

제10호 2019.12

고양시 대규모 행사 지역경제 파급효과 분석 및 시사점

도시환경연구부 도시학 박사 김준우 연구위원
joonwoo.kim@gyri.re.kr

Contents

- I. 대규모 행사 지역경제 파급효과 분석 개요
- II. 고양시 분석 대상 행사 현황
- III. 행사별 지역경제 파급효과 분석
 - 고양국제꽃박람회
 - 서울모터쇼
 - 고양행주문화제
- IV. 시사점

※ 본 이슈브리프는 『고양시 대규모 행사 지역경제 파급효과 분석』(고양시정연구원, 2018) 보고서의 분석 내용을 기초로 작성되었습니다.



고양시에서는 고양국제꽃박람회, 킨텍스 서울모터쇼 등 대규모 행사가 진행되지만, 중소기업 중심 지역경제 파급효과 분석이 부족하다고 할 수 있다. 지역 관광 및 경제 활성화는 지역 행사의 중요한 목표이지만, 실질적인 지역경제 파급효과에 대한 분석정보가 충분하지 않다. 이에 본 이슈브리프는 『고양시 대규모 행사 지역경제 파급효과 분석』(고양시정연구원, 2018) 보고서를 기초로 고양시의 주요 대규모 행사의 지역경제 파급효과를 살펴본다.

고양시에서 진행된 행사 중 고양시의 대표 행사인 고양국제꽃박람회와 킨텍스의 대표 행사인 서울모터쇼, 그리고 고양시에 가장 오래된 행사인 고양행주문화제를 대상으로 분석을 진행한다. 행사별 지역경제 파급효과는 카드사용 데이터 및 위치 정보가 연동된 빅데이터를 활용하여, 매출액, 유입인구 특성, 유입인구 소비특성을 중심으로 지역경제 파급효과 분석을 진행한다. 카드사용 데이터는 중소기업 중심의 데이터를 활용하여, 대형 쇼핑시설을 제외한 지역 상권의 파급효과 분석을 우선으로 진행하였다.

‘고양국제꽃박람회’, ‘고양행주문화제’, ‘서울모터쇼’ 모두 매출, 유입인구, 일평균 소비 증가하였으며, 매출 증감률은 ‘고양행주문화제’가 24.1%, ‘서울모터쇼’가 19.7%로 주변지역 매출 증가 효과가 높게 분석되었다. 유입인구 증가율은 ‘고양행주문화제’가 30.3%, ‘서울모터쇼’가 29.8%, ‘고양국제꽃박람회’가 19.2%로 모두 높은 것으로 나타나고, 일평균 소비 증가율은 ‘고양행주문화제’가 34.3%, ‘서울모터쇼’가 29.4%로 소비증가가 높게 분석되었다.

‘고양국제꽃박람회’는 유입인구 증가수와 매출 증가액수는 타 비교 행사 중 가장 높게 분석되었다. 호수공원이 위치한 장항2동과 송포동, 백석2동, 장항1동 등에서 함께 유입인구와 매출액이 증가되었다. 행사 관람객이 약 50만명 이상으로 조사되었지만, 인접지역에서 매출을 발생한 인구는 약 20~25만명 정도로 추산되었다. 유입인구 증가율 19%에 비해 매출증가율이 11%에 머무르기 때문에 지역상권 매출증가의 가능성이 남아있다고 볼 수 있다.

‘서울모터쇼’ 지역경제 파급효과로 매출, 유입인구, 소비가 모두 높은 수준으로 증가되었다. 하지만 약 60만명의 관람객이 킨텍스에 다녀간 걸로 조사되었지만, 주변지역에서 소비를 한 인구가 약 15만명이 되지 않는 것으로 추정되었다. ‘서울모터쇼’는 대화동을 포함한 주변지역에 경제적 파급효과가 있는 것으로 분석되었지만, 모터쇼 관람객 수 및 유입인구 증가에 비해 높지 않은 매출 증가율을 고려하면 지역경제 파급효과가 충분하다고 보긴 어렵다.

‘고양행주문화제’ 지역경제 파급효과로 유입인구, 소비 증감 모두 20~30%대 증가율을 보여주고 있다. 행주동 이외의 화정2동, 행신1동, 능곡동의 유입인구가 함께 증가한 것으로 나타나며, 매출액 또한 화정2동, 능곡동, 행신3동이 함께 10%이상 증가되었다. ‘고양행주문화제’는 2017년, 2018년 모두 명확한 지역경제 파급효과를 보여주고 있으며, 다른 대규모 행사에 비교해도 지역경제 증가비율이 높은 것으로 분석되었다.

고양시 대규모 행사의 지역경제 파급효과 개선을 위한 시사점으로는 호수공원 축제와 인접상권의 프로그램 및 공간 연계성 확대 방안, 킨텍스와 지역상권 보행 연결 강화 및 프로그램 상생 방안, 지역 밀착형 중소규모 행사 활성화 필요성 등의 시사점을 제안하였다.

1. 대규모 행사 지역경제 파급효과 분석 개요 GYRI

□ 대규모 행사 지역경제 파급효과 분석 필요성

○ 분석 배경 및 목적

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

□ 대규모 행사 지역경제 파급효과 분석 방법

○ 분석 대상

- 고양시에서 진행된 행사 중 인지도 및 관람객, 운영 주체, 지역, 행사 성격 등을 고려하여 분석 대상 행사를 3개 선정¹⁾

<표 1> 분석 대상 행사 및 선정 이유

행사명	연도	행사지역	주관	선정 이유
고양국제꽃박람회	2018	장항2동	고양시, (재)고양꽃박람회재단	고양시 대표 행사로 고양시 최대 관람객 방문
서울모터쇼	2017	킨텍스 / 대화동	서울모터쇼 조직위원회	킨텍스 대표 행사로 킨텍스 최대 관람객 방문
고양행주문화제	2018	행주동	고양시, 고양문화원 고양문화재단 등	지역 문화제를 활용한 덕양구 대표 지역문화행사

1) 『고양시 대규모 행사 지역경제 파급효과 분석』 (고양시정연연구원, 2018)에서는 3개의 행사 이외 킨텍스 대규모 행사인 국제기계전 및 EBS국제다큐영화제를 추가하여 분석을 진행함

○ 분석 방법 및 내용

- 선정된 3개의 행사를 대상으로 카드사용 데이터 및 위치 정보가 연동된 빅데이터를 활용하여, 매출액, 유입인구 특성, 유입인구 소비특성 등 지역경제 파급효과 분석을 진행함
- 카드사용 데이터는 중소기업 중심의 데이터를 활용하여, 대형 쇼핑시설을 제외한 지역 상권의 파급효과 분석을 우선으로 진행함
- GIS 기반의 위치 정보와 카드소비 정보를 연동하여 지역경제 소비분석 서비스를 제공하는 '트렌드 온(Trend-ON)'의 빅데이터를 활용하여 행사별 지역경제 파급효과를 분석함

<표 2> 분석 대상 행사별 파급효과 분석 내용

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

II. 고양시 분석 대상 행사 현황

GYRI

□ **고양 국제꽃박람회²⁾**

○ 대한민국을 대표하는 국제적인 화훼 박람회

- 1997년 첫 개최된 고양국제꽃박람회는 2019년 13회 꽃박람회에 이르기 까지 670만명이 넘는 국내외 관람객이 방문
- 1997년 제1회를 시작으로 3년 마다 경기도 고양시 호수공원에서 열렸으며, 2012년 제6회 행사 이후부터는 매년 개최
- 대한민국 화훼산업의 발전과 고부가가치의 화훼상품을 개발·육성하여 농업경쟁력을 높이고, 꽃의 도시 고양시의 위상을 제고하며 대한민국 꽃 문화의 발전·확산을 목적으로 함

2) 고양국제꽃박람회 홈페이지 (<https://www.flower.or.kr>)

○ 2018 고양국제꽃박람회

- <세상을 바꿀 생명과 평화의 길>이라는 주제로 36개국 330여개의 화훼 관련 기관, 단체, 업체 참가
- 쉽게 볼 수 없는 희귀 식물 전시, 화훼 조형 예술로 꾸며지는 실내 정원, 다채로운 야외 테마 정원, 화훼 문화 체험 프로그램, 풍성한 공연·행사, 농가가 직접 재배하여 판매하는 화훼 판매장 등을 조성
- 총 관람객수는 502,201명(외국인 48,859명 포함)이며, 수출입 계약액은 2,710만불(약 300억원), 고용유발효과는 2,676명 총생산유발액은 1,527억원으로 조사

○ 2019 고양국제꽃박람회

- <평화의 시작, 미래의 중심 고양> 주제로 35개국 380여개의 화훼 관련 기관, 단체, 업체 참가
- 호수공원과 원당화훼단지 2곳의 장소에서 함께 개최 (호수공원 150,000㎡, 원당화훼단지 75,000㎡)
- 호수공원에서는 야외 테마 정원 및 실내 전시를 진행하고, 원당 화훼단지에서는 화훼 비즈니스 페어 및 화훼농가 체험 진행
- 총 관람객수는 468,233명(외국인 41,837명 포함)이며, 수출입 계약액은 1,839만불(약 220억원), 고용유발효과는 2,243명 총생산유발액은 1,266억원으로 조사

□ 서울모터쇼³⁾

○ 세계자동차공업 연합회(OICA) 공인을 받은 국내 최대의 자동차 박람회

- 서울 모터쇼는 1995년부터 2년 단위로 개최하며, 서울모터쇼조직위원회가 주최하고 지식경제부, 환경부, 국토교통부, 경기도, 고양시 등 후원으로 진행됨
- 참가 업체는 정해진 주제에 따라 전시할 자동차를 선정하고, 완성차는 물론 중소기업 부품 회사들의 부품도 함께 전시
- 1995년에 국내 최초로 서울 코엑스에서 개최되었으며 현대자동차, 기아자동차, 대우자동차, 쌍용자동차 등 국내 제조사들을 비롯하여 포드, BMW, 벤츠, 아우디 등이 참가
- 1995년부터 2002년까지 서울 코엑스에서 행사를 개최하였으나, 2005년 고양 킨텍스 완공 기념으로 2005년 서울모터쇼를 킨텍스에서 개최하고 이후 킨텍스에서 격년으로 개최
- 2011년에 킨텍스 제2전시장에 개장하면서, 2011년 이후 킨텍스 전관을 빌려서 개최

3) 서울모터쇼 홈페이지 (www.motorshow.or.kr)

○ 2017 서울모터쇼

- “미래를 그리다, 현재를 즐기다”를 주제로 2017년 3월 31일부터 4월 9일까지 개최
- 전시규모는 킨텍스 제1, 2전시장 전체 사용으로 전체 사용 면적은 91,141㎡임
- 총 27개 완성차 브랜드에서 300여대의 자동차를 출품하고, 완성차 이외 부품·IT·용품·튜닝 및 캠페인·서비스 등 관련 업체 194개 및 자동차부품연구원·전자부품연구원 등 유관기관이 참여함
- 2017년 총 열흘 간 누적 관람객은 2015년과 동일한 수준인 61만여 명

○ 2019 서울모터쇼

- “지속가능하고 지능화된 이동혁명”을 주제로 2019년 3월 29일부터 4월 7일까지 개최
- 전시규모는 킨텍스 1전시장 1-5홀, 2전시장 9-10홀 사용으로 전체 사용 면적은 79,851㎡임
- 총 21개 완성차 브랜드에서 270여대의 자동차를 출품하고, 통신사, 에너지기업, 자율주행 솔루션 기업, 부품회사 등 참가 업체 227개 및 유관기관이 참여함
- 2019년 총 열흘 간 누적 관람객은 약 63만여 명

□ **고양행주문화제⁴⁾**

○ 고양 600년의 역사를 담은 고양시 대표 신한류 문화예술축제

- 임진왜란 3대 대첩의 하나인 행주대첩 승전을 기념하고 권율 장군과 순국선열들의 정신을 기억하기 위해 시작된 고양행주문화제는 2019년 32회째 이어져 옴
- 시민중심의 축제, 고양형 거리예술 축제인 <고양행주문화제>는 시민이 주인공인 축제로 남녀노소 누구나 편안하게 참여할 수 있는 프로그램들로 다양하게 구성되어 운영
- 고양시청 문화예술과, 고양문화재단 시민문화사업팀, 고양문화원이 함께 주최 및 주관
- 2018년 고양행주문화제는 ‘평화를 향한 105만 시민의 큰걸음’이라는 슬로건을 가지고 9월 7일부터 9일까지 행주산성, 어울림누리, 화정문화광장, 덕양구청 일원에서 열림
- 2019년 고양행주문화제는 ‘평화, 역사를 잇다!’라는 슬로건을 가지고 5월 25일부터 26일까지 행주산성, 행주산성역사공원, 행주동 일원에서 열림
- 2018년 관람객수는 약 21만여명, 2019년 관람객수는 약 5만여명으로 조사됨

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

III. 행사별 지역경제 파급효과 분석

GYRI

□ 고양국제꽃박람회 (2018, 호수공원)

○ 매출액 분석

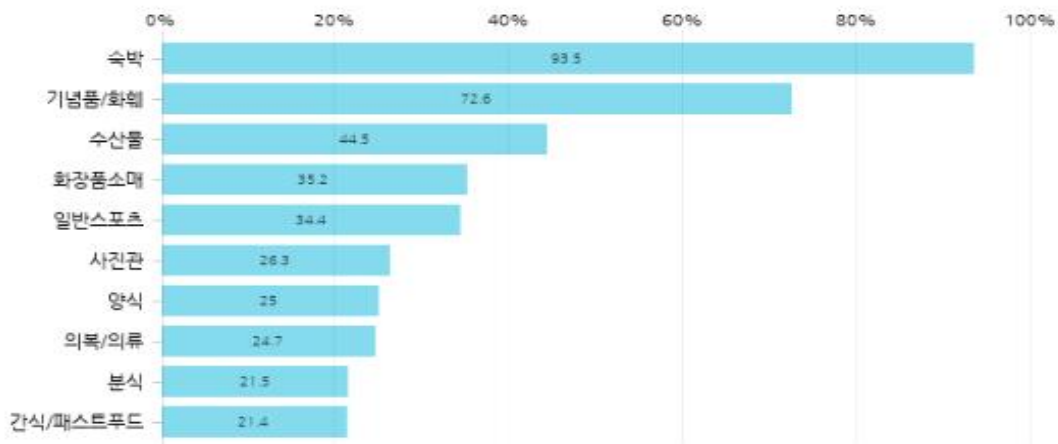
- 2018 고양국제 꽃박람회가 열렸던 기간 동안 행사가 개최된 장항2동에서 발생한 총 매출액은 432.6 억원이며, 총 거래량은 180.4만건 (일평균 매출액 25.4억원, 일평균 거래량 10.6만건)
- 평상시 기간 동안 장항2동에서 발생한 일평균 매출액 대비 행사 기간 일평균 매출액이 11.0% 증가
- 2017 꽃박람회 기간 중 장항2동 발생 일평균 매출액은 25.1억원으로 2018년 매출액 1.3% 증가

[표 3] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - 고양국제꽃박람회

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

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

[표 4] 업종별 일평균 매출액 증감률



○ 유입인구 특성 분석

- 행사 기간 동안 장항2동의 소비인구는 총 173.4만명이며, 소비행위를 한 상주인구는 총 73.6만명, 유입인구는 총 99.8만명임
- 이중 소비행위를 한 유입인구는 전체 소비인구의 총 57.5%를 차지함
- 행사기간동안 장항2동 일 평균 유입인구 수는 평상시 대비 19.2% 증가
- 그 밖에 장항1동(17.1% 증가, 총 12.3만명), 송포동(16.2% 증가, 총 8.9만명), 주엽2동(7.9% 증가, 총 12.1만명) 순으로 행사 기간 동안 유입인구 증가율이 높게 나타남
- 유입인구의 거주 지역별 분포는 경기도 파주시(25.9%)의 유입이 가장 많았고, 경기도 김포시(7.3%), 서울특별시 은평구(4.2%) 순으로 나타남

[표 5] 유입인구 유입지역 순위

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

○ 유입인구 소비 특성 분석

- 행사 기간 동안 유입인구의 소비금액은 274.7억원으로 전체 소비총액(432.6억원)의 63.5%를 차지함
- 유입인구의 거래량은 104.4만건으로 전체 거래량(180.4만건)의 57.8%를 차지함
- 행사 기간 동안 장항2동 유입인구의 소비단가는 26,319원으로 상주인구의 소비단가에 비해 높음

[표 6] 행사기간 거래량 및 소비단가

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

□ 서울모터쇼 (2017, 킨텍스)

○ 매출액 분석

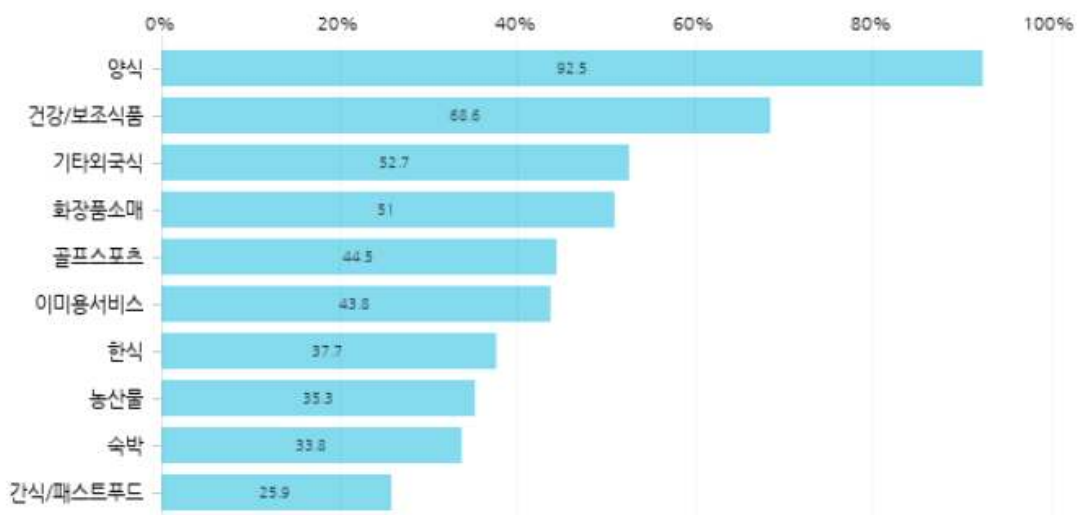
- 2017 서울모터쇼가 열렸던 기간 동안 대화동에서 발생한 총 매출액은 77.3억원이며, 총 거래량 35.8만건임(일평균 매출액 7.7억원, 일평균 거래량 3.6만건)
- 평상시 기간 동안 대화동에서 발생한 일평균 매출액 6.5억원에 비해 행사기간 중 일평균 매출액이 19.7% 증가
- 행사가 없었던 2016년 동일 기간 대비 2017 서울모터쇼 일평균 매출액이 약 37.4% 증가함

[표 7] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - 서울모터쇼

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

- 행사기간 동안 일평균 매출액 변화율이 가장 큰 업종은 양식업종(92.5% 증가), 건강/보조식품업종 (68.6% 증가), 기타외국식업종(52.7% 증가) 순으로 나타남
- 행사기간 동안 일평균 거래량 변화율이 가장 큰 업종은 양식업종(85.6% 증가), 골프스포츠업종 (63.9% 증가), 기타외국식업종(49.8% 증가) 순으로 나타남

[표 8] 업종별 일평균 매출액 증감률



○ 유입인구 특성 분석

- 서울모터쇼 행사기간 동안 대화동의 소비인구는 총 34.9만명이며, 그중 대화동에서 소비행위를 한 상주인구는 총 14.8만명, 유입인구는 총 20.1만명임
- 이중 소비행위를 한 유입인구는 전체 소비인구의 총 57.7%를 차지함
- 행사기간 동안 대화동 일평균 유입인구 수는 평상시 대비 29.8% 증가
- 그 밖에 송포동(140.0% 증가, 총 10.7만명), 일산3동(15.0% 증가, 총 3.3만명), 장항1동(12.2% 증가, 총 6.3만명) 순으로 행사 기간 동안 유입인구 증가율이 높게 나타남
- 유입인구의 거주 지역별 분포는 경기도 파주시(17.4%)의 유입이 가장 많았고, 경기도 김포시(4.4%), 경기도 수원시(4.3%) 순으로 나타남

[표 9] 유입인구 유입지역 순위

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

○ 유입인구 소비 특성 분석

- 행사 기간 동안 대화동 유입 인구의 소비금액은 48.7억원으로 전체 소비총액(77.3억원)의 63.1%를 차지함
- 유입인구의 거래량은 20.7만건으로 전체 거래량(35.8만건)의 57.7%를 차지함
- 행사 기간 동안 대화동 유입 인구의 소비단가는 23,580원으로 상주인구의 소비단가에 비해 높음

[표 10] 행사기간 거래량 및 소비단가

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

□ **고양행주문화제 (2018, 행주산성)**

○ 매출액 분석

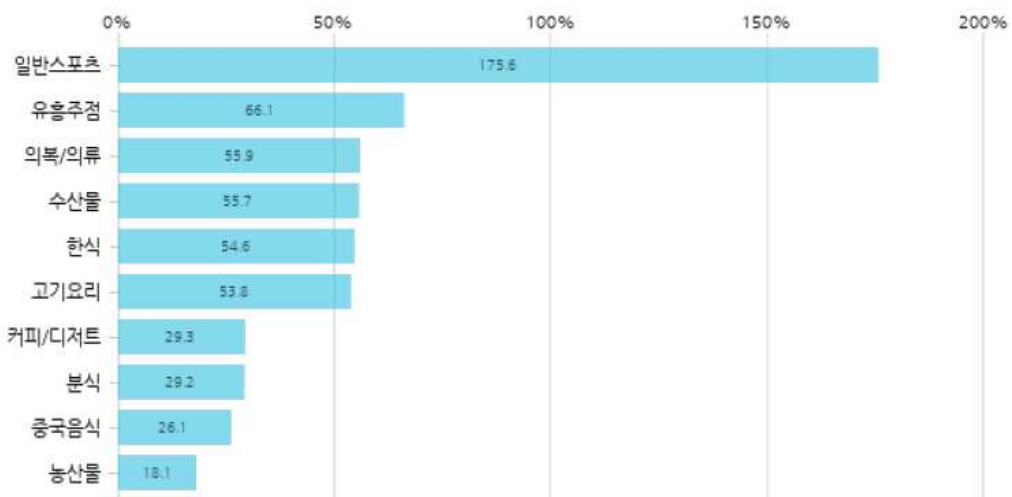
- 제31회 고양행주문화제가 열렸던 기간 동안 행사가 개최된 행주동에서 발생한 총 매출액은 13.7억이며, 총 거래량 6.2만건 임 (일평균 매출액 4.6억원, 일평균 거래량 2.1만건)
- 평상시 기간 동안 행주동에서 발생한 일평균 매출액 대비 행사 기간 일평균 매출액 24.1% 증가
- 2017년 제30회 고양행주문화제 기간 중 행주동 발생 일평균 매출액은 4.5억원으로 2017년 대비 2018년 매출액 2.5% 증가

[표 11] 행사 기간 전후 일평균 매출액 변화표 - 고양행주문화제

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

- 행사기간 동안 일평균 매출액 변화율이 가장 큰 업종은 일반스포츠업종(175.6% 증가), 유흥주점업종 (66.1% 증가), 의복/의류 업종(55.9% 증가) 순으로 나타남
- 행사기간 동안 일평균 거래량 변화율이 가장 큰 업종은 일반스포츠업종(233.3% 증가), 수산물업종 (71.1% 증가), 기념품/화훼업종(70.8% 증가) 순으로 나타남

[표 12] 업종별 일평균 매출액 증감률



○ 유입인구 특성 분석

- 서울모터쇼 행사기간 동안 행주동의 소비인구는 총 6.0만명이며, 그중 행주동에서 소비행위를 한 상주인구는 총 2.2만명, 유입인구는 총 3.7만명임
- 이중 소비행위를 한 유입인구는 전체 소비인구의 총 62.4%를 차지함
- 행사기간 동안 행주동 일평균 유입인구 수는 평상시 대비 30.3% 증가
- 그 밖에 화정2동(21.2% 증가, 총 4.7만명), 행신1동(20.9% 증가, 총 9377.0명), 능곡동(16.9% 증가, 총 1.2만명) 순으로 행사 기간 동안 유입인구 증가율이 높게 나타남
- 유입인구의 거주 지역별 분포는 서울특별시 강서구(15.6%)의 유입이 가장 많았고, 서울특별시 마포구(10.0%), 서울특별시 양천구(6.0%) 순으로 나타남

[표 13] 유입인구 유입지역 순위

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

○ 유입인구 소비 특성 분석

- 행사 기간 동안 행주동 유입인구의 소비금액은 9.4억원으로 전체 소비총액(13.7억원)의 68.7%를 차지
- 유입인구의 거래량은 3.9만건으로 전체 거래량(6.2만건)의 62.6%를 차지함
- 행사 기간 동안 행주동 유입 인구의 소비단가는 24,215원으로 상주인구의 소비단가에 비해 높음

[표 14] 행사기간 거래량 및 소비단가

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

IV. 시사점 GYRI

□ 행사 지역경제 파급효과 종합

○ 행사 지역경제 파급효과 비교

- ‘고양국제꽃박람회’, ‘고양행주문화제’, ‘서울모터쇼’ 모두 매출, 유입인구, 일평균 소비 증가
- 매출 증감률은 ‘고양행주문화제’가 24.1%, ‘서울모터쇼’가 19.7%로 주변지역 매출 증가 효과가 높음
- 유입인구 증가율은 ‘고양행주문화제’가 30.3%, ‘서울모터쇼’가 29.8%, ‘고양국제꽃박람회’가 19.2%로 모두 높음
- 일평균 소비 증가율은 ‘고양행주문화제’가 34.3%, ‘서울모터쇼’가 29.4%로 소비증가 효과가 높음

[표 4-9] 행사별 지역경제 파급효과 종합

행사명	행사지역	매출 증감률	유입인구 증감률	일평균 소비 증감률
고양국제꽃박람회	장항2동	+11.0%	+19.2%	+12.2%
서울모터쇼	대화동	+19.7%	+29.8%	+29.4%
고양행주문화제	행주동	+24.1%	+30.3%	+34.3%

□ 행사별 파급효과 종합

○ 고양국제꽃박람회 지역경제 파급효과

- 장항2동 기준 유입인구수는 평소보다 약 16만명 정도 증가되어 유입인구 수로는 타 비교 행사 중에 가장 높은 수치를 보여줌
- 장항2동 뿐만 아니라 장항1동, 송포동, 주엽2동 등 주변 지역에서도 함께 유입인구가 증가됨
- 매출도 행사기간 중 일평균 매출증가 액수가 2.5억원으로 타 비교 행사 중 가장 높게 분석되었으며, 장항2동 뿐만 아니라 송포동, 백석2동, 장항1동 등에서 함께 매출액이 증가됨
- 행사 관람객이 약 50만명 이상으로 조사되었지만, 인접지역에서 매출을 발생한 인구는 약 20~25만명 정도로 추산됨
- ‘고양국제꽃박람회’는 유입인구 증가율이 19%에 달하지만, 매출증가율이 11%에 머무르기 때문에 유입인구를 통한 지역상권 매출증가 가능성이 남아있다고 볼 수 있음

○ 서울모터쇼 지역경제 파급효과

- ‘서울모터쇼’는 킨텍스가 위치한 대화동을 중심으로 분석이 진행되었으며, 매출, 유입인구, 소비가 모두 높은 수준으로 증가됨
- 유입인구는 대화동 기준 약 30% 증가, 인접지역인 송포동은 140% 증가된 것으로 분석됨
- 매출 증가율은 대화동이 약 20%, 송포동이 약 40%, 장항1동과 일산3동이 약 10%정도 증가됨
- ‘서울모터쇼’에 약 60만명의 관람객이 다녀간 걸로 조사되었지만, 주변지역에서 지출을 한 인구가 약 15만명이 되지 않는 것으로 추정
- ‘서울모터쇼’는 대화동을 포함한 주변지역에 경제적 파급효과가 있는 것으로 분석되었지만, 모터쇼 관람객 수 및 유입인구 증가에 비해 높지 않은 매출 증가율을 고려하면 지역경제 파급효과가 충분하다고 보긴 어려움

○ 고양행주문화제 지역경제 파급효과

- ‘고양행주문화제’는 유입인구, 소비 증감 모두 20~30%대 증가율을 보여주고 있음
- 행사기간 중 높은 비율의 지역경제 증가 효과가 나타나지만, 행주동 지역의 기존 유입인구수나 매출액 규모가 크지 않아 유입인구 및 매출액 증가 비율이 비교적 높게 나타난 것으로 보임
- 행주동 이외의 화정2동, 행신1동, 능곡동의 유입인구가 함께 증가한 것으로 나타나며, 매출액 또한 화정2동, 능곡동, 행신3동이 함께 10%이상 증가됨
- 유입인구 소비비율도 높게 나오며, 유입인구 증가율과 매출증가율의 차이도 비교적 크지 않음
- ‘고양행주문화제’는 짧은 기간의 행사지만, 2017년, 2018년 모두 명확한 지역경제 파급효과를 보여주고 있으며, 다른 대규모 행사에 비교해도 지역경제 증가비율이 높은 것으로 분석됨.

□ 지역경제 파급효과 개선을 위한 시사점

○ 호수공원 축제와 인접 상권 연계 필요

- 약 50만명의 관람객이 유입되는 ‘고양국제꽃박람회’의 경우, 대규모 관람객 수에 비해 호수공원 주변의 중소상공인 상업시설에서 매출을 발생한 인구는 약 20~25만 정도로 추정됨
- 호수공원은 일산문화공원뿐만 아니라 주엽역, 마두역 상권 및 호수공원 서측의 한류월드 상업지역과 킨텍스까지 보행 연결이 가능하기에, 호수공원의 공간 확장성 적극 활용 필요
- ‘고양국제꽃박람회’의 지역경제 파급효과 강화를 위해서는 인접 상권과의 연계를 고려한 박람회 공간 다변화 및 확대 계획을 세우고, 박람회 장소를 일산문화공원 및 노래하는분수대까지 확대한다면 관람객의 인접 상권 이용 비율이 높아질 것으로 예상

- ‘고양국제꽃박람회’의 입장권과 연계한 지역 바우처 발급 확대, 지역 상업시설과 연계된 박람회 프로그램 및 이벤트 도입, 박람회장을 활용한 지역상인 판매시설 다변화 등의 추가적인 지역 상권과의 연계방안을 검토 필요
- 2019년부터 진행된 호수공원과 원당화훼단지 분할 개최를 통해, ‘고양국제꽃박람회’를 통한 지역 상권 활성화뿐만 아니라 지역 화훼산업의 활성화를 지속적으로 추진할 필요가 있음

○ 킨텍스 행사의 지역상권 연계 및 확대 방안 필요

- 2017년 ‘서울모터쇼’를 통해 약 60만명의 방문객이 킨텍스를 찾았지만, 킨텍스 인접지역에서 매출을 발생시킨 인구는 약 12~15만명 정도로, 약 25%정도만 인접지역 중소기업인 상업시설 이용한 것으로 추정됨 (킨텍스의 타 대규모 행사인 ‘서울공작기계전’의 경우는 박람회에 참석한 참관객수는 10만명이지만, 인접지역에서 매출을 발생시킨 참관객은 2만명 전후로 추정)
- 킨텍스 행사의 경우 관람객의 인접지역 이동 비율이 높지 않으며, 인접지역 매출영향력도 행사 참가 방문객 규모에 비해 높지 않다고 할 수 있음
- 킨텍스와 주변지역과의 프로그램 연계성이 높지 않으며, 도보 연계 가능한 상업시설이 부족함
- 향후 GTX 개통 및 인접 지역 신규 상업·업무시설 개발 후 킨텍스와 주변지역의 연계성은 높아질 것으로 예상되지만, 현재 킨텍스의 지역경제 파급효과 강화를 위해 GTX 개통 이전에도 킨텍스 인접 상업시설과의 보행 및 프로그램 연계 방안 마련 필요
- 킨텍스 주변 지역 활성화뿐만 아니라 일산지역 및 고양시로의 경제 파급효과를 확대하고, 마이스산업을 활용한 일자리 창출을 위해 지속적인 전략 마련 및 지원 사업 추진 필요

○ 지역 밀착형 중소기업 행사 활성화

- ‘고양행주문화제’의 경우 짧은 행사 기간에 비해 지역상권 매출 증가율, 유입인구 증가율, 소비 증가율이 전체적으로 높게 분석됨
- 행주산성 행사장 인근 행주동에서는 약 30%의 유입인구가 증가(약 1만명)하고 지역 매출이 약 24% 증가(약 2.7억원)된 것으로 분석
- 2019년 총 32회가 진행된 행사의 전통성뿐만 아니라 지역 밀착형 행사로 자리 잡아 지역 관람객 참여 및 지역경제 파급효과가 높은 것으로 분석됨
- 지역 행사를 위해 투입된 공공예산의 추가적 비교가 필요하지만, ‘고양행주문화제’는 지역 상권과 연계된 지역 밀착형 행사로 지역경제 파급효과가 높다고 분석되며, 지역성 강화 및 지역상권 활성화를 유도하는 지역밀착형 중소기업 행사의 긍정적 효과를 보여주는 사례라 할 수 있음

고양시정연구원 이슈브리프

제10호

발행일 2019.12.31.
발행인 이재은
발행처 고양시정연구원

TEL 031.8073.8341
FAX 031.8073.0710
HOME PAGE www.gyri.re.kr
ADDRESS 10393 경기도 고양시 일산동구 태극로 60 빛아루방송지원센터 11층 **고양시정연구원(GYRI)**

- 이 보고서에 실린 내용은 고양시정연구원의 공식의견과 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 이 책에 실린 내용을 인용할 시 반드시 출처를 명시해야 하며 무단전재 또는 복제하는 것을 금합니다.