



# 목포시 도시브랜드 빅데이터 분석 결과서



# 목 차

1. 개요 .....	1
1.1 분석 목적 .....	1
1.2 분석 범위 .....	1
1.2.1 분석 대상 관광지 정의 .....	2
1.2.2 분석 대상 영역 정의 .....	3
1.2.3 SNS 키워드 정의 .....	4
1.3 활용 데이터 .....	5
1.3.1 활용 데이터 정의 .....	6
1.4 해석 유의사항 .....	11
2. 분석 결과 요약 .....	12
2.1 목포 관광 이미지 분석(SNS 분석) .....	12
2.1.1 SNS 언급량 현황 .....	12
2.1.2 SNS 이미지 분석 .....	13
2.2 관광지 특성 분석 .....	21
2.2.1 전체 관광객 특성 .....	21
2.2.2 내국인 관광객 특성 .....	23
2.2.3 외국인 관광객 특성 .....	24
2.2.4 관광지별 특성 .....	25
2.2.5 권역별 특성 .....	26
2.3 관광지간 동선 분석 .....	27
2.3.1 유달산 관광 권역 .....	28
2.3.2 갯바위 관광 권역 .....	29

2.4 행정동 생활인구 특성 분석 .....	30
2.4.1 행정동 분류(group)별 특성 .....	32
3. 분석 상세 결과 .....	41
3.1 관광지 특성 분석 .....	41
3.1.1 유달산봄축제 .....	41
3.1.2 목포항구축제 .....	48
3.1.3 가을페스티벌 .....	55
3.1.4 목포문화재야행 .....	63
3.1.5 목포 근대역사문화공간 .....	68
3.1.6 서산동 시화골목 .....	73
3.1.7 유달유원지 .....	77
3.1.8 유달산 .....	81
3.1.9 삼학도권 .....	85
3.1.10 갯바위권역 .....	90
3.1.11 평화광장권역 .....	95
3.1.12 목포해상케이블카 .....	99
3.1.13 고하도 목화체험장 .....	104
3.1.14 외달도 해수풀장 .....	109
3.1.15 가톨릭목포성지 .....	112
3.2 관광지간 동선 분석 .....	116
3.2.1 동선1 .....	116
3.2.2 동선2 .....	119
3.2.3 동선3 .....	121
3.2.4 동선4 .....	124

3.3 행정동 생활인구 특성 분석 .....	125
3.3.1 생활인구 특성에 따른 목포 생활인구 추이 .....	126
3.3.2 행정동별 생활인구 특성에 따른 행정동 분류 .....	136
3.3.3 행정동 분류에 따른 소비패턴 비교 .....	139
3.3.4 외국인 생활인구 특성에 따른 행정동 분류 및 소비패턴 비교 .....	158



## 1. 개요

### 1.1 분석 목적

- 목포시는 대한민국 서남해안권의 중추도시이자 전남 서부권의 대표도시로 독보적인 지리적 강점, 완벽한 교통수단, 풍부한 관광자원, 무궁무진한 성장 잠재력을 바탕으로 지역관광거점도시로 선정됨. 도시브랜드 「낭만항구 목포」의 고품격 브랜딩을 위한 데이터 기반의 과학적 분석의 필요성이 대두됨
- 정형, 비정형 데이터를 활용하여 목포 관광에 대한 이미지 분석, 관광지별 관광객의 특성 및 소비 매출 특성 분석, 관광지간 동선 분석을 수행하고, 분석 결과를 바탕으로 목포시를 방문하는 관광객 특성, 소비 특성을 도출함. 이를 바탕으로 목포시 도시브랜드 「낭만항구 목포」 이미지를 제고할 수 있음
- 시·공간적 특성을 반영한 목포시 생활(서비스) 인구를 토대로 실제 인구를 파악하고, 행정동별 소비 매출 특성 분석을 수행함. 데이터 기반의 현실적이고 객관적인 데이터 분석을 통해 목포시 행정동별 특성을 도출하고, 행정 정책 수립의 근거 자료로 활용하기 위함

### 1.2 분석 범위

- 분석 주제의 분석 범위는 다음과 같음

[분석 범위 개요]

분석주제	공간적 범위	시간적 범위	활용 데이터	분석 내용
목포 관광 이미지 분석 (SNS 분석)	관광지/축제지	2019.01.01 ~ 2020.12.31	비정형 데이터 (숏트룩스)	버즈량, 감성어, 연관키워드, 네트워크
관광지 특성 분석	관광지	2018.01.01 ~ 2020.12.31	관광인구(KT)	관광인구수/전년 대비 증감률/구성비율
		2018.01.01 ~ 2020.12.31	카드매출(BC)	카드이용금액/전년 대비 증감률/구성비율
	축제지	축제기간 전후 7일	관광인구(KT)	관광인구수/전년 대비 증감률/구성비율
		축제기간 전후 7일	카드매출(BC)	카드이용금액/전년 대비 증감률/구성비율
관광지간 동선 분석	관광지	2018.01.01 ~ 2020.12.31	관광인구(KT)	관광지간 동선 분석
행정동 생활인구 특성 분석	행정동	2018.01.01 ~ 2020.12.31	생활인구(KT)	생활인구수/증감률
		2018.01.01 ~ 2020.12.31	카드매출(BC)	카드이용금액/카드이용건수/증감률

· 주말은 공휴일을 포함하며, 근로자의 날은 제외함

### 1.2.1 분석 대상 관광지 정의

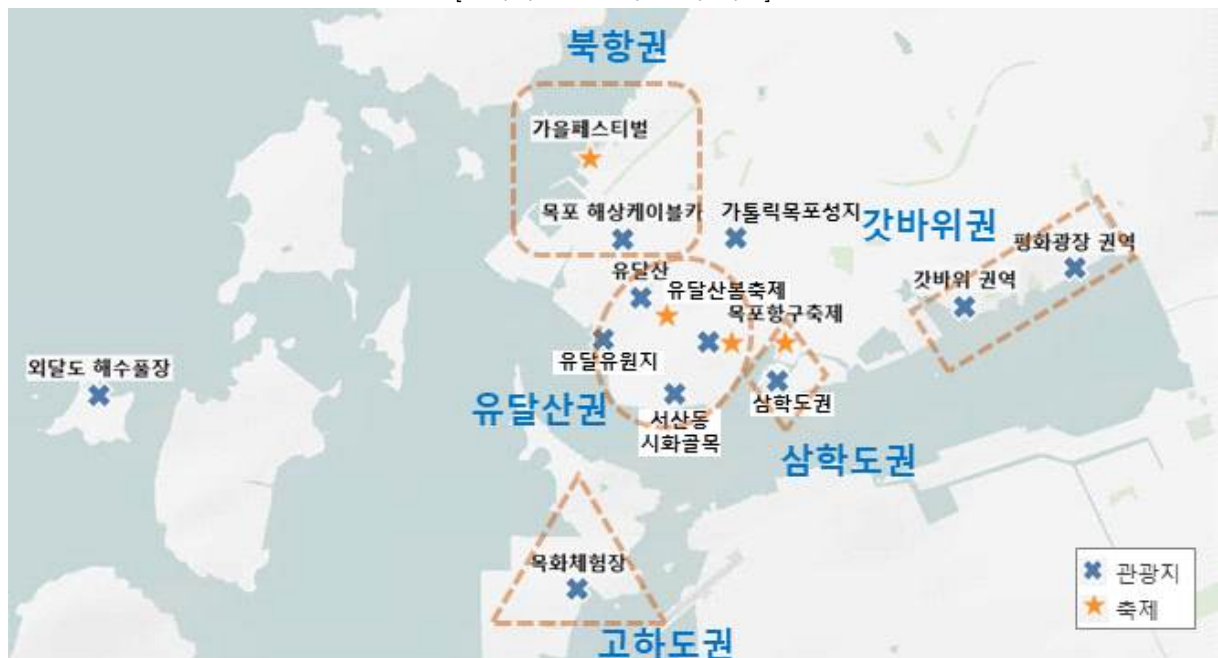
□ 기존의 5개의 관광 권역을 기반으로 지속적인 관광 통계관리 및 활성화가 필요하다고 판단되는 관광지를 관광유형별로 구분, 목포시와 협의를 통해 최종 분석 대상 관광지를 선정함

- 권역 : 유달산권, 삼학도권, 고하도권, 갯바위권, 북항권, 기타
- 관광지 유형 : 축제, 역사/전통/박물관, 체험/레저, 인기명소

[분석대상 관광지 15개 목록]

권역 유형	유달산권	삼학도권	고하도권	갯바위권	북항권	기타
축제	• 유달산봄 축제	• 목포항구 축제	-	-	• 가을페스티벌	• 목포문화 재야행
역사/전통/ 박물관	• 목포 근대 역사문화 거리	• 삼학도권	-	-	-	• 가톨릭목포성지
체험/레저	• 유달산	-	• 목화체험장	-	-	• 외달도 해수욕장
인기 명소	• 서산동 시화골목 • 유달유원지	-	-	• 갯바위권역 • 평화광장 권역	• 목포해상케이블카	-


[분석대상 관광지 15개 지도]



## 1.2.2 분석 대상 영역 정의

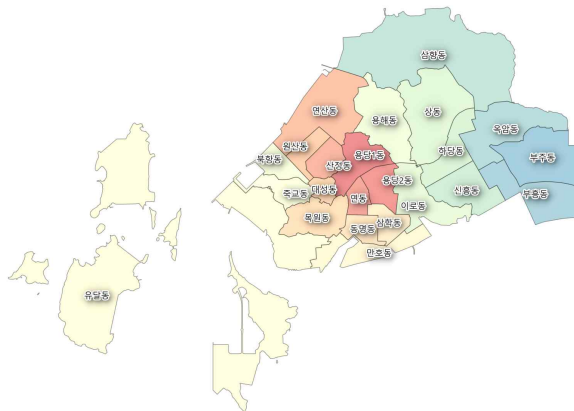
- 기존 관광지 영역은 좁은 영역이기 때문에 정확히 그 관광지에 방문한 사람을 집계하는 데 어려움이 있으며, 결과적으로 관광객 수가 축소되어 집계되는 경향이 있음. 이를 방지하고자 목포시와 협의를 통해 본래의 관광지 영역을 확대한 임의의 관광지 영역을 정의하고, 여러 개 관광지를 권역으로 묶어 관광지 영역을 정의함.
- 소비 영역은 관광지 영역 주변 상권의 매출을 함께 보기 위해 관광지 영역의 1.5배의 영역으로 정의함

[관광지 영역 정의]

관광지 영역	관광지 소비 영역
관광지 영역 [관광지 영역 예시(목포 근대역사문화거리)]	관광지 영역 1.5배(멀티폴리곤 기준) [관광지 소비 영역 예시(목포 근대역사문화거리)]
	
— 관광지 영역	— 관광지 영역 — 소비 영역

- 생활인구 특성 분석의 경우 목포시 행정동 23개를 분석 대상 영역으로 정의함

[목포시 행정동 지도]



### 1.2.3 SNS 키워드 정의

- ☐ SNS분석을 수행하기 위해 사전 협의를 통해 목포시 관광키워드 15개의 핵심키워드 및 포함키워드를 정의함. (검색어에 대한 상세 내용은 부록 참조)
- ☐ 15개의 관광지 및 축제를 선정한 이후 SNS에서 처리되는 자연어에 맞게 핵심 키워드 수정
  - SNS상에서 '갯바위에 놀러 갔어요' → '갯바위권역'이란 말을 사용하지 않음
- ☐ 뉴스, 블로그, 트위터 3개의 채널의 SNS데이터를 수집함. 조건문을 이용해 포함/제외/띄어쓰기 등 적용하여 채널별 데이터 수집 후, 트렌드(언급량) 분석, 연관어 분석, 감성(긍/부정어)분석, 네트워크 분석을 진행함
- ☐ 네트워크 분석의 경우 분석 결과에 대한 데이터를 솔루션에서 제공하지 않아 분석 결과를 부록에 이미지로 첨부하였으며, 나머지(트렌드, 연관어, 감성)는 대시보드 화면에 표현

[SNS 키워드 정의]

번호	관광지명	핵심 키워드	포함 키워드
1	유달산봄축제	목포봄축제	유달산축제
2	목포항구축제	목포항구축제	
3	가을페스티벌	가을페스티벌	목포세계마당페스티벌, 전라남도혁신박람회, 목포문화재야행, 목포낭만비어페스티벌, 전국통기타페스티벌, 왕년에목포축제, 목포항구축제, 생활문화동호인한마당, 골목길이춘춘다, 북항노을축제
4	목포문화재야행	목포 문화재야행	목포야행
5	목포 근대 역사문화공간	목포 근대 역사문화거리	근대 역사관, 경동성당, 문화공간, 목포진역사공원, 근대역사거리, 목포일본식가옥, 목포일본식상가주택, 구 동아부인상회, 붉은벽돌창고, 화신연쇄점, 갑자옥 모자점, 구호남은행 목포지점, 구 목포부청 서고 및 방공호, 구 목포공립심상소학교 강당, 구동양척식주식회사 목포지점, 목포진지
6	서산동 시화골목	서산동 시화골목	연희네 슈퍼
7	유달유원지	유달유원지	스카이워크, 구 세관창고, 목포대교
8	유달산	유달산	어민동산, 조각공원, 자생식물원, 낙조대, 유달산 둘레길, 대반동, 노적봉, 이난영비
9	삼학도권	삼학도	삼학도공원, 요트마리나, 어린이바다과학관, 김대중노벨평화상기념관, 항구포차, 삼학도크루즈, 이난영공원, 삼학도투립
10	갯바위권역	갯바위	자연사박물관, 문예 박물관, 도자 박물관, 해양유물전시관, 옥공예전시관, 목포문화관, 국립해양문화재연구소, 목포문화예술회관
11	평화광장권역	평화광장	갯바위, 춤추는 바다분수, 평광
12	목포 해상케이블카	목포 해상케이블카	북항승강장, 유달산승강장, 고하도승강장, 전망대, 해안데크, 해상데크, 용오름 둘레길
13	고하도 목화체험장	목화체험장	고하도, 이충무공유적지
14	외달도 해수욕장	외달도 해수욕장	한옥펜션(외달도한옥민박)
15	가톨릭목포성지	가톨릭목포성지	

### 1.3 활용 데이터

□ 분석 주제별 활용 데이터는 다음과 같이 정의함

[활용 데이터 목록]

분석주제	데이터명	필드명	분석기간	데이터 유형	데이터 제공처
목포 관광 이미지 분석 (SNS 분석)	비정형 데이터(텍스트 )	일별, 관광지, 채널, 감성어, 연관어	2019.01.01 ~2020.12.31	xlsx, csv	솔트룩 스
관광지 특성 분석	관광인구 데이터	일별, 주중/주말, 관광지, 성, 연령, 거주지, 관광인구 구분 (국적, 현지인, 외지인)	2018.01.01 ~2020.12.31	csv	KT
	카드매출 데이터	월별, 주중/주말, 관광지, 성, 연령, 거주지, 업종(대/중/소) 이용자 구분(국적, 현지인, 외지인), 카드이용금액, 카드이용건수	2018.01.01 ~2020.12.31	csv	BC카드
관광지간 동선 분석	관광인구 데이터	일별, 주중/주말, 이전 관광지, 현재 관광지, 관광인구 구분 (국적, 현지인, 외지인)	2018.01.01 ~2020.12.31	csv	KT
행정동 생활인구 특성 분석	생활인구 데이터	일별, 시간대, 유입지, 거주지, 성, 연령, 생활인구 일별, 시간대, 행정동, 국적, 외국인(장기체류)생활인구	2018.01.01 ~2020.12.31	csv	KT
	카드매출 데이터	월별, 주중/주말, 행정동, 성, 연령, 거주지, 업종(대/중/소) 이용자 구분(국적, 현지인, 외지인), 카드매출금액, 카드매출건수	2018.01.01 ~2020.12.31	csv	BC카드
	행정동 경계 데이터	행정동, 폴리곤(목포)	2021.03 현재	shp	목포시

### 1.3.1 활용 데이터 정의

#### 1) 관광인구/생활인구 데이터(KT)

□ 이번 분석에서 활용한 관광인구, 생활인구 데이터 정의는 다음과 같음

[관광인구/생활인구 구분 개요]

인구 구분	관광인구	생활인구
구분	현지인/외지인/외국인	거주인구/방문인구
구분 기준	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 현지인 : 목포시 상주 인구</li> <li>■ 외지인 : 목포시상주 인구 제외한 인구</li> <li>■ 외국인 : 로밍데이터를 사용하는 한국 단기간 체류자</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 거주인구 :목포시 내 해당 행정동 0~6시 4시간 연속 &amp; 14일 이상 체류</li> <li>■ 방문인구: 목포시 외 지역 해당 행정동 내 0~6시 4시간 연속 &amp; 14일 이상 체류</li> </ul>
집계 방식	관광지 영역에 최소 30분 체류한 인구를 한 시간 단위로 합산	목포시 내 해당 행정동에 매 시간 0~59분에 실존하는 인구를 측정하여 한 시간 단위로 합산
공간 단위	관광지 영역	행정동 단위
데이터 한계점	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 외국인 관광인구 성연령별 집계 불가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 외국인 관광인구 성연령별 집계 불가</li> </ul>
데이터 제공처	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ KT</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ KT</li> </ul>

#### 가. 관광인구 정의

□ 관광인구는 해당 지자체에 자주 방문하지 않으며, 기지국 내 10분 이상, 관광지 영역 내 30분 이상 체류한 사람을 관광인구로 정의함

[관광인구 구분별 정의]

관광인구	관광인구 구분	관광인구 정의
내국인 관광인구	현지인 관광객	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 내국인 관광인구 : 해당 지역(기지국 기반)에 10분 이상, 관광지 영역에 30분 이상체류자</li> <li>■ <b>내국인 관광인구 중 목포시에 거주하거나, 목포시가 근무지인(목포시 상주 인구)관광 인구</b></li> <li>■ 해당 지역에 주기적, 자주 방문하는 사람 아님 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지난달 기준 방문 패턴 분석 시, 상주 지역 내 관광 지점에 '8회/월'이하 방문자</li> </ul> </li> </ul>
	외지인 관광객	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 내국인 관광인구 : 해당 지역(기지국 기반)에 10분 이상, 관광지 영역에 30분 이상체류자</li> <li>■ <b>내국인 관광인구 중 목포시 상주인구(거주자 or 근무자)를 제외한 관광인구</b></li> <li>■ 해당 지역에 주기적, 자주 방문하는 사람 아님 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지난달 기준 방문 패턴 분석 시, 해당 지점에 '3회/월'이하 방문자</li> </ul> </li> </ul>
외국인 관광인구	외국인 관광객	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>로밍 고객이며, 해당 지역(기지국 기반)에 10분 연속체류자</b></li> <li>■ 한국 단기간 체류 외국인(장기체류자 제외) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 과거 60일 기준, 15일 이하 체류자</li> </ul> </li> <li>■ 22개의 국적 분류 가능</li> </ul>

- 동선 분석을 위해 현재 관광지 기준 이전 관광지로부터 유입된 관광객 수를 '유입 관광인구'로 정의함

[이전관광지 및 유입 관광인구 정의]

정의 대상	정의
현재관광지	▪ 관광객이 현재 위치한 관광지
이전관광지	▪ 현재관광지에 위치한 관광객이 10~15분 전에 위치했던 관광지
유입 관광인구	▪ 현재관광지 기준 이전관광지에서 유입된 관광인구 수

- 관광인구 데이터 활용의 한계점

- 관광인구 집계 방식으로 인한 오차가 존재하며, 다음과 같은 데이터 활용 한계점이 있음

[관광인구 데이터 활용 한계점]

데이터 한계점	세부 내용
테이블간 관광객 수 합계가 일치 하지 않음	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 관광객 구분별 관광객 수 합계와 성연령별 관광객 수 합계가 일치하지 않음</li> <li>▪ M/S(Market Share) 보정 시, 소수점 반올림하는 과정에서 차이가 발생함</li> </ul>
관광지 중복 방문 관광객 집계 방식	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 일별 관광인구는 일별 유일한(Unique) 관광객 수입</li> <li>▪ 1명의 관광객이 2일 동안 관광지를 매일 1회 방문시 일별 1회 방문으로 집계함</li> <li>▪ 1명의 관광객이 1일 동안 관광지를 2회 방문시 1회 방문으로 집계함</li> </ul>
복수 관광지 방문 관광객 집계 방식	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1명의 관광객이 1일 동안 2곳의 분석대상 관광지를 방문시, 각각의 관광지에 1회 방문으로 집계함</li> </ul>

## 나. 생활인구 정의

- 생활인구 측정 기준은 실시간 유동인구를 시간단위(24개)로 구분하여 수치로 나타낸 것으로 매시간 59분에 존재하는 인구를 측정하여 한 시간 단위로 표현함
- 일별, 시각별, 행정동별, 성별, 연령별, 인구수에 대한 데이터 수집
- 일별 시각별 유니크(unique)한 생활인구 데이터를 이용하여 각 시간대별 맥스값으로 생활인구수를 월별 생활인구로 집계하였으며, 연령대(10세 단위로 변경), 거주·방문(거주지·칼럼이용) 칼럼을 추가하여 18~20년 통합데이터로 분석 진행

[생활인구 구분별 정의]

생활인구 구분	생활인구 정의
내국인	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내에서 통신사 가입한 한국국적 국민</li> <li>해당 행정동 내 0~6시 4시간 연속 &amp; 14일 이상 체류하는 곳을 거주지로 지정</li> <li>주중·주말별, <b>성별</b>, <b>연령별</b>, 거주·방문별, 행정동별 데이터를 활용</li> </ul>
장기체류 외국인	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내에서 통신사 가입한 외국인</li> <li>해당 행정동 내 0~6시 4시간 연속 &amp; 14일 이상 체류하는 곳을 거주지로 지정</li> <li>주중·주말별, <b>국적별</b>, 행정동별 데이터를 활용</li> </ul>

[생활인구 유입지(거주지)별 정의]

유입지 구분	유입지(거주지) 정의
거주인구	<ul style="list-style-type: none"> <li>시군구단위 목포시 거주자</li> <li>해당 지역을 이동 중이거나 일시적으로 체류하는 인구 제외</li> </ul>
방문인구	<ul style="list-style-type: none"> <li>시군구단위 외지인</li> <li>해당 지역을 이동 중이거나 일시적으로 체류하는 인구 제외</li> </ul>

## 2) 카드매출 데이터(BC)

□ 내국인 업종별, 성연령별, 거주지별, 외국인 업종별 카드매출 데이터를 활용함

[카드매출 데이터(BC) 정의]

정의 대상	정의
내국인	<ul style="list-style-type: none"> <li>현지인 : 자택 주소 기준 목포시 거주하는 개인고객 대상</li> <li>외지인 : 자택 주소 기준 목포시 이외 거주하는 개인고객 대상</li> <li>* 주소지 기준(법인 제외)</li> </ul>
외국인	<ul style="list-style-type: none"> <li>장기체류 외국인 : 국내 카드 발급 외국인(국적 분류 불가)</li> <li>단기체류 외국인 : 해외 카드 이용 외국인(국적 분류 가능)</li> <li>* 국적분류: 미국, 중국, 일본, 베트남, 인도네시아, 몽골, 필리핀, 태국, 캄보디아, 기타</li> </ul>
카드매출액	<ol style="list-style-type: none"> <li>BC카드 사용액: BC카드 회원 대상 업종별 사용액 추출(법인, 온라인 사용제외)</li> <li>카드사용 추정액: (BC카드 사용액) / (BC카드 M/S)</li> <li>현금사용 추정액: (카드사용 추정액)* (현금사용추정계수)</li> <li>관광소비 매출액 : (카드사용 추정액) + (현금사용추정액)</li> </ol>
BC카드 M/S	<ul style="list-style-type: none"> <li>월별, 신용/체크카드, 개인/법인, 지역(광역시/도)별 BC카드 M/S(Market Share, 점유율)</li> <li>* 여신금융협회 전체 카드사 사용금액 데이터 사용</li> </ul>



□ 카드매출 데이터 활용 한계점

[카드매출 데이터(BC) 활용 한계점]

데이터 한계점	세부 내용
테이블간 카드매출 합계가 일치 하지 않음	<ul style="list-style-type: none"> <li>업종의 경우 최대 약 260여개로 세분화 되며, 성(2개)*연령(8개) = 16개로 구분됨</li> <li>세분화 정도에 따라 개인정보 비식별화로 삭제되는 데이터의 정도의 차이 발생</li> </ul>
개인정보 비식별화에 따른 데이터 손실 발생	<ul style="list-style-type: none"> <li>개인식별을 막기 위한 개인정보 비식별화에 따라 <b>이용고객수가 3 미만인 경우 데이터가 삭제됨</b></li> </ul>

### 3) SNS 비정형 데이터(솔트룩스)

□ 솔트룩스사의 솔루션을 활용하여 SNS 데이터를 뉴스, 블로그, 트위터 채널 이용

[SNS 채널별 특징]

채널	내용
뉴스	•키워드 입력 시 웹에서 검색된 뉴스 내용 •공식적인 일정 및 홍보, 사건 사고에 대한 사실적인 담론
블로그	•키워드 입력 시 웹에서 검색된 블로그의 내용 •경험 이후에 작성되는 후기글이 중심(타채널에 비해 느린 게시물)
트위터	•키워드 입력 시 트위터에서 검색된 내용 •집단적 성격이 강해 집단 여론 형성(정치적 성향, 사건사고 이슈에 민감) •실시간 언급 •짧은 글이 많아 연관어 분석 제외

## 1.4 해석 유의사항

- 유동인구가 많은 상업지역, 관광지역은 기지국도 많고 근처 방문자들이 집계수치에 영향을 미쳐 전반적으로 수치가 높은 경향이 있음  
ex) 유동인구가 많은 KTX목포역 부근에는 기지국이 다수 설치되어 있고, 그 커버리지가 중첩됨. 집계과정에서 여러 기지국에 측정될 수 있음
- 경유지역도 기지국 내 10분 이상 체류, 관광지 영역 내 30분 이상 체류 시 관광객으로 집계함. 관광인구는 관광 의도를 파악할 수 없다는 데이터 한계점이 있으며, 실제 관광객 수와 차이가 있을 수 있음  
ex) 관광지 영역 근처에서부터(기지국 내 10분 이상) 걸어서 관광지 영역을 통과하는데 30분 이상 걸린 사람도 관광객으로 집계
- 좁은 영역의 관광지, 유동인구가 적은 지역의 관광지는 커버리지가 넓은 기지국의 영향을 받아 명확히 관심지점만의 방문객으로 보기 어려움  
ex) 유동인구가 적은 지역에는 넓은 커버리지를 가지는 기지국에 의해 관광인구가 집계되며, 커버리지가 넓은 기지국 내의 좁은 영역의 관광지의 경우 정확히 그 관광지 영역에 머무는 방문객을 측정하기 어렵기 때문에 오차가 발생함

## 2. 분석 결과 요약

### 2.1 목포 관광 이미지 분석(SNS 분석)

#### □ SNS 분석 개요

- SNS분석을 수행하기 위해 15개의 관광키워드를 사전 협의를 통해 정의하였으며, 언급량(트렌드)분석, 연관어분석, 감성(긍/부정어)분석, 네트워크분석을 진행함
- SNS데이터는 상대적으로 10~40대 사용자가 50대 이상의 고연령층 사용자보다 높은 비중을 차지하고 있기 때문에 전체 국민여론을 대표하는 표본이라고 가정할 수 없음

#### 2.1.1 SNS 언급량 현황

#### □ SNS 관광키워드 언급량 현황

[SNS 관광키워드 언급량 현황]

(단위 : 명)

관광 키워드	2019년			2020년		
	뉴스	블로그	트위터	뉴스	블로그	트위터
목포봄축제	299	307	87	314	115	8
목포항구축제	287	104	40	150	24	4
가을페스티벌	1,032	345	680	377	170	176
목포 문화재야행	197	83	188	93	28	2
목포 근대역사문화거리	1,621	475	3,396	998	413	393
서산동 시화골목	131	158	25	92	194	24
유달유원지	351	381	81	385	670	60
유달산	1,527	<b>1,052</b>	1,787	891	<b>1,364</b>	672
삼학도	1,172	327	2,136	861	468	157
갯바위	1,048	702	2,345	888	654	704
평화광장	567	<b>1,159</b>	803	812	<b>1,237</b>	803
목포 해상케이블카	1,146	654	115	586	850	78
목화체험장	598	296	148	435	471	93
외달도 해수풀장	19	21	1	5	25	1
카톨릭목포성지	6	9	0	24	3	0

- 관광키워드 언급량을 보면 전반적으로 뉴스 언급량이 높으며, 블로그 언급량의 경우 유달산(2019년 1,052건, 2020년 1,364건)과 평화광장(2019년 1,159건, 2020년 1,237건)이 SNS상에서 인지도가 높은 것으로 보임
- SNS상에서 유명한 관광지로 거론되는 관광키워드의 특징은 뉴스 채널의 언급량보다 블로그 언급량이 높음. 또한, 갑작스럽게 급증하는 트위터 언급량이 전체 채널에 큰 영향을 끼치지 못하며, 각 채널별 많은 비정형데이터를 얻을 수 있음
- 목포 관광키워드의 경우 키워드 명칭에 대한 언급량이 적고 관광 목적의 데이터가 부족하여, 연관어분석, 감성(긍/부정어)분석, 네트워크분석에 뚜렷한 특징을 발견하기 어렵고 관광 목적에 부합하는 단어를 발견하기 쉽지 않음
- 따라서, 채널별 언급량 추이를 보고, 언급량이 증가한 원인을 알고자 SNS 게시글의 담

론을 살펴보고자 함

## 2.1.2 SNS 이미지 분석

- 채널별 언급량 추이를 통해 SNS상의 관광지 명칭에 대한 관광키워드의 긍정적 이미지와 부정적 이미지를 살펴보고자 함
  - 블로그는 다른 채널에 비해 직접 경험/후기 및 정보 전달을 통해 조회 수를 늘리는 목적이 강하며, 조회 수 증가 목적으로 언급량이 높아지는 것은 인지도가 높아지고 있다는 것을 의미해 담론을 보고 인지도가 높아지는 원인을 파악하고자 함
  - 트위터는 다른 채널에 비해 실시간 및 일시적 이슈/소문에 민감하게 반응하며, 사건사고가 생기면 언급량이 급증하는 집단적 성격이 강해 담론을 살펴보고 긍정·부정을 파악해야 함
- 따라서, 블로그의 언급량 추이를 통해 SNS상에서 긍정적 내용을 보고, 트위터의 일시적 언급량을 통해 키워드의 부정적 내용을 보고자 함

[SNS관광키워드 이미지]

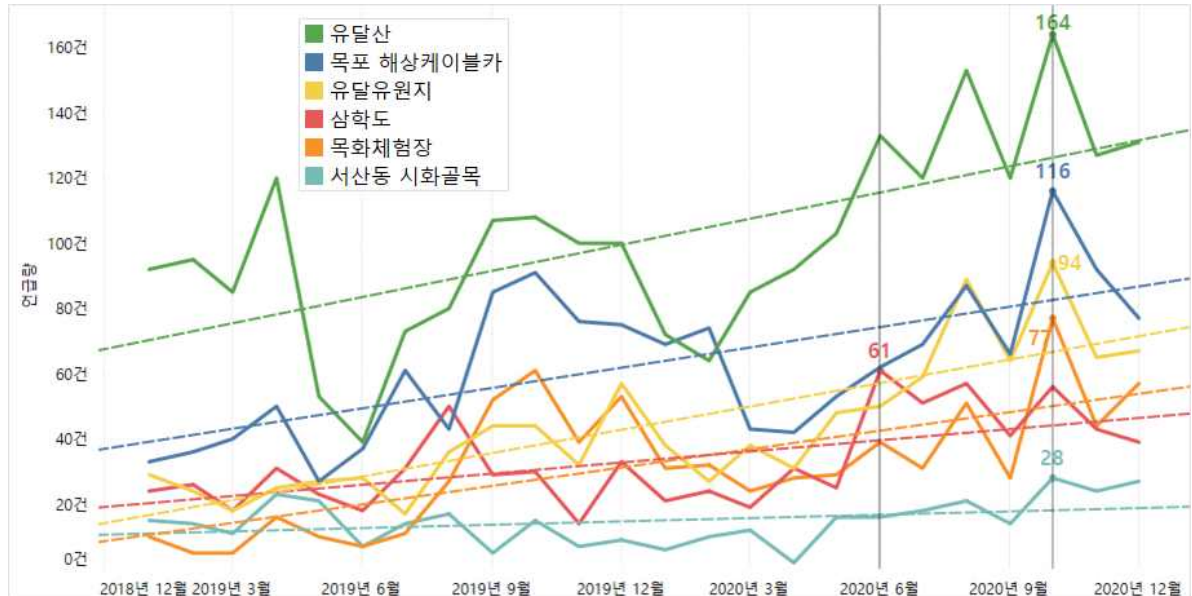
구분	SNS 긍정 이미지 (블로그 상향 추세선)	SNS 부정 이미지 (트위터 부정적 내용)
관광키워드	서산동시화골목, 유달유원지, 목포해상케이블카, 목화체험장, 삼학도, 유달산	목포근대역사문화거리

- 2020년 코로나로 인해 관광의 제한이 있었음에도 블로그 언급량 추이가 증가하고 담론을 통해 특성을 파악해 관광키워드 6개에 대해 'SNS 긍정 이미지'라 함
- 트위터 언급량이 급증하는 모든 관광키워드의 담론을 확인하고 부정적 내용이 담긴 관광키워드 1개에 대해 'SNS 부정 이미지'라 함

## 1) SNS 긍정적 내용

### 가. SNS 긍정 이미지 키워드 추이

[SNS 긍정 이미지 키워드 추이]



- 언급량이 모두 낮은 편에 속하지만, 2020년으로 갈수록 언급량이 꾸준히 상향함
- 추세선 기울기 : 유달산 > 유달유원지 > 목포해상케이블카 > 목화체험장 > 삼학도 > 서산동시화골목
- 추세선 기울기는 선형회귀방정식의 기울기( $\beta_1$ )를 이용하여 순위를 나타냈으며, 기울기가 가장 큰 키워드는 유달산, 가장 작은 키워드는 서산동시화골목임
- 블로그 성격상 언급량이 증가한다는 것은 인지도가 쌓이고 있다는 청신호로 봄

### 나. 주요 담론

- ☐ 아래 주요 담론은 가장 언급량이 높은 월의 블로그 내용을 살펴보고 인지도와 주요 주제를 파악하고자 함
- 2020년 6월 : 삼학도 61건
- 2020년 10월 : 유달산 164건, 목포해상케이블카 116건, 유달유원지 94건, 목화체험장 77건, 서산동시화골목 28건

## □ 서산동시화골목

### [서산동시화골목 2020년 10월 블로그]

blog 28건 최신순 정확도 507

워치한 사슴수퍼마켓. 옛날 동네에서 흔히 보던 지금은 잘 찾아보기 힘든 슈퍼마켓입니다. 평일 낮에 가서 사람은 없었고 누구든지 방문할 수 있게 열려 있고 아무도 없었습니다. 운영시간: 화요...

2020-10-20 • 밀그리 • [http://blog.naver.com/victory\\_jm/222121089046](http://blog.naver.com/victory_jm/222121089046)

**목포 서산동 시화골목 / 도도솔솔라라솔 촬영지 : 네이버 블로그**

목포 서산동 시화골목 도도솔솔라라솔 촬영지목로 여행 코스를 검색하면 어김없이 나오는 서산동 시화골목을 찾아갑니다. 서산동 시화골목은 연희네슈퍼에서 출발하면 되요 연희네슈퍼는 영화 1987에서 김태리 집으로 나온 곳으로 슈퍼와 다방, 의상실, 문구사까지 이제는 다양한 연희네가 존재합니다. ㅋㅋ 영화 촬영지로 핫한 연희네 ...

2020-10-18 • 유루70 • <http://blog.naver.com/you1620/222119087045>

**목포 기차여행, 연희네슈퍼 등 골목길 여행 : 네이버 블로그**

KORAIL 여행소식 목포 기차여행, 연희네슈퍼 등 골목길 여행 KORAIL - 1시간 전 이쁘다는 느낌은 물론, 삶이 녹아 있는 공간에서 얹혀있는 스토리까지 알면 더 좋은 것이 바로 골목 여행입니다. 이번 목포 여행을 통하여 감성 가득 골목길과 목포 바다를 구경할 수 있는 여행을 떠나보았습니다. 목포역에서 출발한 골목 여행, 지금부터 소개해 보도록 하겠습니다. KTX 목포역 서울 종산...

2020-10-07 • KORAIL • <http://blog.naver.com/korailblog/222108993434>

**목포여행 서산동 시화골목길 연희네슈퍼, 도도솔솔라라솔 촬영지 보리마당! : 네이버 블로그**

발길따라 목포여행 서산동 시화골목길 연희네슈퍼, 도도솔솔라라솔 촬영지 보리마당! 오크 - 1시간 전 목포여행 서산동 시화골목길 연희네슈퍼, 도도솔솔라라솔 촬영지 보리마당! #목포여행 #서산동시화골목길 1987년 6월 항쟁을 주제로 한 영화 '1987' 촬영지 #연희네슈퍼 평범했던 서산동 마을은 영화가 촬영되면서 사람들이 찾기 시작...

2020-10-26 • 오크 • <http://blog.naver.com/osj892/222127141406>

**낮과 밤이 모두 아름다운 항구 도시, 목포 여행코스추천▶시화골목, 보리마당, 유달산, 갯바위, 목포스카이워크, 목포마리나베이◀목포가불만한곳 : 네이버 블로그**

- 2020년 10월 블로그 채널에서 많이 언급된 원문을 살펴보면, 도도솔솔라라솔(2020년 10월 첫방영)한 드라마의 촬영지로 관광지 추천 포스팅 글이 게재되며 언급량이 증가함. 영화촬영지, 드라마촬영지로 인지도를 높이고 있는 것으로 보임

## □ 유달유원지

### [유달유원지 2020년 10월 블로그]

blog 94건 최신순 정확도 507

2020-10-04 • 수G • <http://blog.naver.com/suji2573/222106762913>

**목포 대반동 스카이워크 그리고 일몰여행 : 네이버 블로그**

여행/축제 목포 대반동 스카이워크 그리고 일몰여행 여담 - 1시간 전 안녕하세요 여행을 담다의 여담입니다!! 오늘은 금요일!! 같지만 절대 금요일이 아닌 목요일이네요ㅠㅠ 금요일이었으면 정말 좋았다는건 역시 그냥 혼자만의 바람일 뿐.. 그래도 지난 주말에 다녀왔던 목포 나들이를 떠올리며 남은 시간들도 잘 버텨봐주세요!! 당목포 대반동 스카이워크 그리고 일몰여행자는 지난 ...

2020-10-29 • 여담 • <http://blog.naver.com/nw5923/222129863815>

**목포 야경 명소 '목포 스카이워크' 목포대교 노을과 함께한 인생샷 명소 : 네이버 블로그**

주저리 목포 야경 명소 '목포 스카이워크' 목포대교 노을과 함께한 인생샷 명소 조은 - 1시간 전 목포에 #스카이워크 가 생겼다는 말을 들어서 술마시러 가기 전에 구경이나 해보자... 하고 가볼까... 했더니 목포 야경 명소, 인생샷 포인트였을 줄은 난 목포에서도 대반동 목포대교 야경 솔직히 음악분수를 볼 수 있는 평화광장요렇게 2곳을 가장 좋아한다... 해질녘의 노을을 담은...

2020-10-10 • 조은 • <http://blog.naver.com/moesara/222111410789>

**[여행樂] 성실장과 함께~ 어디로 가볼까요^^ 성실장과 함께... 목포는 항구다! 맛, 멋, 젊음, 낭만, 뉴트로~ : 네이버 블로그**

안녕하세요^^ 여러분의 성실장! 주말 오랜만에 인사드립니다^^ 소중한 한 분 한 분... 자~ 알들 지내고 있으리라 생각합니다. 최근 사회적거리단계가... 매우 가까워지게 되었습니다. 그래서 언 저 다른때보다 원지 더 활기찬 모습들이 반가운건 저, 성실장만 그렇게 생각하는건 아니겠죠~ 울긋불긋 하조~ 잠시 주위를 돌아보면 가로수들의 색상이 변화되고 있더라구요, 그리고, 가끔씩...

2020-10-21 • 성실장 • <http://blog.naver.com/sh3636091/222122445175>

**목포 가불만한곳 대반동 스카이워크 : 네이버 블로그**

위치목포 스카이워크 급작스럽게 당일치기, 아니 반일 치기로 다녀오면서 계획 1도 없었는데 요즘 목포 가불만한곳 대반동이 점점 핫플이 많이 생겨서 대반동에서만 일하게 보냈었던 날. 일상 글 [http://blog.naver.com/0\\_pjnsiet/222111407048](http://blog.naver.com/0_pjnsiet/222111407048) 목포 카페 대반동 카페상과 마치 멀티북으로 가다가 승은, 아만오!! 이태로 가기에 너무 야심고 그래서 역시이거 대반동 특어로 시렁주어

- 2020년 10월 유달유원지 언급량 블로그를 살펴보면 목포 야경 명소, 대반동이 같이 언급되면서 여행 추천지로 언급량이 높아져 관광명소로 인지도를 높이고 있음

## □ 유달산

### [유달산 2020년 10월 블로그]

blog 164건

☐ 최신순
☒ 정확도
50개

**목포 유달산 둘레길 완전 랜잡다.가볼만하다. : 네이버 블로그**

유달산 둘레길은 처음 가봤음.코스가 너무 괜찮음. 전남 목포 유달산이 온근 명산이죠. 구시내에 위치해 있으며 목포역 근처에 있기 때문에 많은 사람들이 찾는곳 입니다. 목포 가볼만한곳이예요. 우린 이번에 둘레길을 가보았어요. 가는곳 마다 꽃무릇이 반겨 주더라고요. 유달산 둘레길이 이려고 예뻐요. 공기도 좋고 경치도 좋고요. 아기자기한 유달산 둘레길 입니다. 근데 길이 ...

2020-10-30 • 대한모탈호수 • <http://blog.naver.com/tongmo3/222110174903>

**이 가을 목포 가볼 만한 곳 - 해상 케이블카 타고 고하도 트레킹 : 네이버 블로그**

가심비價心比 최고인 해상 케이블카 목포 해상 케이블카 ◆구 간 : 북항역 ↔ 고하도 / 3.23km ◆운행 방법 : 왕복 및 편도 ◆운행 시간 : 주중(월~금) 10:00 ~ 21:00, 주말(토, 일) 09:00 ~ 22:00 ◆요 금 : 일반 캐빈 왕복 대인 22,000원, 소인 16,000원 / 편도 대인 18,000원, 소인 12,000원 크리스탈 캐빈 왕복 대인 27,000원, 소인 21,000원 / 편도 ...

2020-10-12 • 놀림 • <http://blog.naver.com/yye5932/222113563835>

**여자 혼자 떠나는 목포여행(4) - 유달산스테이션 : 네이버 블로그**

고하도 스테이션 1층에 있는 씨엘비베이커리입니다. 씨엘비는 전국 5대 빵집이라고 해요. 목포시내 본점과 북항, 고하도 스테이션에 본점이 있습니다. 유명한 크림치즈바게트와 새우바게트는 시식도 가능해요. 케이블카에서는 음식을 섭취할 수 없어요. 돌아갈 때 북항에서 구입하고 가는 것이 현명할 듯 합니다.다시 케이블카 줄을 섭니다...

2020-10-16 • 비비안 • <http://blog.naver.com/lhs29090/222117083051>

**목포 가볼만한곳 1박2일 두박이 여행 코스 : 네이버 블로그**

안녕하세요! 파란별윤정입니다. 오늘은 지난주 다녀 온 목포 가볼만한곳 1박2일 여행코스를 소개해드리려고 합니다 :)목포는 맛의 도시답게 먹거리도 풍부하고 무엇보다 두박이도 쉽게 다닐 수 있는 지역이라 언제 찾아도 부담 없는 여행지라고 생각해요. 서울에서 KTX를 타고 찾아가면 약 2시간 20분만에 도착하니 교통 또한 편리한 곳이라합니다리뷰에서 제가 직접 다니면서 알게 된...

2020-10-12 • 파란별윤정님 • <http://blog.naver.com/plm3334/222113898216>

- 2020년 10월 블로그는 등산코스, 유달산둘레길, 여행코스과 관련된 주제로 언급량이 증가됨

## □ 삼학도

### [삼학도 2020년 10월 블로그]

blog 56건

☐ 최신순
☒ 정확도
50개

**목포 여행. 아주 예쁘고 잘 꾸며진 삼학도공원과 이난영공원. : 네이버 블로그**

삼학도공원으로 들어서는 입구에는 항구가 보인다. 목포 내항의 풍경이다.삼학도공원의 입구의 풍경. 삼학도공원은 원래 육지화되었던 삼학도를 원상 복구 공원으로 조성했다.생태연못의 풍경. 맑은 물이 가득하고 수조까지 밀생하게 자라 진정한 생태연못의 모습을 보여준다.대삼학도와 중삼학도 사이를 흐르는 수로의 풍경. 이렇게 수...

2020-10-06 • 지노킴 • <http://blog.naver.com/zeenokim/222108007571>

**목포 삼학도, 사계절 꽃섬으로 조성 "도심 속 힐링공간" 가을여행으로 목포항구포차를?: 네이버 블로그**

2020. 6. 13. 목포 삼학도, 사계절 꽃섬으로 조성 "도심 속 힐링 공간" 출처: 연합뉴스 조근영 기자 전남 목포의 상징 삼학도가 맛과 낭만이 가득한 힐링 공간으로 재정의됐다. 육지화 됐던 삼학도가 시의 오랜 정성으로 섬의 모습을 되찾고, 이제는 시민을 위한 휴식 공간으로 자리매김했다. 시는 삼학도를 4계절 꽃이 피는 체험형 테마정원으로 조성한다는 목표로 낭만, 바다, 꽃이 어우...

2020-10-04 • 바로버스 • <http://blog.naver.com/baro-bus/222099371986>

**전라남도 목포 문화재 야행과 항구축제 : 네이버 블로그**

근대역사를 통해 즐기는 "목포문화재 야행" 근대역사문화 1번지 목포에서 떠나는 밤거리 문화축제 "목포문화재 야행"은 국내 유일 개화기 공간의 사실적 재현이 가능한 목포구도심에서만 만나 볼 수 있는 색다른 야간 문화 행사입니다. 8야 주제로 8개의 테마, 46개의 프로그램이 진행되어 근대역사와 문화재가 공존하는 특별한 축제입니다. 과거 목포 일본영사관으로 지어 활용되었던...

2020-10-10 • 전라남도청 • <http://blog.naver.com/greenjeonnam/222110321220>

**목포 사랑-삼학도 이난영공원 : 네이버 블로그**

목포사랑 목포 사랑-삼학도 이난영공원 정 등. 8시간 전 목포 사랑 11번째 이야기 삼학도에 자리한 목포의 눈물 이난영 공원입니다 [목포시] 한 청년을 사모한 세 여인이 죽어 학이 되었고 그 학이 떨어져 죽은 자리가 섬이 되었다는 삼학도는 세 개의 섬을 잇는 아담한 다리가 연결되어 다리를 따라 걷는 산책로가 자리하고 있습니다 운치...

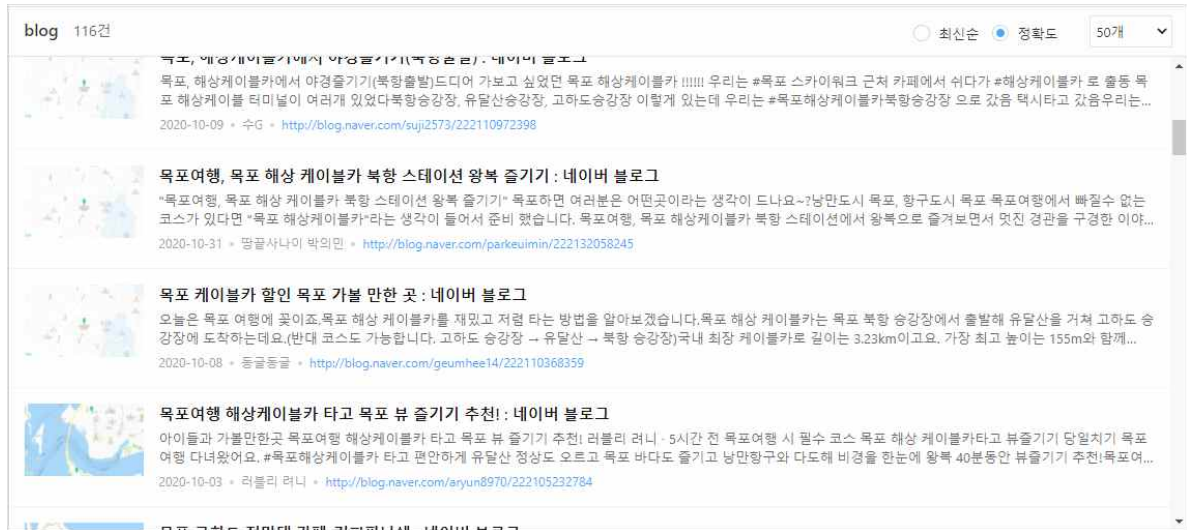
2020-10-12 • 정 응 • <http://blog.naver.com/wjddnd92/222112922814>

- 2020년 10월 블로그의 원문을 살펴보면, 삼학도는 목포항구 포차와 함께 핫집 추천, 포차 추천, 노포 맛집 등 음식 관련 주제의 언급이 많아 맛집이 주력인 관광지로 판단됨



## □ 목포해상케이블카

[목포해상케이블카 2020년 10월 블로그]



- 2020년 10월 블로그에서 언급된 주된 내용은 야간 할인 이용, 야경 추천, 고하도 전망대와 함께 목포여행 추천코스로 거론되며, 다른 관광지와 함께 연계된 관광코스로 인지도가 높음

## □ 목화체험장

[목화체험장 2020년 10월 블로그]



- 고하도와 관련된 사건사고 뉴스(개통 연기, 사고, 태풍)나 관광코스 추천글에 언급량이 문히고 있었으나, 입장료 무료, 코스모스, 아이들과 함께 가기 좋은 곳으로 목화체험장 놀이터가 언급되기 시작하며, 아이들이 있는 가족의 관심관광지로 판단됨

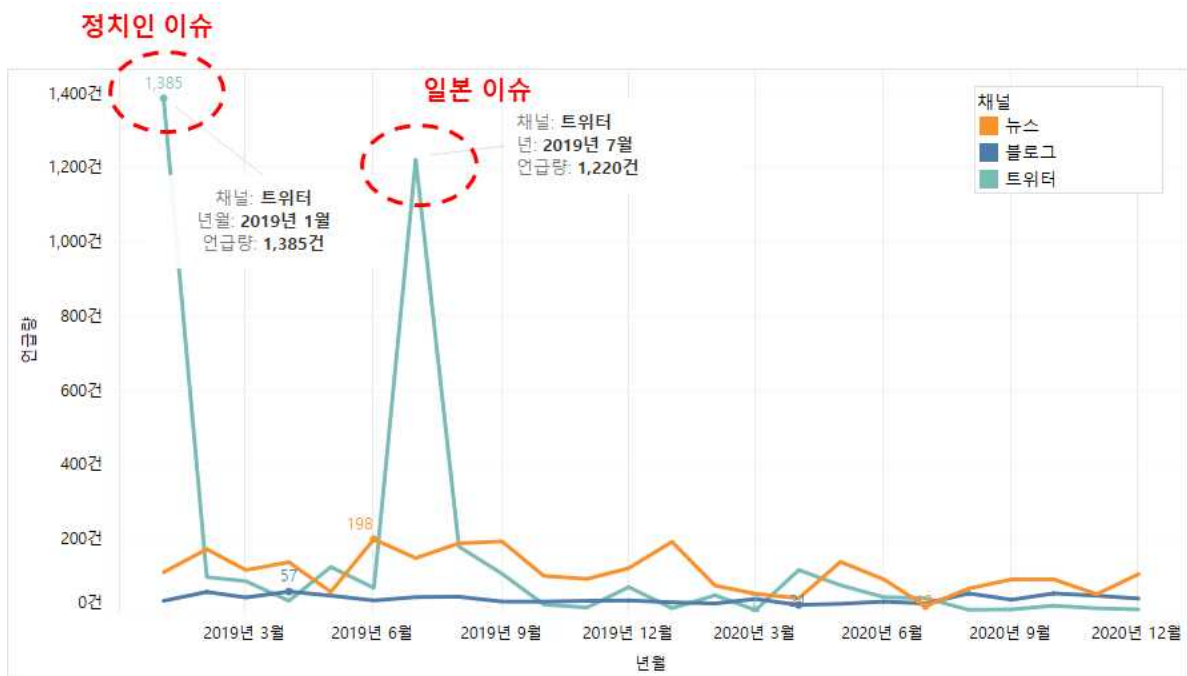
## 2) SNS 부정적 내용

### 가. SNS 부정 이미지 키워드 추이

#### □ 목포근대역사문화거리

- 트위터에서 특정 이슈로 인해 일시적으로 언급량이 급증한 것을 볼 수 있음
- 2019년 1월 트위터 언급량은 1,385건, 2019년 7월 트위터 언급량은 1,220건으로 나타남

[SNS 부정 이미지 키워드 언급량 추이(목포근대역사문화거리)]



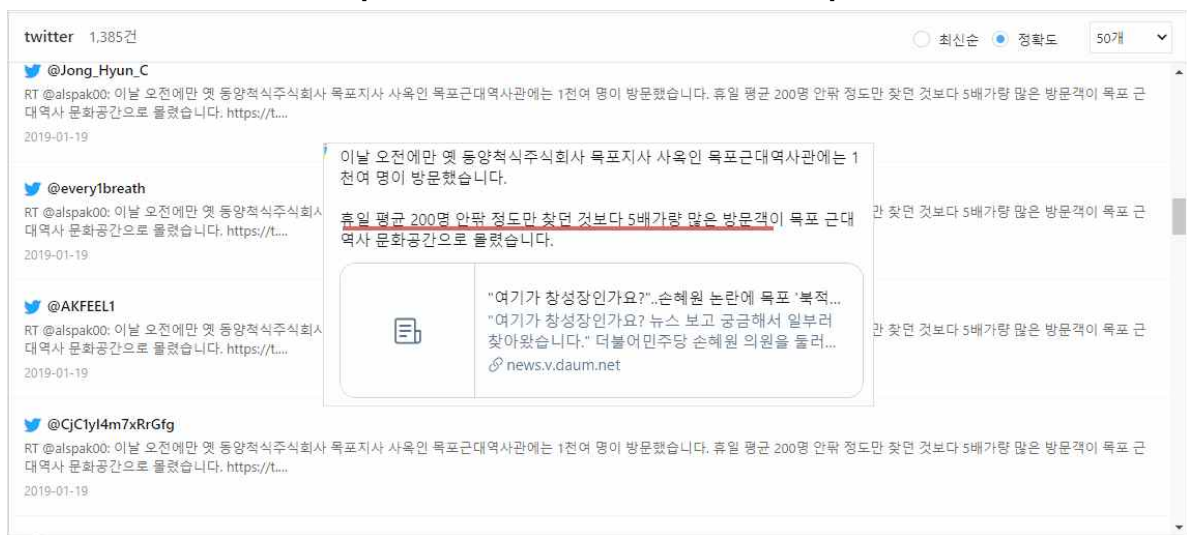
## 나. 주요 담론

□ 아래의 주요 담론은 목포근대역사문화거리 키워드를 검색했을 때 언급량이 많았던 2019년 1월, 2019년 7월 트위터의 내용을 확인하고, 주요 주제를 파악함

□ 정치인 이슈

- '평균 방문객이 적은 편인데 손혜원 논란으로 방문객이 증가하였다'라는 리트윗 글로 언급량이 증가하여 긍정적 이슈가 아닌 정치적이고 부정적인 이슈로 보임(문서 단위에서 '손혜원'은 없지만, 링크 내용에 거론되는 것은 제거 불가)
- 또한, 논란으로 인해 인근 관광지와 목포문화재야행 축제에도 연관 지어 영향을 끼치고 있음

[목포근대역사문화거리 2019년 1월 트위터]



□ 일본 이슈

- 2019년 7월 일본 수출 규제와 관련한 불매운동으로 동양척식주식회사가 같이 거론되며, 일본의 착취기관 대명사로 부정적인 주제와 함께 언급됨
- 목포근대역사문화거리의 주요 문화재인 동양척식주식회사는 SNS키워드 검색어(논리연산자 이용)에 포함되어 있음
- 삼학도 역시 트위터에서 비슷한 시기에 언급량이 급증하여 확인해 본 결과, 일본 이슈에 대한 주제였으며, '일본이 두 번이나 빼앗아간 가슴 아픈 역사의 섬'이라는 내용으로 '동양척식주식회사'와는 다른 이미지를 가지고 있음

twitter 1,220건

☐ 최신순
 ☒ 정확도
 50개

**@l0beraxoy**  
불매운동의 제일 쉬운 방법  
일본의 불매. 그게 롯데대  
2019-07-15

**@alfh2017**  
민족의 고향을 팔고 있는  
2019-07-14

**@alfh2017**  
민족의 고향을 팔고 있는  
2019-07-15

**@bclee7**  
동양척식주식회사 - Dau  
2019-07-19

**@alfh2017**  
민족의 고향을 팔고 있는  
2019-07-20

**일본계 은행**

- SBI저축은행
- JT친애저축은행
- JT저축은행
- OSBJ저축은행
- 미즈호은행
- 염류에프지은행
- 미쓰이스미토모은행
- 야마구찌은행

**금융계 동양척식주식회사...**

[경제왜란 2019] 일제 불매운동, 일본계 저축은행으로 확산되나

**SBI 저축은행**

**JT 저축은행**

**OSBJ저축은행**

[경제왜란 2019] 일제 불매운동, 일본계 저축은행으로...  
일본 제품에 대한 불매운동이 금융권으로 확산되는 모습을 보임에 따라 일본계 은행들이 다소 긴장하...  
sporbiz.co.kr

민족의 고향을 팔고 있는 조선식산은행과 동양척식주식회사가 동지의 손에 폭파되는 날 일본은 간담이 내려앉아 더 이상 우리 민족을 착취하지 못할 것이요.....김창숙

우리 민족을 착취하지 못할 것이요.....김창숙

히 롯데를 동양척식주식회사의 현대판이라 부르는 게 아냐. 한국에 꽃은

Replying to @tinpanalleyjazz  
동양척식주식회사와 롯데는  
뺄아도 너무 뺄았어요.

대한민국 민중들의 목에 꽃은  
거대한 불매.

이요.....김창숙

twitter 1,894건 ○ 최신순 ● 정확도 50개 ▼

**@infavorYJ**  
일본이 두 번이나 빼앗아간 가슴 아픈 역사의 섬, 삼학도를 아시나요? (출처 : 연합뉴스 | 네이버 포스트) <https://t.co/Owjhjkou7d>  
2019-08-05

**@rabbit01210313**  
일본이 두 번이나 빼앗아간 가슴 아픈 역사의 섬, 삼학도를 아시나요? <https://t.co/I045Z9zj0>  
2019-08-05

**@cheum7298**  
일본이 두 번이나 빼앗아간 가슴 아픈 역사의 섬, 삼학도를 아시나요? (출처 : 연합뉴스 | 네이버 포스트) <https://t.co/GtkOraC93C>  
2019-08-05

**@kingcert**  
목포시, 삼학도 '백일홍 만개' 대한민국 섬 페스티벌 수놓는다 <https://t.co/suzobO3dQ9>  
2019-08-06

**@tt17771**  
[대한뉴스통신] 제1회 섬의 날, 목포 삼학도에서 대한민국 섬 페스티벌 개최 <https://t.co/pHpxin4ur6>  
2019-08-09

## 2.2 관광지 특성 분석

### □ 관광지 특성 분석 개요

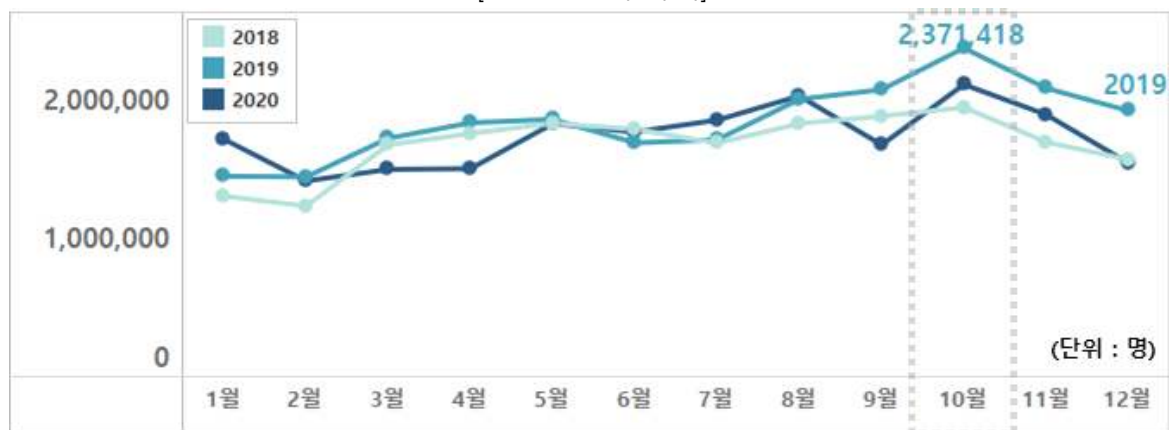
- 2018~2020년 3개년에 대한 분석대상 관광지 11개의 관광인구 구성비, 카드 매출을 구성비 비교, 월별 관광인구 추이로 목포시 관광객 특징을 추정함

### 2.2.1 전체 관광객 특성

#### □ 목포시 관광객이 가장 많은 달, 10월

- 2019년 관광객 수 월별 추이가 2018년과 비슷한 패턴을 보이며 관광객 수는 6월을 제외한 전체 월에서 증가
- 2020년 3월 전국적인 코로나19의 확산으로 관광객수가 전년 대비 13.1% 감소했으며, 4월 18.1% 감소함. 가장 큰 폭으로 감소한 월은 12월로 전년 대비 19.6% 감소함
- 2020년 5월 관광객 수가 전년 수준으로 회복함. 이는 코로나로 인해 해외여행이 어려워지고, 코로나 1차 대유행 이후 수도권 이외의 지역에서 코로나 감염자 수가 적은 이유로 국내 여행이 활발해진 것이 영향을 미친 것으로 추정됨. 2020년 8월 2차 대유행 이후 9월 관광객 수가 크게 감소했으며, 국내 지방에서 코로나 대유행이 발생한 것이 목포시 관광객 수에 영향을 미친 것으로 추정됨

[월별 관광인구 추이]



[월별 관광인구 추이 표]

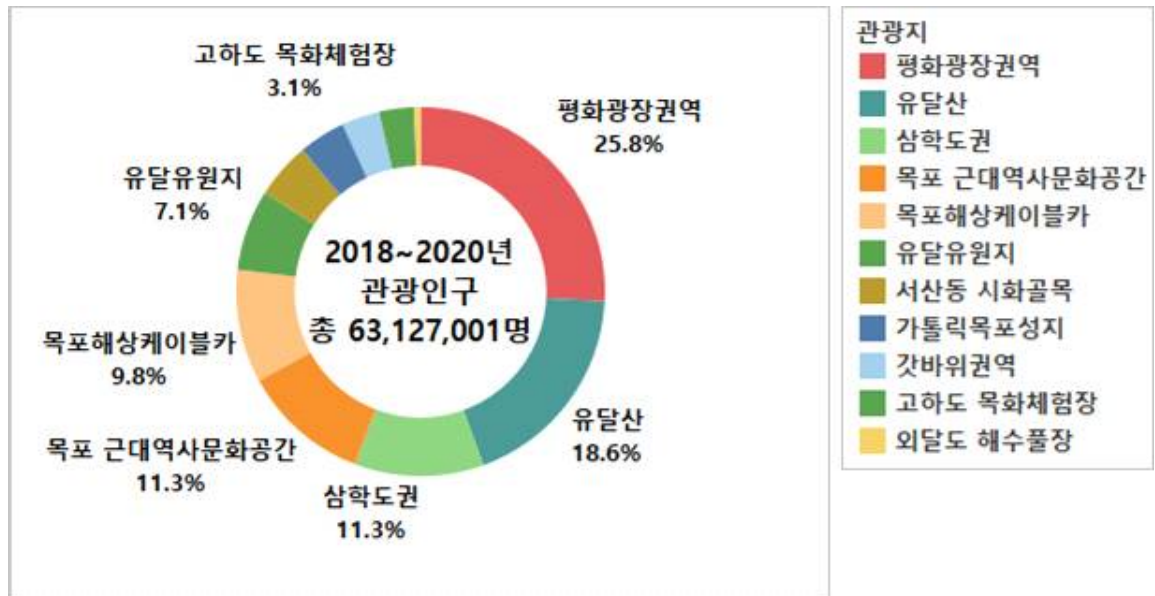
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2018	1,303	1,231	1,673	1,754	1,829	1,786	1,685	1,826	1,880	1,943	1,693	1,566
2019	1,446	1,441	1,720	1,832	1,857	1,687	1,710	2,002	2,071	2,371	2,081	1,919
2020	1,714	1,412	1,495	1,501	1,825	1,765	1,851	2,026	1,673	2,108	1,891	1,542
합계	4,464	4,085	4,889	5,088	5,512	5,240	5,247	5,855	5,625	6,422	5,666	5,028

(단위 : 천명)

□ 관광객이 가장 많이 방문하는 관광지, 평화광장권역

- 유달산, 삼학도권, 목포 근대역사문화공간 순으로 관광객이 많음

[3개년 관광지별 관광인구 구성비]



· 관광인구 구분별 테이블 기준



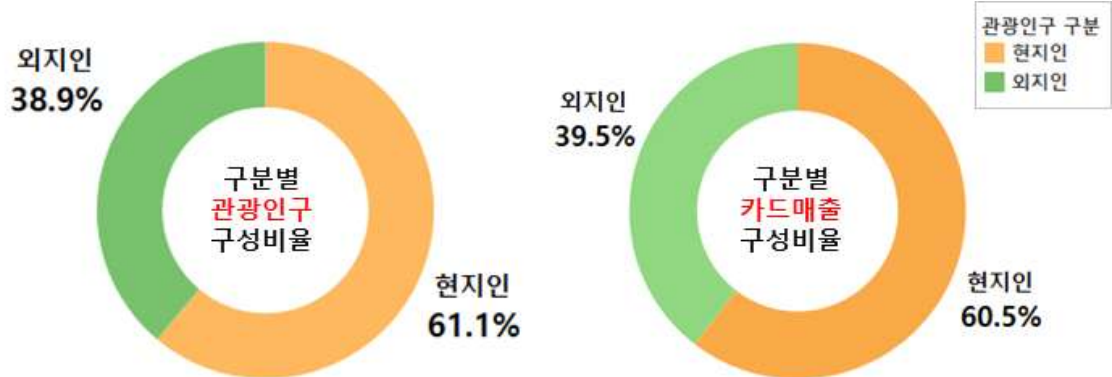
## 2.2.2 내국인 관광객 특성

- 3개년 11개 관광지의 관광인구 구분별 구성비, 성연령별 구성비로 내국인 관광객 특성을 추정함
- 3개년 내국인 관광객은 총 64,433,313명이며, 관광지 영역 내 카드 매출은 총 36,092,758,893원임

### 1) 관광인구 구분별 특성

- 목포시는 외지인보다 현지인이 더 많으며, 관광지 영역 내 카드 매출 구성비도 현지인이 높음

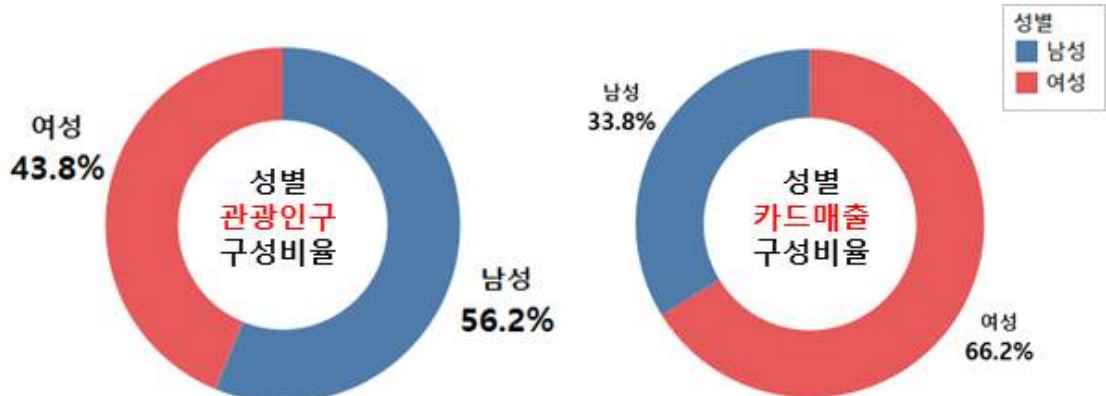
[관광인구 구분별 관광인구 구성비/관광인구 구분별 카드 매출 구성비]  
· 성연령별/거주지별 테이블 기준



### 2) 성별 특성

- 남성 관광객이 여성보다 8,018천명(12.4%p) 더 많이 방문하나, 여성 관광객이 11,692백만원(32.4%p) 더 많이 소비함

[성별 관광인구/카드 매출 구성비]  
· 성연령별/거주지별 테이블 기준



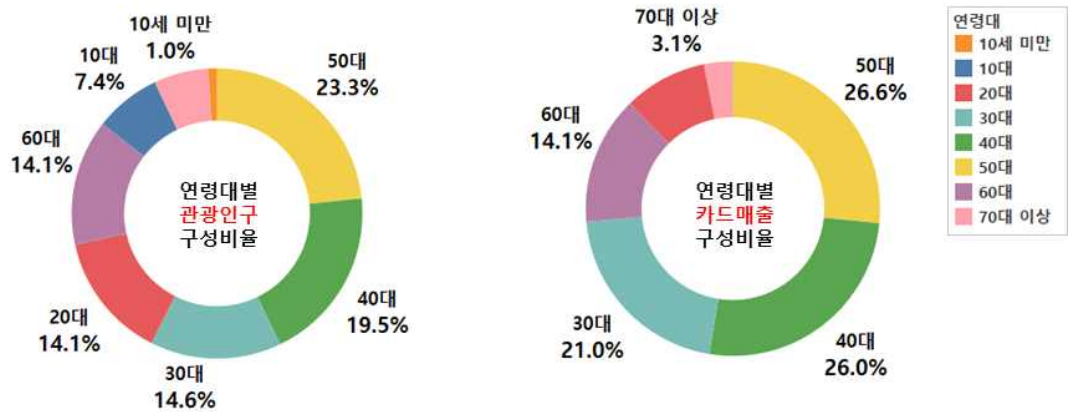
### 3) 연령대별 특성

□ 목포시는 50대 관광객이 가장 많으며, 소비도 가장 많이 함

- 50대 관광객 수는 3개년 총 15,040천 명으로 전체의 23.3% 가장 많이 차지하며, 카드 매출도 3개년 총 9,597백 만원으로 전체의 26.6% 가장 많은 구성비를 차지함

[연령대별 관광인구/카드 매출 구성비]

· 성연령별/거주지별 테이블 기준



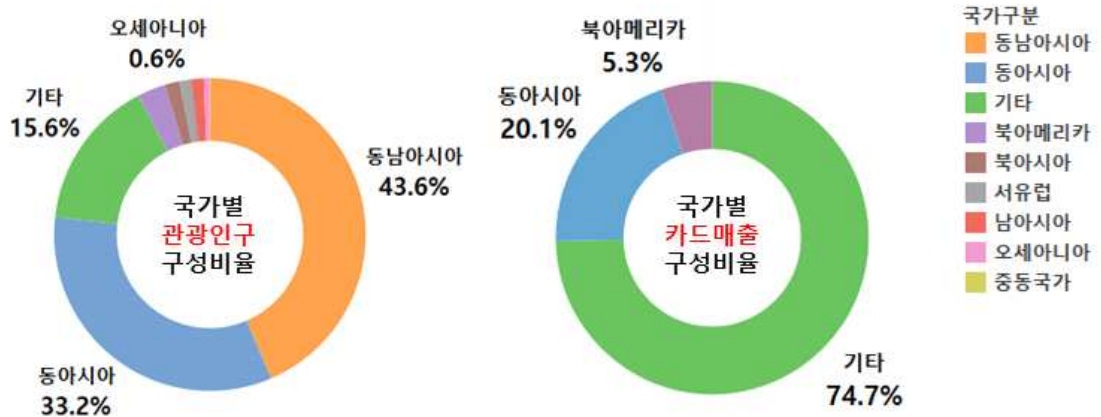
## 2.2.3 외국인 관광객 특성

### 1) 국적별 특성

- 3개년 목포시를 방문한 외국인 관광객은 전체의 0.1%로 아주 적음. 이는 목포시에 방문하는 외국인이 타 지자체에 비해 적으며, 코로나19의 영향으로 외국인 관광객이 크게 감소한 것이 영향을 미친 것으로 판단됨
- 동남아시아 관광인구 구성비가 가장 크나, 카드 매출에는 집계되지 않음. 목포시에 방문한 동남아시아 관광객은 카드보다, 현금 결제 선호하는 경향이 있다고 추정할 수 있음



[국가 구분별 외국인 관광인구/카드 매출 구성비]



- 동남아시아 : 태국, 베트남, 인도네시아, 싱가포르, 필리핀, 말레이시아
- 동아시아 : 일본, 중국, 대만, 홍콩
- 북아메리카 : 캐나다, 미국

## 2.2.4 관광지별 특성

- 위에서 확인한 내국인 관광객 특성, 성별 특성, 연령대별 특성, 외국인 관광객 특성은 관광지별로 나눠 보았을 때 큰 차이가 없으며, 목포시 관광객의 특성을 대표한다고 말할 수 있음. 주중/주말, 성별/연령대별, 월별 등 다양한 각도로 상세 분석을 진행하여, 분석 대상 축제 4개, 관광지 11개에 대한 다음과 같은 특성을 도출함

[관광지별 특성]

번호	구분	권역	명칭	내용
1	축제	유달산권	유달산봄축제	현지인 & 근교 거주민이 즐기는 축제
2		삼학도권	목포항구축제	중장년층을 위한 축제
3		북항권	가을페스티벌	가을페스티벌 통합 후 현지인/외지인 관광객 차이 감소
4		기타	목포문화재야행	남성 관광객이 더 많으나, 여성이 더 많이 소비
5	관광지	유달산권	목포 근대역사문화공간	목포해상케이블카 개통 이후 주말 외지인 관광객 목포해상케이블카→목포근대역사문화공간 순서로 연계 방문
6			서산동 시화골목	주말 외지인 인근 관광지와 연계하여 관광
7			유달유원지	2020년 5월 스카이워크 준공 이후 외지인 관광객 증가
8			유달산	현지인이 많이 방문하는 관광지
9		삼학도권	삼학도권	목포 항구포차는 현지인이 많이 방문
10		갯바위권	갯바위권역	주말 관광객/카드소비 多
11			평화광장권역	숙박시설 카드 매출 多 → 관광객/카드 매출 多
12		북항권	목포해상케이블카	2019년 9월 목포해상케이블카 개통 후 외지인 관광객 증가
13		고하도권	고하도 목화체험장	고하도 목화체험장 개장 이후 주말 외지인 관광객 증가
14		기타	외달도 해수풀장	성수기 8월, 외지인이 많이 방문하는 관광지
15			가톨릭목포성지	2020년 코로나19의 영향에도 불구하고 관광객 증가

## 2.2.5 권역별 특성

- 축제별, 관광지별 특성을 종합하여 기존 관광권역 5개에 대한 특성을 다음과 같이 정리할 수 있음

[관광지 권역별 특성]

번호	권역	관광지	내용
1	유달산권	유달산봄축제	현지인이 많이 방문하는 관광 권역 관광지 개발 이후 외지인 관광객이 증가함 (목포해상케이블카, 스카이워크, 영화 촬영지)
		목포 근대역사문화공간	
		서산동 시화골목	
		유달유원지	
2	삼학도권	유달산	현지인 중장년층이 많이 방문하는 관광 권역 항구포차 거리 조성 이후 현지인 관광객 증가
		목포항구축제	
3	고하도권	삼학도권	고하도 목화체험장 주말 외지인 방문객 증가
4	갯바위권	고하도 목화체험장	관광객, 카드 매출 多 숙박시설이 많아 관광을 시작하는 곳
		갯바위권역	
5	북항권	평화광장권역	가을페스티벌로 축제 통합 후 외지인 관광객 증가 목포해상케이블카 개통 직후 관광객 증가
		가을페스티벌	
		목포해상케이블카	

## 2.3 관광지간 동선 분석

- 관광지별 관광객 분석을 통해, 전체 관광지에서 주말 외지인 관광객 수가 증가하는 패턴을 보이는 것을 확인함. 따라서 **주말 외지인 관광객의 관광지간 동선 분석**을 수행함
- 11개의 관광지 간 주말 외지인 관광객의 동선 분석을 통해 4개의 관광객 이동 동선을 확인했으며, 다음과 같이 2개의 관광 권역을 도출할 수 있음

[관광지간 동선 분석 결과]

구분	분석 결과	내용
동선	동선1	목포해상케이블카 ↔ 유달산
	동선2	목포 근대역사문화공간 ↔ 삼학도권
	동선3	목포 근대역사문화공간 → 삼학도 → 갯바위권역, 평화광장권역
	동선4	유달유원지, 유달산, 목포 근대역사문화공간, 삼학도권 → 서산동 시화골목
관광 권역	유달산 관광 권역	동선1 + 동선2 + 동선4
	갯바위 관광 권역	동선2 + 동선3

[관광지간 동선 분석 결과 지도 시각화]





### 2.3.2 갯바위 관광 권역

□ 2개의 관광 동선을 결합하여 “갯바위 관광 권역”으로 구분할 수 있음

- 오전 11시, 삼학도권 → 목포 근대역사문화공간, 목포 근대역사문화공간 → 삼학도권  
유입 관광객이 가파르게 증가하는 패턴을 보임(동선2)
- 오후 3시 삼학도권 → 갯바위권역, 평화광장권역으로 이동하는 관광객 수가 증가하는  
패턴을 보임. 삼학도권은 목포 근대역사문화공간에서 오전에 유입되는 관광객이 많은  
관광지로 목포 근대역사문화공간 → 삼학도권 → 갯바위권역, 평화광장권역으로 관광  
객의 동선을 추정할 수 있음(동선3)

[갯바위 관광 권역 정의]



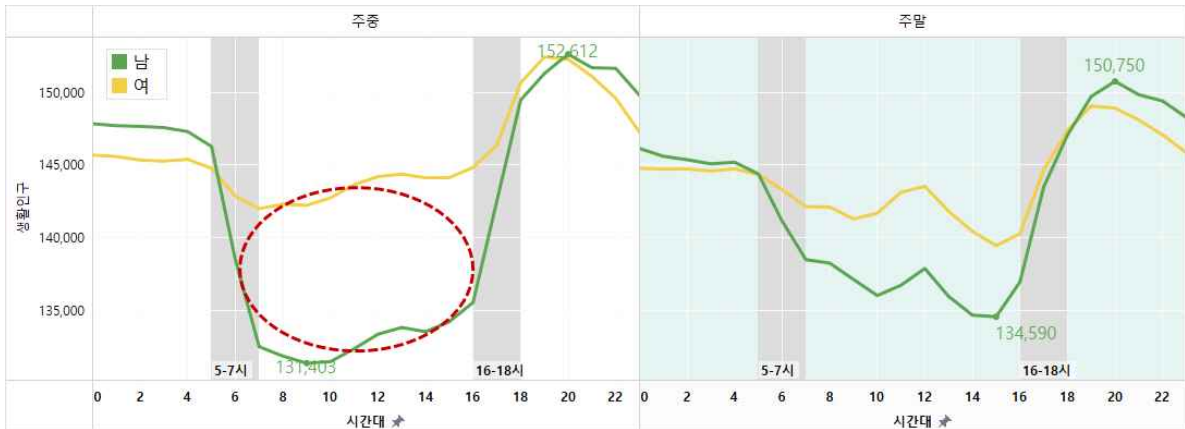
[갯바위 관광 권역]



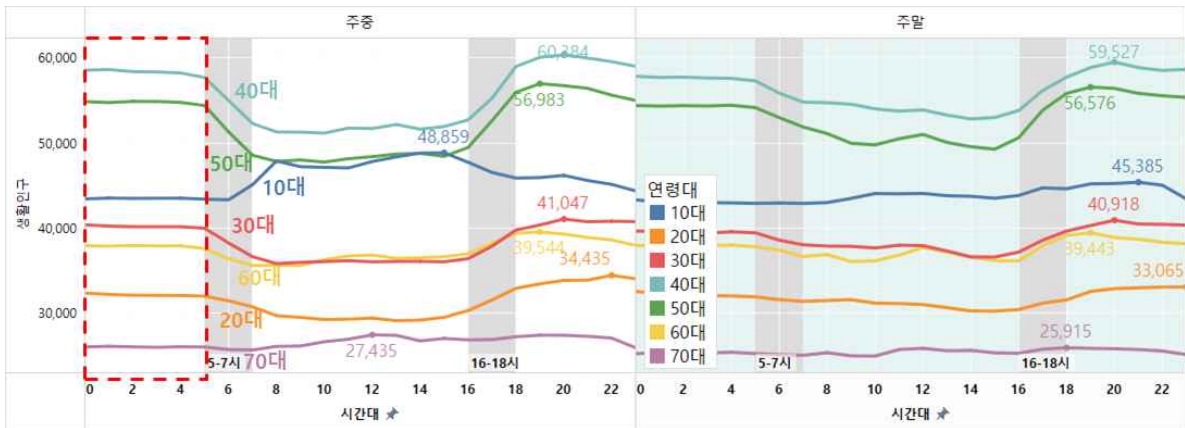
## 2.4 행정동 생활인구 특성 분석

- 생활인구는 2018년 01월 ~ 2020년 12월 기간 중 주중 생활인구가 높은 2019년 10월을 기준으로 분석함
- 생활인구 특성에 따른 목포 생활인구 추이를 살펴보고, 행정동별 생활인구 특성에 따른 행정동 분류 결과를 토대로 소비패턴을 비교함
- 목포시 생활인구 특성

[2019년 10월 목포시 전체 행정동 성별 생활인구]



[2019년 10월 목포시 전체 행정동 연령별 생활인구]

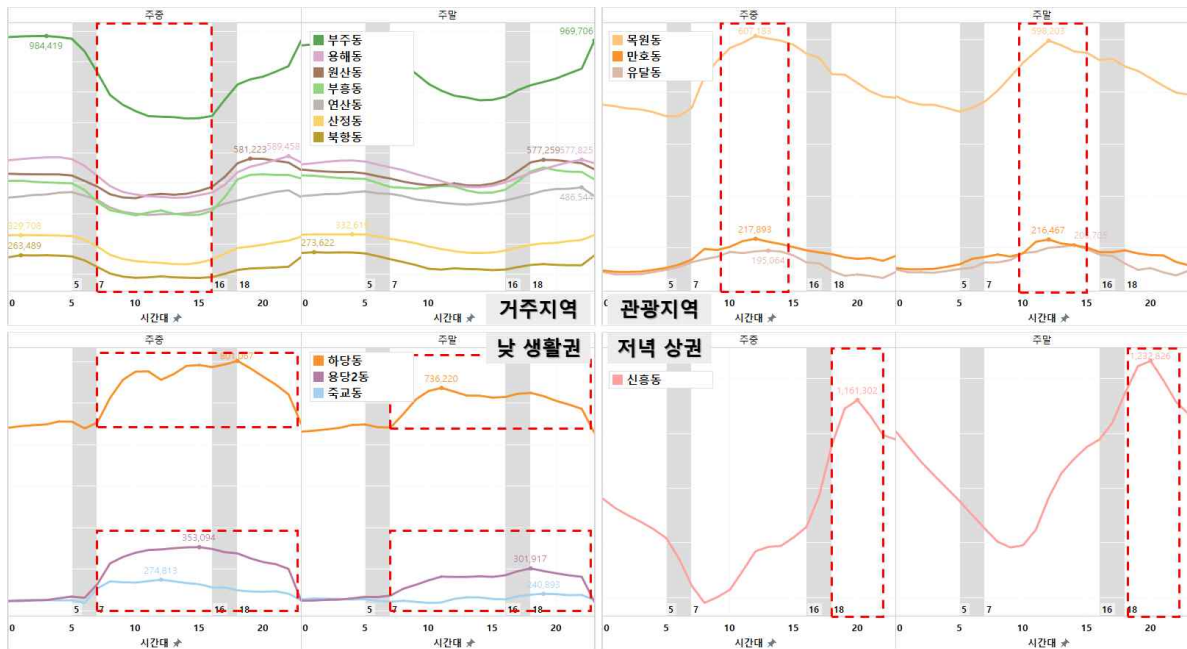


- 목포시에 생활하는 남성은 낮에 목포 외 지역으로 많은 유출이 일어나며 직장 및 학교가 있는 지역으로 유출되는 것으로 판단됨
- 0~5시의 연령별 생활인구를 보면 40대가 가장 많고 이어서 50대, 10대 등의 순으로 나타나 목포시에 생활하는 생활인구의 연령대는 40대와 50대가 많으며, 주중 20대~60대는 낮에 목포 외 지역으로 나가는 것이 확인됨

□ 목포시 행정동별 생활인구 추이를 보면 4가지 특징 발견

- 생활인구 특성을 파악하여 행정동을 분류해 행정동별 생활인구에 대한 서비스를 목적으로 둔 근거를 마련하고자 행정동 특성에 맞게 분류함
- 생활인구의 명확한 특성이 없거나 생활인구가 적은 편인 경우 분류하고 판단하기에 대표성이 떨어지므로, 제외하고 특성이 뚜렷한 지역만 분류함
- 제외된 행정동은 대성동, 동명동, 삼학동, 삼향동, 상동, 연동, 옥암동, 용당1동, 이로동임

[행정동 분류 결과]





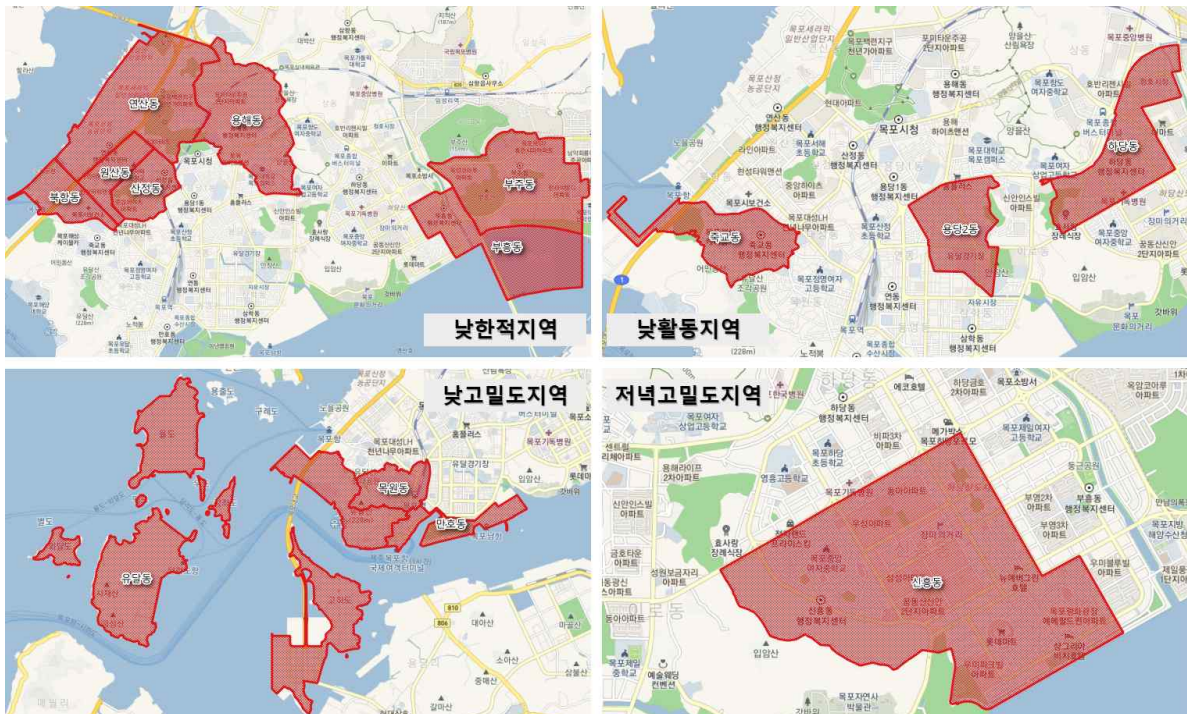
## □ 행정동 분류(group)

[행정동 분류(group) 특징 및 행정동 목록]

행정동 분류 (group)	생활인구 추이 특징	행정동
낮한적지역	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 주중 생활인구가 낮시간에 인구가 감소하여 새벽시간(0~5시)보다 인구가 낮게 나타남</li> <li>■ 주말 생활인구는 주중보다 변동성이 적은 편</li> <li>■ 주중 낮시간에 행정동을 벗어나는 유출이 발생함</li> </ul>	부주동, 용해동, 원산동, 부흥동, 연산동, 산정동, 북항동
낮활동지역	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 주중 주말 모두 7시 이후로 생활인구가 증가하였으며, 주중이 더 많은 생활인구를 보임</li> <li>■ 낮시간에 생활인구가 증가하여 꾸준히 인구수를 유지(또는 오래 머무는 지역)하는 패턴</li> <li>■ 학교, 직장 및 낮 생활 인프라가 많은 지역</li> </ul>	하당동, 용당2동, 죽교동
낮고밀도지역 (관광중심)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 주중과 주말 모두 낮시간 중 정오를 기준으로 생활인구가 급격히 증가하고, 급격히 감소</li> <li>■ 낮에 주로 활동하는 지역이며, 오래 머무는 지역</li> </ul>	목원동, 만호동, 유달동
저녁고밀도지역 (상권중심)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 저녁시간이 새벽시간(0~5시)보다 급격히 높은 지역이며, 새벽시간 생활인구가 불규칙적임</li> </ul>	신흥동

□ 기타 9개 행정동은 생활인구수가 적은 편이며, 뚜렷한 패턴을 보이지 않아 구분 짓지 않음

[행정동 집단(group)]



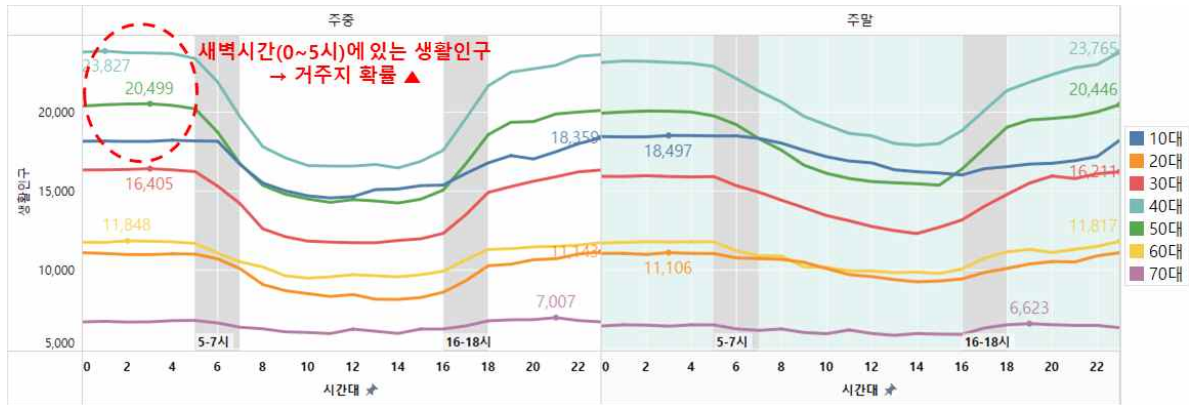


## 2.4.1 행정동 분류(group)별 특성

### 1) 낮 한적 지역

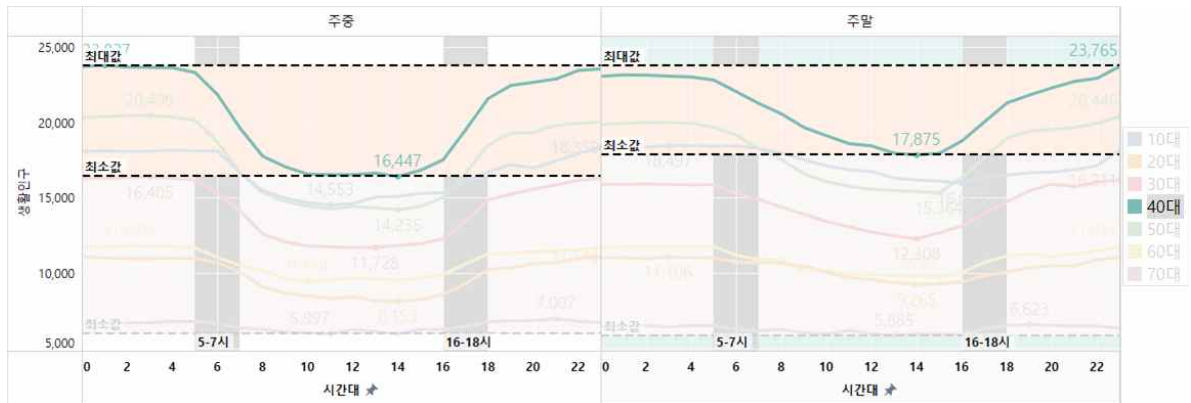
□ 생활인구 추이

[낮한적지역 특성-생활인구]



- 낮한적지역(7개 행정동)의 새벽 시간(0~5시)을 살펴보면, 생활인구 추이가 안정적으로 유지되고 있고 '40대 > 50대 > 10대' 등의 순으로 생활인구가 많은 것이 특징임. 10대 청소년이 많이 살고 있는 곳으로 40~50대와 함께 살고 있는 3인 이상의 가구가 살고 있을 것으로 판단됨

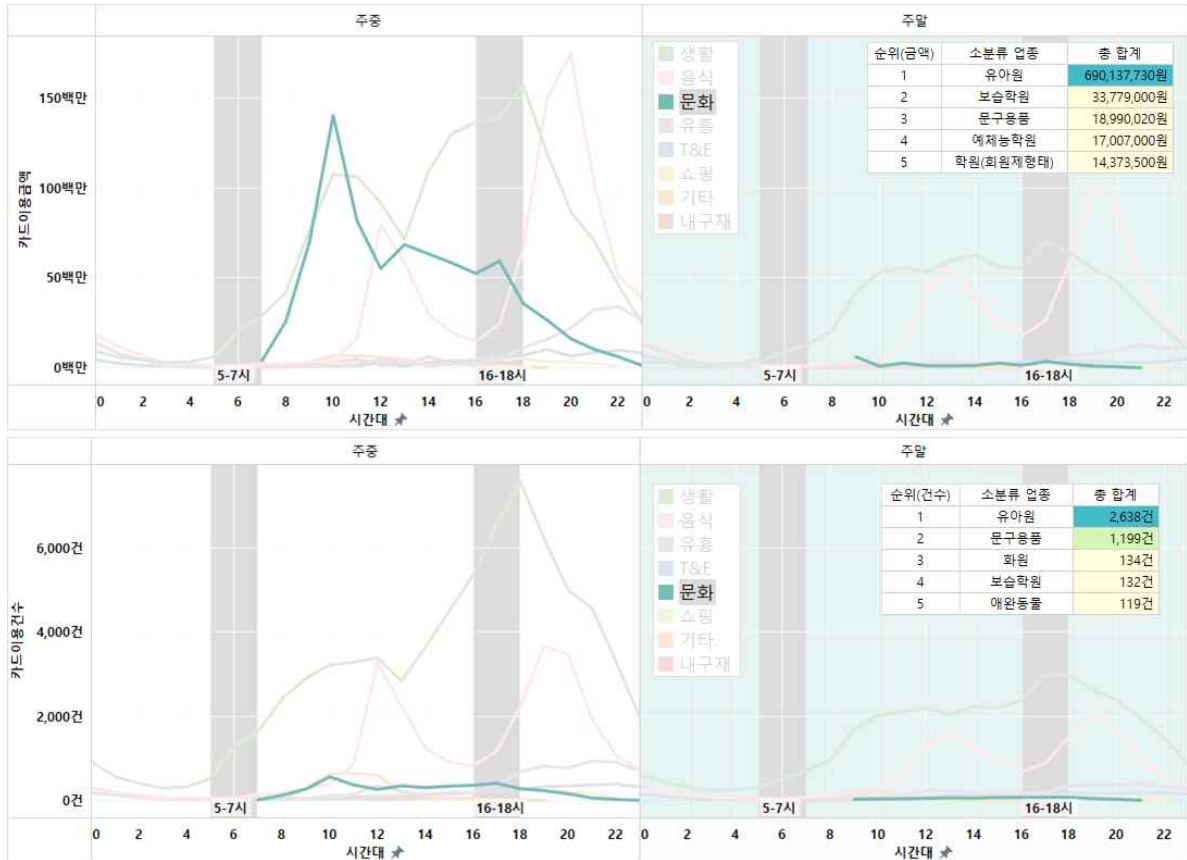
[낮한적지역 특성-생활인구]



- 낮한적지역의 40대 생활인구의 유입유출을 살펴보면, 주중 생활인구 격차(최대생활인구 - 최소생활인구)는 7,380명이고 주말 생활인구 격차는 5,890명임. 다른 연령에 비해 생활인구 격차가 크며, 40대의 직장인이 많이 거주해 주중 유입 유출이 큰 것으로 보임

## □ 소비패턴

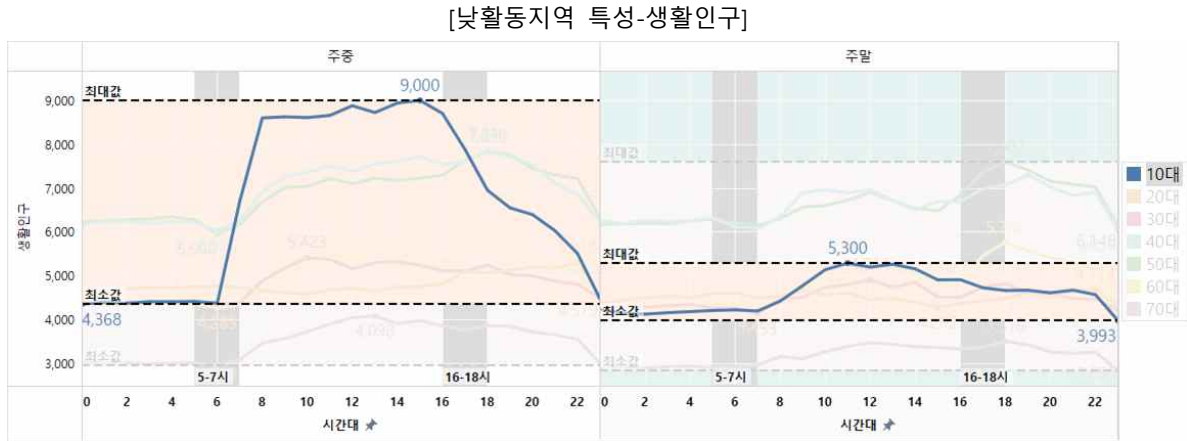
[낮한적지역 특성-소비패턴]



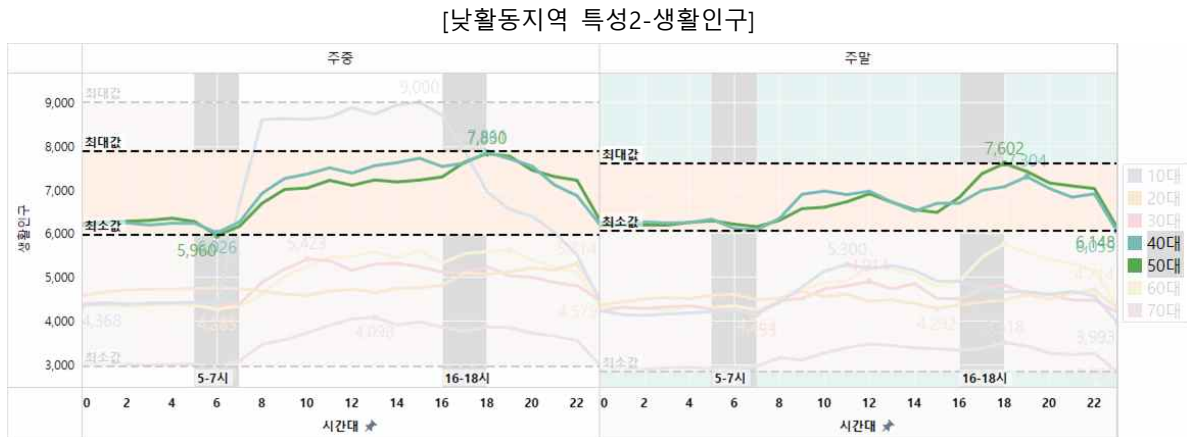
- 낮한적지역의 문화 업종은 주중 10시 전후로 카드이용금액이 높게 치솟는 모습을 볼 수 있음
- 카드이용건수는 높게 나타나지 않았음에도 카드이용금액이 높게 나타난 것은 문화 업종에 대한 단가가 높은 편이라 추정됨
- 문화 업종의 상세 업종 순위를 살펴보면, 유아원, 보습학원, 문구용품 등과 같은 10대를 대상으로 소비 활동을 활발히 하며, 화원, 애완동물과 같은 취미 생활에도 소비 지출이 일어난 것을 확인할 수 있음

## 2) 낮활동지역 특성

### □ 생활인구 추이



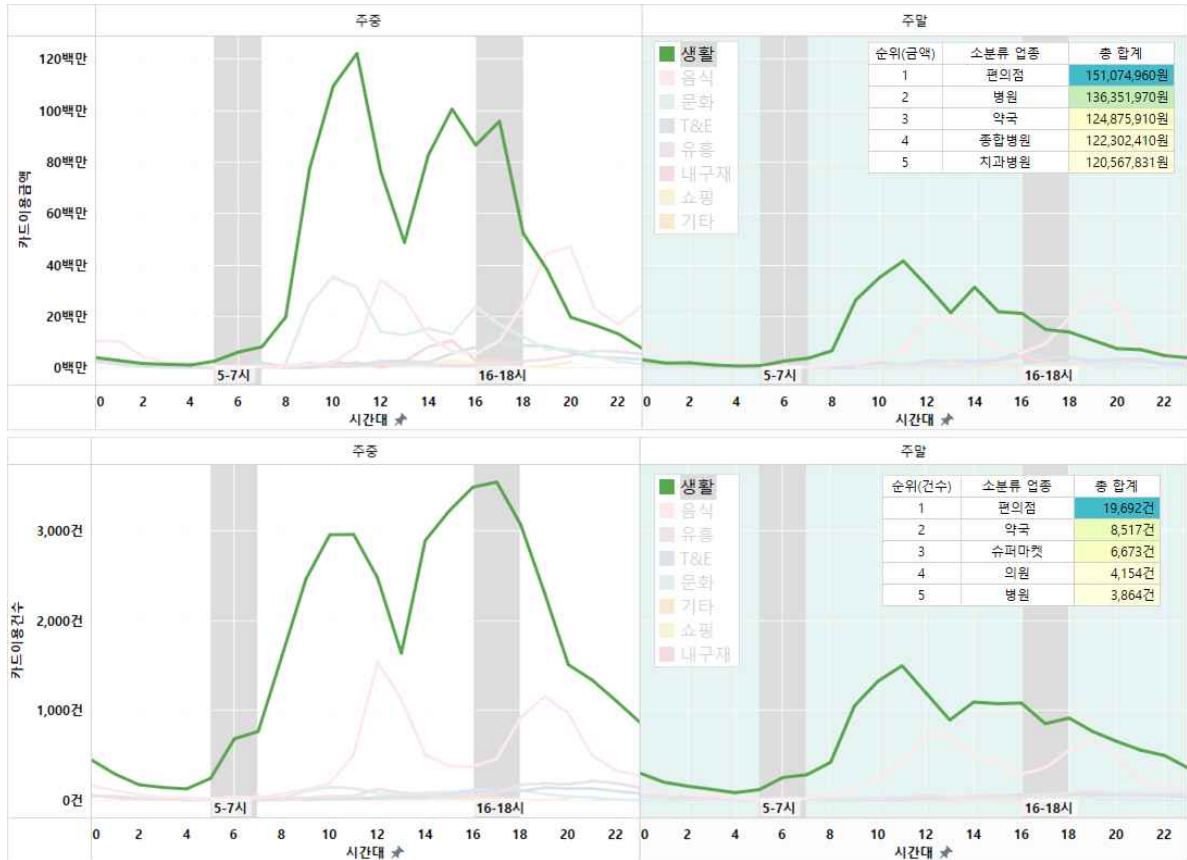
- 낮활동지역의 연령별 생활인구 추이를 보면 다른 연령에 비해 10대의 두드러지는 특성을 확인할 수 있음. 주중 10대 생활인구 격차(최대생활인구-최소생활인구)는 4,632명, 주말 10대 생활인구 격차는 1,306명으로 낮활동지역은 학교가 많은 지역이이라 판단됨



- 이어서, 주중 40대(1,835명)와 주중 50대(1,870명)의 격차가 크며, 낮에 유입된 생활인구가 꾸준히 유지되며, 저녁시간까지 머무는 것을 확인할 수 있음

## □ 소비패턴

[낮활동지역 특성-소비패턴]

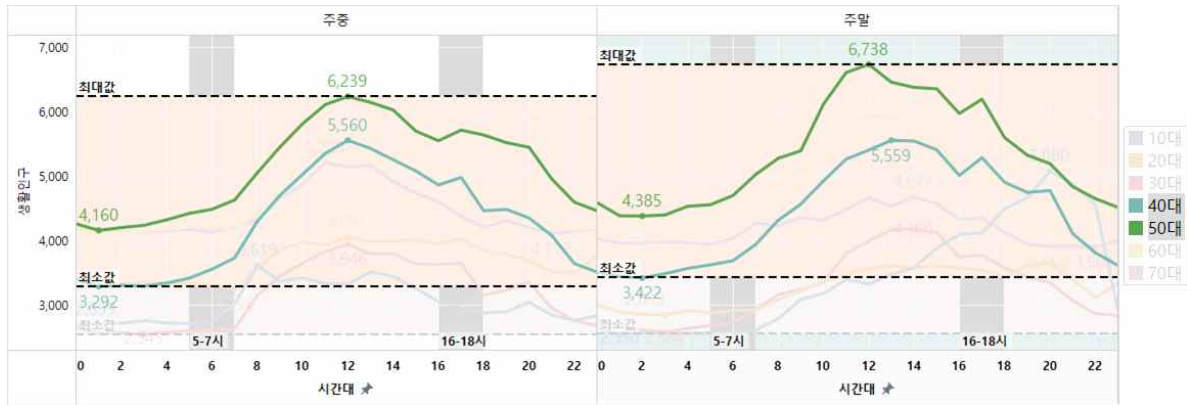


- 낮활동지역은 음식, 문화, 유흥 등 다른 업종에 비해 월등히 높게 나타나는 특징을 보이고 13시에는 카드이용금액과 카드이용건수가 급격히 떨어짐
- 생활 업종의 상세 업종 순위를 보면 편의점을 많이 이용하고 있고, 병원, 약국, 의원, 종합병원, 치과병원 등 의료기관의 소비 활동이 많이 발생한 것이 확인됨
- 13시에 금액과 건수가 급격히 떨어진 것은 병원 운영시간과 연관이 큰 것을 추정할 수 있음

### 3) 낮고밀도지역 특성

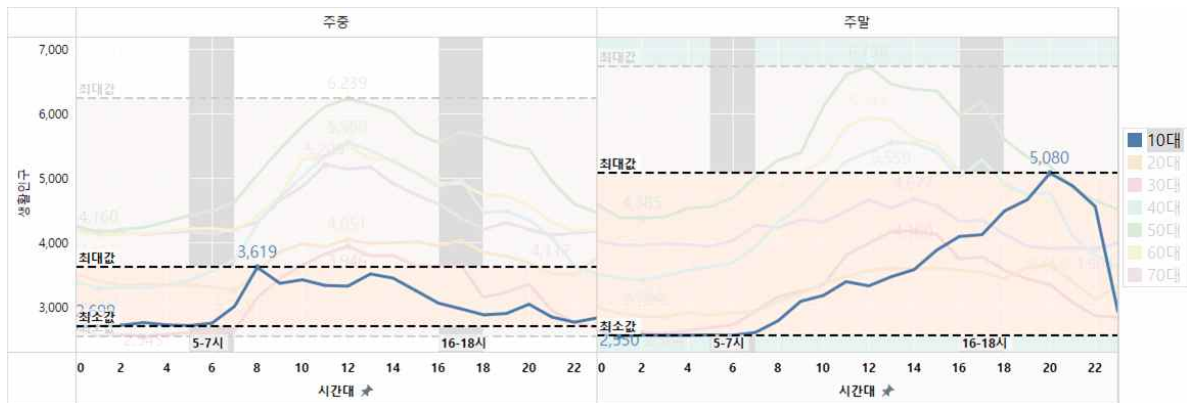
#### □ 생활인구 추이

[낮고밀도지역 특성-생활인구]



- 40대와 50대는 낮시간대에 낮고밀도지역으로 많이 유입되는 생활인구로 다른 연령에 비해 큰 폭으로 상승하는 것을 볼 수 있음
- 주중 40대 생활인구 격차(최대생활인구-최소생활인구)는 2,269명, 주말 40대 생활인구 격차는 2,137명이며, 주중 50대 생활인구 격차는 2,079명, 주말 50대 생활인구 격차는 2,353명임

[낮고밀도지역 특성2-생활인구]



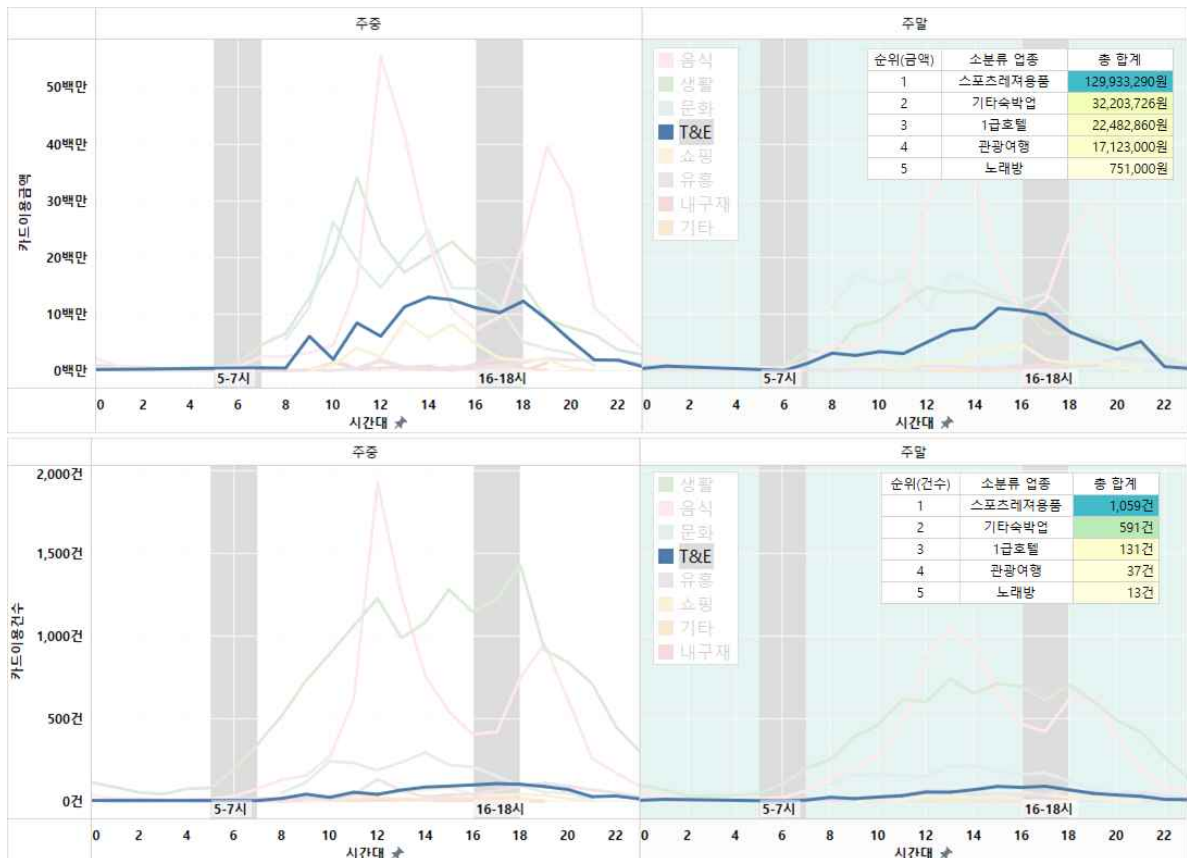
- 10대의 경우 다른 행보를 보이는데, 주말 10대 생활인구 격차는 2,530명으로 저녁에 많은 유입이 발생하는 것이 보임. 확인해본 결과, 만호동에 저녁상권이 형성되어 있어 주말 10대(10~19세) 생활인구의 유입이 나타남

[낮고밀도지역 특성-생활인구]

(단위 : 명)

연령별	주중			주말		
	최대생활인구	최소생활인구	생활인구 격차 (최대-최소)	최대생활인구	최소생활인구	생활인구 격차 (최대-최소)
10대	3,619	2,699	921	5,080	2,550	2,530
20대	4,051	3,258	793	3,656	2,849	807
30대	3,946	2,545	1,402	4,180	2,584	1,596
40대	5,560	3,292	2,269	5,559	3,422	2,137
50대	6,239	4,160	2,079	6,738	4,385	2,353
60대	5,522	4,118	1,404	5,941	4,295	1,646
70대	5,209	4,117	1,092	4,677	3,904	773

[낮고밀도지역 특성-소비패턴]

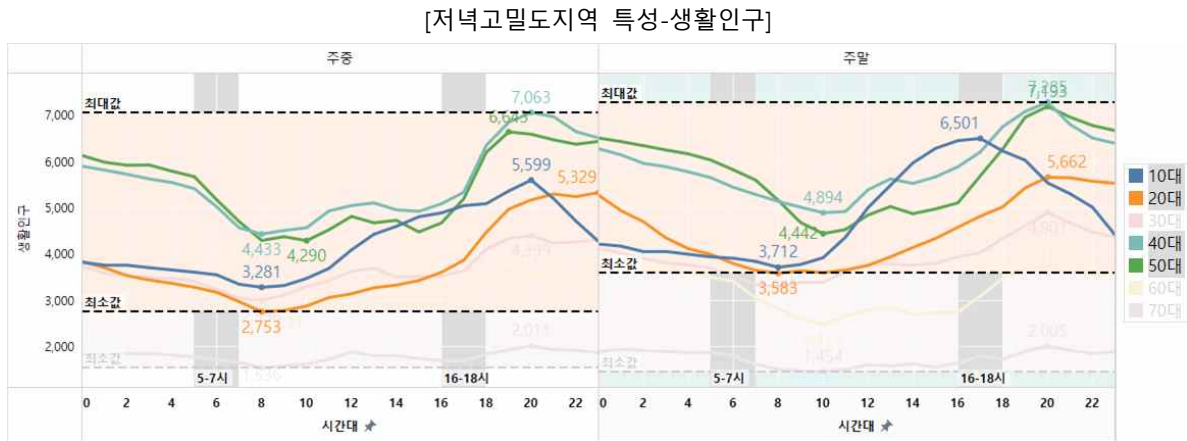


- 낮고밀도지역은 T&E 업종의 카드이용금액이 크게 오르고 내리는 모습을 보임
- 세부 업종 순위를 보면 스포츠레저용품, 기타숙박업, 1급호텔, 관광여행, 노래방 등 소비 활동이 높으며, 스포츠레저용품의 카드이용금액(129,933,290원)과 카드이용건수(1,059건)가 압도적으로 높은 것을 확인할 수 있음
- 또한, 기타숙박업과 1급호텔과 같은 숙박업소를 이용하는 소비패턴으로 보아, 낮고밀도 지역의 경우 목포시 외부 인구의 유입이 많은 지역으로 판단됨



#### 4) 저녁고밀도지역 특징

##### □ 생활인구 추이

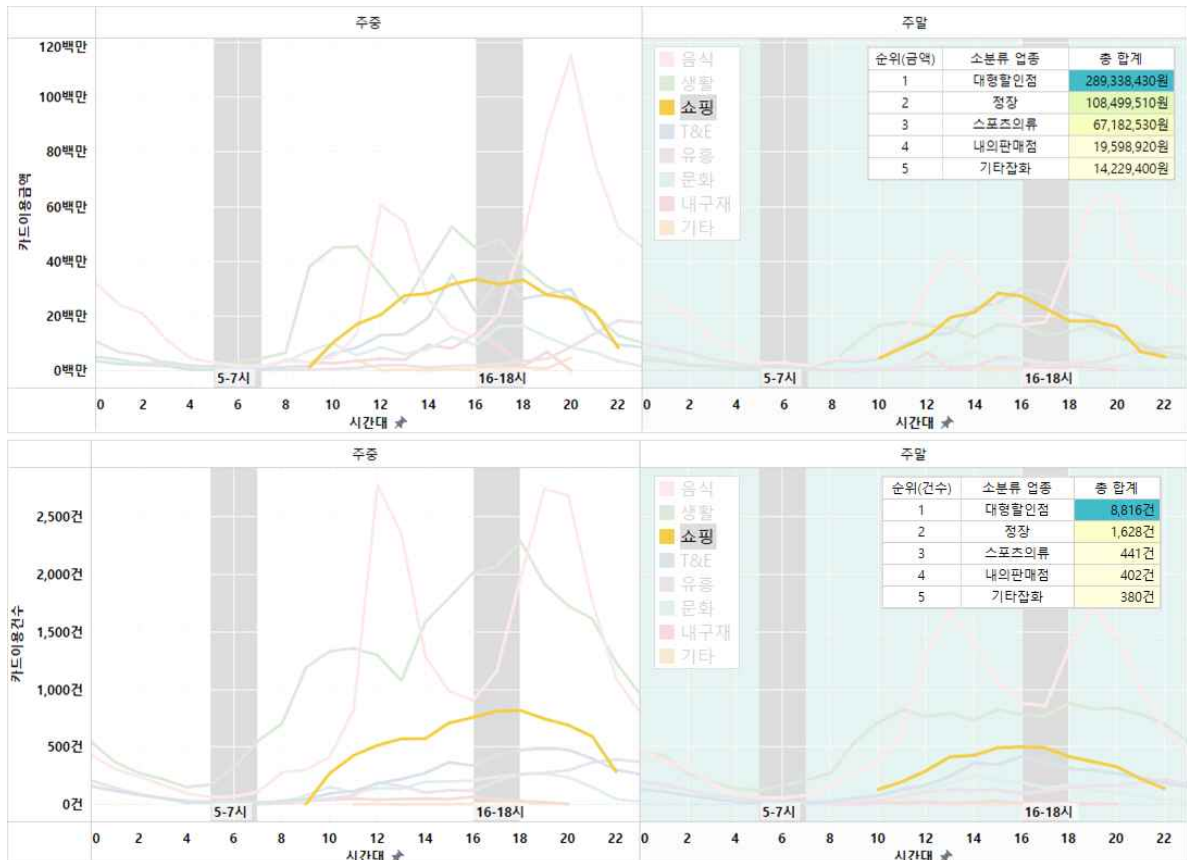


- 저녁고밀도지역은 10대, 20대, 40대, 50대가 16시 이후로 많은 생활인구가 유입되는 것을 볼 수 있음
- 주중 생활인구 격차(최대생활인구-최소생활인구)는 40대(2,630명)가 가장 높으며, 주말 생활인구 격차는 10대(2,788명)가 가장 높음

## □ 소비패턴

- 저녁고밀도지역의 경우 음식 업종이 점심보다 저녁에 더 많은 금액이 지출되는 것을 볼 수 있으며, 쇼핑 업종이 다른 지역과는 다르게 높은 금액을 형성해 오르고 내리는 모습을 볼 수 있음

[저녁고밀도지역 특성-소비패턴]



- 주중에는 9~22시에 카드이용금액과 카드이용건수가 발생하였으며, 주말에는 10~22시에 카드이용금액과 카드이용건수가 발생함. 쇼핑 매장 운영시간에 맞게 소비가 발생한 것으로 판단됨
- 저녁고밀도지역의 쇼핑 업종은 다른 지역과는 다르게 쇼핑을 할 수 있는 곳이 많고 상권이 발달된 곳으로 보임(음식 > 생활 > 쇼핑)
- 쇼핑 업종의 소분류 업종 순위를 확인해보면 카드이용금액과 카드이용건수는 대형할인점 > 정장 > 스포츠의류 > 내의판매점 > 기타잡화 등의 순으로 나타남



### 3. 분석 상세 결과

#### 3.1 관광지 특성 분석

##### 3.1.1 유달산봄축제

###### 1) 개요

###### □ 축제 정의

- 유달산봄축제는 매년 4월 유달산과 근대역사문화거리 일원에서 펼쳐지는 축제로, 봄꽃이 만개하는 시기에 둘레길 트래킹, 낭만콘서트, 버스킹 공연 등 다양한 문화 예술 공연과 함께하는 축제임

###### □ 분석 기간

- 축제기간 전후 7일을 포함한 축제기간의 관광객 수, 카드 매출을 분석함

[유달산봄축제 분석기간]

축제명	연도	축제시작일	축제종료일	비고	분석기간 (축제기간 전후 7일 포함)
유달산 봄축제	2018	2018-04-07	2018-04-08	2018 목포 이순신 수군 문화축제 대체	2018-03-31~2018-04-15
	2019	2019-04-06	2019-04-20	2019 유달산봄축제 개최	2019-03-30~2019-04-27
	2020	2020-04-06	2020-04-20	2020 유달산봄축제 취소	2020-03-30~2020-04-27

###### □ 분석 방향

- 2018년은 목포 이순신 수군 문화축제가 유달산봄축제를 대체하였으며, 유달산이 아닌 노적봉 부근에서 진행됨. 2020년은 코로나19의 영향으로 유달산봄축제가 취소됨. 따라서 상시년으로 판단되는 2019년 유달산봄축제를 기준으로 분석을 진행함

## □ 분석 영역

- 유달산을 중심으로 행사가 개최되는 유달산 주변 관광지를 포함하여 유달산봄축제 분석 영역을 정의함

[유달산봄축제 분석 영역]



## 2) 관광객 특성 분석

### 가. 2019년 축제별 관광인구 구분별 관광인구 구성비

- 2019년 유달산봄축제 전체 관광인구 중 **현지인 구성비율 71.1%**로 타 축제에 비해 현지인 구성비율이 큼. 따라서 2019년 현지인/외지인 관광객의 방문 패턴을 비교 분석함

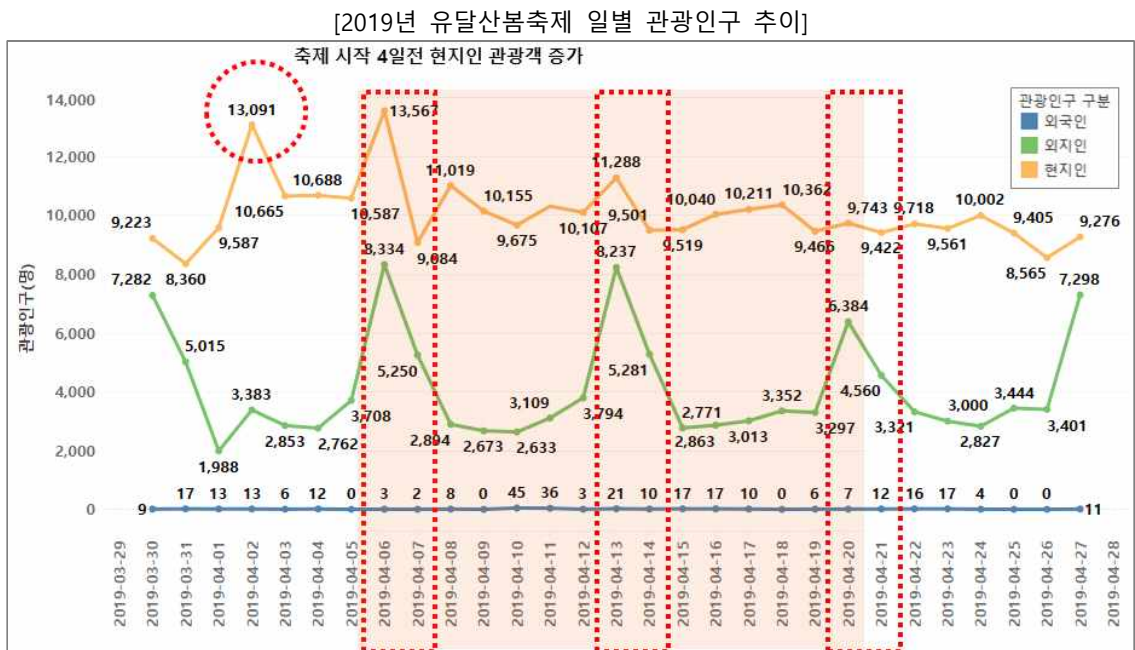
[2019년 축제별 관광인구 구분별 구성비 표]

관광지		현지인	외지인	외국인	총계
유달산봄축제	관광인구(명)	292,206	118,727	315	411,248
	구성비율(%)	<b>71.1</b>	28.9	0.1	100
목포항구축제	관광인구(명)	110,422	105,416	131	215,969
	구성비율(%)	51.1	48.8	0.1	100
가을페스티벌	관광인구(명)	2,030,479	1,417,067	5,149	3,452,695
	구성비율(%)	58.8	41.0	0.1	100
목포문화재야행	관광인구(명)	75,305	65,760	202	141,267
	구성비율(%)	53.3	46.6	0.1	100

## 나. 관광인구 구분별 관광인구 일별 추이

□ 축제 1주차 일요일 관광인구 토요일 대비 34.6% 감소. 토요일 관광객이 일요일 보다 많음

- 축제 1주차 주말 관광객 수가 총 36,240명으로 축제 기간내 가장 많으며, 축제 1주차 주말 관광인구는 전주 대비 21.2% 증가함. 축제로 인한 전체 관광객 유입이 증가함
- 현지인의 경우 축제 시작 4일 전인 화요일 관광객수가 증가함. 벚꽃 개화시기로 추정됨
- 축제 3주차 토요일은 축제 마지막날로 행사를 개최하지 않았으며, 현지인 관광객수는 평일 수준으로 감소함



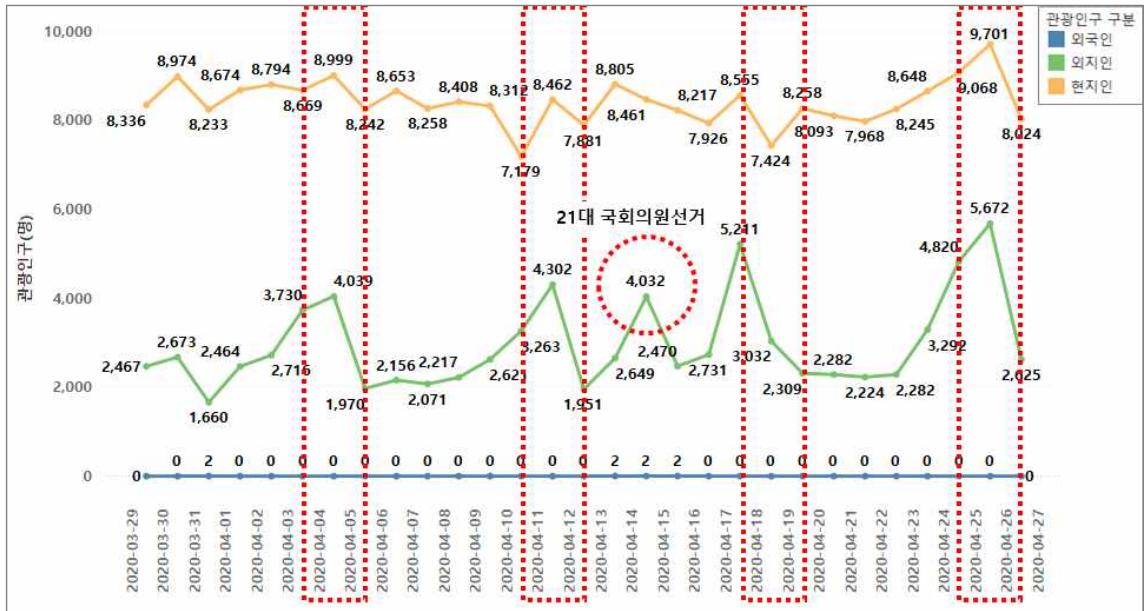
· 붉은 박스는 축제기간을 의미하며, 붉은 점선 박스는 주말을 의미함

[2019년 유달산봄축제 주말 관광인구 증감률 표]

관광인구 구분	축제 전		1주차		2주차		3주차	
	03-30	03-31	04-06	04-07	04-13	04-14	04-20	04-21
현지인	9,223	8,360	13,567	9,084	11,288	9,501	9,743	9,422
외지인	7,282	5,015	8,334	5,250	8,237	5,281	6,384	4,560
외국인	9	17	3	2	21	10	7	12
주말 합계	29,906		36,240		34,338		30,128	
전주 대비 증감률(%)	-		21.1		-5.2		-12.3	

□ 축제가 취소된 2020년과 비교했을 때, 주말 및 공휴일 경우 외지인 관광객이 늘어나며, 현지인 관광객은 늘어나지 않음. 코로나19의 영향으로 현지인이 목포시 관광을 지양한 결과이기도 함

[2020년 유달산봄축제 관광인구 일별 추이]

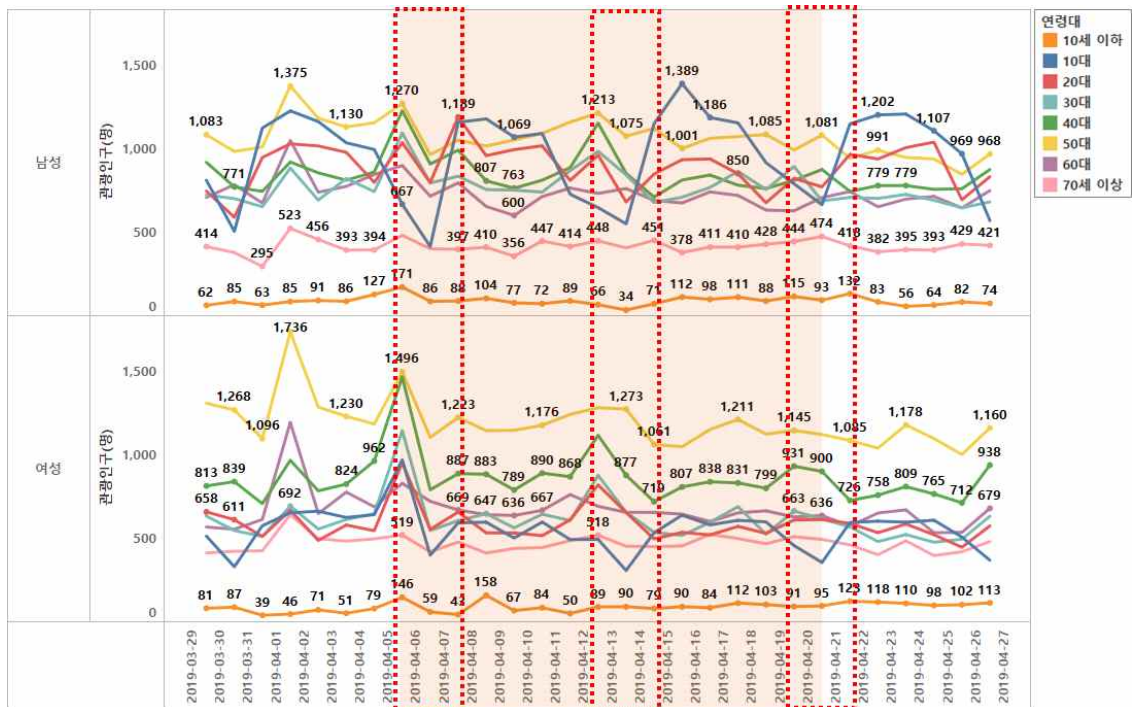


· 붉은 점선 박스는 주말을 의미함

#### 다. 현지인 성별/연령대별 관광인구 일별 추이

- 현지인 관광객 주 연령대는 50대. 축제 시작 4일전 50대, 70대 현지인 남녀 관광객이 증가
- 2019년 유달산봄축제 기간 관광객 416,376명의 남녀 구성비는 남성 53.9%, 여성 46.1%으로 남성 관광객이 많음
- 현지인 남성 10대~20대는 주중에 많이 방문하며 주말에 감소하는 패턴을 보임
- 외지인의 경우 남녀 전연령대 주말에 증가, 평일에 감소하는 패턴이 일별 외지인 관광 인구 패턴과 일치함. 주말에 남녀 함께 데이트하러 방문하는 축제인 것으로 추정됨

[2019 유달산봄축제 현지인 성별/연령대별 관광인구 일별 추이]



· 붉은 박스는 축제기간을 의미하며, 붉은 점선 박스는 주말을 의미함

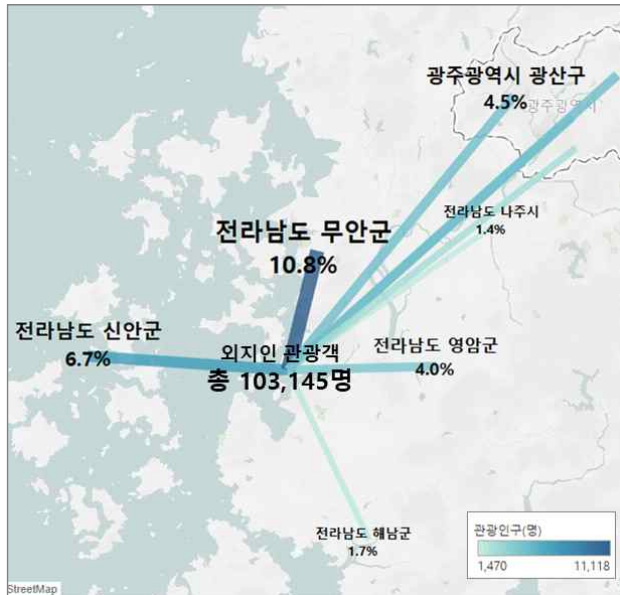


## 라. 외지인 거주지별 관광인구

□ 상위 10개 시군구에 거주하는 관광객이 전체의 41%, 유달산봄축제는 근교 외지인이 많이 방문하는 축제임

- 시도 단위로 집계하면 전라남도 33.3%, 광주광역시 16.4%로 전체의 49.7%가 목포시 근교에서 방문하며, 경기도 12.1%, 서울특별시 10.3%로 수도권에서 22.3% 방문함

[2019년 유달산봄축제 외지인 거주지별 구성비]



[2019년 유달산봄축제 외지인 거주지별 구성비]

거주지	구성비율(%)	관광인구(명)
전라남도 무안군	10.8	11,118
전라남도 신안군	6.7	6,868
광주광역시 북구	4.6	4,737
광주광역시 광산구	4.5	4,666
전라남도 영암군	4.0	4,153
광주광역시 서구	3.7	3,816
광주광역시 남구	2.4	2,515
전라남도 해남군	1.7	1,709
전라남도 나주시	1.4	1,470
전라남도 순천시	1.2	1,278
...	...	...
총합계	100	103,145

## 3) 소비매출 특성 분석

### 가. 축제기간내 소비 규모

□ 2019년 유달산봄축제 축제영역 내 일반 한식 업종이 전체 소비의 83.2%를 차지함

- 카드 매출 데이터의 경우 업종별, 성연령별, 거주지별 분류하여 집계하는 과정에서 적용되는 개인정보 비식별화에 따라 손실되는 데이터가 발생, 업종별, 성연령별, 거주지별 집계값이 상이함
- 거주지별 카드 매출의 경우 현지인(목포시 거주)를 제외한 외지인 카드 매출이 집계되지 않음. 축제의 경우 일별로 집계하는 과정에서 관광지보다 차원이 늘어나 손실이 크게 발생한 것으로 판단됨

[2019년 유달산봄축제 업종별 카드 매출 구성비 표]

대분류	중분류	소분류	카드이용금액(원)	비율(%)
생활	음식료품	기타음료식품	202,500	1.5
유흥	휴게	스넥	96,000	0.7
음식	일반음식	서양음식	1,915,900	14.5
		일반한식	10,999,000	83.2
총합계			13,213,400	100

## 나. 업종별 카드 매출 일별 추이

□ 축제 1주차 카드 매출 전주 대비 113.8% 증가. 일반한식 업종에서 가장 큰 매출 발생

- 일반한식 업종에서 가장 많은 매출이 발생하며, 축제 전후 카드 매출과 비교했을 때, 1주차 전주 대비 113% 증가, 2주차 전주 대비 64%증가함. 축제가 소비를 유발한 것으로 추정할 수 있음

[2019년 유달산봄축제 업종별 카드 일별 매출]



· 붉은 박스는 축제기간을 의미하며, 붉은 점선 박스는 주말을 의미함

[2019년 유달산봄축제 주말 업종별 카드 매출 표]

	축제 전		1주차		2주차		3주차		축제 후	
업종 소분류	03-20 (토)	03-21 (일)	04-06 (토)	04-07 (일)	04-13 (토)	04-14 (일)	04-20 (토)	04-21 (일)	04-23 (토)	04-24 (일)
기타 음료식품	106,000	53,000	-	-	-	-	-	43,500	-	-
서양음식	74,000	76,000	526,500	146,000	137,000	182,000	392,000	42,500	-	44,500
스낵	-	-	-	-	-	-	96,000	-	-	-
일반한식	-	1,098,000	1,628,000	708,000	2,470,000	1,362,000	391,000	291,000	209,000	-
총합계	180,000	1,227,000	2,154,500	854,000	2,607,000	1,544,000	879,000	377,000	209,000	44,500
	1,407,000		3,008,500		4,151,000		1,256,000		253,500	
증감률(%)	-		113.8		38		-69.7		-79.8	

(단위 :원)

### 3.1.2 목포항구축제

#### 1) 개요

##### ☐ 축제 정의

- 목포항구축제는 대한민국을 대표하는 항구축제로 1897년 개항 후 전국 3대항 6대도시였던 목포의 해양문화를 보존하고 알리고자 매월 10월경 삼학도 일원에서 개최함

##### ☐ 분석 기간

- 축제기간 전후 7일을 포함한 축제기간의 관광객 수, 카드 매출을 분석함

[목포항구축제 분석기간]

축제명	연도	축제시작일	축제종료일	비고	분석기간 (축제기간 전후 7일 포함)
목포 항구축제	2018	2018-10-05	2018-10-07	2018	2018-09-28~2018-10-14
	2019	2019-10-04	2019-10-07	2019	2019-09-27~2019-10-14
	2020	2020-10-04	2020-10-07	2020 축제 취소	2020-09-27~2020-10-14

##### ☐ 분석 방향

- 코로나19의 영향으로 2020년 목포항구축제는 취소됨. 평상시 축제로 가정할 수 있는 2018년, 2019년 목포항구축제 차이를 비교 분석함

##### ☐ 분석 영역

- 삼학도를 중심으로 행사가 개최되는 장소를 포함하여 목포항구축제 분석 영역을 정의함

[목포항구축제 분석 영역]



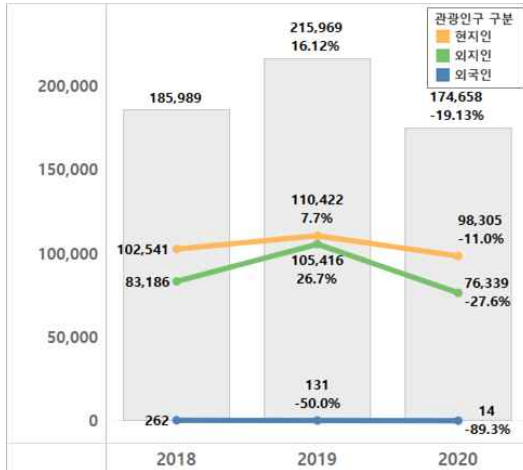


## 2) 관광객 특성 분석

### 가. 관광인구 구분별 관광인구 증감률

- 2019년 외지인 관광인구가 전년 대비 26.7% 증가하며, 현지인과 관광인구 차이가 74.1% 감소함.

[목포항구축제 3개년 관광인구 증감률]



[목포항구축제 3개년 관광인구 증감률 표]

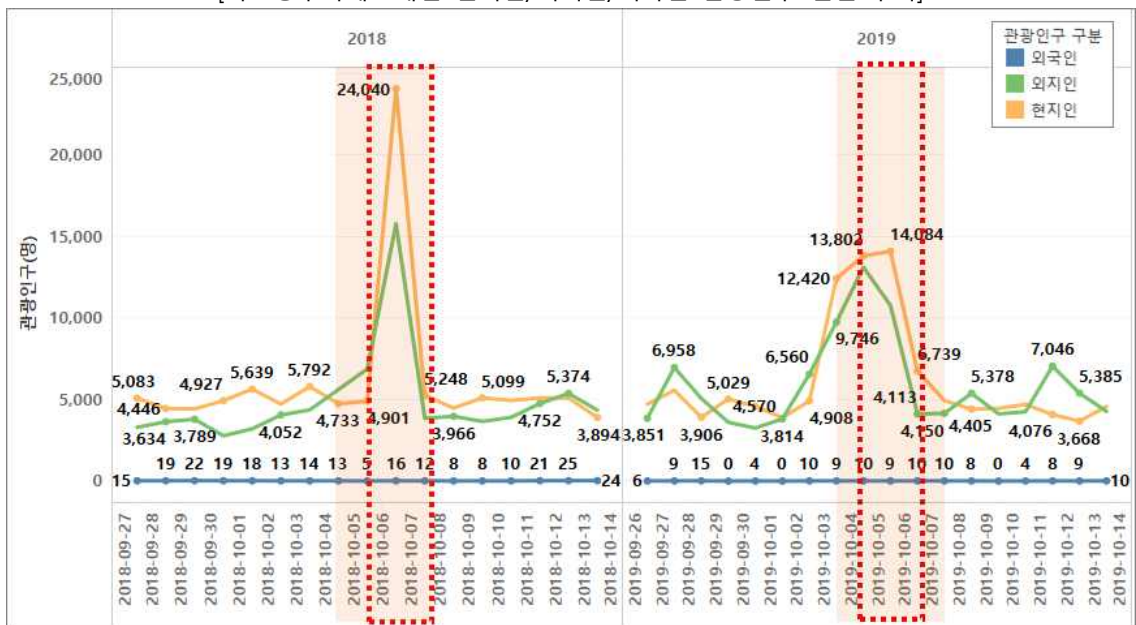
성별	연령대	2018	2019	2020
현지인	관광인구(명)	102,541	110,422	98,305
	증감률(%)	-	7.7	-11.0
외지인	관광인구(명)	83,186	105,416	76,339
	증감률(%)	-	26.7	-27.6
외국인	관광인구(명)	262	131	14
	증감률(%)	-	-50.0	-89.3
현지인-외지인		19,355	5,006	21,966
총합계		185,989	215,969	174,658

### 나. 관광인구 구분별 관광인구 일별 추이

- 2019년 샌드위치연휴로 관광객 분산효과 발생함

- 2018년의 경우 축제 마지막날인 일요일에 현지인 관광객이 전일 대비 390.5% 증가했으며, 외지인 관광객 또한 전일 대비 129.6% 증가함. 일요일에 진행한 불꽃축제가 관광객 증가에 영향을 준 것으로 추정됨

[목포항구축제 2개년 현지인/외지인/외국인 관광인구 일별 추이]



· 붉은 박스는 축제기간을 의미하며, 붉은 점선 박스는 주말을 의미함

[2018/2019년 목포항구축제 일별 관광객수 표]

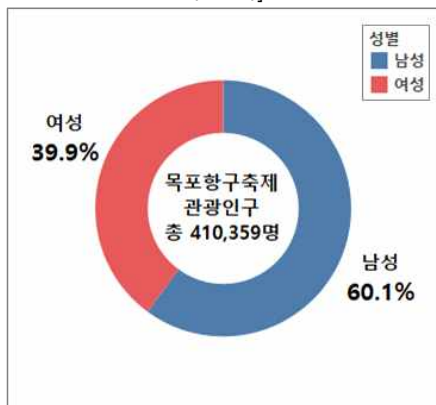
관광인구(명)	2018년					2019년				
	10-03 (수)	10-04 (목)	10-05 (금)	10-06 (토)	10-07 (일)	10-03 (목)	10-04 (금)	10-05 (토)	10-06 (일)	10-07 (월)
현지인	4,717	5,792	<b>4,733</b>	<b>4,901</b>	<b>24,040</b>	4,908	<b>12,420</b>	<b>13,802</b>	<b>14,084</b>	6,739
외지인	4,052	4,360	<b>5,609</b>	<b>6,868</b>	<b>15,772</b>	6,560	<b>9,746</b>	<b>13,110</b>	<b>10,767</b>	4,113
외국인	13	14	13	5	16	10	9	10	9	10

#### 다. 성별 구성비 및 전년 대비 증감률

□ 목포항구축제는 여성보다 남성이 많이 방문하는 축제이며, 여성 외지인의 2019년 전년 대비 증감률이 49.4%로 크게 증가함

- 여성보다 남성이 많이 방문하는 축제이나, 전년 대비 증감률로 보면 여성의 증감률이 현지인 10.6%, 외지인 49.4%로 남성의 증감률보다 큼. 2019년 목포항구축제에서 증가한 관광객은 여성임

[2018~2019년 목포항구축제 성별 구성비]



[목포항구축제 2개년 성별 증감률 표]

성별		2018년		2019년	
		현지인	외지인	현지인	외지인
남성	관광인구(명)	67,343	49,401	71,995	57,786
	증감률(%)	-	-	6.9	17.0
여성	관광인구(명)	46,146	26,722	51,039	39,927
	증감률(%)	-	-	10.6	49.4
총합계(명)		113,489	76,123	123,034	97,713

## 라. 성별/연령대별 현지인/외지인 전년 대비 증감률

□ 20대~30대 관광객은 전년 대비 감소, 50대 이상 관광객은 전년 대비 증가

- 50대 이상 외지인 여성 관광객이 2018년 13,159명에서 2019년 24,066명으로 82.9% 증가함. '7080리턴즈', '트로트 호별' 등 중장년층을 겨냥한 행사가 유입을 증가시킨 원인으로 추정됨
- 2019년 10대~30대 연령대 관광객이 전체적으로 감소함. 목포항구축제는 젊은이들의 방문보다 중장년층이 많이 방문하는 축제인 것으로 판단됨

[2018/2019년 목포항구축제 성별 연령대별 증감률 표]

연령대		2018				2019			
		남성		여성		남성		여성	
		현지인	외지인	현지인	외지인	현지인	외지인	현지인	외지인
10세 미만	관광인구(명)	291	115	263	197	591	329	520	450
	증감률(%)	-	-	-	-	103.1	186.1	97.7	128.4
10대	관광인구(명)	2,861	1,931	3,446	1,097	3,461	1,669	3,018	1,278
	증감률(%)	-	-	-	-	21.0	-13.6	-12.4	16.5
20대	관광인구(명)	7,755	5,395	4,941	2,943	6,657	5,310	4,781	2,697
	증감률(%)	-	-	-	-	-14.2	-1.6	-3.2	-8.4
30대	관광인구(명)	11,948	8,716	7,384	4,403	11,265	8,097	6,232	4,690
	증감률(%)	-	-	-	-	-5.7	-7.1	-15.6	6.5
40대	관광인구(명)	13,176	9,692	8,603	4,923	12,730	9,672	8,863	6,746
	증감률(%)	-	-	-	-	-3.4	-0.2	3.0	37.0
50대	관광인구(명)	16,793	12,501	11,870	7,495	15,590	15,555	14,172	12,169
	증감률(%)	-	-	-	-	-7.2	24.4	19.4	62.4
60대	관광인구(명)	10,431	8,432	6,878	4,109	14,485	12,477	9,208	8,553
	증감률(%)	-	-	-	-	38.9	48.0	33.9	108.2
70대 이상	관광인구(명)	4,088	2,619	2,761	1,555	7,216	4,677	4,245	3,344
	증감률(%)	-	-	-	-	76.5	78.6	53.7	115.0
총합계(명)		67,343	49,401	46,146	26,722	71,995	57,786	51,039	39,927

## 마. 외지인 거주지별 관광인구 구성비

□ 2019년 전년 대비 다양한 거주지의 관광객이 유입되며, 근교에 거주하는 관광객 증가

- 거주지 상위 10 시군구 기준 전년 대비 구성비율은 감소하고, 관광인구는 전년 대비 증가함. 이는 더 다양한 시군구에서 관광객이 방문하고, 근교에 거주하는 관광객이 늘어남을 의미함. 시도기준 경기도, 서울특별시 거주하는 관광객의 구성비율이 전년 대비 3.3% 증가함

[2018/2019년 목포항구축제 외지인 거주지별 구성비/증감률(시군구) 표]

거주지(시군구)	2018년		2019년		전년 대비 구성비율 차이	전년 대비 관광인구 증감률(%)
	구성비율 (%)	관광인구 (명)	구성비율 (%)	관광인구 (명)		
전라남도 신안군	8.6	6,548	8.3	8,067	-0.3	23.2
전라남도 무안군	8.2	6,254	7.1	6,894	-1.2	10.2
전라남도 영암군	4.4	3,350	3.9	3,797	-0.5	13.3
광주광역시 광산구	3.8	2,863	3.3	3,181	-0.5	11.1
광주광역시 북구	3.6	2,738	3.3	3,240	-0.3	18.3
제주특별자치도 제주시	3.3	2,523	2.2	2,159	-1.1	-14.4
광주광역시 서구	2.8	2,143	2.2	2,135	-0.6	-0.4
전라남도 진도군	2.4	1,790	1.7	1,682	-0.6	-6.0
부산광역시 서구	2.1	1,576	-	-	-	-
전라남도 여수시	1.9	1,431	-	-	-	-
전라남도 해남군	-	-	1.5	1,479	-	-
광주광역시 남구	-	-	1.5	1,467	-	-
...	...	...	...	...	-	-
총합계(명)	100	76,123	100	97,713	0	-

[2018/2019년 목포항구축제 외지인 거주지별 구성비/증감률(시도) 표]

거주지(시도)	2018년		2019년		전년 대비 구성비율 차이	전년 대비 관광인구 증감률(%)
	구성비율 (%)	관광인구 (명)	구성비율 (%)	관광인구 (명)		
전라남도	35.3	26,870	31.4	30,680	-3.9	14.2
광주광역시	12.7	9,635	11.1	10,818	-1.6	12.3
경기도	9.7	7,383	12.1	11,858	2.4	60.6
서울특별시	8.8	6,724	9.7	9,514	0.9	41.5
부산광역시	7.1	5,426	5.4	5,283	-1.7	-2.6
제주특별자치도	4.7	3,577	3.0	2,932	-1.7	-18.0
전라북도	3.7	2,839	5.4	5,299	1.7	86.7
경상남도	3.0	2,267	3.9	3,851	1.0	69.9
충청남도	2.6	1,966	3.3	3,202	0.7	62.9
인천광역시	2.3	1,754	2.4	2,364	0.1	34.8
기타	2.1	1,620	2.5	2,414	0.3	49.0
대구광역시	1.5	1,134	1.8	1,804	0.4	59.1
충청북도	1.5	1,123	1.8	1,774	0.3	58.0
대전광역시	1.4	1,103	1.9	1,897	0.5	72.0
경상북도	1.4	1,089	2.0	1,953	0.6	79.3
강원도	1.2	913	1.1	1,091	-0.1	19.5
울산광역시	0.9	700	1.0	979	0.1	39.9
총합계(명)	100	76,123	100	97,713	0	28.4

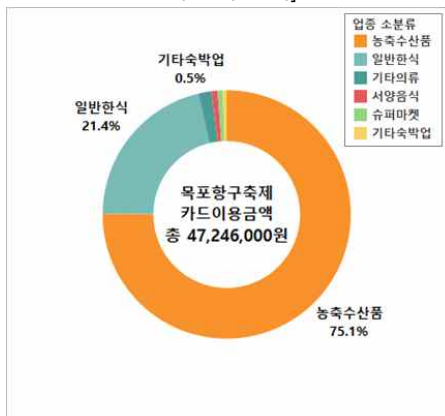
### 3) 소비매출 특성 분석

#### 가. 분석기간내 소비 규모

□ 2018~2019년 분석기간내 농축수산물 업종이 전체 카드 매출의 75.1%이며, 2019년 전년 대비 176.3% 증가

- 카드 매출 데이터의 경우 업종별, 성연령별, 거주지별 분류하여 집계하는 과정에서 적용되는 개인정보 비식별화에 따라 손실되는 데이터가 발생, 업종별, 성연령별, 거주지별 집계값이 상이함

[2018~2019년 목포항구축제 업종별 카드 매출 구성비]



[2018/2019년 목포항구축제 업종별 카드 매출]

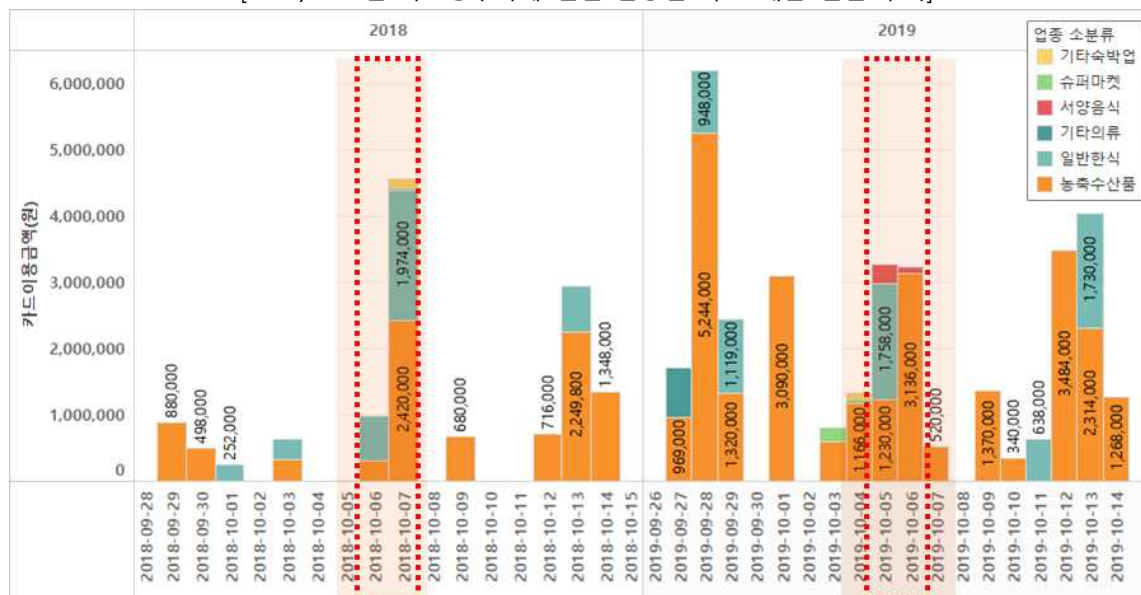
대분류	중분류	소분류	2018년	2019년	전년 대비 증감률 (%)
			카드이용 금액(원)	카드이용 금액(원)	
T&E	숙박업	기타숙박업	139,000	96,000	-30.9
생활	유통업영리	슈퍼마켓	30,600	282,600	823.5
	음식료품	농축수산물	9,427,800	26,051,000	176.3
쇼핑	의류	기타의류	-	738,000	-
음식	일반음식	서양음식	-	374,000	-
		일반한식	3,914,000	6,193,000	58.2
총합계(원)			13,511,400	33,734,600	149.7

## 나. 업종별 카드 매출 일별 추이

□ 2019년 축제기간내 농축수산물 업종에서 전년 대비 122% 카드 매출이 발생함

- '총각네 생생가게, 어생 경매' 등 판매 프로그램이 소비 매출에 영향을 미친 것으로 판단됨

[2018/2019년 목포항구축제 일별 업종별 카드 매출 일별 추이]



· 붉은 박스는 축제기간을 의미하며, 붉은 점선 박스는 주말을 의미함

[2018/2019년 목포항구축제 일별 카드 매출 및 증감률 표]

업종 소분류	2018년			2019년					전년 대비 증감 률(%)
	10-06	10-07	합계	10-04	10-05	10-06	10-07	합계	
기타숙박업	-	139,000	139,000	96,000	-	-	-	96,000	-30.9
슈퍼마켓	-	30,600	30,600	72,600	-	-	-	72,600	137.3
서양음식	-	-	0	-	288,000	86,000	-	374,000	-
기타의류	-	-	0	-	-	-	-	-	-
일반한식	682,000	1,974,000	2,656,000	-	1,758,000	-	-	1,758,000	-33.8
농축수산물	306,000	2,420,000	2,726,000	1,166,000	1,230,000	3,136,000	520,000	6,052,000	122.0
총합계	988,000	4,563,600	5,551,600	1,334,600	3,276,000	3,222,000	520,000	8,352,600	50.5

(단위 :원)

□ 2019년의 경우 축제 전주 주말대비 카드 매출이 33.5% 감소했으며, 축제 후 주말 카드 매출이 32.8% 증가함. 축제가 소비에 영향을 주지 않음

### 3.1.3 가을페스티벌

#### 1) 개요

##### □ 축제 정의

- 9월~10월 목포 전역에서 진행되는 축제를 모아 가을페스티벌로 정의함

##### □ 분석 기간

- 축제기간 전후 7일을 포함한 축제기간의 관광객 수, 카드 매출을 분석함

[가을페스티벌 분석기간]

축제명	연도	축제시작일	축제종료일	비고	분석기간 (축제기간 전후 7일 포함)
가을 페스티벌	2018	2018-08-31	2018-09-02	2018 목포세계마당페스티벌	2018-08-24~2018-09-09
		2018-09-07	2018-09-08	2018 목포문화재야행 1차	2018-08-31~2018-09-15
		2018-10-26	2018-10-27	2018 목포문화재야행 2차	2018-10-19~2018-11-03
		2018-10-05	2018-10-07	2018 목포항구축제	2018-09-28~2018-10-14
		2018-11-20	2018-11-24	2018 북항 노을축제	2018-11-13~2018-12-01
	2019	2019-08-30	2019-10-27	2019	2019-08-23~2019-11-03
	2020	2020-09-12	2020-09-13	2020 목포세계마당페스티벌	2020-09-05~2020-09-20
		2020-10-23	2020-10-31	2020 목포문화재야행	2020-10-16~2020-11-07

##### □ 분석 방향

- 2018년도는 가을페스티벌에 포함되는 축제가 개별적으로 개최됨. 코로나19의 영향으로 2020년 가을페스티벌은 취소됨. 가을페스티벌이 온전히 개최된 2019년을 기준으로 축제의 관광적 효과를 관광인구, 카드 매출로 분석함

[2019년 가을페스티벌 축제 목록]

2019 가을페스티벌 목록	2018	2019	2020
목포 세계마당페스티벌	08-31 (금)~09-02 (일)	08-30 (금)~09-01 (일)	09-12~09-13 (온라인)
전라남도 혁신박람회	-	09-18 (수)~09-19 (목)	-
목포문화재야행	09-07 (금)~09-08 (토), 10-26 (금)~10-27 (토)	09-20 (금)~09-22 (일)	10-23 (금)~10-24 (토), 10-30 (금)~10-31 (토)
목포낭만비어페스티벌	-	09-27 (금)	-
전국통기타페스티벌	-	09-27 (금)~09-29 (일)	-
2019 왕년에 목포축제	-	09-28 (토)~09-29 (일)	-
목포 항구축제	10-05 (금)~10-07 (일)	10-03 (목)~10-06 (일)	-
생활문화동호인하마당	-	10-12 (토)~10-13 (일)	-
골목길이 춤춘다	-	10-19 (토)~10-20 (일)	-
북항 노을축제	11-20 (화)~11-24 (토)	10-25 (금)~10-27 (일)	-



## □ 분석 영역

- 가을페스티벌에 포함되는 개별 행사가 개최되는 노을공원, 로데오광장, 목포 근대역사 문화공간, 평화광장, 삼학도권, 서산동 시화골목을 포함하여 가을페스티벌 분석 영역을 설정함

[가을페스티벌 분석 영역]



- 6개의 분석 영역을 1개의 영역으로 간주하여 집계함



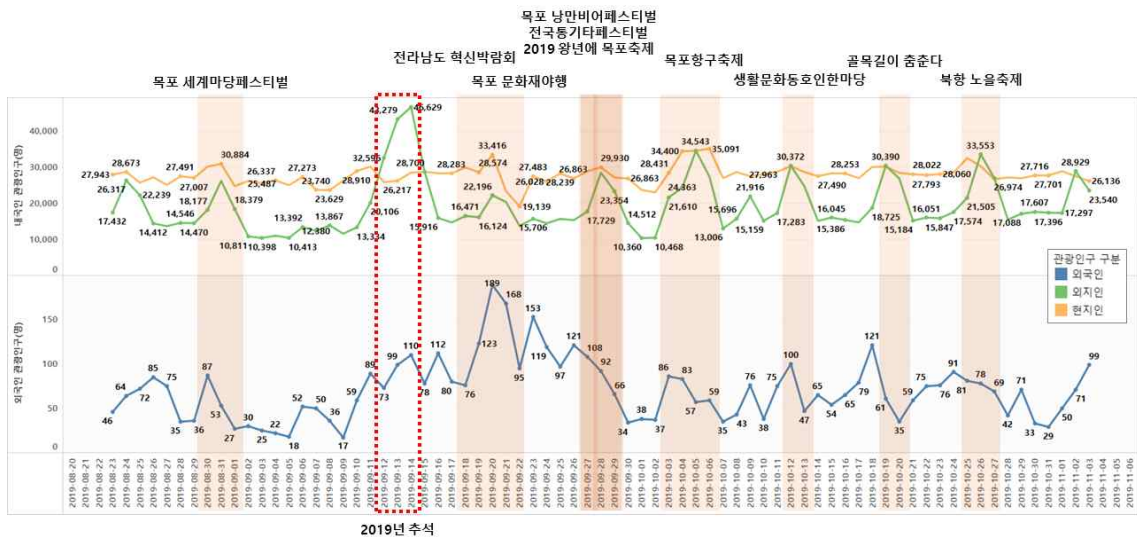
## 2) 관광객 특성 분석

### 가. 관광인구 구분별 관광인구 일별 추이

□ 북항 노을축제 축제 둘째날 토요일 외지인 관광객이 현지인 관광객보다 3,297명 많으며, 차이가 가장 큼

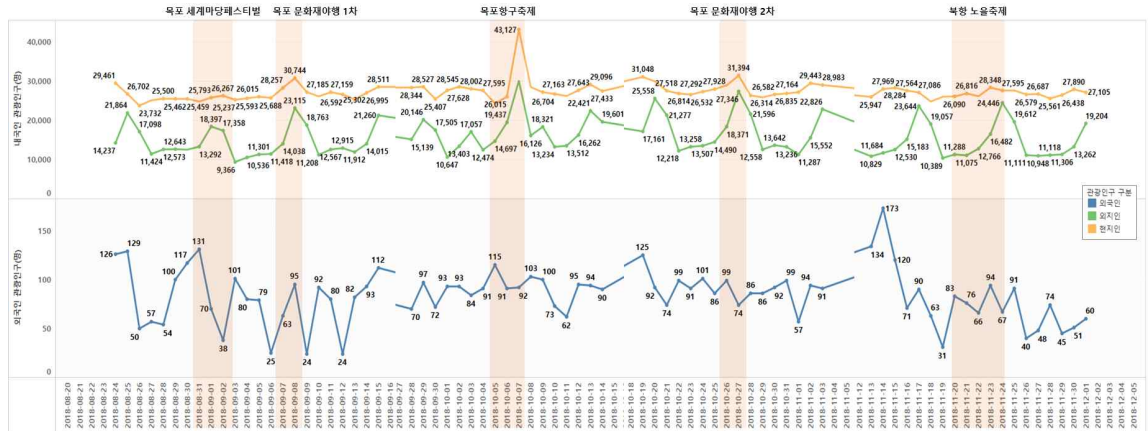
- 목포문화재야행 축제기간 첫날인 금요일에 외국인 관광객이 189명으로 가장 많음
- 외지인 관광객의 경우 주말에 증가, 주중에 감소하는 패턴을 보이며, 외지인이 가장 많이 방문한 축제는 목포항구축제로 2019년 10월 5일 토요일 34,543명이 방문함

[2019년 가을페스티벌 관광인구 일별 추이]



- 붉은 박스는 축제기간을 의미하며, 붉은 점선 박스는 주말을 의미함
  - 축제는 1개의 영역에서 진행되었어도, 집계 영역은 6개이기 때문에 오차가 존재함
  - 하루에 6개의 축제 영역 중 2곳을 방문했다면 2명으로 집계됨
- 2018년에 개최된 축제 4개와 일별 현지인/외지인 관광객 수를 비교했을 때, 2019년 가을페스티벌 축제기간내 현지인/외지인 관광인구 차이의 일 평균이 줄어듦
- 2018년에 개별 축제일 때 보다 2019년 가을페스티벌로 통합되었을 때, 외지인 관광객 수가 전반적으로 증가했으며, 현지인-외지인 값(현지인-외지인 차이)이 전년 대비 39.6% 감소함
  - 가을페스티벌 통합한 결과 외지인 관광객 유입 효과가 있음

[2018년 가을페스티벌 관광인구 일별 추이]



· 붉은 박스는 축제기간을 의미하며, 붉은 점선 박스는 주말을 의미함

[2018/2019년 가을페스티벌 현지인/외지인 관광인구 차이 표]

		목포세계마당페스티벌			목포문화재야행				
		08-30	08-31	09-01	09-20	09-21	09-22		
2019	현지인	30,160	30,884	24,738	33,416	23,353	19,139		
	외지인	18,177	26,201	18,379	22,196	20,348	13,719		
	현지인-외지인	11,983	4,683	6,359	11,220	3,005	5,420		
	일평균	7,675			6,548				
		목포세계마당페스티벌			목포문화재야행 1차				
		08-31	09-01	09-02	09-07	09-08			
2018	현지인	24,780	25,793	26,267	28,257	30,744			
	외지인	13,292	18,397	17,358	14,038	23,115			
	현지인-외지인	11,488	7,396	8,909	14,219	7,629			
	일평균	9,264			10,924				
		목포항구축제			북항 노을축제				
		10-04	10-05	10-06	10-07	10-25	10-26	10-27	
2019	현지인	34,400	34,522	35,091	26,945	32,510	30,256	26,644	
	외지인	24,363	34,543	27,355	13,006	21,505	33,553	26,974	
	현지인-외지인	10,037	-21	7,736	13,939	11,005	-3,297	-330	
	일평균	7,923			2,459				
		목포항구축제			북항 노을축제				
		10-05	10-06	10-07	11-20	11-21	11-22	11-23	11-24
2018	현지인	24,255	26,015	43,127	26,090	26,816	26,140	28,348	27,595
	외지인	14,697	19,437	30,038	11,288	11,075	12,766	16,482	24,446
	현지인-외지인	9,558	6,578	13,089	14,802	15,741	13,374	11,866	3,149
	일평균	9,742			11,786				

(단위 : 명)

## 나. 외지인 거주지별 관광인구

□ 2019년 북항 노을축제 기간 외지인 관광객의 45.2%가 전라남도, 광주광역시에 거주함

- 북항 노을축제를 즐기기 위해 근교 외지인 방문이 증가함

[2019년 북항 노을축제 기간 외지인 거주지별 구성비(시도) 표]

거주지(시도)	구성비율(%)	관광인구(명)
전라남도	<b>32.0</b>	24,336
광주광역시	<b>13.2</b>	10,050
경기도	12.9	9,810
서울특별시	11.7	8,883
전라북도	5.4	4,145
경상남도	3.8	2,871
충청남도	3.3	2,518
부산광역시	3.2	2,415
대전광역시	2.4	1,792
인천광역시	2.2	1,641
충청북도	1.9	1,427
제주특별자치도	1.5	1,157
경상북도	1.5	1,128
대구광역시	1.3	1,023
강원도	1.0	744
울산광역시	0.8	632
기타	2.0	1,495
총합계	100	76,067

[2019년 북항 노을축제 기간 외지인 거주지별 구성비(시군구) 표]

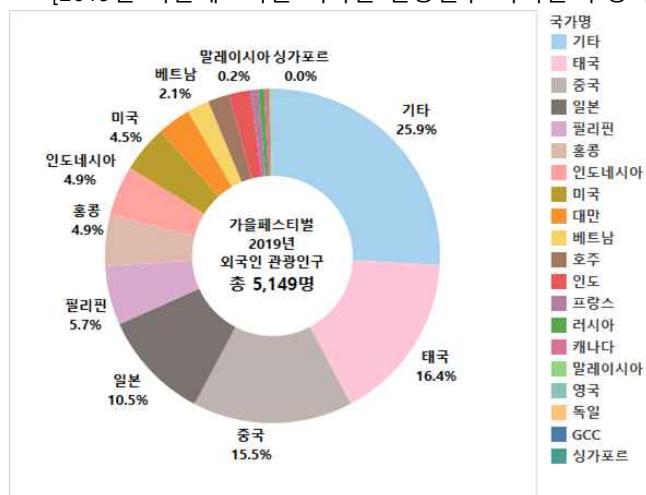
거주지(시군구)	구성비율(%)	관광인구(명)
전라남도 무안군	8.6	6,573
전라남도 영암군	5.5	4,178
전라남도 신안군	5.0	3,826
광주광역시 북구	3.9	2,949
광주광역시 광산구	3.7	2,843
광주광역시 서구	2.6	2,014
광주광역시 남구	2.0	1,494
전라남도 해남군	1.8	1,340
전라남도 진도군	1.7	1,314
전라남도 나주시	1.5	1,119
...	...	...
총합계	100	76,067

## 다. 외국인 관광인구 구성비 및 일별 추이

□ 2019년 가을페스티벌은 태국, 중국, 일본 관광객이 외국인 관광객의 42.4%임

[2019년 가을페스티벌 외국인 국적별 구성비 표]

[2019년 가을페스티벌 외국인 관광인구 국적별 구성비]

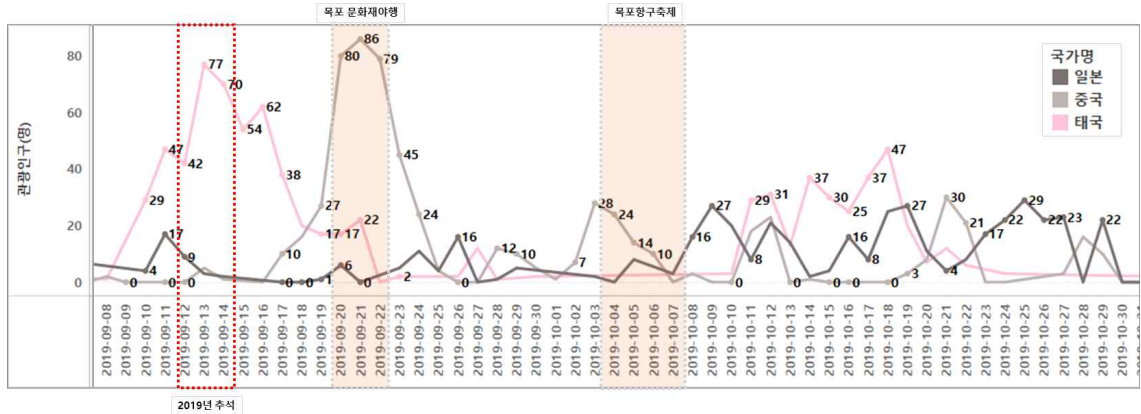


국가명	구성비율(%)	관광인구(명)
태국	16.4	844
중국	15.5	800
일본	10.5	542
필리핀	5.7	295
홍콩	4.9	253
인도네시아	4.9	251
미국	4.5	233
대만	3.3	168
베트남	2.1	110
...	...	...
기타	25.9	1,332
총합계	100	3,496

□ 태국인 관광객은 추석 연휴에, 중국인 관광객은 목포문화재야행 축제 기간에 많이 방문함

- 국적별 구성비에서 가장 많은 비중을 차지한 태국, 중국, 일본 국적의 관광객 수 일별 추이를 살펴봄

[2019년 가을페스티벌 외국인 국적별 관광객 일별 추이]



· 붉은 박스는 축제기간을 의미하며, 붉은 점선 박스는 주말을 의미함

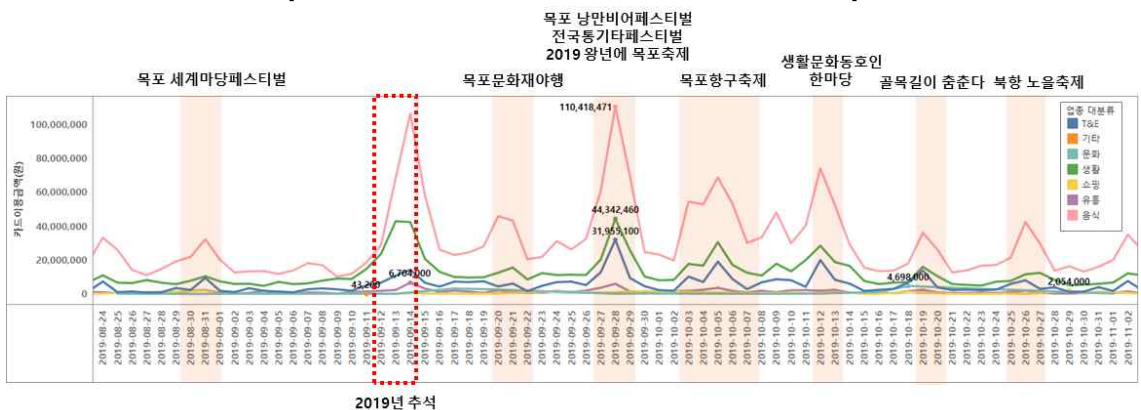
### 3) 소비매출 특성 분석

#### 가. 업종별 카드 매출 일별 추이

□ 축제 3개가 동시에 개최된 9월 4주차 금토일에 음식, T&A, 생활 업종에서 가장 큰 매출을 기록함

- 축제가 있는 주말 음식 업종에서 매출이 증가하는 패턴을 보임. 축제는 음식업종에서 소비 유발 효과가 가장 크며, 생활, T&E(Travel & Entertainment) 업종이 그 다음으로 영향을 받음

[2019년 가을페스티벌 업종별 카드 매출 일별 추이]

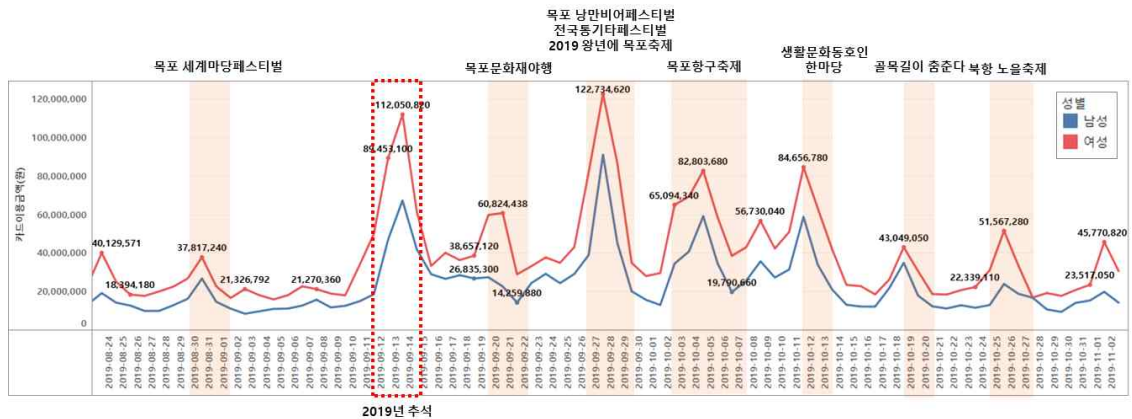


· 붉은 박스는 축제기간을 의미하며, 붉은 점선 박스는 주말을 의미함

## 나. 성별 카드 매출 일별 추이

- 가을페스티벌 분석기간내 여성이 남성보다 소비 금액이 크며, 남성-여성 차이의 일평균이 가장 큰 축제는 '목포문화재야행'임
- 가을페스티벌 축제기간내 40대 여성의 카드 매출이 전체의 18.8%이며, 50대 여성 17.7%, 20대 여성 14.1%로 여성이 전체 카드 매출의 69.9%를 차지함

[2019년 가을페스티벌 성별 카드 매출 일별 추이]



· 붉은 박스는 축제기간을 의미하며, 붉은 점선 박스는 주말을 의미함

[2019년 가을페스티벌 남성/여성 카드 매출 차이 표]

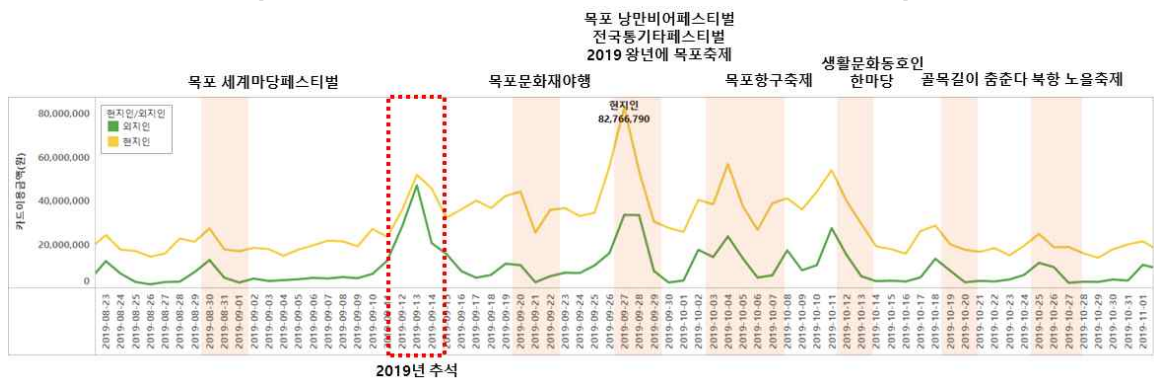
	목포세계마당페스티벌			목포문화재야행			
	08-30	08-31	09-01	09-20	09-21	09-22	
남성	16,216,110	26,741,100	14,648,340	27,429,920	22,668,620	14,259,880	
여성	26,772,335	37,817,240	22,676,310	59,833,340	60,824,438	28,961,800	
남성-여성	-10,556,225	-11,076,140	-8,027,970	-32,403,420	-38,155,818	-14,701,920	
남성-여성 일평균	-9,886,778			-28,420,386			
	목포항구축제				북항 노을축제		
	10-04	10-05	10-06	10-07	10-25	10-26	10-27
남성	40,824,040	59,165,800	34,699,518	19,790,660	12,976,800	23,918,710	18,849,760
여성	69,358,100	82,803,680	58,669,080	38,575,300	31,129,990	51,567,280	33,570,730
남성-여성	-28,534,060	-23,637,880	-23,969,562	-18,784,640	-18,153,190	-27,648,570	-14,720,970
남성-여성 일평균	-23,731,536				-20,174,243		

(단위 : 원)

#### 다. 거지주별 카드 매출

- 현지인의 소비 규모가 더 크며, 추석 연휴기간 외지인의 소비가 크게 증가하는 패턴을 보이며, 현지인-외지인 소비금액차이가 2019년 9월 14일 기준 487만원으로 가장 적음
- 3개의 축제(목포 낭만비어페스티벌, 전국통기타페스티벌, 2019 왕년에 목포축제)가 동시에 열리는 주말의 경우, 현지인의 소비가 큰폭으로 증가, 현지인-외지인 소비금액 차이가 2019년 9월 28일 기준 4,930만원으로 가장 큼

[2019년 가을페스티벌 현지인/외지인 카드 매출 일별 추이]



#### 라. 외국인 국적별 카드 매출

- 기타 국적(미국, 중국, 일본, 베트남, 인도네시아, 몽골, 필리핀, 태국, 캄보디아 제외)의 단기체류 외국인의 카드 매출이 약 300만원임
- 목포시 자체 단기체류 외국인의 카드 매출 발생량이 적으며, 비식별화 과정을 통해 데이터의 손실이 커 집계 데이터의 값이 작음

[2019년 가을페스티벌 외국인 국적별 카드 매출 표]

국적명	8월	9월	10월	총합계
기타	-	1,397,000	1,702,000	3,099,000
미국	-	-	514,000	514,000
일본	289,000	-	1,020,000	1,309,000
총합계	289,000	1,397,000	3,236,000	4,922,000

(단위 : 원)





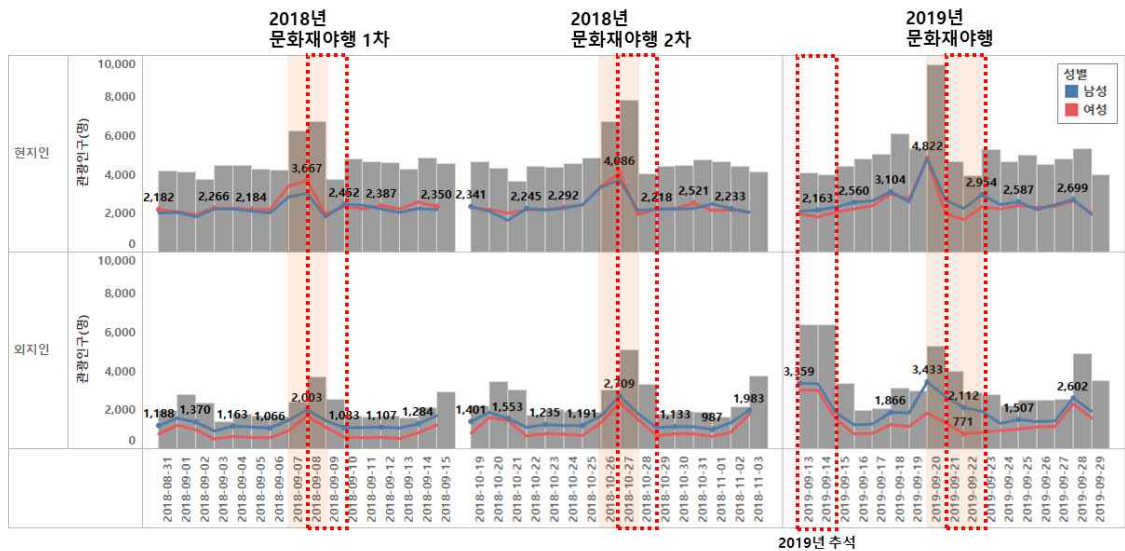
## 2) 관광객 특성 분석

### 가. 성별 관광인구

□ 분석기간내 남성 구성비율이 2018년 53%, 2019년 55.6%로 증가함

- 2018년 목포문화재야행 1차 개최시 현지인/외지인 총 관광객 수는 전주 대비 45.9% 증가했으며 개최 후 24.3% 감소함. 2차 개최시 전주 대비 54.8% 증가했으며 개최 후 36.2% 감소함. 2018년 목포문화재야행 축제 개최가 관광객 수에 영향을 준 것으로 판단됨
- 2019년의 경우 목포문화재야행 축제기간 전주는 추석연휴와 중복된 주말이며, 현지인 관광객수는 감소, 외지인은 관광객수는 증가한 상태이기 때문에 축제의 영향을 비교하기엔 어려움이 있음
- 2018년 목포문화재야행 현지인 관광객은 여성이 남성보다 일평균 406명 더 많았으며, 2019년 남성이 여성보다 일평균 409명 더 많으며 그 순위가 역전됨. 외지인 관광객의 경우 남성과 여성의 차이가 일평균 384명에서 1,431명으로 증가했으며, 외지인은 남성이 여성보다 많이 방문함

[2018/2019년 목포문화재야행 현지인/외지인 성별 관광인구 일별 추이]



· 붉은 박스는 축제기간을 의미하며, 붉은 점선 박스는 주말을 의미함

[2018/2019년 목포문화재야행 현지인/외지인 성별 관광인구 표]

		2018년 1차		2018년 2차		2019년		
		09-07	09-08	10-26	10-27	09-20	09-21	09-22
현지인	남성	2,826	3,030	3,341	3,707	4,809	2,670	2,239
	여성	3,401	3,667	3,375	4,086	4,822	1,993	1,677
	남성-여성	-575	-637	-34	-379	-13	677	562
외지인	남성	1,457	2,003	1,686	2,709	3,433	2,677	2,112
	여성	920	1,691	1,326	2,381	1,834	1,323	771
	남성-여성	537	312	360	328	1,599	1,354	1,341

(단위 : 명)



## 나. 거주지별 관광인구 구성비

- 축제기간내 목포시 현지인 관광객 구성비는 5.9% 감소했으며, 인근 지역인 전라남도, 광주광역시에 거주하는 관광객 구성비도 감소함
- 부산광역시 관광객 구성비가 0.7%에서 9.2%로 크게 증가했으며, 2019년 부산광역시 서구에서 1,108명이 방문했으며, 부산광역시 서구는 외지인 관광객 거주지 순위(시군구) 3위임(1위 전라남도 무안군, 2위 전라남도 신안군)

[2018/2019년 목포문화재야행 축제기간내 거주지별 관광인구 구성비 표]

구분	거주지(시도)	2018		2019	
		관광인구(명)	구성비(%)	관광인구(명)	구성비(%)
현지인	목포시	27,433	65.9%	18,210	60.0%
외지인	전라남도	5,590	13.4%	3,097	10.2%
	부산광역시	<b>302</b>	<b>0.7%</b>	<b>2,791</b>	<b>9.2%</b>
	광주광역시	1,840	4.4%	1,036	3.4%
	서울특별시	1,639	3.9%	985	3.2%
	경기도	1,520	3.7%	1,101	3.6%
	전라북도	741	1.8%	442	1.5%
	경상남도	347	0.8%	661	2.2%
	제주특별자치도	317	0.8%	351	1.2%
	충청남도	332	0.8%	204	0.7%
	인천광역시	319	0.8%	172	0.6%
	대전광역시	228	0.5%	239	0.8%
	경상북도	190	0.5%	182	0.6%
	대구광역시	157	0.4%	199	0.7%
	충청북도	172	0.4%	133	0.4%
	강원도	101	0.2%	138	0.5%
	울산광역시	106	0.3%	79	0.3%
	세종특별자치시	100	0.2%	23	0.1%
	기타	172	40.0%	317	1.0%
총합계		41,606	100.0%	30,360	100.0%

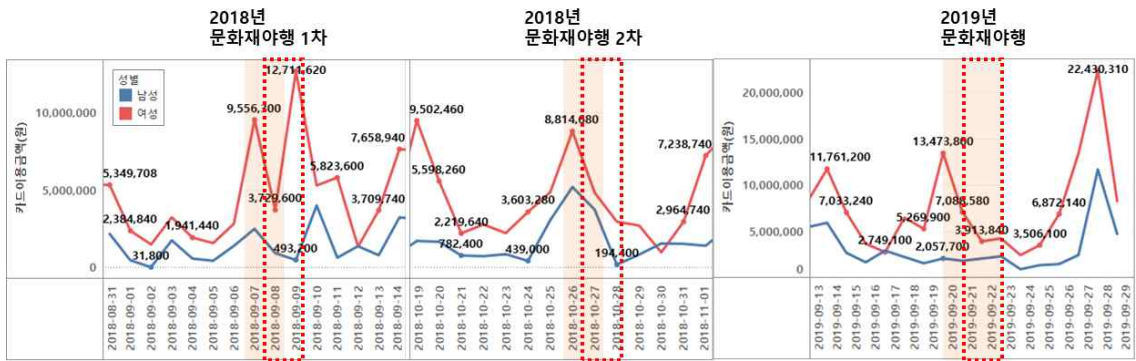
· 2018년 축제기간 4일, 2019년 축제기간 3일 기준

## 다. 성별 카드 매출 일별 추이

□ 분석기간내 남성 관광객 구성비가 더 많았으나, 여성이 소비를 더 많이 함

- 축제 개최 첫날 매출이 많이 발생하며, 축제 전후로 비교했을 때 축제가 매출에 영향을 미치지 않음

[2018/2019년 목포문화재야행 성별 카드 매출 일별 추이]



· 붉은 박스는 축제기간을 의미하며, 붉은 점선 박스는 주말을 의미함

## 3) 소비매출 특성 분석

### 가. 거주지별 카드 매출 구성비

□ 축제기간내 카드 매출의 대부분이 목포시 현지인으로부터 발생함

- 부산광역시에 거주하는 관광객의 수가 2019년 증가했으나, 카드 매출에는 집계되지 않음

[2018/2019년 목포문화재야행 축제기간내 거주지별 카드 매출 구성비 표]

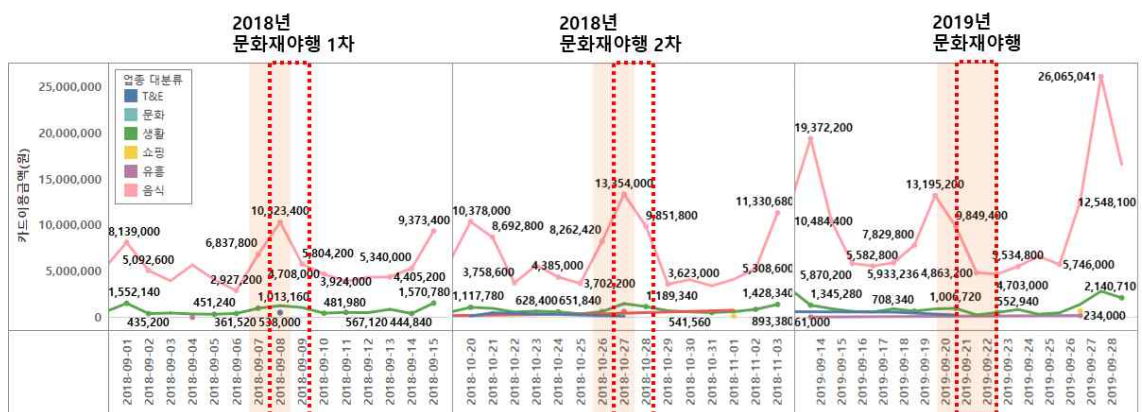
구분	거주지(시도)	2018		2019	
		관광인구(명)	구성비(%)	관광인구(명)	구성비(%)
현지인	목포시	23,618,880	96.4	16,276,058	96.9
외지인	전라남도	886,200	3.6	436,000	2.6
	충청남도	-	-	90,800	0.5
총합계		24,505,080	100	16,802,858	100

- 2018년 축제기간 4일, 2019년 축제기간 3일 기준

## 나. 업종별 카드 매출 일별 추이

- 목포문화재야행 주변 상권에서 음식 업종에서 카드 매출이 가장 많이 일어남. 축제 전후 비교시 2018년의 경우 축제가 음식 업종 매출 증가에 영향을 준 것으로 추정되나, 2019년은 축제기간내 매출이 줄어든 것으로 보임
- 목포문화재야행이 열리는 목포 근대역사문화공간은 축제기간이 아니어도 방문객이 많이 오는 관광지로 축제와 상관없이 주말에 음식 업종에서 카드 매출이 증가하는 것으로 추정됨. 또한 2019년 문화재야행 전주 주말인 9월 12~15일은 추석 연휴기간으로 관광객이 증가해 카드 매출 또한 증가한 것으로 추정됨

[2018/2019년 목포문화재야행 업종별 카드 매출(대분류) 일별 추이]



- 붉은 박스는 축제기간을 의미하며, 붉은 점선 박스는 주말을 의미함
- 비식별화 과정에 따라 성별 카드 매출과 업종별 카드 매출 값의 차이가 있을 수 있음

### 3.1.5 목포 근대역사문화공간

#### 1) 개요

##### □ 관광지 정의

- 목포 근대역사문화공간은 대한제국 개항기에 '목포 해관' 설치에 따른 근대기 통상 항만의 역사와 일제강점기를 거쳐 해방 이후까지의 생활사적 모습을 동시에 보여주는 장소로서 근현대를 관통하는 목포의 역사문화와 생활의 변천사를 알 수 있는 지역임

##### □ 분석 방향

- 2019년 9월 목포해상케이블카 개통 이후 주말 외지인 관광객의 연계 관광지로서 목포 근대역사문화공간의 관광객 수가 함께 증가함. 목포 근대역사문화공간에 방문하는 주말 외지인 관광객의 특성을 분석함

##### □ 분석 영역

- 근대 역사관, 경동성당을 포함하여 문화재로 등록된 목포 근대역사문화공간을 분석 영역으로 정의함

[목포 근대역사문화공간 분석 영역]

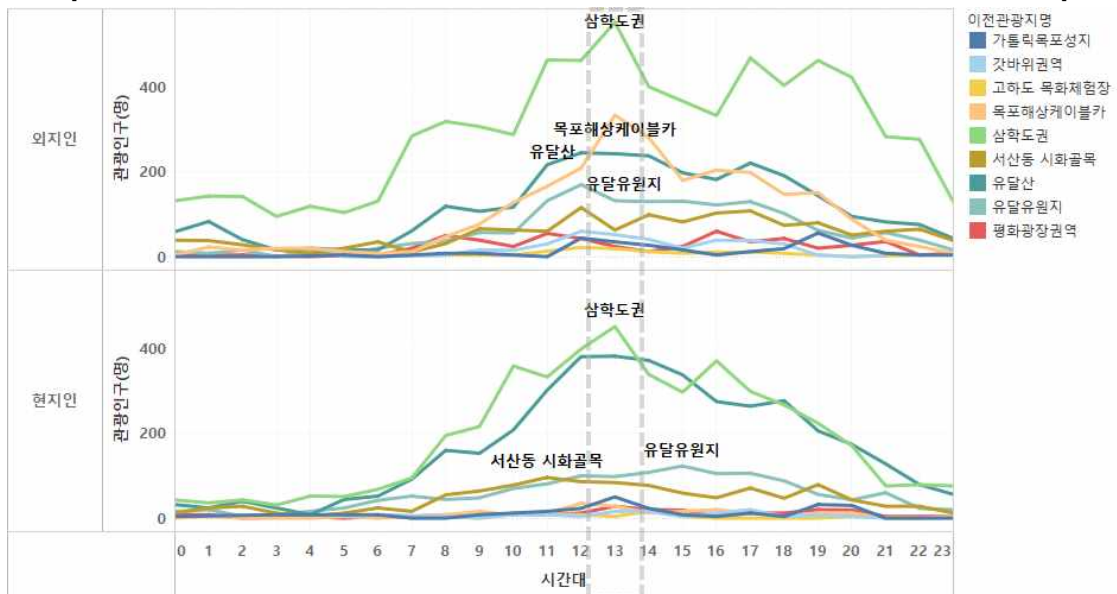


## 2) 관광객 특성 분석

### 가. 이전관광지 관광인구 시간대별 추이

- 목포해상케이블카 개통 이후(2019년 9월) 목포 근대역사문화공간에 있는 관광객들이 10~15분전 방문했던 관광지를 이전관광지로 정의하고, 시간대별 이전관광지별 관광객 수를 집계함(주말)
- 주말 현지인/외지인 모두 삼학도권에서 유입되는 관광객이 많으며, 현지인은 유달산에서 유입되는 관광객수가 삼학도권과 비슷함. 외지인의 경우 목포해상케이블카에서 목포 근대역사문화공간으로 오후 1시 유입되는 관광객 수가 많음. 주말에 방문한 외지인은 목포해상케이블카 → 목포 근대역사문화공간 순서로 관광하는 것을 의미함

[목포해상케이블카 개통 이후 목포 근대역사문화공간 이전관광지 관광인구 시간대별 추이]



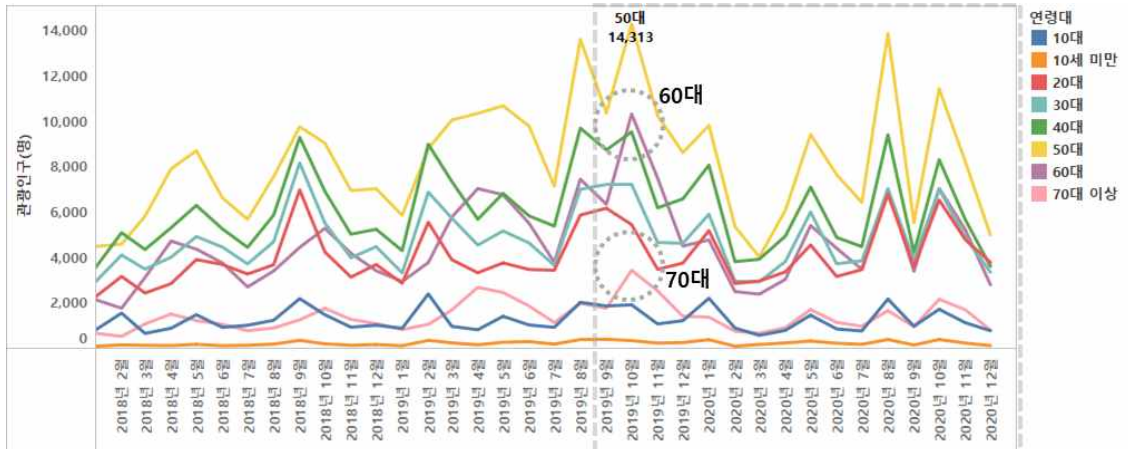
· 회색 점선 박스는 피크시간을 의미함

### 나. 주말 외지인 연령대별 관광인구 월별 추이

- 3개년 주말 외지인 연령대별 관광인구 구성비는 50대 26.8%로 가장 많으며, 40대 19.9%, 30대 15.8%, 60대 15%, 20대 13.1% 순으로 차지함. 2019년 9월 이후 구성비는 50대가 26.6%, 40대 19.4%, 60대 15.6%, 30대 15.8%, 20대 13.6% 순으로 큰 변화 없음.
- 목포해상케이블카 개통 후인 2019년 10월 20대를 제외한 전 연령대에서 관광객 수가 증가함. 특히 60~70대의 관광객 수가 증가한 것을 확인 할 수 있음. 목포해상케이블카 방문 후 목포 근대역사문화공간을 연계하여 방문하는 관광객이 증가했으며, 주 연령대는 50대 이후 중장년층인 것으로 판단됨



[목포 근대역사문화공간 주말 외지인 관광인구 월별 추이]

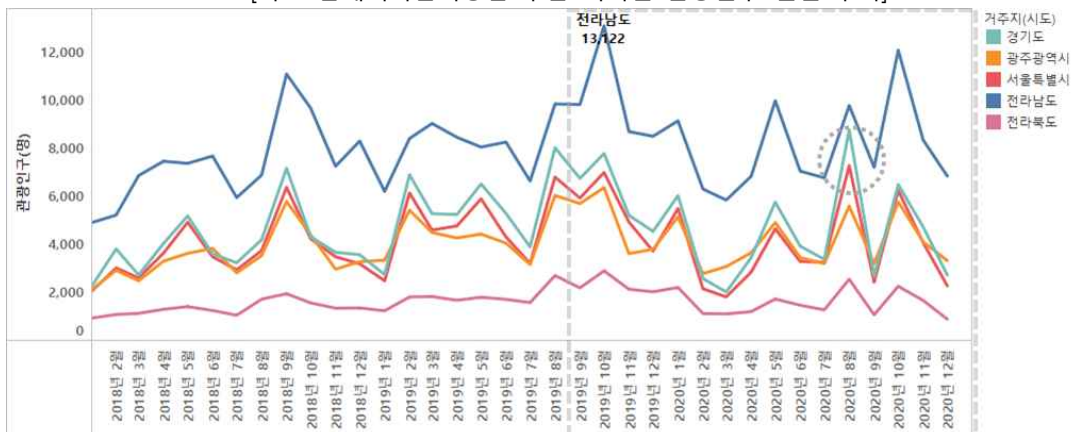


· 회색 점선 박스는 목포해상케이블카 개통 이후를 의미함

#### 다. 주말 외지인 거주지별 관광인구 월별 추이

- 3개년 주말 외지인 거주지별 관광인구 구성비중 목포시를 제외한 전라남도에서 방문한 관광객이 전체의 26.2%로 가장 많으며, 경기도 15.2%, 서울특별시 13.5%, 광주광역시 13%, 전라북도 5.2% 순으로 차지함
- 목포시를 제외한 전라남도에 거주하는 관광객의 방문이 2019년 10월 전월대비 33.4%로 크게 증가함. 목포시 근교 관광객이 증가한 것으로 판단됨. 목포 근대역사문화공간은 매년 8월 관광객이 증가하는 패턴을 보이며, 2020년 8월 경기도, 서울특별시에 거주하는 관광객 수가 전년 대비 각 9.3%, 7% 증가했으며, 타 시도는 감소했음에도 불구하고 증가한 것을 알 수 있음(광주광역시 -7.3%, 전라남도 -0.7%, 전라북도 -5.7%)

[목포 근대역사문화공간 주말 외지인 관광인구 월별 추이]



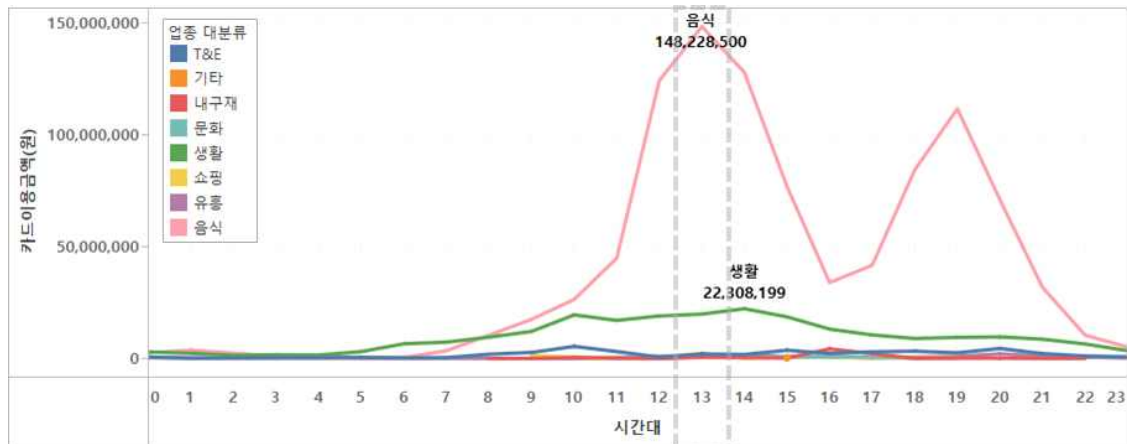
· 회색 점선 박스는 목포해상케이블카 개통 이후를 의미함

### 3) 소비매출 특성 분석

#### 가. 주말 업종별 카드 매출 시간대별 추이

- 3개년 전체 카드 매출 중 일반한식 업종이 56.3%를 차지함. 농축수산물 7.6%, 편의점 6.4%, 슈퍼마켓 6%, 서양음식 5.2%, 일식회집 5% 순서로 비중이 크며, 전체의 66.9%가 음식 업종에서 발생함
- 목포해상케이블카 개통 이후 주말 오후 1시 음식 업종에서 매출이 가장 크며, 오후 1시는 현지인이 삼학도, 유달산에서 많이 유입되는 시간대이며, 외지인이 삼학도, 목포해상케이블카에서 유입되는 시간대임. 주말에 방문한 관광객이 목포 근대역사문화공간에서 점심식사를 많이 하는 것으로 추정됨

[목포해상케이블카 개통 이후 목포 근대역사문화공간 주말 업종별 카드 매출 시간대별 추이]



· 회색 점선 박스는 주요시간대를 의미함

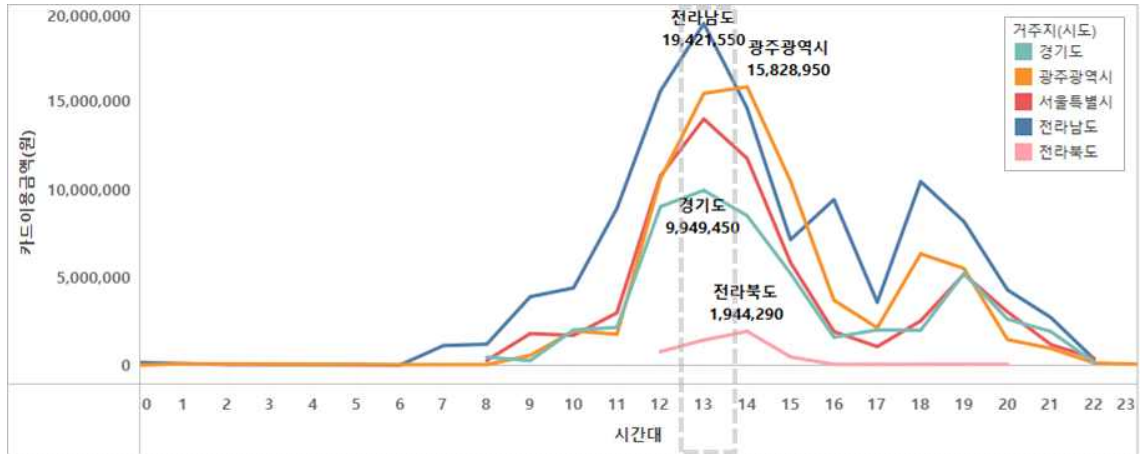
#### 나. 주말 외지인 거주지별 카드 매출 시간대별 추이

- 3개년 전체 카드 매출 중 현지인이 발생한 카드 매출이 전체의 60.7%이며, 외지인의 거주지별 카드 매출 구성비를 보면 목포시를 제외한 전라남도가 외지인 카드 매출의 46%로 가장 많이 차지하며, 광주광역시 17.2%, 서울특별시 15.6%, 경기도 11.5% 순으로 차지함
- 주말 오후 1시 외지인 관광객이 점심 식사하는 곳, 목포 근대역사문화공간
  - 주말 오후 1시 카드 매출이 가장 크며, 목포시를 제외한 전라남도에서 방문한 사람들의 카드 매출이 오후 4시 소폭 증가하는 패턴을 보임.
  - 광주광역시에서 방문하는 사람들의 카드 매출은 오후 2시 가장 많으며, 오후 6시에 소폭 증가함. 타 시도에 비해 점심시간 피크타임이 1시간 늦으며, 저녁시간 피크타임은 1시간 이른 특징을 보임.
  - 전라북도의 경우 주말 오후 2시 늦은 점심시간 매출이 가장 크며 저녁시간엔 피크타임을 보이지 않음. 저녁식사를 하지 않고 일찍 돌아가는 것으로 추정됨



- 업종별 시간대별 카드 매출 추이와 비교해보았을 때, 음식업종의 패턴과 유사함. 주말 외지인 관광객들이 점심식사를 하는 관광지로 추정됨

[목포해상케이블카 개통 이후 목포 근대역사문화공간 주말 외지인 거주지별 카드 매출 시간대별 추이]



- 회색 점선 박스는 주요시간대를 의미함

## 1) 개요

- 서산동 시화마을은 추억과 향수를 불러일으키는 곳으로 보리마당 위에서 내려다보는  
항구와 바다, 아름다운 마을 경관이 있는 곳이다. 주민들의 글과 그림으로 조성된 시화  
골목, 영화1987 촬영지 연희네 슈퍼는 관광객들에게 인기가 많은 관광 명소임

- 주말 외지인 관광객의 관광지 간 동선 분석을 통해 서산동 시화골목은 인근 관광지 방문 후 방문하는 연계 관광지 성향이 강한 것을 확인함. 주말 외지인 관광객의 특성을 성연령별, 거주지로 나눠 살펴봄

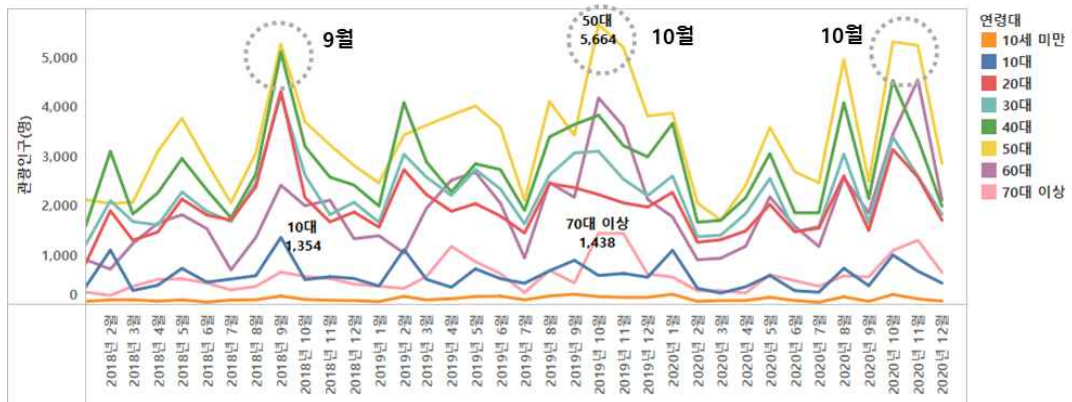
- 연희네 슈퍼를 포함하여 서산동 시화골목 분석 영역을 정의함

## 2) 관광객 특성 분석

### 가. 주말 외지인 연령대별 관광인구 월별 추이

- 전체 관광객의 24.8%가 50대로 가장 많으며, 40대 20.4%로 전체의 45.2%가 중장년층임. 30대 16.6%, 20대 14.6%, 60대 14.2% 순으로 구성비를 차지함.
- 성별로 보았을 때 전체 관광객의 54.3%가 남성으로 남성이 더 많이 방문하며, 일별 추이 또한 남성이 여성보다 많음.
- 2017년 12월 개봉한 영화 1987의 효과로 2018년 2월 설연휴기간 관광객의 방문이 소폭 증가했으며, 2018년 9월 추석 연휴에 관광객이 크게 증가, 그 후 매년 가을 관광객 수가 증가하는 패턴을 보임

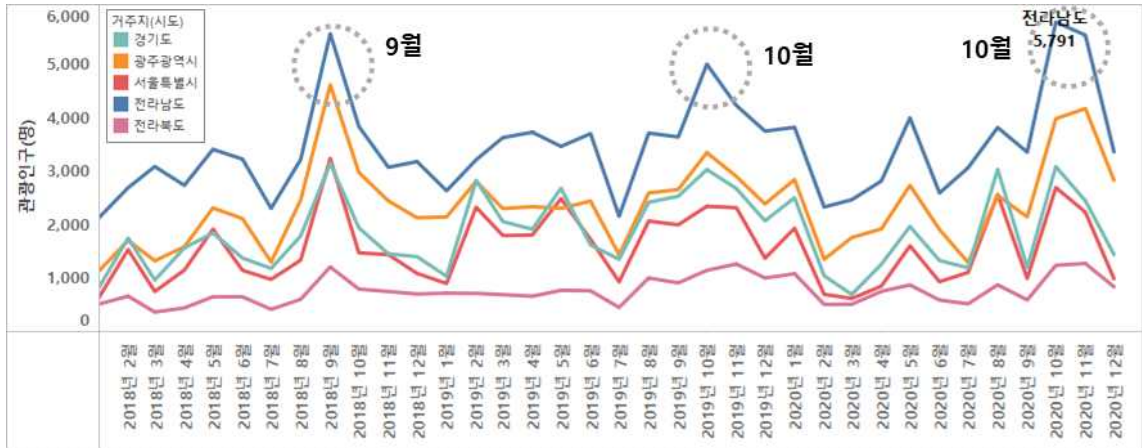
[서산동 시화골목 주말 외지인 연령대별 관광인구 월별 추이]



## 나. 주말 외지인 거주지별 관광인구 월별 추이

- 주말 외지인 관광객의 25.5%가 목포시를 제외한 전라남도에 거주하며, 광주광역시 17.5%, 경기도 13.7%, 서울특별시 11.5%, 전라북도 5.7%으로 전체의 73.9%를 차지함
- 매년 9월~10월 관광객이 증가하는 패턴을 보이며, 전라남도, 광주광역시 즉 인근 지역에서 많이 방문함

[서산동 시화골목 주말 외지인 거주지별 관광인구 월별 추이]

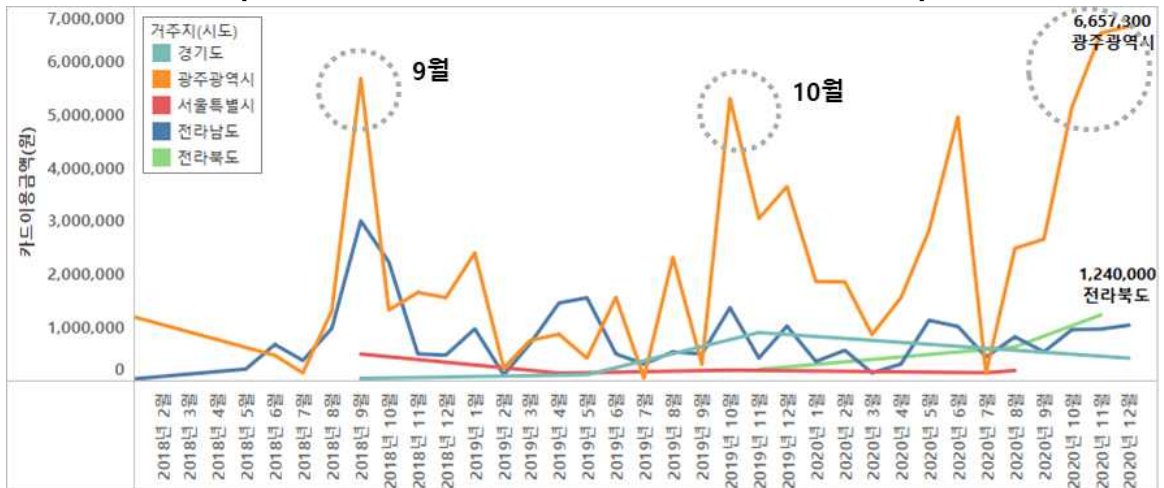


## 3) 소비매출 특성 분석

### 가. 주말 외지인 거주지별 카드 매출 월별 추이

- 전체 주말 외지인 매출의 69.2%가 광주광역시에서 거주하는 사람들에게서 발생하며, 목포시를 제외한 전라남도 25.4%, 전라북도 2%, 경기도 1.4%, 서울특별시 1.2% 구성비를 차지함.
- 목포시를 제외한 전라남도에 거주하는 관광객 보다 광주광역시에 거주하는 사람들이 카드 매출을 발생시키며, 2020년 10월 이후 카드 매출이 증가함

[서산동 시화골목 주말 외지인 거주지별 카드 매출 월별 추이]

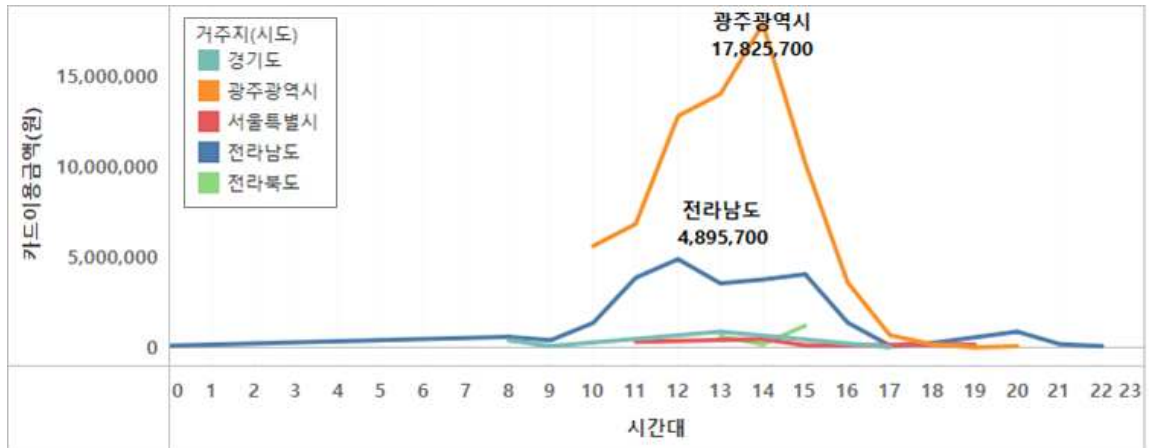




## 나. 주말 외지인 거주지별 카드 매출 시간대별 추이

- 광주광역시에 거주하는 사람들은 오후에 서산동 시화골목을 방문하는 것으로 추정됨
- 위의 3개년 카드 매출을 시간대별 합계로 보면, 광주광역시에 거주하는 사람들은 오후 2시 카드 매출을 가장 많이 발생시키며, 목포시를 제외한 전라남도에서 거주하는 사람들은 12시 카드 매출을 많이 발생시킴

[서산동 시화골목 3개년 주말 외지인 거주지별 카드 매출 시간대별 추이]



### 3.1.7 유달유원지

#### 1) 개요

##### □ 관광지 정의

- 유달유원지는 대반동에 위치한 목포대교가 보이는 해변이며, 본 분석에는 국가등록문화재 제786호 구 목포세관 본관 터 및 창고를 포함한 지역을 유달유원지로 정의함

##### □ 분석 방향

- 2020년 5월 유달유원지 내 스카이워크가 개설되어 외지인 관광객이 증가한 것을 확인할 수 있었으며, 추이 분석을 통해 외지인 관광객 및 소비 특성을 분석함

##### □ 분석 영역

- 스카이워크, 세관창고를 포함하여 유달유원지 분석 영역을 정의함

[유달유원지 분석 영역]

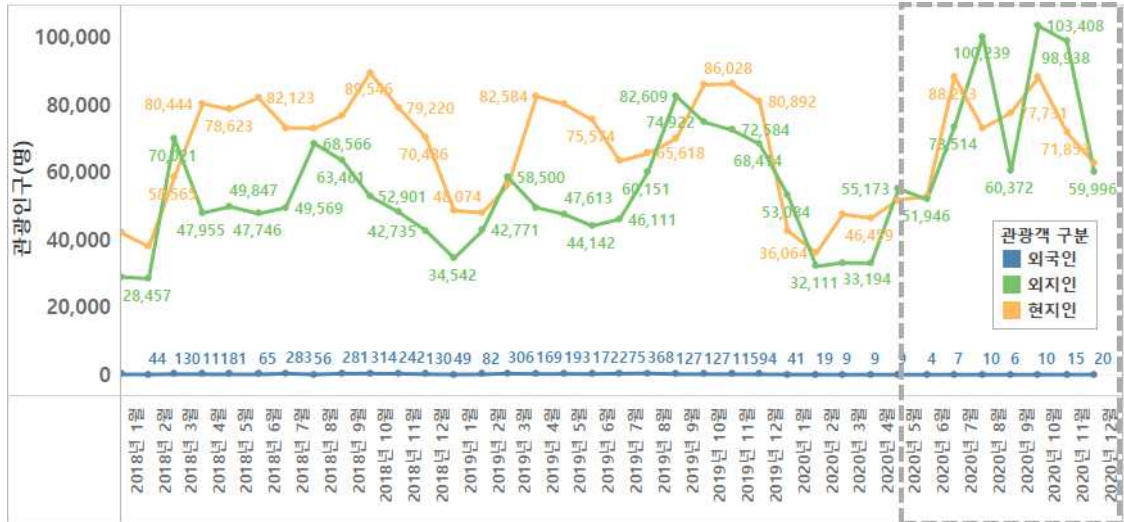


## 2) 관광객 특성 분석

### 가. 관광인구 구분별 관광인구 월별 추이

□ 2020년 5월 유달유원지 내 스카이워크가 준공되어 외지인 관광객 유입이 증가함

[유달유원지 현지인/외지인/외국인 관광인구 월별 추이]



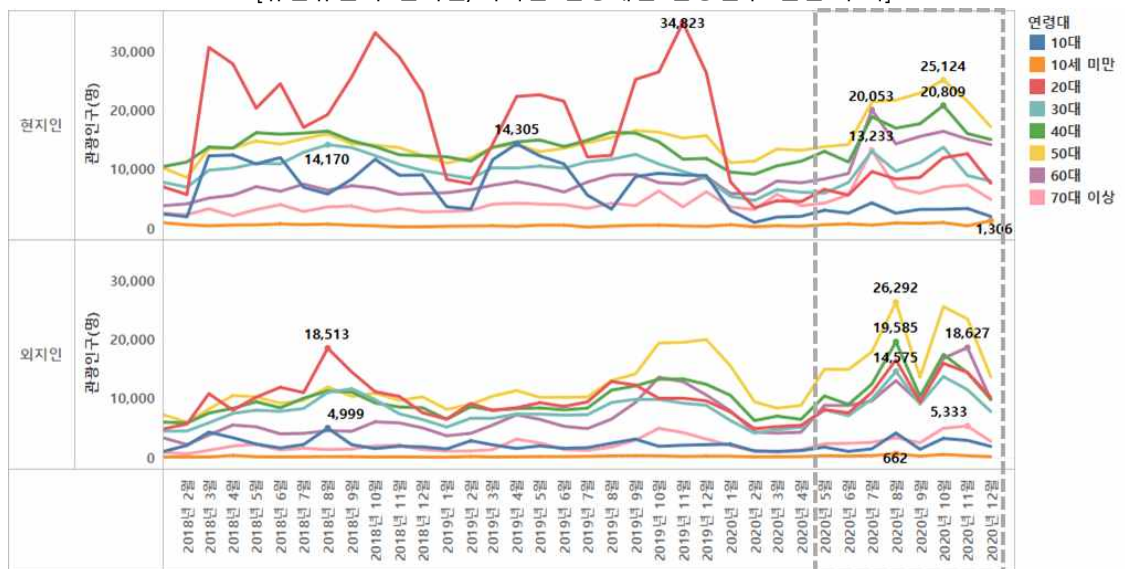
· 회색 점선 박스는 스카이워크 준공 이후를 의미함

### 나. 현지인/외지인 연령대별 관광인구 월별 추이

□ 20대 현지인 관광객이 많았으나, 스카이워크 준공 이후 중장년층 관광객 수가 증가함

- 10대~20대 현지인 관광객 수가 같은 패턴으로 움직이며, 성별로 분리했을 때 현지인 남성이 이와 같은 패턴을 보임. 10~20대 현지인 관광객은 다수가 남성일 것으로 추정되며, 유달유원지 옆 목포해양대학교가 영향을 주는 것으로 추정됨

[유달유원지 현지인/외지인 연령대별 관광인구 월별 추이]



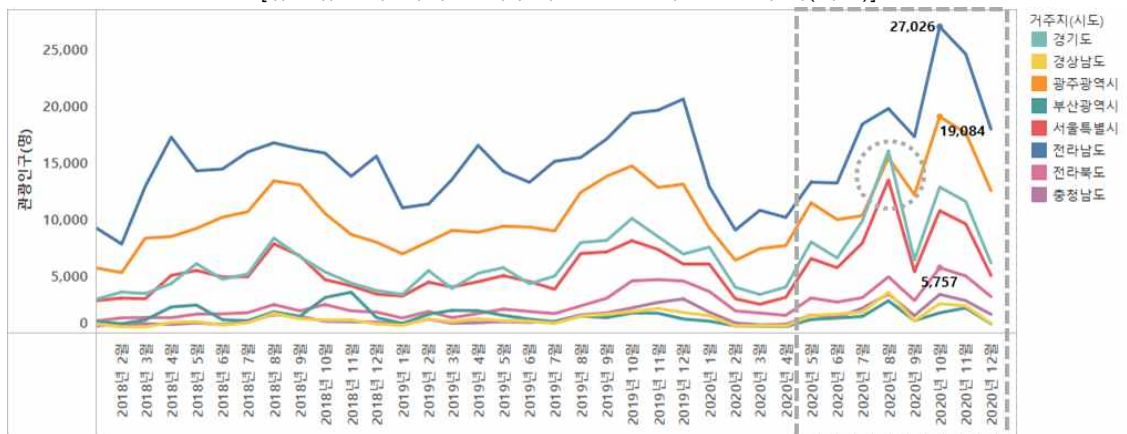
· 회색 점선 박스는 스카이워크 준공 이후를 의미함



## 다. 외지인 거주지별 관광인구 월별 추이

- 3개년 총관광인구의 60.7%가 현지인이며, 목포시 제외 전라남도 12.7%, 광주광역시 6.2%, 경기도 4.3%, 서울특별시 3.5%, 전라북도 2.3%, 경상남도 1.6%, 부산광역시 1.5%, 충청남도 1.4%로 전체의 94.3%를 차지함. 2020년 현지인 관광객은 전년 대비 12.6% 감소했으나, 외지인의 경우 14.2% 증가함
- 유달유원지 내 스카이워크 준공 이후 외지인 관광객 증가
  - 현지인이 60.7%를 차지하나, 스카이워크 준공 이후 외지인 관광객이 전년 대비 14.2% 증가했으며, 목포시 근교(전라남도, 광주광역시)에서 거주하는 외지인의 방문이 증가함

[유달유원지 외지인 거주지별 관광인구 월별 추이(시도)]



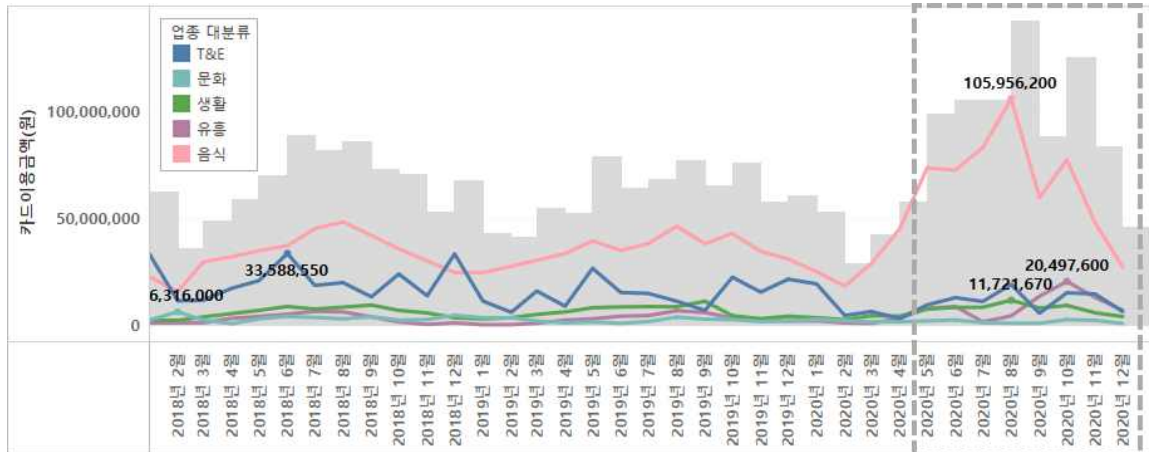
· 회색 점선 박스는 스카이워크 준공 이후를 의미함

## 3) 소비 매출 특성 분석

### 가. 업종별 카드 매출 월별 추이

- 2020년 업종별 카드 매출은 전체 6.7% 감소함. 2020년 일반한식 업종에서 카드 매출이 전년 대비 6.7% 감소했으나, 서양음식 업종에서 138.8% 증가해 전체 음식 업종에서 15.5% 증가함
- 1급 호텔 업종에서 2020년 카드 매출이 전년 대비 61.6% 감소, 가장 큰 감소폭을 보임
  - 위에서 2020년 7~8월 수도권(서울특별시, 경기도)에서 방문하는 외지인이 증가한 것을 확인할 수 있었으나, 유달유원지 내 호텔 숙박객이 증가한 것은 아닌 방문으로서 관광객이 증가한 것으로 추정됨

[유달유원지 업종별 카드 매출 월별 추이(대분류)]

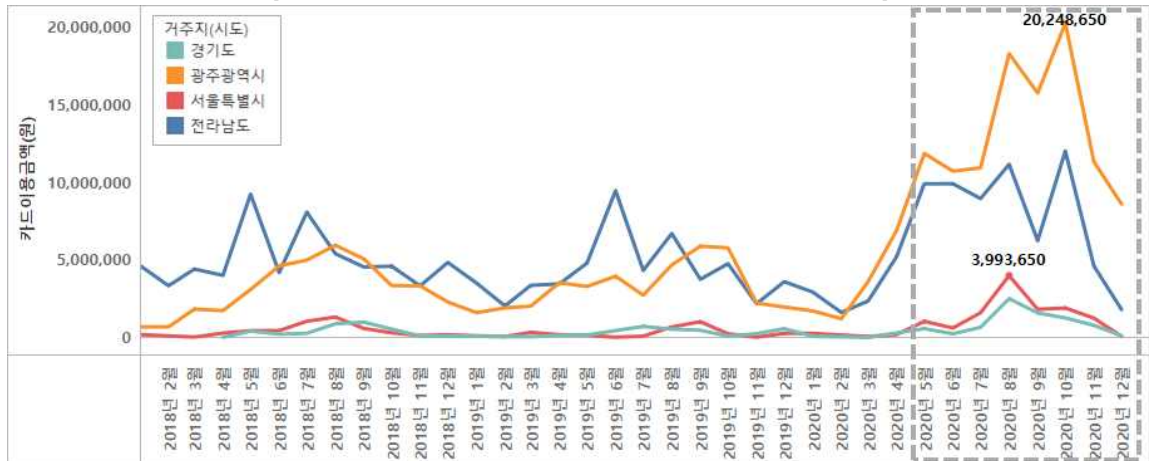


· 회색 점선 박스는 스카이워크 준공 이후를 의미함

## 나. 외지인 거주지별 카드 이용금액 추이

- 3년 총 카드 매출의 75.4%를 현지인으로부터 발생하며, 목포시를 제외한 전라남도가 15.4%, 광주광역시 6.4%, 경기도 1.2, 서울특별시 1% 하며 전체의 99.4%를 차지함
- 스카이워크 준공 후 광주광역시에서 방문한 사람들이 소비를 많이 함

[유달유원지 외지인 거주지별 카드 이용금액 추이(시도)]



· 회색 점선 박스는 스카이워크 준공 이후를 의미함

### 3.1.8 유달산

#### 1) 개요

##### □ 관광지 정의

- 유달산(儒達山)은 전라남도 목포시 유달동, 목원동, 죽교동에 있는 높이 228미터의 산이다. 목포 8경의 하나로 목포의 자랑이자 상징인 관광지

##### □ 분석 방향

- 유달산은 현지인 관광객이 전체의 69.3%로 목포가톨릭성지를 제외하고 현지인 구성비가 높은 관광지로, 현지인/외지인 관광객을 비교 분석함

##### □ 분석 영역

- 어민동산, 조각공원, 자생식물원, 낙조대, 유달산 둘레길 포함한 영역을 유달산으로 정의함 (목포해상케이블카 유달산 승강장 영역 제외)

[유달산 분석 영역]



## 2) 관광객 특성 분석

### 가. 관광지별 관광인구 구분별 구성비

- 관광지 11개 중 2020년 관광인구가 증가한 가톨릭목포성지를 제외하고 유달산의 현지인 관광인구 구성비가 69.3%로 큼

[3개년 관광지/관광인구 구분별 구성비]

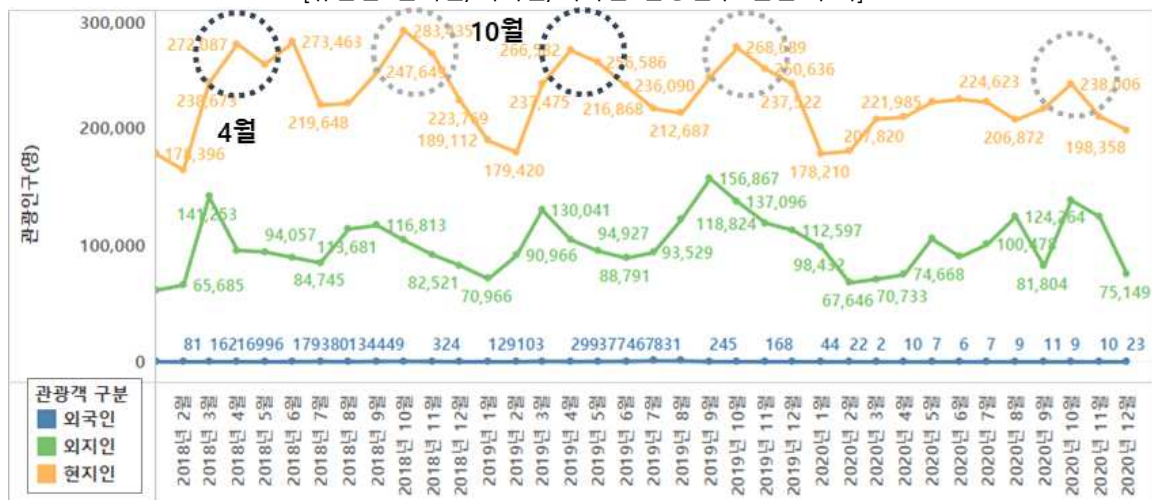
관광지	현지인	외지인	외국인
목포 근대역사문화공간	60.6	39.3	0.1
서산동 시화골목	61.8	38.2	0.0
유달유원지	54.3	45.6	0.1
유달산	<b>69.3</b>	<b>30.7</b>	<b>0.1</b>
삼학도권	53.5	46.4	0.1
갯바위권역	58.1	41.5	0.4
평화광장권역	60.9	38.9	0.2
목포해상케이블카	58.5	41.5	0.1
고하도 목화체험장	47.6	51.1	1.3
외달도 해수풀장	31.5	67.9	0.7
가톨릭목포성지	<b>78.5</b>	21.5	0.0

(단위 : %)

### 나. 관광인구 구분별 관광인구 월별 추이

- 현지인 관광객은 봄/가을 증가하는 패턴을 보이며, 2020년 4월 코로나19의 영향으로 관광객이 전년 대비 28.6% 감소함

[유달산 현지인/외지인/외국인 관광인구 월별 추이]



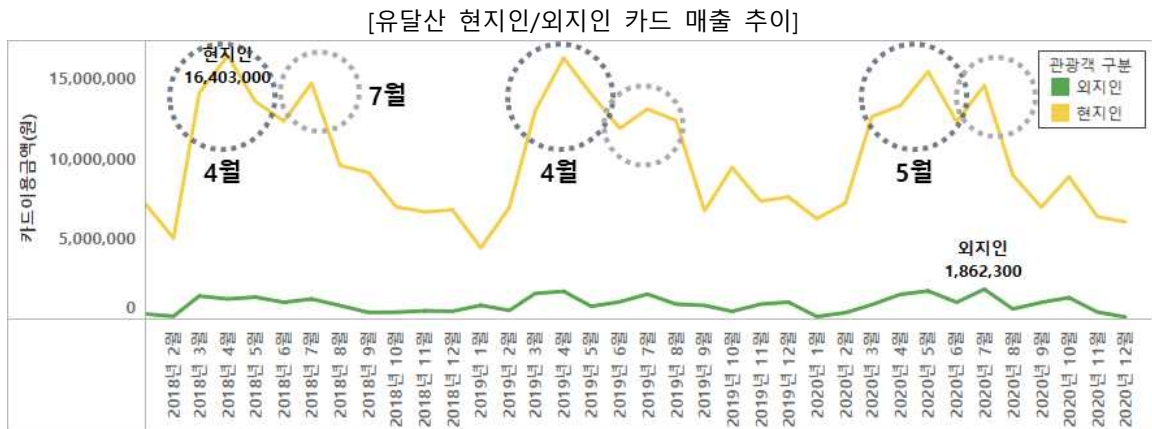
· 진한 회색 4월, 밝은 회색 10월



### 3) 소비 매출 특성 분석

#### 가. 현지인/외지인 카드 매출 월별 추이

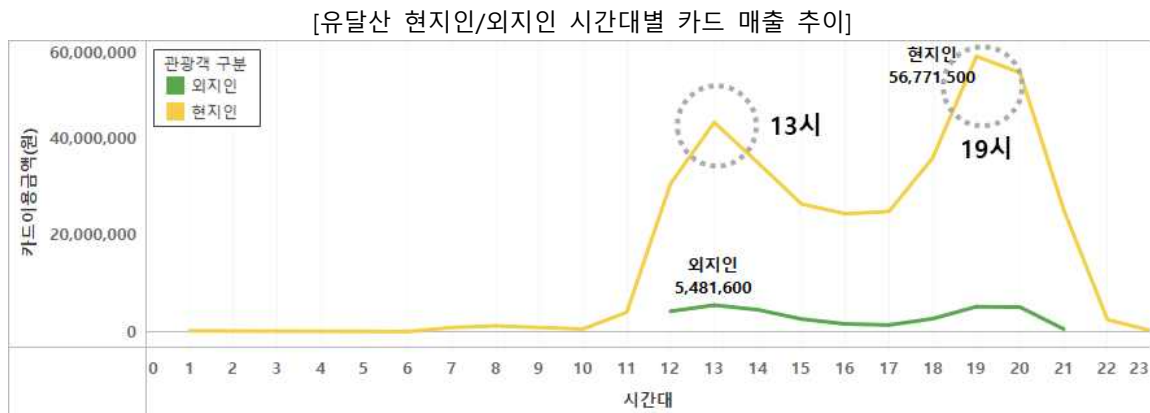
- ☐ 전체 카드 매출의 91.6%가 현지인으로부터 발생하며, 목포시를 제외한 전라남도에 거주하는 외지인이 전체의 7.6%, 광주광역시 0.8%를 차지함
- ☐ 유달산봄축제가 열리는 4월 카드 매출이 증가하는 것으로 추정
  - 매년 4월 현지인 카드 매출이 크게 증가하며, 7월 카드 매출이 소폭 증가하는 패턴을 보임



· 진한 회색 4~5월, 밝은 회색 7월

#### 나. 현지인/외지인 시간대별 카드 매출 추이

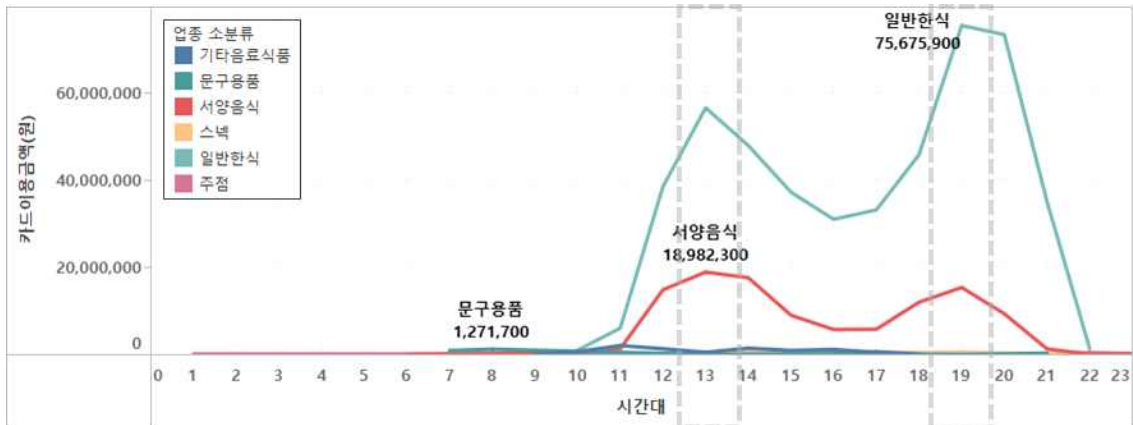
- ☐ 위의 3개년 카드 매출을 시간대별 합계로 보면, 현지인은 13시, 19시 식사시간대 카드 매출을 많이 발생시키며, 외지인도 식사시간대 카드 매출이 소폭 증가하는 패턴을 보임
- 음식 업종에서 카드 매출이 크게 발생할 것으로 판단됨



#### 다. 업종별 시간대별 카드 매출 추이

- 전체 카드 매출의 78.7%가 일반한식 업종에서 발생하며, 서양음식 업종 18.3%, 기타음식료품 1.5%순으로 카드 매출 구성비를 차지함
- 3개년 업종별(소분류) 시간대별 합계를 보면(현지인/외지인 모두 포함), 13시, 19시대에 일반한식, 서양음식 업종에서 카드 매출이 증가하는 것을 확인 할 수 있음. 현지인/외지인이 주로 소비한 업종은 음식이며, 특히 일반 한식 업종에서 소비를 많이 발생시킴

[유달산 업종별(소분류) 시간대별 카드 매출 추이]

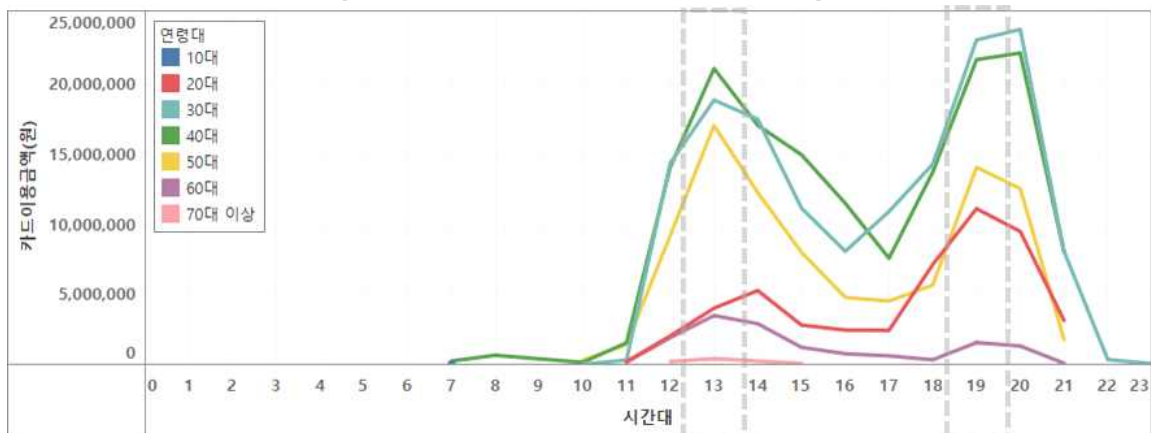


· 회색 점선 박스는 주요시간대를 의미함

#### 라. 연령대별 시간대별 카드 매출 추이

- 전체 카드 매출의 33.4%가 40대에 의해 발생하며, 30대 32.7%, 50대 19.8%, 20대 10.8% 순으로 카드 매출 구성비를 차지하며, 전체 카드 매출의 60.1%가 여성임
- 3개년 연령대별 시간대별 합계를 보면(현지인/외지인 모두 포함), 13시, 19시대에 30~50대가 대부분의 매출을 발생시키며, 20대의 경우 13시보다 19시에 카드 매출이 크며, 60대의 경우 19시보다 13시에 카드 매출이 큼

[유달산 연령대별 시간대별 카드 매출 추이]



· 회색 점선 박스는 주요시간대를 의미함

### 3.1.9 삼학도권

#### 1) 개요

##### ☐ 관광지 정의

- 삼학도는 한 청년을 사모한 세 여인이 죽어 학이 되었고 그 학이 떨어져 죽은 자리가 섬이 되었다는 이야기가 전해지는 목포를 상징하는 섬중에 하나로, 삼학도 크루즈, 항구포차 등 관광지가 위치함

##### ☐ 분석 방향

- 2020년 6월 낭만포차거리 조성 이후 카드 매출이 크게 증가함. 낭만포차거리 조성 이후 관광객 특성 및 소비의 변화를 분석함

##### ☐ 분석 영역

- 삼학도공원, 요트마리나, 어린이바다과학관, 김대중노벨평화상기념관, 항구포차, 삼학도 크루즈 포함한 영역을 삼학도권으로 정의함

[삼학도권 분석 영역]



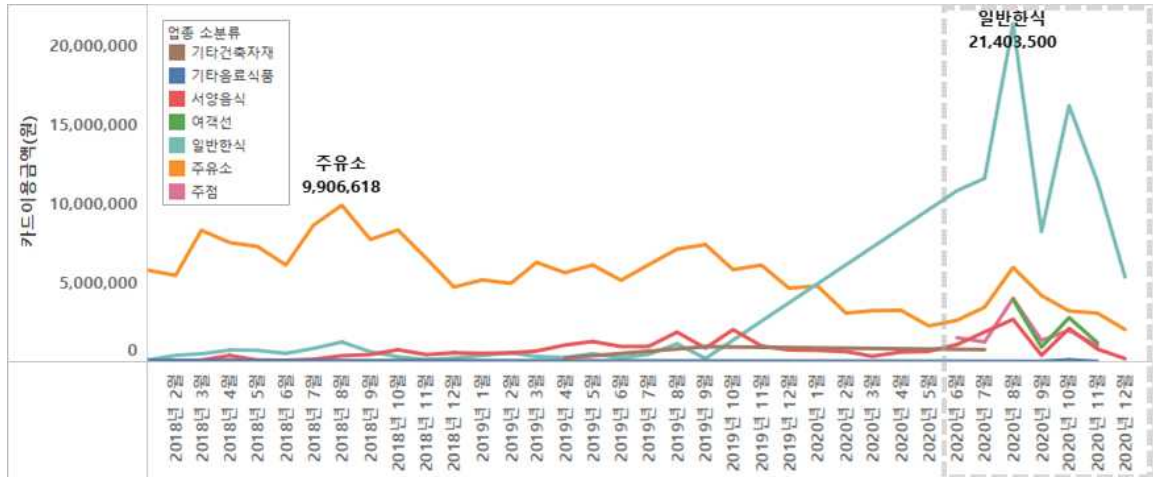


## 2) 소비매출 특성 분석

### 가. 업종별 카드 매출 추이

- 2020년 6월 12일 삼학도권에 항구포차 거리가 조성되며 주유소를 제외하고 카드 매출이 거의 발생하지 않았던 삼학도권에서 음식 업종의 카드 매출이 크게 증가함. 일반적인 음식 업종의 경우 2020년 전년 대비 1960.9% 증가했으며, 주유소의 경우 전년 대비 41.7% 감소함

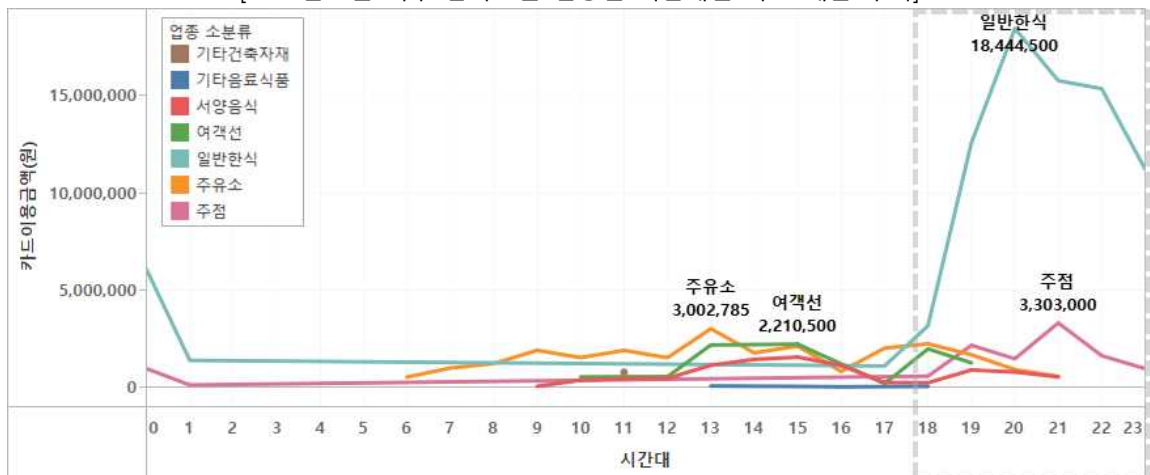
[삼학도권 업종별 카드 매출 월별 추이]



- 회색 점선 박스는 항구포차거리 조성 이후를 의미함

- 낭만포차 거리 조성 이후 카드 매출을 시간대별로 살펴보면, 오후 6시 이후 카드 매출이 크게 증가하는 것으로 보아 낭만포차 거리에서 카드 매출이 발생하는 것으로 추정됨

[2020년 6월 이후 삼학도권 업종별 시간대별 카드 매출 추이]

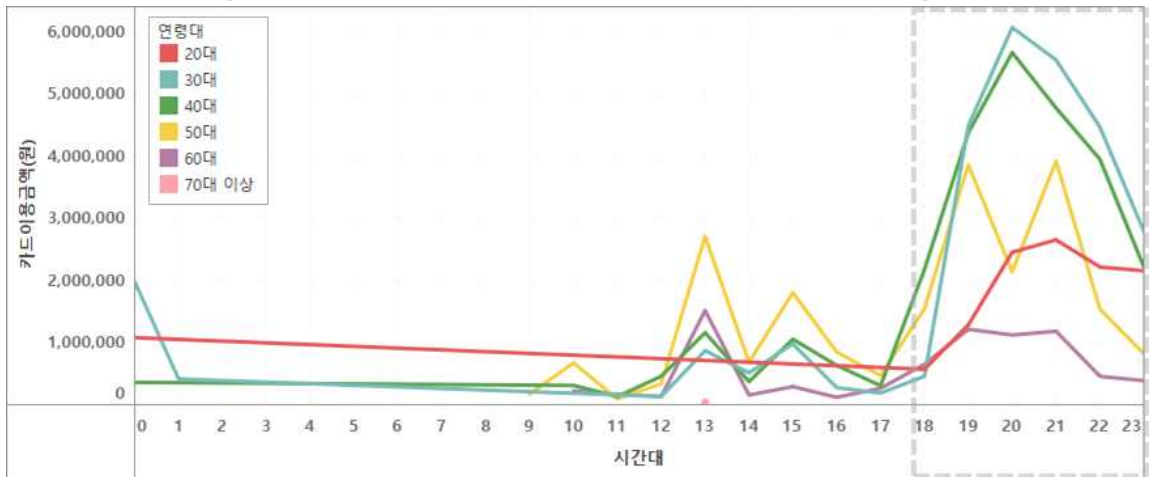


- 회색 점선 박스는 주요시간대를 의미함

## 나. 연령대별 카드 매출 시간대별 추이

- 낭만포차 거리 조성 이후 연령대별 카드 매출 구성비를 보면 30대가 29.5%로 가장 많으며, 40대 28.2%, 50대 21.8%, 20대 12.5%, 60대 8%를 차지함.
- 시간대별로 살펴보면 저녁 8시 가장 많은 매출을 기록하며, 30~40대 연령대의 결제가 많은 것을 알 수 있음

[2020년 6월 이후 삼학도권 연령대별 시간대별 카드 매출 추이]

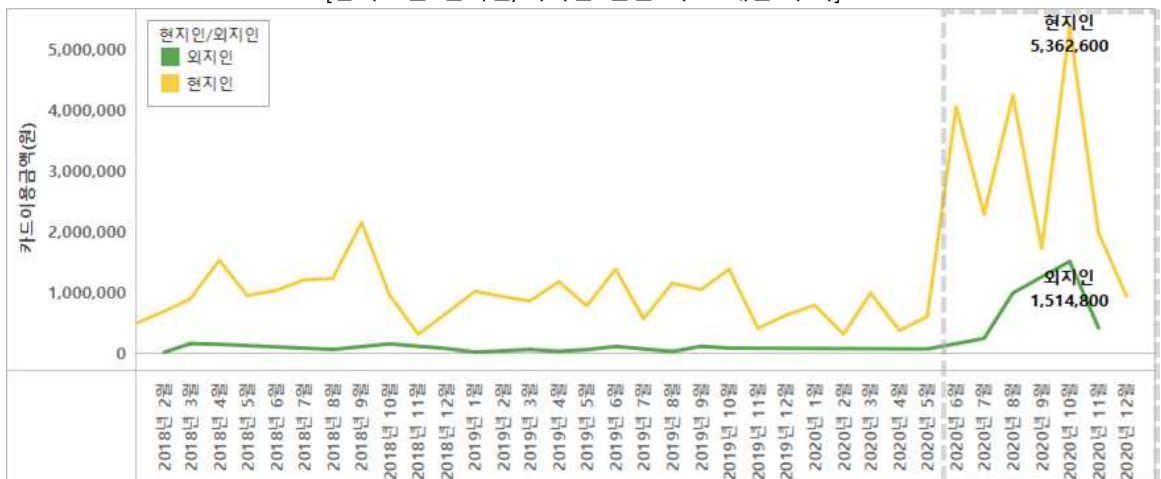


· 회색 점선 박스는 주요시간대를 의미함

## 다. 거주지별 카드 매출 월별 추이

- 3개년 전체 카드 매출의 93.5%가 현지인으로부터 발생하며, 목포시를 제외한 전라남도에서 거주하는 사람들이 전체 카드 매출의 4.2%를 차지함
- 낭만포차 거리 조성 이후 현지인의 카드 매출이 크게 증가함. 낭만포차 거리에서 소비하는 사람들의 대부분은 현지인으로 판단됨

[삼학도권 현지인/외지인 월별 카드 매출 추이]

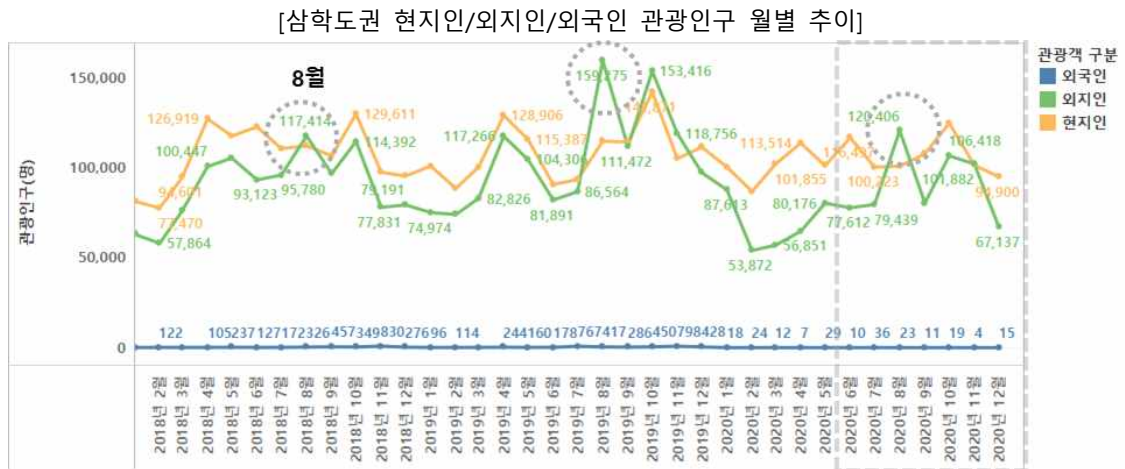


· 회색 점선 박스는 항구포차거리 조성 이후를 의미함

### 3) 관광객 특성 분석

#### 가. 관광인구 구분별 관광인구 월별 추이

- 매년 8월 외지인이 현지인 관광객 수를 뛰어넘는 패턴을 보임. 2020년 코로나19의 영향으로 관광객 수가 전년 대비 13.4% 감소했으며, 현지인은 4.2%, 외지인은 22.6% 감소함
- 2020년 2월부터 유행한 코로나19의 영향으로 관광객이 전반적으로 감소하여 2020년 6월 낭만포차 거리 조성 이후 관광객 수가 증가한 패턴을 확인할 수 없음
- 3개년 전체 관광인구의 53.5%가 현지인이며, 외지인 46.4%, 외국인 0.1% 구성비를 차지함

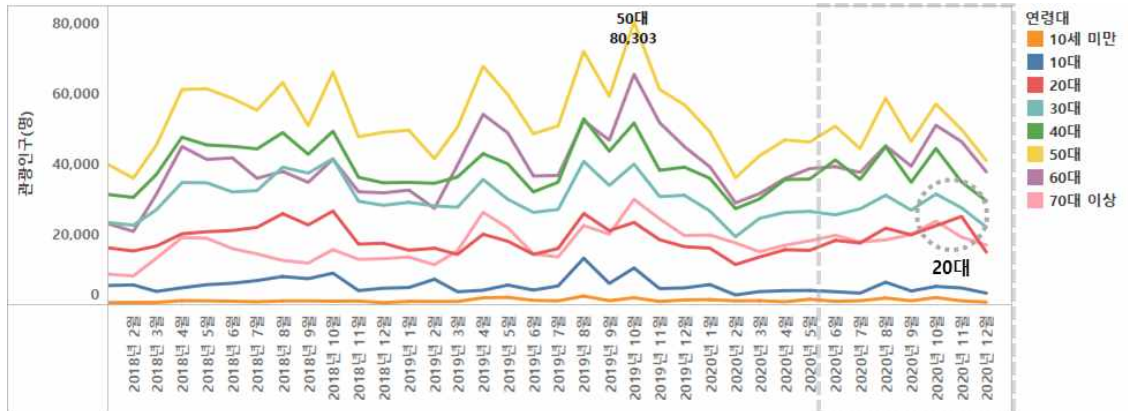


· 회색 점선 박스는 항구포차거리 조성 이후를 의미함

#### 나. 연령대별 관광인구 월별 추이

- 항구포차 거리 조성 이후에서 30~40대 카드 매출이 57.7%로 가장 많았으나, 30~40대 관광객 수 추이로 보면 큰 증가 패턴을 확인할 수 없음
- 2020년 2월 코로나19 확산 이후 20대 관광객 수가 증가하는 추이를 보임

[삼학도권 월별 연령대별 관광인구 월별 추이]



· 회색 점선 박스는 항구포차거리 조성 이후를 의미함

### 3.1.10 갯바위권역

#### 1) 개요

##### □ 관광지 정의

- 갯바위 옆, 목포 남농로에 위치한 관람형 관광지(자연사박물관, 문예 박물관, 도자 박물관, 해양유물전시관, 옥공예전시관)를 갯바위권역으로 지정함

##### □ 분석 방향

- 갯바위 권역은 주말 일평균 관광인구 구성비가 62%로 타 관광지보다 높으며, 주중보다 주말에 더 많이 방문하는 관광지로, 주중/주말 관광객의 특성을 비교 분석함

##### □ 분석 영역

- 자연사박물관, 문예 박물관, 도자 박물관, 해양유물전시관, 옥공예전시관 포함하여 분석 영역을 정의함

[갯바위권역 분석 영역]



## 2) 관광객 특성 분석

### 가. 주중/주말 일평균 관광인구 구성비

- ☐ 갯바위 권역은 주말 일평균 관광인구 구성비가 62%로 타 관광지보다 높으며, 주중보다 주말에 더 많이 방문하는 관광지임
- ☐ 현지인/외지인/외국인 나눠 살펴보면 현지인 주말 56.1%/주중 43.9%, 외지인 **주말 69.4%/주중 30.6%**, 외국인 주말 53.3%/주중 46.7%로 외지인은 주말에 많이 방문하는 것을 알 수 있음

[2018~2020년 갯바위권역 주중/주말 일평균 관광인구 구성비 표]

거주지(시도)	주중		주말	
	관광인구(명)	구성비(%)	관광인구(명)	구성비(%)
목포 근대역사문화공간	2,097	47.6	2,310	52.4
서산동 시화골목	912	47.0	1,028	53.0
유달유원지	1,193	41.2	1,706	58.8
유달산	3,381	45.8	4,000	54.2
삼학도권	2,058	46.0	2,418	54.0
갯바위권역	<b>518</b>	<b>38.0</b>	<b>843</b>	<b>62.0</b>
평화광장권역	4,427	42.1	6,092	57.9
목포해상케이블카	1,754	44.7	2,174	55.3
외달도 해수풀장	93	44.3	117	55.7
가톨릭목포성지	797	48.9	834	51.1
고하도 목화체험장	576	48.0	625	52.0
총합계	1,619	44.6	2,013	55.4

### 나. 주중/주말 거주지별 관광인구 구성비

- ☐ 주말에 목포시 인근 거주지(전라남도, 광주광역시), 수도권(서울특별시, 경기도)의 관광객 구성비가 증가함



[2018~2020년 갯바위권역 거주지별 관광인구 구성비 표]

구분	거주지(시도)	주중		주말	
		관광인구(명)	구성비(%)	관광인구(명)	구성비(%)
현지인	목포시	795,398	67.4	480,288	52.2
외지인	전라남도	137,662	11.7	127,927	13.9
	광주광역시	50,049	4.2	80,158	8.7
	경기도	40,460	3.4	49,797	5.4
	서울특별시	33,455	2.8	40,984	4.5
	전라북도	21,387	1.8	27,562	3.0
	경상남도	15,319	1.3	18,190	2.0
	부산광역시	14,938	1.3	17,278	1.9
	충청남도	14,564	1.2	14,891	1.6
	...	...	...	...	...
총합계		1,180,427	100	919,808	100

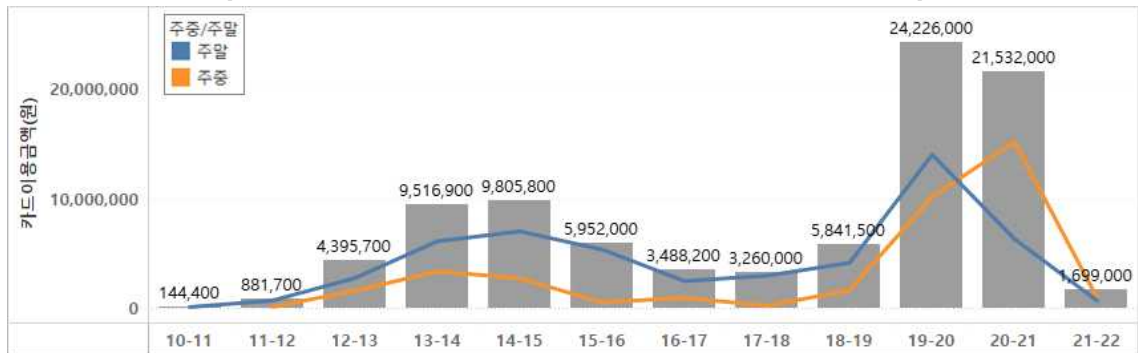
· 관광인구는 주중(5일), 주말(2일, 공휴일 포함) 합계값임

### 3) 소비매출 특성 분석

#### 가. 주중/주말 카드 매출 시간대별 추이

- 3개년 총 카드 매출중 58.4%가 주말에 발생하며, 갯바위권역은 주말에 소비 매출이 많이 발생하는 관광지임. 2020년 코로나19의 영향으로 전체 카드 매출이 전년 대비 59.1% 감소했으며, 주중/주말 감소 폭도 각각 60.3%, 57.5%로 주중/주말 비슷하게 감소함
- 점심보다 저녁에 카드 매출이 크며, 주말 카드 매출이 큰 시간대는 저녁 7시임

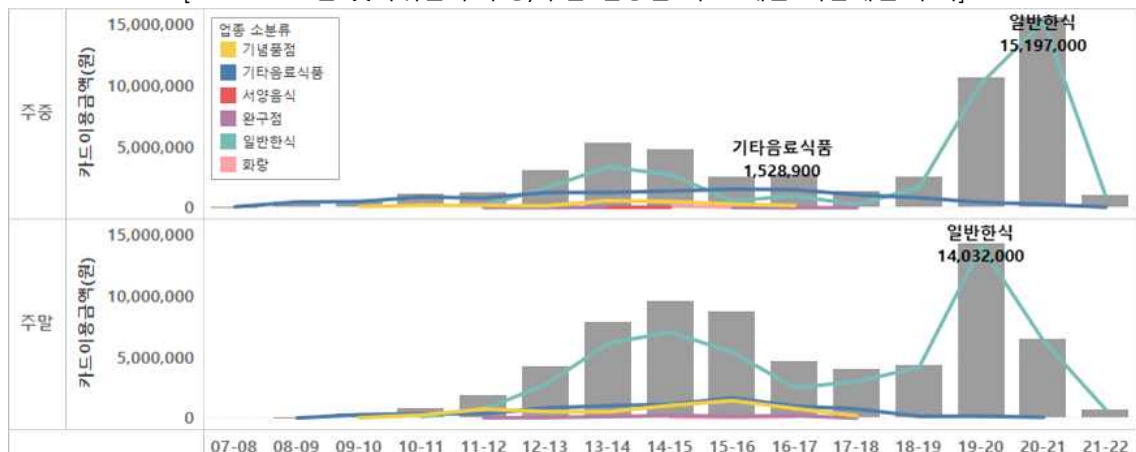
[2018~2020년 갯바위권역 주중/주말 카드 매출 시간대별 추이]



#### 나. 주중/주말 업종별 카드 매출 시간대별 추이

- 전체 매출의 75.2%가 일반한식 업종에서 발생하며, 기타음료식품 16.8%, 기념품점 6.6%으로 전체 매출의 98.6%가 세 업종에서 발생함
- 일반한식 업종은 점심시간대보다 저녁시간대 매출이 많이 발생하며, 주말엔 14시, 19시에 매출이 많이 발생함. 주말 갯바위권역에서는 주중보다 점심은 1시간 늦게, 저녁은 1시간 이르게 식사 시간을 가지는 것으로 추정됨

[2018~2020년 갯바위권역 주중/주말 업종별 카드 매출 시간대별 추이]



#### 다. 주중/주말 거주지별 카드 매출

- 현지인들의 카드 매출이 총 카드 매출의 96%로 대부분의 매출은 현지인으로부터 발생함

[2018~2020년 갯바위권역 거주지별 카드 매출 구성비 표]

구분	거주지(시도)	주중		주말	
		카드 매출(원)	구성비(%)	카드 매출(원)	구성비(%)
현지인	목포시	35,353,410	96.5	38,220,910	96.2
외지인	전라남도	1,120,000	3.1	902,200	2.3
	광주광역시	42,800	0.1	498,900	1.3
	충청북도	100,000	0.3	-	-
	경기도	-	-	65,000	0.2
	서울특별시	-	-	23,900	0.1
	부산광역시	7,200	0.0	-	-
총합계		36,623,410	100	39,710,910	100

- 카드 매출은 주중(5일), 주말(2일, 공휴일 포함) 합계값임

### 3.1.11 평화광장권역

#### 1) 개요

##### □ 관광지 정의

- 평화광장은 목포시 상동에 위치한 공원으로 야외무대, 조형물, 산책로 등이 위치한 친수공원으로, 공원 중심에는 춤추는 바다분수가 있고, 양편으로 정원이 조성되어 있음. 갯바위공원을 포함하여 평화광장권역으로 지정함

##### □ 분석 방향

- 관광지 11곳의 숙박업 카드 매출 중 62.6%가 평화광장권역에서 발생하며, 외지인 관광객이 숙박하는 것으로 추정됨. 숙박하기 위해 평화광장권역을 방문하는 것으로 추정되는 외지인 관광객의 특성을 분석함

##### □ 분석 영역

- 갯바위, 춤추는 바다 분수를 포함하여 평화광장권역 분석 영역을 정의함

[평화광장권역 분석 영역]



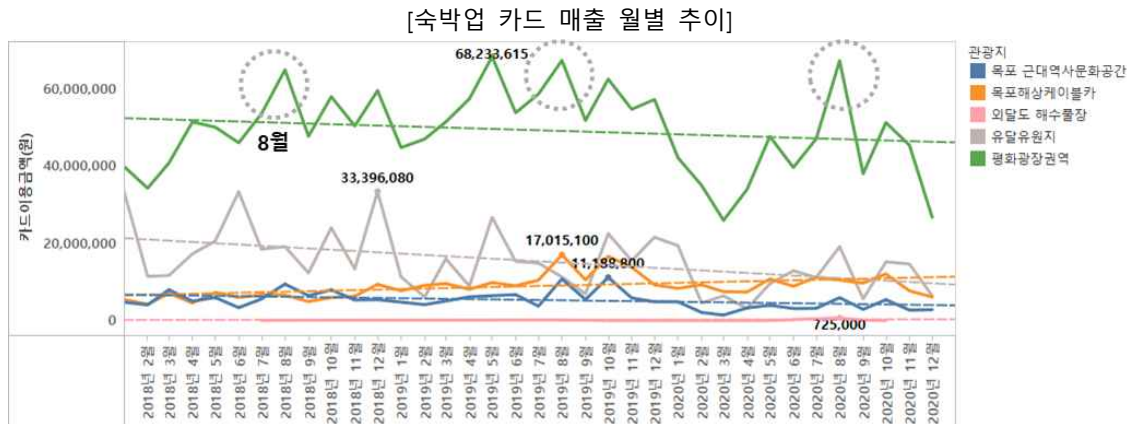
## 2) 소비 매출 특성 분석

### 가. 숙박업 카드 매출 월별 추이

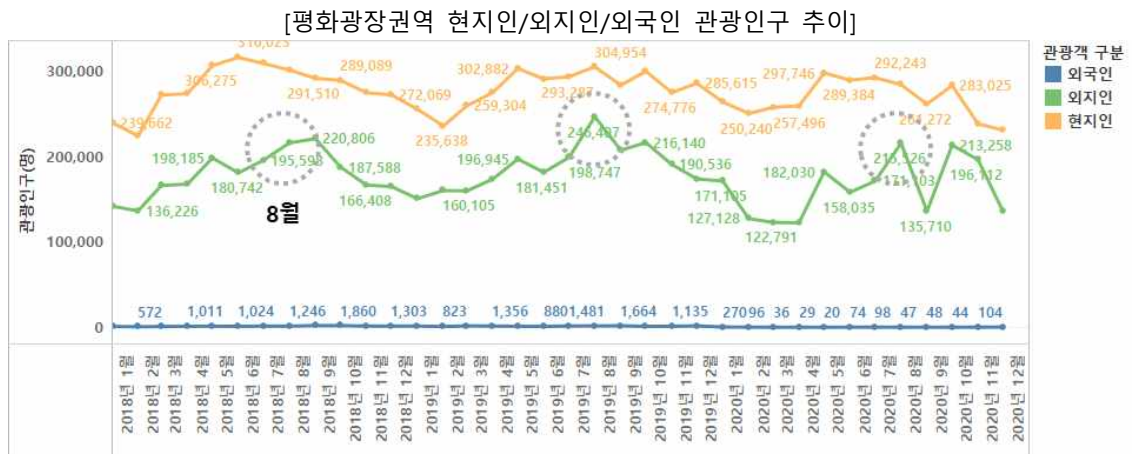
□ 관광지 11곳의 숙박업 카드 매출 중 62.6%가 평화광장권역에서 발생함

- 평화광장권역은 인근 지역에 숙박시설이 많이 위치한 관광지이며, 관광객, 카드 매출도 타 관광지에 비해 많은 관광지임. 숙박시설의 개수가 관광객, 소비 규모에 영향을 주는 것으로 추정됨
- 평화광장권역 전체 카드 매출 중 숙박업이 10.1%를 차지하며 3순위임. (일반한식 52.9%, 서양음식 10.5%)

□ 2020년 숙박업 전체 카드 매출은 전년 대비 26.3% 감소했으며, 목포해상케이블카 관광지를 제외하고 매출이 감소하는 추세임



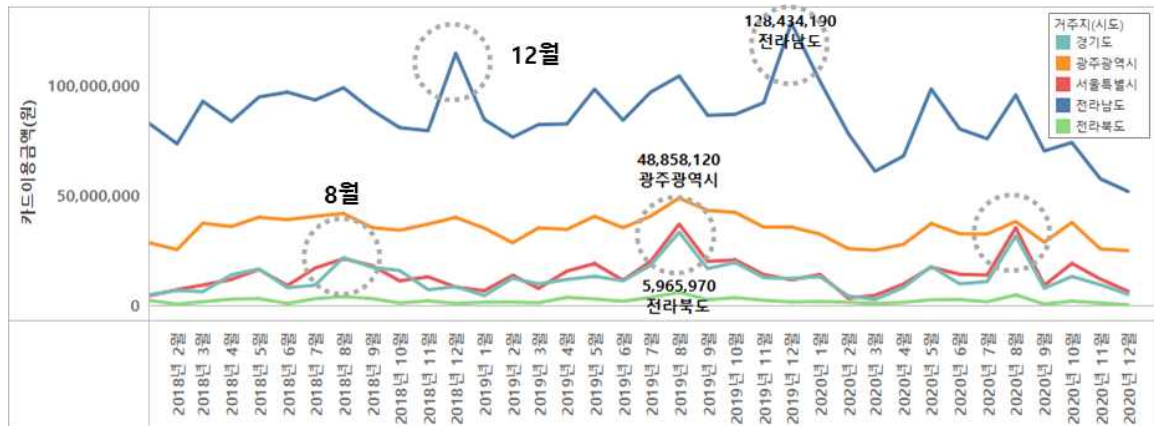
□ 외지인 관광객 추이와 숙박업 카드 매출 추이가 유사함. 외지인 관광객은 숙박을 목적으로 평화광장권역에 방문한다고 해석할 수 있음



## 나. 거주지별 카드 매출 월별 추이

- 전체 카드 매출의 57.9%를 현지인이 소비했으며, 전라남도 22.5%, 광주광역시 9.1%, 서울특별시 3.7%, 경기도 3.2%를 차지함
- 목포시를 제외한 전라남도에서 유입된 사람들의 카드 매출이 매년 12월 증가하는 패턴을 보임. 또한 매년 8월 수도권에서 유입된 사람들의 카드 매출이 증가하는 패턴을 보임
- [숙박업 월별 카드 매출 추이]의 평화광장권역의 카드 매출 추이 중 매년 8월 증가하며, 이는 수도권에서 유입된 사람들의 카드 매출 패턴이 비슷함. 수도권에서 유입된 관광객이 평화광장권역의 숙박시설을 이용하는 것으로 추정할 수 있음

[평화광장권역 외지인 거주지별 카드 매출 월별 추이]





### 3) 관광객 특성 분석

#### 가. 연령대별 관광인구 구성비

- 현지인은 40~50대 구성비가 높으며, 외지인은 20~50대 구성비가 균일함

[3개년 평화광장권역 연령대별 구성비 표]

연령대	현지인		외지인	
	관광인구(명)	구성비(%)	관광인구(명)	구성비(%)
70대 이상	436,006	4.0	163,856	2.9
60대	1,237,612	11.5	539,648	9.4
50대	2,588,181	<b>24.0</b>	1,240,853	<b>21.6</b>
40대	2,370,281	<b>21.9</b>	1,222,166	<b>21.3</b>
30대	1,587,732	14.7	1,086,605	<b>18.9</b>
20대	1,665,608	15.4	1,156,979	<b>20.2</b>
10대	791,852	7.3	292,111	5.1
10세 미만	123,532	1.1	36,544	0.6
총합계	10,800,804	100	5,738,762	1.00

#### 나. 거주지별 관광인구 구성비

- 전체의 86%가 전라남도과 광주광역시에서 유입되는 관광객이며, 외지인 관광객 중 41.5%가 목포시를 제외한 전라남도에서 방문함
- 광주광역시 관광객의 28.5%가 20대로 타 시도의 20대 구성비보다 큼.

[3개년 평화광장권역 외지인 거주지별 연령대별 구성비 표]

[3개년 평화광장권역 외지인 거주지별 관광인구 구성비 표]

구분	거주지(시도)	관광인구(명)	구성비(%)	연령대	광주광역시		전라남도	
					관광인구(명)	구성비(%)	관광인구(명)	구성비(%)
현지인	목포시	10,800,804	65.3	70대 이상	23,367	2.2	500,495	3.8
	전라남도	2,383,346	14.4	60대	65,834	6.3	1,444,350	11.0
외지인	광주광역시	1,046,701	6.3	50대	178,186	17.0	3,099,674	23.5
	경기도	563,969	3.4	40대	200,414	19.1	2,908,565	22.1
	서울특별시	501,245	3.0	30대	218,647	20.9	2,036,409	15.4
	전라북도	213,131	1.3	20대	298,586	<b>28.5</b>	2,110,006	16.0
	...	...	...	10대	55,403	5.3	941,478	7.1
	...	...	...	10세 미만	6,264	0.6	143,173	1.1
	총합계	1,180,427	100	총합계	1,046,701	100	13,184,150	100

### 3.1.12 목포해상케이블카

#### 1) 개요

##### □ 관광지 정의

- 목포해상케이블카는 국내 최장 3.23km 해상케이블카이며 다도해의 금빛 낙조와 야경을 감상할 수 있음. 2019년 9월 개장했으며, 개장 이후 관광 효과를 분석함

##### □ 분석 방향

- 2019년 9월 목포해상케이블카 개장 후 외지인 관광객수가 전년 동기간 대비 221%, 10월 394% 크게 증가했으며, 목포해상케이블카 개장 이후 방문한 외지인 관광객의 특성을 분석함

##### □ 분석 영역

- 북항승강장, 유달산승강장, 고하도승강장, 전망대, 해안데크, 용오름 둘레길을 포함하여 목포해상케이블카 분석 영역을 정의함

[목포해상케이블카 분석 영역]



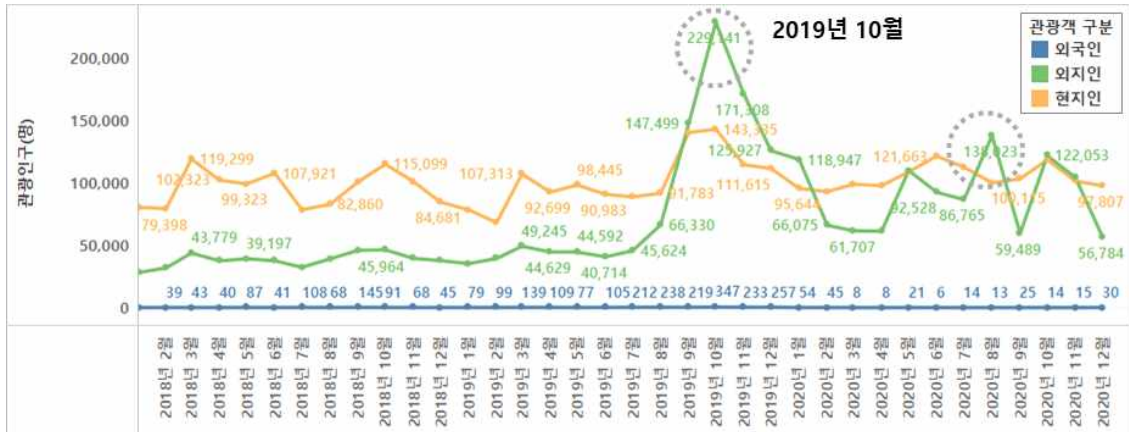
- 북항 승강장, 유달산 승강장, 고하도 승강장을 하나의 영역으로 집계

## 2) 관광객 특성 분석

### 가. 관광인구 구분별 관광객 월별 추이

- 2019년 9월 목포해상케이블카 개장 후 외지인 관광객수가 전년 동기간 대비 221%, 10월 394% 크게 증가함

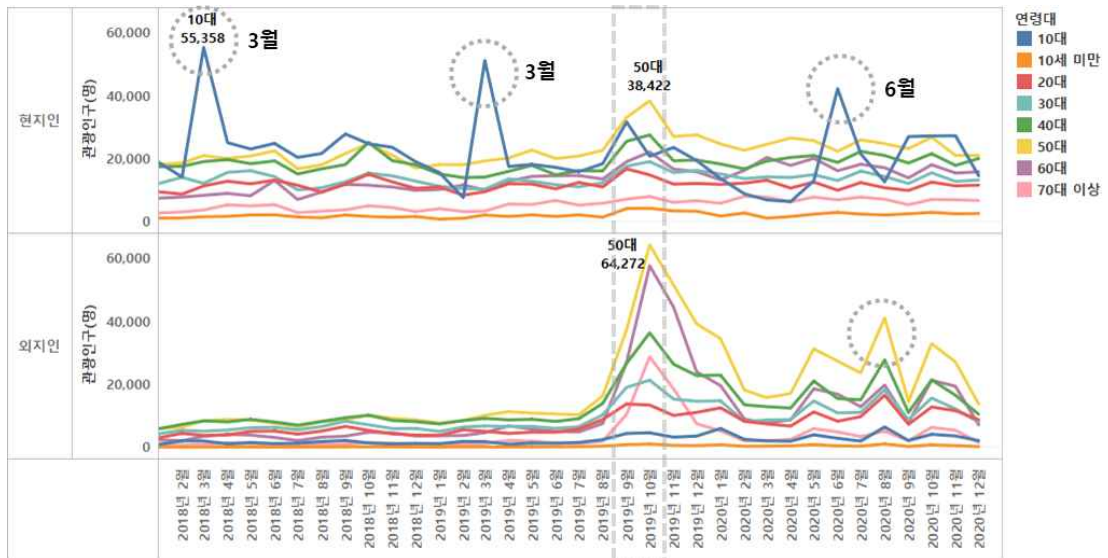
[목포해상케이블카 현지인/외지인/외국인 관광인구 월별 추이]



### 나. 현지인/외지인 연령대별 관광객 월별 추이

- 3개년 현지인 총 관광객 중 50대가 20.7%로 가장 많으며, 10대 19.6%, 40대 17.1%순으로 많음. 2019년 9월 목포해상케이블카 개장 후 현지인 10대 관광객이 전월대비 186.6% 증가했으며 전 연령대중 가장 큰 증가 폭을 보임.
- 매년 3월 현지인 10대 관광객이 증가하는 패턴을 보이며, 2020년 3월 증가는 코로나 19의 영향으로 6월로 미뤄진 것으로 추정됨
- 3개년 외지인 총 관광객 중 50대가 28%로 가장 많으며, 40대 20.2%, 60대 16.9% 순으로 많음. 2019년 10월 외지인 50~60대 관광객이 8월 대비 409.8% 증가하며, 이는 외지인 관광인구 패턴과 유사함.
- 성별로 나눠보면 전체 관광객의 54.5%이 남성으로 남성이 더 많이 방문하는 관광지이며, 외지인 관광객의 56.1%, 현지인 관광객의 53.5%가 남성으로 외지인이 성비 차이가 2.6%큼

[목포해상케이블카 현지인/외지인 연령대별 관광인구 월별 추이]

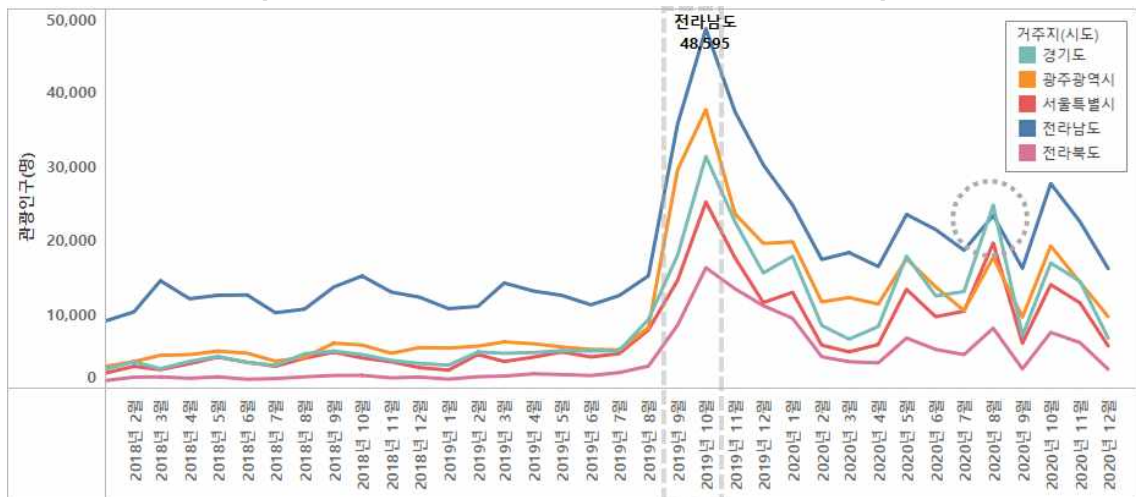


· 회색 점선 박스는 목포해상케이블카 개통 직후를 의미함

#### 다. 외지인 거주지별 관광객 월별 추이

- 3개년 전체 관광객 중 외지인이 37.8%이며, 외지인 중 목포시를 제외한 전라남도에서 유입되는 관광객이 전체의 10.1%, 광주광역시 6%, 경기도 5.2%, 서울특별시 4.2% 순으로 많음
- 2020년 8월 경기도 관광객 수(24,767명)가 전라남도 관광객 수(23,369명)를 초과함

[목포해상케이블카 외지인 거주지별 관광인구 월별 추이]



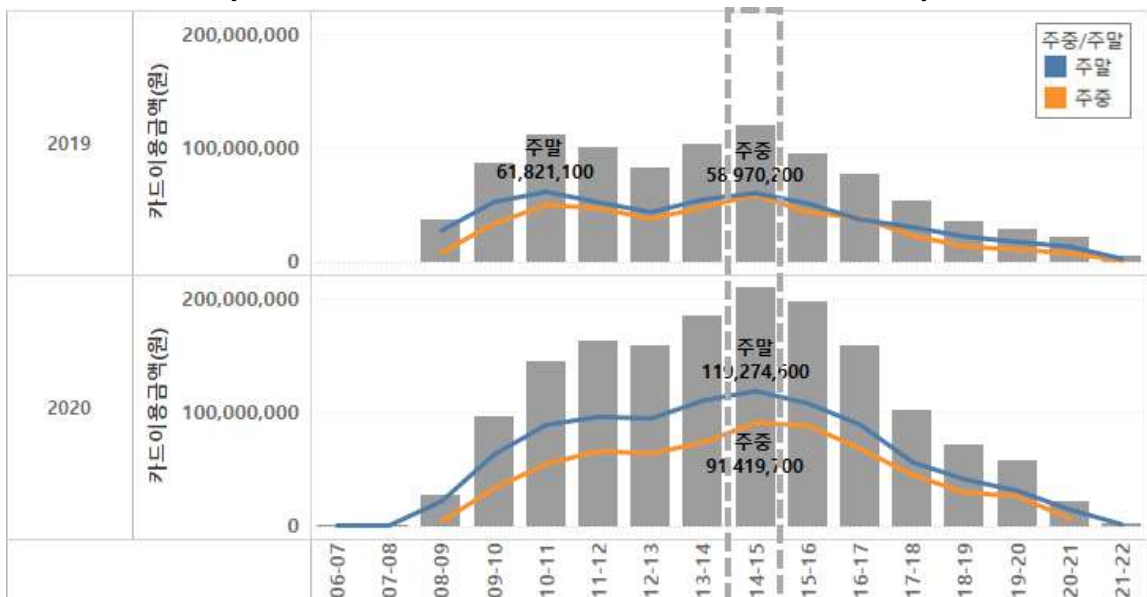
· 회색 점선 박스는 목포해상케이블카 개통 직후를 의미함

### 3) 소비매출 특성 분석

#### 가. 티켓 업종 카드 매출 시간대별 추이

- 티켓 업종의 시간대별 카드 매출을 통해 목포해상케이블카의 주요 이용시간대를 확인할 수 있음. 2019년은 오전/오후 피크타임 카드 매출이 112백만원, 119백만원으로 비슷하나, 2020년 162백만원, 210백만원으로 큰 차이가 증가함. 오전보다 오후에 관광객이 더 많음
- 2020년 오전 피크타임이 11-12시대로 2019년보다 1시간 늦춰짐
- 주말 티켓 업종 카드 매출 구성비가 2019년 55.5%에서 2020년 59%로 증가함. 주말 목포해상케이블카를 타는 관광객이 증가함

[목포해상케이블카 소분류 티켓 업종 카드 매출 시간대별 추이]



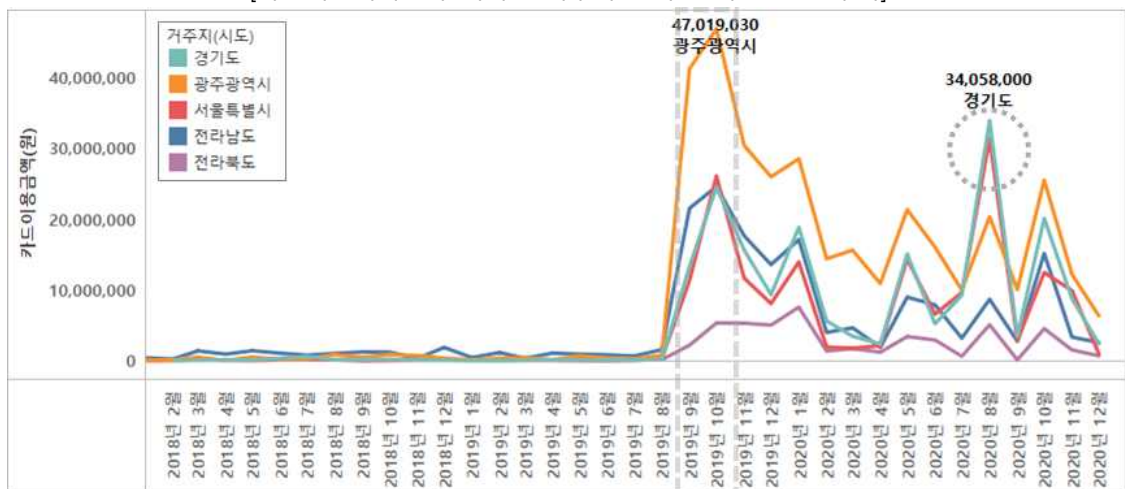
· 2019년 9~12월(4개월), 2020년 1월~12월(12개월) 시간대별 주중/주말 합계



## 나. 외지인 거주지별 카드 매출 월별 추이

- 2019년 9월 이후 외지인 전체 카드 매출 중 32.5%가 광주광역시에서 방문한 사람들이 소비했으며, 경기도 18.5%, 서울특별시 16%, 목포시를 제외한 전라남도 15.3%, 전라북도 4.7%로 전체의 87%를 차지함
- 2019년 9월 목포시를 제외한 전라남도 관광객의 유입이 많았으나, 카드 매출의 경우 광주광역시에서 방문한 사람들이 소비를 많이함
- 2020년 8월 수도권에서 방문한 사람들이 소비를 많이 함

[목포해상케이블카 외지인 거주지별 카드 매출 월별 추이]

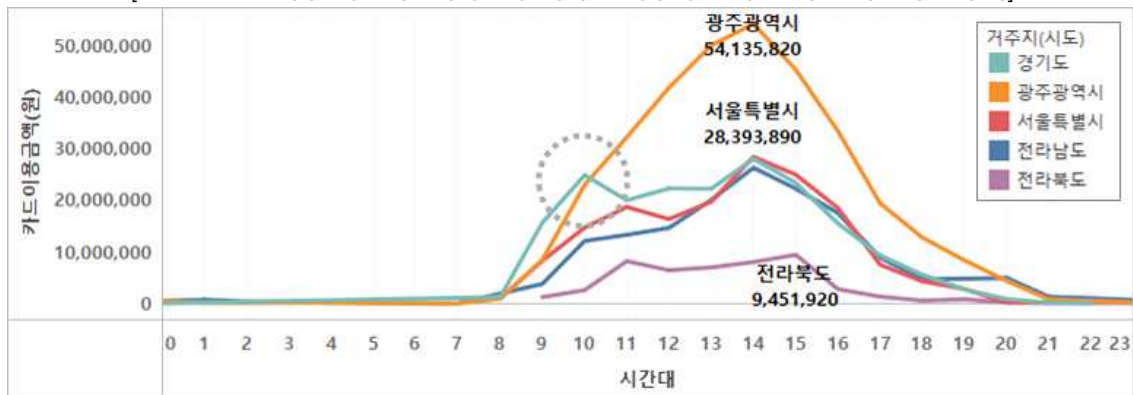


· 회색 점선 박스는 목포해상케이블카 개통 직후를 의미함

## 다. 외지인 거주지별 카드 매출 시간대별 추이

- 전체 거주지에서 방문하는 사람들의 오후 2시 카드 매출이 가장 크며, 오전보다 오후 카드 매출이 더 큼
- 경기도에서 방문하는 사람들이 오전 10시 카드 매출이 타 지역에 비해 높은데, 이는 경기도 관광객이 오전 10시에 티켓을 많이 구매하는 것으로 해석할 수 있음

[2019년 9월 이후 목포해상케이블카 외지인 거주지별 카드 매출 시간대별 추이]





### 3.1.13 고하도 목화체험장

#### 1) 개요

##### ☐ 관광지 정의

- 고하도 목화체험장은 우리나라 최초 고하도에서 재배되었던 육지면의 역사를 조명하고자 조성된 국내 유일의 목화를 테마로 하는 체험장임. 사계절 목화온실, 목화문화관, 바다전망데크, 이야기 정원 및 어린이 놀이터 등 목화를 직접 보면서 체험하고 실 수 있는 휴식공간으로 구성 되어있음. 2020년 10월 27일 개장 이후 관광객 추이를 분석함

##### ☐ 분석 방향

- SNS 분석 결과 고하도 목화체험장 개장 이후 아이들과 함께 방문하는 외지인 관광객 이 많이 증가하는 것으로 추정되며, 이들의 특성을 분석을 수행함

##### ☐ 분석 영역

- 고하도 목화체험장 옆 공원을 포함하여 고하도 목화체험장 분석 영역을 정의함

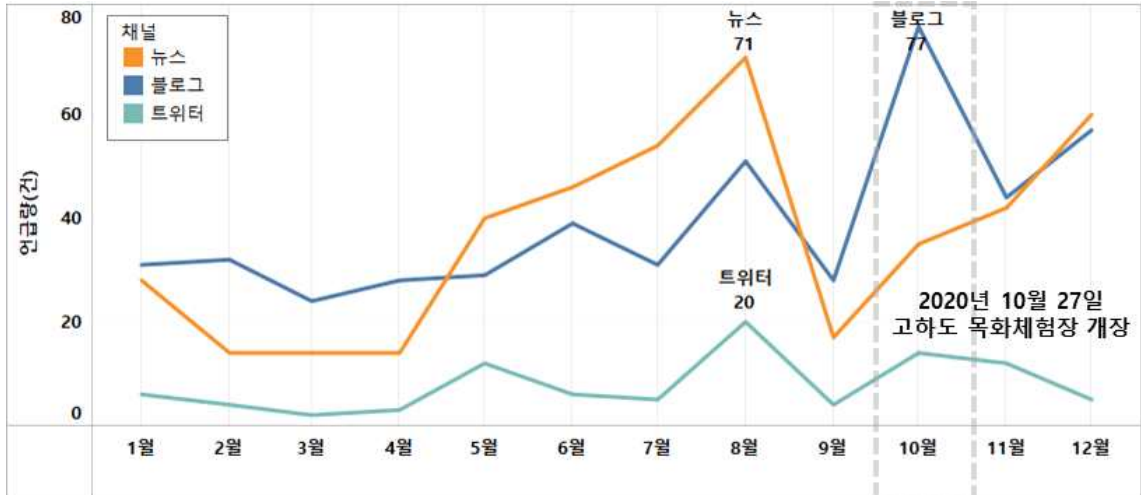
[고하도 목화체험장 분석 영역]



## 2) SNS 분석

- 2020년 10월 27일 고하도 목화체험장 개장 이후 블로그 언급량이 77건으로 전월대비 175% 증가했으며, 뉴스 채널의 언급량이 증가하는 추이를 보임. 개장 이후 SNS상 언급량이 증가함

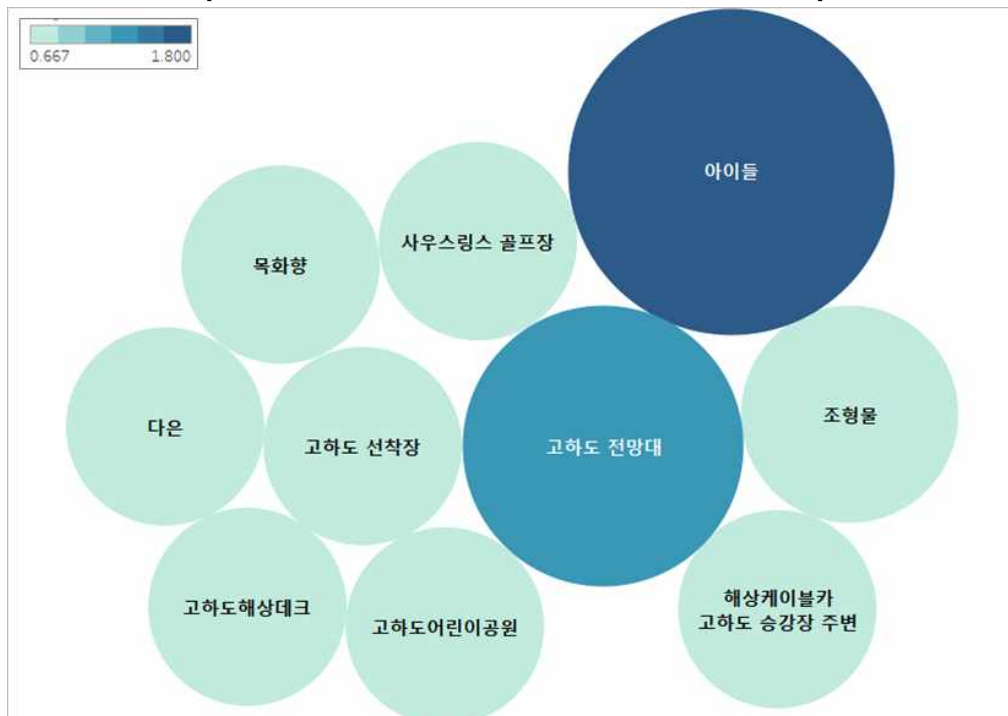
[2020년 고하도 목화체험장 SNS 언급량 월별 추이]



· 회색 점선 박스는 고하도 목화체험장 개장 직후를 의미함

- 2020년 블로그에서 함께 언급된 단어들을 살펴보면 '아이들', '고하도 전망대'가 함께 언급되는 경우가 많음. '고하도 목화체험장 근처 아이들이 즐길수 있는 놀이터, 시설물이 많이 설치된 공원이 조성되어 있다'는 내용이 블로그에 소개되는 경우가 많음

[2020년 고하도 목화체험장 블로그 채널 연관어 가중치]

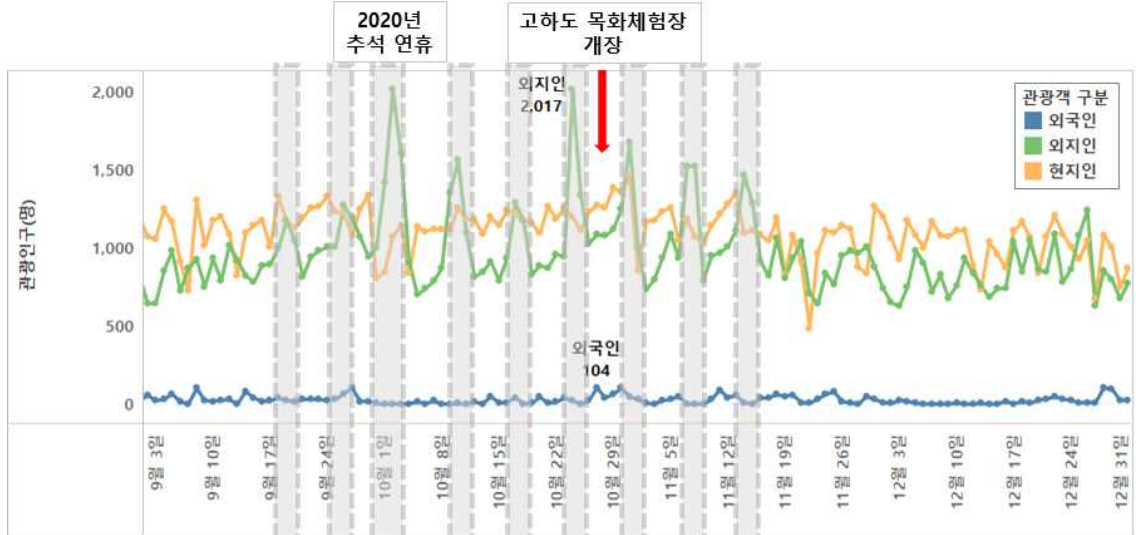


### 3) 관광객 특성 분석

#### 가. 관광인구 구분별 관광인구 일별 추이

- 고하도 목화체험장 개장 이후 일별 관광객 수 추이를 보면 10월부터 주말 외지인 관광객 수가 증가하는 패턴을 보이며, 11월 이후 주말 외지인 관광객 수가 크게 증가하는 패턴이 사라짐. 날씨의 영향으로 방문객이 줄어든 것으로 추정됨

[2020년 고하도 목화체험장 현지인/외지인/외국인 관광인구 일별 추이]

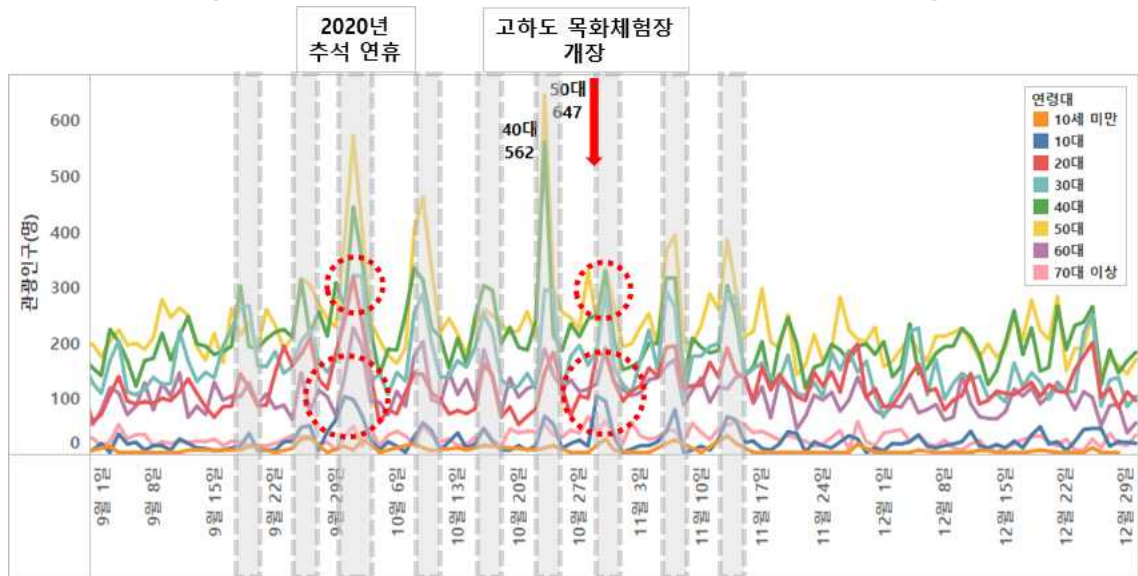


· 회색 점선 박스는 주말을 의미함

## 나. 연령대별 관광인구 일별 추이

- 2020년 9월 이후 고하도 목화체험장 연령대별 구성비를 보면 50대가 26.9%로 가장 많이 차지하고 있으며, 40대 24.8%, 30대 18.5%, 60대 12%, 10대 11.7%를 차지함
- 외지인 관광인구를 연령대별 추이로 살펴보면 40~50대 관광객이 주말에 많이 방문한 것을 알 수 있으며, 30대 관광객 수가 증가할 때 10대 관광객도 함께 증가하는 패턴을 보임. 이는 가족 단위 방문객이 많은 것으로 해석할 수 있음

[2020년 고하도 목화체험장 외지인 연령대별 관광인구 일별 추이]

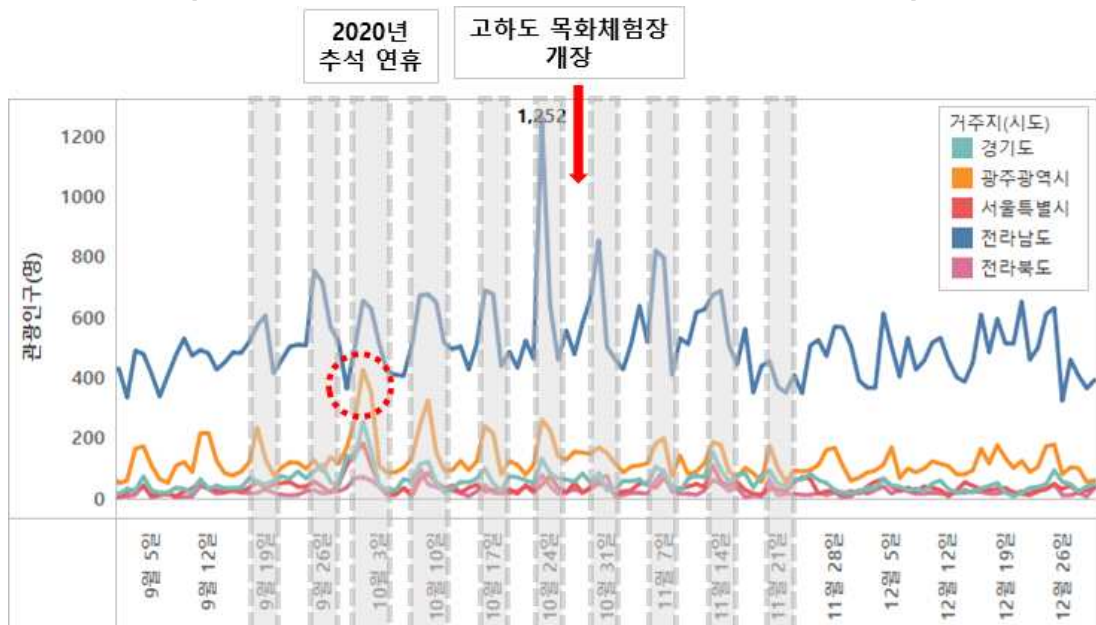


· 회색 점선 박스는 주말을 의미함

## 다. 외지인 관광인구 거주지별 일별 추이

- 2020년 9월 이후 고하도 목화체험장에 방문한 외지인의 거주지별 구성비를 보면 목포시를 제외한 전라남도에 거주하는 외지인이 56.8%로 가장 많으며, 광주광역시 6.3%, 경기도 6.3%, 서울특별시 4.2% 순서로 차지함
- 고하도 목화체험장 개장 전, 2020년 추석 연휴에 광주광역시에서 근처를 많이 방문했으며, 목포해상케이블카 관광 후 고하도 목화체험장 근처를 산책하는 관광객이 집계된 것으로 추정됨. 목포시 근교에 거주하는 외지인이 고하도 목화체험장을 주말에 방문하는 것으로 판단됨

[2020년 고하도 목화체험장 외지인 거주지별 관광인구 일별 추이]



· 회색 점선 박스는 주말을 의미함



### 3.1.14 외달도 해수욕장

#### 1) 개요

##### ☐ 관광지 정의

- 외달도 해수욕장은 목포에서 서쪽으로 6km 떨어진 외달도 내에 있으며, 경관이 아름답고 해수욕장 인근에는 심해의 맑은 바닷물을 끌어 조성한 인공 해수풀장 및 물놀이 시설이 설치되어 운영되고 있어 가족단위 관광객들이 방문하기에 좋은 해수욕장임

##### ☐ 분석 방향

- 외달도 해수풀장은 8월 외지인 관광객 수가 증가하는 패턴을 보이며, 외지인 관광객 특성 분석 및 8월 발생하는 소비 패턴 분석을 수행함

##### ☐ 분석 영역

- 외달도 내 해수풀장이 설치되는 영역을 포함하여, 숙박시설이 위치한 영역을 외달도 해수풀장 분석 영역으로 정의함

[외달도 해수풀장 분석 영역]





## 2) 관광객 특성 분석

### 가. 관광인구 구분별 관광인구 월별 추이

- 외지인이 현지인보다 많이 방문하는 관광지이며, 8월 관광객이 많음
- 외지인 관광인구는 2019년 전년 대비 60.2% 증가, 2020년 4.6% 감소함. 외지인 8월 관광인구는 2019년 전년 동기간 대비 63% 증가했으나, 2020년 12% 감소함. 2020년 코로나19의 영향으로 외지인 관광객이 전년 대비 4.6% 감소했으며, 성수기인 8월 전년 대비 12% 감소함

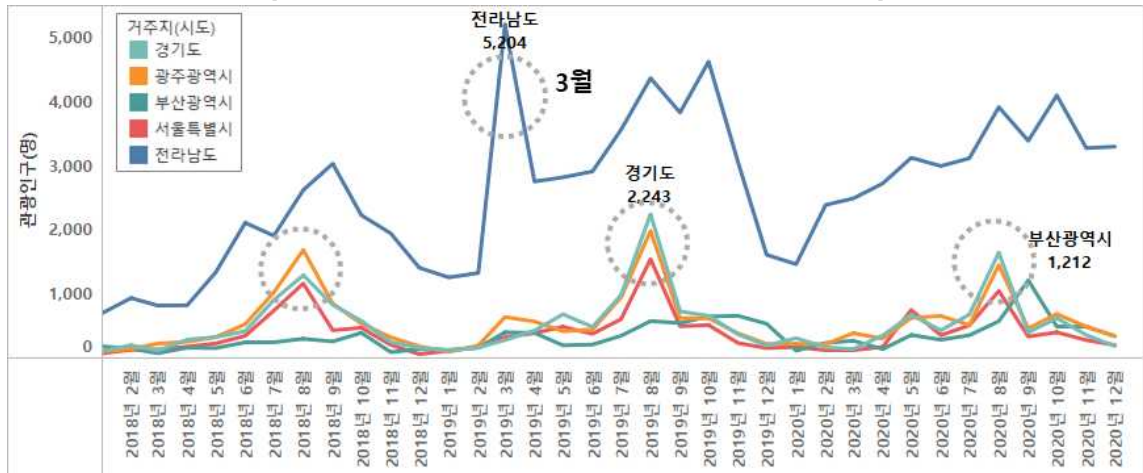
[외달도 해수욕장 현지인/외지인/외국인 관광인구 월별 추이]



### 나. 외지인 거주지별 관광인구 월별 추이

- 내국인 관광객 중 현지인이 37.5%로 가장 많으며, 거주지별로 목포시를 제외한 전라남도 26.9%, 광주광역시 5.7%, 경기도 5.4%, 서울특별시 4.0%, 부산광역시 3.5%으로 관광객을 구성함
- 8월 외지인 관광객수가 증가하는 패턴을 보이며, 특이점으로 2019년 3월 목포시를 제외한 전라남도에 거주하는 관광객이 외달도 해수욕장을 가장 많이 방문함

[외달도 해수욕장 외지인 거주지별 관광인구 월별 추이]



### 3) 소비 매출 특성 분석

#### 가. 월별 업종별 카드 매출

- 여행 업종으로 구분되는 대분류 6가지(T&A, 문화, 생활, 쇼핑, 유흥, 음식) 업종 중 '기타음료식품' 업종(소분류)이 3개년 총 카드 매출의 70.9%를 차지함. 외달도 해수욕장의 성수기인 7~8월 카드 매출 현황을 살펴봄
- 2019년 8월 전 업종에서 전년 대비 카드 매출이 증가함(기타숙박업 106.7%, 기타음료식품 51.2%, 일반한식 882.4%)
- 카드 데이터는 최대 약 260여개의 업종으로 분류되며, 개인정보 비식별화에 따른 손실이 발생함. 정확한 매출의 규모라 해석하기보다는 매출의 추이를 통해 변화를 읽는 것이 타당함

[외달도 해수욕장 3개년 7~8월 업종별 카드 매출 표]

업종(소분류)	2018		2019		2020	
	7월	8월	7월	8월	7월	8월
기타숙박업	47,000	96,500	-	<b>199,500</b>	-	725,000
기타음료식품	772,800	1,979,600	1,339,500	<b>2,994,600</b>	137,500	1,895,500
일반한식	516,000	122,500	69,500	<b>1,203,500</b>	-	240,000
총합계	1,335,800	2,198,600	1,409,000	<b>4,397,600</b>	137,500	2,860,500

#### 나. 월별 연령별 카드 매출

- 2019년 8월 40대의 카드 매출이 전년 대비 493% 증가했으며, 2020년 16.8% 감소함
- 3년 총 관광인구의 24.7%가 50대로 가장 많으며, 40대 20.4%, 30대 16.4%, 20대 11.8%임. 3년 총 카드 매출의 49.3%가 40대이며, 20대 33%, 50대 11.2%, 20대 6.4%를 차지함

[외달도 해수욕장 3개년 7~8월 성연령별 카드 매출 표]

업종(소분류)	2018		2019		2020	
	7월	8월	7월	8월	7월	8월
20대	-	217,700	-	176,900	-	-
30대	62,200	662,100	135,200	686,800	-	474,600
40대	35,100	196,800	646,700	<b>1,168,500</b>	-	971,900
50대	-	149,000	-	536,900	-	-
총합계	97,300	1,225,600	781,900	2,569,100	-	1,446,500

### 3.1.15 가톨릭목포성지

#### 1) 개요

##### □ 관광지 정의

- 가톨릭목포성지는 광주·전남 지역 가톨릭교회의 시발점이자 선교 활동의 구심점이 되었던 곳으로, 국내에 레지오 마리아(Legio Mariae, The Legion of Mary)가 처음 도입된 산정동성당 일원(一圓) 목포시 산정동 90-1에 위치하고 있음

##### □ 분석 방향

- 가톨릭목포성지는 2020년 관광객 수가 증가한 유일한 관광지이며, 현지인 관광객 증가가 눈에 띄는 관광지로, 현지인/외지인 관광객 특성을 비교 분석함

##### □ 분석 영역

- 가톨릭목포성지가 위치한 언덕 주변을 포함하여 분석 영역을 정의함

[가톨릭목포성지 분석 영역]

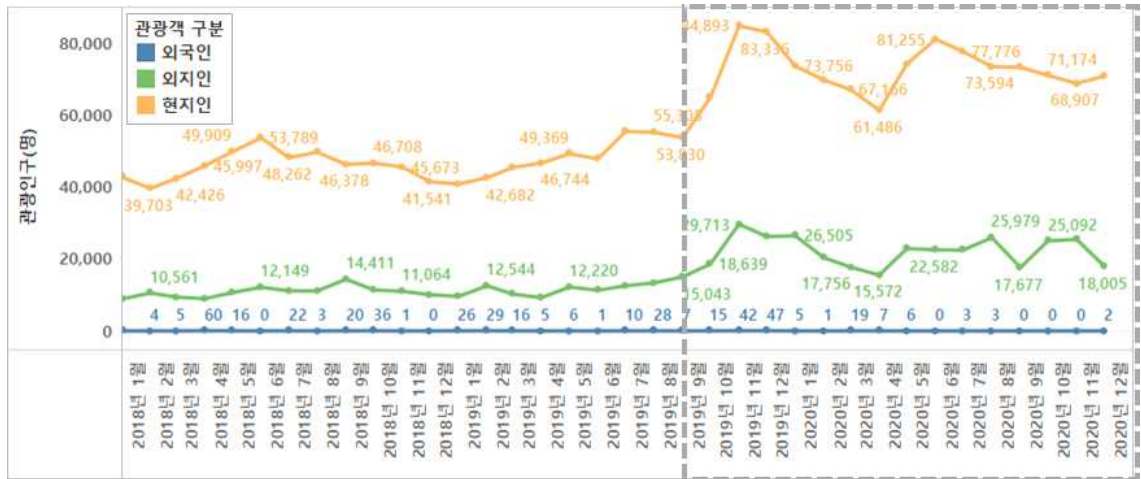


## 2) 관광객 특성 분석

### 가. 관광인구 구분별 관광인구 월별 추이

- 3개년 총 관광인구 중 현지인 관광객 구성비가 81.3%로 현지인 관광객 방문이 많은 관광지임. 2020년 코로나19의 영향에도 유일하게 관광객 증가한 관광지로 2019년 대비 28.7%증가함
- 2020년 10월 현지인, 외지인 관광객이 전월대비 30.5%, 59.4% 증가함. 이는 목포해상케이블카 개통 후 연계 관광지 할인이 영향을 미친 것으로 추정됨

[가톨릭목포성지 현지인/외지인/외국인 관광인구 월별 추이]



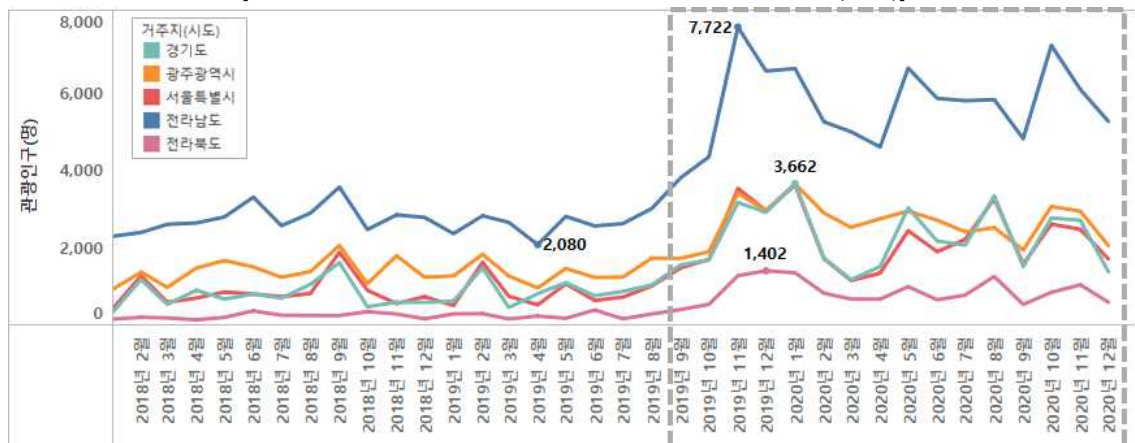
· 회색 점선 박스는 목포해상케이블카 개통 이후를 의미함



## 나. 외지인 거주지별 관광인구 월별 추이

- 3개년 총 외지인 관광인구 구성비 현황으로 목포시를 제외한 전라남도 33.8%, 광주광역시 16.3%, 경기도 12.3%, 서울특별시 12.2%, 전라북도 4.3%로 다섯 개의 시도가 외지인 전체의 78%를 차지함
- 경기도, 서울특별시에서 방문하는 관광객이 2020년 전년 대비 64.8%, 57.9% 증가함
- 목포 해상케이블카 개통 이후 외지인 관광객이 크게 증가한 패턴을 보이며, 특히 전라남도에서 방문하는 관광객이 크게 증가함

[가톨릭목포성지 외지인 거주지별 관광인구 월별 추이(시도)]

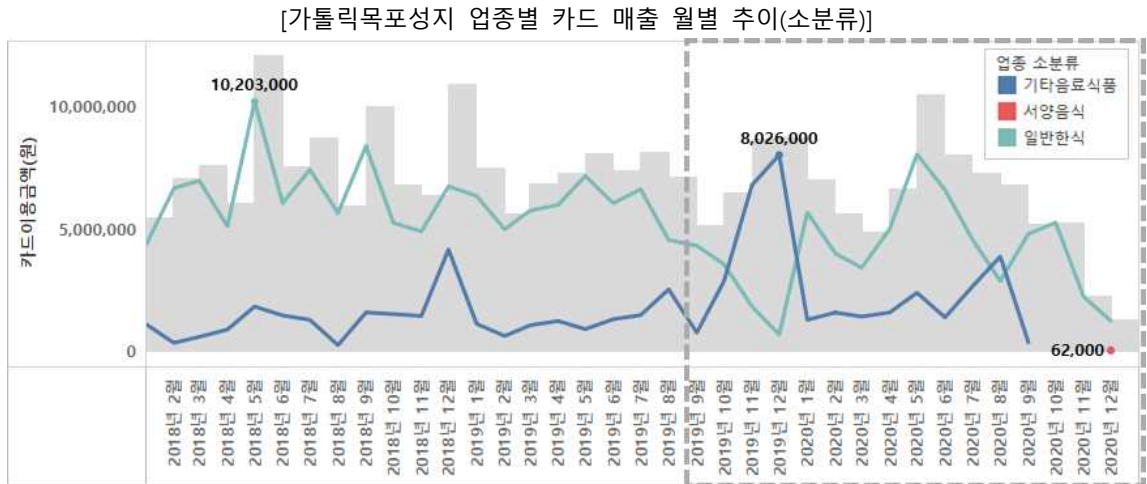


· 회색 점선 박스는 목포해상케이블카 개통 이후를 의미함

### 3) 소비매출 특성 분석

#### 가. 업종별 카드 매출 월별 추이

- 2020년 관광객은 증가했으나 카드 매출은 전년 대비 18.5% 감소함. 업종 소분류로 나눠 보면 일반한식 업종에서 28.2% 감소했으나, 기타음료식품 업종에서 30% 증가함
- 기타음료식품 업종은 2019년 9월~12월 증가 추이를 보임



· 회색 점선 박스는 목포해상케이블카 개통 이후를 의미함

#### 나. 거주지별 카드 매출 전년 대비 증감률

- 3년 총 카드 매출의 97.2%가 현지인에 의해 발생하며, 목포시 제외 전라남도에서 거주하는 외지인이 전체의 2.76%를 차지함
- 외지인은 가톨릭목포성지 근처에서 소비하지 않는 것으로 추정됨

[2018/2019년 가톨릭목포성지 카드 매출 전년 대비 증감률 표]

구분	거주지(시도)	2018	2019	2020
현지인	목포시	67,625,400	59,594,800	51,944,000
	전년 대비 증감률(%)	-	-11.9	-12.8
외지인	전라남도	1,903,000	2,739,000	453,000
	전년 대비 증감률(%)	-	43.9	-83.5
	광주광역시	-	-	120,000
	전년 대비 증감률(%)	-	-	-
총합계(원)		69,528,400	62,333,800	52,517,000
전년 대비 증감률(%)		-	-10.3	-15.7

(단위 : 원)



### 3.2 관광지간 동선 분석

- 목포시에 방문한 외지인 관광객은 어떤 동선으로 목포시를 관광하는지 확인하기 위해 다음과 같은 기준으로 관광객을 집계함

[이전관광지 및 관광인구 정의]

정의 대상	정의
현재관광지	관광객이 현재 위치한 관광지
이전관광지	현재관광지에 위치한 관광객이 10~15분 전에 위치했던 관광지
유입 관광인구	현재관광지 기준 이전관광지에서 유입된 관광인구 수

- 주말 외지인 관광객 수가 증가하는 패턴을 보이기 때문에, **주말 외지인 관광객의 관광 지간 동선 분석**을 진행함

#### 3.2.1 동선1 : 목포해상케이블카 ↔ 유달산

- 유달산 ↔ 목포해상케이블카, 삼학도권 ↔ 목포 근대역사문화공간, 갯바위권역 ↔ 평화광장권역 순으로 관광지간 이동한 외지인 관광객이 많음

[2018~2019년 주말 외지인 관광객 연계 관광지]

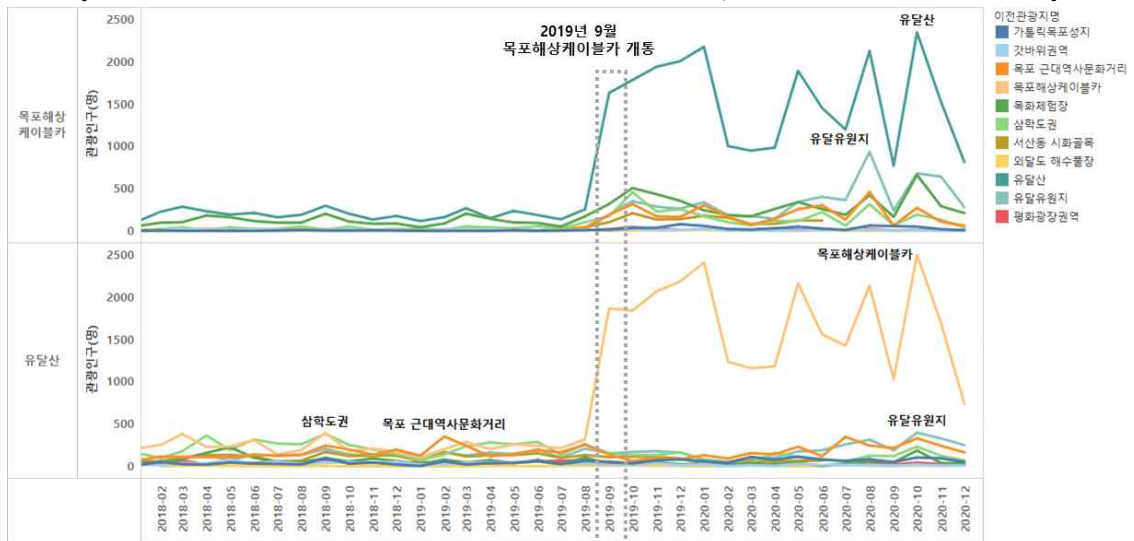


- 현재관광지 기준 이전관광지 관광객 수 1순위 시각화

□ 2019년 9월 목포해상케이블카 개통 이후 유달산 ↔ 목포해상케이블카를 연계하여 관광하는 관광객 수가 증가함

- 2019년 9월 이후, 목포해상케이블카에서는 유달산에서 유입되는 관광객 수가 증가했으며, 유달산에서는 목포해상케이블카에서 유입되는 관광객 수가 증가함. 또한 이 패턴이 유사함
- 따라서 두 관광지를 연계하여 방문한다고 해석할 수 있음

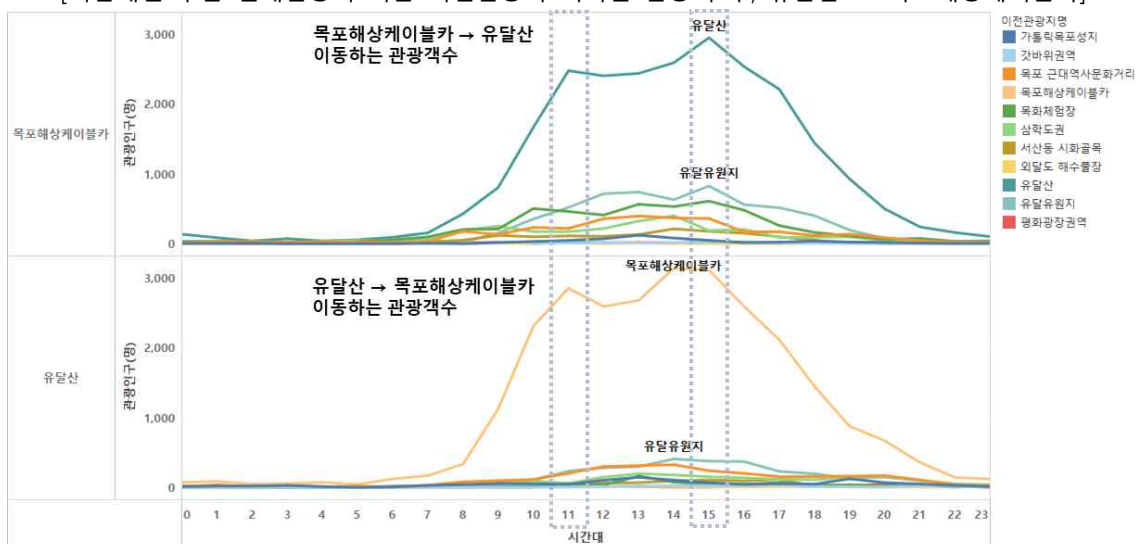
[월별 주말 현재관광지 기준 이전관광지 외지인 관광객 수, 유달산 ↔ 목포해상케이블카]



□ 2019년 9월 이후 시간대별 유입 관광객 수를 보면, 오전 11시, 오후 3시 유달산 ↔ 목포해상케이블카로 이동하는 관광객이 많음

- 유달산 근처 숙박시설이 많아 오전에 목포해상케이블카 혹은 유달산에서 관광을 시작하는 관광객이 많은 것으로 추정됨

[시간대별 주말 현재관광지 기준 이전관광지 외지인 관광객 수, 유달산 ↔ 목포해상케이블카]



☐ 분석 내용을 종합하여 다음과 같은 동선을 도출할 수 있음

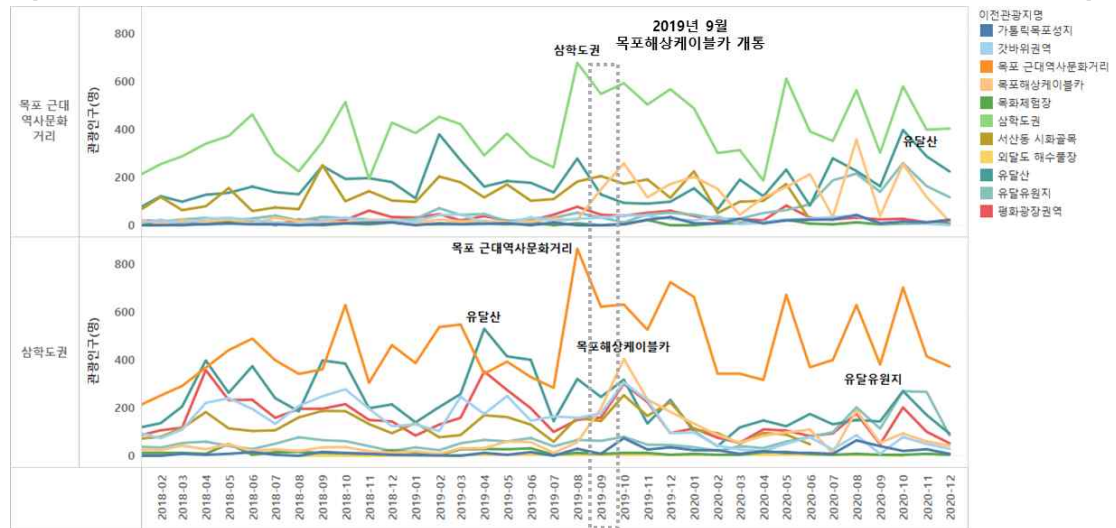
Map of Mokpo showing the route of Line 1 (동선 1) with various landmarks marked by blue 'X' symbols:

- 목포해상케이블카
- 가톨릭목포성지
- 동선 1
- 유달산
- 유달유원지
- 목포 근대역사문화거리
- 서산동 시화골목
- 삼학도권
- 갯바위권역
- 평화광장권역

### 3.2.2 동선2 : 목포 근대역사문화공간 ↔ 삼학도권

- 2019년 9월 목포해상케이블카 개통 이후 삼학도권 ↔ 목포 근대역사문화공간을 방문하는 주말 외지인 관광객의 패턴이 유달산 ↔ 목포해상케이블카와 비슷함. 목포해상케이블카 관광객이 삼학도권, 목포 근대역사문화공간도 함께 방문한다고 해석할 수 있음

[월별 주말 현재관광지 기준 이전관광지 외지인 관광객 수, 목포 근대역사문화공간 ↔ 삼학도권]

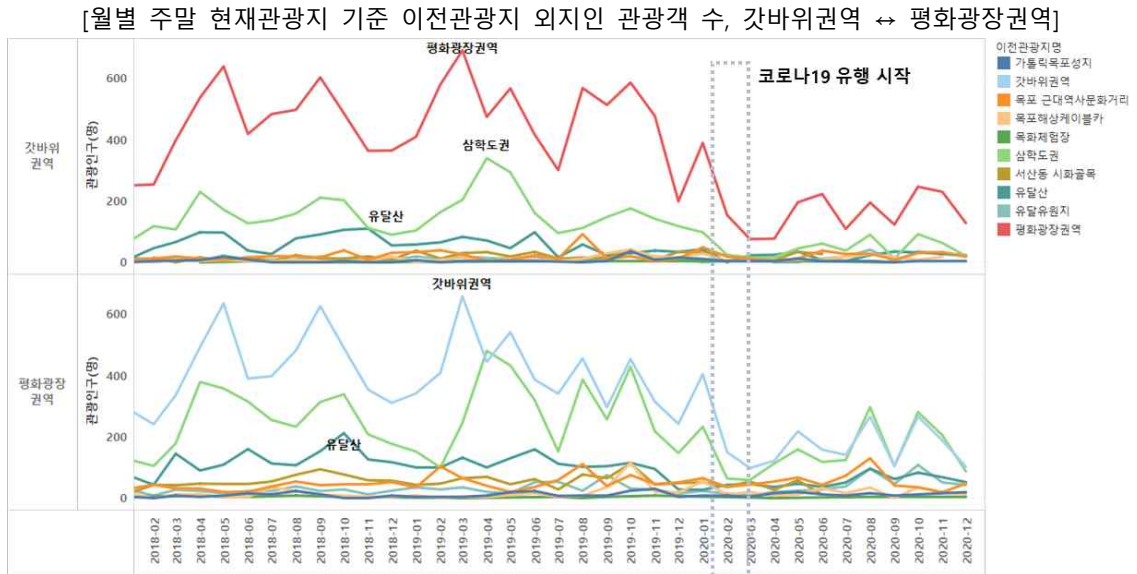






### 3.2.3 동선3 : 목포 근대역사문화공간 → 삼학도권 → 갯바위권역, 평화광장권역

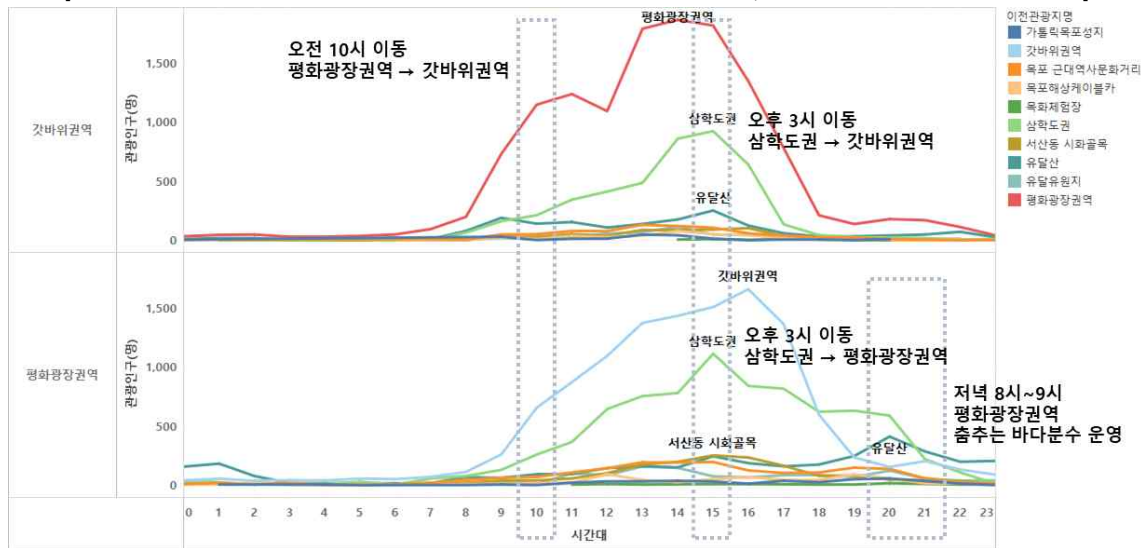
- 코로나19의 영향으로 2020년에 갯바위권역 ↔ 평화광장권역을 함께 관광하는 관광객 수가 감소함



- 3개년 시간대별 유입 관광객 수를 보면, 오전 10시 평화광장권역 → 갯바위권역으로 이동하는 관광객 수가 많음. 이는 평화광장권역에 숙박시설이 많아 평화광장권역에서 관광을 시작하는 것으로 추정됨
- 오후 3시 삼학도권 → 갯바위권역, 평화광장권역으로 이동하는 관광객 수가 많음. 삼학도권은 목포 근대역사문화공간에서 오전에 유입되는 관광객이 많은 관광지임. 주말 외지인 관광객은 목포 근대역사문화공간 → 삼학도권 → 갯바위권역, 평화광장권역 순서로 이동한다고 해석할 수 있음



[시간대별 주말 현재관광지 기준 이전관광지 외지인 관광객 수, 갯바위권역 ↔ 평화광장권역]



□ 분석 내용을 종합하여 다음과 같은 동선을 도출할 수 있음

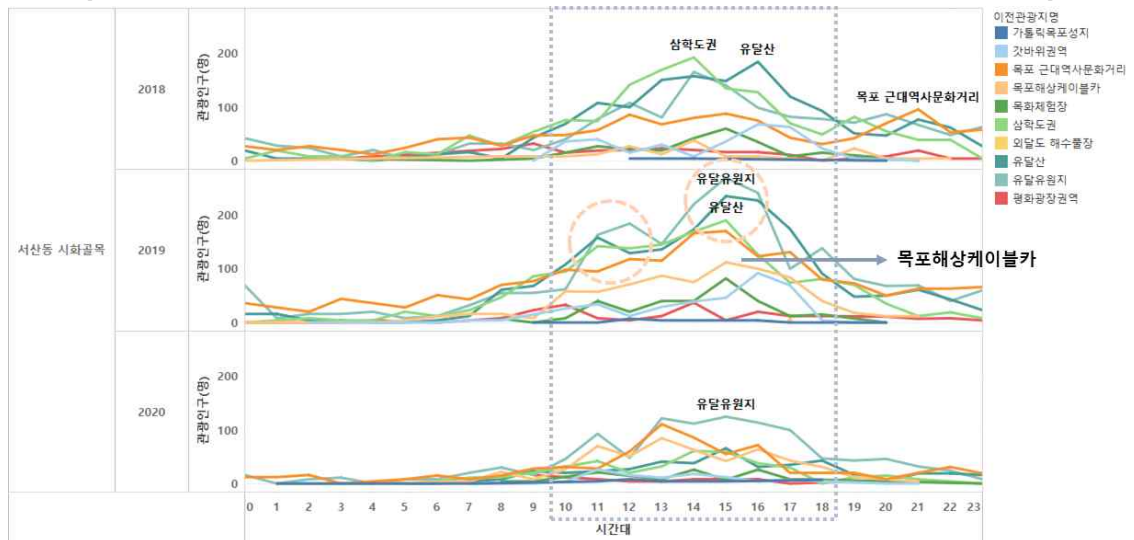
[동선3 : 목포 근대역사문화공간 → 삼학도 → 갯바위권역, 평화광장권역]



### 3.2.4 동선4 : 유달유원지, 유달산, 목포 근대역사문화공간, 삼학도권 → 서산동 시화골목

- ☐ 2018년을 보면, 유달유원지, 유달산, 목포근대역사문화거리, 삼학도권에서 서산동 시화골목으로 유입되는 관광인구가 10~18시 사이에 증가했다 감소하는 패턴을 보임
- ☐ 2019년 패턴은 오전, 오후로 분리되며 목포해상케이블카에서 유입되는 관광객수도 증가한 것을 보임
- ☐ 서산동 시화골목은 근처 관광지와 함께 연계하여 방문하는 관광지임

[3개년 시간대별 주말 현재관광지 기준 이전관광지 외지인 관광객 수, 서산동 시화골목]



- ☐ 분석 내용을 종합하여 다음과 같은 동선을 도출할 수 있음

[동선4 : 유달유원지, 유달산, 목포 근대역사문화공간, 삼학도권 → 서산동 시화골목]



### 3.3 행정동 생활인구 특성 분석

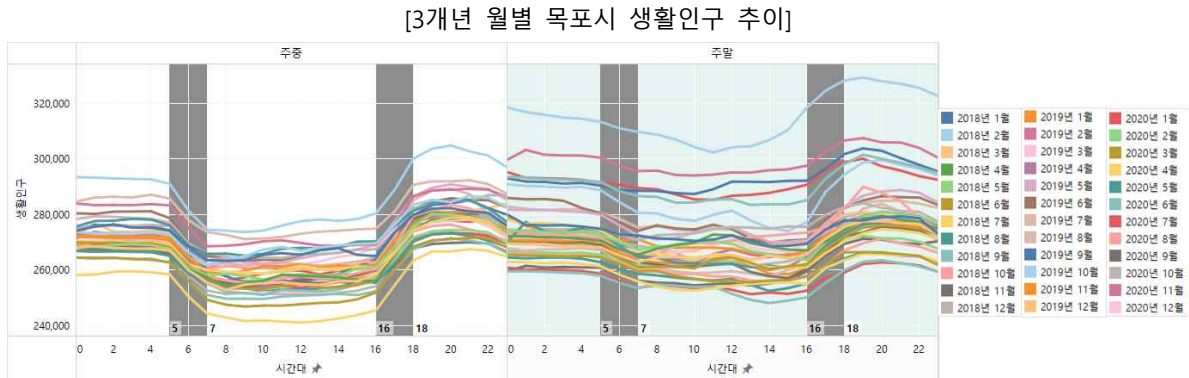
- 생활인구 데이터는 시간적으로 2018년 01월부터 2020년 12월까지 0시부터 23시까지의 인구수를 표현한 시계열 자료이며, 공간적으로 목포시 23개 행정동에 대한 데이터를 이용하여 분석 진행함
- 일별\*시간대 데이터를 목적에 맞게 월별\*시간대로 집계하였고, 대푯값은 평균을 사용할 시 변동이 심해 행정동의 특성을 파악하기 어렵고, 생활인구 데이터의 목적(잠재적 수요의 규모와 특성 파악 가능)에 맞게 실제 인구를 파악해 인구, 관광, 안전 등의 근거 자료를 마련하기 위한 최대 수용 인원을 생각해 최댓값(MAX) 사용함
- 생활인구 측정 기준은 실시간 유동인구를 시간단위(24개)로 구분하여 수치로 나타낸 것으로 매시간 59분에 존재하는 인구를 측정하여 한 시간 단위로 표현함



- 데이터의 제약
  - 생활인구 특성에 따른 행정동을 분류하고 분류 지역에 따른 소비패턴을 비교하며, 내국인 생활인구와 장기체류 외국인 생활인구를 각각 따로 프로세스를 진행함
  - 장기체류 외국인 생활인구는 성별, 연령별은 확인이 불가하며, 국적별 생활인구를 살펴봄
  - 장기체류 외국인은 생활인구 수가 많지 않아 해석 시 주의가 필요

### 3.3.1 생활인구 특성에 따른 목포 생활인구 추이

- 2018~2020년 목포시 행정동 전체 생활인구를 24시간을 기준으로 각 월별 생활인구의 추이를 살펴보고 목포시만의 생활인구 시간대를 나누고자 아래와 같이 표현



#### □ 목포시 생활인구 패턴

- 새벽시간(0~5시), 출근시간(5~7시), 낮시간(7~16시), 퇴근시간(16~18시), 저녁시간(18~24시)으로 나눌수 있음
- 목포시 생활인구의 뚜렷한 특징을 보이는 시간대는 출근시간(5~7시)과 퇴근시간(16~18시)으로 생활인구의 급격한 유출유입이 있어 출근과 퇴근으로 기준을 목포시 생활패턴을 잡고 새벽(0~5시), 낮(7~16시), 저녁(18~24시)으로 나눔

- 3개년 각 월별 생활인구 추이에 대한 탐색적 자료 분석을 통하여, 목포의 생활인구의 각 시간대별 특징과 대표되는 시간을 아래에 설명함(표 수치 비교 시 사용)

- 새벽시간대 : 새벽은 대체로 방문인구가 적고 거주인구가 안정적인 3시를 기준으로 함
- 낮시간대 : 생활인구의 유입, 유출이 활발한 시간이며, 방문인구가 높은 12시를 기준으로 함
- 저녁시간대 : 생활인구의 유입이 많으면서 거주인구가 높은 20시를 기준으로 함

#### 1) 기간별 생활인구 추이

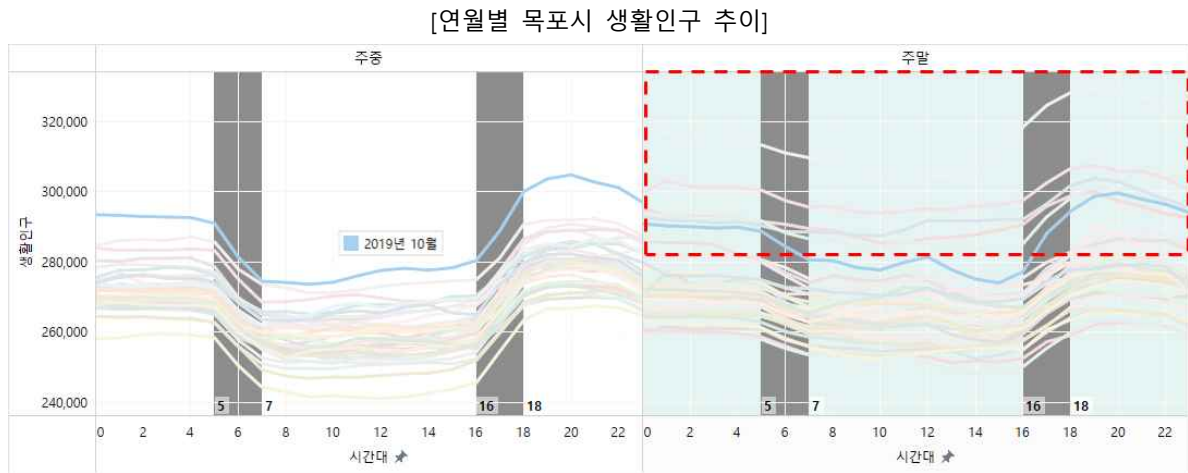
- 2018년 1월부터 2020년 12월 중 주중 생활인구가 높은 2019년 10월을 기준으로 분석하고자함

- 3개년을 누적 합계로 사용 시 2020년 코로나와 같은 특수상황이 있어 특성을 분석하는데 오류를 범할 수 있으며, 누적 합계에 대한 수치를 보고 목포 생활인구 수치에 대한 오해를 일으킬 수 있어 대표적으로 한 개의 월만 분석하였고, 추후 동향 분석 목적으로 분석한다면 최신 월을 분석하여도 됨

- 생활인구 데이터는 구조상 기간칼럼(연도, 월, 주중주말, 시간대)이 세부적(시간대)으로 나누어져 있는 시간대별 유니크한 값을 갖고 있음. 연도별, 월별 생활인구 추이를 보고

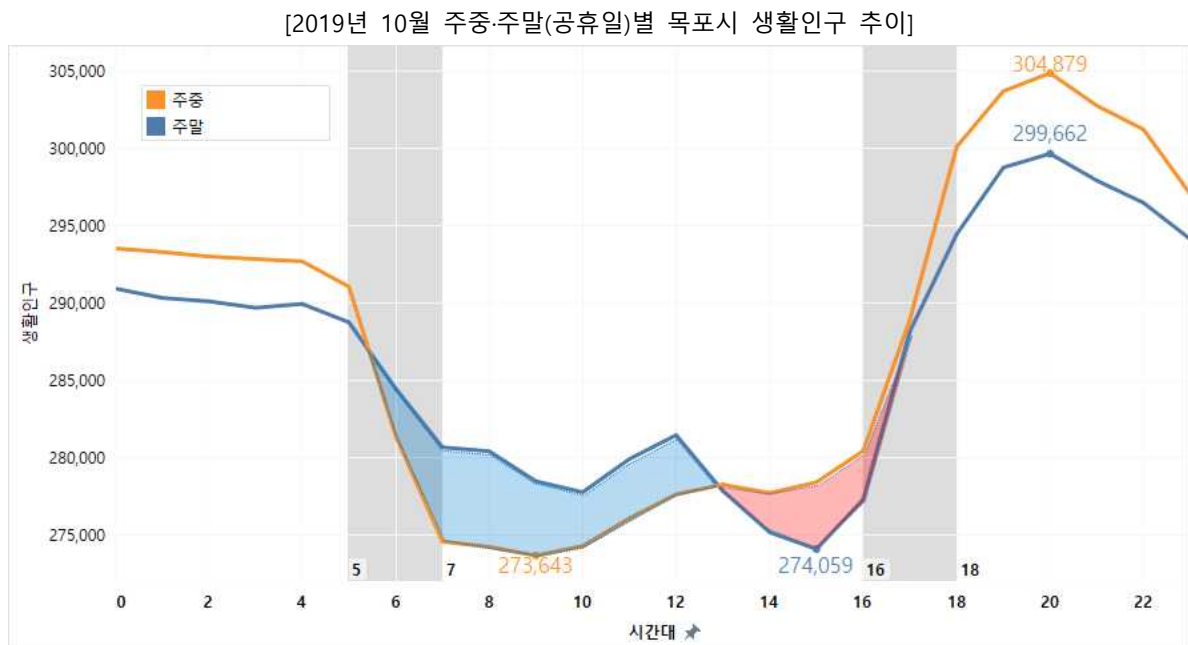
자 집계 및 지표를 도출하여 연도별 비교, 월별 비교 등 활용 시 주의가 필요함

□ 주중 생활인구는 **2019년 10월**이 가장 높게 나타남



- 2018년 2월, 2019년 2월, 2019년 9월, 2020년 1월, 2018년 9월 모두 명절이 포함되어 있는 연월로 주말 생활인구가 주중 생활인구보다 높게 나타남
- 따라서, 특수한 휴일(명절)이 있지 않으며, 생활인구가 높은 **2019년 10월을 기준으로** 분석

#### 가. 주중·주말별 생활인구 추이



□ 주중 생활인구 특징

- 5~7시는 급격하게 감소하고 16~18시는 급격하게 증가하는 것이 뚜렷하게 보임
- 5~7시와 16~18시가 주말 생활인구와 비교하여 뚜렷한 패턴을 보이는 것으로 보아 직



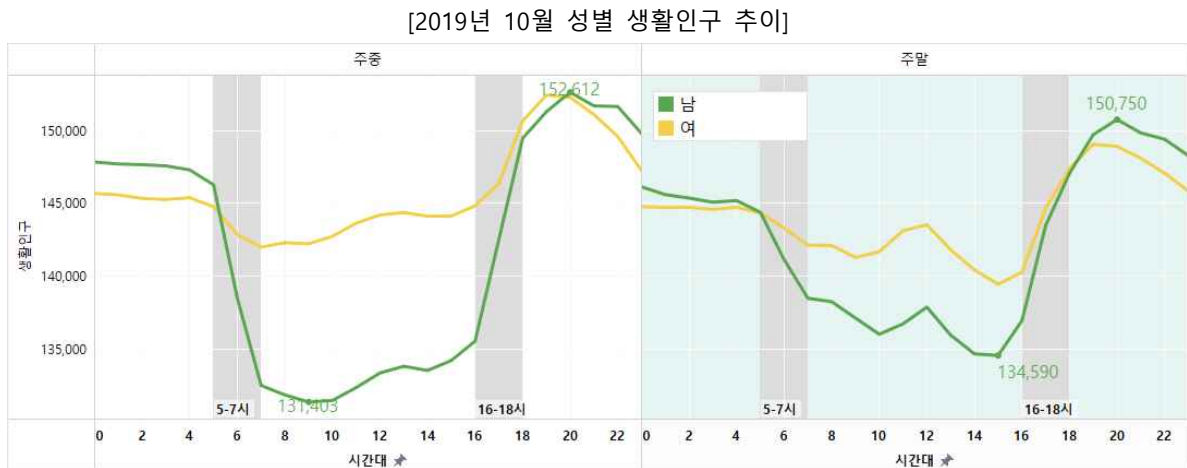
장 목적의 유출입으로 판단됨

#### □ 주말 생활인구 특징

- 주중과 주말의 생활인구 추이 격차를 보면 주중은 오후에 유입이 많고 주말은 오전에 유입이 많음
- 6~13시는 주말 생활인구가 주중 생활인구보다 높아 주말 오전에 목포시에 사람이 많을 것으로 보임

## 2) 인구특성별 생활인구 추이

### 가. 성별 생활인구 추이



- 2019년 10월 성별로 살펴보면, **주중 남성 생활인구**가 다른 집단에 비해 유출이 많이 일어나 **직장 및 학교**로 인해 나가는 것으로 보임

- **남성 생활인구**의 증감에 따라 목포 생활인구의 큰 영향을 끼침

- 주중 : 최대생활인구 152,612명, 최소생활인구 131,403명(격차 : 21,209명)
- 주말 : 최대생활인구 150,750명, 최소생활인구 134,590명(격차 : 16,160명)

[2019년 10월 성별 생활인구 시점 비교]

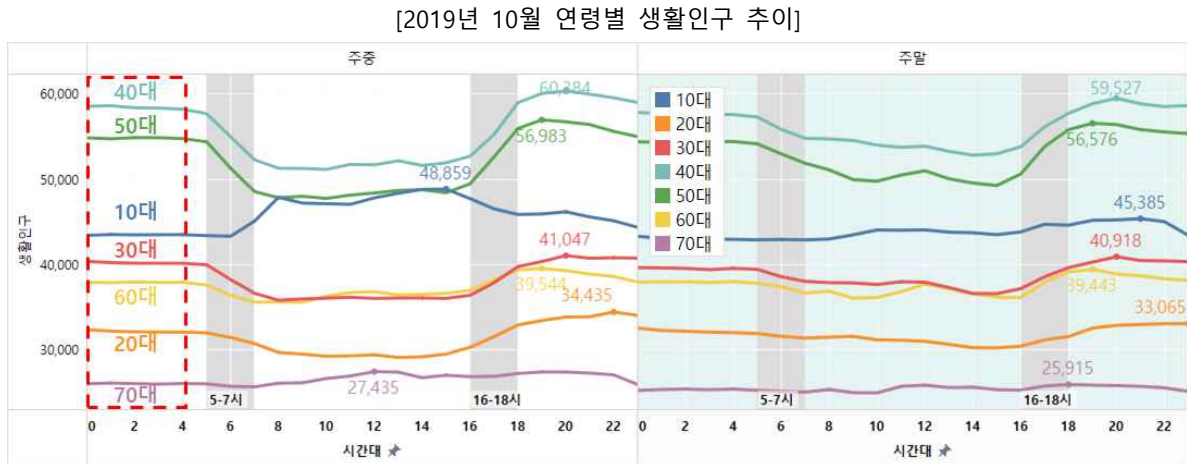
성별	주중			주말		
	새벽(3시)	낮(12시)	저녁(20시)	새벽(3시)	낮(12시)	저녁(20시)
남	147,573	<b>133,389</b> (▼9.6%)	<b>152,612</b> (▲14.4%)	145,088	137,903 (▼5.0%)	150,750 (▲9.3%)
여	145,268	144,211 (▼0.7%)	152,267 (▲5.6%)	144,593	143,538 (▼0.7%)	148,913 (▲3.7%)
총합계	292,841	277,600 (▼5.2%)	304,879 (▲9.8%)	289,681	281,441 (▼2.8%)	299,662 (▲6.5%)

- 주중 남성의 생활인구 증감률

- 주중 낮(12시) 남성의 생활인구는 새벽(3시) 대비 9.6% 감소하여 가장 큰 폭으로 감소
- 주중 저녁(20시) 남성의 생활인구는 낮(12시) 대비 14.4% 증가하여 가장 큰 폭으로 증가

□ 목포시 전체(23개) 행정동에서 주중 남성은 유입과 유출이 큰 폭으로 이루어짐

#### 나. 연령별 생활인구 추이



□ 생활인구 데이터의 특징은 0~6시에는 큰 변화가 없으며, 생활인구가 각자 집에서 머무르는 시간으로 거주지가 목포시임을 추정하는 시간임

- 0~6시 시간대 연령별 생활인구 순위를 살펴보면, 목포시에 거주하는 연령을 확인할 수 있음
- 40대 > 50대 > 10대 > 30대 > 60대 > 20대 > 70대

□ 주중 생활인구 연령대 비교

- 낮시간(7~16시) 목포시 외부로 유출 : 40대, 50대, 30대, 60대, 20대
- 낮시간(7~16시) 목포시 내부로 유입 : 10대
- 낮시간(7~16시) 목포시 생활인구 유지 : 70대

□ 주말 생활인구는 낮시간(7~16시)과 새벽시간(0~5시)이 비슷한 생활인구를 유지하는 것으로 보아, 주중 생활인구의 유출 연령대(40대, 50대, 30대, 60대, 20대)가 직장 목적의 유출로 추정됨

## □ 연령별 생활인구 증감률 비교

[2019년 10월 연령별 생활인구 시점 비교]

성별	주중			주말		
	새벽(3시)	낮(12시)	저녁(20시)	새벽(3시)	낮(12시)	저녁(20시)
10대	43,501	47,821 (▲9.9%)	46,190 (▼3.4%)	43,001	44,071 (▲2.5%)	45,236 (▲2.6%)
20대	32,078	<b>29,407 (▼8.3%)</b>	<b>33,840 (▲15.1%)</b>	32,063	30,992 (▼3.3%)	32,865 (▲6.0%)
30대	40,157	<b>36,026 (▼10.3%)</b>	<b>41,047 (▲13.9%)</b>	39,402	37,924 (▼3.8%)	40,918 (▲7.9%)
40대	58,357	<b>51,698 (▼11.4%)</b>	<b>60,384 (▲16.8%)</b>	57,646	53,888 (▼6.5%)	<b>59,527 (▲10.5%)</b>
50대	54,885	<b>48,394 (▼11.8%)</b>	<b>56,749 (▲17.3%)</b>	54,361	51,011 (▼6.2%)	<b>56,423 (▲10.6%)</b>
60대	37,896	36,819 (▼2.8%)	39,287 (▲6.7%)	37,900	37,710 (▼0.5%)	38,895 (▲3.1%)
70대	25,965	27,435 (▲5.7%)	27,382 (▼0.2%)	25,308	25,846 (▲2.1%)	25,797 (▼0.2%)
총합계	292,841	277,600 (▼5.2%)	304,879 (▲9.8%)	289,681	281,441 (▼2.8%)	299,662 (▲6.5%)

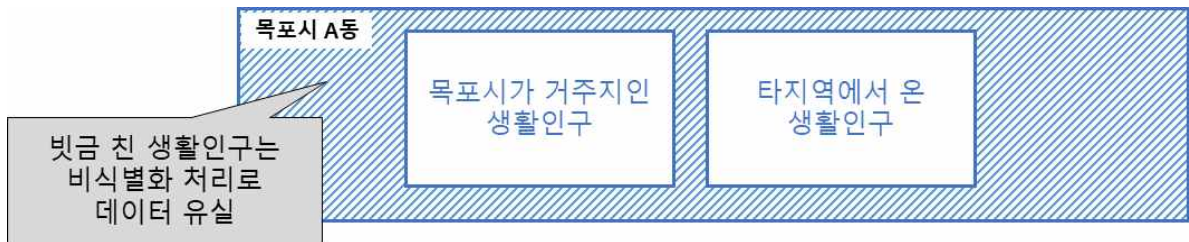
- 20~50대의 주중 생활인구 증감률을 보면 새벽(3시)대비 낮(12시) 증감률은 20대(-8.3%), 30대(-10.3%), 40대(-11.4%), 50대(-11.8%)가 감소하여, 생활인구가 유출됨
- 주중 저녁(20시)의 경우 20대(15.1%), 30대(13.9%), 40대(16.8%), 50대(17.3%)가 큰 폭으로 증가하여 생활인구가 유입된 것을 확인
- 주말 저녁(20시)의 경우 40대(10.5%)와 50대(10.6%)가 큰 폭으로 증가하여 주중주말 상관없이 40대와 50대는 목포시 내부로 저녁에 많이 유입됨

### 3) 유입지별 생활인구 추이

#### □ 유입지별 생활인구 데이터 제약

- 생활인구의 유입지(거주지) 칼럼을 추가하여, 유입지 현황을 살펴보고자 함
- 유입지 칼럼이 추가될 경우 생활인구 데이터가 세분화되어 개인정보유출 우려로 비식별화 처리를 진행함. 따라서, 유입지 칼럼이 없는 데이터에 비해 생활인구 수치가 유실됨에 따라 절대수치로 판단하기보다 추세를 살펴보고 패턴을 찾는 것이 중요함

[유입지별 생활인구 데이터 제약]



## □ 유입지별..생활인구 구분

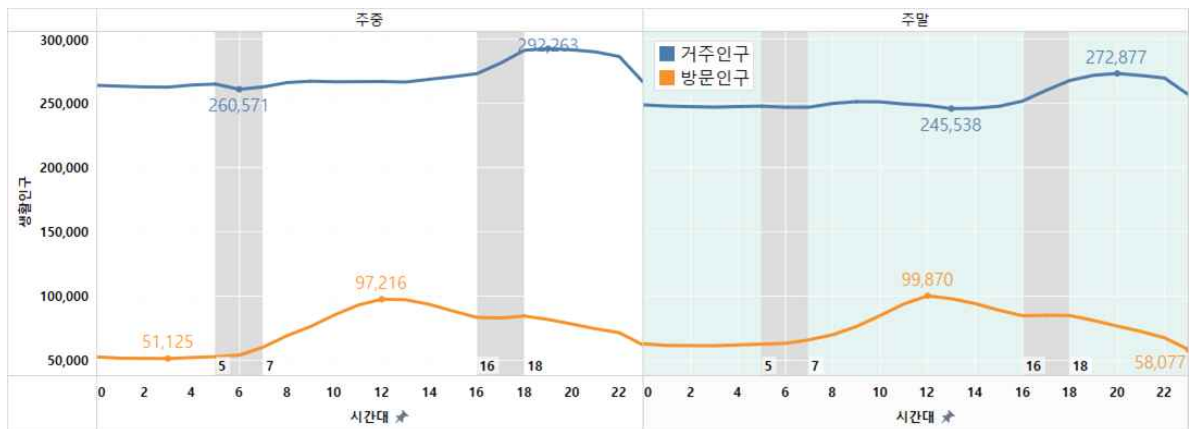
[유입지별 생활인구 구분]

생활인구	거주·방문	내용	권역	내용
생활인구	거주인구	목포시가 거주지임	목포시	전라남도 목포시
	방문인구	목포시가 거주지가 아님	수도권	서울특별시, 경기도, 인천광역시
			인근권역	전라남도, 광주광역시
			기타	수도권, 인근권역 제외 광역시도

- 생활인구는 거주지가 목포시인지 아닌지에 대해 거주인구와 방문인구로 나뉘었으며, 방문인구는 지역단위별로 수도권, 인근권역, 기타로 나눠서 표현함

## □ 유입지(거주지)별 생활인구 추이

[2019년 10월 거주·방문별 생활인구 추이]



- 목포시는 거주인구가 대부분의 생활인구를 차지하고 있으며, 주중 생활인구 격차(최대 생활인구 - 최소생활인구)는 31,692명, 주말 생활인구 격차는 27,339명으로 주중이 주말보다 거주인구의 많은 유입유출이 일어나고 있음
- 목포시 방문인구의 특징은 주중과 주말 모두 낮 12시에 가장 많은 생활인구를 보여주며, 12시를 전후로 생활인구가 증감하여 낮시간에 많은 유입유출이 발생함
- 방문인구의 주중 생활인구 격차(최대생활인구 - 최소생활인구)는 46,091명, 주말 생활인구 격차는 41,793명으로 주말이 주중보다 더 많은 방문인구의 유입유출이 일어남

□ 거주·방문별 생활인구 증감을 비교

[2019년 10월 거주·방문별 생활인구 시점 비교]

성별	주중			주말		
	새벽(3시)	낮(12시)	저녁(20시)	새벽(3시)	낮(12시)	저녁(20시)
거주인구	262,228	266,597 (▲1.7%)	291,277 (▲9.3%)	246,678	248,001 (▲0.5%)	272,877 (▲10.0%)
방문인구	51,125	<b>97,216</b> <b>(▲90.2%)</b>	<b>77,950</b> <b>(▼19.8%)</b>	61,067	<b>99,870</b> <b>(▲63.5%)</b>	<b>76,293</b> <b>(▼23.6%)</b>
총합계	313,353	363,813 (▲16.1%)	369,227 (▲1.5%)	307,745	347,872 (▲13.0%)	349,170 (▲0.4%)

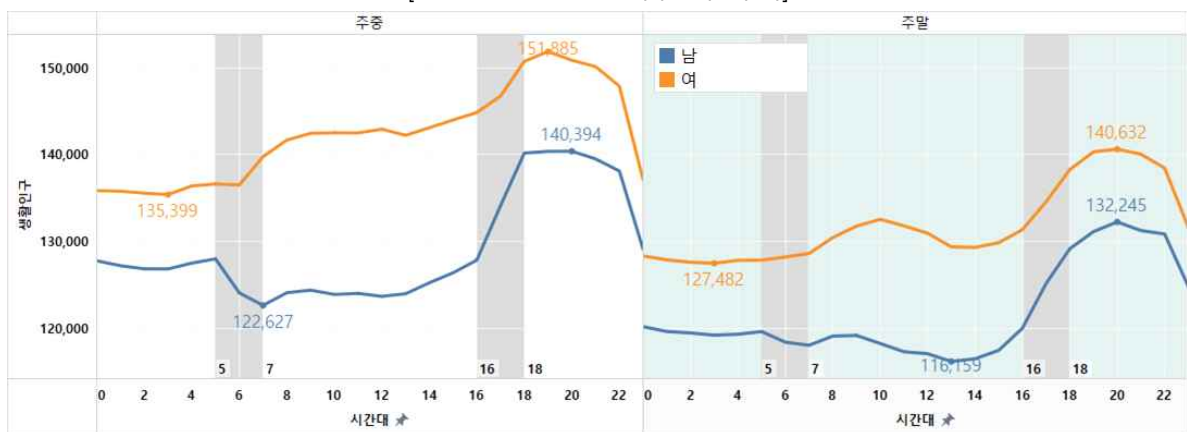
- 주중 방문인구는 새벽(3시)대비 낮(12시)에 90.2% 증가로 목포시 내부로 유입하는 많은 방문인구가 확인됨
- 저녁에는 방문인구가 빠져나가며, 주중(97,216명)보다 주말(99,870명)에 방문인구가 많이 방문함

가. 거주인구 생활인구 추이

- 목포시 생활인구는 위에 그래프와 표를 보면 알 수 있듯 목포시의 거주인구(주중 최대 생활인구 292,263명)는 목포시 생활인구의 대부분을 차지함
- 따라서, 목포시 전체 생활인구와 비슷한 패턴을 보이며, 목포시 전체 성별 생활인구의 특성은 두드러지는데 반면, 목포시 전체 연령별 생활인구 특성은 두드러지지 않아 성별 거주인구만 구분하고 특성을 파악하고자 함

□ 성별 거주인구 추이

[2019년 10월 성별 거주인구 추이]



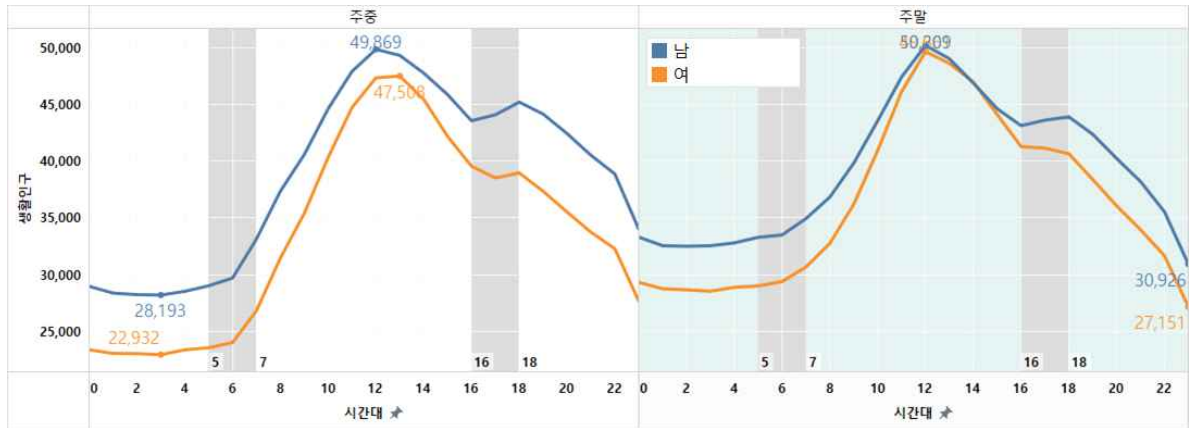
- 여성 거주인구와는 다르게, 남성 거주인구는 목포시 외부로 유출되는 것을 확인
- 주중 남성 거주인구는 7시 122,627명으로 많은 생활인구가 유출되었으며, 주말 남성

거주인구는 13시 116,159명으로 많은 생활인구가 유출됨

## 나. 방문인구 생활인구 추이

### □ 성별 방문인구 추이

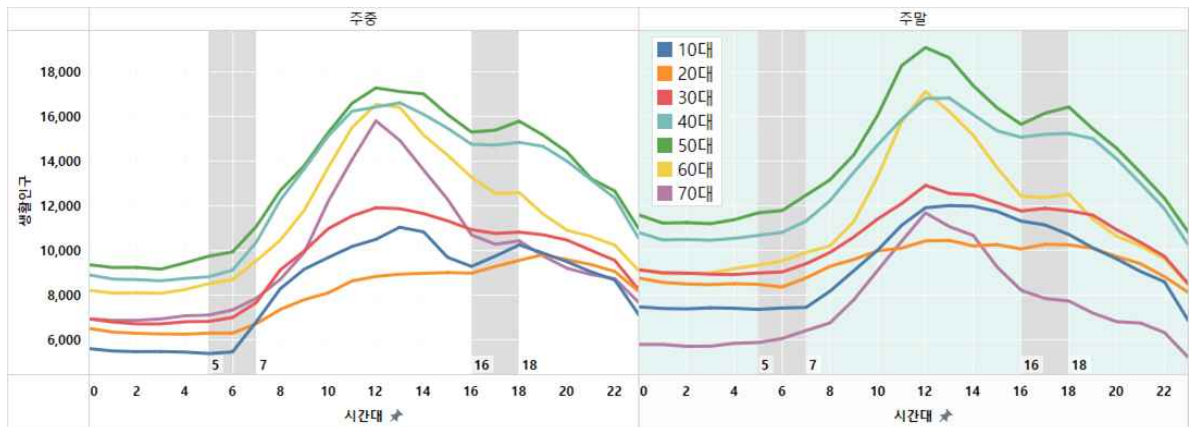
[2019년 10월 성별 방문인구 추이]



- 방문인구는 여성 방문인구보다 **남성 방문인구**가 더 많이 목포시에 방문함
- 주중 남성 생활인구 격차(최대 생활인구 - 최소 생활인구)는 21,676명이며, 주말 남성 생활인구 격차는 19,283명임
- 주중 여성 생활인구 격차는 24,576명이며, 주말 여성 생활인구 격차는 22,510명임
- 주말 생활인구의 격차보다 주중 생활인구의 격차가 많은 것으로 보아 관광 목적의 방문인구보다 근무 목적의 방문인구가 목포시에 생활하는 것으로 판단됨

### □ 연령별 방문인구 추이

[2019년 10월 연령별 방문인구 추이]



- 연령별 방문인구가 유입이 많은 낮시간 중 12시를 기준으로 연령별 순위를 파악하고자 함
- 주중 : 50대(16,414명) > 60대(16,538명) > 40대(16,414명) > 70대(15,795명) > **30대**



(11,897명) > 10대(10,481명) > 20대(8,819명)

- 주말 : 50대(19,082명) > 60대(17,109명) > 40대(16,800명) > 30대(12,903명) > 10대(11,899명) > 70대(11,668명) > 20대(10,410명)

[2019년 10월 연령별 방문인구 시점(12시 기준)]

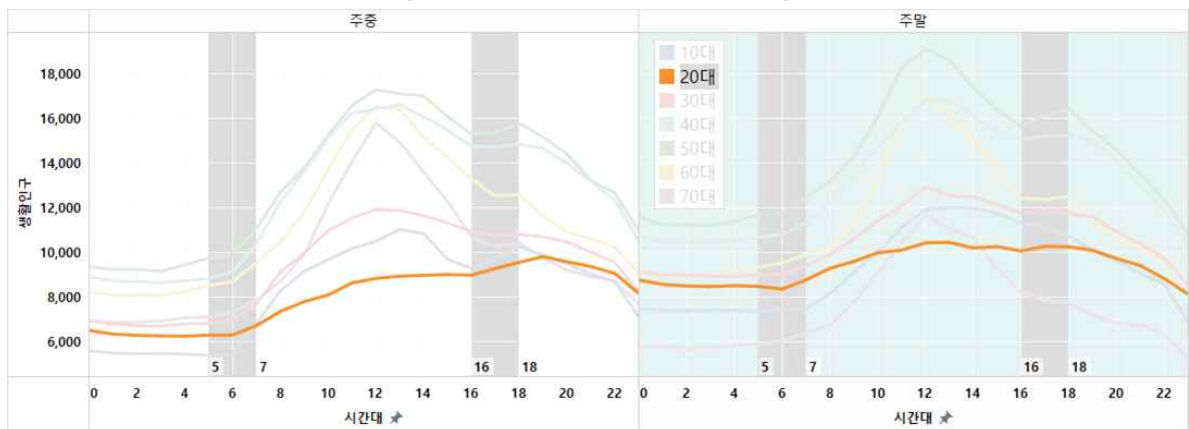
(단위 : 명)

성별	주중	주말
10대	10,481	11,899
20대	8,819	10,410
30대	11,897	12,903
40대	16,414	16,800
50대	17,272	19,082
60대	16,538	17,109
70대	15,795	11,668

- 주중과 주말 모두 12시를 기준으로 50대 방문인구가 목포시 내로 유입되어 생활하는 것이 확인됨

- 방문인구의 연령별 순위를 보면 젊은층(10~30대) 특징을 확인할 수 있음. 목포 방문인구가 고령층보다 적은 편이며, 특히 20대의 주중 방문인구는 저녁 시간에 많이 유입됨

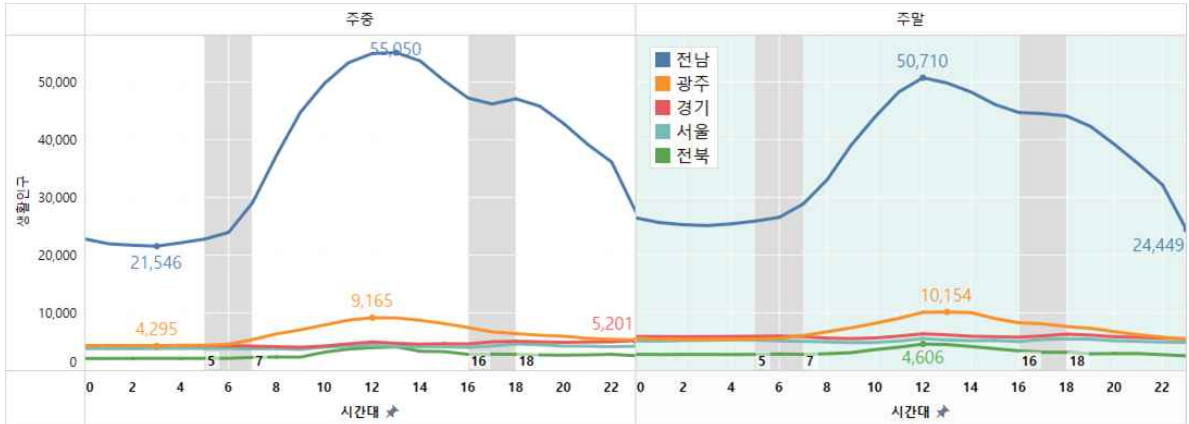
[2019년 10월 20대 방문인구 추이]



- 유입지별 방문인구 추이

- 광역시도 기준으로 유입지를 묶어서 방문인구 추이를 보면 전남 > 광주 > 경기 > 서울 > 전북 등의 순으로 나타났으며, 상위 5개를 아래의 그래프와 같이 표현함

[2019년 10월 유입지별 방문인구 추이]

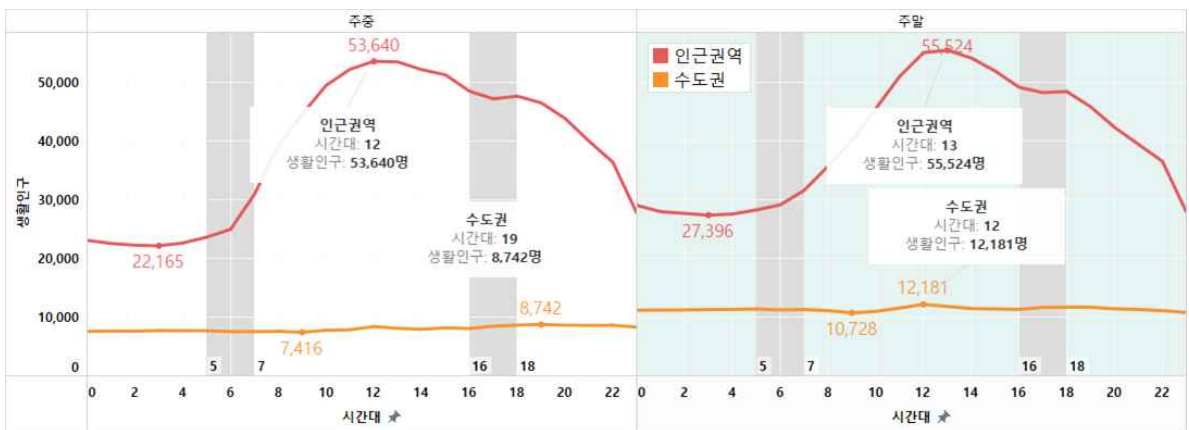


- 전남 방문인구는 주중 최대 생활인구가 55,050명이고 주말 최대 생활인구가 50,710명으로 주중에 전남 방문인구가 많이 유입되는 것으로 확인됨
- 전남의 주중 생활인구 격차(최대 생활인구 - 최소 생활인구)는 33,504명, 주말 생활인구 격차는 26,261명임

#### □ 권역별 방문인구 추이

- 목포시에 들어오는 방문인구는 크게 '가까운 지역'과 '인구수가 많은 지역'으로 묶어서 표현하려 함
- 가까운 지역(인근권역)은 목포시를 제외한 전라남도, 광주광역시이며, 인구수가 많은 지역(수도권)은 서울특별시, 경기도, 인천광역시이며, 그 외 지역은 기타 지역으로 아래 그래프에는 인근권역과 수도권만 표현함

[2019년 10월 권역별 방문인구 추이]



- 수도권(주중 최대 생활인구 8,742명, 주말 최대 생활인구 12,181명)과 인근권역(주중 최대 생활인구 53,640명, 주말 최대 생활인구 55,524명) 모두 주말에 더 많은 생활인구가 유입됨
- 인근권역 방문인구는 주중과 주말의 생활인구 패턴은 동일하게 새벽시간(0~6시)에 최

소 생활인구이고 낮시간(7~16시)에 최대 생활인구를 보여줌

- 반면, 수도권 방문인구는 주중은 저녁시간(18~23시)에 최대 생활인구가 나타났으며, 주말은 낮시간(7~16시)에 최대 생활인구가 나타남

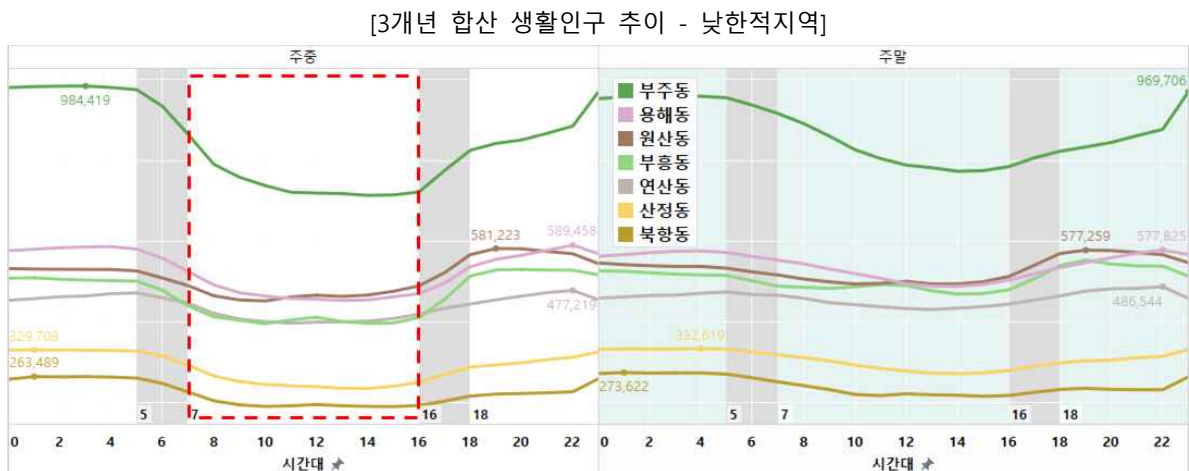
### 3.3.2 행정동별 생활인구 특성에 따른 행정동 분류

- 행정동별 생활인구를 이용하여 생활인구 추이를 보고 비슷한 패턴을 가진 행정동을 집단으로 묶어 살펴보고자 함

- **낮한적지역** : 낮시간(7~16시) 인구가 새벽시간(0~5시)보다 감소한 지역
- **낮활동지역** : 낮시간(7~16시) 인구가 새벽시간(0~5시)보다 증가한 지역
- **낮고밀도지역(관광중심)** : 낮시간(7~16시) 인구 분포가 뾰족한 지역
- **저녁고밀도지역(상권중심)** : 저녁시간(18~24시) 인구 분포가 뾰족한 지역

- 데이터를 명확하게 구분하여 행정동 특성에 따라 집단을 나누기 위해 18~20년(3개년) 생활인구를 누적(합산)하여 봄

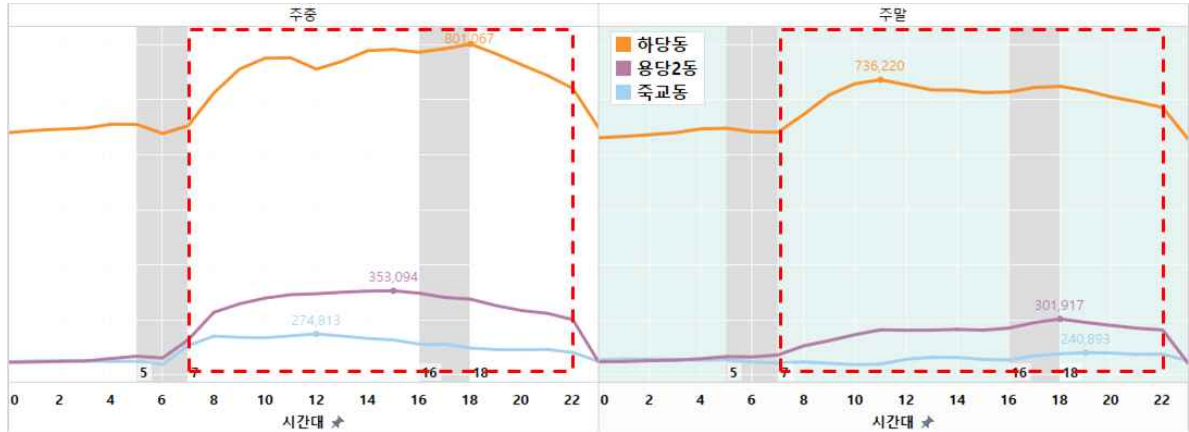
#### 1) 낮한적지역



- 주중 생활인구가 낮시간(7~16시)에 감소하여 새벽시간(0~5시)보다 생활인구가 낮게 나타남
- 주말 생활인구는 주중보다 변동성이 적은 편이며, 주중 낮시간에 행정동을 벗어나는 유출이 발생하는 것으로 보아 **낮한적지역**임
- 낮한적지역은 부주동, 용해동, 원산동, 부흥동, 연산동, 산정동, 북항동임

## 2) 낮활동지역

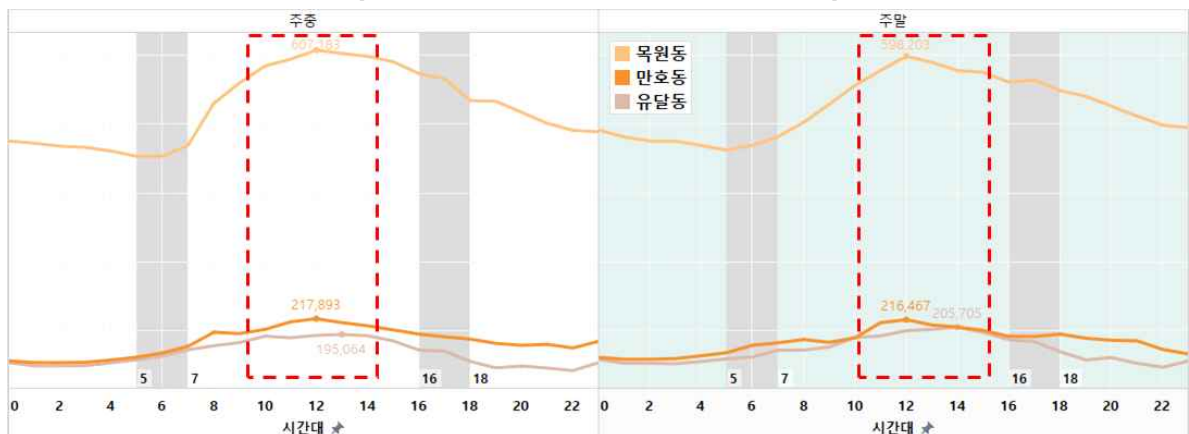
[3개년 합산 생활인구 추이 - 낮활동지역]



- 주중 주말 모두 7시 이후로 생활인구가 증가하였으며, 주중이 더 많은 생활인구를 보임
- 낮시간에 생활인구가 증가하여 꾸준히 인구수를 유지(또는 오래 머무는 지역)하는 패턴을 보여 **낮활동지역**임
- 학교, 직장 및 낮 생활 인프라가 많은 지역으로 판단되며, 낮활동지역은 하당동, 용당2동, 죽교동임

## 3) 낮고밀도지역

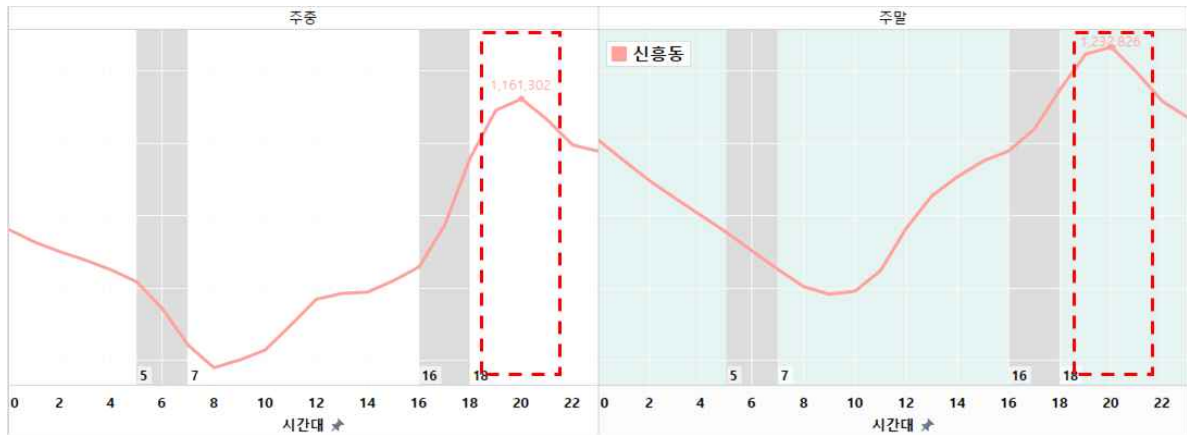
[3개년 합산 생활인구 추이 - 낮고밀도지역]



- 주중과 주말 모두 낮시간(7~16시) 중 정오를 기준으로 생활인구가 급격히 증가하고, 급격히 감소하는 것을 확인
- 낮시간에 주로 활동하는 지역이며, 오래 머무는 지역이 아닌 것으로 보아 **낮고밀도지역**임
- 낮고밀도지역은 목원동, 만호동, 유달동임

#### 4) 저녁고밀도지역

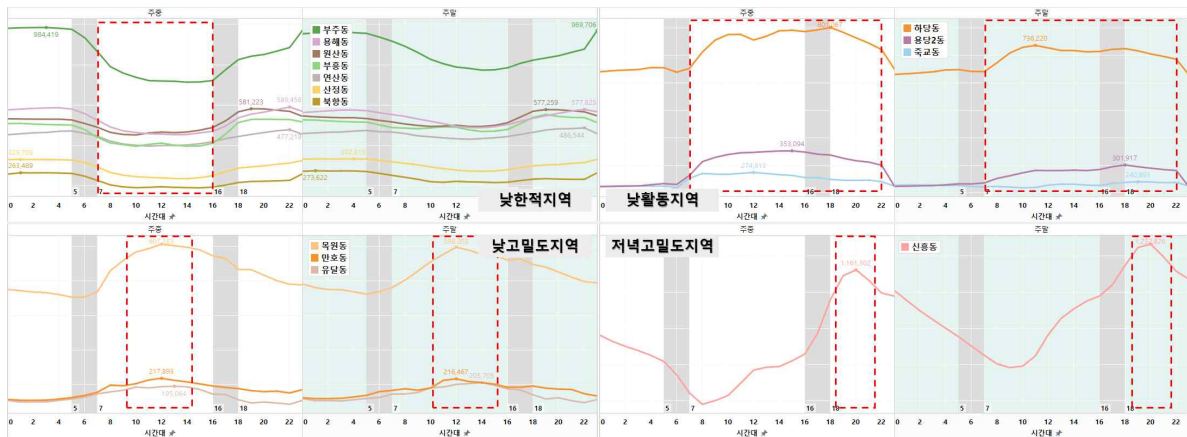
[3개년 합산 생활인구 추이 - 저녁고밀도지역]



- 저녁시간(18~23시)이 새벽시간(0~5시)보다 급격히 높은 지역인 것으로 보아 **저녁고밀도지역**임
- 저녁고밀도지역은 신흥동이며, 특히 신흥동의 경우 새벽시간(0~6시)이 일정한 생활인구로 유지되는 것이 아닌 생활인구가 감소하는 추이를 보이며 불규칙적인 것으로 보아 밤에 활동하기 편한 인프라를 갖춘 지역으로 보임

#### 5) 행정동 분류(group) 결과

[행정동 분류(group) 결과]

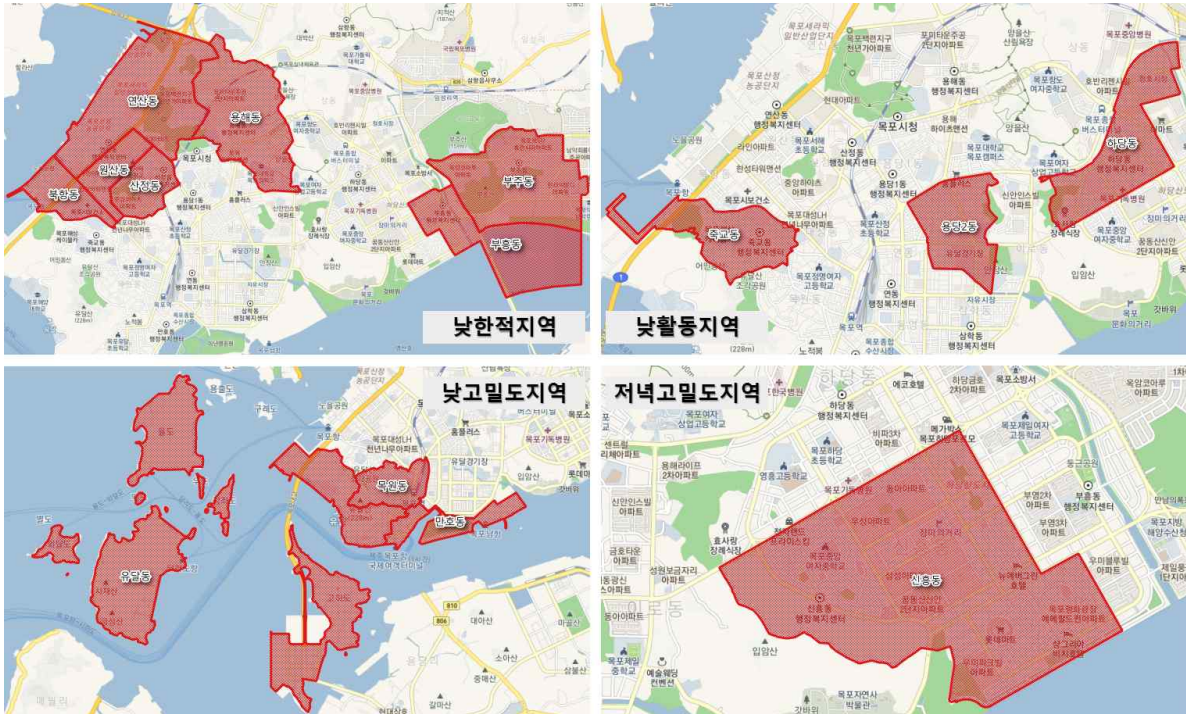


□ 목포시 행정동별 생활인구 특성에 따라 4개의 집단(group)으로 나눔

- 낮한적지역 : 부주동, 용해동, 원산동, 부흥동, 연산동, 산정동, 북향동
- 낮활동지역 : 하당동, 용당2동 죽교동
- 낮고밀도지역(관광중심) : 목원동, 만호동, 유달동
- 저녁고밀도지역(상권중심) : 신흥동



[행정동 집단(group)]



#### □ 기타 9개 행정동

- 위에 4개 집단으로 묶은 행정동을 제외한 9개의 행정동은 3개년 누적합산에도 뚜렷한 패턴을 보이지 않거나 생활 인구수가 적어 구분 짓지 않고 기타로 묶어 제외시킴
- 기타 9개 행정동은 상동, 옥암동, 용당1동, 이로동, 삼향동, 대성동, 삼학동, 연동, 동명동임

### 3.3.3 행정동 분류에 따른 소비패턴 비교

#### 1) 기간별 소비패턴 현황 및 추이 비교

- 2018년부터 2020년까지 목포시 전체 행정동에 대한 소비 현황을 살펴보면, 행정동 분류에 따른 카드 매출 추이를 보고자 함
- 행정동 분류에 따른 카드 매출 추이
  - 생활인구와 같은 시점(2019년 10월) 기준 비교
  - 공간 기준은 생활인구에 따른 행정동 분류로 낮한적지역, 낮활동지역, 낮고밀도지역, 저녁고밀도지역으로 구분하여 비교
- 행정동 집단(group)별 개수, 점포 수, 행정동 면적 등 상이함으로 상대적 수치로 비교가 아닌 추세를 살펴야 함
- 또한, 한 건 당 이용금액(카드이용금액/카드이용건수)과 같은 계산식을 사용하는 것은



적합한 결과값이 나오지 않음(개인정보보호법에 의해 비식별화 처리로 계산식 불가)

## 가. 연도별 소비 현황 및 추이 비교

### □ 연도별 카드이용금액 현황

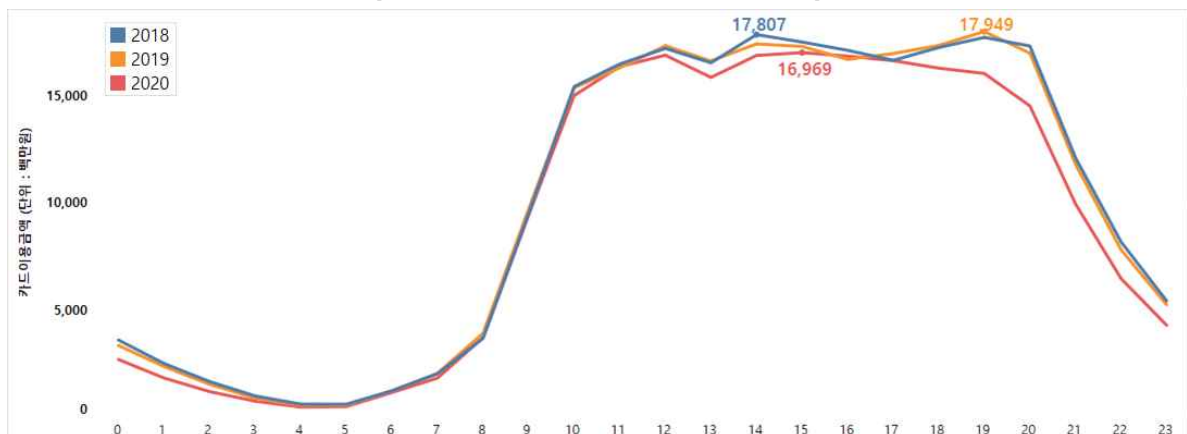
[연도별 목포시 전체 카드이용금액 현황]



- 목포시 전체 행정동, 3개년 카드이용금액 추이를 살펴보면 2018년부터 2020년까지 점차 감소하며, 2020년 감소폭이 -6.2%로 크게 감소하는 것을 보임
- 2018년 총 카드이용금액 : 238,839백만원
- 2019년 총 카드이용금액 : 237,012백만원(-0.8%)
- 2020년 총 카드이용금액 : 222,310백만원(-6.2%)

### □ 연도별 카드이용금액 추이

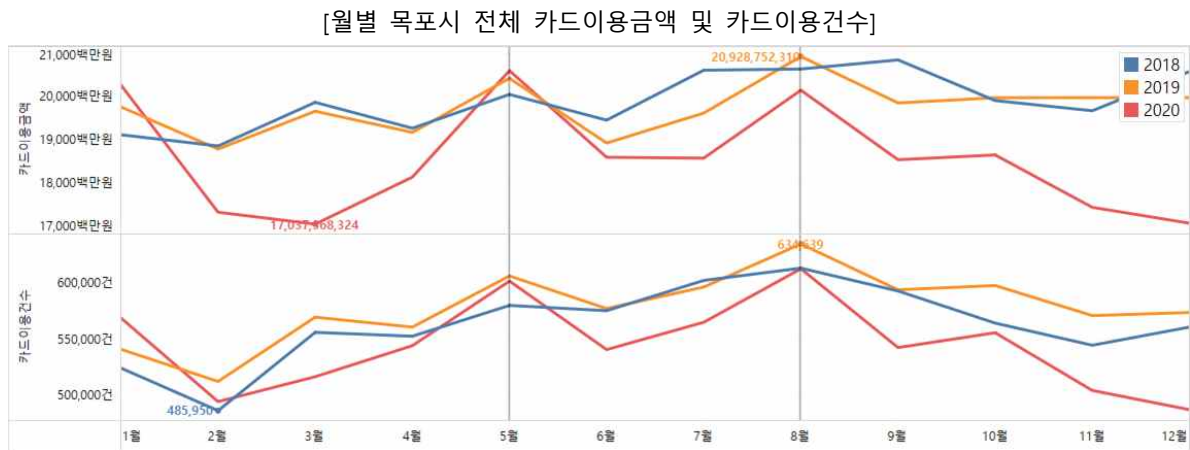
[연도별 목포시 전체 카드이용금액 추이]



- 카드이용금액 추이를 살펴보면 8시 이후로 소비활동이 활발하게 이뤄지고 있음
- 2020년의 추이를 보면 15시에 16,969백만원의 최대 카드이용금액이 나타났으며, 저녁으로 갈수록 카드이용금액이 낮아지는 모습을 볼 수 있음

## 나. 월별 소비 현황 및 추이 비교

### □ 월별 카드이용금액 및 카드이용건수 현황



- 월별 선그래프를 살펴보면, 2018년과 2019년의 소비패턴은 비슷한 방향으로 상·하향을 함
- 2020년은 다른 소비패턴을 보이며 코로나의 영향으로 카드이용금액은 2월, 3월이 큰 폭으로 떨어지고 9월 이후로도 큰 폭으로 떨어지는 것을 볼 수 있음
- 2020년의 카드이용금액 및 카드이용건수가 큰 차이를 보이지 않는 달은 5월(가정의 달)과 8월(휴가철)로 다른 연도와 격차가 적게 나타남

### □ 월별 카드이용금액 전년 대비 증감률

[월별 목포시 전체 카드이용금액 및 전년 대비 증감률]

(단위 : 원)

	2018	2019	2020
1월	19,112,009,669	19,758,511,232 (▲3.4%)	20,265,520,324 (▲2.6%)
2월	18,850,933,027	18,778,312,691 (▼0.4%)	17,312,897,269 (▼7.8%)
3월	19,863,962,660	19,657,472,132 (▼1.0%)	17,037,368,324 (▼13.3%)
4월	19,263,847,383	19,166,932,105 (▼0.5%)	18,128,091,521 (▼5.4%)
5월	20,047,983,679	20,422,322,980 (▲1.9%)	20,600,307,576 (▲0.9%)
6월	19,451,396,158	18,919,760,443 (▼2.7%)	18,588,838,487 (▼1.7%)
7월	20,609,753,940	19,614,630,328 (▼4.8%)	18,569,506,023 (▼5.3%)
8월	20,637,521,809	20,928,752,310 (▲1.4%)	20,145,757,364 (▼3.7%)
9월	20,848,861,771	19,850,264,570 (▼4.8%)	18,532,053,531 (▼6.6%)
10월	19,904,747,984	19,969,828,541 (▲0.3%)	18,643,322,869 (▼6.6%)
11월	19,668,762,924	19,972,156,763 (▲1.5%)	17,426,722,647 (▼12.7%)
12월	20,579,119,020	19,973,075,343 (▼2.9%)	17,059,135,648 (▼14.6%)

- 2019년 전년동월대비 증감률을 보면 7월과 9월이 -4.8%로 감소폭이 크게 나타났으며, 1월이 +3.4%로 증가폭이 크게 나타남

- 2020년 증감률은 전체적으로 감소폭이 심하며, 12월이 -14.6%로 크게 감소하였고 이어서, 3월 -13.3%, 11월 12.7% 등의 순으로 감소함

□ 월별 카드이용건수 전년 대비 증감률

[월별 목포시 전체 카드이용건수 및 전년 대비 증감률]

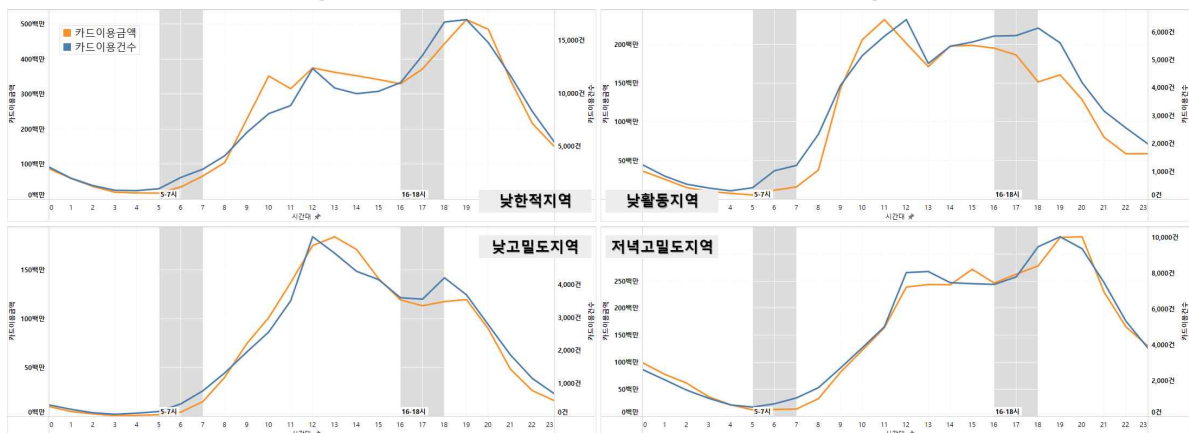
(단위 : 건)

	2018	2019	2020
1월	523,929	540,681 (▲3.2%)	568,631 (▲5.2%)
2월	485,950	512,004 (▲5.4%)	494,004 (▼3.5%)
3월	555,780	569,320 (▲2.4%)	516,212 (▼9.3%)
4월	552,322	560,493 (▲1.5%)	543,891 (▼3.0%)
5월	579,805	606,098 (▲4.5%)	601,505 (▼0.8%)
6월	575,093	577,007 (▲0.3%)	540,406 (▼6.3%)
7월	602,078	596,168 (▼1.0%)	564,779 (▼5.3%)
8월	613,059	634,639 (▲3.5%)	612,481 (▼3.5%)
9월	592,676	593,740 (▲0.2%)	542,205 (▼8.7%)
10월	564,041	597,549 (▲5.9%)	555,437 (▼7.0%)
11월	544,271	570,716 (▲4.9%)	503,968 (▼11.7%)
12월	560,467	573,472 (▲2.3%)	486,828 (▼15.1%)

- 2019년은 전년 대비 카드이용건수가 7월을 제외하고 모두 증가하였으며, 2020년은 금액 및 건수 모두 감소한 월이 많아 소비활동을 자제하는 모습을 볼 수 있음
- 2019년 전년동월대비 증감률은 10월 +5.9%, 2월 +5.4%, 11월 +4.9% 등의 순임
- 2020년 증감률은 1월 +5.2%로 카드이용건수가 증가한 달을 제외하고 모두 전년동월 대비 감소하였음
- 12월이 -14.6%로 가장 크게 감소하였고 이어서, 11월 -11.7%, 3월 -9.3% 등의 순으로 코로나의 영향이 소비활동에 영향을 준 것으로 보임

□ 행정동 분류(group)와 생활인구 시점(2019년 10월)에 따른 소비 추이

[2019년 10월 카드이용금액 및 카드이용건수 추이]



- 낮시간(7~16시)에 소비 활동이 활발한 지역은 낮활동지역과 낮고밀도지역이며, 저녁시간(18~23시)에 소비 활동이 활발한 지역은 낮한적지역과, 저녁고밀도지역임

#### 다. 주중·주말별 소비 현황 및 추이 비교

##### □ 주중·주말별 카드이용금액 및 카드이용건수 현황

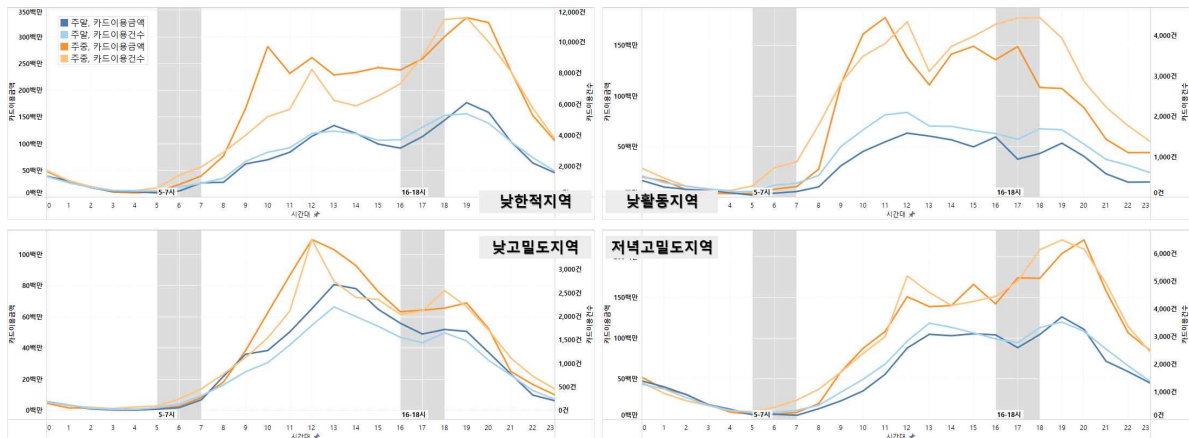
[2019년 10월 주중·주말별 목포시 전체 소비 현황]

주중·주말별	카드이용금액 (원)	카드이용건수 (건)
주중	13,439,921,667	390,032
주말	6,529,906,874	207,517
총합계	19,969,828,541	597,549

- 목포시 전체 행정동(23개)의 주중주말 소비 현황으로 2019년 10월 주중 카드이용금액은 13,439,921,667원, 카드이용건수는 390,032건이며, 주말 카드이용금액은 6,529,906,874원, 카드이용건수는 207,517건으로 주중이 주말보다 소비활동이 활발함
- 주중은 '월~금(5일)', 주말은 '토~일(2일)' 및 공휴일로 카드이용금액 및 카드이용건수는 일수 차이로 인해 주중의 소비활동이 주말보다 활발하며, 주중이 높다는 전제로 추이를 살펴봐야 함

##### □ 주중·주말별 카드이용금액 및 카드이용건수 추이

[2019년 10월 주중·주말별 카드이용금액 및 카드이용건수 추이]



- 행정동 분류(group)별 4개 지역의 카드이용금액 및 카드이용건수 추이를 보면 주중과 주말의 격차가 넓은 지역과 격차가 좁은 지역으로 나눌 수 있음
- 주중과 주말의 소비 격차가 넓은 지역은 낮한적지역과 낮활동지역이며, 격차가 좁은 지역은 낮고밀도지역과 저녁고밀도지역임
- 좁은 격차를 보이는 낮고밀도지역과 저녁고밀도지역은 주말의 일수가 주중의 일수보다 부족함에도 많은 소비 활동이 일어났다는 것이며, 추이를 통해 확인할 수 있음

## 2) 인구특성별 소비패턴 현황 및 추이 비교

### 가. 성별 소비 현황 및 추이 비교

#### □ 성별 카드이용금액 및 카드이용건수 현황

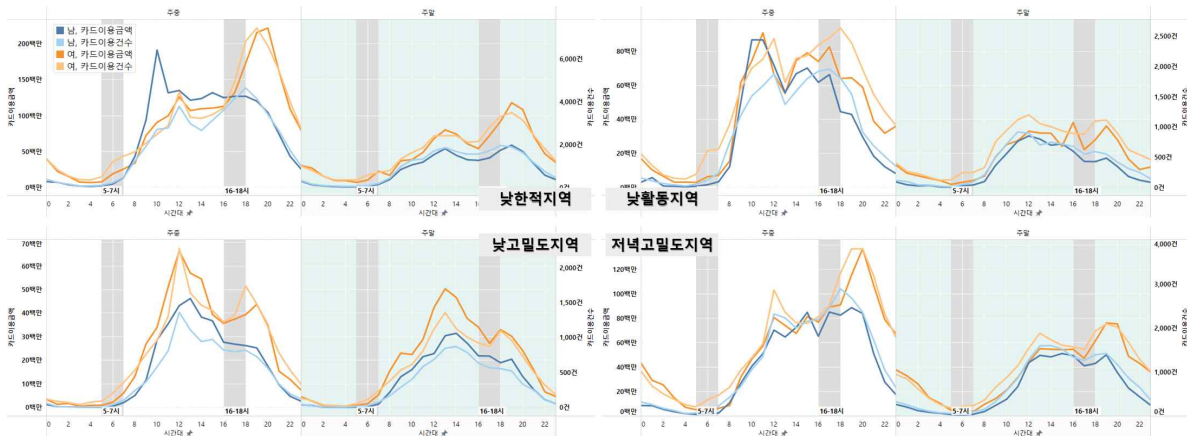
[2019년 10월 성별 목포시 전체 소비 현황]

성별	카드이용금액 (원)	카드이용건수 (건)
남성	8,300,275,204(41.6%)	235,061(39.3%)
여성	<b>11,669,553,337(58.4%)</b>	<b>362,488(60.7%)</b>
총합계	19,969,828,541(100.0%)	597,549(100.0%)

- 2019년 10월 목포시 전체 행정동의 성별 소비 현황을 살펴보면, 남성보다 여성이 더 많은 소비 활동을 한 것이 나타남
- 여성의 카드이용금액은 58.4%로 남성(41.6%)보다 14.8%p 차이로 높은 금액을 지출하였고, 카드이용건수는 여성이 60.7%, 남성이 39.3%로 21.4%p 차이로 더 빈번한 소비 활동을 보임

#### □ 성별 카드이용금액 및 카드이용건수 추이

[2019년 10월 성별 카드이용금액 및 카드이용건수 추이]



- 여성이 남성보다 모든 지역에서 카드이용금액과 카드이용건수 추이가 높게 형성되어 소비가 활발한 것을 볼 수 있음
- 낮한적지역의 경우 여성의 카드이용금액과 카드이용건수가 주중 저녁시간(18~23시)에 높게 치솟는 것을 확인할 수 있으며, 남성의 카드이용금액이 주중 낮시간(7~16시)에 높게 치솟는 것을 확인함
- 낮고밀도지역은 낮시간(7~16시)에 소비 활동이 활발했으며, 저녁고밀도지역은 저녁시간(18~23시)에 소비 활동이 활발한 것으로 나타남
- 낮활동지역은 카드이용금액과 카드이용건수가 다른 지역과 달리 주중 점심시간(오전



12시 전후)에 소비 활동이 감소하는 모습을 보임

## 나. 연령별 소비 현황 및 추이 비교

### □ 연령별 카드이용금액 및 카드이용건수 현황

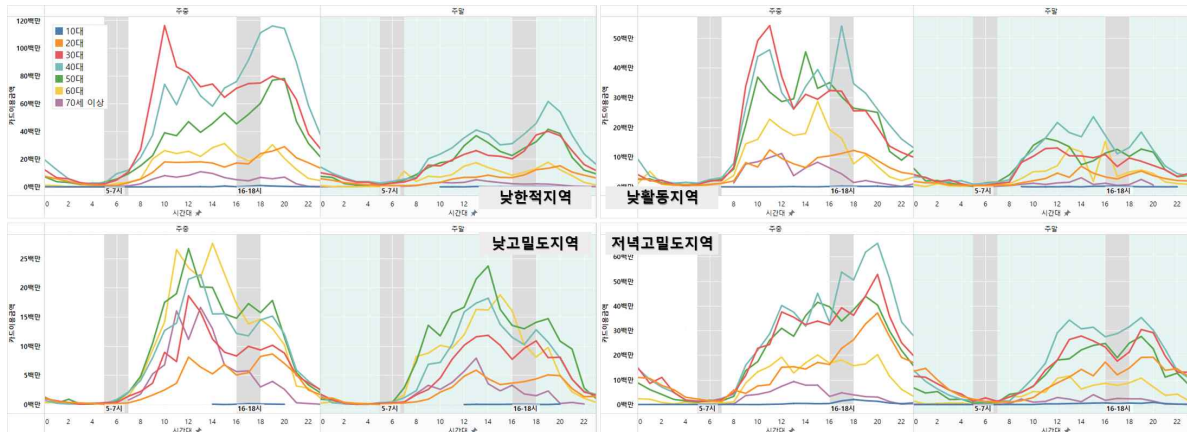
[2019년 10월 연령별 목포시 전체 소비 현황]

연령별	카드이용금액 (원)	카드이용건수 (건)
10대	32,768,370(0.2%)	3,231(0.5%)
20대	1,785,783,819(8.9%)	97,535(16.3%)
30대	<b>4,713,997,201(23.6%)</b>	<b>151,697(25.4%)</b>
40대	<b>5,700,375,953(28.5%)</b>	<b>169,113(28.3%)</b>
50대	<b>4,643,158,401(23.3%)</b>	<b>113,561(19.0%)</b>
60대	2,410,132,956(12.1%)	48,703(8.2%)
70세 이상	683,611,841(3.4%)	13,709(2.3%)
총합계	19,969,828,541(100.0%)	597,549(100.0%)

- 목포시 전체 행정동(23개)의 2019년 10월 연령별 카드이용금액과 카드이용건수에 대한 현황을 표현함
- 목포시 전체 소비 활동이 활발한 주요 연령은 30~50대로, 40대의 카드이용금액은 28.5%로 가장 높으며, 카드이용건수는 28.3%로 가장 많은 것으로 나타남

### □ 연령별 카드이용금액 추이

[2019년 10월 연령별 카드이용금액 추이]

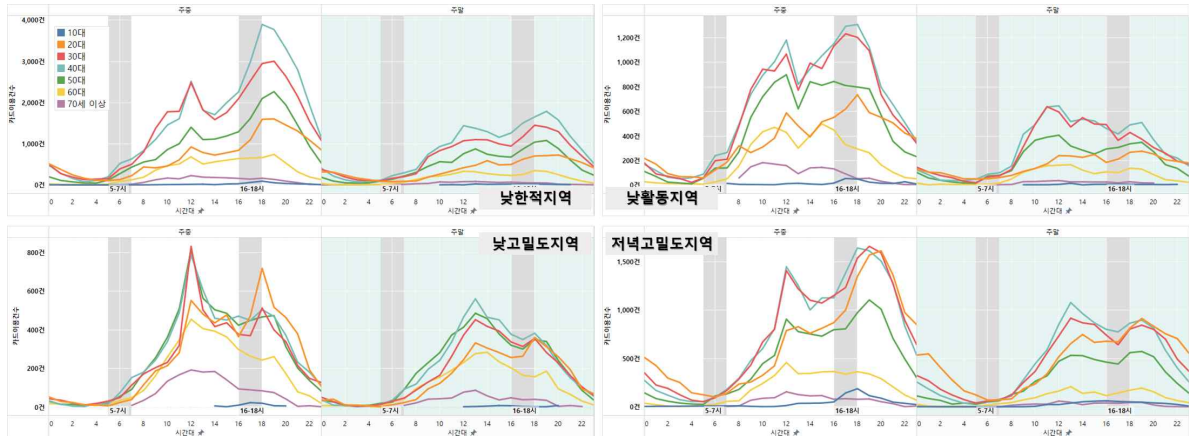


- 낮한적지역, 낮활동지역, 저녁고밀도지역은 소비가 활발한 시간에 주요 소비 연령을 살펴보면 30~50대가 주도적으로 지출하는 것으로 나타났으나, 낮고밀도지역의 경우 주요 소비 연령이 40~60대로 중장년층이 많은 지출을 하는 것으로 나타남
- 또한, 낮고밀도지역은 주말의 카드이용금액이 높게 나타나 주중과의 큰 격차가 없이 형성된 것을 확인할 수 있으며, 낮고밀도지역은 주말에 더 많은 금액을 지출하는 것으로 판단됨



## □ 연령별 카드이용건수 추이

[2019년 10월 연령별 카드이용건수 추이]



- 낮고밀도지역은 주중 12시와 주말 13시에 카드이용건수가 높게 나타났으며, 30~50대가 주로 낮고밀도지역의 식당에서 점심 식사를 위한 소비를 많이 한 것으로 판단됨
- 저녁고밀도지역은 카드이용건수가 40대, 30대, 20대가 높게 나타났으며, 낮한적지역, 낮활동지역, 낮고밀도지역의 카드이용건수의 경우 40대, 30대, 50대가 빈번하게 소비하는 것으로 확인됨. 20대의 소비는 저녁고밀도지역에서 이뤄지는 것으로 판단됨

## 3) 유입지별 소비패턴 현황 및 추이 비교

□ 생활인구와 마찬가지로 유입지별 구분으로 소비패턴을 보고자 함

[유입지별 소비패턴 구분]

생활인구	거주·방문	내용	권역	내용
생활인구	거주인구	목포시가 거주지임	목포시	전라남도 목포시
			수도권	서울특별시, 경기도, 인천광역시
	방문인구	목포시가 거주지가 아님	인근권역	전라남도, 광주광역시
			기타	수도권, 인근권역 제외 광역시도

- 소비패턴 구분은 생활인구와 마찬가지로 거주지가 목포시인지 아닌지에 대해 거주인구와 방문인구로 나뉘었으며, 방문인구는 지역단위별로 수도권, 인근권역, 기타로 나눠서 표현

## □ 유입지별 카드이용금액 및 카드이용건수 현황

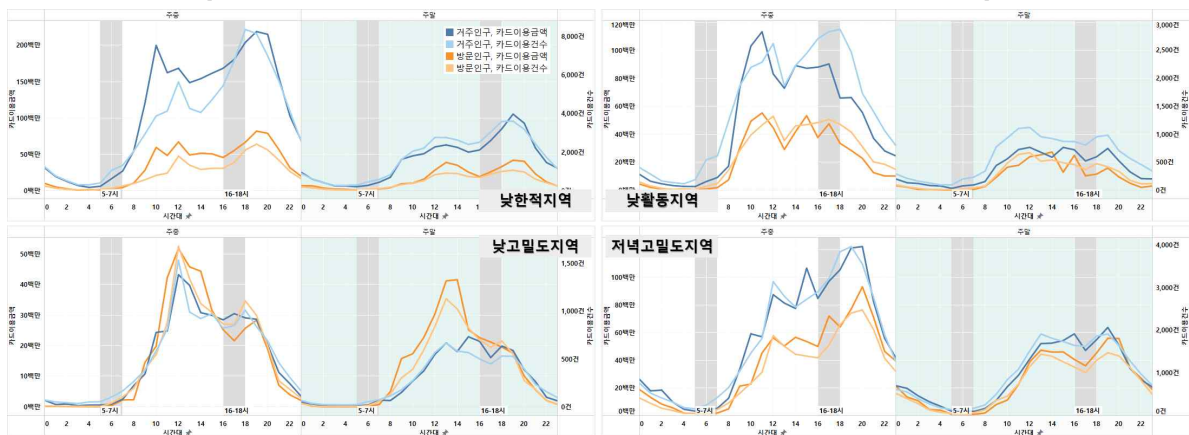
[2019년 10월 목포시 전체 유입지별 소비 현황]

유입지		카드이용금액 (원)	카드이용건수 (건)
거주인구	목포시	<b>11,672,018,883(67.0%)</b>	<b>372,679(71.1%)</b>
방문인구	수도권	927,920,984(5.3%)	28,167(5.4%)
	인근권역	<b>4,279,063,717(24.6%)</b>	<b>109,567(20.9%)</b>
	기타	541,922,291(3.1%)	13,910(2.7%)
총합계		17,420,925,875(100.0%)	524,323(100.0%)

- 2019년 10월, 목포 전체 행정동(23개)에 대한 카드이용금액 및 카드이용건수 현황을 표현
- 목포시 거주인구의 카드이용금액(67.0%)과 카드이용건수(71.1%)가 가장 높게 나타남. 인근권역에서 오는 방문인구의 소비(카드이용금액 : 24.6%, 카드이용건수 : 20.9%)가 가장 높음

## □ 유입지(거주·방문)별 카드이용금액 및 카드이용건수 추이

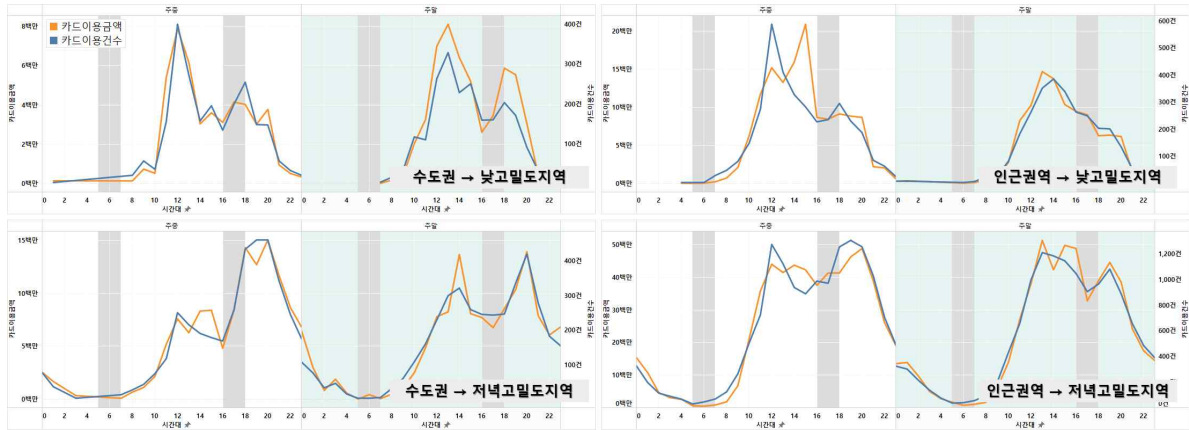
[2019년 10월 유입지(거주·방문)별 카드이용금액 및 카드이용건수 추이]



- 거주인구와 방문인구의 소비패턴 격차를 비교해보면, 주중 낮고밀도지역이 거주인구와 방문인구의 소비 활동에 큰 격차가 없는 것으로 보임. 주말 낮고밀도지역은 거주인구보다 방문인구의 카드이용금액과 카드이용건수가 높게 나타나는 것을 확인
- 남한적지역은 주중과 주말 모두 거주인구와 방문인구의 격차가 큰 지역으로 거주인구의 소비 활동이 중심인 지역임
- 낮활동지역은 다른 지역과는 다르게 퇴근시간(16~18시) 이후에 경제활동이 하향세를 보임

## □ 유입지(권역)별 카드이용금액 및 카드이용건수 추이

[2019년 10월 유입지(권역)별 카드이용금액 및 카드이용건수 추이]



- 인근권역과 수도권에서 들어온 방문인구의 낮고밀도지역 소비패턴과 저녁고밀도지역 소비패턴을 보고자 추이를 표현함
- 수도권 방문인구의 소비패턴은 낮고밀도지역에서는 낮시간(7~16시)에 카드이용금액과 카드이용건수가 높게 나타났으며, 저녁고밀도지역에서는 저녁시간(18~23시)에 카드이용금액과 카드이용건수가 높게 나타남. 수도권 방문인구는 지역 구분(group)에 따라 뚜렷한 소비 활동이 보임
- 인근권역 방문인구의 소비패턴은 낮고밀도지역에서는 낮시간(7~16시)에 카드이용금액과 카드이용건수가 높고, 저녁고밀도지역에서는 낮시간과 저녁시간 모두 높게 나타남
- 인근권역 방문인구는 낮시간 또는 저녁시간대에 짧은 소비 활동을 함

### 4) 업종별 소비패턴 현황 및 추이 비교

- 2019년 10월 목포시 전체 행정동에 대한 카드이용금액 및 카드이용건수 소비현황을 대분류 업종별로 살펴보고자 함
- 또한, 행정동 분류(group)에 따라 특성이 두드러지는 업종만 세부적으로 살펴보고자 함(대분류 업종 8종)

## □ 업종별 카드이용금액 및 카드이용건수 현황

[2019년 10월 업종별(대분류) 목포시 전체 소비 현황]

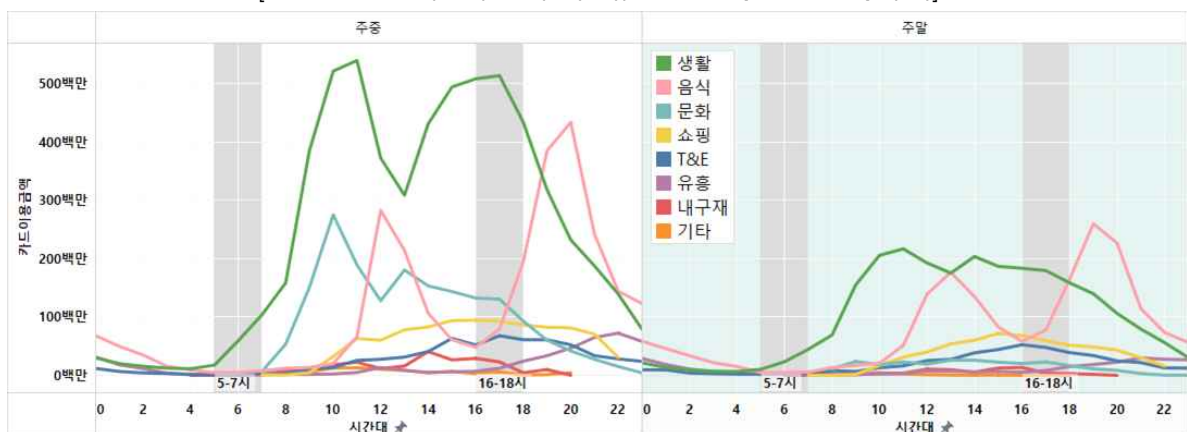
연령별	카드이용금액 (원)	카드이용건수 (건)
생활	8,373,890,910(44.9%)	337,671(57.4%)
음식	4,484,119,028(24.1%)	139,839(23.8%)
문화	2,042,780,334(11.0%)	17,282(2.9%)
쇼핑	1,552,809,362(8.3%)	35,939(6.1%)
T&E	1,094,780,703(5.9%)	22,781(3.9%)
유흥	703,866,520(3.8%)	27,707(4.7%)
내구재	294,175,928(1.6%)	2,807(0.5%)
기타	96,155,480(0.5%)	4,076(0.7%)
총합계	18,642,578,265(100.0%)	588,102(100.0%)

- 목포시 전체 행정동의 2019년 10월 업종별 카드이용금액과 카드이용건수에 대한 현황을 표현함
- 업종별 소비 현황을 살펴보면, **생활(카드이용금액 : 44.9%, 카드이용건수 : 57.4%)**과 **음식(카드이용금액 : 24.1%, 카드이용건수 : 23.8%)**이 가장 많은 소비품목으로 나타남

## □ 업종별 카드이용금액 추이(목포시 전체)

- 목포시 전체 행정동에 대한 업종별 카드이용금액 추이를 나타냄. 카드이용금액 추이 그래프의 색상 범례는 카드이용금액 합계 순으로 정렬하여 생활 > 음식 > 문화 등의 순으로 금액이 높음

[2019년 10월 목포시 전체 대분류 업종별 카드이용금액 추이]

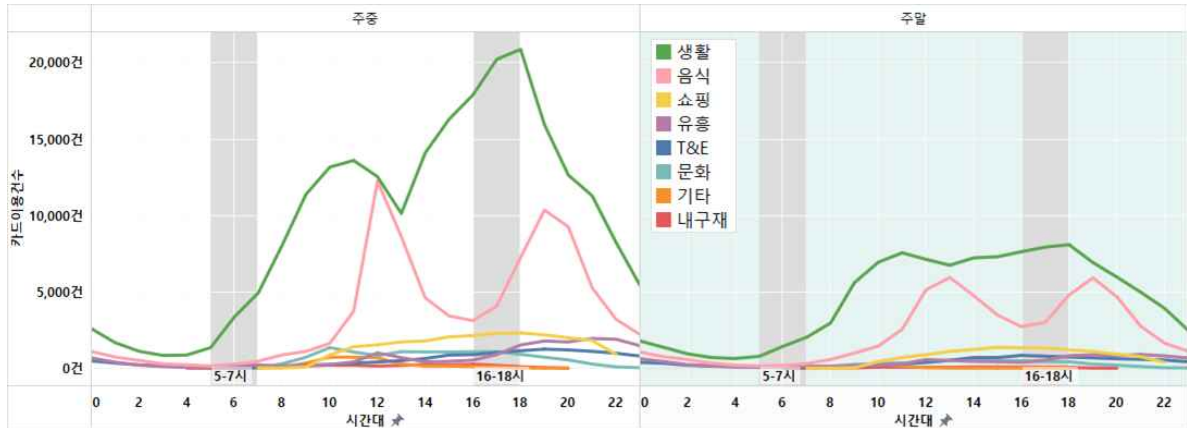


- 생활 업종은 주중주말 모두 소비되고 있으며, 음식 업종의 소비패턴을 보면 점심시간 보다 저녁시간에 더 많은 금액을 지출하는 것으로 보임
- 또한, 문화 업종의 경우 주중 10시를 전후로 카드이용금액이 높게 나타나는데, 주말에는 문화 업종이 뚜렷하게 나타나지 않는 특성을 보임

□ 업종별 카드이용건수 추이(목포시 전체)

- 목포시 전체 행정동에 대한 업종별 카드이용건수 추이를 나타냈으며, 색상 범례는 카드이용건수 합계 순으로 정렬하여 생활 > 음식 > 쇼핑 등의 순으로 건수가 높음

[2019년 10월 목포시 전체 대분류 업종별 카드이용건수 추이]



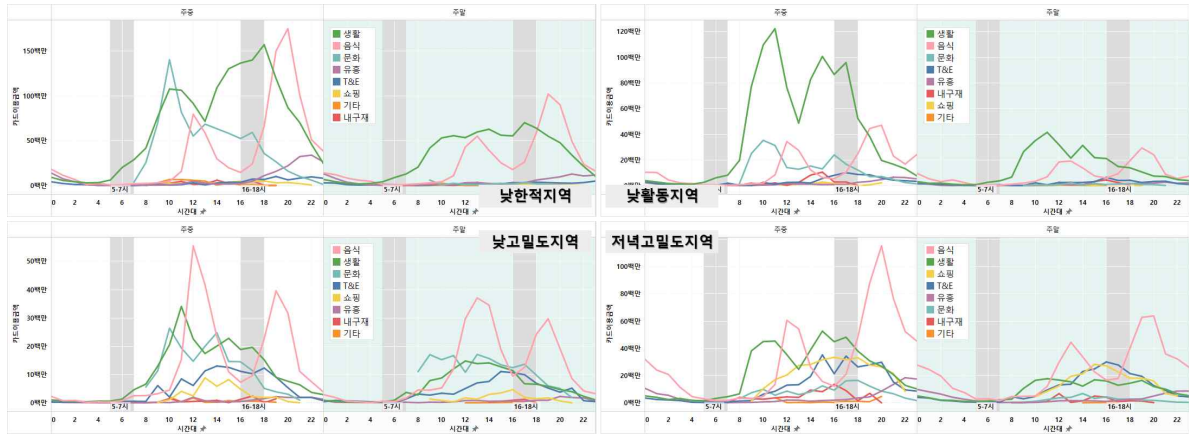
- 음식 업종을 보면 저녁 시간보다 점심시간에 식당을 이용하는 것으로 판단됨

□ 업종별 카드이용금액 및 카드이용건수 추이 비교

- (생활, 음식)카드이용금액과 카드이용건수 모두 높게 나타났으며, 음식 소비 활동과 생활 소비 활동이 엇갈리게 발생하는 패턴을 추이를 통해 확인할 수 있음
- (쇼핑)카드이용금액과 카드이용건수를 보면 낮에 활발한 소비를 하며 16시 이후로 서서히 감소하는 모습을 보이며, 쇼핑 매장 영업시간에 맞춰 소비패턴이 발생함
- (문화)카드이용금액은 주중 10시 전후로 높은 금액을 형성하고 저녁으로 갈수록 카드이용금액이 떨어지는 모습을 확인함
- (유흥)카드이용금액과 카드이용건수는 16시 이후로 서서히 증가하여 저녁시간(18~23시)에는 높은 금액과 건수를 형성하고 있음

□ 행정동 분류(group)에 따른 업종별 카드이용금액 추이

[2019년 10월 대분류 업종별 카드이용금액 추이]

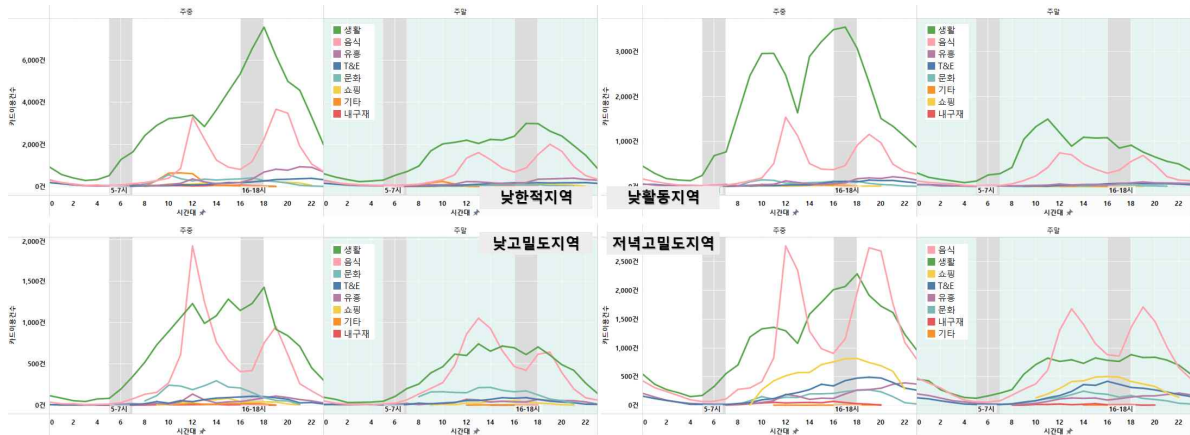


- 목포시 전체 행정동에 대한 카드이용금액 순위는 '생활 > 음식 > 문화 > 쇼핑' 등의 순임
- 분류(group)별 업종 추이를 보면 남한적지역은 주중에 문화 업종이 10시 전후로 높게 나타나는 것을 볼 수 있음.
- 남활동지역은 주중에 생활 업종이 꾸준히 높게 나타났으며, 음식, 문화 업종 등 다른 업종은 카드이용금액이 생활 업종에 비해 높게 나타나진 않음. 또한, 주말에 큰 소비 활동이 나타나지 않음
- 낮고밀도지역의 업종별 특성은 음식 업종이 가장 큰 금액으로 나타났으며, 저녁보다 점심시간에 더 많은 금액이 지출되는 것을 확인. 또한, 다른 지역과는 다르게 T&E 업종의 카드이용금액 패턴이 상 하향하는 것을 볼 수 있음
- 저녁고밀도지역의 경우 음식 업종이 점심보다 저녁에 더 많은 금액이 지출되는 것을 볼 수 있으며, 쇼핑 업종이 다른 지역과는 다르게 높은 금액을 형성해 오르고 내리는 모습을 볼 수 있음

□ 행정동 분류(group)에 따른 업종별 카드이용건수 추이



[2019년 10월 대분류 업종별 카드이용건수 추이]



- 목포시 전체 행정동에 대한 카드이용건수 순위는 '생활 > 음식 > 쇼핑 > 유흥' 등의 순임
- 카드이용건수의 업종별 추이를 보면 낮한적지역과 낮한동지역은 생활 업종이 빈번하게 소비되고 있는 것을 확인할 수 있음
- 저녁고밀도지역의 경우 음식 업종의 카드이용건수가 높게 치솟는 모습을 보이며, 다른 지역과는 다르게 음식 업종의 카드이용건수가 높음을 확인함

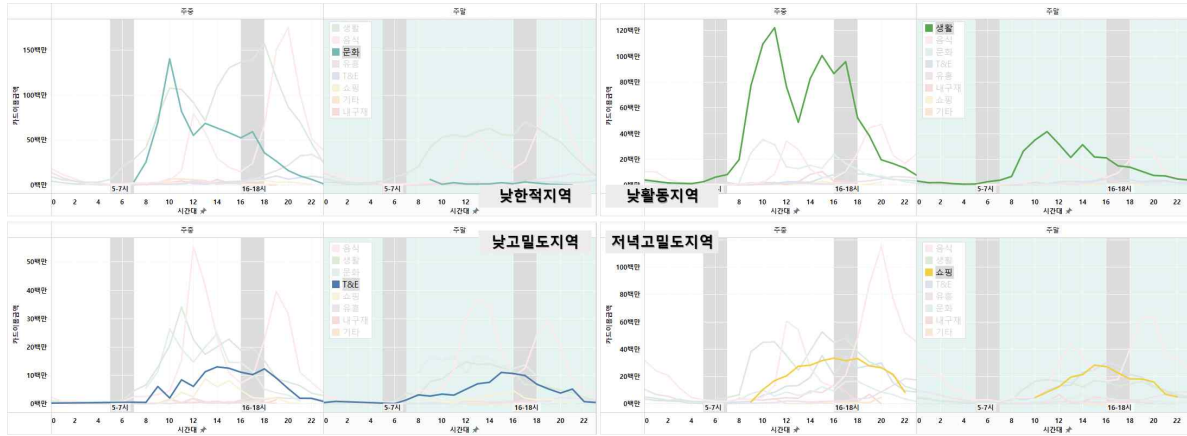
□ 행정동 분류(group)에 따른 모든 업종의 추이를 파악하기보단 분류 지역마다 특성이 나타난 업종에 대해 상세 업종을 파악하고 추이를 비교하려 함

[행정동 분류(group)별 소비패턴 추이 비교 업종 선정]

업종별	낮한적지역	낮한동지역	낮고밀도지역	저녁고밀도지역
대분류	문화	생활	T&E	쇼핑

- 목포시 전체 행정동에서 생활과 음식 업종이 가장 많은 소비 활동에 속하며, 행정동 분류에 따라 나눈 4개의 지역 모두 마찬가지로 생활과 음식 업종에서 많은 소비 활동이 발생하는 것을 볼 수 있음
- 하지만, 분류(group)별 두드러지는 업종을 골라 파악하고자, 낮한적지역은 문화 업종, 낮한동지역은 생활 업종, 낮고밀도지역은 T&E 업종, 저녁고밀도지역은 쇼핑 업종을 선정하여 상세 업종을 파악하고 추이를 비교하려 함

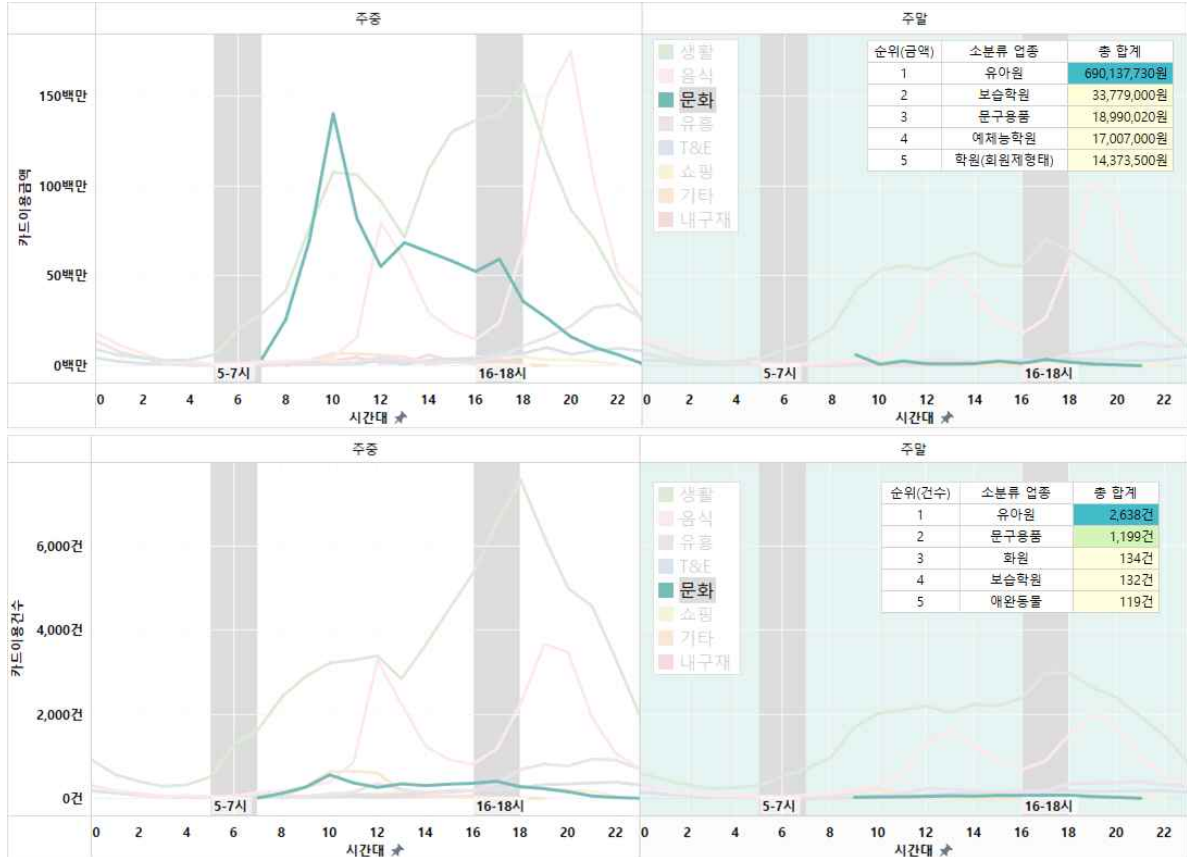
[행정동 분류(group)별 소비패턴 추이 비교 업종 선정]



## 가. 낮은지역 소비 추이 비교

□ 낮은지역의 특이한 소비패턴이 보인 문화 업종을 상세히 살펴봄

[2019년 10월 낮은지역 문화 금액 및 건수]

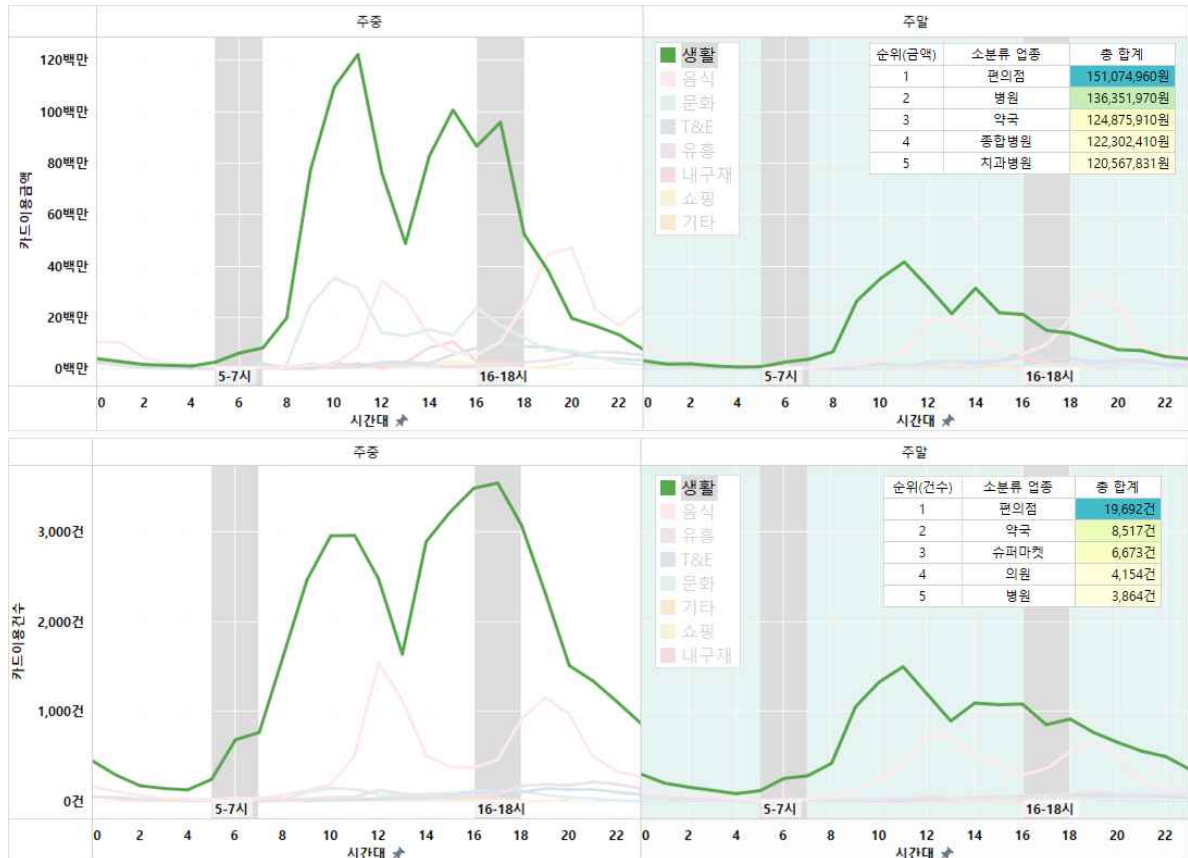


- 문화 업종의 소비 추이를 살펴보면 주중 카드 이용금액이 높게 나타났으며, 주말 카드 이용금액은 현저히 낮게 나타나 주중에만 운영하는 업종임을 판단할 수 있음
- 또한, 카드 이용 건수가 높게 나타나지 않았음에도 카드 이용금액이 높게 나타난 것은 문화 업종에 대한 단가가 높은 것을 알 수 있음
- 문화 업종을 세부적으로 들어가 소분류 업종 순위를 살펴보면, 카드 이용금액은 유아원 > 보습학원 > 문구용품 > 예체능학원 > 학원(회원제 형태) 등의 순으로 나타났으며, 카드 이용 건수는 유아원 > 문구용품 > 화원 > 보습학원 > 애완동물 등의 순으로 나타남
- 유아원, 보습학원, 문구용품 등과 같은 10대를 대상으로 소비지출이 일어났으며, 화원, 애완동물과 같은 취미 생활에 소비지출이 일어난 것을 확인할 수 있음

## 나. 낮활동지역 소비 추이 비교

□ 낮활동지역의 특이한 소비패턴이 보인 생활 업종을 상세히 살펴봄

[2019년 10월 낮활동지역 생활 금액 및 건수]

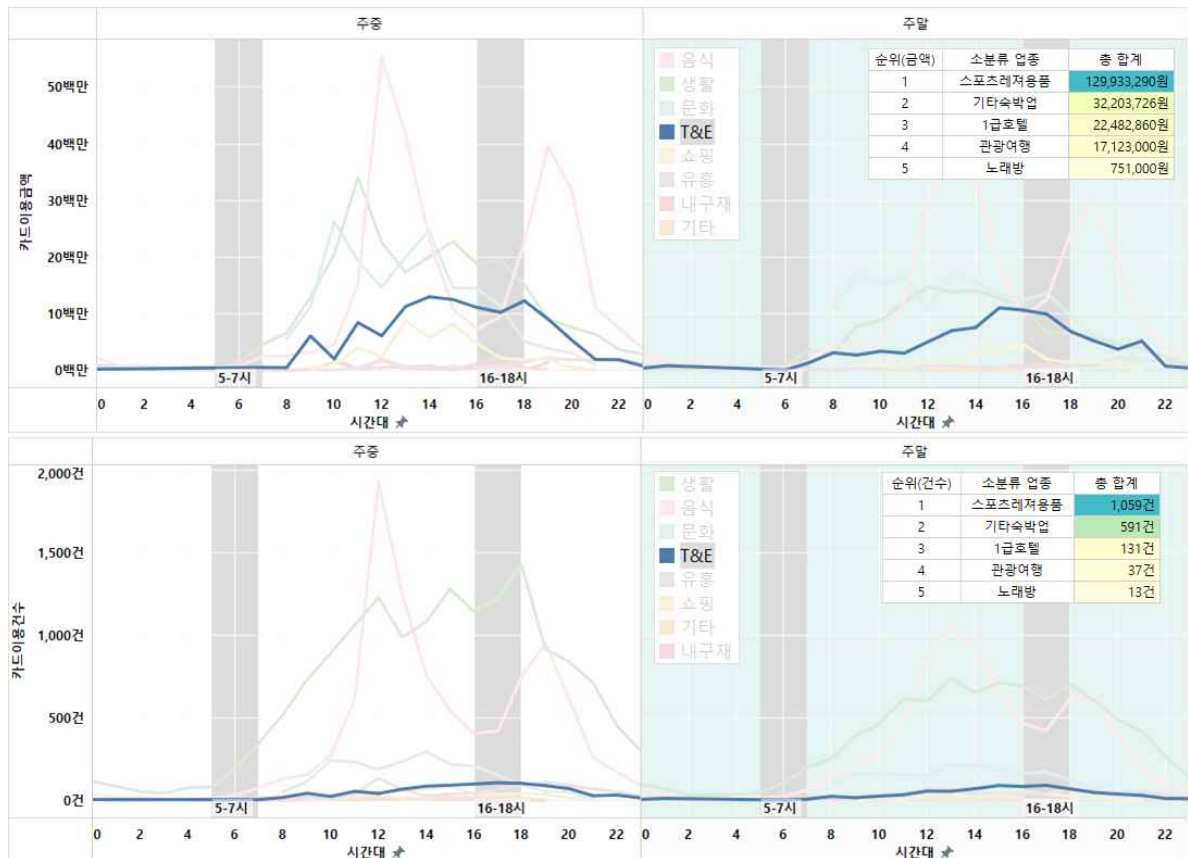


- 생활 업종의 소비 추이를 살펴보면 다른 업종보다 카드이용금액과 카드이용건수가 압도적으로 높게 형성되어 있으며, 13시에는 생활 업종의 금액과 건수가 급격히 떨어지는 것을 확인할 수 있음
- 생활 업종의 소분류 업종 순위를 보면 편의점 > 병원 > 약국 > 종합병원 > 치과병원 등의 순이며, 카드이용건수는 편의점 > 약국 > 슈퍼마켓 > 의원 > 병원 등의 순으로 나타남
- 생활 업종의 가장 많은 소비 활동이 일어난 세부 업종은 편의점이며, 병원, 약국, 의원, 종합병원, 치과병원 등 의료기관의 소비 활동이 많이 발생한 것이 확인됨
- 생활 업종 추이의 13시가 급격히 떨어진 것은 병원 운영시간과 연관이 큰 것을 추정할 수 있음

## 다. 낮고밀도지역 소비 추이 비교

- 낮고밀도지역의 특이한 소비패턴이 보인 T&E(Travel and Expense) 업종을 상세히 살펴봄

[2019년 10월 낮고밀도지역 T&E 금액 및 건수]

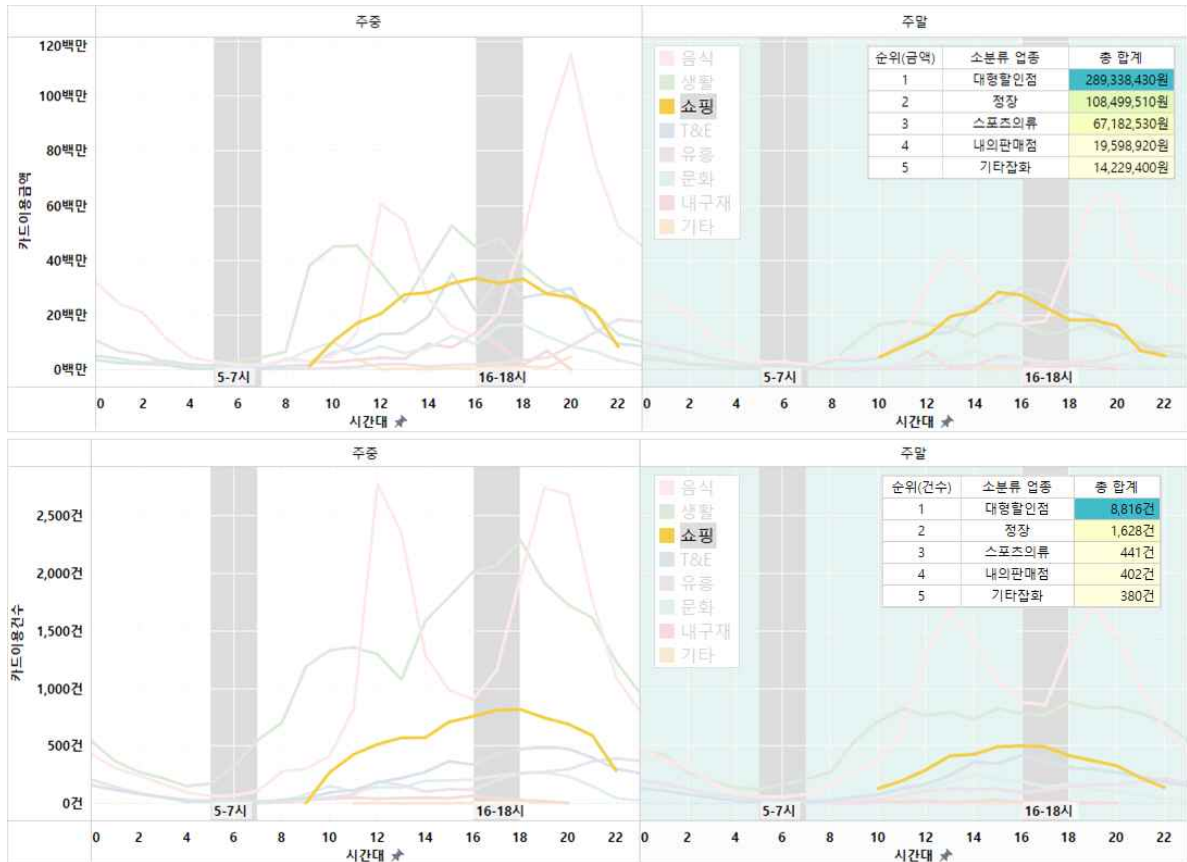


- T&E 업종의 소비 추이를 확인해보면 카드이용건수는 낮으나 카드이용금액이 높게 형성되어 있으며, 주말의 일수가 부족함에도 주중과 주말의 카드이용금액이 비슷한 금액대로 오르고 내리는 모습을 볼 수 있음
- T&E 업종 중 세부 업종 순위를 확인해본 결과, 카드이용금액은 스포츠레저용품 > 기타숙박업 > 1급호텔 > 관광여행 > 노래방 등의 순으로 나타났으며, 카드이용건수는 스포츠레저용품 > 기타숙박업 > 1급호텔 > 관광여행 > 노래방 등의 순으로 나타남
- 스포츠레저용품의 카드이용금액(129,933,290원)과 카드이용건수(1,059건)가 압도적으로 높은 것을 확인할 수 있음
- 또한, 기타숙박업, 1급 호텔과 같은 숙박업소를 이용하는 소비 활동이 높은 것으로 보아, 낮고밀도지역의 경우 목포시 외부 인구의 유입이 많은 지역으로 판단됨

□ 저녁고밀도지역 소비 추이 비교

□ 저녁고밀도지역의 특이한 소비패턴이 보인 쇼핑 업종을 상세히 살펴봄

[2019년 10월 저녁고밀도지역 쇼핑 금액 및 건수]



- 쇼핑 업종의 소비 추이를 살펴보면 주중에는 9~22시에 카드이용금액과 카드이용건수가 발생하였으며, 주말에는 10~22시에 카드이용금액과 카드이용건수가 발생함. 쇼핑 매장 운영시간에 맞게 소비가 발생한 것으로 판단됨
- 또한, 금액과 건수 모두 '음식 > 생활 > **쇼핑**'으로 상위권으로 나타남. 저녁고밀도지역의 쇼핑 업종은 다른 지역과는 다르게 쇼핑을 할 수 있는 곳이 많고 상권이 발달된 곳으로 보임
- 쇼핑 업종의 소분류 업종 순위를 확인해보면 카드이용금액과 카드이용건수는 대형할인점 > 정장 > 스포츠의류 > 내의판매점 > 기타잡화 등의 순으로 나타남



### 3.3.4 외국인 생활인구 특성에 따른 행정동 분류 및 소비패턴 비교

#### □ 장기체류 외국인 생활인구

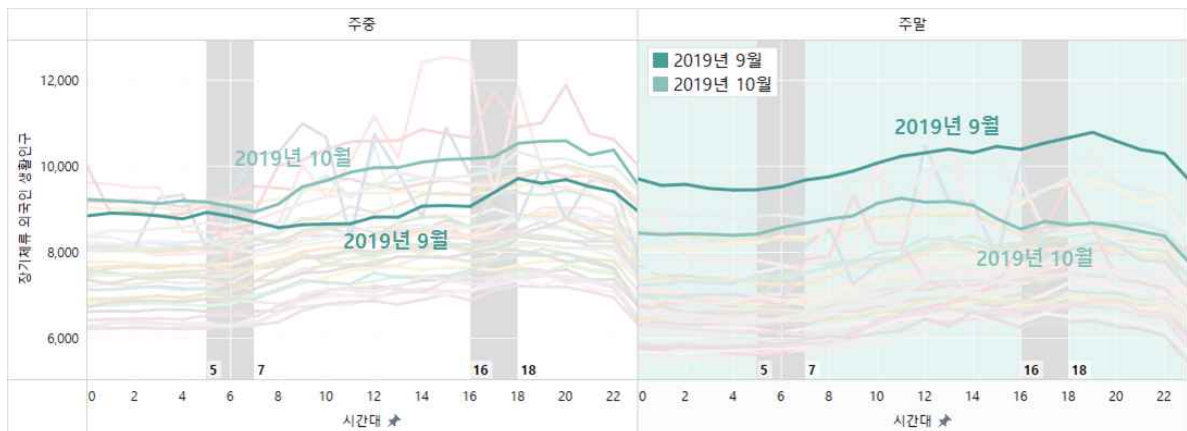
- 로밍데이터가 아닌 국내에서 가입한 외국인
- 국적별 가능, 성별, 연령별 불가
- 외국인 인구 분포가 적어 전체 외국인에 대한 대표성을 보여주기 어려움

### 1) 외국인 생활인구 특성에 따른 생활인구 추이

#### 가. 기간별 생활인구 추이

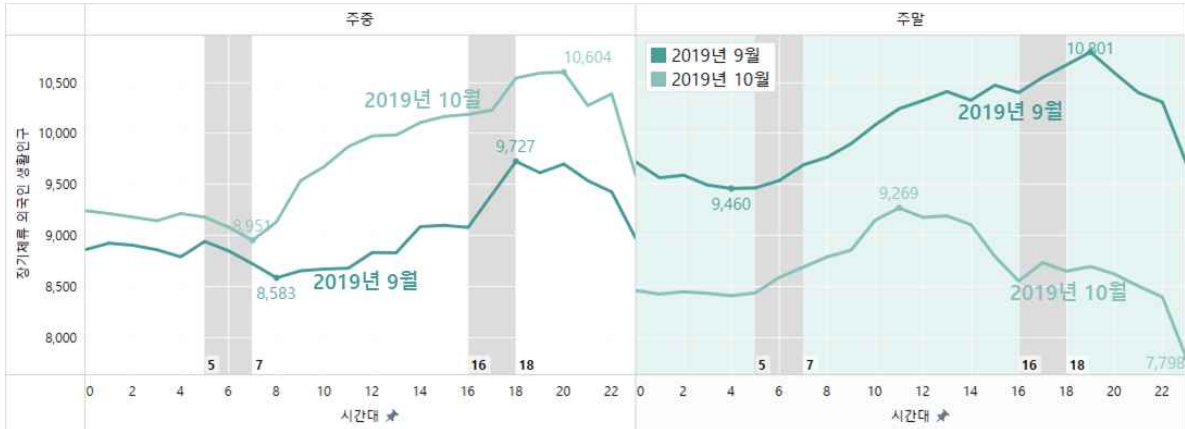
- 2018년 1월부터 2020년 12월 중 주중 생활인구가 높은 2019년 9월을 기준으로 분석하고자 함
- 연도별, 월별 생활인구를 보지 않은 것은 생활인구가 시간대별 유니크한 값을 갖고 있어 추정해서 사용하면 오해의 소지가 있어서 제외함
- 월별 생활인구 추이

[년월별 목포시 장기체류 외국인 생활인구 시간대 추이]



- 장기체류 외국인 생활인구는 내국인보다 생활 인구수가 적어 시간마다 불규칙한 추이를 보임
- 따라서, 불규칙성이 심한 연월을 제외하고, 생활인구가 높은 연월을 선정하여 외국인 생활인구 특성을 분석하려고 함
- 위의 시간대 추이를 살펴보면, 2019년 9월과 2019년 10월이 안정적이고, 많은 생활인구를 보여주고 있음

[2019년 9월과 2019년 10월 비교]



- 2019년 9월 생활인구 추이를 보면 주중 생활인구보다 주말 생활인구가 높게 나타남
- 2019년 10월 생활인구 추이의 경우 주말 생활인구가 퇴근시간(16~18시) 이후로 유출이 되어 새벽시간(0~5시)의 생활인구보다 적게 나타나, 생활인구가 유출되는 특수한 상황이 발생했을 것으로 예상됨
- 따라서, **2019년 9월을 기준으로** 주중·주말별, 국적별, 행정동별 생활인구 추이를 살펴 보려 함

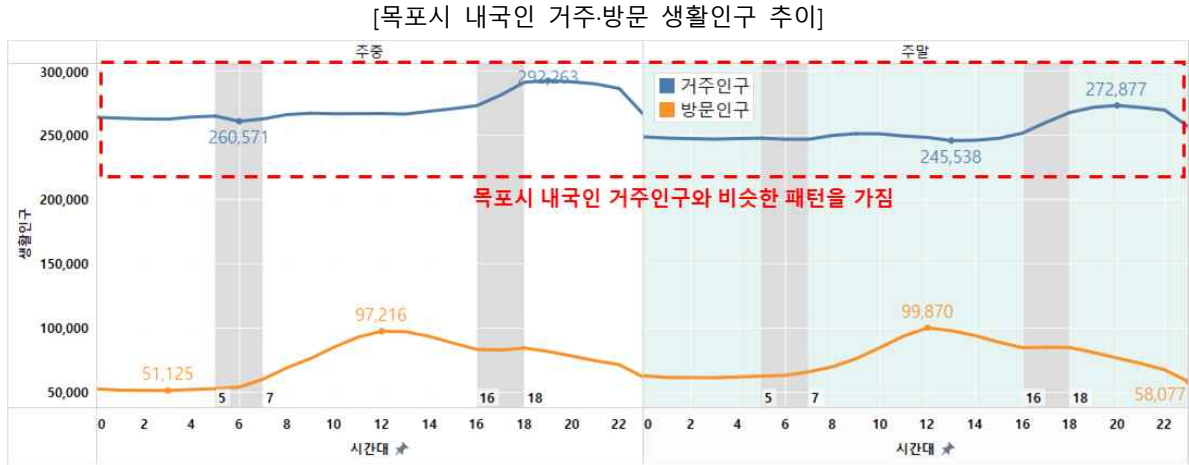
□ 주중·주말별 생활인구 추이

[2019년 9월 주중·주말(공휴일)별 목포시 장기체류 외국인 생활인구 추이]



- 2019년 9월, 목포시 전체 행정동(23개)의 장기체류 외국인 생활인구 추이를 표현함
- 주중 생활인구의 최대 생활인구는 9,727명, 최소 생활인구는 8,583명이며, 주말 생활인구의 최대 생활인구는 10,801명, 최소 생활인구는 9,460명임. 주중의 생활인구보다 주말 생활인구가 목포시 내로 유입되어 생활하고 있음
- 주중과 주말 생활인구 추이는 공통으로 16시 이후로 높게 치솟으며, 저녁시간(18~23시)에 많은 생활인구가 나타나는 것을 확인함

- 주중 생활인구가 5~13시 생활인구의 유출이 발생하고 저녁시간에 많은 생활인구의 유입이 발생하는 것으로 보아, 주중 5~13시에는 근무지로 유출되고, 주중 저녁시간과 주말에는 생활인프라를 누리기 위해 목포시 내로 들어와 활동하는 것으로 판단됨

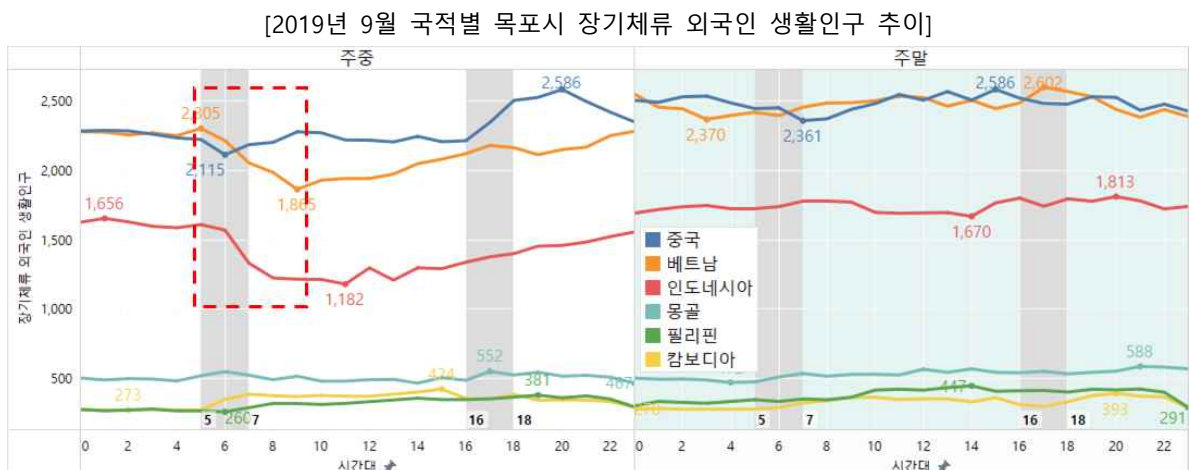


- 또한, 장기체류 외국인은 목포시 내국인 거주인구와 비슷한 추이를 보여주고 있음
- 목포시 내국인 방문인구는 낮시간에 일시적으로 유입되었다가 조금씩 빠져나가는 모습을 보이는 반면, 목포시 내국인 거주인구는 새벽시간(0~5시)부터 유입유출의 큰 움직임이 없고 저녁시간(18~23시)에 많은 생활인구를 보여줌
- 목포시 내에서 활동하고 있는 장기체류 외국인 생활인구(거주지 확인 불가)는 목포시 내국인 거주인구와 비슷한 추이를 그려 거주인구의 성격을 띄고 있다 판단됨

## 나. 인구특성별 생활인구 추이

### □ 국적별 생활인구 추이

- 국적 31개국 중에서 생활인구가 많은 6개(중국, 베트남, 인도네시아, 몽골, 필리핀, 캄보디아)만 살펴봤으며, 그 외 다른 국적은 생활인구가 적어 제외하고 보려 함



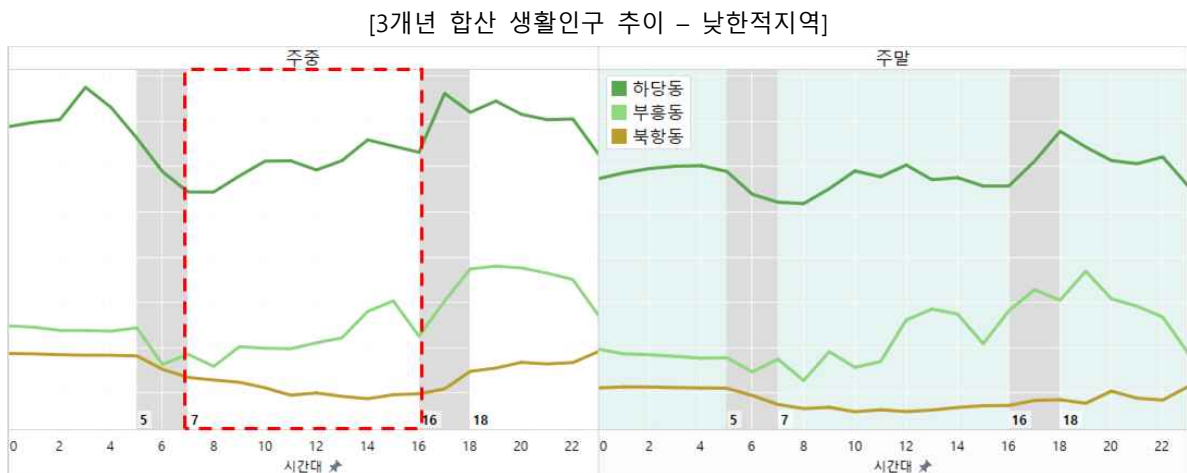
- 국적별 주중 생활인구 추이를 살펴보면 중국, 베트남, 인도네시아의 경우 출근시간(5~7시) 이후로 생활인구가 감소하는 모습을 보이며, 주중에는 근무지역으로 유출되는 것으로 판단됨
- 주말 생활인구 추이는 일정한 생활인구수를 유지하고 있음

## 2) 행정동별 외국인 생활인구 특성에 따른 행정동 분류

□ 행정동별 생활인구를 이용하여 생활인구 추이를 보고 비슷한 패턴을 가진 행정동을 집단으로 묶어 살펴보고자 함. 또한, 18~20년, 3개년 생활인구를 누적 합산하여 봄으로써 장기체류 외국인의 행정동 특성을 구분 지으려 함

- 낮한적지역 : 낮시간(7~16시) 인구가 새벽시간(0~6시)보다 감소한 지역
- 낮활동지역 : 낮시간(7~16시) 인구가 새벽시간(0~6시)보다 증가한 지역
- 낮고밀도지역(관광중심) : 낮시간(7~16시) 인구 분포가 뾰족한 지역
- 저녁고밀도지역(상권중심) : 저녁시간(18~24시) 인구 분포가 뾰족한 지역

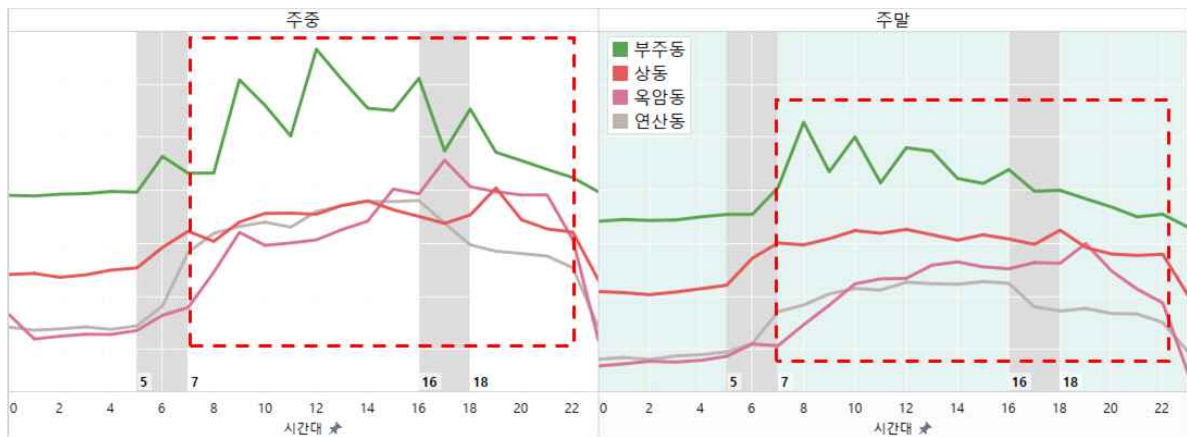
### 가. 낮한적지역



- 주중 생활인구는 새벽시간(0~5시)대비 낮시간(7~16시)의 생활인구가 감소하여 나타나 주중 낮시간에 행정동을 벗어나는 유출이 발생하는 것으로 보아 **낮한적지역**임
- 낮한적지역은 하당동, 부흥동, 북항동임

## 나. 낮활동지역

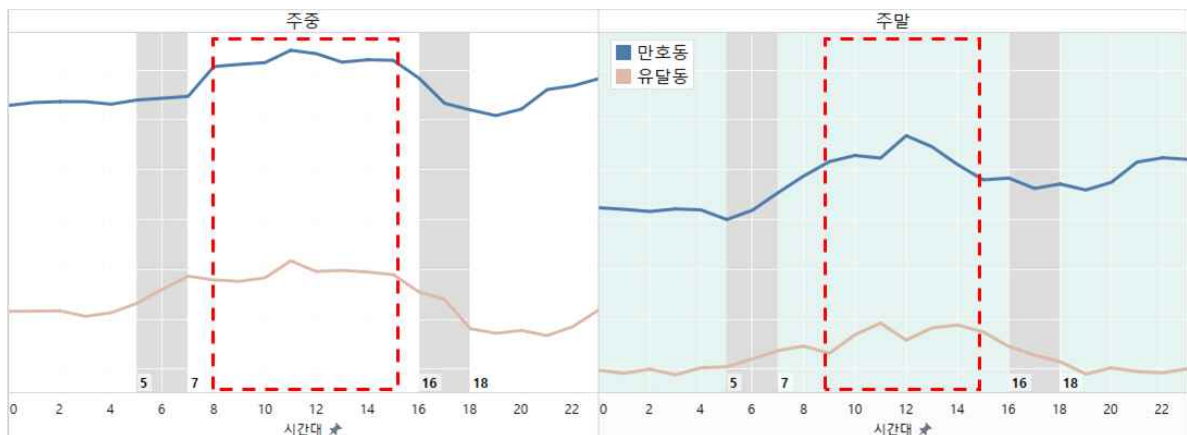
[3개년 합산 생활인구 추이 - 낮활동지역]



- 주중주말 모두 낮시간(7~16시)부터 저녁시간(18~23시)까지 생활인구가 증가하여 꾸준히 유지되고 있는 패턴을 보여 **낮활동지역**임
- 외국인 생활인구의 직장 및 생활 인프라가 많은 지역으로 판단되며, 낮활동지역의 행정동은 부주동, 상동, 옥암동, 연산동임

## 다. 낮고밀도지역

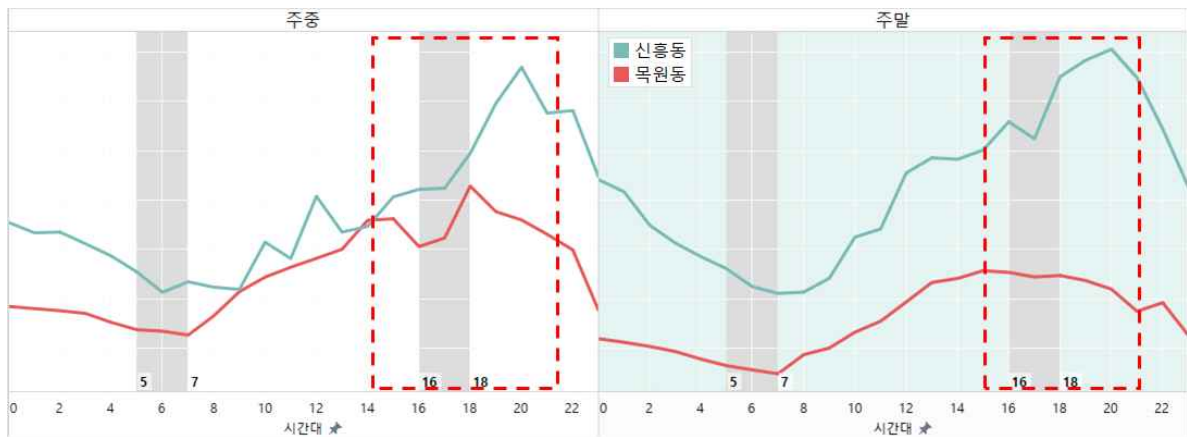
[3개년 합산 생활인구 추이 - 낮고밀도지역]



- 주중과 주말 모두 낮시간(7~17시) 중 정오 전후를 기준으로 생활인구가 증가하고 감소하는 것을 확인하였으며, 낮시간에 활동하는 지역으로 오래 머무르지 않고 유출되는 것으로 보아 **낮고밀도지역**임
- 외국인 생활인구의 낮고밀도지역은 만호동, 유달동으로 판단됨

## 라. 저녁고밀도지역

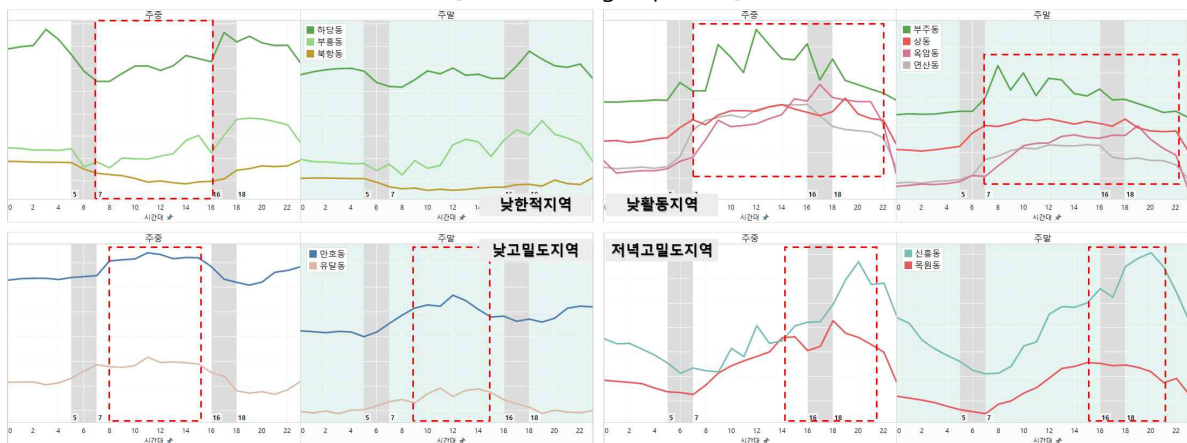
[3개년 합산 생활인구 추이 - 저녁고밀도지역]



- 새벽시간(0~5시)대비 저녁시간(18~23시)의 생활인구가 유입이 많은 지역으로 저녁시간에 가장 높은 생활인구를 보이는 것이 **저녁고밀도지역**임
- 외국인 생활인구 특성에 맞는 저녁고밀도지역의 행정동은 신흥동, 목원동임

## 마. 행정동 분류(group) 결과

[행정동 분류(group) 결과]



□ 목포시 행정동별 장기체류 외국인 생활인구 특성에 따라 4개의 집단(group)으로 나눔

- 낮한적지역 : 하당동, 부흥동, 북항동
- 낮활동지역 : 부주동, 상동, 옥암동, 연산동
- 낮고밀도지역(관광중심) : 만호동, 유달동
- 저녁고밀도지역(상권중심) : 신흥동, 목원동

□ 기타 행정동의 경우 위의 집단과 다르게 뚜렷한 패턴이 보이지 않거나 생활인구수가 적어 해석하기에 오류가 생길 수 있어 구분 짓지 않고 기타로 제외했으며, 기타 행정동은 동명동, 죽교동, 용당1동, 용당2동, 연동, 원산동, 삼향동, 대성동, 삼학동, 용해동,



이로동, 산정동 총 12개의 행정동임

### 3) 행정동 분류에 따른 소비패턴 비교

- ☐ 카드를 사용한 외국인 국적은 단기체류 외국인과 장기체류 외국인으로 나뉘짐
- ☐ 단기체류는 미국, 일본, 중국, 기타 국적을 가짐
  - 해외 카드사에서 카드를 발급받아 국내에서 이용한 고객
  - 기타 국적은 표현 불가, 비식별화조치에 따라 이용고객 수가 많은 국가만 표현
- ☐ 장기체류는 국내발급 외국인으로 국적을 구분할 수 없음
  - 국내 카드사에서 카드를 발급받아 국내에서 이용한 외국인 고객

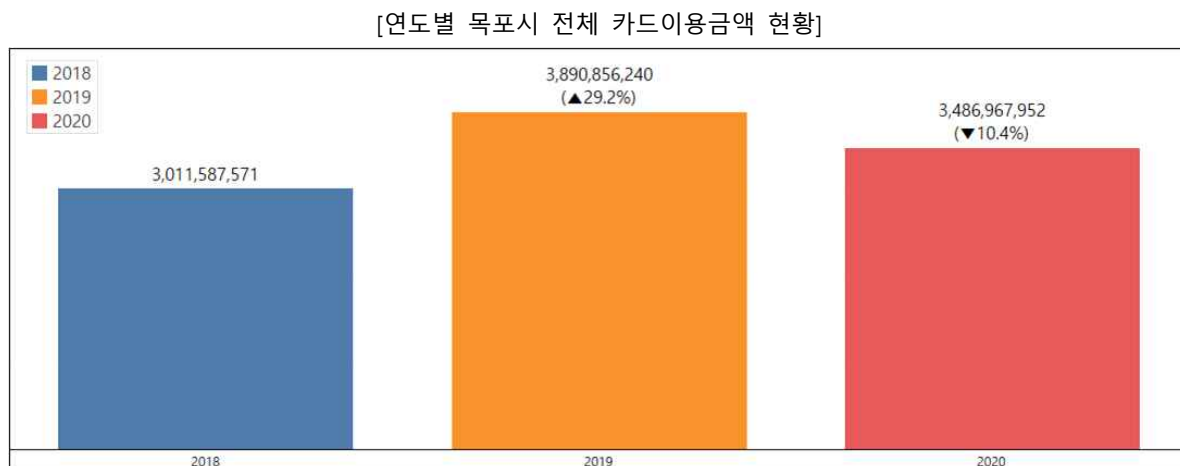
[외국인 카드 데이터 국적 구분]

국적	단기체류	장기체류
미국	○	-
일본	○	-
중국	○	-
기타	○	-
국적 표현 불가	-	○(국내발급 외국인)

- ☐ 2018년부터 2020년까지 **목포시 전체 행정동에 대한 소비 현황**을 살펴보면, **행정동 분류에 따른 카드매출 추이**를 보고자 함
- ☐ 목포시 소비 현황은 공간적 범위로 목포시 전체 23개 행정동 합산한 결과이며, 인구학적 범위는 모든 외국인(장기체류 외국인, 단기체류 외국인)임
- ☐ 행정동 분류에 따른 카드매출 추이의 시간적 범위는 생활인구와 같은 시점(2019년 9월) 기준 비교하며, 공간적 범위는 생활인구에 따른 행정동 분류(4개 지역)로 구분하여 비교함. 또한, 인구학적 범위는 장기체류 외국인(국내발급 외국인)으로만 비교
- ☐ 인구특성별(성별, 연령별, 국적별) 소비패턴 현황 및 추이의 경우 분석 제외
  - 외국인 소비 데이터는 성별과 연령별이 없음
  - 소비 활동이 많은 장기체류는 국적 구분 불가
  - 소비 활동이 적은 단기체류는 카드이용금액 및 카드이용건수 부족

## 가. 기간별 소비패턴 현황 및 추이 비교

### □ 연도별 카드이용금액 현황



- 목포시 전체(23개 행정동) 연도별 카드이용금액을 보면 2019년도(3,890,856,240원)에 29.2% 증가하였다 2020년도(3,486,967,952원)에 10.4% 감소하는 것으로 나타남

[연도별 카드이용금액 및 카드이용건수 현황]

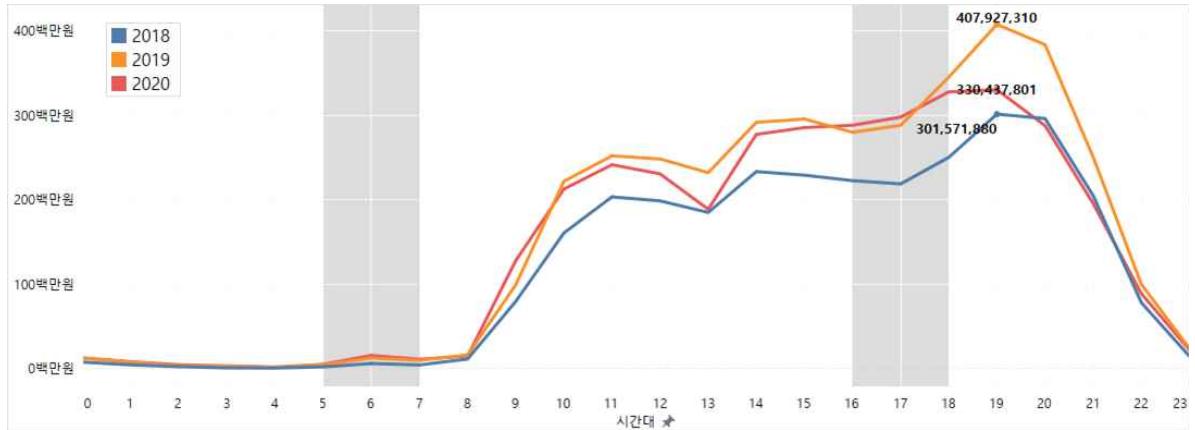
연도	지표	단기체류				장기체류 국내발급 외국인	총합계
		미국	일본	중국	기타		
2018	금액(원)	3,292,000 (0.11%)	16,471,900 (0.55%)	19,505,510 (0.65%)	58,066,270 (1.93%)	2,914,251,891 (96.77%)	3,011,587,571 (100.00%)
	건수(건)	23 (0.02%)	86 (0.09%)	317 (0.34%)	149 (0.16%)	91,860 (99.38%)	92,435 (100.00%)
2019	금액(원)	13,050,400 (0.34%)	40,640,400 (1.04%)	13,280,770 (0.34%)	34,168,162 (0.88%)	3,789,716,508 (97.40%)	3,890,856,240 (100.00%)
	건수(건)	61 (0.05%)	221 (0.16%)	199 (0.15%)	243 (0.18%)	134,344 (99.46%)	135,068 (100.00%)
2020	금액(원)	1,106,200 (0.03%)	4,217,000 (0.12%)	591,960 (0.02%)	2,755,000 (0.08%)	3,478,297,792 (99.75%)	3,486,967,952 (100.00%)
	건수(건)	29 (0.02%)	24 (0.02%)	3 (0.00%)	19 (0.02%)	125,534 (99.94%)	125,609 (100.00%)
총합계	금액(원)	17,448,600 (0.17%)	61,329,300 (0.59%)	33,378,240 (0.32%)	94,989,432 (0.91%)	10,182,266,191 (98.01%)	10,389,411,763 (100.00%)
	건수(건)	113 (0.03%)	331 (0.09%)	519 (0.15%)	411 (0.12%)	351,738 (99.61%)	353,112 (100.00%)

- 목포시 전체(23개 행정동) 연도별 카드이용금액과 카드이용건수 현황을 살펴보면, 장기체류 외국인(국내발급 외국인)의 카드이용금액 구성비율이 2018년 96.77%, 2019년 97.40%, 2020년 99.75%로 단기체류 외국인보다 압도적으로 많은 지출을 하고 있음

□ 장기체류 외국인 소비패턴 추이

- 단기체류 외국인의 경우 소비가 많이 발생하지 않아 추이를 보기 어려워 제외함

[연도별 장기체류 외국인(국내발급 외국인) 소비패턴 추이(카드이용금액)]

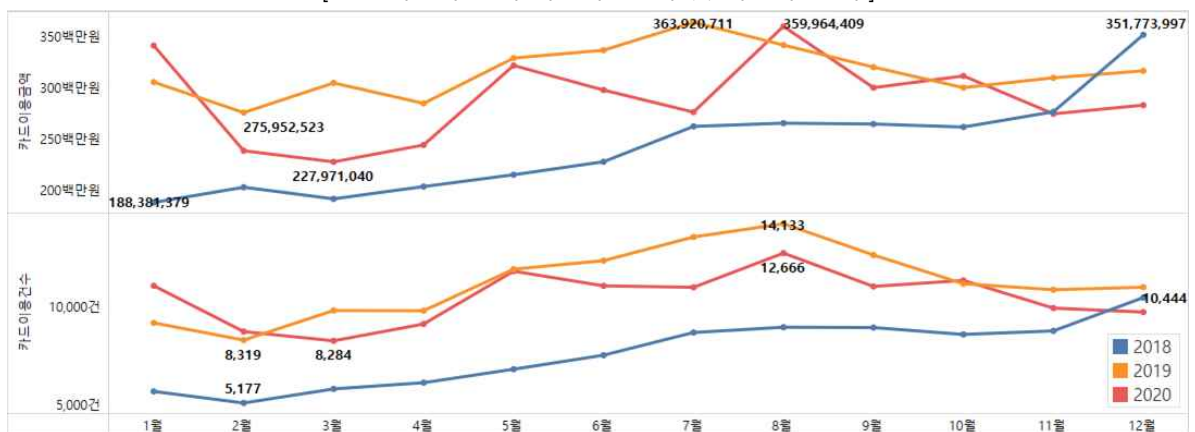


- 연도별 장기체류 외국인 소비패턴 추이를 보면, 10~21시까지 카드이용금액이 높게 나타나 소비지출이 일어나는 것을 확인할 수 있음
- 19시에 가장 큰 카드이용금액이 나타났으며, 2019년(407,927,310원) > 2020년(330,437,801원) > 2018년(301,571,880원)의 순임

□ 월별 소비 현황 및 추이 비교

- 월별 카드이용금액과 카드이용건수 역시 장기체류 외국인(국내발급 외국인)의 현황을 표현함

[월별 목포시 전체 카드이용금액 및 카드이용건수]

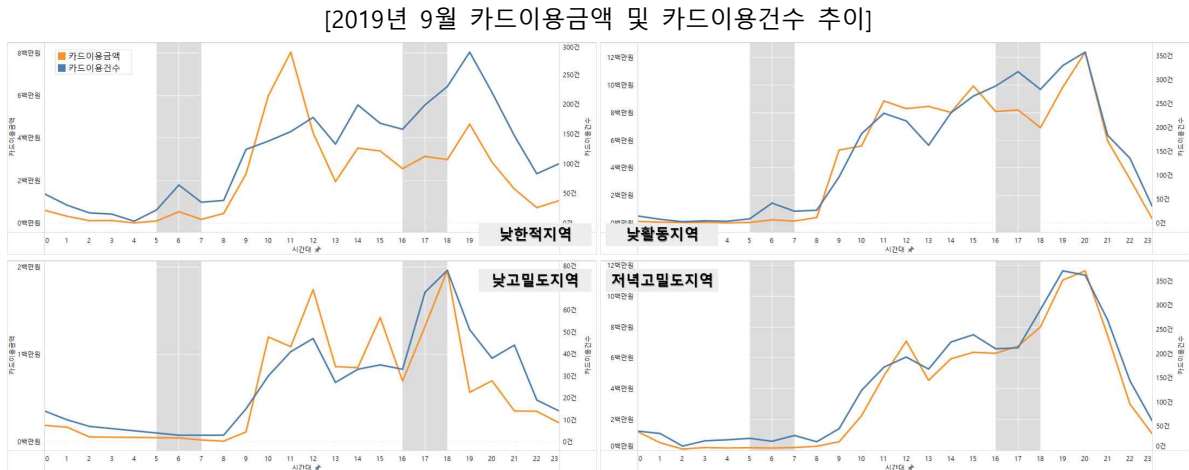


- 2018년도의 장기체류 외국인 소비 추이가 하반기로 갈수록 증가하는 모습을 보이며, 카드이용금액은 1월(188,381,379원)이 가장 낮고 12월(351,773,997원)이 가장 높은 금액을 형성함
- 2019년도는 꾸준히 상승하여 카드이용금액은 7월(363,920,711원)이 높게 나타났으며,

카드이용건수는 8월(14,133건)이 높게 나타남

- 2020년도는 코로나의 영향으로 소비 추이의 변동성이 크지만 2018년도보다 전반적으로 높음

□ 행정동 분류(group)와 생활인구 시점(2019년 9월)에 따른 소비 추이



- 낮한적지역과 낮고밀도지역의 경우 소비 발생 시간마다 불규칙한 금액과 건수가 나타나고 있어 소비패턴 추이가 불규칙하게 움직이는 것을 확인할 수 있음. 또한, 낮활동지역과 저녁고밀도지역의 경우 소비가 꾸준히 발생하고 있어 소비패턴이 완만한 굴곡을 이루는 편이며, 저녁시간(18~23시)에 많은 소비 활동을 함

□ 주중·주말별 카드이용금액 및 카드이용건수 현황

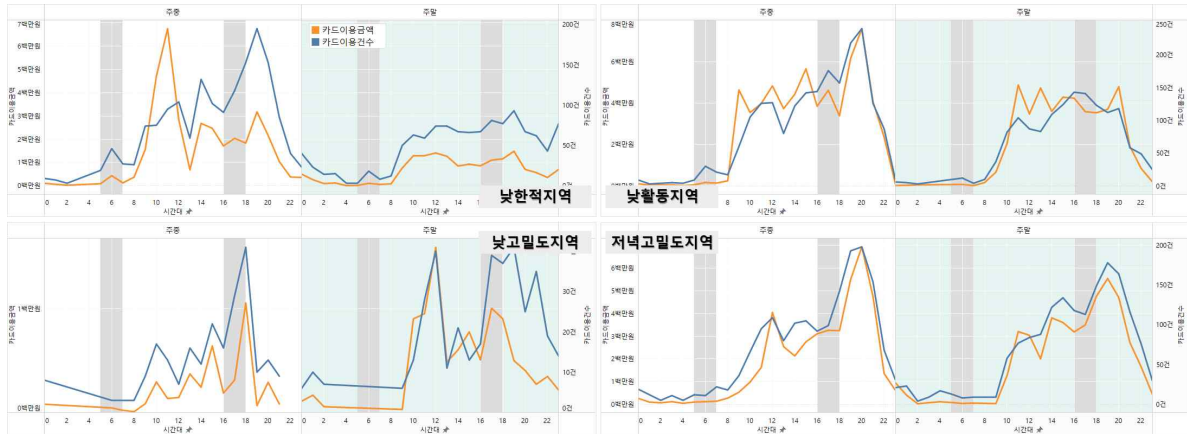
[2019년 10월 주중·주말별 목포시 전체 소비 현황]

주중·주말별	카드이용금액 (원)	카드이용건수 (건)
주중	193,439,886	7,208
주말	115,152,080	3,990
총합계	308,591,966	11,198

- 목포시 전체 행정동에 대한 주중주말 카드이용금액과 카드이용건수로 2019년 10월 주중 카드이용금액은 193,439,886원, 카드이용건수는 7,208건이며, 주말 카드이용금액은 115,152,080원, 카드이용건수는 3,990건으로 주중의 소비 활동이 활발하며, 주중(5일)과 주말(2일)의 일수 차이로 인해 주중이 높다는 전제로 소비패턴 추이를 살펴봐야 함

## □ 주중·주말별 카드이용금액 및 카드이용건수 추이

[2019년 9월 주중·주말별 카드이용금액 및 카드이용건수 시간대 흐름]



- 낮활동지역, 낮고밀도지역, 저녁고밀도지역(낮한적지역 제외)은 주중(5일)과 주말(2일)의 일수가 차이가 있음에도 주중주말의 금액 및 건수가 동등한 패턴을 보여, 주말 소비 활동이 활발한 곳으로 판단됨
- 낮활동지역은 낮시간(7~16시)부터 소비가 꾸준히 이어져 저녁시간(18~23시)까지 나타나며, 저녁고밀도지역은 저녁시간에 높은 소비를 보임

## 나. 업종별 소비패턴 현황 및 추이 비교

### □ 업종별 소비 현황

[3개년 목포시 전체 대분류 업종별 카드이용금액]

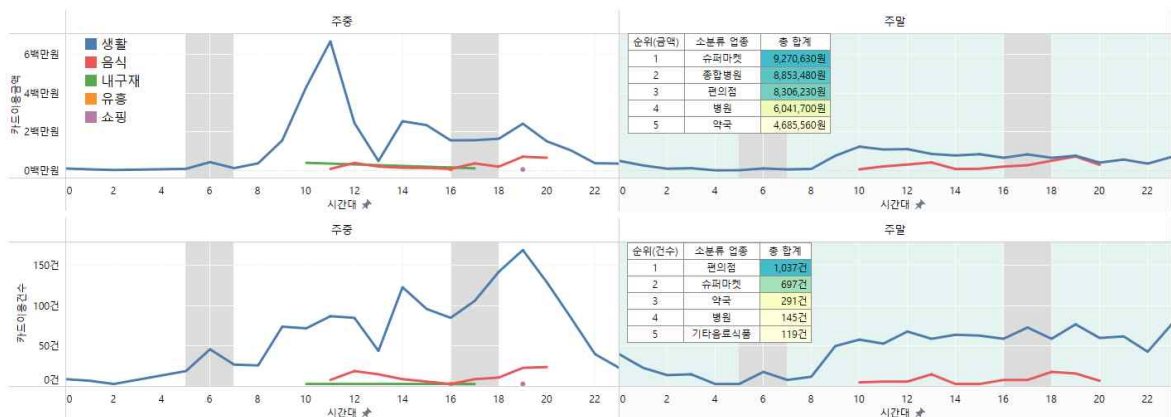
대분류 업종	단기체류				장기체류 국내발급 외국인
	미국	일본	중국	기타	
생활	98,300 (0.6%)	-	6,618,810 (19.8%)	440,420 (0.5%)	4,478,413,477 (44.0%)
쇼핑	-	-	15,723,710 (47.1%)	-	3,799,317,660 (37.3%)
음식	1,162,100 (6.7%)	767,800 (1.3%)	-	1,565,500 (1.6%)	1,118,625,080 (11.0%)
T&E	15,997,000 (91.7%)	60,561,500 (98.7%)	10,340,120 (31.0%)	91,793,212 (96.6%)	548,448,800 (5.4%)
내구재	-	-	695,600 (2.1%)	-	113,677,354 (1.1%)
문화	-	-	-	-	69,511,020 (0.7%)
유흥	191,200 (1.1%)	-	-	1,190,300 (1.3%)	53,685,800 (0.5%)
기타	-	-	-	-	587,000 (0.0%)
총합계	17,448,600 (100.0%)	61,329,300 (100.0%)	33,378,240 (100.0%)	94,989,432 (100.0%)	10,182,266,191 (100.0%)

- 18~20년 장기체류 외국인 이용금액은 생활(44.0%) > 쇼핑(37.3%) > 음식(11.0%) 등의 순으로 나타났으며, 단기체류 외국인의 경우 미국, 일본, 기타 국적을 갖은 외국인은 T&E 업종에서 최소 91.7%로 소비하여, 관광 목적으로 온 외국인임. 중국은 T&E 업종 31.0%로 나타났으나, 쇼핑 업종이 47.1%로 쇼핑 목적의 외국인으로 판단됨

□ 장기체류 외국인의 행정동 특성에 따라 업종별 소비 추이를 보고자 함. 다만, 외국인의 소비 활동이 많지 않아 소비가 많이 발생한 업종을 기준으로 상세하게 살펴보려 함

□ 장기체류 외국인의 낮한적지역 업종별 소비 추이 비교

[2019년 9월 낮한적지역 금액 및 건수]

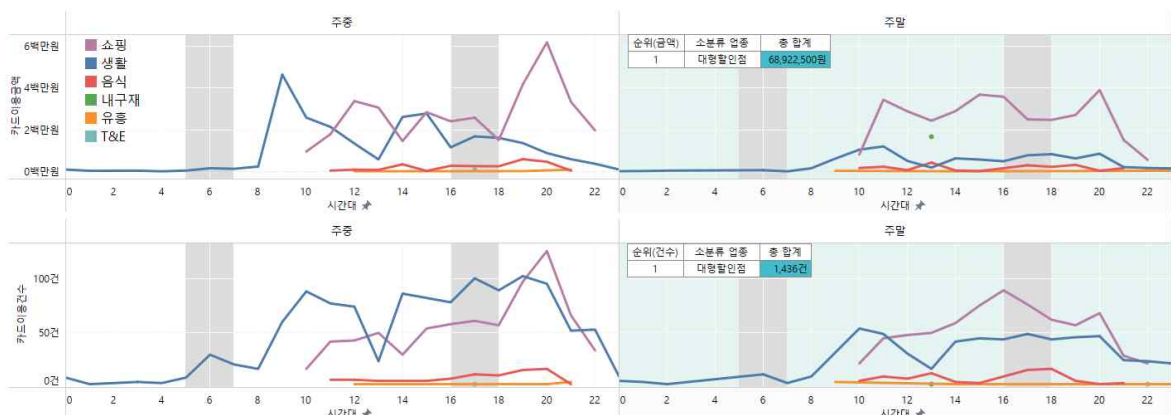


- 낮한적지역의 생활 업종은 꾸준히 발생하였음. 상세 업종을 살펴보면, 카드이용금액은 슈퍼마켓 > 종합병원 > 편의점 > 병원 > 약국 등의 순이며, 카드이용건수는 편의점 > 슈퍼마켓 > 약국 > 병원 > 기타음료식품 등의 순임

- 낮한적지역에서는 식음료나 생필품을 소비하고, 의료 서비스를 이용하는 것으로 보임

□ 장기체류 외국인의 낮활동지역 업종별 소비 추이 비교

[2019년 9월 낮활동지역 금액 및 건수]



- 낮활동지역은 10시 이후로 꾸준히 상승하고 있는 쇼핑 업종을 살펴봄. 상세 업종을 보

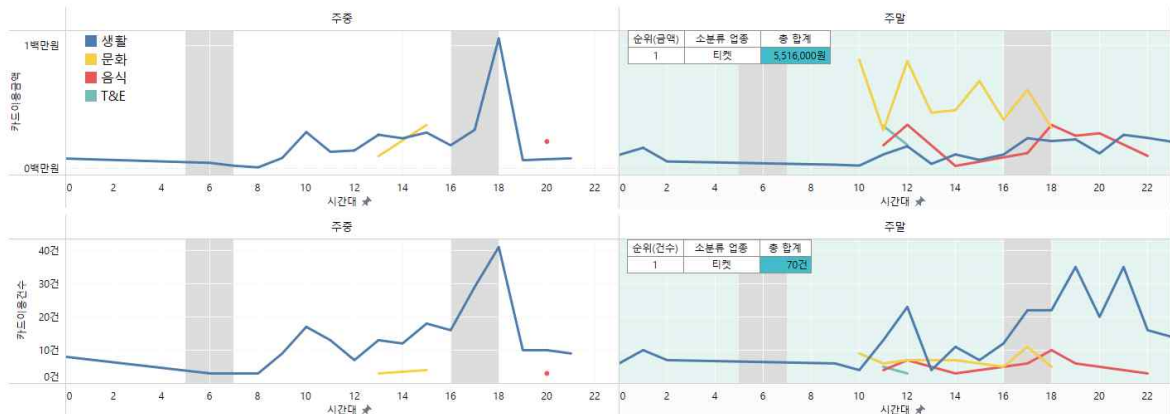


면 장기체류 외국인은 대형할인점에서 68,922,500원의 카드이용금액을 지출하였고, 1,436건의 카드이용건수가 나타남

- 낮활동지역에서는 대형할인점을 주로 이용하는 것으로 보이며, 다른 상세 업종이 순위에 나타나지 않은 것은 외국인의 소비 활동이 많지 않아 데이터 비식별화 과정 중에 제거된 것으로 보임

#### □ 장기체류 외국인의 낮고밀도지역 업종별 소비 추이 비교

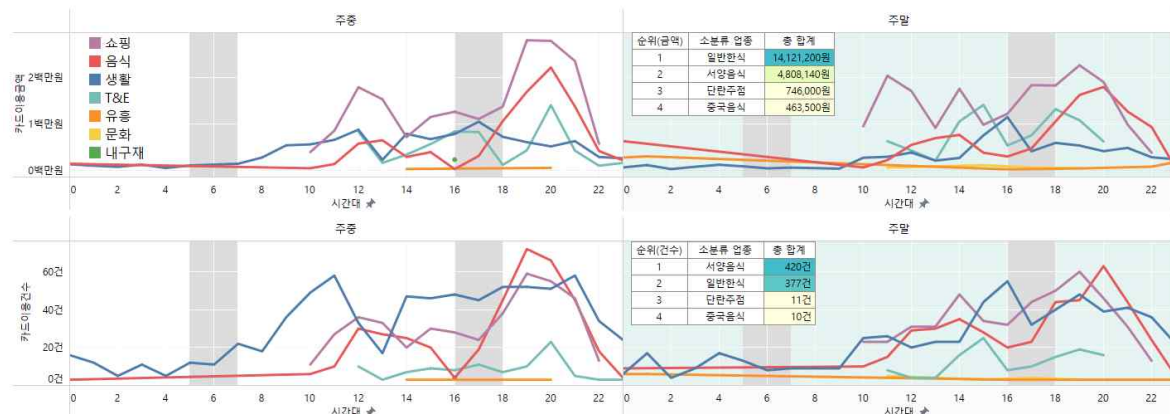
[2019년 9월 낮고밀도지역 금액 및 건수]



- 낮고밀도지역의 경우 문화 업종이 주말에 발생하는 것을 확인. 문화 업종의 상세 업종을 확인해본 결과, 장기체류 외국인의 문화 업종에 대한 소비 활동으로 티켓에 소비지출하는 것으로 나타남

#### □ 장기체류 외국인의 저녁고밀도지역 업종별 소비 추이 비교

[2019년 9월 저녁고밀도지역 금액 및 건수]



- 저녁고밀도는 음식 업종이 주중과 주말 모두 꾸준히 소비되고 있으며, 특히 저녁시간 (18~23시)에 많은 소비 활동이 일어난 것을 확인. 음식 업종의 상세 업종을 살펴보면, 카드이용금액은 '일반한식 > 서양음식 > 단란주점 > 중국음식'이며, 카드이용건수는 '서양음식 > 일반한식 > 단란주점 > 중국음식'임 서양음식을 자주 소비하지만, 한식의 경우 단가가 높은 일반한식으로 소비하는 것으로 판단됨