

## KTX 공주역 이용객 모니터링 (2023년)

김 양 중

충남연구원 경제산업연구실 선임연구위원  
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

#### 1. 공주역 이용수요의 지속적 증가

- 공주역 이용수요는 코로나 이후 크게 감소했지만 2020년부터 꾸준히 증가하고 있음
  - 2018년 일평균 609명→2019년 일평균 685명→2020년 일평균 442명→2021년 546명→2022년 749명→2023년 1,044명으로 증가
- 그동안 공주시의 활성화 노력을 적극적으로 홍보할 시점
  - 공주역 활성화 워크숍, 세미나 추진을 통해 홍보 및 활성화 방안 마련

#### 2. 인근 시군의 이용수요 확대 논의 필요

- 인근 시군과 공동으로 예산을 편성하여, 보다 많은 사업비를 확보하고 시군간 협력을 통해 활성화 방안 모색 필요
  - 공동 프리마켓, 시군별 특산물 판매소, 관광지 홍보 및 할인 연계 등 시군 담당자간 논의 추진
- 특히 세종시의 수요가 저조한데 세종시 이용수요 확대방안 마련 필요
  - 세종시 남문의 기능 강화(BRT 도입, 신규도로 건설 등)

#### 3. 인근 시군의 공주역에 대한 관심 유도

- 논산시의 경우 공주역 활성화를 위해 공주역을 공주역(논산·부여)로 바꾸자는 의견 제시
  - 아직까지는 명칭변경에 대해 부정적 의견이 많지만 논산과 부여시민의 경우 긍정적 비율 높음
- 명칭변경 시 역이름으로는 공주역(논산·부여) 비중이 가장 높게 나타남
- 아직까지 명칭변경은 시기상조로 여겨지나 지속적인 논의와 공감대 형성 필요

# 01

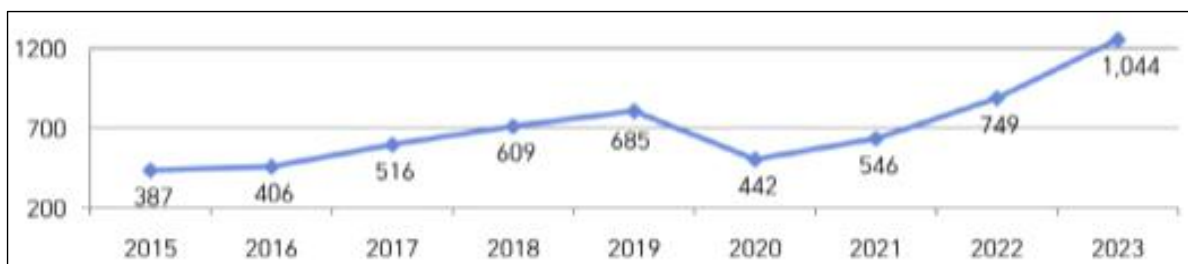
## 연구배경 및 목적

### 1. 연구의 배경 및 목적

- KTX 공주역은 개통한지 8년이 지났지만(2015년 4월 개통) 공주역 활성화 성과는 아직 미흡
- 공주역 이용수요는 코로나 이후 크게 감소했지만 2020년부터 지속적으로 증가하고 있음
  - 2023년 공주역 일평균 여객수송실적은 최초로 1,000명을 넘어섬
- ※ 2018년 일평균 609명→2019년 일평균 685명→2020년 일평균 442명→2021년 546명→2022년 749명→2023년 1,044명으로 증가

[그림 1] 공주역 연평균 일 이용객 수

(단위: 명)



출처: 충남도청 내부자료

- 그림에도 불구하고 여전히 이용수요는 이전 타당성 분석기준 2,000명에는 많이 부족한 편
- 그러나 KTX 공주역은 백제문화제 등 다양한 문화 및 관광자원이 인접하고 있어 이용수요 확대를 위한 자원이 풍부

- 또한 장기적이긴 하지만 세종·공주간 BRT(간선급행버스체계) 도입이 예정되어 있어, 향후에는 세종시 이용객 수요도 크게 증가할 것으로 여겨짐
- 공주시에서는 매년 KTX 공주역 이용객을 대상으로 설문조사를 수행하고 있는데, 2023년 이용객의 이동동선과 니즈(needs)를 파악하여, KTX 공주역 활성화를 위한 기초 자료를 제공하는 것이 본 연구의 목적

## 2. 설문개요 및 기초통계

- 본 연구의 자료는 공주시청에서 전문리서치 업체를 통해 2023년 11월 6일~11월 19일까지 2주간 KTX 공주역 이용객을 대상으로 조사한 설문조사 자료임
  - 이번 설문에서는 14일간 승·하차자 포함 총 1,202명이 설문에 응답

〈표 1〉 기초 통계

(단위: 명, %)

구분		빈도	백분율
성별	남 자	586	48.8
	여 자	616	51.2
연령별	10대	15	1.2
	20대	227	18.9
	30대	195	16.2
	40대	236	19.6
	50대	269	22.4
	60대 이상	260	21.6
직업별	학 생	175	14.6
	자 영 업	108	9.0
	회 사 원	408	33.9
	주 부	195	16.2
	공 무 원	37	3.1
	농 수 산 업	103	8.6
	판매/서비스업	61	5.1
	전 문 직	35	2.9
	도소매업	26	2.2
	무 직	54	4.5

- 남성이 586명, 여성이 616명 조사되었으며 연령별 분포를 살펴보면 50대가 22.4%로 가장 높게 나타났고, 60대 이상이 21.6%로 다음 순이었음
- 직업별 분포를 살펴보면 회사원의 비중이 33.9%로 가장 높았고, 주부가 16.2%로 다음 순이었음

## 02 승·하차자 이동경로

### 1. 승차자 이동동선

〈표 2〉 승차자 출발지역

(단위: %)

구분	2021	2022	2023
대전	1.2	1.0	2.1
세종	0.6	0.8	0.8
충남	98.1	98.2	97.2

- 조사된 KTX 공주역 승차자는 총 528명이었으며, 충남의 비중이 97.2%로 가장 높게 나타났음
  - KTX 공주역 승차자는 아직까지 충남 내에서 온 사람들이 거의 대부분이며, 2022년과 비슷하게 대전과 세종의 이용률은 매우 저조한 것으로 나타났음
  - 대전의 비중은 다소 증가하였지만 세종의 비중은 유지되고 있음

〈표 3〉 승차자 방문시도

(단위: %)

2021		2022		2023	
경기도	15.1	강원도	0.6	경기도	11.7
광주광역시	5.4	경기도	15.4	광주시	6.8
부산시	0.4	경북	0.4	대전시	0.2
서울시	24.2	광주시	6.3	부산시	0.6
인천시	0.2	부산시	0.4	서울시	33.7
전남	15.5	서울시	26.3	세종시	0.2
전북	30.4	세종시	0.2	울산시	0.2
충남	6.0	인천시	3.0	인천시	1.5
충북	2.9	전남	13.5	전남	16.3
		전북	27.7	전북	22.0
		충남	2.0	충남	3.0
		충북	4.2	충북	3.8

- 승차자 방문시도는 2021년 9개 시도에서 2023년 12개 시도로 증가하였음
  - 2023년 방문하고자 하는 시도는 서울이 33.7%로 가장 높게 나타났고, 전북(22.0%), 전남(16.3%), 경기(11.7%) 순으로 나타남
  - 2022년까지는 전북 방문이 가장 많았지만 2023년에는 서울 방문수요가 크게 증가하여 수도권으로의 이동이 많아짐

〈표 4〉 승차자 도착역

(단위: %)

2021		2022		2023	
광명역	13.6	곡성역	1.2	곡성역	0.2
광주송정역	5.4	광명역	11.1	광명역	8.1
구례역	0.4	광주송정역	6.7	광주송정역	7.0
나주역	3.1	구례구역	0.8	구례구역	0.2
남원역	2.3	나주역	1.0	나주역	1.7
동탄역	0.4	남원역	4.8	남원역	3.2
목포역	3.3	남춘천역	0.2	대전역	0.2
서울역	8.1	목포역	2.2	동탄역	0.2
수원역	0.2	부산역	0.2	목포역	2.3
순천역	5.0	서울역	9.7	부산역	0.4
여수엑스포역	1.2	순천역	4.2	부평역	0.2
여천역	2.5	여수엑스포역	3.2	서울역	14.0
오송역	3.3	여천역	0.4	순천역	3.4
용산역	16.1	오송역	4.6	여수엑스포역	6.4
익산역	10.3	용산역	20.8	여천역	1.9
전주역	10.7	익산역	9.5	오송역	4.4
정읍역	7.0	전주역	10.9	용산역	22.0
천안아산역	6.0	정읍역	2.8	익산역	8.9
행신역	1.0	천안아산역	2.4	전주역	7.6
		행신역	3.4	정읍역	2.3
		홍성역	0.2	천안아산역	3.4
				행신역	2.1

- 도착역은 용산역이 22.0%로 가장 높게 나타났고, 서울역(14.0%), 익산역(8.9%), 광명역(8.1%), 전주역(7.6%) 순이므로 나타났음
  - 용산역과 서울역의 비중이 지속적으로 증가하고 있어 서울로의 이동수요가 확대되고 있음

## 2. 하차자 이동동선

〈표 5〉 하차자 출발지역

(단위: %)

2021		2022		2023	
경기도	19.2	경기도	16.7	경기도	17.9
경북	0.2	광주시	7.7	경북	0.2
광주광역시	4.5	대구시	0.4	광주시	4.3
서울시	26.0	부산시	0.4	부산시	0.2
세종시	0.4	서울시	27.2	서울시	34.8
전남	11.6	인천시	0.8	세종시	0.2
전북	30.2	전남	8.1	인천시	1.3
충남	3.9	전북	30.7	전남	12.5
충북	3.9	충남	2.2	전북	23.1
		충북	5.7	충남	1.7
				충북	3.9

- 조사된 KTX 공주역 하차자는 총 537명이었으며, 서울의 비중이 34.8%로 가장 높게 나타났으며, 전북(23.1%), 경기(17.9%) 순
  - 서울에서 출발한 승객의 비중이 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타남

〈표 6〉 하차자 방문시도

(단위: %)

2021		2022		2023	
대전	0.8	대전	0.6	대전	0.2
세종	0.4	세종	0.8	세종	0.2
충남	98.8	충남	98.6	충남	99.6

- 하차자 방문시도는 충남이 99.6%로 가장 높게 나타났고, 대전(0.2%), 세종(0.2%) 순으로 나타남
  - 2023년에는 세종시와 대전시의 방문 수요가 모두 감소하였는데 세종시의 경우 오송역 수요를 공주역으로 유도할 필요가 있음
  - 세종시의 경우 도로개통, 대중교통 접근성 등이 개선된다면 세종시 수요가 크게 증가할 것임

〈표 7〉 하차자 출발역

(단위: %)

2021		2022		2023	
곡성역	0.6	곡성역	0.6	곡성역	0.4
광명역	13.8	광명역	11.6	광명역	13.8
광주송정역	4.5	광주송정역	7.7	광주송정역	4.3
구례구역	0.6	구례구역	0.4	구례구역	0.6
나주역	1.7	나주역	1.8	나주역	0.7
남원역	2.9	남원역	3.0	남원역	2.4
동탄역	0.2	대구역	0.4	목포역	3.2
목포역	2.1	목포역	1.0	부산역	0.2
서울역	6.6	부산역	0.4	서울역	13.2
순천역	3.1	서울역	8.3	수서역	0.2
안동역	0.2	순천역	2.4	순천역	3.5
여수엑스포역	1.0	여수엑스포역	1.6	여수엑스포역	2.8
여천역	2.5	오송역	5.7	여천역	1.3
오송역	4.3	용산역	19.1	오송역	4.3
용산역	20.7	익산역	13.6	용산역	22.5
익산역	12.8	전주역	8.5	익산역	9.5
전주역	8.7	정읍역	5.9	전주역	7.3
정읍역	5.8	천안아산역	2.2	정읍역	3.9
천안아산역	3.9	행신역	5.5	천안아산역	1.9
행신역	3.9			행신역	4.1

- 하차자의 출발역은 용산역이 22.5%로 가장 높게 나타났으며, 광명역(13.8%), 서울역(13.2%) 순으로 나타났음
- 2022년과 비교하면 용산역과 서울역의 비중이 증가하였음

### 3. 교통수단

〈표 8〉 공주역까지 올 때 교통수단

(단위: %)

구분	자가용	시내버스	시외버스	택시	관광버스	렌터카/ 공유카	도보
2021 [전체]	63.5	18.7	0.2	14.3	0.0	3.2	0.2
2022 [전체]	59.2	20.6	0.5	16.3	0.0	3.5	0.0
2023 [전체]	62.1	18.8	0.5	13.1	0.2	5.4	0.0
10 대	66.0	15.3	0.6	14.7	0.3	3.1	0.0
20 대	58.4	22.1	0.3	11.5	0.0	7.7	0.0
30 대	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
40 대	24.6	60.7	0.8	9.8	0.0	4.1	0.0
50 대	53.2	14.9	0.0	20.2	0.0	11.7	0.0
60대 이상	67.5	4.8	0.8	19.8	0.0	7.1	0.0

- 공주역까지 올 때 교통수단으로는 자가용이 62.1%로 가장 높게 나타났고, 시내버스가 18.8%, 택시가 13.1%로 나타났음
  - 2022년에 비해 자가용의 이용 비율이 증가했고, 시내버스, 택시의 비율은 감소하였지만 공유카/렌터카의 이용률은 조금씩 증가하고 있음
  - 여전히 자가용의 비중이 매우 높게 나타나고 있는데 이는 아직까지 대중교통이 불편하기 때문

〈표 9〉 공주역에서 목적지로 이동시 교통수단

(단위: %)

구분	자가용	시내버스	시외버스	택시	관광버스	렌터카/ 공유카	시티투어	도보
2021 [전체]	55.0	19.2	0.2	16.9	0.4	8.3	0.0	0.0
2022 [전체]	54.3	21.9	0.2	15.7	0.2	7.8	0.0	0.0
2023 [전체]	58.5	16.6	0.3	13.6	0.0	10.7	0.1	0.1
10 대	53.8	38.5	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
20 대	20.0	57.3	0.0	11.8	0.0	10.9	0.0	0.0
30 대	51.4	16.2	1.8	18.0	0.0	11.7	0.9	0.0
40 대	60.0	3.7	0.0	13.3	0.0	23.0	0.0	0.0
50 대	71.2	5.8	0.0	15.4	0.0	7.1	0.0	0.6
60대 이상	77.9	8.1	0.0	10.7	0.0	3.4	0.0	0.0

- 공주역에서 목적지로 이동시 교통수단으로는 자가용이 58.5%로 가장 높게 나타났고, 시내버스가 16.6%, 택시가 13.6%로 나타났음
  - 대중교통 수단인 시내버스와 비교하여 자가용이나 택시의 이용 비중이 상당히 높은 것으로 나타났지만 20대 청년들의 경우 목적지로 이동시 시내버스 이용률이 57.3%로 매우 높게 나타남

### [모니터링 결과]

- 2023년에도 여전히 대전과 세종시민의 이용수요는 저조
  - 공주-세종, 공주-대전을 잇는 간선급행버스를 구축하여, 대전과 세종 시민들을 KTX 공주역으로 유인해야 함
- 2023년에도 공주역까지 이동수단은 대중교통보다는 자가용의 이용비율이 매우 높음
  - 배차간격, 버스노선 개편 등 대중교통 이용확대를 위한 대응방안 마련 필요



## 03 공주역 이용현황

〈표 10〉 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
2023 [전체]		51.3	7.1	10.5	17.3	13.8
성 별	남 자	46.1	11.3	9.6	15.9	17.2
	여 자	56.3	3.1	11.4	18.7	10.6
연 령	10 대	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3
	20 대	35.2	4.4	44.1	13.2	3.1
	30 대	49.2	14.9	7.2	19.5	9.2
	40 대	50.0	11.4	1.3	22.0	15.3
	50 대	55.0	6.3	1.5	15.2	21.9
	60대 이상	65.4	0.8	0.0	18.1	15.8

- 공주역 방문목적으로는 귀가를 포함한 개인용무의 비율이 51.3%로 가장 높았고, 관광목적이 17.3%로 다음 순
  - 2021년부터 관광목적의 방문 비율이 지속적으로 증가(8.3%→13.3%→17.3%)하고 있어 관광활성화 정책의 효과가 나타나고 있음

〈표 11〉 공주역 인지체계

(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
2023 [전체]		34.2	8.3	35.9	0.2	2.4	18.9	0.0
성 별	남 자	32.9	9.6	39.2	0.5	2.0	15.7	0.0
	여 자	35.4	7.1	32.8	0.0	2.8	21.9	0.0
연 령	10 대	33.3	20.0	40.0	0.0	0.0	6.7	0.0
	20 대	49.3	5.7	34.4	0.0	0.9	9.7	0.0
	30 대	53.8	8.7	24.6	0.0	1.5	11.3	0.0
	40 대	40.7	8.1	32.2	0.4	2.5	16.1	0.0
	50 대	21.9	7.4	45.7	0.0	3.0	21.9	0.0
	60대 이상	13.1	10.8	38.8	0.8	3.8	32.7	0.0

- 공주역 인지체계는 지역에 있는 역이어서가 35.9%로 가장 높게 나타났으며, 인터넷, SNS를 통해서가 34.2%로 다음 순
  - 2022년에 비해 인터넷·SNS를 통한 인지도가 크게 감소(41.7%→34.2%)하였는데, 지속적인 SNS 홍보방안 마련 필요
- 그러나 여행사를 통한 인지체계는 0.2%로 오히려 감소
  - 관광수요를 확대하기 위해서는 여행사를 통한 관광상품의 개발이 필요한데 아직까지 관광상품을 통한 방문은 저조한 편
  - 연령별로 공주역 인지체계가 다른데, 홍보의 효과성을 높이기 위한 연령별 차별화 홍보전략 필요

〈표 12〉 SNS 이용매체

(단위: %)

구분		블로그	유튜브	페이스북	인스타 그램	포털 사이트	코레일 홈피/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
2023 [전체]		28.7	24.1	5.1	18.5	21.9	1.7
성 별	남 자	31.6	24.9	4.1	14.0	22.3	3.1
	여 자	26.1	23.4	6.0	22.5	21.6	0.5
연 령	10 대	0.0	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	20 대	22.3	17.9	5.4	27.7	25.0	1.8
	30 대	35.2	22.9	2.9	21.9	15.2	1.9
	40 대	27.1	30.2	7.3	16.7	16.7	2.1
	50 대	28.8	20.3	6.8	6.8	35.6	1.7
	60대 이상	38.2	29.4	0.0	5.9	26.5	0.0

- SNS 이용매체의 경우 여전히 블로그가 28.7%로 가장 높게 나타났으며, 유튜브, 포털 사이트 순으로 나타남
  - 2022년에 비해 블로그와 페이스북의 영향력이 크게 감소하였고, 포털사이트와 인스타그램의 영향력은 증가하였음
  - 특히 10대의 경우 유튜브 이용률이 80.0%로 매우 높게 나타났고 20대는 인스타그램의 이용률이 가장 높게 나타났음
  - 코레일 홈페이지나 웹(어플)의 이용률은 여전히 저조한 편으로 코레일에 공주에 대한 홍보를 요청할 필요가 있음

〈표 13〉 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
2023 [전체]	50.3	11.2	5.2	1.8	1.8	28.8	0.8
성별	남자	51.5	12.1	3.9	1.9	28.7	0.6
	여자	49.2	10.4	6.3	1.8	28.9	1.1
연령	10대	33.3	20.0	20.0	6.7	20.0	0.0
	20대	53.3	7.0	5.7	1.8	26.9	4.0
	30대	53.8	9.2	4.6	1.5	29.2	0.0
	40대	53.4	11.0	5.5	1.3	28.0	0.0
	50대	45.4	14.1	4.1	1.9	31.2	0.4
	60대 이상	48.5	13.1	5.0	2.3	28.8	0.0

- 고속버스보다 KTX를 선택한 이유로는 빠르게 도착할 수 있어서가 50.3%로 가장 높게 나타났고 버스보다 기차가 편리하고 좋아서가 28.8%로 다음 순이었음
  - 2022년과 비교하여 큰 차이는 나타나지 않았음
  - 시민들이 KTX를 이용하는 주된 이유는 빠름인데, 지리적 불리함이 이와 같은 장점을 크게 상쇄하고 있어 이용률이 저조한 상황

〈표 14〉 공주역 이용시 가장 만족스러웠던 사항

(단위: %)

구분		주변도시 와의 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
2023 [전체]		4.7	2.6	48.8	3.2	86.3	54.1	0.4
성별	남자	4.4	2.7	53.6	3.1	85.3	50.7	0.3
	여자	4.9	2.4	44.3	3.4	87.2	57.3	0.0
연령	10대	13.3	6.7	86.7	0.0	66.7	26.7	0.5
	20대	3.5	4.0	31.3	3.1	91.2	66.5	0.0
	30대	5.1	3.1	50.3	2.6	83.6	54.4	0.0
	40대	4.7	2.5	56.8	3.0	84.7	47.9	1.0
	50대	4.8	1.9	53.9	3.3	84.4	51.7	0.4
	60대 이상	4.6	1.5	48.5	4.2	88.5	52.7	0.0

주: 복수응답으로 행의 합이 100이 아님

- 복수응답으로 파악한 공주역 이용 시 가장 만족스러웠던 사항으로는 청결한 시설이 86.3%로 가장 높게 나타났고, 이동시간 단축(54.1%), 주차시설 만족(48.8%) 순으로 나타났음
- 2022년에 비해 편의시설에 대한 만족도가 크게 감소(12.9%→3.2%)하여 편의시설에 대한 대책 필요
- 공주역의 경우 주차장의 만족도는 다소 증가(43.7%→48.8%)

〈표 15〉 공주역 이용시 가장 불만족스러웠던 사항

(단위: %)

구분	휴식 공간 부족	편의 시설 부족	교통 수불편	노약 자/ 장애 시설 부족	관광 정보 부족	안내 표지 판 부족	중장 년 실 불편	음식 점 부재	특산 품 판 매 부재	공주 역 홍 미 흡	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	
2023 [전체]	10.9	52.2	51.9	2.2	4.9	4.2	0.8	46.2	14.6	11.3	0.7	
성별	남자	10.2	52.0	52.4	2.6	5.3	4.4	46.9	14.0	10.9	0.5	
	여자	11.5	52.4	51.5	1.8	4.5	4.1	45.5	15.3	11.7	0.8	
연령	10대	13.3	46.7	46.7	0.0	20.0	13.3	0.0	53.3	6.7	0.0	0.0
	20대	12.3	55.1	61.2	0.0	3.5	4.4	1.8	43.2	8.8	7.0	2.6
	30대	12.3	54.9	52.8	0.5	4.1	5.1	0.5	46.7	13.8	8.7	0.0
	40대	8.5	54.2	51.3	0.8	5.1	3.8	0.8	49.2	14.0	12.3	0.0
	50대	10.4	50.9	49.8	1.5	6.7	4.1	0.7	46.1	16.7	13.0	0.0
	60대 이상	11.2	47.7	46.2	7.3	3.8	3.5	0.4	45.4	19.2	15.0	0.4

주: 복수응답으로 행의 합이 100이 아님

- 공주역 이용 시 가장 불만족스러웠던 사항으로는 편의시설부족이 52.2%로 가장 높게 나타났고 교통수단 불편과(51.9%)과 음식점 부재(46.2%)도 높게 나타났다.
  - 공주역은 3대 불편사항(①편의시설, ②교통수단, ③음식점 부재)에 대한 개선방안 마련이 필요한데 인근 시군과의 협력을 통한 시책발굴도 필요한 시점
  - 시군 공동 특산물 판매시설, 시군 공동 토속식당 등을 통해 불만요소를 줄여 나가야 함

### [모니터링 결과]

- 관광목적의 이용비율이 지속적으로 증가하고 있음
  - 관광수요가 지속적으로 증가하고 있어 관광상품, 특산품, 숙박시설 등에 대한 관리 방안 마련 필요
- 여행사를 통한 인지율은 여전히 매우 낮음
  - 관광객 확대를 위해서 여행사와 연계한 다양한 관광상품 개발 및 지원 필요
- 블로그와 페이스북의 영향력 감소, 인스타그램 영향력 증가
  - 영향력이 증가하는 매체에 대한 홍보 필요
  - 10대의 경우 유튜브 활용, 20대의 경우 인스타그램 활용 등 연령별 홍보 전략 마련
- KTX 선호이유는 빠름인데 지리적 여건이 장점을 상쇄
  - 빠름의 장점을 살리기 위한 시군으로의 접근성 개선 필요
- 공주역 3대 불편사항(편의시설, 교통수단, 음식점 부재)에 대한 별도의 검토 필요
  - 인근 시군과의 협력사업 발굴 등 새로운 차원에서의 시책발굴 필요

## 04 관광객 부가조사

- 코로나19로 인해 조사기간 동안 관광계획이 있는 이용객 수는 337명이었으며 10대 관광객은 조사되지 않았음

〈표 16〉 관광상품 이용여부

(단위: %)

구분		예	아니오
2021 [전체]		10.7	89.3
2022 [전체]		0.7	99.3
2023 [전체]		1.5	98.5
성 별	남 자	0.7	99.3
	여 자	2.0	98.0
연 령	20 대	0.0	100.0
	30 대	3.1	96.9
	40 대	1.3	98.7
	50 대	0.0	100.0
	60대 이상	2.4	97.6

- 관광계획이 있는 이용객 중 1.5%만이 코레일여행 등 관광상품을 통해 공주역을 이용하였음
  - 2022년에 비해 관광상품을 이용한 관광객이 다소 증가했지만, 여전히 상품 다양성이 부족한 것으로 나타남
  - 특히 20대의 경우 관광상품 이용률은 전무한 실정
  - 대부분 자유여행으로 나타나 자유여행이 현재 공주시의 관광 트렌드로 여겨지며, 이에 적합한 여행객을 위한 콘텐츠 개발 필요
  - 그러나 관광상품을 통한 여행객 확대도 필요한 만큼 코레일과 연계한 공주시만의 특색있는 관광상품의 개발 필요

〈표 17〉 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
2023 [전체]		69.7	88.7	23.4	2.7	1.8
성 별	남 자	64.2	88.8	26.1	2.2	3.7
	여 자	73.4	88.7	21.7	3.0	0.0
연 령	20 대	88.5	82.7	19.2	3.8	0.0
	30 대	70.3	92.2	20.3	3.1	0.0
	40 대	73.7	92.1	35.5	0.0	0.0
	50 대	71.0	83.9	21.0	0.0	1.6
	60대 이상	53.0	90.4	19.3	6.0	4.8

주: 복수응답으로 행의 합이 100이 아님

- 복수응답으로 질문한 관광목적으로는 세계유산방문, 사찰방문 등 여행이 88.7%로 가장 높게 나타났고, 지역 축제 또는 관련 지역방문이 69.7%로 다음 순이었음
  - 지역축제 또는 관련 지역방문, 세계유산, 사찰방문 등 여행, 지역 체험프로그램 참여 비율은 증가했지만 시티투어의 비율은 2022년에 비해 크게 감소
  - 20대의 경우 지역 축제에 대한 관심도가 다른 연령층보다 높은 것으로 나타남

〈표 18〉 방문지

(단위: %)

		백제 문화 제 축제 장 /금강	무령 왕릉 과 왕릉 원	공산 성	마곡 사	계룡 산	갑사	석장 리 축 제 장 석 장 리 박 물 관	금학 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
2023[전체]		26.7	57.9	73.3	28.2	19.0	13.6	30.0	14.2	35.0	28.5	46.0	1.8
성 별	남자	29.9	58.2	70.1	19.4	21.6	17.9	31.3	16.4	32.8	21.6	40.3	0.0
	여자	24.6	57.6	75.4	34.0	17.2	10.8	29.1	12.8	36.5	33.0	49.8	2.5
연 령	20대	38.5	57.7	71.2	30.8	15.4	7.7	30.8	5.8	25.0	36.5	42.3	0.0
	30대	23.4	62.5	75.0	15.6	14.1	7.8	28.1	18.8	35.9	26.6	45.3	0.0
	40대	22.4	61.8	77.6	17.1	15.8	10.5	22.4	21.1	51.3	31.6	44.7	0.0
	50대	17.7	58.1	77.4	30.6	29.0	17.7	38.7	11.3	33.9	27.4	45.2	0.0
	60대 이상	32.5	50.6	66.3	44.6	20.5	21.7	31.3	12.0	26.5	22.9	50.6	3.6

주: 복수응답으로 행의 합이 100이 아님

- 관광시 방문지로는 공산성이 73.3%로 가장 높게 나타났고, 무령왕릉과 왕릉원이 57.9%, 한옥마을이 46.0%로 다음 순이었음
  - 2021년부터 공산성의 방문비율이 지속적으로 감소하고 있고, 백제문화제 축제장 및 금강의 방문비율은 지속적으로 증가하고 있음
  - 특히 원도심/제민천의 비율이 다소 감소(38.6%→28.5%)하였는데, 야행, 야시장 등 원도심의 다양한 볼거리에 대한 홍보 필요
- 특히 한옥마을의 경우 방문비율이 다소 증가(35.9%→46.0%)하였는데, 한옥마을이 어느 정도 자리를 잡아가고 있다고 여겨지며, 인지도를 높이기 위한 한옥의 관리와 한옥 관련 콘텐츠 개발은 지속적으로 이루어져야 할 것임

〈표 19〉 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
2023 [전체]		38.9	46.9	14.2	1.82
성 별	남자	38.1	44.8	17.2	1.87
	여자	39.4	48.3	12.3	1.79
연 령	20대	30.8	53.8	15.4	1.92
	30대	43.8	39.1	17.2	1.91
	40대	40.8	47.4	11.8	1.72
	50대	43.5	46.8	9.7	1.69
	60대	34.9	48.2	16.9	1.89

- 지난 2년간 방문횟수는 평균 1.82회 정도로 나타났음
  - 2022년에 비해 평균 방문횟수가 다소 높아졌으며, 특히 2회나 3회 이상 방문이 증가하여 볼거리가 보다 풍부해졌다고 할 수 있음
  - 과거에는 50~60대의 평균 방문횟수가 높았는데, 2023년에는 20~30대의 평균 방문횟수가 더 높게 나타나고 있음
- 2020년 조사 때부터 지속적으로 평균 방문 횟수가 감소(평균 1.74회→1.56→1.44)하였는데, 2023년은 1.82회로 증가하여, 공주시 관광이 활성화되고 있음
  - 특히 20대의 지난 2년간 평균 방문횟수가 크게 증가했는데(평균 1.24회→1.92회) 이를 통해 공주시에 청년층을 위한 콘텐츠가 생성되고 있음을 알 수 있음
  - 따라서 청년들을 위한 볼거리, 놀이문화 등을 지속적으로 발굴할 필요성이 있음



〈표 20〉 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
2023 [전체]		4.2	9.5	36.2	50.1	0.0
성 별	남자	5.2	14.2	36.6	44.0	0.0
	여자	3.4	6.4	36.0	54.2	0.0
연 령	20대	5.8	28.8	7.7	57.7	0.0
	30대	4.7	18.8	35.9	40.6	0.0
	40대	6.6	3.9	61.8	27.6	0.0
	50대	3.2	1.6	29.0	66.1	0.0
	60대	1.2	1.2	36.1	61.4	0.0

- 친구 및 회사동료들과의 관광이 50.1%로 가장 높았으며, 가족들과 여행이 36.2%로 다음 순
  - 2022년에 비해 혼자여행의 비율이 약간 감소하고 연인과의 여행비율이 증가
  - 그럼에도 개인여행보다는 단체로 움직이는 관광이 많아 개인이나 연인과의 여행을 위한 콘텐츠 발굴 필요

〈표 21〉 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
2023 [전체]		42.4	9.5	0.6	9.8	0.6	36.8	0.3
성 별	남자	36.6	10.4	1.5	14.2	0.7	35.8	0.7
	여자	46.3	8.9	0.0	6.9	0.5	37.4	0.0
연 령	20대	26.9	21.2	1.9	15.4	0.0	32.7	1.9
	30대	29.7	10.9	1.6	9.4	1.6	46.9	0.0
	40대	32.9	2.6	0.0	9.2	1.3	53.9	0.0
	50대	54.8	4.8	0.0	3.2	0.0	37.1	0.0
	60대 이상	61.4	10.8	0.0	12.0	0.0	15.7	0.0

- 관광지까지의 교통수단은 자가용이 42.4%로 가장 높았고 렌터카 및 공유카의 이용비율이 36.8%로 다음 순

- 관광지까지 이동시 자가용의 비율이 높다는 것은 가족이나 친지방문 등과 관광이 병행되는 구조 때문으로 여겨져, 순수관광객의 확대방안 마련 필요

〈표 22〉 관광 일정

(단위: %)

구분		당일여행	1박 2일	2박 3일	3박 4일
2021 [전체]		21.7	67.9	10.4	0.0
2022 [전체]		21.9	74.0	4.1	0.0
2023 [전체]		19.0	65.3	15.4	0.3
성 별	남자	25.4	62.7	11.2	0.7
	여자	14.8	67.0	18.2	0.0
연 령	20대	21.2	69.2	9.6	0.0
	30대	12.5	65.6	21.9	0.0
	40대	17.1	61.8	21.1	0.0
	50대	16.1	71.0	12.9	0.0
	60대 이상	26.5	61.4	10.8	1.2

- 공주시 방문의 경우 1박 2일 방문이 65.3%로 가장 높았고 당일여행이 19.0%로 다음 순이었음
  - 당일여행보다 1박 2일 비율이 높기 때문에 공주시 숙박시설에 대한 검토 및 고급화 방안도 고민해야 될 것으로 여겨짐
  - 아울러 2박 3일 일정의 관광이 크게 증가(4.1%→15.4%)하였는데 볼거리의 다양화를 통해 관광객의 장기숙박을 유도할 필요성도 있음

〈표 23〉 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
2023 [전체]		14.3	2.2	3.3	13.6	19.4	39.6	3.3	4.4
성 별	남자	9.0	3.0	4.0	19.0	19.0	42.0	3.0	1.0
	여자	17.3	1.7	2.9	10.4	19.7	38.2	3.5	6.4
연 령	20대	24.4	9.8	2.4	19.5	4.9	26.8	9.8	0.0
	30대	21.4	0.0	1.8	19.6	7.1	39.3	5.4	5.4
	40대	14.3	1.6	3.2	9.5	7.9	55.6	0.0	7.9
	50대	9.6	0.0	3.8	7.7	28.8	46.2	0.0	0.0
	60대 이상	4.9	1.6	4.9	13.1	44.3	26.2	3.3	0.0

- 숙박 장소로는 펜션이 39.6%로 가장 높게 나타났고, 지인집(19.4%), 게스트하우스(14.3%) 순이었음
- 2022년에 비해 공유숙박의 비율이 감소하였고, 게스트하우스 비율이 증가
- 공유숙박의 인기가 감소하고 있으며, 게스트하우스의 이용비율이 증가하는 만큼 불법영업이나 안전시설에 대한 관리 필요

### [모니터링 결과]

- 여전히 여행사 관광상품 이용률 낮음
  - 자유여행 트렌드에 부합하는 관광상품 개발 필요
- 시티투어 관광객 크게 감소(20.7%→2.7%)
  - 매력적인 도시를 위한 콘텐츠 발굴 필요
- 원도심/제민천 방문 비율 감소(38.6%→28.5%)
  - 야행, 야시장 등 원도심의 다양한 볼거리에 대한 홍보 필요
- 2020년 조사 때부터 지속적으로 평균 방문 횟수가 감소(평균 1.74회→1.56→1.44) 하였는데, 2023년은 1.82회로 증가
  - 특히 20대의 지난 2년간 평균 방문횟수가 크게 증가했는데(평균 1.24회→1.92회) 이를 통해 공주시에 청년층을 위한 콘텐츠가 생성되고 있음을 알 수 있으며, 지속적으로 청년들을 위한 새로운 놀거리, 먹거리 등 발굴 필요
- 2022년에 비해 혼자여행의 비율이 감소하고 연인과의 여행비율이 증가
  - 개인여행보다는 단체관광이 많아 개인이나 연인과의 여행을 위한 콘텐츠 발굴 필요
- 관광지까지의 이동수단으로 자가용이 가장 높음
  - 관광지까지 이동시 자가용의 비율이 높다는 것은 가족이나 친지방문 등과 관광이 병행되는 구조 때문으로 여겨져, 순수관광객의 확대방안 마련 필요
- 2박 3일 일정의 관광이 크게 증가(4.1%→15.4%)
  - 볼거리, 먹거리의 다양화를 통해 장기숙박을 유도할 필요성 있음
- 2022년에 비해 공유숙박의 비율이 감소하였고, 게스트하우스 비율이 증가
  - 공유숙박의 인기가 감소하고 있으며, 게스트하우스의 이용비율이 증가하는 만큼 불법영업이나 안전시설에 대해 철저한 관리 필요

# 05

## 공주역 홍보 및 활성화 방안

〈표 24〉 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
2023 [전체]		1.82	2.54	2.59	2.60	2.56	3.39
성 별	남자	1.80	2.52	2.59	2.57	2.55	3.39
	여자	1.85	2.56	2.59	2.64	2.56	3.40
연 령	10대	1.87	2.07	2.20	2.07	2.33	3.20
	20대	1.78	2.33	2.38	2.51	2.32	3.37
	30대	1.80	2.43	2.48	2.54	2.44	3.38
	40대	1.80	2.51	2.50	2.59	2.56	3.40
	50대	1.85	2.67	2.75	2.67	2.69	3.41
	60대 이상	1.88	2.73	2.78	2.70	2.72	3.42

- 공주역 이미지는 깨끗하고 청정한 역이 3.39점으로 가장 높게 나타났고, 쾌적한 편의시설을 갖춘 역이 2.60점으로 다음 순이었음
  - 2021년부터 지속적으로 깨끗하고 청정한 역의 이미지가 가장 높게 나타남
- 그러나 시군 접근성이 좋은 역이라는 이미지는 1.82점으로 가장 낮음
  - 인근 시군과 협력하여 시군접근성 개선을 위한 공동사업발굴 필요

〈표 25〉 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
2023[전체]	3.02	3.31	3.53	3.46	3.41	3.34	3.48
성 별	남자	3.01	3.30	3.53	3.47	3.43	3.35
	여자	3.02	3.31	3.53	3.45	3.38	3.33
연 령	10대	3.33	3.33	3.40	3.33	3.40	3.40
	20대	2.91	3.23	3.47	3.33	3.33	3.20
	30대	3.03	3.28	3.51	3.48	3.34	3.35
	40대	3.03	3.29	3.52	3.49	3.33	3.36
	50대	3.04	3.36	3.57	3.49	3.38	3.38
	60대 이상	3.04	3.36	3.58	3.51	3.50	3.39

- 공주역 홍보시 가장 필요한 이미지는 문화관광 관문이 3.53점으로 가장 높게 나타났고 깨끗하고 청정한 역이 3.48점으로 다음 순이었음
- 이전과 다르게 공주역 이용객들의 문화관광 관문에 대한 관심도가 높아진 것으로 여겨지며, 공주시는 공주역 활성화를 위해 문화·관광의 관문 이미지를 더욱 홍보해야 함

〈표 26〉 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
2023 [전체]	26.5	5.4	25.2	23.9	4.6	14.5	0.0
성 별	남자	26.5	6.1	25.4	23.5	4.4	14.0
	여자	26.5	4.7	25.0	24.2	4.7	14.9
연 령	10대	33.3	6.7	33.3	13.3	6.7	6.7
	20대	27.8	4.0	37.9	18.9	4.0	7.5
	30대	26.2	4.6	32.3	23.6	5.1	8.2
	40대	31.4	6.4	22.9	25.4	5.5	8.5
	50대	26.8	7.1	20.8	26.0	4.8	14.5
	60대 이상	20.4	4.6	15.0	25.4	3.5	31.2

- 가장 중요한 홍보수단으로는 인터넷 광고가 26.5%로 가장 높게 나타났고, SNS 홍보(25.2%), 관광상품 연계(23.5%) 순으로 나타남
- 이용객들이 생각하는 주요 홍보수단은 연령마다 조금씩 다르게 나타나는데 연령별 홍보방안 마련 필요

〈표 27〉 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
2023전체		15.6	26.0	5.4	15.9	5.5	5.3	3.1	11.6	8.9	2.7
성 별	남자	16.0	25.3	5.1	18.4	4.9	5.3	3.4	10.6	7.7	3.2
	여자	15.1	26.8	5.7	13.5	6.0	5.4	2.8	12.5	10.1	2.3
연 령	10대	13.3	20.0	0.0	0.0	6.7	6.7	13.3	13.3	26.7	0.0
	20대	13.7	30.8	4.8	14.5	4.8	4.0	3.5	11.5	8.4	4.0
	30대	16.9	23.6	2.6	15.9	5.1	5.6	2.6	11.8	10.8	5.1
	40대	19.9	25.4	3.8	17.8	5.5	6.4	2.1	10.6	6.8	1.7
	50대	14.9	24.2	4.8	17.5	4.8	5.9	4.5	11.9	9.3	2.2
	60대 이상	13.1	26.5	10.4	14.6	6.9	4.6	1.9	11.9	8.5	1.5

- 공주역을 홍보할 때 가장 중요한 관광자원으로는 여전히 공산성이 26.0%로 가장 높게 나타났고, 무령왕릉과 왕릉원(15.6%), 계룡산(15.9% 순이었음
- 2022년에 비해 공산성, 무령왕릉과 왕릉원, 계룡산 등 전통적인 관광지의 비율이 다소 감소하였고, 금학생태공원, 구도심(한옥마을, 제민천)의 비율은 증가하여 새로운 관광자원의 활성화 노력 필요

〈표 28〉 공주역 홍보를 위한 주요 축제

(단위: %)

구분		계룡 산 벚꽃 제 축 제 및 산 신 제	갑사 매 화 축 제	마곡 신 록 축 제	석장 리 석 기 축 제	공 주 공 화 축 제	금강 여 름 축 제	백제 문 화 제	겨울 공 주 밤 축 제	금강 연 미 비 엔 날 레	공 주 국 립 미 술 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
2023[전체]		12.8	4.7	6.4	9.0	4.2	4.1	44.2	8.2	4.2	2.4	0.0
성 별	남자	13.0	5.3	5.6	9.9	3.8	4.8	45.1	6.8	3.1	2.7	0.0
	여자	12.7	4.1	7.1	8.1	4.5	3.4	43.3	9.4	5.2	2.1	0.0
연 령	10대	6.7	13.3	6.7	6.7	6.7	20.0	40.0				0.0
	20대	9.3	4.0	5.7	10.1	4.8	3.1	48.5	4.8	6.6	3.1	0.0
	30대	14.4	3.1	5.6	11.8	4.1	4.1	43.6	7.2	3.1	3.1	0.0
	40대	14.4	4.7	4.7	9.7	5.5	6.4	40.3	6.8	5.1	2.5	0.0
	50대	13.0	5.6	7.8	7.8	4.5	3.7	43.5	9.3	2.6	2.2	0.0
	60대 이상	13.5	5.0	7.7	6.5	1.9	2.3	45.4	12.3	3.8	1.5	0.0

- 공주역을 홍보할 때 가장 중요한 축제로는 백제문화제가 44.2%로 가장 높게 나타났고, 계룡산 벚꽃축제 및 산신제(12.8%), 석장리구석기축제(9.0%) 순이었음
- 2022년에 비해 백제문화제의 비율이 다소 감소하였지만 가장 중요한 축제의 이미지는 압도적

〈표 29〉 지역 관광활성화를 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
2023 [전체]	13.7	25.5	24.5	10.7	12.6	12.1	0.8
성 별	남자	13.5	26.8	23.9	10.9	12.1	0.3
	여자	14.0	24.4	25.0	10.6	13.0	1.3
연 령	10대	6.7	20.0	20.0	20.0	13.3	0.0
	20대	10.6	26.4	26.4	10.1	12.3	1.3
	30대	13.8	25.6	23.1	10.3	14.9	1.0
	40대	14.8	24.6	23.7	11.9	12.3	0.4
	50대	14.9	24.9	22.7	11.5	12.3	0.0
	60대 이상	14.6	26.5	26.5	9.2	10.8	1.5

- 지역 관광활성화를 위해 개선해야 하는 상품이나 시설로는 숙박 등 체류시설이 25.5%로 가장 높게 나타났고, 음식점 등 먹거리가 24.5%로 다음 순
- 2022년에 비해 큰 차이는 나타나지 않았지만, 지역특산물/기념품에 대한 비율이 다소 증가하여 역사내 지역특산물이나 기념품 전문매장 개설 필요

〈표 30〉 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
2023 [전체]		23.9	25.5	20.4	21.5	8.7	0.0
성 별	남자	25.8	24.6	21.2	19.5	9.0	0.0
	여자	22.1	26.5	19.6	23.5	8.3	0.0
연 령	10대	26.7	33.3	6.7	26.7	6.7	0.0
	20대	23.8	26.4	16.3	27.8	5.7	0.0
	30대	23.6	26.2	16.9	24.6	8.7	0.0
	40대	22.9	24.2	18.6	25.4	8.9	0.0
	50대	23.8	22.7	26.4	18.2	8.9	0.0
	60대 이상	25.0	28.1	22.7	13.5	10.8	0.0

- 공주역 홍보를 위해서 우선적으로 추진해야 할 사업으로는 공주역의 편의시설 및 콘텐츠 홍보가 25.5%로 가장 높게 나타났고, 문화유산, 축제 등 인근 관광 정보 홍보(23.9%), 온라인 홍보강화(21.5%) 순으로 나타났음
- 2022년에 비해 공주역 편의시설 및 콘텐츠 홍보비율이 크게 감소하였는데 보다 다양한 관점에서 다각도 홍보방안을 고민할 시점으로 여겨짐

〈표 31〉 공주역 활성화를 위한 사업 필요성

(단위: 5점척도 평균)

구분	도로망 확대	대중교통 확대	기차 운행시간 확대 및 조정	역 주변 상권 활성화	주변 공원 문화육성 확대	주변 관광지 및 관광상품 홍보 강화	공주역 홍보 강화	역 이용자 대상 주요 관광지 할인혜택 제공	정기인근자 통학자 인터넷 제공	역내 공간 확대	역내 음식점 편의시설 휴게시설 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
2023 [전체]	4.45	4.59	4.48	4.23	4.25	4.25	4.28	4.26	4.22	4.12	4.30
성 별	남자	4.58	4.47	4.23	4.26	4.27	4.28	4.27	4.20	4.10	4.31
	여자	4.45	4.61	4.48	4.24	4.22	4.29	4.26	4.24	4.14	4.30
연 령	10대	4.47	4.40	4.27	4.60	4.27	4.20	4.13	4.27	4.00	4.20
	20대	4.38	4.64	4.48	4.24	4.31	4.23	4.22	4.34	4.05	4.30
	30대	4.38	4.57	4.49	4.24	4.23	4.27	4.23	4.21	4.08	4.29
	40대	4.41	4.57	4.51	4.23	4.19	4.29	4.28	4.20	4.13	4.29
	50대	4.49	4.57	4.45	4.23	4.24	4.25	4.30	4.28	4.18	4.30
	60대 이상	4.58	4.60	4.46	4.23	4.25	4.31	4.30	4.16	4.17	4.33

- 공주역 활성화 방안으로 6년 연속 시내버스 증편 등 대중교통 확대가 가장 높게 나타났음
- 2순위로는 기차 운행시간 확대 및 조정, 3순위로는 도로망 확대로 나타났음
- 1~3순위 모두 교통과 관련된 사항으로 시군접근성 개선에 대한 장기적인 대책 마련 필요



〈표 32〉 공주역 명칭변경을 통한 활성화 여부

(단위: %)

구분		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
2023 [전체]		14.4	62.6	21.2	1.8
성 별	남자	14.3	64.2	19.6	1.9
	여자	14.4	61.0	22.7	1.8
연 령	10대	40.0	33.3	26.7	0.0
	20대	16.3	63.4	19.4	0.9
	30대	13.8	62.1	20.0	4.1
	40대	12.3	64.8	21.6	1.3
	50대	15.6	61.7	20.4	2.2
	60대 이상	12.3	62.7	23.8	1.2

- 공주역 명칭변경이 공주역 활성화에 도움이 되지 않는다는 응답이 매우 높게 나타남

〈표 33〉 명칭변경시 바람직한 명칭

(단위: %)

구분		백제역	공주역(논산 · 부여)	공주역(논산 · 부여 · 청양)	기타
2023 [전체]		20.3	53.5	26.2	0.0
성 별	남자	19.3	56.1	24.6	0.0
	여자	21.3	51.0	27.8	0.0
연 령	10대	13.3	46.7	40.0	0.0
	20대	16.3	57.3	26.4	0.0
	30대	24.1	57.9	17.9	0.0
	40대	19.1	53.8	27.1	0.0
	50대	20.4	46.8	32.7	0.0
	60대 이상	22.3	53.8	23.8	0.0

- 명칭변경시 바람직한 이름은 공주역(논산 · 부여)로 나타났음
- 아직까지 명칭변경은 시기상조로 여겨지며 지속적인 논의와 공감대 형성 필요
  - 명칭변경을 통해 활성화된 공항이나 역의 사례를 수집하여 벤치마킹하고, 이근 시군간 정기적인 논의필요

### [모니터링 결과]

- 2022년부터 지속적으로 깨끗하고 청정한 역의 이미지가 가장 높게 나타남  
→ 이미지 변화를 위한 새로운 홍보방안 노력 필요
- 공주역 홍보시 가장 필요한 이미지는 문화관광 관문이 3.53점으로 가장 높게 나타났고 깨끗하고 청정한 역이 다음 순  
→ 공주역 이용객들의 문화관광 관문에 대한 관심도가 높아지고 있어, 문화관광 관문에 적합한 홍보방안 마련 필요
- 공주역을 홍보할 때 가장 중요한 관광자원과 축제는 공산성과 백제문화제로 나타남  
→ 2022년에 비해 공산성, 무령왕릉과 왕릉원, 계룡산 등 전통적인 관광지의 비율이 다소 감소하였고, 금학생태공원, 구도심(한옥마을, 제민천)의 비율은 증가하여 이에 적합한 새로운 콘텐츠 발굴 필요
- 공주역 활성화 방안으로 6년 연속 대중교통 확대가 가장 높게 나타났음  
→ 1~3순위 모두 교통과 관련된 사항으로 시군 접근성 개선에 대한 장기적인 대책 마련 필요
- 공주역 명칭변경은 아직까진 시기상조로 여겨지며 지속적인 논의와 공감대 형성 필요  
→ 명칭변경을 통해 활성화된 공항이나 역의 사례를 수집하여 벤치마킹하고, 인근 시군과 정기적인 논의의 장 마련 필요

## 06 요약 및 시사점

### 1. 공주역 이용수요의 지속적 증가

- 공주역 이용수요는 코로나 이후 크게 감소했지만 2020년부터 꾸준히 증가하고 있음
  - 2018년 일평균 609명→2019년 일평균 685명→2020년 일평균 442명→2021년 546명→2022년 749명→2023년 1,044명으로 증가
- 처음으로 1,000명을 돌파한 만큼 그동안 공주시의 활성화 노력을 적극적으로 홍보할 시점
  - 공주역 활성화 워크숍, 세미나 추진을 통해 홍보 및 활성화 방안 마련

### 2. 인근 시군의 이용수요 확대 논의 필요

- 인근 시군과 공동으로 예산을 편성하여, 보다 많은 사업비를 확보하고 시군간 협력을 통해 활성화 방안 모색 필요
  - 공주시만의 노력으로는 활성화의 한계에 도달
  - 시간 공동 프리마켓, 시군별 특산물 판매소, 관광지 홍보 및 할인 연계 등 시군 담당자간 논의 추진

〈표 34〉 시군별 이용수요

(단위: %)

승차자 비율		하차자 비율	
공주	64.42%	공주	68.03%
논산	12.27%	논산	8.17%
부여	15.96%	부여	18.37%
세종	0.62%	세종	1.37%
청양	4.91%	청양	1.37%

- 특히 세종시의 수요가 저조한데 세종시 이용수요 확대방안 마련 필요
  - 세종시의 남문의 기능 강화(BRT 도입, 신규도로 건설 등)

### 3. 인근 시군의 공주역에 대한 관심 유도

- 논산시의 경우 공주역 활성화를 위해 공주역을 공주역(논산·부여)로 바꾸자는 의견 제시
  - 아직까지는 명칭변경에 대해 부정적 의견이 많지만 논산과 부여의 경우 긍정적 비율 높음
- 명칭변경 시 역이름으로는 공주역(논산·부여) 비중이 가장 높게 나타남
- 아직까지 명칭변경은 시기상조로 여겨지나 지속적인 논의와 공감대 형성 필요
  - 명칭변경을 통해 활성화된 공항이나 역의 사례를 수집하여 벤치마킹하고, 인근 시군간 정기적인 논의의 장 마련 필요

〈표 35〉 명칭변경이 활성화 도움 여부

(단위: %)

	공주	논산	부여	청양	세종
매우 그렇지 않다	19.3	9.6	13.7	7.4	16.7
그렇지 않다	69.9	41.1	41.1	63.0	50.0
그렇다	10.2	47.9	45.2	25.9	33.3
매우 그렇다	0.6	1.4	0.0	3.7	0.0
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

〈표 36〉 명칭변경시 역이름

(단위: %)

	공주	논산	부여	청양	세종
백제역	11.3	41.1	41.1	11.1	16.7
공주역(논산·부여)	62.7	35.6	35.6	25.9	33.3
공주역(논산·부여·청양)	26.0	23.3	23.3	63.0	50.0
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0