

서천군

【협업과제】

서천특화시장 관광지 방문객 분석

|| 목 차 ||

I. 분석 개요	1
II. 내외국인 유입 인구 분석	5
III. 카드 소비 현황 분석	14
IV. 내비게이션 이동 현황 분석	20
V. 결론 및 정책제언	25

서천군 서천특화시장 관광지 방문객 분석 결과(요약)

< 분석 개요 >

- ◆ (분석범위) 시간 : 2019~2021 / 공간 : 서천특화시장
 - ※ 유입, 소비, 이동 등 도-시군 공동구매한 민간데이터 활용 분석
- ◆ (분석내용) ①유입인구 분석, ②카드소비 현황 분석, ③이동 현황 분석

I 분석 주요내용

1. 내외국인 유입 인구 분석	활용 데이터
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 내국인 유입인구 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 연도별, 분기별, 월별 증감 비교 ◆ 외국인 유입인구 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 로밍서비스를 이용한 외국인 방문인구 비교 	<ul style="list-style-type: none"> · 성연령 유입인구 · 요일별 유입인구 · 시간대/유입지 서비스 인구 · 외국인 인구
2. 카드소비 현황 분석	활용 데이터
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 카드소비 현황 총괄 <ul style="list-style-type: none"> - 서천군 vs 서천특화시장의 카드 소비 비교 ◆ 일일(1~30일) 소비 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 서천읍 장날의 소비 현황 비교 ◆ 품목별 소비 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 농수산물 등 품목별 소비 현황 비교 ◆ 농축수산물품목 요일별 소비 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 농수산물 품목에 한정하여 요일별 소비 현황 비교 	<ul style="list-style-type: none"> · 월별 소비 데이터 · 주별 소비 데이터
3. 내비게이션 이동 현황 분석	활용 데이터
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 목적지 설정 방문 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 연도별, 월별, 시군구별 목적지 검색 및 방문 건수 비교 ◆ 서천특화시장 → 이후 방문지(목적지) 이동 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 수산시장이후 다음 방문지 연도별 비교 ◆ 충남도내 타 방문지 → 서천수산물시장(목적지) 이동 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 도내 다른 목적지 방문후 서천특화시장 방문 비교 	<ul style="list-style-type: none"> · 내비게이션 이동

II 분석 주요 결과

1 내외국인 유입인구 분석

- (1) 서천군의 유입인구는 연도별('19. ~ '21) 증가한 반면, 서천특화시장의 유입인구는 '20년 증가후 '21년 감소하여 다소 상이함

▶ 서천특화시장의 '21년도 유입인구
'20년대비 13%감소, '19년대비로는 10%증가를 보임

- 서천특화시장의 유입인구는 서천군 전체 유입인구 대비 약 1.7% ('21년 기준)를 차지하고 있으며 '20. 4월이 3개년중 유입인구의 비율이 3.0%로 가장 높음

☞ '20. 4월 서천특화시장의 유입인구의 최대값이 발생한 이유는 '20. 3. 25. KBS 6시내고향 상생장터 서천특화시장 방송 영향으로 추정됨

- (2) 서천군 관내에서 서천특화시장으로 유입은 증가되고 있고 관외 유입은 감소하고 있음

▶ 서천군관내 → 특화시장 : '19년73.5% → '20년76.5%(3.0%p ↑) → '21년77.9%(1.4%p ↑)
▶ 서천군관외 → 특화시장 : '19년26.5% → '20년23.5%(3.0%p ↓) → '21년22.1%(1.4%p ↓)

- 주요 관외 유입으로는 군산, 익산, 부여, 보령에서 주로 유입이 이루어짐
- ☞ 관외의 유입보다 관내의 유입 증가의 변화를 보이며, 관외 유입의 유도가 필요

2 카드소비 현황 분석

▶ 카드소비 현황 분석 데이터는 2022. 1. 기준 점유율 12.3%의 BC카드 데이터만 사용한 분석으로 서천군 전체 카드소비 데이터가 아님

- (1) 카드이용건수는 서천군, 서천특화시장 모두 감소세를 보이고 있으나 소비금액에서는 서천군은 '21년 증가세를 보이며, 서천특화시장은 지속적인 감소세를 보임

- 서천특화시장의 카드소비금액은 BC카드를 기준으로 서천군대비 4.6%정도 차지하고 있으며, 이용건수는 3.5%를 차지하고 있어 전체 이용 건수대비 카드소비 금액이 높은 곳임

▶ 서천군은 '19년대비 '21년 카드소비가 7.9%감소한 반면, 서천특화시장의 경우 9.8%감소하여 1.9%p 더 크게 감소

- (2) 서천특화시장의 월별소비는 1, 2월에 최소값으로 시작해서 4, 5월에 회복되다 6, 7월에 잠시 주춤하고 8, 9월에 다시 회복하는 경향을 보임. 특히 추석이 끼어 있는 월의 소비가 높음

- 수산물의 제철 시기와 서천수산물시장의 카드소비는 유사함

▶ 서해안수역에서 꽃게 금어기(7~9월)와 꽃게 제철시기(암꽃게:4~6월, 숫꽃게 8~10월)와 맞물려 카드소비가 감소, 증가하는 경향이 있음

- (3) 서천특화시장에서 농축수산물 품목은 전체 소비의 46.6%를 차지함

- 토요일의 이용건수와 이용금액이 다른 요일에 비해 약 1.7배 높음

☞ 서천특화시장으로 설정한 구역에서 토요일에 농축수산물품목의 소비가 많다는 것을 의미

※ 서천읍 장날인 2, 7일은 카드소비와 크게 관계가 없는 것으로 나타남

3 내비게이션 이동 현황 분석

- (1) 내비게이션에서 서천특화시장을 목적지로 설정하고 방문하는 건수는 증가하는 추세를 보임

- 서천군 전체 대비 서천특화시장을 목적지로 방문한 비율은 16.9%임

▶ 서천군 전체 대비 서천특화시장이 차지하는 비율
→ 유입인구 : 1.8%, 카드소비/이용건수 : 4.6%/3.5%, 방문건수 : 16.9%

- (2) 충남내에서 서천특화시장을 목적지로 설정하고 방문하는 건수가 많은 시군은 보령, 부여로 통신기반 유입인구와 유사함

- 전국 시군구의 경향은 군산, 익산으로 통신기반 유입인구와 유사함

▶ 통신기반 유입인구와 내비게이션 목적지 방문 경향이 유사함

- (3) 서천특화시장 방문 후 서천군내 다음 방문지로 '21년도 상위권은 '희리산해송자연휴양림', '춘장대해수욕장', '장항오토캠핑장', '장항스카이워크'순이며 일부 타 지역(군산)으로의 이동도 보임

- 휴양림, 연수원, 오토캠핑장 등 숙박이 가능한 곳을 다음 목적지를 선택하는 경향이 있음

☞ 서천특화시장 방문객의 서천군내 숙박시설과 연계 검토 필요

- (4) 충청도내 타 목적지 방문 후 서천특화시장 이동 현황을 보면 숙박시설보다 놀이시설, 관광지 등을 먼저 방문 하는 경향

4 | 결론 및 정책시사점

1. 서천특화시장의 외부 유입인구 증가 유인을 위한 준비

- '20년도 대비 '21년도는 13% 유입인구의 감소를 보이나 코로나19 거리두기 해제('22. 4.)로 '22년부터 유입인구 증가 예상
- ⇒ (정책제언) 유입인구 증가에 대비하여 주차공간 및 시설물 점검, 상인 대상 친절 및 위생 교육 강화 검토 필요
- 군산시의 유입인구가 가장 많음('21년 6.7%, 그림 8 참조)
- ⇒ (정책제언) 주요 관외 유입지인 군산시와 상호 관광코스 연계 검토 필요

2. 내비게이션 목적지 이전 방문지와 이후 방문지 분석에 따른 방안

- 이전, 이후 목적지를 고려하여 추천 안내가 필요(목적지간 상호 보완)
- ⇒ (정책제언) 신규 관광코스 개발(숙박지 포함)하여 SNS 등을 통한 활용 홍보, 인근 관광지 연계, Tmap 앱 광고 표출 검토

【서천군】 서천특화시장 관광지 방문객 분석

I 분석 개요

1. 분석배경 및 목표

- (분석배경) 도-시군 민간데이터 공동구매에 따라 유동인구 등 관련 데이터를 활용 서천특화시장 중심 방문인구 등 분석
- (분석목표) 서천특화시장 관광객 유입정책 마련을 위한 인사이트 도출

2. 분석추진 개요

- 분석기간 : 2022. 6. ~ 11.
- 분석 역할 분담 * 수요부서 : 관광축제과, 지역경제과

기관	역할	비고
충청남도(데이터정책관)	분석총괄, 정책제언 등	
서천군(자치행정과)	분석추진, 보고서 작성	
충남정보문화산업진흥원	시각화 지원	데이터 정제 포함

- 분석대상 : 서천군 및 서천특화시장의 유입인구, 카드소비, 내비게이션 이동 데이터 분석
- 분석범위
 - 시간적범위 : 2019. ~ 2021년
 - 공간적범위 : 서천군 및 서천특화시장 영역

☞ 서천특화시장은 2004. 9월 지상 2층(수산동, 수산동2층, 일반동, 채소동, 상인동 등) 연면적 1,980평 규모의 현대식 특화시장으로 개장하여 18년을 운영하고 있음



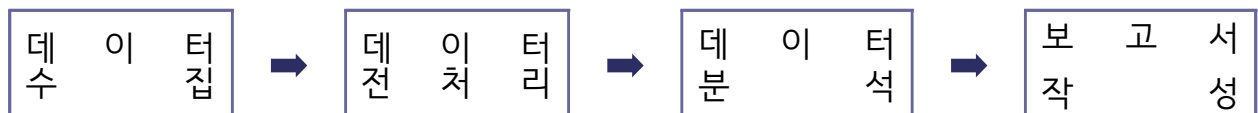
- 분석중점 : 관광객 방문 및 소비 매출 변화, 이동경로* 분석 등 중점

* 이동경로 : 내비게이션 데이터를 활용 연계 관광 가능 경로 확인

- 서천군 전체와 관광지와 비교 분석(관광지의 특이사항 도출)
- 내비게이션 데이터를 활용하여 연계 관광 가능 경로 확인

3. 분석방법 및 과정

- (분석기법) EDA*(탐색적 분석 : Exploratory Data Analysis), 공간분석 등
- (분석도구) Alteryx(분석 및 시각화 S/W), EXCEL, QGIS
- (분석과정) '공공 빅데이터 업무 적용 가이드'에 따라 4개 과정 추진



- (분석한계) 데이터별 좌표계 정보 상이 및 BC카드의 경우 영역추출시 누락 데이터 발생
 - SKT데이터는 UTMK에서 WGS84좌표계로 변환 사용(Tmap데이터는 WGS84좌표계를 사용)
 - BC카드 추출시 개인정보보호를 위해 매출업체별 2건 이하 데이터는 삭제(분석 결과 도출시 고려 사항)

4. 데이터 수집 및 전처리(정제)

- (수집) 도-시군 민간데이터 공동구매 데이터 활용
- (전처리) 관광지 영역 설정 및 설정된 영역 범위내 데이터 별도 추출
 - 유동인구(SKT), 내비게이션 이동(Tmap) 데이터는 X, Y좌표와 영역공간 정보를 결합해서 추출
 - 카드(BC)소비 데이터는 데이터 제공기관 협조를 통해 추출

5. 분석 주요내용

순서	분석 주요내용	주요 분석데이터
1	<p>내외국인 유입 인구 분석</p> <ul style="list-style-type: none"> • 내국인 유입 인구 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 연도별, 분기별, 월별, 요일별, 일별 유입 인구 비교 - 성별, 연령별 유입 인구 비교 - 연도별, 시군구별 유입지 비교 - 시간대별 주거/직장/방문 인구 비교 • 외국인 유입 인구 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 로밍서비스를 이용한 외국인 방문 인구 비교 	· SKT 서비스, 유입 인구, 외국인 로밍 데이터
2	<p>카드 소비 현황 분석</p> <ul style="list-style-type: none"> • 카드소비 현황 총괄 <ul style="list-style-type: none"> - 서천군 vs 서천특화시장 전체 카드 소비 비교 • 연도별, 분기별, 월별, 카드 소비 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 카드 소비 및 이용 건수 비교 • 일일(1~30일) 카드 소비 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 서천읍 장날(2, 7일)과 소비 증감 비교 • 품목별 카드 소비 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 전체 품목별 카드 소비 및 이용 건수 비교 • 농축수산물 품목 요일별 카드 소비 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 농축수산물에 한정하여 카드 소비와 이용 건수 비교 	· BC카드 월별 매출 현황 데이터(관광지 데이터 별도 추출)
3	<p>내비게이션 이동 현황 분석</p> <ul style="list-style-type: none"> • 목적지 설정 방문 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 연도별, 월별 방문 건수 비교 - 충남내 시군구, 전국 시군구 방문 건수 비교 • 서천특화시장→이후 방문지(목적지) 이동 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 수산물특화시장 방문후 다음 목적지 비교 • 충남도내 타 방문지→서천특화시장(목적지) 이동 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 도내 타 목적지 방문후 서천특화시장 방문 비교 	· Tmap 내비게이션 출발지/목적지 데이터

〈주요 데이터 수집 · 활용자료〉

연번	수집 데이터	수집 유형	보유 기관	비고
1	<SKT유동인구> 1. 5세단위 성연령 유입 인구 데이터 2. 5세단위 요일별 유입 인구 데이터 3. 시간대/유입지 서비스 인구 데이터 4. 외국인 로밍 데이터	CSV	충청남도, 서천군	SKT사
2	<BC카드소비> 5. 월별, 지역별, 업종별 카드 소비 데이터 6. 주별, 지역별, 업종별 카드 소비 데이터	CSV	충청남도, 서천군	BC카드사
3	<내비게이션이동> 7. 내비게이션 OD 데이터	CSV	충청남도, 서천군	Tmap사

1. 내국인 유입인구 현황

서천군과 서천특화시장의 '19. ~ '21년까지 3개년간 유입인구 현황을 연도별, 분기별, 월별 등 증감을 비교하여 특이점을 찾고자 함

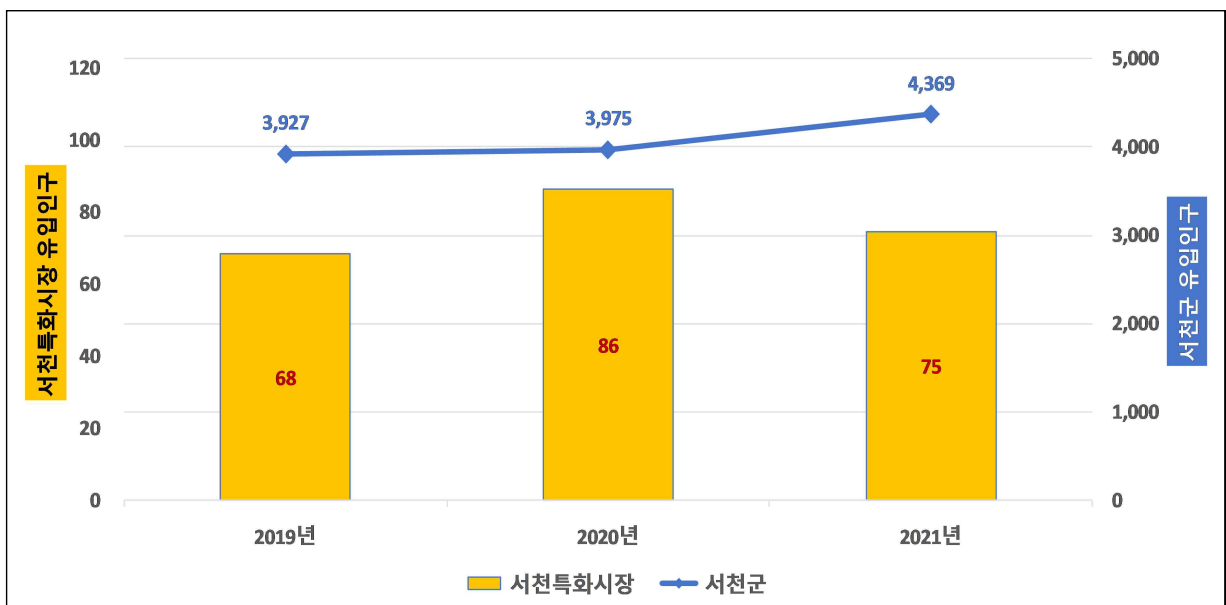
가. 시기별 유입인구 현황(연도별, 분기별, 월별, 일별)

- (연도별) 서천군은 연간 평균 4,093만명의 유입이 있고, 서천특화시장은 연간 평균 76만명(서천군대비 약 1.7%)의 유입이 이루어지고 있음
- 서천군은 유입인구 증가('19년 → '21년(48만명 ↑) → '22년(394만명 ↑))
- 서천특화시장은 '19년도 대비 '20년도에는 18만명 유입인구 증가, '20년도 대비 '21년도는 11만명 유입인구 감소

☞ 연도별로 살펴볼 때 서천군의 유입인구와 서천특화시장의 유입인구의 상관관계가 없어 보임

[그림 1] 연도별 유입인구(2019. ~ 2021.)

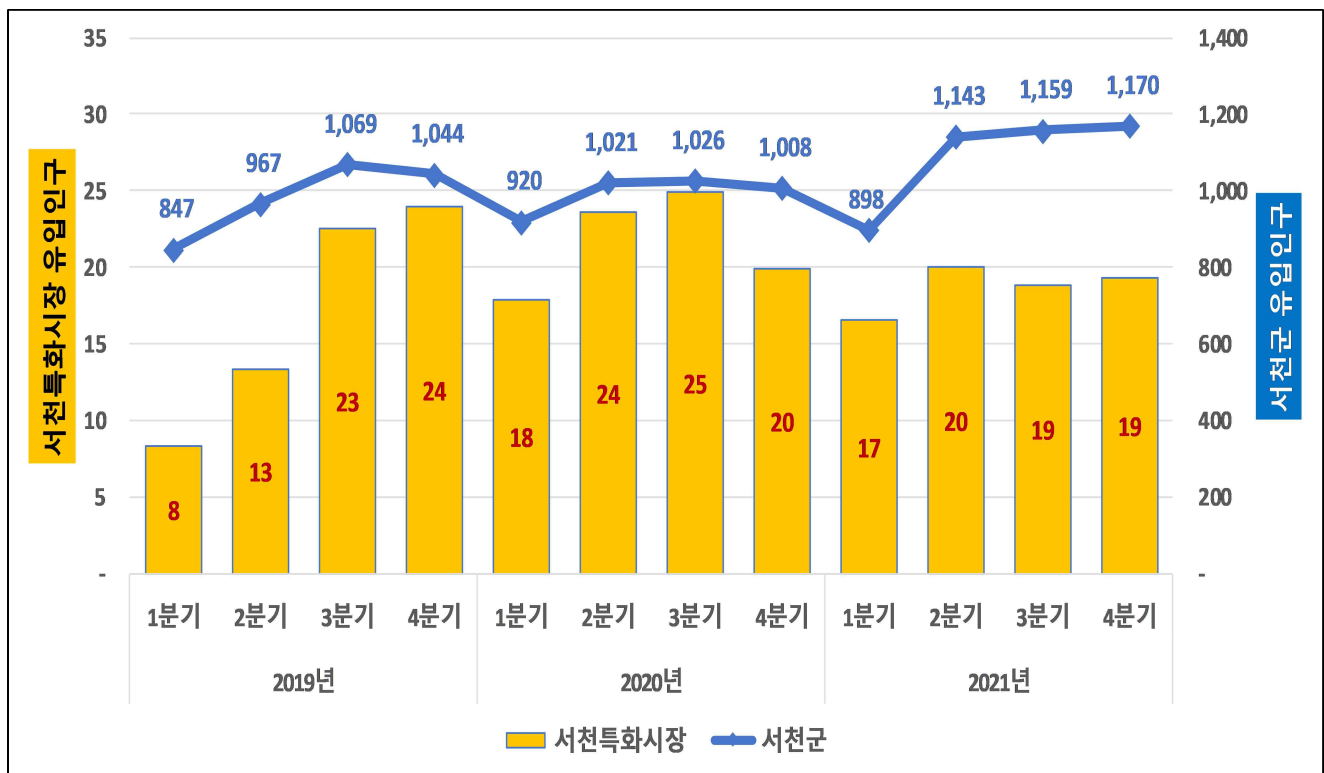
(단위 : 만 명)



- (분기별) 서천군은 1분기 최저점에서 시작하여 2, 3분기 증가, 4분기 감소하는 형태이며, 서천특화시장은 1분기 최저점에서 시작하여 2, 3분기는 증가하나 '21년도는 3분기에 감소하는 경향
- 서천특화시장의 경우 '21년도는 2분기를 최고점으로 이후 3분기는 감소 후 소강상태로 약간 차이는 있음
- ☞ 분기별로 살펴볼 때 서천군의 유입인구와 서천특화시장의 유입인구는 유사한 패턴을 보임

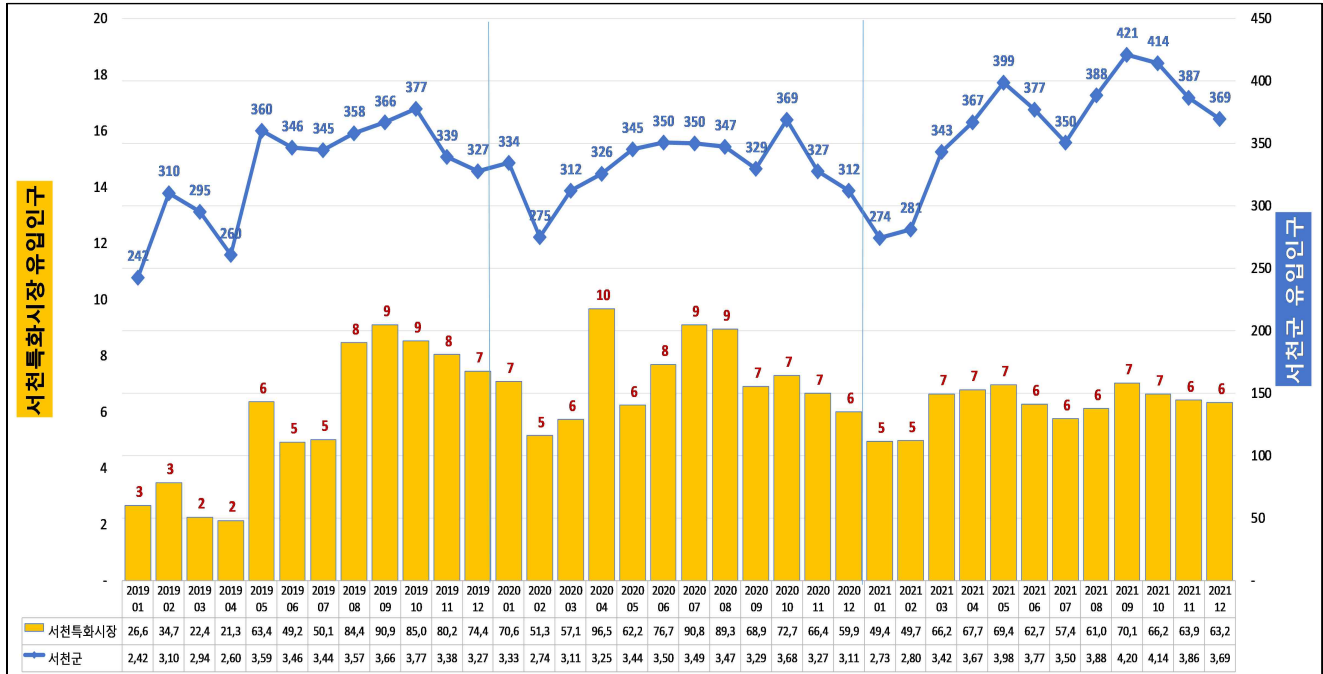
[그림 2] 분기별 유입인구(2019. ~ 2021.)

(단위 : 만 명)



[그림 3] 월별 유입인구(2019. ~ 2021.)

(단위 : 만 명)

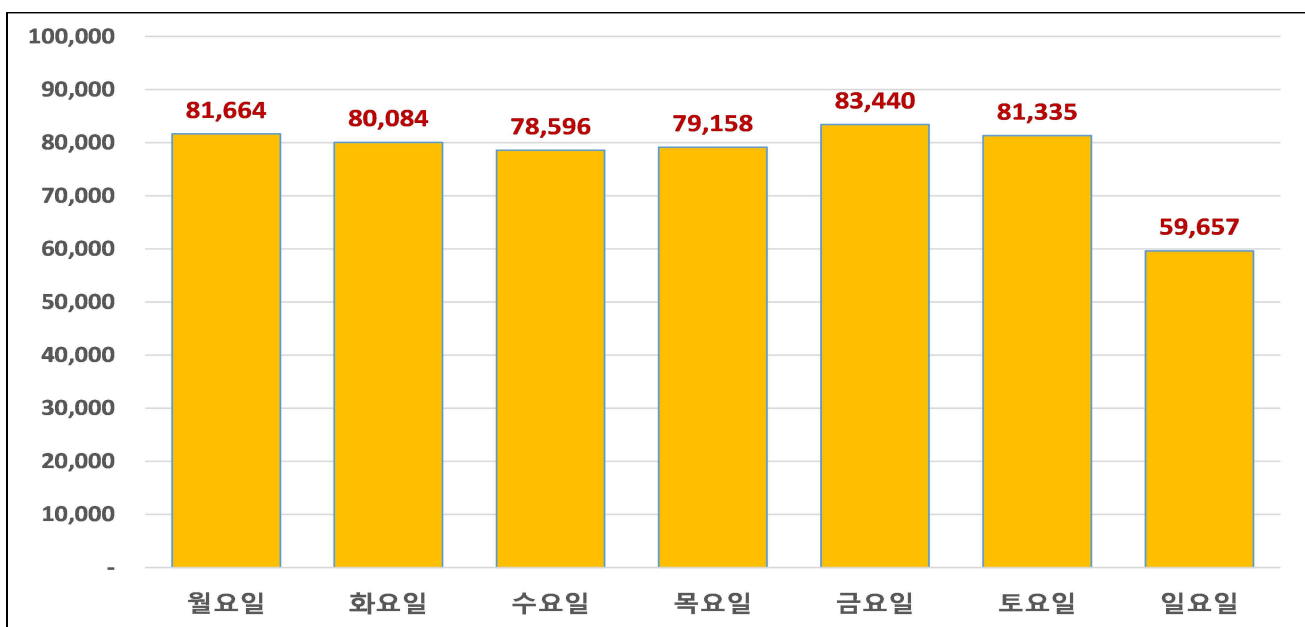


[표 1] 월별 유입인구 및 비율(2019. ~ 2021.)

	2019년		2020년		2021년	
	유입인구(명)	서천군 대비 유입인구 비율	유입인구(명)	서천군 대비 유입인구 비율	유입인구(명)	서천군 대비 유입인구 비율
합계	683,091	1.7%	863,072	2.2%	747,660	1.7%
1월	26,622	1.1%	70,667	2.1%	49,460	1.8%
2월	34,730	1.1%	51,388	1.9%	49,738	1.8%
3월	22,459	0.8%	57,191	1.8%	66,290	1.9%
4월	21,305	0.8%	96,588	3.0%	67,753	1.8%
5월	63,451	1.8%	62,256	1.8%	69,467	1.7%
6월	49,250	1.4%	76,769	2.2%	62,730	1.7%
7월	50,113	1.5%	90,801	2.6%	57,480	1.6%
8월	84,490	2.4%	89,314	2.6%	61,073	1.6%
9월	90,955	2.5%	68,973	2.1%	70,157	1.7%
10월	85,090	2.3%	72,766	2.0%	66,266	1.6%
11월	80,218	2.4%	66,418	2.0%	63,998	1.7%
12월	74,408	2.3%	59,941	1.9%	63,248	1.7%

- (월별) 서천특화시장의 1월 유입인구는 거의 최저점에서 시작하고 9, 10월에 유입인구가 증가하나 연도별 다소 차이가 있음
 - 서천특화시장의 유입인구는 서천군 전체 대비 약1.7%를 차지(3개년 평균)하고 있으며, '20. 4월에 전체 유입인구대비 수산물특화시장의 유입인구의 비율이 가장 높음(3.0%)
 - ※ '20. 4. 서천특화시장 유입인구 최대값이 발생한 이유는 '20. 3. 25. KBS 6시내고향 상생장터 서천특화시장 방송 영향으로 추정됨
 - 서천특화시장은 9월의 유입인구가 최고점을 찍는 것을 알 수 있음 (2020년도는 4월 최고점이나 9월에는 전월보다 2만명 정도 감소함)
- (요일별) 요일별 평균 유입인구로 비교할 경우 월요일부터 수요일 까지 감소하고 목요일, 금요일 증가 하는 경향을 보임
 - 유입인구는 금요일에 많고, 일요일은 다른 요일에 비해 약 26%정도 유입인구가 감소함

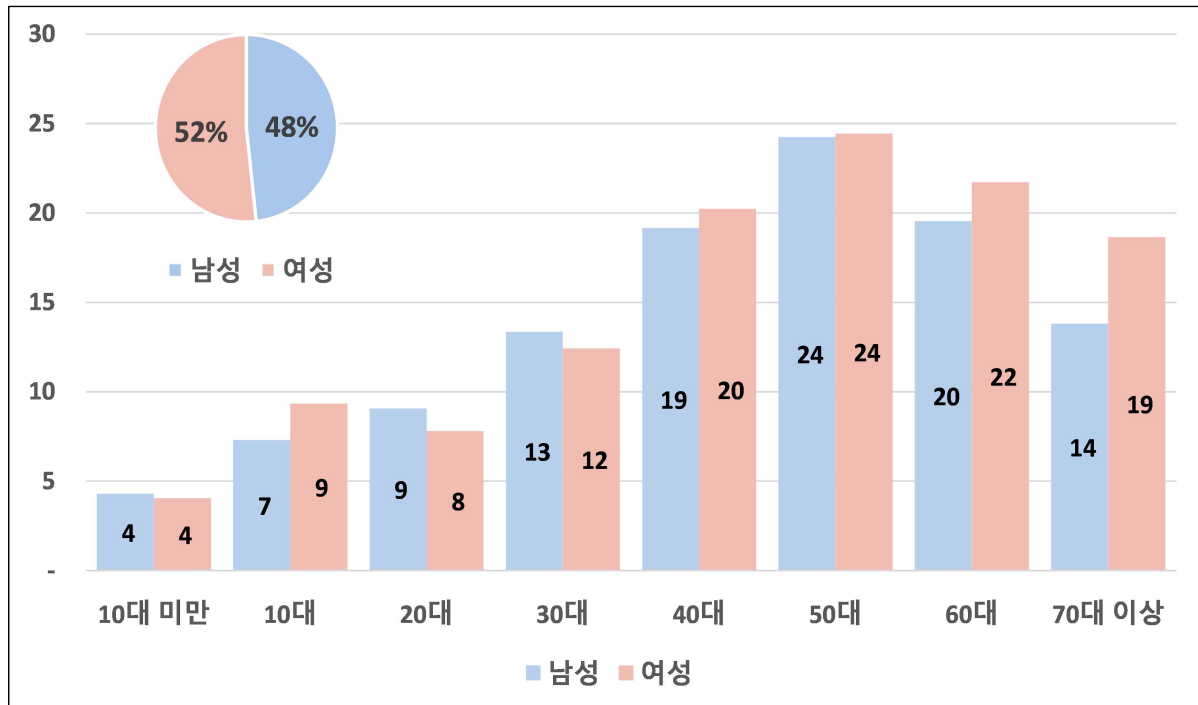
[그림 4] 서천특화시장 요일별 평균 유입인구(2019. ~ 2021.) (단위 : 명)



나. 성별/연령별 유입인구 현황

- (성별) 남성보다 여성이 4%정도 서천특화시장 유입인구 비율이 높음

[그림 5] 성·연령별 서천특화시장 유입인구 (2019. ~ 2021.) (단위 : 만명)



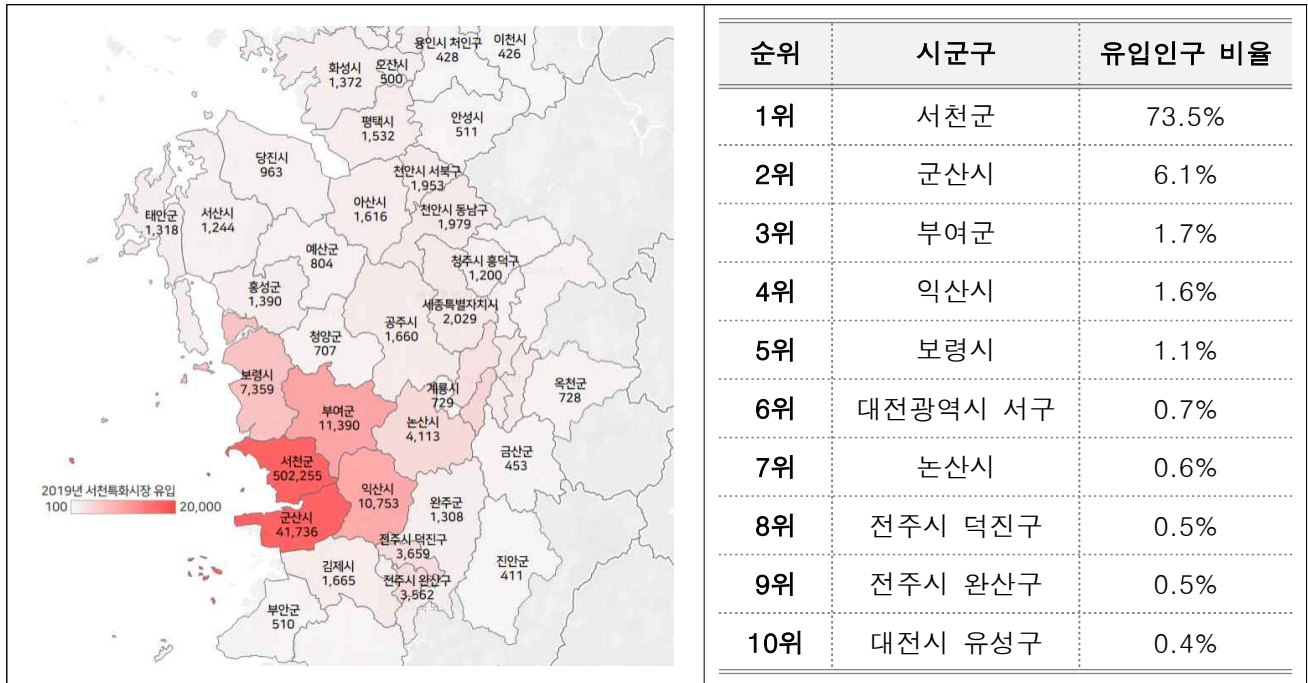
- (연령별) 50대 → 60대 → 40대 → 70대 순으로 유입인구가 높음
 - 30대까지는 성별 비율이 유사하고, 60, 70대는 여성의 비율이 높음.
 - 연령이 높아질수록 유입인구가 증가함(50대를 최고점으로 감소함)
 - 40대 이상에서 대부분 유입이 이루어지고 있으며, 남성에 비해 여성의 방문 비율이 높음

[표 2] 연령별 서천특화시장 유입인구 (2019. ~ 2021.) (단위 : 만명)

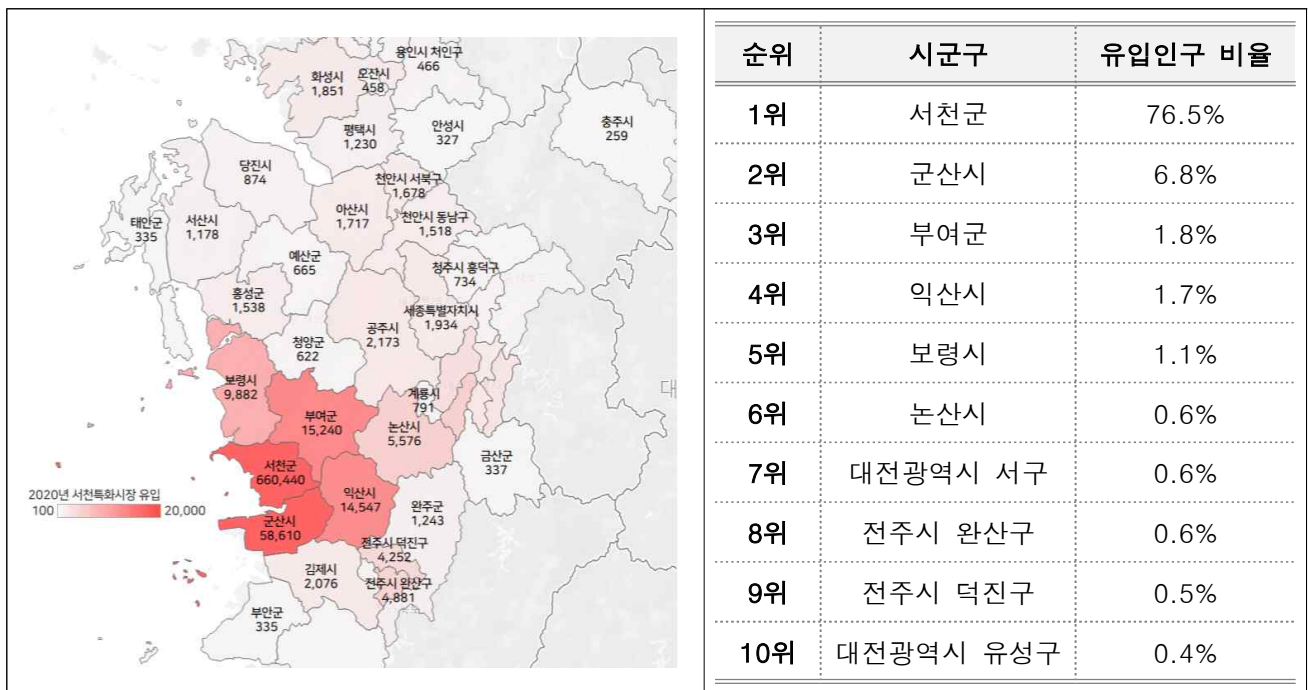
구분	10대미만	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
유입인구	8	16	17	25	39	48	42	31

다. 지역별(시군구) 유입인구 현황

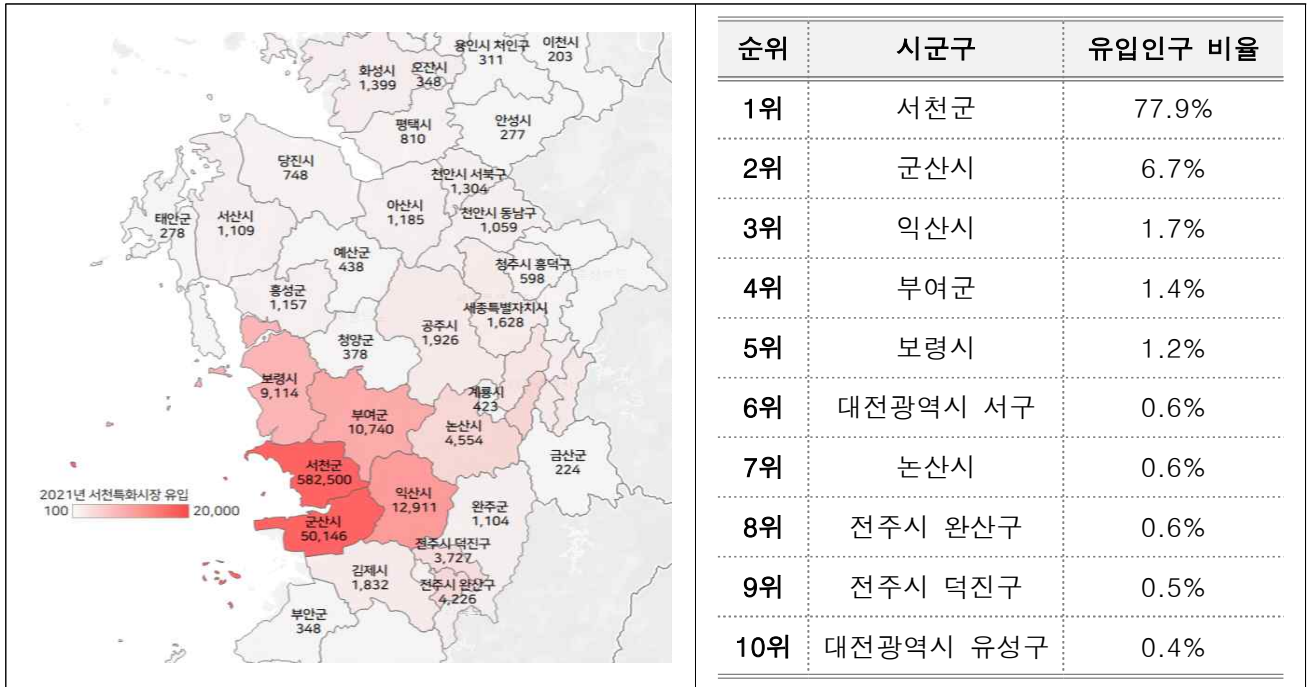
[그림 6] 서천특화시장 유입 상위 10개 지역 (2019년)



[그림 7] 서천특화시장 유입 상위 10개 지역 (2020년)



[그림 8] 서천특화시장 유입 상위 10개 지역 (2021년)

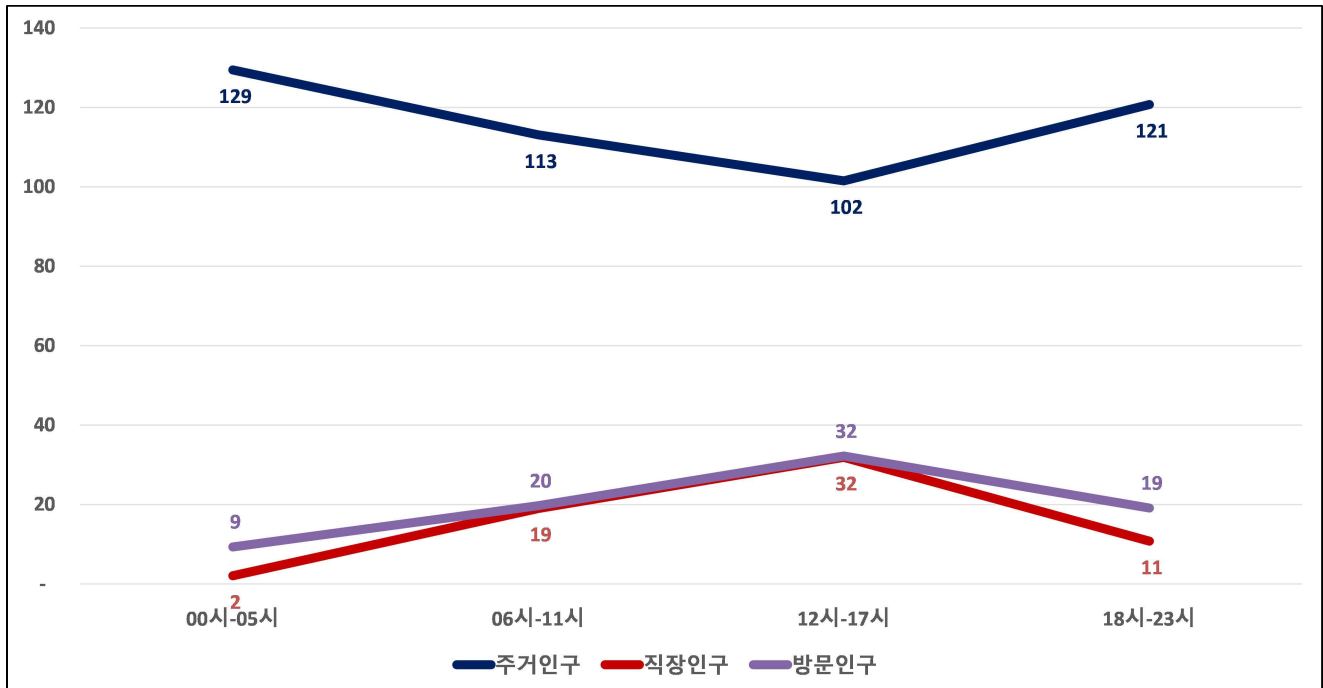


- (지역별) 서천군 관내 유입율이 가장 높으며 서천군과 인접해 있는 관외 시군의 유입이 많음
 - 관내 유입률은 19년도 73.5%, 20년도 76.5%, 21년도 77.9%로 연도별 증가하고 있음
 - 관외 유입률은 19년도 26.5%, 20년도 23.5%, 21년도 22.1%로 상대적으로 연도별 감소하고 있음
 - 관외 유입을 보면 군산시의 유입이 가장 많으며, 나머지 9개 유입 시군의 비율은 큰 차이가 없고(0.4~1.7%), 보령/부여인근, 군산/익산 인근의 2개 축에서 주로 유입이 이루어짐

라. 시간대별 서비스인구* 현황

* 서비스인구 : 1시간 단위 Snap-shot(사진처럼 한순간 저장) 데이터로서 특정 시간(시점)에 존재하는 총량적 개념의 인구

[그림 9] 시간대별 3개년 서비스 인구 (2019. ~ 2021.) (단위 : 만명)



[표 3] 시간대별 서천특화시장 서비스 인구 비율 (2019. ~ 2021.)

	주거인구	직장인구	방문인구
00시 - 05시	92%	1%	7%
06시 - 11시	74%	13%	13%
12시 - 17시	61%	19%	19%
18시 - 23시	80%	7%	13%

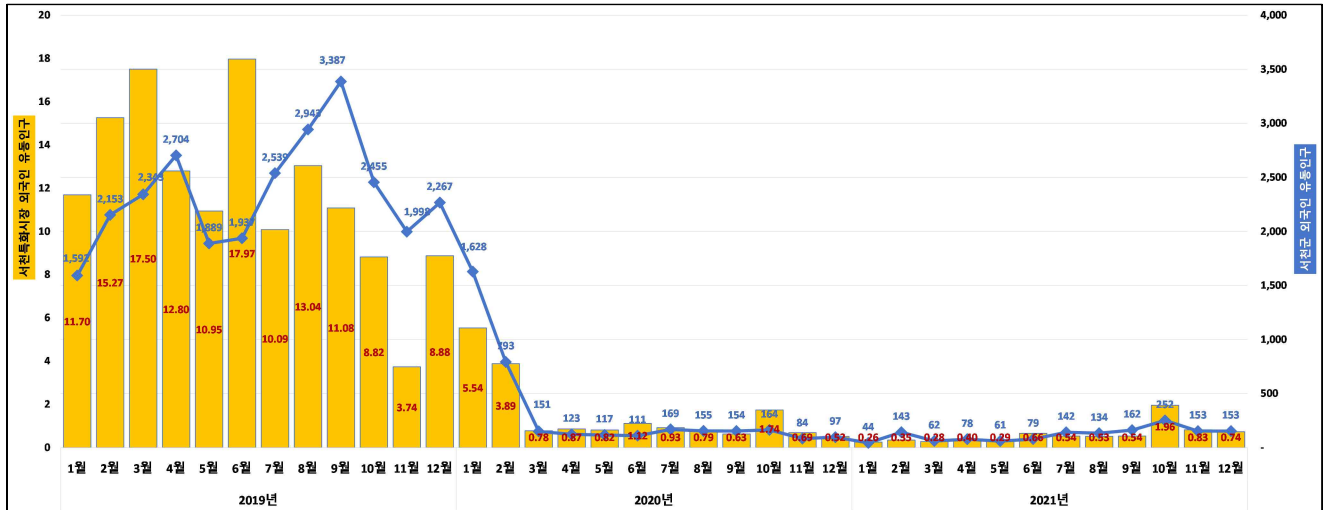
- (시간대별) 주거·직장·방문인구로 구분하며 서천특화시장의 시간대별 주거인구는 낮시간대(06~17시)는 줄어들며, 직장/방문인구는 반대로 낮시간대(06~17시) 늘어남
- 12시 ~ 17시 기준으로 주거인구(61%), 직장인구(19%), 방문인구(19%)의 순으로 방문인구비율이 최고점을 나타냄

2. 외국인 인구 현황

서천특화시장의 '19. ~ '21년까지 3개년간 외국인 인구 현황을 월별, 국적별 증감을 비교하여 특이점을 찾고자 함

[그림 10] 월별 통신기반 외국인 인구 (2019. ~ 2021.)

(단위 : 명)



- 로밍(Roaming : 다른 통신업체간 서비스 이용) 기능을 이용하는 외국인을 대상으로 서천군 외국인 인구와 서천특화시장 외국인 인구를 비교하였을 때, 유사한 패턴을 보임
- 서천군의 외국인 인구는 '19년도 9월 최고 3,387명이며 '20년 2월 이후 급감하여 100 ~ 200명대 유지
- 서천특화시장의 외국인 인구는 '19. 6월 최고 17.97명이며 서천군과 같이 '20년 2월 이후 급감

[표 4] 외국인 인구 상위 5개국

	2019년		2020년		2021년	
	국가명	인구 수	국가명	인구 수	국가명	인구 수
1	중국	56.03	중국	5.13	필리핀	1.84
2	일본	34.17	필리핀	2.31	중국	1.50
3	러시아	11.49	일본	2.10	미국	1.33
4	미국	9.21	미국	1.76	러시아	0.83
5	타이	7.70	러시아	1.65	베트남	0.41

- '19년도는 중국, 일본, 러시아 순으로 인구가 많고, '21년도는 필리핀, 중국, 미국 순으로 나타남

1. 카드소비 현황 총괄

서천군 및 서천특화시장의 '19. ~ '21년까지 3개년간 전체 카드 이용 건수 및 카드이용금액 현황을 비교하여 특이점을 찾고자 함

※ 카드소비 현황 분석 데이터는 2022. 1. 기준 점유율 12.3%의 BC카드 데이터만 사용한 분석으로 서천군 전체 카드소비 데이터가 아님

[표 5] 서천군 및 특화시장 전체 카드소비 현황(2019. ~ 2021.)

서천군		서천특화시장	
소비금액(백만원)	이용건수(천명)	소비금액(백만원)	이용건수(천명)
234,713	6,637	10,728	232

- 서천특화시장의 카드소비금액은 BC카드를 기준으로 서천군대비 4.6%(서천군 : 2,347억, 특화시장 : 107억)정도 차지하고 있음
- 이용건수는 3.5%(서천군 : 6,637천명, 특화시장 : 232천명)를 차지하고 있어 전체 이용 건수대비 카드소비금액이 높은 곳임

2. 연도별, 분기별, 월별 카드 소비 현황

서천군 및 서천특화시장의 '19. ~ '21년까지 3개년간 카드소비 현황을 연도별, 분기별, 월별 등 증감을 비교하여 특이점을 찾고자 함

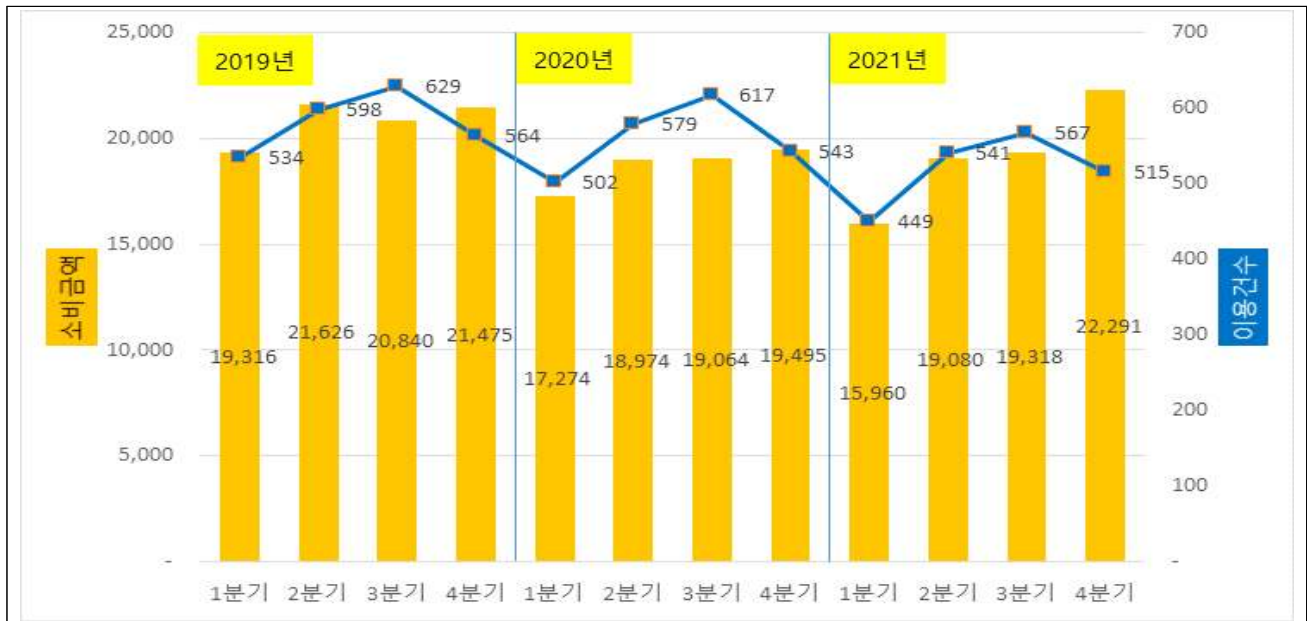
[그림 11] 서천군 및 특화시장 연도별 카드소비 현황(2019. ~ 2021.)(단위 : 백만원, 천명)



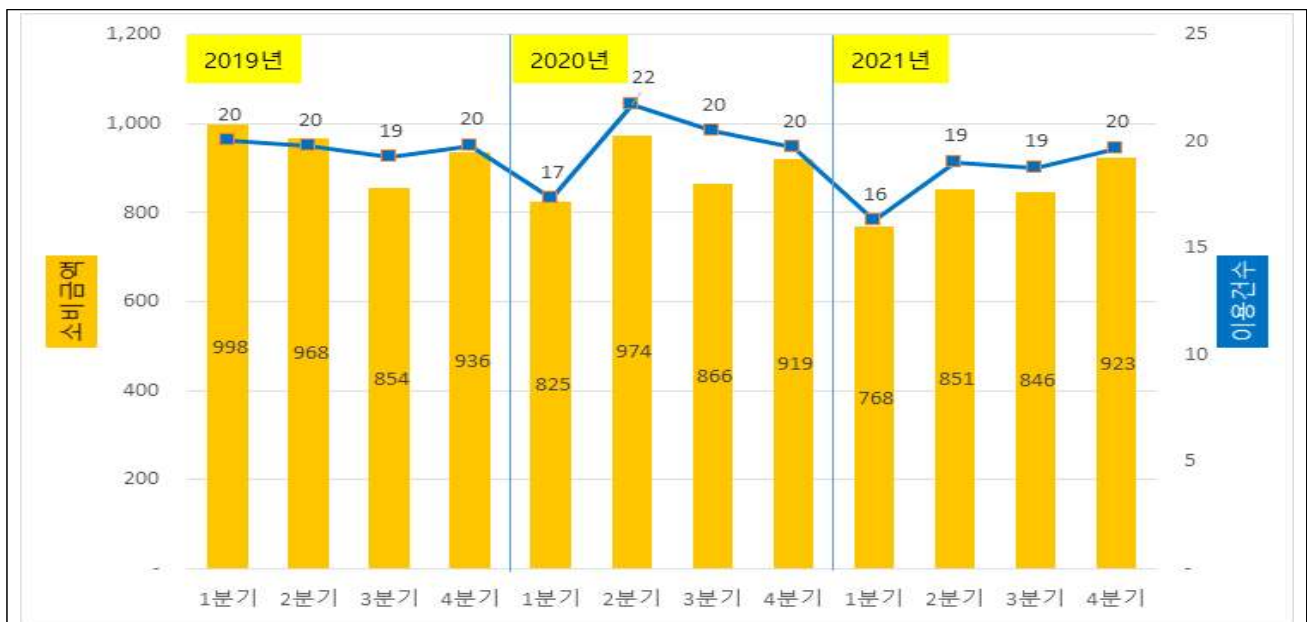
- (연도별) 서천군은 '19년대비 '21년 카드소비가 7.9%감소하였고, 서천특화시장의 경우 9.8%감소하여 1.9%p 더 크게 감소함

- 단, '20년도에는 서천특화시장의 이용건수가 많고 서천군의 감소폭 보다는 적게 감소한 경향이 있음

[그림 12] 서천군 분기별 카드소비 현황(2019. ~ 2021.) (단위 : 백만원, 천명)

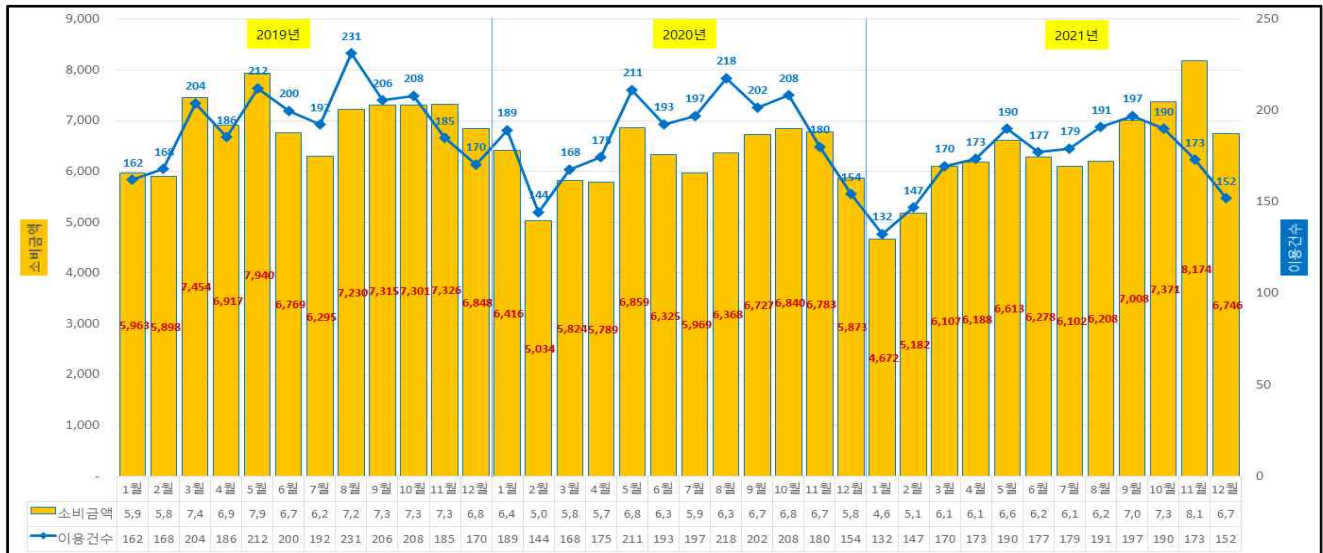


[그림 13] 서천특화시장 분기별 카드소비 현황(2019. ~ 2021.) (단위 : 백만원, 천명)

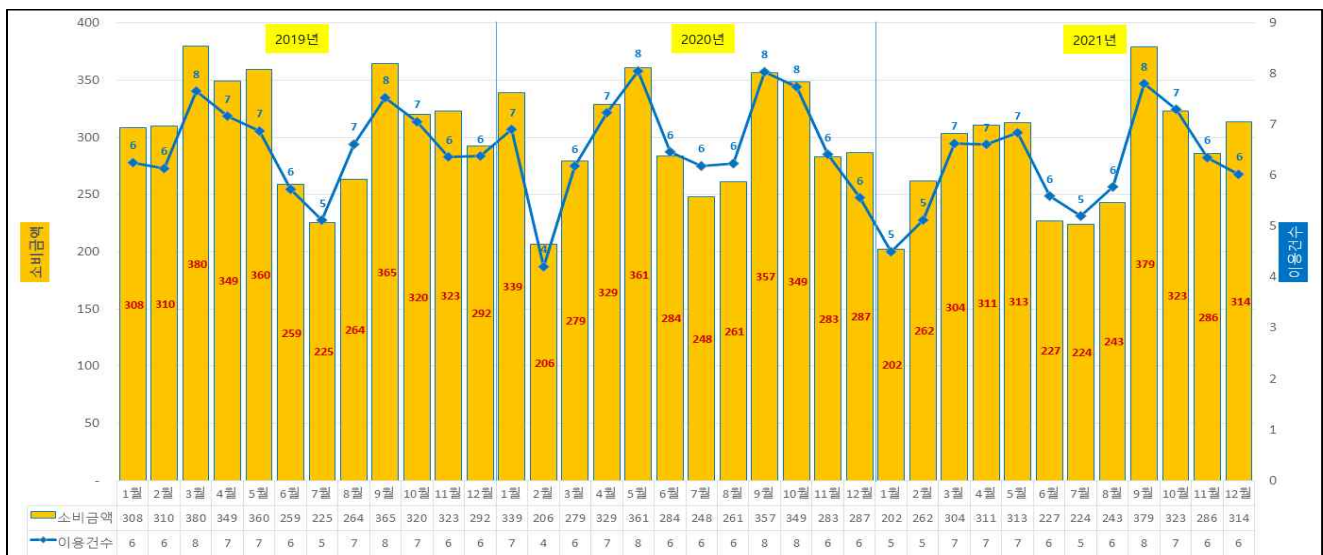


- (분기별) 서천군의 이용건수는 3분기, 카드소비는 4분기가 많음.
서천특화시장은 1분기의 이용건수가 적고, 2, 4분기의 카드소비가 많음
- 분기별 이용건수의 증감에 따라 카드소비도 유사하게 증감

[그림 14] 서천군 월별 카드소비 현황(2019. ~ 2021.) (단위 : 백만원, 천명)



[그림 15] 서천특화시장 월별 카드소비 현황(2019. ~ 2021.) (단위 : 백만원, 천명)

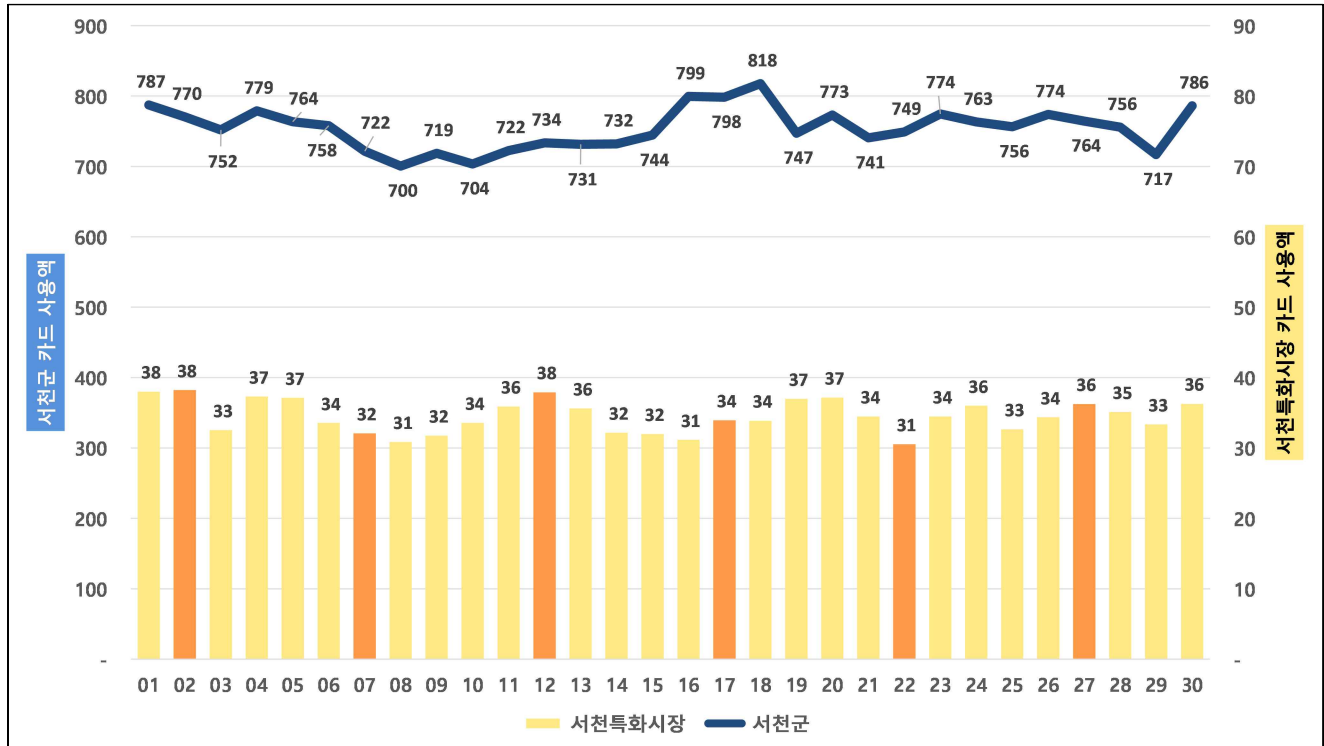


- (월별) 소비금액을 보면 '21. 1월 서천군과 수산시장 둘다 최소값 (각 46.7억, 2.2억)을 보이고 있으며, 서천군은 '21. 11월(81.7억), 서천 특화시장은 '19. 3월(3.8억)에 최대값을 보이고 있음('21. 9월도 3.79억 원으로 최대값 근접)
- 전체적으로 1, 2월에 최소값으로 시작해서 4, 5월 회복되다 6, 7월 잠시 주춤하고 8, 9월에 다시 회복되는 경향을 보이고 있음
- 1년 단위로 보면 서천특화시장은 봄과 가을에 성수기를 보임
- 서천군 전체소비 대비 수산물시장의 카드소비금액과 건수는 대부분 비례하나 일부 건수대비 소비금액의 비중이 높음('21. 9, '21. 12월 등)

3. 일일(1~30일) 카드 소비 현황

서천군 및 서천특화시장의 '19. ~ '21년까지 장날(2, 7일)의 카드소비 증감을 파악하고자 함

[그림 16] 서천특화시장 일일 소비현황 그래프(2019. ~ 2021.) (단위 : 천만원)



- (일별) 1 ~ 30일까지(31일은 제외) 일일 소비현황을 보고 서천읍 장날(2, 7일)의 소비 증감 현황을 파악하고자 함
- 서천읍 장날의 소비패턴이 다른날의 소비패턴과 크게 다르지 않음

[표 6] 장날 vs 장날이외의 소비금액(2019. ~ 2021.)

	서천특화시장	서천군 전체	비율
장날(2, 7일) 평균	348백만원	7,561백만원	4.60%
장날이외 평균 (1일~30일)	344백만원	7,540백만원	4.56%

- 4백만원의 소비 차이는 있으나 장날에 따른 유의미한 변동이 크게 나타나지 않음

4. 품목별 카드 소비 현황

서천군과 서천특화시장의 '19. ~ '21년까지 3개년간 품목별 카드소비 현황을 비교하여 특이점을 찾고자 함

[표 7] 품목별 소비 현황(상위 10개 품목)

(단위 : 천원, 건)

서천군 전체			서천특화시장		
품 목	소비금액	이용건수	품 목	소비금액	이용건수
총합계	234,713,345	6,636,616	총합계	10,727,595	232,000
주유소	61,320,389	711,012	농축수산물	4,986,284	87,529
일반한식	36,768,023	1,205,841	일반한식	1,055,510	25,139
농축협직영매장	18,156,508	606,599	정육점	710,960	12,889
농축수산물	14,728,785	261,851	의원	609,988	27,329
슈퍼마켓	11,541,818	503,739	가전제품	594,803	1,184
편의점	9,834,973	1,070,930	약국	505,024	28,955
LPG	9,131,333	174,587	비료농약사료종자	474,173	11,385
유아원	6,709,441	23,915	기타잡화	417,567	8,825
서양음식	3,621,984	296,338	치과의원	317,554	2,194
자동차정비	3,412,162	23,313	기계공구	200,462	3,213

○ 서천군내의 상위 소비품목 중 농축수산물은 4위이지만 서천특화 시장에서는 1위를 차지하고 있음

- 서천군 전체로 볼때 주유소의 품목별 소비가 가장 큼(서천군 전체 소비 총합계의 26.1%를 차지함)
- 서천군의 일반한식 품목은 이용건수가 가장 많으나 소비금액은 두 번째로 주유소 대비 저가의 품목으로 소비되고 있음

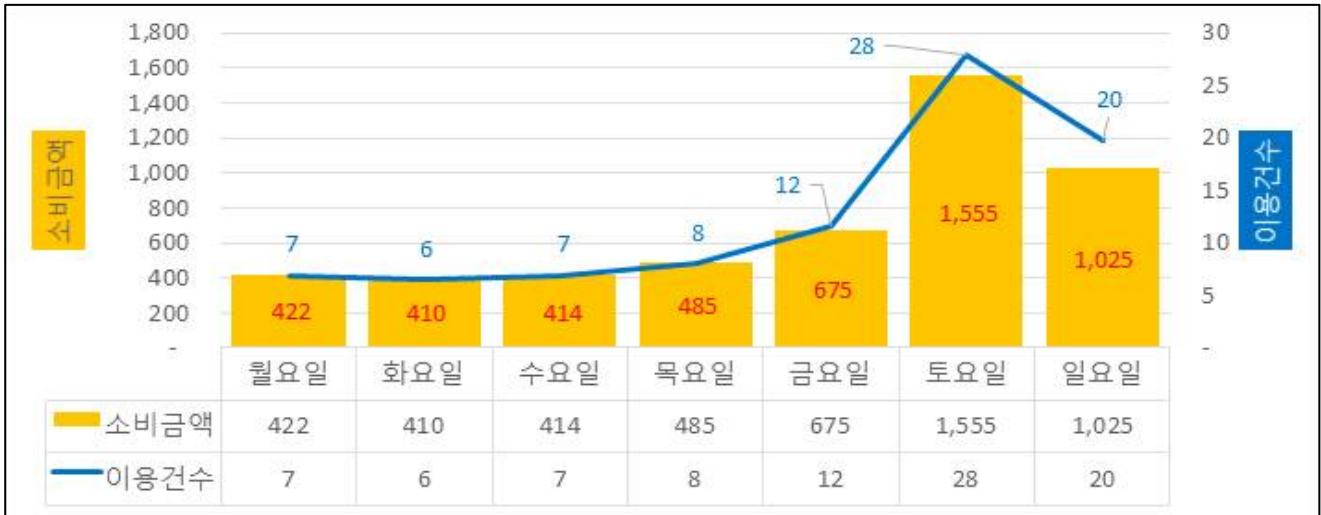
※ 주유소품목 대비 이용건수는 169.6%이나 카드소비금액은 60%임

- 서천특화시장에서의 농축수산물 비중은 수산물특화시장 전체소비 107억원중 49.9억원으로 46.6%를 차지함
- 분석 구역으로 설정한 부분이 서천특화시장으로 한정되어 있지 않고 일부 서천시장을 포함하여 일반한식과 정육점의 소비규모도 확인됨

5. 서천특화시장의 요일별 카드 소비 현황

서천특화시장의 '19. ~ '21년까지(3개년 총합) 농축수산물품목으로 한정하여 카드소비 현황을 요일별 증감 비교하여 특이점을 찾고자 함

[그림 17] 농축수산물품목 요일별 카드 소비 현황(2019. ~ 2021.) (단위 : 천만원)

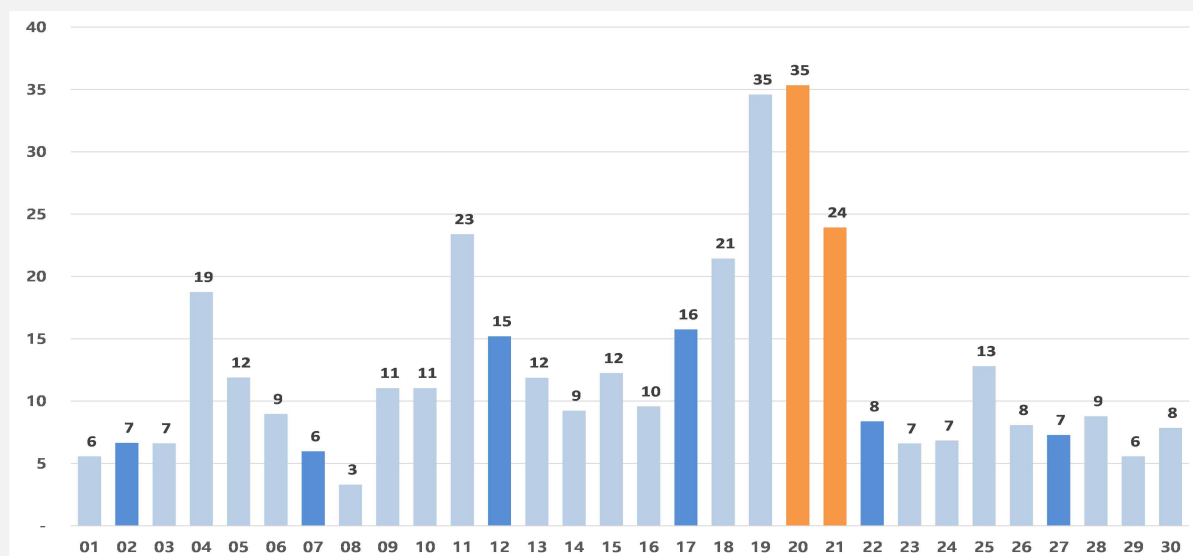


- 토요일의 이용건수와 이용금액의 비중이 약 1.7배 높으며, 화요일의 이용건수와 이용금액이 가장 낮음
- 유입인구 대비로 볼 때 토요일의 카드 소비 비율이 높음

【참고】

- ▶ 서천특화시장의 카드소비가 최고점인 '21. 9월의 일별 소비현황으로 장날의 소비변화가 있는지 살펴봄(그림 16 참고)

[그림 18] '21. 9월의 서천특화시장 일일 소비현황 (단위 : 백만원)

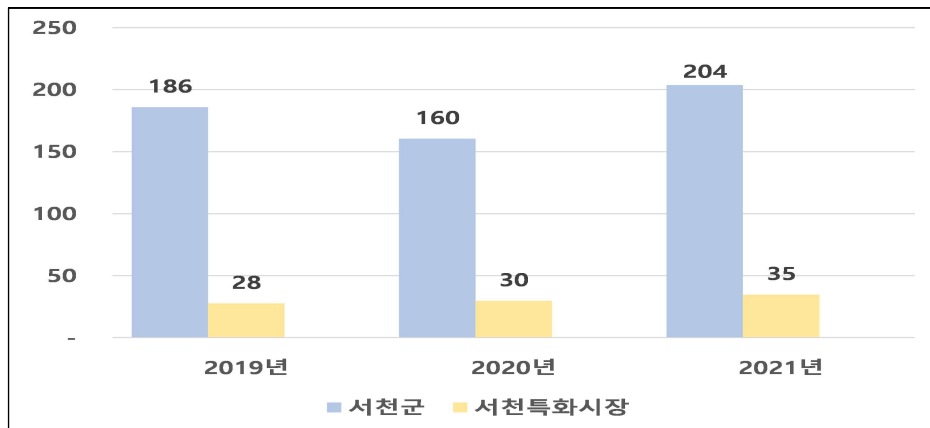


- ☞ 장날의 카드 소비 증가 현상은 보이지 않고 18일부터 카드 소비의 증가 현상이 나타남(20 ~ 22일 추석 연휴의 영향으로 추정)

1. 시기별 목적지 설정 방문 현황

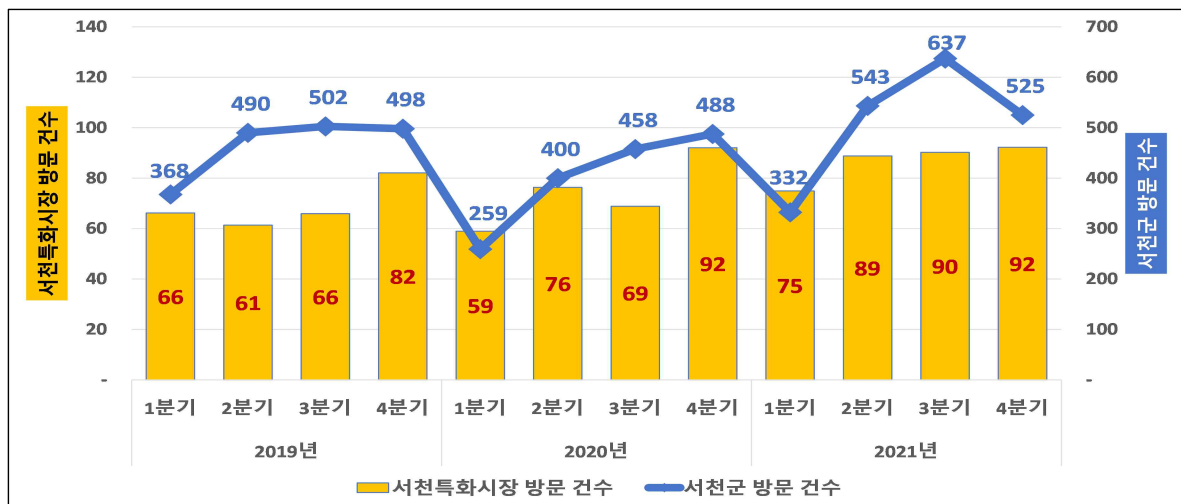
서천특화시장의 '19. ~ '21년까지 3개년간 목적지 설정 및 이동현황을 비교하여 특이점을 찾고자 함

[그림 19] 연도별 방문 건수(2019. ~2021.) (단위 : 천건)



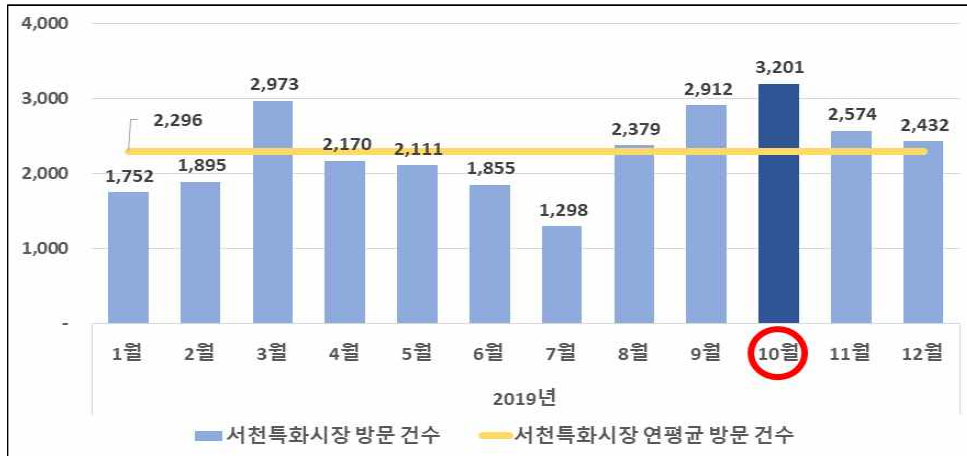
- (연도별) 서천군을 목적지로 설정하고 방문한 건수는 '20년도에 감소하다 '21년에는 '19년보다 높은 방문 건수를 보임

[그림 20] 분기별 방문 건수(2019. ~ 2021.) (단위 : 백건)

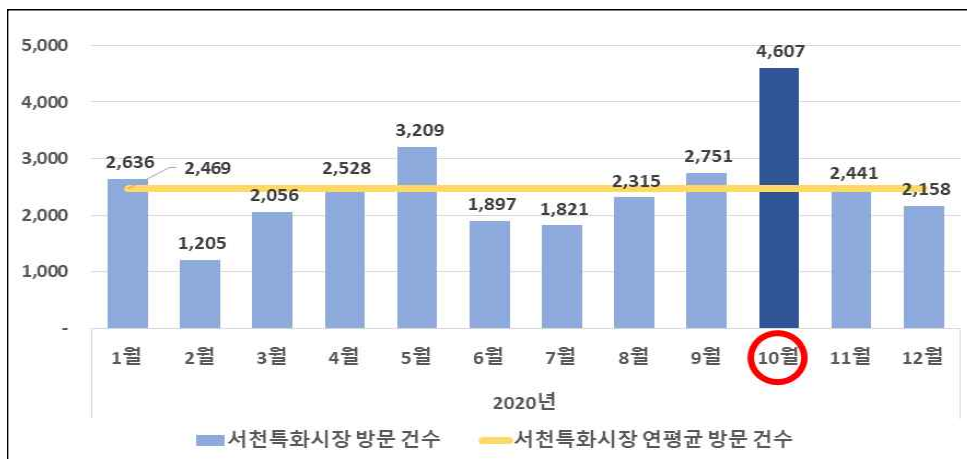


- (분기별) 서천특화시장의 목적지 설정 방문 건수는 코로나19에도 불구하고 꾸준히 증가하고 있는 추세임
 - 서천군내 목적지 대비 서천특화시장을 목적지로 방문한 비율은 16.9%임(서천군 550천건, 서천특화시장 93천건)

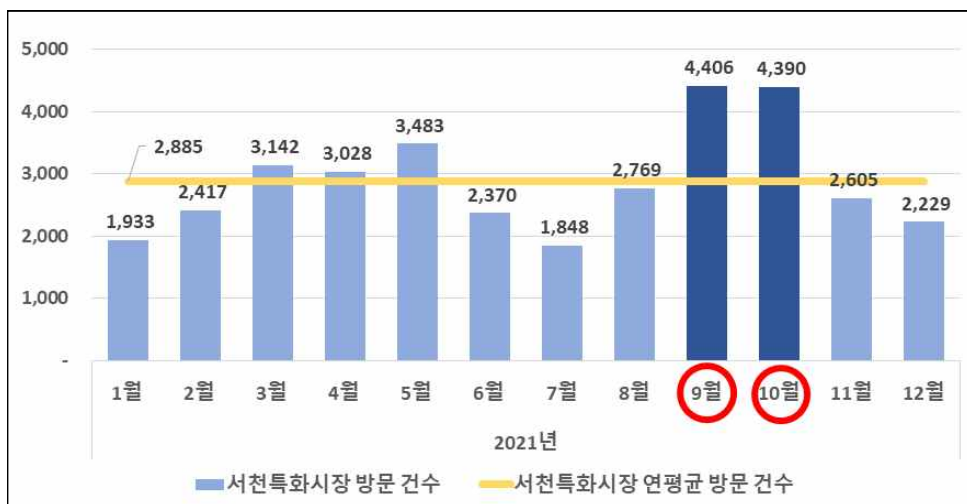
[그림 21] 월별 서천특화시장 방문 건수(2019년) (단위 : 건)



[그림 22] 월별 서천특화시장 방문 건수(2020년) (단위 : 건)



[그림 23] 월별 서천특화시장 방문 건수(2021년) (단위 : 건)



- (월별) 매 년 3월, 10월(봄, 가을)에 서천특화시장 네비게이션 목적지 방문 건수가 연중 가장 많음
- 반면에 매년 1, 2월과 6, 7월(겨울, 여름)의 서천특화시장 방문자는 연중 가장 낮게 나타남

2. 출발지별 목적지 설정 방문 현황

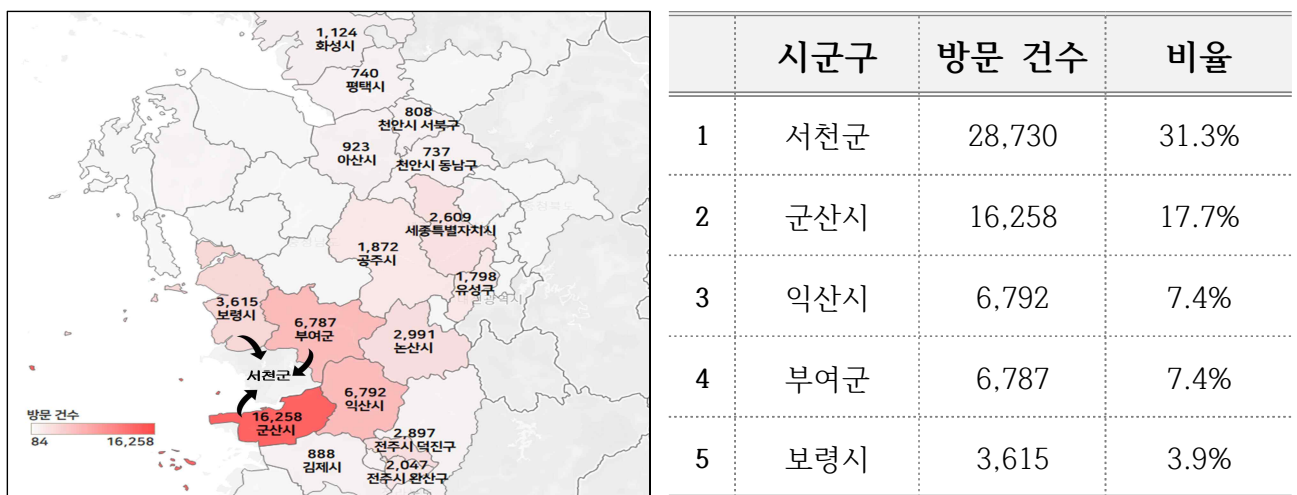
출발지가 충남인 경우, 전국 시군구인 경우 서천특화시장으로의 이동 현황을 비교하여 특이점을 찾고자 함

[그림 24] 충남에서 특화시장 방문 건수 [표 8] 특화시장 방문 상위 시군구(충남)



- (충남내 시군구에서 특화시장 방문) '19 ~ '21년 3개년동안 출발지가 충남이고 도착지가 서천특화시장인 48,058건을 대상으로 함
- 통신기반 유입인구와 유사하게 보령, 부여에서 방문 건수가 많음

[그림 25] 전국에서 특화시장 방문 건수 [표 9] 특화시장 방문 상위 시군구(전국)



- (전국 시군구에서 특화시장 방문) '19 ~ '21년 3개년동안 출발지가 전국이고 도착지가 서천특화시장인 91,796건을 대상으로 함
- 서천인근(부여군, 보령시)과 전북 시군(군산시, 익산시)에서 방문 건수가 많음

3. 서천특화시장[목적지] → 이후방문지 이동 현황

서천특화시장 방문 후 타목적지로 설정 및 이동현황을 비교하여 특이점을 찾고자 함

[표 10] 연도별 다음 목적지 방문건 상위 10개 목적지

	2019년	방문자 건	비율	2020년	방문자 건	비율	2021년	방문자 건	비율
1	서울시 서천연수원	4,656	7%	춘장대 해수욕장	3,199	5%	희리산해송 자연휴양림	3,478	5%
2	장항 스카이워크	2,631	4%	서울시 서천연수원	3,198	5%	춘장대 해수욕장	3,037	4%
3	춘장대 해수욕장	1,934	3%	장항 스카이워크	1,992	3%	장항 오토캠핑장	2,760	4%
4	국립생태원	1,791	3%	희리산해송 자연휴양림	1,882	3%	장항 스카이워크	2,263	3%
5	희리산해송 자연휴양림	1,717	3%	홍원항	1,523	2%	하나로마트/서 천농협서부점	1,752	3%
6	신성리갈대밭	1,351	2%	신성리갈대밭	1,371	2%	홍원항	1,639	2%
7	홍원항	1,320	2%	장항 오토캠핑장	1,279	2%	신성리갈대밭	1,444	2%
8	하나로마트/ 서천농협서부점	1,263	2%	군산수산물 종합센터	1,232	2%	군산수산물 종합센터	1,299	2%
9	이성당/본점	944	2%	이성당/본점	1,189	2%	이성당/본점	1,100	2%
10	군산수산물 종합센터	852	1%	하나로마트/ 서천농협서부점	933	1%	국립생태원	1,021	1%

- 서천특화시장 방문 이후 다음 목적지로 방문하는 건수와 지역은 연도별로 다르게 나타남
- 서천특화시장 방문 이후 숙박을 위한 목적지로 서울시서천연수원, 희리산해송자연휴양림, 장항오토캠핑장 방문 건수가 증가하고 있음 ('21년 서울시서천연수원은 항목에서 빠져 있음)
- 서천특화시장에서 장항오토캠핑장 방문 건수 증가에 따라 소비의 증가가 있는지 향후 추가적인 분석은 필요함(캠핑시 음식물을 직접 싸오는 경우가 많음)
- 다음 목적지로 서천 내 위치한 관광지를 방문하는 특징을 보이지만 군산수산물종합센터, 이성당 등 인근 지역으로 유출하는 방문자도 있음

4. 충남도내 타 목적지 → 서천특화시장 이동 현황

타목적지 방문 후 서천특화시장을 목적지 설정 및 이동현황을 비교하여 특이점을 찾고자 함

[표 11] 다른 목적지 방문 후 서천특화시장 방문건 수 상위 10개 경유지

	첫 번째 유입 목적지	방문자 건	비율	두 번째 유입 목적지	방문자 건	비율	세 번째 유입 목적지	방문자 건	비율
1	장항스카이워크	8,156	20%	춘장대해수욕장	3,771	16%	국립생태원	1,974	14%
2	국립생태원	5,982	15%	장항스카이워크	3,302	14%	춘장대해수욕장	1,965	14%
3	춘장대 해수욕장	4,017	10%	국립생태원	3,054	13%	장항스카이워크	1,556	11%
4	홍원항	3,833	10%	홍원항	2,696	11%	홍원항	1,405	10%
5	신성리갈대밭	2,508	6%	롯데아울렛/ 부여점	1,328	6%	롯데아울렛/ 부여점	1,273	9%
6	롯데아울렛/ 부여점	1,372	3%	신성리갈대밭	1,087	5%	신성리갈대밭	837	6%
7	장항 송림산림욕장	904	2%	대천해수욕장	590	2%	대천해수욕장	643	5%
8	대천해수욕장	822	2%	장항 송림산림욕장	549	2%	장항 송림산림욕장	303	2%
9	서울시 서천연수원	622	2%	마량리 동백나무숲	341	1%	서울시 서천연수원	284	2%
10	희리산 해송자연휴양림	600	1%	국립 해양생물자원관	323	1%	무창포해수욕장	242	2%

○ 인근 장항스카이워크, 춘장대해수욕장, 국립생태원 등을 방문하고 서천특화시장을 방문하는 건수가 상위에 랭크되어 있음

※ 장항송림산림욕장, 장항오토캠핑장은 장항스카이워크 옆에 위치하고 있어 3곳의 방문 건수를 합칠 경우 가장 많은 건수를 차지함

※ 홍원항은 춘장대해수욕장 옆에 위치하고 있어 2곳의 방문 건수를 합칠 경우 2위를 차지함

○ 대부분 숙박시설이 아닌 관광지를 먼저 방문하고 서천특화시장을 방문

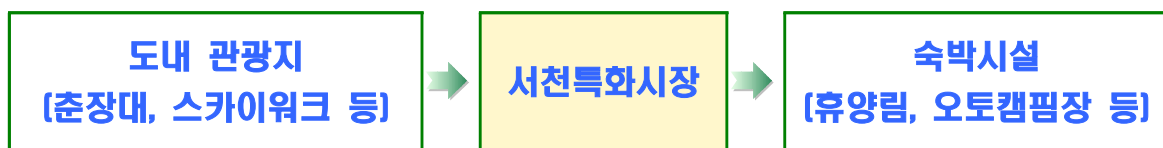
☞ 인근관광지 → 서천특화시장 → 숙박시설순으로 방문하는 것을 알 수 있음

1. 서천특화시장의 외부 유입인구 증가 유인을 위한 준비

- '20년도 대비 '21년도는 13% 유입인구의 감소를 보이나 코로나19 거리두기 해제('22. 4.)로 '22년부터 유입인구 증가 예상
 - 연간 76만명의 유입이 이루어지고 있고 '21년도는 평균 수준임
- 서천특화시장의 경우 SKT통신기반 유입인구를 볼 때 관내 유입은 '19년 73.5% → '20년 76.5% → '21년 77.9%로 증가 추세임
 - 한정된 관내 위주의 소비형태에서 주요 관외 유입지인 군산시 등 유입인구 유인책 필요
- 네이버블로그가 '19. 11월부터 운영중이며 댓글에 부정적인 반응
 - 주말 주차장 부족, 비싼 가격에 대한 불만이 다소 있음
- * 네이버블로그 운영('19. 11.) : <https://blog.naver.com/scmart2020>
- 향후 서천특화시장의 이용 건수(3.5%) 대비 소비 금액(4.6%)을 볼 때 이용 건수가 늘어날수록 소비금액은 더 늘어남(품목단가가 높음)
 - 유입인구 정책 등에 따라 서천특화시장의 카드소비 금액을 늘어날수록 서천특화시장내의 상인의 소득 증대에 도움
- 군산시의 유입인구('21년 6.7%, 그림8 참조)가 가장 많고, 내비게이션 목적지 설정 방문 건수('21년 17.7%, 표9 참조)도 많음
- ⇒ (정책제언) 방문자를 대상으로 별도의 설문조사를 실시하여 만족 및 불만족 여부를 조사를 통해 주차공간 부족 등 상세한 불만사항 파악하여 개선, 상인들 대상 친절 및 위생 교육 실시
 - 군산시와 상호 관광코스 연계로 시너지 창출 효과 기대

2. 내비게이션 목적지 이전 방문지와 이후 방문지 분석에 따른 방안

- 충남도내 타 관광지 방문 후 서천특화시장 방문의 경우 숙박시설보다 관광지의 비율이 높고, 서천특화시장 방문 후 숙박시설로 방문의 비율이 높음
- 이전, 이후 목적지를 고려하여 숙박지 등 추천 안내가 필요(목적지간 상호 보완을 위해 처음 방문하는 관광지에 안내 책자 비치 등)



⇒ (정책제언) 신규 관광코스를 개발하여 블로그 활용 홍보

- 기존 블로그에서 진행 중인 이벤트 등을 유입인구가 많은 9~10월로 일정을 변경하여 지속 추진
- 가장 많이 방문하는 곳을 기준으로 볼거리/놀거리/즐길거리/먹거리/숙박으로 이어지는 추천 관광코스 개발 표출
- 인근의 검색비율은 낮지만 근처 가볼만한 곳인 국립해양생물자원, 서천국립생태원, 금강하굿둑관광지 등 목적지와 연계를 위해 내비게이션 관련 업체와 관광지 광고(앱에 음성 및 포스터 표출) 검토