



국민건강 증진을 위한 자전거 보급 전략: 데이터 기반 정책 제언

자전거는 단순한 이동 수단을 넘어 건강, 환경, 지역 경제를 아우르는 국가 핵심 인프라입니다. 이 제안서는 전국 자전거 관심 인구 및 인프라 데이터를 기반으로, 실효성 있는 자전거 보급 전략을 제시한다.

오늘 우리는 자전거가 어떻게 국민 건강 자산으로 진화할 수 있는지, 그리고 이를 위한 구체적인 전략들을 살펴보겠습니다.

자전거, '국민 건강 자산'으로의 진화

도시 자전거 문화

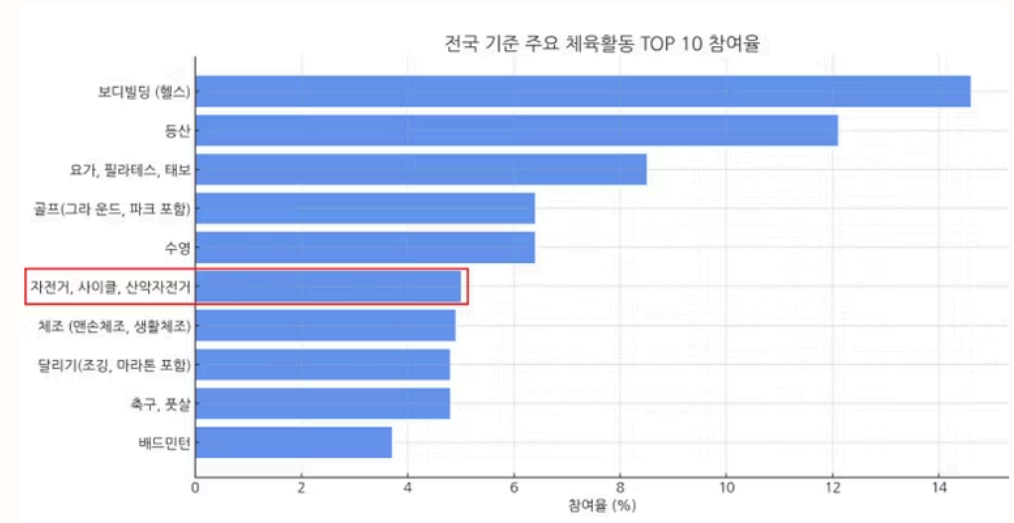
자전거는 친숙한 도시 일상의 일부로 자리 매김하고 있음

성장 가능성

자전거의 활용률이 낮음은 성장의 여지가 크다는 신호

자발적 타기 환경 조성

'자발적으로 타고 싶은' 환경을 조성



자전거 이용 패턴과 인프라 현황을 분석으로

효과적인 자전거 보급 전략을 수립



BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

BRANDS TRUCKS - BRANDS BUSES

PORTER
BOOKS.



ON 2000

데이터 분석 개요



분석 대상

자전거 관심 인구의 소비 및 관광 행동 데이터, 자전거 도로 인프라 분포, 연령대별 자전거 참여율, 위치 기반 선호 여행지 및 숙박 데이터 (관광지 3,934건, 숙박 23만 건 분석)



핵심 분석 방향

인프라 불균형 해소, 자전거 수요 기반 정책 우선순위 설정, 라이프 스타일 변화에 맞춘 캠페인 및 제도 설계



기대 효과

데이터 기반 접근을 통해 자전거 이용률을 높이고, 국민 건강 증진과 환경 보호에 기여하는 효과적인 정책 수립



데이터 기반 주요 인사이트

항목	분석 결과	시사점
주요 활동	걷기, 헬스, 등산에 비해 자전거는 7위권	저조한 참여율 → 정책介入 여지 큼
관심 계층	30-40대, 중상위 소득층, 콘텐츠 소비 활발	자발적 참여 가능한 핵심 타겟 존재
인프라 분포	경기도·경상권 중심, 대도시는 상대적 부족	도심형 고밀도 자전거망 구축 필요
관광 선호	자연친화 코스 (예: 해운대, 한탄강 등)	운동+관광 결합 전략 적합

자전거 보급을 위한 3대 전략



핵심 메시지: "자전거는 걷는 것처럼 쉬워야 한다"

- 일상 접근성 확보를 위해 주거지 🚶 지하철역 🚶 직장 등 주요 생활권 연결과 초·중·고 등교/통학로를 포함.
- 서울, 부산 등 고밀도 지역에 적합한 노선 정비와 교차로, 회차 구간 안전 확보 설계 필요.
- 안전성 강화를 위해 야간조명 확충, 헬멧 무상 지급, 민간참여형 안전 캠페인을 운영하여 "안심하고 탈 수 있는 도시" 브랜딩



행동 유도 및 경험 설계



건강 포인트 제도

자전거 마일리지 → 진료비·보험 할인 연계

공공 헬스 플랫폼과 연동 가능성 (예: 국민건강보험공단)



자전거 관광 연계

1박2일 자연형 자전거 투어 코스 (강원, 경북 등)

지역 농산물/숙박 할인 연계 패키지 기획



챌린지 기반 앱

위치기반 미션 (예: '한강 전 구간 완주')

지역 상점 리워드 제공 → 자전거 친화 상권 육성

핵심 메시지: "즐겁고 보람된 자전거 이용 경험 만들기"

- 자전거 이용이 단순한 운동을 넘어 즐거운 경험이 될 수 있도록 다양한 인센티브와 프로그램을 설계
- 건강 혜택과 관광, 지역 경제 활성화를 연계한 통합적 접근 필요

타겟 기반 캠페인



30~40대 직장인

"출퇴근도 운동이다" → 헬스에서 야외로 전환
유도

업무 스트레스 해소 → 생산성 향상 메시지



60대 이상 은퇴자

"은퇴 후 건강은 자전거에서 시작됩니다"

사회적 연결 요소 강조 (라이딩 그룹, 시니어 챌린지 등)



10대 청소년층

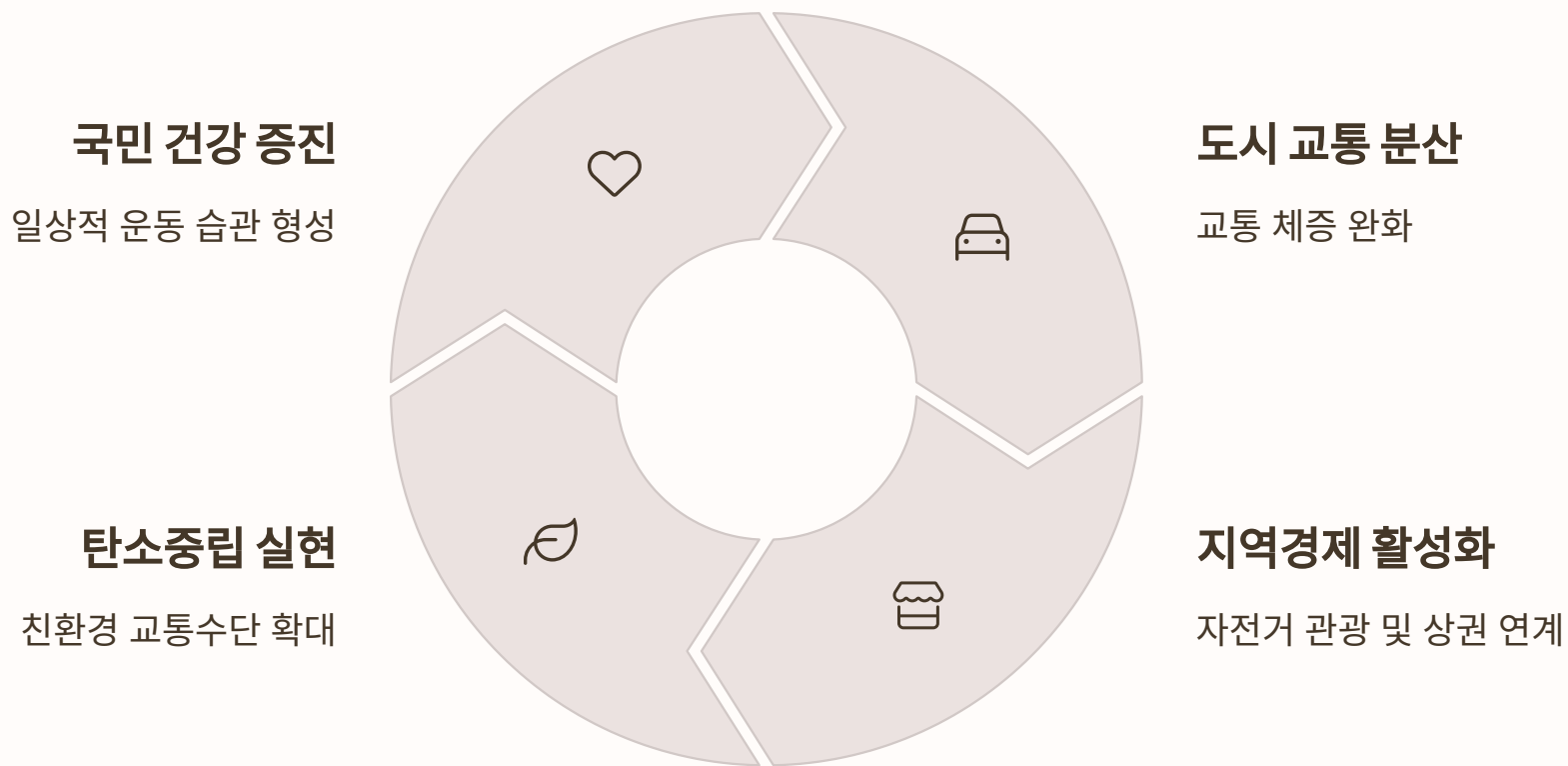
"자전거 등교 루트 도입"

안전 교육 연계 및 청소년 포인트제 가능성 검토

핵심 메시지: "운동과 일상, 세대별 경험을 연결하다"

- 각 연령대와 라이프스타일에 맞는 맞춤형 메시지와 프로그램을 개발하여 자전거 이용의 다양한 가치 전달
- 세대별 니즈와 행동 패턴을 고려한 접근

결론: 자전거는 국가의 전략 자산이다



- 자전거는 단순한 '이동 수단'을 넘어, **국민 건강 증진, 도시 교통 분산, 지역경제 활성화, 탄소중립 실현**까지 아우르는 다층적 전략 자산
- 자전거는 곧 건강한 나라를 만드는 기초 인프라"라는 인식의 전환으로 "타게 만드는 것"이 아니라 **"타고 싶게 만드는 정책"**을 설계