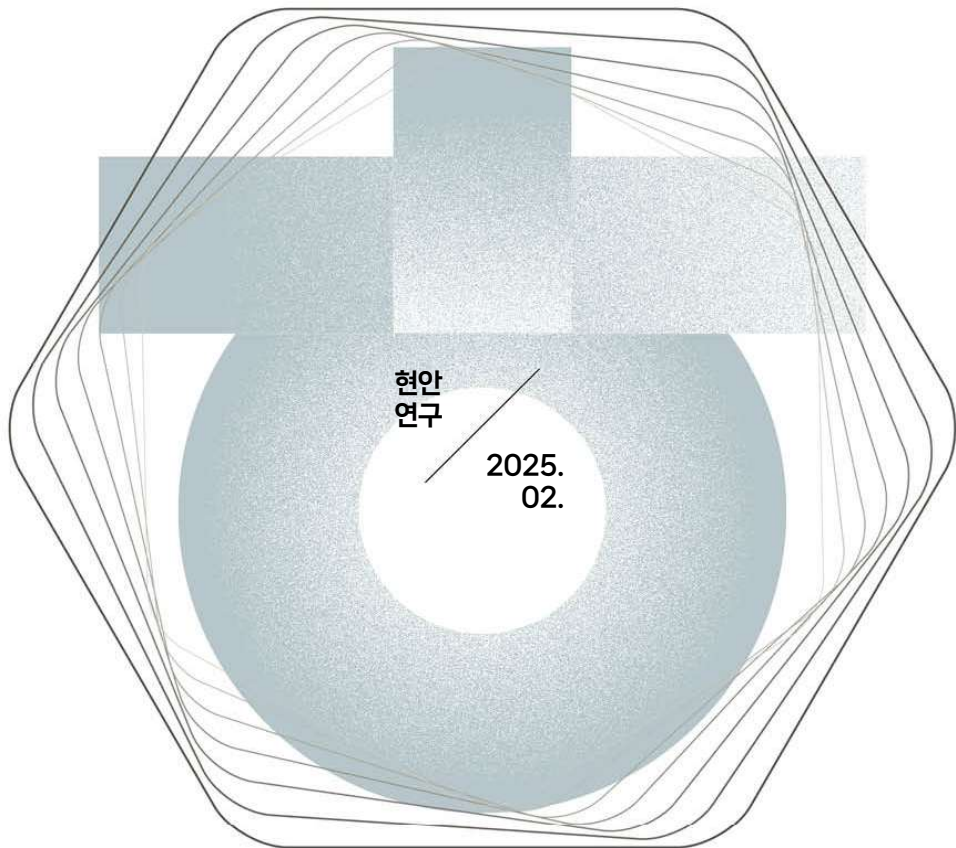


● ● ● 현안연구 2025-01

3대 메가 이벤트 개최 성과 및 경제유발효과 분석

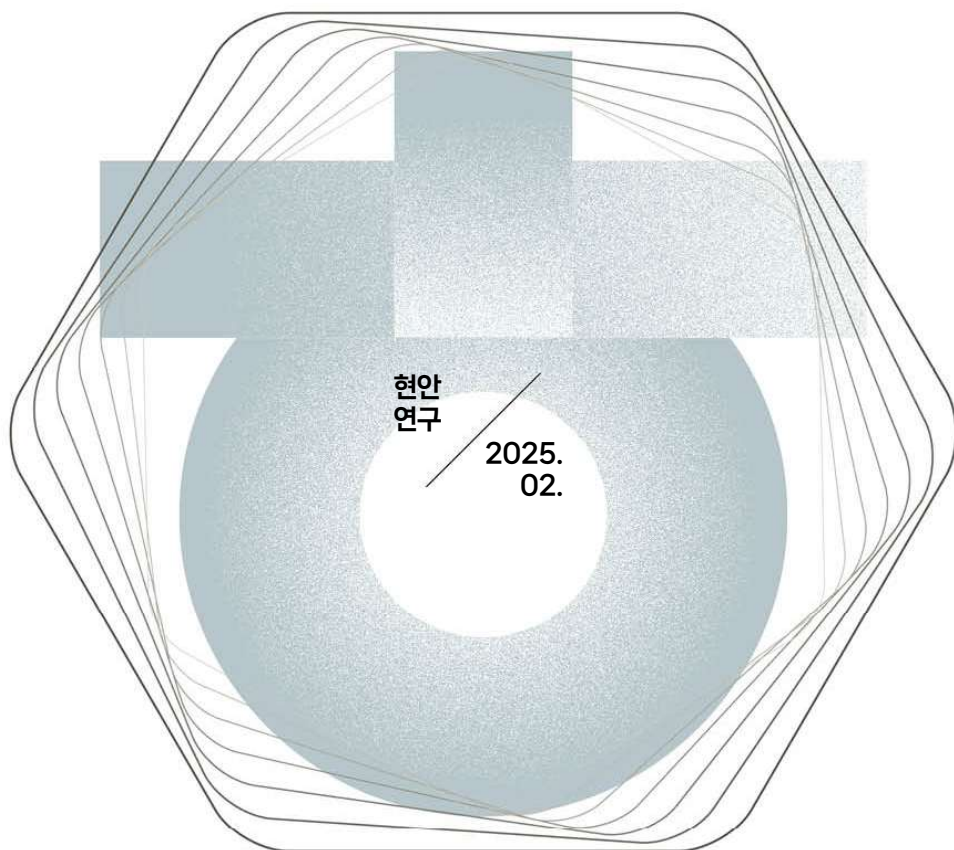
최나라·이연정



● ● ● 현안연구 2025-01

3대 메가 이벤트 개최 성과 및 경제유발효과 분석

최나라·이연정



연구진 profile

- | | |
|-----|---|
| 최나리 | <ul style="list-style-type: none">• 연구책임• 문화관광복지연구부 선임연구위원 |
|-----|---|

-
- | | |
|-----|---|
| 이연정 | <ul style="list-style-type: none">• 공동연구• 경제산업연구부 연구위원 |
|-----|---|
-

| 요약 및 정책함의 |

▣ 배경 및 목적

- 2024년 3대 메가 이벤트 개최에 따른 실질적인 성과 및 경제유발 효과를 면밀히 분석할 필요성이 제기됨
- 3대 메가 이벤트 개최가 지역 방문객 유치 증대 및 지역 경제에 미치는 영향을 정량적으로 분석하고, 행사 개최 전후의 관광객 증가 추이와 소비 패턴 비교분석을 통해 행사로 인한 지역 내 경제적 파급효과를 객관적인 데이터를 기반으로 측정하고자 함

▣ 분석개요

- 시간적 범위: 2024년 1월 ~ 10월
- 공간적 범위: 김해시 일원
- 활용 데이터: 이동통신 및 신용카드 데이터, 3대 메가 이벤트 사업비

▣ 주요 분석결과

- 3대 메가 이벤트 개최 기간 김해시 내외국인 방문객은 48,881천명으로 전년동기(45,506천명)대비 7.4%(338만명) 증가하였음
- 내외국인 방문객 신용카드 지출액은 5,307억원으로 전년동기(5,164억원)대비 2.8%(143억원) 증가하였음
- 3대 메가 이벤트 사업비 2,737억원 투입으로, 방문객 소비지출 5,307억원이 발생함. 사업비와 방문객 소비지출에 따른 생산유발효과는 1조 1,095억원, 부가가치유발효과는 5,204억원, 고용유발효과는 13,204명으로 분석됨(경남 기준)

▣ 정책제언

- 콘텐츠 연계 확대를 통한 시너지 효과 도모
- 방문객 유형별 맞춤형 관광전략 수립 필요
- 도시 경쟁력 확보를 위한 전략적 접근 요구
- 경제적 파급효과 확대를 위한 문화관광 콘텐츠 발굴 노력

I 서론	1
1. 연구 배경 및 목적	1
2. 연구 범위 및 방법	3
II 3대 메가 이벤트 개요	4
1. 제105회 전국체육대회 및 제44회 전국장애인체육대회	4
2. 2024 동아시아문화도시 김해	5
3. 2024 김해방문의 해	7
III 3대 메가 이벤트 방문 현황 분석	9
1. 방문 현황 총괄분석	9
2. 방문객 이동 분석	10
3. 방문객 지출액 분석	18
4. 주요 행사 분석	25
5. 목적지 검색데이터 및 소셜네트워크 서비스 분석	32
IV 3대 메가 이벤트 경제유발효과 분석	35
1. 경제유발효과 분석의 개요	35
2. 3대 메가 이벤트 지출유형별 경제유발효과	42
3. 3대 메가 이벤트의 경제유발효과 종합	50
V 결론	52
1. 요약 및 정리	52
2. 정책제언	54
부록	56
참고문헌	57

I 서론

1 | 연구 배경 및 목적

1) 연구배경

- 지역에서 개최되는 메가 이벤트는 관광산업 발전에 긍정적인 영향을 미칠 뿐만 아니라, 행사 기간 동안 증가하는 관광객들의 숙박, 음식, 쇼핑 등 다양한 관광 관련 산업의 매출 증대로까지 이어질 수 있음. 이를 통해 지역 관광산업 활성화뿐만 아니라 일자리 창출과 같은 경제적 효과도 기대할 수 있음
- 김해시는 2024년 3대 메가 이벤트를 개최하며, 이에 대한 실질적인 성과 및 경제유발 효과를 면밀히 분석할 필요성이 제기됨. 메가 이벤트가 지역 관광산업 활성화 및 전반적인 경제 성장에 미치는 영향을 체계적으로 평가함으로써 향후 유사한 행사 기획 및 운영 전략 수립에 기여할 수 있을 것임
- 이러한 효과를 보다 정확하게 분석하기 위해서 이동통신 데이터, 신용카드 지출액 등의 데이터 등 객관적인 자료를 기반으로 한 연구가 필요함
- 이를 통해 김해시의 관광 수요 변화를 실증적으로 평가하고, 행사 개최가 지역경제에 미치는 실질적인 영향을 도출함으로써 효과적인 정책 방향을 제시하고자 함

2) 연구 목적 및 기대효과

- 본 연구의 주요 목적은 3대 메가 이벤트 개최가 지역 방문객 유치 증대 및 지역 경제에 미치는 영향을 정량적으로 분석하는 데 있음. 행사 개최 전후의 관광객 증가 추이와 소비 패턴을 비교·분석하고, 행사로 인한 지역 내 경제적 파급효과를 객관적인 데이터를 기반으로 측정하고자 함
- 이를 통해 행사 개최의 실질적인 성과를 평가하고, 지역경제와 관광산업 발전에 미치는 파급효과를 체계적으로 검토하고자 함
- 또한, 분석 결과를 바탕으로 향후 메가 이벤트 기획 및 운영 전략 수립을

위한 정책적 시사점을 도출하며, 메가 이벤트가 지역경제와 관광산업에 지속적으로 기여할 수 있는 방안을 모색하는 것이 연구의 핵심 목표임

- 아울러 방문객의 지역 및 국적, 소비패턴 등 특성별 분석을 통해 행사 성과를 보다 세부적으로 평가하고, 이를 바탕으로 맞춤형 관광정책을 수립하고자 함. 이를 통해 지역별 타깃 마케팅 전략을 도출하고, 향후 유사한 이벤트 개최시 보다 효과적인 관광객 유치 마케팅 전략을 마련할 수 있을 것임
- 본 연구를 통해 도출된 분석 결과는 김해시의 관광산업 활성화를 위한 정책적 기초 자료로 활용될 뿐만 아니라, 장기적으로 김해시의 관광 경쟁력 강화를 위한 전략적 방향성을 제시하는 데 기여할 것으로 기대됨

2 | 연구 범위 및 방법

1) 연구 범위

- 시간적 범위: 2024년 1월 ~ 10월
- 공간적 범위: 김해시 일원
- 분석 데이터
 - 방문객 수: 김해시 2시간 이상 체류 인구 이동통신 데이터(김해시민 제외)
 - 방문객 지출액: 김해시 방문객 신용카드 소비액 데이터(김해시내 위치한 신용카드 가맹점 기준, 김해시민 제외)
 - 경제유발효과 분석: 3대 메가 이벤트 사업비 및 방문객 지출액 데이터

2) 연구 방법

- 문헌 및 추진사업 분석
 - 3대 메가 이벤트 개최 성과 분석을 위한 추진사업 세부 검토
 - 사업 담당자 인터뷰를 통한 현황 파악
- 방문객 이동 및 지출액 데이터 분석
 - 이동통신 및 신용카드 매출액 데이터 추출 기준 모색
 - 방문객 이동 및 지출 현황 세부 분석
 - 방문객 목적지 검색데이터 및 소셜네트워크 분석
- 산업연관분석
 - 3대 메가 이벤트 사업비 및 방문객 지출액 관련 산업분류 적용 기준 검토
 - 한국은행 지역간 산업연관표 적용을 통한 경제유발효과 분석

II 3대 메가 이벤트 개요

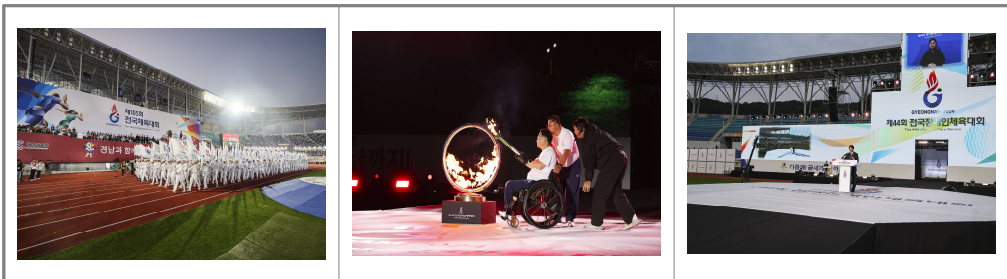
1 | 제105회 전국체육대회 및 제44회 전국장애인체육대회

- 제105회 전국체육대회는 2024년 10월 11일 김해종합운동장에서 개막식을 시작으로 10월 17일까지 7일간 김해종합운동장 등 경남도내 75개 경기장에서 49개 종목으로 개최됨
- 제44회 전국장애인체육대회는 2024년 10월 25일부터 10월 30일까지 6일간 김해종합운동장 등 경남도내 37개 경기장에서 31개 종목으로 진행됨
- 김해시에서 전국체육대회는 22개 경기장에서 16개 종목의 경기가 진행되었으며, 전국장애인체육대회는 11개 경기장에서 9개 종목의 경기가 진행되었음

표 2-1 대회일정 및 김해시 개최현황

대회명	제105회 전국체육대회	제44회 전국장애인체육대회
기간	2024.10.11.(금)~10.17.(목)	2024.10.25.(금)~10.30.(수)
장소	김해종합운동장 등 22개 경기장	김해종합운동장 등 11개 경기장
경기종목	16개 종목	9개 종목

자료) 김해시(2024), 내부자료



자료) 김해시(2024), 내부자료

그림 2-1 전국체육대회 및 장애인 체육대회 주요행사 사진

2 | 2024 동아시아문화도시 김해

- 동아시아문화도시는 한중일 3국 간 문화다양성을 존중하는 가치를 바탕으로, 동아시아 지역의 문화 교류 및 융합을 촉진하고 상호 이해를 증진하기 위해 추진되는 국제 문화 협력 사업임
- 이를 위해 매년 각국을 대표하는 도시를 ‘동아시아문화도시’로 선정하고, 각 도시 간 협력을 통해 다양한 문화 교류 사업을 진행하고 있음
- 2024년 동아시아문화도시로는 대한민국 김해시, 중국 웨이팡시·다렌시, 일본의 이시카와현이 선정되었음. 그러나 이시카와현은 2024년 초 발생한 강진으로 인해 사업 추진이 어려운 상황이므로, 이에 따라 김해시의 자매도시인 일본 무나카타시와 2015년 동아시아문화도시로 선정된 니가타시가 참여하게 되었음

표 2-2 2024 동아시아문화도시 개최도시

한국	중국	일본
김해시	웨이팡시, 다렌시	이시카와현(사업포기)

자료) 김해시(2024), 내부자료

- 김해시는 2022년 문화체육관광부 ‘2024 동아시아문화도시’사업 선정 이후 2023년 기본계획 수립 및 공식 선포를 시작으로 2024년 동아시아문화도시 사업을 통해 다양한 문화 행사 및 교류 활동을 전개하였음
- ‘금바다(金海), 아시아를 두드리다’를 주제로 공식행사, 핵심사업, 기획사업, 연계사업 등 17개의 단위 사업을 추진하였음
- 김해시의 대표 문화유산인 가야문화를 활용한 전시 및 체험 행사 개최, 한중일 예술가 협업 프로젝트 및 청소년 문화 교류 프로그램 운영을 포함하여 동아시아 화합을 위한 다양한 프로그램을 운영하고 문화 교류 활동을 추진하였음

표 2-3 동아시아문화도시 김해 주요사업

일자	행사명	사업종류
4.19.~4.21.	개막 부대행사	공식행사
4.22.	개막식	공식행사
5.17.~`25.1.30.	도자교류전 '금바다, 아시아를 두드리다'	핵심사업
5.18.	김해국제음악제 '동아시아 화합콘서트'	연계사업
5.28.	김해국제음악제 '동양의 물결'	연계사업
6.11.	시민행복음악회 '더클래식 김해'	연계사업
6.18.~6.23.	한일중 선면 초대특별전	핵심사업
8.5.~8.7.	동아시아 청소년 문화제 '3 to 1'	기획사업
8.22.~8.31.	탈 아시아전 '가면·삶·놀이,이음'	핵심사업
10.4.~10.30.	문화체전특별전 x 동아시아 조각페스티벌 '화합'	핵심사업
10.5.~10.6.	한일중 팝콘서트	기획사업
10.12.	삼국의 현 '달을 바라보는 세 개의 시선'	핵심사업
10.16.~10.20.	2024 세계유산 가야문화축제	핵심사업
10.19.~10.20.	시민문화교류사업 출항 '한중 연날리기'	기획사업
10.19.	폐막식	공식행사
11.5~`25.3.2.	동아시아 홈테이블 웨어전	연계사업
11.24.	2024 김해 on Asia 어울림 한마당	연계사업

자료) 김해시(2024), 내부자료



자료) 김해시(2024), 내부자료

그림 2-2 동아시아문화도시 김해 주요행사 사진

3 | 2024 김해방문의 해

- 김해시는 2024년 제105회 전국체육대회 및 제44회 전국장애인체육대회, 동아시아문화도시 사업을 성공적으로 개최하고, 지역의 문화관광 활성화 및 시민과 관광객들에게 김해의 다양한 매력을 직접 경험할 수 있도록 유도하고자 ‘2024 김해방문의 해’를 추진하였음
- 주요 추진 사업으로는 특화 관광콘텐츠 개발, SNS 사진 및 영상 공모전 추진, 주요 관광지 입장료 할인 이벤트, 2024 여행가는 달 연계 행사 추진 등 다양한 프로모션 행사와 김해를 찾는 관광객들이 보다 편리하게 여행할 수 있도록 관광수용태세 정비 등 환경을 개선하였음
- 이를 통해 대내외적인 홍보를 강화하고, 관광객 유치를 위한 전략적 마케팅을 전개하여 김해를 동북아 관광 중추도시로 자리매김시키는 것을 목표로 추진되었음



자료) 김해시(2024), 내부자료

그림 2-3 2024 김해방문의 해 주요행사 사진

표 2-4 2024 김해방문의 해 주요사업

일 자	행 사 명
2023.11.25.	김해방문의 해 선포식
1.8.~2.8.	'2024 김해방문의 해' SNS 사진·영상 공모전
4월	김해방문의해 상징조형물(포토존) 설치
2.20.~3.31.	2024 여행가는 달 연계 행사(1차)
5.1.~7.27.	봉황대길 토더기 팝업스토어 설치 및 운영
5.7.~6.2.	가야테마파크 빛축제(야간개장) 운영
5.18.	2024 김해방문의 해 기념 특별음악회
5~11월	원도심 1 DAY 도보관광 운영
6.1.~6.30.	2024 여행가는 달 연계 행사(2차)
6.27.	KBS 1TV '동네 한 바퀴' 촬영지원
7.30.~7.31.	매니페스토 우수사례 경진대회
8~10월	주요관광지 입장료 할인이벤트
9~10월	김해 특별여행주간 운영
9~10월	김해방문의 해 드론라이트쇼
9~10월	롯데아울렛 토더기 팝업존 운영
10.1.	MBC every1 '어서와 한국은 처음이지' 촬영지원

자료) 김해시(2024), 내부자료

III 3대 메가 이벤트 방문 현황 분석

1 | 방문 현황 총괄분석

1) 국내외 방문객 방문 현황

- 3대 메가 이벤트 기간 김해시를 방문한 내외국인 방문객은 48,881천명으로 전년동기(45,506천명)대비 7.4%(3,375천명) 증가하였음
 - 내국인 방문객은 48,142천명 방문하여 전년동기(44,977천명) 대비 7.0%(3,165천명) 증가하였음
 - 외국인 방문객은 739천명 방문하여 전년동기(529천명)대비 39.7%(210천명) 증가하였음

표 3-1 국내외 방문객 방문 현황

(단위: 천명, %)

구분	전체			내국인			외국인		
	2024년	2023년	증감률	2024년	2023년	증감률	2024년	2023년	증감률
방문객	48,881	45,506	7.4	48,142	44,977	7.0	739	529	39.7

자료) 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성

2) 국내외 방문객 지출액 현황

- 김해시 내외국인 방문객의 신용카드 지출액은 5,307억원으로 전년동기(5,164억원) 대비 2.8%(143억원) 증가하였음
 - 내국인 방문객 지출액은 5,237억원으로 전년동기(5,105억원) 대비 2.6%(132억원) 증가하였음
 - 외국인 방문객 지출액은 70억원으로 전년동기(59억원) 대비 18.7%(11억원) 증가하였음

표 3-2 국내외 방문객 지출액 현황

(단위: 억원, %)

구분	전체			내국인			외국인		
	2024년	2023년	증감률	2024년	2023년	증감률	2024년	2023년	증감률
지출액	5,307	5,164	2.8	5,237	5,105	2.6	70	59	18.7

자료) 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성

2 | 방문객 이동 분석

1) 내국인 방문객 현황

● 월별 방문 현황

- 김해시를 방문한 내국인 방문객 월별 동향을 살펴보면, 5월이 4,987천명으로 가장 많이 방문했고, 2월은 19.3% 증가하여 전년동월대비 방문율이 가장 높게 나타남
- 3대 메가 이벤트가 집중 개최되었던 10월에는 전년동월대비 2.5%로 가장 낮은 증가율을 보이나 2023년 10월 추석연휴 포함되어 있어 10월 방문객 증가율이 상대적으로 낮게 나타남

표 3-3 내국인 방문객 월별 방문 현황

(단위: 천명, %)

구분	2024년	2023년	증감률	구분	2024년	2023년	증감률
1월	4,710	4,419	6.6	6월	4,702	4,479	5.0
2월	4,739	3,971	19.3	7월	4,910	4,599	6.8
3월	4,928	4,490	9.8	8월	4,874	4,613	5.7
4월	4,632	4,419	4.8	9월	4,834	4,675	3.4
5월	4,987	4,602	8.4	10월	4,826	4,710	2.5

자료) 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성

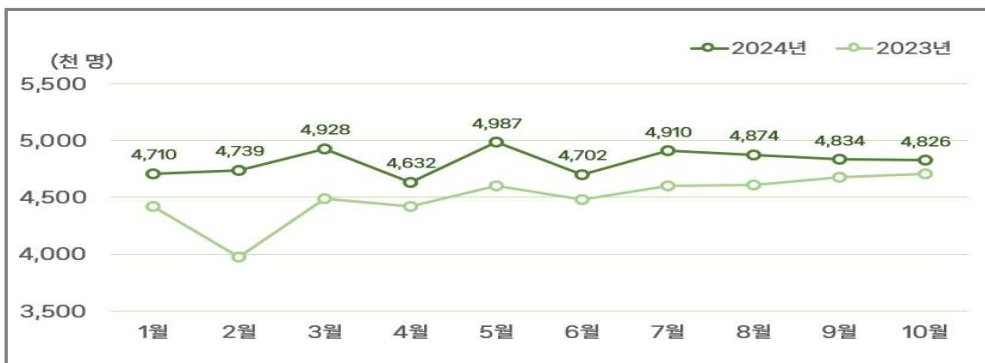


그림 3-1 내국인 방문객 월별 방문 현황

● 광역시도별 방문 현황

- 광역시도별 김해 방문 현황을 살펴보면, 부산, 경남, 경기의 순으로 높게 나타났으며, 전년동기대비 증가율이 높은 지역은 제주(42.3%), 강원(38.4%), 세종(36.8%) 등 원거리 지역의 방문 증가율이 높게 나타남
- 광역시도별 방문 비중은 부산(46.0%), 경남(37.5%), 경기(2.9%)의 순으로 높게 나타남
- 전년동기대비 방문 비중이 증가한 지역은 경기(0.4%p), 경북(0.2%p), 서울(0.2%p), 대구(0.2%p)의 순으로 높게 나타남

표 3-4 내국인 방문객 광역시도별 방문 현황

(단위: 천명, %)

지역	2024년 (비중)	2023년 (비중)	증감률	지역	2024년 (비중)	2023년 (비중)	증감률
부산	22,159 (46.0)	21,848 (48.6)	1.4	인천	286 (0.6)	218 (0.5)	31.0
경남	18,047 (37.5)	16,545 (36.8)	9.1	충북	246 (0.5)	187 (0.4)	31.4
경기	1,415 (2.9)	1,123 (2.5)	26.0	전북	226 (0.5)	186 (0.4)	21.6
경북	1,191 (2.5)	1,022 (2.3)	16.6	대전	198 (0.4)	174 (0.4)	14.2
울산	1,076 (2.2)	969 (2.2)	11.0	강원	183 (0.4)	132 (0.3)	38.4
서울	1,021 (2.1)	870 (1.9)	17.4	광주	163 (0.3)	130 (0.3)	25.9
대구	961 (2.0)	819 (1.8)	17.3	제주	151 (0.3)	106 (0.2)	42.3
전남	433 (0.9)	357 (0.8)	21.5	세종	60 (0.1)	44 (0.1)	36.8
충남	325 (0.7)	248 (0.6)	31.0				

자료) 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성

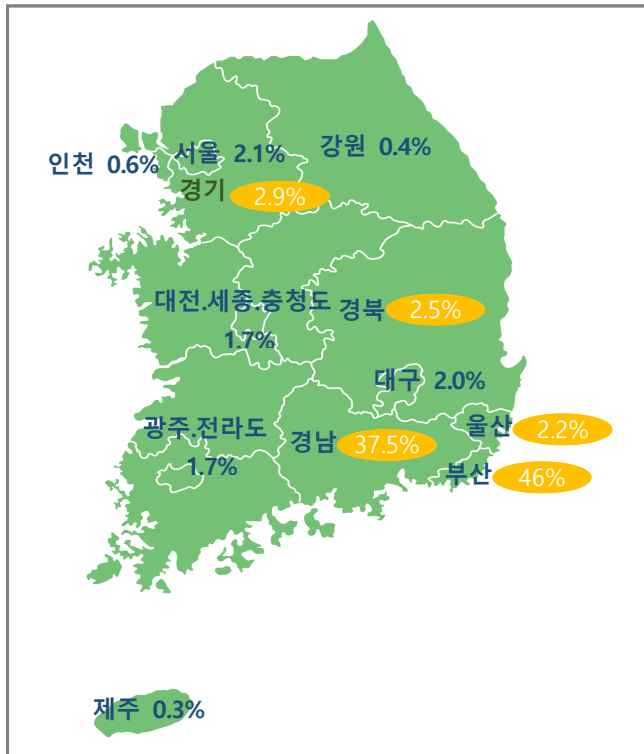


그림 3-2 내국인 방문객 광역시도별 방문 비중

● 성별 방문 현황

- 김해 방문객 중 남성이 64.3%, 여성 35.7%로 남성 방문 비율이 더 높게 나타났고, 구성비는 전년동기대비 동일한 것으로 나타남

표 3-5 내국인 방문객 성별 방문 현황

(단위: 천명, %)

구분	2024년 (구성비)	2023년 (구성비)	증감률
여성	17,180 (35.7)	16,070 (35.7)	6.9
남성	30,962 (64.3)	28,907 (64.3)	7.1
계	48,142 (100.0)	44,977 (100.0)	7.0

자료) 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성

● 연령대별 방문 현황

- 연령대별 방문 현황은 50대, 40대, 30대 순으로 많이 방문하는 것으로 나타났으며, 70대 이상이 전년동기대비 32.2% 증가하여 증가폭이 가장 컸으며, 30대와 10대 이하는 전년동기대비 감소한 것으로 나타남

표 3-6 내국인 방문객 연령대별 방문 현황

(단위: 천명, %)

연령대	2024년	2023년	증감률	연령대	2024년	2023년	증감률
10대 이하	3,509	3,706	-5.3	50대	10,912	10,328	5.7
20대	6,226	5,808	7.2	60대	6,757	5,125	31.9
30대	8,242	8,421	-2.1	70대 이상	2,120	1,604	32.2
40대	10,376	9,986	3.9	계	48,142	44,977	7.0

자료) 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성

(단위: %)



그림 3-3 내국인 방문객 연령대별 방문 현황

● 주요 관광지별 방문 현황

- 주요 관광지별 방문 현황을 살펴보면, 김해롯데워터파크 일원, 내외동 먹자골목, 율하천&카페거리 순으로 가장 많이 방문하는 것으로 나타났으나 전년동기대비 방문객은 감소한 것으로 나타남

표 3-7 내국인 방문객 주요 관광지점 방문 현황

(단위: 천명, %)

관광 명소	2024년	2023년	증감률	관광 명소	2024년	2023년	증감률
김해롯데워터파크	563	678	-17.0	신어산(은하사)	67	54	24.1
내외동 먹자골목	506	513	-1.4	수로왕릉	56	53	5.7
울하천&카페거리	426	571	-25.4	국립김해박물관 (구지붕)	60	65	-7.7
김해종합운동장	355	299	18.7	김해문화의전당	55	48	14.6
김해가야테마파크	346	208	66.3	가야의거리	50	60	-16.7
글로벌 푸드타운	207	270	-23.3	대성동고분박물관	40	32	25.0
가야랜드	189	191	-1.0	장유스파랜드 (장유온천)	30	29	3.4
장유폭포	158	111	42.3	연지공원	26	24	8.3
봉하마을	144	105	37.1	수릉원	26	25	4.0
낙동강레일파크	95	45	111.1	장유사 (대청계곡)	26	28	-7.1
김해천문대	90	106	-15.1	화포천습지 생태공원	14	12	16.7
봉황대(봉리단길)	80	66	21.2				

자료) 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성

- 전년동기대비 방문율이 가장 높았던 관광지점은 낙동강레일파크로 9만 5천명 방문하여 전년동기대비 가장 큰 폭으로 증가(111.1%)하였으며, 김해가야테마파크(66.3%), 장유폭포(42.3%)의 순으로 높은 방문 증가율을 보임

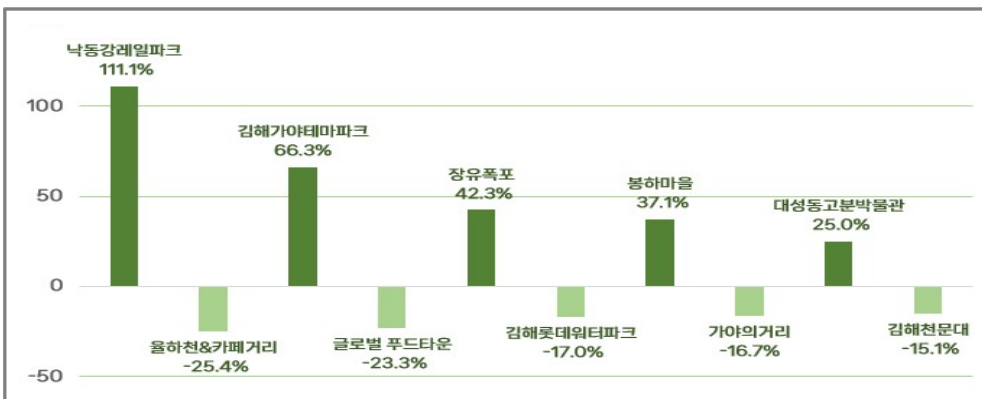


그림 3-4 내국인 방문객 주요 관광지점 방문 증감률 5순위

2) 외국인 방문객 현황

○ 월별 방문 현황

- 김해를 방문한 외국인 방문객의 월별 현황은 3월이 전년동월대비 가장 높은 방문 증가율(150.0%)을 보였으며, 1월, 2월의 순으로 높게 나타났음
- 3대 메가 이벤트가 집중 개최되었던 10월에는 86천명이 방문하여 가장 많은 인구가 방문하였으며, 전년동월대비 13.2% 증가함

표 3-8 외국인 방문객 월별 방문 현황

(단위: 천명, %)

구분	2024년	2023년	증감률	구분	2024년	2023년	증감률
1월	63	28	125.0	6월	71	50	42.0
2월	71	34	108.8	7월	74	61	21.3
3월	75	30	150.0	8월	77	70	10.0
4월	73	59	23.7	9월	77	67	14.9
5월	72	54	33.3	10월	86	76	13.2

자료) 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성

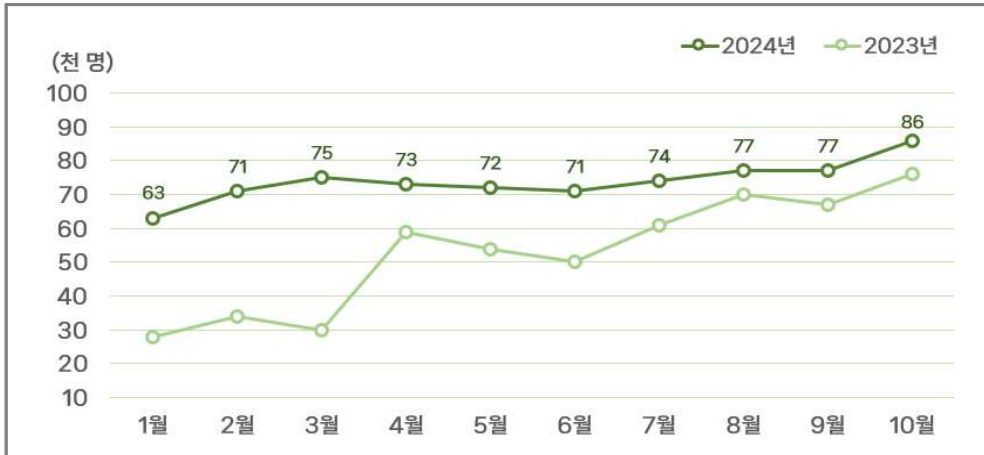


그림 3-5 외국인 방문객 월별 방문 현황

○ 국적별 방문 현황

- 김해시 외국인 방문객은 전년대비 거의 모든 국가에서 증가하였으며, 중국, 대만, 일본, 베트남 순으로 많이 방문한 것으로 나타남
- 전년대비 방문 증가율이 높은 국가는 홍콩(200.0%), 대만(76.8%), 스리랑카(75.0%)의 순으로 나타남

표 3-9 외국인 방문객 국적별 방문 현황

(단위: 천명, %)

국적	2024년	2023년	증감률	국적	2024년	2023년	증감률
중국	105	78	34.6	우즈베키스탄	28	26	7.7
대만	99	56	76.8	스리랑카	28	16	75.0
일본	85	61	39.3	미국	24	20	20.0
베트남	62	47	31.9	홍콩	24	8	200.0
인도네시아	51	40	27.5	필리핀	19	12	58.3

자료) 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성



그림 3-6 외국인 방문객 국적별 방문 현황

○ 행정동별 방문 현황

- 외국인 방문객의 행정동별 방문 현황을 살펴보면, 김해가야테마파크, 김해천문대 등이 위치한 활천동이 가장 방문이 많았으며, 봉하마을, 철도박물관이 위치한 진영읍, 김해낙동강레일파크가 위치한 생림면 순으로 많이 방문하는 것으로 나타남

표 3-10 외국인 방문객 행정동별 방문 현황

(단위: 천명, %)

행정동명	2024년	2023년	증감률	행정동명	2024년	2023년	증감률
활천동	120	81	48.1	삼안동	53	39	35.9
진영읍	95	82	15.9	장유2동	46	33	39.4
생림면	68	54	25.9	불암동	42	14	200.0
장유1동	66	51	29.4	동상동	42	30	40.0
진례면	59	47	25.5	회현동	38	28	35.7
주촌면	58	40	45.0	장유3동	37	28	32.1
북부동	57	45	26.7	칠산서부동	26	17	52.9
내외동	57	43	32.6	상동면	26	20	30.0
한림면	56	42	33.3	대동면	26	15	73.3
부원동	55	43	27.9				

자료) 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성

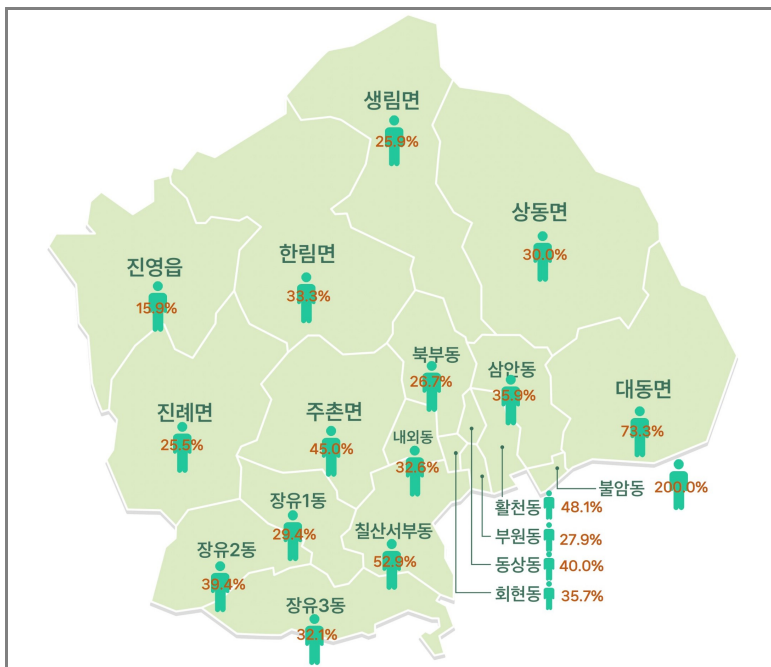


그림 3-7 외국인 방문객 행정동별 방문 증감률

3 | 방문객 지출액 분석

1) 내국인 지출액 현황

○ 월별 지출액 현황

- 내국인 방문객 월별 지출액 현황은 메가 이벤트가 집중되었던 10월에 지출액이 56,834천원으로 가장 높게 나타났지만, 전년동월대비 2.1% 감소한 것으로 나타남
- 2023년 10월에는 추석 연휴가 포함되어 있었고, 전국적으로 서비스업생산 지수가 하락하는 상황에서 방문객 지출이 행사 기간 내 최고 매출을 기록한 것은 3대 메가 이벤트가 방문객 유입으로 지출이 지역내 소비로 이어졌다고 볼 수 있음

표 3-11 내국인 방문객 월별 지출액 현황

(단위 : 백만원, %)

구분	2024년	2023년	증감률	구분	2024년	2023년	증감률
1월	46,271	49,768	-7.0	6월	51,341	48,800	5.2
2월	49,555	42,877	15.6	7월	50,423	51,142	-1.4
3월	55,142	50,815	8.5	8월	51,604	49,182	4.9
4월	51,248	50,961	0.6	9월	54,909	56,007	-2.0
5월	56,344	52,875	6.6	10월	56,834	58,080	-2.1

자료) 방문객 신용카드 지출액 데이터를 분석하여 연구진 작성

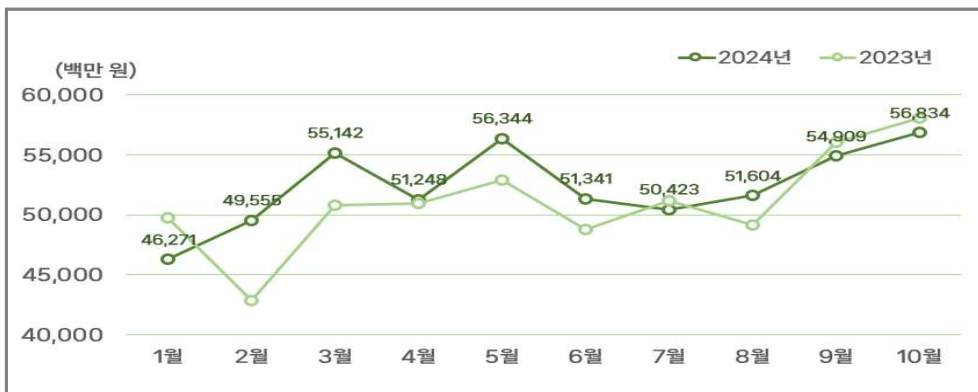


그림 3-8 내국인 방문객 월별 지출액 현황

○ 광역시도별 지출액 현황

- 광역시도별 지출액은 방문 인구가 많은 경남, 부산, 경기도 지출액 규모도 높은 순위로 나타남
- 전년동기대비 지출액이 많이 증가한 지역은 강원(245.2%), 제주(20.9%), 광주(19.7%) 등으로 원거리 지역의 지출액 증가율이 높게 나타난 것을 확인할 수 있음

표 3-12 내국인 방문객 광역시도별 지출액 현황

(단위: 백만원, %)

지역	2024년	2023년	증감률	지역	2024년	2023년	증감률
경남	210,958	203,592	3.6	충남	3,663	3,552	3.1
부산	192,529	190,941	0.8	충북	3,484	3,398	2.6
경기	24,871	23,789	4.5	광주	3,066	2,563	19.7
서울	18,455	18,200	1.4	대전	2,862	2,596	10.2
울산	13,989	13,534	3.4	강원	2,845	823	245.2
경북	13,083	12,918	1.3	제주	2,834	2,343	20.9
대구	11,643	11,788	-1.2	전북	2,317	2,243	3.3
전남	8,525	7,917	7.7	세종	788	724	8.8
인천	5,386	5,424	-0.7	기타	2,372	4,160	-43.0

주) 카드 발급 시 카드사에 자택 주소지로 등록된 곳으로 자택주소와 실제 거주 주소지가 다를 수 있으며, 기타지역은 신용카드 가입시 지역 미기재자

자료) 방문객 신용카드 지출액 데이터를 분석하여 연구진 작성

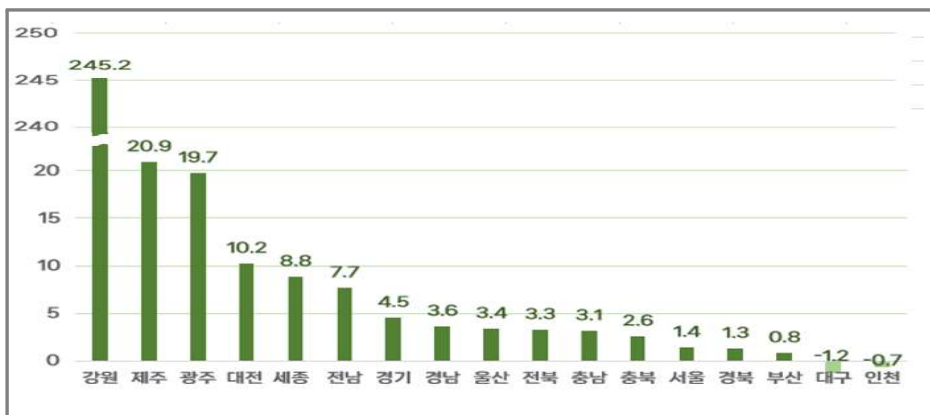


그림 3-9 내국인 방문객 광역시도별 지출액 증감률

● 성별 지출액 현황

- 내국인 방문객의 성별 지출액 현황은 남성이 62.2%, 여성이 37.8%로 남성이 높게 나타남

표 3-13 내국인 방문객 성별 지출액 현황

(단위: 백만원, %)

구분	2024년 (구성비)	2023년 (구성비)	증감률
남성	325,483 (62.2)	313,670 (61.4)	3.8
여성	198,189 (37.8)	196,837 (38.6)	0.7

자료) 방문객 신용카드 지출액 데이터를 분석하여 연구진 작성

● 연령대별 지출액 현황

- 연령대별 지출액은 40대, 50대, 30대의 순으로 높게 나타났으며, 70대 이상이 전년동기대비 증가율이 가장 높게 나타났음
- 20대를 제외한 전체 연령대별 지출액이 증가한 반면 20대 방문객은 전년 동기대비 7.2% 증가했음에도 지출액은 10.0% 감소한 것으로 나타나 지출액이 감소한 부분에 대한 면밀한 검토가 필요해 보임

표 3-14 내국인 방문객 연령대별 지출액 현황

(단위: 백만원, %)

연령대	2024년	2023년	증감률	연령대	2024년	2023년	증감률
20대	42,474	47,173	-10.0	50대	127,730	123,434	3.5
30대	121,402	120,314	0.9	60대	65,912	60,058	9.7
40대	150,572	145,639	3.4	70대이상	14,828	13,069	13.5

주) 신용카드 가입시 연령 미기자자 제외

자료) 방문객 신용카드 지출액 데이터를 분석하여 연구진 작성

○ 업종별 지출액 현황

- 업종별 지출액 현황에서는 생활유통업종(편의점, 슈퍼마켓 등) 지출액이 231,230백만원으로 가장 높게 나타났으며, 전체 지출액 중 44.1% 차지함
- 전년동기대비 증가폭이 높은 업종은 스포츠·문화레저(11.0%), 제과커피패스트푸드(10.4%) 순으로 높게 나타남

표 3-15 내국인 방문객 업종별 지출액 현황

(단위 : 백만원, %)

업종	2024년	2023년	증감률	업종	2024년	2023년	증감률
생활유통	231,230	230,613	0.3	백화점	27,744	26,747	3.7
음식점	110,887	105,641	5.0	제과커피패스트푸드	15,206	13,771	10.4
유희 및 기타요식	47,165	46,492	1.4	미용	9,327	8,511	9.6
스포츠·문화레저	38,485	34,662	11.0	여행숙박	6,020	5,600	7.5
음식료품	37,606	38,472	-2.2				

자료) 방문객 신용카드 지출액 데이터를 분석하여 연구진 작성

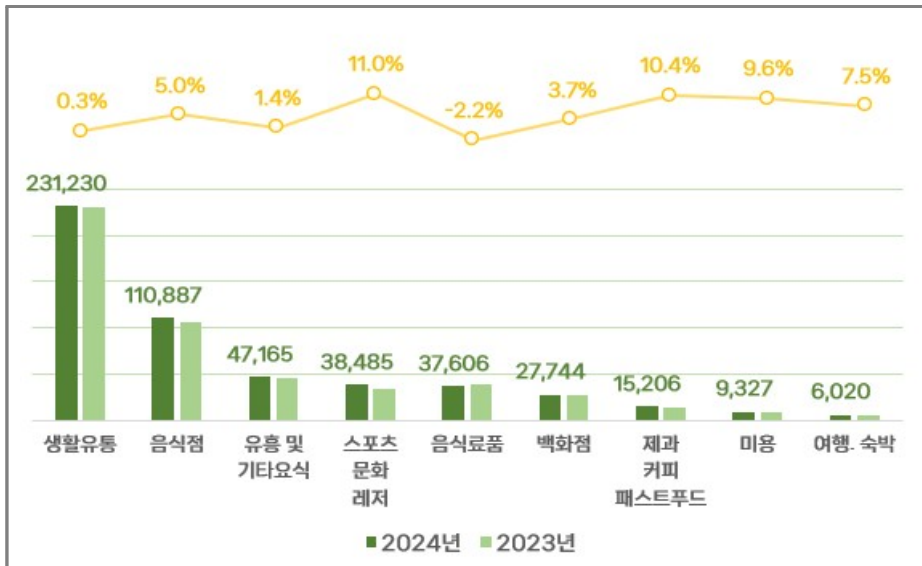


그림 3-10 내국인 방문객 업종별 지출액 현황

2) 외국인 지출액 현황

○ 월별 지출액 현황

- 외국인 방문객의 월별 지출액 현황은 10월이 922백만원으로 가장 많이 지출한 것으로 나타났으며, 전년동기대비 증가율은 2월이 52.0%로 가장 높게 나타남

표 3-16 외국인 방문객 월별 지출액 현황

(단위 : 백만원, %)

구분	2024년	2023년	증감률	구분	2024년	2023년	증감률
1월	608	493	23.3	6월	728	508	43.3
2월	485	319	52.0	7월	777	706	10.1
3월	617	477	29.4	8월	788	580	35.9
4월	653	662	-1.4	9월	701	667	5.1
5월	713	690	3.3	10월	922	792	16.4

자료) 방문객 신용카드 지출액 데이터를 분석하여 연구진 작성

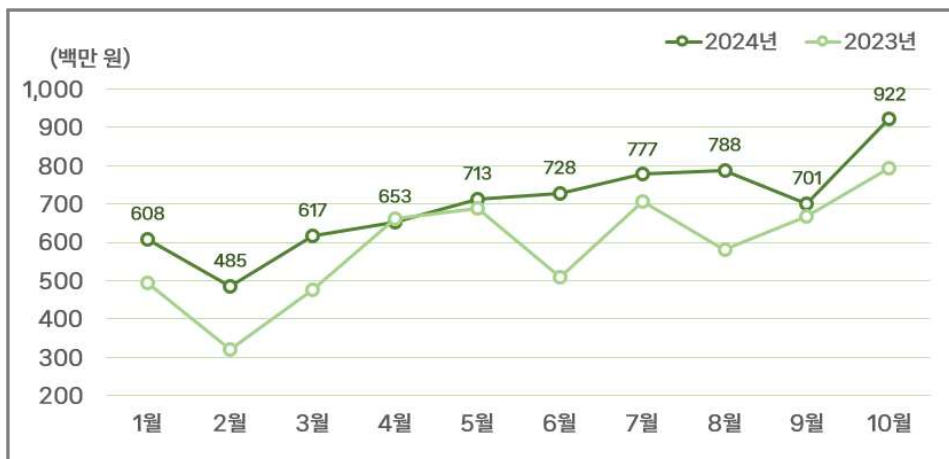


그림 3-11 외국인 방문객 월별 지출액 현황

○ 국적별 지출액 현황

- 외국인 방문객의 국적별 지출액은 중국, 미국, 일본의 순으로 높게 나타났으며, 전년동기대비 증가율은 홍콩이 243.2%로 가장 높게 나타남

표 3-17 외국인 방문객 국적별 지출액 현황

(단위 : 백만원 %)

국가명	2024년	2023년	증감률	국가명	2024년	2023년	증감률
중국	2,583	2,049	26.1	대만	157	154	1.9
미국	1,268	1,040	21.9	홍콩	151	44	243.2
일본	567	581	-2.4	호주	108	85	27.1
싱가포르	504	496	1.6	아일랜드	84	53	58.5
베트남	263	264	-0.4	기타	1,307	1,127	16.0

자료) 방문객 신용카드 지출액 데이터를 분석하여 연구진 작성

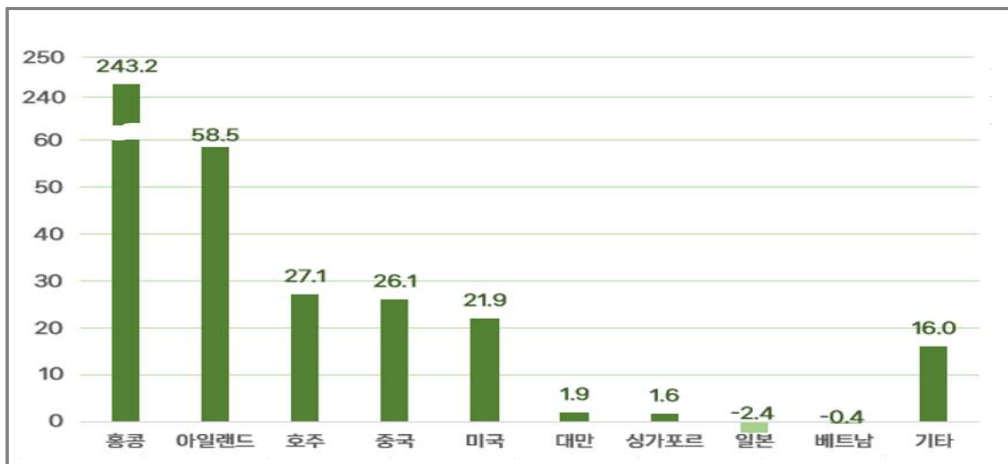


그림 3-12 외국인 방문객 국적별 지출액 증감률

○ 업종별 지출액 현황

- 외국인 방문객의 업종별 지출액 현황은 생활유통업종(편의점, 슈퍼마켓 등) 지출액이 3,137백만원으로 가장 높게 나타나 전체 지출액 중 44.3% 차지함
- 관광 소비지출 관련 업종 중 백화점 업종이 유일하게 53.0% 큰 폭으로 감소한 것으로 나타남

표 3-18 외국인 방문객 업종별 지출액 현황

(단위 : 백만원, %)

업종	2024년	2023년	증감률	업종	2024년	2023년	증감률
생활유통	3,137	2,383	31.6	백화점	225	479	-53.0
여행숙박	1,640	1,490	10.1	음식료품	155	107	44.9
음식점	811	614	32.1	제과커피 패스트푸드	106	81	30.9
유희 및 기타요식	516	378	36.5	미용	79	65	21.5
스포츠·문화 레저	323	297	8.8	계	6,992	5,894	18.6

자료) 방문객 신용카드 지출액 데이터를 분석하여 연구진 작성

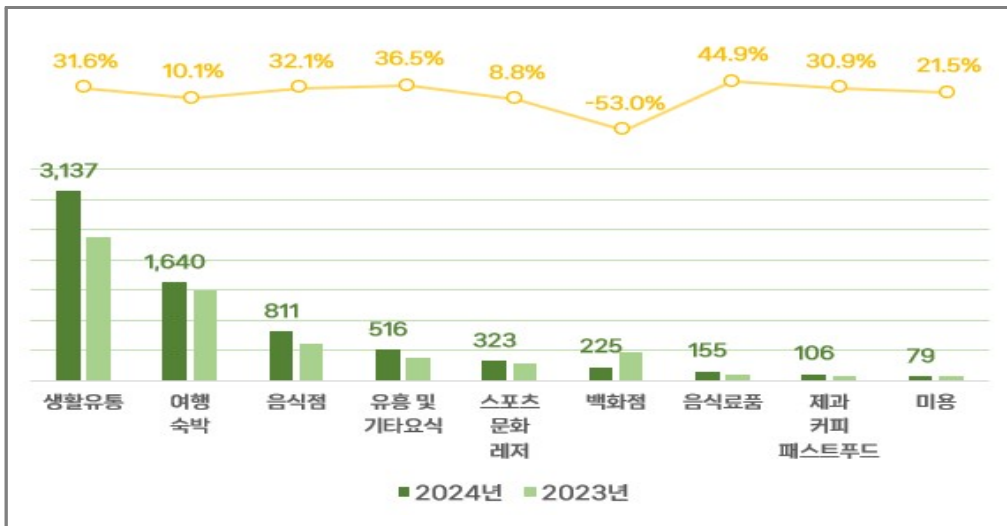


그림 3-13 외국인 방문객 업종별 지출액 현황

4 | 주요 행사 분석

1) 제105회 전국체육대회

- 전국체육대회 기간(10.11.~10.17.)동안 김해시 내국인 방문객은 1,122,932 명으로 전년동기(1,033,735명)대비 8.6% 증가하였음
- 대회기간 내국인 지출액은 김해시 전체는 전년동기대비 4.0% 증가하였고, 전국체육대회 주 경기장이었던 김해종합운동장이 포함된 행정동(북부동)의 지출액은 38.3% 증가하여 대회 개최에 따른 지역의 경제적 효과가 있었던 것으로 파악됨

표 3-19 전국체육대회 방문객 및 지출액 현황

(단위 : 명, 백만원, %)

일자	방문객			지출액		
	2024년	2023년	증감률	2024년	2023년	증감률
김해 전체	1,122,932	1,033,735	8.6	12,668	12,178	4.0
김해종합운동장	68,601	54,860	25.0	736	532	38.3

자료) 방문객 이동통신 및 신용카드 지출액 데이터를 분석하여 연구진 작성

● 성별 방문 현황

- 대회 기간 중 남성은 65.2%, 여성 34.8%로 남성 방문 비율이 더 높게 나타났으며, 전년동기대비 차이는 없었던 것으로 나타남

표 3-20 전국체육대회 성별 방문 현황

(단위: 명, %)

구분	2024년 (구성비)	2023년 (구성비)	증감률
여성	390,291 (34.8)	359,920 (34.8)	8.4
남성	732,641 (65.2)	673,815 (65.2)	8.7
계	1,122,932 (100.0)	1,033,735 (100.0)	8.6

자료) 방문객 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성

○ 연령대별 방문 현황

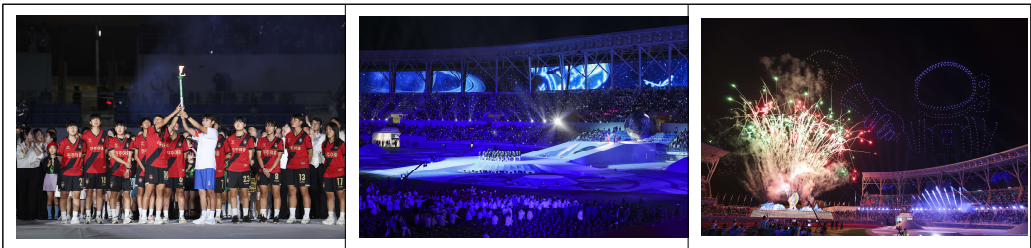
- 연령대별 방문 현황을 살펴보면, 50대(23.3%), 40대(21.6%), 30대(16.7%)의 순으로 많이 방문한 것으로 나타났으며, 30대~50대가 61.6%로 과반수 이상을 차지하고 있음
- 김해 전체 방문객 중 10대 이하는 전년동기대비 5.3% 감소하였으나, 대회기간 9.0% 증가하여 10대 방문이 많았던 것으로 나타남

표 3-21 전국체육대회 연령대별 방문 현황

(단위: 명, %)

연령대	2024년	2023년	증감률	연령대	2024년	2023년	증감률
10대 이하	77,271	70,919	9.0	50대	261,700	246,310	6.2
20대	137,880	126,665	8.9	60대	165,285	128,182	28.9
30대	187,050	191,042	-2.1	70대 이상	50,989	38,301	33.1
40대	242,757	232,316	4.5	계	1,122,932	1,033,735	8.6

자료) 방문객 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성



자료) 김해시(2024), 내부자료

그림 3-14 전국체육대회 주요 행사 사진

○ 일자별 방문현황

- 전국체육대회 기간 일자별 방문객 현황을 살펴보면, 개막식인 첫날 방문객은 174,973명으로 전년대비 13.5% 증가하였고, 폐막식 날 방문객은 7.5% 증가하였음.

표 3-22 전국체육대회 일자별 방문 현황

(단위 : 명, 백만원)

2024년			2023년		
일자	방문객수	지출액	일자	방문객수	지출액
10.11(금)	174,973	1,677	10.13(금)	154,194	1,413
10.12(토)	184,364	2,746	10.14(토)	169,662	2,678
10.13(일)	161,458	2,576	10.15(일)	147,105	2,802
10.14(월)	148,140	1,315	10.16(월)	136,595	1,227
10.15(화)	145,060	1,222	10.17(화)	141,201	1,346
10.16(수)	154,240	1,536	10.18(수)	141,099	1,358
10.17(목)	154,697	1,596	10.19(목)	143,879	1,354
계	1,122,932	12,668	계	1,033,735	12,178

자료) 방문객 이동통신 및 신용카드 지출액 데이터를 분석하여 연구진 작성

2) 김해가야문화축제

- 김해 대표 축제인 가야문화축제 기간(10.16.~10.20.) 동안 김해시 내국인 방문객은 799,215명으로 전년동기(756,347명) 대비 5.7% 증가하였으나, 축제장 주변 방문객은 전년동기 대비 90.9% 증가하였음
 - 수로왕릉(153.1%), 김해한옥체험관(49.2%), 대성동고분박물관(49.1%)
- 축제 기간 전년대비 가장 증가폭이 컸던 관광지점은 김해가야테마파크로 18,096명 방문하여 전년동기(4,237명) 대비 327.1% 증가하였음. 이는 축제 기간 김해 방문객은 축제 뿐만 아니라 주변의 관광시설 및 관광지를 같이 방문한 것으로 분석됨



자료) 김해시(2024), 내부자료

그림 3-15 김해가야문화축제 주요 행사 사진

- 내국인 방문객 지출액은 축제기간 김해시 전체는 3.8% 증가한 반면, 축제장 주변은 34.1%의 증가율을 보이고 있음
- 축제장 주변의 내외동(수로왕릉), 회현동(김해한옥체험관)은 각각 47.5%, 19.8% 증가하였으나, 북부동(대성동고분박물관)은 1.4% 감소한 것으로 나타나 축제가 주로 개최되었던 장소가 가까운 행정동의 매출이 크게 증가한 것으로 나타남

표 3-23 가야문화축제 방문객 및 지출액 현황

(단위 : 명, 백만원, %)

일자	방문객			지출액			
	2024년	2023년	증감률	2024년	2023년	증감률	
김해 전체	799,215	756,347	5.7	9,819	9,462	3.8	
축제장 주변	수로왕릉	14,917	5,894	153.1	1,922	1,303	47.5
	김해한옥 체험관	725	486	49.2	200	167	19.8
	대성동고분박물관	12,377	8,299	49.1	416	422	-1.4
	계	28,019	14,679	90.9	2,538	1,892	34.1
김해가야테마파크	18,096	4,237	327.1	660	491	34.4	

주) 지출액은 행정동 단위의 분석이 가능하여 내외동(수로왕릉), 회현동(김해한옥체험관), 북부동(대성동고분박물관), 활천동(김해가야테마파크) 지출액을 분석에 사용

자료) 방문객 이동통신 및 신용카드 지출액 데이터를 분석하여 연구진 작성

3) 토더기 팝업스토어¹⁾ 운영

- 2024 김해방문의 해 대표 사업으로 추진된 토더기 팝업스토어가 운영(5.1~7.27)되었던 봉황대길 관광지점 내국인 방문 인구를 살펴보면 5월에서 7월까지 23,958명이 방문하여 전년동기(16,826명)대비 42.4% 증가하였음
- 동기간 김해 전체 방문객은 평균 6.7% 증가하였으나, 6월에는 전년동월대비 98.0% 증가하였음

1) 토더기 팝업스토어는 3대 메가 이벤트 연계 관광콘텐츠 운영사업으로 2024 김해방문의 해 대표적인 사업으로 추진됨. 토더기 김해시 홍보국장이 파견 발령받아 운영 총괄한 팝업스토어 1층은 토더기와 함께하는 포토스팟, 2층에는 굿즈 판매장 및 관광지와 맛집 소개 등으로 3개월간 운영되었음

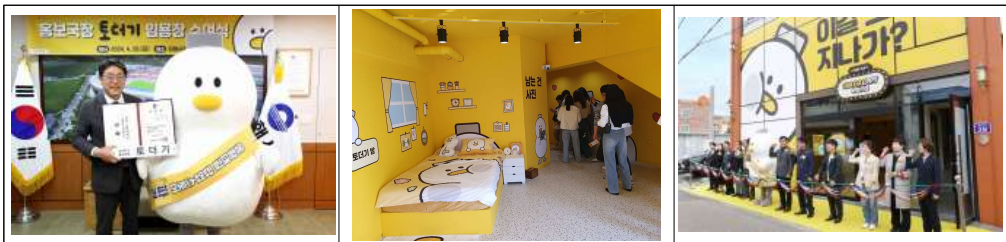
- 전체 분석기간(1월~10월) 방문객 증감률은 21.2%로 토더기 팝업스토어 운영기간 방문객은 42.4%로 두 배 가까운 큰 폭으로 증가하여 토더기 팝업스토어가 봉황대길 방문객 유치에 역할을 한 것으로 파악됨

표 3-24 토더기 팝업스토어 방문객 현황

(단위 : 명, %)

구분	봉황대길 방문객			김해 전체 방문객		
	2024년	2023년	증감률	2024년	2023년	증감률
5월	8,505	5,017	69.5	4,986,979	4,602,225	8.4
6월	7,784	3,931	98.0	4,701,873	4,479,340	5.0
7월	7,669	7,878	-2.7	4,909,738	4,598,619	6.8
계	23,958	16,826	42.4	14,598,590	13,680,184	6.7

자료) 방문객 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성



자료) 김해시(2024), 내부자료

그림 3-16 토더기 팝업스토어 현장 사진

- 성별 방문 현황을 살펴보면, 여성이 13,063명으로 남성 10,895명보다 더 많이 방문한 것으로 나타났으며, 전년동기대비 증감률은 남성이 45.7%, 여성 39.8%로 나타나 남성 증가률이 더 높게 나타남

표 3-25 토더기 팝업스토어 성별 방문 현황

(단위 : 명, %)

구분	봉황대길 방문객			김해 전체 방문객		
	2024년	2023년	증감률	2024년	2023년	증감률
여성	13,063	9,346	39.8	5,173,299	4,871,763	6.2
남성	10,895	7,480	45.7	9,425,291	8,808,420	7.0
계	23,958	16,826	42.4	14,598,590	13,680,184	6.7

자료) 방문객 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성

- 연령대별 방문 현황을 살펴보면, 20대가 7,781명으로 가장 많이 방문한 것으로 나타났으며, 전년동기(5,837명)대비 33.3%로 높은 증가율을 보이고 있음
 - 봉황대길 10대~30대 방문객은 전년동기대비 35.1% 증가하였으나 김해 전체 방문객 중 10대~30대는 전년동기대비 2.0% 감소하여 토더기 팝업 스토어 운영이 봉황대길에 젊은층의 유입을 증가시킨 것으로 파악됨

표 3-26 토더기 팝업스토어 연령대별 방문 현황

(단위 : 명, %)

구분	봉황대길 방문객			김해 전체 방문객		
	2024년	2023년	증감률	2024년	2023년	증감률
10대이하	1,377	1,038	32.7	1,027,143	1,134,262	-9.4
20대	7,781	5,837	33.3	1,880,023	1,772,801	6.0
30대	5,783	4,188	38.1	2,434,939	2,543,707	-4.3
40대	3,099	2,178	42.3	3,130,552	3,029,621	3.3
50대	3,637	2,065	76.1	3,328,935	3,154,495	5.5
60대	1,689	914	84.8	2,126,329	1,555,279	36.7
70대이상	592	606	-2.3	670,669	490,018	36.9
계	23,958	16,826	42.4	14,598,590	13,680,183	6.7

자료) 방문객 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성

- 내국인 방문객 지출액은 봉황대길이 포함된 회현동 지출액을 분석한 결과, 5월에서 7월까지 31억원으로 전년동기(25억원) 대비 24.3% 증가하였으며, 운영 첫 달인 5월 지출액이 약 13억원으로 전년동월(약 9억원) 대비 48.1% 증가로 가장 큰 폭의 증가율을 보이고 있음
 - 동 기간대비 김해시 전체 지출액은 1,581억원으로 전년동기(1,528억원) 대비 3.5% 증가로 회현동 지출액 증가율이 상대적으로 높게 나타나 토더기 팝업 스토어 방문으로 회현동의 방문객 소비 지출액이 늘어났음을 확인할 수 있음

표 3-27 토더기 팝업스토어 지출액 현황

(단위 : 백만원, %)

구분	회현동(봉황동포함) 지출액			김해시 전체 지출액		
	2024년	2023년	증감률	2024년	2023년	증감률
5월	1,262	852	48.1	56,344	52,875	6.6
6월	936	813	15.1	51,341	48,780	5.3
7월	938	858	9.3	50,423	51,142	-1.4
계	3,136	2,523	24.3	158,108	152,797	3.5

자료) 방문객 신용카드 지출액 데이터를 분석하여 연구진 작성

4) 가야테마파크 빛축제

- 2024 김해방문의 해 사업의 일환으로 진행된 가야테마파크 빛축제 (5.7~6.2)는 행사기간 중 주말(8일) 내국인 방문객 중심으로 살펴보면 김해가야테마파크 방문객은 25,396명으로 전년동기(11,528명) 대비 120.3%의 높은 증가율을 보이고 있음.
- 김해 전체 방문객은 전년동기대비 6.5% 증가한 것으로 나타나 빛축제가 김해 주말 방문객 유입에 큰 효과가 있었던 것으로 분석됨

표 3-28 빛축제 주말 방문객 현황

(단위 : 명, %)

구분	김해가야테마파크 주말 방문객			김해 주말 방문객		
	2024년	2023년	증감률	2024년	2023년	증감률
방문객	25,396	11,528	120.3	1,349,283	1,267,523	6.5

자료) 방문객 이동통신 데이터를 분석하여 연구진 작성



자료) 김해문화관광재단(2024), 내부자료

그림 3-17 빛축제 현장 사진

5 | 목적지 검색데이터 및 소셜네트워크 서비스 분석

1) 목적지 검색데이터 분석

- 한국관광데이터랩 지역별 관광지 검색 순위(네비게이션 목적지)에서 김해 주요 관광지점 데이터를 분석한 결과 이동통신 방문인구 데이터와 같은 방문 양상을 보임
 - 장유대청계곡(189.3%), 김해가야테마파크(77.9%), 국립김해박물관(34.5%) 등은 전년동기대비 큰 폭으로 증가하였고, 롯데위터파크(-4.9%), 클레이아크김해미술관(-7.1%)은 감소한 것으로 나타남

표 3-29 목적지 검색데이터 주말 방문객 현황

(단위 : 건, %)

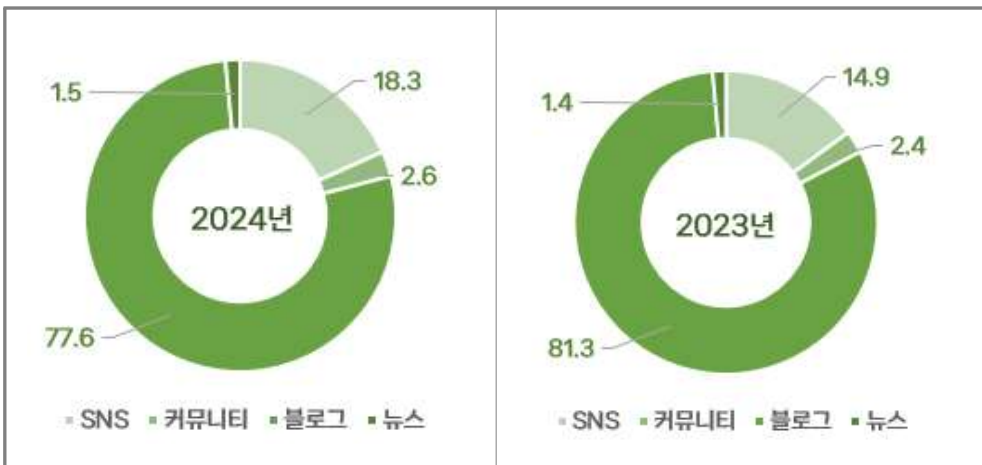
관광지	2024년	2023년	증감률
김해롯데위터파크본관	75,234	79,123	-4.9
연지공원	38,740	37,487	3.3
김해가야테마파크	28,035	15,761	77.9
가야랜드	18,903	14,718	28.4
장유대청계곡	18,192	6,288	189.3
노무현대통령생가	16,048	14,326	12.0
김해문화의전당	15,793	13,913	13.5
국립김해박물관	12,932	9,614	34.5
장유스파랜드	12,017	9,671	24.3
김수로왕릉	10,468	9,970	5.0
클레이아크김해미술관	8,351	8,987	-7.1
김해천문대	7,693	8,264	-6.9
대성동고분박물관	4,672	4,292	8.9
김해봉리단길	4,651	4,354	6.8

자료) 한국관광데이터랩(<https://datalab.visitkorea.or.kr>) 자료를 바탕으로 연구진 작성

2) 소셜 네트워크 서비스 언급량 분석

- 2024년 3대 메가 이벤트 기간 소셜 네트워크 서비스 채널별 ‘김해’ 언급량을 살펴보면, 블로그가 77.6%로 가장 많은 것으로 나타났으며, SNS 채널 언급량은 18.3%, 커뮤니티 2.6%, 뉴스 1.5%로 나타남
- 동 기간 SNS 채널이 14.9%에서 18.3%로 3.4%p 증가한 반면, 블로그는 3.7%p 감소한 것으로 나타나 최근 관광 홍보 및 정보 채널로 많이 활용되고 있는 SNS 서비스 언급량에 늘어난 것은 고무적이지만 여전히 블로그 채널 의존도가 높음

(단위: %)



자료) 씬트렌드(<https://some.co.kr>) 채널별 언급량 자료를 바탕으로 연구진 작성(광고, 협찬 등 게시글 제외)

그림 3-18 소셜 네트워크 채널별 언급량

IV 3대 메가 이벤트 경제유발효과 분석

1 | 경제유발효과 분석의 개요

1) 분석 모형: 지역간 산업연관분석

(1) 산업연관분석의 기본 개념

- 산업연관분석(inter-industry analysis) 또는 투입산출분석(input-output analysis)은 생산활동을 통하여 이루어지는 산업 간 상호 연관관계를 수량적으로 파악하는 분석 방법임(한국은행, 2015)
- 산업연관분석 모형을 적용하기 위해서는 산업연관표(input-output table)가 필수적으로 작성되어야 함
 - 산업연관표는 일정 기간(보통 1년) 동안 한 나라에서 생산되는 모든 재화와 서비스의 산업 간 거래 관계를 일정한 원칙과 형식에 따라 행렬(matrix) 형태로 기록한 통계표임
- 산업연관표는 작성 대상 지역을 기준으로 전국산업연관표와 지역산업연관표로 구분할 수 있으며, 지역산업연관표를 이용하면 지역간, 부문간 상호 의존관계를 분석할 수 있음
 - 지역산업연관표는 세부적으로 단일지역 산업연관표(SRIO; single-region input-output table)와 지역간 산업연관표(IRIO; inter-regional input-output table)로 구분됨
 - 단일지역 산업연관표는 분석 대상이 되는 지역을 제외한 나머지 모든 지역은 하나의 지역으로 통합하여 나타내는 반면, 지역간 산업연관표는 전국을 여러 지역으로 세분화한 후에 지역간, 부문간 거래 관계를 구분하여 나타냄
 - 따라서 지역간 산업연관표를 이용하면 단일지역 산업연관표에서는 분석할 수 없는 지역간, 부문간 경제유발효과를 분석할 수 있다는 장점이 있음(김태진, 2021)

(2) 지역간 산업연관표의 구조

- 전국을 G 개 지역으로 구분하고, 각 지역에는 n 개의 산업이 존재한다고 할 때, 지역간 산업연관표는 다음 [그림 4-1]과 같이 나타낼 수 있음
- 지역간 산업연관표의 세로 방향과 가로 방향은 각각 ‘투입구조’와 ‘배분구조’를 의미함
 - 예) 지역 1의 투입구조: 지역 1에서 생산을 위해 투입된 총투입액(X_1)은 지역 1의 중간재(Z_{11})와 타지역에서 생산되어 지역 1에 투입된 중간재(Z_{r1} , $r=2, \dots, G$), 해외로부터 투입된 중간재(Z_1^m), 지역 1에서의 부가가치(V_1)의 합과 같음
 - 예) 지역 1의 배분구조: 지역 1의 총산출액(X_1)은 지역 1의 중간재(Z_{11})와 지역 1에서 생산되어 타지역에 투입된 중간재(Z_{1r} , $r=2, \dots, G$), 지역 1의 최종수요(Y_{11}^d), 지역 1에서 생산된 타지역의 최종수요(Y_{1r}^d , $r=2, \dots, G$)로 배분됨

			중간수요									최종수요									지역 총산출액
			지역 1			...			지역 G			지역 1			...			지역 G			
			산업 1	...	산업 n	산업 1	...	산업 n	산업 1	...	산업 n	소비	투자	수출	소비	투자	수출	소비	투자	수출	
중간투입	지역 1	산업1 ⋮ 산업n	Z_{11}			투 입 구 조	Z_{1G}			Y_{11}^d			...			Y_{1G}^d			X_1		
	⋮	산업1 ⋮ 산업n	배 분 구 조																		
	지역 G	산업1 ⋮ 산업n	Z_{G1}				Z_{GG}			Y_{G1}^d			...			Y_{GG}^d			X_G		
	수입		Z_1^m				Z_G^m			Y_1^m			...			Y_G^m					
			V_1			V_G															
			X_1			X_G															

자료) 한국은행(2015, 2020), 김태진(2021) 참고하여 연구진 작성

그림 4-1 지역간 산업연관표의 기본 구조

(3) 최종수요 변동의 경제유발효과

- 지역간 산업연관표를 활용한 최종수요 변동의 경제유발효과는 일반적으로 3가지 측면(생산, 부가가치, 고용)에서 추정할 수 있음
- 각 유발효과는 다음과 같이 지역간 산업연관표의 배분구조를 수급방정식 형태로 나타낸 식을 통해 유도됨

$$\begin{aligned}
 Z_{11} + Z_{12} + \dots + Z_{1G} + Y_{11}^d + Y_{12}^d + \dots + Y_{1G}^d &= X_1 \\
 Z_{21} + Z_{22} + \dots + Z_{2G} + Y_{21}^d + Y_{22}^d + \dots + Y_{2G}^d &= X_2 \\
 \vdots & \\
 Z_{G1} + Z_{G2} + \dots + Z_{GG} + Y_{G1}^d + Y_{G2}^d + \dots + Y_{GG}^d &= X_G
 \end{aligned}$$

(단, Z_{rs} 는 지역 r 과 지역 s 간의 중간재 거래 행렬, Y_{rs}^d 는 지역 r 의 산출물에 대한 지역 s 에서의 최종수요 벡터, X_r 은 지역 r 의 총산출물 벡터를 의미함, $r, s = 1, 2, \dots, G$)

- 투입계수($A_{rs} = Z_{rs}/X_s$)를 이용하여 위 수급방정식을 변형하면 다음과 같이 나타낼 수 있음

$$\begin{aligned}
 A_{11}X_1 + A_{12}X_2 + \dots + A_{1G}X_G + Y_{11}^d + Y_{12}^d + \dots + Y_{1G}^d &= X_1 \\
 A_{21}X_1 + A_{22}X_2 + \dots + A_{2G}X_G + Y_{21}^d + Y_{22}^d + \dots + Y_{2G}^d &= X_2 \\
 \vdots & \\
 A_{G1}X_1 + A_{G2}X_2 + \dots + A_{GG}X_G + Y_{G1}^d + Y_{G2}^d + \dots + Y_{GG}^d &= X_G
 \end{aligned}$$

- 투입계수(A_{rs})는 해당 지역 중간투입액(Z_{rs})을 총투입액(X_s)으로 나눈 값으로, 지역을 의미하는 하첨자 r 이 s 와 같은 경우는 지역내 투입계수를, r 과 s 가 다른 경우는 지역간 투입계수를 의미함. 이때 지역간 투입계수가 클 수록 지역간 상호의존관계 또는 개방성이 높다고 해석할 수 있음

- 생산유발효과

- 생산유발효과는 특정 지역의 최종수요에 의해서 유발되는 해당 지역과 타 지역의 총산출물 변화 효과를 의미하며, 위 식을 이용해 생산유발계수를 유도할 수 있음

- 투입계수를 이용하여 변형된 수급방정식을 $Y_r^d = \sum_{s=1}^G Y_{rs}^d$ 로 정리한 뒤, 행렬로 표기하면 다음과 같음

$$\begin{bmatrix} A_{11} & A_{12} & \cdots & A_{1G} \\ A_{21} & A_{22} & \cdots & A_{2G} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ A_{G1} & A_{G2} & \cdots & A_{GG} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} X_1 \\ X_2 \\ \vdots \\ X_G \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} Y_1^d \\ Y_2^d \\ \vdots \\ Y_G^d \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} X_1 \\ X_2 \\ \vdots \\ X_G \end{bmatrix}$$

$$A^d X + Y^d = X$$

$$(I - A^d)X = Y^d$$

$$X = (I - A^d)^{-1} Y^d$$

(단, $A^d = \begin{bmatrix} A_{11} & A_{12} & \cdots & A_{1G} \\ A_{21} & A_{22} & \cdots & A_{2G} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ A_{G1} & A_{G2} & \cdots & A_{GG} \end{bmatrix}$ 는 투입계수행렬, $X = \begin{bmatrix} X_1 \\ X_2 \\ \vdots \\ X_G \end{bmatrix}$ 는 총산출물 벡터,

$Y^d = \begin{bmatrix} Y_1^d \\ Y_2^d \\ \vdots \\ Y_G^d \end{bmatrix}$ 는 최종수요 벡터, I 는 단위행렬임)

- 이때 $(I - A^d)^{-1}$ 는 생산유발계수행렬로, 한 지역의 최종수요가 변화했을 때, 각 지역에서 유발되는 산출 규모를 나타냄

● 부가가치유발효과

- 최종수요의 변화에 따른 지역별 부가가치유발효과는 부가가치계수 ($V_r^A = V_r / X_r$, $r = 1, 2, \dots, G$)의 대각행렬 \widehat{V}^a 를 생산유발계수에 곱하여 계산할 수 있음

$$V^a = \widehat{V}^a X = \widehat{V}^a (I - A^d)^{-1} Y^d$$

- 이때 $\widehat{V}^a (I - A^d)^{-1}$ 는 부가가치유발계수 행렬로, 한 지역의 최종수요가 변화했을 때 각 지역에서 유발되는 부가가치 규모를 나타냄

○ 고용유발효과

- 지역별 고용유발효과를 추정하기 위해서는 지역별 고용표를 이용하여 추정할 수 있음. 부가가치유발효과와 마찬가지로 고용계수($L_r = W_r/X_r$, $r = 1, 2, \dots, G$, W_r 은 지역 r 에 대한 취업자 벡터)의 대각행렬 \hat{L} 를 생산유발계수에 곱하여 계산할 수 있음

$$W = \hat{L}X = \hat{L}(I - A^d)^{-1}Y^d$$

- 이때 $\hat{L}(I - A^d)^{-1}$ 는 고용유발계수 행렬로, 한 지역의 최종수요가 변화했을 때 각 지역에서 유발되는 고용 인원을 나타냄

○ (예시) 경남 지역 건설 부문의 경제유발효과

- 한국은행 산업대분류 기준으로 경남 지역 건설 부문의 유발계수를 도출하면 다음과 같음

표 4-1 경남 지역 건설 부문의 유발계수

지역	생산유발계수	부가가치유발계수	고용유발계수
강원	0.018	0.007	0.099
경기	0.118	0.046	0.624
경남	1.337	0.567	9.049
경북	0.069	0.022	0.227
광주	0.006	0.002	0.044
대구	0.016	0.007	0.120
대전	0.006	0.003	0.047
부산	0.091	0.040	0.658
서울	0.120	0.059	0.932
세종	0.002	0.001	0.008
울산	0.059	0.018	0.135
인천	0.033	0.012	0.156
전남	0.040	0.012	0.115
전북	0.013	0.004	0.062
제주	0.003	0.001	0.027
충남	0.052	0.016	0.121
충북	0.024	0.008	0.100
합계	2.007	0.825	12.522

주) 고용유발계수는 최종수요 10억 원 당 유발되는 고용 인원(명)을 의미함
 자료) 한국은행(2020) 참고하여 연구진 작성

- 이때 경남 지역의 생산유발계수 1.337, 부가가치유발계수 0.567, 고용유발계수 9.049의 의미는 경남 지역의 건설 부문 최종수요가 10억원 증가하는 경우, 경남 내에서 생산 13.37억원, 부가가치 5.67억원, 고용 9.049명이 유발된다는 것임
- 전국적으로는 경남 지역의 건설 부문 최종수요가 10억원 증가하는 경우, 생산 20.7억원, 부가가치 8.25억원, 고용 12.522명이 유발됨
- 위 예시는 경남의 건설 부문을 기준으로 작성한 유발계수표로, 만약 17개 지역과 33개 산업대분류를 고려한다면, 총 561개의 위와 같은 유발계수표를 작성할 수 있음

2) 분석의 전제

- 김해시 3대 메가 이벤트의 경제유발효과 분석을 위한 구체적인 전제는 다음과 같음
- 한국은행(2020) 「2015년 지역산업연관표」 활용
 - 본 보고서는 2020년에 발표된 전국 17개 광역시·도의 지역간 산업연관표를 이용함
 - 한국은행에서는 약 5년 단위로 지역산업연관표를 작성하고 있으며, 분석 시점인 2024년 말 기준으로 가장 최신의 자료는 2020년에 발표된 2015년 기준 지역간 산업연관표임
 - 한국은행(2020)에서 구분하고 있는 17개 지역은 서울, 인천, 경기, 대전, 충북, 충남, 광주, 전북, 전남, 대구, 경북, 부산, 울산, 경남, 강원, 제주, 세종임
- 지역내·외 경제유발효과 구분 제시
 - 본 보고서에서는 김해시 3대 메가 이벤트의 경제유발효과를 17개 지역 기준으로 추정하되, 최종적으로는 경남과 전국 단위를 중심으로 파악함
 - 3대 메가 이벤트의 공간적 범위가 김해(경남) 지역으로 한정되어 있다는 점을 고려할 때, 전국 단위로만 경제유발효과를 추정하는 경우 김해(경남) 지역에 미치는 영향을 다소 과다하게 평가할 수 있기 때문임
- 3대 메가 이벤트 사업비와 방문객 소비지출액의 경제유발효과 분석
 - 경제유발효과 분석을 위한 최종수요의 변화는 김해시 3대 메가 이벤트를

- 위해 투입된 사업비와 방문객 소비지출액으로 한정함
- 사업비는 3대 메가 이벤트를 위해 김해 지역에서 직접적으로 사용된 사업비를 기준으로 하며, 국도비와 시비 등 모든 재원을 합한 금액을 적용함
- 방문객 소비지출액은 2024년 1월부터 10월까지 방문객의 관광 관련 신용카드 지출액을 기준으로 분석함
- 최종적으로, 산업연관분석을 적용하여 김해시 3대 메가 이벤트를 통해 유발된 생산, 부가가치, 고용 측면의 경제적 유발효과를 정량적으로 파악함



그림 4-2 3대 메가 이벤트의 경제유발효과 분석 과정

2 | 3대 메가 이벤트 지출유형별 경제유발효과

1) 사업비 지출

(1) 3대 메가 이벤트별 사업비 구분

- 김해시 3대 메가 이벤트 관련 사업비는 총 2,737억원으로, 이 중 제105회 전국체육대회 및 제44회 전국장애인체육대회의 개최와 운영을 위해 2,663억원(97.3%)이 지출되었음
- 2024 동아시아문화도시 김해와 2024 김해방문의 해 관련 사업비는 주요 연계 사업과 홍보비 등을 포함하여 각각 31억원(1.1%)과 43억원(1.6%)이 지출됨

표 4-2 3대 메가 이벤트 사업비 규모

(단위: 백만원, %)

행사명	사업비	비중	합계
제105회 전국체육대회 및 제44회 전국장애인체육대회	266,281	97.3	273,661 (100.0)
2024 동아시아문화도시 김해	3,118	1.1	
2024 김해방문의 해	4,262	1.6	

주) 사업비는 김해시, 대한체육회, 대한장애인체육회 등 기관 내부자료를 활용하여 집계한 수치임

- 제105회 전국체육대회 및 제44회 전국장애인체육대회 세부 사업비
 - 제105회 전국체육대회 및 제44회 전국장애인체육대회는 김해종합운동장 건설 등 대규모 시설투자가 포함되어 있어 3대 메가 이벤트 중 가장 많은 사업비가 지출됨
 - 세부적으로 체육대회 개최를 위해 김해종합운동장 신축사업비 1,844억원, 대회시설 개보수비 157억원이 지출되었음
 - 또한 김해시, 대한체육회, 대한장애인체육회 등 기관 내부자료를 활용하여 집계한 결과, 대회 및 선수단 운영비 461억원과 김해시 자체 연계 행사(사업)비 200억원이 김해 지역 내에서 지출된 것으로 확인됨

표 4-3 전국체육대회 및 전국장애인체육대회 세부 사업비

(단위: 백만원)

행사명	사업비	합계
김해종합운동장 건설	184,407	266,281
대회시설 개보수	15,742	
대회 및 선수단 운영	46,100	
김해시 자체 연계행사(사업)	20,032	

주) 사업비는 김해시, 대한체육회, 대한장애인체육회 등 기관 내부자료를 활용하여 집계한 수치임

● 2024 동아시아문화도시 김해 세부 사업비

- 2024 동아시아문화도시 김해 관련 세부 사업비는 총 31억원이며, 동아시아 문화도시 개·폐막식, 2024 세계유산 가야문화축제 등 17개 단위 사업을 추진함
- 세부적으로 2024년 10월 16일부터 20일까지 진행된 2024 세계유산 가야문화축제(10억원)와 동아시아문화도시 개·폐막식(6억원)에 가장 많은 사업비가 투입되었음
- 단위 사업 외에도 신문 지면 및 배너, 옥외 전광판, 누리집 등을 이용한 홍보비도 세부 사업비에 포함됨

표 4-4 2024 동아시아문화도시 김해 세부 사업비

(단위: 백만원)

행사명	사업비	합계
동아시아 문화도시 개·폐막식	600	3,118
2024 세계유산 가야문화축제	1,000	
도자교류전 '금바다 아시아를 두드리다'	104	
삼국의 현 '달을 바라보는 세 개의 시선'	100	
그 외 김해시 자체 연계행사(사업)	1,314	

주) 사업비는 김해시 내부자료를 활용하여 집계한 수치임

● 2024 김해방문의 해 세부 사업비

- 2024 김해방문의 해는 '다시 찾고싶은 동북아 관광 중추도시 김해' 이미지 제고를 목표로 2024년 연중 진행되었으며, 세부 사업비는 43억원임

- 김해시 관광과를 포함한 전 부서와 민간 참여를 통해 다양한 사업이 추진됨. 세부적으로 2024 김해문화유산 야행, 2024 김해 방문의 해 기념 특별음악회 등 문화 행사 뿐만 아니라 봉황대길 토더기 팝업스토어 설치 및 운영, 상징조형물(포토존) 설치, XR 콘텐츠 구축 등 인프라 관련 사업들도 다수 추진됨
- 김해꽃축제, 김해국제의생명과학축제 등 민간 참여 중심의 축제도 2024 김해방문의 해 사업과 연계하여 예년에 비해 행사 규모를 확대·진행하였으며, 이와 관련한 사업비도 포함함
- 다양한 행사(사업) 외에도 상징조형물 설치, 기념품 제작, 신문 지면 및 배너, 옥외 전광판, 누리집 등을 이용한 홍보비도 세부 사업비에 포함됨

표 4-5 2024 김해방문의 해 세부 사업비

(단위: 백만원)

행사명	사업비	합계
김해방문의 해 선포식	92	4,262
봉황대길 토더기 팝업스토어 설치 및 운영	210	
2024 김해문화유산 야행	200	
2024 김해 방문의 해 기념 특별음악회	20	
그 외 김해시 자체 연계행사(사업)	3,742	

주) 사업비는 김해시 내부자료를 활용하여 집계한 수치임

- 본 보고서에서는 경제유발효과 분석을 위해 각 사업비의 세부 항목을 한국은행 산업대분류 기준에 따라 재정리하였음
 - 김해시 3대 메가 이벤트 관련 사업비 중 가장 큰 비중을 차지한 항목은 건설(2,160억원)로, 김해종합운동장 건설, 시설·도로 보수 등 지역 내 인프라 구축과 개선에 집중된 지출이 이루어짐
 - 또한 3대 메가 이벤트는 김해 시민과 방문객을 대상으로 한 축제, 음악회, 체육행사 등 다양한 프로그램을 포함하고 있어, 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스(458억원) 부문에서도 많은 사업비 지출이 발생함

표 4-6 3대 메가 이벤트 사업비 구분

(단위: 백만원)

행사명	구분	사업비	합계
제105회 전국체육대회 및 제44회 전국장애인체육대회	건설	215,998	266,281
	예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스	41,439	
	음식점 및 숙박 서비스	6,125	
	그 외 부문	2,719	
2024 동아시아문화도시 김해	예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스	2,675	3,118
	정보통신 및 방송서비스	221	
	전문, 과학 및 기술 서비스	172	
	그 외 부문	50	
2024 김해방문의 해	예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스	1,696	4,262
	전문, 과학 및 기술 서비스	745	
	농림수산물	540	
	그 외 부문	1,281	
3대 메가 이벤트 사업비			273,661

주) 사업비는 김해시, 대한체육회, 대한장애인체육회 등 기관 내부자료를 활용하여 집계한 수치임

(2) 메가 이벤트 사업비 지출의 경제유발효과

- 본 보고서에서는 앞서 제시된 사업비 분류를 기반으로 산업연관분석 기법을 적용하여, 생산, 부가가치, 고용 측면의 경제유발효과를 분석함
 - 3대 메가 이벤트 총사업비 2,737억원은 경남 기준으로 생산유발효과 3,625억원(68.3%), 부가가치유발효과 1,637억원(71.4%), 고용유발효과 2,920명(76.2%)을 발생시킨 것으로 분석됨. 총사업비가 모두 김해 지역 내에서 지출되었기 때문에, 경남 기준의 경제유발효과는 대부분 김해 지역에 남겨진다고 볼 수 있음
- 한편, 김해 지역에서 필요한 재화와 서비스를 조달하는 과정에서 다양한 중간재를 다른 지역으로부터 공급받게 됨. 즉, 김해 지역의 사업비 지출이 타지역의 생산을 촉진하는 역할을 함. 이러한 타지역과의 상호의존성을 파악하기 위해 타지역과 전국 단위에서 발생하는 경제유발효과를 별도로 추정함
 - 분석 결과, 김해시 3대 메가 이벤트 사업비 지출로 서울 지역에 파급되는

경제유발효과는 생산유발효과 318억원(6.0%), 부가가치유발효과 156억원(6.8%), 고용유발효과 248명(6.5%)으로, 경남 외 타지역으로 확산되는 유발효과 중 가장 크게 나타남

- 서울 지역에 대한 경제유발효과가 크게 나타난다는 것은 서울에서 경남(김해)으로 공급되는 재화와 서비스의 비중이 높다는 것을 의미하며, 이는 경남(김해)과 서울 간의 산업적 연계성이 강하다는 것으로 해석할 수 있음
- 그 다음으로 생산유발효과와 부가가치유발효과는 경기, 부산, 경북 순으로, 고용유발효과는 부산, 경기, 경북 순으로 김해시 3대 메가 이벤트 사업비 지출의 파급이 큰 것으로 나타남. 이는 해당 지역들이 경남 지역과 생산구조의 상호의존성이 높다는 것을 의미함

표 4-7 3대 메가 이벤트 사업비 지출의 경제유발효과

지역	생산유발효과		부가가치유발효과		고용유발효과	
	백만원	비중(%)	백만원	비중(%)	명	비중(%)
강원	4,242	0.8	1,702	0.7	25	0.7
경기	29,432	5.5	11,511	5.0	160	4.2
경남	362,492	68.3	163,742	71.4	2,920	76.2
경북	16,506	3.1	5,328	2.3	59	1.5
광주	1,630	0.3	631	0.3	12	0.3
대구	4,193	0.8	1,698	0.7	32	0.8
대전	1,680	0.3	724	0.3	12	0.3
부산	22,884	4.3	10,263	4.5	175	4.6
서울	31,788	6.0	15,619	6.8	248	6.5
세종	579	0.1	210	0.1	2	0.1
울산	14,384	2.7	4,355	1.9	33	0.9
인천	8,146	1.5	3,010	1.3	39	1.0
전남	9,944	1.9	3,036	1.3	32	0.8
전북	3,459	0.7	1,159	0.5	18	0.5
제주	803	0.2	401	0.2	9	0.2
충남	12,561	2.4	3,894	1.7	31	0.8
충북	6,178	1.2	2,138	0.9	26	0.7
합계	530,903	100	229,421	100	3,833	100

자료) 연구진 작성

- 3대 메가 이벤트 관련 사업비 지출은 전국적으로 생산유발효과 5,309억원, 부가가치유발효과 2,294억원, 고용유발효과 3,833명을 발생시킨 것으로 나타남
 - 결론적으로 경남 내에는 3대 메가 이벤트 관련 사업비 지출의 전국 기준 생산유발효과의 68.3%, 부가가치유발효과의 71.4%, 고용유발효과의 76.2%가 파급되었으며, 경남 외 지역으로 생산유발효과의 31.7%, 부가가치유발효과의 28.6%, 고용유발효과의 23.8%가 파급되었음
- 경남 기준으로 행사별 경제유발효과를 살펴보면, 제105회 전국체육대회 및 제44회 전국장애인체육대회는 사업비 2,663억원으로 생산유발효과 3,532억원, 부가가치유발효과 1,586억원, 고용유발효과 2,810명을 발생시킨 것으로 분석됨
- 2024 동아시아문화도시 김해는 사업비 31억원으로 생산유발효과 39억원, 부가가치유발효과 23억원, 고용유발효과 50명을 발생시켰으며, 2024 김해방문의 해는 사업비 43억원으로 생산유발효과 54억원, 부가가치유발효과 28억원, 고용유발효과 60명을 발생시킨 것으로 분석됨

표 4-8 3대 메가 이벤트 행사별 경제유발효과

행사명	사업비 (백만원)	지역	생산유발효과		부가가치유발효과		고용유발효과	
			백만원	비중 (%)	백만원	비중 (%)	명	비중 (%)
제105회 전국체육대회 및 제44회 전국장애인체육대회	266,281	경남	353,237	68.1	158,609	71.1	2,810	75.9
		전국	518,442	100.0	222,961	100.0	3,702	100.0
2024 동아시아문화도시 김해	3,118	경남	3,861	76.7	2,305	82.1	50	85.8
		전국	5,032	100.0	2,808	100.0	58	100.0
2024 김해방문의 해	4,262	경남	5,394	72.6	2,829	77.5	60	82.7
		전국	7,429	100.0	3,651	100.0	73	100.0
3대 메가 이벤트 사업비	273,661	경남	362,492	68.3	163,742	71.4	2,920	76.2
		전국	530,903	100.0	229,421	100.0	3,833	100.0

자료) 연구진 작성

2) 방문객 소비지출

(1) 방문객 소비지출액 구분

- 방문객 현황 분석 결과, 3대 메가 이벤트 방문객의 신용카드 총지출액은 5,307억원이며, 세부적으로는 음식점 및 숙박서비스(48.1%)와 도소매 및 상품중개서비스(43.5%)에 집중된 것으로 나타남. 이는 메가 이벤트 방문객들이 김해 지역에서 식사, 숙박, 쇼핑 등 여행과 관련된 편의 서비스를 주로 이용했음을 의미함

표 4-9 3대 메가 이벤트 방문객 소비지출액 구분

(단위: 백만원)

구분	금액	비중
음식점 및 숙박서비스	255,012	48.1
도소매 및 상품중개서비스	231,143	43.5
예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스	38,827	7.3
그 외 부문	5,681	1.1
3대 메가 이벤트 방문객 소비지출액	530,664	100.0

자료) 방문객 신용카드 지출액 데이터를 분석하여 연구진 작성

(2) 메가 이벤트 방문객 소비지출의 경제유발효과

- 산업연관분석 결과를 살펴보면, 3대 메가 이벤트 방문객의 소비지출액 5,307억원은 경남에서 생산유발효과 7,470억원(75.6%), 부가가치유발효과 3,567억원(77.6%), 고용유발효과 10,284명(84.9%)을 발생시킨 것으로 분석됨
 - 사업비 지출과 마찬가지로, 방문객 소비지출액은 모두 김해 지역 내에서 지출되었기 때문에, 경남 기준의 경제유발효과는 대부분 김해 지역에 남겨진다고 볼 수 있음
- 타지역과 전국 단위에서 발생하는 경제유발효과를 별도로 분석한 결과, 전국적으로는 생산유발효과 9,880억원, 부가가치유발효과 4,598억원, 고용유발효과 12,110명을 발생시킨 것으로 나타남
 - 경남 외 지역 중 서울 지역에 파급되는 경제유발효과는 생산유발효과 616억원(6.2%), 부가가치유발효과 307억원(6.7%), 고용유발효과 488명(4.0%)으로 나타남

표 4-10 3대 메가 이벤트 방문객 소비지출의 경제유발효과

지역	생산유발효과		부가가치유발효과		고용유발효과	
	백만원	비중(%)	백만원	비중(%)	명	비중(%)
강원	4,808	0.5	2,149	0.5	53	0.4
경기	41,292	4.2	16,794	3.7	273	2.3
경남	746,969	75.6	356,663	77.6	10,284	84.9
경북	16,361	1.7	6,600	1.4	150	1.2
광주	2,181	0.2	960	0.2	21	0.2
대구	5,527	0.6	2,394	0.5	58	0.5
대전	2,617	0.3	1,212	0.3	23	0.2
부산	32,715	3.3	16,099	3.5	335	2.8
서울	61,580	6.2	30,734	6.7	488	4.0
세종	671	0.1	252	0.1	4	0.0
울산	14,272	1.4	4,560	1.0	34	0.3
인천	10,711	1.1	4,087	0.9	58	0.5
전남	13,991	1.4	5,431	1.2	113	0.9
전북	6,483	0.7	2,312	0.5	54	0.4
제주	3,002	0.3	1,359	0.3	40	0.3
충남	14,384	1.5	4,780	1.0	63	0.5
충북	10,394	1.1	3,400	0.7	58	0.5
합계	987,960	100	459,787	100	12,110	100

자료) 연구진 작성

- 그 다음으로 생산유발효과와 부가가치유발효과는 경기, 부산, 경북 순으로, 고용유발효과는 부산, 경기, 경북 순으로 김해시 3대 메가 이벤트 방문객 소비지출의 파급이 큰 것으로 나타남
- 결론적으로, 경남 내에는 3대 메가 이벤트 관련 방문객 소비지출의 전국 기준 생산유발효과의 75.6%, 부가가치유발효과의 77.6%, 고용유발효과의 84.9%가 파급되었으며, 경남 외 지역으로 생산유발효과의 24.4%, 부가가치유발효과의 22.4%, 고용유발효과의 15.1%가 파급되었음
- 일반적으로 방문객 소비지출은 음식점 및 숙박서비스 등 지역 이동이 제한적인 서비스 부문 중심으로 이루어지기 때문에, 3대 메가 이벤트 방문객 소비지출의 지역 내 파급효과 비중은 사업비 지출의 지역 내 파급효과 비중보다 상대적으로 크게 나타남

3 | 3대 메가 이벤트의 경제유발효과 종합

- 본 보고서에서는 3대 메가 이벤트 관련 총지출 8,043억원(사업비 지출 2,737억원, 방문객 소비지출 5,307억원)을 기반으로 지역간 산업연관표를 분석하였음
- 분석 결과를 종합하면, 경남 기준으로 생산유발효과 1조 1,095억원, 부가가치유발효과 5,204억원, 고용유발효과 13,204명이 발생한 것으로 나타남. 전국적으로는 생산유발효과 1조 5,189억원, 부가가치유발효과 6,892억원, 고용유발효과 15,943명이 발생함
 - 경남 외 지역 중에서 생산유발효과와 부가가치유발효과는 서울, 경기, 부산, 경북 순으로, 고용유발효과는 서울, 부산, 경기, 경북 순으로 김해시 3대 메가 이벤트 관련 총지출의 유발효과가 큰 것으로 나타남

표 4-11 3대 메가 이벤트 경제유발효과 종합

지역	생산유발효과		부가가치유발효과		고용유발효과	
	백만원	비중(%)	백만원	비중(%)	명	비중(%)
강원	9,050	0.6	3,851	0.6	78	0.5
경기	70,725	4.7	28,306	4.1	433	2.7
경남	1,109,460	73.0	520,406	75.5	13,204	82.8
경북	32,867	2.2	11,928	1.7	209	1.3
광주	3,810	0.3	1,591	0.2	32	0.2
대구	9,721	0.6	4,092	0.6	90	0.6
대전	4,298	0.3	1,936	0.3	35	0.2
부산	55,600	3.7	26,362	3.8	510	3.2
서울	93,368	6.1	46,353	6.7	736	4.6
세종	1,251	0.1	462	0.1	6	0.0
울산	28,656	1.9	8,915	1.3	67	0.4
인천	18,857	1.2	7,097	1.0	98	0.6
전남	23,935	1.6	8,467	1.2	145	0.9
전북	9,942	0.7	3,471	0.5	72	0.5
제주	3,805	0.3	1,759	0.3	49	0.3
충남	26,945	1.8	8,674	1.3	94	0.6
충북	16,572	1.1	5,538	0.8	84	0.5
합계	1,518,862	100	689,208	100	15,943	100

자료) 연구진 작성

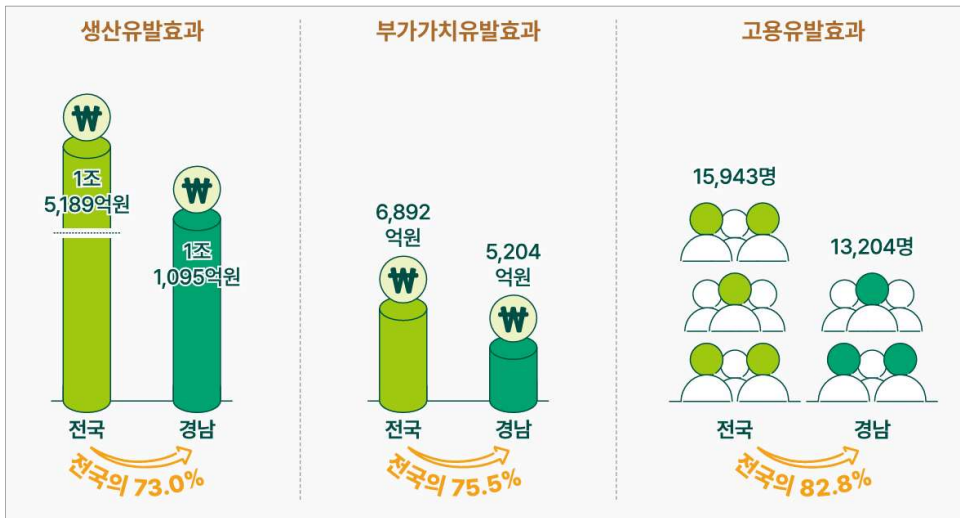


그림 4-3 3대 메가 이벤트의 경제유발효과 종합

- 3대 메가 이벤트 관련 사업비 지출과 방문객 소비지출로 전국 기준 생산유발효과의 73.0%, 부가가치유발효과의 75.5%, 고용유발효과의 82.8%가 경남 내 파급되었으며, 생산유발효과의 27.0%, 부가가치유발효과의 24.5%, 고용유발효과의 17.2%가 경남 외 지역으로 파급되었음

V 결론

1 | 요약 및 정리

- 3대 메가 이벤트 기간 동안 방문객 수는 전년 대비 7.4% 증가한 48,881천명으로 나타났으며, 내국인 방문객은 48,142천명으로 7.0% 증가, 외국인 방문객은 739천명으로 39.7% 증가한 것으로 나타나 방문객 유입에 효과적이었음
 - 월별 방문에서 메가 이벤트 집중 개최기간인 10월에는 증가율이 다소 둔화(2.5%)되었는데, 이는 2023년 10월에 추석 연휴가 포함되어 있었기 때문으로 분석됨
- 3대 메가 이벤트 개최 기간 동안 내외국인 방문객의 신용카드 지출액은 5,307억원으로 전년동기(5,164억원) 대비 2.8%(143억원) 증가한 반면, 동기간 통계청의 산업활동동향(서비스업동향조사, 경기종합지수 등) 자료에 따르면, 백화점 매출액은 전년동기대비 0.8% 감소, 마트 및 편의점 등 생활유통 매출액은 전년동기대비 0.2% 감소한 것으로 나타남
 - 내국인 방문객의 소비가 집중된 업종으로 음식점(+5.0%), 유희 및 기타요식(+1.4%), 제과·커피·패스트푸드(+10.4%) 등이 두드러졌음. 이는 3대 메가 이벤트가 음식과 관련된 소상공인 업종의 경제적 활력에 중요한 역할을 했음을 나타냄
- 전국적으로 소매판매와 서비스업생산지수가 모두 하락하는 상황에서도 김해시는 3대 메가 이벤트를 통해 방문객의 지출이 지역 내 소비로 이어져 경제적 활력을 유지할 수 있었으며, 지역내 특정 소비를 유도하여 경제적 완충 역할을 했음을 나타냄

표 5-1 경제 주요지표 현황

주요지표	2023년				2024년		
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기
서비스업생산지수	5.5	-0.7	-0.4	-0.9	-1.9	-1.7	-3.6
소매판매지수	1.2	1.8	-4.2	-6.1	-3.1	-9.1	-0.2

자료) 통계청(2024), 2024 3/4분기 지역경제동향

- 내외국인 방문객은 48,881천명으로 전년동기(45,506천명) 대비 7.4% 증가하여 메가 이벤트 개최에 따른 방문 인구 유입 증대 효과가 있었음
 - 전국체육대회 기간 내국인 방문객은 전년동기대비 8.6% 증가하였음
 - 제주(42.3%), 강원(38.4%), 세종(36.8%), 충북(31.4%), 충남(31.0%) 지역의 방문 인구가 전년대비 증가율이 높게 나타나 메가 이벤트 개최로 원거리 방문객의 유입이 많았음
- 3대 메가 이벤트 개최에 따른 김해 지역 내 사업비 지출과 방문객 소비지출 규모는 총 8,043억원(사업비 지출 2,737억원, 방문객 소비지출 5,307억원)에 달함
 - 이와 같은 대규모 지출은 지역 내에서 생산, 부가가치, 고용 측면의 상당한 경제유발효과를 발생시킴. 경남 기준으로는 생산유발효과 1조 1,095억원, 부가가치유발효과 5,204억원, 고용유발효과 13,204명이 발생한 것으로 나타남
 - 경제유발효과 중 일부는 타지역으로도 확산되나, 전국을 100% 기준으로 볼 때, 생산유발효과의 73.0%, 부가가치유발효과의 75.5%, 고용유발효과의 82.8%가 김해를 포함한 경남 지역 내 파급됨을 확인함
- 신용카드 업종별 매출액 기준 분석으로 현금 결제 방문객의 소비활동이 반영되지 않아, 전체 방문객들의 지출 규모 파악에는 한계가 있을 수 있음. 향후 행사 및 축제 등 이벤트 개최시 방문객 대상 표준 설문조사서를 구성하여 결제 수단 및 결제 금액 파악 등 연속적인 자료 확보를 통해 변화추이 등 실태 파악이 필요할 것으로 판단됨
- 산업연관분석 기법의 일반적 한계로 지적되는 제한적인 지역 구분과 특정 시점에 고정된 경제구조는 이번 분석에서도 동일하게 나타나는 한계점임. 이를 보완하기 위해 향후에는 보조적인 실증모형이나 동태적 분석 기법 등을 함께 활용할 필요가 있음

2 | 정책제언

1) 콘텐츠 연계 확대를 통한 시너지 효과 도모

- 3대 메가 이벤트가 체육, 문화 관광 등 다양한 분야의 콘텐츠를 유기적으로 추진하면서 김해만의 독특함을 선사할 수 있는 특화 콘텐츠를 발굴했다는 것에 큰 의의를 둘 수 있음. 이를 토대로 향후 콘텐츠의 연결을 통한 확장성을 마련하여 김해만의 독특한 콘텐츠를 생성할 수 있는 성장 모델을 구축 방안 마련이 필요함
- 전국체육대회·전국장애인체육대회 및 동아시아문화도시 개최에 홍보 마케팅을 위해 연계사업으로 추진된 2024 김해방문의 해 사업과 같이 단독 행사 개최보다는 행사 연계를 통한 확장성이 필요함
- 체육대회 행사 관련 단독 행사 유치보다는 연중 지속가능한 관광 수요 유치가 될 수 있도록 관련된 학술대회, 국제회의 등을 병행 유치·개최하여 산업적인 측면의 시너지 효과를 도모할 필요가 있음

2) 방문객 유형별 맞춤형 관광전략 수립 필요

- 70대 이상 방문객 증가 및 노령화 시대에 대응할 수 있는 웰니스 관광, 건강 테마관광 등 고령층 방문 증가에 대응한 콘텐츠를 개발할 필요가 있음
- 20대 방문 비율이 상대적으로 낮아, 젊은층을 위한 SNS 기반 이벤트 및 체험형 콘텐츠 확대가 필요함
 - 토더기 팝업스토어 운영으로 봉황동 일대 20대 방문이 늘어난 것처럼 세대별 트렌드 및 성향에 맞춘 프로그램 및 상품 개발 등
- 부산과 경남에 집중된 방문객을 전국적으로 확대하기 위해 원거리 지역 대상의 적극적인 마케팅 및 지역별 차별화된 마케팅을 실현해야 함
- 방문객 규모 확대를 위해서 내국인 관광객 유치뿐만 아니라 외국인 관광객 비중을 확대할 필요가 있음. 외국인 전용 관광패키지 개발 및 현지 여행사와의 협력을 강화해서 상품 개발, 온라인 홍보를 강화해야 함

3) 도시 경쟁력 확보를 위한 전략적 접근 요구

- 향후 도시브랜드를 제고시킬 수 있도록 단순한 일회성 행사가 아니라, 연례적 관광행사로 발전시키는 방안 마련과, 국제행사 유치 및 개최를 통해 김해 도시 브랜드를 강화하고 홍보하는 것이 무엇보다 필요함
- 김해만의 독특한 콘텐츠를 발굴하여 타 도시 대비 경쟁력을 확보할 수 있는 상품으로 개발할 수 있는 적극적 노력이 필요
- 예를 들어 김해의 역사 콘텐츠인 ‘가야문화’를 새롭게 재조명하고 이를 활용해서 관광 트렌드를 반영한 다양한 프로그램 개발 및 사업 추진 등 일원화된 시 정책 추진이 이루어져 김해시 방문 인구 유입을 늘릴 수 있는 방안 마련이 필요함
 - 가야 철기 문화를 금속 문화예술과 연계하여 김해의 금속제조업체와 문화예술을 접목하여 첨단하이테크 ‘금속공예 비엔날레’ 개최
 - 금속공예 디자인 관련 학과 개설로 금속공예를 산업으로 발전 등

4) 경제적 파급효과 확대를 위한 문화관광 콘텐츠 발굴 노력

- 이벤트와 연계한 지역 특산물 및 로컬 브랜드 홍보 강화로 지역 내 소비로 연결될 수 있는 정책을 발굴하여 지원을 강화해야 함
 - 지역 소상공인과의 협업을 통한 지역 업체와 전통시장을 연결하는 김해 로컬 마켓 운영 등
- 빛축제 개최 등 야간 콘텐츠 확대를 통해 체류시간 연장 및 지역 내 소비를 촉진시킬 수 있도록 야간 관광 활성화를 추진해야 함
 - 가야테마파크 빛축제의 방문객 증가가 보여주듯이 야간콘텐츠가 김해 관광의 킬러 콘텐츠가 될 수 있음을 시사한 것으로 파악되어 향후 야간시간 까지 머무를 수 있도록 야간관광 콘텐츠 확충 및 프로그램 개발이 이루어져야 할 것임

| 부록 |

활용 데이터 설명

- √ 내외국인 방문객 현황자료는 SK텔레콤(주), 신용카드 지출액 자료는 신한카드(주)로부터 제공받아 작성
- √ 내국인 방문객은 김해시 2시간 이상 체류 인원 기준이며, 주요 관광지점별 방문객은 주요 지점별로 30분 이상 체류인원 기준으로 기지국 데이터로 주변 인구 포함 및 일자별·지점별 중복이 발생할 수 있음
- √ 외국인 방문객은 매월 SKT 국가별 로밍데이터 비율과 우리나라 방문 외국인 관광객의 동반 관광객 수를 보정한 수치임
- √ 신용카드 지출액은 전체 신용카드 지출액 중 방문객이 김해 방문시 관광 활동과 관계가 없는 업종을 제외하고 집계되어 전체 지출 규모와 차이가 있을 수 있음
 - 내국인: 카드사 시장점유율(금융감독원)을 반영하여 전체 신용카드 지출액 추계
 - 외국인: 외국인 해외 발행카드 (VISA, MASTER, AMERICAN EXPRESS, JCB, 은련) 지출액으로, 중국인 지출액은 은련 보정계수 적용
- √ 경제유발효과분석에 활용된 자료는 사업에 투입된 예산과 김해 방문객 신용카드 지출액을 제공받아 작성
- √ 현재까지 우리나라에서는 기초자치단체 단위의 공식적인 지역산업연관표가 작성되지 않아, 전국 17개 광역시도 기준의 경제유발효과가 최소 분석 단위로 사용됨

| 참고문헌 |

- 김태진(2021), R을 이용한 산업연관분석, 한나레아카데미.
김해시(2024), 내부자료
김해문화관광재단(2024), 내부자료
대한장애인체육회(2024), 내부자료
대한체육회(2024), 내부자료
통계청(2024), 2024 3/4분기 지역경제동향
한국은행(2015), 2010년 및 2013년 지역산업연관표
한국은행(2020), 2015년 지역산업연관표
워드클라우드 <https://wordcloud.kr>
한국관광데이터랩 <https://datalab.visitkorea.or.kr>
썬트렌드 <https://some.co.kr>

3대 메가 이벤트 개최 성과 및 경제유발효과 분석

인 쇄 2025년 2월 28일
발 행 2025년 2월 28일
발 행 인 김 재 원
발 행 처 김 해 연 구 원

경남 김해시 주촌면 골든루트로 80-16 김해중소기업비즈니스센터 2층
Tel (055)344-7700
Homepage : www.ghri.re.kr
ISBN : 979-11-991749-0-0

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유로이 인용할 수 있습니다. 그러나 무단전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.
- 이 연구는 본 연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

