. Park(2006) The conflict management and cooperation promotion between the USFK and the local community in Pyeongtaek, Policy Research, Vol. 2006, No. 6, pp. 1-143.
- OKRIHS(2005) A Study on the Site Planning and Utilization Plan of the Base Station in Chuncheon.
- Kwon, Y. T.(2016) A Study on How to Utilize Modern Structures in Estavlishing Yongsan Park. Master's Thesis. SangMyung University, Seoul, Korea.
- Ko, J. H.(2009) Geographical Study on the Relocation of th US Army Bases. Master's Thesis. Yonsei University, Seoul, Korea.
- Lee, S. G.(2009) A Study on the Change and Predictions of Urban Spatial Configuration in Chuncheon City. Ph.D. Dissertation. Kangwon National University, Kangwondo, Korea.
- Lee, G. S.(2008) A Study on the Landscape Design as Construction of Infrastructure in Urban Space. Master's Thesis. DanKook University, Gyeonggido, Korea.
- Lee, H. G.(2009) A Urban Marketing based on Cultural Content. Master's Thesis. University of Seoul, Seoul, Kroea.
- Lee, Y. H.(2015) Residents' Attitude based on Social Representation about Influence of Regional Tourism Development. Master's Thesis. Unuversuity of Seoul, Seoul, Korea.
- Lee, S. L.(2005) A Study on the Impact of Festival to Local Image as a Tourism Destination. Master's Thesis. Sejong University, Seoul, Korea.
- Lee, D. W.(2010), Study on Chuncheon City Marketion Strategy through Leisure Theme Park Creation, Master's Thesis, Gwangju University, Gwangju, Korea.
- Maeng, C. Y. and S. H. Cho(2009) A study of the analysis of citizen's awareness of the transforming of a former military site into urban park. Journal of the Korean Institute of Landscape Architecture 37(2): 62-69.
- Mo, N. J.(2011) A Study of Development Plans for USFK Returned Bases. Master's Thesis. Chung Ang University, Seoul, Korea.
- Oh, S. H(2008) A Study of Investigation on Effects of Army Troops Removal Upon the Local Community. Master's Thesis. Kyungwon University. Gyeonggido, Korea.
- Park, Y. S.(2006) Paju-Let's Take a Look at the Shade of the U.S. Military Base and Prepare for Hope. Green Korea United.
- Kim, Y. D.(2009) Design for the Relocation Site of Camp Page in Chuncheon, Master's Thesis, Seoul National University, Seoul, Korea.

Received : 08 March, 2017

Revised : 01 April, 2017 (1st)

27 April, 2017 (2nd)

Accepted : 27 April, 2017

3인익명 심사필