

KTX 공주역 이용객 모니터링 (2022년)

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

- 공주역 활성화를 위해서는 크게 3가지를 고려해야 함
- 첫째, 인근 시군민의 KTX 공주역 이용확대를 도모해야 함
 - 여전히 대전과 세종시민의 이용수요는 저조한데 시도 간 대중교통 네트워크를 구축하여, 대전과 세종 시민들을 KTX 공주역으로 유인해야 함
 - 조사결과 공주역 활성화를 위한 방안으로 5년 연속 대중교통 확대가 가장 필요한 것으로 나타났고 필요성도 점점 증가하고 있음
- 둘째, 관광객의 KTX 공주역 이용확대를 유도해야 함
 - 모니터링 결과 관광객의 평균 방문 횟수가 지속적으로 감소하고 있어, 차별화된 볼거리나 먹거리 등 새로운 콘텐츠 개발이 필요
 - 여전히 여행상품을 통한 인지도가 낮아 여행사와 연계하여 다양한 관광상품 개발 및 상품개발을 위한 지원 필요
 - 특히 원도심/제민천의 방문비율이 크게 증가(7.5%→38.6%)하였는데 야행 등 다양한 축제 및 인근 카페의 활성화 유도 필요
 - 관광지까지의 이동수단으로 2020년부터 렌터카 및 공유카의 이용비율이 지속적으로 증가하고 있어 렌터카 및 공유카의 안전관리 및 서비스개선 논의 필요
 - 2022년에 비해 펜션 및 호텔의 이용률이 다소 감소하였고, 공유숙박과 게스트하우스 비율이 증가하여, 공유숙박 및 게스트하우스의 관리 및 지원계획을 수립해야 함
- 셋째, KTX 공주역의 편의시설을 보강해야 함
 - KTX 선호이유는 목적지까지 빠르게 도착할 수 있어서이지만 빠른편리함으로 선호도가 이동하고 있어, 빠름과 더불어 편리함도 적극적으로 홍보해야 함
 - 역사 내 식당(맛집) 및 휴게실 등 편의시설의 확대가 필요

01

연구배경 및 목적

1. 연구의 배경 및 목적

- KTX 공주역은 개통한지 7년이 지났지만(2015년 4월 개통) 여전히 역사의 기능과 여객운송의 효과에 대한 논쟁이 지속되고 있음
- 2021년 철도통계연보에 따르면 공주역 이용수요는 코로나19 발생 전 수요에 미치지 못하고 있는데, 21년에도 회복이 더딘 상황
 - 2021년 공주역 일평균 여객수송실적은 549명으로 500명대를 회복하였지만 2019년 682명에는 크게 미치지 못하는 상황
- ※ 2018년 일평균 609명→2019년 일평균 682명→2020년 일평균 440명→2021년 549명

<표 1> 공주역 여객수송실적

구분	승차	하차	계
한국철도공사(KTX)	71,954	71,080	143,034
(주)SR(SRT)	28,374	29,016	57,390

주: 철도통계연보(2021)

- 이와 같은 문제는 대도시로의 접근성 문제에 기인하고 있어 특별한 대책을 강구하기가 어려운 현실
- 그러나 KTX 공주역은 백제문화권의 관문으로 백제문화제를 비롯하여 다양한 축제, 공산성, 무령왕릉, 왕릉원 등 다양한 관광자원이 인접하고 있다는 장점도 있어 노력여하에 따라 수요를 확대할 수 있을 것으로 여겨짐
- 또한 우리나라 행정의 중심인 세종 정부청사가 인근에 위치하고 있고 곧 세종·공주간 BRT(간선급행버스체계)의 도입이 예정되어 있어 세종시 이용객 수요도 증가할 가능성이 높음

- 공주시에서는 매년 KTX 공주역 이용객을 대상으로 설문조사를 수행하고 있는데, 올바른 분석을 통해 이용객의 애로사항과 니즈(needs)를 파악하여, KTX 공주역 활성화를 위한 자료를 제공하는 것이 본 연구의 목적

2. 설문개요 및 기초통계

- 본 연구의 자료는 공주시청에서 전문리서치 업체를 통해 2022년 11월 28일~12월 11일까지 2주간 KTX 공주역 이용객을 대상으로 조사한 설문조사 자료임
 - 이번 설문에서는 8일간 승·하차자 포함 총 1,098명이 설문에 응답

〈표 2〉 기초 통계

(단위: 명, %)

구분		빈도	백분율
성별	남 자	575	52.4
	여 자	523	47.6
연령별	10대	14	1.3
	20대	299	27.2
	30대	205	18.7
	40대	196	17.9
	50대	195	17.8
	60대 이상	189	17.2
직업별	학 생	232	21.1
	자 영 업	114	10.4
	회 사 원	402	36.6
	주 부	129	11.7
	공 무 원	42	3.8
	농 수 산 업	75	6.8
	판매/서비스업	34	3.1
	전 문 직	28	2.6
	도소매업	12	1.1
	무 직	30	2.7

- 남성이 575명, 여성이 523명 조사되었으며 연령별 분포를 살펴보면 20대가 27.2%로 가장 높게 나타났고, 30대가 18.7%로 다음 순이었음
 - 2020년 조사 때는 50~60대의 비중이 높았는데 2021년은 20~30대의 비중이 더 높게 나타났음
- 직업별 분포를 살펴보면 회사원의 비중이 36.6%로 가장 높았고, 학생이 21.1%로 다음 순이었음

02 승·하차자 이동경로

1. 승차자 이동동선

〈표 3〉 승차자 출발지역

(단위: %)

구분	2021	2022
대전	1.2	1.0
세종	0.6	0.8
충남	98.1	98.2

- 조사된 KTX 공주역 승차자는 총 505명이었으며, 충남의 비중이 98.2%로 가장 높게 나타났음
 - KTX 공주역 승차자는 충남 내에서 온 사람들이 거의 대부분이며, 2021년과 비슷하게 대전과 세종의 이용률은 매우 저조한 것으로 나타났음
 - 대전과 세종의 이용률이 낮은 이유는 거리적인 이유도 있겠지만 이들 지역에 이미 KTX, 고속버스 등 접근성이 쉬운 대체재가 있기 때문임

〈표 4〉 승차자 방문시도

(단위: %)

구분	2021	구분	2022
경기도	15.1	강원도	0.6
광주광역시	5.4	경기도	15.4
부산시	0.4	경북	0.4
서울시	24.2	광주시	6.3
인천시	0.2	부산시	0.4
전남	15.5	서울시	26.3
전북	30.4	세종시	0.2
충남	6.0	인천시	3.0
충북	2.9	전남	13.5
		전북	27.7
		충남	2.0
		충북	4.2

- 승차자 방문시도는 2021년 9개 시도에서 2022년 12개 시도로 증가하였음
 - 방문하고자 하는 시도는 전북이 27.7%로 가장 높게 나타났고, 서울(26.3%), 경기(15.4%), 전남(13.5%) 순으로 나타남
 - 최종 도착지역의 확대는 향후 이용수요의 증가에 긍정적인 요소로 볼 수 있으며, 그만큼 홍보가 되었다고 할 수 있음

〈표 5〉 승차자 도착역

(단위: %)

구분	2021	구분	2022
광명역	13.6	곡성역	1.2
광주송정역	5.4	광명역	11.1
구례역	0.4	광주송정역	6.7
나주역	3.1	구례구역	0.8
남원역	2.3	나주역	1.0
동탄역	0.4	남원역	4.8
목포역	3.3	남춘천역	0.2
서울역	8.1	목포역	2.2
수원역	0.2	부산역	0.2
순천역	5.0	서울역	9.7
여수엑스포역	1.2	순천역	4.2
여천역	2.5	여수엑스포역	3.2
오송역	3.3	여천역	0.4
용산역	16.1	오송역	4.6
익산역	10.3	용산역	20.8
전주역	10.7	익산역	9.5
정읍역	7.0	전주역	10.9
천안아산역	6.0	정읍역	2.8
행신역	1.0	천안아산역	2.4
		행신역	3.4
		홍성역	0.2

- 도착역은 용산역이 20.8%로 가장 높게 나타났고, 광명역(11.1%), 전주역(10.9%), 서울역(9.7%), 익산역(9.5%) 순이었는데, 2021년과 비교해서 큰 차이는 없는 것으로 나타났음
 - 도착역의 개수는 늘었지만, 용산역과 서울역의 비중은 오히려 증가하여 서울로의 이동수요가 확대되고 있다고 할 수 있음

2. 하차자 이동동선

〈표 6〉 하차자 출발지역

(단위: %)

구분	2021	구분	2022
경기도	19.2	경기도	16.7
경북	0.2	광주시	7.7
광주광역시	4.5	대구시	0.4
서울시	26.0	부산시	0.4
세종시	0.4	서울시	27.2
전남	11.6	인천시	0.8
전북	30.2	전남	8.1
충남	3.9	전북	30.7
충북	3.9	충남	2.2
		충북	5.7

- 조사된 KTX 공주역 하차자는 총 492명이었으며, 전북의 비중이 30.7%로 가장 높게 나타났으며, 서울(27.2%), 경기도(16.7%) 순
 - 하차자 출발지역도 2021년과 큰 차이는 나타나지 않았으며, 여전히 전북과 서울의 이용수요가 많았음

〈표 7〉 하차자 방문시도

(단위: %)

구분	2021	구분	2022
대전	0.8	대전	0.6
세종	0.4	세종	0.8
충남	98.8	충남	98.6

- 하차자 방문시도는 충남이 98.6%로 가장 높게 나타났고, 대전(0.6%), 세종(0.8%) 순으로 나타남
 - 세종시 방문수요가 다소 증가했지만 2021년 조사 때와 큰 차이는 없는 것으로 나타남
 - 세종시의 경우 접근성만 개선한다면 정부청사를 방문하는 호남권 수요를 확보할 수 있을 것으로 여겨지지만, 아직까지 세종시 방문수요는 매우 저조한 편

〈표 8〉 하차자 출발역

(단위: %)

구분	2021	구분	2022
곡성역	0.6	곡성역	0.6
광명역	13.8	광명역	11.6
광주송정역	4.5	광주송정역	7.7
구례구역	0.6	구례구역	0.4
나주역	1.7	나주역	1.8
남원역	2.9	남원역	3.0
동탄역	0.2	대구역	0.4
목포역	2.1	목포역	1.0
서울역	6.6	부산역	0.4
순천역	3.1	서울역	8.3
안동역	0.2	순천역	2.4
여수엑스포역	1.0	여수엑스포역	1.6
여천역	2.5	오송역	5.7
오송역	4.3	용산역	19.1
용산역	20.7	익산역	13.6
익산역	12.8	전주역	8.5
전주역	8.7	정읍역	5.9
정읍역	5.8	천안아산역	2.2
천안아산역	3.9	행신역	5.5
행신역	3.9		

- 하차자의 출발역은 용산역이 19.1%로 가장 높게 나타났으며, 익산역(13.6%), 광명역(11.6%) 순으로 나타났음
- 2021년과 비교하여 광명역과 익산역의 순위가 바뀌었지만 큰 차이는 없음

3. 교통수단

〈표 9〉 공주역까지 올 때 교통수단

(단위: %)

구분	자가용	시내버스	시외버스	택시	렌터카/ 공유카	도보
2021 [전체]	63.5	18.7	0.2	14.3	3.2	0.2
2022 [전체]	59.2	20.6	0.5	16.3	3.5	0.0
10 대	50.0	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0
20 대	36.5	53.2	0.0	7.7	2.6	0.0
30 대	58.9	10.7	0.0	24.1	6.3	0.0
40 대	61.8	7.8	2.0	20.6	7.8	0.0
50 대	71.7	8.8	0.9	18.6	0.0	0.0
60대 이상	75.6	8.4	0.0	14.3	1.7	0.0

- 공주역까지 올 때 교통수단으로는 자가용이 59.2%로 가장 높게 나타났고, 시내버스가 20.6%, 택시가 16.3%로 나타났음

- 2021년에 비해 자가용의 이용비율은 다소 낮아졌고, 버스, 택시, 렌터카 및 공유카의 이용비율은 다소 증가하였음
- 대중교통의 이용률이 높아지고 있는 것은 다소나마 접근성이 개선되고 있는 것으로 여겨짐
- 그럼에도 여전히 자가용의 비중이 매우 높게 나타나고 있는데 이는 아직까지 버스 등 대중교통이 불편하기 때문
- 20대의 경우 시내버스 이용률이 자가용보다 높고 60대 이상은 자가용 이용률이 매우 높게 나타나고 있음

〈표 10〉 공주역에서 목적지로 이동시 교통수단

(단위: %)

구분	자가용	시내버스	시외버스	택시	관광버스	렌터카/ 공유카
2021 [전체]	55.0	19.2	0.2	16.9	0.4	8.3
2022 [전체]	54.3	21.9	0.2	15.7	0.2	7.8
10 대	50.0	12.5	12.5	25.0	0.0	0.0
20 대	23.2	56.8	0.0	12.3	0.0	7.7
30 대	60.0	11.4	0.0	17.1	0.0	11.4
40 대	49.5	6.7	0.0	28.6	0.0	15.2
50 대	72.6	10.6	0.0	12.4	0.0	4.4
60대 이상	79.4	9.3	0.0	9.3	0.9	0.9

- 공주역에서 목적지로 이동시 교통수단으로는 자가용이 54.3%로 가장 높게 나타났고, 시내버스가 21.9%, 택시가 15.7%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]

- 여전히 대전과 세종시민의 이용수요는 저조
 - 공주-세종, 공주-대전을 잇는 시도 간 교통 네트워크를 구축하여, 대전과 세종 시민들을 KTX 공주역으로 유인할 필요성이 있음
- 공주역까지 이동수단으로 대중교통보다는 자가용의 이용비율이 매우 높음
 - 배차간격, 버스노선 개선, 홍보 등 대중교통 이용확대를 위한 다양한 대응방안 마련 필요

03

공주역 이용현황

〈표 12〉 공주역 방문목적

(단위: %)

구분		개인용무	공적용무	통근/통학	관광	기타
2021 [전체]		59.3	17.0	7.4	8.3	8.0
2022 [전체]		51.0	17.1	9.2	13.3	9.4
성 별	남 자	46.3	23.0	10.1	10.6	10.1
	여 자	56.2	10.7	8.2	16.3	8.6
연 령	10 대	35.7	14.3	7.1	42.9	0.0
	20 대	49.8	6.7	27.1	12.4	4.0
	30 대	42.9	31.7	4.9	14.1	6.3
	40 대	42.3	31.6	3.1	17.9	5.1
	50 대	55.9	14.9	1.0	11.8	16.4
	60대 이상	66.7	5.3	0.5	8.5	19.0

- 공주역 방문목적으로는 귀가를 포함한 개인용무의 비율이 51.0%로 가장 높았고, 출장 등 공적용무(17.1%), 관광(13.3%) 순이었음
 - 2021년에 비해 관광목적의 방문 비율이 증가(8.3%→13.3%)하였는데, 코로나 19 거리두기 완화로 관광수요가 증가한 것으로 여겨짐

〈표 13〉 공주역 인지계기

(단위: %)

구분		인터넷 SNS를 통해	홍보물을 통해	지역에 있는 역이라	여행사를 통해	TV나 라디오를 통해	지인 소개	기타
2021 [전체]		18.3	13.3	33.0	0.2	14.1	21.1	0.0
2022 [전체]		41.7	7.7	28.6	0.3	1.3	20.3	0.2
성 별	남 자	44.9	8.7	25.2	0.2	1.6	19.5	0.0
	여 자	38.2	6.5	32.3	0.4	1.0	21.2	0.4
연 령	10 대	42.9	7.1	14.3	0.0	7.1	28.6	0.0
	20 대	56.5	6.7	27.1	0.3	0.3	8.7	0.3
	30 대	55.1	8.8	25.4	0.0	0.0	10.2	0.5
	40 대	52.6	7.1	20.9	0.0	0.5	18.9	0.0
	50 대	24.6	8.7	32.3	0.5	3.1	30.8	0.0
	60대 이상	10.1	7.4	39.7	0.5	2.6	39.7	0.0

- 공주역 인지계기는 인터넷·SNS를 통해서가 41.7%로 가장 높게 나타났으며, 지역에 있는 역이어서가 28.6%로 다음 순
 - 2021년에 비해 인터넷·SNS를 통한 인지도가 상승하여 관련 매체의 영향력이 커진 것을 확인할 수 있음
- 그러나 여행사를 통한 인지계기는 0.3%로 2021년에 비해 크게 증가하지 않았음
 - 이용수요를 확대하기 위해서는 여행사와 연계한 다양한 관광상품의 개발이 필요한데 아직까지 관광상품을 통한 방문은 저조한편
 - 홍보의 효율성을 높이기 위해서는 연령별 차별화된 홍보전략이 필요한데, 인터넷·SNS 홍보의 경우 50대 미만에 적합하며 50대 이상은 지인소개 등 관계인구를 통한 홍보가 효율적

〈표 14〉 SNS 이용매체

(단위: %)

구분		블로그	유튜브	페이스북	인스타그램	포털 사이트	코레일 홈페이지/웹
2021 [전체]		28.6	28.1	15.1	16.7	11.5	0.0
2022 [전체]		39.3	28.8	10.3	16.2	4.4	1.1
성 별	남 자	38.8	27.1	10.9	15.1	6.2	1.9
	여 자	40.0	31.0	9.5	17.5	2.0	0.0
연 령	10 대	0.0	66.7	16.7	16.7	0.0	0.0
	20 대	42.0	29.0	8.9	16.6	2.4	1.2
	30 대	41.6	26.5	11.5	17.7	1.8	0.9
	40 대	37.9	26.2	9.7	18.4	7.8	0.0
	50 대	35.4	29.2	10.4	12.5	10.4	2.1
	60대 이상	31.6	42.1	15.8	0.0	5.3	5.3

- SNS 이용매체의 경우 블로그가 39.3%로 가장 높게 나타났으며, 유튜브, 인스타그램 순으로 나타남
 - 2021년에 비해 블로그의 영향력이 더욱 커졌고, 포털사이트의 영향력은 감소하였음
 - 특히 10대의 경우 유튜브 이용률이 66.7%로 매우 높게 나타났음
 - 2020년부터 유튜브를 통한 광고의 효율성이 높아지고 있는데, 유튜버를 대상으로 하는 관광 콘텐츠 제작도 필요
 - 2022년부터는 코레일 홈페이지나 웹(어플)을 통해서도 극히 일부는 공주역을 인지한 것으로 나타남

〈표 15〉 고속버스보다 KTX를 선택한 이유

(단위: %)

구분		빠르게 도착할 수 있어서	KTX역이 집에서 가까워서	더 많은 관광 정보를 얻을 수 있어서	여행사에서 예약해서	관광지와 가까워서	버스보다 기차가 편리하고 좋아서	기타
2021 [전체]		62.8	11.8	1.3	0.8	1.6	21.5	0.2
2022 [전체]		49.5	10.9	5.5	2.1	1.6	29.6	0.8
성별	남자	51.3	10.1	5.4	1.9	1.4	29.2	0.7
	여자	47.4	11.9	5.5	2.3	1.9	30.0	1.0
연령	10대	50.0	0.0	35.7	0.0	0.0	14.3	0.0
	20대	52.2	9.0	5.7	1.3	2.3	27.1	2.3
	30대	50.2	7.8	3.9	2.9	2.0	32.7	0.5
	40대	52.6	11.2	5.6	3.1	1.5	26.0	0.0
	50대	43.1	10.8	7.2	2.1	1.0	35.4	0.5
	60대 이상	47.6	18.0	2.6	1.6	1.1	29.1	0.0

- 고속버스보다 KTX를 선택한 이유로는 빠르게 도착할 수 있어서가 49.5%로 가장 높게 나타났고 버스보다 기차가 편리하고 좋아서가 29.6%로 다음 순이었음
 - 2021년에 비해 빠름의 이유는 감소하였고 편리함의 이유는 증가하여 KTX 선택의 이유가 빠름에서 편리함으로 이동하고 있는 것으로 볼 수 있음
 - 그러나 아직까지 KTX를 이용하는 주된 이유는 빠르게 도착할 수 있어서인데, 공주역을 활성화하기 위해서는 인근시군과의 접근성 개선이 필요하다고 할 수 있음

〈표 16〉 공주역 이용시 가장 만족스러웠던 사항

(단위: %)

구분		주변도시와의 연계교통	대중교통(시내버스)	주차시설 만족	편의시설	청결한 시설	이동시간 단축	기타
2021 [전체]		9.3	6.4	45.8	4.3	67.4	66.8	0.1
2022 [전체]		3.0	2.8	43.7	12.9	86.2	50.9	0.4
성별	남자	1.9	2.8	46.4	13.2	86.6	49.0	0.0
	여자	4.2	2.9	40.7	12.6	85.9	53.0	0.8
연령	10대	0.0	7.1	78.6	0.0	100.0	14.3	0.0
	20대	4.7	3.3	27.4	12.0	89.3	61.9	1.3
	30대	3.9	2.4	49.3	15.6	80.5	48.3	0.0
	40대	3.6	1.5	50.0	14.3	89.8	40.8	0.0
	50대	1.5	3.1	51.8	11.8	83.1	48.7	0.0
	60대 이상	0.5	3.2	46.0	12.2	86.2	51.9	0.0

주: 복수응답으로 행의 합이 100이 아님

- 복수응답으로 파악한 공주역 이용 시 가장 만족스러웠던 사항으로는 청결한 시설이 86.2%로 가장 높게 나타났고, 이동시간 단축(50.9%), 주차시설 만족(43.7%) 순으로 나타났음
- 2021년에 비해 청결한 시설에 대한 만족도(67.4%→86.2%)가 크게 증가하였는데, 코로나19 이후 역사의 청결에 보다 노력한 것으로 여겨짐
- 공주역의 경우 주차장이 무료이기 때문에 만족도가 높게 나타나고 있음

〈표 17〉 공주역 이용시 가장 불만족스러웠던 사항

(단위: %)

구분		휴식공간 부족	편의시설 부족	교통수단 불편	노약자/ 장애인 시설부족	관광정보 부족	안내표지 판부족	중화장 실불편	음식점 부재	특산물 판매부재	주요 홍보 미흡	기타
2021 [전체]		29.6	38.8	50.7	7.2	9.8	5.6	2.5	28.6	11.0	14.9	1.1
2022 [전체]		10.9	50.1	54.3	2.1	3.8	3.3	1.1	45.8	14.0	13.9	0.6
성별	남자	11.5	49.0	53.2	2.4	3.3	3.3	1.0	48.7	12.9	13.9	0.7
	여자	10.3	51.2	55.4	1.7	4.4	3.3	1.1	42.6	15.3	14.0	0.6
연령	10대	7.1	64.3	50.0	7.1	0.0	7.1	0.0	57.1	0.0	7.1	0.0
	20대	14.7	50.2	61.5	0.7	3.7	1.7	1.0	43.5	10.0	11.7	1.3
	30대	11.2	49.8	55.6	1.5	3.9	4.9	1.5	45.9	13.2	11.7	1.0
	40대	7.1	52.6	54.1	0.5	3.1	4.1	1.5	48.5	13.3	14.8	0.5
	50대	9.7	49.2	53.3	1.5	6.2	2.6	1.5	46.2	14.9	14.9	0.0
	60대 이상	10.1	47.6	42.9	6.9	2.6	3.7	0.0	45.5	22.2	18.5	0.0

주: 복수응답으로 행의 합이 100이 아님

- 공주역 이용 시 가장 불만족스러웠던 사항으로는 교통수단 불편이 54.3%로 가장 높게 나타났고, 편의시설부족(50.1%), 음식점 부재(45.8%) 순이었음
- 공주역의 최대 단점은 2021년 조사 때와 동일하게 인근 시군으로의 교통수단 불편과 이용가능한 편의시설이 부족으로 나타나, 이에 대한 대책마련이 필요

[모니터링 결과]

- 관광목적의 이용비율이 증가
 - 코로나 19 이후 크게 증가할 수 있는 관광객을 위한 홍보방안 마련 필요
- 여행상품을 통한 인지율은 여전히 매우 낮음
 - 여행사와 연계하여 다양한 관광상품 개발 및 상품개발을 위한 지원 필요
- 블로그 및 유튜브 이용률 높음
 - 특히 10대의 경우 유튜브 이용률이 높아지고 있어 연령별 맞춤형 홍보가 필요
- KTX 선호이유는 목적지까지 빠르게 도착할 수 있어서임
 - 다만 빠름에서 편리함으로 선호도가 이동하고 있어, 빠름과 더불어 편리함도 지속적인 어필 필요
- 공주역 이용 시 가장 불만족스러웠던 사항은 교통수단 불편이며 2022년 더욱 증가
 - 시민들과 버스노선 및 배차간격 등 논의 및 협의과정 필요

04 관광객 부가조사

- 코로나19로 인해 조사기간 동안 관광계획이 있는 이용객 수는 145명이었음

〈표 19〉 관광상품 이용여부

(단위: %)

구분		예	아니오
2021 [전체]		10.7	89.3
2022 [전체]		0.7	99.3
성 별	남 자	0.0	100.0
	여 자	1.2	98.8
연 령	10 대	0.0	100.0
	20 대	0.0	100.0
	30 대	0.0	100.0
	40 대	0.0	100.0
	50 대	4.5	95.5
	60대 이상	0.0	100.0

- 관광계획이 있는 이용객 중 0.7%만이 코레일여행 등 관광상품을 통해 공주역을 이용하였음
 - 2021년에 비해 관광상품을 이용한 관광객이 크게 줄었고 자유여행 또는 직접 방문의 비중이 거의 대부분을 차지
 - 50대에서만 관광상품 이용률이 4.5%였고 다른 연령대에서는 거의 나타나지 않았음
 - 공주시만의 차별화된 여행상품을 개발하지 못한다면 지금 같은 상태가 고착될 수 있어 이에 대한 대안마련이 필요
 - 자유여행이 늘었다는 것은 그만큼 인지도도 증가했다고 볼 수 있기 때문에 반드시 부정적이라고 볼 수는 없지만 특색있는 관광상품의 개발은 필요

〈표 20〉 관광목적

(단위: %)

		지역 축제 또는 관련 지역방문	세계유산, 사찰방문 등 여행	지역 체험프로 그램 참여	시티투어	기타 (등산 및 맛집투어)
2021 [전체]		81.3	88.4	8.9	13.4	8.0
2022 [전체]		42.8	74.5	15.2	20.7	2.8
성 별	남 자	43.3	73.3	15.0	16.7	5.0
	여 자	42.4	75.3	15.3	23.5	1.2
연 령	10 대	50.0	33.3	33.3	0.0	0.0
	20 대	43.2	70.3	5.4	24.3	5.4
	30 대	42.9	85.7	14.3	21.4	0.0
	40 대	33.3	77.8	30.6	33.3	2.8
	50 대	40.9	68.2	9.1	9.1	4.5
	60대 이상	62.5	81.3	6.3	6.3	0.0

주: 복수응답으로 행의 합이 100이 아님

- 복수응답으로 질문한 관광목적으로는 세계유산방문, 사찰방문 등 여행이 74.5%로 가장 높게 나타났고, 지역 축제 또는 관련 지역방문이 42.8%로 다음 순이었음
 - 여성의 경우는 특히 시티투어의 비율이 남성보다 높았고, 연령대로 살펴보면 10대는 지역축제, 그 외 연령대에서는 세계유산, 사찰방문 등 여행의 비율이 가장 높게 나타났음
 - 다만 2022년은 철도파업으로 설문조사가 12월에 조사되었기 때문에 지역축제 비율이 2021년에 비해 낮게 나타나 연도별 비교는 어려움

〈표 21〉 방문지

(단위: %)

		백제문화 축제 장/금강	무령왕 과 왕릉 원	공산 성	마곡 사	계룡 산	갑사	석장 리 축제 장 석장 리 박물관	금강 생태 공원	국립 공주 박물관	원도 심/ 제민 천	한옥 마을	기타
2021[전체]		7.5	53.8	89.6	24.5	42.5	16.0	33.0	16.0	34.0	7.5	45.3	0.0
2022[전체]		19.3	65.5	75.2	8.3	16.6	8.3	19.3	5.5	29.7	38.6	35.9	4.1
성 별	남자	18.3	71.7	73.3	10.0	23.3	10.0	15.0	5.0	26.7	35.0	36.7	5.0
	여자	20.0	61.2	76.5	7.1	11.8	7.1	22.4	5.9	31.8	41.2	35.3	3.5
연 령	10대	16.7	50.0	33.3	16.7	0.0	33.3	16.7	16.7	0.0	50.0	16.7	0.0
	20대	18.9	48.6	75.7	2.7	13.5	0.0	16.2	10.8	32.4	48.6	48.6	5.4
	30대	17.9	75.0	89.3	21.4	14.3	3.6	7.1	0.0	35.7	42.9	28.6	3.6
	40대	25.0	77.8	72.2	2.8	11.1	11.1	33.3	2.8	44.4	38.9	44.4	0.0
	50대	18.2	50.0	54.5	9.1	31.8	13.6	22.7	9.1	4.5	13.6	18.2	0.0
	60대 이상	12.5	87.5	100.0	6.3	25.0	12.5	12.5	0.0	25.0	37.5	31.3	18.8

주: 복수응답으로 행의 합이 100이 아님

- 관광시 방문지로는 공산성이 75.2%로 가장 높게 나타났고, 무령왕릉과 왕릉원이 65.5%, 원도심/제민천이 38.6%로 다음 순이었음
 - 2021년과 비교할 때 공산성의 비율이 다소 감소하였고, 무령왕릉과 왕릉원의 비율은 다소 증가하였음
 - 특히 원도심/제민천의 비율이 크게 증가(7.5%→38.6%)하였는데, 야행 등 다양한 축제 및 인근 카페의 활성화로 인지도가 높아진 것으로 여겨짐
- 특히 한옥마을의 경우 방문비율이 다소 낮아졌는데, 새로운 관광명소로 성장하기 위해서는, 한옥의 지속적인 관리와 한옥관련 콘텐츠 개발이 이루어져야 할 것임

〈표 22〉 지난 2년간 방문 횟수

(단위: 회)

		1회	2회	3회 이상	평균(회)
2021 [전체]		54.7	37.7	7.5	1.56
2022 [전체]		60.3	37.0	2.7	1.44
성 별	남 자	59.0	41.0	0.0	1.41
	여 자	61.2	34.1	4.7	1.46
연 령	10 대	66.7	33.3	0.0	1.33
	20 대	75.7	24.3	0.0	1.24
	30 대	58.6	37.9	3.4	1.45
	40 대	55.6	38.9	5.6	1.56
	50 대	50.0	50.0	0.0	1.50
	60대 이상	50.0	43.8	6.3	1.56

- 지난 2년간 방문횟수는 평균 1.44회 정도로 나타났음
 - 2021년에 비해 평균 방문횟수는 다소 낮아짐
 - 남성보다 여성의 방문횟수가 다소 많았음
 - 연령별로 살펴보면 20대의 평균 방문횟수가 가장 적었고, 40대와 60대 이상에서 평균 방문횟수가 가장 많았음
- 2020년 조사 때부터 지속적으로 평균 방문 횟수가 감소(평균 1.74회→1.56→1.44)하고 있는데 새로운 볼거리 및 먹거리 개발이 필요
 - 특히 20대의 지난 2년간 평균 방문횟수가 1.24로 가장 낮는데, 20대의 재방문을 늘리기 위한 콘텐츠를 발굴해야 함

〈표 23〉 관광시 동반자

(단위: %)

구분		혼자	연인과 둘이	가족들과	친구 및 회사 동료들과	기타
2021 [전체]		10.4	11.3	33.0	45.3	0.0
2022 [전체]		4.8	6.2	36.3	52.1	0.7
성 별	남 자	3.3	8.2	37.7	49.2	1.6
	여 자	5.9	4.7	35.3	54.1	0.0
연 령	10 대	0.0	0.0	83.3	16.7	0.0
	20 대	8.1	10.8	8.1	70.3	2.7
	30 대	0.0	17.2	31.0	51.7	0.0
	40 대	5.6	0.0	72.2	22.2	0.0
	50 대	9.1	0.0	27.3	63.6	0.0
	60대 이상	0.0	0.0	25.0	75.0	0.0

- 친구 및 회사동료들과의 관광이 52.1%로 가장 높았으며, 가족들과 여행이 36.3%로 다음 순
 - 2021년에 비해 혼자여행과 연인과의 여행 비율이 감소하여 특색있는 상품 개발의 필요성이 높음
 - 여전히 개인여행보다는 가족 및 친구들과의 관광이 많아 가족단위 프로그램의 활성화도 필요

〈표 24〉 관광지까지 교통수단

(단위: %)

구분		자가용	시내버스	시외버스	택시	관광 (전세)버 스	렌터카/ 공유카	시티투어 버스
2021 [전체]		37.7	6.6	1.9	16.0	1.9	34.0	1.9
2022 [전체]		40.4	6.8	0.0	6.8	0.0	45.9	0.0
성 별	남자	37.7	6.6	0.0	4.9	0.0	50.8	0.0
	여자	42.4	7.1	0.0	8.2	0.0	42.4	0.0
연 령	10대	83.3	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	20대	21.6	21.6	0.0	8.1	0.0	48.6	0.0
	30대	37.9		0.0	3.4	0.0	58.6	0.0
	40대	25.0	2.8	0.0	8.3	0.0	63.9	0.0
	50대	68.2		0.0	4.5	0.0	27.3	0.0
	60대 이상	68.8	6.3	0.0	6.3	0.0	18.8	0.0

- 관광지까지의 교통수단은 렌터카 및 공유카의 이용비율이 45.9%로 가장 높았고 자가용의 비중이 40.4%로 다음 순

- 2020년부터 렌터카 및 공유카의 이용비율이 지속적으로 증가하고 있음
- 특히 택시의 이용비율은 점점 낮아지고 있는데 인근 관광지까지의 거리가 상당히 멀어 비용적인 문제가 큰 것으로 여겨짐

〈표 25〉 관광 일정

(단위: %)

구분		당일여행	1박 2일	2박 3일
2021 [전체]		21.7	67.9	10.4
2022 [전체]		21.9	74.0	4.1
성 별	남 자	23.0	77.0	0.0
	여 자	21.2	71.8	7.1
연 령	10 대	16.7	83.3	0.0
	20 대	29.7	70.3	0.0
	30 대	20.7	72.4	6.9
	40 대	11.1	83.3	5.6
	50 대	31.8	63.6	4.5
	60대 이상	18.8	75.0	6.3

- 공주시 방문의 경우 1박 2일 방문이 74.0%로 가장 높았고 당일여행이 21.9%로 다음 순이었음
 - 당일여행보다 1박 2일 비율이 높기 때문에 공주시 숙박시설에 대한 검토 및 고급화 방안도 고민해야 될 것으로 여겨짐
 - 그러나 2박 3일 일정의 관광은 감소하였는데 볼거리의 다양화를 통해 장기 숙박을 유도할 필요성도 있음

〈표 26〉 숙박 장소

(단위: %)

구분		게스트 하우스	모텔	민박	호텔	지인집	펜션	공유 숙박	기타 (캠핑 등)
2021 [전체]		4.8	6.0	1.2	15.7	22.9	47.0	2.4	0.0
2022 [전체]		6.1	6.1	7.0	7.0	17.5	40.4	14.0	1.8
성 별	남자	6.1	6.1	7.0	7.0	17.5	40.4	14.0	4.3
	여자	4.3	8.5	8.5	4.3	17.0	44.7	8.5	0.0
연 령	10대	7.5	4.5	6.0	9.0	17.9	37.3	17.9	0.0
	20대	20.0	0.0	40.0	0.0	20.0	20.0	0.0	7.7
	30대	0.0	3.8	3.8	3.8	3.8	50.0	26.9	0.0
	40대	13.0	0	8.7	13.0	8.7	47.8	8.7	0.0
	50대	3.1	6.3	6.3	6.3	12.5	53.1	12.5	0.0
	60대 이상	13.3	20.0	6.7	6.7	20.0	20.0	13.3	0.0

- 숙박 장소로는 펜션이 40.4%로 가장 높게 나타났고, 지인집(17.5%), 공유숙박(14.0%) 순이었음
- 2021년에 비해 펜션 및 호텔의 이용률이 다소 감소하였고, 공유숙박과 게스트하우스 비율이 증가
- 관광지를 중심으로 공유숙박 및 게스트하우스의 관리계획 수립 필요

〈표 27〉 지역관광활성화를 위해 개선해야할 상품이나 시설

(단위: %)

구분	지역특산물/기념품	숙박 등 체류시설	음식점 등 먹거리	체험관광 시설	지역문화 예술 행사	패키지 관광상품	기타
2021 [전체]	15.6	20.5	24.3	14.2	14.2	11.3	0.4
2022 [전체]	13.3	26.0	25.0	10.4	12.5	12.5	0.2
성 별	남자	26.4	24.9	10.6	12.0	13.4	0.6
	여자	25.6	25.0	10.1	13.0	11.5	0.0
연 령	10대	28.6	28.6	14.3	7.1	14.3	1.0
	20대	26.8	25.8	9.7	12.4	13.4	0.0
	30대	26.8	23.9	7.8	16.6	10.2	0.5
	40대	25.5	24.0	13.8	10.7	12.8	0.0
	50대	25.1	22.6	11.3	12.3	13.3	0.0
	60대 이상	25.4	28.0	9.5	10.6	12.2	1.3

- 지역관광활성화를 위해 개선해야 하는 상품이나 시설로는 숙박 등 체류시설이 26.0%로 가장 높게 나타났고, 음식점 등 먹거리가 25.0%로 다음 순
- 2021년에 비해 숙박 등 체류시설에 대한 개선요구가 높아졌는데, 이는 공유숙박 및 게스트하우스의 증가에 기인한 것으로도 볼 수 있음
- 이에 따라 공유숙박이나 게스트하우스의 관리 필요성이 높아지고 있음

[모니터링 결과]

- 여행사 관광상품 이용률이 매우 낮음
 - 코레일과 연계한 계적별 관광상품 개발이 필요
- 원도심/제민천의 방문비율이 크게 증가(7.5%→38.6%)
 - 야행 등 다양한 축제 활성화 및 인근 카페의 활성화 유도
- 한옥마을의 방문비율이 다소 낮아짐
 - 새로운 관광명소로 지속 성장하기 위해서는, 한옥의 지속적인 관리와 한옥관련 콘텐츠 개발 필요
- 2020년 조사 때부터 지속적으로 평균 방문 횟수가 감소(평균 1.74회→1.56→1.44)
 - 청년층(특히 20대)을 대상으로 다양한 볼거리 및 먹거리 개발이 필요
- 2021년에 비해 혼자여행과 연인과의 여행 비율이 감소
 - 젊은 연인들을 위한 특색있는 상품이나 프로그램 개발 필요
- 관광지까지의 이동수단으로 2020년부터 렌터카 및 공유카의 이용비율이 지속적으로 증가
 - 렌터카 및 공유카의 안전관리 및 대중교통 이용률 제고
- 당일여행보다 1박 2일 비율이 높음
 - 공주시 숙박시설에 대한 검토 및 고급화 방안 마련
- 2021년에 비해 펜션 및 호텔의 이용률이 다소 감소하였고, 공유숙박과 게스트하우스 비율이 증가
 - 관광지를 중심으로 공유숙박 및 게스트하우스의 관리 및 지원계획 수립 필요

05

공주역 홍보 및 활성화 방안

〈표 29〉 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
2021 [전체]		2.03	2.49	2.64	2.61	2.70	3.39
2022 [전체]		1.81	2.51	2.61	2.66	2.65	3.36
성 별	남자	1.78	2.50	2.55	2.62	2.63	3.36
	여자	1.85	2.52	2.68	2.71	2.67	3.36
연 령	10대	1.93	2.00	2.21	2.07	2.43	3.00
	20대	1.73	2.32	2.38	2.64	2.29	3.36
	30대	1.83	2.40	2.45	2.66	2.28	3.37
	40대	1.77	2.31	2.48	2.67	2.81	3.34
	50대	1.85	2.82	2.90	2.69	3.06	3.33
	60대 이상	1.93	2.86	3.01	2.71	3.03	3.39

- 공주역 이미지는 깨끗하고 청정한 역이 3.36으로 가장 높게 나타났고, 쾌적한 편의시설을 갖춘 역이 2.66으로 다음 순이었음
 - 2021년과 마찬가지로 깨끗하고 청정한 역의 이미지가 높았음
- 그러나 시군 접근성이 좋은 역이라는 이미지는 1.81로 오히려 더 나빠졌음
 - 시군 접근성 개선의 경우 이미지 점수가 점점 하락하고 있어, 공주시의 개선 노력이 필요해 보임

〈표 30〉 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
2021[전체]	3.07	3.38	3.58	3.38	3.36	3.40	3.61
2022[전체]	2.95	3.31	3.53	3.42	3.37	3.31	3.66
성 별	남자	2.94	3.29	3.53	3.44	3.38	3.68
	여자	2.95	3.33	3.53	3.40	3.36	3.64
연 령	10대	3.43	3.64	3.57	3.29	3.43	3.43
	20대	2.67	3.20	3.43	3.29	2.97	3.46
	30대	3.06	3.27	3.50	3.45	3.27	3.44
	40대	3.01	3.27	3.47	3.47	3.33	3.85
	50대	3.09	3.43	3.62	3.48	3.53	3.81
	60대 이상	3.02	3.41	3.68	3.51	3.49	3.87

- 공주역 홍보시 가장 필요한 이미지는 깨끗하고 청정한역이 3.66%로 가장 높게 나타났고 문화·관광의 관문이 3.53%로 다음 순이었음
- 공주시는 자연자원과 문화자원이 풍부하고 다양한 축제가 있는 지역이기 때문에 문화·관광의 관문 이미지를 더욱 부각해야 함

〈표 31〉 가장 중요한 홍보수단

(단위: %)

구분		인터넷 광고	신문· 잡지광고	SNS 홍보	관광상품 연계	리플릿, 홍보책자 등	TV, 라디오	기타
2021 [전체]		16.7	5.2	17.1	26.6	11.8	22.5	0.0
2022 [전체]		26.2	5.6	26.8	23.1	4.3	13.6	0.4
성 별	남자	17.5	4.8	17.7	25.9	13.5	20.6	0.2
	여자	16.0	5.7	16.5	27.4	10.1	24.3	0.6
연 령	10대	10.0	5.0	15.0	50.0	10.0	10.0	0.0
	20대	24.2	2.8	31.5	21.9	6.7	12.9	1.0
	30대	21.9	5.3	22.5	20.3	7.0	23.0	0.5
	40대	21.4	7.0	16.6	26.7	12.3	16.0	0.0
	50대	13.7	4.8	13.7	29.0	16.5	22.2	0.0
	60대 이상	6.9	6.1	6.1	30.7	14.3	35.9	0.0

- 가장 중요한 홍보수단으로는 SNS 홍보가 26.8%로 가장 높게 나타났고, 인터넷 광고(26.2%), 관광상품 연계(23.1%) 순으로 나타남
- SNS 홍보, 인터넷 광고의 중요성은 점점 증가하고 있지만, TV이나 라디오의 중요성은 감소

〈표 32〉 공주역 홍보를 위한 주요 관광자원

(단위: %)

구분		무령 왕릉과 왕릉원	공산성	마곡사	계룡산	갑사	석장리 박물관	금학생 태공원	국립 공주 박물관	구도심 (한옥 마을, 제민천)	금강
2021[전체]		11.5	18.8	7.4	17.1	8.5	9.3	3.3	15.4	4.6	4.0
2022[전체]		17.9	26.3	4.6	17.7	5.5	5.9	2.0	10.4	7.3	2.6
성 별	남자	19.5	25.2	5.0	16.7	5.6	7.5	1.7	10.4	5.9	2.4
	여자	16.1	27.5	4.0	18.7	5.4	4.2	2.3	10.3	8.8	2.7
연 령	10대	14.3	28.6	0.0	21.4	21.4	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0
	20대	14.4	33.1	4.7	12.4	3.7	5.7	3.0	12.0	7.7	3.3
	30대	18.0	21.5	2.0	21.0	2.9	5.9	2.0	11.2	10.2	5.4
	40대	21.9	19.4	5.1	24.5	6.1	5.6	1.0	10.2	5.6	0.5
	50대	19.5	28.2	3.1	16.4	8.7	7.7	2.1	6.7	5.6	2.1
	60대 이상	17.5	25.9	8.5	16.4	5.8	5.3	1.6	10.6	7.4	1.1

- 공주역을 홍보할 때 가장 중요한 관광자원으로는 공산성이 26.3%로 가장 높게 나타났고, 무령왕릉과 왕릉원(17.9%), 계룡산(17.7%), 국립공주박물관(10.4%) 순이었음
- 2021년에 비해 공산성의 비율이 상승하였고, 국립공주 박물관의 비율은 감소

〈표 33〉 공주역 홍보를 위한 주요 축제

(단위: %)

구분		계룡산 벚꽃축제 및 산신제	갑사매 화축제	마곡사 신록제	석장리 구석기 축제	공주공 향축제	금강 여름 축제	백제 문화 제	겨울 공주 군축 제	강연 미술 비엔 날레	공주 미술 제	기타
2021[전체]		16.2	6.8	6.4	10.6	1.5	4.6	28.3	13.1	7.2	2.5	2.9
2022[전체]		12.8	4.4	5.6	8.7	3.7	4.1	47.1	6.6	4.6	2.4	0.0
성 별	남자	12.7	4.7	6.6	10.6	3.1	3.7	47.7	4.5	3.7	2.8	3.6
	여자	12.8	4.0	4.4	6.7	4.4	4.6	46.5	9.0	5.7	1.9	2.3
연 령	10대	0.0	14.3	0.0	0.0	14.3	21.4	42.9	7.1	0.0	0.0	0.0
	20대	9.0	4.3	5.4	10.0	3.7	3.3	49.5	4.7	7.4	2.7	3.9
	30대	13.7	2.9	4.9	11.2	3.4	5.9	45.9	4.9	4.9	2.4	8.6
	40대	15.3	3.6	3.6	7.7	4.1	5.1	47.4	6.6	4.6	2.0	4.3
	50대	14.4	6.2	7.2	7.7	4.6	3.6	46.2	7.2	1.5	1.5	0.0
	60대 이상	14.3	4.2	7.4	6.9	2.1	1.6	45.5	11.1	3.7	3.2	0.0

- 공주역을 홍보할 때 가장 중요한 축제로는 백제문화제가 47.1%로 가장 높게 나타났고, 계룡산 벚꽃축제 및 산신제(12.8%), 석장리구석기축제(8.7%) 순이었음

- 2021년에 비해 백제문화제의 비율이 크게 상승하였고, 계룡산 벚꽃축제 및 산신제의 비율은 감소

〈표 34〉 홍보강화를 위해 우선적으로 추진해야할 사업

(단위: %)

구분		문화유산, 축제 등 인근 관광정보 홍보	공주 KTX역의 편의시설 및 콘텐츠 홍보	공주시의 각종 할인시책 홍보	인터넷, SNS 등 온라인 홍보 강화	관광 안내책자, 홍보물 스타일 개선	기타
2021 [전체]		22.4	23.9	14.1	26.2	13.5	0.0
2022 [전체]		21.5	32.7	18.9	18.7	8.1	0.1
성 별	남자	23.3	32.7	17.4	19.0	7.7	0.0
	여자	19.5	32.7	20.7	18.4	8.6	0.2
연 령	10대	14.3	64.3	7.1	14.3	0.0	0.0
	20대	24.1	29.1	16.4	21.7	8.7	0.0
	30대	22.4	31.7	14.6	22.0	9.3	0.0
	40대	20.4	33.2	19.4	22.4	4.1	0.5
	50대	17.4	36.9	21.5	15.9	8.2	0.0
	60대 이상	22.2	32.3	25.4	9.5	10.6	0.0

- 공주역 홍보를 위해서 우선적으로 추진해야 할 사업으로는 공주역의 편의시설 및 콘텐츠 홍보가 32.7%로 가장 높게 나타났고, 문화유산, 축제 등 인근 관광정보 홍보(21.5%), 공주시의 각종 할인시책 홍보(18.9%) 순으로 나타났음
- 2021년에 비해 공주역 편의시설 및 콘텐츠에 대한 관심이 증가하였다고 할 수 있음

〈표 35〉 공주역 활성화를 위한 사업 필요성

(단위: %)

구분	도로망 확대	대중교통 확대	기차운행시간 확대 및 조정	역 주변권 활성화	주변공원 문화체육시설 확대	주변관광지 및 관광상품홍보 강화	공주역 홍보 강화	역이용자 대상 주요 관광지 할인혜택 제공	정기인근 통학자 통인센트 제공	역내시간대 확대	역내음식점 편의시설계설 확대
2021[전체]	4.44	4.50	4.42	4.26	4.21	4.13	4.23	4.22	4.28	4.03	4.29
2022[전체]	4.46	4.59	4.47	4.23	4.31	4.17	4.26	4.24	4.21	4.11	4.26
성 별	남자	4.44	4.59	4.45	4.22	4.33	4.18	4.24	4.25	4.12	4.28
	여자	4.48	4.59	4.49	4.24	4.29	4.16	4.28	4.24	4.10	4.24
연 령	10대	4.21	4.43	4.43	4.64	4.64	4.29	4.21	4.14	4.07	4.07
	20대	4.40	4.65	4.47	4.23	4.35	4.17	4.22	4.21	4.05	4.29
	30대	4.28	4.56	4.48	4.24	4.26	4.14	4.22	4.17	4.00	4.22
	40대	4.52	4.59	4.51	4.19	4.18	4.18	4.32	4.31	4.13	4.22
	50대	4.51	4.51	4.44	4.24	4.34	4.17	4.30	4.28	4.15	4.23
	60대 이상	4.64	4.59	4.45	4.23	4.39	4.20	4.27	4.30	4.25	4.36

- 공주역 활성화 방안으로 5년 연속 시내버스 증편 등 대중교통 확대가 가장 높게 나타났고 점점 필요성도 증가하고 있음
- 2순위로는 기차 운행시간 확대 및 조정, 3순위로는 도로망 확대로 나타났음
- 1~3순위 모두 교통과 관련된 사항이어서, 시군간 접근성개선이 공주역이 가장 중점을 두고 추진해야 할 사업으로 여겨짐

[모니터링 결과]

- 공주역 이미지는 2021년과 동일하게 깨끗하고 청정한 역이 가장 좋게 나타났고 시군 접근성이 좋은 역이라는 이미지는 오히려 악화되었음
 - 시군 접근성에 대한 이미지가 점점 악화되고 있다는 것은 그만큼 시민들의 불편이 쌓이고 있다고 할 수 있어 개선노력이 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 관문 이미지를 높이는 작업이 필요
- 공주역을 홍보할 때 가장 중요한 관광자원으로는 공산성이, 가장 중요한 축제로는 백제문화제로 나타남
 - 공산성과 백제문화제에 대한 관심이 점점 증가하고 있기 때문에 새로운 콘텐츠 개발 노력 필요
- 공주역 활성화 방안으로 5년 연속 시내버스 증편 등 대중교통 확대가 가장 높게 나타났고 점점 필요성도 증가하고 있음
 - 공주 중심지 및 관광지로 연결되는 대중교통 확대는 장기적으로 꾸준히 개선해야 함

06 요약 및 시사점

- KTX 공주역 모니터링은 매년 1회(연말) 공주역 이용객을 대상으로 조사되고 있으며 이를 통해 공주역의 취약점을 찾고 이를 개선하는데 활용
- 2020년에는 코로나19로 인해 이용객이 크게 감소하였고 2021년에는 일평균 549명으로 어느 정도 회복하였지만 2019년 일평균 682명에는 미치지 못하는 상황
- 공주역 활성화를 위해서는 크게 3가지를 고려해야 함
- 첫째, 인근 시군민의 KTX 공주역 이용확대를 도모해야 함
 - 여전히 대전과 세종시민의 이용수요는 저조한데 시도 간 대중교통 네트워크를 구축하여, 대전과 세종 시민들을 KTX 공주역으로 유인할 필요성이 있음
 - 이번 모니터링 결과 공주역 활성화를 위한 방안으로 5년 연속 대중교통 확대가 가장 필요한 것으로 나타났고 필요성도 증가하고 있음
- 둘째, 관광객의 KTX 공주역 이용확대를 유도해야 함
 - 모니터링 결과 관광객의 평균 방문 횟수가 지속적으로 감소하고 있어, 차별화된 볼거리나 먹거리 등 새로운 콘텐츠 개발이 필요
 - 여전히 여행상품을 통한 인지율이 낮는데 여행사와 연계하여 다양한 관광상품 개발 및 상품개발을 위한 지원 필요
 - 특히 원도심/제민천의 방문비율이 크게 증가(7.5%→38.6%)하였는데 야행 등 다양한 축제 및 인근 카페의 활성화 유도가 필요
 - 관광지까지의 이동수단으로 2020년부터 렌터카 및 공유카의 이용비율이 지속적으로 증가하고 있어 렌터카 및 공유카의 안전관리 등 필요
 - 2022년에 비해 펜션 및 호텔의 이용률이 다소 감소하였고, 공유숙박과 게스트하우스 비율이 증가하여 공유숙박 및 게스트하우스의 관리 및 지원계획 수립 필요
- 셋째, KTX 공주역의 편의시설을 보강해야 함
 - KTX 선호이유는 목적지까지 빠르게 도착할 수 있어서이지만 빠름에서 편리함으로 선호도가 이동하고 있어, 빠름과 더불어 편리함도 지속적으로 홍보해야 함
 - 역사 내 식당(맛집) 및 휴게실 등 편의시설의 확대가 필요