

정용안, 관광기업 창업팀 팀장, 한국관광공사

2001년 관광공사 입사 후 방콕지사, 의료관광센터, 광저우지사 등지에서 해외 관광마케팅 업무를 수행하며 인바운드 시장의 방향을 예측·분석하고, 지자체, RTO 등 다양한 이해관계자와들과 현장에서 같이 호흡하며 관광 프로모션 및 마케팅 분야에서의 신규 사업 개발 등의 업무를 수행해왔습니다.

핵안보정상회의 준비기획단 파견근무(2011-2012) 기간동안 정상회의 연회행사를 담당하면서 국내 유수의 호텔과 협업을 경험하며 호텔산업에 대해 관심을 갖게 되었고 현재는 국내 관광스타트업을 발굴하고 육성 업무를 총괄하는 관광기업창업팀장으로 재직하면서 호텔/호스티팔리티 테크기업과의 많은 교류를 하고 있으며 숙박업 생태계 혁신에 관심을 갖고 지속적으로 다양한 업계 전문가와 소통, 교류하고 있습니다.

엔데믹 시대 인바운드 관광동향

[중화권] 관광환경분석

관광환경

- 중국 : 3년 만에 '위드코로나'로 전환, 시진핑 집권 3기 출범, '성장'에 중점을 두고 경기 부양책 지속 추진
 - (방역) '23.1.8부터 코로나 19 감염병 관리 등급 하향 조정. 방역조치 완화 ▲해외 입국자 시설 격리 폐지, ▲중국 입국전 PCR검사 축소, ▲입국 후 PCR 검사 폐지, ▲자국민 여행/친지 방문 목적 일반여권 신청 재개
 - (정치) 20차 당대회('22.10) 통해 시진핑 3기 출범 및 '원톱·원팀' 체계 구축
 - (경제) '안정 최우선·안정 속 성장' 기조 견지. '23년 성장에 중점을 두고 경기부양책 지속 추진
 - * 경제성장률 전망 : IMF(4.4%), 세계은행(4.3%), 모건스탠리/씨티/UBS 등 글로벌 투자기관 5%대 성장 전망
- 홍콩 : 방역완화, '23년 파격적 업계 지원으로 관광 산업 육성 전망
 - 마스크 착용 외 입국자 PCR 검사 및 모든 사회적 거리두기 해제('22.12.29~)
- 대만 : 인플레이션, 수출부진 등 영향으로 경제성장률 2%대 성장 전망
 - '22년 10월 이후 출입국 제한조치 해제에 따른 여행객 증가 추세. 단, 수출 부진 시 근로소득 영향으로 해외여행 등 소비 위축 우려

<2022-2023년 대만 경제성장률 전망>

기관명	대만 중앙은행	IMF	대만 경제研	행정원 주계총처	중화경제研
2022년	3.51%	3.31%	3.45%	3.06%	3.04%
2023년	2.90%	2.84%	2.91%	2.75%	2.72%

방한관광시장 동향 및 향후 전망

- 중국 : '코로나 19 불확실성' 해소 후 본격 방한관광 회복 전망
 - '23.1.8부 코로나 방역 조치 완화로 실질적인 국제관광 교류 가능. 관광업계·소비자 해외여행 관심 최고조 즉각적 출국보다 당분간 관광 기조 유지 전망
 - 방한관광시장은 ▲중국 코로나 19 불확실성 해소, ▲항공노선 증편 및 항공료 안정화, ▲ 중국 문화여유부, 여행사 해외여행 업무 중단('20.1.24~) 해제 조치 이후 본격 재개 될 것으로 전망됨
- 홍콩 : 방한 관광시장 3월 이후 빠른 속도로 회복 전망
 - 각 항공사 증편이 본격화 되는 '23년 3월 이후 해외 여행 소비시장 회복 가속화 전망
 - 중국 방역 완화에 따른 불확실성 해소 전제, 편리한 입국(NO비자, NO검사, NO격리), 한류 붐 등의 영향으로 빠른 시장 회복 기대
- 대만 : 2023년 봄꽃 시즌 이후 본격적인 방한관광 회복 전망
 - '22.12.10부 대만 입경인원 총량관제 해제로 한-대만 직항 복항 가속화
 - 코로나 19 대비 항공료 상승 등 원인으로 2023년 봄꽃 시즌 이후에야 본격적인 방한관광 회복 전망
 - * 2022-2023년 동계시즌 및 춘절 항공 가격, 코로나 19 이전 대비 37-66% 상승

[일본] 관광환경분석

관광환경

- [거시환경] 엔화약세, 실질임금 감소로 소비심리 위축, 경기침체 지속
 - (경제) 경기 침체 지속(경제성장률 `22년 1.7%, `23년 1.5% 전망), 일본 근로자 실질 임금 감소 ('22년11월 전년대비 3.8% 하락)로 소비 심리 위축, 엔화가치 약세 지속
 - (정치)기시다정부 지지율 35%로 최저치 기록, 타개책으로 인바운드 관광을 통한 경제효과 연간 5조엔 목표로 경제부양책
 - * (인바운드 여행수지) 10월 1,069억엔 / (22년) 09.조엔, (23년) 3.1~2조엔 예상 → GDP의 약 0.4%
- [해외여행시장 동향] 해외여행 수요 회복까지는 시간 필요
 - (여행수요) 일본 정부의 국내여행 지원책*으로 코로나 이후 국내여행 수요는 빠르게 회복, 해외여행은 안전에 민감한 일본인 특성상 회복속도가 다소 더딜 것으로 전망**
 - * '전국여행지원' 및 '평일에 1박더' 캠페인(1박당 최대 11,000엔 지원)
 - ** 22년 국내여행 회복률 105.8% / 해외여행 회복률 12.7%
 - 22년 상반기까지는 하와이, 태국의 수요가 높았으나 하반기부터 한국, 대만 상승
 - (항공) 방역정책상 주요도시 및 일부 지방노선만 국제선 운항 허가
 - * (2023.1월 현재 국제선 운항 공항)
도쿄(나리타/하네다), 오사카, 후쿠오카, 나고야, 삿포로, 오키나와, 구마모토, 타카마츠

방한관광시장 동향 및 향후 전망

- 방일관광객 대상 무비자 입국 재개(8월~) 부터 방한 일본인 급증

<2022년 월별 방한 일본인 관광객 수>

단위 : 명

6월	7월	8월	9월	10월	11월
5,855	11,789	26,482	27,560	67,159	62,422

- (항공현황) 한일 항공편 12월1일 현재 19년 동월대비 84%까지 회복
 - 한일간 항공 수요 증가로 증편은 불가피 하나 항공사 인력난으로 당분간 제한적 증편이 전망됨
- (긍정요인) K-POP, 드라마 등의 한류콘텐츠의 인기로 한국 호감도 상승
 - 메타서치사이트, OTA 등 한국 방향 검색 건수 코로나 이전 수준으로 회복
 - HIS 여행사 연말연시 예약률 1위 서울, 2위 호놀룰루, 3위 방콕, 4위 부산, 5위 괌
 - 한국은 타국 대비 물가 및 환율의 영향이 적은 국가
- (부정요인) 항공료 상승 및 엔저로 여행경비 상승*, 낮은 백신 접종률 등이 장애요인으로 작용
 - * 평균여행당가 : 약JPY196,700엔(전년대비 130.6%) ** 3차백신 접종률 : 66%
- (향후전망)
 - 20대 여성층이 일본 해외여행 및 방한 수요를 견인, 서울 지역부터 수요가 회복, 점차 지방으로 확산 될 전망
 - 단,방일한국인수요가폭발적으로늘어나면서항공가격상승및좌석확보난향으로방한수요회복에걸림돌로작용

[아시아중동] 관광환경분석

관광환경

- (거시환경) 전 세계적 스태그플레이션 속, 상대적으로 높은 경제성장률로 여행시장 성장 기대
 - (부정요인) 전 세계적 물가 상승 및 항공료 인상, 한국 지상비 상승 등
 - (긍정요인) 동남아 주요국 물가상승률 대비 높은 GDP 성장률
 - ◇ 2022년 동남아 주요국 GDP 성장률/물가상승률 * 아시아개발은행 예측(ADB, '22.9.21)
 - 베트남 6.5%/3.8%, 말레이시아 6%/2.7%, 필리핀 6.5%/5.3%, 인도네시아 5.4%/4.6% 등
- (해외여행시장 동향) 발빠른 관광 재개로 인·아웃바운드 시장 활성화, 가족·청소년관광 등 보수적인 시장 재개
 - 아시아중동 대부분 국가는 GDP 중 관광산업 비중*이 높아 적극적인 입국정책 완화 및 관광부양정책 추진
 - * 필리핀 22.5%, 태국 20.3%, 싱가포르 11%, UAE 11% (출처 : WTTC '19년기준통계)
 - 아시아중동시장은 코로나 이전 아웃바운드 규모의 지속적인 성장으로 핵심시장으로 부상하였으며
코로나 이후 빠른 회복 및 성장 진행중
 - ◇ '14~'18 연평균 아웃바운드 성장률
 - 베트남 23.4%, 태국 9.9%, 말레이시아 8.6%, 필리핀 6.6%, UAE 9.9%
 - 전통적으로 가족여행 비중이 높은 시장으로, 2023년도는 영·유아·시니어 등 여행취약층을 포함한 가족여행 시장과 코로나 기간 동안 제한되었던 청소년 관광의 본격적인 활성화 예상

방한관광시장 동향 및 향후 전망

- '아시아중동국가 아웃바운드시장 성장' + '한국행 항공편 확대' + '한류 콘텐츠 인기' 등에 힘 입어 코로나 이전 대비 회복율이 높으며(39.8%), 최근에는 코로나 이전보다도 성장하는 경우 존재 (싱가포르 시장 등)
- 특히 방한MICE시장(인센티브·기업회의)의 회복을 견인하는 지역으로, '22년 공사지원 방한인센티브단체 중 97%가 이 지역에서 유치 (전체MICE방한시장 1위 베트남/ 2위 태국 / 3위 인도네시아)
- '23년에도 회복세가 지속될 것으로 전망하나, 일부시장에서의 한국입국 불편이미지(비자심사, K-ETA 등)가 방한심리 저해요인



[미주] 관광환경분석

관광환경

- [거시환경] 인플레이션 다소 둔화, 경제 불확실성은 지속
 - 11월 美 소비자 물가지수(CPI) 상승률 둔화, 소비심리 회복 등 일부 경제 지표 긍정적 신호
 - 단, 인플레이션을 통제하기 위한 긴축정책과 고금리로 '23년에도 경제 불확실성은 지속 전망
- [해외여행 동향] 경기침체에도 불구하고, 해외여행 수요는 빠르게 회복 중
 - (아웃바운드 통계) '22년 1월~9월 누계, 해외여행을 떠난 미국인은 총 5,940만 명(전년 비 76%)으로 팬데믹 이전인 '19년의 약 78.6% 수준까지 빠르게 회복되었으며, 지속 증가할 것으로 전망. 캐나다도 동기간 약 1,540만 명이 해외여행을 떠났으며 '19년 대비 60%수준까지 회복됨.

구분	2019년	2020년	2021년	2022년	21년 대비	19년 대비
美 아웃바운드(1~9월)	76백만 명	25백만 명	34백만 명	59백만 명	75.9%	-21.4%

- . (美 여행객 방문지역) 유럽 43.0%, 중남미 16.2%, 캐리비안 11.7%, 중동 8.0%, 아시아 5.5% 등 *캐나다, 멕시코 제외
[출처 : NTT. U.S Outbound to World Regions]
- (여행심리) '22년 9월 Skift(여행산업 리서치사)의 여행동향 분석자료에 따르면 급증하는 여행비용과 인플레이션에도 불구하고, 미국인의 50% 이상이 여행을 떠나고 있으며(7월 53%, 9월 57.1%) 재택근무의 영향으로 여행일수도 증가하는 추세임.

[미주] 관광환경분석

방한관광시장 동향 및 향후 전망

- '22년 50만 명 이상 방한, 항공편 확대, 강달러, 럭셔리 등 수요층 다변화로 '23년에도 지속 증가 전망
- (방한심리) 오징어 게임 에미상 수상, BTS 백악관 초청 등 주류사회의 한류에 대한 관심으로 '22년 방한
미국 관광객은 50만 명을 돌파하고 '19년 대비 약 50% 이 회복률은 비

구분	1~4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	합계
월별 미국인 방한 관광객(명) (*19년 비 회복률)	79,265 (25.8%)	42,490 (44.3%)	55,444 (52.6%)	53,942 (55.4%)	50,299 (58.1%)	60,435 (66.5%)	73,560 (72.8%)	64,861 (78.9%)	480,296 (49.7%)

- . 항공편 지속 확대('22. 10월 에어 프레미아 LA노선 신규 취항), 강달러 및 다양한 SIT 수요 등 긍정적 요인으로 '23년 방한관광객 수는 지속 증가할 것으로 보임.
- (현지 업계 동향) '22년 10월 지사에서 실시한 전미 여행업자 409명 대상 "23년 방한 관광 트렌드 조사" 분석 결과, 새로운 고객 경험과 안전에 대한 중요성이 높아지고 럭셔리 여행 수요가 증가하고 있음. 설문 응답자의 81% 이상은 '23년 방한관광객 수요가 증가할 것으로 예측하였고, 67.8% 이상은 타 아시아 경쟁국 대비 방한관광객 수요가 증가할 것으로 전망

[구주대양주] 관광환경분석

관광환경

- 러-우 전쟁여파 및 미 달러 강세 영향 소비자 물가 지속 상승으로 실질 구매력 감소
 - 물가상승폭(6.2~12.7%)에 비해 더딘 임금 인상으로 가계 실질소득 감소
 - 소비심리 위축으로 중장기적으로 해외여행 수요에 부정적 영향 미칠 가능성 증대

- 보복수요 폭발로 해외여행 큰 폭 증가
 - 전 세계 해외여행수요 코로나 이전 대비 65% 진단 대비 유럽 회복률은 81%(UNWTO)로 향후 글로벌 관광산업 회복 주도 전망
 - 러시아, 호주 해외여행 수요도 코로나 이전 대비 각 50%, 60% 수준으로 회복

- 여행가격 민감도 상승, 국내 및 역내 근거리 국가 여행 선호
 - 인플레이션과 에너지가격 인상 등에 따른 여행비용 증가로 목적지 선택에 있어 가격 영향력 증대
 - 여행객들은 횡수는 줄이고 체류일수를 늘리는 방식으로 비용상승에 대응
 - 유동적인 상황에 대처하기 위하여 여행 예약 리드타임은 점점 짧게 가지는 경향을 보임

방한관광시장 동향 및 향후 전망

- 한국문화 인기 확산에 따른 방한관광 관심 및 호감도 상승
 - 팬데믹 기간 한류콘텐츠 소비 확산으로 방한관광 관심 대폭 증가
 - 특히 한국문화 콘텐츠 소비를 주도하고 있는 젊은층이 방한관광에 관심을 가지며 이들 대상 여행상품 증가
- 러시아 관광객 EU국가 입국 불가/제한에 따른 방한관광 관심도 증가
 - 아웃바운드 관광객 중 아시아 방문비율 폭증 : '19년 56%, '20년 62%, '21년 68%, '22년 80%
 - 단, 한-러 직항노선 부재에 따른 장시간 여행 부담
 - : 모스크바 출발 제3국 경유시 15-21시간, 블라디보스톡 출발 동해 페리 이용 시 20시간 소요
- 항공 감축운항 및 비용상승은 부정적 요인
 - 항공수요 증가에 따라 운항편수가 점차 늘어나고 있으나, 공급좌석 기준 코로나 이전의 58-84% 수준 (영국 57.6%, 독일 73.9%, 프랑스 84% / '22년 11월말 기준)
 - 러시아 영공 우회로 인해 유럽발 한국행 항공시간 및 비용 증가

추진목표

“ 방한관광시장 조기회복과 재도약 ”
(외래관광객 1,000만 명 유치)

추진전략

매력적인 스토리

가치 있는 여행경험을
위한 한국관광 대표
콘텐츠 발굴

세분화된 포지셔닝

전략적 시장 맞춤형
마케팅으로 K-관광
경쟁력 강화

차별화된 브랜딩

전방위 수요창출을 통한
방한 관광시장 재도약

추진과제

1 고부가 FIT 수요 확대를 위한
관광상품 다각화

2 새로운 여행경험,
지속가능 콘텐츠 확대

3 K-콘텐츠를 활용한
한국관광 스토리 확산

1 방한 수요 확대 가능한 전략시장
재설정 및 집중마케팅

2 새로운 타깃 맞춤형 방한관광
관심 확대

3 글로벌 네트워크 기반
미래형 MICE시장 선도

1 디지털 플랫폼을 활용한
한국관광 수요 촉진

2 민-관 협력을 통한
방한 프로모션 확대

3 지역관광 브랜딩 강화로
외래객 유치 활성화

K-관광 국제 로드쇼 개최

국제관광전략팀

- 목적 | 해외 주력시장 위주 한국관광 집중 홍보를 통한 방한여행 수요 조기 회복
- 시기 | 2023년 2월 ~ 12월

일본, 중국, 대만, 미국, 영국 등 방한 주력시장 총 15회

(B2B)

국내-해외 관광업계
네트워크 구축 지원

- 트래블 마트 개최를 통한 국내 관광업계* 해외 현지 비즈니스 네트워크 구축 지원 (해외 주요 여행업자 소개 및 비즈니스 상담 주선)
* 항공사, 여행사, OTA, 관광벤처기업, 지자체 · RTO 등
- 개막식 등 공식 행사 개최를 통한 '한국관광 핵심동향**' 종합 홍보
*「2023-2024 한국방문의해」 캠페인, 2024 강원동계청소년올림픽, 2030부산엑스포 유치 활동 등

(B2C)

해외 현지 소비자 대상 한국
문화 · 관광 체험 이벤트 개최

- K-컬처 콘텐츠* 연계 다양한 체험** 이벤트를 통한 '한국' 종합 홍보
* K-Pop, K-Drama, K-Classic, K-Food, K-Beauty, K-Fashion(한복) 등
** 메타버스 및 가상현실(VR) 등 하이테크 기반 한국 문화 및 관광 간접 체험 기회 제공
- (국내 공동 참가기업) 한국관광 상품 · 서비스 현장 할인 판매

(B2B / B2C)

로드쇼 개최 연계 미디어 홍보

- 국내외 유력 매체 및 소셜 미디어 활용 로드쇼 행사 연계 한국관광 홍보

협조 요청사항

비즈니스 네트워크
구축

해외 관심지역 로드쇼 공동 참가



한국관광공사
KOREA TOURISM ORGANIZATION

일본 내 한류 20년, '한류로 만나는 한국' 프로모션

일본팀

- 목적 | 일본 내 겨울연가 방영 20년 계기 한류(K-컬처) 연계 한국 재방문 캠페인 전개
- 시기 | 2023년 1월 ~ 12월

K-컬처
(음식,미용,패션,드라마,
문화유산 등) 활용
민간/공공기관 협업
온오프라인 방한 캠페인
전개



한류드라마 촬영지
남이섬 등 방문
특별이벤트 개최(2회) 및
한류 덕후 상품, 모녀
한국 방문상품 등
한류상품개발



'Loyal customer'
사업 연계 한국 충성고객
확대 및 재방문객 유치
사업 전개



협조 요청사항

지자체, 업계

K-컬처 상품개발 및 이벤트 등 개최