

적소이론을 적용한 전북 시·군 간 관광경쟁구조 분석: 전주시와 다른 지역 간 관계를 중심으로

An Analysis of Tourism Competitive Structure Among Cities and Counties in Jeonbuk Using Niche Theory: Focusing on the Relationship Between Jeonju and Other Regions

김지희 Kim Ji Hee*, 오영삼 Oh Young Sam**

Abstract

This study aims to examine the competitive and interlinked structure of regional tourism markets in Jeollabuk-do, South Korea, based on tourism output across its 14 cities and counties. To achieve this objective, the study applies niche theory to analyze niche breadth, niche overlap, and niche superiority among local governments. Tourism output is operationalized using six indicators of tourism activity: the number of domestic non-resident visitors, the number of foreign visitors, average length of stay, domestic tourism expenditure, foreign tourism expenditure, and the volume of tourism-related social media mentions. The results indicate that Iksan City and Jeonju City exhibit high levels of niche breadth and evenness, suggesting that these destinations have secured balanced tourism outputs across multiple indicators. In contrast, Jangsu County and Sunchang County show relatively narrow niche breadth, implying a strong dependence on specific tourism outputs. The niche overlap analysis reveals a high degree of overlap between Jeonju City and Iksan City, indicating that the two destinations compete for similar tourist segments within the regional tourism market. Furthermore, the niche superiority analysis demonstrates that Jeonju City holds a comparative advantage over most other regions in terms of overall tourism output. By structurally analyzing coexistence and competition within the tourism system of Jeollabuk-do, with Jeonju City as a reference point, this study provides meaningful insights into the current regional tourism landscape and contributes to the formulation of evidence-based regional tourism policies. The findings offer empirical support for the development of interregional cooperative strategies aimed at mitigating excessive competition and promoting integrated, wide-area tourism development in Jeollabuk-do.

Keywords: Jeonju City, Tourism Competition Structure, Niche Theory, Tourism Capacity, Tourism Output, Destination Choice

I. 서론

최근 지역관광은 단순 여가나 소비활동을 넘어 지역

경제를 견인하고 도시 정체성을 강화하는 핵심 산업이다. 관광산업은 지역 내 생산과 소비, 문화예술, 사회관계망을 포괄하며 도시의 지속가능성과 브랜드

* 한국지방세연구원 연구원(제1저자) | Research Associate, Dept. of Local Tax Revenue Research, Korea Institute of Local Finance | Primary Author | kjh2025@kilf.re.kr

** 국립부경대학교 사회복지학전공 교수(교신저자) | Prof., Dept. of Social Welfare, Pukyong National Univ. | Corresponding Author | oys503@pknu.ac.kr

경쟁력을 결정하는 중요한 요소다(Vellas 2011). OECD, CEC, UN and WTO(2001)는 관광이 지역경제에 미치는 영향을 직접효과, 간접효과, 유발효과로 구분했으며, 관광이 지역사회 전체의 활력을 촉진하는 매개임을 강조하였다. 특히 지방정부는 인구 감소와 지역 쇠퇴에 대응하기 위해 관광산업을 지역 발전의 핵심 축으로 삼고 지역 내 도시재생과 문화브랜딩을 추진하고 있다.

그러나 지역관광의 성장이 모든 지역에 균등한 효과를 가져오지는 않는다. 왜냐하면 지역 간 관광효과와 성장에서 격차가 발생하기 때문이다. 관광객은 한정된 시간과 비용 안에서 특정 지역을 선택하고, 선택 차이는 지역별 방문자 수, 체류시간, 소비액, 온라인 언급량 등 관광 산출에서 차이를 만든다. 특정 지역이 관광 수요를 집중 흡수하면 해당 지역은 관광성장을 확대할 수 있지만, 주변 지역은 상대적으로 관광객 유입과 소비 기회를 잃을 수 있다. 따라서 지역관광을 이해하기 위해서는 개별 도시 내 관광자원과 방문객 규모만이 아니라, 같은 관광시장(market) 안에서 다양한 지역이 어떤 관계를 형성하는지도 함께 분석할 필요가 있다. 기존 관광 연구의 흐름을 살펴보면 주로 특정 도시나 관광지 내 자원, 선택속성, 만족도, 브랜드 이미지 등을 중심으로 관광경쟁력을 설명해 왔다. 이 접근은 개별 관광지의 매력과 경쟁력 수준을 파악하는 데 유용하다. 그러나 특정한 지역 안에서 어떤 관광산출을 공유하고, 어떤 지역과 유사한 관광 구조를 보이며, 어느 영역에서 상대적 우위를 갖는지를 설명함에는 한계가 있다. 관광경쟁력을 평가할 때 단순 자원 양이나 인프라 수준만 고려하면 지역 간 상호관계와 공존 가능성을 충분히 설명하기 어렵다.

전라북도는 천혜의 자연환경과 전통문화 그리고 지역 특유의 예술자원을 바탕으로 관광산업을 발전시켜 왔다. 2024년 전북을 찾은 방문객 수는 약 9천만 명을 넘었다. 전북 관광의 중심에는 전주시가 있다. 전주시

는 한옥, 한식, 한복 등 전통문화자원을 기반으로 한국의 정체성을 보존하면서도 현대적 체험 요소를 결합해 전통과 현대가 공존하는 전북을 대표하는 관광 거점도시로 성장하였다. 전주한옥마을은 2024년 기준 연간 1,500만 명 이상이 방문하는 국내 대표 관광지로 성장했다(서울신문 2024). 전주시는 전북 관광에서 중심지로 기능하고 있으며, 방문자 수와 관광소비, 온라인 인지도 등 여러 측면에서 높은 관광성적을 보인다.

전북 관광에서 전주시 관광 성장을 두 가지 상반된 관점으로 볼 수 있다. 하나는 관광객 독점이다. 한 지역의 성장은 다른 지역의 관광 성장을 저하할 가능성을 내포한다. 전주를 넘어 전북 관광 전체의 균형발전 혹은 동반 성장을 고려할 때, 한 지역으로만 관광 자원과 관심이 집중되는 현상은 지역 내 불균형을 초래할 수 있다. 실제 전북 내 관광객 분포를 살펴보면, 2025년을 기준으로 전북 방문객의 80% 이상은 전주를 방문했다(한국관광데이터랩 2026). 다른 하나는 관광 산출의 확산 가능성이다. 기존 연구에서도 지적하였듯 관광지 간 확산과 연계는 국내외를 불문하고 일어난다(Yang, Fik and Zhang 2017). 즉, 한 관광지의 발전과 성장은 인근 혹은 유사 지역의 관광 발전으로 이어질 가능성이 크다. 이 관점에서 볼 때, 관광지로서 전주시의 성장은 인접한 지역의 발전을 유도할 가능성이 크며, 다양한 관광 산출(예: 관광객)을 공유할 가능성도 함께 증가시킨다. 특정 관광지의 관광 발전과 확대는 지역 내 다른 관광지의 발전과 확대로 이어질 수 있다(Kim, Liu, Stienmetz and Chen 2022). 하지만, 동반 성장은 동시에 강한 경쟁도 내포한다. 따라서 지역 내 관광지 간 관계를 세밀하게 분석할 필요가 있다. 지역 간 경쟁이나 확산, 우위 수준, 자원 활용에 범위 등 다양한 결과를 분석하고 해석하는 작업이 필요하다.

이상의 필요성에 기반하여 본 연구는 적소이론(niche theory)을 적용하여 전북 14개 시·군 간 관광

경쟁구조를 분석하였다. 적소이론은 생태학에서 개체와 자원 간 상호작용을 통해 경쟁과 공존 구조를 설명하는 이론이다(Dimmick, Patterson and Albarran 1992; Pianka 1973). 개체가 제한된 자원을 어떻게 활용하고, 다른 개체와 어떤 경쟁관계를 형성하는지를 설명하기 위해 발전하였다. 관광 분야에 이론을 적용하면 각 지역을 한 관광 주체로, 방문자 수, 체류시간, 관광소비액, SNS언급량 등을 관광산출 자원으로 볼 수 있다. 이 관계는 주로 적소폭, 적소중복, 적소우위를 통해 분석한다. 특히 적소 중복과 적소 우위는 지역 간 관광산출 구조 간 유사성과 상대 우위를 비교할 수 있기에 경쟁구조를 분석함에 유용한 지표다.

II. 선행연구

1. 관광지 선택속성과 관광산출 간 관계

1) 관광지 선택속성의 개념과 관광산출과 연계

관광지 선택속성은 관광객이 관광 의사결정 과정에서 목적지(관광지)를 선택할 때 고려하는 요인을 의미한다(Mayo and Jarvis 1981). 관광활동은 욕구 충족을 위한 과정이며 선택 과정에서 관광지가 가진 매력적 속성과 관광객의 심리적 평가가 반영된다(김주진, 신우진 2020). 즉, 관광지 선택속성은 관광지의 객관적 특성뿐 아니라 관광객이 그 속성을 어떻게 인식하고 지각하느냐에 의해 결정되는 주관적 가치평가의 결과라 할 수 있다. 따라서 관광지 선택속성은 물리·사회·심리적 요인이 결합한 다차원적 개념이다.

국내 연구에서 관광지 선택속성은 연구대상지의 특성과 연구 목적에 따라 다양하게 분류해 왔다(〈표 1〉 참조). 선행연구는 관광지 선택속성을 물리·문화·사회·경제 속성으로 구분했다. 물리적 속성은 접근성, 편의성, 시설 수준, 청결성 등을 포함하며, 문화적 속성은 지역의 역사, 전통, 문화자원, 예술적 정체성

등을 포함한다. 사회적 속성은 주민 친절성, 환대성, 서비스 태도 등 관광객이 지역사회와 상호작용 속에서 경험하는 요인을 의미하며, 경제적 속성은 관광비용의 적정성, 가격 대비 가치, 비용 효율성 등을 포함한다. 기존 연구는 이러한 선택속성이 관광객 만족, 재방문의도, 추천의도 등에 영향을 미친다고 설명해 왔다(김주진, 신우진 2020; 김희정, 김시중 2012; 전기흥, 이종관, 김남기 2014; 이정원 2023).

관광지 선택속성이 관광지를 선택하는 원인이라면 관광산출은 속성이 현실에서 발현한 결과로 볼 수 있다. 관광객은 접근성, 문화자원, 비용, 감성적 만족, 정보 접근성 등을 바탕으로 관광지를 선택한다. 그 선택은 방문자 수, 체류시간, 관광소비액, SNS언급량과 같은 산출지표로 집계된다. 따라서 관광산출은 단순한 결과지표가 아니다. 관광산출은 관광객의 선택과 경험이 지역 수준에서 축적된 결과다. 예를 들어, 방문자 수는 지역 관광수요에 대한 규모를 보여준다. 체류시간은 관광객이 해당 지역에 머무르는 정도와 체류형 관광 가능성을 의미하며, 관광소비액은 관광활동이 지역경제에 미치는 직접적 성과를 보여준다. SNS언급량은 관광지에 대한 온라인 관심과 디지털 인지도를 반영한다. 이들 지표는 관광객의 선택과 경험이 지역 단위에서 집계된 결과이기에 지역 간 관광경쟁구조를 분석하는 기초자료로 활용할 수 있다.

한편, 인구사회학적 요인은 관광객 개인의 특성에 따라 관광지 선택기준이 달라질 수 있음을 보여준다. 연령, 성별, 소득, 학력에 따라 관광객은 체험, 트렌드, 안정성, 접근성, 문화체험, 비용 효율성 등을 서로 다르게 중시한다. 이 차이는 관광객이 어떤 지역을 선택하고, 얼마나 오래 머무르며, 얼마를 소비하고, 어떤 방식으로 관광경험을 공유하는지에 영향을 줄 수 있다. 예를 들어 MZ세대가 체험과 트렌드를 중시한다면, 체험형 콘텐츠와 디지털 확산력이 높은 지역은 SNS언급량이나 방문자 수 증가와 연결될 가능성이 크다.

표 1 관광지 선택속성과 관광산출 간 관계

선행연구	관광지 선택속성	주요내용	관광산출과 연결
김주진, 신우진 (2020)	물리적 요인	접근성, 편의성, 시설 수준, 환경 청결 등	• 접근성과 편의성이 높을수록 방문자 수와 체류시간 증가와 연결
김희정, 김시중(2012); 전기훈, 이종관, 김남기(2014)	문화적 요인	역사·전통, 문화자원, 예술적 정체성	• 문화자원의 매력은 방문자 수, SNS언급량 증가와 연결
전기훈, 이종관, 김남기(2014)	사회적 요인	주민 친절성, 공동체 현대성, 서비스 태도	• 지역 주민과의 긍정적 상호작용은 관광 만족과 경험 공유를 높여 SNS언급량과 외지인 방문자 수와 연결됨
이정원(2023)	경제적 요인	관광비용, 가격 대비 가치, 효율성	• 비용 만족도와 가격 대비 가치는 관광객의 소비 규모와 체류 선택에 영향을 줄 수 있으므로 내국인 관광소비액, 외국인 관광소비액과 연결
이정원(2023)	감성·디지털 요인	감성적 가치, 정보 접근성	• 경험 중심 관광으로 변화하며 감성적 만족과 디지털 정보 탐색 중요도가 높아짐에 따라 SNS언급량과 연결
Pasaco-González, Campon-Cerro, Moreno-Lobato and Sanchez-Vargas(2023); 김우정(2022); 류인평, 최인경(2014)	인구사회학적 요인 ¹⁾	[연령별 차이] MZ세대: 체험·트렌드 중시 중장년층: 안정성·접근성 중시 [성별 차이] 여성: 미적 가치·문화체험·안전성 중시 남성: 교통·비용·접근성 중시 [소득·학력 차이] 고소득·고학력층: 문화 체험·서비스 품질 중시 저소득층: 비용 효율·대중교통 접근성 중시	• 연령, 성별, 소득, 학력에 따른 선택기준의 차이는 방문 지역, 체류 방식, 소비 수준, 관광경험 공유 방식에 영향. • 체험과 트렌드를 중시하는 집단은 SNS언급량 및 방문자 수 증가와 연결 • 안정성·접근성을 중시하는 집단은 체류시간 및 재방문 수요와 관련됨

중장년층이 안정성과 접근성을 중시한다면, 교통 접근성이 좋고 관광환경이 우수한 지역은 체류시간이나 재방문 수요와 관련될 수 있다. 다만 본 연구는 개별 관광객의 인구사회학적 특성을 직접 측정하거나 분석하지 않는다. 본 연구는 인구사회학적 요인을 관광지 선택속성을 설명하는 선행연구 내 맥락으로 검토한다. 실제 분석에서는 이 선택요인이 지역 단위에서 집계된 결과, 즉 방문자 수, 체류시간, 관광소비액, SNS언급량과 같은 관광산출로 어떻게 드러나는지에 주목한다. 따라서 인구사회학적 요인은 본 연구의 직접 분석변수가 아니라, 관광객 선택이 관광산출로 전환되는 과정을 이해하는 배경요인으로 고려한다.

2. 전라북도 관광산출과 전주시 관광 현황

2024년을 기준으로 전북을 찾는 관광객의 평균 체류시간은 2,784분(약 46.4시간)으로 나타났다. 이는 광역지자체 평균 2,374분보다 410분 더 길다. 이 시간은 전국 17개 시도에서 3위에 해당하는 수치로 전북 관광이 당일 관광을 넘어 체류형 관광지로 자리 잡고 있음을 시사한다. 전북 관광객(외부인)의 방문 요인을 살펴보면 음식(43.7%), 기타 관광²⁾(13%), 숙박(11.8%), 문화관광(10.6%)으로 나타났다. 숙박 기간별 방문자 비율은 1박(64.2%), 2박(19.9%), 3박(6%), 4박(2.9%), 5박(1.7%), 6박(1%), 7박 이상(4.3%)으로

1) 본 연구는 개별 관광객 수준의 선택요인을 직접 분석하기보다, 지역 단위에서 집계된 관광산출 구조에 따른 경쟁관계를 분석하는 데 초점을 둬. 이에 따라 인구사회학적 요인은 관광지 선택속성을 파악하기 위해 선행연구를 정리하였으며 인구사회학 요인을 직접적 관광산출요인으로 설정하지 않았음.

2) 기타관광: 공항, 공항터미널, 관광명소기타, 관광안내소, 기차역, 데이터코스, 데이트코스 기타, 드라이브 코스, 버스터미널, 선박터미널, 선착장.

나타났으며, 방문자 주 연령대는 50대(19.5%)가 가장 많았고 다음으로 20대(18.8%), 30대(16%), 40대(15.8%) 순이었다(한국관광데이터랩 2025a).

전주시는 전북을 대표하는 관광지다. 전북 관광객 대부분은 전주를 방문하거나 거친다. 전주시는 전북을 대표하는 관광거점 도시이자 대한민국 대표 문화도시로 성장하였다. 전주시는 전통과 문화를 도시브랜드로 구축했다. 조선시대 한옥, 한식, 한복을 현대적으로 재해석하였고 전주의 대표 관광상품인 전주한옥마을은 내국인은 물론 세계인이 찾는 문화 관광도시다. 전주시는 관광도시로서 지속해서 성장세를 보였다.

한국관광공사³⁾에 따르면, 2024년 전주시 방문객 수는 약 8,120만 명이며 전년 대비 3.7%(약 298만 명) 증가했다(한국관광데이터랩 2025b). 2024년 전북을 찾은 방문객 수가 9,864만 명임을 고려할 때 전주시는 전북 관광객의 약 82.3%를 차지했다(표 2) 참조). 전주시 다음으로 관광객이 방문하는 전북의 기초자치단체는 군산시, 익산시, 완주군으로 나타났다. 2024년을 기준으로 전주시 관광객은 2위 군산시의 약 3배 이상을 보였다. 이 차이는 전주시가 전북 관광산출 구조에서 핵심 거점으로 기능하고 있음을 보여준

다. 그러나 전주시의 많은 방문객은 전북 관광 내 중심성이 전주시에 집중해 있음을 의미하는 동시에, 전북 내 관광수요가 특정 지역에 편중해 있을 가능성도 시사한다. 따라서 전북 관광을 이해하기 위해선 전주시 관광 규모를 단독으로 설명하기보다 전북 14개 시·군 관광산출이 어떻게 분포하며 전주시가 다른 지역 간 관계 어떤 위치를 차지하는지 함께 분석할 필요가 있다.

3. 지역 간 관광수요와 산출의 집중과 분산

지역 내 관광수요 증가는 두 가지 관점에서 볼 수 있다. 하나는 지역 내 독점화 현상(경쟁 감소)이고, 다른 하나는 지역 간 동반 성장(경쟁 증가)이다. 일반적으로 관광명소로서 특정 지역의 성공(방문, 재방문, 추천, 소비 등)은 다른 지역의 낙후와 관광객 감소를 초래할 수 있다. 전북 내 특정 지역에 관광객이 모이면(선택) 자연스레 다른 지역을 방문지로 선택하지 않을 가능성이 커진다. 관광객의 선택을 받지 못한 지역은 자연스레 방문자가 감소할 수 있다. 시장 전체로 보면 일종의 독과점이 발생하고 지역 간 경쟁이 감소한다. 예를 들어, 특정 관광지(예: 전주한옥마을)에 사람이

표 2 전북 관광 현황 요약

항목		전년동기 대비 현황		
		2024년	2023년	증감
방문자 수		9,864만 명	9,834만 명	30만 명
숙박 방문자		1,576만 명	1,694만 명	-118만 명
평균 체류시간		2,784분	3,010분	-226분
평균 숙박일수		2.78일	2.76일	0.02
관광객 순위 (외국인 관광객)	전주시	81,204,890(629,987)	78,336,251(117,739)	2,868,639명
	군산시	26,636,135(1,014,325)	25,268,714(114,921)	1,367,421명
	익산시	24,999,450(245,728)	23,872,722(28,433)	1,126,728명
	완주군	23,246,626(201,023)	22,396,721(6,187)	849,905명

자료: 전북특별자치도(2025)를 참고하여 재구성한 자료로 연구 분석에 활용한 자료와 상이함(본 연구 분석에 활용한 자료는 한국관광데이터랩 자료).

3) 한국관광공사(한국관광데이터랩)는 이동통신사와 신용카드 업체에서 제공한 데이터를 활용해 통계자료를 발표하고 있음.

봄비면 다른 지역에 대한 선호가 줄어 경쟁 수준은 줄어든다. 전북 관광에서 전주시, 특히 한옥마을은 대체할 수 없는 독점적 위치를 시장에서 가진다(정윤희, 오치옥 2017). 반면, 지역 전체 혹은 특정 지역 간 동반 성장도 기대할 수 있다. 앞서 언급한 바와 같이 관광산업은 유출효과를 통해 다양한 지역이 함께 성장할 가능성이 존재한다. 전주를 비롯한 전북 전체 관광객이 증가하면 전주가 가진 독점적 위치는 낮아지고 전북 내 관광 경쟁 수준이 증가할 수 있다. 관광객이 전주를 방문하면서 완주나 익산 등을 함께 방문하거나 2차 전북 방문에서 전주를 방문하지 않을 수도 있다.

전주시 근처에 있는 위치한 김제, 익산, 완주군과 가장 위치가 먼 고창군 간 관광 산출(관광객 수, 체류시간)을 비교하면 위 관점이 더 명확하게 드러난다(〈그림 1〉 참조). 전주시 관광객은 2023년 7,159만 명에서 2025년 7,783만 명으로 꾸준히 증가했으며, 전북에서 가장 높은 관광객 수를 보였다. 가까운 지역인 익산시와 완주군의 관광객도 꾸준히 증가했다(〈그림 2〉 참조). 전주와 지리가 먼 고창군의 관광객 수는 2025년이 2023년보다 약 1.9% 낮아, 전체적으로는 소폭 감소하였다. 이 관점에서 보면 전주시 관광객의 증가는 인근 지역으로 일부 확산하는 경향을 보인다. 이는 전주와 함께 익산과 완주 지역이 관광객 방문 측면에서 함께 성장하고 있음을 방증한다. 또한, 이 지역이 관광객 방문을 두고 전주와 경쟁하는 지역으로 성장했음을 의미한다.

4. 적소이론을 활용한 관광분야 선행 연구

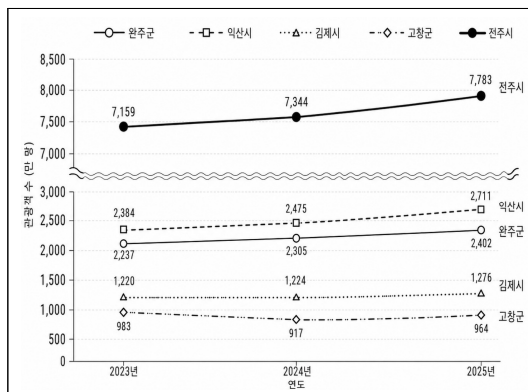
적소이론은 같은 환경 안에 있는 개체들이 어떤 자원을 얼마나 넓게 활용하는지, 서로 얼마나 유사한 자원을 공유하는지, 특정 개체가 어떤 차원에서 우위를 갖는지를 분석한다(Dimmick, Patterson and

그림 1 전북특별자치도 시·군 지도



자료: 전북특별자치도 홈페이지. <https://www.jeonbuk.go.kr/index.jeonbuk> (2026년 6월 8일 검색).

그림 2 지역별 관광객 수 추이 비교



자료: 한국관광데이터랩 2026.

Albarran 1992). 이 관점은 지역 관광경쟁을 해석하는 데에도 유용하다. 지역 관광시장에서 각 시·군은 관광객, 체류시간, 관광소비, 온라인 관심 등 제한된 관광산출 자원을 확보하려는 경쟁 주체로 볼 수 있다. 특정 지역이 관광객과 체류시간을 강하게 흡수하면 다른 지역은 같은 자원을 확보하기 어려워진다. 이 경우 관광수요 증가는 지역 전체의 성장으로 이어지기보다 중심 관광지의 독과점적 지위 강화로 나타날 수 있다. 반대로 관광객 증가가 여러 지역으로 확산되고, 방문·체류·소비·관심이 다양한 지역에 분산되면

지역 간 동반성장이 발생한다. 이 경우 여러 지역이 관광산출 자원을 함께 확보하면서 전북 내부의 관광 경쟁 수준은 높아진다. 따라서 적소이론은 관광수요 증가를 단순한 양적 성장으로 보지 않고, 그 성장이 특정 지역에 집중되는지 또는 여러 지역으로 확산되는지를 분석하는 이론적 틀을 제공한다.

관광분야 선행연구는 적소이론을 활용하여 다양한 경쟁 관계를 분석해 왔다. 백지현, 이주연, 김효동(2011)은 스마트폰, 컴퓨터, 출판물을 관광정보 미디어로 설정하고, 관광객이 여행 전과 여행 중에 어떤 미디어를 이용하는지에 따라 매체 간 경쟁 관계가 달라지는지를 분석하였다. 연구 결과는 관광 분야에서도 특정 자원을 둘러싼 기능적 유사성과 대체 가능성을 분석할 수 있음을 보여주었다. 특히 스마트폰이 이동 중 관광정보 탐색이라는 관광행동의 특성과 결합하면서 기존 관광정보 미디어와 경쟁하거나 일부 기능을 대체할 수 있음을 제시하였다.

변효정, 이병철(2020)은 국내 저비용항공사 간 경쟁관계를 분석하기 위해 적소이론을 적용하였다. 이 연구는 국내 저가 항공사를 경쟁 주체로 설정하고 예약·발권, 공항서비스, 기내서비스, 운항서비스, 기타 서비스 등을 서비스 만족 자원으로 보았다. 분석 결과는 항공사별 적소폭을 통해 서비스 활용 범위를 파악하고, 적소중복을 통해 항공사 간 서비스 구조의 유사성을 확인하며, 적소우위를 통해 특정 항공사가 어떤 서비스 차원에서 경쟁우위를 갖는지를 보여주었다. 이는 적소이론이 동일 산업군 안의 경쟁 주체들이 어떤 자원을 공유하고, 어떤 자원에서 차별화되는지를 분석하는 데 유용함을 보여준다. 이 접근은 전북 14개 시·군을 관광산출 자원을 확보하는 경쟁 주체로 설정하는 본 연구의 관점과 연결된다. 특히 지역 간 경쟁구조를 분석한 연구는 본 연구의 이론적 근거를 더 직접적으로 제공한다.

이지원, 윤은주(2014)는 국내 9개 MICE 도시를 대

상으로 국제회의 개최 현황을 분석하고, 도시 간 경쟁 관계를 적소이론으로 파악하였다. 이 연구는 2009년부터 2011년까지 각 도시에서 개최한 국제회의 자료를 주최기관별, 행사규모별, 협·단체 행사 주제별로 구분하고, 이를 도시 간 경쟁을 설명하는 적소차원으로 설정하였다. 연구는 MICE 도시의 경쟁력을 단순한 시설 수준이나 평균값 비교가 아니라, 도시가 실제로 어떤 유형의 회의를 얼마나 확보했는지, 그리고 다른 도시와 그 구조가 얼마나 중복되는지를 통해 분석하였다. 이 연구는 본 연구가 전북 시·군의 방문자 수, 체류시간, 관광소비액, SNS언급량을 관광산출 자원으로 설정하고, 시·군 간 경쟁 및 공존 관계를 분석할 수 있음을 뒷받침한다.

변효정, 김동한(2021)의 컨벤션센터 간 경쟁관계 연구도 지역 관광경쟁 분석에 중요한 시사점을 제공한다. 이 연구는 국내 10개 컨벤션센터에서 개최한 회의·전시·컨벤션 자료를 주최자 유형, 규모, 주제, 행사유형으로 구분하고, 적소폭과 적소중복을 통해 센터 간 경쟁관계를 분석하였다. 연구는 기존 경쟁력 연구가 선택속성이나 평균 점수 비교에 머물렀다는 한계를 지적하고, 실제 개최 실적의 구조를 바탕으로 센터 간 상대적 경쟁관계를 파악해야 한다고 주장하였다. 또한 적소폭은 각 센터가 얼마나 다양한 유형의 행사를 개최하는지를 보여주고, 적소중복은 센터들이 같은 자원에 얼마나 의존하는지를 보여준다고 설명하였다. 이 논의는 본 연구가 관광객 수나 체류시간의 단순한 많고 적음을 넘어서, 전북 시·군들이 어떤 관광산출 차원에서 서로 경쟁하거나 보완하는지를 분석해야 함을 정당화한다.

이상의 선행연구는 적소이론이 관광분야에서 경쟁 주체 간 자원 활용 구조, 중복성, 차별화 가능성을 분석하는 데 적합한 이론임을 보여준다. 그러나 기존 연구는 관광정보미디어, 항공서비스, GDS, MICE 도시, 컨벤션센터 등 특정 서비스나 산업 영역의 경쟁관

계를 주로 분석하였다. 특히 일반 관광시장에서 광역 자치단체 내부의 시·군을 경쟁 주체로 설정하고, 방문자 수, 체류시간, 소비, 온라인 관심 등 관광산출 자원을 중심으로 지역 간 경쟁과 공존을 함께 분석한 연구는 상대적으로 부족하다.

본 연구는 방문자 수, 체류시간, 관광소비액, SNS 언급량을 관광산출 자원으로 해석하고, 각 시·군이 이 자원을 얼마나 넓게 확보하는지와 다른 시·군과 얼마나 중복되는지를 분석한다. 이 접근은 전북 관광 수요 증가가 특정 지역, 특히 전주와 같은 중심 관광지의 독과점적 지위 강화로 이어지는지, 또는 익산·완주·김제·고창 등 다른 지역과 동반성장과 경쟁 증가로 이어지는지를 검토할 수 있게 한다. 따라서 본 연구는 적소이론을 활용하여 전북 관광시장의 성장 양상을 지역 내 독점화와 지역 간 동반성장이라는 두 가지 경쟁구조로 해석하고자 한다.

III. 연구방법

1. 적소이론과 분석

본 연구는 생태학의 적소이론(niche theory)을 활용하여 전북 내 관광지역 간 경쟁과 우위를 검증하려는 목적을 가진다. 적소이론은 개체와 환경 그리고 개체와 자원 간 상호작용을 통해 경쟁과 공존 구조를 분석하는 틀이다(Dimmick, Patterson and Albarran 1992). 적소이론에서 주로 다루는 세 가지 개념은 적소 폭(niche breadth), 적소 중복(niche overlap), 적소 우위(niche superiority)다(표 3) 참조. 적소이론의 출발점은 개체와 자원이다. 본 연구에 치환해서 보면 개체는 전북지역 내 다양한 관광지다. 자원은 관광 산출로 볼 수 있다. 여기서 관광 산출은 주로 방문객 수(예: 외지인과 외국인), 체류시간, 추천이나 홍보(예: SNS언급량), 소비액 등을 고려할 수 있다. 자원을 두고

개체 간 경쟁한다. 예를 들어, 전북 관광객을 두고 전주와 완주가, 혹은 익산과 군산은 경쟁할 수 있다.

적소 폭을 통해 특정 관광유형(관광지)이 관광 산출을 얼마나 다양하게 차지하는지를 볼 수 있다. 특정 관광지가 얼마나 다양한 산출을 아우르는지를 적소 폭을 통해 확인할 수 있다. 만약 전주가 방문자 수에 서부터 체류시간, SNS언급량, 소비까지 모든 영역을 포괄한다면 높은 적소 폭을 가진다고 해석할 수 있다. 반면, 군산은 소비액은 많으나 SNS언급량이나 체류시간이 적다면 좁은 적소 폭을 가짐을 의미한다. 적소 이론에서 자원을 고루 습득하는 개체는(예: 전주)는 보편성 개체군(generalist)이라고 부르며 특정한 자원만을 이용하거나 차지하는 개체(예: 군산)를 특수성 개체군(specialist)라 한다(Dimmick, Patterson and Albarran 1992). 자원 이용 관점에서 포괄적으로 자원을 이용하는 보편성 개체군이 특수성 개체군보다 환경변화에 대처해 생존(발전, 유지)할 가능성이 크다.

적소 중복을 통해 서로 다른 관광유형(혹은 관광지)이 유사한 관광객 집단을 놓고 경쟁하는 정도를 알 수 있다. 즉, 적소 중복은 관광자원의 한정성(限定性) 속에서 나타나는 경쟁의 밀도를 보여준다. 예를 들어, 전주한옥마을을 찾는 관광객 다수가 덕진공원이거나 팔복예술공장에도 방문한다면 이 세 관광유형 간에는 높은 적소 중복이 존재한다. 같은 시간대에 같은 관광객이 여러 장소를 모두 소비할 수 없기에 일정 부분 방문 의도나 체류시간에서 경쟁이 발생한다. 달리 말해, 전주를 방문하는 관광객이 군산이나 고창을 방문하기는 어렵다. 생태학에서 MacArthur and Levins(1967)는 비대칭형 계산식을 통해 적소 중복을 측정하였으나 Pianka(1973)는 이 지수는 이해하기 쉽게 변형했다. Pianka의 지수에 따르면 값이 1에 가까울수록 자원 활용의 유사성이 높아 경쟁이 치열하며 0에 가까울수록 상호보완적 관계에 가깝다. 관광의 경우 전북지역 내 중복도가 높을수록 관광객 유

입 구조가 비슷하며 이는 지역 간 경쟁이 높음을 의미한다. 역은 낮은 경쟁 수준을 의미한다.

적소 우위는 환경에서 개체가 다른 개체보다 더 많은 자원을 확보하는 정도, 즉 상대적 차이 혹은 우월성을 반영한다(Dimmick 1997). 적소 우위를 통해 같거나 유사한 환경에서 어떤 관광지가 다른 지역보다 더 많은 관광객을 확보하는지를 확인할 수 있다. 관광지 간 관계에서 특정 관광지가 다른 관광지보다 더 많은 관광 산출을 획득하는지 비교할 수 있다. 특정 관광지가 특정 산출획득에서 적소 우위가 높으면 다른 관광지에 비해 상대적으로 특정 자원을 더 많이 획득하고 있음을 의미한다. 다시 말해, 특정 지역이 경쟁력과 인기가 더 많은 관광지를 의미한다. 같은 자원을 두고 경쟁할 때 우위에 있는 관광지는 효율적으로 관광객을 확보하고 유지할 수 있다. 우위 분석은 도시 간 혹은 동일 지역 내 관광콘텐츠 간 경쟁 구조를 정량으로 파악하는 데 유용하다. 특히 적소 중복과 적소 우위는 지역 간 관광산출 구조의 유사성과 상대적 우위를 쌍대적(dual)으로 비교할 수 있다는 점에서, 경쟁구조를 분석하는 데 유용하다.

적소 폭 공식은 <식 1>과 같다. B는 적소 폭을 의미하며, P_j 는 특정 지역의 전체 관광산출 중 자원 j가 차지하는 비율을 의미한다. 본 연구에서 자원 j는 관광객 수(외지인, 외국인), 관광소비액(내국인, 외국인), 체류시간, SNS언급량으로 구성된다. 따라서 적소 폭은 한 지역의 관광산출이 특정 지표에 집중되어 있는지, 또는 여러 관광산출 지표에 고르게 분포하는지를 파악하는 데 활용된다.

적소중복 공식에서 O_{jk} 는 개체 j와 개체 k 간 중첩이다(<식 2> 참조). 본 연구에서 적소 중복은 전주시를 기준으로 전북 내 13개 시·군과 관광산출 내 구조와 유사성을 비교하기 위해 분석하였다. 이때 개체 j는 전주시를 의미하며, 개체 k는 전주시와 비교되는 시·군을 의미한다. p_{ij} 는 전주시의 전체 관광산출 중

표 3 적소분석 수식

구분	수식
적소 폭 <식 1>	$B = \frac{1}{\sum P_j^2}$
적소 중복 <식 2>	$O_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^n p_{ij} \cdot p_{ik}}{\sqrt{\left(\sum_{i=1}^n p_{ij}^2\right) \cdot \left(\sum_{i=1}^n p_{ik}^2\right)}}$
적소 우위 <식 3>	$C_{a>b} = \frac{\sum_{k=1}^c (d_{a,k}/f_k)(d_{b,k}/f_k)}{\sum_{k=1}^c (d_{a,k}/f_k)^2}$

자원 i가 차지하는 비율이고, p_{ik} 는 비교 대상 시·군의 전체 관광산출 중 자원 i가 차지하는 비율이다. 자원 i는 관광객 수(외지인, 외국인), 관광소비액(내국인, 외국인), 체류시간, SNS언급량으로 구성했다.

적소우위 수식에서 $C_{a>b}$ 는 지역 a에 대한 지역 b의 경쟁적 우위를 나타낸다(<식 3> 참조). 본 연구에서는 전주시를 기준 지역으로 설정하고, 전주시와 전북 내 다른 13개 시·군 간의 적소 우위를 비교하였다. 이때 지역 a는 전주시를 의미하며, 지역 b는 전주시와 비교되는 시·군을 의미한다. $d_{a,k}$ 는 자원 k에서 전주시가 보이는 관광산출 값이며, $d_{b,k}$ 는 동일한 자원 k에서 비교 대상 시·군이 보이는 관광산출 값이다. f_k 는 자원 k에 해당하는 전북 14개 시·군 전체의 관광산출 합계값을 의미한다. 여기서 자원 k는 관광객 수(외지인, 외국인), 관광소비액(내국인, 외국인), 체류시간, SNS언급량으로 구성했다. 수식에서 경쟁적 우위($C_{a>b}$)는 그 값이 클수록 상대 매체에 비해 경쟁 우위를 지니고 있음을 의미하며, 그 값이 0에 가까울수록 상대 매체보다 경쟁력이 낮음을 의미한다.

2. 연구자료 및 측정변수

본 연구는 한국관광 데이터랩의 2024년 지역별 관광

현황 데이터를 수집하여 분석자료를 구성하였다.

분석 대상은 전라북도의 14개 시·군이며 측정변수는 6개의 관광산출 지표다. 본 연구에서 활용한 관광산출 지표는 관광객 수(외지인, 외국인), 관광소비액(내국인, 외국인), 체류시간, SNS언급량으로 구성했다. 관광 규모를 파악하기 위해 관광객 수와 관광소비액은 지표로 활용하였다. 관광객 수는 각 시·군별 외지인과 외국인 관광객 방문자 수를 의미한다.

관광소비액은 내·외국인 관광객이 해당 지역에서 지출한 총액(백만 원 단위)을 의미한다. 관광소비액을 통해 관광활동이 지역경제에 미치는 경제적 파급효과를 파악할 수 있다. 체류시간은 관광객 1인당 평균 체류시간(분 단위)으로 지역 내 관광활동의 집중도와 체류형 관광수준을 나타낸다. 체류시간이 길수록 관광객이 해당 지역에서 다양한 관광유형을 경험하고 소비활동에 참여할 가능성이 높다. 또한 주변 지역까지 폭넓게 관광하는 모습을 기대할 수 있다. SNS언급량은 인스타그램, 블로그 등 주요 온라인 플랫폼에서

지역명 또는 관광지 관련 키워드가 언급된 빈도를 의미한다. 이 지표는 관광지의 디지털 인지도를 나타내며 관광객의 관심도와 잠재 방문 의도를 간접적으로 측정하는 대리 변수로 기능한다. 본 연구는 2024년 단년도 자료를 활용하였기 때문에 분석 결과는 장기적 추세나 시간에 따른 경쟁관계 변화를 의미하지 않는다. 즉, 본 연구의 결과는 전북 시·군 간 관광경쟁구조가 2024년에 어떠한 형태로 나타났는지를 보여주는 횡단면적 분석에 해당한다.

IV. 연구결과

1. 기술통계

2024년 전라북도는 14개 시·군으로 구성되어 있으며 전체 방문자 수는 외지인 2,370만여 명, 외국인 약 29만 명으로 나타났다(〈표 4〉 참조). 지역별로는 전주시, 군산시, 익산시순으로 방문자 수가 높게 나타

표 4 기술통계 분석 결과

구분	방문자(명)		체류시간	SNS언급량	관광소비액(백만 원)	
	외지인	외국인			내국인	외국인
고창군	9,170,812	93,437	1,112	96,243	125,282	439
군산시	25,621,809	1,014,325	1,882	258,599	577,660	17,502
김제시	12,243,315	117,589	1,018	96,832	185,872	223
남원시	10,447,776	66,229	1,243	109,284	169,760	517
무주군	8,365,507	50,889	857	133,995	80,909	189
부안군	10,395,539	254,188	1,159	104,887	148,000	310
순창군	4,857,646	21,402	879	55,993	39,200	75
완주군	23,045,603	201,023	842	127,548	291,433	1,224
익산시	24,753,722	245,728	1,728	225,574	372,476	3,109
임실군	8,875,772	32,451	496	62,905	109,174	55
장수군	2,678,179	31,911	1,446	61,473	35,456	30
전주시	73,444,903	629,987	2,564	486,433	1,224,569	13,959
정읍시	11,239,448	105,928	1,329	93,688	153,836	436
진안군	4,794,065	41,521	879	60,808	44,472	130
전체	237,064,096	2,906,608	17,434	1,974,262	3,558,100	38,198

주: 관광자원 유형별로 가장 높은 지역은 음영과 볼드체로 표시.

났다. 특히 군산시는 다른 지역에 비해 외국인 방문자 수가 많으며 이를 통해 해외 관광 수요가 집중하고 있음을 확인할 수 있다.

관광객의 체류시간은 지역별로 약 500분~2,500분으로 차이가 있었으며 평균 1,245분으로 나타났다. 전주와 군산시는 1,800분 이상으로 관광 기간이 긴 체류형 관광지며 체류시간이 짧은 임실군(496분)과 완주군(842분)은 당일 관광지로 볼 수 있다.

SNS언급량은 전주, 군산, 익산 순으로 높게 나타났으며 가장 낮은 지역은 순창군으로 나타났다. SNS언급량이 많은 지역은 관광객의 관광 경험 공유가 활발히 일어나며 지역 홍보 측면에서도 높은 파급력을 가진다고 해석할 수 있다. 관광소비액은 내국인 기준으로 전주시, 군산시순으로 높게 나타났다. 외국인 소비액은 외국인 관광객 수가 많은 군산시가 가장 높았다.

종합적으로 볼 때 전라북도 주요 관광 지역은 전주시, 군산시, 익산이다. 방문자 수, 체류시간, 소비액, SNS언급량 등 주요 지표에서 모두 상위권을 차지하여 전라북도의 관광도시로 높게 평가된다. 반면 순창군, 진안군 등과 같이 방문객 수도 적고 체류시간도

짧은 지역은 관광지로써 관광객을 유인할 요소가 부족하다고 볼 수 있다. 이 결과는 지역 간 관광활동의 이질성이 뚜렷하다는 점을 보여주며 관광유형에 따른 지역별 맞춤형 관광정책의 필요성을 시사한다.

2. 적소분석

1) 적소 폭

적소 폭은 지역마다 얼마나 다양한 관광객층을 포섭하는지를 나타내며 값이 클수록 관광 산출의 폭이 넓고 다양함을 의미한다. Shannon-Wiener 다양성 지수는 관광활동이 특정 유형에 편중되지 않고 고르게 분포되어 있는지를 나타내며 값이 클수록 관광유형 간 다양성이 크고 생태적 균형을 유지함을 뜻한다. Smith's FT measure를 활용하면 관광유형 간 산출 점유 효율성과 상호작용의 조화를 종합적으로 나타낼 수 있다. 지표는 1에 가까울수록 관광유형 간 경쟁이 조화롭게 유지하고 있음을 시사한다.

분석 결과 각 지역의 관광유형은 일정한 다양성과 균형성을 유지하고 있었으나 시·군 간 편차가 뚜렷하

표 5 적소 폭 분석 결과

구분	적소 폭	shannon-wiener Eveness	smith's FT Measure
고창군	0.823	0.947	0.974
군산시	0.670	0.903	0.957
김제시	0.830	0.935	0.962
남원시	0.793	0.936	0.969
무주군	0.656	0.880	0.940
부안군	0.771	0.922	0.959
순창군	0.535	0.818	0.910
완주군	0.886	0.969	0.986
익산시	0.983	0.996	0.998
임실군	0.726	0.888	0.934
장수군	0.328	0.699	0.855
전주시	0.909	0.976	0.989
정읍시	0.808	0.941	0.971
진안군	0.611	0.867	0.936

주: 적소폭이 가장 높은 지역은 음영과 볼드체로 표시.

게 나타났다. 익산시는 적소 폭(0.983), Shannon-Wiener(0.996), Smith's FT(0.998) 지표에서 가장 높은 값을 보였다. 이는 익산시가 관광산출에서 한 분야(예: 관광객 수)에 치중하지 않고 다양한 산출 영역을 포괄함을 의미한다. 달리 말하면 익산을 방문하는 관광객이 단순 방문에 그치지 않고, 체류, 소비, 홍보 등 다양한 활동을 한다고 해석할 수 있다. 전주시 또한 높은 적소 폭(0.909)을 보이며 폭넓은 관광산출을 보였다. 반면, 장수군의 적소 폭(0.328)은 가장 낮았다. 이는 장수군의 관광자원이 특정 영역에 쏠려 있음을 의미한다. 즉 관광객이 만드는 산출이 좁고 일부 영역에만 한정하고 있음을 의미한다. 적소 이론의 관점에서 해석하면 전북지역마다 관광지료써 다양성과 균형성에 차이가 있음을 의미한다.

특히 적소 폭이 모두 높은 지역은 관광에서 다양성이 발생하고 있음을 의미하며 외부 충격에도 다른 지역보다 강건할 가능성이 높음을 의미한다. 반면, 적소 폭이 좁은 지역은 단일화된 관광산출로 외부 변동에 취약하기에 다채로운 관광전략이 필요하다.

2) 적소 중복

적소중복을 통해 지역 간 산출을 얼마나 비슷하게 공유하는지를 분석했다. 중복 값이 1에 가까울수록 두 지역은 높은 경쟁 관계이고 0에 가까울수록 상호보완적 관계를 의미한다. 적소중복이 높을수록 지역 간 관광산출이 발생하는 패턴이 상당히 유사하다고 해석할 수 있다. 달리 말해, 유사한 산출 혹은 관광객을 두고 경쟁을 할 가능성이 높다.

분석 결과 정읍시와 고창군 간 중복도(0.996)가 가장 높게 나타났다. 정읍과 가장 낮은 중복을 보인 지역은 군산시였다. 전주시와 가장 높은 중복도를 보인 지역은 익산시였다. 반대로 가장 전주시와 가장 낮은 중복을 보인 지역은 장수군이었다. 결과에서 군산시와 장수군(0.351)은 적소 중복이 가장 낮게 나타났다. 이 결과를 살펴보면 한 가지 중복경향을 확인할 수 있었다. 지역 간 거리가 가까울수록 적소중복은 높았고, 지역 간 거리가 멀수록 중복도는 낮았다. 예를 들어, 정읍시와 고창군은 지리적으로 밀접해 있으며 자연·문화유산 등 유사한 관광자원을 가지고 있다.

표 6 적소 중복 분석 결과

구분	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.고창군	1													
2.군산시	.617	1												
3.김제시	.981	.608	1											
4.남원시	.991	.577	.975	1										
5.무주군	.950	.499	.918	.950	1									
6.부안군	.929	.695	.937	.879	.840	1								
7.순창군	.945	.419	.881	.945	.920	.802	1							
8.완주군	.901	.716	.954	.893	.833	.896	.730	1						
9.익산시	.946	.791	.952	.941	.891	.898	.810	.964	1					
10.임실군	.941	.503	.971	.958	.924	.838	.857	.941	.924	1				
11.장수군	.864	.351	.771	.857	.811	.732	.965	.571	.685	.709	1			
12.전주시	.807	.863	.839	.812	.734	.770	.620	.933	.952	.828	.467	1		
13.정읍시	.996	.604	.983	.989	.925	.926	.944	.902	.937	.942	.868	.801	1	
14.진안군	.968	.490	.910	.958	.935	.861	.994	.772	.849	.869	.955	.662	.965	1

주: 적소중복이 가장 높은 지역은 음영과 볼드체로 표시.

또한, 전주시와 익산시 바로 인접해 있다(그림 1) 참조). 물론 거리가 가깝다고 무조건 중복도가 높고, 멀다고 낮은 결과를 가지지는 않는다. 고창과 진안은 거리가 멀지만 높은 중복도를 보였다. 하지만 상당수 지역이 거리에 따른 중복도 차이를 보였기에 지역 간 거리는 관광산출 중복에 어느 정도 관계를 맺는다고 해석할 수 있다. 전북 관광에서 발생하는 중복성은 앞서 논의한 두 가지 관점에서 볼 수 있다. 하나는 관광지 간 경쟁이다. 전북 관광이란 틀 혹은 관광객 유치라는 관점에서 관광지 간 경쟁 수준으로 중복도를 해석할 수 있다. 다른 하나는 연계와 확산이다. 일반적으로 관광은 한 지역만을 방문하지 않는다.

관광지가 인접한 경우, 관광객은 여러 지역을 동시에 방문할 가능성이 커진다(Spillover 효과). 이 경우 한 지역이 가진 독점적 지위는 낮아지고 다른 지역의 관광경쟁력은 높아진다. 달리 말해, 전북지역 내 경쟁 수준이 증가한다. 더불어 경쟁 관계를 벗어나 상생하는 보완관계도 발생할 수 있다. 즉, 특정 지역이 다른

지역의 관광수요를 감소시키기보다는 오히려 다른 지역 방문을 유도하는 마중물 혹은 브릿지 역할을 수행할 수 있다. 따라서 지역 간 적소 중복을 연결과 확산으로 본다면 본 연구에서 제시하는 적소중복은 관광지 간 연계로 볼 수 있다.

3) 적소 우위

전주시를 기준으로 적소우위를 분석한 결과는 <표 7>과 같다. 대부분 지표에서 전주시가 높은 적소우위를 보였다. 방문자 수, 체류시간, 관광소비액, SNS 언급량 등 주요 항목에서 전주시 점유율이 가장 높았다. 다만, 외국인 관광 부문(방문객수, 외국인 소비액)에서는 군산시 적소우위가 높게 나타났다. 즉, 전주시가 대부분 관광 산출에서 다른 지역에 우위를 가졌다.

동시에 전라북도 내에서 전주시가 관광 활동의 중심지이자 대표 지역으로 기능하고 있음을 보여준다. 외국인 관광은 군산이 전주에 우위를 가지는데 몇 가지 고려할 부분이 있다.

표 7 적소우위 분석 결과

구분	방문객		체류시간 적소우위	SNS언급량 적소우위	관광소비액	
	외지인 적소우위	외국인 적소우위			내국인 적소우위	외국인 적소우위
전주시-고창군	8.786)0.114	6.742)0.148	2.306)0.434	5.054)0.198	9.774)0.102	31.797)0.031
전주시-군산시	3.145)0.318	0.621)1.610	1.362)0.734	1.881)0.532	2.120)0.472	0.798)1.254
전주시-김제시	6.581)0.152	5.358)0.187	2.519)0.397	5.023)0.199	6.588)0.152	62.596)0.016
전주시-남원시	7.712)0.130	9.512)0.105	2.063)0.485	4.451)0.225	7.214)0.139	27.000)0.037
전주시-무주군	9.632)0.104	12.380)0.081	2.992)0.334	3.630)0.275	15.135)0.066	73.857)0.014
전주시-부안군	7.751)0.129	2.478)0.403	2.212)0.452	4.638)0.216	8.274)0.121	45.029)0.022
전주시-순창군	16.587)0.060	29.436)0.034	2.917)0.343	8.687)0.115	31.239)0.032	186.120)0.005
전주시-완주군	3.496)0.286	3.134)0.319	3.045)0.328	3.814)0.262	4.202)0.238	11.404)0.088
전주시-익산시	3.255)0.307	2.564)0.390	1.484)0.674	2.156)0.464	3.288)0.304	4.490)0.223
전주시-임실군	9.078)0.110	19.413)0.052	5.169)0.193	7.733)0.129	11.217)0.089	253.800)0.004
전주시-장수군	30.086)0.033	19.742)0.051	1.773)0.564	7.913)0.126	34.537)0.029	465.300)0.002
전주시-정읍시	7.169)0.139	5.947)0.168	1.929)0.518	5.192)0.193	7.960)0.126	32.016)0.031
전주시-진안군	16.807)0.059	15.173)0.066	2.917)0.343	7.999)0.125	27.536)0.036	107.377)0.009

주: 전주시보다 우위가 높은 영역은 음영으로 표시.

군산시에 거주하는 외국인 주민이 전체 인구의 5% 이상을 차지하고 있다(연합뉴스 2024; 군산시청 2025). 한국관광데이터랩에서 체류외국인과 방문외국인 간 차이를 명확히 분류하지 않았을 가능성이 있다. 즉, 체류하고 있는 외국인은 방문객으로, 그리고 체류외국인 소비를 외국인 관광객 소비로 데이터가 혼동할 가능성이 크다. 따라서 군산의 외국인 방문객과 소비액에 대한 분석은 추후 세밀하게 재분석할 필요가 있다.

V. 결론과 함의

본 연구는 적소이론을 활용하여 전주시와 전라북도 지역 간 관광성과를 두고 발생하는 경쟁과 연계 구조를 살펴보았다. 먼저, 가장 높은 적소 폭은 익산시(0.98)로 나타났고, 전주시는 0.9 이상 높은 적소 폭을 보였다. 앞서 언급했듯이 적소 폭은 개체가 자원을 활용하는 방식이다. 한 개체가 특정 자원에만 의존하면 그 자원에 대한 의존도가 높아진다. 만약 익산과 전주가 외지인 방문객이나 내국인 관광 소비에만 의존한다면 이 지역은 보편성이 높은 관광지가 아닌 특수성이 높은 관광지로 봐야 한다. 전북에서 가장 관광객이 많이 방문하는 전주시는 특수성보다는 보편성, 즉 외국인과 외지인 방문, 내·외국인 소비, 체류시간, 홍보(SNS언급량)를 고르게 형성하는 관광지다. 전주가 가진 이 보편성은 외부 충격, 예를 들어 외국인 관광객이 급속히 줄거나 체류시간이 떨어지는 부정적 사건이 발생해도 다른 지역보다 강건(robust)하게 관광산업을 유지할 여력을 방증한다.

다음으로 적소 중복을 살펴보면 전주는 익산과 높은 중복을 가진다. 두 지역 간 산출에서 중복은 다양

한 원인으로 인해 발생⁴⁾했을 가능성이 있다. 다양한 요소에서 대중교통이 주는 효과를 고려할 필요가 있다. 익산과 전주는 지역적으로 가까울 뿐만 아니라 고속철도(예: KTX)로 연결된 구간이다. 따라서 관광의 연계 혹은 확산효과가 발생할 수 있다. 다시 말해, 전주를 방문하기 위해 익산을 들렀거나, 익산을 방문한 후 관광객은 다음 장소로 전주나 완주를 찾을 가능성이 존재한다. 본 연구에서도 익산과 가장 높은 중복을 보이는 도시는 완주와 전주였다. 특히, 전주를 방문하는 관광객의 약 19% 이상이 20대임을 고려할 때(한국관광데이터랩 2025a), 차로 이동(지역 간)하지 않는 방문객은 익산을 지나 고속철도로 전주를 방문할 가능성이 크다. 물론 물리적 거리와 대중교통망 내 연결성만으로 두 지역 간 관광산출 중복을 모두 설명하기는 어렵다. 두 지역이 가지는 관광지나 관광자원의 특성, 서비스 품질 등 다양한 요소를 고려해야만 중복 원인을 찾을 수 있으리라 생각한다.

본 연구 결과에 따르면 전주는 모든 지표에서 높은 수준을 유지하지만 순창군이나 진안군 등은 방문객수와 체류시간이 현저히 낮다. 앞서 논의한 두 가지 관점에서 보면 이들 지역은 전주와 멀리 떨어진 지역이기에 확산효과가 발생하지 않을 가능성이 크다. 동시에 전주가 이들 지역과 경쟁하지 않는, 즉 독점적 위치(낮은 경쟁)를 지켰을 가능성이 존재한다. 관광객이 한정된 시간과 자원을 특정 지역에 집중하면 다른 지역은 상대적으로 관광객을 상실하게 된다. 즉, 관광에서 독과점 혹은 집중 현상을 초래하며 일부 지역의 경쟁력 약화를 초래한다.

본 연구에서 전주시는 방문자 수, 체류시간, 관광소비액, SNS언급량 등 전반적 관광성과에서 다른 지역보다 높은 점유율을 보였다. 전주시의 성장과 발전

4) 두 지역 간 높은 적소 중복과 그 원인을 분석함은 본 연구의 연구 범위를 벗어남. 하지만 관광과 교통이 가지는 특성을 고려할 때, 인접 지역에서 발생하는 연계성 혹은 확산효과를 배제하기는 어려움.

은 인근 지역으로 확산효과를 발생할 수 있다. 하지만 전주시와 거리가 먼 지역은 확산효과가 일어나지 않을 수 있다. 또한, 가까운 지역에서도 산출 불균형이 일어날 가능성도 존재한다. 즉, 인근 지역에 관광객은 증가하지만, 체류시간이나 관광소비액은 크게 늘지 않을 수 있다. 극단적으로 이야기해서 전주 외 지역에 방문만 할 뿐, 숙박 등 소비는 다시 전주에서 할 가능성이 존재한다. 관광 독과점은 곧 시장에서 낮은 경쟁을 유발할 수 있다. 낮은 경쟁은 다시 지역관광에 문제를 발생시킬 수 있다. 대부분 관광성고가 전주로 집중함에 따라 다른 지역은 관광자원을 개발할 동기를 잃는다. 지역 내 관광자원 개발이나 인프라 구축에는 상당한 돈과 시간과 자원이 필요하다. 투자 가치가 있어도 수익성을 보장받지 못하거나 위험성이 높은 투자는 이루어지기가 어렵다. 즉, 전주를 제외하고 대부분 지역은 현 수준에서 정체되거나 공격적 관광투자가 이루어지지 못할 가능성이 크다. 전주시 관광이 발전할수록 역설적으로 주변 지역의 관광산업은 낙후될 가능성이 존재한다.

전북이 직면한 한계를 극복하기 위한 전략이 필요하다. 현재 전북에서 전주시는 관광경쟁력이 높지만, 전북 전체의 관광경쟁력을 확대하기 위해선 전주시 단독 발전만으로는 한계가 있다. 본 연구의 제안은 지역 간 연계를 통한 연합형 혹은 연계형 관광 상품 개발이다. 예를 들어, 군산은 항만 접근성이 좋고 근대문화유산을 중심으로 한 관광콘텐츠를 보유하고 있다. 동시에 체류 외국인도 많다. 새로운 프로그램은 전주를 방문한 관광객을 군산으로 이동시키는 이동 체계를 구축하거나 군산을 방문한 관광객 혹은 체류하는 외국인을 전주 전통문화와 한옥마을로 이동시키는 교차형 관광상품이다. 이 상품을 위해 교통 패스를 고려할 수 있다. 일정 지역과 시간 내 차량 이동에 대한 지원(패스)을 구축할 수 있다면 관련 상품을 다양하게 구성할 수 있다. 현재 전북에서 운영하는 패스

는 주로 투어, 카페, 관광지(예: 한옥마을)에 대한 상품이다.

이상 결과와 별개로 본 연구는 몇 가지 한계를 가진다. 첫째, 본 연구는 2024년 단년도 자료를 활용하여 전북 시·군 간 관광경쟁구조를 분석하였다. 따라서 본 연구는 특정 시점의 관광산출 구조를 보여주는 횡단면적 분석으로 해석하였다. 적소이론을 시간의 흐름에 따른 경쟁관계 간 변화를 분석하거나 적응 과정 분석에도 확장할 수 있다. 향후 연구에서는 다년도 관광자료를 활용하여 전주시와 전북 시·군 간 관광경쟁구조가 어떻게 변화하는지 분석할 필요가 있다. 이를 통해 관광수요 집중, 지역 간 경쟁, 광역 연계 전략의 효과를 더 정교하게 검토할 수 있으리라 기대한다.

둘째, 본 연구는 개별 관광객의 관광지 선택속성이나 인구사회학적 특성을 직접 분석변수로 반영하지 못한 한계를 가진다. 관광지 선택은 관광객의 연령, 성별, 소득, 관광동기, 선호 속성 등에 따라 다르게 나타날 수 있으며, 이러한 차이는 지역별 관광산출 구조에도 영향을 미칠 수 있다. 따라서 후속 연구에서는 개별 관광객 수준의 선택속성 자료와 지역 단위 관광산출 자료를 결합하여, 관광객 특성이 지역 간 관광경쟁구조에 어떻게 반영되는지보다 다층적으로 분석할 필요가 있다.

셋째, 본 연구는 적소이론을 활용하여 전북 시·군 간 관광산출에서 경쟁구조를 분석하였다. 그러나 적소이론은 본래 생태학에서 유한한 자원을 둘러싼 개체군 간 경쟁관계를 설명하기 위해 발전한 이론이다. 따라서 관광지 간 관계를 생태학적 경쟁구조와 같이 해석함에 일정한 한계가 있다. 생태학적 경쟁은 한 개체군의 자원 점유가 다른 개체군의 자원 이용 가능성을 줄인다는 전제를 포함한다. 반면 관광 현상에서는 한 지역 방문이 반드시 다른 지역 방문 감소로 이어지지 않을 수 있다. 관광객은 한 여행에서 여러 지역을 동시에 방문할 수 있다. 또한 관광자원이 인접

지역에 밀집한 경우, 관광지 간 관계는 대체관계가 아니라 보완관계로 작동할 수 있다. 즉, 특정 지역은 다른 지역의 관광수요를 감소시키는 경쟁자가 아니라 다른 지역 방문을 유도하는 브릿지 역할을 수행할 수 있다. 다중목적지 여행 연구는 관광객이 한 여행에서 복수 목적지를 연속으로 선택할 수 있음을 보여주며, 유럽 관광 연구 역시 한 국가의 관광객 유입이 인접 국가의 관광객 유입으로 이어지는 효과를 지목했다(Yang, Fik and Zhang 2017).

본 연구는 한 지역의 관광산출이 다른 지역의 관광산출과 어떻게 중첩되는지, 그리고 지역 간 우위가 어떻게 나타나는지에 초점을 두었다. 반면, 특정 지역 방문이 다른 지역 방문을 유도하는 확산효과, 관광루트 내 중심지 역할, 지역 간 보완관계는 충분히 다루지 못하였다. 최근 관광흐름 연구는 복수의 관광지를 한 네트워크로 파악한다. 따라서 후속연구는 전북 관광지를 경쟁 단위로만 보지 않고, 상호 연결된 관광흐름의 네트워크로 분석할 필요가 있다. 특히 전주, 군산, 남원, 익산 등 주요 관광지가 주변 시·군 방문을 유도하는 브릿지 역할을 수행하는지 검토할 필요가 있다. 또한 지역 간 관광산출 관계가 대체관계인지 보완관계인지 구분함으로써 전북 관광의 공간적 연계 구조를 더 정교하게 설명할 필요가 있다. 이 접근은 적소이론의 경쟁 관점을 보완하고, 전북 시·군 간 관광경쟁구조와 관광연계구조를 함께 이해하는 데 기여할 수 있다.

국내 지역관광에서 전북은 중요한 중심으로 부상하고 있다. 발전과 별개로 전북 관광과 전주 관광의 발전 그리고 지속성은 한계와 장애를 내포하고 있다. 전주시와 전북 전체 관광 발전을 위해서 지역 전체가 공생하는 전략을 고민할 시점이다. 지역 내 협업은 때로는 다양한 관광 주체와 지역에 부담과 고통을 안겨 줄 수 있다. 또한, 이질적 생각과 자원을 가진 다른 도시와 연대 그리고 거버넌스 구축도 앞으로 큰 스트

레스로 작용할 수 있다. 하지만 경쟁과 연계를 통해 획득할 수 있는 이점은 크고 다양하다. 전북 관광 거버넌스 구축은 관광산업이 직면한 지속성에 대한 방향과 관광 경쟁력을 획득에 도움을 주리라 예상한다.

• 참고문헌

References

1. 군산시청. 2025. 체류외국인 현황. <https://www.gunsan.go.kr/main/m2841#search> (2026년 2월 3일 검색).
Gunsan City Hall. 2025. Status of Foreign Residents. <https://www.gunsan.go.kr/main/m2841#search> (accessed February 3, 2026).
2. 김우정. 2022. 중장년들의 관광지 선택속성과 관광만족 및 추천의도 간의 관계에 관한 연구. *한국콘텐츠학회논문지* 22권, 4호: 651-664.
Kim Woojeong. 2022. A study on the relationship between middle-ageds tourist selection attributes, tourism satisfaction and recommendation intention. *The Journal of the Korea Contents Association* 22, no.4: 651-664.
3. 김주진, 신우진. 2020. 관광지에 대한 선택 속성 및 만족도와 관광객 행동의도 간 영향관계 연구: 전라북도 남원관광단지를 사례로. *한국지역개발학회지* 32권, 1호: 143-166.
Kim Jujin and Shin Woojin. 2020. A study on the influences among the selection attributes and satisfaction for tourist attractions, and behavioral intention of tourists: case of namwon tourist complex in Jeollabuk-do. *Journal of the Korean Regional Development Association* 32, no.1: 143-166.
4. 김희정, 김시중. 2012. 관광지 선택속성과 경험적 가치가 행동의도에 미치는 영향: 백제역사유적지구를 대상으로. *국토지리학회지* 46권, 2호: 147-159.
Kim heejung and Kim Sijoong. 2012. Effect of tourist attractions choice attributes and experiential value on behavioral intention: focus on baekje historical relics district. *The Geographical Journal of Korea* 46, no.2: 147-159.
5. 류인평, 최인경. 2014. 문화유산관광지 선택속성, 만족도,

- 행동의도 연구-익산미륵사지 중심으로. *관광연구* 29권, 4호: 413-436.
- Ryu Inpyong and Choi Ingyeong. 2014. A study on the selection attributes, satisfaction and behavioral intention of cultural heritage site - Focusing on Mireuksa Temple Site of Iksan - *Korea Journal of Tourism Research* 29, no.4: 413-436.
6. 백지현, 이주연, 김효동. 2011. 적소이론을 이용한 관광정보 미디어간의 경쟁 분석. *한국콘텐츠학회논문지* 11권, 8호: 448-458.
- Ji-Hyeon Paek, Jouyeon Yi-Kook and Hyo D. Kim. 2011. Analysis on the competition among tourism information media through the theory of the niches. *The Journal of the Korea Contents Association* 11, no.8: 448-458.
7. 변효정, 김동한. 2021. 국내 컨벤션센터 간 경쟁관계 분석: 적소이론을 적용하여. *이벤트컨벤션연구* 17권, 2호: 1-21.
- Byun Hyojeong and Kim Donghan. 2021. The competitiveness among convention centers' using niche theory. *Event & Convention Research* 17, no. 2: 1-21.
8. 변효정, 이병철. 2020. 적소이론을 적용한 국내 저비용항공사 간의 경쟁관계 분석. *관광학연구* 44권, 3호: 31-49.
- Byun Hyojeong and Lee Byeongcheol. 2020. The analysis of competitiveness among low-cost carriers: a niche theory perspective. *Journal of Tourism Sciences* 44, no.3: 31-49.
9. 서울신문. 2024. 전주 한옥마을 관광객 1500만명 돌파...역대 최다. 3월 4일.
- Seoul Shinmun. 2024. "Jeonju Hanok Village Surpasses 15 Million Visitors, the Highest Number Ever." March 4.
10. 연합뉴스. 2024. 군산시 외국인주민 수, 사상 첫 총인구 대비 5% 도달. 11월 14일.
- Yonhap News Agency. 2024. "Foreign Residents in Gunsan Reach 5 Percent of the Total Population for the First Time." November 14.
11. 이정원. 2023. MZ세대의 관광지 선택속성이 만족과 재방문 의도에 미치는 영향. *관광레저연구* 35권, 3호: 39-51.
- Lee Jungwon. 2023. The effect of tourist destination selection attributes on satisfaction and revisit intention of the MZ generation. *Journal of Tourism and Leisure Research* 35, no.3: 39-51.
12. 이지원, 윤은주. 2014. 적소이론을 통한 국내 MICE 도시 간 경쟁관계 분석-국제회의 개최 현황을 중심으로. *관광학연구* 38권, 10호: 103-127.
- Lee Jiwon and Yoon Eunjo. 2014. Competitive relationship analysis among MICE cities using convention and meeting data: An application of the theory of niche. *Journal of Tourism Sciences* 38, no.10: 103-127.
13. 전기홍, 이종관, 김남기. 2014. 관광지의 선택속성이 도시 브랜드 이미지에 미치는 영향: 전주시를 대상으로. *문화산업연구* 14권, 4호: 169-175.
- Jeon Ki-heung, Lee Jong-goan and Kim Nam-ki. 2014. A study on choice attribute of destination and city brand: Case of Jeonju. *Journal of Culture Industry* 14, no.4: 169-175.
14. 전북특별자치도. 2025. 전북자치도, 2024년 방문객 9,864만 명 기록...채류형 관광지로 도약. 2월 21일, 보도자료.
- Jeonbuk State. 2025. "Jeonbuk State Records 98.64 Million Visitors in 2024, Leaping Forward as a Stay-Type Tourist Destination." February 21. Press release.
15. 전북특별자치도 홈페이지. 전북소개(일반현황). <https://www.jeonbuk.go.kr/index.jeonbuk> (2026년 6월 8일 검색).
- Jeonbuk State Government Website. "Introduction to Jeonbuk: General Overview." <https://www.jeonbuk.go.kr/index.jeonbuk> (accessed June 8, 2026).
16. 정윤희, 오차옥. 2017. 관광지 선택속성과 지각된 가치, 관광 태도와의 관계 연구: 전주한옥마을을 중심으로. *관광연구* 32권, 3호: 57-80.
- Jeong Yoonhee and Oh Chiok. 2017. A study on the relationships between destination selection attributes, perceived value, and tourist attitudes: Focused on the Jeonju Hanok Village. *Korea Journal of Tourism Research* 32, no.3: 57-80.
17. 한국관광데이터랩. 2025a. 성/연령별 방문·소비 현황. <https://datalab.visitkorea.or.kr/datalab/portal/bda/getInquiryBySexAndAge.do> (2025년 10월 26일).

- Korea Tourism Data Lab. 2025a. Visit and Consumption Status by Gender and Age. <https://datalab.visitkorea.or.kr/datalab/portal/bda/getInquiryBySexAndAge.do> (accessed October 26, 2025).
18. 한국관광데이터랩. 2025b. 지역별 관광 현황. <https://datalab.visitkorea.or.kr/datalab/portal/loc/getAreaDataForm.do> (2025년 10월 26일).
- Korea Tourism Data Lab. 2025b. Tourism Status by Region. <https://datalab.visitkorea.or.kr/datalab/portal/loc/getAreaDataForm.do> (accessed October 26, 2025).
19. 한국관광데이터랩. 2026. 지역별 관광 현황. <https://datalab.visitkorea.or.kr/datalab/portal/loc/getAreaDataForm.do> (2026년 3월 21일).
- Korea Tourism Data Lab. 2026. Tourism Status by Region. <https://datalab.visitkorea.or.kr/datalab/portal/loc/getAreaDataForm.do> (accessed March 21, 2026).
20. Dimmick, J. 1997. The theory of the niche and spending on mass media: The case of the "video revolution". *Journal of Media Economics* 10, no.3: 33-43.
21. Dimmick, J. W., Patterson, S. J. and Albarran, A. B. 1992. Competition between the cable and broadcast industries: A niche analysis. *Journal of Media Economics* 5, no.1: 13-30.
22. Kim, Y. R., Liu, A., Stienmetz, J. and Chen, Y. 2022. Visitor flow spillover effects on attraction demand: A spatial econometric model with multisource data. *Tourism Management* 88: 104432.
23. MacArthur, R. and Levins, R. 1967. The limiting similarity, convergence, and divergence of coexisting species. *The American Naturalist* 101, no.921: 377-385.
24. Mayo, E. J. and Jarvis, L. P. 1981. *The Psychology Of Leisure Travel. Effective Marketing And Selling Of Travel Services*. Boston: Cbi Pub.
25. OECD, CEC, UN and WTO. 2001. *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264193635-en>
26. Pasaco-González, B. S., Campón-Cerro, A. M., Moreno-Lobato, A. and Sánchez-Vargas, E. 2023. The role of demographics and previous experience in tourists' experiential perceptions. *Sustainability* 15, no.4: 3768.
27. Pianka, E. R. 1973. The structure of lizard communities. *Annual Review Of Ecology And Systematics* 4: 53-74.
28. Vellas, F. 2011. The indirect impact of tourism: an economic analysis. In Third Meeting of T20 Tourism Ministers. October 23-24, Paris, France.
29. Yang, Y., Fik, T. J. and Zhang, H. L. 2017. Designing a tourism spillover index based on multideestination travel: A two-stage distance-based modeling approach. *Journal of Travel Research* 56, no.3: 317-333.

- 논문 접수일: 2026. 3. 30.
- 심사 시작일: 2026. 4. 27.
- 심사 완료일: 2026. 6. 19.

요약

본 연구는 전라북도 14개 시·군의 관광성과를 바탕으로 지역 간 관광시장에서 경쟁과 연계 구조를 파악하는 목적을 가진다. 연구 목적을 위해 적소이론을 활용하여 적소 폭, 적소 중복, 적소 우위를 분석하였다. 분석을 위해 외지인과 외국인 관광객 수, 체류시간, 내국인과 외국인 관광소비액, SNS언급량의 여섯 가지 관광 활동 지표를 관광성과로 설정하였다. 분석 결과 익산시와 전주시는 높은 적소 폭과 균등도를 보임으로써 균형 있는 관광성과를 확보하였음을 확인했다. 반면 장수군과 순창군은 낮은 적소 폭을 보였다. 이 결과는 두 지역이 특정 관광성과에 의존함을 방증한다. 적소 중복 분석에서는 전주시는 익산시와 높은 중복 수준을 보여, 두 지역이 유사한 관광객층을 대상으로 한 경쟁적 관계에 놓여있음을 확인했다. 적소 우위에서 전주시가 다른 지역에 비해 대부분의 관광성과에서 높은 우위를 보였다. 본 연구의 결과는 전주시를 기준으로 전북지역의 관광 현황을 공존과 경쟁을 구조적으로 분석함으로써 지역 관광정책의 방향을 제시했기에 의의가 있다. 향후 전북지역 관광정책이 지역 간 경쟁 완화와 협력 강화를 위한 광역 연계형 전략을 사용할 때, 본 연구의 결과는 실증자료로 가치를 가진다.

• **주제어:** 전주시, 관광경쟁구조, 적소이론, 관광경쟁력, 관광성과, 관광지 선택

