

An Analysis of the economic impact of regional events in Goyang City

# 고양시 대규모 행사의 지역경제 파급효과 분석

— 2017년, 2018년 고양시 주요 행사를 중심으로

김준우  
송영인  
최사라



현안연구보고서 2018 - 008

An Analysis of the economic impact of regional events in Goyang City

## 고양시 대규모 행사의 지역경제 파급효과 분석

- 2017년, 2018년 고양시 주요 행사를 중심으로

### 연구 책임

김준우 (고양시정연구원 도시환경연구부, 연구위원)

### 연구 참여

송영인 (고양시정연구원 도시환경연구부, 위촉연구원)

최사라 (고양시정연구원 도시환경연구부, 위촉연구원)

발 행 일 2018년 12월 31일

저 자 김준우, 송영인, 최사라

발 행 인 이재은

발 행 처 고양시정연구원

주 소 10393 경기도 고양시 일산동구 태극로 60 빛마루방송지원센터 11층

전 화 031-8073-8341

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

인쇄처 디자인·편집·인쇄 전문기업 북인북

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서, 고양시의 정책과는 다를 수도 있습니다.

ISBN 979-11-89636-13-5

# 목 차

<b>요약</b> .....	<b>i</b>
<b>제1장 서론</b> .....	<b>01</b>
제1절 연구의 배경 .....	03
제2절 연구의 목적 .....	04
제3절 분석 방법 .....	05
<b>제2장 분석 대상 행사 개요</b> .....	<b>09</b>
제1절 분석 대상 행사 선정 .....	11
제2절 고양시 대규모 행사 .....	13
제3절 킨텍스 대규모 행사 .....	20
<b>제3장 행사별 지역경제 파급효과 분석</b> .....	<b>25</b>
제1절 고양국제꽃박람회 (2018) .....	27
제2절 고양행주문화제 (2018) .....	33
제3절 EBS국제다큐영화제 (2018) .....	39
제4절 서울모터쇼 (2017) .....	45
제5절 서울국제공작기계전 (2018) .....	51
<b>제4장 지역경제 파급효과 종합</b> .....	<b>57</b>
제1절 경제효과 비교분석 .....	59
제2절 유입인구 특성 비교분석 .....	65
제3절 소결 및 제언 .....	67
<b>별첨</b> .....	<b>74</b>

## 표 목차

[표 1-1] 분석대상 행사 및 선정 이유	5
[표 1-2] 분석대상 행사별 파급효과 분석 내용	6
[표 3-1] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - 고양국제꽃박람회	28
[표 3-2] 주변지역 유입인구	30
[표 3-3] 유입인구 유입지역 순위	31
[표 3-4] 행사기간 거래량 및 소비단가	32
[표 3-5] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표- 고양행주문화제	34
[표 3-6] 주변지역 유입인구	36
[표 3-7] 유입인구 유입지역 순위	37
[표 3-8] 행사기간 거래량 및 소비단가	38
[표 3-9] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - EBS국제다큐영화제	40
[표 3-10] 주변지역 유입인구	42
[표 3-11] 유입인구 유입지역 순위	43
[표 3-12] 행사기간 거래량 및 소비단가	44
[표 3-13] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표- 서울모터쇼	46
[표 3-14] 주변지역 유입인구	48
[표 3-15] 유입인구 유입지역 순위	49
[표 3-16] 행사기간 거래량 및 소비단가	50
[표 3-17] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - 서울국제공작기계전	52
[표 3-18] 주변지역 유입인구	54
[표 3-19] 유입인구 유입지역 순위	55
[표 3-20] 행사기간 거래량 및 소비단가	56
[표 4-1] 행사 기간 전후 일평균 매출증감 비교표	59

[표 4-2] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - 고양국제꽃박람회 .....	60
[표 4-3] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - 고양행주문화제 .....	61
[표 4-4] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - EBS국제다큐영화제 .....	62
[표 4-5] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - 서울모터쇼 .....	63
[표 4-6] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - 서울국제공작기계전 .....	64
[표 4-7] 행사 기간 중 유입인구 특성 비교표 .....	65
[표 4-8] 행사 기간 중 유입인구 소비 비율 비교표 .....	66
[표 4-9] 행사별 지역경제 파급효과 종합 .....	67

## 그림 목차

[그림 1-1] 트랜드온 서비스 예시 .....	7
[그림 2-1] 고양국제꽃박람회 현장사진 .....	14
[그림 2-2] 2018 고양국제꽃박람회 지도 .....	15
[그림 2-3] 2018 고양국제꽃박람회 행사사진 .....	15
[그림 2-4] 고양행주문화제 사진 .....	17
[그림 2-5] 고양행주문화제 안내지도 - 행주산성 .....	17
[그림 2-6] EBS국제다큐영화제 행사사진 .....	18
[그림 2-7] EBS 국제다큐영화제 행사 포스터 및 개요 .....	19
[그림 2-8] 2017 서울모터쇼 행사사진 .....	21
[그림 2-9] 2017 서울모터쇼 부스 배치도 .....	22
[그림 2-10] 2018 서울국제공작기계전 배치도 .....	23
[그림 2-11] 서울국제공작기계전 참관객수 .....	24
[그림 3-1] 장항2동 위치 .....	27
[그림 3-2] 업종별 일평균 매출액 증감률 .....	28
[그림 3-3] 주변지역 일평균 매출액 변화율 분포도 .....	29
[그림 3-4] 소비인구 비중 - 장항2동 .....	29
[그림 3-5] 주변지역 유입인구 수 분포도 .....	30
[그림 3-6] 유입인구 유입지역 분포도 .....	30
[그림 3-7] 유입인구 소비금액 및 거래량 .....	31
[그림 3-8] 주변지역 유입인구 일평균 소비금액 변화율 분포도 .....	32
[그림 3-9] 행주동 위치 .....	33
[그림 3-10] 업종별 일평균 매출액 증감률 .....	34
[그림 3-11] 주변 지역 일평균 매출액 변화율 분포도 .....	35

[그림 3-12] 소비 인구 비중 .....	35
[그림 3-13] 주변지역 유입인구수 분포도 .....	36
[그림 3-14] 유입인구 유입지역 분포도 .....	36
[그림 3-15] 유입인구 소비금액 및 거래량 .....	37
[그림 3-16] 주변지역 유입인구 일평균 소비금액 변화율 분포도 .....	38
[그림 3-17] 장항동 위치 .....	39
[그림 3-18] 업종별 일평균 매출액 증감률 .....	40
[그림 3-19] 주변지역 일평균 매출액 변화율 분포도 .....	41
[그림 3-20] 소비인구 비중 .....	41
[그림 3-21] 주변지역 유입인구수 분포도 .....	42
[그림 3-22] 유입인구 유입지역 분포도 .....	42
[그림 3-23] 유입인구 소비금액 및 유입인구 거래량 .....	43
[그림 3-24] 주변지역 유입인구 일평균 소비금액 변화율 분포도 .....	44
[그림 3-25] 대화동 위치 .....	45
[그림 3-26] 업종별 일평균 매출액 증감률 .....	46
[그림 3-27] 주변지역 일평균 매출액 변화율 분포도 .....	47
[그림 3-28] 소비인구 비중 .....	47
[그림 3-29] 주변지역 유입인구수 분포도 .....	48
[그림 3-30] 유입인구 유입지역 분포도 .....	48
[그림 3-31] 유입인구 소비금액 및 거래량 .....	49
[그림 3-32] 주변 지역 유입인구 일평균 소비금액 변화율 분포도 .....	50
[그림 3-33] 고양시 대화동 위치 .....	51
[그림 3-34] 업종별 일평균 매출액 증감률 .....	52
[그림 3-35] 주변지역 일평균 매출액 변화율 분포도 .....	53
[그림 3-36] 소비인구 비중 .....	53
[그림 3-37] 주변지역 유입인구수 분포도 .....	54

[그림 3-38] 유입인구 유입지역 분포도 .....	54
[그림 3-39] 유입인구 소비금액 및 거래량 .....	55
[그림 3-40] 주변지역 유입인구 일평균 소비금액 변화율 분포도 .....	56
[그림 4-1] 행사 기간 전,후 일평균 매출액 변화 그래프 - 고양국제꽃박람회 .....	60
[그림 4-2] 행사 기간 전,후 일평균 매출액 변화 그래프 - 고양행주문화제 .....	61
[그림 4-3] 행사 기간 전,후 일평균 매출액 변화 그래프 - EBS국제다큐영화제 .....	62
[그림 4-4] 행사 기간 전,후 일평균 매출액 변화 그래프 - 서울모터쇼 .....	63
[그림 4-5] 행사 기간 전,후 일평균 매출액 변화 그래프 - 서울국제공작기계전 .....	64



## 요 약

### 1. 개요

#### □ 연구의 배경 및 목적

##### ○ 연구의 배경

- 지방자치단체에서 지역 관광 및 경제 활성화를 목표로 다양한 대규모 행사들을 진행하고 있지만, 실질적인 지역경제 파급효과 분석이 필요함
- 고양시에서는 고양국제꽃박람회, 킨텍스 서울모터쇼 등 대규모 행사가 진행되지만, 중소기업 중심 지역경제 파급효과 분석이 부족함
- 위치 정보와 카드 사용 데이터를 연계한 빅데이터 분석 서비스를 활용하여 지역별, 기간별, 업종별 매출 비교 및 분석이 가능함

##### ○ 연구의 목적

- 고양시에서 열리는 대규모 행사에 대한 중소기업 중심의 지역경제 파급효과를 분석함
- 카드 사용량과 위치 정보를 연계한 빅데이터 서비스를 활용하여 대규모 행사의 실질적인 지역경제 파급효과 분석을 진행함
- 카드사용 데이터는 중소기업 중심의 데이터를 활용하여, 대형 쇼핑시설을 제외한 지역 상권의 파급효과 분석을 우선으로 진행함
- 본 연구의 분석 결과는 향후 예산 대비 행사의 지역경제 파급효과 강화 및 중소기업 지원 정책 마련의 기초자료로 활용 가능

## □ 분석 방법

### ○ 분석 대상 및 내용

- 고양시에서 진행된 행사 중 인지도 및 관람객, 운영 주체, 지역, 행사 성격 등을 고려하여 분석 대상 행사를 5개 선정함

#### 분석 대상 행사 및 선정 이유

행사명	연도	행사지역	주관	선정 이유
고양국제꽃박람회	2018	장항2동	고양시, (재)고양꽃박람회재단	고양시 대표 행사로 고양시 최대 관람객 방문
고양행주문화제	2018	행주동	고양시, 고양문화원 고양문화재단 등	지역 문화재를 활용한 덕양구 대표 지역문화행사
EBS국제다큐영화제	2018	장항1동	EBS	EBS 주관 다큐 전문 영화제 (고양시 협찬)
서울모터쇼	2017	킨텍스 / 대화동	서울모터쇼 조직위원회	킨텍스 대표 행사로 킨텍스 최대 관람객 방문
국제기계전	2018	킨텍스 / 대화동	한국공작기계산업 협회	킨텍스 전관을 사용하는 전문 박람회

- 선정된 5개의 행사를 대상으로 카드사용 데이터 및 위치 정보가 연동된 빅데이터를 활용하여, 매출액, 유입인구 특성, 유입인구 소비특성 등 지역경제 파급효과 분석을 진행함

#### 분석 대상 행사별 파급효과 분석 내용

구분	주요 분석 내용
대규모 행사 지역경제 파급효과  (중소상공인 지역경제 중심)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 매출액 분석               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 업종별 매출액, 거래량, 지역별 매출액 등</li> </ul> </li> <li>○ 유입인구 특성               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비인구 비중, 유입인구 수, 유입지역 등</li> </ul> </li> <li>○ 유입인구 소비특성               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유입인구 소비금액, 소비단가, 성/연령별 유입인구 소비 등</li> </ul> </li> </ul>

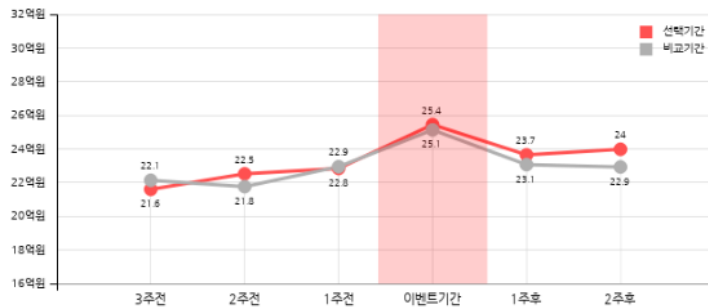
## 2. 행사별 지역경제 파급효과 분석

### □ 고양국제꽃박람회 (2018)

#### ○ 매출액 분석

- 행사 기간(2018.4.27.~2018.05.13, 총 17일) 동안 행사가 개최된 장항2동에서 발생한 총 매출액은 432.6억원, 총 거래량 180.4만건임
- 평상시 대비, 행사 기간 일평균 매출액 11.0% 증가
- 비교기간(2017년)에 비해 행사기간 일평균 매출액 약 1.3% 증가

행사 기간 전후 일평균 매출액 변화 그래프 - 고양국제꽃박람회



- 일평균 매출액 변화율: 숙박업종(93.5% 증가), 기념품/화훼업종(72.6% 증가), 수산물업종(44.5% 증가)순으로 나타남

#### ○ 유입인구 특성 및 소비특성 분석

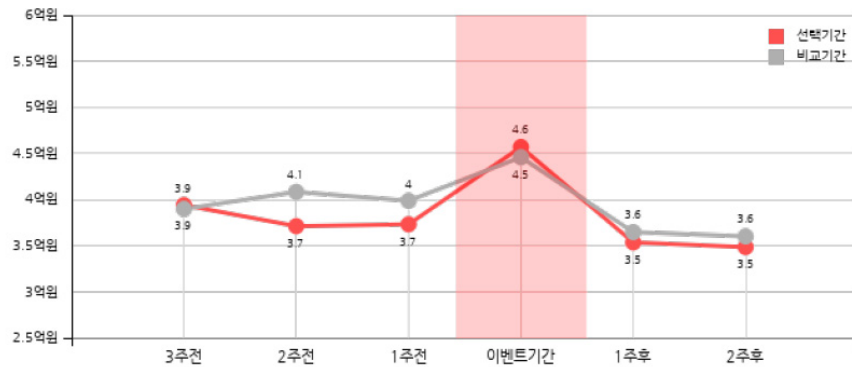
- 행사기간 동안 장항2동에서 소비행위를 한 상주인구는 총 73.6만명, 유입인구는 총 99.8만명이며, 평상시 대비 19.2% 증가
- 장항2동 유입인구의 거주 지역별 분포: 경기도 파주시(25.9%), 경기도 김포시(7.3%), 서울특별시 은평구(4.2%) 순으로 나타남
- 행사 기간 동안 장항2동 유입인구의 소비금액은 274.7억원으로 전체 소비총액(432.6억원)의 63.5%를 차지하고, 일평균 소비금액은 16.2억원 (평상시 대비 12.2% 증가)임

## □ 고양행주문화제 (2018)

### ○ 매출액 분석

- 행사 기간(2018.09.07.~2018.09.09, 총 3일) 동안 행사가 개최된 행주동에서 발생한 총 매출액은 13.7억원, 총 거래량 6.2만건임
- 평상시 대비, 행사 기간 일평균 매출액 24.1% 증가
- 비교기간(2017년)에 비해 행사기간 일평균 매출액 약 2.5% 증가

행사 기간 전후 일평균 매출액 변화 그래프 - 고양행주문화제



- 일평균 매출액 변화율: 일반스포츠업종(175.6% 증가), 유흥주점업종(66.1% 증가), 의복/의류업종(55.9% 증가) 순으로 나타남

### ○ 유입인구 특성 및 소비특성 분석

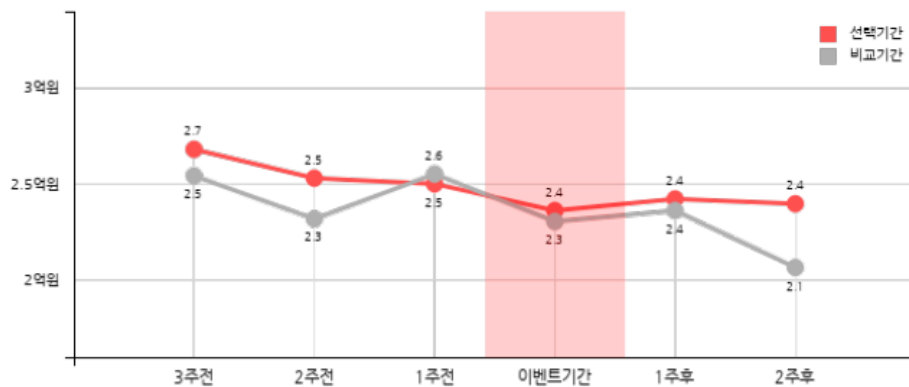
- 행사기간 동안 행주동에서 소비행위를 한 상주인구는 총 2.2만명, 유입인구는 총 3.7만명이며, 평상시 대비 30.3% 증가
- 행주동 유입인구의 거주 지역별 분포: 서울 강서구(15.6%), 서울 마포구(10.0%), 서울 양천구(6.0%) 순으로 나타남
- 행사 기간 동안 행주동 유입인구의 소비금액은 9.4억원으로 전체 소비총액(13.7억원)의 68.7%를 차지하고, 인구 일평균 소비금액은 3.1억원(평상시 대비 34.3% 증가)임

## □ EBS국제다큐영화제 (2018)

### ○ 매출액 분석

- 행사 기간(2018.08.20.~ 2018.08.26, 총 7일) 동안 행사가 개최된 장항 1동에서 발생한 총 매출액은 16.5억원, 총 거래량 7.1만건임
- 평상시 대비, 행사 기간 일평균 매출액 5.8% 감소
- 비교기간(2017년)에 비해 행사기간 일평균 매출액 약 2.4% 증가

행사 기간 전후 일평균 매출액 변화 그래프 - EBS국제다큐영화제



### ○ 유입인구 특성 및 소비특성 분석

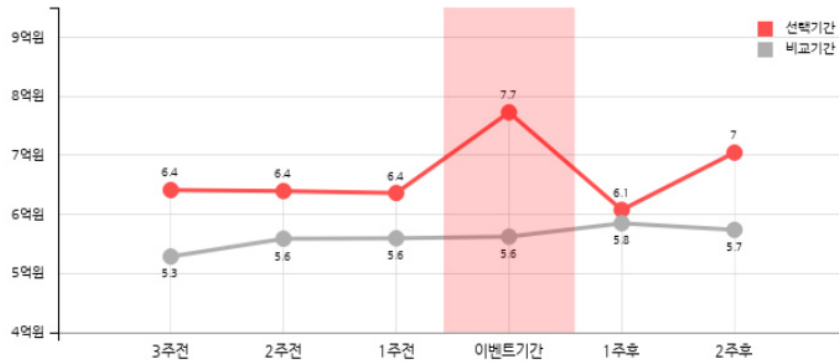
- 행사기간 동안 장항1동에서 소비행위를 한 상주인구는 총 1.9만명, 유입 인구는 총 5.0만명이며, 평상시 대비 0.8% 감소
- 장항1동 유입인구의 거주 지역별 분포: 경기도 파주시(13.1%), 경기도 김포시(8.7%), 서울특별시 강서구(4.8%) 순으로 나타남
- 행사 기간 동안 장항1동 유입인구의 소비금액은 12.0억원으로 전체 소비총액(16.5억원)의 72.6%를 차지하고, 인구 일평균 소비금액은 1.7억원(평상시 대비 9.5% 감소)임

## □ 서울모터쇼 (2017)

### ○ 매출액 분석

- 행사 기간(2017.03.31.~2017.04.09, 총 10일) 동안 행사가 개최된 대화동에서 발생한 총 매출액은 77.3억원, 총 거래량 35.8만건임
- 평상시 대비, 행사 기간 일평균 매출액 19.7% 증가
- 비교기간(2017년)에 비해 행사기간 일평균 매출액 약 37.4% 증가

행사 기간 전후 일평균 매출액 변화 그래프 - 서울모터쇼



- 일평균 매출액 변화율: 양식업종(92.5% 증가), 건강/보조식품업종(68.6% 증가), 기타외국식업종(52.7% 증가) 순으로 나타남

### ○ 유입인구 특성 및 소비특성 분석

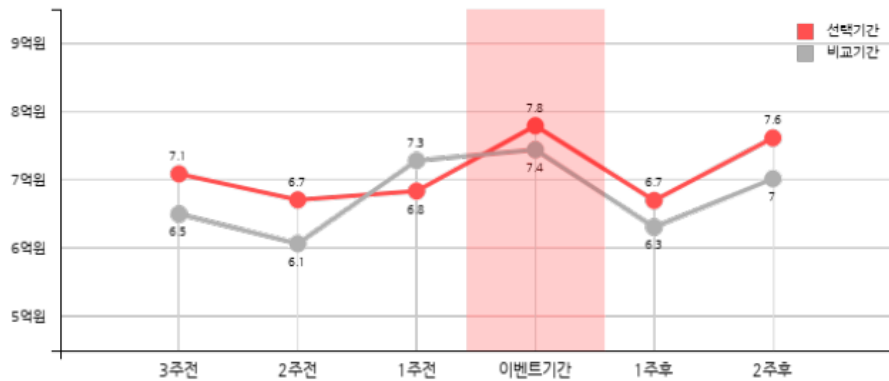
- 행사기간 동안 대화동에서 소비행위를 한 상주인구는 총 14.8만명, 유입인구는 총 20.1만명이며, 평상시 대비 29.8% 증가
- 대화동 유입인구의 거주 지역별 분포: 경기도 파주시(17.4%), 경기도 김포시(4.4%), 경기도 수원시(4.3%)순으로 나타남
- 행사 기간 동안 대화동 유입인구의 소비금액은 48.7억원으로 전체 소비총액(77.3억원)의 63.1%를 차지하고, 인구 일평균 소비금액은 4.9억원 (평상시 대비 29.4% 증가)임

## □ 서울국제공작기계전 (2018)

### ○ 매출액 분석

- 행사 기간(2018.04.03.~2018.04.07, 총 5일) 동안 행사가 개최된 대화동에서 발생한 총 매출액은 39.0억원, 총 거래량 17.9만건임
- 평상시 대비, 행사 기간 일평균 매출액 11.5% 증가
- 비교기간(2017년)에 비해 행사기간 일평균 매출액 약 4.7% 증가

행사 기간 전후 일평균 매출액 변화 그래프 - 서울국제공작기계전



- 일평균 매출액 변화율: 사진관업종(103.1% 증가), 유흥주점업종(75.3% 증가), 세탁소업종(40.7% 증가) 순으로 나타남

### ○ 유입인구 특성 및 소비특성 분석

- 행사기간 동안 대화동에서 소비행위를 한 상주인구는 총 8.0만명, 유입인구는 총 9.3만명이며, 평상시 대비 12.4% 증가
- 대화동 유입인구의 거주 지역별 분포: 경기도 파주시(19.9%), 경기도 김포시(5.7%), 서울특별시 강서구(3.3%)순으로 나타남
- 행사 기간 동안 대화동 유입인구의 소비금액은 23.5억원으로 전체 소비총액(39.0억원)의 60.2%를 차지하고, 인구 일평균 소비금액은 4.7억원 (평상시 대비 15.9% 증가)임

### 3. 지역경제 파급효과 종합

#### □ 경제효과 비교분석

##### ○ 행사기간 중 매출액 변화

- 5개의 행사별 지역경제 파급효과 분석을 기초로, 행사 기간 중 매출액 비교를 진행함
- 행사기간 중 행사지역에서 발생한 매출액과 평상시 매출액(행사 전 3주, 행사 후 2주)을 비교하여 매출액 변동 폭을 비교함

행사 기간 전후 일평균 매출증감 비교표

(단위: 백만원)

행사명	행사 지역	기준	매출액 (평상시)	매출액 (행사기간)	매출 증감률
고양국제꽃박람회	장항2동	2018년 행사 전후 비교	2544.6	2544.6	+11.0%
고양행주문화제	행주동	2018년 행사 전후 비교	368.1	457.0	+24.1%
EBS국제다큐 영화제	장항1동	2018년 행사 전후 비교	250.8	236.3	-5.8%
서울모터쇼	대화동	2017년 행사 전후 비교	645.7	772.6	+19.7%
서울 국제공작기계전	대화동	2018년 행사 전후 비교	698.7	779.2	+11.5%

#### □ 유입인구 특성 비교분석

##### ○ 유입인구 비교

- 5개의 행사별 카드 소비자 정보를 기초로 행사지역으로 유입된 인구수를 비교함
- 행사기간 중의 유입인구 수와 평상시 유입인구 수를 비교하여 유입인구 수 증감을 산정하고, 행사 지역으로 유입된 인구의 주요 유입지역을 비교함



행사 기간 중 유입인구 비교표

(단위: 만명)

행사명	행사 지역	소비 인구	상주 인구	유입 인구	유입인구 증가 비율	행사지역 주요 유입지역
고양국제꽃박람회	장항2동	173.4	73.6	99.8	+19.2%	1. 파주 (25.9%) 2. 김포 (7.3%) 3. 은평구 (4.2%)
고양행주문화제	행주동	6.0	2.2	3.7	+30.3%	1. 강서구 (15.6%) 2. 마포구 (10.0%) 3. 양천구 (6.0%)
EBS국제다큐 영화제	장항1동	6.9	1.9	5.0	-0.8%	1. 파주 (13.1%) 2. 김포 (8.7%) 3. 강서구 (4.8%)
서울모터쇼	대화동	34.9	14.8	20.1	+29.8%	1. 파주 (17.4%) 2. 김포 (4.4%) 3. 수원 (4.3%)
서울 국제공작기계전	대화동	17.3	8.0	9.3	+12.4%	1. 파주 (19.9%) 2. 김포 (5.7%) 3. 강서구 (3.3%)

## ○ 유입인구 소비 비교

- 5개의 행사별 행사기간 중 행사지역으로 유입된 인구의 소비 금액 및 거래량을 비교함
- 전체 소비총액 대비 유입인구 소비금액의 비율과 평상시 대비 행사기간 동안의 일평균 소비금액의 증가율을 비교함

행사 기간 중 유입인구 소비 비율 비교표

(단위: 억원)

행사명	행사지역	전체 소비	유입인구 소비	유입인구 소비 비율	인구 일평균 소비 증가 비율
고양국제꽃박람회	장항2동	432.6	274.7	63.5%	+12.2%
고양행주문화제	행주동	13.7	9.4	68.7%	+34.3%
EBS국제다큐 영화제	장항1동	16.5	12.0	72.6%	-9.5%
서울모터쇼	대화동	77.3	48.7	63.1%	+29.4%
서울 국제공작기계전	대화동	39.0	23.5	60.2%	+15.9%

## □ 소결 및 제언

### ○ 행사별 지역경제 파급효과 종합

- ‘고양국제꽃박람회’, ‘고양행주문화제’, ‘서울모터쇼’, ‘서울공작기계전’의 경우, 매출, 유입인구, 일평균 소비 모두 증가함
- ‘EBS국제다큐영화제’의 경우, 매출, 유입인구, 일평균 소비 모두 감소한 결과가 나와서, 지역경제 파급효과 미비함

### ○ 행사별 특성과 지역경제 파급효과

- ‘고양국제꽃박람회’는 인접 지역을 포함한 경제적 파급효과가 높음, 다만 유입인구 증가율(19%)에 비해 매출증가율(11%)이 높지 않음
- ‘고양행주문화제’는 3일간의 행사지만, 2017년, 2018년 모두 명확한 지역경제 파급효과를 보여주고 있음
- ‘EBS국제다큐영화제’는 다수의 영화관에서 출품작을 나누어 상영함으로써 특정지역 인구유입효과가 명확하지 않음
- ‘서울모터쇼’는 대화동을 포함한 주변지역에 경제적 파급효과가 발생하지만, 관람객수를 고려하면 지역경제 파급효과가 충분하지 않음
- ‘서울공작기계전’을 통해 매출, 유입인구가 일정 부분 증가하지만, 대화동과 송포동에 국한되어 발생함

### ○ 지역경제 파급효과 개선 방안 제언

- 호수공원 축제와 인접 상권 연계 필요
- 지역 밀착형 중소규모 행사 활성화
- 지역 문화·예술 사업과 행사 연계
- 킨텍스 행사의 지역상권 연계 및 확대 방안 필요

# 제 1 장 서론

연구의 배경 제1절

연구의 목적 제2절

분석 방법 제3절



## 제절 연구의 배경

많은 지방자치단체에서 지역 관광 및 경제 활성화를 목표로 다양한 대규모 행사를 진행하고 있다. 이러한 행사들은 지방자치단체의 적지 않은 예산이 투입되고 있으나, 행사의 목표 도달 및 파급효과에 대한 정확한 평가과정 없이 매년 유사한 방식으로 진행되는 경우가 많다. 지역의 문화·예술·관광 지원 및 강화를 위해 지속적인 행사 추진이 필요한 경우가 많지만, 행사를 통해 지역경제 파급효과를 확대하고자 한다면 구체적인 데이터를 기반으로 행사장 주변지역을 대상으로 경제 파급효과를 분석해 볼 필요가 있다.

고양시에서는 고양국제꽃박람회 등 고양시 주관의 대규모 행사와 서울 모터쇼 등 킨텍스에서 진행되는 다양한 대규모 전시 행사가 열리고 있다. 고양시는 비교적 널리 알려진 대규모 행사를 활용하여, 행사 자체의 안정적 운영 뿐만 아니라 행사를 통한 지역경제 파급효과를 높이기 위한 목표를 가지고 있다. 특히 고양시 행사를 통해 중소기업 중심의 지역경제 활성화 및 마이스산업 관련 일자리 창출은 고양시의 중요한 정책적 목표라 할 수 있다.

하지만 고양시의 대규모 행사에 대한 중소기업 중심의 지역경제 파급효과는 현재까지 구체적으로 검토되지 않았다. 이러한 분석 작업은 향후 행사와 연계된 지역경제 파급효과 강화를 위한 기초 연구로 필요성이 높다고 할 수 있다. 분석 작업은 방문자들의 카드 사용 데이터와 위치 정보를 연계한 빅데이터 분석으로 가능하며, 지역별, 기간별, 업종별 매출에 대한 분석으로 행사기간 동안의 지역경제 활성화 정도와 파급효과를 파악할 수 있을 것이다.

## 제2절 연구의 목적

본 연구에서는 고양시에서 열리는 주요 대규모 행사에 대한 중소기업 중심의 지역경제 파급효과를 분석하고자 한다. 고양시 주관 및 협찬의 주요 대규모 행사뿐만 아니라 킨텍스에서 열리는 대규모 행사를 선정하여, 각 행사별 특징과 주변 지역 경제 파급효과를 파악한다. 지역, 업종, 유입 인구 특성들을 포함한 분석을 통해 행사별 파급효과를 분석하고, 행사 간 비교를 통해 고양시 대규모 행사의 특징과 실질적 지역경제 파급효과를 살펴본다.

카드 사용량과 위치 정보에 기반한 빅데이터를 통해 대규모 행사의 실질적인 경제 파급효과 분석을 진행하고자 한다. 행사별, 지역별, 업종별 매출 분석으로 세부적인 파급효과를 구분하고, 유입인구 특성 및 카드 사용량을 분석하여 행사별 인구유입 효과 및 영향범위를 파악한다. 행사기간 동안의 카드사용 데이터와 행사기간외의 카드사용 데이터를 비교하여 구체적인 소비 증대 효과도 함께 살펴본다.

카드사용 데이터는 중소기업 중심의 데이터를 활용하여, 대형 쇼핑몰, 백화점 등을 제외한 지역상권 파급효과 분석을 진행한다. 행사를 통한 지역상권 활성화에 필요한 현황파악을 위해 중소기업 중심의 빅데이터 분석을 진행하고, 대형 상업시설에 대한 경제 파급효과는 분석에서 제외한다. 이는 중소기업 중심의 파급효과 분석이라는 연구 목적과 함께, 빅데이터의 제한적 공개 범위와도 연관되어 있다.

본 연구의 분석 결과는 향후 중소기업 중심이 지역경제 파급효과 강화를 위한 정책 수립에 기초자료로 활용될 수 있을 것이다. 정확한 파급효과 분석을 통해 행사 특성을 고려한 경제효과를 살펴보고, 행사와 지역상권과의 구체적 연관성을 파악해 볼 수 있을 것이다. 이러한 연관성 파악을 통해 행사의 운영 방향을 재검토 해 볼 수 있으며, 지역경제에 대한 영향력을 높이기 위한 다양한 정책지원 방향을 함께 고민해 볼 수 있을 것이다. 본 연구를 기반으로 고양시에서 진행 중인 다양한 지역 행사가 고양시 지역성 강화 및 지역경제 활성화를 함께 유도하는 소중한 자원으로 활용될 수 있기를 바란다.

## 제3절 분석 방법

### 1. 분석대상 및 내용

본 연구는 고양시 주요 대규모 행사의 지역경제 파급효과를 분석하고자, 고양시에서 진행되는 행사 중 분석대상을 선정할 필요가 있다. 분석대상 선정에 있어 인지도 및 관람객 수, 행사지역, 운영 주체, 행사 특성 등을 고려하여, 5개 행사를 분석대상으로 선정한다. 세부적인 분석대상 선정 및 행사별 세부 개요는 2장에서 추가로 기술한다.

[표 1-1] 분석대상 행사 및 선정 이유

행사명	연도	행사지역	운영 주체	선정 이유
고양국제꽃박람회	2018	장항2동	고양시, (재)고양꽃박람회재단	고양시 대표 행사로 고양시 최대 관람객 방문
고양행주문화재	2018	행주동	고양시, 고양문화원 고양문화재단	지역 문화재를 활용한 덕양구 대표 지역문화행사
EBS국제다큐영화제	2018	장항1동	EBS	EBS 주관 다큐 전문 영화제 (고양시 협찬)
서울모터쇼	2017	킨텍스 / 대화동	서울모터쇼 조직위원회	킨텍스 대표 행사로 킨텍스 최대 관람객 방문
국제기계전	2018	킨텍스 / 대화동	한국공작기계산업 협회	킨텍스 전관을 사용하는 전문 박람회

선정된 5개의 행사를 대상으로 중소기업 중심의 지역경제 파급효과와 연관된 내용을 중심으로 분석을 진행한다. 카드사용 데이터 및 위치 정보가 연동된 빅데이터를 활용하여, 매출액(업종별 지역별), 유입인구(유입인구수, 유입지역), 유입인구 소비특성(소비금액, 거래량, 성/연령별 소비특성) 등을 분석한다.

[표 1-2] 분석대상 행사별 파급효과 분석 내용

구분	주요 분석 내용
대규모 행사 지역경제 파급효과  (중소상공인 지역경제 중심)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 매출액 분석               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 업종별 매출액, 거래량, 지역별 매출액 등</li> </ul> </li> <li>○ 유입인구 특성               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비인구 비중, 유입인구 수, 유입지역 등</li> </ul> </li> <li>○ 유입인구 소비특성               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유입인구 소비금액, 소비단가, 성/연령별 유입인구 소비 등</li> </ul> </li> </ul>

## 2. 분석 방법

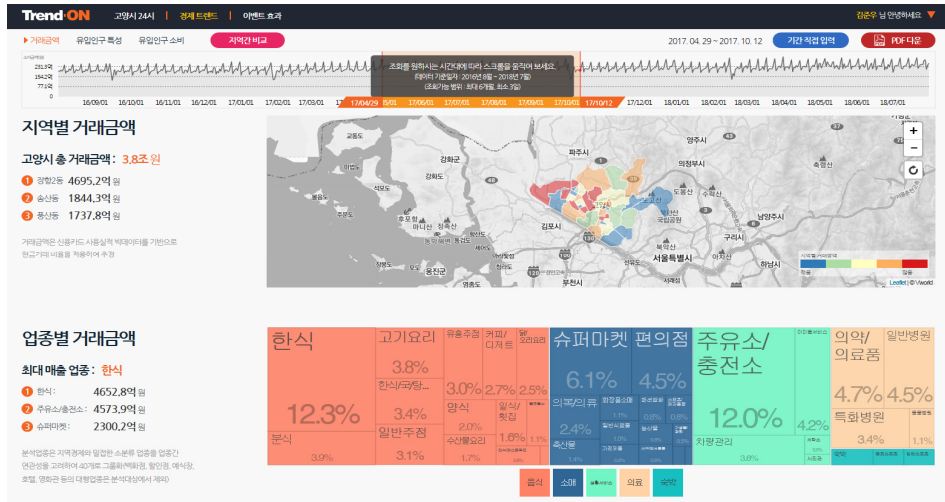
카드정보 및 위치정보를 연동한 빅데이터 시스템 구축은 지방자치단체 혹은 지방연구원 단위로는 한계가 있다. 효율적인 빅데이터 분석을 위해 민간기업에서 구축한 빅데이터 서비스를 활용하여, 필요한 데이터를 중심으로 분석하는 방법이 가능하다. 최근 민간기업에서 개발된 소비분석 빅데이터 서비스를 활용하여 고양시 대규모 행사의 지역경제 파급효과를 분석하고자 한다.

소비분석 빅데이터 서비스인 '트렌드온(Trend-ON)'은 빅데이터를 기반으로 지역경제의 현황, 효과분석, 모니터링을 지원하기 위해 GIS 기반의 위치 정보를 연동하여 지역경제에 대한 분석정보 솔루션 또는 서비스를 제공하고 있다. '트렌트 온(Trend-ON)' 서비스는 하루 동안의 지역 경제 현황을 조회할 수 있는 경제 24시, 일정한 기간 동안의 경제 흐름을 파악할 수 있는 경제 트렌드, 특정 기간 동안의 경제



효과 및 방문객 특성을 확인할 수 있는 행사 효과 메뉴로 이루어져 있다. ‘트렌드 온 (Trend-ON)’ 서비스는 조회 기간을 설정하면 지역의 경제현황을 지도와 다양한 차트를 활용하여 정보제공을 하고 있다.<sup>1)</sup>

[그림 1-1] 트렌드온 서비스 예시



<출처> 트렌드온 서비스 (<https://www.trend-on.co.kr>)

지역별 카드 사용 데이터는 (주)NICE지니데이터의 정보를 활용하고 있으며, 트렌드온 시스템 접속일로부터 2년전까지의 데이터를 제공하고 있다. 본 보고서는 분석대상 행사들의 최근 2년 동안의 빅데이터를 기초로 작성되었다. 대부분 행사는 2018년 기준의 데이터를 사용하였고, 격년으로 진행되는 행사의 경우 2017년 기준의 데이터를 사용하였다.

트렌드온 서비스를 통해 분석대상 행사의 행사기간 및 행사지역 기준으로 필터링하여 분석을 진행하였다. 행사별 분석결과는 3장에서 정리하고 있으며, 분석 결과로 사용된 지도 및 그래프, 표 등은 트렌드온 시스템에서 빅데이터 분석으로 나온 결

<sup>1)</sup> Trend-ON 활용 매뉴얼 (OPEN mate, 2018)

과물을 재편집하여 사용하였다. 3장 행사별로 분석된 과급효과를 기초로, 4장에서는 분석 행사간의 비교를 통해 행사 영향력 및 지역경제 과급효과를 살펴본다. 4장 소결에는 5개 행사별 특성을 고려한 지역경제 과급효과를 정리하고, 과급효과를 높일 수 있는 정책방향에 대한 제언으로 마무리 한다.

## 제 2 장

### 분석 대상 행사 개요

분석 대상 행사 선정 제1절

고양시 대규모 행사 제2절

킨텍스 대규모 행사 제3절



## 제절 분석 대상 행사 선정

### 1. 선정 기준 설정

고양시에서 다양한 지역 행사 및 축제 등이 매년 추진되고, 킨텍스에서도 여러 박람회 및 이벤트 등의 행사가 진행되고 있다. 규모, 장소, 예산, 관람객, 주관 단체 등의 차이로 행사들을 몇가지 기준으로 정리하고 중요성을 판단하기는 어렵다. 그리고 고양시 주관 행사에서도 담당 부서 및 위탁 운영 기관의 차이가 발생하며, 행사별 다양한 목적과 운영체계를 가지고 진행이 되고 있다. 이러한 행사들을 하나의 부서에서 총괄하여 관리하기에는 어려움이 있으며, 부서 간, 위탁 운영 기관 간 행사관련 세부적인 내용의 공유가 이루어지지 않은 한계가 있다.

이와 같은 이유로 본 연구에서 분석 대상 행사를 정량적 기준만으로 선정하기 어렵다고 판단을 하였다. 행사의 관람객, 투입 예산 등의 정량적 수치를 통해 분석 대상 행사를 선정할 수 있지만, 해당 기준 이외의 다른 기준도 함께 고려하여 분석 대상을 확대하여 비교해 볼 필요가 있었다. 고양시에서 진행되는 여러 행사 중 인지도 및 관람객 수를 선정 기준으로 포함하고, 분석대상의 확대를 위해 행사지역, 운영 주체, 행사 특성, 대상 관람객 성격 등을 선정 기준에 포함한다. 연구의 범위와 효율적 분석을 위해 총 5개의 행사를 선정하여 분석을 진행한다.

우선 고양시에서 많은 관람객을 유치하고 인지도가 높은 고양시 주관 행사 1개와 킨텍스 행사 1개를 우선적으로 선정한다. 최대 관람객을 유치하는 행사를 분석대상으로 선정하여 지역경제 파급규모를 살펴본다. 그리고 고양시 덕양구에서 진행되는 지역 행사 중 하나를 선정하여 행사 기간 중 지역상권 활성화 정도를 살펴본다. 추가적으로 고양시에서 지원하는 행사 중 다른 기관에서 운영하는 행사와 킨텍스에서 운영하는 행사 중 관련 기업을 대상으로 진행하는 행사를 선정하여 지역 경제 파급효과를 살펴보고자 한다.

## 2. 분석 대상 행사 선정

인지도 및 관람객 기준으로 ‘고양국제꽃박람회’와 킨텍스의 ‘서울모터쇼’를 분석 대상으로 선정하였다. ‘고양국제꽃박람회’의 경우 고양시의 명실상부한 대표 행사로 1997년부터 2018년까지 총 12회 행사를 진행하였고, 2018년 행사 시 유료 관람객수가 50만명이 넘는 것으로 집계되었다. ‘서울모터쇼’의 경우 2005년부터 고양 킨텍스에서 격년으로 진행하고 있는 박람회로 2011년 킨텍스 2 개관이후 전관을 사용하고 있는 대형 행사이다. 2017년 행사에는 60만명 이상의 관람객이 방문한 것으로 집계되었다.

행사지역을 고려하여 덕양구에서 진행한 ‘고양행주문화제’를 추가로 선정하였다. 고양행주문화제는 2018년 31회째를 맞이하는 고양시 대표 지역 축제로 행주산성 일대 및 고양어울림누리 주변지역에서 진행된다. 2018년 행사는 약 20만명의 관람객이 참여한 것으로 추정하고 있다<sup>1)</sup>. 고양시가 협찬하는 행사 중에 ‘EBS국제다큐영화제(EIDF)’를 추가하여 분석을 진행한다. 2017년부터 고양시 EBS디지털통합사옥으로 이전 후 EBS사옥, 일산벨라시타, 호수공원 등에서 영화제를 진행하고 있다. 2018년 15회째를 맞이하고 있으며, 공중파와 현장에서 다큐멘터리를 접할 수 있는 영화제로 진행되고 있다. 이와 함께 킨텍스에서 진행 하는 대규모 중 행사 중 ‘서울국제공작기계전(SIMTOS)’를 함께 분석한다. 킨텍스 전관을 사용하고 격년제로 진행되는 대규모 행사로 2018년 16회를 진행하였다. 국내외 기업 및 바이어 대상의 전문 박람회로 2018년 행사 5일 동안 총 10만명이 참관한 것으로 조사되었다<sup>2)</sup>.

<sup>1)</sup> 행주문화제 홈페이지 (<http://www.hjfestival.or.kr/2018/html/review.html>)

<sup>2)</sup> SIMTOS 홈페이지 ([http://www.simtос.org/user/kor\\_bbs\\_list\\_notice\\_view.jsp?pageNum=1&board\\_idx=1569&search\\_word=](http://www.simtос.org/user/kor_bbs_list_notice_view.jsp?pageNum=1&board_idx=1569&search_word=))

## 제2절 고양시 대규모 행사

### 1. 고양 국제꽃박람회<sup>3)</sup>

1997년 첫 개최된 고양국제꽃박람회는 2018년 12회 꽃박람회에 이르기 까지 620만명이 넘는 국내·외 관람객이 방문하며 대한민국을 대표하는 국제적인 화훼 박람회로 성장해 오고 있다.

1997년 제1회를 시작으로 3년 마다 경기도 고양시 호수공원에서 열렸으며, 2012년 제6회 이후부터는 매년 개최되고 있다. 대한민국 화훼산업의 발전과 고부가가치의 화훼상품을 개발·육성하여 농업경쟁력을 높이고, 꽃의 도시 고양시의 위상을 제고하며, 대한민국 꽃 문화 발전을 도모하여 아름다운 문화를 영위하기 위한 목적으로 시작되었다. 2006년 박람회 기간동안 체결된 수출입 계약액이 106건 2,066만 달러에 이르는 대한민국 대표 꽃박람회이고 국내외 참가업체의 교역의 장으로 자리 잡았다.

꽃박람회는 고양시의 호수공원에서 열린다. 103만 4000m<sup>2</sup>의 넓은 호수공원일대에서 각양각색의 꽃이 천혜의 자연환경과 창의적인 전시연출과 어울려 만들어 내는 아름다움을 접할 수 있다. 실내와 야외 공간에서 다양한 전시 및 프로그램이 운영되고 있다. 다양한 생활조경연출이 펼쳐지는 실내전시관을 비롯하여 자생화, 분재, 고양시를 대표하는 선인장이 어우러진 야외전시관, 가족정원, 어린이정원, 꽃의 성, 수상정원, 음악정원, 꽃의 거리 등 다양한 테마전시로 구성되어 있다. 모자이크컬처경진대회, IHK컵 플라워디자인 경기대회, 대한민국 전통 꽃꽂이 대상전, 플라워데먼스트레이션, 꽃그림그리기대회와 같은 꽃문화행사와 바디플라워쇼, 세계민속공연, 댄스공연, 오페라연주, 로드퍼포먼스의 참여 행사가 진행된다. IHK컵플라워디자인경기

<sup>3)</sup> 고양국제꽃박람회 홈페이지 (<https://www.flower.or.kr:5521/main/main.php>)

대회는 노동부인증경기대회로 화훼장식기능사자격을 부여한다.

[그림 2-1] 고양국제꽃박람회 현장사진



<출처> 고양국제꽃박람회 (<https://www.flower.or.kr:5521/exhibition/exhibition01.php>)

2018 고양국제꽃박람회는 <세상을 바꿀 생명과 평화의 길>이라는 주제로 36개국 320여개의 화훼 관련 기관, 단체, 업체가 참가하여 세계 화훼의 최신 트렌드를 제시하였다. 또한 쉽게 볼 수 없는 희귀 식물 전시, 화훼 조형 예술로 꾸며지는 실내 정원, 다채로운 야외 테마 정원, 화훼 문화 체험 프로그램, 풍성한 공연·행사, 농가가 직접 재배하여 판매하는 화훼 판매장 등을 조성하고, 다양한 컨셉의 정원들을 연출하였다. 총 관람객수는 502,201명(외국인 48,859명 포함)이며, 수출입 계약액은 2,710만불(약 300억원), 고용유발효과는 2,676명 총생산유발액은 1,527억원으로 조사되었다.

#### [실내전시관]

- 국가관 : 영국, 중국, 대만, 케냐 등 15개국의 화훼와 문화 전시
- Flower Moments 2018: 세계 탑 클래스의 화훼 작가들의 작품 전시
- 은빛 란, 초대형 호접란, 태극장미 등 이색 식물
- 대구광역시, 광명시 등 지자체의 문화, 관광을 만날 수 있는 사도 홍보관
- 국내 신품종전시관, 해외 신품종전시관, 수출화훼전시관, 무역상담실 등



[야외정원]

- 경이로운 자연경관을 꽃으로 새롭게 해석한 생명과 평화의 정원
- 동화 속 세상을 담은 컬러풀 플라워 랜드(Colorful Flower Land)
- 꽃의 도시 고양의 역사와 미래 비전 Flower Valley, Smart City
- 다채로운 색을 뽐내는 봄의여왕 튜립 정원
- 호수를 배경으로 아름다운 사진을 남기는 Fun & Love 포토존 등

[그림 2-2] 2018 고양국제꽃박람회 지도



<출처> 고양국제꽃박람회 ([https://www.flower.or.kr:5521/exhibition/exhibition02\\_1.php](https://www.flower.or.kr:5521/exhibition/exhibition02_1.php))

[그림 2-3] 2018 고양국제꽃박람회 행사사진



<출처> 고양국제꽃박람회 ([https://www.flower.or.kr:5521/exhibition/exhibition02\\_2.php](https://www.flower.or.kr:5521/exhibition/exhibition02_2.php))

## 2. 고양행주문화제<sup>4)</sup>

임진왜란 3대 대첩의 하나인 행주대첩 승전을 기념하고 권을 장군과 순국선열들의 정신을 기억하기 위해 시작된 고양행주문화제는 5,000년 고양가와지뱀씨 문명과 고양 600년의 역사를 담은 고양시 대표 문화예술축제이다.

고양행주문화제가 열리는 행주산성은 고양시 덕양구 행주내동의 덕양산 정상을 중심으로 하여 능선을 따라 만들어진 전체 둘레 1km 정도의 토축산성이며, 산성의 남쪽은 한강과 닿아 있고 창릉천이 유적을 돌아 자연적인 해자의 역할을 하고 있으며 동남쪽과 남쪽은 경사가 급하여 자연적 요새로서 지형을 갖추고 있다. 행주산성은 우리 민족의 수난기였던 임진왜란 당시, 전라도 순찰사로 있던 권율장군이 정병 2천 3백 명과 승병, 농군을 지휘하여 왜적을 물리친 빛나는 승전지로 임진왜란 3대 첩중 하나인 행주대첩으로 잘 알려져 있다. 이를 기념하기 위하여 시작된 행주문화제는 고양시의 다양한 문화이벤트와 함께 지역기반 문화축제로 자리잡았다.

2018년 31회째를 맞이하는 고양행주문화제는 ‘평화를 향한 105만 시민의 큰걸음’이라는 슬로건을 가지고 9월 7일부터 9일까지 행주산성, 어울림누리, 화정문화광장, 덕양구청 일원에서 열렸다. 고양행주문화제는 시민중심의 축제, 고양형 거리예술 축제로 시민 남녀노소 누구나 참여할 수 있는 다양한 프로그램들을 운영하고 있다. 2018년은 고양시민퍼레이드 ‘시민과 함께하는 덕양거리축제’, ‘OBS기념음악회’와 함께 행주산성에서 열리는 다양한 전통행사와 체험, 고양시 대표 향토예술단체의 ‘고양 전통민속놀이 한마당’, 거리축제 ‘신한류예술단페스티벌’ 등의 프로그램이 진행되었다. 고양행주문화제는 매년 관람객이 증가하였으며, 2018년에는 약 20만명 이상의 관람객이 참가한 것으로 조사되었다.

4) 고양행주문화제 홈페이지 (<http://www.hjfestival.or.kr>)

[그림 2-4] 고양행주문화제 사진



<출처> 고양행주문화제 ([http://www.hjfestival.or.kr/2018/html/hj\\_pro.html](http://www.hjfestival.or.kr/2018/html/hj_pro.html))

[그림 2-5] 고양행주문화제 안내지도 - 행주산성



<출처> 고양행주문화제 ([http://www.hjfestival.or.kr/2018/html/hj\\_location.html](http://www.hjfestival.or.kr/2018/html/hj_location.html))

### 3. EBS국제다큐영화제<sup>5)</sup>

EBS국제다큐영화제(EBS International Documentary Festival, 약칭 EIDF)는 2004년부터 시작한 부분경쟁 국제 다큐멘터리 영화제이다. 한국교육방송공사가 주최하고, 방송통신위원회가 후원하는 이 영화제는 다큐멘터리 시대정신 계승과 세계 문화와의 소통의 장을 열고 다큐멘터리의 확산을 목표로 하고 있다.

원래 한국어 명칭은 EBS국제다큐멘터리페스티벌이었다가, 다큐멘터리와 영화 간의 경계가 모호해지고 있는 상황을 반영하여 2009년 6회 이후부터는 EBS국제다큐영화제로 바뀌었다. EIDF는 영화제가 열리는 기간 중에 상영 영화관 뿐만 아니라 EBS방송채널을 통해서도 출품작을 상영하는 영화제로 운영 중이다.

[그림 2-6] EBS국제다큐영화제 행사사진



<출처> EBS국제다큐영화제 홈페이지 (<http://www.eidf.co.kr/kor>)

영화제 장소로 사용되는 극장은 매년 조금씩 변동이 있으나, 주로 고양 EBS디지털통합사옥과 메가박스 일산벨라시타, 일산 호수공원, 그리고 서울 시내의 예술영화관에서 진행되었다. 영화제 기간 중 행사 극장뿐만 아니라 EBS 채널을 통해서도 영화제 참가작들이 일부 상영된다. 또한, 세계 다큐멘터리 거장들의 마스터클래스나 관

<sup>5)</sup> EBS국제다큐영화제 홈페이지 (<http://www.eidf.co.kr/kor>)

객과의 대화 등의 행사도 진행된다. 수준급의 다큐멘터리와 그동안 쉽게 접하기 힘들었던 다양한 소재의 다큐멘터리를 상영함으로써 다큐멘터리 팬들의 긍정적인 평가를 받고 있는 행사이다.

2018년 제 15회 EBS 국제다큐영화제는 오늘 이 땅을 살아가는 사람들의 삶과 세상이 투영된 진실을 기록하는 다큐멘터리의 특성에 주목하고, 세상의 목소리를 담아내기 위해 ‘우리는 멈추지 않는다’로 슬로건을 정하고 70여 편의 다큐멘터리를 엄선하였다. 우수 다큐멘터리 선정뿐만 아니라 신진다큐멘터리 제작자 발굴을 위해 ‘글로벌 피칭 아카데미’를 신설하고, 우수자에게 암스테르담 국제다큐멘터리영화제 피칭 참여까지 지원하는 등 다큐멘터리 분야 발전 지원의 역할도 넓혀가려고 노력하고 있다.

[그림 2-7] EBS 국제다큐영화제 행사 포스터 및 개요

2018

---

2017



**제15회 EIDF**

**"우리는 멈추지 않는다"**

**기간** 2018년 8월 20일(월) ~ 8월 26일(일)

**출품작** 81개국 총 1,025편

**참가작** 33개국 72편 상영

**수상작**

**대상** <말리 게 잇는 소리가 들리고> 시몬 레영 빌롱

**다큐멘터리 고양상** <스트롱거 덴 울랏> 카리암 예브라미히

**심사위원 특별상** <공명의 시간> 위 경이 **시청자-관계상** <구르는 돌치암> 맥스본

**월드비전특별상** <싱크로드의 아이들> 겐스 J.V. 페테르센

**[모바일 단편 경쟁]**

**최우수상** <광영의 도시> 정민

**우수상(가나다순)** <하루> 유원정, 정세범, 김셋범, <하루를 건다지 못하는 것들> 이재영

**[글로벌 피칭 아카데미] 최종 선정 팀**

<위어 마이 프렌즈>, <카네이션 부정청탁 시간>, <지고 지순>, <양양>, <메니스 프로퍼건다>, <뽀은파>

---



**제14회 EIDF**

**"다큐로 보는 세상"**

**기간** 2017년 8월 21일(월) ~ 8월 27일(일)

**출품작** 78개국 총 1,168편

**참가작** 24개국 70편 상영

**수상작**

**대상** <아름 제멜라> 마민지

**다큐멘터리 장신상** <우리 사랑 이야기> 귄데 알베르티

**심사위원 특별상** <이른 살 소녀 불명수> 발레리아 브뤼니 테테스키, 안 코리디앙

**시청자-관계상 (고양상)** <이른 살 소녀 불명수> 발레리아 브뤼니 테테스키, 안 코리디앙

**[모바일 단편 경쟁]**

**우수상** <소년, 304, 고산일지> 유재룡, <영국에 사는 특별한(?) 커피의 초대> Mr.Park, <필름의 어떤 시간> 백승관

**[EIDF 제작지원 프로젝트]**

**장편 부문** <내 친구는 아디에> 김명수, <행복의 속도> 박혁지, <디 디스코 스타> 이주호

**중·단편 부문** <엘린두X월드> 안태의, <승이랴가> 허성, <영화관을 졸업한 언니들과 나> 허우수

<출처> EBS국제다큐영화제 홈페이지 (<http://www.eidf.co.kr/kor/about/former>)

## 제3절 킨텍스 대규모 행사

### 1. 서울모터쇼<sup>6)</sup>

한국의 대표 자동차 박람회로 세계자동차공업 연합회(OICA) 공인을 받은 국내 최대의 자동차 박람회이다. 서울 모터쇼는 1995년부터 2년 단위로 개최되고 있고, 전시회가 열릴 때마다 항상 주제가 정해진다. 참가 업체는 정해진 주제에 따라 전시할 자동차를 선정하게 된다. 서울 모터쇼에서는 완성차는 물론 중소기업 부품 회사들의 부품도 볼 수가 있다.

1995년에 국내 최초로 서울 코엑스에서 개최되었으며 현대자동차, 기아자동차, 대우자동차, 쌍용자동차 등 국내 제조사들을 비롯하여 포드, BMW, 벤츠, 아우디 등이 참가하면서 세간의 주목을 받아왔다. 2002년에는 예외로 짝수해에 개최하여 3년 만에 개최가 되었다가 이후로는 부산과 번갈아가면서 정상적으로 홀수해에만 격년으로 개최하고 있다.(서울은 홀수해, 부산은 짝수해)

1995년부터 2002년까지 서울특별시 강남구 삼성동 코엑스에서 행사를 개최하였으나 2005년 경기도 고양시 일산서구 대화동에 킨텍스를 완공하면서, 완공 기념으로 2005년 서울 모터쇼를 킨텍스에서 개최하였다. 더 넓은 전시공간 확보와 집객력을 위해 2005년부터 일산 킨텍스로 이전해 개최하고 있다. 2011년에 킨텍스 제2전시장이 개장하면서 2011년 이후 킨텍스 전관을 빌려서 개최하고 있다.

서울 모터쇼는 서울모터쇼조직위원회가 주최하고 지식경제부, 환경부, 국토교통부, 경기도, 고양시가 후원한다. 2013 서울 모터쇼는 "자연을 품다, 인간을 담다(With Nature, for the People)"을 모티브로 하고 2013년 3월 29일부터 4월 7일까지 개최되었다. 2015년 서울 모터쇼는 "기술을 만나다, 예술을 느끼다"의 모티브를 하고

<sup>6)</sup> 서울모터쇼 홈페이지 ([www.motorshow.or.kr](http://www.motorshow.or.kr)) / 위키백과  
([https://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%84%9C%EC%9A%B8\\_%EB%AA%A8%ED%84%B0%EC%87%BC](https://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%84%9C%EC%9A%B8_%EB%AA%A8%ED%84%B0%EC%87%BC))

2015년 4월 3일부터 4월 12일까지 개최가 되었으며 2015년 모터쇼도 2013년 모터쇼와 같이 킨텍스 제2전시장도 함께 활용이 되었다. 가장 최근에 개최된 2017년 서울 모터쇼는 “미래를 그리다, 현재를 즐기다”의 모티브를 하고 2017년 3월 31일부터 4월 9일 까지 개최되었으며, 전시규모 킨텍스 제2전시장까지 전체 사용하였으며 전체 면적은 91,141㎡으로 킨텍스에서 열리는 가장 큰 전시 중 하나였다.

2017서울모터쇼는 총 27개 완성차 브랜드에서 300여대의 자동차를 출품하고 완성차 이외 부품·IT·용품·튜닝 및 캠핑·서비스 등 관련 업체 194개 및 자동차부품연구원·전자부품연구원 등 유관기관이 다양하게 참여해 자동차산업 생태계를 망라하는 전시로 꾸러졌다.

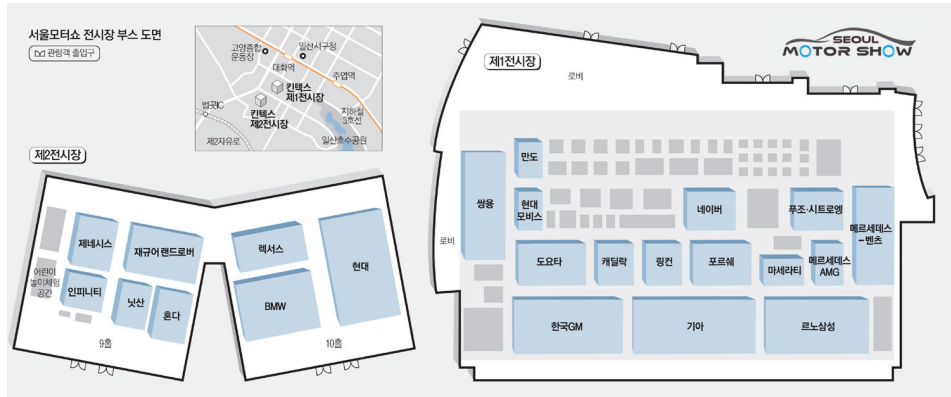
2017년 총 열흘 간 누적 관람객은 2015년과 동일한 수준인 61만여 명에 달했다 (2015년부터 실관람객 기준으로 집계). 디젤게이트로 일부 수입차 브랜드가 불참하며 신차출품은 줄었지만, 자동차에 기술, 문화, 재미를 가미함으로써 가족 관람객이 눈에 띄게 증가하고 100여개 중·고·대학교에서 1만3천여 명 이상의 학생들이 단체관람 하는 등 가족 붐나들이와 학생들의 첨단융합산업에 대한 현장학습의 장을 마련하고자 했던 조직위의 기획이 성과를 거둔 것으로 보여 진다. 또한 과거의 모델쇼라는 비판적 요소를 개선하고 젊은 세대와 학생 등 미래 잠재고객들에게 자동차의 본질에 집중하게 만드는 전시회가 되었다는 평가다. ‘자동차의 미래를 여는 혁신과 열정’을 주제로 한 국제컨퍼런스도 유료임에도 불구하고 1천4백여 명이 참가하여 자동차분야 국내 포럼행사 중 최대 규모 행사가 되었다.

[그림 2-8] 2017 서울모터쇼 행사사진



<출처> 서울모터쇼 홈페이지 (<http://www.motorshow.or.kr/board.do>)

[그림 2-9] 2017 서울모터쇼 부스 배치도



<출처> 매일경제 기사 (<http://news.mk.co.kr/newsRead.php?sc=40200139&year=2017&no=204782>)

## 2. 서울국제공작기계전(SIMTOS)<sup>7)</sup>

서울국제공작기계전은 한국공작기계산업협회의 주관 행사로, 1984년 첫 개최돼 30년간 한국공작기계산업의 역사와 함께 성장한 국내 최대 규모 전문 전시회이다. 그리고 하노버국제공작기계전(EMO, 독일), 시카고국제공작기계전(IMTS, 미국), 베이징 국제공작기계전(CIMT, 중국)과 함께 세계 4대 생산제조기술 종합전시회로 꼽히는 행사이다.

2018년 18회를 맞이하는 SIMTOS 전시회는 34년 전 첫 개최 이후 지속적으로 그 규모를 키워가며 대한민국 최대, 세계 5대 생산제조기술 전시회로 성장하였다. 전시회는 총 102917 m<sup>2</sup>규모로 킨텍스 전시장 1,2관 전관을 사용하며 전세계 35개국 1,222개 업체가 6,010부스 규모로 참가했다. SIMTOS 2018 누적참관객 : 103,726명, 4년만에 10만 관객 동원에 성공하며 세계 4대 생산제조기술전시회의 부활을 알렸다. 4차 생산제조기술의 글로벌 산업 트렌드에 대한 이슈제기와 함께, 4차산업혁명의 시대에 대응할 다양한 최신공작기계 및 자동화 기술들을 소개해 참관객의 큰호응

<sup>7)</sup> SIMTOS 홈페이지 (<http://www.simtost.org>)



을 얻었다.

‘4차산업혁명 : 미래를 잡아라’라는 주제를 내건 이번 전시회는 기존 공작기계뿐만 아니라 3D프린터, 로봇 등 제조혁신을 이끌 첨단기술들이 한자리에서 소개돼 미래 제조기술의 방향을 제시하였다. 또한 전시회 기간 동안 4차 산업혁명 시대를 맞이한 공작기계 산업의 미래에 대해 논의하는 4차 산업혁명 컨퍼런스, 공작기계 안전환경 세미나 및 Matchmaking4U 상담회 등 다양한 부대행사도 열린다.

전통적 기계가공 정보 공유에서 벗어나 생산제조 전반의 트렌드 파악을 위한 참관객 증가 하였고, 2016년, 4차 산업혁명을 이끌 소프트웨어, 3D프린팅, 자동화 등에 대한 관심 참관객 전체 참관객 중 35% 이상 차지 하였다.

[그림 2-10] 2018 서울국제공작기계전 배치도



<출처> SIMTOS 홈페이지 ([http://old.paperlessexpo.com/emap/expo/lbs\\_smap\\_simtos.php?seq=17](http://old.paperlessexpo.com/emap/expo/lbs_smap_simtos.php?seq=17))

[그림 2-11] 서울국제공작기계전 관람객수



<출처> SIMTOS 홈페이지 (<http://www.simtos.org>)

# 제 3 장

## 행사별 지역경제 파급효과 분석

고양국제꽃박람회 (2018) 제1절

고양행주문화제 (2018) 제2절

EBS국제다큐영화제 (2018) 제3절

서울모터쇼 (2017) 제4절

서울국제공작기계전 (2018) 제5절



## 제철 고양국제꽃박람회 (2018, 일산호수공원)

### 1. 분석 범위

- 공간적 범위: 경기도 고양시 장항2동
- 시간적 범위: 2018년 04월 27일 ~ 2018년 05월 13일 (총 17일)

[그림 3-1] 장항2동 위치



### 2. 매출액 분석

#### 1) 장항2동 업종별 매출액 및 거래량 변화

제 12회 고양국제 꽃박람회가 열렸던 기간(2018년 04월 27일 ~ 2018년 05월 13일, 총 17일)동안 행사가 개최된 장항2동에서 발생한 총 매출액은 432.6억원이며, 총 거래량은 180.4만건(일평균 매출액 25.4억원, 일평균 거래량 10.6만건)이다.

평상시 기간(행사 개최 전 1주~3주와 행사 종료 후 2주) 동안 장항2동에서 발생

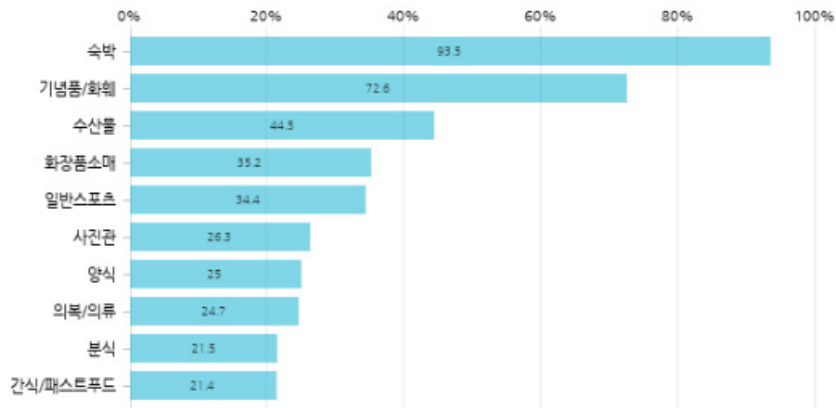
한 일평균 매출액은 22.9억원으로, 평상시 대비 행사 기간 일평균 매출액이 11.0% 증가하였다. 2017년과 비교했을 때, 제 11회 국제꽃박람회가 열렸던 2017년 04월 28일 ~ 2017년 05월 14일, 총 17일 동안 장항2동에서 발생한 일평균 매출액 25.1억원으로 2017년 대비 2018년 일평균 매출액이 1.3% 증가하였다.

[표 3-1] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - 고양국제꽃박람회

구분	3주전	2주전	1주전	이벤트 기간	1주후	2주후	평상시 기간	이벤트 기간 매출증감률
선택기간 2018년 04월 27일 ~ 2018년 05월 13일	2160.2	2252.3	2284.2	2544.6	2365.1	2398.2	2292.0	+11.0%
비교기간 2017년 04월 28일 ~ 2017년 05월 14일	2213.9	2176.1	2294.6	2513.2	2306.9	2292.9	2256.9	+11.4%

행사기간 동안 일평균 매출액 변화율이 가장 큰 업종은 숙박업종(93.5% 증가), 기념품/화훼업종(72.6% 증가), 수산물업종(44.5% 증가) 순으로 나타난다. 또한 행사 일평균 거래량 변화율이 가장 큰 업종은 숙박업종(108.5% 증가), 기념품/화훼업종(77.3% 증가), 의복/의류업종(30.4% 증가) 순으로 나타났다.

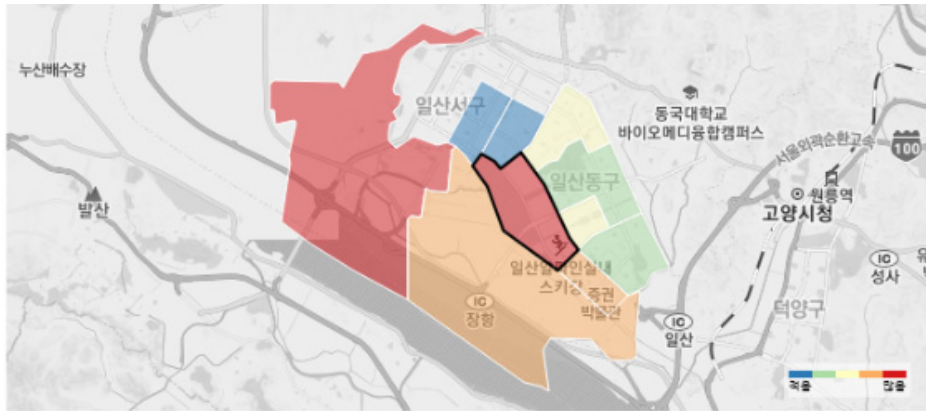
[그림 3-2] 업종별 일평균 매출액 증감률



## 2) 주변지역 매출액 및 거래량 변화

행사 기간 동안 장항2동 주변 지역의 일평균 매출액 변화율은 송포동(10.4% 증가), 백석2동(7.5% 증가), 장항1동(6.9%증가) 순으로 크게 나타난다. 장항2동 주변에서 평상시 기간 대비 행사 기간 일평균 거래량 변화율은 장항1동(11.9% 증가), 송포동(9.5% 증가), 백석1동(4.0% 증가) 순으로 크게 나타난다.

[그림 3-3] 주변지역 일평균 매출액 변화율 분포도

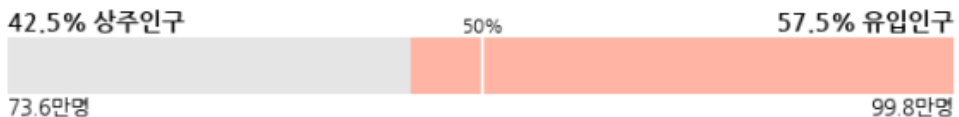


## 3. 유입인구 특성 분석

### 1) 장항2동 소비인구 비중

행사 기간 동안 장항2동의 소비인구는 총 173.4만명이며, 소비행위를 한 상주인구는 총 73.6만명, 유입인구는 총 99.8만명이다. 이중 소비행위를 한 유입인구는 전체 소비인구의 총 57.5%를 차지한다.

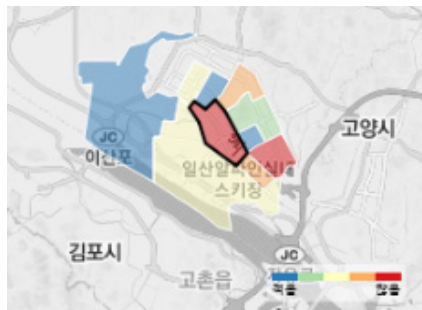
[그림 3-4] 소비인구 비중 - 장항2동



## 2) 주변지역 유입인구 수

행사기간동안 장항2동 일 평균 유입인구 수는 평상시 대비 19.2% 증가하였다. 그 밖에 장항1동(17.1% 증가, 총 12.3만명), 송포동(16.2% 증가, 총 8.9만명), 주엽2동(7.9% 증가, 총 12.1만명) 순으로 행사 기간 동안 유입인구 증가율이 높게 나타났다.

[그림 3-5] 주변지역 유입인구 수 분포도



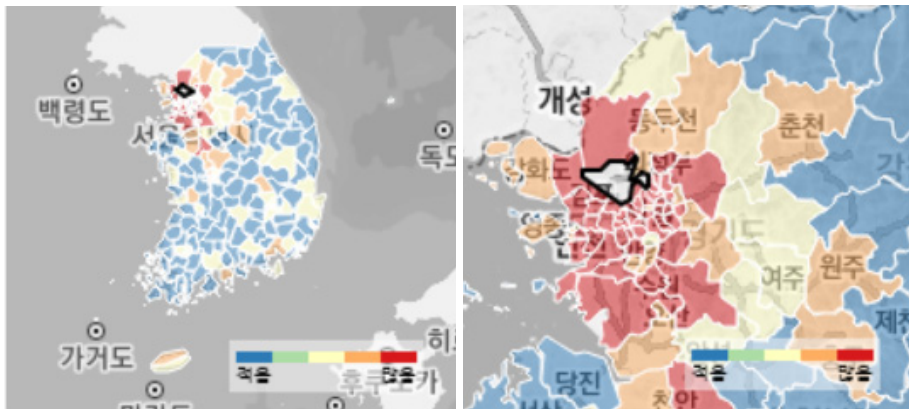
[표 3-2] 주변지역 유입인구

순위	읍면동	유입인구 일평균 증감률	유입인구 총 수
-	장항2동	+19.2%	99.8만명
1	장항1동	+17.1%	12.3만명
2	송포동	+16.2%	8.9만명
3	주엽2동	+7.9%	12.1만명

## 3) 유입인구 유입지역

행사기간 동안 장항2동을 찾은 유입인구의 거주 지역별 분포를 확인한 결과, 경기도 파주시(25.9%)의 유입이 가장 많았고, 경기도 김포시(7.3%), 서울특별시 은평구(4.2%) 순으로 나타났다. 시도단위 기준 경기도(50.3%)에 거주하는 유입인구 유입 비중이 가장 높으며, 뒤를 이어 서울특별시(33.5%), 인천광역시(7.4%) 순으로 유입인구 유입 비중이 높았다.

[그림 3-6] 유입인구 유입지역 분포도





[표 3-3] 유입인구 유입지역 순위

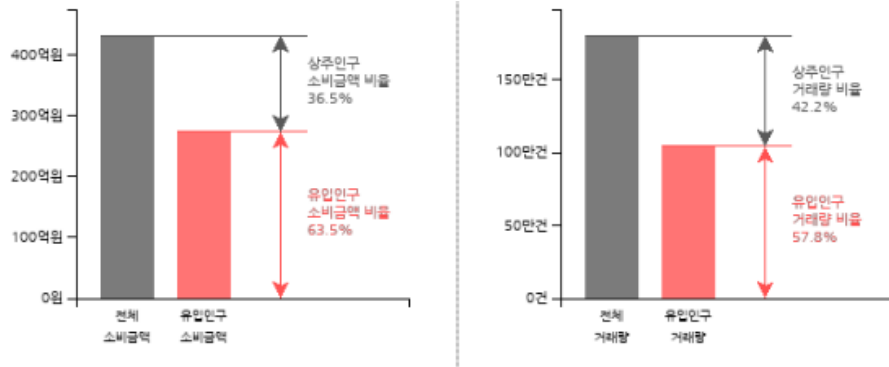
순위	유입 시군구	비율	순위	유입 시군구	비율
1	경기도 파주시	25.9%	11	경기도 수원시	1.7%
2	경기도 김포시	7.3%	12	경기도 용인시	1.7%
3	서울특별시 은평구	4.2%	13	서울특별시 성북구	1.6%
4	서울특별시 강서구	3.0%	14	서울특별시 양천구	1.6%
5	경기도 부천시	2.6%	15	서울특별시 서대문구	1.6%
6	서울특별시 마포구	2.2%	16	서울특별시 서초구	1.5%
7	서울특별시 강남구	2.1%	17	서울특별시 구로구	1.4%
8	인천광역시 서구	2.0%	18	서울특별시 동작구	1.2%
9	서울특별시 관악구	1.9%	19	경기도 화성시	1.2%
10	서울특별시 영등포구	1.8%	20	경기도 남양주시	1.2%

## 4. 유입인구 소비특성 분석

### 1) 유입인구 소비금액 및 거래량

행사 기간 동안 장항2동 유입인구의 소비금액은 274.7억원으로 전체 소비총액(432.6억원)의 63.5%를 차지했다. 또한, 유입인구의 거래량은 104.4만건으로 전체 거래량(180.4만건)의 57.8%를 차지했다.

[그림 3-7] 유입인구 소비금액 및 거래량



## 2) 유입인구 소비단가

행사 기간 동안 장항2동 유입인구의 소비단가는 26,319원으로 상주인구의 소비단가에 비해 높았다.

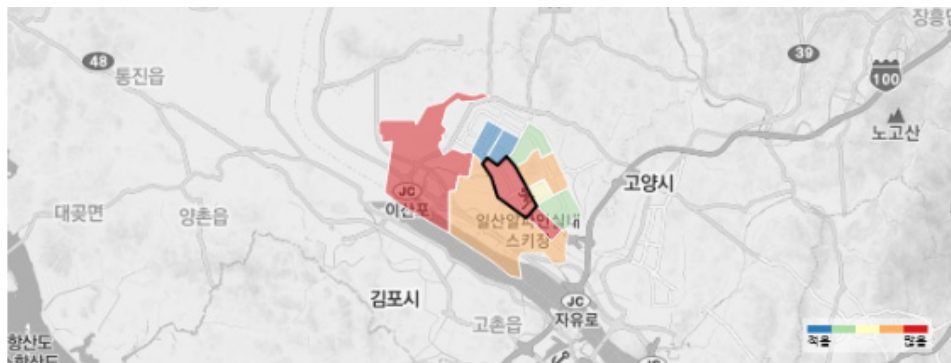
[표 3-4] 행사기간 거래량 및 소비단가

구분	축제기간(17일) 거래량	축제기간(17일) 소비단가	거래량 비중
전체소비자	1,804,308건	23,975원	100%
유입인구	1,043,731건	26,319원	57.8%
상주인구	760,577건	20,759원	42.2%

## 3) 주변지역 유입인구 소비

행사기간 동안 장항2동 유입인구 일평균 소비금액은 16.2억원(평상시 대비 12.2% 증가)이다. 장항2동 주변 지역 중 유입인구의 일평균 소비금액 변화율은 송포동(12.6% 증가), 백석2동(11.4% 증가), 마두1동(8.3% 증가) 순으로 나타났다.

[그림 3-8] 주변지역 유입인구 일평균 소비금액 변화율 분포도



## 제2절 고양행주문화제 (2018. 행주산성)

### 1. 분석 범위

- 공간적 범위: 경기도 고양시 행주동
- 시간적 범위: 2018년 09월 07일 ~ 2018년 09월 09일 (총 3일)

[그림 3-9] 행주동 위치



### 2. 매출액 분석

#### 1) 행주동 업종별 매출액 및 거래량 변화

제 31회 고양행주문화제가 열렸던 (2018년 09월 07일 ~ 2018년 09월 09일, 총 3일)동안 발생한 총 매출액은 13.7억원이며, 총 거래량 6.2만건(일평균 매출액 4.6억원, 일평균 거래량 2.1만건)이다.

평상시 기간(행사 개최 전 1주~3주와 행사 종료 후 2주) 동안 행주동에서 발생

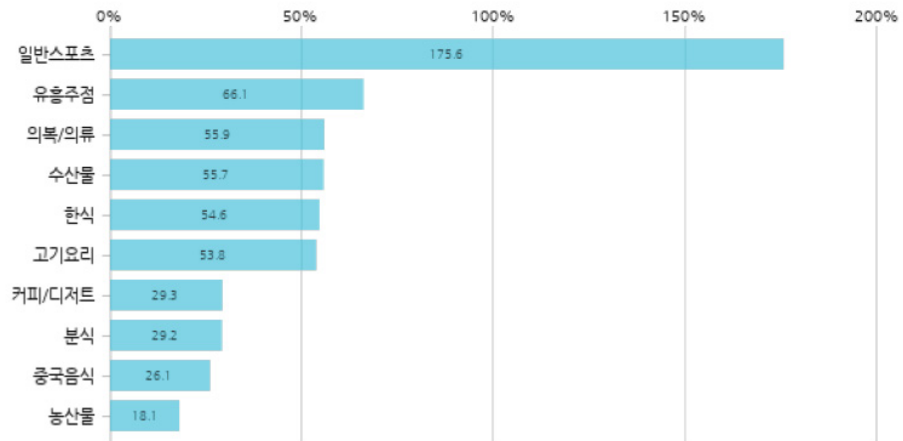
한 일평균 매출액 3.7억원이며, 평상시 대비 행사 기간 일평균 매출액 24.1% 증가하였다. 2017년 같은 기간 동안 열린 제30회 행주문화제 (2017년 09월 09일 ~ 2017년 09월 11일, 총 3일)와 비교했을 때 행주동에서 발생한 일평균 매출액 4.5억원으로, 2017년 대비 일평균 매출액 2.5%가 증가하였다.

[표 3-5] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - 고양행주문화제

구분	3주전	2주전	1주전	이벤트 기간	1주후	2주후	평상시 기간	이벤트 기간 매출증감률
선택기간 2018년 09월 07일 ~ 2018년 09월 09일	394.1	371.2	373.2	457.0	353.6	348.5	368.1	+24.1%
비교기간 2017년 09월 09일 ~ 2017년 09월 11일	389.9	408.4	398.7	446.0	364.8	360.1	384.4	+16.0%

평상시 기간(행사 개최 전 1주~3주와 행사 종료 후 2주) 대비 행사기간 일평균 매출액 변화율이 가장 큰 업종은 일반스포츠업종(175.6% 증가), 유흥주점업종(66.1% 증가), 의복/의류 업종(55.9% 증가) 순으로 나타난다. 평상시 기간 대비 행사 기간 일평균 거래량 변화율이 가장 큰 업종은 일반스포츠업종(233.3% 증가), 수산물업종(71.1% 증가), 기념품/화훼업종(70.8% 증가) 순으로 나타난다.

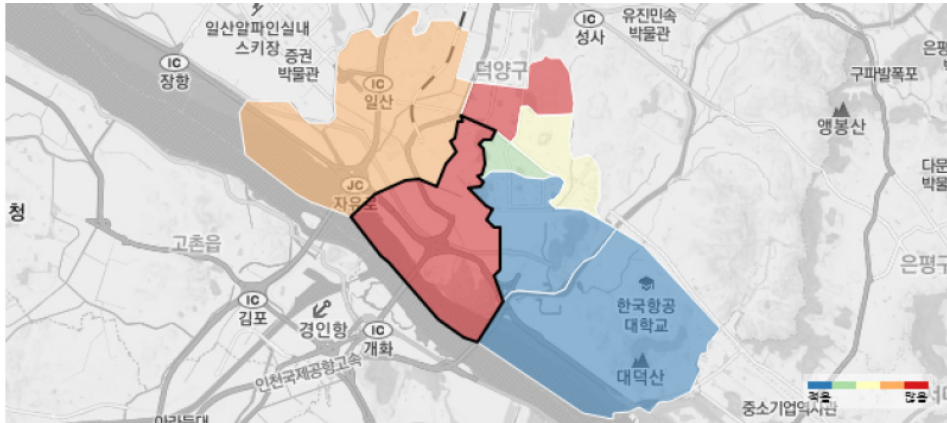
[그림 3-10] 업종별 일평균 매출액 증감률



## 2) 주변지역 매출액 및 거래량 변화

평상시 기간 대비 행사기간 동안 행주동 주변 지역의 일평균 매출액 변화율은 화정2동(15.8% 증가), 능곡동(14.0% 증가), 행신3동(13.6% 증가) 순으로 크게 나타난다. 행주동 주변에서 평상시 기간 대비 행사 기간 일평균 거래량 변화율은 화정2동(13.8% 증가), 행신1동(11.3% 증가), 행신3동(9.6% 증가) 순으로 크게 나타난다.

[그림 3-11] 주변 지역 일평균 매출액 변화를 분포도

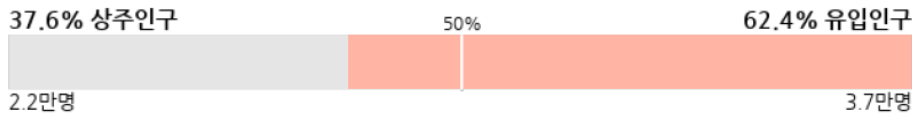


## 3. 유입인구 특성 분석

### 1) 행주동 소비인구 비중

행사기간 동안 행주동의 소비인구는 총 6.0만명이다. 소비행위를 한 상주인구는 총 2.2만명, 유입인구는 총 3.7만명이며, 유입인구는 전체 소비인구의 총 62.4% 차지한다.

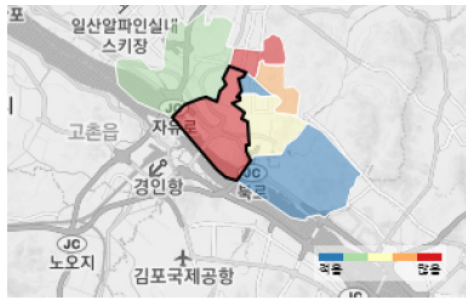
[그림 3-12] 소비 인구 비중



## 2) 주변지역 유입인구 수

행사 기간 동안 행주동 일평균 유입인구 수는 평상시 대비 30.3% 증가하였다. 그 밖에 화정2동(21.2% 증가, 총 4.7만명), 행신1동(20.9% 증가, 총 9377.0명), 능곡동(16.9% 증가, 총 1.2만명) 순으로 행사 기간 동안 유입인구 증가율이 높게 나타났다.

[그림 3-13] 주변지역 유입인구수 분포도



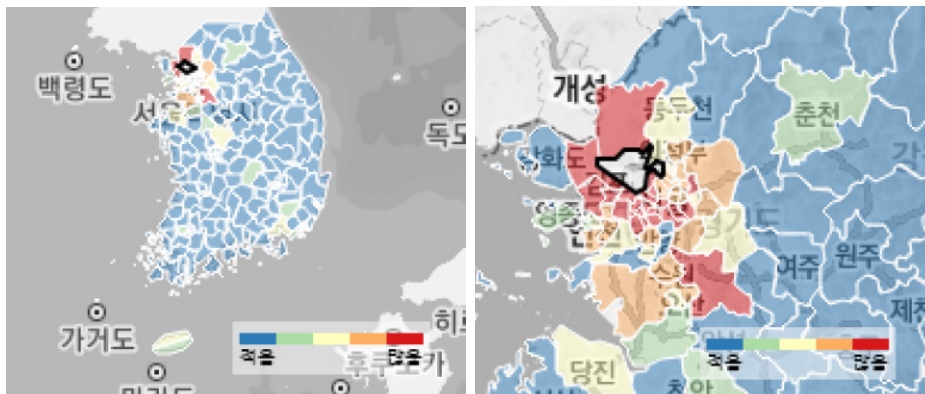
[표 3-6] 주변지역 유입인구

순위	읍면동	유입인구 일평균 증감률	유입인구 총 수
-	행주동	+30.3%	3.7만명
1	화정2동	+21.2%	4.7만명
2	행신1동	+20.9%	9377.0명
3	능곡동	+16.9%	1.2만명

## 3) 유입인구 유입지역

행사 기간 동안 행주동을 찾은 유입인구의 거주 지역별 분포를 확인한 결과, 서울특별시 강서구(15.6%)의 유입이 가장 많았고, 서울특별시 마포구(10.0%), 서울특별시 양천구(6.0%) 순으로 나타났다. 시도단위 기준 서울특별시(71.0%)에 거주하는 유입인구 유입 비중이 가장 높으며, 뒤를 이어 경기도(20.8%), 인천광역시(5.8%) 순으로 유입인구 유입 비중이 높았다.

[그림 3-14] 유입인구 유입지역 분포도



[표 3-7] 유입인구 유입지역 순위

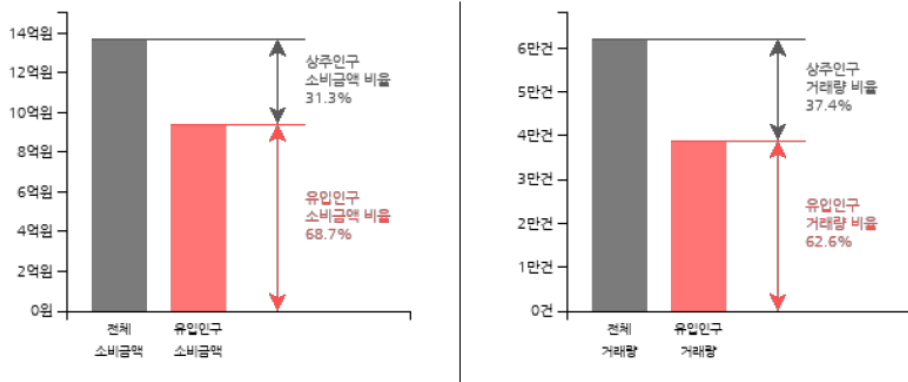
순위	유입 시군구	비율	순위	유입 시군구	비율
1	서울특별시 강서구	15.6%	11	서울특별시 서초구	2.9%
2	서울특별시 마포구	10.0%	12	서울특별시 관악구	2.6%
3	서울특별시 양천구	6.0%	13	경기도 부천시	2.4%
4	경기도 김포시	6.0%	14	인천광역시 서구	2.0%
5	서울특별시 은평구	5.0%	15	서울특별시 용산구	1.9%
6	서울특별시 서대문구	4.9%	16	서울특별시 송파구	1.8%
7	서울특별시 영등포구	4.9%	17	서울특별시 강남구	1.7%
8	경기도 파주시	3.6%	18	인천광역시 계양구	1.3%
9	서울특별시 동작구	3.4%	19	서울특별시 금천구	1.3%
10	서울특별시 구로구	2.9%	20	경기도 광명시	1.3%

## 4. 유입인구 소비특성 분석

### 1) 유입인구 소비금액 및 거래량

행사 기간동안 행주동 유입인구의 소비금액은 9.4억원으로 전체 소비총액(13.7억원)의 68.7%를 차지하며, 유입인구의 거래량은 3.9만건으로 전체 거래량(6.2만건)의 62.6%를 차지한다.

[그림 3-15] 유입인구 소비금액 및 거래량



## 2) 유입인구 소비단가

행사기간 동안 행주동 유입 인구의 소비단가는 24,215원으로 상주인구의 소비 단가에 비해 높은 편이다.

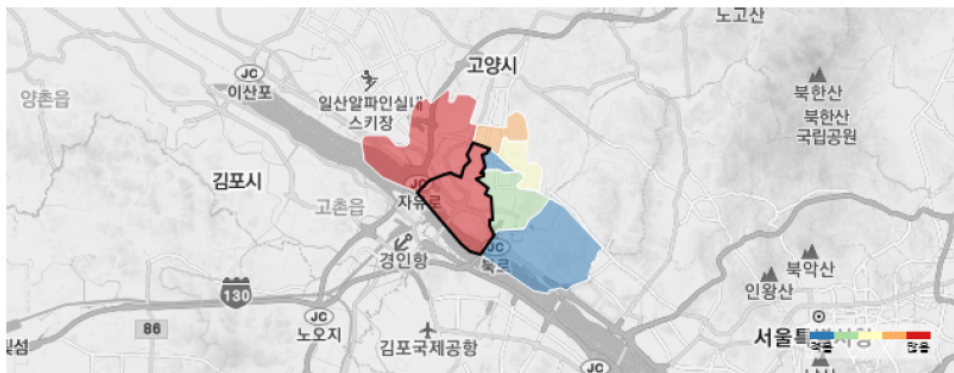
[표 3-8] 행사기간 거래량 및 소비단가

구분	축제기간(3일) 거래량	축제기간(3일) 소비단가	거래량 비중
전체소비자	62,139건	22,065원	100%
유입인구	38,923건	24,215원	62.6%
상주인구	23,216건	18,461원	37.4%

## 3) 주변지역 유입인구 소비

행사 기간동안 행주동 유입인구 일평균 소비금액은 3.1억원(평상시 대비 34.3% 증가)이다. 행주동 주변 지역 중 유입인구의 일평균 소비금액 변화율은 능곡동(29.1% 증가), 화정2동(18.1% 증가), 행신3동(12.3% 증가) 순으로 나타난다.

[그림 3-16] 주변지역 유입인구 일평균 소비금액 변화율 분포도





## 제3절 EBS 국제다큐영화제 (2018, EBS디지털통합사옥)

### 1. 분석 범위

- 공간적 범위: 경기도 고양시 장항1동
- 시간적 범위: 2018년 08월 20일 ~ 2018년 08월 26일 (총 7일)

[그림 3-17] 장항1동 위치



### 2. 매출액 분석

#### 1) 장항1동 업종별 매출액 및 거래량 변화

제 15회 EBS 국제다큐영화제가 열렸던 (2018년 08월 20일 ~ 2018년 08월 26일, 총 7일) 동안 행사가 개최된 장항1동에서 발생한 총 매출액은 16.5억원, 총 거래량 7.1만건(일평균 매출액2.4억원, 일평균 거래량 1.0만건)이다.

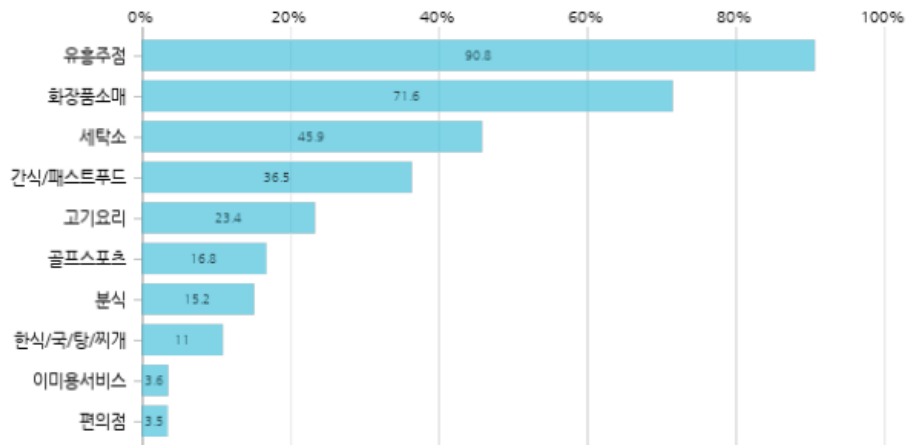
평상시 기간(행사 개최 전 1주~3주와 행사 종료 후 2주) 동안 장항1동에서 발생한 일평균 매출액 2.5억원으로, 평상시 대비 행사 기간 일평균 매출액 5.8% 감소하였다. 비교기간(2017년 08월 21일 ~ 2017년 08월 27일, 총 7일) 동안 장항1동에서 발생한 일평균 매출액 2.3억원이며, 비교기간에 비해 2018년 행사 기간 일평균 매출액 약 2.4% 증가하였지만, 행사로 인한 증가효과로 분석하긴 어렵다.

[표 3-9] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - EBS국제다큐영화제

구분	3주전	2주전	1주전	이벤트 기간	1주후	2주후	평상시 기간	이벤트 기간 매출증감률
선택기간 2018년 08월 20일 ~ 2018년 08월 26일	268.2	253.2	250.2	236.3	242.4	239.9	250.8	-5.8%
비교기간 2017년 08월 21일 ~ 2017년 08월 27일	254.4	232.0	255.3	230.7	236.3	206.6	236.9	-2.6%

평상시 기간(행사 개최 전 1주~3주와 행사 종료 후 2주) 대비 행사기간 일평균 매출액 변화율이 가장 큰 업종은 유흥주점업종(90.8% 증가), 화장품소매업종(71.6% 증가), 세탁소업종(45.9% 증가) 순으로 나타난다. 평상시 기간 대비 행사기간 일평균 거래량 변화율이 가장 큰 업종은 화장품소매업종(104.9% 증가), 유흥주점업종(64.8% 증가), 세탁소 업종(32.5% 증가) 순으로 나타난다.

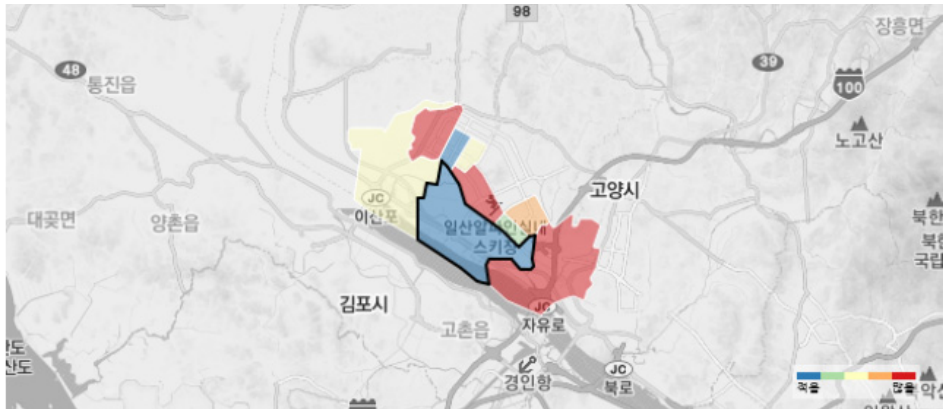
[그림 3-18] 업종별 일평균 매출액 증감률



## 2) 주변지역 매출액 및 거래량 변화

평상시 기간 대비 행사기간 동안 장항1동 주변 지역의 일 평균 매출액 변화율은 장항2동(3.2% 증가), 대화동(3.1% 증가), 능곡동(2.8% 증가) 순으로 크게 나타난다. 장항1동 주변에서 평상시 기간 대비 행사 기간 일평균 거래량 변화율은 대화동(2.5% 증가), 주엽1동(0.8% 증가), 능곡동(0.8% 증가) 순으로 크게 나타난다.

[그림 3-19] 주변지역 일평균 매출액 변화율 분포도

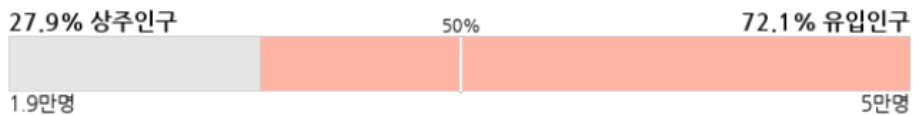


## 3. 유입인구 특성 분석

### 1) 장항1동 소비인구 비중

행사기간 동안 장항1동의 소비인구는 총 6.9만명이며, 소비행위를 한 상주인구는 총 1.9만명, 유입인구는 총 5.0만명이다. 장항1동에서 소비행위를 한 유입인구는 전체 소비인구의 총 72.1% 차지한다.

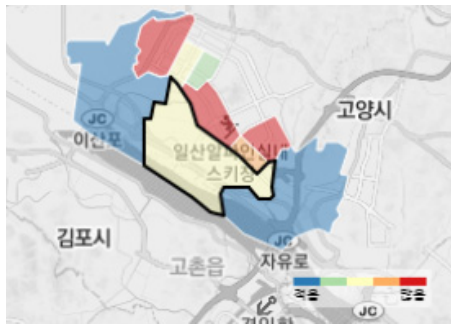
[그림 3-20] 소비인구 비중



## 2) 주변지역 유입인구 수

행사 기간동안 장항1동 일평균 유입인구 수는 평상시 대비 0.8% 감소한다. 그밖에 대화동(6.3% 증가, 총 13.8만명), 주엽1동(1.0% 증가, 총 3.8만명), 장항2동(2.0% 감소, 총 35.4만명) 순으로 행사 기간 동안 유입인구 증가율이 높게 나타난다.

[그림 3-21] 주변지역 유입인구수 분포도



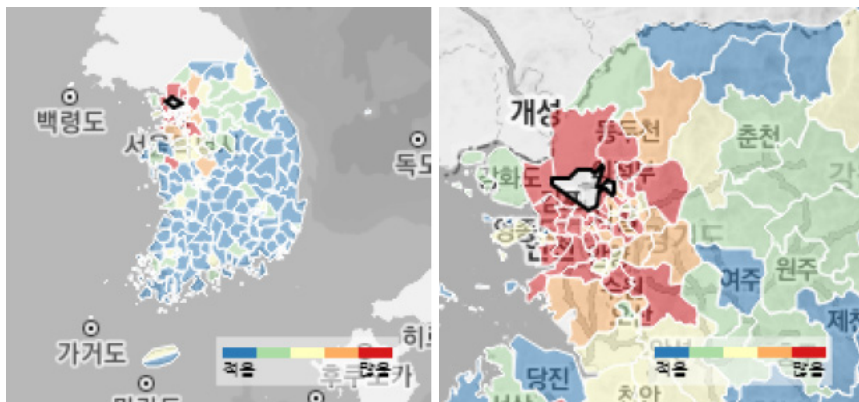
[표 3-10] 주변지역 유입인구

순위	읍면동	유입인구 일평균 증감률	유입인구 총 수
-	장항1동	-0.8%	5.0만명
1	대화동	+6.3%	13.8만명
2	주엽1동	+1.0%	3.8만명
3	장항2동	-2.0%	35.4만명

## 3) 유입인구 유입지역

행사기간 동안 장항1동을 찾은 유입인구의 거주 지역별 분포를 확인한 결과, 경기도 파주시(13.1%)의 유입이 가장 많았고, 경기도 김포시(8.7%), 서울특별시 강서구(4.8%) 순으로 나타난다. 시도단위 기준 경기도(45.3%)에 거주하는 유입인구 유입 비중이 가장 높으며, 뒤를 이어 서울특별시(35.4%), 인천광역시(11.4%) 순으로 유입인구 유입 비중이 높았다.

[그림 3-22] 유입인구 유입지역 분포도



[표 3-11] 유입인구 유입지역 순위

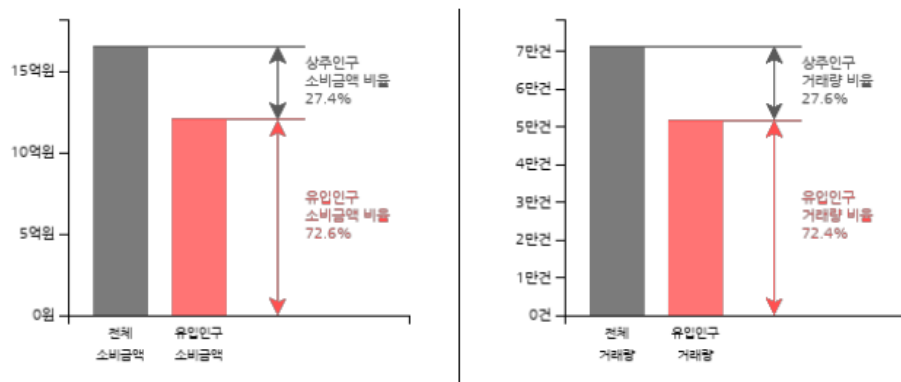
순위	유입 시군구	비율	순위	유입 시군구	비율
1	경기도 파주시	13.1%	11	인천광역시 연수구	1.9%
2	경기도 김포시	8.7%	12	서울특별시 영등포구	1.7%
3	서울특별시 강서구	4.8%	13	서울특별시 성북구	1.7%
4	인천광역시 서구	3.9%	14	충청남도 예산군	1.6%
5	서울특별시 마포구	3.6%	15	인천광역시 부평구	1.6%
6	서울특별시 은평구	3.5%	16	경기도 안산시	1.5%
7	서울특별시 양천구	3.4%	17	인천광역시 남동구	1.5%
8	경기도 부천시	3.3%	18	경기도 남양주시	1.5%
9	경기도 용인시	1.9%	19	경기도 안양시	1.4%
10	경기도 수원시	1.9%	20	경기도 의정부시	1.3%

## 4. 유입인구 소비특성 분석

### 1) 유입인구 소비금액 및 거래량

행사 기간동안 장항1동 유입인구의 소비금액은 12.0억원으로 전체 소비총액 (16.5억원)의 72.6%를 차지하며, 유입 인구의 거래량은 5.2만건으로 전체 거래량 (7.1만건)의 72.4%를 차지한다.

[그림 3-23] 유입인구 소비금액 및 유입인구 거래량



## 2) 유입인구 소비단가

행사 기간동안 장항1동 유입인구의 소비단가는 23,222원으로 상주인구의 소비단가에 비해 높다.

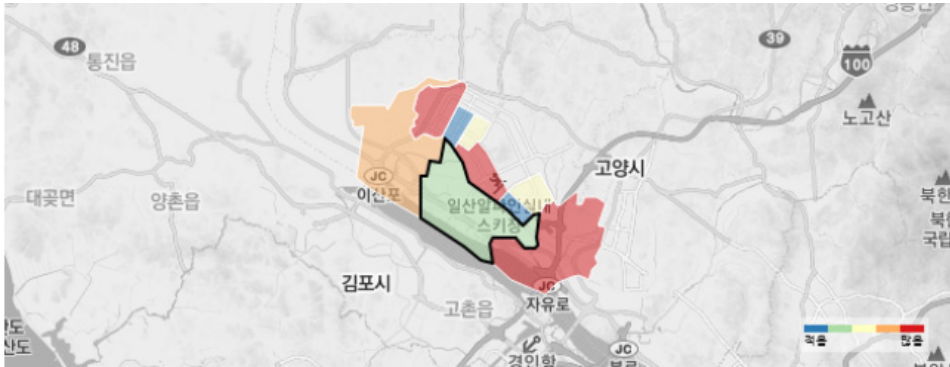
[표 3-12] 행사기간 거래량 및 소비단가

구분	축제기간(7일) 거래량	축제기간(7일) 소비단가	거래량 비중
전체소비자	71,439건	23,154원	100%
유입인구	51,727건	23,222원	72.4%
상주인구	19,712건	22,973원	27.6%

## 3) 주변지역 주입인구 소비

행사기간 동안 장항1동 유입 인구의 일평균 소비금액은 1.7억원(평상시 대비 9.5% 감소)이며, 일평균 소비금액 변화율은 대화동(7.9% 증가), 장항2동(2.3% 증가), 능곡동(2.1% 증가) 순으로 나타난다.

[그림 3-24] 주변지역 유입인구 일평균 소비금액 변화율 분포도



## 제4절 서울모터쇼 (2017, 킨텍스)

### 1. 분석 범위

- 공간적 범위: 경기도 고양시 대화동
- 시간적 범위: 2017년 03월 31일 ~ 2017년 04월 09일 (총 10일)

[그림 3-25] 대화동 위치



### 2. 매출액 분석

#### 1) 대화동 업종별 매출액 및 거래량 변화

제 11회 서울 모터쇼가 열렸던 기간 (2017년 03월 31일 ~ 2017년 04월 09일, 총 10일)동안 대화동에서 발생한 총 매출액은 77.3억원, 총 거래량 35.8만건(일평균 매출액 7.7억원, 일평균 거래량 3.6만건)이다. 평상시 기간(행사 개최 전 1주~3주와 행사 종료 후 2주) 대화동에서 발생한 일평균 매출액 6.5억원에 비해 행사기간 중 일평균 매출액이 19.7% 증가하였다.

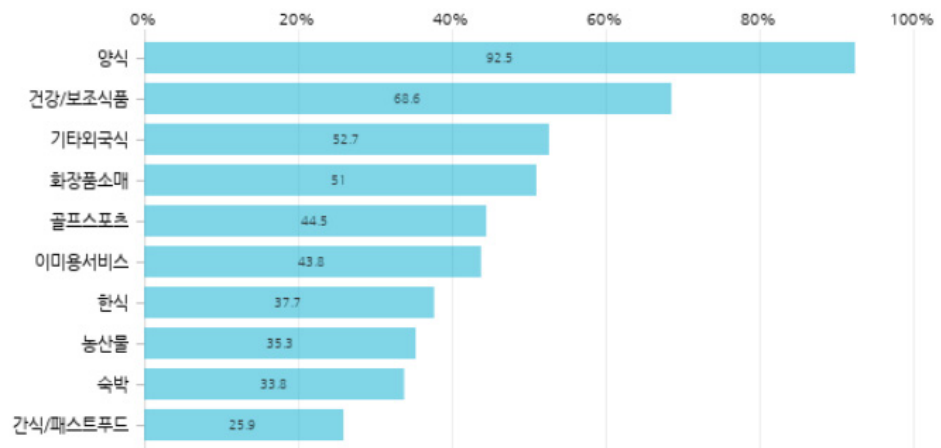
2년 주기로 열리는 모터쇼의 경우 행사가 없었던 2016년의 같은 기간 03월 31일 ~ 2016년 04월 09일, 총 10일 동안 대화동에서 발생한 일평균 매출액 5.6억원으로, 2016년 대비 2017년 서울 모터쇼 행사 기간 일평균 매출액이 약 37.4% 증가함을 알 수 있다.

[표 3-13] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - 서울모터쇼

구분	3주전	2주전	1주전	이벤트 기간	1주후	2주후	평상시 기간	이벤트 기간 매출증감률
선택기간 2017년 03월 31일 - 2017년 04월 09일	641.1	639.4	636.1	772.6	607.5	704.4	645.7	+19.7%
비교기간 2016년 03월 31일 - 2016년 04월 09일	528.5	558.7	559.4	562.2	584.8	573.7	561.0	+0.2%

평상시 기간(행사 개최 전 1주~3주와 행사 종료 후 2주)대비 서울모터쇼 행사 기간인 총 10일동안 일평균 매출액 변화율이 가장 큰 업종은 양식업종(92.5% 증가), 건강/보조식품업종(68.6% 증가), 기타외국식업종(52.7% 증가) 순으로 나타난다. 평상시 기간 대비 일평균 거래량 변화율이 가장 큰 업종은 양식업종(85.6% 증가), 골프스포츠업종(63.9% 증가), 기타외국식업종(49.8% 증가) 순으로 나타났다.

[그림 3-26] 업종별 일평균 매출액 증감률

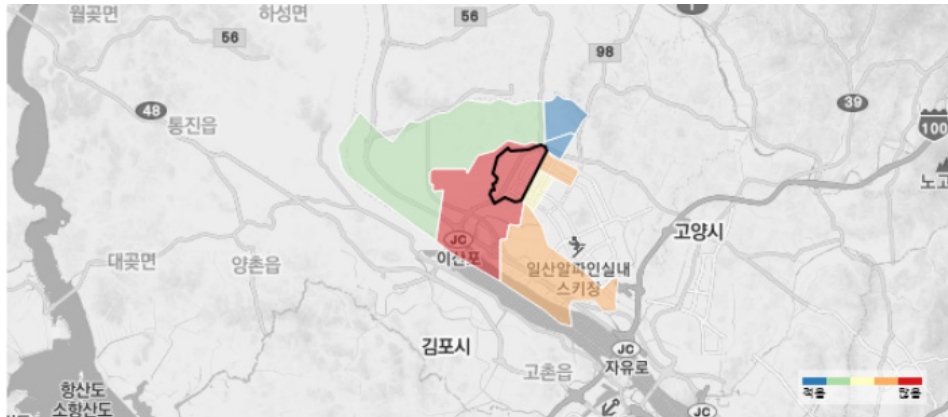




## 2) 주변지역 매출액 및 거래량 변화

서울모터쇼 행사 기간 동안 대화동 주변 지역의 일평균 매출액 변화율은 송포동(40.1% 증가), 장항1동(11.4% 증가), 일산3동(10.9% 증가) 순으로 크게 나타났고, 행사기간 동안 일평균 거래량 변화율은 송포동(61.5% 증가), 장항1동(10.1% 증가), 일산3동(9.2% 증가) 순으로 크게 나타났다.

[그림 3-27] 주변지역 일평균 매출액 변화율 분포도

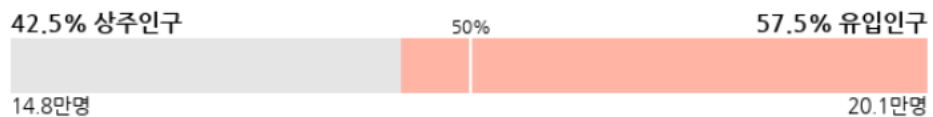


## 3. 유입인구 특성 분석

### 1) 대화동 소비인구 비중

서울모터쇼 행사기간 동안 대화동의 소비인구는 총 34.9만명이며, 그중 대화동에서 소비행위를 한 상주인구는 총 14.8만명, 유입인구는 총 20.1만명이다. 소비행위를 한 유입인구는 전체 소비인구의 총 57.5% 차지한다.

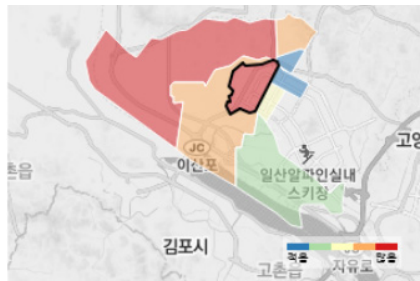
[그림 3-28] 소비인구 비중



## 2) 주변지역 유입인구 수

행사기간 동안 대화동 일평균 유입인구 수는 평상시 대비 29.8% 증가하였고, 그밖에 송포동(140.0% 증가, 총 10.7만명), 일산3동(15.0% 증가, 총 3.3만명), 장항1동(12.2% 증가, 총 6.3만명) 순으로 행사 기간 동안 유입인구 증가율이 높게 나타났다.

[그림 3-29] 주변지역 유입인구수 분포도



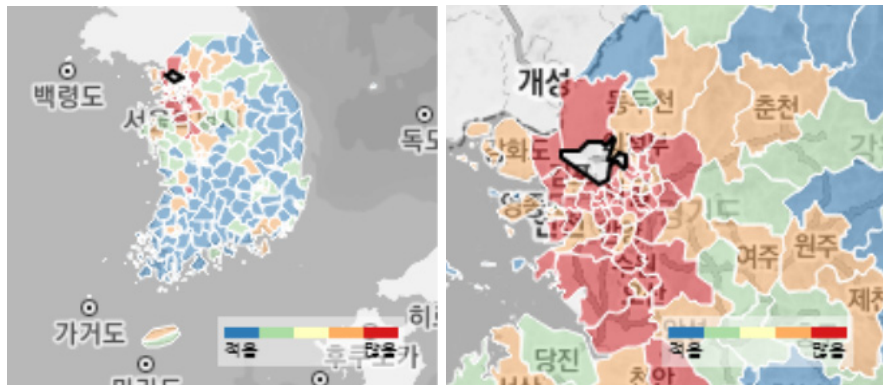
[표 3-14] 주변지역 유입인구

순위	읍면동	유입인구 일평균 증감률	유입인구 총 수
-	대화동	+29.8%	20.1만명
1	송포동	+140.0%	10.7만명
2	일산3동	+15.0%	3.3만명
3	장항1동	+12.2%	6.3만명

## 3) 유입인구 유입지역

서울모터쇼 행사기간 동안 대화동을 찾은 유입인구의 거주 지역별 분포를 확인한 결과, 경기도 파주시(17.4%)의 유입이 가장 많았고, 경기도 김포시(4.4%), 경기도 수원시(4.3%) 순으로 나타났다. 시도단위 기준 경기도(48.6%)에 거주하는 유입인구 유입 비중이 가장 높으며, 뒤를 이어 서울특별시(31.4%), 인천광역시(6.7%) 순으로 유입인구 유입 비중이 높았다.

[그림 3-30] 유입인구 유입지역 분포도



[표 3-15] 유입인구 유입지역 순위

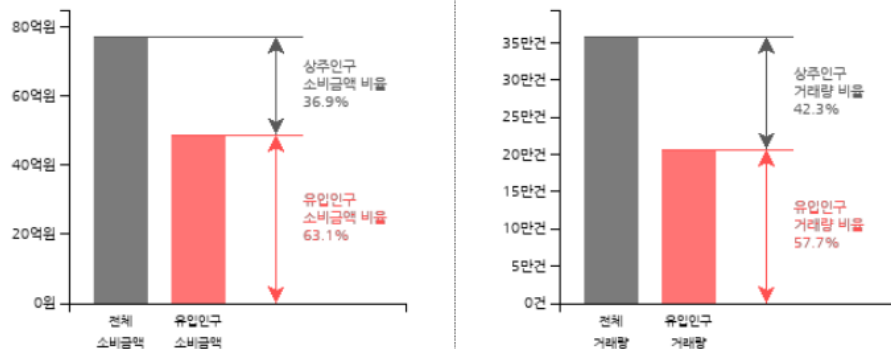
순위	유입 시군구	비율	순위	유입 시군구	비율
1	경기도 파주시	17.4%	11	서울특별시 강서구	2.0%
2	경기도 김포시	4.4%	12	서울특별시 마포구	1.8%
3	경기도 수원시	4.3%	13	인천광역시 서구	1.7%
4	경기도 용인시	3.2%	14	경기도 남양주시	1.7%
5	경기도 성남시	2.8%	15	경기도 화성시	1.6%
6	서울특별시 서초구	2.7%	16	서울특별시 영등포구	1.4%
7	서울특별시 송파구	2.5%	17	인천광역시 부평구	1.3%
8	서울특별시 강남구	2.5%	18	서울특별시 관악구	1.3%
9	경기도 부천시	2.3%	19	서울특별시 동작구	1.2%
10	서울특별시 은평구	2.3%	20	서울특별시 양천구	1.2%

## 4. 유입인구 소비특성 분석

### 1) 유입인구 소비금액 및 거래량

서울모터쇼 행사 기간 동안 대화동 유입 인구의 소비금액은 48.7억원으로 전체 소비총액(77.3억원)의 63.1%를 차지하고 있다. 같은기간 동안 대화동 유입인구의 거래량은 20.7만건으로 전체 거래량(35.8만건)의 57.7%를 차지한다.

[그림 3-31] 유입인구 소비금액 및 거래량



## 2) 유입인구 소비단가

서울모터쇼 행사기간 동안 대화동 유입 인구의 소비단가는 23,580원으로 상주 인구의 소비단가에 비해 높았다.

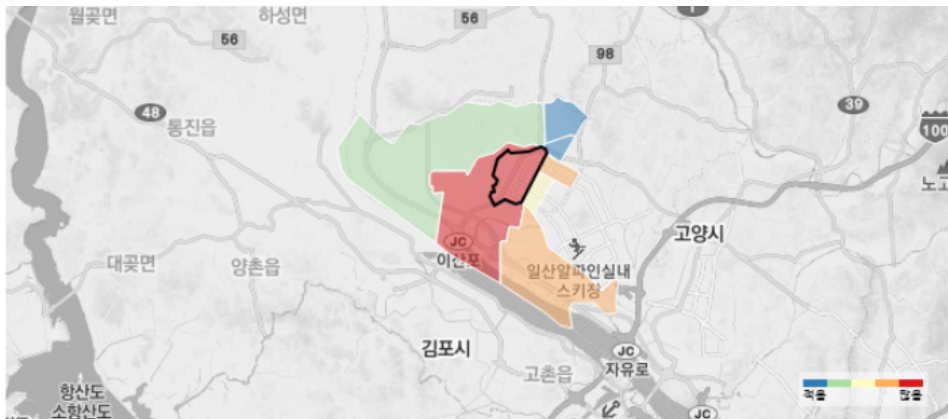
[표 3-16] 행사기간 거래량 및 소비단가

구분	축제기간(10일) 거래량	축제기간(10일) 소비단가	거래량 비중
전체소비자	358,327건	21,561원	100%
유입인구	206,669건	23,580원	57.7%
상주인구	151,658건	18,811원	42.3%

## 3) 주변지역 유입인구 소비

행사기간 동안 대화동 유입 인구 일평균 소비금액은 4.9억원으로 평소 대비 29.4% 증가하였다. 주변지역 일평균 소비금액 변화율은 송포동(82.9% 증가), 장항1동(17.0% 증가), 일산3동(14.5% 증가) 순으로 나타났다.

[그림 3-32] 주변 지역 유입인구 일평균 소비금액 변화율 분포도



## 제5절 서울국제공작기계전 (2018, 킨텍스)

### 1. 분석 범위

- 공간적 범위: 경기도 고양시 대화동
- 시간적 범위: 2018년 04월 03일 ~ 2018년 04월 07일 (총 5일)

[그림 3-33] 고양시 대화동 위치



### 2. 매출액 분석

#### 1) 대화동 업종별 매출액 및 거래량 변화

서울국제공작기계전이 열렸던 행사기간 (2018년 04월 03일 ~ 2018년 04월 07일, 총 5일) 동안 개최된 대화동에서 발생한 총 매출액은 39.0억원, 총 거래량 17.9만 건(일평균 매출액 7.8억원, 일평균 거래량 3.6만건)이다.

평상시 기간(행사 개최 전 1주~3주와 행사 종료 후 2주) 동안 대화동에서 발생

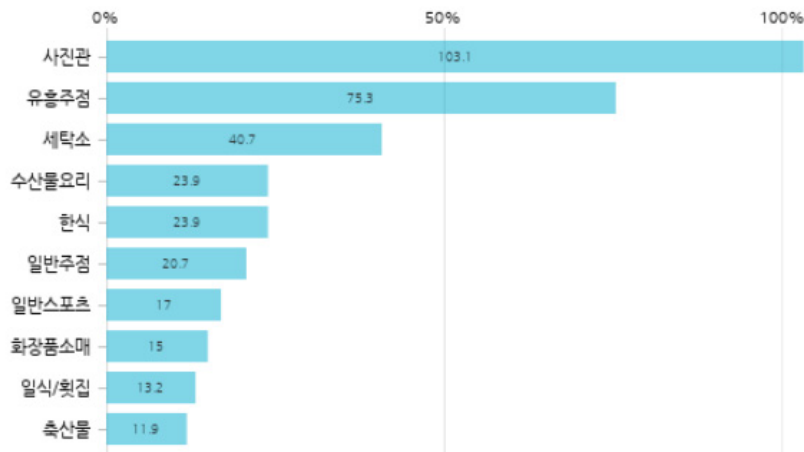
한 일평균 매출액 7.0억원이며, 평상시 대비 행사 기간 일평균 매출액 11.5% 증가하였다. 1년전 비교기간(2017년 04월 04일 ~ 2017년 04월 08일, 총 5일) 동안 대화동에서 발생한 일평균 매출액 7.4억원이며, 2017년에 비해 2018년 행사 기간 일평균 매출액이 약 4.7% 증가하였다.

[표 3-17] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - 서울국제공작기계전

구분	3주전	2주전	1주전	이벤트 기간	1주후	2주후	평상시 기간	이벤트 기간 매출증감률
선택기간 2018년 04월 03일 ~ 2018년 04월 07일	708.6	670.6	683.5	779.2	669.7	761.3	698.7	+11.5%
비교기간 2017년 04월 04일 ~ 2017년 04월 08일	649.9	606.5	728.1	744.1	630.7	701.6	663.4	+12.2%

평상시 기간(행사 개최 전 1주~3주와 행사 종료 후 2주) 대비 서울 국제공작기계전이 열렸던 행사기간 동안 일평균 매출액 변화율이 가장 큰 업종은 사진관업종(103.1% 증가), 유희주점업종(75.3% 증가), 세탁소업종(40.7% 증가) 순으로 나타났다. 평상시 기간 대비 행사기간 동안 일평균 거래량 변화율이 가장 큰 업종은 유희주점업종(43.7% 증가), 세탁소업종(42.6% 증가), 사진관업종(24.6% 증가) 순으로 나타났다.

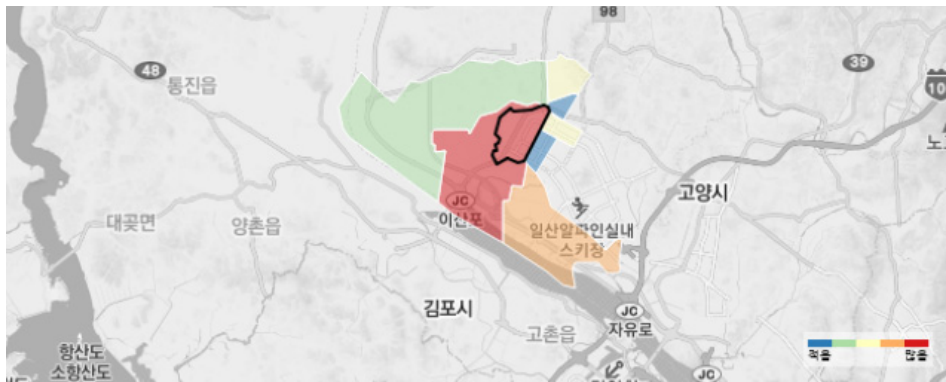
[그림 3-34] 업종별 일평균 매출액 증감률



## 2) 주변지역 매출액 및 거래량 변화

평상시 기간 대비 행사 기간 동안 대화동 주변 지역의 일평균 매출액 변화율은 송포동(11.6% 증가), 장항1동(1.9% 증가), 일산3동(0.8% 증가) 순으로 크게 나타났다. 대화동 주변에서 평상시 기간 대비 행사 기간 일평균 거래량 변화율은 송포동(8.3% 증가), 일산3동(2.8% 증가), 송산동(0.1% 증가) 순으로 크게 나타났다.

[그림 3-35] 주변지역 일평균 매출액 변화율 분포도

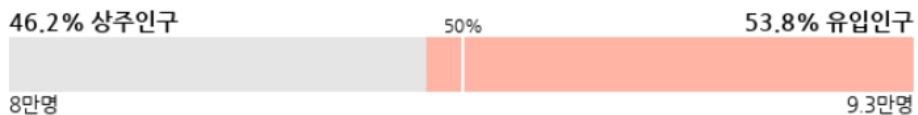


## 3. 유입인구 특성 분석

### 1) 대화동 소비인구 비중

서울 국제공작기계전이 열렸던 기간 동안 대화동의 소비인구는 총 17.3만명이며, 그중 소비행위를 한 상주인구는 총 8.0만명, 유입인구는 총 9.3만명이다. 소비행위를 한 유입인구는 전체 소비인구의 총 53.8% 차지한다.

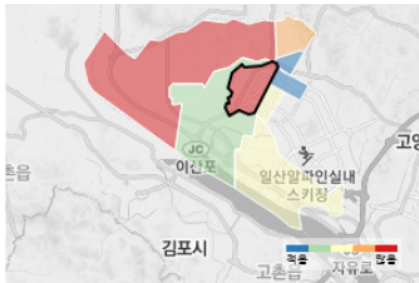
[그림 3-36] 소비인구 비중



## 2) 주변지역 유입인구 수

서울 국제공작기계전이 열렸던 기간 동안 대화동 일평균 유입인구 수는 평상시 대비 12.4% 증가하였다. 그중에서 송포동(15.6% 증가, 총 2.6만명), 일산3동(3.2% 증가, 총 1.6만명), 송산동(1.9% 증가, 총 6.1만명) 순으로 행사 기간 동안 유입인구 증가율이 높게 나타났다.

[그림 3-37] 주변지역 유입인구수 분포도



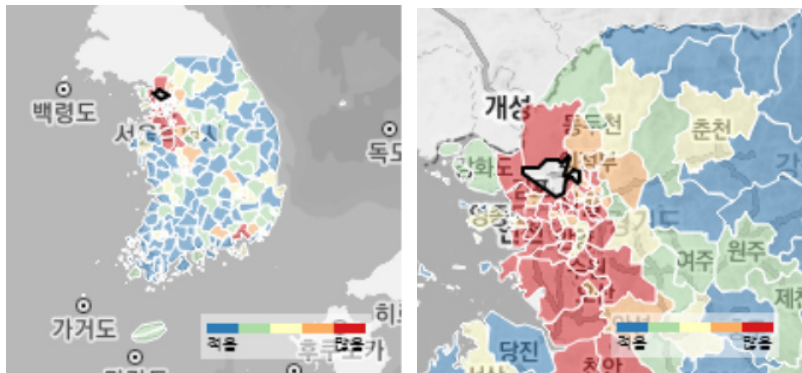
[표 3-18] 주변지역 유입인구

순위	읍면동	유입인구 일평균 증감률	유입인구 총 수
-	대화동	+12.4%	9.3만명
1	송포동	+15.6%	2.6만명
2	일산3동	+3.2%	1.6만명
3	송산동	+1.9%	6.1만명

## 3) 유입인구 유입지역

서울 국제공작기계전이 열렸던 기간 동안 대화동을 찾은 유입인구의 거주 지역 별 분포를 확인한 결과, 경기도 파주시(19.9%)의 유입이 가장 많았고, 경기도 김포시(5.7%), 서울특별시 강서구(3.3%) 순으로 나타났다. 시도단위 기준 경기도(50.0%)에 거주하는 유입인구 유입 비중이 가장 높으며, 뒤를 이어 서울특별시(25.6%), 인천광역시(6.8%) 순으로 유입인구 유입 비중이 높았다.

[그림 3-38] 유입인구 유입지역 분포도





[표 3-19] 유입인구 유입지역 순위

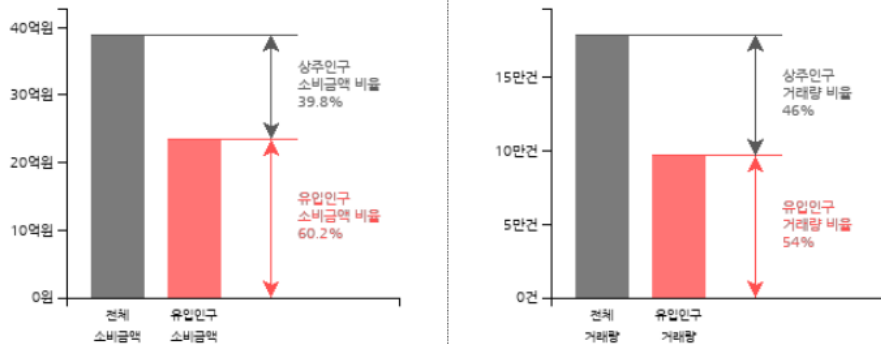
순위	유입 시군구	비율	순위	유입 시군구	비율
1	경기도 파주시	19.9%	11	경기도 안양시	1.7%
2	경기도 김포시	5.7%	12	서울특별시 송파구	1.6%
3	서울특별시 강서구	3.3%	13	인천광역시 남동구	1.6%
4	경기도 용인시	2.6%	14	서울특별시 성북구	1.5%
5	서울특별시 은평구	2.6%	15	인천광역시 서구	1.5%
6	경기도 수원시	2.5%	16	서울특별시 서초구	1.4%
7	경기도 부천시	2.4%	17	서울특별시 강남구	1.4%
8	경기도 성남시	2.3%	18	경기도 시흥시	1.3%
9	경기도 화성시	2.2%	19	경기도 광명시	1.3%
10	경상남도 창원시	1.9%	20	서울특별시 마포구	1.3%

## 4. 유입인구 소비특성 분석

### 1) 유입인구 소비금액 및 거래량

서울 국제공작기계전이 열렸던 기간 동안 대화동 유입 인구의 소비금액은 23.5 억원으로 전체 소비총액(39.0억원)의 60.2%를 차지한다. 이 기간 동안 대화동 유입 인구의 거래량은 9.7만건으로 전체 거래량(17.9만건)의 54.0%를 차지한다.

[그림 3-39] 유입인구 소비금액 및 거래량



## 2) 유입인구 소비단가

국제공작기계전이 열렸던 기간 동안 대화동 유입인구의 소비단가는 24,215원으로 상주인구의 소비단가에 비해 높은 편이다.

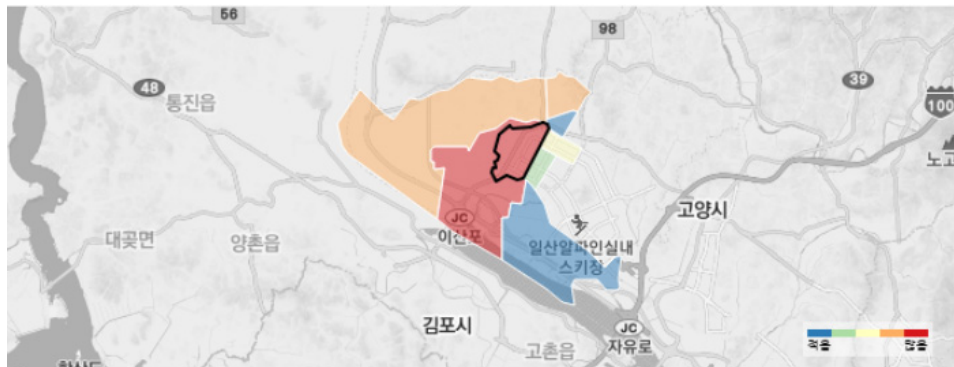
[표 3-20] 행사기간 거래량 및 소비단가

구분	축제기간(5일) 거래량	축제기간(5일) 소비단가	거래량 비중
전체소비자	179,418건	21,715원	100%
유입인구	96,901건	24,215원	54.0%
상주인구	82,517건	18,779원	46.0%

## 3) 주변지역 유입인구 소비

국제공작기계전이 열렸던 행사기간 동안 대화동 유입인구 일평균 소비금액은 4.7억원으로 평상시 대비 15.9% 증가하였다. 또한 대화동 주변지역중 유입인구의 일평균 소비금액 변화율은 송포동(17.1% 증가), 탄현동(4.0% 증가), 송산동(0.8% 증가) 순으로 나타났다.

[그림 3-40] 주변지역 유입인구 일평균 소비금액 변화율 분포도



# 제 4 장

## 지역경제 파급효과 종합

경제효과 비교분석 제1절

유입인구 특성 비교분석 제2절

소결 및 제언 제3절



## 제절 경제효과 비교분석

### 1. 행사 기간 중 매출액 변화

3장에서 분석한 5개의 행사별 지역경제 파급효과 분석을 기초로, 행사기간 중 매출액 비교를 진행한다. 행사기간 중 행사지역에서 발생한 일평균 매출액을 구하고 이를 행사 전 3주, 행사 후 2주 기간동안의 평상시 일평균 매출액과 비교하여, 행사기간 중 매출액 변동 폭을 살펴본다. 5개 행사에 대해 행사기간 전후 매출액 변화 및 매출증감률은 다음 표와 같다.

[표 4-1] 행사기간 전후 일평균 매출증감 비교표

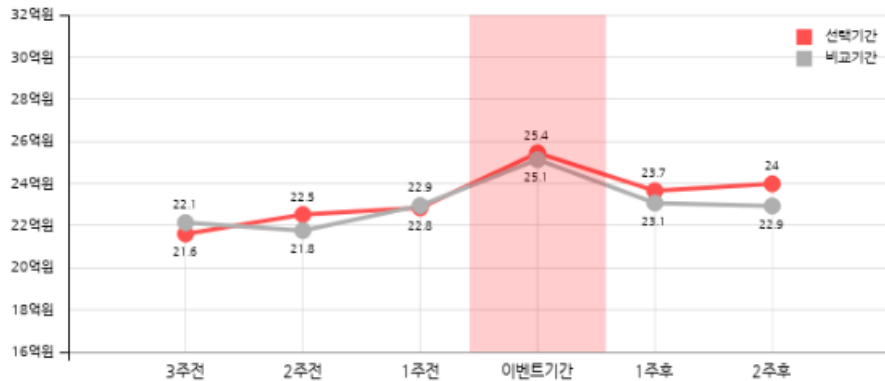
(단위: 백만원)

행사명	행사지역	기준	매출액 (평상시)	매출액 (행사기간)	매출증감률
고양국제꽃박람회	장항2동	2018년 행사 전후 비교	2544.6	2544.6	+11.0%
고양행주문화제	행주동	2018년 행사 전후 비교	368.1	457.0	+24.1%
EBS국제다큐 영화제	장항1동	2018년 행사 전후 비교	250.8	236.3	-5.8%
서울모터쇼	대화동	2017년 행사 전후 비교	645.7	772.6	+19.7%
서울 국제공작기계전	대화동	2018년 행사 전후 비교	698.7	779.2	+11.5%

## 1) 고양국제꽃박람회 매출액 변화

제 12회 고양국제 꽃박람회가 열렸던 기간(2018년 04월 27일 ~ 2018년 05월 13일, 총 17일)동안 행사가 개최된 장항2동에서 발생한 총 매출액은 432.6억원이며, 총 거래량은 180.4만건(일평균 매출액 25.4억원, 일평균 거래량 10.6만건)이다. 평상시 기간(행사 개최 전 1주~3주와 행사 종료 후 2주) 동안 장항2동에서 발생한 일평균 매출액은 22.9억원으로, 평상시 대비 행사 기간 일평균 매출액 11.0%가 증가하여 행사 기간 동안 주변상권 매출이 늘었음을 볼 수 있다. 2017년과 비교했을 때, 제 11회 국제꽃박람회가 열렸던 2017년 04월 28일 ~ 2017년 05월 14일, 총 17일 동안 장항2동에서 발생한 일평균 매출액 25.1억원으로 2017년 대비 2018년 일평균 매출액이 1.3% 증가하였다.

[그림 4-1] 행사 기간 전·후 일평균 매출액 변화 그래프 - 고양국제꽃박람회



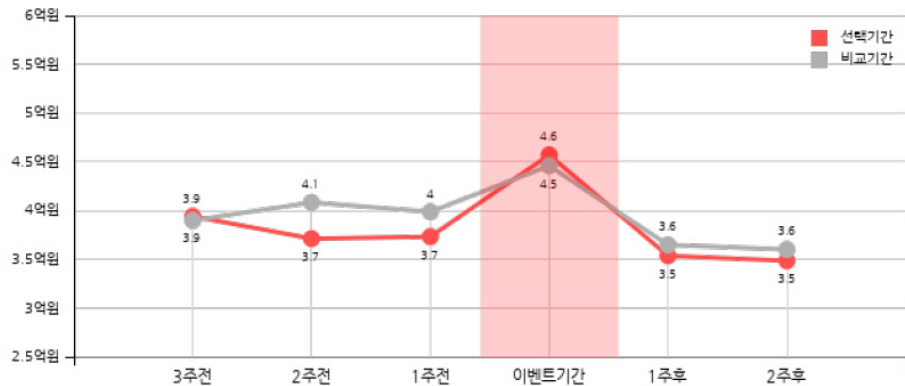
[표 4-2] 행사 기간 전·후 일평균 매출액 변화표 - 고양국제꽃박람회

구분	3주전	2주전	1주전	이벤트 기간	1주후	2주후	평상시 기간	이벤트 기간 매출증감률
선택기간 2018년 04월 27일 ~ 2018년 05월 13일	2160.2	2252.3	2284.2	2544.6	2365.1	2398.2	2292.0	+11.0%
비교기간 2017년 04월 28일 ~ 2017년 05월 14일	2213.9	2176.1	2294.6	2513.2	2306.9	2292.9	2256.9	+11.4%

## 2) 고양행주문화제 매출액 변화

제 31회 고양행주문화제가 열렸던 (2018년 09월 07일 ~ 2018년 09월 09일, 총 3일)동안 발생한 총 매출액은 13.7억원이며, 총 거래량 6.2만건(일평균 매출액 4.6억원, 일평균 거래량 2.1만건)이다. 평상시 기간(행사 개최 전 1주~3주와 행사 종료 후 2주) 동안 행주동에서 발생한 일평균 매출액 3.7억원이며, 평상시 대비 행사 기간 일평균 매출액 24.1% 증가하였다. 2017년 같은 기간 동안 열린 제30회 행주문화제 (2017년 09월 09일 ~ 2017년 09월 11일, 총 3일)와 비교했을 때, 행주동에서 발생한 일평균 매출액 4.5억원으로 2017년 대비 2018년 행사의 일평균 매출액 2.5% 증가하였다. 2017년 고양행주문화제도 평상시 대비 일평균 매출액 16%가 증가하면서, 2017년, 2018년 모두 고양행주문화제의 지역상권 매출증가 효과가 발생하였다.

[그림 4-2] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화 그래프 - 고양행주문화제



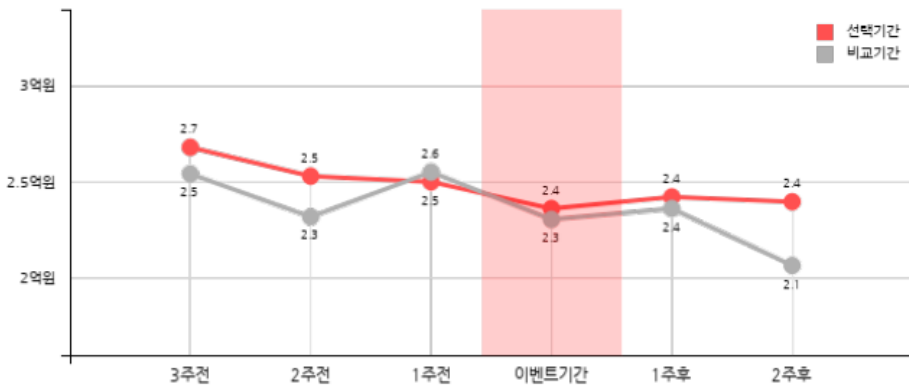
[표 4-3] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - 고양행주문화제

구분	3주전	2주전	1주전	이벤트 기간	1주후	2주후	평상시 기간	이벤트 기간 매출증감률
선택기간 2018년 09월 07일 ~ 2018년 09월 09일	394.1	371.2	373.2	457.0	353.6	348.5	368.1	+24.1%
비교기간 2017년 09월 09일 ~ 2017년 09월 11일	389.9	408.4	398.7	446.0	364.8	360.1	384.4	+16.0%

### 3) EBS국제다큐영화제 매출액 변화

제 15회 EBS 국제다큐영화제가 열렸던 (2018년 08월 20일 ~ 2018년 08월 26일, 총 7일) 동안 행사가 개최된 장항1동에서 발생한 총 매출액은 16.5억원, 총 거래량 7.1만건(일평균 매출액2.4억원, 일평균 거래량 1.0만건)이다. 평상시 기간(행사 개최 전 1주~3주와 행사 종료 후 2주) 동안 장항1동에서 발생한 일평균 매출액 2.5억원으로, 평상시 대비 행사 기간 일평균 매출액 5.8% 감소하였다. 2017년 비교기간(2017년 08월 21일 ~ 2017년 08월 27일, 총 7일) 동안 장항1동에서 발생한 일평균 매출액 2.3억원이며, 2017년에 비해 2018년 행사 기간 일평균 매출액 약 2.4% 증가하였지만, 행사로 인한 증가효과로 분석하긴 어렵다.

[그림 4-3] 행사 기간 전·후 일평균 매출액 변화 그래프 - EBS국제다큐영화제



[표 4-4] 행사 기간 전·후 일평균 매출액 변화표 - EBS국제다큐영화제

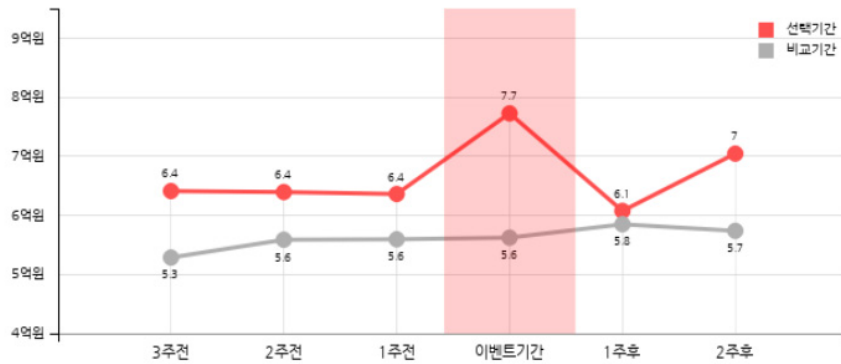
구분	3주전	2주전	1주전	이벤트 기간	1주후	2주후	평상시 기간	이벤트 기간 매출증감률
선택기간 2018년 08월 20일 ~ 2018년 08월 26일	268.2	253.2	250.2	236.3	242.4	239.9	250.8	-5.8%
비교기간 2017년 08월 21일 ~ 2017년 08월 27일	254.4	232.0	255.3	230.7	236.3	206.6	236.9	-2.6%



## 4) 서울모터쇼 매출액 변화

제 11회 서울 모터쇼가 열렸던 기간(2017년 03월 31일 ~ 2017년 04월 09일, 총 10일)동안 대화동에서 발생한 총 매출액은 77.3억원, 총 거래량 35.8만건(일평균 매출액 7.7억원, 일평균 거래량 3.6만건)이다. 평상시 기간(행사 개최 전 1주~3주와 행사 종료 후 2주) 동안 대화동에서 발생한 일평균 매출액 6.5억원에 비해 일평균 매출액이 19.7% 증가하였다. 2년 주기로 열리는 모터쇼의 경우 행사가 없었던 2016년의 같은 기간(03월 31일 ~ 2016년 04월 09일, 총 10일) 동안 대화동에서 발생한 일평균 매출액 5.6억원으로, 2016년 대비 2017년 서울 모터쇼 행사기간 중 일평균 매출액이 약 37.4% 증가함을 알 수 있다.

[그림 4-4] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화 그래프 - 서울모터쇼



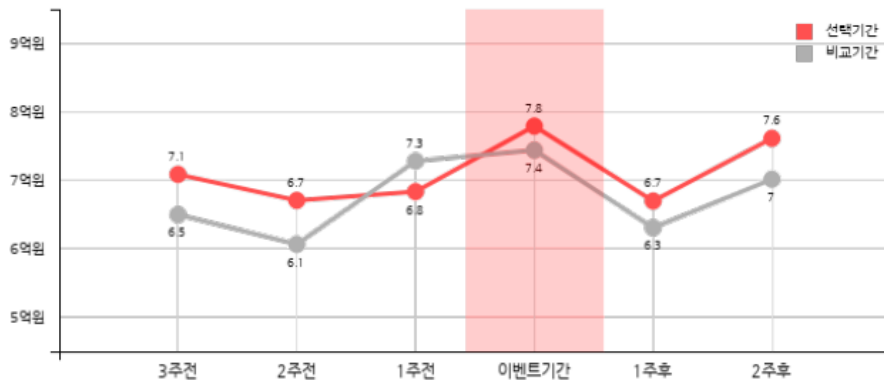
[표 4-5] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - 서울모터쇼

구분	3주전	2주전	1주전	이벤트 기간	1주후	2주후	평상시 기간	이벤트 기간 매출증감률
선택기간 2017년 03월 31일 ~ 2017년 04월 09일	641.1	639.4	636.1	772.6	607.5	704.4	645.7	+19.7%
비교기간 2016년 03월 31일 ~ 2016년 04월 09일	528.5	558.7	559.4	562.2	584.8	573.7	561.0	+0.2%

## 5) 서울국제공작기계전 매출액 변화

서울국제공작기계전이 열렸던 행사기간(2018년 04월 03일 ~ 2018년 04월 07일, 총 5일) 동안 개최된 대화동에서 발생한 총 매출액은 39.0억원, 총 거래량 17.9만 건(일평균 매출액 7.8억원, 일평균 거래량 3.6만건)이다. 평상시 기간(행사 개최 전 1주~3주와 행사 종료 후 2주) 동안 대화동에서 발생한 일평균 매출액 7.0억원이며, 평상시 대비 행사기간 일평균 매출액 11.5% 증가하였다. 2017년 비교기간(2017년 04월 04일 ~ 2017년 04월 08일, 총 5일) 동안 대화동에서 발생한 일평균 매출액 7.4억원이며, 2017년에 비해 2018년 행사기간 일평균 매출액이 약 4.7% 증가함을 알 수 있다.

[그림 4-5] 행사 기간 전·후 일평균 매출액 변화 그래프 - 서울국제공작기계전



[표 4-6] 행사 기간 전·후 일평균 매출액 변화표 - 서울국제공작기계전

구분	3주전	2주전	1주전	이벤트 기간	1주후	2주후	평상시 기간	이벤트 기간 매출증감률
선택기간 2018년 04월 03일 ~ 2018년 04월 07일	708.6	670.6	683.5	779.2	669.7	761.3	698.7	+11.5%
비교기간 2017년 04월 04일 ~ 2017년 04월 08일	649.9	606.5	728.1	744.1	630.7	701.6	663.4	+12.2%

## 제2절 유입인구 특성 비교분석

### 1. 유입인구 비교

5개의 행사별 지역경제 파급효과 분석을 기초로, 행사기간 중 행사지역으로 유입된 인구 특성을 살펴본다. 행사기간 중 사용된 전체 카드 소비자 수를 소비인구로 산정하였으며, 카드사 고객 청구지를 기준으로 상주인구<sup>1)</sup>와 유입인구<sup>2)</sup>를 구분하여 산정한다. 행사기간 중의 유입인구 수와 평상시 유입인구 수를 비교하여 유입인구 수 증감을 산정한다. 그리고 행사 지역으로 유입된 인구의 주요 유입지역을 함께 살펴본다. 5개 행사에 대한 유입인구 특성 및 유입인구 증가 비율은 다음 표와 같다.

[표 4-기 행사 기간 중 유입인구 특성 비교표

(단위: 만명)

행사명	행사지역	소비 인구	상주 인구	유입 인구	유입인구 증가 비율	행사지역 주요 유입지역
고양국제꽃박람회	장항2동	173.4	73.6	99.8	+19.2%	1. 파주 (25.9%) 2. 김포 (7.3%) 3. 은평구 (4.2%)
고양행주문화제	행주동	6.0	2.2	3.7	+30.3%	1. 강서구 (15.6%) 2. 마포구 (10.0%) 3. 양천구 (6.0%)
EBS국제다큐 영화제	장항1동	6.9	1.9	5.0	-0.8%	1. 파주 (13.1%) 2. 김포 (8.7%) 3. 강서구 (4.8%)
서울모터쇼	대화동	34.9	14.8	20.1	+29.8%	1. 파주 (17.4%) 2. 김포 (4.4%) 3. 수원 (4.3%)
서울 국제공작기계전	대화동	17.3	8.0	9.3	+12.4%	1. 파주 (19.9%) 2. 김포 (5.7%) 3. 강서구 (3.3%)

1) 상주인구: 카드사 고객 청구지 기준, 분석지역(선택한 행정동 기준 반경 2km)에 자택 또는 직장을 두고 소비행위를 한 사람

2) 유입인구: 카드사 고객 청구지 기준, 분석지역(선택한 행정동 기준 반경 2km) 이외 지역에 거주지 주소를 두고 분석기간 동안 분석지역에서 소비행위를 한 유입소비인구

## 2. 유입인구 소비특성 비교

5개의 행사별 행사기간 중 행사지역으로 유입된 인구의 소비금액 및 거래량을 비교한다. 전체 소비총액 대비 유입인구 소비금액의 비율을 산정하여 외부인구가 생성한 경제 파급효과를 살펴본다. 그리고 평상시 대비 행사기간 동안의 일평균 소비금액의 증가율을 함께 살펴본다. 이러한 유입인구의 소비특성 비교를 통해 유입인구가 지역경제에 미치는 영향을 분석하고, 실질적인 소비행위로 연결이 되었는지 살펴볼 수 있다. 5개 행사에 대한 전체 소비 대비 유입인구 소비 비율과 평상시 대비 소비증가 비율은 다음 표와 같다.

[표 4-8] 행사 기간 중 유입인구 소비 비율 비교표 (단위: 억원)

행사명	행사지역	전체 소비	유입인구 소비	유입인구 소비 비율	일평균 소비 증가 비율
고양국제꽃박람회	장항2동	432.6	274.7	63.5%	+12.2%
고양행주문화제	행주동	13.7	9.4	68.7%	+34.3%
EBS국제다큐 영화제	장항1동	16.5	12.0	72.6%	-9.5%
서울모터쇼	대화동	77.3	48.7	63.1%	+29.4%
서울 국제공작기계전	대화동	39.0	23.5	60.2%	+15.9%

## 제3절 소결 및 제언

### 1. 행사별 지역경제 파급효과 종합

5개의 행사별 지역경제 파급효과 분석을 위해 매출 증감률, 유입인구 증감률, 일평균 소비 증감률을 비교한다. ‘고양국제꽃박람회’, ‘고양행주문화제’, ‘서울모터쇼’, ‘서울공작기계전’의 경우, 매출, 유입인구, 일평균 소비 모두 증가하고 있다. 매출의 경우 4개 행사 모두 10%이상 증가 효과가 있으며, ‘고양행주문화제’가 24.1%, ‘서울모터쇼’가 19.7%로 주변지역 매출 증가 효과가 높은 것으로 나타났다. 그리고 행사로 인한 유입인구 또한 4개 행사 모두 증가효과가 분명했으며, ‘고양행주문화제’가 30.3%, ‘서울모터쇼’가 29.8%, ‘고양국제꽃박람회’가 19.2%로 높은 유입인구 증가율을 보여주고 있다. 일평균 소비 증가율도 4개 행사 모두 증가했으며, ‘고양행주문화제’와 ‘서울모터쇼’의 소비증가율이 비교적 높았다. 한편 ‘EBS국제다큐영화제’의 경우, 매출, 유입인구, 일평균 소비 모두 감소한 결과가 나와서, 지역경제 파급효과가 미비한 것으로 분석되었다.

[표 4-9] 행사별 지역경제 파급효과 종합

행사명	행사지역	매출 증감률	유입인구 증감률	일평균 소비 증감률
고양국제꽃박람회	장항2동	+11.0%	+19.2%	+12.2%
고양행주문화제	행주동	+24.1%	+30.3%	+34.3%
EBS국제다큐 영화제	장항1동	-5.8%	-0.8%	-9.5%
서울모터쇼	대화동	+19.7%	+29.8%	+29.4%
서울 국제공작기계전	대화동	+11.5%	+12.4%	+15.9%

## 2. 행사별 특성과 지역경제 파급효과

### 1) 고양국제꽃박람회 지역경제 파급효과

‘고양국제꽃박람회’의 경우 기본 유입인구가 많은 장항2동을 대상으로 분석이 진행되어, 유입인구 증가 비율이 타 행사보다 높게 분석되진 않았다. 하지만 장항2동 기준 유입인구수는 평소보다 약 16만명 정도 증가되어 유입인구 수로는 5개 행사 중에 가장 높은 수치를 보여주었다. 그리고 장항2동 뿐만 아니라 장항1동, 송포동, 주엽2동 등 주변 지역에서도 함께 유입인구가 증가되었다. 매출도 행사기간 중 일평균 매출증가 액수가 2.5억원으로 5개 행사 중 가장 높게 분석되었다. 그리고 장항2동 뿐만 아니라 송포동, 백석2동, 장항1동 등에서 함께 매출액이 증가된 것으로 나타났다.

이처럼 ‘고양국제꽃박람회’는 장항2동 뿐만 아니라 인접 지역을 포함한 경제적 파급효과가 높다고 할 수 있다. 다만 유입인구 증가율이 19%에 달하지만, 매출증가율이 11%에 머무르기 때문에 유입인구를 통한 지역상권 매출증가의 가능성이 남아 있다고 볼 수 있다. 또한 행사 관람객이 약 50만명이상으로 조사되었지만, 인접지역에서 매출을 발생한 인구는 약 20~25만명 정도로 추산되었다.

### 2) 고양행주문화제 지역경제 파급효과

‘고양행주문화제’는 행주동을 대상으로 분석한 결과 매출, 유입인구, 소비 증감 모두 20~30%대 증가율을 보여주고 있다. 길지 않은 3일 간의 행사기간 중에도 명확한 지역경제 파급효과가 있는 것으로 분석되었다. 다만 행주동 지역의 기존 유입인구 수나 매출액 규모가 크지 않아, 행사 때 유입인구 및 매출액 증가 비율이 비교적 높게 나타난 것으로 보인다. 그럼에도 불구하고 행주동 이외의 화정2동, 행신1동, 능곡동의 유입인구가 함께 증가한 것으로 나타났다. 이는 ‘고양행주문화제’가 행주동 뿐만 아니라 화정역 주변에서 함께 진행되어 화정과 행신, 능곡지역에 영향을 주었다고 볼 수 있다. 매출액 또한 화정2동, 능곡동, 행신3동이 함께 10%이상의 증가되었다고 분석되었다.

‘고양행주문화제’는 짧은 기간의 행사지만, 2017년, 2018년 모두 명확한 지역경제 파급효과를 보여주고 있다. 유입인구 소비비율도 높게 나오며, 유입인구 증가율과 매출증가율의 차이도 비교적 크지 않다. ‘고양행주문화제’는 덕양구의 중요 지역 축제로 다른 4개의 행사와 비교해 지역경제 파급효과가 높게 분석되었다.

### 3) EBS국제다큐영화제 지역경제 파급효과

‘EBS국제다큐영화제’는 EBS디지털통합사옥의 고양시 이전 이후 2017년부터 고양시 EBS사옥 및 호수공원, 일산벨라시타, 서울 소재 영화관 등에서 함께 영화제를 진행하고 있다. 행사기간 동안 4개의 다른 상영관에서 영화가 상영되고, EBS디지털통합사옥에서는 개막식을 포함한 2번만의 상영이 이루어져, 사옥이 입지한 장항1동에서는 뚜렷한 지역경제 파급효과가 나타나지 않았다. 그리고 ‘EBS국제다큐영화제’는 영화제 기간 중 EBS방송채널을 통해서도 작품작을 상영하기 때문에 영화제를 통한 인구유입효과가 제한적이라고 볼 수 있다. 또한 행사 기간 중 작품작이 상영된 일산벨라시타 및 호수공원의 경우에도 유의미한 지역경제 파급효과가 나타나진 않았다.

### 4) 서울모터쇼 지역경제 파급효과

‘서울모터쇼’는 킨텍스가 위치한 대화동을 중심으로 분석이 진행되었으며, 매출, 유입인구, 소비가 모두 높은 수준으로 증가되었다. 격년으로 진행되는 행사로 행사가 없었던 2016년과 비교를 하면 약 37.4%의 매출 증가 효과가 있었다고 분석되었다. 유입인구는 대화동 기준 약 30%가 증가되었으며, 인접지역인 송포동은 140%가 증가된 것으로 분석되었다. 매출 증가율은 대화동이 약 20%, 송포동이 약 40%, 장항1동과 일산3동이 약 10%정도 증가된 것으로 조사되었다.

‘서울모터쇼’는 대화동을 포함한 주변지역에 경제적 파급효과가 있는 것으로 분석되었다. 하지만 ‘서울모터쇼’가 약 60만명의 관람객이 다녀간 걸로 조사되었지만, 주변지역에서 지출을 한 인구가 약 15만명이 되지 않는 것으로 추정된다. 모터쇼 관람객 수 및 유입인구 증가에 비해 부족한 매출 증가율을 고려하면 지역경제 파급효과가 충분하다고 보긴 어렵다.

##### 5) 서울국제공작기계전 지역경제 파급효과

‘서울공작기계전’을 통해 킨텍스가 입지한 대화동에 나타나는 매출, 유입인구, 소비는 일정 부분 증가한다고 볼 수 있다. 유입인구 증가는 평상시 대비 12.4% 증가하고, 주변 송포동에도 15.6% 정도 유입인구가 증가하였다. 하지만 그 외 다른 지역의 인구증가율은 높지 않은 것으로 분석되었다. 매출 증가율은 대화동의 경우 11.5%, 송포동은 11.6% 증가하였지만, 그 외 지역의 매출 증가율이 뚜렷하지 않았다.

이처럼 ‘서울공작기계전’은 인접 대화동과 송포동 이외에는 파급효과가 크지 않은 것으로 분석되었다. ‘서울공작기계전’의 2018년 공식 방문객 수는 약 10만명으로 관련 기업 및 바이어 중심의 박람회 임에도 방문객이 적지 않다고 할 수 있다. 하지만 킨텍스 외 지역에서 소비를 발생시킨 인구는 2만명이 되지 않는 것으로 추정된다.



### 3. 지역경제 파급효과 개선 방안 제언

4개 행사의 매출증감 효과와 유입인구 증가율을 보았을 때, 고양시 대규모 행사의 지역경제 파급효과는 높다고 해석할 수 있다. 행사의 성격 및 목적별로 매출 증가 효과 및 유입인구 증가효과가 다르게 나타나지만, 행사로 인한 주변지역의 경제 파급효과는 일정부분 발생된 것으로 분석되었다.

하지만 고양시 대규모 행사로 인한 지역경제 파급효과가 충분한지에 대해서는 추가적 분석이 필요한 것으로 보이며, 기존 지역경제 파급효과 강화 방안을 검토해 볼 필요가 있다고 생각된다. 분석결과를 고려하여 행사별로 개선이 필요한 내용들을 정리해 보면 다음과 같다.

#### 1) 호수공원 축제와 인접 상권 연계 필요

약 50만명의 관람객이 유입되는 ‘고양국제꽃박람회’의 경우, 행사 기간 동안 일산지역의 교통 정체 및 주차 문제 등을 발생시키는 대규모 행사이다. 하지만 대규모 관람객 수에 비해, 인접 지역 상권에 유입되는 인구 비율은 높지 않다고 볼 수 있다. ‘고양국제꽃박람회’가 열리는 호수공원 주변의 중소상공인 상업시설에서 매출을 발생한 인구는 약 20~25만 정도로 추정된다. ‘고양국제꽃박람회’의 전체 관람객 중 약 50%정도가 인접지역으로 이동하여 상업시설을 이용하였다고 볼 수 있다.

호수공원의 경우 일산문화공원 주변의 상권뿐만 아니라 주엽역, 마두역 상권과도 연결이 가능하며, 호수공원 서측의 신규 상업지역과 킨텍스까지의 보행 연결이 가능한 연계성을 가지고 있다. ‘고양국제꽃박람회’의 지역경제 파급효과 강화를 위해서는 인접 상권과의 연계를 고려하여 박람회 공간 계획을 세우고, 박람회 장소를 일산문화공원 및 노래하는분수대까지 확대한다면 관람객의 인접 상권 이용 비율이 높아질 것으로 보인다. 그리고 ‘고양국제꽃박람회’의 입장권과 연계한 지역 마우처 발급, 지역 상업시설과 연계된 박람회 프로그램 도입, 박람회장을 활용한 지역상인 지원 등의 추가적인 지역 상권과의 연계방안을 검토해 볼 필요가 있다.

## 2) 지역 밀착형 중소규모 행사 활성화

‘고양행주문화제’의 경우 짧은 행사 기간에 비해 지역상권 매출 증가율, 유입인구 증가율, 소비 증가율이 전체적으로 높게 분석되었다. 31회가 되는 행사의 전통뿐만 아니라 지역 밀착형 행사로 자리잡어 지역경제 파급효과가 높은 것으로 판단된다. 다만 행사 전체 관람객 수(약 20만명)과 실질적인 지역 매출 발생 인구 차이(약 2만명 추산)가 크지만, 전체 관람객 수를 화정역 인근지역에서 진행된 행사들을 포함하여 산정해 실제와 차이가 있을 가능성이 높아 보인다.

행주산성 행사장 인근 행주동에서는 약 30%의 유입인구가 증가(약 1만명)하였으며, 지역 매출이 약 24% 증가(약 2.7억원)된 것으로 분석되었다. 지역 행사를 위해 투입된 공공예산과의 추가적 비교가 필요하지만, 행주동의 경우 지역 밀착형 행사로 진행되어 지역경제 파급효과가 높다고 해석할 수 있다. ‘고양행주문화제’는 지역성 강화 및 지역상권 활성화를 위해 지역 밀착형 중소규모 행사의 필요성 및 효과를 보여주는 행사라 할 수 있을 것이다.

## 3) 지역 문화·예술 사업과 행사 연계

‘EBS국제다큐영화제’는 여러 장소에서 영화제가 진행되어, 행사의 지역경제 파급효과를 명확히 분석하기에는 어려움이 있었다. 그리고 행사기간 중 영화관 뿐만 아니라 EBS방송채널을 통해서도 작품작을 상영하기에, 특성지역 유입인구 효과가 크게 나타나지 않은 것으로 보인다.

향후 ‘EBS국제다큐영화제’ 지역경제 파급효과를 강화하기 위해서는 영화제 진행 영화관을 고양시 내에서 근거리에 집적하여 운영하고, 지역 상권과 연계 프로그램을 개발 할 필요가 있다. 그리고 고양시에서 진행되는 ‘EBS국제다큐영화제’에 대한 지역 홍보를 강화하여 문화·예술을 지원하는 고양시의 중요 영화제로 홍보할 필요가 있다. 또한 고양시 방송영상산업 강화를 위해 ‘EBS국제다큐영화제’를 고양시의 방송영상산업 지원의 주요 콘텐츠로 활용하고, 고양시의 지역 문화·예술 사업과 연계된 문화행사로 시너지를 만들어 갈 필요가 있다.

#### 4) 킨텍스 행사의 지역상권 연계 및 확대 방안 필요

2017년 ‘서울모터쇼’를 통해 약 60만명의 방문객이 고양시를 찾았지만, 킨텍스 인접지역에서 매출을 발생시킨 인구는 약 12~15만명 정도로 추정된다. 약 25%정도 방문객이 인접지역의 중소기업인 상업시설을 이용하였다고 해석할 수 있다. 킨텍스에서 진행된 기업대상 대규모 행사인 ‘서울공작기계전’의 경우는 박람회 참석한 관람객수는 10만명으로 조사되었지만, 인접지역에서 매출을 발생한 관람객은 2만명 전후로 추정된다.

이처럼 킨텍스 행사의 경우 호수공원의 ‘고양국제꽃박람회’ 행사보다도 관람객의 인접지역 이동 비율이 높지 않으며, 인접지역 매출영향력도 행사 참가 인구규모에 비해 높지 않다고 할 수 있다. 킨텍스와 주변지역과의 공간적 연계성이 높지 않으며, 도보로 연계 가능한 상업시설 부족이 이유가 될 수 있다. 향후 GTX 개통 및 인접 지역 신규 상업 및 업무시설 개발 후, 킨텍스와 주변지역의 연계성은 높아질 것으로 보여진다. 하지만 현재 킨텍스의 지역경제 파급효과 강화를 위해 신규 개발 이전에도 적극적인 킨텍스와 인접지역의 공간 및 상업 프로그램 연계 방안 마련이 필요하다. 그리고 킨텍스 주변 지역 활성화뿐만 아니라 일산지역 및 고양시로의 경제 파급효과를 확대하고, 마이스산업을 활용한 일자리 창출을 위해 지속적인 전략 마련 및 사업 추진이 필요하다.

# 별첨

<업종 분류표><sup>1)</sup>

대분류	중분류	소분류	대분류	중분류	소분류	대분류	중분류	소분류			
음식	커피/디저트	커피전문점	음식	분식	국수/만두/칼국수	소매/유통	의복/의류	남성의류			
		아이스크림			편향/만두			내의/속옷			
		제과점			떡볶이전문			아동복			
		떡/한과			우동전문점			여성의류			
	간식/패스트푸드	도너츠전문		중국음식	중국음식			유아복			
		샌드위치전문		돈가스전문점	일반의류						
		토스트전문		스파게티전문점	캐주얼						
		패스트푸드		전통양식/경양식	스포츠의류						
	한식	냉면집		기타 외국식	고기 요리			피자전문	패션 갑화	가방	
		두부요리전문						동남아음식전문점		구두제화/캐주얼화	
		보리밥전문					샤브샤브전문	시계/귀금속			
		쌈밥전문					갈비/삼겹살	신발			
		파전전문					족발/보쌈전문	액세서리			
		일반한식/백반					갈매기살	화장품 소매			
		기사식당					불고기전문	숙박		모텔/여관	
		한정식전문					곱창/양구이전문			펜션	
		죽전문점					막창구이	서비스		이미용 서비스	이발소/남성미용실
		설렁탕집					바베큐전문				발/네일케어
	부대찌개/섞어찌개	닭갈비전문		비만/피부관리							
	한식 국/탕/찌개	해장국/감자탕		닭내장/닭발요리	오리고기전문		여성미용실				
		추어탕전문		김치전전문	후라이드/양념치킨		세탁소				
		콩나물국밥		고치구이전문점	이자까야		세탁소/빨래방				
		순두부전문		민속주점	민속주점		사진관				
		사철탕전문		소주방/포장마차	호프/맥주		골프 스포츠				
		삼계탕전문		호프/맥주	빠/카페		일반 스포츠				
		순대전문점		민속주점	일반유호주점		골프연습장				
		일식		유호주점	노래방		스크린골프장				
		일식/횃집		참치전문점	소매/유통		농산물	농산물	스포츠센터		
				초밥전문점				축산물	축산물	헬스클럽	
	횃집			수산물							
	수산물 요리	곰장어전문		일반 식품			건강식품				
		낙지/오징어		건강/보조식품			인삼제품				
		바닷가재/게요리전문		슈퍼마켓			슈퍼마켓				
		홍어전문		편의점			편의점				
		복전문		기념품 화체			공예품/기념품				
		아구전문					꽃집/꽃배달				
		조개구이전문									
		갈치/생선구이									
		생선찜전문									
		매운탕전문									
	해물림/탕전문										

<sup>1)</sup> trend-ON Report에서 사용된 업종분류표 (OPENmate, 2018)