

KTX 공주역 이용객 모니터링 (2021년)

김 양 중

충남연구원 경제산업연구실 연구위원
kyj0509@cni.re.kr

CONTENTS

1. 연구배경 및 목적
2. 승하차자 이동경로
3. 공주역 이용현황
4. 관광객 부가조사
5. 공주역 홍보 및 활성화 방안
5. 요약 및 시사점

요약

- 공주시는 공주역 이용객 모니터링 조사를 통해, 고객의 니즈(needs)를 반영하여 공주역의 취약점을 찾고 이를 지속적으로 개선해가고 있음
- 그러나 공주역이 가지고 있는 입지적 한계로 인해, 공주시의 이와 같은 노력들이 공주역 활성화로 이어지지 못하고 있고, 특히 2019년과 2020년에는 코로나19로 인해 이용객이 더욱 감소하였음
- 모니터링 결과 공주역을 활성화하기 위해 가장 중요한 사업은 인근 시도 및 시군과의 접근성 개선으로 나타났는데, 장기적으로는 도로를 직선화하고 인근 시군까지 BRT 도입을 추진할 필요성이 있고, 단기적으로는 시내버스노선 조정 및 증편 등을 인근 시군민들과 협의하여 조정할 필요성이 있음
- 아울러 공주역에 새로운 이미지를 부여할 필요성이 있는데, 관광의 관문, 세종시 관문 등 관문 이미지 부여를 통해 관광객과 정부청사 방문객의 수요를 가져올 필요성이 있음
- 특히 세종시의 경우 인구가 지속적으로 늘고 있고, 방문수요도 증가하고 있기 때문에 세종시 남문의 기능은 공주역이 반드시 가져와야 할 핵심기능이라고 할 수 있음
- 또한 공주역에는 아직까지 음식점이나 특산물 판매점이 없는데 충남 농업6차산업센터와 연계하여 새로운 먹거리 레시피 발굴 및 홍보방안 마련이 필요

01

연구배경 및 목적

1. 연구의 배경 및 목적

- KTX 공주역은 공주, 논산, 계룡, 부여, 청양 5개 시군간 균형적인 철도접근성을 고려하여 공주시 이인면에 건립되었고, 2015년 4월 개통하였음
- 그러나 6년이 지난 현재까지 공주역 이용수요는 그 기대치에 미치지 못하고 있고, 더욱이 코로나19 여파로 인해 공주역 이용객수가 2019년 이후 급격히 감소
 - 2018년 일평균 609명→2019년 일평균 682명→2020년 일평균 440명으로 감소
- 그러나 KTX 공주역은 다양한 장점을 가진 역으로 비록 접근성 문제로 인해 아직 까지 이용수요는 부족하지만 공주시에는 백제문화제를 비롯하여 다양한 축제가 있고 공산성, 무령왕릉과 왕릉원 등 다양한 문화유산이 있음
 - 공주역과 관광자원을 연계할 수 있는 철도관광 상품의 개발을 통해 충남의 우수한 문화·관광자원을 잘 활용하여 관광객 수요를 확보할 수 있다면 KTX 공주역의 수요가 크게 증가할 것으로 여겨짐
- 또한 우리나라 행정의 중심인 세종 정부청사가 인근에 위치하고 있음
 - 세종시와 공주시는 상호보완적 공동체로, 도로개설·확장, BRT(간선급행버스체계) 도입 등으로 양시도간 접근성이 개선된다면 세종시 이용객 수요도 확보할 수 있을 것으로 여겨짐
- 공주시에서는 매년 KTX 공주역 이용객를 대상으로 대면설문조사를 수행하고 있으며, 이용객의 애로사항과 니즈(needs)를 파악하여, KTX 공주역 활성화를 위해 다양한 노력을 하고 있음

- KTX 공주역 모니터링을 통해 공주역의 장점을 보다 극대화하고, 단점을 조금씩 줄여간다면 조금이나마 공주역의 활성화에 기여할 수 있을 것임

2. 설문개요 및 기초통계

- 본 연구의 자료는 공주시청에서 전문리서치 업체를 통해 2021년 10월 18일~25일간 KTX 공주역 이용객을 대상으로 조사한 설문조사 자료임
 - 이번 설문에서는 8일간 승·하차자 포함 총 1,051명이 설문에 응답

〈표 1〉 기초 통계

(단위: 명, %)

구분		빈도	백분율
성별	남 자	525	50.0
	여 자	526	50.0
연령별	10대	20	1.9
	20대	178	16.9
	30대	187	17.8
	40대	187	17.8
	50대	248	23.6
	60대 이상	231	22.0
직업별	학 생	147	14.0
	자 영 업	142	13.5
	회 사 원	309	29.4
	주 부	223	21.2
	공 무 원	35	3.3
	농 수 산 업	81	7.7
	판매/서비스업	42	4.0
	전 문 직	17	1.6
	도소매업	22	2.1
	무 직	32	3.0
	군 인	1	0.1

- 남성이 525명, 여성이 526명 조사되었으며 연령별 분포를 살펴보면 50대가 23.6%로 가장 높게 나타났고, 60대 이상이 22.0%로 다음 순이었음
 - KTX 공주역은 10~20대보다 50~60대 이용객이 더 많은 것으로 나타남
- 직업별 분포를 살펴보면 회사원의 비중이 29.4%로 가장 높았고, 주부(21.2%)와 학생(14.0%)순으로 나타났음

02 승·하차자 이동경로

1. 승차자 이동동선

〈표 2〉 승차자 출발지역

(단위: %)

구분	백분율
대전	1.2
세종	0.6
충남	98.1

- 조사된 KTX 공주역 승차자는 총 484명이었으며, 충남의 비중이 98.1%로 가장 높게 나타났음
 - KTX 공주역 승차자는 충남 내에서 온 사람들이 거의 대부분이며, 대전과 세종의 이용률은 매우 저조
 - 대전과 세종의 이용률이 낮은 이유는 이는 이들 지역의 KTX와 고속버스가 대체재의 역할을 충분히 수행하고 있기 때문으로 여겨짐
 - 특히 세종시의 이용률이 0.6%로 매우 낮는데, 이는 세종시까지의 대중교통 접근성이 매우 낮기 때문임

〈표 3〉 승차자 방문시도

(단위: %)

구분	백분율
경기도	15.1
광주광역시	5.4
부산시	0.4
서울시	24.2
인천시	0.2
전남	15.5
전북	30.4
충남	6.0
충북	2.9

- 방문하고자 하는 시도는 전북이 30.4%로 가장 높게 나타났고, 서울(24.2%), 전남(15.5%), 경기(15.1%) 순으로 나타남
 - 2020년 조사 때에는 서울로의 이동이 가장 많았는데, 2021년 조사는 전북으로의 이동이 가장 높게 나타나, 승차자 이동 경로에 변화가 생김
 - 이는 코로나19로 인해 인구밀집지역인 서울로의 이동수요가 감소했기 때문으로 여겨짐

〈표 4〉 승차자 도착역

(단위: %)

구분	백분율
광명역	13.6
광주송정역	5.4
구례역	0.4
나주역	3.1
남원역	2.3
동탄역	0.4
목포역	3.3
서울역	8.1
수원역	0.2
순천역	5.0
여수엑스포역	1.2
여천역	2.5
오송역	3.3
용산역	16.1
익산역	10.3
전주역	10.7
정읍역	7.0
천안아산역	6.0
행신역	1.0

- 도착역은 용산역이 16.1%로 가장 높게 나타났고, 광명역(13.6%), 전주역(10.7%), 익산역(10.3%) 순으로 나타났음
 - 서울의 경우 서울역보단 용산역의 비중이 높게 나타났고, 전북의 경우는 전주역과 익산역의 비율이 비슷하였음

2. 하차자 이동동선

〈표 5〉 하차자 출발지역

(단위: %)

구분	백분율
경기도	19.2
경북	0.2
광주광역시	4.5
서울시	26.0
세종시	0.4
전남	11.6
전북	30.2
충남	3.9
충북	3.9

- 조사된 KTX 공주역 하차자는 총 484명이었으며, 전북의 비중이 30.2%로 가장 높게 나타났으며, 서울(26.0%), 경기도(19.2%) 순

〈표 6〉 하차자 방문 시도

(단위: %)

구분	백분율
대전	0.8
세종	0.4
충남	98.8

- 하차자 방문시도는 충남이 98.3%로 가장 높게 나타났고, 대전(0.8%), 세종(0.4%) 순으로 나타남
 - 2020년 조사 때(세종 3.5%, 대전 1.2%)보다 대전·세종으로의 이동비율이 더 줄었는데, KTX 공주역을 중심으로 하는 시도 간 네트워크 활성화를 위한 노력이 필요함
 - 특히 세종시의 경우 접근성만 개선한다면 정부청사를 방문하는 호남권 수요를 충분히 가져올 수 있을 것으로 여겨짐

〈표 7〉 하차자 출발역

(단위: %)

구분	백분율
곡성역	0.6
광명역	13.8
광주송정역	4.5
구례역	0.6
나주역	1.7
남원역	2.9
동탄역	0.2
목포역	2.1
서울역	6.6
순천역	3.1
안동역	0.2
여수엑스포역	1.0
여천역	2.5
오송역	4.3
용산역	20.7
익산역	12.8
전주역	8.7
정읍역	5.8
천안아산역	3.9
행신역	3.9

- 하차자의 출발역은 용산역이 20.7%로 가장 높게 나타났으며, 광명역(13.8%), 익산역(12.8%) 순으로 나타났음

3. 교통수단

〈표 8〉 공주역까지 올 때 교통수단

(단위: %)

구분	자가용	시내버스	시외버스	택시	렌터카/ 공유카	도보
[전체]	63.5	18.7	0.2	14.3	3.2	0.2
10 대	62.5	37.5	0.0	0.0	0.0	0.0
20 대	32.6	46.3	1.1	15.8	4.2	0.0
30 대	68.0	12.4	0.0	12.4	7.2	0.0
40 대	70.4	10.2	0.0	17.6	1.9	0.0
50 대	72.3	8.5	0.0	16.2	3.1	0.0
60대 이상	68.2	19.4	0.0	10.9	0.8	0.8

- 공주역까지 올 때 교통수단으로는 자가용이 63.5%로 가장 높게 나타났고, 시내버스가 18.7%, 택시가 14.3%로 나타났음

- 자가용의 비중이 매우 높게 나타나고 있는데 이는 아직까지 버스 등 대중교통이 불편하기 때문
- 그럼에도 불구하고 20대의 경우 시내버스 이용률이 자가용보다 높는데, 자가용이 없는 청년들의 경우 불편함을 감수하고 버스를 이용하는 것으로 여겨짐

〈표 9〉 공주역에서 목적지로 이동시 교통수단

(단위: %)

구분	자가용	시내버스	시외버스	택시	관광버스	렌터카/ 공유카
[전체]	55.0	19.2	0.2	16.9	0.4	8.3
10 대	69.2	15.4	0.0	7.7	0.0	7.7
20 대	25.6	51.2	0.0	15.1	1.2	7.0
30 대	55.2	9.5	0.0	21.0	1.0	13.3
40 대	59.8	5.2	0.0	20.6	0.0	14.4
50 대	58.3	21.6	0.0	13.7	0.0	6.5
60대 이상	66.1	14.2	0.8	16.5	0.0	2.4

- 공주역에서 목적지로 이동시 교통수단으로는 자가용이 55.0%로 가장 높게 나타났고, 시내버스가 19.2%, 택시가 16.9%로 나타났음
 - 대중교통 수단인 버스와 비교하여 자가용이나 택시의 이용 비중이 상당히 높은 것으로 나타났지만 20대 청년들의 경우 목적지로 이동시 자가용이나 택시보다 시내버스 이용률이 더 높게 나타남

[모니터링 결과]

- 대전과 세종시민의 이용수요 감소, 대도시(서울)로 이동수요 감소
 - BRT 등 공주-세종, 공주-대전을 잇는 시도 간 교통 네트워크를 구축하여, 대전과 세종 시민들을 KTX 공주역으로 유인할 필요성이 있음
 - 대도시로 이동수요가 감소한 것은 코로나19의 영향으로 여겨짐

03

공주역 이용현황

〈표 11〉 공주역 방문목적

(단위: %)

구분		개인용무	공적용무	통근/통학	관광	기타
[전체]		59.3	17.0	7.4	8.3	8.0
성 별	남 자	53.1	23.2	7.8	7.6	8.2
	여 자	65.4	10.8	7.0	8.9	7.8
연 령	10 대	45.0	5.0	30.0	10.0	10.0
	20 대	46.6	10.7	34.8	6.2	1.7
	30 대	43.9	36.4	4.3	7.5	8.0
	40 대	52.4	26.7	0.0	11.2	9.6
	50 대	68.1	14.5	0.8	8.1	8.5
	60대 이상	78.8	2.2	0.0	8.2	10.8

- 공주역 방문목적으로는 귀가를 포함한 개인용무의 비율이 59.3%로 가장 높았고, 출장 등 공적용무(17.0%), 관광(8.3%) 순이었음

〈표 12〉 공주역 인지계기

(단위: %)

구분		인터넷 SNS를 통해	홍보물을 통해	지역에 있는 역이어서	여행사를 통해	TV나 라디오를 통해	지인 소개
[전체]		18.3	13.3	33.0	0.2	14.1	21.1
성 별	남 자	19.2	14.1	32.4	0.2	13.1	21.0
	여 자	17.3	12.5	33.7	0.2	15.0	21.3
연 령	10 대	35.0	25.0	15.0	0.0	5.0	20.0
	20 대	39.3	25.8	17.4	0.0	5.6	11.8
	30 대	34.8	16.0	25.1	0.0	10.2	13.9
	40 대	19.3	9.6	34.8	0.5	16.6	19.3
	50 대	4.8	11.7	38.3	0.0	20.2	25.0
	60대 이상	0.9	5.2	45.9	0.4	16.0	31.6

- 공주역 인지계기는 지역에 있는 역이어서가 33.0%로 가장 높게 나타났으며, 지인 소개(21.1%), 인터넷·SNS(18.3%) 순이었음
- TV나 라디오, 홍보물을 통한 인지계기도 각각 14.1%, 13.3%로 나타나고 있지만 여행을 통한 인지계기는 0.2%에 불과
 - 이용수요를 확대하기 위해서는 공주역 인지도를 높이는 것이 필요한데, 여행사와 연계한 다양한 관광상품의 개발이 필요
 - 홍보의 효율성을 높이기 위해서는 성별·연령별 차별화된 홍보전략을 수립해야 하며, 특히 10대와 20대의 경우 인터넷·SNS를 통한 홍보가 더욱 중요

〈표 13〉 SNS 이용매체

(단위: %)

구분		블로그	유튜브	페이스북	인스타그램	포털사이트
[전체]		28.6	28.1	15.1	16.7	11.5
성 별	남 자	26.7	32.7	13.9	13.9	12.9
	여 자	30.8	23.1	16.5	19.8	9.9
연 령	10 대	14.3	57.1	0.0	28.6	0.0
	20 대	28.6	18.6	18.6	21.4	12.9
	30 대	30.8	35.4	12.3	13.8	7.7
	40 대	25.0	27.8	16.7	16.7	13.9
	50 대	33.3	25.0	16.7	0.0	25.0
	60대 이상	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0

- SNS 이용매체의 경우 블로그가 28.6%로 가장 높게 나타났으며, 유튜브, 인스타그램 순으로 나타남
 - 남성의 경우 유튜브 이용률이 여성보다 높게 나타났으며, 특히 10대의 경우 유튜브 이용률이 57.1%로 매우 높게 나타나고 있음
- 2020년에 비해 블로그 이용률은 줄고 유튜브 이용률은 점점 높아지고 있음
 - 유튜브를 통한 광고의 효율성이 높아지고 있어, 유튜버를 대상으로 하는 관광 콘텐츠 제작도 필요

〈표 14〉 고속버스보다 KTX를 선택한 이유

(단위: %)

구분	빠르게 도착할 수 있어서	KTX역이 집에서 가까워서	더 많은 관광 정보를 얻을 수 있어서	여행사 에서 예약해서	관광지와 가까워서	버스보다 기차가 편리하고 좋아서	목포까지 가는 버스가 없음	익산까지 가는 직행버스 없어서
[전체]	62.8	11.8	1.3	0.8	1.6	21.5	0.1	0.1
성별	남자	63.6	11.2	1.5	0.6	21.3	0.0	0.0
	여자	62.0	12.4	1.1	1.0	21.7	0.2	0.2
연령	10대	50.0	25.0	0.0	0.0	5.0	20.0	0.0
	20대	70.8	10.7	3.4	0.6	0.0	14.0	0.6
	30대	68.4	11.8	1.1	1.6	0.0	16.6	0.5
	40대	70.1	11.2	2.1	0.5	0.0	16.0	0.0
	50대	56.9	11.7	0.4	0.8	2.4	27.8	0.0
	60대 이상	53.7	12.1	0.4	0.4	4.3	29.0	0.0

- 고속버스보다 KTX를 선택한 이유로는 빠르게 도착할 수 있어서가 62.8%로 가장 높게 나타났고 버스보다 기차가 편리하고 좋아서가 21.5%로 다음 순이었음
 - 결국 KTX를 이용하는 주된 이유는 빠르게 도착할 수 있어서인데, 공주역을 활성화 하기 위해서는 인근시군과의 접근성 개선이 가장 시급하다고 할 수 있음

〈표 15〉 공주역 이용시 가장 만족스러웠던 사항

(단위: %)

구분		주변도시 와의 연계 교통	대중교통 (시내버스)	주차시설 만족	편의시설	청결한 시설	이동시간 단축	친절
[전체]		9.3	6.4	45.8	4.3	67.4	66.8	0.1
성별	남자	8.8	1.1	48.2	6.3	66.7	68.8	0.2
	여자	9.9	11.6	43.3	2.3	68.1	64.8	0.0
연령	10대	10.0	5.0	45.0	5.0	50.0	85.0	0.0
	20대	4.5	2.2	22.5	0.6	76.4	93.8	0.0
	30대	11.2	0.5	48.7	3.7	56.7	78.6	0.5
	40대	10.2	4.3	55.1	1.6	70.1	58.8	0.0
	50대	10.1	12.5	52.4	6.0	66.1	52.8	0.0
	60대 이상	10.0	9.5	46.8	7.8	69.7	56.3	0.0

주: 복수응답으로 행의 합이 100이 아님

- 복수응답으로 파악한 공주역 이용 시 가장 만족스러웠던 사항으로는 청결한 시설이 67.4%로 가장 높게 나타났고, 이동시간 단축(66.8%), 주차시설 만족(45.8%) 순으로 나타났음

- 공주역의 경우 주차장이 무료인데, 이점이 주차시설 만족도를 높인 것으로 여겨짐

〈표 16〉 공주역 이용시 가장 불만족스러웠던 사항

(단위: %)

구분		휴식 공간 부족	편의 시설 부족	교통 수단 불편	노약 자/ 장애 시설 부족	관광 정보 부족	안내 표지 판 부족	공중 화장 실 불편	음식 점 부재	특산 품판 매점 부재	공주 역 홍보 미흡	주차 시설 불편	긴 배차 시간
[전체]		29.6	38.8	50.7	7.2	9.8	5.6	2.5	28.6	11.0	14.9	1.0	0.1
성별	남자	29.0	38.3	50.9	4.6	10.1	5.1	2.9	32.6	11.2	14.9	0.6	0.0
	여자	30.2	39.4	50.6	9.9	9.5	6.1	2.1	24.7	10.8	15.0	1.5	0.2
연령	10대	55.0	35.0	40.0	0.0	0.0	5.0	10.0	25.0	25.0	5.0	0.0	0.0
	20대	19.7	29.2	72.5	4.5	0.6	5.1	3.4	30.3	10.1	24.2	0.6	0.0
	30대	20.9	34.8	63.1	5.9	2.7	7.0	2.1	34.2	7.0	19.3	3.2	0.0
	40대	16.0	38.5	56.1	8.6	7.0	6.4	4.3	33.2	10.7	18.2	1.1	0.0
	50대	44.4	48.0	37.1	3.2	19.0	4.8	2.0	24.2	8.1	8.5	0.8	0.0
	60대 이상	37.2	40.3	35.1	14.3	16.0	5.2	0.4	24.2	17.3	9.5	0.0	0.4

주: 복수응답으로 행의 합이 100이 아님

- 공주역 이용 시 가장 불만족스러웠던 사항으로는 교통수단 불편이 50.7%로 가장 높게 나타났고, 편의시설부족(38.8%), 휴식공간부족(29.6%), 음식점 부재(28.6%) 순이었음
- 공주역의 최대 단점은 2020년 조사 때와 동일하게 인근 시군으로의 교통수단 불편과 이용가능한 편의시설이 부족으로 나타나, 이에 대한 대책마련이 필요

[모니터링 결과]

- 관광목적의 이용비율 낮음
 - 관광객을 유인할 수 있는 다양한 홍보방안 마련이 필요
- 여행상품을 통한 인지율 매우 낮음
 - 여행사와 연계하여 다양한 관광상품 개발 및 상품개발을 위한 지원 필요
- 블로그 및 유튜브 이용률 높음
 - 10대의 경우 유튜브 이용률이 높아지고 있어 성별·연령별 맞춤형 홍보가 필요
- KTX 선호이유는 목적지까지 빠르게 도착할 수 있어서임
 - 공주역이 활성화되기 위해서는 인근시군과의 접근성 개선이 시급
- 공주역 이용 시 가장 불만족스러웠던 사항은 교통수단 불편
 - 시민들과 버스노선 및 배차간격 등 논의 및 협의과정 필요

04 관광객 부가조사

- 코로나19로 인해 조사기간 동안 관광계획이 있는 이용객 수는 112명이었음

〈표 18〉 관광상품 이용여부

(단위: %)

구분		예	아니오
[전체]		10.7	89.3
성 별	남 자	9.6	90.4
	여 자	11.7	88.3
연 령	10 대	0.0	100.0
	20 대	5.6	94.4
	30 대	17.6	82.4
	40 대	7.7	92.3
	50 대	11.1	88.9
	60대 이상	13.6	86.4

- 관광계획이 있는 이용객 중 10.7%만이 코레일여행 등 관광상품을 통해 공주역을 이용하였음
 - 남성보다 여성에서 관광상품 이용비율이 다소 높았으며, 30대와 60대에서 관광상품 이용비율이 더 높게 나타났음
 - 관광상품을 개발함에 있어 연령대를 고려한 상품개발이 필요하며, 특히 이용률이 높은 연령대를 공략할 필요성이 있음

〈표 19〉 관광목적

(단위: %)

		지역 축제 또는 관련 지역방문	세계유산, 사찰방문 등 여행	지역 체험프로 그램 참여	시티투어	등산
[전체]		81.3	88.4	8.9	13.4	8.0
성 별	남 자	82.7	86.5	11.5	3.8	13.5
	여 자	80.0	90.0	6.7	21.7	3.3
연 령	10 대	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	20 대	100.0	83.3	5.6	5.6	0.0
	30 대	76.5	100.0	0.0	0.0	0.0
	40 대	80.8	92.3	3.8	15.4	7.7
	50 대	77.8	81.5	18.5	25.9	14.8
	60대 이상	72.7	86.4	13.6	13.6	13.6

주: 복수응답으로 행의 합이 100이 아님

- 복수응답으로 질문한 관광목적으로는 세계유산방문, 사찰방문 등 여행이 88.4%로 가장 높게 나타났고, 지역 축제 또는 관련 지역방문이 81.3%로 다음 순이었음
 - 여성의 경우는 세계유산이나 사찰방문이 지역축제방문보다 다소 높게 나타났고,
 - 연령대로 살펴보면 30대 이상에서 축제보다는 세계유산이나 사찰방문의 여행 비율이 더 높게 나타났음
- 아쉬운 점은 문화자원과 축제를 보기위해 방문한 관광객들이 시티투어나 지역체험 프로그램으로 이어지지 못하고 있음
 - 관광목적의 공주역 이용객을 지역 체험프로그램이나 시티투어로 유인할 필요성이 있음

〈표 20〉 방문지

(단위: %)

		백제 문화제 축제장 /금강	무령 왕릉과 왕릉원	공산성	마곡사	계룡산	갑사	석장리 축제장 석장리 박물관	금학 생태 공원	국립 공주 박물관	원도심 제민천	한옥 마을
[전체]		7.5	53.8	89.6	24.5	42.5	16.0	33.0	16.0	34.0	7.5	45.3
성 별	남자	14.6	47.9	87.5	12.5	50.0	14.6	25.0	22.9	29.2	6.3	31.3
	여자	1.7	58.6	91.4	34.5	36.2	17.2	39.7	10.3	37.9	8.6	56.9
연 령	10대	0.0	50.0	100.0	50.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	20대	13.3	80.0	100.0	20.0	26.7	6.7	40.0	0.0	13.3	13.3	6.7
	30대	5.9	88.2	76.5	47.1	58.8	11.8	29.4	11.8	35.3	17.6	58.8
	40대	7.7	34.6	92.3	23.1	38.5	11.5	34.6	23.1	61.5	3.8	61.5
	50대	7.7	46.2	96.2	19.2	38.5	15.4	26.9	23.1	23.1	3.8	50.0
	60대 이상	5.0	40.0	80.0	15.0	45.0	35.0	35.0	15.0	30.0	5.0	35.0

주: 복수응답으로 행의 합이 100이 아님

- 관광시 방문지로는 공산성이 89.6%로 가장 높게 나타났고, 무령왕릉과 왕릉원이 53.8%, 한옥마을이 45.3%로 다음 순이었음
 - 남성과 여성 모두 공산성 방문비율이 가장 높았으며, 한옥마을의 경우 여성의 방문비율이 남성보다 높았고, 백제문화축제장과 금강의 경우 남성의 방문비율이 여성보다 높게 나타났음
- 특히 한옥마을의 경우 방문비율이 45.3%로 공주시의 도시재생 성과가 나타나는 것으로 여겨지며, 새로운 관광명소로 확립되기 위해서는, 한옥의 지속적인 관리와 한옥관련 콘텐츠 개발이 이루어져야 할 것임

〈표 21〉 지난 2년간 방문 횟수

(단위: 회)

		1회	2회	3회 이상	평균(회)
[전체]		54.7	37.7	7.5	1.56
성 별	남 자	47.9	39.6	12.5	1.71
	여 자	60.3	36.2	3.4	1.43
연 령	10 대	50.0	50.0	0.0	1.50
	20 대	66.7	26.7	6.7	1.40
	30 대	70.6	29.4	0.0	1.29
	40 대	50.0	42.3	7.7	1.58
	50 대	53.8	38.5	7.7	1.54
	60대 이상	40.0	45.0	15.0	1.90

- 지난 2년간 방문횟수는 평균 1.56회 정도로 나타났음
 - 여성보다 남성의 방문횟수가 더 많았고, 3회 이상 방문비율도 남성이 여성보다 높았음
 - 연령별로 살펴보면 60대 이상에서 평균 방문횟수가 가장 많았고, 3회 이상 방문 비율도 60대가 가장 높은 것으로 나타났음
- 2020년 조사 때(평균 1.74회)보다 방문횟수가 다소 적어졌는데, 여성을 위한 다양한 볼거리 및 먹거리 개발과, 60대 이상을 대상으로 하는 관광 서비스 확대도 필요한 것으로 여겨짐

〈표 22〉 관광시 동반자

(단위: %)

구분		혼자	연인과 둘이	가족들과	친구 및 회사동료들과
[전체]		10.4	11.3	33.0	45.3
성 별	남 자	20.8	6.3	37.5	35.4
	여 자	1.7	15.5	29.3	53.4
연 령	10 대	0.0	0.0	100.0	0.0
	20 대	13.3	40.0	0.0	46.7
	30 대	0.0	29.4	47.1	23.5
	40 대	3.8	3.8	65.4	26.9
	50 대	15.4	0.0	23.1	61.5
	60대 이상	20.0	0.0	10.0	70.0

- 친구 및 회사동료들과의 관광이 45.3%로 가장 높았으며, 가족들과 여행도 33.0%로 높은 비율을 나타냄
 - 개인여행보다는 가족 및 친구들과의 관광이 많아 가족단위 체험프로그램 개발이 필요
 - 남성의 경우는 여성보다 혼자 관광 온 비율이 매우 높았으며, 여성의 경우는 친구 및 회사동료들과 관광 온 비율이 더 높게 나타났음
- 2020년과 비교해 보면 연인과의 여행비율이 많이 높아졌음
 - 2020년 4.4%→2021년 11.3%로 증가
 - 특히 20대의 경우 연인과의 관광비율이 40.0%로 가장 높게 나타났는데, 젊은 연인들을 위한 상품이나 프로그램 개발도 필요한 것으로 여겨짐

〈표 23〉 관광지까지 교통수단

(단위: %)

구분		자가용	시내버스	시외버스	택시	관광 (전세)버스	렌터카/ 공유카	시티투어 버스
[전체]		37.7	6.6	1.9	16.0	1.9	34.0	1.9
성 별	남자	37.5	10.4	2.1	22.9	2.1	22.9	2.1
	여자	37.9	3.4	1.7	10.3	1.7	43.1	1.7
연 령	10대	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	20대	6.7	40.0	0.0	0.0	0.0	53.3	0.0
	30대	17.6	0.0	5.9	11.8	5.9	52.9	5.9
	40대	61.5	0.0	3.8	7.7	0.0	26.9	0.0
	50대	38.5	0.0	0.0	19.2	3.8	34.6	3.8
	60대 이상	45.0	5.0	0.0	40.0	0.0	10.0	0.0

- 관광지까지의 교통수단은 자가용의 비중이 37.7%로 가장 높았고, 렌터카 및 공유카의 이용비율도 34.0%로 매우 높게 나타났음
 - 2020년에 비해 자가용 이용비율은 1.4%p 줄고 렌터카 및 공유카의 비율은 3.6%p 증가하였지만, 시내버스 이용비율은 0.1%p 증가하는데 그쳐 대중교통 노선 및 배차간격 조정이 필요한 것으로 여겨짐
- 택시의 이용비율도 16% 정도로 높은데 인근 관광지까지의 거리를 생각할 때 비용적인 문제가 발생할 수 있어, 시티투어버스로의 유도가 필요
 - 2020년에 비해 시티투어버스의 이용비율은 0.3%p 감소하였음

〈표 24〉 관광 일정

(단위: %)

구분		당일여행	1박 2일	2박 3일
[전체]		21.7	67.9	10.4
성 별	남 자	31.3	62.5	6.3
	여 자	13.8	72.4	13.8
연 령	10 대	0.0	50.0	50.0
	20 대	20.0	80.0	0.0
	30 대	17.6	76.5	5.9
	40 대	15.4	73.1	11.5
	50 대	26.9	57.7	15.4
	60대 이상	30.0	60.0	10.0

- 공주시 방문의 경우 1박 2일 방문이 67.9%로 가장 높았고 당일여행이 21.7%로 다음 순이었음
 - 당일여행보다 1박 2일 비율이 높기 때문에 공주시 숙박시설에 대한 검토 및 고급화 방안도 고민해야 될 것으로 여겨짐

〈표 25〉 숙박 장소

(단위: %)

구분		게스트하우스	모텔	민박	호텔	지인집	펜션	공유숙박
[전체]		4.8	6.0	1.2	15.7	22.9	47.0	2.4
성별	남자	3.0	12.1	0.0	12.1	30.3	42.4	0.0
	여자	6.0	2.0	2.0	18.0	18.0	50.0	4.0
연령	10대	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	20대	8.3	16.7	0.0	8.3	8.3	41.7	16.7
	30대	14.3	0.0	7.1		28.6	50.0	0.0
	40대	4.5	0.0	0.0	27.3	13.6	54.5	0.0
	50대	0.0	5.3	0.0	15.8	31.6	47.4	0.0
	60대 이상	0.0	14.3	0.0	14.3	35.7	35.7	0.0

- 숙박 장소로는 펜션이 47.0%로 가장 높게 나타났고, 지인집(22.9%), 호텔(15.7%) 순이었음
- 게스트하우스의 이용률이 4.8%로 낮는데 관광지를 중심으로 하는 차별화된 게스트하우스 확충방안도 고려해볼 시점임

〈표 26〉 지역관광활성화를 위해 개선해야 할 상품이나 시설

(단위: %)

구분		지역특산물/기념품	숙박 등 체류시설	음식점 등 먹거리	체험관광 시설	지역문화 예술 행사	패키지 관광상품
[전체]		15.6	20.5	24.3	14.2	14.2	11.3
성별	남자	15.2	23.4	20.6	15.2	13.5	12.0
	여자	16.0	17.5	27.9	13.1	14.8	10.6
연령	10대	30.0	25.0	15.0	15.0		15.0
	20대	8.4	17.4	23.0	18.0	16.9	16.3
	30대	16.0	18.7	23.5	18.2	11.8	11.8
	40대	9.6	23.0	24.1	12.8	17.1	13.4
	50대	16.9	23.0	25.4	10.9	14.9	8.9
	60대 이상	22.9	19.0	25.5	12.6	12.1	7.8

- 지역관광활성화를 위해 개선해야 하는 상품이나 시설로는 음식점 등 먹거리가 24.3%로 가장 높게 나타났고, 숙박 등 체류시설(20.5%), 지역특산물/기념품(15.6%) 순으로 나타났음

[모니터링 결과]

- 여행사 관광상품 이용률 낮음
 - 코레일과 연계하여 연령별 차별화된 관광상품의 개발이 필요
- 문화자원과 축제를 보기위해 방문한 관광객들이 시티투어나 지역체험프로그램으로 이어지지 못함
 - 관광목적의 공주역 이용객을 지역체험이나 시티투어로 유인할 수 있는 프로그램 개발과 홍보가 필요
- 한옥마을의 경우 방문비율이 높음
 - 새로운 관광명소로 확립되기 위해서는, 한옥의 지속적인 관리와 한옥관련 콘텐츠 개발필요
- 친구 및 회사동료, 가족 등 단체관광비율이 높지만 연인과 둘이 오는 관광객이 증가하고 있음
 - 젊은 연인들을 위한 상품이나 프로그램 개발 필요
- 관광지까지의 교통수단은 자가용, 렌터카 및 공유카의 이용비율이 매우 높음
 - 2020년에 비해 시티투어버스의 이용비율이 다소 감소하였는데 택시수요를 시티투어버스로의 유도가 필요
- 공주시 방문의 경우 1박 2일 방문이 가장 높았고 당일여행이 다음 순
 - 공주시 먹거리와 숙박시설에 대한 고급화 및 홍보방안마련이 필요
 - 아직까지 게스트하우스의 이용비율이 매우 낮는데 관광지를 중심으로 하는 차별화된 게스트하우스 확충 및 지원방안 마련이 시급

05

공주역 홍보 및 활성화 방안

〈표 28〉 현재 공주역 이미지

(단위: 5점 척도 평균)

구분		시군 접근성이 좋은 역	시군만이 많이 이용하는 역	관광객이 많은 역	쾌적한 편의시설을 갖춘 역	이벤트와 특색 있는 역	깨끗하고 청정한 역
[전체]		2.03	2.49	2.64	2.61	2.70	3.39
성 별	남자	2.02	2.46	2.63	2.57	2.67	3.40
	여자	2.05	2.52	2.65	2.64	2.72	3.38
연 령	10대	2.30	2.75	2.75	3.00	2.85	3.60
	20대	1.96	2.45	2.61	2.69	2.78	3.51
	30대	2.17	2.52	2.72	2.67	2.80	3.41
	40대	2.06	2.52	2.70	2.68	2.76	3.39
	50대	2.04	2.45	2.60	2.53	2.57	3.32
	60대 이상	1.94	2.47	2.59	2.48	2.61	3.35

- 공주역 이미지는 깨끗하고 청정한 역이 3.39로 가장 높게 나타났고, 이벤트와 특색 있는 역이 2.70으로 다음 순이었음
 - 이벤트와 특색 있는 역이 2순위로 나타나 공주시의 테마역 만들기 노력이 성과를 나타내고 있는 것으로 여겨짐
- 그러나 시군 접근성이 좋은 역이라는 이미지는 2.03에 불과
 - 시군 접근성개선은 장기적인 과제이지만 계속 최하위에 있어, 지속적인 노력이 필요

〈표 29〉 홍보시 필요 이미지

(단위: 5점척도 평균)

구분	세종시 (정부청사) 관문	인근시군 관문	문화관광 관문	시군 교통의 요지	쾌적한 편의시설	이벤트와 특색 있는 역	깨끗하고 청정한 역
[전체]	3.07	3.38	3.58	3.38	3.36	3.40	3.61
성 별	남자	3.06	3.37	3.58	3.38	3.36	3.64
	여자	3.09	3.39	3.58	3.38	3.36	3.58
연 령	10대	3.45	3.45	3.65	3.15	3.25	3.65
	20대	3.04	3.37	3.61	3.30	3.36	3.55
	30대	3.20	3.45	3.56	3.36	3.31	3.45
	40대	2.99	3.34	3.60	3.40	3.36	3.44
	50대	3.01	3.39	3.55	3.41	3.35	3.38
	60대 이상	3.08	3.33	3.58	3.44	3.39	3.37

- 공주역 홍보시 가장 필요한 이미지는 깨끗하고 청정한역이 3.61%로 가장 높게 나타났고 문화·관광의 관문이 3.58%로 다음 순이었음
- 공주시는 자연자원과 문화자원이 풍부하고 다양한 축제가 있는 지역이기 때문에 문화·관광의 관문이미지 부여가 반드시 필요

〈표 30〉 가장 중요한 홍보수단

(단위: %)

구분	인터넷 광고	신문· 잡지광고	SNS 홍보	관광상품 연계	리플릿, 홍보책자 등	TV, 라디오
[전체]	16.7	5.2	17.1	26.6	11.8	22.5
성 별	남자	17.5	4.8	17.7	25.9	13.5
	여자	16.0	5.7	16.5	27.4	10.1
연 령	10대	10.0	5.0	15.0	50.0	10.0
	20대	24.2	2.8	31.5	21.9	6.7
	30대	21.9	5.3	22.5	20.3	7.0
	40대	21.4	7.0	16.6	26.7	12.3
	50대	13.7	4.8	13.7	29.0	16.5
	60대 이상	6.9	6.1	6.1	30.7	14.3

- 가장 중요한 홍보수단으로는 관광상품과의 연계가 26.6%로 가장 높게 나타났고, TV, 라디오 광고(22.5%), SNS홍보(17.1%), 인터넷광고(16.7%) 순이었음
- KTX 공주역과 함께하는 다양한 관광상품의 개발이 필요하며, 특히 20대를 대상으로는 SNS 홍보를 확대할 필요성이 있음

〈표 31〉 공주역 홍보를 위한 주요 관광자원

(단위: %)

구분		무령 왕릉과 왕릉원	공산성	마곡사	계룡산	갑사	석장리 박물관	금학생 태공원	국립공 주박물관	구도심 (한옥 마을, 제민천)	금강
[전체]		11.5	18.8	7.4	17.1	8.5	9.3	3.3	15.4	4.6	4.0
성 별	남자	10.7	17.1	7.8	19.0	7.4	9.5	3.6	17.0	4.8	3.0
	여자	12.4	20.5	7.0	15.2	9.5	9.1	3.0	13.9	4.4	4.9
연 령	10대	10.0	30.0	5.0	10.0	5.0	20.0	10.0	0.0	0.0	10.0
	20대	12.4	25.8	5.1	16.3	6.2	9.6	2.2	10.7	5.6	6.2
	30대	8.6	18.7	6.4	20.9	9.1	9.6	3.7	15.0	3.2	4.8
	40대	10.7	19.8	5.9	18.7	7.0	9.6	3.2	16.0	4.3	4.8
	50대	12.1	13.7	7.3	17.3	11.3	8.5	3.6	20.2	4.0	2.0
	60대 이상	13.4	17.3	11.7	13.9	8.2	8.7	3.0	15.2	6.1	2.6

- 공주역을 홍보할 때 가장 중요한 관광자원으로는 공산성이 18.8%로 가장 높게 나타났고, 계룡산(17.1%), 국립공주박물관(15.4%), 무령왕릉과 왕릉원(11.5%) 순이었음

〈표 32〉 공주역 홍보를 위한 주요 축제

(단위: %)

구분		계룡 산 벚꽃 축제 및 산신 제	갑사 매 화 축 제	마곡 사 록 축 제	석장 리 구 석 기 축 제	공주 공 향 축 제	금강 여 름 축 제	백제 문 화 제	겨울 공 주 군 밤 축 제	금강 자연 미 비 엔 날 레	공주 국 립 미 술 제	기타
[전체]		16.2	6.8	6.4	10.6	1.5	4.6	28.3	13.1	7.2	2.5	2.9
성 별	남자	14.1	5.3	6.1	11.0	1.7	4.4	31.8	14.3	5.7	1.9	3.6
	여자	18.3	8.2	6.7	10.1	1.3	4.8	24.7	12.0	8.7	3.0	2.3
연 령	10대	15.0	10.0	5.0	10.0	25.0	15.0	10.0	5.0	5.0	0.0	0.0
	20대	14.0	5.1	3.9	3.9	6.2	11.8	22.5	10.7	14.6	3.4	3.9
	30대	20.3	4.3	5.9	5.3	0.0	1.6	25.1	16.6	9.6	2.7	8.6
	40대	17.1	7.0	4.3	10.2	0.0	2.1	34.2	11.8	5.3	3.7	4.3
	50대	14.5	7.3	12.9	12.5	0.0	5.6	31.9	7.3	5.6	2.4	0.0
	60대 이상	15.6	9.1	3.5	18.2	0.0	1.3	28.1	20.3	3.0	0.9	0.0

- 공주역을 홍보할 때 가장 중요한 축제로는 백제문화제가 28.3%로 가장 높게 나타났고, 계룡산 벚꽃축제 및 산신제(16.2%), 겨울공주군밤축제(13.1%), 석장리구석기 축제(10.6%) 순이었음

〈표 33〉 홍보강화를 위해 우선적으로 추진해야 할 사업

(단위: %)

구분		문화유산, 축제 등 인근 관광정보 홍보	공주 KTX역의 편의시설 및 컨텐츠 홍보	공주시의 각종 할인시책 홍보	인터넷, SNS 등 온라인 홍보 강화	관광 안내책자, 홍보물 스타일 개선
[전체]		22.4	23.9	14.1	26.2	13.5
성 별	남자	22.3	24.2	13.0	25.7	14.9
	여자	22.4	23.6	15.2	26.6	12.2
연 령	10대	10.0	20.0	20.0	35.0	15.0
	20대	23.0	23.6	14.0	29.8	9.6
	30대	18.7	25.1	15.0	29.4	11.8
	40대	19.3	21.9	16.0	32.6	10.2
	50대	20.2	25.8	12.9	24.6	16.5
	60대 이상	30.7	22.9	12.6	16.5	17.3

- 공주역 홍보를 위해서 우선적으로 추진해야 할 사업으로는 인터넷, SNS 등 온라인 홍보강화가 26.2%로 가장 높게 나타났고, 공주역의 편의시설 및 컨텐츠 홍보(23.9%), 문화유산, 축제 등 인근 관광정보 홍보(22.4%) 순이었음

〈표 34〉 공주역 활성화를 위한 사업 필요성

(단위: %)

구분		도로망 확대	대중 교통 확대	기차 운행 시간 확대 및 조정	역 주변 상권 활성화	주변 공원 문화 체육 시설 확대	주변 관광지 및 관광 상품 홍보 강화	공주역 홍보 강화	역 이용자 대상 주요 관광지 할인 혜택 제공	정기 인근 통학 자 인 터 넷 제 공	역내 전시 공간 확대	역내 음식 점 편의 시설 휴게 시설 확대
[전체]		4.44	4.50	4.42	4.26	4.21	4.13	4.23	4.22	4.28	4.03	4.29
성별	남자	4.47	4.50	4.42	4.23	4.17	4.11	4.22	4.23	4.26	4.00	4.28
	여자	4.41	4.50	4.42	4.29	4.24	4.15	4.24	4.21	4.30	4.06	4.31
연령	10대	4.25	4.25	4.15	4.10	4.40	3.85	4.35	4.50	4.45	4.05	4.25
	20대	4.39	4.53	4.31	4.22	4.62	3.82	4.24	4.22	4.52	3.87	4.23
	30대	4.36	4.43	4.42	4.25	4.19	4.12	4.10	4.10	4.20	3.89	4.19
	40대	4.35	4.48	4.44	4.18	4.03	4.22	4.29	4.24	4.17	3.99	4.24
	50대	4.53	4.56	4.50	4.30	4.09	4.28	4.32	4.19	4.30	4.10	4.38
	60대 이상	4.54	4.52	4.42	4.32	4.15	4.16	4.18	4.32	4.21	4.21	4.36

- 공주역 활성화 방안으로 4년 연속 시내버스 증편 등 대중교통 확대가 가장 높게 나타났음
- 2순위로는 도로망확대로 나타났고 3순위로는 기차 운행시간 확대 및 조정으로 나타났음
- 1~3순위 모두 교통과 관련된 사항이어서, 시군간 접근성개선이 공주역이 가장 중점을 두고 추진해야 할 사업으로 나타났음

[모니터링 결과]

- 공주역 이미지는 깨끗하고 청정한 역이 가장 높게 나타났고, 이벤트와 특색 있는 역이 다음 순이었으나, 시군 접근성이 좋은 역이라는 이미지는 매우 낮음
 - 이벤트와 특색 있는 역이 2순위로 나타나 공주시의 테마역 만들기 노력이 점차 성과를 나타내고 있는 것으로 여겨지며 시군접근성은 단기간에 해결이 어렵기 때문에 지속적인 개선노력 필요
- 공주역 홍보시 가장 필요한 이미지는 깨끗하고 청정한역이 가장 높게 나타났고 문화·관광의 관문이 다음 순이었음
 - 공주시는 자연자원과 문화자원이 풍부하고 다양한 축제가 있는 지역이기 때문에 문화·관광의 관문이미지 부여가 반드시 필요
- 가장 중요한 홍보수단으로는 관광상품과의 연계가 가장 높게 나타났음
 - 코레일과 연계한 다양한 관광상품의 개발이 필요하며, 특히 20대를 대상으로는 SNS 홍보를 확대할 필요성이 있음
- 공주역을 홍보할 때 가장 중요한 관광자원으로는 공산성이, 가장 중요한 축제로는 백제문화제로 나타남
 - 지역자원 및 축제와 연계한 여행상품개발 및 온라인 홍보강화 필요
- 공주역 활성화 방안으로는 대중교통 및 도로망확대가 가장 중요한 사항으로 나타났음
 - 모두 교통과 관련된 사항이어서, 시군간 접근성 개선이 공주역이 가장 중점을 두고 추진해야 할 사업이라고 할 수 있음

06 요약 및 시사점

- KTX 공주역 모니터링은 매년 공주역 이용객을 대상으로 하여 조사되고 있음
- 공주시는 모니터링 조사를 통해 이용객의 니즈(needs)를 반영하여 공주역의 취약점을 찾고 이를 지속적으로 개선해가고 있음
- 그러나 공주역이 가지고 있는 입지적 한계로 인해, 공주시의 이와 같은 노력들이 크게 성과로 이어지지 못하고 있고, 특히 2019년과 2020년에는 코로나19로 인해 이용객이 더욱 감소하였음
- 모니터링 결과 공주역을 활성화하기 위해 가장 중요한 사업은 인근 시도, 시군과의 접근성 개선이나, 이는 도로확충, BTR 도입 등 대규모의 예산 투자가 수반되는 사업이기 때문에 단기간에 성과를 내기 어려움
- 따라서 공주역 활성화를 위해서는 시군 접근성 개선을 단기사업과 장기사업으로 정확히 구분하여 추진할 필요성이 있음
 - 장기적으로는 도로를 확충하고 인근 시군까지 BRT 도입을 추진할 필요성이 있고,
 - 단기적으로는 시내버스노선 조정 및 증편 등을 인근 시군민들과 협의하여 조정할 필요성이 있음
- 아울러 공주역에 새로운 이미지를 부여할 필요성이 있는데, 관광의 관문, 세종시 관문 등 관문 이미지 부여를 통해 관광객과 정부청사 방문객의 수요를 가져올 필요성이 있음
 - 특히 세종시의 경우 인구가 지속적으로 늘고 있고, 방문수요도 증가하고 있기 때문에 세종시 남문의 기능은 공주역이 반드시 가져와야 할 기능임
- 마지막으로 역사내 편의시설의 개선도 필요한데, 먹거리, 즐길거리의 발굴이 필요함
 - 공주역에는 아직까지 음식점이나 특산물 판매점이 없는데 이에 대한 도와 시군 차원의 지원이 필요함
 - 충남농업6차산업센터와 연계하여 새로운 먹거리 레시피 발굴 및 홍보방안 마련이 필요