동작구
축제행사 분석
결과보고서

2025년 10월

2024~2025년 동작 어린이 대축제 분석결과

동작구
축제행사 분석
결과보고서

INDEX

1. 분석개요 ····· 4
1.1. 배경 및 목표 ····· 4
1.2. 기존 분석과 차별점 ····· 5

2. 데이터 수집 ····· 6
2.1. 데이터 수집 목록 ····· 6
2.2. 데이터 전처리 방안 ····· 7
2.3. 인구 및 카드 추정값 생성 ····· 8

3. 분석 프로세스 ····· 9

4. 분석 결과 요약 ····· 10
4.1. 2025년 축제결과 요약 ····· 10
4.2. 2024년 축제결과 요약 ····· 16

5. 분석 결과 ····· 22
5.1. 2025년 축제결과 ····· 22
5.2. 2024년 축제결과 ····· 41

6. 활용방안 ····· 58

1. 분석개요

1.1. 배경 및 목표

⊙ 사업 배경

- 최근 코로나19 팬데믹 기간(2020~2022년) 동안 잠정 중단되었던 지역 축제와 행사가 2023년 이후 빠른 재개 추세
- 문화체육관광부 통계에 따르면 최근 5년간(2020 ~ 2024) 국내 축제 개최 수는 약 21% 증가
- 단순 방문객 집계 수준을 넘어, 축제의 정책적 효과와 지역 파급력을 정량적으로 분석할 수 있는 체계 구축 필요

⊙ 분석 배경

- '동작 어린이 대축제'는 2024년 처음 개최된 신규 축제로, 주민 참여형 행사로서 지역 내 가족 단위 문화활동 활성화에 기여 가능
- 신규 축제의 경우 단기적 흥행성과보다 장기적 정책효과(방문객 유입, 지역 상권 활성화, 홍보 확산 등)를 분석하는 것이 중요
- 생활인구, 소비데이터, SNS 반응 등 다양한 지표를 활용해 축제의 파급효과를 정량적으로 평가하고, 향후 정책적 근거로 활용

⊙ 분석 목표

- 서울시에서 보유하고 있는 데이터를 활용하여 타 서비스 대비 **최소 단위(50m) 기준 분석을 통한 정교한 분석 결과 제공**
- 지역경제 활성화에 도움이 될 수 있도록 **축제의 성과를 정량적으로 평가(산업연관표 활용)**하고 **개선방안을 모색하여 축제 기획 및 예산 편성에 활용**

1.2. 기존 분석과 차별점

⊙ 활용데이터 비교

– 기존에는 각 지자체가 인구·소비 등 주요 데이터를 개별 구매·분석하였으나, 본 분석은 서울시 내부 보유 데이터를 수급·통합하여 활용

– 시범자치구 및 TF팀 인터뷰, 현황조사를 통해 공공자전거 등 다양한 생활·공공 데이터 추가 수집

– 기존 모델 대비 데이터 정교성·범용성을 강화한 분석 모델

○ 축제 분석 활용 데이터 비교(서울형 vs 기존)

구분	서울형 표준분석모델	행안부 표준분석모델
인구	250m 격자 단위 생활 이동 인구(KT) 250m 격자 단위 생활 인구(KT) => 50m 격자 단위 생활인구 (추정)	국가 기초구역 축제 고객 데이터(신용카드)
매출	50m 격자 단위 시간대별/250m 격자 단위 성연령대별 카드매출(신한카드) => 50m 격자 단위 카드매출(추정) 산업연관표(한국은행) => 경제적 파급효과 분석 활용	국가 기초구역 축제 매출 데이터(신용카드)
교통	대중교통 승하차 데이터(스마트 카드사) 택시 승하차 데이터(서울시) 공공자전거 대여 이력 데이터(서울시)	
SNS	네이버 블로그/뉴스 검색 데이터(네이버 블로그, 뉴스)	

2. 데이터 수집

2.1. 데이터 수집 목록

○ 데이터 수집 목록

구분	활용데이터	분석기간	연계방안	제공기관
지역 영역	격자 및 경계 데이터	최신데이터 기준 (2025.06)	FILE 적재	서울시
	축제행사 진행지역 영역 데이터	-	-	동작구
축제 행사	축제행사 명칭 및 일정 정보 데이터			
SNS	네이버 블로그/뉴스 데이터	최근2년 (2024년 ~ 2025년)	API 연계	네이버 검색 API
인구	생활인구 데이터		DB 연계	서울시
	수도권 생활이동인구 데이터			
매출	카드소비 데이터			
	산업연관표	최신데이터 기준 (2020년)	FILE 적재	한국은행 경제통계시스템
교통	버스정류장 및 지하철 승하차 데이터	최근2년 (2024년 ~ 2025년)	DB 연계	서울시
	택시 이용객 현황 데이터			
	공공자전거 대여이력 정보 데이터			
	버스 정류장 및 지하철역 정보 데이터	최신데이터 기준 (2025.06)		
	서울시 도로명주소 건물 도형	최신데이터 기준 (2025.06)	수동업로드 자동 적재	행안부 (주소 기반 산업 지원 서비스)

2.2. 데이터 전처리 방안

⊙ 50m 격자 기반 공간데이터 생성

가. 주소 데이터를 활용한 공간데이터 생성

- 주소 정보를 활용하여 X, Y 좌표를 생성하는 지오코딩 수행
- 지오코딩이란 주소나 장소명 등 비정형 위치 정보를 위도·경도 좌표로 변환하는 과정

나. X, Y 좌표 데이터를 활용한 공간데이터 변환

- 교통데이터 (택시, 대중교통) 및 지오코딩 결과로부터 X, Y 좌표를 도출
- 좌표 형태의 데이터를 공간 매칭 분석이 가능한 Geometry(Point) 타입으로 변환

다. 50m 격자 단위 공간데이터 생성

- Point 형태로 생성된 데이터를 활용하여 50m 격자 내 포함값을 합산, 50m 격자 단위 데이터 집계파일 생성
- 건물 면적 공간데이터(연면적 등)는 격자와 일부라도 교차하는 경우 전체 값을 포함하여 산출
- 인구 및 카드 데이터는 기준 공간단위(행정동, 집계구 등)에 따라 존재하므로, 추정·보정 절차를 통해 50m 격자 단위로 재산출

○ 데이터 산출 방안

구분	인구 (서울시-KT)	카드 (서울시-신한카드)	
데이터구분	시간대/성연령대	시간대	성연령대
공간단위	250m 격자	50m 격자	250m 격자
추정산출 방안	균등비율, 건물연면적 비율, 정류소 인근 300m 승하차 비율을 반영하여 산출	원본 활용	시간대 기준 데이터의 업종별 분포 비율 반영

2.3. 인구 및 카드 추정값 생성

⊙ 생활인구 데이터 50m 격자 값 산출 방안

– 서로 다른 공간 단위의 데이터를 50m 격자 기준으로 정제·보정하여 추정값 산출

○ 생활인구 데이터 50m 격자 산출 및 검증 절차

- 250m 영역 내 동일 조건 기준으로 50m 격자 단위 추정인구 산출
- 건물 연면적 비율과 정류장 반경 300m 내 승하차 인구 합산 비율을 주요 변수로 활용
- 서울시 전체를 데이터를 대상으로 탐색적 요인분석을 통한 변수별 가중치 산정
- 산정된 가중치를 각 변수에 적용하여 최종 50m 격자 단위 인구 추정값 산출

⊙ 카드매출 데이터 50m 격자 값 산출 방안

– 일별·시간대별 카드 데이터의 50m 격자별 업종별 이용 건수 및 이용 금액 비율을 산정하여 성연령대별 카드 데이터(250m 단위)에 해당 비율 적용

3. 분석 프로세스

⊙ 분석 범위

– 시간적 범위 : 최근 2년 (2024년 ~ 2025년)

- 제1회 동작 어린이 대축제 : 2024.05.04.(토) 총 1일
- 제2회 동작 어린이 대축제 : 2025.05.03.(토) 총 1일

– 공간적 범위 : 노량진 축구장 일대

⊙ 축제 분석 진행 요약표

분석 구분	데이터별 상세 구분	분석 도출 내용
인구 특성	정류장(300m반경) 대중교통 이용량 및 건물 연면적 정보에 따른 50m 단위 데이터로 배분 진행	▪ 축제기간 전/중/후 인구 비교 ▪ 내외국인 시간대별, 성연령대별 인구 분포 ▪ 축제지 유출(방문) 인구 분포
매출 특성	50m 격자 단위 시간대 데이터를 활용하여 250m 격자 단위 성연령 데이터 50m 격자 단위로 배분 진행	▪ 축제기간 전/중/후 매출 비교 ▪ 내외국인 시간대별, 성연령대별, 업종별 매출 분포
교통 특성	축제 영역에 포함되는 버스정류장, 지하철역, 택시 이용객, 공공자전거 대여소를 기준으로 분석 진행	▪ 교통수단별 이용객 현황
SNS	축제명을 키워드로 수집된 데이터로 분석 진행	▪ 키워드(워드클라우드)
경제적 파급효과	지역 내 총 소비액 추정 및 산업연관표를 활용하여 파급효과 추출	▪ 경제적 파급효과 도출

4. 분석 결과 요약

4.1. 2025년 제2회 동작 어린이 대축제 분석 결과 요약

⊙ 인구 현황

가. 축제기간 전/중/후 인구 현황

– 축제기간 전/중/후 인구는 모두 내국인이 가장 많으며, 축제기간의 내국인 인구는 39만 명으로 나타남.

– 축제기간의 내국인 인구는 전/후 평균대비 약 4.6만 명 이상 증가함.

[그림 1] 축제기간 전/중/후 인구 현황 (단위: 명)

나. 축제기간 시간대별 인구 추이

– 00시~11시 미만에 수산시장 유동인구가 많은 것으로 추정됨.

– 14시~17시 미만 시간대의 인구는 6.3만 명으로 해당 시간대부터 다시 인구가 증가함.

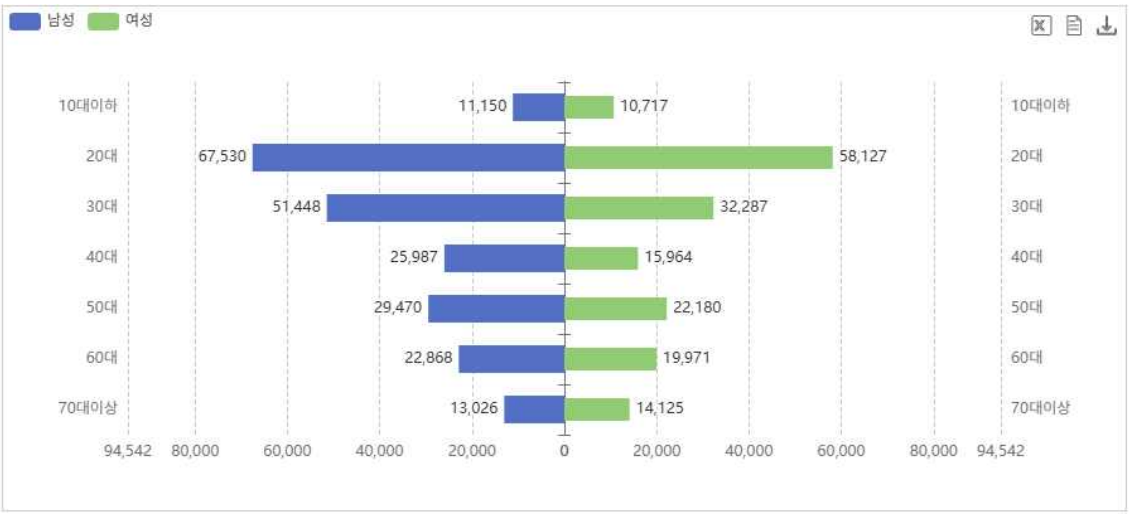
– 오후에 인구가 가장 많은 시간대는 17시~21시 미만으로 나타남.

[그림 3] 축제기간 시간대별 인구 추이 (단위: 명)

다. 축제기간 성연령대별 내국인 인구 현황

- 남성과 여성의 인구가 가장 많은 연령대는 20대로 나타남.
- 남성의 연령대별 인구는 20대(6.7만 명) > 30대(5.1만 명) > 50대(2.9만 명) 순이며, 여성은 20대(5.8만 명) > 30대(3.2만 명) > 50대(2.2만 명) 순으로 나타남.

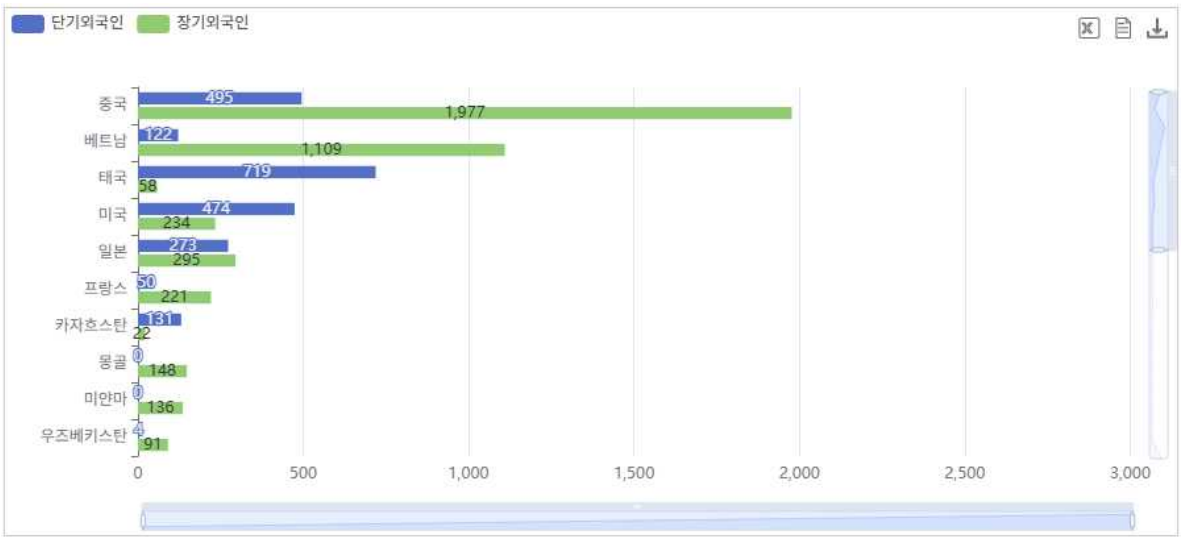
[그림 3] 축제기간 성연령대별 내국인 인구 현황 (단위: 명)



라. 축제기간 국적별 외국인 인구 현황

- 상위 10개 국적 중, 단기 체류 외국인은 태국(719명) > 중국(495명) 순이며, 장기 체류 외국인은 중국(1,977명) > 베트남(1,109명) 순으로 나타남.
- 단기·장기 비율 차이가 큰 국가는 태국(단기 12.4배) > 베트남(장기 9.1배) > 중국(장기 4배) 순으로 나타남.

[그림 4] 축제기간 TOP7 국적별 외국인 인구 현황 (단위: 명)



⊙ 유출(방문) 인구 현황

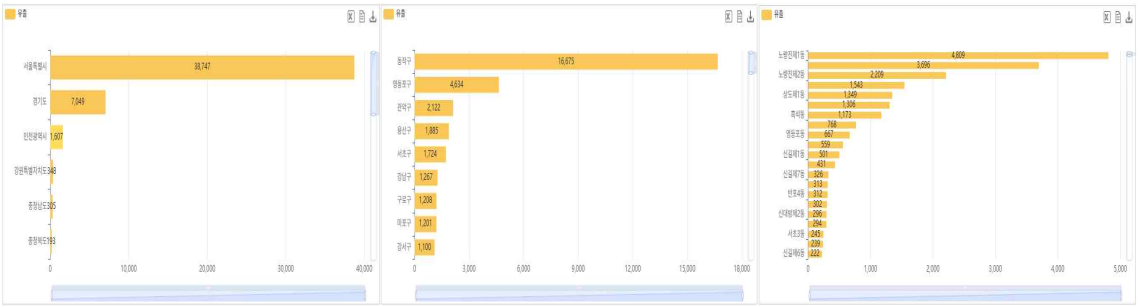
마. 축제기간 유출(방문) 인구 현황

– (시도별)동작구에서 유출한 총 인구는 4.8만 명이고, 서울특별시(3.8만 명) > 경기도(7천 명) > 인천광역시(1.6천 명) 순임.

– (시군구별)동작구(1.6만 명) > 영등포구(4.6천 명) > 관악구(2.1천 명) 순임.

– (행정동별)노량진제1동(4.8천 명) > 대방동(3.7천 명) > 노량진제2동(2.2천 명) 순임.

[그림 5] 축제기간 유출 인구 현황 (단위: 명)



⊙ 매출 현황

바. 축제기간 전/중/후 매출 현황

– 축제기간의 카드 이용건수는 2.8만 건으로 축제 전에 비해 약 3,500건 증가함.

– 축제기간 중 내국인의 이용 금액은 7.4억 원으로 축제기간 전에 비해 약 2.9억 원 이상 증가함.

[그림 6] 축제기간 전/중/후 매출 현황 (단위: 천원, 건)

사. 축제기간 시간대별 매출 추이

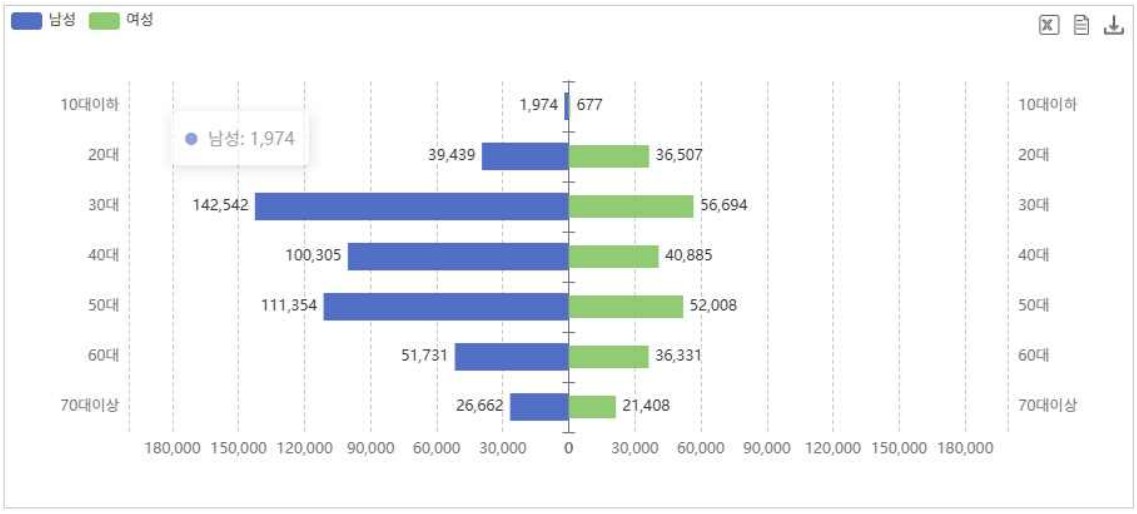
– 축제기간중 카드 이용 금액 및 건수가 주로 높은 시간대는 5번(17시~21시 미만 / 242,042천원 / 7,586건)이며, 4번(14시~17시 미만 / 186,027천원 / 5,391건), 3번(11시~14시 미만 / 164,929천원 / 6,763건)으로 나타남.

[그림 7] 축제기간 시간대별 매출 추이 (단위: 천원, 건)

아. 축제기간 성연령대별 매출 현황

– 남성의 이용 금액은 30대(1.42억 원) > 50대(1.11억 원) > 40대(1억 원) 순이며, 여성은 30대(5,669만 원) > 50대(5,200만 원) > 40대(4,088만 원) 순으로 나타남.

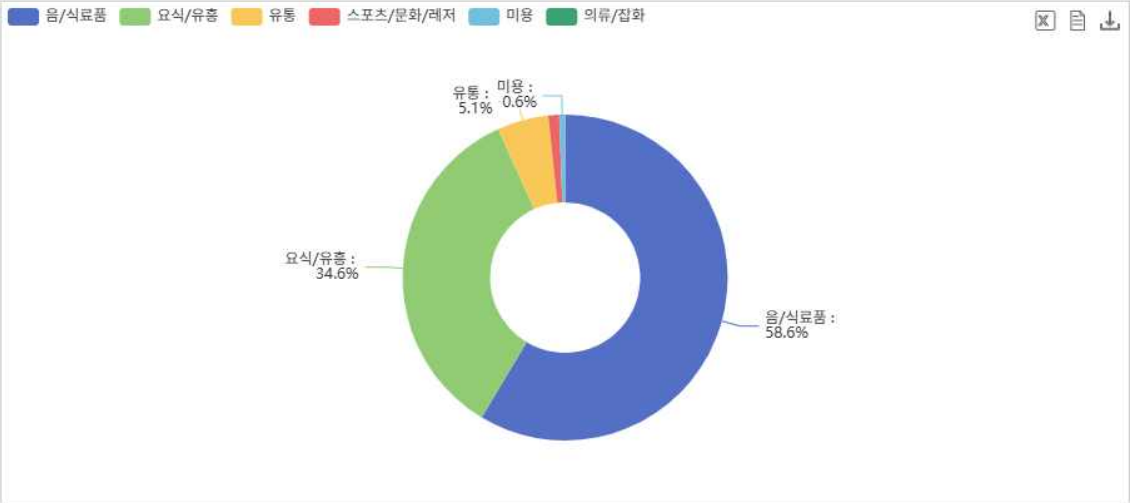
[그림 8] 축제기간 성연령대별 매출 현황 (단위: 천원)



자. 축제기간 대분류 업종별 매출 현황

– 대분류 업종별의 이용 금액은 전체 업종 중 음/식료품 업종이 58.6%이며, 요식/유흥 업종이 34.6%, 유통 업종이 5.1% 순으로 많은 비율을 차지함.

[그림 9] 축제기간 대분류 업종별 매출 현황 (단위: %)

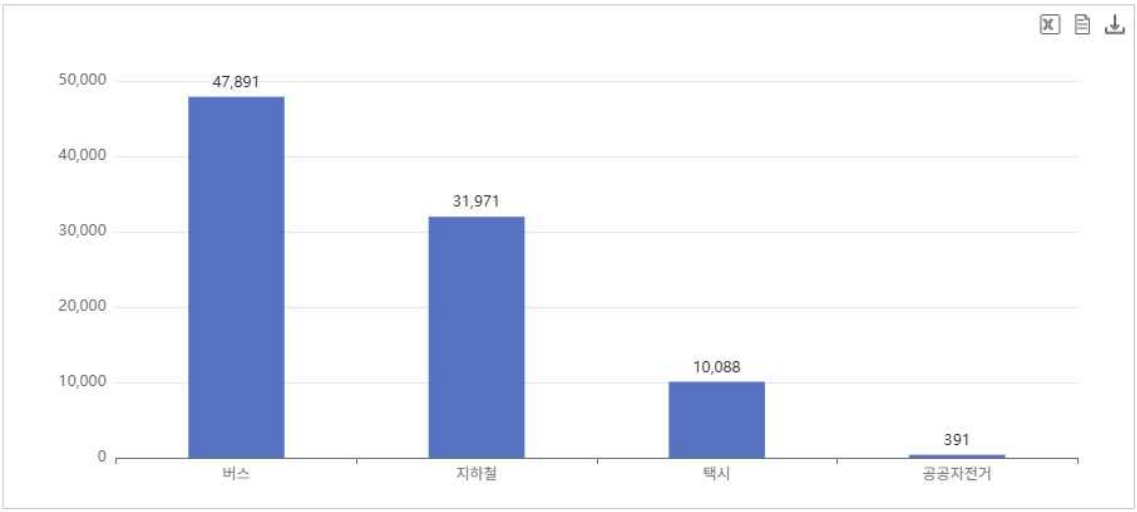


⊙ 교통 현황

차. 축제기간 교통수단별 이용객 현황

– 축제기간에 교통수단 이용은 버스(4.8만 명) > 지하철(3.2만 명) > 택시(1만 명) 순으로 나타남.

[그림 10] 축제기간 교통수단별 이용객 현황 (단위: 명)



⊙ 성과분석 결과

– 2025년 제2회 어린이 대축제는 축제기간 전/후 대비 인구 및 매출 모두 증가함.

– 산업연관효과[1] 및 부분별생산유발[2] 기준으로 경제적 파급효과를 보면 약 8~9억 원의 매출 효과가 있었던 것으로 보임.

– 취업 및 고용 유발효과를 보면 취업 3명, 고용 2명으로 나타남.

[그림 11] 축제기간 성과분석 결과

813,112,348 경제적 파급효과 산업연관효과기준 (단위 : 원)	901,164,160 경제적 파급효과 부분별생산유발계수기준 (단위 : 원)	44,313 인구 (단위: 명)

취업유발효과 (단위: 명)	3	고용유발효과 (단위: 명)	2

1) 축제영역 전체 매출금액을 기준으로 도출. 축제전후 대비 일평균 증감량 × 축제일수 × (생산유발계수 + 부가가치유발계수 + 수입유발계수)

2) 축제영역의 업종별 매출금액을 기준으로 도출. 업종별 축제전후 대비 일평균 증감량 × 축제일수 × (업종별 생산유발계수 + 부가가치유발계수 + 수입유발계수)

4.2. 2024년 제1회 동작 어린이 대축제 분석 결과 요약

⊙ 인구 현황

가. 축제기간 전/중/후 인구 현황

– 축제기간 전/중/후 인구는 모두 내국인이 가장 많으며, 축제기간의 내국인 인구는 약 30만 명으로 나타남.

– 축제기간의 내국인 인구는 전/후 평균 대비 약 1.3만 명 이상 증가함.

[그림 12] 축제기간 전/중/후 인구 현황 (단위: 명)

나. 축제기간 시간대별 인구 추이

– 11시~14시 미만 시간대의 인구는 5.1만 명으로 해당 시간대부터 인구가 증가함.

– 인구가 가장 많은 시간대는 17시~21시 미만(6.7만 명)으로 집계됨.

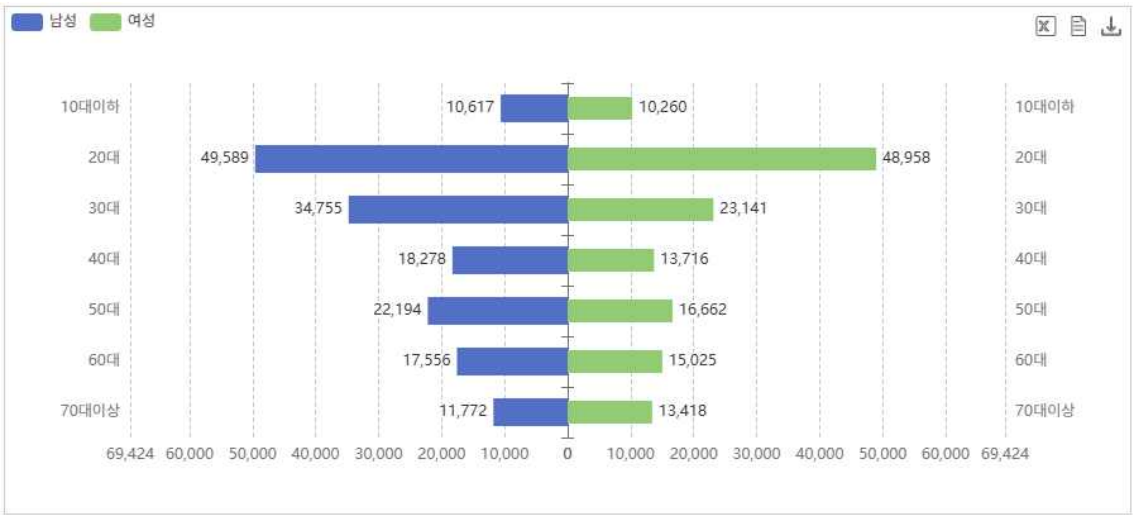
– 21시~24시 미만(3.5만 명)에 인구가 가장 적은 것으로 나타남.

[그림 13] 축제기간 시간대별 인구 추이 (단위: 명)

다. 축제기간 성연령대별 내국인 인구 현황

- 남성과 여성의 인구가 가장 많은 연령대는 20대로 나타남.
- 남성의 연령대별 인구는 20대(4.9만 명) > 30대(3.4만 명) > 50대(2.2만 명) 순이며, 여성은 20대(4.9만 명) > 30대(2.3만 명) > 50대(1.6만 명) 순으로 나타남.

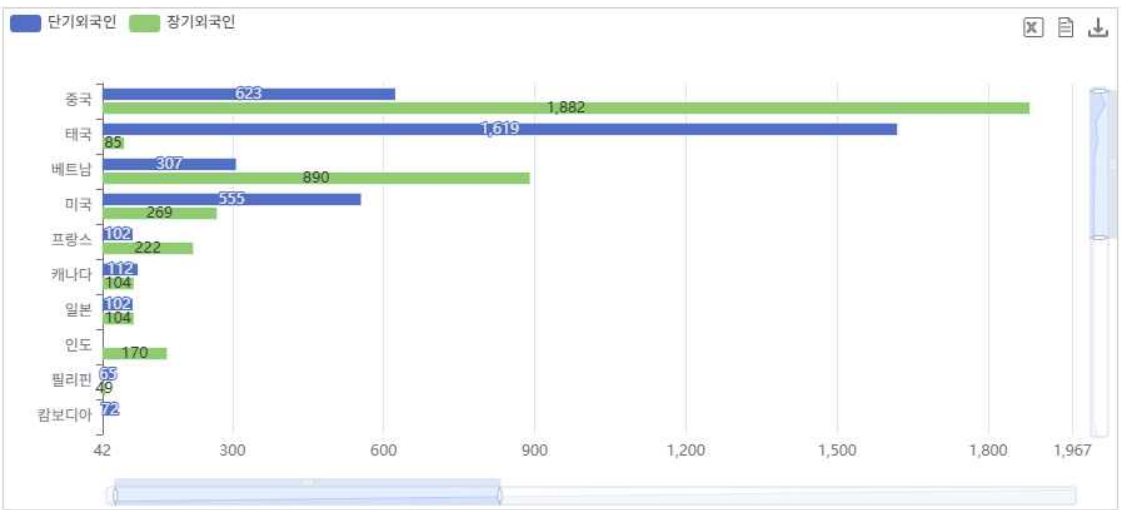
[그림 14] 축제기간 성연령대별 내국인 인구 현황 (단위: 명)



라. 축제기간 국적별 외국인 인구 현황

- 상위 10개 국적 중, 단기 체류 외국인은 태국(1,619명) > 중국(623명) 순이며, 장기 체류 외국인은 중국(1,882명) > 베트남(890명) 순으로 나타남.
- 태국을 보면, 단기 체류 외국인은 1,619명이지만, 장기 외국인은 85명으로써 단기 외국인이 장기 외국인에 비해 약 19배 높음.
- 중국과 베트남은 장기 외국인이 더 많고, 태국과 미국은 단기 외국인이 더 많음.

[그림 15] 축제기간 국적별 외국인 인구 현황 (단위: 명)



⊙ 유출(방문) 인구 현황

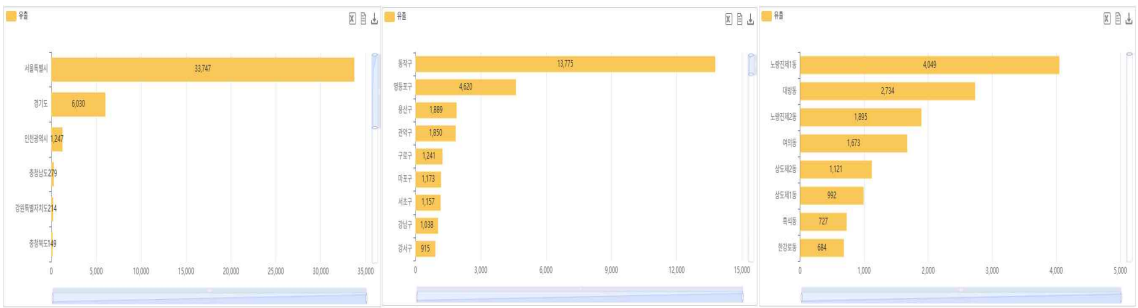
마. 축제기간 시도별 유출(방문) 인구 현황

– (시도별)동작구에서 유출한 총 인구는 4.2만 명이고, 서울특별시(3.3만 명) > 경기도(6천 명) > 인천광역시(1.2천 명) 순임.

– (시군구별)동작구(1.3만 명) > 영등포구(4.6천 명) > 용산구(1.9천 명) 순임.

– (행정동별)노량진제1동(4천 명) > 대방동(2.7천 명) > 노량진제2동(1.9천 명) 순임.

[그림 16] 축제기간 유출 인구 현황 (단위: 명)



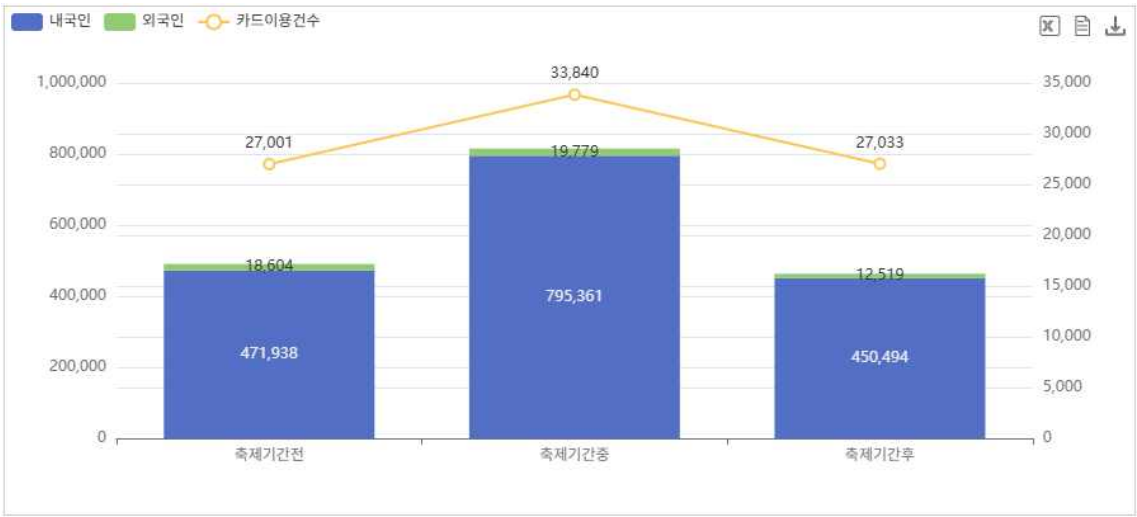
⊙ 매출 현황

바. 축제기간 전/중/후 매출 현황

– 축제기간의 카드 이용건수는 약 3.4만 건으로 축제 전/후에 비해 약 7,000건 증가함.

– 축제기간 중 내국인의 이용 금액은 7.9억 원으로 전/후에 비해 약 3.3억 원 이상 증가함.

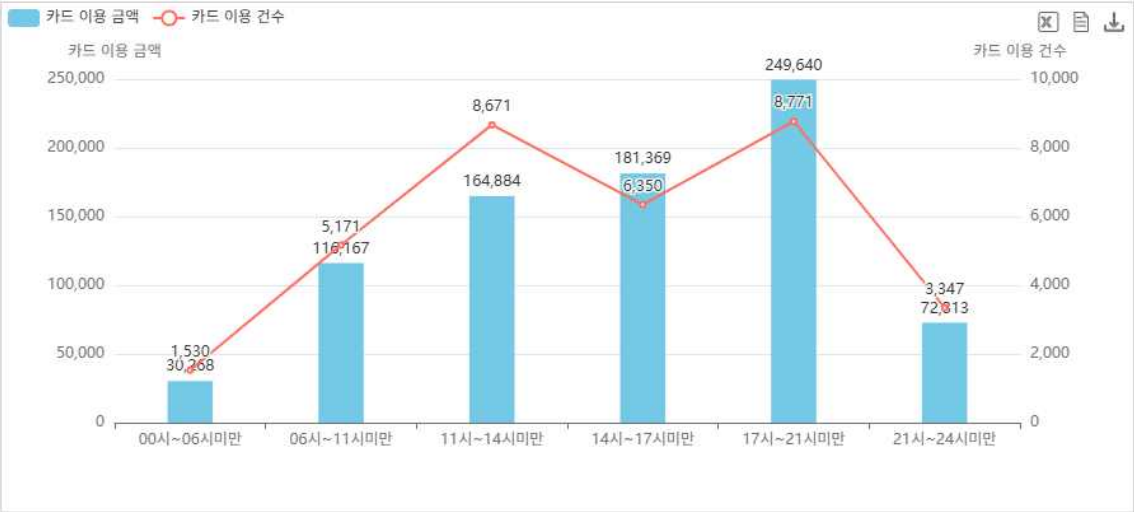
[그림 17] 축제기간 전/중/후 매출 현황 (단위: 천원, 건)



사. 축제기간 시간대별 매출 추이

- 축제기간 중 카드 이용 금액 및 건수가 가장 높은 시간대는 17시~21시 미만(249,640천원 / 8,771건)임.
- 점심시간인 11시~14시 미만엔 카드 이용 건수에 비해 이용 금액이 낮은 편임.

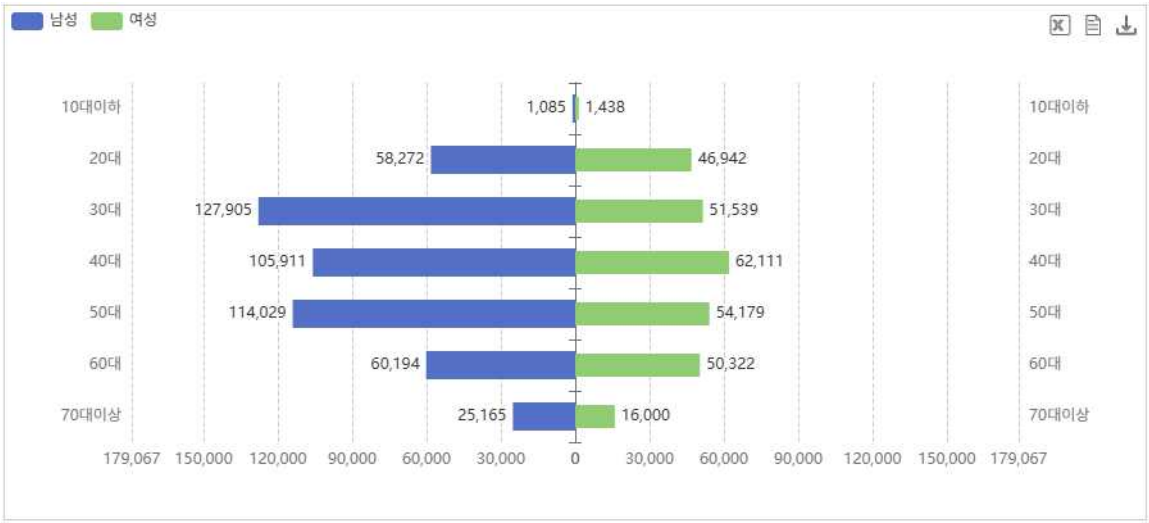
[그림 18] 축제기간 시간대별 매출 추이 (단위: 천원, 건)



아. 축제기간 성연령대별 매출 현황

- 남성의 이용 금액은 30대(1.28억 원) > 50대(1.14억 원) > 40대(1.06억 원) 순이며, 여성은 40대(6,211만 원) > 50대(5,418만 원) > 20대(5,154만 원) 순으로 나타남.
- 모든 연령대에서 남성이 여성보다 소비금액이 큼.

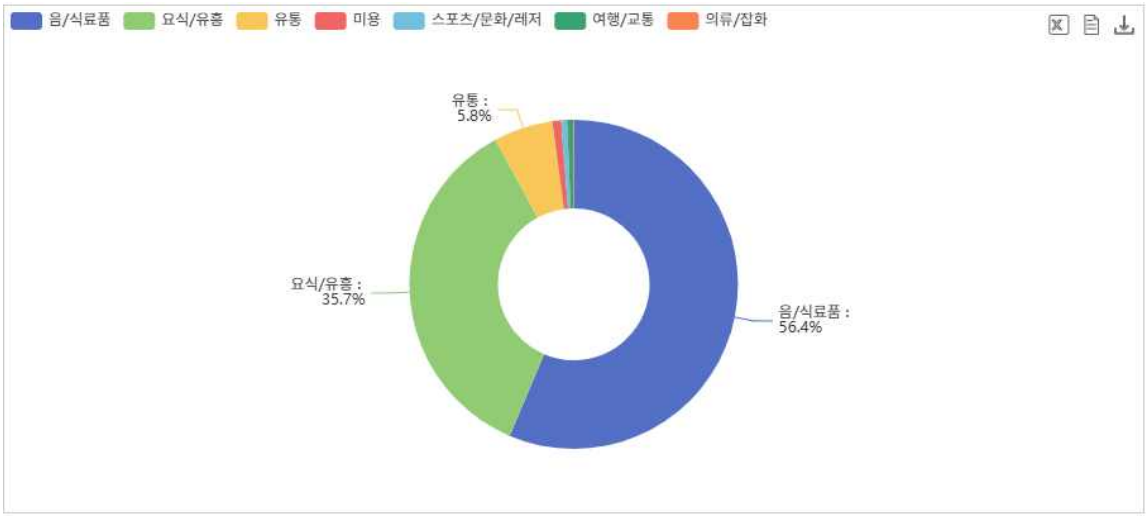
[그림 19] 축제기간 성연령대별 매출 현황 (단위: 천원)



자. 축제기간 대분류 업종별 매출 현황

– 대분류 업종별의 이용 금액은 전체 업종 중 음/식료품 업종이 56.4%이며, 요식/유흥 업종이 35.7%, 유통 업종이 5.8%, 순으로 많은 매출을 차지함.

[그림 20] 축제기간 대분류 업종별 매출 현황 (단위: %)

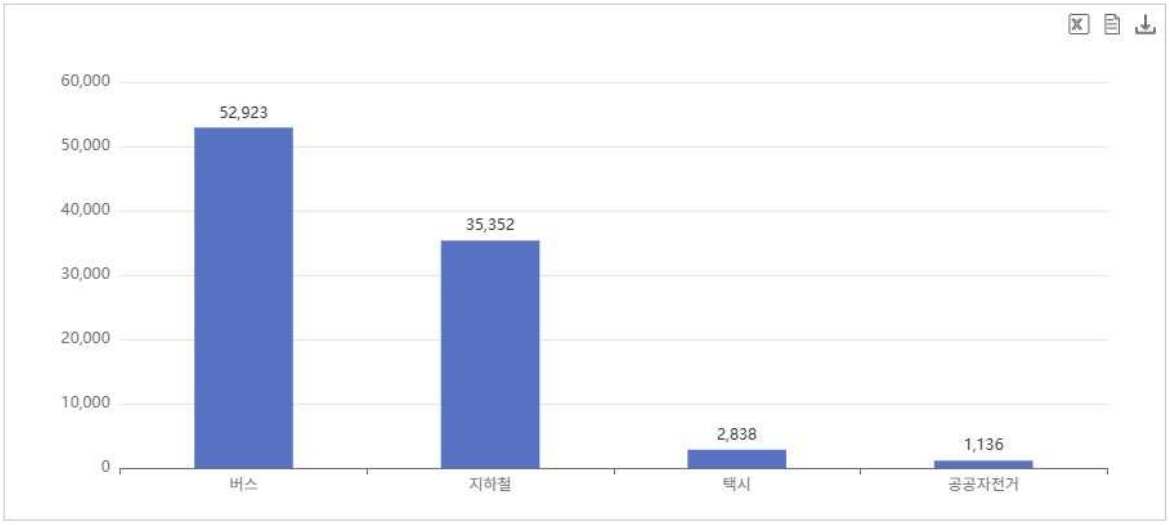


⊙ 교통 현황

차. 축제기간 교통수단별 이용객 현황

– 교통수단 이용은 버스(5.3만 명) > 지하철(3.5만 명) > 택시(2,838명) 순으로 나타남.

[그림 21] 축제기간 교통수단별 이용객 현황 (단위: 명)



20

⊙ 성과분석 결과

– 2024년의 제1회 어린이 대축제는 축제기간 전/후 대비 인구 및 매출 모두 증가함.

– 산업연관효과 및 부분별생산유발 기준으로 경제적 파급효과를 보면 약 9.5~10.5억 원의 매출 효과가 있었던 것으로 보임.

– 취업 및 고용 유발효과를 보면 취업 4명 고용 2명으로 나타남.

[그림 22] 축제기간 성과분석 결과

948,768,186 경제적 파급효과 산업연관효과기준 (단위 : 원)	1,051,030,446 경제적 파급효과 부분별생산유발계수기준 (단위 : 원)	17,623 인구 (단위: 명)

취업유발효과 (단위: 명)	4	고용유발효과 (단위: 명)	2

5. 분석 결과

5.1. 2025년 축제 결과

⊙ 인구 현황

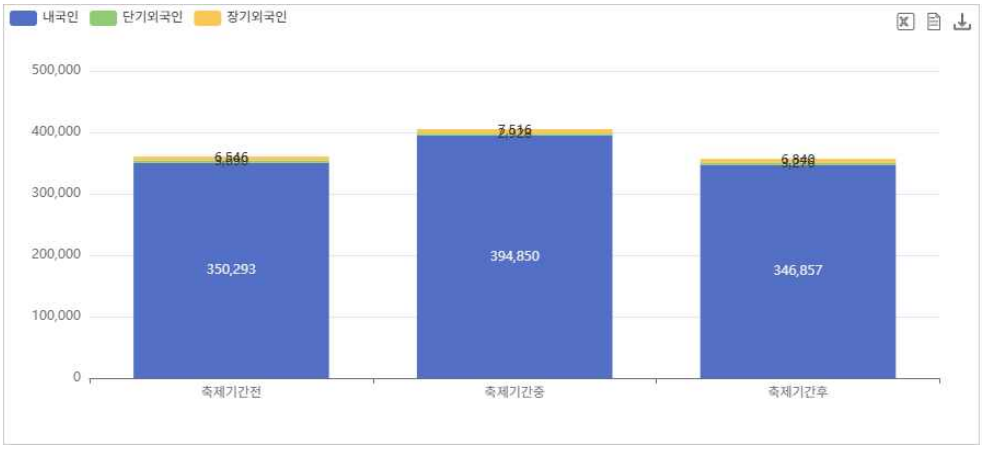
가. 축제기간 전/중/후 인구 현황

1) 인구 현황

– 축제기간 전/중/후 인구는 모두 내국인이 가장 많으며, 축제기간의 내국인 인구는 39만 명으로 나타남.

– 축제기간 전/중/후 외국인은 10,236명 / 10,444명 / 10,116명으로 전/후 평균대비 축제기간의 외국인 인구가 약 270명 증가함.

[그림 23] 축제기간 전/중/후 인구 현황 (단위: 명)



2) 시간대별 인구 추이

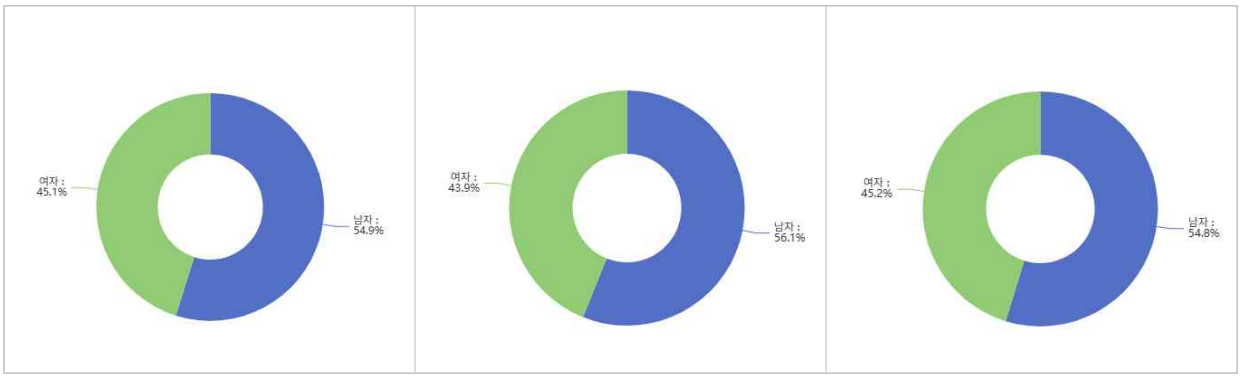
– 축제기간 전/중/후의 인구 패턴은 대체로 유사하나, 축제기간 중에는 전/후 대비 모든 시간대에서 인구가 더 많은 것으로 나타남.

[그림 24] 축제기간 전/중/후 시간대별 인구 추이 (단위: 명)

3) 성별/연령대별 내국인 인구 현황

- 축제기간 전/중/후 모두 남성 인구가 여성보다 많으며, 축제기간 중에는 남성 비율이 약 1%p 증가한 것으로 나타남.
- 축제기간 전/중/후의 연령대별 분포를 보면, 20대 인구가 가장 많은 것으로 보임.
- 축제기간 연령대별 인구는 20대(12.5만 명) > 30대(8.3만 명) > 50대(5.1만 명)로 나타남.
- 70대 이상을 제외한 모든 연령대에서, 축제기간 중 인구가 전후 대비 더 많은 것으로 확인됨.
- 해당 지역은 학원생 등 청년층 유동인구가 많은 지역으로, 축제기간 중 청년층 방문이 증가하면서 다른 연령대보다 전후 인구 증가폭이 더 큰 것으로 나타남.

[그림 25] 축제기간 전/중/후 성별 내국인 인구 현황



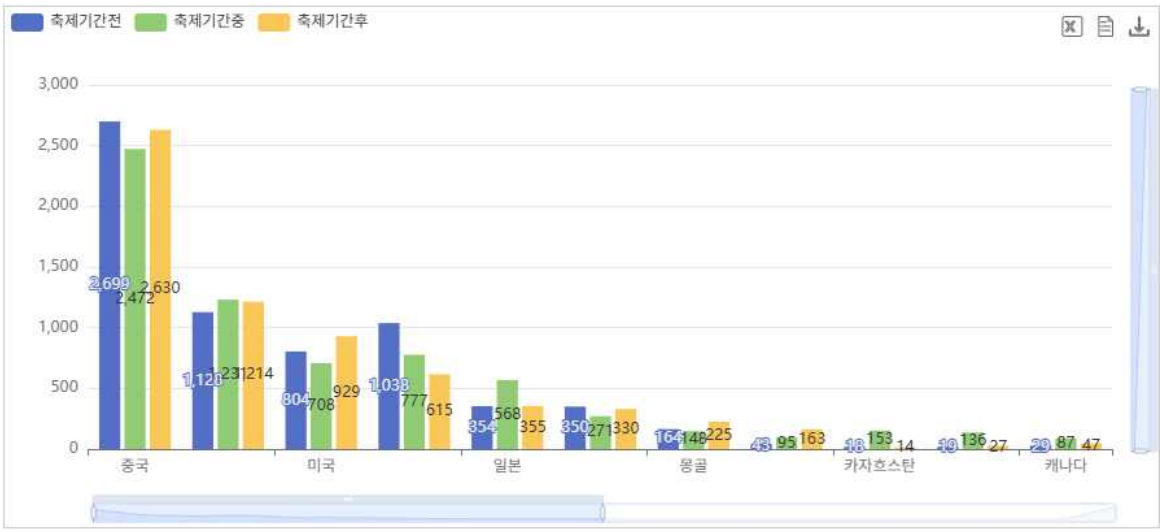
[그림 26] 연령대별 내국인 인구 현황 (단위: 명)

4) 국적별 외국인 인구 현황

– 축제기간 전/중/후 모두 중국 국적의 외국인이 가장 많았으며, 축제기간에 인구가 감소하는 형태를 보임.

– 일본 국적 외국인은 축제기간 전/후 평균에 비해 약 200명 이상 증가했으며, 베트남은 전/후 평균 대비 약 60명 이상 증가함.

[그림 27] 국적별 외국인 인구 현황 (단위: 명)



나. 축제기간 인구 현황

1) 일별 내외국인 인구 추이

– 축제 당일(5월 3일) 기준 총 유동인구는 40만 5천여 명으로, 내국인 중심의 유입이 뚜렷해 지역민 및 인근 거주자의 참여도가 높았을 가능성이 큼.

– 외국인 방문은 상대적으로 적지만, 장기 체류 외국인의 참여율은 의미 있는 수준임.

[그림 28] 일별 내외국인 인구 추이 (단위: 명)

2) 시간별 내외국인 인구 추이

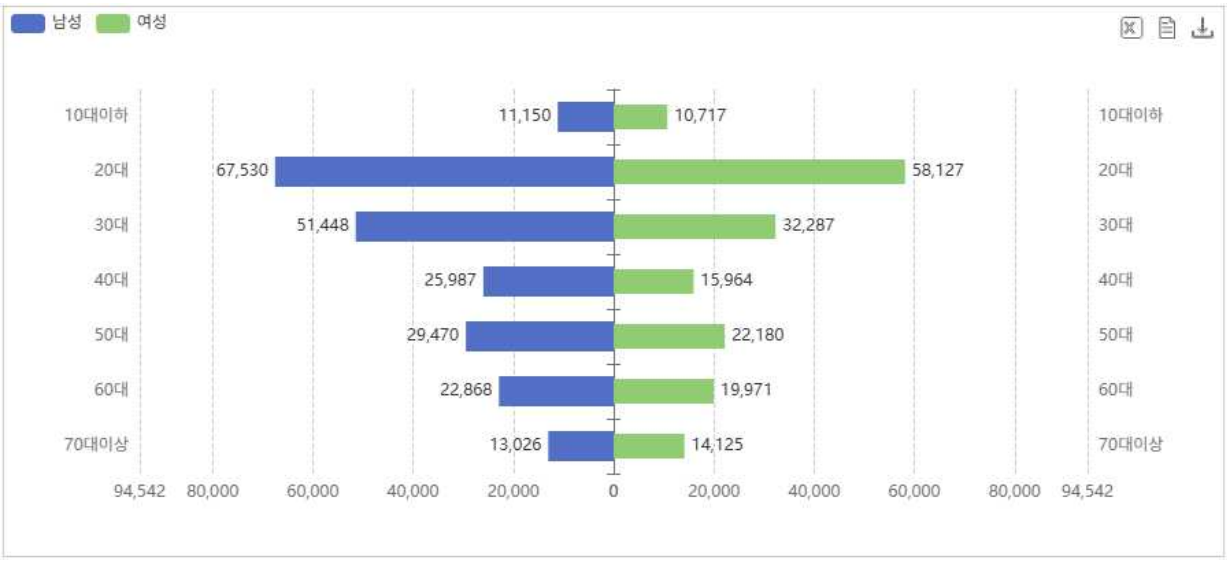
- 오전 11시부터 증가세가 뚜렷하며, 12~15시에 최대 약 2.1만 명으로 정점을 기록함. 이후 16~18시까지 유사한 수준을 유지한 뒤, 19시 이후부터 점진적 감소세를 보임.
- 전체적으로 하루 동안 완만한 상승–정점–감소의 곡선 패턴을 형성함.
- 내국인이 전체의 약 97~98%를 차지하여, 명확한 지역 기반형 행사 참여 구조를 보임.
- 외국인은 약 2~3% 수준으로, 장기 체류 외국인(평균 340명)이 단기 체류 외국인(평균 130명)보다 약 2.5배 많음.
- 외국인 인구는 축제 핵심 시간대(12~16시)에 소폭 증가하며, 행사장 방문·체험형 참여자의 일부 유입 가능성이 관찰됨.

[그림 29] 시간대별 내외국인 인구 추이 (단위: 명)

3) 성연령대별 내국인 인구 현황

- 축제기간 중 내국인 인구는 20대(12.6만 명) > 30대(8.4만 명) > 50대(5.2만 명)순임.
- 20대~50대가 전체 인구의 약 65% 이상을 차지하여, 청년층 및 중년층 중심의 참여형 축제 특성이 뚜렷함.
- 전 연령대에서 남성이 여성보다 많은 구조로, 전체적으로 남성 비중이 약 55~60% 수준으로 나타남.
- 특히 20대 남성(6.7만 명)과 30대 남성(5.1만 명)의 비중이 높아 청년 남성층의 참여도가 두드러짐.
- 여성 또한 20대(5.8만 명)와 30대(3.2만 명)에서 높은 참여율을 보여, 젊은 세대의 양성 참여가 고르게 나타나는 특징을 보임.

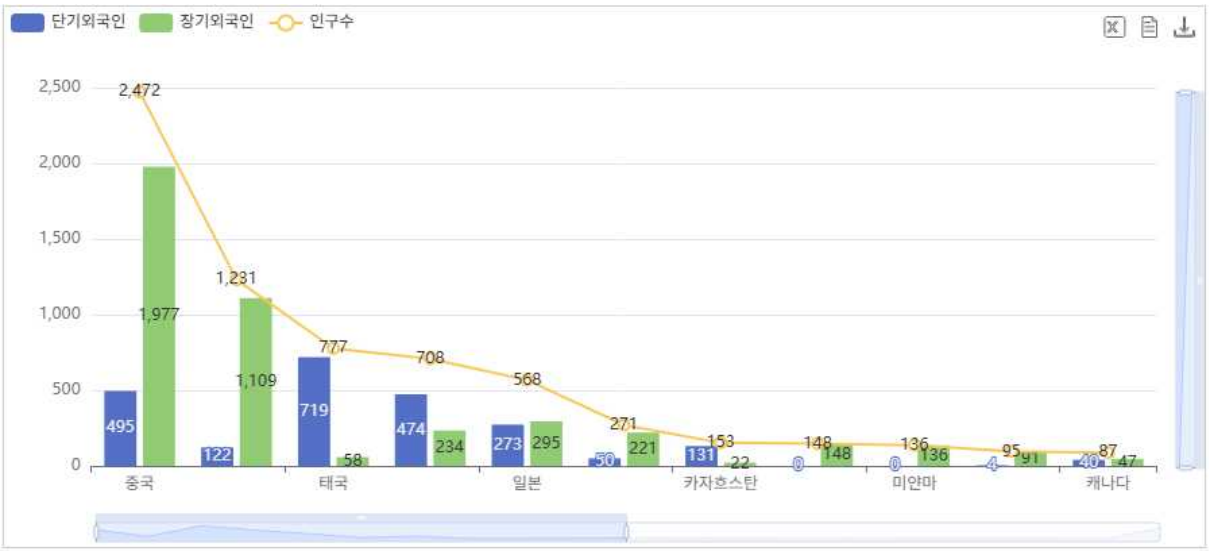
[그림 30] 성연령대별 내국인 인구 현황 (단위: 명)



4) 국적별 외국인 인구 현황

- 이 중 장기 체류 외국인이 65% 이상(약 4,900명)을 차지하며, 단기 체류 외국인은 약 35%(약 2,700명) 수준임.
- 중국(2,472명)과 베트남(1,231명)이 전체 외국인의 약 49%를 차지하며, 서울 남부권 특유의 중·베트남계 거주집단 중심 구조가 뚜렷함.
- (장기 체류형) 중국, 베트남, 일본, 프랑스, 몽골, 미얀마 등이 해당되며, 이들은 생활권 내 거주형 외국인 비중이 높음. 특히 중국(1,977명)과 베트남(1,109명)은 장기 체류자의 절대 다수를 차지하여 지역 내 상주 외국인 커뮤니티의 핵심 그룹으로 볼 수 있음.
- (단기 체류형) 태국(719명)이 대표적으로, 장기 체류(58명)에 비해 단기 방문이 12.4배 많음. 이는 관광·축제 단기 방문 수요가 태국 국적에서 상대적으로 높았음을 시사함. 그 외 카자흐스탄·미국 등도 단기 체류 비중이 높은 편으로, 단기 체류형 방문객 중심의 참여 패턴이 일부 존재함.
- (균형형 체류) 일본(273명 vs 295명)과 캐나다(40명 vs 47명)는 단기·장기 인구가 유사한 수준으로, 혼합형 거주 및 방문 패턴을 보임.
- '기타'로 분류된 국가군(3,547명)은 전체 외국인의 약 46.6%를 차지함.

[그림 31] 국적별 외국인 인구 현황 (단위: 명)



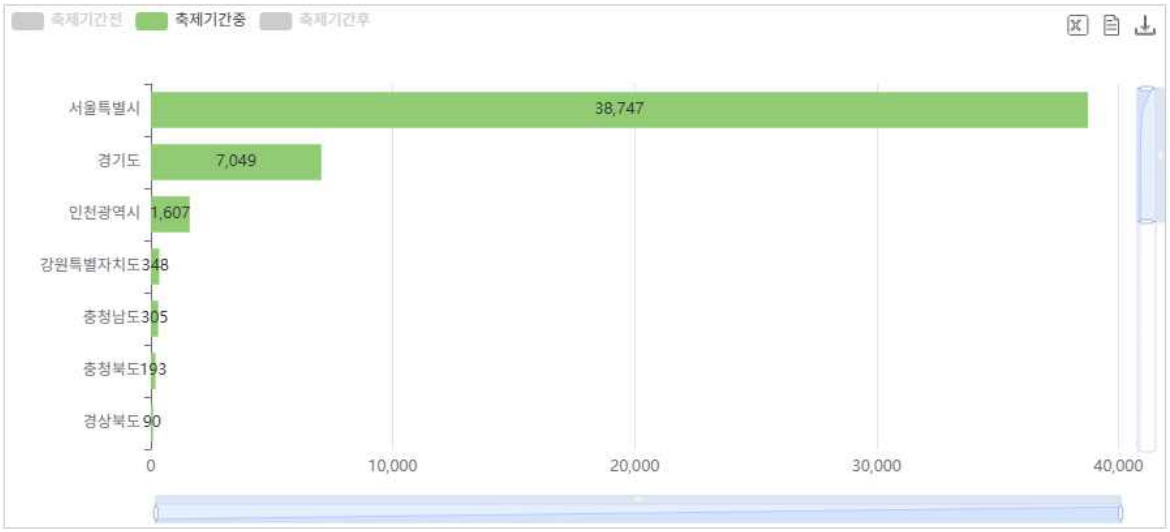
⊙ 유출(방문) 인구 현황

다. 축제기간 유출(방문) 인구 현황

1) 시도별 유출 인구 현황

- 축제기간 중 유출 인구는 총 약 4,9만 명으로, 이 중 서울특별시 거주자가 약 3.9만 명(78.5%)으로 절대 다수를 차지함.
- 이어 경기도(14.3%), 인천광역시(3.3%) 순으로 나타나, 수도권(서울·경기·인천)이 전체 유출 인구의 96% 이상을 구성함.
- 그 외 타 지역(강원·충청·영남권 등)은 합산 4% 미만으로, 장거리 이동보다는 인근 생활권 중심의 방문 특성이 뚜렷함.
- (서울특별시 / 38,747명) 지역 내 상주인구 및 생활인구 중심의 참여형 행사 특성을 반영하며, 대부분의 방문이 '서울 내 순환형 이동' 형태로 이뤄진 것으로 보임.
- (경기도 / 7,049명) 주로 인접 지역에서의 유입 중심으로, 대중교통 접근성과 생활권 연계성이 높은 지역에서 이동 발생 가능성이 큼.
- (인천광역시 / 1,607명) 상대적으로 소규모지만, 수도권 외곽에서의 주말 단기 방문층이 일정 수준 존재함. 축제 관람 목적의 비서울권 생활권형 이동이 소수 나타난 것으로 해석됨.

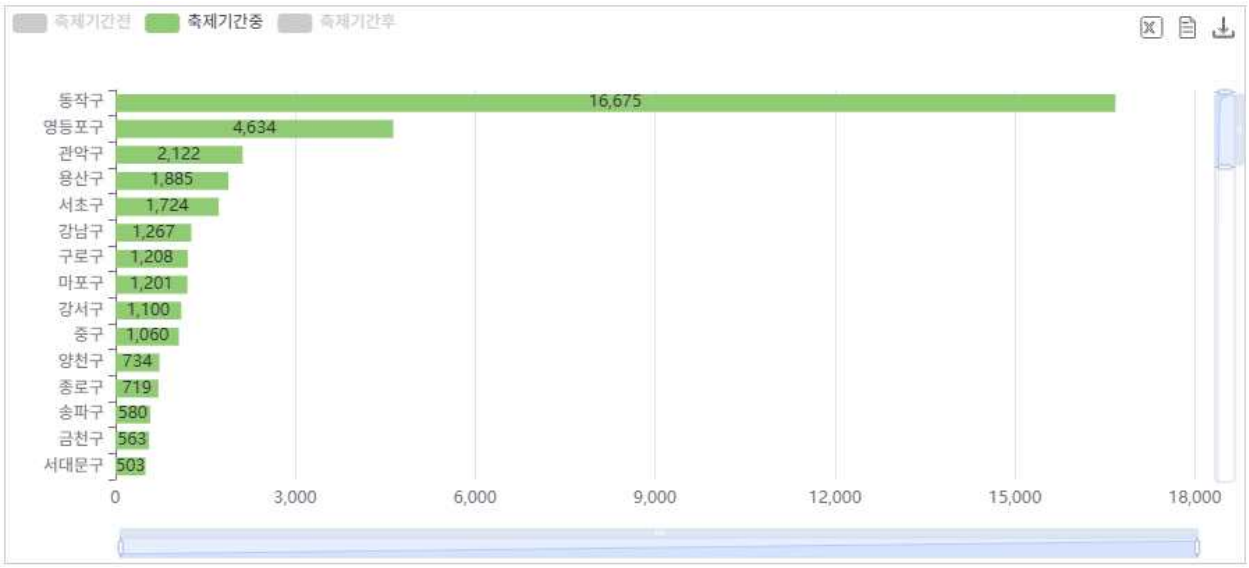
[그림 32] 축제기간 시도별 유출 인구 현황 (단위: 명)



2) 시군구별 유출 인구 현황

- 축제기간 중 서울 내 유출 인구는 총 약 2.9만 명 수준으로 집계됨. 이 중 동작구 자체 인구가 절반 이상(56%)을 차지하며, 인접 3개 구(영등포·관악·용산)까지 포함하면 전체의 85% 이상이 인근 생활권에서 발생함.
- 즉, 타 지역보다 지역민 중심의 생활권 행사로 참여 집중도가 매우 높음.
- (동작구/16,675명) 행사 개최지이자 생활권 중심 구로, 거주민 및 인근 학교·학원·가족 단위 방문객 중심의 내부 순환형 이동이 집중됨. 축제 전후 인구 변동 폭이 크지 않아, 지역 내 체류형 방문이 주류로 추정됨.
- (영등포구 / 4,634명) 대중교통 접근성이 뛰어나 단기 체류형 방문이 많은 지역.
- (관악·용산·서초구) 생활권 연접 지역으로, 관악구(2,122명)는 가족 단위·학생층 중심, 용산구(1,885명)는 한강변 접근을 통한 단기 방문형, 서초구(1,724)는 자가용 기반 단기 이동형 방문 패턴으로 추정됨.
- (기타 지역) 강남구·구로구·마포구 등은 각 1천 명 내외 수준으로, 서울 전역으로의 확산보다는 인근 생활권 중심 참여가 특징적임. 서대문·금천 등 원거리 구는 500명 내외로 미미함.

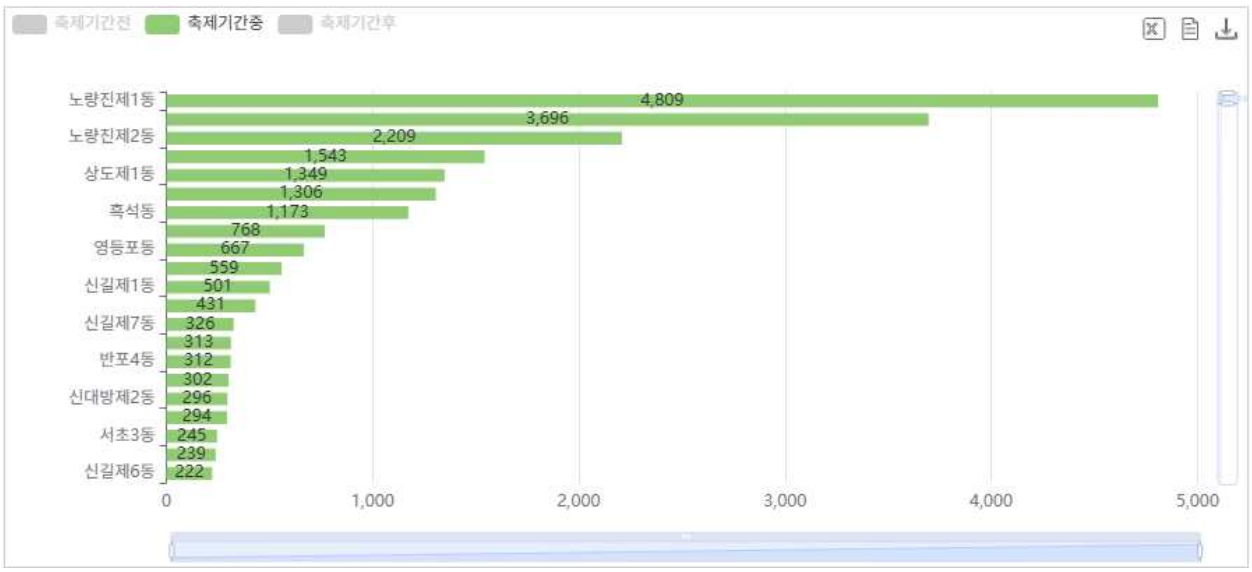
[그림 33] 축제기간 시군구별 유출 인구 현황 (단위: 명)



3) 행정동별 유출 인구 현황

- 노량진제1동(4,809명) > 대방동(3,696명) > 노량진제2동(2,209)명 → 상위 3개 동이 전체의 약 27.7% 차지.
- 동작구 내부(노량진·상도·흑석·대방·신대방·사당 등) 합계가 약 1.68만 명(43%)로, 개최지 내부 순환현 방문이 절대적임.
- 영등포구 권역(여의동·영등포동·당산·신길 등) 합계가 약 4,192명(10.8%)으로 인접 생활권 유입이 뚜렷함.
- 용산(이촌·한강로·서빙고 등)이 1,577명(4.1%), 서초(반포·서초·방배 등)이 1,693명(4.4%), 관악(신림·낙성대 등)이 1,156명(3.0%)

[그림 34] 축제기간 행정동별 유출 인구 현황 (단위: 명)



⊙ 매출 현황

라. 축제기간 전/중/후 매출 현황

1) 매출 현황

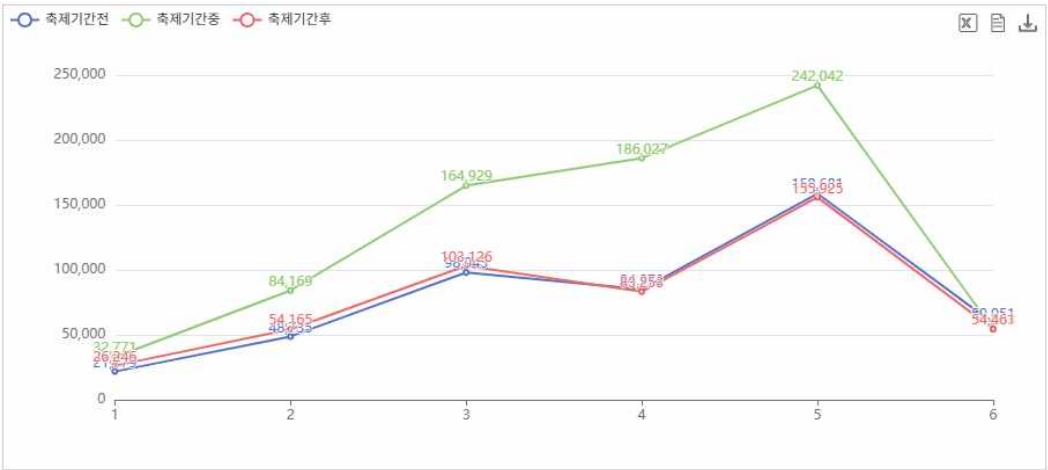
- 축제기간 중 내국인 매출은 축제기간 전/후 평균 대비 62.8% 증가하였으며, 이는 내국인 방문객 수 증가와 소비 촉진 효과를 잘 보여줌.
- 외국인 매출도 21.7% 증가하였지만, 내국인에 비해 상대적으로 낮은 증가율임.
- 카드이용건수는 축제기간 전/후 평균 대비 11.9% 증가하였으며, 이는 축제기간 동안 소비 활성화가 있었음을 보여줌.

[그림 35] 축제기간 전/중/후 매출 현황 (단위: 천원, 건)

2) 시간대별 매출 추이

- 주요 매출 시간대는 4(14시~17시미만)와 5(17~21시미만)로, 이 두 시간대가 축제의 가장 큰 경제적 효과를 나타냄. 주요 관람 시간대와 맞물려 있는 시간대.
- 축제 종류 후 전체적으로 매출 감소가 일어나며, 특히 야간 시간대에서 큰 감소폭을 보임. 이는 축제 인구 유입 감소와 관련이 있음.

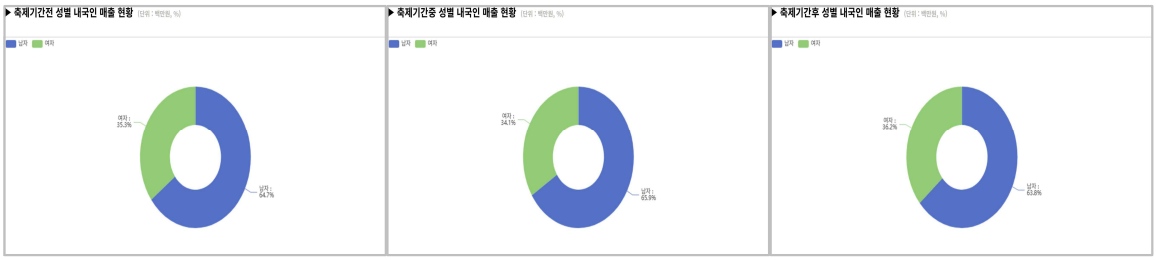
[그림 36] 축제기간 전/중/후 시간대별 매출 추이 (단위: 천원)



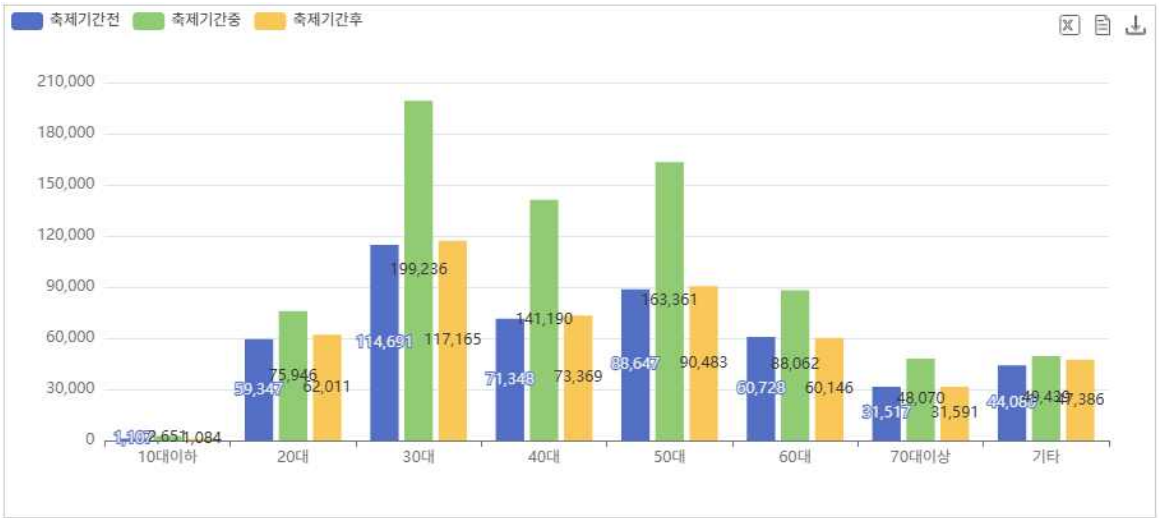
3) 성별/연령대별 내국인 매출 현황

- 남성의 매출이 전체적으로 여성보다 높음. 축제기간 중에 매출이 급증하는 경향이 있으며, 특히 남성의 매출 증가율이 여성보다 더 큼(남성 71.3%, 여성 62.3%).
- 30대와 50대가 주요 매출 발생 연령대이며, 각각 73.7%와 84.2%의 큰 증가율을 기록함.
- 10대 이하의 경우, 축제기간 중 매출이 139.7% 증가했지만, 축제기간 후에는 59.2%의 큰 감소율이 나타남.
- 70대 이상 연령대는 52.6% 증가 후, 34.4% 감소가 발생함.

[그림 37] 축제기간 전/중/후 성별 내국인 매출 현황



[그림 38] 축제기간 전/중/후 연령대별 내국인 매출 현황 (단위: 천원)



4) 업종별 내국인 매출 현황

□ 대분류

- 음식/식료품 업종은 434,245천원으로 축제 중 가장 큰 매출을 기록하였으며, 축제 전 대비 123% 증가함, 다만 축제 종료 후에는 53.3% 감소하여 일시적인 소비 집중 현상이 나타남.
- 요식/유흥 업종은 257,187천원으로 22.3% 증가하며 활발한 소비가 이루어졌으나, 축제 종료 후에는 18.5% 감소함. 외식·체험형 소비가 집중된 결과로 해석됨.
- 유통 업종은 38,778천원으로 11.6% 증가하며 비교적 안정적인 상승세를 보였고, 축제 종료 후에는 5.2% 소폭 감소하여 일정 수준의 매출이 유지됨.
- 스포츠/문화/레저는 업종은 8,156천원으로 11.5% 증가, 축제기간 후에도 3.5% 추가 증가가 나타나 축제 이후에도 긍정적인 소비가 지속됨.
- 미용 업종은 4,348천원으로 46.3% 증가하여 뚜렷한 성장세를 보였으나, 축제 후 35.8% 감소로 급락세를 보임.
- 의류/잡화 매출은 49천원으로 크게 감소했다가, 축제 후 1,581원으로 2,133% 급증하며 빠른 회복세를 보임. 축제 종료 후 일반 상권 소비가 재개된 영향으로 판단됨.

[그림 39] 축제기간 전/중/후 대분류 업종별 내국인 매출 현황 (단위: 천원)

□ 중분류

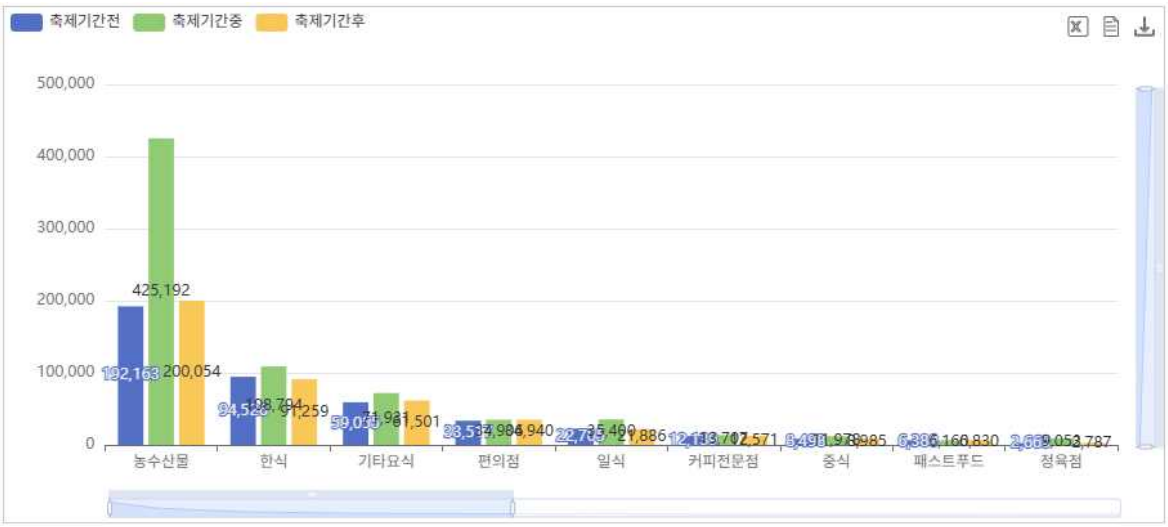
- 한식, 기타요식, 일식/중식/양식 등 대부분의 식음료 업종은 축제기간 중 성장 후 축제 후에 감소함.
- 한식 업종 매출은 축제기간 중 108,794천원으로 15.1% 증가했으며, 축제기간 후 16.2% 감소함.
- 기타요식 업종 매출은 축제기간 중 71,931천원으로 21.9% 증가했으나, 축제기간 후 14.6% 감소함.
- 일식/중식/양식 매출은 47,731천원으로 48.9% 증가했으며, 축제기간 후 33.9% 감소함. 축제기간 동안 큰 성장을 보였지만, 종료 후에 감소가 뚜렷함.
- 편의점의 매출은 34,906천원으로 4.1% 증가하고, 축제기간 후에도 0.1% 증가하여 안정적이고 지속적인 성장세를 보임.
- 제과/커피/패스트푸드 업종 매출이 24,957천원으로 15.1% 증가했으나, 축제기간 후 10% 감소함.

[그림 40] 축제기간 전/중/후 중분류 업종별 내국인 매출 현황 (단위: 천원)

□ 소분류

- 농수산물은 축제기간 중 425,192천원으로 가장 큰 매출을 기록하며 121.1% 증가했으나, 축제기간 후에는 53% 감소함. 큰 폭의 증가와 하락이 특징임.
- 일식은 축제기간 중 매출이 35,400천원으로 55.7% 증가했으나, 축제기간 후에는 38.2% 감소함.
- 커피전문점은 축제기간 중 매출이 13,707천원으로 12.9% 증가했으나, 축제기간 후에는 8.3% 감소함. 축제기간 동안 적당한 성장 후 소비 감소를 보임.
- 중식은 축제기간 중 매출이 11,978천원으로 41.7% 증가했으나, 축제기간 후에는 25% 감소함.
- 패스트푸드는 축제기간 중 매출이 6,160천원으로 3.5% 감소했으며, 축제기간 후에는 10.9% 증가함. 축제기간 동안 소비 감소 후, 종료 후 반등한 모습임.
- 정육점은 축제기간 중 매출이 9,053천원으로 240.3% 증가했으나, 축제기간 후에 69.3% 감소함. 급격한 매출 증가와 하락을 겪은 업종 중 하나임.
- 노래방은 축제기간 중 매출이 3,774천원으로 24.5% 증가했으나, 축제기간 후에 23.9% 감소함.
- 서점은 축제기간 중 매출이 3,549천원으로 46.4% 증가했으나, 축제기간 후에는 23.6% 감소함.

[그림 41] 축제기간 전/중/후 소분류 업종별 내국인 매출 현황 (단위: 천원)



마. 축제기간 매출 현황

1) 시간대별 내외국인 매출 추이

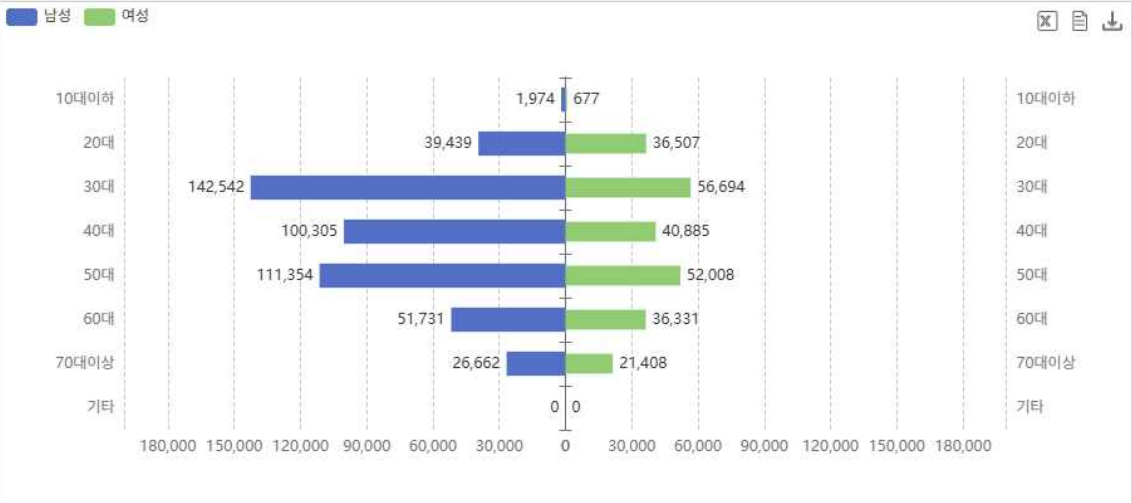
- 1구간(00~06시 미만) : 내국인 매출 32,355천원, 외국인 416천원으로 하루 중 최저 수준. 카드이용건수는 1,358건으로 낮음.
  → 이른 아침 시간대로 방문객이 적어 소비활동이 제한적임.
- 2구간(06~11시 미만) : 내국인 매출이 83,983천원으로 1구간 대비 약 160% 증가함. 카드이용건수도 4,329건으로 크게 증가.
  → 오전 유동인구 증가와 함께 간단한 식사·커피 소비가 활발해진 것으로 해석됨
- 3구간(11~14시 미만) : 내국인 매출 159,515천원, 외국인 매출 5,414천원. 카드이용건수 6,763건으로 상승.
  → 점심시간 전후 식음료 소비가 집중되는 구간으로, 외국인 매출 비중도 상대적으로 확대됨.
- 4구간(14~17시 미만) : 내국인 매출 181,132천원, 외국인 4,895천원. 카드이용건수는 5,391건으로 약간 감소.
  → 점심 이후 휴식·문화소비로 이어지는 흐름으로 추정되며, 매출은 여전히 높은 수준 유지
- 5구간(17~21시 미만) : 내국인 매출 234,568천원, 외국인 7,474천원, 카드이용건수 7,586건으로 최고치 기록.
  → 축제 핵심 시간대이며, 주요 콘텐츠·식음료 매출이 집중된 것으로 판단됨.
- 6구간(21~24시 미만) : 내국인 매출 51,211천원, 외국인 3,052천원. 카드이용건수 2,548건으로 급감
  → 행사가 마무리되며 방문객이 급격히 줄어드는 시간대

[그림 42] 시간대별 내외국인 매출 추이 (단위: 천원, 건)

2) 성연령대별 내국인 매출 현황

- 전체 매출은 남성 466,007천원(약 63.6%), 여성 244,510천원(약 33.4%)으로 남성이 여성보다 약 1.9배 높은 소비 비중을 보임.
- 30~50대 연령층이 전체 매출의 중심축을 이루며, 전체의 약 70% 이상을 차지함.
- 20대 이하 및 60대 이상은 상대적으로 소비 비중이 낮음.
- 남성은 모든 연령대에서 여성보다 높은 소비를 보였으며, 특히 30대(142,542천원)와 50대(111,354천원)에서 소비 집중도가 매우 높음.
- 여성은 50대(52,008천원), 30대(56,694천원)에서 두드러지며, 60대(36,331천원) 비중이 상대적으로 높아, 중장년층 여성의 문화·식음 소비 참여가 활발한 편임.

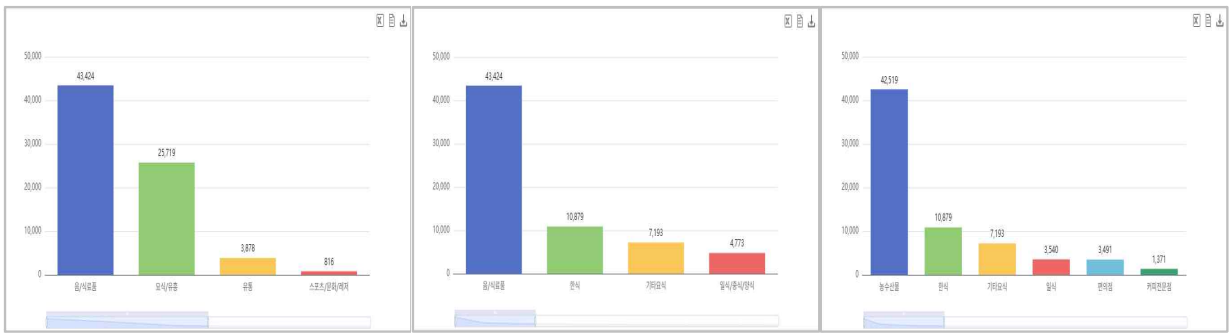
[그림 43] 성연령대별 내국인 매출 현황



3) 업종별 내국인 매출 현황

- (대분류) 전체 매출의 약 86%가 식음·외식 관련 업종(음/식료품+요식/유흥)에 집중되어, 축제 소비가 즉시성·현장형 소비 중심으로 형성된 것으로 분석됨.
- (중분류) 요식 관련 업종(한식, 기타요식, 일식/중식/양식) 합계가 전체의 약 20% 이상을 차지함. 카페·간식형 소비(커피전문점, 제과, 패스트푸드)도 꾸준한 수요 존재. 문화·체험형 소비(레저·체험·유흥 등)은 상대적으로 낮음.
- (소분류) 농수산물 업종이 36.2%로 압도적이며, 지역 특화형 축제 소비 구조를 형성함. 한식·기타요식·편의점·커피전문점 등 식음 중심 업종이 상위권을 차지함. 문화·체험·서비스형 업종(스포츠, 미용, 노래방 등)은 보조적 수준에 머무름. 의류·잡화 등 비식음 업종은 축제 영향이 거의 없음.

[그림 44] 업종별 내국인 매출 현황 (단위: 만원)



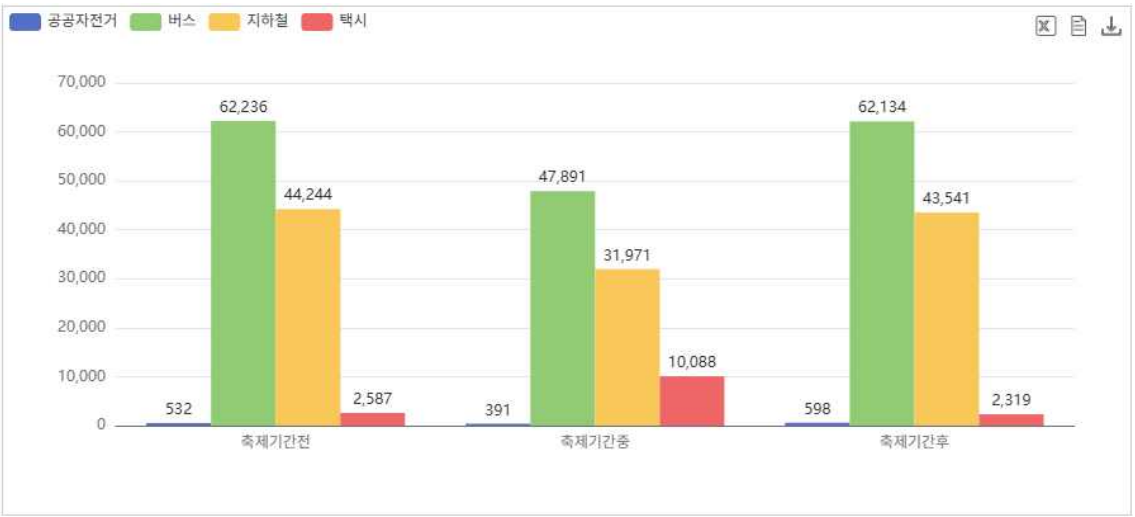
⊙ 교통 현황

바. 축제기간 전/중/후 교통 현황

- (버스) 축제기간 중 이용객은 47,891명으로 축제 전 대비 23% 감소. 이는 행사장 주변 교통 혼잡, 통제 등으로 버스 노선 접근성이 낮아진 영향으로 해석됨. 축제 후에는 거의 원상 복귀(62,134명)
- (지하철) 축제 전 44,244명에서 축제 중 31,971명(−27.7%)으로 가장 큰 감소 폭을 보임. 인근 지하철역(노량진 등)에서 하차 후 도보 이동보다, 행사장 인근 주차 또는 택시 이용 비중이 늘어난 것으로 추정됨.
- (택시) 10,088명 이용, 축제 전 대비 약 3.9배 증가(+290%)로 유일하게 급증한 교통수단. 이는 행사 방문객이 가족·단체 단위 이동을 택시로 대체했거나, 야간 시간대 귀가 수요가 집중된 영향으로 보임.
- (공공자전거) 축제 전 532명에서 축제 중 391명(−26.5%) 소폭 감소 후, 598명으로 회복(+52.7%). 일상 이동 패턴 복귀 추세.

⇒ 축제기간 중 교통수단 이용 패턴은 '대중교통 감소+택시 집중'으로 요약됨. 특히 버스(−23%)와 지하철(−28%) 이용 감소, 택시 이용 약 4배 증가는 행사장 접근성과 귀가 시간대 혼잡이 주요 원인으로 보임.

[그림 45] 교통수단별 이용객 현황 (단위: 명)



⊙ SNS 분석

사. 주요 키워드 현황

– 동작 어린이 대축제 주요 키워드는 어린이(16건) > 대축제(16건) > 동작(14건) > 행사(9건) > 축제(6건) > 서울(6건) > 체험(5건) > 함께(4건) 순으로 나타남

⇒ 축제명과 관련된 단어가 가장 많이 등장했고, 체험과 행사의 등장 비중으로 볼 때, 체험형 프로그램이 중요하게 다뤄지고 있으며, 함께라는 단어는 가족 및 단체 활동을 유도하는 요소로 작용할 가능성이 큼.

[그림 46] 2025년 동작 어린이 대축제 워드클라우드

5.2. 2024년 축제 결과

⊙ 인구 현황

가. 축제기간 전/중/후 인구 현황

1) 인구 현황

– 축제기간 중 전체 인구는 약 31.9만 명으로 전 기간 대비 +6% 증가함. 축제 종료 후에는 약 30.3만 명으로 감소, 거의 축제 전 수준으로 복귀함.

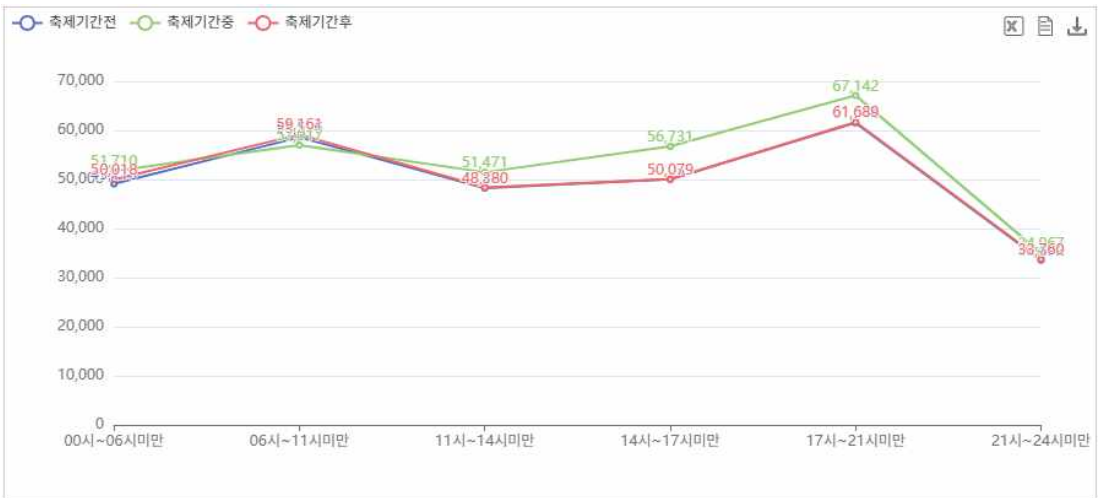
– 축제기간에는 내·외국인 모두 증가하였으며, 특히 단기외국인이 4,235명으로 50% 이상 급증한 점이 두드러짐.

[그림 47] 축제기간 전/중/후 인구 현황 (단위: 명)

2) 시간대별 인구 추이

– 전체적으로 축제기간 중 인구는 대부분 시간대에서 증가했으며, 특히 14~21시 시간대에 집중적인 인구 상승이 관찰됨.

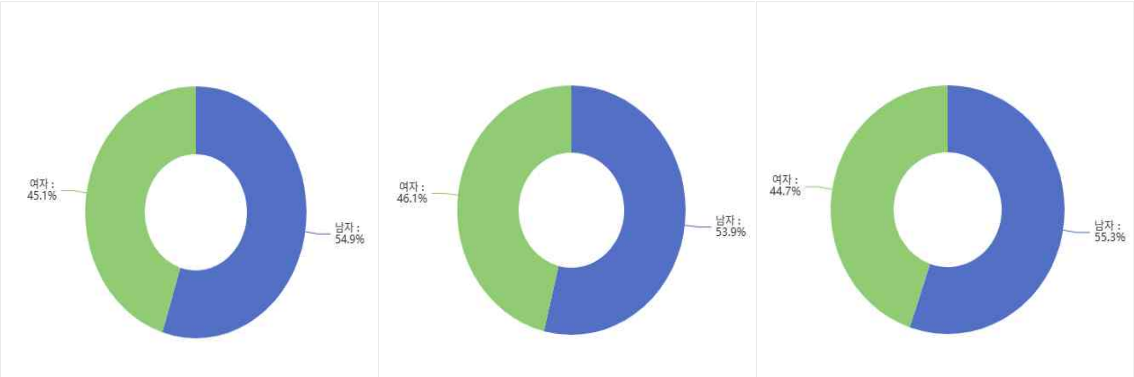
[그림 48] 축제기간 전/중/후 시간대별 인구 추이 (단위: 명)



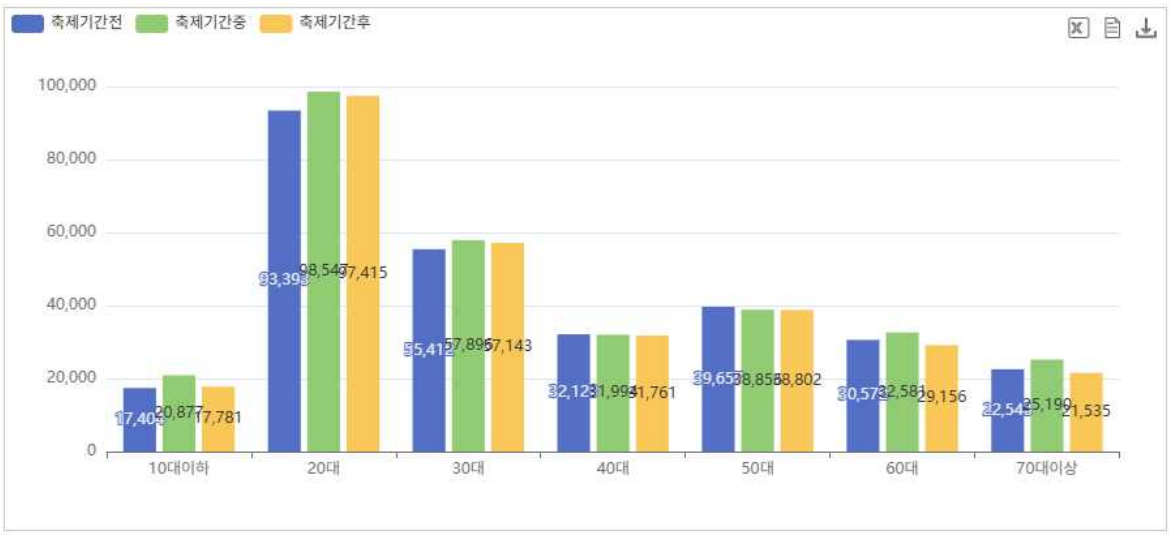
3) 성별/연령대별 내국인 인구 현황

- 축제기간 중에 남자인구의 증가율은 3.1%이고, 여자인구의 증가율은 7.6%임.
- 10대 이하의 인구가 19.5%로 가장 큰 증가폭을 보였는데 행사 특성에 맞는 인구 변화라 해석할 수 있음.
- 20대와 30대 인구는 축제 기간 동안 각각 5.5%와 4.3% 증가했으며, 전체에서 차지하는 비율은 약 51%임.
- 60대와 70대 이상 연령대가 축제 기간 동안 각각 6.5%와 11.7%로 늘었는데, 아이들과 부모뿐만 아니라 조부모가 함께 행사에 참여했음을 유추해볼 수 있음.

[그림 49] 축제기간 전/중/후 성별 내국인 인구 현황



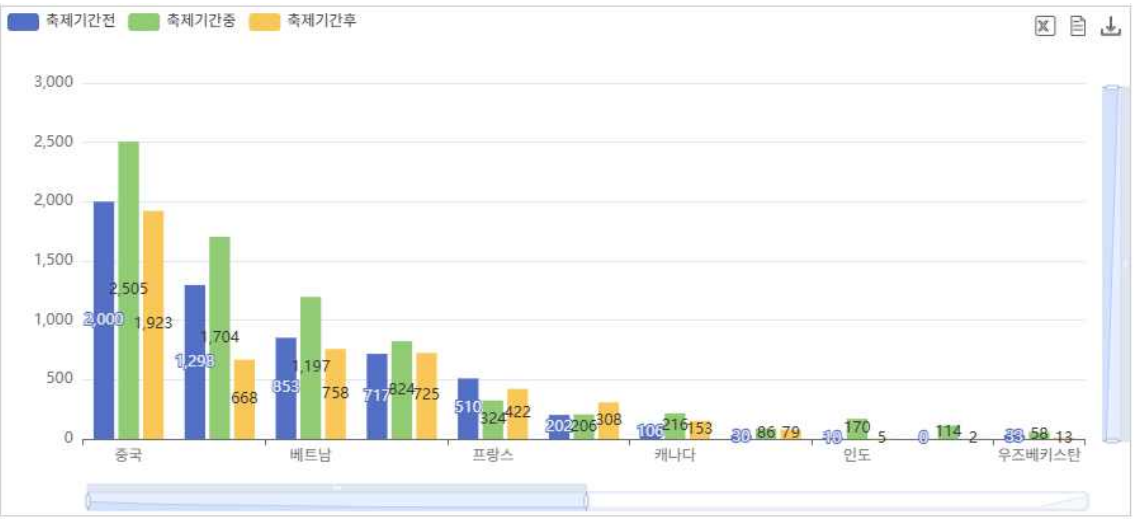
[그림 50] 연령대별 내국인 인구 현황 (단위: 명)



4) 국적별 외국인 인구 현황

- 중국과 태국 방문객이 주요 국적군을 형성하며, 특히 중국인 방문자가 많음.
- 대부분의 국적에서는 축제기간 중에 방문객 수가 증가했으며, 축제 후 감소한 경향을 보임.
- (중국)축제기간 중 25.2% 증가했으며, 종료 후 23.2% 감소함.
- (태국)축제기간 중 31.2% 증가했으며, 종료 후 60.8% 감소함.
- (베트남) 축제기간 중 40.3% 증가했으며, 종료 후 36.7% 감소함.
- (미국) 축제기간 중 14.9% 증가했으며, 종료 후 12% 감소함.
- (프랑스) 축제기간 중 -36.4% 감소했으며, 종료 후 30.8% 증가함.
- (기타 국가) 축제기간 중 28.9% 증가했으며, 종료 후 19.3% 감소함.

[그림 51] 국적별 외국인 인구 현황 (단위: 명)



나. 축제기간 인구 현황

1) 시간대별 내외국인 인구 추이

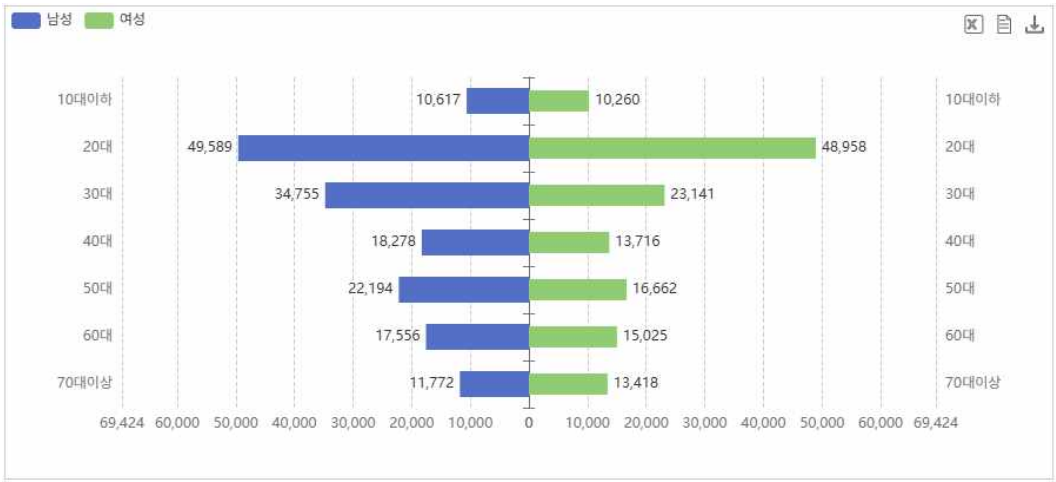
- 내국인은 17시~21시미만 시간대에서 가장 많은 수치를 보이며, 축제 기간 전반적으로 계속해서 많은 비율을 차지하고 있음.
- 단기외국인과 장기외국인은 17시~21시미만 시간대에서 눈에 띄게 증가하며, 전반적인 외국인 수는 낮은 비율을 유지함.

[그림 52] 시간대별 내외국인 인구 추이 (단위: 명)

2) 성연령대별 내외국인 인구 현황

- 20대는 축제의 주요 참여층으로, 성비가 균형을 이루며, 전체적으로 가장 많은 참여를 보임.
- 연령대별로 남성의 참여가 상대적으로 높은 경향을 보였으며, 특히 30대와 50대에서 큰 차이를 보임.
- 70대 이상 연령대에서는 오히려 여성의 참여가 남성보다 더 많은 경향을 나타내며, 이는 다른 연령대와 비교되는 특징임.

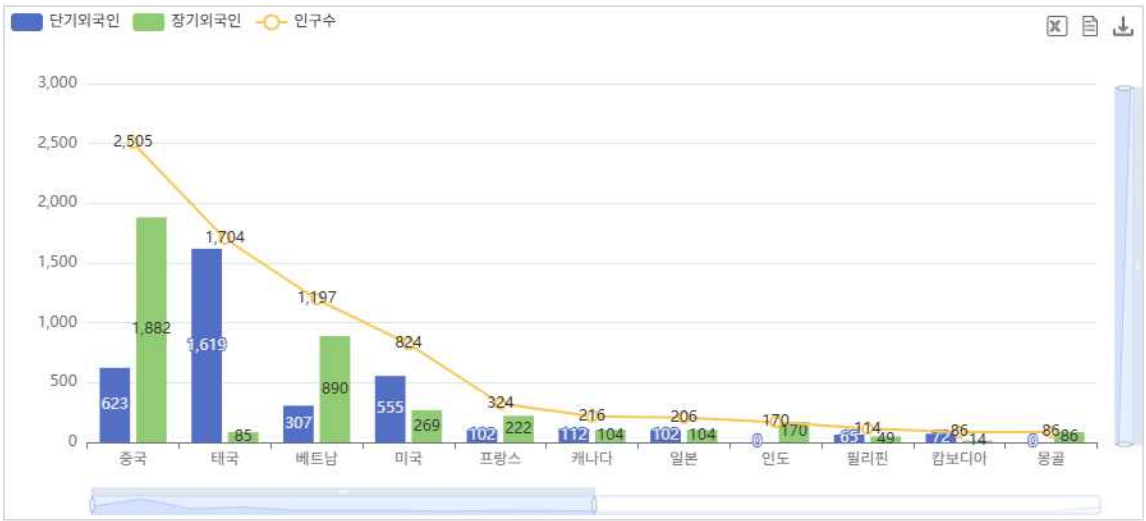
[그림 53] 성연령대별 내국인 인구 현황 (단위: 명)



3) 국적별 외국인 인구 현황

- 중국이 가장 큰 참여를 보였으며, 장기 외국인 비율이 높다는 점은 비즈니스나 학문적 이유로 체류 중일 수 있음.
- 태국은 상대적으로 단기 외국인 비율이 높아, 여행자나 관광객이 축제에 참여했을 가능성이 큼.
- 베트남, 미국, 프랑스, 캐나다 등에서는 장기 체류 외국인이 상당수를 차지하는데, 이는 출장, 연수 또는 이민과 같은 이유로 체류하는 외국인이 참여하는 경향이 있음을 의미함.
- 일본, 인도, 필리핀 등에서는 상대적으로 적은 수의 외국인이 참여했으며, 단기 방문자들이 주를 이룸.

[그림 54] 국적별 외국인 인구 현황 (단위: 명)



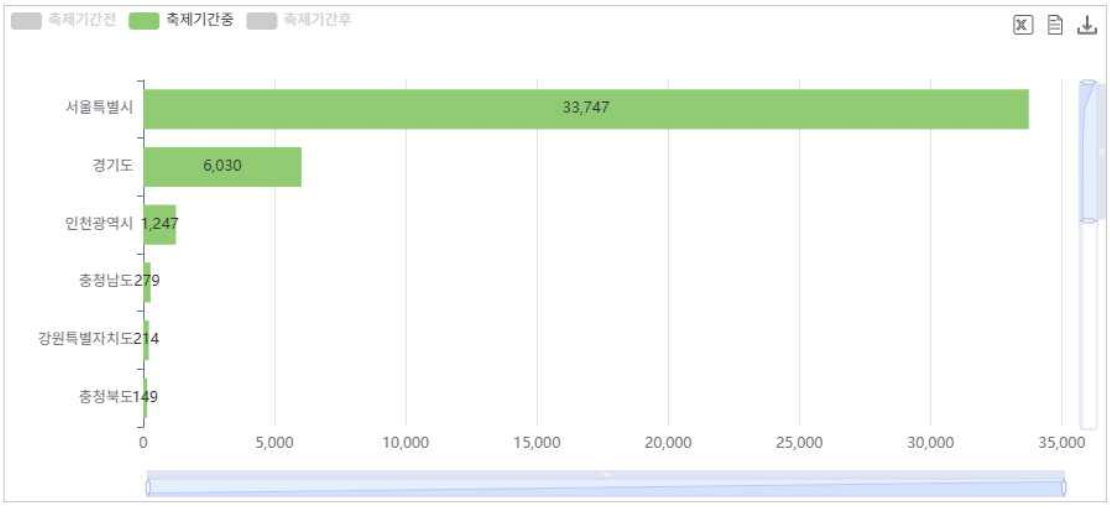
⊙ 유출(방문) 인구 현황

다. 축제기간 유출(방문) 현황

1) 시도별 유출 인구 현황

- (서울특별시) 서울에서의 참여자 수는 33,747명으로 전체 방문 인구의 대부분을 차지함. 축제 참여자 중 대대수가 서울 거주자이며, 서울을 중심으로 한 도심형 축제의 특성을 반영한 결과로 분석됨.
- (경기도) 6,030명이 참여하여 두 번째로 높은 유입 인구를 기록함. 특히 서울과의 교통 연결성이 좋아 축제 중 인구 유입이 많았을 것으로 보임.
- (인천광역시) 1,247명이 참여하며 세 번째로 유입 인구가 많음. 서울과 가까운 지역으로, 주변 지역 주민들의 방문이 주를 이룬 것으로 추정됨.
- (기타지역) 충청남도(279명), 강원특별자치도(214명), 경상북도(63명) 등에서는 적은 수의 인구가 참여했으며, 지리적 거리나 교통 인프라 부족을 원인으로 낮은 방문 인구 수치를 분석할 수 있음.
- (지방 대도시) 대전광역시(65명), 대구광역시(43)명 등 중소도시 지역은 상대적으로 적은 수의 인구 유입을 보였고, 부산광역(11명)와 광주광역시(15명) 등은 더욱 낮은 참여율을 보임.

[그림 55] 시도별 유출 인구 현황 (단위: 명)

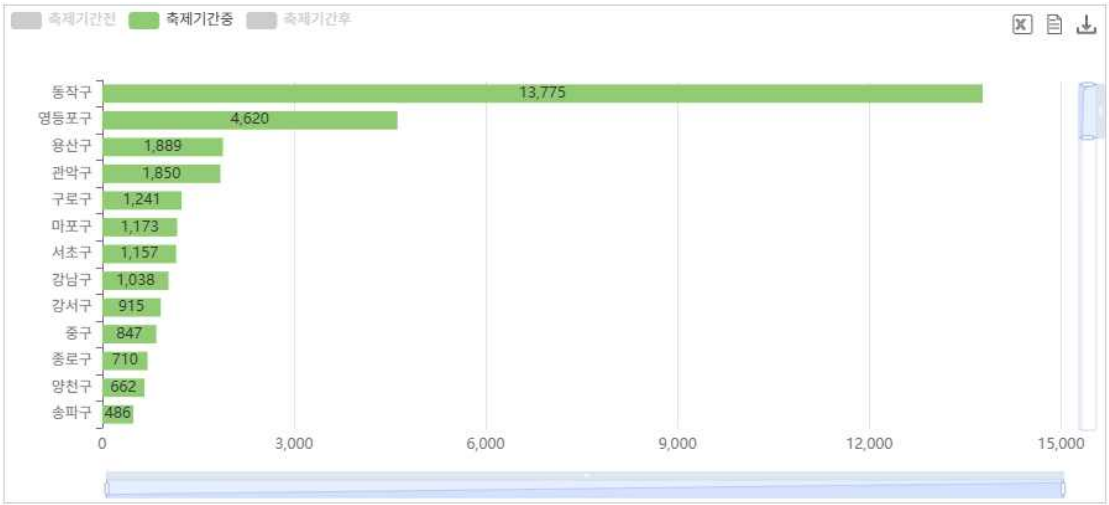


2) 시군구별 유출 인구 현황

- (동작구) 축제 주최지로서 13,775명의 방문자를 기록하며 가장 많은 인구 비중을 차지함.
- (영등포구) 4,620명으로 두 번째로 높은 방문 인원을 보였으며, 지리적 근접성 및 교통 인프라가 주요 원인으로 분석됨.
- (서울 인접구) 용산구(1,889명), 관악구(1,850명), 구로구(1,241명) 등 서울 내 인접 자치구에서도 다수의 방문이 확인됨. 이들 지역은 생활권 및 통근권이 겹치는 인접 상권으로, 접근성이 높은 지역주민의 참여가 활발했던 것으로 보임.
- (타 시군구) 인천광역시, 경기도 등 서울 외 지역에서도 일부 유입이 존재하나, 전체적으로는 서울 및 수도권 거주민이 대다수를 차지함.

⇒ 주요 방문자의 유입은 교통 접근성(지하철·버스 노선 연결성)과 생활권 연계성이 높은 자치구를 중심으로 나타남.

[그림 56] 시군구별 유출 인구 현황 (단위: 명)



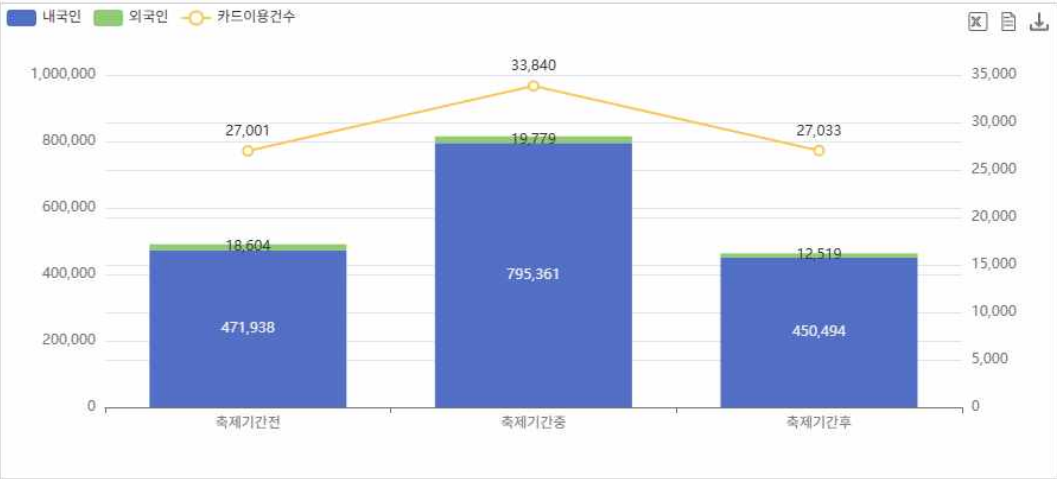
⊙ 매출 현황

라. 축제기간 전/중/후 매출 현황

1) 매출 현황

- 총매출은 전/후 평균(476,778천원) → 축제 중 815,140천원으로 70.9% 급증함.
- 카드이용건수는 전/후 평균(27,017건) → 33,840건으로 25.3% 증가함.
- 객단가(매출/건수)는 전/후 평균 약 17,660원 → 약 24,090원으로 36% 크게 상승함.
- 매출 상승분의 약 98.9%가 내국인 매출에서 발생함.

[그림 58] 축제기간 전/중/후 매출 현황 (단위: 천원, 건)



2) 시간대별 매출 추이

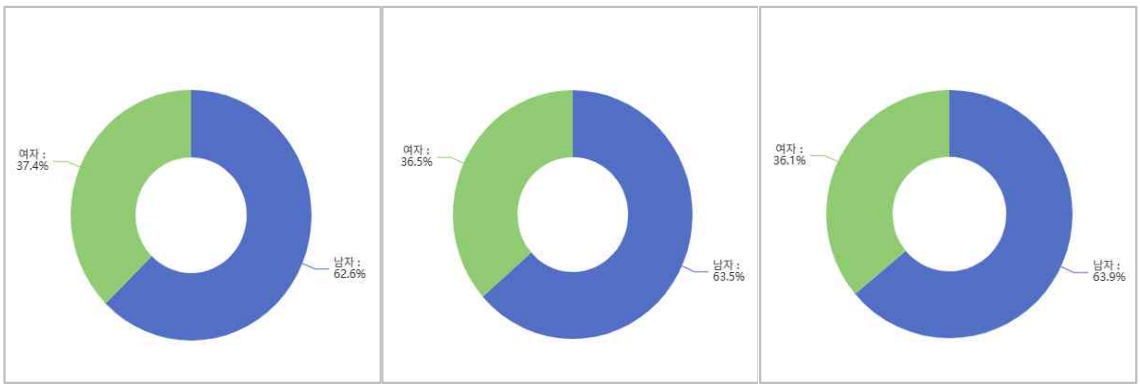
- 축제기간 중 모든 시간대에서 매출이 상승하였으며, 특히 17~21시 구간에서 249,640천원으로 최대치를 기록함.
- 축제기간 전/후 대비 평균 약 60~90% 수준의 상승 효과가 관찰되어, 시간대 전반에 걸친 소비 활성화가 이루어졌음.
- 매출패턴은 전/후와 동일하게 점심(11~14시) → 저녁(17~21시)으로 이어지는 구조이나, 축제 중에는 저녁~야간대 매출 비중이 대폭 확대됨.

[그림 59] 축제기간 전/중/후 시간대별 매출 추이 (단위: 천원)

3) 성별/연령대별 내국인 매출 현황

- 남성 비중이 전체의 약 63% 내외로, 축제 전/중/후 모두 매출의 주 소비층은 남성임. 다만, 여성 매출 증가율(66.5%)도 남성과 유사하게 높아, 축제기간 중 전 연령층 소비가 확대된 것으로 보임.
- 남성 40~50대 매출 증가율(85~115%)이 두드러지며, 20~30대 청년층 매출 기여도(50~56% 증가율)도 확장되어 전 세대 참여형 소비 구조를 보임.
- 축제 후 매출은 전 수준으로 회귀하여, 단기 집중 소비 효과로 평가됨.

[그림 60] 축제기간 전/중/후 성별 내국인 매출 현황



[그림 61] 축제기간 전/중/후 연령대별 내국인 매출 현황 (단위: 천원)

4) 업종별 내국인 매출 현황

□ 대분류

- 음/식료품과 요식/유흥 업종에서 집중적인 증가가 나타남. 소비 패턴은 식음 중심형이며, 기타 업종(스포츠/문화/레저, 여행/교통, 미용 등)은 소폭 증가에 그침.
- (식음료 중심 소비 집중) 음/식료품(+116%)과 요식/유흥(+33%) 업종이 전체 매출의 약 85% 이상 차지. 이는 축제기간 내 방문객 증가 및 행사 운영 등과 직접 연결된 결과로 해석됨.
- (보조적 업종의 동반 상승) 미용(+105%), 여행/교통(+127%), 의류/잡화(+197%) 모두 축제기간 중 상승. 이는 외부 방문객의 체류형 소비(숙박·이동·쇼핑)의 일부 반영으로 추정됨.
- (레저·스포츠 소비 감소) 축제기간 중 실외형 소비(스포츠/레저)는 -30% 수준 감소, 행사장 집중 및 인근 지역 체류형 소비 전환의 영향으로 보임.

[그림 62] 축제기간 전/중/후 대분류 업종별 내국인 매출 현황 (단위: 천원)

□ 중분류

- (한식) 91,420천원 → 114,318천원으로 25% 증가하고, 축제 후 19.6% 감소하며 안정적인 매출 흐름과 일상 수준 회귀를 보임.
- (기타요식) 58,326천원 → 73,253천원으로 25.6% 증가하고, 축제 후 25.6% 감소하며 단기적인 축제 효과가 나타남.
- (일식/중식/양식) 35,837천원 → 62,726천원으로 75% 증가하고, 축제 후 44% 감소하며 가족 단위 또는 체험형 외식 수요가 집중된 업종으로 해석됨.
- (편의점) 37,015천원 → 44,675천원으로 20.7% 증가하고 14.4% 감소하며, 야외 체류객의 지속적 소비 흐름이 유지됨.
- (제과/커피/패스트푸드) 24,877천원 → 29,375천원으로 18.1% 증가하고 14.9% 감소하며 휴식·카페형 소비가 증가 후 안정화되는 양상을 보임.

[그림 63] 축제기간 전/중/후 중분류 업종별 내국인 매출 현황 (단위: 천원)

□ 소분류

- (농수산물) 443,424천원으로 117.4% 대폭 증가하며 가장 큰 매출을 기록했으나, 축제 후 57.9% 감소함. 지역 특산품 및 푸드존 중심의 판매 증가가 원인으로 보임.
- (일식) 45,216천원으로 79.8% 증가하며 가족 단위 방문객 중심의 외식 수요 확대가 특징이며, 축제기간 후 45.7% 감소함.
- (커피전문점) 14,916천원으로 27% 증가, 휴식·카페형 소비 확대가 두드러졌으며 축제 종료 후 17.8% 감소함.
- (중식) 17,049천원으로 76.2% 증가 후 44% 감소, 외식 수요의 일시적 집중 현상으로 해석됨.
- (패스트푸드) 9,564천원으로 12.7% 증가 후 15.4% 감소, 청년층 중심의 간편 소비 패턴이 확인됨.
- (제과점) 4,894천원으로 5.3% 소폭 증가 후 5.2% 감소, 안정적인 매출 유지 양상.
- (미용실) 6,951천원으로 153.5% 대폭 증가 후 -54.9% 감소, 축제 방문객 대상 소비가 반영된 결과로 보임.

[그림 64] 축제기간 전/중/후 소분류 업종별 내국인 매출 현황 (단위: 천원)

마. 축제기간 매출 현황

1) 시간대별 내외국인 매출 추이

- 매출 규모와 카드 이용건수가 11시~14시 및 17시~21시대에 집중, 즉 점심·저녁 소비 피크타임 구조가 뚜렷함. 특히 17~21시 매출은 전체 중 약 32% 비중을 차지하여, 행사·식음·체험형 활동의 주요 소비 시간대로 확인됨.
- 외국인 매출 비중은 전체의 2~3% 수준으로, 축제 참여가 내국인 중심임을 시사함. 외국인 또한 점심·저녁 시간대 체류형 소비가 중심으로 나타남.
- (00~06시 미만) 내국인 매출 29,625천원, 외국인 643천원, 카드이용건수 1,530건으로, 새벽 시간대 소비가 극히 적음.
- (06~11시 미만) 내국인 매출 115,620천원, 외국인 546천원, 카드이용건수 5,171건으로, 아침 시간대부터 매출 상승이 시작됨.
- (11~14시 미만) 내국인 매출 158,144천원, 외국인 6,739천원, 카드이용건수 8,671건으로, 점심 시간대 매출이 급증함. 내국인 매출이 전 시간대 대비 약 37% 증가하며, 카드 이용건수는 최대치를 기록함.
- (14~17시 미만) 내국인 매출 177,883천원, 외국인 3,486천원, 카드이용건수 6,350건으로, 오후 시간대에도 높은 매출을 유지함.
- (17~21시 미만) 내국인 매출 242,850천원, 외국인 6,790천원, 카드이용건수 8,771건으로 전체 매출 최고치를 기록함.
- (21~24시 미만) 내국인 매출 71,238천원, 외국인 1,575천원, 카드이용건수 3,347건으로, 저녁 이후 매출이 약 70% 급감함.

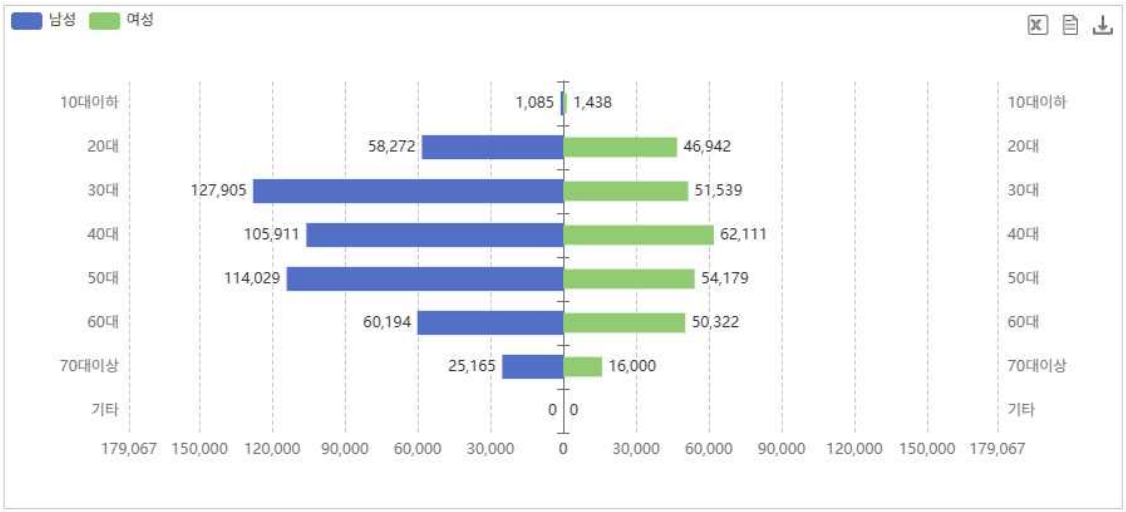
[그림 65] 시간대별 내외국인 매출 추이 (단위: 천원, 건)

2) 성연령대별 내국인 매출 현황

- (10대 이하) 남성 1,085천원, 여성 1,438천원으로 매출 규모는 전체 중 가장 낮음. 체험형 참여는 많지만, 직접 소비보다는 보호자 동반 결제 중심으로 추정됨.
- (20대) 남성 58,272천원, 여성 46,942천원으로 청년층의 활발한 소비 참여가 확인됨. 음식·카페·편의 소비 중심의 일상형 지출 구조로 분석됨.
- (30대) 남성 127,905천원, 여성 51,539천원으로 남성 중심의 소비 비중이 높음. 축제 참여와 외식·체험형 소비가 집중된 핵심 연령대로 분석됨.
- (40대) 남성 105,911천원, 여성 62,111천원으로 가족 단위 소비 확대가 두드러짐. 어린이 동반 소비 영향으로 식음·유통 분야 지출이 활발했을 가능성이 높음.
- (50대) 남성 114,029천원, 여성 54,179천원으로 40대와 유사한 수준의 소비 규모를 보이며, 행사 관람 및 식음 중심의 안정적 소비층으로 작용한 것으로 보임.
- (60대) 남성 60,194천원, 여성 50,322천원으로 비교적 안정적인 소비 규모를 유지함.
- (70대 이상) 남성 25,165천원, 여성 16,000천원으로 고령층 참여 비중은 낮으나, 인근 주민 중심의 소규모 구매가 이뤄진 것으로 보임.

⇒ 남성 소비가 전체 매출의 약 63.5%를 차지하며, 특히 30~50대 남성층이 주도적인 소비층으로 나타남. 여성은 40대·50대에서 강세를 보이며, 가족 동반형·생활 소비형 소비 패턴이 축제 매출에 기여한 것으로 판단됨.

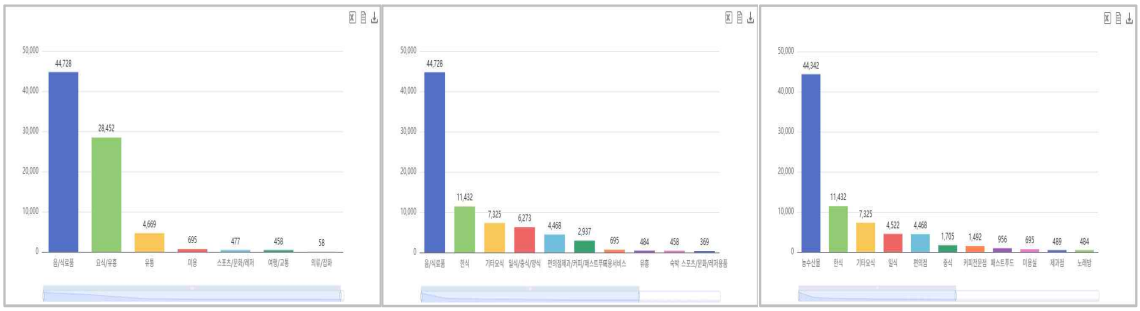
[그림 66] 성연령대별 내국인 매출 현황



3) 업종별 내국인 매출 현황

- (대분류) 전체 매출의 약 45.7%를 차지하는 음·식료품과 약 29%를 차지하는 요식·유흥 업종은 전반적으로 생활밀착형 소비(식음·편의 중심)에 매출이 집중되어 있음을 보여줌. 반면 관광·여가·패션 관련 소비는 상대적으로 제한적으로 나타남.
- (중분류) 한식, 기타요식, 일·중·양식 등 음식 관련 업종이 전체 매출의 50% 이상을 차지함. 이는 축제 방문객의 체류시간 내 식음 소비가 핵심 매출 요인임을 시사함. 또한 편의점, 제과·커피·패스트푸드 등 소형·간편 소비 형태가 뒤를 이어, 축제 방문객의 짧은 체류형 소비패턴을 반영하고 있음.
- (소분류) 농수산물이 단일 업종 중 가장 큰 매출을 기록하며, 지역 특산품 및 현장 즉시 구매형 소비가 활발했음을 의미함. 이어 외식·식음 관련 업종이 상위권을 차지하여, 축제의 음식 중심 소비 구조가 명확하게 드러남.

[그림 67] 업종별 내국인 매출 현황 (단위: 만원)



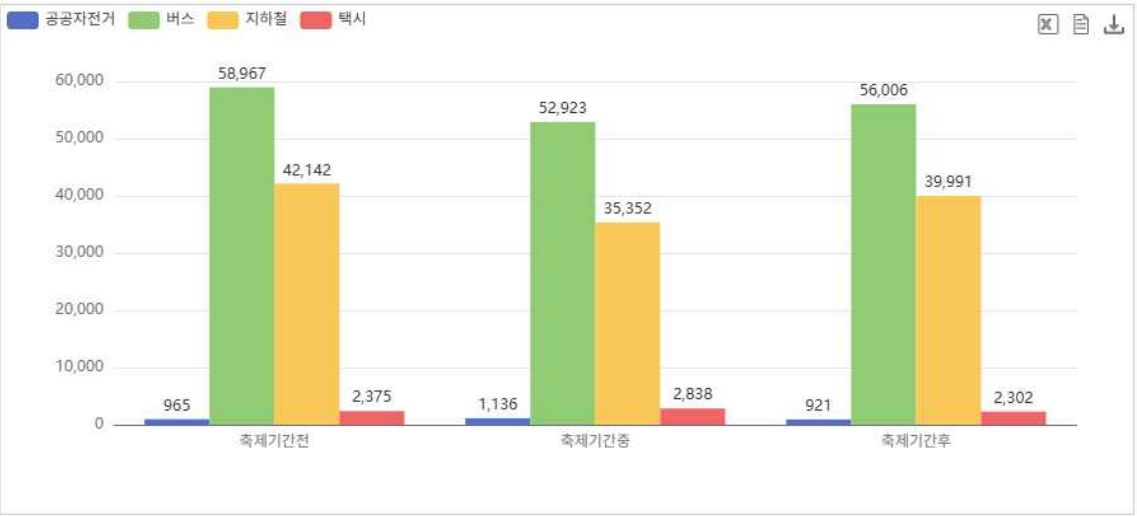
⊙ 교통 현황

바. 축제기간 전/중/후 교통 현황

- (버스) 58,967(전) → 52,923(중) → 56,006(후). 축제 기간 중 약 10.2% 감소했으나, 축제 후에는 다시 증가함. 축제 기간 동안 일부 방문객들이 다른 교통수단을 이용했거나 대중교통의 이용량이 일시적으로 감소했음을 시사함.
- (지하철) 42,142(전) → 35,352(중) → 39,991(후). 축제 기간 중에 약 16.1% 감소했으나, 축제 후에는 다시 증가한 경향을 보임. 축제 기간 동안의 감소는 대체 교통수단(자전거, 탱시 등) 사용 증가와 관련이 있을 수 있음.
- (택시) 2,375(전) → 2,838(중) → 2,302(후). 축제 기간 중에 약 19.5% 증가하였고, 축제 후에는 소폭 감소함. 축제 기간 동안 행사 참여나 이동의 편의성으로 인해 택시 수요가 증가했음을 보여줌.
- (공공자전거) 965(전) → 1,136(중) → 921(후). 축제 기간 중 약 17.7% 증가한 것으로 나타남. 축제 참가자들이 행사장 주변에서 자전거를 적극 활용했음을 시사함.

⇒ 축제 중 방문객들의 주요 활동 공간이 축제장 근처와 특정 지역에 집중되었기 때문에, 중·장거리 이동을 요구하는 버스와 지하철 대신, 짧은 거리 중심의 이동이 가능한 택시나 공공자전거 같은 교통수단의 이용이 증가했을 가능성이 높음. 또한, 가족 단위 방문객이 자차를 이용했을 가능성도 큼.

[그림 68] 축제기간 전/중/후 교통수단별 이용객 현황 (단위: 명)



⊙ SNS 분석

사. 주요 키워드 현황

– 동작 어린이 대축제 주요 키워드는 어린이(4건) > 비교(3건) > 이용(2건) > 이번(2건) > 함께 축제, 체험 등(1건) 순으로 나타남.

⇒ 2024년 동작 어린이 대축제는 어린이를 중심으로 다양한 체험 프로그램을 제공하며, 비교적 가족 단위나 지역 커뮤니티와 밀접한 관계가 있을 것으로 보임. 이 행사에서는 교육적이고 다양한 체험 활동이 강조되며, 특별한 프로그램이나 문화적 요소가 포함되어 있음을 암시함.

[그림 69] 2024년 동작 어린이 대축제 워드클라우드

6. 활용방안

기획 및 홍보

1. 증가하는 외국인 관광객에 대한 국적별 관광지 선호도, 매출액 등을 분석할 수 있어 국적별로 한류, 쇼핑, 레저, 음식 등 맞춤형 마케팅 구현
   예) 안성시의 바우덕이 축제에 말레이시아 등 동남아 관광객의 방문이 증가, 외국인 관광객 중 중국인 관광객 비중이 가장 높음
   ➡ 다양한 국가별 홍보, 외국인 체험 프로그램 개발, 외국인 전용 숙박 시설 확대
2. 축제를 통한 지역상권 활성화를 위한 인근지역의 홍보 강화
   예) 여의도 봄꽃 축제에서는 76%가 외지인 방문객으로 인접한 강서구, 마포구, 양천구 등에서 유입
3. 축제 참여 내외국인 관광객 패턴 변화에 따른 지역업체 낙수효과
   예) 국내 관광 트렌드 일명 '먹방투어' 형태로 변화에 따라 축제 대표 음식 홍보
   ➡ 음식문화 컨셉 설정

인구밀집에 따른 안전/시설 관리 대책

1. 유동인구와 소셜 언급량을 기반으로 축제자가 있는 축제와 없는 축제의 분류 및 안전관리 계획 수립으로 사각지대 해소
   예) 용산구의 '할로윈데이', 성남시가 주최하는 'SeN 페스티벌'의 경우 안전관리계획을 수립하지 않은 대상으로 분류
2. 축제기간 대중교통 증가에 대한 대책 마련
   예) 여의도 봄꽃 축제에 이용자가 평균 2배 이상 증가했고 여의도역과 샛강역은 기존보다 3배까지 증가

SNS 분석 결과 활용방안

1. 유형별로 키워드 수집 건수가 가장 많은 지점의 공통된 키워드를 활용하여 지역축제의 이미지, 대표 브랜드, 슬로건 등을 개발
   예) 태안군의 경우 '꽃'을 키워드로 하여 대표 슬로건 개발
2. 축제지점별 언급된 관광시설 관련 키워드를 통해 주요 관광시설 관리 강화 및 신규 관광시설 검토
3. 키워드와 감성분석을 통해 나타난 불만사항의 대안 검토
   예) 충청북도의 경우 11개 관광명소 감성분석을 통해 대중교통 이용 및 서비스 개선