

A study on Tourism Consumption Trends of  
Goyang City based on Credit Card Data

# 카드데이터를 활용한 고양특례시 관광소비 동향 분석 연구

김 은 진  
김 용 덕  
황 은 비

A study on Tourism Consumption Trends of Goyang City based on Credit Card Data

## 카드데이터를 활용한 고양특례시 관광소비 동향 분석 연구

### 연구책임자

김은진(고양시정연구원, 도시정책연구실, 부연구위원)

### 공동연구자

김용덕(고양시정연구원, 시민정책연구실, 연구위원)

황은비(고양시정연구원, 도시정책연구실, 연구보조원)

발 행 일 2023년 09월 30일

저 자 김은진, 김용덕, 황은비

발 행 인 김현호

발 행 처 고양시정연구원

주 소 10393 경기도 고양시 일산동구 태극로 60 빛마루방송지원센터 11층

전 화 031-8073-8341

홈페이지 [www.goyang.re.kr](http://www.goyang.re.kr)

S N S <https://www.facebook.com/goyangre/>

I S B N 979-11-92971-08-7

이 보고서의 내용은 연구진의 개인적인 견해로서, 고양시정연구원의 공식 견해와는 다를 수 있습니다.  
해당 보고서는 고양시서체를 사용하여 제작되었습니다.

# 목 차

요약 .....	i
<b>제1장 서론 .....</b>	<b>1</b>
제1절 연구 배경과 필요성 .....	3
제2절 연구 목적 .....	6
제3절 선행연구 검토 .....	7
제4절 연구 범위와 방법 .....	9
<b>제2장 고양특례시 관광산업 현황 .....</b>	<b>13</b>
제1절 관광산업의 정의와 분류 .....	15
제2절 관광트렌드와 정책 동향 분석 .....	38
제3절 고양특례시 지역관광 현황 분석 .....	51
<b>제3장 고양특례시 관광업종별 소비동향 분석 .....</b>	<b>63</b>
제1절 카드데이터 분석 개요 .....	65
제2절 고양특례시 관광업종별 소비동향 분석 .....	74
제3절 소결 .....	116
<b>제4장 고양특례시 주요 관광지별 소비동향 분석 .....</b>	<b>119</b>
제1절 킨텍스 일대 소비동향 및 특징 .....	121
제2절 행주산성 일대 소비동향 및 특징 .....	129

제3절 서오릉 일대 소비동향 및 특징 .....	137
<b>제5장 결론 및 정책 제언 .....</b>	<b>145</b>
제1절 연구의 결론 .....	147
제2절 정책 제언 .....	151
<b>참고문헌 .....</b>	<b>163</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>167</b>



## 표 목차

[표 1-1] 선행연구 요약 .....	8
[표 1-2] 연구에서 관광산업 분류 .....	10
[표 2-1] 관광의 정의 .....	16
[표 2-2] 관광상품의 분류 .....	20
[표 2-3] 관광진흥법상 관광산업 분류 .....	22
[표 2-4] 한국 관광산업 특수분류 .....	24
[표 2-5] 관광산업(관광핵심활동)과 국제표준산업분류 비교 .....	26
[표 2-6] 한국관광위성계정(KTSA)와 서울관광위성계정(STSA) 상품 분류 비교 .....	27
[표 2-7] 서울관광위성계정(STSA)의 산업연관표<상품분류> 간 연계 .....	28
[표 2-8] 한국관광위성계정(KTSA)과 부산관광위성계정(BTSA) 상품 분류 비교 .....	29
[표 2-9] IRTS 2008 관광산업분류 및 표준산업분류 연계표 .....	30
[표 2-10] 한국관광공사 기준 관광업종 분류 .....	35
[표 2-11] 이 연구에서의 관광산업 분류 .....	36
[표 2-12] 코로나19 이후 영역별 소비/지출 규모 변화 .....	39
[표 2-13] 제1~4차 관광개발기본계획 주요 내용 .....	44
[표 2-14] 제1~6차 관광진흥계획 주요 내용 .....	46
[표 2-15] 제4~7차 경기도 권역별 관광개발계획 요약 .....	48
[표 2-16] 고양시 10개년 주요 업무보고 요약 .....	49
[표 2-17] 고양시 지역관광발전지수 대분류 결과 .....	52
[표 2-18] 고양시 역대 관광지 구분(2018~2022년) .....	56
[표 2-19] 고양시민과 방문객의 여행 목적 및 방문 여행지 .....	59
[표 3-1] 경기도 데이터분석센터 제공 비씨카드 데이터 내역 .....	65
[표 3-2] 카드데이터 분석 항목 .....	68
[표 3-3] 고양시 관광산업 업종 분류와 카드사 업종 분류 연계표 .....	70
[표 3-4] 관광분야 신용카드 빅데이터 분석 사례 .....	73

[표 3-5] 고양시와 주요 도시 관광업종별 소비 규모 비교(2018~2022년) .....	74
[표 3-6] 전년 동월 대비 관광업종별 매출 증가율 추이(2019~2022년) .....	76
[표 3-7] 2019년 동월 대비 관광업종별 매출 증가율 추이(2020~2022년) .....	77
[표 3-8] 고양시 일산서구 관광업종별 매출 비율(2018~2022년) .....	85
[표 3-9] 고양시 일산동구 관광업종별 매출 비율(2018~2022년) .....	96
[표 3-10] 고양시 덕양구 관광업종별 매출 비율(2018~2022년) .....	107
[표 3-11] 고양시 구별 관광업종 간 관광소비 회복 차이 .....	117
[표 4-1] 킨텍스 일대 관광업종별 소비율(2017~2022년) .....	124
[표 4-2] 킨텍스 일대 유입지별 매출 순위(2018~2022년) .....	128
[표 4-3] 행주산성 일대 관광업종별 소비율(2017~2022년) .....	132
[표 4-4] 행주산성 일대 유입지별 매출 순위(2018~2022년) .....	136
[표 4-5] 서오릉 일대 관광업종별 소비율(2017~2022년) .....	140
[표 4-6] 서오릉 일대 유입지별 매출 순위(2018~2022년) .....	144

## 그림 목차

[그림 1-1] 연구의 흐름 .....	12
[그림 2-1] 관광경제의 구조 .....	18
[그림 2-2] 관광객의 분류 .....	19
[그림 2-3] 희망여행지의 테마여행 선호도(중복응답) .....	40
[그림 2-4] 내국인 해외여행 출국자 수 .....	43
[그림 2-5] 여행수지, 여행수입, 여행지급 그래프 .....	43
[그림 2-6] 엔데믹 시대 해외여행 희망 관광객 작년 대비 국내여행 비교 .....	43
[그림 2-7] 고양시 지역관광발전지수 중분류 결과 .....	54
[그림 2-8] 고양시 주요관광지점과 방문객 수(2017~2022년) .....	57
[그림 2-9] 고양시 구별 주요관광지점 방문객 수(2018~2022년) .....	58
[그림 2-10] 고양시 컨벤션 월별 개최 건수 및 방문객 현황 그래프(2018~2022년) .....	60
[그림 2-11] 고양시 전시 월별 개최 건수 및 방문객 현황 그래프(2018~2022년) .....	61
[그림 3-1] 신한+BC카드 데이터 관광업종별 매출 비율 .....	66
[그림 3-2] BC카드 데이터 관광업종별 매출 비율 .....	67
[그림 3-3] 고양시 관광소비 공간적 분석 범위 .....	69
[그림 3-4] 고양시 분기별 관광산업 매출 추이(2018~2022년) .....	75
[그림 3-5] 관광업종별 매출 추이(2018~2022년) .....	76
[그림 3-6] 고양시 성별·연령별 매출 비율 .....	78
[그림 3-7] 유사 지자체 성별·연령별 매출 비율(2018~2022년 5년 평균) .....	79
[그림 3-8] 고양시 관광업종 총매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) .....	80
[그림 3-9] 관광업종별 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) .....	81
[그림 3-10] 고양시 일산서구 매출 현황 .....	83
[그림 3-11] 일산서구 관광업종별 내지인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) ...	88
[그림 3-12] 일산서구 관광업종별 외지인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) ...	90
[그림 3-13] 일산서구 관광업종별 외국인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) ...	92

[그림 3-14] 고양시 일산동구 5년 평균 매출액 비중 .....	94
[그림 3-15] 일산동구 관광업종별 내지인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) ...	99
[그림 3-16] 일산동구 관광업종별 외지인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) ..	101
[그림 3-17] 일산동구 관광업종별 외국인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) ·	103
[그림 3-18] 고양시 덕양구 매출 현황 .....	105
[그림 3-19] 덕양구 관광업종별 내지인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) .....	110
[그림 3-20] 덕양구 관광업종별 외지인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) .....	112
[그림 3-21] 덕양구 관광업종별 외국인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) .....	114
[그림 3-22] 고양시 구별 소비율(2018~2022년 5년 평균) .....	118
[그림 4-1] 킨텍스 일대 토지이용 .....	121
[그림 4-2] 킨텍스 일대 관광업종 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) .....	122
[그림 4-3] 킨텍스 일대 관광소비 동향(킨텍스 일대 타 관광지 포함) .....	123
[그림 4-4] 킨텍스 일대 관광업종별 소비율(2017~2022년) .....	124
[그림 4-5] 킨텍스 일대 관광업종별 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) .....	126
[그림 4-6] 행주산성 일대 토지 이용 .....	129
[그림 4-7] 행주산성 일대 관광업종 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) .....	130
[그림 4-8] 행주산성 일대 관광소비 동향 .....	131
[그림 4-9] 행주산성 일대 관광업종별 소비율(2017~2022년) .....	132
[그림 4-10] 행주산성 일대 관광업종별 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) .....	134
[그림 4-11] 서오릉(창릉동) 일대 토지 이용 .....	137
[그림 4-12] 서오릉 일대 관광업종 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) .....	138
[그림 4-13] 서오릉 일대 관광소비 동향 .....	139
[그림 4-14] 서오릉 일대 관광업종별 소비율(2017~2022년) .....	140
[그림 4-15] 서오릉 일대 관광업종별 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비) .....	142
[그림 5-1] 대구 비즈니스 이벤트 레거시 홍보 사례 .....	155
[그림 5-2] 부산시 걷기투어 테마코스 .....	157

[그림 5-3] 서울시 여행 가이드북 안내와 관광지 내 정보 안내판 .....	159
---	-----



## 요 약

### 1. 연구의 개요

#### □ 연구 배경과 목적

##### ○ 연구 배경

- 지역경제 성장동력으로 관광산업의 중요성이 커지는 가운데, 고양특례시도 마이스산업을 전략적으로 육성 중
- 킨텍스를 중심으로 한 마이스 방문객의 성장세 속에서 방문객의 지역 경제 기여도와 방문 행태, 실태의 객관적 진단 필요
- 고양시 방문객 특성과 소비 행태를 지속적으로 파악하기 위한 자료 구축 필요

##### ○ 연구 목적

- 관광산업 분류체계에 따른 관광소비를 파악하여 관광수요와 업종별 소비 규모 파악
- 고양시의 관광통계체계 구축을 위한 초석 마련에 기여
- 고양시 수요자 중심의 관광 정책 수립에 기여

#### □ 선행연구 검토

##### ○ 빅데이터 활용 관광 분야의 지역경제 파급효과 분석과 통계 생산 관련 선행연구

구 분	연구 목적	연구 방법	주요 연구 내용
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>•고양시 고양시 대규모 행사의 지역경제 파급효과 분석</li> <li>•연구자 고양시정연구원(2018)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•문헌연구</li> <li>•빅데이터 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•5개의 대규모 행사 선정 행사 개수에 따른 파급효과 분석 수행</li> </ul>

구 분	연구 목적	연구 방법	주요 연구 내용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●목적 고양시에서 개최되는 대규모 행사에 대한 중소상공인 중심의 지역경제 파급효과 분석 및 시사점 도출</li> </ul>		
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>●고체명 관광 분야 빅데이터 활용체계 및 실증분석 연구</li> <li>●연구자: 한국문화관광연구원(2017)</li> <li>●목적 시의성 있는 관광 빅데이터 생산체계와 구축 방안 마련하여 관광 빅데이터의 통합 활용 방안 제시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●문헌연구</li> <li>●전문가 자문</li> <li>●사례 분석</li> <li>●빅데이터 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●관광 분야 빅데이터 현황 및 사례 분석</li> <li>●관광 분야 빅데이터 활용 체계 구축</li> <li>●관광 분야 빅데이터 활용 사례 분석</li> <li>●통신 및 카드데이터 활용 통계 생산 체계 구축에 따른 실증 분석</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>●논문명 관광 빅데이터 기반의 용인시 관내 관광 활성화 방안: 신용카드 데이터를 결합한 지리정보 시스템 분석을 중심으로</li> <li>●연구자: 안은화(안정국(2021))</li> <li>●목적 용인시 방문객 관광 및 소비패턴 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●문헌연구</li> <li>●빅데이터/GIS 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●방문객 관광 관련 이동경로 및 소비성향 분석</li> <li>●주요 관광지 3개 선정, 이동경로 및 소비성향 분석</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>●고체명 서울 관광산업 경제활동 지원개발 연구</li> <li>●연구자: 서울관광재단(2019)</li> <li>●목적 서울관광위성계정 작성체계를 개발, 서울시 관광산업 진전을 위한 종합적 관광체계 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●문헌연구</li> <li>●사례연구</li> <li>●전문가 자문</li> <li>●카드데이터 분석</li> <li>●산업연관 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●관광객 정의에 서울시민을 포함시키고, 관광수요에 포함</li> <li>●TSA: RMF2008, RTSA2013을 기반으로 분류체계 도출</li> <li>●여행수지, 외래관광객조사, 카드데이터 등을 활용한 관광수요 추정</li> <li>●관광공급 추정을 위해 산업연관표, 지역산업연관표 활용</li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>●고체명 부산 관광위성계정 개발 및 구축 방안 연구</li> <li>●연구자: 부산관광공사(2021)</li> <li>●목적 부산관광위성계정 작성 체계를 개발, 기초 자료를 위한 부산시 관광 체계 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●문헌연구</li> <li>●사례연구</li> <li>●전문가 자문</li> <li>●카드데이터 분석</li> <li>●산업연관 분석 전문가 자문</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●TSA: RMF2008, RTSA2013을 준용하여 관광위성계정 구축</li> <li>●여행수지, 외래관광객조사, 카드데이터 등을 활용한 관광수요 추정</li> <li>●지역관광특성을 고려하여 미아지, 해운관광 의료관광 포함</li> </ul>

## □ 연구 내용과 방법

### ○ 연구 범위

- 시간적 범위: 2018~2022년
- 내용적 범위: 관광산업 특수 분류의 핵심관광산업(숙박업, 여행업, 운송업, 쇼핑업, 여가서비스업, 식음료업 등 6가지 대분류)
- 공간적 범위: 고양시 전역(3개 구별)

킨텍스 일대, 서오릉 일대, 행주산성 일대



## ○ 연구 방법

- 문헌연구: 선행연구 검토, 관광정책과 트렌드 검토, 산업 현황 분석
- 2차 자료 분석: 고양시 행사 개최 원자료(raw data) 분석
- 빅데이터 분석: 고양시 관광업종별 카드데이터 분석

연구절차	연구구성	연구방법
1장 문헌조사(관련 선행연구 검토)	<ul style="list-style-type: none"> <li>연구의 목적, 필요성 기술</li> <li>연구의 내용 및 방법 구체화</li> <li>국내외 선행연구 검토, 관광정책 및 트렌드 검토</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>문헌자료 검토</li> <li>관련 선행연구 분석</li> </ul>
2장 고양시 관광산업 현황분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>고양시 지역관광 현황 분석</li> <li>고양시 관광수요 현황 분석</li> <li>고양시 주요행사 현황 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>관련 현황자료 분석</li> </ul>
3장 고양시 관광업종별 소비동향분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>카드데이터 분석 개요</li> <li>고양시 관광업종별 소비동향 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>카드데이터 분석</li> <li>전문가 자문</li> </ul>
4장 고양시 주요 관광자별 소비동향분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>국제회의(국제회의복합지구/관광특구) 일대</li> <li>서오릉 일대</li> <li>행주산성 일대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>카드데이터 분석</li> <li>전문가 자문</li> </ul>
5장 결론 및 정책제언	<ul style="list-style-type: none"> <li>정책방향 제언</li> <li>연구의 결론 및 의의, 한계점 기술</li> </ul>	

## 2. 이론적 고찰

## □ 관광산업의 정의와 분류

- (관광산업의 개념) 관광산업은 숙박, 식음료, 쇼핑, 여행, 운송, 여가 등 관광핵심 활동 또는 관광핵심 상품을 포괄하는 개념으로 '방문객에게 직접적으로 제공하는 동종의 관광핵심활동에 속하는 사업체 집단'
- (관광산업의 특징) 관광객의 형태와 소비 유형에 따라 차이는 발생할 수 있으나, 숙박, 식음료, 교통, 쇼핑, 위락활동 등 기존 산업과 밀접하게 연결되어 있어 관광 산업의 범주를 산업 기준에 따라 명확하게 구분하기 어려움
- (연구에서 관광산업 분류) 관광위성계정상 핵심상품 기준과 한국표준산업 분류, 관광공사 분류 등을 활용하여 관광업종으로 쇼핑업, 운송업, 숙박업, 식음료업, 여행업, 여가서비스업 등 6개 업종 유형으로 분류(분석에서는 관광소비로 측정하지 못하는 국제회의업과 고양시에서 존재하지 않는 카지노업은 제외)

구분	
쇼핑업	면세점
	대형 종합 소매업
	음식료품 위주 종합소매업
	그 외 기타 종합 소매업
운송업	육상운송
	수상운송
	항공운송
	렌터카
숙박업	일반 및 생활 숙박시설 운영업
식음료업	한식 음식점업
	외국식 음식점업
	주점업
여행업	여행사 및 기타 여행보조 서비스업
국제회의업	그 외 기타 산업지원 서비스업
여가서비스업	공연시설 운영업
	박물관 및 사적지 관리 운영업
	식물원, 동물원 및 자연공원 운영업
	기타 유사 여가 관련 서비스업
	골프장 및 스키장 운영업
	유원지 및 테마파크 운영업
	수상오락 서비스업
카지노업	카지노

## □ 관광소비 트렌드 분석

- 고물가와 경기 둔화로 불황형 소비가 지속되는 가운데 관광소비의 양극화, 경험소비 추구 성향 확대, 웰빙라이프스타일 소비 확대, 지속가능한 소비 증가, 해외 소비 확대가 나타나며, 환경변화와 사회변화에 따라 다변화되는 관광객의 취향, 관광소비 행태 파악 필요
- 소비자의 전략적인 소비 행태를 파악하고 취향파편화에 따른 차별화된 관광전략 수립, 국내 관광경쟁력 확보를 위한 관광규제 개선 등 필요

## □ 관광정책 동향 분석

- (정부정책) 관광업계의 코로나19 극복을 위한 생태계 전반에 걸친 제도와 규제 개선, 지원 방안 마련, 그동안 성장한 K-컬처의 인지도를 활용한 콘텐츠 개발과 내수시장 활성화를 위한 국내관광 활성화 정책 마련
- (경기도정책) 31개 시군을 아우르는 관광사업을 발굴하기 위해 지역 연계 협력과 융·복합을 위한 관광정책 추진

## □ 고양특례시 지역관광 동향

- (고양시 지역관광 발전 동향) 관광자원은 1등급으로 풍부하나 관광인프라(4), 지역민 관광활력(4), 지역홍보(5), 인적역량(6), 관광정책환경(6) 분야 등에서는 개선이 필요한 상황임
- (주요관광지점 입장객 수) 2022년 23개소를 기점으로 837만 명에 달했으며, 고양시 방문객 수는 코로나19 상황 이전인 2019년부터 감소하여, 코로나19가 본격 확산된 2020년 고양시 방문객 수는 더욱 급격하게 감소
- (목적별 관광현황) 방문객 유형별로 차이는 있지만, 방문 목적이 전시·박람회 관람 비율이 높아 킨텍스일대 방문객이 크게 나타나며, 킨텍스를 제외한 방문여행지로는 유소년층과 함께 방문하기 좋은 어린이박물관과 서오릉 방문율이 높음

## 3. 고양특례시 관광업종별 소비동향 분석

### □ 고양시 관광업종별 소비 현황

- 고양시 전체 관광소비 규모(2022년 기준)는 외지인 관광소비 (55.87%), 현지인 관광소비(43.15%), 외국인 관광소비(0.98%) 순으로 구성
- 구별 소비는 덕양구(38%), 일산동구(36%), 일산서구(16%) 순으로 발생
- 업종별로는 쇼핑업과 식음료업 비중이 전체의 95%를 상회하는 것으로 나타나며, 일산서구와 일산동구의 회복은 다소 더디지만, 덕양구 일대의 회복은 빠른 편임

○ 외국인 방문객 소비율은 2019년 수준을 회복했으나, 숙박업 소비율은 미회복

지역	구분	업종별 회복 수준
일산서구	현지인	<ul style="list-style-type: none"> <li>•코로나 이전 수준 미회복: 쇼핑업, 숙박업, 운송업</li> <li>•코로나 이전 수준 소폭 미달: 식음료업</li> <li>•코로나 이전 수준 회복: 여가서비스업</li> </ul>
	외지인	<ul style="list-style-type: none"> <li>•코로나 이전 수준 미회복: 숙박업, 식음료업, 운송업, 여가서비스업</li> <li>•코로나 이전 수준 소폭 미달: 쇼핑업</li> </ul>
	외국인	<ul style="list-style-type: none"> <li>•코로나 이전 수준 미회복: 숙박업, 여가서비스업</li> <li>•코로나 이전 수준 회복: 쇼핑업, 식음료업, 운송업</li> </ul>
일산동구	현지인	<ul style="list-style-type: none"> <li>•코로나이전 수준 소폭 미달: 쇼핑업, 숙박업, 식음료업, 여가서비스업, 운송업</li> </ul>
	외지인	<ul style="list-style-type: none"> <li>•코로나 이전 수준 미회복: 쇼핑업, 식음료업</li> <li>•코로나 이전 수준 회복: 숙박업, 여가서비스업, 여행업, 운송업</li> </ul>
	외국인	<ul style="list-style-type: none"> <li>•코로나 이전 수준 미회복: 여행업</li> <li>•코로나 이전 수준 소폭 미달: 쇼핑업, 숙박업, 운송업</li> <li>•코로나 이전 수준 회복: 식음료업, 여가서비스업</li> </ul>
덕양구	현지인	<ul style="list-style-type: none"> <li>•코로나 이전 수준 미회복: 숙박업</li> <li>•코로나 이전 수준 소폭 미달: 쇼핑업, 운송업</li> <li>•코로나 이전 수준 회복: 식음료업, 여가서비스업</li> </ul>
	외지인	<ul style="list-style-type: none"> <li>•코로나 이전 수준 미회복: 숙박업, 여행업</li> <li>•코로나 이전 수준 소폭 미달: 운송업</li> <li>•코로나 이전 수준 회복: 쇼핑업, 식음료업, 여가서비스업</li> </ul>
	외국인	<ul style="list-style-type: none"> <li>•코로나 이전 수준 미회복: 숙박업</li> <li>•코로나 이전 수준 회복: 쇼핑업, 식음료업, 여가서비스업, 운송업</li> </ul>

#### 4. 고양특례시 관광지별 소비동향 분석

##### □ 킨텍스 일대

- 킨텍스 일대는 쇼핑업과 식음료업(46.96%) 비율이 전체의 90% 상회
- 2020년 킨텍스 개장휴업 기간 소비율 17% 감소, 식음료, 숙박업 등 일부 미회복
- 인접권역 외에도 기업 본사가 상당수 위치한 서울 강남구나 서초구, 용산구, 종로구, 국가산단 일대에 위치한 안산 상록구, 인천 남동구 등지로부터 유입으로 전시회 또는 마이스 행사 방문 유입 유추

## □ 행주산성 일대

- 자연 속 휴식을 취할 수 있는 야외 관광지로 코로나19 확산에 따라 방문객 수에는 영향을 미쳤으나, 관광소비와 비례하지는 않음
- 행주산성 일대는 쇼핑업과 식음료업(52.75%) 비율이 전체의 약 95%
- 언택트 관광지 100선 선정으로 서울 서초구와 성북구, 경기 남양주시 등 고양시와 차로 1시간가량 소요되는 근거리 지역으로부터 방문자 유입 유추

## □ 서오릉 일대

- 행주산성 일대는 쇼핑업과 식음료업의 비율이 전체의 약 90%를 상회하며, 2020년을 제외하고 여가서비스업이 증가세를 보임
- 서오릉 방문객 수 증가세나 CC 방문객 수 증가세, 관광소비 증가세는 크게 영향관계 없으며, 스타필드 고양 간 연관성으로 유추
- 서오릉 일대에서는 경기 남양주시·의정부시·성남시·용인시·광주시, 서울 송파구 등으로부터도 유입되었는데 언급된 지역은 30~40대 인구 비율과 유소년 인구 비율이 상당히 높은 지역으로, 자녀를 동반한 방문객이 서오릉 일대 방문 유추

# 5. 결론 및 정책 제언

## □ 연구의 결론

- 세부 관광업종별 분류기준을 제시했으며, 추후 고양시 관광소비 분석 기준으로 활용 가능
- 코로나19 팬데믹은 전체적으로 고양시 관광산업에 부정적인 영향을 미쳤으며, 일부 업종은 회복세를 보이지만, 회복하지 못한 업종도 존재
- 업종별로는 쇼핑업과 식음료업 비중이 전체의 95%를 상회하는 것으로 나타나며, 일산서구와 일산동구의 회복은 다소 더디지만, 덕양구 일대의 회복은 빠름
- 고양시는 지역별 특성에 따라 방문객 유형이 구분되고 있긴 하지만 상당수의 방문객

이 장시간 체류하지 않는 생활관광객임

- 체류방문객을 늘리기 위해 고양시 지역자원을 활용한 특화 관광상품을 개발하는 한편, 관광지 일대의 편의성을 도모하여 관광지의 매력을 높일 필요가 있음
- 이처럼 고양시 관광수요의 특성과 변화를 진단하고 수요자 중심의 정책을 수립하기 위해 지속적으로 고양시 방문객의 방문과 소비 행태를 파악할 필요가 있으며, 지속적인 관광통계 구축을 위한 방안 마련 필요함

## □ 정책 제언

- 지속적인 고양시 관광통계 구축 방안
  - 정기적 관광소비 동향 분석을 위한 데이터 획득 방안 마련
  - 고양시 관광산업의 지속적인 발전을 위한 고양 관광산업 기초통계 구축 필요
  - 다양한 마이스관광의 경제적 기여도 생산 방안 검토
- 수요자 특성을 고려한 관광 활성화 방안
  - 고양시만의 콘텐츠를 활용한 매력적인 관광상품 개발
  - 관광하기 편리한 환경 조성
  - 고양 도시브랜드 마케팅 강화

# 제 1 장 서론

제1절 연구 배경과 필요성

제2절 연구 목적

제3절 선행연구 검토

제4절 연구 범위와 방법





## 제절 연구 배경과 필요성

관광산업은 경제적인 혜택과 더불어 소득과 고용창출에 파급효과가 큰 고부가가치 산업으로 지역경제 성장동력으로 관광산업의 중요성이 부각되어 왔다. 관광산업은 해당 지역에 국내외 방문객을 유입시키고 지역 내 서비스산업을 활성화해 지역경제 활성화에 기여하기 때문에 정부와 지자체에서는 관광산업을 전략적으로 육성하기 위한 정책을 마련하고 있다.

고양특례시(이하 고양시)도 지역경제 활성화를 위해 마이스산업을 전략적으로 육성하고 있다. 마이스산업을 통해 지역관광 활성화에 크게 기여할 수 있기 때문이다. 특히 마이스 행사 방문객의 소비는 일반 레저 관광객의 소비보다 1.3~2배 높은 것으로 나타났다(BVEP, 2020). 마이스행사가 개최되면 국내외 전문가를 비롯한 다양한 관련 방문객이 행사에 참여하기 위해 행사 개최 지역을 방문한다. 행사 등록비와 참가비 발생 외에도 행사 기간 방문객이 개최지에서 머무르면서 숙박, 식음료, 쇼핑, 여가, 교통 등을 비롯한 다양한 소비지출이 이루어지며 지역관광과 지역경제 활성화에 기여한다. 이에 마이스 행사를 유치하여 지역 내 많은 방문객을 유치하고자 하는 움직임이 전 세계적으로 나타났다.

고양시의 관광방문객을 살펴보면, 2019년 기준 고양시 관광객 수 등급은 17개 광역 지자체와 기초자치단체 대상 1등급으로 상당수의 방문객이 고양시를 방문하고 있는 것으로 나타났다. 고양시 주요 관광지 입장객<sup>1)</sup>을 기준으로 코로나19가 확산된 2019년에는 1,000만 명에 달하는 방문객이 고양시를 방문했으며 그 가운데 절반이 넘는 600만 명이 킨텍스를 방문한 것으로 나타났다. 코로나19 이후 방문객이 회복되면서 2022년 800만 명이 고양시를 방문한 것으로 나타나고 있으며, 킨텍스 방문객 또한 500만 명을 상회하는 것으로 나타났다.

<sup>1)</sup> 주요관광지점 (2022년 기준 25개 지점)에 개별 방문하는 입장객 수에 대한 통계로 실제 방문객 수와 차이가 있을 수 있음

이처럼 고양시에서 관광산업, 특히 마이스관광 목적의 방문객이 많은 것으로 나타나며 그에 따라 산업의 인식과 중요성이 높게 나타나는 가운데, 마이스 방문객이 지역 내에서 경제적으로 어느 정도 기여하고 있는지 그 현황을 파악할 필요가 있다. 또한 산업의 육성과 발전을 위한 정책 수립과 의사결정을 위해서는 이러한 기초 통계자료 수집을 통해 방문객 수요를 파악하고 관광객의 관광 행태와 실태의 객관적인 진단이 필요하다.

관광객의 관광 행태를 파악하기 위해 정부 차원에서는 ‘국민여행실태조사’, ‘외래관광객실태조사’, ‘MICE 참가자 조사’ 등 다양한 조사가 이루어지고 있다. 하지만 이 실태 조사는 17개 시도 단위에서 이루어지고 있어 고양시 차원의 관광 실태를 살펴보기에는 어려운 실정이다. 광역자치단체의 경우 지역을 방문하는 관광객을 대상으로 지자체별 특성에 맞는 통계를 생산하고 전략을 수립하기 위해 여행 실태, 소비 실태 등을 매년 조사·분석하여 발표하고 있다. 기초자치단체의 경우 수원시에서는 2015년 수원 관광시장의 양적 성장에 대응하여 관광통계를 마련하기 위한 ‘수원시 관광통계 개선 방안 연구’를 시작으로 2016년부터 매년 수원 관광객 실태조사를 수행하고 있다.

최근에는 체계적 통계체계 구축을 위해 정부와 일부 광역자치단체에서 관광위성계정(TSA: Tourism Satellite Account)<sup>2)</sup> 개발 연구를 토대로 지역 내 관광산업의 규모와 추이를 파악하여 관광정책 수립의 기초자료로 활용하는 등의 움직임이 이루어지고 있다. TSA의 경우 관광수요와 관광공급 측면에서 지역 관광경제구조를 파악하고 관광산업이 지역경제에 미치는 효과를 측정할 수 있다는 장점은 있으나, 이 같은 체계를 구축하기 위해서는 반드시 갖춰져야 할 데이터가 있다. 시계열적인 데이터 구축을 위해 지역 방문객 실태조사에 따른 국내외 방문객 추산, 관광객 지출 등을 위한 국민여행 조사, 여행수지, 외래관광객 조사, 마이스산업 통계조사, 신용카드 데이터 등 다양한 자료가 필요하다. 다시 말해 내외국인의 관광 지출과 관광산업 수요·공급, 고용 규모 등을 파악할 수 있는 자료가 제공되어야 한다.

고양시가 이 같은 관광통계체계를 구축하기 위해서는 기초자치단체인 고양시 단위의 세부적인 통계 데이터가 필요하다. 하지만 상당수의 정부통계가 17개 시도를 기준으

<sup>2)</sup> 관광위성계정은 관광과 관련된 각 경제주체의 경제활동을 종합적이고 체계적으로 작성한 표로서 국민계정체계(SNA) 내에 개별 산업으로 구분되지 않았던 관광산업의 단점을 보완하기 위해 국민계정의 부속계정으로 제시된 개념임.

로 제공하고 있어 고양시만을 위한 관광위성체계 구축은 어려운 실정이다. 그뿐만 아니라 관광위성체계의 구축을 위해서는 국내외 관광실태조사 같은 자체적인 관광통계가 필요하지만, 그 같은 조사를 수행하지 못하는 상황이다. 2019년 고양 관광진흥 중장기발전 전략 수립 연구에서 내외국인을 대상으로 관광만족도 조사가 이루어졌으나, 일회성으로 이루어진 상황이다. 고양시를 방문하는 관광객이 지속적으로 확장되고 있는 상황 속에서 이들을 대상으로 한 실태조사가 필요하지만, 조사통계 특성상 결과 확보가 늦어질 수 있다는 문제와 비용이 부담으로 작용하며 실제 조사가 이루어지지 못하고 있다.

이러한 상황 속에서 고양시 관광산업 통계 구축을 위해 현재 접근 가능한 카드데이터를 활용하여 고양시 주요 관광지 방문객의 소비 행태와 동향을 분석할 수 있다. 빅데이터는 전통적인 방식에 비해 비교적 적시성과 신뢰성이 높은 것으로 나타났다(이세중·손원, 2018). 기존 설문조사 방식에 비해 자료 수집에 소요되는 시간을 크게 단축할 수 있을 뿐만 아니라, 설문조사에서 기억의 오류나 무응답으로 나타날 수 있는 비표본오차 또한 줄일 수 있다는 부분에서 장점이 있다. 특히 신용카드 데이터는 지출 데이터를 연령별, 성별, 지역별 등으로 분류하여 관광수요의 특성과 변화를 진단하여 그 전망과 대응 방안, 수요자 중심의 정책을 수립하는 데 크게 기여할 수 있다(한국관광공사, 2020).

따라서 이 연구에서는 마이스산업을 비롯해 고양시 관광산업이 지역경제에 미치는 영향과 방문객의 특성을 파악하기 위해 카드데이터를 활용하여 고양시 관광산업과 관광경제 규모를 살펴보고자 한다.

## 제2절 연구 목적

이 연구는 고양특례시 방문객을 대상으로 한 관광실태조사 또는 관광통계가 구축되어 있지 않은 상황 속에서 현재 활용 가능한 카드데이터를 활용하여 방문객의 특성과 소비 규모를 파악하여 관광객의 소비행태를 분석하고, 관광 정책 수립에 활용할 수 있는 기초자료를 확보하고자 한다. 이를 위한 세부 연구 목적은 다음과 같다.

첫째, 관광산업 분류체계에 따른 관광 소비 행태를 파악하여, 관광수요와 업종별 소비 규모를 파악하고자 한다. 관광산업 분류체계에 따라 방문객의 관광소비지출 현황을 파악하고자 하며, 그에 따른 방문객 특성과 방문 행태를 도출하고자 한다. 카드데이터는 세부 업종을 구분할 수 있으며, 지역민의 소비인지 아니면 타 지자체 거주 방문객의 소비인지 구분이 가능하다. 실제 관광객의 방문에 따른 업종별 경제적 효과가 어느 정도 나타나는지 살펴봄으로써 고양시의 관광산업 규모와 관광객의 특성 파악이 가능할 것으로 여겨진다.

둘째, 고양시의 관광통계체계 구축을 위한 초석 마련에 기여하고자 한다. 고양시의 관광정책 수립을 위해서는 관광 현안을 파악할 수 있는 기초 자료가 필요하며, 이를 토대로 관광수요와 관광 행태 예측이 필요하다. 현재 고양시의 관광 현황을 파악할 수 있는 자료는 전국 주요관광지점을 방문하는 입장객 수를 수집하는 ‘주요관광지점 입장객 통계’와 ‘전국관광사업체 현황’에 불과하다. 마이스관광도시로서 많은 방문객이 방문하는 것으로 알려진 고양시 방문객이 소비하는 관광상품의 수요를 파악하기 위한 기초이자 첫걸음으로 본 연구에서는 카드데이터를 활용하여 관광객 수요 관련 통계를 구축하고자 한다.

셋째, 수요자 중심의 관광 정책 수립에 기여하고자 한다. 그동안 고양시에서는 방문객의 관광 행태에 기반한 관광정책을 수립하는 데 다소 미흡했다. 고양시를 방문하는 국내외 방문객의 실태조사를 기반으로 수요자의 의견을 반영한 보다 실효성 있는 정책 마련과 추진이 가능할 것으로 판단한다.

### 제3절 선행연구 검토

관광 분야에서 전통적인 방식으로선 설문을 통한 국가와 지자체 차원의 실태조사가 이루어져 왔으며, 최근에는 카드데이터를 활용하여 소비동향과 통계체계 구축이 이루어지고 있다. 고양시에서는 「고양시 대규모 행사의 지역경제 파급효과 분석」 연구를 통해 고양시에서 개최되는 다섯 가지 행사가 지역 내 어느 정도의 경제적인 효과를 불러일으키는지를 분석하였다. 하지만 이 연구는 일회성의 효과 분석 연구로 지속적으로 고양시 관광산업이 불러오는 효과를 시계열적으로 살펴보는 데는 한계가 있었다. 고양시 관광산업, 특히 마이스산업을 중심으로 발전하고 있는 현실을 반영하여 고양시 관광산업의 소비와 이용 특성을 살펴보는 것은 고양시의 관광통계를 구축하고 시의적절한 관광정책의 방향을 수립하기 위해 필요한 상황이다.

최근에는 TSA 같은 지역의 관광산업 규모와 추이 파악을 위한 통계체계 구축을 위해 카드데이터를 활용한 분석이 이루어지고 있다. 서울, 부산 같은 광역자치단체에서는 경제활동지표 또는 관광위성계정 개발을 위한 연구를 수행하여 지역 기반의 관광통계체계를 개발하고 관광수요와 공급을 추정하고 있다. 고양시는 기초자치단체로 광역자치단체에서 이루어지는 관광객 실태조사를 비롯한 적절한 관광통계가 구축되어 있지 않아 이처럼 고도화된 통계체계 구축 연구를 수행하기에는 어려운 상황이다.

이러한 상황 속에서 관광 빅데이터 관련 연구를 눈여겨볼 필요가 있다. 최근에는 시의적절하고 신뢰성 있는 관광데이터 구축을 위해 카드데이터와 통신데이터 등 관광 관련 빅데이터를 활용한 연구가 이루어지고 있다. 아직 빅데이터 활용 체계가 적절하게 구축된 것은 아니지만, 음식·숙박 등 서비스업의 경우 신용카드 사용액이 가계소비지출의 상당 부분을 차지하고 있어, 신용카드 데이터를 활용한 소비 추정에 비교적 신뢰성 있는 활용이 가능하다(이세중·손원, 2018). 이에 따라 이 연구는 선행연구의 관광데이터 활용 연구를 참조하여 고양시의 관광통계가 미흡하다는 한계를 극복하기 위해 고양시 관광산업 업종별로 관광수요를 파악하고자 한다. 이 연구는 고양시 특성에 맞는 관광산업 업종

별로 관광 빅데이터 생산체계를 구축하여 시계열적인 소비 패턴을 살펴본다는 점에서 선행연구와 차이가 있다.

[표 1-1] 선행연구 요약

구 분	연구 목적	연구 방법	주요 연구 내용
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>과제명: 고양시 대규모 행사의 지역경제 파급효과 분석</li> <li>연구자: 고양시정연구원(2018)</li> <li>목적: 고양시에서 개최되는 대규모 행사에 대한 중소기업 중심의 지역경제 파급효과 분석 및 시사점 도출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>문헌연구</li> <li>빅데이터 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>5개의 대규모 행사 선정, 행사 개최에 따른 파급효과 분석 수행</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>과제명: 관광분야 빅데이터 활용체계 및 실증분석 연구</li> <li>연구자: 한국문화관광연구원(2017)</li> <li>목적: 시의성 있는 관광 빅데이터 생산체계와 구축 방안을 마련하여 관광빅데이터의 통합 활용 방안 제시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>문헌연구</li> <li>전문가 자문</li> <li>사례 분석</li> <li>빅데이터 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>관광 분야 빅데이터 현황과 사례 분석</li> <li>관광 분야 빅데이터 활용 체계 구축</li> <li>관광 분야 빅데이터 활용 사례 분석</li> <li>통신 및 카드데이터 활용 통계 생산 체계 구축에 따른 실증 분석</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>논문명: 관광 빅데이터 기반의 용인시 관내 관광 활성화방안: 신용카드 데이터를 결합한 지리정보시스템 분석을 중심으로</li> <li>연구자: 안은화·안정국(2021)</li> <li>목적: 용인시 방문객 관광 및 소비패턴 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>문헌연구</li> <li>빅데이터 / GIS 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>방문객 관광 관련 이동경로와 소비성향 분석</li> <li>주요 관광지 3개 선정, 이동경로와 소비성향 분석</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>과제명: 서울 관광산업 경제활동 지표개발 연구</li> <li>연구자: 서울관광재단(2019)</li> <li>목적: 서울관광위성계정 작성체계를 개발, 서울시 관광 산업 진단을 위한 종합적 관광체계 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>문헌연구</li> <li>사례연구</li> <li>전문가 자문</li> <li>카드데이터 분석</li> <li>산업연관 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>관광객 정의에 서울시민을 포함시키고, 관광 수요에 포함</li> <li>TSA: RMF2008, RTSA2013을 기반으로 분류 체계 도출</li> <li>여행수지, 외래관광객조사, 카드데이터 등을 활용해 관광수요 추정</li> <li>관광공급 추정을 위해 산업연관표, 지역산업 연관표 활용</li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>과제명: 부산 관광위성계정 개발 및 구축 방안 연구</li> <li>연구자: 부산관광공사(2021)</li> <li>목적: 부산관광위성계정 작성 체계를 개발, 기초자료를 위한 부산시 관광 체계 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>문헌연구</li> <li>사례연구</li> <li>전문가 자문</li> <li>카드데이터 분석</li> <li>산업연관 분석</li> <li>전문가 자문</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>TSA: RMF2008, RTSA2013을 준용하여 관광 위성계정 구축</li> <li>여행수지, 외래관광객조사, 카드데이터 등을 활용 관광수요 추정</li> <li>지역관광 특성을 고려하여 마이스, 해양관광, 의료관광 포함</li> </ul>

〈자료〉 선행연구를 바탕으로 연구자 재구성.

## 제4절 연구 범위와 방법

### 1. 연구 범위

#### 1) 시간적 범위

이 연구에서는 고양시 관광소비 동향 분석을 위해 2018년부터 2022년까지 지난 5년간의 카드데이터를 활용하여 월별 카드데이터 소비 지출액을 살펴보고자 한다.

#### 2) 공간적 범위

연구의 공간적 범위는 고양시 전역으로 살펴보고자 하며, 고양시민과 방문객을 대상으로 3개 구별 방문객 소비 동향을 관광업종별로 검토해 보고자 한다. 세부적으로는 고양시 주요 관광지 방문객 순위 TOP3로 나타나는 킨텍스(고양 국제회의복합지구·관광특구·전시문화특구 일대), 서오릉, 행주산성 일대를 중심으로 관광업종별 방문객 동향을 분석해 보고자 한다.



### 3) 내용적 범위

이 연구에서는 관광산업 특수 분류의 핵심관광산업을 토대로 숙박업, 여행업, 운송업, 쇼핑업, 여가서비스업, 식음료업 등 6가지 대분류 아래 일부 분류를 조정하여 관광소비 동향을 살펴보고자 하였다. 업종별 분류기준에 따라 비씨카드 코드설계서를 토대로 관광산업 코드를 분류하여 분석에 활용되는 최종 업종을 선정하였다.<sup>3)</sup>

[표 1-2] 연구에서 관광산업 분류

구 분	분류	내용
숙박업	호텔	• 특급/1급/2급 호텔
	콘도	• 콘도, 리조트
	캠핑장/펜션	• 캠핑장/펜션
	기타 숙박	• 모텔, 민박, 유스호스텔, 여관, 산장, 청소년수련원, 게스트하우스 등
여행업	여행업	• 관광여행사, 여행알선, 전세버스 등
운송업	육상운송	• 철도, 고속버스
	수상운송	• 여객선
	항공운송	• 항공사
	렌터카	• 렌터카
	택시	• 택시, 개인택시, 일반택시 등
	기타 교통수단	• 기타교통수단, 콜밴
쇼핑업	면세점	• 면세점
	관광기념품	• 민예공예품, 기념품점
	대형쇼핑몰	• 일반백화점, 아울렛, 대형슈퍼마켓, 대형카드 등
	레저용품쇼핑	• 스포츠의류, 골프용품, 낚시용품, 자전거, 보트, 수중장비, 카메라 등
여가서비스업	카지노	• 카지노
	관광유원시설	• 케이블카, 아쿠아리움, 놀이공원, 동물원 등
	골프장	• 실내외 골프장
	스키장	• 스키장
	기타레저	• 스파랜드, 수상레저, 승마장, 낚시터, 수영장, 당구장 등
	문화서비스	• 영화관, 박물관, 미술관, 극장 등
식음료업	식음료	• 일반음식점, 음료점, 주점 등

3) 비씨카드 데이터는 경기도 데이터분석센터에서 제공하는 비씨카드 코드설계서를 토대로 코드를 분류하여 분석에 활용되는 최종 업종을 선정하여 분석을 시행하였으며, 한국관광공사 데이터랩의 자료는 관광산업 분류로 이미 정제된 데이터를 활용함.



이 연구에서는 경기도 데이터분석센터(이하 ‘경기센터’)에서 제공하는 민간 데이터인 비씨카드 매출데이터와 한국관광공사 데이터랩(이하 ‘KTO 데이터랩’)에서 제공하는 시·군·구별 신한카드, 비씨카드 매출데이터를 활용하여 분석을 수행하였다. 고양시 전체와 시·군·구별 관광업종별 분석은 데이터랩의 자료를 이용하였으며, 주요 관광지별 분석(킨텍스 일대, 행주산성 일대, 서오릉 일대)은 북부센터의 자료를 활용하여 고양시 관광산업의 소비동향을 파악하고, 고양시 관광산업정책 수립에 필요한 기초자료를 제공하고자 하였다.

## 2. 연구 방법

이 연구는 앞서 제기한 목적을 달성하기 위하여 다음의 연구 문제를 설정하고 연구를 진행했다. ①고양시 관광산업 분류 범위는 어떠한가? ②고양시 관광시장 규모와 현황은 어떠한가? ③고양시 관광업종별 분포와 소비 동향은 어떠한가? ④고양시 주요 관광지 방문객은 누구이며, 소비패턴은 어떠한가? ⑤고양시 관광 소비 행태와 특성을 토대로 한 향후 주요 정책 시사점은 무엇인가? ⑥ 카드데이터 활용의 한계와 향후 개선 방안은 무엇인가?

이들 문제를 해결하기 위해 연구에서는 크게 문헌검토와 카드데이터 분석 등 두 가지 단계로 연구를 수행하였다.

첫 번째 문헌검토 단계에서는 관광산업 분류와 고양시 관광 현황 분석을 수행하였다. 관광산업 범위를 설정하기 위해 관광산업의 정의와 관광산업특수분류, 관광위성계정상 관광산업 분류 등 국내외 관광산업 분류를 검토하였다. 고양시 관광 현황을 파악하기 위해 문화체육관광부에서 격년으로 발간하는 지역관광발전지수에 따른 고양시 관광 현황, 고양시 관광객 현황, 고양시 주요 행사 현황 등을 검토하였다. 또한 카드데이터 활용 한계를 극복하기 위해 관광소비 트렌드와 관광정책 동향을 파악하여 관광시장 변화에 탄력적으로 대응하고 시사점 도출에 기여하고자 하였다.

두 번째 단계에서는 문헌검토 단계에서 도출된 관광산업 분류를 토대로 카드데이터 업종 분류와 연계했으며, 카드데이터를 활용하여 고양시 관광업종별 소비동향 분석을 수

행하였다. 고양시 전체와 3개 구를 기준으로 관광객 유형별, 관광업종별 방문객 소비 동향을 분석하였다. 또한 킨텍스 일대, 행주산성 일대, 서오릉 일대 등 고양시 주요 관광지로 선정된 지역의 관광소비 동향을 분석하여 소비 패턴과 방문객의 특징을 살펴보고자 하였다.

이 같은 절차를 토대로 고양시 방문객 특성과 소비 규모를 파악하여 관광정책 수립에 활용할 수 있는 기초자료를 확보하고 추후 고양시 관광통계 체계 마련을 위한 정책 제언을 제시하였다.

[그림 1-1] 연구의 흐름

연구 절차	주요 내용	연구 방법
1. 문헌조사 (관련 선행연구 검토)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 연구의 목적, 필요성 기술</li> <li>• 연구의 내용 및 방법 구체화</li> <li>• 국내외 선행연구 검토, 관광업종 범위 설정, 관광정책 및 트렌드 검토</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문헌자료 검토</li> <li>• 관련 선행연구 분석</li> </ul>
2. 고양시 관광산업 현황 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고양시 지역관광 현황 분석</li> <li>• 고양시 관광수요 현황 분석</li> <li>• 고양시 주요 행사 현황 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관련 현황자료 분석</li> </ul>
3. 고양시 관광업종별 소비 동향 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 카드데이터 분석 개요</li> <li>• 고양시 관광업종별 소비동향 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 카드데이터 분석</li> <li>• 전문가 자문</li> </ul>
4. 고양시 주요 관광지별 소비 동향 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 킨텍스(국제회의복합지구/관광특구) 일대</li> <li>• 서오릉 일대</li> <li>• 행주산성 일대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 카드데이터 분석</li> <li>• 전문가 자문</li> </ul>
5. 결론 및 정책 제언	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책 방향 제언</li> <li>• 연구의 결론 및 의의, 한계점 기술</li> </ul>	

## 제 2 장

### 고양특례시 관광산업 현황

제1절 관광산업의 정의와 분류

제2절 관광트렌드와 정책 동향 분석

제3절 고양특례시 지역관광 현황 분석



## 제절 관광산업의 정의와 분류

### 1. 관광산업의 정의와 구조

#### 1) 관광과 관광산업의 정의

관광산업은 관광과 관련된 제품과 서비스를 공급하는 다양한 산업이 복잡하게 연계되어 있어서 관광산업을 명확하게 분류하는 데 어려움이 있다. 관광산업의 범위와 규모를 파악하기 위해서는 지역 관광산업의 정의와 분류 관련 검토와 현황, 특성을 대상으로 종합적인 검토가 이루어져야 한다.

관광의 정의는 연구자의 시각에 따라 달라지지만, 경제적, 여가활동, 사회문화적 관점 등 무엇을 강조하느냐에 따라 정의가 다양하게 이루어진다. 가장 오래된 정의로 알려진 Schullern(1911: Netto, 2009 재인용)의 정의를 살펴보면, 관광은 일정한 지역, 주 또는 타국을 여행하며 체재하고 다시 돌아가는 외래객의 유입·체재와 유출이라는 형태를 취하는 모든 현상과 그 현상에 직접 관련된 모든 현상, 그 가운데에서도 특히 경제적인 모든 현상을 말한다. 이는 관광을 투입과 산출의 관계를 중심으로 하는 경제적 관점에서 바라보고 있다.

Bormann(1931: Spode, 2009 재인용)은 여가활동 관점에서 관광을 바라보고 있는데, 직장 출퇴근과 같이 정기적 왕래를 제외하고 휴양 목적이나 유람, 상용 또는 특수한 행사 참여, 기타 사정 등에 따라 정주 지역에서 일시적으로 떠나는 여행을 말한다. Hunziker & Krapf(1942: Darbelly & Stock, 2011 재인용)는 영구 거주나 수입 활동과 관련되지 않고 그곳에 거주하지 않는 사람이 여행이나 체류로 발생하는 현상이나 관계의 총칭이라고 하였다.

McIntosh et al.(1990)는 관광 현상을 이루는 복합적인 이해관계자의 관계를 유기적으로 고려하여 관광의 정의를 제시하였다. 그는 관광을 관광객을 유치하고 접대하는 과정 속에서 관광객, 관광기업, 관광 목적지의 정부, 지역사회 등이 서로 작용하며 발생

하는 현상과 관계의 총체라고 하였다. UNWTO는 여가와 사업, 비즈니스, 교육, 기타 목적으로 1년 미만 동안 비일상적인 장소에서 여행하고 체재하는 사람들의 활동이라고 정의하며, 관광의 동기와 목적, 체재기간을 구체화하였다(UN, 2008).

이처럼 관광의 정의는 연구자마다 다르게 나타나지만, 두 가지 공통적인 요소가 있음을 살펴볼 수 있다. 첫째, 일상 영역을 떠나 일정한 시간적 범위의 체류 기간을 고려해야 한다. 일상생활의 기준이 되는 거주지를 떠나서 타국 또는 타 지역에서 일정 기간 머물면서 여행지에서 활동과 수요가 이루어져야 한다는 점이 공통적으로 나타났다. 둘째, 관광 동기가 있어야 한다는 부분이다. 취업 등의 경제적인 행위 외에 일시적인 목적이나 관광욕구를 충족하기 위한 행위가 포함된 현상이라는 공통점이 있다.

따라서 선행연구에서 제시된 정의를 고려하여 관광은 ‘일시적인 목적이나 관광욕구를 충족하기 위해 일상생활의 기준이 되는 지역을 떠나 타 지역에서 일정 기간 머무는 사람들의 활동’이라 정의할 수 있다.

[표 2-1] 관광의 정의

연구자	관광의 정의	특징
Schulern (1911)	• 일정한 지역, 주 또는 타국을 여행하며 체재하고 다시 돌아가는 외래객의 유입·체제, 유출이라는 형태를 취하는 모든 현상과 그 현상에 직접 관련된 모든 현상, 그 가운데에서도 특히 경제적인 현상을 말함	투입과 산출 관계에 따른 파급효과 강조
Bormann (1931)	• 직장에 출퇴근하는 정기적인 왕래를 제외하고 휴양 목적이나, 견문, 유람, 상용, 행사 참여 같은 이유로 거주지를 일시적으로 떠나는 여행	관광의 목적 구체화
Hunziker & Krapf (1941)	• 영구 거주나 수입 활동과 관련되지 않고 그곳에 거주하지 않는 사람이 여행이나 체류로 발생하는 현상이나 관계의 총칭	경제적 지역주민과 관광객 상호작용 고려
McIntosh (1990)	• 관광객을 유치하고 접대하는 과정에서 관광객, 관광기업, 관광지, 정부, 지역사회 등이 서로 상호작용하는 과정에서 발생하는 현상과 관계의 총체	관광 현상을 이루는 요소와 상호작용 고려
UNWTO(2010)	• 여가, 사업, 비즈니스 교육 그리고 기타 목적으로 1년 미만 동안 비일상적인 장소에서 여행하고 체재하는 사람들의 활동	관광의 목적과 체재기간 구체화

<자료> 한국관광학회(2017). 관광학원론; UNWTO(2010)을 토대로 연구자 재구성.

관광의 정의에 따라 관광산업은 관광과 관련된 제품과 서비스를 공급하는 제반 산업을 포함하는 것으로 정의 내릴 수 있다. 관광산업은 관광활동과 관련 있는 모든 산업활동을 포함하므로 관광의 정의와 활동 범위에 따라 관광산업은 폭넓게 정의된다. 관광산업은 관광객의 형태와 소비 유형에 따라 차이가 발생할 수는 있으나, 숙박, 식음료, 교통, 쇼핑, 위락활동 등 기존 산업과 밀접하게 연결되어 있어 관광산업의 범주를 산업 기준에 따라 명확하게 구분하기는 쉽지 않은 상황이다. 또한 관광지의 행위나 활동은 장소만 다를 뿐 일상생활에서 이뤄지는 소비 행위와 크게 다르지 않기 때문에 관광산업의 정의를 내리거나 범위를 구분하기는 쉽지 않다.

관광을 정의하는 데 복잡성을 인지하고, UN과 UNWTO는 IRTS 2008 (International Recommendations for Tourism Statistics 2008, 2010)에서 관광산업을 숙박, 식음료, 쇼핑, 여행, 운송, 여가 등 관광핵심활동 또는 관광핵심상품을 포괄하는 개념으로 설명하며, ‘방문객에게 직접적으로 제공하는 동종의 관광핵심활동에 속하는 사업체 집단’으로 정의하였다.

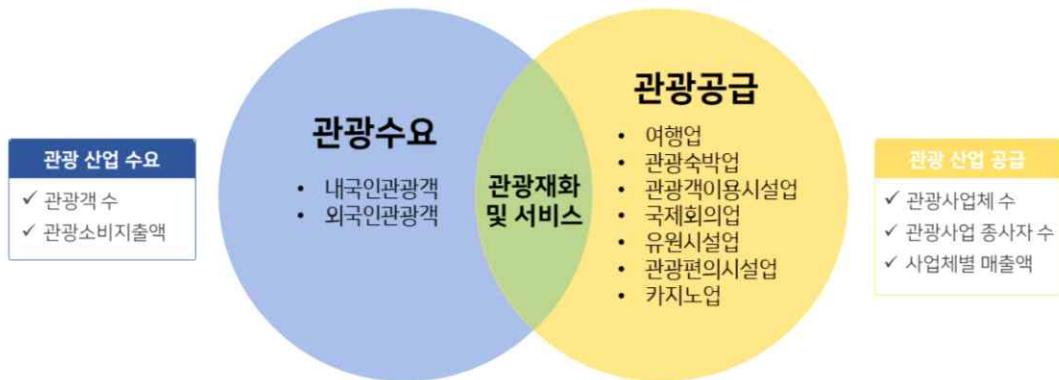
국내에서는 「관광진흥법」에서 관광사업의 정의를 찾아볼 수 있다. 여기서는 관광사업을 ‘관광객을 위하여 운송·숙박·음식·운동·오락·휴양 또는 용역을 제공하거나 그 밖에 관광에 딸린 시설을 갖추어 이를 이용하는 업’으로 정의하고 있으며, 여행업, 관광숙박업, 관광객이용시설업, 국제회의업, 유원시설업, 관광편의시설업 등을 포함하고 있다. 하지만 관광진흥법에는 허가 또는 등록된 업체만을 관광사업체로 포함하고 있어 관광산업을 다소 좁은 의미에서 정의를 내리고 있다.

통계청의 한국표준산업분류에서는 관광산업을 4가지로 분류(핵심관광산업, 상호의존 관광산업, 부분적용 관광산업, 관광지원산업)해 포괄적으로 관광 관련 산업을 포함하고 있다. 핵심관광산업을 전적으로 관광객에 의존하는 산업, 상호의존산업을 원래 관광산업은 아니지만 핵심관광산업을 보조하기 위해 동반되는 산업, 부분적용 관광산업을 부분적으로 관광객에게 의존하는 산업, 관광지원산업을 관광산업을 지원하기 위한 부문이라고 설명하며 광의의 의미에서 관광산업을 바라보고 있다.

## 2) 관광산업의 구조

IRTS 2008에 따르면 관광경제를 이루는 관광산업의 구조는 크게 관광수요와 관광공급 측면으로 나누어 살펴볼 수 있다([그림 2-1] 참조).

[그림 2-1] 관광경제의 구조



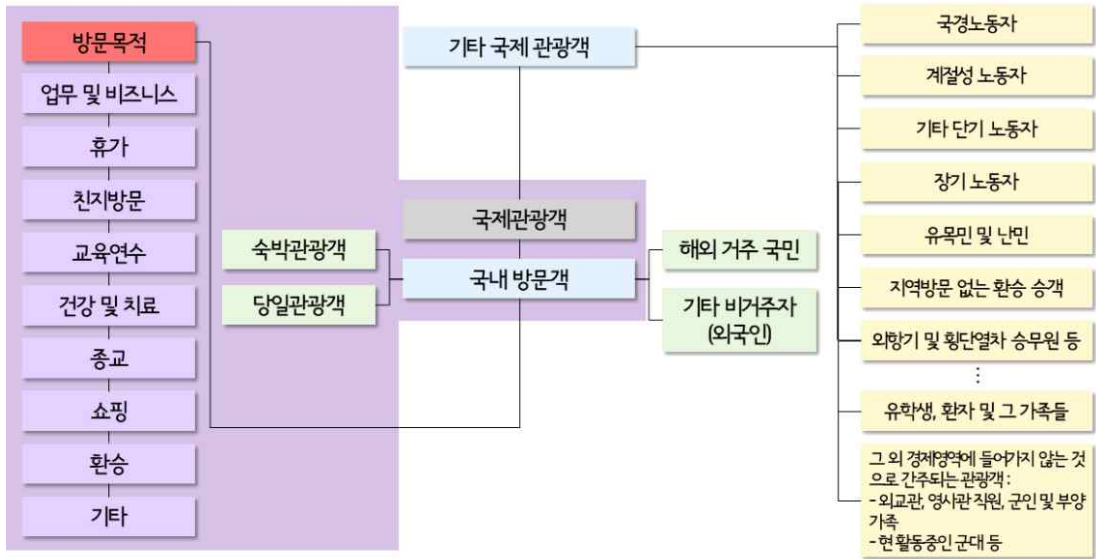
〈자료〉 부산관광공사(2021). 부산 관광위성계정 개발 및 구축방안 연구.

관광수요에서 가장 중요한 요소는 관광욕구와 관광동기를 지니고 관광경험을 소비하기 원하는 방문객이다. 관광수요 측면에서 관광의 경제적 효과는 다양한 방문객의 활동으로 시작되며, 상품과 서비스는 방문객의 소비에 영향을 미친다. 관광상품과 서비스는 관광사업체 즉, 관광공급자로부터 제공되어 관광객에게 소비된다.

IRTS에서는 통계 수립을 위해 관광객을 방문객(visitors)으로 규정하며, 국제관광객(inbound travellers)을 방문객으로 규정하고 있다([그림 2-2] 참조). 방문객은 체재유무에 따라 숙박관광객(overnight tourists)과 당일관광객(excursionists)으로 구분된다. 방문객의 방문 목적은 업무와 비즈니스, 휴가, 친지 방문, 교육연수, 건강과 치료, 종교, 쇼핑, 환승 등으로 나타났다. 거주지가 아닌 국가를 방문하더라도 이주자, 장단기근로자, 지역 방문 없는 환승 승객, 군, 외교관 등은 비관광객으로 분류된다.



[그림 2-2] 관광객의 분류



UN(2010), International Recommendations for Tourism Statistics 2008.

관광공급의 주체는 앞서 언급한 다양한 방문객의 수요를 충족하기 위해 상품과 서비스 즉, 관광상품을 제공하는 관광산업으로, 관광객이 목적지에서 소비하는 다양한 상품과 서비스 산업군을 포함한다. 관광상품은 방문 장소, 기간, 이동수단, 숙박 유형, 목적지에서 활동 등에 따라 달라진다. 방문 목적에 따라 다양한 상품의 조합으로 관광상품이 구성되기 때문에 이를 포괄하고 국제적으로 통용되는 관광산업의 분류를 찾기는 쉽지 않다.

### 3) 관광지출과 관광소비

관광지출은 개인이 사용하거나 선물할 목적으로 여행 전과 여행 기간에 관광상품과 서비스, 귀중품을 얻기 위해 지불되는 비용을 말한다. 관광지출은 방문객이 지출한 비용뿐만 아니라 다른 사람이 지급하거나 상환되는 금액도 포함된다. 앞서 언급한 바와 같이 관광상품의 다양성에 따라 모든 상품과 서비스는 잠재적인 관광지출로 간주한다. 여행에서 기본적으로 소비되는 숙박, 교통, 식음료 같은 서비스뿐만 아니라 여행 중에 구매하는 귀중품, 내구소비재, 제조품, 개인서비스, 식자재 등 모든 항목이 관광지출에 포함될 수 있다. 그 외에도 출장 중 회사에서 지급하는 상품과 서비스의 금전적 지출, 회사에서 지급하고 환급받는 여행 관련 지출 등도 관광지출에 포함된다.

IRTS 2008에서는 관광지출에 포함되는 항목으로 소비상품을 [표 2-2]와 같이 제시하고 있다. 소비상품은 관광지출에 포함되는 항목이며, 관광핵심상품과 기타 소비상품으로 구분된다. 교통, 숙박, 여가 등과 관련된 기반시설에 투자되는 관광 고정자본은 관

[표 2-2] 관광상품의 분류

관광상품의 분류	
A. 소비 상품	
A1. 관광핵심상품(두 개의 하위범주로 구분)	
A1.1. 국제적으로 비교 가능한 관광 핵심상품	: 관광지출을 국제적으로 비교하기 위한 핵심상품
A1.2. 특정국가의 관광 핵심상품	: 국가별로 특화된 관광 핵심상품
A2. 기타 소비상품(국가별 특성에 의한 하위범주로 구분)	
A2.1. 관광 연계상품	: 관광분석에서 차지하는 중요성에 따라 기타 제품으로 구성
A2.2. 비관광 관련 소비상품	: 관광과 관련되지 않는 소비상품으로 이전 범주에 속하지 않는 모든 재화 및 서비스
B. 비소비 상품: 관광소비에 포함되지 않는 상품: 이 카테고리는 소비상품과 서비스가 될 수 없는 모든 제품을 포함하며, 관광 지출이나 관광 소비의 일부가 될 수 없음(단, 방문객이 여행 중에 획득할 수 있는 귀중품은 예외)	
B.1. 귀중품	: 개인 목적, 선물용으로 귀중품을 포함한 제품 및 서비스
B.2. 기타 비소비 상품	: 관광 총 고정자본 형성 및 공동 소비와 관련된 제품

<자료> UN(2010), International Recommendations for Tourism Statistics 2008.

광소비 상품으로 포함되지 않으며, 비소비 상품 중 귀중품의 경우 개인 목적이나 선물용으로 귀중품을 구매하는 경우는 관광지출로 포함한다. 그 외 관광소비에 포함되지 않는 상품으로 상품의 소비자 가격에 포함되지 않는 세금과 관세 지불, 토지와 부동산을 포함한 금융과 비금융자산 구매, 재판매하거나 제3자를 대신해서 구매한 제품, 자선단체의 기부 등과 관련된 부분은 관광지출로 포함하지 않는다.

TSA: RMF 2008에서는 관광지출과 관광소비는 유사하지만 관광소비가 관광지출보다 더 광범위하고 포괄적인 것으로 정의를 내리고 있다. 관광소비는 관광지출에서 언급된 내용 외에도 휴가별장과 관련된 임대료 추정, 금융 중개 서비스 간접측정(FISIM) 같은 거래도 포함한다. 이러한 관광소비는 관광 총부가가치(TDGVA)와 관광 직접국내총생산(TDGDP)을 산출하기 위한 기본 개념으로 현물거래, 자부담거래, 현물보수, 생산자의 기타 형태 현물 이전, SNA 2008에서 사회적 현물로 규정한 정부 거래 등을 포함하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 관광소비는 방문객의 활동과 관련된 상품과 서비스 수요·공급의 모든 측면을 심층적으로 파악하여 경제 단위에서 상품과 서비스의 운용 관계를 측정하기 위해 관광위성계정에서는 중요한 요소로 작용한다.

하지만 이 연구는 고양시에서 방문객의 지출에 따른 소비동향을 살펴보고자 하는 연구로 관광지출에서 소비상품과 요소별 범주로 살펴보고자 한다. 따라서 관광상품과 생산 활동에 따른 분류를 선행연구를 통해 살펴보고 소비상품의 범주를 제시하여 연구의 기준으로 활용하고자 한다.

## 2. 관광상품과 생산활동의 분류

### 1) 개요

관광산업을 측정하여 전체 상품과 서비스의 공급에서 관광산업이 차지하는 규모를 측정하기 위해 국제적으로 관광상품과 생산활동의 분류 방안을 제시하고 있다. 국내에서는 「관광진흥법」 상 관광산업 분류와 통계청의 관광산업 특수분류(관광위성계정)가 있다. 국제사회에서 관광위성계정 논의가 이루어지면서, 국내에서도 관광위성계정 연구가 이루어졌다. 최근에는 서울, 부산, 제주 등 주요 관광도시가 자체적인 관광위성계정을 개발하여 지역의 특성에 따른 관광산업을 분류하고 있다.

다음에서는 연구의 기준이 되는 관광산업의 업종 분류를 도출하기 위해 「관광진흥법」 상 분류, 관광산업 특수분류, 관광위성계정의 관광산업 분류를 살펴보고, 한국관광공사에서 빅데이터 분석을 위해 활용하는 업종 분류 또한 살펴보고자 한다.

### 2) 관광진흥법상 관광산업 분류

「관광진흥법」에서는 관광사업을 ‘관광객을 위하여 운송·숙박·음식·운동·오락·휴양 또는 용역을 제공하거나 그 밖에 관광에 딸린 시설을 갖추어 이를 이용하는 업’으로 정의하여 관광산업의 범위를 제시하고 있다. 관광업종으로 여행업, 관광숙박업, 관광객이용시설업, 국제회의업, 유원시설업, 관광편의시설업 등을 포함하고 있다. 하지만 「관광진흥법」 상 관광산업은 허가 또는 등록된 업체만을 관광사업체로 포함하고 있어 관광산업 전반을 포괄하지는 못한다는 한계가 있다.

[표 2-3] 관광진흥법상 관광산업 분류

관광사업명	세부사업명		
여행업	• 일반여행업	• 국외여행업	• 국내여행업
관광객 이용시설업	• 전문휴양업		
	• 종합휴양업(제1종 종합휴양업, 제2종 종합휴양업)		
	• 자동차야영업	• 관광유람선업	
	• 관광공연장업	• 외국인전용관광기념품판매업	

관광사업명	세부사업명
국제회의기획업	<ul style="list-style-type: none"> <li>국제회의시설업</li> <li>국제회의 기획업</li> </ul>
유원시설업	<ul style="list-style-type: none"> <li>종합유원시설업</li> <li>일반유원시설업</li> <li>기타유원시설업</li> </ul>
관광숙박업	<ul style="list-style-type: none"> <li>호텔업(관광호텔업, 수상관광호텔업, 한국전통호텔업, 가족호텔업)</li> <li>휴양콘도미니엄업</li> </ul>
관광편의시설업	<ul style="list-style-type: none"> <li>관광유희음식점업</li> <li>외국인전용유희음식점업</li> <li>관광식당업</li> <li> 시내순환관광업</li> <li>관광사진업</li> <li>여객자동차터미널시설업</li> <li>관광토속주판매업</li> <li>관광편선업</li> </ul>
카지노업	-

〈자료〉 국가법령정보센터(www.law.go.kr), 연구자 재구성(접속일 2023.04.25.)

### 3) 한국표준산업분류(KSIC)상 관광산업 특수분류

관광산업 특수분류는 「관광진흥법」 상의 분류가 관광사업체로 한정되어 관광산업의 모든 업종을 담기에는 한계가 있다는 부분을 인지하고, 유엔 국제표준산업분류 중 관광산업분류 권고안을 토대로 관광산업 특수분류를 제시하고 있다.

여기서는 관광산업의 분류를 핵심관광산업, 상호의존관광산업, 부분적용 관광산업, 관광지원산업 등 4가지의 범위로 분류하고 있다. 핵심관광산업은 전적으로 관광객에게 의존하는 산업으로 관광쇼핑업, 관광운수업, 관광숙박업, 관광음식점 및 주점업, 여행사 및 여행보조 서비스업, 국제회의업, 문화·오락 및 레저 스포츠산업, 카지노업을 포함하며, 주로 관광진흥법에서 규정한 관광산업을 포함한다. 상호의존 관광산업은 원래 관광산업은 아니지만 핵심관광산업을 보조하기 위한 산업으로 관광 건설업, 관광 및 레저용품 소매업, 관광 금융 및 보험업, 레저장비업을 포함한다. 부분적용 관광산업은 부분적으로 관광객에 의존하는 산업으로 관광 비인증 쇼핑업, 부분관광 운송업, 부분관광 숙박업, 부분관광 음식점 및 주점업, 부분관광 공연장업, 부분관광 기타 서비스업을 포함한다. 관광지원산업은 관광산업을 지원하기 위한 부문으로 관광 관련 연구개발업, 공공기관, 교육서비스업, 단체를 포함한다. 관광산업 특수분류는 일부 차이는 있으나 핵심관광산업은 대부분 관광진흥법 상의 관광산업을 포함하지만, 4가지 부분을 모두 관광산업으로 포함하는 경우 관광산업이 과대추정된다는 한계가 있다.

[표 2-4] 한국 관광산업 특수분류

구분	대분류	중분류
핵심관광산업	관광쇼핑업 (도매업 제외)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 면세점</li> <li>• 관광 인증 쇼핑업</li> <li>• 외국인전용 관광기념품 판매업</li> </ul>
	관광운송업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광 철도운송업</li> <li>• 관광 도로운송업</li> <li>• 관광 수송운송업</li> <li>• 관광 항공운송업</li> </ul>
	관광숙박업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 호텔업</li> <li>• 관광펜션업</li> <li>• 휴양콘도미니엄업</li> <li>• 일반 관광숙박업</li> </ul>
	관광음식점 및 주점업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광 식당업</li> <li>• 관광 주점업</li> </ul>
	여행사 및 여행보조서비스업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 여행업</li> <li>• 여행보조 및 예약 서비스업</li> </ul>
	국제회의업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국제회의 기획업</li> <li>• 국제회의 시설업</li> </ul>
	문화오락 및 레저 스포츠산업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 박물관 및 사적지 관리 운영업</li> <li>• 농어촌 체험 및 생태 관광산업</li> <li>• 식물원, 동물원 및 자연공원 운영업</li> <li>• 유원시설업</li> <li>• 관광 공연장업</li> <li>• 관광 레저 스포츠시설 운영업</li> <li>• 기타 분류 안 된 오락 관련 서비스업</li> </ul>
	카지노업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 외국인 전용 카지노업</li> <li>• 내국인 출입 카지노업</li> </ul>

구분	대분류	중분류
상호의존 관광산업	관광건설업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광 건물종합건설업</li> <li>• 관광 토목건설업</li> </ul>
	관광 및 레저용품 소매업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 레저용 의복 소매업</li> <li>• 레저 및 스포츠용품 소매업</li> <li>• 자전거 및 기타 운송장비 소매업</li> <li>• 관광용 가방 및 기타 가죽제품소매업</li> </ul>
	관광 보험 및 금융서비스업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 여행자 보험업</li> <li>• 금융서비스업</li> </ul>
	레저장비업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사진기 및 사진용품</li> <li>• 레저 및 운송장비 임대업</li> <li>• 자동차 임대업</li> </ul>
부분적용 관광산업	관광 비인증 쇼핑업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광 비인증 쇼핑업</li> </ul>
	부분관광 운송업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부분관광 육상운송업</li> <li>• 부분관광 수상운송업</li> </ul>
	부분관광 숙박업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 청소년 수련원</li> <li>• 관광 비인증 모텔업</li> </ul>
	부분관광 음식점 및 주점업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부분관광 음식점업</li> </ul>
	부분관광 공연장업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부분관광 공연장업</li> </ul>
	부분관광 기타 서비스업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광정보 서비스업</li> <li>• 전문기술 서비스업</li> <li>• 기타관광 서비스업</li> </ul>
관광지원산업	관광 연구 개발업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광연구 개발업</li> </ul>
	관광 공공기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화 및 관광행정</li> <li>• 관세행정</li> <li>• 외무행정</li> <li>• 특수경찰 및 공항경비</li> </ul>
	관광 교육서비스업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 교육기관</li> <li>• 기타 관광 레저 및 레크리에이션 교육기관</li> </ul>
	관광단체	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 회원단체</li> <li>• 관광 관련 국내외 기관</li> </ul>

〈자료〉 문화체육관광부(2012). 관광산업 특수분류.

#### 4) 세계관광기구(UNWTO)의 관광위성계정에 따른 관광산업 분류

관광위성계정(TSA: RMF 2008)에서는 목적지 내에서 관광지출과 관광 소비상품, 활동의 유형을 12가지 범주로 분류하고 있다. 1~10까지는 관광핵심상품으로 구성되어 있으며, 타 국가와 비교할 수 있도록 제시하고 있다. 나머지 11~12는 국가별 특화 관광상품으로 구성하여, 국가별 특성에 맞게 산업 분류를 추가할 수 있도록 제시하고 있다.

[표 2-5] 관광산업(관광핵심활동)과 국제표준산업분류 비교

관광산업(관광핵심활동)	ISIC코드	설명
1. 방문객 숙박시설	5510	단기 숙박시설의 활동
	5520	놀이공원, 트레일러촌 및 캠프장
	5590	기타 숙박시설
	6810	자신이 소유하거나 임대한 자신의 부동산 관련 활동
	6820	유료(혹은 계약에 근거한) 부동산 관련 활동
2. 식품 및 음료 제공 활동	5610	식당 및 이동 음식 서비스 활동
	5629	기타 음식 서비스 활동
	5630	음료 서빙 활동
3. 철도 여객운송	4911	철도 여객운송
4. 도로 여객운송	4922	기타 도로 여객운송
5. 수상 여객운송	5011	바다 및 연안 여객 운송
	5021	
6. 항공 여객운송	5110	내해 여객운송
7. 교통 장비 대여	7710	자동차의 대여 및 임대
8. 여행사 및 기타 예약서비스 활동	7911	여행사 활동
	7912	관광 운영자의 활동
	7990	기타 예약서비스 활동
9. 문화 활동	9000	창작, 예술 및 오락 활동
	9102	박물관 활동 및 역사 유적지 및 건물 운영
	9103	식물원 및 동물원의 원예활동 및 자연 보전 활동
10. 스포츠 및 여가 활동	7721	여가 및 스포츠 용품 대여 및 임대
	9200	도박 및 내기 관련 활동
	9311	스포츠 시설 운영
	9319	기타 스포츠 관련 활동
	9321	놀이공원 및 테마 파크 운영
	9329	기타 오락 및 여가 활동
11. 국가별 특화 관광재화	-	면세점
		기념품과 관련된 특수 소매업
		수공예품과 관련된 특수 소매업
		기타 관광 핵심 상품과 관련된 특수 소매업
12. 국가별 특화 관광서비스	-	

〈자료〉 UNWTO(2018), Methodological Notes to the Tourism Statistics Database.



### 5) 국내 관광위성계정에서 관광산업 분류

관광산업의 규모가 점차 성장하면서 국제사회에서는 관광산업이 국가경제와 지역경제에 미치는 영향을 파악하고 국제 관광산업과 비교하기 위해 관광위성계정을 작성할 권고하고 있다. 현재 서울, 부산, 제주 등 주요 관광도시가 자체적인 관광위성계정을 개발하여 지속적으로 통계를 구축해 나가고 있으며, 그 외에도 강원, 전라에서도 관광위성계정에 관한 연구가 진행된 이력이 있다. 근래에 이루어진 부산과 서울의 관광위성통계의 경우, 국가의 특성에 따른 관광산업을 세부적으로 분류하여 제시하고 있다. 따라서 서울과 부산의 관광상품 분류를 세부적으로 살펴보고자 한다.

[표 2-6] 한국관광위성계정(KTSA)과 서울관광위성계정(STSA) 상품 분류 비교

KTSA		STSA		비고
A. 소비상품		A. 소비상품		
A.1. 관광특성상품		A.1. 관광 핵심상품		
핵심상품	1. 숙박서비스	1. 숙박서비스		유지
	2. 음식점 서비스	2. 음식점 서비스		유지
	3. 철도운수 서비스	3. 철도운수 서비스		서울시민 사전지출
	4. 도로운수 서비스	4. 도로운수 서비스		시티투어버스 추가
	5. 수상운수 서비스			제외
	6. 항공운수 서비스	5. 항공운수 서비스		서울시민 사전지출
	7. 운송장비 대여서비스	6. 운송장비 대여서비스		유지
	8. 여행사 및 기타 예약 서비스	7. 여행사 및 기타 예약 서비스		유지
	9. 문화서비스	8. 문화서비스		유지
	10. 오락 및 운동관련 서비스	9. 오락 및 운동 관련 서비스		유지
국가특성	11. 국가별 관광특성상품 [화장품, 식료품, 인삼 및 한약재, 의류, 신발(피혁제품) 등 쇼핑품목]	11. 국가별 관광특성상품 (화장품, 식료품, 의류, 신발류, 가방류 쇼핑품목)		인삼 및 한약류 제외, 가방 추가
	12. 국가별 관광특성서비스	12. 국가별 관광특성서비스		
	- 의료	- 의료		유지
		- 마이스		신규
A2. 관광 연결상품		A2. 관광 연결상품		세부항목 일부 변경
A3. 비관광 관련 소비상품		A3. 비관광 관련 소비상품		세부항목 일부 변경
B. 비소비 상품		B. 비소비 상품		
B1. 귀중품		B1. 귀중품		유지

〈자료〉 서울관광재단(2019). 서울 관광산업 경제활동 지표개발 연구.

서울은 한국관광위성계정(KTSA) 관광상품·산업 분류를 준용하여 소비상품과 비 소비상품으로 구분하고 세부 내용을 다음 [표 2-7]과 같이 서울시 특성에 맞추어 세분류하고 있다. 특징적으로는 수상운수서비스는 제외하였으며, 도로운수에서 시티투어버스를

[표 2-7] 서울관광위성계정(STSA)의 산업연관표<상품분류> 간 연계

관광 상품	상품 분류(기본부문 381개)		산업 분류(기본부문 278개)	
	코드	분류	코드	분류
A. 소비 상품	-	-		
A.1. 관광 특성 상품	-	-		
1. 숙박서비스	5820	숙박	5500	
2. 음식점 서비스	5811	일반음식점	5601	음식점업
	5812	기타음식점		
	5813	주점		
	5814	비알코올음료점	5602	주점 및 비알코올 음료점업
3. 철도운수 서비스	5310	철도운송서비스	4910	철도 운송업
4. 도로운수 서비스	5321	도로여객운송서비스	4921	도로여객 운송업
5. 항공운수 서비스	5500	항공운수서비스	5100	항공 운송업
6. 운송장비 대여서비스	7300	장비·용품 및 지식재산권 임대	7700	장비 및 용품 임대업
	5611	육상운송보조서비스	5212	육상 운송지원 서비스업
	5613	항공운송보조서비스	5213	항공 운송지원 서비스업
7. 여행사 및 기타 예약 서비스	7904	여행사 및 여행보조서비스	9200	여행사 및 기타 여행보조 서비스
8. 문화서비스	7901	문화서비스(국공립)	8800	창작, 예술 및 오락관련 서비스업
	7902	연극, 음악 및 기타예술	8900	도서관, 사적지 및 기타 문화 관련 서비스업
	7903	기타 문화서비스		
9. 오락 및 운동 관련 서비스	8001	스포츠 서비스	9101	스포츠 서비스업
	8002	오락서비스	9102	유원지 및 기타 오락관련 서비스업
10. 국가별 관광특성 상품	5200	도소매 및 상품중개서비스	4510	도소매업
11. 국가별 관광특성서비스	7701-7703	의료 및 보건서비스	8500	의료 및 보건업
	-	국제회의업	-	국제회의업
A.2. 관광연계상품	5200	도소매 및 상품중개서비스	4510	도소매업
	8221	미용 관련 서비스	9500	기타 개인 서비스업
A.3. 기타 관광상품	5200	도소매 및 상품중개서비스	4510	도소매업
	8222	세탁		
	8229	기타 개인서비스	9500	기타 개인 서비스업
B. 비소비 상품	-	-		
B.1. 귀중품	-	-		
1. 귀금속 및 보석	4395	귀금속 및 보석	4395	귀금속 및 보석
2. 시계	3696	시계	3696	시계

〈자료〉 서울관광재단(2019), 서울 관광산업 경제활동 지표개발 연구.

포함하고 있다. 국가별 관광특성서비스에서는 가방 등 소비상품을 추가하였으며, 의료와 마이스 부문을 추가한 상품군을 제시하고 있다. 분류된 상품·산업분류를 산업연관표와 연계하여 제시한 내용은 다음 [표 2-8]과 같다.

부산 또한 한국관광위성계정(KTSA) 관광상품·산업 분류를 준용하여 소비상품과 비소비상품으로 구분하고 세부내용을 부산시 특성에 맞추어 세분류하고 있다. 부산은 국가 특성이 아닌 지역관광특성서비스로 명칭을 변경하였으며, 마이스와 의료관광에 해양관광까지 추가하여 살펴보고 있다. 세부적인 사항은 아래 [표 2-8]과 같다.

[표 2-8] 한국관광위성계정(KTSA)과 부산관광위성계정(BTSA) 상품 분류 비교

KTSA		BTSA		비고	
A. 소비상품		A. 소비상품			
A.1. 관광특성상품		A.1. 관광 핵심상품			
핵심상품	1. 숙박서비스	핵심상품	1. 숙박서비스	유지	
	2. 음식점 서비스		2. 음식점 서비스	유지	
	3. 철도운수 서비스		3. 철도운수 서비스	일부 변경	
	4. 도로운수 서비스		4. 도로운수 서비스	일부 변경	
	5. 수상운수 서비스		5. 수상운수 서비스	일부 변경	
	6. 항공운수 서비스		6. 항공운수 서비스	일부 변경	
	7. 운송장비 대여서비스		7. 운송장비 대여서비스	유지	
	8. 여행사 및 기타 예약 서비스		8. 여행사 및 예약 서비스	유지	
	9. 문화서비스		9. 문화서비스	유지	
	10. 오락 및 운동관련 서비스		10. 스포츠 및 여가서비스	일부 변경	
국가특성	11. 국가별 관광특성상품 (화장품, 식료품, 인삼 및 한약재, 의류, 신발(피혁제품) 등 쇼핑품목)	국가특성	11. 지역 관광특성상품 (쇼핑)	관광연계상품, 비관광 관련 소비상품, 귀중품 제외 기타 제품 쇼핑	
	12. 국가별 관광특성서비스		12. 지역 관광특성서비스		
	- 의료		- 마이스	유지	
			- 의료관광	신규	
			- 해양관광	신규	
A2. 관광 연결상품		A2. 관광 연계상품		세부항목 일부 변경	
A3. 비관광 관련 소비상품		A3. 비관광 관련 소비상품		세부항목 일부 변경	
B. 비소비 상품		B. 비소비 상품			
B1. 귀중품		B1. 귀중품		유지	

〈자료〉 서울관광재단(2019). 서울 관광산업 경제활동 지표개발 연구; 부산관광공사(2021). 부산 관광위성계정 개발 및 구축방안 연구.

부산은 IRTS 2008의 관광산업분류에 표준산업분류를 연계하여 다음 [표 2-9]와 같이 제시하고 있다. 세부적인 업종분류를 살펴보면 도로운송서비스에서 택시운송 부문이 추가되었으며, 도로 및 관련 시설 운영업, 주차장 등 관련 시설 비용 또한 추가되었음을 확인할 수 있다. 관광 쇼핑 서비스 부분에서도 보다 세분화된 업종을 포함하고 있다. 그 외 지역별 관광특성 상품으로 마이스, 의료관광, 해양관광을 포함하고 있다. 의료관광의 경우 병원과 의원과 연관된 업종을 망리하고 있으며, 해양관광은 유람선, 보트, 서핑, 스킨스쿠버, 카약 등 해양 스포츠와 관련된 내용을 포괄하였다.

[표 2-9] IRTS 2008 관광산업분류 및 표준산업분류 연계표

IRTS 2008 관광산업 분류	표준산업분류: 소분류		표준산업분류: 세세분류	
	코드	항목명	코드	항목명
1. 숙박서비스	551	일반 및 생활 숙박시설 운영업	55101	호텔업
			55102	여관업
			55103	휴양 콘도 운영업
			55104	민박업
			55109	기타 일반 및 생활 숙박시설 운영업
2. 식음료서비스	561	음식점업	56111	한식 일반 음식점업
			56112	한식 면 요리 전문점
			56113	한식 육류 요리 전문점
			56114	한식 해산물 요리 전문점
			56121	중식 음식점업
			56122	일식 음식점업
			56123	서양식 음식점업
			56129	기타 외국식 음식점업
			56141	출장 음식 서비스업
			56142	이동 음식점업
			56191	제과점업
			56192	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업
			56192	치킨 전문점
			56194	김밥 및 기타 간이 음식점업
			56199	간이 음식 포장 판매 전문점
	562	주점 및 비알코올 음료점업	56211	일반 유흥주점업
			56212	무도 유흥주점업
			56213	생맥주 전문점
			56219	기타 주점업
			56221	커피전문점
			56229	기타 비알코올 음료점업
3. 철도운송서비스	491	철도운송업	49101	철도여객 운송업

IRTS 2008 관광산업 분류	표준산업분류 소분류		표준산업분류 세세분류	
	코드	항목명	코드	항목명
4. 도로운송서비스	529	기타 운송관련 서비스업	52911	철도 운송 지원 서비스업
			52919	기타 육상 운송지원 서비스업
	492	육상 여객 운송업	49211	도시철도 운송업
			49212	시내버스 운송업
			49219	기타 도시 정기 육상 여객 운송업
			49220	시외버스 운송업
			49231	택시 운송업
			49232	전세버스 운송업
			49233	특수 여객 자동차 운송업
			49239	기타 부정기 여객 육상 운송업
			52912	여객 자동차 터미널 운영업
			52914	도로 및 관련 시설 운영업
			52915	주차장 운영업
			52919	기타 육상 운송지원 서비스업
5. 수상운송서비스	501	해상 운송업	50111	외항 여객 운송업
			50121	내항 여객 운송업
			50130	기타 해상 운송업
	502	내륙 수상 및 항만 내 운송업	50201	내륙 수상 여객 및 화물 운송업
			50202	항만 내 여객 운송업
			50209	기타 내륙 수상 운송업
			52929	기타 수상 운송 지원 서비스업
6. 항공운송서비스	511	항공 여객 운송업	51100	항공 여객 운송업
			52931	공항 운영업
			52939	기타 항공 운송지원 서비스업
7. 운송장비 대여서비스	761	운송장비 임대업	76110	자동차 임대업
8. 여행사 및 예약 서비스	752	여행사 및 기타 여행 보조 서비스업	75210	여행사업
			75290	기타 여행 보조 및 예약 서비스업
9. 문화서비스	901	창작 및 예술 관련 서비스업	90110	공연시설 운영업
			90121	연극단체
			90122	무용 및 음악단체
			90123	기타 공연단체
			90131	공연 예술가
			90132	비공연 예술가
			90191	공연 기획업
			90192	공연 및 제작 관련 대리업
			90199	그 외 기타 창작 및 예술 관련 서비스업
	902	도서관, 사적지 및 유사 여가 관련 서비스업	90221	박물관 운영업
			90222	사적지 관리 운영업
			90231	식물원 및 동물원 운영업

IRTS 2008 관광산업 분류	표준산업분류 소분류		표준산업분류 세세분류	
	코드	항목명	코드	항목명
10. 스포츠 및 여가 서비스			90232	자연공원 운영업
			90290	기타 유사 여가관련 서비스업
	911	스포츠 서비스업	91111	실내 경기장 운영업
			91112	실외 경기장 운영업
			91113	경주장 및 동물 경기장 운영업
			91121	골프장 운영업
			91122	스키장 운영업
			91131	종합 스포츠시설 운영업
			91132	체력 단련시설 운영업
			91133	수영장 운영업
			91134	볼링장 운영업
			91135	당구장 운영업
			91136	골프 연습장 운영업
			91139	그 외 기타 스포츠시설 운영업
			91191	스포츠 클럽 운영업
			91199	그 외 기타 스포츠 서비스업
	762	개인 및 가정용품 임대업	76210	스포츠 및 레크리에이션 용품 임대업
	912	유원지 및 기타 오락 관련 서비스업	91210	유원지 및 테마파크 운영업
			91221	전자 게임장 운영업
			91222	컴퓨터 게임방 운영업
			91223	노래 연습장 운영업
			91229	기타 오락장 운영업
			91231	낚시장 운영업
			91239	기타 수상오락 서비스업
			91241	복권 발행 및 판매업
			91249	기타 사행시설 관리 및 운영업
			91291	무도장 운영업
			91292	체육 공원 및 유사 공원 운영업
			91299	그 외 기타 분류 안 된 오락 관련 서비스업
	961	미용, 욕탕 및 유사 서비스업	96111	이용업
			96112	두발 미용업
			96113	피부 미용업
			96119	기타 미용업
			96121	욕탕업
			96122	마사지업
			96129	체형 등 기타 신체관리 서비스업
11. 지역별 관광특 성상품	471	종합 소매업	47111	백화점
			47112	대형마트

IRTS 2008 관광산업 분류	표준산업분류 소분류		표준산업분류 세세분류	
	코드	항목명	코드	항목명
- 관광쇼핑서비스			47119	기타 대형 종합 소매업
			47121	슈퍼마켓
			47122	체인화 편의점
			47129	기타 음식료품 위주 종합 소매업
			47130	면세점
			47190	그 외 기타 종합 소매업
	472	음·식료품 및 담배 소매업	47211	곡물, 곡분 및 가축 사료 소매업
			47212	육류 소매업
			47213	건어물 및 젓갈류 소매업
			47214	산선, 냉동 및 기타 수산물 소매업
			47215	채소, 과일 및 뿌리작물 소매업
			47216	빵류, 과자류 및 당류 소매업
			47217	건강 보조식품 소매업
			47218	조리 반찬류 소매업
			47219	기타 식료품 소매업
			47221	음료 소매업
			47222	담배 소매업
	474	섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업	47411	남자용 겔옷 소매업
			47412	여자용 겔옷 소매업
			47413	속옷 및 잠옷 소매업
			47414	셔츠 및 블라우스 소매업
			47415	한복 소매업
			47416	가죽 및 모피 의복 소매업
			47417	유아용 의류 소매업
			47419	기타 의복 소매업
			47421	가정용 직물제품 소매업
			47422	의복 액세서리 및 모조 장신구 소매업
			47430	신발 소매업
			47440	가방 및 기타 가죽제품 소매업
	477	연료 소매업	47711	운송장비용 주유소 운영업
			47712	운송장비용 가스 충전업
	478	기타 상품 전문 소매업	47811	의약품 및 의료용품 소매업
			47812	의료용 가구 소매업
			47813	화장품, 비누 및 방향제 소매업
			47822	안경 및 렌즈 소매업
			47830	시계 및 귀금속 소매업
			47841	예술품 및 골동품 소매업
			47842	기념품, 관광 민예품 및 장식품 소매업

IRTS 2008 관광산업 분류	표준산업분류 소분류		표준산업분류 세세분류	
	코드	항목명	코드	항목명
			47852	애완용 동물 및 관련용품 소매업
			47920	노점 및 유사 이동 소매업
			47991	자동판매기 운영업
	476	문화, 오락 및 여가 용품 소매업	47611	서적, 신문 및 잡지류 소매업
			47612	문구용품 및 회화용품 소매업
			47620	음반 및 비디오물 소매업
			47631	운동 및 경기용품 소매업
			47632	자전거 및 기타 운송장비 소매업
			47640	게임용구, 인형 및 장난감 소매업
12. 지역별 관광특 성상품 - MICE	759	기타 사업지원 서비스업	75992	전시, 컨벤션 및 행사 대행업
12. 지역별 관광특 성상품 - 의료관광	861	병원	86101	종합병원
			86102	일반병원
			86103	치과병원
			86104	한방병원
			86105	요양병원
	862	의원	86201	일반의원
			86202	치과의원
			86203	한의원
			86204	방사선 진단 및 병리 검사 의원
12. 지역별 관광특성상품 - 해양관광	- 지역산업연관표의 구분은 제외 - 유람선, 보트, 서핑, 스킨스쿠버, 카약 등의 카드매출 자료 활용			

〈자료〉 부산관광공사(2021), 부산 관광위성계정 개발 및 구축방안 연구.



## 6) 한국관광공사의 관광산업 분류

한국관광공사는 카드데이터와 이동통신데이터를 활용한 데이터 분석과 제공을 위해 관광산업을 숙박업, 여행업, 운송업, 쇼핑업, 여가서비스업, 식음료업 등 6개 업종으로 분류하여 활용하고 있다. 세부적인 내용은 한국표준산업분류(10차 개정)의 세세분류에 따른 카드사업종별 명명에 따라 분류 내용을 제시하고 있다.

[표 2-10] 한국관광공사 기준 관광업종 분류

구분	분류	내용
숙박업	호텔	• 특급/1급/2급 호텔
	콘도	• 콘도, 리조트
	캠핑장/펜션	• 캠핑장/펜션
	기타 숙박	• 모텔, 민박, 유스호스텔, 여관, 산장, 청소년수련원, 게스트하우스 등
여행업	여행업	• 관광여행사, 여행알선, 전세버스 등
운송업	육상운송	• 철도, 고속버스
	수상운송	• 여객선
	항공운송	• 항공사
	렌터카	• 렌터카
쇼핑업	면세점	• 면세점
	관광기념품	• 민예공예품, 기념품점
	대형쇼핑몰	• 일반백화점, 아울렛, 대형슈퍼마켓, 대형마트 등
	레저용품쇼핑	• 스포츠의류, 골프용품, 낚시용품, 자전거, 보트, 수중장비, 카메라 등
여가서비스업	카지노	• 카지노
	관광유원시설	• 케이블카, 아쿠아리움, 놀이공원, 동물원 등
	골프장	• 실내외 골프장
	스키장	• 스키장
	가터레저	• 스파랜드, 수상레저, 승마장, 낚시터 등
	문화서비스	• 영화관, 박물관, 미술관, 극장 등
식음료업	식음료	• 일반음식점, 음료점, 주점 등

〈자료〉 한국관광공사(2020), 관광 빅데이터 분석 가이드라인 수립 연구: 이동통신 및 신용카드 데이터를 중심으로.

## 7) 이 연구의 관광산업 분류

이 연구에서는 앞서 제시한 선행연구를 검토, 적용하여 관광산업 분류를 다음 [표 2-11]과 같이 도출하였다. 관광산업 특수분류의 핵심관광산업, 관광위성계정상 핵심상품기준, 관광공사 분류 등을 활용하여 관광업종으로 쇼핑업, 운송업, 숙박업, 식음료업, 여행업, 여가서비스업, 여가서비스업 등 6개 업종 유형으로 분류하였다. 연구에서는 관광 소비로 측정하지 못하는 국제회의업과 고양시에서 존재하지 않는 카지노업은 제외하였다.

[표 2-11] 이 연구에서의 관광산업 분류

구분		코드명
쇼핑업	면세점	면세점
	대형 종합 소매업	백화점
		대형마트
		기타 대형 종합 소매업
	음식료품 위주 종합소매업	슈퍼마켓
		체인화 편의점
		기타 음식료품 위주 종합 소매업
	그 외 기타 종합 소매업	그 외 기타 종합 소매업
운송업	육상운송	기념품, 관광 민예품 및 장식용품 소매업
		철도 여객 운송업
		시내버스 운송업
		전세버스 운송업
		기타 부정기 여객 육상 운송업
	수상운송	택시 운송업
		외항 여객 운송업
		내항 여객 운송업
		내륙 수상 여객 및 화물 운송업
	항공운송	항공여객 운송업
숙박업	일반 및 생활 숙박시설 운영업	자동차 임대업
		호텔업
		여관업
		휴양콘도 운영업
	민박업	민박업

		기타 일반 및 생활 숙박시설 운영업
식음료업	한식 음식점업	한식 일반 음식점업
		한식 면요리 전문점
		한식 육류요리 전문점
		한식 해산물요리 전문점
	외국식 음식점업	중식 음식점업
		일식 음식점업
		서양식 음식점업
		기타 외국식 음식점업
	주점업	일반 유흥주점업
		무도 유흥주점업
		생맥주 전문점
		기타 주점업
여행업	여행사 및 기타 여행보조 서비스업	여행사업
		기타 여행 보조 및 예약 서비스업
국제회의업	그 외 기타 산업지원 서비스업	전시, 컨벤션 및 행사 대행업
여가서비스업	공연시설 운영업	공연시설 운영업
	박물관 및 사적지 관리 운영업	박물관 운영업
		사적지 관리 운영업
	식물원, 동물원 및 자연공원 운영업	식물원 및 동물원 운영업
		자연공원 운영업
	기타 유사 여가관련 서비스업	기타 유사 여가관련 서비스업
		경주장 및 동물 경기장 운영업
	골프장 및 스키장 운영업	골프장 운영업
		스키장 운영업
	유원지 및 테마파크 운영업	그 외 기타 스포츠시설 운영업
		유원지 및 테마파크 운영업
		기타 오락장 운영업
		낚시장 운영업
	수상오락 서비스업	기타 수상오락 서비스업
		그 외 기타 분류 안 된 오락 관련 서비스업
카지노업	카지노	카지노

## 제2절 관광트렌드와 정책 동향 분석

### 1. 관광소비트렌드 분석

#### 1) 양극화된 관광소비

코로나19 이후 경제적 양극화는 더욱 심화되었다. 코로나19 이후 소비자물가지수가 지속적으로 상승하면서 고물가시대가 도래하며 소비자의 구매력이 약화되고 불황형 소비가 확산되는 추세를 보이고 있다. 중고거래 사이트에서는 1,000원 미만의 물건이 활발하게 거래되고 공동구매도 활발하게 이루어진다. 하지만 이 같은 상황 속에서도 수십만 원을 호가하는 호캉스, 취미소비가 뜨겁다.

이러한 상황 속에서 관광소비는 점점 더 양극화되는 양상을 보였다. 보편적인 상품, 중간적인 상품, 누구나 만족하는 관광상품 등 통상적이고 대표적인 가치를 찾기보다는 가성비 대비 합리적인 관광소비와 럭셔리한 소비로 나타났다. 한정된 자원을 극대화해서 활용하기 위해 최대한 알뜰하게 전략적으로 소비하기 위한 선택을 하며, 절약한 지출비용을 고급 식문화나 고급 여행상품 서비스를 구입하는 등 소비패턴이 분화되고 있다. 물론 고물가로 가게 소비 여력이 줄어들면서 휴가를 포기하는 휴포자도 10명 중 7명으로 높은 것으로 나타났다.<sup>4)</sup> 반면에 하나투어에서 운영하는 하이엔드 맞춤형 브랜드인 제우스월드의 2023년 상반기 매출은 2019년 동기 대비 75%를 회복했으며, 2022년 대비 502% 증가한 것으로 나타났다.<sup>5)</sup>

이처럼 관광소비가 양극화되고 차별화되는 가운데 초저가이거나 초고가가 아닌 상품과 서비스는 소비자의 관심과 선택에서 제외될 수 있다. 따라서 소비자의 전략적인 소비를 파악하고 그들의 취향 파편화에 따른 차별화된 가치를 제공할 필요가 있다.

4) 한경비즈니스, 해외 여행 vs 휴포족... 여름 휴가도 양극화 '뚜렷'(https://magazine.hankyung.com/business/article/202307070713b), (접속일 2023.07.23.)

5) 뉴시스, “고물가에 ‘휴포자’로” vs “오랜만에 해외여행”...바캉스 양극화 (https://newsis.com/view/?id=NISX20230614\_0002338193&clD=130018&plD=13000), (접속일 2023.07.23.)

## 2) 경험소비 추구 성향 확대

주요 선진국의 여가 관련 지출 규모 성장률은 1인당 국민총소득(GNI) 3만 달러 시점에서 큰 폭의 성장률을 보여 왔다. 국내에서도 2019년 GNI 3만 달러에 진입하게 되면서 삶의 질과 자아실현을 위한 소비가 늘고 있다.

코로나19 이후 고물가시대 불황형 소비가 확산되고 침체가 예상되지만, 그럼에도 불구하고 취미 소비는 활발해지고 있다. 코로나19 이후 영역별 소비지출 규모 변화를 살펴보면, 소비를 덜 줄인 영역이 취미 관련 소비였고, 대부분이 라이프스타일과 관련된 소비가 주를 이룬다. 이를 통해 살펴볼 수 있는 것은, MZ세대가 경제 핵심 주체로 부상하면서 특별한 경험과 취향을 추구하며, 자신이 좋아하는 분야를 탐구하는 과정을 즐거운 놀이로 받아들이며, 이 과정에서 수반되는 지출은 아낌없이 소비하고 밀도 높은 취미생활을 추구하는 소비트렌드가 확산되고 있는 것이다.

이처럼 사회 전반에서 특별한 체험과 가치 있는 경험을 추구하는 소비패턴이 확산되면서 에어비앤비와 마이리얼트립 등 소비자에게 체험 서비스와 새로운 경험을 제공하는 플랫폼 기업이 늘고 있다. 이처럼 시장의 변화에 발맞추어 소비자 간 접점의 확대를 통해 즐거움과 새로운 경험을 제공할 수 있는 취향별 맞춤 서비스 전략과 마케팅 방안을 도출하는 방안이 필요하다.

[표 2-12] 코로나19 이후 영역별 소비/지출 규모 변화(코로나 이전 지출 규모를 100으로 가정했을 때 이후의 지출 규모 비중)

순위	항목	Total	Trend Setter	비고
1	온라인 서비스(게임, 각종 구독 서비스, 모바일 앱)	84.4	97.1	팬데믹 시기에는 필수적 영역
2	IT/전자기기(휴대폰, 태블릿, 무선 이어폰, 노트북)	81.7	90.1	
3	취미 용품(취미 생활에 필요한 장비 등)	72.0	82.8	
4	패션(의류, 신발, 집화 액세서리 등)	71.8	76.6	
5	인테리어(가구, 소품 등)	70.1	77.7	
6	뷰티(화장품, 향수 등)	63.6	68.5	
7	문화 생활비(도서, 공연/전시 관람 등)	58.1	61.0	
8	고급 식문화(오마카세 등 고급 식당 방문, 고급 식재료)	56.9	60.7	
9	여행(숙박비, 항공/교통비 등)	51.2	54.8	

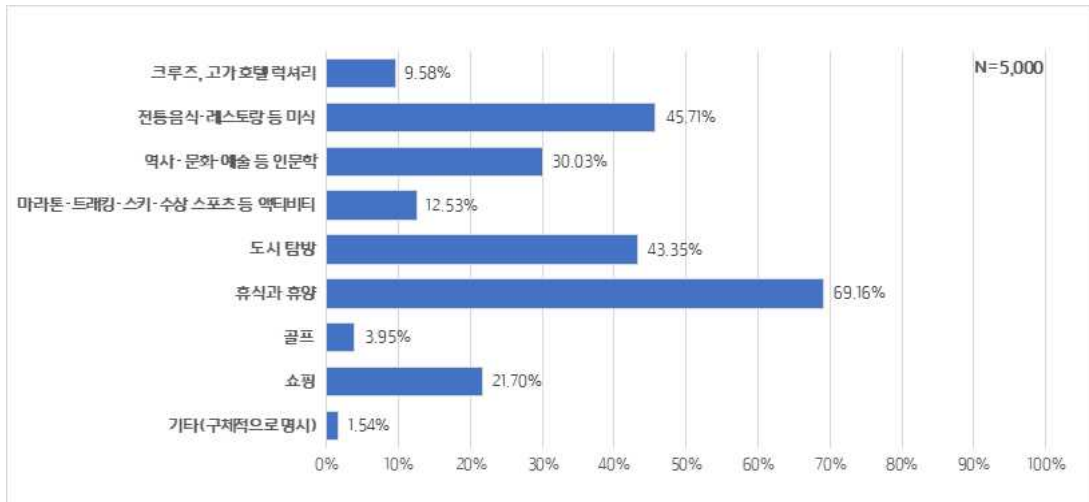
〈자료〉 대홍기획(2022), 2023년 소비를 이끄는 7개의 라이프 시그널.

### 3) 웰빙 라이프스타일 소비 확대

코로나19 이후 건강과 웰빙 라이프에 사회적 관심이 점차 높아지고 있다. 개인의 행복과 일과 삶의 균형을 지키는 워라벨을 지키고자 하는 글로벌 소비자가 53% 이상 되는 것으로 나타났다(Euromonitor, 2023). 건강을 중요하게 생각하는 트렌드가 확산되면서 평소에 건강과 삶의 질을 관리할 수 있는 소비가 늘어나고 있다. 디지털헬스케어산업은 최근 6년간 연평균 39% 성장<sup>6)</sup>했으며, 건강기능식품 소비가 2021년 전년 대비 21% 성장<sup>7)</sup>한 것으로 나타났다. 2020년 웰니스 시장 규모는 약 4,357억 달러(약 574조 원)에 달하며, 2025년까지 연평균 20%의 성장률을 보일 것으로 전망된다(GWI, 2021).

관광에서 웰니스 관련 소비가 높게 나타나는 것은 경쟁과 성과 중심의 사회에서 정서불안, 우울, 스트레스 등 사회적 문제가 높게 발생하며, 코로나19로 오는 피로감이

[그림 2-3] 희망여행지의 테마여행 선호도(중복응답)



<자료> 한국관광공사(2022), 엔데믹시대 여행트렌드 소비자 조사 및 분석, 연구자 재작성.

<sup>6)</sup> 데일리팜, 디지털헬스케어 시장규모 1조 8천억원...34.6% 성장(<http://www.dailypharm.com/Users/News/NewsView.html?ID=298670>). (접속일 2023.07.24.)

<sup>7)</sup> 대웅제약 월페이저, 4년 만에 약 25% 성장?! 국내 건강기능식품 시장 현황과 2023 트렌드 (<https://newsroom.daewoong.co.kr/archives/17537>). (접속일 2023.07.24.)

누적되어 공감과 위로, 치유 요구가 높아지는 것으로 여겨진다. 개인의 행복과 삶의 질을 향상시키고자 하는 자기실현 욕구가 높아지면서, 자신을 계발하는 여행, 치유와 힐링 여행에 관한 요구가 높아지고 있다. 코로나19 이후 내국인이 추구하는 관광 유형은 휴식과 휴양이 압도적으로 높게 나타나며, 다양한 활동을 즐기는 액티비티 중심의 관광 또한 어느 정도 수요가 있는 것으로 나타났다([그림 2-3] 참조). 이에 따라 전 세계적으로 소비자의 다양한 웰니스 니즈에 적합한 건강한 삶, 휴식, 자연과 환경의 연결, 새로운 경험 등을 고려하여 융합 서비스 상품과 서비스를 제공하는 관광을 육성하는 추세가 나타났다.

#### 4) 지속가능한 소비의 증가

전 세계적으로 기후변화의 심각성과 환경 보호의 중요성이 커지면서 지속가능한 환경에 관심이 커지고 있다. 지난 3년간 전 세계를 힘들게 만든 코로나19는 지속가능성과 소비자의 ESG 관심을 더욱 확대시켰다. 한국소비자원(2022)에 따르면 소비자의 일상 소비생활과 ESG경영은 연관성(74.2%)이 높은 것으로 나타나며, 상당수는 ESG경영 실천 기업의 생산 제품이나 서비스를 구매(78%)하거나 투자(75%)할 의사가 있는 것으로 나타났다. 또한 부킹닷컴의 지속가능한 여행보고서 결과에 따르면, 코로나19로 전 세계 이동과 여행이 멈추는 사태가 발생하면서 지속가능한 여행을 우선순위로 생각하게 됐다는 의견이 전 세계 응답자의 83%, 국내 응답자의 77%에 달하는 것으로 나타났다. 2023년 연구 결과에서는 81%의 응답자가 향후 12개월 내에 지속가능한 여행을 떠나고 싶다고 했으며, 68%는 지구를 보호하기 위해 지금 지속가능성을 실천해야 한다고 답했다.<sup>8)</sup>

소비자의 인식 변화와 요구에 대응하기 위하여 글로벌 여행 플랫폼, 교통·항공, 숙박 등의 분야에서 탄소배출을 줄이고 지역사회에 기여하는 프로그램과 상품을 전략적으로 기획하여 지속가능성을 강화하기 위한 방안을 제시하고 있다. 가령 익스피디아는 프랑스 관광개발청, 유네스코와 협업을 통해 지역 여행을 추천하고, 지역사회와 관광자원을 보존하기 위해 문화유산 보존 프로그램을 운영했다. 노르웨이항공은 탄소배출 절감을

<sup>8)</sup> 부킹닷컴 웹사이트, 2023년 지속가능한 여행 보고서 발표(<https://news.booking.com/ko-ko/부킹닷컴-2023년-지속가능한-여행-보고서-발표-KR/>). (접속일 2023.07.24)

위해 넷제로를 슬로건으로 내세우고, 비행기 이용으로 발생하는 탄소상쇄를 통해 탄소를 감쇄하고자 하는 목표를 내세우고 있다. 이들은 ESG 관련 이슈를 기업의 주요 사업과 연계하여 프로그램을 만들고, 소비자에게 지속가능한 경험을 제공한다. 다른 이해관계자와 파트너십을 맺고 공동의 목표를 달성하기 위한 프로그램을 운영하기도 한다. 따라서 지속가능한 관광, 기업의 ESG 관점의 경영이 중요 이슈로 대두되면서 관광산업 전반과 다양한 이해관계자의 의견을 파악하여 소비자의 니즈에 대응하는 상품과 서비스를 제공할 필요가 있다.

## 5) 해외 소비 확대

코로나19로 억제됐던 민간부문의 해외여행이 늘면서 여행수지 적자 규모가 다시 확대되고 있다. 팬데믹 진정에 따라 닫혀 있던 국경 문이 열리면서 유학연수보다 해외여행 등 소비가 증가하면서 해외 소비가 증가하고 있다. 이러한 가운데 관세청에 따르면 최근 3년간 해외직구 규모가 건수 기준 2.98배 증가, 금액기준 1.72배까지 증가하면서 해외 소비지출 규모는 지속적으로 성장하는 추세를 보이고 있다.<sup>9)</sup> 해외 소비지출은 늘어나지만, 계속되는 고물가와 경기 둔화로 민간소비 증가세가 약화되고 있는 가운데 여행수지 개선을 위한 관광산업 경쟁력 확보 방안 마련이 필요한 상황이다.

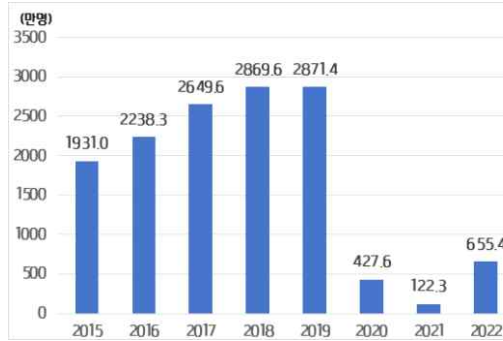
하지만 국내여행 비중이 현재 수준을 유지 또는 증가할 것이라는 견해 또한 전체의 70% 정도에 달하면서 내국인 여행에 관한 긍정적 의견도 존재한다.<sup>10)</sup> 이 같은 내국인 국내여행 수요를 지속적으로 유지하기 위해서 새로운 지역 경험 중심의 관광상품화 다변화와 홍보가 지속적으로 이루어져야 한다. 또한 외국인 관광객 수요 확대를 위한 합리적인 출입국 절차 개선과 관광자원의 고품격화, 관광자원의 특성을 살리는 마케팅 방안 등이 필요할 것으로 보인다.

<sup>9)</sup> 관세청 보도자료, 뜨거운 해외직구 열기, 여전히 진행 중  
(<http://www.josetongsin.com/news/view.html?section=136&category=139&no=29500>). (접속일 2023.07.18.)

<sup>10)</sup> 엔데믹시대 여행트렌드 소비자 조사 및 분석(한국관광공사, 2022)에서 국민 5000명을 대상으로 향후 1년간 국내여행은 작년 동기간 대비 어떻게 될 것으로 예상하는지 설문한 결과.

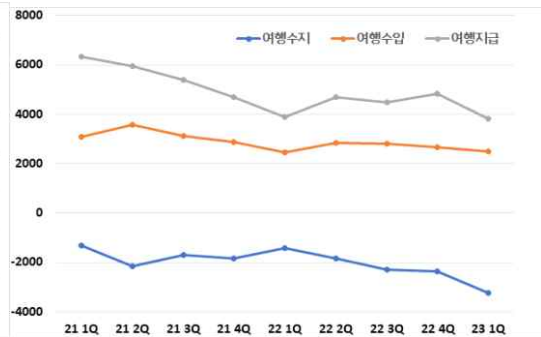


[그림 2-4] 내국인 해외여행 출국자 수



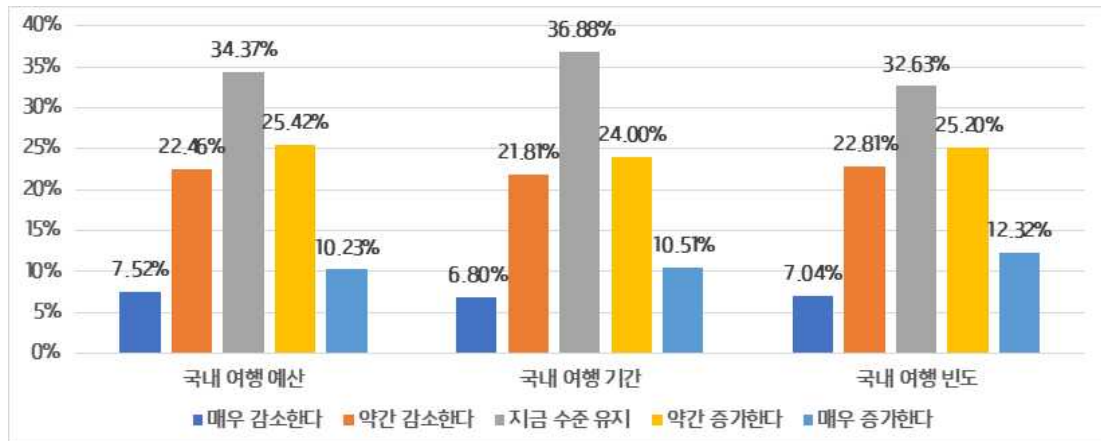
〈자료〉 한국관광공사 데이터랩 관광통계 (접속일 2023.09.21.)

[그림 2-5] 여행수지, 여행수입, 여행지급 그래프



〈자료〉 한국은행 경제통계시스템 웹사이트 (접속일 2023.09.21.)

[그림 2-6] 엔데믹 시대 해외여행 희망 관광객 작년 대비 국내여행 비교



〈자료〉 한국관광공사(2022). 엔데믹시대 여행트렌드 소비자 조사 및 분석. 연구자 재작성.

## 2. 관광정책 현황 분석

### 1) 정부 관광정책 현황

2000년대 들어 국내 가구소득의 증가와 주 40시간 근무제 또는 주 5일 수업제에 따른 국민의 여가시간이 늘어나면서 정부에서는 지역관광 활성화로 내수 진작과 지역 경제 활력 제고를 위한 정책이 수립되었다.

[표 2-13]과 같이 관광개발기본계획에서는 10년 단위의 국가 관광 개발 가이드라인을 제시하여, 해외 관광객을 대상으로 하는 인바운드 시장 조성을 위한 인프라 확충, 관광자원과 상품 개발에 초점을 맞춰 왔으며, 내국인을 대상으로 국내시장 활성화를 위한 지역관광 활성화와 휴가철 국내여행 확대, 제도 개선 등 다양한 국내관광 활성화 방안을 마련해 왔다.

[표 2-13] 제~4차 관광개발기본계획 주요 내용

구 분	비전	정책목표 및 방향	개발전략	특징
제1차 관광개발 기본계획 (1992~2001)	명사하지 않음	<ul style="list-style-type: none"> <li>관광계획의 이념 실현</li> <li>관광의 선진화 구현</li> <li>국가 상위기관 목표 조화</li> <li>국민관광과 국제관광 조화</li> <li>한반도 관광시대의 기반 마련</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>국토이용개념의 개발체계 확립</li> <li>관광수요와 공급의 균형 유지</li> <li>개발·관리 체계 형성</li> <li>개발촉진을 위한 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>관광정책 체계 마련, 관광지화 관광단지 개발 중심</li> </ul>
제2차 관광개발 기본계획 (2002~2011)	21세기 한반도 시대를 열어가는 관광대국 실현	<ul style="list-style-type: none"> <li>국제경쟁력을 갖춘 매력적인 관광한국</li> <li>개발과 보전이 조화된 환경친화형 관광한국</li> <li>관광자원의 가치를 창조하는 지식기반형 관광한국</li> <li>삶의 질 향상에 기여하는 국민참여형 관광한국</li> <li>한반도 평화시대를 열어가는 개방형 관광한국</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>국제적 수준의 관광시설 개발 추진</li> <li>지역 관광개발의 특성화 촉진</li> <li>문화자원의 체계적 관광자원화 촉진</li> <li>관광자원의 지속가능한 개발 및 관리 강화</li> <li>지식기반형 관광개발 관리체계 구축</li> <li>국민 생활관광 기반 확충</li> <li>남북한 관광협력체계 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>국제·국민 관광 진흥을 위한 광역 관광권 개발, 체류형 관광시설과 산업 기반 확충으로 산업의 양적 증가</li> </ul>

구 분	비전	정책목표 및 방향	개발전략	특징
제3차 관광개발 기본계획 (2012~2021)	글로벌 녹색한국을 선도하는 품격 있는 선진관광	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국문화가 생동하는 창조관광</li> <li>관광자원의 보전과 재생을 유도하는 녹색관광</li> <li>국민의 생활 속에 스며드는 생활관광</li> <li>책임과 참여로 정의사회를 실천하는 공정관광</li> <li>성장동력산업으로 부가가치를 창출하는 경제관광</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>품격관광을 실현하는 관광개발 정책 효율화</li> <li>미래 환경에 대응한 명품 관광자원 확충</li> <li>문화를 통한 품격 있는 한국형 창조관광 육성</li> <li>국민이 행복한 생활관광 환경 조성</li> <li>저탄소 녹색성장을 선도하는 지속가능한 관광 확산</li> <li>관광경쟁력 제고를 위한 국제 협력 강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>관광수요 다변화에 따른 융·복합 관광 자원 및 콘텐츠 개발, 정책의 효율화 강조</li> </ul>
제4차 관광개발 기본계획 (2022~2031)	미래를 여는 관광한국, 관광으로 행복한 국민	<ul style="list-style-type: none"> <li>경계를 넘어 확장된 미래 관광개발 구현</li> <li>시립과 지역이 동반 성장하는 상생관광</li> <li>질적 발전을 추구하는 스마트혁신 관광</li> <li>미래세대와 공존하는 지속가능관광</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>매력적 관광자원 발굴</li> <li>지속가능 관광개발 가치 구현</li> <li>편리한 관광편의 기반 확충</li> <li>건강한 관광산업 생태계 구축</li> <li>입체적 관광연계 협력 강화</li> <li>혁신적제도 관리 기반 마련</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>공급자(개발자) 중심의 계획 수립에서 수요자(관광객) 중심 관광자원 개발과 활용으로 정책 방향성 전환</li> </ul>

〈자료〉 문화체육관광부, 제1차~4차 관광개발기본계획 토대로 연구자 재구성.

2017년부터는 여러 분야가 융합된 서비스산업이라는 관광산업의 특성을 위해 국무총리 주재 관광 관련 범부처 회의체인 국가관광전략회의를 신설하고 관광 현안에 대응하고 있다. 법정계획으로 승격된 관광진흥기본계획을 심의하고, 관광진흥의 방향과 계획을 수립, 시행, 조정하는 역할을 수행하고 있다.

제7차 국가관광전략회의에서 의결된 제6차 관광진흥계획에서는 코로나 이후 어려움을 겪고 있는 관광산업 회복을 위해 생태계 전반에 걸친 제도와 규제 개선 대책을 마련하였다. 그동안 성장해 온 K-컬처의 인지도와 호감도를 한국관광수요로 전환하기 위한 콘텐츠 개발과 제도 개선책을 제시하였으며, 국내 내수시장의 활성화로 지역경제 활력을 되찾기 위한 다양한 제도와 관광자원, 상품 개발로 국내 관광 활성화 정책을 마련하였다.

[표 2-14] 제~6차 관광진흥계획 주요 내용

구 분	비전	정책목표 및 방향	특징
1	21세기 관광대국으로의 새로운 위상 확립	<ul style="list-style-type: none"> <li>국제수준의 한국적인 관광자원 확충</li> <li>특색 있는 관광상품 개발</li> <li>국가경쟁력을 갖춘 관광인프라 구축</li> <li>체계적인 관광 홍보활동 전개</li> <li>관광수용체계의 선진화</li> <li>밀레니엄 관광이벤트 성공적 개최</li> <li>국민 생활관광의 실현</li> <li>국제협력 및 남북관광교류의 확대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>환경변화               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경제위기 극복</li> <li>- 2002월드컵 등 메가이벤트 개최 준비</li> </ul> </li> <li>관광진흥의 개념적 범위               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광자원 및 상품 개발</li> <li>- 숙박시설 등 관광인프라 확충</li> </ul> </li> <li>정책 대상에 관한 인식               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 외래관광객 중심</li> </ul> </li> </ul>
2	창의적이고 매력적인 관광한국	<ul style="list-style-type: none"> <li>세계인이 매력을 느끼는 관광한국 관광매력을 높여 동북아시아 국제관광 선도</li> <li>생활 속에 스며드는 국민관광·국민관광 기반 구축하여 관광발전 중심축으로 삼음</li> <li>내실 있는 관광산업·관광산업이 관광진흥의 원동력이 되도록 함</li> <li>지역성장과 어우러진 관광: 지역의 생활 및 문화가 관광환경과 여건의 토대가 되도록 함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>환경 변화               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 테러, 질병, 관광환경 변화 대응</li> <li>- 주5일 근무제 도입</li> </ul> </li> <li>관광진흥의 개념적 범위               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광산업이 주요 이슈로 등장</li> </ul> </li> <li>정책 대상에 관한 인식               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국민관광, 관광소외계층, 청소년 및 가족단위 관광객으로 확대</li> </ul> </li> </ul>
3	동북아 지역의 매력적인 관광부국	<ul style="list-style-type: none"> <li>신관광산업 육성과 관광수요 확대를 통한 발전체계 구축</li> <li>민간중심의 관광산업 발전기반 구축</li> <li>녹색성장을 통한 지속가능한 발전기반 구축</li> <li>명품콘텐츠의 관광자원화로 국제적 관광매력도 제고</li> <li>관광한국의 국제적 인지도 제고</li> <li>관광선진국에 걸맞은 수용태세 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>환경변화               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 외래객 유치 확대와 관광수지 개선 요구</li> </ul> </li> <li>국가관광 경쟁력 강화</li> <li>관광진흥의 개념적 범위               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광산업 지원 정책이 분야별로 세분화 (MICE, 의료관광, 크루즈, 음식관광 등)</li> </ul> </li> <li>정책 대상에 관한 인식               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본, 중국 등 주요시장 중심의 전략수립</li> </ul> </li> </ul>
4	관광으로 행복한 국민, 융성하는 대한민국	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국관광의 매력도 향상: 창조와 문화에 기반한 관광매력물 개발</li> <li>한국 관광시장의 규모 확대: 외래관광객의 전략적 유치와 신산업육성으로 관광시장 확대</li> <li>관광산업의 경쟁력 강화: 창조와 혁신으로 관광산업의 생산성 및 경쟁력 강화</li> <li>관광산업의 국가 경쟁력 기여도 제고: 고부가가치산업의 육성으로 고용창출과 경제 성장 견인</li> <li>관광을 통한 국민 행복 증진: 국민의 관광참여 여건 개선으로 국민행복과 지역발전 견인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>환경변화               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국민소득 2만 달러 시대 진입</li> <li>- 관광산업의 질적 성장 고려</li> </ul> </li> <li>관광진흥의 개념적 범위               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 고부가가치·융복합 6대 관광·레저산업의 육성</li> </ul> </li> <li>정책 대상에 관한 인식               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국민 국내관광에 관한 인식 확대</li> </ul> </li> </ul>

구 분	비전	정책목표 및 방향	특징
5	모두를 위한 관광선진사회로 도약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 심포가 있는 삶, 관광복지사회 실현의 시작</li> <li>• 신성장 역량강화로 관광산업 경쟁력 제고</li> <li>• 함께하는 지역관광 만들기</li> <li>• 외래관광객 유치의 다변화 및 고도화를 통한 국제관광 경쟁력 강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 환경 변화               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 삶의 질 중심의 인식 확산</li> <li>- 4차 산업혁명 등 기술 변화</li> <li>- 지역 균형 발전</li> </ul> </li> <li>• 관광진흥의 개념적 범위               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국민관광, 지역관광, 일자리 창출 강조</li> </ul> </li> <li>• 정책 대상에 관한 인식               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국민 국내관광의 중요성 인식</li> <li>- 외래관광객 시장 다변화</li> </ul> </li> </ul>
6	K-컬처와 함께하는 관광매력국가	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 세계인이 찾는 관광매력국가 실현</li> <li>• 현장과 함께 만드는 관광산업 혁신</li> <li>• 국민과 함께 성장하는 국내관광</li> <li>• 더 자주 더 오래 머무는 지역관광시대 구현</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 환경 변화               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 코로나 이후 5대 수출산업인 관광 위상 회복 필요</li> </ul> </li> <li>• 국민의 행복과 삶의 질 증진에 기여</li> <li>• 관광진흥의 개념적 범위               <ul style="list-style-type: none"> <li>- K-컬처와 관광의 융합, 국내관광 촉진</li> </ul> </li> <li>• 정책 대상에 관한 인식               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수도권 관광편중 개선 필요성 인식</li> <li>- 해외수요 증대를 위한 독창적 융합 관광자원 개발 필요성 인식</li> </ul> </li> </ul>

〈자료〉 문화체육관광부, 제1~6차 관광진흥계획 토대로 연구자 재구성.

## 2) 경기도 관광정책 현황

경기도에서는 관광개발기본계획을 토대로 5년 주기로 권역별 관광기본계획을 수립하고 있다. 코로나19 시기에 수립된 제7차 권역계획에서는 31개 시군을 아우르는 관광 사업을 발굴하기 위해 지역 연계 협력과 융·복합을 위한 관광정책 추진을 위한 계획이 두드러지게 나타났다. 이를 위해서 경기도 내 전역을 6개 권역으로 세분화하여 연계 가능한 관광자원과 콘텐츠 마련, 스마트 관광 기반 구축 등 관광정책을 수립하였다.

[표 2-15] 제4~7차 경기도 권역별 관광개발계획 요약

구 분	비전	정책목표 및 방향	전략
제 7차 권역계획 (2022~2026)	모두를 위한 관광, 글로벌 관광경기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사람과 문화, 지역이 함께 성장하는 상생관광</li> <li>• 미래세대와 공존하는 지속가능한 관광</li> <li>• 새로운 변화를 추구하는 스마트 혁신관광</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 경기 특화 콘텐츠 개발</li> <li>- 프리미엄 관광(MICE, 크루즈 등) 활성화</li> <li>- DMZ 평화관광 기반 마련</li> <li>- 한반도 및 동북아 연계 신규시장 개척</li> <li>- 데이터 기반 스마트 관광기반 구축</li> <li>- 경기관광 플랫폼 구축</li> <li>- 협력형 경기관광 통합관리체계 구축</li> <li>- 지역 연계협력 관광개발 강화</li> <li>- 노후 관광지 및 유휴시설 재생 사업 추진</li> <li>- 경기 생활관광 콘텐츠 육성</li> <li>- 경기도민이 누리는 경기관광기회 확대</li> <li>- 경기 안전복지관광 체계 구축(안전·무장애·복지 등)</li> <li>- 주민주도형 지속가능한 관광산업 생태계 구축</li> <li>- 인적관광자원 육성 및 역량 고도화 사업</li> </ul>
제 6차 권역계획 (2017~2021)	선진관광 선도하는 세계 속의 경기도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광객과 지역민 모두 행복한 경기도</li> <li>• 관광을 통한 지역경제활성화 성장동력</li> <li>• 다시찾고싶은 명품 관광지, 경기도</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 일상에서 향유하는 생활문화관광 기반 조성</li> <li>- 고부가가치 창출하는 신용·복합 창조관광 생태계 조성</li> <li>- 살아있는 역사의 현장, 안보관광 중점 육성</li> <li>- 지속가능한 친환경 녹색 생태관광 활성화</li> <li>- 관광목적지로서 경기도 브랜드 강화</li> </ul>
제 5차 권역계획 (2012~2016)	경기도의 품격을 높이는 창조관광 여건 조성사업 창출	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경기도의 다양성을 응집하고 징거성을 강화하는 관광구상</li> <li>• 수도권 관광의 허파 기능 강화를 통한 국민관광지 지역으로 육성</li> <li>• 동북아 관광 경쟁력 확보를 위한 사업구상</li> <li>• 시대적 요구에 대응하는 창조적 관광 구상</li> <li>• 효율적 관광실행 체계의 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역자원 테마화를 통한 관광이미지의 통합적 차별화</li> <li>- 삶의 숨골 역할을 할 수 있는 다양한 여가공간 제공</li> <li>- 동아시아 경제권 확대, 중국관광시장 급부상에 따른 경쟁력 확보</li> <li>- 신성장 관광산업 전략적 육성을 통한 창조적 문화관광공간 구상</li> <li>- 다양한 시설 및 제도로 인프라 개선, 우선순위 고려 효율적인 실행체계 구축</li> </ul>
제 4차 권역계획 (2007~2011)	세계인의 한류문화 체험과 창조적 휴식공간, 경기도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매력적 국제 체류관광 거점 구축</li> <li>• 대표 브랜드 상품 개발</li> <li>• 문화산업과 관광이 결합된 영역적 체계 구축</li> <li>• 관광목적지 브랜딩</li> <li>• 안내·수용 인프라 확충, 품질관리</li> <li>• 경기관광 네트워크 구축과 국제관광교류 활성화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 거점과 루트 형성</li> <li>- 차별적, 창조적 콘텐츠 개발 및 상품화</li> <li>- 문화, 관광산업의 결합</li> <li>- 차별적이고 강렬한 이미지 포지셔닝 및 프로모션</li> <li>- 글로벌 수준의 안내 및 수용태세</li> <li>- 지역 내, 지역 간 국제네트워크와 국제교류</li> </ul>

〈자료〉 제4~7차 경기도 권역별 관광개발계획 토대로 연구자 재구성.

### 3) 고양시 관광정책 현황

고양시는 1992년 군에서 시로 승격하면서 자족도시 기반을 구축하기 위해 관광산업을 활용하기 시작했다. 지역경제 활력 향상을 위해 고양국제꽃박람회를 개최하고 킨텍스(전 한국국제전시타운) 건립을 유치하여 다양한 행사를 개최하기 시작하였다.

킨텍스 일대 전시문화특구, 관광특구, 국제회의복합지구 지정을 통해 방문객의 유입을 증대하기 위한 정책을 마련하고, 자연문화자원을 활용한 관광콘텐츠를 개발하고 상품화를 시도하였다. 특히 고양 관광진흥 중장기 계획에서는 킨텍스를 중심으로 방문객 유입이 이루어지고 있으며 당일 관광객이 주를 이루는 점을 들어 연계 관광 콘텐츠 개발을 통해 관광도시로서의 고양시 이미지를 형성하여 중장기적으로 체류형 관광으로 발전할 수 있도록 전략을 수립해 사업을 수행하고 있다.

[표 2-16] 고양시 10개년 주요 업무보고 요약

구 분		주요정책	특징
1990년대	민선1기 (1995-1999) 신바람나는 고양	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1995~ 전통역사 문화공간 확충을 위한 문화유산 발굴 및 행주산성, 북한산성, 서삼릉, 서오릉 개선 및 복원사업 논의</li> <li>• 1996 2차 신도시 개발로 일산호수공원 일산문화공원(구 미관광장) 개장</li> <li>• 1997 고양세계꽃박람회 추진위원회 조례 제정 및 고양국제꽃박람회 개최</li> <li>• 1999 고양꽃전시관 관리 및 운영의 위탁에 관한 조례 제정</li> <li>• 1999 한국국제전시타운 건립사업 유치</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화창달 및 휴식공간 확충을 위하여 역사와 전통을 간직한 문화도시 조성 추구</li> <li>• 자족도시 기반 마련을 위한 토대 마련</li> </ul>
	민선 2기 (1999-2002) 새천년을 선도하는 희망찬 새 고양	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2000 관광문화단지 조성사업을 통한 국제화 도모</li> <li>• 2001 행주산성 도시자연공원 조성계획 수립</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화관광의 진흥을 시정 방침으로 하여 문화인프라 확충을 통한 시민 문화공간 조성, 문화예술 자원화, 관광문화단지 개발 등이 이루어지고 고양 도시브랜드 홍보가 이루어지면서 문화관광도시로 기반 축적</li> <li>• 한국국제전시장(현 킨텍스) 일대 개발로 마이스산업 기반 마련</li> </ul>
2000년대	민선 3기 (2002-2006) 시민과 함께 시민을 위한 아름다운 고양	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2002 행주산성 정비사업</li> <li>• 2002 호수공원 내 관광종합홍보관 건립</li> <li>• 2004 관광문화단지 조성사업 추진</li> <li>• 2004 고양시 문화의 거리 조성</li> <li>• 2004 한국국제전시장 2단계 사업 추진</li> <li>• 2005 한국국제전시장 1단계 완료 및 개관</li> <li>• 2008 마이스 관련 정책부서인 국제전시산업팀 설립하여 마이스를 전략산업으로 육성</li> </ul>	

구 분		주요정책	특징
2010년대	민선 4기 (2006~2010) 꿈이 있는 고양, 꿈을 이루는 고양	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2008 행주산성 역사공원 조성계획 수립</li> <li>• 2009 서오릉, 서삼릉 세계문화유산 등재</li> <li>• 2009 전시문화특구(중기청) 지정</li> </ul>	
	민선 5~6기 (2010~2018) 꽃보다 아름다운 사람들의 도시 고양	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2011 고양시 의료관광 활성화 지원에 관한 조례 제정</li> <li>• 2011 고양힐링누리길 조성</li> <li>• 2011 킨텍스 제2전시장 개장</li> <li>• 2012 관광개발과 신설로 본격 관광정책 수립 및 사업 수행</li> <li>• 2013. 1. 고양시 마이스산업 육성에 관한 조례 제정</li> <li>• 2013. 11. 고양시 관광진흥 조례 제정</li> <li>• 2015 한류월드 테마파크 사업</li> <li>• 2015 고양관광특구(문체부) 지정</li> <li>• 2015 고양관광안내센터 개소</li> <li>• 2016 고양컨벤션북로 설립</li> <li>• 2017 고양 누리길 14개 코스 조성</li> <li>• 2017 킨텍스 3단계 건립사업 추진</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 킨텍스 제2전시장 개장, 관광특구 지정과 함께 각종 행사가 개최되고 1,000만 명의 관광객을 유치하며, 지역 경제 활성화 도모</li> <li>• 문화예술 관광자원 발굴 및 융·복합 관광 자원 개발 및 상품화를 위한 사업 추진</li> <li>• 콘텐츠와 소프트웨어, 관광과 마이스 등을 활용하여 산업관광의 기반 조성</li> </ul>
	민선 7기 (2018~2022) 평화의 시작 미래의 중심 고양	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2018 국제회의복합지구(문체부) 지정</li> <li>• 2018 고양 마이스 육성센터 개관</li> <li>• 2018 고양 마이스 중장기 육성 계획 수립</li> <li>• 2018 고양생태하구 역사관광벨트 사업 공모 선정</li> <li>• 2019 고양 관광진흥 중장기 계획 수립</li> <li>• 2020 고양관광정보센터 개관</li> <li>• 2020 열린 관광지 조성사업 공모 선정</li> <li>• 2020 관광특구 진흥계획 수립</li> <li>• 2021 고양시 관광특화거리 조성 및 지원에 관한 조례 제정</li> <li>• 2021 지역관광추진조직(DMO) 사업 공모 선정</li> <li>• 2021 C라이브시티 건축허가 승인 및 착공</li> </ul>	
2020년대	민선 8기 (2022~현재) 미래를 바꾸는 힘	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2022 고양 국제회의복합지구 활성화 기본계획 수립</li> <li>• 2023 킨텍스 제3전시장 건립사업 착공예정</li> <li>• 2023 고양 마이스 중장기 육성 계획 수립 중</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 글로벌 한류콘텐츠 및 거점도시를 조성을 위한 기반 마련</li> <li>• 관광수요 창출을 위한 관광자원 개발 및 상품화</li> </ul>

〈자료〉 고양시정연구원(2021), 고양시30년 고양특례시 30년 - 도시정책.



## 제3절 고양특례시 지역관광 현황 분석

### 1. 고양특례시 지역관광 발전 동향

고양시의 관광수요지역관광 수용환경과 부분별 관광 발전 정도를 파악하기 위해 지역관광발전지수<sup>11)</sup>동향 분석을 살펴보았다([표2-17] 참조). 먼저 관광자원과 문화자원, 관광단지, 관광시설, 관광축제를 포함한 관광자원 분포와 숙박, 안내, 교통, 안전을 포함한 관광 인프라를 아우르는 ‘관광수용력지수’ 분석 결과 고양시 지수는 95.87점에서 95.38점으로 0.51% 감소한 것으로 나타났다. 이는 2021년 기초지자체 평균 대비 감소율인 0.30%보다는 높게 나타나지만, 전체 평균은 평균 대비 2.67점 높게 나타나고 있다.

관광객 수와 관광만족도, 관광 지출액, 관광산업을 포함하는 지역관광효과와 인구구조, 관광활동 여건을 포함하는 지역민 관광활력을 아우르는 ‘관광소비력지수’의 기초지자체 평균은 2019년 대비 2021년 1.92% 증가한 반면에 고양시는 2019년 94.80점에서 2021년 77.59점으로 18.15% 감소하였다. 등급 또한 3등급에서 6등급으로 3가지 대분류 지역관광발전지수 중 가장 큰 폭으로 감소하였다. 이는 고양시의 주요 방문객인 킨텍스 방문객이 코로나19에 따른 행사 취소로 대폭 감소한 것을 원인으로 추정한다.

관광정책사업, 관광예산을 포함하는 관광정책환경과 정책인력, 관광교육을 포함하는 인적역량, 홍보정책, 매체홍보를 포함하는 지역홍보까지 위 세 가지를 아우르는 ‘관광정책 역량지수’를 살펴본 결과, 기초지자체 평균은 2019년 92.05점에서 2021년 88.00점으로 4.40% 감소하였으며, 고양시는 88.67점인 4등급에서 78.47점인 6등급으로 11.50% 감소하였다.

<sup>11)</sup> 문체부에서는 지자체 스스로 지역관광 수준을 측정하고 진단하고 부분별 관광발전 정도를 파악하여 지자체가 중장기적으로 개선해야 할 부분을 분석하여 관광정책에 반영할 수 있도록 지역관광발전 동향 분석을 2년에 한 번씩 추진하고 있음. 지역관광발전지수는 관광수용력지수, 관광소비력지수, 관광정책역량지수 아래 중분류 7개, 소분류 21개로 구성되어 있으며, 세부 지표는 총 34개로 구성됨.

[표 2-17] 고양시 지역관광발전지수 대분류 결과

구분			2015	2017	2019	2021	2019 대비		
							증감	변화율(%)	
관광 수용력 지수	관광자 원분포	자연상태자원	기초지자체 평균	86.09	90.57	92.99	92.71	↘	△0.30
		역사문화자원							
		관광단지							
		관광시설							
	관광인 프라	관광축제	고양시 지수	88.56	100.43	95.87	95.38	↘	△0.51
		숙박							
		안내	고양시 등급	4	1	2	2	-	-
		교통							
		안전							
관광 소비력 지수	지역관 광효과	관광객 수	기초지자체 평균	86.15	84.37	82.70	84.29	↗	1.92
		관광만족도							
		관광지출액	고양시 지수	95.20	92.87	94.80	77.59	↘	△18.15
		관광산업							
	지역민 관광활 력	인구구조	고양시 등급	2	3	3	6	↘	-
		관광활동 여건							
관광정책 역량지수	관광정 책환경	관광정책사업	기초지자체 평균	86.19	91.45	92.05	88.00	↘	△4.40
		관광예산							
	인적역 량	정책인력	고양시 지수	93.15	84.21	88.67	78.47	↘	△11.50
		관광교육							
	지역홍 보	홍보정책	고양시 등급	3	5	4	6	↘	-
		매체홍보							
총계			기초지자체 평균	86.14	88.46	88.89	88.38	↘	△0.51
			고양시 지수	92.19	93.60	93.71	84.53	↘	△9.18
			고양시 등급	3	3	3	5	↘	-

〈자료〉 문체부(2022), 2021 지역관광발전지수 경기도 고양시 결과보고서.

통계 결과 기초지자체 평균은 2019년 88.89점에서 2021년 88.38점으로 0.51% 감소하였고, 고양시는 93.71점인 3등급에서 84.53점인 5등급으로 9.18%, 2등급 하락하였다. 코로나19 여파로 전체적으로 감소하였으며, 특히 관광소비력지수에서 가장 크게 감소하여 등급 하락에 영향을 미친 것으로 보인다.

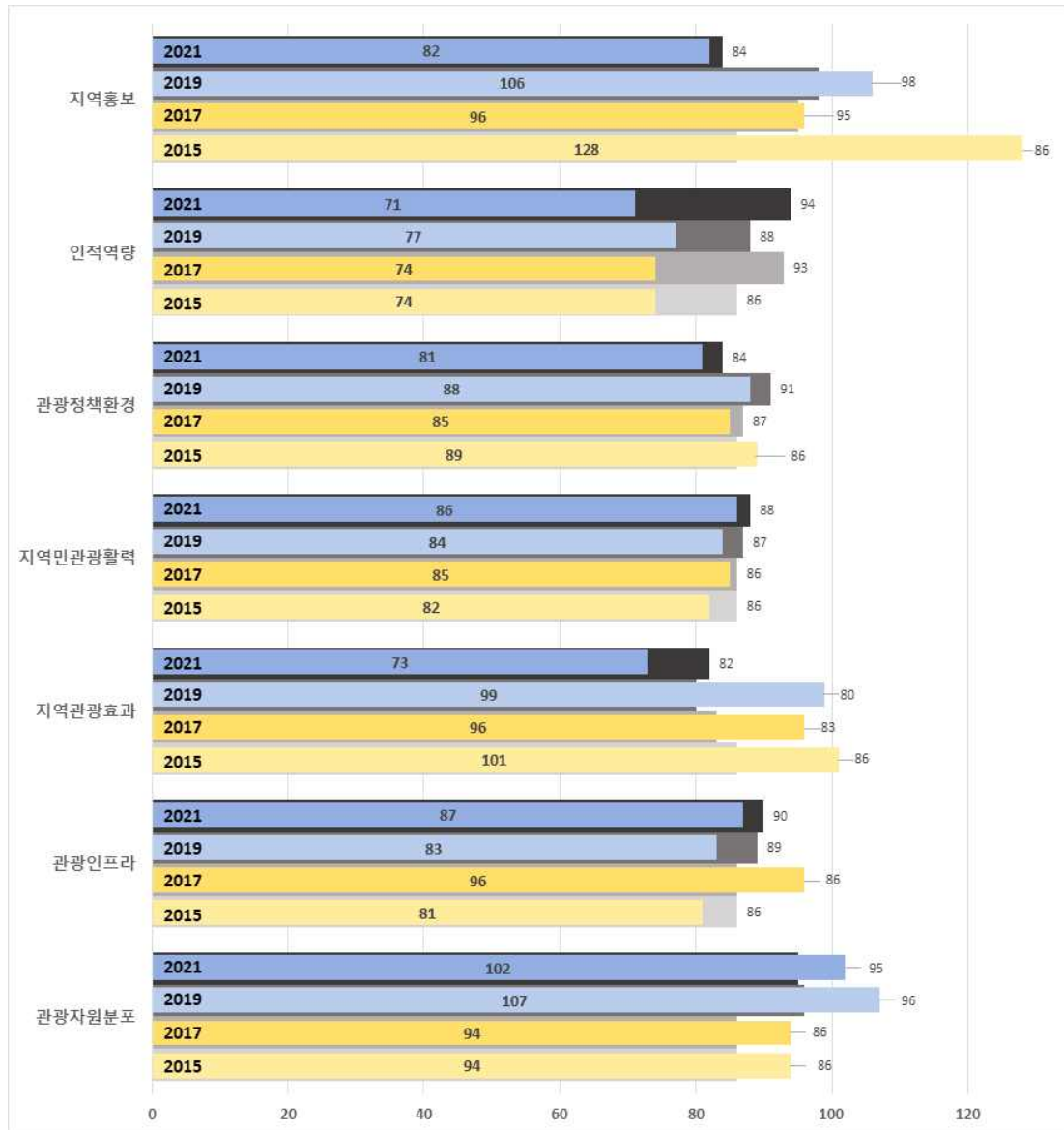
고양시와 지자체의 지역관광발전지수를 세부적으로 살펴보면 [그림 2-7]과 같다. 지역관광발전지수 중분류 카테고리는 지역홍보, 인적역량, 관광정책환경, 지역민 관광활력, 지역관광효과, 관광인프라, 관광자원분포 등 총 7가지 분류된다.

관광자원 분포는 1등급으로 기초지자체 평균 이상을 나타냈으며, 관광인프라와 지역민 관광활력은 4등급, 지역홍보는 5등급, 그 외 분야는 6등급으로 나타났다. 또한 지역민 관광활력과 인적역량의 경우 2015년부터 현재까지 모두 기초자치단체 평균에 미치지 못하는 것으로 나타났다.

각 홍보박람회 등에 참여하거나 보도자료 배포 횟수를 측정하는 지역홍보 방면에서는 2015년 128점, 2017년 96점, 2019년 106점으로 등락은 있지만 평균 이상으로 기록되었으나, 2021년에 들어서면서 평균 이하(82점)로 하락하였다. 또한 지역민 관광활력 부분은 자체적으로는 주춤거리는 부분이 있지만 2019년(84점) 대비 2021년(86점) 소폭 상승하였다. 관광자원분포의 경우 2015년부터 꾸준히 1등급을 차지하여 타 지자체에 비해 경쟁력을 보이나, 2019년(107점) 대비 2021년(102점) 점수가 소폭 하락하였다. 관광인프라의 경우도 2019년(83점) 대비 2021년(87점) 상승하였으며, 상승 점수 또한 지자체 평균 상승 비율보다 더 높게 증가하였다.

반면에 지역관광효과와 인적역량 부분은 개선이 필요한 것으로 보인다. 지역관광효과 의 경우 2019년(99점)까지 높은 점수를 기록하다가 2021년(73점) 대폭 하락하였다. 인적역량은 2019년(77점)까지 유지, 상승하였으나 2021년 71점으로 하락하였다. 이는 지자체 평균 대비 고양시가 낮은 점수(2019년 88점, 2021년 94점)를 보이고 있는 상황으로 타 지자체의 개선 요인을 살펴면서 추가 대책 마련이 필요한 것으로 보인다. 기초지자체 관점에서 지역관광발전지수 동향을 살펴보았을 때 2019년 대비 2021년은 1등급 기초지자체가 9개에서 10개로 증가하였으며, 총 152개 기초지자체 중 상승은 30개, 유지는 86개, 하락은 36개로 나타났다. 그 가운데 1등급 지역은 공통적으로 매력적인 자연관광자원을

[그림 2-7] 고양시 지역관광발전지수 중분류 결과



〈자료〉 문체부(2022), 2021 지역관광발전지수 경기도 고양시 결과보고서.

보유한 지역으로 코로나19의 영향을 크게 받지 않은 것으로 나타났다. 특히 이러한 지역은 국립공원 등 산악지역과 해안지역, 역사문화자원을 보유한 지역인 것으로 나타났다. 이들 지역은 도심에서 벗어난 지역으로 인구밀도가 낮으며 코로나에 안전한 청정 자연관광지로 인지되어 코로나 시기 거리두기가 심화되었던 기간이 선호되었으리라 판단된다. 그뿐만 아니라 풍부한 역사문화자원과 자연자원을 활용하여 관광 기반 시설이 잘 구성되어 있으며 관광객 편의가 확보된 지역으로, 지역경제에서 관광 비율이 높은 지역이라 할 수 있다.

특히 관광소비력지수에서 좋은 평가를 받은 지자체의 경우, 코로나19 여파로 개별 숙소, 자연관광지 방문이 늘어난 관광객의 특성에 따라 풀빌라, 고급형 펜션 등의 수요가 높아졌으며, 이에 대비한 수용태세를 갖춘 지역이 관광만족도에서 아주 높은 점수를 받은 것이 관광소비력지수 동향의 큰 특징이다.

이에 따라 풍부한 자연과 문화자원을 보유한 고양시에서도 관광객 편의를 확보하고, 방문객이 매력으로 느낄 수 있는 관광 기반시설과 편의를 제공할 수 있도록 대책을 마련할 필요가 있다.

## 2. 고양특례시 관광수요 현황

### 1) 고양시 주요 관광지 방문객 현황

고양시 방문객을 집계하는 주요관광지점은 2022년 22개소로 나타났다. 주요관광지점은 2019년 22개소에서 2020년 송학김전시관, 평화누리길 4코스, 평화누리길 5코스 등 3개 지점이 포함되어 25개소로 나타나며, 2022년에는 고양생태공원과 김치스쿨 등 2개 지점이 제외된 22개소가 주요관광지점으로 집계되었다.

[표 2-18] 고양시 역대 관광지 구분(2018~2022년)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
1	123컨트리클럽	123컨트리클럽	123컨트리클럽	123컨트리클럽	123컨트리클럽
2	KINTEX	KINTEX	KINTEX	KINTEX	KINTEX
3	고양꽃전시관	고양꽃전시관	고양꽃전시관	고양꽃전시관	고양꽃전시관
4	고양생태공원	고양생태공원	고양생태공원	고양생태공원	-
5	고양아람누리	고양아람누리	고양아람누리	고양아람누리	고양아람누리
6	고양어린이박물관	고양어린이박물관	고양어린이박물관	고양어린이박물관	고양어린이박물관
7	고양어울림누리	고양어울림누리	고양어울림누리	고양어울림누리	고양어울림누리
8	고양원마운트	고양원마운트	고양원마운트	고양원마운트	고양원마운트
9	고양종합운동장	고양종합운동장	고양종합운동장	고양종합운동장	고양종합운동장
10	고양체육관	고양체육관	고양체육관	고양체육관	고양체육관
11	김치스쿨	김치스쿨	김치스쿨	김치스쿨	-
12	뉴코리아컨트리클럽	뉴코리아컨트리클럽	뉴코리아컨트리클럽	뉴코리아컨트리클럽	뉴코리아컨트리클럽
13	배다골테마파크	배다골테마파크	배다골테마파크	배다골테마파크	배다골테마파크
14	서삼릉	서삼릉	서삼릉	서삼릉	서삼릉
15	서오릉	서오릉	서오릉	서오릉	서오릉
16	-	-	송학김전시관	송학김전시관	송학김전시관
17	아쿠아플라넷 일산	아쿠아플라넷 일산	아쿠아플라넷 일산	아쿠아플라넷 일산	아쿠아플라넷 일산
18	중남미문화원	중남미문화원	중남미문화원	중남미문화원	중남미문화원
19	쥬쥬테마동물원	쥬쥬테마동물원	쥬쥬테마동물원	쥬쥬테마동물원	쥬쥬테마동물원
20	증권박물관	증권박물관	증권박물관	증권박물관	증권박물관
21	-	-	평화누리길 4코스	평화누리길 4코스	평화누리길 4코스
22	-	-	평화누리길 5코스	평화누리길 5코스	평화누리길 5코스
23	한양컨트리클럽	한양컨트리클럽	한양컨트리클럽	한양컨트리클럽	한양컨트리클럽
24	항공우주박물관	항공우주박물관	항공우주박물관	항공우주박물관	항공우주박물관
25	행주산성	행주산성	행주산성	행주산성	행주산성

〈자료〉 고양시 주요 관광지점 입장객 통계(<https://know.tour.go.kr/stat/visitStatDis/table.do>), (접속일 2023.06.23.)

주요관광지점 입장객 통계 기준 고양시 방문객 수는 2022년 기준 23개소의 주요 관광지점에서 837만 명에 달한다([그림 2-8] 참조). 고양시 방문객 수는 코로나19 확산 이전인 2019년부터 감소해 온 것으로 나타났다. 코로나19가 본격화된 2020년 고양시 방문객 수는 급격하게 감소한 것으로 나타나며, 2022년 사회적 거리두기가 전면 해제되면서 회복세를 보였다.

세부적으로 일산서구, 일산동구, 덕양구, 킨텍스 방문객으로 구분하여 방문객 수를 살펴보면 [그림 2-9]와 같다. 2019년 덕양구는 방문객 수가 증가하는 반면에 킨텍스, 일산서구, 일산동구는 방문객 수가 감소하고 있다. 2020년 코로나19가 확산되면서 킨텍스 방문객은 5분의 1 이상 감소했으며, 일산서구와 일산동구의 방문객 수 감소도 덕양구 방문객 수에 비해 두드러진다. 2022년 사회적 거리두기가 전면 해제되고 포스트코로나에 접어들면서 킨텍스 행사 개최도 회복되고 있다. 코로나 시기 덕양구 방문객 수의 감소폭은 일산

[그림 2-8] 고양시 주요관광지점과 방문객 수(2017~2022년)

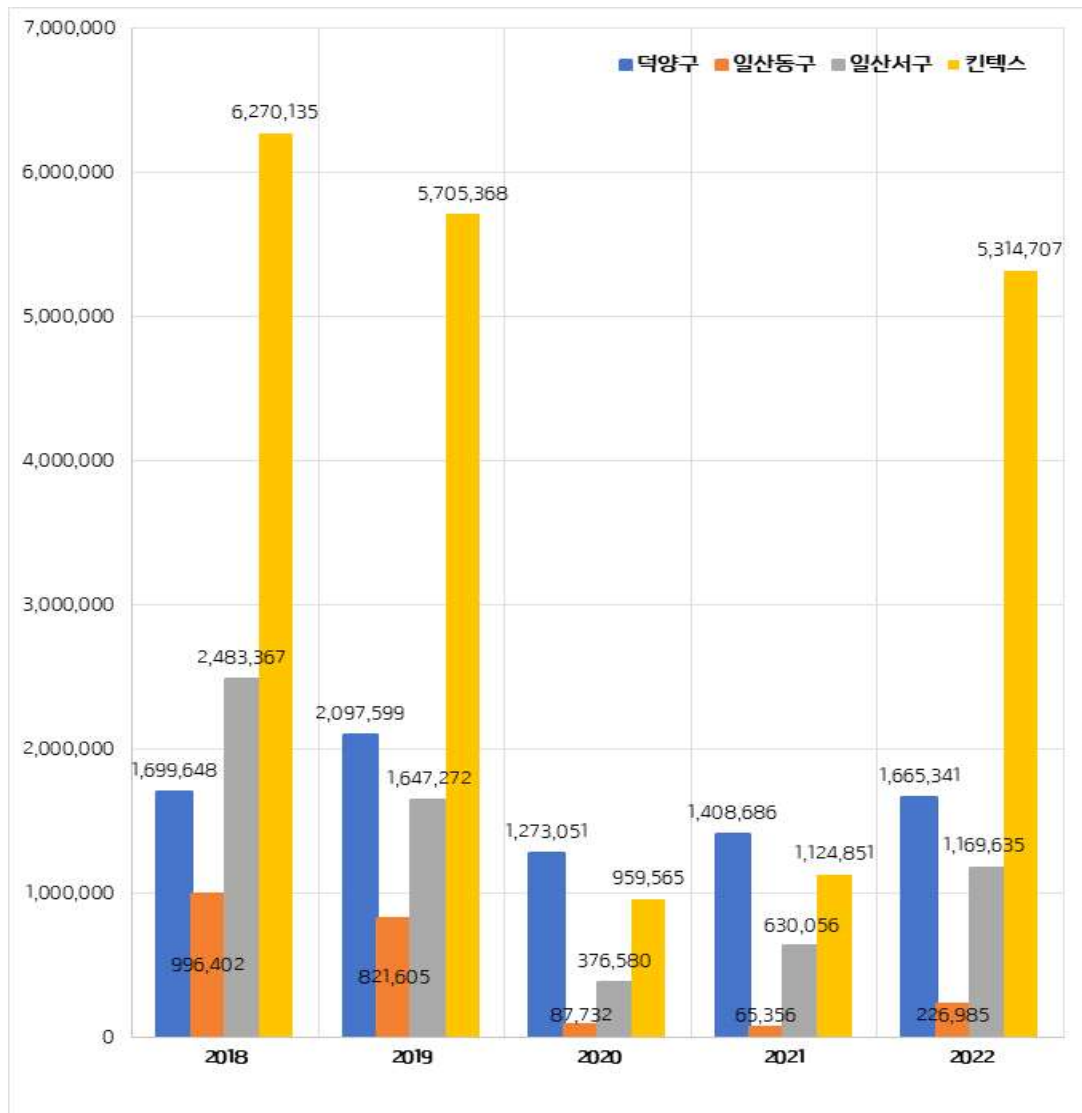
(단위: 명, 개소)



〈자료〉 고양시 주요 관광지점 입장객 통계(<https://know.tour.go.kr/stat/visitStatDis/table.do>). (접속일 2023.06.23.)

동구, 일산서구, 킨텍스 방문객에 비해 낮지 않은 것을 볼 수 있다. 이는 덕양구 일대가 자연과 야외 관광지 중심으로 이루어져 방문객이 안심하고 찾을 수 있는 장소로 인식되었기 때문으로 여겨진다.

[그림 2-9] 고양시 구별 주요관광지점 방문객 수(2018~2022년)



〈자료〉 고양시 주요 관광지점 입장객 통계(<https://know.tour.go.kr/stat/visitStatDis/table.do>), (접속일 2023.06.23.)



### 3) 고양시 방문객 여행 목적별 관광 현황

고양시 방문객의 여행 목적별 관광 현황은 [표 2-19]와 같다. 고양시민의 여행 목적은 휴양·휴식(27.6%), 전시·박람회 관람(19.7%), 테마파크·놀이시설 방문(15.7%), 역사문화관광(8.7%) 순으로 나타났으며, 내국인 방문객은 전시·박람회 관람(21.4%), 테마파크·놀이시설 방문(18.5%), 휴양·휴식(12.8%), 역사문화관광(10.2%) 순으로 나타났다. 외국인 방문객의 방문 목적은 지역관광지와 관광시설 방문(54%), 쇼핑(46.8%), 전시·박람회 관람(21.5%), 맛집 방문(16.2%) 순이었다.

또한 관광특구를 제외한 방문 여행지를 조사한 결과, 킨텍스 일대 방문객(호수공원, 아쿠아플라넷, 원마운트 포함)이 월등히 높게 나타났다. 그 외 방문지를 살펴보면, 고양 시민은 고양어린이박물관(11.8%), 행주산성(9.4%), 서오릉(7.9%) 순으로 방문하였으며, 내국인 방문객 또한 서오릉(13.7%), 행주산성(6.6%), 고양어린이박물관(5.8%) 순으로 나타났다. 이는 고양시 방문객은 자연관광자원 수요가 높은 한편, 고양어린이박물관 방문 니즈가 높은 것을 보서는 유소년층 자녀를 둔 방문객의 고양시 방문 수요가 높은 것을 유추할 수 있다.

[표 2-19] 고양시민과 방문객의 여행 목적 및 방문 여행지

구분	여행 목적				방문 여행지(관광특구 제외) <sup>12)</sup>		
	1순위	2순위	3순위	4순위	1순위	2순위	3순위
고양시민	휴양휴식 (27.6%)	전시, 박람회 관람 (19.7%)	테마파크/놀 이시설 방문 (15.7%)	역사문화관 광(8.7%)	고양어린이 박물관 (11.8%)	고양 행주산성 (9.4%)	서오릉 (7.9%)
내국인 방문객	전시, 박람회 관람 (21.4%)	테마파크/놀 이시설 방문 (18.5%)	휴양휴식 (12.8%)	역사문화관 광(10.2%)	서오릉 (13.7%)	고양 행주산성 (6.6%)	고양어린이 박물관 (5.8%)
외국인 방문객	지역 관광지/관광 시설 방문 (54%)	쇼핑 (46.8%)	전시/박람회 관람 (21.5%)	맛집 방문 (16.2%)	-	-	-

〈자료〉 고양시(2019), 고양 관광 진흥 중장기 발전 전략 수립 연구, 바탕으로 연구자 재구성.

<sup>12)</sup> 방문관광지에서 고양시 국제회의 복합지구/관광특구로 포함된 킨텍스 일대 주요 관광특구 관광지(킨텍스, 일산호수공원, 아쿠아플라넷, 원마운트)는 제외함.

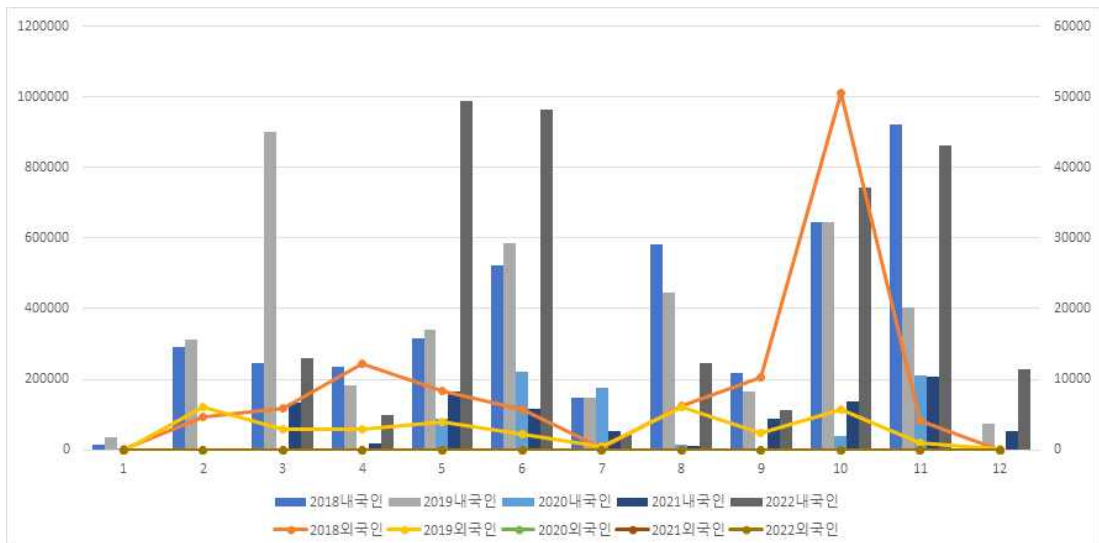
### 3. 고양특례시 주요 행사 현황

#### 1) 킨텍스 행사 개최 현황

2018년부터 2022년까지 5개년의 월별 컨벤션 개최 건수와 방문객 현황은 [그림 2-10]과 같다. 킨텍스에서 개최한 컨벤션 행사는 코로나19가 확산된 2020년, 2021년을 제외하고는 평균 300건 내외의 행사를 진행하였으며, 코로나19에 따른 행사 횟수 감소는 2022년 접어들면서 점차 회복하는 것으로 나타났다. 월별 개최 건수를 비교하면 킨텍스에서 개최한 컨벤션 행사는 거리두기 4단계 제한이 있었던 2021년을 제외하고 11월 개최 건수가 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 방문객 수를 비교하면 10~11월 방문객 수가 가장 높으며, 그다음 6~7월이 비교적 높은 것으로 나타났다.

컨벤션 행사의 유형은 킨텍스에서 개최되는 컨벤션 행사는 ICCA에서 정의하는 국제회의보다 인센티브 관련 네트워크 마케팅, 기업교육이 방문객 수에서 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

[그림 2-10] 고양시 컨벤션 월별 개최 건수 및 방문객 현황 그래프(2018~2022년)



[출처] 고양시 내부자료 토대로 연구자 재구성.

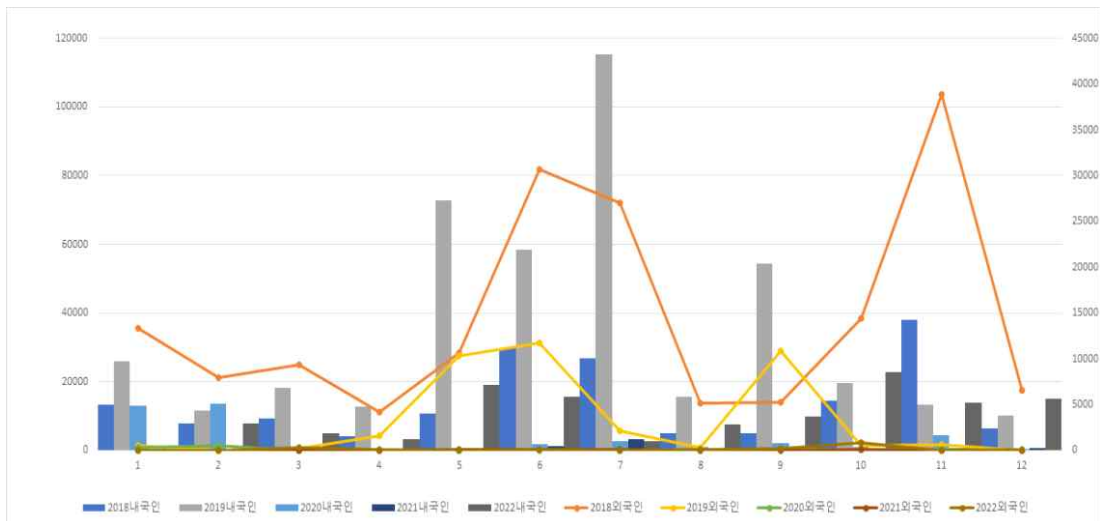
킨텍스에서 개최한 전시 행사의 현황은 [그림 2-11]과 같다. 2018년부터 2022년까지 5년간 킨텍스에서 개최한 전시 행사 건수와 방문객 현황을 살펴보면, 연간 평균 100건의 행사를 개최하였으며, 2020년 코로나19의 확산으로 개최건수가 하락하였지만, 2021년부터 다시 증가 추세를 보였다.

코로나 팬데믹으로 외국인의 입국이 어려워져 외국인 방문객 수는 급격히 감소하였지만, 2022년 내국인 방문객 수는 2019년을 추월하였고, 코로나19 이후 집계된 외국인 방문객 수는 0명이었지만 내국인은 지속적으로 증가하였다.

월별 전시회 총 방문객 수를 비교했을 때 2019년을 제외하고 11월이 가장 높았으며, 2019년은 10월이 가장 높았다. 월별 전시회 행사 개최 건수를 비교했을 때 5~6월과 10~11월에 개최 건수가 가장 높은 것으로 나타나 킨텍스 또한 MICE행사의 특징상 봄, 가을에 행사 개최와 방문객 수가 가장 높다는 사실을 알 수 있다.

또한 킨텍스 전시 행사 개최 형태의 관점에서 살펴보았을 때 B2C행사와 B2B행사가 다소 균일하게 진행되었으나, 방문객 수 측면에서는 B2C행사가 더 높게 나타났다.

[그림 2-11] 고양시 전시 월별 개최 건수 및 방문객 현황 그래프(2018~2022년)



〈출처〉 고양시 내부자료 토대로 연구자 재구성.



# 제 3 장

## 고양특례시 관광업종별 소비동향 분석

제1절 카드데이터 분석 개요

제2절 고양특례시 관광업종별 소비동향  
분석

제3절 소결



## 제절 카드데이터 분석 개요

### 1. 분석자료

이 연구에서는 경기센터에서 제공하는 민간 데이터인 비씨카드 매출데이터와 KTO 데이터랩에서 제공하는 시·군·구별 신한카드, 비씨카드 매출데이터를 활용하여 분석을 수행하였다.

경기센터에서 제공하는 데이터는 [표 3-1]과 같이 성별·연령별 매출, 유입지별 매출, 가맹점별 카드 매출, 요일별·시간대별 카드 매출 등을 제공하고 있어서 기본적인 관광소비 패턴의 변화를 파악할 수 있다. 하지만 거주지를 확인할 수 있는 시도, 시·군·구, 가입 지역 정보가 아닌 유입지별 카드 매출 데이터를 제공하고 있어, 이를 토대로 외지인의 관광활동 여부는 추정할 수밖에 없는 상황이다. 또한 카드사의 낮은 점유율로 소비 정도가 과대평가되는 문제가 발생할 수 있다.

[표 3-1] 경기도 데이터분석센터 제공 비씨카드 데이터 내역

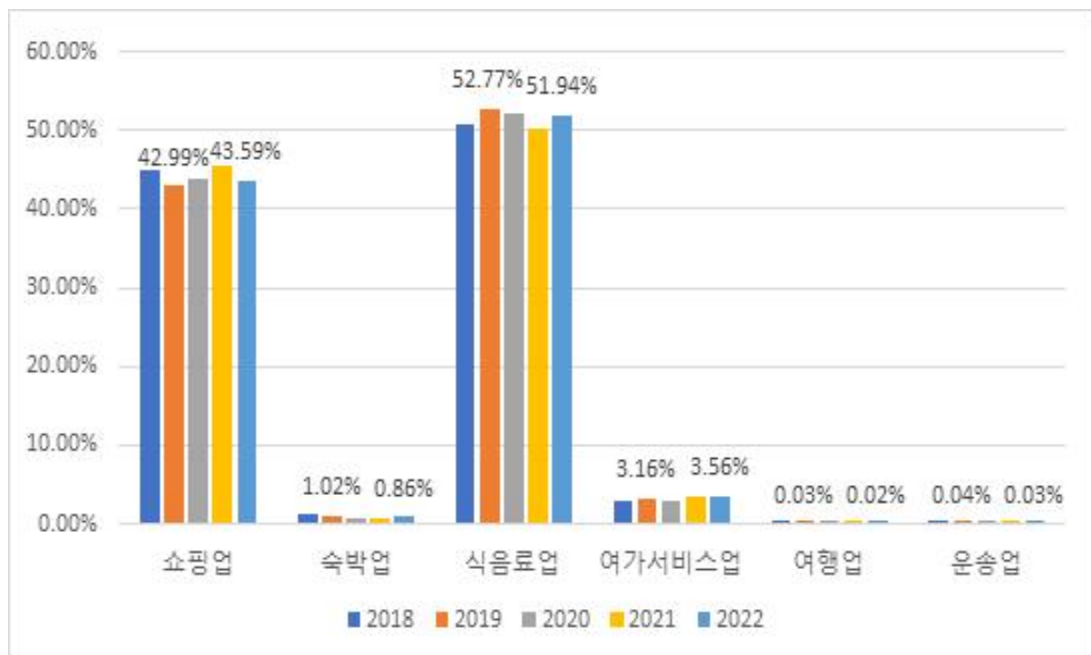
분석 구분	데이터 내역	제공단위	시간범위	제공형태
카드	성별·연령별 카드 매출	블록	2017년 1월~ 2022년 12월	txt, csv
카드	유입지별 카드 매출	행정동	2017년 1월~ 2022년 12월	txt, csv
카드	가맹점 정보	블록	2017년 1월~ 2022년 12월	txt, csv
카드	가맹점별 카드 매출	블록	2017년 1월~ 2022년 12월	txt, csv
카드	요일별 카드 매출	블록	2017년 1월~ 2022년 12월	txt, csv
카드	시간대별 카드 매출	블록	2017년 1월~ 2022년 12월	txt, csv

〈자료〉 경기도 데이터분석센터.

그 반면에 KTO 데이터랩에서 제공하는 카드데이터의 경우, 신용카드 점유율이 국내 1위인 신한카드와 비씨카드 매출데이터를 결합하여 제공하고 있어 단독 카드데이터를 활용하는 경우 발생할 수 있는 한계를 일부 보완할 수 있다는 장점이 있다. 이 데이터는 현지인, 외국인, 외국인 방문객의 고객정보를 구별하여 매출액을 제공하고 있어 방문객 업종별 소비 패턴 분석도 가능하다. 그러나 데이터랩에서 제공하는 데이터는 기초자치단체의 경우 시·군·구별 매출 데이터만 월별 데이터로 제공하고 있어 세부 관광지·행정동을 중심으로 소비 패턴을 구분하여 살펴보기에는 어려움이 있다.

이에 KTO 데이터랩 데이터와 경기센터 데이터의 추이를 비교 분석<sup>13)</sup>하여 추이의 유사성을 파악하고, 세부 관광지별 분석에서 관광객이 유형화되지 않은 데이터의 활용

[그림 3-1] 신한+BC카드 데이터 관광업종별 매출 비율



〈자료〉 한국관광공사 데이터랩

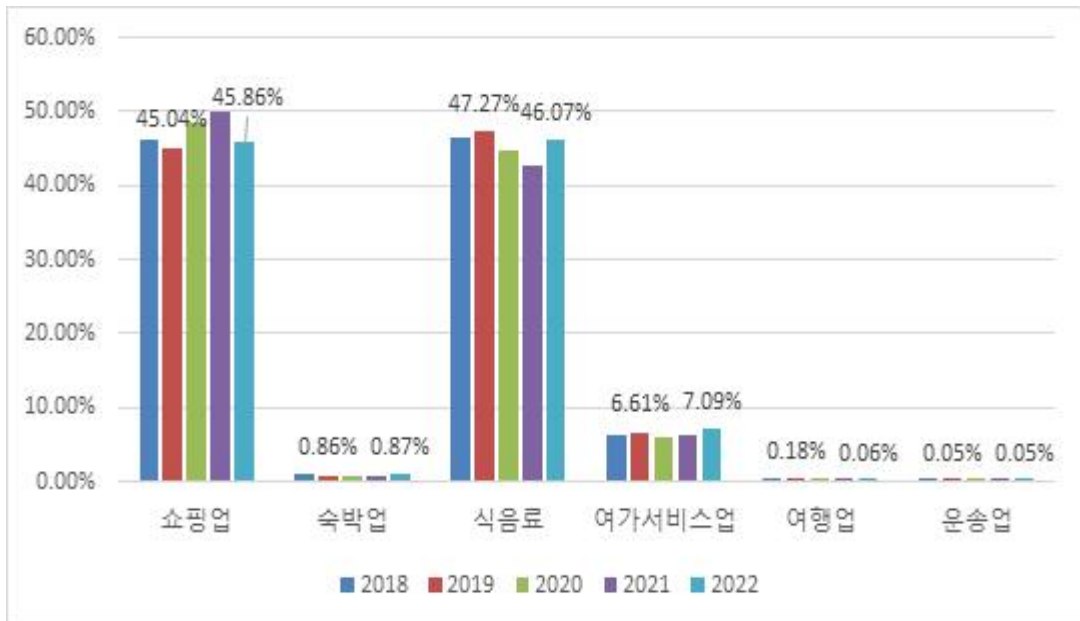
<sup>13)</sup> 전체와 구별로 경기 센터 데이터와 KTO 데이터랩 데이터의 매출 추이를 비교 분석하였으며, 일부 차이는 있지만 유사한 패턴을 보여주고 있음.



유무를 판단하고자 하였다. 이 같은 매출 현황은 매출액 추산에서 차이가 존재하지만, 매출액 증가율에서는 유사한 패턴을 보여주고 있었다. 비씨카드 기준 쇼핑업과 식음료업의 매출이 전체의 90%를 상회하고 있는 것으로 나타나며, 신한카드와 비씨카드를 결합한 데이터에서도 쇼핑업과 식음료업의 매출이 전체의 90%를 상회하는 것을 보여준다. 따라서 데이터의 한계를 극복하기 위해 세부 추이 정도를 비씨카드 데이터를 활용하여 살펴보는 것도 관광산업의 업종별 동향을 살펴보고 시사점을 제시하는 데 기여할 수 있을 것으로 여겨진다.

따라서 이 연구에서는 KTO 데이터랩 카드데이터를 활용하여 관광객 유형별 고양시 전체와 시·군·구별, 관광업종별 데이터 분석을 통해 매출 특성을 파악하고자 하였다. 세부적으로는 경기센터 데이터를 활용하여 주요 관광지가 위치한 행정동을 중심으로 반경 5km의 행정동 일대의 상권을 킨텍스 일대, 서오릉 일대, 행주산성 일대로 구분하고 분석하여 상권별 특성을 파악하고자 하였다.

[그림 3-2] BC카드 데이터 관광업종별 매출 비율



〈자료〉 경기도 데이터분석센터.

## 2. 카드데이터 분석 범위

이 연구에서는 고양시 마이스행사 개최를 통한 경제적 파급효과를 살펴보기 위해 카드데이터를 활용하여 관광업종별 소비동향을 살펴보고자 하였다. 연구 목적을 달성하기 위해 2018년부터 2022년까지의 카드데이터를 분석하였다.<sup>14)</sup> 시계열적인 데이터를 살펴보는 것은 주요 사건사고에 따른 관광 목적의 방문객 변화로 발생하는 소비량 변화 추이를 파악하는 데 도움이 되기 때문이다. 특히 2020년 발생한 코로나 팬데믹의 영향권을 고려하여 팬데믹 전후 소비 추이를 살펴볼 수 있다는 데 의미가 있다.

이 연구에서는 [표 3-2]와 같이 지역소비 특성 분석과 이벤트 분석을 통해 관광업종 대상의 소비패턴과 추세를 파악하고자 하였다. 지역 관광소비 특성을 파악하기 위해 내국인(현지인, 외지인)과 외국인 방문객의 시·군·구 관광업종별 매출, 월별 매출, 성별·연령대별 매출, 유입지별 매출 등을 파악하였다.

[표 3-2] 카드데이터 분석 항목

구 분	내 용
지역 관광소비 특성 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사군구별 카드 매출 비교 분석</li> <li>• 39개 행정동별 카드 매출 비교 분석</li> <li>• 주요 관광지별 카드 매출 비교 분석</li> <li>• 주요 관광업종 매출액 현황 분석</li> <li>• 주요 관광업종 월별 매출 추이 분석</li> <li>• 지역단위 고객 성별·연령대별 소비패턴 비교 분석</li> <li>• 주요 관광업종 변화 분석</li> <li>• 주요 이벤트에 따른 소비 영향 분석</li> </ul>

<sup>14)</sup> 경기센터의 비씨카드 데이터의 경우 2017년부터 자료가 제공되고 있어 관광업종별 매출액 증가를 추이를 살펴보기 위해 2017년 자료도 활용함.



세부적으로는 경기 센터 비씨카드 데이터의 39개 고양시 행정동별 데이터를 활용하여 고양시 주요 관광지 방문객 순위 TOP3로 나타나는 킨텍스(고양 국제회의복합지구, 관광특구, 전시문화특구 일대), 서오릉, 행주산성 일대를 중심으로 관광 업종별 방문객 동향을 분석하였다([그림 3-3] 참조). 킨텍스 일대, 행주산성 일대, 서오릉 일대가 위치한 행정동과 일대 5km 이내 지역<sup>15)</sup>의 관광소비 추이를 비교하여 방문객의 소비패턴과 추세를 파악하고자 하였다. 제공되는 데이터의 한계로 세부적으로 주요 이벤트 개최에 따른 소비 영향 분석이 용이하지 않아, 지역 내 개최되는 행사 개수와 방문객 수를 비교하여 소비 패턴을 살펴보고자 하였다.

데이터 분석을 위해 앞서 2장에서 제시된 고양시 관광산업 분류를 카드사의 업종별 분류와 연계한 내용은 [표 3-3]과 같다.

[표 3-3] 고양시 관광산업 업종 분류와 카드사 업종분류 연계표

구분		코드명
쇼핑업	면세점	면세점
	관광기념품	기념품점
		민예공예품
	대형쇼핑몰	기타쇼핑점
		대형할인점
		연쇄점
		일반백화점
		편의점
		슈퍼마켓
	레저용품쇼핑	골프 용품
		스포츠레저용품
		스포츠의류
카 메 라		
특급호텔		
숙박업	호텔업	1급호텔
		2급호텔
		콘도
	기타숙박	기타숙박업
		여관/기타숙박업(할부)

<sup>15)</sup> 킨텍스 방문객 소비 규모 및 패턴 분석 프로젝트(킨텍스, 2020)에서는 BC카드에서는 킨텍스 인접지역을 킨텍스 반경 5km 내로 설정하여 킨텍스 소비 규모를 추정하였으며, 이 연구에서도 이를 적용하여 관광지 인접지역을 관광지 반경 5km 내로 설정했음.

식음료	일반음식점/음료점	일반한식
		갈비전문점
		한정식
		일식회집
		중국음식
		서양음식
		스낵
		제과점
		제과점(음식점겸영)
	주점	칵테일바
		룸살롱
		나이트클럽
		주점
		유흥주점
		단란주점
여가서비스업	관광유원시설	수족관
	골프장	골프경기장
		골프연습장
		스크린골프
	스키장	스키장
	기타레저	사우나
		종합레저타운
		헬스클럽
		볼링장
		테니스장
		수영장
		당구장
		노래방
		기타레저업
	문화서비스	영화관
		티켓
여행업	여행업	관광여행
운송업	육상운송	철도
		고속버스
		택시
		택시회사
		기타교통수단
	수상운송	여객선
	항공운송	항공사
	렌터카	렌터카

### 3. 신용카드 빅데이터 분석 사례연구

관광 분야에서 신용카드 빅데이터를 활용한 분석은 지역 내 신용카드를 활용한 지출 특성을 분석하여 전체 소비금액 추정치를 파악하는 데 이용되며, 관광객의 특성별, 시기별, 업종별, 시간대별 지출 분석이 이루어지고 있다. 가계소비에서 신용카드 거래가 차지하는 비중이 높으며, 특히 종합소매업, 숙박음식업, 개인 및 전문서비스업 등 관광산업에서 포함되는 업종의 신용카드 사용액 규모가 상대적으로 크게 나타나고 있어 카드데이터를 활용하기에 적합한 것으로 판단된다(이세중·손원, 2018).

선행연구를 통해 관광 분야에서 신용카드 데이터 활용 분석 항목, 분석 업종, 관광객 지출 판단 기준을 비롯하여 신용카드 데이터 활용 시 한계와 주의해야 할 부분을 살펴볼 수 있다(한국관광공사, 2020). 관광 분야에서는 주로 신용카드 빅데이터를 활용하여 소비업종 대상의 관광객 소비패턴과 추세 등을 파악하는 것이 일반적으로 나타났다. 주요 분석 항목으로는 특정 지역의 업종별 매출, 성별·연령별 매출, 월별 매출, 주중·주말 매출, 유입지별 매출, 내외국인 매출 등을 분석하여 소비 관련 이슈를 분석하고 시사점을 도출하는 방향으로 제시되고 있었다. 카드데이터 분석 업종으로는 대부분은 신용카드사의 자체 업종분류를 활용하거나 신용카드사 업종 분류 중 관광 관련 업종을 별도로 추출하여 분석에 활용하였다. 카드데이터는 신용카드사마다 업종 분류 기준이 상이하여 공통된 분석 업종 유형 분류가 어려워 각자 다른 유형의 분류로 분석되고 있는 것으로 나타났다. 신용카드 분석에서 관광목적의 지출을 구분하기 위해서는 내부방문객과 외부방문객을 구분할 필요가 있다. 이는 한국문화관광연구원에서 방문객의 개념을 외지인 방문객과 현지인 방문객으로 구분하고 있는 데서 비롯된다고 여겨진다. 카드데이터상으로는 관광객과 외부 방문객을 구분하기 위해 신용카드 사용 고객의 청구지 주소 즉, 가입 지역을 기준으로 분석하고 있고, 이를 활용하는 지자체도 상당수 있다. 또한 유입지를 기준으로 내지인과 외지인을 구분하여 관광활동에 따른 지출을 구분, 분석하는 사례도 있는 것으로 나타났다.

[표 3-4] 관광 분야 신용카드 빅데이터 분석 사례

구 분	분석 대상	분석도구	내용	비고
태안군 (2016)	태안군 주요 관광지(해수욕 장, 체험마을, 축제 등) 매출액	<ul style="list-style-type: none"> <li>통신</li> <li>카드</li> <li>SNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>소셜데이터 분석</li> <li>유동인구 추이와 성별, 연령별 선호지역 분석</li> <li>4개 주요업종별(음식, 도소매, 숙박, 여가산업) 매출액</li> <li>주요 관광지별(해수욕장, 체험마을, 축제 등) 유동인구, 매출액, 소셜언급량 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>유동인구를 일상인구와 관광객 구분하여 유동인구는 일상인구 제거, 매출데이터는 값을 일부 보정하여 관광객 추정 모형에 대입</li> </ul>
울산시 (2018)	울산시 내 대표 관광지 8개소(항정동) 관광객 지출액	<ul style="list-style-type: none"> <li>통신</li> <li>카드</li> <li>SNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>울산시 전체 · 구군 · 행정동 관광 유발 유입인구와 소비 분석</li> <li>신용카드사 업종 분류를 활용하여 관광축제 관련 업종 구성(일반음식점, 휴게음식점, 음식료품, 레저 · 스포츠, 문화 · 취미, 숙박, 관광여행)</li> <li>대표 관광지 8개소 방문객 인구 및 소비 분석</li> <li>대표 관광지 4개소 소셜 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>보행 · 비보행, 체류시간에 따른 상주 · 비상주 식별 후 관광, 상권 등 활용 영역에 따라 별도 데이터 처리 후 관광인구, 인근유입인구로 분석</li> <li>유입 지역을 기준으로 내지인, 외지인 구분</li> </ul>
공주시 (2018)	공주 석장리구석기축 제 방문객	<ul style="list-style-type: none"> <li>통신</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>축제 유동인구 2017년, 2018년 비교분석</li> <li>숙박, 음식, 레저, 관광의 4가지 업종 구분</li> <li>공주시 내 주요 관광지 유동인구 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>관광지 주재인구 중 해당 시군의 상주인구와 주기적 방문자, 일시 체류자를 제외한 인구를 관광객으로 정의</li> </ul>
부산시 (2020)	부산시 관광 관련 업종 매출액	<ul style="list-style-type: none"> <li>카드</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>신용카드사 업종 분류를 활용하여 소비품 위주로 업종 분류(T&amp;E, 여가서비스, 이동서비스, 유통서비스, 쇼핑서비스, 의료 · 뷰티서비스, 음식 · 유흥서비스, 식음료 서비스)</li> <li>신용카드 매출액 데이터 분석</li> <li>성별 · 연령별 승인 건수, 성별 · 연령별 매출단가, 시간대별 · 연령별 · 성별 소비업종, 업종별 신용카드 매출 정보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>BC데이터에 등록된 주소를 기준으로 부산시민, 외부인(내국인 · 외국인)으로 구분</li> </ul>
강릉시 (2021)	강릉 주요관광지 내외국인 소비 패턴 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>통신</li> <li>카드</li> <li>SNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>방문객 통신 유동인구, 신용카드 데이터 분석</li> <li>연도별(2018~2020) · 월별 · 행정동별 관광소비</li> <li>관광업종별(식음료, 쇼핑 · 소매, 숙박, 문화 · 레저, 유흥, 교통) 관광소비</li> <li>주요관광지별(강릉시내, 강릉항, 경포대, 남대천, 안인해변, 주문진어시장, BTS촬영지, 하슬라아트월드, 축제 등) 관광소비</li> <li>SNS분석(버즈양, 연관어, 긍정부정어)</li> <li>핵심 이슈 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>관광지 주재인구 중 해당 시군의 상주인구와 비상주인구 분류 후 보행인구를 도출하고, 관광의 목적으로 움직이는 인구를 관광인구로 분류</li> </ul>

〈자료〉 선행연구를 토대로 연구자 작성.

## 제2절 고양특례시 관광업종별 소비동향 분석

### 1. 고양시 관광업종별 소비동향

#### 1) 고양시 관광업종 소비 현황

카드데이터 분석 결과, 고양시 전체 관광소비 규모(2022년 기준)는 8,169억 원으로 외지인 관광소비 (55.87%), 현지인 관광소비(43.15%), 외국인 관광소비(0.98%)순으로 나타났다.

고양시와 유사한 규모의 타 지자체와 내국인 관광소비 규모(2022년 기준)를 비교하면, 수원(1조 616억 원), 고양(8,032억 원), 용인(7,943억 원), 파주(3,461억 원) 순으로 나타나, 고양시는 수원 다음으로 관광산업 소비가 높은 것으로 나타났다. 수원시는 고양시보다 여가서비스업 비중은 낮지만, 식음료업과 쇼핑업 비중이 높으며 숙박과 운송 규모가

[표 3-5] 고양시와 주요 도시 관광업종별 소비 규모 비교 (2022년)

(단위: 백만 원, %)

구분		고양		수원		용인		파주	
		관광소비	비율	관광소비	비율	관광소비	비율	관광소비	비율
내국인	쇼핑업	353,982	44.07	502,933	47.37	289,712	36.47	134,125	38.76
	숙박업	10,627	1.32	18,817	1.77	9,214	1.16	4,785	1.38
	식음료업	388,948	48.42	513,099	48.33	303,052	38.15	152,163	43.97
	여가서비스업	49,228	6.13	26,264	2.47	192,248	24.20	54,946	15.88
	여행업	237	0.03	144	0.01	43	0.01	24	0.01
	운송업	245	0.03	389	0.04	77	0.01	30	0.01
	총계	803,265	100.00	1,061,646	100.00	794,346	100.00	346,073	100.00
외국인	쇼핑업	7,654	55.94	12,923	23.56	11,604	50.49	9,109	75.15
	숙박업	1,353	9.89	31,241	56.97	2,210	9.62	788	6.50
	식음료업	4,084	29.85	10,410	18.98	4,876	21.22	1,788	14.75
	여가서비스업	247	1.80	139	0.25	4,273	18.59	419	3.46
	여행업	102	0.74	26	0.05	0.56	0.00	2	0.02
	운송업	242	1.77	103	0.19	20	0.08	14	0.11
	총계	13,682	100.00	54,842	100.00	22,983	100.00	12,120	100.00

〈자료〉 한국관광공사 데이터랩



고양시보다 크게 나타났다. 외국인 관광소비 규모를 살펴보면, 수원(548억 원), 용인(230억 원), 고양(137억 원), 파주(121억 원) 순으로 나타나, 고양시의 외국인 관광소비 규모는 주요 도시와 비교해서 크지 않은 것으로 나타났다.

고양시 관광산업 매출은 코로나19의 영향을 상당히 받은 것으로 나타났다. 2020년 1월 국내 첫 확진자가 발생한 2020년 1분기 매출액이 전년 대비 13.90% 감소한 것으로 나타났다. 그해 12월 수도권 5인 이상 사적모임 금지가 시작되면서 매출액이 2019년 1분기 대비 20.59% 감소하였다. 2022년 3월 거리두기가 완화되고 4월 거리두기가 전면 해제되면서 2022년 2분기 매출액이 3,686억 원으로 전년 대비 16.57% 증가하였으며 2019년 대비 1.91% 증가하면서 매출액이 증가세로 전환되었다.

[그림 3-4] 고양시 분기별 관광산업 매출 추이(2018~2022년)



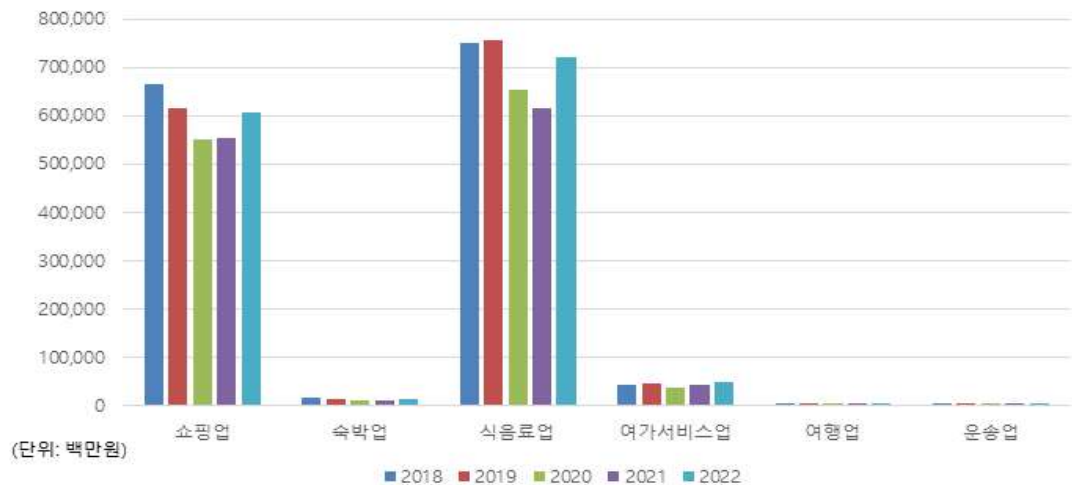
<자료> 한국관광공사 데이터랩

## 2) 고양시 관광업종별 소비 현황

고양시 관광업종별 매출 현황을 살펴보면, 쇼핑업과 식음료업의 매출 비중이 전체의 95%를 상회(내외국인 소비 포함)하고 있는 것으로 나타났다.

2022년 식음료업 소비 지출액은 전년 대비 17.45% 증가한 것으로 나타났으며, 전체 관광업종 매출액의 51.94%를 차지하는 것으로 나타났다. 쇼핑업 소비 지출액은 전년 대비 9.16% 증가했으며, 전체 관광업종 매출액의 43.59%를 차지하였다. 여행업종은 전년 대비 가장 높은 증가율(▲36.75%)을 보였으며, 숙박업(▲31.36%)이 그 뒤를 따르며

[그림 3-5] 관광업종별 매출 추이(2018~2022년)



<자료> 한국관광공사 데이터랩

[표 3-6] 전년 동월 대비 관광업종별 매출 증가율 추이(2019~2022년)

구분	2019	2020	2021	2022
쇼핑업	▼7.46%	▼10.43%	▲0.72%	▲9.16%
숙박업	▼11.13%	▼34.59%	▼4.15%	▲31.36%
식음료업	▲0.55%	▼13.31%	▼6.09%	▲17.45%
여가서비스업	▲4.58%	▼17.05%	▲10.92%	▲18.74%
여행업	▲2.25%	▼21.88%	▼18.48%	▲36.75%
운송업	▲31.93%	▼13.34%	▼4.92%	▲14.74%

<자료> 한국관광공사 데이터랩

전년 동월 대비 모든 관광업종에서 증가세를 보이고 있다. 반면에 코로나19 확산 이전인 2019년 동월 대비 관광업종별 매출액 증가율 추이([표3-6] 참조)를 살펴보면, 2022년까지 대부분 감소세를 보이고 있으며, 숙박업과 여행업에서 매출액 감소율이 여전히 두 자릿수 이상을 기록하고 있다.

[표 3-7] 2019년 동월 대비 관광업종별 매출 증가율 추이(2020~2022년)

구분	2020	2021	2022
쇼핑업	▼10.43%	▼9.78%	▼1.51%
숙박업	▼34.59%	▼37.31%	▼17.65%
식음료업	▼13.31%	▼18.59%	▼4.38%
여가서비스업	▼17.05%	▼7.99%	▲9.26%
여행업	▼21.88%	▼36.32%	▼12.91%
운송업	▼13.34%	▼17.60%	▼5.46%

〈자료〉 한국관광공사 데이터랩

### 3) 고양시 성별·연령별 매출 비율

고양시 성별·연령별 매출은 남성과 40~50대의 소비율이 높게 나타나는 등 전반적으로 중장년층의 소비 규모가 큰 것으로 나타났다([그림 3-6] 참조). 하지만 [그림 3-7]의 고양시와 유사한 규모의 지자체와 비교하면 남성의 소비가 크게 높은 정도는 아니다. 에버랜드가 있는 용인시 처인구, 헤이리, 임진각 등 문화예술관광 중심의 파주와 같이 가족, 커플, 연인 중심의 방문지가 아니기 때문에 평균적인 소비 차이를 보이고 있다.

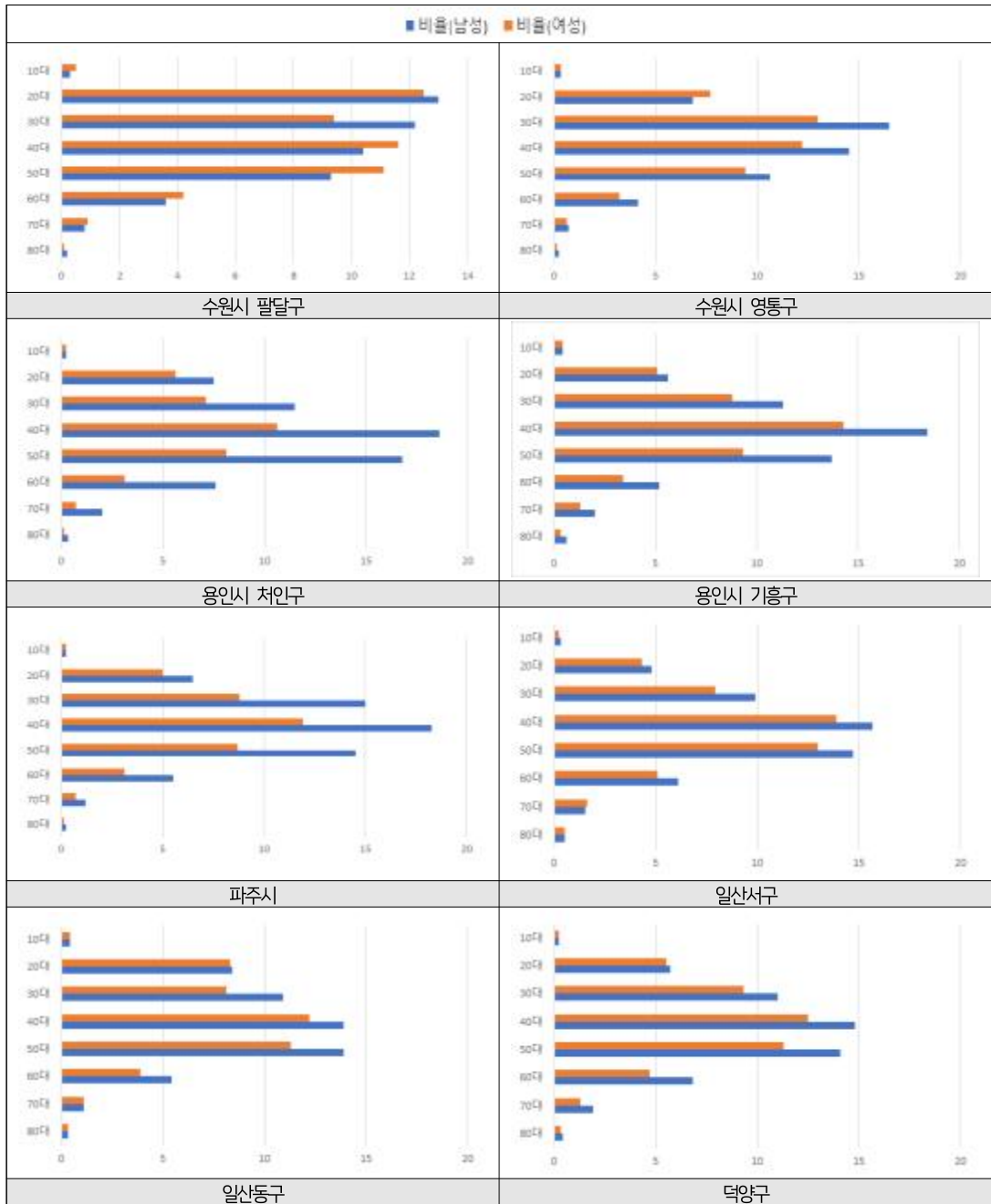
일산서구와 일산동구는 해가 갈수록 50~60대 비율이 늘고 있다. 50~60대인 베이비붐세대는 인구가 폭발적으로 증가한 세대로, 시간이 갈수록 60대의 소비가 증가하는 추세를 보였다. 일산동구에서는 20대의 소비율이 높게 나타나는데, 이는 밤리단길, 라페스타, 웨스턴돔 등 20대의 관심 관광지이자 상권이 구성되어 있기 때문으로 여겨진다. 반면에 일산서구의 20대 소비율은 관광 중심의 다른 도시와 비교하면 상당히 낮은 편으로 나타났다. 일산서구와 일산동구가 40대의 소비율이 점차 감소하는 데 비해 덕양구는 40대의 소비율이 기존 규모를 유지하고, 30대의 비율도 높은 편으로 나타났다.

[그림 3-6] 고양시 성별·연령별 매출 비율



〈자료〉 한국관광공사 데이터랩.

[그림 3-7] 유사 지자체 성별·연령별 매출 비율(2018년~2022년 5년 평균)



〈자료〉 한국관광공사 데이터랩

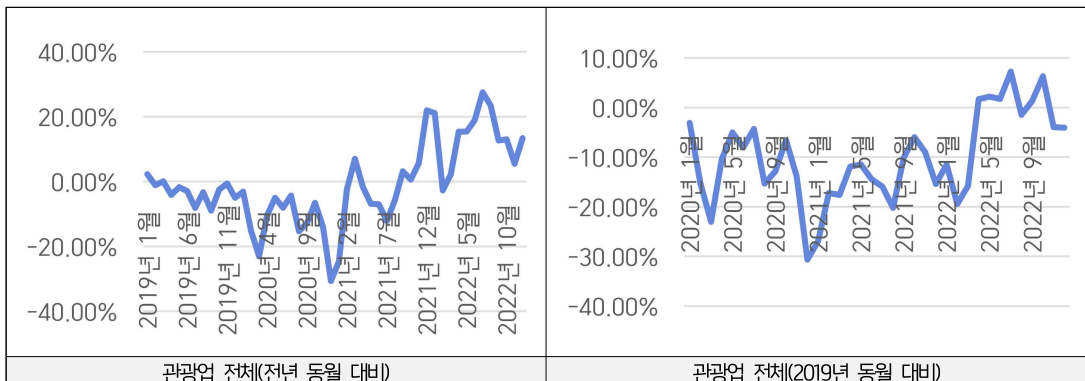
#### 4) 고양시 관광업종별 매출 증가율 추이

고양시 관광업종은 코로나19가 확산하기 이전인 2019년부터 매출액이 감소세를 보이고 있다. 코로나19의 영향으로 2020년 2월(▼15.22%)부터 매출액이 두 자릿수 감소율을 보인 이후 2021년 1월까지 감소세가 지속되었으며, 그 후로는 다소 변동성이 있지만 증가세를 보이고 있다.

관광업종에서 쇼핑업, 숙박업, 식음료업 등 세 업종은 관광업종 총 매출 증가율과 유사한 패턴을 보였다. 코로나19 확산 이전인 2019년부터 매출액이 감소세를 보이며, 코로나19의 영향으로 2020년 초부터 매출액이 두드러지게 감소하기 시작하여 2021년 1월까지 감소세가 지속되었으며, 2월부터는 일부 변동이 있으나 증가세를 보이고 있다.

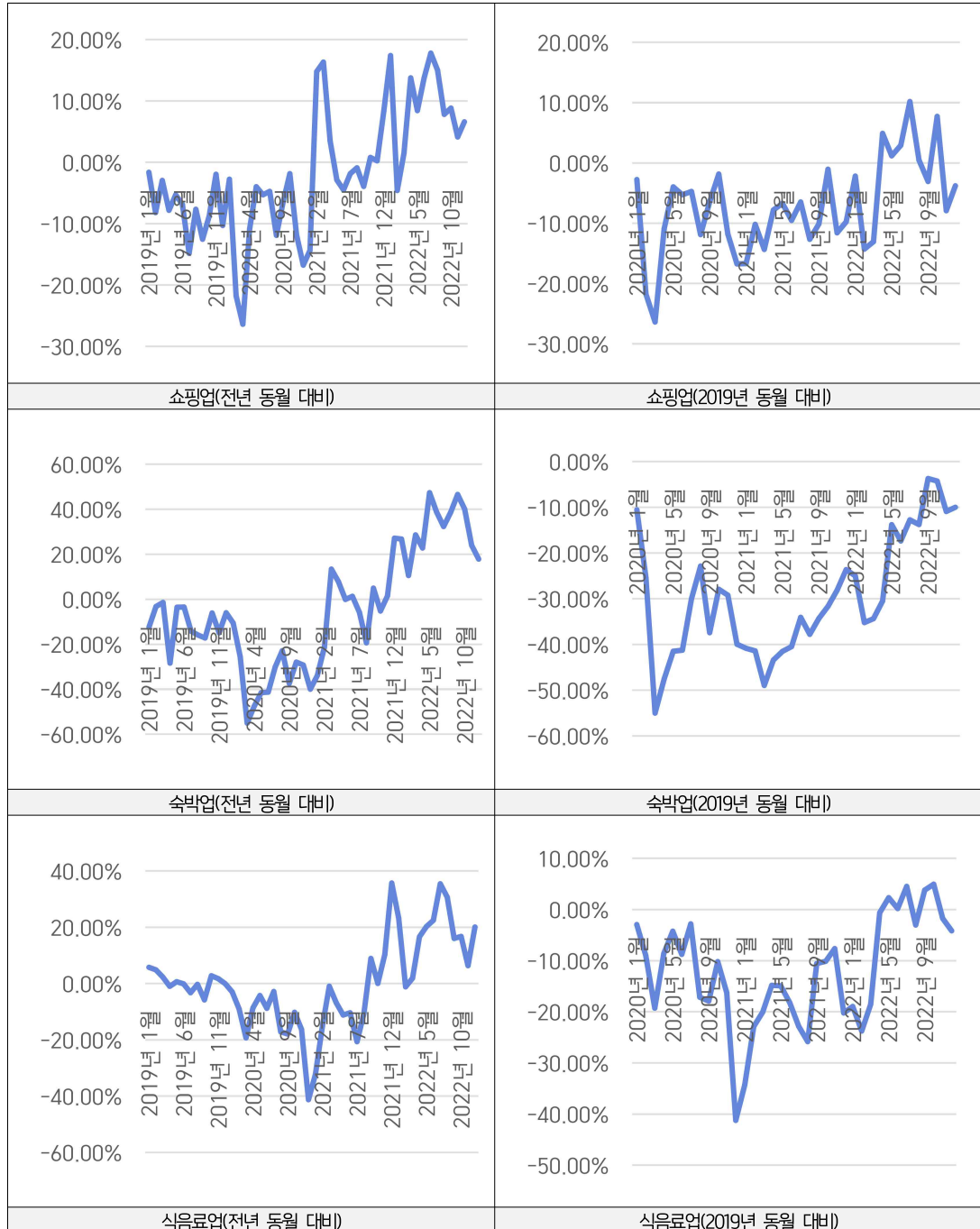
여행업은 2019년부터 매출액이 감소와 증가를 반복하고 있으며, 코로나19가 본격화된 2020년 4월(▼61.47%) 큰 폭으로 감소하기 시작하여 2022년 5월까지 감소세가 지속되었으며, 6월부터는 큰 폭으로 회복세를 보이고 있다. 운송업은 2019년 2월 매출액이 136% 증가한 이후 감소세를 보여 왔으며, 코로나19가 본격화된 4월(▼56.36%)을 전후로 매출 감소율이 두 자릿수로 크게 나타났다. 하지만 2020년 8월(▲12.70%), 2021년 3월(▲94.31%), 2022년 5월(▲91.78%) 세 차례 증가세를 보이며 다른 업종과 차이를 보였다. 이는 코로나19로 사회적 거리두기가 심화되면서 렌터카 이용량의 증가에 기인한 것으로 보인다.

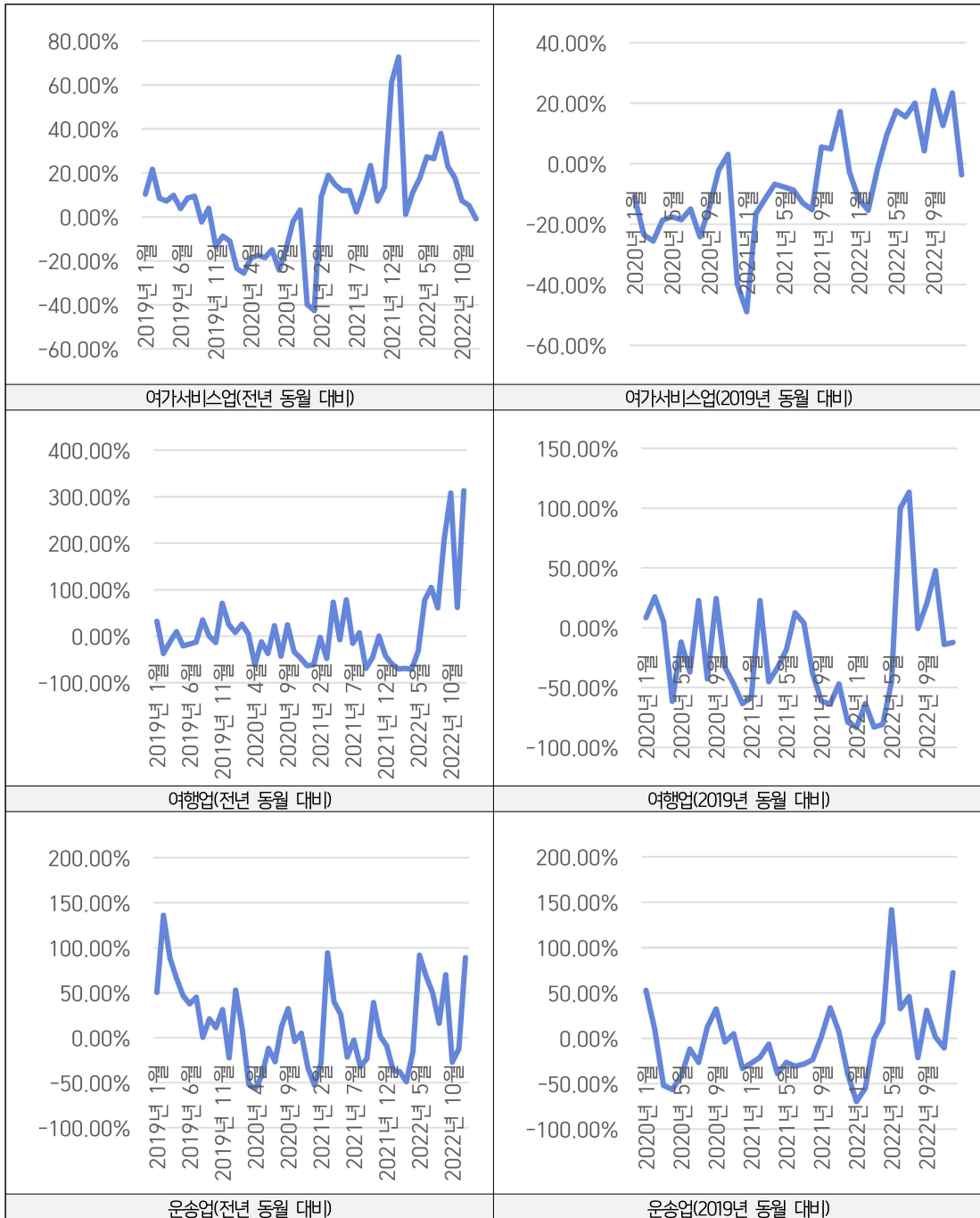
[그림 3-8] 고양시 관광업종 총매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)



〈자료〉 한국관광공사 데이터랩

[그림 3-9] 관광업종별 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)





〈자료〉 한국관광공사 데이터랩.

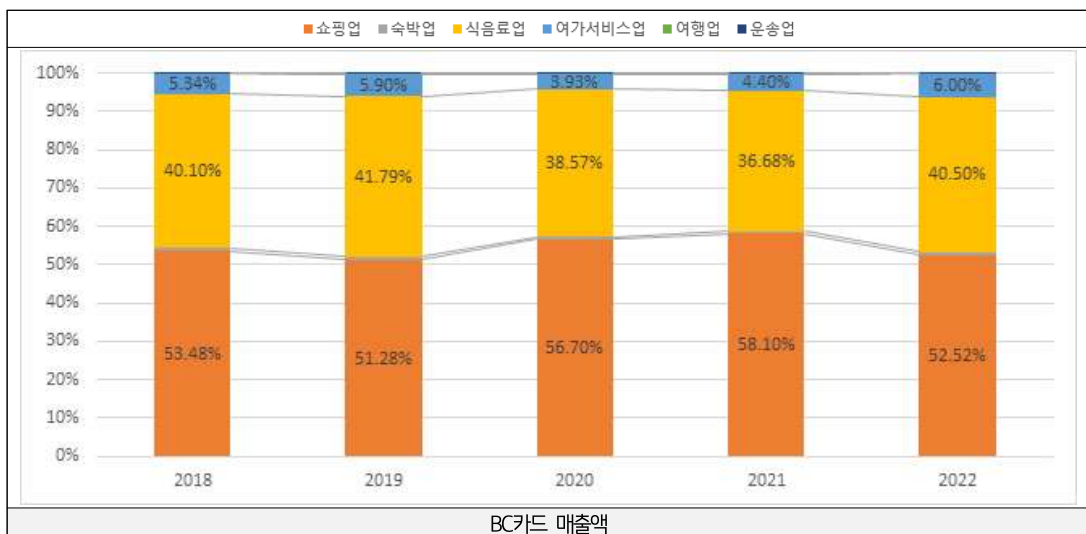


## 2. 고양시 구별 관광업종별 소비 동향

### 1) 일산서구

일산서구의 관광업종별 매출 현황<sup>16)</sup>을 살펴보면, 쇼핑업과 식음료업 비중이 전체의 상당수를 차지하며, 쇼핑업 비중이 전체적으로 높게 나타났다. 특히 외부 방문객일수록 쇼핑업 매출이 크게 나타났다. 외지인의 경우 2022년 기준 쇼핑업(59.23%), 식음료업(37.42%), 여가서비스업(2.40%), 숙박업(0.89%) 순으로 나타나 일산서구를 방문하는 내국인의 고양시 숙박 비율이 매우 낮다는 점을 알 수 있다. 외국인은 쇼핑업(69.83%), 식음료업(22.19%), 운송업(4.24%), 숙박업(1.62%) 순으로 나타나며, 숙박업 비율이 코로나19 시기 이전에 비해 7% 이상 감소한 것으로 나타났다.

[그림 3-10] 고양시 일산서구 매출현황



<sup>16)</sup> 매출 현황은 경기 센터의 비씨카드 매출 패턴과 KTO 데이터랩의 신한+비씨카드 매출(현지인 관광소비, 외지인 관광소비, 외국인 관광소비) 패턴을 비교하기 위해 BC카드 매출액, 현지인 관광소비, 외지인 관광소비, 외국인 관광소비 등 네 가지로 구분.



〈자료〉 경기도 데이터분석센터 한국관광공사 데이터랩.

[표 3-8] 고양시 일산서구 관광업종별 매출 비율(2018~2022년)

구분	업종분류	2018	2019	2020	2021	2022
BC카드 매출액	쇼핑업	53.48%	51.28%	56.70%	58.10%	52.52%
	식음료업	40.10%	41.79%	38.57%	36.68%	40.50%
	여가서비스업	5.34%	5.90%	3.93%	4.40%	6.00%
	숙박업	0.94%	0.86%	0.63%	0.66%	0.85%
	운송업	0.12%	0.16%	0.18%	0.16%	0.11%
	여행업	0.01%	0.01%	0.00%	0.00%	0.01%
현지인 관광소비	쇼핑업	53.42%	49.71%	51.05%	51.37%	49.44%
	식음료업	44.52%	47.81%	47.20%	46.58%	48.14%
	여가서비스업	1.63%	2.10%	1.37%	1.70%	2.10%
	숙박업	0.41%	0.36%	0.35%	0.34%	0.30%
	운송업	0.02%	0.02%	0.02%	0.01%	0.01%
	여행업	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
외지인 관광소비	쇼핑업	58.53%	55.81%	58.94%	61.03%	59.23%
	식음료업	37.52%	40.19%	38.35%	36.02%	37.42%
	여가서비스업	2.60%	2.70%	1.58%	1.94%	2.40%
	숙박업	1.27%	1.19%	1.00%	0.89%	0.89%
	운송업	0.07%	0.11%	0.12%	0.12%	0.06%
	여행업	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
외국인 관광소비	쇼핑업	62.01%	63.13%	76.65%	76.38%	69.83%
	식음료업	22.45%	23.84%	17.74%	18.69%	22.19%
	여가서비스업	0.80%	1.09%	0.24%	0.38%	0.34%
	숙박업	11.75%	8.67%	0.79%	0.48%	1.62%
	운송업	2.80%	3.17%	4.58%	4.08%	4.24%
	여행업	0.19%	0.09%	0.00%	0.00%	1.78%

〈자료〉 경기도 데이터분석센터, 한국관광공사 데이터랩.

일산서구 관광업종 대상의 현지인 소비는 코로나19가 확산하기 전인 2019년부터 매출액이 감소세를 보이고 있으며, 코로나 회복기까지 감소세를 보였다. 이 같은 추세는 세부업종인 쇼핑업, 숙박업, 식음료업의 경우 비슷하게 나타났다.

세부적으로는 쇼핑업은 2019년부터 매출액이 감소하여 2022년 1월(▲16.64%) 매출액이 두 자릿수로 떨어올랐다가 다시 감소하였으며, 2022년 4월(▲5.24%)부터 2022년 10월(▲4.10%)까지 매출액이 증가로 전환되었지만 이후 다시 감소세로 돌아섰다. 숙

박업은 2022년 7월(4.21%)부터 10월(9.22%)까지 매출액이 증가로 전환되었다가 이후 11월부터 감소세로 돌아섰다. 식음료업은 코로나19가 확산한 1월부터 감소세(▼2.24%)에 접어들기 시작하여 증가율이 대부분 -10%를 상회하며, -27%에 달하는 경우도 있으나 2021년 9월부터는 증가세로 전환되었다. 2019년 동월 대비로는 쇼핑업, 숙박업, 식음료업 모두 여전히 매출액이 감소세에 머물고 있어서 현지인의 소비가 코로나19 이전 수준으로 회복은 더디게 이루어지고 있다.

여가서비스업은 식음료업과 유사한 추세를 보이나 감소와 증가의 폭이 더 크게 나타났다. 코로나19 확산 이전인 2019년 11월(▼21.72%)부터 감소세에 접어들기 시작하여 두 자릿수 감소세를 보이고 있으며, 2021년 7월(▲16.86%)부터 증가세로 전환되었다.

여행업 대상의 현지인 소비는 거의 발생하고 있지 않아 추이를 살펴보기는 어려운 것으로 나타났다.

운송업 대상의 소비는 다른 업종에 비해 변동 폭이 크게 나타났다. 코로나19 확산 이후 감소세에 머물고 있지만, 2020년의 경우에는 증가와 감소가 반복하며 84%의 증가율을 상회하기도 한다. 하지만 증가율이 대부분 -40%를 상회하며, -88%에 달하는 경우도 있다. 2022년 5월(▼26.31%)까지 감소세가 지속되었으며, 2022년 6월부터 증가세로 전환되었다가 이후 다시 감소세로 돌아섰다. 2019년 동월 대비 운송업의 경우 코로나의 영향을 받고 있는데, 코로나19가 확산한 첫해에는 다소 증가세를 보이지만, 이후부터 감소하고 있는 것으로 나타나 소비 증가를 기대하기는 어려울 것으로 보였다.

일산서구 관광업종 대상의 외지인 소비 또한 2019년부터 매출액이 감소세를 보이고 있다. 쇼핑업은 코로나19 확산 이후 2020년 2월(▼28%) 급감하였으며, 이후 반짝 증가세를 보이며 등락의 폭은 있었으나, 0~20%에서 증가세를 보이나 두드러진 회복세는 보이지 않는다. 숙박업과 식음료업은 유사한 패턴을 보이고 있다. 두 업종 모두 2019년 대비 매출액이 대체로 낮게 나타났으며, 코로나19 확산 이후 급감하여 감소세를 보인 후 숙박업은 2022년 4월, 식음료업은 2021년 9월 증가세를 보였다. 하지만 2019년 동월과 비교하면 두 업종 모두 회복이 전혀 이루어지지 않은 것으로 나타났다.

여가서비스업의 경우 2021년 말 거리두기 해제로 2021년 11월 전년 대비 세 자릿수(▲119%)로 급증했으나, 코로나19 확산 이전인 2019년 수준을 회복하지 못하고 있

다. 여행업 대상의 소비는 0에 가까워 추이를 살펴보는 데는 어려움이 있다.

운송업의 경우 코로나19 상황으로 렌터카 이용률이 발생하면서 운송업이 증가세를 보였으나, 거리두기가 완화된 2022년부터는 감소세를 보였다.

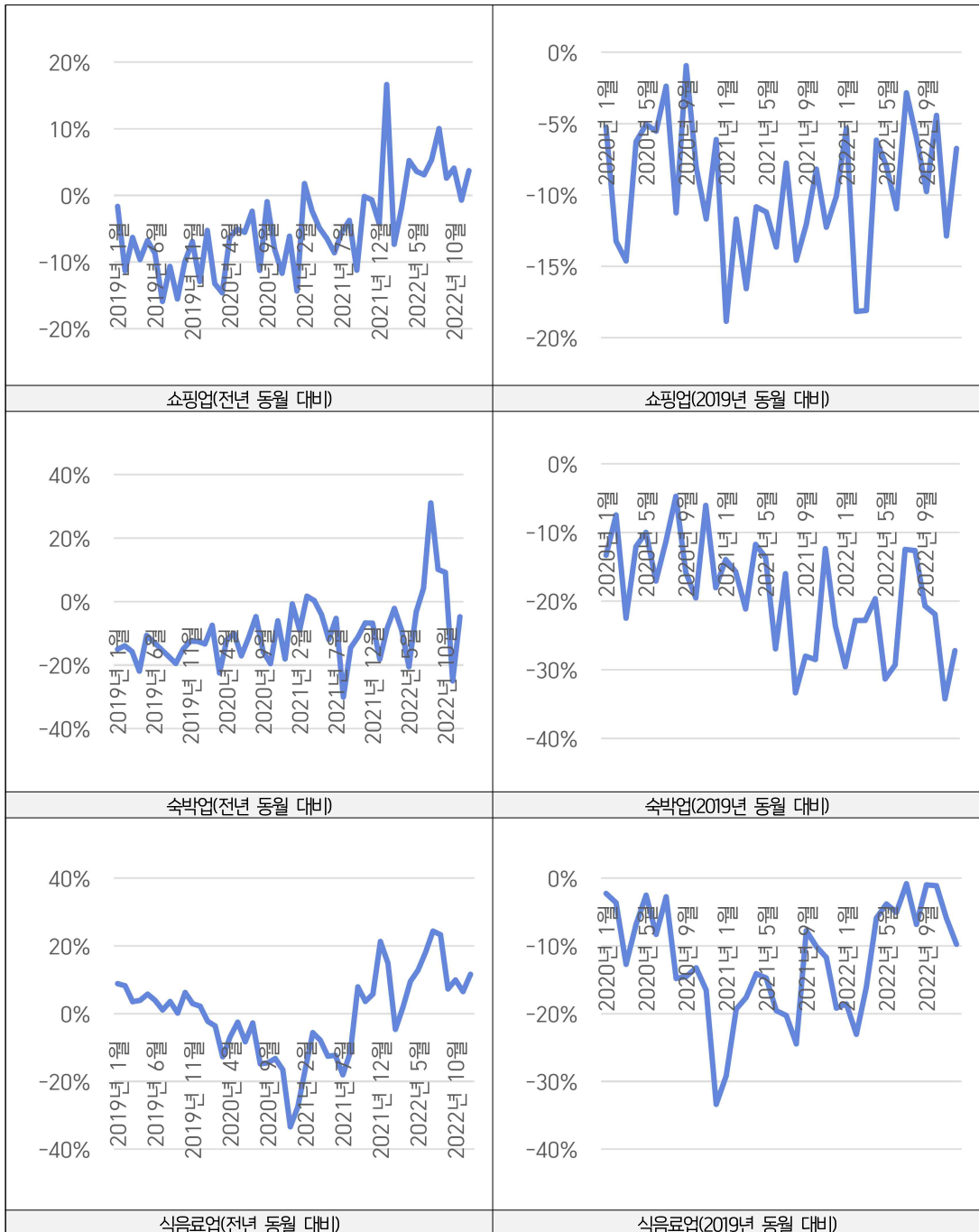
일산서구 관광업종 대상의 외국인 소비를 살펴보면, 쇼핑업의 경우 2020년 1월부터 감소세에 접어들기 시작했으며, 코로나19가 본격화된 3월(▼51%) 감소율이 크게 나타나면서 두 자릿수 매출 감소율을 보였다. 2021년 3월(▲23%)부터 매출액이 증가를 보이고 있으며, 2021년 6월(▼22%), 2021년 12월(▼7%) 두 차례의 감소율을 제외하면 증가세를 보이고 있는 상황으로 일산서구 쇼핑업 대상의 외국인 매출액은 코로나 이전보다 회복하여 성장한 것을 알 수 있다.

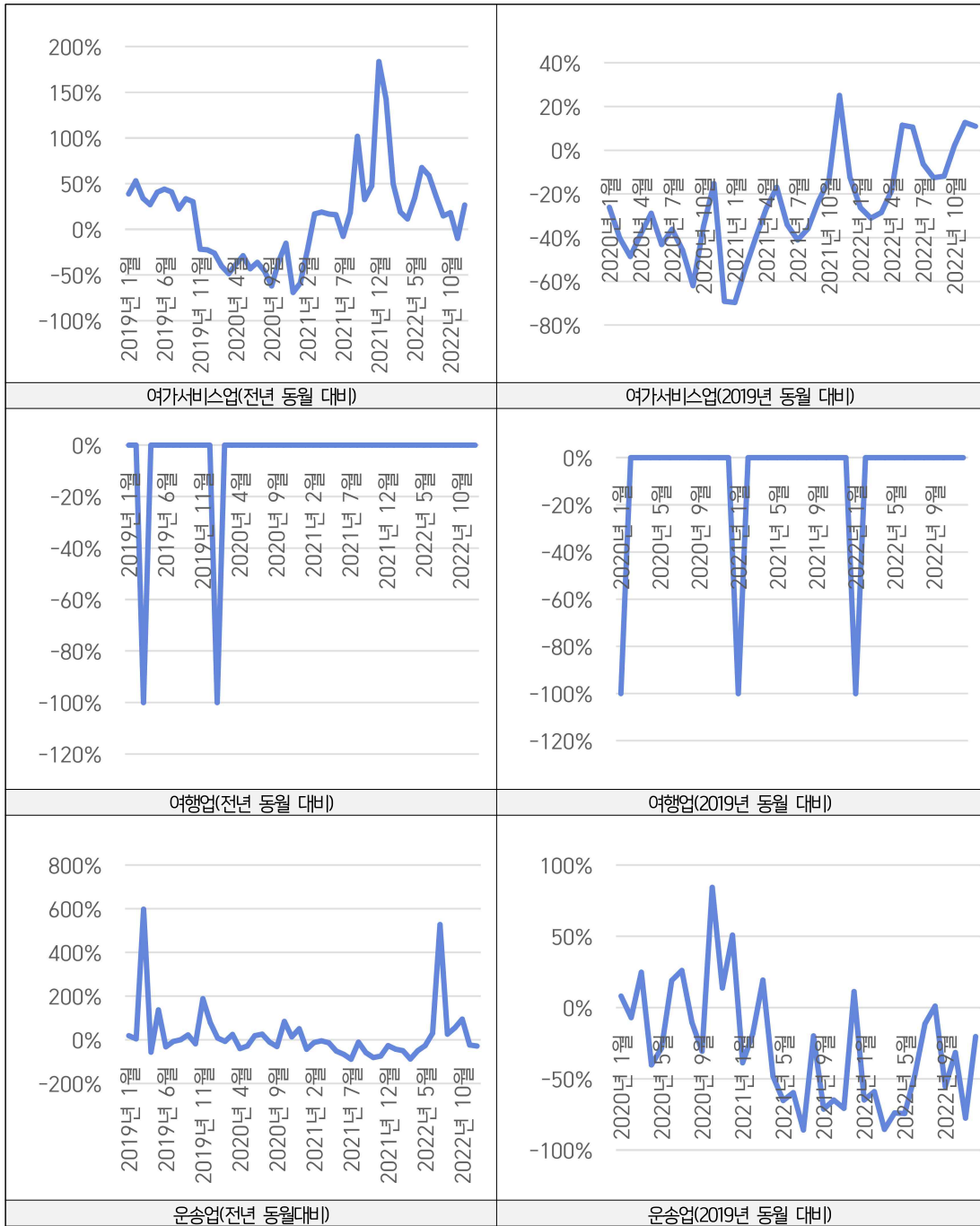
숙박업의 경우 2019년 8월(▼48%)부터 감소세를 보이기 시작해 코로나19가 본격화된 3월에는 -100%에 달하기도 하였으나, 코로나 거리두기가 해제된 2022년 4월부터는 매출이 54% 증가하였으며, 5월부터는 증감의 폭은 있지만 네 자릿수 증가세를 보이고 있다. 하지만 2019년 동월 대비 숙박업 매출액은 마이너스였으며, 2020년 1월부터 2022년 12월까지 -100~-34%의 매출 감소율을 보이고 있어 회복세가 크게 보이지는 않는 상황이다.

식음료업은 쇼핑업과 유사한 패턴을 보이는데, 2019년 동월 대비 2020년 2월(▼27%)부터 감소세를 보이고 있으며, 2022년 8월(▲23%)부터 증가세로 전환되기 시작하여 코로나19 확산 이전의 매출액으로 회복된 것으로 나타났다.

여가서비스업은 2020년 2월(▼31%)부터 매출액이 마이너스가 되어 2021년 4월(▲993%) 증가세로 전환되어 회복세를 보이고 있으나, 2019년 동월 대비 회복세가 코로나19 수준 대비 소폭 미달인 것으로 나타났다. 여행업의 경우 소비는 코로나19 확산 이전인 2019년 소규모로 몇 차례 발생하였으며, 2022년 7월 이후 매출액이 발생하여 추이를 살펴보는 데는 어려움이 있다. 운송업은 2020년 이전부터 감소세를 보이다가 2022년 3월(▲339%)부터 세 자릿수 증가세를 보인다.

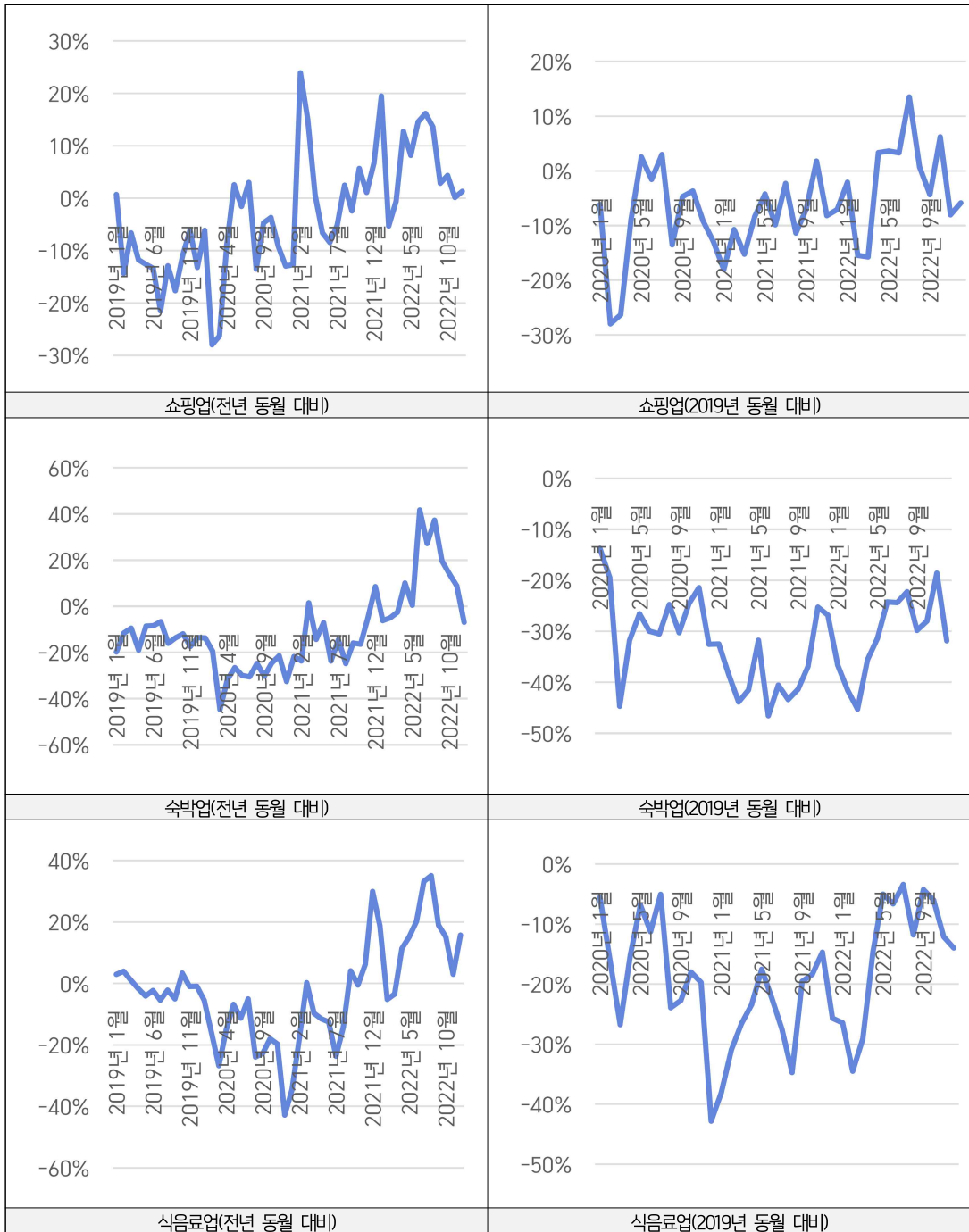
[그림 3-11] 일산시구 관광업종별 내지인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)



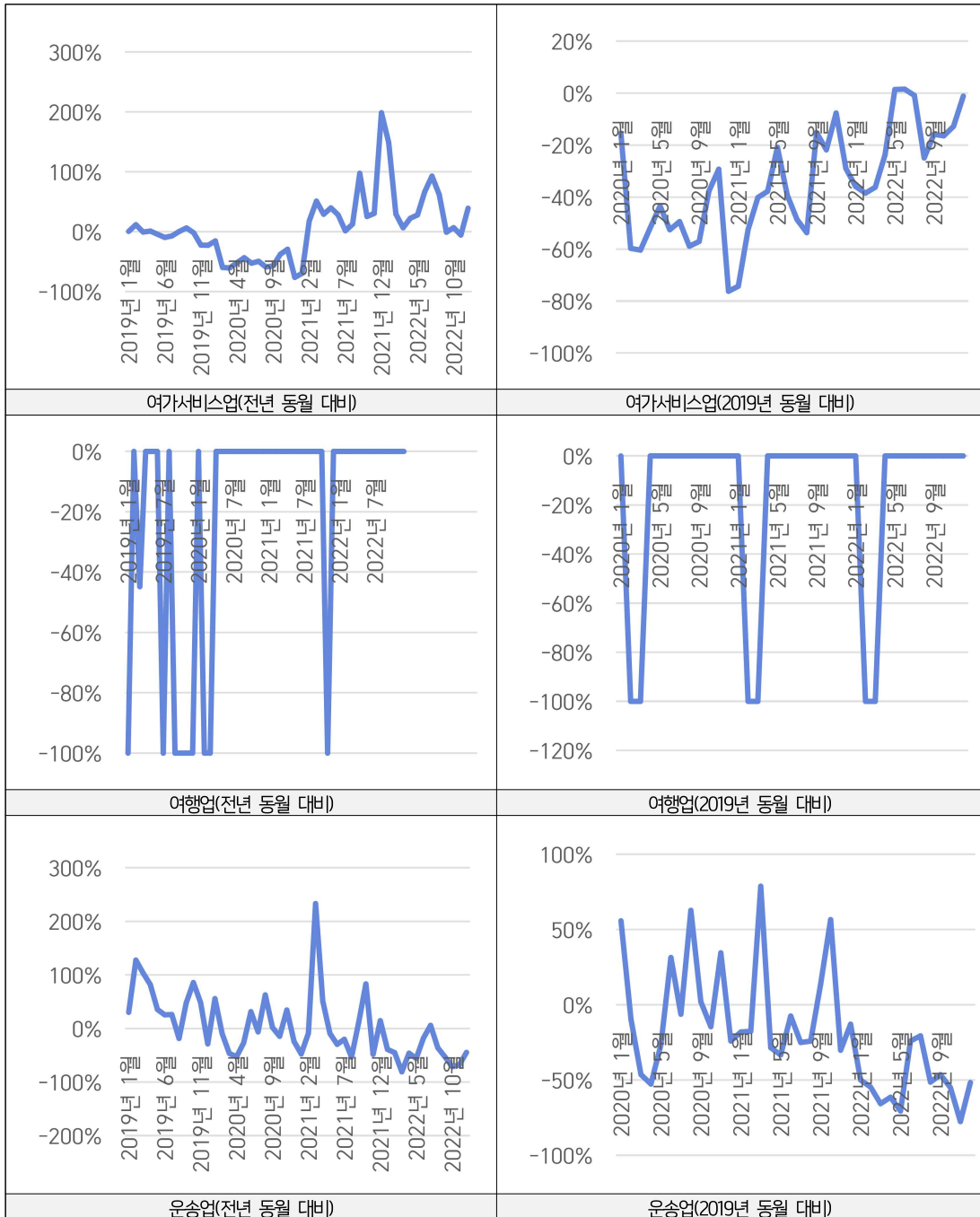


〈자료〉 한국관광공사 데이터랩

[그림 3-12] 일산서구 관광업종별 외지인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)

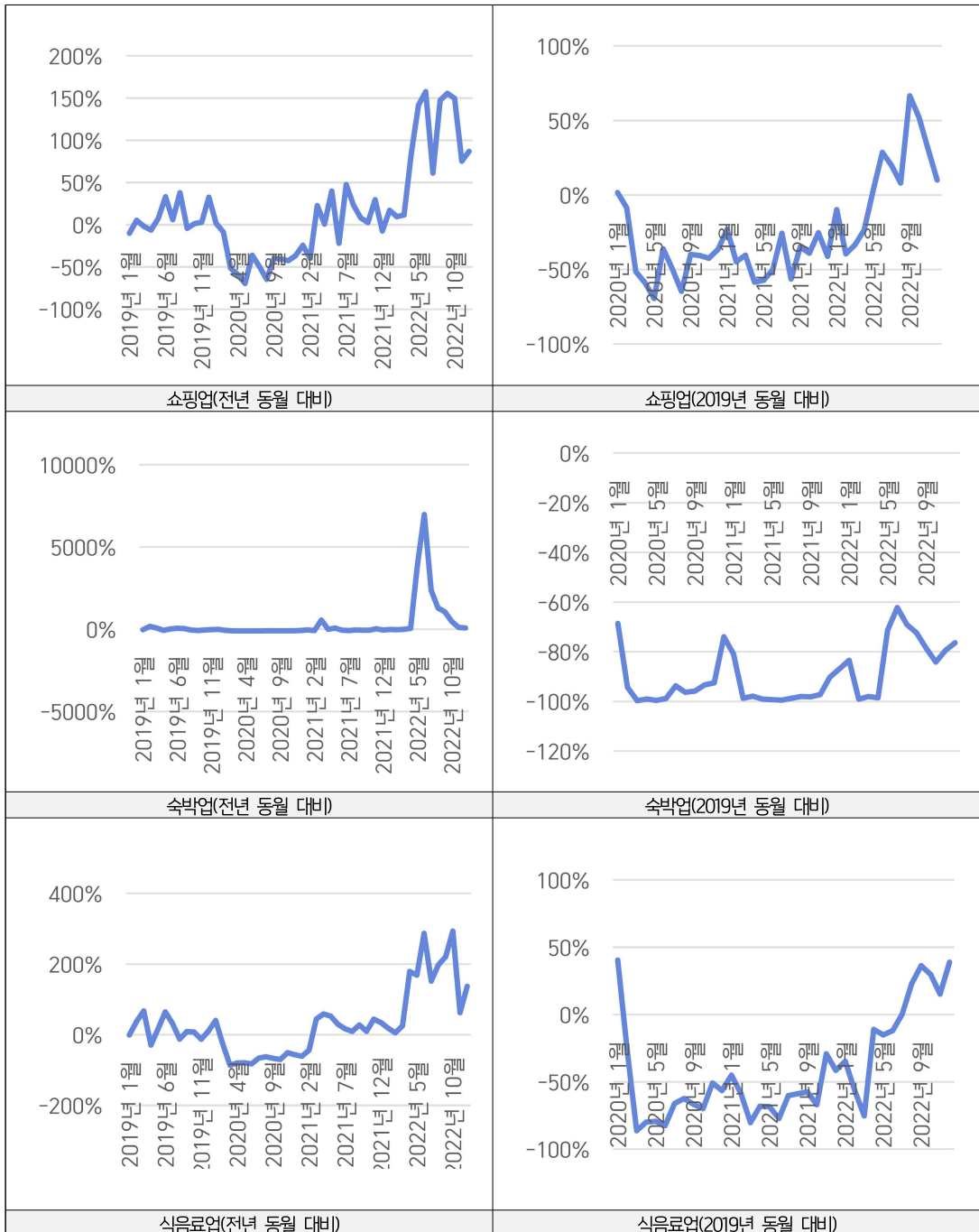


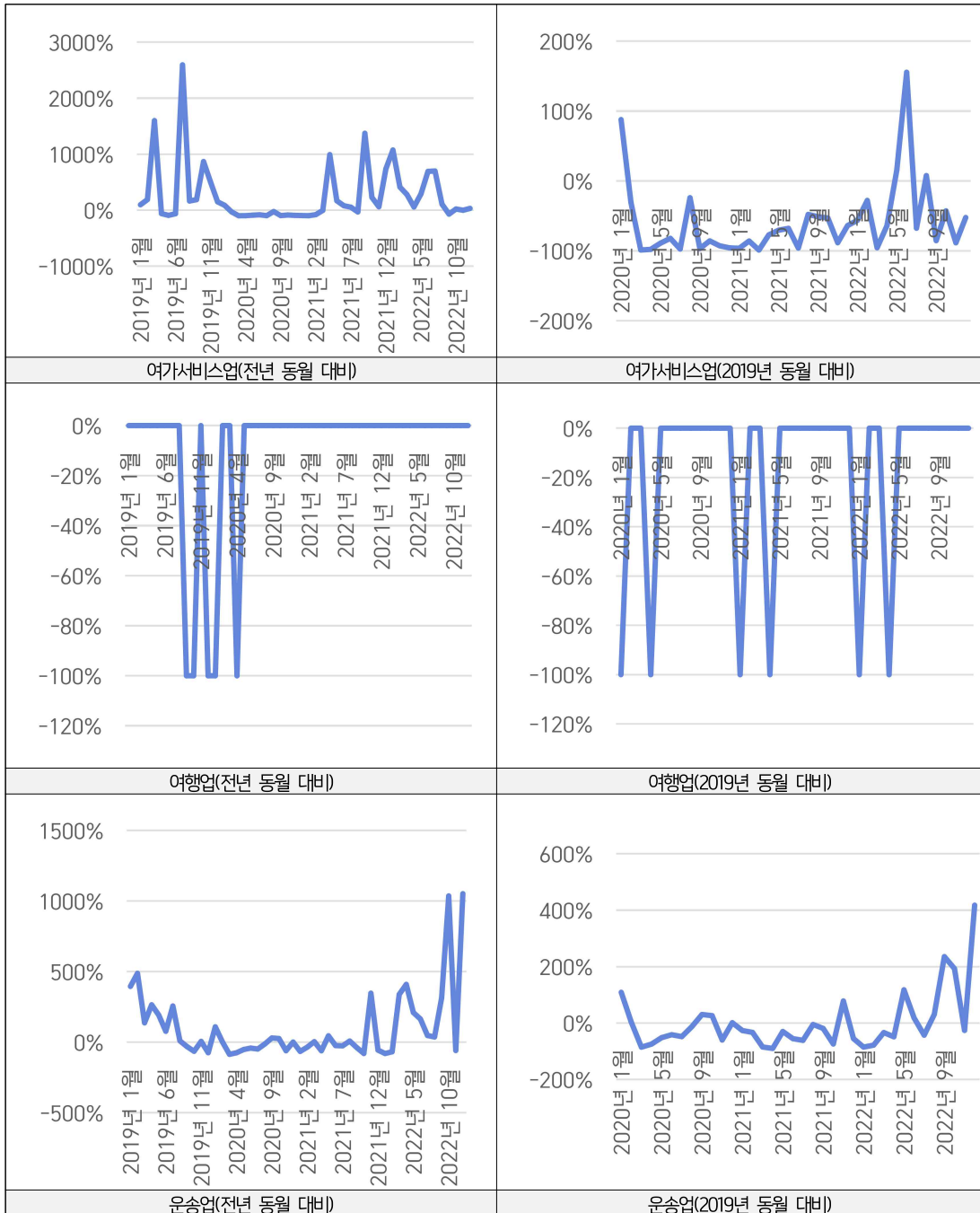




〈자료〉 한국관광공사 데이터랩

[그림 3-13] 일산서구 관광업종별 외국인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)





〈자료〉 한국관광공사 데이터랩.

## 2) 일산동구

일산동구의 관광업종별 매출 현황은 내국인 방문객 전체 가운데 식음료업의 비중이 가장 높게 나타났다. 반면에 외국인은 쇼핑업의 소비 비중이 전반적으로 높게 나타났다. 코로나19 이전인 2019년에는 쇼핑업(46.23%) 다음으로 숙박업(26.74%)의 매출 비중이 높았으나, 코로나19 상황으로 숙박객이 급감하면서, 식음료업과 숙박업의 소비가 역전된 것으로 나타났다.

[그림 3-14] 고양시 일산동구 5년평균 매출액 비중





〈자료〉 경기도 데이터분석센터, 한국관광공사 데이터랩.

[표 3-9] 고양시 일산동구 관광업종별 매출비율(2018~2022년)

구분	업종분류	2018	2019	2020	2021	2022
BC카드 매출액	쇼핑업	39.05%	38.39%	41.64%	44.08%	41.85%
	식음료업	54.45%	54.47%	51.94%	49.82%	51.13%
	여가서비스업	5.17%	5.58%	5.21%	4.99%	5.57%
	숙박업	1.20%	1.20%	0.89%	0.94%	1.31%
	운송업	0.01%	0.02%	0.05%	0.06%	0.05%
	여행업	0.11%	0.33%	0.27%	0.10%	0.09%
현지인 관광소비	쇼핑업	40.71%	38.94%	40.17%	40.72%	38.51%
	식음료업	56.63%	58.13%	57.34%	56.36%	58.34%
	여가서비스업	2.14%	2.42%	2.03%	2.36%	2.53%
	숙박업	0.51%	0.51%	0.45%	0.55%	0.62%
	운송업	0.00%	0.00%	0.01%	0.01%	0.00%
	여행업	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
외지인 관광소비	쇼핑업	33.52%	32.23%	31.96%	33.55%	32.07%
	식음료업	62.44%	63.53%	64.04%	61.99%	62.98%
	여가서비스업	2.51%	2.69%	2.61%	3.00%	3.09%
	숙박업	1.50%	1.50%	1.31%	1.42%	1.76%
	운송업	0.01%	0.01%	0.02%	0.02%	0.03%
	여행업	0.01%	0.03%	0.05%	0.03%	0.08%
외국인 관광소비	쇼핑업	42.29%	46.23%	50.65%	51.14%	43.77%
	식음료업	25.23%	25.56%	32.38%	31.78%	33.71%
	여가서비스업	0.21%	0.60%	0.29%	1.18%	0.80%
	숙박업	31.96%	26.74%	14.33%	13.38%	19.73%
	운송업	0.28%	0.82%	0.94%	0.82%	1.34%
	여행업	0.03%	0.05%	1.41%	1.69%	0.64%

〈자료〉 경기도 데이터분석센터 한국관광공사 데이터랩.

일산동구의 관광업종별 매출액 또한 2019년부터 감소세를 보이는데, 세부적으로 살펴보면 다음과 같다.

일산동구 쇼핑업 대상의 내지인 소비 증가율은 타 업종에 비해 감소폭이 크지는 않다. 코로나19가 본격화된 2020년 3월 최저점(▼19%)을 찍고, 2022년 3월(▲1%) 증가세로 회복하였다. 하지만 2019년 대비 매출 증가율은 2022년 7월(▲2%)을 제외하고 마이너스 구간에 있다.

숙박업의 경우 코로나19가 본격화된 2020년 3월(▼39%)을 기점으로 감소세였지

만, 2021년 3월(63%)을 시작으로 증감하다가 2021년 12월(▲89%) 이후 증가세에 들어섰다. 또한 2019년 동월 대비로도 2022년 2월(▲9%)을 기점으로 증가세를 보이거나 11월부터 감소세를 보였다. 식음료업의 경우 2019년부터 매출액이 감소하기 시작하여 2021년 8월까지 지속적으로 감소했으며, 2021년 9월부터는 2022년 2월(▼2%)을 제외하고는 증가세를 유지하였다. 하지만 2019년 동월 대비로는 두드러진 회복세를 보이지는 못하고 있다.

여가서비스업의 경우 2019년 11월(▼13%)을 시작으로 감소세에 들어섰으며, 이후 2021년 3월(22%)로 증가세로 회복하였다. 하지만 2019년 대비로는 회복이 더딘 것으로 나타났다. 여행업은 소비가 크게 발생하지 않아 비교가 어려운 것으로 나타났다.

운송업의 경우 2019년부터 매출의 감소세가 있었지만, 코로나19 이후 증가와 감소를 반복하며 2021년 6월(▲1,360%)과 같이 네 자릿수 수준의 매출 증가율을 나타내기도 하고, 8월(▼100%)과 같이 감소세를 보이기도 했다. 2019년 동월 대비는 더욱 극명하게 나타나 2020년 7월(737%), 2021년 5월(2,392%), 2021년 12월(988%) 등 높은 증가세를 보였다.

일산동구의 관광업종별 외지인 매출액 증가 추이를 보면 [그림 3-16]과 같다.

쇼핑업은 2019년 1월(▼6%)부터 감소세에서 2021년 2월(9%)부터 증가세로 전환되었고, 거리두기 강화로 2021년 다시 감소세를 보였다가 2021년 12월(▲11%) 이후 증가 추세로 전환되었다. 하지만 2019년 대비 최저 증가율은 2020년 3월(▼43%)이며, 최고 증가율은 2022년 10월(▼1%)로 코로나 이전의 매출액으로는 회복이 되지 못한 상태로 보인다.

숙박업의 경우 2019년 7월(▼15%)을 기점으로 감소하였으며, 이후 2021년 3월(▲28%)로 회복하였지만, 증가와 감소를 반복하다가 2021년 11월(▲7%) 이후 증가세로 변화하였다. 2019년 동월 대비로는 2022년 5월 이후 2022년 8월(▼1%)을 제외하고 증가세로 전환되었다. 식음료업은 2019년부터 감소세를 보이며, 2022년 2~3월(각각 ▼3%, ▼2%)을 제외하고 2021년 12월(▲52%) 증가세로 전환되었다. 하지만 2019년 동월 대비 그래프상에서는 감소세를 보이며 2019년 대비 회복이 아직 어려운 것으로 나타났다.

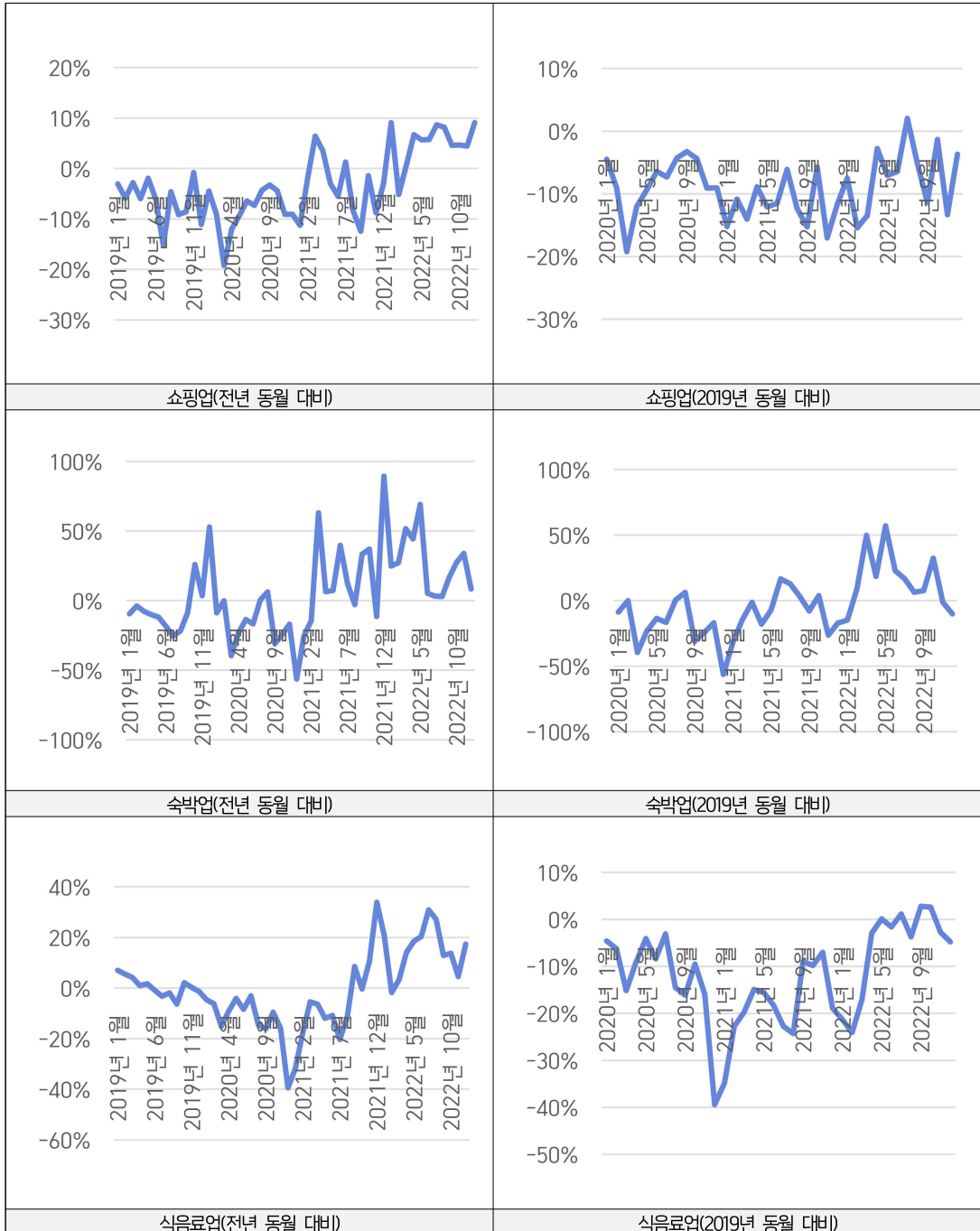
여가서비스업은 2019년 하반기부터 2021년까지 감소 추세를 보였으며, 2021년 9월(▲23%) 증가세로 전환되었다. 여행업의 경우 2020년 4월(▼54%) 마이너스로 접어들었으며, 2021년에는 매출이 발생하지 않은 달도 존재하는데, 2022년 4월(▲48%)부터 증가세에 들어섰다. 운송업은 코로나19 확산 이후 매출의 증가와 감소가 반복되고 있으며, 최저 -62%에서 최대 363%까지 큰 폭의 증감이 이루어지고 있다.

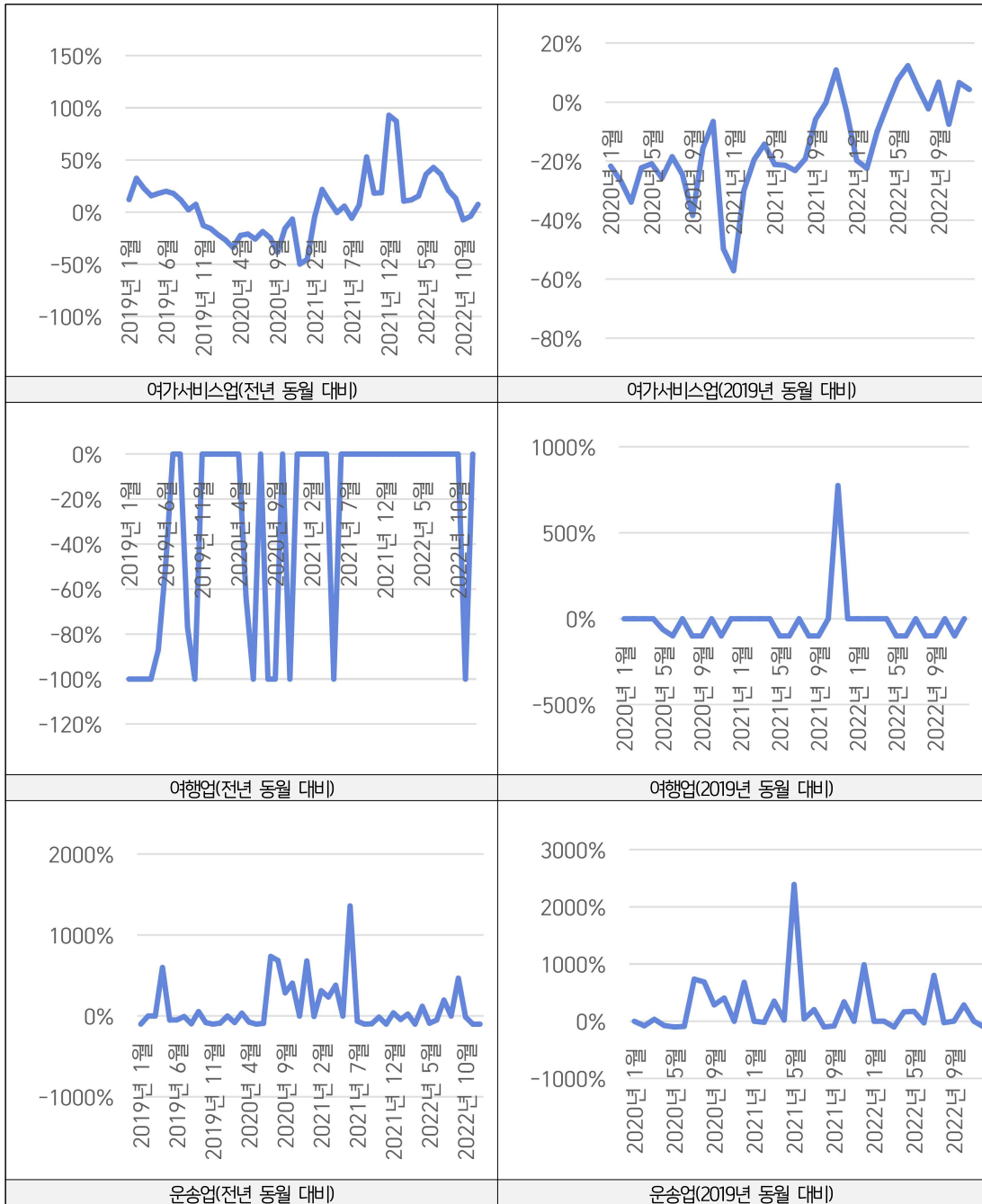
일산동구의 외국인 매출액 증가 추이를 보면 [그림 3-17]과 같다. 쇼핑업의 경우 2020년 1월(▼18%)을 기점으로 2021년 2월(▼49%)까지 감소세를 나타냈으며, 2021년 9~10월(각각 ▼13%, ▼9%), 2022년 1월(▼13%)의 감소율을 제외하면 증가세를 보였다. 하지만 2019년 동월 대비로는 회복이 더딘 것으로 나타났다. 숙박업은 2019년부터 감소세에 접어들었으며 2021년 3월(▲220%) 증가세로 전환되었다가 다시 감소와 증가를 반복하였다. 2022년 3~4월에 매출 증가율이 1,000%를 상회하며 증가세를 보였지만, 실제 2019년 동월 대비 회복세는 두드러지지 않았다.

식음료업은 코로나19가 본격화된 2020년 3월부터 2021년 2월까지의 전년 대비 마이너스 매출 증가율을 보이며, 2021년 하반기를 제외하고 3월(▲30%)부터는 증가세로 전환되었다. 또한 2019년 동월 대비로는 2022년 4월(▲3%)을 제외하고 2021년 8월부터 증가세로 전환되면서 코로나19로부터 회복이 빠르게 이루어지고 있는 것으로 보였다. 여행업의 경우 매출액 발생하지 않은 기간도 상당히 존재해 추이 파악이 어렵다. 또한 운송업의 경우도 매출액이 집계되지 않은 기간이 있어 신뢰도는 떨어지나 2021년 7월을 기점으로 큰 파동을 거쳤지만 증가세를 보였다.



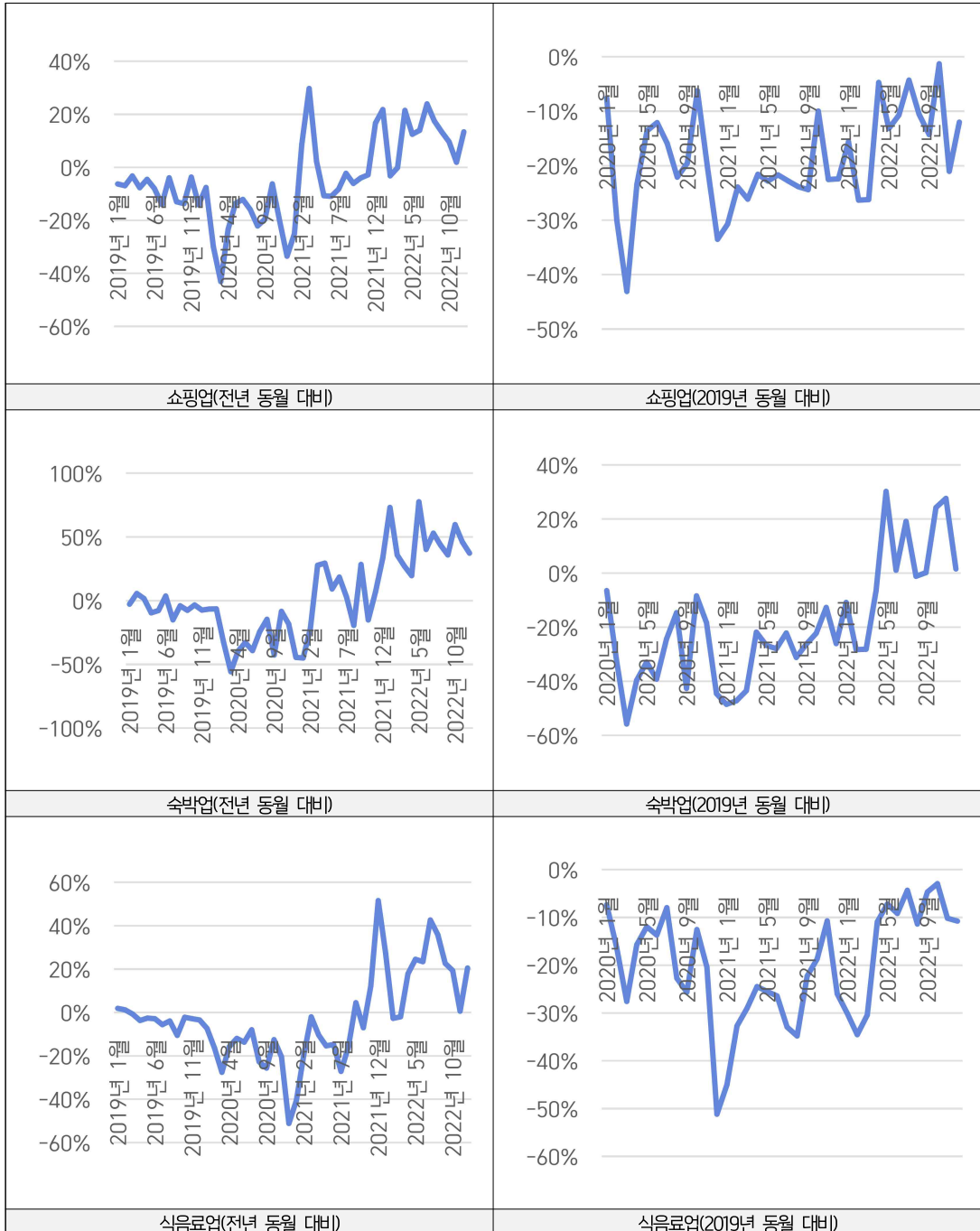
[그림 3-15] 일산동구 관광업종별 내지인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)

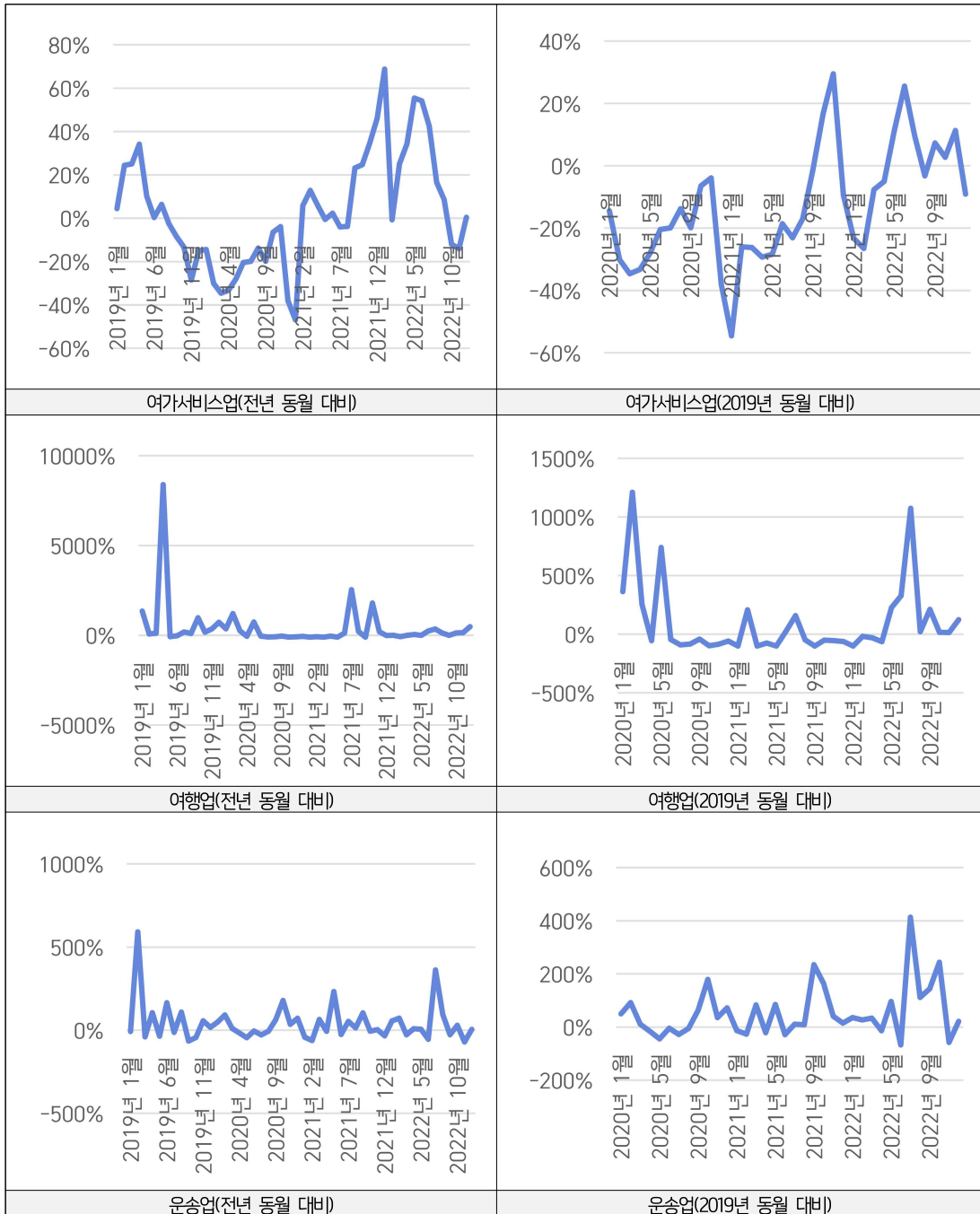




〈자료〉 한국관광공사 데이터랩

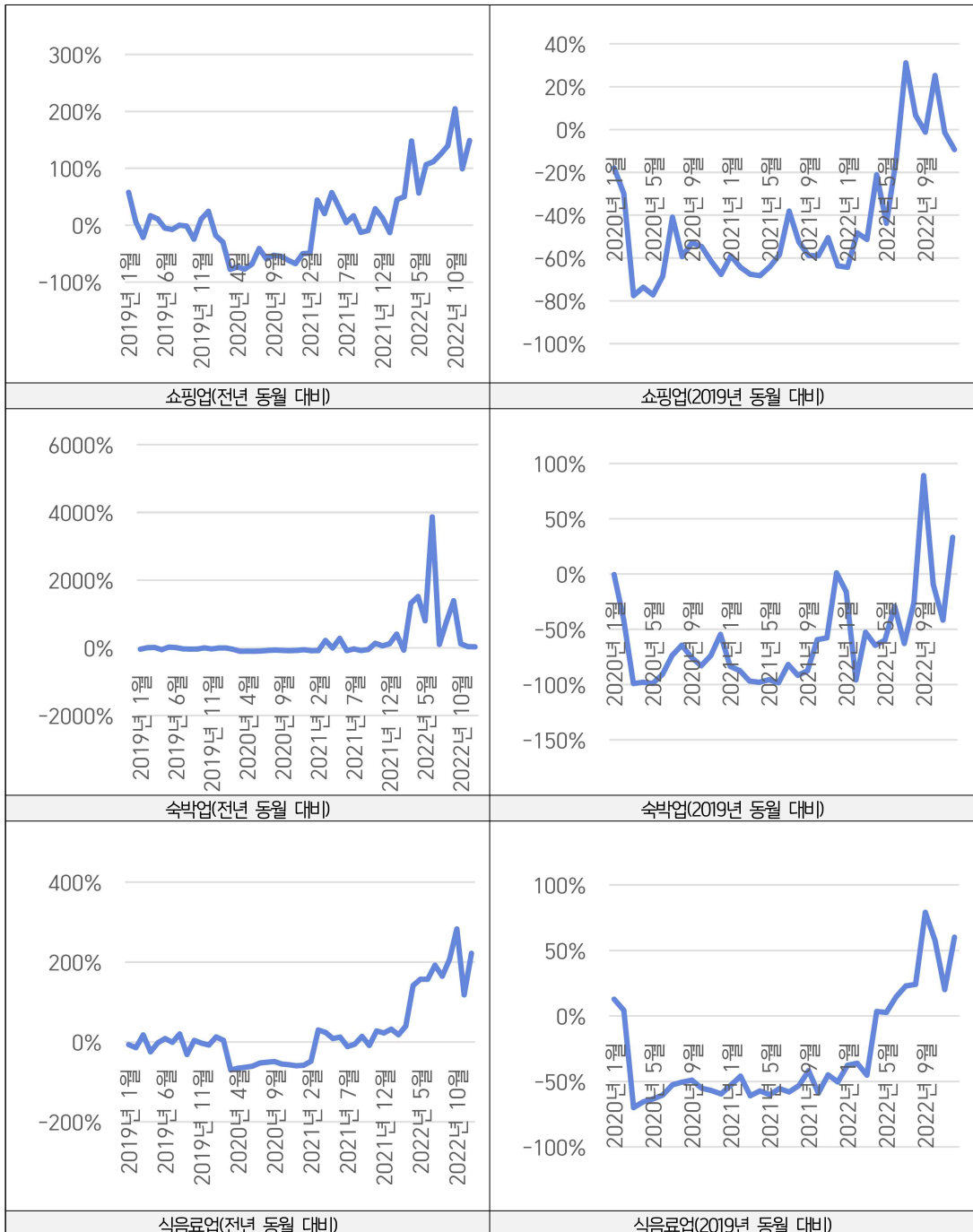
[그림 3-16] 일산동구 관광업종별 외국인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)

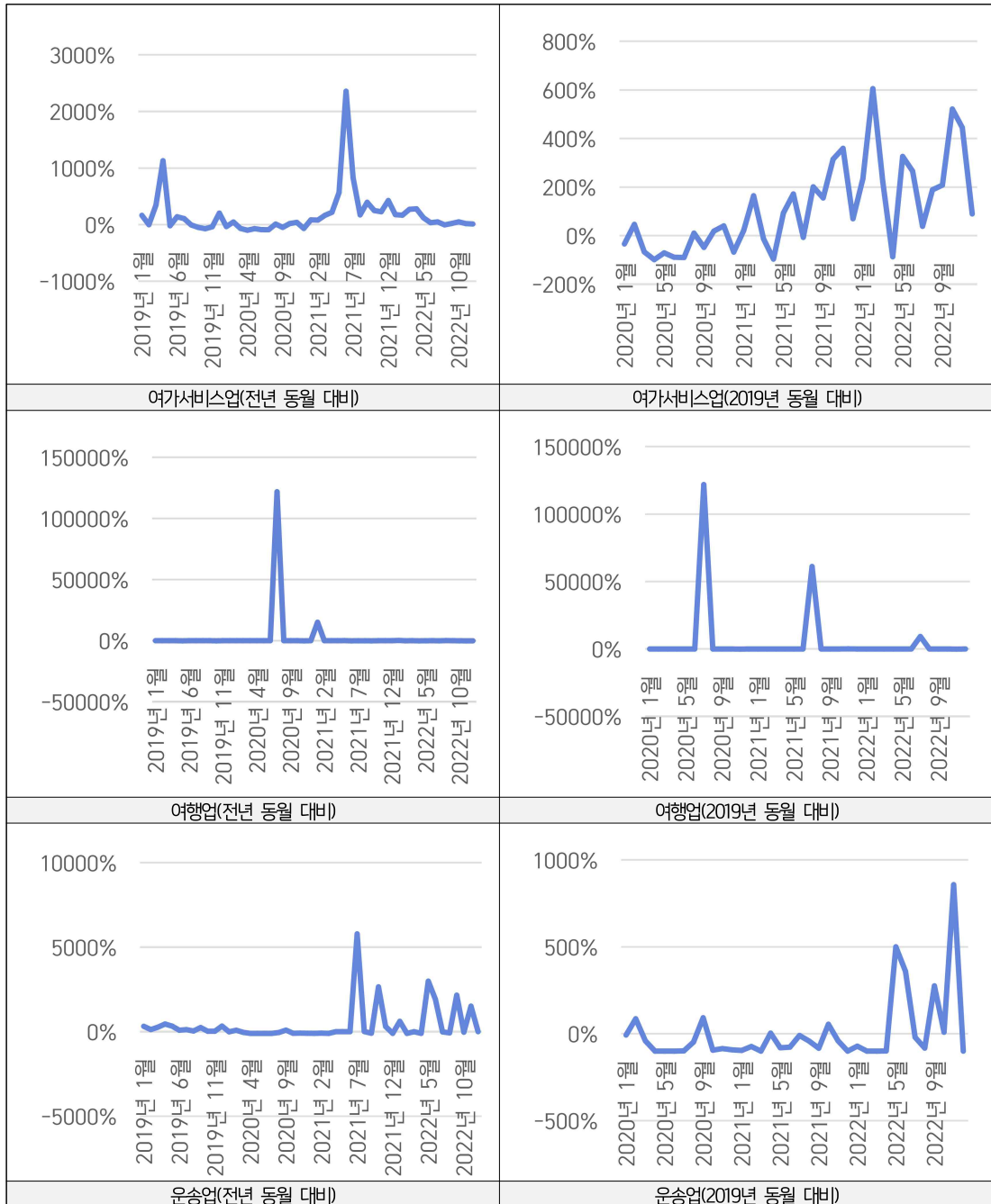




〈자료〉 한국관광공사 데이터랩

[그림 3-17] 일산동구 관광업종별 외국인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)





〈자료〉 한국관광공사 데이터랩

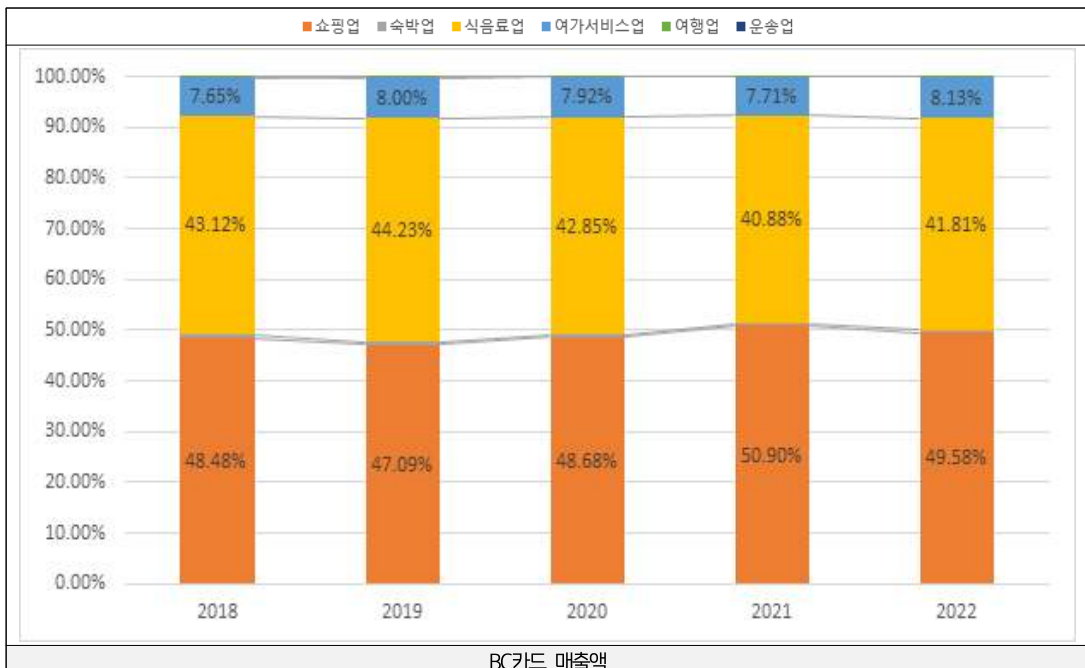
### 3) 덕양구

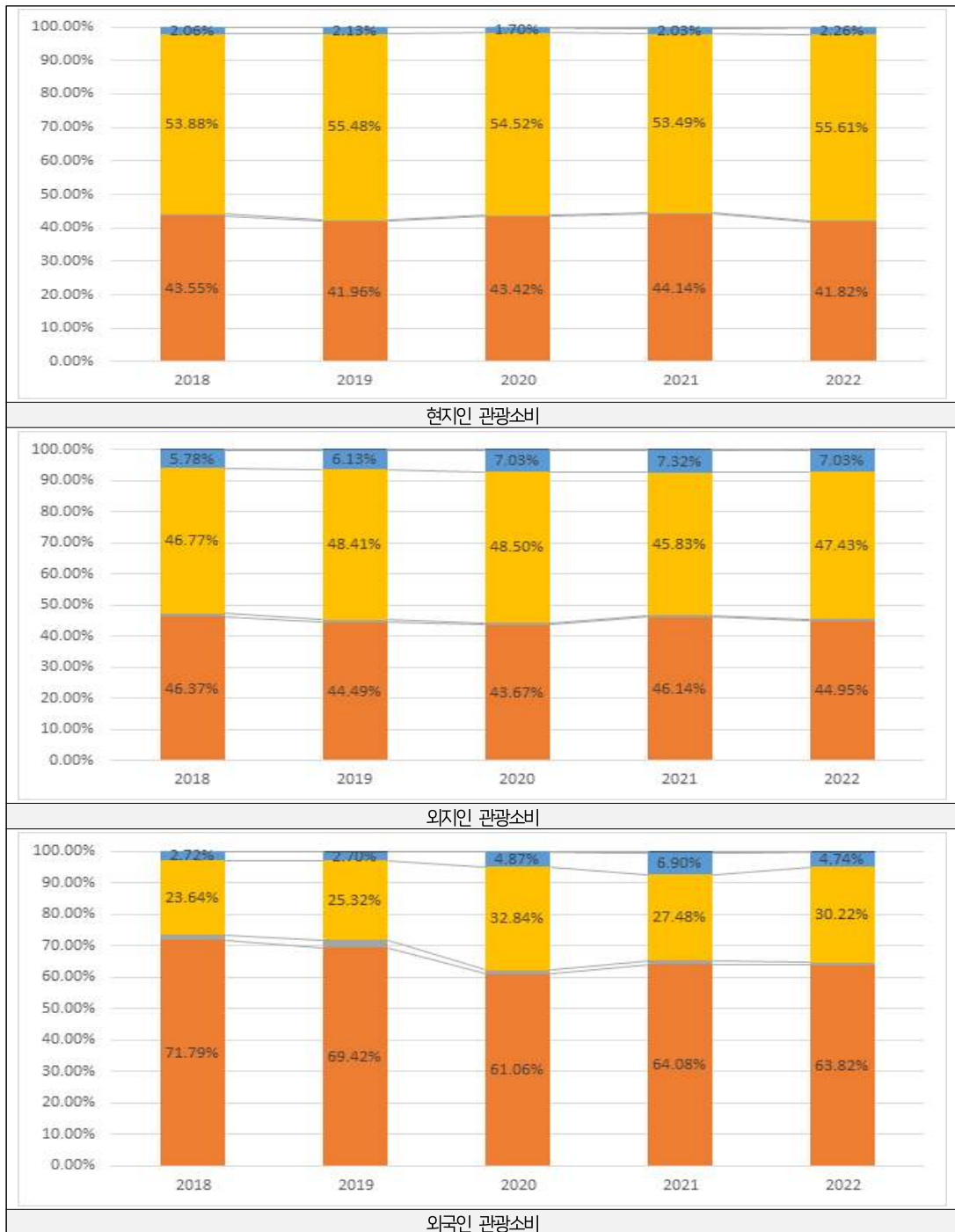
덕양구의 관광업종별 매출 비중은 쇼핑업과 식음료업에서 가장 높게 나타났으며, 그 다음 여가서비스업으로 나타났다.

현지인과 외지인의 경우 식음료업 소비율이 가장 높고 다음이 쇼핑업으로 나타났다. 2022년 기준 현지인은 식음료업(55.61%), 쇼핑업(41.82%), 여가서비스업(2.26%) 순으로 매출 비중이 나타났고, 외지인은 식음료업(47.43%), 쇼핑업(44.95%), 여가서비스업(7.03%) 순으로 나타났다. 외국인 방문객은 2022년 기준 쇼핑업(63.82%), 식음료업(30.22%), 여가서비스업(4.74%) 순으로 나타나 내국인 방문객 간 소비업종에서 차이를 보였다.

또한 외지인의 경우 현지인과 외국인 방문객에 비해 여가서비스업의 소비 비중이 타 업종보다 높은 것으로 나타났는데, 이는 지역 내 골프CC를 비롯한 액티비티 활동이 외지인 방문객의 소비에 기여했을 것으로 추측할 수 있다.

[그림 3-18] 고양시 덕양구 매출현황





〈자료〉 경기도 데이터분석센터 한국관광공사 데이터랩.



[표 3-10] 고양시 덕양구 관광업종별 매출 비율(2018~2022년)

구분	업종분류	2018	2019	2020	2021	2022
BC카드 매출액	쇼핑업	48.48%	47.09%	48.68%	50.90%	49.58%
	식음료업	43.12%	44.23%	42.85%	40.88%	41.81%
	여가서비스업	7.65%	8.00%	7.92%	7.71%	8.13%
	숙박업	0.61%	0.53%	0.47%	0.45%	0.43%
	운송업	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%
	여행업	0.14%	0.14%	0.08%	0.07%	0.04%
현지인 관광소비	쇼핑업	43.55%	41.96%	43.42%	44.14%	41.82%
	식음료업	53.88%	55.48%	54.52%	53.49%	55.61%
	여가서비스업	2.06%	2.13%	1.70%	2.03%	2.26%
	숙박업	0.50%	0.43%	0.35%	0.32%	0.29%
	운송업	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%
	여행업	0.00%	0.00%	0.01%	0.01%	0.01%
외지인 관광소비	쇼핑업	46.37%	44.49%	43.67%	46.14%	44.95%
	식음료업	46.77%	48.41%	48.50%	45.83%	47.43%
	여가서비스업	5.78%	6.13%	7.03%	7.32%	7.03%
	숙박업	0.98%	0.88%	0.75%	0.66%	0.58%
	운송업	0.01%	0.01%	0.01%	0.00%	0.01%
	여행업	0.10%	0.09%	0.05%	0.04%	0.00%
외국인 관광소비	쇼핑업	71.79%	69.42%	61.06%	64.08%	63.82%
	식음료업	23.64%	25.32%	32.84%	27.48%	30.22%
	여가서비스업	2.72%	2.70%	4.87%	6.90%	4.74%
	숙박업	1.73%	2.36%	1.21%	1.13%	0.92%
	운송업	0.10%	0.20%	0.02%	0.41%	0.29%
	여행업	0.02%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

〈자료〉 경기도 데이터분석센터, 한국관광공사 데이터랩.

덕양구 관광업종별 매출액 증가 추이를 살펴보면, 내지인의 경우는 [그림 3-17]과 같다. 쇼핑업은 코로나19가 본격화된 3월(▼14%) 두 자릿수 감소율을 보이지만 그 폭이 다른 업종 대비 크지 않으며, 2022년 3월(▲1%)부터 증가세로 전환되었으나 증가폭은 크지 않다.

숙박업의 경우 2021년 9월부터 매출액의 증가 추세를 보인 반면에 2019년 대비 전혀 회복하지 못한 것으로 나타났다. 식음료업은 2021년 9월(▲15%)을 기점으로 증가세에 들어섰으며, 2019년 동월 대비로는 2022년 4월(▲7%)부터 증가세에 들어섰다. 여가서비스업은 2019년 말부터 매출액의 감소가 나타나기 시작하여 2021년 3월(▲17%) 증가세로 전환되었다. 또한 2022년 3월(▲1%)부터 증가세로 전환되어 2019년 이전의 매출을 회복한 것으로 나타났다. 여행업은 매출이 발생하지 않은 시기이었으므로 추이를 살펴보기는 다소 어렵다. 운송업은 다른 업종 대비 다른 패턴을 보였다. 코로나19로 렌터카 이용이 빈번하게 발생하면서 운송업 소비의 증가폭과 감소폭이 크게 나타났으나 코로나 회복세에 들어서면서 감소세에 접어들었다.

덕양구의 관광업종별 외국인 매출 증가율 추이는 [그림 3-20]과 같다. 쇼핑업은 증가와 감소의 변동이 있었지만 2021년 2월(45%) 증가세로 전환되었으며, 다른 구 외국인 방문객에 비해 회복세가 빠르게 나타나고 있다. 숙박업의 경우 2019년부터 감소세에 접어들었으며 2022년 7월(▲9%)을 기점으로 증가세로 전환하였으나, 2019년 동월 대비 감소분이 여전히 두 자릿수를 보이며, 코로나 이전 상황으로 회복은 어려울 것으로 보인다. 식음료업은 매출액의 감소폭이 크지는 않았지만 2020년 2월부터 2021년 8월까지 감소세를 보였으며, 9월(▲11%) 증가세로 전환되었다. 코로나19 확산 이전으로는 2022년 4월부터 회복세에 들어선 것으로 보인다.

여가서비스업의 경우 코로나19가 본격화된 3월(▼1%) 마이너스 매출로 전환되었으나 그 감소폭은 크지 않으며, 2020년 9월(▲17%)부터 증가세로 전환되었다. 겨울을 제외하고는 지속적으로 증가세를 보이고 있는데, 이는 덕양구 일대에 집적된 골프시설을 이용하기 위한 외부 방문객이 고양시를 많이 찾은 것으로 나타났다. 여행업은 코로나19 확산 이전부터 감소세를 보여 왔으며, 2021년 2월부터 6월까지 반짝 증가세를 보이다 감소세를 보이고 있어 코로나19 확산 이전 시기의 매출로 회복은 어려울 것으로 보인다. 운송업의 경우를 살펴보면, 다른 지역과 유사한 이유로 매출액이 증가와 감소를 반복하는 양상을 보였다.

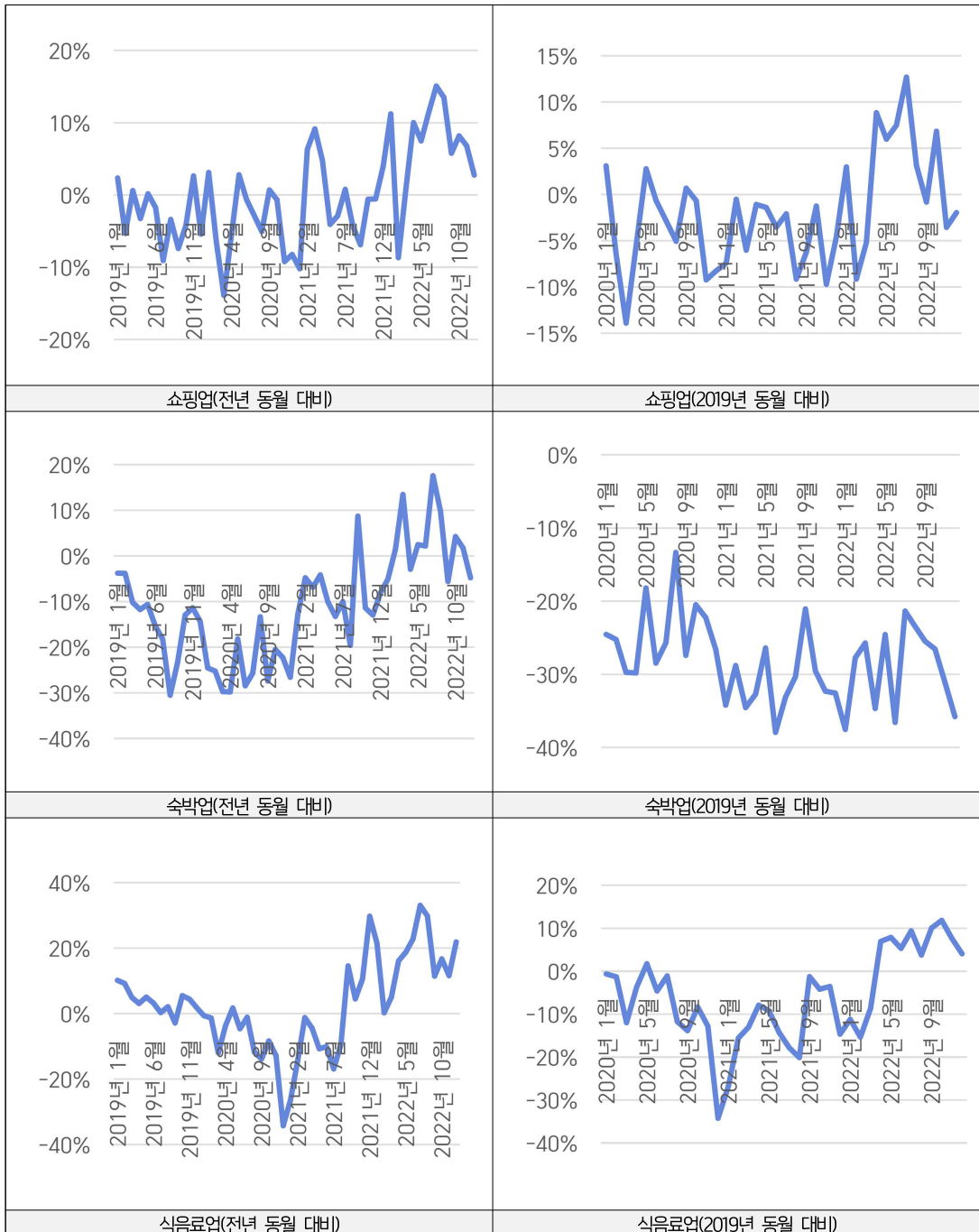
덕양구의 관광업종별 외국인 매출액 증가 추이를 비교해 본 결과는 [그림 3-21]과 같다. 쇼핑업의 전년 대비 그래프의 경우 코로나19가 확산된 2020년 2월(▼23%)부터

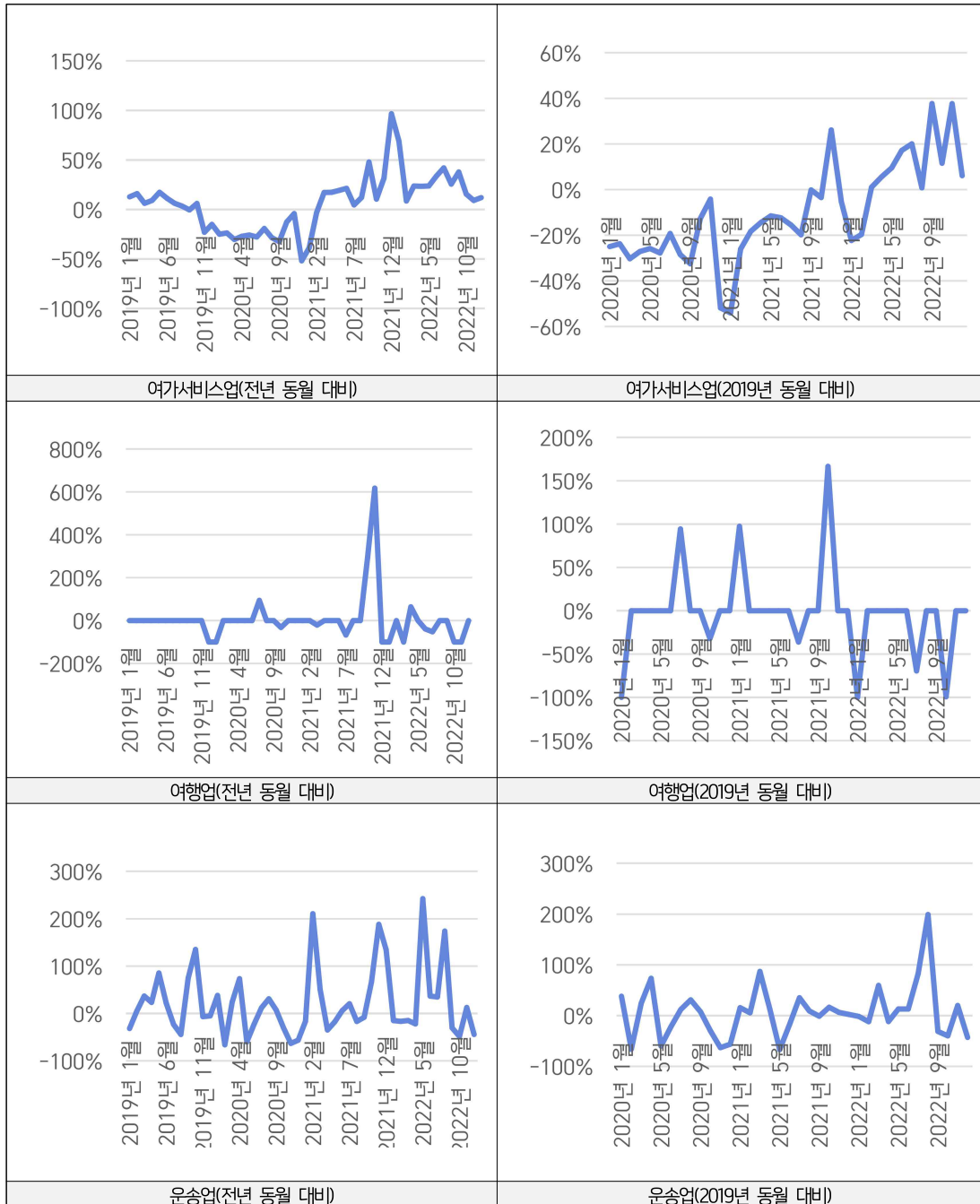
2021년 2월(▼34%)까지 감소 추세를 나타냈으며, 이후 증감을 반복하다가 2022년 2월(▲21%) 완전한 증가세에 올랐다. 2019년 동월 대비로는 2020년 2월(▼23%)부터 감소세에 접어들어 2022년 6월(▲42%) 증가세로 회복하였다. 숙박업의 경우 2020년 들어 코로나19가 본격화된 3월(▼89%) 감소세로 전환되었으며, 2021년 3월(▲29%)에야 증가세로 전환되었다. 2021년 6월(▲3590%)로 증가율 최대를 달성하였으며, 그 외에도 2022년 7월(▲343%)부터 큰 상승 추세를 보였다. 하지만 숙박업의 매출액은 코로나19 이전 수준 소폭 미달한 것으로 나타났다.

식음료업은 2020년 3월(▼69%) 매출 감소율이 두 자릿수로 떨어졌으며 2021년 9월(▲18%)부터 증가세로 전환되었다. 특히 2022년 5월(▲139%)부터 세 자릿수 증가율을 유지하면서, 2019년 동월 대비로도 2022년 매출액이 회복세에 접어든 것을 볼 수 있다. 여가서비스업은 분석 시기 증가율 격차가 크게 나타나며 2020년 1월 최대 552%의 매출 증가율을 기록하였으나, 2월(▼7%)부터 감소세에 접어들었으며, 2020년 10월(▲127%) 증가세로 전환되었다. 이후 증감 변동이 발생하기는 하나 매출액은 증가세를 보였다.

한편 덕양구에서는 외국인의 여행업종 매출이 거의 발생하지 않은 것으로 나타났다. 운송업 또한 코로나19가 본격화된 2020년 3월부터 12월까지 운송업의 매출이 발생하지 않았으나, 2022년 하반기에 접어들면서 매출액이 증가세를 보이고 있다.

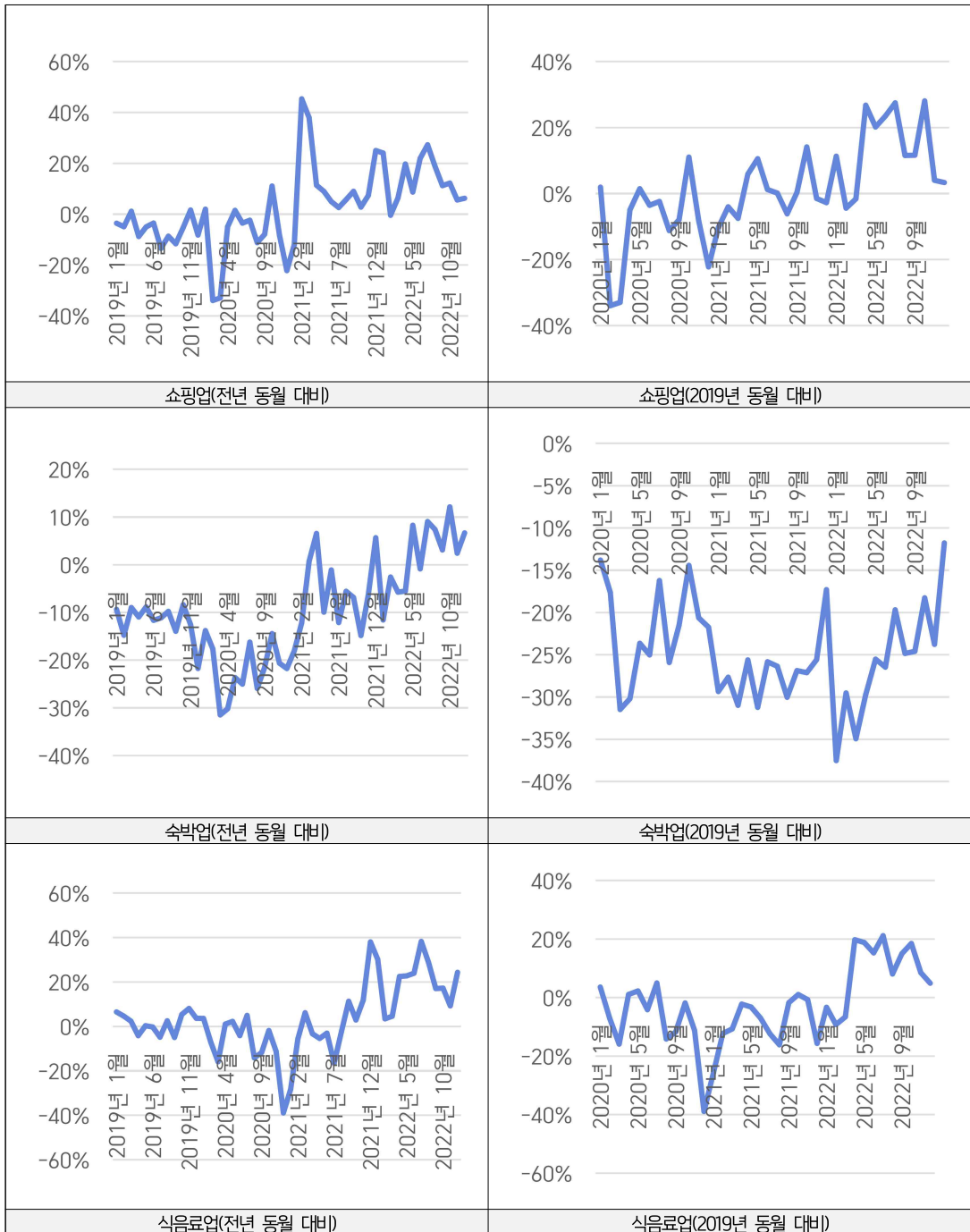
[그림 3-19] 덕양구 관광업종별 내지인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)

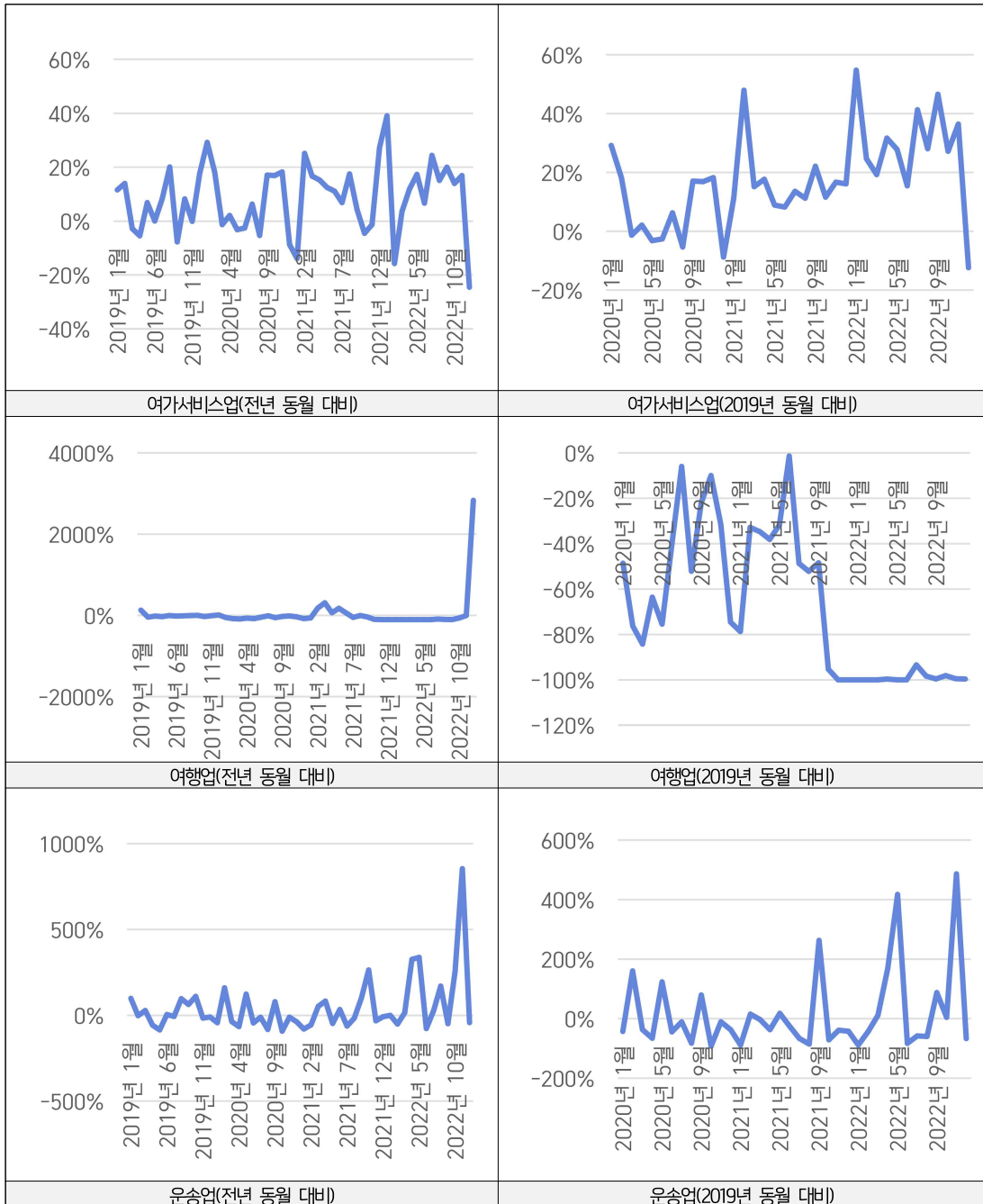




〈자료〉 한국관광공사 데이터랩

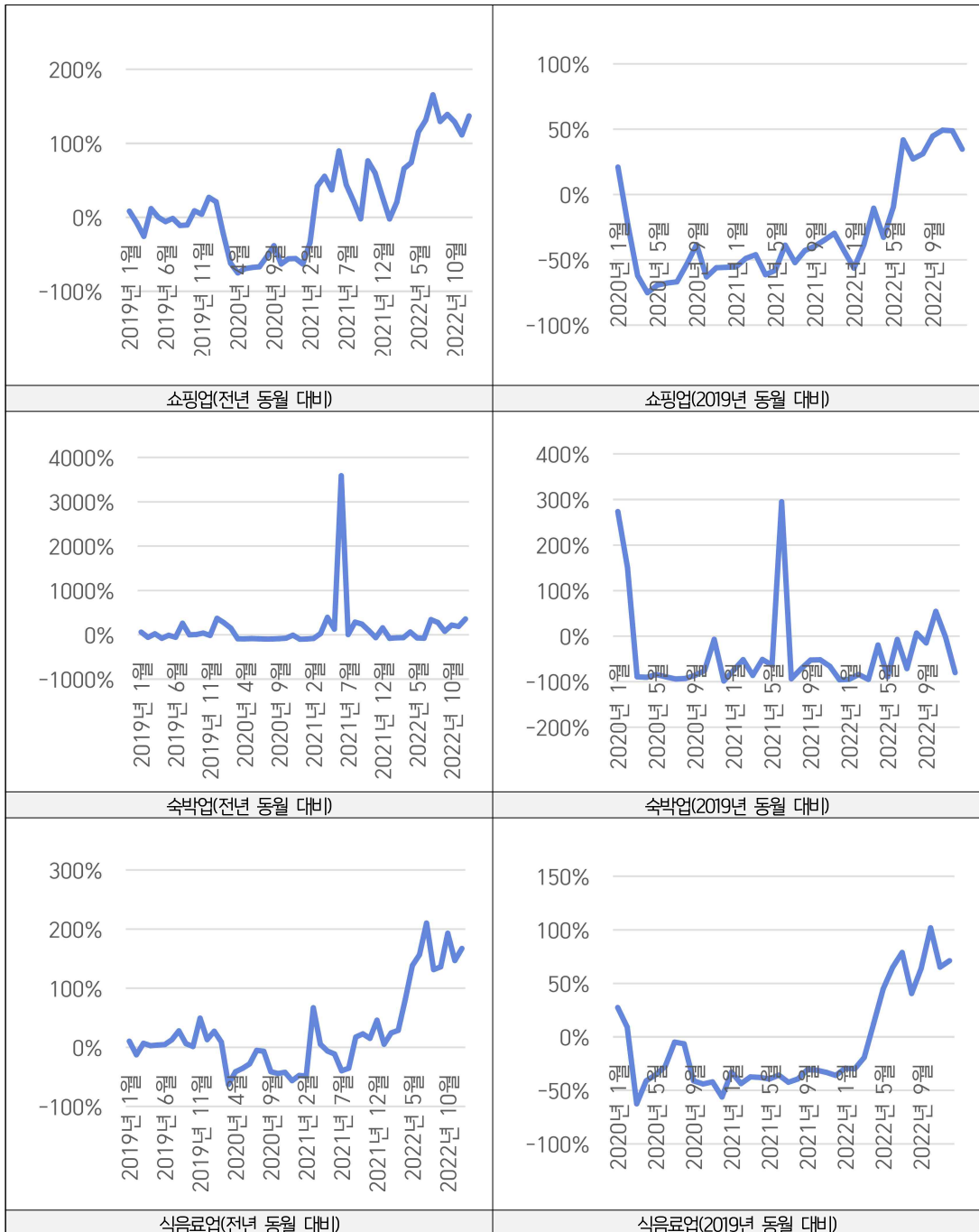
[그림 3-20] 덕양구 관광업종별 외국인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)



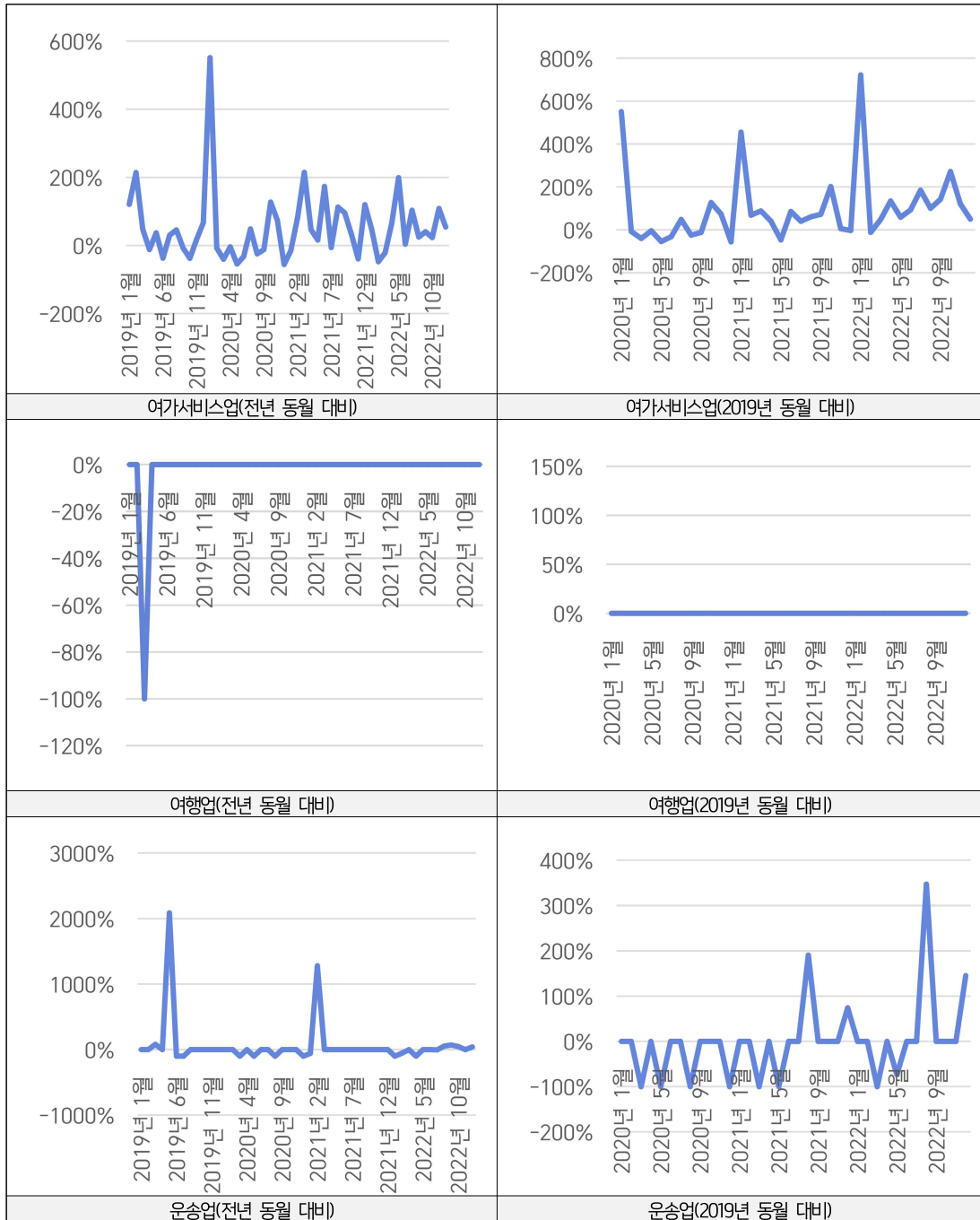


〈자료〉 한국관광공사 데이터랩

[그림 3-21] 덕양구 관광업종별 외국인 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)







〈자료〉 한국관광공사 데이터랩

## 제3절 소결

고양시 관광소비를 살펴본 결과, 2022년 4월 사회적 거리두기 전면 해제 이후 전반적으로 전년 대비 매출이 올랐으며, 관광소비 회복 정도는 방문객 유형과 업종별로 다소 차이가 있으나 코로나19 상황 이전 수준을 서서히 회복하고 있다.

업종별로는 식음료업과 쇼핑업의 소비가 전체의 95%를 차지한다. 고양시에서 쇼핑업과 식음료업의 소비가 대부분을 차지하며, 다른 업종의 소비가 5%에 불과한 것은 고양시 일대가 서울에 인접한 일일생활권역 안에 있으며, 집 가까운 곳에서 여행하듯 즐기는 생활관광을 위주로 관광이 이루어지기 때문으로 보인다.

구별(2018~2022년 연평균) 소비 규모를 살펴보면, 덕양구(39.93%), 일산동구(34.09%), 일산서구(25.97%) 순으로 나타났으며, 덕양구는 내외국인 방문객을 막론하고 전체 관광소비가 완전히 회복되었으나 일산서구와 일산동구는 2019년 매출의 80~90% 수준으로 회복하고 있다.

세부적으로 킨텍스가 위치한 일산서구에서는 방문객 유형별 회복 업종이 차이는 있으나 외국인 방문객을 제외하면 전반적으로 코로나19 상황 이전 수준으로 회복이 더디게 나타났다. 이는 외국인 국내관광과 킨텍스 방문객의 회복세에 따라 외국인 방문객의 관광소비 회복이 상당 수준 이루어졌음을 의미한다. 하지만 숙박업의 소비는 아직까지 2019년 이전 수준으로 회복하지 못하고 있어서, 킨텍스를 방문한 뒤 체류하지 않고 다시 서울로 돌아가는 방식의 방문이 이루어지고 있음을 알 수 있다. 현지인과 외지인의 관광소비도 아직까지 킨텍스 방문객이 2019년 이전 수준까지 도달하지 못한 것은 거리두기 해제가 이루어졌더라도 인구 밀집 지역을 피하고자 방문객의 체류시간이 줄어들어 식음료 소비 또한 감소했기 때문으로 추측할 수 있다.

킨텍스에 인접하여 소노캄 고양, 라페스타, 웨스트돔 등 방문객의 편의(숙박, 쇼핑, 식사 등)를 책임지는 시설을 일부 갖추고 있는 일산동구 또한 일산서구와 유사한 패턴을 보였다. 차이가 있다면, 일산동구에는 경기도 유일 5성급 호텔인 소노캄 고양에 위치하

여 외국인 방문객의 체류가 높게 나타나고 있음을 알 수 있다. 또한 일산동구의 경우, 식음료 소비율이 상당히 높게 나타나고 있음을 알 수 있다. 이는 이 일대에 라페스타, 웨스턴돔, 벨라시타 등을 비롯한 복합 상업시설과 애니골, 밤리단길 등 거리를 중심으로 한 맛집 콘텐츠를 확보한 상권이 형성되어 방문객을 유입시키고 있는 것으로 판단된다.

덕양구는 전 관광객 유형에서 코로나19 상황 이전 수준의 관광소비 회복이 이루어졌으나, 숙박업의 회복은 전혀 이루어지지 않았다. 이는 덕양구 방문객은 일일생활권 범위에서 쇼핑을 위해 스타필드 고양, IKEA 고양점, 롯데아울렛 고양점 등을 방문하거나, 가족과 휴식을 취하기 위해 서오릉과 행주산성을 방문하거나, 스프링힐스 CC, 한양파인 CC, 서울한양 CC 등 골프장을 방문하여 여가생활을 즐기는 관광 패턴이 나타나고 있다.

[표 3-11] 고양시 구별 관광업종 간 관광소비 회복 차이

지역	구분	업종별 회복 수준
일산서구	현지인	<ul style="list-style-type: none"> <li>●코로나 이전 수준 미회복: 쇼핑업, 숙박업, 운송업</li> <li>●코로나 이전 수준 소폭 미달: 식음료업</li> <li>●코로나 이전 수준 회복: 여가서비스업</li> </ul>
	외지인	<ul style="list-style-type: none"> <li>●코로나 이전 수준 미회복: 숙박업, 식음료업, 운송업, 여가서비스업</li> <li>●코로나 이전 수준 소폭 미달: 쇼핑업</li> </ul>
	외국인	<ul style="list-style-type: none"> <li>●코로나 이전 수준 미회복: 숙박업, 여가서비스업</li> <li>●코로나 이전 수준 회복: 쇼핑업, 식음료업, 운송업</li> </ul>
일산동구	현지인	<ul style="list-style-type: none"> <li>●코로나이전 수준 소폭 미달: 쇼핑업, 숙박업, 식음료업, 여가서비스업, 운송업</li> </ul>
	외지인	<ul style="list-style-type: none"> <li>●코로나 이전 수준 미회복: 쇼핑업, 식음료업</li> <li>●코로나 이전 수준 회복: 숙박업, 여가서비스업, 여행업, 운송업</li> </ul>
	외국인	<ul style="list-style-type: none"> <li>●코로나 이전 수준 미회복: 여행업</li> <li>●코로나 이전 수준 소폭 미달: 쇼핑업, 숙박업, 운송업</li> <li>●코로나 이전 수준 회복: 식음료업, 여가서비스업</li> </ul>
덕양구	현지인	<ul style="list-style-type: none"> <li>●코로나 이전 수준 미회복: 숙박업</li> <li>●코로나 이전 수준 소폭 미달: 쇼핑업, 운송업</li> <li>●코로나 이전 수준 회복: 식음료업, 여가서비스업</li> </ul>
	외지인	<ul style="list-style-type: none"> <li>●코로나 이전 수준 미회복: 숙박업, 여행업</li> <li>●코로나 이전 수준 소폭 미달: 운송업</li> <li>●코로나 이전 수준 회복: 쇼핑업, 식음료업, 여가서비스업</li> </ul>
	외국인	<ul style="list-style-type: none"> <li>●코로나 이전 수준 미회복: 숙박업</li> <li>●코로나 이전 수준 회복: 쇼핑업, 식음료업, 여가서비스업, 운송업</li> </ul>

주1) 여행업의 매출 발생률이 대부분 낮아 일산동구와 덕양구 외지인을 제외하고 여행업 제외

주2) 현지인은 고양시 관광소비 발생 지역 거주 외 방문객, 외지인은 고양시를 제외한 타 지역 방문객



## 제 4 장

### 고양특례시 주요 관광지별 소비동향 분석

제1절 킨텍스 일대 소비동향 및 특징

제2절 행주산성 일대 소비동향 및 특징

제3절 서오릉 일대 소비동향 및 특징



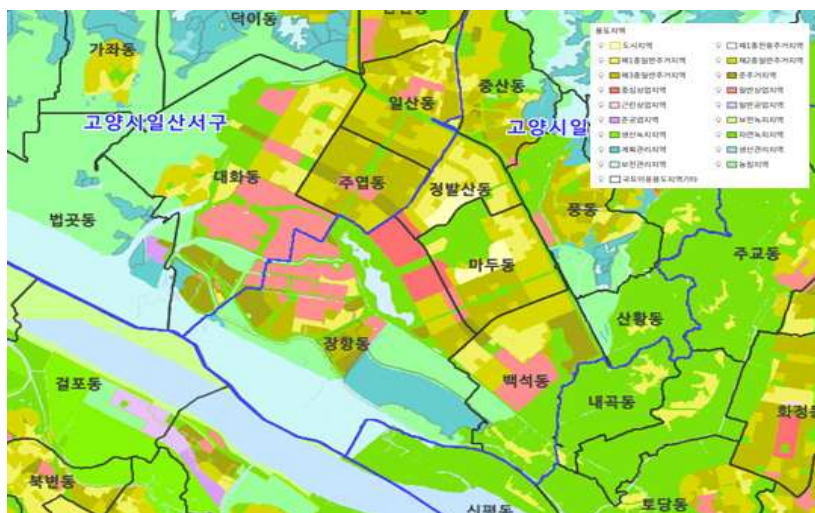
## 제1절 킨텍스 일대 소비동향 및 특징

## 1. 킨텍스 일대 소비동향 분석

### 1) 킨텍스 일대 관광업종 분포 및 소비 동향

킨텍스 일대 소비동향 분석을 위해서는 킨텍스를 중심으로 한 일대 반경 5km 구간으로 구분하여 소비동향을 살펴보았다. 킨텍스는 일산서구 대화동에 위치하여 고양시의 관광수요를 유발하는 기능을 하고 있으며, 인접한 일산동구에서 5성급 호텔인 소노캄과 상당수 모텔 등을 비롯한 숙박시설과 라페스타, 웨스틴돔 등 식음료, 쇼핑 시설 등 상업지구 등에서 소비가 발생하고 있다. 따라서 킨텍스 일대에는 송포동, 가좌동, 덕이동, 탄현동, 일산동, 주엽동, 장항동, 정발산동, 마두동, 백석동, 중산동, 풍산동 등 행정동을 포함하여 소비동향을 살펴보려고 하였다.

[그림 4-1] 킨텍스 일대 토지이용



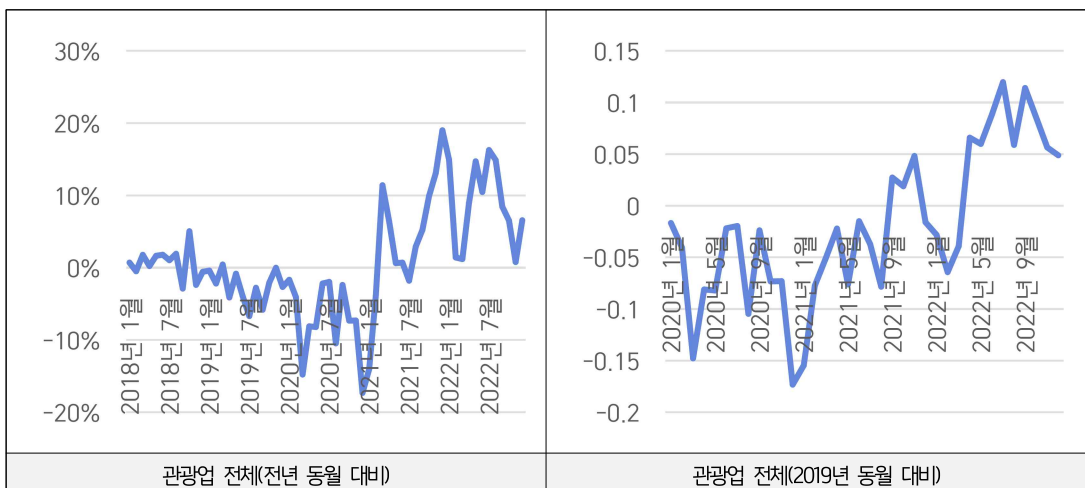
〈자료〉 토지이음 포털(<http://www.eum.go.kr/web/mp/mpMapDet.jsp#none>). (접속일 2023.08.23.)

킨텍스 일대 전체 소비동향을 살펴보면, 코로나19 확산 이전인 2018년 3분기부터 매출액이 감소하기 시작한 것으로 나타났다. 이는 2019년 국내총생산과 민간소비가 전년 대비 각각 0.7%, 0.9% 감소한 데 영향을 받은 것으로 보인다.

2020년 2월부터는 코로나19 영향을 받기 시작한 것으로 나타나며, 2~4월 킨텍스가 개장휴업 상태가 되면서 3월에는 매출액이 전년 동월 대비 17% 이상 감소한 것으로 나타났다. 2020년 12월에는 수도권 5인 이상 사적모임이 금지되면서 매출액이 전년 동월 대비 21% 이상 감소할 정도로 타격을 받았다. 2022년 12월에는 오미크론 변이바이러스가 일부 영향을 준 것으로 보이는데, 2022년 2월에는 코로나19 확산 이전인 2019년과 비교하면 매출액 감소율이 두 자릿수 이상을 기록하고 있다. 2022년 3월 거리두기가 완화되고 4월에는 전면 해지되면서 2019년 이전의 매출액을 회복한 것으로 나타났다.

이를 킨텍스 일대 관광소비와 고양시 주요 관광지점 방문객 수와 주요 행사 방문객 수, 전체 관광소비 동향을 비교하여 제시하면 [그림 4-3]과 같다. 킨텍스 일대 방문객이 감소하면서 관광소비에 어느 정도 영향을 미치고 있다는 점을 이해할 수 있다. 하지만 월별 데이터의 한계로 주요 행사 개최 여부와 관광소비 정도의 관계를 파악하기는 어렵다.

[그림 4-2] 킨텍스 일대 관광업종 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)



〈자료〉 경기도 데이터분석센터.





## 2) 킨텍스 일대 관광업종별 소비 동향

킨텍스 일대는 쇼핑업과 식음료업의 비율이 전체의 90%를 상회한다. 그 가운데 식음료업 비율이 5년 평균 46.96% 정도로 가장 높게 나타났다. 여가서비스업은 5년 평균 5.24%로 나타났다. 반면에 방문객의 킨텍스 일대 숙박업의 소비 비율은 5년 평균 1.09% 정도로 나타나 체류방문객 비율이 낮음을 살펴볼 수 있다.

킨텍스 일대 쇼핑업과 숙박업은 코로나19 확산 이전인 2018년부터 매출액의 감소가 나타나고 있으며, 식음료업은 2018년 말부터 감소세가 나타나고 있다. 쇼핑업은 다른

[그림 4-4] 킨텍스 일대 관광업종별 소비율 (2017년 ~2022년)



〈자료〉 경기도 데이터분석센터.

[표 4-1] 킨텍스 일대 관광업종별 소비율(2017~2022년)

업종분류	2017	2018	2019	2020	2021	2022
쇼핑업	46.34%	45.11%	43.94%	48.66%	50.45%	45.04%
숙박업	1.24%	1.18%	1.15%	0.83%	0.93%	1.33%
식음료	47.65%	48.35%	48.92%	45.72%	43.72%	47.56%
여가서비스업	4.66%	5.22%	5.69%	4.51%	4.75%	5.90%
여행업	0.05%	0.07%	0.22%	0.17%	0.03%	0.08%
운송업	0.06%	0.06%	0.08%	0.11%	0.12%	0.08%

〈자료〉 경기도 데이터분석센터.

업종 대비 매출액의 감소가 상대적으로 낮게 나타났다. 코로나19가 본격적으로 시작된 2월부터 5월까지 매출액이 감소한 후 6월부터 10월까지 증가세를 보이다 2020년 11월부터 2021년 3월까지 증가와 감소를 반복한 것으로 나타났다. 다른 업종과 다르게 2021년 4월부터 2022년 1월까지 2019년 동월 대비 매출액이 증가하고 있으며, 2022년 2월 -9.81%의 감소율을 보이면서 매출액도 감소세를 보였다. 이는 킨텍스 일대에는 현대백화점 킨텍스점, 더타운몰 킨텍스점, 롯데백화점 일산점, 뉴코아 일산점 등 쇼핑시설이 있어서 코로나19 시기 이동의 제한, 거리두기 제한 등으로 억제되었던 보복소비가 일상생활에서 증가했을 것으로 보인다.

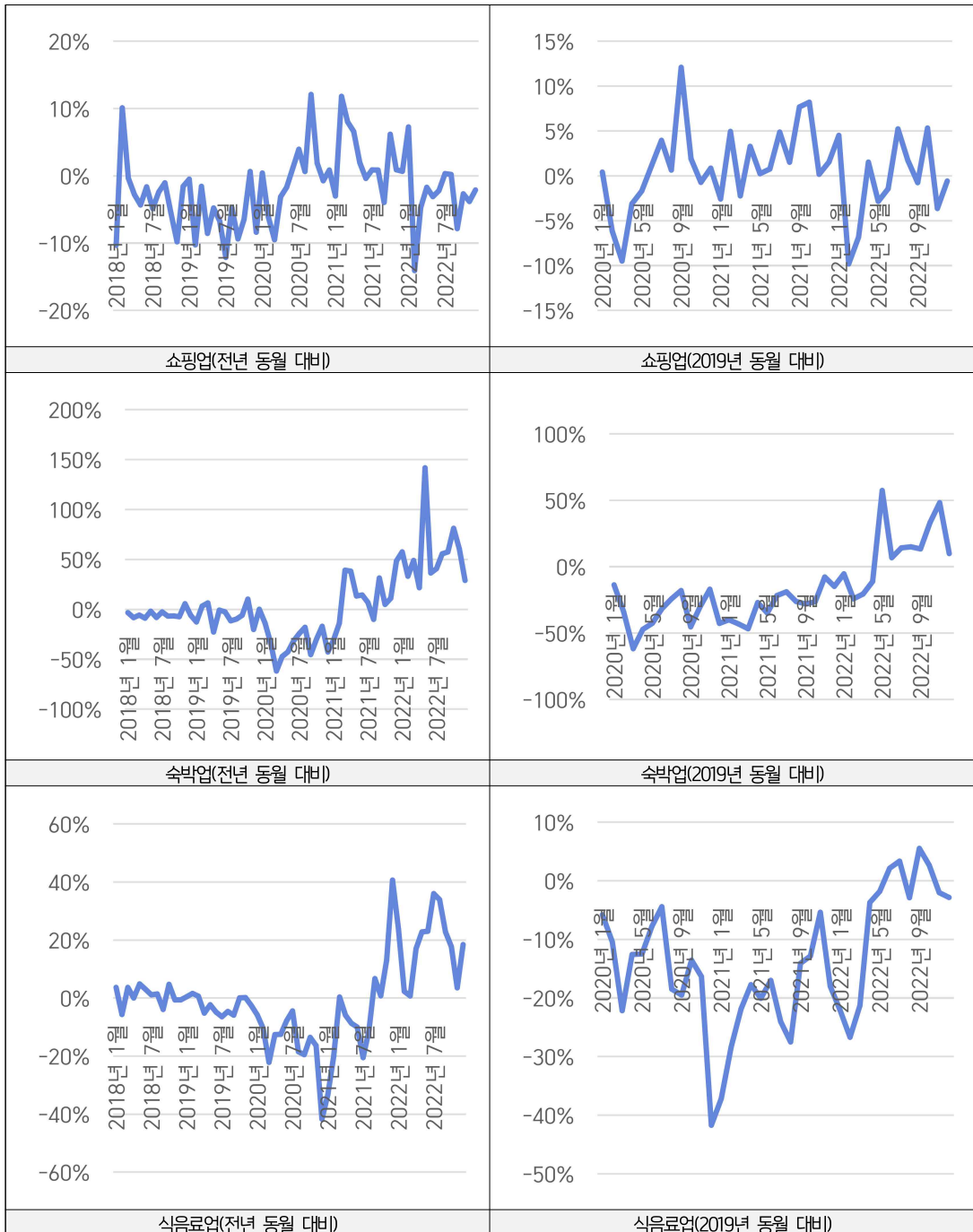
식음료업과 숙박업은 코로나19의 영향을 크게 받은 것으로 나타났다. 코로나19 확산 이전인 2019년과 비교하면 매출액 감소율이 두 자릿수 이상을 기록하고 있다. 특히 숙박업과 식음료업은 사회적 거리두기가 크게 영향을 받은 업종으로 각각 2019년 동월 대비 2022년 5월과 6월이 돼서야 회복세에 접어든 것으로 보이나, 4분기에 다시 감소세로 접어들고 있어 회복의 지속성은 높지 않은 것으로 나타났다.

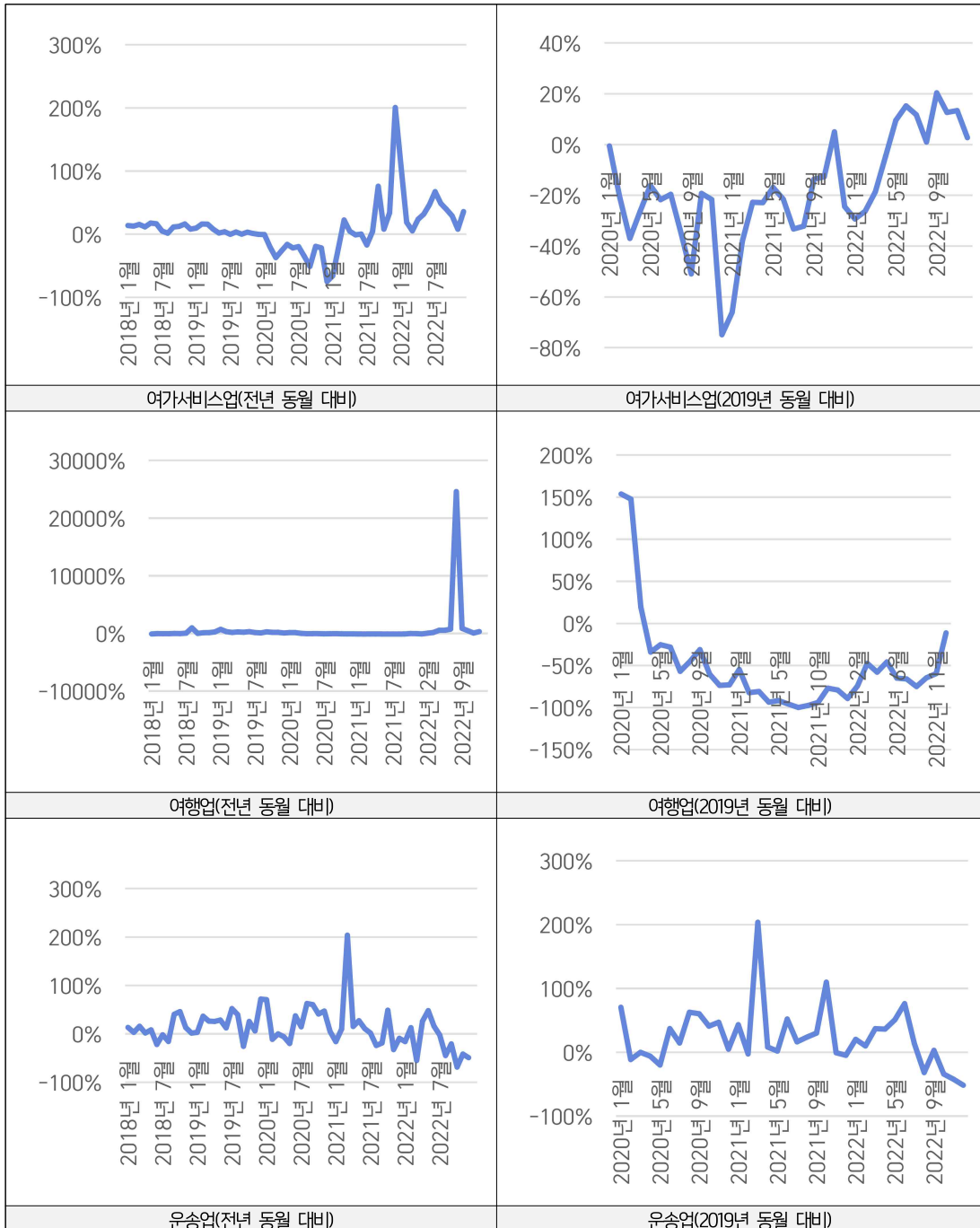
여가서비스업은 코로나19가 확산된 2020년 1월부터 감소하기 시작하여, 그해 12월에는 전년 동월 대비 75% 이상 감소할 정도로 큰 타격을 받은 것으로 나타났다. 2021년 3월과 4월 매출액이 증가로 전환되었지만 5~7월까지 감소세로 돌아섰다가, 같은 해 8월 이후 매출액이 증가로 전환되었다. 코로나19 확산 이전인 2019년과 비교하면 2022년 5월부터 매출액이 회복세를 보이고 있다.

반면에 여행업은 코로나19의 영향을 크게 받았다. 코로나19가 본격적으로 확산된 2020년 2월부터 증가율이 점차 감소하기 시작하였으며, 4월부터는 두 자릿수 이상의 감소세를 보이다 2022년 2월부터 증가세를 보이고 있다. 하지만 코로나 19가 확산된 2019년 이전 수준으로 회복은 아직까지 어려운 것으로 나타났다.

운송업에서는 다른 업종과 다르게 코로나19 확산이 매출에 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났다. 코로나19가 본격화된 2월부터 운송업은 감소세를 보이는 듯했으나 그해 6월부터는 일부 감소세를 보이는 달이 있었지만, 대체로 증가세를 보이고 있다. 그러나 사회적 거리두기에서 회복되면서 매출은 감소세를 보였다. 이는 코로나19 상황으로 대중교통 이용이 어려워지면서 렌터카 이용이 늘었기 때문인 것으로 나타났다.

[그림 4-5] 킨텍스 일대 관광업종별 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)





〈자료〉 경기도 데이터분석센터.

### 3) 킨텍스 일대 유입지별 소비 동향

킨텍스 일대 외부 방문객의 주요 거주지별 현황을 살펴보면 대부분 수도권 일대의 방문객으로 나타났다. 2019년의 경우 서귀포시 거주 방문객도 존재하지만, 대부분 수도권 일대 거주 방문객이다. 2022년 기준 파주시 거주 방문객이 가장 높게 나타나며, 김포시, 은평구, 양천구, 마포구 등 고양시 인접 경기도 권역이나 인접한 서울 권역 거주자의 방문율도 높게 나타났다.

특이한 점은 서울 강남구나 서초구, 용산구, 종로구와 경기 안산시 상록구, 인천 남동구 등지 거주자의 유입도 나타나고 있다. 이는 고양시 소재 기업들의 본사가 강남구, 서초구, 용산구 일대에 몰려 있으며, 안산시 상록구 일대에는 캠퍼스 혁신파크, 인천시 남동구 일대에는 국가산업단지가 위치해 있어 관련 지역에서 전시회 또는 마이스 행사 방문을 위해 고양시로 유입되었을 것으로 유추할 수 있다.

[표 4-2] 킨텍스 일대 유입지별 매출 순위(2018~2022년)

순위	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
	지역명	지역명	지역명	지역명	지역명
1	경기 파주시	경기 파주시	경기 파주시	경기 파주시	경기 파주시
2	인천 서구	인천 서구	인천 서구	경기 김포시	경기 김포시
3	서울 성동구	경기 김포시	경기 김포시	서울 강서구	서울 은평구
4	경기 김포시	서울 마포구	경기 부천시	경기 부천시	서울 양천구
5	충남 천안 서북구	서울 은평구	서울 은평구	서울 은평구	서울 마포구
6	서울 강서구	서울 강서구	서울 강서구	서울 마포구	서울 영등포구
7	서울 은평구	서울 용산구	서울 마포구	경기 안산시 상록구	서울 서대문구
8	경기 성남 중원구	경기 부천시	서울 용산구	서울 노원구	서울 강서구
9	서울 양천구	경기 남양주시	서울 동대문구	서울 강남구	경기 의정부시
10	경기 부천시	서울 종로구	경기 안산 상록구	서울 영등포구	서울 노원구
11	서울 용산구	제주 서귀포시	서울 강남구	서울 서초구	인천 서구
12	서울 마포구	서울 강남구	인천 남동구	서울 서대문구	서울 강남구

〈자료〉 경기도 데이터분석센터

## 제2절 행주산성 일대 소비동향 및 특징

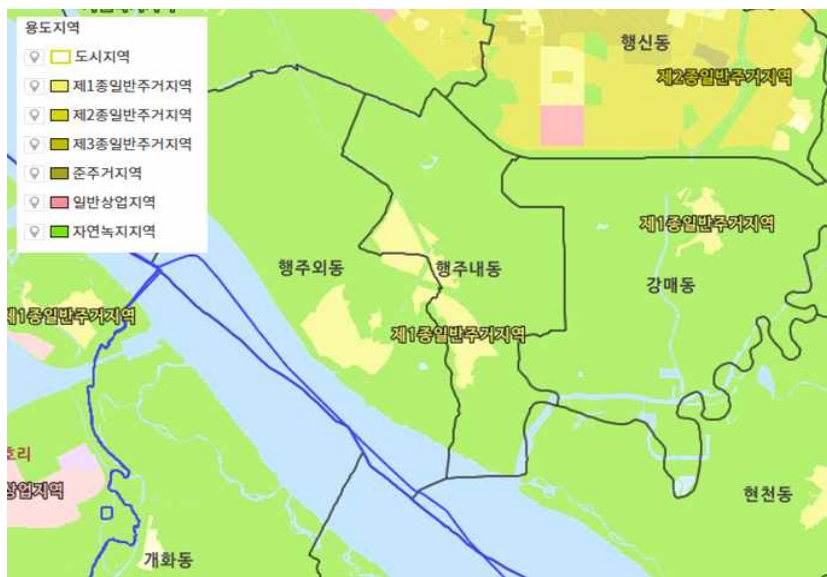
### 1. 행주산성 일대 소비동향 및 특징

#### 1) 행주산성 일대 관광업종 분포 및 소비동향

행주산성 일대는 대부분 자연녹지구역과 주거지역으로 이루어져 있다. 행주산성과 행주나루터 일대를 방문하여 휴식을 즐기고자 하는 인구의 유입이 비교적 높은 편이며, 서울 인근 외부 인구의 유입률 또한 비교적 높게 나타났다. 행주산성 일대에는 음식문화의 거리와 국수거리가 몰려 있어 음식점과 카페 방문객 또한 높은 편이다.

행주산성 일대 관광소비 동향을 파악하기 위해 행주동을 중심으로 인접한 대덕동, 능곡동, 행신동, 화정동, 화전동을 포함하여 분석을 시도하였다.

[그림 4-6] 행주산성 일대 토지이용



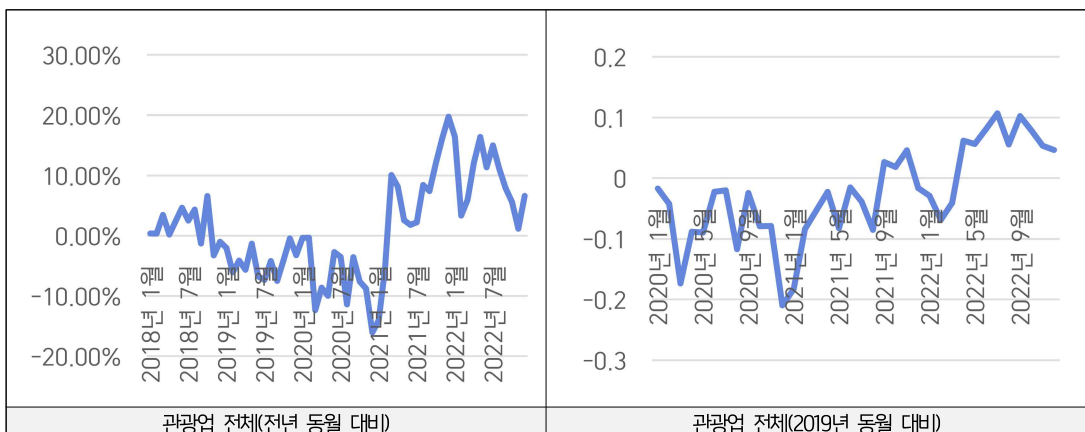
[자료] 토지이용 포털(<http://www.eum.go.kr/web/mp/mpMapDet.jsp#none>). (접속일 2023.08.23.)

행주산성 일대는 2018년 4분기부터 감소세를 보이기 시작하여 코로나19가 확산된 2020년 3월부터 코로나19의 영향을 받기 시작하여, 2021년 2월까지 매출의 감소세를 보였다. 하지만 2020년 3월의 -12.34%, 2020년 8월의 -11.39%, 사회적 거리두기가 전면 시행되었던 2020년 12~2021년 1월(각각 ▼16.03%, ▼14.34%)의 두 자릿수 감소율을 제외하면 매출 감소율이 그리 높지는 않은 편이다. 2019년 코로나19 확산 이전과 비교해도 2021년 2월부터는 매출 감소율이 한 자릿수로 줄어들고 있으며, 2022년 3월부터는 회복이 이루어진 것으로 보인다.

이는 행주산성 일대는 자연 속에서 휴식을 취할 수 있는 야외 관광지이며, 코로나19가 확산된 2020년 행주산성 역사공원이 한국관광공사와 7개 지역관광공사가 함께 선정한 ‘언택트 관광지 100선’에 선정되어 다른 방문객과 일정한 거리를 유지하며 여행을 즐길 수 있는 관광지로 홍보가 이루어진 영향을 받았기 때문인 것으로 판단한다.

행주산성 일대는 관광소비동향을 주요관광지점 기준 방문객 수와 주요 이벤트, 행주산성 일대 행사 개최 여부와 비교하여 살펴보면([그림4-8] 참조), 코로나19는 방문객의 소비 정도에 일부 영향은 미쳤다고 할 수 있다. 하지만 방문객의 증가와 관광소비가 비례하여 나타나는 것은 아닌 것으로 보인다.

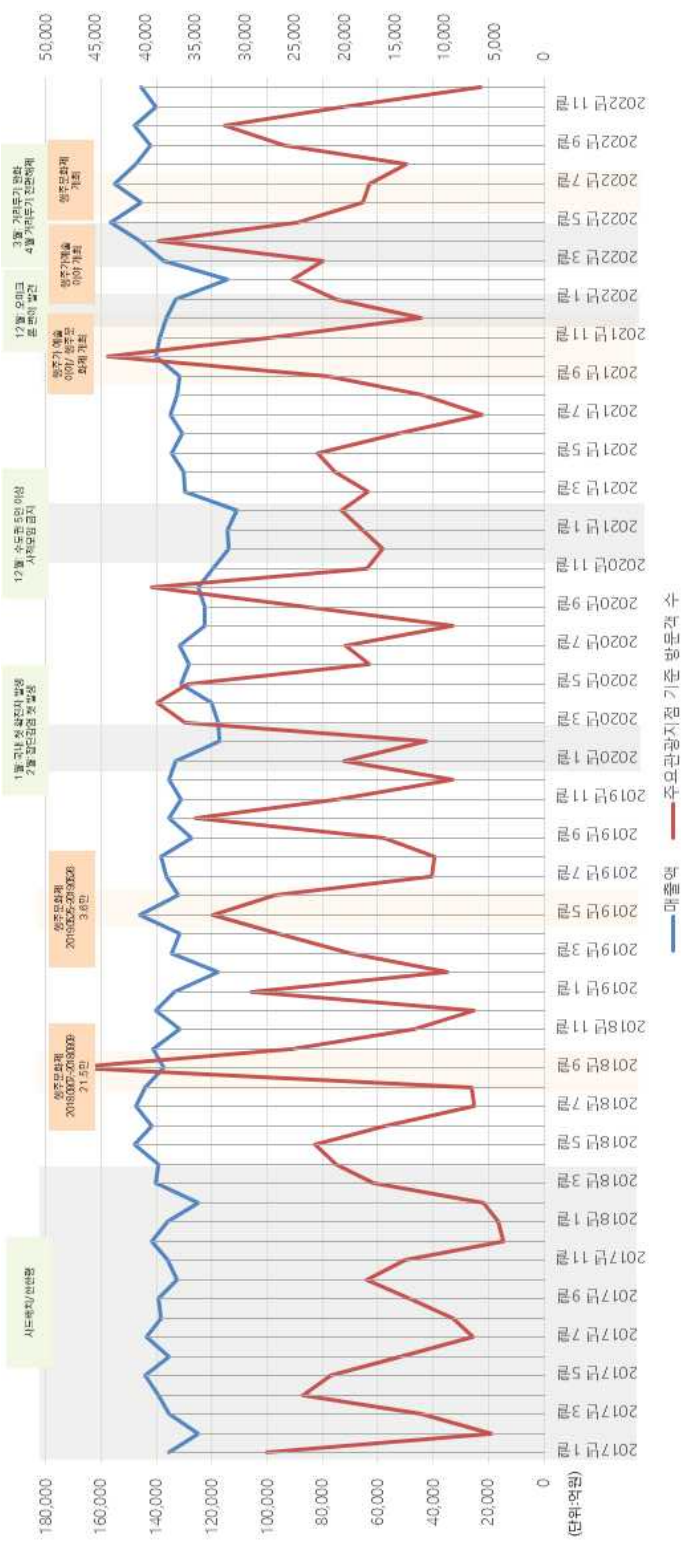
[그림 4-기] 행주산성 일대 관광업종 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)



〈자료〉 경기도 데이터분석센터.



[그림 4-8] 해운사상 일대 관광소비 동향

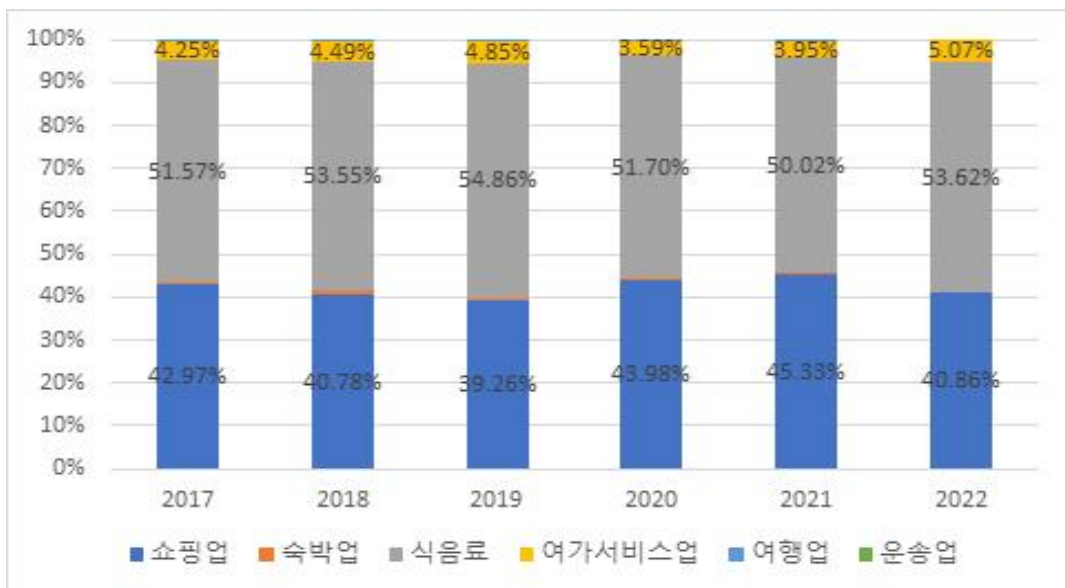


자료: <자료> 경기도 데이터분석센터, 주요관광지점 입장객 통계

## 2) 행주산성 일대 관광업종별 소비 동향

행주산성 일대는 쇼핑업과 식음료업 비율이 전체의 95% 정도로 나타나며, 그 가운데 식음료업 비율이 5년 평균 52.75% 정도로 가장 높게 나타났다. 여가서비스업은 5년 평균 4.4%로 나타났다. 반면에 행주산성 일대 숙박업 대상의 방문객 소비 비율은 5년 평균 0.52% 정도로 나타나 체류방문객 비율이 매우 낮은 것으로 나타났다.

[그림 4-9] 행주산성 일대 관광업종별 소비율(2017년 ~2022년)



<자료> 경기도 데이터분석센터.

[표 4-3] 행주산성 일대 관광업종별 소비율(2017~2022년)

업종분류	2017	2018	2019	2020	2021	2022
쇼핑업	42.97%	40.78%	39.26%	43.98%	45.33%	40.86%
숙박업	0.70%	0.68%	0.53%	0.39%	0.41%	0.40%
식음료	51.57%	53.55%	54.86%	51.70%	50.02%	53.62%
여가서비스업	4.25%	4.49%	4.85%	3.59%	3.95%	5.07%
여행업	0.48%	0.50%	0.50%	0.33%	0.29%	0.04%
운송업	0.03%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.02%

<자료> 경기도 데이터분석센터.

행주산성 일대 쇼핑업 매출은 코로나19 확산 이전부터 감소세를 보이고 있으며, 그에 따라 오히려 코로나 확산 이후 증가세를 보였다. 2020년 2월부터 2021년 2월까지 크게는 두 자릿수 증가세를 보이고 있는데, 2020년 9월에는 30%의 증가율을 보였다. 반면에 2021년 9월과 12월(각각 ▼2%, ▼2%), 2022년 2월(▼9%)에는 감소율을 보이고, 2022년 7월부터 12월까지 매출액이 감소하고 있지만 감소율이 한 자릿수로 크지는 않은 것으로 나타났다.

숙박업 매출은 코로나19 확산 이전인 2018년 4월부터 감소세를 보였으며, 2019년 1월부터는 본격적으로 두 자릿수 감소세를 보였다. 2020년 9월(3%), 2021년 2월부터 4월까지(각각 ▲3%, ▲58%, ▲47%) 매출 증가세를 보이는 듯했으나 매출 증가세와 감소세가 반복적으로 나타나 회복세가 더딘 편이었다. 이는 2019년 동월 대비 증가율에서도 찾아볼 수 있는데, 2020년 9월의 +3%, 2021년 12월의 +10%, 2022년 9월의 +8%의 증가율을 제외하면 두드러진 회복세도 보이지 않았다.

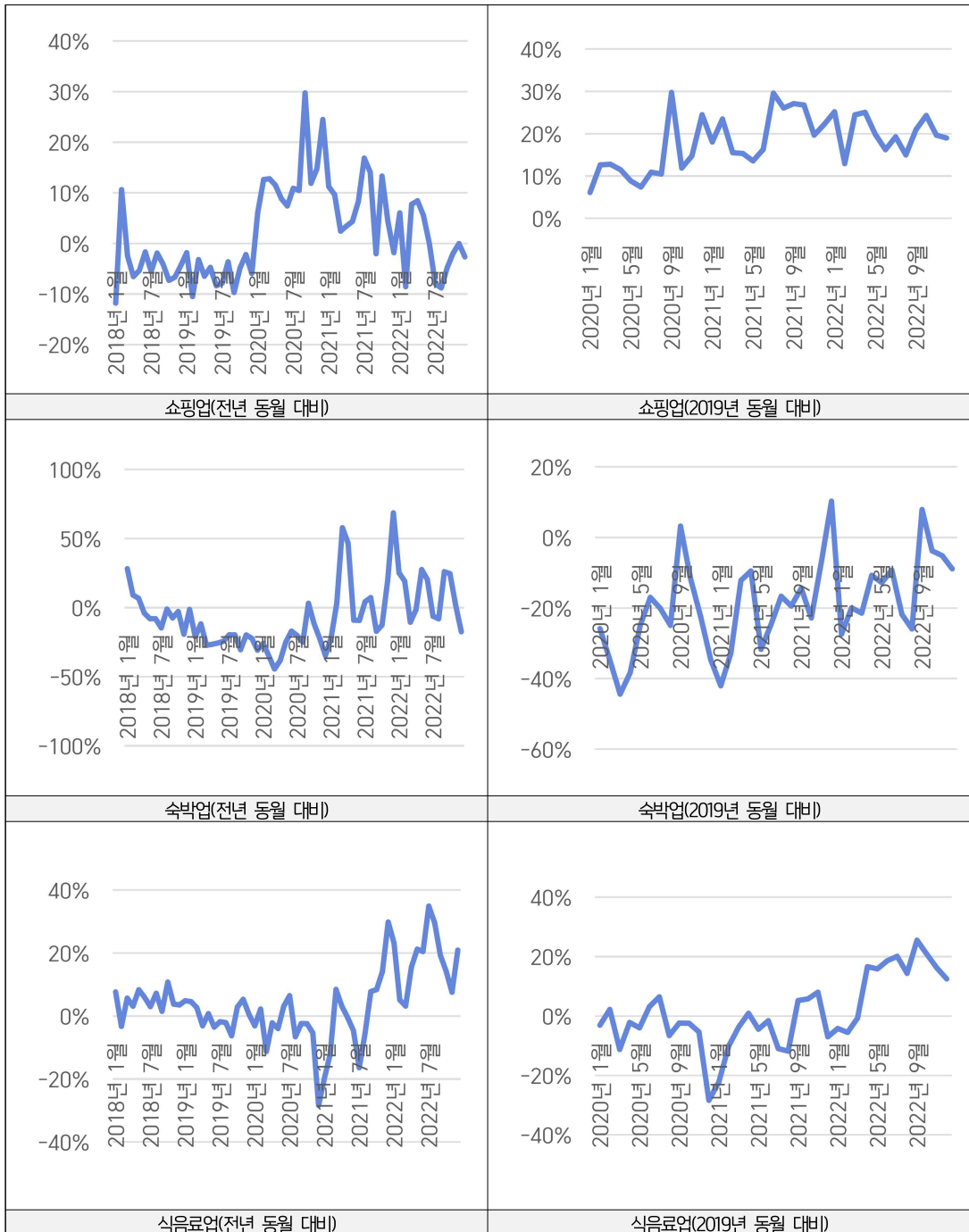
식음료업 매출은 코로나19 확산 이후 감소율이 2020년 3월(▼11%)을 제외하면 한 자릿수에 머물고 있어 큰 폭의 감소세를 보이지는 않는다. 사회적 거리두기가 본격적으로 시행된 2020년 12월부터 2월까지(각각 ▼28%, ▼20%, ▼12%) 두 자릿수의 감소세를 보이고 있으며, 2021년 6월부터 8월까지(각각 ▼5%, ▼16%, ▼6%) 감소세를 보인 후 다시 증가세를 보이고 있어 점차 코로나19 이전 수준으로 나아가고 있다.

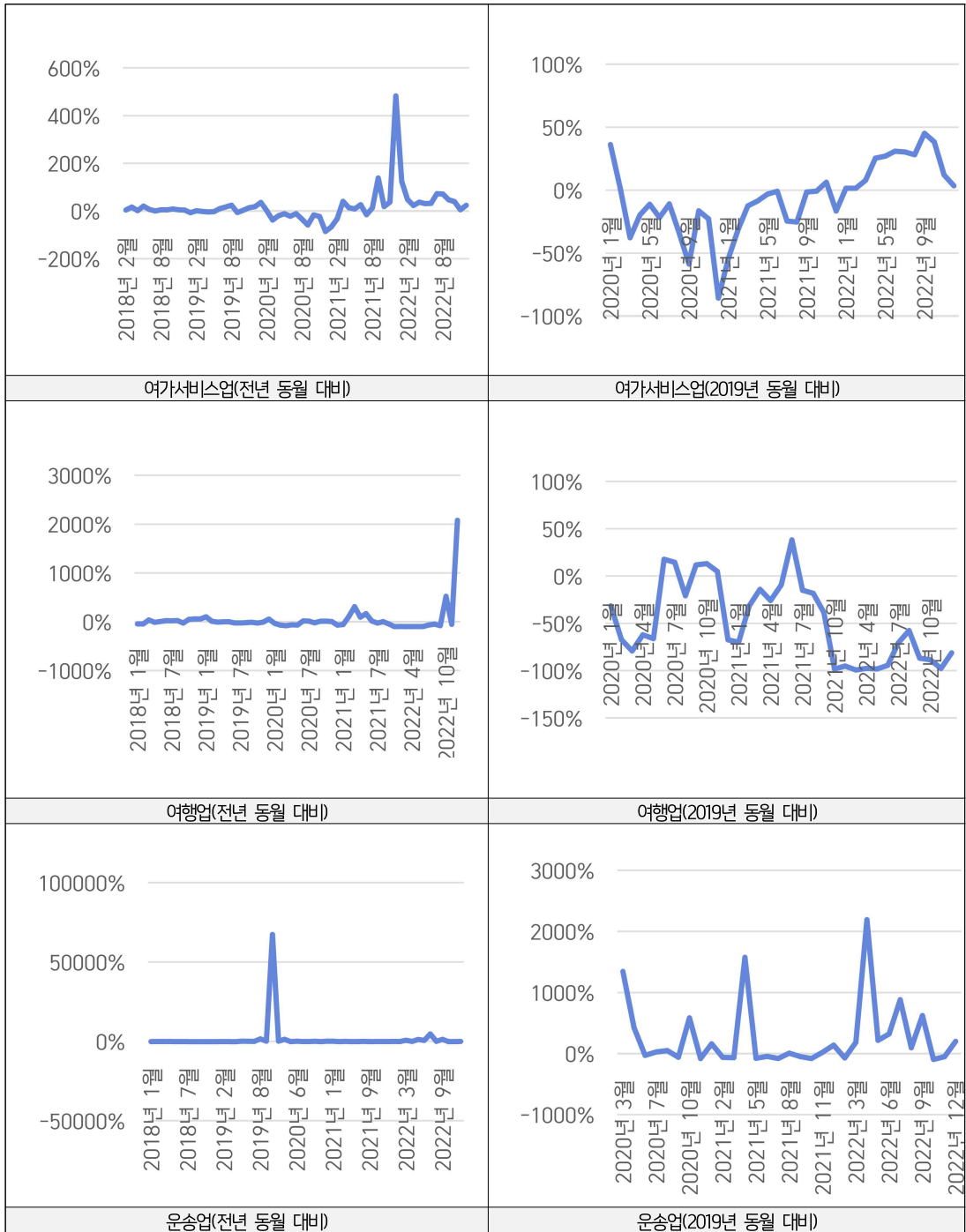
여가서비스업은 2020년 3월부터 2021년 2월까지 매출이 두 자릿수의 감소세를 보였다. 2021년 7월(▼15%)을 제외하면 2021년 3월부터는 증가세를 보이고 있어 2019년 이전 수준을 회복한 것으로 나타났다.

여행업은 코로나19 확산 이전부터 매출 감소세를 보였다. 2021년 2월부터 6월, 2021년 8월, 2022년 10과 12월 세 자릿수 이상 높은 증가세를 보이지만, 코로나19 이전 수준 회복은 기대하기 어려운 것으로 보인다.

운송업은 코로나19 확산 이후인 2020년 3월(▲1,346%), 사회적 거리두기가 시행된 12월과 이듬해 1월(각각 ▲160%, ▲154%) 큰 증가율을 보였다. 사회적 거리두기가 완화된 2020년 3월부터 다시 큰 증가세를 보이지만 4분기에 다다를수록 증가폭이 줄어들고 있어 코로나19 이전 수준으로 회복은 쉽지 않은 것으로 판단된다.

[그림 4-10] 행주산성 일대 관광업종별 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)





〈자료〉 경기도 데이터분석센터.

### 3) 행주산성 일대 유입지별 소비 동향

행주산성 일대 외부 방문객의 주요 거주지별 현황을 살펴보면 대부분 수도권 일대 거주자로 나타났다. 2022년 기준 서울 마포구 방문객이 가장 높게 나타났으며, 그다음 서울 은평구, 경기 파주시, 서울 강서구, 서대문구 등 고양시와 인접한 경기도권역이나 서울권역의 방문객이 대부분으로 나타났다. 하지만 서울 서초구, 성북구, 경기 남양주시 등 고양시와 차로 1시간가량 소요되는 지역에서도 방문이 이루어지고 있다. 실제 행주산성 일대는 2021년 한국관광공사의 ‘언택트 관광지 100선’에 선정되어 홍보가 이루어진 만큼 코로나19 시기에도 가까운 지역이지만, 사람이 붐비지 않는 자연과 야외공간에서 휴식을 취하기를 원하는 방문객의 유입이 이루어졌던 것으로 유추할 수 있다.

[표 4-4] 행주산성 일대 유입지별 매출 순위(2018~2022년)

순위	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
	지역명	지역명	지역명	지역명	지역명
1	인천 부평구	경기 파주시	서울 관악구	경기 파주시	서울 마포구
2	경기 파주시	서울 관악구	경기 파주시	서울 은평구	서울 은평구
3	서울 은평구	인천 부평구	제주 서귀포시	서울 강서구	경기 파주시
4	서울 서대문구	서울 마포구	서울 강서구	서울 마포구	경기 김포시
5	서울 마포구	서울 은평구	서울 마포구	서울 서대문구	서울 강서구
6	서울 양천구	제주 서귀포시	경기 남양주시	서울 관악구	서울 서대문구
7	경기 김포시	서울 강서구	서울 은평구	서울 서초구	서울 서초구
8	경기 남양주시	서울 양천구	서울 서대문구	경기 부천시	서울 성북구
9	서울 강남구	경기 김포시	경기 김포시	경기 김포시	서울 구로구
10	서울 강서구	인천 서구	서울 양천구	서울 구로구	경기 부천시
11	서울 동작구	서울 서대문구	서울 강남구	경기 남양주시	서울 양천구
12	서울 용산구	경기 부천시	경기 부천시	서울 양천구	경기 남양주시

〈자료〉 경기도 데이터분석센터

## 제3절 서오릉 일대 소비동향 및 특징

### 1. 서오릉 일대 소비동향 분석

#### 1) 서오릉 일대 관광업종 분포 및 소비동향

서오릉이 위치한 창릉동(동산동) 일대는 자연녹지구역으로 휴양, 휴식을 위한 외부 인구의 유입률이 비교적 높은 편이다. 서오릉 외에도 골프장이 위치해 있어 여가생활을 즐기기 위한 방문객의 방문 또한 이루어지고 있다. 준주거지역 일대에는 ‘스타필드 고양’이 입지해 있어 외부 인구 유입이 비교적 높은 편이다.

서오릉 일대의 소비동향 분석을 위해 서오릉 일대 반경 5km를 포함하는 창릉동, 화전동, 홍도동, 삼송동을 포함하여 분석을 시행하였다.

[그림 4-11] 서오릉(창릉동) 일대 토지 이용



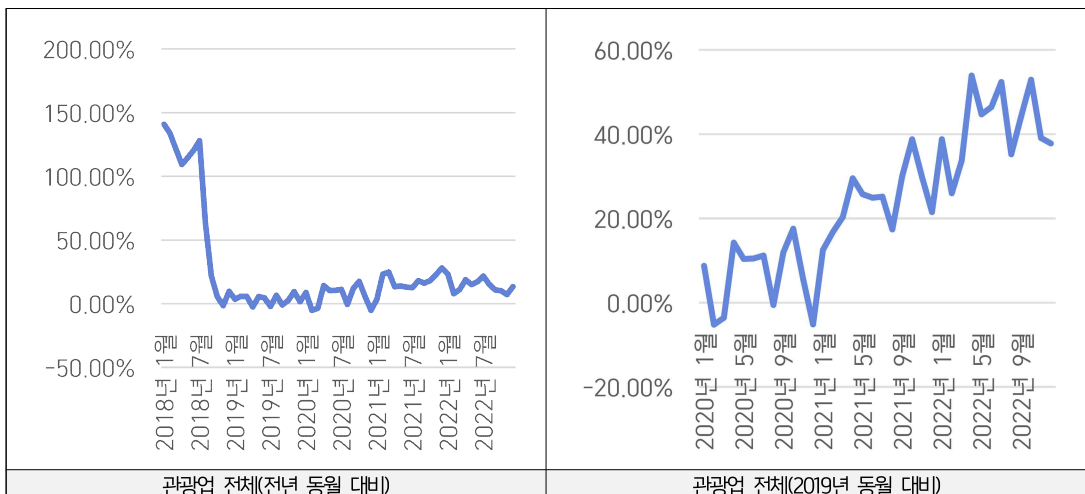
[자료] 토지이음 포털(<http://www.eum.go.kr/web/mp/mpMapDet.jsp#none>). (접속일 2023.08.23.)

서오릉 일대는 2017년 개장한 스타필드 고양의 영향으로 2018년 1월부터 7월까지 매출액 증가율이 세 자릿수 이상으로 폭발적인 성장세를 보였다.

코로나19가 확산된 2020년 2월부터 4월(각각 ▼7%, ▼9%, ▼2%), 2021년 1월(▼2%), 2022년 2월부터 3월까지(각각 ▼10%, ▼1%), 9월(▼4%), 11월(▼1%) 매출이 감소세를 보인 것을 제외하면 전반적인 매출 감소율은 그리 높지 않은 편이다. 코로나19의 영향으로 일시적인 감소는 있었으나 쇼핑업, 식음료업, 여가서비스업 소비가 꾸준히 증가세를 보이고 있다.

서오릉 일대는 관광 매출액과 방문객 수를 비교하면([그림 4-13] 참조), 서오릉 방문객 수의 증가나 CC 방문객 증가세, 관광소비 증가세는 상호 영향관계가 미흡하다. 이는 결국 스타필드 고양의 관광소비에 영향을 미치는 것으로 보여, 주요 관광지와 스타필드 일대를 연계한 관광 프로그램이나 이벤트를 개발하여 관광객 유입을 증대시킬 필요가 있어 보인다.

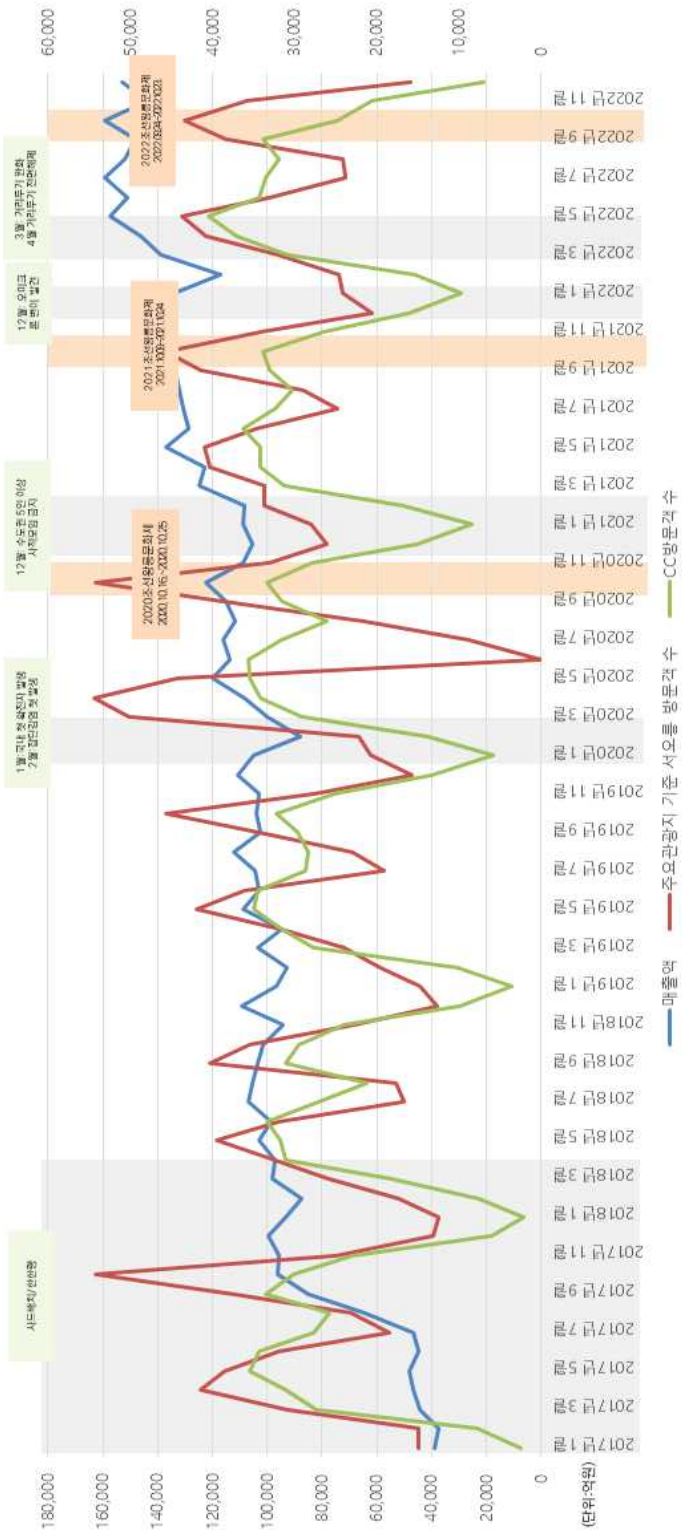
[그림 4-12] 서오릉 일대 관광업종 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)



〈자료〉 경기도 데이터센터 비씨카드 매출 데이터.



[그림 4-13] 서비스를 임대 관공저 소비 동향

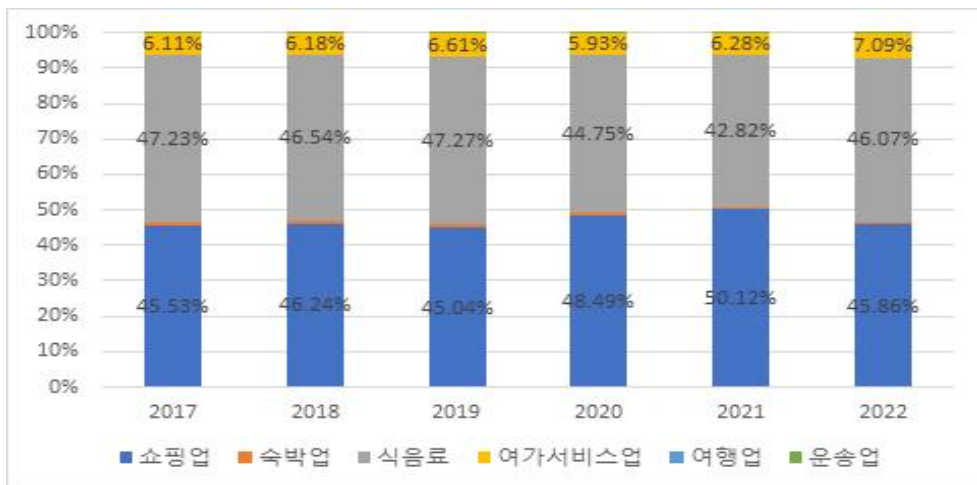


자료: <자료> 경기도 데이터분석센터, 주요관공저 입장객 통계.

## 2) 서오릉 일대 관광업종별 소비동향

서오릉 일대 쇼핑업과 식음료업은 비율은 전체의 90%를 상회하며, 쇼핑업과 식음료업의 매출 비율은 크게 차이나지 않는 것으로 나타났다. 서오릉 일대 여가서비스업은 코로나19 시기에 감소세가 두드러지지 않는데, 이는 서오릉 일대에 골프장이 집적해 있으며 정부의 골프 대중화 선언과 함께 2030세대의 골프인구 유입으로 골프장 이용객이 늘었기 때문으로 보인다. 반면에 일대의 숙박업 소비율 또한 5년 평균 1% 이하로 나타나 서오릉 일대 또한 체류방문객 비율은 낮은 것으로 나타났다.

[그림 4-14] 서오릉 일대 관광업종별 소비율(2017년 ~2022년)



<자료> 경기도 데이터분석센터.

[표 4-5] 서오릉 일대 관광업종별 소비율(2017~2022년)

업종분류	2017	2018	2019	2020	2021	2022
쇼핑업	45.53%	46.24%	45.04%	48.49%	50.12%	45.86%
숙박업	1.00%	0.91%	0.86%	0.64%	0.67%	0.87%
식음료	47.23%	46.54%	47.27%	44.75%	42.82%	46.07%
여가서비스업	6.11%	6.18%	6.61%	5.93%	6.28%	7.09%
여행업	0.09%	0.10%	0.18%	0.13%	0.04%	0.06%
운송업	0.04%	0.04%	0.05%	0.06%	0.07%	0.05%

<자료> 경기도 데이터분석센터.

서오릉 일대는 코로나19 영향으로 일시적인 감소는 있으나 쇼핑업, 식음료업, 여가서비스업의 소비가 일산서구와 일산동구에 비해 증가하는 추세를 보이고 있다.

서오릉 일대 쇼핑업 매출은 코로나19 이전 감소세를 보이며, 코로나가 본격적으로 확산된 2월부터 3월까지(각각 ▼7%, ▼9%, ▼2%) 매출이 감소세를 보였다. 2021년 1월(▼2%), 2022년 2월부터 3월까지(각각 ▼10%, ▼1%), 9월(▼4%), 11월(▼1%)의 감소율을 제외하면, 매출이 증가하는 추세를 보였다. 하지만 증가율이 한 자릿수를 유지하고 있는 상황으로 큰 폭의 성장을 기대하기는 어려울 것으로 보인다.

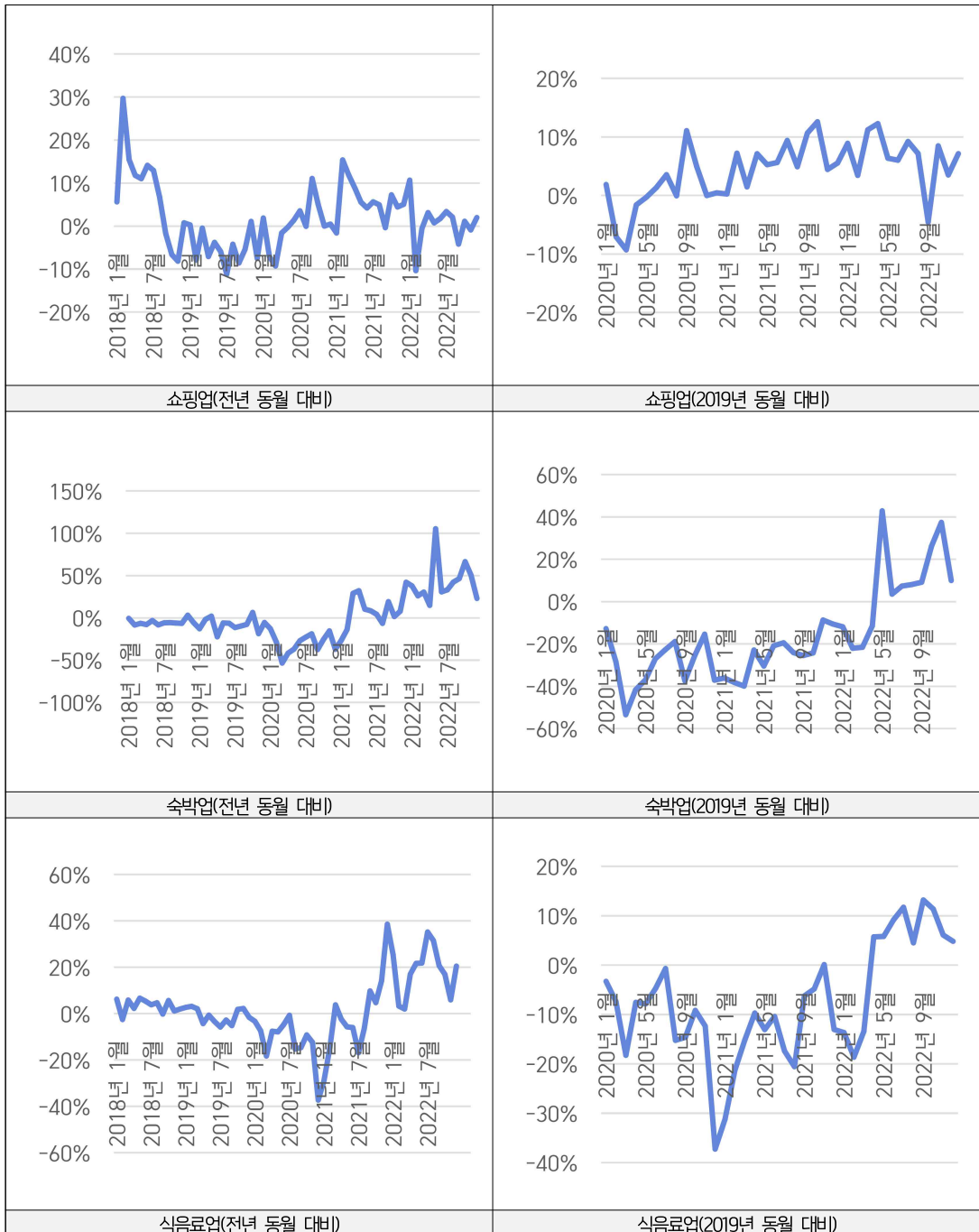
숙박업 매출은 코로나19 확산 이후부터 두 자릿수 감소세를 보이며, 2021년 8월(▼6%)을 제외하고 2021년 3월부터는 증가세를 보였다.

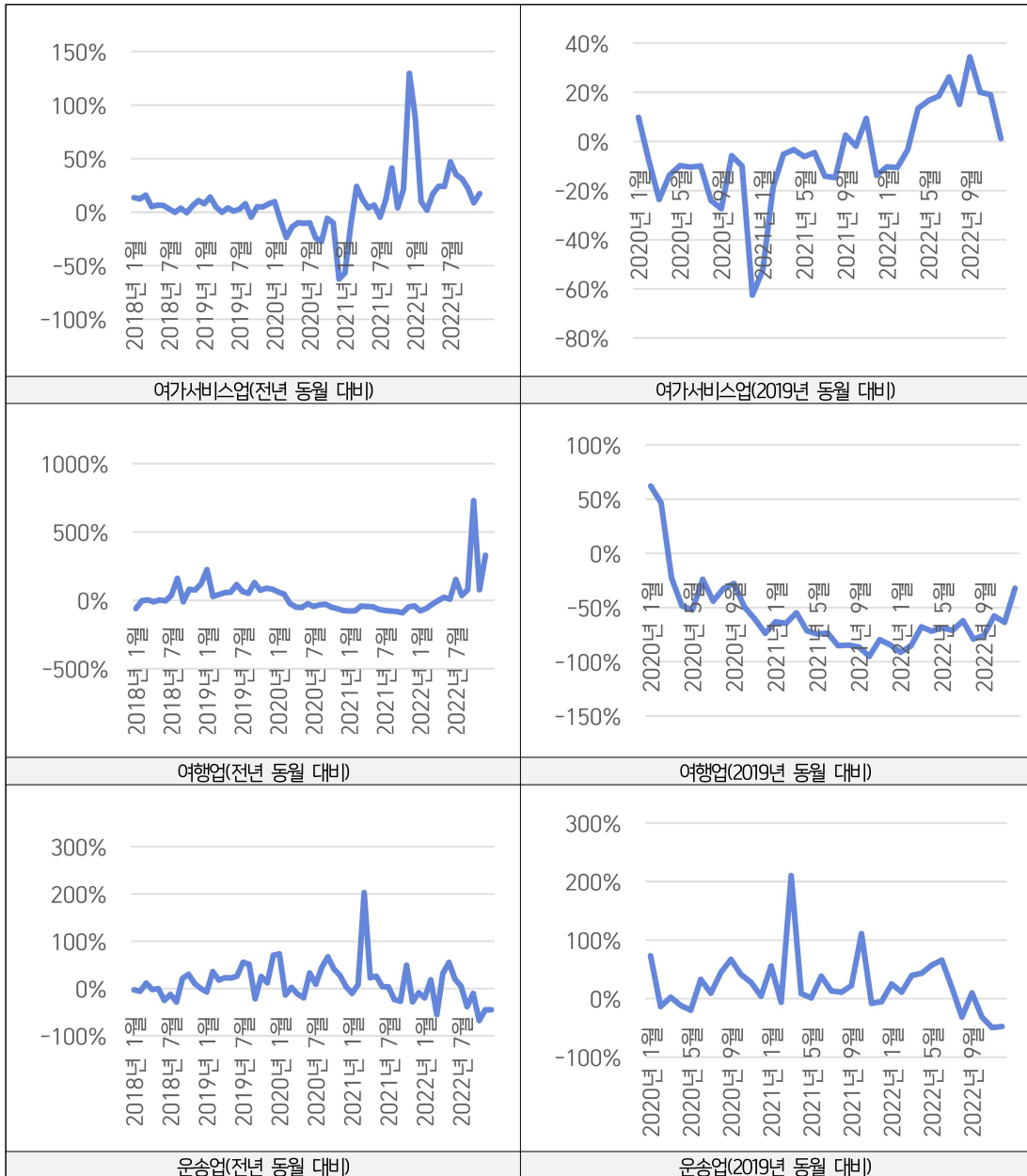
식음료 매출 또한 2019년부터 일부 감소세를 보이고 있으며, 2021년 3월(▲4%)을 제외하고 코로나19 확산 이후 2021년 8월까지 감소세를 보였다. 2021년 10월 두 자릿수 증가세로 선회하면서 서오릉 일대 식음료 매출의 회복세가 나타났다.

여가서비스업 매출은 코로나19가 확산된 2020년 일시적인 감소세에 접어들었다가 2021년 3월부터는 증가세를 보였다. 사회적 거리두기가 전면 해제된 2022년 4월부터 2019년 대비 증가세로 선회하여 코로나19 확산 이전의 회복세를 보이는 것으로 나타났다.

여행업 매출은 2020년 3월부터 사회적 거리두기가 전면 해제된 2022년 3월까지 두 자릿수의 감소세를 보이고 있으며, 5월부터 성장세를 보이고 있다. 하지만 2019년 대비 증가율을 살펴보면 여전히 두 자릿수 감소세를 보이고 있는 상황으로, 코로나19 시기 이전 수준으로 회복은 당분간 어려울 것으로 보인다.

[그림 4-15] 서울로 일대 관광업종별 매출 증가율 추이(전년 동월 대비, 2019년 동월 대비)





〈자료〉 경기도 데이터분석센터.

### 3) 서오릉 일대 유입지별 소비동향

서오릉 일대 외부 방문객의 주요 거주지별 현황을 살펴보면 수도권 일대 거주자가 대부분으로 나타났다. 5년 내내 서울 은평구 거주자의 방문 비율이 가장 높게 나타났으며, 그다음 서울 마포구, 서대문구, 경기 파주시 등 덕양구와 인접한 지역 거주자의 방문 비율이 높게 나타났다.

앞서 살펴본 킨텍스와 행주산성 일대 유입 방문객과 달리 서오릉 일대에서는 경기 남양주시, 의정부시, 성남시, 용인시, 광주시, 서울 송파구 등에서도 유입이 이루어졌다. 언급된 지역은 30~40대 인구 비율과 유소년 인구 비율이 상당히 높은 지역으로(경기연구원, 2022), 자녀를 동반한 방문객이 서오릉 일대를 상당수 방문했을 것으로 예상할 수 있다.

[표 4-6] 서오릉 일대 유입지별 매출 순위(2018~2022년)

순위	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
	지역명	지역명	지역명	지역명	지역명
1	서울 은평구	서울 은평구	서울 은평구	서울 은평구	서울 은평구
2	서울 서대문구	서울 마포구	서울 마포구	서울 마포구	서울 마포구
3	경기 파주시	서울 서대문구	서울 서대문구	서울 서대문구	서울 서대문구
4	서울 마포구	경기 파주시	경기 파주시	경기 파주시	경기 파주시
5	서울 강남구	서울 도봉구	서울 도봉구	경기 김포시	서울 강서구
6	서울 영등포구	서울 영등포구	경기 김포시	서울 강서구	서울 강남구
7	서울 양천구	서울 강남구	서울 성북구	경기 의정부시	서울 양천구
8	인천 서구	서울 서초구	서울 강서구	서울 영등포구	서울 도봉구
9	경기 김포시	경기 부천시	서울 강남구	서울 용산구	서울 송파구
10	서울 서초구	경기 광주시	경기 용인 수지구	경기 성남 분당구	경기 남양주시
11	경기 부천시	서울 강서구	경기 의정부시	서울 양천구	경기 수원 권선구
12	경기 안양 동안구	서울 종로구	서울 영등포구	서울 서초구	서울 용산구

〈자료〉 경기도 데이터분석센터

## 제 5 장

### 결론 및 정책 제언

제1절 연구의 결론

제2절 정책 제언





## 제절 연구의 결론

관광산업이 지역경제의 기반산업으로 자리매김하면서 주요 관광도시에서는 방문객 경제를 활성화하기 위해 관광 현황과 실태를 파악하는 한편, 지역 관광경제 규모를 파악하여 관광산업을 전략적으로 육성하고 있다. 킨텍스 방문객을 중심으로 고양시를 방문하는 관광객을 지속적으로 지역 내에 유입, 체류시켜 지역경제 활성화에 기여하기 위해서는 고양시 관광수요와 관광공급을 철저하게 파악하여 방문객을 확대할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있다. 하지만 시간과 비용이 부담으로 작용하면서 고양시 차원의 관광실태조사가 이루어지지 않고 있다. 따라서 이 연구에서는 고양시 방문객을 대상으로 한 관광실태조사 또는 관광통계가 구축되어 있지 않은 상황 속에서 카드데이터를 활용하여, 고양시 관광산업의 경제적 기여와 방문객 행태를 분석하고, 관광통계 구축과 관광정책 수립에 활용할 수 있는 기초자료를 확보하고자 하였다.

이 연구에서는 고양시 관광산업 통계 구축을 위한 시작점으로 정부와 지자체에서 제공하는 민간데이터 자료를 활용하여 연구를 수행하였다. 이를 위해 2018년부터 2022년까지 5년간의 카드데이터를 활용하여 관광업종별 소비 추이와 특성을 살펴보았다.

고양시 관광업종별 관광소비를 파악하기에 앞서 국내외 관광위성계정 핵심상품과 한국표준산업분류(10차)에 따른 관광산업특수분류(핵심관광산업)를 기준으로 관광업종을 분류하고, 신용카드사의 업종 분류와 연계하여 고양시 관광업종을 식음료, 쇼핑업, 여가서비스업, 숙박업, 운송업, 여행업 등 6가지로 도출하였다. 이는 핵심상품과 국가별 특성상품까지 포함하는 관광위성통계를 위해서는 추가적인 업종 분류가 필요하지만, 관광소비의 측정 면에서는 앞으로 고양시 카드데이터 분석의 기준으로 활용될 수 있을 것으로 판단한다.

카드데이터 분석 결과, 고양시 전체 관광소비 규모(2022년 기준)는 외지인 관광소비(55.87%), 현지인 관광소비(43.15%), 외국인 관광소비(0.98%)순으로 구성되어, 전체 방문객 중에서 외국인의 방문 규모는 크지 않은 것으로 나타났다.

업종별로는 쇼핑업과 식음료업의 소비 비중(약 95%)이 높은 편으로 나타났다. 지역별로 매출은 덕양구(39.93%), 일산동구(34.09%), 일산서구(25.97%) 순으로 나타나고 있는데, 이는 구별 면적과 주요 상권의 유무에 따른 것으로 나타난다. 반면 관광지별로 살펴보면 킨텍스 일대(63.97%), 행주산성 일대(25.78%), 서오릉 일대(10.24%) 순으로 관광소비가 발생하고 있으며, 킨텍스 일대에서 고양시의 절반 이상의 관광소비가 발생하고 있다. 카드데이터만으로는 킨텍스 방문객이 킨텍스 일대에서 어떻게 소비하는지 알 수는 없으나, 킨텍스 인근에 연계할 수 있는 소비거리가 충분히 존재하고 있다는 것을 의미하므로 방문객들을 대상으로한 관광 프로그램 개발과 홍보 방안을 마련해야한다.

고양시와 유사한 규모의 타 지자체(수원, 용인, 파주)와 2018년부터 2022년까지의 내국인 관광소비 규모를 비교하면, 고양시는 수원 다음으로 관광산업 소비 규모가 큰 것으로 나타났다. 하지만 수원의 규모는 고양시보다 128% 높게 나타났다. 수원 행궁 일대는 도시재생사업과 관광지원거점사업을 위해 다양한 정책을 시행하며, 방문객이 편하게 일대를 거닐 수 있도록 일대를 조성하고 있어, 그 일대의 식음료업과 쇼핑업의 매출이 높게 나타나는 것으로 판단된다. 고양시도 방문자 경제를 활성화하기 위해서는 수원화성과 행궁동 일대와 같이 거점화하고 골목길을 중심으로 상권을 조성하여 주요 관광지점을 연계하는 방안이 마련되어야 할 것으로 보인다. 외국인 관광소비는 수원, 용인 다음으로 나타나지만, 파주와 큰 차이가 나지 않고 있다. 이에 따라 외국인 방문객을 유치하기 위한 방안 마련이 필요할 것으로 보인다.

전체적으로 코로나19 팬데믹은 고양시 관광산업에 부정적인 영향을 미쳤으며, 일부 업종은 회복세를 보이지만, 아직까지 회복하지 못한 지역과 업종도 있는 것으로 분석되었다. 코로나19 상황으로 2020년 2월부터 4월까지 킨텍스가 개장휴업 상태에 들어갔으며, 행사의 취소나 연기로 방문자 수가 감소하여 숙박업과 식음료업이 코로나19 시기에 크게 타격을 입었으며, 아직까지 회복이 더딘 상태를 보인다. 같은 기간 덕양구 일대의 소비가 킨텍스 일대보다는 양호했던 것은 이 일대 소비는 킨텍스 의존도가 높다고 할 수 있으며, 소상공인으로 이루어져 자체경쟁력이 낮다고 할 수 있다. 이에 따라 킨텍스 일대의 식음료업과 숙박업을 중심으로 시혜적인 지원보다는 스스로 발전해 나갈 수 있는 성장 생태계를 조성하는 방안이 필요하다. 가령 식음료업의 서비스 질과 운영 수준 향상을 위한 교육

과 지원을 제공하거나 소규모 사업장의 시설 선진화 지원 등으로 자체 경쟁력을 높일 수 있는 방안 마련이 요구된다. 한편 킨텍스 일대 방문객 유입은 고양시 접경 지역 외에도 서울시 강남구, 서초구, 용산구, 인천 남동구, 경기 안산시 상록구 일대에서도 방문객이 유입돼 기업의 본사 또는 산업단지에서 마이스행사에 참여하기 위해 고양시를 방문했을 것으로 예상된다. 이에 따라 킨텍스 일대에 킨텍스 행사가 없어도 타 지자체에서 방문할 수 있도록 관광업종의 자체 경쟁력을 높이고, 매력적인 관광요소를 개발하는 방안 마련이 요구된다.

행주산성 일대는 코로나19 상황 속에서 방문객이 자연과 야외활동을 즐길 수 있는 관광지를 선호하게 되면서 숙박업을 제외한 관광업종의 회복세가 두드러졌다. 하지만 이 일대는 숙박업이 상대적으로 미미한 비중을 차지하고 있으며 방문객은 대부분 고양시 인접 지역에서 발생하여, 단기 방문 또는 일일 관광이 주를 이루는 것으로 분석된다.

서오릉 일대는 스타필드 고양과 인근에 집적한 골프장의 영향으로 숙박업, 식음료업, 여가서비스업은 코로나19 시기 이전 수준을 회복하였다. 서오릉 일대 방문객은 고양시 방문객 외에도 30~40대와 유소년 인구 비율이 높은 경기도 남양주시, 의정부시, 성남시, 용인시 같은 도시에서 유입이 발생하고 있는 것으로 나타나 가족 단위의 유입이 발생하는 경향이 높은 것으로 분석되었다. 이 같은 경향을 고려하여 서오릉 일대의 방문 연령대와 방문 동기를 고려한 관광 프로그램 개발과 마케팅 전략을 수립해야 할 것이다.

이러한 고양시의 관광소비를 통해 살펴본 결과, 상당수 방문객이 장시간 체류하지 않으며, 고양시를 방문하여 쇼핑, 식음료 소비 후 돌아가는 생활관광을 중심으로 발생하고 있다. 카드데이터만으로 소비를 파악하여 어느 지역에 머물렀는지는 정확히 알 수 없지만, 숙박업의 소비가 낮다는 점에 따라 고양시에서 장기체류 방문자 경제가 크게 발생하기는 어려운 상황이다. 실제 고양시에는 관광숙박업이 1개소이며, 나머지는 생활숙박시설 또는 일반숙박시설로 매력 있는 숙박시설이 부족하여 숙박업 소비가 크게 높지 않다. 장기적으로는 방문객이 선호하는 적절한 형태의 숙박시설이 갖추어져 방문객의 고양시 체류 기간을 확대해야겠지만, 이를 위해서는 먼저 고양시 자체가 매력 있는 도시로 거듭나야 할 것이다. 숙박시설 개발은 주로 민간이 개발하는 방식으로 추진되기 때문에 지역이 장기적으로 개발할 만한 가치가 있는 장소라면 개발이 이루어질 수 있기 때문이다. 이에 따라 단기적으

로는 매력 있는 관광자원 발굴, 관광프로그램 개발, 관광지 연계, 관광편의시설 개선 등 고양시 방문객을 만족시킬 수 있는 다양한 정책 개발과 지원이 이루어져야 한다. 고양시의 지역 자원을 활용한 특화관광상품을 개발하여 상품화하는 한편, 관광지 일대의 편의성을 도모하여 관광지의 매력을 높이고 방문객이 장기적으로 체류할 수 있는 방안을 마련해야 한다.

이처럼 고양시 방문객 수요 특성과 변화를 진단하고 수요자 중심의 정책을 수립하기 위해서는 지속적으로 고양시 방문객의 방문과 소비 행태를 파악할 필요가 있다. 이상의 연구결과에서는 공공기관에서 제공하는 민간데이터의 한계로 인해 고양시 관광업종별 소비 동향 추이는 살펴볼 수 있으나, 고양시 방문객의 관광 행태나 킨텍스 주요 행사 개최에 따른 경제적 효과를 세부적으로 파악하기는 쉽지 않은 것으로 나타났다. 이 연구에서는 이같은 한계를 극복하기 위해 고양시 주요 관광지 방문자 수와 관광 현황을 비교하며 분석을 수행하였지만, 앞으로 분석의 고도화를 위해서는 신용카드 데이터 외에도 방문자의 동선이나 체류시간 등을 파악하기 위해 이동통신사의 유동인구 데이터나 내비게이션 데이터를 함께 고려한 분석이 수반되어야 할 것이다.

## 제2절 정책 제언

### 1. 지속적인 고양시 관광통계 구축 방안

이 연구에서는 정부 기관과 지자체 기관에서 제공하는 데이터를 활용하여 카드데이터 분석을 시도하였으나, 카드데이터의 접근성과 비용, 분석 범위, 대표성 등의 문제가 연구의 한계로 나타났다. 이에 본 절에서는 카드데이터를 활용하여 고양시 관광통계 구축을 위해서 다음 몇 가지의 정책을 제안하고자 한다.

#### 1) 정기적 관광소비 동향 분석을 위한 데이터 획득 방안 마련

고양시 방문객의 관광행태와 관광산업의 영향력을 측정하기 위해 적절한 빅데이터를 활용한 정기적 관광소비 동향 분석이 이루어지는 기틀이 마련되어야 한다. 정기적으로 관광소비 동향을 분석하기 위해서는 결국 필요한 분석에 적절하게 활용할 수 있는 빅데이터 유형 분류와 데이터 획득 방안의 마련이 선행되어야 한다.

카드데이터를 활용하는 데 가장 큰 문제로 지적되는 부분은 카드데이터는 구독 비용이 높고, 접근과 분석기법에 제한이 있다는 점이다(심원섭·최승묵·심창섭, 2018). 필요한 데이터 유형, 데이터를 다룰 수 있는 전문 인력, 관련 인프라 구축 등을 고려하면 데이터 확보에 들어가는 비용은 억 단위 이상이 소요되며, 비용 대비 효율성을 만들어 내기가 쉽지 않다. 이에 데이터의 획득과 전문 인력 수급, 인프라 등을 고려하여 가장 합리적인 선에서 DB를 구축하여 정기적으로 소비 동향을 파악할 수 있는 방안이 요구된다. 현재 상황 속에서 가장 적절하다고 판단되는 방안은 정부와 지자체에서 제공하는 데이터를 활용하여 분석하는 방안이지만, 현재의 데이터 제공 방식으로는 실제 데이터의 이용에는 어려움이 있다.

이 연구에서는 경기도 데이터분석센터 비씨카드 데이터를 활용하였으나, 비씨카드는 국내 카드 점유율이 가장 낮으며, 제공되는 데이터의 분류에는 카드의 고객 유형이

구분되어 있지 않아 고양시 방문객 소비를 측정하기 위한 데이터로서 대표성을 갖기에는 한계가 존재한다. 따라서 데이터의 한계를 극복하기 위해 한국관광공사 데이터랩에서 제공하는 신한카드와 비씨카드를 결합한 데이터를 연계하여 활용하였다. 관광공사에서 제공하는 데이터는 고객 유형별 구분이 가능하나, 세부 공간 분석 단위가 시·군·구로만 제공되어 실제 고양시 주요 관광지와 일대 상권을 중심으로 관광소비를 파악하거나 주요 마이스행사 유무에 따라 주요 관광지에서 발생하는 관광소비를 파악하는 데는 어려움이 따른다. 또한 두 가지 데이터 모두 월별 데이터를 제공하고 있어 이벤트의 영향에 따른 관광소비 분석이 불가능하다.

관광 목적의 카드데이터 분석을 위해서는 현지인, 외지인, 외국인 등 관광 유형별 구분이 반드시 이루어져야 하며, 이를 중심으로 성별·연령별, 시·군·구별, 관광지별(행정동별), POI(관심 지역)별, 직업군별, 라이프스타이지(가족구성별) 등 세부적인 일별 수준의 데이터가 필요하다. 카드데이터 외에도 이동통신 데이터나 내비게이션 데이터 등 방문객의 이동경로와 체류시간을 파악할 수 있도록 데이터의 상호보완이 이루어져야 할 필요가 있다. 빅데이터를 활용하는 경우, 단일 데이터를 사용하기도 하지만, 빅데이터 접근성과 분석의 어려움, 개인정보 문제, 대표성 문제 등으로 단독으로 활용하기에는 어려움이 있다.

이에 따라 현재 경기도의 경기북부데이터센터를 운영하는 고양시 빅데이터팀과 경기도 데이터분석센터 간 협의를 통해 최소한 세분화된 관광고객 유형, 관광업종 분류에 맞는 DB를 구축하는 방안을 마련할 필요가 있다. 한편 관광 관련 빅데이터는 한국관광공사 데이터랩에서 시·군·구 자료를 제공하고 있으나 기초자치단체의 경우 데이터를 다운로드할 수 없는 실정이며, 세부적인 데이터가 필요한 경우 카드사로부터 구매가 필요하다. 하지만 관광공사에서는 이동통신, 신용카드, 내비게이션, 관광통계, 조사연구 등 다양한 연구 분석 서비스를 제공하며 데이터 공유체계를 구현하고자 하는 목표를 갖고 있다. 이에 따라 장기적으로 한국관광공사와 협의를 통해 자료를 공유할 수 있는 방안 마련이 필요하다. 가령 문화체육관광부의 관광특구 또는 국제회의복합지구 지정되어 활성화 사업 지원을 받는 지자체의 경우 지역 육성을 위해 데이터를 제공받을 수 있도록 하는 방안을 구상해 실효성 있는 사업 지원이 이루어지도록 해야 한다.

## 2) 고양시 관광산업의 지속적인 발전을 위한 고양 관광산업 기초통계 구축 필요

마이스 목적지로서 고양시는 많은 방문객이 방문하고 있으나, 실제 방문객의 실태조사, 기초자료 구축을 토대로 한 기초자료가 부족했다. 이 연구에서는 고양시 기초 통계 구축을 위한 시작점으로 카드데이터를 활용한 관광객의 소비 행태와 패턴 분석은 수요자 중심의 맞춤형 관광서비스 제공을 용이하게 하지만, 실제 데이터 획득과 접근에 어려움이 있는 경우, 관광통계를 전적으로 대체하기에는 어려움이 있음을 상기시켜 주었다. 목적별 데이터 수집과 구축을 위해서는 카드데이터를 비롯하여 유형별 빅데이터가 지닌 특성을 이해하고 최적의 활용 방안을 고민하는 한편, 기존의 관광통계와 실태조사 등 전통적인 방식의 데이터 수집이 필요한 시점이다.

현재 고양시의 방문객은 킨텍스를 방문하는 마이스 방문객이 다수를 이루고 있으며, 외국인의 방문 비율이 매우 낮게 나타나고, 생활관광을 목적으로 한 내국인의 방문이 주를 이룬다. 앞으로는 고양시 관광의 기초자료를 파악하기 위해 마이스 방문객 실태조사, 외래관광객조사와 내국인관광객조사 등이 필요할 것으로 판단한다. 장기적으로는 고양시의 마이스 특화도를 고려하여 관광위성계정 개발이 이루어져 고양시의 관광경제 전체를 파악하고, 고양시 관광산업 발전을 위한 기초자료 구축이 필요하다. 다만 관광위성계정을 도출하기 위해서는 무엇보다 지역 방문객 실태조사에 따른 국내외 방문객 추산, 관광객 지출을 위한 국민여행조사, 여행수지, 외래관광객조사, 마이스산업 통계조사, 신용카드 데이터 등을 이용한 다양한 연구가 선행되어야 할 것이다.

이에 따라 먼저 마이스 도시로서 고양시의 방문객에 관한 기초 조사를 시행하여 고양 관광산업, 더 자세하게는 마이스 관광산업의 자료와 통계를 구축할 필요가 있다. 예를 들면 실태조사에서는 마이스 방문객 실태조사와 마이스 사업체 실태조사가 이루어질 수 있다. 마이스 방문객 실태조사에서는 주최자와 참가자 대상 만족도 조사와 마이스 참가자 지출비 조사, 마이스 환경평가 등의 항목을 설문을 통해 수집할 필요가 있다. 마이스 사업체 실태조사에서도 지역 내 마이스 업체를 대상으로 사업체 현황, 기업의 기본정보, 정부지원 참여 여부, 정책 참여 여부, 만족도 조사 등의 항목에 따른 조사가 요구된다. 이 같은 사실 정보와 인식을 기반으로 한 내용은 설문조사와 객관적인 데이터를 활용한 통계가 병행하여 이루어져야 한다.

### 3) 다양한 마이스 관광의 경제적 기여도 생산 방안 검토

이 연구에서 활용한 데이터로는 킨텍스 개최 행사별 경제적 기여도를 측정하기는 어렵지만, 코로나19 시기 킨텍스 방문객 감소에 따라 킨텍스를 포함하는 일산서구, 일산동구의 관광업종별 소비가 감소했음을 살펴볼 수 있었다. 그뿐만 아니라 킨텍스 일대 체류 방문객 비중은 고양시의 다른 관광지와 비교하여 높기는 하지만, 관광숙박시설의 부족으로 체류방문객 비율이 높게 나타나지는 않으며, 이는 곧 방문자경제에 크게 기여하지는 못하고 있음을 살펴보았다. 이러한 내용을 토대로 살펴보면 킨텍스 방문객은 지역 내 큰 영향력을 제공하는 것은 아니지만 일산서구와 일산동구 일대 관광업종별 매출에 기여하고 있음을 보여준다.

실제 마이스산업을 통한 가치는 방문자경제를 통한 경제적인 가치에 국한되지 않으며, 마이스행사 참여를 통한 관련 산업의 이해관계자 간 지식 공유와 확산, 네트워크와 협력관계 구축, 교육과 공동 연구기회 제공, 산업혁신, 산업발전, 무역증진과 투자유치 등 산업, 경제, 사회, 환경 전반에 걸친 장기적인 성과로 나타난다.

이에 따라 방문객의 관광소비를 측정하기보다는 고양시 마이스 레거시를 측정할 수 있도록 측정 방식의 전환이 필요하다. 즉, 킨텍스의 주요 행사를 통해 국내 관련 산업과 참가 기업의 성과를 측정, 정리하여 고양시 마이스 관광산업의 가치와 경제적 기여도를 확대하는 방안이 시급한 실정이다. 이러한 레거시를 측정하기 위해서는 먼저 킨텍스와 협업하여 주요 킨텍스 주관 전시회와 연계되어 이루어지는 콘퍼런스 등을 활용하여 행사의 레거시를 측정하고, 그 내용을 정리하여 활용, 관리하는 방안이 필요하다(고양시정연구원, 2022).

예를 들면 대구컨벤션뷰로는 기관의 출범부터 대구의 지역경제 활성화를 목표로 산업의 육성과 발전을 위해 마이스를 전략적으로 활용하여 대구시의 신성장 5+1 산업 연계 비즈니스 이벤트 모델을 구축하였다. 이를 적극적으로 알리기 위해 비즈니스 이벤트 레거시의 성과를 주요 행사 주최자, 관련 전문가와 함께 정리하여 인터뷰, 브로슈어 등의 형태로 제작해 온라인 홍보에 적극적으로 활용하고 있다.

이 같은 부분을 적용하여 고양시는 킨텍스 주관 전시회인 H<sub>2</sub> Meet, 대한민국안전산업박람회, K-Beauty Expo Korea, 디지털미디어테크쇼, 월드 스마트시티 엑스포 등과



킨텍스의 터줏대감인 SIMTOS(서울국제공작기계전), 서울모빌리티쇼, 한국산업대전, 국제포장기자재전, 서울국제식품산업대전, 코리아빌드 등의 사례를 활용할 수 있을 것으로 보인다. 고양시에서 관련 행사를 개최하면서 산업의 성장과 주요 산업국가로서 한국의 브랜드 가치에 얼마나 기여했는지 등 행사의 성과를 측정, 정리하여 고양시의 마이스 레거시 창출 사례로 홍보하고 브랜딩에 활용할 수 있을 것으로 기대된다.

[그림 5-1] 대구 비즈니스 이벤트 레거시 홍보 사례



<자료> 대구컨벤션뷰로 웹사이트(<http://www.daegucvb.com/mice/district/>). (접속일 2023.08.23.)

## 2. 수요자 특성을 고려한 관광 활성화 및 관광산업 지원 방안

이 연구에서는 카드데이터를 분석하여 고양시 방문객의 관광소비 특성과 동향을 살펴봄으로써 방문객을 고양시에 지속적으로 유입, 체류시켜 지역경제에 기여할 수 있도록 공급자 중심의 관광정책이 아닌 방문자의 요구에 맞는 관광상품과 서비스를 제공하고 지원하기 위한 정책 방안을 제시하고자 하였다.

### 1) 고양시만의 콘텐츠를 활용한 매력적인 관광상품 개발

고양시의 관광은 수도권 내 방문객을 중심으로 거주지에서 머물면서 고양시를 잠깐 방문하여 즐기는 여행 형태로 이루어지고 있다. 실제 한국관광공사 데이터랩에서 제공하는 고양시 방문객의 평균 체류시간을 살펴보면 2~3시간으로 나타났다. 이 정도 시간은 다양한 방문 목적을 달성하기에는 짧은 시간이며, 관광지 한 군데 정도를 방문하고 음식 또는 음료를 섭취할 수 있는 시간에 해당한다. 따라서 고양시 방문객의 체류시간을 늘려 방문자 경제를 달성하기 위한 노력으로 고양시만의 콘텐츠를 활용한 차별화되고 매력 있는 관광상품 개발이 필요하다.

#### ○ 관광소비 트렌드를 반영한 관광상품 개발

최근 들어 웰니스관광, 의료관광, K-컬처 관광, 미식관광, 열린관광 등 다변화된 관광객의 니즈에 대응하기 위한 다양한 방안이 지역별로 도출되고 있다. 고양시에서도 시 내부의 지역 자원을 활용하여 관광프로그램을 개발하여 상품화하는 한편, 유사한 주제의 킨텍스 또는 고양시 개최 행사나 관광 프로그램과 연계한 관광상품 마련으로 고양시의 매력을 높이는 방안을 마련해야 한다. 현재 지속적으로 운영하는 한강하구 생태역사관광프로그램 외에도 웰니스를 고려한 행주산성 일대, 일산호수공원 일대 등 자연 속에서 진행되는 요가클래스, 의료연계 웰니스 관광상품, 관내 방송 관련 시설을 활용한 관광상품 등을 고민해 볼 수 있을 것이다. 그 외에도 지역 자원을 엮어 스토리텔링 방식을 변화시키는 방안도 고려해 볼 필요가 있다. 예를 들면 부산시는 2019년 도보여행 프로그램 시범운영을 시작으로 2020년부터 본격적인 도보여행 프로그램을 개발하기 시작했으

며 지역 환경에 어울리는 캐릭터 이야기꾼과 함께 테마코스를 걷고 즐기는 도보투어 관광상품으로 큰 인기를 얻었다. 이후 지속적으로 야경테마, 피란수도 야경테마 등 워킹투어를 개발하여 프로그램을 운영하고 있다. 고양시에서도 다양한 역사문화자원을 활용해 체험요소와 재미를 담은 관광 프로그램 개발 등을 고려해 볼 수 있을 것이다.

이러한 관광상품 개발 시 구별 방문 소비 행태 차이, 관광지별 유입지 차이를 고려하여 상품 개발이 이루어져야 한다. 일산동구에서는 20대의 소비율이 높게 나타나며, 덕양구는 30~40대의 비율이 일산서구와 일산동구에 비해 높게 나타난다. 또한 일산서구와 일산동구는 해가 갈수록 50~60대의 비율이 늘고 있다. 이에 따라 일대 방문객의 연령대를 고려하여 유입되는 소비자의 니즈를 확장하는 방안 마련이 필요하다. 특히 상품 개발을 위해 관광과가 직접적으로 개발하는 방안도 있겠지만, 관광산업의 경쟁력 강화와 체류형 관광의 활성화를 위해 관광상품공모전을 시행하는 방안도 고려해 볼 필요가 있다.

[그림 5-2] 부산시 걷기투어 테마코스



<자료> 부산일보. 눈으로 영화제 즐겼으면 걸으며 부산 느껴보세요(<https://www.busan.com/view/busan/view.php?code=2019093018171976535>). (접속일 2023.09.21.); 대한민국 구석구석 홈페이지([https://korean.visitkorea.or.kr/notice/news\\_detail.do?rnsid=35603037-4fdf-4cbc-8ee4-dc59df73fe90](https://korean.visitkorea.or.kr/notice/news_detail.do?rnsid=35603037-4fdf-4cbc-8ee4-dc59df73fe90)). (접속일 2023.09.21.)

### ○ 킨텍스 방문객의 고양시 체류시간 높이기 위한 방안 마련

킨텍스 마이스행사 방문객의 관광수요를 창출하여 고양시 내에 장기적으로 체류할 수 있도록 다양한 방안을 고민할 필요가 있다. 킨텍스 행사 참여 후 바로 고양시를 빠져나가지 않게 미식관광을 연계한 프로모션을 마련하는 방안을 모색하는 것은 고양시의 새로운 가볼 만한 장소와 지역을 알리는 방안으로 활용될 수 있다. 예를 들면 서울시는 2023년 이태원과 용산구 상권 붐업을 위해 미식 마케팅 시행법인 캐치테이블(catch table)과 협업하여 상권 회복을 꾀한 바 있다. 고양시는 일산동구를 중심으로 새로운 미식 경험을 제공하는 다양한 레스토랑이 위치해 있다. 이를 적극적으로 활용해 일정 기간에 킨텍스 방문객이 매장 예약 방문 후 식사를 하고 리뷰에 참여하는 경우, 고양시 내 캐치테이블 등록 음식점 이용권을 제공하는 방안을 고려할 수 있다.

한편 킨텍스 일대의 식음료업과 숙박업은 코로나19 확산 이후 아직까지 소비 회복이 더딘 상태를 보이고 있다. 같은 기간 덕양구 일대의 소비가 킨텍스 일대보다 양호했던 점에서 이 일대 소비는 킨텍스의 의존도가 높으며, 소상공인으로 이루어져 자체 경쟁력이 낮기 때문이라고도 판단된다. 이에 따라 일대의 산업이 스스로 발전해 나갈 수 있는 성장 생태계 조성이 필요하다. 예를 들면 이 일대 음식점과 숙박업의 서비스 질과 운영 수준 향상을 위한 교육과 지원을 제공하거나 소규모 업장의 시설 선진화 등을 지원하여 자체 경쟁력을 높일 수 있는 방안 마련이 요구된다.

## 2) 관광하기 편리한 환경 조성

고양시 내 방문객의 체류시간을 높이기 위해서는 섬과 같이 떨어져 있는 관광지와 관광편의시설 간의 연결성을 강화하여 볼거리를 제공함으로써 고양시 방문객이 지역 내에 머물 수 있는 방안을 모색할 필요가 있다.

### ○ 관광지 내 주변 관광편의시설 간 연결성 강화

고양시의 주요 관광지를 중심으로 주변 다른 관광지와 연결하는 방안 마련이 필요하다. 고양시는 주요 관광지 내에서도 주변 관광 편의시설까지의 접근이 용이하지 않으며,

이동하기에도 다소 어려운 경향을 보이고 있다. 킨텍스 일대를 예로 들면, 킨텍스 주변의 관광 편의시설은 일산서구와 일산동구 일대에 퍼져 있다. 이 일대는 걸어서 이동이 가능하지만, 처음 방문하는 방문객으로서는 길이 익숙하지 않으며, 중간중간에 아파트가 위치해 있어 어디로 가야 하는지 길을 찾기 어려운 실정이다. 이는 행주산성 일대도 마찬가지다. 주변 관광자원은 많으나 이 일대를 걸어서 다닐 수 있는 충분한 보행 환경이 마련되어 있지 않다.

수원시는 수원행궁 일대 거리의 연결성 강화를 위해 도시재생사업과 관광지원거점사업을 통해 차량 출입을 제한하고 방문객이 편하게 이 일대를 거닐 수 있도록 거리를 조성했다. 이후 이 일대에서는 식음료업과 쇼핑업 매출이 높게 나타난 것으로 판단된다. 고양시도 방문자경제를 활성화하기 위해서는 수원화성과 행궁 일대와 같이 거점화하고 골목길을 중심으로 상권을 조성하여 주요 관광지점을 연결하는 방안이 마련되어야 할 것으로 보인다.

#### ○ 관광지 정보체계 개선

방문객이 편리하게 주요 관광지와 주변의 장소를 방문하고 여행하기 위해서는 관광지의 적절한 정보와 안내체계가 마련되어야 한다. 고양시에는 고양관광정보센터가 정발산역에 위치해 있으나 주요 관광지와는 거리가 멀기 때문에 직접 방문해서 정보를 얻고, 주요 관광지로 이동하기에는 쉽지 않다. 안내센터에서 제공하는 관광지도를 일러스트나 보기

[그림 5-3] 서울시 여행 가이드북 안내와 관광지 내 정보 안내판



<자료> 좌: 역쟁이 네이버 블로그(<https://m.blog.naver.com/overroad89/222865814805>), (접속일 2023.09.22.); 우: 연구자 개인 촬영.

편한 방식으로 거리 안내판을 만들어 킨텍스 일대, 행주산성 일대, 서오릉 일대 등 주요 관광지 외에도 최근 젊은 방문객에게 인기가 있는 밤가시마을 등에도 방문객이 일대를 방문해서 걸어 다니면서 쉽게 정보를 얻고 위치를 파악하여 이동할 수 있도록 거리 곳곳에 안내판을 두고 길을 찾을 수 있도록 방안 마련이 필요하다.

### 3) 고양 관광브랜드 마케팅 강화

고양시는 국내 최대 마이스도시라는 브랜드가 있으나, 그 외에는 관광브랜드에서 연관성과 일관성이 부족한 상황이다. 이는 정보가 제대로 제공되지 않거나, 정보의 제공과 홍보가 이루어지고 있으나 적절한 방식으로 제공되지 않아 부족한 상황으로 여겨질 수 있다. 이러한 상황을 타개하기 위해서는 지속적으로 일관적인 관광브랜드를 시민과 고양시 방문객에게 적극적으로 노출해 홍보하는 방안이 필요하다.

#### ○ 주요 소비지점 활용 고양시 관광 마케팅 강화

최근 관광 소비동향을 살펴보면, 쇼핑과 식음료 부분에서 소비가 높게 나타나고 있다. 한국관광공사 데이터랩에서 제공하는 고양시 방문객의 주요 방문지를 살펴보면, 대부분 주요관광지와 관내의 주요 쇼핑시설을 중심으로 방문이 나타나고 있음을 알 수 있다. 이를 고려하여 주요 소비지점을 활용하여 고양시 관광을 알리고 고양시 관광브랜드를 향상시킬 필요가 있다. 예를 들면 스타필드 고양 같은 주요 시설에 ‘고양 관광 팝업 안내스토어’를 만들어 관광정보와 관광센터에서 판매하는 상품을 함께 판매하는 방안도 활용할 수 있다. 고양관광정보센터는 일산동구에 위치하고 있으며, 덕양구를 방문하는 방문객으로서는 정보를 얻기가 쉽지 않기 때문에 이러한 팝업스토어 요소를 적용한 관광 브랜드 홍보 방안이 요구된다.

### ○ 체계적인 고양시 관광지, 관광자원 정보 제공

일반적으로 관광지를 방문하는 경우, 인터넷을 통해 상당한 정보를 얻게 되지만, 방문지의 정확한 정보를 얻기 위해서는 결국 관련 지자체의 공식 웹사이트나 정보를 찾아보는 경향이 발생한다. 지역의 관광브랜드를 알리기 위해서는 정확한 관광 정보와 주요 시설 정보 등이 제공되어야 한다. 이를 위해서는 관광 홈페이지에 있는 내용에서 관광 범주에 맞는 적절하고 다양한 정보를 찾아볼 수 있어야 한다. 관광 정보를 제공하는 공식 홈페이지에서는 직관적이고 이해하기 쉬운 카테고리화와 관광에 필요한 적절한 정보를 제공해 줄 수 있어야 한다. 또한 특별한 체험과 경험을 원하는 소비자의 니즈와 트렌드를 반영하여 고양시에서만 즐길 수 있는 특별한 경험과 체험 정보를 제공하는 것도 필요하다. 예를 들면 여행지에서 방문객은 지역 전통 음식이나 전통 술 등 현지에서만 구하거나 맛볼 수 있는 지역 특산품 체험을 가장 선호하기도 하지만, 액티비티 경험 목적의 여행도 선호되고 있다. 고양시에서는 전문적인 시설에서 스포츠를 즐길 수 있는 시설이 많이 있으나, 액티비티 애호가 사이에서만 인기가 있을 뿐 일반 관광객에게는 잘 알려지지 않은 경우가 많다. 고양시에서 유명한 골프, 승마, 보더링, 테니스 등을 즐길 만한 장소와 액티비티 정보 또한 제공하여 역동적인 관광지로서 이미지를 구축한다면, 고양시 방문객의 체류시간을 늘려 지역경제 발전에도 기여할 수 있을 것이다.





## 참고문헌

[국내문헌]

- 강릉시(2021). 「2020 강릉시 빅데이터 분석 및 실태조사 용역」
- 경기도(2007). 「제4차 경기도권역 관광개발계획」
- 경기도(2012). 「제5차 경기도 권역별 관광개발계획」
- 경기도(2017). 「제6차 경기도 권역 관광개발계획 수립 연구용역」
- 경기도(2021). 「제7차 경기도 권역별 관광개발 계획 수립 연구」
- 경기연구원(2022). 「경기도 인구구조 변화 특성 연구(Ⅱ)」
- 고양시(2019). 「고양 관광 진흥 중장기 발전전략 수립 연구」
- 고양시정연구원(2018). 「고양시 대규모 행사의 지역경제 파급효과 분석」
- 고양시정연구원(2021). 「고양시 30년, 고양 특례시 30년 - 도시정책」
- 고양시정연구원(2022). 「고양시 마이스 개최 유산(MICE Legacy) 창출을 위한 연구」
- 공주시(2018). 「공주시 관광축제 빅데이터 분석 용역」
- 대홍기획(2022). 「2023년 소비를 이끄는 7개의 라이프 시그널」
- 문화체육관광부(2018). 「제5차 관광진흥 5개년 계획 수립 연구」
- 문화체육관광부(2022). 「2021 지역관광발전지수 동향분석 결과보고서」
- 문화체육관광부(2022). 「2021 지역관광발전지수 경기도 고양시 결과보고서」
- 부산관광공사(2021). 「부산 관광위성계정 개발 및 구축방안 연구」
- 부산시(2020). 「코로나19로 인한 부산지역 관광(소비)관련 업종 영향분석- BC카드  
2019/2020 상반기 매출액 중심」
- 서울관광재단(2019). 「서울 관광산업 경제활동 지표개발 연구」
- 심원섭·최승묵·심창섭(2018). “관광 빅데이터 분석의 주요 쟁점-이동통신 및 신용카드  
데이터를 중심으로.” 관광연구논총, 30(3), 3-22.
- 안은희·안정국(2021). “관광 빅데이터 기반의 용인시 관내 관광 활성화방안: 신용카드  
데이터를 결합한 지리정보시스템 분석을 중심으로.” 한국융합학회논문지,  
12(4), 207-216.

- 울산시(2018). 「울산광역시 관광동향 빅데이터 분석」
- 이세중·손원(2018). “신용카드 데이터의 유용성 및 향후 과제.” 한국은행 국민계정리뷰, 2018(3), 1-23.
- 태안군(2016). 「태안군 관광객 빅데이터 분석을 통한 수요조사」
- 한국관광공사(1989). 「전국관광장기종합개발계획 보고서(제1차 관광개발 기본계획)」
- 한국관광공사(2020). 「관광 빅데이터 분석 가이드라인 수립 연구: 이동통신 및 신용카드 데이터를 중심으로」
- 한국관광공사(2022). 「엔데믹시대 여행트렌드 소비자 조사 및 분석」
- 한국관광학회(2017). 「관광학원론」. 백산출판사.
- 한국문화관광연구원(2017). 「관광분야 빅데이터 활용체계 및 실증분석 연구」
- 한국소비자원(2022). 「ESG 경영 관련 소비자 인식 및 권익 제고 방안 연구」

[해외문헌]

- BVEP(2020). The UK Events Report 2020. (<https://www.excel.london/uploads/uk-events-report-2020---executive-summary.pdf>).
- Darbellay, F., & Stock, M.(2012). Tourism as complex interdisciplinary research object. *Annals of tourism research*, 39(1), 441-458.
- Euromonitor(2023). Top 10 Global Consumer Trends 2023.
- GWI(2021). The Global Wellness Economy: Looking Beyond COVID.
- McIntosh, R., Goeldner, C., & Ritchies, J.R.(2011). *Tourism: Principles, Practice, Philosophies* (12th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Netto, A. (2009). What is Tourism? Definitions, Theoretical Phases and Principles. In Tribe, J. (Ed.), *Philosophical issues in tourism*(pp.43-61). Channel View Publications, Limited.
- Spode, H. (2009). Tourism Research and Theory in German-Speaking Countries. In G. Dann, & G. Parrinello(Eds.), *Sociology of Tourism: European Origins and Developments*(pp.65-93). Emerald Publishing Limited.

UN(2010). International Recommendations for Tourism Statistics 2008.

UNWTO(2018). Methodological Notes to the Tourism Statistics Database.

[기타자료]

경기데이터분석포털. <https://insight.gg.go.kr/goToMain.do>. (접속일 2023.3.27.)

국가법령정보센터. [www.law.go.kr](http://www.law.go.kr). (접속일 2023.04.25.)

고양시 주요 관광지점 입장객 통계. <https://know.tour.go.kr/stat/visitStatDis/table.do>.  
(접속일 2023.06.23.)

관세청 보도자료, 뜨거운 해외직구 열기, 여전히 진행 중. <http://www.josetongsin.com/com/news/view.html?section=136&category=139&no=29500>. (접속일 2023.07.18.)

뉴시스, "고물가에 '휴포자'로" vs "오랜만에 해외여행"...바캉스 양극화. [https://newsis.com/view/?id=NISX20230614\\_0002338193&dID=13001&pID=13000](https://newsis.com/view/?id=NISX20230614_0002338193&dID=13001&pID=13000). (접속일 2023.07.23.)

대구컨벤션뷰로 웹사이트. <http://www.daegucvb.com/mice/district/>. (접속일 2023.08.23.)

대웅제약 웹페이지. 4년 만에 약 25% 성장?! 국내 건강기능식품 시장 현황과 2023 트렌드.  
<https://newsroom.daewoong.co.kr/archives/17537>. (접속일 2023.07.24.)

대한민국 구석구석 홈페이지. [https://korean.visitkorea.or.kr/notice/news\\_detail.do?newsid=35603037-4fdf-4cbc-8ee4-dc59d7f3fe90](https://korean.visitkorea.or.kr/notice/news_detail.do?newsid=35603037-4fdf-4cbc-8ee4-dc59d7f3fe90). (접속일 2023.09.21.)

데일리팜. 디지털헬스케어 시장규모 1조 8천억원...34.6% 성장. <http://www.dailypharm.com/Users/News/NewsView.html?ID=298670>. (접속일 2023.07.24.)

문화관광부(1999). 관광비전21(제1차관광진흥 5개년계획).

문화관광부(2001). 제2차 관광개발기본계획.

문화관광부(2004). 제2차 관광진흥 5개년계획.

문화체육관광부(2009). 제3차 관광진흥 5개년계획.

문화체육관광부(2011). 제3차 관광개발기본계획.

문화체육관광부(2012). 관광산업 특수분류.

문화체육관광부(2013). 제4차 관광진흥 5개년계획.

문화체육관광부(2021). 제4차 관광개발기본계획.

문화체육관광부(2022). 제6차 관광진흥기본계획.

부산일보. 눈으로 영화제 즐겼으면, 걸으며 부산 느껴보세요. <https://www.busan.com/view/busan/view.php?code=2019093018171976535>. (접속일 2023.09.21.)

부킹닷컴 웹사이트. 2023년 지속가능한 여행 보고서 발표.

<https://news.booking.com/ko-ko/부킹닷컴-2023년-지속가능한-여행-보고서-발표-KR/>. (접속일 2023.07.24)

역쟁이 네이버 블로그. <https://m.blog.naver.com/overroad89/222865814805>. (접속일 2023.09.22.)

토지이음 포털. <http://www.eum.go.kr/web/mp/mpMapDet.jsp#none>. (접속일 2023.09.01.)

한경비즈니스. 해외 여행 vs 휴포족... 여름 휴가도 양극화 '뚜렷'. <https://magazine.hankyung.com/business/article/202307070713b>. (접속일 2023.07.23.)

한국관광공사 데이터랩 웹사이트. <https://datalab.visitkorea.or.kr/datalab/portal/ts/getDtrmcNatiCust2Form.do>. (접속일 2023.09.21.)

한국은행 경제통계시스템 웹사이트. <https://ecos.bok.or.kr/#/SearchStat>. (접속일 2023. 09.21.)

TDSS 관광개발정보시스템 웹사이트. <https://www.tdss.kr/board/N22/list.do>. (접속일 2023.05.25.)

# Abstract

## A study on Tourism Consumption Trends of Goyang City based on Credit Card Data

Eunjin Kim\*, Yong-Deok Kim\*\*, Eunbi Hwang\*\*\*

The tourism industry has firmly established itself as the backbone of the regional economy. In major tourist cities, efforts are being made to boost the visitor economy by assessing the current state of tourism and its details. Simultaneously, there is a strategic approach to nurturing the tourism industry while comprehending the scale of the local tourism economy. To contribute to the economic prosperity of Goyang City by continuously attracting and retaining tourists visiting KINTEX, it's crucial to have a comprehensive understanding of the tourism supply and demand in Goyang City. The results of the study suggest. However, due to time and budget constraints, a comprehensive survey of tourism conditions has not been conducted at the city level. As a result, this study aims to analyze the economic impact of Goyang City's tourism industry and visitor behavior using credit card data, as tourism statistics are not available, and to lay the groundwork for creating

---

\* Associate Research Fellow, Goyang Research Institute, Korea

\*\* Research Fellow, Goyang Research Institute, Korea

\*\*\* Researcher, Goyang Research Institute, Korea

such statistics and formulating tourism policies.

The study's results are as follows. First, the aim was to lay the foundation for establishing a tourism statistics system in Goyang City. The study classified the tourism industry based on standard classifications according to the core products of national and international tourism satellite accounts and the Korean Standard Industrial Classification (10th edition). This categorization resulted in six tourism industry categories, including food and beverage, shopping, leisure services, accommodation, transportation, and travel. While additional categorization may be needed for satellite statistics that encompass core and specific products by country, this categorization can serve as a basis for measuring tourism consumption.

Second, the study sought to investigate tourism consumption behavior according to the tourism industry classification, identifying tourism demand and consumption by industry. According to the analysis of credit card data, the total tourism consumption in Goyang City (as of 2022) consists of 55.87% from non-resident tourists, 43.15% from local tourists, and 0.98% from foreign tourists. Shopping and food and beverage account for a high proportion of consumption, around 95%. Among the tourist destinations, the KINTEX area had the highest tourism consumption at 63.97%, followed by the Haengjusanseong Fortress area at 25.78% and the Seooreung area at 10.24%. It is evident that KINTEX has a significant impact on local tourism consumption. However, a considerable number of Goyang City's visitors do not stay for an extended period but engage in lifestyle tourism, primarily focusing on shopping and food and beverage consumption.

Third, the study aimed to propose measures for developing demand-oriented tourism policies. While it's challenging to pinpoint where visitors stayed precisely using credit card data, the low spending on accommodations indicates a challenge in generating long-term economic benefits from Goyang City's visitors. Therefore, short-term measures should focus on discovering attractive tourism resources, developing tourism programs, connecting tourist

destinations, and improving tourism facilities to satisfy Goyang City's visitors. Moreover, Goyang City should concentrate on creating specialized tourism products using its local resources and enhancing the convenience of tourist areas to enhance their appeal and encourage visitors to stay longer.

Finally, based on the research findings, policy recommendations were made. Firstly, it was suggested to take a continuous approach to building Goyang City's tourism statistics. This includes proposing methods for regularly collecting and analyzing tourism statistics, establishing fundamental tourism industry statistics for the ongoing development of Goyang City's tourism sector, and providing ways to assess the economic contribution of various MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) tourism. Secondly, recommendations were made for tourism activation and support measures that consider consumer characteristics. These measures include developing attractive tourism products based on Goyang City's unique content, creating a tourism-friendly environment, and strengthening Goyang City's tourism brand marketing efforts.