『빅데이터 기반 군산시 관광객 및 축제분석』

군 산 시

KT빅데이터사업지원단

고려대학교 빅데이터융합사업단

Contents

I. 사업개요
II. 군산시분석
III .관광지분석
IV .축제분석
V. 정책제언

1. 추진 목적

KT 통신사 및 BC 카드사 빅데이터 분석을 통해 방문객의 집객요인, 방문 행태 등 관련 객관적 자료를 도출하고 이에 관한 관광학적 해석을 통해 유의미한 정보를 생산하여 군산시 관광 및 축제 정책의 질적 향상 도모에 기여함을 주목적으로 함.

추진배경 및 필요성

1 공공분야의 핵심 경쟁력으로서 빅데이터 수요 증가

- 사회전반의 빅데이터 활용가능성 및 수요도 증가
- 빅데이터 분석·활용 역량이 핵심 경쟁력 요소로 부상

2 관련 정책추진의 공동 기초자료로 활용

- 군산시 통신사기반 유동인구 빅데이터 자료 확보
- 카드사 결제정보기반 방문객 소비패턴 자료 확보

3 관광학적 해석을 통한 유의미한 정보 생산

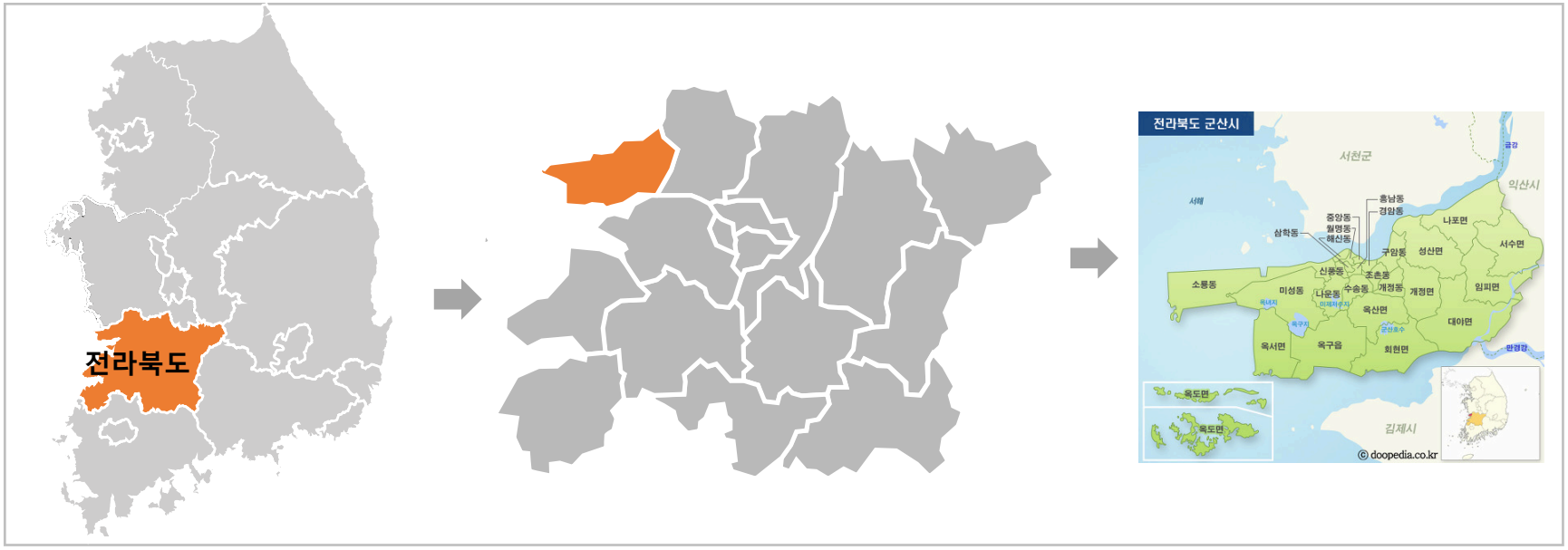
- 카드사,통신사 빅데이터기반 방문객 집객요인 분석
- 관광·축제 방문객 방문행태적 특성 분석

4 지역관광 및 경제 활성화를 위한 정책의 질적 향상 도모

- 방문객 행태 분석을 통해 시사점 발견
- 이를 바탕으로 질적 개선방안 수립 제안

2. 군산시 일반현황

- 위치 및 면적 : 전라북도 북서부에 위치하고 있으며 총 면적은 395.9㎢(새만금지역 285.25㎢)
- 행 정 구 역 : 1읍 10면 16동(125법정동리, 821통·리, 2,698반)
- 인 구 : 271,955명(남 137,515명, 여 134,440명) - 2019년 3월말 기준
- 문 화 유 적 : 구군산세관 본관, 군산 동국사 대웅전, 군산 해망굴, 불주사 대웅전 등
- 특 산 품 : 신동진쌀, 흰찰쌀보리, 울외장아찌, 박대 등



3. 사업 추진 범위

KT통신데이터, BC카드 소비데이터, SNS 데이터를 활용하여 군산시 관광지, 축제의 관광객 현황과 SNS트렌드 등을 분석함. 이후 관광 및 지방정책 전문가의 자문 및 평가를 통해 정책적 시사점을 제시

공간적 범위	• 군산시 전체 • 관광지 : 시간여행마을, 고군산군도, 경암철길마을, 은파호수공원 • 축제지 : 시간여행축제, 꽁당보리축제
시간적 범위	• 2017년 1월 1일 ~ 2018년 12월 31일(2년간)
내용적 범위	• 빅데이터 기반 군산시 전체 분석 • 빅데이터 기반 관광지 분석 • 빅데이터 기반 축제 분석 • 정책적 시사점 및 활성화 방안 제시

4. 과업 수행 절차

명확한 사업 목표의 이해를 바탕으로 분석 과업 유형을 설정하여 추진

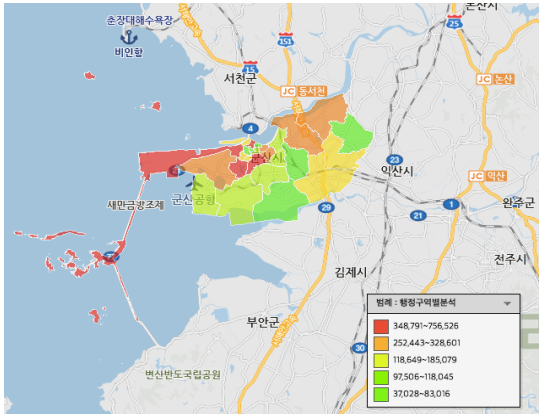
1 사전 문헌 조사

연구보고서, 논문,
신문기사 및 인터넷 검색,
이론 및 사례 분석

관광관련 이슈 및 목표 규정:
교통혼잡, 관광지 비교,
지역경제 활성화

2 분석 지역 선정

3 빅데이터 분석



4 각종 관광 축제 자료 분석

5 과업별 상세 분석

관광객 데이터 분석
(통신 유동인구, 신용카드 매출)

SNS 분석
(버즈량, 연관어, 긍정부정어)

핵심 ISSUE 분석

6 정책 시사점 제언

과업

데이터 분석
요약 정리

과업 수행을 위한 정책 제안

5-1. KT LTE시그널 데이터

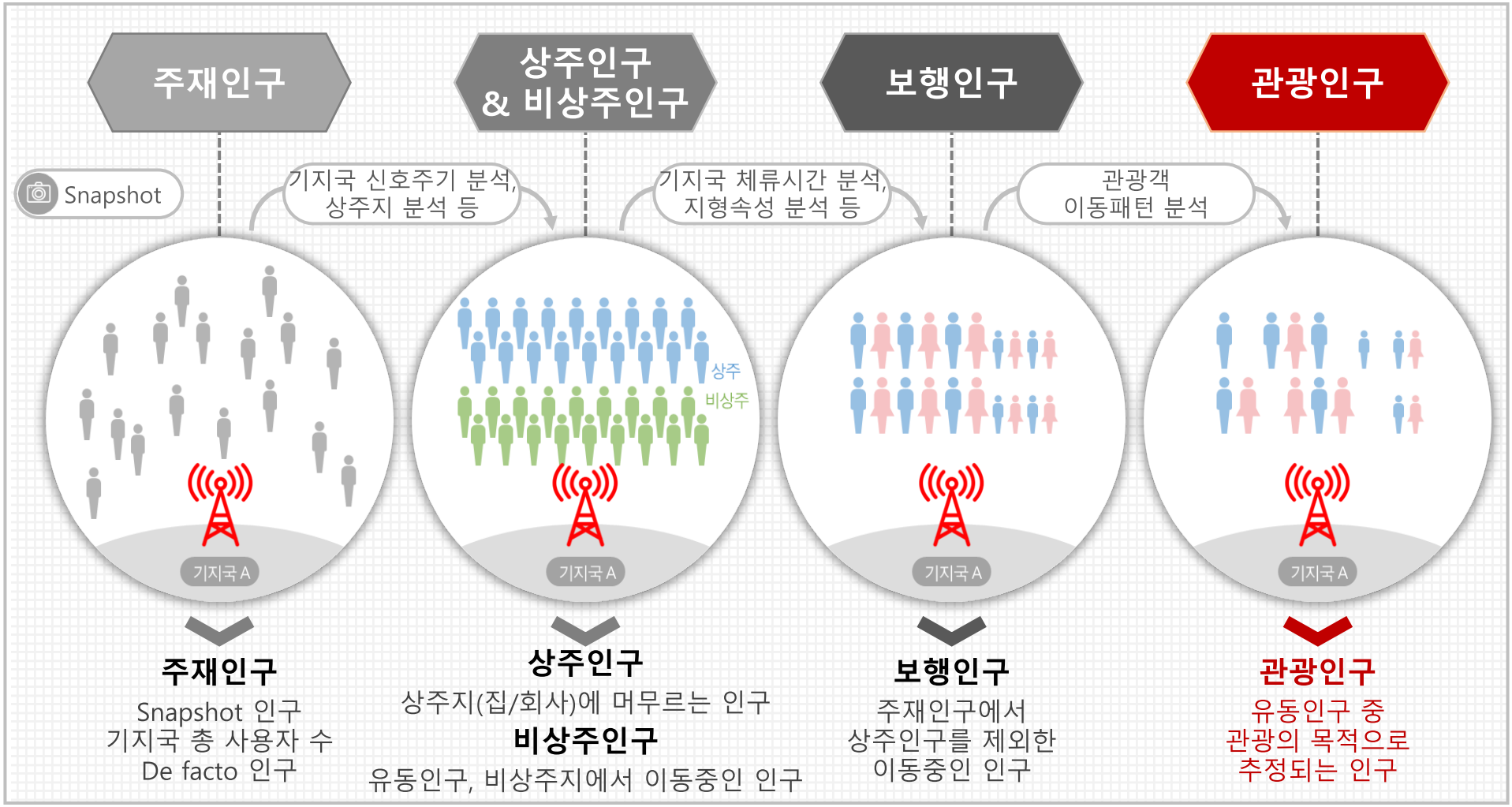
LTE시그널 데이터는 CDR 기반 데이터에 비해 **일관성, 충분성** 등의 측면에서 월등히 우수

구분	데이터 발생 시점	데이터 발생량	비고
LTE시그널 기반	주기적(1시간) 기지국 변경 데이터 사용 등(평균 5분간격 발생)	1인 평균 8,640건/월	사용유무와 관계없이 레코드 발생
콜에이터(3G) 통화/문자 기반	통화 착/발신 문자 수/발신	1인 평균 120건/월	사용자가 휴대폰을 사용하지 않으면 레코드 없음

약 70배

5-2. 관광인구 생산 프로세스

기지국에 수집되는 공간데이터인 **주재인구**를 **상주인구와 비상주인구**로 분류 후, **보행인구**를 도출하고 관광의 목적으로 움직이는 인구를 **관광인구**로 분류



5-3. 관광객 분석 : 내국인

KT는 **LTE 데이터**를 사용하기 때문에 '한국문화관광연구원' 관광객 개념을 반영하여 **정교한 관광객 정의,** 관광정책의 질적 향상을 위해 **내국인 관광객과 지역주민(현지인) 구분**하여 분석

5-3. 관광객 분석 : 외국인

다양하게 확보한 외국인 데이터에서 **한국 단기 체류 외국인**을 추출하고, **국적별 보정**을 통하여
최종적인 외래 관광객 데이터를 생산

외국인 방문인구 분류

외래 관광객

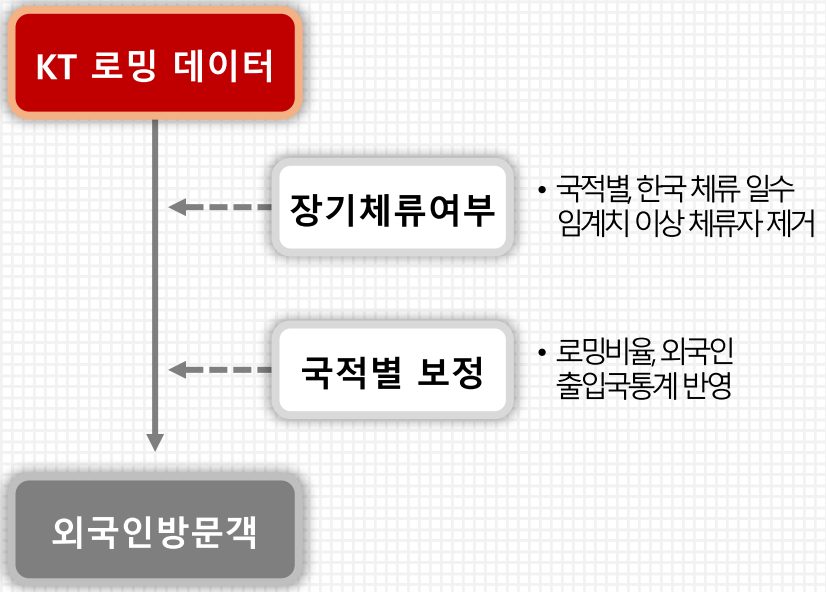
- **로밍 고객 대상이며,**
  한국 단기간 체류자 [장기체류자 구분]
  - 과거 60일 기준, 15일 이하 체류자

- **해당 지역(기지국 기반)에 10분 연속 체류한 고객 [관광객 구분]**
  - 해당 지역에서 특정한 활동 수행,
    관람/구경, 소비를 일으킬 수 있는 시간 체류

- **임계치(threahold) 15일 기준(과거 2달 동안)으로**
  일별/월별 관광객 수 집계 시, 관광공사, 제주도,
  부산시 외국인 입국현황 공개자료 대비 75% 정확도 보임

외래 관광객 산출 로직

- KT의 해외로밍 데이터에서 확보되는
  국적별 외국인관광객수에 법무부 출입국관리국의
  국적별 출입국통계를 이용하여 보정



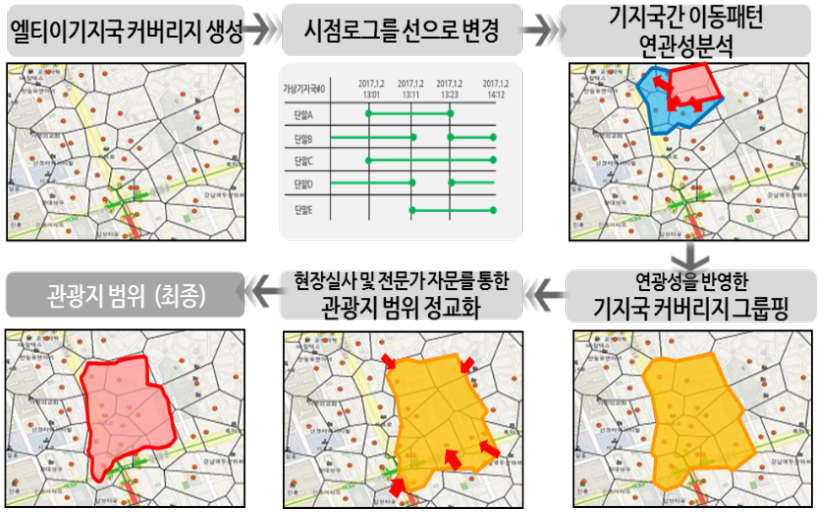
5-4. 관광객 분석 : 축제지, 관광지 정의

축제지와 관광지의 경우는 실사 기반 범위 영역을 확보하였으며, 지자체 및 관광학회, 한국관광공사 등 전문가 협의를 통해 **지속적으로 검증**

KT 보유 관광지 정보

- **5천여개의 자체구축한 관광.축제지범위 보유**
- **KT는 1년 전부터 실사를 통한 검증을 계속 진행 중임**
- **전문가의 수작업에 의한 개별 관광지의 영역 추가 설정**

관광지 설정 → 관광객 산출 → 현장실사 및 신뢰성 검증 → 수정 보완



관광지 정의 방안

01 KT 보유 관광.축제지 기본 활용 (5천여 개)

02 추가 정의할 관광지 축제지 선정

03 관광.축제지 영역에 대한 자문, 필요시 실사 (전문가 자문 및 KT와 지자체의 co-work이 필요한 부분)

Contents

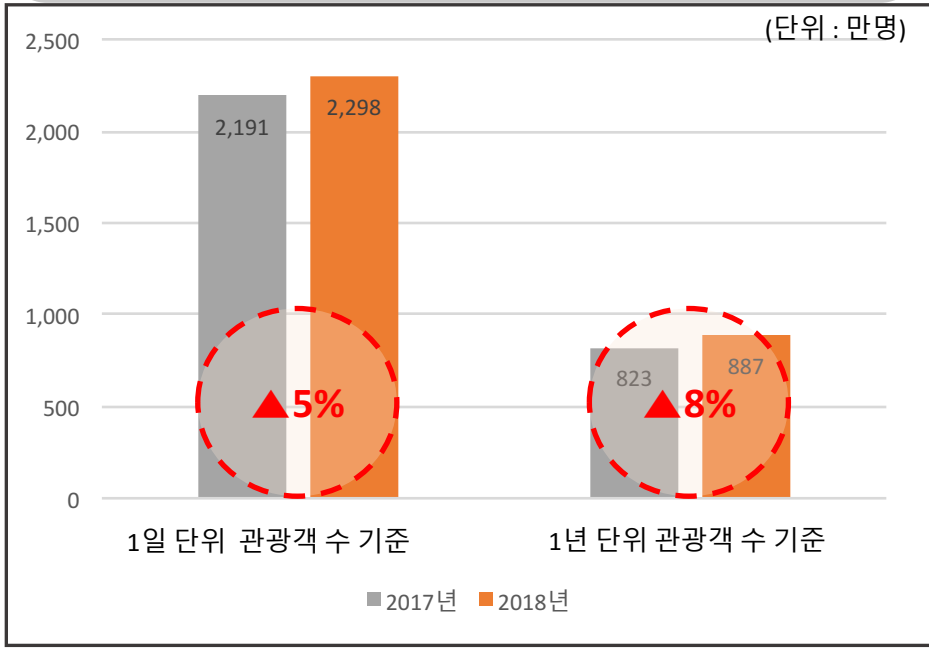
I. 사업개요
II. 군산시분석
III .관광지분석
IV .축제분석
V. 정책제언

1. 군산시 전체 관광객 현황

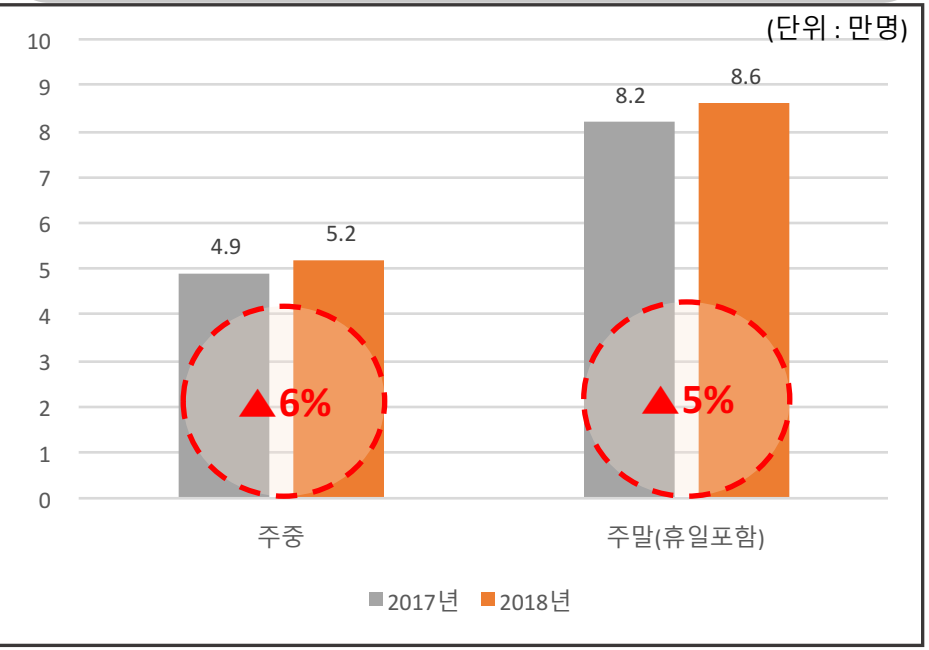
전년대비 전체 관광객 약 107만명(약 5%) 증가

- 2018년 전체 관광객 약 2,298만명으로 전년대비 약 5% 증가
- 전년대비 주중평균 전체관광객 약 3천여명 증가(약 6% 증가), 주말 전체관광객 약 4천여명 증가 (약 5% 증가)

군산시 전체 관광객 현황



군산시 주중/주말 평균 관광객 현황



- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객
- 1일 단위 (Unique) 관광객 수 = Sum(일 단위, 군산시 단위 Unique 관광객)
  동일 관광객이 1일에 여러 번 방문해도 1명으로 산정, 3박4일의 군산여행을 하면 4명으로 카운트.
  행정동 및 관광지별 방문한 것을 중복하지 않고 카운트. 즉 시군구 내에서 1명으로 계산
- 1년 단위 (Unique) 관광객 수 = Sum(연 단위, 군산시 단위 Unique 관광객
  동일 관광객이 1년에 여러 번 방문해도 1명으로 산정, 3박4일 군산여행을 해도 1명으로 카운트
  행정동 및 관광지별 방문한 것을 중복하지 않고 카운트. 즉 시군구 내에서 1명으로 계산

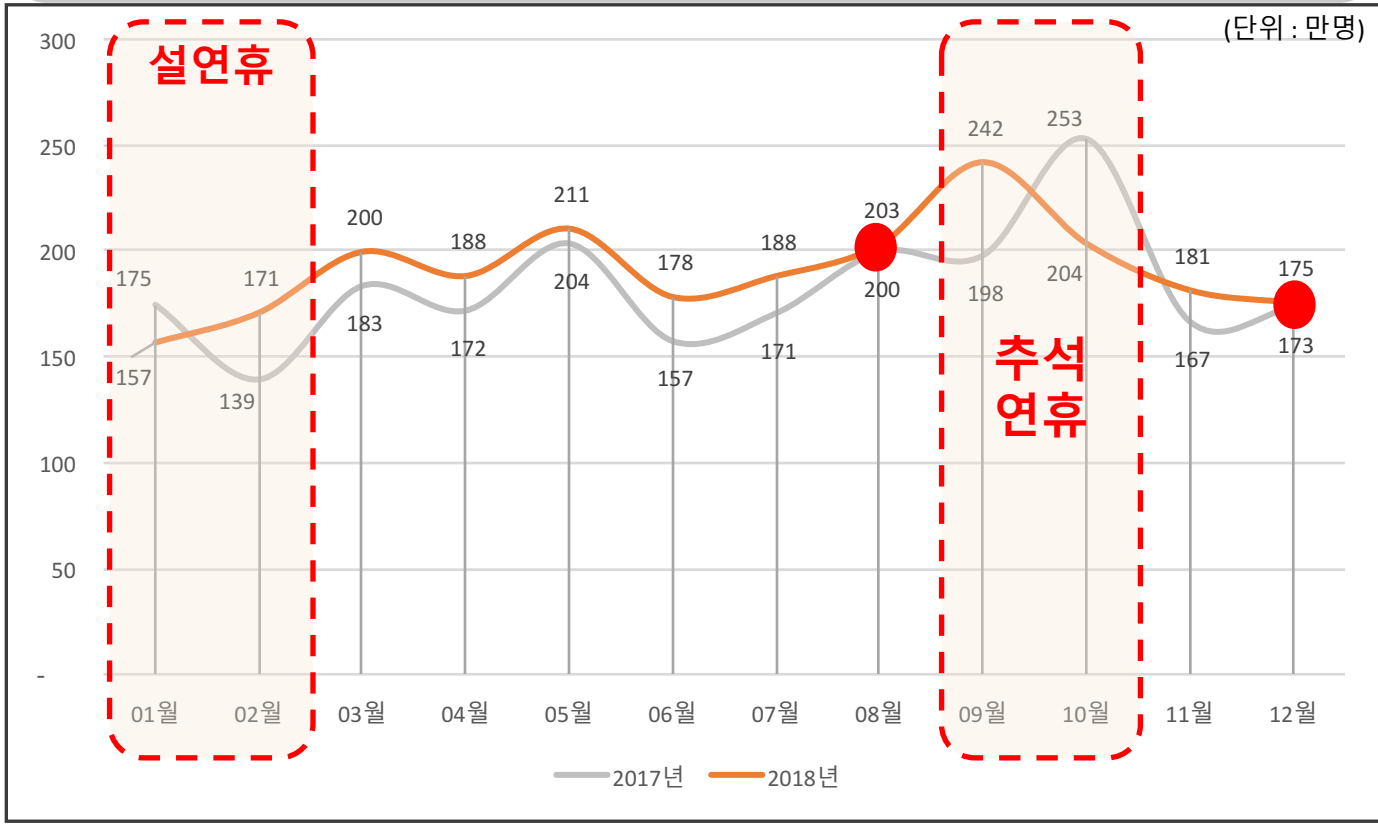
- 2017년 주말(휴일포함)일정 120일
- 2018년 주말(휴일포함)일정 116일

2. 군산시 전체 관광객 월별 현황

설 및 추석 연휴 기간 내 관광객 증가, 여름 휴가시즌 관광객 정체

- 설 연휴는 전년대비 일평균 관광객 약 4% 증가
- 추석 연휴는 전년대비 일평균 관광객 약 1% 감소
- 8월(하계휴가시즌), 12월 관광객 정체

전체 관광객 월별 현황



연휴 현황

- 설연휴

2017년 1월 (4일)

2018년 2월 (4일)

- 5월 가정의달

2017년 5월 (7일)

2018년 5월 (3일)

- 추석연휴

2017년 10월(10일)

2018년 9월(5일)

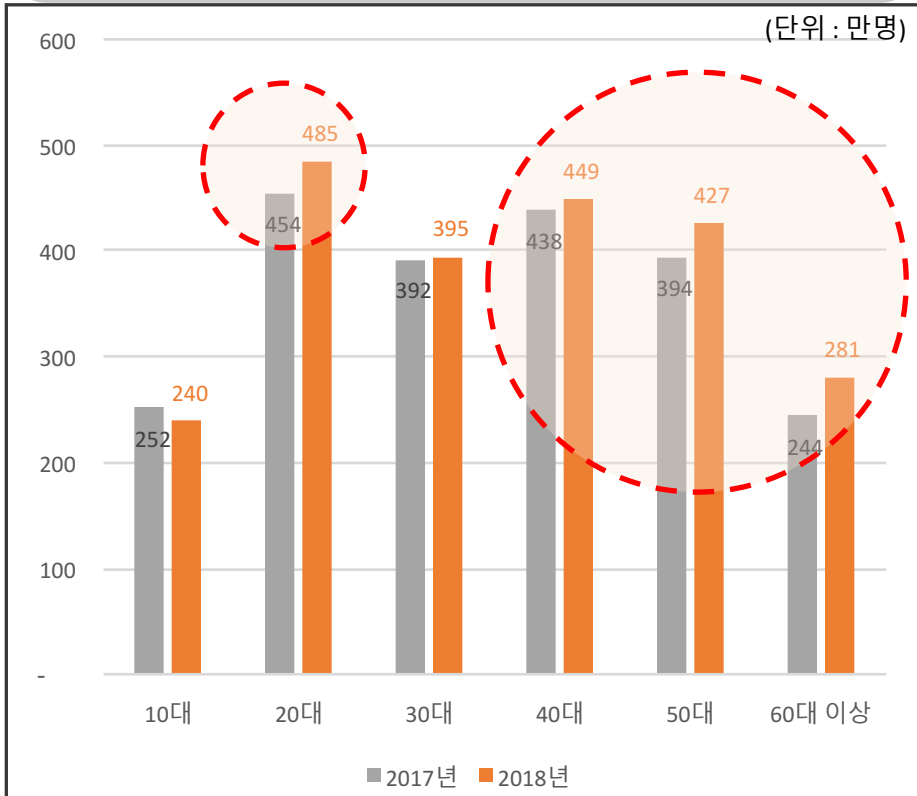
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

3. 군산시 내국인 관광객 연령별 현황

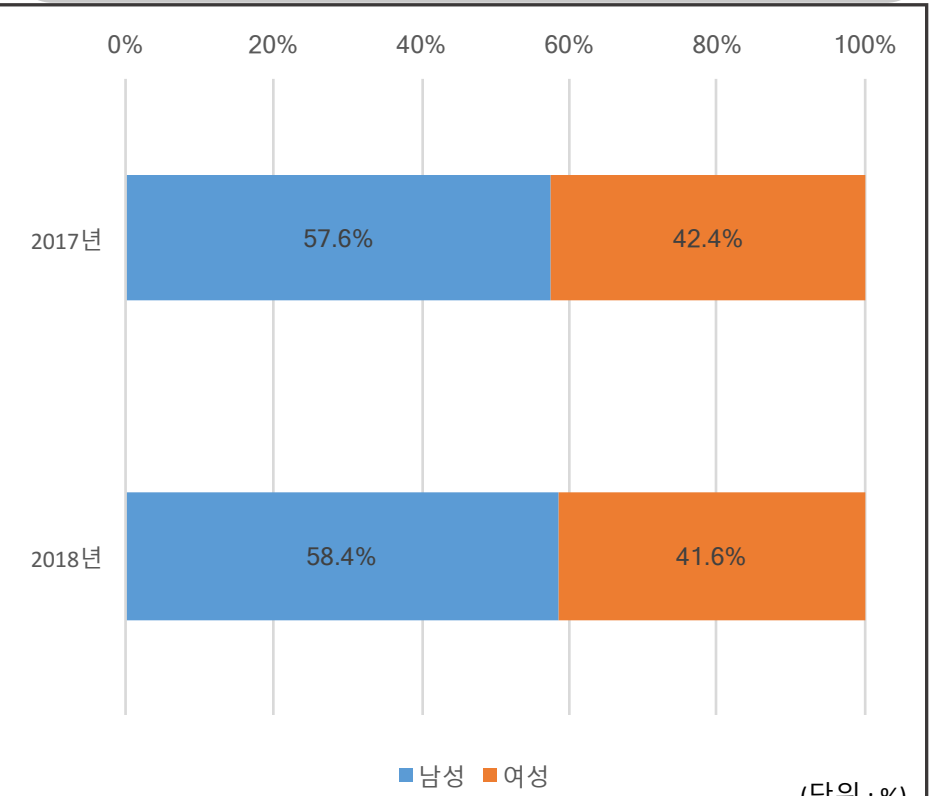
20대 이상 연령층 관광객 증가, 남성 관광객 비중 높고 증가

- 10대를 제외한 전 연령층 관광객 증가, 남성 관광객 비율 소폭 증가
- 주 관광층인 20대, 40대, 50대 관광객 증가

내국인 연령별 현황



내국인 성별 현황



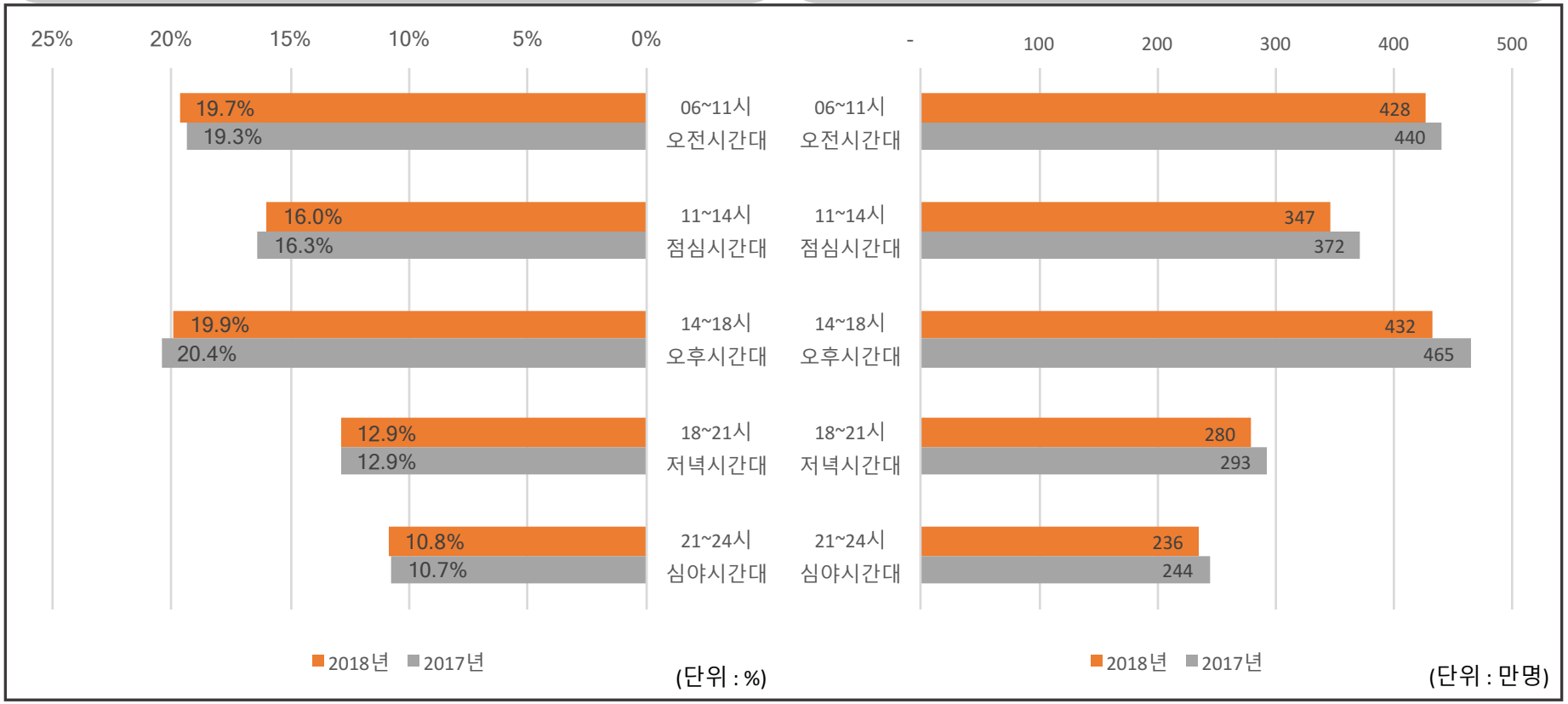
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

4. 군산시 시간대별 관광객 현황

오후 시간대 관광객 유입이 가장 많고, 저녁시간대 비율이 낮음

- 오후시간대 관광객 유입이 가장 많고, 전년대비 약 0.5%p 감소
- 오전시간대 관광객 전년대비 약 0.4%p 증가
- 점심 시간대 전년대비 감소, 저녁시간대 전년과 동일

관광객 시간대별 유입 비율현황



관광객 시간대별 유입현황

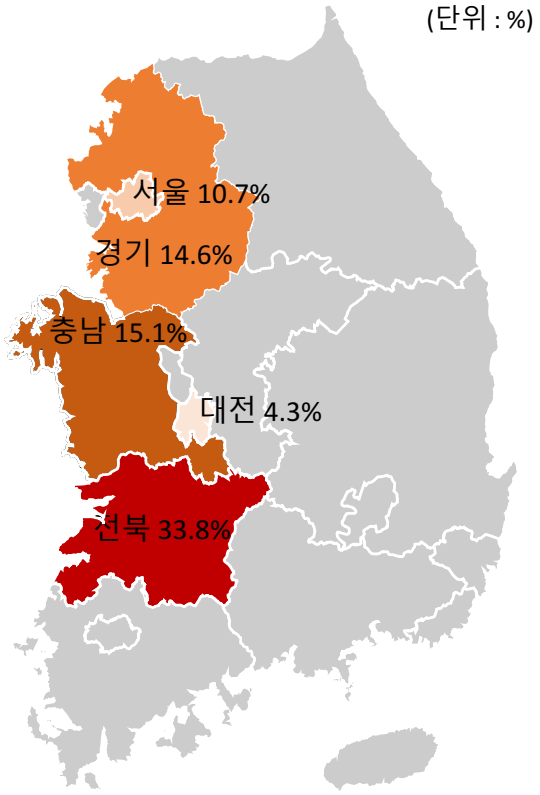
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

5. 군산시 관광객 거주지별 현황 (광역자치단체)

전북 가장 높고, 수도권 관광객 방문비율 전년대비 1.0%p 감소

- 전북, 충남 등 인근 지역 거주지 관광객 방문 비율 높음
- 수도권(서울, 경기, 인천) 거주 관광객 방문비율 1.0%p감소 (2017년 28.0%, 2018년 27.0%)

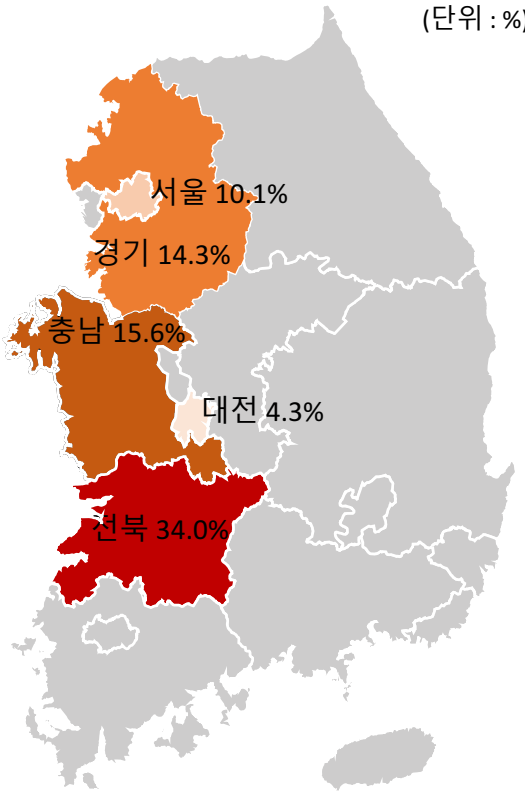
2017년 광역단체 거주지 현황



광역단체 거주지별 비교

비율	광역단체	순위	광역단체	비율
33.8%	전라북도	1	전라북도	34.0%
15.1%	충청남도	2	충청남도	15.6%
14.6%	경기도	3	경기도	14.3%
10.7%	서울특별시	4	서울특별시	10.1%
4.3%	대전광역시	5	대전광역시	4.3%
4.0%	광주광역시	6	광주광역시	4.2%
3.8%	전라남도	7	전라남도	3.8%
2.7%	인천광역시	8	인천광역시	2.6%
2.4%	충청북도	9	충청북도	2.5%
1.9%	경상남도	10	경상남도	1.9%
1.4%	경상북도	11	경상북도	1.4%
1.4%	부산광역시	12	부산광역시	1.3%
1.0%	대구광역시	13	대구광역시	1.0%
0.9%	강원도	14	세종시	1.0%
0.8%	세종시	15	강원도	0.9%
0.7%	울산광역시	16	울산광역시	0.6%
0.6%	제주도	17	제주도	0.6%

2018년 광역단체 거주지 현황



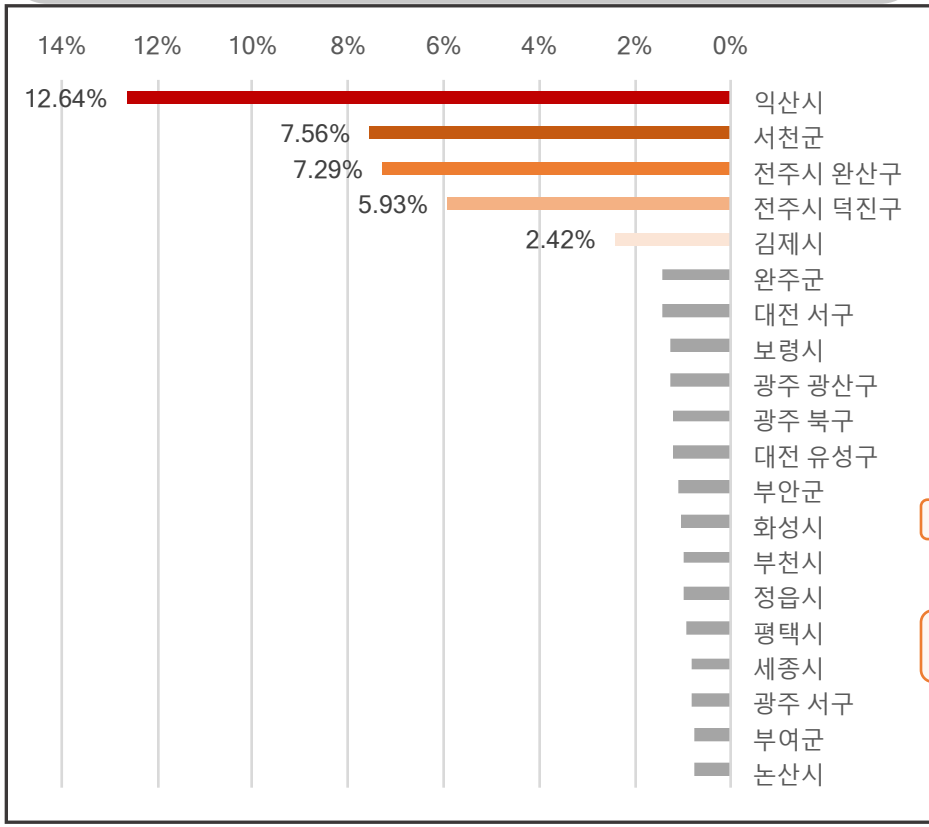
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

6. 군산시 관광객 거주지별 현황 (기초자치단체)

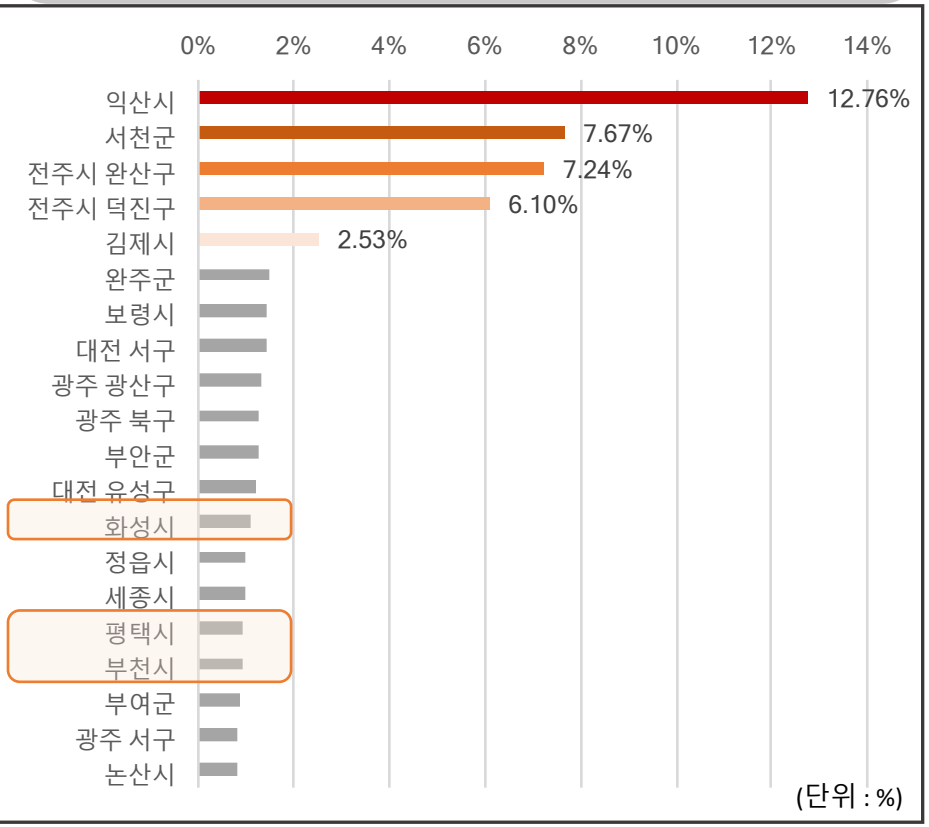
익산시, 서천군 전년과 동일하고 전년대비 비율 증가

- 익산시, 서천군, 전주시, 김제시 등 인근 기초자치단체 거주지 관광객 방문 비율 높음
- 수도권 기초자치단체 거주지 방문 높은 지역은 화성시, 평택시, 부천시 등으로 나타남

2017년 기초자치단체 거주지별 방문현황



2018년 기초자치단체 거주지별 방문현황



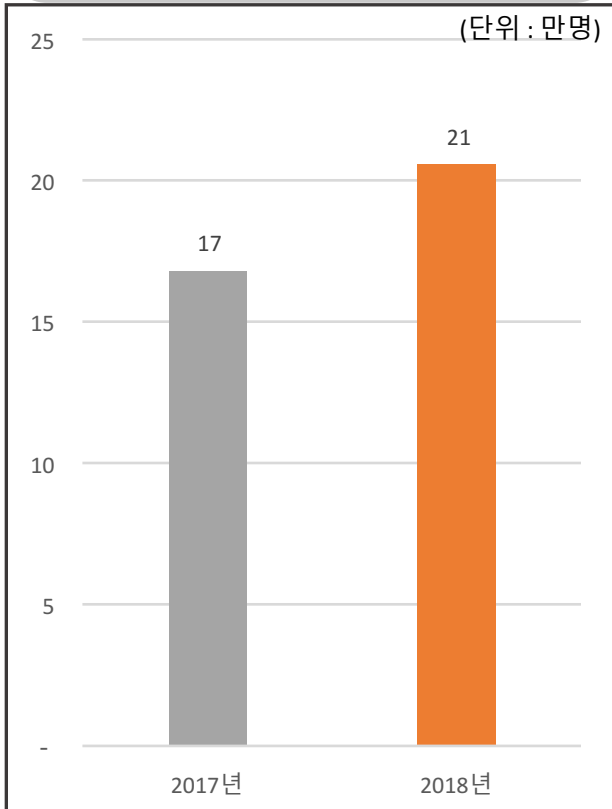
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

7. 군산시 외국인 관광객 현황

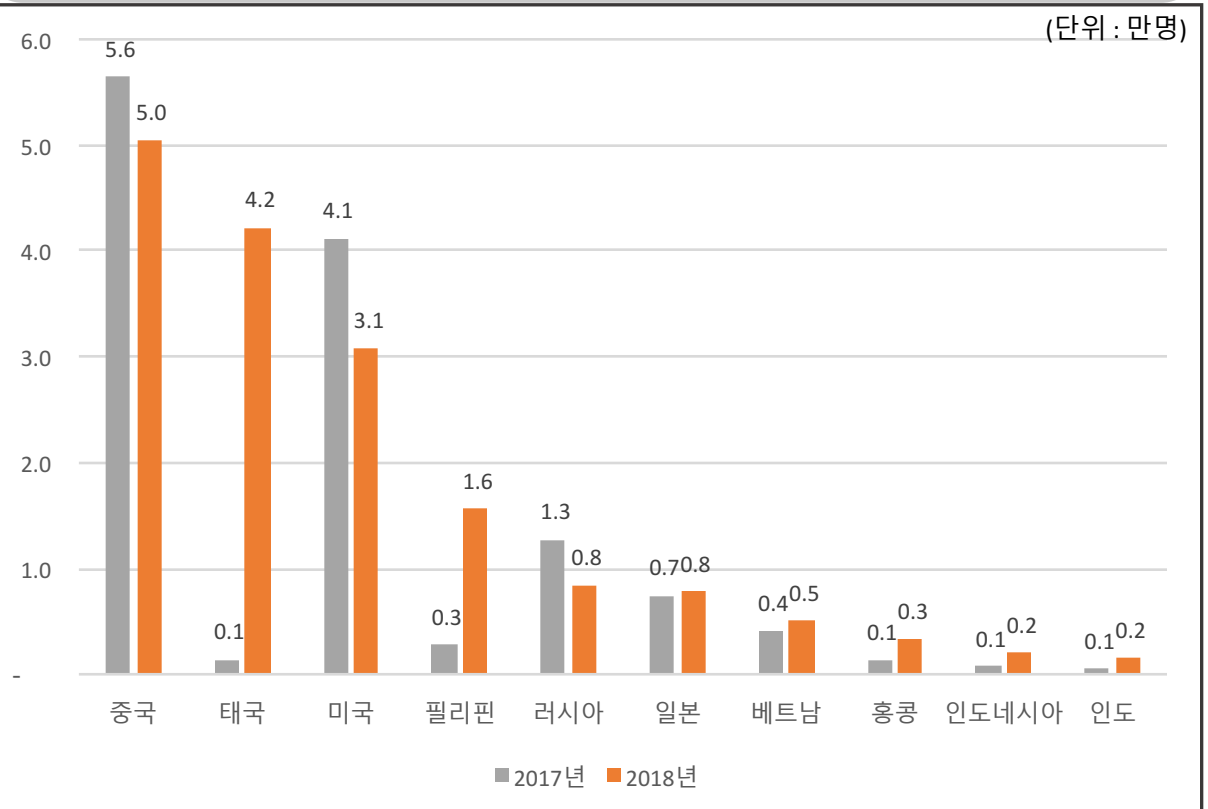
외국인 관광객 전년대비 약 22% 증가, 중국・태국・미국 관광객 높음

- 2018년 외국인 관광객 총 205,729명 방문, 전년 대비 약 22% 증가 (2017년 168,132명 방문)
- 관광객 1위 중국(전년대비 약 11% 감소), 2위 태국(전년대비 4,100% 증가), 3위 미국(전년대비 약 24% 감소)

외국인 관광객 현황



외국인 관광객 국가별 현황



- 외국인 관광객

8. 군산시 SNS 분석 연관검색어

식음료(맛집, 카페)에 대한 연관어 높고, 군산여행에 대한 정보 연관어 높음

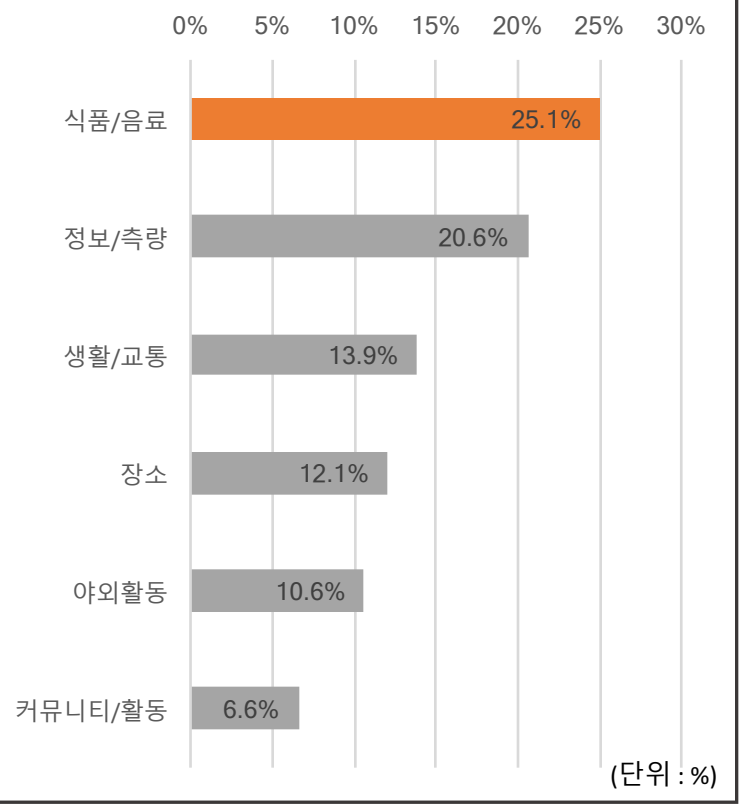
- 군산시 연관검색어 2018년 296,061건 (전년대비 약 6% 증가 / 2017년 278,485건)
- 식품/음료 (맛집, 카페, 빵 등) 연관어가 비율(25.1%)이 높게 나타남

2018년 군산시 연관검색어

- 맛집에 대한 연관검색어가 가장 높게 나타남 (약 10.5%)
- 여행 정보에 대한 연관어 다수 (코스, 당일치기, 예약, 메뉴 등)

순위	2018	건수	비율
1	맛집	30,941	10.5%
2	일상	17,038	5.8%
3	카페	16,912	5.7%
4	철길	12,631	4.3%
5	소통	10,637	3.6%
6	가족	10,141	3.4%
7	사진	9,663	3.3%
8	여행스타그램	9,459	3.2%
9	바다	8,898	3.0%
10	근대	7,259	2.5%
11	선유도	7,032	2.4%
12	주말	6,603	2.2%
13	가족여행	6,468	2.2%
14	전라도	6,296	2.1%
15	코스	6,165	2.1%
16	광주	5,952	2.0%
17	데이트	5,925	2.0%
18	추억	5,752	1.9%
19	대전	5,362	1.8%
20	국내여행	5,256	1.8%

연관검색어 비율



9. 군산시 감성어 · 긍부정어 분석

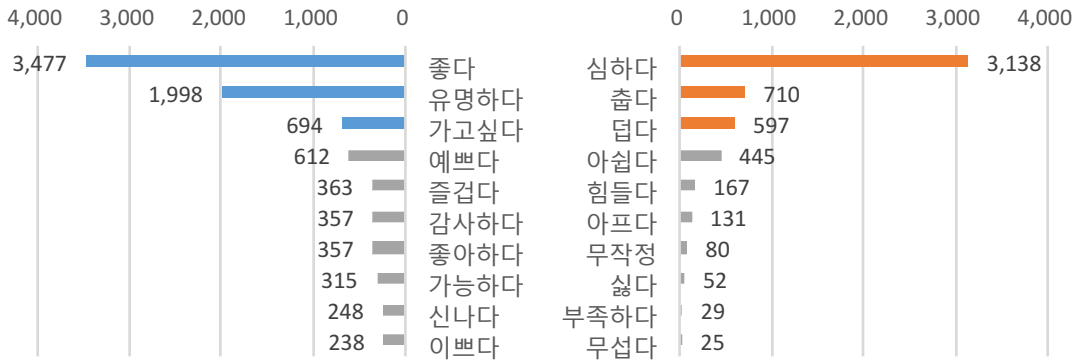
부정어 건수가 전년대비 58.5% 감소, 만족도 상승 추정

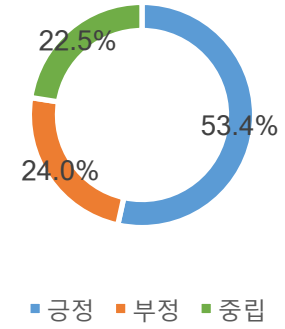
- 전년대비 긍정어 건수 약 16.3% 증가 (2017년 긍정어 8,659건, 2018년 긍정어 10,068건)
- 전년대비 부정어 건수 약 58.5% 감소 (2017년 부정어 5,374건, 2018년 부정어 2,232건)
- 전년대비 긍정비율 약 9.9%p 증가, 부정비율 약 11.5%p 감소

군산시 긍부정어 현황

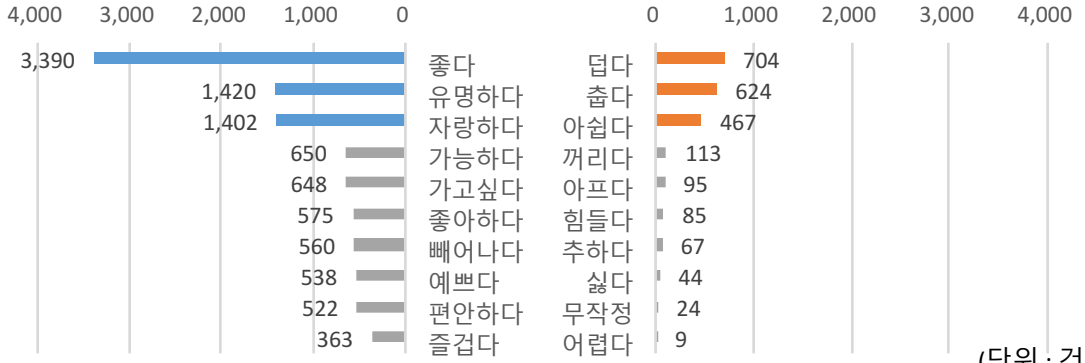
군산시 감성어 현황

2017

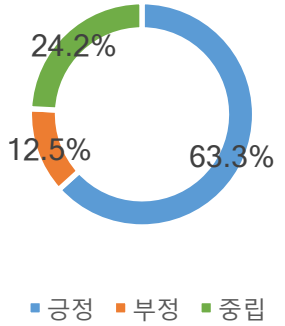




2018



(단위 : 건)



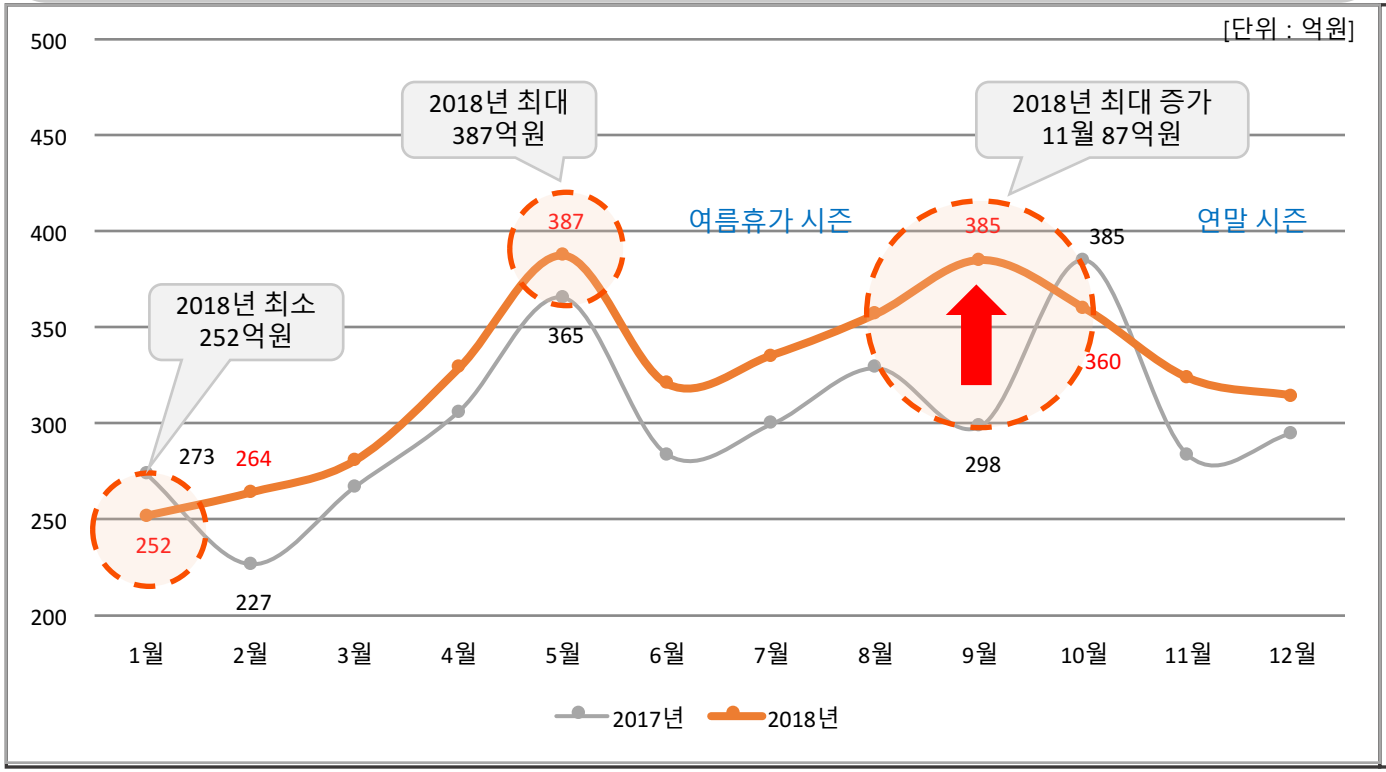
(단위 : %)

10. 군산시 월별 매출 추이 분석

전년대비 관광소비 증가 추세, 5월 가정의 달 매출 최대

- 관광객*의 관광소비** 연간 총 매출은 2017년 약 3,613억원, 2018년 약 3,910억원, 전년대비 약 ▲8.2% 증가 함
- 2018년 관광소비 매출은 5월 최대(387억원), 1월 최소(252억원) 약 1.5배 차이

관광소비 월별 매출 추이



연휴 현황

- 설연휴

2017년 1월 (4일)

2018년 2월 (4일)

- 5월 가정의달

2017년 5월 (7일)

2018년 5월 (3일)

- 추석연휴

2017년 10월(10일)

2018년 9월(5일)

* 관광객: 자택주소 기준 군산시 이외 거주자, 법인 제외
** 관광소비 : 식음료, 숙박, 교통, 문화/레져, 쇼핑, 소매, 유흥

11. 군산시 업종별 매출 추이 분석

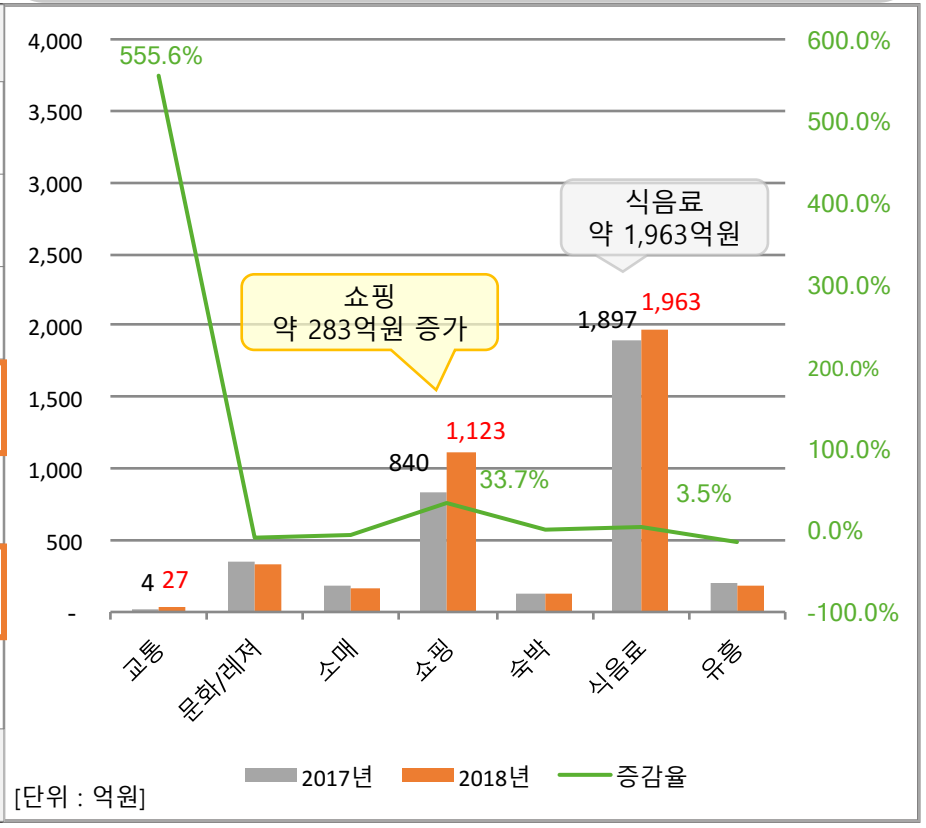
식음료 매출이 가장 높고, 쇼핑 매출 전년대비 33.7% 증가

- 전년대비 관광소비 매출은 약▲8.2%(297억원) 증가, 쇼핑 업종 매출증가(283억원)에 의한 것으로 추정
- 관광소비 매출이 가장 높은 업종은 식음료이며, 전년대비 약▲3.5% 증가한 약 1,963억원

업종별 매출 현황 (표)

구 분	2017년	2018년	증감율
교통	4	27	▲ 555.6%
문화/레저	360	324	▼ -10.0%
소매	178	166	▼ -6.8%
쇼핑	840	1,123	▲ 33.7%
숙박	128	130	▼ 2.2%
식음료	1,897	1,963	▲ 3.5%
유흥	206	176	▼ -14.5%
합 계	**3,613**	**3,910**	▲ **8.2%**

업종별 매출 현황 (그래프)



12. 군산시 연령대별 매출 분석

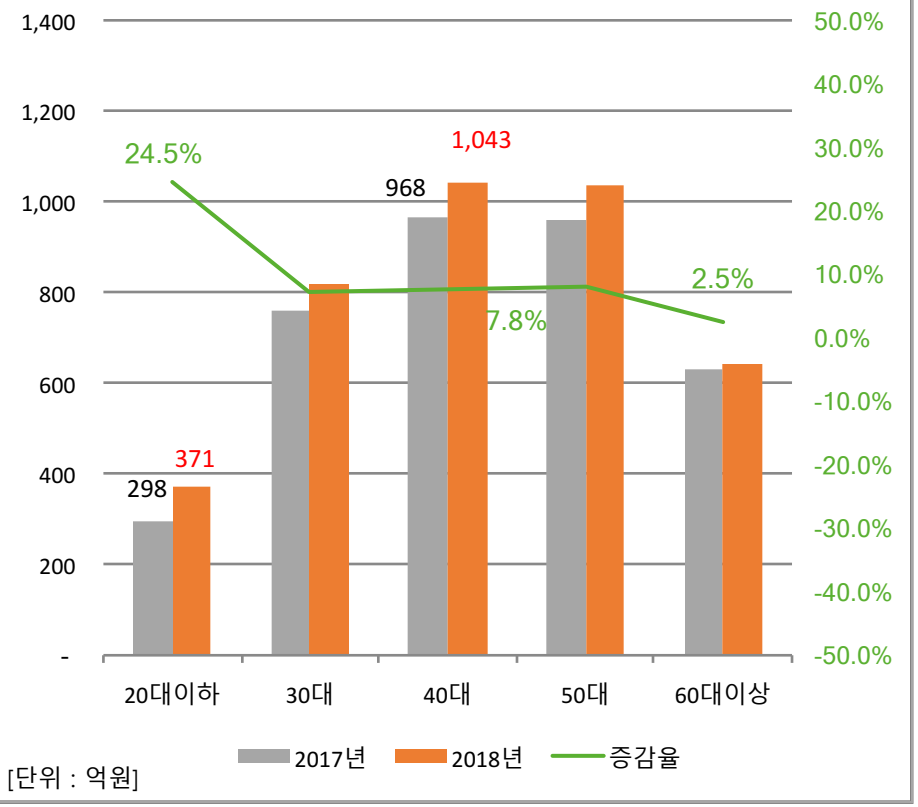
4050대 소비비중 높고 전년 대비 증가, 20대 이하 소비 증가는 젊은 관광객 증가 원인 추정

- 2018년 40대 관광소비 매출액은 약 1,043억원으로 가장 높음, 전년대비 약 ▲7.8% 증가
- 20대 이하 매출액 증가율은 약▲24.5%로 가장 높으나, 매출액은 371억원 수준으로 타연령대비 적은편임

연령대별 매출 현황 (표)

구 분	2017년	2018년	증감율
20대이하	298	371	▲ 24.5%
30대	762	819	▲ 7.4%
40대	968	1,043	▲ 7.8%
50대	957	1,033	▲ 8.0%
60대 이상	629	644	▲ 2.5%
합계	**3,613**	**3,910**	**▲ 8.2%**

연령대별 매출 현황(그래프)



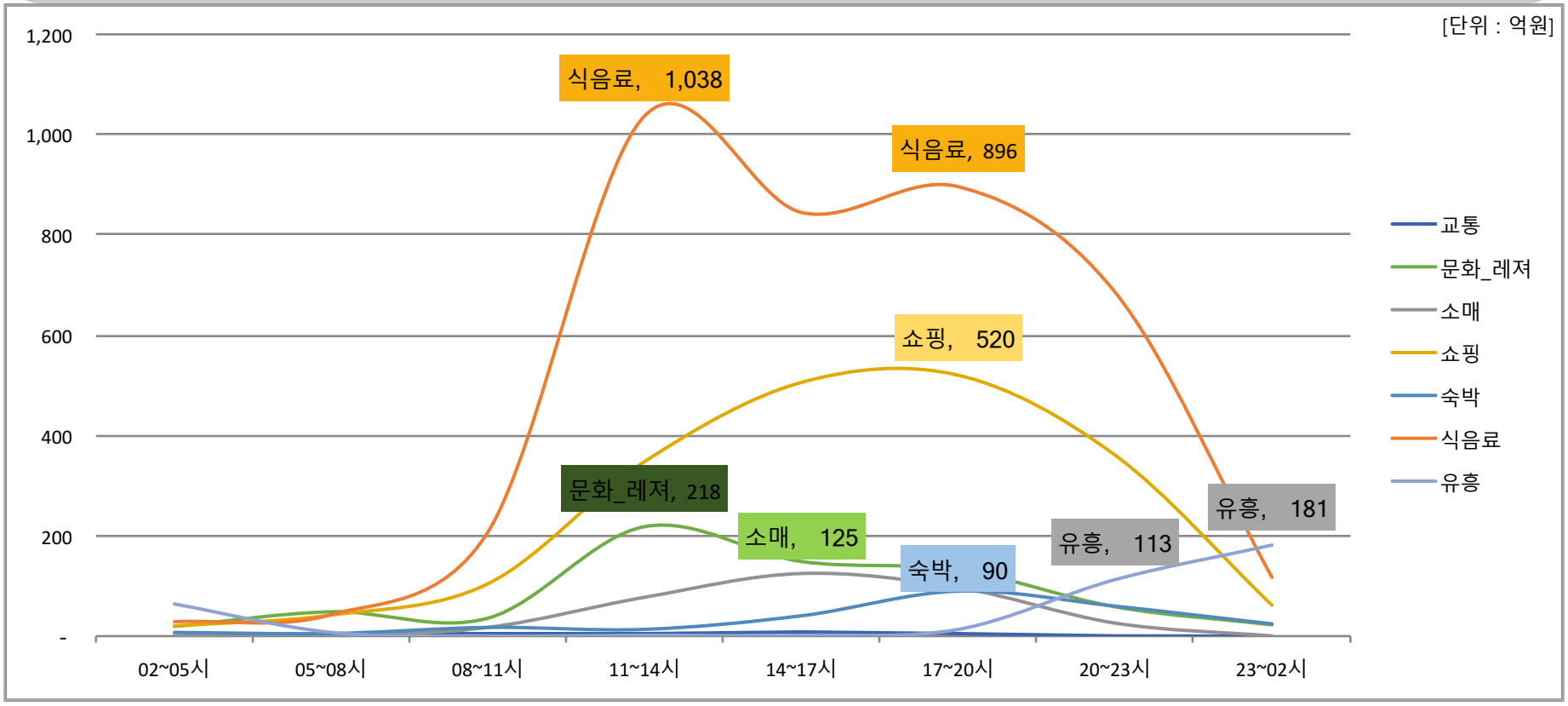
* 연령대별 매출분석시 법인 매출 제외

13. 군산시 시간대별 매출 분석

식음료 비중 높고 점심·저녁시간 대 집중, 쇼핑은 저녁시간에 가장 높음

- 관광소비 중 식음료 업종은 11~14/17~20시에 매출액이 각 1,038억/896억으로 가장 높게 나타남
- 문화/레저 업종은 11~14시 매출액이 가장 높게 나타나며, 20시 이후 매출이 감소함
- 유흥 업종은 20~23시 매출액이 급격히 증가하며, 23~02시 가장 높게 나타남

시간대별 매출 현황

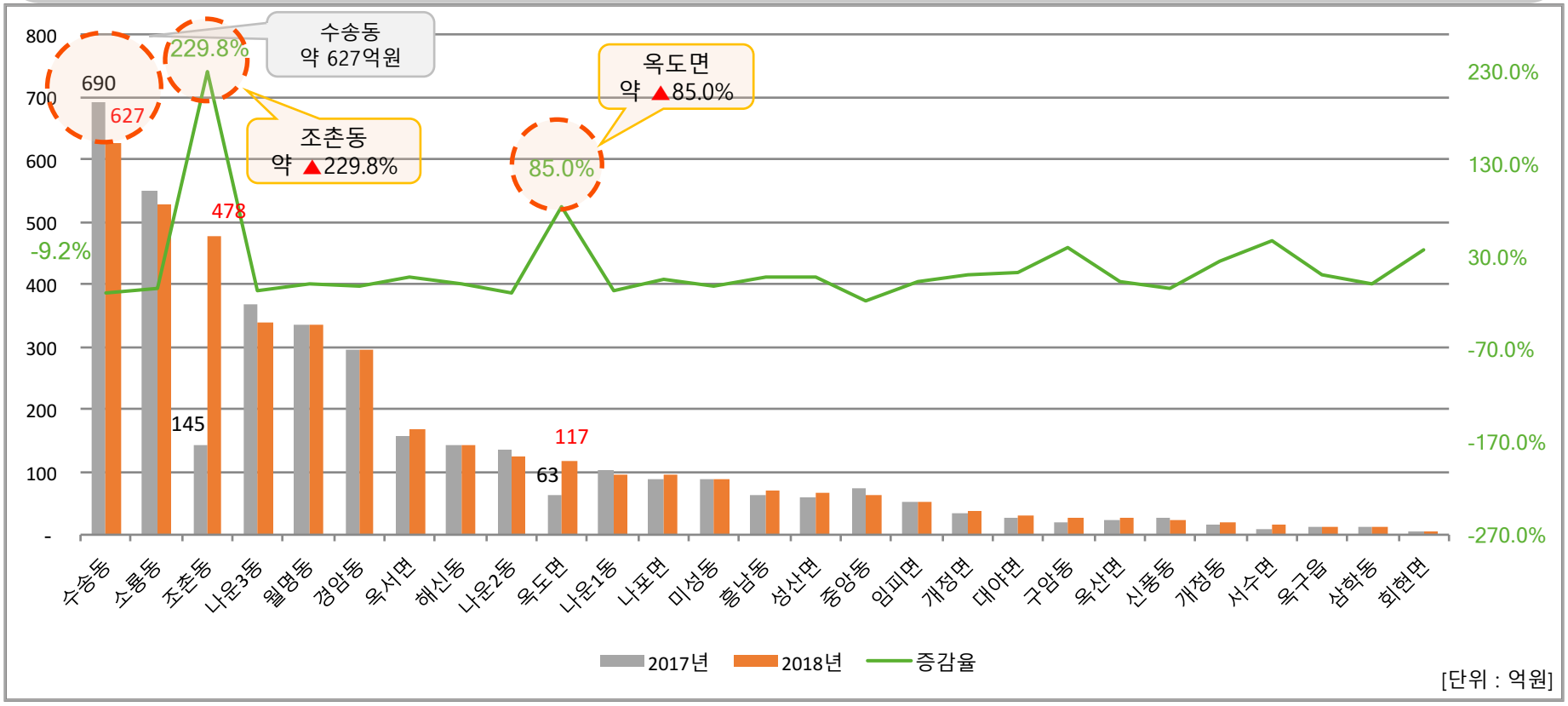


14. 군산시 읍면동별 매출분석

수송동인근 매출 높고, 옥도면 매출증가는 육지를 연결하는 대교 영향 추정

- 2018년 수송동 매출액은 약 627억원으로 군산시 중 가장 높으며, 전년대비 약 ▼9.2% 감소 함
- 전년대비 증가율이 가장 높은 지역은 조촌동, 전년대비 약 ▲229.8% 증가 함
- 옥도면 매출액은 약▲85.0% 증가 하였으나, 매출액은 117억원 수준으로 타동 대비 적은 수준 임

읍면동 매출 현황



Contents

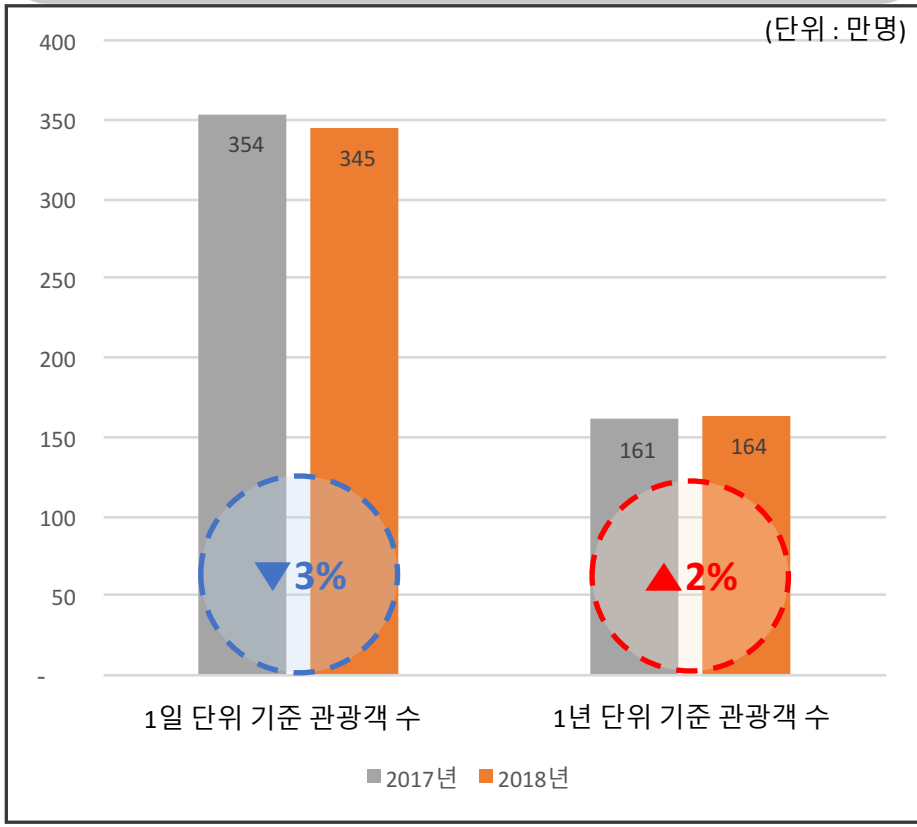
I. 사업개요
II. 군산시분석
III .관광지분석
IV .축제분석
V. 정책제언

1-1. 시간여행마을 전체관광객 현황

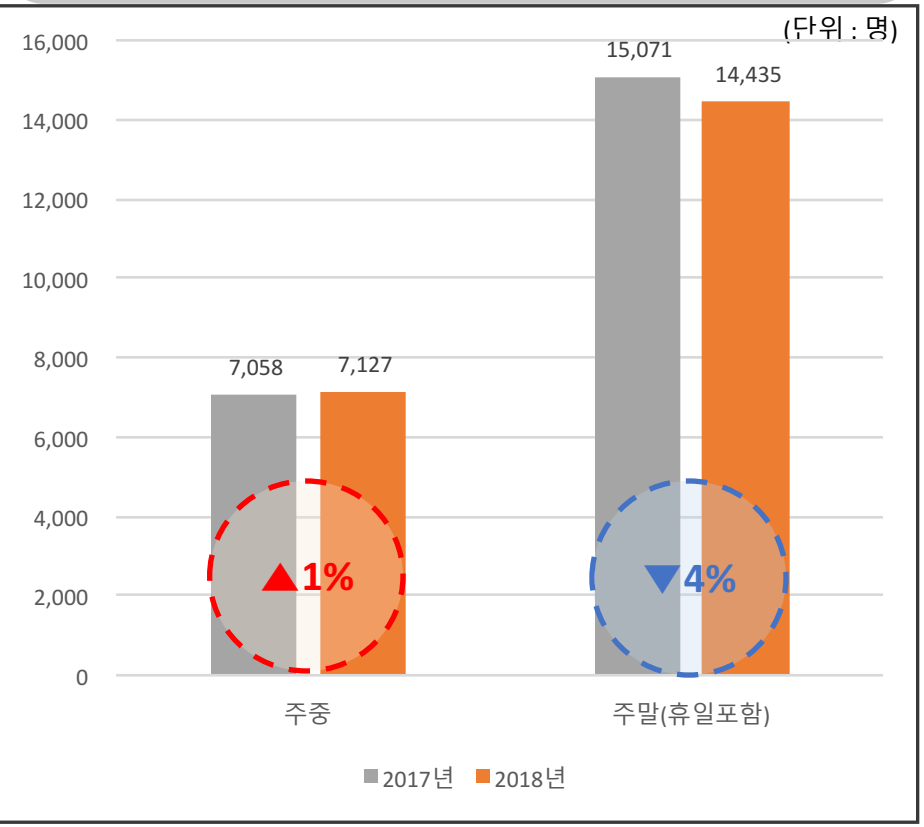
전년대비 전체 관광객 3% 감소, 주말 관광객 4% 감소

- 2018년 시간여행마을 전체관광객 약 345만명 방문 (전년대비 약 3% 감소)
- 주중 관광객 약 1% 증가, 주말 관광객 약 4% 감소

전체 관광객 현황



주중/주말 평균관광객 현황



- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객
- 1일 단위 기준 관광객 수 : 동일 관광객이 1일에 여러 번 방문해도 1명으로 산정
- 1년 단위 기준 관광객 수 : 동일 관광객이 1년에 여러 번 방문해도 1명으로 산정

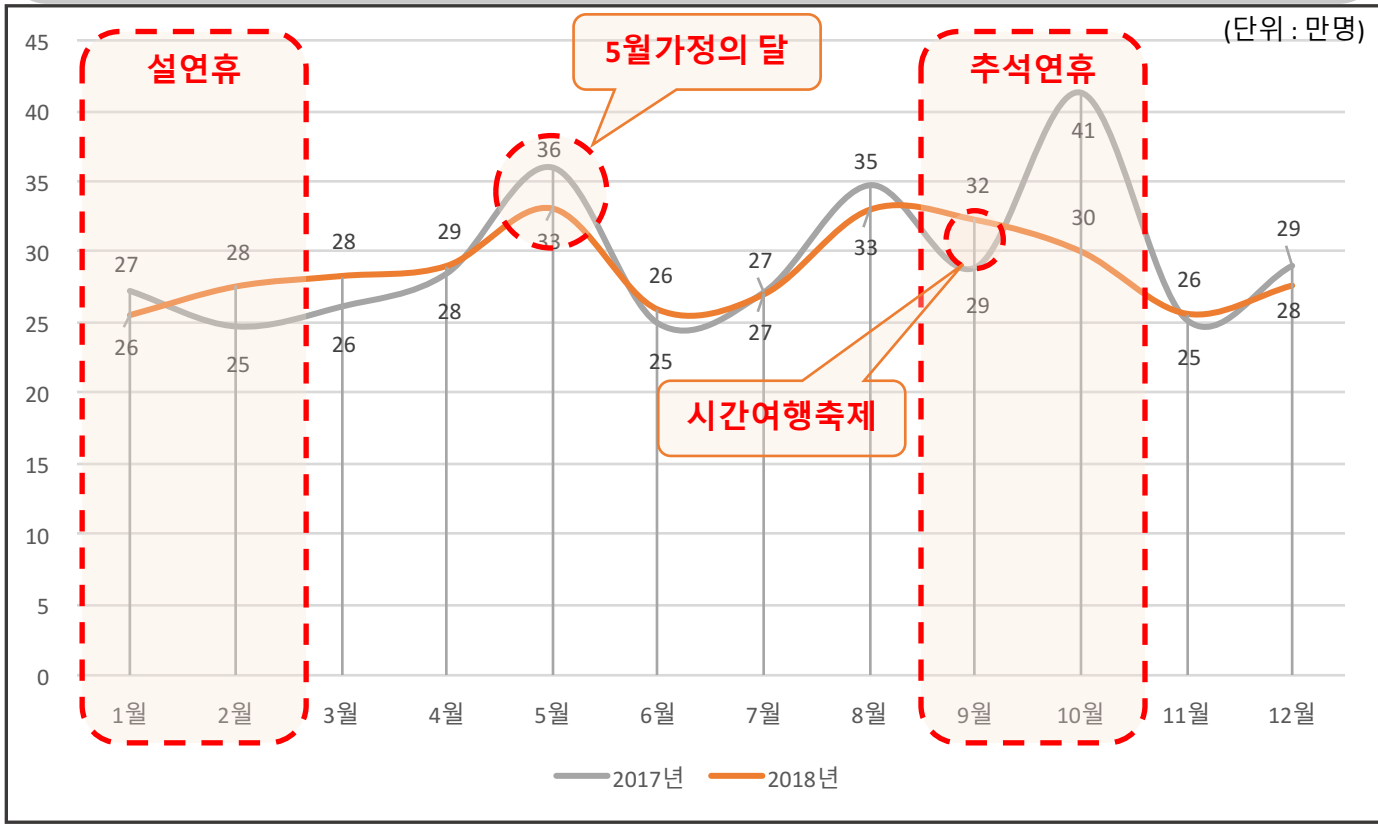
- 2017년 주말(휴일포함)일정 120일
- 2018년 주말(휴일포함)일정 116일

1-2. 시간여행마을 월별 관광객 현황

5월 연휴기간, 9월 축제기간 관광객 유치 활성화 방안 필요

- 5월 전년대비 관광객 약 8% 감소, 7~8월 여름휴가 시즌 관광객 감소 (7월 약 1%감소, 8월 약 5% 감소)
- 9월 시간여행 축제 기간 전년대비 관광객 10% 증가
- 추석시즌 관광객 전년대비 약 11% 감소

전체 관광객 월별 현황



연휴 현황

- 설연휴

2017년 1월 (4일)

2018년 2월 (4일)

- 5월 가정의달

2017년 5월 (7일)

2018년 5월 (3일)

- 추석연휴

2017년 10월(10일)

2018년 9월(5일)

- 시간여행축제

9월 (3일)

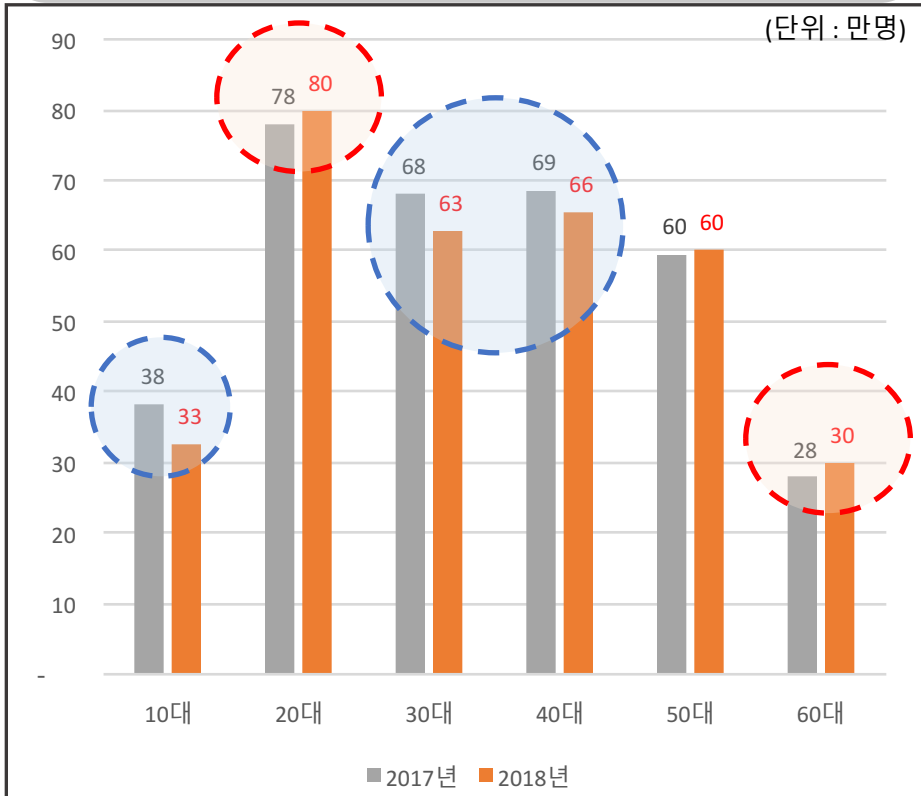
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

1-3. 시간여행마을 성별, 연령별 관광객 현황

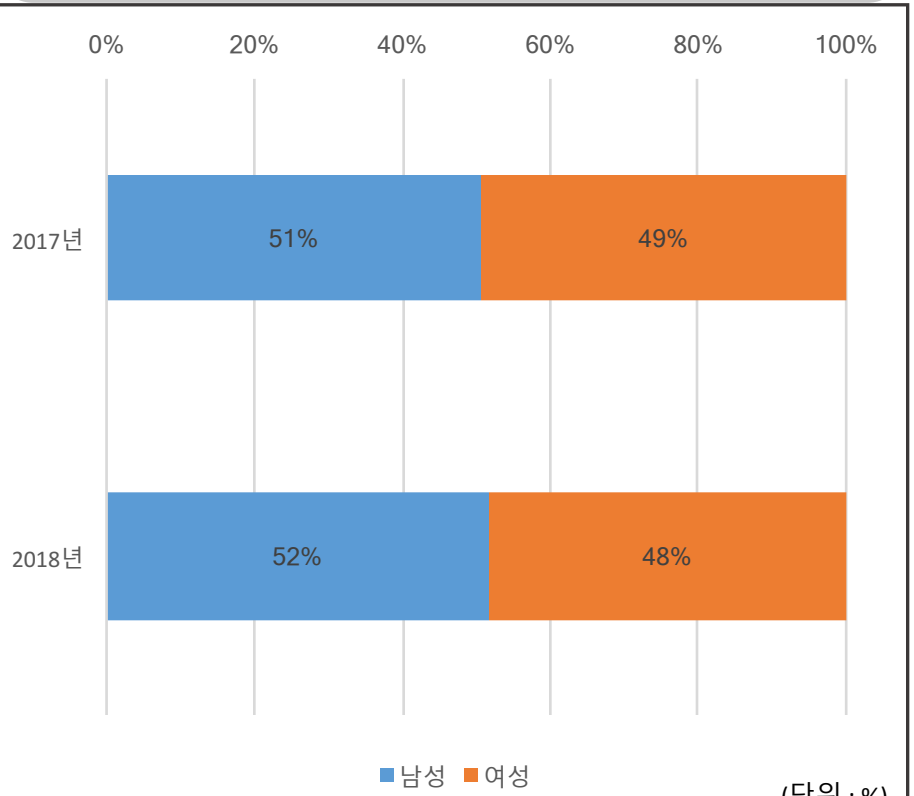
20대 관광객 증가, 가족단위 (10/40대 동시 감소) 및 여성관광객 소폭 감소

- 10대, 30대~40대 가족단위 관광객 전년대비 감소, 20대, 50대이상 관광객 전년대비 관광객 증가
- 남성관광객 비율 전년대비 약 1%p 증가

연령별 관광객 현황



성별 관광객 현황



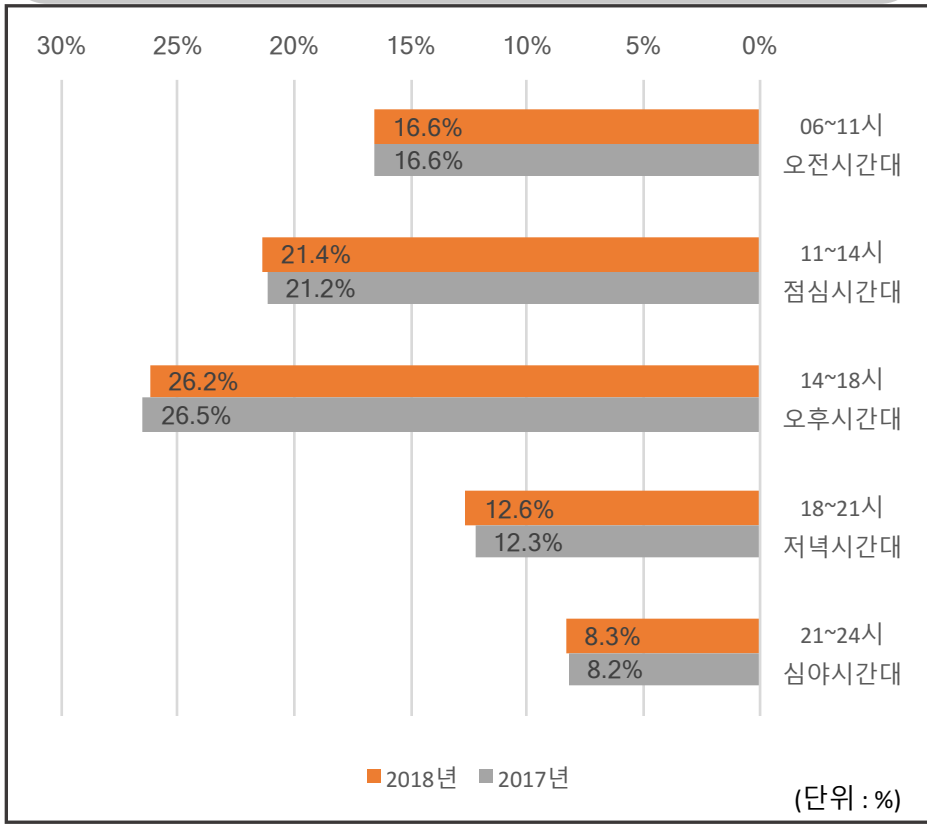
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

1-4. 시간여행마을 시간대별 관광객 현황

오후 시간대 관광객 유입 많고, 전년과 비슷한 비율

- 오후시간대 관광객 유입 가장 많지만, 전년대비 약 0.3%p 감소 (약 3만4천여명 감소)
- 저녁시간 관광객 소폭 증가(약 2천여명 증가), 오전・점심시간대 관광객 감소

관광객 시간대별 유입비율 현황



관광객 시간대별 유입현황

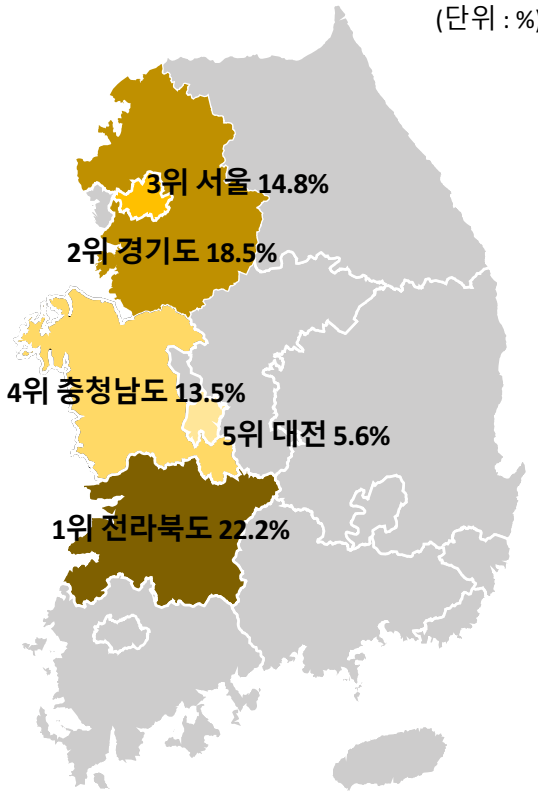
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

1-5. 시간여행마을 관광객 거주지별 현황 (광역자치단체)

전북 가장 높고, 수도권 거주자 방문비율 약 35%로 나타남

- 전북, 경기, 서울, 충남, 대전 등 서북권 광역단체 순 상위 랭크
- 수도권(서울, 경기, 인천) 거주 관광객 방문비율 약 1.0%p감소 (2017년 약 36.3%, 2018년 약 35.3%)

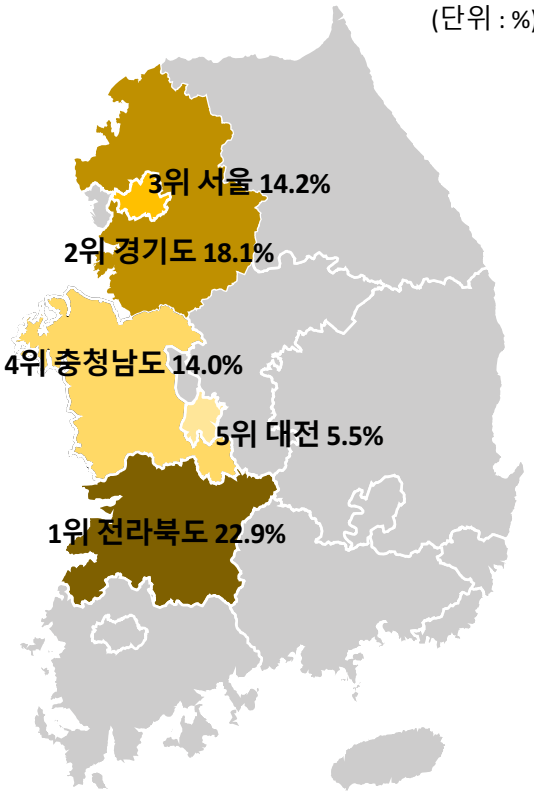
2017년 광역단체 거주지 현황



광역단체 거주지별 비교

비율	광역단체	순위	광역단체	비율
22.2%	전라북도	1	전라북도	22.9%
18.5%	경기도	2	경기도	18.1%
14.8%	서울특별시	3	서울특별시	14.2%
13.5%	충청남도	4	충청남도	14.0%
5.6%	대전광역시	5	대전광역시	5.5%
4.4%	광주광역시	6	광주광역시	4.4%
3.4%	전라남도	7	전라남도	3.5%
3.0%	충청북도	8	충청북도	3.2%
3.0%	인천광역시	9	인천광역시	3.0%
2.4%	경상남도	10	경상남도	2.4%
1.8%	경상북도	11	경상북도	1.8%
1.8%	부산광역시	12	부산광역시	1.6%
1.6%	대구광역시	13	대구광역시	1.5%
1.3%	강원도	14	세종시	1.3%
1.0%	세종시	15	강원도	1.3%
22.2%	전라북도	1	전라북도	22.9%
18.5%	경기도	2	경기도	18.1%

2018년 광역단체 거주지 현황



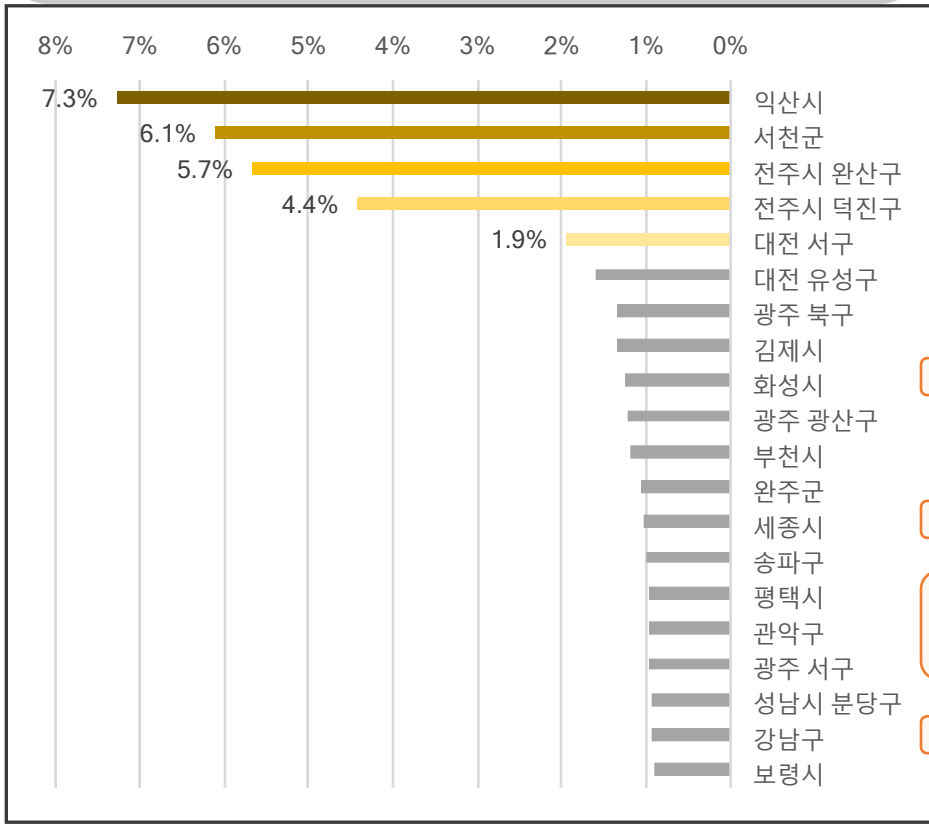
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

1-6. 시간여행마을 관광객 거주지별 현황 (기초자치단체)

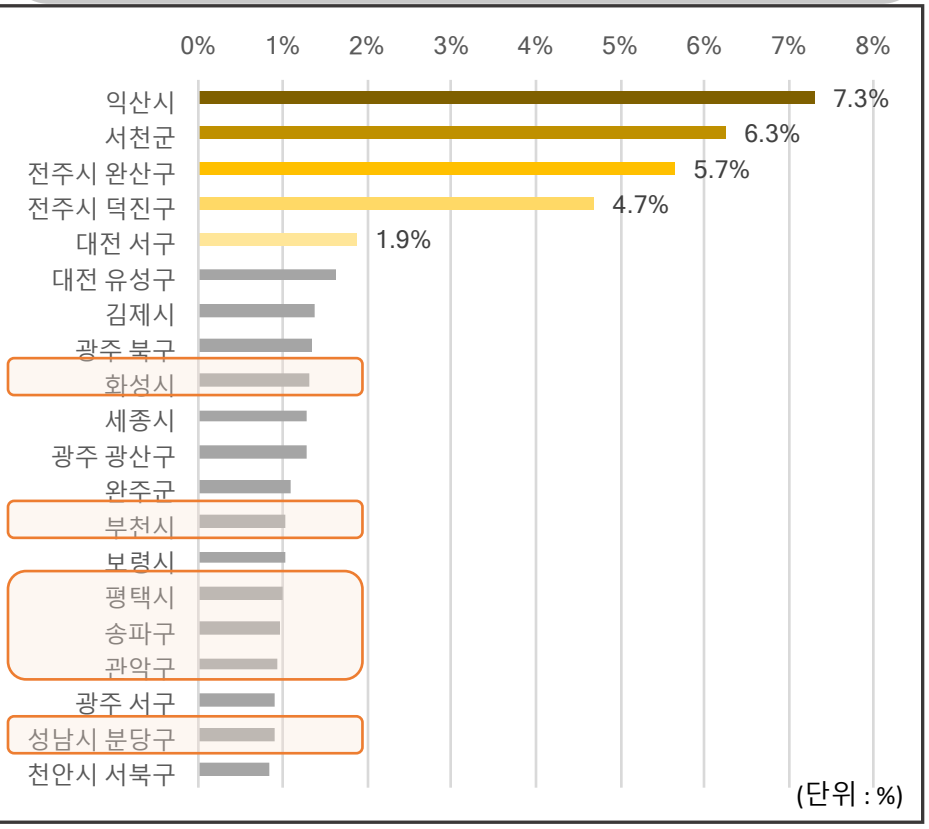
인근 기초자치단체 거주자 방문비율 높고, 서울은 송파・관악 등이 높음

- 익산, 서천, 전주, 대전 등 인근 지자체 거주자 방문비율 높음
- 수도권 화성, 부천, 평택, 송파, 관악, 성남 등 관광객 거주지 나타남

2017년 기초자치단체 거주지별 방문현황



2018년 기초자치단체 거주지별 방문현황



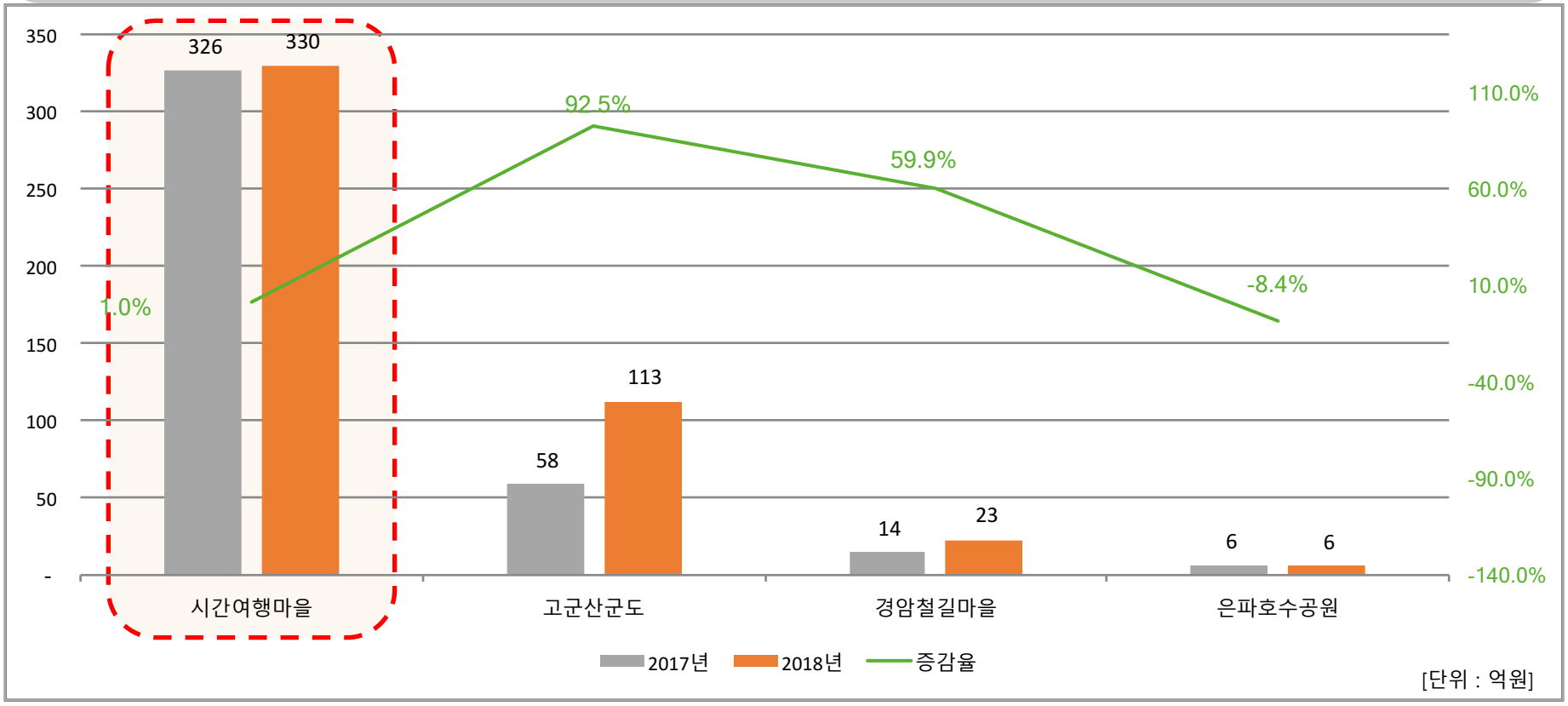
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

1-7. 시간여행마을 총매출 분석

4대 관광지중 가장 많은 매출 발생지, 전년대비 약 1.0% 증가

- 시간여행 마을 2017년 326억원, 2018년 330억원으로 전년대비 약 1.0% 증가
- 4대 관광지 중 가장 많은 매출 발생하였으나, 전년과 비슷함

4대관광지 총 매출 비교 현황



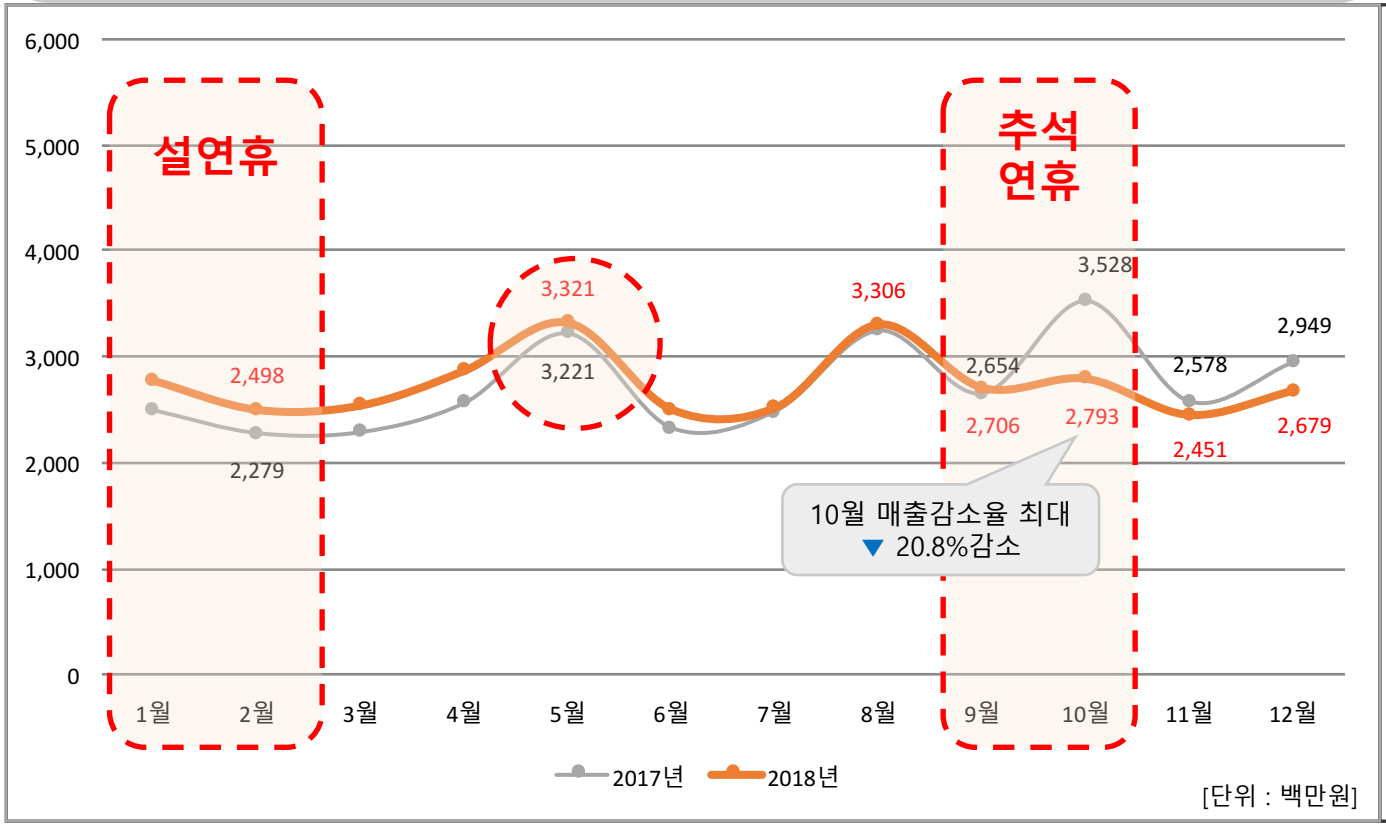
* 매출액 : 자택 주소 기준 군산 이외 지역 거주자 & 관광업종(식음료, 숙박, 교통, 문화/레져, 쇼핑, 소매, 유흥) & 법인고객 사용금액 제외
경암철길마을 관광지 내 이마트 군산점 제외

1-8. 시간여행마을 월별 매출 추이분석

9월 추석연휴 이후 매출액 감소

- 2018년 5월 매출액은 33.2억원으로 1년 중 가장 높게 나타남
- 2018년 10월 매출액은 전년대비 ▼20.8% 감소하였으나, 2017년 추석연휴가 10월인 것이 원인으로 보임

월별 매출 현황



연휴 현황

- 설연휴

2017년 1월 (4일)

2018년 2월 (4일)

- 5월 가정의달

2017년 5월 (7일)

2018년 5월 (3일)

- 추석연휴

2017년 10월(10일)

2018년 9월(5일)

- 시간여행축제

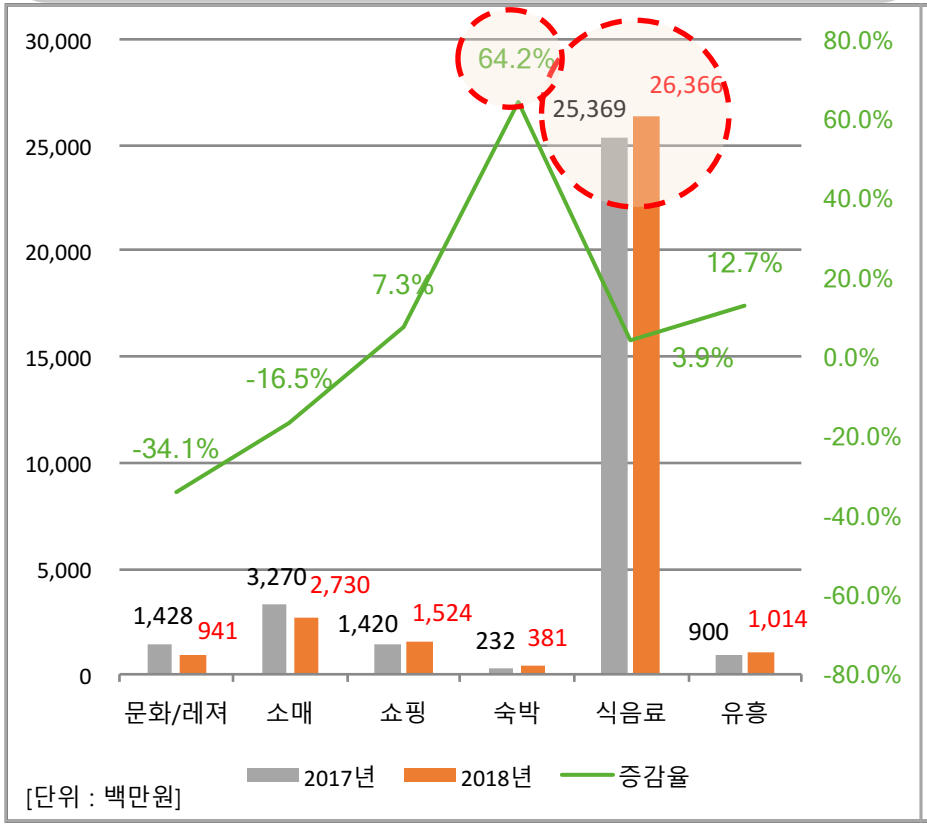
9월 (3일)

1-9. 시간여행마을 업종별 매출 분석

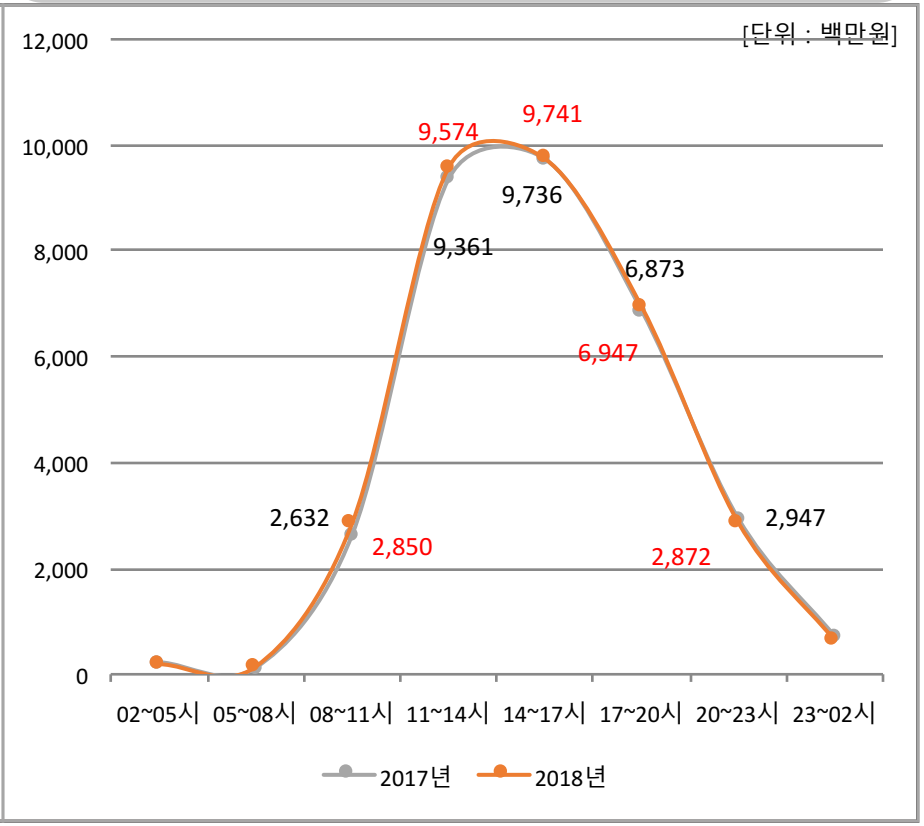
식음료 매출이 가장 높음, 숙박매출은 비율은 낮으나 전년대비 가장 많이 상승

- 식음료 업종 매출액이 약 263.7억원으로 가장 높게 나타나며, 전년대비 약 ▲3.9% 증가 함
- 전년대비 숙박 업종 매출액 증가율 약▲64.2%로 가장 높게 나타남
- 14~17시 매출액이 97.4억원으로 가장 높게 나타남

업종별 매출분석



시간대별 매출 분석

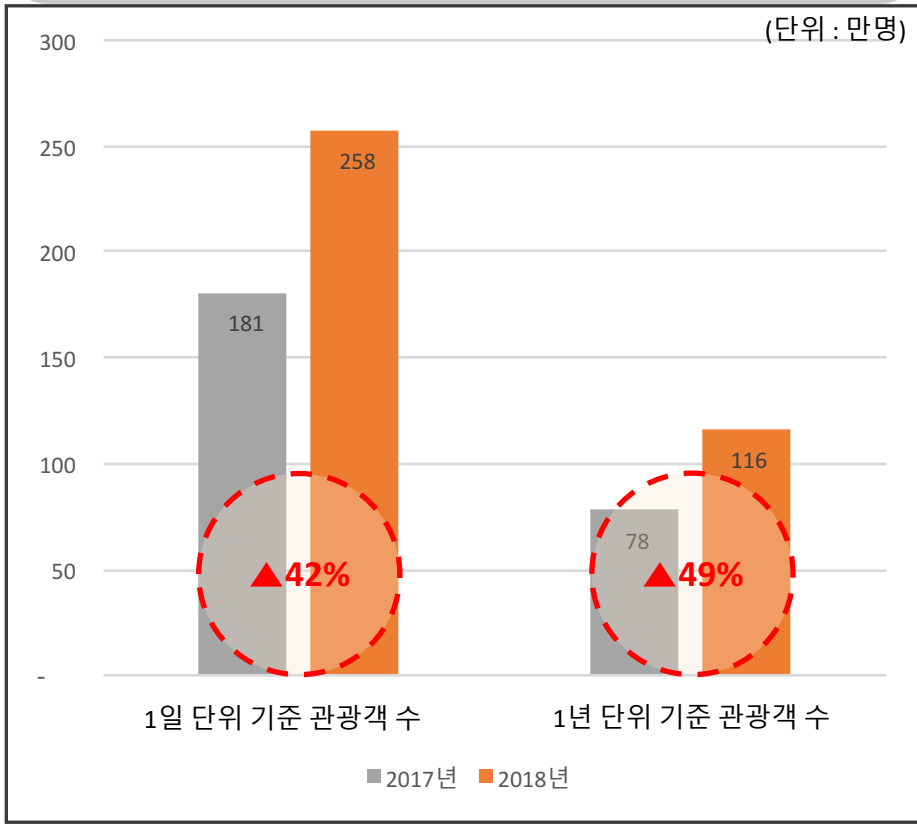


2-1. 고군산군도 전체관광객 현황

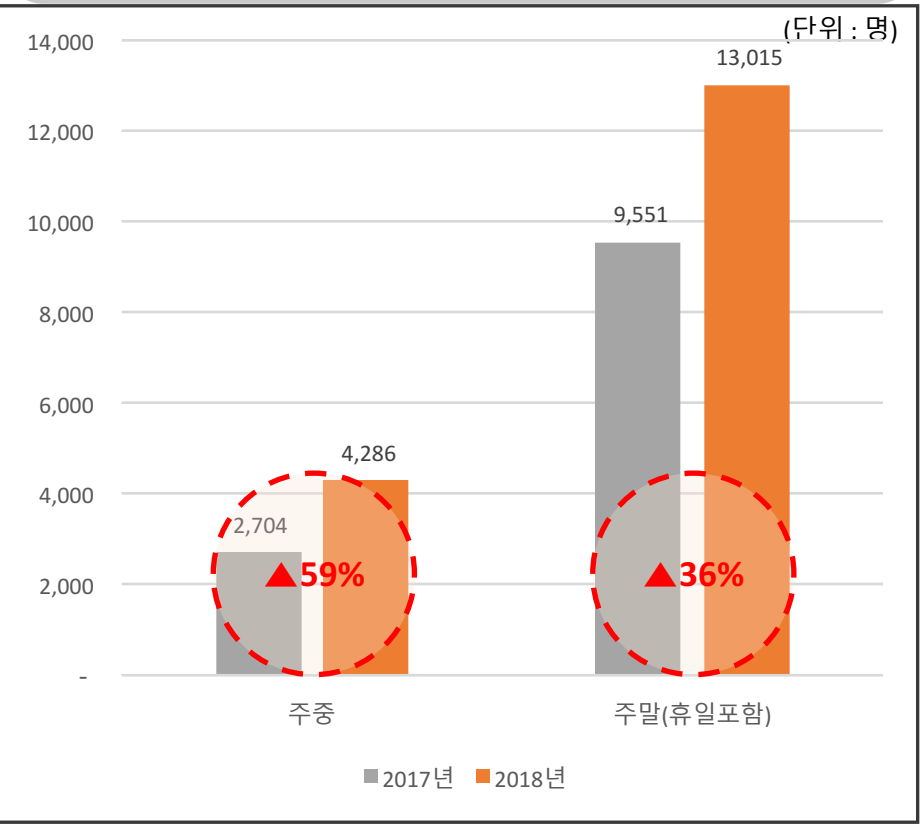
고군산군도 전체관광객 전년대비 약 42% 증가 (고군산군도대교 연결 영향)

- 2018년 고군산군도 전체관광객 약 258만명 방문 (전년대비 약 42% 증가)
- 주중평균 4,286명 방문(전년대비 약 59% 증가), 주말평균 13,013명 방문 (전년대비 약 36% 증가)

전체관광객 현황



주중/주말 평균 관광객 현황



- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객
- 1일 단위 기준 관광객 수 : 동일 관광객이 1일에 여러 번 방문해도 1명으로 산정
- 1년 단위 기준 관광객 수 : 동일 관광객이 1년에 여러 번 방문해도 1명으로 산정

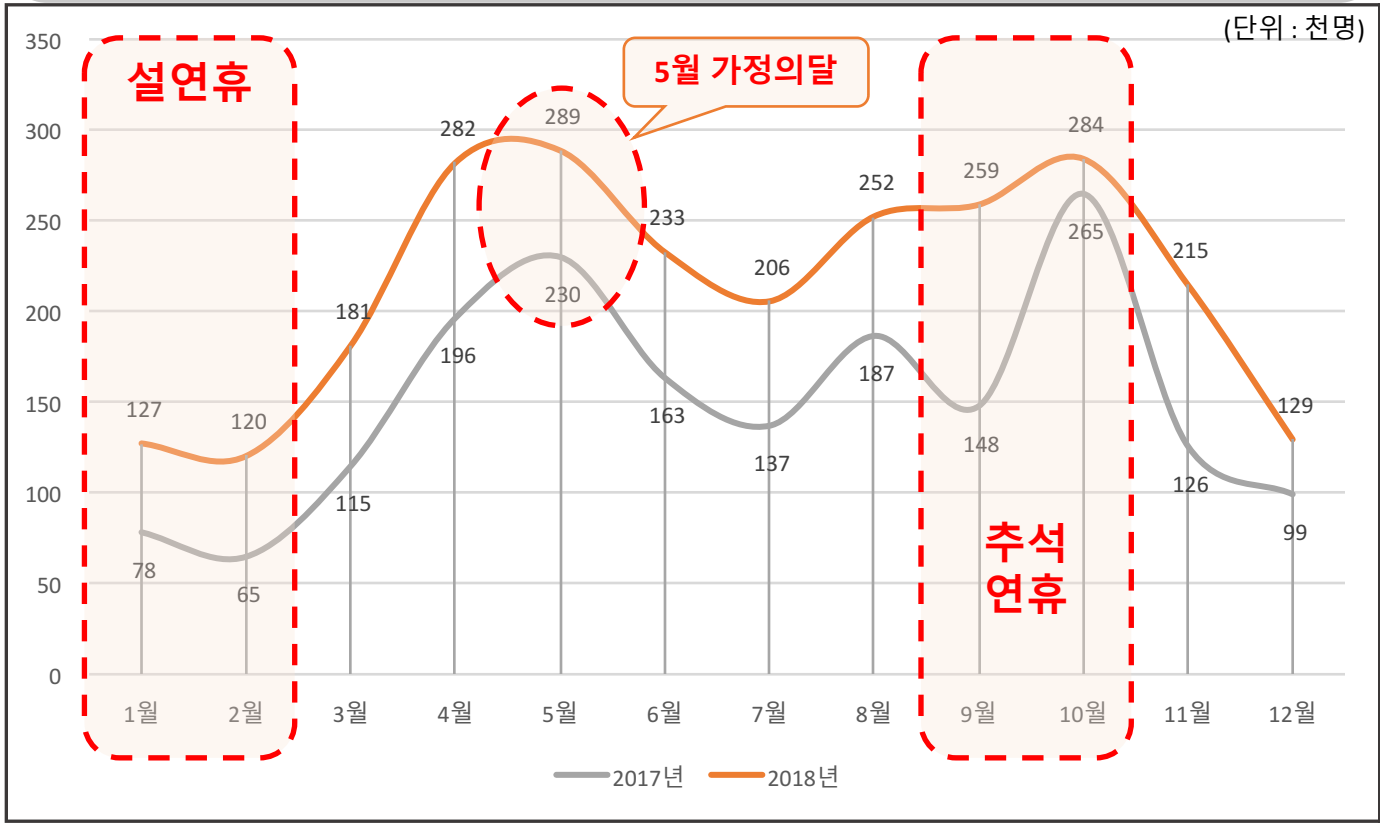
- 2017년 주말(휴일포함)일정 120일
- 2018년 주말(휴일포함)일정 116일

2-2. 고군산군도 월별 관광객 현황

여름 휴가시즌 관광객 유치 방안 필요

- 명절연휴 관광객 역전현상 없이 매월 관광객 증가 추세
- 봄시즌, 추석시즌이 관광객 가장 많이 방문

전체 관광객 월별 현황



연휴 현황

- 설연휴

2017년 1월 (4일)

2018년 2월 (4일)

- 5월 가정의달

2017년 5월 (7일)

2018년 5월 (3일)

- 추석연휴

2017년 10월(10일)

2018년 9월(5일)

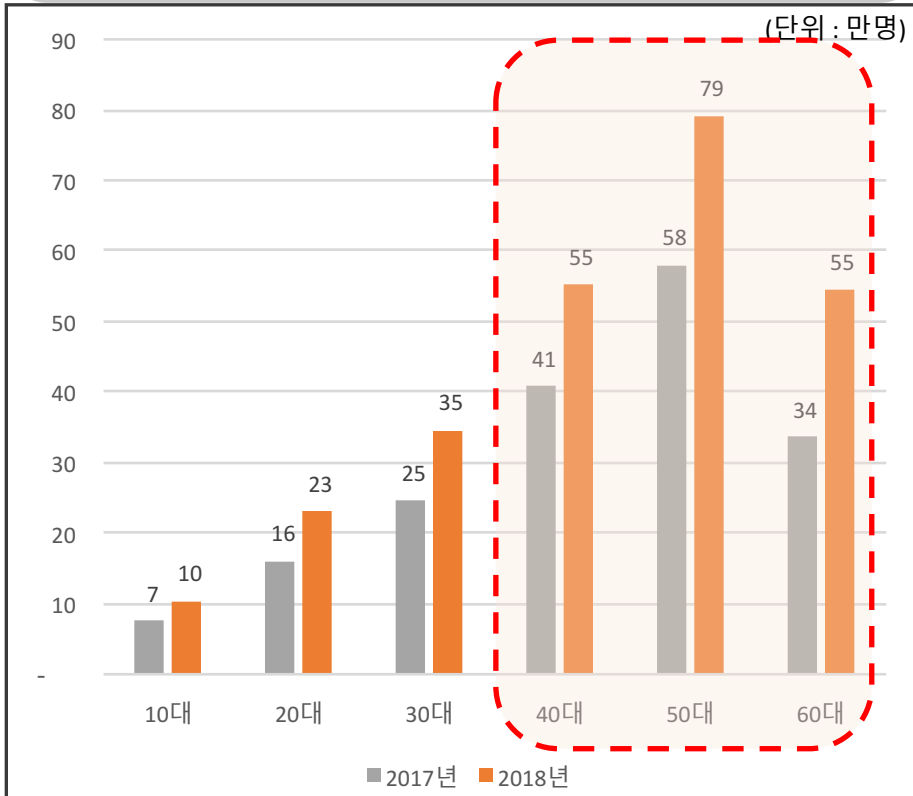
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

2-3. 고군산군도 성별, 연령별 관광객 현황

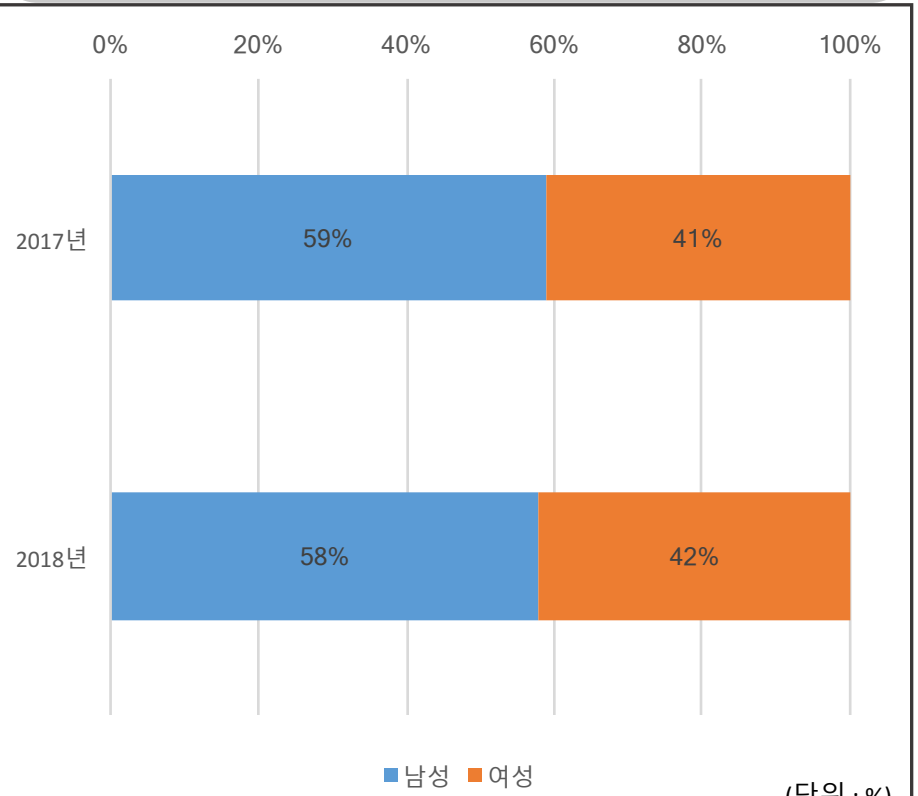
젊은층 관광객 적고, 주 관광객 연령층인 40대이상 관광객 증가

- 모든 연령층 관광객이 증가하였고, 40대 이상 주 관광 연령층이 크게 증가함
- 50대 관광객 방문이 가장 많고, 전년대비 약 36% 관광객 증가함

연령별 관광객 현황



성별 관광객 현황



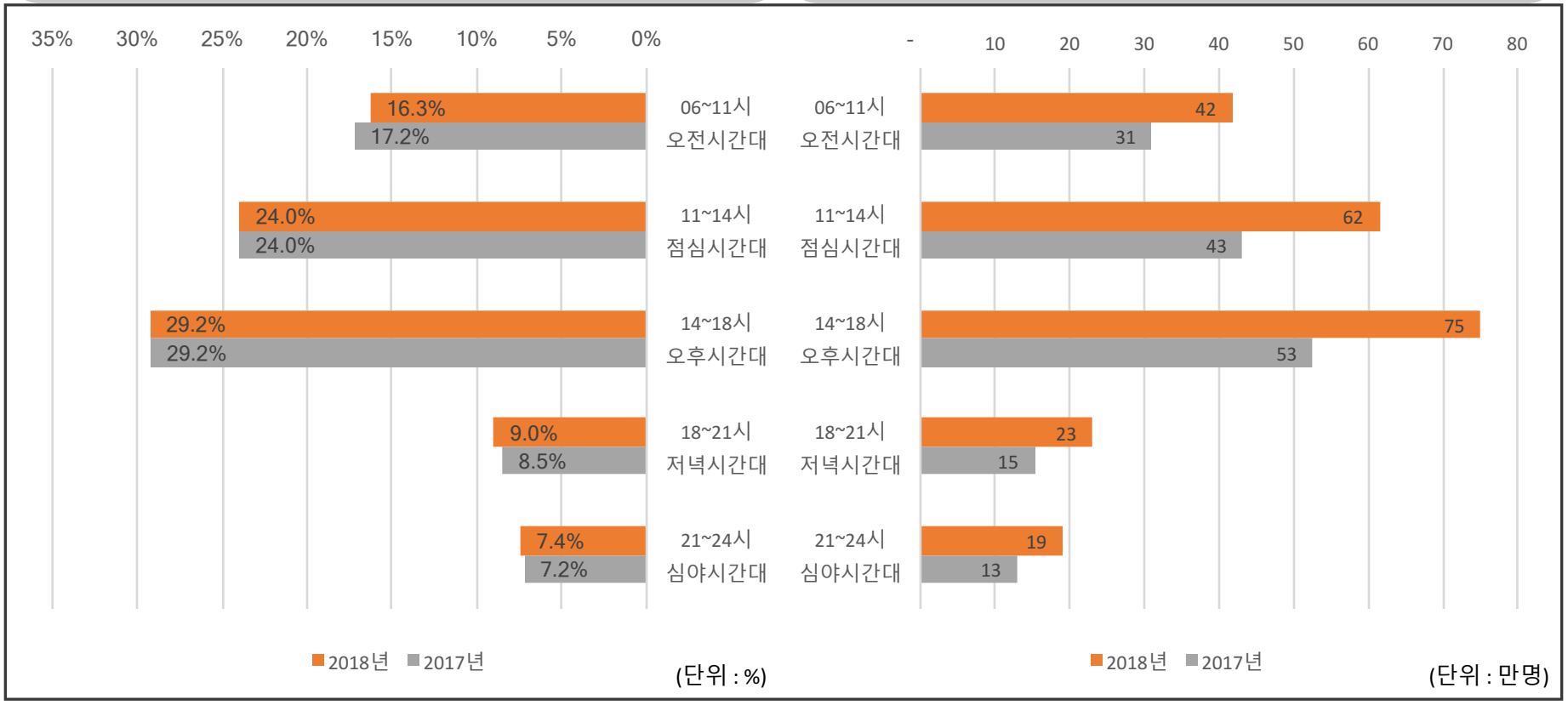
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

2-4. 고군산군도 시간대별 관광객 현황

오후시간대 까지 관광객 유입이 지속, 저녁시간대 이후 급격히 감소

- 점심・오후 시간대 관광객 유입비율 높고, 전년과 동일한 비율로 나타남 (점심 약 24%, 오후 약 29%)
- 오후시간대 관광객 약 22만명 증가, 점심시간대 관광객 약 19만명 증가

관광객 시간대별 유입비율 현황



관광객 시간대별 유입현황

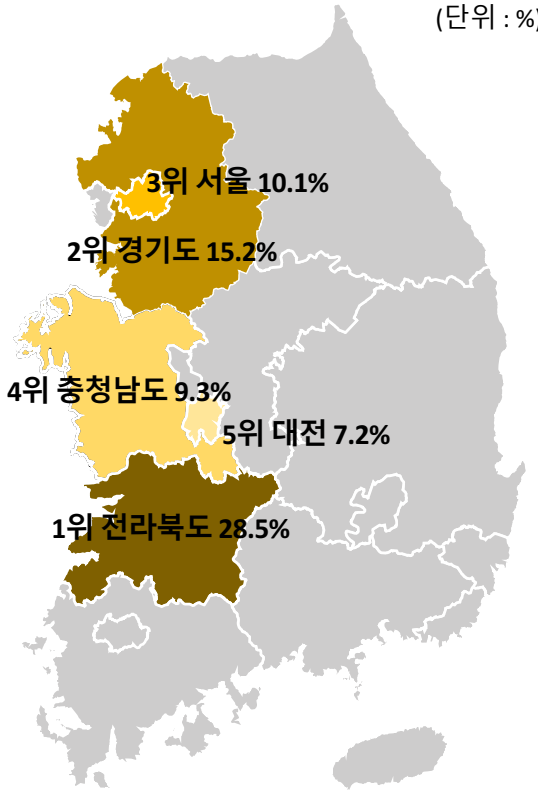
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

2-5. 고군산군도 관광객 거주지별 현황 (광역자치단체)

전북 가장 높고, 수도권 관광객 비율 전년대비 약 0.2%p 감소

- 전북, 경기, 서울, 충남, 대전 등 서북권 광역단체 순 상위 랭크
- 수도권(서울, 경기, 인천) 거주 관광객 방문비율 약 0.2%p감소 (2017년 약 27.6%, 2018년 약 27.4%)

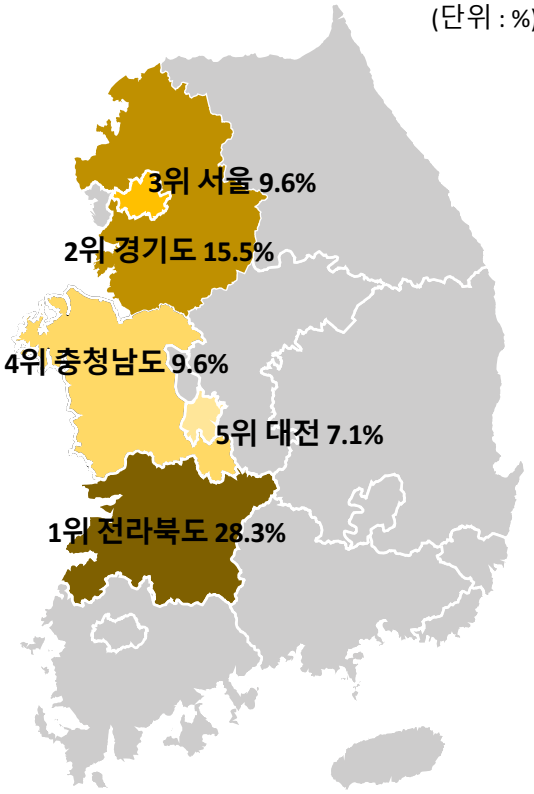
2017년 광역단체 거주지 현황



광역단체 거주지별 비교

비율	광역단체	순위	광역단체	비율
28.5%	전라북도	1	전라북도	28.3%
15.2%	경기도	2	경기도	15.5%
10.1%	서울특별시	3	서울특별시	9.6%
9.3%	충청남도	4	충청남도	9.6%
7.2%	대전광역시	5	대전광역시	7.1%
5.1%	광주광역시	6	광주광역시	5.7%
4.6%	충청북도	7	충청북도	4.5%
3.9%	전라남도	8	전라남도	4.3%
3.1%	경상남도	9	경상남도	3.2%
2.7%	경상북도	10	경상북도	2.4%
2.5%	대구광역시	11	인천광역시	2.3%
2.3%	인천광역시	12	대구광역시	2.2%
1.8%	부산광역시	13	부산광역시	1.7%
1.3%	강원도	14	세종시	1.3%
1.2%	세종시	15	강원도	1.1%
0.9%	울산광역시	16	울산광역시	0.8%
0.4%	제주도	17	제주도	0.4%

2018년 광역단체 거주지 현황



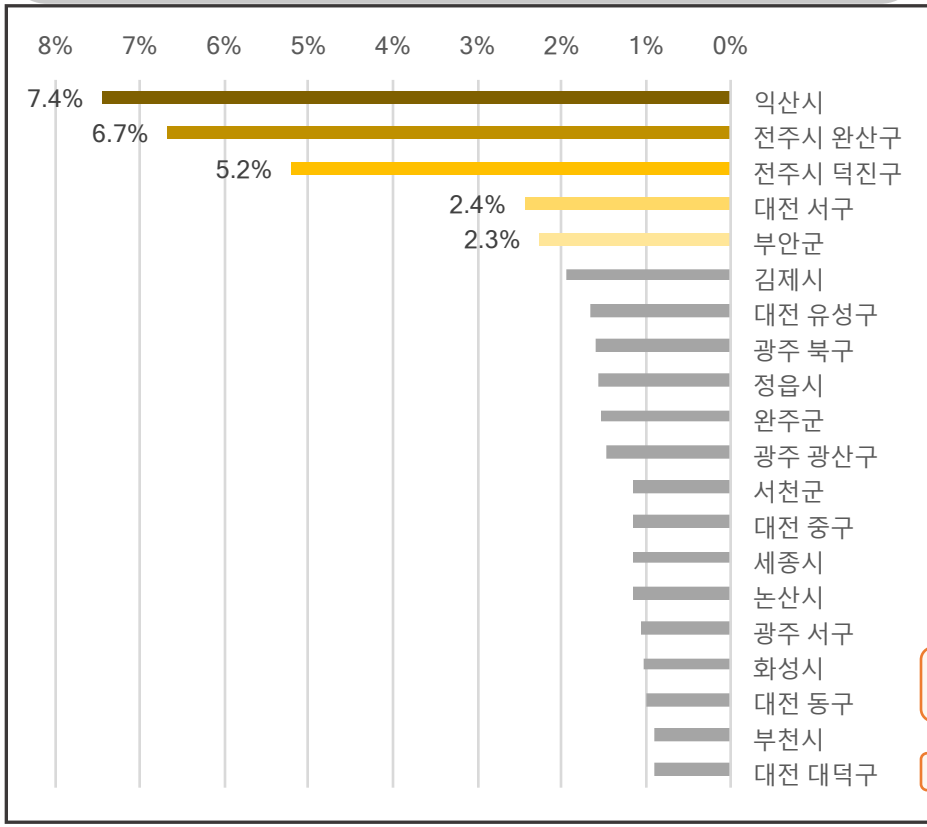
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

2-6. 고군산군도 관광객 거주지별 현황 (기초자치단체)

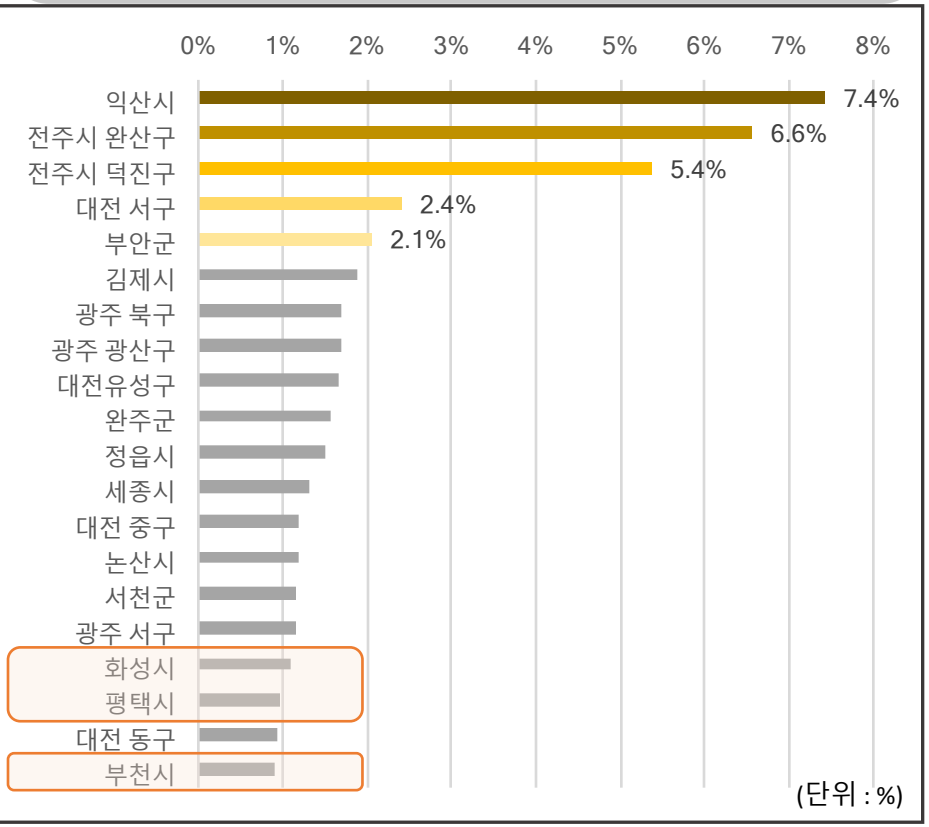
지리적으로 인근 내륙 지방인 익산시, 전주시 관광객 방문비율이 높게 나타남

- 익산시, 전주시 등 인근 기초자치단체 거주지 관광객 방문 비율 높음
- 수도권 기초자치단체 거주지 방문 높은 지역은 화성시, 평택시, 부천시 등으로 나타남

2017년 기초자치단체 거주지별 방문현황



2018년 기초자치단체 거주지별 방문현황



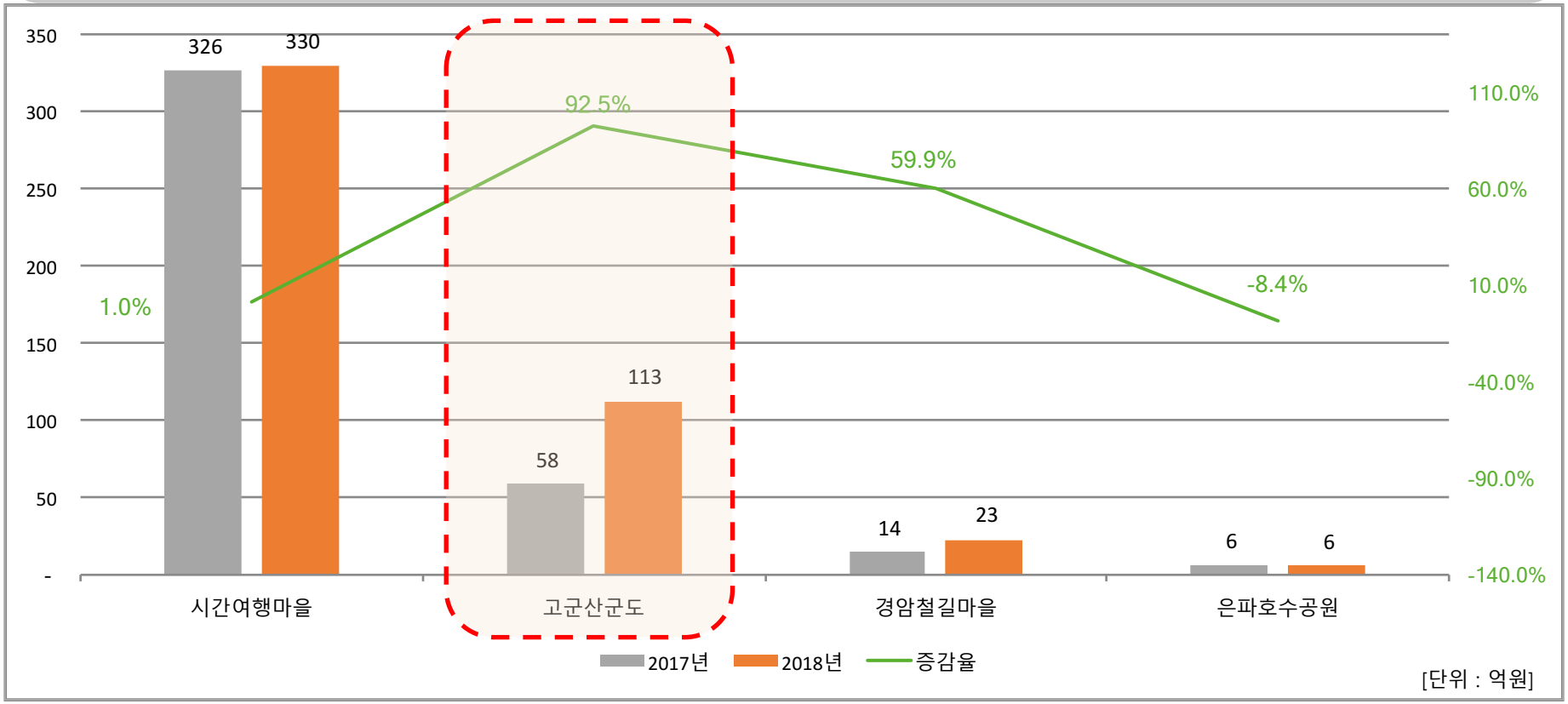
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

2-7. 고군산군도 총매출 분석

4대 관광지중 가장 높은 성장률 달성, 섬연결하는 다리에 의한 영향으로 추정

- 고군산군도 2017년 58억원, 2018년 113억원으로 전년대비 약 92.5% 증가
- 4대 관광지 중 가장 가장 높은 성장률 달성

4대관광지 총 매출 비교 현황



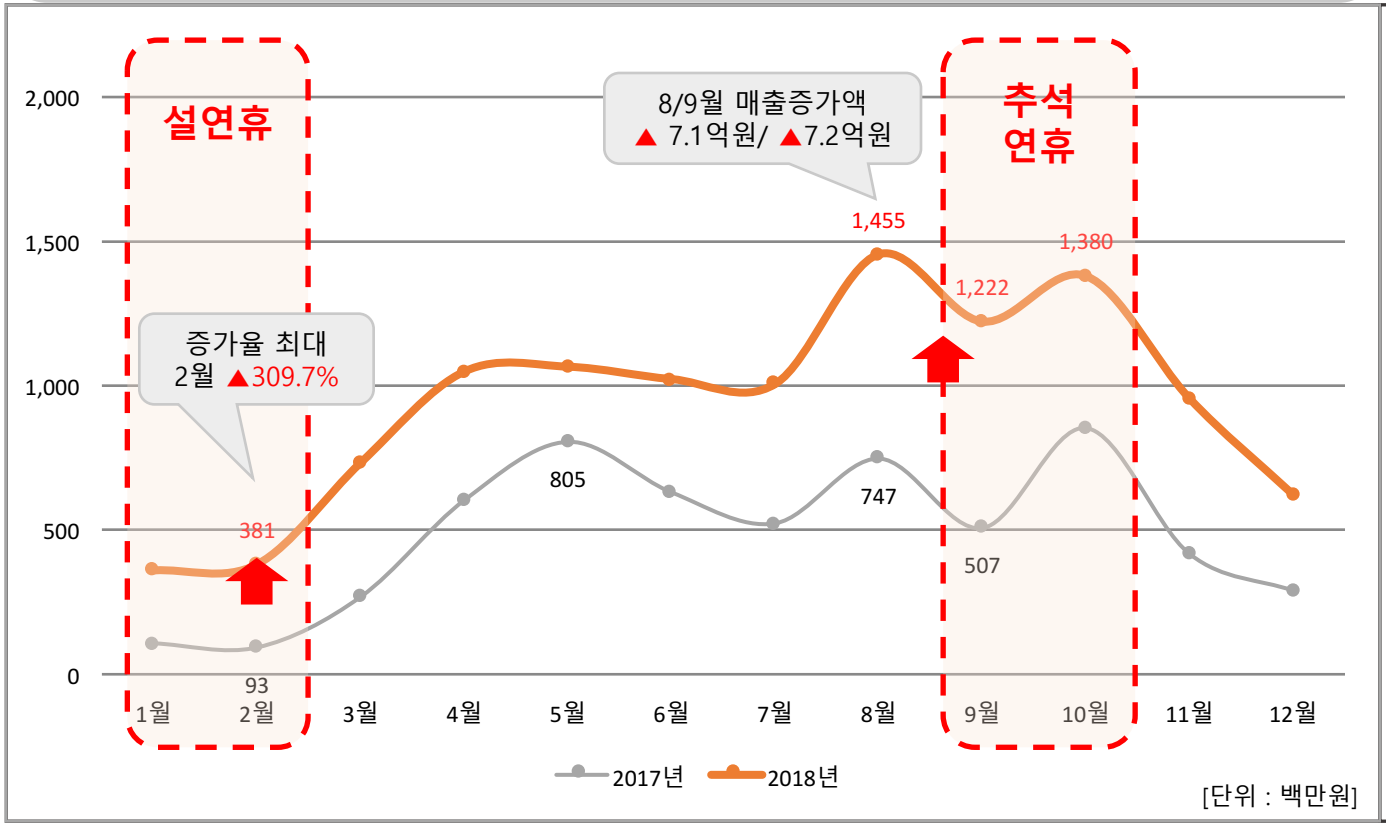
* 매출액 : 자택 주소 기준 군산 이외 지역 거주자 & 관광업종(식음료, 숙박, 교통, 문화/레져, 쇼핑, 소매, 유흥) & 법인고객 사용금액 제외
경암철길마을 관광지 내 이마트 군산점 제외

2-8. 고군산군도 월별 매출 추이분석

전년대비 매월 매출 증가, 전년대비 8~9월 매출 최대 증가

- 2017년 2018년 설/추석 월 변경으로 인한 매출액 크로스 현상 발생하지 않음
- 8/9월 매출 증가액은 8월 약▲7.1억원/ 9월 약▲7.2억원으로 1년 중 가장 높게 발생함
- 2월 매출액 증가율은 약 ▲309.7%로 1년 중 가장 높게 발생함

월별 매출 현황



연휴 현황

- 설연휴

2017년 1월 (4일)

2018년 2월 (4일)

- 5월 가정의달

2017년 5월 (7일)

2018년 5월 (3일)

- 추석연휴

2017년 10월(10일)

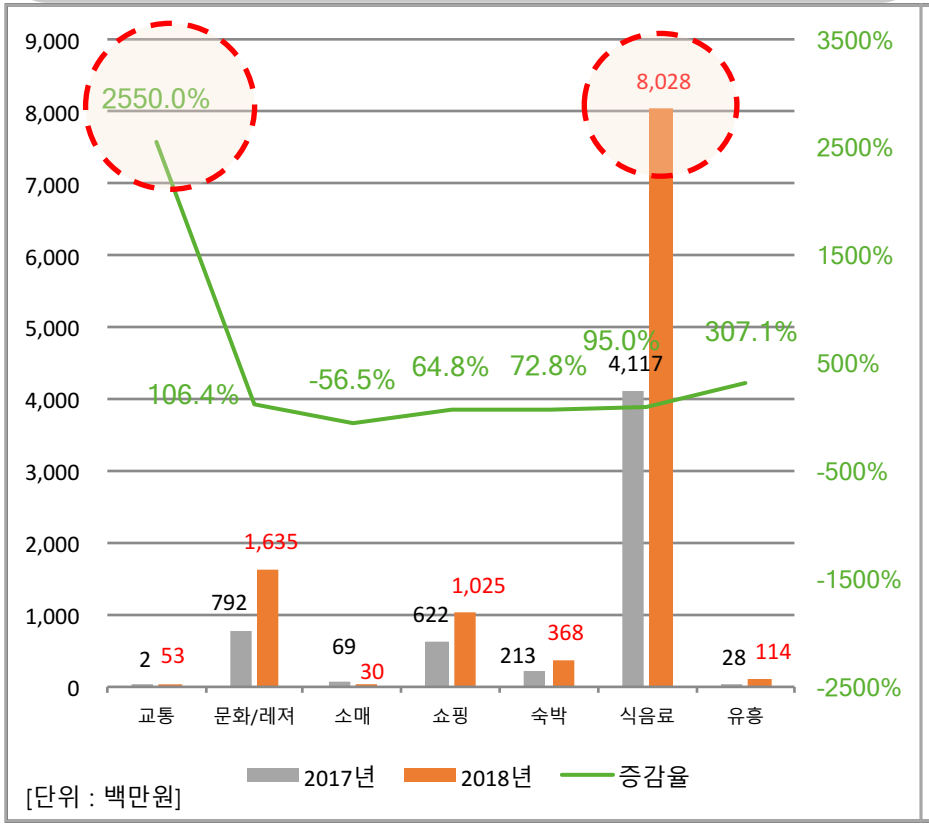
2018년 9월(5일)

2-9. 고군산군도 업종별 매출 분석

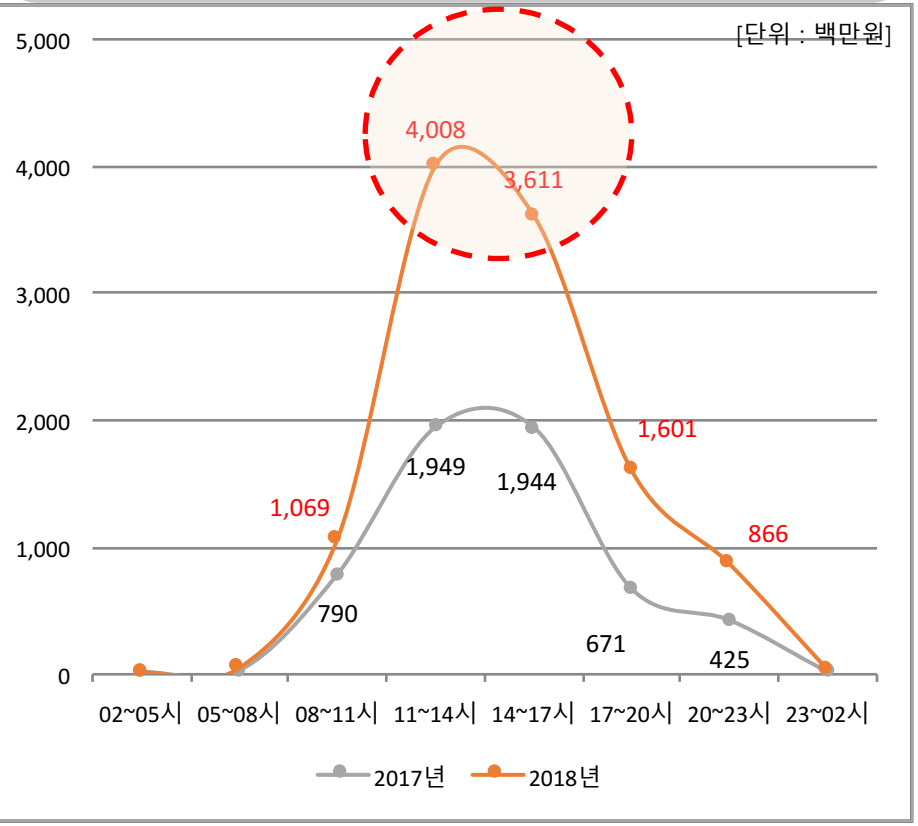
식음료 매출이 가장 높고, 점심시간대 매출 비중이 높음

- 식음료 업종 매출액은 약 80.3억원으로 가장 높게 나타나며, 전년대비 약 ▲95.0% 증가 함
- 전년대비 교통 업종 매출액 증가율 가장 높음, 약 ▲2,550.0% 증가 함
- 11~14시 매출액이 40.1억원으로 가장 높게 나타나며, 전년 대비 약▲20.6억원 증가 함

업종별 매출분석



시간대별 매출 분석

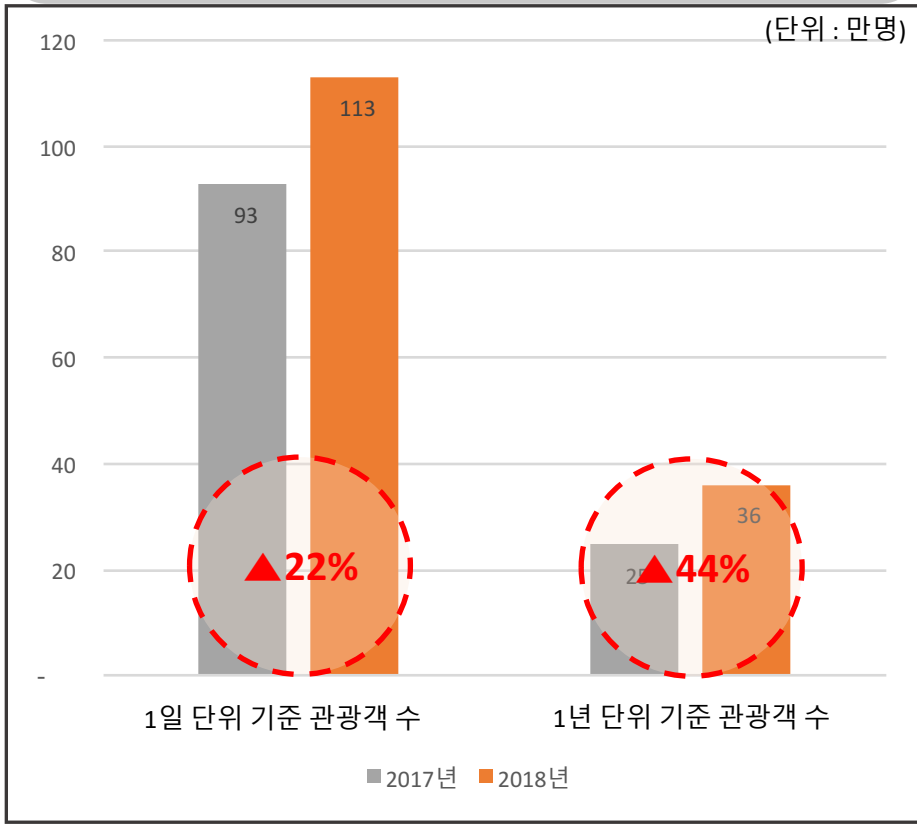


3-1. 경암철길마을 전체관광객 현황

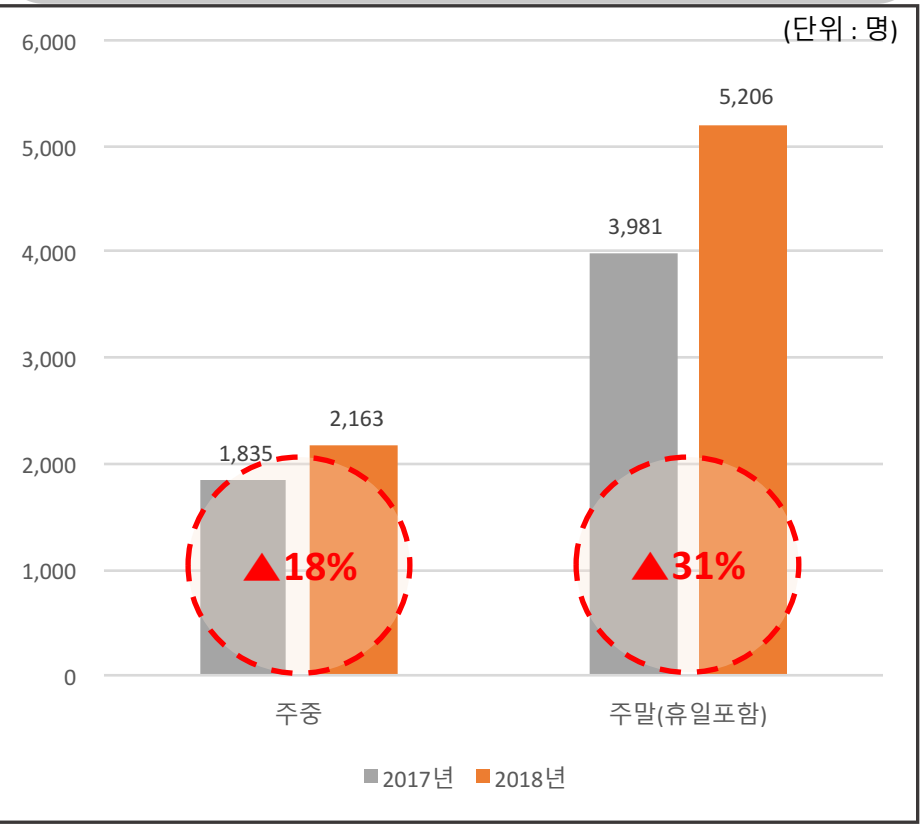
전년대비 전체관광객 약 22% 증가, 주말 관광객 약 31% 증가

- 2018년 경암철길 마을 전체 관광객 약 113만명 방문 (전년대비 약 22% 증가)
- 주말 관광객 전년대비 약31% 증가 (주중 관광객 약18% 증가)

전체관광객 현황



주중/주말 평균 관광객 현황



- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객
- 1일 단위 기준 관광객 수 : 동일 관광객이 1일에 여러 번 방문해도 1명으로 산정
- 1년 단위 기준 관광객 수 : 동일 관광객이 1년에 여러 번 방문해도 1명으로 산정

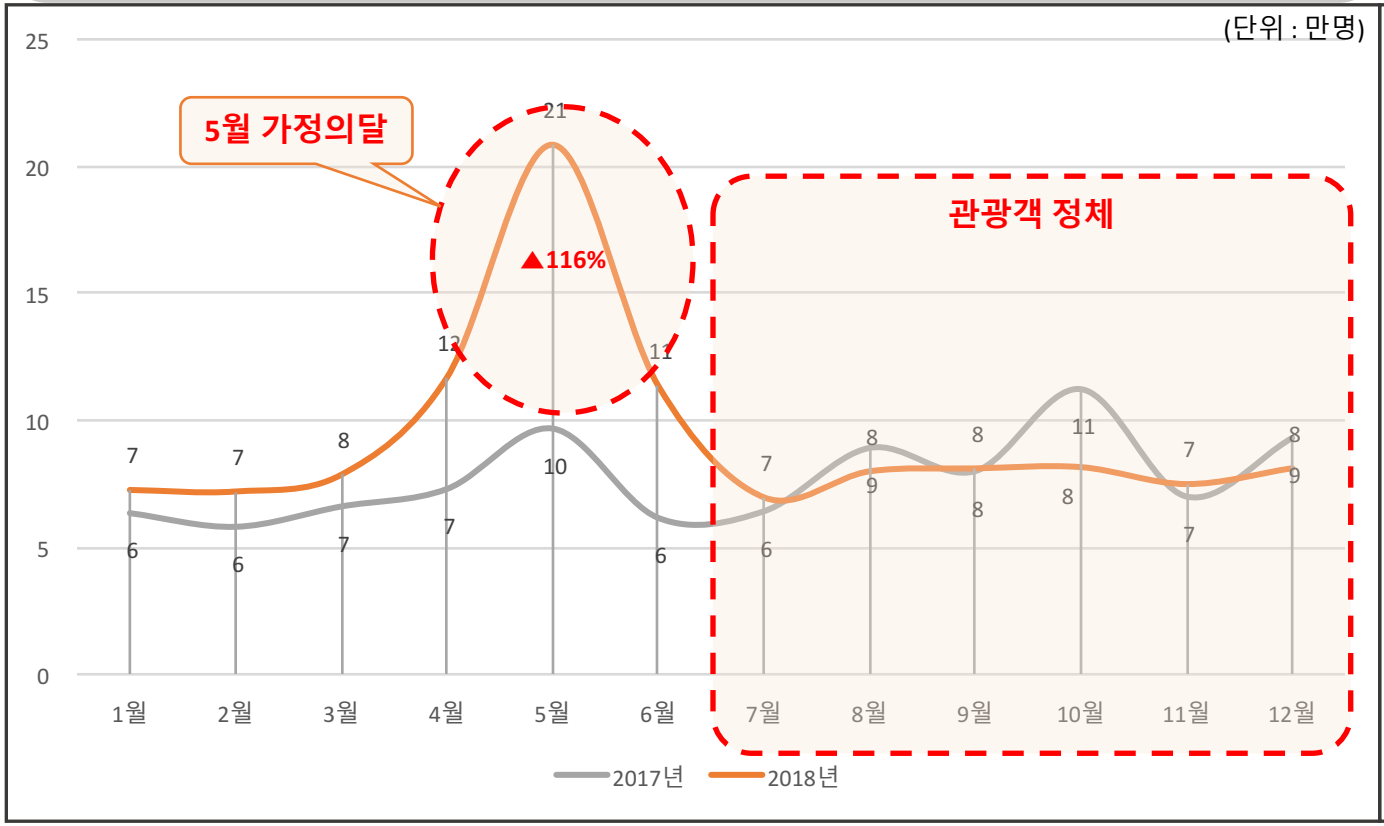
- 2017년 주말(휴일포함)일정 120일
- 2018년 주말(휴일포함)일정 116일

3-2. 경암철길마을 월별 관광객 현황

5월 가정의 달 관광객 집중, 7월 이후 관광객 정체

- 1월~6월 관광객 전년대비 증가, 휴가철인 7월~12월 관광객 증감이 없는 정체 현상
- 휴가시즌, 명절연휴에 영향을 받지 않는 관광패턴 나타남

전체 관광객 월별 현황



연휴 현황

- 설연휴

2017년 1월 (4일)

2018년 2월 (4일)

- 5월 가정의달

2017년 5월 (7일)

2018년 5월 (3일)

- 추석연휴

2017년 10월(10일)

2018년 9월(5일)

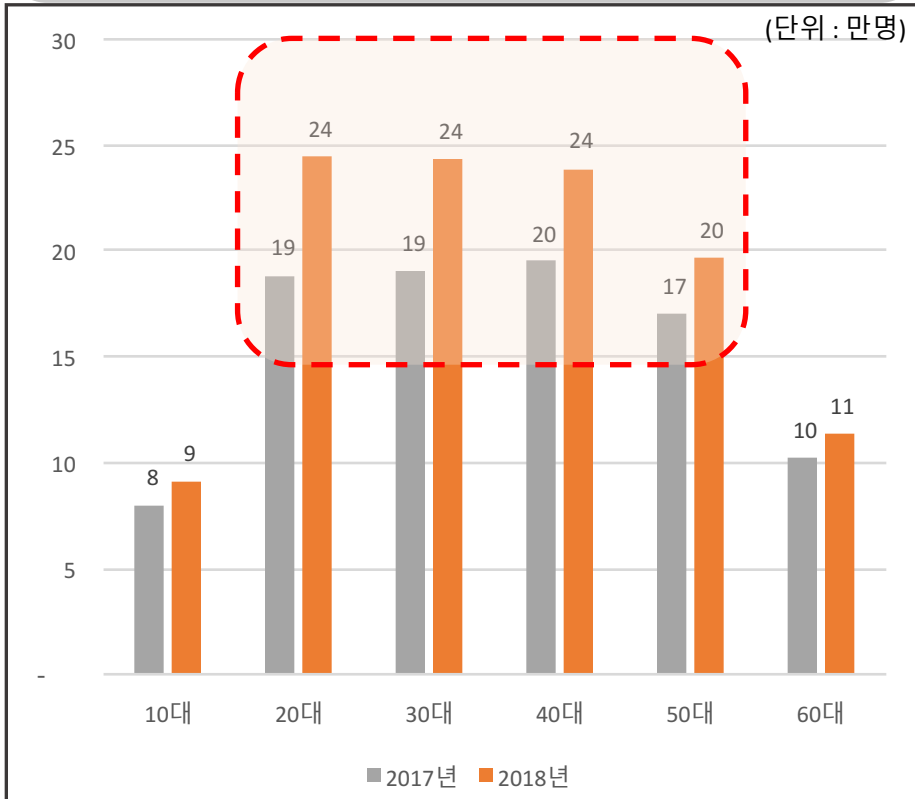
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

3-3. 경암철길마을 성별, 연령별 관광객 현황

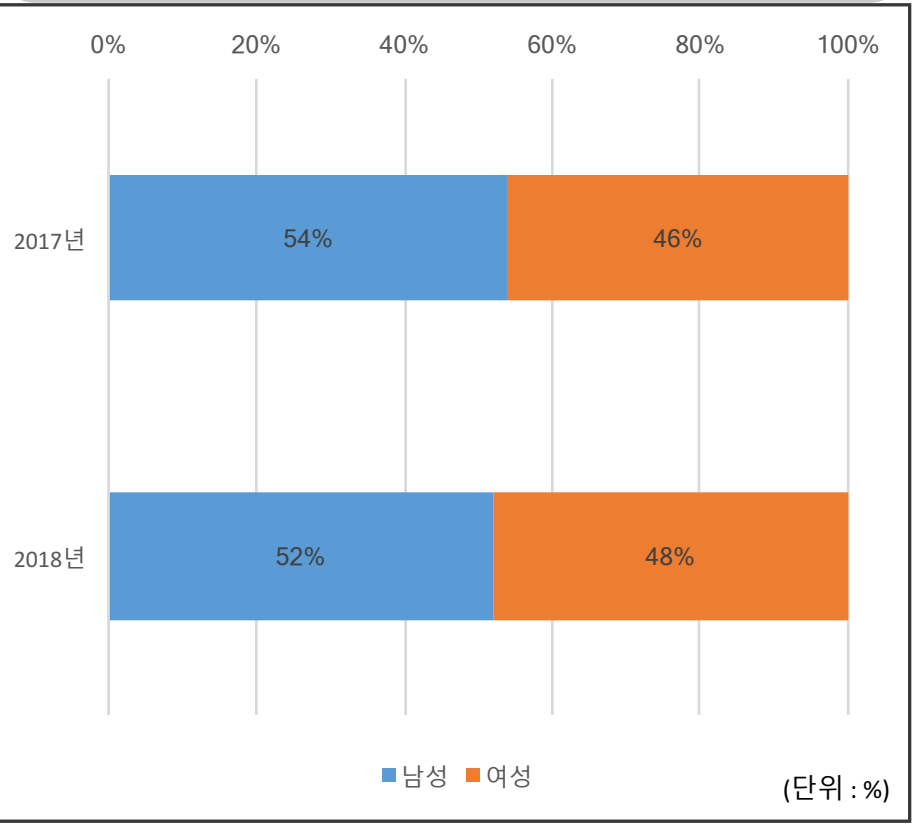
전년대비 모든 연령층 관광객 증가했고, 여성관광객 비율이 높아짐

- 전년대비 전 연령층 관광객 증가 (20대 관광객 전년대비 약 30% 증가, 30대 약 28%, 40대 약 23% 증가)
- 전년대비 여성 관광객 증가 (전년대비 약 2%p 상승)

연령별 관광객 현황



성별 관광객 현황



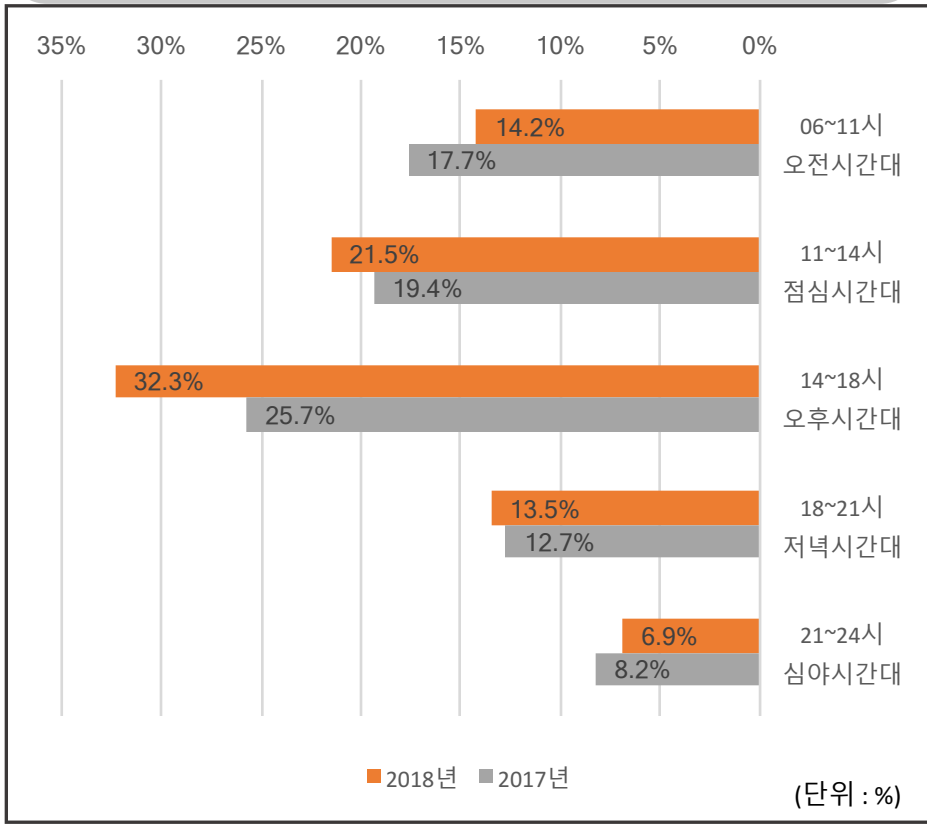
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

3-4. 경암철길마을 시간대별 관광객 현황

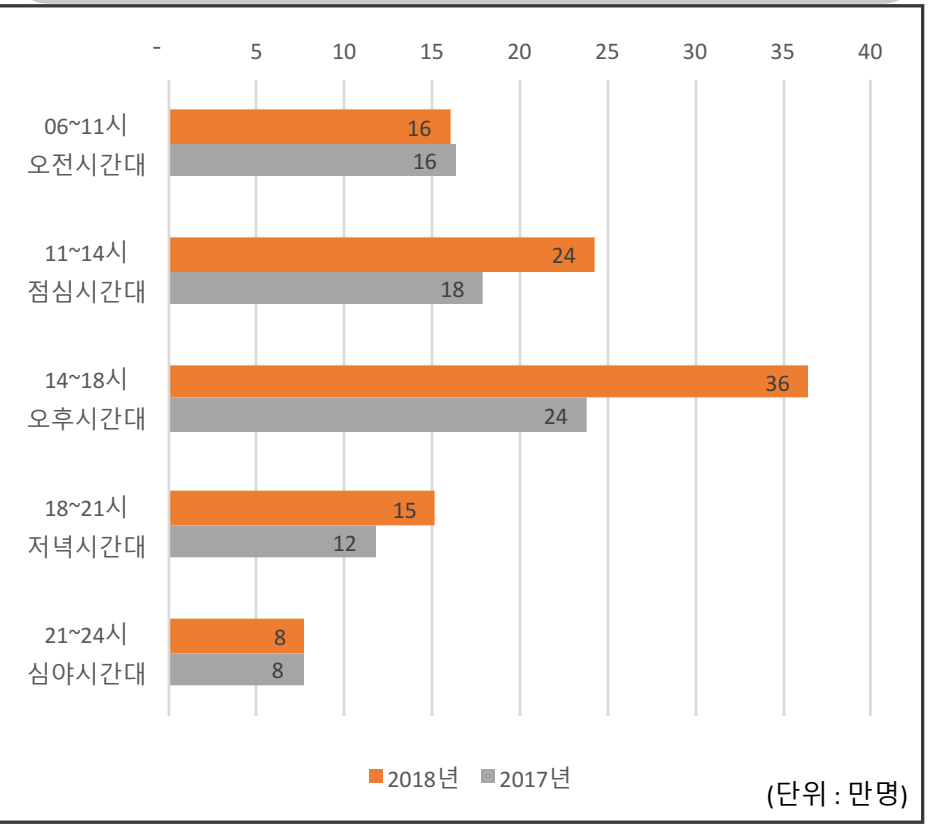
오후 시간대 관광객 유입 가장 많고, 점심시간 관광객 증가

- 오후시간대 관광객 유입 가장 많고, 전년대비 약 6.6%p 증가 (약 12만 6천여명 증가)
- 점심시간대 관광객 약 6만5천여명 증가 (전년대비 약 2.1%p 증가)

관광객 시간대별 유입비율



관광객 시간대별 유입현황



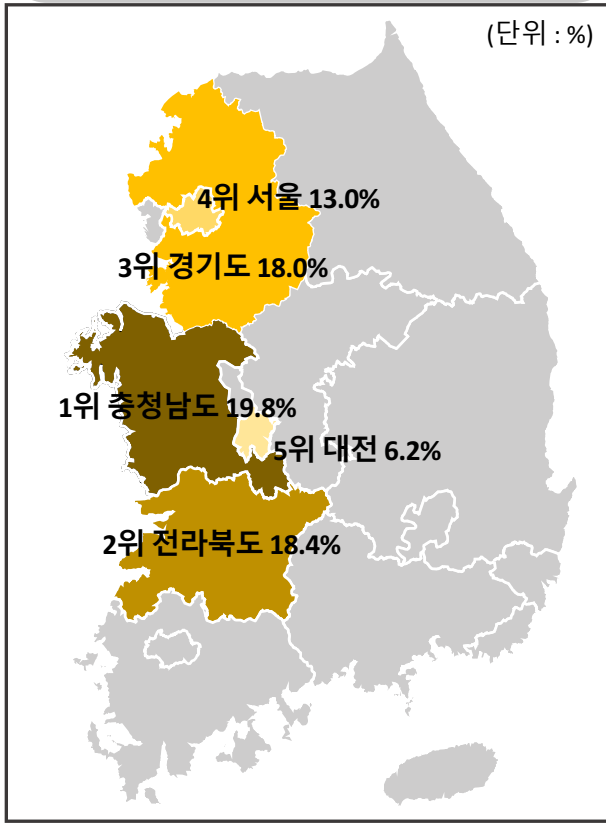
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

3-5. 경암철길마을 관광객 거주지별 현황 (광역자치단체)

수도권 거주 관광객 방문비율 전년대비 1.6%p 감소

- 인근지역 방문율 높게 나타나고, 전년대비 1위 전북, 2위 충남 순위 바뀜
- 수도권(서울, 경기, 인천) 거주 관광객 방문비율 약 1.6%p감소 (2017년 34%, 2018년 32.4%)

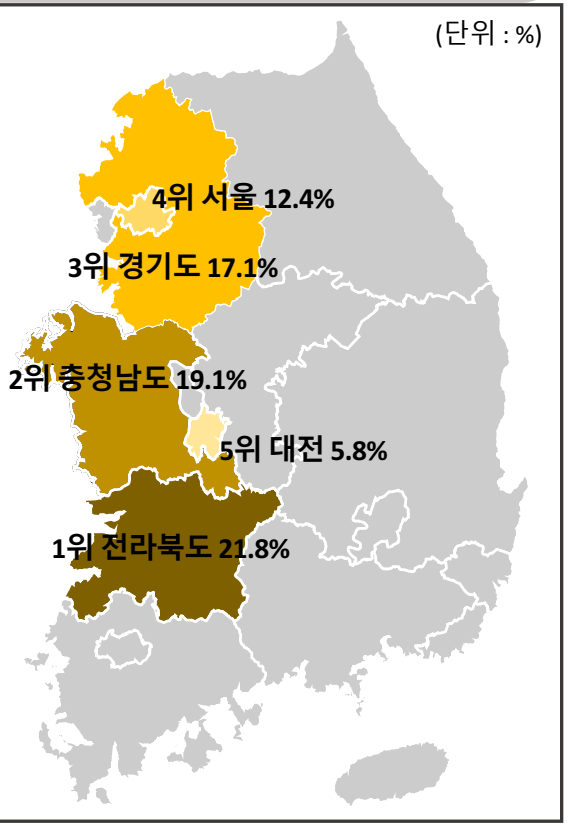
2017년 광역단체 거주지 현황



광역단체 거주지별 비교

비율	광역단체	순위	광역단체	비율
19.8%	충청남도	1	전라북도	21.8%
18.4%	전라북도	2	충청남도	19.1%
18.0%	경기도	3	경기도	17.1%
13.0%	서울특별시	4	서울특별시	12.4%
6.2%	대전광역시	5	대전광역시	5.8%
4.2%	광주광역시	6	광주광역시	4.2%
3.2%	충청북도	7	충청북도	3.2%
3.1%	전라남도	8	전라남도	3.1%
3.0%	인천광역시	9	인천광역시	2.9%
2.3%	경상남도	10	경상남도	2.1%
1.8%	경상북도	11	경상북도	1.7%
1.7%	대구광역시	12	부산광역시	1.5%
1.7%	부산광역시	13	대구광역시	1.5%
1.2%	강원도	14	세종시	1.2%
1.1%	세종시	15	강원도	1.1%
0.8%	울산광역시	16	제주도	0.6%
0.5%	제주도	17	울산광역시	0.6%

2018년 광역단체 거주지 현황



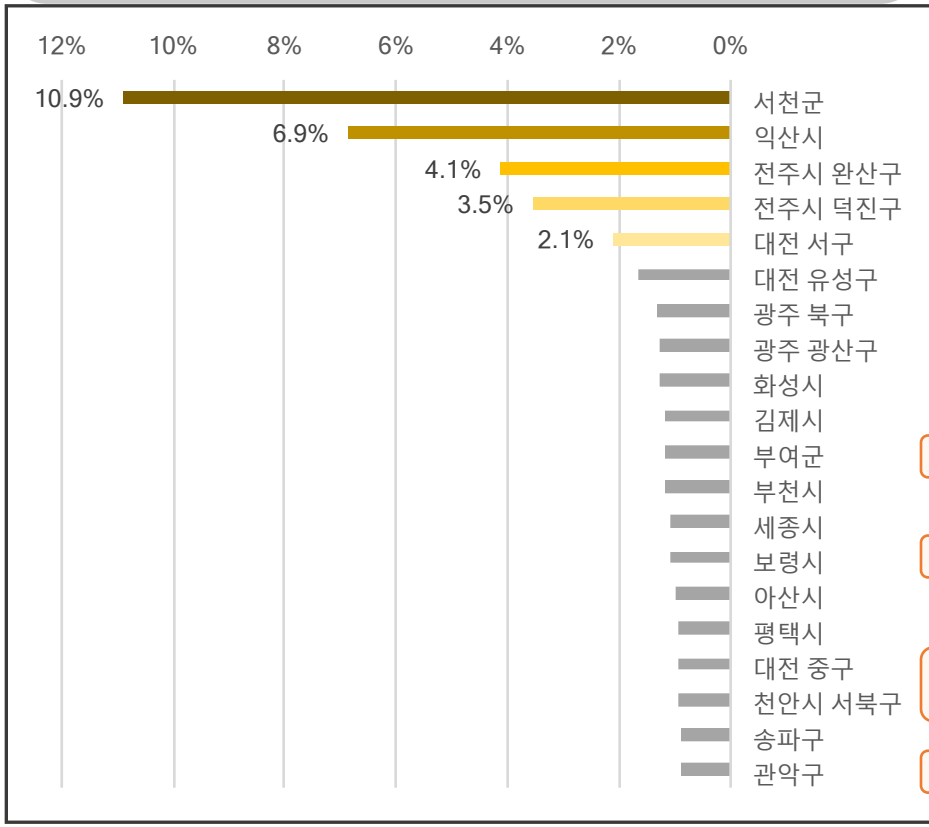
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

3-6. 경암철길마을 관광객 거주지별 현황 (기초자치단체)

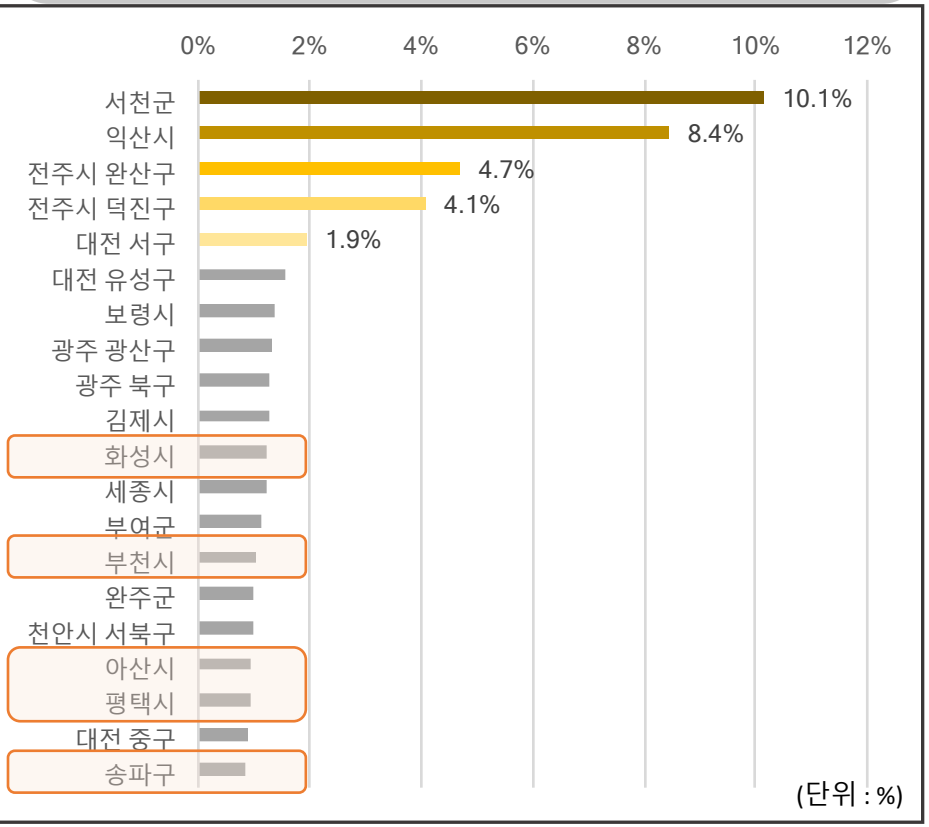
서천군 전년대비 비율 감소, 익산시 비율 증가

- 서천군, 익산시, 전주시, 대전 등 인근 기초자치단체 거주지 관광객 방문 비율 높음
- 수도권 기초자치단체 거주지 방문 높은 지역은 부천시, 화성시, 평택시, 송파구 등으로 나타남

2017년 기초자치단체 거주지별 방문현황



2018년 기초자치단체 거주지별 방문현황



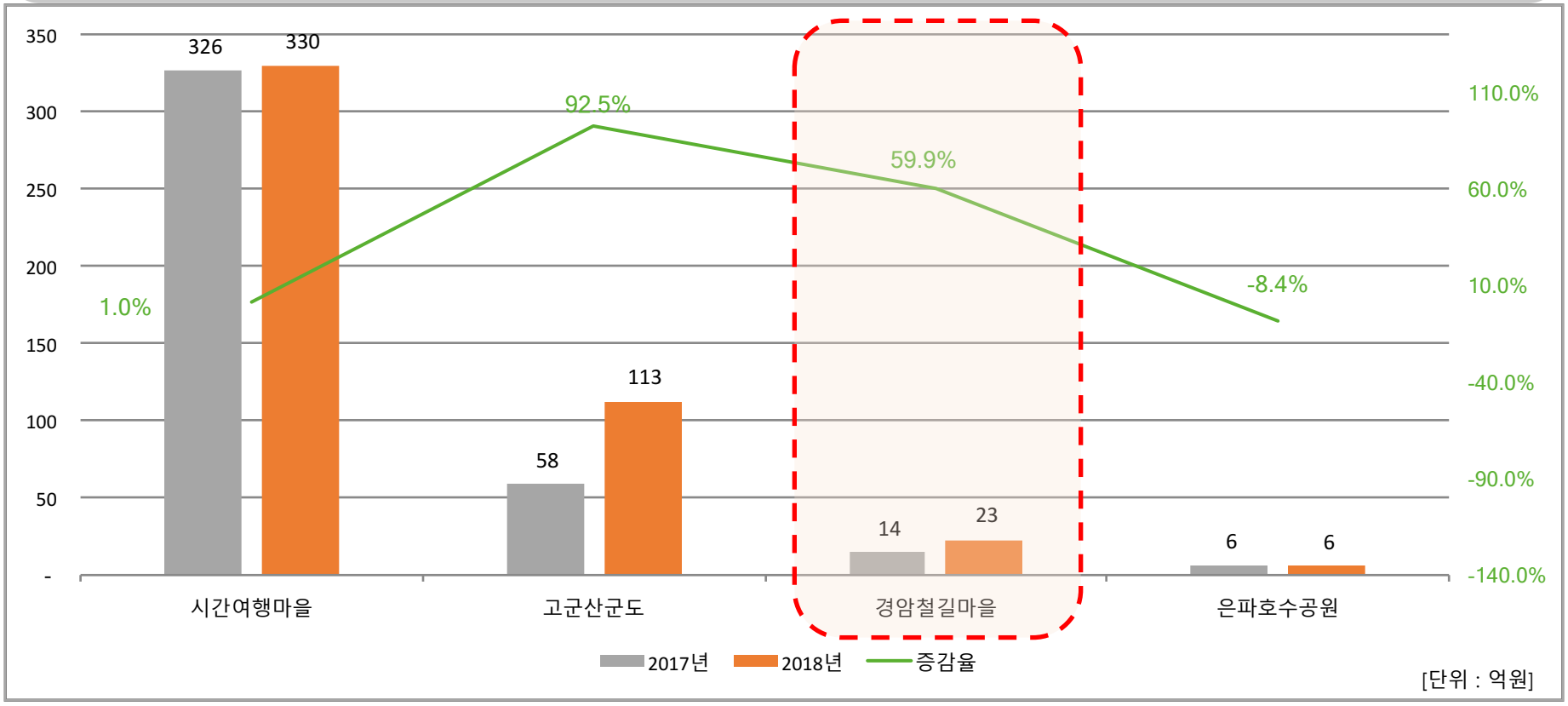
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

3-7. 경암철길마을 총매출 분석

경암철길마을 매출 전년대비 약 8.6억 (약 60%) 증가

- 경암철길마을 2017년 14억원, 2018년 23억원으로 전년대비 약 59.9% 증가
- 전년대비 약 8.6억 증가, 관광객 증가 영향으로 추정

4대관광지 총 매출 비교 현황



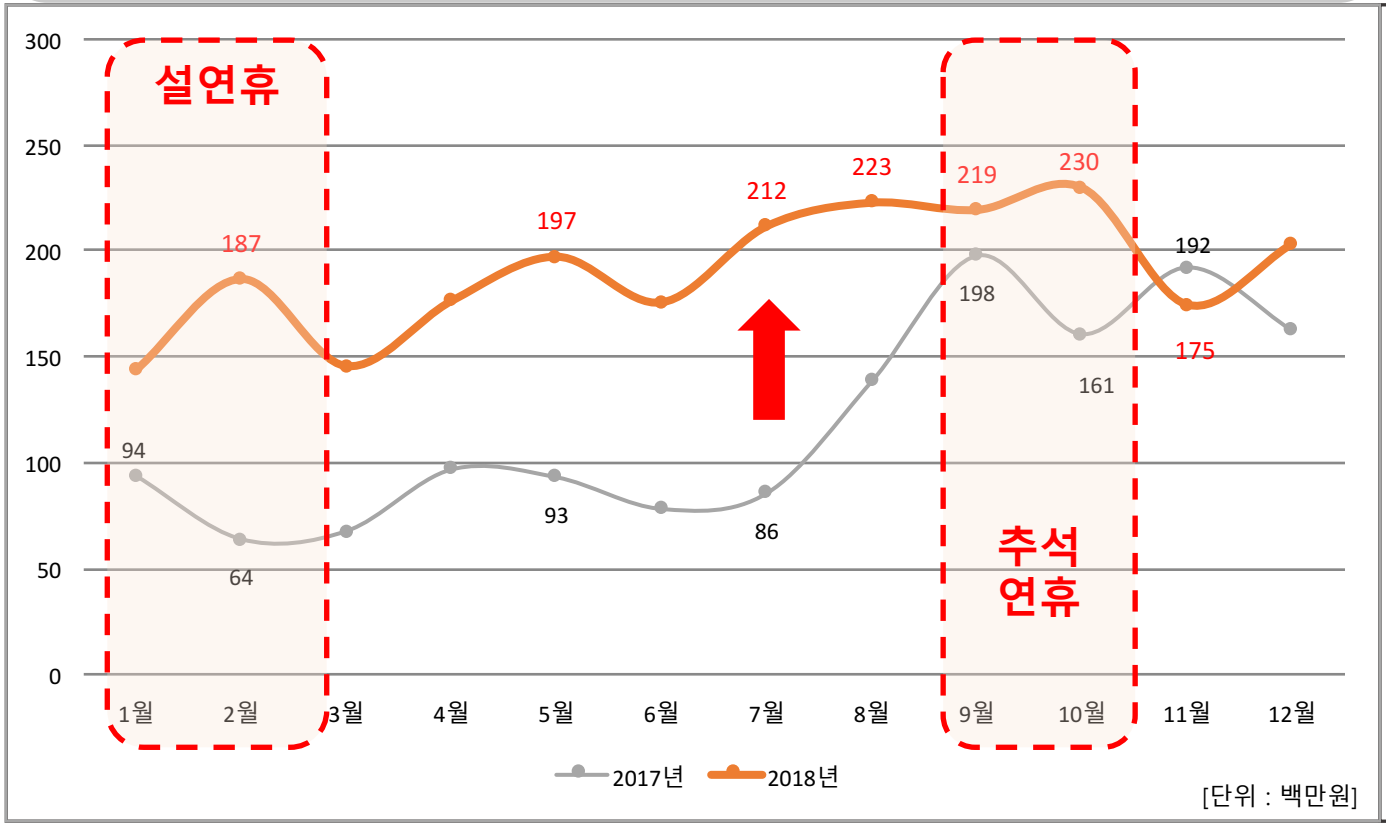
* 매출액 : 자택 주소 기준 군산 이외 지역 거주자 & 관광업종(식음료, 숙박, 교통, 문화/레져, 쇼핑, 소매, 유흥) & 법인고객 사용금액 제외
경암철길마을 관광지 내 이마트 군산점 제외

3-8. 경암철길마을 월별 매출 추이분석

7~8월 여름휴가시즌, 추석연휴 기간 매출 소비 높게 나타남

- 추석 연휴가 있는 2018년 10월의 매출액이 2.3억원으로 가장 높게 나타남
- 전년 대비 매출 상승액이 가장 높은 월은 7월이며, 매출 상승액은 약 1.3억원

월별 매출 현황



연휴 현황

- 설연휴

2017년 1월 (4일)

2018년 2월 (4일)

- 5월 가정의달

2017년 5월 (7일)

2018년 5월 (3일)

- 추석연휴

2017년 10월(10일)

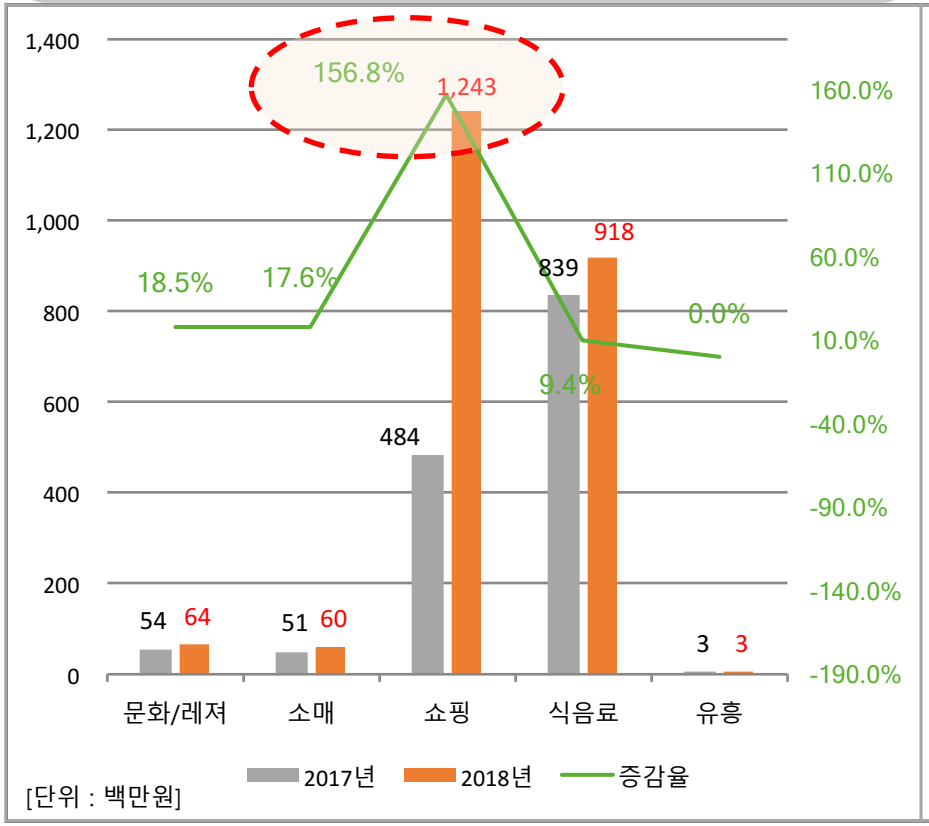
2018년 9월(5일)

3-9. 경암철길마을 업종별 매출 분석

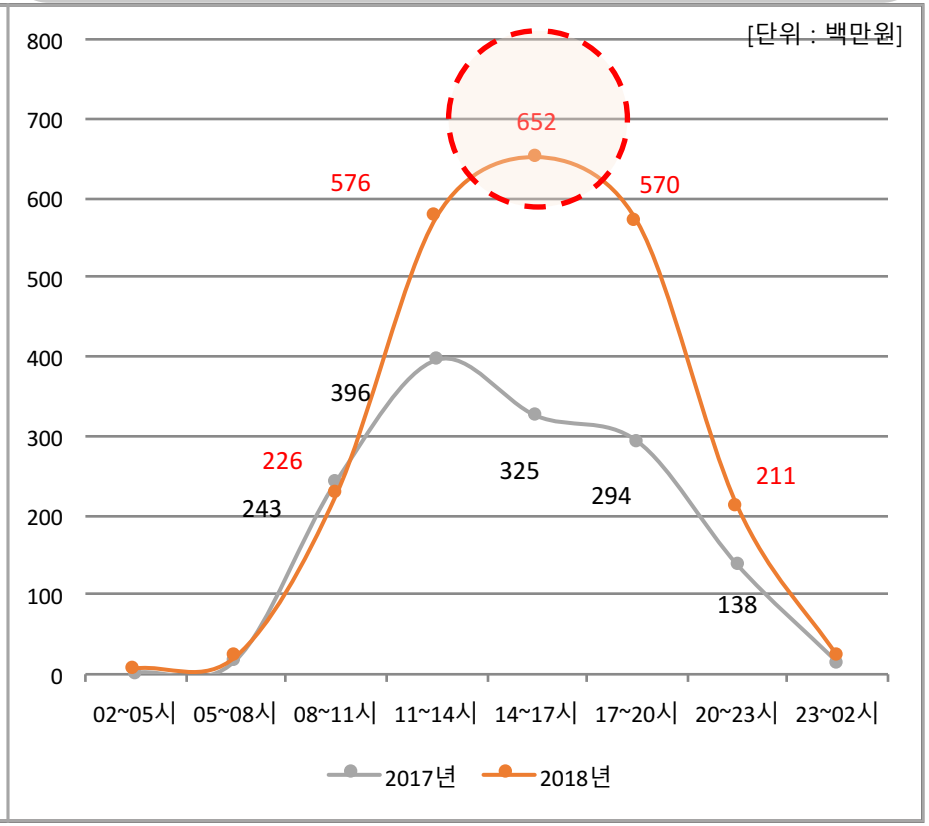
쇼핑 부문 소비 비중이 높고, 주 소비시간은 14~17시로 나타남

- 쇼핑 업종 매출액은 약 12.4억원으로 가장 높게 나타남
- 쇼핑 업종 전년대비 매출액 증가율 약 ▲156.8%으로 가장 높게 나타남
- 14~17시 매출액이 6.5억원으로 가장 높고, 전년대비 매출 증가액(3.3억원) 또한 14~17시가 가장 높게 나타남

업종별 매출분석



시간대별 매출 분석



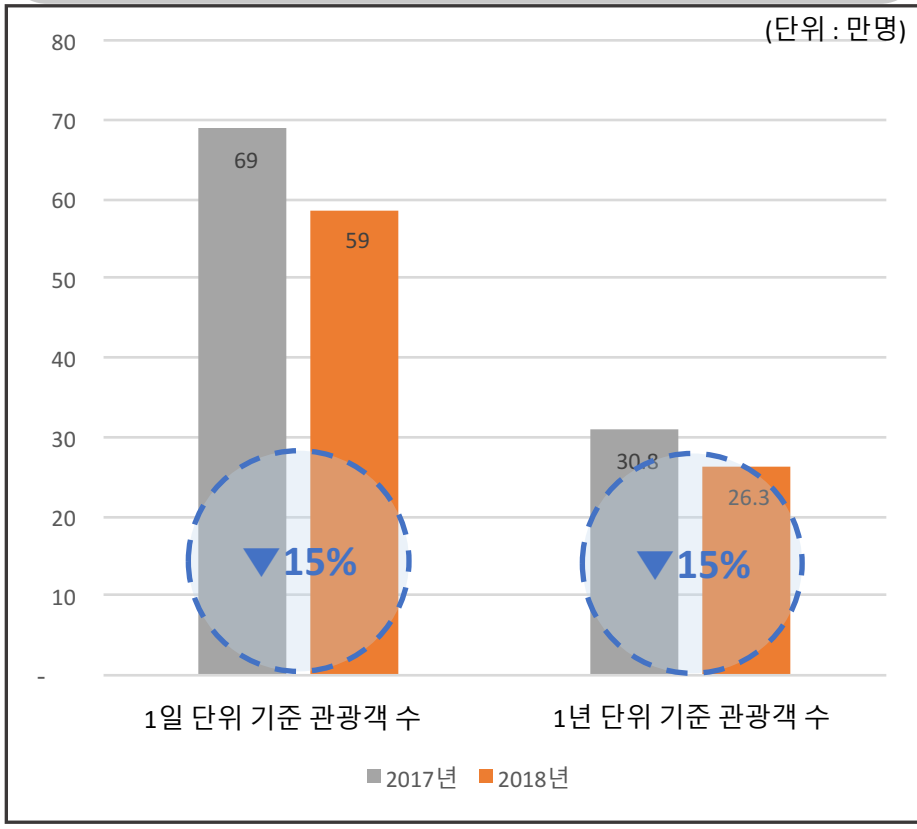
* 매출액 : 자택 주소 기준 군산 이외 지역 거주자 & 관광업종(식음료, 숙박, 교통, 문화/레져, 쇼핑, 소매, 유흥) & 법인고객 사용금액 제외
경암철길마을 관광지 내 이마트 군산점 제외

4-1. 은파호수공원 전체관광객 현황

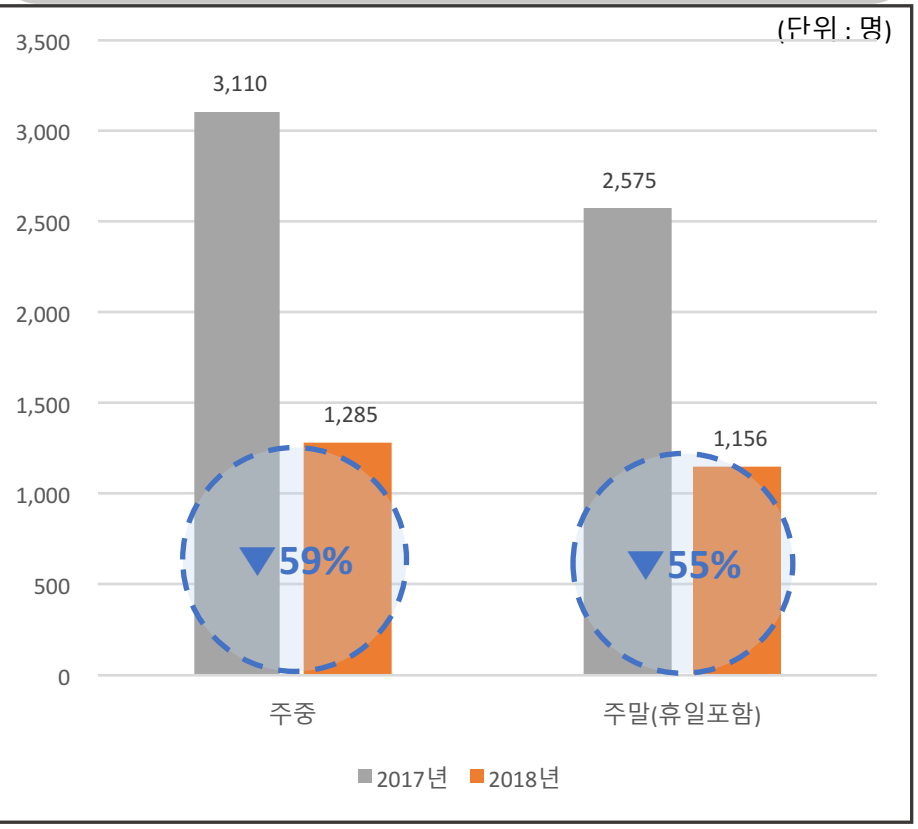
은파호수공원 전년대비 전체 관광객 수 감소

- 2018년 은파호수공원 전체관광객 59만명 방문 (전년대비 약 15% 감소)
- 주중 관광객 전년대비 약 59% 감소, 주말 관광객 전년대비 약 55% 감소

전체관광객 현황



주중/주말 평균 관광객 현황



- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객
- 1일 단위 기준 관광객 수 : 동일 관광객이 1일에 여러 번 방문해도 1명으로 산정
- 1년 단위 기준 관광객 수 : 동일 관광객이 1년에 여러 번 방문해도 1명으로 산정

- 2017년 주말(휴일포함)일정 120일
- 2018년 주말(휴일포함)일정 116일

4-2. 은파호수공원 월별 관광객 현황

벚꽃시즌 관광객 증가했으나, 전년대비 관광객 약 78% 수준

- 전년대비 관광객 감소현상이 뚜렷하게 나타남
- 추석연휴 관광객 역전현상이 나타나지만, 10월 관광객 감소가 더 크게 나타남

전체 관광객 월별 현황

연휴 현황

- 설연휴

2017년 1월 (4일)

2018년 2월 (4일)

- 5월 가정의달

2017년 5월 (7일)

2018년 5월 (3일)

- 추석연휴

2017년 10월(10일)

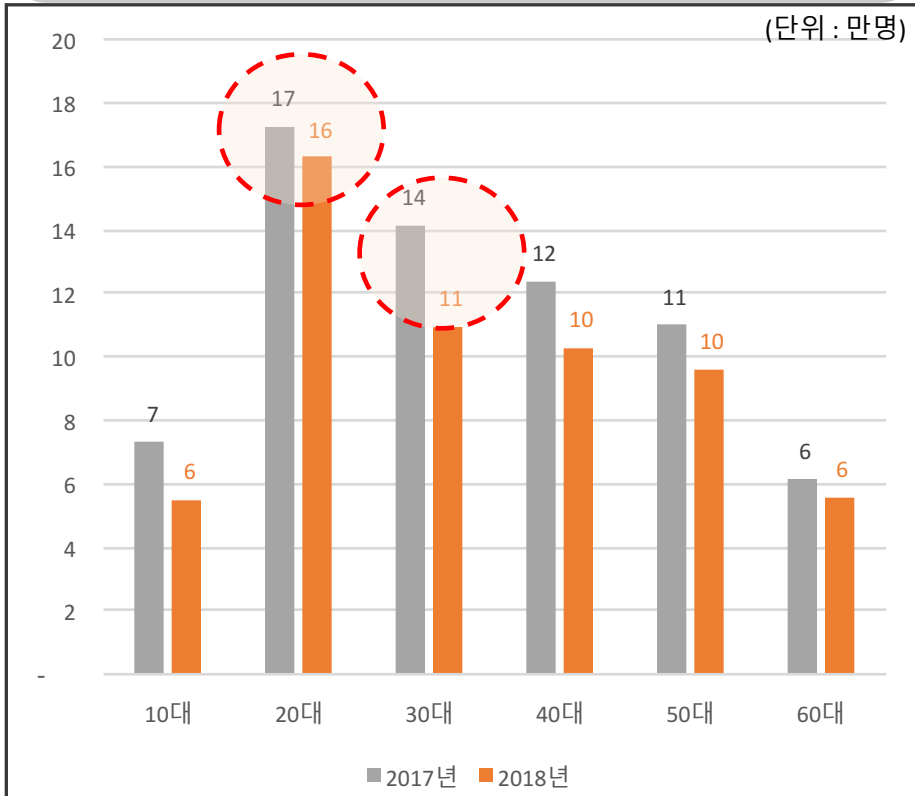
2018년 9월(5일)

4-3. 은파호수공원 성별, 연령별 관광객 현황

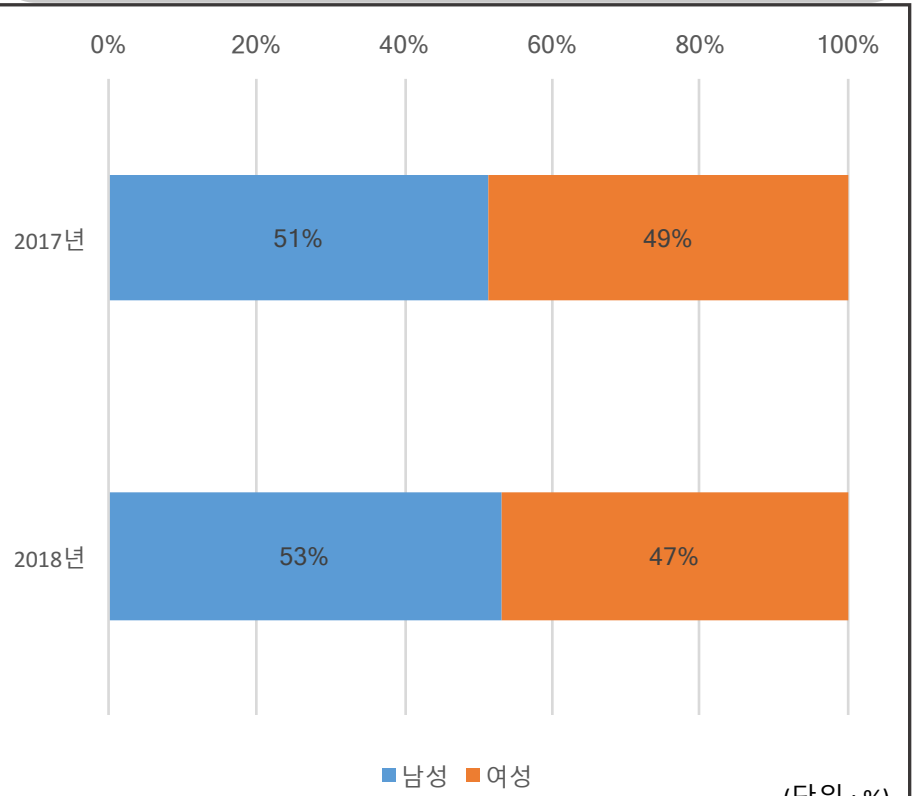
모든 연령층 관광객 감소, 전년대비 여성 관광객 감소

- 20대 관광객이 주 관광층으로 전년대비 약 6% 감소
- 30대 관광객 전년대비 약 3만여명 감소 (약 22% 감소)

연령별 관광객 현황



성별 관광객 현황



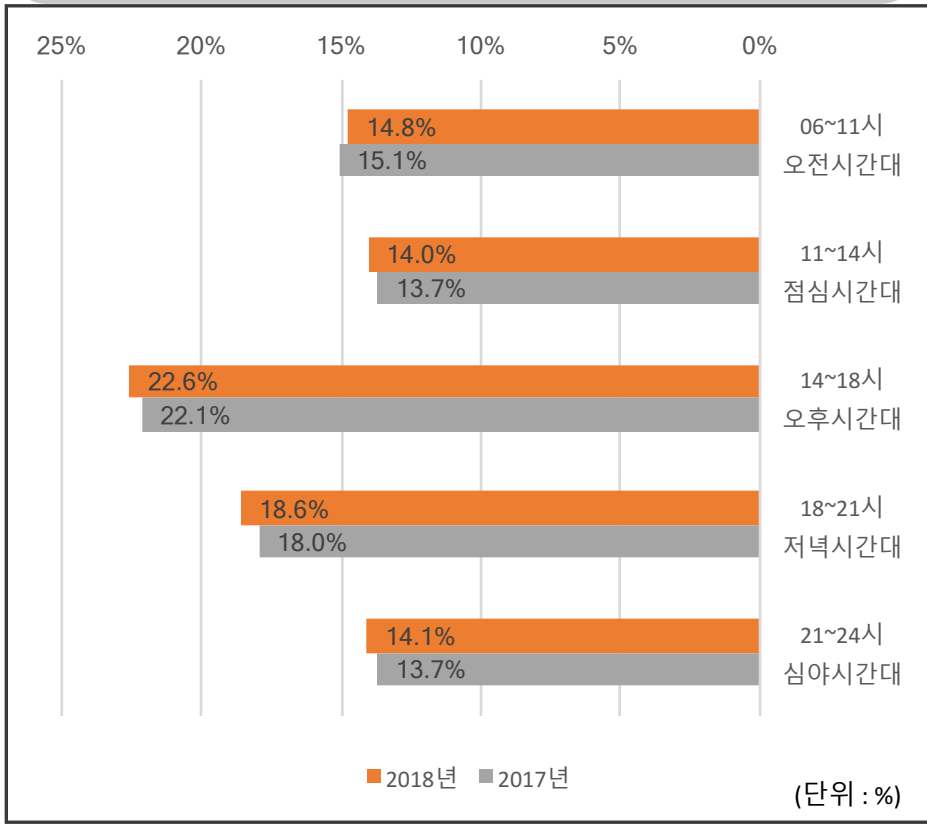
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

4-4. 은파호수공원 시간대별 관광객 현황

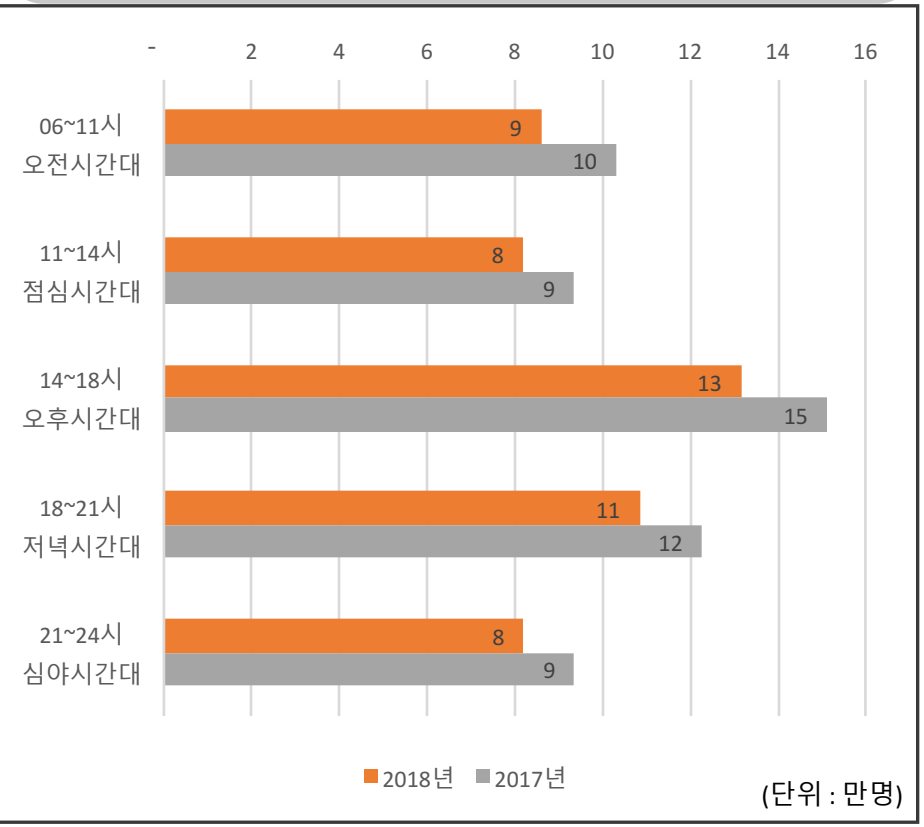
오후시간대 관광비율이 높으나, 전년대비 관광객 유입 감소

- 오후 시간대 관광객 유입비율이 가장 높지만(약 23%), 관광객 유입은 약 2만여명 감소
- 오전・저녁・심야 시간대 관광객 유입비율 약 14%로 비슷하게 나타남

관광객 시간대별 유입비율 현황



관광객 시간대별 유입현황



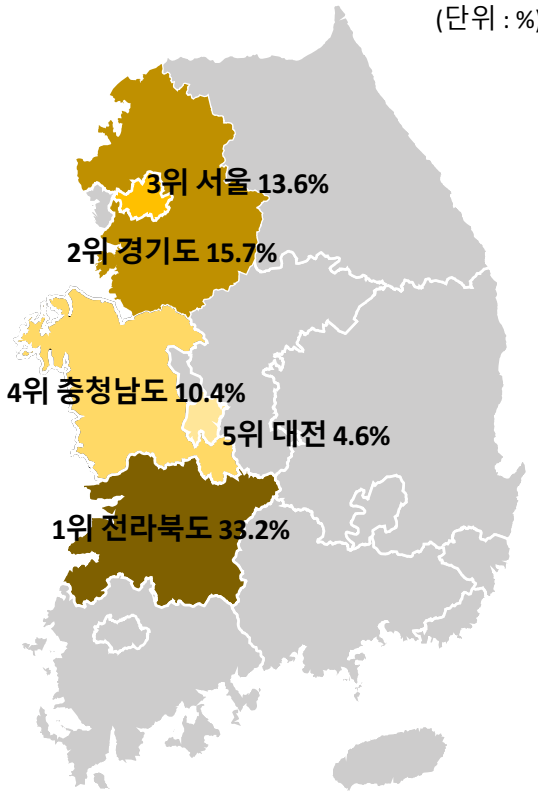
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

4-5. 은파호수공원 관광객 거주지별 현황 (광역자치단체)

전년과 비슷한 관광객 비율, 수도권 거주 관광객 방문비율 약 0.2%p 증가

- 전북, 경기, 서울, 충남, 대전 등 서북권 광역단체 순 상위 랭크
- 수도권(서울, 경기, 인천) 거주 관광객 방문비율 약 0.2%p증가 (2017년 약 32.1%, 2018년 약 32.3%)

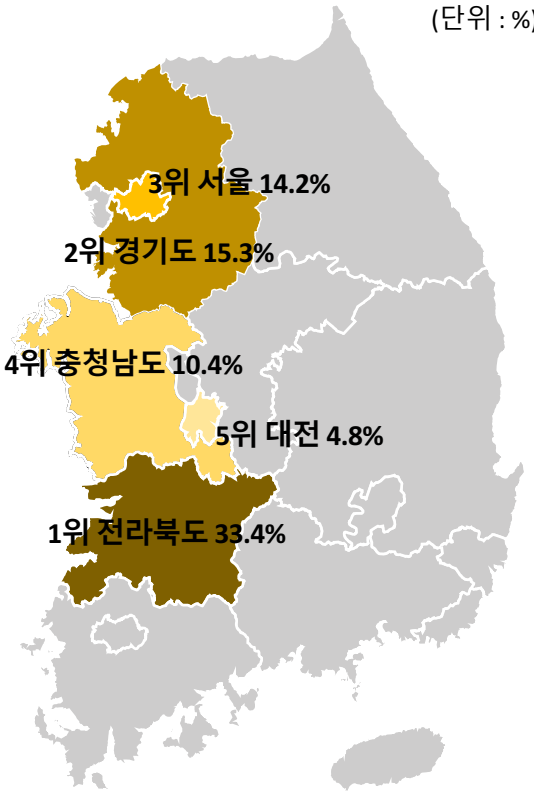
2017년 광역단체 거주지 현황



광역단체 거주지별 비교

비율	광역단체	순위	광역단체	비율
33.2%	전라북도	1	전라북도	33.4%
15.7%	경기도	2	경기도	15.3%
13.6%	서울특별시	3	서울특별시	14.2%
10.4%	충청남도	4	충청남도	10.4%
4.6%	대전광역시	5	대전광역시	4.8%
4.1%	광주광역시	6	광주광역시	4.0%
3.4%	전라남도	7	전라남도	3.5%
2.8%	인천광역시	8	인천광역시	2.8%
2.3%	충청북도	9	충청북도	2.2%
2.1%	경상남도	10	경상남도	2.0%
1.5%	부산광역시	11	부산광역시	1.5%
1.4%	경상북도	12	경상북도	1.3%
1.2%	강원도	13	대구광역시	1.1%
1.1%	대구광역시	14	강원도	1.1%
1.0%	세종시	15	세종시	0.8%
0.8%	울산광역시	16	울산광역시	0.8%
0.7%	제주도	17	제주도	0.7%

2018년 광역단체 거주지 현황



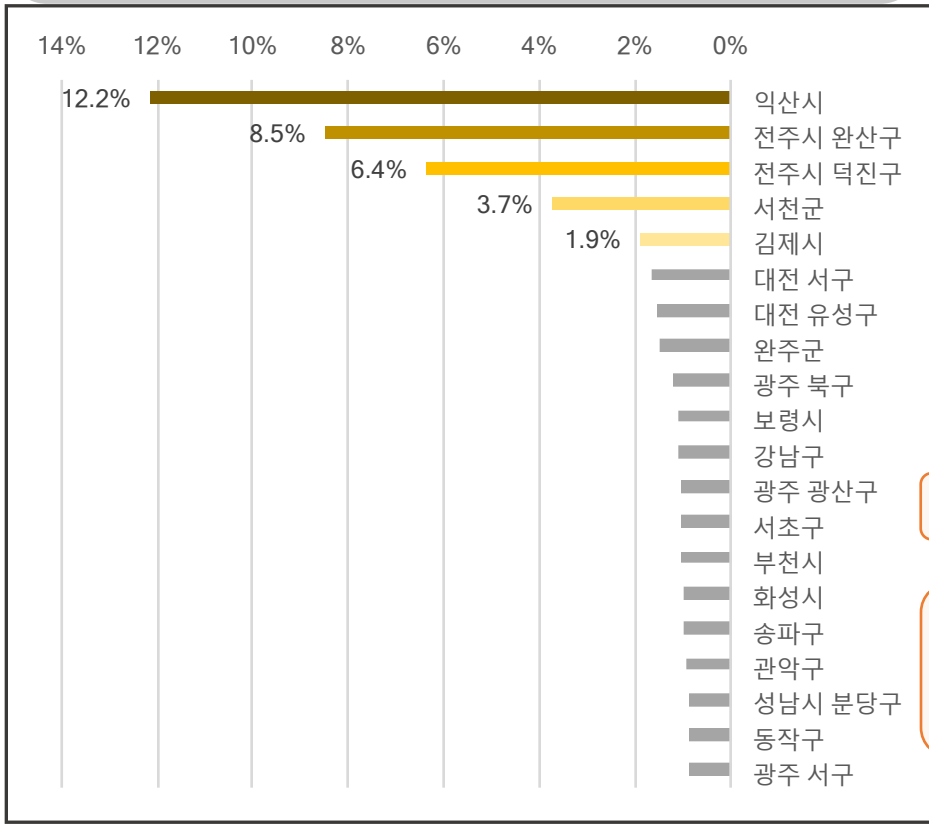
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

4-6. 은파호수공원 관광객 거주지별 현황 (기초자치단체)

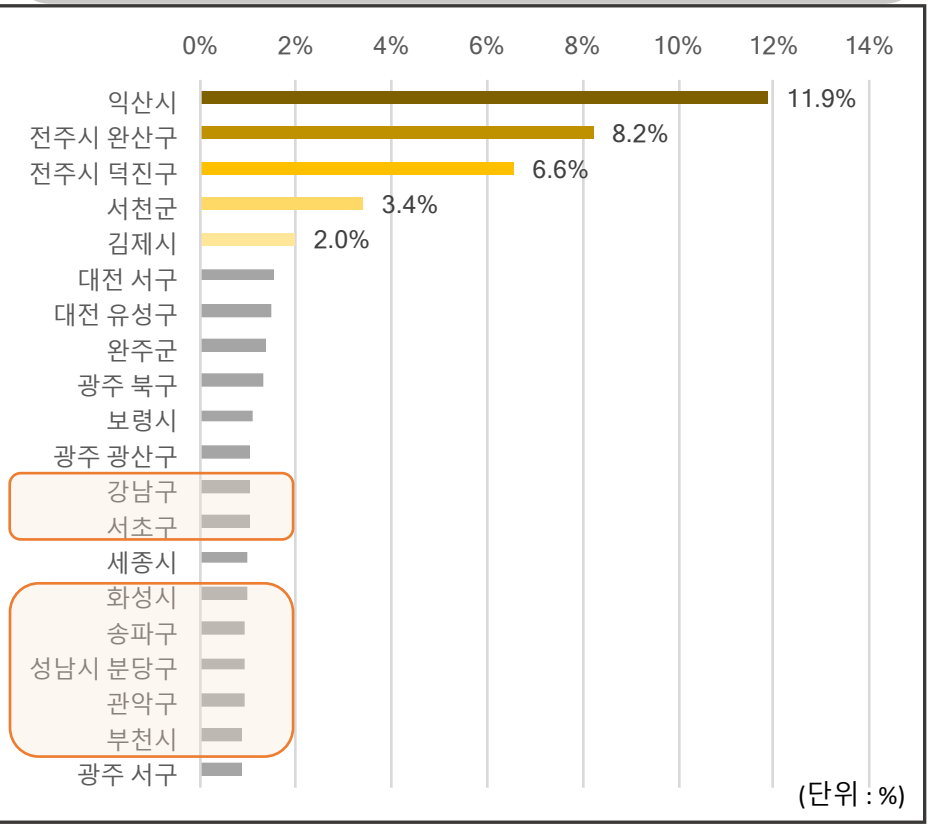
인근 지역 거주지 방문자 높고, 서울 강남3구 방문비율이 순위내 나타남

- 익산, 전주, 서천, 김제 등 인근 지자체 거주자 방문비율 높음
- 수도권 강남, 서초, 화성, 송파, 성남, 관악, 부천시 등 관광객 거주지 나타남

2017년 기초자치단체 거주지별 방문현황



2018년 기초자치단체 거주지별 방문현황



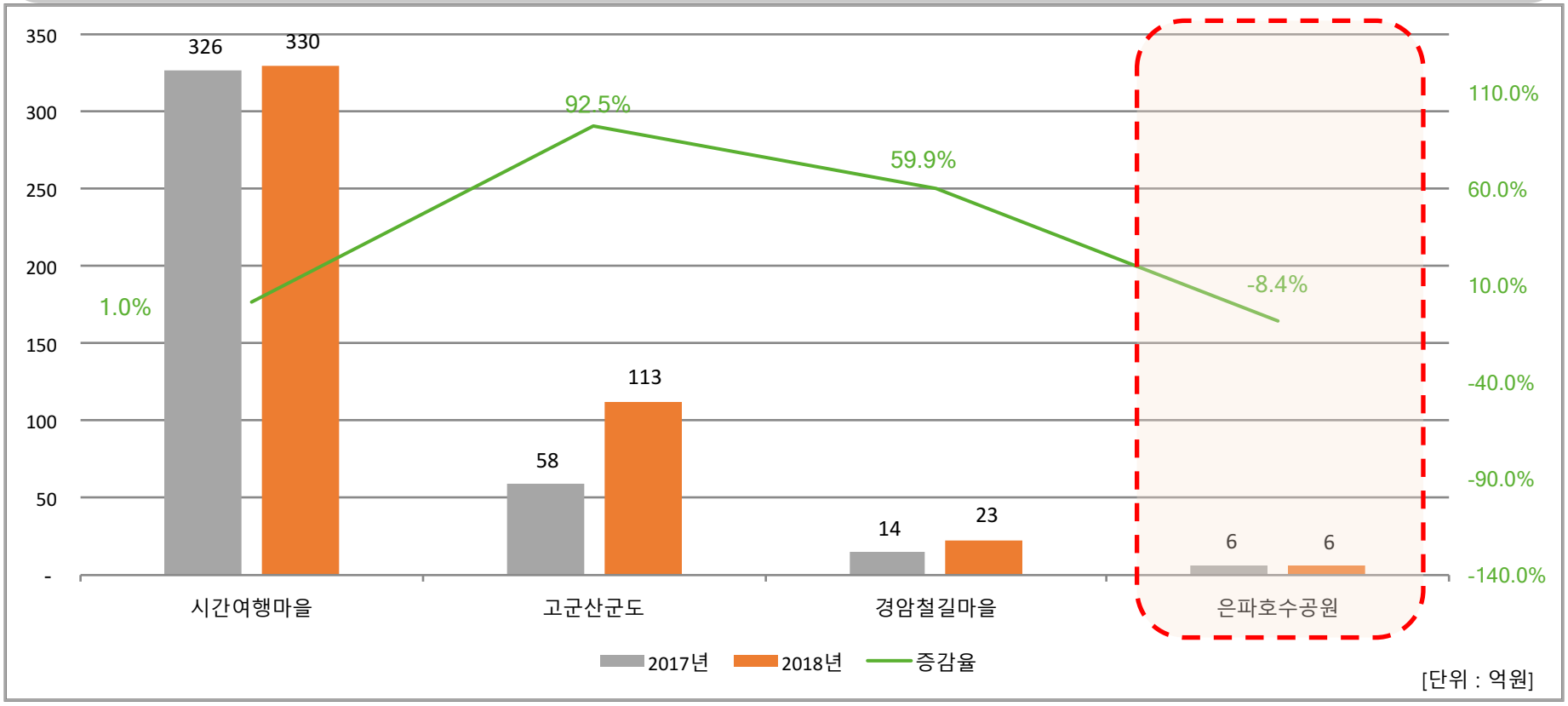
- 전체 관광객 기준 = 내국인 관광객 + 외국인 관광객

4-7. 은파호수공원 총매출 분석

4대 관광지중 가장 낮은 매출 나타나고, 전년대비 약 8.4% 감소

- 은파호수공원 2017년 6.03억원, 2018년 5.52억원으로 전년대비 약 8.4% 감소
- 4대 관광지 중 가장 낮은 매출이 나타남

4대관광지 총 매출 비교 현황



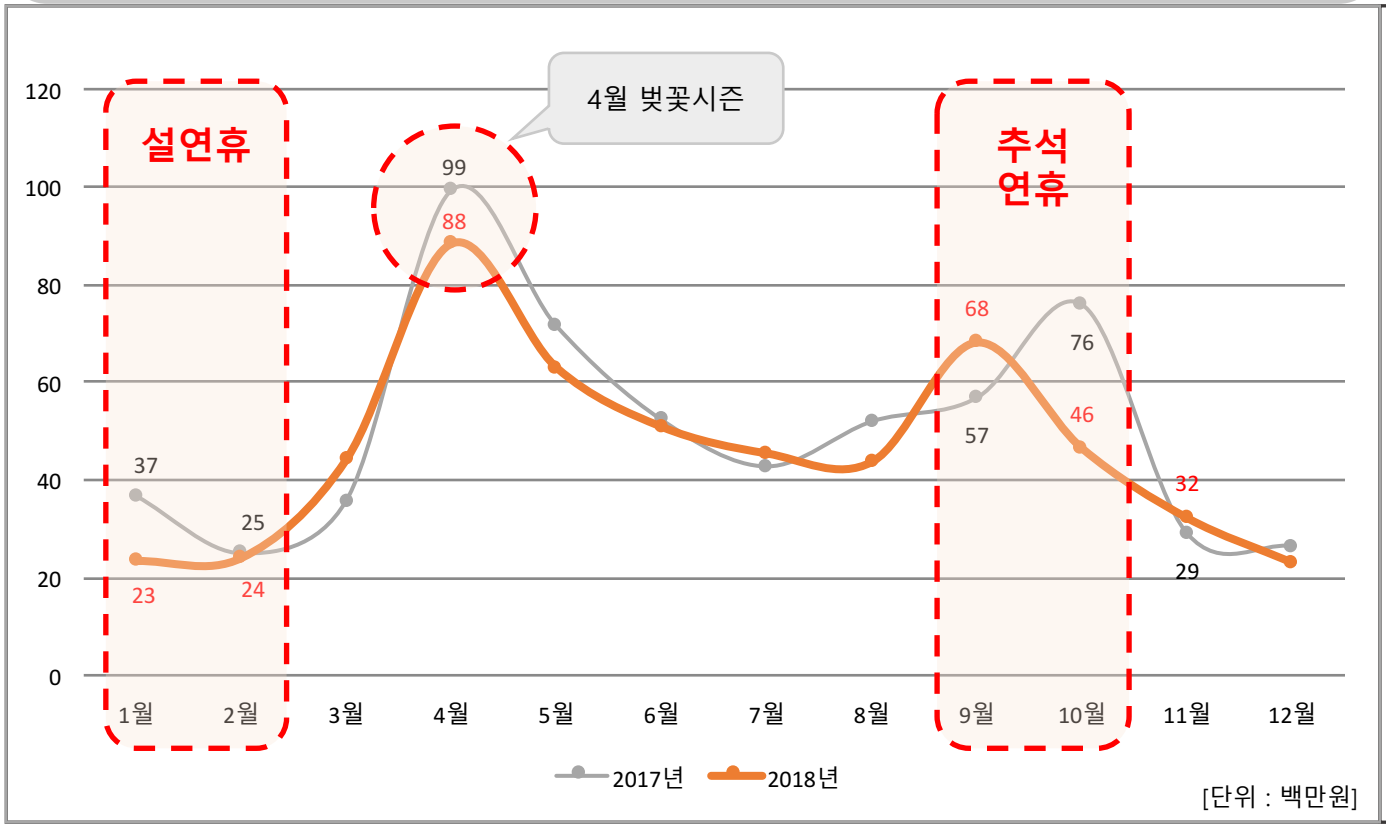
* 매출액 : 자택 주소 기준 군산 이외 지역 거주자 & 관광업종(식음료, 숙박, 교통, 문화/레져, 쇼핑, 소매, 유흥) & 법인고객 사용금액 제외
경암철길마을 관광지 내 이마트 군산점 제외

4-8. 은파호수공원 월별 매출 추이분석

4월 벚꽃시즌에 가장 높은 매출 현황 나타남

- 4월 매출액은 1.0억원으로 1년 중 가장 높으며, 2월 매출액은 0.2억원으로 가장 낮게 나타남
- 설연휴/추석연휴로 월 변경으로 인한 1/10월 크로스 현상이 발생
- 2018년 월별 매출액 추이는 전년과 유사한 추세를 보임

월별 매출 현황



연휴 현황

- 설연휴

2017년 1월 (4일)

2018년 2월 (4일)

- 5월 가정의달

2017년 5월 (7일)

2018년 5월 (3일)

- 추석연휴

2017년 10월(10일)

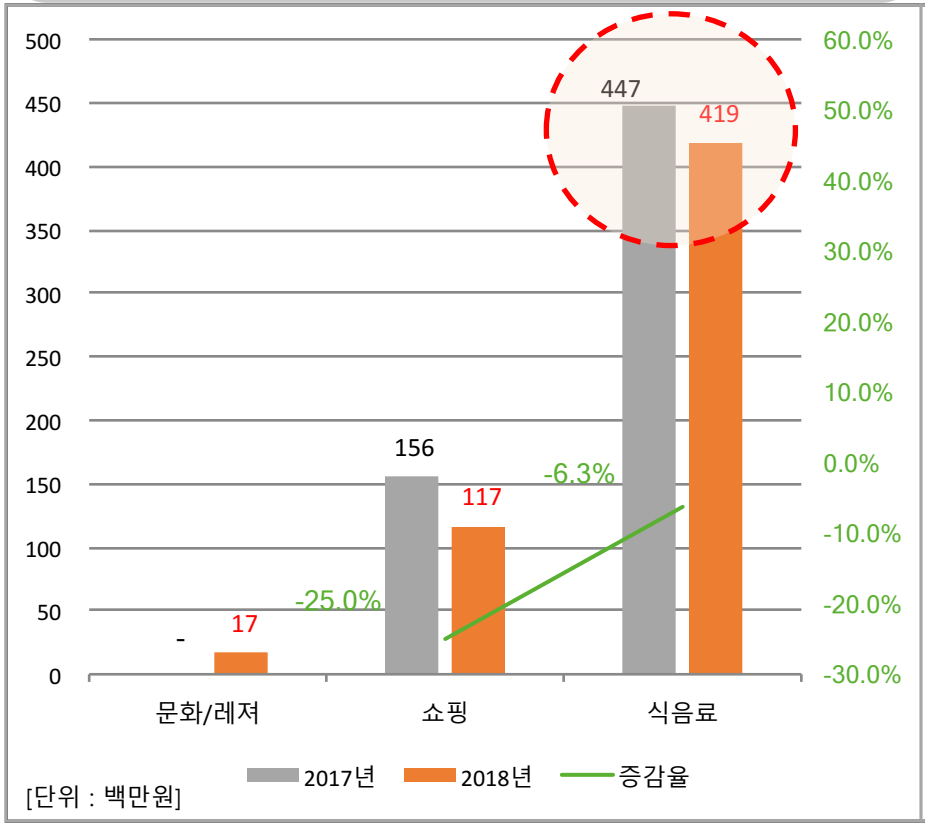
2018년 9월(5일)

4-9. 은파호수공원 업종별 매출 분석

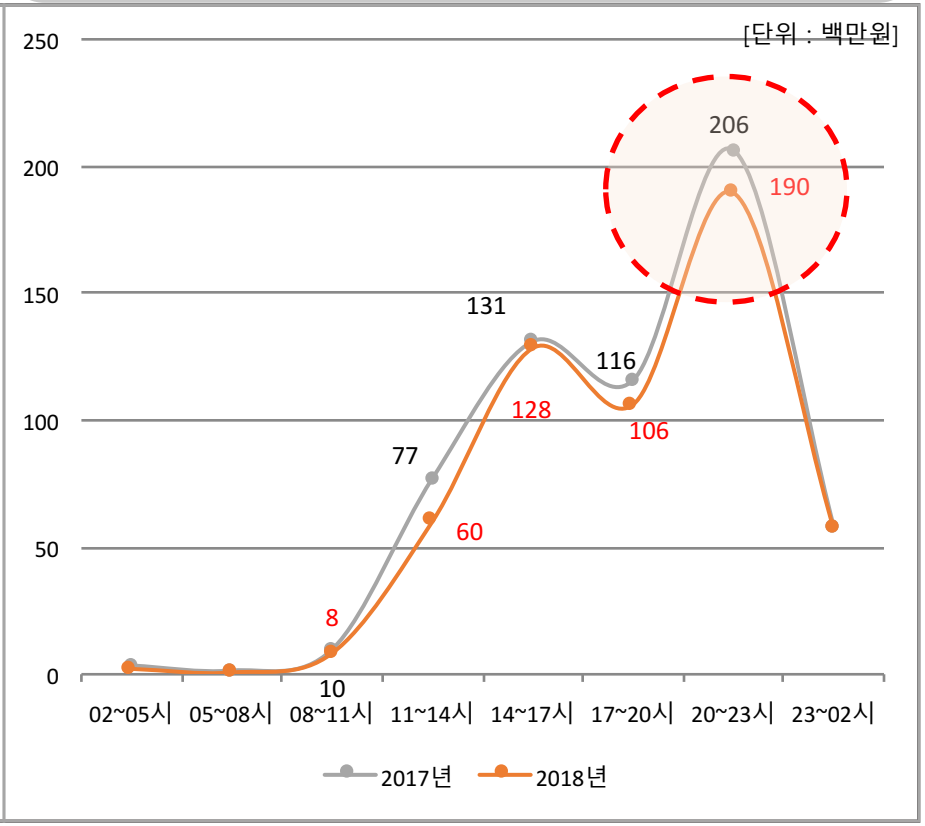
야간시간대 식음료매출이 가장 높게 나타남 (인근주점으로 인한 매출 추정)

- 식음료 업종 매출액은 4.2억원으로 가장 높으나, 전년대비 약 ▼6.3% 감소
- 쇼핑 업종 매출액은 1.2억원이며, 전년대비 약 ▼25.0% 감소
- 20~23시 매출액이 1.9억원으로 가장 높고, 시간 별 매출액 추이는 전년과 유사한 패턴을 보임

업종별 매출분석



시간대별 매출 분석



Contents

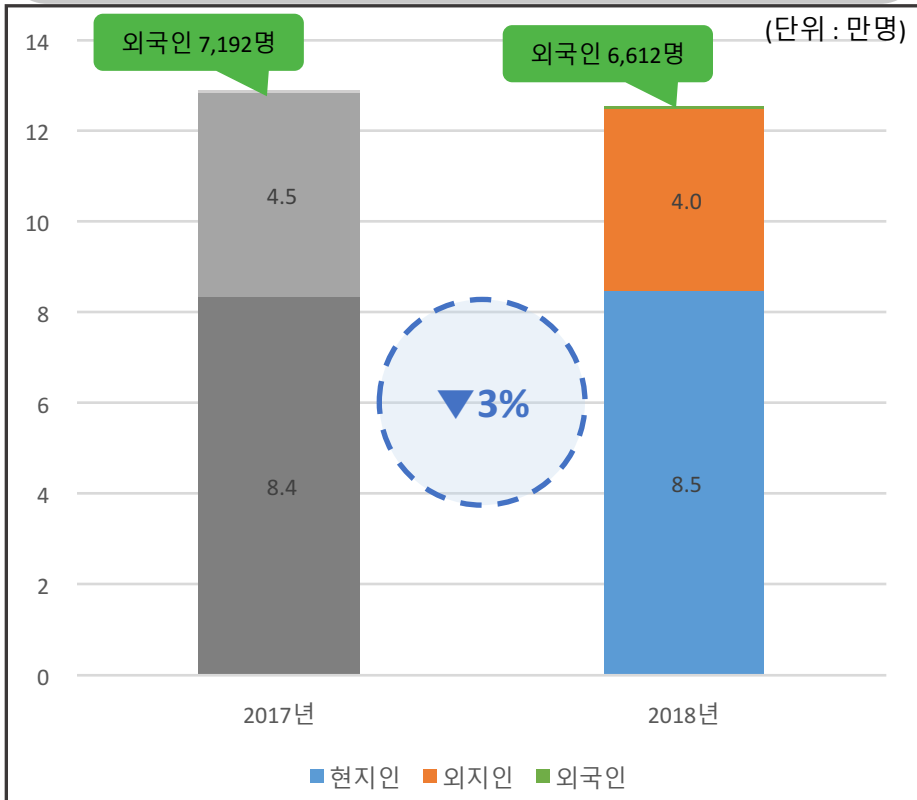
I. 사업개요
II. 군산시분석
III .관광지분석
IV .축제분석
V. 정책제언

1-1. 시간여행축제 전체방문객 현황

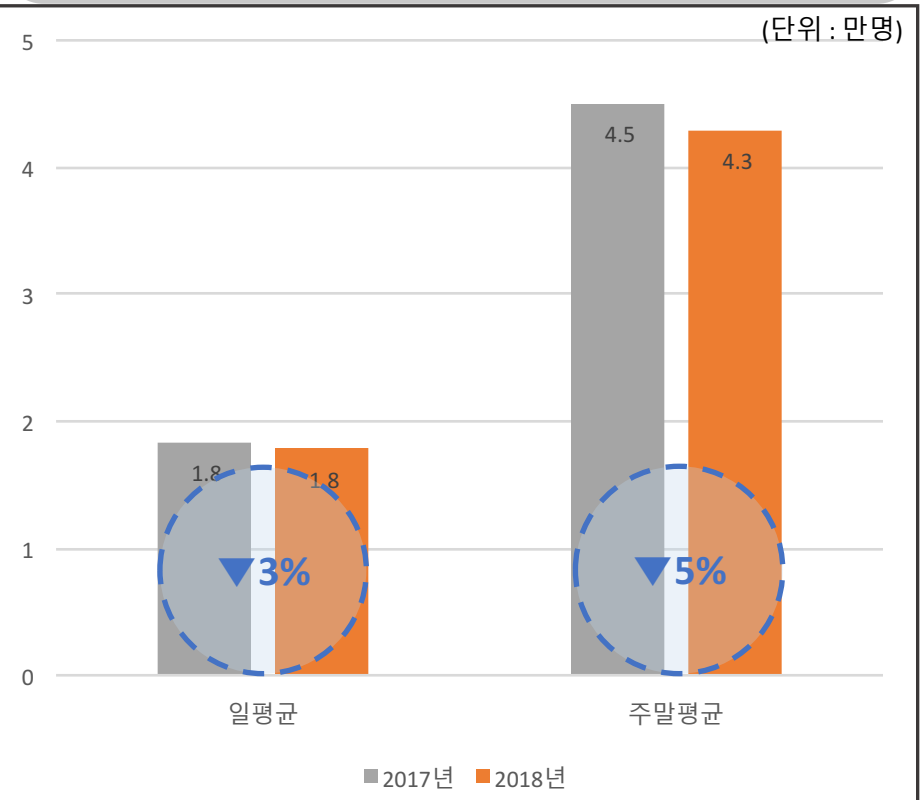
전체방문객 전년대비 약 3% 감소, 내국인 관광객 약 11% 감소

- 축제기간 9월 14일~ 16일 (3일간), 전체방문객 2017년 128,525명, 2018년 124,679명 방문 (전년대비 약 3% 감소)
- 2018년 일평균 17,811명으로 전년대비 약 3% 감소, 주말평균 42,879명으로 전년대비 약 5% 감소

전체 방문객 현황



일평균/주말평균 현황



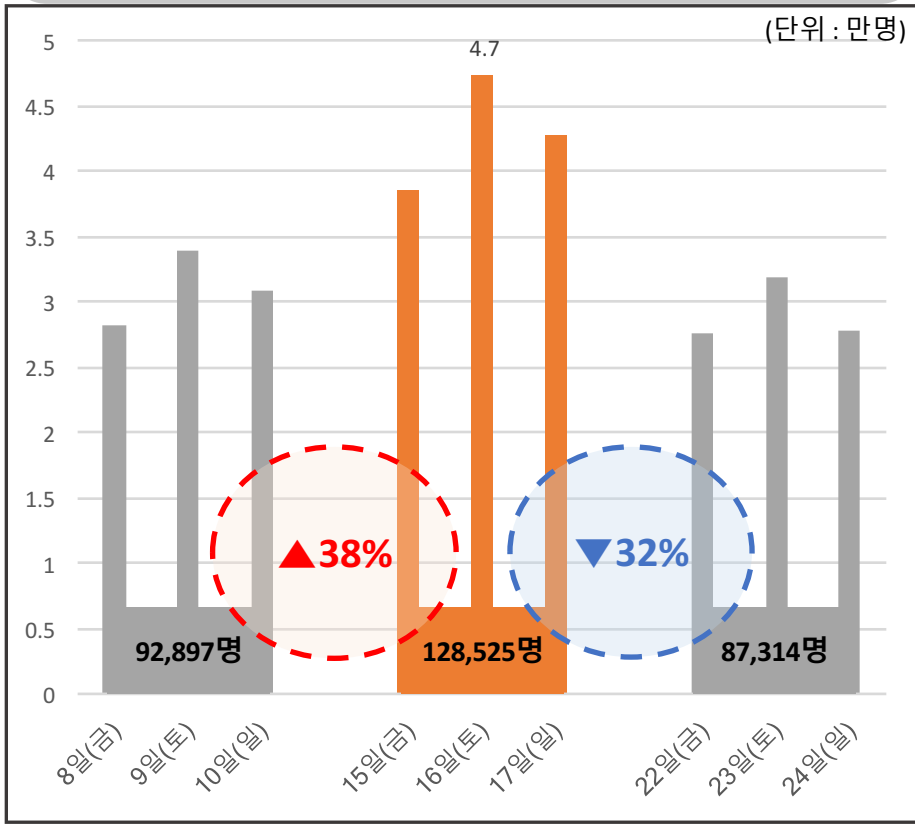
- 전체 방문객 기준 = 지역주민(현지인) + 내국인 관광객 + 외국인 관광객

1-2. 시간여행축제 축제전후 비교 현황

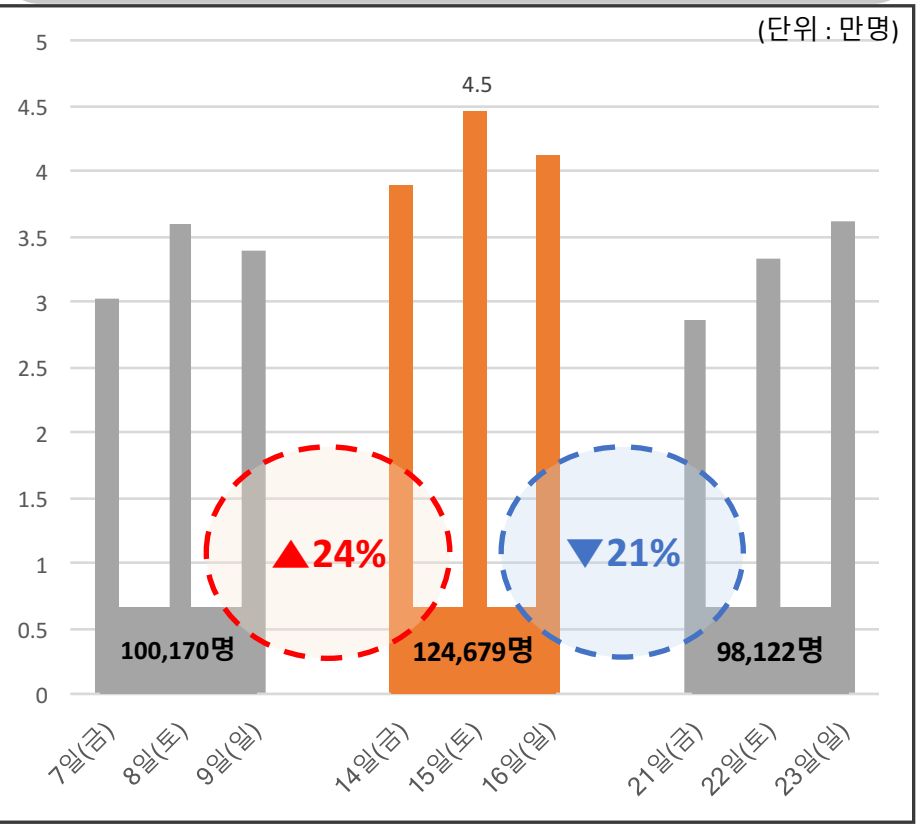
축제로 인한 관광객 유입효과가 있으나, 전년대비 유입비율 감소

- 2017년 전체 관광객 128,525명 방문 (축제전주 92,897명(약 38%증가) / 축제후주 87,314명(약 32%감소))
- 2018년 전체 관광객 124,679명 방문 (축제전주 100,170명(약 24% 증가) / 축제후주 98,122명(약 21%감소))

2017년 축제 전후 비교



2018년 축제 전후 비교



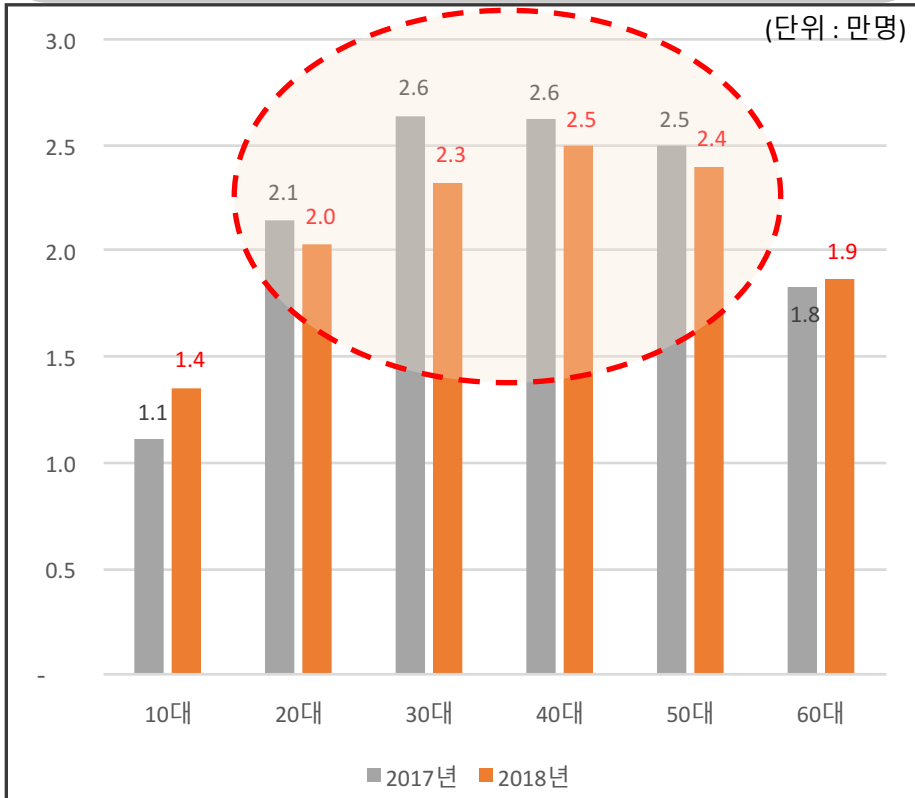
- 전체 방문객 기준 = 지역주민(현지인) + 내국인 관광객 + 외국인 관광객

1-3. 시간여행축제 성별, 연령별 관광객 현황

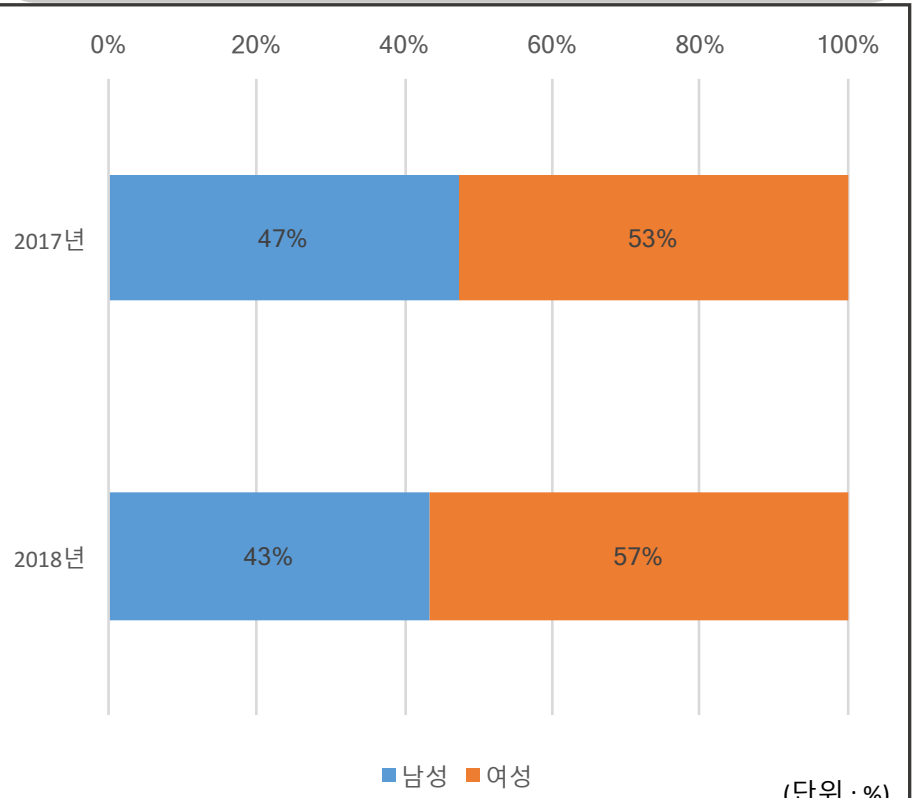
전년대비 주 관광층인 30~40 관광객 감소, 여성 관광층 비율은 증가

- 전년대비 20대~50대 관광객 감소 (10대, 60대 관광객은 증가)
- 여성관광객 비율이 높고, 전년대비 약 4%p 증가함

연령별 관광객 현황



성별 관광객 현황



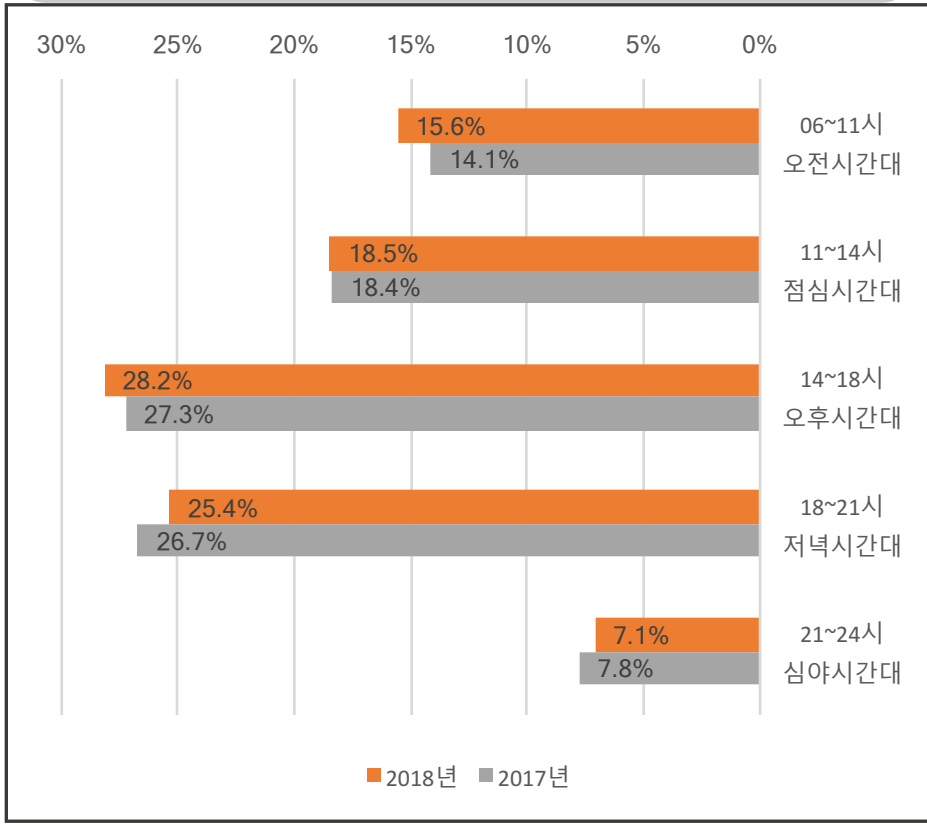
- 전체 방문객 기준 = 지역주민(현지인) + 내국인 관광객 + 외국인 관광객

1-4. 시간여행축제 시간대별 관광객 현황

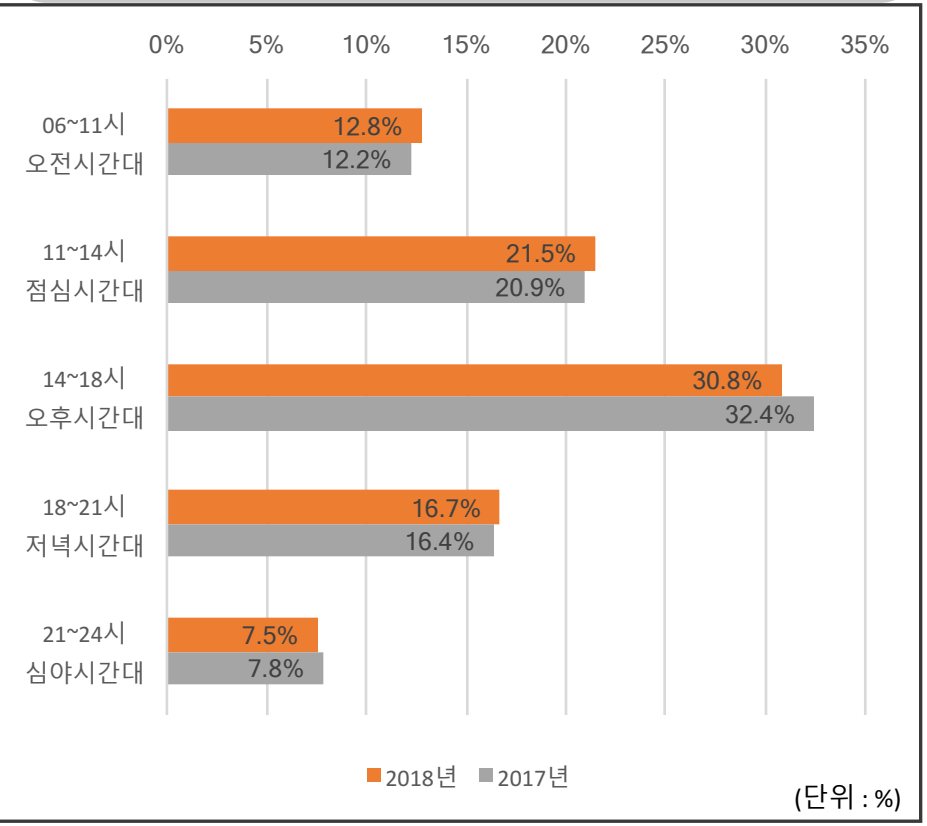
시간여행 축제는 오후시간대 관광객 유입이 가장 많이 나타남

- 현지인 관광객 오후・저녁 시간대 관광객 유입이 가장 많음
- 외지인 관광객 오후 시간대 유입이 많으나 전년대비 감소, 점심・저녁시간대 관광객 전년대비 증가함

현지인 시간대별 관광객 현황



외지인 시간대별 관광객 현황



(단위 : %)

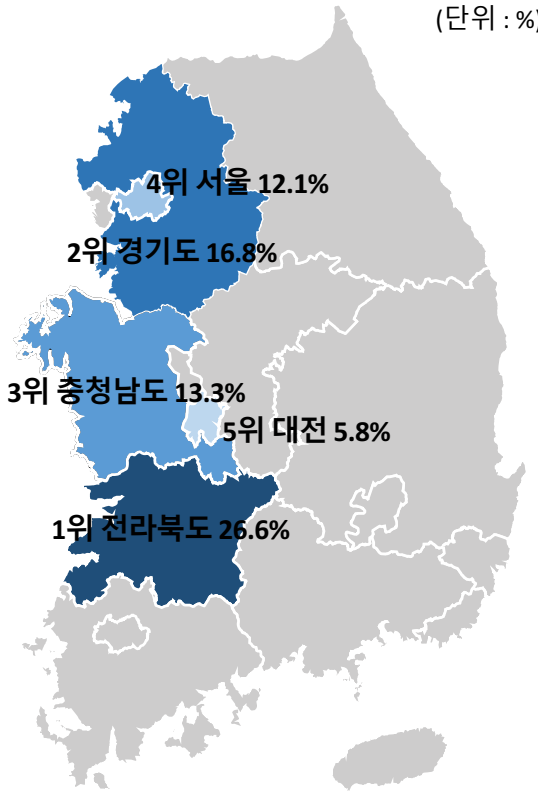
- 내국인 관광객
- 전체관광객 = 내국인 관광객 + 외국인관광객

1-5. 시간여행축제 관광객 거주지별 현황 (광역자치단체)

전라북도 관광객 방문비율 증가하고, 수도권 관광객 방문비율 소폭 감소

- 축제지 인근 광역 비율 증가 (전북 약 2.5%p 증가 , 충남 약 0.7%p 증가)
- 수도권(서울, 경기, 인천) 거주 관광객 방문비율 약 0.6%p 감소 (2017년 약 31.8%, 2018년 약 31.2%)

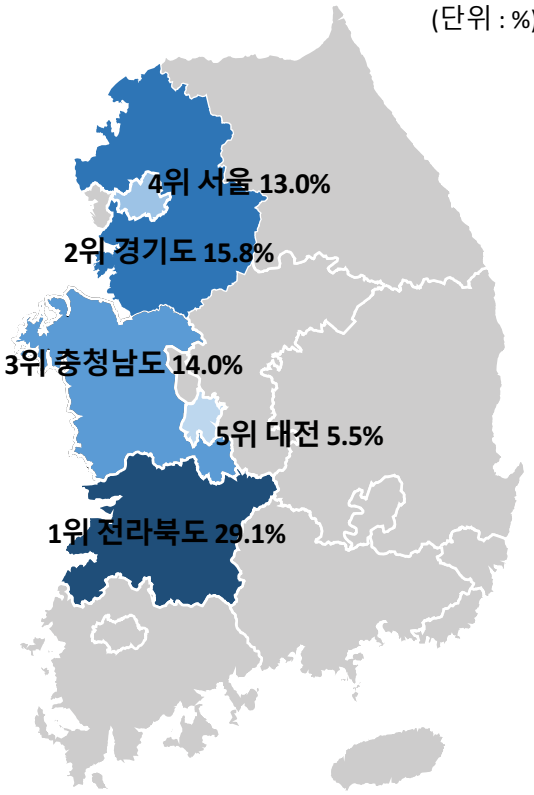
2017년 광역단체 거주지 현황



광역단체 거주지별 비교

비율	광역단체	순위	광역단체	비율
26.6%	전라북도	1	전라북도	29.1%
16.8%	경기도	2	경기도	15.8%
13.3%	충청남도	3	충청남도	14.0%
12.1%	서울특별시	4	서울특별시	13.0%
5.8%	대전광역시	5	대전광역시	5.5%
4.3%	광주광역시	6	광주광역시	4.2%
3.8%	전라남도	7	충청북도	3.3%
3.0%	충청북도	8	전라남도	3.0%
2.9%	인천광역시	9	인천광역시	2.4%
2.4%	경상남도	10	경상남도	2.0%
1.8%	강원도	11	대구광역시	1.5%
1.7%	경상북도	12	경상북도	1.4%
1.7%	대구광역시	13	세종시	1.3%
1.6%	부산광역시	14	강원도	1.1%
1.2%	세종시	15	부산광역시	1.0%
0.8%	울산광역시	16	제주도	0.9%
0.3%	제주도	17	울산광역시	0.5%

2018년 광역단체 거주지 현황



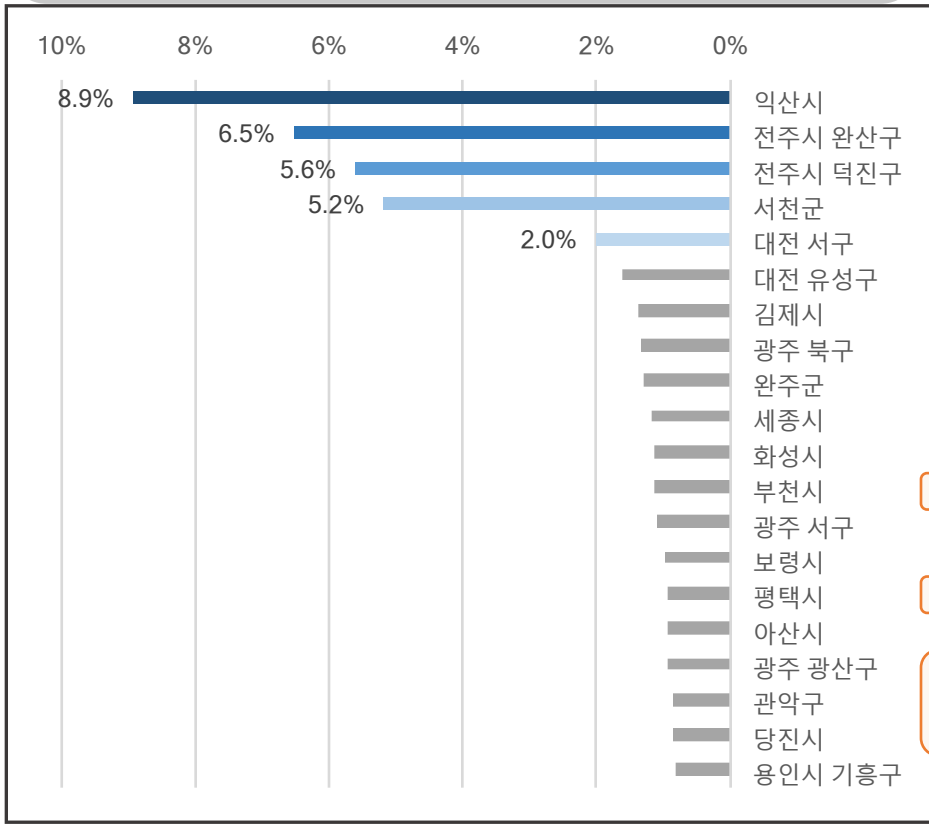
- 전체 방문객 기준 = 지역주민(현지인) + 내국인 관광객 + 외국인 관광객

1-6. 시간여행축제 관광객 거주지별 현황 (지방자치단체)

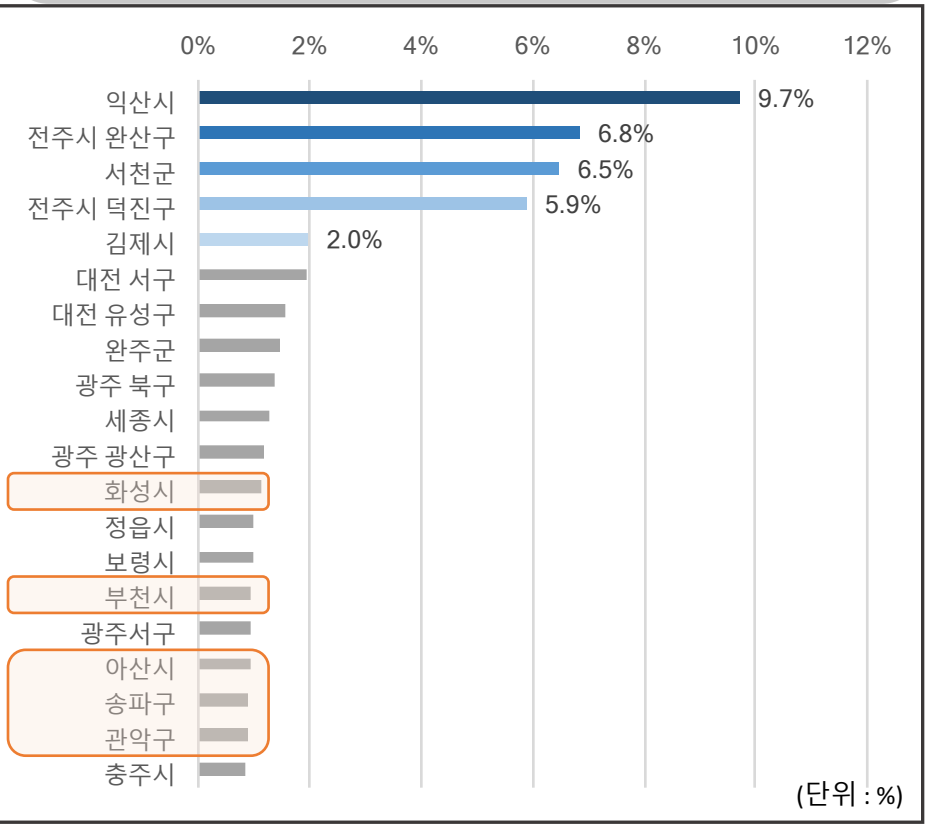
인근 지역 거주지 방문자 비율 높고, 수도권 거주지 방문자 비율 낮아짐

- 익산, 전주, 서천, 김제 등 인근 지자체 거주자 방문비율 높음
- 수도권 거주지 방문객은 화성, 부천, 아산, 송파, 관악 등으로 나타남

2017년 지방자치단체 거주지별 방문현황



2018년 지방자치단체 거주지별 방문현황



- 전체 방문객 기준 = 지역주민(현지인) + 내국인 관광객 + 외국인 관광객

1-7. 시간여행축제 SNS 분석 연관검색어

야외활동 연관어 비율이 가장 높고, 식음료와 정보에 대한 연관어 다수

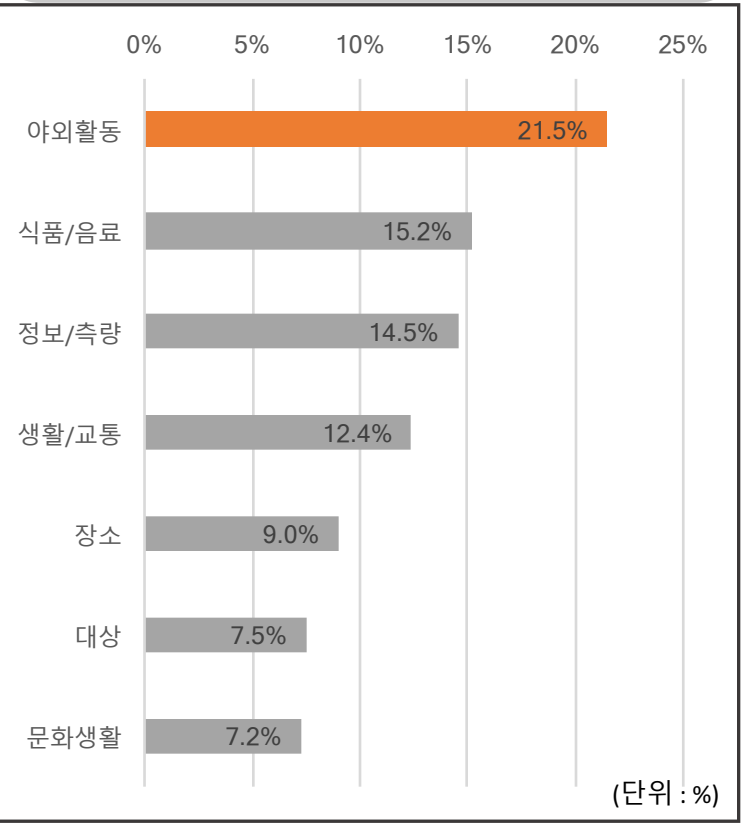
- 시간여행축제 연관검색어 2018년 2,525건 (전년대비 약 23% 감소 / 2017년 3,277건)
- 야외활동에 대한 연관어 비율 가장 높게 나타남 (약 21.5%)

2018년 시간여행축제 연관검색어

- 여행에 대한 연관어 약 18.5%로 가장 높게 나타남

순위	연관어	건수	비율
1	여행	468	18.5%
2	근대	178	7.0%
3	주말	120	4.8%
4	군산시	110	4.4%
5	일상	99	3.9%
6	체험	85	3.4%
7	카페	82	3.2%
8	테디	81	3.2%
9	추억	79	3.1%
10	대학로	79	3.1%
11	역사	75	3.0%
12	미용실	59	2.3%
13	맛집	59	2.3%
14	옥상	57	2.3%
15	가족	46	1.8%
16	데이트	44	1.7%
17	아들	41	1.6%
18	문화	38	1.5%
19	전라북도	38	1.5%
20	테라스	37	1.5%

연관검색어 비율



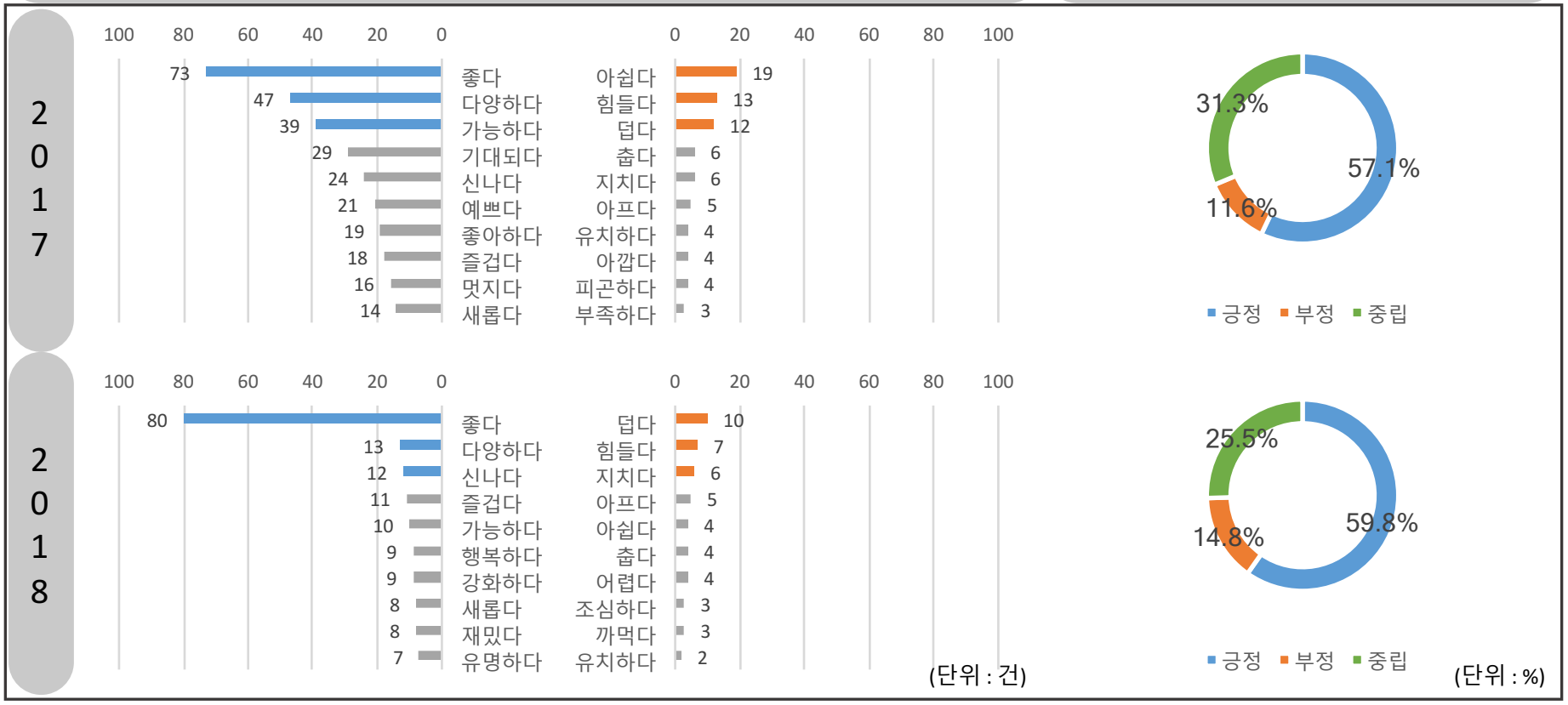
1-8. 시간여행축제 감성어・긍부정어 분석

전년대비 긍부정어 감소, 축제 후기에 대한 SNS홍보 이벤트 필요

- 좋다, 다양하다, 신나다 등 긍정어 (긍정어 2017년 300건, 2018년 167건, 전년대비 약 44.3% 감소)
- 덥다, 힘들다, 지치다 등 체력관련 부정어가 다수 (부정어 2017년 76건, 2018년 48건, 전년대비 약 36.8% 감소)
- 전년대비 긍부정어 비율 증가 (긍정 비율 약 2.7%p 증가, 부정비율 약 3.2%p 증가)

시간여행축제 긍부정어 현황

시간여행축제 감성어 현황



(단위 : 건)

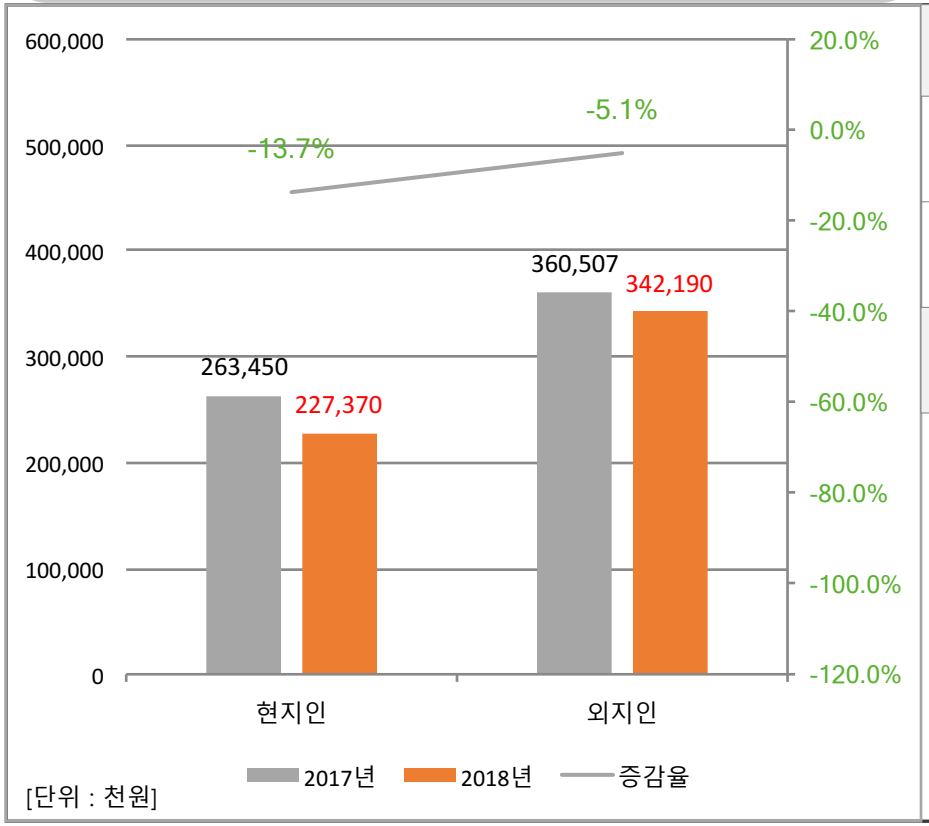
(단위 : %)

1-9. 시간여행축제 전체 매출 분석

전년대비 전체 매출 감소, 현지인 매출 감소가 외지인보다 크게 나타남

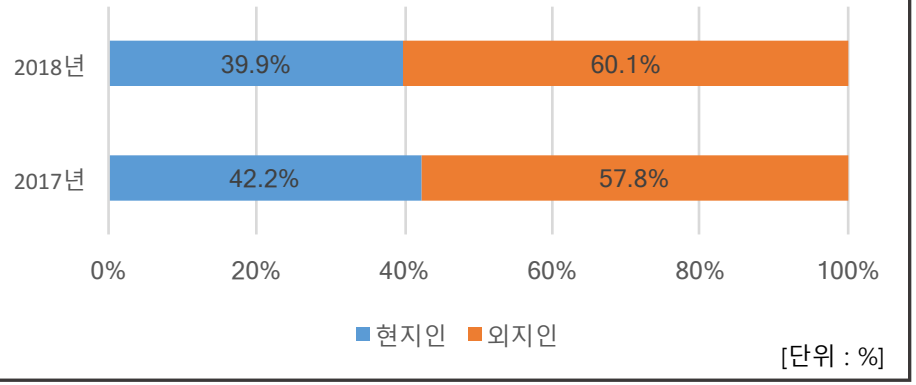
- 외지인+현지인의 2018년 관광업종 매출액은 약 5.7억원, 전년대비 약 ▼8.7%(0.5억원) 감소 함
- 외지인 관광객의 2018년 관광업종 매출액은 약 3.4억원, 전년대비 약 ▼5.1%(0.2억원) 감소 함
- 현지인의 2018년 관광업종 매출액 감소율은 약▼13.7%이며, 이는 외지인 ▼5.1% 대비 8.6%p낮음

전체 매출 현황



전체매출현황 및 비율

구분	2017년	2018년	증감율
현지인	263,450	227,370	▼ 13.7%
외지인	360,507	342,190	▼ 5.1%
합계	623,957	569,560	▼ **8.7%**

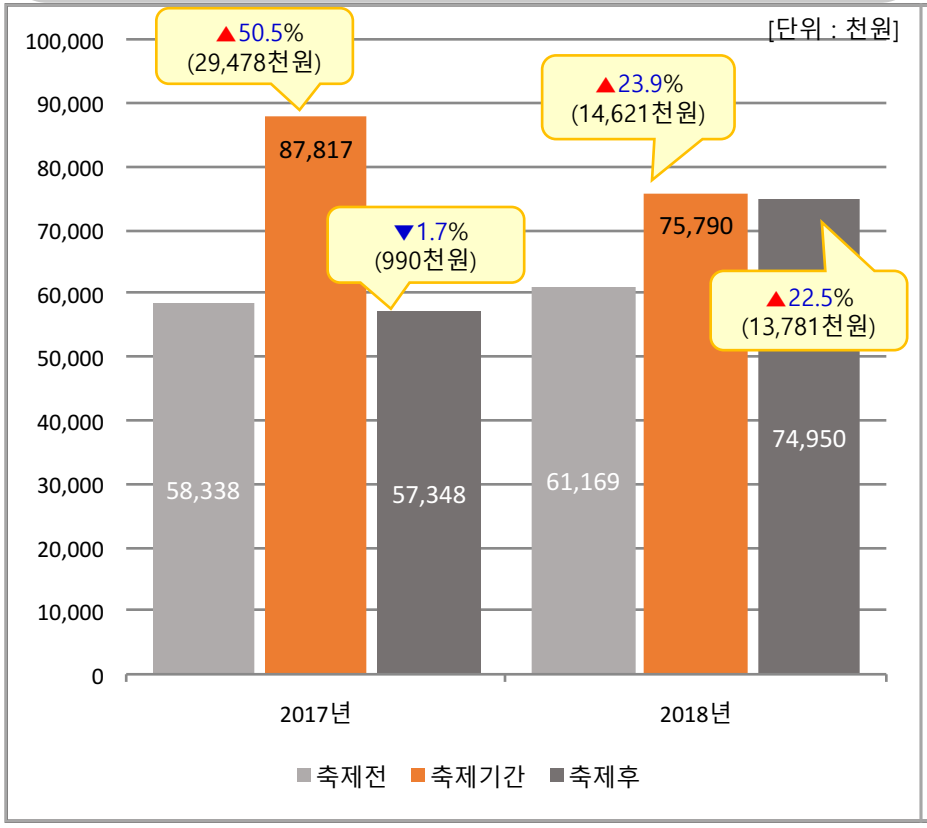


1-10. 시간여행축제 축제 전/후 매출 분석

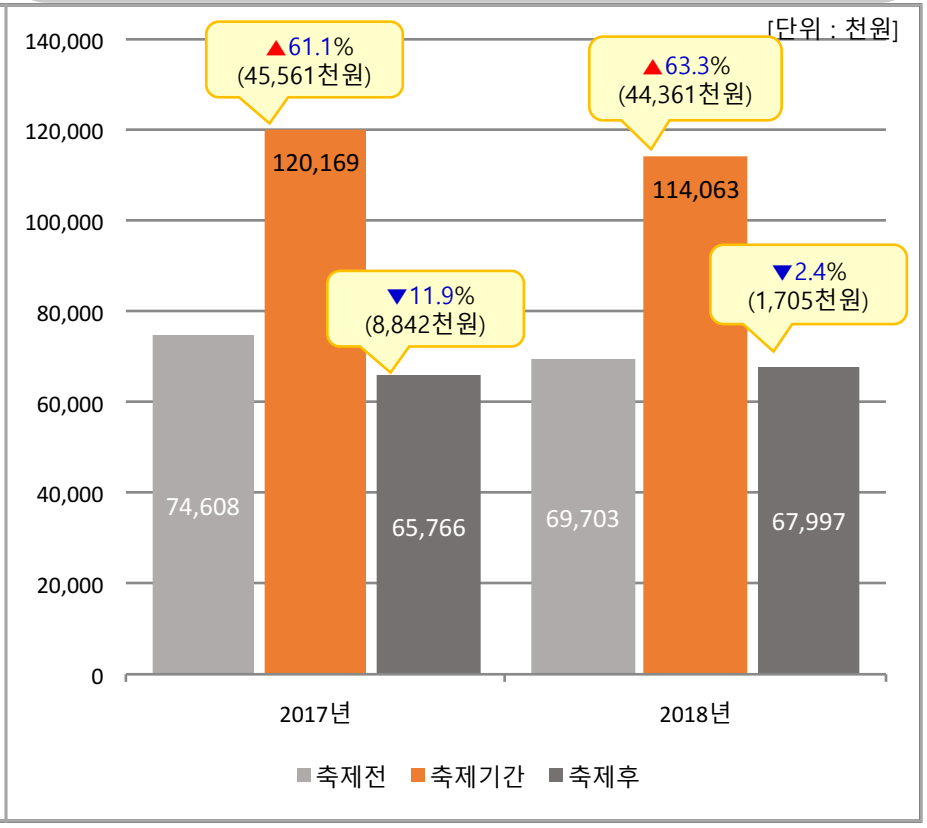
2018년도 축제기간 기준 외지인이 현지인보다 매출액 증가율 높음

- 2018년 외지인 관광객의 축제기간 평균 매출액은 축제전 대비 약 ▲63.3% 증가
- 2018년도 현지인의 축제기간 평균 매출액은 축제전 대비 약 ▲23.9% 증가
- 2018년도 기준 현지인(23.9%)보다 외지인(63.3%)의 축제 기간 매출액 상승율이 높게 나타남

현지인 축제전/후 비교(일평균)



외지인 축제전/후 비교(일평균)

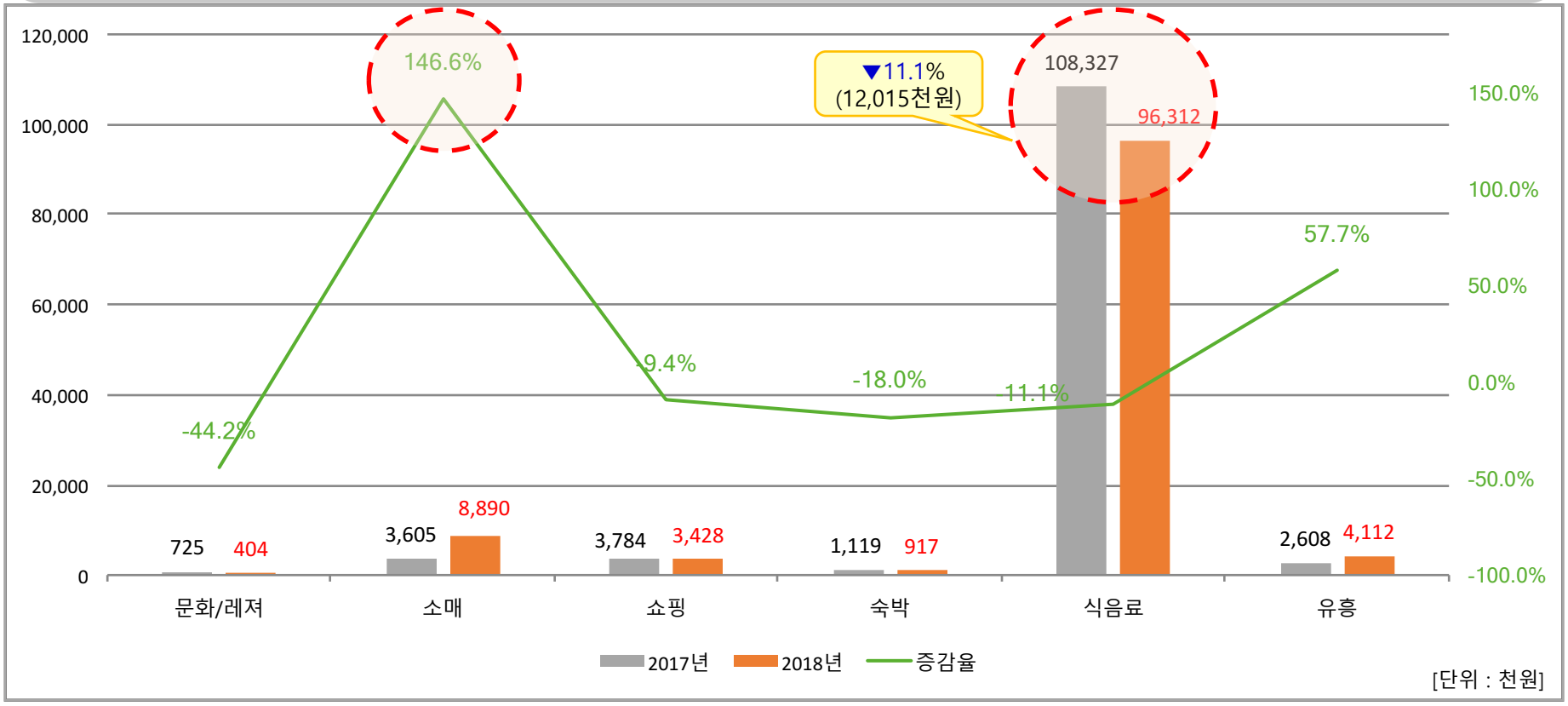


1-11. 시간여행축제 업종별 매출 분석

식음료 매출이 가장 높게 나타났지만, 전년대비 약 11% 감소

- 축제기간 식음료 업종 매출액은 약 1.0억원으로 가장 높으나, 전년대비 약 ▼11.1% 감소 함
- 전년대비 소매 업종 매출액 증가율은 약 ▲146.6%로 관광소비 중 가장 높게 나타남

업종별 매출 분석(일평균)

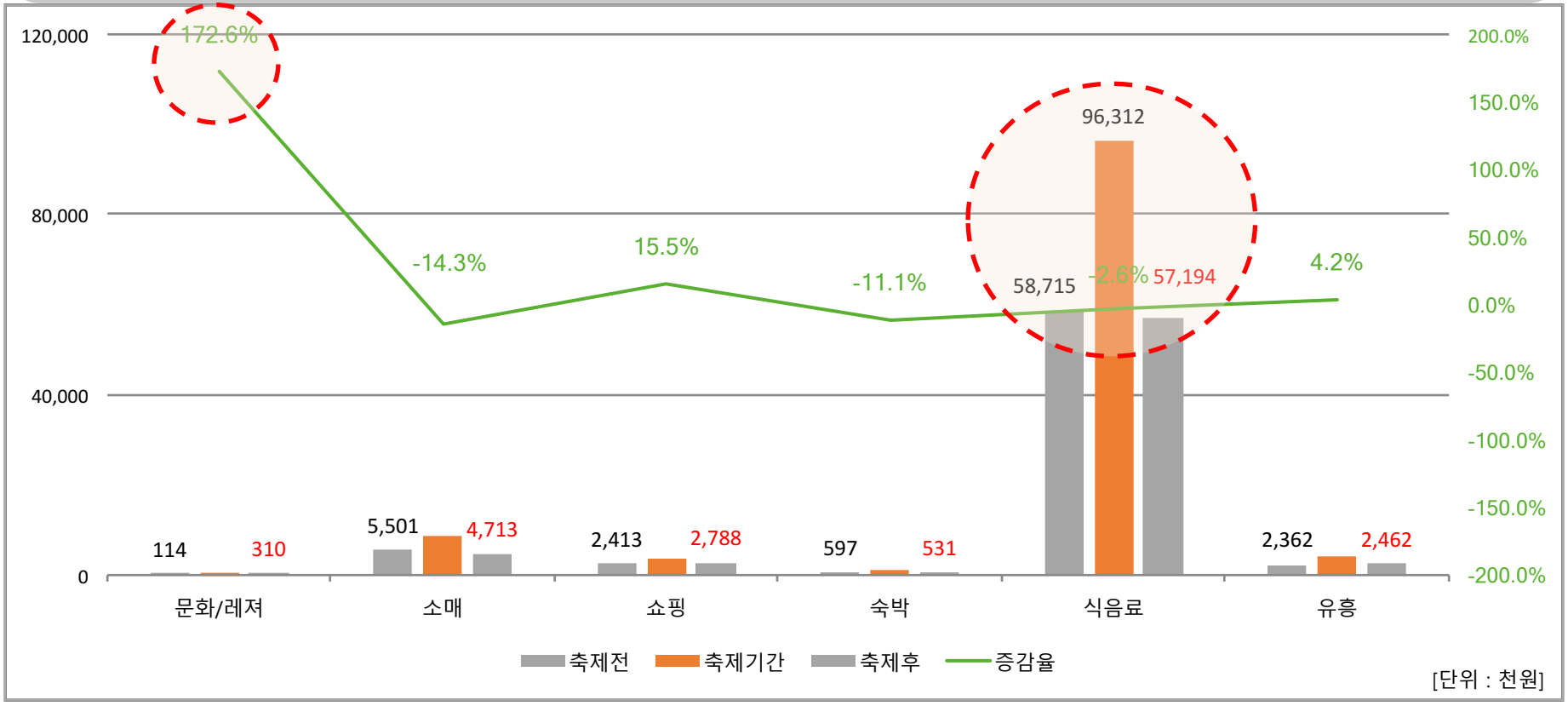


1-12. 시간여행축제 업종별 축제 전/후 매출 분석

축제기간으로 인한 매출 증가 효과가 나타남

- 축제전 대비 축제후 식음료 업종 약 ▼2.6% 감소, 매출액 약 0.6억원
- 축제전 대비 문화/레져 업종 매출액 증가율 가장 높음, 약 ▲172.6% 증가

업종별 축제 전/후 매출 분석(일평균)

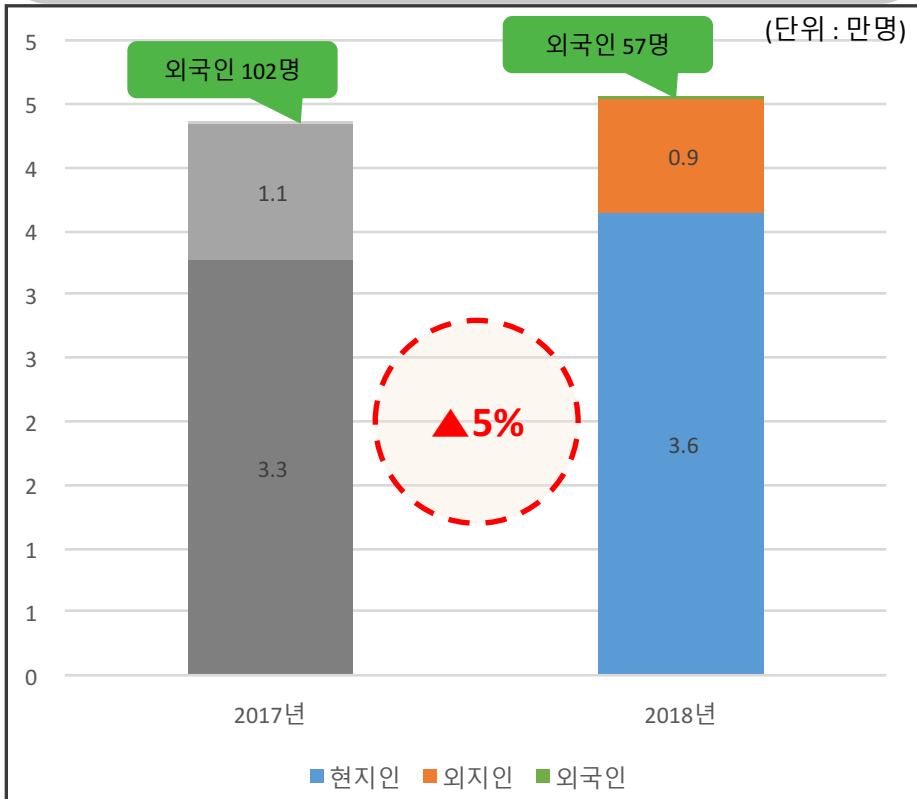


2-1. 꽁당보리축제 전체방문객 현황

전체방문객 전년대비 5% 증가했지만, 외지인 관광객 약 18% 감소

- 축제기간 5월 4일~ 7일 (4일간), 전체방문객 2017년 43,448명, 2018년 45,497명 방문 (전년대비 약 5% 증가)
- 2018년 일평균 6,500명으로 전년대비 약 4% 증가, 주말평균 11,197명으로 전년대비 약 9% 증가

전체관광객 현황



일평균/주말평균 현황

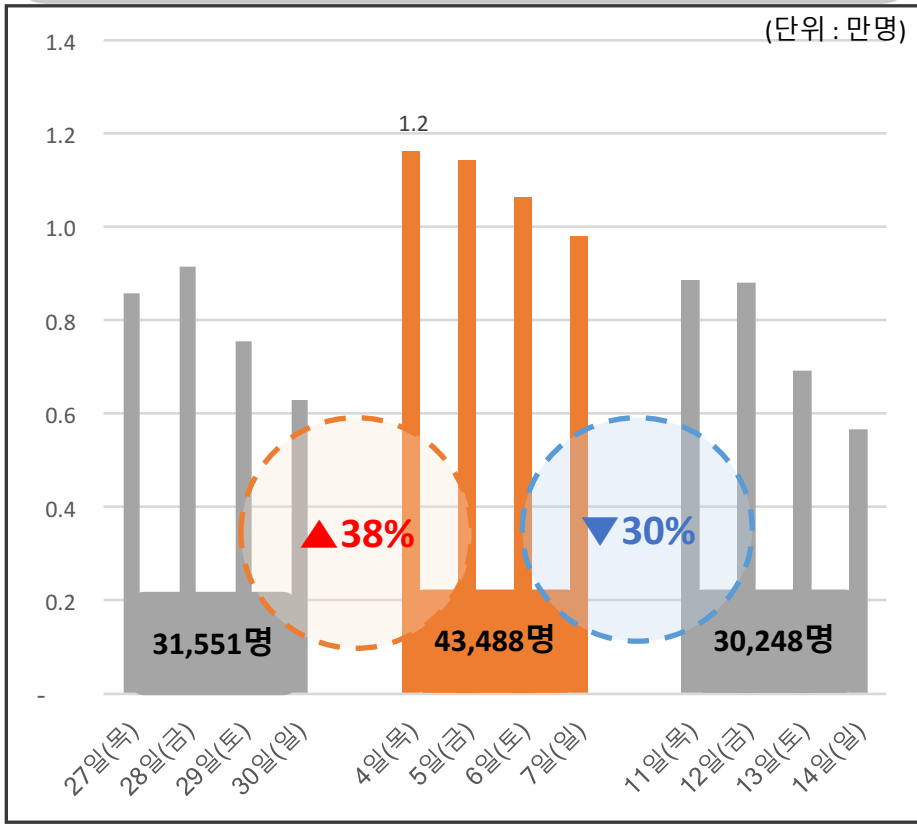
- 전체 방문객 기준 = 지역주민(현지인) + 내국인 관광객 + 외국인 관광객

2-2. 꽁당보리축제 축제전후 비교 현황

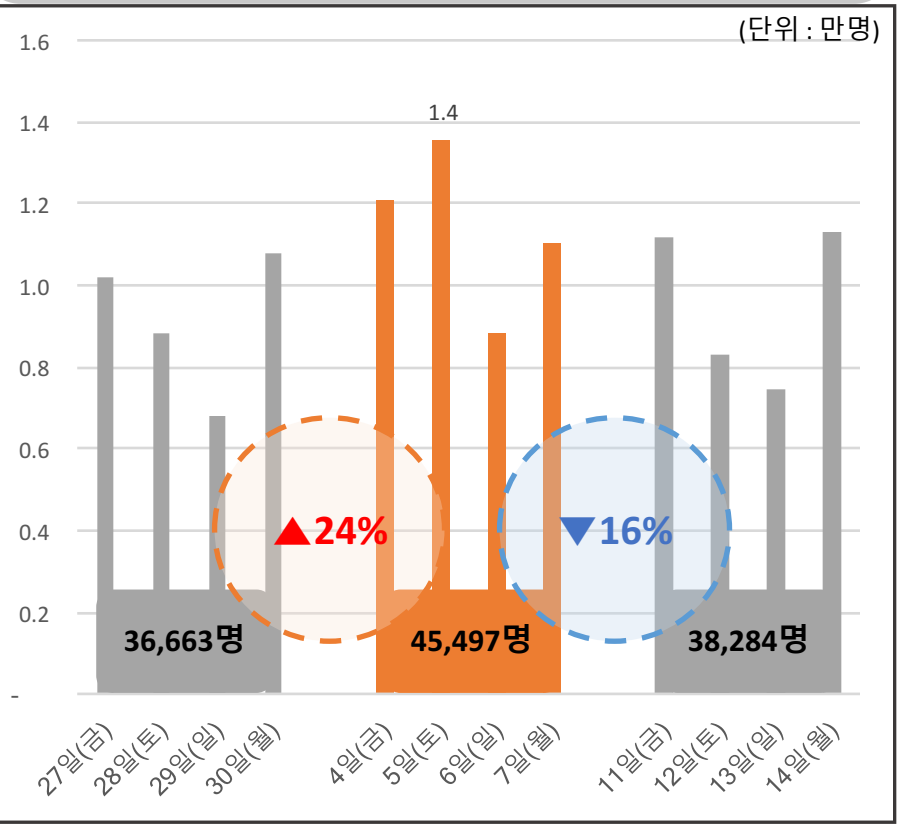
축제로 인한 방문객 유입 효과 나타남 (어린이날 휴일 효과)

- 2017년 축제 전체방문객 43,488명 방문 (축제전주 31,551명(약 38% 증가) / 축제후주 30,248명(약 30%감소))
- 2018년 축제 전체방문객 45,497명 방문 (축제전주 36,633명(약 24% 증가) / 축제후주 38,284명(약 16% 감소))

2017년 축제 전후 비교



2018년 축제 전후 비교



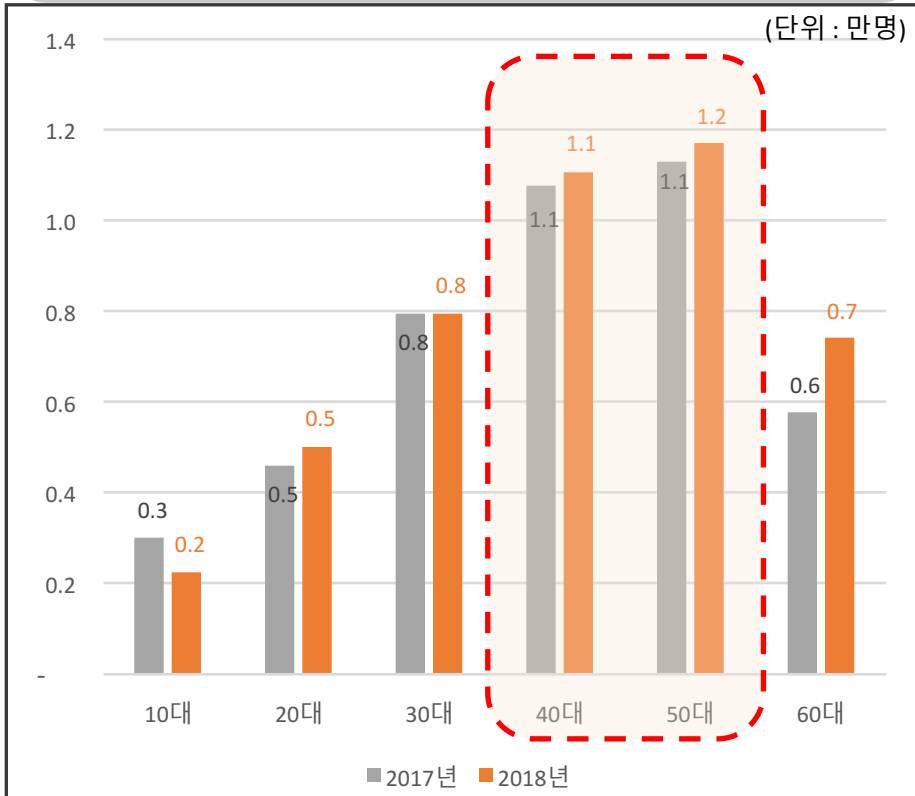
- 전체 방문객 기준 = 지역주민(현지인) + 내국인 관광객 + 외국인 관광객

2-3. 꽁당보리축제 성별, 연령별 관광객 현황

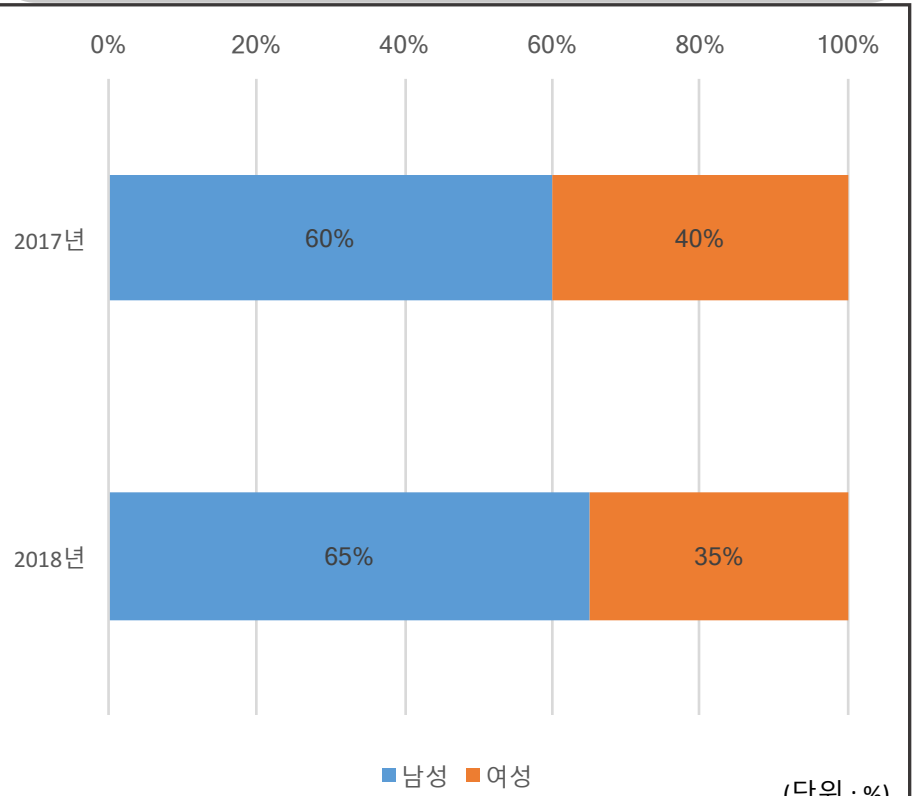
40대~50대 관광객 증가했지만, 10대 관광객은 감소

- 주 관광층 40~50대 관광객이고, 전년대비 방문객 증가
- 남성관광객 비율이 높고, 여성 관광객 비율 감소
- 어린이날 축제이지만 10대 미만 관광객수는 감소, 60대 이상 노년층 관광객 증가

연령별 관광객 현황



성별 관광객 현황 / 성별 연령별 관광객 증감 현황



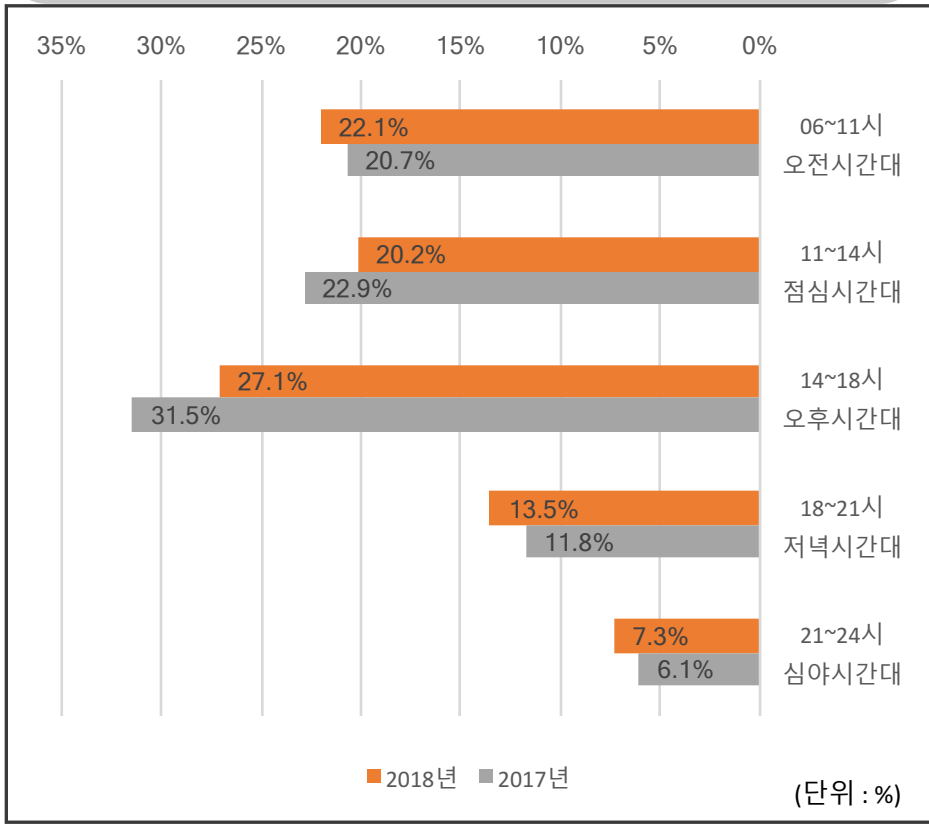
- 전체 방문객 기준 = 지역주민(현지인) + 내국인 관광객 + 외국인 관광객

2-4. 꽁당보리축제 시간대별 관광객 현황

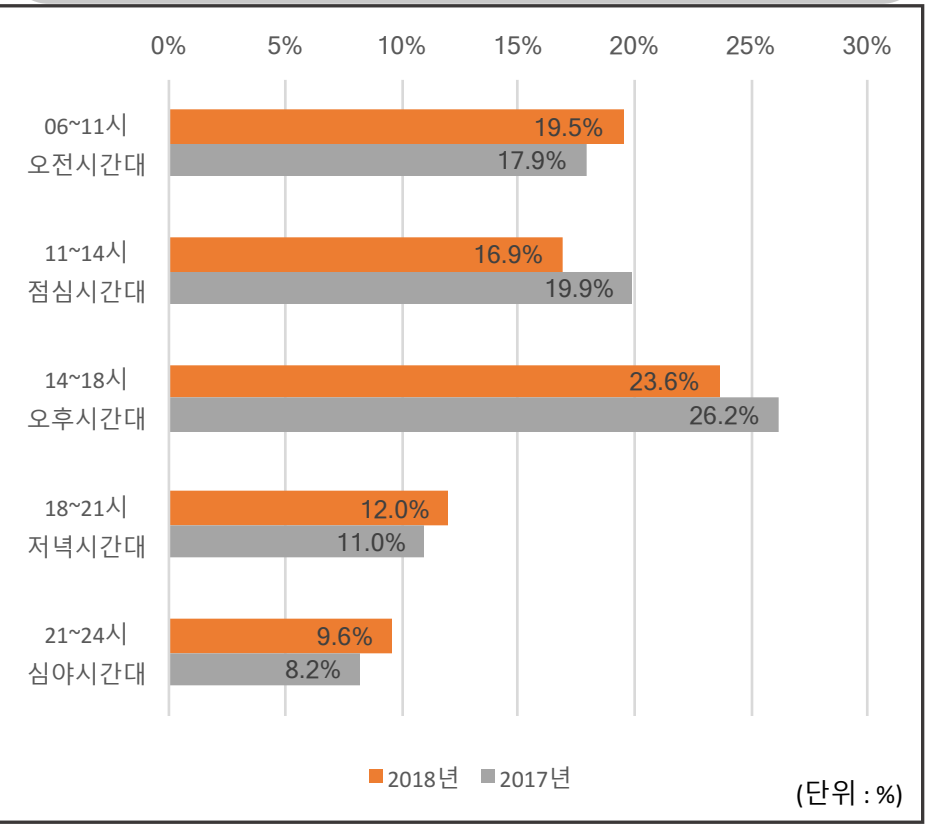
오후 시간대까지 관광객 유입 집중, 저녁시간대 는 도심과 떨어진 축제지 영향 방문객 낮음

- 오후 시간대 관광객 유입 가장 많으나, 전년대비 감소(현지인 약 27%, 외지인 약 24%)
- 저녁, 심사시간대 관광객 유입은 감소

현지인 시간대별 관광객 현황



외지인 시간대별 관광객 현황



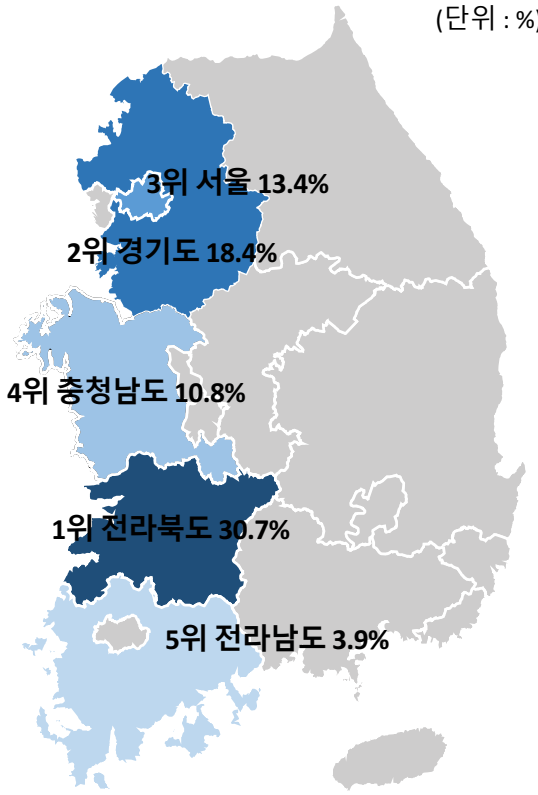
- 지역주민
- 전체관광객 = 내국인 관광객 + 외국인관광객

2-5. 꽁당보리축제 관광객 거주지별 현황 (광역자치단체)

전라북도 관광객 방문비율 증가하고, 수도권 관광객 방문비율 감소

- 전라북도 거주 관광객 방문비율 약 4.9%p 증가 (수도권 및 타 지역 방문비율 감소원인)
- 수도권(서울, 경기, 인천) 거주 관광객 방문비율 약 5.4%p감소 (2017년 약 34.8%, 2018년 약 29.4%)

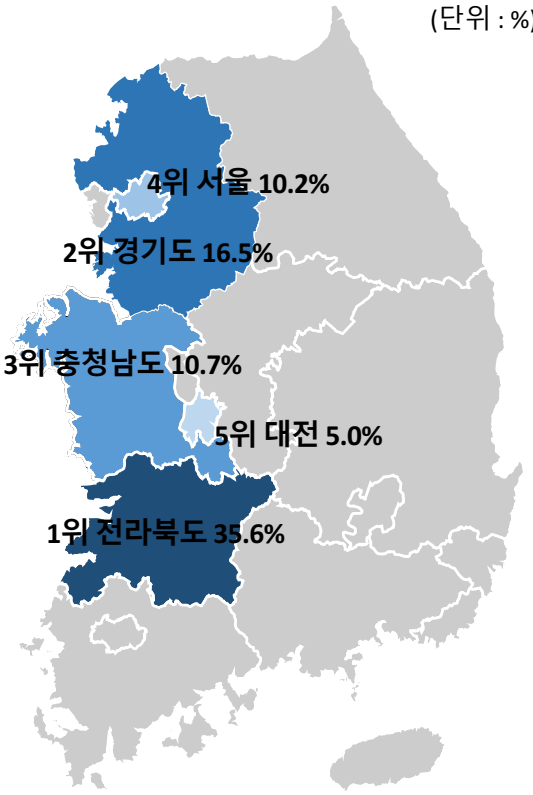
2017년 광역단체 거주지 현황



광역단체 거주지별 비교

비율	광역단체	순위	광역단체	비율
30.7%	전라북도	1	전라북도	35.6%
18.4%	경기도	2	경기도	16.5%
13.4%	서울특별시	3	충청남도	10.7%
10.8%	충청남도	4	서울특별시	10.2%
3.9%	전라남도	5	대전광역시	5.0%
3.9%	대전광역시	6	전라남도	4.0%
3.2%	충청북도	7	광주광역시	3.8%
3.0%	인천광역시	8	인천광역시	2.7%
2.9%	광주광역시	9	충청북도	2.3%
2.3%	경상남도	10	경상남도	2.1%
1.7%	부산광역시	11	부산광역시	1.5%
1.6%	경상북도	12	대구광역시	1.4%
1.3%	울산광역시	13	경상북도	1.2%
1.2%	대구광역시	14	울산광역시	1.2%
0.9%	강원도	15	강원도	0.8%
0.6%	세종시	16	세종시	0.6%
0.3%	제주도	17	제주도	0.5%

2018년 광역단체 거주지 현황



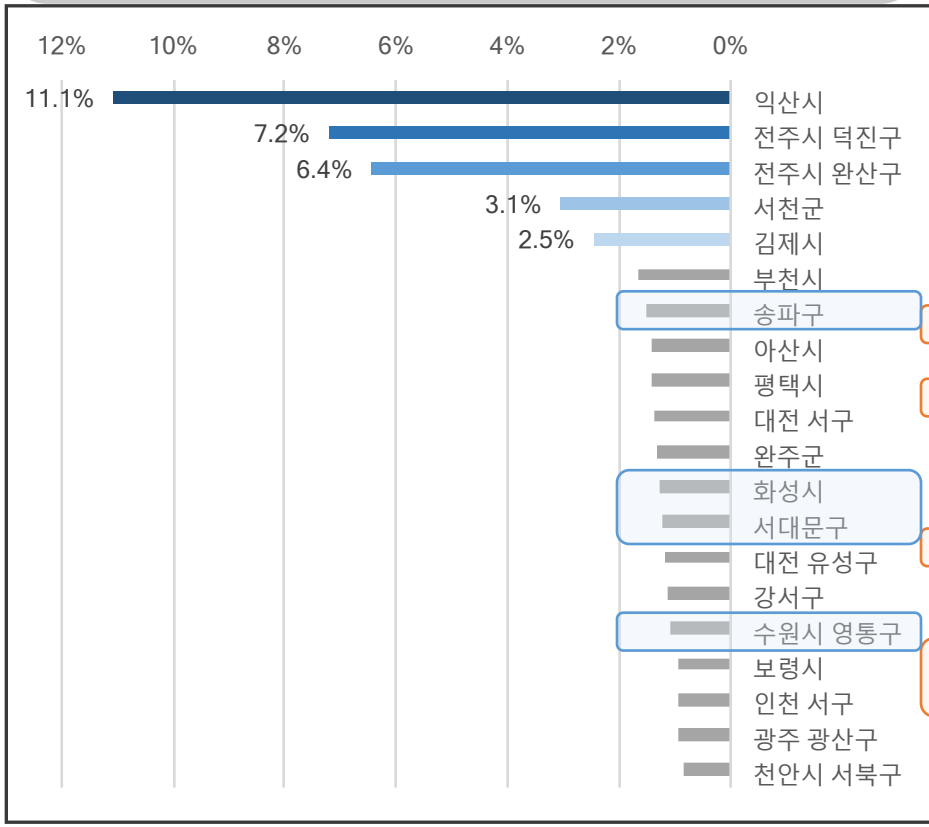
- 전체 방문객 기준 = 지역주민(현지인) + 내국인 관광객 + 외국인 관광객

2-6. 꽁당보리축제 관광객 거주지별 현황 (기초자치단체)

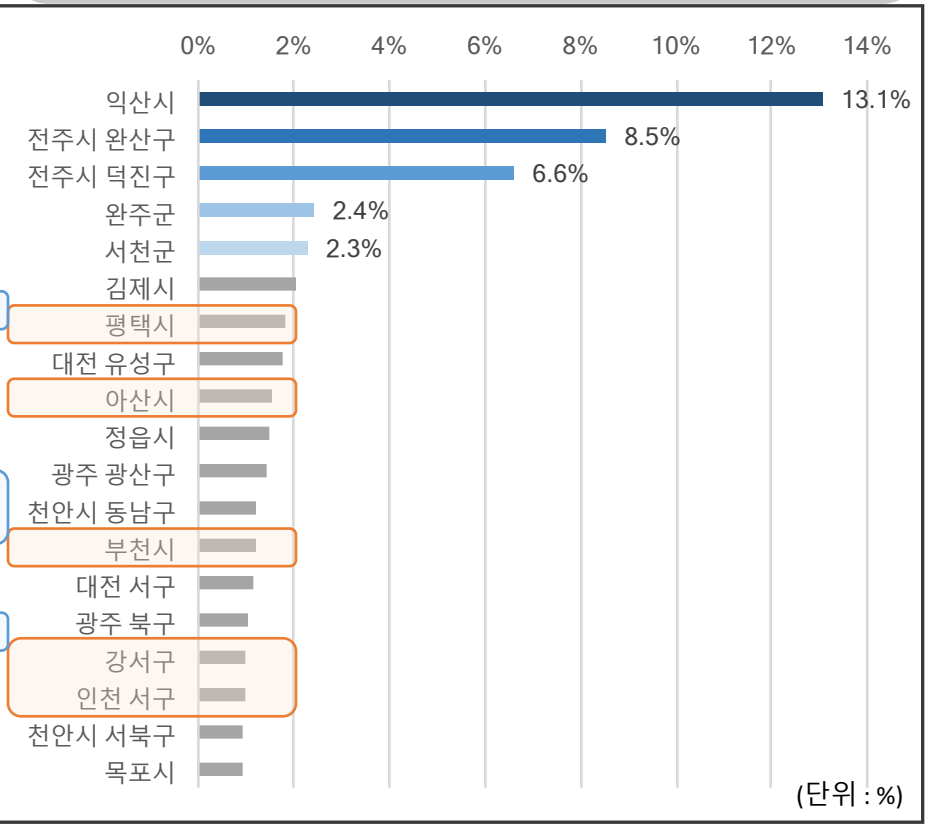
인근 지역 거주지 방문자 비율 높고, 수도권 거주지 방문자 비율 낮아짐

- 익산, 전주, 완주, 서천 등 인근 지자체 거주자 방문비율 높음
- 전년대비 수도권 거주지 방문자 낮아짐 (송파구, 서대문구, 수원시, 화성시 등 순위권에서 사라짐)

2017년 지방자치단체 거주지별 방문현황



2018년 지방자치단체 거주지별 방문현황



- 전체 방문객 기준 = 지역주민(현지인) + 내국인 관광객 + 외국인 관광객

2-7. 꽁당보리축제 SNS 분석 연관검색어

축제 연관어 비중 낮음, SNS 홍보 및 이벤트를 통해 축제 인지도 증가 필요

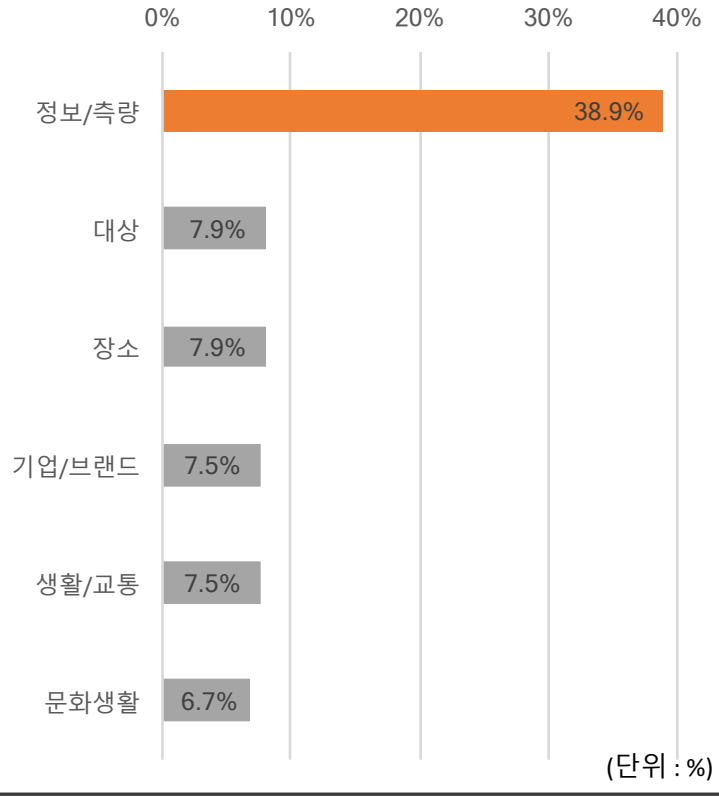
- 꽁당보리축제 연관검색어 2018년 239건 (전년대비 약 71% 감소 / 2017년 821건)
- 축제 정보에 대한 연관어 비율이 높게 나타남 (약 38.9%)

2018년 꽁당보리축제 연관검색어

- 체험 연관어 약 9.2%로 가장 높게 나타남
- 추억, 어린이날, 군산시 등 상위 순위에 나타남

순위	2018	건수	비율
1	체험	22	9.2%
2	추억	18	7.5%
3	어린이날	18	7.5%
4	군산시	17	7.1%
5	프로그램	11	4.6%
6	바람	9	3.8%
7	어린이	9	3.8%
8	맥주	7	2.9%
9	개막	7	2.9%
10	전시	7	2.9%
11	연휴	7	2.9%
12	친구	6	2.5%
13	지역	5	2.1%
14	여행	5	2.1%
15	사진	5	2.1%
16	모델	4	1.7%
17	가수	4	1.7%
18	장소	4	1.7%
19	가족	4	1.7%
20	트로트	3	1.3%

연관검색어 비율

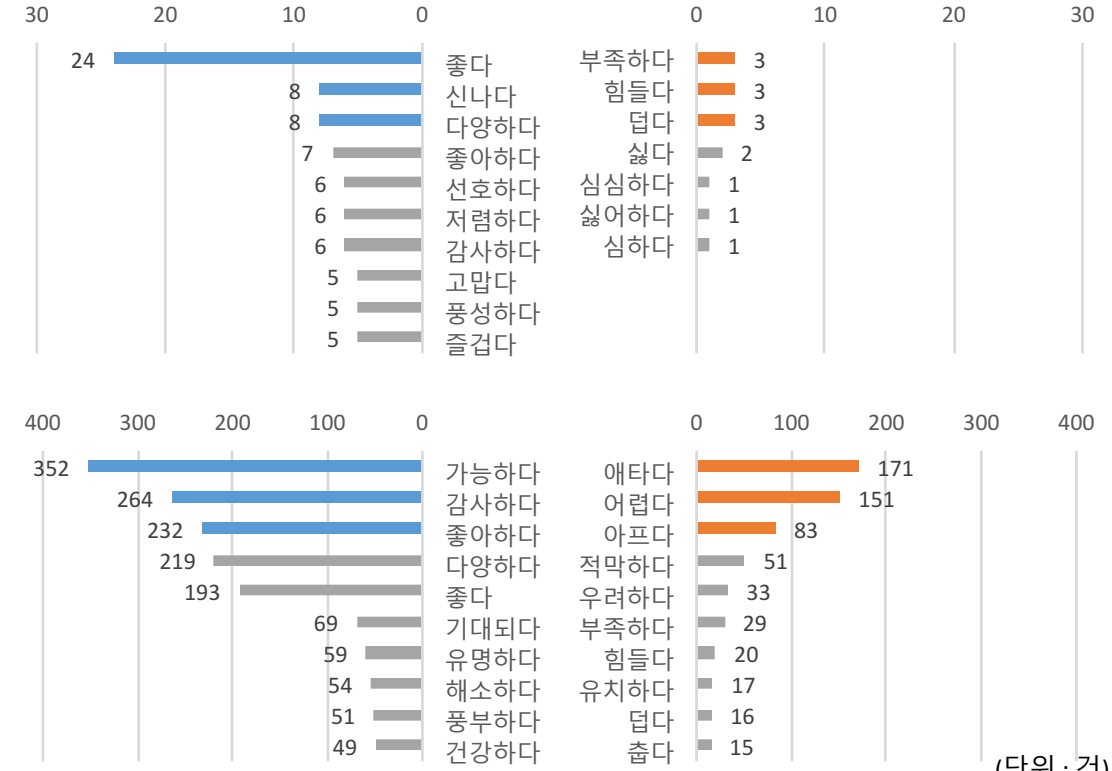


2-8. 꽁당보리축제 감성어・긍부정어 분석

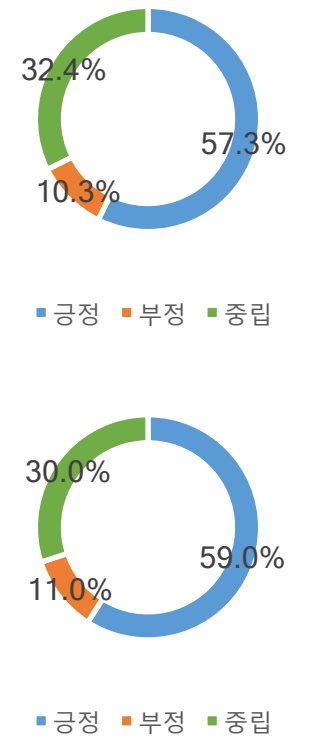
축제에 대한 긍정적 평가 늘어나고, 관심도가 높아진 것으로 추정

- 가능하다, 감사하다, 좋아하다 등 긍정어 증가 (2017년 80건, 2018년 1,542건 / 긍정어 증가율 약 1,828% 증가)
- 애타다, 어렵다, 아프다 등 체험관련 부정어가 다수 (2017년 14건, 2018년 586건 / 부정어 증가율 약 4,086% 증가)
- 긍부정어 비율은 긍정비율 소폭 증가 (긍정 비율 약 1.7%p 증가, 부정비율 약 0.7%p 증가)

꽁당보리축제 긍부정어 현황



꽁당보리축제 감성어 현황

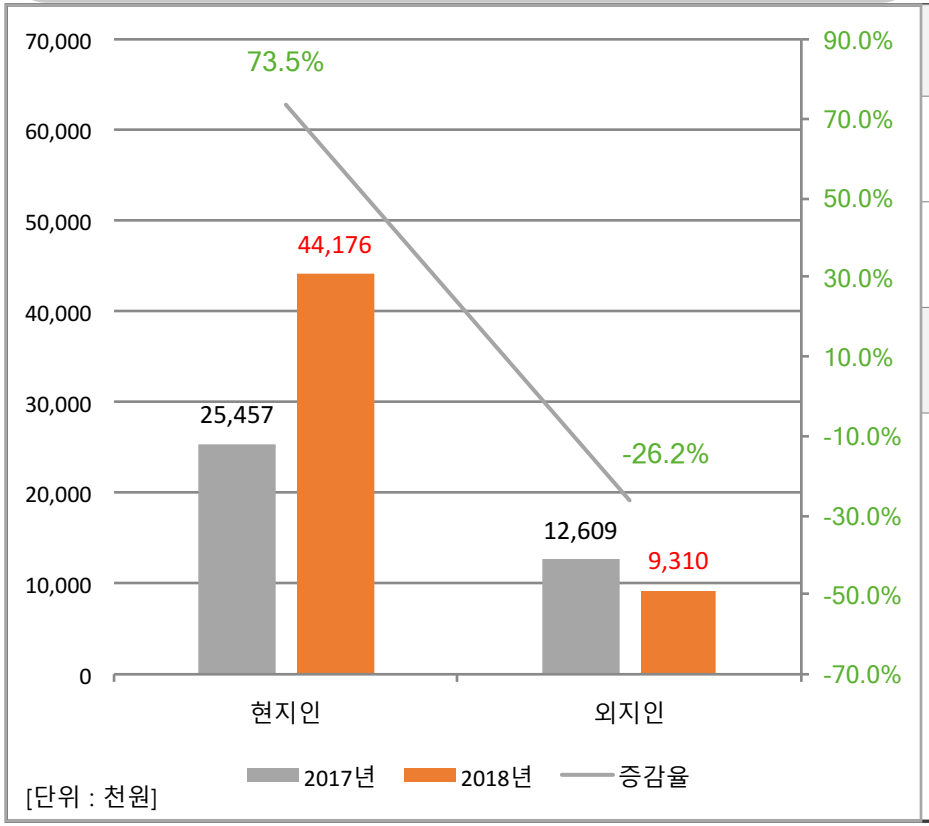


2-9. 꽁당보리축제 전체 매출 분석

현지인 소비매출이 전년대비 높아졌으나, 외지인은 감소

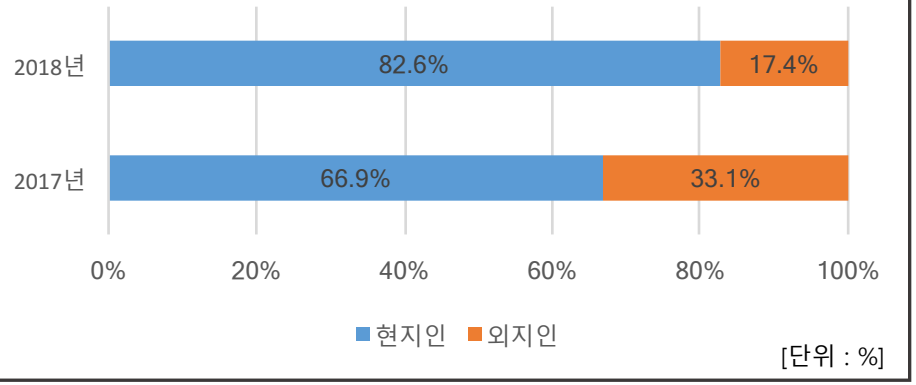
- 외지인+현지인의 2018년 관광업종 매출액은 약 5,349만원, 전년대비 약 ▲40.5% 증가 함
- 외지인 관광객의 2018년 관광업종 매출액은 약 931만원, 전년대비 약 ▼26.2% 감소 함
- 현지인의 2018년 관광업종 매출액은 약▲73.5%증가 하였으나, 외지인 관광객은 ▼26.2% 감소 함

전체 매출 현황



전체매출현황 및 비율

구분	2017년	2018년	증감율
현지인	25,457	44,176	▲ 73.5%
외지인	12,609	9,310	▼ -26.2%
합계	38,066	53,486	▲ 40.5%

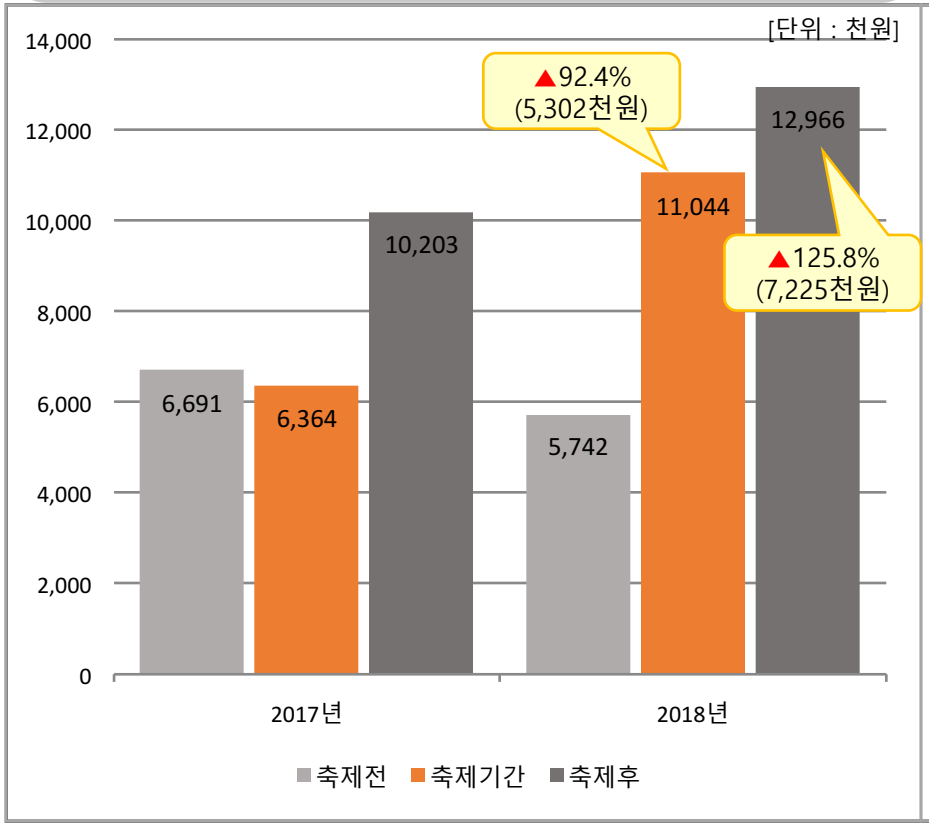


2-10. 꽁당보리축제 축제 전/후 매출 분석

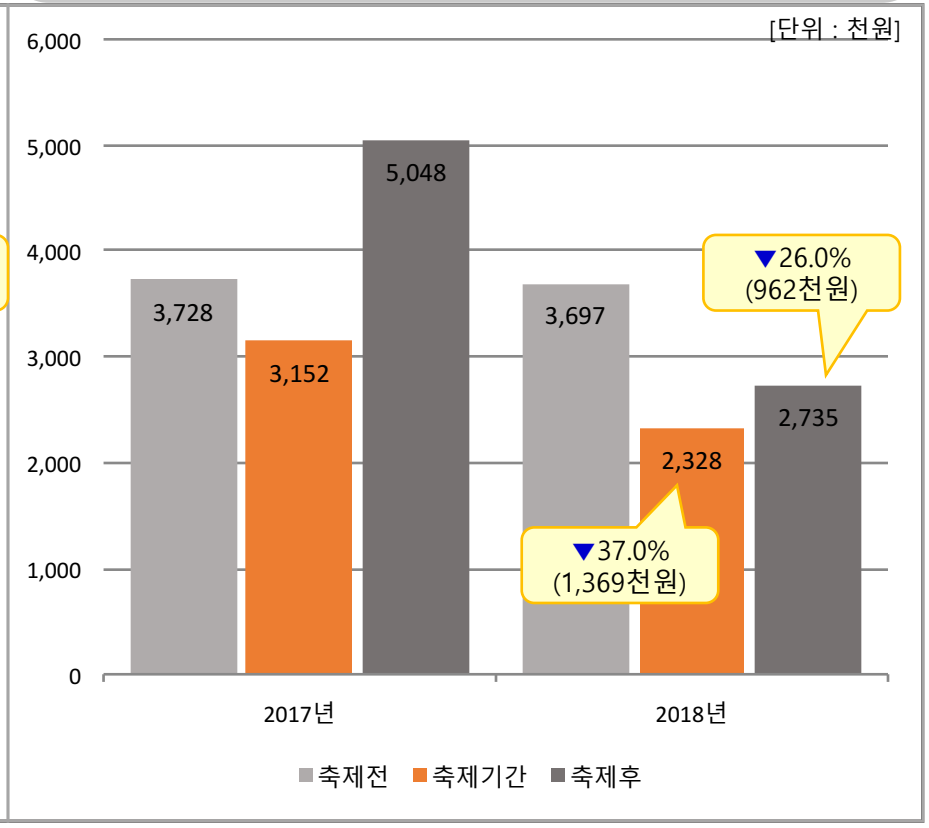
2018년 축제기간내 현지인 관광객은 증가했지만, 외지인 관광객은 감소

- 2018년 외지인 관광객의 축제기간 평균 매출액은 축제전 대비 약 ▼37.0% 감소 함
- 2018년 현지인의 축제기간 평균 매출액은 축제전 대비 약 ▲92.4%% 증가 함

현지인 축제전/후 비교(일평균)



외지인 축제전/후 비교(일평균)

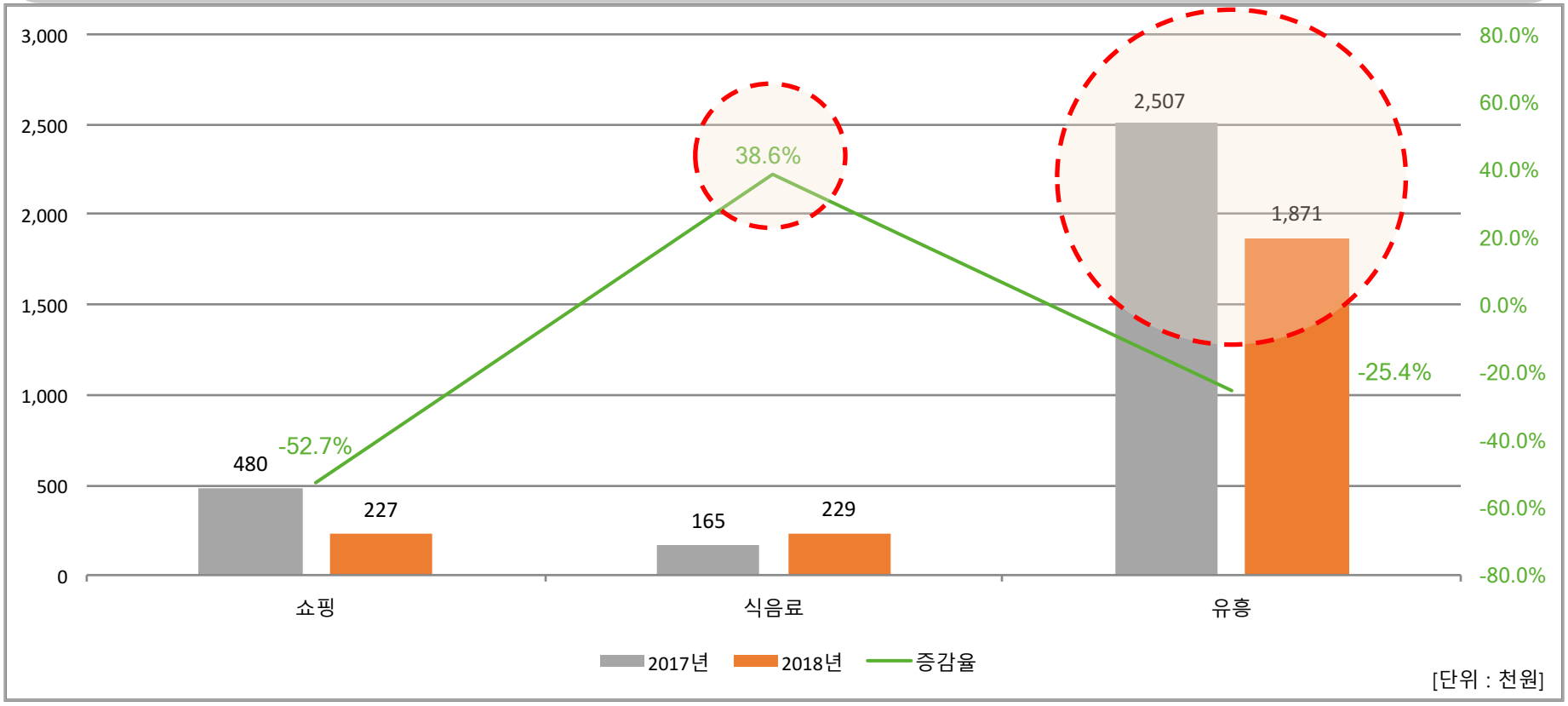


2-11. 꽁당보리축제 업종별 매출 분석

꽁당보리축제는 매출은 유흥이 가장 많음

- 2018년 유흥 업종 매출액은 약 187만원으로 관광소비 중 가장 높게 나타남
- 유흥 업종 전년 대비 약 ▼25.4% 감소 함
- 2018년 식음료 업종의 전년 대비 매출액 증가율은 약 ▲38.6%이며, 매출액은 23만원

업종별 매출 분석(일평균)

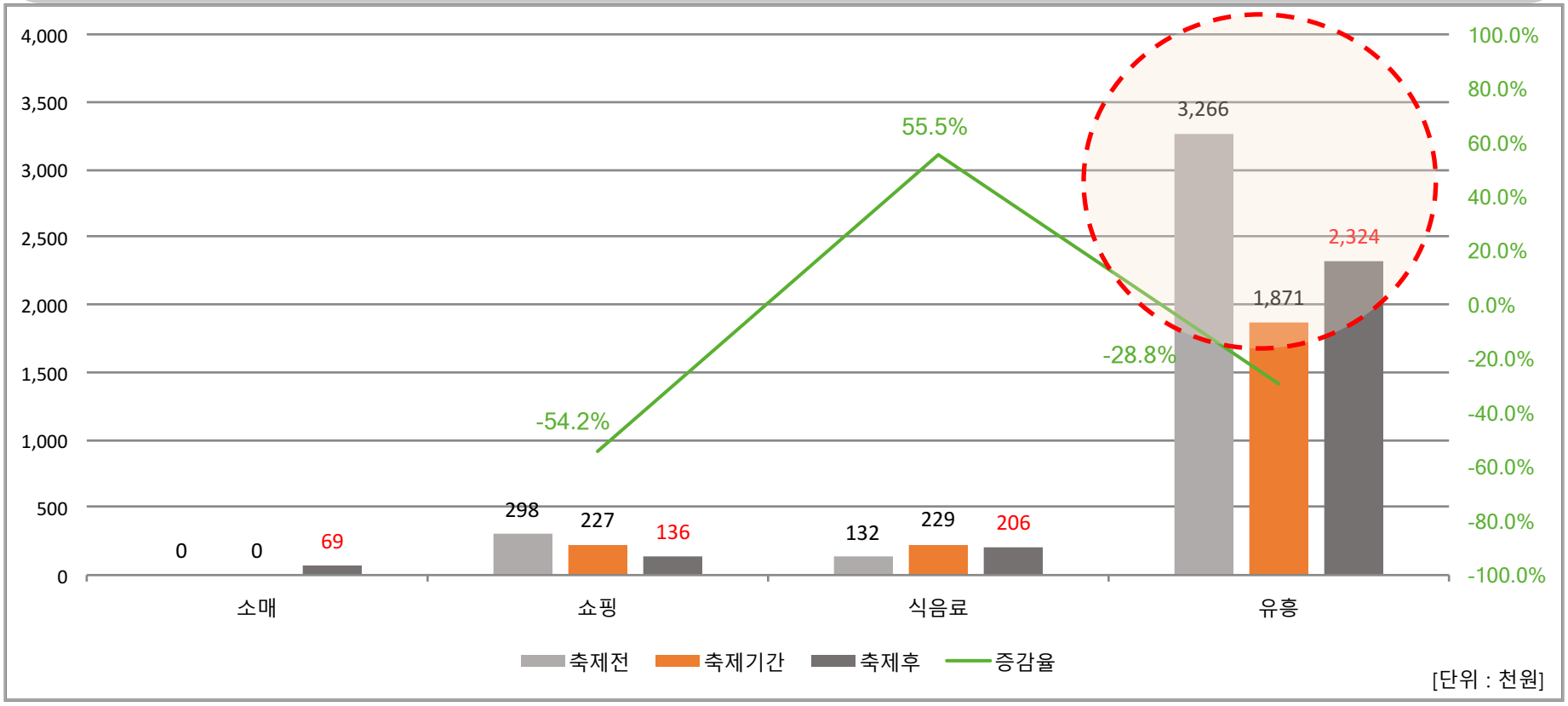


2-12. 꽁당보리축제 업종별 축제 전/후 매출 분석

축제기간내 유흥 매출이 가장 많지만, 축제 전후대비 낮게 나타남

- 2018년 기준 축제전 대비 축제후 유흥업종 약 ▼28.8% 감소하며, 매출액은 약 232만원
- 2018년 기준 축제전 대비 축제후 식음료업종 약 ▲55.5% 증가하며, 매출액 약 21만원
- 2018년 기준 축제전 대비 축제후 쇼핑업종 ▼54.2% 감소하며, 매출액은 약 14만원

업종별 축제 전/후 매출 분석(일평균)



Contents

I. 사업개요
II. 군산시분석
III .관광지분석
IV .축제분석
V. 정책제언

1. 젊은 세대 타겟 감성 관광

- SNS(인스타그램, 페이스북 등)를 통한 젊은 관광객 관심 유발 (SNS홍보 이벤트) 및 홍보 강화
- 젊은 관광객 맞춤 추억 컨텐츠 개발 필요

(거리 리모델링 대표사례 – 익선동거리)

젊은 감성 테마거리 도시재생

- 익선동 형태의 테마거리 개발 (노후화 거리 개선)
- 젊어지는 관광객층을 위한 젊은 추억 컨텐츠 개발 (서태지 세대, HOT 세대, 80~90세대에 맞는 컨텐츠)

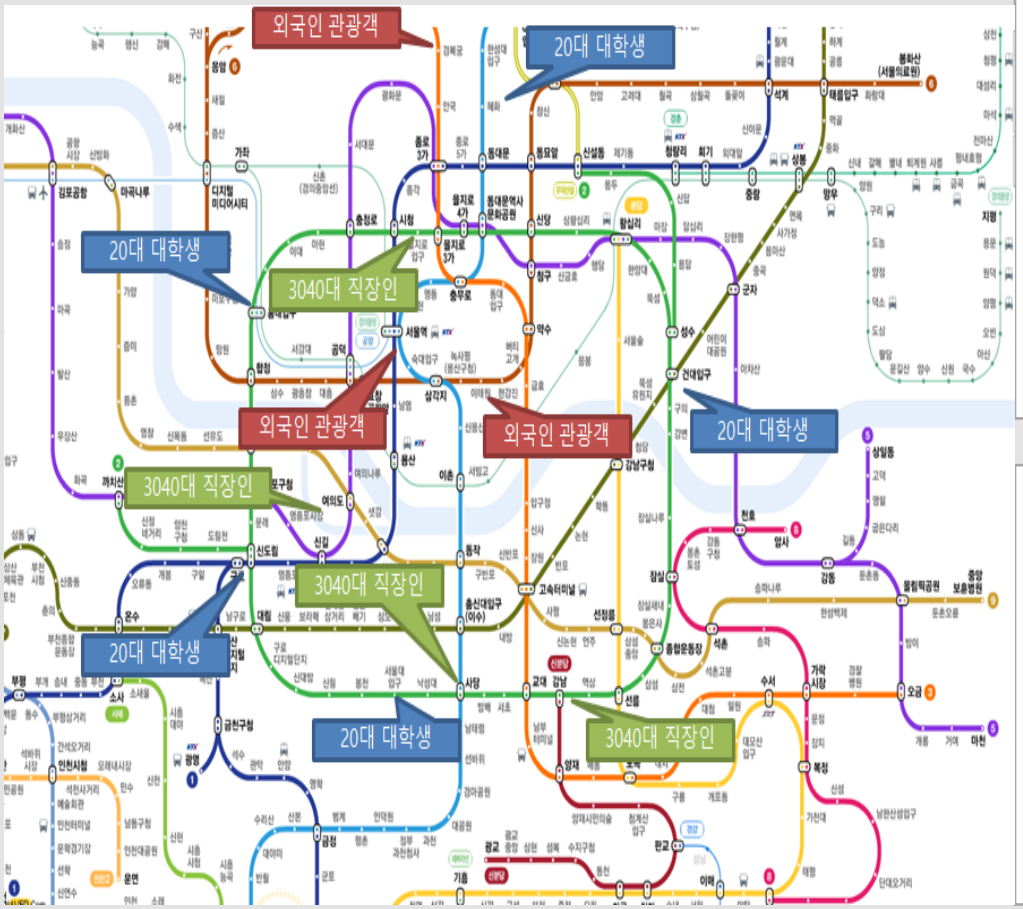
(SNS 홍보 – 감성자극 테마여행 홍보)

감성 자극 테마 관광상품

- 젊은 감성을 자극하는 SNS 홍보 이벤트
- 이벤트 상품을 군산 지역 상품권으로 제공 (상품권 이용 독려 및 소비 유도)

2. 수도권 관광객 대상 홍보 강화

- 20대 대학생, 3040대 직장인, 외국인 관광객 타겟별 지하철 홍보 역사 전략적 선택
- 최근 서울 및 수도권에서 부상하는 관광지에서 홍보: 익선동, 연남동 등



(SNS 홍보 – 감성자극 테마여행 홍보)

20대 젊은층 대학생

- 서울대입구역, 신림동
- 신도림역 (환승 및 신촌방면)
- 홍대입구역
- 건대입구역 등

30 40대 직장인 및 외국인 관광객

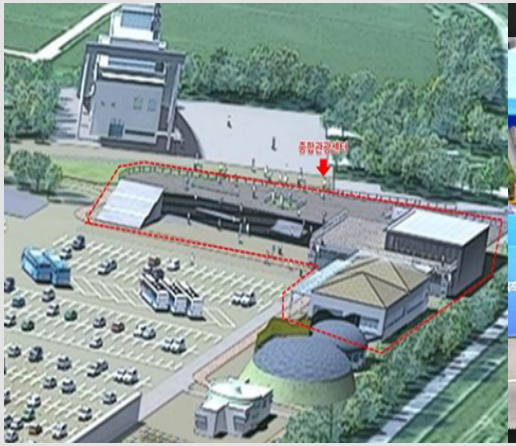
- 강남역
- 사당역 (수도권 남부 환승 대상 직장인)
- 여의도역 (금융권), 을지로입구역(직장인)
- 경복궁역, 서울역, 이태원역 (외국인)

3. 가족단위 체류형 관광객 유치

- 가족단위 관광객이 체류하여 체험할 수 있는 관광 상품 및 프로그램 개발
- 각종 편의 시설 확충: 그늘막, 주차장 시설 등

가족단위 관광객을 위한 편의시설

- 가족단위 관광객의 동선을 고려한 주요 관광지 및 동선에 그늘막 설치
- 쿨루프 등 시설로 폭염 및 무더위 대비



주차장 및 관광지 셔틀 버스 강화

- 가족단위 관광객의 이동 패턴을 고려하여 관광지 및 축제지 인근에 대형 주차장 설치
- 주차장과 주요 관광지 및 축제지를 연결하는 이색 무료 셔틀버스 운영, 셔틀버스 정류장을 중심으로 소비를 유도하는 시설

4. 스마트모빌리티(전기차) 연계 관광상품 개발

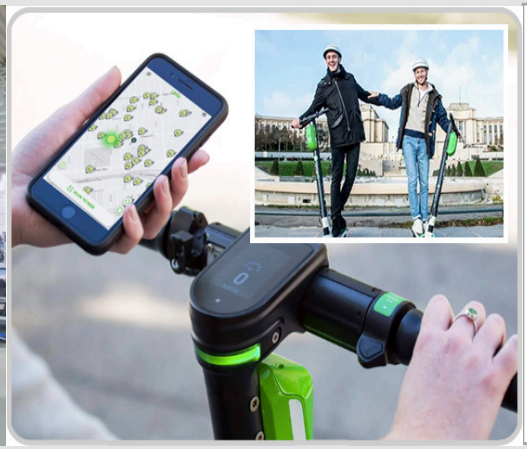
- 군산 전기차 산업 이미지 연계성 강조 (전기차 테마파크 유치)
- 젊은층 선호 스마트모빌리티를 이용한 관광지 체험: 모빌리티 관광구역 설정 (차량 제한 구역 안전 관광지역)
- 전기차 산업 메카도시와 연계한 서비스형 모빌리티(MaaS) 관광상품 개발

(Mobility as a Service)

서비스형 모빌리티 관광상품

- **MaaS + 5G 서비스를 연계한 관광상품 개발**
- **군산 관광 모빌리티 관광네비게이션 (추천관광지, 맛집, 전기충전소 등 모빌리티 전용 네이게이션)**

(TOYOTA Mega Web 테마파크)



(마이크로 모빌리티 공유 서비스)

전기차 체험 테마파크

- **전기차, 모빌리티 테마파크 (TOYOTA Mega Web 테마파크 – 보고, 타고, 즐기는 자동차 테마파크)**
- **공유 모빌리티 서비스 환경 개선 (충전소, 거치대 등 공유 모빌리티가 군산내 정착할 수 있도록 지원)**

5. 근대시대 테마형 스토리텔링 관광거점 강화

- 수도권 역사박물관 및 문화유적지 연계 관광테마 상품 개발 (서대문형무소 -> 군산 3.1운동 100주년 기념관)
- 구암교회 성지순례 상품 개발 홍보 (교회인 관광객 유도)
- 정기적인 근현대사 인문학 콘서트 개최 (설민석 등 유명 강사 초청)

(서대문형무소)

(구 군산구암교회 / 현 3.1운동 100주년 기념관)

테마 연계 관광거점 개발

- 수도권에 있는 근・현대사 역사관과 연계한 문화 컨텐츠 홍보를 통한 관광객 유도
- 구 군산구암교회를 3.1운동의 성지화해서 교회인들의 성지순례 관광 욕구 유발 전략

(인문학 콘서트)

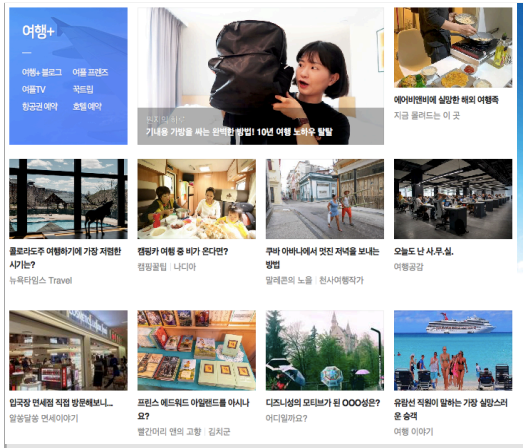
(코즈마케팅)

인문학 정기 콘서트 개최

- 군산과 연관된 근・현대사 인문학 콘서트 개최
- 설민석 등 유명강사 초빙
- 콘서트 티켓료의 일정분을 일제 피해자들에게 기부하는 코즈마케팅 전략

6. 관광지 축제유수 기관 및 기업과 전략적 제휴 추진

- 전국단위 및 글로벌차원의 관광 관련 기관 및 기업과 제휴
- 지역상권 상생을 위한 할인 시스템 개발



(네이버 대표 여행 컨텐츠 - 여행+)

(광고 촬영 이벤트)

여행 컨텐츠 포탈과 협력

- 여행 컨텐츠를 제공하고는 포탈사이트내 군산여행 테마 마케팅 홍보
- 홍보효과 검증을 위한 촬영태그 할인 적용(소비 유도 아이템)

(대한민국 대표 숙박플렛폼 - 여기어때)

숙박플렛폼 기업과의 협력

- 숙박 플렛폼을 제공하는 기업내 군산 테마 숙박 컨텐츠 생성 (근대 일본식 가옥 숙박 및 테마 숙소)
- 관광과 연계한 숙박 할인 아이템 개발 (군산 관광 스템프 활용 할인 시스템 구축 - 관광지내 지역상권 상생)

7-1. 폐쇄공장 활용한 영화 관광 복합 클러스터 구축

- 폐업한 공장을 활용한 영화 관광 복합 클러스터 구축
- 군산의 이미지에서 영화의 비중이 크게 나타남 (8월의 크리스마스, 타짜, 군산:거위를 노래하다 등)
- 영화 제작도시로의 발돋움 (헐리우드를 모델화)

(군산에서 촬영한 영화 작품들)

도시 자체가 영화촬영소

- 근대화 건물 많아 도시 자체가 영화 촬영소로 적합
- 다양한 잠재적 기반시설을 갖춘 도시 (항구, 바다, 근대식 문화건물, 대형호수공원 등)

(부산 실내 영화촬영장 – 부산행 촬영중)

(대전의 큐브 스튜디오 조감도)

영화제작, 실내세트장 구축

- 실내 영화 세트장을 구축하고 다양한 영화 촬영을 위한 지원 사업 확충
- 현대중공업 군산조선소와 GM사의 철수로 늘어난 공실의 공장을 영화 실내세트장으로 재활용 가능성 검토 (대전의 큐브 스튜디오는 정부에서 800억 지원)

7-2. ICT 기반 한류 드라마 촬영장으로 발전

- ICT 첨단 기술 기반 촬영 셋트장 구축 (AR, VR, 5G기반 촬영기법 등)
- 영화 관련사업 지원 사업을 통한 영화인들을 유도
- 영화 관련 교육기관 유입을 위한 지원 혜택

(시네마 로보틱스랩)

최첨단 영화 기술

- ICT 기반 최첨단 영화 기술 개발 및 지원
- 영화 촬영 및 다양한 촬영기법 연구개발을 위한 장소로 활용 가능
- 특수효과 테스트 및 연구 센터 개발

(한류 드라마, 영화 촬영)

(ICT 문화예술 공연)

한류 영화 및 드라마 세트장

- 한류 KT 콘텐츠를 활용
- 드라마, 영화 등 첨단 촬영지로 발전
- 새로운 시나리오로 재방문 유도

8. 관광 창업 지원 시스템 운영 필요

- 관광 산업(식음료, 숙박 등)을 기반으로 하는 창업 교육 운영
- 지역 소상공인 지원과 경제 소비 현황 파악을 위한 창업지원 시스템 구축

입지 선정 및 상권 분석 문제

동일한 아이템 중복 문제

창업을 위한 기술 및 마케팅 등 홍보 부족

창업 정보 시스템

- ✓ 충분한 창업준비를 통한 소상공인 ***창업성공률 향상*** 에 기여
- ✓ 창업 준비 ~ 점포 운영의 전단계에 걸쳐 필요한 정보 수집이 가능한 ***One-Stop 정보 제공*** 서비스

소상공인 성공지원센터

- ✓ 예비창업자 대상 ***창업 1:1 멘토링 및 컨설팅***
- ✓ 창업 관련 전문가 pool 운영
- ✓ 점포 운영과 관련 ***법률, 금융 원스탑 지원*** 체계

GIS 기반 경제소비 지도

- ✓ 군산시 관내 경제, 소비활동 현황을 한눈에 파악 가능하도록 ***GIS 기반 경제소비 지도*** 기능 제공
- ✓ ***시계열별, 권역별*** 분석 정보 제공
- ✓ 빅데이터 기반 분석정보를 ***매월 1회 업데이트***

지역경제 활성화 & 경제소비 활동 분석

군 산 시

KT빅데이터사업지원단

고려대학교 빅데이터융합사업단