



2024



문화관광축제  
빅데이터 분석용역



최종보고서



한국관광공사

# 일러두기

- ▶ 본 보고서는 「2024 문화관광축제 빅데이터 분석 용역」의 분석 결과를 수록한 것임.
- ▶ 본 보고서에서 응답 백분위(%)와 평균은 소수점 첫째 자리까지 표기하였으며, 표기된 백분위 값의 합이 100%가 되지 않거나 넘는 등  $\pm 0.1\%$  차이가 나는 반올림 오차(Rounding error)가 있을 수 있음
- ▶ 각 문항별 응답 대상(Base) 및 사례수(30표본 미만인 경우 통계적 유의성 평가를 위한 유효 표본 부족)를 유념하여 결과를 활용하길 바람
- ▶ 도표 안에서 사용된 부호의 뜻은 다음과 같음  
[ - ] : 해당 숫자 없음 [ 0 ], [ 0.0 ], [ 0.00 ], [ 0.000 ] : 단위 미만 (반올림 결과)
- ▶ 본 보고서는 한국관광공사 한국관광데이터랩([datalab.visitkorea.or.kr](http://datalab.visitkorea.or.kr))에서 확인 가능함
- ▶ 2023 문화관광축제 빅데이터 분석과는 추세를 확인하는데만 활용하고, 직접적인 비교 활용은 권장하지 않음
  - 2023 문화관광축제 빅데이터 분석 대상 축제 수가 상이함('23년 86개 축제 → '24년 65개 축제)
  - 빅데이터는 매년 고도화되는 과정에서 일부 수치의 변경이 있을 수 있음
  - SNS 결과의 경우는 자연어 처리 방법에 따라 언급량 및 긍·부정 언급량의 차이가 존재함
- ▶ 본 보고서의 내용을 전재(轉載) 또는 역재(譯載)할 경우에는 「2024 문화관광축제 빅데이터 분석 용역」 결과 ○쪽에서 전재 또는 역재하였음」 또는 「한국관광 데이터랩에서 발췌하였음」을 밝혀야 함
- ▶ 본 보고서와 관련된 문의사항은 한국관광공사 지역관광육성팀(전화번호 : 033-738-3633) 또는 한국관광 데이터랩 홈페이지([datalab.visitkorea.or.kr](http://datalab.visitkorea.or.kr)) 고객센터의 게시판 이용을 요망함



# CONTENTS

## 1장. 과업 개요

1. 과업 배경 및 목적	3
2. 축제 지표	8
3. 데이터 수집 항목 및 범위	9

## 2장. 지표단계별 결과

1. 준비단계	13
2. 기획단계	20
3. 참여단계	31
4. 활동단계	52
5. 성과단계	76

## 3장. 파급효과 추정

1. 경제적 파급효과	89
1) 방법론	89
2) 경제적 파급효과 산출 결과	91
2. 사회적 파급효과	92
1) 방법론	92
2) 사회적 파급효과 산출 결과	93

## 4장. 빅데이터 세부 분석

1. 이동통신데이터_방문자 수 결과	97
2. 카드데이터_소비 금액 결과	108
3. 카드데이터_소비 건수 결과	116
4. 카드데이터_건당 소비 금액 결과	123
5. 내비게이션데이터_검색 건수 결과	125



### 1-1 연도별 방문객 현황

#### 연도별 방문객 수

(단위:만명)

“축제 방문객 수는 매년 증가세”



#### 방문객 유형별 비중

(단위:%)

“외부 방문자는 '23년 대비 1.7%p 증가”



\* 외부 방문자 : 외지인+외국인

### 1-2 '24년 방문객 세부 현황



#### 시도별 방문객 현황



“문화관광축제는 전남이 많고, 방문객 수는 경남이 많음”

축제수  
(단위:개)



방문객수  
(단위:만명)



#### 계층별 방문객 비중

(단위:%)

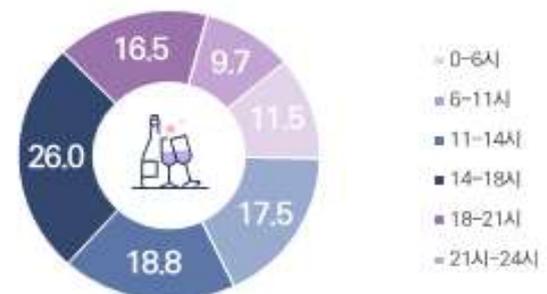
“남성, 50대에서 축제 더 많이 즐김”



#### 시간대별 방문객 비중

(단위:%)

“14~18시 사이 방문객 비중 많음”





## 2 연도별 소비 현황

### 총 소비액

(단위:억원)

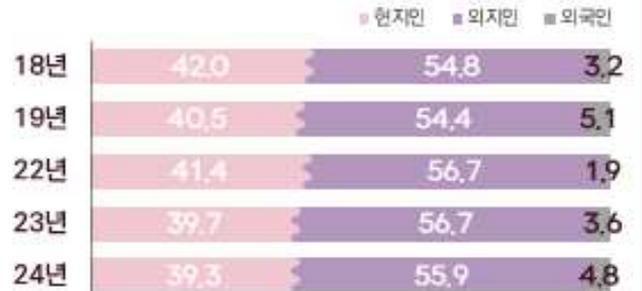
“19년 이후부터 소비액 증가 추세”



### 방문객 유형별 소비액 비중

(단위:%)

“매년 외지인이 더 많이 지출”



### 총 소비 건수

(단위:억건)

“18년도 제외, 유사한 수준”



### 건당 소비액

(단위:억원)

“19년 이후부터 건당 소비액 증가 추세”



## 소비업종별 비중



매년 식음료업과  
쇼핑업에 많은  
지출 발생

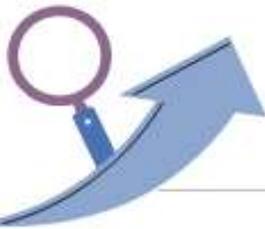
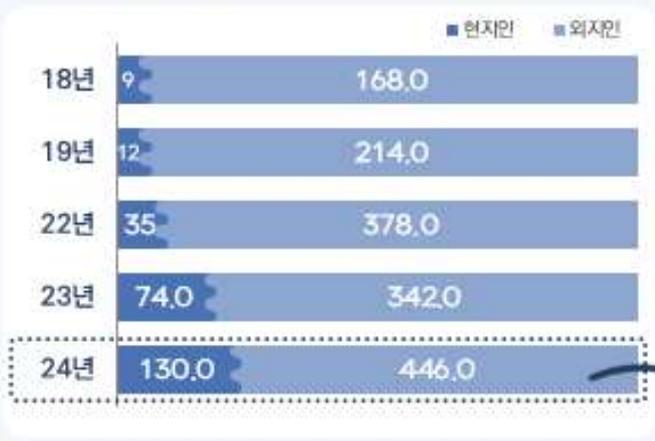




### 3 연도별 내비 검색 현황

방문객 유형별 내비 검색건수

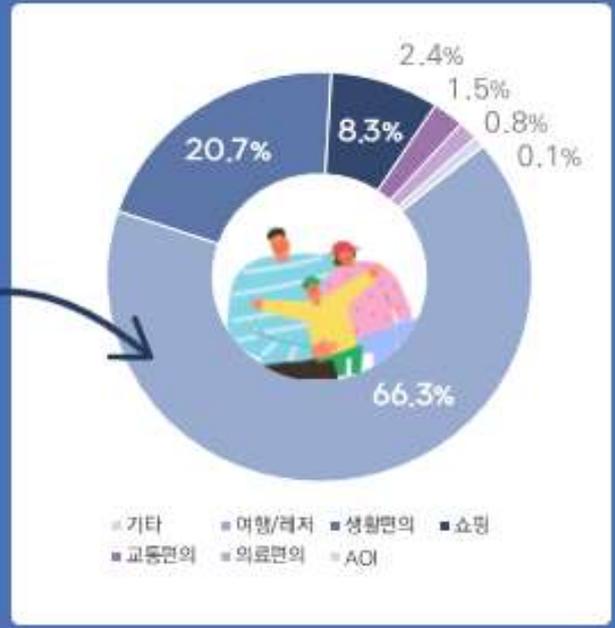
(단위:천건)



“매년 현지인 검색건수 증가”

'24년 목적지 유형별 내비 검색건수

“여행/레저 목적지 검색 비중 가장 높음”



### 4 연도별 SNS 축제 관심도 현황

“축제 시기보다 축제 전 또는 후 SNS 관심도 증가세”



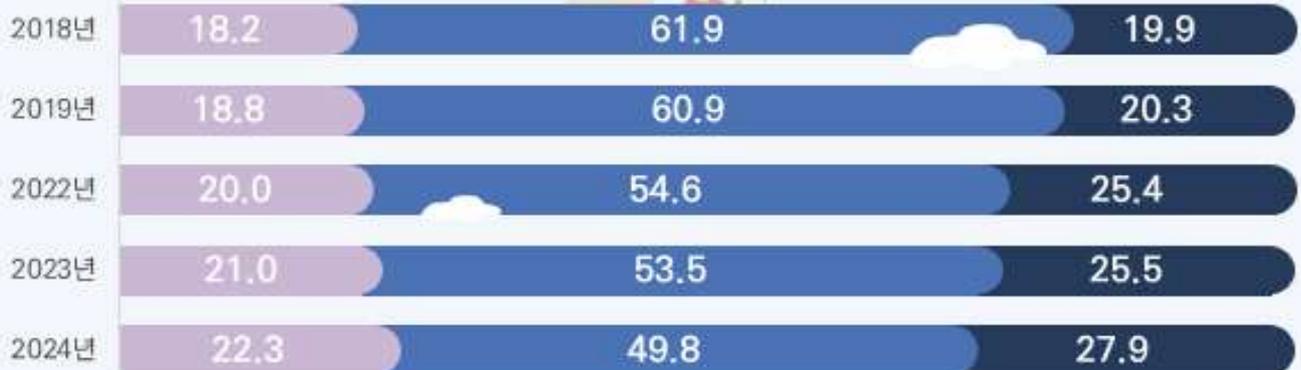
축제 전



축제 후



■ 사전 ■ 현장 ■ 사후





## 2 연도별 축제기간 & 비축제기간 비교

### 01 일평균 방문객 증감률



### 02 일평균 내비 검색건수 증감률



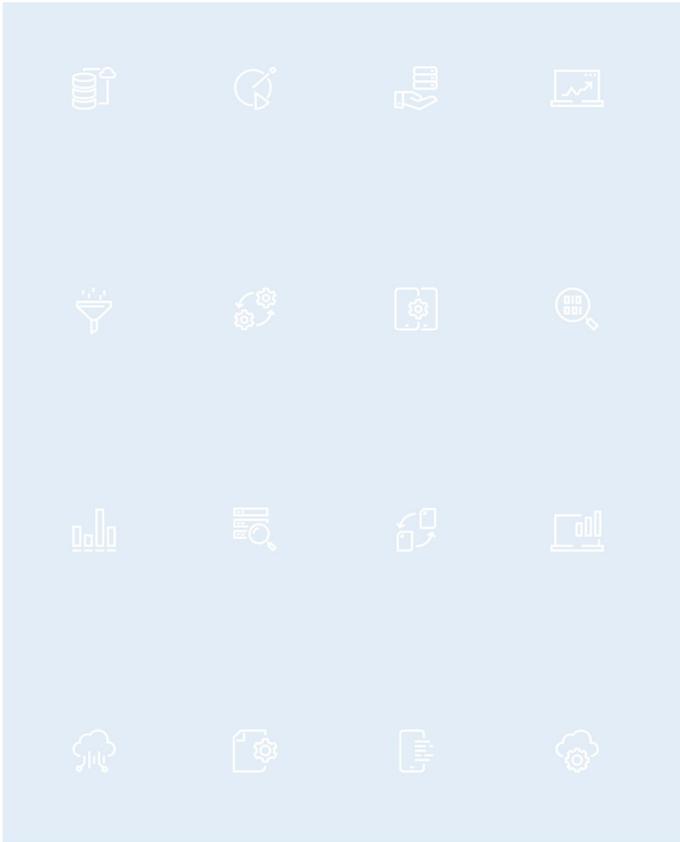
### 03 일평균 소비액 증감률



### 04 일평균 소비건수 증감률







# 01

# 과업 개요

2024 문화관광축제 빅데이터 분석용역





## 1. 과업 배경 및 목적

- ✓ 2024~2025년 선정된 총 65개의 문화관광축제의 개최 효과 측정의 일관성 및 객관성 있는 데이터 축적 필요성이 증대
- ✓ 그러나 축제는 개최 시기, 장소, 기간, 유형 등이 서로 다르므로 명확한 기준으로 데이터를 축적하는 데에 한계가 있음
- ✓ 이에 한국관광공사가 보유한 이동통신, 카드사, 내비게이션 등의 빅데이터를 바탕으로 연도별, 축제 개최 전후 추이 분석을 통한 축제별 동향과 시사점을 도출하고, 향후 문화관광축제의 개선 등을 위한 기초자료 제공하기 위함
- ✓ 또한, 축제 개최 효과를 수치화하여 경제·사회적 파급효과에 대한 성과 분석 요구에 대응을 목적으로 함

### 1) 과업 내용

#### 가. 빅데이터 기반 문화관광축제 파급효과 분석

- ✓ 한국관광공사의 빅데이터 및 지자체·축제별 보유 데이터를 활용하여 축제 개최 전후 및 코로나19 전후 비교를 통한 축제의 파급효과 분석

#### 나. 빅데이터 활용 축제별, 종합 트렌드 분석 및 인포그래픽 제작

- ✓ 지자체·축제재단 등 대외 공유를 위한 축제별 보고서 및 인포그래픽 제작을 통해 축제별 차년도 수요 예측 및 개최 방향을 검토하고, 향후 개최를 위한 개선방향 도출

#### 다. 빅데이터 분석 지표 고도화 및 경제·사회적 파급효과 산식 산출

- ✓ 기 개발된 빅데이터 분석 지표를 검토 및 보완하고, 신규 빅데이터 분석 지표를 발굴하여, 분석 지표 고도화
- ✓ 축제 개최에 따른 경제·사회적 성과 산출을 위한 파급효과 산식 점검 및 산출

#### 라. 문화관광축제 담당자를 통한 의견 및 기초자료 수집

- ✓ 빅데이터 분석 지표 및 수요 확인, 축제별 분석을 위한 기초자료 등을 수집하여, 트렌드 보고서 작성

#### 마. 향후 과업을 위한 축제 지역 기준 마련 및 설정

- ✓ 한국관광공사에서는 축제가 개최되는 메인 장소가 포함된 행정동을 기준으로 빅데이터 분석을 수행하고 있으며, 향후 빅데이터(방문자 수, 소비액)의 고도화 및 정확한 추정을 위한 축제 지역(POI)를 설정



## 2) 분석 내용

- ✓ 분석 대상 : 2024~2025년 선정된 65개 문화관광축제
- ✓ 시간적 범위 : 최근 5개년 (2018년, 2019년, 2022년, 2023년, 2024년)
  - 2020년, 2021년은 코로나19 팬데믹으로 인해 분석 범위에서 제외
  - 2022년의 경우는 오프라인 또는 하이브리드(온라인+오프라인 동시) 개최된 문화관광축제는 분석 대상에 포함
- ✓ 공간적 범위 : 65개 문화관광축제의 각 축제장 및 주변 관광지, 지자체 일원
  - 방문자 수 : 행정동 단위, 소비액 : 시군구 단위
- ✓ 세부 선정된 65개 문화관광축제는 아래 표와 같음

**[표 1-1] 2024~2025 문화관광축제 선정 및 분석여부**

연번	지역	축제명	2018	2019	2022	2023	2024
연도별 전체 분석 대상 축제 수			63	60	55	65	65
1	서울(1)	관악강감찬축제		●	●	●	●
2		광안리어방축제	●	●	●	●	●
3	부산(3)	동래읍성역사축제	●	●	●	●	●
4		부산국제록페스티벌	●	●	●	●	●
5	대구(2)	대구약령시한방문화축제	●	●	●	●	●
6		대구치맥페스티벌	●	●	●	●	●
7		부평풍물대축제	●	-	●	●	●
8	인천(3)	소래포구축제	●	-	●	●	●
9		인천펜타포트음악축제	●	●	●	●	●
10	광주(2)	광주김치축제	●	●	●	●	●
11		추억의충장축제	●	●	●	●	●
12	대전(1)	대전효문화부리축제	●	●	●	●	●
13	울산(2)	울산옹기축제	●	●	●	●	●
14		태화강마두희축제	●	●	●	●	●
15	세종(1)	세종축제	●	●	●	●	●
16		부천국제만화축제	●	●	●	●	●
17		수원화성문화제	●	●	●	●	●
18		시흥갯골축제	●	●	●	●	●
19	경기(7)	안성맞춤남사당바우덕이축제	●	-	●	●	●
20		여주오곡나루축제	●	-	●	●	●
21		연천구석기축제	●	●	●	●	●
22		화성뱃놀이축제	●	●	●	●	●
23		강릉커피축제	●	●	●	●	●
24		정선아리랑제	●	●	●	●	●
25		춘천마임축제	●	●	●	●	●
26	강원(7)	평창송어축제	-	●	-	●	●
27		평창호석문화제	●	●	-	●	●
28		한탄강얼음트레킹축제	●	●	-	●	●
29		화천산천어축제	●	●	-	●	●
30		괴산고추축제	●	●	●	●	●
31	충북(3)	영동난계국악축제	●	●	●	●	●
32		음성품바축제	●	●	●	●	●

(이어서)

연번	지역	축제명	2018	2019	2022	2023	2024
33	충남(6)	금산인삼축제	●	●	●	●	●
34		논산딸기축제	●	●	-	●	●
35		보령머드축제	●	●	●	●	●
36		서산해미읍성축제	●	●	●	●	●
37		천안흥타령축제	●	●	●	●	●
38		한산모시문화제	●	●	●	●	●
39	전북(6)	김제지평선축제	●	●	●	●	●
40		무주반딧불축제	●	●	●	●	●
41		순창장류축제	●	●	●	●	●
42		임실N치즈축제	●	●	●	●	●
43		장수한우량사과광축제	●	●	●	●	●
44		진안홍삼축제	●	●	●	●	●
45	전남(8)	곡성세계장미축제	●	●	●	●	●
46		담양대나무축제	●	●	-	●	●
47		목포항구축제	●	●	●	●	●
48		보성다향대축제	●	●	-	●	●
49		영암왕인문화축제	●	●	-	●	●
50		정남진장흥물축제	●	●	●	●	●
51		진도신비의바닷길축제	●	●	-	●	●
52		함평나비축제	●	●	●	●	●
53	경북(5)	고령대기야축제	●	●	●	●	●
54		문경차사발축제	●	●	●	●	●
55		영주풍기인삼축제	●	●	●	●	●
56		청송사과축제	●	●	●	●	●
57		포항국제불빛축제	●	●	-	●	●
58	경남(7)	김해분청도자기축제	●	-	●	●	●
59		밀양아리랑대축제	●	●	●	●	●
60		산청한방약초축제	●	●	●	●	●
61		안동탈춤축제	●	●	●	●	●
62		진주남강유등축제	●	●	●	●	●
63		통영한산대첩축제	●	●	●	●	●
64		하동야생치문화축제	●	●	●	●	●
65	제주(1)	탐라문화제	●	●	●	●	●

### 3) 과업 수행 흐름

[그림 1-1] 문화관광축제 빅데이터 분석 과업 수행 흐름



### 4) 축제 유형 분류

- ✓ 기존 유사 연구 및 축제 관련 평가 결과, 전문가 의견을 참고하였으며, 축제 유형 구분 기준은 문화체육관광부에서 공표하고 있는 연도별 지역축제 정보와 대조하여 문화예술, 자연생태, 전통역사, 지역특산물 유형으로 분류함
  - 단, 대구차맥페스티벌의 경우 문화체육관광부에서도 기타(산업)으로 분류하고 있으나, 본 보고서에서는 지역특산물로 재 분류하여 결과를 산출함

[표 1-2] 2024~2025 문화관광축제 유형 분류표

축제유형	축제명			
문화예술 (20개)	관악강감찬축제	김제지평선축제	김해분청도자기축제	대전효문화부리축제
	부산국제록페스티벌	부천국제만화축제	부평풍물대축제	세종축제
	안성맞춤남사당바우덕이축제	영동난계국악축제	영암왕인문화축제	음성품바축제
	인천펜타포트음악축제	정선아리랑제	천안흥타령축제	추억의총장축제
	춘천마임축제	탐라문화제	평창효석문화제	포항국제불빛축제
자연생태 (8개)	곡성세계장미축제	무주반딧불축제	시흥갯골축제	정남진장흥물축제
	진도신비의바닷길축제	한탄강얼음드레킹축제	함평나비축제	화성벚꽃놀이축제
전통역사 (15개)	고령대가야축제	광안리어방축제	대구약령시한방문화축제	동래읍성역사축제
	목포항구축제	문경차사발축제	밀양아리랑대축제	서산해미읍성축제
	수원화성문화제	안동탈춤축제	연천구석기축제	울산옹기축제
	진주남강유등축제	태화강마두회축제	통영한산대첩축제	-
지역특산물 (22개)	강릉커피축제	광주김치축제	괴산고추축제	금산인삼축제
	논산딸기축제	담양대나무축제	대구차맥페스티벌	보령머드축제
	보성다향대축제	산청한방약초축제	소래포구축제	순창장류축제
	여주오곡나루축제	영주풍기인삼축제	임실N치즈축제	장수한우량사과랑축제
	진안홍삼축제	청송사과축제	평창송어축제	하동야생차문화축제
	한산모시문화제	화천산천어축제	-	-

### 5) 축제 콘텐츠 유형 분류

- ✓ 기존 축제 유형 외 축제 개최 방향 및 주된 콘텐츠의 내용에 따라 특성이 달라지는 것을 고려하여, 총 5가지 유형으로 분류함
  - 공연 및 전시, 체험프로그램, 경연 및 대회, 퍼레이드 및 행진, 먹거리 및 장터
- ✓ 문화관광축제 담당자를 대상으로 수요조사를 수행하여, 자료를 수집하였음

**[표 1-3]** 2024~2025 문화관광축제 콘텐츠 유형 분류표

축제유형	축제명			
공연 및 전시 (17개)	곡성세계장미축제	김해분청도자기축제	문경차시발축제	밀양아리랑대축제
	부산국제록페스티벌	서산해미읍성축제	세종축제	안성맞춤남사당바우덕이축제
	영동난계국악축제	영암왕인문화축제	울산옹기축제	음성품바축제
	인천펜타포트음악축제	진주유등축제	춘천마임축제	통영한산대첩축제
	함평나비축제			
체험프로그램 (29개)	강릉커피축제	고령대가야축제	관악강감찬축제	광안리어방축제
	괴산고추축제	김제지평선축제	담양대나무축제	대구약령시한방문화축제
	동래읍성역사축제	무주반딧불축제	보령머드축제	보성다향대축제
	부천국제만화축제	산청한방약초축제	소래포구축제	순창장류축제
	시흥갯골축제	연천구석기축제	임실N치즈축제	정남진장흥물축제
	정선아리랑제	진도신비의바닷길축제	청송사과축제	평창송어축제
	평창효석문화제	한산모시문화제	한탄강얼음트레킹축제	화성벚놀이축제
	화천산천어축제			
경연 및 대회 (4개)	안동탈춤축제	천안흥타령축제	탐라문화제	하동야생차문화축제
퍼레이드 및 행진 (6개)	대전호문화부리축제	부평풍물대축제	수원화성문화제	추억의총장축제
	태화강마두희축제	포항국제불빛축제		
먹거리 및 장터 (9개)	광주김치축제	금산인삼축제	논산딸기축제	대구치맥페스티벌
	목포항구축제	여주오곡나루축제	영주풍기인삼축제	장수한우량사과랑축제
	진안홍삼축제			

## 2. 축제 지표

### 1) 분석 모형 설정

- ✓ 논리 모형을 축제 특성에 맞게 준비·기획·참여·참여·활동·성과 총 5단계로 구분함
- ✓ 각 단계별 Hard & Small Data 발굴과 Big Data 결합

[그림 1-2] 문화관광축제 빅데이터 분석 모형 설정



### 2) 분석 지표설계

[표 1-4] 문화관광축제 분석 지표설계

지표단계	지표명	지표내용	단위	자료원
준비단계	예산	축제 예산/일 평균 축제 예산	백만원	축제 확인
	인력	전담 인력/운영조직	명	
	변화	축제 예산/일 평균 축제 예산 증감률	%	
기획단계	기본	개최 회차/축제 시기/축제 기간	회/월/일	축제 확인
	특성	축제유형/유료 프로그램 여부	1-4/0-1	문체부 분류기준/축제 확인
	인프라	안전 시설/편의 시설	개	공공 Data
참여단계	접근성	일자별 날씨/오전 날씨	%	기상 Data
		일자별 미세먼지/초미세먼지	%	에어코리아 Data
		접근성(메인 행사장 기준 반경 1km 내 교통 수단 유무)	%	공공 Data + 지도
		주차장	주차대수	공공 Data
	SNS (축제 개최 전)	사전 언급량/사전 긍정어 언급량	건/%	SNS Data
	사전 관심도/사전 핫채널	%		
	방문자	방문자 수/방문자 특성	천명/%	이동통신 Data
활동단계	혼잡도	혼잡도(피크시간 집중도)	명	이동통신 Data
	SNS (축제 개최 중)	현장 언급량/현장 긍정어 언급량	건/%	SNS Data
		현장 관심도/현장 핫채널	%	
	소비	소비액/소비 건수/건당 소비액	백만원/건/천원	카드 Data
이동	내비게이션 검색 건수/목적지 유형별 검색 건수	건	내비게이션 Data	
성과단계	SNS (축제 개최 후)	사후 언급량/사후 긍정어 언급량	건/%	SNS Data
		사후 관심도/사후 핫채널	%	
	증감률	비축제 기간 대비 방문자/소비액/소비 건수	%	이동통신 Data + 카드 Data
	파급효과	경제적 파급효과/사회적 파급효과	원	이동통신 Data + 카드 Data / 카드 Data + SNS Data

### 3. 데이터 수집 항목 및 범위

#### 1) 빅데이터 부문

[표 1 -5] 문화관광축제 빅데이터 수집 항목 및 범위

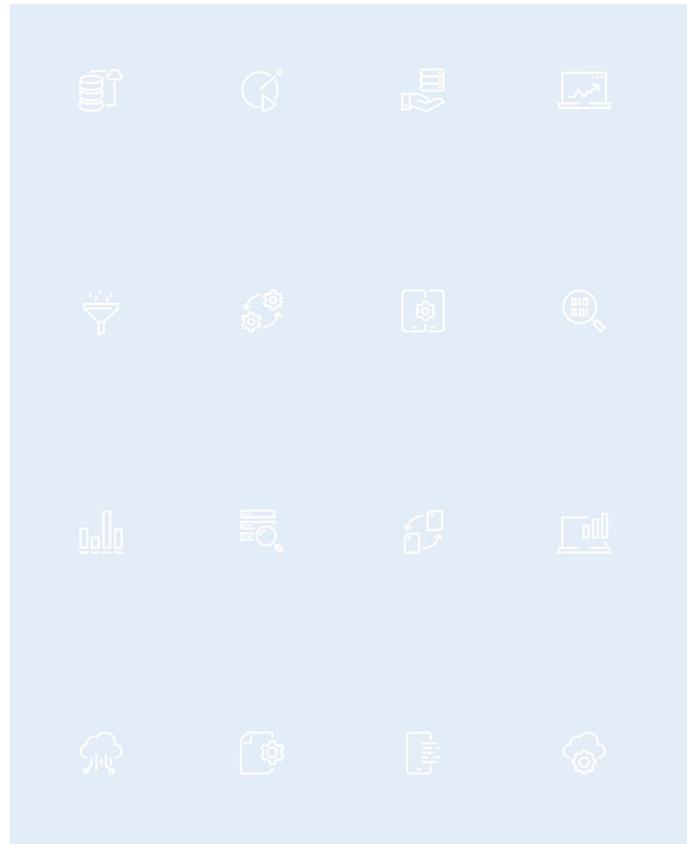
구분	수집항목	수집범위	비고사항	분석단위
이동통신	축제지역 방문객 수	시간적(연도) 범위 - 최근 5개년 (2018, 2019, 2022, 2023, 2024)	2020~2021년은 코로나19 팬데믹으로 인한 분석 제외	축제 개최 메인 장소가 포함된 행정동
	축제지역 특성별 방문객 수			
	축제지역 방문객 유입·유출지역			
신용카드	축제지역 소비액/건수	시간적(축제기간) 범위 - 축제 개최기간 - 비축제기간	2019년 아프리카 돼지열병, 2022년 코로나19 등의 전염병 또는 태풍, 수형 등 자연재해로 인한 개최취소는 자료 수집 범위에서 제외	축제 개최 시군구
	축제지역 특성별 소비액/건수			
내비게이션	축제지역 내비게이션 검색량	(축제 시작일로부터 28일 전, 축제 종료일로부터 28일 후)		축제 개최 메인 장소 반경 700m 내 도착지
소셜데이터	SNS 언급량, 연관어, 긍·부정어			축제 관련 키워드
	매체별 언급량, 연관어, 긍·부정어			

#### 2) 스몰데이터 부문

[표 1-6] 문화관광축제 스몰데이터 수집 항목 및 범위

구분	수집항목	수집범위	비고사항
지자체	축제 개최화차/월, 축제 기간	시간적(연도) 범위 - 최근 5개년 (2018, 2019, 2022, 2023, 2024)	2020~2021년은 코로나19 팬데믹으로 인한 분석 제외
	축제 유형/유료프로그램 운영 여부/예산/전담 인력		
인프라	축제장 인근 안전 시설 개수		
	축제장 인근 편의 시설 개수		
	축제장 인근 교통 시설 개수		
기상정보	축제 기간 중 비오는 일수/오전 중 비오는 일수		
	축제 기간 중 미세먼지/초미세먼지 나쁨인 일수		





# 02

## 지표 단계별 결과

2024 문화관광축제 빅데이터 분석용역





## 1. 준비단계

### 1) 분석 지표

[표 2-1-1] 문화관광축제 분석 지표설계\_준비단계

지표구분	지표명	지표내용	단위	자료원
예산	축제 예산	개별 축제 총 예산	백만원	축제 확인
	일별 축제 예산	개별 축제 총 예산을 축제 일수로 나눈, 1일 기준 축제 예산 - 산출식 = 개별 총 축제 예산 / 개별 축제 개최 일수		
인력	전담 인력	축제 기획 및 관리 전담 인력	명	
	운영 조직	지자체 중심/ 전담기관* 중심 * 축제 재단 등 별도 기관 운영 시에 해당	-	
변화	축제 예산 증감률	전년 대비 축제 예산 증감률 - 산출식 = 당해 년도 축제 예산 / 전년도 축제 예산	%	
	일별 축제 예산 증감률	전년 대비 일별 축제 예산 증감률 - 산출식 = 당해 년도 일별 축제 예산 / 전년도 일별 축제 예산	%	

### 2) 연도별 분석 지표 추이

[표 2-1-2] 문화관광축제 연도별 분석 지표 추이\_준비단계

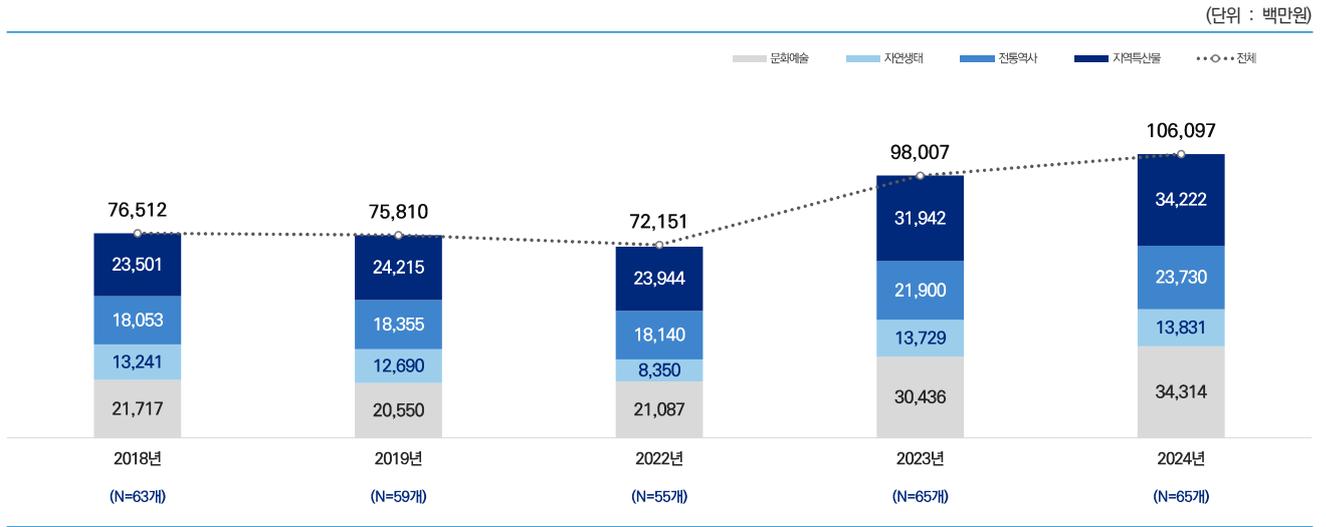
지표구분	지표명	단위	2018	2019	2022	2023	2024
예산	축제 예산	축제별 예산 평균 (백만원)	1,214	1,285	1,300	1,508	1,632
	일별 축제 예산	축제별 일 예산 평균 (백만원)	237	241	264	321	340
인력	전담 인력	축제별 전담인력 수 평균 (명)	8.0	7.6	8.1	8.0	8.2
	운영 조직	전담기관 중심 비중 (%)	61.9	64.4	69.1	72.3	73.8
변화	축제 예산 증감률	축제별 예산 평균 전년 대비 증감률(%)	-	5.2	7.0	20.7	7.2
	일별 축제 예산 증감률	축제별 일일 예산 평균 전년 대비 증감률(%)	-	7.8	8.5	31.0	22.0

### 3) [예산] 축제 준비 관련 지표

#### 가. 축제 예산 총합

- ✓ 축제 예산은 '22년 이후 증가하는 추세를 보이며, '24년에는 약 1,061억 원 규모로 확대됨
- ✓ 축제유형별로는 '문화예술', '지역특산물', '전통역사', '자연생태' 순으로 예산 규모가 큰 것으로 나타남
- ✓ 축제 콘텐츠 유형별로는 '체험프로그램'이 메인인 축제에서 예산 규모가 큰 것으로 나타남

[그림 2-1-1] 문화관광축제 유형별 예산 현황



[표 2-1-3] 문화관광축제 유형별 예산 현황

(단위 : 백만원)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	76,512	75,810	72,151	98,007	106,097
문화예술	21,717	20,550	21,087	30,436	34,314
자연생태	13,241	12,690	8,350	13,729	13,831
전통역사	18,053	18,355	18,140	21,900	23,730
지역특산물	23,501	24,215	24,574	31,942	34,222

[표 2-1-4] 문화관광축제 콘텐츠 유형별 예산 현황

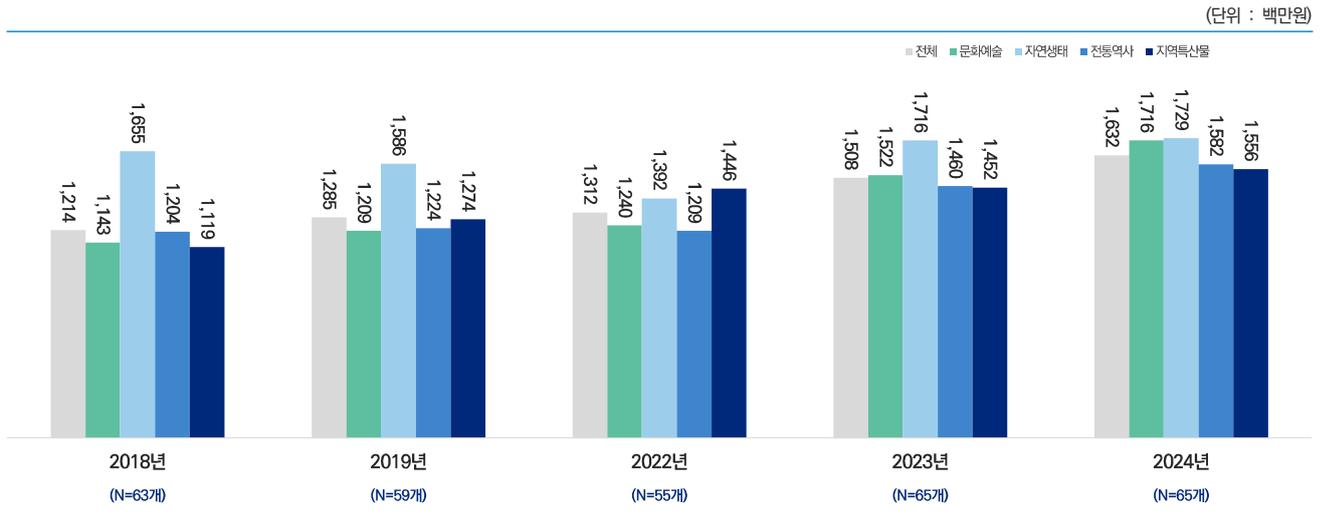
(단위 : 백만원)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	76,512	75,810	72,151	98,007	106,097
경연 및 대회	6,175	6,168	6,540	6,710	7,646
공연 및 전시	20,185	18,809	20,830	27,665	30,876
먹거리 및 장터	9,721	8,811	10,744	12,871	13,151
체험프로그램	33,269	35,599	28,711	42,076	44,768
퍼레이드 및 행진	7,162	6,423	5,326	8,685	9,656

**나. 축제 평균 예산**

- ✓ 축제 평균 예산은 '18년부터 증가하는 추세를 보이며, '24년에는 약 16.3억 원 규모로 증가함
- ✓ 축제유형별로는 '자연생태', '문화예술', '전통역사', '지역특산물' 순으로 평균 예산이 큰 것으로 나타남
- ✓ 축제 콘텐츠 유형별로는 '경연 및 대회'가 메인인 축제에서 평균 예산이 큰 반면, '먹거리 및 장터'는 상대적으로 평균 예산이 낮게 나타남

**[그림 2-1-2] 문화관광축제 유형별 평균 예산 현황**



**[표 2-1-5] 문화관광축제 유형별 평균 예산 현황**

(단위 : 백만원)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	1,214	1,285	1,312	1,508	1,632
문화예술	1,143	1,209	1,240	1,522	1,716
자연생태	1,655	1,586	1,392	1,716	1,729
전통역사	1,204	1,224	1,209	1,460	1,582
지역특산물	1,119	1,274	1,446	1,452	1,556

**[표 2-1-6] 문화관광축제 콘텐츠 유형별 평균 예산 현황**

(단위 : 백만원)

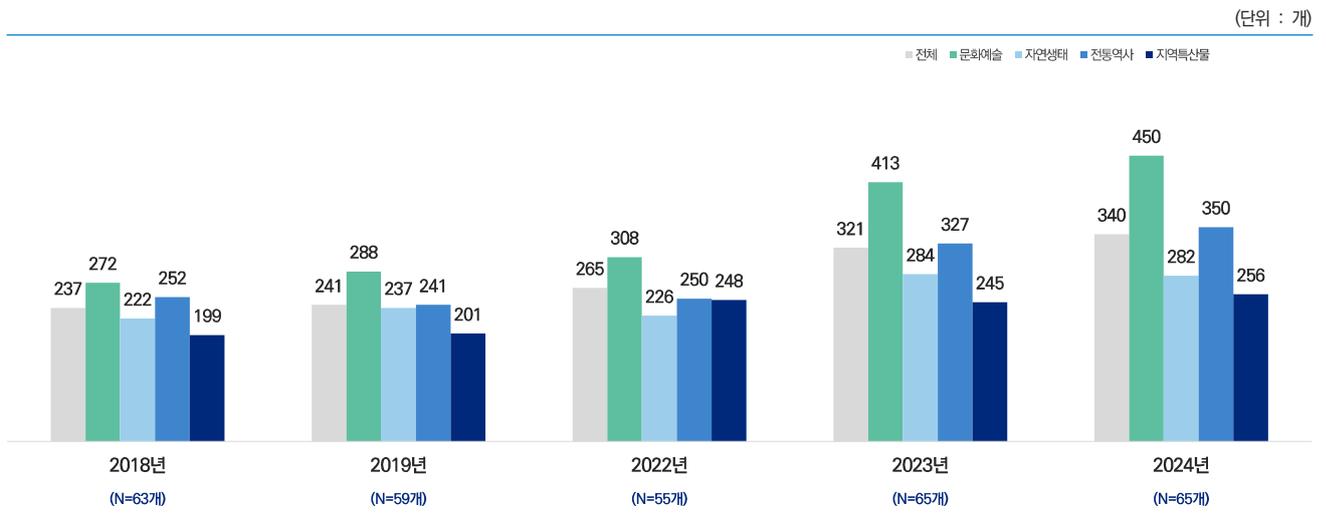
구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	1,214	1,285	1,312	1,508	1,632
경연 및 대회	1,544	1,542	1,635	1,678	1,912
공연 및 전시	1,187	1,254	1,302	1,627	1,816
먹거리 및 장터	1,080	1,259	1,343	1,430	1,461
체험프로그램	1,232	1,271	1,305	1,451	1,544
퍼레이드 및 행진	1,194	1,285	1,065	1,448	1,609



#### 다. 축제 일 평균 예산

- ✓ 축제 일 평균 예산은 '18년부터 증가하는 추세를 보이며, '24년에는 약 3.4억 원 규모로 증가함
- ✓ 축제유형별로는 '문화예술', '전통역사', '자연생태', '지역특산물' 순으로 일 평균 예산이 큰 것으로 나타남  
이는 문화예술 축제는 평균 개최 기간이 짧고, 지역특산물 축제는 기간이 긴 영향으로 나타남
- ✓ 축제 콘텐츠 유형별로는 '퍼레이드 및 행진'이 메인인 축제에서 일 평균 예산이 큰 반면, '체험프로그램'은 상대적으로 일 평균 예산이 낮게 나타남

[그림 2-1-3] 문화관광축제 유형별 일 평균 예산 현황



[표 2-1-7] 문화관광축제 유형별 일 평균 예산 현황

(단위 : 백만원)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	237	241	265	321	340
문화예술	272	288	308	413	450
자연생태	222	237	226	284	282
전통역사	252	241	250	327	350
지역특산물	199	201	248	245	256

[표 2-1-8] 문화관광축제 콘텐츠 유형별 일 평균 예산 현황

(단위 : 백만원)

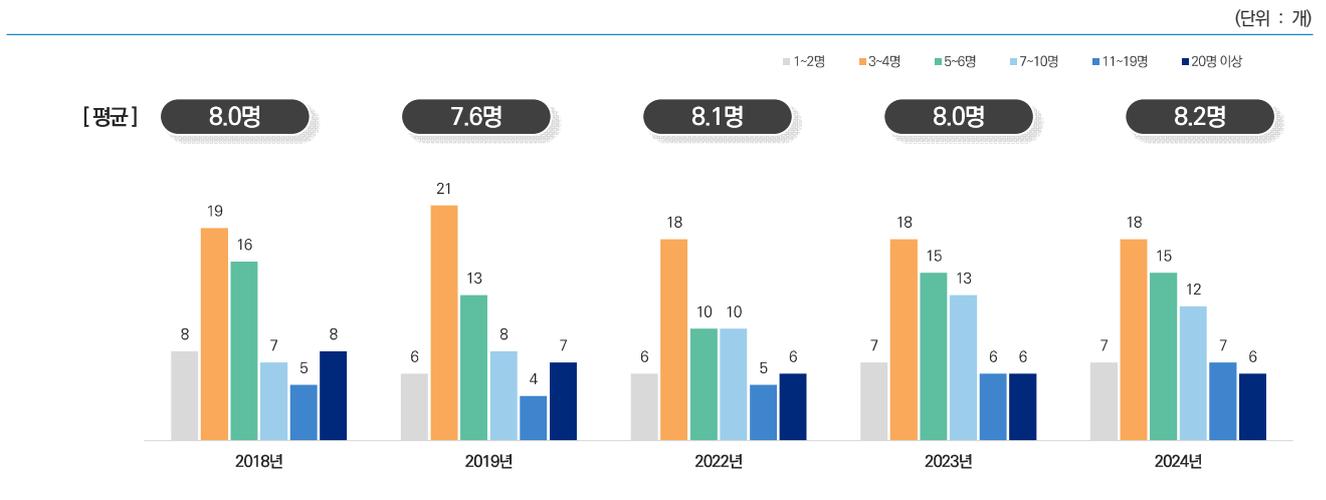
구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	237	241	265	321	340
경연 및 대회	262	266	327	289	332
공연 및 전시	243	253	256	384	411
먹거리 및 장터	235	233	262	301	299
체험프로그램	203	209	252	271	283
퍼레이드 및 행진	357	376	304	430	485

#### 4) [인력] 축제 운영 관련 지표

##### 가. 축제 전담 인력 현황

- ✓ 축제 전담 평균 인력은 매년 8명 내외로 나타남
- ✓ 전담 인력 수는 편차가 컸으며, 대부분 3~4명 사이의 인력을 투입하는 축제가 상대적으로 많음
- ✓ 축제유형별 살펴보면, '지역특산물' 축제가 평균 전담 인력 투입 수가 가장 높았던 반면, '자연생태' 축제는 상대적으로 적은 것으로 나타남

[그림 2-1-4] 문화관광축제 전담 인력 현황



[표 2-1-9] 문화관광축제 유형별 전담 인력 현황

(단위 : 명)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	8.0	7.6	8.1	8.0	8.2
문화예술	8.9	7.5	8.8	8.5	8.3
자연생태	5.5	5.5	4.7	5.6	6.1
전통역사	8.0	8.0	7.7	8.0	8.2
지역특산물	8.2	8.3	8.9	8.6	8.8

[표 2-1-10] 문화관광축제 전담 인력 현황

(단위 : 개, 명)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
개최 축제 수	63	59	55	65	65
평균	8.0	7.6	8.1	8.0	8.2
1~2명	8	6	6	7	7
3~4명	19	21	18	18	18
5~6명	16	13	10	15	15
7~10명	7	8	10	13	12
11~19명	5	4	5	6	7
20명 이상	8	7	6	6	6

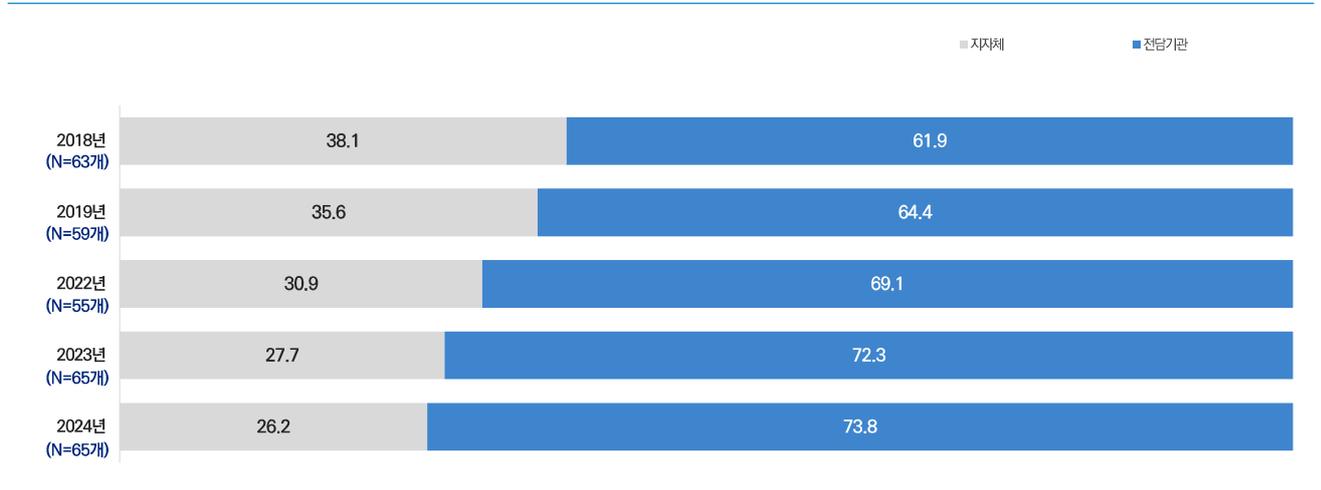


## 나. 축제 운영조직 현황

- ✓ '18년부터 문화관광축제 운영조직은 '지자체'에서 '전담기관'으로 이관되는 비율이 매년 증가하였으며, '24년 기준 총 65개 축제 중 전담기관이 운영하는 축제는 48개(73.8%)로 나타남

[그림 2-1-5] 문화관광축제 연도별 운영조직 현황

(단위 : 개)



[표 2-1-11] 문화관광축제 유형별 운영조직 현황

(단위 : %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	전담기관	지자체								
전체	61.9	38.1	64.4	35.6	69.1	30.9	72.3	27.7	73.8	26.2
문화예술	68.4	31.6	64.7	35.3	76.5	23.5	75.0	25.0	80.0	20.0
자연생태	37.5	62.5	37.5	62.5	50.0	50.0	62.5	37.5	62.5	37.5
전통역사	60.0	40.0	66.7	33.3	73.3	26.7	66.7	33.3	66.7	33.3
지역특산물	66.7	33.3	73.7	26.3	64.7	35.3	77.3	22.7	77.3	22.7

[표 2-1-12] 문화관광축제 콘텐츠 유형별 운영조직 현황

(단위 : %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	전담기관	지자체								
전체	61.9	38.1	64.4	35.6	69.1	30.9	72.3	27.7	73.8	26.2
경연 및 대회	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0
공연 및 전시	58.8	41.2	66.7	33.3	87.5	12.5	82.4	17.6	88.2	11.8
먹거리 및 장터	55.6	44.4	71.4	28.6	62.5	37.5	66.7	33.3	66.7	33.3
체험프로그램	59.3	40.7	57.1	42.9	54.5	45.5	69.0	31.0	69.0	31.0
퍼레이드 및 행진	66.7	33.3	60.0	40.0	60.0	40.0	50.0	50.0	50.0	50.0

### 5) [변화] 축제 예산 증감 현황

#### 가. 전년 대비 축제 예산 증감 현황

- ✓ '24년 기준 '23년 대비 축제 예산이 감소한 축제는 22개로 크게 증가함
- ✓ '23년에는 코로나 엔데믹으로 지역 관광활성화 등 축제 개최를 위한 예산이 증액된 것으로 보임

**[표 2-1-13]** 문화관광축제 전년 대비 예산 증감 현황

(단위 : 개, %)

구분	2019 ( '18년 대비)	2022 ( '19년 대비)	2023 ( '22년 대비)	2024 ( '23년 대비)
전체	57	55	65	65
평균 증감률	5.2	7.0	20.7	7.2
증가	33	34	46	32
유지	13	4	11	11
감소	11	17	8	22

※ 참고 : 각 해당연도에 미개최된 축제의 경우 미개최된 직전 연도의 예산과 증감률을 계산하여 제시함

#### 나. 전년 대비 축제 일 평균 예산 증감 현황

- ✓ '24년 기준 '23년 대비 축제 일 평균 예산이 감소한 축제는 27개로 크게 증가함

**[표 2-1-14]** 문화관광축제 전년 대비 예산 증감 현황

(단위 : 개, %)

구분	2019 ( '18년 대비)	2022 ( '19년 대비)	2023 ( '22년 대비)	2024 ( '23년 대비)
전체	57	55	65	65
평균 증감률	7.8	8.5	31.0	22.0
증가	29	36	48	32
유지	10	2	6	6
감소	18	17	11	27

※ 참고 : 각 해당연도에 미개최된 축제의 경우 미개최된 직전 연도의 예산과 증감률을 계산하여 제시함



## 2. 기획단계

### 1) 분석 지표

[표 2-2-1] 문화관광축제 분석 지표설계\_기획단계

지표구분	지표명	지표내용	단위	자료원
기본	운영 기간	축제 총 운영 기간 (최초 개최 시점 이후 년수)	회	축제 확인
	축제 시기	축제 개최 월	월	
	축제 기간	축제 개최 일수	일	
특성	축제 유형	축제 기획 및 관리 전담 인력	명	문체부 분류기준
	유료 프로그램	공식 축제 프로그램 내 유료 프로그램 운영 여부	0(없음)/1(있음)	축제 확인
인프라	안전시설	메인 축제장 기준 인근 안전시설* 개수(1km 기준) * CCTV, 안전비상벨, 병원/약국, 경찰서, 소방서	개	공공 Data
	편의시설	메인 축제장 기준 인근 편의시설* 개수(1km 기준) * 공공와이파이, 관광안내소, 화장실	개	공공 Data

### 2) 연도별 분석 지표 추이

[표 2-2-2] 문화관광축제 연도별 분석 지표 추이\_기획단계

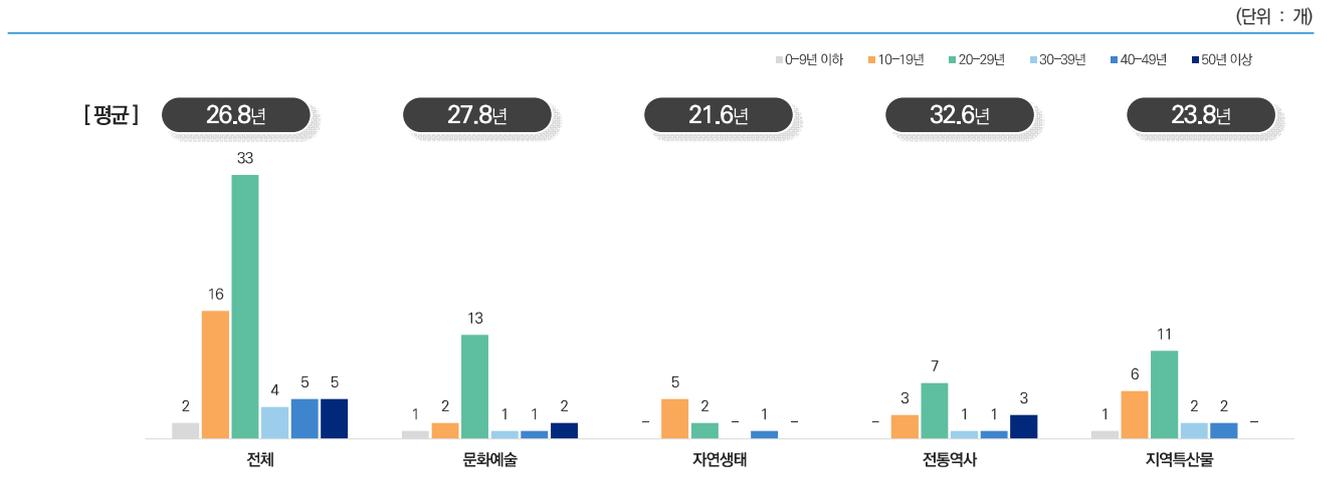
지표구분	지표명	단위	2018	2019	2022	2023	2024	
기본	운영 기간	축제별 평균 운영 기간 (년)						26.8
	축제 시기	월별 개최 축제 수 (개)	전체	63	59	55	65	65
			1월	2	2	-	2	2
			2월	-	-	-	-	-
			3월	-	2	-	3	4
			4월	6	5	2	4	2
			5월	12	11	4	11	13
			6월	2	3	1	3	2
			7월	4	4	3	2	3
			8월	5	5	3	4	4
			9월	7	8	17	9	8
			10월	24	18	24	24	25
			11월	1	-	1	2	1
12월	-	1	-	1	1			
축제 기간	축제별 평균 개최 일수 (일)	5.8	6.4	6.2	6.4	6.1		
특성	축제 유형	문화예술	19	17	17	20	20	
		자연생태	8	8	6	8	8	
		전통역사	15	15	15	15	15	
		지역특산물	21	19	17	22	22	
	콘텐츠 유형	경연 및 대회	4	4	4	4	4	
		공연 및 전시	17	15	16	17	17	
		먹거리 및 장터	9	7	8	9	9	
		체험프로그램	27	28	22	29	29	
	유료 프로그램	유료 프로그램 운영 축제 수 (개)	44	41	39	49	51	
	인프라	안전시설	축제장 인근 평균 안전시설 수 (개)	144.7	160.3	235.5	223.4	230.1
편의시설		축제장 인근 평균 편의시설 수 (개)	33.9	36.9	55.8	52.8	53.1	

### 3) [기본] 축제 운영 기간 관련 지표

#### 가. 축제 운영 기간 (2024년 기준)

- ✓ 축제유형별 운영 기간은 전통역사 축제가 평균 32.6년으로 가장 긴 것으로 나타남
- ✓ 운영 기간이 10년 미만인 축제는 문화예술, 지역특산물 축제 각 1개이며, '24년 문화관광축제의 운영 기간은 20~30년 미만이 가장 많은 것으로 나타남

[그림 2-2-1] 문화관광축제 유형별 운영 기간 (2024년 기준)



[표 2-2-3] 문화관광축제 유형별 운영 기간 (2024년 기준)

(단위 : 개, 년)

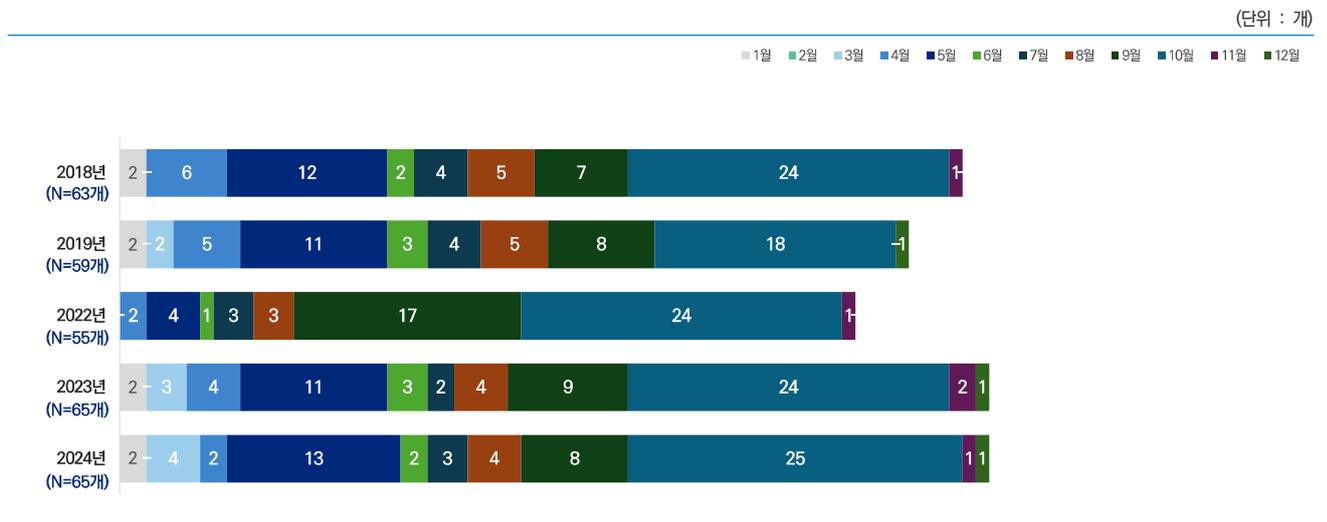
구분	10년 미만	10~20년 미만	20~30년 미만	30~40년 미만	40~50년 미만	50년 이상	평균
전체	2	16	33	4	5	5	26.8
문화예술	1	2	13	1	1	2	27.8
자연생태	-	5	2	-	1	-	21.6
전통역사	-	3	7	1	1	3	32.6
지역특산물	1	6	11	2	2	-	23.8



## 나. [기본] 축제 시기

- ✓ 문화관광축제는 주로 5월과 10월에 집중되어 있으며, '22년의 경우 코로나19로 인해 상반기 축제가 9월, 10월에 개최되어 축제 수가 증가한 것으로 나타남

[그림 2-2-2] 문화관광축제 월별 축제 시기



[표 2-2-4] 문화관광축제 월별 축제 시기

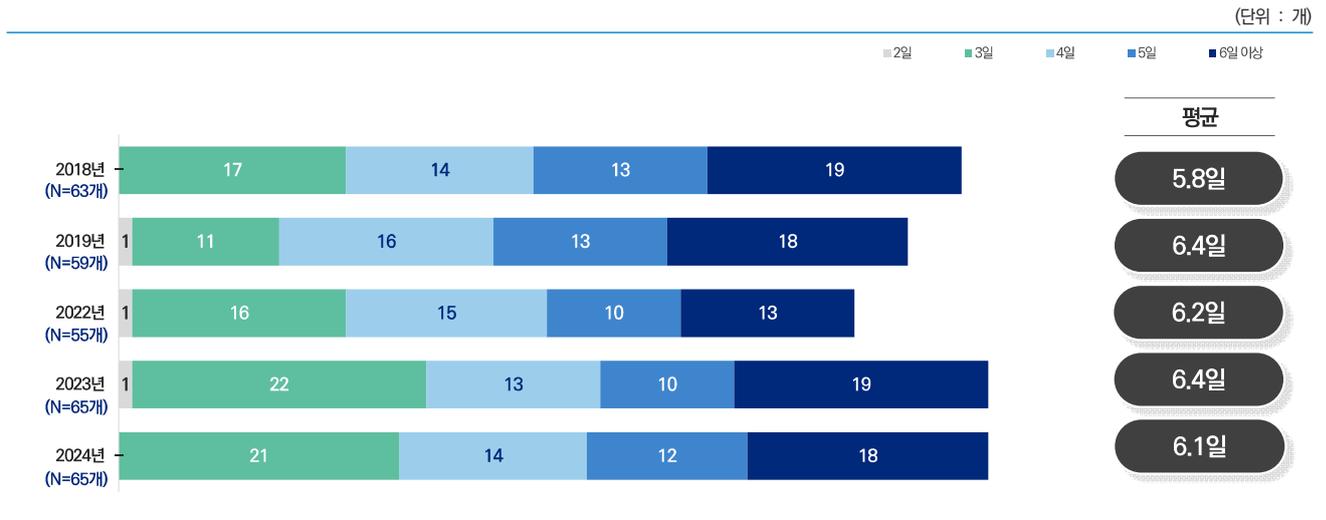
(단위 : 개)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	63	59	55	65	65
1월	2	2	-	2	2
2월	-	-	-	-	-
3월	-	2	-	3	4
4월	6	5	2	4	2
5월	12	11	4	11	13
6월	2	3	1	3	2
7월	4	4	3	2	3
8월	5	5	3	4	4
9월	7	8	17	9	8
10월	24	18	24	24	25
11월	1	-	1	2	1
12월	-	1	-	1	1

다. [기본] 축제 기간

- ✓ 3일~5일간 개최되는 단기 축제의 수가 많았고, 6일 이상 개최되는 축제는 연 20개 내외로 나타남
- ✓ 지역특산물 축제에서 평균 개최 기간이 7.5일로 가장 길었으며, 문화예술 축제는 평균 4.6일 개최로 타 축제유형 대비 짧게 개최되는 것으로 나타남

[그림 2-2-3] 문화관광축제 기간



[표 2-2-5] 문화관광축제 기간

(단위 : 개, 일)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	63	59	55	65	65
평균	5.8	6.4	6.2	6.4	6.1
2일	-	1	1	1	-
3일	17	11	16	22	21
4일	14	16	15	13	14
5일	13	13	10	10	12
6일 이상	19	18	13	19	18

[표 2-2-6] 문화관광축제 유형별 축제 기간 (2024년 기준)

(단위 : 개, 일)

구분	3일	4일	5일	6일 이상	전체	평균
전체	21	14	12	18	65	6.1
문화예술	6	5	6	3	20	4.6
자연생태	3	-	-	5	8	7.1
전통역사	7	3	1	4	15	5.3
지역특산물	5	6	5	6	22	7.5

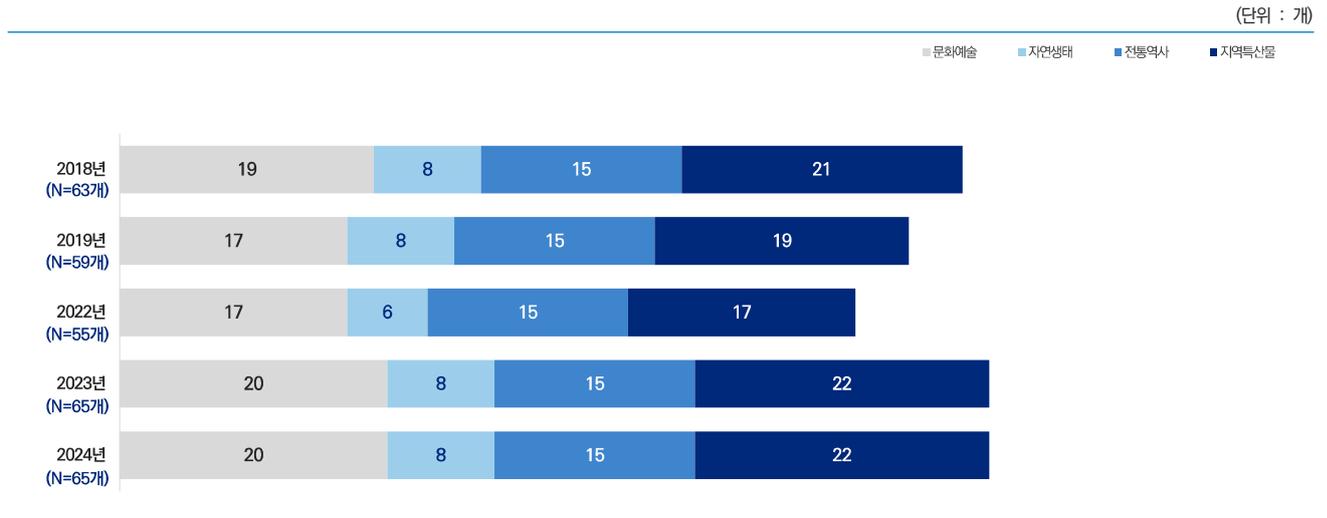


## 6) [특성] 축제 특성 관련 지표

### 가. 축제유형

- ✓ 문화관광축제의 유형으로는 문화예술과 지역특산물 축제의 개수가 많고, 자연생태 축제는 상대적으로 적은 것으로 나타남
- ✓ 2023년 기준 문화관광축제에 문화예술과 지역특산물 축제가 추가 선정되어 축제 수가 증가함
- ✓ 전통역사 축제의 경우 매년 15개 개최 및 유지되고 있는 것으로 나타남

[그림 2-2-4] 문화관광축제 연도별 축제유형



[표 2-2-7] 문화관광축제 연도별 축제유형

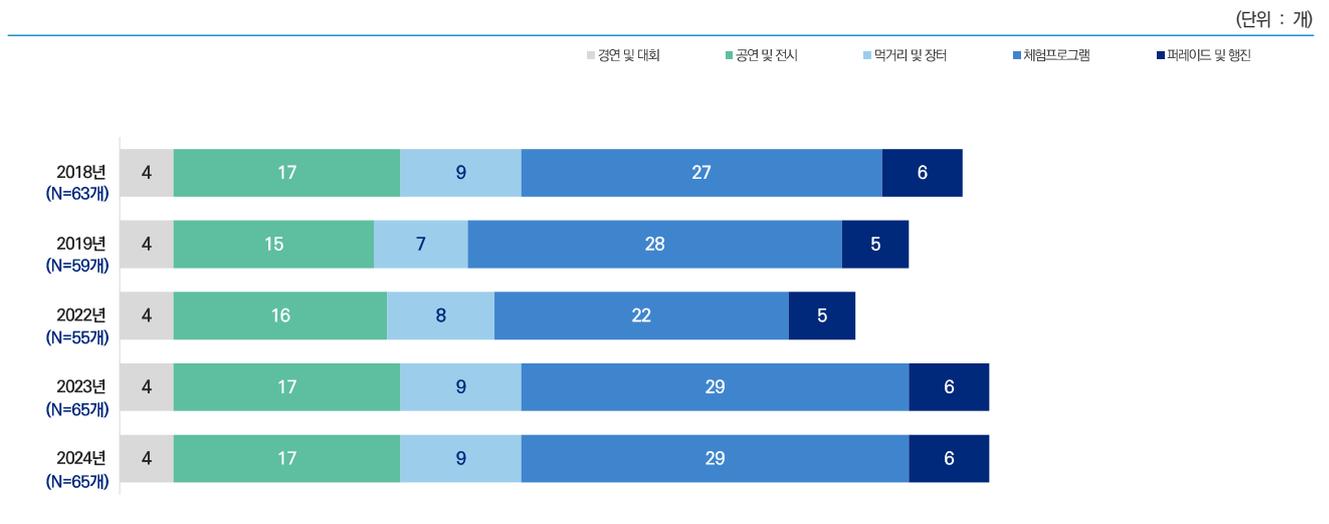
(단위 : 개)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	63	59	55	65	65
문화예술	19	17	17	20	20
자연생태	8	8	6	8	8
전통역사	15	15	15	15	15
지역특산물	21	19	17	22	22

### 나. 콘텐츠 유형

- ✓ 문화관광축제의 콘텐츠 유형으로는 ‘체험프로그램’과 ‘공연 및 전시’ 콘텐츠의 개수가 많고, ‘경연 및 대회’ 콘텐츠는 상대적으로 적은 것으로 나타남
- ✓ ‘경연 및 대회’ 콘텐츠의 경우 매년 4개 개최 및 유지되고 있는 것으로 나타남
- ✓ 타 콘텐츠 유형은 자연재해, 전염병 등의 영향으로 개최 취소를 경험한 것으로 나타남

[그림 2-2-5] 문화관광축제 연도별 콘텐츠 유형



[표 2-2-8] 문화관광축제 연도별 콘텐츠 유형

(단위 : 개)

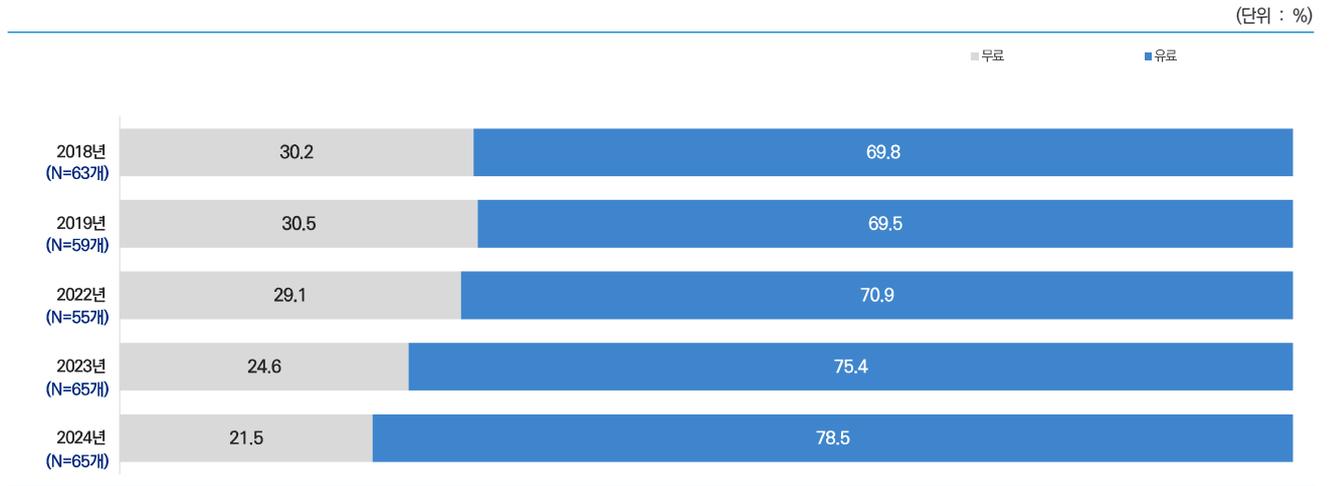
구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	63	59	55	65	65
경연 및 대회	4	4	4	4	4
공연 및 전시	17	15	16	17	17
먹거리 및 장터	9	7	8	9	9
체험프로그램	27	28	22	29	29
퍼레이드 및 행진	6	5	5	6	6



#### 다. 유·무료 프로그램 운영 여부

- ✓ 문화관광축제의 유료 프로그램 운영 축제 비중이 증가하는 추세로 나타남
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, '지역특산물' 축제는 유료 프로그램 운영 축제 수가 가장 많은 것으로 나타남

[그림 2-2-6] 문화관광축제 유·무료 프로그램 운영 현황



[표 2-2-9] 문화관광축제 연도별 유·무료 프로그램 운영 현황

(단위 : 개)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	63	59	55	65	65
무료	19	18	16	16	14
유료	44	41	39	49	51

[표 2-2-10] 문화관광축제 연도·축제유형별 유·무료 프로그램 운영 현황

(단위 : 개)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	무료	유료								
전체	19	44	18	41	16	39	16	49	14	51
문화예술	8	11	7	10	5	12	6	14	6	14
자연생태	1	7	1	7	1	5	1	7	1	7
전통역사	3	12	3	12	4	11	3	12	3	12
지역특산물	7	14	7	12	6	11	6	16	4	18

[표 2-2-11] 문화관광축제 연도·콘텐츠 유형별 유·무료 프로그램 운영 현황

(단위 : 개)

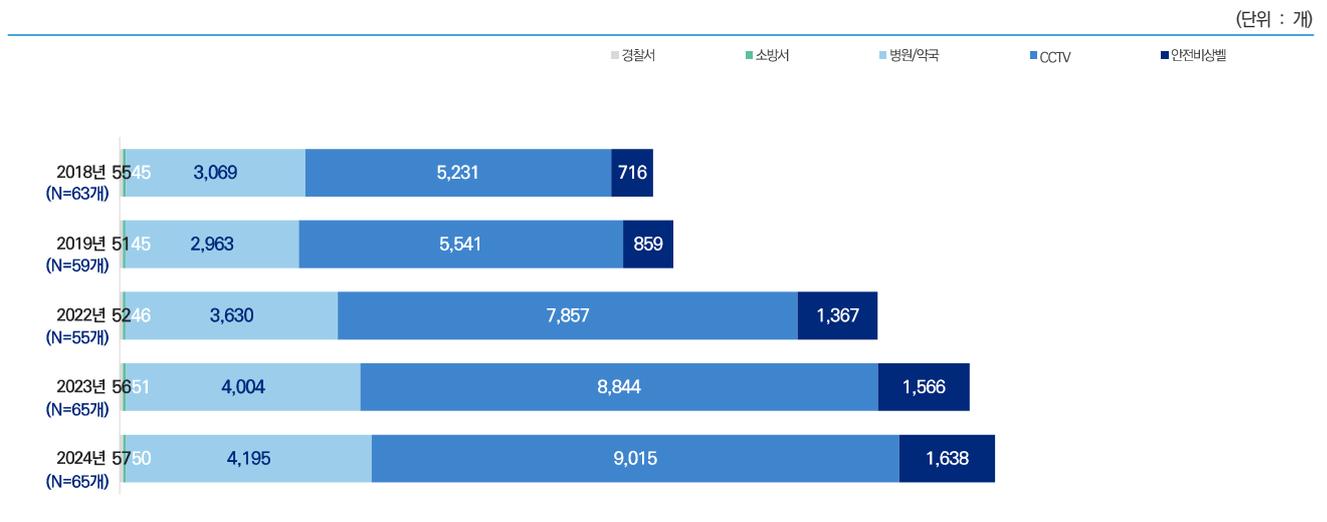
구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	무료	유료								
전체	19	44	18	41	16	39	16	49	14	51
경연 및 대회	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
공연 및 전시	5	12	3	12	4	12	3	14	3	14
먹거리 및 장터	3	6	3	4	3	5	3	6	3	6
체험프로그램	7	20	8	20	6	16	6	23	4	25
퍼레이드 및 행진	2	4	2	3	1	4	2	4	2	4

## 7) [인프라] 축제 주변 안전/편의시설 관련 지표

### 가. 축제지역 안전 시설 현황\_총합

- ✓ 메인 행사장 반경 1km 내 안전 시설을 살펴본 결과, CCTV가 가장 많았고, 다음은 병원/약국, 안전비상벨 등의 순으로 나타남
- ✓ '24년 기준 축제유형별로 살펴보면, 전통역사 축제에서 안전 시설이 많았던 반면, 자연생태 축제는 상대적으로 안전 시설이 적은 것으로 나타남
  - 자연생태 축제는 읍면지역에서 주로 개최되었으며, 도심지와 거리가 먼 곳에서 개최되는 특성의 영향이 있음

[그림 2-2-7] 문화관광축제 축제지역 안전 시설 현황\_총합



[표 2-2-12] 문화관광축제 축제지역 안전 시설 현황\_총합

(단위 : 개)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	9,116	9,459	12,952	14,521	14,955
경찰서	55	51	52	56	57
소방서	45	45	46	51	50
병원/약국	3,069	2,963	3,630	4,004	4,195
CCTV	5,231	5,541	7,857	8,844	9,015
안전비상벨	716	859	1,367	1,566	1,638

[표 2-2-13] 문화관광축제 축제유형별 안전 시설 현황\_총합(2024년 기준)

(단위 : 개)

구분	문화예술	자연생태	전통역사	지역특산물
전체	4,665	966	6,750	2,574
경찰서	18	5	19	15
소방서	18	4	18	10
병원/약국	1,575	124	1,792	704
CCTV	2,173	760	4,388	1,694
안전비상벨	881	73	533	151

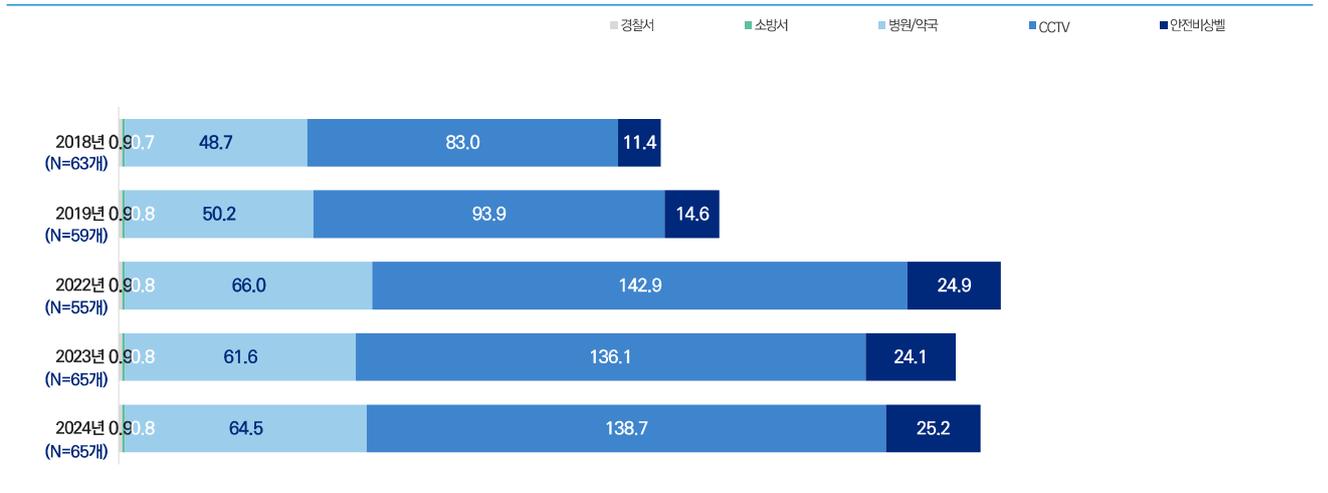


### 나. 축제지역 안전 시설 현황\_평균

- ✓ 메인 행사장 반경 1km 내 안전 시설을 살펴본 결과, CCTV가 가장 많았고, 다음은 병원/약국, 안전비상벨 등의 순으로 나타남
- ✓ '24년 기준 축제유형별로 살펴보면, 전통역사 축제에서 평균 안전 시설이 많았던 반면, 지역특산물 축제는 상대적으로 안전 시설이 적은 것으로 나타남

[그림 2-2-8] 문화관광축제 축제지역 안전 시설 현황\_평균

(단위 : 개)



[표 2-2-14] 문화관광축제 축제지역 안전 시설 현황\_평균

(단위 : 개)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	144.7	160.3	235.5	223.4	230.1
경찰서	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9
소방서	0.7	0.8	0.8	0.8	0.8
병원/약국	48.7	50.2	66.0	61.6	64.5
CCTV	83.0	93.9	142.9	136.1	138.7
안전비상벨	11.4	14.6	24.9	24.1	25.2

[표 2-2-15] 문화관광축제 축제유형별 안전 시설 현황\_평균(2024년 기준)

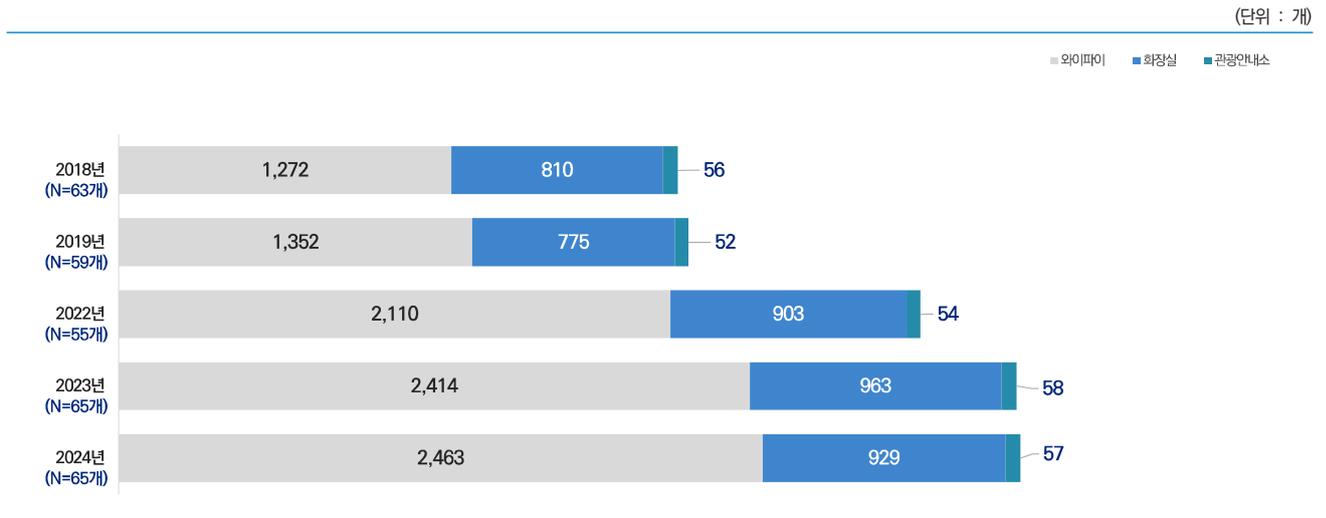
(단위 : 개)

구분	문화예술	자연생태	전통역사	지역특산물
전체	233.3	120.8	450.0	117.0
경찰서	0.9	0.6	1.3	0.7
소방서	0.9	0.5	1.2	0.5
병원/약국	78.8	15.5	119.5	32.0
CCTV	108.7	95.0	292.5	77.0
안전비상벨	44.1	9.1	35.5	6.9

**다. 축제지역 편의 시설 현황\_총합**

- ✓ 메인 행사장 반경 1km 내 편의 시설을 살펴본 결과, 와이파이가 가장 많았고, 다음은 화장실, 관광안내소 순으로 나타남
- ✓ '24년 기준 축제유형별로 살펴보면, 전통역사 축제에서 편의 시설이 많았던 반면, 자연생태 축제는 상대적으로 편의 시설이 적은 것으로 나타남

**[그림 2-2-9] 문화관광축제 축제지역 편의 시설 현황\_총합**



**[표 2-2-16] 문화관광축제 축제지역 편의 시설 현황\_총합**

(단위 : 개)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	2,138	2,179	3,067	3,435	3,449
와이파이	1,272	1,352	2,110	2,414	2,463
화장실	810	775	903	963	929
관광안내소	56	52	54	58	57

**[표 2-2-17] 문화관광축제 축제유형별 편의 시설 현황\_총합(2024년 기준)**

(단위 : 개)

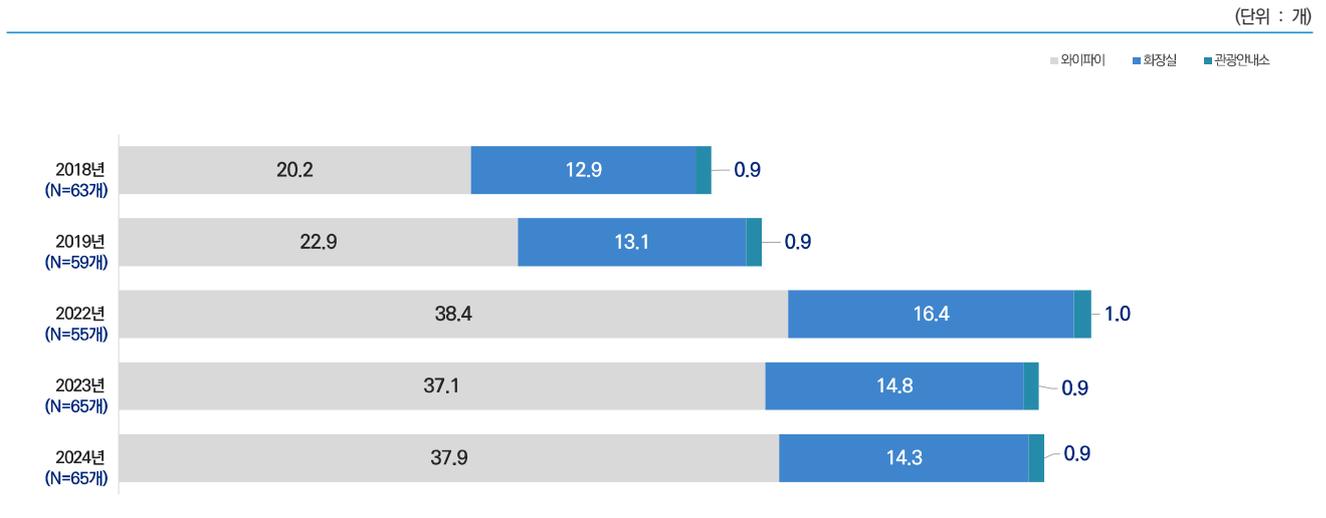
구분	문화예술	자연생태	전통역사	지역특산물
전체	1,113	207	1,247	882
와이파이	780	141	979	563
화장실	324	60	242	303
관광안내소	9	6	26	16



### 라. 축제지역 편의 시설 현황\_평균

- ✓ 메인 행사장 반경 1km 내 편의 시설을 살펴본 결과, 와이파이가 가장 많았고, 다음은 화장실, 관광안내소 순으로 나타남
- ✓ '24년 기준 축제유형별로 살펴보면, 전통역사 축제에서 평균 편의 시설이 많았던 반면, 자연생태 축제는 상대적으로 편의 시설이 적은 것으로 나타남

[그림 2-2-10] 문화관광축제 축제지역 편의 시설 현황\_평균



[표 2-2-18] 문화관광축제 축제지역 편의 시설 현황\_평균

(단위 : 개)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	33.9	36.9	55.8	52.8	53.1
와이파이	20.2	22.9	38.4	37.1	37.9
화장실	12.9	13.1	16.4	14.8	14.3
관광안내소	0.9	0.9	1.0	0.9	0.9

[표 2-2-19] 문화관광축제 축제유형별 편의 시설 현황\_평균(2024년 기준)

(단위 : 개)

구분	문화예술	자연생태	전통역사	지역특산물
전체	55.7	25.9	83.1	40.1
와이파이	39.0	17.6	65.3	25.6
화장실	16.2	7.5	16.1	13.8
관광안내소	0.5	0.8	1.7	0.7

### 3. 참여단계

#### 1) 분석 지표

[표 2-3-1] 문화관광축제 분석 지표설계\_참여단계

지표구분	지표명	지표내용	단위	자료원
접근성	날씨(일별)	축제 기간 중 비가 오는 일자를 계산해 %로 날씨 정도를 표시 비가오는 일자를 축제 개최 일수로 나누어 비중 계산 - 산출식 = 비가 오는 일 수 / 축제 개최 일수	%	기상 Data
	날씨(오전)	축제 기간 중 오전 12시까지 비가 오는 일자를 계산해 %로 날씨 정도를 표시 12시 이전에 비가오는 일자를 축제 개최 일수로 나누어 비중 계산 - 산출식 = 12시 이전 비가 오는 일 수 / 축제 개최 일수	%	
	미세먼지(일별)	축제 기간 중 미세먼지 / 초미세먼지 농도가 '나쁨'인 일자를 계산해 %로 정도를 표시 - 산출식 = (초)미세먼지 '나쁨' 일 수 / 축제 개최 일수	%	에어코리아 Data
	접근성	축제 지역의 대중교통* 접근성 정도 * 철도·지하철 / 광역버스 / 셔틀버스 운영 여부 확인 후 수치화 - 산출식 = 운영 수단 개수 / 3개 교통수단	A~D 등급	지도
	주차장	축제장 기준 반경 1km 이내 공식 관리 주차장 수 및 구획 수 (공공/민간 주차장 DB를 활용, 임시 주차장 정보는 활용하지 않음)	면/대	공공 Data
SNS	사전 노출 건수	축제 개최 4주(28일) 전 SNS 총 언급량	건	SNS Data
	사전 긍정 노출 비율	축제 개최 4주(28일) 전 SNS 총 언급량 중 긍정어 비율	%	
	사전 관심도	SNS 노출을 기간에 따라 사전 / 현장 / 사후로 구분하고 사전 언급량의 비중 산출 - 산출식 = 사전 노출 건수 / (사전 + 현장 + 사후 노출 건수)	%	
	사전 핫 채널	SNS 노출이 가장 많은 채널 커뮤니티 / 인스타그램 / 블로그 / 뉴스 / 트위터 채널별 건수 기준 핫 채널 선정	%	
방문자	방문자 수	축제 기간 총 방문자 수	%	이동통신 Data
	방문 특성별 방문자 수	성·연령별, 현지인·외지인·외국인별, 시간대별 등 비중	%	



## 2) 연도별 분석 지표 추이

**[표 2-3-2] 문화관광축제 연도별 분석 지표 추이\_참여단계**

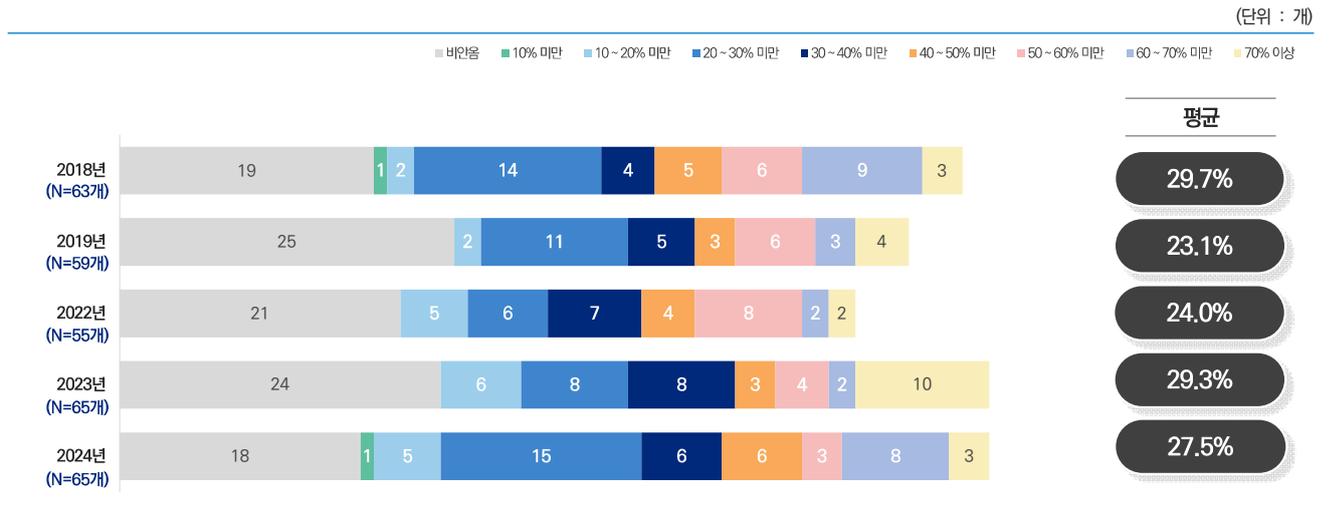
지표구분	지표명	단위	2018	2019	2022	2023	2024	
접근성	날씨(일별)	축제별 평균 비 온 일수 비중 (%)	29.7	23.1	24.0	29.3	27.5	
		축제 기간 중 비가 오지 않는 축제 수(개)	19	25	21	24	18	
	날씨(오전)	축제별 평균 12시 이전에 비 온 일수 비중 (%)	23.7	14.6	15.0	22.4	11.7	
		축제 기간 중 12시 이전에 비가 오지 않는 축제 수 (개)	25	32	28	31	37	
	미세먼지(일별)	초미세먼지 나쁨 비중 (%)	1.7	4.5	5.5	1.0	1.1	
		미세먼지 나쁨 비중 (%)	1.0	1.2	0.9	1.3	2.0	
	접근성	등급별 축제 수 (개)	A등급(3개)					8
			B등급(2개)					33
			C등급(1개)					20
			D등급(0개)					4
주차장	축제별 평균 주차장 개수 (개)	16	17	16	16	16		
	축제별 평균 주차장 구획 수 (면)	1,030	1,011	1,091	1,028	1,032		
SNS	사전 노출 건수	축제별 평균 사전 노출 언급량 수 (건)	482.6	523.1	615.2	705.4	717.4	
	사전 긍정 노출 비율	축제별 사전 긍정어 노출 비중 (%)	91.7	91.6	91.4	93.0	93.1	
	사전 관심도	축제별 사전 관심도 비중 (%)	18.2	18.8	20.0	21.0	22.3	
	사전 핫 채널	채널별 사전 언급량 비중 (%)	블로그	48.9	48.1	43.8	43.5	46.3
			인스타그램	34.4	33.3	37.2	38.0	37.5
			트위터	7.5	9.1	10.6	9.9	5.8
			뉴스	6.3	6.2	5.5	6.0	6.8
			커뮤니티	3.0	3.2	2.9	2.6	3.6
방문자	방문자 수	축제별 평균 (명)	방문자 수	178,728	201,459	226,233	208,923	207,336
		일 방문자 수	32,558	34,539	38,698	37,855	37,909	
	방문자 특성	보고서 세부 내용 참고						

### 3) [접근성] 축제 접근성 관련 지표

#### 가. 날씨(강수량)\_일별

- ✓ '24년 문화관광축제 기준 개최 기간 중 비가 온 일수는 평균 27.5%로 나타났으며, 비가 안온 축제의 수는 18개로 타 연도 대비 적은 것으로 나타남

[그림 2-3-1] 문화관광축제 날씨(강수량)\_일별



[표 2-3-3] 문화관광축제 날씨(강수량)\_일별

(단위 : 개, %)

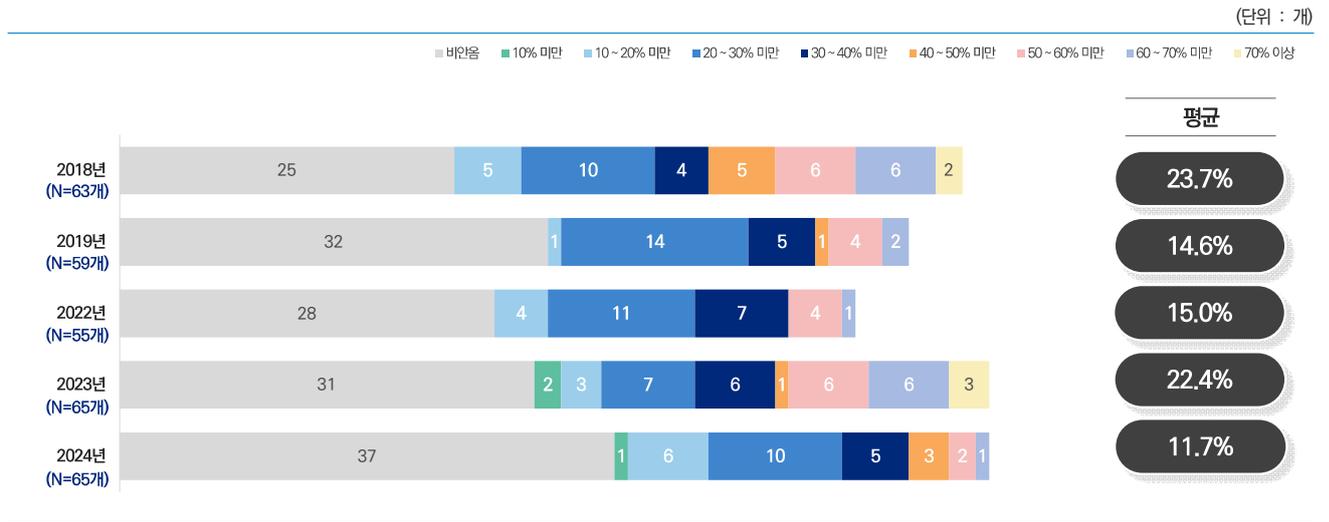
구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	63	59	55	65	65
평균	29.7	23.1	24.0	29.3	27.5
비안음	19	25	21	24	18
10% 미만	1	-	-	-	1
10 ~ 20% 미만	2	2	5	6	5
20 ~ 30% 미만	14	11	6	8	15
30 ~ 40% 미만	4	5	7	8	6
40 ~ 50% 미만	5	3	4	3	6
50 ~ 60% 미만	6	6	8	4	3
60 ~ 70% 미만	9	3	2	2	8
70% 이상	3	4	2	10	3



## 나. 날씨(강수량)\_12시 이전

- ✓ '24년 문화관광축제 기준 개최 기간 중 오전에 비가 온 일수는 평균 11.7%로 나타났으며, 비가 안온 축제의 수는 37개로 타 연도 대비 많은 것으로 나타남

[그림 2-3-2] 문화관광축제 날씨(강수량)\_12시 이전



[표 2-3-4] 문화관광축제 날씨(강수량)\_12시 이전

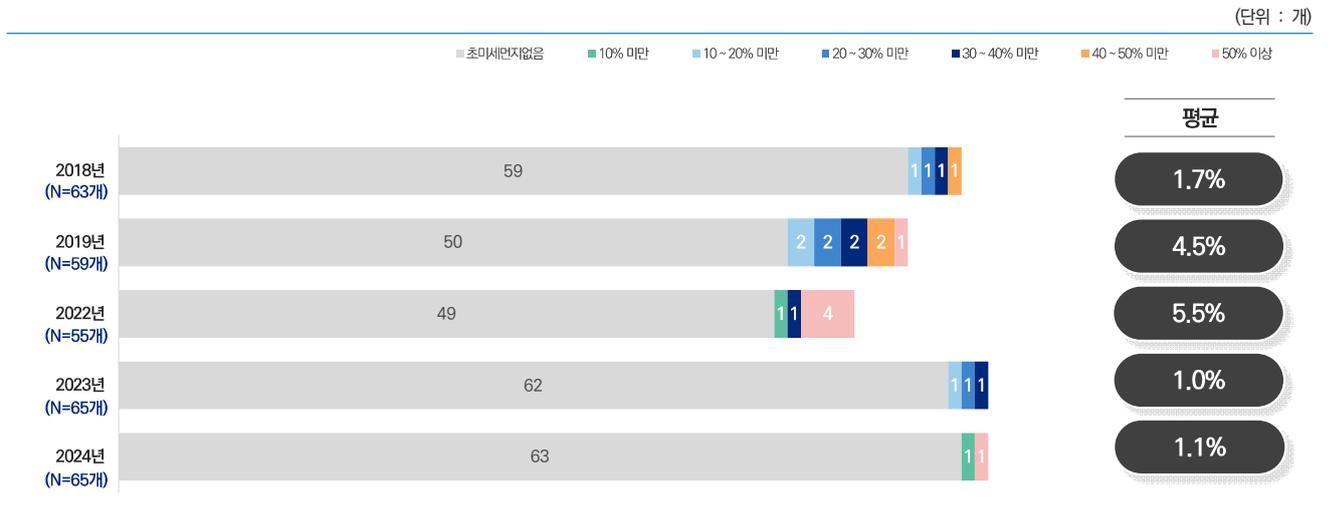
(단위 : 개, %)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	63	59	55	65	65
평균	23.7	14.6	15.0	22.4	11.7
비안음	25	32	28	31	37
10% 미만	-	-	-	2	1
10 ~ 20% 미만	5	1	4	3	6
20 ~ 30% 미만	10	14	11	7	10
30 ~ 40% 미만	4	5	7	6	5
40 ~ 50% 미만	5	1	-	1	3
50 ~ 60% 미만	6	4	4	6	2
60 ~ 70% 미만	6	2	1	6	1
70% 이상	2	-	-	3	-

다. 초미세먼지\_일별

✓ '24년 문화관광축제 개최 기간 중 1일 이상 초미세먼지가 나쁨으로 발생된 비율은 1.1%로 나타남

[그림 2-3-3] 문화관광축제 초미세먼지\_일별



[표 2-3-5] 문화관광축제 초미세먼지\_일별

(단위 : 개, %)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	63	59	55	65	65
평균	1.7	4.5	5.5	1.0	1.1
초미세먼지 없음 <sup>1)</sup>	59	50	49	62	63
10% 미만	-	-	1	-	1
10 ~ 20% 미만	1	2	-	1	-
20 ~ 30% 미만	1	2	-	1	-
30 ~ 40% 미만	1	2	1	1	-
40 ~ 50% 미만	1	2	-	-	-
50% 이상	-	1	4	-	1

1) 초미세먼지 없음에는 데이터 없음이 포함되며, 데이터 없음은 측정망의 장비점검, 통신 장애 등의 이상 데이터가 발생한 경우를 의미함



## 라. 미세먼지\_일별

✓ '24년 문화관광축제 개최 기간 중 1일 이상 미세먼지가 나쁨으로 발생한 비율은 2.0%로 타 연도 대비 높게 나타남

[그림 2-3-4] 문화관광축제 미세먼지\_일별



[표 2-3-6] 문화관광축제 미세먼지\_일별

(단위 : 개, %)

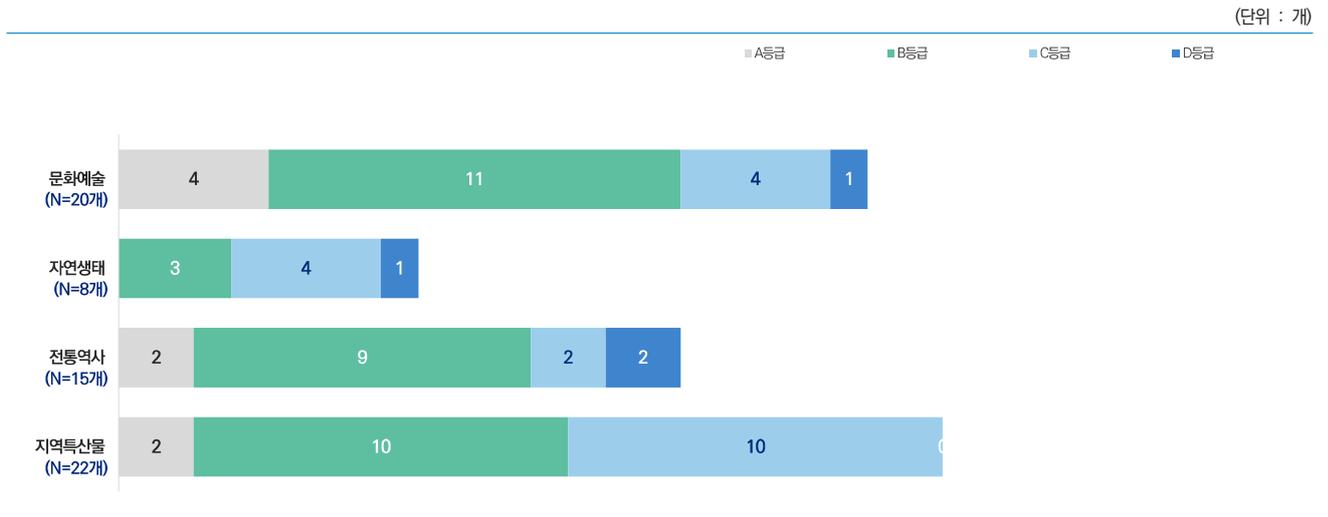
구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	63	59	55	65	65
평균	1.0	1.2	0.9	1.3	2.0
미세먼지 없음 <sup>2)</sup>	60	55	54	59	61
10% 미만	-	2	-	2	-
10 ~ 20% 미만	1	-	-	2	-
20 ~ 30% 미만	1	1	-	1	3
30 ~ 40% 미만	1	1	-	1	-
40 ~ 50% 미만	-	-	-	-	-
50% 이상	-	-	1	-	1

2) 미세먼지 없음에는 데이터 없음이 포함되며, 데이터 없음은 측정망의 장비점검, 통신 장애 등의 이상 데이터가 발생한 경우를 의미함

마. 대중교통 접근성(2024년 기준)

- ✓ 철도(지하철 포함), 고속/시외버스, 셔틀버스 운행 여부를 기준으로 축제장의 대중교통 접근성을 살펴보면, 절반 이상의 축제에서 2개 이상의 교통수단을 제공하여 축제장 접근성을 높이고 있는 것으로 나타남

[그림 2-3-5] 문화관광축제 대중교통 접근성(2024년 기준)



[표 2-3-7] 문화관광축제 유형별 대중교통 접근성(2024년 기준)

(단위 : 개)

구분	A등급	B등급	C등급	D등급	전체
전체	8	33	20	4	65
문화예술	4	11	4	1	20
자연생태	-	3	4	1	8
전통역사	2	9	2	2	15
지역특산물	2	10	10	-	22

[표 2-3-8] 문화관광축제 콘텐츠 유형별 대중교통 접근성(2024년 기준)

(단위 : 개)

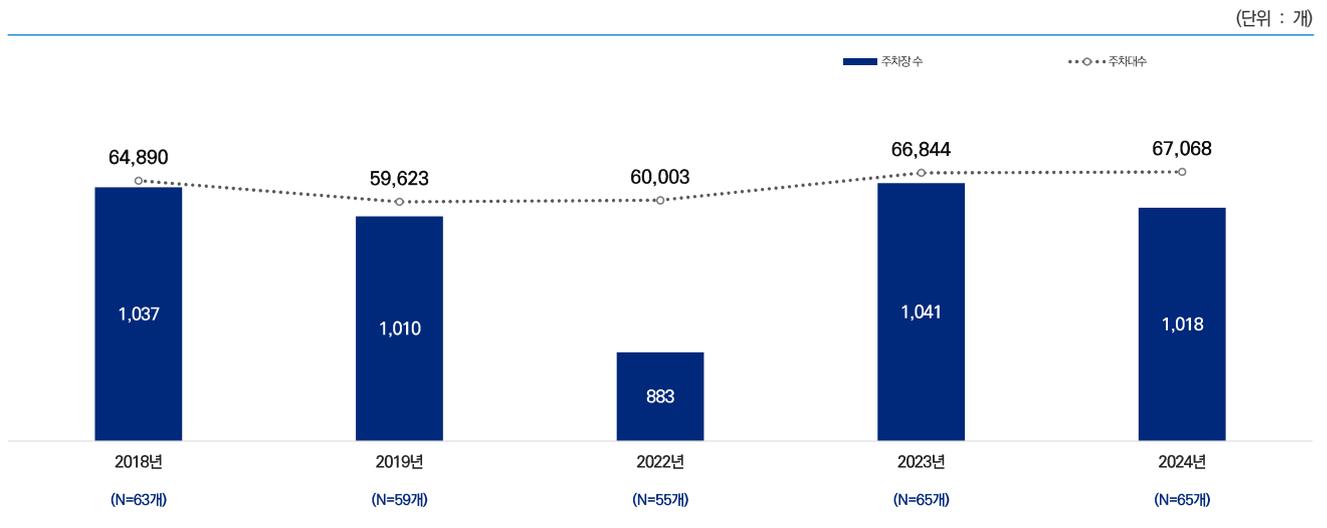
구분	A등급	B등급	C등급	D등급	전체
전체	8	33	20	4	65
경연 및 대회	-	3	1	-	4
공연 및 전시	2	9	4	2	17
먹거리 및 장터	2	3	4	-	9
체험프로그램	3	15	10	1	29
퍼레이드 및 행진	1	3	1	1	6



### 바. 주차장 개수 및 대수

- ✓ 메인 행사장 반경 1km 내 주차 시설을 살펴본 결과, '22년까지 주차장 수는 감소하는 추세를 보였으나, '23년 이후부터는 이전 수준으로 나타남
- ✓ 주차대수는 '18~'19년까지는 감소하는 추세를 보였으나, '22년부터 증가하는 추세로 나타남
- ✓ 주차 시설을 평균적으로 살펴보면, 문화관광축제가 개최되는 해마다 유사한 수준의 주차 시설을 갖추고 있는 것으로 나타남

[그림 2-3-6] 문화관광축제 주차장 개수 및 대수



[표 2-3-9] 문화관광축제 주차장 개수 및 대수

(단위 : 개)

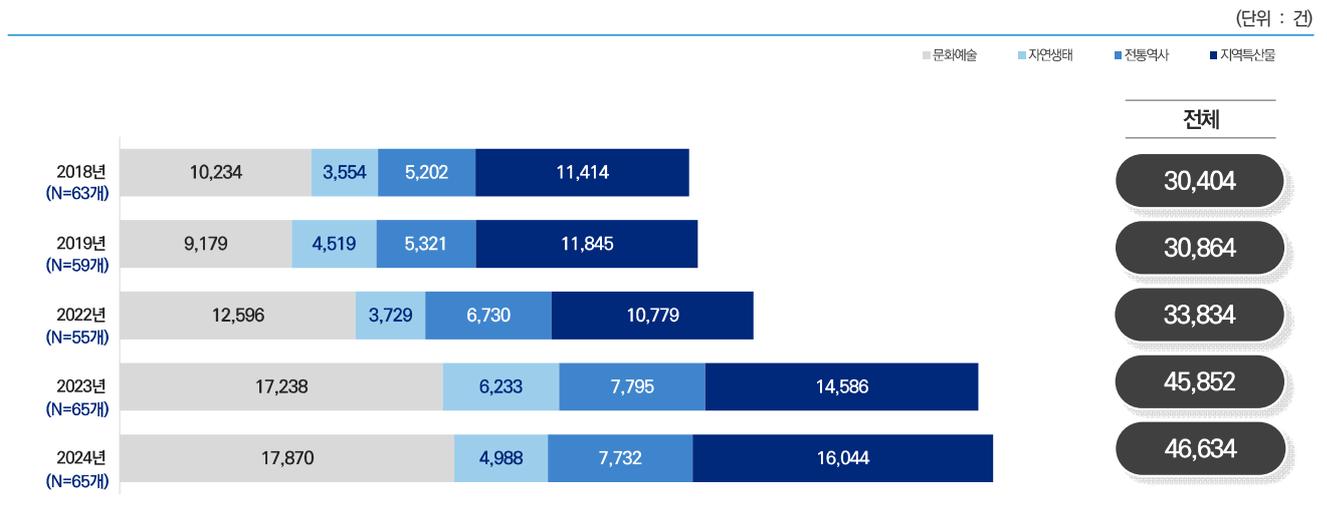
구분		2018	2019	2022	2023	2024
총합	주차장 수	1,037	1,010	883	1,041	1,018
	주차대수	64,890	59,623	60,003	66,844	67,068
평균	주차장 수	16	17	16	16	16
	주차대수	1,030	1,011	1,091	1,028	1,032

#### 4) [SNS] 축제 언급량 관련 지표

##### 가. 사전 노출 건수 총합

- ✓ 축제유형별 사전 언급량 건수는 문화예술과 지역특산물 축제에서 높게 나타났으며, 사전 언급량 건수는 '19년부터 매년 증가하는 추세로 나타남

[그림 2-3-7] 문화관광축제 유형별 사전 노출 건수 총합



[표 2-3-10] 문화관광축제 유형별 사전 노출 건수 총합

(단위 : 건, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	건수	비중								
전체	30,404	100.0	30,864	100.0	33,834	100.0	45,852	100.0	46,634	100.0
문화예술	10,234	33.7	9,179	29.7	12,596	37.2	17,238	37.6	17,870	38.3
자연생태	3,554	11.7	4,519	14.6	3,729	11.0	6,233	13.6	4,988	10.7
전통역사	5,202	17.1	5,321	17.2	6,730	19.9	7,795	17.0	7,732	16.6
지역특산물	11,414	37.5	11,845	38.4	10,779	31.9	14,586	31.8	16,044	34.4

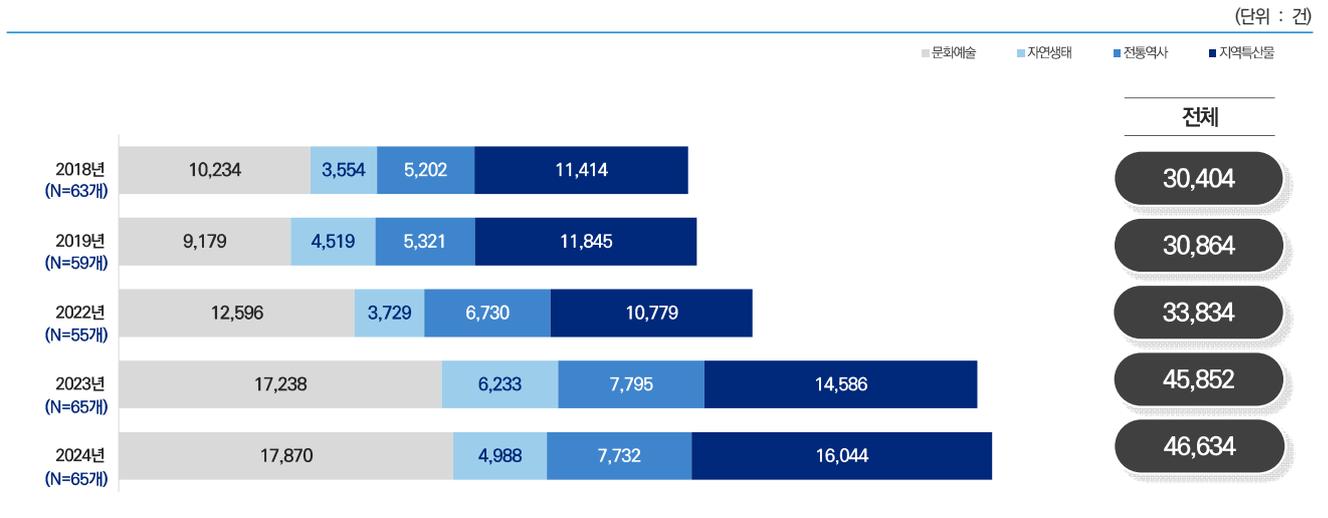


## 5) [SNS] 축제 언급량 관련 지표

### 나. 사전 노출 건수 총합

- ✓ 축제유형별 사전 언급량 건수는 문화예술과 지역특산물 축제에서 높게 나타났으며, 사전 언급량 건수는 '19년부터 매년 증가하는 추세로 나타남

[그림 2-3-8] 문화관광축제 유형별 사전 노출 건수 총합



[표 2-3-11] 문화관광축제 유형별 사전 노출 건수 총합

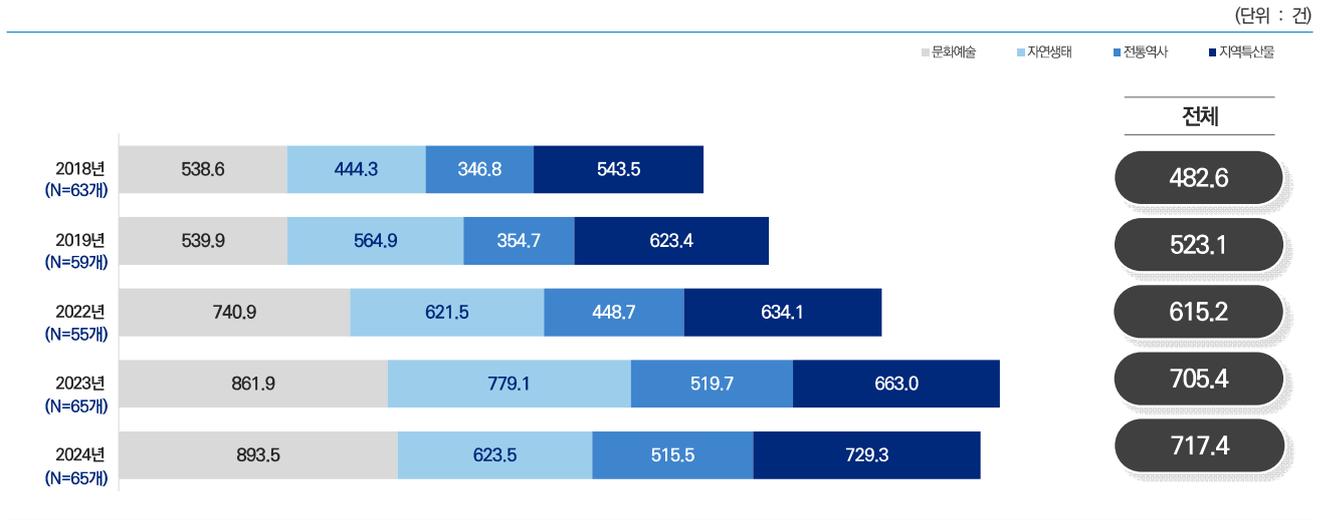
(단위 : 건, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	건수	비중								
전체	30,404	100.0	30,864	100.0	33,834	100.0	45,852	100.0	46,634	100.0
문화예술	10,234	33.7	9,179	29.7	12,596	37.2	17,238	37.6	17,870	38.3
자연생태	3,554	11.7	4,519	14.6	3,729	11.0	6,233	13.6	4,988	10.7
전통역사	5,202	17.1	5,321	17.2	6,730	19.9	7,795	17.0	7,732	16.6
지역특산물	11,414	37.5	11,845	38.4	10,779	31.9	14,586	31.8	16,044	34.4

다. 사전 노출 건수 평균

- ✓ 축제유형별 사전 언급량 평균 건수는 문화예술 축제가 가장 많았고, 지역특산물, 자연생태, 전통역사 축제 순으로 많이 나타남
- ✓ 문화예술과 지역특산물 축제의 사전 언급량 평균 건수는 '19년부터 증가하는 추세로 나타남

[그림 2-3-9] 문화관광축제 유형별 사전 노출 건수 평균



[표 2-3-12] 문화관광축제 유형별 사전 노출 건수 평균

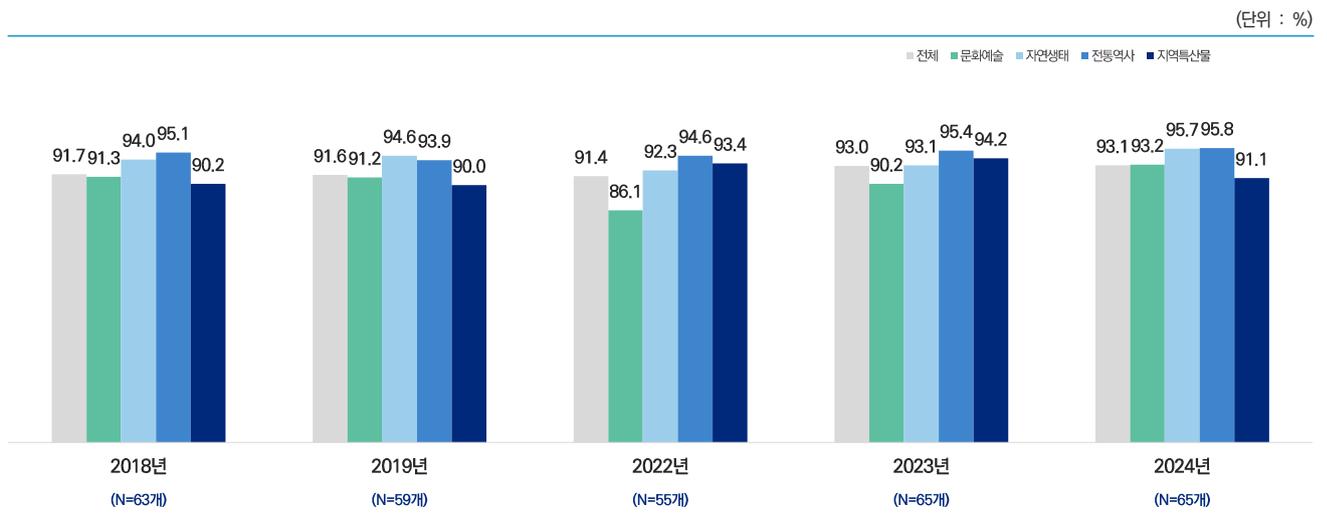
구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	482.6	523.1	615.2	705.4	717.4
문화예술	538.6	539.9	740.9	861.9	893.5
자연생태	444.3	564.9	621.5	779.1	623.5
전통역사	346.8	354.7	448.7	519.7	515.5
지역특산물	543.5	623.4	634.1	663.0	729.3



### 라. 사전 긍정어 노출 비중

- ✓ 축제 유형별 사전 긍정어 노출 비중은 매년 90% 이상으로 나타났으며, '22년을 기점으로 긍정어 노출 비중은 증가하는 추세로 나타남
- ✓ '24년 기준으로 살펴보면, 사전 긍정어 노출 비중이 높은 축제유형은 전통역사, 자연생태, 문화예술, 지역특산물 순으로 높게 나타남

[그림 2-3-10] 문화관광축제 유형별 사전 긍정어 노출 비중



[표 2-3-13] 문화관광축제 유형별 사전 긍정어 노출 비중

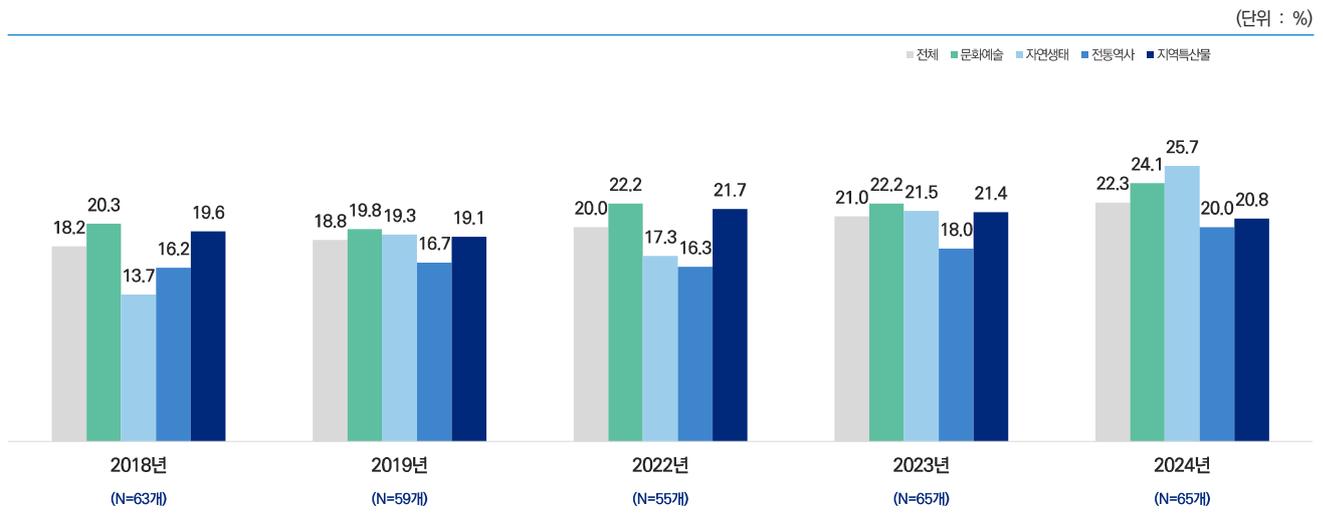
(단위 : %)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	91.7	91.6	91.4	93.0	93.1
문화예술	91.3	91.2	86.1	90.2	93.2
자연생태	94.0	94.6	92.3	93.1	95.7
전통역사	95.1	93.9	94.6	95.4	95.8
지역특산물	90.2	90.0	93.4	94.2	91.1

마. 사전 관심도

- ✓ 문화관광축제의 SNS 사전 관심도는 '22년부터 20% 이상으로 증가한 것으로 나타남
- ✓ 모든 축제유형에서 SNS 사전 관심도는 '22년부터 증가하는 추세로 나타남
- ✓ '24년 기준으로 살펴보면, 자연생태 축제에서 사전 관심도가 가장 높게 나타났으며, 다음은 문화예술(24.1%), 지역특산물 (20.8%), 전통역사(20.0%) 순으로 나타남

[그림 2-3-11] 문화관광축제 유형별 사전 관심도



[표 2-3-14] 문화관광축제 유형별 사전 관심도

(단위 : %)

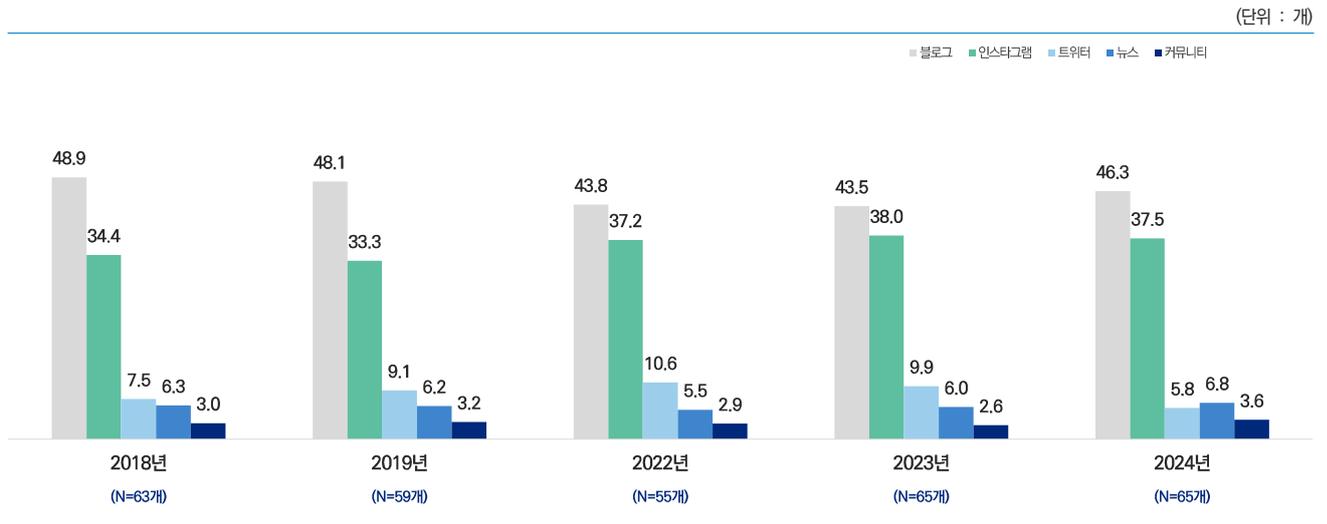
구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	18.2	18.8	20.0	21.0	22.3
문화예술	20.3	19.8	22.2	22.2	24.1
자연생태	13.7	19.3	17.3	21.5	25.7
전통역사	16.2	16.7	16.3	18.0	20.0
지역특산물	19.6	19.1	21.7	21.4	20.8



### 바. 사전 핫 채널별 노출 비중

- ✓ 문화관광축제의 사전 핫 채널로는 블로그, 인스타그램, 트위터, 뉴스, 커뮤니티 순으로 나타났으며, 언급량 비중은 매년 유사한 수준으로 나타남

[그림 2-3-12] 문화관광축제 사전 핫 채널별 노출 비중



[표 2-3-15] 문화관광축제 사전 핫 채널별 노출 비중

(단위 : 개)

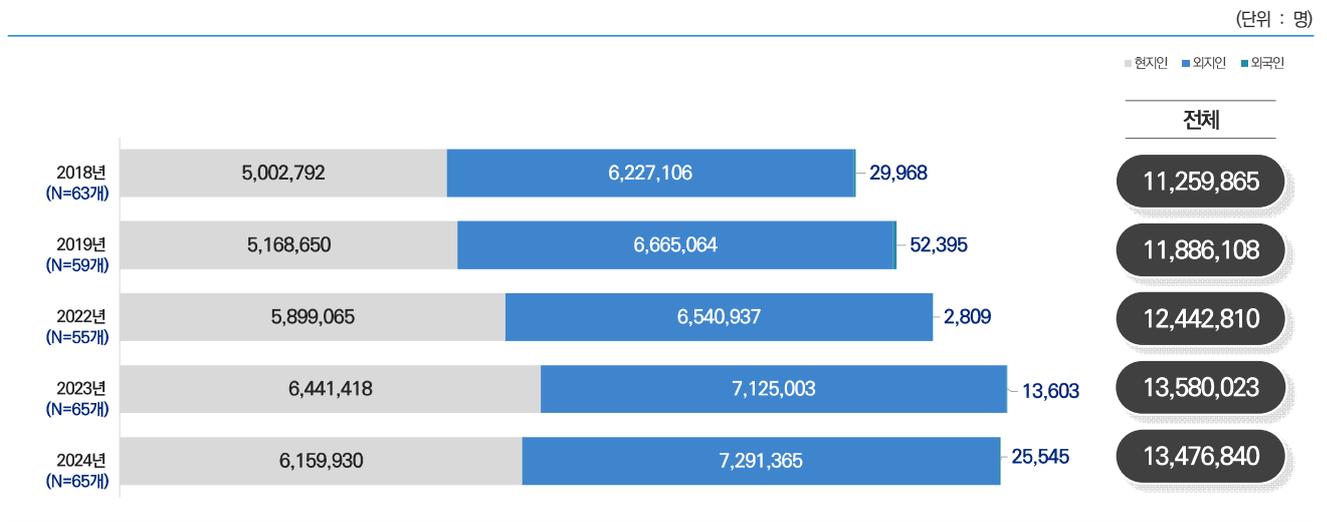
구분	2018	2019	2022	2023	2024
블로그	48.9	48.1	43.8	43.5	46.3
인스타그램	34.4	33.3	37.2	38.0	37.5
트위터	7.5	9.1	10.6	9.9	5.8
뉴스	6.3	6.2	5.5	6.0	6.8
커뮤니티	3.0	3.2	2.9	2.6	3.6

## 6) [방문자] 축제 방문 특성 관련 지표

### 가. 방문자 수 총합

- ✓ '24년 문화관광축제의 총 방문자 규모는 약 1,347만명이 방문한 것으로 나타났으며, 외지인의 방문 비중이 54.1%로 '23년 대비 방문 비중이 증가한 것으로 나타남
- ✓ 외국인의 경우 코로나19 발생 이전인 '19년의 절반 수준인 것으로 나타남
- ✓ '24년 기준 축제유형별로 방문자 수를 살펴보면, 지역특산물, 문화예술, 전통역사, 자연생태 순으로 많이 방문한 것으로 나타남

[그림 2-3-13] 문화관광축제 방문자 수 총합\_방문자 유형별



[표 2-3-16] 문화관광축제 방문자 수 총합\_방문자 유형별

(단위 : 명, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	방문자 수	비중								
전체	11,259,865	100.0	11,886,108	100.0	12,442,810	100.0	13,580,023	100.0	13,476,840	100.0
현지인	5,002,792	44.4	5,168,650	43.5	5,899,065	47.4	6,441,418	47.4	6,159,930	45.7
외지인	6,227,106	55.3	6,665,064	56.1	6,540,937	52.6	7,125,003	52.5	7,291,365	54.1
외국인	29,968	0.3	52,395	0.4	2,809	0.0	13,603	0.1	25,545	0.2

[표 2-3-17] 문화관광축제 방문자 수 총합\_축제유형별

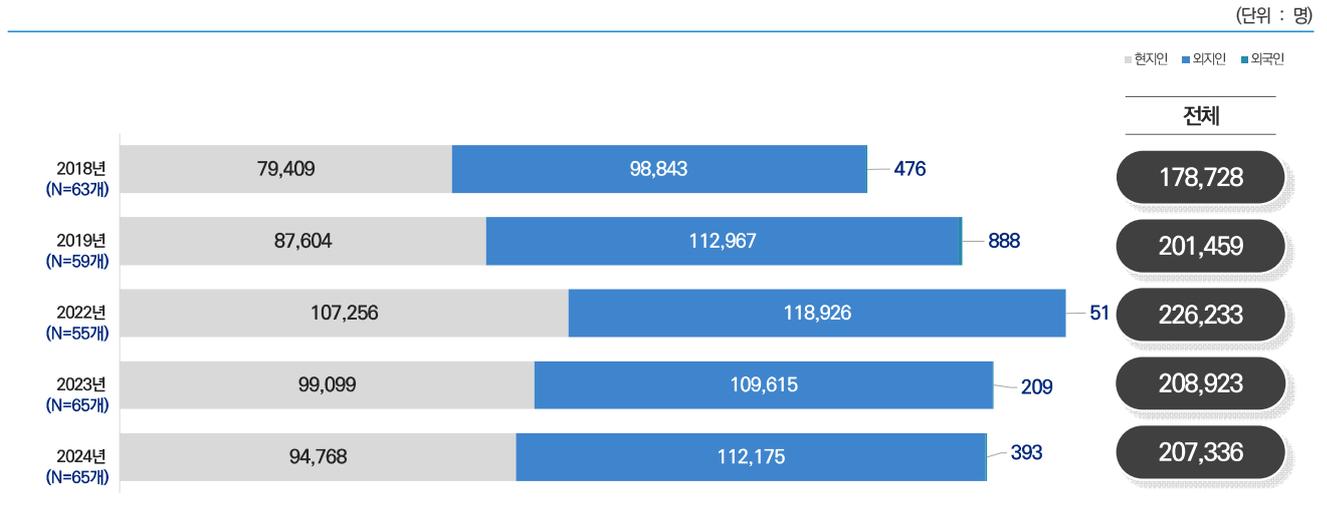
(단위 : 명, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	방문자 수	비중								
전체	11,259,865	100.0	11,886,108	100.0	12,442,810	100.0	13,580,023	100.0	13,476,840	100.0
문화예술	3,272,774	29.1	3,471,405	29.2	3,568,688	28.7	4,076,091	30.0	3,706,904	27.5
자연생태	1,426,373	12.7	1,306,451	11.0	1,240,682	10.0	1,561,471	11.5	1,540,798	11.4
전통역사	3,209,965	28.5	3,243,078	27.3	3,437,232	27.6	3,058,686	22.5	3,437,451	25.5
지역특산물	3,350,753	29.8	3,865,174	32.5	4,196,209	33.7	4,883,775	36.0	4,791,687	35.6

## 나. 방문자 수 평균

- ✓ '24년 문화관광축제의 평균 방문자 수는 207,336명으로 전년 대비 0.8% 감소한 것으로 나타남
- ✓ '24년 기준 외지인과 외국인의 평균 방문자 수는 코로나19 이전 수준으로 회복한 것으로 나타남
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, '24년 기준 전통역사, 지역특산물, 자연생태, 문화예술 순으로 높게 나타남

[그림 2-3-14] 문화관광축제 방문자 수 평균\_방문자 유형별



[표 2-3-18] 문화관광축제 방문자 수 평균\_방문자 유형별

(단위 : 명, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	방문자 수	비중								
전체	178,728	100.0	201,459	100.0	226,233	100.0	208,923	100.0	207,336	100.0
현지인	79,409	44.4	87,604	43.5	107,256	47.4	99,099	47.4	94,768	45.7
외지인	98,843	55.3	112,967	56.1	118,926	52.6	109,615	52.5	112,175	54.1
외국인	476	0.3	888	0.4	51	0.0	209	0.1	393	0.2

[표 2-3-19] 문화관광축제 방문자 수 평균\_축제유형별

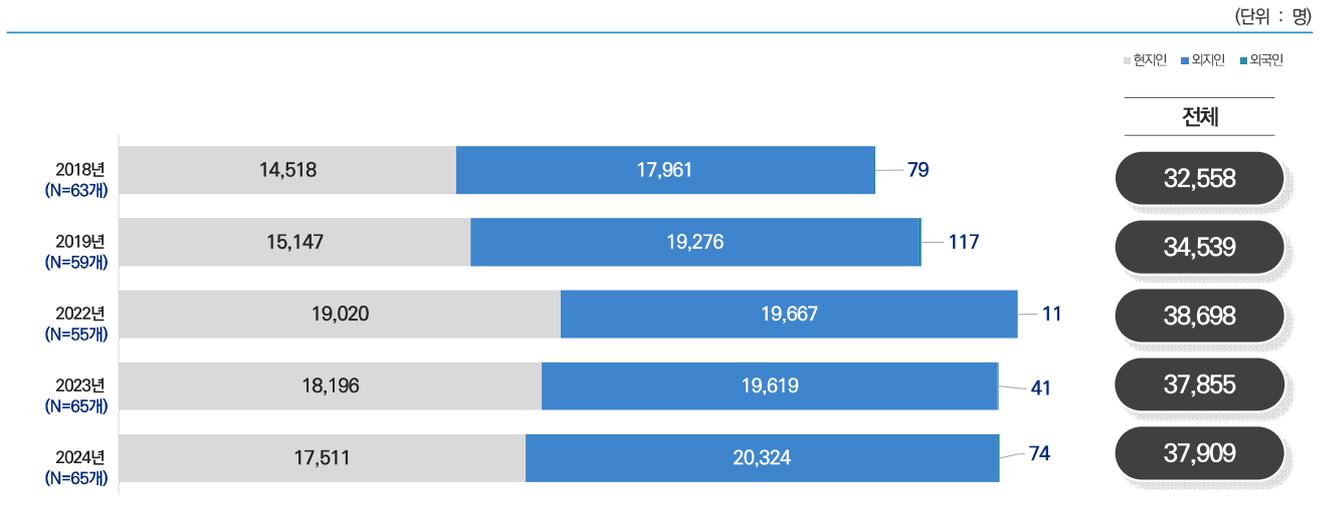
(단위 : 명)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	178,728	201,459	226,233	208,923	207,336
문화예술	172,251	204,200	209,923	203,805	185,345
자연생태	178,297	163,306	206,780	195,184	192,600
전통역사	213,998	216,205	229,149	203,912	229,163
지역특산물	159,560	203,430	246,836	221,990	217,804

**다. 일 평균 방문자 수**

- ✓ '24년 문화관광축제의 일 평균 방문자 수는 37,909명으로 '23년과 유사한 수치로 나타났으며, 외지인의 일 평균 방문자 수는 '22년부터 증가하는 추세로 나타남
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, '24년 기준 문화예술, 전통역사, 지역특산물, 자연생태 순으로 높게 나타남

**[그림 2-3-15] 문화관광축제 일 평균 방문자 수\_방문자 유형별**



**[표 2-3-20] 문화관광축제 일 평균 방문자 수\_방문자 유형별**

(단위 : 명, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	방문자 수	비중								
전체	32,558	100.0	34,539	100.0	38,698	100.0	37,855	100.0	37,909	100.0
현지인	14,518	44.6	15,147	43.9	19,020	49.2	18,196	48.1	17,511	46.2
외지인	17,961	55.2	19,276	55.8	19,667	50.8	19,619	51.8	20,324	53.6
외국인	79	0.2	117	0.3	11	0.0	41	0.1	74	0.2

**[표 2-3-21] 문화관광축제 일 평균 방문자 수\_축제유형별**

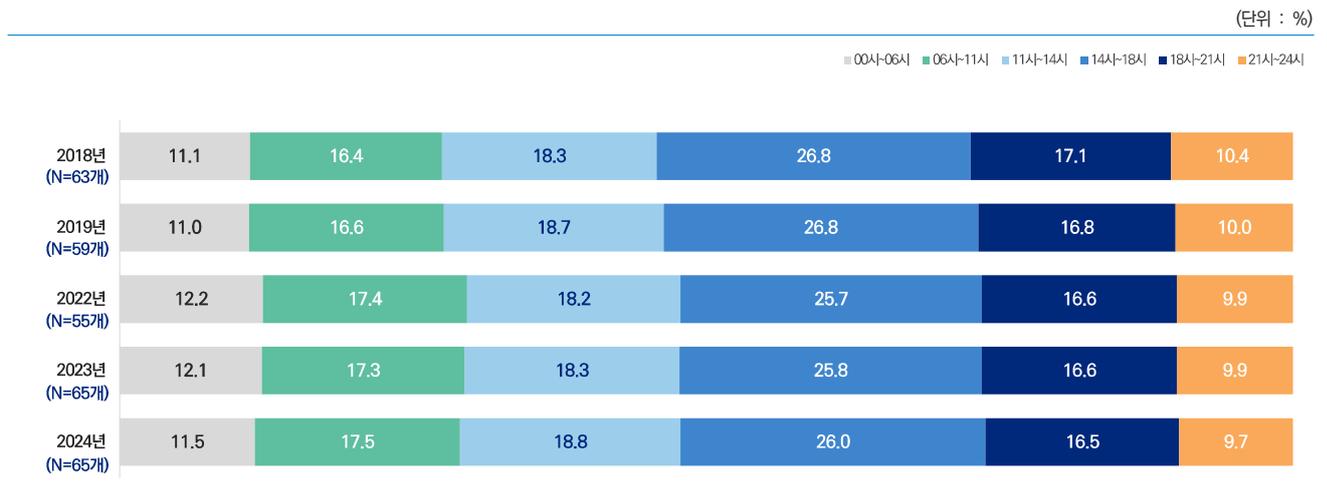
(단위 : 명)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	32,558	34,539	38,698	37,855	37,909
문화예술	38,868	44,381	49,031	46,755	44,128
자연생태	21,359	21,267	27,025	27,230	27,469
전통역사	39,711	40,028	41,179	41,396	43,434
지역특산물	26,006	26,989	30,294	31,214	32,284

### 라. 시간대별 방문자 비중

- ✓ 문화관광축제의 시간대별 방문자 비중은 매년 14~18시가 가장 높게 나타났으며, 06~11시의 방문 비중도 매년 증가하는 것으로 나타남

[그림 2-3-16] 문화관광축제 시간대별 방문자 비중\_전체



[표 2-3-22] 문화관광축제 시간대별 방문자 비중\_방문자 유형별

(단위 : %)

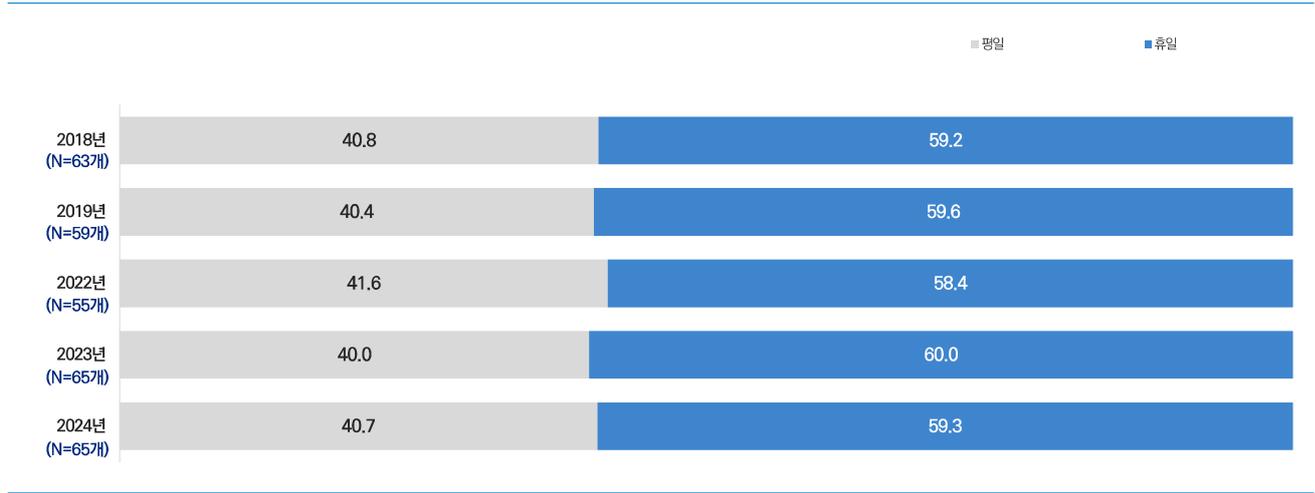
구분		2018		2019		2022		2023		2024	
		비중	전년 대비 증감률								
전체	00시~06시	11.1	-	11.0	-0.1	12.2	1.2	12.1	-0.1	11.5	-0.6
	06시~11시	16.4	-	16.6	0.2	17.4	0.8	17.3	-0.2	17.5	0.2
	11시~14시	18.3	-	18.7	0.4	18.2	-0.5	18.3	0.1	18.8	0.5
	14시~18시	26.8	-	26.8	0.1	25.7	-1.1	25.8	0.1	26.0	0.2
	18시~21시	17.1	-	16.8	-0.2	16.6	-0.3	16.6	0.1	16.5	-0.1
	21시~24시	10.4	-	10.0	-0.4	9.9	-0.1	9.9	0.0	9.7	-0.2
현지인	00시~06시	13.9	-	14.1	0.2	15.0	0.8	15.2	0.3	14.4	-0.8
	06시~11시	17.1	-	17.4	0.3	18.4	1.1	18.3	-0.2	18.4	0.1
	11시~14시	16.5	-	16.5	0.0	16.5	0.0	16.3	-0.2	16.6	0.3
	14시~18시	23.3	-	23.1	-0.1	22.7	-0.5	22.4	-0.3	22.5	0.1
	18시~21시	17.7	-	17.7	0.0	16.8	-0.9	16.9	0.2	17.2	0.2
	21시~24시	11.5	-	11.2	-0.3	10.7	-0.6	10.9	0.2	10.9	0.0
외지인	00시~06시	8.9	-	8.6	-0.3	9.7	1.1	9.2	-0.5	8.9	-0.2
	06시~11시	15.8	-	16.1	0.2	16.6	0.5	16.4	-0.1	16.8	0.4
	11시~14시	19.8	-	20.4	0.6	19.8	-0.7	20.2	0.4	20.6	0.5
	14시~18시	29.6	-	29.7	0.1	28.5	-1.2	28.9	0.4	28.9	0.1
	18시~21시	16.5	-	16.2	-0.3	16.4	0.2	16.4	0.0	16.0	-0.4
	21시~24시	9.4	-	9.0	-0.4	9.1	0.1	9.0	-0.1	8.7	-0.3
외국인	00시~06시	16.5	-	13.1	-3.4	21.1	8.0	18.8	-2.3	19.8	1.0
	06시~11시	16.2	-	16.1	-0.1	17.9	1.8	15.9	-2.0	17.2	1.3
	11시~14시	17.2	-	22.6	5.4	13.2	-9.4	14.3	1.1	16.1	1.8
	14시~18시	24.9	-	27.8	2.9	20.0	-7.8	22.0	2.1	22.2	0.2
	18시~21시	15.1	-	12.8	-2.3	15.1	2.3	17.7	2.6	13.9	-3.8
	21시~24시	10.1	-	7.6	-2.5	12.7	5.2	11.3	-1.5	10.7	-0.6

마. 평일·휴일별 방문자 비중

- ✓ '18년부터 평일·휴일별 방문자 비중은 휴일이 높게 나타났으며, 현지인의 휴일 방문의 비중은 매년 증가하는 추세로 나타남
- ✓ 외국인의 경우 '22년부터 평일 방문 비중이 증가하는 추세를 보임

[그림 2-3-17] 문화관광축제 평일·휴일별 방문자 비중\_전체

(단위 : %)



[표 2-3-23] 문화관광축제 평일·휴일별 방문자 비중\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018		2019		2022		2023		2024	
		비중	전년 대비 증감률								
전체	평일	40.8	-	40.4	-0.4	41.6	1.2	40.0	-1.6	40.7	0.7
	휴일	59.2	-	59.6	0.4	58.4	-1.2	60.0	1.6	59.3	-0.7
현지인	평일	49.4	-	48.8	-0.6	48.4	-0.4	47.8	-0.6	47.7	-0.1
	휴일	50.6	-	51.2	0.6	51.6	0.4	52.2	0.6	52.3	0.1
외지인	평일	33.8	-	33.8	-0.1	35.5	1.7	33.0	-2.5	34.8	1.8
	휴일	66.2	-	66.2	0.1	64.5	-1.7	67.0	2.5	65.2	-1.8
외국인	평일	52.5	-	51.8	-0.7	43.2	-8.5	44.7	1.4	45.7	1.0
	휴일	47.5	-	48.2	0.7	56.8	8.5	55.3	-1.4	54.3	-1.0

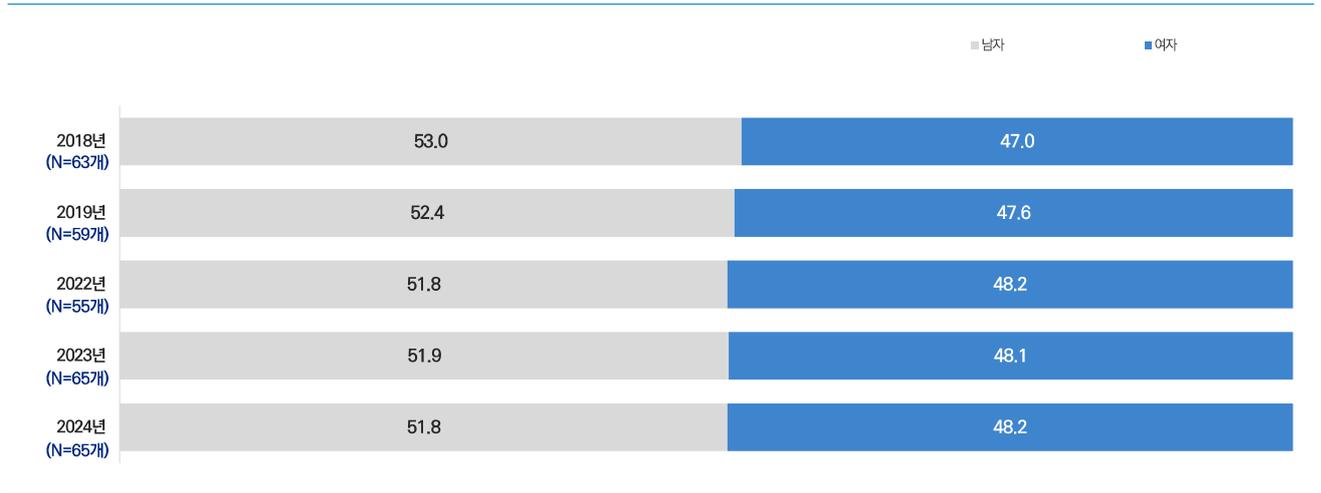


### 바. 성별 방문자 비중<sup>3)</sup>

- ✓ 문화관광축제 방문자의 성별 비중은 매년 남성이 높게 나타나고 있으며, 외지인의 경우 여성 방문 비중이 매년 증가하는 것으로 나타남

[그림 2-3-18] 문화관광축제 성별 방문자 비중\_전체

(단위 : %)



[표 2-3-24] 문화관광축제 성별 방문자 비중\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018		2019		2022		2023		2024	
		비중	전년 대비 증감률								
전체	남자	53.0	-	52.4	-0.7	51.8	-0.6	51.9	0.1	51.8	-0.1
	여자	47.0	-	47.6	0.7	48.2	0.6	48.1	-0.1	48.2	0.1
현지인	남자	51.1	-	50.5	-0.7	49.9	-0.6	50.1	0.2	49.9	-0.2
	여자	48.9	-	49.5	0.7	50.1	0.6	49.9	-0.2	50.1	0.2
외지인	남자	54.6	-	53.9	-0.7	53.6	-0.3	53.6	0.0	53.4	-0.2
	여자	45.4	-	46.1	0.7	46.4	0.3	46.4	0.0	46.6	0.2

3) 한국관광공사 이동통신 빅데이터에서 외국인의 성별을 특정할 수 없으며, 성별을 특정할 수 있는 내국인을 대상으로만 분석함

사. 연령별 방문자 비중<sup>4)</sup>

- ✓ 문화관광축제 방문자의 연령별 비중은 매년 50대에서 높게 나타나고 있으며, 60세 이상의 방문 비중은 매년 증가하는 추세로 나타남

[그림 2-3-19] 문화관광축제 연령별 방문자 비중\_전체



[표 2-3-25] 문화관광축제 연령별 방문자 비중\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분	구분	2018		2019		2022		2023		2024	
		비중	전년 대비 증감률								
전체	10세 미만	0.8	-	1.1	0.3	1.3	0.1	1.3	0.0	1.3	0.0
	10대	8.0	-	7.8	-0.2	6.8	-1.0	6.7	-0.1	6.5	-0.2
	20대	17.5	-	16.7	-0.8	16.7	0.0	15.7	-1.0	15.0	-0.7
	30대	16.6	-	15.6	-1.0	14.8	-0.8	14.7	-0.1	15.1	0.5
	40대	19.3	-	18.4	-1.0	16.1	-2.3	15.8	-0.3	15.4	-0.3
	50대	22.0	-	22.2	0.2	20.5	-1.7	20.4	-0.1	20.1	-0.4
	60대	11.8	-	13.3	1.5	16.7	3.4	17.7	1.0	18.2	0.6
현지인	70세 이상	4.0	-	5.0	1.0	7.2	2.2	7.7	0.6	8.4	0.7
	10세 미만	0.9	-	1.2	0.3	1.3	0.1	1.3	0.0	1.3	0.0
	10대	9.6	-	9.4	-0.3	7.9	-1.5	8.0	0.1	7.8	-0.1
	20대	15.4	-	14.8	-0.6	14.6	-0.2	13.5	-1.1	13.0	-0.5
	30대	15.3	-	14.2	-1.1	13.5	-0.7	13.2	-0.3	13.5	0.3
	40대	19.6	-	18.4	-1.2	15.9	-2.5	15.4	-0.5	14.9	-0.5
	50대	22.5	-	22.5	0.0	20.9	-1.6	20.9	0.0	20.5	-0.4
외지인	60대	12.1	-	13.8	1.7	17.2	3.5	18.2	1.0	18.7	0.5
	70세 이상	4.6	-	5.8	1.2	8.6	2.9	9.5	0.8	10.3	0.8
	10세 미만	0.8	-	1.1	0.3	1.2	0.1	1.3	0.1	1.3	0.0
	10대	6.6	-	6.5	-0.1	5.8	-0.7	5.6	-0.2	5.3	-0.3
	20대	19.2	-	18.2	-1.0	18.7	0.5	17.7	-1.0	16.6	-1.0
	30대	17.6	-	16.7	-0.9	15.9	-0.7	16.0	0.0	16.6	0.6
	40대	19.1	-	18.3	-0.8	16.2	-2.1	16.1	-0.2	15.9	-0.2
50대	21.7	-	22.0	0.3	20.0	-1.9	20.0	-0.1	19.7	-0.3	
외지인	60대	11.5	-	12.9	1.4	16.2	3.3	17.2	1.0	17.8	0.7
	70세 이상	3.6	-	4.4	0.8	5.9	1.5	6.2	0.3	6.8	0.6

4) 한국관광공사 이동통신 빅데이터에서 외국인의 연령을 특정할 수 없으며, 연령을 특정할 수 있는 내국인을 대상으로만 분석함



## 4. 활동단계

### 1) 분석 지표

[표 2-4-1] 문화관광축제 분석 지표\_활동단계

지표구분	지표명	지표내용	단위	자료원
혼잡도	축제별 피크시점 방문자 수	축제 지역에 방문한 피크시점 방문자 수를 기반으로 혼잡도 산출 - 산출식 = 피크시점의 최대 방문자 수	명	이동통신 Data
SNS	현장 노출 건수	축제 개최 기간 SNS 총 언급량	건	SNS Data
	현장 긍정 노출 비율	축제 개최 기간 SNS 총 언급량 중 긍정어 비율	%	
	현장 관심도	SNS 노출을 기간에 따라 사전 / 현장 / 사후로 구분하고 현장 언급량의 비중 산출 - 산출식 = 사전 노출 건수 / (사전 + 현장 + 사후 노출 건수)	%	
	현장 핫 채널	SNS 노출이 가장 많은 채널 커뮤니티 / 인스타그램 / 블로그 / 뉴스 / 트위터 채널별 건수 기준 핫 채널 선정	%	
소비	소비액	축제기간 총 소비액, 일 평균 소비액	백만원	카드 Data
	소비 건수	축제 기간 중 총 카드 소비 건수, 일 평균 소비 건수	건수	
	건당 소비액	소비 1건당 금액 - 산출식 = 소비액 / 소비 건수	천원	
이동	내비게이션 검색 건수	축제 기간 총 내비게이션 검색 건수 (메인 행사장 반경 700m)	건	내비게이션 Data
	내비게이션 이동 목적지	축제 기간 목적지 유형별 내비게이션 검색 건수	건	

## 2) 연도별 분석 지표 추이

[표 2-4-2] 문화관광축제 연도별 분석 지표 추이\_활동단계

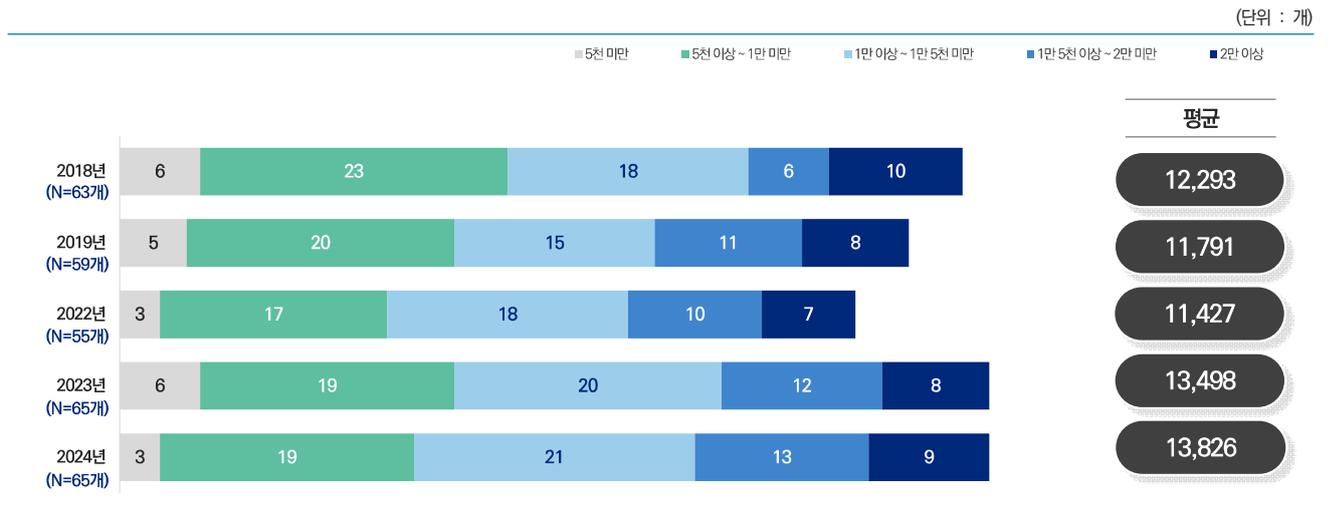
지표구분	지표명	단위	2018	2019	2022	2023	2024	
혼잡도	축제별 피크시점 방문자 수	축제별 피크시점 최대 방문자 수 (명)	12,293	11,791	11,427	13,498	13,826	
SNS	현장 노출 건수	축제별 평균 현장 노출 언급량 수 (건)	1,637.6	1,691.3	1,679.2	1,794.0	1,603.0	
	현장 긍정 노출 비율	축제별 현장 긍정어 노출 비중 (%)	85.2	83.6	85.2	86.7	87.4	
	현장 관심도	축제별 현장 관심도 비중 (%)	61.9	60.9	54.6	53.5	49.8	
	현장 핫 채널	채널별 현장 언급량 비중 (%)	인스타그램	75.8	75.7	65.7	72.0	65.8
			블로그	15.0	14.9	23.1	18.3	21.7
			트위터	4.2	4.5	6.4	5.1	7.0
뉴스			2.5	2.8	3.0	2.5	3.0	
커뮤니티	2.4	2.1	1.8	2.0	2.5			
소비	소비액	축제별 평균 (천원)	총 소비액	3,431,069	3,307,212	4,076,285	3,598,252	3,518,171
		일 소비액	672,816	638,166	816,936	743,078	729,557	
	소비 건수	축제별 평균 (건수)	총 소비 건수	117,190	114,312	121,148	104,361	103,059
		일 소비 건수	22,714	22,542	24,601	21,893	21,743	
	건당 소비액	1건당 소비액 (천원)	30.8	29.0	33.7	34.4	33.4	
방문자	내비게이션 검색 건수	축제별 평균 (건)	총 검색 건수	2,862	3,818	7,503	6,492	9,011
			일 검색 건수	535	701	1,210	1,254	1,623
	내비게이션 이동 목적지	보고서 세부 내용 참고						

### 3) [혼잡도] 축제 방문 관련 지표

#### 가. 축제별 피크시점 방문자 수

- ✓ 문화관광축제의 피크시점 방문자 수는 1만 이상 ~ 1만 5천 이상, 5천 이상 ~ 1만 미만 범주에서 비중이 높은 것으로 나타남
- ✓ '24년 기준 피크시점 방문자 수는 13,826명으로 나타났으며, 전년 대비 2.4% 증가함

[그림 2-4-1] 문화관광축제별 피크시점 방문자 수



[표 2-4-3] 문화관광축제별 피크시점 방문자 수

(단위 : 개, 명)

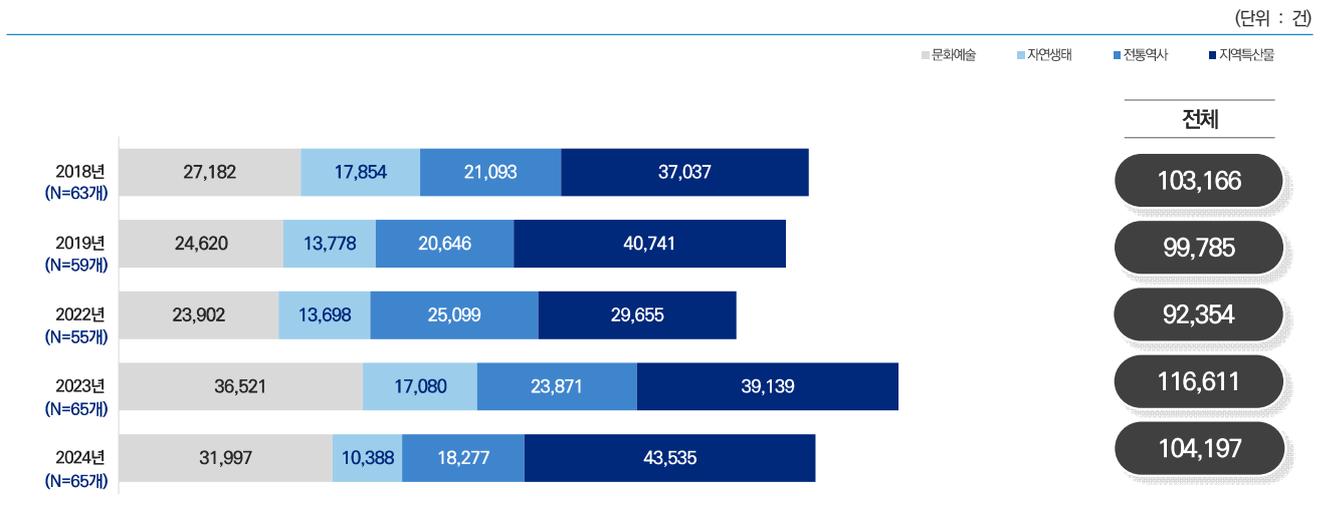
구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	63	59	55	65	65
5천 미만	6	5	3	6	3
5천 이상 ~ 1만 미만	23	20	17	19	19
1만 이상 ~ 1만 5천 미만	18	15	18	20	21
1만 5천 이상 ~ 2만 미만	6	11	10	12	13
2만 이상	10	8	7	8	9
피크시점 방문자 수 평균	12,293	11,791	11,427	13,498	13,826

#### 4) [SNS] 축제 언급량 관련 지표

##### 가. 현장 노출 건수 총합

- ✓ 축제유형별 현장 언급량 건수는 문화예술과 지역특산물 축제에서 높게 나타났으며, 현장 언급량 건수는 '23년 대비 감소한 것으로 나타남
- ✓ 지역특산물 축제는 '22년부터 현장 언급량 건수가 증가하는 추세로 나타남

[그림 2-4-2] 문화관광축제 유형별 현장 노출 건수 총합



[표 2-4-4] 문화관광축제 유형별 현장 노출 건수 총합

(단위 : 건, %)

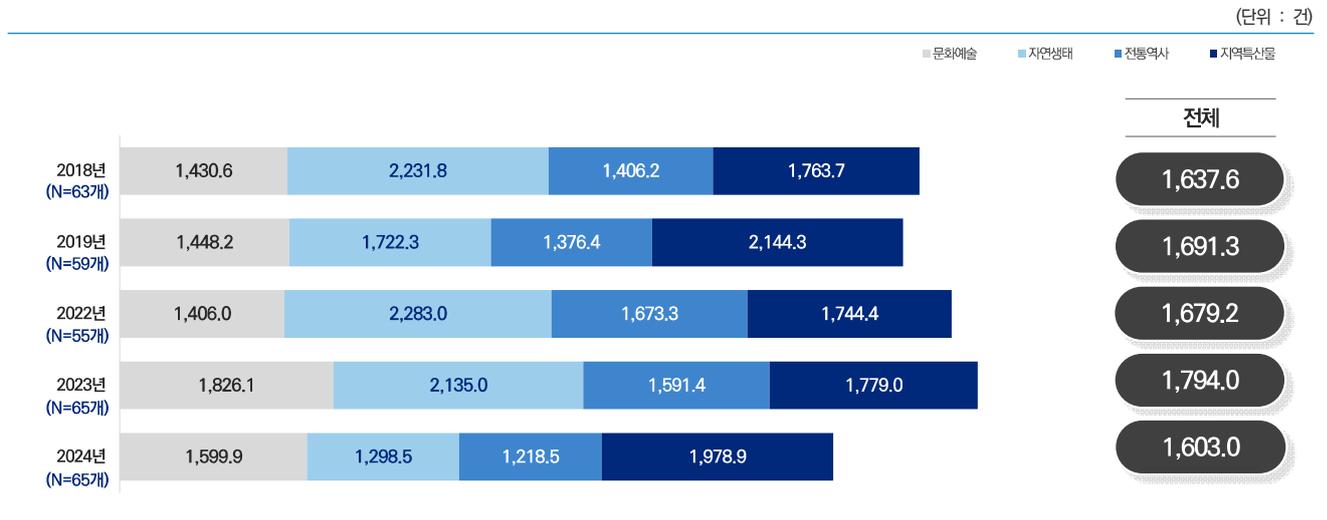
구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	건수	비중	건수	비중	건수	비중	건수	비중	건수	비중
전체	103,166	100.0	99,785	100.0	92,354	100.0	116,611	100.0	104,197	100.0
문화예술	27,182	26.3	24,620	24.7	23,902	25.9	36,521	31.3	31,997	30.7
자연생태	17,854	17.3	13,778	13.8	13,698	14.8	17,080	14.6	10,388	10.0
전통역사	21,093	20.4	20,646	20.7	25,099	27.2	23,871	20.5	18,277	17.5
지역특산물	37,037	35.9	40,741	40.8	29,655	32.1	39,139	33.6	43,535	41.8



## 나. 현장 노출 건수 평균

✓ 축제유형별 현장 언급량 평균 건수는 지역특산물 축제가 가장 많았고, 문화예술, 자연생태, 전통역사 축제 순으로 많이 나타남

[그림 2-4-3] 문화관광축제 유형별 현장 노출 건수 평균



[표 2-3-5] 문화관광축제 유형별 현장 노출 건수 평균

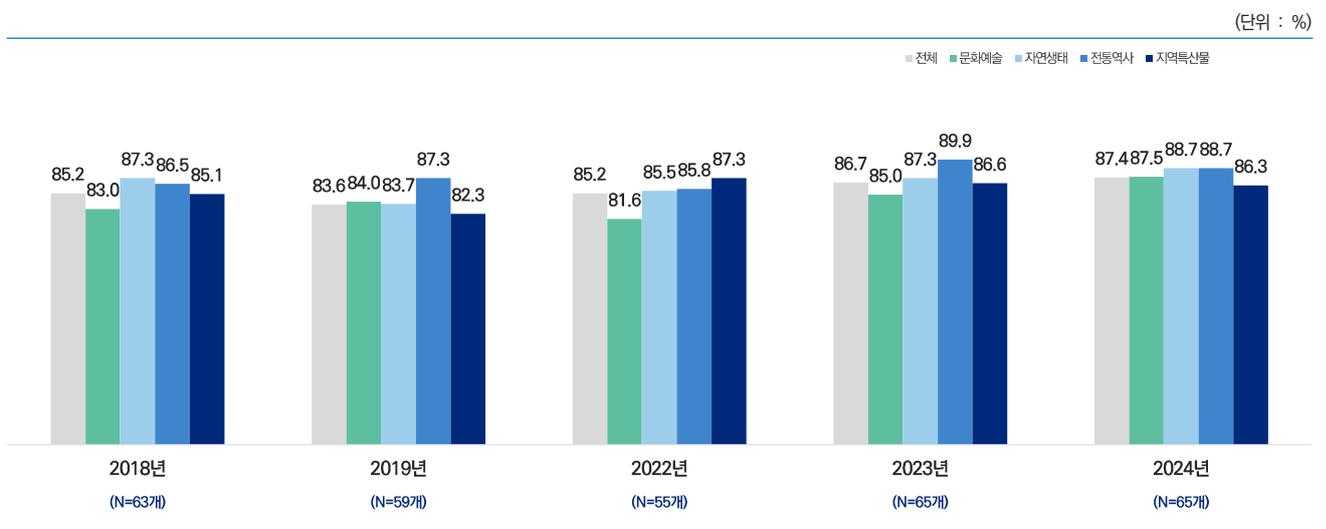
(단위 : 건)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	1,637.6	1,691.3	1,679.2	1,794.0	1,603.0
문화예술	1,430.6	1,448.2	1,406.0	1,826.1	1,599.9
자연생태	2,231.8	1,722.3	2,283.0	2,135.0	1,298.5
전통역사	1,406.2	1,376.4	1,673.3	1,591.4	1,218.5
지역특산물	1,763.7	2,144.3	1,744.4	1,779.0	1,978.9

**다. 현장 긍정어 노출 비중**

- ✓ 축제 유형별 현장 긍정어 노출 비중은 매년 80% 이상으로 나타났으며, '19년부터 긍정어 노출 비중은 증가하는 추세로 나타남
- ✓ '24년 기준으로 살펴보면, 현장 긍정어 노출 비중이 높은 축제유형은 전통역사, 자연생태, 문화예술, 지역특산물 순으로 높게 나타남
- ✓ 문화예술과 자연생태 축제는 '22년부터 현장 긍정어 노출 비중이 증가하는 추세인 반면, 지역특산물은 감소하는 추세로 나타남

**[그림 2-4-4] 문화관광축제 유형별 현장 긍정어 노출 비중**



**[표 2-4-6] 문화관광축제 유형별 현장 긍정어 노출 비중**

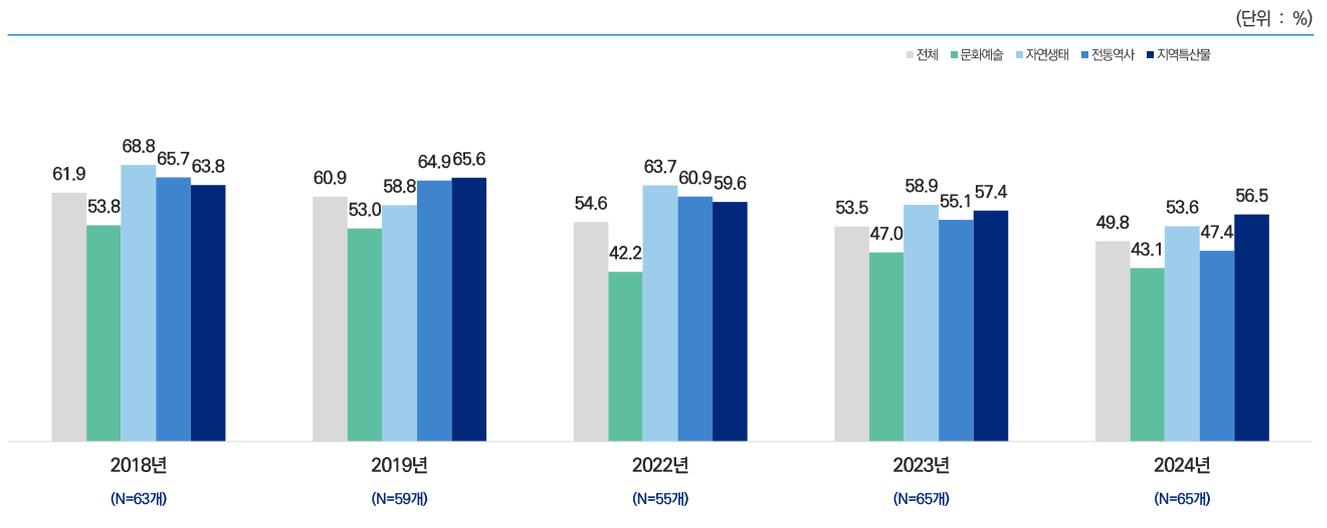
(단위 : %)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	85.2	83.6	85.2	86.7	87.4
문화예술	83.0	84.0	81.6	85.0	87.5
자연생태	87.3	83.7	85.5	87.3	88.7
전통역사	86.5	87.3	85.8	89.9	88.7
지역특산물	85.1	82.3	87.3	86.6	86.3

### 라. 현장 관심도

- ✓ 문화관광축제의 SNS 현장 관심도는 '18년부터 매년 감소하는 추세로 나타남
- ✓ 문화예술 축제를 제외한 모든 축제에서 SNS 현장 관심도는 '22년부터 감소하는 추세로 나타남
- ✓ '24년 기준으로 살펴보면, 지역특산물 축제에서 현장 관심도가 가장 높게 나타났으며, 다음은 자연생태(53.6%), 전통역사(47.4%), 문화예술(43.1%) 순으로 나타남

[그림 2-4-5] 문화관광축제 유형별 현장 관심도



[표 2-4-7] 문화관광축제 유형별 현장 관심도

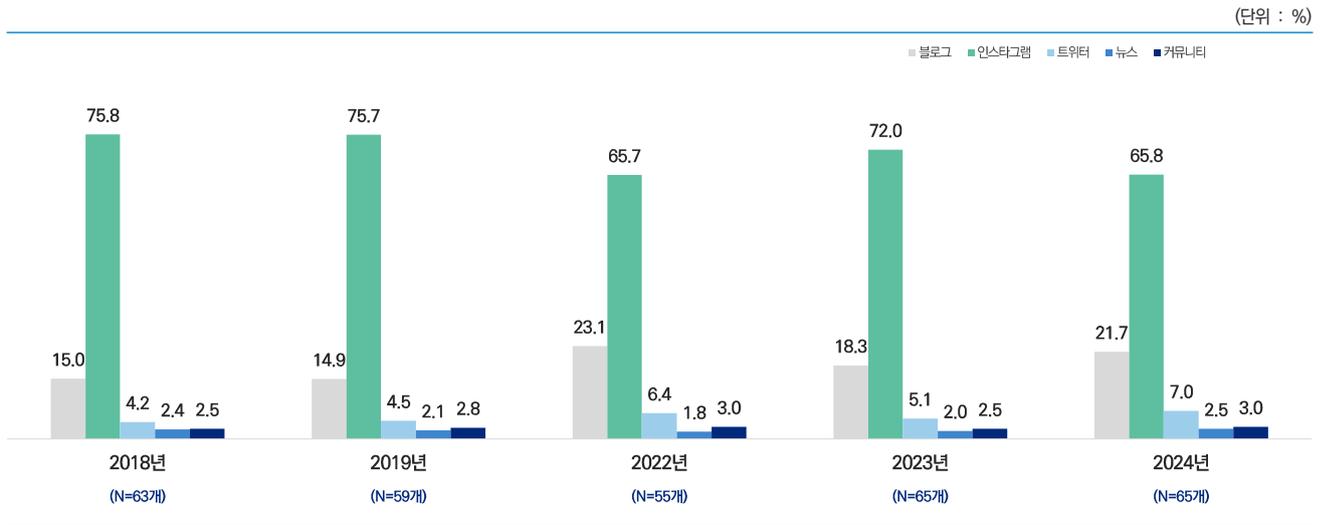
(단위 : %)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	61.9	60.9	54.6	53.5	49.8
문화예술	53.8	53.0	42.2	47.0	43.1
자연생태	68.8	58.8	63.7	58.9	53.6
전통역사	65.7	64.9	60.9	55.1	47.4
지역특산물	63.8	65.6	59.6	57.4	56.5

마. 현장 핫 채널별 노출 비중

- ✓ 문화관광축제의 현장 핫 채널로는 인스타그램, 블로그, 트위터, 커뮤니티, 뉴스 순으로 나타났으며, 언급량 비중은 매년 유사한 수준으로 나타남
- ✓ 뉴스의 경우 '22년부터 현장 언급량 건수가 증가하는 추세로 나타남

[그림 2-4-6] 문화관광축제 현장 핫 채널별 노출 비중



[표 2-4-8] 문화관광축제 현장 핫 채널별 노출 비중

(단위 : %)

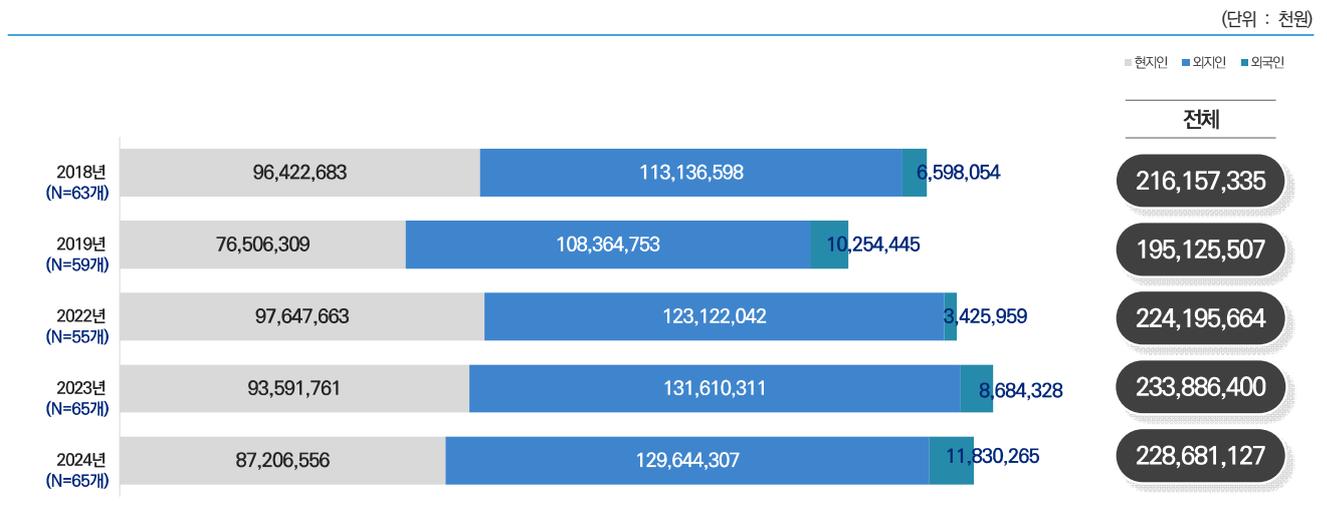
구분	2018	2019	2022	2023	2024
인스타그램	75.8	75.7	65.7	72.0	65.8
블로그	15.0	14.9	23.1	18.3	21.7
트위터	4.2	4.5	6.4	5.1	7.0
커뮤니티	2.5	2.8	3.0	2.5	3.0
뉴스	2.4	2.1	1.8	2.0	2.5

## 5) [소비] 축제 소비 관련 지표

### 가. 카드 소비액 총합

- ✓ '24년 문화관광축제 소비액은 약 2,287억 원으로 전년(2,339억 원) 대비 2.2% 감소한 것으로 나타남
- ✓ '24년 문화관광축제 소비액은 코로나19 이전보다 17.2% 증가한 것으로 나타났으며, 외국인의 소비도 코로나19 이전 수준을 회복한 것으로 나타남
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, 지역특산물 축제는 '18년부터 매년 소비액이 증가하는 추세로 나타남

[그림 2-4-7] 문화관광축제 카드 소비액 총합\_방문자 유형별



[표 2-4-9] 문화관광축제 카드 소비액 총합\_방문자 유형별

(단위 : 천원, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	소비액	비중								
전체	216,157,335	100.0	195,125,507	100.0	224,195,664	100.0	233,886,400	100.0	228,681,127	100.0
현지인	96,422,683	44.6	76,506,309	39.2	97,647,663	43.6	93,591,761	40.0	87,206,556	38.1
외지인	113,136,598	52.3	108,364,753	55.5	123,122,042	54.9	131,610,311	56.3	129,644,307	56.7
외국인	6,598,054	3.1	10,254,445	5.3	3,425,959	1.5	8,684,328	3.7	11,830,265	5.2

[표 2-4-10] 문화관광축제 카드 소비액 총합\_축제유형별

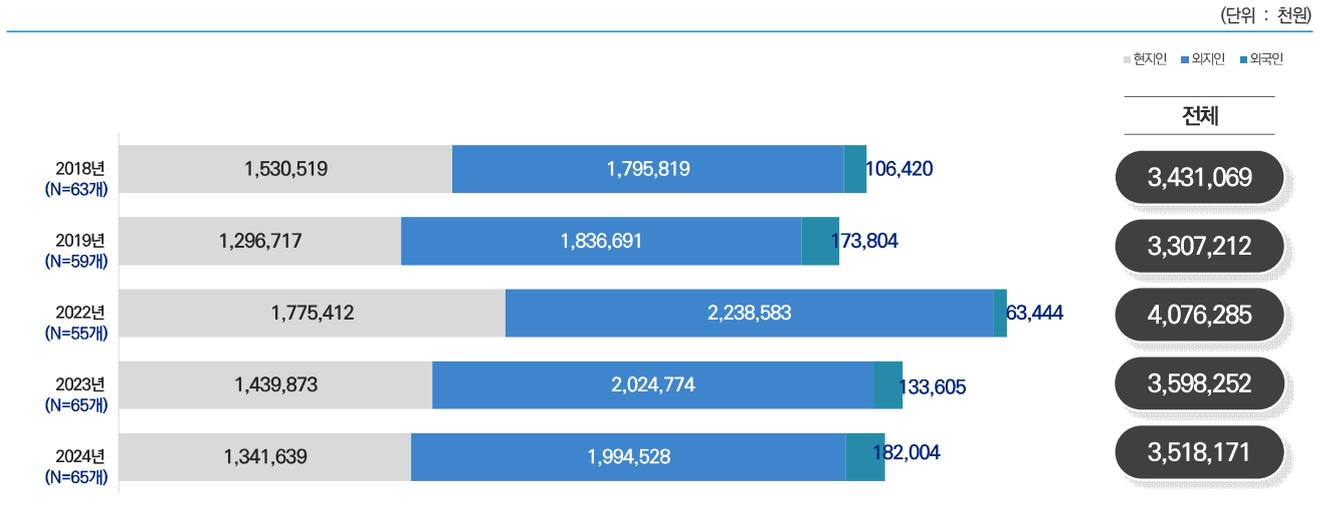
(단위 : 천원, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	소비액	비중								
전체	216,157,335	100.0	195,125,507	100.0	224,195,664	100.0	233,886,400	100.0	228,681,127	100.0
문화예술	95,425,475	44.1	75,586,931	38.7	96,184,215	42.9	100,373,077	42.9	90,942,817	39.8
자연생태	30,783,786	14.2	21,855,640	11.2	19,397,516	8.7	20,125,321	8.6	20,082,629	8.8
전통역사	52,140,107	24.1	53,198,368	27.3	60,575,095	27.0	50,004,059	21.4	51,927,379	22.7
지역특산물	37,807,968	17.5	44,484,569	22.8	48,038,838	21.4	63,383,943	27.1	65,728,302	28.7

나. 카드 소비액 평균

- ✓ '24년 문화관광축제 평균 소비액은 약 35.2억 원으로 전년(36.0억 원) 대비 2.2% 감소한 것으로 나타남
- ✓ 내국인의 평균 소비액은 '22년부터 감소하는 추세를 보인 반면, 외국인의 평균 소비액은 증가하는 추세로 나타남
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, 지역특산물 축제는 '18년부터 평균 소비액이 증가하는 추세로 나타남

[그림 2-4-8] 문화관광축제 카드 소비액 평균\_방문자 유형별



[표 2-4-11] 문화관광축제 카드 소비액 평균\_방문자 유형별

(단위 : 천원, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	소비액	비중								
전체	3,431,069	100.0	3,307,212	100.0	4,076,285	100.0	3,598,252	100.0	3,518,171	100.0
현지인	1,530,519	44.6	1,296,717	39.2	1,775,412	43.6	1,439,873	40.0	1,341,639	38.1
외지인	1,795,819	52.3	1,836,691	55.5	2,238,583	54.9	2,024,774	56.3	1,994,528	56.7
외국인	106,420	3.1	173,804	5.3	63,444	1.6	133,605	3.7	182,004	5.2

[표 2-4-12] 문화관광축제 카드 소비액 평균\_축제유형별

(단위 : 천원, %)

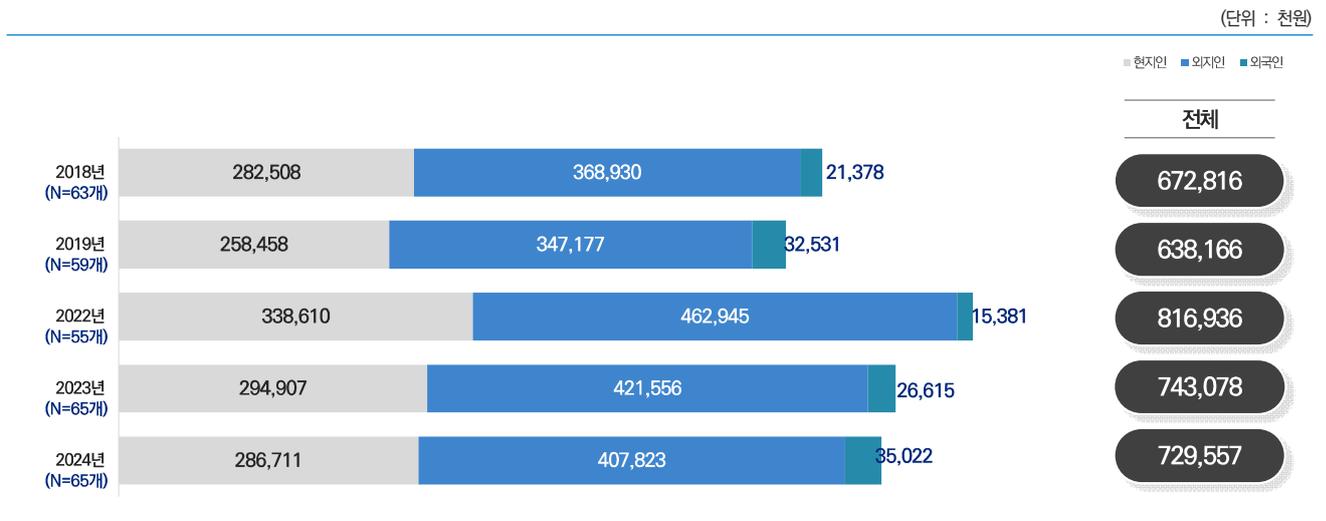
구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	3,431,069	3,307,212	4,076,285	3,598,252	3,518,171
문화예술	5,022,393	4,446,290	5,657,895	5,018,654	4,547,141
자연생태	3,847,973	2,731,955	3,232,919	2,515,665	2,510,329
전통역사	3,476,007	3,546,558	4,038,340	3,333,604	3,461,825
지역특산물	1,800,379	2,341,293	2,825,814	2,881,088	2,987,650



#### 다. 일 평균 카드 소비액

- ✓ '24년 문화관광축제 일 평균 소비액은 약 7.3억 원으로 전년(7.4억 원) 대비 1.8% 감소한 것으로 나타남
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, 문화예술 축제에서 일 평균 소비액이 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로는 자연생태, 전통역사, 지역특산물 순으로 많았음
- ✓ 지역특산물 축제의 경우 지역화폐 등 카드 소비외의 비중이 높은 것으로 보아 상대적으로 소비액이 낮은 것으로 나타남

[그림 2-4-9] 문화관광축제 일 평균 카드 소비액\_방문자 유형별



[표 2-4-13] 문화관광축제 일 평균 카드 소비액\_방문자 유형별

(단위 : 천원, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	소비액	비중								
전체	672,816	100.0	638,166	100.0	816,936	100.0	743,078	100.0	729,557	100.0
현지인	282,508	42.0	258,458	40.5	338,610	41.4	294,907	39.7	286,711	39.3
외지인	368,930	54.8	347,177	54.4	462,945	56.7	421,556	56.7	407,823	55.9
외국인	21,378	3.2	32,531	5.1	15,381	1.9	26,615	3.6	35,022	4.8

[표 2-4-14] 문화관광축제 일 평균 카드 소비액\_축제유형별

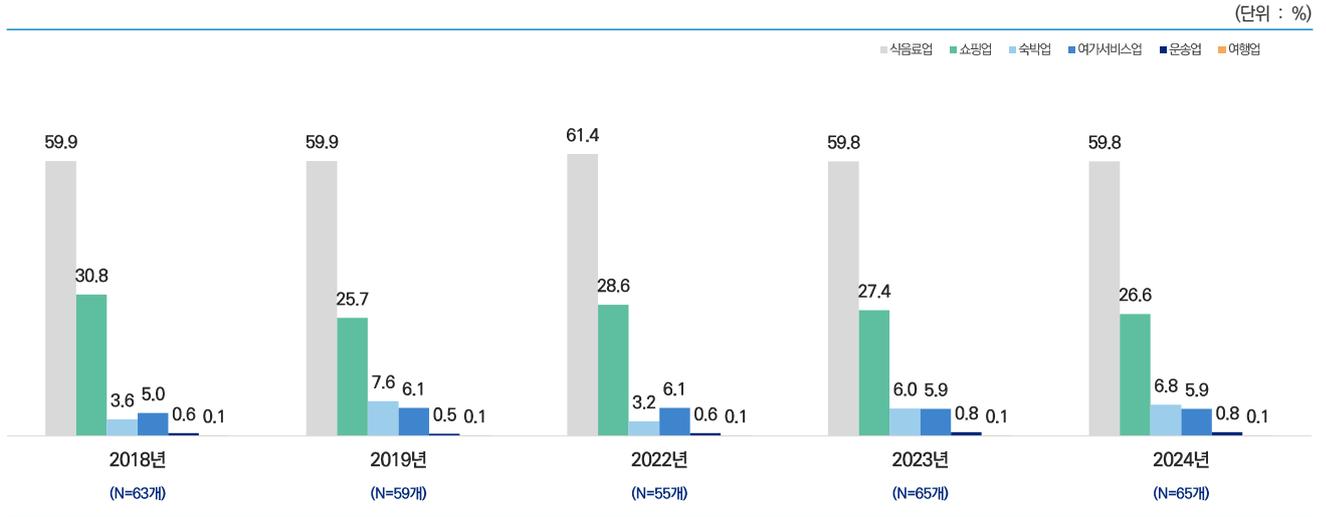
(단위 : 천원)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	672,816	638,166	816,936	743,078	729,557
문화예술	1,001,370	996,015	1,200,064	1,062,592	1,034,032
자연생태	602,923	604,947	911,029	716,244	700,901
전통역사	710,196	689,514	728,928	715,227	685,484
지역특산물	375,479	291,433	478,253	481,358	493,231

라. 관광업종별 카드 소비액 비중

- ✓ '24년 관광업종별 소비액 비중은 식음료업, 쇼핑업, 숙박업, 여가서비스업, 운송업, 여행업 순으로 나타났으며, 숙박업의 경우 '22년부터 비중이 높아지는 추세로 나타남
- ✓ 외지인의 경우 여가서비스업의 소비액 비중이 높은 반면, 외국인의 경우는 숙박업, 쇼핑업의 비중이 상대적으로 높게 나타남

[그림 2-4-10] 문화관광축제 관광업종별 카드 소비액 비중



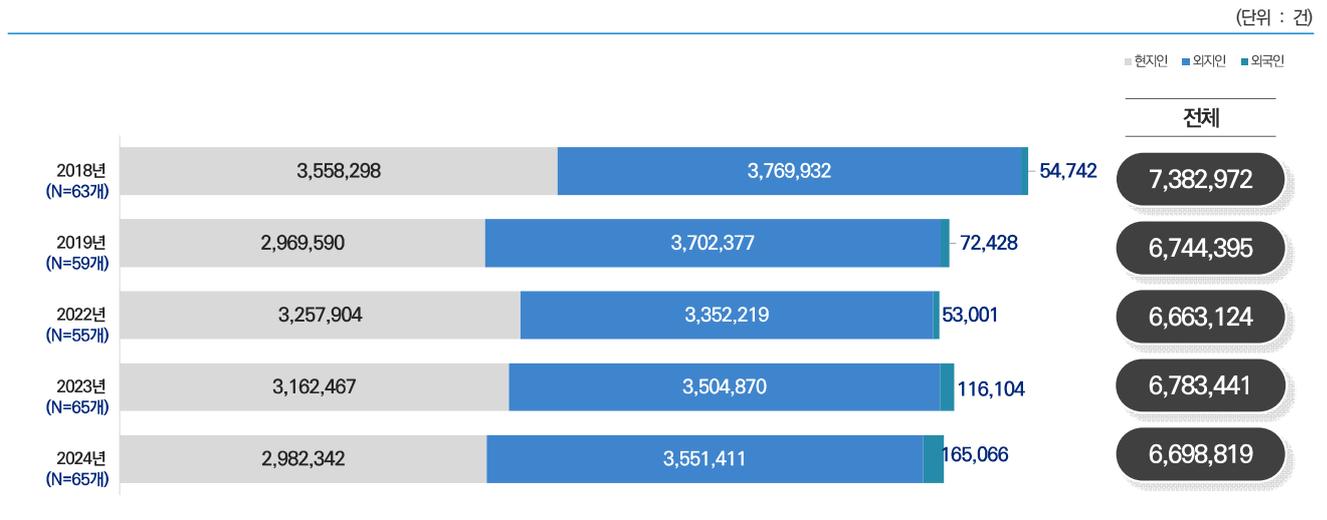
[표 2-4-15] 문화관광축제 관광업종별 카드 소비액 비중\_방문자 유형별

구분	식음료업	쇼핑업	숙박업	여가서비스업	운송업	여행업	
2018	전체	59.9	30.8	3.6	5.0	0.6	0.1
	현지인	64.5	31.6	1.2	2.6	0.1	0.0
	외지인	58.6	28.8	4.3	7.3	0.9	0.1
	외국인	16.1	51.9	28.5	1.7	1.6	0.2
2019	전체	59.9	25.7	7.6	6.1	0.5	0.1
	현지인	67.7	27.8	1.4	3.1	0.1	0.0
	외지인	58.9	23.6	9.4	7.0	0.8	0.2
	외국인	12.5	31.7	35.8	19.0	0.8	0.3
2022	전체	61.4	28.6	3.2	6.1	0.6	0.1
	현지인	65.7	30.4	0.9	2.8	0.1	0.0
	외지인	58.9	27.0	4.4	8.7	0.8	0.1
	외국인	30.5	35.5	26.7	2.6	4.1	0.6
2023	전체	59.8	27.4	6.0	5.9	0.8	0.1
	현지인	67.1	28.9	1.1	2.8	0.1	0.0
	외지인	56.6	26.0	7.8	8.4	1.1	0.2
	외국인	30.2	32.8	31.6	2.0	3.2	0.2
2024	전체	59.8	26.6	6.8	5.9	0.8	0.1
	현지인	67.8	28.0	1.4	2.8	0.1	0.0
	외지인	56.9	25.1	8.4	8.4	1.0	0.2
	외국인	33.3	32.7	27.8	2.1	4.0	0.2

### 마. 카드 소비 건수 총합

- ✓ '24년 문화관광축제 소비 건수는 약 6.7백만 건으로 전년(6.8백만 건) 대비 1.2% 감소한 것으로 나타남
- ✓ 외지인과 외국인의 소비 건수는 '22년부터 증가하는 추세인 반면, 현지인은 감소하는 추세로 나타남
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, 자연생태와 지역특산물 축제에서 소비 건수는 '22년부터 증가하는 추세로 나타남

[그림 2-4-11] 문화관광축제 카드 소비 건수 총합\_방문자 유형별



[표 2-4-16] 문화관광축제 카드 소비 건수 총합\_방문자 유형별

(단위 : 건, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	건수	비중								
전체	7,382,972	100.0	6,744,395	100.0	6,663,124	100.0	6,783,441	100.0	6,698,819	100.0
현지인	3,558,298	48.2	2,969,590	44.0	3,257,904	48.9	3,162,467	46.6	2,982,342	44.5
외지인	3,769,932	51.1	3,702,377	54.9	3,352,219	50.3	3,504,870	51.7	3,551,411	53.0
외국인	54,742	0.7	72,428	1.1	53,001	0.8	116,104	1.7	165,066	2.5

[표 2-4-17] 문화관광축제 카드 소비 건수 총합\_축제유형별

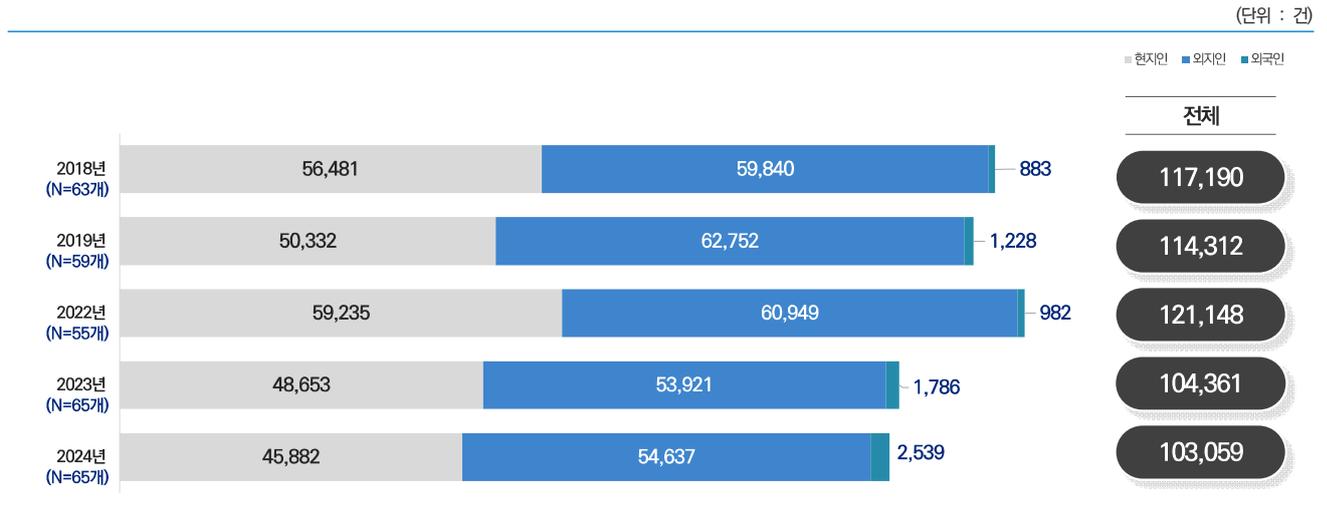
(단위 : 건, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	건수	비중								
전체	7,382,972	100.0	6,744,395	100.0	6,663,124	100.0	6,783,441	100.0	6,698,819	100.0
문화예술	3,181,072	43.1	2,624,905	38.9	2,903,722	43.6	3,015,746	44.5	2,731,444	40.8
자연생태	1,196,796	16.2	868,727	12.9	659,260	9.9	677,672	10.0	690,074	10.3
전통역사	1,710,103	23.2	1,841,368	27.3	1,776,089	26.7	1,448,028	21.3	1,537,190	22.9
지역특산물	1,295,001	17.5	1,409,395	20.9	1,324,053	19.9	1,641,995	24.2	1,740,111	26.0

**바. 카드 소비 건수 평균**

- ✓ '24년 문화관광축제 평균 소비 건수는 103,059건으로 전년(104,361건) 대비 1.2% 감소한 것으로 나타남
- ✓ 외국인의 평균 소비 건수는 '22년부터 증가하는 추세인 반면, 현지인은 감소하는 추세로 나타남
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, '24년 기준 문화예술, 전통역사, 자연생태, 지역특산물 순으로 평균 소비 건수가 많은 것으로 나타남

**[그림 2-4-12] 문화관광축제 카드 소비 건수 평균\_방문자 유형별**



**[표 2-4-18] 문화관광축제 카드 소비 건수 평균\_방문자 유형별**

(단위 : 건, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	건수	비중								
전체	117,190	100.0	114,312	100.0	121,148	100.0	104,361	100.0	103,059	100.0
현지인	56,481	48.2	50,332	44.0	59,235	48.9	48,653	46.6	45,882	44.5
외지인	59,840	51.1	62,752	54.9	60,949	50.3	53,921	51.7	54,637	53.0
외국인	883	0.8	1,228	1.1	982	0.8	1,786	1.7	2,539	2.5

**[표 2-4-19] 문화관광축제 카드 소비 건수 평균\_축제유형별**

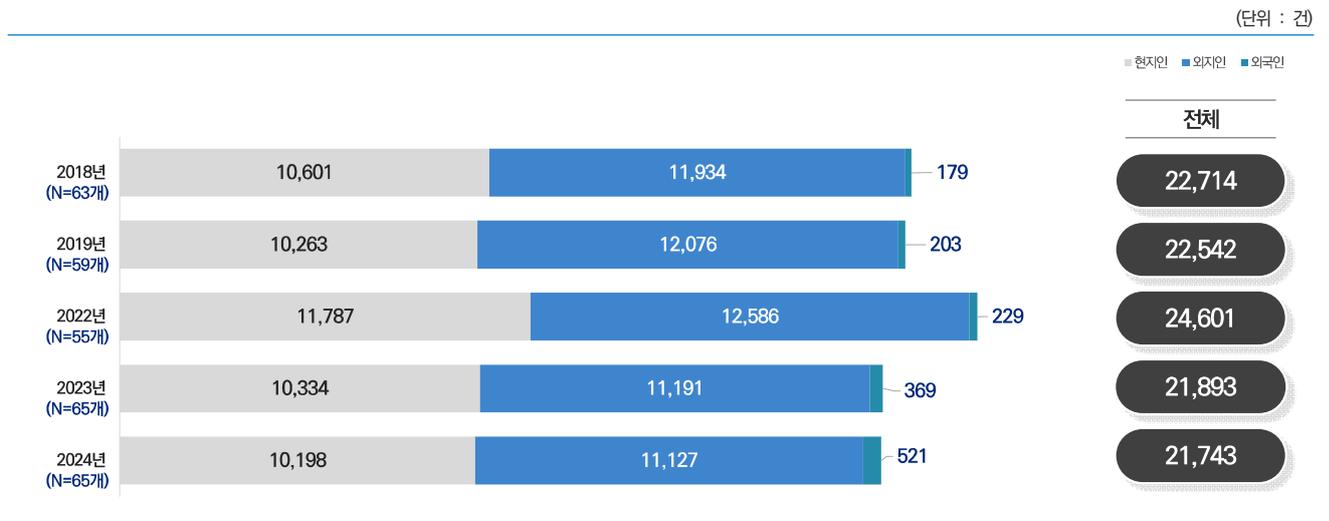
(단위 : 건)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	117,190	114,312	121,148	104,361	103,059
문화예술	167,425	154,406	170,807	150,787	136,572
자연생태	149,600	108,591	109,877	84,709	86,259
전통역사	114,007	122,758	118,406	96,535	102,479
지역특산물	61,667	74,179	77,885	74,636	79,096

### 사. 일 평균 카드 소비 건수

- ✓ '24년 문화관광축제 일 평균 소비 건수는 21,743건으로 전년(21,893건)과 유사한 수준으로 나타남
- ✓ 외국인의 일 평균 소비 건수는 '22년부터 증가하는 추세인 반면, 내국인은 감소하는 추세로 나타남
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, 지역특산물 축제에서 소비 건수는 '23년 대비 큰 폭으로 증가한 반면, 문화예술은 감소한 것으로 나타남

[그림 2-4-13] 문화관광축제 일 평균 카드 소비 건수\_방문자 유형별



[표 2-4-20] 문화관광축제 일 평균 카드 소비 건수\_방문자 유형별

(단위 : 건, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	건수	비중								
전체	22,714	100.0	22,542	100.0	24,601	100.0	21,893	100.0	21,743	100.0
현지인	10,601	46.7	10,263	45.5	11,787	47.9	10,334	47.2	10,198	46.9
외지인	11,934	52.5	12,076	53.6	12,586	51.2	11,191	51.1	11,127	51.2
외국인	179	0.8	203	0.9	229	0.9	369	1.7	521	2.4

[표 2-4-21] 문화관광축제 일 평균 카드 소비 건수\_축제유형별

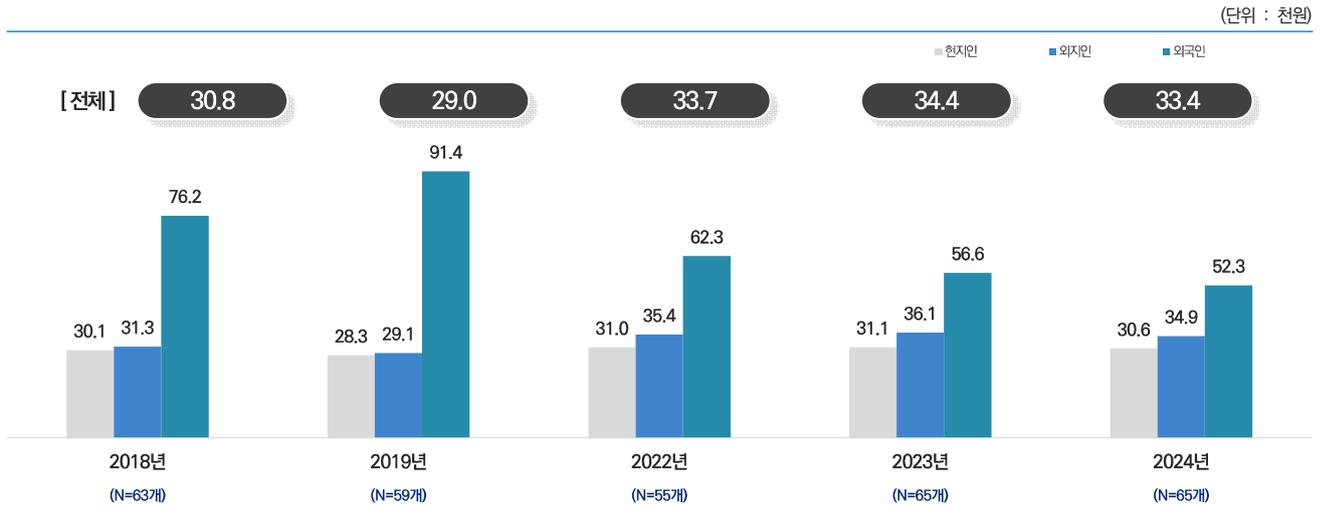
(단위 : 건)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	22,714	22,542	24,601	21,893	21,743
문화예술	34,177	34,907	37,053	32,795	19,366
자연생태	22,162	23,420	30,706	23,992	19,086
전통역사	22,744	23,530	20,990	20,388	20,420
지역특산물	12,532	10,330	13,181	12,246	25,772

아. 건당 소비액

- ✓ '24년 문화관광축제 건당 소비액은 33.4천원으로 전년(34.4천원) 대비 2.9% 감소한 것으로 나타남
- ✓ 외국인의 건당 소비액은 '19년부터 감소하는 추세로 나타났으며, 내국인은 '22년부터 유사한 수준으로 나타남
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, '24년 기준 지역특산물, 전통역사, 문화예술, 자연생태 순으로 건당 소비액이 많은 것으로 나타남

[그림 2-4-14] 문화관광축제 건당 소비액\_방문자 유형별



[표 2-4-22] 문화관광축제 건당 소비액\_방문자 유형별

(단위 : 천원)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	30.8	29.0	33.7	34.4	33.4
현지인	30.1	28.3	31.0	31.1	30.6
외지인	31.3	29.1	35.4	36.1	34.9
외국인	76.2	91.4	62.3	56.6	52.3

[표 2-4-23] 문화관광축제 건당 소비액\_축제유형별

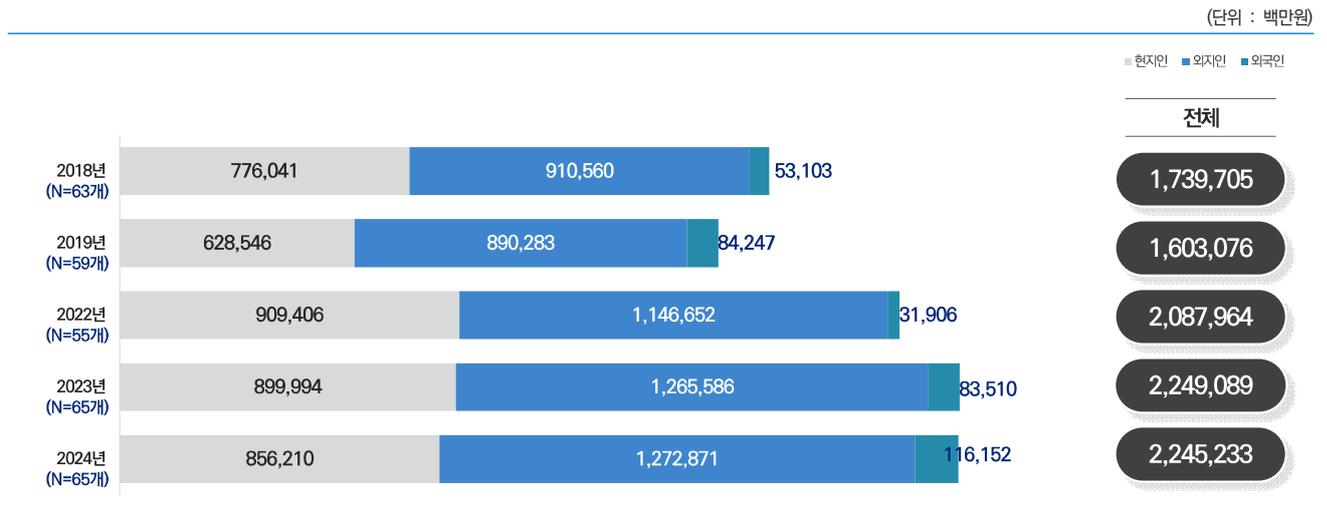
(단위 : 천원)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	30.8	29.0	33.7	34.4	33.4
문화예술	30.1	29.2	32.5	33.3	32.7
자연생태	29.5	28.5	31.5	32.9	31.8
전통역사	31.3	29.8	34.4	34.6	33.9
지역특산물	31.7	28.3	34.9	35.6	34.3

### 자. 카드 소비액 추정치 총합

- ✓ '24년 카드 점유율 및 카드 소비 비중<sup>5)</sup>을 고려한 소비액 추정치는 약 2.2조로 전년과 유사한 수준으로 나타남
- ✓ 외지인과 외국인의 경우는 '22년부터 소비액이 증가하는 추세를 보인 반면, 현지인은 감소하는 추세로 나타남
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, 자연생태와 지역특산물 축제는 '22년부터 소비액이 증가하는 추세로 나타남

[그림 2-4-15] 문화관광축제 카드 소비액 추정치 총합\_방문자 유형별



[표 2-4-24] 문화관광축제 카드 소비액 추정치 총합\_방문자 유형별

(단위 : 백만원, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	소비액	비중								
전체	1,739,705	100.0	1,603,076	100.0	2,087,964	100.0	2,249,089	100.0	2,245,233	100.0
현지인	776,041	44.6	628,546	39.2	909,406	43.6	899,994	40.0	856,210	38.1
외지인	910,560	52.3	890,283	55.5	1,146,652	54.9	1,265,586	56.3	1,272,871	56.7
외국인	53,103	3.1	84,247	5.3	31,906	1.5	83,510	3.7	116,152	5.2

[표 2-4-25] 문화관광축제 카드 소비액 추정치 총합\_축제유형별

(단위 : 백만원, %)

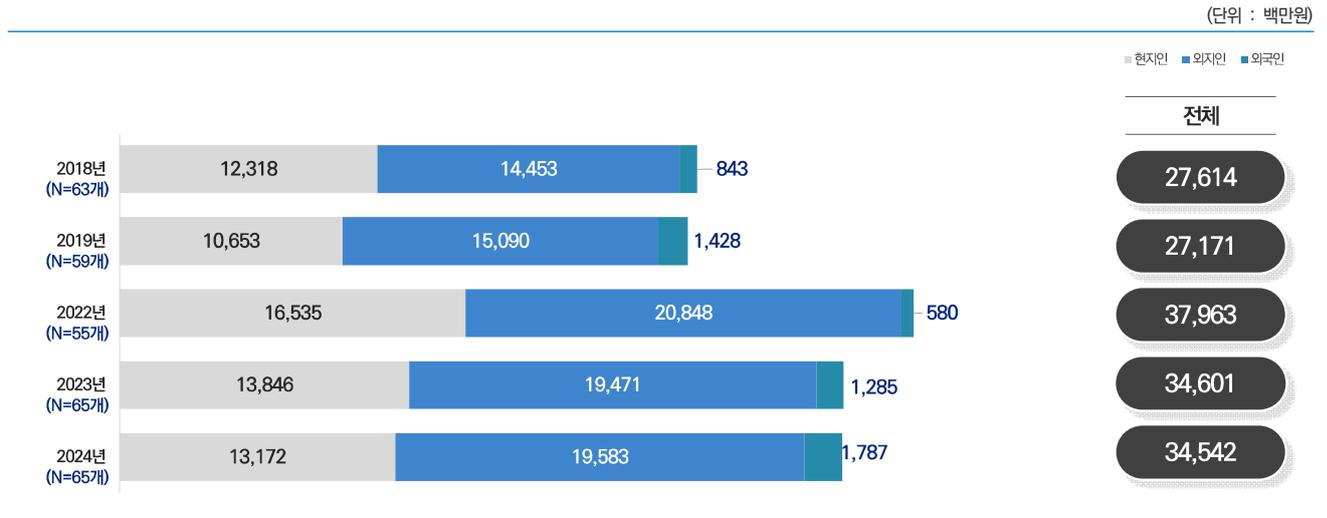
구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	소비액	비중								
전체	1,739,705	100.0	1,603,076	100.0	2,087,964	100.0	2,249,089	100.0	2,245,233	100.0
문화예술	768,015	44.1	620,993	38.7	895,776	42.9	965,204	42.9	892,893	39.8
자연생태	247,758	14.2	179,557	11.2	180,652	8.7	193,528	8.6	197,175	8.8
전통역사	419,641	24.1	437,057	27.3	564,144	27.0	480,847	21.4	509,832	22.7
지역특산물	304,291	17.5	365,468	22.8	447,392	21.4	609,510	27.1	645,332	28.7

5) 환산지수 : 3장 경제적 파급효과 참고

차. 카드 소비액 추정치 평균

- ✓ '24년 카드 점유율 및 카드 소비 비중<sup>6)</sup>을 고려한 평균 소비액 추정치는 약 345억 원로 전년과 유사한 수준으로 나타남
- ✓ 외국인의 경우는 '22년부터 소비액이 증가하는 추세를 보인 반면, 현지인은 감소하는 추세로 나타남
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, 지역특산물 축제는 '22년부터 소비액이 증가하는 추세인 반면, 문화예술은 감소하는 추세로 나타남

[그림 2-4-16] 문화관광축제 카드 소비액 추정치 평균\_방문자 유형별



[표 2-4-26] 문화관광축제 카드 소비액 추정치 평균\_방문자 유형별

(단위 : 백만원, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	소비액	비중								
전체	27,614	100.0	27,171	100.0	37,963	100.0	34,601	100.0	34,542	100.0
현지인	12,318	44.6	10,653	39.2	16,535	43.6	13,846	40.0	13,172	38.1
외지인	14,453	52.3	15,090	55.5	20,848	54.9	19,471	56.3	19,583	56.7
외국인	843	3.1	1,428	5.3	580	1.5	1,285	3.7	1,787	5.2

[표 2-4-27] 문화관광축제 카드 소비액 추정치 평균\_축제유형별

(단위 : 백만원)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	27,614	27,171	37,963	34,601	34,542
문화예술	40,422	36,529	52,693	48,260	44,645
자연생태	30,970	22,445	30,109	24,191	24,647
전통역사	27,976	29,137	37,610	32,056	33,989
지역특산물	14,490	19,235	26,317	27,705	29,333

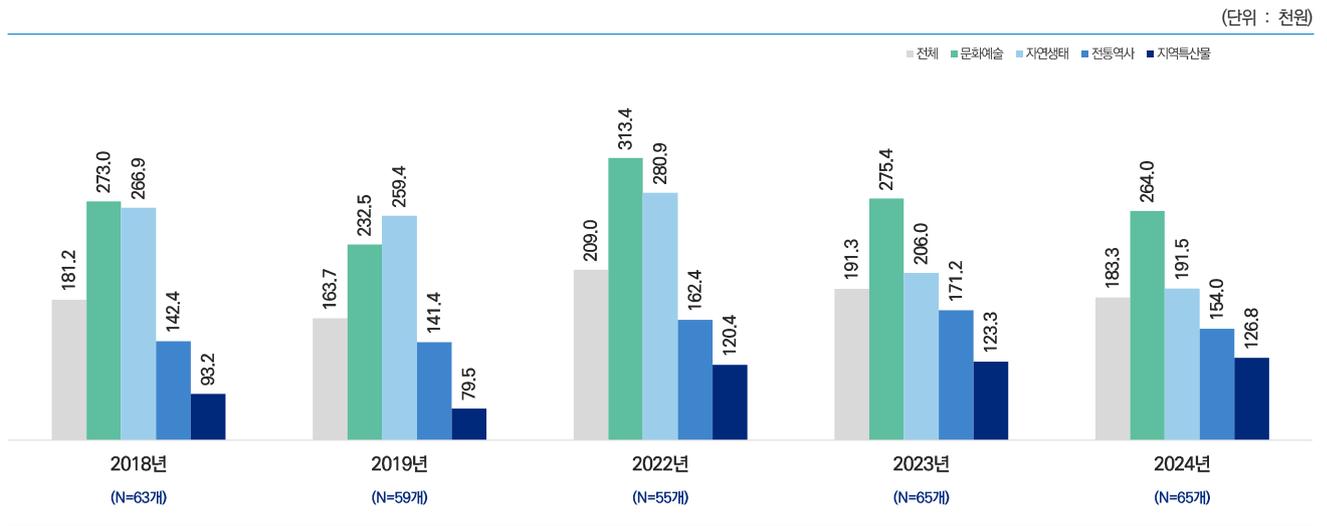
6) 환산지수 : 3장 경제적 파급효과 참고



### 카. 축제유형별 인당 소비액 추정치

- ✓ '24년 기준 문화관광축제 인당 소비액 추정치는 183.3천원으로 '22년부터 감소하는 추세로 나타남
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, 문화예술, 자연생태, 전통역사, 지역특산물 축제 순으로 높게 나타남

[그림 2-4-17] 문화관광축제 유형별 인당 소비액 추정치



[표 2-4-28] 문화관광축제 유형별 인당 소비액 추정치

(단위 : 천원)

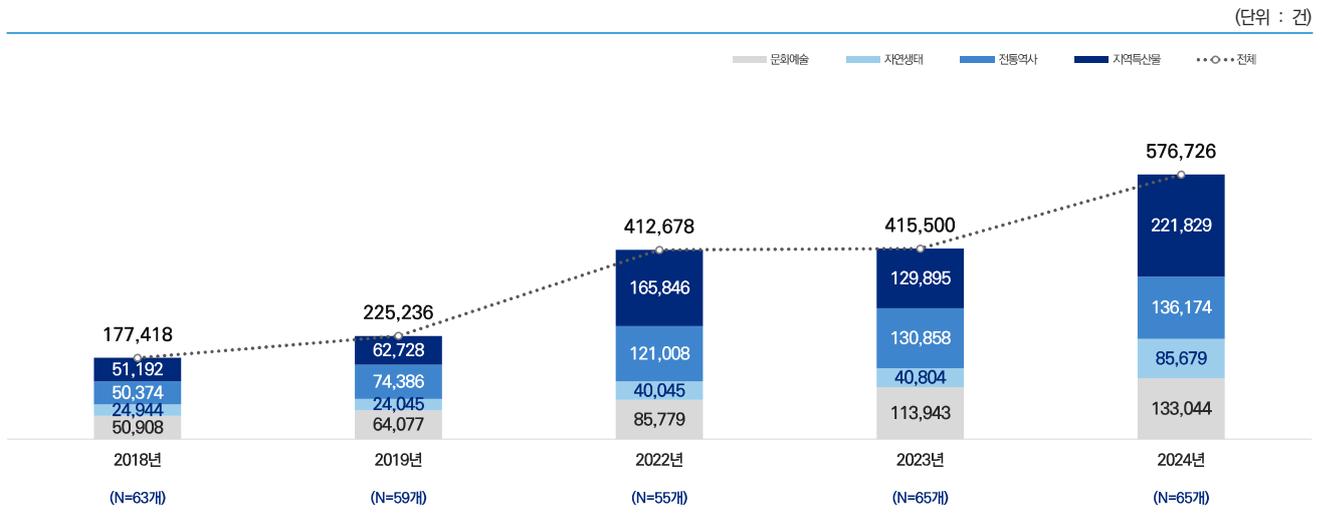
구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	181.2	163.7	209.0	191.3	183.3
문화예술	273.0	232.5	313.4	275.4	264.0
자연생태	266.9	259.4	280.9	206.0	191.5
전통역사	142.4	141.4	162.4	171.2	154.0
지역특산물	93.2	79.5	120.4	123.3	126.8

## 6) [이동] 축제 이동 관련 지표

### 가. 내비게이션 검색 건수 총합

- ✓ '24년 문화관광축제 내비게이션 검색 건수는 576,726건으로 '18년부터 매년 증가하는 추세로 나타남
- ✓ 현지인의 경우 '18년부터 매년 내비게이션 검색 건수가 증가하는 추세인 반면, 외지인은 '23년에 감소한 후 다시 증가함
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, 지역특산물 축제를 제외한 모든 축제유형에서 '18년부터 내비게이션 검색 건수는 증가하는 추세로 나타남

[그림 2-4-18] 문화관광축제 내비게이션 검색 건수 총합\_축제유형별



[표 2-4-29] 문화관광축제 내비게이션 검색 건수 총합\_방문자 유형별

(단위 : 건, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	건수	비중								
전체	177,418	100.0	225,236	100.0	412,678	100.0	415,500	100.0	576,726	100.0
현지인	9,047	5.1	11,515	5.1	34,843	8.4	73,644	17.7	130,357	22.6
외지인	168,371	94.9	213,721	94.9	377,835	91.6	341,856	82.3	446,369	77.4

[표 2-4-30] 문화관광축제 내비게이션 검색 건수 총합\_축제유형별

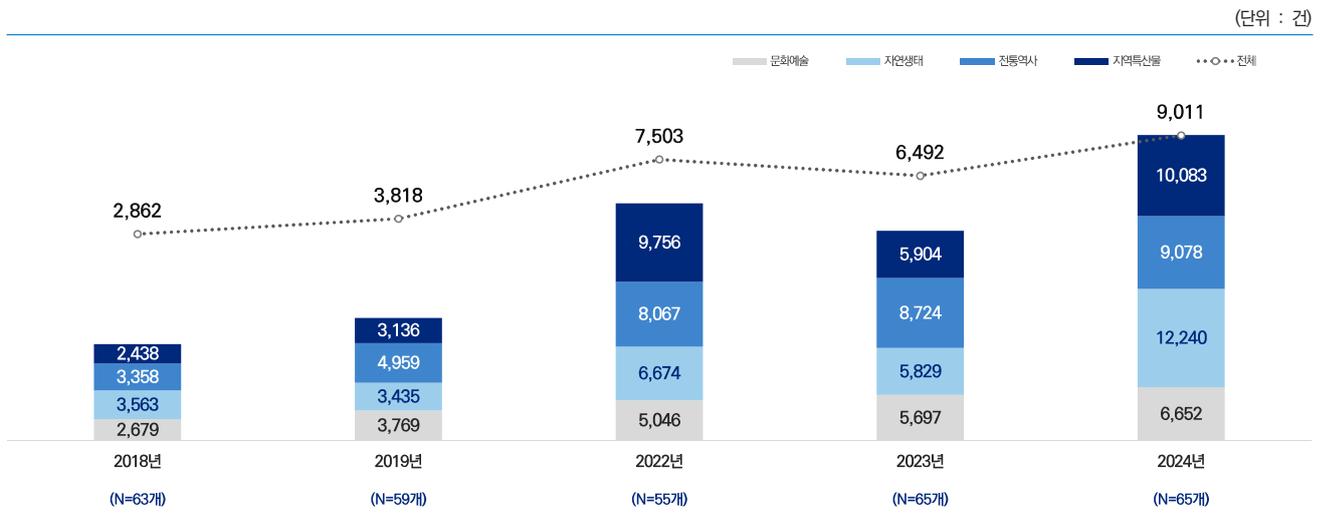
(단위 : 건, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	건수	비중								
전체	177,418	100.0	225,236	100.0	412,678	100.0	415,500	100.0	576,726	100.0
문화예술	50,908	28.7	64,077	28.4	85,779	20.8	113,943	27.4	133,044	23.1
자연생태	24,944	14.1	24,045	10.7	40,045	9.7	40,804	9.8	85,679	14.9
전통역사	50,374	28.4	74,386	33.0	121,008	29.3	130,858	31.5	136,174	23.6
지역특산물	51,192	28.9	62,728	27.8	165,846	40.2	129,895	31.3	221,829	38.5

### 나. 내비게이션 검색 건수 평균

- ✓ '24년 문화관광축제 내비게이션 평균 검색 건수는 9,011건으로 전년(6,492건) 대비 38.8% 증가한 것으로 나타남
- ✓ 현지인의 경우 '18년부터 매년 내비게이션 평균 검색 건수가 증가하는 추세인 반면, 외지인은 '23년에 감소한 후 다시 증가함
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, 문화예술, 전통역사 축제에서 '18년부터 내비게이션 검색 건수는 증가하는 추세로 나타남
- ✓ 자연생태와 지역특산물 축제는 '23년 대비 큰 폭으로 내비게이션 평균 검색 건수가 증가함

[그림 2-4-19] 문화관광축제 내비게이션 검색 건수 평균\_방문자 유형별



[표 2-4-31] 문화관광축제 내비게이션 검색 건수 평균\_방문자 유형별

(단위 : 건, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	건수	비중								
전체	2,862	100.0	3,818	100.0	7,503	100.0	6,492	100.0	9,011	100.0
현지인	146	5.1	195	5.1	634	8.4	1,151	17.7	2,037	22.6
외지인	2,716	94.9	3,622	94.9	6,870	91.6	5,342	82.3	6,975	77.4

[표 2-4-32] 문화관광축제 내비게이션 검색 건수 평균\_축제유형별

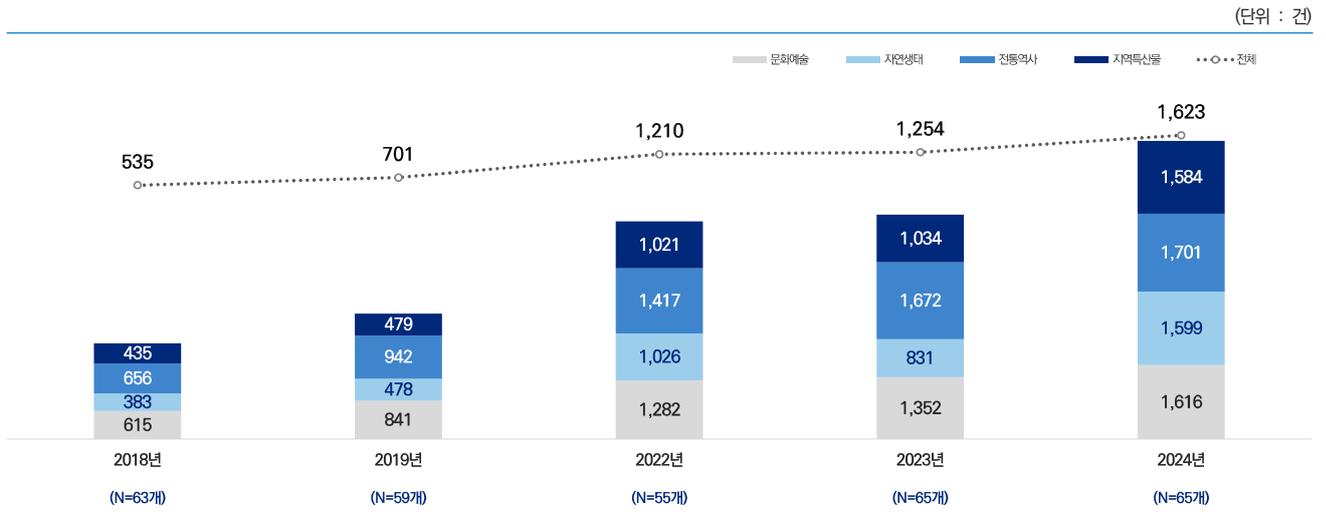
(단위 : 건)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	2,862	3,818	7,503	6,492	9,011
문화예술	2,679	3,769	5,046	5,697	6,652
자연생태	3,563	3,435	6,674	5,829	12,240
전통역사	3,358	4,959	8,067	8,724	9,078
지역특산물	2,438	3,136	9,756	5,904	10,083

**다. 일 평균 내비게이션 검색 건수**

- ✓ '24년 문화관광축제 내비게이션 일 평균 검색 건수는 1,623건으로 전년(1,254건) 대비 29.4% 증가한 것으로 나타남
- ✓ 현지인의 경우 '18년부터 매년 내비게이션 일 평균 검색 건수가 증가하는 추세인 반면, 외지인은 '23년에 감소한 후 다시 증가함
- ✓ 축제유형별로 살펴보면, 자연생태를 제외한 모든 축제 유형에서 '18년부터 내비게이션 검색 건수는 증가하는 추세로 나타남

**[그림 2-4-20] 문화관광축제 일 평균 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별**



**[표 2-4-33] 문화관광축제 일 평균 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별**

(단위 : 건, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	건수	비중	건수	비중	건수	비중	건수	비중	건수	비중
전체	535	100.0	701	100.0	1,210	100.0	1,254	100.0	1,623	100.0
현지인	27	5.1	41	5.8	136	11.2	233	18.6	377	23.2
외지인	508	94.9	660	94.2	1,074	88.8	1,021	81.4	1,246	76.8

**[표 2-4-34] 문화관광축제 일 평균 내비게이션 검색 건수\_축제유형별**

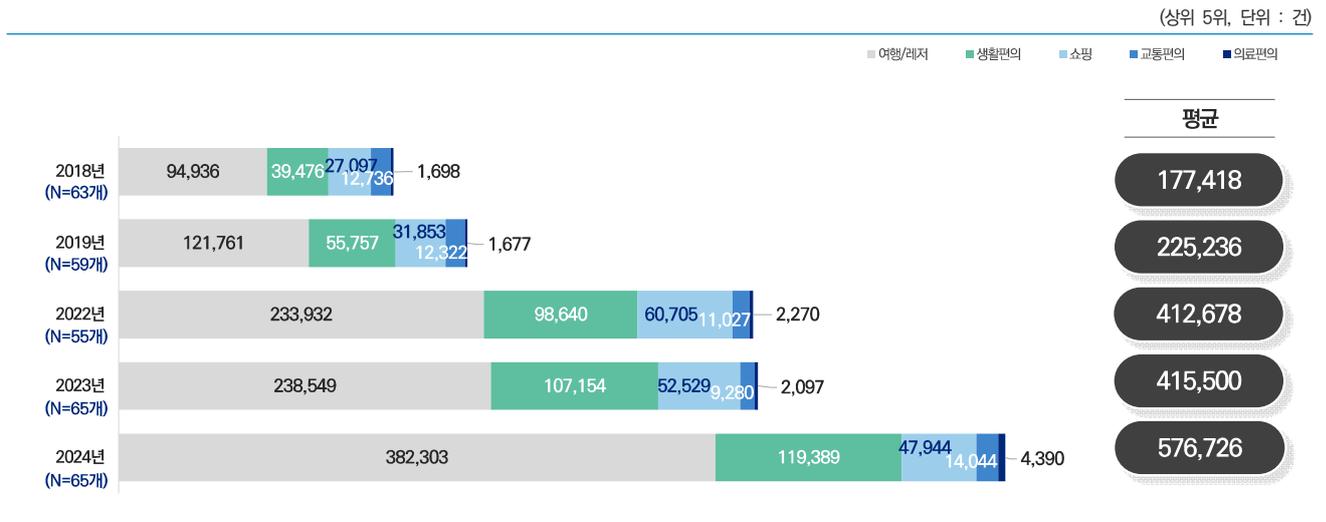
(단위 : 건)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	535	701	1,210	1,254	1,623
문화예술	615	841	1,282	1,352	1,616
자연생태	383	478	1,026	831	1,599
전통역사	656	942	1,417	1,672	1,701
지역특산물	435	479	1,021	1,034	1,584

### 라. 내비게이션 목적지 유형별 검색 건수 총합

- ✓ '24년 문화관광축제 내비게이션 목적지 유형별 검색 건수는 여행/레저가 66.3%로 가장 높았고, 다음은 생활편의(20.7%), 쇼핑(8.3%) 등의 순으로 나타남
- ✓ 목적지 유형별로 살펴보면, 여행/레저는 '18년부터 매년 증가하는 추세를 보였으며, 타 목적지 유형은 매년 유사한 비중으로 나타남

[그림 2-4-21] 문화관광축제 내비게이션 목적지 유형별 검색 건수 총합



[표 2-4-35] 문화관광축제 내비게이션 목적지 유형별 검색 건수 총합

(단위 : 건, %)

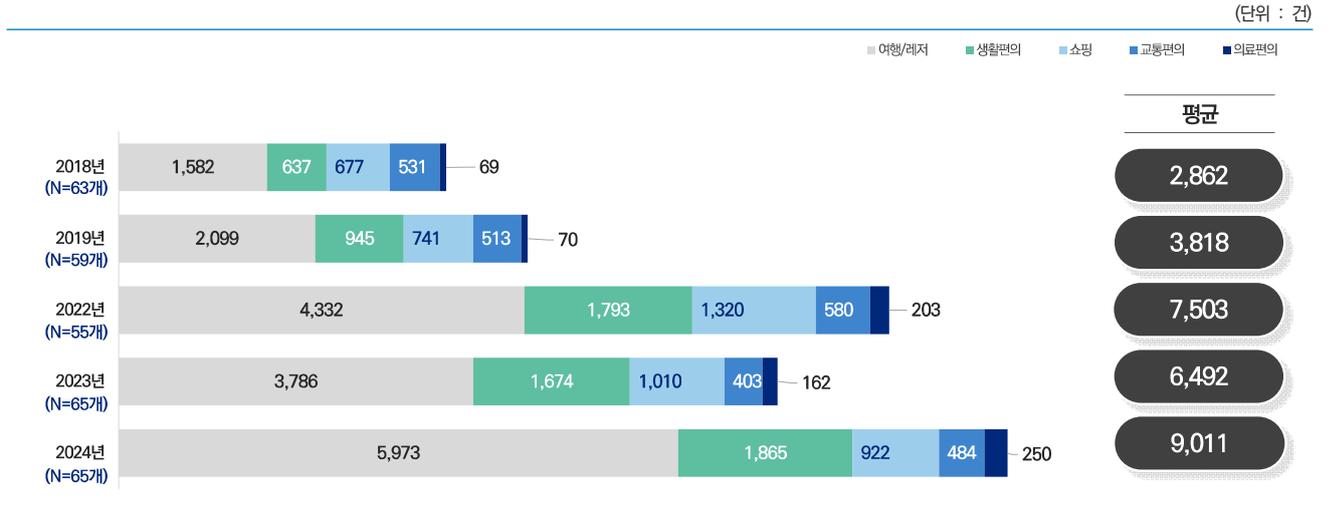
구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	건수	비중								
전체	177,418	100.0	225,236	100.0	412,678	100.0	415,500	100.0	576,726	100.0
여행/레저	94,936	53.5	121,761	54.1	233,932	56.7	238,549	57.4	382,303	66.3
생활편의	39,476	22.3	55,757	24.8	98,640	23.9	107,154	25.8	119,389	20.7
쇼핑	27,097	15.3	31,853	14.1	60,705	14.7	52,529	12.6	47,944	8.3
교통편의	12,736	7.2	12,322	5.5	11,027	2.7	9,280	2.2	14,044	2.4
의료편의	1,698	1.0	1,677	0.7	2,270	0.6	2,097	0.5	4,390	0.8
AOI <sup>7)</sup>	1,448	0.8	1,744	0.8	5,685	1.4	5,671	1.4	8,496	1.5
기타 <sup>8)</sup>	27	0.0	122	0.1	419	0.1	220	0.1	160	0.0

7) 내비게이션에서 검색어로 시/도, 읍/면/동, OO마을, 고속도로 등을 사용한 것을 의미함  
 8) 공공편의, 기업/단체, 건물/시설 등의 기타 목적지 유형의 합계를 의미함

마. 내비게이션 목적지 유형별 검색 건수 평균

- ✓ '24년 문화관광축제 내비게이션 목적지 유형별 평균 검색 건수는 여행/레저가 5,973건으로 가장 높았고, 다음은 생활편의 (1,865건), 쇼핑(922건) 등의 순으로 나타남
- ✓ 목적지 유형별로 살펴보면, AOI는 '18년부터 매년 증가하는 추세를 보였으며, 쇼핑은 '22년부터 감소하는 추세로 나타남

[그림 2-4-22] 문화관광축제 내비게이션 목적지 유형별 검색 건수 평균



[표 2-4-36] 문화관광축제 내비게이션 목적지 유형별 검색 건수 평균

(단위 : 건, %)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	2,862	3,818	7,503	6,492	9,011
여행/레저	1,582	2,099	4,332	3,786	5,973
생활편의	637	945	1,793	1,674	1,865
쇼핑	677	741	1,320	1,010	922
교통편의	531	513	580	403	484
의료편의	69	70	203	162	250
AOI <sup>9)</sup>	142	168	189	191	293
기타 <sup>10)</sup>	14	24	42	24	16

9) 내비게이션에서 검색어로 시/도, 읍/면/동, OO마을, 고속도로 등을 사용한 것을 의미함  
 10) 공공편의, 기업/단체, 건물/시설 등의 기타 목적지 유형의 합계를 의미함



## 5. 성과단계

### 1) 분석 지표

**[표 2-5-1] 문화관광축제 분석 지표\_성과단계**

지표구분	지표명	지표내용	단위	자료원
SNS	사후 노출 건수	축제 개최 기간 SNS 총 언급량	건	SNS Data
	사후 긍정 노출 비율	축제 개최 기간 SNS 총 언급량 중 긍정어 비율	%	
	사후 관심도	SNS 노출을 기간에 따라 사전 / 현장 / 사후로 구분하고 사후 언급량의 비중 산출 - 산출식 = 사후 노출 건수 / (사전 + 현장 + 사후 노출 건수)	%	
	사후 핫 채널	SNS 노출이 가장 많은 채널 커뮤니티 / 인스타그램 / 블로그 / 뉴스 / 트위터 채널별 건수 기준 핫 채널 선정	%	
증감률	방문자 증감률	전년 대비 방문자 증감률	백만원	카드 Data
	소비액 증감률	전년 대비 소비액 증감률	건수	
	소비 건수 증감률	전년 대비 소비 건수 증감률		
	내비게이션 검색 건수 증감률	전년 대비 내비게이션 검색 건수 증감률	천원	

### 2) 연도별 분석 지표 추이

**[표 2-5-2] 문화관광축제 연도별 분석 지표 추이\_활동단계**

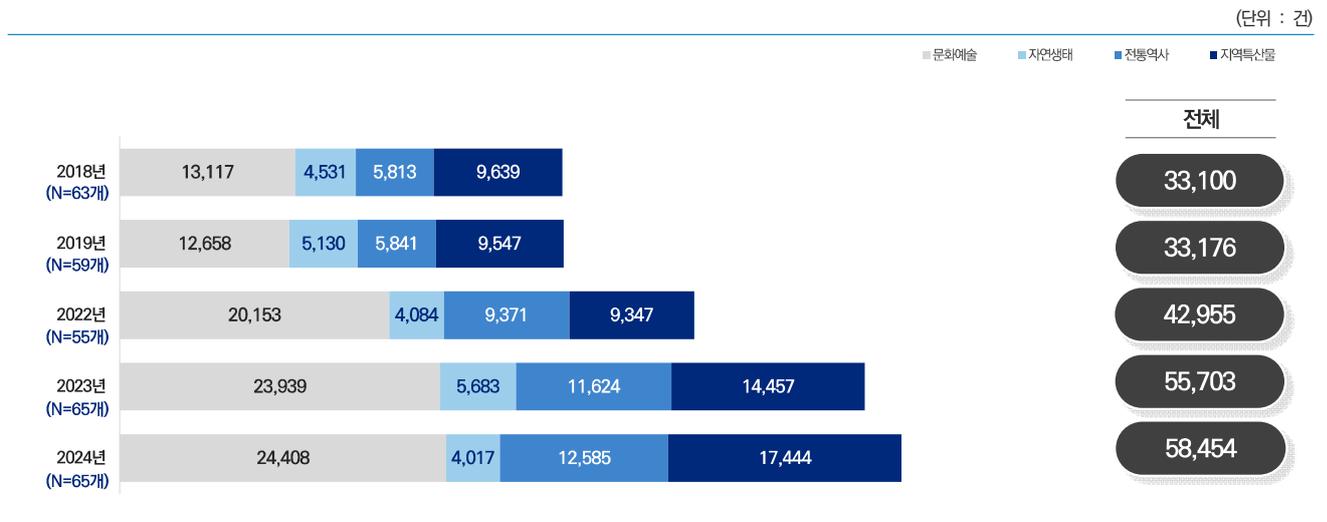
지표구분	지표명	단위	2018	2019	2022	2023	2024	
SNS	현장 노출 건수	축제별 평균 현장 노출 언급량 수 (건)	525.4	562.3	781.0	857.0	899.3	
	현장 긍정 노출 비율	축제별 현장 긍정어 노출 비중 (%)	83.0	84.4	73.5	80.2	83.8	
	현장 관심도	축제별 현장 관심도 비중 (%)	19.9	20.3	25.4	25.5	27.9	
	현장 핫 채널	채널별 현장 언급량 비중 (%)	인스타그램	57.3	58.3	48.8	53.7	49.9
			블로그	35.2	33.3	41.8	37.8	39.8
			트위터	4.2	4.5	4.9	4.7	5.2
			뉴스	1.8	2.2	2.9	2.4	2.4
	커뮤니티	1.5	1.7	1.6	1.3	2.6		
증감률	방문자 증감률	비축제기간 대비 일 평균 방문자 증감률 (%)	45.7	46.0	37.7	43.7	49.3	
	소비액 증감률	비축제기간 대비 일 평균 소비액 증감률 (%)	13.0	16.4	23.0	18.5	20.8	
	소비 건수 증감률	비축제기간 대비 일 평균 소비 건수 증감률 (%)	9.9	12.6	15.6	12.8	15.5	
	내비게이션 검색 건수 증감률	비축제기간 대비 일 평균 내비게이션 검색 건수 증감률 (%)	101.9	123.1	106.6	137.3	169.7	

### 3) [SNS] 축제 언급량 관련 지표

#### 가. 사후 노출 건수 총합

- ✓ 축제유형별 사후 언급량 건수는 문화예술, 지역특산물, 전통역사, 자연생태 축제유형 순으로 높게 나타났으며, 사후 언급량 건수는 '18년부터 매년 증가하는 추세로 나타남
- ✓ 전통역사 축제는 '18년부터 매년 사후 언급량 건수가 증가하는 추세로 나타남

[그림 2-5-1] 문화관광축제 유형별 사후 노출 건수 총합



[표 2-5-3] 문화관광축제 유형별 사후 노출 건수 총합

(단위 : 건, %)

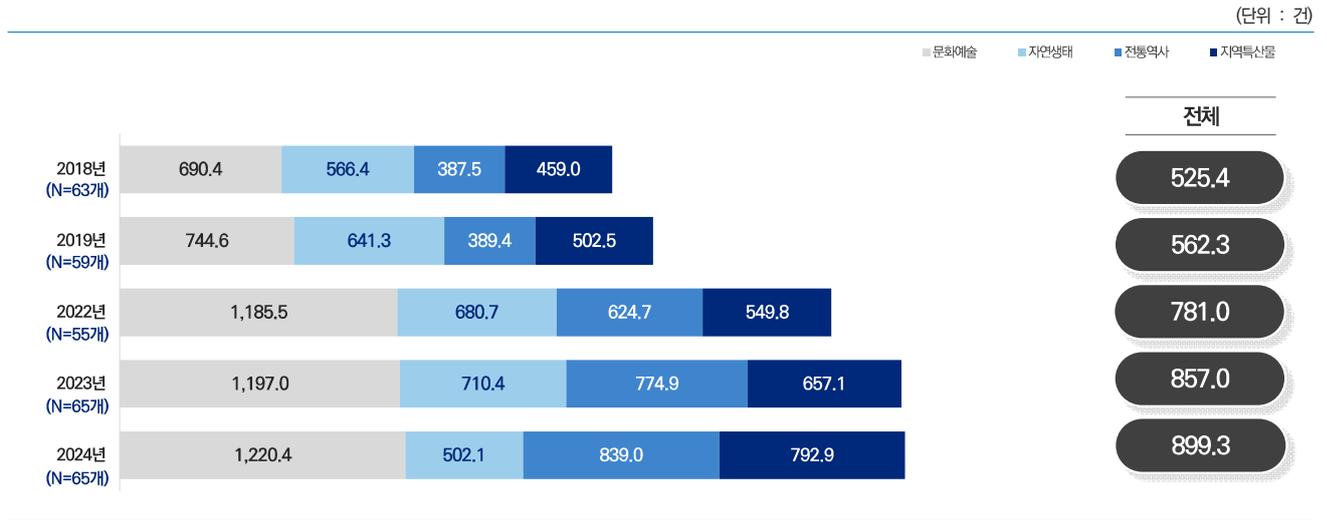
구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	건수	비중								
전체	33,100	100.0	33,176	100.0	42,955	100.0	55,703	100.0	58,454	100.0
문화예술	13,117	39.6	12,658	38.2	20,153	46.9	23,939	43.0	24,408	41.8
자연생태	4,531	13.7	5,130	15.5	4,084	9.5	5,683	10.2	4,017	6.9
전통역사	5,813	17.6	5,841	17.6	9,371	21.8	11,624	20.9	12,585	21.5
지역특산물	9,639	29.1	9,547	28.8	9,347	21.8	14,457	26.0	17,444	29.8



## 나. 사후 노출 건수 평균

- ✓ 축제유형별 사후 언급량 평균 건수는 문화예술 축제가 가장 많았고, 전통역사, 지역특산물, 자연생태 축제 순으로 많이 나타남
- ✓ 자연생태 축제를 제외한 모든 축제 유형에서 '18년부터 매년 사후 평균 언급량 건수는 증가하는 추세로 나타남

[그림 2-5-2] 문화관광축제 유형별 사후 노출 건수 평균



[표 2-5-4] 문화관광축제 유형별 사후 노출 건수 평균

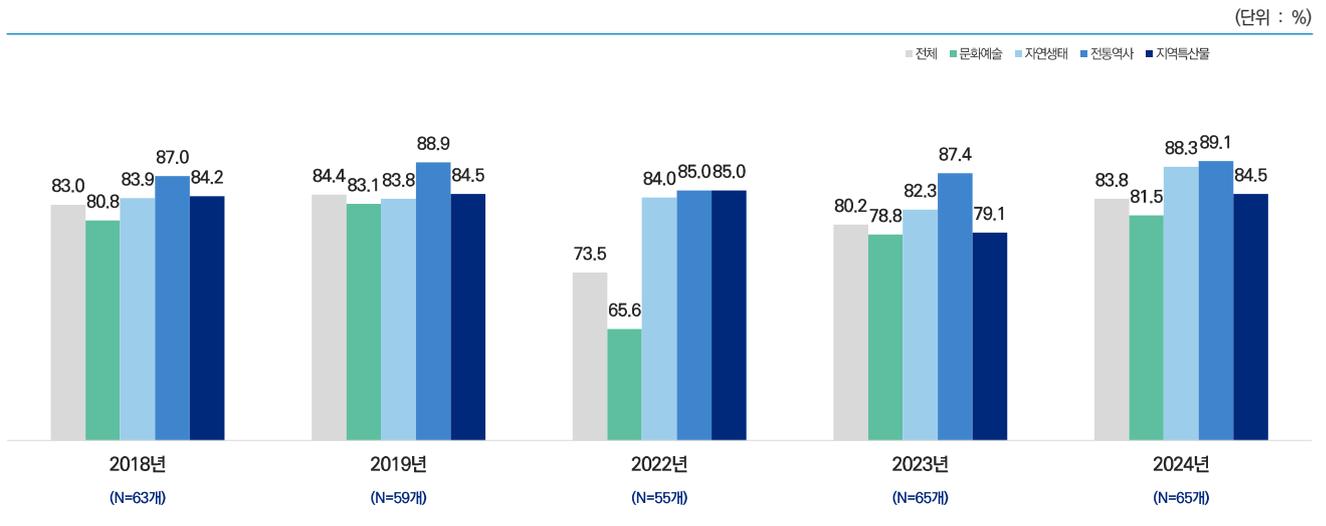
(단위 : 건)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	525.4	562.3	781.0	857.0	899.3
문화예술	690.4	744.6	1,185.5	1,197.0	1,220.4
자연생태	566.4	641.3	680.7	710.4	502.1
전통역사	387.5	389.4	624.7	774.9	839.0
지역특산물	459.0	502.5	549.8	657.1	792.9

다. 사후 긍정어 노출 비중

- ✓ 축제 유형별 사후 긍정어 노출 비중은 '22년을 제외한 모든 연도에서 80% 이상으로 나타났으며, '22년을 기점으로 긍정어 노출 비중은 증가하는 추세로 나타남
- ✓ '24년 기준으로 살펴보면, 사후 긍정어 노출 비중이 높은 축제유형은 전통역사, 자연생태, 지역특산물, 문화예술 순으로 높게 나타남

[그림 2-5-3] 문화관광축제 유형별 사후 긍정어 노출 비중



[표 2-5-5] 문화관광축제 유형별 사후 긍정어 노출 비중

(단위 : %)

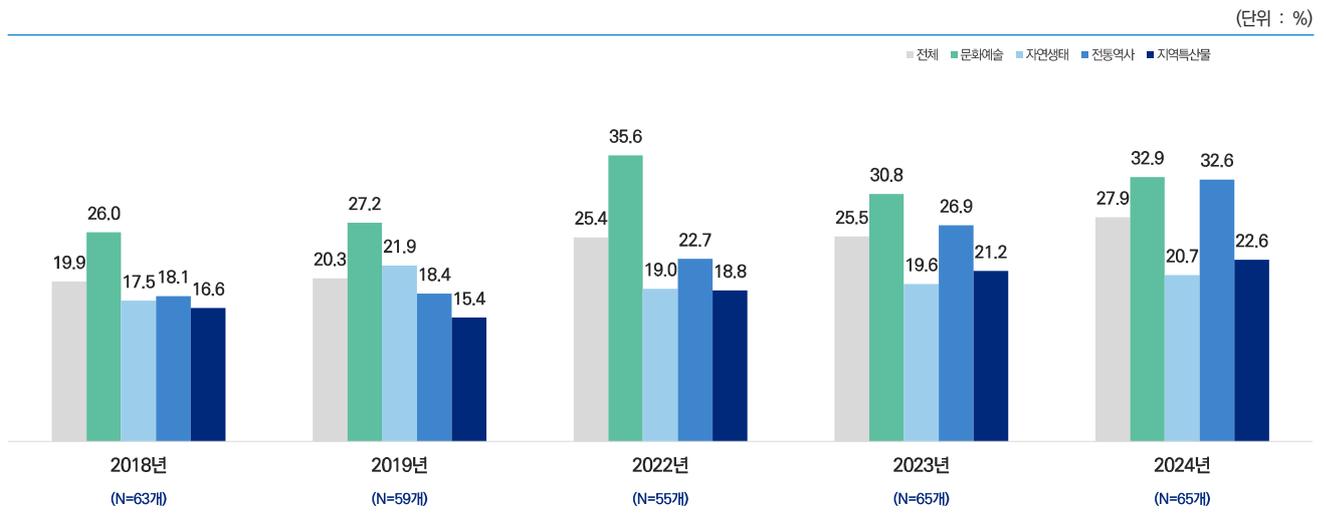
구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	83.0	84.4	73.5	80.2	83.8
문화예술	80.8	83.1	65.6	78.8	81.5
자연생태	83.9	83.8	84.0	82.3	88.3
전통역사	87.0	88.9	85.0	87.4	89.1
지역특산물	84.2	84.5	85.0	79.1	84.5



## 라. 사후 관심도

- ✓ 문화관광축제의 SNS 사후 관심도는 '18년부터 매년 증가하는 추세로 나타남
- ✓ 모든 축제유형에서 SNS 사전 관심도는 '22년부터 증가하는 추세로 나타남
- ✓ '24년 기준으로 살펴보면, 문화예술, 전통역사 축제에서 사후 관심도가 높게 나타났으며, 지역특산물과 자연생태는 상대적으로 낮게 나타남

[그림 2-5-4] 문화관광축제 유형별 사후 관심도



[표 2-5-6] 문화관광축제 유형별 사후 관심도

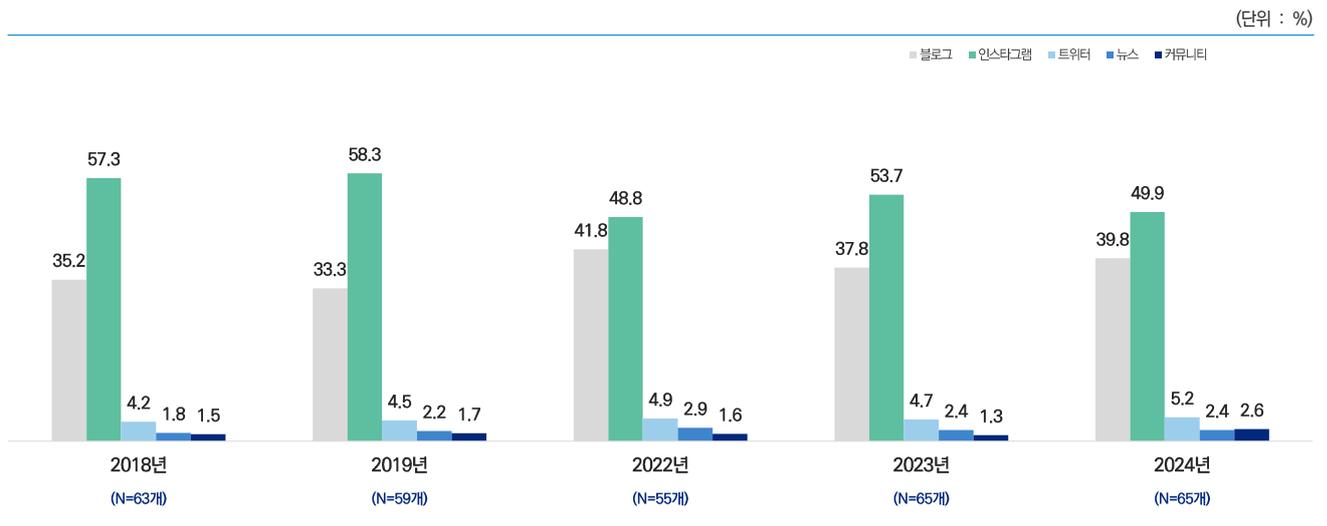
(단위 : %)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	19.9	20.3	25.4	25.5	27.9
문화예술	26.0	27.2	35.6	30.8	32.9
자연생태	17.5	21.9	19.0	19.6	20.7
전통역사	18.1	18.4	22.7	26.9	32.6
지역특산물	16.6	15.4	18.8	21.2	22.6

마. 사후 핫 채널별 노출 비중

- ✓ 문화관광축제의 사후 핫 채널로는 인스타그램, 블로그, 트위터, 커뮤니티, 뉴스 순으로 나타났으며, 언급량 비중은 매년 유사한 수준으로 나타남

[그림 2-5-5] 문화관광축제 사후 핫 채널별 노출 비중



[표 2-5-7] 문화관광축제 사후 핫 채널별 노출 비중

(단위 : %)

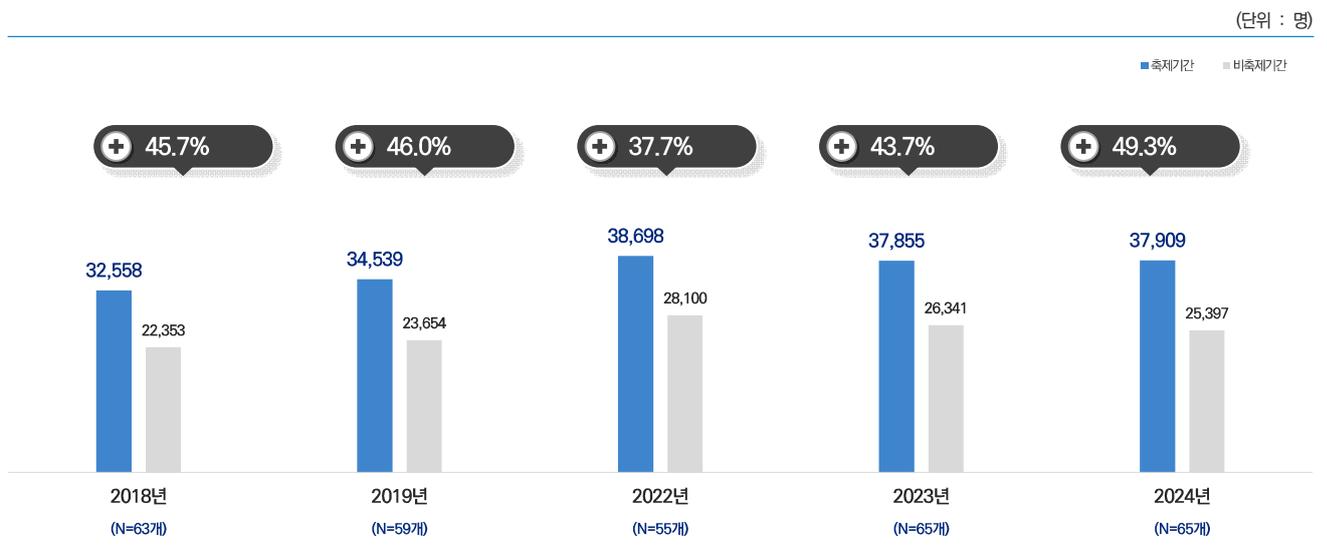
구분	2018	2019	2022	2023	2024
인스타그램	57.3	58.3	48.8	53.7	49.9
블로그	35.2	33.3	41.8	37.8	39.8
트위터	4.2	4.5	4.9	4.7	5.2
뉴스	1.8	2.2	2.9	2.4	2.4
커뮤니티	1.5	1.7	1.6	1.3	2.6

#### 4) [증감률] 축제 성과 관련 지표

##### 가. 비축제기간 대비 일 평균 방문자 수 증감률

- ✓ '24년 문화관광축제 기간의 일 평균 방문자 수는 37,909명으로 비축제기간(25,397명) 대비 49.3% 증가한 것으로 나타남
- ✓ 연도별로 살펴보면, 비축제기간 대비 일 평균 소비 건수의 증가율은 '24년에 49.3%로 증가하였으며, 다음은 '19년(46.0%), '18년(45.7%), '23년(43.7%), '22년(37.7%) 순으로 나타남

[그림 2-5-6] 문화관광축제 비축제기간 대비 일 평균 방문자 수 증감률\_전체



[표 2-5-8] 문화관광축제 비축제기간 대비 일 평균 방문자 수 증감률\_방문자 유형별

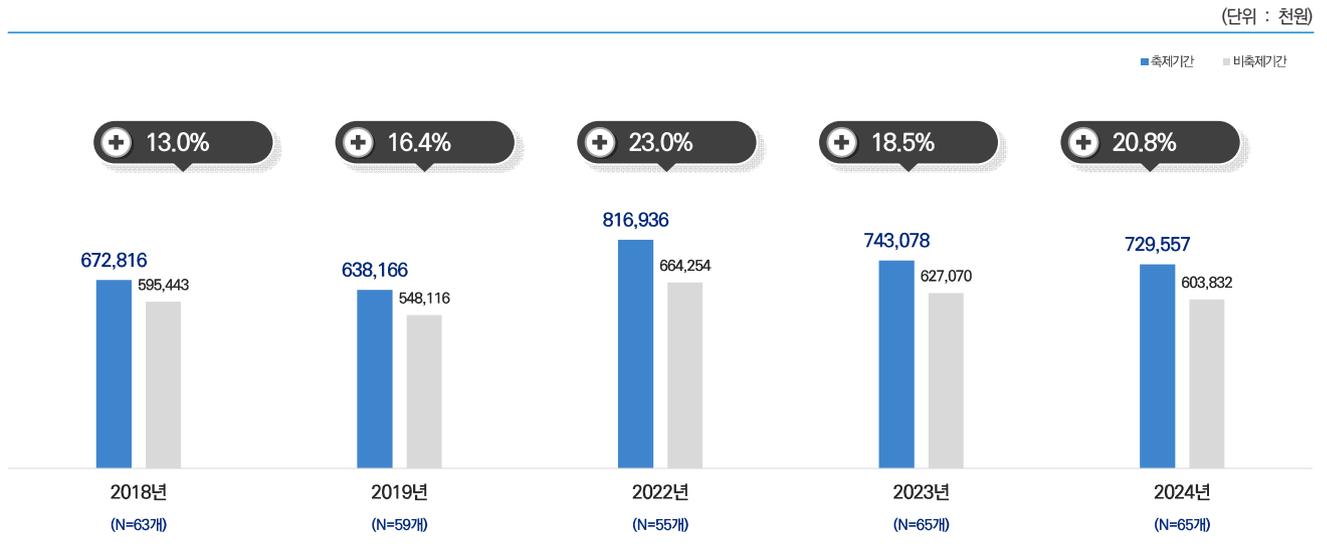
(단위 : 명, %)

구분	구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	축제기간	32,558	34,539	38,698	37,855	37,909
	비축제기간	22,353	23,654	28,100	26,341	25,397
	증감률	45.7	46.0	37.7	43.7	49.3
현지인	축제기간	14,518	15,147	19,020	18,196	17,511
	비축제기간	11,955	12,729	16,371	15,307	14,471
	증감률	21.4	19.0	16.2	18.9	21.0
외지인	축제기간	17,961	19,276	19,667	19,619	20,324
	비축제기간	10,349	10,863	11,721	11,005	10,877
	증감률	73.5	77.4	67.8	78.3	86.8
외국인	축제기간	79	117	11	41	74
	비축제기간	48	62	8	29	49
	증감률	64.8	89.0	36.5	40.0	51.5

### 나. 비축제기간 대비 일 평균 소비액 증감률

- ✓ '24년 문화관광축제 기간의 일 평균 소비액은 729,557천원으로 비축제기간(603,832천원) 대비 20.8% 증가한 것으로 나타남
- ✓ 연도별로 살펴보면, 비축제기간 대비 일 평균 소비 건수의 증가율은 '22년에 23.0%로 증가하였으며, 다음은 '24년(20.8%), '23년(18.5%), '19년(16.4%), '18년(13.0%) 순으로 나타남

[그림 2-5-7] 문화관광축제 비축제기간 대비 일 평균 소비액 증감률\_전체



[표 2-5-9] 문화관광축제 비축제기간 대비 일 평균 소비액 증감률\_방문자 유형별

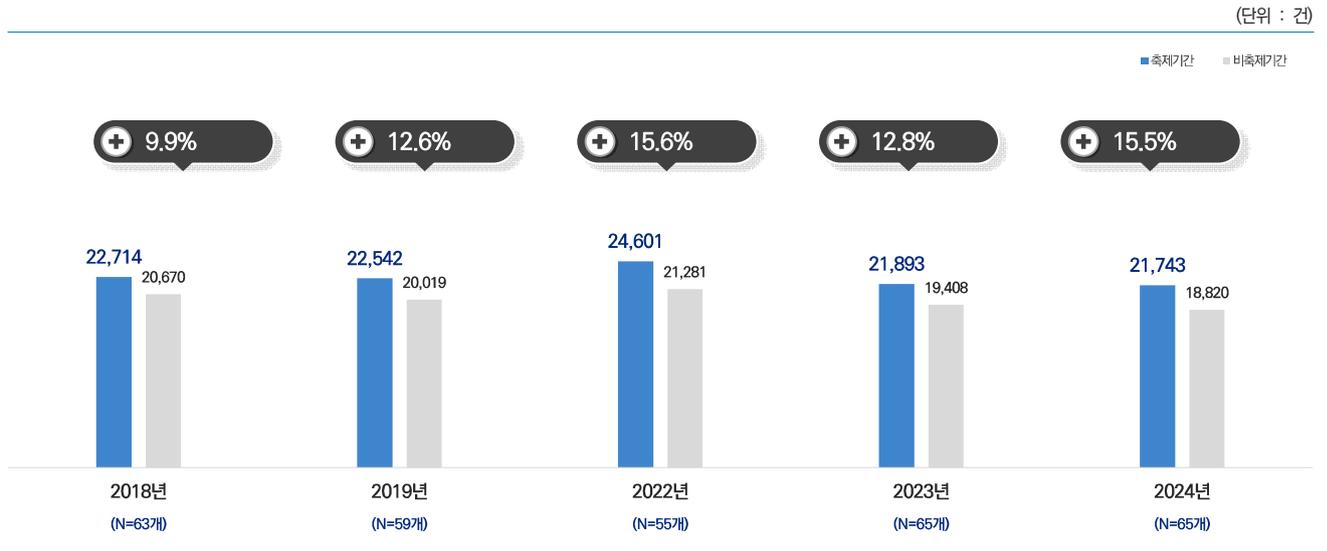
(단위 : 천원, %)

구분	구분	2018	2019	2022	2023	2024
전체	축제기간	672,816	638,166	816,936	743,078	729,557
	비축제기간	595,443	548,116	664,254	627,070	603,832
	증감률	13.0	16.4	23.0	18.5	20.8
현지인	축제기간	282,508	258,458	338,610	294,907	286,711
	비축제기간	262,712	237,772	292,484	264,484	252,113
	증감률	7.5	8.7	15.8	11.5	13.7
외지인	축제기간	368,930	347,177	462,945	421,556	407,823
	비축제기간	311,944	283,032	358,480	337,073	321,276
	증감률	18.3	22.7	29.1	25.1	26.9
외국인	축제기간	21,378	32,531	15,381	26,615	35,022
	비축제기간	20,788	27,311	13,290	25,513	30,443
	증감률	2.8	19.1	15.7	4.3	15.0

#### 다. 비축제기간 대비 일 평균 소비 건수 증감률

- ✓ '24년 문화관광축제 기간의 일 평균 소비 건수는 21,743건으로 비축제기간(18,820건) 대비 15.2% 증가한 것으로 나타남
- ✓ 연도별로 살펴보면, 비축제기간 대비 일 평균 소비 건수의 증가율은 '22년에 15.6%로 증가하였으며, 다음은 '24년(15.5%), '23년(12.8%), '19년(12.6%), '18년(9.9%) 순으로 나타남

[그림 2-5-8] 문화관광축제 비축제기간 대비 일 평균 소비 건수 증감률\_전체



[표 2-5-10] 문화관광축제 비축제기간 대비 일 평균 소비 건수 증감률\_방문자 유형별

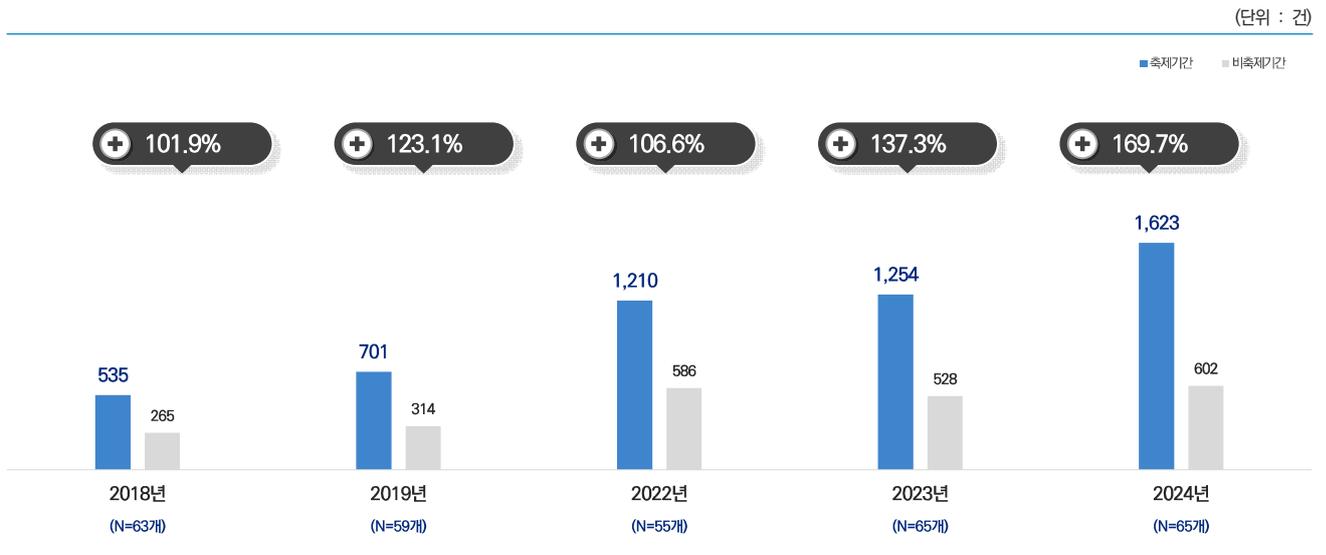
(단위 : 건, %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
전체	축제기간	22,714	22,542	24,601	21,893	21,743
	비축제기간	20,670	20,019	21,281	19,408	18,820
	증감률	9.9	12.6	15.6	12.8	15.5
현지인	축제기간	10,601	10,263	11,787	10,334	10,198
	비축제기간	10,021	9,632	10,748	9,597	9,255
	증감률	5.8	6.6	9.7	7.7	10.2
외지인	축제기간	11,934	12,076	12,586	11,191	11,127
	비축제기간	10,495	10,199	10,344	9,472	9,121
	증감률	13.7	18.4	21.7	18.1	22.0
외국인	축제기간	179	203	229	369	521
	비축제기간	154	189	189	338	444
	증감률	16.2	7.7	21.2	9.0	17.4

라. 비축제기간 대비 일 평균 내비게이션 검색 건수 증감률

- ✓ '24년 문화관광축제 기간의 일 평균 내비게이션 검색 건수는 1,623건으로 비축제기간(602건) 대비 169.7% 증가한 것으로 나타남
- ✓ 연도별로 살펴보면, 비축제기간 대비 일 평균 내비게이션 검색 건수의 증가율은 '24년에 169.7%로 가장 크게 증가하였으며, 다음은 '23년(137.3%), '19년(123.1%), '22년(106.6%), '18년(101.9%) 순으로 나타남

[그림 2-5-9] 문화관광축제 비축제기간 대비 일 평균 내비게이션 검색 건수 증감률\_전체

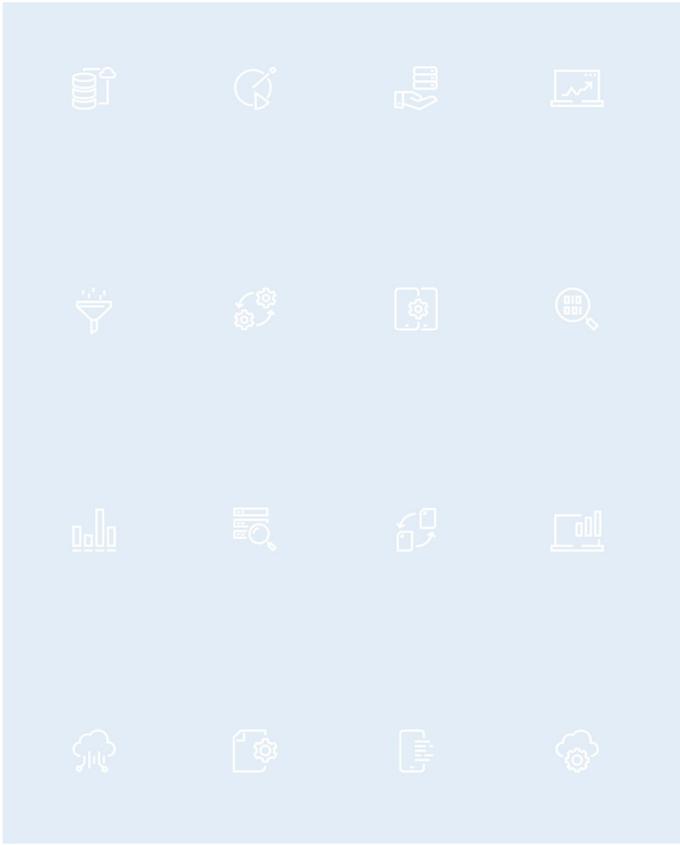


[표 2-5-11] 문화관광축제 비축제기간 대비 일 평균 내비게이션 검색 건수 증감률\_방문자 유형별

(단위 : 건, %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
전체	축제기간	535	701	1,210	1,254	1,623
	비축제기간	265	314	586	528	602
	증감률	101.9	123.1	106.6	137.3	169.7
현지인	축제기간	27	41	136	233	377
	비축제기간	14	19	76	112	162
	증감률	95.3	117.4	79.5	108.8	133.4
외지인	축제기간	508	660	1,074	1,021	1,246
	비축제기간	251	295	510	417	440
	증감률	102.3	123.4	110.7	144.9	183.1





# 03

## 파급효과 추정

2024 문화관광축제 빅데이터 분석용역





## 1. 경제적 파급효과

### 1) 방법론

#### 가. 축제 소비액 증감분 추정

- ✓ 축제의 경제적 파급효과는 축제기간 동안 발생하는 추가적인 소비를 의미하기 때문에 해당 소비액을 추정하기 위해서는 축제 전후 일 평균 소비액 대비 축제기간의 일 평균 소비액을 비교해 그 증감액을 산출하는 방식을 적용함

[표 3-1-1] 경제적 파급효과 방법론\_축제 소비액 증감분 추정

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
축제기간 일 평균 소비액	a	a	a	a	a	a	a
축제 전후 일 평균 소비액	b	b	b	b	b	b	b
축제 일수	c	c	c	c	c	c	c
축제 소비 증감액	d	d	d	d	d	d	d
산출식	$d = (a - b) * c$						

#### 나. 신용카드 환산계수 추정

- ✓ 한국관광공사에서 추정하는 소비액은 신한카드와 BC카드를 기준으로 하고 있으며, 축제 지역에서 해당 카드 이외에 다양한 카드를 사용하기 때문에 현재 소비액을 신용카드 전체 소비로 확대 추정할 수 있는 계수 설정이 필요함
- ✓ 2018년 이후 6개년 동안 동일한 기준을 적용해야 하며, BC카드 소비액이 2024년 기준 0.5%로 맞기 때문에 환산계수를 추정하는 과정에서는 신한카드의 점유율만을 활용해야 함
- ✓ 2024년 신한카드의 점유율은 20.6%이며 환산계수는 4.86이기 때문에 만약 특정 지역의 소비 증감액이 100원일 경우 환산계수를 적용한 전체 소비액은  $100 * 4.86$ 인 486원으로 환산됨

[표 3-1-2] 경제적 파급효과 방법론\_신용카드 환산계수 추정

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
신한카드 점유율(%)	23.1	22.6	22.4	22.2	21.7	21.2	20.6
환산계수	4.32	4.42	4.47	4.50	4.61	4.73	4.86
산출식	$100 / \text{신한카드 점유율}$						

출처 : 여신금융협회

[표 3-1-3] 경제적 파급효과 방법론\_(참고자료1) 연도별 카드사별 점유율

(단위 : %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
(주)우리카드	7.7	7.9	7.5	7.4	7.3	7.8	7.3
(주)케이비국민카드	16.7	17.2	17.5	17.4	17.0	16.0	16.2
롯데카드(주)	9.6	10.1	9.9	9.8	10.0	10.2	10.7
비씨카드(주)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.3	0.5
삼성카드(주)	18.8	18.3	18.5	19.4	19.7	19.3	18.6
<b>신한카드(주)</b>	<b>23.1</b>	<b>22.6</b>	<b>22.4</b>	<b>22.2</b>	<b>21.7</b>	<b>21.2</b>	<b>20.6</b>
하나카드(주)	8.2	7.8	7.1	6.4	6.4	6.8	6.8
현대카드(주)	15.8	16.0	17.0	17.3	17.7	18.4	19.2
<b>전체</b>	<b>100.0</b>						



#### 다. 전체 소비 환산계수 추정

- ✓ 신용카드는 현금이나 다른 수단을 통해 소비를 고려할 때 전체 소비액을 대표할 수 없기 때문에 신한카드 금액을 신용카드 사용 금액 전체로 환산하는 것과 동일한 추정 방식을 적용하여 전체 소비 환산계수를 추정함
- ✓ 전체 소비에서 신용카드의 이용율은 2019년과 2021년 자료가 현재 확보할 수 있는 최신 자료이기 때문에 2018년과 2019년은 2019년 이용율을 적용하고 2022년, 2023년, 2024년은 2021년 이용율을 적용함

**[표 3-1-4]** 경제적 파급효과 방법론\_전체 소비 환산계수 추정

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
신용카드 이용율(%)	53.8	53.8	53.8	49.5	49.5	49.5	49.5
환산계수	1.86	1.86	1.86	2.02	2.02	2.02	2.02
산출식	100 / 신용카드 점유율						

출처 : 2021년 지급수단 및 모바일금융서비스 이용행태 조사결과(한국은행, 2022)

**[표 3-1-5]** 경제적 파급효과 방법론\_(참고자료2) 연도별 지급수단별 이용율

(단위 : %)

구분	신용카드	현금	체크/직불카드	계좌이체	선불카드/전자화폐
2021년	49.5	14.6	16.9	10.0	1.3
2019년	53.8	17.4	15.3	8.0	0.5

출처 : 2021년 지급수단 및 모바일금융서비스 이용행태 조사결과(한국은행, 2022)

\* 한국은행의 지급수단 및 모바일금융서비스 이용행태 조사결과와 공표 시기는 3년 주기로 변경되어, 2023년 결과는 2025년에 공표 예정

#### 라. 총 소비 환산계수 추정

- ✓ 신한카드 소비액을 전체 소비액으로 환산하기 위해서는 신한카드가 신용카드 전체에서 차지하는 점유율을 반영한 환산계수와 전체 신용카드가 총 소비에서 차지하는 비중을 반영한 환산계수를 곱해야함
- ✓ 결과적으로 총 소비 환산계수는 2018년 8.04에서 2024년 9.81로 증가하는 추세를 보이고 있으며, 이러한 결과는 신한카드 점유율의 하락과 신용카드 점유율 하락이 반영된 결과로 볼 수 있음
- ✓ 2022년 추정방식과 세부적으로 비슷한 과정을 거친다고 볼 수 있지만, 단계별 환산계수를 명확하게 제시하기 때문에 총 소비액 환산 절차는 정교해짐

**[표 3-1-6]** 경제적 파급효과 방법론\_총 소비 환산계수 추정

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
신용카드 환산계수(a)	4.32	4.42	4.47	4.50	4.61	4.73	4.86
전체 소비 환산계수(b)	1.86	1.86	1.86	2.02	2.02	2.02	2.02
총 소비 환산계수(c)	8.04	8.21	8.30	9.09	9.31	9.55	9.81
산출식	c = a * b						

**마. 총 소비 추정**

- ✓ 한국관광공사에서 제공하는 빅데이터는 신한카드 등을 기반으로 추정한 자료이기 때문에 총 소비액은 축제 소비 증감액에 총 소비 환산계수를 곱한 값으로 산출할 수 있음
- ✓ 2024년 소비 증감액이 100원일 경우 총 소비액은 981원으로 추정할 수 있음

**[표 3-1-7] 경제적 파급효과 방법론\_총 소비 추정**

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
축제 소비 증감액(a)	a	a	a	a	a	a	a
총 소비 환산계수(b)	8.04	8.21	8.30	9.09	9.31	9.55	9.81
총 소비 소비액(c)	c	c	c	c	c	c	c
산출식	$c - a * b$						

**바. 지역산업연관효과 계수 추정**

- ✓ 지역산업연관효과는 한국은행의 지역산업연관표(2019)를 기준으로 하며, 2019년 이후 자료가 공표되지 않아 실질적으로 2022년에 적용한 계수와 동일한 계수를 적용함
- ✓ 2022년도 경제적 파급효과에서 부분별 생산유발효과를 추정했지만, 이는 개념적으로 산업연관효과를 부분별로 중복해서 산출한 값이기 때문에 본 분석에서는 산업연관효과로 단일화하여 추정함
- ✓ 총 소비액이 100원이면 지역산업연관효과는 총 유발계수 2.791을 곱한 279.1원으로 추정함

**[표 3-1-8] 경제적 파급효과 방법론\_지역산업연관효과 계수 추정**

구분	생산 유발계수	부가가치 유발계수	수입 유발계수	총 유발계수
지역산업연관계수	1.791	0.780	0.220	2.791

**2) 경제적 파급효과 산출 결과**

**가. 전체 결과**

- ✓ 2024년에 개최된 총 65개 축제의 축제 기간 총 소비액은 약 4,656억 원으로 추정되며, 축제 전후 소비 대비 변화를 반영한 증감액은 약 3,643억 원으로 총 소비액의 78.2%를 차지하고 있음
- ✓ 수치상으로 볼 때 총 소비액에서 증감액을 제외한 금액이 약 1,013억 원인 점을 고려한다면, 축제로 인해 증가된 금액(약 3,643억 원)은 일상 소비 금액(약 1,013억 원) 대비 259.7% 증가한 금액임
- ✓ 최종 2024년 문화관광축제의 경제적 파급효과는 총 소비액 대비 218.4%인 약 1조 168억원으로 추정할 수 있음

**[표 3-1-9] 경제적 파급효과 결과\_전체**

구분	총 소비액	소비 증감액	경제적 파급효과
전체 (천원)	465,589,740	364,302,234	1,016,767,536
비중	-	78.2	218.4
축제 평균 (천원)	7,162,919	5,604,650	15,642,577



## 2. 사회적 파급효과

### 1) 방법론

#### 가. 기존 사회적 파급효과 검토

- ✓ 2022년까지의 사회적 파급효과는 지역 공동체에 적용되는 사회적 파급효과와 방문자에 적용되는 개인적 웰빙으로 구분하였으며, 세부적인 지표마다 재무적인 대응치를 설정하고, 조사를 통한 긍정응답 비율을 산출식에 반영하였음
- ✓ 하지만 모든 축제에 대해 신뢰할 수 있는 조사 표본을 확보하는데 한계가 있어 이를 대체할 방법이 필요함

#### 나. 사회적 파급효과 산출식

- ✓ 2023년부터 사회적 파급효과에서 재무적 대응치를 2022년 지표와 유사한 특성을 갖는 국민여행조사 당일 여행 1회 평균 지출액을 적용하였으며, 축제별 만족도 조사 지표 확보에 한계가 있기 때문에 SNS상에서 축제 종료 이후 긍정 평가하는 언급량 비율을 대체 지표로 활용하였음

[표 3-2-1] 사회적 파급효과 산출식

주제영역	대상	사회적 가치	재무적 대응치
개인적 웰빙	외지인	가족/동반자 관계 개선	당일 여행 1회 평균 지출액
산출식	축제 외지인 총 방문자 수 * 재무적 대응치 * SNS 사후 긍정여 언급량 비율		

#### 다. 당일 여행 1회 평균 지출액

- ✓ 매년 승인통계 형식으로 진행되는 국민여행조사에서는 당일여행 기준 1회 평균 지출액을 산출하고 있으며, 해당 지출액이 지역별로 확보되기 때문에 축제 지역별 특성에 따라 세부적으로 적용할 수 있음
- ✓ 단, 2024년은 연간 결과가 공표 전이기 때문에 2024년 재무적 대응치는 2023년 값으로 사용하였음

[표 3-2-2] 사회적 파급효과 재무적 대응치\_당일 여행 1회 평균 지출액

지역	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
서울	78	92	70	64	71	64	64
부산	88	102	79	81	80	76	76
대구	87	92	80	81	79	99	99
인천	73	83	63	58	57	59	59
광주	69	94	93	78	75	86	86
대전	76	83	69	74	80	70	70
울산	64	79	56	56	64	60	60
세종	46	77	44	48	49	49	49
경기	67	81	56	53	58	60	60
강원	83	97	83	75	79	77	77
충북	68	82	62	63	66	64	64
충남	69	84	67	62	60	65	65
전북	73	83	74	67	65	69	69
전남	77	82	68	61	65	64	64
경북	69	81	57	58	64	64	64
경남	70	85	67	60	63	66	66
제주	147	171	56	69	76	72	72

출처 : 국민여행조사, 문화체육관광부(2023)

## 2) 사회적 파급효과 산출 결과

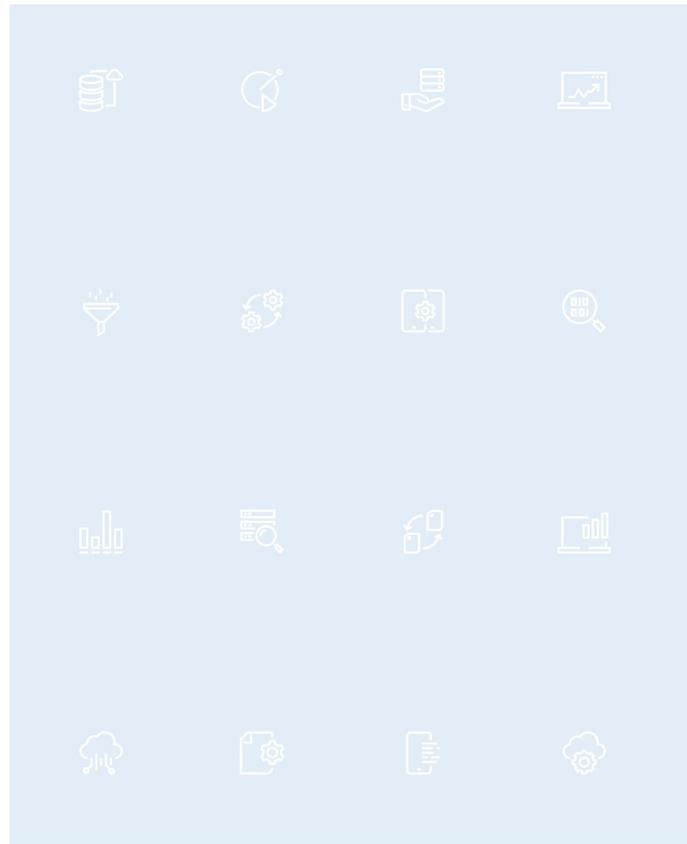
### 가. 전체 결과

- ✓ 2024년에 개최된 총 65개 축제의 축제 기간 총 사회적 파급효과는 약 5,964억 원으로 추정할수 있음
- ✓ SNS 축제 종료 후 축제별 긍정어 언급량 비중이 80% 수준인 것을 고려하여, 축제별 소비액이 전체적으로 당일여행의 1회 평균 사용 금액에 근접한 수준으로 나타나는 것을 확인할 수 있음

**[표 3-2-3]** 사회적 파급효과 결과\_전체

구분	총 소비액	소비 증감액	사회적 파급효과
전체 (천원)	465,589,740	364,302,234	596,417,571
비중	-	78.2	128.1
축제 평균 (천원)	7,162,919	5,604,650	9,175,655





# 04

## 빅데이터 세부 분석

2024 문화관광축제 빅데이터 분석용역





## 1. 이동통신데이터\_방문자 수 결과

### 1) 방문자 현황

#### 가. 방문자 수

[표 4-1-1-1] 방문자 수\_방문자 유형별

(단위 : 명, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	방문자 수	증감률	방문자 수	증감률	방문자 수	증감률	방문자 수	증감률	방문자 수	증감률
전체	11,259,865	-	11,886,108	5.6	12,442,810	4.7	13,580,023	9.1	13,476,840	-0.8
현지인	5,002,792	-	5,168,650	3.3	5,899,065	14.1	6,441,418	9.2	6,159,930	-4.4
외지인	6,227,106	-	6,665,064	7.0	6,540,937	-1.9	7,125,003	8.9	7,291,365	2.3
외국인	29,968	-	52,395	74.8	2,809	-94.6	13,603	384.2	25,545	87.8

#### 나. 규모 범주별 방문자 수

[표 4-1-1-2] 규모 범주별 방문자 수\_전체

(단위 : %)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
10만 미만	32.3	20.0	20.0	23.1	21.5
10만 이상 ~ 20만 미만	32.3	40.0	40.0	41.5	43.1
20만 이상 ~ 30만 미만	20.0	13.8	12.3	18.5	21.5
30만 이상 ~ 50만 미만	10.8	12.3	7.7	10.8	6.2
50만 이상	1.5	4.6	4.6	6.2	7.7
미개최	3.1	9.2	15.4	-	-

#### 다. 일 평균 방문자 수

[표 4-1-1-3] 일 평균 방문자 수\_방문자 유형별

(단위 : 명, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	방문자 수	증감률	방문자 수	증감률	방문자 수	증감률	방문자 수	증감률	방문자 수	증감률
전체	32,558	-	34,539	6.1	38,698	12.0	37,855	-2.2	37,909	0.1
현지인	14,518	-	15,147	4.3	19,020	25.6	18,196	-4.3	17,511	-3.8
외지인	17,961	-	19,276	7.3	19,667	2.0	19,619	-0.2	20,324	3.6
외국인	79	-	117	47.6	11	-90.7	41	272.0	74	81.5



## 라. 규모 범주별 일 평균 방문자 수

[표 4-1-1-4] 규모 범주별 일 평균 방문자 수\_전체

(단위 : %)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
2만 미만	27.7	16.9	16.9	16.9	18.5
2만 이상 ~ 4만 미만	43.1	44.6	35.4	44.6	41.5
4만 이상 ~ 6만 미만	18.5	18.5	21.5	26.2	27.7
6만 이상 ~ 8만 미만	4.6	7.7	6.2	6.2	6.2
8만 이상	3.1	3.1	4.6	6.2	6.2
미개최	3.1	9.2	15.4	-	-

## 2) 축제 특성별 방문자 현황

### 가. 축제유형별 방문자 수

[표 4-1-2-1] 축제유형별 방문자 수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
문화예술	전체	29.1	29.2	28.7	30.0	27.5
	현지인	32.0	32.3	33.3	33.2	30.4
	외지인	26.7	26.9	24.5	27.1	25.1
	외국인	33.6	21.1	47.9	42.1	37.2
자연생태	전체	12.7	11.0	10.0	11.5	11.4
	현지인	9.6	8.7	7.5	9.4	9.5
	외지인	15.2	12.9	12.2	13.4	13.1
	외국인	5.8	2.5	2.1	2.8	3.2
전통역사	전체	28.5	27.3	27.6	22.5	25.5
	현지인	32.0	30.6	31.3	24.2	27.6
	외지인	25.7	24.8	24.3	21.0	23.7
	외국인	28.1	21.8	19.0	21.9	27.6
지역특산물	전체	29.8	32.5	33.7	36.0	35.6
	현지인	26.5	28.5	27.9	33.2	32.6
	외지인	32.4	35.5	38.9	38.4	38.1
	외국인	32.4	54.6	31.1	33.2	32.1

## 나. 도시 규모별 방문자 수

[표 4-1-2-2] 도시 규모별 방문자 수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
대도시	전체	20.6	17.2	20.8	19.4	21.1
	현지인	19.3	15.4	19.4	17.9	19.1
	외지인	21.7	18.7	22.0	20.8	22.7
	외국인	15.3	16.3	36.3	25.1	25.4
중소도시	전체	34.9	37.1	44.9	35.8	34.0
	현지인	42.1	46.0	49.3	41.7	39.7
	외지인	29.1	30.3	41.0	30.5	29.1
	외국인	47.9	30.0	47.1	53.6	45.5
읍면지역	전체	44.5	45.7	34.3	44.8	45.0
	현지인	38.6	38.7	31.3	40.4	41.2
	외지인	49.2	51.0	37.0	48.8	48.2
	외국인	36.8	53.7	16.6	21.3	29.1

## 다. 축제 개최 시도별 방문자 수

[표 4-1-2-3] 축제 개최 시도별 방문자 수\_방문자 유형별1

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
서울	전체	-	1.0	1.2	1.0	1.1
	현지인	-	1.2	1.5	1.2	1.4
	외지인	-	0.7	0.9	0.9	0.9
	외국인	-	0.7	1.6	2.0	1.1
부산	전체	3.8	3.3	3.7	3.2	3.9
	현지인	3.5	3.2	3.4	2.9	3.1
	외지인	4.0	3.3	3.9	3.4	4.5
	외국인	3.0	2.2	7.3	4.2	7.4
대구	전체	4.8	4.7	3.7	2.7	3.8
	현지인	3.5	3.5	2.4	2.0	2.9
	외지인	5.9	5.6	4.9	3.3	4.6
	외국인	3.4	6.4	2.5	4.6	4.8
인천	전체	5.0	1.0	4.8	4.3	4.3
	현지인	6.0	1.1	5.3	4.7	4.7
	외지인	4.3	0.9	4.5	4.0	3.9
	외국인	5.7	1.6	21.7	7.7	7.2



[표 4-1-2-4] 축제 개최 시도별 방문자 수\_방문자 유형별2

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
광주	전체	3.6	3.8	4.2	5.7	5.5
	현지인	2.4	2.4	3.3	4.5	4.2
	외지인	4.5	4.9	5.0	6.8	6.5
	외국인	1.1	1.1	2.4	5.9	4.3
대전	전체	1.0	1.3	1.0	0.9	0.9
	현지인	1.1	1.3	1.0	0.8	0.8
	외지인	0.9	1.3	1.1	1.0	1.0
	외국인	0.2	1.0	0.5	0.4	0.1
울산	전체	2.4	2.2	2.1	1.5	1.6
	현지인	2.8	2.6	2.5	1.8	1.8
	외지인	2.1	1.9	1.7	1.3	1.4
	외국인	1.9	3.4	0.4	0.3	0.5
세종	전체	0.8	1.8	1.6	1.4	1.8
	현지인	1.3	3.1	2.2	1.9	2.6
	외지인	0.4	0.8	1.0	0.9	1.1
	외국인	0.2	0.3	0.8	0.3	0.5
경기	전체	9.4	10.0	10.2	9.8	8.0
	현지인	10.0	10.5	11.5	11.0	8.1
	외지인	8.9	9.6	9.0	8.7	8.0
	외국인	10.6	6.8	9.2	9.9	8.4
강원	전체	11.3	16.3	6.5	16.2	13.8
	현지인	11.0	15.9	8.6	18.0	14.3
	외지인	11.5	16.4	4.5	14.6	13.3
	외국인	20.3	42.6	13.8	9.0	18.6
충북	전체	3.6	3.7	3.7	3.4	3.7
	현지인	4.3	4.2	4.3	4.1	4.5
	외지인	3.0	3.3	3.1	2.9	3.0
	외국인	0.9	1.8	6.4	1.9	2.1
충남	전체	13.3	13.2	20.6	13.2	13.7
	현지인	12.3	12.6	15.7	11.7	12.7
	외지인	14.1	13.7	24.9	14.6	14.6
	외국인	12.1	12.3	21.9	18.8	11.2
전북	전체	4.9	4.9	5.4	4.7	4.9
	현지인	3.9	4.1	4.2	3.7	4.0
	외지인	5.6	5.6	6.4	5.7	5.7
	외국인	2.6	0.8	1.7	2.2	1.0

[표 4-1-2-5] 축제 개최 시도별 방문자 수\_방문자 유형별3

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
전남	전체	11.3	11.7	7.8	11.3	11.0
	현지인	7.4	8.0	5.4	8.4	8.2
	외지인	14.4	14.7	10.0	13.9	13.4
	외국인	4.6	3.0	0.9	2.6	3.2
경북	전체	7.5	6.7	5.7	6.0	6.7
	현지인	7.3	6.3	5.2	5.0	6.1
	외지인	7.7	7.0	6.2	6.8	7.1
	외국인	4.9	2.1	1.1	2.2	3.3
경남	전체	16.6	13.6	17.1	13.7	14.1
	현지인	22.1	18.6	22.4	17.3	18.6
	외지인	12.1	9.7	12.3	10.5	10.3
	외국인	17.7	8.1	6.3	11.9	11.6
제주	전체	0.8	0.9	0.8	0.9	1.2
	현지인	1.2	1.2	1.0	1.2	1.8
	외지인	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6
	외국인	11.0	5.8	1.7	16.1	14.5

## 라. 축제 개최 월별 방문자 수

[표 4-1-2-6] 축제 개최 월별 방문자 수\_방문자 유형별1

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
1월	전체	4.9	5.4	-	5.3	4.9
	현지인	4.1	4.5	-	5.1	5.1
	외지인	5.4	6.0	-	5.4	4.8
	외국인	16.3	28.9	-	2.5	11.3
2월	전체	-	-	-	-	-
	현지인	-	-	-	-	-
	외지인	-	-	-	-	-
	외국인	-	-	-	-	-
3월	전체	-	1.8	-	2.3	2.0
	현지인	-	1.9	-	2.1	1.9
	외지인	-	1.7	-	2.4	2.1
	외국인	-	0.8	-	0.2	0.6
4월	전체	7.7	6.6	3.5	5.0	3.9
	현지인	6.1	4.5	2.1	3.7	2.4
	외지인	8.9	8.2	4.7	6.2	5.2
	외국인	4.4	2.6	0.3	1.8	2.0



[표 4-1-2-7] 축제 개최 월별 방문자 수\_방문자 유형별2

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
5월	전체	18.0	17.1	7.3	16.2	17.8
	현지인	15.2	15.7	6.8	15.8	16.2
	외지인	20.3	18.1	7.7	16.6	19.2
	외국인	10.3	11.4	9.5	7.7	16.0
6월	전체	1.8	2.7	0.3	2.1	1.3
	현지인	1.9	2.6	0.4	2.0	1.3
	외지인	1.7	2.8	0.3	2.3	1.2
	외국인	0.7	1.2	0.2	0.9	0.3
7월	전체	10.8	8.2	17.7	8.7	10.5
	현지인	9.4	6.8	11.7	6.0	8.1
	외지인	11.9	9.3	23.1	11.1	12.6
	외국인	9.7	5.9	16.9	12.8	6.6
8월	전체	5.8	9.0	4.0	4.7	4.4
	현지인	6.7	10.8	3.7	4.3	4.3
	외지인	5.2	7.6	4.3	5.2	4.6
	외국인	5.1	4.6	12.2	6.7	3.3
9월	전체	11.7	15.9	28.3	11.9	12.0
	현지인	12.5	17.4	33.1	13.6	13.9
	외지인	11.0	14.7	24.1	10.4	10.3
	외국인	20.0	15.5	20.3	11.2	16.6
10월	전체	38.7	29.0	38.1	37.2	38.9
	현지인	43.5	32.2	41.5	41.3	42.6
	외지인	34.8	26.5	35.0	33.5	35.7
	외국인	33.2	18.5	40.6	51.0	39.1
11월	전체	0.7	-	0.8	3.2	0.8
	현지인	0.6	-	0.9	3.1	1.2
	외지인	0.8	-	0.7	3.3	0.5
	외국인	0.2	-	0.0	3.4	0.5
12월	전체	-	4.4	-	3.4	3.5
	현지인	-	3.5	-	3.0	3.1
	외지인	-	5.0	-	3.8	3.9
	외국인	-	10.6	-	1.8	3.6

마. 축제 개최 분기별 방문자 수

[표 4-1-2-8] 축제 개최 분기별 방문자 수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
1분기	전체	4.9	7.2	-	7.5	6.9
	현지인	4.1	6.4	-	7.3	7.0
	외지인	5.4	7.7	-	7.8	6.8
	외국인	16.3	29.7	-	2.6	11.9
2분기	전체	27.5	26.3	11.1	23.4	22.9
	현지인	23.3	22.8	9.3	21.4	19.8
	외지인	30.9	29.1	12.7	25.1	25.6
	외국인	15.5	15.3	10.0	10.4	18.4
3분기	전체	28.3	33.1	50.0	25.3	26.9
	현지인	28.5	35.0	48.4	23.9	26.3
	외지인	28.0	31.6	51.5	26.6	27.5
	외국인	34.8	26.0	49.4	30.8	26.5
4분기	전체	39.4	33.4	38.9	43.8	43.2
	현지인	44.1	35.8	42.3	47.4	46.9
	외지인	35.6	31.6	35.8	40.5	40.1
	외국인	33.4	29.1	40.7	56.2	43.2

## 3) 방문 특성별 방문자 현황

## 가. 방문 시간대별 방문자 수

[표 4-1-3-1] 방문 시간대별 방문자 수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
00시~06시	전체	11.1	11.0	12.2	12.1	11.5
	현지인	13.9	14.1	15.0	15.2	14.4
	외지인	8.9	8.6	9.7	9.2	8.9
	외국인	16.5	13.1	21.1	18.8	19.8
06시~11시	전체	16.4	16.6	17.4	17.3	17.5
	현지인	17.1	17.4	18.4	18.3	18.4
	외지인	15.8	16.1	16.6	16.4	16.8
	외국인	16.2	16.1	17.9	15.9	17.2
11시~14시	전체	18.3	18.7	18.2	18.3	18.8
	현지인	16.5	16.5	16.5	16.3	16.6
	외지인	19.8	20.4	19.8	20.2	20.6
	외국인	17.2	22.6	13.2	14.3	16.1
14시~18시	전체	26.8	26.8	25.7	25.8	26.0
	현지인	23.3	23.1	22.7	22.4	22.5
	외지인	29.6	29.7	28.5	28.9	28.9
	외국인	24.9	27.8	20.0	22.0	22.2
18시~21시	전체	17.1	16.8	16.6	16.6	16.5
	현지인	17.7	17.7	16.8	16.9	17.2
	외지인	16.5	16.2	16.4	16.4	16.0
	외국인	15.1	12.8	15.1	17.7	13.9
21시~24시	전체	10.4	10.0	9.9	9.9	9.7
	현지인	11.5	11.2	10.7	10.9	10.9
	외지인	9.4	9.0	9.1	9.0	8.7
	외국인	10.1	7.6	12.7	11.3	10.7



## 나. 방문 시기별 방문자 수

[표 4-1-3-2] 방문 시기별 방문자 수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
평일	전체	40.8	40.4	41.6	40.0	40.7
	현지인	49.4	48.8	48.4	47.8	47.7
	외지인	33.8	33.7	35.5	33.0	34.8
	외국인	52.5	51.7	43.2	44.7	45.7
주말/공휴일	전체	59.2	59.6	58.4	60.0	59.3
	현지인	50.6	51.2	51.6	52.2	52.3
	외지인	66.2	66.3	64.5	67.0	65.2
	외국인	47.5	48.3	56.8	55.3	54.3

## 다. 개최일자별 방문자 수

[표 4-1-3-3] 개최일자별 방문자 수\_방문자 유형별1

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
1일차	전체	16.4	15.8	16.5	17.3	17.4
	현지인	18.6	17.5	19.1	18.9	19.3
	외지인	14.7	14.4	14.3	15.8	15.8
	외국인	17.4	13.1	19.9	21.5	19.7
2일차	전체	18.8	17.7	18.5	19.5	19.9
	현지인	18.5	17.8	18.5	18.7	19.0
	외지인	19.1	17.7	18.5	20.2	20.7
	외국인	15.7	14.5	21.2	19.1	19.2
3일차	전체	19.4	17.0	17.1	18.4	18.0
	현지인	18.4	16.7	16.8	18.0	17.8
	외지인	20.2	17.3	17.5	18.8	18.2
	외국인	17.0	12.7	18.6	18.0	17.6
4일차	전체	11.8	12.9	10.6	11.0	10.8
	현지인	11.7	13.0	10.9	11.6	11.0
	외지인	12.0	12.9	10.3	10.5	10.7
	외국인	10.5	9.6	8.4	11.5	9.5
5일차	전체	8.9	9.1	5.4	6.0	6.6
	현지인	8.8	9.4	5.9	6.6	6.8
	외지인	9.0	9.0	5.0	5.5	6.4
	외국인	10.0	6.8	4.9	8.5	8.3

[표 4-1-3-4] 개최일자별 방문자 수\_방문자 유형별2

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
6일차	전체	3.9	3.9	2.8	3.6	3.2
	현지인	4.5	4.3	3.4	4.4	4.0
	외지인	3.3	3.6	2.4	2.8	2.5
	외국인	3.5	3.3	2.5	3.2	2.6
7일차	전체	3.8	3.8	3.0	3.8	3.2
	현지인	4.4	4.1	3.2	4.3	3.6
	외지인	3.3	3.5	2.9	3.4	2.9
	외국인	3.8	3.4	3.1	3.1	2.4
8일차 이상	전체	17.0	19.8	26.0	20.4	20.7
	현지인	15.0	17.2	22.4	17.6	18.4
	외지인	18.5	21.6	29.2	23.0	22.7
	외국인	22.0	36.7	21.4	15.2	20.8

## 라. 성별 방문자 수

[표 4-1-3-5] 성별 방문자 수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
남자	전체	53.0	52.4	51.8	51.9	51.8
	현지인	51.1	50.5	49.9	50.1	49.9
	외지인	54.6	53.9	53.6	53.6	53.4
여자	전체	47.0	47.6	48.2	48.1	48.2
	현지인	48.9	49.5	50.1	49.9	50.1
	외지인	45.4	46.1	46.4	46.4	46.6



## 마. 연령별 방문자 수

[표 4-1-3-6] 연령별 방문자 수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
10세 미만	전체	0.8	1.1	1.3	1.3	1.3
	현지인	0.9	1.2	1.3	1.3	1.3
	외지인	0.8	1.1	1.2	1.3	1.3
10대	전체	8.0	7.8	6.8	6.7	6.5
	현지인	9.6	9.4	7.9	8.0	7.8
	외지인	6.6	6.5	5.8	5.6	5.3
20대	전체	17.5	16.7	16.7	15.7	15.0
	현지인	15.4	14.8	14.6	13.5	13.0
	외지인	19.2	18.2	18.7	17.7	16.6
30대	전체	16.6	15.6	14.8	14.7	15.1
	현지인	15.3	14.2	13.5	13.2	13.5
	외지인	17.6	16.7	15.9	16.0	16.6
40대	전체	19.3	18.4	16.1	15.8	15.4
	현지인	19.6	18.4	15.9	15.4	14.9
	외지인	19.1	18.3	16.2	16.1	15.9
50대	전체	22.0	22.2	20.5	20.4	20.1
	현지인	22.5	22.5	20.9	20.9	20.5
	외지인	21.7	22.0	20.0	20.0	19.7
60대	전체	11.8	13.3	16.7	17.7	18.2
	현지인	12.1	13.8	17.2	18.2	18.7
	외지인	11.5	12.9	16.2	17.2	17.8
70세 이상	전체	4.0	5.0	7.2	7.7	8.4
	현지인	4.6	5.8	8.6	9.5	10.3
	외지인	3.6	4.4	5.9	6.2	6.8

## 바. 성·연령별 방문자 수

[표 4-1-3-7] 성·연령별 방문자 수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분			2018	2019	2022	2023	2024
남자	10세 미만	전체	0.4	0.5	0.6	0.6	0.6
		현지인	0.4	0.5	0.6	0.6	0.6
		외지인	0.3	0.5	0.6	0.6	0.6
	10대	전체	4.0	3.9	3.4	3.4	3.2
		현지인	4.8	4.7	4.0	4.0	3.9
		외지인	3.3	3.2	2.9	2.8	2.7
	20대	전체	9.1	8.7	8.5	8.1	7.7
		현지인	7.9	7.6	7.5	7.1	6.8
		외지인	10.1	9.6	9.4	9.0	8.4
	30대	전체	8.8	8.2	7.9	7.8	8.0
		현지인	7.9	7.3	7.1	6.9	7.1
		외지인	9.6	8.9	8.6	8.6	8.8
	40대	전체	10.3	9.7	8.5	8.3	8.2
		현지인	9.9	9.1	7.9	7.7	7.4
		외지인	10.7	10.1	9.0	8.9	8.9
	50대	전체	11.5	11.4	10.3	10.3	10.1
		현지인	11.2	11.0	10.0	10.1	9.9
		외지인	11.7	11.6	10.6	10.5	10.3
	60대	전체	6.7	7.4	8.9	9.4	9.7
		현지인	6.5	7.2	8.6	9.1	9.3
		외지인	6.9	7.5	9.2	9.7	10.0
	70세 이상	전체	2.2	2.8	3.7	4.0	4.3
		현지인	2.5	3.1	4.2	4.6	4.8
		외지인	2.0	2.5	3.3	3.4	3.8
여자	10세 미만	전체	0.5	0.6	0.7	0.7	0.7
		현지인	0.5	0.7	0.7	0.7	0.7
		외지인	0.4	0.6	0.7	0.7	0.7
	10대	전체	4.0	3.9	3.4	3.3	3.3
		현지인	4.8	4.7	3.9	4.0	3.9
		외지인	3.4	3.3	3.0	2.8	2.7
	20대	전체	8.4	8.0	8.2	7.6	7.3
		현지인	7.5	7.2	7.1	6.3	6.2
		외지인	9.1	8.6	9.3	8.7	8.2
	30대	전체	7.7	7.5	6.9	6.9	7.1
		현지인	7.4	7.0	6.4	6.3	6.3
		외지인	8.0	7.8	7.3	7.4	7.7
	40대	전체	9.0	8.7	7.6	7.4	7.2
		현지인	9.7	9.3	8.0	7.8	7.5
		외지인	8.4	8.2	7.3	7.2	7.0
	50대	전체	10.5	10.9	10.1	10.1	9.9
		현지인	11.3	11.5	10.9	10.8	10.6
		외지인	9.9	10.4	9.4	9.5	9.3
	60대	전체	5.1	5.9	7.8	8.3	8.6
		현지인	5.6	6.6	8.7	9.1	9.4
		외지인	4.6	5.4	6.9	7.5	7.9
	70세 이상	전체	1.8	2.2	3.5	3.8	4.1
		현지인	2.1	2.7	4.5	4.9	5.4
		외지인	1.5	1.9	2.6	2.8	3.0



## 2. 카드데이터\_소비 금액 결과

### 1) 소비 금액 현황

#### 가. 소비 금액

[표 4-2-1-1] 소비 금액\_방문자 유형별

(단위 : 천원, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	소비액	증감률	소비액	증감률	소비액	증감률	소비액	증감률	소비액	증감률
전체	216,157,335	-	195,125,507	-9.7	224,195,664	14.9	233,886,400	4.3	228,681,127	-2.2
현지인	96,422,683	-	76,506,309	-20.7	97,647,663	27.6	93,591,761	-4.2	87,206,556	-6.8
외지인	113,136,598	-	108,364,753	-4.2	123,122,042	13.6	131,610,311	6.9	129,644,307	-1.5
외국인	6,598,054	-	10,254,445	55.4	3,425,959	-66.6	8,684,328	153.5	11,830,265	36.2

#### 나. 규모 범주별 소비 금액

[표 4-2-1-2] 규모 범주별 소비 금액\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
5억 미만	23.1	20.0	15.4	20.0	21.5
5억 이상 ~ 10억 미만	12.3	13.8	12.3	10.8	7.7
10만 이상 ~ 30억 미만	29.2	27.7	21.5	30.8	32.3
30억 이상 ~ 50억 미만	10.8	12.3	10.8	13.8	13.8
50억 이상 ~100억 미만	12.3	9.2	16.9	16.9	20.0
100억 이상	9.2	7.7	7.7	7.7	4.6
미개최	3.1	9.2	15.4	-	-

#### 다. 일 평균 소비 금액

[표 4-2-1-3] 일 평균 소비 금액\_방문자 유형별

(단위 : 천원, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	소비액	증감률	소비액	증감률	소비액	증감률	소비액	증감률	소비액	증감률
전체	672,816	-	638,166	-5.2	816,936	28.0	743,078	-9.0	729,557	-1.8
현지인	282,508	-	258,458	-8.5	338,610	31.0	294,907	-12.9	286,711	-2.8
외지인	21,378	-	32,531	52.2	15,381	-52.7	26,615	73.0	35,022	31.6
외국인	368,930	-	347,177	-5.9	462,945	33.3	421,556	-8.9	407,823	-3.3

라. 규모 범주별 일 평균 소비 금액

[표 4-2-1-4] 규모 범주별 일 평균 소비 금액\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
1억 미만	30.8	27.7	18.5	26.2	26.2
1억 이상 ~ 5억 미만	21.5	26.2	21.5	29.2	26.2
5억 이상 ~ 10억 미만	21.5	20.0	16.9	16.9	18.5
10억 이상 ~ 30억 미만	21.5	15.4	26.2	26.2	26.2
30억 이상	1.5	1.5	1.5	1.5	3.1
미개최	3.1	9.2	15.4	-	-

2) 축제 특성별 소비 금액 현황

가. 축제유형별 소비 금액

[표 4-2-2-1] 축제유형별 소비 금액\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분	구분	2018	2019	2022	2023	2024
문화예술	전체	44.1	38.7	42.9	42.9	39.8
	현지인	47.2	42.4	46.4	48.6	44.2
	외지인	39.9	34.3	39.8	37.7	34.6
	외국인	71.8	58.0	53.9	59.9	63.1
자연생태	전체	14.2	11.2	8.7	8.6	8.8
	현지인	15.7	13.7	8.7	9.3	10.5
	외지인	13.2	10.2	8.7	8.4	8.2
	외국인	10.4	3.2	5.9	3.9	2.3
전통역사	전체	24.1	27.3	27.0	21.4	22.7
	현지인	20.8	26.6	26.8	22.3	24.5
	외지인	27.6	29.4	27.2	21.5	22.6
	외국인	12.3	9.4	26.0	9.7	10.6
지역특산물	전체	17.5	22.8	21.4	27.1	28.7
	현지인	16.2	17.3	18.2	19.8	20.7
	외지인	19.3	26.0	24.2	32.4	34.6
	외국인	5.5	29.3	14.3	26.5	24.1



## 나. 도시 규모별 소비 금액

[표 4-2-2-2] 도시 규모별 소비 금액\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
대도시	전체	23.3	23.2	23.8	23.9	25.0
	현지인	20.2	20.7	21.6	23.2	24.9
	외지인	26.7	24.6	25.5	24.9	25.8
	외국인	12.5	27.3	28.3	16.5	16.4
중소도시	전체	47.3	50.0	53.1	46.0	45.1
	현지인	48.9	60.1	54.3	50.8	50.7
	외지인	44.4	43.6	52.0	41.9	39.9
	외국인	72.7	41.6	58.8	56.0	60.6
읍면지역	전체	29.4	26.8	23.1	30.1	29.9
	현지인	30.8	19.2	24.1	26.0	24.3
	외지인	28.9	31.8	22.5	33.2	34.3
	외국인	14.8	31.1	12.9	27.5	23.0

## 다. 축제 개최 시도별 소비 금액

[표 4-2-2-3] 축제 개최 시도별 소비 금액\_방문자 유형별1

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
서울	전체	-	3.3	2.0	1.7	1.7
	현지인	-	2.6	2.1	2.1	2.1
	외지인	-	2.3	1.9	1.6	1.5
	외국인	-	18.8	2.1	0.9	0.7
부산	전체	3.5	3.3	3.6	3.0	3.6
	현지인	2.7	2.9	3.0	2.6	3.3
	외지인	4.3	3.8	3.9	3.2	3.6
	외국인	2.4	1.5	9.2	3.2	5.2
대구	전체	7.9	8.5	6.5	5.5	6.5
	현지인	5.9	7.5	5.1	5.4	6.1
	외지인	9.7	9.8	7.5	5.9	7.0
	외국인	4.4	3.0	5.7	2.3	2.8
인천	전체	7.3	2.5	7.0	6.8	6.8
	현지인	7.8	2.6	7.4	7.6	8.1
	외지인	6.9	2.3	6.6	6.2	6.0
	외국인	5.1	3.3	9.6	7.3	5.4

[표 4-2-2-4] 축제 개최 시도별 소비 금액\_방문자 유형별2

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
광주	전체	1.8	2.2	2.1	4.5	3.9
	현지인	1.2	1.6	1.5	3.1	2.8
	외지인	2.3	2.9	2.6	5.6	4.9
	외국인	0.3	0.5	1.2	2.6	1.9
대전	전체	1.1	1.3	0.8	0.9	0.8
	현지인	0.8	1.1	0.6	0.7	0.6
	외지인	1.4	1.6	1.0	1.0	1.1
	외국인	0.2	0.1	0.3	0.1	0.2
울산	전체	1.8	2.0	1.8	1.5	1.7
	현지인	1.8	2.4	1.8	1.6	2.0
	외지인	2.0	2.0	1.9	1.4	1.7
	외국인	0.2	0.1	0.2	0.1	0.1
세종	전체	0.9	1.7	1.3	1.2	1.3
	현지인	1.2	2.7	1.7	1.8	2.0
	외지인	0.7	1.3	1.0	0.9	0.9
	외국인	0.1	0.1	0.7	0.5	0.4
경기	전체	24.3	19.8	18.3	18.0	17.3
	현지인	24.8	23.0	16.5	17.2	16.5
	외지인	24.3	18.5	19.4	18.8	18.3
	외국인	19.1	9.5	27.4	16.4	12.2
강원	전체	9.5	18.1	7.5	14.2	17.0
	현지인	9.6	12.6	8.0	10.2	11.8
	외지인	9.8	21.0	7.2	16.6	20.1
	외국인	2.9	28.8	3.5	21.7	20.7
충북	전체	0.9	1.1	1.0	1.0	1.1
	현지인	0.6	0.8	0.6	0.6	0.7
	외지인	1.1	1.3	1.4	1.4	1.4
	외국인	0.1	0.3	0.4	0.2	0.2
충남	전체	6.0	6.5	10.9	7.8	7.8
	현지인	5.4	6.5	8.9	7.5	8.0
	외지인	6.8	6.9	12.5	8.3	8.1
	외국인	2.2	1.1	7.8	3.5	2.7
전북	전체	0.8	1.2	1.0	1.0	1.0
	현지인	0.5	1.0	0.5	0.5	0.6
	외지인	1.1	1.4	1.5	1.4	1.4
	외국인	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1

**[표 4-2-2-5] 축제 개최 시도별 소비 금액\_방문자 유형별3**

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
전남	전체	3.1	4.2	2.8	3.6	3.5
	현지인	2.1	3.3	2.0	2.5	2.4
	외지인	4.2	5.2	3.4	4.6	4.5
	외국인	0.4	0.3	0.8	0.8	0.5
경북	전체	4.3	3.7	3.5	3.0	3.4
	현지인	4.4	4.2	3.6	3.0	3.7
	외지인	4.5	3.6	3.5	3.1	3.4
	외국인	1.0	0.4	1.0	0.7	1.1
경남	전체	18.0	10.5	21.3	18.1	14.6
	현지인	23.6	15.2	29.0	26.2	22.1
	외지인	13.9	8.1	15.5	13.3	10.4
	외국인	5.2	1.5	10.8	5.6	4.6
제주	전체	8.8	10.0	8.5	8.0	8.1
	현지인	7.6	10.0	7.5	7.4	7.1
	외지인	7.0	8.0	9.1	6.8	5.7
	외국인	56.6	30.6	19.1	34.1	41.2

**라. 축제 개최 월별 소비 금액****[표 4-2-2-6] 축제 개최 월별 소비 금액\_방문자 유형별1**

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
1월	전체	1.1	1.3	-	0.9	1.4
	현지인	0.7	1.0	-	0.8	1.2
	외지인	1.4	1.6	-	1.0	1.6
	외국인	0.1	0.0	-	0.0	0.1
2월	전체	-	-	-	-	-
	현지인	-	-	-	-	-
	외지인	-	-	-	-	-
	외국인	-	-	-	-	-
3월	전체	-	0.7	-	0.9	0.9
	현지인	-	0.9	-	0.8	0.8
	외지인	-	0.6	-	1.1	1.1
	외국인	-	0.0	-	0.1	0.2
4월	전체	3.0	2.8	1.2	1.7	1.4
	현지인	2.2	2.0	0.7	0.9	0.9
	외지인	3.9	3.6	1.6	2.3	1.8
	외국인	0.8	0.5	0.2	0.4	0.5

[표 4-2-2-7] 축제 개최 월별 소비 금액\_방문자 유형별2

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
5월	전체	22.1	14.5	6.1	13.0	17.5
	현지인	20.8	12.8	6.4	10.9	17.9
	외지인	23.7	16.8	5.9	15.0	18.3
	외국인	14.1	3.5	1.7	4.8	6.9
6월	전체	0.8	7.4	0.1	4.5	0.9
	현지인	0.9	10.2	0.1	5.7	1.1
	외지인	0.8	5.8	0.2	3.8	0.8
	외국인	0.1	2.7	0.0	2.9	0.0
7월	전체	8.4	7.5	9.6	3.4	6.8
	현지인	9.4	9.6	8.7	2.7	8.1
	외지인	7.9	6.5	10.5	4.1	6.5
	외국인	2.8	1.8	5.3	1.7	1.3
8월	전체	9.7	9.5	5.1	8.3	4.5
	현지인	11.2	12.6	4.7	10.0	4.6
	외지인	8.6	7.8	5.3	7.2	4.4
	외국인	7.6	5.4	8.7	7.0	4.8
9월	전체	8.7	11.7	26.7	12.4	12.7
	현지인	8.0	11.7	28.5	14.6	14.9
	외지인	9.6	12.7	25.4	11.1	12.0
	외국인	3.4	1.8	19.8	9.5	4.3
10월	전체	45.9	36.4	51.1	45.7	41.1
	현지인	46.6	37.8	50.9	50.0	41.6
	외지인	43.8	33.5	50.8	42.0	38.9
	외국인	71.1	57.0	64.3	54.9	62.5
11월	전체	0.1	-	0.2	3.3	4.3
	현지인	0.0	-	0.0	2.5	7.0
	외지인	0.3	-	0.3	4.0	2.7
	외국인	0.0	-	0.0	1.3	1.2
12월	전체	-	8.2	-	5.8	8.4
	현지인	-	1.5	-	1.1	2.0
	외지인	-	11.2	-	8.4	11.9
	외국인	-	27.2	-	17.5	18.2



### 마. 축제 개최 분기별 소비 금액

[표 4-2-2-8] 축제 개최 분기별 소비 금액\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
1분기	전체	1.1	2.0	-	1.8	2.3
	현지인	0.7	1.8	-	1.6	2.1
	외지인	1.4	2.2	-	2.1	2.7
	외국인	0.1	0.1	-	0.1	0.3
2분기	전체	26.0	24.7	7.4	19.2	19.8
	현지인	24.0	25.0	7.1	17.5	19.8
	외지인	28.4	26.2	7.7	21.1	20.9
	외국인	15.0	6.8	1.9	8.0	7.4
3분기	전체	26.9	28.7	41.4	24.2	24.0
	현지인	28.6	33.9	41.9	27.3	27.5
	외지인	26.1	26.9	41.2	22.3	22.9
	외국인	13.8	8.9	33.8	18.2	10.4
4분기	전체	46.1	44.6	51.2	54.8	53.9
	현지인	46.7	39.3	51.0	53.6	50.6
	외지인	44.1	44.6	51.0	54.5	53.6
	외국인	71.2	84.2	64.3	73.6	81.9

### 3) 방문·업종별 소비 금액 현황

#### 가. 방문 시기별 소비 금액

[표 4-2-3-1] 방문 시기별 소비 금액\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
평일	전체	40.6	37.5	37.1	35.4	38.0
	현지인	44.0	40.9	41.7	40.5	41.5
	외지인	36.8	34.6	33.5	31.4	35.3
	외국인	55.4	43.8	37.2	41.4	42.1
주말/공휴일	전체	59.4	62.5	62.9	64.6	62.0
	현지인	56.0	59.1	58.3	59.5	58.5
	외지인	63.2	65.4	66.5	68.6	64.7
	외국인	44.6	56.2	62.8	58.6	57.9

## 나. 관광업종별 소비 금액

[표 4-2-3-2] 관광업종별 소비 금액\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
숙박업	전체	3.6	7.6	3.2	6.0	6.8
	현지인	1.2	1.4	0.9	1.1	1.4
	외지인	4.3	9.4	4.4	7.8	8.4
	외국인	28.5	35.8	26.7	31.6	27.8
여행업	전체	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
	현지인	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	외지인	0.1	0.2	0.1	0.2	0.2
	외국인	0.2	0.3	0.6	0.2	0.2
운송업	전체	0.6	0.5	0.6	0.8	0.8
	현지인	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
	외지인	0.9	0.8	0.8	1.1	1.0
	외국인	1.6	0.8	4.1	3.2	4.0
쇼핑업	전체	30.8	25.7	28.6	27.4	26.6
	현지인	31.6	27.8	30.4	28.9	28.0
	외지인	28.8	23.6	27.0	26.0	25.1
	외국인	51.9	31.7	35.5	32.8	32.7
여가서비스업	전체	5.0	6.1	6.1	5.9	5.9
	현지인	2.6	3.1	2.8	2.8	2.8
	외지인	7.3	7.0	8.7	8.4	8.4
	외국인	1.7	19.0	2.6	2.0	2.1
식음료업	전체	59.9	59.9	61.4	59.8	59.8
	현지인	64.5	67.7	65.7	67.1	67.8
	외지인	58.6	58.9	58.9	56.6	56.9
	외국인	16.1	12.5	30.5	30.2	33.3



### 3. 카드데이터\_소비 건수 결과

#### 1) 소비 건수 현황

##### 가. 소비 건수

[표 4-3-1-1] 소비 건수\_방문자 유형별

(단위 : 건, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	소비건수	증감률	소비건수	증감률	소비건수	증감률	소비건수	증감률	소비건수	증감률
전체	7,382,972	-	6,744,395	-8.6	6,663,124	-1.2	6,783,441	1.8	6,698,819	-1.2
현지인	3,558,298	-	2,969,590	-16.5	3,257,904	9.7	3,162,467	-2.9	2,982,342	-5.7
외지인	3,769,932	-	3,702,377	-1.8	3,352,219	-9.5	3,504,870	4.6	3,551,411	1.3
외국인	54,742	-	72,428	32.3	53,001	-26.8	116,104	119.1	165,066	42.2

##### 나. 규모 범주별 소비 건수

[표 4-3-1-2] 규모 범주별 소비 건수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
1만건 미만	16.9%	9.2%	9.2%	9.2%	9.2%
1만건 이상 ~ 5만건 미만	23.1%	29.2%	21.5%	30.8%	29.2%
5만건 이상 ~ 10만건 미만	26.2%	21.5%	18.5%	21.5%	23.1%
10만건 이상 ~ 20만건 미만	10.8%	13.8%	18.5%	24.6%	26.2%
20만건 이상	20.0%	16.9%	16.9%	13.8%	12.3%
미개최	3.1%	9.2%	15.4%	0.0%	0.0%

##### 다. 일 평균 소비 건수

[표 4-3-1-3] 일 평균 소비 건수\_방문자 유형별

(단위 : 건, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	소비건수	증감률	소비건수	증감률	소비건수	증감률	소비건수	증감률	소비건수	증감률
전체	22,714	-	22,542	-0.8	24,601	9.1	21,893	-11.0	21,743	-0.7
현지인	10,601	-	10,263	-3.2	11,787	14.8	10,334	-12.3	10,198	-1.3
외지인	11,934	-	12,076	1.2	12,586	4.2	11,191	-11.1	11,127	-0.6
외국인	179	-	203	13.5	229	12.5	369	61.3	521	41.4

## 2) 축제 특성별 소비 건수 현황

## 가. 축제유형별 소비 건수

[표 4-3-2-1] 축제유형별 소비 건수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
문화예술	전체	43.1	38.9	43.6	44.5	40.8
	현지인	46.9	43.8	47.5	50.1	45.5
	외지인	39.2	34.9	39.6	38.8	35.6
	외국인	65.5	44.9	53.4	61.6	65.1
자연생태	전체	16.2	12.9	9.9	10.0	10.3
	현지인	17.4	14.8	9.7	10.2	11.5
	외지인	15.2	11.5	10.2	10.1	9.7
	외국인	8.4	3.7	3.9	2.4	2.0
전통역사	전체	23.2	27.3	26.7	21.3	22.9
	현지인	19.3	25.0	25.2	20.9	23.3
	외지인	26.9	29.3	28.1	22.0	23.1
	외국인	17.7	16.9	29.4	13.6	13.8
지역특산물	전체	17.5	20.9	19.9	24.2	26.0
	현지인	16.4	16.4	17.7	18.8	19.7
	외지인	18.7	24.2	22.1	29.1	31.6
	외국인	8.4	34.5	13.4	22.4	19.1

## 나. 도시 규모별 소비 건수

[표 4-3-2-2] 도시 규모별 소비 건수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
대도시	전체	25.2	25.0	26.9	26.0	27.7
	현지인	22.7	23.3	25.3	26.2	28.6
	외지인	27.7	26.4	28.3	25.9	27.2
	외국인	19.4	19.5	37.8	21.5	22.8
중소도시	전체	43.6	48.9	48.0	42.9	41.7
	현지인	46.5	57.9	50.6	48.2	48.1
	외지인	40.5	41.7	45.5	37.8	35.6
	외국인	67.9	46.8	52.0	56.4	58.8
읍면지역	전체	31.2	26.1	25.0	31.1	30.6
	현지인	30.8	18.7	24.1	25.6	23.3
	외지인	31.9	31.9	26.2	36.3	37.2
	외국인	12.7	33.7	10.2	22.2	18.4



## 다. 축제 개최 시도별 소비 건수

[표 4-3-2-3] 축제 개최 시도별 소비 건수\_방문자 유형별1

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
서울	전체	-	3.8	3.1	2.8	2.7
	현지인	-	4.1	3.2	3.1	3.1
	외지인	-	3.6	2.9	2.5	2.3
	외국인	-	2.7	4.6	2.7	2.4
부산	전체	3.6	3.4	3.7	3.4	4.1
	현지인	2.9	3.2	3.3	3.1	3.8
	외지인	4.1	3.6	4.0	3.6	4.2
	외국인	4.1	3.4	12.8	5.2	8.9
대구	전체	8.4	9.3	6.9	5.8	7.0
	현지인	6.5	8.1	5.8	5.9	6.9
	외지인	10.2	10.3	7.9	5.7	7.3
	외국인	7.6	7.3	10.2	5.1	4.2
인천	전체	8.3	2.4	7.7	7.5	7.8
	현지인	9.3	2.7	8.4	8.6	9.5
	외지인	7.4	2.1	7.0	6.6	6.6
	외국인	6.0	3.7	7.2	5.1	4.6
광주	전체	2.0	2.5	2.5	3.8	3.2
	현지인	1.4	1.8	1.9	2.9	2.5
	외지인	2.6	3.1	3.2	4.6	3.8
	외국인	1.1	1.8	2.0	2.9	2.0
대전	전체	1.2	1.5	1.0	1.1	1.1
	현지인	0.9	1.1	0.7	0.8	0.8
	외지인	1.6	1.8	1.3	1.4	1.4
	외국인	0.4	0.4	0.7	0.3	0.5
울산	전체	1.8	2.0	2.1	1.6	1.7
	현지인	1.8	2.3	2.1	1.7	1.9
	외지인	1.8	1.8	2.1	1.5	1.7
	외국인	0.3	0.3	0.4	0.2	0.2
세종	전체	1.2	2.4	1.6	1.7	1.8
	현지인	1.5	3.3	2.0	2.2	2.6
	외지인	1.0	1.6	1.2	1.2	1.2
	외국인	0.4	0.6	1.3	0.8	0.8
경기	전체	25.9	22.1	17.9	18.0	16.9
	현지인	27.8	25.7	18.0	18.7	17.6
	외지인	24.3	19.4	17.8	17.4	16.6
	외국인	17.1	12.1	17.2	15.3	13.1

[표 4-3-2-4] 축제 개최 시도별 소비 건수\_방문자 유형별2

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
강원	전체	9.7	15.7	7.3	13.2	15.3
	현지인	9.1	11.8	7.8	9.7	10.7
	외지인	10.2	18.6	6.8	16.2	19.2
	외국인	3.5	32.1	4.5	18.4	17.0
충북	전체	1.0	1.2	1.1	1.1	1.2
	현지인	0.6	0.8	0.6	0.6	0.6
	외지인	1.4	1.6	1.6	1.6	1.7
	외국인	0.2	0.2	0.4	0.3	0.3
충남	전체	6.4	7.0	9.6	7.6	7.8
	현지인	4.9	6.2	7.8	6.9	7.4
	외지인	7.7	7.8	11.3	8.4	8.4
	외국인	5.2	3.3	8.6	4.1	3.2
전북	전체	0.8	1.2	1.0	1.0	1.1
	현지인	0.4	0.9	0.4	0.5	0.5
	외지인	1.1	1.4	1.5	1.5	1.5
	외국인	0.1	0.2	0.2	0.1	0.2
전남	전체	3.0	4.1	3.0	3.7	3.8
	현지인	1.7	2.7	1.8	2.1	2.2
	외지인	4.3	5.2	4.2	5.2	5.3
	외국인	0.7	0.7	1.0	1.0	0.8
경북	전체	4.1	3.6	3.5	3.0	3.4
	현지인	3.9	3.5	3.1	2.6	3.3
	외지인	4.3	3.7	3.9	3.4	3.6
	외국인	1.8	0.9	1.5	1.0	1.1
경남	전체	17.4	10.9	21.9	18.8	15.0
	현지인	21.6	14.0	27.5	24.5	20.4
	외지인	13.5	8.6	16.7	14.1	10.9
	외국인	6.2	3.7	10.4	6.5	5.2
제주	전체	5.5	6.8	6.3	5.9	6.0
	현지인	5.8	7.8	6.0	6.0	6.2
	외지인	4.6	5.6	6.5	5.0	4.4
	외국인	45.3	26.5	17.2	31.1	35.4



## 라. 축제 개최 월별 소비 건수

[표 4-3-2-5] 축제 개최 월별 소비 건수\_방문자 유형별1

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
1월	전체	1.5	1.9	-	1.3	2.1
	현지인	0.8	1.0	-	0.8	1.3
	외지인	2.3	2.7	-	1.8	2.8
	외국인	0.2	0.2	-	0.0	0.4
2월	전체	-	-	-	-	-
	현지인	-	-	-	-	-
	외지인	-	-	-	-	-
	외국인	-	-	-	-	-
3월	전체	-	0.7	-	1.0	1.0
	현지인	-	0.8	-	0.8	0.8
	외지인	-	0.7	-	1.2	1.3
	외국인	-	0.1	-	0.2	0.3
4월	전체	3.1	2.8	1.3	1.7	1.4
	현지인	2.0	1.8	0.5	0.7	0.7
	외지인	4.1	3.7	2.1	2.6	2.0
	외국인	1.7	1.3	0.2	0.5	0.4
5월	전체	24.0	15.0	6.4	13.0	18.7
	현지인	22.3	12.5	6.4	10.7	18.3
	외지인	25.7	17.1	6.4	15.2	19.4
	외국인	15.7	8.2	2.4	8.6	10.5
6월	전체	0.9	8.9	0.2	5.6	1.0
	현지인	1.0	11.3	0.1	6.5	1.1
	외지인	0.9	7.0	0.3	5.0	0.9
	외국인	0.2	3.0	0.0	1.5	0.1
7월	전체	8.5	7.7	8.9	2.8	7.0
	현지인	9.5	9.8	8.7	2.2	8.3
	외지인	7.5	6.1	9.2	3.4	6.2
	외국인	5.9	5.1	7.4	2.0	2.1
8월	전체	10.9	10.6	4.9	8.7	4.3
	현지인	12.7	13.7	4.6	10.3	4.4
	외지인	9.2	8.1	5.1	7.3	4.2
	외국인	10.1	7.8	6.0	6.0	3.6
9월	전체	8.8	12.5	28.7	14.1	14.3
	현지인	7.6	11.4	29.8	16.5	16.3
	외지인	10.1	13.5	27.8	12.0	13.1
	외국인	4.4	3.8	19.2	12.1	5.6

[표 4-3-2-6] 축제 개최 월별 소비 건수\_방문자 유형별2

(단위 : 건)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
10월	전체	42.2	34.6	49.5	44.8	39.5
	현지인	44.2	36.7	49.9	48.5	40.9
	외지인	40.1	32.7	48.8	41.3	37.2
	외국인	61.8	41.6	64.6	54.1	63.9
11월	전체	0.1	-	0.1	2.4	4.4
	현지인	0.0	-	0.0	2.1	6.8
	외지인	0.2	-	0.3	2.6	2.6
	외국인	0.0	-	0.0	1.4	0.8
12월	전체	-	5.3	-	4.5	6.3
	현지인	-	0.9	-	0.8	1.3
	외지인	-	8.4	-	7.5	10.3
	외국인	-	29.0	-	13.6	12.6

#### 마. 축제 개최 분기별 소비 건수

[표 4-3-2-7] 축제 개최 분기별 소비 건수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
1분기	전체	1.5	2.6	-	2.3	3.1
	현지인	0.8	1.8	-	1.6	2.0
	외지인	2.3	3.4	-	3.1	4.1
	외국인	0.2	0.3	-	0.3	0.7
2분기	전체	27.9	26.7	7.9	20.4	21.0
	현지인	25.3	25.6	7.1	18.0	20.0
	외지인	30.6	27.8	8.7	22.9	22.4
	외국인	17.6	12.4	2.7	10.6	10.9
3분기	전체	28.2	30.8	42.5	25.6	25.6
	현지인	29.8	35.0	43.0	29.0	29.0
	외지인	26.7	27.7	42.2	22.7	23.5
	외국인	20.3	16.7	32.7	20.1	11.2
4분기	전체	42.3	39.9	49.6	51.7	50.3
	현지인	44.2	37.6	49.9	51.4	49.0
	외지인	40.3	41.1	49.1	51.3	50.1
	외국인	61.8	70.5	64.6	69.1	77.2



### 3) 방문·업종별 소비 건수 현황

#### 가. 방문 시기별 소비 건수

[표 4-3-3-1] 방문 시기별 소비 건수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
평일	전체	43.6	40.3	39.8	38.1	40.3
	현지인	46.9	43.7	43.9	42.8	43.6
	외지인	40.5	37.6	35.8	33.9	37.5
	외국인	47.7	42.2	36.3	39.7	41.1
주말/공휴일	전체	56.4	59.7	60.2	61.9	59.7
	현지인	53.1	56.3	56.1	57.2	56.4
	외지인	59.5	62.4	64.2	66.1	62.5
	외국인	52.3	57.8	63.7	60.3	58.9

#### 나. 관광업종별 소비 건수

[표 4-3-3-2] 관광업종별 소비 건수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
식음료업	전체	74.2	73.5	77.6	76.9	75.9
	현지인	74.0	75.1	77.9	79.4	78.7
	외지인	74.8	72.9	77.5	75.3	74.2
	외국인	45.7	44.7	67.4	59.4	60.0
쇼핑업	전체	1.4	3.2	1.3	2.8	3.4
	현지인	0.5	0.6	0.4	0.4	0.5
	외지인	2.1	4.8	2.1	4.7	5.5
	외국인	11.3	23.9	4.9	13.1	11.2
숙박업	전체	18.8	16.5	16.6	15.8	15.9
	현지인	20.9	18.2	18.9	17.4	17.7
	외지인	16.5	14.9	14.3	14.1	13.9
	외국인	39.2	27.3	24.8	23.9	24.7
여가서비스업	전체	5.3	6.4	4.2	4.1	4.5
	현지인	4.4	6.0	2.7	2.8	3.1
	외지인	6.1	6.8	5.6	5.4	5.8
	외국인	2.3	3.2	1.9	2.5	3.0
운송업	전체	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2
	현지인	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0
	외지인	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3
	외국인	1.5	0.9	0.8	0.9	1.0
여행업	전체	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
	현지인	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	외지인	0.1	0.2	0.1	0.2	0.2
	외국인	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1

## 4. 카드데이터\_건당 소비 금액 결과

### 1) 건당 소비 금액 현황

#### 가. 건당 소비 금액

[표 4-4-1] 건당 소비 금액\_방문자 유형별

(단위 : 천원, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	소비액	증감률	소비액	증감률	소비액	증감률	소비액	증감률	소비액	증감률
전체	1,942	-	1,708	-12.1	1,852	8.4	2,234	20.6	2,171	-2.8
현지인	1,895	-	1,669	-11.9	1,705	2.1	2,022	18.6	1,991	-1.5
외지인	1,970	-	1,719	-12.8	1,949	13.4	2,346	20.4	2,271	-3.2
외국인	4,722	-	5,393	14.2	3,362	-37.7	3,680	9.5	3,397	-7.7

### 2) 축제 특성별 건당 소비 금액 현황

#### 가. 축제유형별 건당 소비 금액

[표 4-4-2-1] 축제유형별 건당 소비 금액\_방문자 유형별

(단위 : 천원)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
문화예술	전체	571	496	553	667	654
	현지인	539	453	501	584	583
	외지인	583	500	593	715	693
	외국인	1,851	2,819	1,331	1,154	1,078
자연생태	전체	236	228	189	263	254
	현지인	253	236	181	257	245
	외지인	237	231	200	273	265
	외국인	515	448	326	482	379
전통역사	전체	470	447	516	519	508
	현지인	444	416	464	464	449
	외지인	478	460	540	545	535
	외국인	1,056	914	802	787	805
지역특산물	전체	665	538	594	784	754
	현지인	659	564	559	717	715
	외지인	673	528	616	813	778
	외국인	1,300	1,212	903	1,257	1,134



## 나. 도시 규모별 건당 소비 금액

[표 4-4-2-2] 도시 규모별 건당 소비 금액\_방문자 유형별

(단위 : 천원)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
대도시	전체	358	328	419	445	439
	현지인	323	284	364	374	368
	외지인	380	341	458	492	484
	외국인	932	1,618	648	748	703
중소도시	전체	579	478	598	667	661
	현지인	510	445	496	550	546
	외지인	600	495	651	722	713
	외국인	1,500	1,141	1,177	1,231	1,158
읍면지역	전체	1,005	902	835	1,121	1,070
	현지인	1,062	940	844	1,098	1,078
	외지인	991	883	840	1,131	1,074
	외국인	2,290	2,634	1,537	1,702	1,536

## 5. 내비게이션데이터\_검색 건수 결과

### 1) 내비게이션 검색 건수 현황

#### 가. 내비게이션 검색 건수

[표 4-5-1-1] 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별

(단위 : 건, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	검색건수	증감률	검색건수	증감률	검색건수	증감률	검색건수	증감률	검색건수	증감률
전체	177,418	-	225,065	26.9	412,678	83.4	415,500	0.7	576,726	38.8
현지인	9,047	-	11,515	27.3	34,843	202.6	73,644	111.4	130,357	77.0
외지인	168,371	-	213,550	26.8	377,835	76.9	341,856	-9.5	446,369	30.6

#### 나. 규모 범주별 내비게이션 검색 건수

[표 4-5-1-2] 규모 범주별 내비게이션 검색 건수

(단위 : %)

구분	2018	2019	2022	2023	2024
1천건 미만	29.2	21.5	7.7	4.6	-
1천건 이상 ~ 5천건 미만	46.2	49.2	38.5	46.2	32.3
5천건 이상 ~ 1만건 미만	16.9	15.4	26.2	29.2	36.9
1만건 이상 ~ 2만건 미만	3.1	3.1	7.7	15.4	23.1
2만건 이상	-	1.5	4.6	3.1	6.2
미개최	4.6	9.2	15.4	1.5	1.5

#### 다. 일 평균 내비게이션 검색 건수

[표 4-5-1-3] 일 평균 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별

(단위 : 건, %)

구분	2018		2019		2022		2023		2024	
	검색건수	증감률	검색건수	증감률	검색건수	증감률	검색건수	증감률	검색건수	증감률
전체	535	-	701	30.9	1,210	72.7	1,254	3.6	1,623	29.4
현지인	27	-	41	51.5	136	231.8	233	71.3	377	61.9
외지인	508	-	660	29.8	1,074	62.8	1,021	-4.9	1,246	22.0



## 2) 축제 특성별 내비게이션 검색 건수 현황

### 가. 축제유형별 내비게이션 검색 건수

[표 4-5-2-1] 축제유형별 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
문화예술	전체	28.7	28.5	20.8	27.4	23.1
	현지인	37.6	35.2	39.5	36.8	26.1
	외지인	28.2	28.1	19.1	25.4	22.2
자연생태	전체	14.1	10.7	9.7	9.8	14.9
	현지인	26.9	20.6	10.6	8.6	14.5
	외지인	13.4	10.1	9.6	10.1	15.0
전통역사	전체	28.4	33.1	29.3	31.5	23.6
	현지인	21.5	29.0	27.6	26.5	22.4
	외지인	28.8	33.3	29.5	32.6	24.0
지역특산물	전체	28.9	27.8	40.2	31.3	38.5
	현지인	14.0	15.2	22.3	28.1	37.0
	외지인	29.7	28.5	41.8	31.9	38.9

### 나. 도시 규모별 내비게이션 검색 건수

[표 4-5-2-2] 도시 규모별 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
대도시	전체	17.9	14.6	20.8	21.2	16.0
	현지인	20.2	20.1	30.7	24.6	17.9
	외지인	17.7	14.3	19.9	20.4	15.5
중소도시	전체	44.3	47.9	56.9	41.6	40.9
	현지인	36.8	49.8	47.4	42.9	40.8
	외지인	44.7	47.8	57.8	41.3	40.9
읍면지역	전체	37.9	37.4	22.3	37.3	43.1
	현지인	43.0	30.1	21.8	32.5	41.3
	외지인	37.6	37.8	22.3	38.3	43.6

## 다. 축제 개최 시도별 내비게이션 검색 건수

[표 4-5-2-3] 축제 개최 시도별 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별1

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
서울	전체	-	0.6	0.6	0.7	0.5
	현지인	-	1.8	1.5	1.2	0.7
	외지인	-	0.6	0.6	0.5	0.4
부산	전체	3.1	3.1	3.1	3.2	2.8
	현지인	2.3	2.8	3.1	2.0	2.2
	외지인	3.2	3.1	3.1	3.4	3.0
대구	전체	4.6	4.7	5.1	4.6	3.5
	현지인	4.4	5.3	5.7	3.7	3.6
	외지인	4.6	4.7	5.0	4.8	3.4
인천	전체	7.2	1.8	8.3	7.6	5.1
	현지인	10.0	4.9	15.4	12.0	6.5
	외지인	7.0	1.6	7.7	6.6	4.7
광주	전체	2.1	3.1	2.7	4.2	3.3
	현지인	2.1	3.1	3.3	4.4	3.9
	외지인	2.1	3.1	2.6	4.2	3.1
대전	전체	0.5	0.8	0.4	0.5	0.3
	현지인	1.0	1.4	0.6	0.8	0.4
	외지인	0.5	0.8	0.3	0.5	0.3
울산	전체	0.4	0.5	0.6	0.5	0.5
	현지인	0.6	0.9	1.1	0.4	0.6
	외지인	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5
세종	전체	3.3	4.2	2.3	2.5	2.1
	현지인	-	-	-	-	-
	외지인	3.5	4.5	2.5	3.1	2.7
경기	전체	15.8	14.7	10.2	11.9	10.7
	현지인	40.4	31.8	20.5	14.1	12.4
	외지인	14.5	13.8	9.2	11.4	10.2
강원	전체	5.8	8.5	2.1	6.5	9.6
	현지인	2.3	5.5	3.2	6.3	9.0
	외지인	6.0	8.6	2.0	6.5	9.8
충북	전체	1.5	1.7	1.3	1.4	1.8
	현지인	1.1	1.3	1.4	1.5	1.9
	외지인	1.6	1.7	1.3	1.3	1.8

**[표 4-5-2-4] 축제 개최 시도별 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별2**

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
충남	전체	13.8	14.1	30.2	13.8	19.8
	현지인	8.6	13.3	18.1	14.7	20.6
	외지인	14.1	14.1	31.3	13.7	19.6
전북	전체	3.8	4.6	4.0	7.3	5.3
	현지인	1.7	2.8	2.1	6.9	4.6
	외지인	3.9	4.7	4.1	7.4	5.4
전남	전체	12.5	13.5	6.8	9.3	14.4
	현지인	2.8	4.1	2.3	4.1	11.0
	외지인	13.1	14.0	7.2	10.4	15.4
경북	전체	7.1	5.3	2.9	4.7	5.9
	현지인	4.1	3.3	1.3	3.6	6.3
	외지인	7.3	5.4	3.0	5.0	5.7
경남	전체	15.2	14.7	16.8	19.5	13.4
	현지인	15.3	13.0	16.8	20.5	14.5
	외지인	15.2	14.8	16.9	19.3	13.0
제주	전체	3.1	4.1	2.7	1.8	1.0
	현지인	3.5	4.6	3.6	3.7	1.8
	외지인	3.1	4.1	2.6	1.4	0.8

**라. 축제 개최 월별 내비게이션 검색 건수****[표 4-5-2-5] 축제 개최 월별 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별1**

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
1월	전체	1.1	1.7	-	1.1	3.0
	현지인	0.1	0.3	-	0.2	2.7
	외지인	1.1	1.8	-	1.3	3.1
2월	전체	-	-	-	-	-
	현지인	-	-	-	-	-
	외지인	-	-	-	-	-
3월	전체	-	0.4	-	4.1	6.3
	현지인	-	0.5	-	1.4	4.9
	외지인	-	0.4	-	4.7	6.7
4월	전체	7.1	7.6	2.9	3.3	4.4
	현지인	2.8	3.2	0.9	0.9	3.6
	외지인	7.3	7.8	3.1	3.8	4.7
5월	전체	19.6	15.6	4.3	11.1	19.4
	현지인	28.4	8.3	1.7	4.1	17.6
	외지인	19.1	16.0	4.6	12.7	19.9

[표 4-5-2-6] 축제 개최 월별 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별2

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
6월	전체	0.5	3.5	0.2	1.9	0.6
	현지인	0.6	15.3	0.2	2.9	0.6
	외지인	0.5	2.9	0.2	1.6	0.6
7월	전체	15.9	12.9	29.3	7.7	12.8
	현지인	7.7	8.1	12.8	6.5	14.0
	외지인	16.4	13.2	30.9	8.0	12.5
8월	전체	10.8	10.3	9.4	8.7	5.2
	현지인	11.8	13.9	6.4	10.5	5.7
	외지인	10.8	10.1	9.7	8.4	5.0
9월	전체	8.1	12.2	17.5	13.8	12.7
	현지인	7.1	15.0	36.5	19.7	15.6
	외지인	8.2	12.0	15.8	12.5	11.8
10월	전체	36.7	34.0	36.2	44.3	33.0
	현지인	41.5	34.7	41.4	50.7	32.3
	외지인	36.5	34.0	35.7	42.9	33.2
11월	전체	0.2	-	0.1	2.9	0.4
	현지인	0.0	-	0.0	2.8	0.9
	외지인	0.2	-	0.1	2.9	0.2
12월	전체	-	1.7	-	1.1	2.2
	현지인	-	0.6	-	0.4	2.0
	외지인	-	1.8	-	1.2	2.3

#### 마. 축제 개최 분기별 내비게이션 검색 건수

[표 4-5-2-7] 축제 개최 분기별 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
1분기	전체	1.1	2.1	-	5.2	9.3
	현지인	0.1	0.8	-	1.6	7.6
	외지인	1.1	2.2	-	6.0	9.8
2분기	전체	27.2	26.7	7.4	16.3	24.4
	현지인	31.8	26.8	2.9	7.8	21.8
	외지인	26.9	26.7	7.9	18.1	25.1
3분기	전체	34.9	35.5	56.3	30.2	30.7
	현지인	26.6	37.0	55.7	36.6	35.4
	외지인	35.3	35.4	56.3	28.9	29.3
4분기	전체	36.9	35.7	36.3	48.2	35.6
	현지인	41.5	35.3	41.4	53.9	35.2
	외지인	36.6	35.8	35.8	47.0	35.7



### 3) 방문 특성별 내비게이션 검색 건수 현황

#### 가. 목적지 대분류별 내비게이션 검색 건수

[표 4-5-2-1] 목적지 대분류별 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별1

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
교통편의	전체	7.2	5.5	2.7	2.2	2.4
	현지인	21.1	15.0	5.7	3.0	4.2
	외지인	6.4	5.0	2.4	2.1	1.9
AOI	전체	1.0	0.7	0.6	0.5	0.8
	현지인	0.5	0.3	0.4	0.5	0.6
	외지인	1.0	0.8	0.6	0.5	0.8
생활편의	전체	22.3	24.8	23.9	25.8	20.7
	현지인	24.3	23.8	29.4	26.9	23.5
	외지인	22.1	24.8	23.4	25.5	19.9
여행/레저	전체	53.5	54.1	56.7	57.4	66.3
	현지인	40.7	47.3	45.5	52.6	60.2
	외지인	54.2	54.4	57.7	58.5	68.1
의료편의	전체	0.8	0.8	1.4	1.4	1.5
	현지인	2.1	1.9	3.7	2.7	2.4
	외지인	0.7	0.7	1.2	1.1	1.2
공공편의	전체	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	현지인	-	0.0	0.0	0.0	0.0
	외지인	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

[표 4-5-2-2] 목적지 대분류별 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별2

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
기업/단체	전체	0.0	0.0	-	0.0	0.0
	현지인	-	-	-	0.0	-
	외지인	0.0	0.0	-	0.0	0.0
쇼핑	전체	15.3	14.1	14.7	12.6	8.3
	현지인	11.4	11.5	15.1	14.3	9.2
	외지인	15.5	14.3	14.7	12.3	8.1
건물/시설	전체	-	0.0	0.1	0.0	0.0
	현지인	-	-	0.0	0.0	0.0
	외지인	-	0.0	0.1	0.0	0.0

나. 목적지 중분류별 내비게이션 검색 건수

[표 4-5-2-3] 목적지 중분류별 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별1

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
음식점	전체	26.9	28.9	30.5	26.9	22.3
	현지인	38.2	35.1	34.6	29.0	28.5
	외지인	26.3	28.5	30.1	26.5	20.5
카메라/광학	전체	0.0	-	0.0	0.0	0.0
	현지인	0.0	-	0.0	0.0	0.0
	외지인	0.0	-	0.0	0.0	0.0
문화용품	전체	0.2	0.3	0.3	0.3	0.2
	현지인	0.3	0.3	0.4	0.2	0.2
	외지인	0.2	0.3	0.3	0.3	0.2
취미/오락	전체	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
	현지인	0.0	0.2	0.1	0.2	0.1
	외지인	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
상설할인매장	전체	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	현지인	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0
	외지인	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
중고품	전체	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	현지인	0.0	-	0.0	0.0	0.0
	외지인	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
시장	전체	10.9	9.6	9.9	8.2	5.1
	현지인	5.5	4.9	6.0	8.5	5.1
	외지인	11.2	9.8	10.3	8.1	5.0

**[표 4-5-2-4] 목적지 중분류별 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별2**

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
관광명소	전체	43.5	41.8	42.9	44.7	57.8
	현지인	28.1	33.0	31.1	38.3	49.8
	외지인	44.4	42.3	44.0	46.1	60.2
생활용품	전체	0.1	0.1	0.2	0.3	0.3
	현지인	0.2	0.1	0.4	0.5	0.5
	외지인	0.1	0.1	0.2	0.3	0.3
아웃렛	전체	-	-	0.2	0.2	0.1
	현지인	-	-	0.5	0.4	0.2
	외지인	-	-	0.1	0.1	0.1
음식료	전체	0.9	0.8	0.8	0.7	1.0
	현지인	0.6	0.5	1.3	1.0	1.0
	외지인	1.0	0.8	0.7	0.7	1.0
레저/스포츠	전체	7.2	9.3	7.8	10.1	6.6
	현지인	11.0	13.4	12.8	12.2	7.6
	외지인	7.0	9.1	7.4	9.6	6.3
가방/액세서리	전체	0.2	0.3	0.3	0.2	0.2
	현지인	0.1	0.2	0.2	0.2	0.1
	외지인	0.2	0.3	0.3	0.2	0.2
종교	전체	1.4	1.0	1.3	1.3	1.0
	현지인	1.9	2.2	2.7	2.0	1.4
	외지인	1.4	1.0	1.2	1.2	0.9
문화생활시설	전체	7.9	7.4	5.1	6.6	5.0
	현지인	13.5	9.6	9.1	7.1	5.1
	외지인	7.6	7.3	4.8	6.5	5.0
기타	전체	0.4	0.4	0.5	0.3	0.3
	현지인	0.4	0.3	0.7	0.5	0.3
	외지인	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3

**다. 방문 시기별 내비게이션 검색 건수****[표 4-5-2-5] 방문 시기별 내비게이션 검색 건수\_방문자 유형별**

(단위 : %)

구분		2018	2019	2022	2023	2024
평일	전체	28.9	28.3	32.2	26.9	30.8
	현지인	30.5	30.8	35.5	33.8	34.8
	외지인	28.8	28.1	31.8	25.5	29.6
주말/공휴일	전체	71.1	71.7	67.8	73.1	69.2
	현지인	69.5	69.2	64.5	66.2	65.2
	외지인	71.2	71.9	68.2	74.5	70.4



한국관광공사