

고속철도 개통이 지방의 경제에 미치는 영향에 관한 조사연구  
Surveys on the Regional Economic Impacts from the High Speed Rail

국토연자 2004-02 · 고속철도 개통이 지방의 경제에 미치는 영향에 관한 조사연구

글쓴이 · 조남건, 이훈기 / 발행자 · 이규방 / 발행처 · 국토연구원  
출판등록 · 제 2-22 호 / 인쇄 · 2004년 5월 26일 / 발행 · 2004년 5월 31일  
주소 · 경기도 안양시 동안구 관양동 1591-6 (431-712)  
전화 · 031-380-0426(출판팀) 031-380-0114(대표) / 팩스 · 031-380-0474  
<http://www.krihs.re.kr>

©2004, 국토연구원

\* 이 연구보고서의 내용은 국토연구원의 자체 연구물로서  
정부의 정책이나 견해와는 상관없습니다.

국토연자 2004-02

고속철도 개통이 지방의 경제에 미치는 영향에 관한 조사 연구  
Surveys on the Regional Economic Impact from the High Speed Rail

●  
조남건 · 이훈기

■

■

■

■

■

■

■

## 연구진

---

연구책임 조남건 연구위원  
연구반 이훈기 책임연구원

## 발 간 사

2004년 4월 시속 300km/h를 자랑하는 경부고속철도가 개통되었다. 이로 인해 서울에서 부산까지 이동하는데 걸리는 시간이 3시간 이내로 크게 단축되었다. 개통 전, 고속철도 개통에 따른 통행시간단축은 우리나라의 교통체계는 물론이고, 사회경제와 공간구조에 상당한 변화를 주어 국토균형발전을 도모하고 지역경제에도 긍정적인 영향을 줄 것으로 기대했다. 하지만 고속철도가 개통된 지금 교통수단의 이용변화 외에는 큰 변화가 감지되지 않고 있다.

고속철도가 개통된 지 겨우 석 달이 지났다. 이러한 시점에서 고속철도가 지역경제에 미친 영향을 파악하기란 쉽지 않다. 왜냐하면 고속철도와 같은 교통인프라는 장기간에 걸쳐 그 파급효과가 서서히 나타나기 때문이다. 하지만 고속철도 이용특성은 단기간이 지난 시점에서 변화추세가 확실하다는 점과 지역경제의 전반적 추세를 파악할 수 있다는 점 등을 감안하여 본 연구가 수행되었다.

본 연구에서는 고속철도의 이용특성과 상권 및 대학가 거주형태에 대한 설문조사를 시행하여 고속철도의 영향을 분석하였다. 고속철도의 이용특성 중 그 이용자의 상당수가 기존 철도에서 전환한 것으로 나타나고 있어 타 교통수단에서의 전환유도가 필요하다고 말할 수 있다. 또한 업무통행 중 출장일수가 감소한 경향을 띄고 있는데 이는 통행시간단축으로 당일 업무를 마치고 귀가할 수 있는 기회가 더욱 증가했기 때문이라 할 수 있다. 상권의 경우, 업종에 따라 또한 조사대상지역에 따라 약간의 편차를 보이기는 하지만 아직까지는 고속철도에 의한 영향이 크다고는 볼 수 없어 향후 상권에 미치는 영향을 주시해야 할 것 같다. 대학가 주변지역의 주거형태를 조사한 결과에서도 대학생들의 통학에 큰 변화가 없는 것으로 조사되었다. 현 시점에서는 고속철도에 의한 영향에 대해 엄밀하게 결론을 내리는 것은 시기상조인 것으로 판단된다.

고속철도의 영향은 지속적인 관찰과 조사가 요구된다. 약 12조 7천억원이 소요된 대형 국책사업에 대해 그 영향을 조사분석하는 것은 향후에 추진될 비슷한 사업에 대해서도 활용할

가치가 충분히 있다. 특히, 고속철도와 같은 대형 인프라 건설로 지역의 경제에 어떠한 영향을 미치는지, 지역의 균형발전에 얼마나 기여하는지를 조사하고 분석하는 것은, 국토의 균형발전을 추구하는 참여정부의 정책추진에 귀중한 연구자료가 될 수 있다.

본 연구를 책임지고 수행하여 온 연구책임자 조 남건 연구위원과 이 훈기 책임연구원의 노고에 감사를 드린다. 또한 연구수행과정에서 연구의 질 제고를 위해 힘써주신 건설교통부 국토정책국의 관계자 여러분께도 심심한 감사의 말씀을 전한다.

2004년 5월  
원장 이 규 방

## 서 문

2004년 4월 1일, 경부고속철도가 그 모습을 드러냈다. 경부고속철도는 기존철도에 비해 서울과 부산간의 이동시간을 1시간30분 이상 단축시켰다. 호남선에는 기존선로의 전철화를 통해 고속열차가 운행되고 있으며, 이로써 호남선이 통과하는 대부분의 도시도 서울로의 접근성이 과거에 비해 한 시간 이상 단축되는 효과를 가져오게 되었다. 이처럼 고속교통수단의 운행으로 인해, 우리나라의 교통체계는 물론 사회경제와 국토공간에도 커다란 변화를 초래할 것으로 기대되었다.

고속철도 개통으로 예상된 긍정적인 효과로는 국토의 균형발전을 도모하고, 지역경제를 활성화한다는 것과, 부정적인 효과로는 빨대효과로 지역경제가 위축된다는 우려가 있었다. 고속철도가 개통된 지 수 개월이 지난 시점에서 고속철도의 긍정적인 영향이나 부정적인 영향을 분석하는 데는 여러 가지 한계가 있다. 그렇지만, 고속철도 개통후의 이용특성을 조사 분석하고, 고속철도가 정착하는 도시를 중심으로 고속철도의 영향을 분석하는 것은 자료의 축적 외에도 고속철도의 수요증대 및 향후의 비슷한 사업의 영향분석에도 활용될 수 있으므로 매우 중요한 의미를 갖는다.

본 연구는 고속철도 개통 후 고속철도 이용자에 대한 사후 경제적 특성을 조사하고, 관련 자료를 축적함과 동시에 지역경제의 파급효과를 파악하는데 주요 목적이 있다.

고속철도의 이용특성은 예상한대로 빠른 교통수단을 선호하는 사람들이 이용하며, 기존의 철도이용자와 항공이용자 등으로부터 많은 전환이 있었다. 통행목적별로는 쇼핑통행과 관광통행은 단일목적보다는 타 목적의 통행과 복합적으로 발생하는 비율이 높았으며, 고속철도와 연계한 패키지 관광은 아직 활성화되지 않은 것으로 분석되었다. 지방경제에 활기를 불어 넣어 줄 수 있는 쇼핑과 관광통행이 저조하기 때문에 이로 인한 지방지역내 부가가치 창출효과는 아직까지는 크게 기대하기 힘들 것으로 판단된다.

상권조사에서 방문 고객 수는 크게 변화하지 않은 것으로 나타나고 있으며 매출액도 큰

변화는 없으나 약간 감소하는 추세를 보였다. 이는 고속철도의 영향이라기보다는 경기침체에 따른 영향으로 아직까지 고속철도가 매출액에 큰 영향을 주고 있다고는 말하기 힘들다. 하지만 향후 고속철도가 매출액에 영향을 줄 것이라는 입장에는 대부분 수긍하고 있는데 상대적으로 부정적인 영향을 줄 것이라는 의견이 더 높게 나타났다.

상권조사와 더불어 고속철도 정차역의 대학가 주변 하숙집/원룸 이용실태조사를 하였는데, 아직까지 재실율에는 커다란 변화가 없는 것으로 나타났다. 하지만 향후 통학생이 증가하여 재실율이 약간 감소할 것으로 전망하는 의견이 많았으며 이용객을 끌어들이기 위해 임차료를 약간 인하하고자 하는 움직임이 있는 것으로 분석되었다.

이상과 같은 조사내용을 종합해보면, 고속철도 개통 후 1개월 정도가 지난 현시점에서 고속철도가 지역경제에 커다란 영향을 미치고 있다고 보기는 어려우며 향후 그 변화를 더 주시해야 할 것으로 판단된다. 지방의 지역경제를 활성화시키기 위해서는 방문객을 끌어들이기 위한 지자체 특유의 이벤트나 관광사업을 더욱 육성해야 할 필요성이 있으며 쇼핑에서도 지자체만이 갖고 있는 특산물이나 상품개발에 주력하여 고속철도 개통에 따른 부정적 영향을 최소화하는 대응방안이 강구되어야 할 것이다.

본 연구가 고속철도의 개통영향을 파악하는데 조금이나마 보탬이 되길 바라며, 앞으로 지속적이며 정기적인 사후조사가 이루어지길 바란다.

2004년 5월

연구위원 조 남 건



## 요 약

### 1. 고속철도 이용특성의 주요사항

#### 가. 고속철도의 이용과 관련한 사항

고속철도 이용자를 대상으로 고속철도를 선택한 이유를 조사한 결과, “이동시간이 적게 걸리기 때문”이라는 항목이 79.2%로 압도적으로 높은 비율을 점하고 있어 고속철도의 고속성이 교통수단을 선택하는 주요한 요인으로 작용하고 있음을 보여주고 있다. 이 외에도 “호기심 때문에 고속철도를 선택했다”고 답한 경우도 11%에 달하고 있어 고속철도 자체의 유발통행도 상당부분을 차지하고 있음을 보여주고 있다.

고속철도 개통에 따라 이용자가 직접적으로 느끼는 편익항목은 목적지에서 이용할 수 있는 시간이 증가했다는 점(57.8%)을 지적하고 있으며, 다음으로 당일 귀가가 가능해진 점(33.6%)을 들고 있다. 당일귀가와 관련하여 전체 응답자의 35.6%가 당일 귀가하는 것으로 조사되었으며 당일 여행 시 목적지에서 체류하는 평균시간은 5시간 10분으로 나타났다.

통행목적별 분포를 살펴보면, 귀가통행이 45%로 가장 높은 비율을 점하고 있다. 귀가 통행이 있기 전의 통행목적을 고려하는 경우, 개인용무 통행비중이 가장 높고(55%), 업무통행은 27.6%에 불과한 것으로 조사되었다. 관광 및 레저 목적의 통행은 8.5%로 나타났으며, 쇼핑통행은 2%로 매우 낮은 것으로 분석되었다.

요금부담 주체는 대부분 응답자 자신이 부담하는 것으로 조사되었는데(77.1%) 이는 업무통행의 비율이 상대적으로 낮기 때문인 것으로 해석할 수 있다. 하지만 업무통행의 비율이 27.6%임에도 불구하고 회사 혹은 다른 사람이 부담하는 비율이 22.9%밖에 되지 않음에 주의할 필요가 있다.

고속철도 역까지 접근하는데 이용하는 교통수단의 경우, 승용차(17.5%)와 택시(30.7%)의 비중이 높게 나타났으며, 대중교통수단인 버스(16.6%)와 지하철(29.3%)도 상대적으로 높은 비율을 차지하고 있다. 접근교통수단으로서 승용차의 비율이 상대적으로 높은 점을 감안하면 공항처럼 주차장 및 출구 앞 대기장소 등이 필요한 것으로 판단된다.

## 나. 쇼핑통행

앞에서 지적한 바와 같이, 단일 목적인 경우 쇼핑통행의 비율은 2%로 매우 낮은 것으로 조사되었으나, 다른 통행목적과 함께 쇼핑을 하는 경우 전체 응답자의 15.4%를 접하는 것으로 나타났다. 이를 통해 볼 때 쇼핑통행은 다른 목적과 복합적으로 이루어지고 있음을 짐작할 수 있다.

쇼핑 예정지 혹은 쇼핑을 한 장소는 쇼핑을 한 응답자 중 67.6%가 백화점과 대형쇼핑몰을 선호하고 있는 것으로 나타났다.

## 다. 관광통행

쇼핑통행과 마찬가지로 관광통행의 경우에도 다른 목적의 통행과 연계하여 관광을 하는 것으로 나타났다. 다른 목적의 통행과 연계한 관광/레저 통행의 비율은 21.4%로, 순수하게 관광/레저만의 통행인 8.5%보다 세배정도 높게 나타났다.

고속철도가 연계된 패키지 상품은 250건 중 21건에 불과하였으며, 대부분 개인관광(72%)으로 나타났다. 단 본 조사는 역내에서 이루어졌으며 단체관광객인 경우 의도적으로 그 중의 한 사람을 선정하였기 때문에 패키지 여행실적이 과소 추정되었을 가능성도 배제할 수는 없다.

이러한 조사결과에 비춰볼 때, 관광통행이 활성화되었다고 보기 힘들다. 비록 여행을 통한 고속철도 패키지 여행 시 요금을 30%정도 할인해 준다고 하더라도, 여행비용이 많이 소요되며 또한 아직까지 홍보가 활성화되지 않았기 때문에 고속철도와 연계한 관광통행이 낮게 나타난 것으로 판단된다.

## 라. 업무통행

업무통행관련 응답자의 업종은 다양하게 나타났다. 업무통행을 하고 있는 응답자의 경우 본사/지사와의 업무처리는 주로 전화(54.6%)와 이메일(32.1%) 등을 이용하는 것으로 나타났으며, 업무협의 시, 본사/지사 방문 시에는 고속철도 이용이 41.8%로 가장 높게 나타났으며 그 외 승용차(24%)와 항공기(15.8%)도 상대적으로 높게 나타났다.

고속철도를 이용할 경우, 업무에 도움이 되는 점으로 당일 출장 및 귀가가 가능하여 시간을 효율적으로 활용할 수 있다는 점을 들고 있다(56.2%). 반면 일을 처리하고 협의할 수 있는 시간이 늘어났다고 보는 응답자도 26.8%에 달하는 것으로 조사되었다.

고속철도가 개통되면 고속철도 역주변의 접근성이 개선되어 입지여건이 좋아진다. 이러한 점을 고려하여 고속철도 역 주변으로 회사가 이전할 계획이 있는가에 대한 답변으로는 7.5%의 응답자가 회사가 이전할 계획이 있다고 답하였다. 이러한 결과로 볼 때 회사에 따라서는 업종이나 다른 회사와의

업무교류 등을 고려하여 고속철도 역 주변으로 이전할 계획을 갖고 있는 것으로 판단할 수 있다.

## 2. 상권과 대학주변 주거형태 변화의 주요사항

### 가. 상권의 변화 관련조사

고속철도가 개통되면 고속철도가 통과하는 지지체의 상권에 영향을 미칠 수 있다. 이러한 점을 고려하여 방문객 수나 매출액 변화 등 상권에 영향을 줄 수 있는 요인에 대한 조사를 시행하였다.

먼저 종업원 수가 변화했는지에 대한 조사결과에서는 큰 변화가 없는 것으로 조사되었다. 단 대전 지역에 소재한 상점의 종업원 수는 거의 변화가 없지만, 천안지역의 경우 종업원 수가 다소 증가한 것으로 조사되었다.

종업원 수와 유사하게 상점을 찾는 방문객 수도 커다란 변화 없이 증감이 비슷한 것으로 나타났다. 이는 고속철도가 개통된 지 얼마 되지 않아 지역간 교류인구 변화가 상점을 찾는 방문객 수에 영향을 주기에는 아직까지 역부족인 것으로 판단된다.

방문객 수는 일정함에도 불구하고 매출액은 오히려 약간 감소한 것으로 조사되었다. 매출액의 변화요인 중 고속철도 개통으로 서울에 가서 구매하려는 경향이 하나의 이유로 나타나기도 했지만, 전반적으로 경기침체에 따른 구매력 저하를 가장 큰 이유로 꼽고 있다(46%). 천안과 대전의 경우, 서울에 가서 구매하는 경우를 지적하고 있으나 그 비율은 6~7%로 매우 낮아 아직까지 고속철도가 매출액에 영향을 미치고 있다고 말하기는 어렵다. 단, 고속철도 개통이 매출액에 미치는 영향은 부정적인 면(33.3%)이 긍정적인 면(19.3%)보다 높게 나타나고 있어 고속철도 개통과 매출액의 관계는 부정적인 면이 우세한 것으로 해석할 수 있다.

고속철도 개통으로 업종의 변화를 고려하는 곳은 3개소로 매우 낮지만, 상황을 보면서 결정하겠다는 경우가 79개소로 약 20%에 달하고 있어, 향후 업종변화를 주시해야할 필요가 있음을 시사하고 있다. 특히 지방도시에서는 고속철도 개통으로 고급의류가 큰 타격을 받을 것으로 조사되었으며, 다음으로 수입제품에도 영향을 줄 것으로 조사되었다. 이러한 점을 감안할 때, 지방도시의 대형쇼핑센터나 백화점이 위축될 가능성이 클 것으로 나타났으며 반대로 관광업과 지역특산물 판매가 활성화될 것으로 나타났다.

고속철도 개통 후 지방도시의 상인들은 고객유치활동과 단골고객 확보를 위해 노력하는 것으로 나타났으며 이와 관련하여 판촉을 위한 이벤트를 준비하는 곳도 있는 것으로 조사되었다.

### 나. 하숙집/원룸의 동향

조사대상 중 방이 21개 이상인 곳은 197개 중 24개소에 불과하며, 방이 6~10개인 곳은 51개소로

가장 많았다. 이러한 하숙집과 원룸을 대상으로 조사를 시행한 결과, 고속철도 개통전후의 재실율은 대체로 변화가 없는 것으로 나타났다. 특히 대전의 경우 재실율이 감소한 경우가 한 곳도 없었으나 천안의 경우 감소한 곳과 증가한 곳이 비슷하여 전반적으로 큰 변동사항은 없고, 조사결과로는 약간 증가한 것으로 조사되었다. 월세의 경우, 대체로 커다란 변동은 없으나 인상된 곳이 하락된 곳보다 많은 것으로 나타나 전반적으로 약간 인상된 추세를 보이고 있다.

고속철도를 이용하여 지방대학에 통학하는 통학생이 증가할지 여부는 긍정과 부정이 반반정도로 나타나고 있으나, 고속철도 개통에 따른 임차료는 약간 인하될 가능성이 있는 것으로 조사되었다.

# 차 례

발 간 사 .....	i
서 문 .....	iii
요 약 .....	v

## 제 1 장. 조사 개요

1. 설문조사의 개요 .....	1
가. 목적 .....	1
나. 조사 범위 .....	2
다. 조사 방법 .....	2
2. 조사 내역 .....	3

## 제 2 장. 설문지 문항별 분석결과

1. 고속철도 이용특성 .....	5
가. 일반 사항 .....	5
나. 고속철도 통행특성 .....	8
다. 쇼핑통행의 특성 .....	31
라. 관광통행 .....	43
마. 업무통행 .....	50
2. 상권 및 대학가 주변 주거형태변화 .....	65
가. 상권의 영향 변화 .....	65
나. 대학가 주변 주거형태의 변화 .....	77

## 제 3 장. 결론

1. 결론 .....	85
가. 고속철도의 이용특성 .....	85
나. 상권 및 대학가 주변의 거주형태 영향 .....	86
2. 조사결과의 시사점 및 연구의 한계 .....	86
가. 시사점 .....	87

나. 연구의 한계 .....	87
3. 향후의 대응방안 .....	88
가. 지속적인 모니터링 필요 .....	88
나. 정보공유 및 조사협조 필요 .....	88

## 부 록

# CHAPTER 1

## 조사 개요

### 1. 설문조사의 개요

#### 가. 목적

##### 1) 고속철도 이용 특성 파악 및 자료 축적

본 조사의 목적은 2004년 4월 1일 고속철도 개통 후, 고속철도 이용자에 대한 사회경제적 특성을 조사하고, 관련 자료를 축적하기 위한 것이다. 또한, 고속철도 이용과 관련하여 교통수단의 전환여부, 통행목적, 통행의 편리성 또는 불편성 등 고속철도의 이용특성을 조사하여 고속철도의 이용 실태를 모니터링하기 위한 것이다.

##### 2) 지방의 경제적 영향 등에 대한 조사

고속철도 개통 후 지역의 균형발전을 이룰 것이라는 기대가 있었으나, 실제로 개통된 후 오히려 지역의 상권 및 지방 경제에 부정적인 영향을 미친다는 의견도 있었다. 이에 따라 고속철도 개통 후 실제로 지방 경제에 어떠한 영향이 있었는지 확인할 필요성이 제기되었다.

그러므로 본 조사는 지방의 상권이 고속철도 개통으로 얼마나 위축되었는지 혹은 상거래가 증가하였는지, 고속철도 개통이 지방의 상권에 영향을 미치는지, 어떤 시장에 영향을 줄 것인지를 알아보는 한편, 고속철도 개통 후 고속철도를 이용하는 통학생이 증가하면서 천안 아산 및 대전 주변에 소재한 지방대학 인근에 입지하고 있는 하숙집이나 원룸 등의 재실율에 영향을 미치는지, 실제로 어떤 결과를 갖고 왔는지 등을 파악하기 위한 것이다.

## 나. 조사 범위

### 1) 고속철도 정차역 도시 중심

본 조사는 고속철도가 정차하는 도시를 중심으로 수행되었으며, 조사비와 조사기간 등의 제약으로 인해 주로 경부고속철도 정차역을 중심으로, 그 역과 주변 도시가 주요 조사대상이 되었다

### 2) 상권 등은 지방도시 중심으로 조사

본 조사는 고속철도 개통 후 지방 경제에 미치는 영향을 알기 위한 것이므로, 상권 조사는 서울을 제외한 정차 도시에서 시행하고, 대학 주변 원룸 등에 대한 조사는 수도권에서 고속철도의 통학권에 해당하는 천안(아산) 및 대전 지역에서 수행하였다. 상권조사는 조사 기간 및 예산의 제약으로 인해 천안, 대전, 대구, 부산에 한정되었다.

### 3) 통행목적의 분류

본 조사에서는 고속철도의 이용목적에 알기 위하여 귀가, 쇼핑, 통근·통학, 업무, 레저/관광, 개인 용무 등의 6개 항목으로 분류하였다. 통행목적의 분류는 조사목적에 따라 다를 수 있으나, 본 조사에서는 통행목적 분류상 가장 많이 이용하는 방법을 적용하였다. 귀가는 일단 이전의 통행목적이 무엇이었던 집으로 혹은 회사로 돌아가는 통행이다. 업무는 회의참석이나 인사면담, 업무상담, 기관방문 등 기업활동이나 직업과 관련된 목적으로 한정하였다. 개인용무는 친구만남, 가족만남, 경조사 참석, 병문안, 진료, 종교행사 참석 등으로 개인적인 일로 한정하였다. 레저/관광은 데이트, 테마파크 관람, 단순 여행, 골프, 공연이나 영화관람, 등산, 낚시 등 휴식과 위락에 관련된 일에 한정하였다. 귀가통행에 대해서는 귀가전의 통행목적에 적도록 하여 전체적인 통행목적에 파악하도록 하였다.

## 다. 조사 방법

### 1) 면접조사

본 조사는 고속철도 이용자, 지방 상가의 상점 주인 또는 관리자, 하숙집 주인 또는 원룸 관리자 등을 대상으로 직접 면접 조사를 실시하였다. 조사원은 조사 대상 지역의 지리를 잘 아는 지역 대학생으로 선정되었으며, 사전 교육을 통해 조사 방법을 주지시켰다.

### 2) 표본조사

조사 표본은 가능한 한 무작위로 추출하여 조사토록 하였다. 고속철도 이용자에 대한 특성조사는 당초 고속철도에 승차하여 탑승객을 대상으로 조사할 예정이었으나, 철도청에서 협조해 주지 않아서 고속철도 역사의 대합실에서 조사하였다. 상권의 조사는 해당 도시에 상가가 밀집한 곳과 백화점,



할인점 등의 입점업체를 대상으로 이루어졌다. 대학 주변의 하숙집이나 원룸 등도 조사원이 아는 정보 혹은 주변에서 얻은 정보에 기초하여 무작위로 조사되었다. 설문조사시 응답율을 높이기 위해 응답자에게 문화상품권을 증정하였다.

## 2. 조사 내역

본 조사는 고속철도 개통 1개월 시점에서 이루어졌으며, 통행특성의 다양성을 조사하기 위해 평일과 휴일에 조사되었다(4.29일~5월 2일). 그리고, 자료정리 및 분석에 요하는 시간 등을 고려하여 조사대상 및 조사지점 등은 제한적으로 조사되었다.

- 고속철도 이용자 특성조사 : 일반적인 통행특성, 쇼핑·관광·업무통행 특성
- 지방의 상권에 대한 동향 조사 : 지방 도시의 백화점 등 고급 명품 판매점, 음식점, 숙박 업소, 대형 약국, 대형 할인점 등의 매출액 등 경제동향 조사
- 지방 대학 주변 하숙촌 등의 재실률 동향 조사

고속철도를 이용한 통근통학 조사 및 고속철도 개통 후 거주이전 등에 대한 조사는 교통개발연구원이 수행키로 하여 본 조사에서 제외되었다.

조사 내역

	계	서울	천안아산	대전	대구	부산	비고
이용자 통행 특성 조사	1,200	320	80	400	300	100	역 대합실 조사
지방 상권 조사	400	0	100	100	100	100	중대형 상가 조사
지방 대학 하숙집 조사	200	0	100	100	0	0	대학 주변 하숙집 조사



# CHAPTER 2

## 설문지 문항별 분석결과

### 1. 고속철도 이용특성

#### 가. 일반 사항

고속철도 이용자를 대상으로 한 설문 조사는 서울, 부산, 동대구, 대전, 천안아산 역에서 행해졌으며, 1,200명을 직접 면접 조사하였다. 회수된 설문지 중 기재내용이 부실한 것을 제외한 유효 표본은 1,166매로 회수율은 97.2%였다.

#### 1) 거주지 분포

응답자의 거주지 분포는 서울과 부산, 대구 등 대도시에 집중되고 있다.

거주지 분포	응답수 계	거주지 분포	응답수 계	거주지 분포	응답수 계
광주	2	전남	9	경기	83
대구	195	전북	16	경남	36
대전	183	울산	11	경북	37
부산	188	인천	18	제주	1
서울	317	충남	18	-	-
천안아산	43	충북	9	합계	1,166

#### 2) 성별 분포

응답자의 성별분포는 남성이 729명으로 62.5%, 여성은 37.5%이다.

계	남성	여성
1,166	729	437
100%	62.5%	37.5%

### 3) 연령별 분포

응답자의 연령별 분포는 20대가 가장 많은 40.7%였으며, 경제적 활동이 왕성한 30대와 40대는 40.4%였다. 61세 이상 응답자는 3%에 불과하였다. 이러한 분포는 본 조사가 무작위 표본 추출로 이루어졌지만, 역의 대합실에서 이루어져 약간의 바이어스가 있는 것으로 사료된다.

계	20세 이하	21~30세	31~40세	41~50세	51~60세	61세 이상
1,166	96	475	278	194	88	35
100%	8.2	40.7	23.8	16.6	7.5	3.0

### 4) 직업분포

응답자의 직업 중 이사 이상 CEO는 4.8%인 56명이었으며, 대체로 직장인(38.7%)과 자영업자(12.8%)가 많았으며, 학생도 19.9%에 달한다.

계	이사 이상 CEO	직장인	주부	학생	자영업	미취업	기타
1,166	56	451	115	232	149	22	141
100%	4.8	38.7	9.9	19.9	12.8	1.9	12.1

### 5) 동반자의 규모

고속철도 여행시 대체로 단독 여행자가 70.8%로 많았으며, 4명 이상은 6.9%였다.

계	1명	2명	3명	4명	5명 이상
1,166	826	197	63	38	42
100%	70.8	16.9	5.4	3.3	3.6

### 6) 고속철도 역까지의 접근교통수단

고속철도 역까지 접근하는데 이용한 교통수단으로는 택시가 30.7%로 가장 많고, 지하철/전철 이용자가 29.3%, 승용차 17.5%, 버스 이용자가 16.6%로 대중교통 이용자도 많았다.

계	승용차	택시	버스	지하철/전철	고속/시외버스	도보	기타
1,166	204	358	193	342	38	15	16
100%	17.5	30.7	16.6	29.3	3.3	1.3	1.4

7) 출발역 분포

조사결과 출발역은 서울, 대전, 동대구 등의 순으로 나타났는데, 이는 설문조사를 서울, 천안아산, 대전, 대구, 부산 중심으로 조사하였기 때문에 출발지의 분포가 집중되는 경향이 있다고 판단된다.

계	광명	구포	대전	동대구	밀양	부산	서울	용산	천안아산
1,166	5	2	344	271	2	98	356	3	85
100%	0.4	0.2	29.5	23.2	0.2	8.4	30.5	0.3	7.3

조사에서 나타난 이용구간은 동대구↔서울, 대전↔서울, 부산↔서울 등이 우세하였다. 이 결과는 조사가 서울역, 천안아산역, 대전역, 동대구역, 부산역에서 주로 이루어졌지만, 일단은 여객수요가 많은 대도시 중심으로 편중되고 있음을 알 수 있다. 광명역이나 천안아산역 등은 이용자 수가 많지 않았다. 호남선 구간을 이용한 경우를 제외할 때, 광명↔천안아산, 대전↔천안아산, 서울↔천안아산 처럼 단거리 구간의 이용자가 있는데, 특히 동일한 생활권으로 볼 수 있는 대전↔천안아산의 경우는 1.5%나 되었고, 접근성이 좋아진 천안아산의 경우는 서울↔천안아산 이용자가 3.3%나 되었다. 이러한 조사내용으로 볼 때, 비록 고속철도가 장거리 통행시 선호되는 교통수단이지만, 단거리 구간에도 유효하다는 것을 보여주고 있다.

구 간	응답수	%	구 간	응답수	%
광명~대전	6	0.5	동대구~부산	54	4.6
광명~동대구	7	0.6	동대구~서울	320	27.4
광명~서울	3	0.3	동대구~천안아산	19	1.6
광명~천안아산	5	0.4	목포~서울	15	1.3
광주~부산	3	0.3	밀양~서울	17	1.5
광주~서울	8	0.7	부산~서울	186	16.0
대전~동대구	82	7.0	부산~천안아산	30	2.6
대전~목포	1	0.1	서울~익산	15	1.3
대전~밀양	6	0.5	서울~천안아산	39	3.3
대전~부산	106	9.1	익산~천안아산	1	0.1
대전~서울	224	19.2	서울~정읍	1	0.1
대전~천안아산	18	1.5	계	1,166	100.0

주 : 용산역은 서울, 구포역은 부산에 포함

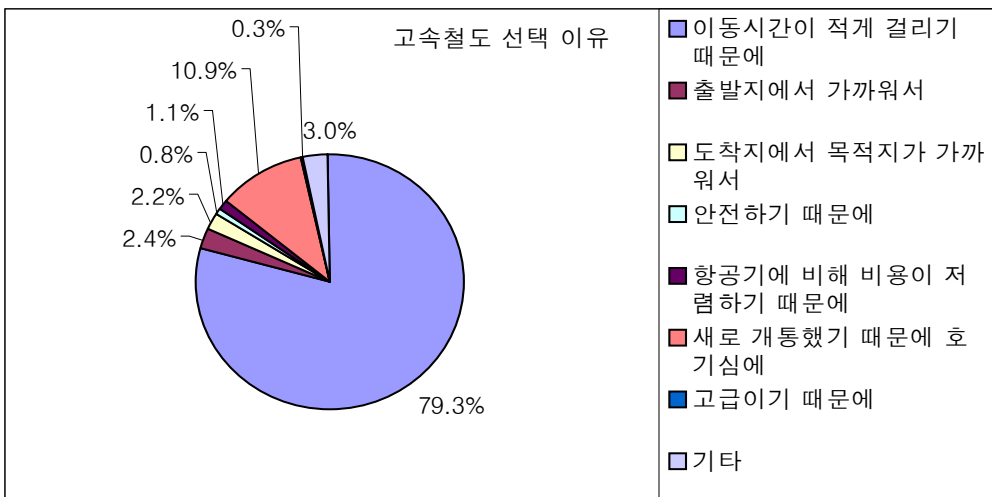
## 나. 고속철도 통행특성

### 1) 고속철도 선택이유

질문	이동 교통수단으로 고속철도를 선택하신 이유는 무엇입니까?
----	---------------------------------

고속철도의 선택이유는 매우 분명하게 나타나고 있다.. 이동시간이 적게 걸리기 때문이라는 이유가 923명으로 전체의 79.2%를 차지하고 있다. 새로 생긴 교통수단에 대한 호기심으로 탑승한 응답자도 약 11%에 달한다(이들은 순전히 유발교통으로 간주 할 수 있다). 출발지와 목적지가 가까워서 이용한 응답자도 4.6%이며, 항공기에 비해 비용이 저렴하다고 한 경우는 1%에 불과하다. 기타의 내용 중에는 자녀에게 교육을 시키기 위해 탑승하였다는 응답도 있었다.

고속철도 선택 이유	응답수 계	구성비(%)
이동시간이 적게 걸리기 때문에	923	79.2
출발지에서 가까워서	28	2.4
도착지에서 목적지가 가까워서	26	2.2
안전하기 때문에	9	0.8
항공기에 비해 비용이 저렴하기 때문에	13	1.1
새로 개통했기 때문에 호기심에	127	10.9
고급이기 때문에	4	0.3
기타	36	3.0
계	1,166	100.0



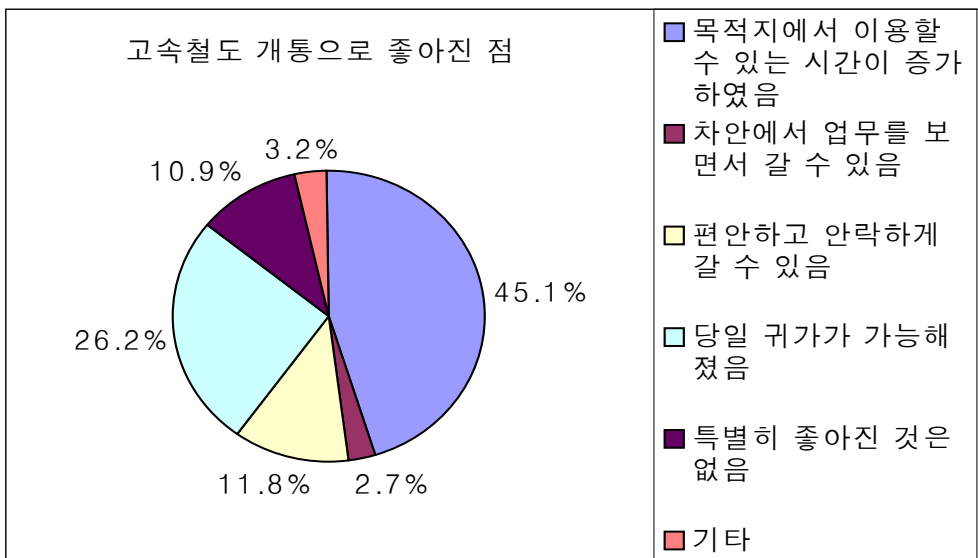
	응답 내용	계	이동시간이 적게 걸리기 때문에	출발지에서 가까워서	도착지에서 목적지가 가까워서	안전하기 때문에	항공기에 비해 비용이 저렴하기 때문에	새로 개통했기 때문에 호기심에	고급이기 때문에	기타
성별	남 (%)	729 (100.0)	581 (79.7)	15 (2.1)	16 (2.2)	7 (1.0)	10 (1.4)	76 (10.4)	2 (0.3)	22 (3.0)
	여 (%)	437 (100.0)	342 (78.3)	13 (3.0)	10 (2.3)	2 (0.5)	3 (0.7)	51 (11.7)	2 (0.5)	14 (3.2)
연령별	20세 이하 (%)	97 (100.0)	79 (81.4)	1 (1.0)	2 (2.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	14 (14.4)	0 (0.0)	1 (1.0)
	21~30세 (%)	474 (100.0)	379 (80.0)	10 (2.1)	11 (2.3)	2 (0.4)	5 (1.1)	47 (9.9)	2 (0.4)	18 (3.8)
	31~40세 (%)	278 (100.0)	222 (79.9)	7 (2.5)	3 (1.1)	1 (0.4)	3 (1.1)	32 (11.5)	1 (0.4)	9 (3.2)
	41~50세 %	194 (100.0)	152 (78.4)	6 (3.1)	7 (3.6)	3 (1.5)	3 (1.5)	17 (8.8)	1 (0.5)	5 (2.6)
	51~60세 (%)	88 (100.0)	64 (72.7)	4 (4.5)	3 (3.4)	3 (3.4)	2 (2.3)	11 (12.5)	0 (0.0)	1 (1.1)
	61세 이상 (%)	35 (100.0)	27 (77.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (17.1)	0 (0.0)	2 (5.7)
지역별	대도시 (%)	914 (100.0)	727 (79.5)	22 (2.4)	19 (2.1)	9 (1.0)	10 (1.1)	103 (11.3)	3 (0.3)	21 (2.3)
	시지역 (%)	231 (100.0)	182 (78.8)	5 (2.2)	6 (2.6)	0 (0.0)	3 (1.3)	20 (8.7)	1 (0.4)	14 (6.1)
	군지역 (%)	21 (100.0)	14 (66.7)	1 (4.8)	1 (4.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (19.0)	0 (0.0)	1 (4.8)
직업별	이사 이상 CEO (%)	56 (100.0)	48 (85.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (5.4)	0 (0.0)	4 (7.1)	0 (0.0)	1 (1.8)
	직장인 (%)	451 (100.0)	365 (80.9)	11 (2.4)	13 (2.9)	1 (0.2)	7 (1.6)	37 (8.2)	3 (0.7)	14 (3.1)
	주부 (%)	115 (100.0)	91 (79.1)	3 (2.6)	2 (1.7)	1 (0.9)	0 (0.0)	12 (10.4)	0 (0.0)	6 (5.2)
	학생 (%)	232 (100.0)	176 (75.9)	5 (2.2)	4 (1.7)	0 (0.0)	1 (0.4)	40 (17.2)	0 (0.0)	6 (2.6)
	자영업 (%)	149 (100.0)	115 (77.2)	5 (3.4)	4 (2.7)	3 (2.0)	2 (1.3)	16 (10.7)	0 (0.0)	4 (2.7)
	미취업 (%)	22 (100.0)	13 (59.1)	0 (0.0)	1 (4.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (31.8)	0 (0.0)	1 (4.5)
	기타 (%)	141 (100.0)	115 (81.6)	4 (2.8)	2 (1.4)	1 (0.7)	3 (2.1)	11 (7.8)	1 (0.7)	4 (2.8)
권역별	수도권 (%)	418 (100.0)	336 (80.4)	11 (2.6)	7 (1.7)	2 (0.5)	4 (1.0)	44 (10.5)	0 (0.0)	14 (3.3)
	충청권 (%)	254 (100.0)	201 (79.1)	4 (1.6)	7 (2.8)	1 (0.4)	0 (0.0)	30 (11.8)	4 (1.6)	7 (2.8)
	호남권 (%)	27 (100.0)	18 (66.7)	1 (3.7)	1 (3.7)	0 (0.0)	1 (3.7)	5 (18.5)	0 (0.0)	1 (3.7)
	영남권 (%)	467 (100.0)	368 (78.8)	12 (2.6)	11 (2.4)	6 (1.3)	8 (1.7)	48 (10.3)	0 (0.0)	14 (3.0)
전체	빈도(명) (%)	1166 (100.0)	923 (79.2)	28 (2.4)	26 (2.2)	9 (0.8)	13 (1.1)	127 (10.9)	4 (0.3)	36 (3.1)

2) 고속철도 개통으로 좋아진 점(복수 응답)

질문	고속철도 개통으로 좋아진 점은 무엇입니까?
----	-------------------------

고속철도 개통으로 좋아진 점도 매우 분명하게 나타나고 있다. 목적지에서 이용할 수 있는 시간이 증가했다고 답한 응답자는 674명으로 약 58%를 차지한다. 당일 귀가가 가능해진 것을 좋은 점으로 선택한 응답자도 약 34%에 달한다. 특별히 좋아진 점이 없다고 응답한 경우는 14%로 나타났다.

고속철도 개통으로 좋아진 점	응답수 계	구성비(%)
목적지에서 이용할 수 있는 시간이 증가하였음	674	45.1
차안에서 업무를 보면서 갈 수 있음	40	2.7
편안하고 안락하게 갈 수 있음	177	11.8
당일 귀가가 가능해졌음	392	26.2
특별히 좋아진 것은 없음	163	10.9
기타	48	3.2
계	1,494	100.0





	응답 내용	계	목적지에서 이용할 수 있는 시간이 증가하였음	차안에서 업무를 보면서 갈 수 있음	편안하고 안락하게 갈 수 있음	당일 귀가가 가능해졌음	특별히 좋아진 것은 없음	기타
성별	남 (%)	934 (100.0)	434 (46.5)	26 (2.8)	107 (11.5)	236 (25.3)	101 (10.8)	30 (3.2)
	여 (%)	560 (100.0)	240 (42.9)	14 (2.5)	70 (12.5)	156 (27.9)	62 (11.1)	18 (3.2)
별 연령	20세 이하 (%)	122 (100.0)	55 (45.1)	2 (1.6)	18 (14.8)	35 (28.7)	9 (7.4)	3 (2.5)
	21~30세 (%)	587 (100.0)	292 (49.7)	13 (2.2)	68 (11.6)	128 (21.8)	71 (12.1)	15 (2.6)
	31~40세 (%)	354 (100.0)	167 (47.2)	14 (4.0)	45 (12.7)	88 (24.9)	29 (8.2)	11 (3.1)
	41~50세 %	263 (100.0)	99 (37.6)	8 (3.0)	31 (11.8)	83 (31.6)	32 (12.2)	10 (3.8)
	51~60세 (%)	123 (100.0)	45 (36.6)	3 (2.4)	11 (8.9)	42 (34.1)	16 (13.0)	6 (4.9)
	61세 이상 (%)	45 (100.0)	16 (35.6)	0 (0.0)	4 (8.9)	16 (35.6)	6 (13.3)	3 (6.7)
별 지역	대도시 (%)	1177 (100.0)	545 (46.3)	33 (2.8)	135 (11.5)	306 (26.0)	122 (10.4)	36 (3.1)
	시지역 (%)	289 (100.0)	118 (40.8)	6 (2.1)	38 (13.1)	78 (27.0)	38 (13.1)	11 (3.8)
	군지역 (%)	28 (100.0)	11 (39.3)	1 (3.6)	4 (14.3)	8 (28.6)	3 (10.7)	1 (3.6)
별 직업	이사 이상 CEO (%)	80 (100.0)	28 (35.0)	7 (8.8)	12 (15.0)	25 (31.3)	6 (7.5)	2 (2.5)
	직장인 (%)	575 (100.0)	272 (47.3)	20 (3.5)	67 (11.7)	138 (24.0)	62 (10.8)	16 (2.8)
	주부 (%)	149 (100.0)	50 (33.6)	2 (1.3)	18 (12.1)	54 (36.2)	22 (14.8)	3 (2.0)
	학생 (%)	289 (100.0)	143 (49.5)	4 (1.4)	41 (14.2)	67 (23.2)	29 (10.0)	5 (1.7)
	자영업 (%)	204 (100.0)	75 (36.8)	4 (2.0)	24 (11.8)	62 (30.4)	28 (13.7)	11 (5.4)
	미취업 (%)	23 (100.0)	10 (43.5)	0 (0.0)	1 (4.3)	7 (30.4)	4 (17.4)	1 (4.3)
	기타 (%)	174 (100.0)	96 (55.2)	3 (1.7)	14 (8.0)	39 (22.4)	12 (6.9)	10 (5.7)
별 의견	수도권 (%)	527 (100.0)	244 (46.3)	22 (4.2)	60 (11.4)	123 (23.3)	61 (11.6)	17 (3.2)
	충청권 (%)	320 (100.0)	146 (45.6)	4 (1.3)	41 (12.8)	86 (26.9)	34 (10.6)	9 (2.8)
	호남권 (%)	35 (100.0)	13 (37.1)	0 (0.0)	7 (20.0)	7 (20.0)	7 (20.0)	1 (2.9)
	영남권 (%)	612 (100.0)	271 (44.3)	14 (2.3)	69 (11.3)	176 (28.8)	61 (10.0)	21 (3.4)
전체	빈도(명) (%)	1494 (100.0)	674 (45.1)	40 (2.7)	177 (11.8)	392 (26.2)	163 (10.9)	48 (3.2)

### 3) 과거 유사한 형태의 통행

질문	과거 1년간 지금과 유사한 형태의 통행을 얼마나 하셨습니까?
----	-----------------------------------

먼저, 통행행태의 변화를 살펴보기 위하여 과거 1년간 지금과 유사한 통행을 행한 빈도를 조사하였다. 응답결과에 의하면 년 3~4회가 34.7%로 가장 높게 나타나 지금과 같은 지역간 통행을 3~4회 하는 것으로 조사되었다. 하지만 월1회 이상 유사한 통행을 한 비율도 50% 가깝게 이루어지고 있어 고속철도 이용자의 장거리 통행의 비율이 상당수 존재하는 것으로 해석할 수 있다.

계	주1회 이상	월 2~3회	월 1회 정도	년 3~4회	년 1회/이하
1,166	100	245	246	405	170
100%	8.6	21.1	21.1	34.7	14.6

성별분포를 보면, 여성에 비해 남성의 장거리 통행의 빈도가 높게 나타났다. 남성의 경우 월1회 이상 통행한다고 응답한 비율이 약55%를 점하고 있는 반면, 여성의 경우 월1회 이상 통행한다고 응답한 비율이 약45%에 머물고 있다. 이러한 이유는 남성의 경우 회사업무나 사회활동 때문에 장거리 통행을 해야 하는 기회가 많기 때문이라고 사료된다.

연령별로는 50대 이상의 연령층이 비교적 장거리 통행비율이 높은 것으로 나타났다. 이는 연령계층이 높아질수록 금전적으로 여유가 생기고 이러한 연령계층에서 업무통행은 물론 관광이나 여가 등으로 장거리 통행을 많이 행하기 때문인 것으로 사료된다. 하지만 50대 연령계층에 비해 60대 연령계층의 장거리 통행발생 비율은 약간 감소하고 있다.

직업별로는 이사 이상의 CEO계층에서 통행빈도가 높은 것으로 나타났다. 이는 이사 이상 CEO계층은 관련업무의 회의, 면담 등이 많아 지역간 이동을 해야 하는 기회가 많기 때문이라고 판단된다. 이에 반해 전업주부의 장거리 통행 발생빈도는 가장 낮게 나타나고 있다. 가정주부의 경우, 장거리 통행을 해야 하는 이유가 집안의 경조사 등을 중심으로 이루어지기 때문인 것으로 해석할 수 있다.

권역별로는 수도권과 충청권에서 상대적으로 통행빈도가 높게 나타나고 있으며 호남권과 영남권은 통행빈도가 낮게 나타나고 있다. 이는 지역간 평균소득과 교통네트워크의 정비정도에 따른 접근성의 차이에서 발생한 결과라 할 수 있다. 즉 수도권과 충청권은 상대적으로 평균소득이 높고 교통네트워크 접근성도 양호하기 때문에 이로 인해 장거리 통행 발생빈도가 상대적으로 많은 것으로 사료된다.

	응답 내용	계	주 1회 이상	월 2~3회	월 1회정도	년 3~4회 정도	년 1회 또는 없음
성 별	남 (%)	<b>729</b> (100.0)	72 (9.9)	174 (23.9)	149 (20.4)	244 (33.5)	90 (12.3)
	여 (%)	<b>437</b> (100.0)	28 (6.4)	71 (16.2)	97 (22.2)	161 (36.8)	80 (18.3)
연 령 별	20세 이하 (%)	<b>97</b> (100.0)	15 (15.5)	25 (25.8)	15 (15.5)	24 (24.7)	18 (18.6)
	21~30세 (%)	<b>474</b> (100.0)	28 (5.9)	86 (18.1)	115 (24.3)	173 (36.5)	72 (15.2)
	31~40세 (%)	<b>278</b> (100.0)	26 (9.4)	55 (19.8)	58 (20.9)	98 (35.3)	41 (14.7)
	41~50세 (%)	<b>194</b> (100.0)	17 (8.8)	44 (22.7)	33 (17.0)	75 (38.7)	25 (12.9)
	51~60세 (%)	<b>88</b> (100.0)	9 (10.2)	26 (29.5)	19 (21.6)	25 (28.4)	9 (10.2)
	61세 이상 (%)	<b>35</b> (100.0)	5 (14.3)	9 (25.7)	6 (17.1)	10 (28.6)	5 (14.3)
지 역 별	대도시 (%)	<b>914</b> (100.0)	80 (8.8)	191 (20.9)	196 (21.4)	327 (35.8)	120 (13.1)
	시지역 (%)	<b>231</b> (100.0)	18 (7.8)	52 (22.5)	45 (19.5)	69 (29.9)	47 (20.3)
	군지역 (%)	<b>21</b> (100.0)	2 (9.5)	2 (9.5)	5 (23.8)	9 (42.9)	3 (14.3)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	<b>56</b> (100.0)	10 (17.9)	18 (32.1)	13 (23.2)	13 (23.2)	2 (3.6)
	직장인 (%)	<b>451</b> (100.0)	39 (8.6)	96 (21.3)	94 (20.8)	160 (35.5)	62 (13.7)
	주부 (%)	<b>115</b> (100.0)	5 (4.3)	17 (14.8)	17 (14.8)	49 (42.6)	27 (23.5)
	학생 (%)	<b>232</b> (100.0)	24 (10.3)	53 (22.8)	50 (21.6)	71 (30.6)	34 (14.7)
	자영업 (%)	<b>149</b> (100.0)	15 (10.1)	43 (28.9)	33 (22.1)	40 (26.8)	18 (12.1)
	미취업 (%)	<b>22</b> (100.0)	0 (0.0)	4 (18.2)	8 (36.4)	7 (31.8)	3 (13.6)
	기타 (%)	<b>141</b> (100.0)	7 (5.0)	14 (9.9)	31 (22.0)	65 (46.1)	24 (17.0)
권 역 별	수도권 (%)	<b>418</b> (100.0)	34 (8.1)	99 (23.7)	95 (22.7)	137 (32.8)	53 (12.7)
	충청권 (%)	<b>254</b> (100.0)	34 (13.4)	60 (23.6)	51 (20.1)	79 (31.1)	30 (11.8)
	호남권 (%)	<b>27</b> (100.0)	0 (0.0)	5 (18.5)	6 (22.2)	11 (40.7)	5 (18.5)
	영남권 (%)	<b>467</b> (100.0)	32 (6.9)	81 (17.3)	94 (20.1)	178 (38.1)	82 (17.6)
전 체	빈도(명) (%)	<b>1166</b> (100.0)	<b>100</b> (8.6)	<b>245</b> (21.0)	<b>246</b> (21.1)	<b>405</b> (34.7)	<b>170</b> (14.6)

4) 유사한 통행 시 교통수단의 전환

질문	지금과 유사한 통행의 경우, 예전에는 어떤 교통수단을 이용하셨습니다(교통수단의 전환)?
----	--

유사한 통행의 경우, 과거에 이용한 교통수단으로는 새마을호가 약 47%로서 가장 많았으며, 무궁화호가 17.9%, 항공기 14.8%로 나타나 대체로 철도 이용자의 전환이 높은 것으로 나타났다. 승용차 이용자 중에서 전환된 경우는 9.3%로서 비교적 높은 비율을 나타내고 있다. 고속버스 이용자로부터의 전환은 10.5%이다.

구간	계 (%)	항공기 (%)	승용차 (%)	고속버스 (%)	새마을호 (%)	무궁화호 (%)	기타 (%)
광명~대전	6 (0.5)	0 (0.0)	2 (1.9)	0 (0.0)	3 (0.6)	1 (0.5)	0 (0.0)
광명~동대구	7 (0.6)	1 (0.6)	0 (0.0)	2 (1.6)	3 (0.6)	1 (0.5)	0 (0.0)
광명~서울	3 (0.3)	1 (0.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.4)	0 (0.0)	0 (0.0)
광명~천안아산	5 (0.4)	0 (0.0)	1 (0.9)	1 (0.8)	3 (0.6)	0 (0.0)	0 (0.0)
광주~부산	3 (0.3)	1 (0.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.4)	0 (0.0)	0 (0.0)
광주~서울	8 (0.7)	1 (0.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.6)	4 (1.9)	0 (0.0)
대전~동대구	82 (7.0)	4 (2.3)	9 (8.3)	8 (6.6)	33 (6.1)	26 (12.4)	2 (16.7)
대전~목포	1 (0.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.5)	0 (0.0)
대전~밀양	6 (0.5)	0 (0.0)	1 (0.9)	0 (0.0)	3 (0.6)	2 (1.0)	0 (0.0)
대전~부산	106 (9.1)	7 (4.1)	15 (13.9)	7 (5.7)	55 (10.1)	22 (10.5)	0 (0.0)
대전~서울	224 (19.2)	13 (7.6)	30 (27.8)	42 (34.4)	99 (18.2)	40 (19.1)	0 (0.0)
대전~천안아산	18 (1.5)	0 (0.0)	2 (1.9)	6 (4.9)	4 (0.7)	6 (2.9)	0 (0.0)
동대구~부산	54 (4.6)	3 (1.7)	2 (1.9)	4 (3.3)	25 (4.6)	20 (9.6)	0 (0.0)
동대구~서울	320 (27.4)	72 (41.9)	20 (18.5)	23 (18.9)	159 (29.3)	44 (21.1)	2 (16.7)
동대구~천안아산	19 (1.6)	1 (0.6)	2 (1.9)	3 (2.5)	11 (2.0)	2 (1.0)	0 (0.0)
목포~서울	15 (1.3)	2 (1.2)	3 (2.8)	1 (0.8)	5 (0.9)	4 (1.9)	0 (0.0)
밀양~서울	17 (1.5)	2 (1.2)	2 (1.9)	3 (2.5)	8 (1.5)	0 (0.0)	2 (16.7)
부산~서울	186 (16.0)	54 (31.4)	9 (8.3)	8 (6.6)	93 (17.1)	18 (8.6)	4 (33.3)
부산~천안아산	30 (2.6)	8 (4.7)	5 (4.6)	0 (0.0)	14 (2.6)	3 (1.4)	0 (0.0)
서울~익산	15 (1.3)	0 (0.0)	3 (2.8)	2 (1.6)	6 (1.1)	4 (1.9)	0 (0.0)
서울~천안아산	39 (3.3)	2 (1.2)	2 (1.9)	11 (9.0)	11 (2.0)	11 (5.3)	2 (16.7)
익산~천안아산	1 (0.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)	0 (0.0)	0 (0.0)
서울~정읍	1 (0.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
계	1166 (100.0)	172 (100.0)	108 (100.0)	122 (100.0)	543 (100.0)	209 (100.0)	12 (100.0)

### 이전에 이용하였던 교통 수단으로부터의 전환율

계	항공기	고속버스	승용차	새마을호	무궁화호	기타
1,166	172	122	108	543	209	12
100%	14.8	10.5	9.3	46.6	17.9	1.0

항공기가 다니지 않는 구간에 대한 응답을 제외한 경우, 항공기로부터 고속철도로 전환된 이용자는 서울~대구 구간이 절반이상을 차지하고, 서울~부산이 38%를 차지하였다. 이와 같은 항공기 이용자의 전환으로 볼 때, 대구의 경우는 고속철도가 항공기에 대해 매우 경쟁적인 수단이 되고 있음을 알 수 있다.

### 항공기의 전환율

구간	항공기 (%)	구간	항공기 (%)
광명~동대구	1 (0.7)	목포~서울	2 (1.4)
광주~서울	1 (0.7)	밀양~서울	2 (1.4)
동대구~서울	72 (51.1)	부산~서울	54 (38.3)
동대구~천안아산	1 (0.7)	부산~천안아산	8 (5.7)
-	-	계	141 (100.0)

거리대별 전환비율을 살펴보면, 서울에서 가까운 지방도시의 경우 고속버스와 승용차에서 고속철도로 전환하는 비율이 상대적으로 높게 나타났다. 서울~천안아산의 경우 고속버스에서 고속철도로 전환한 비율이 28.2%로 나타났으며, 서울~대전의 경우, 고속버스와 승용차에서 고속철도로 전환한 비율이 각각 18.7%와 13.3%에 달하고 있다.

이에 반해 서울에서 멀리 떨어진 지방도시일수록 고속버스와 승용차에서 고속철도로 전환하는 비율은 점차 감소하고 대신 새마을호와 항공기에서 고속철도로 전환하는 비율이 점차 증가하는 추세를 보이고 있다. 새마을호에서 고속철도로 전환한 비율은 서울~대전구간에서 44.2%이지만 서울~대구 구간에서는 49.6%로 증가하고 서울~부산의 경우 50%로 증가하는 결과를 보이고 있다. 항공기에서 고속철도로 전환한 비율도 이와 유사한 결과를 보이고 있는데, 서울~대구구간은 22.5%이지만 서울~부산구간에서는 29.1%로 더 증가한 결과를 보이고 있다.

이와 같이 고속철도로의 전환비율을 볼 때, 거리대별로 두드러진 경향을 보이고 있음을 알 수 있다. 이러한 전환추세는 교통수단간의 효율적 교통체계를 확립하는데 중요한 요인으로 작용하기 때문에 좀 더 주시할 필요가 있을 것이다.

	응답 내용	계	항공기	고속버스	승용차	새마을호	무궁화호	기타
성 별	남 (%)	729 (100.0)	122 (16.7)	75 (10.3)	69 (9.5)	336 (46.1)	118 (16.2)	9 (1.2)
	여 (%)	437 (100.0)	50 (11.4)	47 (10.8)	39 (8.9)	207 (47.4)	91 (20.8)	3 (0.7)
연 령 별	20세 이하 (%)	97 (100.0)	6 (6.2)	14 (14.4)	8 (8.2)	41 (42.3)	26 (26.8)	2 (2.1)
	21~30세 (%)	474 (100.0)	49 (10.3)	59 (12.4)	27 (5.7)	215 (45.4)	120 (25.3)	4 (0.8)
	31~40세 (%)	278 (100.0)	50 (18.0)	30 (10.8)	36 (12.9)	131 (47.1)	31 (11.2)	0 (0.0)
	41~50세 (%)	194 (100.0)	43 (22.2)	8 (4.1)	28 (14.4)	95 (49.0)	16 (8.2)	4 (2.1)
	51~60세 (%)	88 (100.0)	20 (22.7)	5 (5.7)	7 (8.0)	45 (51.1)	10 (11.4)	1 (1.1)
	61세 이상 (%)	35 (100.0)	4 (11.4)	6 (17.1)	2 (5.7)	16 (45.7)	6 (17.1)	1 (2.9)
지 역 별	대도시 (%)	914 (100.0)	141 (15.4)	84 (9.2)	77 (8.4)	441 (48.2)	163 (17.8)	8 (0.9)
	시지역 (%)	231 (100.0)	28 (12.1)	36 (15.6)	29 (12.6)	91 (39.4)	44 (19.0)	3 (1.3)
	군지역 (%)	21 (100.0)	3 (14.3)	2 (9.5)	2 (9.5)	11 (52.4)	2 (9.5)	1 (4.8)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	56 (100.0)	15 (26.8)	5 (8.9)	7 (12.5)	27 (48.2)	1 (1.8)	1 (1.8)
	직장인 (%)	451 (100.0)	77 (17.1)	48 (10.6)	51 (11.3)	220 (48.8)	54 (12.0)	1 (0.2)
	주부 (%)	115 (100.0)	17 (14.8)	10 (8.7)	15 (13.0)	56 (48.7)	16 (13.9)	1 (0.9)
	학생 (%)	232 (100.0)	16 (6.9)	34 (14.7)	10 (4.3)	97 (41.8)	73 (31.5)	2 (0.9)
	자영업 (%)	149 (100.0)	28 (18.8)	13 (8.7)	14 (9.4)	70 (47.0)	19 (12.8)	5 (3.4)
	미취업 (%)	22 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (54.5)	10 (45.5)	0 (0.0)
	기타 (%)	141 (100.0)	19 (13.5)	12 (8.5)	11 (7.8)	61 (43.3)	36 (25.5)	2 (1.4)
권 역 별	수도권 (%)	418 (100.0)	85 (20.3)	47 (11.2)	39 (9.3)	194 (46.4)	50 (12.0)	3 (0.7)
	충청권 (%)	254 (100.0)	5 (2.0)	41 (16.1)	40 (15.7)	106 (41.7)	60 (23.6)	2 (0.8)
	호남권 (%)	27 (100.0)	2 (7.4)	4 (14.8)	1 (3.7)	13 (48.1)	7 (25.9)	0 (0.0)
	영남권 (%)	467 (100.0)	80 (17.1)	30 (6.4)	28 (6.0)	230 (49.3)	92 (19.7)	7 (1.5)
전 체	빈도(명) (%)	1166 (100.0)	172 (14.8)	122 (10.5)	108 (9.3)	543 (46.6)	209 (17.9)	12 (1.0)

5) 당일 통행의 비중 및 체류시간(설문지 17번 문항)

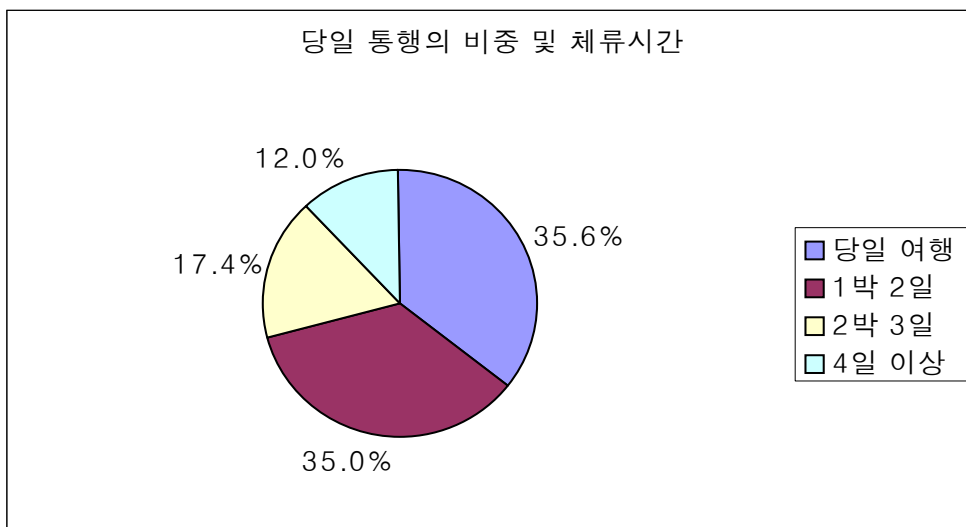
질문	이번 여행의 일정은 어떻습니까? 당일여행인 경우, 귀하께서 목적지에 머무른(를) 시간은 얼마나 되십니까?
----	--

당일 여행이 전체의 35.6%를 차지하고 있으나, 4일 이상 장기간의 여행도 12%에 달하고 있는 것으로 나타났다. 당일 통행의 경우 목적지에서 평균 체류시간은 5시간 10분으로 나타났다.

성별구성비의 경우 여행기간에 있어 커다란 차이를 보이지 않지만 연령별로는 큰 차이를 보이고 있다. 30세 이상의 연령계층의 경우 당일 통행의 비율이 40%를 상회하고 숙박을 하더라도 1박2일의 비율이 높게 나타나고 있다. 반면 30세 미만의 연령계층은 당일 통행의 비율이 30%를 밑돌고 있으며 상대적으로 2박 이상의 통행비율이 40%에 달하고 있어 장기체류의 비율이 높게 나타났다. 이는 결혼 여부에 의한 영향이 큰 것으로 판단되며 가정이 있는 경우 장기체류의 비율이 줄어드는 경향을 보여주는 결과라 할 수 있다.

지역별로 보면, 대도시나 시지역 거주자의 경우 당일통행의 비율이 30%이상으로 비교적 높게 나타나고 있으나 군지역 거주자의 경우 당일통행의 비율이 20%를 밑돌고 있어 여행기간에서 뚜렷한 차이를 보이고 있다. 이는 군지역의 경우 교통의 접근성 문제로 인해 당일 통행이 힘들기 때문인 것으로 판단된다.

계	당일 여행	1박 2일	2박 3일	4일 이상
1,166	415	408	203	140
100%	35.6	35.0	17.4	12.0



	응답 내용	계	당일 여행	1박 2일	2박 3일	4일 이상
성 별	남 (%)	729 (100.0)	278 (38.1)	228 (31.3)	115 (15.8)	108 (14.8)
	여 (%)	437 (100.0)	137 (31.4)	180 (41.2)	88 (20.1)	32 (7.3)
연 령 별	20세 이하 (%)	97 (100.0)	28 (28.9)	30 (30.9)	26 (26.8)	13 (13.4)
	21~30세 (%)	474 (100.0)	129 (27.2)	166 (35.0)	98 (20.7)	81 (17.1)
	31~40세 (%)	278 (100.0)	126 (45.3)	92 (33.1)	38 (13.7)	22 (7.9)
	41~50세 (%)	194 (100.0)	80 (41.2)	78 (40.2)	23 (11.9)	13 (6.7)
	51~60세 (%)	88 (100.0)	40 (45.5)	27 (30.7)	13 (14.8)	8 (9.1)
	61세 이상 (%)	35 (100.0)	12 (34.3)	15 (42.9)	5 (14.3)	3 (8.6)
지 역 별	대도시 (%)	914 (100.0)	331 (36.2)	305 (33.4)	171 (18.7)	107 (11.7)
	시지역 (%)	231 (100.0)	80 (34.6)	92 (39.8)	28 (12.1)	31 (13.4)
	군지역 (%)	21 (100.0)	4 (19.0)	11 (52.4)	4 (19.0)	2 (9.5)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	56 (100.0)	30 (53.6)	19 (33.9)	4 (7.1)	3 (5.4)
	직장인 (%)	451 (100.0)	159 (35.3)	183 (40.6)	69 (15.3)	40 (8.9)
	주부 (%)	115 (100.0)	40 (34.8)	44 (38.3)	21 (18.3)	10 (8.7)
	학생 (%)	232 (100.0)	61 (26.3)	75 (32.3)	73 (31.5)	23 (9.9)
	자영업 (%)	149 (100.0)	65 (43.6)	52 (34.9)	20 (13.4)	12 (8.1)
	미취업 (%)	22 (100.0)	13 (59.1)	5 (22.7)	2 (9.1)	2 (9.1)
	기타 (%)	141 (100.0)	47 (33.3)	30 (21.3)	14 (9.9)	50 (35.5)
권 역 별	수도권 (%)	418 (100.0)	148 (35.4)	121 (28.9)	99 (23.7)	50 (12.0)
	충청권 (%)	254 (100.0)	111 (43.7)	111 (43.7)	20 (7.9)	12 (4.7)
	호남권 (%)	27 (100.0)	5 (18.5)	10 (37.0)	5 (18.5)	7 (25.9)
	영남권 (%)	467 (100.0)	151 (32.3)	166 (35.5)	79 (16.9)	71 (15.2)
전 체	빈도(명) (%)	1166 (100.0)	415 (35.6)	408 (35.0)	203 (17.4)	140 (12.0)



6) 유사한 통행 시 장래의 고속철도 이용 의향

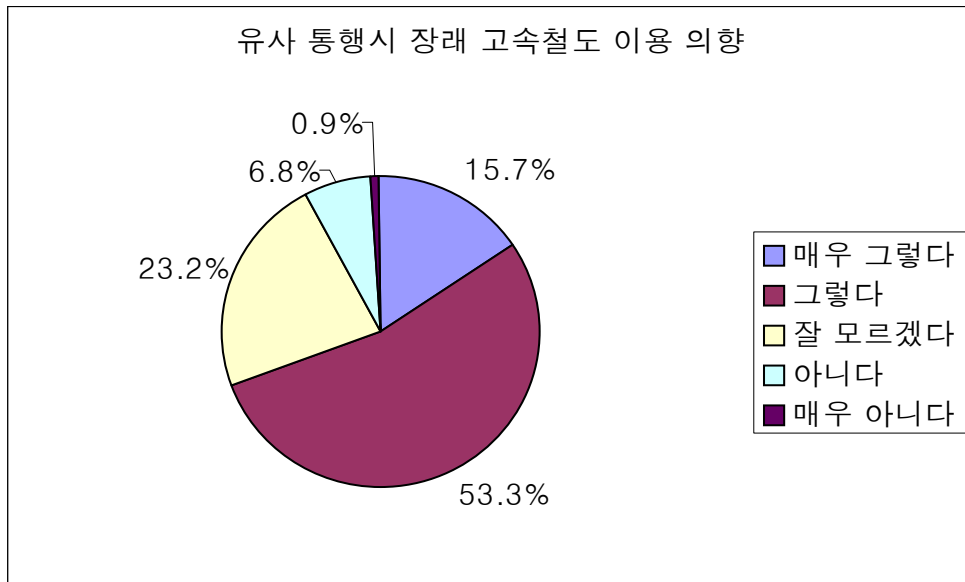
질문	장래 지금과 유사한 통행을 하신다면, 고속철도를 이용하시겠습니까?
----	--------------------------------------

장래 고속철도의 이용가능성에 대해, 응답자의 69%가 긍정적인 반응을 나타내었으며, 오로지 7.7%가 부정적인 반응을 나타내어 전반적으로 평가가 좋은 것으로 나타났다.

이는 역방향 주행이나 좌석의 불편함 등 고속철도가 안고 있는 문제점이 있지만 고속철도의 신속성에 의한 편리함을 더 높이 평가하고 있어 결과적으로 고속철도를 이용하려는 경향이 높게 나타난 결과라 추정할 수 있다.

긍정적인 반응을 보인 비율이 70%에 달하고 있지만 잘 모르겠다고 답한 비율도 23.2%에 달하고 있어 이 계층의 고객확보를 위해서는 역방향 주행이나 좌석의 불편함 등 고속철도가 안고 있는 문제점을 지속적으로 개선해야 할 필요성이 있다고 판단된다.

계	매우 그렇다	그렇다	잘 모르겠다	아니다	매우 아니다
1,166	183	622	271	79	11
100%	15.7	53.3	23.2	6.8	0.9



	응답 내용	계	매우그렇다	그렇다	잘모르겠다	아니다	매우아니다
성 별	남 (%)	<b>729</b> (100.0)	132 (18.1)	380 (52.1)	160 (21.9)	52 (7.1)	5 (0.7)
	여 (%)	<b>437</b> (100.0)	51 (11.7)	242 (55.4)	111 (25.4)	27 (6.2)	6 (1.4)
연 령 별	20세 이하 (%)	<b>97</b> (100.0)	11 (11.3)	56 (57.7)	26 (26.8)	4 (4.1)	0 (0.0)
	21~30세 (%)	<b>474</b> (100.0)	66 (13.9)	253 (53.4)	121 (25.5)	28 (5.9)	6 (1.3)
	31~40세 (%)	<b>278</b> (100.0)	55 (19.8)	146 (52.5)	57 (20.5)	20 (7.2)	0 (0.0)
	41~50세 (%)	<b>194</b> (100.0)	31 (16.0)	106 (54.6)	36 (18.6)	17 (8.8)	4 (2.1)
	51~60세 (%)	<b>88</b> (100.0)	12 (13.6)	42 (47.7)	24 (27.3)	9 (10.2)	1 (1.1)
	61세 이상 (%)	<b>35</b> (100.0)	8 (22.9)	19 (54.3)	7 (20.0)	1 (2.9)	0 (0.0)
지 역 별	대도시 (%)	<b>914</b> (100.0)	148 (16.2)	496 (54.3)	201 (22.0)	60 (6.6)	9 (1.0)
	시지역 (%)	<b>231</b> (100.0)	33 (14.3)	114 (49.4)	63 (27.3)	19 (8.2)	2 (0.9)
	군지역 (%)	<b>21</b> (100.0)	2 (9.5)	12 (57.1)	7 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	<b>56</b> (100.0)	17 (30.4)	33 (58.9)	5 (8.9)	1 (1.8)	0 (0.0)
	직장인 (%)	<b>451</b> (100.0)	84 (18.6)	241 (53.4)	86 (19.1)	33 (7.3)	7 (1.6)
	주부 (%)	<b>115</b> (100.0)	11 (9.6)	64 (55.7)	33 (28.7)	7 (6.1)	0 (0.0)
	학생 (%)	<b>232</b> (100.0)	21 (9.1)	124 (53.4)	73 (31.5)	13 (5.6)	1 (0.4)
	자영업 (%)	<b>149</b> (100.0)	19 (12.8)	71 (47.7)	40 (26.8)	17 (11.4)	2 (1.3)
	미취업 (%)	<b>22</b> (100.0)	2 (9.1)	9 (40.9)	9 (40.9)	2 (9.1)	0 (0.0)
	기타 (%)	<b>141</b> (100.0)	29 (20.6)	80 (56.7)	25 (17.7)	6 (4.3)	1 (0.7)
권 역 별	수도권 (%)	<b>418</b> (100.0)	86 (20.6)	216 (51.7)	87 (20.8)	26 (6.2)	3 (0.7)
	충청권 (%)	<b>254</b> (100.0)	29 (11.4)	148 (58.3)	53 (20.9)	20 (7.9)	4 (1.6)
	호남권 (%)	<b>27</b> (100.0)	0 (0.0)	14 (51.9)	11 (40.7)	2 (7.4)	0 (0.0)
	영남권 (%)	<b>467</b> (100.0)	68 (14.6)	244 (52.2)	120 (25.7)	31 (6.6)	4 (0.9)
전 체	빈도(명) (%)	<b>1166</b> (100.0)	<b>183</b> (15.7)	<b>622</b> (53.3)	<b>271</b> (23.2)	<b>79</b> (6.8)	<b>11</b> (0.9)

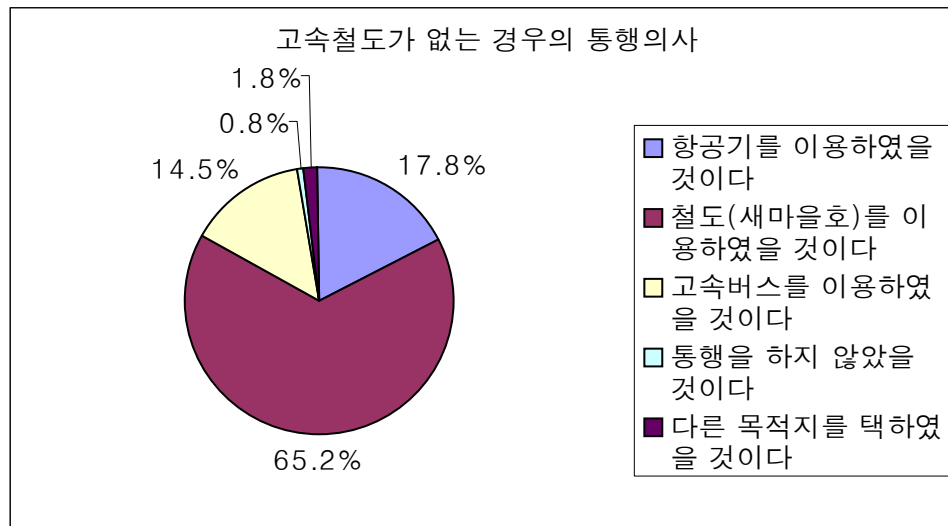
7) 고속철도가 없는 경우의 통행의사

질문	만약에 고속철도가 없었다면, 어떤 통행을 하였겠습니까?
----	--------------------------------

고속철도가 없는 경우의 통행의사를 보면, 철도를 이용하였을 것이라는 응답이 65.2%로 가장 많았으며, 그 다음이 항공기 17.8%였다.

통행을 하지 않았을 것이라는 응답자는 0.7%에 불과하지만, 다른 목적지를 선택하였을 것이라는 응답자도 1.8%나 있었다.

고속철도가 없는 경우의 통행 의사	응답수 계	구성비(%)
항공기를 이용하였을 것이다	207	17.8
철도(새마을호)를 이용하였을 것이다	760	65.2
고속버스를 이용하였을 것이다	169	14.5
통행을 하지 않았을 것이다	9	0.7
다른 목적지를 택하였을 것이다	21	1.8
계	1,166	100.0



	응답 내용	계	항공기를 이용하였을 것이다	철도를 이용하였을 것이다	고속버스를 이용하였을 것이다	통행을 하지 않았을 것이다	다른 목적지를 택하였을 것이다
별 표	남 (%)	729 (100.0)	145 (19.9)	460 (63.1)	105 (14.4)	6 (0.8)	13 (1.8)
	여 (%)	437 (100.0)	62 (14.2)	300 (68.6)	64 (14.6)	3 (0.7)	8 (1.8)
별 표 연	20세 이하 (%)	97 (100.0)	9 (9.3)	63 (64.9)	22 (22.7)	2 (2.1)	1 (1.0)
	21~30세 (%)	474 (100.0)	67 (14.1)	322 (67.9)	77 (16.2)	4 (0.8)	4 (0.8)
	31~40세 (%)	278 (100.0)	57 (20.5)	174 (62.6)	41 (14.7)	2 (0.7)	4 (1.4)
	41~50세 (%)	194 (100.0)	48 (24.7)	120 (61.9)	16 (8.2)	0 (0.0)	10 (5.2)
	51~60세 (%)	88 (100.0)	18 (20.5)	59 (67.0)	9 (10.2)	1 (1.1)	1 (1.1)
	61세 이상 (%)	35 (100.0)	8 (22.9)	22 (62.9)	4 (11.4)	0 (0.0)	1 (2.9)
별 표 지	대도시 (%)	914 (100.0)	175 (19.1)	603 (66.0)	117 (12.8)	6 (0.7)	13 (1.4)
	시지역 (%)	231 (100.0)	31 (13.4)	145 (62.8)	47 (20.3)	2 (0.9)	6 (2.6)
	군지역 (%)	21 (100.0)	1 (4.8)	12 (57.1)	5 (23.8)	1 (4.8)	2 (9.5)
별 표 직	이사 이상 CEO (%)	56 (100.0)	16 (28.6)	32 (57.1)	6 (10.7)	0 (0.0)	2 (3.6)
	직장인 (%)	451 (100.0)	95 (21.1)	274 (60.8)	68 (15.1)	3 (0.7)	11 (2.4)
	주부 (%)	115 (100.0)	19 (16.5)	80 (69.6)	13 (11.3)	1 (0.9)	2 (1.7)
	학생 (%)	232 (100.0)	19 (8.2)	161 (69.4)	48 (20.7)	3 (1.3)	1 (0.4)
	자영업 (%)	149 (100.0)	30 (20.1)	94 (63.1)	18 (12.1)	2 (1.3)	5 (3.4)
	미취업 (%)	22 (100.0)	0 (0.0)	20 (90.9)	2 (9.1)	0 (0.0)	0 (0.0)
	기타 (%)	141 (100.0)	28 (19.9)	99 (70.2)	14 (9.9)	0 (0.0)	0 (0.0)
별 표 권	수도권 (%)	418 (100.0)	105 (25.1)	246 (58.9)	54 (12.9)	3 (0.7)	10 (2.4)
	충청권 (%)	254 (100.0)	5 (2.0)	170 (66.9)	69 (27.2)	3 (1.2)	7 (2.8)
	호남권 (%)	27 (100.0)	2 (7.4)	17 (63.0)	8 (29.6)	0 (0.0)	0 (0.0)
	영남권 (%)	467 (100.0)	95 (20.3)	327 (70.0)	38 (8.1)	3 (0.6)	4 (0.9)
전 체	빈도(명) (%)	1166 (100.0)	207 (17.8)	760 (65.2)	169 (14.5)	9 (0.8)	21 (1.8)

8) 통행목적의 분포

질문	귀하의 통행목적은 무엇입니까?
----	------------------

응답자의 통행목적은 의외로 귀가와 개인용무가 압도적으로 나타났다. 귀가의 경우는 45%, 개인용무는 30%이고, 업무통행은 15.6%였다. 귀가의 경우, 귀가 전 통행 목적을 보면, 개인용무가 대부분을 차지하고 있다.

통행목적	귀가	쇼핑	통근, 통학	업무	레저,관광	개인용무
1,166	526	17	23	182	67	351
100%	45.0	1.5	2.0	15.6	5.7	30

귀가전 목적	귀가	쇼핑	통근, 통학	업무	레저,관광	개인용무
526(명)	0	6	28	139	32	321

전체 통행목적으로 분류한 경우, 개인용무가 55%, 업무 27.5%이며, 통근통학의 경우도 4.4%를 차지하고 있다. 레저/관광 통행의 경우 8.5%의 비율을 점하고 있으나 해외사례와 비교할 때 레저/관광 통행의 비율이 현격히 저조한 것으로 판단된다. 이는 아직까지 고속철도와 연계한 관광패키지가 활성화되지 않고 있음을 나타내는 결과로 여행상품의 종류가 다양화되지 않거나 관광상품이 도입 단계에 머물러 있기 때문인 것으로 사료된다. 현재 레저/관광 통행시 승용차의 이용이 높은 것을 감안할 때 고속철도 이용자가 목적지에서 승용차를 이용할 수 있도록 하면, 승용차 이용을 고속철도로 전환시키는데 기여할 수 있을 것으로 보인다. 또한 해외사례의 경우 업무나 관광/레저의 비율이 높은 반면, 우리나라의 경우 개인용무의 비율이 현저하게 높게 나타나고 있는데 시간의 경과에 따라 이러한 경향이 어떻게 변화할 것인지 지속적인 조사분석이 필요하다.

통행목적 재분류	귀가	쇼핑	통근, 통학	업무	레저,관광	개인용무
1,166	(526)	23	51	321	99	643
100%	(45.0)	2.0	4.4	27.5	8.5	55.1

통행목적의 분포

	응답 내용	계	귀가	쇼핑	통근·통학	업무	레저/관광	개인용무
성 별	남 (%)	<b>729</b> <b>(100.0)</b>	330 (45.3)	9 (1.2)	17 (2.3)	154 (21.1)	36 (4.9)	183 (25.1)
	여 (%)	<b>437</b> <b>(100.0)</b>	196 (44.9)	8 (1.8)	6 (1.4)	28 (6.4)	31 (7.1)	168 (38.4)
연 령 별	20세 이하 (%)	<b>97</b> <b>(100.0)</b>	38 (39.2)	1 (1.0)	8 (8.2)	4 (4.1)	8 (8.2)	38 (39.2)
	21~30세 (%)	<b>474</b> <b>(100.0)</b>	218 (46.0)	11 (2.3)	10 (2.1)	53 (11.2)	26 (5.5)	156 (32.9)
	31~40세 (%)	<b>278</b> <b>(100.0)</b>	121 (43.5)	3 (1.1)	5 (1.8)	54 (19.4)	16 (5.8)	79 (28.4)
	41~50세 (%)	<b>194</b> <b>(100.0)</b>	89 (45.9)	2 (1.0)	0 (0.0)	47 (24.2)	14 (7.2)	42 (21.6)
	51~60세 (%)	<b>88</b> <b>(100.0)</b>	40 (45.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (17.0)	2 (2.3)	31 (35.2)
	61세 이상 (%)	<b>35</b> <b>(100.0)</b>	20 (57.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (25.7)	1 (2.9)	5 (14.3)
지 역 별	대도시 (%)	<b>914</b> <b>(100.0)</b>	425 (46.5)	15 (1.6)	15 (1.6)	143 (15.6)	44 (4.8)	272 (29.8)
	시지역 (%)	<b>231</b> <b>(100.0)</b>	96 (41.6)	2 (0.9)	7 (3.0)	34 (14.7)	20 (8.7)	72 (31.2)
	군지역 (%)	<b>21</b> <b>(100.0)</b>	5 (23.8)	0 (0.0)	1 (4.8)	5 (23.8)	3 (14.3)	7 (33.3)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	<b>56</b> <b>(100.0)</b>	30 (53.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	21 (37.5)	3 (5.4)	2 (3.6)
	직장인 (%)	<b>451</b> <b>(100.0)</b>	218 (48.3)	5 (1.1)	9 (2.0)	106 (23.5)	18 (4.0)	95 (21.1)
	주부 (%)	<b>115</b> <b>(100.0)</b>	48 (41.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.9)	5 (4.3)	61 (53.0)
	학생 (%)	<b>232</b> <b>(100.0)</b>	96 (41.4)	3 (1.3)	12 (5.2)	10 (4.3)	21 (9.1)	90 (38.8)
	자영업 (%)	<b>149</b> <b>(100.0)</b>	56 (37.6)	5 (3.4)	0 (0.0)	26 (17.4)	15 (10.1)	47 (31.5)
	미취업 (%)	<b>22</b> <b>(100.0)</b>	7 (31.8)	3 (13.6)	0 (0.0)	1 (4.5)	2 (9.1)	9 (40.9)
	기타 (%)	<b>141</b> <b>(100.0)</b>	71 (50.4)	1 (0.7)	2 (1.4)	17 (12.1)	3 (2.1)	47 (33.3)
권 역 별	수도권 (%)	<b>418</b> <b>(100.0)</b>	210 (50.2)	1 (0.2)	4 (1.0)	73 (17.5)	21 (5.0)	109 (26.1)
	충청권 (%)	<b>254</b> <b>(100.0)</b>	57 (22.4)	10 (3.9)	12 (4.7)	41 (16.1)	31 (12.2)	103 (40.6)
	호남권 (%)	<b>27</b> <b>(100.0)</b>	18 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (3.7)	2 (7.4)	6 (22.2)
	영남권 (%)	<b>467</b> <b>(100.0)</b>	241 (51.6)	6 (1.3)	7 (1.5)	67 (14.3)	13 (2.8)	133 (28.5)
전 체	<b>빈도(명)</b> <b>(%)</b>	<b>1166</b> <b>(100.0)</b>	<b>526</b> <b>(45.1)</b>	<b>17</b> <b>(1.5)</b>	<b>23</b> <b>(2.0)</b>	<b>182</b> <b>(15.6)</b>	<b>67</b> <b>(5.7)</b>	<b>351</b> <b>(30.1)</b>

귀기전 통행 목적 분포

	응답 내용	계	쇼핑	통근·통학	업무	레저/관광	개인용무
성 별	남 (%)	330 (100.0)	2 (0.6)	17 (5.2)	115 (34.8)	11 (3.3)	185 (56.1)
	여 (%)	196 (100.0)	4 (2.0)	11 (5.6)	24 (12.2)	21 (10.7)	136 (69.4)
연 령 별	20세 이하 (%)	38 (100.0)	0 (0.0)	8 (21.1)	4 (10.5)	0 (0.0)	26 (68.4)
	21~30세 (%)	218 (100.0)	1 (0.5)	15 (6.9)	33 (15.1)	13 (6.0)	156 (71.6)
	31~40세 (%)	121 (100.0)	1 (0.8)	4 (3.3)	37 (30.6)	12 (9.9)	67 (55.4)
	41~50세 (%)	89 (100.0)	3 (3.4)	1 (1.1)	38 (42.7)	4 (4.5)	43 (48.3)
	51~60세 (%)	40 (100.0)	1 (2.5)	0 (0.0)	19 (47.5)	3 (7.5)	17 (42.5)
	61세 이상 (%)	20 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (40.0)	0 (0.0)	12 (60.0)
지 역 별	대도시 (%)	425 (100.0)	6 (1.4)	19 (4.5)	118 (27.8)	27 (6.4)	255 (60.0)
	시지역 (%)	96 (100.0)	0 (0.0)	9 (9.4)	19 (19.8)	5 (5.2)	63 (65.6)
	군지역 (%)	5 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (40.0)	0 (0.0)	3 (60.0)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	30 (100.0)	1 (3.3)	0 (0.0)	18 (60.0)	3 (10.0)	8 (26.7)
	직장인 (%)	218 (100.0)	2 (0.9)	5 (2.3)	92 (42.2)	15 (6.9)	104 (47.7)
	주부 (%)	48 (100.0)	2 (4.2)	0 (0.0)	1 (2.1)	7 (14.6)	38 (79.2)
	학생 (%)	96 (100.0)	0 (0.0)	17 (17.7)	4 (4.2)	3 (3.1)	72 (75.0)
	자영업 (%)	56 (100.0)	1 (1.8)	1 (1.8)	17 (30.4)	3 (5.4)	34 (60.7)
	미취업 (%)	7 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (100.0)
	기타 (%)	71 (100.0)	0 (0.0)	5 (7.0)	7 (9.9)	1 (1.4)	58 (81.7)
권 역 별	수도권 (%)	210 (100.0)	5 (2.4)	12 (5.7)	73 (34.8)	14 (6.7)	106 (50.5)
	충청권 (%)	57 (100.0)	1 (1.8)	7 (12.3)	13 (22.8)	2 (3.5)	34 (59.6)
	호남권 (%)	18 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	18 (100.0)
	영남권 (%)	241 (100.0)	0 (0.0)	9 (3.7)	53 (22.0)	16 (6.6)	163 (67.6)
전 체	빈도(명) (%)	526 (100.0)	6 (1.1)	28 (5.3)	139 (26.4)	32 (6.1)	321 (61.0)

구간별 통행목적 분포

구간	계	쇼핑	통근·통학	업무	레저/관광	개인용무
대전 동대구 (%)	83 (100.0)	2 (2.4)	5 (6.0)	15 (18.1)	19 (10.8)	52 (62.7)
대전 부산 (%)	104 (100.0)	5 (4.8)	3 (2.9)	21 (20.2)	17 (16.3)	58 (55.8)
동대구 부산 (%)	56 (100.0)	2 (3.6)	0 (0.0)	12 (21.4)	10 (17.9)	32 (57.1)
서울 대전 (%)	230 (100.0)	6 (2.6)	16 (7.0)	74 (32.2)	16 (7.0)	118 (51.3)
서울 동대구 (%)	328 (100.0)	6 (1.8)	13 (4.0)	113 (34.5)	8 (2.4)	188 (57.3)
서울 부산 (%)	187 (100.0)	1 (0.5)	1 (0.5)	55 (29.4)	16 (8.6)	114 (61.0)
서울 천안아산 (%)	44 (100.0)	1 (2.3)	5 (11.4)	6 (13.6)	6 (13.6)	26 (59.1)
천안아산 대전 (%)	18 (100.0)	0 (0.0)	5 (27.8)	3 (16.7)	2 (11.1)	8 (44.4)
천안아산 동대구 (%)	19 (100.0)	0 (0.0)	1 (5.3)	5 (26.3)	0 (0.0)	13 (68.4)
천안아산 부산 (%)	29 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (13.8)	11 (37.9)	14 (48.3)
대전 목포 (%)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
대전 밀양 (%)	6 (100.0)	0 (0.0)	1 (16.7)	1 (16.7)	0 (0.0)	4 (66.7)
부산 광주 (%)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
서울 광주 (%)	8 (100.0)	0 (0.0)	1 (12.5)	1 (12.5)	0 (0.0)	6 (75.0)
서울 목포 (%)	15 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (6.7)	14 (93.3)
서울 밀양 (%)	17 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (41.2)	2 (11.8)	8 (47.1)
서울 서울 (%)	3 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (33.3)	2 (66.7)
서울 익산 (%)	15 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (26.7)	0 (0.0)	11 (73.3)
서울 정읍 (%)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
천안아산 익산 (%)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
<b>계 (%)</b>	<b>1166 (100.0)</b>	<b>23 (2.0)</b>	<b>51 (4.4)</b>	<b>321 (27.5)</b>	<b>99 (8.5)</b>	<b>672 (57.6)</b>



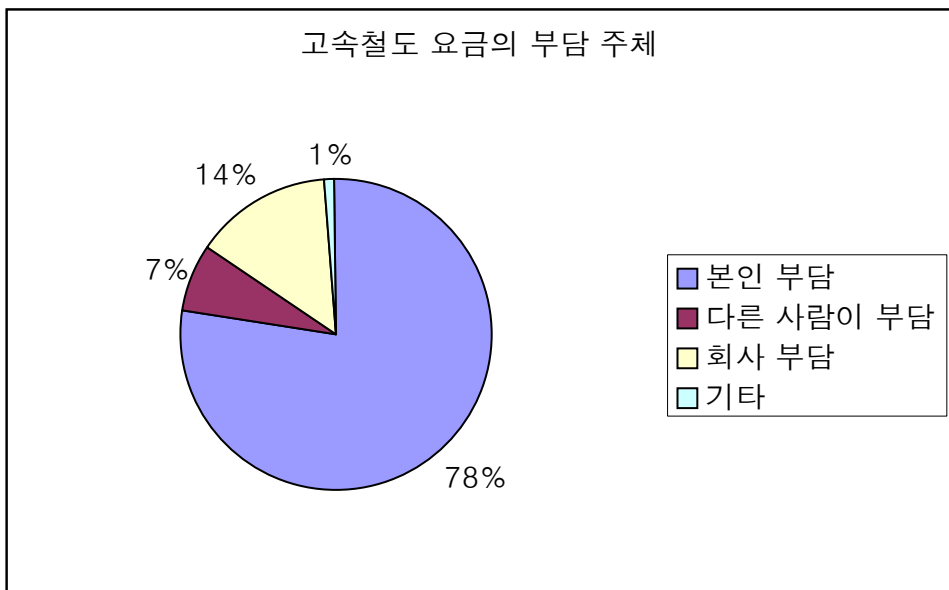
9) 고속철도 요금의 부담 주체

질문	오늘의 통행시 고속철도 요금을 누가 부담하였습니까?
----	------------------------------

고속철도 요금을 본인이 부담한 경우가 78%로 가장 높은 결과를 보이고 있다. 이는 개인용무 통행의 비율이 높기 때문인 것으로 생각된다. 한가지 특징적인 것은 업무통행의 비율이 27.5%임에도 불구하고, 회사나 다른 사람이 부담해 주는 경우는 21.8%에 불과하여 업무통행의 경우에도 본인이 비용을 부담하는 경우가 상대적으로 많다는 결과를 보여주고 있다. 학생의 경우는 대개 다른 사람이 부담해주는 경우가 많았다.

일본의 경우, 통근통행을 비롯하여 업무통행에 대해서는 회사가 전액 혹은 상당부분을 부담하기 때문에 이용자 편에서는 요금에 구애받지 않고 고속철도를 이용하고 있다는 것이 고속철도 이용률을 높이는 하나의 이유가 되고 있다. 이러한 점을 감안할 때 고속철도 요금지원제도를 교통정책 및 국토 균형발전 목적으로 활용하는 것도 고속철도 이용을 높이는데 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

계	본인 부담	다른 사람이 부담	회사 부담	기타
1,166	899	85	169	13
100%	77.1	7.3	14.5	1.1



	응답 내용	계	본인 부담	다른 사람이 부담	회사 부담	기타
성 별	남 (%)	<b>729</b> (100.0)	540 (74.1)	38 (5.2)	144 (19.8)	7 (1.0)
	여 (%)	<b>437</b> (100.0)	359 (82.2)	47 (10.8)	25 (5.7)	6 (1.4)
연 령 별	20세 이하 (%)	<b>97</b> (100.0)	79 (81.4)	15 (15.5)	2 (2.1)	1 (1.0)
	21~30세 (%)	<b>474</b> (100.0)	384 (81.0)	42 (8.9)	44 (9.3)	4 (0.8)
	31~40세 (%)	<b>278</b> (100.0)	201 (72.3)	11 (4.0)	66 (23.7)	0 (0.0)
	41~50세 (%)	<b>194</b> (100.0)	137 (70.6)	7 (3.6)	44 (22.7)	6 (3.1)
	51~60세 (%)	<b>88</b> (100.0)	73 (83.0)	6 (6.8)	7 (8.0)	2 (2.3)
	61세 이상 (%)	<b>35</b> (100.0)	25 (71.4)	4 (11.4)	6 (17.1)	0 (0.0)
지 역 별	대도시 (%)	<b>914</b> (100.0)	699 (76.5)	65 (7.1)	140 (15.3)	10 (1.1)
	시지역 (%)	<b>231</b> (100.0)	184 (79.7)	17 (7.4)	27 (11.7)	3 (1.3)
	군지역 (%)	<b>21</b> (100.0)	16 (76.2)	3 (14.3)	2 (9.5)	0 (0.0)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	<b>56</b> (100.0)	31 (55.4)	1 (1.8)	24 (42.9)	0 (0.0)
	직장인 (%)	<b>451</b> (100.0)	290 (64.3)	20 (4.4)	136 (30.2)	5 (1.1)
	주부 (%)	<b>115</b> (100.0)	100 (87.0)	12 (10.4)	1 (0.9)	2 (1.7)
	학생 (%)	<b>232</b> (100.0)	198 (85.3)	33 (14.2)	0 (0.0)	1 (0.4)
	자영업 (%)	<b>149</b> (100.0)	138 (92.6)	4 (2.7)	5 (3.4)	2 (1.3)
	미취업 (%)	<b>22</b> (100.0)	18 (81.8)	4 (18.2)	0 (0.0)	0 (0.0)
	기타 (%)	<b>141</b> (100.0)	124 (87.9)	11 (7.8)	3 (2.1)	3 (2.1)
권 역 별	수도권 (%)	<b>418</b> (100.0)	292 (69.9)	25 (6.0)	97 (23.2)	4 (1.0)
	충청권 (%)	<b>254</b> (100.0)	210 (82.7)	22 (8.7)	19 (7.5)	3 (1.2)
	호남권 (%)	<b>27</b> (100.0)	21 (77.8)	6 (22.2)	0 (0.0)	0 (0.0)
	영남권 (%)	<b>467</b> (100.0)	376 (80.5)	32 (6.9)	53 (11.3)	6 (1.3)
전 체	빈도(명) (%)	<b>1166</b> (100.0)	<b>899</b> (77.1)	<b>85</b> (7.3)	<b>169</b> (14.5)	<b>13</b> (1.1)

## 10) 고속철도 개선 희망 사항

질문	기타 불만사항이나 개선사항은 무엇입니까?
----	------------------------

고속철도 이용 시 불만사항 또는 개선사항은 주로 객차 내부시설, 역방향 좌석, 운행 문제 등에 집중되어 있다. 객차 내부 시설의 의자가 앞자리와 간격이 좁은 것과 의자가 딱딱하고 뒤로 젖혀지지 않는 것 등이 불만 사항으로 가장 많이 지적되었다. 일반 객차의 절반을 점유하고 있는 역방향 좌석에 대한 불만도 13.5%를 차지하였다. 역방향 좌석 중 서로 마주보는 자리에 대해서도 불만이 높은 편이다.

프랑스 고속열차(TGV)와 유로스타(런던과 파리, 런던과 브뤼셀을 운행하는 TGV)는 우리나라 KTX와 똑같은 구조를 갖고 있지만, 우리나라에서는 이러한 좌석배치에 대해 약간 거부감을 갖고 있는 것으로 사료된다. 영국이나 독일 철도의 경우도 마주보는 자리가 많은 편인데 그 곳에서는 큰 테이블을 가운데에 놓고 콘센트시설을 하여 업무통행자가 열차 여행 중 노트북을 쉽게 사용할 수 있도록 하였다. 이러한 자리는 가족단위 여행시 대화나 게임을 하거나 학습을 하는데 좋은 점도 있다. 일본의 경우에는 신칸센의 경우 기본적으로 순방향이지만, 좌석의 방향을 이용자가 원하는 방향으로 조정할 수 있도록 하여 이용자의 편리를 도모하고 있다. 이러한 이유로 철도청에서는 역방향에 대해서는 요금을 5% 할인해주고 있다. 역방향 좌석을 순방향으로 바꾸는 데는 많은 비용이 들고, 등받이를 돌릴 수 있는 구조로 바꾸게 되면 좌석수가 12%(112석)정도 감소되어 경영에 어려움이 있다고 하는데, 앞으로 제조되는 차량에 대해서는 이용자 중심의 의견수렴이 필요할 것이다.

소음/진동 및 비싼 요금 등에 대한 불만도 높은 편이다. 고속철도의 소음은 터널 통과시의 소음과 출입문의 여닫는 소음 등에 대한 불만이 있는 것으로 나타났다. 고속철도 요금이 비싸다는 불만도 있다. 일부 이용자는 목적지에 도착하는 시간대에 이용할 수 있는 열차가 별로 없어서 어쩔 수 없이 이용한다는 불만을 제기하였다. 한편, 고속철도 개통 초기 무궁화호와 새마을호의 운행편성 수가 감축되고, 운행시간이 늘어나서 철도청이 일반 서민으로부터 비난을 받기도 하였으나, 점차 무궁화호와 새마을호의 운행편성을 늘리기로 하였다.

역 시설 및 주변 교통의 불만도 있었다. 고속철도 역이 새로 지어졌어도 안내시설이 충분치 못하거나, 이용이 불편하다는 점이 불만사항으로 제기되었다. 고속철도 역 주변의 연계교통이 부족하거나 불편한데 대한 불만도 제기되었다. 신설된 고속철도 역의 경우 역 시설은 훌륭하지만 역까지의 연계교통이 불편하여 이용률이 저조하게 나타나고 있다. 고속철도의 이용률을 높이기 위해서는 고속철도 자체 서비스는 물론 고속철도 이용에 관련된 서비스에 있어서도 체계적인 개선이 이루어져야 할 것이라고 판단된다.

	응답 내용	계	기차내부 시설 불만	역방향 좌석	소음/ 진동	역시설 및 주변교통 불만	요금 비쌌	운행 문제	기타
성별	남 (%)	227 (100.0)	81 (35.7)	33 (14.5)	24 (10.6)	9 (4.0)	24 (10.6)	26 (11.5)	30 (13.2)
	여 (%)	122 (100.0)	48 (39.3)	14 (11.5)	8 (6.6)	8 (6.6)	18 (14.8)	13 (10.7)	13 (10.7)
연령별	20세 이하 (%)	21 (100.0)	7 (33.3)	2 (9.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (28.6)	2 (9.5)	4 (19.0)
	21~30세 (%)	119 (100.0)	41 (34.5)	15 (12.6)	7 (5.9)	6 (5.0)	19 (16.0)	16 (13.4)	15 (12.6)
	31~40세 (%)	80 (100.0)	29 (36.3)	10 (12.5)	14 (17.5)	5 (6.3)	7 (8.8)	8 (10.0)	7 (8.8)
	41~50세 (%)	88 (100.0)	32 (36.4)	15 (17.0)	9 (10.2)	6 (6.8)	7 (8.0)	8 (9.1)	11 (12.5)
	51~60세 (%)	29 (100.0)	14 (48.3)	2 (6.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (10.3)	4 (13.8)	6 (20.7)
	61세 이상 (%)	12 (100.0)	6 (50.0)	3 (25.0)	2 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (8.3)	0 (0.0)
지역별	대도시 (%)	271 (100.0)	98 (36.2)	37 (13.7)	24 (8.9)	10 (3.7)	37 (13.7)	28 (10.3)	37 (13.7)
	시지역 (%)	70 (100.0)	26 (37.1)	9 (12.9)	7 (10.0)	7 (10.0)	5 (7.1)	11 (15.7)	5 (7.1)
	군지역 (%)	8 (100.0)	5 (62.5)	1 (12.5)	1 (12.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (12.5)
직업별	이사 이상 CEO (%)	23 (100.0)	7 (30.4)	4 (17.4)	4 (17.4)	3 (13.0)	0 (0.0)	3 (13.0)	2 (8.7)
	직장인 (%)	150 (100.0)	46 (30.7)	26 (17.3)	17 (11.3)	9 (6.0)	15 (10.0)	14 (9.3)	23 (15.3)
	주부 (%)	36 (100.0)	18 (50.0)	4 (11.1)	2 (5.6)	0 (0.0)	3 (8.3)	5 (13.9)	4 (11.1)
	학생 (%)	42 (100.0)	14 (33.3)	3 (7.1)	1 (2.4)	1 (2.4)	10 (23.8)	6 (14.3)	7 (16.7)
	자영업 (%)	56 (100.0)	21 (37.5)	4 (7.1)	6 (10.7)	2 (3.6)	9 (16.1)	7 (12.5)	7 (12.5)
	미취업 (%)	6 (100.0)	3 (50.0)	1 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (16.7)	1 (16.7)	0 (0.0)
	기타 (%)	36 (100.0)	20 (55.6)	5 (13.9)	2 (5.6)	2 (5.6)	4 (11.1)	3 (8.3)	0 (0.0)
권역별	수도권 (%)	145 (100.0)	60 (41.4)	24 (16.6)	20 (13.8)	10 (6.9)	11 (7.6)	12 (8.3)	8 (5.5)
	충청권 (%)	82 (100.0)	20 (24.4)	5 (6.1)	3 (3.7)	6 (7.3)	16 (19.5)	15 (18.3)	17 (20.7)
	호남권 (%)	4 (100.0)	1 (25.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (25.0)	2 (50.0)
	영남권 (%)	118 (100.0)	48 (40.7)	18 (15.3)	9 (7.6)	1 (0.8)	15 (12.7)	11 (9.3)	16 (13.6)
전체	빈도(명) (%)	349 (100.0)	129 (37.0)	47 (13.5)	32 (9.2)	17 (4.9)	42 (12.0)	39 (11.2)	43 (12.3)

## 다. 쇼핑통행의 특성

### 1) 쇼핑통행의 유무

질문	오늘 쇼핑을 하셨거나 쇼핑을 할 계획이 있으십니까?
----	------------------------------

오늘 쇼핑을 하거나 할 계획을 갖고 있는 응답자는 15.4%로, 순수하게 쇼핑을 하고자 하는 2%에 비해 많았는데, 이는 많은 응답자들이 복합적인 통행목적 하에서 쇼핑을 하고 있음을 나타내고 있다. 고속철도 이용 시 목적지에서 시간이 남게 되어 복합적인 통행목적이 이루어질 가능성이 높다.

쇼핑 통행은 여성(20.4%)이 남성(12.3%)보다 높은 것으로 나타났으며 도시 거주자보다도, 군지역 거주자의 쇼핑 경향이 높은 것으로 나타나고 있다. 호남권, 충청권에 거주하는 비도시 지역 거주자는 거주 지역에서 구매하기 어려운 물건을 고속철도 정차역 도시에서 구매하고 있는 것으로 판단할 수 있다. 지방 지역 거주자가 대도시에 업무 차 혹은 개인 용무를 위해 방문하였다가 쇼핑을 하였을 가능성이 높다. 서울 등 대도시는 지방에 비해 상품이 다양하여 선택의 폭이 넓고, 새로운 상품이 많으며 가격도 저렴한 경우가 많기 때문이다.

### 2) 쇼핑 장소

질문	오늘 쇼핑을 하셨거나 하실 예정인 곳은 어디입니까?
----	------------------------------

쇼핑 장소로는 백화점과 대형 쇼핑몰을 선호하는 것으로 나타났다. 성별 구성비를 살펴보면, 여성의 경우 백화점에서의 구매성향이 압도적으로 높은 반면(50.6%), 남성의 경우 전문점에서의 구매성향이 여성에 비해 상당히 높은 것으로 나타나고 있다(10.0%).

연령별로는 연령이 낮을수록 대형 쇼핑몰 이용 비율이 높고, 연령이 높을수록 백화점 이용 비율이 증가하는 경향을 보이고 있다. 이는 소득 수준의 격차에 따른 결과라고 판단할 수 있다. 직업별로는 직장인, 자영업자, 주부 등이 쇼핑을 한 것으로 나타났다.

계	백화점	재래시장	전문점	대형 쇼핑몰	특산품 판매점	기타
179	68	31	10	53	12	5
100%	38.0	17.3	5.6	29.6	6.7	2.8

쇼핑 통행의 유무

	응답 내용	계	하였음	없음
성 별	남 (%)	729 (100.0)	90 (12.3)	639 (87.7)
	여 (%)	437 (100.0)	89 (20.4)	348 (79.6)
연 령 별	20세 이하 (%)	97 (100.0)	12 (12.4)	85 (87.6)
	21~30세 (%)	474 (100.0)	79 (16.7)	395 (83.3)
	31~40세 (%)	278 (100.0)	43 (15.5)	235 (84.5)
	41~50세 (%)	194 (100.0)	31 (16.0)	163 (84.0)
	51~60세 (%)	88 (100.0)	13 (14.8)	75 (85.2)
	61세 이상 (%)	35 (100.0)	1 (2.9)	34 (97.1)
지 역 별	대도시 (%)	914 (100.0)	140 (15.3)	774 (84.7)
	시지역 (%)	231 (100.0)	32 (13.9)	199 (86.1)
	군지역 (%)	21 (100.0)	7 (33.3)	14 (66.7)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	56 (100.0)	4 (7.1)	52 (92.9)
	직장인 (%)	451 (100.0)	66 (14.6)	385 (85.4)
	주부 (%)	115 (100.0)	20 (17.4)	95 (82.6)
	학생 (%)	232 (100.0)	34 (14.7)	198 (85.3)
	자영업 (%)	149 (100.0)	33 (22.1)	116 (77.9)
	미취업 (%)	22 (100.0)	5 (22.7)	17 (77.3)
	기타 (%)	141 (100.0)	17 (12.1)	124 (87.9)
권 역 별	수도권 (%)	418 (100.0)	39 (9.3)	379 (90.7)
	충청권 (%)	254 (100.0)	52 (20.5)	202 (79.5)
	호남권 (%)	27 (100.0)	9 (33.3)	18 (66.7)
	영남권 (%)	467 (100.0)	79 (16.9)	388 (83.1)
전 체	빈도(명) (%)	1166 (100.0)	179 (15.4)	987 (84.6)

쇼핑 장소

	응답 내용	계	백화점	재래시장	전문점	대형쇼핑몰	특산품 판매점	기타
성 별	남 (%)	<b>90</b> <b>(100.0)</b>	23 (25.6)	19 (21.1)	9 (10.0)	29 (32.2)	7 (7.8)	3 (3.3)
	여 (%)	<b>89</b> <b>(100.0)</b>	45 (50.6)	12 (13.5)	1 (1.1)	24 (27.0)	5 (5.6)	2 (2.2)
연 령 별	20세 이하 (%)	<b>12</b> <b>(100.0)</b>	4 (33.3)	2 (16.7)	1 (8.3)	4 (33.3)	0 (0.0)	1 (8.3)
	21~30세 (%)	<b>79</b> <b>(100.0)</b>	32 (40.5)	8 (10.1)	5 (6.3)	28 (35.4)	2 (2.5)	4 (5.1)
	31~40세 (%)	<b>43</b> <b>(100.0)</b>	13 (30.2)	6 (14.0)	2 (4.7)	16 (37.2)	6 (14.0)	0 (0.0)
	41~50세 (%)	<b>31</b> <b>(100.0)</b>	13 (41.9)	10 (32.3)	1 (3.2)	4 (12.9)	3 (9.7)	0 (0.0)
	51~60세 (%)	<b>13</b> <b>(100.0)</b>	6 (46.2)	4 (30.8)	1 (7.7)	1 (7.7)	1 (7.7)	0 (0.0)
	61세 이상 (%)	<b>1</b> <b>(100.0)</b>	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
지 역 별	대도시 (%)	<b>140</b> <b>(100.0)</b>	51 (36.4)	26 (18.6)	8 (5.7)	42 (30.0)	9 (6.4)	4 (2.9)
	시지역 (%)	<b>32</b> <b>(100.0)</b>	16 (50.0)	4 (12.5)	1 (3.1)	9 (28.1)	1 (3.1)	1 (3.1)
	군지역 (%)	<b>7</b> <b>(100.0)</b>	1 (14.3)	1 (14.3)	1 (14.3)	2 (28.6)	2 (28.6)	0 (0.0)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	<b>4</b> <b>(100.0)</b>	2 (50.0)	0 (0.0)	1 (25.0)	1 (25.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	직장인 (%)	<b>66</b> <b>(100.0)</b>	23 (34.8)	11 (16.7)	3 (4.5)	22 (33.3)	6 (9.1)	1 (1.5)
	주부 (%)	<b>20</b> <b>(100.0)</b>	13 (65.0)	2 (10.0)	0 (0.0)	3 (15.0)	2 (10.0)	0 (0.0)
	학생 (%)	<b>34</b> <b>(100.0)</b>	14 (41.2)	3 (8.8)	3 (8.8)	12 (35.3)	0 (0.0)	2 (5.9)
	자영업 (%)	<b>33</b> <b>(100.0)</b>	5 (15.2)	13 (39.4)	1 (3.0)	9 (27.3)	4 (12.1)	1 (3.0)
	미취업 (%)	<b>5</b> <b>(100.0)</b>	2 (40.0)	2 (40.0)	0 (0.0)	1 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	기타 (%)	<b>17</b> <b>(100.0)</b>	9 (52.9)	0 (0.0)	2 (11.8)	5 (29.4)	0 (0.0)	1 (5.9)
권 역 별	수도권 (%)	<b>39</b> <b>(100.0)</b>	17 (43.6)	8 (20.5)	1 (2.6)	11 (28.2)	2 (5.1)	0 (0.0)
	충청권 (%)	<b>52</b> <b>(100.0)</b>	20 (38.5)	7 (13.5)	4 (7.7)	18 (34.6)	3 (5.8)	0 (0.0)
	호남권 (%)	<b>9</b> <b>(100.0)</b>	5 (55.6)	0 (0.0)	1 (11.1)	2 (22.2)	0 (0.0)	1 (11.1)
	영남권 (%)	<b>79</b> <b>(100.0)</b>	26 (32.9)	16 (20.3)	4 (5.1)	22 (27.8)	7 (8.9)	4 (5.1)
전 체	빈도(명) (%)	<b>179</b> <b>(100.0)</b>	<b>68</b> <b>(38.0)</b>	<b>31</b> <b>(17.3)</b>	<b>10</b> <b>(5.6)</b>	<b>53</b> <b>(29.6)</b>	<b>12</b> <b>(6.7)</b>	<b>5</b> <b>(2.8)</b>

3) 구매품목의 종류 (복수응답)

질문	구매하셨거나 혹은 구매하실 품목은 무엇입니까?
----	---------------------------

고속철도 이용자가 쇼핑을 한 상품으로는 잡화품, 선물용 기념품과 고급의류가 많았으며, 운반에 어렵지 않은 소형전자제품도 많았다. 특이하게도 대형 가전제품의 구매도 3건 있었다. 일반적으로 대형 가전제품은 전국 주요도시에 대리점이 있고, 동일한 제품이 판매된다. 또한 대도시에서 구매하더라도 지방 도시로 배달하는 경우, 배달비용이 추가가 되는 경우가 많다. 그럼에도 불구하고 대도시에서 대형가전제품을 구매하는 것은, 소비자가 구매하는 상품에 대해 선택의 폭이 넓고 배달비를 내더라도 중소도시에서 구매하는 경우보다 저렴하거나, 대도시에서 신상품을 구입하기에 용이하기 때문이라고 판단된다.

구매품목 종류	응답수 계	구성비(%)	구매품목 종류	응답수 계	구성비(%)
고급의류	32	15.4	혼수용품	0	0
귀금속/시계	7	3.4	선물용 기념품	39	18.8
소형 전자 제품	20	9.7	건강보조 의약품	5	2.4
대형 가전 제품	3	1.4	잡화품	70	33.8
수입 제품	8	3.9	기타	23	11.1
-	-	-	계	207	100.0

연령별로는 연령 계층이 높을수록, 고급 의류나 귀금속/시계 등 고가품 구매율이 상대적으로 높은 반면 연령이 낮을수록, 잡화품 등 저가품 구매비율이 높아지는 경향을 보이고 있다.

이러한 경향은 지역별로도 확연한 차이를 보이고 있는데, 도시권 지역 거주자의 고가품 구매 비율이 상대적으로 높은 반면 군지역 거주자는 잡화품 구매비율이 높은 것으로 나타나고 있다.



	응답 내용	계	고급 의류	귀금속/ 시계	소형 전자 제품	대형 가전 제품	수입 제품	혼수 용품	선물용 기념품	건강 보조 의약품	잡화품	기타
성 별	남 (%)	<b>109</b> (100.0)	18 (16.5)	5 (4.6)	16 (14.7)	2 (1.8)	5 (4.6)	0 (0.0)	20 (18.3)	2 (1.8)	34 (31.2)	7 (6.4)
	여 (%)	<b>98</b> (100.0)	14 (14.3)	2 (2.0)	4 (4.1)	1 (1.0)	3 (3.1)	0 (0.0)	19 (19.4)	3 (3.1)	36 (36.7)	16 (16.3)
별 년 연	20세 이하 (%)	<b>13</b> (100.0)	0 (0.0)	2 (15.4)	2 (15.4)	1 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (7.7)	0 (0.0)	7 (53.8)	0 (0.0)
	21~30세 (%)	<b>94</b> (100.0)	15 (16.0)	2 (2.1)	10 (10.6)	0 (0.0)	4 (4.3)	0 (0.0)	16 (17.0)	0 (0.0)	35 (37.2)	12 (12.8)
	31~40세 (%)	<b>45</b> (100.0)	7 (15.6)	1 (2.2)	4 (8.9)	2 (4.4)	2 (4.4)	0 (0.0)	6 (13.3)	3 (6.7)	12 (26.7)	8 (17.8)
	41~50세 (%)	<b>38</b> (100.0)	7 (18.4)	2 (5.3)	1 (2.6)	0 (0.0)	1 (2.6)	0 (0.0)	10 (26.3)	2 (5.3)	13 (34.2)	2 (5.3)
	51~60세 (%)	<b>15</b> (100.0)	2 (13.3)	0 (0.0)	3 (20.0)	0 (0.0)	1 (6.7)	0 (0.0)	5 (33.3)	0 (0.0)	3 (20.0)	1 (6.7)
	61세 이상 (%)	<b>2</b> (100.0)	1 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
별 역 지	대도시 (%)	<b>160</b> (100.0)	26 (16.3)	5 (3.1)	13 (8.1)	1 (0.6)	7 (4.4)	0 (0.0)	26 (16.3)	4 (2.5)	58 (36.3)	20 (12.5)
	시지역 (%)	<b>39</b> (100.0)	6 (15.4)	2 (5.1)	6 (15.4)	1 (2.6)	1 (2.6)	0 (0.0)	12 (30.8)	0 (0.0)	8 (20.5)	3 (7.7)
	군지역 (%)	<b>8</b> (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (12.5)	1 (12.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (12.5)	1 (12.5)	4 (50.0)	0 (0.0)
별 업 직	이사 이상 CEO (%)	<b>4</b> (100.0)	1 (25.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (25.0)	2 (50.0)	0 (0.0)
	직장인 (%)	<b>77</b> (100.0)	9 (11.7)	1 (1.3)	9 (11.7)	2 (2.6)	2 (2.6)	0 (0.0)	16 (20.8)	4 (5.2)	23 (29.9)	11 (14.3)
	주부 (%)	<b>22</b> (100.0)	4 (18.2)	1 (4.5)	2 (9.1)	1 (4.5)	1 (4.5)	0 (0.0)	8 (36.4)	0 (0.0)	4 (18.2)	1 (4.5)
	학생 (%)	<b>40</b> (100.0)	7 (17.5)	3 (7.5)	5 (12.5)	0 (0.0)	2 (5.0)	0 (0.0)	3 (7.5)	0 (0.0)	15 (37.5)	5 (12.5)
	자영업 (%)	<b>37</b> (100.0)	8 (21.6)	0 (0.0)	2 (5.4)	0 (0.0)	2 (5.4)	0 (0.0)	8 (21.6)	0 (0.0)	14 (37.8)	3 (8.1)
	미취업 (%)	<b>7</b> (100.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	3 (42.9)	1 (14.3)
	기타 (%)	<b>20</b> (100.0)	2 (10.0)	2 (10.0)	1 (5.0)	0 (0.0)	1 (5.0)	0 (0.0)	3 (15.0)	0 (0.0)	9 (45.0)	2 (10.0)
별 요 권	수도권 (%)	<b>44</b> (100.0)	3 (6.8)	0 (0.0)	3 (6.8)	1 (2.3)	2 (4.5)	0 (0.0)	11 (25.0)	2 (4.5)	16 (36.4)	6 (13.6)
	충청권 (%)	<b>58</b> (100.0)	10 (17.2)	2 (3.4)	5 (8.6)	2 (3.4)	1 (1.7)	0 (0.0)	7 (12.1)	1 (1.7)	20 (34.5)	10 (17.2)
	호남권 (%)	<b>9</b> (100.0)	2 (22.2)	1 (11.1)	1 (11.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (22.2)	0 (0.0)	3 (33.3)	0 (0.0)
	영남권 (%)	<b>96</b> (100.0)	17 (17.7)	4 (4.2)	11 (11.5)	0 (0.0)	5 (5.2)	0 (0.0)	19 (19.8)	2 (2.1)	31 (32.3)	7 (7.3)
전 체	빈도(명) (%)	<b>207</b> (100.0)	<b>32</b> (15.5)	<b>7</b> (3.4)	<b>20</b> (9.7)	<b>3</b> (1.4)	<b>8</b> (3.9)	<b>0</b> (0.0)	<b>39</b> (18.8)	<b>5</b> (2.4)	<b>70</b> (33.8)	<b>23</b> (11.1)

#### 4) 타 지역에서 쇼핑하는 이유

질문	거주지역에서 타 지역으로 쇼핑을 가는 이유는 무엇입니까?
----	---------------------------------

타 지역에서 쇼핑하는 가장 큰 이유로는 “타 지역에서 쇼핑과 함께 다른 용무를 볼 수 있기 때문”에 나타났다. 그리고 “거주지역보다 상품이 다양하고 저렴하기 때문에”도 높게 나타났다.

타 지역에서 쇼핑하는 이유	응답수 계	구성비(%)
새로운 상품 정보도 얻고 신제품을 살 수 있기 때문에	43	24.0
타 지역에서 쇼핑과 함께 다른 용무를 볼 수 있기 때문에	67	37.4
거주지역보다 고급 명품이 많기 때문에	2	1.0
거주지역보다 소문나지 않게 상품을 구매할 수 있기 때문에	1	0.5
거주지역보다 상품이 다양하고 저렴하기 때문에	59	33.0
유행에 따르기 쉽고, 앞서나가는 느낌이 있기 때문에	7	3.9
계	179	100.0

상품의 구매는 일반적으로 가격과 품질에 가장 큰 영향을 받는다고 볼 수 있다. 특히 신제품을 구매하고자 하는 경우, 지방보다 전문점이나 백화점 등이 몰려있는 대도시 특히 서울이 유리한 면이 많다. 본 연구에서 조사된 고속철도의 이용자 중 쇼핑만을 목적으로 하는 경우는 2%에 불과하였지만, 서울과의 접근성이 좋아져서 앞으로 쇼핑만을 목적으로 하는 통행이 증가할 것이라고 예상할 수도 있다. 그렇지만, 고속철도 이용이 보편화되면서 대부분의 고속철도 이용자는 다른 목적의 통행을 하면서 쇼핑을 겸한다고 볼 수 있는데, 이러한 경우에도 상품이 다양하고, 신제품을 접하기 쉬우며, 가격이 저렴한 서울이나 대도시가 유리한 면이 많다고 볼 수 있다.

타 지역에서 쇼핑하는 이유를 연령별로 살펴보면, 젊은 연령층은 상품의 가격에 크게 영향을 받는 반면, 연령이 높아질수록 신제품 구입이나 다른 용무도 함께 볼 수 있다는 요인이 상대적으로 높아지고 있다.

직업별로는, CEO의 경우 다른 용무 겸 쇼핑을 하는 비율이 압도적으로 높으며, 일반 직장인은 상품이 다양하고 저렴하기 때문에 타 지역에서 쇼핑을 한다는 비율이 높아 커다란 차이를 보이고 있다. 한편 주부는 상품정보를 얻기 쉽고, 신제품을 구매할 수 있다는 비율이 높아 대조적인 결과를 보이고 있다.

	응답 내용	계	새로운 상품 정보도 얻고 신제품을 살 수 있기 때문에	타 지역에서 쇼핑과 함께 다른 용무를 볼 수 있기 때문에	거주지역보다 고급 명품이 많기 때문에	거주지역보다 소문나지 않게 구매할 수 있기 때문에	거주지역보다 상품이 다양하고 저렴하기 때문에	유행에 따르기 쉽고, 앞서나가는 느낌이 있기 때문에
성별	남 (%)	90 (100.0)	24 (26.7)	27 (30.0)	1 (1.1)	0 (0.0)	33 (36.7)	5 (5.6)
	여 (%)	89 (100.0)	19 (21.3)	40 (44.9)	1 (1.1)	1 (1.1)	26 (29.2)	2 (2.2)
별관연	20세 이하 (%)	12 (100.0)	3 (25.0)	3 (25.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (33.3)	2 (16.7)
	21~30세 (%)	79 (100.0)	16 (20.3)	26 (32.9)	1 (1.3)	1 (1.3)	32 (40.5)	3 (3.8)
	31~40세 (%)	43 (100.0)	6 (14.0)	21 (48.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (34.9)	1 (2.3)
	41~50세 %	31 (100.0)	12 (38.7)	11 (35.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (22.6)	1 (3.2)
	51~60세 (%)	13 (100.0)	5 (38.5)	6 (46.2)	1 (7.7)	0 (0.0)	1 (7.7)	0 (0.0)
	61세 이상 (%)	1 (100.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
지역별	대도시 (%)	140 (100.0)	35 (25.0)	52 (37.1)	2 (1.4)	0 (0.0)	45 (32.1)	6 (4.3)
	시지역 (%)	32 (100.0)	6 (18.8)	11 (34.4)	0 (0.0)	1 (3.1)	13 (40.6)	1 (3.1)
	군지역 (%)	7 (100.0)	2 (28.6)	4 (57.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)
별관직	이사 이상 CEO (%)	4 (100.0)	1 (25.0)	3 (75.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	직장인 (%)	66 (100.0)	6 (9.1)	31 (47.0)	1 (1.5)	1 (1.5)	27 (40.9)	0 (0.0)
	주부 (%)	20 (100.0)	8 (40.0)	9 (45.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (15.0)	0 (0.0)
	학생 (%)	34 (100.0)	8 (23.5)	11 (32.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (35.3)	3 (8.8)
	자영업 (%)	33 (100.0)	12 (36.4)	9 (27.3)	1 (3.0)	0 (0.0)	9 (27.3)	2 (6.1)
	미취업 (%)	5 (100.0)	2 (40.0)	1 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (20.0)	1 (20.0)
	기타 (%)	17 (100.0)	6 (35.3)	3 (17.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (41.2)	1 (5.9)
별관권	수도권 (%)	39 (100.0)	5 (12.8)	23 (59.0)	1 (2.6)	0 (0.0)	10 (25.6)	0 (0.0)
	충청권 (%)	52 (100.0)	12 (23.1)	20 (38.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	18 (34.6)	2 (3.8)
	호남권 (%)	9 (100.0)	2 (22.2)	3 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (44.4)	0 (0.0)
	영남권 (%)	79 (100.0)	24 (30.4)	21 (26.6)	1 (1.3)	1 (1.3)	27 (34.2)	5 (6.3)
전체	빈도(명) (%)	179 (100.0)	43 (24.0)	67 (37.4)	2 (1.1)	1 (0.6)	59 (33.0)	7 (3.9)

5) 과거 1년간 대도시에서 쇼핑 경험과 이용한 교통수단

질문	귀하께서는 지난 1년 동안 쇼핑을 하기 위해 대도시로 가신 적이 있습니까? 가신적이 있다면 그 때 이용하신 교통수단은 무엇입니까?
----	--

과거에도 대도시에서 쇼핑을 한 경험이 24.5%가 갖고 있는 것으로 조사되었다. 즉, 고속철도 개통 전에도 대도시 중심의 쇼핑이 이루어지고 있음을 나타내고 있다.

계	있음	없음
1,166	286	880
100%	24.5	75.5

지역별로는 특히 군지역 거주자가 쇼핑을 하기 위해 대도시로 간 비율이 66.7%로 큰 비중을 차지하고 있다. 이는 군지역에서는 상품이 다양하지 못하고 유행에 뒤떨어지기 때문에 상대적으로 대도시로 진출하여 쇼핑을 하는 것으로 판단할 수 있다. 이를 통해 볼 때 지방 거주자가 고속철도를 이용하여 서울과 같은 대도시에서 쇼핑하는 비율은 증가할 가능성이 높은 것으로 사료된다.

본 조사 내용은 서울에 거주한 사람의 응답 내용을 '없음'으로 간주하였으며, 지방 거주자의 쇼핑 경험을 나타낸 것이므로 이러한 추론은 더욱 설득력을 갖는다.

과거 1년동안 대도시에서 쇼핑을 할 때, 이용한 교통수단으로는 새마을호와 승용차, 고속버스 등 다양하게 나타났으며, 일부 항공기도 이용한 것으로 나타났다.

계	항공기	고속버스	승용차	새마을호	무궁화호	기타
286	20	56	63	99	47	1
100%	7.0	19.6	22.0	34.6	16.4	-

연령별로는 30세 미만 연령 계층에서 고속버스나 철도의 비중이 높고, 30대와 40대 연령계층에서는 항공기와 승용차 비중이 상대적으로 높게 나타나고 있다.

지역별로는 군지역 거주자의 경우 승용차 이용 비율이 상대적으로 높고, 도시지역 거주자는 철도의 비율이 높은 것으로 나타나고 있다.

쇼핑의 경험

	응답 내용	계	있음	없음
성 별	남 (%)	729 (100.0)	159 (21.8)	570 (78.2)
	여 (%)	437 (100.0)	127 (29.1)	310 (70.9)
연 령	20세 이하 (%)	97 (100.0)	35 (36.1)	62 (63.9)
	21~30세 (%)	474 (100.0)	132 (27.8)	342 (72.2)
	31~40세 (%)	278 (100.0)	51 (18.3)	227 (81.7)
	41~50세 (%)	194 (100.0)	44 (22.7)	150 (77.3)
	51~60세 (%)	88 (100.0)	18 (20.5)	70 (79.5)
	61세 이상 (%)	35 (100.0)	6 (17.1)	29 (82.9)
지 역 별	대도시 (%)	914 (100.0)	191 (20.9)	723 (79.1)
	시지역 (%)	231 (100.0)	81 (35.1)	150 (64.9)
	군지역 (%)	21 (100.0)	14 (66.7)	7 (33.3)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	56 (100.0)	10 (17.9)	46 (82.1)
	직장인 (%)	451 (100.0)	87 (19.3)	364 (80.7)
	주부 (%)	115 (100.0)	30 (26.1)	85 (73.9)
	학생 (%)	232 (100.0)	75 (32.3)	157 (67.7)
	자영업 (%)	149 (100.0)	48 (32.2)	101 (67.8)
	미취업 (%)	22 (100.0)	6 (27.3)	16 (72.7)
	기타 (%)	141 (100.0)	30 (21.3)	111 (78.7)
권 역 별	수도권 (%)	418 (100.0)	35 (8.4)	383 (91.6)
	충청권 (%)	254 (100.0)	103 (40.6)	151 (59.4)
	호남권 (%)	27 (100.0)	12 (44.4)	15 (55.6)
	영남권 (%)	467 (100.0)	136 (29.1)	331 (70.9)
전 체	빈도(명) (%)	1166 (100.0)	286 (24.5)	880 (75.5)

쇼핑시 이용한 교통수단

	응답 내용	계	항공기	고속버스	승용차	새마을호	무궁화호	기타
성 별	남 (%)	159 (100.0)	10 (6.3)	27 (17.0)	43 (27.0)	56 (35.2)	22 (13.8)	1 (0.6)
	여 (%)	127 (100.0)	10 (7.9)	29 (22.8)	20 (15.7)	43 (33.9)	25 (19.7)	0 (0.0)
연 령 별	20세 이하 (%)	35 (100.0)	0 (0.0)	12 (34.3)	5 (14.3)	11 (31.4)	7 (20.0)	0 (0.0)
	21~30세 (%)	132 (100.0)	7 (5.3)	24 (18.2)	24 (18.2)	42 (31.8)	35 (26.5)	0 (0.0)
	31~40세 (%)	51 (100.0)	5 (9.8)	11 (21.6)	14 (27.5)	19 (37.3)	1 (2.0)	1 (2.0)
	41~50세 (%)	44 (100.0)	8 (18.2)	5 (11.4)	14 (31.8)	15 (34.1)	2 (4.5)	0 (0.0)
	51~60세 (%)	18 (100.0)	0 (0.0)	2 (11.1)	4 (22.2)	10 (55.6)	2 (11.1)	0 (0.0)
	61세 이상 (%)	6 (100.0)	0 (0.0)	2 (33.3)	2 (33.3)	2 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)
지 역 별	대도시 (%)	191 (100.0)	16 (8.4)	31 (16.2)	34 (17.8)	79 (41.4)	30 (15.7)	1 (0.5)
	시지역 (%)	81 (100.0)	3 (3.7)	22 (27.2)	24 (29.6)	18 (22.2)	14 (17.3)	0 (0.0)
	군지역 (%)	14 (100.0)	1 (7.1)	3 (21.4)	5 (35.7)	2 (14.3)	3 (21.4)	0 (0.0)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	10 (100.0)	2 (20.0)	0 (0.0)	3 (30.0)	5 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	직장인 (%)	87 (100.0)	4 (4.6)	17 (19.5)	27 (31.0)	27 (31.0)	11 (12.6)	1 (1.1)
	주부 (%)	30 (100.0)	3 (10.0)	7 (23.3)	6 (20.0)	12 (40.0)	2 (6.7)	0 (0.0)
	학생 (%)	75 (100.0)	3 (4.0)	18 (24.0)	9 (12.0)	26 (34.7)	19 (25.3)	0 (0.0)
	자영업 (%)	48 (100.0)	5 (10.4)	9 (18.8)	10 (20.8)	18 (37.5)	6 (12.5)	0 (0.0)
	미취업 (%)	6 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (66.7)	2 (33.3)	0 (0.0)
	기타 (%)	30 (100.0)	3 (10.0)	5 (16.7)	8 (26.7)	7 (23.3)	7 (23.3)	0 (0.0)
권 역 별	수도권 (%)	35 (100.0)	2 (5.7)	9 (25.7)	14 (40.0)	9 (25.7)	1 (2.9)	0 (0.0)
	충청권 (%)	103 (100.0)	0 (0.0)	26 (25.2)	21 (20.4)	31 (30.1)	24 (23.3)	1 (1.0)
	호남권 (%)	12 (100.0)	0 (0.0)	4 (33.3)	4 (33.3)	1 (8.3)	3 (25.0)	0 (0.0)
	영남권 (%)	136 (100.0)	18 (13.2)	17 (12.5)	24 (17.6)	58 (42.6)	19 (14.0)	0 (0.0)
전 체	빈도(명) (%)	286 (100.0)	20 (7.0)	56 (19.6)	63 (22.0)	99 (34.6)	47 (16.4)	1 (0.3)

6) 과거 쇼핑한 품목 (복수응답)

질문	쇼핑하실 당시 구매하신 품목은 무엇입니까?
----	-------------------------

과거에 구매한 상품으로는 고급의류가 단연 많았으며, 잡화품과 선물용 기념품 등의 순으로 나타났다.

과거 쇼핑한 품목	응답수 계	구성비(%)	과거 쇼핑한 품목	응답수 계	구성비(%)
고급의류	88	23.9	혼수용품	9	2.4
귀금속/시계	25	6.8	선물용 기념품	47	12.8
소형 전자 제품	41	11.1	건강보조 의약품	7	1.9
대형 가전 제품	10	2.7	잡화품	83	22.6
수입 제품	32	8.7	기타	26	7.1
-	-	-	계	368	100.0

성별로는 남성이 소형전자제품의 구매비율이 높은 반면 여성은 잡화 등의 구매비율이 높아 성별의 차이를 보여주고 있다. 연령별로는 연령계층이 낮을수록 잡화품의 구매비율이 높고 연령계층이 높을수록 선물용 기념품이나 고급의류, 귀금속 등 고가품 구매비율이 높아지는 경향을 보인다.

지역별로도 도시권 거주자는 고급의류 등 고가품 구매비율이 높고 군지역 거주자는 잡화품 구매비율이 상대적으로 높은 경향을 보이고 있다.

고속철도 개통전에도 일반철도 혹은 고속버스 등을 이용하여 통행을 할 때도 쇼핑은 다른 목적의 통행과 함께 이루어졌으며, 대중교통수단을 이용하였음에도 대형물품을 구매하는 일도 적지 않다. 그렇지만, 승용차를 이용하는 경우는 구매한 상품을 수송하는데 편리한 반면, 대중교통을 이용할 때는 구매한 제품의 부피가 부담이 되는 경우도 있다. 이러한 수송특징을 고려해 볼 때, 고속철도 이용자들이 향후 쇼핑을 한다고 해도 소지하기 편리한 소형제품이나 가벼운 제품, 고가이면서 부피가 작은 기념품 등이 될 가능성이 크다고 볼 수 있다. 특히 터미널간의 통행뿐만 아니라 출발지 터미널에 도착하거나, 도착지의 터미널에서 최종 목적지에 갈 때에도 대중교통수단을 이용하는 경우에는 구매한 상품을 얼마나 편하게 갖고 갈 수 있느냐도 쇼핑의 행태에 영향을 미칠 수 있다.

	응답 내용	계	고급 의류	귀금속/ 시계	소형 전자 제품	대형 가전 제품	수입 제품	혼수 용품	선물용 기념품	건강 보조 의약품	잡화품	기타
성 별	남 (%)	<b>204</b> (100.0)	47 (23.0)	13 (6.4)	31 (15.2)	6 (2.9)	17 (8.3)	5 (2.5)	29 (14.2)	5 (2.5)	40 (19.6)	11 (5.4)
	여 (%)	<b>164</b> (100.0)	41 (25.0)	12 (7.3)	10 (6.1)	4 (2.4)	15 (9.1)	4 (2.4)	18 (11.0)	2 (1.2)	43 (26.2)	15 (9.1)
연 령	20세 이하 (%)	<b>42</b> (100.0)	11 (26.2)	1 (2.4)	3 (7.1)	0 (0.0)	5 (11.9)	0 (0.0)	5 (11.9)	0 (0.0)	15 (35.7)	2 (4.8)
	21~30세 (%)	<b>168</b> (100.0)	40 (23.8)	11 (6.5)	20 (11.9)	4 (2.4)	15 (8.9)	3 (1.8)	14 (8.3)	3 (1.8)	44 (26.2)	14 (8.3)
	31~40세 (%)	<b>68</b> (100.0)	14 (20.6)	5 (7.4)	14 (20.6)	2 (2.9)	6 (8.8)	1 (1.5)	7 (10.3)	1 (1.5)	15 (22.1)	3 (4.4)
	41~50세 (%)	<b>58</b> (100.0)	15 (25.9)	8 (13.8)	1 (1.7)	2 (3.4)	4 (6.9)	4 (6.9)	12 (20.7)	1 (1.7)	5 (8.6)	6 (10.3)
	51~60세 (%)	<b>24</b> (100.0)	7 (29.2)	0 (0.0)	2 (8.3)	2 (8.3)	2 (8.3)	0 (0.0)	6 (25.0)	1 (4.2)	4 (16.7)	0 (0.0)
	61세 이상 (%)	<b>8</b> (100.0)	1 (12.5)	0 (0.0)	1 (12.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (12.5)	3 (37.5)	1 (12.5)	0 (0.0)	1 (12.5)
지 역	대도시 (%)	<b>249</b> (100.0)	54 (21.7)	17 (6.8)	26 (10.4)	7 (2.8)	23 (9.2)	6 (2.4)	33 (13.3)	5 (2.0)	61 (24.5)	17 (6.8)
	시지역 (%)	<b>102</b> (100.0)	31 (30.4)	7 (6.9)	13 (12.7)	2 (2.0)	9 (8.8)	2 (2.0)	12 (11.8)	0 (0.0)	17 (16.7)	9 (8.8)
	군지역 (%)	<b>17</b> (100.0)	3 (17.6)	1 (5.9)	2 (11.8)	1 (5.9)	0 (0.0)	1 (5.9)	2 (11.8)	2 (11.8)	5 (29.4)	0 (0.0)
직 업	이사 이상 CEO (%)	<b>12</b> (100.0)	2 (16.7)	2 (16.7)	1 (8.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (8.3)	4 (33.3)	0 (0.0)	1 (8.3)	1 (8.3)
	직장인 (%)	<b>115</b> (100.0)	27 (23.5)	4 (3.5)	21 (18.3)	5 (4.3)	9 (7.8)	5 (4.3)	10 (8.7)	3 (2.6)	22 (19.1)	9 (7.8)
	주부 (%)	<b>40</b> (100.0)	10 (25.0)	4 (10.0)	5 (12.5)	2 (5.0)	1 (2.5)	0 (0.0)	8 (20.0)	1 (2.5)	7 (17.5)	2 (5.0)
	학생 (%)	<b>90</b> (100.0)	19 (21.1)	7 (7.8)	7 (7.8)	1 (1.1)	10 (11.1)	1 (1.1)	8 (8.9)	0 (0.0)	31 (34.4)	6 (6.7)
	자영업 (%)	<b>63</b> (100.0)	18 (28.6)	4 (6.3)	2 (3.2)	1 (1.6)	9 (14.3)	2 (3.2)	12 (19.0)	3 (4.8)	9 (14.3)	3 (4.8)
	미취업 (%)	<b>8</b> (100.0)	4 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (12.5)	0 (0.0)	3 (37.5)	0 (0.0)
	기타 (%)	<b>40</b> (100.0)	8 (20.0)	4 (10.0)	5 (12.5)	1 (2.5)	3 (7.5)	0 (0.0)	4 (10.0)	0 (0.0)	10 (25.0)	5 (12.5)
권 역	수도권 (%)	<b>41</b> (100.0)	6 (14.6)	1 (2.4)	4 (9.8)	4 (9.8)	5 (12.2)	1 (2.4)	7 (17.1)	1 (2.4)	8 (19.5)	4 (9.8)
	충청권 (%)	<b>133</b> (100.0)	42 (31.6)	6 (4.5)	15 (11.3)	2 (1.5)	8 (6.0)	4 (3.0)	15 (11.3)	3 (2.3)	33 (24.8)	5 (3.8)
	호남권 (%)	<b>16</b> (100.0)	4 (25.0)	4 (25.0)	1 (6.3)	0 (0.0)	1 (6.3)	0 (0.0)	2 (12.5)	0 (0.0)	2 (12.5)	2 (12.5)
	영남권 (%)	<b>178</b> (100.0)	36 (20.2)	14 (7.9)	21 (11.8)	4 (2.2)	18 (10.1)	4 (2.2)	23 (12.9)	3 (1.7)	40 (22.5)	15 (8.4)
전 체	빈도(명) (%)	<b>368</b> (100.0)	<b>88</b> (23.9)	<b>25</b> (6.8)	<b>41</b> (11.1)	<b>10</b> (2.7)	<b>32</b> (8.7)	<b>9</b> (2.4)	<b>47</b> (12.8)	<b>7</b> (1.9)	<b>83</b> (22.6)	<b>26</b> (7.1)



## 라. 관광통행

### 1) 관광유무

질문	오늘 관광을 하셨습니까? 만일 관광을 하셨다면 어떤 교통수단을 이용하셨습니까?
----	---

관광을 한 경우는 21.4%로서 복합적인 통행목적을 나타내고 있다.

관광유무	응답수 계	구성비(%)	이용 수단	응답수 계	구성비(%)
관광을 하지 않았음	916	78.6	관광을 하였음	250	100.0
관광을 하였음	250	21.4	택시	47	18.8
소 계	1,166	100.0	버스	26	10.4
			지하철/전철	67	26.8
			렌터카	17	6.8
			고속,시외버스	18	6.8
			도보	4	1.6
			승용차	63	25.2
			기타	8	3.2

관광을 한 응답자가 이용한 교통수단은 지하철/전철이 가장 많고, 승용차도 25.2%를 차지한다. 대도시에서 대중교통 수단을 이용한 관광이 많은 것으로 보인다. 고속철도역에서 관광을 하기위해 렌터카 혹은 고속, 시외버스를 이용하는 경우는 모두 13.6%로서 비교적 낮은 편이다.

연계교통수단의 이용은 지역별로 큰 차이를 보이고 있다. 군지역 거주자의 경우 거의 대부분이 렌터카나 고속시외버스, 승용차를 이용하는 반면, 대도시나 시지역 거주자는 지하철/전철과 택시를 많이 이용하는 것으로 나타났다. 이는 군지역 거주자의 경우 순수하게 관광/레저통행을 목적으로 하는 경우가 많지만 대도시나 시지역 거주자는 업무나 개인용무 등으로 목적지를 방문한 뒤 복합목적으로 관광이나 레저통행을 행하기 때문인 것으로 판단된다.

고속철도 개통후 철도청과 협력한 일부 관광회사에서 여러 가지 상품을 제안하고 있지만, 본 조사가 이루어지던 때에는 관련 상품이 출시되지 얼마 되지 않아 이용현황을 파악하는 것이 어려운 상태였다. 그리고, 4월은 관광으로 볼 때 비수기에 속하여 전반적으로 고속철도 이용객 중 관광목적은 낮게 나타난 것으로 판단된다.

	응답 내용	계	택시	버스	지하철/ 전철	렌터카	고속·시 외버스	도보	승용차	기타
성 별	남 (%)	<b>157</b> <b>(100.0)</b>	33 (21.0)	12 (7.6)	46 (29.3)	13 (8.3)	10 (6.4)	1 (0.6)	38 (24.2)	4 (2.5)
	여 (%)	<b>93</b> <b>(100.0)</b>	14 (15.1)	14 (15.1)	21 (22.6)	4 (4.3)	8 (8.6)	3 (3.2)	25 (26.9)	4 (4.3)
연 령 별	20세 이하 (%)	<b>17</b> <b>(100.0)</b>	5 (29.4)	2 (11.8)	2 (11.8)	2 (11.8)	3 (17.6)	1 (5.9)	2 (11.8)	0 (0.0)
	21~30세 (%)	<b>106</b> <b>(100.0)</b>	17 (16.0)	11 (10.4)	33 (31.1)	4 (3.8)	9 (8.5)	1 (0.9)	27 (25.5)	4 (3.8)
	31~40세 (%)	<b>47</b> <b>(100.0)</b>	9 (19.1)	4 (8.5)	14 (29.8)	3 (6.4)	2 (4.3)	1 (2.1)	13 (27.7)	1 (2.1)
	41~50세 (%)	<b>47</b> <b>(100.0)</b>	14 (29.8)	3 (6.4)	7 (14.9)	6 (12.8)	2 (4.3)	1 (2.1)	12 (25.5)	2 (4.3)
	51~60세 (%)	<b>24</b> <b>(100.0)</b>	2 (8.3)	5 (20.8)	7 (29.2)	2 (8.3)	2 (8.3)	0 (0.0)	6 (25.0)	0 (0.0)
	61세 이상 (%)	<b>9</b> <b>(100.0)</b>	0 (0.0)	1 (11.1)	4 (44.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (33.3)	1 (11.1)
지 역 별	대도시 (%)	<b>192</b> <b>(100.0)</b>	39 (20.3)	20 (10.4)	49 (25.5)	11 (5.7)	16 (8.3)	3 (1.6)	50 (26.0)	4 (2.1)
	시지역 (%)	<b>54</b> <b>(100.0)</b>	8 (14.8)	6 (11.1)	18 (33.3)	5 (9.3)	1 (1.9)	1 (1.9)	12 (22.2)	3 (5.6)
	군지역 (%)	<b>4</b> <b>(100.0)</b>	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (25.0)	1 (25.0)	0 (0.0)	1 (25.0)	1 (25.0)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	<b>11</b> <b>(100.0)</b>	3 (27.3)	2 (18.2)	0 (0.0)	1 (9.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (45.5)	0 (0.0)
	직장인 (%)	<b>90</b> <b>(100.0)</b>	21 (23.3)	4 (4.4)	25 (27.8)	4 (4.4)	6 (6.7)	1 (1.1)	24 (26.7)	5 (5.6)
	주부 (%)	<b>26</b> <b>(100.0)</b>	6 (23.1)	3 (11.5)	4 (15.4)	1 (3.8)	2 (7.7)	1 (3.8)	9 (34.6)	0 (0.0)
	학생 (%)	<b>38</b> <b>(100.0)</b>	9 (23.7)	5 (13.2)	9 (23.7)	4 (10.5)	3 (7.9)	1 (2.6)	7 (18.4)	0 (0.0)
	자영업 (%)	<b>50</b> <b>(100.0)</b>	5 (10.0)	8 (16.0)	16 (32.0)	5 (10.0)	3 (6.0)	0 (0.0)	10 (20.0)	3 (6.0)
	미취업 (%)	<b>8</b> <b>(100.0)</b>	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (75.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (25.0)	0 (0.0)
	기타 (%)	<b>27</b> <b>(100.0)</b>	3 (11.1)	4 (14.8)	7 (25.9)	2 (7.4)	4 (14.8)	1 (3.7)	6 (22.2)	0 (0.0)
권 역 별	수도권 (%)	<b>84</b> <b>(100.0)</b>	23 (27.4)	3 (3.6)	20 (23.8)	6 (7.1)	4 (4.8)	3 (3.6)	21 (25.0)	4 (4.8)
	충청권 (%)	<b>41</b> <b>(100.0)</b>	8 (19.5)	8 (19.5)	9 (22.0)	6 (14.6)	3 (7.3)	0 (0.0)	7 (17.1)	0 (0.0)
	호남권 (%)	<b>8</b> <b>(100.0)</b>	0 (0.0)	1 (12.5)	3 (37.5)	1 (12.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (37.5)	0 (0.0)
	영남권 (%)	<b>117</b> <b>(100.0)</b>	16 (13.7)	14 (12.0)	35 (29.9)	4 (3.4)	11 (9.4)	1 (0.9)	32 (27.4)	4 (3.4)
전 체	빈도(명) (%)	<b>250</b> <b>(100.0)</b>	<b>47</b> <b>(18.8)</b>	<b>26</b> <b>(10.4)</b>	<b>67</b> <b>(26.8)</b>	<b>17</b> <b>(6.8)</b>	<b>18</b> <b>(7.2)</b>	<b>4</b> <b>(1.6)</b>	<b>63</b> <b>(25.2)</b>	<b>8</b> <b>(3.2)</b>

## 2) 관광의 형식

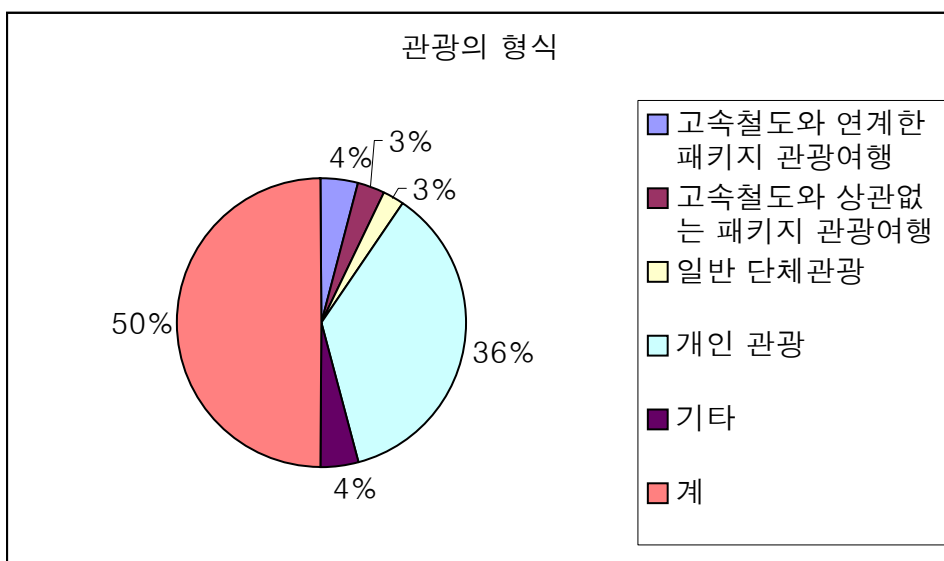
질문	귀하의 관광여행은 어디에 속하십니까?
----	----------------------

관광여행의 형식은 대부분 개인관광이며, 고속철도와 연계된 패키지는 21건으로 8.4%에 불과하다. 개통초기로서 관광여행이 아직 정착되지 않은 것으로 판단된다.

관광의 형식	응답수 계	구성비(%)
고속철도와 연계한 패키지 관광여행	21	8.4
고속철도와 상관없는 패키지 관광여행	15	6.0
일반 단체관광	13	5.2
개인 관광	180	72.0
기타	21	8.4
계	250	100.0

연령별로는 50세 이상 연령계층이 패키지 관광여행을 이용하는 비율이 높게 나타나고 있다.

지역별로는 도시권 거주자가 고속철도와 연계한 패키지 관광여행을 선호하며, 반면 군지역 거주자는 고속철도와 상관없는 패키지 관광여행이나, 일반 단체 관광을 하는 비율이 높게 나타났다.



	응답 내용	계	고속철도와 연계한 패키지 관광여행	고속철도와 상관없는 패키지 관광여행	일반 단체 관광	개인관광	기타
성 별	남 (%)	157 (100.0)	15 (9.6)	8 (5.1)	10 (6.4)	114 (72.6)	10 (6.4)
	여 (%)	93 (100.0)	6 (6.5)	7 (7.5)	3 (3.2)	66 (71.0)	11 (11.8)
연 령 별	20세 이하 (%)	17 (100.0)	1 (5.9)	2 (11.8)	1 (5.9)	13 (76.5)	0 (0.0)
	21~30세 (%)	106 (100.0)	8 (7.5)	7 (6.6)	4 (3.8)	76 (71.7)	11 (10.4)
	31~40세 (%)	47 (100.0)	3 (6.4)	1 (2.1)	4 (8.5)	35 (74.5)	4 (8.5)
	41~50세 (%)	47 (100.0)	3 (6.4)	1 (2.1)	2 (4.3)	35 (74.5)	6 (12.8)
	51~60세 (%)	24 (100.0)	5 (20.8)	4 (16.7)	1 (4.2)	14 (58.3)	0 (0.0)
	61세 이상 (%)	9 (100.0)	1 (11.1)	0 (0.0)	1 (11.1)	7 (77.8)	0 (0.0)
지 역 별	대도시 (%)	192 (100.0)	14 (7.3)	9 (4.7)	10 (5.2)	141 (73.4)	18 (9.4)
	시지역 (%)	54 (100.0)	7 (13.0)	5 (9.3)	2 (3.7)	37 (68.5)	3 (5.6)
	군지역 (%)	4 (100.0)	0 (0.0)	1 (25.0)	1 (25.0)	2 (50.0)	0 (0.0)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	11 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (9.1)	9 (81.8)	1 (9.1)
	직장인 (%)	90 (100.0)	9 (10.0)	5 (5.6)	5 (5.6)	59 (65.6)	12 (13.3)
	주부 (%)	26 (100.0)	2 (7.7)	3 (11.5)	1 (3.8)	19 (73.1)	1 (3.8)
	학생 (%)	38 (100.0)	2 (5.3)	3 (7.9)	3 (7.9)	29 (76.3)	1 (2.6)
	자영업 (%)	50 (100.0)	5 (10.0)	3 (6.0)	3 (6.0)	35 (70.0)	4 (8.0)
	미취업 (%)	8 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (100.0)	0 (0.0)
	기타 (%)	27 (100.0)	3 (11.1)	1 (3.7)	0 (0.0)	21 (77.8)	2 (7.4)
권 역 별	수도권 (%)	84 (100.0)	10 (11.9)	3 (3.6)	4 (4.8)	60 (71.4)	7 (8.3)
	충청권 (%)	41 (100.0)	3 (7.3)	3 (7.3)	5 (12.2)	28 (68.3)	2 (4.9)
	호남권 (%)	8 (100.0)	2 (25.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (62.5)	1 (12.5)
	영남권 (%)	117 (100.0)	6 (5.1)	9 (7.7)	4 (3.4)	87 (74.4)	11 (9.4)
전 체	빈도(명) (%)	250 (100.0)	21 (8.4)	15 (6.0)	13 (5.2)	180 (72.0)	21 (8.4)

3) 관광의 유형 (복수응답)

질문	관광의 유형은 무엇입니까?
----	----------------

관광의 유형으로는 자연경관 탐방과 테마파크 등이 많았다.

관광의 유형	응답수 계	구성비(%)	관광의 유형	응답수 계	구성비(%)
자연경관 탐방	77	26.1	박물관	9	3.1
등산	17	5.8	미술관	3	1.0
낚시	7	2.4	골프/스포츠	9	3.1
공연관람	29	9.8	테마파크	45	15.3
고궁/절 탐방	28	9.5	기타	71	24.1
-	-	-	계	295	100.0

관광유형은 연령별로 차이를 보이는데, 연령 계층이 높을수록 자연경관 탐방이나 등산의 비율이 높고, 연령계층이 낮을수록 공연/관람이나 테마 파크의 비율이 높게 나타나고 있다.

지역별로도 약간의 차이를 보이고 있는데 대도시의 경우 테마파크의 비율이 높으나 시지역은 자연경관 탐방이나 공연관람의 비율이 높게 나타났다.

4) 관광 일정

질문	고속철도 개통 전 지금과 유사한 관광을 하신 경우와 비교하여 숙박일수는 어떻게 변화했습니까?
----	---

관광일정으로 볼 때, 숙박일수에 변화가 없는 경우가 절반이나 되지만, 숙박일수가 감소하였다는 경우도 93건(37.2%)에 달하였다. 연령별로는 연령계층이 높을수록 숙박일수가 감소했다고 대답한 비율이 높은 결과를 보이고 있다. 지역별로는 대도시와 시 지역 거주자의 경우 숙박일수가 감소했다고 대답한 비율이 높은 반면, 군 지역은 오히려 숙박일수가 증가했다고 대답한 비율이 높은 편이다.

관광 유형

	응답 내용	계	자연경 관 탐방	등산	낚시	공연 관람	고궁/절 탐방	박물관	미술관	골프/ 스포츠	테마 파크	기타
성 별	남 (%)	186 (100.0)	49 (26.3)	12 (6.5)	7 (3.8)	22 (11.8)	17 (9.1)	6 (3.2)	2 (1.1)	7 (3.8)	27 (14.5)	37 (19.9)
	여 (%)	109 (100.0)	28 (25.7)	5 (4.6)	0 (0.0)	7 (6.4)	11 (10.1)	3 (2.8)	1 (0.9)	2 (1.8)	18 (16.5)	34 (31.2)
별 표 연 령	20세 이하 (%)	20 (100.0)	3 (15.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (30.0)	2 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (5.0)	4 (20.0)	4 (20.0)
	21~30세 (%)	128 (100.0)	27 (21.1)	7 (5.5)	3 (2.3)	13 (10.2)	11 (8.6)	3 (2.3)	3 (2.3)	2 (1.6)	22 (17.2)	37 (28.9)
	31~40세 (%)	52 (100.0)	14 (26.9)	2 (3.8)	3 (5.8)	4 (7.7)	6 (11.5)	2 (3.8)	0 (0.0)	2 (3.8)	11 (21.2)	8 (15.4)
	41~50세 (%)	55 (100.0)	20 (36.4)	5 (9.1)	0 (0.0)	2 (3.6)	5 (9.1)	2 (3.6)	0 (0.0)	4 (7.3)	4 (7.3)	13 (23.6)
	51~60세 (%)	30 (100.0)	10 (33.3)	3 (10.0)	1 (3.3)	3 (10.0)	1 (3.3)	1 (3.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (13.3)	7 (23.3)
	61세 이상 (%)	10 (100.0)	3 (30.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (10.0)	3 (30.0)	1 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (20.0)
별 표 지 역	대도시 (%)	226 (100.0)	55 (24.3)	14 (6.2)	4 (1.8)	17 (7.5)	22 (9.7)	7 (3.1)	3 (1.3)	6 (2.7)	41 (18.1)	57 (25.2)
	시지역 (%)	64 (100.0)	21 (32.8)	2 (3.1)	2 (3.1)	11 (17.2)	5 (7.8)	2 (3.1)	0 (0.0)	3 (4.7)	4 (6.3)	14 (21.9)
	군지역 (%)	5 (100.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
별 표 직 업	이사 이상 CEO (%)	12 (100.0)	6 (50.0)	1 (8.3)	0 (0.0)	1 (8.3)	1 (8.3)	1 (8.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (8.3)	1 (8.3)
	직장인 (%)	103 (100.0)	31 (30.1)	5 (4.9)	2 (1.9)	12 (11.7)	9 (8.7)	4 (3.9)	0 (0.0)	3 (2.9)	14 (13.6)	23 (22.3)
	주부 (%)	31 (100.0)	10 (32.3)	4 (12.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (9.7)	1 (3.2)	0 (0.0)	2 (6.5)	5 (16.1)	6 (19.4)
	학생 (%)	48 (100.0)	10 (20.8)	2 (4.2)	0 (0.0)	5 (10.4)	5 (10.4)	0 (0.0)	2 (4.2)	1 (2.1)	12 (25.0)	11 (22.9)
	자영업 (%)	60 (100.0)	12 (20.0)	2 (3.3)	5 (8.3)	5 (8.3)	8 (13.3)	2 (3.3)	1 (1.7)	3 (5.0)	9 (15.0)	13 (21.7)
	미취업 (%)	12 (100.0)	2 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (41.7)	2 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (16.7)	1 (8.3)
	기타 (%)	29 (100.0)	6 (20.7)	3 (10.3)	0 (0.0)	1 (3.4)	0 (0.0)	1 (3.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (6.9)	16 (55.2)
별 표 연 권	수도권 (%)	95 (100.0)	32 (33.7)	4 (4.2)	1 (1.1)	9 (9.5)	9 (9.5)	2 (2.1)	0 (0.0)	3 (3.2)	12 (12.6)	23 (24.2)
	충청권 (%)	48 (100.0)	13 (27.1)	4 (8.3)	5 (10.4)	5 (10.4)	2 (4.2)	0 (0.0)	1 (2.1)	1 (2.1)	8 (16.7)	9 (18.8)
	호남권 (%)	9 (100.0)	3 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (11.1)	1 (11.1)	4 (44.4)
	영남권 (%)	143 (100.0)	29 (20.3)	9 (6.3)	1 (0.7)	15 (10.5)	17 (11.9)	7 (4.9)	2 (1.4)	4 (2.8)	24 (16.8)	35 (24.5)
전 체	빈도(명) (%)	295 (100.0)	77 (26.1)	17 (5.8)	7 (2.4)	29 (9.8)	28 (9.5)	9 (3.1)	3 (1.0)	9 (3.1)	45 (15.3)	71 (24.1)

관광 일정

	응답 내용	계	숙박일 수 감소	변화 없음	숙박일 수 증가
성 별	남 (%)	157 (100.0)	57 (36.3)	82 (52.2)	18 (11.5)
	여 (%)	93 (100.0)	36 (38.7)	50 (53.8)	7 (7.5)
연 령 별	20세 이하 (%)	17 (100.0)	3 (17.6)	12 (70.6)	2 (11.8)
	21~30세 (%)	106 (100.0)	33 (31.1)	63 (59.4)	10 (9.4)
	31~40세 (%)	47 (100.0)	24 (51.1)	20 (42.6)	3 (6.4)
	41~50세 (%)	47 (100.0)	16 (34.0)	27 (57.4)	4 (8.5)
	51~60세 (%)	24 (100.0)	14 (58.3)	5 (20.8)	5 (20.8)
	61세 이상 (%)	9 (100.0)	3 (33.3)	5 (55.6)	1 (11.1)
지 역 별	대도시 (%)	192 (100.0)	73 (38.0)	95 (49.5)	24 (12.5)
	시지역 (%)	54 (100.0)	20 (37.0)	34 (63.0)	0 (0.0)
	군지역 (%)	4 (100.0)	0 (0.0)	3 (75.0)	1 (25.0)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	11 (100.0)	4 (36.4)	4 (36.4)	3 (27.3)
	직장인 (%)	90 (100.0)	40 (44.4)	46 (51.1)	4 (4.4)
	주부 (%)	26 (100.0)	11 (42.3)	13 (50.0)	2 (7.7)
	학생 (%)	38 (100.0)	11 (28.9)	23 (60.5)	4 (10.5)
	자영업 (%)	50 (100.0)	21 (42.0)	24 (48.0)	5 (10.0)
	미취업 (%)	8 (100.0)	2 (25.0)	6 (75.0)	0 (0.0)
	기타 (%)	27 (100.0)	4 (14.8)	16 (59.3)	7 (25.9)
권 역 별	수도권 (%)	84 (100.0)	37 (44.0)	41 (48.8)	6 (7.1)
	충청권 (%)	41 (100.0)	14 (34.1)	24 (58.5)	3 (7.3)
	호남권 (%)	8 (100.0)	2 (25.0)	6 (75.0)	0 (0.0)
	영남권 (%)	117 (100.0)	40 (34.2)	61 (52.1)	16 (13.7)
전 체	빈도(명) (%)	250 (100.0)	93 (37.2)	132 (52.8)	25 (10.0)

마. 업무통행

1) 소재지 분포

질문	귀하께서 근무하고 계신 직장의 소재지는 어디입니까?
----	------------------------------

본 조사내용은 설문 응답자 중 업무통행 관련 응답을 한 347명에 대한 결과이다. 응답자가 근무하고 있는 직장의 소재지는 서울, 부산, 대구 등 대도시 중심으로 나타났다.

직장 소재지 분포	응답수 계	구성비(%)	직장 소재지 분포	응답수 계	구성비(%)
경기	19	5.5	전남	0	-
경남	15	4.3	전북	1	0.3
경북	9	2.6	천안아산	12	3.5
광주	0	-	울산	5	1.4
대구	45	13.0	인천	4	1.2
대전	37	10.7	충남	4	1.2
부산	51	14.7	충북	3	1.0
서울	142	40.9	제주	0	-
강원	0	-	계	347	100.0

고속철도가 서비스되지 않는 강원, 제주 지역에 소재한 직장이 있는 응답자가 한 명도 없었다. 전남과 광주지역에 직장이 있는 경우도 응답자가 없었는데, 이는 본 조사가 경부축의 역을 중심으로 조사되었기 때문이다.



	응답 내용	계	경기	경남	경북	광주	대구	대전	부산	서울	전남	전북	천안 아산	울산	인천	충남	충북	제주
별 산	남 (%)	279 (100.0)	16 (5.7)	9 (3.2)	7 (2.5)	0 (0.0)	38 (13.6)	29 (10.4)	41 (14.7)	120 (43.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (2.2)	4 (1.4)	2 (0.7)	4 (1.4)	3 (1.1)	0 (0.0)
	여 (%)	68 (100.0)	3 (4.4)	6 (8.8)	2 (2.9)	0 (0.0)	7 (10.3)	8 (11.8)	10 (14.7)	22 (32.4)	0 (0.0)	1 (1.5)	6 (8.8)	1 (1.5)	2 (2.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
별 연 령	20세 이하 (%)	6 (100.0)	2 (33.3)	0 (0.0)	1 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (16.7)	1 (16.7)	1 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	21~30세 (%)	89 (100.0)	8 (9.0)	2 (2.2)	3 (3.4)	10 (11.2)	0 (0.0)	8 (9.0)	11 (12.4)	39 (43.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (3.4)	0 (0.0)	3 (3.4)	2 (2.2)	0 (0.0)	0 (0.0)
	31~40세 (%)	106 (100.0)	2 (1.9)	6 (5.7)	1 (0.9)	0 (0.0)	12 (11.3)	14 (13.2)	11 (10.4)	49 (46.2)	0 (0.0)	1 (0.9)	5 (4.7)	1 (0.9)	1 (0.9)	1 (0.9)	2 (1.9)	0 (0.0)
	41~50세 %	92 (100.0)	7 (7.6)	5 (5.4)	4 (4.3)	0 (0.0)	15 (16.3)	10 (10.9)	16 (17.4)	30 (32.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (2.2)	3 (3.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	51~60세 (%)	38 (100.0)	0 (0.0)	1 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (15.8)	2 (5.3)	12 (31.6)	15 (39.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.6)	1 (2.6)	0 (0.0)
	61세 이상 (%)	16 (100.0)	0 (0.0)	1 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (12.5)	2 (12.5)	0 (0.0)	8 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (12.5)	1 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
지 역	대도시 (%)	274 (100.0)	5 (1.8)	4 (1.5)	3 (1.1)	0 (0.0)	44 (16.1)	35 (12.8)	51 (18.6)	121 (44.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.7)	4 (1.5)	4 (1.5)	0 (0.0)	1 (0.4)	0 (0.0)
	시지역 (%)	66 (100.0)	14 (21.2)	10 (15.2)	4 (6.1)	0 (0.0)	1 (1.5)	1 (1.5)	0 (0.0)	20 (30.3)	0 (0.0)	1 (1.5)	10 (15.2)	1 (1.5)	0 (0.0)	3 (4.5)	1 (1.5)	0 (0.0)
	군지역 (%)	7 (100.0)	0 (0.0)	1 (14.3)	2 (28.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (14.3)	1 (14.3)	0 (0.0)
별 과 직	이사 이상 CEO (%)	41 (100.0)	3 (7.3)	4 (9.8)	1 (2.4)	0 (0.0)	2 (4.9)	5 (12.2)	5 (12.2)	17 (41.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (7.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.4)	0 (0.0)
	직장인 (%)	212 (100.0)	12 (5.7)	8 (3.8)	6 (2.8)	0 (0.0)	24 (11.3)	24 (11.3)	22 (10.4)	99 (46.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (3.3)	3 (1.4)	3 (1.4)	3 (1.4)	1 (0.5)	0 (0.0)
	주부 (%)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	학생 (%)	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
	자영업 (%)	65 (100.0)	2 (3.1)	0 (0.0)	1 (1.5)	0 (0.0)	14 (21.5)	7 (10.8)	22 (33.8)	16 (24.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.5)	2 (3.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	미취업 (%)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	기타 (%)	27 (100.0)	2 (7.4)	3 (11.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (18.5)	1 (3.7)	1 (3.7)	10 (37.0)	0 (0.0)	1 (3.7)	1 (3.7)	0 (0.0)	1 (3.7)	1 (3.7)	1 (3.7)	0 (0.0)
별 권 역	수도권 (%)	161 (100.0)	16 (9.9)	1 (0.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (3.1)	5 (3.1)	3 (1.9)	124 (77.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.6)	1 (0.6)	4 (2.5)	0 (0.0)	1 (0.6)	0 (0.0)
	충청권 (%)	51 (100.0)	1 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	31 (60.8)	1 (2.0)	3 (5.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (17.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (7.8)	2 (3.9)	0 (0.0)
	호남권 (%)	2 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	영남권 (%)	133 (100.0)	2 (1.5)	14 (10.5)	9 (6.8)	0 (0.0)	40 (30.1)	0 (0.0)	47 (35.3)	15 (11.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (1.5)	4 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
전 체	빈도(명) (%)	347 (100.0)	19 (5.5)	15 (4.3)	9 (2.6)	0 (0.0)	45 (13.0)	37 (10.7)	51 (14.7)	142 (40.9)	0 (0.0)	1 (0.3)	12 (3.5)	5 (1.4)	4 (1.2)	4 (1.2)	3 (0.9)	0 (0.0)

2) 업종의 분포

질문	귀하께서 종사하고 계시는 업종은 무엇입니까?
----	--------------------------

응답자의 업종은 도소매업, 사업서비스, 건설업, 광업/제조업 등 다양하게 분포하였다.

업종 분포	응답수 계	구성비(%)	업종 분포	응답수 계	구성비(%)
농림/어업/임업	2	0.6	숙박/음식점업	6	1.7
광업/제조업	35	10.1	부동산/임대업	6	1.7
도매/소매업	57	16.4	사업서비스	38	11.0
건설업	44	12.7	오락/문화/운동관련업	11	3.2
금융/보험업	23	6.6	연구/개발	34	9.8
운수업	4	1.2	기타	75	21.6
통신업	12	3.5	계	347	100.0

3) 본사/지사의 유무

질문	서울 혹은 지방에 귀 회사의 본사나 지사(영업소)가 있습니까?
----	------------------------------------

본사/지사가 있는 경우가 응답자의 56.5%에 해당하였다.

본사/지사 유무	응답수 계	구성비(%)
있음	196	56.5
없음	151	43.5
계	347	100.0

지역별로는 수도권 지역에 본사/지사 비율이 높게 나타나고 있다.

업종 분포

	응답 내용	계	농림/어업/임업	광업/제조업	도매/소매업	건설업	금융/보험업	운수업	통신업	숙박/음식점업	부동산/임대업	사업서비스	오락/문화/운동관련업	연구/개발	기타	
성별	남 (%)	279 (100.0)	1 (0.4)	32 (11.5)	43 (15.4)	43 (15.4)	18 (6.5)	4 (1.4)	10 (3.6)	1 (0.4)	5 (1.8)	31 (11.1)	10 (3.6)	29 (10.4)	52 (18.6)	
	여 (%)	68 (100.0)	1 (1.5)	3 (4.4)	14 (20.6)	1 (1.5)	5 (7.4)	0 (0.0)	2 (2.9)	5 (7.4)	1 (1.5)	7 (10.3)	1 (1.5)	5 (7.4)	23 (33.8)	
별 연령	20세 이하 (%)	6 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (33.3)	0 (0.0)	1 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (33.3)	
	21~30세 (%)	89 (100.0)	0 (0.0)	8 (9.0)	7 (7.9)	2 (2.2)	6 (6.7)	0 (0.0)	6 (6.7)	1 (1.1)	2 (2.2)	10 (11.2)	3 (3.4)	15 (16.9)	29 (32.6)	
	31~40세 (%)	106 (100.0)	1 (0.9)	12 (11.3)	15 (14.2)	19 (17.9)	6 (5.7)	1 (0.9)	3 (2.8)	2 (1.9)	2 (1.9)	10 (9.4)	3 (2.8)	11 (10.4)	21 (19.8)	
	41~50세 %	92 (100.0)	0 (0.0)	10 (10.9)	21 (22.8)	10 (10.9)	10 (10.9)	1 (1.1)	3 (3.3)	3 (3.3)	1 (1.1)	12 (13.0)	3 (3.3)	6 (6.5)	12 (13.0)	
	51~60세 (%)	38 (100.0)	0 (0.0)	3 (7.9)	13 (34.2)	9 (23.7)	1 (2.6)	1 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.6)	4 (10.5)	2 (5.3)	0 (0.0)	4 (10.5)	
	61세 이상 (%)	16 (100.0)	1 (6.3)	2 (12.5)	1 (6.3)	2 (12.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (6.3)	0 (0.0)	2 (12.5)	7 (43.8)	
별 지역	대도시 (%)	274 (100.0)	1 (0.4)	24 (8.8)	47 (17.2)	36 (13.1)	22 (8.0)	3 (1.1)	11 (4.0)	5 (1.8)	4 (1.5)	32 (11.7)	8 (2.9)	28 (10.2)	53 (19.3)	
	시지역 (%)	66 (100.0)	0 (0.0)	9 (13.6)	9 (13.6)	8 (12.1)	0 (0.0)	1 (1.5)	1 (1.5)	1 (1.5)	2 (3.0)	6 (9.1)	2 (3.0)	6 (9.1)	21 (31.8)	
	군지역 (%)	7 (100.0)	1 (14.3)	2 (28.6)	1 (14.3)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	1 (14.3)	
별 직업	이사 이상 CEO (%)	41 (100.0)	1 (2.4)	11 (26.8)	3 (7.3)	9 (22.0)	1 (2.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (9.8)	0 (0.0)	6 (14.6)	6 (14.6)	
	직장인 (%)	212 (100.0)	1 (0.5)	21 (9.9)	22 (10.4)	26 (12.3)	21 (9.9)	2 (0.9)	12 (5.7)	2 (0.9)	3 (1.4)	26 (12.3)	6 (2.8)	24 (11.3)	46 (21.7)	
	주부 (%)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	
	학생 (%)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	
	자영업 (%)	65 (100.0)	0 (0.0)	3 (4.6)	30 (46.2)	9 (13.8)	1 (1.5)	1 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (6.2)	3 (4.6)	6 (9.2)	5 (7.7)	0 (0.0)	3 (4.6)
	미취업 (%)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	
	기타 (%)	27 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (7.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (7.4)	0 (0.0)	4 (14.8)	19 (70.4)
별 지역권	수도권 (%)	161 (100.0)	1 (0.6)	16 (9.9)	20 (12.4)	24 (14.9)	13 (8.1)	0 (0.0)	7 (4.3)	0 (0.0)	3 (1.9)	23 (14.3)	5 (3.1)	18 (11.2)	31 (19.3)	
	충청권 (%)	51 (100.0)	0 (0.0)	7 (13.7)	7 (13.7)	3 (5.9)	2 (3.9)	0 (0.0)	2 (3.9)	0 (0.0)	1 (2.0)	7 (13.7)	1 (2.0)	7 (13.7)	14 (27.5)	
	호남권 (%)	2 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (50.0)	
	영남권 (%)	133 (100.0)	1 (0.8)	12 (9.0)	30 (22.6)	17 (12.8)	7 (5.3)	4 (3.0)	3 (2.3)	6 (4.5)	2 (1.5)	8 (6.0)	5 (3.8)	9 (6.8)	29 (21.8)	
전체	빈도(명) (%)	347 (100.0)	2 (0.6)	35 (10.1)	57 (16.4)	44 (12.7)	23 (6.6)	4 (1.2)	12 (3.5)	6 (1.7)	6 (1.7)	38 (11.0)	11 (3.2)	34 (9.8)	75 (21.6)	

지사(영업소) 유무

	응답 내용	계	있음	없음
성 별	남 (%)	279 (100.0)	163 (58.4)	116 (41.6)
	여 (%)	68 (100.0)	33 (48.5)	35 (51.5)
연 령	20세 이하 (%)	6 (100.0)	1 (16.7)	5 (83.3)
	21~30세 (%)	89 (100.0)	52 (58.4)	37 (41.6)
	31~40세 (%)	106 (100.0)	63 (59.4)	43 (40.6)
	41~50세 (%)	92 (100.0)	58 (63.0)	34 (37.0)
	51~60세 (%)	38 (100.0)	17 (44.7)	21 (55.3)
	61세 이상 (%)	16 (100.0)	5 (31.3)	11 (68.8)
지 역 별	대도시 (%)	274 (100.0)	156 (56.9)	118 (43.1)
	시지역 (%)	66 (100.0)	37 (56.1)	29 (43.9)
	군지역 (%)	7 (100.0)	3 (42.9)	4 (57.1)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	41 (100.0)	27 (65.9)	14 (34.1)
	직장인 (%)	212 (100.0)	144 (67.9)	68 (32.1)
	주부 (%)	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
	학생 (%)	- (-)	- (-)	- (-)
	자영업 (%)	65 (100.0)	21 (32.3)	44 (67.7)
	미취업 (%)	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
	기타 (%)	27 (100.0)	4 (14.8)	23 (85.2)
권 역 별	수도권 (%)	161 (100.0)	97 (60.2)	64 (39.8)
	충청권 (%)	51 (100.0)	27 (52.9)	24 (47.1)
	호남권 (%)	2 (100.0)	1 (50.0)	1 (50.0)
	영남권 (%)	133 (100.0)	71 (53.4)	62 (46.6)
전 체	빈도(명) (%)	347 (100.0)	196 (56.5)	151 (43.5)

4) 본사/지사와의 업무연락 수단

질문	만약 본사/지사가 있다면, 업무연락은 주로 무엇을 이용합니까?
----	------------------------------------

본사/지사의 업무연락 수단은 전화가 압도적이고, 다음은 이메일이었다.

본사/지사 업무 연락 수단	응답수 계	구성비(%)
직접 면담	4	2.0
전화	107	54.6
팩스	20	10.2
이메일	63	32.1
기타	2	1.0
계	196	100.0

대도시외 시 지역에서는 상대적으로 이메일 이용율이 높게 나타나고 있다. 직업별로는 자영업자의 이메일 이용율이 낮게 나타나고 있다. 본 조사는 본사/지사와의 업무 연락이 정보통신 수단을 주로 이용하고 있음을 보여주고 있다. 직접 면담은 2.0%에 불과하다. 이러한 정보통신 수단의 높은 이용은 직접 면담과 같은 '교통 발생'을 줄여 줄 가능성이 높다고 볼 수 있다. 다만, 회사의 업무상 다른 회사나 기관에 근무하는 사람과의 연락은 정보통신 수단에 의한 것에 덧붙여 직접 면담으로 이루어질 가능성도 있다. 아무리 정보통신 사회라고 해도 아직도 회사 업무 처리시 인적 교류가 중요한 몫을 차지하고 있다는 것은 부정하기 어렵다.

일본의 경험에 의할 때, 연구개발(R & D)활동은 고부가가치 제품의 생산과 연계되며, 연구활동을 하는 가운데 전문가와 관계자의 면접접촉(face to face)의 기회가 증가하는 것으로 알려지고 있다. 이에 따라 연구개발 기관이 신칸센의 연선지역으로 이전하는 경우가 많았다고 한다. 그러므로 신칸센의 발달은 연구개발 기능의 지방이전을 촉진하고, 대도시와의 인적교류를 증진시키는데도 기여하였다고 볼 수 있다.

우리나라에서는 중앙정부에서 공공기관의 지방이전을 추진하고 있다. 2004년부터 180개~200개 기관의 지방이전이 본격화될 것으로 예상되고 있는데, 공공기관의 지방이전은 유관된 민간기관의 지방이전을 가져올 것으로 보인다. 이와 함께, 산학관연이 협력하여 추진하는 지역 클러스터 육성도 고속철도 정차역이 있는 도시가 유리한 입지를 차지하고, 연구개발기능이 중요한 역할을 할 것으로 보인다. 고속철도의 개통은 연구개발관련 인적교류를 촉진하는데 기여할 것으로 사료된다.

	응답 내용	계	직접 면담	전화	팩스	이메일	기타
성 별	남 (%)	<b>163</b> (100.0)	3 (1.8)	91 (55.8)	19 (11.7)	50 (30.7)	0 (0.0)
	여 (%)	<b>33</b> (100.0)	1 (3.0)	16 (48.5)	1 (3.0)	13 (39.4)	2 (6.1)
연 령 별	20세 이하 (%)	<b>1</b> (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	21~30세 (%)	<b>52</b> (100.0)	2 (3.8)	29 (55.8)	5 (9.6)	14 (26.9)	2 (3.8)
	31~40세 (%)	<b>63</b> (100.0)	0 (0.0)	37 (58.7)	3 (4.8)	23 (36.5)	0 (0.0)
	41~50세 (%)	<b>58</b> (100.0)	0 (0.0)	33 (56.9)	5 (8.6)	20 (34.5)	0 (0.0)
	51~60세 (%)	<b>17</b> (100.0)	1 (5.9)	6 (35.3)	6 (35.3)	4 (23.5)	0 (0.0)
	61세 이상 (%)	<b>5</b> (100.0)	1 (20.0)	2 (40.0)	0 (0.0)	2 (40.0)	0 (0.0)
지 역 별	대도시 (%)	<b>156</b> (100.0)	4 (2.6)	83 (53.2)	18 (11.5)	50 (32.1)	1 (0.6)
	시지역 (%)	<b>37</b> (100.0)	0 (0.0)	22 (59.5)	1 (2.7)	13 (35.1)	1 (2.7)
	군지역 (%)	<b>3</b> (100.0)	0 (0.0)	2 (66.7)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	<b>27</b> (100.0)	1 (3.7)	14 (51.9)	3 (11.1)	9 (33.3)	0 (0.0)
	직장인 (%)	<b>144</b> (100.0)	2 (1.4)	78 (54.2)	12 (8.3)	50 (34.7)	2 (1.4)
	주부 (%)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
	학생 (%)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
	자영업 (%)	<b>21</b> (100.0)	1 (4.8)	13 (61.9)	5 (23.8)	2 (9.5)	0 (0.0)
	미취업 (%)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
	기타 (%)	<b>4</b> (100.0)	0 (0.0)	2 (50.0)	0 (0.0)	2 (50.0)	0 (0.0)
권 역 별	수도권 (%)	<b>97</b> (100.0)	0 (0.0)	50 (51.5)	8 (8.2)	38 (39.2)	1 (1.0)
	충청권 (%)	<b>27</b> (100.0)	1 (3.7)	10 (37.0)	4 (14.8)	11 (40.7)	1 (3.7)
	호남권 (%)	<b>1</b> (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	영남권 (%)	<b>71</b> (100.0)	3 (4.2)	47 (66.2)	7 (9.9)	14 (19.7)	0 (0.0)
전 체	빈도(명) (%)	<b>196</b> (100.0)	<b>4</b> (2.0)	<b>107</b> (54.6)	<b>20</b> (10.2)	<b>63</b> (32.1)	<b>2</b> (1.0)

5) 본사/지사 방문시 이용하는 교통수단

질문	업무와 관련하여 본사/지사 방문시 주로 이용하는 교통수단은 무엇입니까?
----	---

본사/지사의 방문시 이용하는 교통수단으로는 고속철도가 가장 많았으며, 승용차, 항공기 등이 그 뒤를 이었다. 지역별로는 대도시권의 경우 항공기 이용 비율이 상대적으로 높았으며 시지역이나 군 지역에서는 승용차의 이용 비율이 높게 나타나고 있다.

6) 고속철도가 개인의 업무상 유리한 점

질문	고속철도 개통이 귀하에게 업무상 어떤 도움을 준다고 생각하십니까?
----	--------------------------------------

고속철도가 개인의 업무상 유리한 점으로는 “당일 출장, 귀가가 가능하여 시간을 효율적으로 쓸 수 있다”가 가장 많았으며, “일을 처리하고 협의를 할 수 있는 시간이 늘어났다”는 경우도 응답율이 높았다.

고속철도가 개인 업무상 유리한 점	응답수 계	구성비(%)
만날 수 있는 사람이 늘어났다	24	6.9
관계자들과 함께 저녁식사를 할 수 있는 여유가 생겼다	13	3.7
일을 처리하고 협의를 할 수 있는 시간이 늘어났다	93	26.8
당일 출장, 귀가가 가능하여 시간을 효율적으로 쓸 수 있다	195	56.2
고속철도 여행 중 통신이 가능하고 PC도 사용할 수 있다	9	2.6
고속철도 여행 중 휴식을 취할 수 있다	13	3.7
계	347	100.0

성별로는 여성의 경우 “당일 출장 및 귀가”의 비율이 압도적으로 높았으나 남성의 경우 “일처리 및 협의 시간이 증가했다”는 비율이 상대적으로 높게 나타나고 있다.

연령별로는 연령계층이 높아질수록 “일처리 및 협의 시간이 증가했다”는 비율이 증가하는 반면 “당일 출장 및 귀가”의 비율은 서서히 감소하는 경향을 보이고 있다.

본사/지사 방문시 교통수단

	응답 내용	계	승용차	화물차	고속철도	항공기	고속버스	일반철도	기타
성 별	남 (%)	<b>163</b> <b>(100.0)</b>	39 (23.9)	0 (0.0)	69 (42.3)	25 (15.3)	14 (8.6)	16 (9.8)	0 (0.0)
	여 (%)	<b>33</b> <b>(100.0)</b>	8 (24.2)	0 (0.0)	13 (39.4)	6 (18.2)	2 (6.1)	4 (12.1)	0 (0.0)
연 령 별	20세 이하 (%)	<b>1</b> <b>(100.0)</b>	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	21~30세 (%)	<b>52</b> <b>(100.0)</b>	17 (32.7)	0 (0.0)	20 (38.5)	6 (11.5)	3 (5.8)	6 (11.5)	0 (0.0)
	31~40세 (%)	<b>63</b> <b>(100.0)</b>	13 (20.6)	0 (0.0)	25 (39.7)	12 (19.0)	5 (7.9)	8 (12.7)	0 (0.0)
	41~50세 (%)	<b>58</b> <b>(100.0)</b>	11 (19.0)	0 (0.0)	26 (44.8)	11 (19.0)	6 (10.3)	4 (6.9)	0 (0.0)
	51~60세 (%)	<b>17</b> <b>(100.0)</b>	5 (29.4)	0 (0.0)	6 (35.3)	2 (11.8)	2 (11.8)	2 (11.8)	0 (0.0)
	61세 이상 (%)	<b>5</b> <b>(100.0)</b>	1 (20.0)	0 (0.0)	4 (80.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
지 역 별	대도시 (%)	<b>156</b> <b>(100.0)</b>	31 (19.9)	0 (0.0)	65 (41.7)	29 (18.6)	14 (9.0)	17 (10.9)	0 (0.0)
	시지역 (%)	<b>37</b> <b>(100.0)</b>	14 (37.8)	0 (0.0)	16 (43.2)	2 (5.4)	2 (5.4)	3 (8.1)	0 (0.0)
	군지역 (%)	<b>3</b> <b>(100.0)</b>	2 (66.7)	0 (0.0)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	<b>27</b> <b>(100.0)</b>	11 (40.7)	0 (0.0)	10 (37.0)	3 (11.1)	3 (11.1)	0 (0.0)	0 (0.0)
	직장인 (%)	<b>144</b> <b>(100.0)</b>	30 (20.8)	0 (0.0)	60 (41.7)	26 (18.1)	11 (7.6)	17 (11.8)	0 (0.0)
	주부 (%)	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
	학생 (%)	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
	자영업 (%)	<b>21</b> <b>(100.0)</b>	5 (23.8)	0 (0.0)	9 (42.9)	2 (9.5)	2 (9.5)	3 (14.3)	0 (0.0)
	미취업 (%)	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
	기타 (%)	<b>4</b> <b>(100.0)</b>	1 (25.0)	0 (0.0)	3 (75.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
권 역 별	수도권 (%)	<b>97</b> <b>(100.0)</b>	26 (26.8)	0 (0.0)	35 (36.1)	17 (17.5)	10 (10.3)	9 (9.3)	0 (0.0)
	충청권 (%)	<b>27</b> <b>(100.0)</b>	9 (33.3)	0 (0.0)	13 (48.1)	2 (7.4)	3 (11.1)	0 (0.0)	0 (0.0)
	호남권 (%)	<b>1</b> <b>(100.0)</b>	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	영남권 (%)	<b>71</b> <b>(100.0)</b>	11 (15.5)	0 (0.0)	34 (47.9)	12 (16.9)	3 (4.2)	11 (15.5)	0 (0.0)
전 체	<b>빈도(명)</b> <b>(%)</b>	<b>196</b> <b>(100.0)</b>	<b>47</b> <b>(24.0)</b>	<b>0</b> <b>(0.0)</b>	<b>82</b> <b>(41.8)</b>	<b>31</b> <b>(15.8)</b>	<b>16</b> <b>(8.2)</b>	<b>20</b> <b>(10.2)</b>	<b>0</b> <b>(0.0)</b>



업무상 기여 내용

	응답 내용	계	만날 수 있는 사람이 늘어났다	관계자들과 함께 저녁식사를 할 수 있는 여유가 생겼다	일 처리하고 협의할 수 있는 시간이 늘어났다	당일 출장, 귀가가 가능하여 시간을 효율적으로 쓸 수 있다	고속철도 여행 중 통신이 가능하고 PC도 사용할 수 있다	고속철도 여행 중 휴식을 취할 수 있다
성별	남 (%)	279 (100.0)	19 (6.8)	8 (2.9)	85 (30.5)	149 (53.4)	8 (2.9)	10 (3.6)
	여 (%)	68 (100.0)	5 (7.4)	5 (7.4)	8 (11.8)	46 (67.6)	1 (1.5)	3 (4.4)
연령별	20세 이하 (%)	6 (100.0)	1 (16.7)	0 (0.0)	1 (16.7)	4 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)
	21~30세 (%)	89 (100.0)	7 (7.9)	7 (7.9)	15 (16.9)	55 (61.8)	3 (3.4)	2 (2.2)
	31~40세 (%)	106 (100.0)	12 (11.3)	1 (0.9)	29 (27.4)	56 (52.8)	5 (4.7)	3 (2.8)
	41~50세 %	92 (100.0)	4 (4.3)	3 (3.3)	28 (30.4)	50 (54.3)	0 (0.0)	7 (7.6)
	51~60세 (%)	38 (100.0)	0 (0.0)	1 (2.6)	15 (39.5)	22 (57.9)	0 (0.0)	0 (0.0)
	61세 이상 (%)	16 (100.0)	0 (0.0)	1 (6.3)	5 (31.3)	8 (50.0)	1 (6.3)	1 (6.3)
지역별	대도시 (%)	274 (100.0)	16 (5.8)	9 (3.3)	76 (27.7)	153 (55.8)	9 (3.3)	11 (4.0)
	시지역 (%)	66 (100.0)	8 (12.1)	3 (4.5)	17 (25.8)	36 (54.5)	0 (0.0)	2 (3.0)
	군지역 (%)	7 (100.0)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	6 (85.7)	0 (0.0)	0 (0.0)
직업별	이사 이상 CEO (%)	41 (100.0)	3 (7.3)	2 (4.9)	8 (19.5)	24 (58.5)	0 (0.0)	4 (9.8)
	직장인 (%)	212 (100.0)	14 (6.6)	6 (2.8)	58 (27.4)	121 (57.1)	8 (3.8)	5 (2.4)
	주부 (%)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	학생 (%)	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
	자영업 (%)	65 (100.0)	6 (9.2)	3 (4.6)	20 (30.8)	33 (50.8)	0 (0.0)	3 (4.6)
	미취업 (%)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	기타 (%)	27 (100.0)	1 (3.7)	2 (7.4)	6 (22.2)	16 (59.3)	1 (3.7)	1 (3.7)
권역별	수도권 (%)	161 (100.0)	11 (6.8)	5 (3.1)	40 (24.8)	92 (57.1)	7 (4.3)	6 (3.7)
	충청권 (%)	51 (100.0)	4 (7.8)	2 (3.9)	12 (23.5)	29 (56.9)	1 (2.0)	3 (5.9)
	호남권 (%)	2 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	영남권 (%)	133 (100.0)	9 (6.8)	6 (4.5)	40 (30.1)	73 (54.9)	1 (0.8)	4 (3.0)
전체	빈도(명) (%)	347 (100.0)	24 (6.9)	13 (3.7)	93 (26.8)	195 (56.2)	9 (2.6)	13 (3.7)

7) 고속철도가 회사의 업무상 유리한 점

질문	고속철도 개통이 근무하시는 회사에 어떤 도움을 준다고 생각하십니까?
----	---------------------------------------

고속철도가 회사의 업무상 유리한 점으로는 “출장지에서 업무시간이 늘어나 업무의 생산성에 기여한다”는 점과 “출장일수를 단축할 수 있다”를 대부분 선택하고 있다.

고속철도가 회사의 업무상 유리한 점	응답수 계	구성비(%)
출장비용을 절약할 수 있다	41	11.8
출장일수를 단축할 수 있다	108	31.1
출장지에서 업무시간이 늘어나 업무의 생산성에 기여한다	171	49.3
자주 출장을 갈 수 있다	27	7.8
계	347	100.0

8) 고속철도역 주변으로 이주 여부

질문	고속철도 개통으로 귀하의 회사가 고속철도 역 주변지역으로 이전할 계획이 있으십니까?
----	--

응답자 중 7.5%에 해당하는 26명은 고속철도 역 주변으로 회사가 이전할 계획이 있음을 밝히고 있다. 지역별로 대도시나 시지역에서 고속철도 역 주변으로의 이전 계획 비율이 높게 나타나고 있다. 수도권과 타지역권을 비교해도 수도권에서의 고속철도역 주변으로의 이전 계획 비율이 높은 것으로 나타나고 있다.

고속철도 역 주변으로 이주 여부	응답수 계	구성비(%)
있음	26	7.5
없음	227	65.4
잘 모르겠음	94	27.1
계	347	100.0

회사에 기여하는 점

	응답 내용	계	출장비용을 절약할 수 있다	출장일수를 단축할 수 있다	출장지에서 업무시간이 늘어나 생산성에 기여한다	자주 출장을 갈 수 있다
별 성	남 (%)	279 (100.0)	32 (11.5)	84 (30.1)	147 (52.7)	16 (5.7)
	여 (%)	68 (100.0)	9 (13.2)	24 (35.3)	24 (35.3)	11 (16.2)
별 연령	20세 이하 (%)	6 (100.0)	1 (16.7)	2 (33.3)	2 (33.3)	1 (16.7)
	21~30세 (%)	89 (100.0)	13 (14.6)	27 (30.3)	37 (41.6)	12 (13.5)
	31~40세 (%)	106 (100.0)	12 (11.3)	31 (29.2)	59 (55.7)	4 (3.8)
	41~50세 (%)	92 (100.0)	10 (10.9)	32 (34.8)	45 (48.9)	5 (5.4)
	51~60세 (%)	38 (100.0)	2 (5.3)	10 (26.3)	22 (57.9)	4 (10.5)
	61세 이상 (%)	16 (100.0)	3 (18.8)	6 (37.5)	6 (37.5)	1 (6.3)
별 지역	대도시 (%)	274 (100.0)	30 (10.9)	92 (33.6)	135 (49.3)	17 (6.2)
	시지역 (%)	66 (100.0)	10 (15.2)	15 (22.7)	33 (50.0)	8 (12.1)
	군지역 (%)	7 (100.0)	1 (14.3)	1 (14.3)	3 (42.9)	2 (28.6)
별 업 직	이사 이상 CEO (%)	41 (100.0)	9 (22.0)	10 (24.4)	17 (41.5)	5 (12.2)
	직장인 (%)	212 (100.0)	23 (10.8)	71 (33.5)	103 (48.6)	15 (7.1)
	주부 (%)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
	학생 (%)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
	자영업 (%)	65 (100.0)	5 (7.7)	21 (32.3)	35 (53.8)	4 (6.2)
	미취업 (%)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)
	기타 (%)	27 (100.0)	4 (14.8)	6 (22.2)	15 (55.6)	2 (7.4)
별 호 권	수도권 (%)	161 (100.0)	28 (17.4)	51 (31.7)	69 (42.9)	13 (8.1)
	충청권 (%)	51 (100.0)	2 (3.9)	11 (21.6)	31 (60.8)	7 (13.7)
	호남권 (%)	2 (100.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	영남권 (%)	133 (100.0)	10 (7.5)	45 (33.8)	71 (53.4)	7 (5.3)
전 체	빈도(명) (%)	347 (100.0)	41 (11.8)	108 (31.1)	171 (49.3)	27 (7.8)

이전 계획의 유무

	응답 내용	계	있음	없음	잘 모르겠음
성 별	남 (%)	<b>279</b> (100.0)	23 (8.2)	180 (64.5)	76 (27.2)
	여 (%)	<b>68</b> (100.0)	3 (4.4)	47 (69.1)	18 (26.5)
연 령 별	20세 이하 (%)	<b>6</b> (100.0)	3 (50.0)	1 (16.7)	2 (33.3)
	21~30세 (%)	<b>89</b> (100.0)	5 (5.6)	49 (55.1)	35 (39.3)
	31~40세 (%)	<b>106</b> (100.0)	7 (6.6)	75 (70.8)	24 (22.6)
	41~50세 (%)	<b>92</b> (100.0)	6 (6.5)	67 (72.8)	19 (20.7)
	51~60세 (%)	<b>38</b> (100.0)	3 (7.9)	23 (60.5)	12 (31.6)
	61세 이상 (%)	<b>16</b> (100.0)	2 (12.5)	12 (75.0)	2 (12.5)
지 역 별	대도시 (%)	<b>274</b> (100.0)	20 (7.3)	178 (65.0)	76 (27.7)
	시지역 (%)	<b>66</b> (100.0)	6 (9.1)	45 (68.2)	15 (22.7)
	군지역 (%)	<b>7</b> (100.0)	0 (0.0)	4 (57.1)	3 (42.9)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	<b>41</b> (100.0)	4 (9.8)	31 (75.6)	6 (14.6)
	직장인 (%)	<b>212</b> (100.0)	13 (6.1)	136 (64.2)	63 (29.7)
	주부 (%)	<b>1</b> (100.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	학생 (%)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
	자영업 (%)	<b>65</b> (100.0)	6 (9.2)	45 (69.2)	14 (21.5)
	미취업 (%)	<b>1</b> (100.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	기타 (%)	<b>27</b> (100.0)	1 (3.7)	15 (55.6)	11 (40.7)
권 역 별	수도권 (%)	<b>161</b> (100.0)	7 (4.3)	113 (70.2)	41 (25.5)
	충청권 (%)	<b>51</b> (100.0)	5 (9.8)	30 (58.8)	16 (31.4)
	호남권 (%)	<b>2</b> (100.0)	0 (0.0)	1 (50.0)	1 (50.0)
	영남권 (%)	<b>133</b> (100.0)	14 (10.5)	83 (62.4)	36 (27.1)
전 체	<b>빈도(명)</b> (%)	<b>347</b> (100.0)	<b>26</b> (7.5)	<b>227</b> (65.4)	<b>94</b> (27.1)

9) 출장일정

질문	예전의 출장과 비교할 때, 고속철도 개통으로 출장일수가 단축되었습니까?
----	---

업무 출장의 일정은 대체로 단축된 것으로 나타났다.

계	매우 그렇다	그렇다	변함없다	아니다	매우 아니다
347	49	146	116	34	2
100%	14.1	42.1	33.4	9.8	0.6

본 조사에서는 불분명하였지만, 마스크 등에 소개된 내용에 따르면 일부 기업체에서는 직원의 지방출장시 항공기 대신에 고속철도 이용을 권유하는 것으로 나타났다. 고속철도 요금이 항공기의 70% 수준이고, 통행시간은 큰 차이가 없으므로 이러한 지침은 다른 기업체에도 확대될 가능성이 크다. 한편, 고속철도 출장시 현지에서 업무를 보는 시간이 늘어나고, 당일 출장의 편리성이 높아지므로 숙박출장의 일정이 단축될 가능성은 크다고 볼 수 있다. 업무출장시 숙박이 줄어들게 되어 지방의 숙박업에 영향을 줄 가능성은 큰 것으로 판단된다.

	응답 내용	계	매우 그렇다	그렇다	변함 없다	아니다	매우 아니다
성 별	남 (%)	279 (100.0)	42 (15.1)	113 (40.5)	98 (35.1)	24 (8.6)	2 (0.7)
	여 (%)	68 (100.0)	7 (10.3)	33 (48.5)	18 (26.5)	10 (14.7)	0 (0.0)
연 령 별	20세 이하 (%)	6 (100.0)	1 (16.7)	2 (33.3)	3 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	21~30세 (%)	89 (100.0)	10 (11.2)	41 (46.1)	27 (30.3)	11 (12.4)	0 (0.0)
	31~40세 (%)	106 (100.0)	18 (17.0)	36 (34.0)	38 (35.8)	12 (11.3)	2 (1.9)
	41~50세 (%)	92 (100.0)	12 (13.0)	42 (45.7)	32 (34.8)	6 (6.5)	0 (0.0)
	51~60세 (%)	38 (100.0)	6 (15.8)	14 (36.8)	13 (34.2)	5 (13.2)	0 (0.0)
	61세 이상 (%)	16 (100.0)	2 (12.5)	11 (68.8)	3 (18.8)	0 (0.0)	0 (0.0)
지 역 별	대도시 (%)	274 (100.0)	40 (14.6)	118 (43.1)	89 (32.5)	25 (9.1)	2 (0.7)
	시지역 (%)	66 (100.0)	9 (13.6)	23 (34.8)	26 (39.4)	8 (12.1)	0 (0.0)
	군지역 (%)	7 (100.0)	0 (0.0)	5 (71.4)	1 (14.3)	1 (14.3)	0 (0.0)
직 업 별	이사 이상 CEO (%)	41 (100.0)	5 (12.2)	18 (43.9)	14 (34.1)	4 (9.8)	0 (0.0)
	직장인 (%)	212 (100.0)	27 (12.7)	84 (39.6)	75 (35.4)	24 (11.3)	2 (0.9)
	주부 (%)	1 (100.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	학생 (%)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
	자영업 (%)	65 (100.0)	12 (18.5)	28 (43.1)	21 (32.3)	4 (6.2)	0 (0.0)
	미취업 (%)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	기타 (%)	27 (100.0)	4 (14.8)	16 (59.3)	5 (18.5)	2 (7.4)	0 (0.0)
권 역 별	수도권 (%)	161 (100.0)	24 (14.9)	64 (39.8)	52 (32.3)	19 (11.8)	2 (1.2)
	충청권 (%)	51 (100.0)	7 (13.7)	19 (37.3)	19 (37.3)	6 (11.8)	0 (0.0)
	호남권 (%)	2 (100.0)	0 (0.0)	2 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	영남권 (%)	133 (100.0)	18 (13.5)	61 (45.9)	45 (33.8)	9 (6.8)	0 (0.0)
전 체	빈도(명) (%)	347 (100.0)	49 (14.1)	146 (42.1)	116 (33.4)	34 (9.8)	2 (0.6)

## 2. 상권 및 대학가 주변 주거형태변화

### 가. 상권의 영향 변화

#### 1) 소재지와 입주형태

천안, 대전, 대구, 부산에서 각각 100개 업소를 대상으로 조사하였으며 전량 회수하였다.

질문	귀 업소의 소재지와 입주건물은 무엇입니까?
----	-------------------------

본 조사에서 고속철도의 영향을 파악하기 위해 설문조사를 실시한 곳은 독립건물의 상가도 많지만, 백화점, 대형쇼핑센터, 전문점 등도 분포하고 있다. 여기서 백화점은 백화점의 입점업체를 의미한다.

건물유형(업소수)	합계	천안	대전	대구	부산
백화점	89	3	46	30	10
전문점	39	23	11	3	2
대형쇼핑센터	84	8	15	32	29
독립건물	104	36	15	0	53
재래시장	33	7	10	14	2
기타	51	23	3	21	4
계	400	100	100	100	100

#### 2) 취급품목별 분포

질문	귀 업소가 취급하는 주요 품목은 무엇입니까?
----	--------------------------

조사된 품목(일부 업종 포함)은 고급교통수단인 고속철도 이용자가 선호할 가능성이 높은 업종이나 품목을 대상으로 하였으며, 음식점, 전자제품, 귀금속점, 혼수용품점 등으로 다양하다.

업종/품목	합계	천안	대전	대구	부산
패션/구두	100	11	31	38	20
귀금속/시계	32	8	7	6	11
음식점	67	33	7	7	20
숙박업	14	0	7	1	6
전자제품	35	5	10	13	7
지역 특산품	4	1	2	0	1
수입제품	17	1	10	2	4
혼수용품	22	4	4	9	5
건강/의약품	13	4	1	3	5
기타	96	33	21	21	21
계	400	100	100	100	100

### 3) 종업원 수 및 증감

질문	귀 업체의 종업원 수는 몇 명입니까? 고속철도 개통 후 종업원 수가 변했습니까?
----	--

고속철도 개통 후 종업원 수의 변화는 거의 없는 것으로 나타났다. 천안의 경우는 증가한 곳이 3개소, 대구 4개소 등이며, 감소한 곳은 대전 4개소로 나타났다. 본 조사가 고속철도 개통후 1개월 만에 이루어진 것을 고려해 볼 때, 본 조사내용으로 고속철도의 영향을 판단하는 것은 시기상조라고 볼 수 있다. 앞으로 지속적으로 동향을 분석할 때, 고속철도의 영향여부를 판단할 수 있을 것이라고 사료된다.

종업원수 변화	합계	천안	대전	대구	부산
증가	12	3	3	4	2
변화없음	382	97	93	95	97
감소	6	0	4	1	1
계	400	100	100	100	100



4) 고속철도 개통 후 방문고객의 수

질문	고속철도 개통전과 비교하여 개통 후 방문 고객 수는 어떻게 변했는지요?
----	---

고속철도 개통 후 방문 고객의 수는 증가와 감소가 맞물리고 있으나, 부산과 대구의 경우 증가가 우세하며, 천안과 대전은 감소가 우세한 편이다.

방문객의 변화	합계	천안	대전	대구	부산
10%이상 증가	15	1	3	4	7
10%미만 증가	20	6	6	4	4
변화 없음	334	82	81	87	84
10%미만 감소	13	8	2	2	1
10%이상 감소	18	3	8	3	4
계	400	100	100	100	100

5) 고속철도 개통 후 매출액의 변화

질문	고속철도 개통전과 비교하여 개통 후 월 매출액은 어떻게 변했는지요?
----	---------------------------------------

고속철도 개통 후 매출액의 변화는 대체로 변화없음이나 감소경향이 강한 것으로 나타났다. 천안의 경우, 10%이상 증가한 업소는 한 곳도 없다.

매출액의 변화	합계	천안	대전	대구	부산
10%이상 증가	15	0	5	5	5
10%미만 증가	17	8	3	3	3
변화 없음	317	80	71	86	80
10%미만 감소	25	10	7	2	6
10%이상 감소	26	2	14	4	6
계	400	100	100	100	100

6) 매출액의 변화원인

질문	귀하께서는 매출액이 변화한 원인은 어디에 있다고 보십니까?
----	----------------------------------

매출액의 변화원인은 대체로 경기침체를 들고 있으나, 고속철도와 관련한 응답도 많았다. 고속철도 개통으로 서울에 가서 구매하므로 매출액이 감소했다는 응답은 천안의 경우가 비교적 많았던 반면, 고속철도 개통으로 고객이 증가하였다고 보는 곳도 천안과 대구 등이 많았다. 이러한 응답내용으로 볼 때, 고속철도는 어떤 도시에는 부정적인 영향을 미칠 수 있고, 어떤 도시에는 긍정적인 영향을 줄 수 있다고 판단된다. 특히 관광과 관련된 지방도시에서는 이전에 비해 관광객이 증가하면서 매출액 증가와 같은 혜택이 있을 것으로 보인다.

매출액의 변화 원인	합계	천안	대전	대구	부산
경기침체에 따른 구매력 저하	183	43	56	35	49
고속철도 개통으로 서울에 가서 구매함	19	7	6	4	2
홈쇼핑, 전화 마케팅에 의한 구매처 변화	20	3	11	5	1
고속철도 개통으로 고객 증가	23	7	3	7	6
알 수 없음	116	31	19	31	35
기타	39	9	5	18	7
계	400	100	100	100	100

7) 고속철도 개통과 이벤트

질문	귀 업소에서는 고속철도 개통 후 고객을 유치하기 위해 특별한 이벤트를 마련한 적이 있거나, 계획을 갖고 계십니까?
----	---

고속철도 개통 후 고객을 잡기 위한 이벤트를 준비하지 않은 곳이 293개 업소에 달하지만, 그래도 기획 중인 곳도 79개 업소에 달하며, 이미 실행한 곳도 28개소로 그 중 대전이 비교적 많은 편이다. 고속철도 개통후, 부산역 앞의 한 호텔에서는 고속철도 승차권 소지자에게 객실 요금 50%할인을 실시하는 플라카드를 걸기도 하였다. 충남 아산의 온천지구에서도 고속철도 승차권 소지자에게 입욕료

를 할인하는 이벤트를 실시하기도 하였다.

서울에 소재한 모 백화점의 경우에도 고속철도 승차권 소지자에게 할인혜택을 주는 행사를 개최하기도 하여, 고속철도가 쇼핑이나 관광에서 주요한 고개 유인요소로 등장하고 있음을 실감할 수 있다.

이벤트 유무	합계	천안	대전	대구	부산
있다	28	6	14	4	4
없다	293	73	63	74	83
계획중	79	21	23	22	13
계	400	100	100	100	100

#### 8) 고속철도 개통과 매출액의 관계

질문	귀하께서는 고속철도가 개통되어 귀 업체의 매출증대에 기여할 것이라고 생각하십니까?
----	---

고속철도 개통으로 매출증대에 대한 기대는 지역에 따라 약간 차이가 있으나, 전반적으로 부정적인 의견이 강한 편이다. 특히 천안과 대전의 경우, 부정적인 의견이 매우 강하다. 전체적으로 표본이 충분하지 못하여 판단하기 어려우나, 매출액에 영향을 미치는 요인은 각 업체의 입지나 판매 품목 등에 의해 영향을 받을 가능성이 크므로 일률적으로 해석하는 것은 적합하지 못하다.

매출증대 기대	합계	천안	대전	대구	부산
매우 그렇다	9	3	3	1	2
그렇다	68	15	19	14	20
잘 모르겠다	190	40	43	56	51
아니다	114	39	29	25	21
매우 아니다	19	3	6	4	6
계	400	100	100	100	100

#### 9) 업종의 전환여부

질문	귀하께서는 고속철도 개통 때문에 업종을 바꾸실 의향을 갖고 계십니까?
----	--

고속철도 개통 후 업종의 전환의사를 갖고 있는 업소는 3개소에 불과하지만, 79개 업소는 상황을 보면서 결정을 한다는 의견을 내고 있다. 긍정적이든 부정적이든 고속철도의 개통으로 인해 사업도 변화될 가능성이 있음을 간파할 수 있다.

업종의 전환의사	합계	천안	대전	대구	부산
예	3	0	2	0	1
아니오	317	75	72	84	86
상황을 보면서 결정	79	25	26	16	12
계	400	100	100	100	100

#### 10) 지방의 상권영향과 그 이유

질문	귀하께서는 고속철도 개통으로 지방의 상권에 어떤 영향이 있을 것이라고 전망하십니까? 그 이유는 무엇입니까?
----	---

고속철도 개통 후 지방의 상권이 위축될 것인지, 호황을 맞이할 것인지는 대체로 호각세이며, 호황 쪽이 우세한 편이다. 부산이나 대전의 경우, 호황 쪽이 우세한 것으로 나타났다.

지방상권 전망	합계	천안	대전	대구	부산
크게 위축	32	4	9	15	4
약간 위축	113	30	29	28	26
변화 없음	109	32	23	28	26
약간 살아남	126	25	37	26	38
크게 살아남	20	9	2	3	6
계	400	100	100	100	100

고속철도 개통으로 지방의 상권이 위축될 것으로 보는 가장 큰 이유로는 서울 나들이가 쉬워졌다 는 것을 들고 있다. 접근성의 개선이 지방상권의 위축으로 연결될 것을 가장 크게 우려한다고 볼 수 있다.

일본의 경험에 의할 때, 도쿄에서 신칸센으로 한 시간~한 시간 반 정도 소요되는 지역에서 상권이 쇠락하는 일이 있었다. 이러한 현상을 막기 위한 방법의 하나는 역세권 개발, 대형쇼핑센터 개장 및 공동판매 혹은 상품에 대한 정보 공유 등을 들 수 있다. 그리고 중요한 것은 각 지방의 개성과 특성을 살린 상품을 개발하여 대응을 하는 것이다.

위축될 것으로 보는 이유	합계	천안	대전	대구	부산
고속철도 개통으로 서울나들이가 쉬워져서	125	29	28	42	26
승용차가 편리해져서 서울로 자주 다니기 때문	5	2	1	0	2
서울로 직장을 다니는 사람이 많아져서	11	3	6	1	1
지방 부동산 가격이 너무 올라서	4	0	3	0	1
계	145	34	38	43	30

한편, 고속철도 개통이후에도 상권이 그대로이거나 호황을 맞이할 것이라고 보는 의견으로는 고속철도 개통으로 많은 사람이 몰려올 것에 대해 기대를 하기 때문이다. 대구나 부산이 천안이나 대전에 비해 높은 반응을 나타내고 있는데, 이는 이 두 도시가 고속철도 이용자가 증가할 것이라는 기대를 하고 있으며, 대도시가 업무, 도시관광 관련 통행이 증가할 가능성이 크기 때문이라고 판단된다. 상점 등의 판매가 늘어날 가능성은 유동인구가 증가하는 것과 직접적인 관련이 있다고 볼 수 있으므로 고속철도 개통으로 외지인이 늘어나는데 대한 높은 기대가 긍정적인 반응으로 나타난다고 볼 수 있다.

그리고, 고속철도 개통전에도 일부 시민은 서울에서 쇼핑을 하였기 때문에 새삼스럽지 않다는 반응도 63개 업소에서 나왔다. 이러한 응답에 의할 때, 고속철도 개통전에도 일부 계층은 서울에서 나들이를 겸해 쇼핑을 하여 왔음을 입증하는 것이며, 당해 상점의 매출에 그다지 영향을 주지 않는다고 보는 것 같다. 그렇지만, 고속철도의 개통이 가져오는 접근성의 개선은 이러한 쇼핑 통행의 증가를 예상하게 하므로 지방의 상권에 부정적인 영향을 줄 가능성은 남아있다. 이에 대한 대응방안을 준비하는 것이 필요하다.

그대로 혹은 시장이 살아날 이유	합계	천안	대전	대구	부산
고속철도 개통으로 다른 도시 사람이 많이 옴	137	26	35	42	34
승용차가 편리해져 우리지방에도 자주 다님	17	3	3	1	10
서울에서 우리 지방으로 직장다니는 사람이 많아짐	23	11	10	0	2
지방 부동산 가격 저렴	15	5	5	1	4
고속철도 개통 전에도 일부시민은 서울에서 쇼핑하여 새삼스럽지 않음	63	21	9	13	20
계	255	66	62	57	70

### 11) 서울의 강점

질문	귀하께서는 서울의 시장이 지방에 비해 무엇이 강하다고 생각하십니까?
----	---------------------------------------

서울의 시장은 품목이 다양하고, 유행에 앞서가므로 지방에 비해 강하다고 생각하고 있다. 지방에도 상품의 다양화와 유행에 처지지 않는 대응방안이 필요하다. 특히 지방의 개성과 고유한 특성이 앞으로는 경쟁력있는 상품이 될 수 있다. 전국 어디나 비슷한 내용이 된다면, 당연히 시장이 큰 서울이 유리하고, 지방의 상권은 쇠퇴하게 될 것이다. 그 지방이 아니면 다른 곳에서 경험하지 못하고, 그 지방이 아니면 살 수 없는 고유한 브랜드를 가질 때, 지방의 경쟁력도 보장될 것이다. 따라서 고속철도가 정착하는 지방도시이거나 고속철도가 정착하지 않는 지방도시가 서울에 대해 가질 수 있는 경쟁력은 개성을 가진 지방의 다양성에서 비롯된다고 볼 수 있으므로 이러한 상품을 개발하는데 노력할 필요가 있다. 지방분권의 시대에는 지방의 개성이 가장 강력한 상품이 될 수 있다.

서울의 강점	합계	천안	대전	대구	부산
서울의 시장이 유행에 앞서나감	124	16	25	40	43
서울의 시장이 품목이 다양함	157	41	44	38	34
서울의 시장이 고급품목이 많음	33	11	11	7	4
서울의 시장이 저렴한 편임	52	24	10	9	9
별 차이가 없다고 생각함	34	8	10	6	10
계	400	100	100	100	100

## 12) 고객유치 방안

질문	귀하께서는 고속철도 개통이후 고객을 유치하기 위해서 무엇이 필요하다고 생각하십니까?
----	--

고속철도 개통후 고객유치 방안으로는 상인들이 단결하여 고객유치활동을 펴거나, 단골고객을 많이 만들도록 한다고 하였다. 고속철도 이용객에게 할인혜택을 주는 방안도 고려되고 있는 것으로 나타났다.

고객유치 방안	합계	천안	대전	대구	부산
단골고객을 많이 만들도록 한다	133	40	51	15	27
상인들이 단결하여 고객유치 활동을 편다	136	30	25	44	37
정기적인 바진세일을 한다	37	19	6	6	6
고속철도 이용객에게 할인혜택을 주도록 한다	94	11	18	35	30
계	400	100	100	100	100

13) 지방상가의 위축되는 품목

질문	고속철도 개통으로 지방상가에서 어떤 품목이 위축될 것으로 보십니까?
----	---------------------------------------

지방에서 위축될 것으로 보는 품목으로는 고급의류가 가장 많이 지적되었으며, 그 다음은 수입제품, 대형 가전제품 등으로 나타났다.

위축될 품목	합계	천안	대전	대구	부산
고급의류	127	42	29	27	29
귀금속/시계	33	18	4	6	5
소형전자제품	21	9	4	5	3
대형가전제품	39	7	5	17	10
수입제품	72	12	22	23	15
혼수용품	12	2	1	3	6
선물용기념품	14	3	4	3	4
건강보조약품	8	1	3	0	4
잡화품	32	3	14	7	8
기타	42	3	14	9	16
계	400	100	100	100	100

14) 위축되거나 살아나는 지방의 시장 (복수응답)

질문	고속철도 개통으로 지방의 어떤 시장이 위축되거나 살아날 것으로 예상하십니까?
----	--

지방에서 위축될 것으로 예상되는 시장은 대형쇼핑센터와 백화점으로 주목되었다. 혼수용품도 크게 위축될 것으로 예상되었으며 숙박업이나 음식점 등도 영향을 받을 것으로 예상되었다.

위축되는 시장	합계	천안	대전	대구	부산
일반음식업	47	14	6	6	21
고급음식업	47	14	8	14	11
중저가숙박업	66	21	18	15	12
고급숙박업	60	19	21	10	10
관광업	35	5	12	10	8
지역특산품업	18	2	3	7	6
대형쇼핑센터	167	38	34	46	49
백화점	157	45	30	45	37
혼수용품점	71	14	23	12	22
술집	25	6	3	14	2
기타	48	9	10	21	8
계	741	187	168	200	186

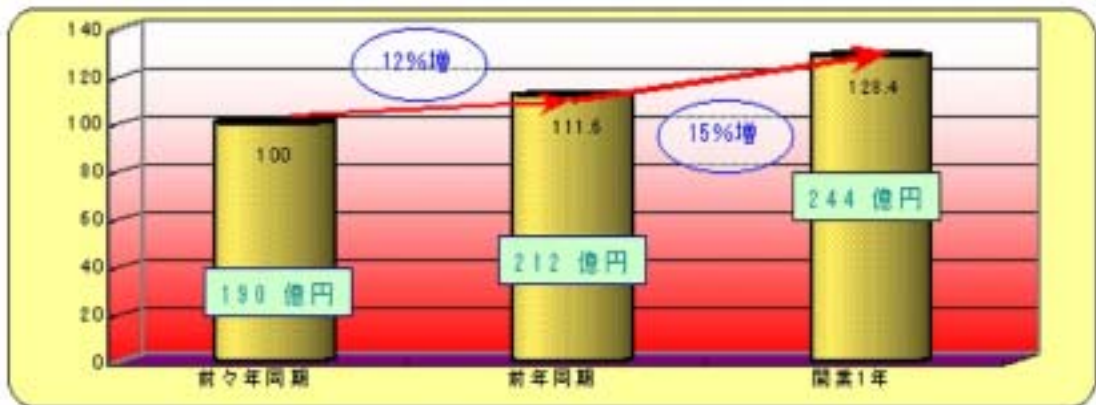
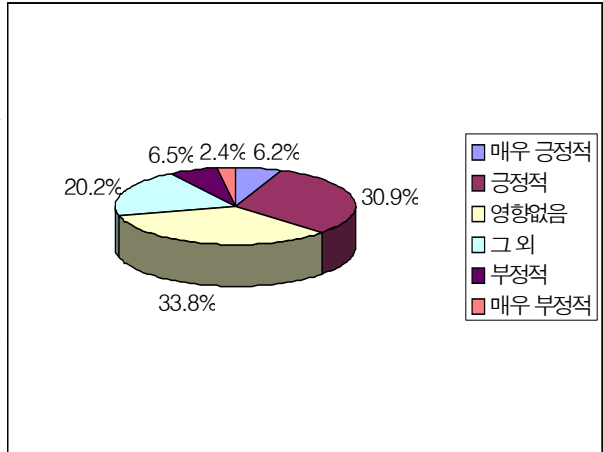
호황이 예상되는 시장으로는 관광업과 지역특산품업이 지목되었다.

호황이 예상되는 시장	합계	천안	대전	대구	부산
일반음식업	49	14	11	9	15
고급음식업	33	6	7	4	16
중저가숙박업	72	23	11	15	23
고급숙박업	45	11	7	9	18
관광업	225	63	45	62	55
지역특산품업	198	51	47	57	43
대형쇼핑센터	50	8	18	14	10
백화점	23	3	7	8	5
혼수용품점	8	1	3	4	0
술집	19	8	1	5	5
기타	28	1	12	13	2
계	750	189	169	200	192



참고1 : 신칸센 개통이 나가노시에 미친 지역경제영향

- 나가노 신칸센이 통과하는 나가노시에서는 나가노상점연합회가 주축이 되어 신칸센이 소매업에 미치는 영향을 본 연구와 유사한 설문조사를 시행하여 분석하였다.
- 이에 따르면 나가노 신칸센이 소매업에 긍정적인 영향을 미쳤다고 답한 비율이 37.1%, 부정적인 영향을 미쳤다고 답한 비율이 8.9%로 나타나고 있어, 긍정적이라고 답한 비율이 28.2%나 상회하고 있다.
- 특산품, 식당, 음식점 등의 업종이 긍정적이라고 대답한 비율이 높았는데, 이는 신칸센 개통에 따른 관광객의 증가 때문인 것으로 분석하고 있다.. 반면, 의류 등 수도권 지역으로의 구매력이 높은 업종은 부정적이라는 비율이 높게 나타나고 있어 이의 대책마련이 강구되어지고 있다.
- 나가노 경제연구소에서는 목적지 도착 후의 현금인출데이터로부터 소비행동의 유출입에 대해 분석하였는데, 이에 따르면 지역외 현금카드 이용자가 지역내에서 현금을 인출한 금액에서 지역내 거주자가 지역외 지역에서 현금을 인출한 금액을 뺀 값이 해마다 증가하는 것으로 나타나 지역경제에 긍정적 영향을 미치고 있는 것으로 판단하고 있다.



출처 : [www.pref.nagano.jp/kikaku/koutuu/sinkan/sinkakouka5.htm](http://www.pref.nagano.jp/kikaku/koutuu/sinkan/sinkakouka5.htm)

참고2 : 큐슈 신칸센 부분개통이 지역경제에 미친 영향

- 큐슈 신칸센 부분개통에 따라 신칸센의 영향을 받았다고 판단되는 100개 업체를 대상으로 2004년 4월 중 설문조사를 시행하였다.. 조사는 개통 전, 현시점, 장래 등 3개 시점에 대한 개통효과를 질문하였다.
- 시점별, 업종별 조사결과는 아래 표와 같다. 조사결과에서 알 수 있듯이 큐슈 신칸센 개통은 지역경제에 긍정적 영향을 주는 것으로 나타나고 있으며, 장래에는 그 영향이 감소하더라도 개통전과 비교해서는 지속적으로 긍정적인 영향을 가져오는 것으로 분석되었다.

업종	개통 전	현시점	장래
식료품 제조	33	↑ 72	↑ 77
소매업, 음식업	13	↑ 60	↓ 53
숙박업	16	↑ 42	↓ 26
운수업	10	↑ 37	↓ 24
관광서비스	0	↑ 54	↓ 46
그 외	33	→ 33	↓ 11
전체	13	↑ 51	↓ 41

출처 : <http://www3.boj.or.jp/kagoshima>

## 나. 대학가 주변 주거형태의 변화

대학가의 주거형태 변화조사는 수도권외의 통근통학권에 해당하며, 대학이 밀집한 천안·아산지역과 대전지역을 중심으로 조사하였다. 본 조사의 목적은 고속철도 개통으로 해당 지역의 학생들이 원룸에서 자취를 하거나 하숙집에 있지 않고 고속철도를 이용하여 통학을 하는지 여부를 알기 위한 것이다. 고속철도가 개통되기 전에 천안아산 지역에 소재하는 대학에 적을 둔 대학생들은 고속버스 또는 통학버스를 많이 이용하고, 그 외에 일반 철도, 개인 승용차 등을 이용하여 통학을 하거나, 대학 근처에서 하숙에 들거나 원룸에서 생활해 왔다.

### 1) 소재지 분포와 인접 대학과의 거리

질문	귀 하숙처의 소재지는 어디입니까? 인접 대학교와의 거리는?
----	----------------------------------

본 조사는 대전과 천안아산 지역에서 각각 100개소를 조사하였으며, 부실한 답변을 한 3건을 제외하고 정리하였다. 조사된 하숙집이나 원룸 등의 위치는 대개 대학 주변에서 보행거리에 있었으나, 대학이 시 중심지와 원거리에 있는 경우도 있었다.

소요시간	합계	대전	천안아산
1~5분	85	53	32
6~10분	63	27	36
11~15분	24	15	9
16~20분	18	5	13
21~25분	1	0	1
26~30분	3	0	3
30분이상	3	0	3
계	197	100	97

### 2) 하숙, 원룸업 영업연도

질문	언제부터 하숙업/원룸업을 하였습니까?
----	----------------------

하숙업을 2004년에 시작한 경우도 33개 업소였지만, 많은 경우는 2003년 이전부터 영업을 한 것으로 나타났다. 조사대상지역은 수도권에 인접하여 대학이 심수 개씩 집중되어 있어서 오래 전부터 타지에서 온 학생을 대상으로 하는 하숙업 혹은 원룸업이 성행하였다. 일부 기업형 원룸업도 있다고 들었지만, 어느 정도를 기업형으로 보아야 하는지는 분명하지는 않다.

기간	합계	대전	천안아산
2004년	33	12	21
2003년~2001년	72	29	43
2000년이전	92	59	33
계	197	100	97

### 3) 규모와 수용능력

질문	귀 하숙처의 수용능력은 어떻게 됩니까?
----	-----------------------

조사에 응한 하숙집 등의 수용능력은 비교적 영세한 것으로 나타났다. 평균 방의 개수는 12.6개이며, 천안아산지역의 경우가 대전권보다 많은 것으로 나타났다. 그 중 21개 이상 대형으로 운영하는 경우는 24개소였고 입실 가능자 수도 41명 이상이 입실하는 대형의 경우가 23개소로 나타났다.

최대 수용인원은 대전 1,752명, 천안아산 지역이 2,748명으로 천안아산 지역이 대규모로 운영하고 있음을 알 수 있다.

방 개수	합계	대전	천안아산
1~5	60	37	23
6~10	51	27	24
11~15	36	17	19
16~20	26	12	14
21~25	5	2	3
26~30	8	2	6
31 이상	11	3	8
계	197	100	97
총 방개수(평균)	1,411(12.6)	1,042(10.6)	1,369(14.6)

입실가능자 수	합계	대전	천안아산
1~10	71	48	23
11~20	49	21	28
21~30	33	16	17
31~40	21	12	9
41~50	3	0	3
51~60	9	1	8
61이상	11	2	9
계	197	100	97
최대 수용자수(평균)	4,500(23.9)	1,752(18.1)	2,748(30.2)

#### 4) 현재의 하숙생/세입자

질문	귀 하숙처에 머물고 있는 학생/직장인 수는 몇 명입니까?
----	---------------------------------

하숙집에 머물고 있는 학생이나 직장인은 대부분 소규모이며, 41명 이상인 곳은 9개소에 불과하였다. 현재 하숙을 하고 있거나 원룸에 거주하는 학생이나 직장인은 3,297명으로 최대 수용인원에 비해 73.3%(3,297/4,500)의 재실율을 나타내고 있다.

학생/직장인 수	합계	대전	천안아산
1~10	82	51	31
11~20	65	29	36
21~30	27	13	14
31~40	14	6	8
41~50	4	0	4
51~60	2	0	2
61이상	3	1	2
계	197	100	97
현 학생수/직장인	3,297	1,416	1,881

#### 5) 수도권에서 온 학생/직장인의 비율

질문	하숙생 중 수도권 지역에서 온 학생/직장인은 몇 명이나 됩니까?
----	-------------------------------------

하숙생 중 수도권 지역에서 온 경우는, 21명 이상이 16개소로서 비교적 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 현재 수도권지역에서 온 학생/직장인 수는 1,539명으로 천안아산 지역의 경우가 1,277명으로 83%를 차지하고 있다. 전체 재실자 중 수도권에서 온 학생/직장인은 46.7%(1,539/3,297명)이며, 특히 천안아산의 재실자 중 수도권 지역에서 온 학생/직장인은 68%(1,277/1,881명)에 달하였다.

학생/직장인 수	합계	대전	천안아산
1~5	50	30	20
6~10	91	56	35
11~15	27	12	15
16~20	13	0	13
21~25	3	2	1
26~30	5	0	5
31 이상	8	0	8
계	197	100	97
학생/직장인 수	1,539	262	1,277

6) 재실율의 변화

질문	고속철도 개통전 · 후에 재실율의 변화가 있습니까?
----	------------------------------

고속철도 개통전후의 비교 시, 재실율의 변화는 거의 없는 것으로 나타났다. 대전의 경우는 감소한 곳이 한 곳도 없는 것으로 보아 고속철도의 영향이 절대적으로 없다고 볼 수 있다. 천안아산의 경우에도 감소한 곳과 증가한 곳이 거의 상쇄되고 있어, 전반적으로 재실율에 변화가 있다고 보기 어렵다. 그런데, 대학생들이 하숙을 하는 경우, 이미 3월 개학시에 입실하고, 대개 한학기 단위로 계약을 하는 경우가 많으므로 4월에 개통된 고속철도로 인해 하숙을 포기하고 교통수단을 전환하였다고 볼 수 있는 가능성은 낮은 편이다. 따라서, 이 부분은 2학기 개학시즌에 비교조사할 필요가 있다.

재실률 변화	합계	대전	천안아산
4실 이상 감소	1	0	1
3실 감소	1	0	1
2실 감소	3	0	3
1실 감소	5	0	5
변화 없음	174	95	79
1실 증가	6	4	2
2실 증가	2	1	1
3실 증가	2	0	2
4실 이상 증가	3	0	3
계	197	100	97

7) 고속철도 정차역 도시의 학생 비율

질문	고속철도 개통전과 비교하여 고속철도 정차역 도시에서 온 대학생의 하숙 이용율은 어떻게 변화하였습니까?
----	--

고속철도 정차역이 있는 도시에서 온 학생의 하숙 이용율은 조금 감소한 경향이 있는 것으로 나타났다. 그렇지만, 이 수치만으로 고속철도가 정차하는 도시에서 오던 학생들이 고속철도 개통후 고속철도를 이용하여 통학을 하는지는 알 수 없다. 이 부분은 이 지역 대학생들의 통근수단에 대한 조사가 전제로 되어야 이해하기 쉬울 것으로 판단된다. 교통개발연구원에서는 이 지역 대학생들의 통근 교통수단에 대해 조사한 적이 있는데, 자료가 공개되면 전반적인 상황을 이해하는데 도움이 될 것으로 보인다.

변화	합계	대전	천안아산
크게 증가	1	0	1
조금 증가	14	3	11
변화 없음	156	86	70
조금 감소	24	11	13
크게 감소	2	0	2
계	197	100	97

8) 월세의 조정여부

질문	고속철도 개통에 따라 월세가 조정되었습니까?
----	--------------------------

고속철도 개통 후 월세는 대체로 변동이 없지만, 하락된 곳 보다는 인상된 곳이 조금 많은 편이다. 그렇지만, 월세의 변동이 고속철도 개통과 직접적으로 관련이 있는지는 불확실하다.

	합계	대전	천안아산
10%이상 상승	3	0	3
10%미만 상승	11	3	8
변동 없음	175	94	81
10%미만 하락	8	3	5
10%이상 하락	0	0	0
계	197	100	97

9) 하숙 이용에 대한 전망

질문	향후 대학생의 하숙 이용율은 어떻게 되리라 예상하십니까?
----	---------------------------------

향후의 하숙 이용율은 대체로 변화가 없다는 것이 중론이지만, 조금 감소하는 곳에 비중이 실려 있다. 대학생의 하숙집 이용이 고속철도 개통으로 변화할 것인지는 통학요금, 통학시간과 상관이 있다.

하숙 이용율 전망	합계	대전	천안아산
크게 증가	1	0	1
조금 증가	19	5	14
변화 없음	104	50	54
조금 감소	68	42	26
크게 감소	5	3	2
계	197	100	97



어떤 대학교가 고속철도 역에서 접근하기 좋고, 학교 인근의 하숙에 비해 통학을 하는 것이 경제적이며, 시간을 버는 것이라고 판단된다면, 하숙이용이 감소할 가능성은 충분히 있다. 이 점은 앞으로 이 지역의 하숙비 인상을 억제하는 요인이 될 가능성은 충분히 있다.

10) 고속철도 통학생에 대한 전망

질문	귀하께서는 하숙 대신 고속철도로 통학을 하는 학생이 증가할 것이라고 보십니까?
----	---

고속철도의 통행시간으로 볼 때, 천안아산 지역은 30분대이지만, 대전지역은 거의 한시간대이다. 천안아산역 주변의 대학의 위치나 대전의 대학위치는 현 고속철도 역으로부터 접근성이 그다지 양호하지 못한 곳에 있는 편이다. 고속철도를 이용할 만한 위치에 있는 대학은 몇 개 되지 않는다. 그리고, 천안아산 지역이나 대전지역의 대학에 다니는 학생 중 수도권에서 유학을 온 학생도 상당수 있지만, 이들은 현재도 통학버스, 일반철도를 이용하여 다니고 있고, 하숙 또는 원룸을 구하여 지내는 학생들은 제한적이다. 그런데, 하숙비 혹은 원룸의 월세를 비교할 때, 고속철도 정거권 요금이 적은 것이 아니므로 대학생들이 부모로부터 생활비를 받아서 쓰는 입장에서 선택은 자유롭지 않은 것 같다.

비록 본 조사에서 고속철도를 이용한 통학생의 증가여부는 반반정도의 비율이지만, 고속철도가 통학용으로 사용되는데는 여러 가지 조건이 맞아야 할 것으로 보인다. 현재 천안아산역에는 일부 대학교에서 통학버스를 지원해주고 있는데, 실제 이용자는 많지 않은 편이다. 한편, 대학은 3월에 개강을 하고, 하숙집이나 원룸의 계약은 학기 단위로 하는 경우가 많아서 4월에 개통한 고속철도의 이용이 활성화되지 않았을 가능성도 있다. 이 부분은 2학기에 조사를 하여야 고속철도의 통학여부의 변화를 판단할 수 있을 것이다.

통학생 증가 전망	합계	대전	천안아산
매우 그렇다	6	1	5
그렇다	59	27	32
잘 모르겠다	61	30	31
아니다	60	33	27
매우 아니다	11	9	2
계	197	100	97

11) 고속철도와 임차료의 관계

질문	귀하께서는 고속철도 개통이 인근지역 원룸 임차료나 하숙비에 영향을 준다고 생각하십니까?
----	--

고속철도 개통이 하숙집이나 원룸의 임차료에 별 영향을 주지 않을 것으로 보는 것이 대세이지만, 인상 보다는 약간 인하되는 곳에 비중이 높은 편이다. 이러한 예상은 현재 하숙을 하거나 세들어 사는 사람들이 고속철도를 이용하여 통근/통학을 할 가능성이 높지 않다는 것을 시사한다. 특히 대부분의 원룸이나 하숙집이 직장이나 학교에 가까우며, 고속철도와 상당히 거리가 떨어져 있으므로 고속철도의 이용과는 큰 관련이 없다고 보는 경향이 강한 것 같다.

	합계	대전	천안아산
매우 인상	1	0	1
약간 인상	24	5	19
별 영향 없음	131	73	58
약간 인하	40	22	18
매우 인하	1	0	1
계	197	100	97

# 3 CHAPTER

## 결론

### 1. 결론

#### 가. 고속철도의 이용특성

##### 1) 이용특성

고속철도는 고급고속 교통수단이다. 대부분의 이용자들은 이동시간이 적게 걸리기 때문에 이용한다고 응답하였고 호기심 때문에 이용하는 사람도 약 11%가 되었다. 경쟁적인 교통수단인 항공기에서 전환한 이용자가 약 15%에 달했으며, 서울-대구, 서울-부산 구간의 이용자가 대거 전환되었다. 고속철도를 이용하는 목적은 귀가통행이 45%를 차지하였지만, 이를 귀가전 통행목적으로 분류하였을 때, 개인용무가 55%로 나타났으며, 업무통행이 27.5%였다. 레저/관광 통행은 8.5%, 쇼핑통행은 2%였으며, 통근통학은 4.4%로 나타났다. 빠른 교통수단을 이용한 특성으로, 당일 여행이 약 36%에 달하였으며, 당일여행시 목적지의 체류시간은 약 5시간 10분정도로 나타났다.

##### 2) 쇼핑통행

쇼핑만을 목적으로 여행하는 경우는 매우 낮게 나타났다. 다른 목적의 통행과 쇼핑이 이루어지며, 고속철도 이용시 목적지에서 시간에 여유가 있으므로 과거에 비해 쇼핑도 늘어날 가능성이 있다.

쇼핑으로 인해 지방의 상권이 위축될 가능성은 있으나, 그렇게 심각하게 우려할 수준은 아닌 것으로 판단되며, 고속철도 개통전에도 일반철도, 고속버스 심지어는 항공기를 이용한 쇼핑도 있었으므로 고속철도를 이용한 쇼핑도 비슷한 경향으로 볼 수 있다. 다만, 서울로 접근성이 좋아져 자주 갈 수 있는 기회가 늘어났으므로 천안이나 대전 등의 고급 상가는 위협을 느낄 가능성이 크다.

### 3) 관광통행

고속철도 패키지 상품은 아직 활성화가 안된 편이며, 전반적으로 관광자체를 목적으로 하는 경우보다 다른 목적을 겸하는 경우가 많은 편이다. 따라서, 관광지와의 연계하는 상품의 개발이 필요하다. 조사당시 고속철도와 연계된 관광상품이 출시되었으므로 점차 실적이 좋아질 것으로 예상된다.

### 4) 업무통행

고속철도와 같은 고급고속 교통수단이 업무통행에 많이 이용되어야 할 것으로 판단되나, 실제로 업무통행의 비중은 27.6%에 불과하다. 향후 접근성 향상으로 지역간 인적 교류가 증가하는 경우, 업무통행의 비중이 높아질 가능성은 많이 있다.

직업분포로 볼 때, 이사 이상 CEO의 탑승율도 4.8%로서 장래에 이러한 유형의 탑승은 매우 전망이 밝은 편이므로 열차내에서 PC를 이용할 수 있는 공간을 확대하는 것도 필요할 것이다.

## 나. 상권 및 대학가 주변의 거주형태 영향

### 1) 상권의 영향

최근 경기침체로 인해 대체로 매출액이 저하된 것으로 나타났으며, 고속철도로 인한 영향도 긍정적인 반응과 부정적인 반응이 비슷하게 나타나고 있다. 고속철도로 인해 천안이나 대전 등에서는 서울로 고객이 쉽게 유출될 것을 우려하기도 하지만, 이전에도 비슷한 경향은 있었기 때문에 심각하게 우려하지 않는 것으로 볼 수 있다. 지방의 백화점이나 대형쇼핑센터가 비교적 부정적인 영향을 많이 받을 것으로 예상되며, 고급의류와 수입제품이 가장 타격을 많이 받을 것으로 전망되었다.

반면, 관광업이나 지방특산품업의 경우는 고속철도 이용객의 증가로 호황을 맞이할 것으로 예상되었다.

### 2) 대학가 거주형태의 영향

일반적으로 3월의 신학기에 하숙을 계약하는 경우, 한 학기 단위로 하기 때문에 본 조사에서 개통한달만에 고속철도의 영향을 확인하는 것은 매우 어려웠다. 상대적으로 고속철도를 이용하는 대학생 통근자수를 확인하는 것이 경향을 파악하는데 도움이 될 것이다. 일부 천안과 아산소재 대학에서 통학버스를 고속철도 역까지 운행하고 있으나, 실제 탑승자는 십 수명에서 수명으로 적은 것으로 조사되고 있다. 천안아산 지역에 있는 대학의 경우, 고속철도 역에서 비교적 원거리에 위치하여 고속철도를 이용하여도 과거에 고속버스 혹은 통학버스를 이용할 때에 비해 통행시간 절감효과가 크지 않은 것으로 판단된다.

대체로 재실률의 변화도 분명하지 않은 것으로 나타났다. 대학가의 하숙집이나 원룸 재실률의 변화는 학기 단위로 조사하는 것이 바람직하다.

## 2. 조사결과의 시사점과 연구의 한계

### 가. 시사점

#### 1) 고속철도 이용의 특성과 활용

고속철도 개통후 한달이 경과한 시점에서 이루어진 조사에서 가장 두드러진 변화의 하나는 새로운 교통수단에 대한 호기심도 강하고, 빠른 교통수단에 대한 선호가 강하다는 점이다. 통행의 시간가치가 높아지면서 고급고속의 교통수단을 이용하게 되는 경향은 오래전부터 예상되어 왔으며, 우리나라에서도 실현되고 있다. 이러한 경향은 향후 소득의 증가시 더 강화될 것으로 전망된다.

일본의 경우, 세 가지의 신칸센 열차가 운행되고 있는데, 가장 빠르고 비싼 노조미호의 이용객이 증가하는 추세로 나타났다. 프랑스의 경우, 항공기 수요를 전환시키기 위해 고속열차가 개발되어 성공을 거두었다. 우리나라 KTX의 승차율은 경부선의 경우 72%에 달하지만(개통 2개월 실적), 향후 소득의 증가로 더 높아질 가능성은 크다. 승차율이 높아지면 배차간격이 짧아지면서 용량을 늘리게 되어 전반적으로 여객수요를 증대하는데 기여하게 된다.

짧은 기간에 이루어진 조사이지만, 고속철도의 이용특성은 충분히 파악되었다. 다만, 고급교통수단으로서 업무통행에 비해 개인용무의 통행이 많은 점은 앞으로 면밀히 그 경향을 분석할 필요가 있다. 이러한 통행특성을 분석하게 되면 장래의 고속철도 여객수요를 전망할 수 있다. 고속철도 수요를 확대하기 위해서는 무엇보다도 이용자의 특성이 파악되어야 한다. 이는 정기적인 조사와 여객 통행 자료의 데이터 베이스화를 통해 활용할 필요가 있다.

#### 2) 고속철도의 긍정적 효과 강조 필요

조사결과로 볼 때, 고속철도에 대한 순기능과 기대가 높은 것으로 나타났다. 고속철도 개통후 나타났던 언론 보도의 내용은 전체에 비해 부분에 치우치는 일도 있으므로 이와 같은 조사를 통해 사실을 밝히는 것이 중요하다. 정기적인 조사로 고속철도 이용 경향을 파악하게 되면, 고속철도의 긍정적 효과를 강조하는 것이 가능하게 된다.

### 나. 연구의 한계

#### 1) 조사의 오류 가능성

단 한 번의 조사결과로 고속철도의 이용특성과 그 영향을 확인하는 것은 무리가 있으며, 오류를 가져올 수 있다. 본 조사는 KTX 개통 후 1개월째에 속성으로 이루어졌다. 표본의 추출도 일부 편기되는 경우도 있었다. 향후의 조사는 보다 객관적인 입장에서 고른 표본을 확보하여 심층적으로 분석할 필요가 있다.

## 2) 영향의 범위 설정

고속철도 개통으로 예상되는 사회경제적 영향은 다양하고 많다. 본 연구에서 조사된 통행특성의 변화, 상권의 매출액과 동향, 대학가 주변의 하숙/원룸의 재실률 변화 외에도 기업의 이전, 가구의 이전, 통근통학(정기권 이용)의 변화, 지가 혹은 아파트 가격의 변화 등도 조사분석할 필요가 있다. 아울러 고속철도 이용자의 전환에 의한 고속도로의 교통여건 변화, 기존 철도의 수요변화, 기업의 활동, 사회문화 활동의 패턴변화, 주5일제 확대시행의 영향 등도 연관된 연구로서 조사할 필요가 있다. 고속철도 개통후 우리 생활에 미치는 크고작은 영향은 처음에 작게 보일지라도 시간이 경과하면서 이용자의 의식을 전환시키고, 생활공간에 영향을 주어 결과적으로 국토공간의 체계에도 변화를 가져올 수 있다. 따라서, 이러한 유형의 조사분석은 좀 더 다양하게 연구범위가 설정되어 접근되는 것이 바람직할 것으로 판단되며, 본 연구에서 제한적으로 조사된 내용은 점진적으로 개선할 필요가 있다.

## 3. 향후의 대응방안

### 가. 지속적인 모니터링 필요

고속철도 개통이후 이용자 특성에 대한 조사는 고속철도의 효용성을 높이는데 절대적으로 필요하다. 고속철도는 막대한 자금이 투입된 대형 국책사업이다. 고속철도 개통의 성공여부는 우선적으로 고속철도 여객수요가 증가하는데 달려있다. 고속철도 여객수요를 창출하려면 누가, 왜, 언제, 어디에서, 무엇 때문에 고속철도를 이용하는지 그 특성이 파악되어야 한다. 이러한 기초자료가 준비가 되어야 고속철도의 운영을 효율화할 수 있고, 수익을 극대화할 수 있으며, 국력을 내세울 수 있는 고급교통수단이 될 수 있다. 무엇보다도 이용자가 사랑하는 고속철도가 되어야 한다.

그러므로 고속철도 이용자 뿐만아니라, 고속철도로 인해 발생할 수 있는 지방의 사회경제적 영향을 중심으로 한 조사는 한번에 종료되는 것이 아니라 분기별로 동향을 분석할 수 있는 모니터링 체제가 필요하며 가능하면 정기적으로 분석자료를 제공할 수 있는 패널을 구성하는 것이 중요하다. 이러한 모니터링 시스템을 통하여 고속철도의 수요를 창출할 수 있는 기회를 찾을 수 있다.

일관된 정보를 확보하기 위해서는 정기적인 정보를 제공해 주는 패널을 구성하는 것도 요망된다. 고속철도 정기이용자 혹은 철도회원을 상대로 정기적인 설문조사를 실시하여 통행의 특성을 파악하고, 고속철도 이용과 관련된 개선방안을 제안받는 방안도 바람직하다.

### 나. 정보공유 및 조사협조 필요

고속철도의 영향을 분석하는 연구는 쉬운 일이 아니다. 단기간에 조급하게 실행하여 결과를 얻는

것도 지양해야 한다. 고속철도의 개통효과는 서서히 점진적으로 우리의 주위에서 일어날 것이므로 장기적으로 심도있게 조사할 필요가 있다. 가장 좋은 방법의 하나는 고속철도와 관련된 연구를 수행하는 연구기관이 함께 조사에 참여하는 것이다. 고속철도와 관련된 조사는 이용자의 만족도 조사에 머물러서는 안된다. 대책사업으로서 예상되는 영향에 대해 사회경제문화 등 전반에 걸쳐 광범위하게 조사될 필요가 있다.

여러 연구기관이 조사에 참여하는 경우, 중복되는 조사는 회피하되, 정보를 공유하는 방안이 필요하다. 고속철도 이용자를 대상으로 조사하는 경우에는 탑승조사가 바람직하다. 이 경우, 무작위로 표본을 추출하는 것이 용이하고, 조사 및 회수가 편리하다. 이 조사방법은 철도청의 협조가 필요하다.





## 부 록



설문조사 용지



# 고속철도(KTX)개통에 따른 통행행태 변화조사

안녕하십니까?

본 설문조사는 고속철도 개통 후 이용자의 통행행태 변화를 파악하기 위한 것입니다. 본 조사는 건설교통부의 요청과 철도청의 협조로 국토연구원에서 시행하는 것입니다. 설문조사 결과는 향후 고속철도 관련 정책결정에 중요한 자료로 활용될 예정입니다. 바쁘시더라도 귀하의 적극적인 협조를 부탁드립니다. 2004.4.



조사책임자 : 연구위원 조남건, 책임연구원 이훈기  
문의전화 : 031-380-0336, 0385

조사일자: 2004년 월 일	방향 : →	열차출발시각 : 시 분	조사자 :
-----------------	--------	--------------	-------

## ■ 귀하의 오늘의 통행에 대해 답해 주십시오

역	①서울 ②용산 ③광명 ④천안아산 ⑤(서)대전 ⑥동대구 ⑦ 부산 ⑧익산 ⑨광주(송정리) ⑩목포 ⑪기타(밀양, 구포, 논산, 김제, 정읍, 장성,나주)
---	---

### 1. 무슨 역에서 무슨 역으로 가시는 중입니까?

( )역 → ( )역 (11번은 도시명을 적어주십시오)

### 2. 이동 교통수단으로 고속철도를 선택하신 이유는 무엇입니까?

- |                        |                    |
|------------------------|--------------------|
| ① 이동시간이 적게 걸리기 때문에     | ② 출발지에서 가까워서       |
| ③ 도착지에서 목적지가 가까워서      | ④ 안전하기 때문에         |
| ⑤ 항공기에 비해 비용이 저렴하기 때문에 | ⑥ 새로 개통했기 때문에 호기심에 |
| ⑦ 고급이기 때문에             | ⑧ 기타 ( )           |

### 3. 고속철도 개통으로 좋아진 점은 무엇입니까? (두개까지 선택가능)

- |                            |                    |
|----------------------------|--------------------|
| ① 목적지에서 이용할 수 있는 시간이 증가하였음 | ③ 편안하고 안락하게 갈 수 있음 |
| ② 차안에서 업무를 보면서 갈 수 있음      | ⑤ 특별히 좋아진 것은 없음    |
| ④ 당일 귀가가 가능해졌음             | ⑥ 기타 ( )           |

### 4. 과거 1년간 지금과 유사한 형태의 통행을 얼마나 하셨습니다?

- ①주 1회 이상 ②월 2~3회 ③월 1회 정도 ④년 3~4회 정도 ⑤ 년1회 또는 없음

### 5. 지금과 유사한 통행의 경우 예전에는 어떤 교통수단을 이용하셨습니다?

- ① 항공기 ② 고속버스 ③ 승용차 ④ 새마을호 ⑤ 무궁화호 ⑥ 기타 ( )

6. 이번 여행의 일정은 어떻게 됩니까?

- ① 당일 여행 ② 1박 2일 ③ 2박 3일 ④ 4일 이상

7. 장래 지금과 유사한 통행을 하신다면 고속철도(KTX)를 이용하시겠습니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 잘 모르겠다 ④ 아니다 ⑤ 매우 아니다

7.1 (④나 ⑤를 선택하신 분만 대답해 주십시오) 왜 고속철도를 이용하지 않는지 그 이유를 골라주십시오. (두개까지 선택 가능)

- ① 요금이 비싸기 때문에  
② 기대했던 것보다 고속철도 서비스가 좋지 않기 때문에  
③ 고속철도역까지 접근하는 연계 교통망이 불편하기 때문에  
④ 고속철도 이용 시간대가 불편하기 때문에  
⑤ 기타 ( )

8. 만약에 고속철도가 없었다면, 어떤 통행을 하였겠습니까?

- ① 항공기를 이용하였을 것이다 ② 철도(새마을호)를 이용하였을 것이다  
③ 고속버스를 이용하였을 것이다 ④ 통행을 하지 않았을 것이다  
⑤ 다른 목적지를 택하였을 것이다

9. 귀하의 통행목적은 무엇입니까? (해당사항에 V표 또는 번호를 적어 주십시오)

- ① 귀가  
② 쇼핑  
③ 통근·통학  
④ 업무 (예 : 회의 참석, 인사 면담, 업무 상담, 기관 방문 등)  
⑤ 레저/관광 (예 : 데이트 테마파크, 단순 여행, 골프, 공연 관람, 등산, 낚시 등)  
⑥ 개인용무 (예 : 친구 만남, 가족 만남, 경조사 참석, 병문안, 진료, 종교행사 등)

9-1 만일 귀가 중이시라면, 9번의 ②~⑥ 중 해당되는 번호를 적어주십시오 ( )

10. 오늘의 통행시 고속철도 요금을 누가 부담하였습니까?

- ① 본인 부담 ② 다른 사람이 부담 ③ 회사 부담 ④ 기타 ( )

11. 오늘 쇼핑을 하셨거나 쇼핑을 할 계획이 있으십니까?

- ① 하였음(있음) ② 없음 (☞ 다음 장의 15번으로 이동하여 주십시오)

12. 오늘 쇼핑을 하셨거나 하실 예정인 곳은 어디입니까?

- ① 백화점 ② 재래시장 ③ 전문점 ④ 대형 쇼핑몰 ⑤ 특산품 판매점 ⑥기타 ( )

13. 구매하셨거나 혹은 구매하실 품목은 무엇입니까? (2개 선택 가능)

- ① 고급의류 ② 귀금속/시계 ③ 소형 전자 제품 ④ 대형 가전제품 ⑤ 수입제품  
⑥ 혼수용품 ⑦선물용 기념품 ⑧ 건강보조 의약품 ⑨ 잡화품 ⑩기타 ( )

14. 거주지역에서 타 지역으로 쇼핑을 가는 이유는 무엇입니까?

- ① 새로운 상품 정보도 얻고 신제품을 살 수 있기 때문에  
② 타 지역에서 쇼핑과 함께 다른 용무를 볼 수 있기 때문에  
③ 거주지역보다 고급명품이 많기 때문에  
④ 거주지역보다 소문나지 않게 상품을 구매할 수 있기 때문에  
⑤ 거주지역보다 상품이 다양하고 저렴하기 때문에  
⑥ 유행에 따르기 쉽고, 앞서나가는 느낌이 있기 때문에

15. 귀하께서는 지난 1년 동안 쇼핑을 하기 위해 대도시로 가신 적이 있습니까?

- ① 있음 ② 없음 (☞ 16번으로 이동하여 주십시오)

15.1 대도시로 쇼핑을 가신 적이 있다면 그때 이용하신 교통수단은 무엇입니까?

- ① 승용차 ② 고속버스 ③ 철도(새마을, 무궁화) ④ 항공기 ⑤ 기타

15.2 당시 구매하신 품목은 무엇입니까? (두 개까지 가능)

- ① 고급의류 ② 귀금속/시계 ③ 소형 전자 제품 ④ 대형 가전제품 ⑤ 수입제품  
⑥ 혼수용품 ⑦ 선물용 기념품 ⑧ 건강보조 의약품 ⑨ 잡화품 ⑩ 기타 ( )

16. 오늘 관광을 하였습니다. 만일 관광을 하셨다면, 목적지에서 어떤 교통수단을 이용하여 관광을 하였습니다?

- ① 관광을 하지 않았음(☞17번으로 이동하십시오) ② 택시 ③ 버스 ④ 지하철/전철  
⑤ 렌트카 ⑥ 고속·시외버스 ⑦ 도보 ⑧ 승용차 ⑨ 기타 ( )

16.1 귀하의 관광여행은 어디에 속합니까?

- ① 고속철도와 연계한 패키지 관광여행 ② 고속철도와 상관없는 패키지 관광여행  
③ 일반 단체관광 ④ 개인관광 ⑤ 기타 ( )

16.2. 관광의 유형은 무엇입니까?(두개까지 선택 가능)

- ① 자연경관 탐방 ② 등산 ③ 낚시 ④ 공연관람 ⑤ 고궁/절 탐방  
⑥ 박물관 ⑦ 미술관 ⑧ 골프/스포츠 ⑨ 테마파크 ⑩ 기타( )

16.3. 고속철도 개통 전 지금과 유사한 관광을 하신 경우와 비교하여 숙박 일수는 어떻게 변화했습니까?

- ① 숙박일 수 감소 ② 변화 없음 ③ 숙박일 수 증가

17. 귀하께서 목적지에 머무른(를) 시간은 얼마나 되십니까? (\_\_\_\_\_ 시간)

※ (목적지에 도착하신 후 귀가하기 위해 출발하실 때까지의 시간으로 봅니다)

■ 기초사항 (해당되는 곳에 V표 또는 내용을 기재해 주십시오)

1. 귀하께서 거주하시는 곳은 어디입니까?

\_\_\_\_\_시(도) \_\_\_\_\_구(시, 군) \_\_\_\_\_

2. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까? ① 남 ② 여

3. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까? 만 ( )세(주:18세 이상만 적어 주십시오)

4. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ① 이사 이상 CEO ② 직장인 ③ 주부 ④ 학생 ⑤ 자영업 ⑥ 미취업 ⑦ 기타 ( )

5. 이번 여행의 동반자는 어떻게 되십니까? (본인 포함)

- ① 18세 이상 ( )명 ② 18세 미만 ( )명

6. 고속철도 역까지 오실 때 주로 이용하신 교통수단은 무엇입니까?

- ① 승용차 ② 택시 ③ 버스 ④ 지하철/전철 ⑤ 고속·시외버스 ⑥ 도보 ⑦ 기타 ( )



조사일자 : 2004년 월 일	조사지 : 대학 주변	조사자 :
------------------	-------------	-------

**고속철도(KTX)개통에 따른 대학가 주변 주거형태 변화에 관한 설문조사**

안녕하십니까? 본 설문조사는 고속철도 개통에 따른 대학가 주변 주거형태 변화를 알기 위한 것입니다. 본 조사는 건설교통부의 요청으로 국토연구원에서 시행하고 있으며 향후 고속철도 관련 정책결정의 중요한 자료로 활용될 예정입니다. 바쁘시더라도 귀하의 적극적인 협조를 부탁드립니다.

2004.4.

조사책임자 : 연구위원 조남건, 책임연구원 이훈기  
문의전화 : 031-380-0336, 0385

1. 귀 하숙처의 소재지는 어디입니까?  
\_\_\_\_\_시(도) \_\_\_\_\_ 구(시, 군), 인접 대학교와의 거리는 (도보, 버스)\_\_\_\_\_분 소요
2. 언제부터 하숙업/원룸업을 하였습니다?  
① 2004년 ② 2003년~2001년 ③ 2000년 이전
3. 귀 하숙처의 수용능력은 어떻게 됩니까? (운영자의 내실은 제외)  
① 방 ( )개 ② 최대 ( )명 입실 가능
4. 귀 하숙처에 머물고 있는 학생/직장인 수는 몇 명입니까? ( \_\_\_\_\_)명
5. 하숙생 중 수도권 지역에서 온 학생/직장인은 몇 명이나 되나요? ( \_\_\_\_\_)명
6. 고속철도(KTX) 개통 전·후 재실율의 변화가 있습니까?  
① 4월 1일 개통 전 ( \_\_\_\_\_)개 재실 ② 4월 1일 개통 후 ( \_\_\_\_\_)개 재실
7. 고속철도(KTX) 개통전과 비교하여 고속철도 정차역 도시에서 온 대학생의 하숙 이용율은 어떻게 변화하였습니까?  
① 크게 증가 ② 조금 증가 ③ 변화 없음 ④ 조금 감소 ⑤ 크게 감소
8. 고속철도 개통에 따라 월세가 조정되었습니까?  
① 10% 이상 상승 ② 10% 미만 상승 ③ 변동 없음  
④ 10% 미만 하락 ⑤ 10% 이상 하락
9. 향후 대학생의 하숙 이용률은 어떻게 되리라 예상하십니까?  
① 크게 증가 ② 조금 증가 ③ 변화 없음 ④ 조금 감소 ⑤ 크게 감소
10. 귀하께서는 하숙 대신 고속철도로 통학을 하는 학생이 증가할 것이라고 보십니까?  
① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 잘 모르겠다 ④ 아니다 ⑤ 매우 아니다
11. 귀하께서는 고속철도 개통이 인근지역 원룸 임차료나 하숙비에 영향을 준다고 생각하십니까?  
① 매우 인상될 것 ② 약간 인상될 것 ③ 별 영향없음  
④ 약간 인하될 것 ⑤ 매우 인하될 것

◆ 질문에 답해주셔서 감사합니다. 기념품을 받아주시기 바랍니다 ◆

조 사 일 자 : 2004년      월      일	조 사 자 :
-------------------------------	---------

**고속철도(KTX)개통에 따른 상권영향 변화조사**

안녕하십니까? 본 설문조사는 고속철도 개통에 따른 상권의 영향 및 변화를 알기 위한 것입니다. 본 조사는 건설교통부의 요청으로 국토연구원에서 시행하고 있으며 향후 고속철도관련 정책결정의 중요한 자료로 활용될 예정입니다. 바쁘시더라도 귀하의 적극적인 협조를 부탁드립니다.

2004.4.

조사책임자 : 연구위원 조남건, 책임연구원 이훈기  
문의전화 : 031-380-0336, 0385

1. 귀 업체의 소재지와 입주건물은 무엇입니까?  
 1) \_\_\_\_\_시(도) \_\_\_\_\_구(시, 군) \_\_\_\_\_  
 2) ① 백화점, ②전문점, ③대형쇼핑센터, ④독립 건물, ⑤재래시장, ⑥기타 (      )
2. 귀 업체가 취급하는 주요 품목은 무엇입니까?  
 ① 패션/구두    ② 귀금속/시계    ③ 음식점    ④ 숙박업    ⑤ 전자제품  
 ⑥ 지역 특산품 ⑦ 수입제품    ⑧ 혼수용품    ⑨ 건강/의약품 ⑩ 기타 (      )
3. 귀 업체의 종업원 수는 몇 명입니까? (주인 제외) 약 (      )명
4. 고속철도 개통후 종업원 수는 변했습니까?  
 ① (    )명 증가 ② (    )명 감소 ③ 변화 없음
5. 고속철도 개통 전과 비교하여 개통 후 방문 고객수는 어떻게 변했는지요?  
 ① 10% 이상 증가 ② 10% 미만 증가 ③ 변화 없음  
 ④ 10% 미만 감소 ⑤ 10% 이상 감소
6. 고속철도 개통전과 비교하여 개통 후 월 매출액은 어떻게 변했는지요?  
 ① 10% 이상 증가 ② 10% 미만 증가 ③ 변화 없음  
 ④ 10% 미만 감소 ⑤ 10% 이상 감소
7. 귀하께서는 매출액이 변화한 원인은 어디에 있다고 보십니까?  
 ① 경기 침체에 따른 구매력 저하    ② 고속철도 개통으로 서울로 가서 구매함  
 ③ 홈쇼핑, 전화 마케팅에 의한 구매처 변화    ④ 고속철도 개통으로 고객 증가  
 ⑤ 알 수 없음
8. 귀 업체에서는 고속철도 개통후 고객을 유치하기 위해 특별한 이벤트를 마련한 적이 있거나, 계획을 갖고 있습니까?    ① 있다    ② 없다    ③ 계획 중
9. 귀하께서는 고속철도가 개통되어 귀 업체의 매출증대에 기여할 것이라고 생각하십니까?  
 ① 매우 그렇다    ② 그렇다    ③ 잘 모르겠다    ④ 아니다    ⑤ 매우 아니다
10. 귀하께서는 고속철도 개통때문에 업종을 바꾸실 의향을 갖고 계십니까?  
 ① 예    ② 아니오    ③ 상황을 보면서 결정