

한일 관광교류 영향요인 분석 연구

2023-01

수시연구

A Study on Analysing Influence Factors
of Tourism Exchange between South Korea
and Japan

조아라
김현정



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

수시연구 2023-01

한일 관광교류 영향요인 분석 연구

A Study on Analysing Influence Factors of Tourism Exchange
between South Korea and Japan

조아라·김현정



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

연구 책임

조아라 한국문화관광연구원 연구위원

공동 연구

김현정 한국문화관광연구원 연구원

원고 자문

이강욱 前 한국문화관광연구원 선임연구위원

한일 관광교류 영향요인 분석 연구



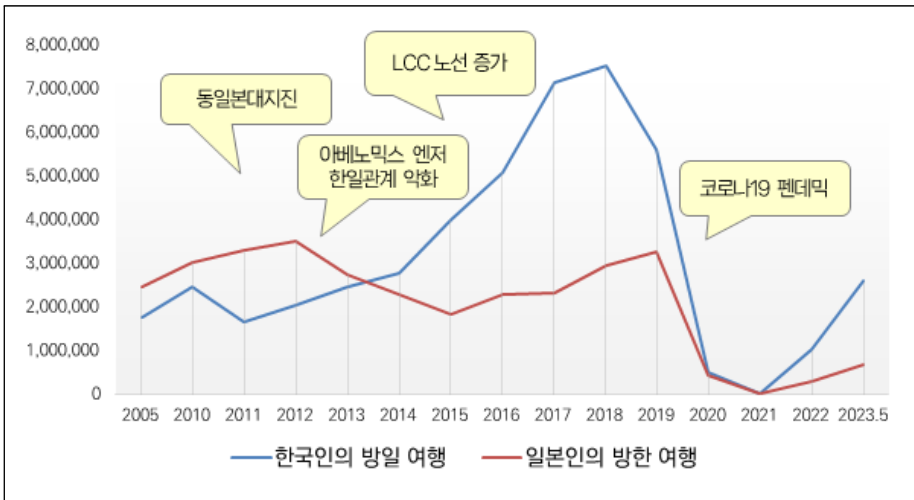
연구 개요

1. 서론

가. 연구 목적

- 최근 방역 정책의 해제로 국제 관광이 본격적으로 회복되고 있는 가운데, 한일 관계 개선에 따라 한일 관광 교류가 활성화될 것이라는 기대감이 대두되고 있음
- 한편에서는 방일 한국 시장의 회복 속도보다 방한 일본 시장의 회복 속도가 상대적으로 더딤에 따라 그 영향 요인에 대한 분석이 요구되고 있음
- 이 연구는 최근 한일 관광 교류에 영향을 주는 요인을 분석하고 향후 한일 간 균형 있는 관광 교류 활성화 방안을 제언하는 것을 목적으로 함
 - 구체적으로 한일 관광 교류 현황을 분석하고, 지난 20년간 한일 관광 교류에 영향을 준 환경 요인을 경제, 정치, 사회, 문화적 관점에서 분석함
 - 일본인 해외 시장 및 주요 세부 시장의 특성을 살펴보고, 일본인 대상 설문 조사를 통해 방한 여행, 특히 한국 지역 여행에 대한 인식을 분석함
 - 이상의 논의를 토대로 한일 관광 교류의 균형 있는 활성화를 위한 정책 방안을 제언하고자 함

[그림 1-1] 한일 관광 교류 동향



자료: 관광지식정보시스템(tour.go.kr), JNTO 訪日外客数에서 재정리.

나. 연구 범위

- 시간적 범위: 2000년 이후를 대상으로 하되, 최근 동향을 중점적으로 분석
- 대상적 범위: 한국 및 일본 양국 교류를 분석하되, 일본인의 방한 여행을 중점 분석
- 내용적 범위
 - 2010년 이후 한일 관광 교류 현황 및 2023년 동향 분석
 - 한일 관광교류 영향요인(경제, 정치, 사회, 문화적 요인)
 - 일본인 해외여행 시장 특성 분석(해외 시장 전반, 청소년, 청년, 시니어층)
 - 일본인 방한 관광 및 방한 지역 관광 인식 분석
 - 한일 관광 교류의 활성화를 위한 정책 방안 제언

다. 연구 방법

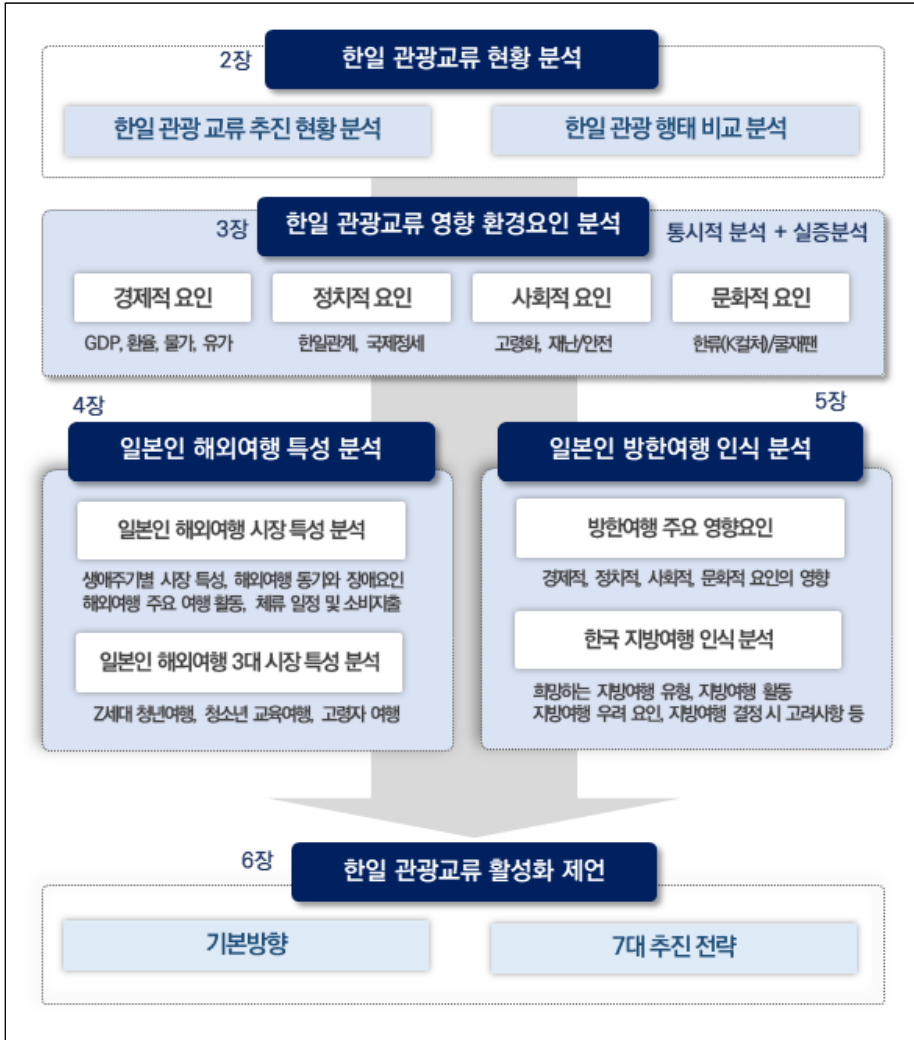
- 한일 관광 통계 자료 및 관련 자료 수집 및 분석
- 일본인 관광객 대상 설문 조사 실시
- 전문가 원고 자문 및 자문 회의 실시

〈표 1-1〉 한일 양국의 관광 교류 관련 주요 통계 자료

구분	한국	일본
관광 교류 현황	• 관광 지식 정보 시스템 출입국 데이터	• JNTO 발표 출입국 데이터
해외여행 행태	• 국민 여행 조사 - 2020-2022 해외여행 조사 잠정 중단	• 旅行者動向・観光統計(日本交通公社) • JTB海外旅行レポート(JTB総合研究所) - 2020-2022 코로나 영향 중심 조사 진행
인바운드 여행 행태	• 외래 관광객 조사(한국문화관광연구원) • 잠재 방문객 조사(한국관광공사)	• 訪日外国人消費動向調査(観光庁)

라. 연구 흐름도

[그림 1-2] 연구 흐름도



2. 한일 관광 교류 현황

가. 한일 관광 교류 현황 분석

- 한국인의 방일 여행은 2019년 기준으로 558만 명이며, 일본인의 방한 여행은 327만 명으로 한일 양국은 상호 인바운드 및 아웃바운드 시장에서 중요한 위상을 지님
- 한국인의 해외여행은 20년간 증가 추세로, 2019년 3천만 명 출국을 눈앞에 두고 있었는데, 해외여행객 중 20% 이상이 일본을 방문하였음
- 일본인의 해외여행은 정체 추세였는데, 해외여행객 중 약 16%가 한국을 방문함
- 한국 인바운드 시장도 20년간 증가 추세인데, 방한 인바운드 시장에서 일본 시장은 2005년 40%에서 2019년 19.4%로 감소하였으나, 여전히 중요한 시장임
- 일본 인바운드 시장은 급성장하는 추세인데, 방일 인바운드 시장에서 한국 시장은 25% 내외를 점하는 중요 시장임
- 최근 국제 관광 회복기, 한일 양국의 교류는 회복 속도가 빠른 편으로, 관광 산업의 회복 탄력성 확보에 기여하는 바가 큼

(표 2-4) 한일 관광 교류 현황

구분	한국	일본
상호 관광 교류 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 한국인의 방일 여행 558만 명(2019) - 2018년 754만 명 • 2012년 이후 방일 여행객 급성장 • 글로벌 경제 위기(2009), 동일본대지진(2011), 일본의 수출 규제(2019) 감소 	<ul style="list-style-type: none"> • 일본인의 방한 여행 327만 명(2019) • 20년간 정체, 2016년 이후 회복 추세 • 911테러, SARS 등 국제 안전 이슈로 감소, 한일 외교 갈등(2013-2015) 감소
아웃바운드 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 한국인의 해외여행은 20년간 증가 추세 • 2019년 2,871만 명(총인구의 55.5%) • 일본은 해외여행의 제1의 목적지 - 한국인 해외여행 중 일본 여행 비중 2018년 26.3%, 2019년 19.4% 	<ul style="list-style-type: none"> • 일본인의 해외여행은 정체 추세 • 2019년 2천만 명(총인구의 16%) • 한국은 해외여행 제1 또는 제2의 목적지 - 일본인 해외여행 중 한국 여행 비중 16.3%(2019년 기준)
인바운드 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 방한 외국인 수 1,750만 명(2019년) • 20년간 증가 중 • 한국 인바운드 시장 중 일본 시장 비중 2005년 40% → 2019년 18.7% 감소 	<ul style="list-style-type: none"> • 방일 외국인 수 2,869만 명(2019년) • 20년간 급성장 • 일본 인바운드 시장 중 한국 시장 비중 25% 내외, 2018년 24.2%
최근 회복 동향	<ul style="list-style-type: none"> • 한국인 방일 여행 빠르게 회복 중 - 2023년 7월 누계 376만 명 - 한국인 해외여행 중 방일 여행 31.1% - 일본 인바운드 중 한국 시장 28.8% 	<ul style="list-style-type: none"> • 일본인 방한 여행 회복 중 - 2023년 7월 누계 107만 명 - 일본인 해외여행 중 방한 여행 23.8% - 한국 인바운드 중 일본 시장 19.7%

나. 한일 관광 행태 비교 분석

- 한일 간의 상호 교류 여행 행태를 살펴보면, 한일 모두 남성보다 여성의 방문이 많은데, 특히 방한 일본인의 경우 여성 비중이 65.3%로 압도적으로 많았음
 - 한일 양국 모두 20대의 방문이 가장 많았는데, 특히 방한 일본인의 경우 20대 비중이 2023년 2분기 44.4%로 압도적으로 많아짐
- 한일 양국 모두 재방문율이 높는데, 특히 방일 한국인의 약 80%가 재방문객임
 - 한국인은 일본 여행 시 다양한 지역을 방문하고 있는 것으로 나타나, 반면 일본인의 방한 여행은 서울 및 부산 등 대도시 중심인 것으로 분석됨
- 여행 일정은 한일 양국 모두 짧은 편인데, 특히 일본인의 방한 여행은 3.7일로 한국인의 방일 여행 6.1일에 비교했을 때도 상대적으로 매우 짧게 나타남
 - 여행 소비 지출액은 한국인 방일 여행이 일본인 방한 여행을 다소 웃돌고 있음

〈표 2-5〉 한일 관광 여행 행태 비교 분석

구분	한국인 방일 여행	일본인 방한 여행
성별 분포	• 남성 42.2%, 여성 57.8%	• 남성 34.7%, 여성 65.3%
연령별 분포	• 20대 22.8%, 30대 21.6% 순	• 20대 28.6%, 40대 17.7% 순 (2023년 2분기 20대 비중 44.4%)
재방문	• 79.2%	• 68.2%
체류 일정	• 5.1박	• 3.7일(호텔 86.3%)
동반자	• 친구 26.8%, 가족/친척 26.1%, 혼행 24.2%, 부부/커플 12.7%	• 부부/커플 24.5%, 가족 22.8%, 친구/지인 22.8%, 혼행 17.2%
소비 지출액	• 124,886엔(약 115만 원)	• 759\$(약 100만 원)
여행 상품	• LCC 이용률 2023년 2분기 66.7% • 개별 여행 85.3%	• 쇼핑, 음식/미식 중심 여행 - 명동 로드숍, 공항 면세점, 대형 쇼핑몰 • 개별 여행 63.0, 에어텔 30.9%
지방 방문	• 권역별 숙박자 규슈 26%, 긴키 23.4%	• 권역 방문을 서울 72.7%, 경상 18.3% • 잠재 관광객의 지역 방문 의향 70.9%

주: 2019년 기준

3. 한일 관광교류 영향 환경 요인 분석

1) 경제적 요인

- 경제적 요인으로는 GDP는 통계적으로 유의하였는데, 1인당 GDP 1% 변화에 따라 양국 교류는 1% 내외 변동하는 것으로 나타남
- 환율은 통계적으로 유의하였는데, 특히 2012년 이후 아베노믹스 등 영향으로 이어진 엔저는 한국인의 방일 여행 증가에 많은 영향을 준 것으로 분석됨
- LCC 증가는 한국인의 방일 여행 증가에 긍정적인 영향을 주었으나, 유류 할증료 등은 단거리 국가이므로 상대적으로 영향이 적은 것으로 해석됨
- 물가 상승은 여행 비용 증대로 이어진다는 점에서 부정적 영향을 줄 것으로 예상되나, 소비세 면세 제도 확대 등 정책 추진으로 효과가 상쇄될 여지도 존재함

2) 정치적 요인

- 정치적 요인은 통계적 유의성은 낮게 나타났으나, 한일 간 외교 갈등이 양국 교류에 부정적인 영향을 주는 것으로 제한적 해석이 가능함
 - 독도 갈등으로 일본인 방한 여행은 10.3% 감소하였으며, 한일 수출 규제 영향으로 한국인 방일 여행도 큰 폭으로 감소함
- 국제 정세 및 한반도 이슈는 통계적 유의성은 낮으나, 일본인의 방한 여행 수요에 부정적인 영향을 주고 있는 것으로 판단됨
- 최근의 외교적 관계 개선은 한일 간 관광 교류 회복에 긍정적 영향을 주고 있음

3) 사회적 요인

- 사회적 요인 중 안전 관련 요소는 통계적으로 유의하며 부정적 영향이 컸는데, 일본인 방한 여행은 사스(30.2%), 메르스(18.7%) 발생 시 감소하였으며, 한국인의 방일 여행은 동일본 대지진(38.1%) 발생 시 급감한 바 있음
- 고령화율 증가는 해외여행 수요에 영향을 줄 것으로 예측되는데, 향후 일본 및 한국 모두 고령화가 진전될 것으로 전망되므로 수요 환기 정책이 중요함

4) 문화적 요인

- 문화적 요인 중 K-컬처의 확산은 통계적 유의성은 낮게 나타났으나, 방한 일본인 증가에 긍정적 영향을 준 것으로 제한적으로 해석됨
 - 일본 내 한류 증가는 일본인 방한 여행객이 남성에서 여성으로 전환되고, 20대 비중이 증가하는 데 영향을 준 것으로 분석됨
- 일본에서 한류는 제1차 한류(2002년 겨울연가) 이후 K-Pop 중심의 제2차 한류, 인스타그램 감성 중심의 제3차 한류를 거쳐, 코로나19 스테이 홈 기조 속에서 제4차 한류로 확대되고 있음

〈표 3-13〉 한일 관광교류 영향요인 분석

구분	주요 요인	실증 분석
경제	<ul style="list-style-type: none"> • 환율: 여행 비용 변동 주요 원인 - 2012년 이후 엔저로 한국인 일본 여행 유리 • 물가 상승: 한국 물가 상승 높음 - 일본 소비세율 인상 시 여행 비용 상승 완화 위해 소비세 면세 제도 적극 도입 • LCC: 여행 비용 감소로 한국인 방일 여행 증가에 영향 • 환율 및 유류 할증료 상승 등은 상대적으로 근거리 국가에서 영향 낮음 	<ul style="list-style-type: none"> • [GDP] 통계적 유의, 1인당 GDP 1% 변화 → 방한 일본인 0.97% 변동 → 방일 한국인 1.09% 변동 • [환율] 통계적 유의, 원/엔 1% 변동 → 방한 일본인 0.23% 변화 → 방일 한국인 -1.27 감소 • [LCC] 한국인 방일 여행 증가 영향(+)
정치	<ul style="list-style-type: none"> • 한일 외교적 이슈로 인한 교류 영향 - 2012-2015 역사 교과서, 강제 동원, 위안부, 독도 갈등, 한일 정상 회담 중단, 방한 일본인 감소 영향 • 한일 수출 규제 영향, 방일 한국인 감소 • 최근 양국 관계 회복으로 긍정적 전환 중 	<ul style="list-style-type: none"> • [외교 갈등] 통계적 유의성 낮음 - 방한 일본인 음(-) 영향 제한적 해석 가능 - 독도 갈등 방한 일본인 약 10.3% 감소 추정 - 방일 한국인 음(-) 영향 제한적 해석 가능 • [9.11, 북한 핵 실험] 통계적 유의성 낮음 - 방한 일본인 음(-) 영향 제한적 해석 가능
사회	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 인구 감소 및 초고령 사회 전환 해외여행 수요 정체(유니버설 투어리즘 중요) • 재난 및 안전사고 영향 - 방한 일본인 감소: 9.11 테러, 미국 이라크 전쟁, SARS, 세월호, 메르스 - 방일 한국인 감소: 세계 경제 위기, 일본 동일본 대지진 • 최근 일본인 해외여행 무관심증 확대 	<ul style="list-style-type: none"> • [사스 및 메르스] 통계적으로 유의 - 방한 일본인 사스 30.2%, 메르스 18.7% 감소 제한적 추정 가능 • [동일본 대지진] - 방일 한국인의 약 38.1% 감소
문화	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 한류 붐 제1차~4차 - (1차) 겨울연가, (2차) K-Pop, (3차) 인스타 감성, (4차) 한류 붐 확산 - 방한 일본인 남성에서 여성으로 전환, 20대 비중 압도적 증가 • 일본 애니메이션 인기, 여행 목적지 반영 	<ul style="list-style-type: none"> • [K-컬처 확산] 통계적 유의성 낮음 - 방한 일본인 양(+) 영향 제한적 해석 가능 - 한류 효과로 약 10.3% 증대 해석 추정

4. 일본인 해외여행 시장 특성 분석

가. 일본인 해외여행 주요 특성 분석

1) 목적지 및 동반자

- 일본인 해외여행 주요 목적지는 2019년 기준 미국, 한국, 중국, 대만 순임
 - 한국인의 해외여행에 비해 미국과 대만 방문 비중이 높은 것이 특징임
- 일본인 해외여행은 남성 및 40대, 동반자는 부부/커플 비중이 가장 높은 편임
 - 방한 여행은 여성 및 20대, 동반자는 친구 비중이 높은 편임
 - 해외여행 수요가 많은 중장년층 및 가족 여행객도 방한 여행의 목표 시장으로 포함하여, 한국 여행의 외연을 확장할 필요가 있음

2) 체류 일정 및 주요 활동

- 일본인 해외여행 평균 일정은 5.2박이며, 1회 평균 약 25만 엔을 지출함
 - 방한 여행은 2.8박으로 일정이 짧고, 여행 지출액도 약 10만 엔으로 낮은 편임
 - 체류 일정 및 여행 지출을 증가시키기 위한 노력이 요구됨
- 일본인 해외여행의 주요 활동은 '미식', '문화', '자연', '거리'로 요약됨
 - 방한 여행은 '미식'과 '쇼핑'으로 요약되며, 문화적 명소나 자연 경관 감상, 거리 및 도시 방문 등 지역 관광 요소의 활동이 미미함

3) 여행 동기 및 장애 요인

- 일본인 해외여행의 주요 동기는 '일상 해방', '현지 미식', '추억 만들기'로 요약됨
 - 연령 및 생애 주기에 따라 '보양/휴식', '가족 간 친목'도 주요 동기가 되므로, 동기 유발이 가능한 매력적인 여행 상품 조성 및 홍보 마케팅 실시가 요구됨
- 해외여행 장애 요인으로는 '시간적 제약', '경제적 요인', '여행 동기 부족'이 많음
 - 생애 주기별로 '여행 동기 부족', '반려동물', '건강', '혼잡 회피' 등이 꼽히므로 세부 시장별로 맞춤형 전략을 구사할 필요가 있음

4) 주요 출발지 및 방한 도착지

- 일본인 해외여행의 주요 출발 권역은 도쿄권, 오사카권, 나고야권 등 인구가 많은 대도시 주변이나, 방한 여행은 거리가 가까운 규슈권의 비중이 높은 편임
 - 오프라인 홍보 마케팅은 권역을 고려하여 진행하는 것이 중요함
- 일본인 방한 여행의 도착지는 수도권 및 부산권에 편중되어 있어서, 지역 방문 권역을 확장할 필요가 있음

〈표 4-20〉 일본인 해외여행 특성 분석

구분	주요 특성
해외여행 주요 목적지	<ul style="list-style-type: none"> • 2019 미국(18.7%), 한국(16.3%), 2023.5. 한국(22.7%), 미국(15.6%) 순 - 한국 여행 비중이 높으나, 한국인의 일본 여행에 비하면 비중이 낮은 편임 - 미국(하와이)/대만 방문 비중 높은 편이며, '해외여행=하와이' 이미지가 강한 편임
성별 연령별 동향	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 남성(52.9%), 여성(47.1%), 방한 여행은 남성(34.7%), 여성(65.3%) - 한국 여행은 여성의 비율이 압도적으로 높음 • 연령별 해외여행 40대, 20대(18.9%), 50대, 30대, 60대(11.4%)순 - 한국 여행은 20대(28.6%), 10대(10.2%) 비중이 압도적으로 높고 시니어층 비중 낮음
생애 주기별 시장 특성	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 동반자는 부부/커플(35.5%), 가족(22.8%), 친구(22.8%), 1인(17.2%)순임 - 한국 여행은 친구(32.0%) 비중 높고, 부부/커플(24.5%) 비중 낮은 편임
체류 일정	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 평균 체류 일정 5.2박, 8박 9일 이상 14.6% 차지 - 방한 여행 평균 2.8박으로 체류 증대 과제(대만 여행은 3.3박)
여행 지출액	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 1인 1회 평균 약 25만 엔 - 방한 여행 약 10만 엔으로 지출액 낮은 편으로, 부가 가치 창조 필요
숙박 시설	<ul style="list-style-type: none"> • 시티 호텔 43%, 리조트 호텔 40%, 비즈니스 호텔 13% - 방한 여행 시티 호텔 55%, 비즈니스 호텔 24% 지역의 휴양형 호텔 숙박 정비 필요
여행지 주요 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 주요 활동 '맛있는 것 먹기', '문화적 명소 보기', '자연 경관 보기', '거리/도시 방문하기' 순으로 비중 높음 - 방한 여행 '맛있는 것 먹기', '쇼핑하기' 외 상대적으로 비중 낮아서 현지 경험 확충 필요
출국자 권역별 분포	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 출국자의 거주지 '남 간토', '긴키', '도카이' 등 대도시 입지 권역순으로 많음 - 방한 여행 '남 간토', '긴키', '규슈' 순으로 지리적으로 인접한 규슈 지역 많음
도착지 권역별 분포	<ul style="list-style-type: none"> • 방한 여행 도착지는 인천공항/김포공항 80%, 김해공항/부산항 16.5% 그 외 지역 낮음
해외여행 동기	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 동기 '일상 해방', '현지 미식', '추억 만들기' - '보양/휴식', '가족 친목'도 주요 동기 - 코로나19 이후 '일상 해방' 및 '플렉스', '심미성' 등 증가
해외여행 장애 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 장애 요인 '시간적 제약', '경제적 요인', '여행 동기 부족' 등 - 미혼 '여행 동기 부족', 자녀 없는 기혼자 '경제적 이유/반려동물' - 육아 중 남성 '시간적/경제적 요인', 육아 중 여성 '경제적 이유/혼잡 회피' - 육아 후 남성 '시간/여행 동기/건강', 육아 후 여성 '건강/가족 돌봄/혼잡 회피'

나. 일본인 해외여행 세부 시장 특성

1) 청년층 해외여행 시장 특성

- 일본 청년층의 경우 코로나 팬데믹 이후 해외여행 재개 의욕이 높은 편이나, 안전에 대한 불안감으로 신중한 입장도 상당수 존재함
 - 장애 요인인 언어 장벽 및 트러블 대책 불안감을 해소할 필요가 있음
- 유인 요인으로 한국 및 일본 Z세대의 가치관 및 세계관에 조우하는 여행지 조성 및 홍보 마케팅을 다각적으로 추진할 필요가 있음
 - 한국 여행을 선호하는 여성층의 수요에 적극 부응하면서, 한국 여행에 대한 선호도가 낮은 남성층을 끌어들이 수 있는 매력 발굴이 요구됨

2) 청소년 교육 여행 시장 특성

- 청소년의 교육 여행은 코로나 팬데믹 전까지 완만히 증가하던 중이었으나, 방한 교육 여행은 급감한 바 있음
 - 감소 원인으로는 한일 갈등으로 학교 간 교류 취소, 세월호 사건 및 반일 감정 등 안전 우려로 학부모 동의 애로, 영어권 국가 및 대만 선호 증가 등이 꼽힘
- 현지의 안전 관리나 일정 관리 등 애로 사항을 해소하면서, 변화하는 트렌드에 맞춘 매력적인 교류 프로그램을 발굴할 필요가 있음
 - 청소년 수학여행의 경우 지자체에 따라 여행 일수 및 여행 비용에 제한을 두고 있는 경우가 있으므로, 이에 맞춘 여행 프로그램 및 상품 개발이 요구됨

다. 고령자 해외여행 시장 특성

- 일본 고령자의 출국률은 다른 연령에 비해 낮은 편이나, 초고령 사회의 도래에 따라 향후 중요한 잠재 시장이 될 것으로 평가됨
 - 코로나 팬데믹 기간 동안 고령자의 관광 여행은 크게 위축되었으나, 국내 여행의 경우 여행 회복에 적극적인 고령자도 상당수 존재함
- 고령자 중 남성은 '부부 동반 여행'을 선호하고, 여성은 '가족 여행 및 친구 여행'을 선호하는 경향을 보임

■ 고령자 수요를 반영한 접근 가능한 관광을 적극 추진할 필요가 있음

〈표 4-21〉 일본인 해외여행 세부 시장 특성 분석

구분	주요 특성
일본 관광청 아웃바운드 정책	<ul style="list-style-type: none"> • 제4차 관광 입국 추진 계획 2025년 출국 일본인 수 2천만 명 회복 목표(2019년 수준) • 청소년 교육 여행, 청년 여행, 시니어 여행을 주요 대상으로 선정 - 해외여행 24개 목적지 프로모션 실시
청년층 해외여행	<ul style="list-style-type: none"> • Z세대의 90% 해외여행 재개 의욕 보이나, 신종론 23% 차지 • 해외여행 고려 요인은 '치안', '여비', '음식' - 특히, 언어 장벽 및 트러블 대책 부재 불안감 존재 • 가고 싶은 여행지로 '한국'은 여성 1위(36.5%), 남성 7위(16.0%)로 격차 존재 • 여행 선택에서 '본인의 관심' 중요, SNS 인플루언서 신뢰도 높고, 실시간 정보 선호 - 일상 공유는 인스타그램, 본인의 세계관 연출 중요
청소년 교육 여행	<ul style="list-style-type: none"> • 2019년까지 일본 청소년 해외 교육 여행은 전반적으로 완만히 증가 • 방한 수학여행은 20년간 급감(2002년 35천 명 → 2015년 3천 명 미만) - 한일 외교 갈등, 세월호 사건으로 인한 안전 우려, 영어권/대만 선호 증가 등 이유 - 대만 방문 수학여행은 급성장(2002년 2천 명 → 2017년 5만 4천 명) - 최근 대만 정세 불안 및 한일 외교 관계 개선으로 한국에 대한 관심 증가 중 • 해외 수학여행의 여행 일수 제한 있는 경우 존재(5박 6일 또는 4박 5일 한도) • 여행 비용 한도 있는 경우 존재(약 12만 엔) - 방한 여행은 8~10만 엔 비용 한도 제시하는 경우도 존재 • 해외 수학여행 추진의 과제 '경제적 부담', '안전/건강 관리', '일정/여정 관리' - 경제적 부담: 여행 비용 + 경비 산정의 유동성 - 안전/건강 관리: 현지 안전 우려 보호자의 동의 + 병원 동행 + 음식 알레르기 등 - 일정/여정 관리: 학교 교류 기회 창출, 홈스테이, 환승 대기 문제 등 • 해외 수학여행 수요 변화: 규모 축소, 테마형 프로그램 지향 등
시니어 해외여행	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 고령화율 2025년 30% 예측, 총인구는 감소 추세나 65세 이상은 다소 증가 - 출국자 중 고령자 10.8%, 방한 여행은 61세 이상 10.8%로 다소 낮은 편임 • 코로나 팬데믹 이후 고령자 해외여행 위축, 여행 지향파는 회복에 적극적임 - 고투트래블/전국 여행 지원 사업 이용자 적극 이용층 시니어층 비중 높음 - 여행 참가 이유 '가고 싶은 지역, 가고 싶은 숙박 시설' - 감염 불안 등 안전 안심 중시 경향은 지속 • 남성은 부부 동반 여행 선호, 여성은 가족 여행 및 친구 여행 선호 • 여행은 여유로운 여정 및 프로그램 중시 • 고령자 전문 여행 상품 이용 의향 75% 존재 - 숙박 시설 쾌적성 가장 중요하며, 이동 부담 경감 등도 중요 • 스마트폰 친숙도 향상, 예약은 부담 없으나, 결제는 부담스러움

5. 일본인 방한 관광 인식 조사

가. 방한 영향 요인 인식

- 방한 경험이 있는 일본인 307명을 대상으로 실시한 방한 관광 인식조사 결과, 일본인의 재방문 의향(96.4%) 및 지방 방문 의향(91.9%)은 매우 높게 나타남
- 한국 방문의 영향 요인은 경제적 요인인 항공 요금, 여행 상품, 환율 요인이 긍정적, 부정적 영향 모두 높게 응답됨
 - 정치적 요인은 한일 관계보다는 국제 정세가 보다 영향력이 큰 것으로 나타나는 가운데, 북한 핵 문제 등은 부정적 영향이 큰 것으로 나타남
 - 문화적 요인은 한류와 한일 문화 교류의 긍정적인 영향이 높게 평가되었으며, 사회적 요인은 안전 관련 이슈에서 부정적 영향이 큰 것으로 평가됨

나. 한국 지방 여행 인식

- 희망하는 지방 여행 유형은 식도락 여행이 압도적으로 나타나서, 로컬 음식이 지방 방문의 주요 유인 요인이 될 수 있음을 보여 줌
 - 역사 문화 여행, 쇼핑 여행, 자연 감상 여행도 중요하게 제기되어, 지방 여행의 매력을 다각적으로 제시할 필요가 있음
 - 역사 문화 여행은 특히 40~50대에서 높게 평가되었으며, 쇼핑 여행은 30대에서 선호도가 높았으며, 자연 감상 여행은 특히 20대와 60대에서 선호도가 높았는데, 20대는 이와 함께 아웃도어 레저 여행의 비중이 상대적으로 높았으며, 60대에서는 휴양휴식 여행의 비중이 높았음
- 희망하는 지방 여행 활동은 전 연령대에서 '마을 산책'이 1위로 나타나서, 도보 여행이 가능한 매력적인 경관을 지닌 관광 목적지 조성이 중요함을 보여 줌
 - 20대는 로컬 맛집과 한류 스타 관련 활동을 선호했으며, 30대는 온천/스파/마사지 여행에 대한 선호도가 상대적으로 비중이 높았음
 - 40대는 역사 유적지 및 드라마/영화 촬영지 방문 비중이 상대적으로 높았고, 50대 이상은 역사 유적지와 함께 사찰 방문, 박물관/미술관 방문 의향도 높았음

- 지방 여행 우려 요인으로는 여행 경비 인상 및 여행 일정 부족 등과 함께, 치안 및 안전 우려, 대중교통 이용의 어려움, 모바일/인터넷 이용 불편 등이 많았음
- 지방 여행을 결정할 때는 음식이 매우 중요한 것으로 나타났으며, 숙박 시설과 교통도 중요한 고려 사항으로 제시됨

〈표 5-13〉 방한 관광 인식 조사

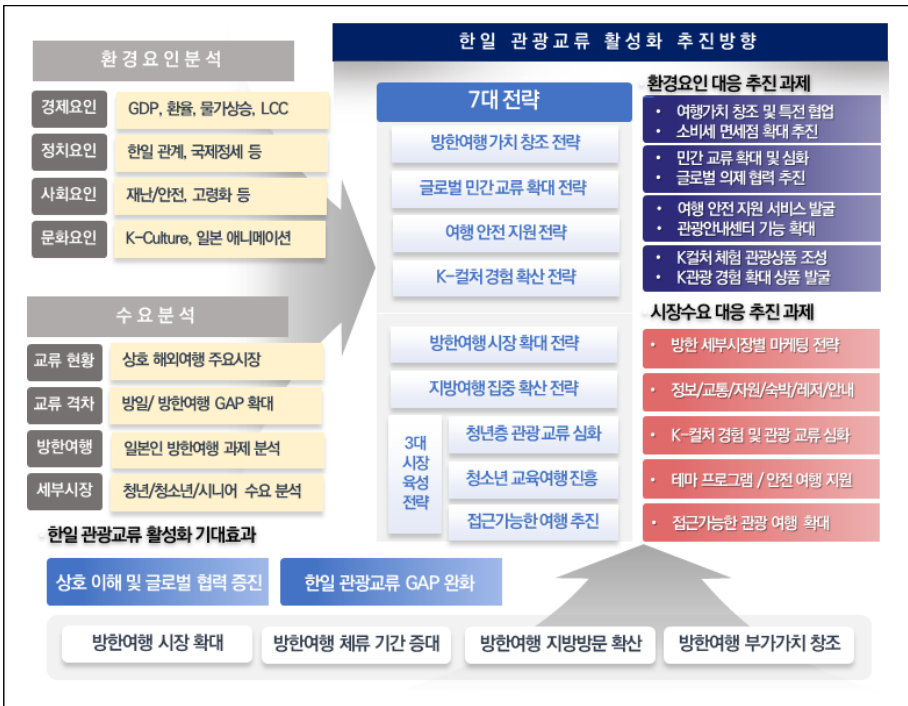
구분		주요 특성
방한 여행	희망 방한 여행	<ul style="list-style-type: none"> • 재방문 의향 96.4%, 1년 이내 재방문 의향 61.9%로 높음 • 희망 동반자: 가족 여행 53.3%(그중 배우자 7.2%), 친구(34.1%), 혼행(24.3%) • 여행 유형: 자유 여행(69.6%), 현지 투어 여행(14.2), 에어텔(11.8%) • 지방 여행 경험률 78.2%, 지방 방문 의향률 91.9%
	한국 여행 결정 시 긍정적 영향 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 경제적 요인의 영향력이 가장 큼(항공 요금 인하, 여행 상품 할인, 환율 등) - 60대 이상의 경우 중요성이 상대적으로 낮게 평가됨 • 정치적 요인은 국제 정세의 안정성이 보다 긍정적 영향력이 큼 • 문화적 요인은 한류와 한일 문화 교류의 영향도 긍정적 - 특히 재방문객에게 긍정적인 영향을 더 많이 주는 것으로 평가됨 - 연령이 낮을수록 긍정적인 영향을 더 많이 줌 • 사회적 요인은 치안/방역의 높은 평가가 긍정적 - 30대가 가장 많이 긍정적인 영향을 받는다고 평가함
지방 여행	한국 여행 결정 시 부정적 영향 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 경제적 요인의 영향력이 가장 큼(여행 상품 인상, 엔고, 항공 요금 인상) - 60대 이상에서 영향력이 상대적으로 낮음 • 정치적, 사회적 요인에서 부정적 영향을 강하게 받는 그룹 존재 - 북한 핵 문제, 국제 정세 불안, 치안/방역 이슈 발생, 재해/안전사고 발생 등
	희망 지방 여행 의향	<ul style="list-style-type: none"> • 희망하는 지방 여행 유형은 식도락 여행(72.3%), 역사 문화 여행(47.9%), 쇼핑 여행(41.1%), 자연 감상 여행(34.8%) 순 • 30대는 쇼핑 여행 중시, 4050세대는 역사 문화 여행 중시 • 20대는 자연 감상 여행, 아웃도어 레저 여행 비중이 상대적으로 높음 • 60대는 자연 감상 여행, 휴양 휴식 여행 비중이 상대적으로 높음
지방 여행	희망 지방 여행 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 희망하는 지방 여행 활동은 전 연령대에서 마을 산책 1순위 - 20대는 로컬 맛집, 한류 스타 관련 활동 선호 - 30대는 온천/스파/마사지 활동 비중 상대적으로 높음 - 40대는 역사 유적지, 촬영지 방문 비중 상대적으로 높음 - 50대 이상은 역사 유적지, 사찰 방문, 박물관/미술관 방문 비중이 상대적으로 높음 • 재방문객일수록 희망하는 활동 폭 넓음
	지방 여행 우려 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 여행 경비 증가, 치안 및 안전 등 위험 요소, 여행 일정 부족, 대중교통 이용의 어려움, 모바일/인터넷 이용 불편 등 우려
	지방 여행 결정 시 고려 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 사전 여행 정보 중 여행 가이드 북/팸플릿, 다녀온 사람의 블로그/SNS 중요 • 음식 매우 중요, 특히 40대 중요하게 고려 - 청결성, 로컬 음식 매력성, 정보 접근성 중요 • 숙박 시설 중요, 특히 재방문자는 중요하게 고려 - 청결성, 정보 접근성, 예약 편의성 • 교통은 지역 교통/광역 교통/항공 교통 모두 중요 - 인천공항-지방 연계성, 기차/고속버스 예약 편의성, 시내버스 이용 편의성 중요 • 쇼핑은 일본어/다언어 서비스, 면세 환급 편의성 중요 • 수용 태세는 치안/병원 등 안전지원, 인터넷 편의성, 다언어 안내 표지 등 중요

6. 한일 관광 교류 활성화 방안 제언

가. 기본 방향

- 한일 교류 활성화 정책의 궁극적인 목표는 ‘교류 확대를 통한 상호 이해 확대’, ‘방한 여행 활성화를 통한 한일 간 격차 완화’에 있음
- 이를 달성하기 위한 세부 목표로 ① 일본인 방한 여행 시장의 확대, ② 방한 여행 체류 기간 증대, ③ 방한 여행 지방 방문 확산, ④ 방한 여행 부가 가치 창조로 설정하고, 목표 달성을 위해 7대 전략을 제시함
- 한일 관광교류 영향 환경 요인 분석 결과에 따라 방한 여행의 가치 창조 전략, 글로벌 민간 교류 확대 전략, 여행 안전 지원 전략, K-컬처 경험 확산 전략을 제시함
- 일본인의 방한 여행 수요 분석 결과를 토대로 3대 전략으로 방한 여행 시장 확대 전략, 방한 여행 지방 방문 확산 전략, 세부 시장 육성 전략을 설정함

[그림 6-1] 한일 관광 교류 활성화 정책 방안



나. 추진 과제

1) 방한 여행 가치 창조 전략

- 매력적인 부가 가치 상품을 발굴하여 여행 가치를 확보하는 전략을 적극 추진할 필요가 있음
- 여행 비용에 대한 인식 전환을 위해서는 지자체에서 제공하는 인센티브나 지역 쿠폰 등과 연계하여 일본인 방문 지역의 확대를 추진할 수 있음
- 방한 여행의 가성비에 대한 심리적 효과를 확대하는 전략으로 소비세 면세 제도로 운영되는 사후 면세점 확대 및 절차 간소화를 추진할 수 있음

2) 글로벌 민간 교류 확대 전략

- 정치적 입장에서 비교적 자유로운 민간 교류의 활성화가 요구되는데, 특히 관광의 장에서는 '단순 교류'에서 한발 나아가, DMO, 관광 산업, 청년 사업체 및 벤처 기업 교류 네트워크 등을 적극 추진할 수 있음
 - 민간 교류의 확대는 관광의 영역을 넘어 다방면적으로 추진될 수 있는데, 교육 및 연구 분야에서 한국어/일본어 교류를 확대하고, 문화 예술 및 스포츠 교류를 확대하고 방안 등이 강구될 필요가 있음
- 한국과 일본은 선진국으로 기대되는 역할을 수행하기 위해 글로벌 의제 협력을 보다 적극적으로 추진할 필요가 있음
 - 관광 분야에서는 기후 변화에 따른 지속 가능한 관광, 4차 산업 혁명에 따른 디지털 전환 등이 주요 글로벌 의제에 대한 공동 대응을 강화할 필요가 있음

3) 여행 안전 지원 전략

- 사회적 영향 요인 중 가장 큰 요소인 재난 및 안전사고에 대한 불안을 불식하기 위한 방안으로 민간 영역의 안전 지원 서비스를 확대하는 방안을 검토할 수 있음
 - 민간 영역에서 여행사에서 현지 안전사고 및 트러블 대응을 지원해 주는 서비스를 도입하여 운영할 수 있도록 지원하는 정책이 필요함

- 여행 보험의 상품 내용을 현지 트러블 지원으로 확대하여 문제 해결형 보험 형태로 운영하도록 유도하는 방안도 검토가 요구됨
- 특히 일본인은 해외여행에서 안전에 대한 불안감이 높아서, 안심감을 주기 위한 여행 안전 지원 서비스의 발굴이 실효성 있는 정책 수단이 될 것으로 판단됨

4) K-컬처 경험 확산 전략

- 일본인의 방한 여행에서 'K-컬처'는 주요 동기가 되고 있으나, 실질적인 여행 활동은 음식과 쇼핑에 집중되고 있어서 다양한 현지 투어 상품 조성이 필요함
 - 지방 접근성을 현지 투어 상품으로 해소하면서, 다양한 방한 경험 및 소비 지출을 유도할 필요가 있음
- 방한 여행의 대도시 중심 여행지 이미지에서 벗어나 다각적 이미지로 전환이 필요한데, 연구진 조사 결과, 일본인이 선호하는 여행 활동 중 '마을 산책'이 가장 많이 나타나고 있어서 특색있는 소도시 여행 프로그램을 확대할 필요가 있음
 - 환경부, 해수부, 농림부 등과 부처 간 협업을 통해서 자연 지향 여행 프로그램의 인바운드 전환을 추진해 갈 필요가 있음

5) 방한 여행 시장 확대 전략

- 일본인 방한 관광은 성별로는 여성, 연령대로는 20대에 집중되어 있는데, 이들 시장은 방한의 핵심 시장으로 지속적인 유지 관리 정책이 필요함
 - 한국 문화 경험률은 20대 이하 여성 및 50대 이상 여성에서 '거의 매일' 이용하는 비율이 높게 나타나는데, 이러한 한류 관심도가 한국 여행에 영향을 미치고 있다는 점에서, 한류 팬에 대한 적극적인 홍보 마케팅적 관리가 요구됨
- 이와 동시에 20대 및 여성에 편중되어 있는 방한 관광 시장의 외연을 확대하기 위하여, 세부 전략 시장을 적극 육성할 필요가 있음

〈표 6-3〉 세부 시장 대응 추진 과제

	연구진 조사 결과	추진 과제
동반자 유형	<ul style="list-style-type: none"> 재방문 희망 동반객으로 '가족'(53.3%) - 가족 중 배우자(73.2%) 비율 높음 - 친구 34.1%, 혼자 23.4%도 높은 편임 	<ul style="list-style-type: none"> 가족 여행/부부 여행 매력 강화 - 가족 구성원의 수요 만족 필요 지방에서의 '혼행'의 매력을 확대할 수 있도록 수용 태세 정비 필요
투어 유형	<ul style="list-style-type: none"> 자유 여행 69.6%, 현지 투어 14.2%, 에어텔 11.8% 	<ul style="list-style-type: none"> 방문하기 어려운 지역을 대상으로 하는 '현지 투어 상품' 적극 발굴
여행 영향 환경 요인	<ul style="list-style-type: none"> 재방문객/20대: 한류/문화 교류 중요 전반적/특히 3040: 경제 영향 중요 60대 경제적 이슈 영향 낮음 안전 이슈 부정적 영향 	<ul style="list-style-type: none"> 경제적 요인 영향 : 가성비/가심비 여행 상품 발굴 및 인식 제고 재방문 진흥 위한 한류/문화 교류 활성화
한국 방문 우려 사항	<ul style="list-style-type: none"> 여행 경비 증가/치안 및 안전 위협 우려 - 20대 여행 정보 취득 어려움 / 대중교통 이용 어려움 / 의사소통 불편 UP 	<ul style="list-style-type: none"> 가심비 상품 발굴 및 인식 제고 안전 인식 제고/ 트러블 대응 지원
지방 방문 의향	<ul style="list-style-type: none"> 수도권 외 지방 방문 의향 91.9% - 짧은 일정이 주요 장벽(60.0%) '식도락/역사 문화/쇼핑 여행/자연 감상' - 마을 산책/로컬 맛집 탐방/역사 유적 방문 	<ul style="list-style-type: none"> 체류 일정 증가 홍보 마케팅 필요 마을 산책 및 로컬 맛집 투어 여행 세계 유산을 비롯한 역사 유적 여행 재방문객/40대 희망 활동 다양함
지방 방문 시 중요 요인	<ul style="list-style-type: none"> 음식/교통/숙박 시설 특히 중요 - 30/40대: 교통/음식 특히 중요 - 20/30대: 숙박 시설/레저 특히 중요 - 재방문: 숙박 시설/음식/관광 자원 중요 	<ul style="list-style-type: none"> 지방의 관광 수용 태세 개선 - 교통 편의성 확보(항공/광역/지역 내) - 숙박 시설 확충(수요 부응) - 음식/관광 자원 매력 향상
한일 관광 교류 정책 수요	<ul style="list-style-type: none"> 출입국 편의 증진 정책 가장 중요 지방 LCC 항공 노선 확대 / 한일 항공 노선 확대 중요 고령자 여행/가족 여행 편의 증진 필요 민간 교류가 정부 간 교류보다 중요 관광 산업 협력/지역 관광 활동가 교류/한일 문화 예술 교류 등 교류 심화 중요 	<ul style="list-style-type: none"> 출입국 편의 지속적으로 제고 지방 항공 노선 개선 지속 추진 고령자/가족 여행 인프라/상품 발굴 민간 교류 심화 지속 추진

주: 연구진 설문 조사를 기반으로 작성

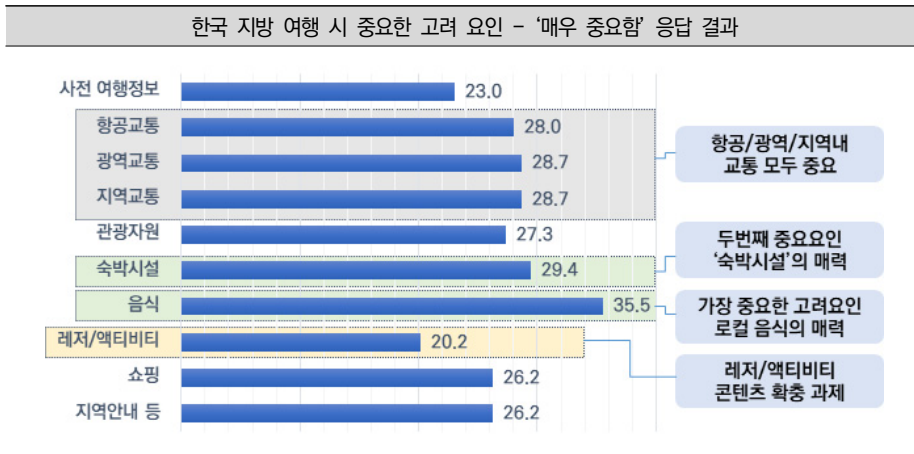
6) 지방 여행 확산 집중 전략

- 일본인 방한 여행객의 지방 여행을 확산시키기 위해서는 여행 시술의 측면에서 '정보-교통-자원-숙박-음식-레저-쇼핑-수용 태세'의 전반적인 개선이 필요함
- 연구진 설문 조사에 따르면, 일본인이 한국 지방을 여행할 때 가장 중요하게 생각하는 요인은 압도적으로 '음식'으로 나타나서, 로컬 음식의 중요성이 확인됨
- 일본인의 방한 지방 여행을 활성화하기 위해, 여행 정보, 항공 교통, 광역 교통,

지역 교통, 지역 안내, 관광 자원, 숙박 시설, 음식, 쇼핑 등 세부 영역별 접근이 요구됨

- 대표적으로 광역 교통의 예약 편의성, 지역 교통의 길 찾기 편의성, 지역의 치안 및 병원 등 안전 지원 정책, 매력적인 숙박 시설 존재, 로컬 음식의 매력성, 쇼핑의 다언어 환경 정비 등을 꼽을 수 있음

[그림 6-4] 일본인의 한국 지방 여행 시 고려 요인-① 대분류



자료: 연구진 설문 조사 결과

7) 3대 시장 육성 전략: Z세대, 청소년, 고령층 방한 여행

- 일본 아웃바운드의 중점 시장으로 Z세대, 청소년, 고령층의 방한 여행 진흥을 위한 전략은 다음과 같음
- Z세대는 현재 방한 여행의 핵심 시장으로 방한 여행 경험을 확대하기 위한 전략을 적극 추진할 필요가 있는데, 특히 K 관광의 영역을 문화에서 자연으로 확대할 필요가 있음
 - Z세대의 교류는 소비자 측면의 여행 교류를 넘어서 청년 기업 등 관광 담당자로서의 교류도 함께 진행하여 심화할 필요가 있음
- 일본 청소년의 방한 수학여행을 다시 진흥하기 위해서는 ① 안전 여행 지원 정책 확대 및 ② 수학여행 프로그램의 질적 개선이 필요함

- 현재 한국 지자체가 운영하는 안심 수학여행 서비스 등 주요 정책을 해외 인바운드용으로 확대하여 일본인 수학여행 시에도 동일한 서비스를 제공해 주는 등 안전 확보를 위한 정책 지원이 요구됨
- 일본인의 한국 수학여행이 중단된 지난 10여 년간 양국의 수학여행 문화도 크게 변화하고 있으므로, 이에 발맞춘 프로그램의 발굴도 요구됨
- 일본은 2025년 10명 중 3명이 고령자인 명실상부한 초고령 사회이므로, 고령자도 방한 여행의 중요한 시장이 되었음
 - 일본 고령자의 여행 수요에 맞춘 국내 여행 상품을 적극 개발하고, 열린 관광지 등 관광 목적지 접근성 개선 정책을 확대하여 추진할 필요가 있음
- 향후 한일 양국의 균형 있는 교류 협력으로 양국 간 상호 이해 증진이 한층 깊어지기를 기대함

목차

제1장 서론	1
제1절 연구 배경 및 목적	3
1. 연구 배경	3
2. 연구 목적	4
제2절 연구 범위 및 방법	5
1. 연구 범위	5
2. 연구 방법	6
3. 연구 흐름도	7
제2장 한일 관광교류 현황 분석	9
제1절 한일 관광교류 현황	11
1. 한일 관광교류 주요 동향	11
2. 한일 국제 관광과 상호 교류	14
제2절 한일 관광 행태 분석	18
1. 한국인 방일 여행 행태	18
2. 일본인 방한 여행 행태	22
제3절 소결	26
1. 한일 관광교류 현황	26
2. 한일 관광 행태 비교 분석	27
제3장 한일 관광교류 영향 환경 요인 분석	29
제1절 한일 관광교류 영향요인 분석	31
1. 국제 관광 영향 요인 개관	31
2. 경제적 요인	32
3. 정치적 요인	36
4. 사회적 요인	39

5. 문화적 요인	43
제2절 환경 요인 실증 분석	48
1. 분석 개요	48
2. 변수 설명 및 모형 설정	49
3. 분석 결과	51
제3절 소결	57
제4장 일본인 해외여행 시장 특성 분석	59
제1절 일본인 해외여행 주요 특성 분석	61
1. 일본인 해외여행과 방한 여행 특성	61
2. 일본인 해외여행과 인식	70
제2절 일본인 해외여행 세부 시장 분석	75
1. 일본의 해외여행 진흥 정책	75
2. Z세대 해외여행	76
3. 청소년 교육 여행	85
4. 시니어 해외여행	92
제3절 소결	102
1. 일본인 해외여행 시장 특성	102
2. 일본인 해외여행 세부 시장 특성	104
제5장 일본인 방한 관광 인식 조사	107
제1절 설문 조사 개관	109
1. 설문 조사 개관	109
2. 방한 여행 주요 행태	110
제2절 방한 영향 요인 인식	112
1. 긍정적 영향 요인 인식	112
2. 부정적 영향 요인 인식	115
제3절 한국 지방 여행 인식	118
1. 한국 지방 여행 의향	118
2. 한국 지방 여행 희망 여행 유형 및 활동	119
3. 한국 지방 여행 우려 요인	122
4. 한국 지방 여행 고려 요인	125

제4절 정책 수요 의견	129
1. 여행 수요 진흥 정책	129
2. 관광 교류 협력 확대 정책	130
제5절 소결	132
제6장 한일 관광 교류 활성화 제언	135
제1절 기본 방향	137
제2절 추진 과제	140
1. 환경 요인 대응 추진 과제	140
2. 일본인 시장 수요 대응 과제	149
제3절 결론	161
참고 문헌 /	163
ABSTRACT /	167

표 목차

〈표 1-1〉 한일 양국의 관광 교류 관련 주요 통계 자료	6
〈표 2-1〉 방한 일본인 및 방일 한국인 주요 동향	13
〈표 2-2〉 한국인 해외여행과 방일 여행 비중	15
〈표 2-3〉 일본인 해외여행과 방한 여행 비중	17
〈표 2-4〉 한일 관광 교류 현황	26
〈표 2-5〉 한일 관광 여행 행태 비교 분석	27
〈표 3-1〉 국제 관광 영향 요인	31
〈표 3-2〉 1990년대-2020년 이후 한일 양국의 정치적 주요 이슈	36
〈표 3-3〉 재난 및 안전사고 주요 이슈	40
〈표 3-4〉 출국률 국제 비교	41
〈표 3-5〉 일본의 한류 붐 주요 동향	43
〈표 3-6〉 방한 일본인의 연령별 주요 활동	45
〈표 3-7〉 한국 콘텐츠 산업의 일본 수입 현황	47
〈표 3-8〉 일본인 방한 여행 수요 영향 추정 모형의 예상 부호	49
〈표 3-9〉 한국인 방일 여행 수요 영향 추정 모형의 예상 부호	50
〈표 3-10〉 방한 일본인 추정 결과(1999-2019)	52
〈표 3-11〉 방일 한국인 추정 결과(1999-2019)	54
〈표 3-12〉 추정 계수의 비교: 방한 일본인 및 방일 한국인 관광 수요(1999-2019)	55
〈표 3-13〉 한일 관광교류 영향요인 분석	58
〈표 4-1〉 일본인 해외여행 주요 목적지	61
〈표 4-2〉 한국인의 주요 해외여행 목적지	62
〈표 4-3〉 2019 기준 일본인 해외여행 및 방한 여행 세부 시장	64
〈표 4-4〉 일본인 해외여행 이용 숙박 시설	66
〈표 4-5〉 일본인 해외여행지별로 즐긴 것	67
〈표 4-6〉 일본인 해외여행 여행지별 현지 활동	68
〈표 4-7〉 일본인 해외여행 동기(2022)	70
〈표 4-8〉 일본인의 해외여행 장애 요인	71

〈표 4-9〉 생애주기별 해외여행 장애 요인	72
〈표 4-10〉 JTB 2023년 일본인 여행 회복 전망	74
〈표 4-11〉 일본 Z세대가 2023년에 가고 싶은 해외여행지 Top 10	80
〈표 4-12〉 밀레니얼 세대와 Z세대의 여행 특성	81
〈표 4-13〉 Z세대의 SNS 사용 방법	83
〈표 4-14〉 일본 전국 도도부현 및 정령 지정 도시 고등학교 수학여행 실시 기준	88
〈표 4-15〉 일본 해외 수학여행의 과제	89
〈표 4-16〉 일본 해외 수학여행 프로그램 수요 변화	90
〈표 4-17〉 전국 여행 지원 사업을 이용한 이유	95
〈표 4-18〉 전국 여행 지원 사업을 이용하지 않은 이유	95
〈표 4-19〉 일본인 1년 이내 해외여행 예정 검토 비율	96
〈표 4-20〉 일본인 해외여행 특성 분석	103
〈표 4-21〉 일본인 해외여행 세부 시장 특성 분석	105
〈표 5-1〉 방한 경험이 있는 일본인 대상 방한 여행 인식 설문 조사 개요	109
〈표 5-2〉 방한 여행 행태	110
〈표 5-3〉 방한 여행 평가	111
〈표 5-4〉 한국 여행을 결정하는 긍정적 환경 요인	112
〈표 5-5〉 한국 여행을 결정하는 부정적 환경 요인	115
〈표 5-6〉 한국 지방 여행 행태	118
〈표 5-7〉 한국 지방 여행 시 항목별 우려 정도	122
〈표 5-8〉 한국 지방 여행 시 요인별 중요도(총괄)	125
〈표 5-9〉 한국 지방 여행 시 요인별 중요도(세부)	128
〈표 5-10〉 한-일간 관광 교류 증진을 위한 정책별 필요도: ① 여행 수요 진흥 정책	129
〈표 5-11〉 한-일간 관광 교류 증진을 위한 정책별 필요도: ② 관광 교류 협력 정책	130
〈표 5-12〉 한-일간 관광 교류 증진을 위한 정책별 필요도: ③ 한일 교류 협력 정책	131
〈표 5-13〉 방한 관광 인식 조사	133
〈표 6-1〉 일본인이 한국 지방 여행 시 하고 싶은 활동	148
〈표 6-2〉 일본인 잠재 방한 관광객의 한국 문화 체험률 및 방문 의향	149
〈표 6-3〉 세부 시장 대응 추진 과제	151

그림 목차

[그림 1-1] 한일 관광 교류 동향	3
[그림 1-2] 연구 흐름도	7
[그림 2-1] 방일 한국인의 성별 및 연령별 분포	18
[그림 2-2] 국제 관광 재개 이후 한국인의 방일 여행 동향	20
[그림 2-3] 한국인의 일본 지방 방문 현황(2019년 기준)	21
[그림 2-4] 일본인 방한 여행의 성별·연령별 분포	22
[그림 2-5] 일본인 방한 여행의 주요 여행 형태	23
[그림 2-6] 일본인 방한 여행의 주요 여행 형태	24
[그림 2-7] 일본인 방한 여행 지방 방문 현황 및 의향	25
[그림 3-1] 원/엔, 엔/달러 환율 및 한일 교류	33
[그림 3-2] 한일 물가 상승률 및 GDP 성장률	34
[그림 3-3] 국제 유가 증감 추세 및 국제선 유류 할증료	35
[그림 3-4] 일본의 한국에 대한 친밀감 추이	37
[그림 3-5] 한일 관계 회복 및 전망에 대한 한일 국민의 상호 인식	38
[그림 3-6] 한국과 일본의 고령화율 전망	39
[그림 3-7] 일본인 해외여행 의향	41
[그림 3-8] 한국 및 일본인의 해외여행 의향	42
[그림 3-9] 일본인 방한 중점 시장의 변화	44
[그림 3-10] 한국 콘텐츠 산업의 수출 현황	44
[그림 3-11] BTS 로케지 여행	45
[그림 3-12] 일본 쿨 재팬 전략 및 분야별 투자 비중	46
[그림 3-13] 일본 애니메이션 배경지 여행	47
[그림 4-1] 일본인 성별 연령별 해외여행 현황	63
[그림 4-2] 일본인 해외여행 체류 일정	65
[그림 4-3] 일본인 해외여행 소비 지출액	66
[그림 4-4] 일본인 해외여행 및 방한 여행객의 거주지 분포	69
[그림 4-5] 일본인 방한 여행객의 한국 도착 지점	69

[그림 4-6] 일본인 여권 발행 추이	73
[그림 4-7] 20살, 첫 해외 경험 프로젝트 「스물의 한 걸음」	76
[그림 4-8] Z세대의 2023년 해외여행 의향	77
[그림 4-9] Z세대의 해외 여행지 선정 및 자유 시간에 대한 인식(2023)	78
[그림 4-10] Z세대가 해외여행을 가지 않는 이유	79
[그림 4-11] Z세대의 해외여행 시 트러블·사건·사고 경험	79
[그림 4-12] Z세대의 정보 접촉 수단	82
[그림 4-13] Z세대의 여행 및 외출에 관한 정보	83
[그림 4-14] SNS 사용 방법	84
[그림 4-15] 해외 교육 여행 실시 현황	85
[그림 4-16] 해외 교육 여행의 주요 방문 국가 현황	87
[그림 4-17] 일본 관광청의 청소년 해외 교육 여행 권유 정책	91
[그림 4-18] 일본 고령 인구 동향 및 출국자 동향	92
[그림 4-19] 일본 관광청의 여행 지원 사업 연령별 적극 이용자 현황	94
[그림 4-20] 일본 고령자의 여행 흥미 및 여행 희망 동반자	97
[그림 4-21] 흥미가 있는 관광 스타일	98
[그림 4-22] 여행 시 신경 쓰이는 점	100
[그림 4-23] 일본 시니어의 스마트폰 활용 여부	101
[그림 5-1] 한국 여행을 결정하는 긍정적 환경 요인	113
[그림 5-2] 한국 여행을 결정하는 부정적 환경 요인	116
[그림 5-3] 서울 이외 지역에서 희망하는 여행 유형	119
[그림 5-4] 서울 이외 지역에서 희망하는 여행 활동	121
[그림 5-5] 한국 지방 여행 시 항목별 우려 정도	124
[그림 5-6] 한국 지방 여행 시 요인별 중요도	126
[그림 6-1] 한일 관광 교류 활성화 정책 방안	139
[그림 6-2] 일본인의 한일 관광 교류 정책 필요성	143
[그림 6-3] JTB 여행사의 한국 옵션 투어 프로그램	147
[그림 6-4] 일본인의 한국 지방 여행 시 고려 요인-① 대분류	153
[그림 6-5] 일본인의 한국 지방 여행 시 중요한 고려 요인-② 세분류(1)	155
[그림 6-6] 일본인의 한국 지방 여행 시 중요한 고려 요인-② 세분류(2)	156
[그림 6-7] 일본인(18-29세) 희망 방한 지방 여행	157

한일 관광교류 영향요인 분석 연구

제1장

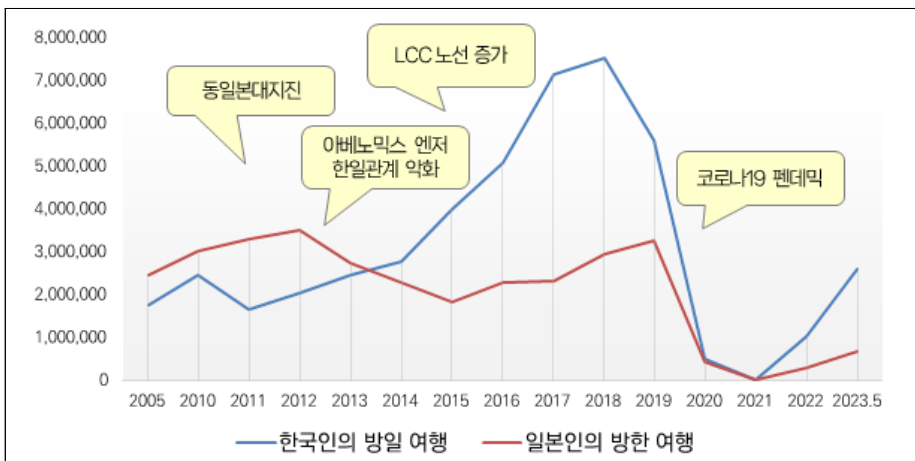
서론

제1절 연구 배경 및 목적

1. 연구 배경

- 최근 방역 정책의 해제로 국제 관광이 본격적으로 회복되고 있는 가운데, 한일 관계 개선에 따라 한일 관광 교류가 활성화될 것이라는 기대감이 대두되고 있음
- 한편에서는 방일 한국 시장의 회복 속도보다 방한 일본 시장의 회복 속도가 상대적으로 더딤에 따라 그 영향 요인에 대한 분석이 요구되고 있음
 - 2023년 2분기 시점 방일 한국인은 300만 명을 넘어선 반면, 방한 일본인은 86만 명을 조금 넘어선 규모로 방문 규모에 있어서 차이가 존재함
- 한일 상호 관광 시장에 영향을 미치는 요인은 경제적, 사회적, 정치적, 문화적, 관광 행태적으로 다양한 요인이 존재하므로, 한일 관광 교류의 균형 있는 회복 및 성장을 도모하기 위해서는 이러한 요인에 대한 심도 깊은 이해가 필요함

[그림 1-1] 한일 관광 교류 동향



자료: 관광지식정보시스템(tour.go.kr), JNTO 訪日外客数에서 재정리.

2. 연구 목적

- 이 연구는 최근 한일 관광 교류에 영향을 주는 요인을 분석하고 향후 관광 교류 활성화를 위한 방안을 제언하는 것을 목적으로 하며, 구체적인 연구 목적은 다음과 같음
- 첫째, 한일 관광 교류 현황을 분석하여, 양국의 해외여행에서 상호 관광 교류의 중요성을 살펴보고, 국제 관광 재개 이후 한국인의 방일 여행과 일본인의 방한 여행의 동향을 분석하고자 함
- 둘째, 지난 20년간 한일 관광 교류에 영향을 주는 환경 요인을 경제, 정치, 사회, 문화적 관점에서 분석하고자 함
 - 과거 영향 요인에 대한 실증 분석을 토대로 실질적인 영향 정도를 살펴보고, 최근 영향 요인의 추이를 살펴보고자 함
- 셋째, 일본인 해외여행 및 주요 세부 시장의 특성을 살펴보고, 일본인 대상 설문 조사를 통해 방한 여행에 대한 인식을 분석하고자 함
 - 일본 관광청의 해외여행 진흥 정책의 주요 대상인 청소년 수학여행, 청년층 해외여행, 시니어 해외여행을 세부 시장으로 선정하여 분석함
 - 일본인 대상 설문 조사로 방한 여행, 특히 지역 여행에 대한 인식을 분석함
- 넷째, 이상의 논의를 토대로 한일 관광 교류의 균형 있는 활성화를 위한 정책 방안을 제언하고자 함

제2절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

가. 시간적·공간적 범위

- 시간적 범위: 2000년 이후를 대상으로 하되, 최근 동향을 중점적으로 분석
 - 한일 관광 교류 현황 및 환경 요인 분석: 2000년 이후 현재까지
 - 일본인의 해외여행 분석: 최근 동향을 중심으로 분석
- 대상적 범위 : 한국 및 일본 양국 교류를 분석하되, 일본인의 방한 여행을 중점 분석
 - 한국인의 방일 여행
 - 일본인의 방한 여행

나. 내용적 범위

- 한일 관광교류 현황 분석
 - 2010년 이후 한일 관광교류 현황 및 2023년 동향 분석
- 한일 관광교류 영향요인 분석
 - 과거 한일 관광교류 영향요인 분석 및 각 요인의 최근 동향 분석
- 일본인 해외여행 시장 특성 분석
 - 일본인 해외여행, Z세대, 청소년 수학여행, 시니어 해외여행 분석
- 일본인 방한 관광 인식 분석
 - 설문 조사를 통한 일본인의 방한 관광 인식 분석
- 한일 관광 교류의 활성화를 위한 정책 방안 제언

2. 연구 방법

- 문헌 검토 및 자료 수집 분석
 - 한일 관광 교류 관련 선행 연구 분석
 - 한일 관광 교류 관련 통계 자료 분석
 - 일본의 청소년 해외 교육 여행, 청년층 해외여행, 시니어 해외여행에 관한 문헌 자료 분석
- 일본인 관광객 대상 설문 조사 실시
 - 한국 방문 경험이 있는 일본인 대상 설문 조사 실시
 - 방한 여행 결정 영향 요인, 방한 여행 지역 방문 의향, 정책 건의 사항 등 의견 조사
- 전문가 원고 자문 및 자문 회의 실시
 - 일본인 방한 여행 전문 여행사 인터뷰 실시
 - 일본 지역 전문가 및 관광 전문가 대상 자문 회의 실시
 - 전문가 원고 자문 실시

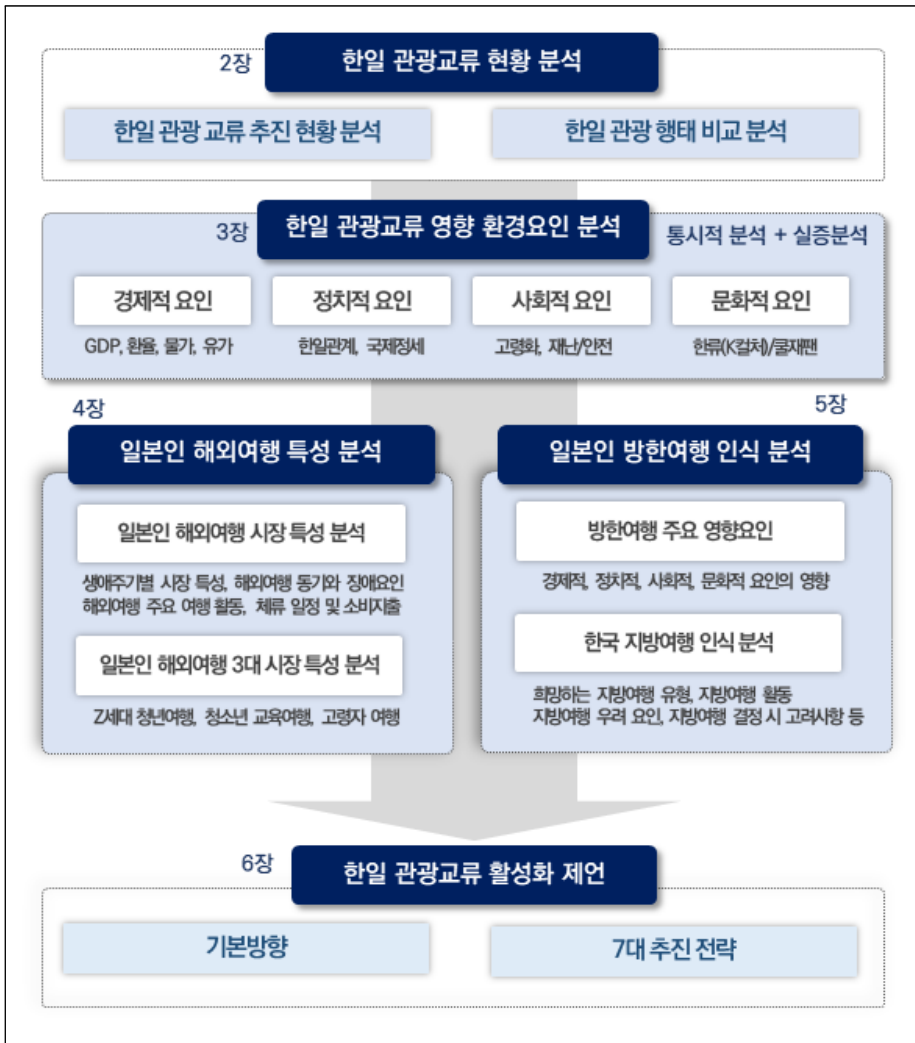
〈표 1-1〉 한일 양국의 관광 교류 관련 주요 통계 자료

구분	한국	일본
관광 교류 현황	• 관광지식정보시스템 출입국 데이터	• JNTO 발표 출입국 데이터
해외여행 행태	• 국민 여행 조사 - 2020-2022 해외여행 조사 잠정 중단	• 旅行者動向・観光統計(日本交通公社) • JTB海外旅行レポート(JTB総合研究所) - 2020-2022 코로나 영향 중심 조사 진행
인바운드 여행 행태	• 외래 관광객 조사(한국문화관광연구원) • 잠재 방문객 조사(한국관광공사)	• 訪日外国人消費動向調査(観光庁)

3. 연구 흐름도

- 이 연구의 연구 흐름도는 다음과 같음

[그림 1-2] 연구 흐름도



한일 관광교류 영향요인 분석 연구

제2장

한일 관광교류 현황 분석

제1절 한일 관광교류 현황

1. 한일 관광교류 주요 동향

가. 일본인 방한 여행(1998-2022)

- 방한 일본인은 2003년 전 세계적인 SARS 발병 및 이라크 전쟁 기간 중에 전년 대비 -22.3%의 큰 감소세를 보였으며, 북한이 핵 실험을 실시했던 2006년과 2007년에도 각각 -4.1%, -4.4% 감소함
- 2008년 세계 경제 위기 및 2009년 유럽 재정 위기 등 경제 불황 기간에는 방한 일본인이 전년 대비 각각 6.4%, 28.4% 증가 추세를 나타내면서 일본인의 방한 여행에는 부정적인 영향을 미치지 않은 것으로 나타남
- 2012년 독도 관련 한일 외교 갈등 및 2013년 일본 아베노믹스 추진에 따른 엔화 약세 등으로 인해 방한 일본인이 2013년 -21.9%, 2014년 -17%로 급감함
- 2015년의 경우 중동호흡기증후군(MERS) 발생으로 방한 일본인 입국은 전년 대비 19.4% 감소한 것으로 나타남
- 2016년부터 2019년까지 방한 일본인은 증가 추세로 전환되었는데, 일본의 한국 수출 규제 발표에 따른 한일 무역 마찰, 한국의 일본 제품 불매 운동 등이 일본인 방한 여행에 영향을 미치기 전에 코로나19가 발생함
- 2020년 1월 코로나19 발생으로 방한 일본인은 2019년 대비 86.8% 급감하였으며, 2021년도에는 15,265명으로 1999년 이후 역대 최저 수치를 기록하면서 96.5% 감소함
- 전반적으로 방한 일본인 증감 요인으로 경제 상황, 국제 및 한반도 정세, 한일 외교 갈등, 질병 발생 등을 꼽을 수 있음

나. 한국인 방일 여행(1998-2022)

- 한국인의 방일 여행은 2000년부터 2007년까지 전년 대비 지속적인 성장세를 나타냈으나, 2008년 세계 금융 위기로 성장률이 전년 대비 8.4% 감소하였으며, 유럽 재정 위기가 닥친 2009년에는 2008년 대비 33.4% 감소함
- 2011년에는 동일본대지진으로 방일 한국인이 전년 대비 32% 감소하여, 대규모 재난이 한국인의 방일 여행에 부정적인 영향을 미치는 것으로 분석됨
 - 세계 경제 위기 및 유럽 재정 위기가 발생한 2008년과 2009년, 그리고 2011년 일본 대지진 기간을 제외하면 2000년대 이후 방일 한국인은 플러스 성장률을 보이고 있는 것이 특징임
- 2017년 방일 한국인은 714만 명으로 한국인 아웃바운드의 26.9%를 점유하면서 전년 대비 성장률은 40.3%를 기록하게 됨
- 2019년 한일 무역 마찰에 따라 방일 한국인은 전년 대비 25.9%까지 감소한 것으로 나타남
- 2020년에는 코로나19 발생으로 방일 한국인의 규모는 전년 대비 91.3% 급감하였으며, 2021년에는 전년 대비 96.1%까지 감소함
- 전반적으로 방일 한국인의 관광 수요의 영향 요인으로 국민 소득 수준, 환율, 양국 외교 관계, 질병 발생, 문화 교류 등 복합적인 요소가 상호 영향을 미치고 있는 것으로 볼 수 있음

〈표 2-1〉 방한 일본인 및 방일 한국인 주요 동향

(단위: 명, %)

연도	일본인 방한 입국		한국인 방일 출국		주요 사건
	입국자 수	성장률	출국자 수	성장률	
1998	1,947,784	-	960,556	-	- 김대중-오부치 공동 선언, 한일 대중문화 개방
1999	2,184,121	12.1	1,053,862	9.7	- 관광 목적 입국 무사증 기간 확대(15일→30일)
2000	2,472,054	13.2	1,064,390	1.0	- 제3차 한일 대중 문화개방
2001	2,377,321	-3.8	1,133,971	6.5	- 9.11 테러, 광우병, 구제역 확산 - 일본 역사 교과서 갈등
2002	2,320,837	-2.4	1,271,835	12.2	- 2002한일 공동 월드컵 개최, 부산 아시안 게임 개최
2003	1,802,542	-22.3	1,459,333	14.7	- 미국 이라크 전쟁, SARS 발생 - 일본, 겨울연가 붐
2004	2,443,070	35.5	1,588,472	8.8	- 동유럽 10개국 EU 가입, 인도네시아 쓰나미 발생
2005	2,440,139	-0.1	1,747,171	10.0	- 발리섬 연쇄 폭탄테러, 주 5일제 부분 실시
2006	2,338,921	-4.1	2,117,325	21.2	- 북한 핵 실험, 한국인 일본 입국 무비자 도입
2007	2,235,963	-4.4	2,600,694	22.8	- 한미 FTA 타결,
2008	2,378,102	6.4	2,382,397	-8.4	- 미국발 글로벌 경제위기(리먼브라더스 파산)
2009	3,053,311	28.4	1,586,772	-33.4	- 유럽 재정 위기(그리스, 이탈리아, 포르투갈 등)
2010	3,023,009	-1.0	2,439,816	53.8	- 천안함 및 연평도 포격, G20 정상 회담 - 한일 병탄 100년, 간 나오토 담화
2011	3,289,051	8.8	1,658,073	-32.0	- 일본 동일본대지진(3.11), 제2차 한류 붐(K-Pop) - 위안부 헌법재판소 판결
2012	3,518,792	7.0	2,042,775	23.2	- 원화 약세, 세계 경제 불확실성 지속 - 한일 관계 악화(독도), 중일 센카쿠(다오위다오) 분쟁
2013	2,747,750	-21.9	2,456,165	20.2	- 한일 정상 회담 중단
2014	2,280,434	-17.0	2,755,313	12.2	- 한일 관계 악화 및 엔화 약세
2015	1,837,782	-19.4	4,002,095	45.3	- 일본의 비자 완화 및 환율 정책으로 방일객 증대 - 메르스 사태(5. 20.-7. 28.) 방한 여행 취소
2016	2,297,893	25.0	5,090,302	27.2	- 일본인 방한 관광 회복세, 한중 사드 배치 갈등
2017	2,311,447	0.6	7,140,438	40.3	- 사드 배치 관련 한·중 외교 갈등 - 한국, 위안부 합의 재검토 결정(2015년 합의)
2018	2,948,527	27.6	7,538,952	5.6	- 2월 한국 평창 올림픽 - 10월 강제 징용 피해자 대법원 판결
2019	3,271,706	11.0	5,584,597	-25.9	- 한일 무역 마찰, 한국 일본 제품 불매 운동
2020	430,742	-86.8	487,939	-91.3	- 코로나19 발생(2020. 1 .20.)
2021	15,265	-96.5	18,947	-96.1	- 코로나19 지속
2022	296,867	1,844.8	1,012,751	5,245.2	- 코로나19 지속, 방역 완화

자료: 한국관광공사(2017), 숫자로 보는 한국 관광: 법무부, 「출입자 및 체류 외국인 통계」; 出入国在留管理庁, 「出入国管理統計」 등을 토대로 연구진 재작성

2. 한일 국제 관광과 상호 교류

가. 한국인 방일 여행과 상호 관광 시장의 의의

1) 한국인 아웃바운드 여행과 방일 여행

- 한국인의 해외여행은 최근 20년간 증가 추세로, 2005년 1,000만 명에서 2019년 2,871만 명으로 총인구 대비 55.5%로 급증함
 - 최근 한국인 해외여행은 빠르게 회복이 진행되고 있는데, 2023년 7월 누계 기준 1,210만 명을 기록하였음
- 한국인의 방일 여행은 2006년 3월부터 정식 시행된 방일 한국인 무비자 체제 시행 이후 2018년 754만 명까지 꾸준히 증가하였음
 - 2019년은 일본 수출 규제에 따른 제기된 방일 여행 자제로 전년 대비 25.9%까지 감소한 558만 명을 기록함
- 한국인 해외여행 중 방일 여행이 차지하는 비중은 2019년 기준 19.4%로, 일본은 한국인 해외여행의 제1의 관광 목적지임
 - 2019년은 일본의 수출 규제에 대한 반발로 한국인의 방일 여행이 감소하던 시기였음. 한국인 해외여행 중 방일 여행의 비중은 2017년 26.9%로 가장 높았음
- 최근 국제 관광 회복기에 접어들면서, 한국인의 방일 여행 비중은 더욱 확대됨
 - 일본은 코로나 팬데믹 이후, 외국인 출입을 제한하였는데, 2022년 9월 11일자로 무비자 입국 및 개별 여행을 허용하였고, 이후 방일 한국인이 폭증함
 - 2023년 7월 기준 한국인의 해외여행 중 방일 여행 비중은 31.1%로 이는 팬데믹 이전보다 상당히 높은 편임

2) 한국인 방일 여행과 일본 인바운드 시장

- 일본 인바운드 여행 시장에서 한국 시장은 시장 다각화뿐 아니라 인바운드 여행 시장 규모의 성장에도 기여한 것으로 평가됨
- 일본 인바운드 시장은 2005년 673만 명에서 2019년 3,188만 명으로 크게 증가함
 - 방일 외국인 여행객 수는 2013년 1,000만 명을 돌파한 이후 급성장하여, 2016년

2,000만 명, 2018년 3,000만 명을 넘어섰음

- 방일 외국인 수 대비 방일 한국인 수의 비중은 팬데믹 이전까지 20%대를 꾸준히 유지하면서 일본 인바운드 시장에서 중요한 부분을 차지하고 있음
 - 2018년 방일 인바운드 중 한국 비중은 24.2%로 높았음
- 국제 관광 재개 이후 방일 시장 중에서도 한국 시장의 회복은 가장 빠르게 진행 중임
 - 방일 시장에서 한국 시장의 비중은 2023년 7월 기준 28.8% 수준으로 코로나 19 전인 2018년 기준을 훨씬 넘어선 수준임

〈표 2-2〉 한국인 해외여행과 방일 여행 비중

(단위: 명, %)

연도	한국인 해외여행 수	방일 외국인 수	한국인 방일 여행	한국인 해외여행 중 방일 여행 비중	방일 인바운드 중 한국 비중
2005	10,080,143	6,727,926	1,747,171	17.3	26.0
2010	12,488,364	8,611,175	2,439,816	19.5	28.3
2011	12,693,733	6,218,752	1,658,073	13.1	26.7
2012	13,736,976	8,358,105	2,042,775	14.9	24.4
2013	14,846,485	10,363,918	2,456,165	16.5	23.7
2014	16,080,684	13,413,473	2,775,313	17.3	20.7
2015	19,310,430	19,737,409	4,002,095	20.7	20.3
2016	22,383,190	24,039,700	5,090,302	22.7	21.2
2017	26,496,447	28,691,073	7,140,165	26.9	24.9
2018	28,695,983	31,191,856	7,538,952	26.3	24.2
2019	28,714,247	31,882,049	5,584,597	19.4	17.5
2020	4,276,006	4,115,828	487,939	11.4	11.9
2021	1,222,541	245,862	18,947	1.5	7.7
2022	6,554,031	3,832,110	1,012,751	15.5	26.4
2023.7	12,085,332	13,032,900	3,755,300	31.1	28.8

자료: 관광지식정보시스템(tour.go.kr), JNTO 訪日外客数.

나. 일본인 방한 여행과 상호 관광 시장의 의의

1) 일본인 아웃바운드 여행과 방한 여행

- 일본인의 해외여행은 최근 20년간 정체 중으로 2019년 일본 해외여행객 수는 인구 대비 약 16%인 2,008만 명 규모임
 - 세계 금융 위기가 발생한 2008년에 최저 -7.5%(1,599만 명)를 기록하였으며, 2012년에 최고 8.8%의 증가율을 나타냄
- 일본인 해외여행에서 방한 여행이 차지하는 비중은 2019년 기준 327만 명 (16.3%)으로, 한국은 일본인 해외여행에서 1위 또는 2위를 차지하는 주요 관광 목적지임
 - 일본인 해외여행에서 방한 여행의 비중은 2011년 19.4%로 최저점에 달한 후 등락을 거듭하면서 감소 추세로 전환됨
 - 방한 일본인 수는 2005년 244만 명에서 2010년 302만 명으로 증가하였다가 한일 외교 갈등 및 엔화 약세 등으로 2012년 감소하였으며 2016년부터 증가 추세로 전환되었음
- 2023년에 접어들면서 일본인 해외여행도 회복이 진행되고 있으나, 회복 속도는 한국인 해외여행보다 저조한 편임
 - 2023년 7월 누계로 일본인 해외여행객은 376만 명인데, 이는 한국인 해외여행객이 약 1천만 명에 달한 것과 비교됨
- 2023년 7월 누계 기준으로 일본인 해외여행 중 방한 여행 비중은 23.8%로 한국은 일본인 해외여행이 빠르게 회복되고 있는 관광 목적지임

2) 일본인 방한 여행과 한국 인바운드 시장

- 한국 인바운드 시장은 2005년 602만 명에서 2019년 1,750만 명으로 증가함
 - 방한 외국인 여행객 수는 2012년 입국자 수 첫 1,000만 명을 돌파하면서 2014년에는 16.6%의 최고 증가율을 기록하였음
 - 2015년 메르스 여파로 감소하였으나(-6.8%), 이듬해 30.3%로 높은 증가율을 보이며 회복되었음

- 일본인 방한 여행은 2005년부터 코로나19 팬데믹 이전인 2019년까지 평균적으로 200만 명에서 300만 명 사이 수준으로 유지되고 있음
 - 2013~2015년 감소 폭이 컸으나, 2016년 이후 증가 추세로 전환되었음
 - 2017년 이후 중국인 관광객 감소 영향을 완화하는 데 일정 부분 기여함
- 한국 인바운드 여행에서 일본 시장 비중은 2005년 40.5%로 압도적인 제1시장이었으며, 2019년에는 18.7%로 제2시장이 되었음
 - 한국 인바운드 여행 시장에서 일본 시장은 규모의 성장에는 기여가 미약하나, 국제 관광 시장의 다각화 관점에서 중요한 시장으로 평가됨
- 2023년에 국제 관광 회복기에는 비교적 빠른 회복 수준을 보이고 있으며, 7월 기준 방한 시장의 19.7%를 차지하고 있음

〈표 2-3〉 일본인 해외여행과 방한 여행 비중

(단위: 명, %)

연도	일본인 해외여행 수	방한 외국인 수	일본인 방한 여행	일본인 해외여행 중 방한 여행 비중	방한 인바운드 중 일본 비중
2005	17,403,565	6,022,752	2,440,138	14.0	40.5
2010	16,637,224	8,797,658	3,023,009	18.2	34.4
2011	16,994,200	9,794,796	3,289,051	19.4	33.6
2012	18,490,657	11,140,028	3,518,792	19.0	31.6
2013	17,472,748	12,175,550	2,747,750	15.7	22.6
2014	16,903,388	14,201,516	2,280,434	13.5	16.1
2015	16,213,789	13,231,651	1,837,782	11.3	13.9
2016	17,116,420	17,241,823	2,297,893	13.4	13.3
2017	17,889,292	13,335,758	2,311,447	12.9	17.3
2018	18,954,031	15,346,879	2,948,527	15.6	19.2
2019	20,080,669	17,502,756	3,271,706	16.3	18.7
2020	3,174,200	2,519,118	430,742	13.6	17.1
2021	512,244	967,003	15,265	3.0	1.6
2022	2,771,770	3,198,017	296,867	10.7	9.3
2023.7	4,505,700	5,462,984	1,073,591	23.8	19.7

자료: 관광자식정보시스템(tour.go.kr), JNTO 訪日外客数.

제2절 한일 관광 행태 분석

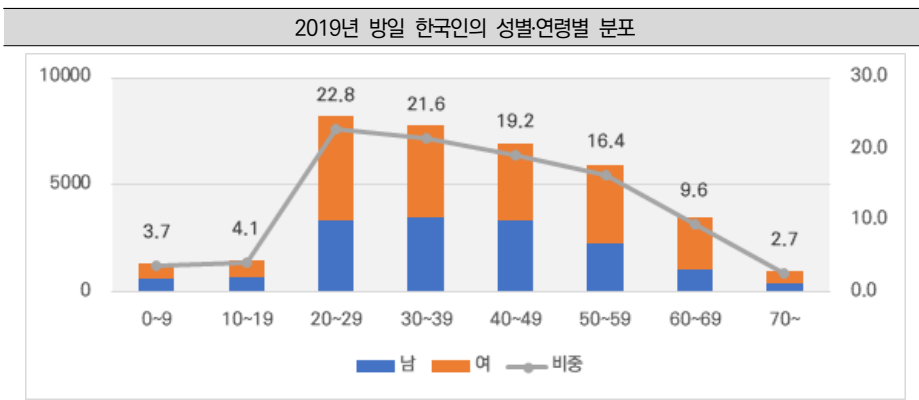
1. 한국인 방일 여행 행태

가. 성별 및 연령별 분포

- 일본의 출입국 통계를 기반으로 방일 한국인의 성별 분포를 살펴보면, 2019년 기준 남성 42.2%, 여성 57.8%로 남성보다 여성이 다소 많은 것으로 나타남
- 연령별 분포를 살펴보면 20대가 22.8%로 가장 많고, 30대 21.6%, 40대 19.2% 등의 비중으로 나타남
 - 10대 이하는 7.8%였으며, 60대 이상은 12.3%를 차지하고 있음
- 방일 한국인은 20대 여성의 비중이 16.6%로 가장 많으며, 그 뒤를 30대 여성(11.9%), 50대 여성(10.1%)이 따르고 있음
 - 남성의 경우 30대(9.6%), 40대(9.3%), 20대(9.2%) 순으로 나타남

[그림 2-1] 방일 한국인의 성별 및 연령별 분포

(단위: %)



자료: 出入國在留管理局, 出入國管理統計.

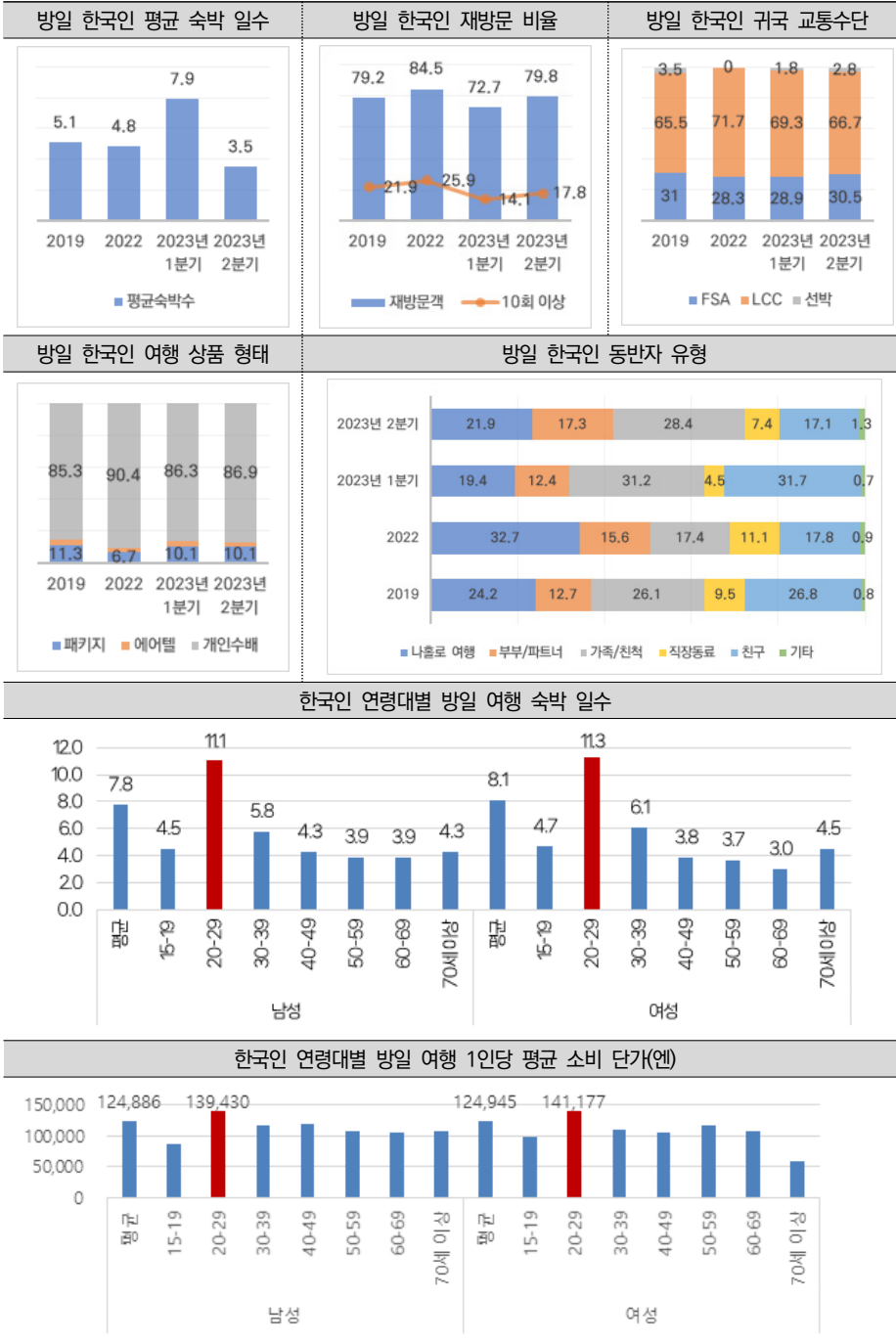
나. 방일 한국인 주요 여행 행태

- 관광청의 「방일외국인소비동향조사」에 따르면, 한국인의 방일 여행은 주로 LCC를 이용하여 여러 번 방문하는 양상을 보임
 - 한국인의 일본 재방문 비율은 2019년 79.2%, 2023년 2분기 79.8%로 약 10명 중 8명이 일본 방문 경험이 있는 것으로 나타남
 - 10회 이상 방문 경험이 있는 비율도 2019년 21.9%였는데, 2023년 그 비중이 다소 낮은 17.8%로 나타남
 - LCC 이용률은 2019년 65.5%, 2023년 2분기 66.7%로 나타남
- 2019년 기준으로 살펴보면 한국인의 방일 여행 기간은 5박 6일이 다소 넘음
 - 방일 한국인 평균 숙박일은 2019년 5.1박으로 나타나는데, 2023년 1분기는 7.9박으로 체류 일정이 길어졌으나, 2분기는 3.5박으로 단축된 것으로 나타나는데, 추이를 보다 자세히 살펴볼 필요가 있음¹⁾
- 한국인의 방일 여행 상품은 대부분이 개인 수배로 이루어지는 개별 여행으로 패키지 상품의 비중은 10% 내외에 불과한 것으로 나타남
 - 개별 여행은 2019년 85.3%, 2023년 1분기 86.9%로 10명 중 8명 이상이 개별 여행 형태로 일본을 방문하고 있음
- 한국인의 방일 여행 동반자는 친구, 가족/친척, 1인, 부부/커플 등 다양하게 분포함
 - 2019년 기준 동반자는 친구 26.8%, 가족 및 친척(2-3대) 26.1%, 1인 24.2%, 부부 및 커플 12.7%로 동반자 유형이 유사한 비중으로 다양하였음
 - 방역 정책이 남아 있던 2022년에는 1인 여행의 비중이 높았으나, 2023년에는 가족 여행 비중이 증가하는 경향을 보임
- 2019년 기준으로 연령별 숙박 일수를 살펴보면, 20대가 남성 여성 모두 11박 이상 머물고 있는 것으로 확인되며, 1인당 평균 소비 단가도 가장 높은 것으로 나타남

1) 이는 1분기의 경우 연휴 및 방학 등으로 여행 일정을 길게 잡을 수 있었다는 점과 함께 방일 여행이 풀리면서 수도권과 지방을 동시에 방문하고자 하는 수요가 증가했기 때문으로 해석됨

[그림 2-2] 국제 관광 재개 이후 한국인의 방일 여행 동향

(단위: 박, %)



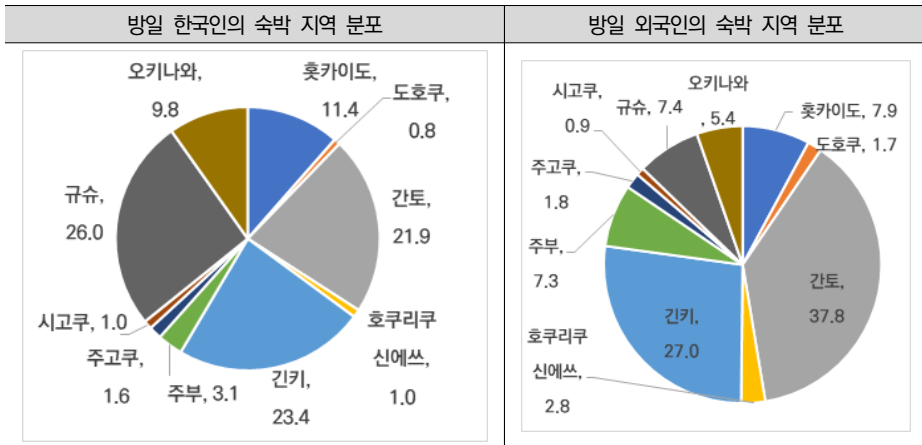
자료: 法務省(각년도), 出入国管理統計; 観光庁(각년도), 訪日外国人消費動向調査.를 기반으로 작성.

다. 방일 한국인 지방 방문 현황

- 방일 한국인의 일본 권역별 연속박인 비중을 살펴보면, 규슈 지역이 26.0%로 가장 많이 숙박하는 지역으로 나타남
 - 방일 외국인의 경우는 간토권, 긴키권 순으로 나타나며 규슈는 7.4%에 불과함
- 규슈 이외는 오사카가 있는 긴키권이 23.4%, 도쿄가 있는 간토권이 21.9% 순으로 나타나서 대도시권의 비중이 높게 나타남
- 그 외 홋카이도 11.4%, 오키나와 9.8%도 한국인 숙박 비중이 높은 지역임

[그림 2-3] 한국인의 일본 지방 방문 현황(2019년 기준)

(단위: 박, %)



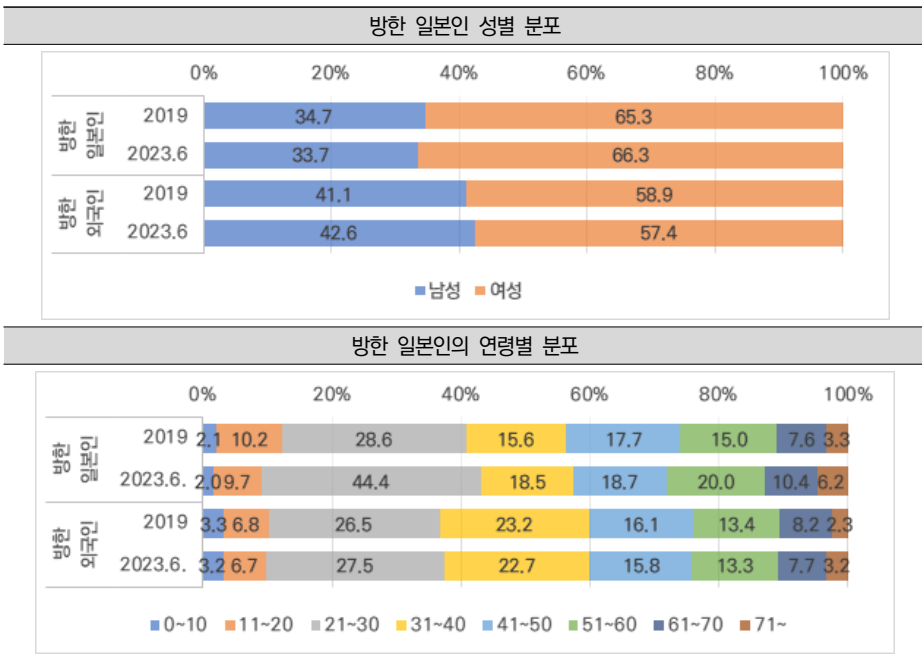
観光庁(2020), 「宿泊旅行統計調査」; <https://statistics.jnto.go.jp/>

2. 일본인 방한 여행 행태

가. 성별 및 연령별 분포

- 방한 일본인의 성별 연령별 분포를 「입국관광통계」를 통해 살펴보면, 2019년 기준 여성 65.3%, 남성 34.7%로 여성이 남성보다 압도적으로 많음
 - 방한 외국인도 2019년 기준 여성 방문 비중이 58.9%로 남성보다 많으나, 방한 일본인의 경우 여성의 비중이 전체 평균을 상회하고 있음
 - 2023년 6월 누계에서도 방한 일본인 여성의 비중이 66.3%로 증가하였음
- 연령별 분포를 살펴보면, 20대의 비중이 2019년 기준 28.6%로 가장 높았는데, 2023년 6월 누계 기준 20대 비중은 44.4%로 압도적으로 증가하여 일본인의 방한 여행 회복은 20대가 주도하고 있는 것으로 나타남²⁾
 - 61세 이상 시니어층의 방문율은 10.9%이며, 10대 이하는 12.2%로 나타남

[그림 2-4] 일본인 방한 여행의 성별·연령별 분포



자료: 관광지식정보시스템, 「입국관광통계」

2) 참고로 한국인 방일 여행의 경우 20대가 22.8%였으며, 20대, 30대, 40대, 50대의 고른 분포를 보임

나. 방한 일본인 주요 여행 형태

- 일본인의 방한 여행도 개별 여행으로 재방문하는 것으로 나타났는데, 특히 재방문객이 방한 여행의 회복을 주도하고 있음을 알 수 있음
 - 일본인 재방문율은 2019년 기준 68.2%에서 2023년 1분기 기준 71.1%로 증가하였으며, 여행 형태도 개별 여행 형태가 압도적으로 증가함
- 한국 방문 시 고려 요인으로는 ‘쇼핑, 음식, 한류, 현대 문화’의 비중이 높아서, 방한 여행의 주요 동기가 되는 것으로 나타났는데, 잠재 여행객 조사에서도 ‘미식, 쇼핑’이 주요 희망 활동으로 조사됨

[그림 2-5] 일본인 방한 여행의 주요 여행 형태

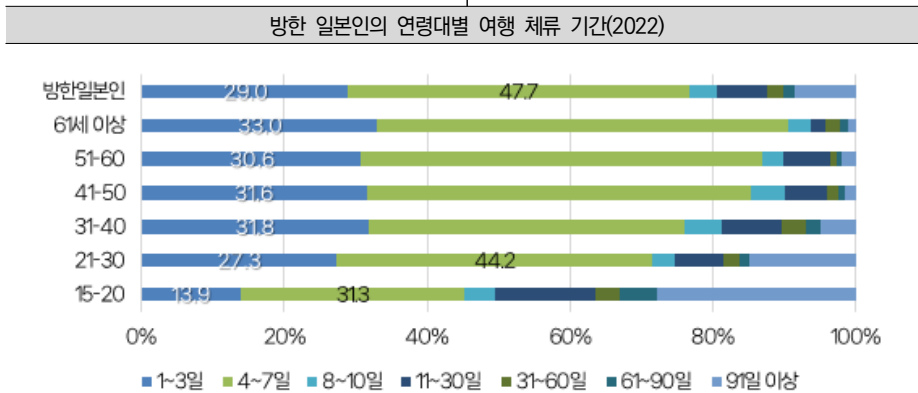
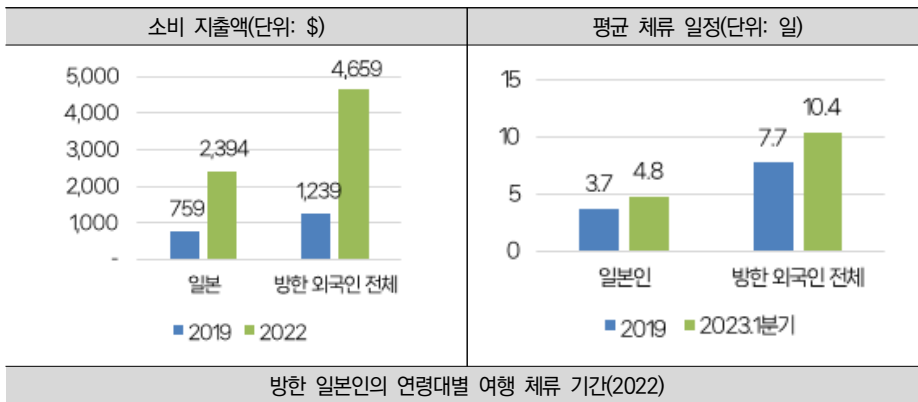
(단위: %)



자료: 한국문화관광연구원(2023), 「2022 외래관광객조사」 원자료 분석; 한국관광공사(2020), 「2019 외래관광객조사」; 한국관광공사(2023), 2022 잠재 방한 여행객 조사

- 일본인의 방한 여행 소비 지출액은 2019년 기준 759US\$로 방한 여행객 평균 2,394US\$를 하회하는 것으로 나타나는데, 이는 체류 일정이 짧기 때문이기도 함
- 일본인의 방한 여행 체류 일정은 2019년 3.7일, 2023년 1분기 4.8일로 다소 증가 하였으나, 여전히 단기간 체류 중심으로 나타남
 - 참고로 한국인의 방일 여행 체류 일정은 2019년 6.1일로 보다 길었음
- 3일 이내 단기 일정도 29.0%로 높아져, 체류 일정 증가를 위한 노력이 필요함
- 방한 일본인의 체류 기간은 연령대별로 차이가 나타났는데, 15-20대의 체류가 상대적으로 긴 편으로 나타남
- 일본인의 방한 여행의 질적 경험을 위해서는 가성비 있는 고부가 가치 상품을 창출하여 체류 일정을 증가시키고 소비 지출을 유도하는 전략이 무엇보다 중요함

[그림 2-6] 일본인 방한 여행의 주요 여행 형태

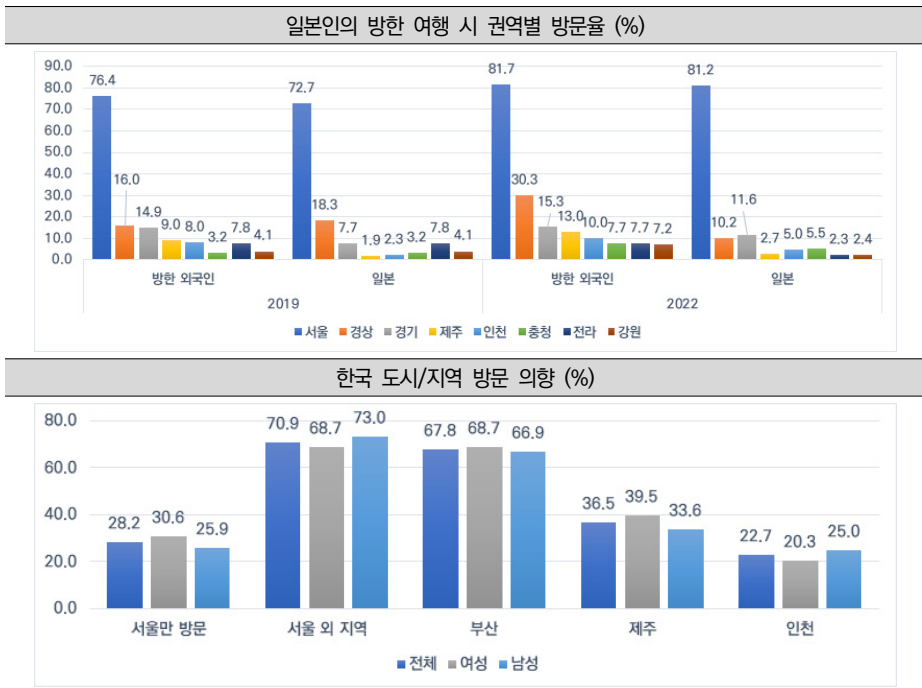


자료: 한국문화관광연구원(2023), 「2022 외래관광객조사」 원자료 분석; 관광지식정보시스템, 「입국관광통계」

다. 방한 일본인 지방 방문 현황

- 일본인의 방한 여행 시 지역 방문 현황을 살펴보면, 2019년 기준 서울 방문율은 72.7%이나, 그 외 권역은 경상 18.3%, 전라 7.8%, 경기 7.7% 순으로 나타남
 - 부산이 있는 경상권 방문율이 상대적으로 높았는데, 다만, 한국인의 방일 여행과 비교하였을 때, 일본인의 방한 여행은 지방 방문이 상대적으로 저조함
- 2022년 기준 일본인의 지방 방문율은 더욱 낮아졌는데, 이는 방한 외국인 평균과 비교해도 낮은 비중으로 지역 방문을 유도하기 위한 전략이 시급함
 - 서울 방문율은 81.2%로 상승했는데, 이는 항공 노선의 제약 때문으로 해석됨
- 2022년 잠재 방한 여행객 조사에서 한국의 도시 및 지역 방문 의향에서는 서울 외 지역이나 도시를 방문하겠다는 응답이 70.9%로 높게 나타남
 - 그중 부산, 제주, 인천 등에 대한 방문 의향이 상대적으로 높았음
- 지역 방문의 잠재 수요를 실수요로 전환하기 위한 정책적 노력이 요구됨

[그림 2-7] 일본인 방한 여행 지방 방문 현황 및 의향



자료: 한국문화관광연구원(2022), 「외래관광객조사」; 한국관광공사(2023), 2022 잠재 방한 여행객 조사.

제3절 소결

1. 한일 관광교류 현황

- 한국인의 방일 여행은 2019년 기준으로 558만 명이며, 일본인의 방한 여행은 327만 명으로 한일 양국은 상호 인바운드 및 아웃바운드 시장에서 중요한 위상을 지님
- 한국인의 해외여행은 20년간 증가 추세로, 2019년 3천만 명 출국을 눈앞에 두고 있었는데, 해외여행객 중 20% 이상이 일본을 방문하였음
- 일본인의 해외여행은 정체 추세였는데, 해외여행객 중 약 16%가 한국을 방문함
- 한국 인바운드 시장도 20년간 증가 추세인데, 방한 인바운드 시장에서 일본 시장은 2005년 40%에서 2019년 19.4%로 감소하였으나, 여전히 중요한 시장임

(표 2-4) 한일 관광 교류 현황

구분	한국	일본
상호 관광 교류 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 한국인의 방일 여행 558만 명(2019) - 2018년 754만 명 • 2012년 이후 방일 여행객 급성장 • 글로벌 경제위기(2009), 동일본대지진(2011), 일본의 수출 규제(2019) 감소 	<ul style="list-style-type: none"> • 일본인의 방한 여행 327만 명(2019) • 20년간 정체, 2016년 이후 회복 추세 • 911테러, SARS 등 국제 안전 이슈로 감소, 한일 외교 갈등(2013-2015) 감소
아웃바운드 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 한국인의 해외여행은 20년간 증가 추세 • 2019년 2,871만 명(총인구의 55.5%) • 일본은 해외여행의 제1의 목적지 - 한국인 해외여행 중 일본 여행 비중 2018년 26.3%, 2019년 19.4% 	<ul style="list-style-type: none"> • 일본인의 해외여행은 정체 추세 • 2019년 2천만 명(총인구의 16%) • 한국은 해외여행 제1 또는 제2의 목적지 - 일본인 해외여행 중 한국 여행 비중 16.3% (2019년 기준)
인바운드 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 방한 외국인 수 1,750만 명(2019년) • 20년간 증가 중 • 한국 인바운드 시장 중 일본 시장 비중 2005년 40% → 2019년 18.7% 감소 	<ul style="list-style-type: none"> • 방일 외국인 수 2,869만 명(2019년) • 20년간 급성장 • 일본 인바운드 시장 중 한국 시장 비중 25% 내외, 2018년 24.2%
최근 회복 동향	<ul style="list-style-type: none"> • 한국인 방일 여행 빠르게 회복 중 - 2023년 7월 누계 376만 명 - 한국인 해외여행 중 방일 여행 31.1% - 일본 인바운드 중 한국 시장 28.8% 	<ul style="list-style-type: none"> • 일본인 방한 여행 회복 중 - 2023년 7월 누계 107만 명 - 일본인 해외여행 중 방한 여행 23.8% - 한국 인바운드 중 일본 시장 19.7%

- 일본 인바운드 시장은 급성장하는 추세인데, 방일 인바운드 시장에서 한국 시장은 25% 내외를 점하는 중요 시장임
- 최근 국제 관광 회복기, 한일 양국의 교류는 회복 속도가 빠른 편으로, 관광 산업의 회복 탄력성 확보에 기여하는 바가 큼

2. 한일 관광 행태 비교 분석

- 한일 간의 상호 교류 여행 행태를 살펴보면, 한일 모두 남성보다 여성의 방문이 많은데, 특히 방한 일본인의 경우 여성 비중이 65.3%로 압도적으로 많았음
 - 한일 양국 모두 20대의 방문이 가장 많았는데, 특히 방한 일본인의 경우 20대 비중이 2023년 2분기 44.4%로 압도적으로 많아짐
- 한일 양국 모두 재방문율이 높는데, 특히 방일 한국인의 약 80%가 재방문객임
 - 한국인은 일본 여행 시 다양한 지역을 방문하고 있는 것으로 나타나, 반면 일본인의 방한 여행은 서울 및 부산 등 대도시 중심인 것으로 분석됨
- 여행 일정은 한일 양국 모두 짧은 편인데, 특히 일본인의 방한 여행은 3.7일로 한국인의 방일 여행 6.1일에 비교했을 때도 상대적으로 매우 짧게 나타남
 - 여행 소비 지출액은 한국인 방일 여행이 일본인 방한 여행을 다소 웃돌고 있음

〈표 2-5〉 한일 관광 여행 행태 비교 분석

구분	한국인 방일 여행	일본인 방한 여행
성별 분포	• 남성 42.2%, 여성 57.8%	• 남성 34.7%, 여성 65.3%
연령별 분포	• 20대 22.8%, 30대 21.6% 순	• 20대 28.6%, 40대 17.7% 순 (2023년 2분기 20대 비중 44.4%)
재방문	• 79.2%	• 68.2%
체류 일정	• 5.1박	• 3.7일(호텔 86.3%)
동반자	• 친구 26.8%, 가족/친척 26.1%, 혼행 24.2%, 부부/커플 12.7%	• 부부/커플 24.5%, 가족 22.8%, 친구/지인 22.8%, 혼행 17.2%
소비 지출액	• 124,886엔(약 115만 원)	• 759\$(약 100만 원)
여행 상품	• LCC 이용률 2023년 2분기 66.7% • 개별 여행 85.3%	• 쇼핑, 음식/미식 중심 여행 - 명동 로드샵, 공항 면세점, 대형 쇼핑몰 • 개별 여행 63.0, 에어텔 30.9%
지방 방문	• 권역별 숙박자 규슈 26%, 긴키 23.4%	• 권역 방문을 서울 72.7%, 경상 18.3% • 잠재 관광객의 지역 방문 의향 70.9%

주: 2019년 기준

한일 관광교류 영향요인 분석 연구

제3장

한일 관광교류 영향 환경 요인 분석

제1절 한일 관광교류 영향요인 분석

1. 국제 관광 영향 요인 개관

- 이강욱(2017)은 국제 관광에 영향을 미치는 환경 요인을 정치적, 경제적, 사회 문화적, 제도적, 기술적, 안전적, 관광 자원 및 마케팅·홍보 요인으로 구분함
- 본 장에서는 최근 한일 관광 교류에 영향을 주는 환경 요인을 정치적, 경제적, 사회적, 문화적 요인으로 크게 분류하여 살펴보고자 함
 - 최근 관광 교류의 영향 요인을 고찰하기 위해서 장기적인 영향 요인보다는 단기적인 영향 요인에 중점을 두고 분석함

〈표 3-1〉 국제 관광 영향 요인

구분	내용	비고
정치적 요인	국제 관광(국가 간 수교), 한일 외교 관계(독도, 역사 교과서), 한중 외교 관계(사드 배치), 국내 정치 상황, 남북 관계(북한의 핵 실험 관계)	정치
경제적 요인	경기 상황, 정부의 재정 긴축 및 확대, 외환 위기(IMF 체제), 오일 쇼크, 소득 수준, 환율의 등락, 여행 비용 수준, 유가 수준의 등락	경제
사회 문화적 요인	인구 구조 및 직업 구조 변화, 여행에 대한 가치관의 변화, 문화 교류의 증대(한류), 스포츠 및 문화 행사 교류(월드컵, 올림픽, 국제회의, 축제, 한국 방문의 해)	문화
제도적 요인	여행 자유화(비자 완화), 항공 협정 체결, 외환의 통제 및 조세 제도, 법 제도 변화(중국의 여유법 시행), 여권 및 비자 발급 용이성, 휴가 제도	사회
기술적 요인	교통 수단의 발달(고속 철도, 항공기 발달), 정보 통신 및 컴퓨터·인터넷 기술 발달(관광지에 대한 정보 획득)	
안전적 요인	질병 및 위생(사스 구제역, 메르스 등), 자연 재해(태풍, 지진, 쓰나미, 동일본 대지진), 전쟁, 테러(911 테러), 쿠데타 발생, 남북 관계 악화	
관광 자원 및 마케팅 요인	관광 자원의 매력도, 뉴스 미디어 기능, 중앙 및 지방 정부의 홍보 및 마케팅 기법의 수준	제외

자료: 이강욱(2017), 국제 관광 수요 영향 요인 분석, 한국문화관광연구원, p. 43.

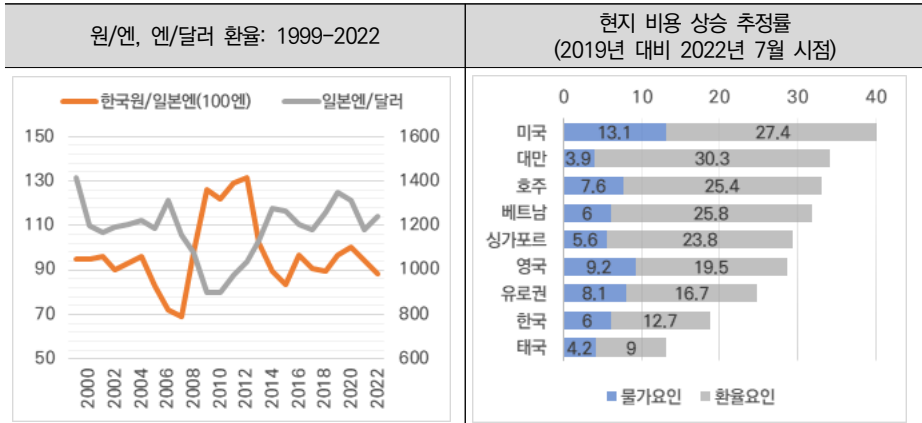
2. 경제적 요인

가. 환율

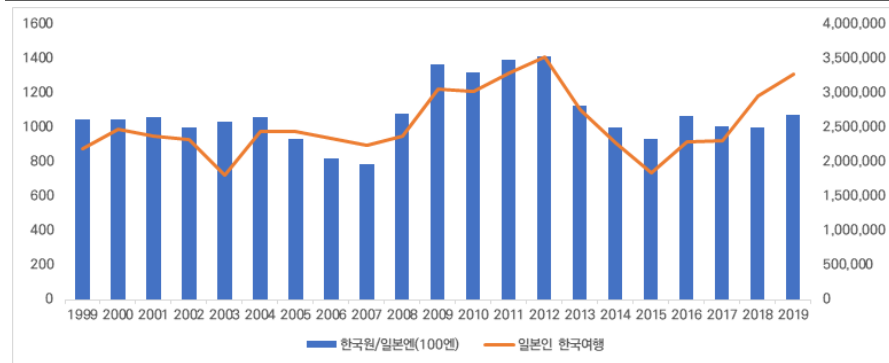
- 일본인의 방한 여행의 영향 요인으로는 경제적 요인 중 환율을 꼽을 수 있는데, 환율에 따른 여행 비용 증감이 여행객 증감에 영향을 주고 있음
 - 엔저가 진행되었던 2005-2007년은 일본인 방한 여행객이 감소 추세를 보였는데, 2007년은 전년 대비 감소함(-4.4%)
 - 엔고가 진행되었던 2008-2012년은 방한 여행객이 증가 추세를 보였는데, 2009년은 전년 대비 +28.4% 증가함
- 엔저 시에는 일본인의 한국 여행 비용은 상승되는 효과가 나타남에 따라 여행을 자제하는 경향이 있는 것으로 해석됨
 - 반면 한국인의 방일 여행은 엔저가 진행되면 여행 비용상 유리한 상황이 됨
- 환율의 영향은 원/엔 환율만으로 설명하기 어려운 요소도 존재하는데, 원/달러 및 엔/달러 환율의 변동이 해외여행 목적지 선정에 영향을 주기 때문임
 - 엔저는 달러 강세를 동반하므로 일본인 해외여행에서 원거리 여행에 보다 큰 제약 요소로 작동하게 됨
- 일본인의 해외여행에 영향을 주는 현지 비용 상승 추정률을 살펴보면, 2022년 7월 기준 2019년 대비 미국 40.5%, 대만 34.2% 등으로 크게 오른 반면, 한국은 18.7%로 상승률이 높지 않은 편으로 나타남
- 최근 일본인의 해외여행은 엔저 등 환율로 인해 회복 속도가 더딘 가운데, 해외여행 목적지 선정에 있어서는 원거리 여행보다 근거리 여행을 선택하는 경향을 보이고 있는데, 특히 한국 여행에서 회복 속도가 빠른 것으로 나타남
- 한국인의 방일 여행은 환율로 인해 장거리 국가로의 여행에 제약이 발생하고 있기 때문에, 엔저로 인해 상대적으로 현지 비용이 유리한 일본을 해외여행 목적지로 선정하는 경향이 있는 것으로 분석됨

[그림 3-1] 원/엔, 엔/달러 환율 및 한일 교류

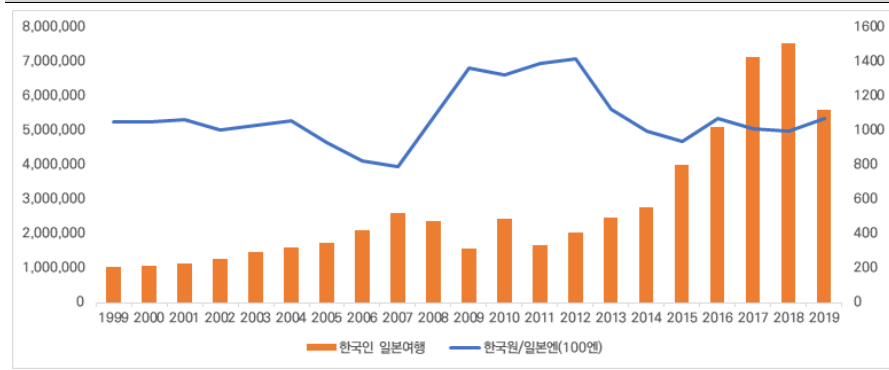
(단위: 100엔, %, 100엔, 명)



원/엔 환율 및 일본인 방일 여행 추이



원/엔 환율 및 한국인 방일 여행 추이

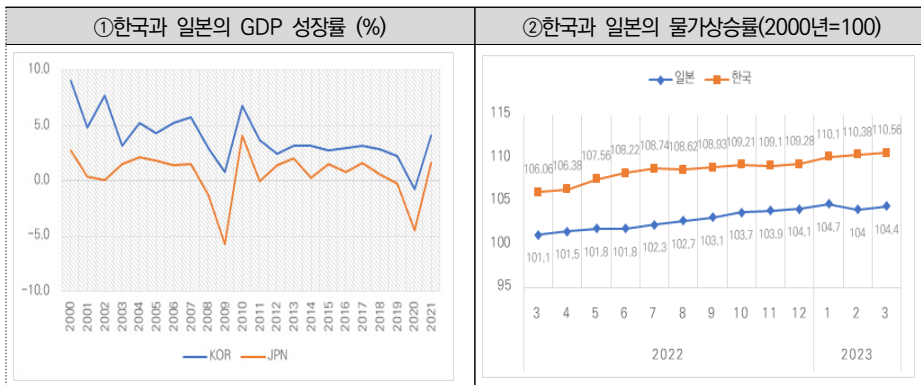


자료: 한국은행 경제통계시스템(<https://ecos.bok.or.kr>)

나. GDP 성장률 및 물가 상승률

- 거시경제적 요인으로 GDP 성장률이 해외여행 수요 증가에 영향을 주고 있는데, 특히 한국인의 해외여행 증가에는 GDP 성장률의 영향이 컸음³⁾
- 여행 비용적 측면에서 물가 상승률도 한일 양국의 방문에 영향을 줄 수 있는 요인으로, 한국에서 진행되고 있는 물가 상승은 환율과 더불어 방한 여행 비용을 증가시키는 요소로 우려되고 있음
 - 한국의 물가 상승률은 2023년 3월 기준 110.56으로 상승세를 이어가고 있음
 - 일본의 물가 상승률은 104.4로 다소 상승세가 보이나 한국에 비해서는 상승률이 크지 않음
- 참고로 일본에서는 소비세율을 2014년 5%에서 8%로, 2019년 다시 10%로 인상했는데, 방일 여행객에 미치는 영향을 최소화하기 위해 소비세 면세 제도를 적극 개선하고 면세 사업자의 확대를 추진한 바 있음

[그림 3-2] 한일 물가 상승률 및 GDP 성장률



자료: ① World Bank(<https://data.worldbank.org>), ② 통계청, 2023년 3월 소비자 물가 동향, 2023. 4. 4.; 総務省, 2020年基準 消費者物価指数, 2023. 4. 21.

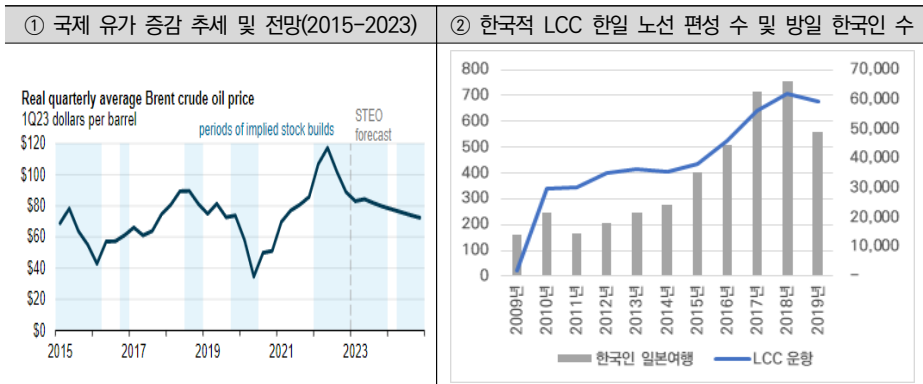
3) 조아라 · 김형중(2019), 국민의 해외여행 동향 분석, 한국문화관광연구원.

다. 유류 할증료 및 LCC

- 국제 유가 수준의 등락으로 인한 항공 유류 할증료 및 LCC 노선 증편에 따른 항공 가격 변동도 해외여행 수요에 영향을 미치는 요인으로 분석 가능함
- 특히 한국인의 방일 여행은 LCC 노선 증편에 따른 영향이 컸던 것으로 해석됨
 - 2015년 9월부터 2017년 1월까지의 저유가 영향과 LCC의 일본 노선에 대한 공격적 취항과 엔저 효과 등이 겹치면서 2015년 일본 방문 한국인 수가 전년 대비 약 45% 증가한 400만 명을 돌파함⁴⁾
- 2022년 2월 발발한 러시아-우크라이나 전쟁 직후 국제 유가가 폭등하면서 항공사의 유류 할증료가 높게 편성됨에 따라, 여행 회복의 제약 요인이 되고 있음⁵⁾
- 다만 환율과 마찬가지로 한일은 단거리 노선이므로 유류 할증료가 반드시 부정적인 영향을 미친다고 보기는 어려운데, 오히려 증장거리 노선의 비용에 대한 부담으로 인해 단거리 노선을 선택하는 비중이 늘어날 수 있기 때문임

[그림 3-3] 국제 유가 증감 추세 및 국제선 유류 할증료

(단위: 건, 명)



자료: ① EIA(2023), STEO Between the Lines: Why oil prices will fall in 2023 and 2024; ② 한국공항공사인천국제공항공사, 「항공통계」

- 4) 여행신문(2022. 7. 18.), [창간 30주년 기획] 해외여행 20년 주요 사건과 영향 ① 질병과 경제 상황에 민감한 해외여행 시장.
- 5) 한국무역협회(2023. 2. 27.), 우크라이나 전쟁 발발 1년...기름값, 얼마나 올랐을까.

3. 정치적 요인

가. 외교 관계 주요 이슈

- 한일 양국의 외교 관계는 1990년대 고노 담화, 무라야마 담화, 김대중·오부치 선언 등으로 크게 개선되었으며, 2002년 한일 공동 월드컵 개최의 성과가 있었음
- 그러나 2012-2015년 역사 교과서, 강제 동원, 위안부, 독도 등 역사 인식 문제가 심화되면서 한일 정상 회담이 중단되는 등 한일 외교 갈등이 심화되어 옴
- 2018-2019년은 위안부 문제에 더해 강제 징용 문제, 일본의 한국 수출 규제, 한국의 한일 지소미아 불연장 등으로 저강도 복합 갈등이 악화되었음

〈표 3-2〉 1990년대-2020년 이후 한일 양국의 정치적 주요 이슈

구분	주요 정치적 이슈	비고
1990년대	<ul style="list-style-type: none"> • 1993년 고노 담화(위안부 문제 강제성 및 일본군 관여 인정) • 1995년 무라야마 담화(과거 식민 지배와 침략에 대한 반성과 사죄) • 1998년 김대중-오부치 '21세기 한일 파트너십 공동 선언' 	한일 관계 개선
2001	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 역사 교과서 한국사 왜곡(후소사의 「새로운 역사 교과서」) 	
2002	<ul style="list-style-type: none"> • 한일 역사 공동 연구 위원회 설치 	한일 관계 우호
2004	<ul style="list-style-type: none"> • (2월) 「일제강점하 강제 동원 피해 진상 규모 등에 관한 특별법」 제정 	
2005	<ul style="list-style-type: none"> • (2월) 일본 시마네현 다케시마의 날 제정 • (3월) 노무현 대통령 대일 독트린 선언(일본의 성의 있는 조치 촉구) 	
2007	<ul style="list-style-type: none"> • (12월) 「태평양전쟁 전후 국외 강제동원 희생자 등 지원에 관한 법률」 제정 	
2008	<ul style="list-style-type: none"> • 미국발 금융위기, 중국의 부상, 한미일 3국 회담 시작 	
2009	<ul style="list-style-type: none"> • 북한 핵 위험 고조, 한미일 안보협력 중요성 대두 	
2010	<ul style="list-style-type: none"> • (8월) 간 나오토 담화(일본 식민지배가 한국인들의 의사에 반하여 이루어 졌음을 명기) 	한일 병탄 100년 한일 관계 개선
2011	<ul style="list-style-type: none"> • (8월) 위안부 지원 단체 헌법 재판소 판결 (피해자 배상 청구권 문제 정보 해결 노력 부족은 헌법 위반) • (12월) 위안부 소녀상 일본 대사관 앞 설치 및 철거 요구 	
2012	<ul style="list-style-type: none"> • (8월) 이명박 대통령 독도 방문 및 천황 사과 요구 발언 	일본 험한 급증
2013	<ul style="list-style-type: none"> • 한일 정상 회담 중단 지속 	
2014	<ul style="list-style-type: none"> • 한일 정상 회담 중단 지속 	
2015	<ul style="list-style-type: none"> • (12월) 한일 위안부 협정 합의 	한일 수교 50주년
2016	<ul style="list-style-type: none"> • (11월) 한일 정보 보호 협정 	
2017	<ul style="list-style-type: none"> • (5월) 문재인 정부 출범, 위안부 협정 및 정보 보호 협정 재검토 결정 	한일 관계 악화
2018	<ul style="list-style-type: none"> • (10월) 강제 징용 피해자 대법원 판결 (일본 기업에 대해 피해자에게 1억 원씩 보상할 것을 판결) 	
2019	<ul style="list-style-type: none"> • (7월) 일본의 한국 수출 규제 발표 	한국 일본 불매 운동
'20년 이후	<ul style="list-style-type: none"> • 2023년 윤석열 정부 출범, 한일 관계 개선 도모 	

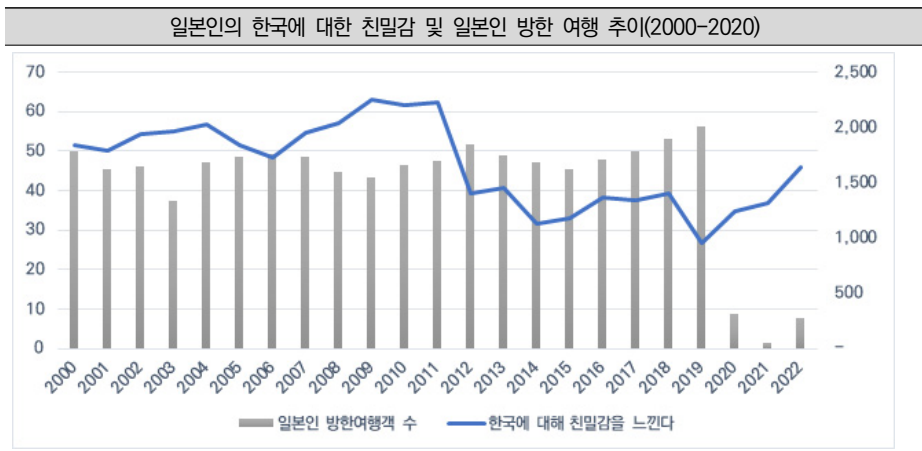
자료: 연구진 정리

나. 외교 갈등에 따른 관광 수요 영향

- 한일 외교 갈등은 한일 양국 국민의 상호 인식에 영향을 줌으로써, 관광 수요에 마이너스 영향을 주고 있음
- 방한 일본인의 경우 2012-2015년 역사 인식 문제가 심화된 3년간 302만 명에서 184만 명으로 감소한 바 있음(-40%)
 - 2008~2009년은 한국에 대한 친밀감은 증가하였으나, 글로벌 경제 위기의 영향으로 방한 여행은 감소하였음
- 방일 한국인의 경우 2019년 일본의 수출 규제에 대한 반발로 방일 여행객이 2018년 753만 명에서 2019년 558만 명으로 감소하였음(-25.9%)

[그림 3-4] 일본의 한국에 대한 친밀감 추이

(단위: %, 만 명)



자료: 内閣府(각년도), 外交に関する世論調査.

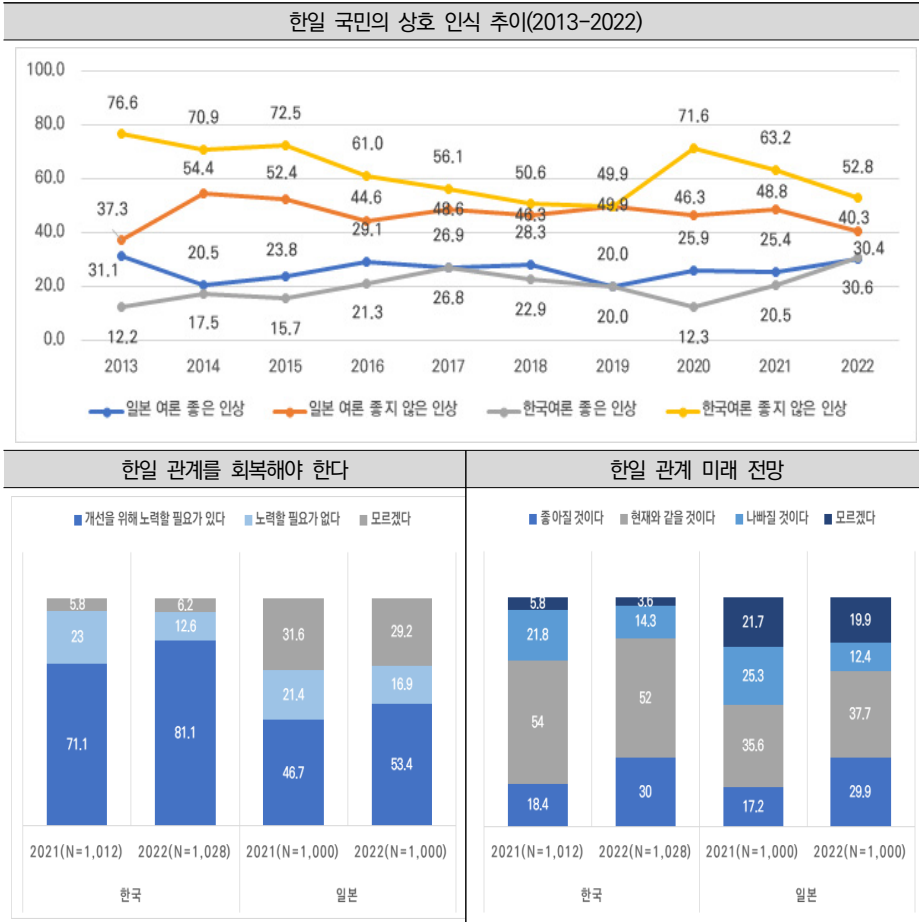
- 한국의 동아시아 연구원과 일본의 겐론 NPO에서 실시한 조사에 따르면, 최근 한일 정상 회담 이후 정부의 적극적인 관계 개선에 따라 2022년 양국의 호감도는 과거 최고치 수준에 육박하고 있으며 비호감도는 최저치에 근접하고 있음
- 특히, 장기간 교착 상태에 빠져 있던 한일 관계의 개선을 위해 노력해야 한다는 양국 국민의 목소리가 높아지고 있음(동아시아 연구원, 2022)
 - 한국인 응답자의 80% 이상, 그리고 일본인의 과반수인 53.4%의 응답자가 한일

양국 관계 개선을 지지하고 있음

- 다만 양국 정부의 관계 개선 의지가 명확한 한편으로, 후쿠시마 원전 오염수 방류 문제 등 갈등의 소지는 남아 있는 상황으로 향후 전망은 다소 불투명함

[그림 3-5] 한일 관계 회복 및 전망에 대한 한일 국민의 상호 인식

(단위: %)



자료: 동아시아연구원(2022), 제10회 한일 국민 상호 인식 조사, 보도 자료, 2022. 9. 1.

주: 동아시아연구원과 言論NPO 공동조사

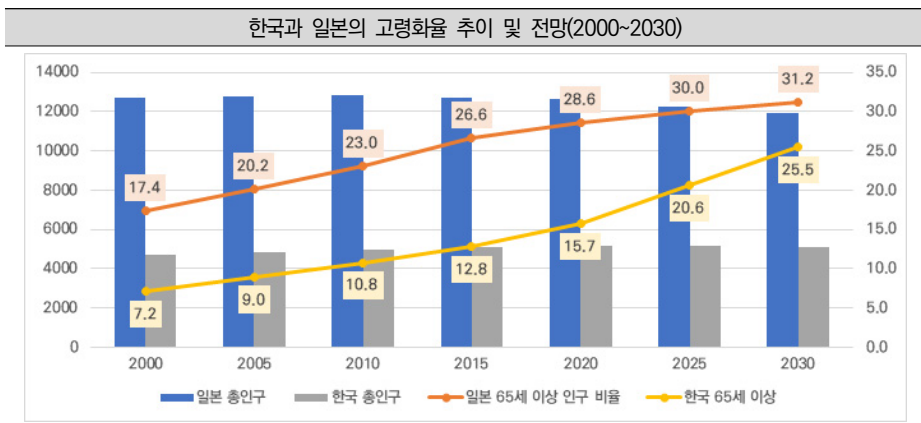
4. 사회적 요인

가. 인구 감소 및 고령화

- 해외여행 수요 증감에 영향을 미치는 사회적 요인으로 인구 요인을 꼽을 수 있음
- 일본의 총인구는 2010년을 정점으로 감소로 전환하였으며, 2020년 총인구에서 65세 인구의 비중이 20%를 초과하는 초고령 사회로 전환됨
 - 일본인 해외여행은 2000년 이후 큰 증가 없이 정체가 지속되어 옴
- 한국의 총인구는 2020년을 정점으로 감소로 전환될 것으로 전망되고 있으며, 2025년 초고령 사회에 진입할 것으로 전망됨
 - 한국인 해외여행은 2000년 이후 크게 증가하고 있으며, 국제 관광 재개 이후도 회복이 빠른 편임
- 일본인 해외여행 정체에는 인구적 요인이 어느 정도 영향을 미치고 있음을 짐작할 수 있는데, 반면 한국인 해외여행에는 아직까지 그 영향이 제한적인 것으로 해석됨
 - 일본인의 경우 국내 여행도 정체 경향에 있는 것으로 나타남에 따라, 일본 정부는 관광 정책에서 대체 시장으로서 인바운드 정책을 적극 추진하고 있으며, 고령자의 여행 수요 진작을 위한 유니버설 투어리즘 정책을 추진하고 있음

[그림 3-6] 한국과 일본의 고령화율 전망

(단위: %, 만 명)



자료: 통계청(2021), 장래 인구 추계: 内閣府(2023), 高齢社会白書.

나. 재난 및 안전사고의 영향

- 한일 양국의 관광 교류에 영향을 주는 요인으로 재난 및 안전사고를 꼽을 수 있음
- 일본인 방한 여행은 미국 9·11 테러(-3.8%), 미국 이라크 전쟁 및 홍콩 SARS(-22.3%), 한국의 세월호 사고(-17.0%) 및 메르스 사태(-19.4%) 등 발생 시기에 크게 감소한 바 있음
- 한국인의 일본 여행은 세계 경제 위기(-8.4%), 일본 동일본 대지진(-32.0%) 등으로 크게 감소한 바 있음
 - 다만 한국인의 일본 여행은 홋카이도 이부리 지진 및 오사카 태풍 피해가 발생했던 2018년은 LCC 노선 증가 등 요인으로 오히려 증가하기도 하였음
- 2020년 코로나19 발생 이후 양국의 관광 교류는 거의 중단되었으나, 2022년 8월 한국의 일본인 무비자 허용, 2022년 10월 일본의 한국 무비자 입국 허용 이후 방역 정책이 완화되면서 회복세로 전환됨

〈표 3-3〉 재난 및 안전사고 주요 이슈

구분	주요 정치적 이슈	주요 관광 수요 영향
2001	• 미국 9/11테러	• 일본인 해외여행 -9.0% 감소, 한국 여행 -3.8% 감소
2003	• 미국 이라크 전쟁, SARS 발생	• 일본인 해외여행 -19.5%, 한국 여행 -22.3% 감소
2005	• 2004년 12월 인도양 지진 해일 • 2005년 발리섬 연쇄 폭탄 테러	• 일본인 해외여행 3.4% 증가, 한국 여행 -0.1% 감소
2006	• 북한 핵 실험 이슈 부각	• 일본인 해외여행 0.8% 미증, 한국 여행 -4.1% 감소
2008	• 세계 경제 위기	• 한국인 해외여행 -10.0%, 일본 여행 -8.4% 감소 • 일본인 해외여행 -7.6% 감소, 방한 여행 6.4% 증가
2010	• 천안함 및 연평도 포격	• 일본인 해외여행 -1.0% 감소
2011	• 일본 동일본 대지진	• 한국인 해외여행 1.6% 미증, 일본 여행 -32.0% 감소
2014	• 한국 세월호 사고	• 일본인 해외여행 -3.3, 방한 여행 -17.0% 감소
2015	• 한국 MERS 사태(5. 20.-7. 28.)	• 일본인 해외여행 -4.1%, 방한 여행 -19.4% 감소
2018	• 홋카이도 이부리 동부 지진 • 태풍 21호 간사이 공항 폐쇄	• 한국인 일본 여행 27.6% 증가 • 일본인 방한 여행 5.6% 증가
2020	• 코로나19 발생	• 한국인 일본 여행 -86.8% 감소 • 일본인 한국 여행 -96.1% 감소
2022/23	• 방역 조치 완화 및 해제 - 2022. 8. 한일 상호 무비자 재개 - 2023. 4. 일본 백신 접종 증명서 폐지 - 2023. 6. 한국 백신 접종 증명서 폐지	• 한일 국제 관광 회복 중

자료: 연구진 정리

다. 코로나 팬데믹 이후 해외여행 인식

- 최근 국제 관광 재개 속도에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 방역 정책과 이에 따른 심리적 제약 요인이라 할 수 있음. 지난 코로나19 동안 일본이 한국보다 엄격한 사회적 거리 두기를 경험하였으며, 방역 완화도 한국보다 더디게 진행되고 있음
- 일본인의 해외여행 출국률은 2019년 기준 15.9%로 한국(56.0%), 대만(72.5%)에 비해 매우 낮은 편임

〈표 3-4〉 출국률 국제 비교

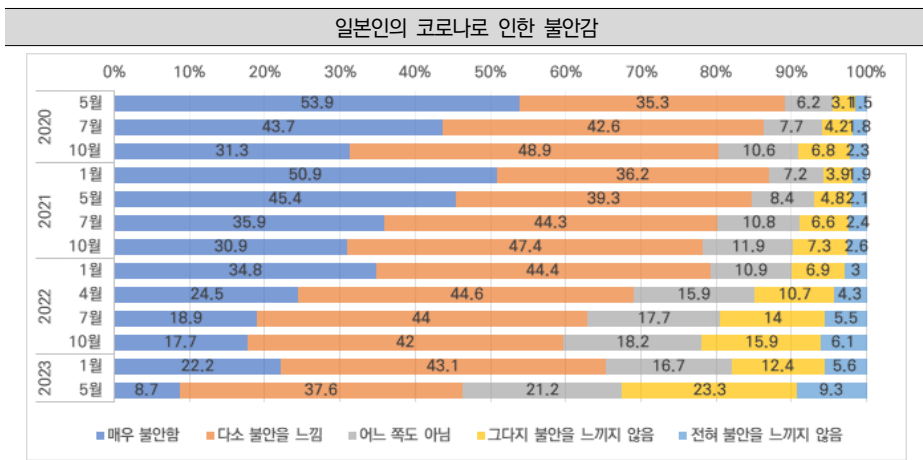
(단위: %)

국가	2019	2020	국가	2019	2020
일본	15.9	2.5	호주	44.9	11.1
한국	56.0	8.3	미국	30.1	10.1
대만	72.5	9.3	캐나다	88.4	23.8
홍콩	174.3	24.8	영국	137.8	35.1
싱가포르	184.7	26.4	러시아	31.1	8.5

자료: JTBF(2022), JTB 海外旅行レポート2022.

- JTBF의 「여행 실태 조사」에 따르면, 2023년 5월 시점에서 일본인의 46.3%가 여전히 코로나19로 인해 불안감을 느끼고 있는 것으로 나타나고 있음
 - 2023년 1월 시점에서는 매우 불안함을 느끼는 사람도 22.2%로 비교적 많았음

[그림 3-7] 일본인 해외여행 의향

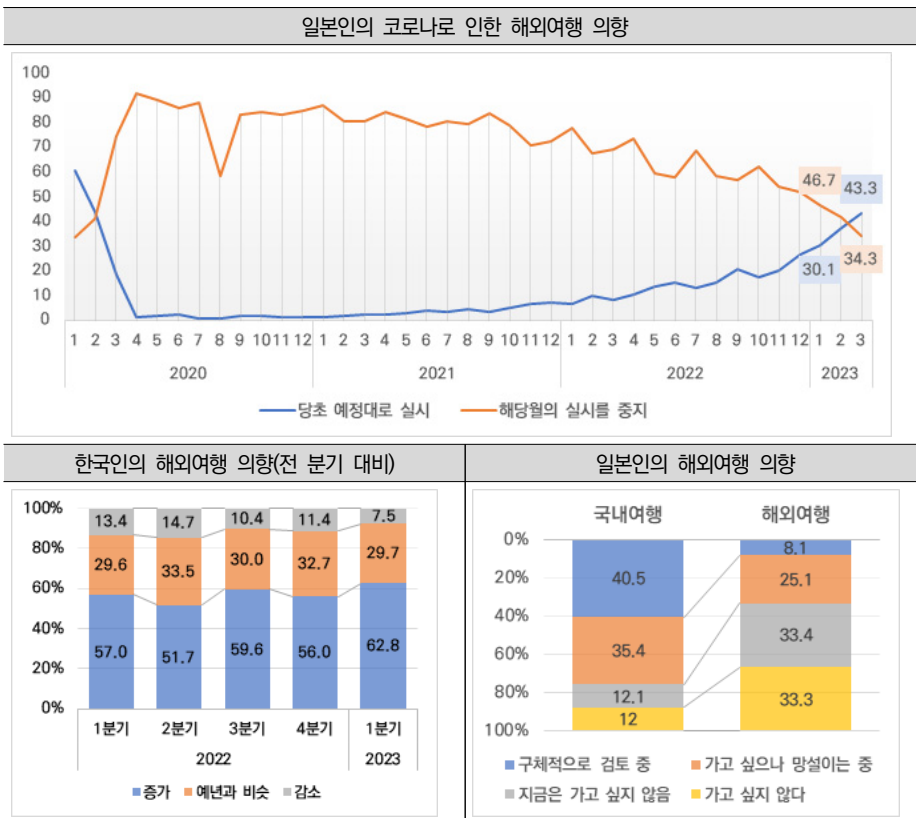


자료: JTBF(2023), 新型コロナウイルス感染症影響下の日本人旅行者の動向 (その23)

- 최근 일본인의 해외여행은 서서히 회복되고 있는데, 2022년 4월까지 10% 미만으로 추이하였으나, 입국자 수 제한 상향 및 폐지, 입국 시 PCR 검사 등 폐지 등 입국 규제가 완화됨에 따라, 예정대로 해외여행을 실시하는 비율이 증가됨
- 일본인의 해외여행 실시 의향은 양극화되고 있는 것으로 나타나는데, 2023년 5월 조사 결과, 1년 이내에 여행을 구체적으로 검토하고 있다는 8.1%에 지나지 않음 - '지금뿐 아니라 앞으로도 해외여행을 가고 싶지 않거나 해외여행에 흥미가 없다'는 응답도 33.3%로 나타남에 따라, 해외여행 무관심층이 많음을 알 수 있음
- 한국인의 해외여행에 대한 인식은 긍정적 개선이 뚜렷한데, 2023년 1분기 기준으로 2022년 4분기 대비 해외여행 의향이 증가하였다는 응답은 '62.8%'로 높았음

[그림 3-8] 한국 및 일본인의 해외여행 의향

(단위: %)



자료: JTBF(2023), 新型コロナウイルス感染症影響下の日本人旅行者の動向 (その23); 한국문화관광연구원(2023), 온라인 패널을 이용한 국내외 여행 행태 조사(1분기 결과).

5. 문화적 요인

가. 한류와 일본인 방한 여행

- 1998년 일본 대중 문화 개방, 2002년 한일 공동 월드컵 개최와 더불어, 2000년대 한류 붐 등이 한일 관광 교류에 긍정적인 영향을 미침
 - 방한 일본인은 2000년 248만 명에서 2010년 302만 명으로 증가
- 일본의 한류 붐은 드라마 「겨울연가」에서 시작되었는데, 당시는 2002년 월드컵 공동 개최 이후 한일 간의 우호 분위기가 형성되었던 시기임
 - 「겨울연가」는 NHK에서 세 번째 재방송이 진행될 정도로 인기가 많았으며, 50대 여성을 중심으로 한 한류 붐이 형성되었음
- 제2차 한류 붐은 「동방신기」 등 K-POP 팬덤이 형성된 시기로, 2011년 NHK 홍백 가합전(연말 가요제)에 동방신기, 소녀시대, KARA가 출연하기도 함
- 제3차 한류 붐은 인스타그램의 확산과 더불어 10대-20대를 중심으로 화장 및 패션, 한국 음식에 대한 관심이 증가한 시기임
- 제4차 한류 붐은 코로나 팬데믹에 따른 스테이 기조 속에서 한류 붐이 더욱 확산된 시기로, 특히 10대를 중심으로 한류 관련 키워드가 대폭 유행한 시기임
 - 한국 여행에 대한 수요가 도한 놀이 등으로 광범위하게 확산됨

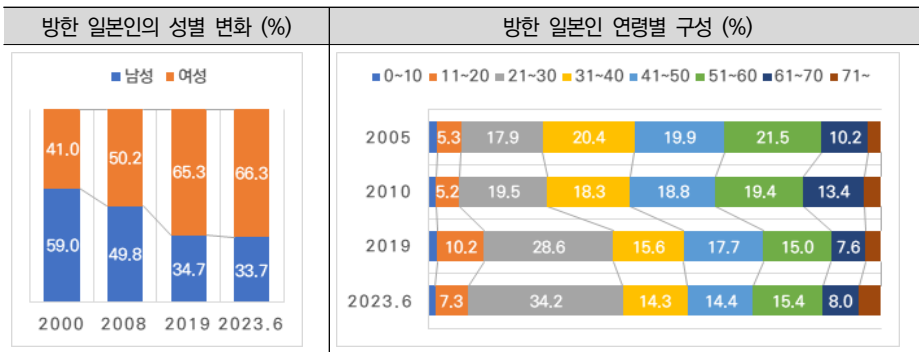
〈표 3-5〉 일본의 한류 붐 주요 동향

구분	시기	주요 내용
제1차	2003~	<ul style="list-style-type: none"> • K-드라마 중심 한류 형성, 「겨울연가」 NHK 세 번째 재방 • 용사마(배용준), 이병헌, 장동건, 원빈 등 한류 4대 천왕 등 인기
제2차	2010~	<ul style="list-style-type: none"> • K-Pop 중심 한류 형성, 한국 아이돌 시장의 토양 형성 • 동방신기, KARA, 소녀시대, 빅뱅 등 • 신오쿠보 코리아타운 관광지화(2013년 한국계 점포 628채)
제3차	2016~	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 음식, 메이크업 및 패션 중심 한류 인기 • '인스타 감성'에 힘입어 치즈 닭갈비나 팔방수 등 인기(외형 화려함) • K-Pop 아이돌풍 얼짱 메이크업, 저가 화장품 및 패션 등
제4차	2020~	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나19 확산에 따른 스테이 홈 기조 속에서 한류 붐 확산 • 달고나 커피, 「사랑의 불시착」, 「오징어 게임」, BTS • 2020년 상반기 JC·JK유행어 대상(여자 중학생 유행 랭킹)에서 한국 관련 키워드 다수 수록(INI, Grils Planet999(Mnet 운영), 오징어 게임, 도한 놀이, Qoo10(한국 패션 판매 앱), UNIVERSE(한국 아이돌의 MV나 라이브, 비공개 영상 시청 앱))

자료: 닥세이基礎研究所(2021), 2021年JC·JK流行語大賞を総括する-「第4次韓流ブーム」と「推し活」という2つのキーワード.

- 한류 붐에 따라 일본의 중점 시장이 남성에서 여성으로, 중장년에서 청년층으로 전환되기도 하였음
 - 2000년 기준 방한 일본인은 남성(59%)이 여성(41%)보다 많았으나, 2008년 남성(49.8%)보다 여성(50.2%)의 비중이 많아졌고, 이후 2019년 기준 여성의 비중이 65.3%로 압도적으로 변화함
 - 2005년 기준 방한 일본인은 20대 21.5%, 30대 20.4%, 40대 19.9%순으로 많았으나, 2010년 20대 비중이 가장 많아졌고, 이후 2019년에는 20대가 28.6%로 가장 많은 비중을 차지하게 됨
- 2023년 6월 기준으로 여성은 2019년보다 비중이 더 높게 나타나고 있으며, 20대는 34.2%로 압도적으로 높게 나타남

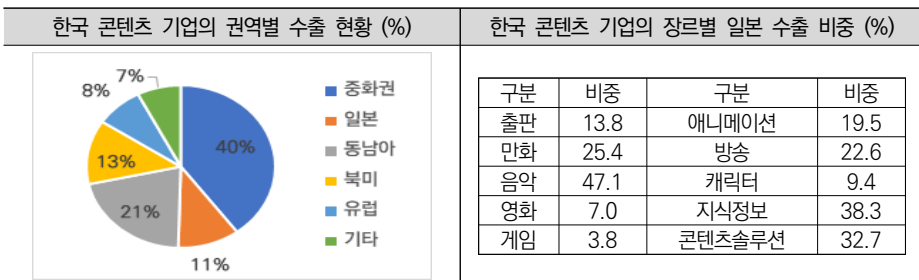
[그림 3-9] 일본인 방한 중점 시장의 변화



자료: 법무부, 출입국 통계; 관광입국지식정보시스템, 입국 관광 통계.

- 한국의 일본에 대한 콘텐츠 수출은 전체 중 10.6%를 차지하고 있는데, 음악 콘텐츠가 47.1%로 가장 많고, 지식 정보 38.3%, 방송 22.6%로 나타남

[그림 3-10] 한국 콘텐츠 산업의 수출 현황



자료: 문화체육관광부(2022), 「2020년 기준 콘텐츠 산업 조사」

- 코로나 19 기간 동안 OTT 한국 드라마 및 BTS 등 K-Pop이 인기를 얻으면서 방한 여행의 증가가 기대되고 있음
 - 최근의 한류 붐은 유튜브나 인스타그램 등 SNS, 넷플릭스 등 플랫폼을 통해 수용되고 있는 것이 특징임

[그림 3-11] BTS 로케지 여행



자료: 코네스트 홈페이지(www.konest.com)

- 일본인의 방한 여행 시 주요 활동 중 8위는 'K-Pop/한류 스타'(10.6%)로 조사되고 있는데, 특히 10대 후반은 25.2% 및 20대는 15.3%가 'K-Pop/한류 스타'를 꼽고 있는 것으로 나타남

<표 3-6> 방한 일본인의 연령별 주요 활동

(단위: %)

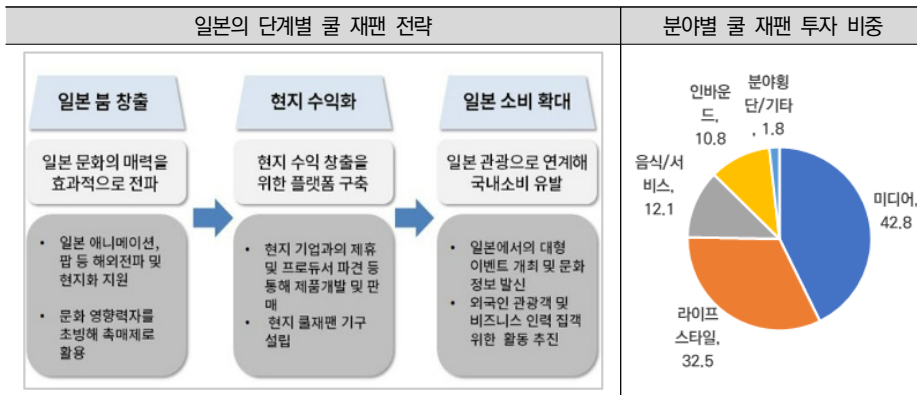
구분	방한 일본인		15-20세		21-30세	
	순위	비율	순위	비율	순위	비율
1위	쇼핑	79.9	쇼핑	97.4	쇼핑	94.0
2위	식도락	71.9	식도락	90.4	식도락	87.1
3위	업무 수행	30.6	연수/교육/연구	46.1	뷰티/의료	18.3
4위	자연 감상	15.7	자연 감상	25.2	자연감상	17.6
5위	뷰티/의료	13.1	고궁/역사 유적	25.2	유희/오락	17.2
6위	유희/오락	12.6	K-Pop/한류 스타	25.2	연수/교육/연구	16.8
7위	고궁/역사 유적	12.4	유희/오락	21.7	K-Pop/한류 스타	15.3
8위	K-Pop/한류 스타	10.6	전통 체험	20.0	고궁/역사 유적	14.6
9위	연수/교육/연구	9.4	뷰티/의료	17.4	업무 수행	11.5
10위	드라마/영화 촬영	6.9	박물관/전시관	15.7	드라마/영화 촬영	9.5

자료: 한국문화관광연구원(2023), 「2022외래관광객조사」.

나. 쿨 재팬과 한국인 방일 여행

- 일본 경제 산업성은 2013년 일본 문화의 매력을 세계적으로 전파하여 일본 붐을 창출하기 위한 쿨 재팬 전략을 발표하고 펀드를 구성함
- 쿨 재팬 전략은 미디어뿐 아니라, 패션 및 음식, 인바운드 등 다방면에 걸쳐 있음
 - 2021년 기준 쿨 재팬 기구의 분야별 투자액을 살펴보면 미디어 42.8%, 라이프스타일 32.5%, 음식 및 서비스 12.1%, 인바운드 10.8%로 구성되어 있음⁶⁾
- 특히 애니메이션 및 일본 음식의 해외 진출을 중점적으로 추진함으로써, 각 분야의 현지 수익을 창출하고 일본 내 수익으로 연계하는 전략이 추진되어 옴

[그림 3-12] 일본 쿨 재팬 전략 및 분야별 투자 비중



자료: KOTRA(2016), 일본의 소비자 글로벌화 전략과 시사점; 經濟産業省(2021), クールジャパン機構について.

- 한국 콘텐츠 기업의 일본 수입 비중을 살펴보면, 일본 수입액은 104,947천 달러로 일본 수출액 1,210,980천 달러 대비 8.6%로 나타남⁷⁾
- 총수입액 중 일본 수입 비중은 12.8%로 나타나는데, 장르별로는 애니메이션 95.1%, 만화 89.0%에서 압도적으로 일본 비중이 높게 나타남

6) 다만 경제 산업성이 소관하는 관민 펀드인 쿨재팬 기구의 투자의 경우 2022년 기준 누적 적자액이 309억 엔으로 확대됨에 따라, 조직 통합합 논의도 진행 중에 있음(朝日新聞, 'クールジャパン機構が崖っぷち 政府肝いりファンド、巨額の累積赤字', 2022년 11월 22일 자)

7) 단, 이는 한국 콘텐츠 기업의 수출 및 수입 현황이므로 해석에 주의가 필요함. 일본 측 콘텐츠 기업 실태 조사 자료는 입수의 어려움으로 본 보고서에서는 제외됨.

〈표 3-7〉 한국 콘텐츠 산업의 일본 수입 현황

한국 콘텐츠 기업의 권역별 수입 현황		한국 콘텐츠 기업의 장르별 일본 수입 비중	
		(단위: %)	
구분	비중	구분	비중
출판	9.1	방송	14.8
만화	89.0	캐릭터	9.6
음악	20.0	지식정보	7.2
영화	16.8	콘텐츠솔루션	1.0
게임	13.5	합계	12.8
애니메이션	95.1		

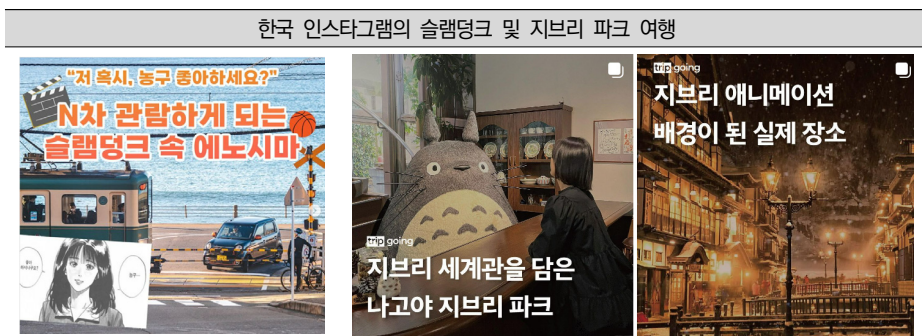
주: 수입 비중은 전체 수입액 중 일본 수입액 비중을 의미.

자료: 문화체육관광부(2022), 「2020년 기준 콘텐츠 산업 조사」

- 한국에서도 레트로 붐에 따라 일본 콘텐츠가 인기를 얻기도 하였는데, 일례로 1990년대 추억의 농구 만화 '슬램덩크'를 장편 애니메이션으로 제작한 '더 퍼스트 슬램덩크'가 한국에서 개봉한 일본 영화 역대 관객 수 1위를 갱신함

 - 2022년 신카이 마코토 감독의 신작 애니메이션 '스즈메의 문단속'이 개봉 한 달 만에 관객 수 400만 명을 달성하기도 하였음⁸⁾
- 일본 여행에 있어서도 인스타그램을 중심으로 일본 애니메이션의 배경이 된 지역을 방문하는 여행이 인기를 보이고 있음

[그림 3-13] 일본 애니메이션 배경지 여행



자료: 인스타그램.

8) 한국일보(2023. 4. 15.), 한국과 일본의 '문화 내셔널리즘'.

제2절 환경 요인 실증 분석

1. 분석 개요

- 본 절에서는 정치적·경제적·사회문화적 영향 요인이 방한 일본인과 방일 한국인 관광 수요에 실제로 영향을 미쳤는지를 살펴보기 위해 실증 분석을 실시하였음
- 분석 기간은 1999년부터 2019년까지로 코로나19 발생 전 기간을 대상으로 함
- 분석 방법으로 인과 분석에 적합한 회귀 분석 방법론을 검토하고, 최소 자승법 (Ordinary Least Squares: OLS)을 적용함
 - 또한 회귀 분석에서 모형 설정에 도입되는 변수 설정은 통계적으로 유의하지 않은 변수를 제거하는 후진 제거(backward elimination) 방법을 적용하여 분석 모형을 설정함
- 방한 일본인과 방일 한국인의 분석 자료는 1999년부터 2019년까지의 연간 자료를 활용함
 - 주요 경제 영향 변수 자료로 일본인 및 한국인의 1인당 국민 소득(GDP), 원/엔 환율 등의 주요 경제 지표를 이용하며, 관광 안전(011 테러, 동일본 대지진 등), 한일 간의 외교 갈등, 질병 발생 등의 자료를 활용함
- 분석 모형의 설정 및 추정에 대한 결정 계수, 개별 독립 변수에 대해 통계적 유의성 검정을 실시하고, 검정 통계량을 기준으로 가장 우수한 최적 모형을 선정하여 적용함. 모형의 검정단계에서 검정 통계량 기준에 적절하지 않을 경우 분석 모형에 대한 재검토를 실시함
- 최종 모형이 분석 및 정책 활용에 적절한 것으로 판단되었을 경우 독립 변수에 의한 종속 변수의 효과 분석, 독립 변수에 의한 탄력도 분석 및 추정 계수의 해석을 수행함

2. 변수 설명 및 모형 설정

- 방한 일본인 추정 모형의 종속 변수로 방한 일본인 관광객 수와 방일 한국인 추정 모형의 종속 변수는 방일 한국인 관광객 수를 설정함
- 방한 일본인 추정 모형으로 종속 변수로 방한 일본인 관광객 수에 결정하는 주요 독립 변수로 일본인 1인당 GDP와 원/100엔 환율을 방한 일본인의 주요 영향 변수로 도입함
 - 외교 갈등 변수로 독도 관련 변수와 한일 무역 마찰 변수를 영향 변수로 검토함
 - 관광 안전 영향 변수로는 북한 핵 실험, 천안함 포격, 동일본 대지진, 9.11 테러 등을 검토함
 - 질병 관련 변수로 사스, 메르스 등이 방한 일본인 관광 수요에 영향을 미친 것으로 모형 설정에 도입함
 - K-컬처 확산 또한 방한 일본인 관광 수요에 영향을 준 것으로 가설을 설정하여 분석 모형에 적용하여 통계적으로 유의한지 추정 분석함
- 방한 일본인 관광 수요 결정 요인 경제 영향 변수, 관광 안전, 질병 발생, 한일 외교 갈등, K-컬처 확산 등을 고려하여 추정 모형을 설정함
- 일본인 방한 여행의 경우, 종속 변수와 개별 독립 변수 간의 예상되는 부호로 일본인 1인당 GDP, 환율, K-컬처 확산 등은 양(+)으로 예상하였으며, 외교 갈등, 관광 안전 관련 변수, 질병 발생 등은 음(-)의 부호로 예상함

〈표 3-8〉 일본인 방한 여행 수요 영향 추정 모형의 예상 부호

	구분	내용	예상 부호
주요 독립 변수	일본인 1인당 GDP	1인당 GDP(한국은행 자료)	+
	환율	원/100엔 환율(한국은행 자료)	+
	K-컬처 확산	1차 한류(2003), 2차 한류(2010), 3차 한류(2016)	+
	관광 안전	9.11 테러(2001), 북한 핵 실험(2006) 천안함 포격(2010), 동일본 대지진(2011)	+, -
	질병 발생	사스(2003), 메르스(2015)	-
	외교 갈등	독도 외교 갈등(2013-2014) 한일 무역 마찰(2019)	-

- 한국인 방일 여행 수요 추정 모형 설정에서는 주요 경제 영향 변수, 관광 안전, 질병 발생, 저가 항공 운항 편수 등을 검토하고 한국인 1인당 GDP와 원/100엔 환율을 방일 한국인 주요 영향 변수로 도입함
 - 외교 갈등 변수로 독도 관련 외교 갈등과 한일 무역 마찰 등을 영향 변수로 검토하였으며 저가 항공 운항 편수의 규모가 방일 한국인 관광 수요에 큰 영향을 미친 것으로 평가되어 모형 설정에 독립 변수로 적용
 - 911 테러, 동일본 대지진 등을 관광 안전 영향 변수로 검토하였으며, 질병 관련 변수로는 사스, 메르스, 코로나19 등이 방일 한국인 관광 수요에 영향을 미친 것으로 모형 설정에 도입함
- 종속 변수와 개별 독립 변수 간의 예상되는 부호로 한국인 1인당 GDP, 저가 항공 운항 편수 증대 등은 방일 한국인 관광 수요에 양(+)의 효과가 예상됨
- 원/엔 환율의 상승 여행 비용 상승에 의한 관광 수요를 억제하는 효과로 음(-) 효과가 있는 것으로 예상함
- 한일 외교 갈등은 양(+) 혹은 음(-)의 부호로 단정할 수 없는데, 외교 갈등에서 우위에 위치할 경우 등 상황에 따라 영향력이 다르게 나타날 것으로 예상됨
- 관광 안전과 질병 발생은 일본인 방한 여행 수요와 동일하게 음(-) 부호로 예상되며, 특히 동일본 대지진은 음(-) 효과가 클 것으로 예상됨(〈표 4-3〉 참조)

〈표 3-9〉 한국인 방일 여행 수요 영향 추정 모형의 예상 부호

	구분	내용	예상 부호
주요 독립 변수	한국인 1인당 GDP	1인당 GDP(한국은행 자료)	+
	환율	원/100엔(한국은행 자료)	-
	저가 항공 편수(회)	LCC 한일 노선 운항 편수(한국공항공사)	+
	관광 안전	9.11 테러(2001), 북한 핵 실험(2006) 천안함 포격(2010), 동일본 대지진(2011)	+, -
	질병 발생	사스(2003), 메르스(2015)	-
	외교 갈등	독도 외교 갈등(2013-2014) 한일 무역 마찰(2019)	-

3. 분석 결과

가. 일본인 방한 여행 영향 요인 분석

- 방한 일본인의 영향 요인에 대한 통계적 유의 수준하에서 독립 변수의 제거 및 추가를 통해 모형을 분석한 결과가 [모형-3]과 [모형-4]임
- 방한 일본인 관광 수요의 영향 변수로 일본인의 1인당 GDP와 환율(w/100yen)은 통계적으로 유의하며, 예상 부호와도 일치하는 것으로 나타남
 - 일본인 1인당 GDP가 1달러 상승 시 방한 일본인은 69명이 증가하고, 환율은 1원 증가 시 586명이 입국하는 것으로 추정됨
- 방한 일본인 관광 수요의 음(-)의 영향을 미치는 질병 관련 변수로 사스(d2_sars)와 메르스(d5_mers)가 유의 수준 10%에서 통계적으로 유의한 것으로 추정됨
 - 관광 안전 관련 변수로 북한 핵 실험(d3_safe1)과 천안함 포격(d4_safe2) 변수는 통계적으로 유의성이 낮은 것으로 추정됨
- k-컬처 확산 변수(d6_kculture)는 통계적으로 유의성이 낮게 나타나 추정 계수 해석에 제한이 있을 수 있는데, 한류 변수인 k-컬처 확산 변수(d6_kculture)를 볼 때 한류로 인한 방한 일본인은 약 224,175명 증대 효과가 있는 것으로 해석될 수 있음
- 한일 외교 갈등 변수인 독도 관련 외교 갈등(d7_foreign1)은 또한 낮은 수준의 통계적 유의성을 보여 추정 계수 해석에 한계가 있을 수 있는데, 독도 관련 외교 갈등(d7_foreign1)으로 인한 방한 일본인의 감소 효과는 약 247,370명으로 추정됨
- 모형-4는 모형-3의 종속 및 독립 변수를 로그(log)로 변환하여 탄력도 분석 및 독립 변수 1% 변화에 대한 종속 변수의 변화율을 분석한 것임
- 로그(log) 변환된 모형-4를 기준으로 볼 때 일본의 1인당 GDP 및 환율은 탄력도가 1보다 낮아 비탄력적인 것으로 추정됨.
 - 추정 계수를 볼 때 일본의 1인당 GDP 1% 증대 시 방한 일본인은 0.97% 증대하는 것으로 추정되며, 5% 유의 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 분석됨
 - 원/엔 환율의 상승은 상대적으로 한국 물가의 하락에 의한 효과로 1% 환율 상승은 0.23%의 방한 일본인의 증가가 있는 것으로 추정됨

- 질병 발생 관련 더미 변수의 영향을 볼 때 사스(d2_sars)에 의한 방한 일본인의 감소는 30.2%로 추정됨 [$100 \times (e^{-0.36} - 1)$]⁹⁾
 - 메르스에 의한 일본인 감소는 18.7%로 추정됨 [$100 \times (e^{-0.21} - 1)$]
- 한류 변수인 K-컬처 확산 변수(d6_kculture)를 볼 때 한류의 효과로 방한 일본인 증대는 약 10.3% 효과가 있는 것으로 해석될 수 있음 [$100 \times (e^{-0.10} - 1)$]
 - 한-일 독도 외교 갈등에 의한 방한 일본인의 감소는 약 10.3% 감소로 추정됨 [$100 \times (e^{-0.10} - 1)$]
- 정규성(normality), 이분산성의 검정 통계량은 5% 유의 수준에서 귀무 가설을 통과한 것으로 나타났으나, 더빈-왓슨 통계량은 자기 상관 계열이 탐지됨

〈표 3-10〉 방한 일본인 추정 결과(1999-2019)

독립 변수(↓)	종속 변수(원시 계열): 방한 일본인(Jpn_tokor)			종속 변수(log Jpn_tokor): 모형-3 변수의 로그(log) 변환
	모형-1	모형-2	모형-3	모형-4
const	-673,943.42	-487,498.89	-697,902.38	2.88
Jgdp	61.12	63.30 **	68.64 **	0.97 **
w_100yen	782.51 *	575.83*	586.53 *	0.23 *
d1_911	116,605.48			
d2_sars	-711,424.55*	-783,138.67*	-758,436.86*	-0.36 *
d3_safe1	169,833.82			
d4_safe2	-303,299.44	-335,757.22	-365,274.85	-0.13
d4_safe3	-106,156.26		-176,250.02	-0.04
d5_mers	-357,021.45	-426,505.81 *	-412,904.59 *	-0.21 *
d6_kculture	217,706.75	238,651.45	224,175.49	0.10
d7_foreign1	-177,164.02	-241,559.57	-247,369.90	-0.10
d8_foreign2	629,053.23 **			
결정계수(R2)	0.90	0.80	0.81	0.82
더빈-왓슨 통계량	2.21	1.12	1.11	1.17
정규성(normality)	x2 =5.47 p=0.06	x2 =5.08, p=0.07	x2 =5.02, p=0.08	x2 =3.26, p=0.19
이분산성 (heteroskedasticity)	LM=8.62, p=0.65	LM=3.90, p=0.78	LM=5.27, p=0.72	LM=4.81, p=0.77

주: 1) **, * : 유의 수준 5%, 10%하에 각각 통계적으로 유의함

2) 더빈-왓슨(Durbin-Watson)통계량: 오차항의 1차 자기 상관 계열을 검정하는 통계량임

3) 정규성 검정: '귀무 가설(H0): 정규분포이다'에 대한 검정임(Test for null hypothesis of normal distribution)

4) 이분산성(heteroskedasticity): Breusch-Pagan의 검정임(Breusch-Pagan test for heteroskedasticity)

9) 단, e=2.71828... 임

나. 한국인 방일 여행 영향 요인 분석

- 한국인의 방일 여행 수요에 대한 영향 요인에 대한 추정도 방한 일본인의 추정식과 유사하게 경제 변수, 저가 항공 운항 횟수, 질병 발생, 관광 안전, 외교 갈등 등의 변수를 도입하여 통계적으로 유의하지 않은 변수는 제거하고 재추정하는 방법을 적용함
- 자료 활용에서 수준 변수를 우선 분석하고, 로그 변환으로 분석한 결과를 비교하여 모형 설정에 적절한 수준 변수 혹은 로그 변환 변수를 활용함
 - 모형-1은 모든 변수를 동시 입력하여 분석한 결과이며, 모형-2와 모형-3은 모형-1을 바탕으로 재추정된 모형으로 검정 통계량을 통과한 추정 결과임
- 모형-3을 기준으로 추정 계수의 경제적 의미를 분석해 보면, 한국인 1인당 GDP의 탄력도는 1.09로 탄력적이며, 환율의 탄력도는 1.27로 방일 한국인은 원/엔 환율에 민감하게 반응하는 것으로 나타남
 - 한국인 1인당 GDP(kgdp)의 1% 증대했을 때 방일 한국인의 증가율은 1.09% 추정되며, 환율(w_100yen) 1% 증대했을 경우 방일 한국인은 1.27% 감소하는 것으로 추정됨
- 저가 항공 운항의 도입 전후를 비교할 때 저가 항공 운항 편수(cc) 도입 이후 방일 한국인은 약 63.2% [$100 \times (e^{0.49} - 1)$] 증대 효과 있는 것으로 추정됨
- 동일본 대지진(d4_safe3)에 의한 감소 효과는 38% [$100 \times (e^{-0.48} - 1)$], 독도 관련 외교 갈등 40% [$100 \times (e^{-0.51} - 1)$] 감소 등으로 나타남
- 통계적으로 유의하지 않은 변수로 911 테러(d1_911), 사스(d2-sars), 북한 핵 실험(d3_safe1)은 방일 한국인 관광 수요에 통계적으로 유의하지 않은 것으로 추정됨
- 한일 무역 마찰도 통계적으로 유의하지 않게 나타났으나 낮은 수준의 통계적 유의 수준을 고려하여 추정 계수를 볼 때 방일 한국인의 규모에 음의 영향을 미치는 것으로 추정할 수 있음

〈표 3-11〉 방일 한국인 추정 결과(1999-2019)

독립 변수(↓)	종속 변수(수준 변수): 방일 한국인(Kor_tojpn)	종속 변수(로그 변환): 방일 한국인(log Kor_tojpn)	
	모형-1	모형-2	모형-3
const	6,691,012.51	16.57	12.47
kgdp	122.60	0.95**	1.09**
w_100yen	-7,123.07 *	-1.67**	-1.27**
d10_lcc	2,915,347.55 **	0.66**	0.49**
d1_911	592,984.09	-	-
d2_sars	304,575.13	-	-
d3_safe1	-1,386,317.51	-	-
d4_safe2	-589,546.57	-	-
d4_safe3	-1,114,744.76 *	-0.45*	-0.48*
d5_mers	-2,470,439.29 *	-0.36	-
d7_foreign1	-2,910,791.77 **	-0.57**	-0.51 **
d8_foreign2	-312,904.40	0.09	-
결정계수(R2)	0.91	0.92	0.92
더빈-왓슨 통계량	2.48	1.88	1.53
정규성(normality)	$\chi^2 = 1.60, p=0.44$	$\chi^2 = 0.18, p=0.91$	$\chi^2 = 0.89, p=0.64$
이분산성 (heteroskedasticity)	LM=13.15, p=0.28	LM=6.92, p=0.43	LM=4.86, p=0.43

주: 1) **, * : 유의 수준 5%, 10%하에 각각 통계적으로 유의함

2) 더빈-왓슨(Durbin-Watson)통계량: 오차항의 1차 자기 상관 계열을 검정하는 통계량임

3) 정규성 검정: '귀무 가설(H0): 정규분포이다'에 대한 검정임(Test for null hypothesis of normal distribution)

4) 이분산성(heteroskedasticity): Breusch-Pagan의 검정임(Breusch-Pagan test for heteroskedasticity)

다. 분석 결과 요약

- 방한 일본인 및 방일 한국인 관광 수요 모형 분석 결과, 검정 통계량 및 독립 변수의 통계적 유의성은 적정하게 나타났으며, 경제 변수인 1인당 GDP와 환율은 예상 부호와 일치하는 것으로 나타났음
- 관광 안전(북한 핵 실험, 천안함 폭침 등) 및 한일 외교 갈등의 변수는 방한 일본인과 방일 한국인 관광 수요에 음(-)의 영향을 미친 것으로 분석됨
- 질병 발생 관련 변수는 양국의 관광 교류에서 음(-)의 영향을 미친 것으로 추정되며, K-컬처 확산은 방한 일본인 관광객 수요 증대에 양(+)의 영향을 미친 것으로 추정

됨. 한국의 저가 항공 편수(cc) 증대는 방일 한국인 증대에 크게 기여한 것으로 평가됨

〈표 3-12〉 추정 계수의 비교: 방한 일본인 및 방일 한국인 관광 수요(1999-2019)

독립 변수명	방한 일본인: 모형-4	방일 한국인: 모형-3
1인당 gdp	0.97	1.09
환율(원/100엔)	0.23	-1.27
저가 항공 편수(회)	-	0.49
사스	-0.36	-
메르스	-0.21	-
천안함 포격	-0.13	-
동일본 대지진	-	-0.48
K-컬처 확산	0.10	-
독도 관련 외교 갈등	-0.10	-0.51

① 경제적 변수

- 1인당 GDP: 일본인의 1인당 GDP 1%의 변화는 방한 일본인 0.97%의 변동을 가져오는 것으로 추정되며, 한국인의 1인당 GDP 1% 변화는 방일 한국인이 1.09% 변화를 가져오는 것으로 추정됨. 1인당 GDP 변화에 따른 방일 한국인의 수요가 방한 일본인 수요에 비해 탄력적인 것으로 분석됨.
- 원/엔 환율: 원/엔 환율 1%의 변동은 방한 일본인의 0.23% 변화를 가져오는 것으로 추정되며 통계적으로 유의한 것으로 나타남. 원/엔 환율의 방일 한국인에 대한 추정 계수를 볼 때 원/엔 환율 1% 증대 시에 방일 한국인을 -1.27% 감소하는 것으로 추정됨. 방일 한국인이 원/엔 환율에 민감한 것으로 나타남
- 저가 항공 편수: 저가 항공 편수의 증가는 방일 한국인 증대에 크게 기여한 것으로 추정되며 저가 항공 운항 도입(d0_cc) 전후를 비교해 볼 때 방일 한국인 수는 약 63.2% [$100 \times (e^{0.49} - 1)$] 증대 효과가 있는 것으로 추정됨

② 정치적 변수

- 외교 갈등: 독도 관련 외교 갈등은 40% [$100 \times (e^{-0.51} - 1)$] 감소 등으로 나타남. 한-일 무역 마찰(d8_foreign2)에 의한 영향은 예상 부호의 불일치와 통계적으로

유의성을 확보하지 못함

③ 사회적 변수

- 관광 안전 관련 변수: 9.11 테러, 북한 핵 실험, 천안함 사태 관련 등을 고려하여 추정하였으며, 방한 일본인 추정에는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타남. 동 일본 대지진(d4_safe3)에 경우 방일 한국인의 약 38.1% [$100 \times (e^{-0.48} - 1)$] 감소한 것으로 추정됨
- 사스와 메르스: 사스와 메르스에 의한 영향으로 방한 일본인 감소에 영향을 미친 것으로 추정되나, 사스(d2_sars)에 의한 방한 일본인의 감소는 30.2% [$100 \times (e^{-0.36} - 1)$], 메르스에 의한 일본인 감소는 18.9% [$100 \times (e^{-0.21} - 1)$]로 추정됨

④ 문화적 변수

- K-컬처 확산: K-컬처 확산에 의한 방한 일본인 증가에 통계적으로 유의성이 낮았으나, 방한 일본인 영향 분석에서 양(+)의 효과가 있는 것으로 추정됨. 통계적 유의성에 한계는 있으나 k-컬처 확산 변수(d6_kculture)의 추정 계수를 볼 때 한류의 효과로 방한 일본인 증대는 약 10.3 % [$100 \times (e^{-0.10} - 1)$] 효과가 있는 것으로 해석될 수 있음

제3절 소결

- 한일 관광교류 영향요인을 경제, 정치, 사회, 문화로 나눠서 살펴보면 다음과 같음
- 경제적 요인으로는 GDP, 환율, 물가 상승, LCC, 유류 할증료 등을 꼽을 수 있음
 - GDP는 통계적으로 유의하였는데, 1인당 GDP 1% 변화에 따라 양국 교류는 1% 내외 변동하는 것으로 나타남
 - 환율은 통계적으로 유의하였는데, 특히 2012년 이후 아베노믹스 등 영향으로 이어진 엔저는 한국인의 방일 여행 증가에 많은 영향을 준 것으로 분석됨
 - LCC 증가는 한국인의 방일 여행 증가에 긍정적인 영향을 주었으나, 유류 할증료 등은 단거리 국가이므로 상대적으로 영향이 적은 것으로 해석됨
 - 물가상승은 여행 비용 증대로 이어진다는 점에서 부정적 영향을 줄 것으로 예상되나, 소비세 면세 제도 확대 등 정책 추진으로 효과가 상쇄될 여지도 존재함
- 정치적 요인은 통계적 유의성은 낮게 나타났으나, 한일 간 외교 갈등이 양국 교류에 부정적인 영향을 주는 것으로 제한적 해석이 가능함
 - 독도 갈등으로 일본인 방한 여행은 10.3% 감소하였으며, 한일 수출 규제 영향으로 한국인 방일 여행도 큰 폭으로 감소함
 - 국제 정세 및 한반도 이슈는 통계적 유의성은 낮으나, 일본인의 방한 여행 수요에 부정적인 영향을 주고 있는 것으로 판단됨
 - 최근의 외교적 관계 개선은 한일 간 관광 교류 회복에 긍정적 영향을 주고 있음
- 사회적 요인 중 안전 관련 요소는 통계적으로 유의하며 부정적 영향이 큼
 - 일본인 방한 여행은 사스(30.2%), 메르스(18.7%) 발생 시 감소하였으며, 한국인의 방일 여행은 동일본 대지진(38.1%) 발생 시 급감한 바 있음
 - 고령자는 상대적으로 출국률이 낮기 때문에, 고령화를 증가시키는 해외여행 수요에 영향을 줄 것으로 예측되는데, 향후 일본 및 한국 모두 고령화가 진전될 것으로

전망되므로 수요 환기를 위한 정책이 중요한 것으로 판단됨

- 문화적 요인 중 K-컬처의 확산은 통계적 유의성은 낮게 나타났으나, 방한 일본인 증가에 긍정적 영향을 준 것으로 제한적으로 해석됨
 - 일본 내 한류 증가는 일본인 방한 여행객이 남성에서 여성으로 전환되고, 20대 비중이 증가하는 데 영향을 준 것으로 분석됨
 - 일본에서 한류는 제1차 한류(2002년 겨울연가) 이후 K-Pop 중심의 제2차 한류, 인스타그램 감성 중심의 제3차 한류를 거쳐, 코로나 19 스테이 홈 기조 속에서 제4차 한류로 확대되고 있음

〈표 3-13〉 한일 관광교류 영향요인 분석

구분	주요 요인	실증 분석
경제	<ul style="list-style-type: none"> • 환율: 여행 비용 변동 주요 원인 - 2012년 이후 엔저로 한국인 일본 여행 유리 • 물가상승: 한국 물가 상승 높음 - 일본 소비세율 인상 시 여행 비용 상승 완화 위해 소비세 면세 제도 적극 도입 • LCC: 여행 비용 감소로 한국인 방일 여행 증가에 영향 • 환율 및 유류 할증료 상승 등은 상대적으로 근거리 국가에서 영향 낮음 	<ul style="list-style-type: none"> • [GDP] 통계적 유의, 1인당 GDP 1% 변화 → 방한 일본인 0.97% 변동 → 방일 한국인 1.09% 변동 • [환율] 통계적 유의, 원/엔 1% 변동 → 방한 일본인 0.23% 변화 → 방일 한국인 -1.27 감소 • [LCC] 한국인 방일 여행 증가 영향(+)
정치	<ul style="list-style-type: none"> • 한일 외교적 이슈로 인한 교류 영향 - 2012-2015 역사 교과서, 강제 동원, 위안부, 독도 갈등, 한일 정상 회담 중단, 방한 일본인 감소 영향 • 한일 수출 규제 영향, 방일 한국인 감소 • 최근 양국 관계 회복으로 긍정적 전환 중 	<ul style="list-style-type: none"> • [외교갈등] 통계적 유의성 낮음 - 방한 일본인 음(-) 영향 제한적 해석 가능 - 독도 갈등 방한 일본인 약 10.3% 감소 추정 - 방일 한국인 음(-) 영향 제한적 해석 가능 • [9.11, 북한 핵실험] 통계적 유의성 낮음 - 방한 일본인 음(-) 영향 제한적 해석 가능
사회	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 인구 감소 및 초고령사회 전환 해외여행 수요 정체(유니버설 투어리즘 중요) • 재난 및 안전사고 영향 - 방한 일본인 감소: 9.11 테러, 미국 이라크 전쟁, SARS, 세월호, 메르스 - 방일 한국인 감소: 세계 경제 위기, 일본 동일본 대지진 • 최근 일본인 해외여행 무관심 증 확대 	<ul style="list-style-type: none"> • [사스 및 메르스] 통계적으로 유의 - 방한 일본인 사스 30.2%, 메르스 18.7% 감소 제한적 추정 가능 • [동일본 대지진] - 방일 한국인의 약 38.1% 감소
문화	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 한류 붐 제1차~4차 - (1차) 겨울연가, (2차) K-Pop, (3차) 인스타 감성, (4차) 한류 붐 확산 - 방한 일본인 남성에서 여성으로 전환, 20대 비중 압도적 증가 • 일본 애니메이션 인기, 여행 목적지 반영 	<ul style="list-style-type: none"> • [K-컬처 확산] 통계적 유의성 낮음 - 방한 일본인 양(+) 영향 제한적 해석 가능 - 한류 효과로 약 10.3% 증대 해석 추정

한일 관광교류 영향요인 분석 연구

제4장

일본인 해외여행 시장 특성 분석

제1절 일본인 해외여행 주요 특성 분석

1. 일본인 해외여행과 방한 여행 특성

가. 일본인 해외여행 주요 목적지

- 일본인의 해외여행 주요 목적지를 살펴보면, 2019년 기준 미국의 비중이 18.7%로 가장 높으며, 한국은 16.3%로 두 번째로 많이 방문하는 국가로 나타남
 - 이후 중국 15.4%, 대만 10.8%, 태국 9.0%, 베트남 4.7% 순임
 - 하와이(7.9%)와 괌(3.4%) 방문객의 비중도 높게 나타남
- 2022년 기준 한국 여행의 비중이 22.7%로 가장 많아서, 일본인의 해외여행 중 방한 여행의 회복이 가장 빠르게 진행되고 있음을 알 수 있음

〈표 4-1〉 일본인 해외여행 주요 목적지

(단위: 명, %)

주요 목적지	2019년		2023년 1-5월	
	여행객 수	비중	여행객 수	비중
미국	3,752,980	18.7	453,998	15.6
한국	3,271,706	16.3	660,611	22.7
중국	2,676,334	15.4	-	-
대만	2,167,952	10.8	265,653	9.1
태국	1,806,438	9.0	271,278	9.3
베트남	951,962	4.7	198,023	6.8
싱가포르	884,308	4.4	138,820	4.8
홍콩	660,883	3.3	81,764	2.8
하와이	1,581,256	7.9	167,493	5.8
괌	684,802	3.4	35,944	1.2
해외여행객 수	20,080,669	100	2,910,946	100

* 자료: 2019년은 JNTO 일본인 방문자 수 추이, 2023년은 JTB総合研究所, Outbound 통계에서 정리

* 주: 미국 출국객 수에는 하와이, 괌 여행객 수가 포함됨

- 참고로 한국인의 해외여행 주요 목적지는 2019년 기준 일본이 19.4%로 가장 높으며, 이후 중국 15.1%, 베트남 14.9%, 미국 8.0% 순으로 나타남
 - 2023년 5월 누계 기준 일본 방문객이 가장 많으며, 베트남도 16.2%로 한국인 여행 수요의 회복이 빠른 국가임

〈표 4-2〉 한국인의 주요 해외여행 목적지

(단위: 명, %)

주요 목적지	2019년		2023년 1-5월	
	여행객 수	비중	여행객 수	비중
일본	5,584,597	19.4	2,583,383	31.7
베트남	4,290,802	14.9	1,317,833	16.2
미국	2,298,279	8.0	613,462	7.5
중국	4,346,567	15.1	-	-
태국	1,890,959	6.6	-	-
필리핀	1,989,322	6.9	556,428	6.8
대만	1,242,598	4.3	206,981	2.5
홍콩	1,042,540	3.6	87,319	1.1
말레이시아	673,065	2.3	-	-
합	753,357	2.6	177,373	2.2
해외여행객 수	28,714,247	100	8,159,513	100

자료: 한국관광공사(각 년도), 국민의 해외 관광객 주요 목적지, 각국 관광청 자료를 토대로 정리.

나. 성별·연령별 시장 특성

- 일본인 해외여행의 주요 특징을 2019년을 기준으로 살펴보고자 함
 - 2022년의 경우 일본의 방역 정책으로 인해 출입국 제약이 남아 있던 시기이므로, 관광 목적의 여행보다는 비즈니스 성격의 여행이 많았기 때문임
- 한국과 일본의 출입국 데이터를 통해 2019년 기준 일본인의 성별 출국 현황을 살펴보면, 남성 52.9%, 여성 47.1%로 남성이 여성보다 다소 많은 것으로 나타남
 - 방한 여행의 경우 여성 65.3%, 남성 34.7%로 일본인 출국자 수와 비교했을 때, 여성의 방문이 압도적인 것으로 나타남
- 연령별 출국 현황을 살펴보면, 해외여행 규모는 40대, 20대, 50대, 30대 순으로 비중이 높았던 것으로 나타나는데, 특히 20대 여성이 245만 명으로 가장 많고,

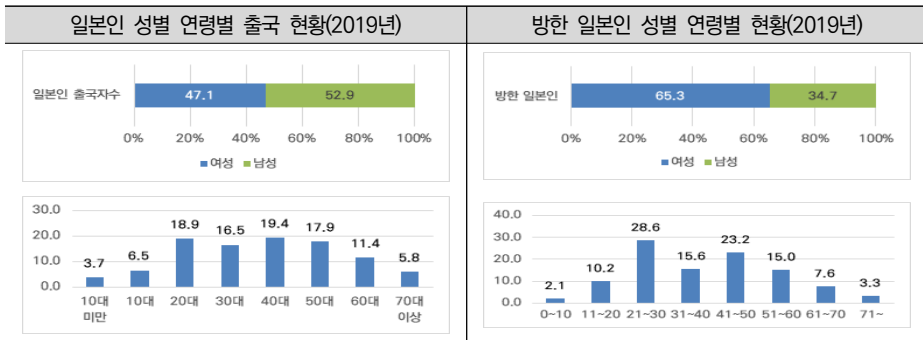
40대 남성 240만 명, 50대 남성 220만 명이 그 뒤를 잇고 있음

- 방한 여행의 경우 20대 비중이 28.6%로 압도적인 것으로 나타나며, 그 이후 40대가 23.2%로 나타났는데, 반면 방한 여행에서 50대 이상과 10대 이하의 비중은 일본인 출국자 수 대비 낮게 나타남

- 방한 여행의 주요 시장이 20대 여성임을 알 수 있는데, 특정 시장에 집중되어 있다는 점은 방한 여행의 강점이자 보완이 필요한 부분으로 해석됨

[그림 4-1] 일본인 성별 연령별 해외여행 현황

(단위: %)



자료: 法務省(각년도), 出入国管理統計, 관광지식정보시스템, 입국관광통계.

다. 생애 주기별 시장 특성

- 일본교통공사(2020)을 토대로 일본인 해외여행의 생애 주기별 특성을 살펴보면 ‘부부/커플 여행’이 35.5%로 가장 비중이 높고, ‘자녀 동반 가족 여행’, ‘친구지인 여행’이 각각 22.8%, ‘1인 여행’이 17.2%를 차지하고 있는 것을 알 수 있음
- 일본인 방한 여행을 생애 주기별로 살펴보면, 부부/커플 여행의 경우 24.5%로 일본인 전체 해외여행 평균(35.5%)보다 매우 낮은 편에 속하고 있음
 - 부부/커플 여행 비중이 높은 지역은 남태평양(56.2%), 하와이(42.6%)와 함께 스페인(53.2%), 이탈리아(51.6%), 캐나다(50.5%) 등 유럽의 비중이 높으며, 아시아권에서는 싱가포르(40.2%)에서 비중이 높게 나타남
- 자녀 동반 가족 여행 비중은 전체 평균보다 약간 높은 수준인데, 영유아 동반은 평균보다 낮고, 그 외는 다소 높은 수준임

- 가족 여행 비중이 매우 높은 지역은 괌/사이판(50.3%), 하와이(36.0%), 홍콩마카오(30.5%) 순임
- 지인 및 친구와 함께 오는 비중은 32.0%로 일본인 전체 해외여행 평균(22.4%)보다 매우 높은 편인데, 특히 미혼 여성의 친구/지인 여행의 비중은 12.4%로 전체 평균의 약 2배 가까이를 차지하고 있음
 - 친구/지인 여행 비중이 높은 지역은 태국(30.5%), 대만(28.2%)이 있는데, 태국과 대만은 미혼 남성 및 여성의 친구/지인 여행 비중이 6~7% 수준으로 비슷함
- 1인 여행은 전체 평균과 유사하게 나타나, 여성의 경우 다소 비중이 높은 편임

〈표 4-3〉 2019 기준 일본인 해외여행 및 방한 여행 세부 시장

(단위: %)

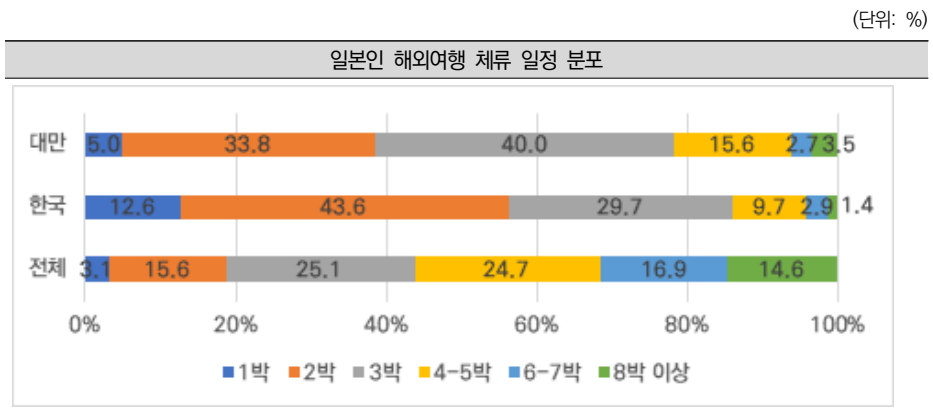
구분		전체	한국	차이	
가족 여행	자녀 동반	영유아	3.3	2.6	-0.7
		초중고생	8.8	10.4	1.6
		성인만	10.7	11.8	1.1
		3세대	5.1	6.9	1.8
	소계	22.8	24.7	1.9	
부부/커플 여행	커플	6.6	7.4	0.8	
	부부 여행(자녀 없음)	11.0	6.4	-4.6	
	육아 중	2.6	3.2	0.6	
	육아 후	15.3	7.4	-7.9	
	소계	35.5	24.5	-11.0	
친구/지인 여행	남성	미혼	4.3	4.0	-0.3
		기혼(자녀 없음)	0.9	0.8	-0.1
		육아 중	1.4	2.2	0.8
		육아 후	2.5	2.1	-0.4
	여성	미혼	6.5	12.4	5.9
		기혼(자녀 없음)	1.5	2.5	1.0
		육아 중	0.7	1.9	1.2
		육아 후	4.7	6.1	1.4
	소계	22.4	32.0	9.6	
1인 여행	남성	10.4	10.0	-0.4	
	여성	6.8	7.3	0.5	
	소계	17.2	17.2	0.0	
기타		2.1	1.5	0.6	

자료: 日本交通公社(2020), 旅行年報.

라. 체류 일정 및 소비 지출

- 일본교통공사(2020)를 토대로, 일본인 해외여행의 체류 일정을 살펴보면, 평균 5.2박으로 나타나는데, 3박 4일이 약 25.1%를 차지하고 있으며, 8박 9일 이상도 14.6%를 차지하고 있음
- 그러나 방한 여행의 경우 평균이 2.8박으로 매우 짧게 나타나며, 일정도 2박 3일 일정이 43.6%로 압도적으로 많고, 8박 이상은 1.4%에 불과한 것으로 조사됨
 - 상대적으로 대만 여행의 경우 평균 일정이 3.3박으로 3박 4일 일정이 40.0%로 가장 많은 것으로 나타나고 있음
- 방한 여행에서 체류 일정을 증가시키는 것이 주요 과제로 제기되고 있음

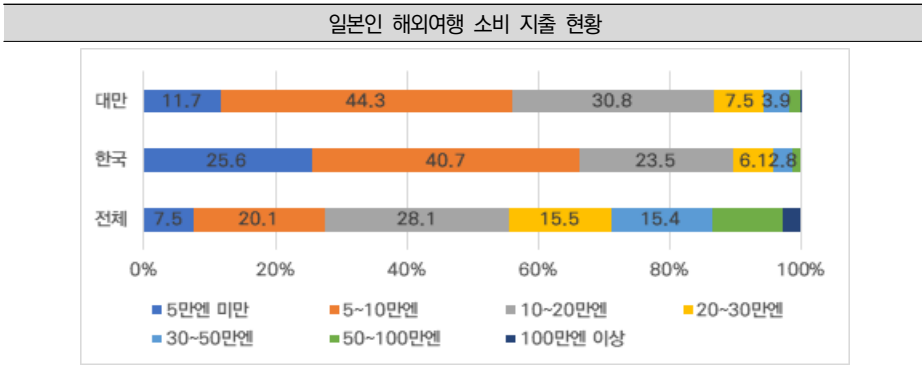
[그림 4-2] 일본인 해외여행 체류 일정



자료: 日本交通公社(2020), 旅行年報

- 일본인 해외여행의 지출액은 1인 1회 평균 249,135엔으로 나타나며, 10~20만 엔의 비중이 28.1%로 가장 많고, 50만 엔 이상 비중도 13.5%로 나타남
- 반면 일본인의 방한 여행 지출액은 평균 104,995엔으로 평균의 절반에 미치지 않는 것으로 나타나는데, 10만 엔 이하가 66.3%로 압도적으로 많고 50만 엔 이상은 1.3%에 불과한 것으로 나타남
 - 참고로 일본인의 대만 여행의 지출액은 평균 125,264엔으로 방한 여행보다 다소 높은 수준을 보이고 있으며, 50만 엔 이상 비율은 1.7%로 나타남

[그림 4-3] 일본인 해외여행 소비 지출액



자료: 日本交通公社(2020), 旅行年報

마. 숙박 시설 이용 행태

- 일본인이 해외여행에서 이용하는 숙박 시설은 시티 호텔 43%, 리조트 호텔 40%, 비즈니스 호텔 13% 순으로 호텔이 가장 많은 것으로 나타남
- 일본인의 방한 여행에서는 시티 호텔과 비즈니스 호텔이 압도적으로 많은 한편 리조트 호텔 비중은 낮게 나타나서 도시 방문이 중심임을 알 수 있음
 - 호텔 이용이 92%로 펜션, 캠프, 별장 등의 비중도 평균보다 낮게 나타남
- 참고로 일본인의 대만 여행의 경우도 호텔의 비중이 91.2%로 높게 나타나지만, 비즈니스 호텔보다는 리조트 호텔 비중이 더 높게 나타남을 알 수 있음

〈표 4-4〉 일본인 해외여행 이용 숙박 시설

(단위: %)

구분	전체	한국	대만
호텔	88.6	92.0	91.2
시티 호텔	43.3	54.9	57.4
비즈니스 호텔	13.0	24.3	19.9
리조트 호텔	40.0	10.1	20.1
펜션/B&B/롯데	3.6	1.2	1.7
캠핑/오토 캠핑	1.0	0.2	0.0
별장/리조트 맨션/회원제 숙박 시설	2.7	1.9	0.0
게스트하우스/도미토리	4.4	8.2	3.0
가족/친척/지인 집	3.7	1.7	2.8
기타	2.5	2.4	2.8

자료: 日本交通公社(2020), 旅行年報

바. 여행지 주요 활동

- 일본인의 해외여행 주요 활동은 ‘맛있는 것 먹기’, ‘문화적 명소 보기’, ‘자연 경관 보기’, ‘거리나 도시를 방문하기’ 순으로 나타남
- 일본인의 방한 여행의 주요 활동은 ‘맛있는 것 먹기’와 ‘쇼핑하기’의 비중은 높으나, 그 외 요소의 비중은 상대적으로 낮은 것으로 나타남
- 특히 일본인의 대만 여행의 주요 활동과 비교했을 때도 ‘자연 경관 보기’ 및 ‘거리나 도시를 방문하기’ 등의 비중도 낮게 나타남

〈표 4-5〉 일본인 해외여행지별로 즐긴 것

(단위: %)

구분	전체	한국	대만
맛있는 것 먹기	18.2	33.4	35.9
문화적 명소 보기	17.7	12.6	20.8
자연 경관 보기	13.5	3.5	10.3
거리나 도시를 방문하기	12.2	6.3	11.5
쇼핑하기	8.3	22.2	4.2
관광/문화 시설 방문	7.5	6.1	7.6
스포츠나 아웃도어 활동 즐기기	5.1	1.8	1.2
자연의 풍요로움을 체험하기	3.8	0.6	0.7
지역의 문화를 체험하기	2.5	1.3	1.6
귀성/관혼상제 관련/친족과 지인 방문	2.3	1.7	1.0
원예/음악/스포츠 등 감상/관전	2.3	4.5	0.4
에스테/스파/마사지 받기	2.2	3.2	0.8
관심있는 숙박 시설에서 머물기	1.5	0.2	0.5
지역 축제나 이벤트	1.1	1.3	1.8
기타	1.9	1.5	1.1

자료: 日本交通公社(2020), 旅行年報

- 해외여행 여행지별 활동에서도 한국 여행은 쇼핑과 현지 음식 등은 경험률이 매우 높게 나타나나, ‘자연/경승지 방문’, ‘역사/문화적 명소 방문’, ‘도시 관광’, ‘미술관 박물관’ 등은 상대적으로 경험률이 낮게 나타남
 - ‘거리 산책/걷기’ 비중도 대만 여행과 비교해서 상대적으로 낮게 나타나는데, 한국에 있는 다양한 둘레길의 매력을 적극 어필할 필요가 있음

- 방한 여행에서 장소의 매력 그 자체를 즐길 수 있도록 여행 콘텐츠를 충실히 갖추고 인지도를 높일 필요가 있음

〈표 4-6〉 일본인 해외여행 여행지별 현지 활동

(단위: %)

	전체	한국	대만
거리 산책/걷기	47.2	35.5	55.8
쇼핑	46.9	58.8	46.5
현지 음식/명물 요리	45.6	53.0	58.0
자연/경승지 방문	45.3	22.3	44.5
역사/문화적 명소 방문	43.2	27.8	52.4
도시 관광	42.0	27.7	46.1
세계 유산 방문	14.5	3.8	5.3
미술관/박물관	14.3	4.5	16.4
리조트 체류(해변)	13.3	0.8	1.8
관광 시설/동물원/수족관	11.4	5.5	11.3
해수욕/마린 스포츠	8.2	0.2	0.1
테마파크/레저랜드	6.7	4.9	2.1
스파/에스테	6.0	6.1	6.4
예술 감상	5.0	6.1	1.1
축제/이벤트	5.8	4.2	7.0
사진/사생	5.4	3.5	4.3
가족/친족/지인 방문	4.5	3.7	4.1
아웃도어 체험(카누/승마/기구 등)	3.4	0.2	0.3

자료: 日本交通公社(2020), 旅行年報

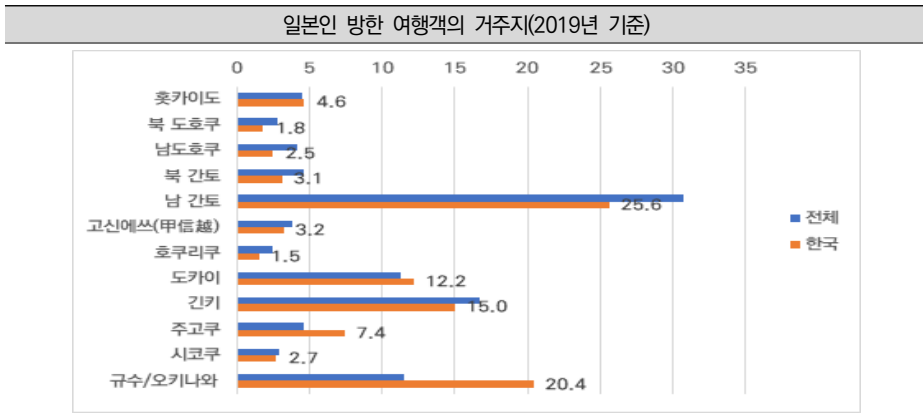
사. 일본인 방한 여행객의 출발지 및 도착지

- 일본인 해외여행객의 거주지는 대도시가 입지하고 있는 지역일수록 출국자 수가 많은데, 도쿄가 속해 있는 수도권 지역인 남간토(南関東) 지역에서 30.7%, 오사카가 속해 있는 긴키(近畿) 지역이 16.7%, 나고야가 속해 있는 도카이(東海) 지역이 11%를 점하고 있음
- 일본인 방한 여행객의 거주지도 남간토(南関東) 지역(25.5%), 긴키(近畿) 지역(15.0%) 순이나, 규슈 등이 20.4%로 압도적으로 높음
- 이는 지리적 근접성 및 후쿠오카(福岡)와 부산을 잇는 선박을 통한 이동이 많기 때문인 것으로 보이는데, 향후 일본인의 방한 여행 활성화에 있어서 항공 노선뿐

아니라 선박 노선의 다양화에도 적극 대응할 필요가 있음

[그림 4-4] 일본인 해외여행 및 방한 여행객의 거주지 분포

(단위: %)

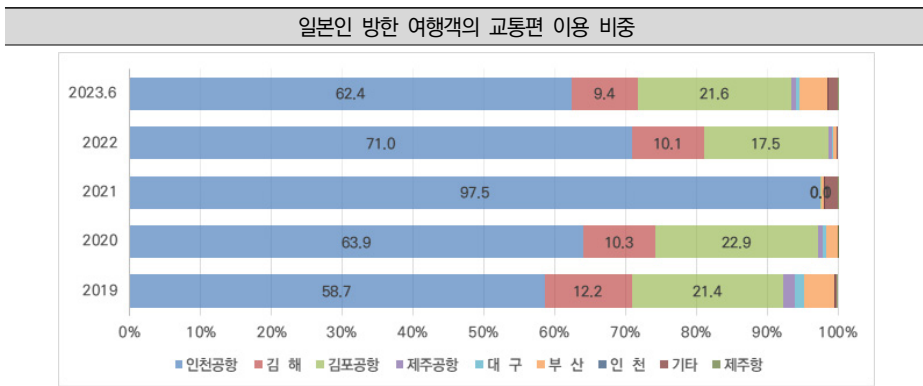


자료: 日本交通公社(2020), 旅行年報.

- 한국의 「입국 관광 통계」에 따르면 일본인 방한 여행객의 입국 지점은 2019년 기준 인천공항 58.7%, 김포공항 21.4%로 수도권 지역이 80%를 넘어서고 있음
- 그 외 김해공항 12.2%, 부산항 4.3%로 부산권이 16.5%를 차지함
- 일본인 방한 여행의 지방 입국 비중을 증가시키는 것도 주요 과제를 알 수 있음

[그림 4-5] 일본인 방한 여행객의 한국 도착 지점

(단위: %)



자료: 관광지식정보시스템, 입국관광통계.

2. 일본인 해외여행과 인식

가. 일본인 해외여행 동기

- 일본교통공사(2022)에 따르면, 일본인의 해외여행 동기는 ‘일상생활로부터의 해방’, ‘여행지의 맛있는 음식’, ‘추억을 만들기 위해서’ 순으로 조사됨
 - ‘보양/휴식을 위해’ 및 ‘가족의 친목을 위해’도 중요한 이유로 꼽히고 있음
- 코로나19 이후 변화로 ‘일상생활로부터 해방’ 및 ‘플렉스’ 등이 증가한 한편, ‘아름다운 것에 접하기 위해서’ 등 심미적 이유도 증가하고 있음
- 일본인 해외여행 동기에 맞춰서 방한 여행의 매력을 강화할 필요가 있음

〈표 4-7〉 일본인 해외여행 동기(2022)

(단위: %)

순위	해외여행 동기	2022	2019
1위	일상생활로부터 해방되기 위해	66.0	59.8
2위	여행지의 맛있는 음식을 찾아서	65.3	62.4
3위	추억을 만들기 위해	52.2	54.7
4위	보양/휴양을 위해	43.5	42.9
5위	가족의 친목을 위해	39.8	43.1
6위	아름다운 것에 접하기 위해	35.0	32.7
7위	미지의 것에 접하기 위해	29.0	30.8
8위	감동하고 싶어서	27.6	27.6
9위	친구와 사귀기를 즐기 위해	20.4	20.9
10위	지식과 교양을 쌓기 위해	17.4	19.3
11위	플렉스(ぜいたく)하고 싶어서	11.2	9.1
12위	현지 사람과 생활에 접하고 싶어서	11.1	13.1
13위	추억의 장소를 방문하기 위해	9.8	10.1
14위	아무런 예정이 없는 시간을 갖기 위해	6.2	5.7
15위	그냥	4.2	4.1
16위	건강 증진을 위해	3.3	4.0
17위	자신을 발견하기 위해	2.9	3.0
18위	모두 가니까	2.8	3.6
19위	해프닝을 찾아서	2.0	1.5
20위	혼자가 되고 싶어서	1.9	1.9
21위	친한 친구를 찾기 위해	1.0	1.0
22위	해당 항목 없음	0.1	0.5
23위	여행을 하고 싶지 않음	2.9	2.1
24위	무응답	1.2	0.9

자료: 日本交通公社(2022), 旅行年報.

나. 일본인의 해외여행 장애 요인

- 일본인 해외여행의 장애 요인으로는 2019년 실시된 조사에서는 ‘일 때문에 휴가를 낼 수 없었다’, ‘가족/친구와 휴일 조정이 어려웠다’ 등 시간적 제약이 가장 컸음
 - 시간적 제약은 ‘혼잡한 시기에 여행하고 싶지 않았다’는 응답에서도 볼 수 있듯이 여유 시간의 제약뿐 아니라 성수기/비수기의 제약도 존재함
- ‘가계 절약’ 등 경제적 요인과 ‘반려동물’ 및 ‘건강상의 이유’도 장애 요인으로 꼽힘
- 2022년 조사에서는 ‘코로나19 유행’이 압도적인 장애 요인으로 지적됨
- 주목할 점은 여행 동기 부여가 없다는 것이 장애 요인으로 존재한다는 점임
 - ‘그냥 여행을 하지 않은 채 지냈다’, ‘여행에 관심이 없었다’, ‘가고 싶은 곳이 없었다’, ‘여행 이외에 하고 싶은 일이 있었다’ 등의 응답 비중도 다소 높음
 - 일본인의 방한 여행을 활성화하기 위해서는 여행에 대한 관심을 환기하여 동기를 부여하는 것이 가장 중요한 과제라 할 수 있음

〈표 4-8〉 일본인의 해외여행 장애 요인

(단위: %)

장애 요인	2022	2019
코로나19가 유행하고 있어서	83.8	-
그냥 여행을 하지 않은 채 지냈다	14.3	25.0
혼잡한 시기에 여행하고 싶지 않았다	12.4	15.8
가계 절약을 위해	12.3	27.2
일 때문에 휴가를 낼 수 없었다	11.7	33.7
반려동물이 있다	11.0	14.7
가족/친구와 휴일이 조정이 어려웠다	8.5	31.4
자신의 건강상의 이유로	7.2	11.7
여행에 관심이 없다	6.9	10.5
간병해야 하는 가족이 있었다	6.5	11.5
경기 전망 불안으로 지출을 삼갔기 때문	6.0	5.0
여행 이외에 하고 싶은 일이 있었다	5.2	12.6
가고 싶은 곳이 없었다	4.0	9.9
함께 갈 사람이 없었다	3.6	6.7
패키지 상품, 숙박, 교통 기관 가격이 고약	1.6	3.9
테러나 재해로 안전이 확인되지 않았다	0.9	1.4
여행 상품, 숙박/교통 예약을 잡기 어려웠다	0.3	0.2

자료: 日本交通公社(2022), 旅行年報.

- 해외여행 장애 요인을 생애주기별로 살펴보면, 미혼의 경우 2019년은 시간적 제약이 컸던 반면, 2022년은 여행 동기 부여 부재가 주요 제약 요인으로 꼽힘
- 자녀가 없는 기혼자의 경우 '경제적 이유'와 '반려동물'이 주요 제약 요인으로 꼽힘
- 육아 중 남성은 시간적, 경제적 요인이 주요 제약 요인으로 꼽혔는데, 육아 중 여성의 경우는 경제적 이유와 함께 혼잡 시기를 회피하고자 하는 의향이 강했음
- 육아 후 남성의 경우는 시간적 제약과 여행 동기 미흡이 주요 제약 요인이 되는 가운데, 최근은 건강상의 이유가 주요 제약 요인으로 언급됨
- 육아 후 여성은 건강 및 가족 돌봄 등의 제약 요인이 존재하며, 최근에는 혼잡 시기를 회피하고자 하는 이유도 많이 지적됨
- 생애주기별 장애 요인을 극복하기 위한 세부 시장 전략을 추진할 필요가 있음

〈표 4-9〉 생애주기별 해외여행 장애 요인

(단위: %)

구분	2022	비율	2019	비율
미혼	코로나19가 유행하고 있어서	78.1	일 때문에 휴가를 낼 수 없었다	41.0
	그냥 여행을 하지 않은 채 지냈다	17.9	그냥 여행을 하지 않은 채 지냈다	28.2
	여행에 관심이 없다	15.2	가족/친구와 휴일이 조정이 어려웠다	27.4
자녀 없음	코로나19가 유행하고 있어서	74.4	일 때문에 휴가를 낼 수 없었다	61.5
	반려동물이 있다	20.5	가계 절약을 위해	42.3
	가계 절약을 위해	20.5	반려동물이 있다	38.5
육아 중 남성	코로나19가 유행하고 있어서	85.0	일 때문에 휴가를 낼 수 없었다	34.4
	일 때문에 휴가를 낼 수 없었다	16.7	가족/친구와 휴일이 조정이 어려웠다	26.2
	가계 절약을 위해	15.0	가계 절약을 위해	23.0
육아 중 여성	코로나19가 유행하고 있어서	86.5	가족/친구와 휴일이 조정이 어려웠다	45.7
	가계 절약을 위해	16.7	가계 절약을 위해	32.9
	혼잡한 시기에 여행하고 싶지 않았다	14.0	일 때문에 휴가를 낼 수 없었다	27.9
육아 후 남성	코로나19가 유행하고 있어서	86.5	일 때문에 휴가를 낼 수 없었다	31.9
	그냥 여행을 하지 않은 채 지냈다	16.7	그냥 여행을 하지 않은 채 지냈다	30.6
	자신의 건강상의 이유로	14.0	가계 절약을 위해	26.3
육아 후 여성	코로나19가 유행하고 있어서	85.8	자신의 건강상의 이유로	31.9
	혼잡한 시기에 여행하고 싶지 않았다	20.0	그냥 여행을 하지 않은 채 지냈다	30.6
	그냥 여행을 하지 않은 채 지냈다	18.7	간병해야 하는 가족이 있었다	23.6

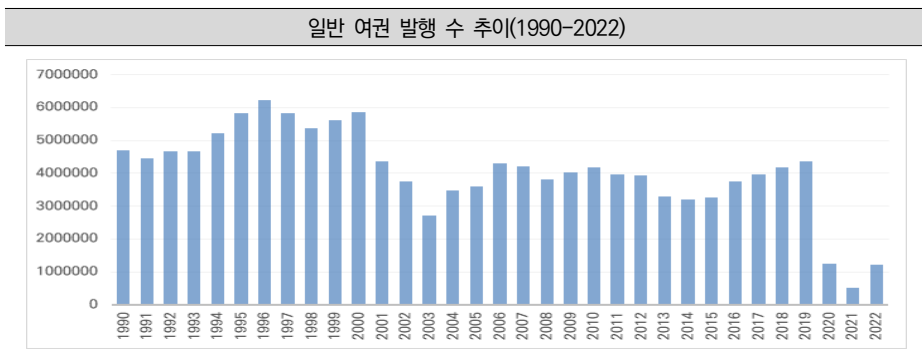
자료: 日本交通公社(2022), 旅行年報.

다. 일본인 여권 발급 및 여행 회복 전망

- 여권 발급의 간소화 또는 무비자 입국 등이 허가되면 접근성의 향상으로 여행 수요는 증가하는데, 일본의 경우 2006년 3월 1일 자료 한국인에 대한 90일 이내 무비자 체제를 정식 시행하였고 이에 따른 항공편 증설과 입국 간편화로 2006년 방일 한국인 수는 211만 7,325명으로 전년 대비 21.2% 증가함
 - 한편, 코로나19로 일시 중단되었던 한국인의 일본 무비자 관광과 개인 여행은 2022년 10월 11일부터 국경 통제 완화로 재개되었고, 이에 2023년 1월과 2월 각각 방일 한국인 수는 2022년 전체 방일 한국인 수(1,012,751명)보다 높은 565,200명, 568,600명으로 나타남
- 일본인의 일반 여권 발급 수 현황을 보면, 가장 많았던 1996년은 6,236,438건이었으나, 2001년 이후 급감하여 2003년 2,721,029건으로 1996년 대비 44% 수준으로 저하되었음.
 - 이는 2001년 발생한 9·11 테러의 영향으로 해석되는데, 일본인이 해외여행에서 안전을 중시하는 경향이 여실히 드러나는 데이터라 할 수 있음
 - 이후 400건 전후로 추이하던 경향이 2013년 이후 다시 감소 후 증가 추세로 전환되었는데, 이는 엔저의 영향과 함께 방한 여행의 감소의 영향으로 추측됨
 - 2019년 여권 발급 수는 4,365,290건이었으나 2020년 이후 감소, 2022년은 1,218,692건으로 2019년 대비 30%에 다소 못 미치는 수준으로 회복됨

[그림 4-6] 일본인 여권 발행 추이

(단위: 건)



자료: 外務省領事局旅券課(2023), 旅券統計.

- JTB(2023)는 2023년 일본인 국내 여행은 2019년 대비 90.1% 수준, 해외여행은 40% 수준인 840만 명가량으로 회복될 것으로 전망함
 - 방일 외국인 수는 2019년 대비 66% 수준인 2,110만 명 수준으로 회복될 것으로 전망하였는데, 2023년 6월 기준 1천만 명을 넘어서고 있음

〈표 4-10〉 JTB 2023년 일본인 여행 회복 전망

(단위: 만 명, 억엔, 회, %)

구분	예측	전년 대비	2019년 대비	
총여행인구	27,440	110.7	87.8	
(연인원수)	국내 여행	26,600	108.6	91.2
	해외여행	840	289.7	40.4
평균 소비액	국내 여행	40,300	101.5	105.8
	해외여행	294,900	101.8	124.3
여행 총소비액	132,000	124.9	83.1	
	국내 여행	107,200	110.2	96.4
	해외여행	24,800	295.2	52.0
평균 여행 횟수	2.24	+0.21	89.0	
방일 외국인 수	2,110	550.6	66.2	

출처: JTB, 「2023年の旅行動向見通し。国内旅行は対前年108%、海外旅行は2.8倍まで回復」, 2023년 1월 27일 자 보도 자료.

제2절 일본인 해외여행 세부 시장 분석

1. 일본의 해외여행 진흥 정책

- 일본 관광청은 2023년 3월 ‘아웃바운드의 본격적인 회복을 위한 정책 패키지’를 발표하고, 청소년 교육 여행, 청년 여행, 시니어 여행 등을 주요 대상으로 제시함¹⁰⁾
 - 아웃바운드 회복 정책으로는 ① 제 외국과의 연대 체제 강화, ② 전략적이고 효율적인 대응 추진, ③ 안전·안심되는 여행 환경 정비 및 청소년 교류 촉진이 제시됨
 - 「제4차 관광 입국 추진 계획」에서도 2025년까지 출국 일본인 수를 2019년 수준(약 2천만 명) 이상으로 회복시키는 것을 목표로 제시함¹¹⁾
- 이어서 2023년 5월 ‘지금이야말로 해외!’ 선언을 발표하며, 아웃바운드를 중점적으로 추진하는 목적지로 24개 국가를 선정하여 제시함¹²⁾
 - 이 선언에서는 ① 폭넓은 프로모션, ② 매력적인 캠페인 추진, ③ 청년층의 국제 교류 한층 촉진, ④ 안전·안심의 여행 환경 정비 등을 제시함
 - 한국도 24개 주요 목적지로 선정되어 연계 홍보 등이 추진되고 있음
- 이 절에서는 일본인 해외여행 진흥을 위한 주요 시장으로 제기된 청년, 청소년, 시니어 여행 시장과 관련된 주요 자료를 심층 분석하여 방한 여행 유치의 시사점을 도출하고자 함¹³⁾

10) 観光庁(2023), 「アウトバウンドの本格的な回復に向けた政策パッケージ」.

11) 観光庁(2023), 「観光立国推進基本計画」(3.31 각의결정).

12) 観光庁・JATA(2023), 今こそ海外! 宣言: いつ行こうから今すぐ行こうへ


13) 가족 여행 시장의 경우 일본인 해외여행의 핵심 시장으로, 앞 절에서 분석한 일본인 해외여행 시장 분석에서 대략적인 시장 특성을 유추할 수 있음. 동반 자녀의

2. Z세대 해외여행

가. 청년층 해외여행 진흥 정책

- 2018년에 수립된 제3차 「관광 입국 추진 기본 계획」¹⁴⁾은 일본인 해외여행자 수를 2020년까지 2,000만 명으로 증가시키는 것을 목표 지표로 제시하였는데, 그 일환으로 청년층 해외여행 진흥 정책이 추진됨
 - 2015년 기준 일본인 해외여행자 수 1,621만 명, 20대는 254만 명으로 집계됨
 - 20대 해외여행자 수를 2020년까지 350만 명 증가를 목표로 제시
- 일본 관광청은 청년층의 해외여행 촉진을 위하여 2018년 「청년층의 아웃바운드 추진 실행 회의」를 운영함
 - 청년층 해외여행 촉진 정책의 기대 효과로 ① 일본인의 국제 감각 향상, ② 국민의 국제 상호 이해 증진, ③ 인바운드 확대에 공헌 등이 제시됨
- 2000년 이후 일본 청년층의 해외여행은 침체가 이어졌는데, 특히 20년간 33% 감소하는 결과를 보였음
 - 이는 20대 인구 규모 감소에 따른 영향인데, 경험률도 정체 경향을 보였음
- 그 결과 2019년 ‘스무 살의 한 걸음, 20세 첫 해외 경험 프로젝트’를 운영하였음
 - 해외여행 경험이 없는 만 20세 192명의 여행을 지원해 주는 프로그램으로 몇 년간 지속될 예정이었으나, 2020년 이후는 코로나19로 인해 중단됨

[그림 4-7] 20살, 첫 해외 경험 프로젝트 「스물의 한 걸음」

주요 내용	
<ul style="list-style-type: none"> • 해외 목적지: 마카오, 한국, 중국, 말레이시아, 괌, 베트남, 태국, 필리핀, 대만, 홍콩 • 일정: 문화스포츠 경험, 사회 공헌자원 봉사, 현지 청년층 교류, 재외 공관 방문, 일본인 학교 방문 등 • 요금: 0엔(일반석, 2인 또는 3인 1실 이용), 유류 할증료, 해외 공항 세금, 국제 관광 여객세, 여행자 보험 등 별도 • 여권: 여권 취득 수수료는 프로젝트 협찬 공항 회사에서 제공 • 참가 자격: 해외 경험 없는 만 20세 192명 	

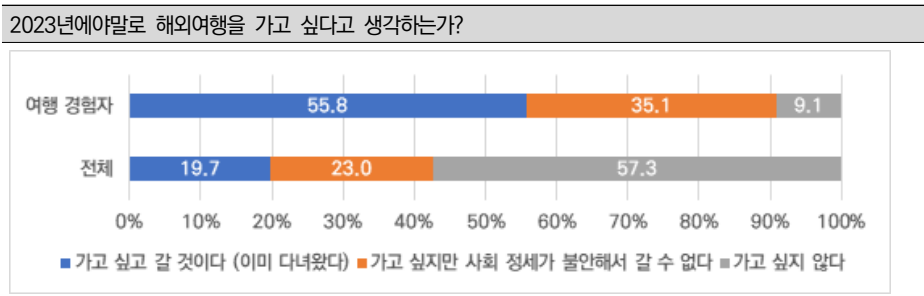
자료: 観光庁(2020), 若者のアウトバウンド推進実行会議 (第二回) 資料.

14) 観光立国推進基本計画(2017. 3. 28. 각의 결정). 관광 입국 추진 기본 계획의 내용은 ‘인바운드 관광 진흥’이 중심이었으나, 국제 상호 교류 추진의 관점에서 일본인 해외여행 진흥 정책에 제안됨.

나. 코로나 팬데믹 이후 청년층 해외여행 인식

- 코로나19 방역 정책이 완화되어 본격적으로 국제 관광이 회복되기 시작한 2023년 1월, 일본 관광청은 전국의 19-25세의 Z세대 400명을 대상으로 해외여행에 관한 인식 조사를 실시함¹⁵⁾
 - 단, 조사가 진행된 시기는 일본에서 코로나19 방역 정책의 영향이 여전히 남아 있을 때였으므로 다소간 해석에 주의가 필요함
- 관광청(2023) 설문 조사 결과, Z세대의 40%가 2023년 해외여행을 가고 싶다고 응답하였는데, 특히 여행 경험자의 경우 90.9%가 해외여행 재개 의욕을 보였음
 - 다만 가고 싶으나 아직은 불안하다는 신중론도 전체의 23%, 여행 경험자의 35%를 차지하고 있어서 해외여행에 대한 불안감이 여전히 높은 것으로 나타남

[그림 4-8] Z세대의 2023년 해외여행 의향



자료: 観光庁 「ツアーセーフティネット」, 「海外旅行に関する意識調査」, 2022. 2. 15.

주: 전국 19~25세 남녀 400명 대상 설문.

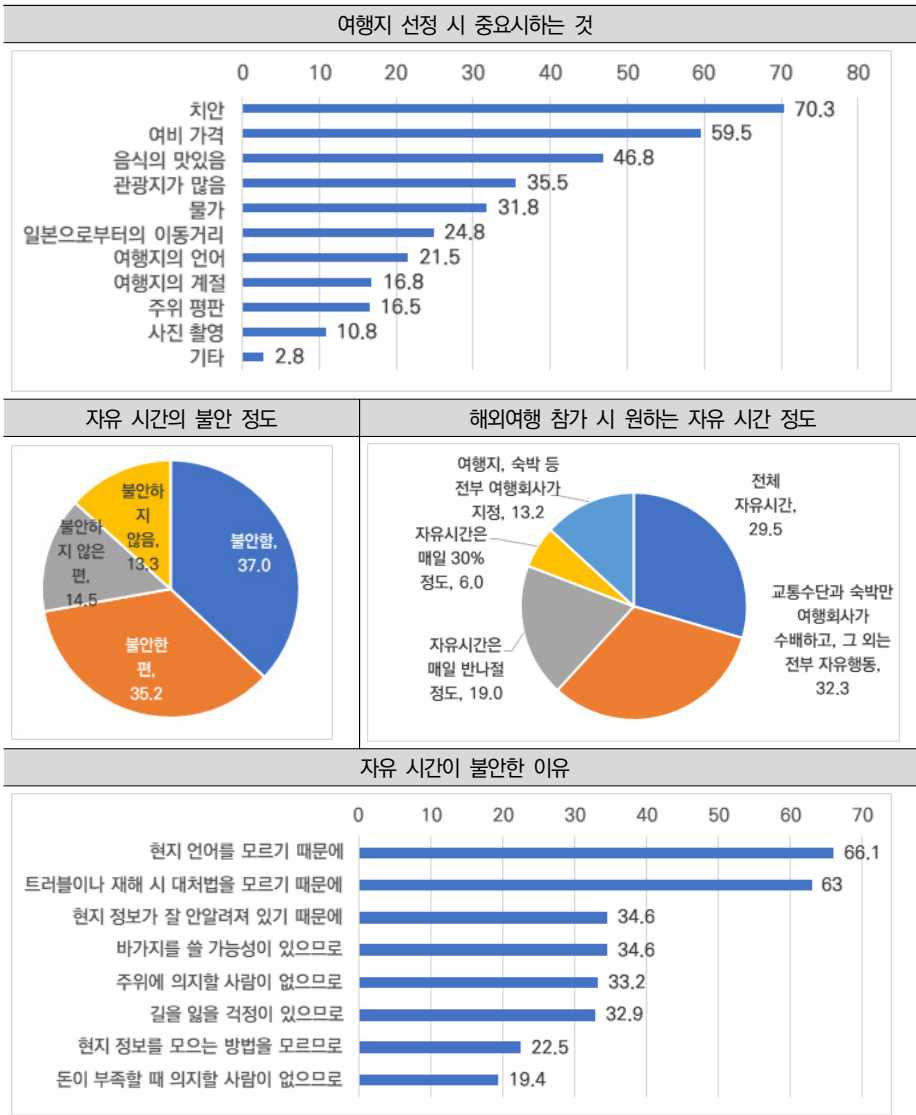
- 해외여행에 대한 불안감으로 인해 Z세대는 여행지 선정에 있어서 치안을 가장 중요시하는 것으로 조사되기도 하였음
 - 여행지 선정 시 가장 중요시하는 요소가 무엇이라는 질문에 대해 70.3%가 치안을 꼽았으며, 여비와 음식이 그 뒤를 따랐음
- 여행 상품에 있어서도 자유 시간 시 불안함을 느낀다는 응답이 72.2%로 나타났으며, 그 이유로 ‘언어 장벽’, ‘트러블 대책 부재’ 등이 제시되었음
 - 해외여행 시 자유 시간의 불안 정도는 응답자의 37%가 불안함, 35.2%가 불안

15) 観光庁 「ツアーセーフティネット」, 「海外旅行に関する意識調査」, 2022. 2. 15.; 조사는 전국 19~25세 남녀 400명을 대상으로 2023. 1. 11.-1. 12.에 온라인 조사로 진행됨

- 한 편, 14.5%가 불안하지 않은 편, 13.3%가 불안한 편으로 응답함
- 다만 그럼에도 자유 여행 또는 에어텔을 원하는 비율은 61.8%에 달했으며, 패키지 투어라 할지라도 매일 자유 시간이 있기를 희망하는 비율도 25%였음

[그림 4-9] Z세대의 해외 여행지 선정 및 자유 시간에 대한 인식(2023)

(단위: %)

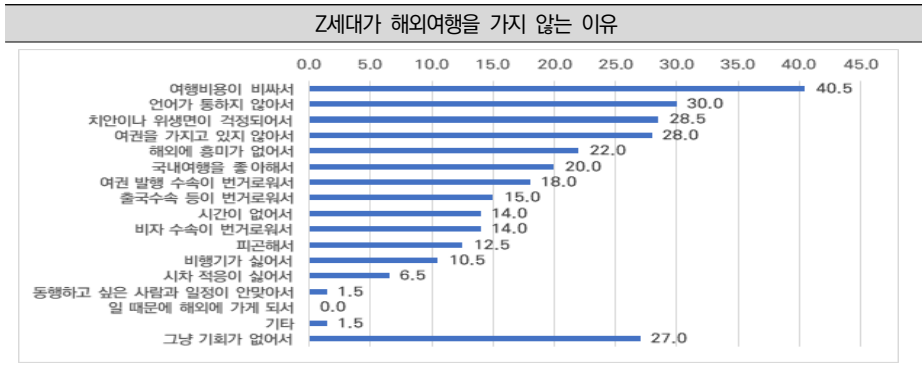


자료: 観光庁「ツアーセーフティネット」, 「海外旅行に関する意識調査」, 2022.2.15.

- 일본 청년층이 해외여행에서 느끼는 불안감이 해외여행의 장애 요인이 된다는 결과는 JTB総合研究所(2019)가 실시한 조사에서도 확인됨
 - 당시 조사에서도 일본 청년층이 해외여행을 가지 않는 이유는 ① 여행 비용 부담, ② 언어 부담, ③ 치안 및 위생 우려, ④ 그냥 기회가 없어서 순으로 나타남

[그림 4-10] Z세대가 해외여행을 가지 않는 이유

(단위: %)



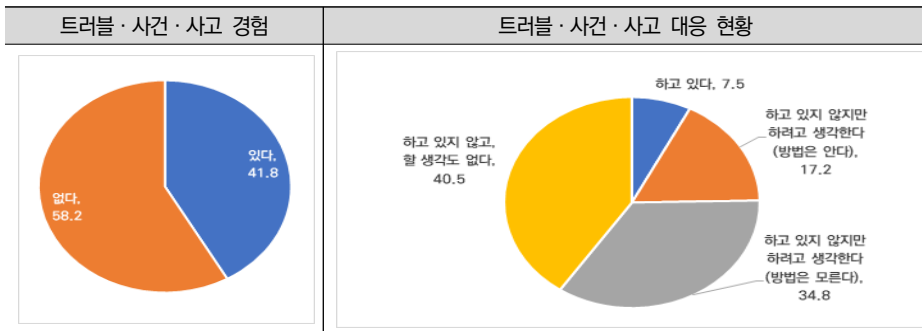
자료: 観光庁「若者のアウトバウンドに関する実態調査」; 観光庁(2022), 海外教育旅行の再開・回復に関する調査業務報告書에서 재인용

주: 조사 대상 20-29세, 조사 시기 2019년.

- 한편, 2023년 조사에서 해외여행 시 트러블·사건·사고에 휘말린 경험이 있다는 응답은 41.8%에 달했는데, 그럼에도 불구하고 대비하고 있는 비율은 7.5%에 불과한 것으로 나타남

[그림 4-11] Z세대의 해외여행 시 트러블·사건·사고 경험

(단위: %)



자료: 観光庁 「ツアーセーフティネット」, 「海外旅行に関する意識調査」, 2023.2.15.

- 일본 Z세대의 방한 여행을 확대하기 위해서는 치안의 강점을 강조할 필요가 있으며, 이와 더불어 안전한 여행을 더욱 보장해 줄 수 있는 장치가 마련될 필요가 있음
 - 예를 들면 지역의 관광 정보 센터에서 일본어 대응을 강화하거나, 사고 등 문의에 적극 도움을 줄 수 있는 시스템 구축을 검토할 수 있음
 - 또한 인바운드 여행 보험을 금전적 보상뿐 아니라 현지 안전사고의 대응을 포함하는 문제 해결형 보험으로 확대하는 방안도 검토할 수 있음
- 이와 더불어 방한 여행이 여행 경비 및 관광 매력도 측면에서 가성비 있는 해외여행 목적지로 인식될 수 있도록 적극 대응할 필요가 있음
- 위 조사에서 일본 Z세대가 가장 가고 싶은 해외여행지는 남성은 하와이(30.0%), 여성은 한국(36.5%)으로 꼽혔음
 - 남성의 경우 한국은 16.0%로 가고 싶은 여행지 순위상 8위에 그치고 있음
 - 반면 대만의 경우 남성은 3위, 여성은 4위에 머물러서, 성별에 따라 큰 차이가 없는 여행지로 나타남
- Z세대 여성이 선호하는 주요 해외여행 목적지로 위상을 공고히 하면서도, 시장 영역을 남성으로 확장할 수 있도록 방한 여행의 다양한 콘텐츠를 확충하고, 인식 제고에 노력할 필요가 있음

〈표 4-11〉 일본 Z세대가 2023년에 가고 싶은 해외여행지 Top 10

(단위: %)

순위	남성		여성	
	여행지	비율	여행지	비율
1위	하와이	30.0	한국	36.5
2위	프랑스	26.0	프랑스	33.5
3위	대만	22.0	이탈리아	30.5
4위	이탈리아	21.5	대만	23.0
5위	뉴욕	20.5	하와이	22.0
6위	로스앤젤레스	18.0	독일	15.5
7위	호주	16.0	호주	13.5
	한국	16.0	싱가포르	12.0
9위	독일	15.5	태국	10.0
10위	스페인	14.0	괌	10.0

자료: 観光庁 「ツアーセーフティネット」, 「海外旅行に関する意識調査」, 2023. 2. 15.

다. Z세대 해외여행과 SNS 이용 행태

- Z세대는 디지털 리터러시로서 해외여행에 있어서도 SNS 등 디지털 정보가 중요함
- 相澤美穂子(2022)는 일본의 Z세대와 밀레니얼 세대의 여행 특성을 비교 분석한 바 있는데, 이 두 세대는 버블 세대를 경험한 적이 없는 세대이나 부모와 가치관을 공유하고 있는 세대이며, 여행 선택에서는 ‘본인의 관심’이 중요한 세대라는 점에서 공통성을 보이고 있음
- 반면 Z세대는 인플루언서의 신뢰도가 높고 정보를 사전에 철저하게 검색하는 경향이 있으며, 리얼타임의 양방향 정보를 선호하는 특성을 보임

〈표 4-12〉 밀레니얼 세대와 Z세대의 여행 특성

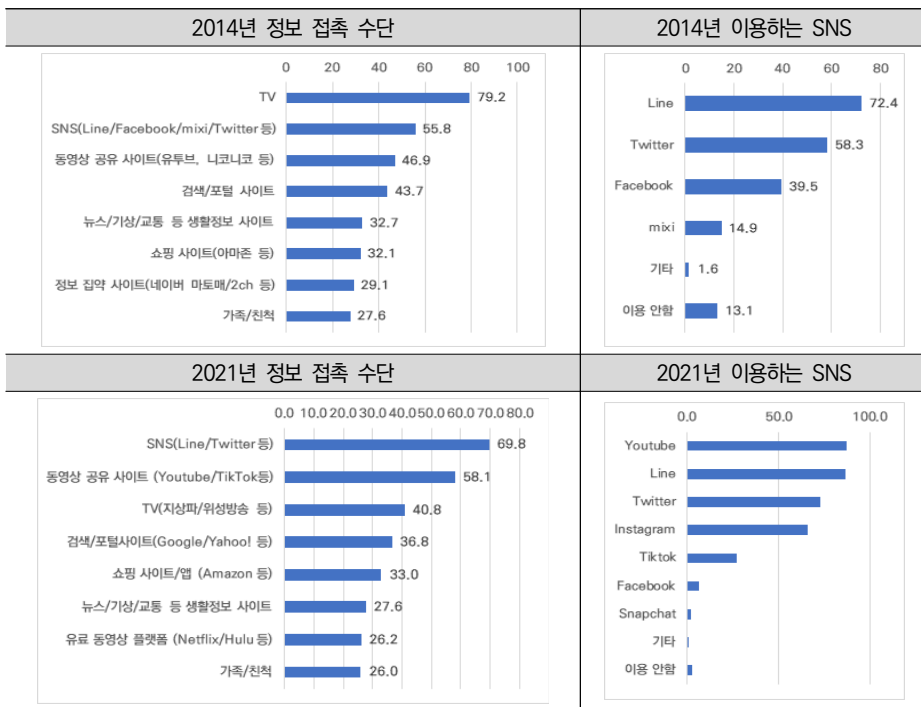
구분	밀레니얼 세대	Z세대
유형	<ul style="list-style-type: none"> • 1989-1995년생 • 버블 경제를 모르는 세대로, 현 상황에 대한 불만이 적으나, 버블 세대인 부모의 영향으로 브랜드를 좋아하는 면도 있음 • 10대 전후부터 스마트폰을 이용, 이른바 ‘유투리 교육’을 받은 세대이기도 함 	<ul style="list-style-type: none"> • 1996-1999년생 • 밀레니얼 세대와 마찬가지로 버블 세대인 부모와 가치관을 공유 • 어릴 때부터 디지털 사회에 적응, 공유 경제 등에도 저항이 적으며, 유투리 세대가 아니라는 점에서 자부심 있음
여행의 목적과 스타일	<ul style="list-style-type: none"> • 자신이 관심을 테마로 한 여행을 선호(가고 싶은 장소, 하고 싶은 것이 명확) • 획일적인 대중 관광보다 다양하고 개인화된 경험을 선호 • 자랑할 수 있는, SNS 등에 두고 가능한 장소를 선호 • 여행 중에는 모험적인 체험을 선호 • 자기 개발을 여행 목적으로 하는 경향이 강함 	
여행에 대한 가치관	<ul style="list-style-type: none"> • 환경에 대한 영향을 고려 • 비용 퍼포먼스를 중시 • 지역과 연계를 중시 	
정보 검색 행동	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인이 주된 수단 + 전통적인 커뮤니케이션 수단(전화, 잡지 등) • 지인의 정보에 대한 신뢰도가 높음 	<ul style="list-style-type: none"> • 주로 온라인(스마트폰, 태블릿) • 인플루언서 정보에 대한 신뢰도가 높음 • 정보는 사전에 철저하게 검색(인스타) • 리얼타임 양 방향 정보 교환을 하고 싶어하는 경향이 있음
정보 공유	<ul style="list-style-type: none"> • 정보의 품질과 진실성을 중시 • 온라인 리뷰는 읽지만 작성하는 경우는 적음 	<ul style="list-style-type: none"> • 비밀상/치유/특별감을 표현하는 정보 발신 • 온라인 리뷰 작성에도 적극적
이동 수단	<ul style="list-style-type: none"> • 전차나 버스 이용 비율이 높음(가격, 동행자에게 신경을 쓰지 않아도 되므로) • 체류지에서는 환경을 고려한 교통 수단을 활용하는 데 관심이 있음 	-
기술 활용	<ul style="list-style-type: none"> • 숙박지에서 와이파이 환경 충실성을 중시 • 숙박 시설의 예약은 주로 온라인 • 온라인 여행에도 긍정적 	
여행 의향	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나 수속 후 여행에 의욕적 	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나 수속 후 여행에 보다 적극적

자료: 相澤美穂子(2022), 次世代観光地へ「Z世代」「ミレニアル世代」が求める「経験価値」への対応, 観光文化 252号

- 일본 여행 플랫폼인 자란(Jalan)의 리서치 센터가 실시한 조사에 따르면¹⁶⁾, 2014년 일본 청년층의 주요 정보 접촉 수단은 TV 비중이 SNS보다 높았으나, 2021년에는 SNS가 압도적인 정보 수단으로 자리 잡은 것으로 나타남
- SNS 유형도 라인과 트위터와 함께 유튜브와 인스타그램, 틱톡 등이 주요 수단으로 등장하였으며, 넷플릭스 등 유료 동영상 플랫폼도 주요 정보 접촉 수단으로 등장함

[그림 4-12] Z세대의 정보 접촉 수단

(단위: %)



자료: 자란리서치센터(2021), “Z세대”의 가치관とは? 若年層獲得戰略のいま.

주: 인터넷 패널 조사, 18~22세 남녀 1,000명 대상

- 이 조사에 따르면 SNS의 유형에 따라 사용 방법에 차이가 있는 것으로 나타나는 데, 라인과 페이스북은 업무 또는 사회 생활 목적으로 사용하는 경향이 있으며, 일상 공유는 인스타그램을 활용하고 있는 것으로 조사됨

16) 자란리서치센터(2021), “Z세대”의 가치관とは? 若年層獲得戰略のいま. 이 조사는 2021.3.19.~24일간 실시된 조사로 18~22세 남녀 1,000명을 대상으로 인터넷 조사로 실시되었음.

〈표 4-13〉 Z세대의 SNS 사용 방법

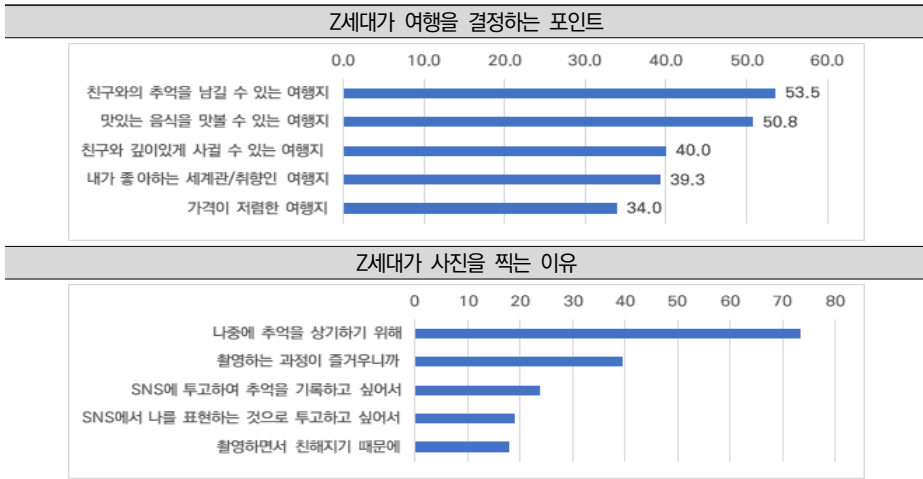
	항목
Line	<ul style="list-style-type: none"> • 업무 연락을 위한 SNS. 문자로 기록하는 연락망 • 기업 어카운트는 스탬프/쿠폰 목적으로 친구 등록을 하고, 메리트(정기적인 쿠폰 배송)가 있는 경우는 차단을 해제함
Instagram	<ul style="list-style-type: none"> • 일상을 공유하는 SNS. 특히 여성의 이용률이 높음 • 투고는 기념일, 여행 등 추억란에, 일상은 스토리츠란에 투고함 • 해시태그(#)로 검색하여, 외출할 장소를 찾는 경우가 자주 있음 • 연락처 교환은 라인에서 인스타그램으로 전환되고 있음
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> • 인스타그램 투고가 주저되는 내용도 투고 가능하다는 가벼움이 있음 • 스스로 투고하지 않고, 관람만 하는 청년도 존재 • 리얼타임 또는 광고가 적고, 생생한 소문이 많기 때문에 신뢰성이 높음 • 복수 어카운트를 소지, 취미용 정보를 수집하는 경우도 존재
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> • 일상적 사용은 거의 하지 않고, 설치해 하고 있지만 보지 않는 사람도 다수. • 사회인으로서 연락하는 SNS로 인식되고 있음 • 유학 등으로 외국인과의 연결을 갖고 있는 젊은이는 연락 수단으로 사용하고 있음

자료: ジャランリサーチセンター(2021), “Z世代”の価値観とは? 若年層獲得戦略のいま.

- 시부야 109 엔터테인먼트는 Z세대가 여행에서 SNS를 활용하는 방안에 대한 조사를 실시한 바 있는데,¹⁷⁾ 이에 따르면 Z세대는 여행이나 외출에 대한 정보를 접하고 검색하는 수단으로 인스타그램을 적극 활용하고 있는 것으로 나타남

[그림 4-13] Z세대의 여행 및 외출에 관한 정보

(단위: %)



자료: SHIBUYA 109 Entertainment(2022.6.14.), Z世代の旅行・おでかけに関する意識調査.

주: 15-24세 남녀 400명 대상.

17) SHIBUYA 109 Entertainment(2022. 6. 14.), Z世代の旅行・おでかけに関する意識調査.

- Z세대가 여행을 결정하는 포인트는 ‘추억 남기기’와 ‘맛있는 음식’인데, 이와 함께 ‘본인의 세계관’에 부합하느냐도 중요한 포인트로 제시됨
- Z세대가 사진을 찍는 이유는 추억을 남기는 전통적인 이유뿐 아니라, 사진 찍는 과정 자체의 즐거움과 SNS에서의 표현도 주요 이유로 제시되고 있음
- 시부야 109 엔터테인먼트가 실시한 그룹 인터뷰에서도 ‘SNS 사진은 각자 표현하고자 하는 세계관을 연출하는 것’이 점차 중요해지는 흐름이 나타남
 - 이 조사 보고서는 인스타그램이 보급된 초기였던 2017년에는 가공으로 강조된 비밀상적인 사진이 중심이었으나(1.0세대), 이후 자연스러움을 의식하게 변화되었고(2.0세대), 최근은 얼굴보다는 세계관이 나타나는 것을 중시하는 형태로 전환되고 있다고 분석함(3.0세대)
- 요약하면 Z세대는 영상 정보를 통해 여행지에 대한 정보를 우선적으로 분석하여 본인의 세계관에 맞는 장소를 방문하는 경향이 있으므로, 이에 맞춘 홍보 마케팅 전략을 적극 추진할 필요가 있음

[그림 4-14] SNS 사용 방법

2017년	2019년	2022년
‘초비밀상’으로 가공하여 강조한 획일적인 ‘사진’	비밀상을 중시하면서, 자연스러움에도 주목, 사진이 서서히 다양화	일상적으로 세계관에 동화를 중시, 사진의 세분화 및 다양화
		
2D 평면의 벽 × 인물	3D Hot Spot × 인물	4D 깊이가 있는 배경 × 인물 × 정서
평면의 벽 앞에서 촬영	깊이가 있는 핫 스팟에서 촬영	좋아하는 세계관을 연출할 수 있는 장소를 스스로 찾아서 촬영
#가공하여 과장 #카메라 의식	#자연스러운 가공 #카메라 쳐다보지 않기	#세계관에 동화 #얼굴은 나오지 않기

자료: SHIBUYA 109 Entertainment, Z世代の旅行・おでかけに関する意識調査, 2022년 6월 14일 자.

주: 심층 인터뷰 조사 결과.

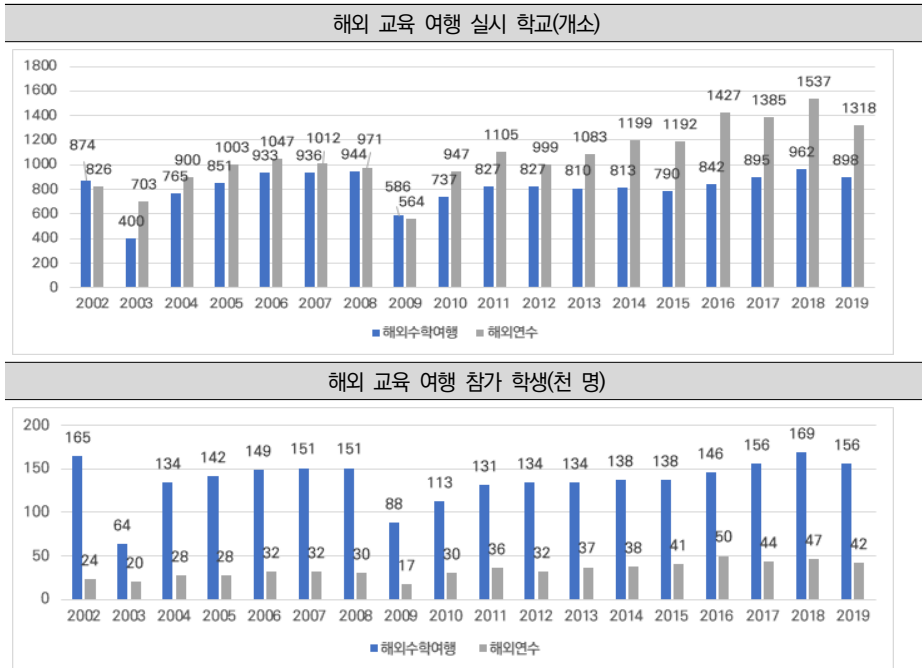
3. 청소년 교육 여행

가. 청소년 해외 교육 여행 현황

- 일본에서 청소년 해외 교육 여행은 수학여행과 해외 연수로 나뉨
 - 해외 연수에는 해외 수학여행 이외의 '3개월 미만 어학연수', '홈 스테이', '자매 학교 교류', '교과 특성을 살린 학습연수' 등이 포함됨
- 일본의 청소년 해외 교육 여행은 2003년 사스와 이라크 전쟁, 2009년 신형 인플루언서의 영향으로 급감하였으나, 전반적으로는 완만히 증가하는 추세를 보임
 - 2018년 해외 교육 여행 실시 학교는 898개소, 참가 학생은 15만 6천 명으로 과거 최고가 되었으며, 해외연수도 1,537개소, 4만 7천 명의 학생이 참여함
 - 해외 수학여행 실시율은 공립보다 사립이 높은 편인데, 해외 연수는 공립 및 사립 모두 현저하게 증가하고 있음

[그림 4-15] 해외 교육 여행 실시 현황

(단위: 개소, 천명)



자료: 全国修学旅行研究協会調査; 觀光庁(2022), 海外教育旅行の再開・回復に関する調査業務報告書에서 재인용

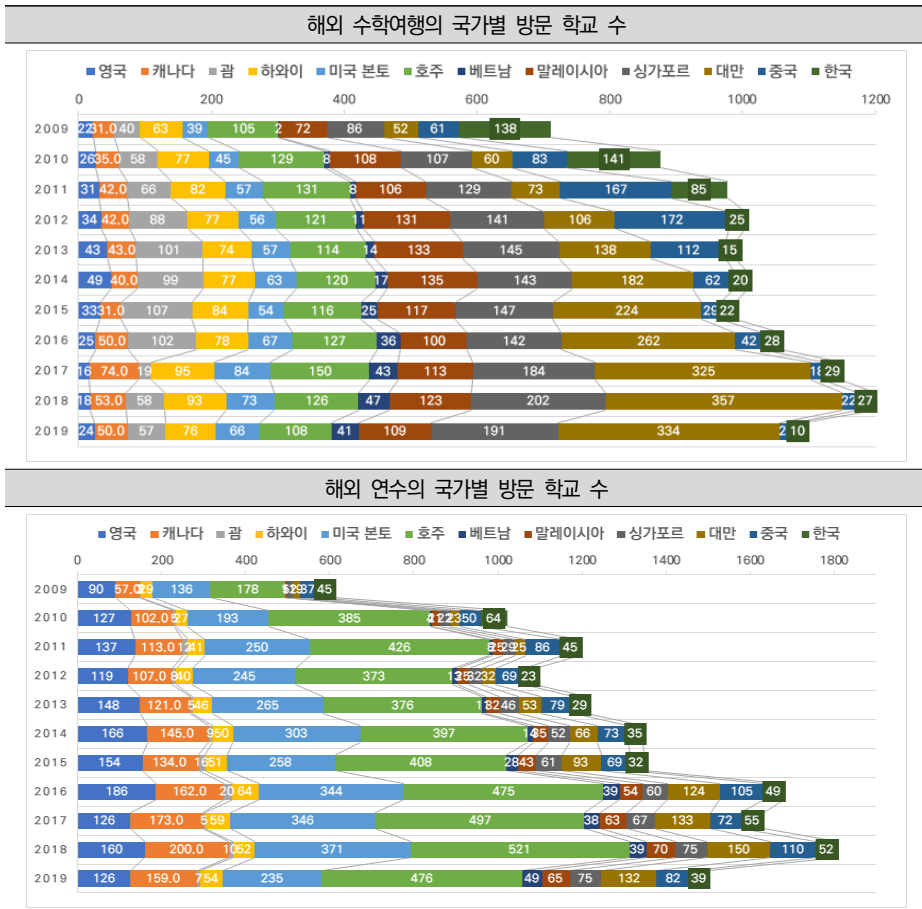
나. 해외 수학여행 목적지

- 일본 고등학생의 해외 수학여행 목적지는 지난 20년간 크게 변화되어 왔는데, 한국은 주요 해외 수학여행 목적지였으나, 2017년 11위로 밀려남
 - 2002년 일본 고등학생의 해외 수학여행 참여자 수는 18만 명으로, 그중 19.3%에 해당하는 35,364명이 한국을 방문하였음
 - 방한 수학여행 참가자 수는 2011년 2만 명, 2013년 1만 2천 명으로 감소하였으며, 2015년은 3천 명 미만으로 감소하였음
 - 방한 수학여행 참가 학교 수도 2010년 141개에서 2011년 85개로 감소한 이후, 2012년 25개로 급감하였으며, 2019년에는 10개 학교로 축소되었음
- 방한 해외 연수 학교 수도 2010년 64개에서 2012년 23개로 축소된 이후 다소 증가 추세에 있었으나, 2019년 39개 교류 감소함
- 일본 고등학생의 주요 해외여행 목적지로 급성장한 곳은 대만으로, 2002년 2천 명에서 2017년 5만 4천 명으로 1위로 부상함
 - 중국은 한국과 마찬가지로 참가자 수가 감소하였는데, 수학여행으로 중국을 방문한 일본 학교 수는 2010년 83개 학교에서 2012년 172개로 급증한 이후 축소되어 2019년에는 22개 학교만이 방문하고 있음
 - 캐나다 및 베트남을 방문하는 학교는 꾸준히 증가하고 있음
 - 미국, 호주, 싱가포르 등은 큰 변화 없이 순위를 지키고 있음
- 방한 교육 여행의 감소 원인으로는 ① 일본 사립 학교의 영어권 국가 수학여행 선호 현상, ② 한일 외교 갈등, ③ 한국의 세월호 사건으로 인한 안전 우려 등장, ④ 대만에 대한 선호도 증가 등이 지적됨¹⁸⁾
 - 해외 연수 여행은 캐나다, 미국 본토, 호주를 목적지로 하는 학교가 크게 증가함
 - 해외 수학 여행의 경우 대만을 선택하는 학교가 크게 증가하였는데, 대만에 대한 선호도는 2011년 동일본 대지진 이후 급증하였음

18) Newsphere(2018. 2. 18.), '激減した韓国への修学旅行 高校生はなぜ韓国に行かなくなったのか', (<https://newsphere.jp/national/20180218-1>); TravelVision(2006. 10. 3.), '韓国からの訪日教育旅行、反日で減少も参加規模、訪問地の分散の良い傾向も', (www.travelvision.jp/news/detail/news-26093).

[그림 4-16] 해외 교육 여행의 주요 방문 국가 현황

(단위: 개)



자료: 全国修学旅行研究協会調査; 観光庁(2022), 海外教育旅行の再開・回復に関する調査業務報告書에서 재인용

다. 공립 고등학교의 해외 여행 실시 기준

- 일본 도도부현 및 정령 지정 도시에서 지정하고 있는 공립 고등학교의 「해외 수학 여행 실시 기준」을 살펴보면 다음과 같음¹⁹⁾
- 여행 일수의 제한은 평균 5.53일로 5박 6일과 4박 5일이 가장 많이 제시되고 있음
- 여행 비용의 한도는 14개 광역 자치 단체 및 정령 지정 도시에서 제시하고 있는데,

19) 公益財団法人全国修学旅行研究協会(2022), 令和4年度全国都道府県並びに政令指定都市 修学旅行実施基準概要.

평균 119,029엔이 한도로 분석됨

- 여행 비용의 제한을 두는 곳 중 규슈에 있는 4개 지역서는 한국 수학여행의 한도를 별도로 책정하고 있었는데, 한국 수학여행은 8만 엔~10만 엔 수준으로 제시됨
 - 반면 중국 및 대만의 경우 한국보다 약 2만 엔 정도 높게 책정되어 있음
- 향후 다양한 방한 수학여행 상품의 기획 및 운영 시, 여행 일수 및 여행 비용의 한도를 고려할 필요가 있음
 - 방한 수학여행의 고부가 가치화와 함께 여행 단가의 상향도 추진할 필요가 있음

〈표 4-14〉 일본 전국 도도부현 및 정령 지정 도시 고등학교 수학여행 실시 기준

여행 일수 한도		여행 비용 한도	
• 52개 도도부현/정령 도시에서 여행 일수 한도 제시		• 14개 도도부현 및 정령 도시에서 여행 비용 제시	
52개 지역 평균	5.53일	14개 평균	119,028.6엔
4박 5일	25개 지역	나가사키현	한국 83,000엔 / 중/대 122,000엔
5박 6일	21개 지역	가고시마현	한국 100,000엔 / 중국 120,000엔
6박 7일	4개 지역	구마모토현	한국 84,000엔 / 중/대 105,000엔
		구마모토시	한국 80,000엔 / 중/대 100,000엔

자료: 日本修学旅行教会(2022), 2022(令和4)年度 全国都道府県 政令指定都市修学旅行実施基準概要에서 정리

* 전체 67개 도도부현 및 정령 도시에 대한 조사 결과임

라. 일본 해외 수학여행 추진의 과제

- 관광청(2022)에 따르면 일본 해외 교육 여행 추진 시 실무 차원에서의 과제는 ‘경제적 부담’, ‘안전·건강 관리’, ‘일정·여정 관리’ 등으로 요약됨
- 경제적 부담은 여행 비용 상승뿐 아니라, 유류 할증료나 환율 변동에 따른 경비 산정의 유동성 문제 등도 지적되고 있음
- ‘안전·건강 문제’는 테러 및 감염병 발생, 반일 감정 등의 우려로 보호자의 동의를 얻기 어렵다는 점²⁰⁾, 실시 여부의 판단이나 취소 요금 등에 대한 문제 등도 주요 과제로 제기됨
 - 병원 동반 인원이나 음식 알레르기 등 현장에서의 과제도 제기됨
- ‘일정 및 여정 관리’는 학교 간 교류 기회 창출의 어려움이 가장 큰 문제로 제기되

20) 竹内秀一(2019), 修学旅行の歴史, 運輸と経済, 79(6), 22-27.

며, 단체 여행의 경우 홈스테이나 환승 대기의 문제 등도 존재함

- 외교 갈등에 따라 학교 교류 행사가 직전에 취소되는 등 지속적인 교류의 어려움도 지적되고 있음

〈표 4-15〉 일본 해외 수학여행의 과제

구분	주요 코멘트	비고
경제적 부담	<ul style="list-style-type: none"> 유류 할증료 인상으로 부담이 증가, 중고생 수학여행에는 보조금을 교부하거나 면제하는 조치가 강구되기를 희망 교통비 등 영수증 발행이 어려운 국가 및 지역이 있어서, 교원 부담이 큼 인솔자 여비 지출이 부담스러움 여비 부담으로 숙박을 줄임에 따라, 상당히 빠듯한 일정이 됨. 매년 비용이 올라가고 있어서, 여행지 등을 재검토할 필요가 있음 환율 변동으로 보호자 지출 금액이 안정적이지 않음 여행 대금뿐 아니라 여권 취득 비용, 임의 보험료 등 보호자의 경제적 부담 	여행 비용 측면에서 근거리 국가인 한국의 강점 강조
안전·건강 관리	<ul style="list-style-type: none"> 감염병이나 테러 시 실시 여부를 판단하는 기준, 중지 시 취소 요건 문제, 국제정세 악화 시 해외 수학여행에 부정적인 보호자 설득 어려움 제한적인 인솔자 수, 아픈 사람에 대한 대응 어려움 해외에서 사용 가능한 개인 통신 수단이 없어서, 자유 행동을 할 때 학생과 연락 문제 발생 식사 등 알레르기 대응에 어려움을 느낌 	병원 등 지원 정책 발굴 알레르기 대응 등 강화 필요 한국 안전함 강조
일정·여정 관리	<ul style="list-style-type: none"> 학교 간 교류가 어렵고, 동년배 학생 간 교류 기회에 어려움을 겪고 있음 중국 요리가 이어지는 등 식사 메뉴 편중으로, 먹지 못하는 학생 발생 상대 학생의 가정에서 홈스테이를 실시하고 있는데, 1인 1가정 배치가 매년 어려워지고 있음 항공기 소형화로 단체 편성 시 인원수 배분, 환승 시 장기간 대기 문제 석식 장소 제한(전원 참석, 가격이 조건), 호텔 엘리베이터 대기가 길어서(아침부터 15분 이내), 집합 시간에 늦어져 전체 행동에 영향을 줌 현지 교통 사정으로 스케줄이 변동되기도 함 원칙상 전원 참가이므로 4개 편으로 나눠서 항공기 탑승, 직항편 및 경유편, 비즈니스/이코노미 등 차이가 발생하게 됨 홈스테이이므로 스테이하는 곳에 따라 차이가 발생함 	교류학교 연계 네트워크 지원 안정적인 학교교류 지원 단체여행을 위한 장소 정비
기타	<ul style="list-style-type: none"> 국적 관계로 비자 발급 수속에 비용과 시간이 드는 경우가 발생 현지에서 활동을 충실히 하기 위한 사전 지도 방법(시간 확보, 교원의 노하우 등) 금전 면에서 부담이 국내 여행에 비해 크고, 해외에 가기 위해 필요한 사무적인 수속도, 본인이나 보호자 상황에 따라 부담감이 강하기도 함 학교 방문 교류 학교가 직전까지 정해지지 않아서 준비 부족 상황이 됨 지방 공항을 이용하면 비용, 시간이 절약되나 유사한 시기에 이용을 희망하는 학교가 많아서 좀처럼 이용하기 어려움 학교 교류의 충실(영어로 교류하지만, 상대 학교가 일본어 사용 희망) 	교류 프로그램 사전 정보 제공 충실 지방 공항 항공 노선 등 연계

자료: 주요 코멘트는 観光庁(2022), 海外教育旅行の再開・回復に関する調査業務報告書에서 발췌
주: 일본 수학여행 협회 자료를 토대로 주요 코멘트에 대해 관광청 정리

- 향후 방한 수학여행 활성화를 위해서는 이러한 과제를 해소해 줄 수 있는 제도적 장치 마련에 대한 고민이 필요함
- 방한 여행의 경우는 근거리 국가로 경제적 부담에서 어느 정도 강점을 지니고 있는데, 단기적으로 여권 취득 지원 사업과의 연계 지원 등도 고려해 볼 수 있음
- 안전 및 건강 관리와 관련해서는 한국의 안전성을 강조하는 동시에, 안전 수학여행 지원 사업의 인바운드 확대 방안도 검토해 볼 수 있음
 - 음식물의 알레르기 대응 등을 위한 식재료 정보 제공 확대 등도 검토가 필요함
- 일정 및 여정 관리와 관련해서는 외교적 갈등이 학교 간 교류에 영향을 미치지 않도록 분리하여 접근하는 방향 설정이 필요함
- 한일 항공 노선이 회복되면, 일본 지방 곳곳에서 한국으로의 접근성이 수월해지는 만큼, 일본 지방 노선을 활용한 수학여행 유치 전략을 적극 추진할 필요가 있음
- 무엇보다 매력적인 수학여행 교류 프로그램을 기획하여 한일 청소년 모두 유익한 기회를 가질 수 있도록 지원하는 것이 중요함
- 일본의 해외 교육 여행 프로그램은 최근 지속 가능한 사회 등 국제적인 테마에 부합하는 프로그램에 대한 수요가 증가하고 있음

〈표 4-16〉 일본 해외 수학여행 프로그램 수요 변화

구분	이해의 과제
해외 교육 여행 수요 변화	<ul style="list-style-type: none"> • 시대적 흐름에 매칭한 테마, 수법 등 학습 수요에 대응한 프로그램 개발 필요 • 선택 제도나 규모 축소 등 실시 수요에 대응 필요 ⇒ 테마형 프로그램 개발 및 분산형 실시를 실현하는 수법 정비
코로나 팬데믹 기간의 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 2월 28일 학교 일제 임시 휴교, 수학여행 연기 검토 • 2020년 여름부터 Go To Travel 캠페인 대상(여비의 50%, 상한 2만 엔 까지 단체 보조), 국내 여행 중심으로 수학여행 회복
수학여행 테마 변화	<ul style="list-style-type: none"> • SDGs 시대 지속 가능한 사회의 담당자로서 활약할 수 있는 테마 수요 증가 (인구 감소, 글로벌화 진전, 4차 산업 혁명 등으로 인한 사회적 변화 반영) • 각 전문가 연대와 여행 회사의 인재육성 등 촉진 필요

자료: 観光庁(2022), 海外教育旅行の再開・回復に関する調査業務報告書에서 발췌하여 정리

마. 관광청의 해외 수학여행 진흥 정책

- 일본 관광청은 2023년 청소년의 해외 수학여행 진흥 사업을 추진하고 있음
 - 일본에서 해외 수학여행은 글로벌화 속에서 타 문화 체험을 통해 시야를 확대할 수 있는 중요한 기회로 그 의의가 공감되고 있으며, 특히 학생 시절의 해외 경험이 이후 생애의 해외여행에 영향을 준다는 점에서 중요함이 강조되고 있음
- 먼저, 「고부가 가치 해외 교육 여행 프로그램」 공모 사업을 실시하여, SDGs 등 국제적 트렌드를 반영한 해외 교육 여행 프로그램의 개발을 추진하고 있음
 - 학교 관계자와 여행 사업자가 연대하여 추진하는 프로그램 기획을 지원함
 - 선정 시 100만 엔 한도의 프로그램 개발비 및 전문가 컨설팅(2회)이 제공됨
 - 현재 제2차 공모가 진행 중이며, 매회 10건 정도가 선정될 예정임
- 또한, 해외 교육 여행 권유 홈페이지를 구축하여, 해외 교육 여행 주요 목적지로 12개 국가/지역의 정보를 제공하고 있음
 - 한국 교육 여행 프로그램으로는 역사 문화 학습(경복궁, 박물관), 현지 청소년 교류(문화스포츠그룹 산책), 산업 체험 프로그램(삼성, MBC 등), 탐구형 학습 프로그램(연구 테마 필드워크, 체험 학습 등)이 제시되고 있음

[그림 4-17] 일본 관광청의 청소년 해외 교육 여행 권유 정책

일본 관광청의 해외 교육 여행 권유 홈페이지	한국 프로그램 소개
	

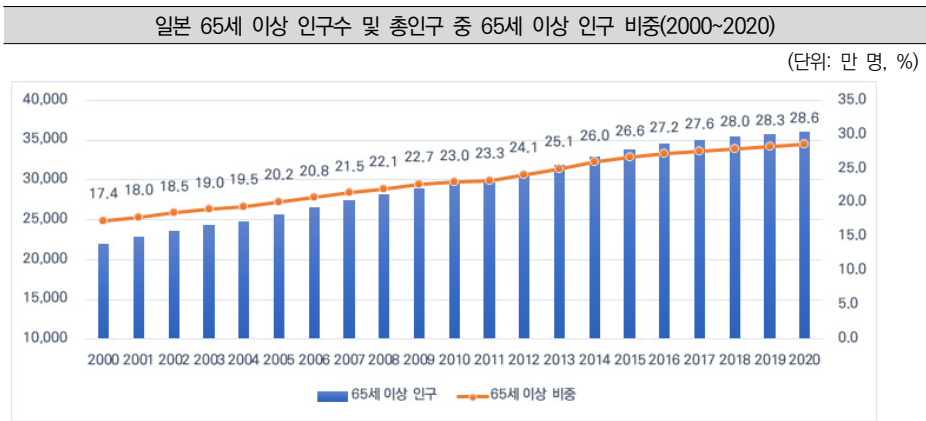
자료: 해외 교육 여행 권유 홈페이지 (<https://www.mlit.go.jp/kankoch/kaigai-kyoikuryoko/index.html>)

4. 시니어 해외여행

가. 고령 인구나 해외여행 현황

- 일본의 고령화율은 2020년 기준 28.4%로 4명 중 1명 이상이 65세 이상인데, 2025년에는 고령화율이 30.0%에 달할 것으로 예측되고 있음
 - 일본 총인구는 감소 추세에 있으나, 65세 이상 인구수는 다소 증가 추세임
 - 65세 이상 인구 비중은 2000년 14.4%에서 2020년 28.6%로 증가함
- 2019년 기준 일본인 출국자 중 65세 이상은 10.8%로 인구 비중을 고려하면 낮은 편이지만, 일정 규모를 차지하고 있는 시장임
- 2019년 기준 방한 시장에서 61세 이상은 10.8%로 방한 시장에서도 비중이 낮은 편이나, 국제 관광이 재개된 2023년에는 비중이 증가하는 추세를 보이고 있어서 주목됨

[그림 4-18] 일본 고령 인구 동향 및 출국자 동향



일본인 해외여행			일본인 방한 여행		
(단위: 명, %)			(단위: 명, %)		
구분	2019	2022	구분	2019	2023.6
일본인 출국자 수	20,080,669	2,771,770	일본인 방한객 수	3,271,706	862,123
65세 이상	2,177,919	223,890	61세 이상	353,802	109,823
65세 이상 비중	10.8	8.1	비중	10.8	12.7

자료: ① 総務省統計局(2020), 人口推計 長期時系列データ (平成12年~令和2年), ② 出入国在留管理庁(각 년도), 出入国管理統計統計表, ③ 관광지식정보시스템, 입국 관광 통계.

나. 팬데믹 이후 시니어의 여행 의향

- 코로나 팬데믹 기간 동안 일본인 고령자의 해외여행 의향은 크게 위축되었는데, 이는 건강 및 안전을 중시하는 경향이 고령자일수록 강하기 때문임
- 그러나 최근 관광여행 재개 시 고령자층이 보다 적극적으로 움직이고 있다는 조사 결과가 제기되고 있는데, 닛세이 기초 연구소(2023)에 따르면 일본 관광청의 여행 지원 사업의 경우 시니어층에서 적극 이용률이 높았던 것으로 분석됨²¹⁾
 - 일본 관광청은 여행 지원 사업으로 ‘고투트래블(Go To Travel) 사업’과 ‘전국 여행 지원 사업’을 추진하였음
 - 고투트래블 사업을 2020년 7~17월 시행하여, 국내 관광 수요 환기를 목적으로 숙박 여행 및 당일 여행 대금의 할인 및 지역 공통 쿠폰을 제공하였음²²⁾
 - 전국 여행 지원 사업은 2022년 이후 고투트래블의 할인율을 조정하여 시행하고 있는 사업으로 2023년 9월 기준 현재까지 지속되고 있음.²³⁾
- 대국민 설문 조사 결과 여행 지원 사업 중 고투트래블 사업을 1회 이상 이용하였다는 응답 비율은 70대 남성(33.0%)과 60대 여성(30.2%)에서 가장 높게 나타났음
 - ‘복수 이용 응답’의 경우는 60대 여성과 20대 여성이 14.2%로 높았음
- 전국 여행 지원 사업의 경우도 이용 응답이 70대 남성(29.4%)과 60대 여성(27.7%)에서 높게 나타났음
 - ‘복수 이용 응답’의 경우는 60대 여성(12.6%)과 60대 남성(10.6%)에서 높았음
- 생애 주기상으로도 자녀가 독립한 이후의 이용 비율이 상대적으로 높게 나타남
 - 첫 자녀가 독립한 그룹은 26.2%, 손자가 있는 그룹은 29.3%로 나타남
 - 참고로 생애 주기상 미혼이거나, 자녀가 학생인 경우는 응답률이 낮았는데, 이는 여행 동반자의 제약 때문으로 해석됨

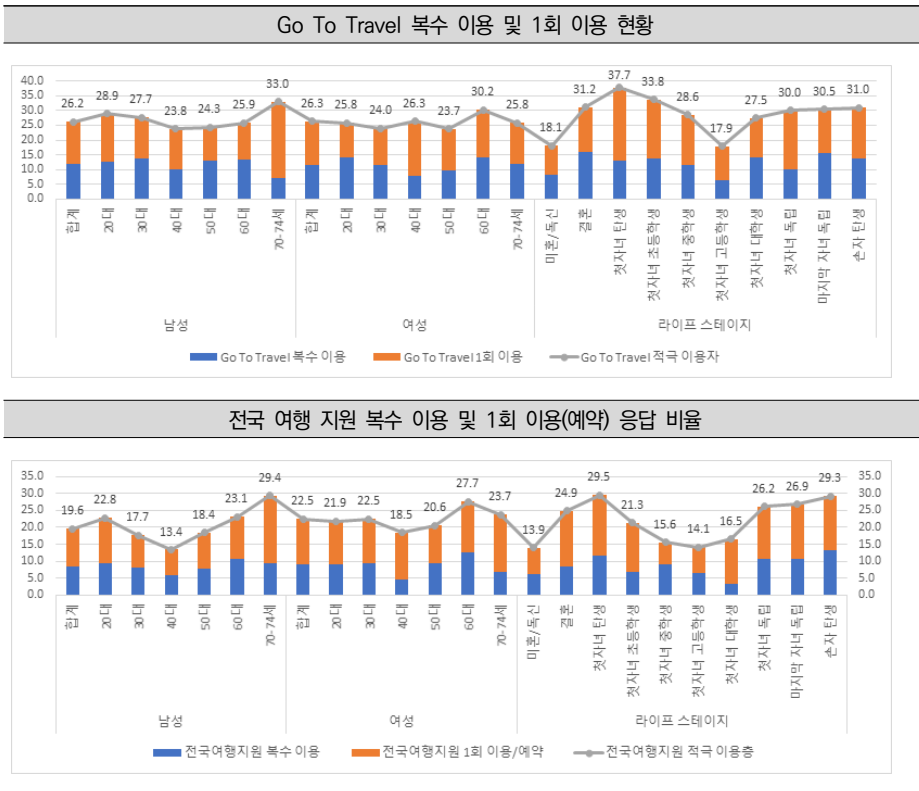
21) 닛세이基礎研究所(2023), 全国旅行支援の利用状況.

22) 여행 비용의 35% 할인(한도액은 숙박 여행은 2만 엔, 당일 여행은 1만 엔), 지역 공통 쿠폰으로 여행 비용의 15% 지원으로 합계 50% 여행 비용 지원이 추진되었음

23) 2022년에는 여행 대금의 40% 상당의 할인(한도액은 1인 1박당 교통 포함 여행 상품은 8천 엔, 기타 5천 엔) 및 현지에서 사용 가능한 쿠폰 배포(平日 1인 1박당 3천 엔, 휴일 1천 엔)하는 사업으로 2022. 10.~12. 동안 시행되었음. 2023년 1월 10일 이후는 할인율이 낮아진 형태로 실시되어 현재까지 지속되고 있음(여행 대금 20% 상당, 상한액은 교통 포함 여행 상품 5천 엔, 기타 3천 엔, 쿠폰은平日 2천 엔, 휴일 1천 엔).

[그림 4-19] 일본 관광청의 여행 지원 사업 연령별 적극 이용자 현황

(단위: %)



자료: 니ッセ이基礎研究所(2023), 全国旅行支援の利用状況

주: 20~74세 대상 2,582명 설문 조사 결과, 조사 기간 2022.12.12.-12.26.

- 여행 지원 사업을 이용한 이유를 살펴보면, 고령자는 ‘가고 싶은 지역’ 및 ‘가고 싶은 숙박 시설’ 등을 이유로 꼽는 응답자가 전체 평균보다 높아서, 여행에 대해 적극적인 경우가 많음을 알 수 있음

〈표 4-17〉 전국 여행 지원 사업을 이용한 이유

(단위: %)

	전체	50대	60대	70-74세
할인액이 매력적이어서	55.9	51.6	53.4	60.7
쿠폰권이 매력적이어서	45.7	41.0	42.9	50.0
가고 싶은 지역이 있어서	38.1	38.5	42.3	39.3
슬슬 여행을 가고 싶다고 생각해서	36.6	36.1	30.2	41.1
가고 싶은 호텔과 료칸이 있어서	22.3	18.0	26.5	25.0
시간적인 여유가 있어서	19.4	17.2	21.7	14.3
특별히 걱정되는 감염 상황은 아니라고 생각해서	10.9	12.3	11.6	7.1
기타	2.9	3.3	4.2	3.6
특별한 이유 없음	4.9	5.7	5.6	1.8

자료: 니ッセイ基礎研究所(2023), 全国旅行支援の利用状況

- 한편, 여행 지원 사업을 이용하지 않은 이유를 살펴보면, '감염에 대한 불안'이 컸던 것으로 나타나고 있어서 안전 및 안심을 중시하는 경향도 함께 확인됨
 - 여행을 가고 싶다는 생각이 들지 않았다는 응답도 높게 나타나서 고령자의 여행이 양극화되고 있는 것으로 해석됨

〈표 4-18〉 전국 여행 지원 사업을 이용하지 않은 이유

(단위: %)

	전체	50대	60대	70-74세
경제적 여유가 없어서	29.6	31.8	29.4	24.2
감염 불안으로 외출을 자제하고 있어서	21.5	19.2	28.0	35.5
국내 감염자 수가 늘어나고 있어서	20.3	20.7	25.9	30.6
스케줄이 맞지 않아서	16.8	17.8	10.3	5.6
특별히 가고 싶다, 머물고 싶다는 생각이 들지 않아서	16.8	19.2	19.3	23.4
백신 접종 증명 등을 준비할 수 없어서	7.2	7.0	4.4	4.8
가고 싶은 숙박, 당일 여행이 대상이 아니어서	2.7	4.4	7.5	6.5
가고 싶은 호텔, 료칸이 대상이 아니어서	3.9	4.4	4.4	2.4
이미 상한을 넘기고 있어서 신청할 수 없었으므로	3.3	3.8	1.4	1.3
기타	4.6	5.0	6.5	5.6
특별한 이유 없음	19.3	19.5	15.2	14.5

자료: 니ッセイ基礎研究所(2023), 全国旅行支援の利用状況

- 해외여행의 경우도 최근 60대 이상 여성에서 해외여행에 적극적인 경향이 나타나고 있는 것으로 분석되고 있는데, JTB총합연구소의 2022년 조사에 따르면, 1년

- 이내에 해외여행을 검토 중이라는 응답이 60대 여성 이상에서 다소 상승함
- 60대 여성은 제1차 한류의 적극적인 소비층이었다는 점에서 향후 추이가 주목됨

〈표 4-19〉 일본인 1년 이내 해외여행 예정 검토 비율

(단위: %)

구분	남성		여성	
	2022.3	2022.12	2022.3	2022.12
20대	20.8	23.9	21.1	26.1
30대	18.4	20.5	13.3	13.3
40대	7.6	13.3	7.6	8.1
50대	6.6	7.6	3.7	6.1
60대 이상	6.2	6.7	3.5	8.0

자료: JTB総合研究所(2023), 「新型コロナウイルス感染拡大による、暮らしや心の変化と旅行に関する意識調査

주: 조사 시점에 따른 변화

다. 고령자의 여행에 대한 인식

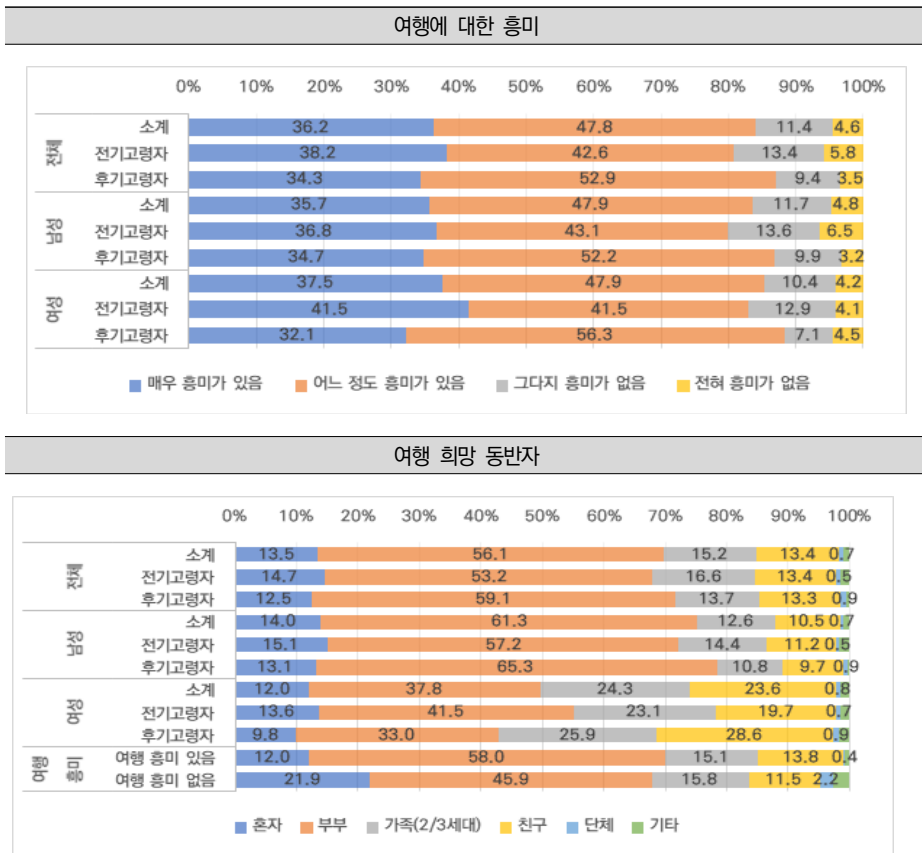
- 일본 고령자의 여행에 대한 인식은 애히메현(愛媛県)이 2022년 실시한 조사를 통해 구체적으로 살펴볼 수 있음²⁴⁾
 - 애히메현은 시니어 대상 여행 상품을 발굴하기 위하여, 2022년 7월 일본 전국의 65세 이상을 대상으로 온라인 조사를 실시하였으며, 1,145명의 응답이 있었음
- 이 조사에 따르면, 고령자의 84%는 관광여행에 흥미가 있는 것으로 응답하고 있었으며, 여행에 매우 흥미가 있다는 응답도 36.2%를 차지하였음
 - 특히 75세 미만인 여성 고령자에서 ‘여행에 매우 흥미가 있다’는 응답이 높았음
- 여행 희망 동반자의 경우 부부가 56.1%로 압도적으로 많았는데, 특히 남성 고령자의 경우 부부 여행을 희망하는 비율이 높았음
 - 75세 이상 남성은 65.3%가 부부 여행을 희망하여, 여행 동반자로서 배우자가 매우 중요한 것으로 나타남
- 여성 고령자의 경우는 가족 여행(24.3%), 친구 여행(23.6%)을 선택하는 비율도 높게 나타나서, 상대적으로 여행 동반자의 폭이 넓음을 알 수 있음

24) 愛媛県(2022), 愛媛県シニア向けツアーニーズ調査結果報告書.

- 특히 75세 이상 여성은 친구(28.6%)의 비율이 매우 높아서, 여행에서 사회적 관계가 매우 중요한 것으로 나타남
- 반면 남성 고령자의 경우, 부부 61.3%의 비중이 높고, 가족(12.6%)과 친구(10.5%)의 비율은 낮았음
- 1인 여행은 여행에 흥미가 없는 고령자에서 상대적으로 높았는데(21.9%), 이는 적절한 여행 동반자가 없기 때문에 여행에 흥미가 없는 것으로도 해석할 수 있음
 - 단체 여행 희망 응답률은 0.7%로 매우 낮았음

[그림 4-20] 일본 고령자의 여행 흥미 및 여행 희망 동반자

(단위: %)



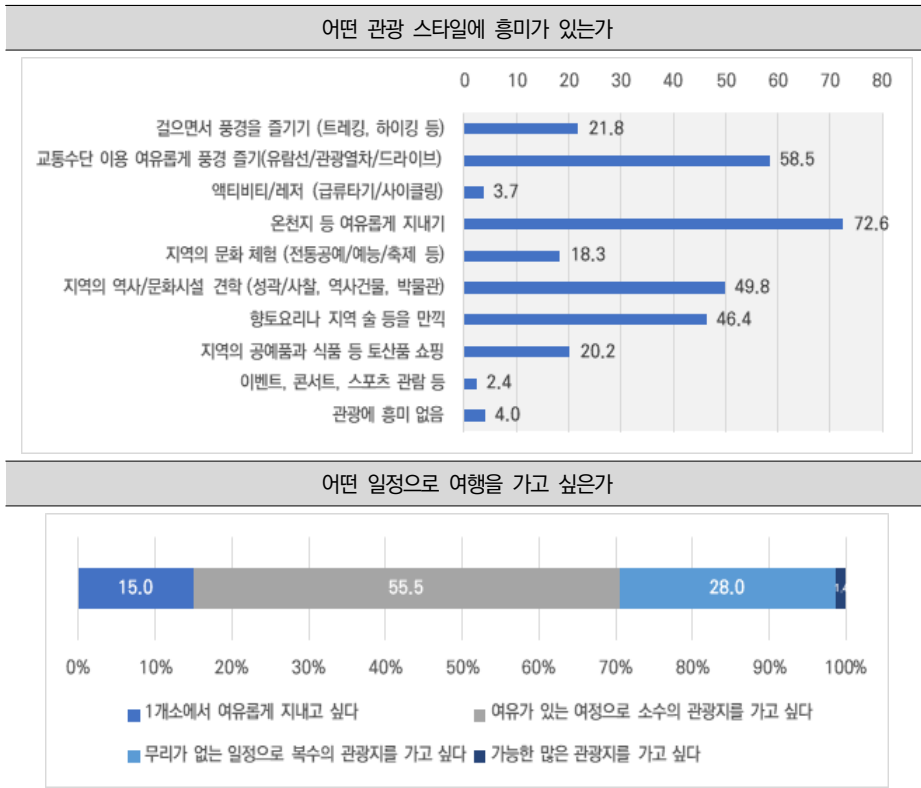
자료: 愛媛県(2022), 愛媛県シニア向けツアーニーズ調査結果報告書.

주: 일본의 65세 이상을 대상으로 온라인 조사 실시, 1,145건 회수하였음(조사 시기: 2022.7.26.-2022.7.27)

- 여행 스타일은 ‘온천지 등 여유롭게 보내는 여행’(72.6%), ‘교통수단을 이용하여 여유롭게 풍경을 즐기는 여행’(58.5%) 등 여유로운 여행에 대한 선호가 높았음
 - 그 외 지역의 역사/문화시설 견학(49.8%), ‘향토 요리나 지방 술 만끽’(46.4%), ‘걸으면서 풍경 즐기기’(21.8%)순으로 나타남
- 여유를 증시하는 경향은 선호하는 여행 일정에서도 나타나는데, ‘여유가 있는 여정으로 소수의 관광지를 가고 싶다’는 응답이 55.5%로 가장 많았음
 - ‘1개소에서 여유롭게 지내고 싶다’는 15.0%였으며, 반면 가능한 많은 관광지를 가고 싶다는 응답은 1.4%에 그쳤음

[그림 4-21] 흥미가 있는 관광 스타일

(단위: %)



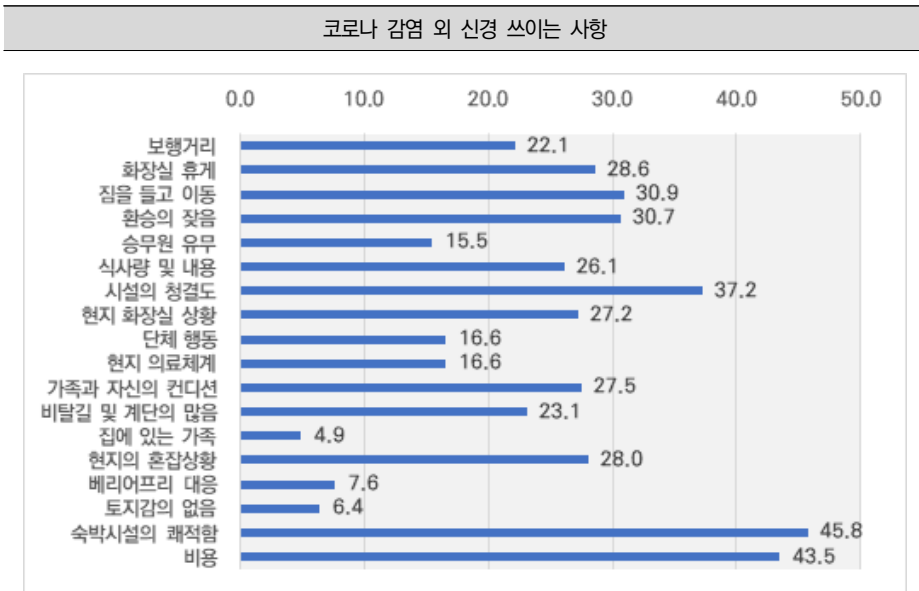
자료: 愛媛県(2022), 愛媛県シニア向けツアーニーズ調査結果報告書.

주: 일본의 65세 이상을 대상으로 온라인 조사 실시, 1,145건 회수하였음(조사 시기: 2022.7.26.-2022.7.27)

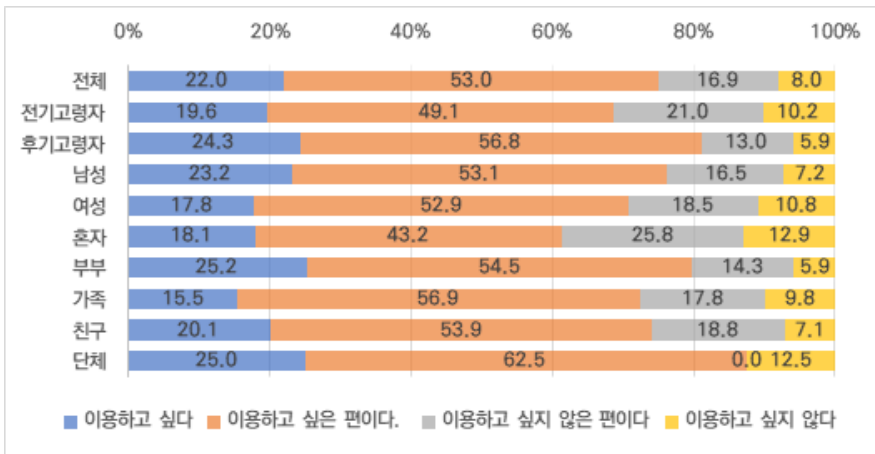
- 여행 시 코로나 감염 이외 신경 쓰이는 점에 대해서는 '숙박 시설의 쾌적성'(45.8%)이 가장 높게 나타나서, 가장 중요한 요소인 것으로 파악됨
 - 비탈길 및 계단의 많음(23.1%), 보행 거리(22.1%), 짐을 들고 이동하기(30.9%), 환승의 잦음(30.7%) 등 이동 환경에 대한 부담도 존재
 - 화장실 휴게(28.6%), 가족과 자신의 컨디션(27.5%) 현지 의료 체계(16.6%), 식사량 및 내용(26.1%) 등 신체적 건강에 대한 우려도 존재함
 - 시설의 청결도(37.2%), 현지 화장실 상황(27.2%) 등 위생도 중시함
- 여행을 할 때 신경 쓰이는 점은 여행 스타일에 따라 차이가 존재했음
 - 혼행 여행자는 여행 비용과 현지의 혼잡 상황을 가장 많이 신경 씀
 - 부부 및 가족 여행의 경우 숙박 시설의 쾌적함이 무엇보다 중요한 것으로 나타남
 - 친구 여행의 경우는 여유 있는 일정을 중시하는 경향이 강했음
- 시니어층의 여행 수요를 고려한 관광 여행 상품의 경우 전체의 75%가 이용할 의향이 있다고 응답하였는데, 특히 부부 여행 및 단체 여행에서 이용 희망이 높게 나타남
 - 여성보다는 남성이, 전기 고령자보다는 후기 고령자의 이용 의향이 높았는데, 실제적으로 여행에서 불안을 느끼는 경우 이용 의향이 높은 것으로 해석됨
- 향후 방한 여행에서도 이러한 고령자 여행 수요에 대응한 상품 발굴이 요구됨

[그림 4-22] 여행 시 신경 쓰이는 점

(단위: %)



여정, 숙박 시설, 서포트 체제 등을 고려한 시니어층 관광 여행 상품 이용 희망 여부



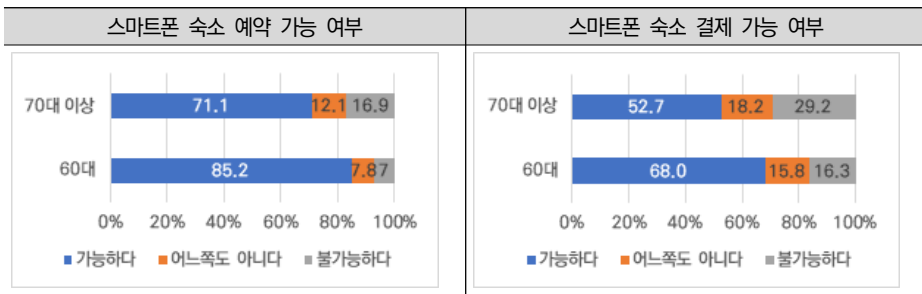
자료: 愛媛県(2022), 愛媛県シニア向けツアーニーズ調査結果報告書.

주: 일본의 65세 이상을 대상으로 온라인 조사 실시, 1,145건 회수하였음(조사 시기: 2022.7.26.-2022.7.27)

- 일본의 시니어 전문 여행사인 유코유코(ゆこゆこ)가 실시한 조사에 따르면, 최근 일본 시니어의 스마트폰 활용도는 비교적 높은 편으로 나타남²⁵⁾
- 유코유코 회원을 대상으로 진행된 이 조사에서 스마트폰으로 숙소 예약 가능 여부는 60대는 85%가 가능하다고 응답하였으며, 70대도 71%가 가능하다고 응답함
- 다만, 스마트폰 결제 기능에 대해서는 부담을 느끼는 고령자가 많았는데, 약 40%가 온라인 결제에 어려움을 겪고 있었음
 - 온라인 예약 시 예약이 제대로 된 것인지 불안하다는 의견도 많았으며, 온라인 일방통행에 불안을 느껴서 전화가 안심이 된다는 의견도 제시됨

[그림 4-23] 일본 시니어의 스마트폰 활용 여부

(단위: %)



자료: ゆこゆこ(2022. 12. 23.), シニアの旅行意欲とスマホ利用実態調査.

주: 60세 이상 2,150명 대상 온라인 및 전화 설문 조사 결과, 조사 시기: 2022. 12.

25) ゆこゆこ(2022. 12. 23.), シニアの旅行意欲とスマホ利用実態調査, 이 조사는 일본 관광청의 전국 여행 지원 사업이 온라인으로 진행됨에 따라, 시니어층의 온라인 활용 여부를 조사하기 위해 실시된 조사로, 60세 이상 유코유코 회원 2,150명을 대상으로 진행된 조사임.

제3절 소결

1. 일본인 해외여행 시장 특성

- 일본인 해외여행 주요 목적지는 2019년 기준 미국, 한국, 중국, 대만순임
 - 한국인의 해외여행에 비해 미국과 대만 방문 비중이 높은 것이 특징임
- 일본인 해외여행은 남성 및 40대, 동반자는 부부/커플 비중이 가장 높은 편임
 - 방한 여행은 여성 및 20대, 동반자는 친구 비중이 높은 편임
 - 해외여행 수요가 많은 중장년층 및 가족 여행객도 방한 여행의 목표 시장으로 포함하여, 한국 여행의 외연을 확장할 필요가 있음
- 일본인 해외여행 평균 일정은 5.2박이며, 1회 평균 약 25만 엔을 지출함
 - 방한 여행은 2.8박으로 일정이 짧고, 여행 지출액도 약 10만 엔으로 낮은 편임
 - 체류 일정 및 여행 지출을 증가시키기 위한 노력이 요구됨
- 일본인 해외여행의 주요 활동은 '미식', '문화', '자연', '거리'로 요약됨
 - 방한 여행은 '미식'과 '쇼핑'으로 요약되며, 문화적 명소나 자연 경관 감상, 거리 및 도시 방문 등 지역 관광 요소의 활동이 미비함
- 일본인 해외여행의 주요 동기는 '일상 해방', '현지 미식', '추억 만들기'로 요약됨
 - 연령 및 생애 주기에 따라 '보양/휴식', '가족 간 친목'도 주요 동기가 되므로, 동기 유발이 가능한 매력적인 여행 상품 조성 및 홍보 마케팅 실사가 요구됨
- 해외여행 장애 요인으로는 '시간적 제약', '경제적 요인', '여행 동기 부족'이 많음
 - 생애 주기별로 '여행 동기 부족', '반려동물', '건강', '혼잡 회피' 등이 꼽히므로 세부 시장별로 맞춤형 전략을 구사할 필요가 있음
- 일본인 해외여행의 주요 출발 권역은 도쿄권, 오사카권, 나고야권 등 인구가 많은

대도시 주변이나, 방한 여행은 거리가 가까운 규슈권의 비중이 높은 편임

- 오프라인 홍보 마케팅은 권역을 고려하여 진행하는 것이 중요함

- 일본인 방한 여행의 도착지는 수도권 및 부산권에 편중되어 있어서, 지역 방문 권역을 확장할 필요가 있음

〈표 4-20〉 일본인 해외여행 특성 분석

구분	주요 특성
해외여행 주요 목적지	<ul style="list-style-type: none"> • 2019 미국(18.7%), 한국(16.3%), 2023.5. 한국(22.7%), 미국(15.6%)순 - 한국 여행 비중 높으나, 한국인의 일본 여행에 비하면 비중이 낮은 편임 - 미국(하와이)/대만 방문 비중 높은 편이며, '해외여행=하와이' 이미지가 강한 편임
성별 연령별 동향	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 남성(52.9%), 여성(47.1%), 방한 여행은 남성(34.7%), 여성(65.3%) - 한국 여행은 여성의 비율이 압도적으로 높음 • 연령별 해외여행 40대, 20대(18.9%), 50대, 30대, 60대(11.4%)순 - 한국 여행은 20대(28.6%), 10대(10.2%) 비중이 압도적으로 높고 시니어층 비중 낮음
생애 주기별 시장특성	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 동반자는 부부/커플(35.5%), 가족(22.8%), 친구(22.8%), 1인(17.2%) 순임 - 한국 여행은 친구(32.0%) 비중 높고, 부부/커플(24.5%) 비중 낮은 편임
체류 일정	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 평균 체류 일정 5.2박, 8박 9일 이상 14.6% 차지 - 방한 여행 평균 2.8박으로 체류 증대 과제(대만 여행은 3.3박)
여행 지출액	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 1인 1회 평균 약 25만 엔 - 방한 여행 약 10만 엔으로 지출액 낮은 편으로, 부가가치 창조 필요
숙박 시설	<ul style="list-style-type: none"> • 시티 호텔 43%, 리조트 호텔 40%, 비즈니스 호텔 13% - 방한 여행 시티 호텔 55%, 비즈니스 호텔 24% 지역의 휴양형 호텔 숙박 정비 필요
여행지 주요 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 주요 활동 '맛있는 것 먹기', '문화적 명소 보기', '자연 경관 보기', '거리/도시 방문하기' 순으로 비중 높음 - 방한 여행 '맛있는 것 먹기', '쇼핑하기' 외 상대적으로 비중 낮아서 현지 경험 확충 필요
출국자 권역별 분포	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 출국자의 거주지 '남 간토', '긴키', '도카이' 등 대도시 입지 권역 순으로 많음 - 방한 여행 '남 간토', '긴키', '규슈' 순으로 지리적으로 인접한 규슈 지역 많음
도착지 권역별 분포	<ul style="list-style-type: none"> • 방한 여행 도착지는 인천공항/김포공항 80%, 김해공항/부산항 16.5% 그 외 지역 낮음
해외여행 동기	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 동기 '일상 해방', '현지 미식', '추억 만들기' - '보양/휴식', '가족 친목'도 주요 동기 - 코로나19 이후 '일상 해방' 및 '플렉스', '심미성' 등 증가
해외여행 장애 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 해외여행 장애 요인 '시간적 제약', '경제적 요인', '여행 동기 부족' 등 - 미혼 '여행 동기 부족', 자녀 없는 기혼자 '경제적 이유/반려동물' - 육아 중 남성 '시간적/경제적 요인', 육아 중 여성 '경제적 이유/혼잡 회피' - 육아 후 남성 '시간/여행 동기/건강', 육아 후 여성 '건강/가족 돌봄/혼잡 회피'

2. 일본인 해외여행 세부 시장 특성

- 일본 관광청의 아웃바운드 진흥 정책의 주요 대상은 청년층, 청소년, 고령자임
 - 청년층의 경우 2018년부터 일본인의 국제 감각 향상 및 국제 상호 이해 증진을 위해 해외여행의 필요성이 제창되어 옴
 - 청소년층의 경우 미래 세대로서, 이 시기 해외여행 경험이 향후 전 생애에 걸친 해외여행에 영향을 준다는 점에서 중요성이 강조되어 옴
 - 고령층은 초고령 사회 진입에 따라 인구 구성 비중이 커지면서 주목되어 옴
- 일본 청년층의 경우 코로나 팬데믹 이후 해외여행 재개 의욕이 높은 편이나, 안전에 대한 불안감으로 신중한 입장도 상당수 존재함
 - 장애 요인인 언어 장벽 및 트러블 대책 불안감을 해소할 필요가 있음
 - 유인 요인으로 한국 및 일본 Z세대의 가치관 및 세계관에 조우하는 여행지 조성 및 홍보 마케팅을 다각적으로 추진할 필요가 있음
 - 한국 여행을 선호하는 여성층의 수요에 적극 부응하면서, 한국 여행에 대한 선호도가 낮은 남성층을 끌어들이 수 있는 매력 발굴이 요구됨
- 청소년의 교육 여행은 코로나 팬데믹 전까지 완만히 증가하던 중이었으나, 방한 교육 여행은 급감한 바 있음
 - 감소 원인으로는 한일 갈등으로 학교 간 교류 취소, 세월호 사건 및 반일 감정 등 안전 우려로 학부모 동의 애로, 영어권 국가 및 대만 선호 증가 등이 꼽힘
 - 청소년 수학여행의 경우 지자체에 따라 여행 일수 및 여행 비용에 제한을 두고 있는 경우가 있으므로, 이에 맞춘 여행 프로그램 및 상품 개발이 요구됨
 - 현지의 안전 관리나 일정 관리 등 애로 사항을 해소하면서, 변화하는 트렌드에 맞춘 매력적인 교류 프로그램을 발굴할 필요가 있음
- 일본 고령자의 출국률은 다른 연령에 비해 낮은 편이나, 초고령 사회의 도래에 따라 향후 중요한 잠재 시장이 될 것으로 평가됨
 - 코로나 팬데믹 기간 동안 고령자의 관광 여행은 크게 위축되었으나, 국내 여행의 경우 여행 회복에 적극적인 고령자도 상당수 존재함
 - 고령자 중 남성은 '부부 동반 여행'을 선호하고, 여성은 '가족 여행 및 친구 여

행'을 선호하는 경향을 보임

- 고령자 수요를 반영한 접근 가능한 관광(accessible tourism)을 적극 추진할 필요가 있음

〈표 4-21〉 일본인 해외여행 세부 시장 특성 분석

구분	주요 특성
일본 관광청 아웃바운드 정책	<ul style="list-style-type: none"> • 제4차 관광 입국 추진 계획 2025년 출국 일본인 수 2천만 명 회복 목표 (2019년 수준) • 청소년 교육 여행, 청년 여행, 시니어 여행을 주요 대상으로 선정 - 해외여행 24개 목적지 프로모션 실시
청년층 해외여행	<ul style="list-style-type: none"> • Z세대의 90% 해외여행 재개 의욕 보이나, 신종론 23% 차지 • 해외여행 고려 요인은 '치안', '여비', '음식' - 특히, 언어 장벽 및 트러블 대책 부재 불안감 존재 • 가고 싶은 여행지로 '한국'은 여성 1위(36.5%), 남성 7위(16.0%)로 격차 존재 • 여행 선택에서 '본인의 관심' 중요, SNS 인플루언서 신뢰도 높고, 실시간 정보 선호 일상 공유는 인스타그램, 본인의 세계관 연출 중요
청소년 교육 여행	<ul style="list-style-type: none"> • 2019년까지 일본 청소년 해외 교육 여행은 전반적으로 완만히 증가 • 방한 수학여행은 20년간 급감(2002년 3만 5천 명 → 2015년 3천 명 미만) - 한일 외교 갈등, 세월호 사건으로 인한 안전 우려, 영어권/대만 선호 증가 등 이유 - 대만 방문 수학여행은 급성장(2002년 2천 명 → 2017년 5만 4천 명) - 최근 대만 정세 불안 및 한일 외교 관계 개선으로 한국에 대한 관심 증가 중 • 해외 수학여행의 여행 일수 제한 있는 경우 존재(5박 6일 또는 4박 5일 한도) • 여행 비용 한도 있는 경우 존재(약 12만 엔) - 방한 여행은 8~10만 엔 비용 한도 제시하는 경우도 존재 • 해외 수학여행 추진의 과제 '경제적 부담', '안전/건강 관리', '일정/여정 관리' - 경제적 부담: 여행 비용 + 경비 산정의 유동성 - 안전/건강 관리: 현지 안전 우려 보호자의 동의 + 병원 동행 + 음식 알레르기 등 - 일정/여정 관리: 학교 교류 기회 창출, 홈스테이, 환승 대기 문제 등 • 해외 수학여행 수요 변화: 규모 축소, 테마형 프로그램 지향 등
시니어 해외여행	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 고령화율 2025년 30% 예측, 총인구는 감소 추세나 65세 이상은 다소 증가 - 출국자 중 고령자 10.8%, 방한 여행은 61세 이상 10.8%로 다소 낮은 편임 • 코로나 팬데믹 이후 고령자 해외여행 위축, 여행 지향파는 회복에 적극적임 - 고투트래블/전국 여행 지원 사업 이용자의 적극 이용층 중 시니어층 비중 높음 - 여행 참가 이유 '가고 싶은 지역, 가고 싶은 숙박 시설' • 감염 불안 등 안전 안심 중시 경향은 지속 • 남성은 부부 동반 여행 선호, 여성은 가족 여행 및 친구 여행 선호 • 여행은 여유로운 여정 및 프로그램 중시 • 고령자 전문 여행 상품 이용 의향 75% 존재 - 숙박 시설 쾌적성이 가장 중요하며, 이동 부담 경감 등도 중요 • 스마트폰 친숙도 향상, 예약은 부담 없으나, 결제는 부담스러움

한일 관광교류 영향요인 분석 연구

제5장

일본인 방한 관광 인식 조사

제1절 설문 조사 개관

1. 설문 조사 개관

- 일본인의 방한 관광 인식을 심층적으로 조사하기 위하여 최근 5년간 방한 경험이 있는 일본인을 대상으로 심층 설문 조사를 실시함
- 첫째, 한국에 대한 이미지 및 방한 관광 결정 및 선호에 영향을 준 요인을 파악하고, 둘째, 방한 여행 시 지역 방문 의향 및 선호 여정, 세부 불편 사항 등을 분석하며, 셋째, 세부 시장별 방한 여행 활성화를 위한 정책적 건의 사항을 조사함
 - 영향 요인은 경제적, 사회적, 정치적, 문화적 영향 요인에 대한 인식을 조사
 - 방한 일본인 관광객의 지역 확산을 도모하기 위해 지방 여행 의견을 조사함
 - 한일 교류 여행 활성화를 위해 필요한 정책적 건의 사항을 조사함
- 설문 조사 문항은 외래 관광객 조사나 잠재 관광객 조사 등을 통해 분석될 수 있는 항목 외 심층적으로 분석이 필요한 항목을 중심으로 구성함

〈표 5-1〉 방한 경험이 있는 일본인 대상 방한 여행 인식 설문 조사 개요

구분	내용
조사 목적	• 방한 경험이 있는 일본인을 대상으로 방한 여행에 대한 인식 조사
조사 대상	• 최근 5년간(2019~2023) 방한 경험이 있는 일본인(만 18세 이상) * 표본 수: 307명 기준(성별, 연령, 방문 시기, 권역별 표본 배분)
조사 방법	• 구조화된 설문지를 활용한 온라인 조사
조사 기간	• 2023년 7월~8월
조사 내용	• [방한 영향 요인] 해외여행 경험, 한국 이미지 및 방한 여행 결정 영향 요인* * 영향 요인: 경제적, 사회적, 정치적, 문화적 요인 등의 영향 정도 • [지역 여행 의향] 방한 여행 기대 사항, 지역 방문 선호 여정, 지역 방문 불편 사항* * 교통 수단/숙박 시설/액티비티/음식점 등 기대 사항 및 불편 사항 구체적 질문 • [정책적 건의] 한일 교류 활성화를 위한 정책적 건의 사항 등

2. 방한 여행 주요 행태

가. 방한 여행 행태

- 조사 결과 응답자의 가장 최근 방한 시기는 2023년(44.0%)과 5월(19.2%)이 가장 많았고, 평균 4.78일 방문하였음
 - 5월은 일본의 골든위크 기간으로 국내 여행 및 해외여행이 가장 많은 시기임
 - 체류 기간은 「외래 관광객」 조사보다 다소 긴 일정으로 나타남
- 여행 동반자로는 가족/친지(45.0%), 친구 여행(26.4%), 혼행(17.6%)로 나타남
 - 가족 중에서는 배우자(68.8%)의 비율이 가장 높았음
- 이용한 숙박 시설로는 비즈니스 호텔(50.8%)의 비율이 가장 높은 가운데, 5성급 호텔(28.0%)과 콘도 및 리조트(22.1%) 응답도 비교적 많았음
- 이동 수단은 지하철(56.4%), 택시(47.6%)의 이용 비율이 높았는데, 한국 내 이동에서 항공기를 이용했다는 응답도 41.4%로 높게 나타남
- 여행 유형은 식도락 여행(70.7%)을 가장 많이 한 것으로 조사됨

〈표 5-2〉 방한 여행 행태

구분	응답 내용				
	최근 방문 연도 Top3 (n=307)	2023년		2019년	
	44.0%		23.5%		13.7%
최근 방문 월 Top3 (n=307)	5월		6월		3월
	19.2%		15.0%		13.4%
여행 기간 (n=307)	2일	3일	4일	5일 이상	평균
	13.0%	38.1%	17.9%	30.9%	4.78일
동반객 유형 Top3 (복수응답, n=307)	가족/친지		친구	혼자	
	45.0%		26.4%	17.6%	
가족 동반 유형 Top3 (복수응답, n=138)	배우자		자녀(미성년)	부모	
	68.8%		34.8%	30.4%	
이용한 숙박 시설 유형 Top3 (복수응답, n=307)	비즈니스 호텔		5성급 호텔	콘도/리조트	
	50.8%		28.0%	22.1%	
이용한 교통수단 Top3 (복수응답, n=307)	지하철		택시	항공기(한국 내 이동)	
	56.4%		47.6%	41.4%	
주된 활동 Top3 (복수응답, n=307)	식도락 여행		쇼핑 여행	역사 문화 여행	
	70.7%		53.4%	37.1%	

나. 희망하는 방한 여행

1) 재방문 의향 및 향후 희망 방문 형태

- 대부분의 방한 일본인 관광객이 재방문 의향(96.4%)이 있는 가운데, 1년 내 재방문 의향률은 61.9%로 재방문 의향이 높은 것으로 나타남
- 향후 재방문 시 희망 동반객으로는 가족/친지(53.3%), 친구(34.1%), 혼행(24.3%) 순으로 나타났으며, 가족 중에서는 배우자(73.2%)의 비율이 가장 높았음
 - 가족 여행 및 혼행을 위한 수용 태세 준비의 필요성이 제기됨
- 향후 한국 여행 시 방문 형태로는 자유 여행(69.6%)의 비율이 가장 높고 뒤이어 현지 투어 여행(14.2%), 에어텔 여행(11.8%) 순으로 조사되었음
 - 현지 투어 여행 비율이 상당 부분 높게 나타나고 있다는 점에 주목할 필요가 있음

〈표 5-3〉 방한 여행 평가

구분	응답 내용		
	1년 이내에 다시 여행할 의향이 있다	1년 이후에 다시 여행할 의향이 있다	재방문 의향이 없다.
재방문 의향 (n=307)	61.9%	34.5%	3.6%
재방문 의향이 없는 이유 (n=11)	한국 이외 다른 나라를 가고 싶기 때문에	한국 여행에 대한 만족이 낮았기 때문에	해외여행 계획 자체가 없기 때문에
	4명	4명	3명
만족도 낮은 이유 Top3 (복수응답, n=4)	친절성	관광지 매력도	치안
	3명	2명	2명
향후 희망 동반객 유형 Top3 (복수응답, n=296)	가족/친지	친구	혼자
	53.0%	34.1%	24.3%
향후 희망 가족 동반 유형 Top3 (복수응답, n=157)	배우자	자녀(미성년)	부모
	73.2%	35.7%	33.1%
향후 방문 형태 Top3 (n=296)	자유 여행	현지 투어 여행	에어텔 여행
	69.6%	14.2%	11.8%

제2절 방한 영향 요인 인식

1. 긍정적 영향 요인 인식

- 한국 여행을 긍정적으로 결정하는 14개의 환경 요인 중 국제 정세 안정적, 한일 노선 항공 요금 인하와 여행 상품 할인 등의 응답 비율은 상대적으로 높았음
 - 한일 외교 관계보다 국제 정세의 안정의 영향이 높게 평가됨
- 한류 이슈와 3연휴 증가, 한일 문화 교류의 경우도 긍정적인 영향을 미친다는 응답이 75% 이상으로 높았는데, '매우 중요하다'는 응답은 상대적으로 낮았음
 - 경제적인 요인은 한국 여행 결정에 즉각적으로 영향을 주는 요인으로, 문화적인 요인은 간접적인 영향을 주는 요인으로 해석할 수 있음

〈표 5-4〉 한국 여행을 결정하는 긍정적 환경 요인

(단위: %, 점)

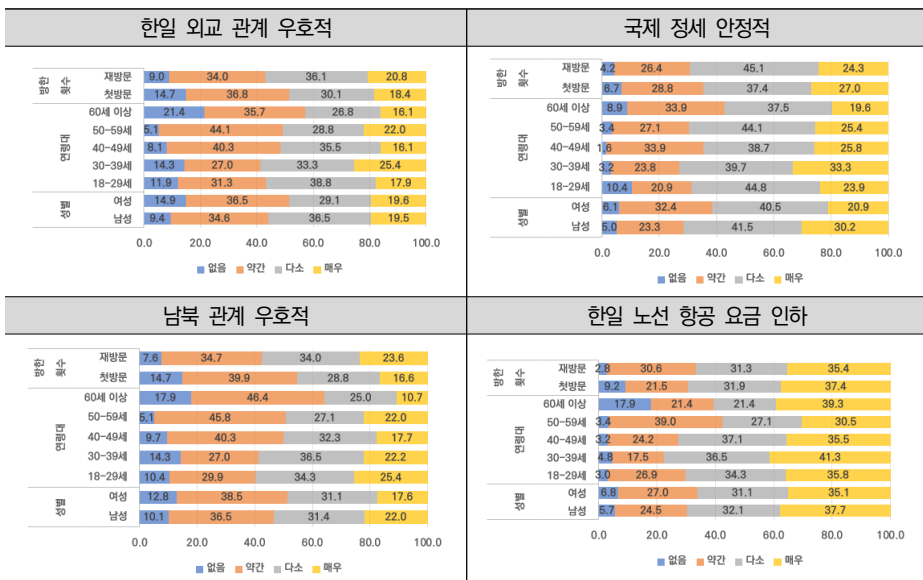
구분	없음	약간	다소	매우	Bot1*	Top3*	평균(점)
한일 외교 관계 우호적	12.1	35.5	32.9	19.5	12.1	87.9	2.60
국제 정세 안정적	5.5	27.7	41.0	25.7	5.5	94.5	2.87
남북 관계 우호적	11.4	37.5	31.3	19.9	11.4	88.6	2.60
한일 노선 항공 요금 인하	6.2	25.7	31.6	36.5	6.2	93.8	2.98
엔고로 여행 경비 절감	8.8	22.5	34.5	34.2	8.8	91.2	2.94
한국 물가 저렴	7.5	27.4	35.2	30.0	7.5	92.5	2.88
여행 상품 할인	6.2	26.1	39.4	28.3	6.2	93.8	2.90
한류 이슈	24.1	30.6	29.0	16.3	24.1	75.9	2.37
한일 문화 교류	17.6	33.9	32.2	16.3	17.6	82.4	2.47
치안/방역 높은 평가	7.5	25.1	42.0	25.4	7.5	92.5	2.85
재해 안전 평가	10.4	26.1	39.1	24.4	10.4	89.6	2.78
일본 정부의 해외여행 장려	15.6	28.3	39.7	16.3	15.6	84.4	2.57
3연휴 증가	20.2	26.4	36.5	16.9	20.2	79.8	2.50
소득 증가	12.7	25.4	33.6	28.3	12.7	87.3	2.78

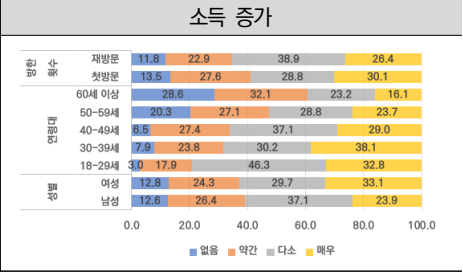
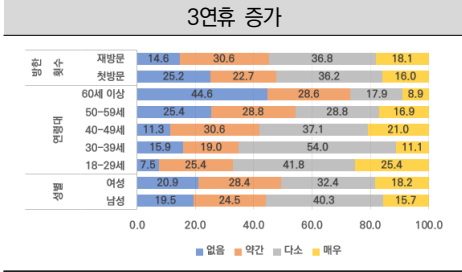
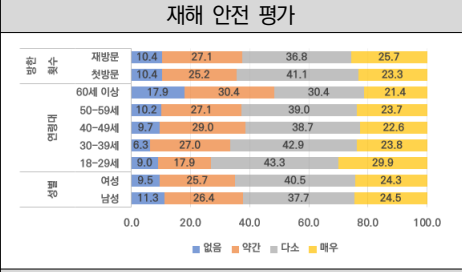
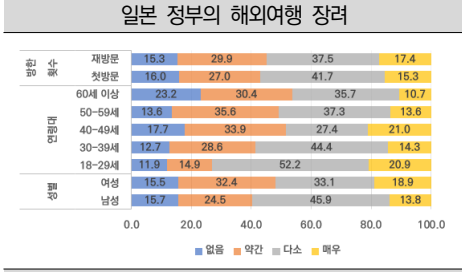
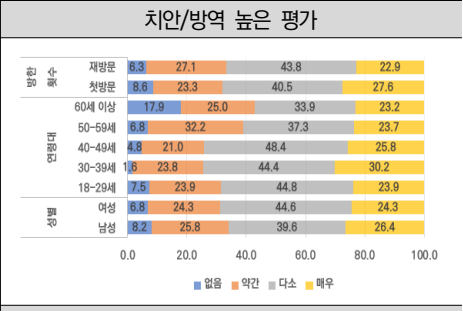
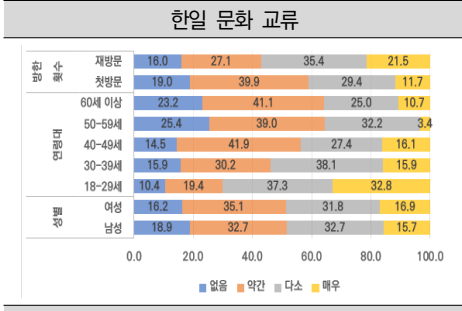
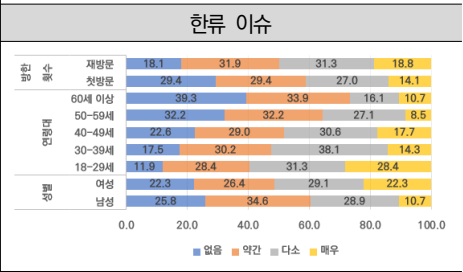
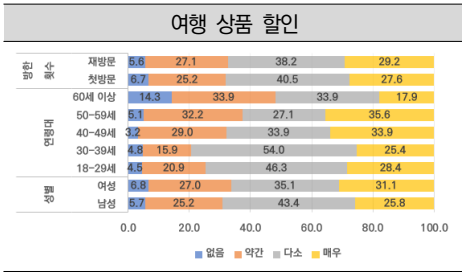
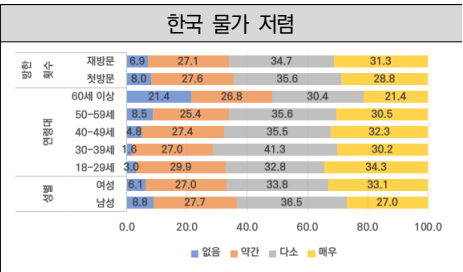
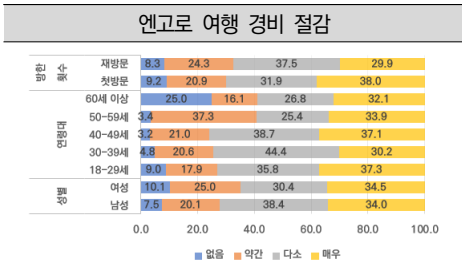
* 주: Bot1 = 없음, Top3 = 약간 + 다소 + 매우

- 재방문자의 경우 첫 방문자보다 '한일 노선 항공 요금 인하'(6.8%), '한류 이슈'(11.3%), '3연휴 증가'(10.6%) 요인에서 영향을 더 받은 것으로 나타남
 - 이는 한국 여행의 재방문에서 K-컬처가 중요한 요인이 되고 있음을 보여줌
- 연령별로 경제적 요인인 '한일 노선 항공 요금 인하', '엔고로 여행 경비 절감', '한국 물가 저렴', '여행 상품 할인' 등의 경우 경제 활동을 활발히 하는 30-59세 사이에서 대략 90% 이상의 높은 영향을 미치는 것으로 나타남
 - 60세 이상의 경우 각 항목의 중요성이 상대적으로 낮게 평가됨
- '한류 이슈'와 '소득 증가', '한일 문화 교류', '3연휴 증가' 등 요인은 연령이 낮을 수록 상대적으로 높은 영향을 받는 것으로 나타남
 - '3연휴 증가'는 18-29세와 60세 이상 응답자 간 차이가 37.3%로 높았음
- 흥미로운 점은 '치안/방역 높은 평가' 요인에 대해 30-39세 응답이 높았던 반면(98.4%), 60세 이상에서는 82.1%로 다소 낮게 나타났다는 점임
 - 통상적으로 고령자가 안전 요소를 중시한다고 알려졌으나, 이번 조사 결과 낮은 연령대에서도 안전 관련 요인을 중요하게 고려한다는 점을 확인할 수 있음

[그림 5-1] 한국 여행을 결정하는 긍정적 환경 요인

(단위: %, 응답자 수: 307명)





주: 질문) 귀하께서 한국 여행을 결정하는 데 다음 항목(환경적 요인)이 어느 정도 영향을 미친다고 생각하십니까?

2. 부정적 영향 요인 인식

- 한국 여행을 부정적으로 결정하는 환경 요인 중에서도 경제적 요인인 여행 상품 인상(92.5%), 엔저로 여행 경비 인상(92.2%), 한일 노선 항공 요금 인상(91.9%) 등의 Top3 응답 비율은 상대적으로 높았음
- 한일 외교 관계 악화(85.7%), 혐한 이슈(83.7%), 3연휴 감소(71.0%) 등 요인은 경제적 요인보다 상대적으로 응답 비율이 낮았음
 - 이들 요인은 즉각적인 영향 요인이라기보다는 중장기적 인식에 영향을 미치는 요인이라 할 수 있음
- 그러나 '매우 영향이 있다'는 응답 비율을 보면, 정치적, 사회적 이슈에 영향을 강하게 받는 응답자가 많은 것으로 나타남
 - 북한 핵 문제(26.4%), 국제 정세 불안(26.1%), '치안/방역 이슈 발생'(25.1%), '재해/안전사고 발생(24.1%)' 등 여행 안전과 관련된 항목에서 '매우 부정적인 영향을 받는다'는 응답이 높게 나타났음

〈표 5-5〉 한국 여행을 결정하는 부정적 환경 요인

(단위: %, 점)

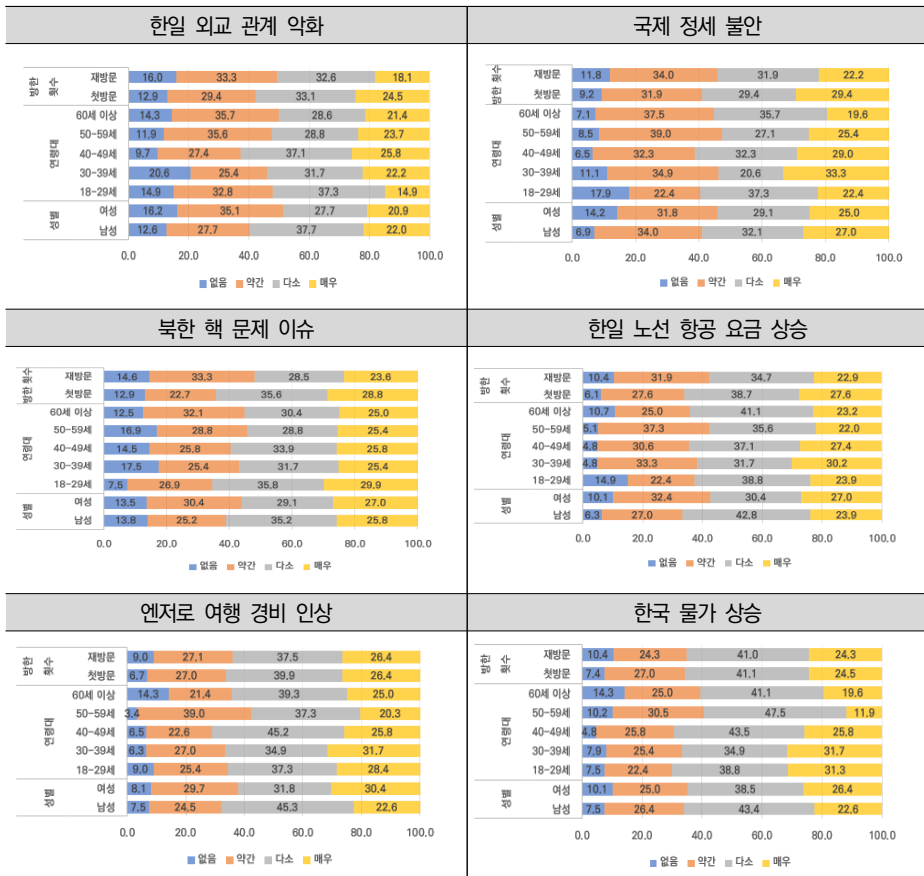
구분	없음	약간	다소	매우	Bot1*	Top3*	평균(점)
한일 외교 관계 악화	14.3	31.3	32.9	21.5	14.3	85.7	2.62
국제 정세 불안	10.4	32.9	30.6	26.1	10.4	89.6	2.72
북한 핵 문제 이슈	13.7	27.7	32.2	26.4	13.7	86.3	2.71
한일 노선 항공 요금 인상	8.1	29.6	36.8	25.4	8.1	91.9	2.79
엔저로 여행 경비 인상	7.8	27.0	38.8	26.4	7.8	92.2	2.84
한국 물가 상승	8.8	25.7	41.0	24.4	8.8	91.2	2.81
여행 상품 인상	7.5	26.4	40.4	25.7	7.5	92.5	2.84
혐한 이슈	16.3	35.5	30.3	17.9	16.3	83.7	2.50
한일 교류 중단	14.0	30.6	33.6	21.8	14.0	86.0	2.63
치안/방역 이슈 발생	12.1	29.3	33.6	25.1	12.1	87.9	2.72
재해/안전사고 발생	12.1	31.9	31.9	24.1	12.1	87.9	2.68
일본 정부의 해외여행 자제	14.7	31.6	30.9	22.8	14.7	85.3	2.62
3연휴 감소	29.0	31.3	27.7	12.1	29.0	71.0	2.23
소득 감소	11.7	33.2	32.9	22.1	11.7	88.3	2.65

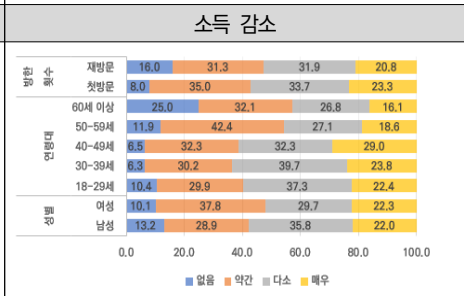
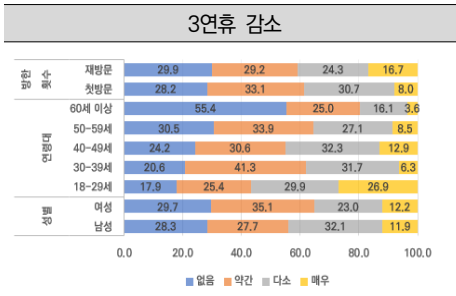
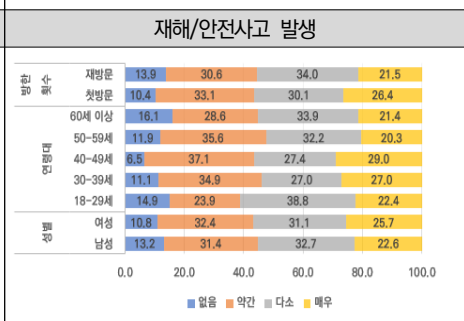
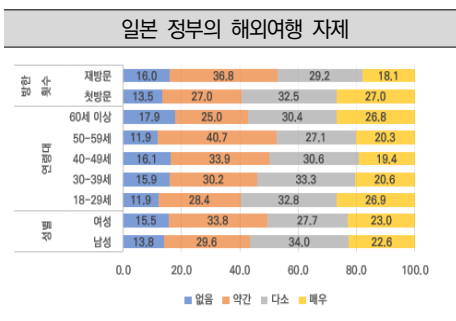
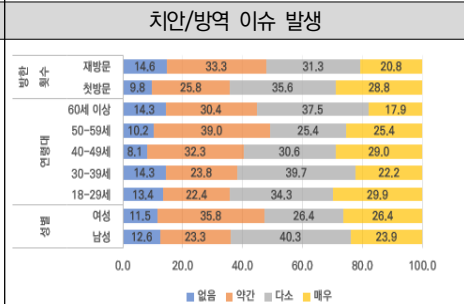
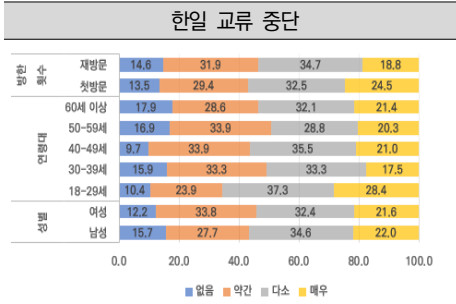
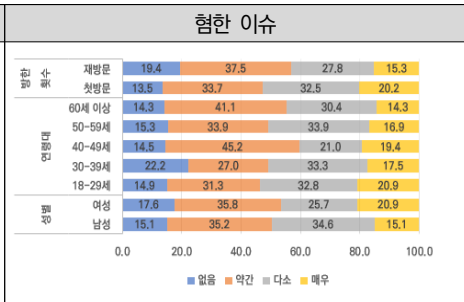
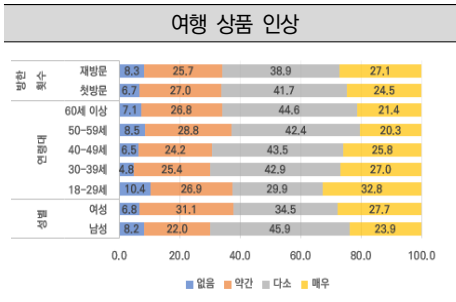
* 주: Bot1 = 없음, Top3 = 약간 + 다소 + 매우

- 부정적인 환경 요인의 경우 첫 방문자와 재방문자 간 영향 차이는 크지 않았음
- 연령별로는 '3연휴 감소'에서 연령대가 낮을수록 그 영향이 높은 것으로 나타났으며 18-29세와 60세 이상 간 Top3 응답 비율 차이는 무려 37.5%로 조사됨
- 방한 여행 경비에 직접적인 영향을 미치는 '한일 노선 항공 요금 상승', '엔저로 여행 경비 인상', '한국 물가 상승', '소득 감소' 등은 상대적으로 금전적 여유가 있는 고연령층일수록 영향이 적은 것으로 나타남
- '치안/방역 이슈 발생'과 '재해/안전사고 발생' 등 안전 문제에 있어 40-49세가 가장 많은 영향을 받는 것으로 조사됨

[그림 5-2] 한국 여행을 결정하는 부정 환경 요인

(단위: %, 응답자수: 307명)





주: 질문) 귀하께서 한국 여행을 결정하는 데 다음 항목(환경적 요인)이 어느 정도 영향을 미친다고 생각하십니까?

제3절 한국 지방 여행 인식

1. 한국 지방 여행 의향

- 설문 조사 응답자의 한국 지방 여행 경험률은 78.2%로 상대적으로 높게 나타났는데, 지방 여행 방문 의향률도 91.9% 매우 높았음
 - 지방 방문 의향이 없는 응답자는 25명으로, 그 이유는 ‘여행 일정이 짧음’, ‘대도시 여행을 선호함’, ‘여행 비용이 증가함’ 등이었음
- 향후 가장 희망하는 지방 여행의 유형은 식도락 여행(72.3%), 가장 희망하는 활동은 마을 산책(61.6%)으로 각각 조사됨
 - 대도시권과 차별적인 로컬 음식의 매력이 지방 여행 유인의 핵심임을 알 수 있음
 - 일본 국내 관광에서 나타나는 주요 활동인 ‘마을/거리 산책’도 희망률이 높아서, ‘지역 관광’에서 도보 여행권 형성이 중요함을 알 수 있음

〈표 5-6〉 한국 지방 여행 행태

구분	응답 내용		
	예	아니요	
지방 여행 경험 여부 (n=307)	예	아니요	
	78.2%	21.8%	
지방 여행 방문 의향 (n=307)	예	아니요	
	91.9%	8.1%	
지방 방문 의향 없는 이유 Top3(최대 3, n=25)	여행 일정이 짧음	대도시 여행을 선호함	여행 비용이 증가함
	15명	11명	9명
향후 지방 여행 희망 유형 Top3(최대 3, n=282)	식도락 여행	역사 문화 여행	쇼핑 여행
	72.3%	47.9%	41.1%
향후 지방 여행 희망 활동 Top3(최대 3, n=281)	마을 산책	로컬 맛집 탐방	역사 유적지 방문
	61.6%	47.3%	45.2%

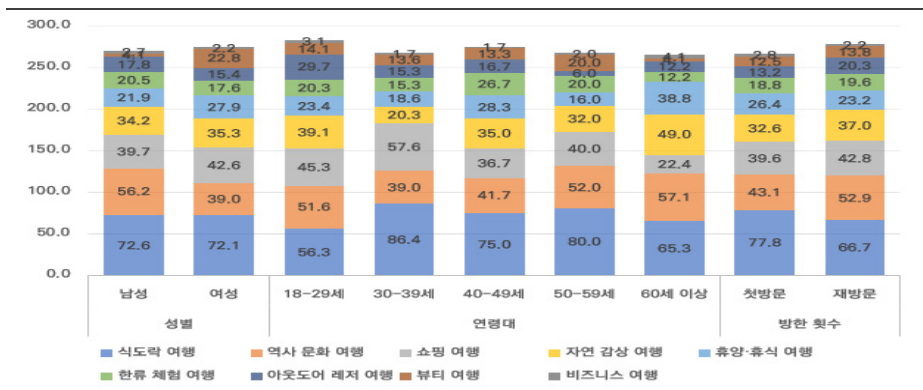
2. 한국 지방 여행 희망 여행 유형 및 활동

가. 희망 지방 여행 유형 세부 유형별 분석

- 희망 여행 유형은 식도락 여행(72.3%), 역사 문화 여행(47.9%), 쇼핑 여행(41.1%), 자연 감상 여행(34.8%), 휴양휴식 여행(24.8%), 한류 체험 여행(19.1%), 아웃도어레저 여행(16.7%), 뷰티 여행(13.1%), 비즈니스 여행(2.5%)순이었음
- 희망 여행 유형에서 남성의 경우 '역사 문화 여행'에서 여성보다 17.2% 높은 선호를 보였고, 여성의 경우 '뷰티 여행'에서 남성보다 5배 이상 응답이 높았음
- '식도락 여행'은 모든 연령대에서 1순위를 차지하였으며, 다소간의 차이는 있으나 '역사 문화 여행', '쇼핑 여행', '자연 감상 여행'이 높게 나타남
 - 30대는 '쇼핑 여행'이 2순위였고, 40대와 50대는 '역사 문화 여행'이 2순위임
- 20대와 60대에서 자연 감상 여행의 비중이 특히 높아서 주목됨
 - 20대의 경우 '아웃도어레저 여행'(29.7%)도 타 연령대에 비해 높게 나타났으며, 60대의 경우 '휴양휴식 여행'(38.8%)의 비중이 상대적으로 높았음
- 재방문자의 경우 '식도락 여행'의 비중이 첫 방문자보다 상대적으로 낮게 나타나고, 그 외 여행 유형의 비중은 조금씩 증가하고 있는 것으로 나타남
 - 재방문에서 보다 다양한 여행 경험을 추구하기 때문인 것으로 해석됨

[그림 5-3] 서울 이외 지역에서 희망하는 여행 유형

(단위: %)



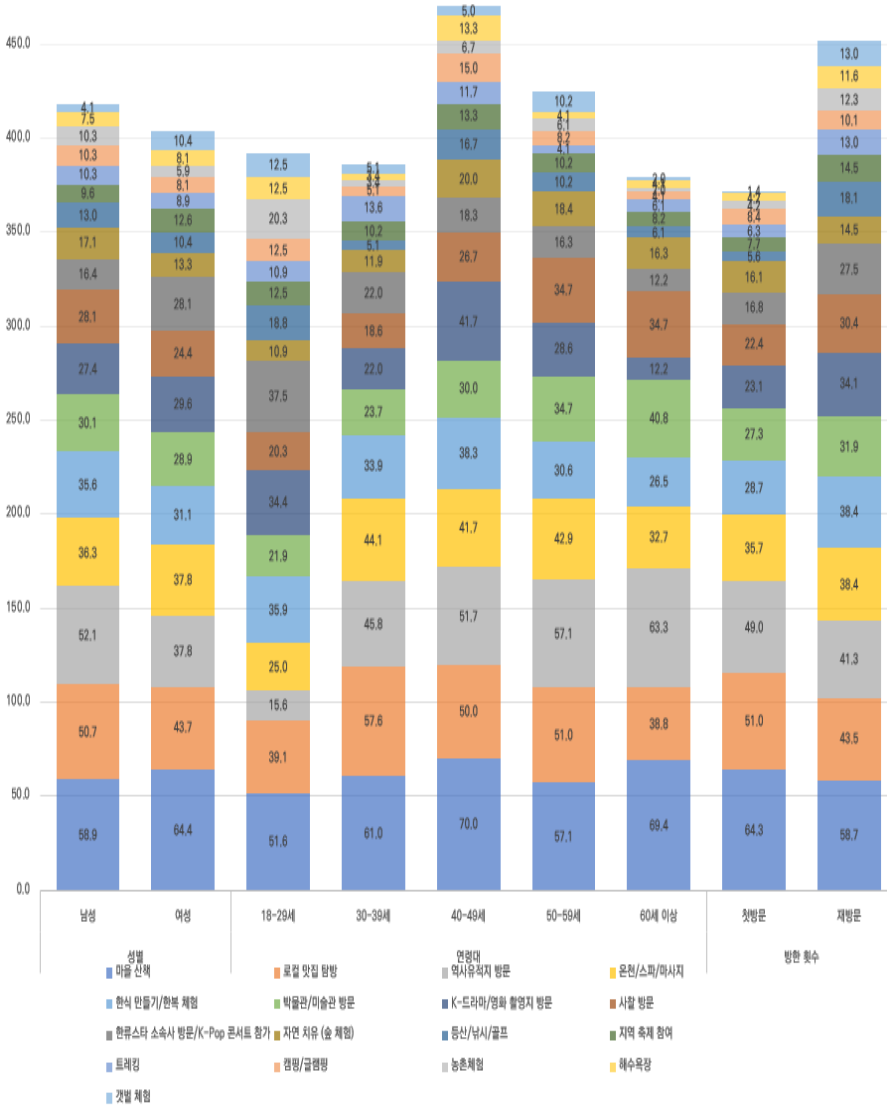
주: 질문) 향후 한국 여행 시, 서울 이외의 지역에서 어떤 여행을 하고 싶습니다?

나. 희망 지방 여행 활동 세부 유형별 분석

- 방한 일본 관광객을 대상으로 서울 이외 지역에서 희망하는 여행 활동을 성별, 연령대, 방한 횟수별로 분석한 결과는 다음과 같음
- 희망하는 지방 여행 활동은 소도시 여행 활동인 마을 산책(61.6%) 및 로컬 맛집 탐방(47.3%)이 가장 선호하는 활동으로 조사됨
 - 역사 문화 활동도 선호도가 높았는데, 역사 유적지 방문(45.2%), 한식 만들기/한복 체험(33.5%), 박물관/미술관(29.5%), 사찰 방문(26.3%) 등으로 나타남
 - K-컬처와 관련된 활동으로는 온천/스파/마사지(37.0%), 촬영지 방문(28.5%), 한류 스타 소속사 방문/K-pop 콘서트 참가(22.1%), 한류 교육 체험(K-Pop 댄스/한글교실)(13.9%) 순으로 선호도가 높았음
- 자연 치유(15.3%), 트레킹(9.6%), 캠핑/글램핑(9.3%), 농촌 체험(8.2%), 해수욕장(7.8%), 갯벌 체험(7.1%) 등으로 자연 지향 활동도 어느 정도 수요가 존재함
 - 반면 자전거(6.0%), 스키/보드(2.8%), 쇼핑(0.4%), 카지노(0.4%) 등으로 지방 여행 시 희망하는 활동으로 선호도가 낮았음
- 성별 분석에서 두드러진 차이를 나타낸 활동은 ‘역사 유적지 방문’으로 남성(52.1%)의 선호 비중이 여성(37.8%)보다 높았음
- 전 연령대에서는 ‘마을 산책’이 1순위로 조사되었으나, 연령별 선호 활동에 다소 차이가 나타남
 - 20대는 로컬 맛집, 한류 스타 관련 활동에 대한 선호도가 상대적으로 높음
 - 30대는 온천/스파/마사지 활동 비중 상대적으로 높음
 - 40대는 역사 유적지, 촬영지 방문 비중 상대적으로 높음
 - 50대 이상은 역사 유적지, 사찰 방문, 박물관/미술관 방문 비중이 높음
- 재방문객의 경우 희망하는 활동의 폭이 넓어졌는데, 특히 한식 만들기/한복 체험, K-드라마/영화 촬영지 방문, 한류 스타 소속사 방문/K-Pop 콘서트 참가, 등산/낚시/골프 등에서 첫 방문자보다 약 10% 정도 높았음
 - 반면 마을 산책, 로컬 맛집 탐방, 역사 유적지 방문 등은 의향이 낮아졌는데, 이러한 유형의 매력을 향상하기 위한 노력이 요구됨

[그림 5-4] 서울 이외 지역에서 희망하는 여행 활동

(단위: %)



주: 질문) 향후 한국 여행 시, 서울 이외의 지역에서 어떤 활동을 하고 싶습니까?

3. 한국 지방 여행 우려 요인

가. 주요 결과

- 방한 일본인 관광객은 한국 지방 여행 시 여행 경비의 증가(89.7%), 치안 및 안전 등 위험 요소(87.9%), 여행 일정 부족(87.5%) 등을 우려하는 것으로 나타남
 - 쇼핑 시설의 부족(75.2%)의 우려하는 비율은 상대적으로 낮았음
- ‘매우 우려되는’ 요인으로는 ‘여행 경비의 증가’에 대한 우려가 높게 나타남
 - 지방 여행 시 여행 경비의 상승 우려를 불식하기 위해, ‘지방 직항 항공 노선 운영을 통한 교통비 절감’이나 ‘지방의 저렴한 물가에 대한 정보 제공’, ‘매력 강화를 통한 합리적 경비 증가 인식 전환’ 등의 정책적 노력이 요구됨
- ‘치안 및 안전 등 위험 요소’도 매우 우려된다는 응답이 상대적으로 높았음
 - 한국 여행의 안전성을 적극 알리는 동시에 지방 여행 시 조우할 수 있는 여러 어려움의 해소를 지원하는 정책적 노력이 필요함

〈표 5-7〉 한국 지방 여행 시 항목별 우려 정도

(단위: %, 점)

구분	우려하지 않음	다소 우려됨	우려됨	매우 우려됨	Bot11)	Top32)	평균(점)
여행 일정 부족	12.8	35.8	39.0	12.4	12.8	87.2	2.51
여행 정보 취득의 어려움	19.5	36.2	28.7	15.6	19.5	80.5	2.40
대중교통 이용의 어려움	15.6	35.5	32.6	16.3	15.6	84.4	2.50
적합한 숙박 시설 모색 어려움	16.3	36.2	32.3	15.2	16.3	83.7	2.46
음식점 이용의 어려움	18.1	34.0	33.7	14.2	18.1	81.9	2.44
쇼핑 시설의 부족	24.8	32.3	29.1	13.8	24.8	75.2	2.32
여행 경비의 증가	10.3	31.9	32.3	25.5	10.3	89.7	2.73
치안 및 안전 등 위험 요소	12.1	31.6	33.3	23.0	12.1	87.9	2.67
모바일/인터넷 이용 편의 불편	16.7	34.0	33.0	16.3	16.7	83.3	2.49
언어 소통(의사소통) 불편	14.5	37.6	33.3	14.5	14.5	85.5	2.48
지역 주민의 불친절함	19.1	36.2	31.2	13.5	19.1	80.9	2.39

1) Bot1 = 우려하지 않음

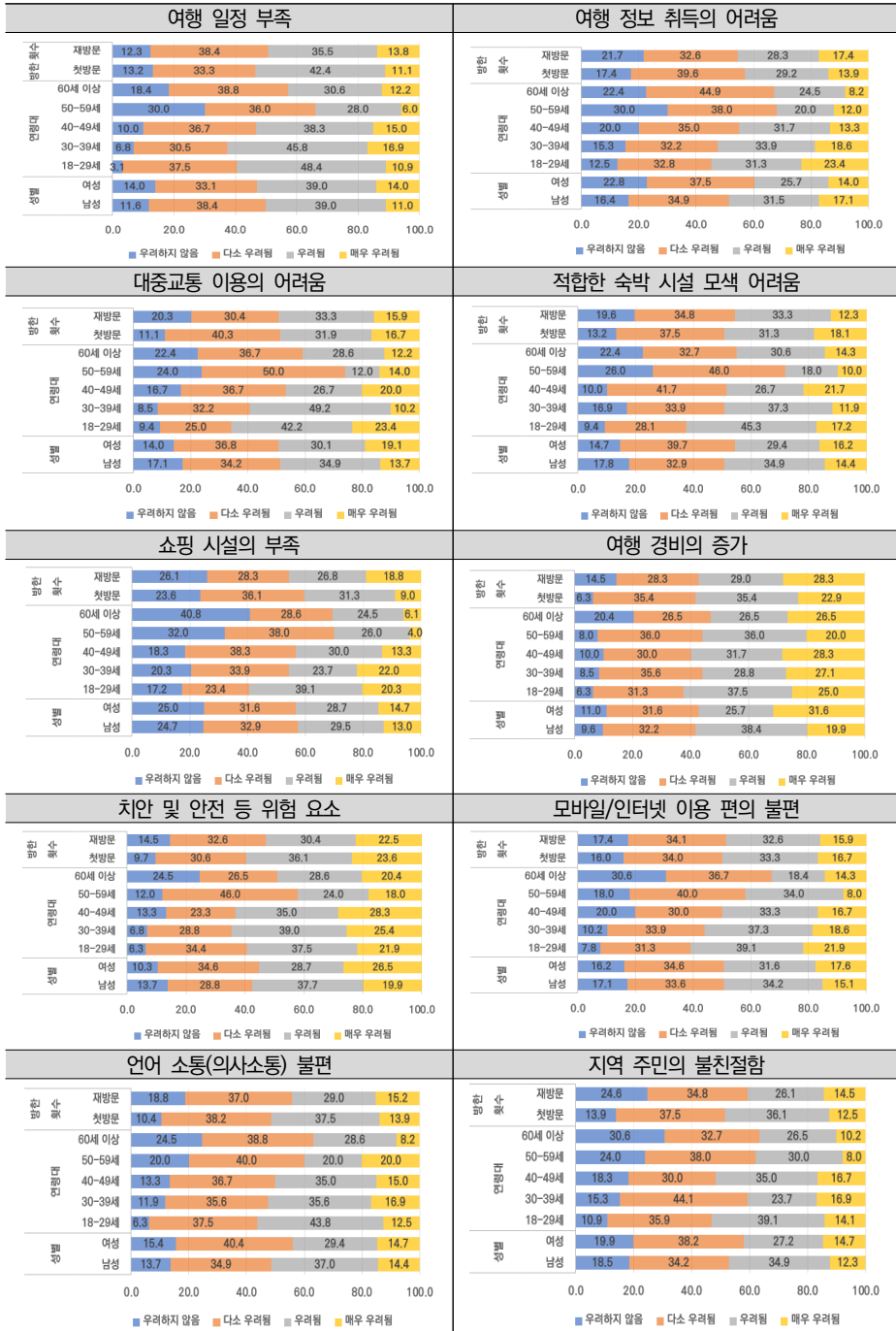
2) Top3 = 다소 우려됨 + 우려됨 + 매우 우려됨

나. 세부 유형별 분석

- 재방문객의 경우 ‘대중교통 이용의 어려움’, ‘여행 경비의 증가’, ‘언어 소통 불편’, ‘지역 주민의 불친절함’ 항목에서 첫 방문보다 응답 비율이 다소 낮아짐
 - 각각 9.2%, 8.2%, 8.4%, 10.7% 낮아졌는데, 이러한 항목에 대해서는 당초 우려보다 어렵지 않음을 어필할 필요가 있음
- 모든 항목에서 연령이 낮을수록 높은 연령층보다 상대적으로 우려 정도가 높은 것으로 나타났는데, 여행 일정 및 여행 경비를 제외하면 연령별 여행행태의 주요 특징은 다음과 같음
- 20대는 ‘여행 일정 부족’, ‘치안 및 안전 등 위험 요소’, ‘모바일/인터넷 이용 편의 불편’, ‘언어 소통 불편’ 등의 요인은 20%를 상회하고 있음
 - ‘매우 우려한다’는 응답은 ‘여행 정보 취득 어려움’(23.4%), ‘대중교통 이용 어려움’(23.4%), ‘모바일/인터넷 편의 불편’(21.9%)에서 높았음
- 30대는 ‘쇼핑 시설의 부족’ 요인에서 ‘매우 우려된다’는 응답이 가장 높았는데, 이는 주요 여행 활동에서 쇼핑을 선호하는 경향과 일맥상통함
- 40대는 ‘적합한 숙박 시설 모색 어려움’에서 ‘매우 우려된다’는 응답이 높았는데, 이는 가족 여행 시 숙박 시설 선택이 매우 중요한 요인이 되기 때문으로 보임
- 50대의 경우 전반적으로 ‘매우 우려된다’는 응답이 낮았는데, 다만 ‘언어 소통 불편’에서는 ‘매우 우려된다’는 응답이 높게 나타남
 - 60대 이상은 전반적으로 타 연령대에 비해 ‘우려된다’는 응답이 낮게 나타남
- 여성의 경우 ‘매우 우려된다’는 응답이 ‘여행 경비의 증가’(31.6%), ‘치안 및 안전 등 위험 요소’(26.5%)에서 높게 나타남

[그림 5-5] 한국 지방 여행 시 항목별 우려 정도

(단위: %, 응답자 수: 282명)



주: 질문) 향후 한국 여행 시, 서울 이외의 지역을 여행할 때, 다음 항목이 어느 정도 우려되십니까?

4. 한국 지방 여행 고려 요인

가. 주요 결과

- 방한 일본인 관광객은 한국 지방을 여행할 때 중요하게 생각하는 요인으로 지역 교통, 사전 여행 정보와 항공 교통, 음식이 상대적으로 높았음
- ‘매우 중요한’ 요인으로는 ‘음식’이 압도적으로 높았고, ‘숙박 시설’이 뒤를 이음
 - 교통은 ‘지역 교통’, ‘광역 교통’, ‘항공 교통’ 모두 중요하다는 응답이 많았음
 - ‘레저/액티비티’의 중요성은 상대적으로 낮게 나타남

〈표 5-8〉 한국 지방 여행 시 요인별 중요도(총괄)

(단위: %, 점)

구분	중요하지 않음	다소 중요함	중요함	매우 중요함	Bot1*	Top3*	평균(점)
사전 여행 정보	2.5	25.9	48.6	23.0	2.5	97.5	2.92
항공 교통	2.5	28.7	40.8	28.0	2.5	97.5	2.94
광역 교통	3.2	24.8	43.3	28.7	3.2	96.8	2.98
지역 교통	2.1	30.5	38.7	28.7	2.1	97.9	2.94
관광 자원	4.6	26.6	41.5	27.3	4.6	95.4	2.91
숙박 시설	3.2	25.2	42.2	29.4	3.2	96.8	2.98
음식	2.5	22.0	40.1	35.5	2.5	97.5	3.09
레저/액티비티	6.7	32.3	40.8	20.2	6.7	93.3	2.74
쇼핑	6.0	29.4	38.3	26.2	6.0	94.0	2.85
지역 안내 등	4.6	31.6	37.6	26.2	4.6	95.4	2.85

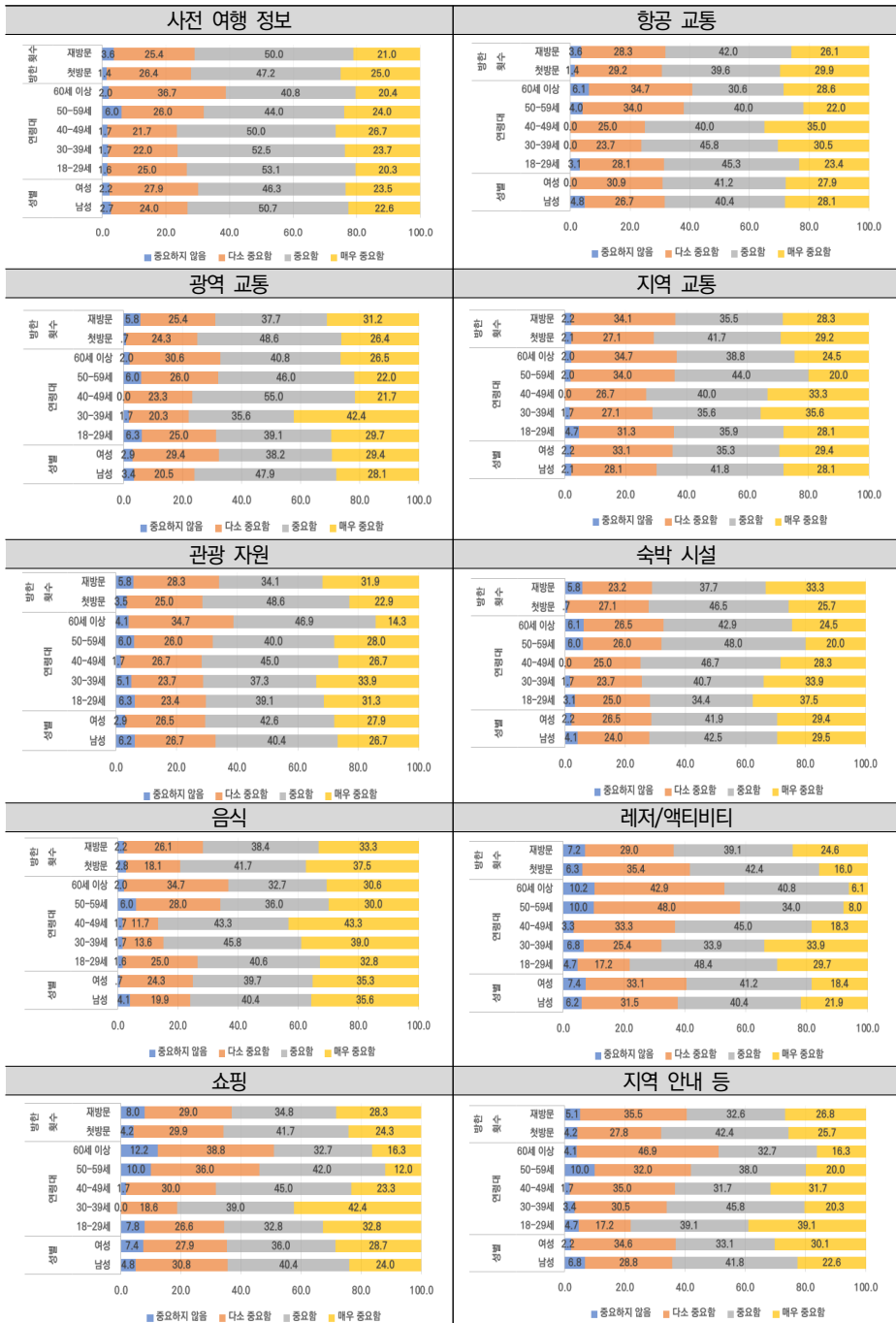
* 주: Bot1 = 중요하지 않음, Top3 = 다소 중요함 + 중요함 + 매우 중요함

나. 세부 유형별 분석

- 재방문자의 경우 첫 방문자보다 ‘숙박 시설’을 중요하게 생각하는 것으로 나타남
- 음식은 전 연령대에서 매우 중요하다는 응답이 높았는데, 특히 40대에서 ‘매우 중요하다’는 응답이 높았음
 - 20대의 경우 숙박 시설(37.5%) 및 지역 안내 등(39.1%)에서 ‘매우 중요하다’는 응답이 높게 나타남
 - 30대의 경우 광역 교통(42.4%), 지역 교통(35.6%) 쇼핑(42.4%), 관광 자원 및 레저 액티비티(33.9%) 항목에서 중요성을 상대적으로 높았음

[그림 5-6] 한국 지방 여행 시 요인별 중요도

(단위: %, 응답자 수: 282명)



주: 질문) 향후 한국 여행 시, 서울 이외의 지역을 여행할 때, 다음 항목이 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

다. 세부 항목별 분석

- 세부 항목별로 한국 지방 여행 시 ‘매우 중요함’의 비율을 분석하면 다음과 같음
- 사전 여행 정보 중에서는 ‘여행 가이드북/팸플릿(20.9%)’, ‘다녀온 사람의 여행 블로그/SNS(20.6%)’가 각각 1, 2순위를 차지함
- 항공 교통은 ‘인천공항과 지방 도시의 접근성’의 응답 비중이 24.8%로 높았음
- 광역 교통 부분에서는 ‘기차/고속버스 예약 편의성(25.2%)’에 이어 ‘기차/고속버스의 배차 간격’ 및 ‘기차/고속버스의 비용 적정성’이 모두 24.1%로 나타남
- ‘지역 교통’의 경우 ‘시내버스 이용 편의성(29.8%)’이 가장 중요하게 나타났으며 ‘택시 이용 편의성 및 비용의 적정성’, ‘시티 투어 이용 편의성’은 각각 26.6%, 23.4%로 조사됨
- 관광 자원은 ‘한류 체험의 매력성’, ‘관광 자원의 매력성’이 29.1%로 높았음
- 숙박 시설에서는 ‘숙박 시설의 청결성(41.1%)’에 이어 ‘숙박 시설의 정보 접근성(34.8%)’, ‘숙박 시설의 예약 편의성(33.0%)’ 등이 높은 순위를 보임
- 음식 부분에서 ‘음식점의 청결성(39.0%)’, ‘지역 고유의 로컬 음식의 매력성(33.3%)’, ‘음식점의 정보 접근성(32.3%)’ 등이 30% 이상으로 나타남
- ‘레저/액티비티’의 경우 ‘레저/액티비티의 안정성(34.0%)’이 30% 이상의 응답률을 보였고 ‘레저/액티비티 정보 접근성(25.9%)’이 뒤를 이음
- ‘쇼핑’은 ‘쇼핑 시설의 일본어/다언어 서비스’의 중요성이 29.4%로 가장 높았고, ‘면세 환급 편의성’도 21.4%로 나타남
- ‘지역’에서는 ‘치안/병원 등 안전 지원(37.2%)’에 이어 ‘인터넷 이용 편의성(35.1%)’, ‘다언어 안내 표지판(29.1%)’이 높은 순으로 조사됨

〈표 5-9〉 한국 지방 여행 시 요인별 중요도(세부)

(단위: %, 점)

구분	주요 내용	매우 중요함	Top3*
사전 여행 정보	매력을 어필하는 홍보 영상물	13.8	92.6
	쉽게 얻을 수 있는 여행 정보 앱/웹	19.9	95.0
	다녀온 사람의 여행 블로그/SNS	20.6	92.9
	여행회사의 여행 상품 판매/추천	13.5	89.7
	여행 가이드북/팸플릿	20.9	94.0
항공 교통	지방으로 가는 직항 항공 노선	21.6	95.7
	인천공항과 지방 도시의 접근성	24.8	96.5
	In-Out을 달리할 수 있는 항공 노선	23.0	92.2
광역 교통	기차/고속버스 노선 유무	23.0	96.5
	기차/고속버스의 배차 간격	24.1	97.5
	광역교통-기차/고속버스 예약 편의성	25.2	95.0
	기차/고속버스 비용 적정성	24.1	95.4
지역 교통	택시 이용 편의성 및 비용의 적정성	26.6	96.1
	시내버스 이용 편의성	29.8	95.0
	시티 투어 버스 이용 편의성	23.4	92.9
	렌터카 이용 편의성	20.9	81.6
	도보 편의성	22.0	97.5
	길 찾기 편의성	30.9	97.9
관광 자원	관광 자원의 매력성	29.1	97.9
	로컬 체험의 다양성	21.3	93.3
	한류 체험의 매력성	29.1	91.8
	머물고 싶은 매력적인 숙박 시설 유무	31.9	96.8
숙박 시설	자주 이용하는 유형의 숙박 시설 유무	24.8	95.4
	숙박 시설의 정보 접근성	34.8	98.2
	숙박 시설의 예약 편의성	33.0	98.2
	숙박 시설의 일본어/다언어 서비스	29.1	95.4
	숙박 시설의 청결성	41.1	98.2
	지역 고유의 로컬 음식의 매력성	33.3	98.6
음식	일본인의 입맛에 맞는 음식 유무	29.8	92.9
	음식점의 정보 접근성	32.3	98.2
	음식점 예약 편의성	27.0	92.6
	음식 메뉴판의 일본어/다언어 서비스	29.8	93.3
	음식점의 청결성	39.0	98.9
	해당 지역의 특화된 놀 거리/체험 활동	17.7	89.4
레저/액티비티	레저/액티비티 정보 접근성	25.9	92.2
	레저/액티비티 예약 편의성	23.4	91.5
	레저/액티비티 일본어/다언어 서비스	21.3	90.1
	레저/액티비티의 안전성	34.0	94.3
	해당 지역에서만 판매하는 로컬 굿즈	16.0	82.6
쇼핑	면세 환급 편의성	21.6	88.3
	쇼핑 시설의 일본어/다언어 서비스	29.4	91.1
	지역 주민의 친절성	21.3	94.3
지역	관광 안내 센터 접근성	24.8	95.7
	인터넷 이용 편의성	35.1	97.5
	다언어 안내 표지판	29.1	96.5
	치안/병원 등 안전 지원	37.2	98.2

* 질문: 향후 한국 여행 시, 서울 이외의 지역을 여행할 때, 다음 항목이 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

제4절 정책 수요 의견

1. 여행 수요 진흥 정책

- 한-일간 관광 교류 증진을 위해 필요한 정책에 대하여 방한 일본인 관광객 대상으로 조사한 결과, 출입국 편의 증진 정책(97.1%)이 가장 우선순위를 차지하였음
- ‘매우 필요함’ 응답을 중심으로 살펴보면, ‘가족 여행 편의 증진’ 및 ‘고령자 여행 편의 증진 정책’이 높게 나타남
 - 가족 단위 여행객의 편의를 증진할 수 있는 다양한 정책 지원이 필요함
 - 고령자의 관광 교류를 활성화하기 위하여 접근 가능한 관광 정책을 보다 적극적으로 추진할 필요가 있음
- 수학여행 및 청년층 여행 장려 정책은 상대적으로 필요하다는 응답이 낮았음
 - 특히 청소년 수학여행의 경우 24.8%가 필요하지 않다고 응답하고 있어서, 한일간 청소년 교류의 필요성에 대해 사회적 인식을 제고할 필요가 있음

〈표 5-10〉 한-일간 관광 교류 증진을 위한 정책별 필요도: ① 여행 수요 진흥 정책

(단위: %, 점)

구분		필요하지 않음	다소 필요함	필요함	매우 필요함	Bot1*	Top3*	평균(점)
여행 대상	수학여행 장려 정책	24.8	31.9	30.9	12.4	24.8	75.2	2.31
	청년층 여행 장려 정책	15.3	33.6	37.5	13.7	15.3	84.7	2.50
	고령자 여행 편의 증진 정책	13.7	28.0	34.9	23.5	13.7	86.3	2.68
	가족 여행 편의 증진 정책	9.8	28.7	37.1	24.4	9.8	90.2	2.76
	출입국 편의 증진 정책	2.9	27.7	38.4	30.9	2.9	97.1	2.97

* 주: Bot1 = 필요하지 않음, Top3 = 다소 필요함 + 필요함 + 매우 필요함

2. 관광 교류 협력 확대 정책

- 관광 협력을 확대하기 위해서는 ‘관광 산업 협력/교류 확대’(28.7%)가 가장 필요하다고 응답되어, 산업 현장에서의 교류 협력의 중요성이 확인됨
 - 지역 관광 활동가 교류 확대도 22.1%로 매우 필요하다고 평가됨
- 항공 교통 정책도 중요성이 높게 평가되었는데, 한일 항공 노선 확대 정책(28.3%), 지방 LCC 항공 노선 확대 정책(28.0%)도 필요성이 높게 평가됨
- ‘관광 친절 캠페인’(25.1%)과 ‘여행 정보/여행 상품 확대’(22.1%)의 중요성도 비교적 높게 평가되었음
- 반면 여행 박람회, 한일 공동 여행 상품 조성, 한일 공동 홍보 마케팅, 한일 관광 R&D 협력 확대 등은 상대적으로 낮아서, 성과의 가시화가 필요함
- 협력 주체로는 ‘한일 민간의 관광 협력 확대’(27.7%)가 정부나 지자체의 협력 확대보다 높게 나타나서 민간협력의 중요성이 드러남

〈표 5-11〉 한-일간 관광 교류 증진을 위한 정책별 필요도: ② 관광 교류 협력 정책

(단위: %, 점)

구분		필요하지 않음	다소 필요함	필요함	매우 필요함	Bot1*	Top3*	평균(점)
관광 협력	한일 항공 노선 확대 정책	3.3	32.2	36.2	28.3	3.3	96.7	2.90
	지방 LCC 항공 노선 확대 정책	4.2	28.0	39.7	28.0	4.2	95.8	2.92
	관광 산업 협력/교류 확대	4.2	27.0	40.1	28.7	4.2	95.8	2.93
	지역 관광 활동가 교류 확대	6.5	32.9	38.4	22.1	6.5	93.5	2.76
	여행 박람회 개최 확대	16.6	32.6	34.5	16.3	16.6	83.4	2.50
	여행 정보/여행 상품 확대	8.1	28.0	41.7	22.1	8.1	91.9	2.78
	관광 친절 캠페인	8.8	30.3	35.8	25.1	8.8	91.2	2.77
	(구미주 등 대상) 한일 공동 여행 상품 조성	14.0	29.6	39.4	16.9	14.0	86.0	2.59
	(구미주 등 대상) 한일 공동 홍보 마케팅 확대	15.6	27.0	37.5	19.9	15.6	84.4	2.62
	한일 관광 R&D 협력 확대	13.4	30.6	39.4	16.6	13.4	86.6	2.59
관광 협력 주체	한일 정부의 관광 협력 확대	5.9	32.6	38.8	22.8	5.9	94.1	2.79
	한일 지자체의 관광 협력 확대	7.2	31.9	38.1	22.8	7.2	92.8	2.77
	한일 민간의 관광 협력 확대	5.5	30.6	36.2	27.7	5.5	94.5	2.86

* 주: Bot1 = 필요하지 않음, Top3 = 다소 필요함 + 필요함 + 매우 필요함

- 한일 간 관광 분야 이외의 교류 협력 정책에서는 전체적으로 교류 협력의 필요성이 긍정되는 가운데, ‘한일 문화 예술 교류 확대’의 중요성이 가장 높게 나타남

〈표 5-12〉 한-일간 관광 교류 증진을 위한 정책별 필요도: ③ 한일 교류 협력 정책

(단위: %, 점)

구분		필요하지 않음	다소 필요함	필요함	매우 필요함	Bot1*	Top3*	평균(점)
한일 교류	한일 기업인 교류 확대	8.5	33.2	37.5	20.8	8.5	91.5	2.71
	한일 투자 교류 확대	9.4	35.5	36.5	18.6	9.4	90.6	2.64
	한일 문화 예술 교류 확대	7.5	33.2	36.5	22.8	7.5	92.5	2.75
	한일 콘텐츠 교류 확대	7.8	31.9	38.8	21.5	7.8	92.2	2.74
	한일 스포츠 교류 확대	11.1	34.5	34.5	19.9	11.1	88.9	2.63

* 주: Bot1 = 필요하지 않음, Top3 = 다소 필요함 + 필요함 + 매우 필요함

제5절 소결

- 방한 경험이 있는 일본인 307명을 대상으로 실시한 방한 관광 인식 조사 결과, 일본인의 재방문 의향(96.4%) 및 지방 방문 의향(91.9%)은 매우 높게 나타남
- 한국방문의 영향 요인은 경제적 요인인 항공 요금, 여행 상품, 환율 요인이 긍정적, 부정적 영향 모두 높게 응답됨
 - 정치적 요인은 한일 관계보다는 국제 정세가 보다 영향력이 큰 것으로 나타나는 가운데, 북한 핵 문제 등은 부정적 영향이 큰 것으로 나타남
 - 문화적 요인은 한류와 한일 문화 교류의 긍정적인 영향이 높게 평가되었으며, 사회적 요인은 안전 관련 이슈에서 부정적 영향이 큰 것으로 평가됨
- 희망하는 지방 여행 유형은 식도락 여행이 압도적으로 나타나서, 로컬 음식이 지방 방문의 주요 유인 요인이 될 수 있음을 보여 줌
 - 역사 문화 여행, 쇼핑 여행, 자연 감상 여행도 중요하게 제기되어, 지방 여행의 매력을 다각적으로 제시할 필요가 있음
 - 역사 문화 여행은 특히 40~50대에서 높게 평가되었으며, 쇼핑 여행은 30대에서 선호도가 높았으며, 자연 감상 여행은 특히 20대와 60대에서 선호도가 높았는데, 20대는 이와 함께 아웃도어 레저 여행의 비중이 상대적으로 높았으며, 60대에서는 휴양휴식 여행의 비중이 높았음
- 희망하는 지방 여행 활동은 전 연령대에서 '마을 산책'이 1위로 나타나서, 도보 여행이 가능한 매력적인 경관을 지닌 관광 목적지 조성이 중요함을 보여 줌
 - 20대는 로컬 맛집과 한류 스타 관련 활동을 선호했으며, 30대는 온천/스파/마사지 여행에 대한 선호도가 상대적으로 비중이 높았음
 - 40대는 역사 유적지 및 드라마/영화 촬영지 방문 비중이 상대적으로 높았고, 50대 이상은 역사 유적지와 함께 사찰 방문, 박물관/미술관 방문 의향도 높았음

- 지방 여행 우려 요인으로는 여행 경비 인상 및 여행 일정 부족 등과 함께, 치안 및 안전 우려, 대중교통 이용의 어려움, 모바일/인터넷 이용 불편 등이 많았음
- 지방 여행을 결정할 때는 음식이 매우 중요한 것으로 나타났으며, 숙박 시설과 교통도 중요한 고려 사항으로 제시됨

〈표 5-13〉 방한 관광 인식 조사

구분	주요 특성
방한 여행	<ul style="list-style-type: none"> • 재방문 의향 96.4%, 1년 이내 재방문 의향 61.9%로 높음 • 희망 동반자: 가족 여행 53.3%(그중 배우자 7.2%), 친구(34.1%), 혼행(24.3%) • 여행 유형: 자유 여행(69.6%), 현지 투어 여행(14.2), 에어텔(11.8%) • 지방 여행 경험률 78.2%, 지방 방문 의향률 91.9%
영향 요인	<p>한국 여행 결정 시 긍정적 영향 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> • 경제적 요인의 영향력이 가장 큼(항공 요금 인하, 여행 상품 할인, 환율 등) - 60대 이상의 경우 중요성이 상대적으로 낮게 평가됨 • 정치적 요인은 국제 정세의 안정성이 보다 긍정적 영향력이 큼 • 문화적 요인은 한류와 한일 문화 교류의 영향도 긍정적 - 특히 재방문객에게 긍정적인 영향을 더 많이 주는 것으로 평가됨 - 연령이 낮을수록 긍정적인 영향을 더 많이 줌 • 사회적 요인은 치안/방역의 높은 평가가 긍정적 - 30대가 가장 많이 긍정적인 영향을 받는다고 평가함
	<p>한국 여행 결정 시 부정적 영향 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> • 경제적 요인의 영향력이 가장 큼(여행 상품 인상, 엔고, 항공 요금 인상) - 60대 이상에서 영향력이 상대적으로 낮음 • 정치적, 사회적 요인에서 부정적 영향을 강하게 받는 그룹 존재 - 북한 핵 문제, 국제 정세 불안, 치안/방역 이슈 발생, 재해/안전사고 발생 등
지방 여행	<p>한국 지방 여행 의향</p> <ul style="list-style-type: none"> • 희망하는 지방 여행 유형은 식도락 여행(72.3%), 역사 문화 여행(47.9%), 쇼핑 여행(41.1%), 자연 감상 여행(34.8%) 순 • 30대는 쇼핑 여행 중시, 4050세대는 역사 문화 여행 중시 • 20대는 자연 감상 여행, 아웃도어 레저 여행 비중이 상대적으로 높음 • 60대는 자연 감상 여행, 휴양휴식 여행 비중이 상대적으로 높음
	<p>희망 지방 여행 활동</p> <ul style="list-style-type: none"> • 희망하는 지방 여행 활동은 전 연령대에서 마을 산책 1순위 - 20대는 로컬 맛집, 한류 스타 관련 활동 선호 - 30대는 온천/스파/마사지 활동 비중 상대적으로 높음 - 40대는 역사 유적지, 촬영지 방문 비중 상대적으로 높음 - 50대 이상은 역사 유적지, 사찰 방문, 박물관/미술관 방문 비중이 상대적으로 높음 • 재방문객일수록 희망하는 활동 폭넓음
	<p>지방 여행 결정 시 고려 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> • 여행 경비 증가, 치안 및 안전 등 위험 요소, 여행 일정 부족, 대중교통 이용의 어려움, 모바일/인터넷 이용 불편 등 우려 • 사전 여행 정보 중 여행 가이드북/팸플릿, 다녀온 사람의 블로그/SNS 중요 • 음식 매우 중요, 특히 40대 중요하게 고려 - 청결성, 로컬 음식 매력성, 정보 접근성 중요 • 숙박 시설 중요, 특히 재방문자는 중요하게 고려 - 청결성, 정보 접근성, 예약 편의성 • 교통은 지역 교통/광역 교통/항공 교통 모두 중요 - 인천공항-지방 연계성, 기차/고속버스 예약 편의성, 시내버스 이용 편의성 중요 • 쇼핑은 일본어/다언어 서비스, 면세 환급 편의성 중요 • 수송 태세는 치안/병원 등 안전 지원, 인터넷 이용 편의성, 다언어 안내 표지 등 중요

한일 관광교류 영향요인 분석 연구

제6장

한일 관광 교류 활성화 제언

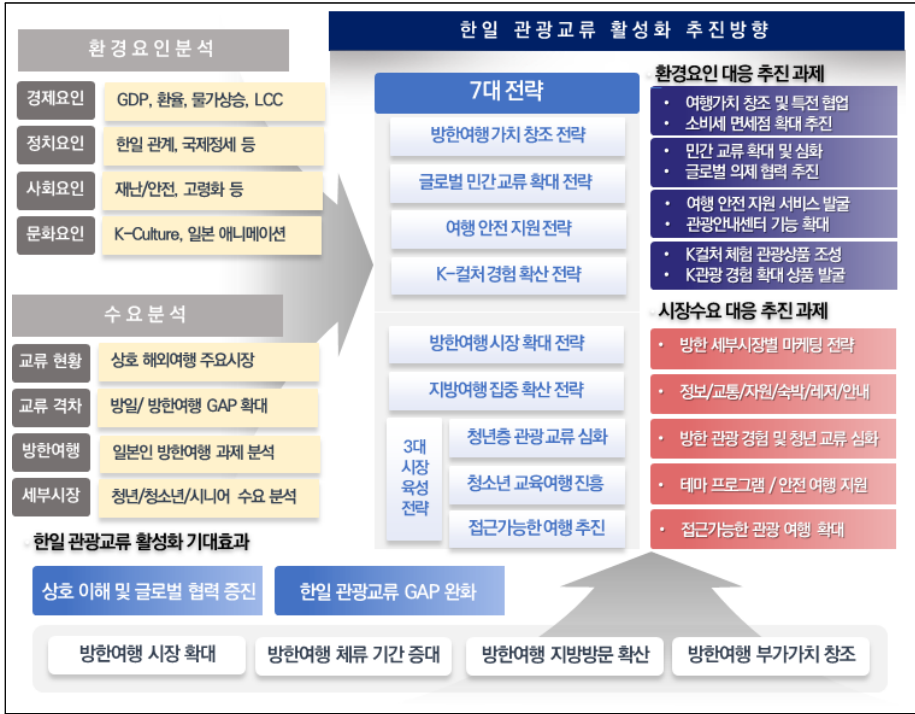
제1절 기본 방향

- 한일 관광 교류 현황 및 영향 요인 분석에 기반하여 한일 관광 교류 이해 도모 및 향후 한일 관광 교류 활성화를 위한 정책 기본 방향을 제안하고자 함
- 한일 교류 활성화 정책의 궁극적인 목표는 ‘교류 확대를 통한 상호 이해 확대 및 글로벌 공동과제 해결 및 미래 의제 협력’, ‘방한 여행 활성화를 통한 한일 간 격차 (GAP) 완화’에 있음
- 이를 달성하기 위한 세부 목표로 ① 일본인 방한 여행 시장의 확대, ② 방한 여행 체류 기간 증대, ③ 방한 여행 지방 방문 확산, ④ 방한 여행 부가가치 창조로 설정함
- 한일 관광교류 영향 환경 요인 분석 결과에 따라 주요 추진 전략으로 방한 여행의 가성비 확보 전략, 글로벌 민간 교류 확대 전략, 여행 안전 지원 전략, K-컬처 경험 확산 전략을 설정함
- 경제적 요인은 가장 영향력이 큰 요인으로 제시되었는데, 향후 엔저의 지속 및 물가상승 등이 우려됨. 경제적 요인의 부정적 영향을 최소화하기 위해서는 부가가치가 부여된 가성비 있는 방한 관광 상품 조성 및 인식 제고가 요구됨
- 정치적 요인에 대한 대응을 위해서는 특히 글로벌 의제 협력을 중심으로 민간 차원에서의 교류를 심화할 필요가 있음
- 사회적 요인에 대한 대응을 위해서는 여행 안전 확보를 지원하는 전략을 도입할 필요가 있음
- 문화적 요인에 대한 대응으로는 K-컬처를 관광 경험으로 확대하는 전략이 요구됨
- 일본인의 방한 여행 수요 분석 결과, 방한 여행 시장 확대, 방한 여행 체류 기간

증대, 방한 여행 지방 방문 확산, 방한 여행 부가가치 창출이 주요 과제로 등장함

- 현재 일부 시장에 집중되어 있는 일본인 여행 시장의 범위를 확대함으로써, 전 세대의 교류 활성화를 추진하는 것을 의미함
 - 일본인의 방한 여행은 성별로는 여성, 연령대로는 20대에 집중되어 있는 반면, 한국인의 일본 여행은 상대적으로 고르게 분포하고 있음
 - 일본인의 방한 여행의 스테레오타입 이미지를 전환함으로써, 전 세대에 매력적인 근거리 여행 국가로서의 위상을 공고히 할 필요가 있음
- 방한 여행의 지역 방문을 확산시킴으로써, 체류 기간 및 경험의 폭을 확대하고, 여행 소비 지출 확대에 이어서도 도모할 필요가 있음
 - 일본인의 방한 여행은 평균 3.7일로 한국인의 방일 여행 6.1일에 비해 지나치게 짧은데, 이러한 일정으로는 방한 여행의 경험의 폭이 제한적일 수밖에 없음
 - 또한, 일본인 방한 여행은 서울과 부산을 제외한 지역의 방문율은 매우 낮게 나타나고 있는데, 지역 방문을 촉진할 필요가 있음
 - 특히 재방문객의 경우 지방 여행을 선도할 수 있도록 정책 지원이 요구됨
- 또한, 일본인 아웃바운드 정책의 중심 시장인 3대 시장을 적극 육성할 필요가 있음
 - 청년층은 현재 방한 여행의 중심이 되는 층이나, 여행 경험이 제한되어 있으므로 다양한 수요에 부응하기 위한 전략이 요구됨
 - 청소년층은 미래 세대로서 향후 전 생애에 걸친 여행 교류가 기대되는 층이라는 점에서 적극 대응할 필요가 있으며, 특히 교육 여행 교류 활성화가 필요함
 - 고령층은 인구 구조상 가장 많은 비중을 차지하고 있는 가운데, 경제적·시간적 여유를 지니고 있다는 점에서, 방한 여행의 접근성 향상을 위한 노력이 요구됨

[그림 6-1] 한일 관광 교류 활성화 정책 방안



제2절 추진 과제

1. 환경 요인 대응 추진 과제

가. 방한 여행 가치 창조 전략

1). 여행 가치 창조 및 특전 협업

- 방한 여행에 영향을 주는 핵심 요인인 경제적 영향 요인 극복을 위한 추진 과제로 방한 여행의 가치 창조 전략을 추진함
- 방한 여행의 가성비 여행 상품을 조성하는 전략은 여행 가치를 확보함으로써, 가격 대비 만족도를 높이는 방안, 여행 비용에 대한 인식 전환 방안으로 구성됨
- 첫째, 매력적인 부가가치 상품을 발굴하여 여행 가치를 확보하는 전략이 필요함
 - 지역의 매력적인 여행 상품의 발굴을 지원하는 정책을 추진함으로써, 민간에서 다양한 현지 투어 상품을 발굴할 수 있도록 기반을 마련할 필요가 있음
- 일본 관광청도 최근 지역 관광의 고부가 가치화를 위한 사업을 추진하고 있음
 - 「지방 고부가 가치 인바운드 관광지 모델 사업」 및 「지역 콘텐츠 연대 사업」(롱 스토리 사업) 등 다수의 시범 사업으로 고부가 가치화 사업이 추진되고 있음
 - 주요 내용으로는 매력적인 콘텐츠 및 자원의 발굴, 체류 일정 증가를 위한 콘텐츠 간 연계, 매력적인 숙박 시설 조성 지원 등이 추진됨
- 둘째, 여행 비용에 대한 인식 전환을 위해서는 지역 할인 쿠폰 및 특전을 부여하는 방법을 고려할 수 있는데, 여행 비용 할인은 비용 자체에 대한 할인보다는 소비 파급 효과 확대의 관점에서 접근하는 것이 중요함
 - 지자체에서 제공하는 인센티브나 지역 쿠폰 등과 연계하여 일본인 방문 지역의 확대를 추진할 수 있음

- 이때 지역의 관광 사업자의 적극적인 참여를 유도하여 여행 비용 특전을 확대하고, 지역 관광 산업으로의 파급 효과를 극대화할 필요가 있음

- [참고 2]는 일본의 국내 여행 대상 「평일에 1박 더 캠페인」으로 관광청의 ‘전국 여행 지원’ 사업과 교통 사업자/관광 사업자의 할인 혜택을 결합한 프로그램임

[참고 1] 일본 관광청의 인바운드 관광객 대상 지역 관광 진흥 사업

- 여행 가치 확보 전략의 참고 사례로 일본 관광청은 2022년 「지방의 고부가 가치 인바운드 관광지 만들기 액션 플랜」을 책정하고, 2023년 11개 모델 관광지를 선정함
- 2023년 「지역 콘텐츠의 연대 촉진 사업」(롱 스토리 조성 사업)을 추진하여 10개의 시범 사업을 선정함
- 여행 전체를 관통하는 스토리를 조성함으로써, 지역 내 주유를 촉진하는 사업임

지방 고부가 가치 인바운드 관광지 만들기		지역 콘텐츠의 연대 촉진(롱 스토리) 사업	
		사업 이미지 (1주일 이내 여행 상정) 확산으로 연결 구마모토현 아소산 홋카이도 노보리베츠시 오쿠노타니 미치노쿠 이사카제 트레일	Long Trail로 연결 어미가타원 무라야마시 이시카와원 가나자역시
		일본 전통주로 연결 히로시마현 하가시시로시마시	

자료: 地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり検討委員会(2022), 地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりに向けたアクションプラン; 観光庁(2023), 地域のコンテンツの連携促進事業 概要.

[참고 2] 일본의 「평일에 1박 더」 캠페인

- 일본 관광청은 2022년 10월 11일 시작된 국내 여행 수요 진흥 사업인 「전국 여행 지원」의 실시에 맞춰서, ‘평일에 1박 더’ 캠페인을 실시
- 주말 및 공휴일에 집중된 여행 수요를 평일로 분산하기 위해서, 전국 관광 관련 사업자(여행 사업자, 숙박 사업자, 교통 사업자)와 연대하여 평일 한정으로 이득이 있는 여행 상품을 준비
- 평일 숙박객을 대상으로 10% 할인 쿠폰이나, 500~3,000엔의 할인권 또는 특전 등이 제공되고 있음
- 참고로 야마토 총연은 2020년 실시된 Go to Travel의 경제효과를 간접효과를 포함하여 1.5조엔으로 추정하였고, 2021년 전국여행지원 사업의 효과는 3.7조엔으로 추정된 바 있음

관광청 캠페인 영상	여행지원 사업의 경제적 효과 추산		
	구분	Go to Travel	전국여행지원사업
	이용객	약 8.8만 명박	약 2.1억 명박
	예산	5.4천 억엔	약 1.3조 엔
	경제효과	1.5조 엔	약 2.8조 엔 (직접) 약 3.7조 엔(간접)

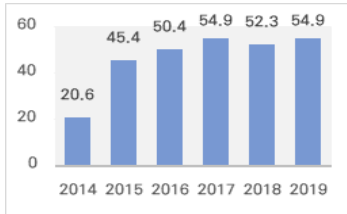
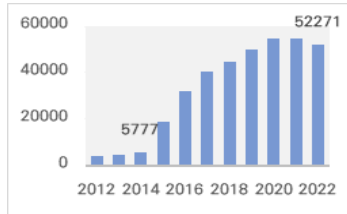

자료: <https://onemore.nihon-kankou.or.jp>; 大和総研(2021), Go To Travel再開のインパクトと求められる視点

2) 사후 면세점 확대 및 절차 간소화

- 방한 여행의 가성비에 대한 심리적 효과를 확대하는 전략으로 소비세 면세 제도로 운영되는 사후 면세점 확대 및 절차 간소화를 추진할 수 있음
 - 사후 면세점은 외국인이 3만 원 이상 물건을 구매할 경우 부가 가치세 및 개별 소비세를 환급받는 제도로 2020년 12월 기준 11,677곳이 운영되고 있음
 - 다만 서울, 경기, 부산 등 대도시에 집중되어 있고, 즉시 환급이 가능한 사후 면세점도 전체 22.8%에 그쳐서 수속의 번거로움이 문제로 지적됨²⁶⁾
- [참고 3] 사례에서 보이듯, 일본은 소비세 면세점 수속의 간소화를 지속적으로 추진하여 여행객의 쇼핑 편의 제고를 통한 소비 지출 확대를 도모하고 있음

[참고 3] 일본의 소비세 면세 제도 사례

- 일본에서는 2014년 소비세 면세 제도가 정비되어 본격적으로 소비세 면세점이 확대되기 시작함
- 2014년 소비세율이 5%에서 8% 인상되는 것을 계기로, 소비세 면세 제도를 정비
- 2019년 방일 외국인의 54.9%가 면세 수속 실행
- 소비세 면세점 2014년 5,777개소에서 2022년 52,271개소로 확대
- 2023. 4. 1. 자로 Visit Japan 앱과 연동함으로써, 면세 수속 간소화 추진

구분	주요 내용	
소비세 면세 제도 개선 추진 경위	2014.10.1	• 면세 가능한 대상 품목 확대(소모품 포함)
	2015.4.1	• 면세 수속 일괄 카운터 설치(상점가 등)
	2016.5.1	• 일반 물품 면세 대상 금액 인하(만 엔 이상 → 5천 엔 이상)
	2020.4.1	• 면세 수속 전자화(구입 기록 첨부 불필요)
	2021.10	• 일정 기준을 충족한 자동판매기 설치 시 인원 배치 불필요
	2023.4.1	• Visit Japan 앱 연동(대상자 구분, 소요 시간 감소)
소비세 면세점 현황		
		
	외국인 여행객의 면세 수속 실시율(%)	소비세 면세점 수 추이(개소)
Visit Japan Web 정보 연동		

자료: 観光庁(2022), 令和4年度税制改正に関する説明会.

26) 한국관광공사, '전국 사후 면세점 11,677곳 실태 조사 결과 발표', 보도 자료, 2020. 12. 30. 자.

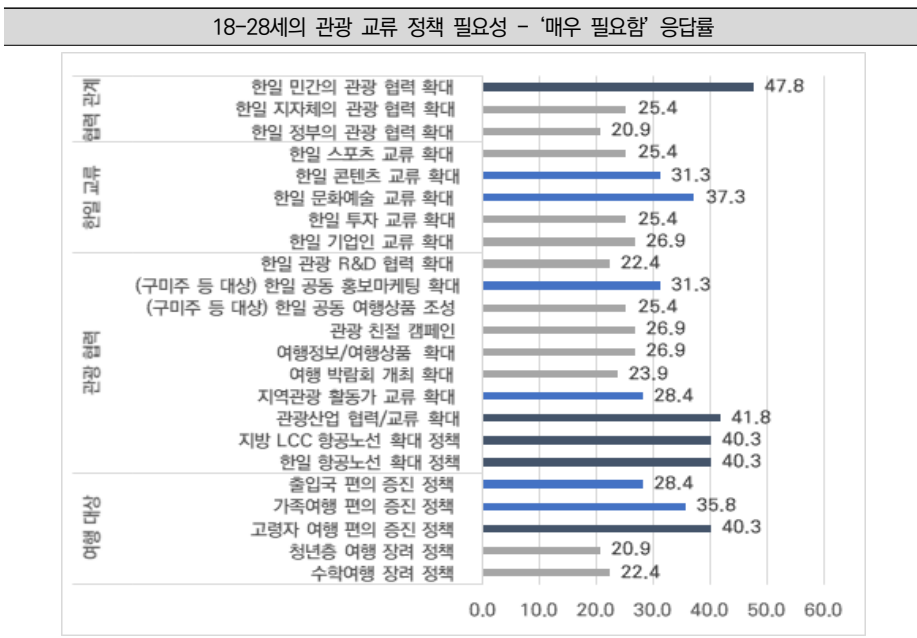
나 글로벌 민간 교류 확대 전략

1) 민간 교류 확대 및 심화

- 정치적 요인은 통계적으로는 검증이 어려우나, 경험적으로 양국의 관광 교류에 영향을 미치고 있는데, 한일 관계는 현재는 우호적인 관계로 전환되고 있으나, 역사 갈등이나 후쿠시마 오염수 방류 문제 등 언제든지 부정적인 이슈가 부각될 수 있음
- 이에 정치적 입장에서 비교적 자유로운 민간 교류의 활성화가 요구되는데, 특히 관광의 장에서는 '단순 교류'에서 한발 나아간 교류 심화 전략이 요구됨
 - 주요 관광 지역의 DMO 등의 교류 협력을 추진하거나, 관광 산업, 특히 청년 사업체 및 벤처 기업의 교류 네트워크 추진 등을 적극 추진할 수 있음
- 민간 교류의 확대는 관광의 영역을 넘어 다방면적으로 추진될 수 있는데, 교육 및 연구 분야에서 한국어/일본어 교류를 확대하고, 문화 예술 및 스포츠 교류를 확대하고 방안 등이 강구될 필요가 있음

[그림 6-2] 일본인의 한일 관광 교류 정책 필요성

(단위: %)



자료: 연구진 설문 조사 결과.

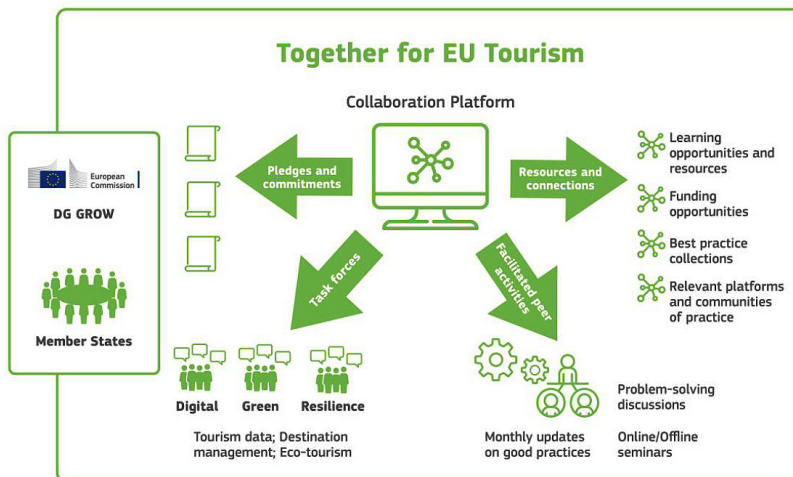
2) 글로벌 의제 협력 추진

- 한국과 일본은 선진국으로 기대되는 역할을 수행하기 위해 글로벌 의제 협력을 보다 적극적으로 추진할 필요가 있음
- 관광 분야에서는 기후 변화에 따른 지속 가능한 관광, 4차 산업 혁명에 따른 디지털 전환 등이 주요 글로벌 의제로 부각되고 있음
 - [참고] 사례에서 보이듯이, EU는 지속 가능한 관광에 대한 대응을 위해 유럽 출발 항공기의 경우 지속 가능 항공유(SAF) 사용을 2025년 2%, 2050년 70%로 의무화하는 등 공동의 대응을 실시하고 있음
 - 또한 「European Capitals of Smart Tourism」 인증 제도로 관광 산업의 디지털 전환 및 관광 목적지의 접근 가능성 확대를 위해 노력하고 있음
- 한일 양국 역시 글로벌 의제에 대한 공동 대응을 통해, 전 세계 관광 산업 및 관광 목적지의 질적 개선에 기여하고 이를 선도할 필요가 있음

[참고 4] EU 관광 회복을 위한 27개 정책 의제

- EU는 2022년 「관광의 전환 경로」(Transition Pathway for Tourism)를 통해 향후 의제로 디지털 전환, 지속 가능성, 회복 탄력성의 3대 분야 27개 정책 의제를 제시, 협업을 위한 플랫폼 구축을 추진함

EU의 관광의 전환 경로를 위한 협업 플랫폼



자료: EU(2022), Transition Pathway for Tourism; 조아라최경은(2022), 한 중 일 역내 관광 활성화 방안 연구, 한국문화관광연구원에서 재인용.

다. 여행 안전 지원 전략

- 사회적 영향 요인 중 가장 큰 요소인 재난 및 안전사고에 대한 불안을 불식하기 위한 방안으로 민간 영역의 안전 지원 서비스를 확대하는 방안을 검토할 수 있음
- 특히 일본인은 해외여행에서 안전에 대한 불안감이 높아서, 안심감을 주기 위한 여행 안전 지원 서비스의 발굴이 실효성 있는 정책 수단이 될 것으로 판단됨
 - 여행 안전 지원 서비스는 민간의 참여를 통해 추진하는 것이 바람직함
- 현재 여행 안전 지원 서비스로는 한국관광공사의 '1330 관광 통역 안내' 서비스와 서울시가 운영하는 '외국인 단체 여행 안심 보험 지원 사업'이 있음
 - 1330은 통역 및 불편 신고의 기능은 있으나, 현지 트러블 대응을 대행해 주는 서비스는 아니며, 서울시 운영 사업도 단체 여행이 대상이고 개별 여행은 제외됨
- 이에 대한 개선 방안으로 여행사에서 현지 안전사고 및 트러블 대응을 지원해 주는 서비스를 도입하여 운영하는 방안을 검토해 볼 수 있음
 - 참고로 하나투어는 코로나 팬데믹 대응을 위하여 'Safety & Joy' 프로그램을 운영한 바 있는데, 해외 격리 시 연장 체류를 지원해 주는 서비스였으나, 현재는 하나투어 기획 상품에만 적용되어 운영되고 있음
 - JTb의 경우 '글로벌 위기 관리 서비스'를 BtoB 형태로 운영하고 있으며, 해외 주요 지점에서 콜센터를 운영하며 트러블 대응을 지원하고 있는데, 비즈니스상 해외 지점을 운영하는 기업이 주요 고객이 되고 있음
 - 향후 방한 FIT 관광객을 대상으로 하는 여행사 안전 지원 서비스 운영의 도입을 검토해 볼 필요가 있음
- 보험의 경우도 현재 여행 보험 상품의 내용을 확대하여 현지 트러블 지원으로 확대하는 방안을 검토해 볼 수 있음
 - 현재 운영되는 여행 보험은 대부분 사후 보상 문제에 집중되어 있는데, 관광객이 실제로 불안감을 느끼는 것은 사후 보상보다는 현지 대응임
 - 여행 보험을 확대하여 문제 해결형 보험으로 전환할 필요가 있음
 - 다만 대부분의 방한 여행객은 보험에 가입할 경우 자국에서 가입 후 입국한다는

점을 고려하여 상품의 구성 및 유통 방안에 대한 추가적인 검토가 필요함

[참고 5] 하나투어 안심 여행 프로그램 ‘Safety & Joy’

- 하나투어는 코로나 19 지원을 위하여 하나투어 안심 여행 프로그램을 운영
- 방역 지침으로 인한 격리 리스크를 완화하기 위한 프로그램으로 운영됨
- 하나투어 기획 여행 시 적용되는 프로그램으로, 자유 여행 시 별도로 이용 가능한 프로그램은 아님

구분	주요 내용
서비스 특성	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나 팬데믹 대응을 위한 프로그램으로 출시 - 코로나19 지원, 하나투어 기획 여행 시 적용
주요 대응	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나19 지원 : 귀국 항공료 지원, 의무 격리로 인한 연장 체류 시 숙박비(3박) 지원, 인적 서비스(비대면), 여행자 보험(최대 3억 원 보장) • 안심 여행: 출발 전, 여행 중, 도착 후 지원 - 출발 전: 안전 여행 기본 체크, 주의 사항 확인 - 여행 중: 방역 지침, 증상 확인, 차량 소독, 숙소 방역 지침 준수 - 도착 후: 보험청구 지원, 환불 처리 지원, 만족도 조사 및 불편 접수

자료: 하나투어 홈페이지(<https://m.hanatour.com/els/etc/CHPC0ETC0020M100>)

[참고 6] JTB 글로벌 위기 관리 서비스

- JTB는 국내외 여행의 위기 관리를 지원하는 B2B2C 서비스를 운영하고 있음
- 단 관광 여행보다는 건설업이나 서비스업 등 비즈니스 업무상 해외 체류 지원을 위한 서비스임
- 여행사의 노하우 및 네트워크를 활용하여 관광 여행의 현지 트러블 대응 지원을 검토할 수 있을 것임

구분	주요 내용
서비스 특성	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 여행을 지원하는 BtoBtoC 서비스 - 금융업계, 보험업계, 여행업계를 중심으로 고객 기업과 계약하고, 그 계약처 기업의 고객에게 국내/해외 여행의 컨설팅이나 여행에 관한 다양한 정보 제공, 여행 중 트러블 해결이나 현지에서의 쾌적한 여행을 위한 지원 서비스를 제공 • 24시간 365일 콜센터 운영, 해외 56곳의 지점에서 총 300명 스태프 대응
주요 대응	<ul style="list-style-type: none"> • 해외의 위험 요소를 상정하고 예방에 중점을 둔 위기 관리 서비스 제공(감염병, 테러 및 무력 분쟁, 노동 쟁의, 물류 차단, 시스템 위기 등) • 긴급 시 귀국 서포트, 트러블 대응 지원(의료 상담, 범죄 피해, 분실 상담 등)
서비스 내용	

자료: JTB글로벌아시스턴스(2020), JTB글로벌危機管理서비스

라. K-컬처 경험 확산 전략

1) K-관광 현지 투어 상품 확대

- 일본인의 방한 여행에서 'K-컬처'는 주요 동기가 되고 있으나, 실질적인 여행 활동은 음식과 쇼핑에 집중되고 있어서, 다양한 상품 조성이 필요함
- 지방 투어의 경우 FIT 여행에 어려움이 있으므로, 현지 투어 상품을 통해 접근성을 완화하는 전략이 유효함
- 일본의 대형 여행사 JTB의 한국 현지 옵션 투어 프로그램을 살펴보면, 문화 유산 투어, 음식 투어, 드라마 로케지 투어, K-뷰티 투어, 마을 산책 등으로 구성됨
 - 67개 옵션 투어 중 대부분이 서울 상품이며, 그 외 인천, 부산, 대구 등 대도시 상품이 존재하나, 로케지 투어나 마을 산책을 제외하면 지역적 특색이 부족함²⁷⁾
 - 공연은 난타 상품만 있으며, 한복 체험 이외의 액티비티도 부족함
- K-관광 현지 투어 상품을 확대하여 다양한 경험 및 소비 지출을 유도할 필요가 있음
 - 현지 투어 상품(로컬 푸드 및 액티비티)은 국내 여행의 트렌드를 반영하여 구성함으로써, 실시간 매력적인 여행 상품으로 방한 여행을 유도할 필요가 있음

[그림 6-3] JTB 여행사의 한국 옵션 투어 프로그램

서울 K-뷰티 옵션 투어	동해 파워 스프-게 정식 투어	제주 드라마 로케지 옵션 투어
 <p>코스메시컬의ソウル街歩き K-Beautyツアー 殺土産品 購入特典付き</p>	 <p>ハウスボット海東観音寺観光★絶品【スワイガ二定食】付き！</p>	 <p>K-ドラマ・MVロケ地巡り ～美しい里らの記録を辿って～ (漢州を背景にしたヒューマンドラマゆかりの地)～</p>
인천 K-Pop 콘서트	부산 감천문화마을 산책	사랑의 불시착 로케지 투어
 <p>The 34th INK INCHEON K-POP CONCERT</p>	 <p>甘川文化村散策</p>	 <p>ロケ地ツアー「北朝鮮に不時着してから始まったラブストーリー」 (ソウル市内+地方)</p>

자료: JTB 여행사 홈페이지(2023.8.22. 검색)

27) 한국 하나투어의 일본 현지 투어 상품은 주요 도시별로 세분화되어 있으며, 티켓이나 유심 등을 포함하면 400건이 넘는 상품이 제시되어 있고 현지 투어 상품만 64건이 제시되어 있음

2) K-관광 경험 확산을 위한 상품 확대

- 한국도 대도시 중심 여행지 이미지에서 벗어나 다각적 이미지로 전환이 필요함
 - 한국인의 일본 여행이 지방으로 확산된 데에는 소도시 여행과 함께, 알펜루트와 같은 각 지역의 독특한 자연 경관이 중요한 계기가 되었음
- 연구진 조사 결과, 일본인이 선호하는 여행 활동 중 ‘마을 산책’이 가장 많이 나타나고 있는데, 특색있는 소도시 여행 프로그램을 확대할 필요가 있음
- 코로나 팬데믹을 거치면서 일본인의 여행에서도 자연 지향, 혼잡 회피 트렌드가 명확히 나타나고 있으므로, 방한 여행에서도 자연 지향 상품의 발굴이 필요함
- 일본인이 한국 지방 여행 시 하고 싶은 활동 중 ‘자연 치유’, ‘트레킹’, ‘캠핑/글램핑’, ‘농촌 체험’, ‘해수욕장’, ‘갯벌 체험’ 등 지향 응답도 상당 부분 존재함
- 문체부의 주요 사업으로 추진 중인 ‘거점 관광 도시 사업’이나 ‘가고 싶은 K-관광 섬’ 등을 포함한 일본인 대상 상품 조성이 필요함
- 환경부, 해수부, 농림부 등과 부처 간 협업을 통해서 자연 지향 여행 프로그램의 인바운드 전환을 추진해 갈 필요가 있음
 - 국립 공원 공간의 자연 휴양림의 숙박 시설이나 야영장 등을 활용한 관광 상품 발굴
 - 해수부의 어촌 마을 및 농림부의 농촌 체험 프로그램의 인바운드 전환 추진

〈표 6-1〉 일본인이 한국 지방 여행 시 하고 싶은 활동

(단위: %)

구분	응답률	구분	응답률
마을 산책	61.6	등산/낚시/골프	11.7
로컬 맛집 탐방	47.3	지역 축제 참여	11.0
역사 유적지 방문	45.2	트레킹	9.6
온천/스파/마사지	37.0	캠핑/글램핑	9.3
한식 만들기/한복 체험	33.5	농촌 체험	8.2
박물관/미술관 방문	29.5	해수욕장	7.8
K-드라마/영화 촬영지 방문	28.5	갯벌 체험	7.1
사찰 방문	26.3	수상 레포츠(서핑/카약 등)	6.4
한류 스타 소속사 방문/K-Pop 콘서트 참가	22.1	자전거	6.0
전통 시장 방문	21.4	스키/보드	2.8
자연 치유(숲 체험)	15.3	쇼핑	.4
한류 교육 체험(K-Pop 댄스/한글 교실)	13.9	카지노	.4

주: 연구진 조사 결과

2. 일본인 시장 수요 대응 과제

가. 방한 여행 시장 확대 전략

① 방한 핵심 시장의 충성도 유지 관리

- 일본인 방한 관광은 성별로는 여성, 연령대로는 20대에 집중되어 있는데, 이들 시장은 방한의 핵심 시장으로 지속적인 유지 관리 정책이 필요함
 - 2023년 일본인 방한 관광 시장의 회복은 여성 및 20대를 중심으로 진행되고 있으므로, 방한 여행의 재방문을 위한 적극적인 유지 관리가 필요함
- 한국 문화 경험률은 20대 이하 여성 및 50대 이상 여성에서 ‘거의 매일’ 이용하는 비율이 높게 나타남
 - 이러한 한류 관심도가 한국 여행에 영향을 미치고 있다는 점에서, 한류 팬에 대한 적극적인 홍보 마케팅적 관리가 요구됨
- 한류 팬이 구독하는 한국관광공사나 한국 문화원의 뉴스레터/SNS 등을 통해, 적극적인 홍보 마케팅을 지속할 필요가 있음

〈표 6-2〉 일본인 잠재 방한 관광객의 한국 문화 경험률 및 방문 의향

(단위: %)

구분	한국 동영상/음악 콘텐츠 이용 경험		한국 호감도에 미치는 영향	한국 방문 의향에 미치는 영향	
	경험률	거의 매일			
일본인 전체	89.6	15.6	67.6	84.1	
남성	전체	87.7	7.3	65.1	81.3
	15-19	93.6	8.8	87.3	88.2
	20대	87.1	8.1	77.0	87.4
	30대	86.0	7.1	60.3	80.9
	40대	85.6	5.6	64.4	83.8
	50대	56.1	4.7	54.4	79.9
	60대 이상	91.7	11.1	50.5	64.6
여성	전체	95.4	23.5	70.0	86.8
	15-19	92.4	26.9	79.8	87.5
	20대	92.2	25.5	77.2	94.5
	30대	92.2	14.4	70.6	86.9
	40대	91.5	21.4	64.7	85.5
	50대	89.7	26.1	61.8	80.9
	60대 이상	88.0	30.5	70.5	86.3

주: 한국관광공사(2023), 2022 잠재 방한 여행객 조사.

② 방한 관광 시장 '전략 시장' 설정을 통한 외연 확대

- 한편, 20대 및 여성에 편중되어 있는 방한 관광 시장의 외연을 확대하기 위하여, 세부 전략 시장을 적극 육성할 필요가 있음
- 연구진 조사 결과에 따르면, 설문지 응답자의 경우 향후 방한 여행에서 '가족' 여행을 선호하는 비율이 높게 나타난 만큼, 생애주기별 접근이 요구됨
 - 일본 JTBF의 조사 결과에서도 생애주기별로 방한 여행은 '부부/커플 여행'의 비중이 상대적으로 낮게 나타났음
 - 가족여행의 경우, 부부 동반, 영유아 동반 여행, 아동이나 청소년 동반, 성인 자녀 동반, 3대 여행 등 다양한 구성원으로 구성되므로, 향후 가족여행 세부시장에 대한 면밀한 검토가 필요함
 - 혼행의 경우도 1인 여행을 위한 수용태세 정비 등이 요구됨
- 방한 여행 결정에 영향을 주는 환경 요인도 연령대에 따라 차이를 보이고 있음에 따라, 맞춤형 시장 홍보 마케팅 전략을 추진할 필요가 있음
 - 20대 이하 청년층의 경우 한류와 문화 교류의 역할이 중요함
 - 3040은 경제적 영향이 큼에 따라 가성비 여행 상품 발굴이 특히 중요함
 - 60대 이상은 환경 요인에 비교적 영향을 덜 받는 세대로 나타남
- 지방 방문 의향은 전반적으로 높은 가운데, 지역 방문 활동은 다각적으로 나타나므로, 여행 콘텐츠의 다각화를 적극 추진할 필요가 있음
 - 3040은 지방 방문에 있어서 교통 편의성 및 로컬 음식의 중요성이 크게 나타남
 - 2030은 숙박 시설 및 레저의 중요성을 상대적으로 높게 평가하고 있음
 - 지역 방문 희망 활동은 연령대 내에서도 다양하게 나타났는데, 특히 재방문객 및 40대에서 선호하는 활동이 다양하게 응답되었음
- 한일 관광 교류 정책 수요에 있어서도 성별 및 연령별로 다양하게 나타났음
 - 출입국 편의는 '남성' 및 30대에서 필요성이 높게 평가됨
 - 지방 ICC 항공 노선 확대는 20대 이하에서 응답이 높았음
 - 여행 정보/여행 상품 확대 및 관광 친절 캠페인은 30대에서 응답이 높았음
- 향후 연령대뿐 아니라 생애 주기와 테마별 시장을 세분화하여, 시장 세분화 대응

전략을 수립할 필요가 있음

- [참고 기] 사례에서 보이듯, 일본 관광청은 JNTO와 함께 2023-2025 관광 마케팅 전략을 추진하면서, 시장별 세부 시장을 선정하여 마케팅 전략을 수립한 바 있음
 - 한국 시장의 경우 3그룹이 메인 시장으로 설정되어 있는데, 40대 이상 부부/가족 여행, 20대 및 30대 부부/가족 여행, 20대 및 30대 여성의 친구 여행 등임
 - 시장별 전략과 별도로 테마별 전략으로 ‘고부가 가치 여행 상품’, ‘어드벤처 투어리즘’, ‘MICE 산업’ 전략을 수립하여 추진하고 있음

〈표 6-3〉 세부 시장 대응 추진 과제

	연구진 조사 결과	추진 과제
동반자 유형	<ul style="list-style-type: none"> • 재방문 희망 동반객으로 ‘가족’(53.3%) - 가족 중 배우자(73.2%) 비율 높음 - 친구 34.1%, 혼자 23.4%도 높은 편임 	<ul style="list-style-type: none"> • 가족 여행/부부 여행 매력 강화 - 생애주기/연령대별 접근으로 다양한 가족 구성원의 수요 충족 노력 필요 • 지방에서의 ‘혼행’의 매력을 확대할 수 있도록 수용 태세 정비 필요
투어 유형	<ul style="list-style-type: none"> • 자유 여행 69.6%, 현지 투어 14.2%, 에어텔 11.8% 	<ul style="list-style-type: none"> • 방문하기 어려운 지역을 대상으로 하는 ‘현지 투어 상품’ 적극 발굴
여행 영향 환경 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 재방문객/20대: 한류/문화 교류 중요 • 전반적/특히 3040: 경제 영향 중요 • 60대 경제적 이슈 영향 낮음 • 안전 이슈 부정적 영향 	<ul style="list-style-type: none"> • 경제적 요인 영향: 가성비/가심비 여행 상품 발굴 및 인식 제고 • 재방문 진흥 위한 한류/문화 교류 활성화
한국 방문 우려 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 여행 경비 증가/치안 및 안전 위협 우려 - 20대 여행 정보 취득 어려움 / 대중교통 이용 어려움 / 의사소통 불편 UP 	<ul style="list-style-type: none"> • 가성비 상품 발굴 및 인식 제고 • 안전 인식 제고/ 트러블 대응 지원
지방 방문 의향	<ul style="list-style-type: none"> • 수도권 외 지방 방문 의향 91.9% - 짧은 일정이 주요 장벽(60.0%) • ‘식도락/역사 문화/쇼핑 여행/자연 감상’ - 마을 산책/로컬 맛집 탐방/역사 유적 방문 	<ul style="list-style-type: none"> • 체류 일정 증가 홍보 마케팅 필요 • 마을 산책 및 로컬 맛집 투어 여행 • 세계 유산을 비롯한 역사 유적 여행 • 재방문객/40대 희망 활동 다양함
지방 방문 시 중요 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 음식/교통/숙박 시설 특히 중요 - 30/40대: 교통/음식 특히 중요 - 20/30대: 숙박 시설/레저 특히 중요 - 재방문: 숙박 시설/음식/관광 자원 중요 	<ul style="list-style-type: none"> • 지방의 관광 수용 태세 개선 - 교통 편의성 확보(항공/광역/지역 내) - 숙박 시설 확충(수요 부응) - 음식/관광 자원 매력 향상
한일 관광 교류 정책 수요	<ul style="list-style-type: none"> • 출입국 편의 증진 정책 가장 중요 • 지방 LCC 항공 노선 확대 / 한일 항공 노선 확대 중요 • 고행자 여행/가족 여행 편의 증진 필요 • 민간 교류가 정부 간 교류보다 중요 • 관광 산업 협력/지역 관광 활동가 교류/한일 문화 예술 교류 등 교류 심화 중요 	<ul style="list-style-type: none"> • 출입국 편의 지속적으로 제고 • 지방 항공 노선 개선 지속 추진 • 고행자/가족 여행 인프라/상품 발굴 • 민간 교류 심화 지속 추진

주: 연구진 설문 조사를 기반으로 작성

[참고 7] JNTO의 방한 세부 시장 분석 사례

- 일본 관광청과 JNTO의 「방일 마케팅 전략: 2023-2025」에서는 시장별 마케팅 전략, 시장 횡단 마케팅 전략, MICE 마케팅 전략을 제시
 - 시장별 마케팅 전략에서는 국가/지역별로 중점 타킷을 선정하고 타킷별로 유치 촉진 방침을 설정함
 - 시장 횡단 마케팅 전략에서는 고부가 가치 여행, 어드벤처 투어리즘, 오사카간사이 만국 박람회 등 활성화 를 위한 마케팅 전략을 수립함
- 한국 시장의 목표 세부 시장을 3유형으로 구분하여 각각의 마케팅 전략을 수립함

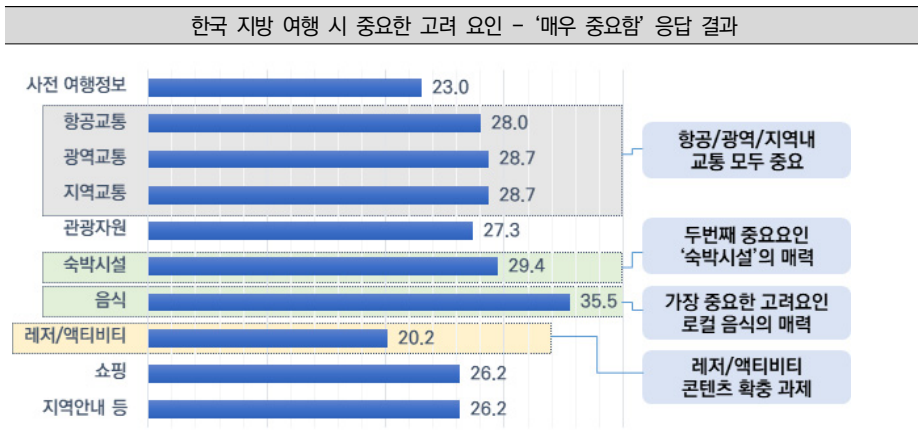
구분	JNTO 한국 시장 마케팅 전략(2023-2025) 사례	
전체 방침	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 여행객 대부분이 방일 여행 경험자인 성숙 시장 • 재방문 소비 단가 향상과 지방 방문을 촉진하기 위해, 특히 온천, 리조트 등 고단가 콘텐츠나 로컬 푸드를 시작으로 일본 각지의 콘텐츠 등을 프로모션함 • 20~30대는 친구 여행이 많고, 20대 이상은 '부부/파트너' 또는 '가족/친척' 여행이 많음을 고려하여, 각각에 소구력 있는 콘텐츠를 SNS 등 연령층에 따라 친화성 높은 매체로 발신함 • 지방 방문 강화를 지향하여, 일본의 지방 공항을 연결하는 항공 노선을 지닌 항공 회사 등과 공동 광고를 실시함 	
A 유형	특성	• 방일 경험 2회 이상, 40대 이상 부부/파트너, 가족/친척
	주요 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 음식/술: 로컬 푸드, 전통주 참고 방문 • 스파/온천/요가: 온천/탕치, 전통적인 숙박 시설 • 자연: 예코 투어
	유의 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 여행사 통한 예약률이 높으므로, 여행사 공동 광고 프로모션 효과적 • 대부분의 콘텐츠에서 지방 방문 희망율이 높으므로, 지방 분산 촉진 중점 시장
	BtoB	• 여행 회사 초청 → 여행 박람회/상담회 → 세미나 네트워킹 이벤트 등
	BtoC	• 공동 광고 → 광고 → 인플루언서 초청 → 미디어 초청 → 인터넷(웹/SNS)
B 유형	특성	• 방일 경험 2회 이상, 20-30대 부부/파트너, 가족/친척
	주요 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 음식/술: 로컬 푸드, 미술형 레스토랑 • 리조트: 테마파크, 비치 리조트, 윈터 리조트 • 스파/온천/요가: 온천/탕치, 전통적인 숙박 시설
	유의 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 고품질 콘텐츠, 특히 음식에 관심이 많으므로 소비 단가 향상 메인 타킷 • 재방문을 향상을 위해 일본에 대해 우호적인 감성을 양성하는 BtoC 전략을 실시
	BtoB	• 여행 회사 초청 → 여행 박람회/상담회 → 세미나 네트워킹 이벤트 등
	BtoC	• 인터넷(웹/SNS) → 광고 → 공동 광고 → 인플루언서 초청 → 미디어 초청
C 유형	특성	• 방한 경험 2회 이상, 20-30 여성, 친구 여행
	주요 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 음식/술: 로컬 푸드, 카페 • 거리/유명 건축: 풍경, 미술관/현대 아트 • 쇼핑: 마켓, 일용품
	유의 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 재방문은 지방 방문 희망이 높으므로, 선호하는 콘텐츠와 지방을 연결하여 PR하는 것이 효과적 • 저가 여행을 선호하는 경향이 있으므로, 여행 경험 단계에서 공동 광고 등을 통해 일본=Cost Performance 높은 여행지라는 인식 심화 필요
	BtoB	• 여행 회사 초청 → 여행 박람회/상담회 → 세미나 네트워킹 이벤트 등
	BtoC	• 인터넷(웹/SNS) → 광고 → 공동 광고 → 인플루언서 초청 → 미디어 초청

자료: 観光庁・JNTO(2023), 訪日マーケティング戦略.

나. 지방 여행 확산 집중 전략

- 일본인 방한 여행객의 지방 여행을 확산시키기 위해서는 여행 사슬의 측면에서 ‘정보-교통-자원-숙박-음식-레저-쇼핑-수용 태세’의 전반적인 개선이 필요함
- 연구진 설문 조사에 따르면, 일본인이 한국 지방을 여행할 때 가장 중요하게 생각하는 요인은 압도적으로 ‘음식’으로 나타나서, 로컬 음식의 중요성이 확인됨
 - ‘매우 중요하다’는 응답 중 두 번째로 많았던 것은 ‘숙박 시설’로, 지방의 매력적인 숙박 시설의 정비가 중요함을 알 수 있음
 - 교통은 ‘항공 교통/광역 교통/지역 교통’ 모두 매우 중요한 것으로 인식됨
 - ‘레저/액티비티’는 상대적으로 응답률이 낮았는데, 이는 상품 및 인지도 부족에서 기인한 것으로 향후 콘텐츠의 확충이 필요함을 시사함

[그림 6-4] 일본인의 한국 지방 여행 시 고려 요인-① 대분류



자료: 연구진 설문 조사 결과

- 지방 여행 시 고려 요인을 세분류로 살펴보면, 가장 중요한 요인은 ‘숙박 시설 및 음식점의 청결성’이었으며, 이어서 ‘치안/병원 등 안전 지원’이 뒤를 이었음
 - 위생은 여행의 기본적인 사항이므로 서비스 준수 여부에 대한 관리·감독을 철저히 할 필요가 있음
 - 안전 지원의 중요성은 설문 조사에서도 다시 확인된 만큼, 민간 부문의 대응 및 관광 안내 센터의 기능 강화 등을 위한 정책을 적극적으로 추진할 필요가 있음

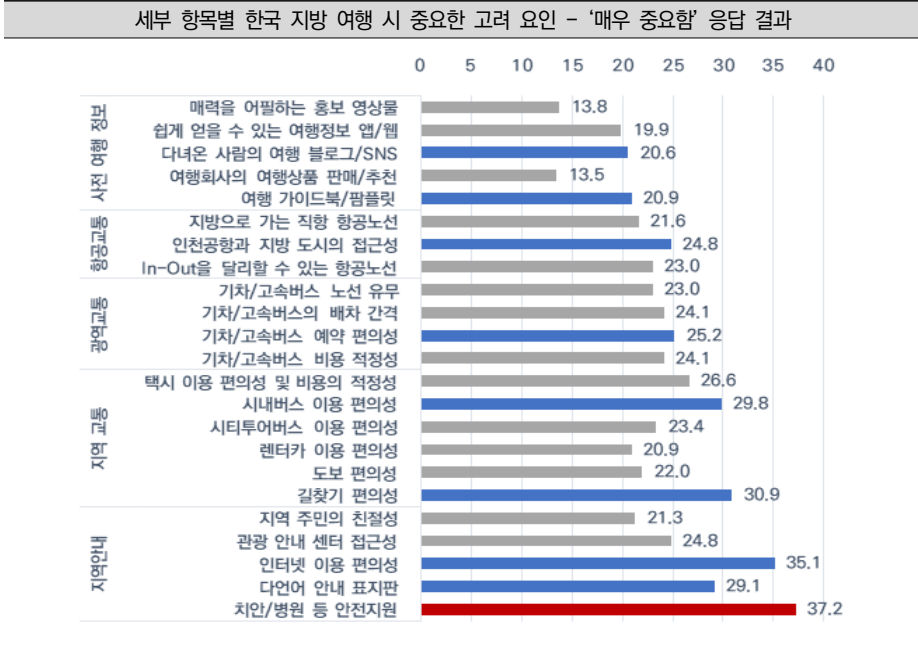
- 「여행 정보」 중에서는 ‘다녀온 사람의 여행 블로그/SNS’와 ‘여행 가이드북/팸플릿’의 중요성이 높게 나타남
 - 홍보 마케팅 추진 시 온라인 마케팅과 함께 오프라인 마케팅을 병행할 필요가 있음을 보여주는 결과로, 특히 한국 여행 가이드북/팸플릿에서 다양한 지역 및 새로운 트렌드(한 달 살기 등)를 반영하도록 유도할 필요가 있음
- 항공 교통의 경우, 인천공항과 지방 도시의 접근성, 인아웃을 달리할 수 있는 항공 노선, 지방으로 가는 직항 항공 노선 모두 중요하다는 응답이 많았음
 - 인천공항과 지방 도시의 접근성은 가장 중요한 요인으로 꼽혔는데, 수도권과 지방을 동시에 여행하기 원하는 수요가 반영된 것으로 해석됨
 - 재방문객의 경우, 인천공항 접근성보다는, 직항 항공 노선과 인-아웃 다른 항공 노선을 보다 중요하게 고려하였음
 - 응답자 거주 권역별로 살펴보면, 지방 직항 항공 노선의 경우 규슈권에서, 인-아웃을 달리하는 항공 노선은 긴키권에서 중요하다는 응답이 많았음
- 광역 교통의 경우도 노선 유무, 배차 간격, 예약 편의성, 비용 적정성 모두 중요한 고려 요인으로 꼽혔는데, 특히 예약 편의성에 대한 응답이 높았음
 - 최근 KTX 및 고속버스의 외국인 앱 결제가 가능하도록 개선되고 있는데, 예약 방법에 대한 적극적인 홍보가 필요함
 - 예약 시 발생하는 소소한 불편 사항에 대한 개선이 필요한데, 일례로 고속버스는 예매한 승차권 발행 시 예매에 사용한 카드를 지참해야 하는 불편함이 있음
 - 특히 20대에서 광역 교통의 중요성에 대한 응답이 전반적으로 높았는데, 예약 방법에 대한 홍보 마케팅을 강화하거나, 20대 대상 광역 교통을 활용한 상품 조성 등도 유용할 것으로 판단됨
- 지역 교통의 경우 길 찾기 편의성 및 시내버스 이용 편의성이 중요한 고려 요인으로 꼽혔는데, 길 찾기의 경우 도보 루트 검색의 어려움이 주요 장애 요인이 되고 있음
 - 구글 지도의 경우 대중교통 정보는 제공되나, 자동차(택시) 및 도보, 자전거 등의 정보는 제공되지 않는 경우가 많으며, 네이버 지도의 경우 일본어가 지원되고 있으나, 지명 등 검색의 어려움으로 애로가 존재함
 - 시내버스의 경우 버스 정류소 및 정류장 안내 등의 다언어 제공이 미흡하여 외

국인 여행객이 이용하는데 어려움이 존재함

- 향후 지역 교통의 편의성 제고를 위해, 정류소 및 시내버스 안내의 다언어 시스템 도입을 적극 추진할 필요가 있음

[그림 6-5] 일본인의 한국 지방 여행 시 중요한 고려 요인-② 세분류(1)

(단위: %)



자료: 연구진 설문 조사 결과

[참고 8] 일본의 지역 교통 다언어 시스템 정비

- 일본 정부는 2020 도쿄 올림픽을 계기로 지역 2차 교통의 다언어 지원 사업을 지속적으로 추진해 옴
- 버스 정류장은 외국인인 알기 어려운 지명보다는 알파벳과 숫자의 조합을 병행하여 표기함
- 버스 내에서는 다언어 승하차 안내 표지판을 설치하여, 영어, 중국어(간체/번체), 한국어 안내를 제공함

일본 지역 버스 정류장 넘버링 및 승하차 다언어 안내 사례

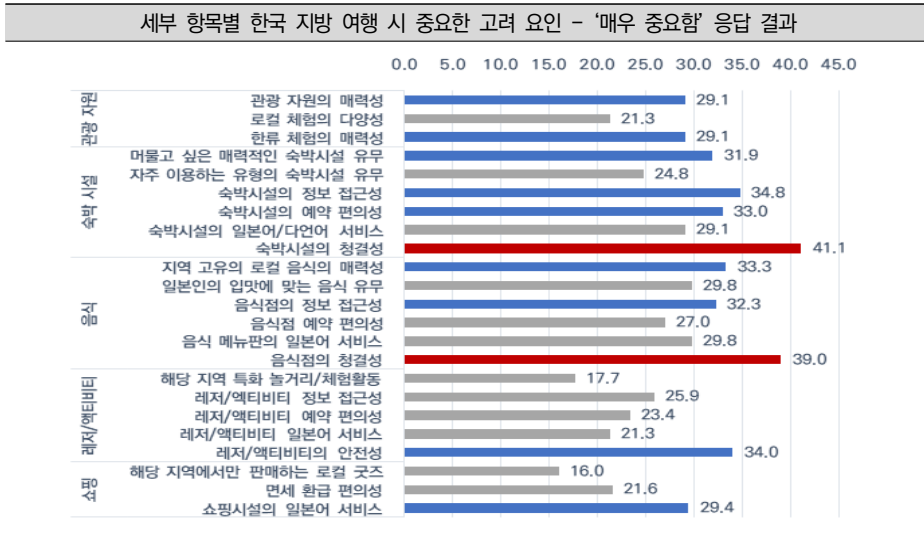


자료: 観光庁(2012), 言語バリアフリー施策取組み好事例集; 한국문화관광연구원(2022), 23-27 관광진흥기본계획 수립 연구, 문화체육관광부에서 재인용.

- 관광 자원의 경우 한류 체험이 중요하게 꼽히고 있는데, 최근 일본 여행사에서 소개되는 지방 여행 상품은 한류 드라마 등 촬영지를 대상으로 하는 경우가 많음
 - 한류를 중심으로 다양한 지역 관광 자원의 매력을 연계하고 어필할 필요가 있음
- 숙박 시설은 ‘청결성’, ‘정보 접근성과 예약 편의성’, ‘매력적인 숙박 시설의 존재’가 중요한 고려 요인으로 응답됨
 - ‘매력적인 숙박 시설은’ 지역 여행의 주요 유인 요인이 되기도 하므로, 지방에서 인바운드 대응이 가능한 매력적인 숙박 시설이 적극 발굴될 필요가 있음
- 음식의 경우도 ‘청결성’과 함께 ‘로컬 음식의 매력성’과 ‘정보 접근성’이 중요하게 지적됨
 - 로컬 음식 자체의 매력과 함께 음식점의 공간적인 매력을 강화할 필요가 있으며, 글로벌 유통이 가능하도록 디지털 전환을 함께 추진할 필요가 있음
- 쇼핑의 경우는 ‘일본어/다언어 서비스’가 가장 중요하게 지적된다는 점에서 적극적인 다언어 환경 구축 노력이 요구됨

[그림 6-6] 일본인의 한국 지방 여행 시 중요한 고려 요인-② 세분류(2)

(단위: %)



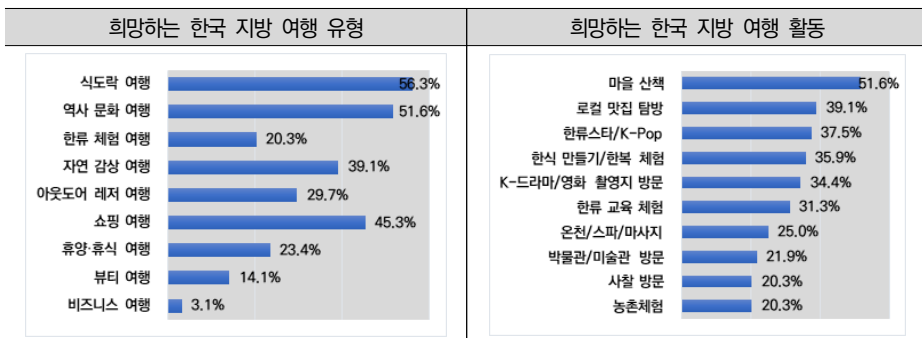
자료: 연구진 설문 조사 결과.

다. 3대 시장 육성 전략

1) Z세대 방한 여행 경험 확대 전략

- 일본 아웃바운드의 중점 시장으로 Z세대, 청소년, 고령층의 방한 여행 진흥을 위한 전략은 다음과 같음. 우선 Z세대는 현재 방한 여행의 핵심 시장으로 방한 여행 경험을 확대하기 위한 전략을 적극 추진할 필요가 있음
- 청년층의 지역 여행을 장려하기 위한 상품 조성 및 마케팅을 강화할 필요가 있음
 - KTX 기차 여행 및 도보 여행 등 청년층 대상 지역 관광 상품을 조성하고, 청년층의 세계관 및 가치관을 반영한 홍보 마케팅 전략을 추진할 필요가 있음
- 연구진 설문 조사에서 20대 이하 일본인이 희망하는 한국의 지방 여행은 식도락 및 역사 문화 여행 응답이 많았음
 - 자연 감상 여행(39.1%), 아웃도어 레저 여행(29.7%)은 한류 체험 여행(20.3%) 보다 응답률이 높아서, K-관광의 영역을 자연으로 확대할 필요가 있음
- Z세대의 교류는 소비자 측면의 여행 교류를 넘어서 공급자 측면인 관광 담당자로서의 교류도 함께 진행함으로써, 보다 심화할 필요가 있음
 - 한일 양국에서는 지역 활성화의 주요 담당자로 청년층에 대한 기대가 고양되고 있으며, 이에 다양한 청년 기업이 관광 영역에서 활동하고 있음
 - 청년 관광 벤처 기업 간의 교류나 청년 마을의 교류, DMO 교류 등 프로그램 도입하여, 청년층의 관광 교류를 한층 심화하는 방안을 검토할 필요가 있음

[그림 6-7] 일본인(18-29세) 희망 방한 지방 여행



자료: 연구진 설문 조사 결과. 중복응답.

2) 청소년 수학여행 진흥

- 일본 청소년의 방한 수학여행을 다시 진흥하기 위해서는 ① 안전 여행 지원 정책 확대 및 ② 수학여행 프로그램의 질적 개선이 필요함
- 한국행 수학여행이 중단된 데에는 한일 관계의 악화에 따른 학부모의 불안감 고조와 더불어, 세월호 사고의 여파가 컸음
 - 한국에서는 그 이후 수학여행의 안전을 확보하기 위한 다양한 제도적 장치가 마련되었으나, 해외에는 이러한 정책적 노력이 잘 알려지지 않고 있음
- 현재 한국 지자체가 운영하는 안심 수학여행 서비스 등 주요 정책을 해외 인바운드용으로 확대하여 일본인 수학여행 시에도 동일한 서비스를 제공해 주는 등 안전 확보를 위한 정책 지원이 요구됨
 - 병원 동행 지원이나 음식 알레르기 대응 등 신규 지원 정책도 도입 가능함
 - 국적에 따른 비자 발급 등 출입국 편의를 제고하는 방안도 검토가 필요함
- 일본인의 한국 수학여행이 중단된 지난 10여 년간 양국의 수학여행 문화도 크게 변화하고 있으므로, 이에 발맞춘 프로그램의 발굴도 요구됨
 - 일본의 수학여행도 소규모 및 테마형 프로그램으로 전환되고 있으므로, 글로벌 어젠다를 포함한 프로그램의 다양화가 필요함
 - 한국에서 진행되고 있는 소규모 테마형 교육 여행 프로그램을 인바운드용으로 전환하여 트렌드에 발맞춰 프로그램을 발굴할 수 있음
- 또한, 일본 청소년에게 인기 있는 K-컬처 프로그램을 도입하거나, 국제 사회의 공통된 의제인 지속 가능한 관광 관련 프로그램을 도입할 수 있음
 - K-Pop 댄스 체험, 스포츠 교류, 언어 교환, 자연 생태, 농촌 체험, 친환경 관광 탐방 등 다양한 프로그램의 개발이 필요함
 - 매력적인 프로그램을 제안함으로써, 한국 교육 여행의 단가를 증가시키고, 교육 여행의 만족도를 높일 필요가 있음
- 일본 청소년 수학여행 진흥을 위해서는 다양한 관계자 간 협력이 요구됨
 - 교육청 및 학교에서는 정치적 상황과 별도로 수학여행 교류가 지속될 수 있도록 학교 간 교류 협력을 추진할 필요가 있음

- 관광 부문에서는 '인바운드 수학여행 전문 여행사'를 육성하고, '소규모 테마형 여행 상품'을 적극 조성할 필요가 있음

- 청소년 수학여행 프로그램을 통해 양국의 공통 의제인 역사 인식 및 이해를 도모하는 것 역시 중요함

[참고 9] 한국의 안심 수학여행 서비스 및 테마형 교육 여행 프로그램

- 한국의 '소규모 테마형 교육 여행 프로그램'의 인바운드 프로그램으로 전환 필요
- 한국의 지자체가 운영하는 안심 수학여행 서비스를 인바운드 대응으로 확대하는 방안 검토 필요

한국 지자체의 안심 수학여행 서비스 주요 내용	
제주도	<ul style="list-style-type: none"> • 수학여행단이 이용하는 숙박 시설, 음식점, 체험 시설에 대한 안전 점검 • 전세 버스 운전자 대상 교통 안전 교육 실시
경주시	<ul style="list-style-type: none"> • 수학여행단이 이용하는 숙박 시설(시설, 소방) 및 음식점에 대한 안전 점검 - 수학여행 50일 이전 신청
강화군	<ul style="list-style-type: none"> • 수학여행단이 이용하는 관광지, 숙박(민박) 시설에 대한 안전 점검 결과 통지 - 30일 이전 신청
전라북도	<ul style="list-style-type: none"> • 전라북도 투어 매니저 지원, 공연 및 레크리에이션 자원, 수학여행 콜센터 운영, 문화 해설사 최우선 지원, 전라북도 수학여행 앱
순천시	<ul style="list-style-type: none"> • 수학여행 등 단체 숙박객 숙박 시설 이용 시 합동 점검 확인서를 원스톱으로 제공 - 위생 관리, 전기 안전, 가스 안전, 소방 점검 등

한국의 소규모 테마형 교육 여행 프로그램 사례


자료: 부산광역시교육청 모두의 체험 학습 홈페이지(<https://home.pen.go.kr>); 소규모 테마형 교육 여행 지원 센터 홈페이지(<https://gogo.sen.go.kr>); 조아라(2023), Z세대 여행을 통해 본 한일 미래 세대 교류 의의와 활성화 방안, 한국관광공사, 한일 수학여행 50주는 심포지엄 자료집에서 재인용.

3) 시니어 여행 진흥 - 접근 가능한 관광 추진

- 일본은 2025년 10명 중 3명이 고령자인 명실상부한 초고령 사회이므로, 고령자도 방한 여행의 중요한 시장이 되었음
 - 일본의 고령자는 해외여행 출국률이 10.8%로 정도로 저조하고, 코로나 팬데믹 기간 동안 크게 위축되었으나, 최근 여행에 적극적인 움직임이 감지되고 있음
 - 이는 시간적 및 경제적인 여유와 더불어, 여행에 적극적인 고령자층이 존재하기 때문인데, 특히 60대 여성의 경우 제1차 한류의 적극적 소비층이었다는 점에서 방한 여행의 주요 시장으로 주목됨
- 일본에서는 고령자의 여행을 진흥하기 위하여 유니버설 투어리즘 진흥 정책을 적극 추진하고 있음
 - 관광지에서 고령자가 이동하기 편리하도록 교통 부문의 접근성을 개선하고, 관광 및 숙박 시설의 물리적 및 심리적 접근성을 개선하는 사업임
- 한국도 '열린 관광지 및 열린 관광 도시' 등으로 관광 목적지의 접근성 개선 정책을 추진하고 있으나, 이를 대폭 확대하여 추진할 필요가 있음
- 여행 상품의 측면에서는 일본 고령자의 여행 수요에 맞춘 국내 여행 상품을 적극 개발할 필요가 있음
 - 여유로운 일정 및 풍경, 로컬 음식, 힐링 가능한 쾌적한 숙박 시설, 3세대 여행 프로그램 등 고령자 개별 여행 수요에 맞춘 인바운드 상품 개발이 요구됨

[참고 10] 일본의 유니버설 투어리즘 인바운드 대응 사례

- 일본은 2020 도쿄올림픽을 계기로 접근 가능한 관광 정책을 적극 추진하였는데, 접근 가능한 관광 정보 등도 인바운드를 대상으로 하는 여행사가 여러 개소 존재함

도쿄 접근 가능 관광 가이드	접근 가능한 관광 정보 제공	접근 가능한 관광 여행사
 <p>Popular tourist spots in Tokyo Tokyo Sightseeing Accessibility Guide 2023 ALL 35 courses</p>	 <p>ACCESSIBLEJAPAN ACCESSIBILITY · HOTELS · ATTRACTIONS · TOURS · SEARCH</p> <p>Accessible Japan The latest accessibility information about Japan's tourism services/roads, etc. is here. You can see and know more.</p>	 <p>Japan Accessible Travel Agency All Japan Accessibility Accessible Photo gallery</p> <p>Access all areas We provide accessible public transport, wheelchair accessible public facilities, and wheelchair accessible sightseeing tours. We also provide accessible travel services for people with disabilities in all areas of Japan.</p>

자료: ①www.japan.travel/en/tokyo2020/barrier-free-for-everyone/; ②www.accessible-japan.com; ③ https://www.insidejapantours.com/

제3절 결론

- 한일 양국은 상호 중요한 관광 시장이자 관광 목적지로서, 관광 교류를 통해 상호 이해 증진 및 교류 협력이 확대되어 왔음
 - 1999년 한국인의 방일 여행(약 120만 명)보다 일본인의 방한 여행(약 220만 명)의 규모가 컸으나, 2018년 한국인 방일 여행은 750만 명이었던데 반해, 일본인 방한 여행은 290만 명으로 그 격차가 커지고 있음
 - 한국인의 방일 여행은 2011년 동일본 대지진 이후 빠르게 성장하였으나, 일본인의 방한 여행은 2012년 침체되다 2016년 이후 서서히 증가하였기 때문임
- 최근 국제 관광 재개 이후, 한일 양국의 관광 교류를 빠르게 회복되고 있는 가운데, 양국의 균형 있는 관광 교류의 중요성이 제기되고 있음
- 이 연구는 이러한 배경하에, 한일 관광 교류에 영향을 미치는 요인을 심층적으로 이해하고, 한일 관광 교류의 균형 있는 회복 및 성장을 도모하기 위한 정책 방안을 제언하고자 하였음
- 2장에서는 한일 관광 교류 추진 경위를 살펴보고, 한국인 방일 여행과 일본인 방한 여행 현황을 분석함. 이를 통해 한일 간의 관광 교류에서 규모의 차이뿐 아니라 여행 일정이나 방문 지역 등 내용적 차이도 존재함을 밝힘
- 3장에서는 한일 관광 교류에 영향을 미치는 환경 요인에 대해, 경제적 요인(환율, GDP, 물가 성장률, 유류 할증료, LCC), 정치적 요인(외교 관계), 사회적 요인(고령화, 재난 및 안전사고), 문화적 요인(한류, 쿨재팬)으로 나누어 분석하였음
 - 특히 실증 분석을 통해 GDP, 환율, 재난/안전 요인의 경우 통계적으로 유의함을 밝혔으며, 변화에 따른 수요 변화를 추정하였음
- 4장에서는 일본인 해외여행 시장의 특성을 고찰하고, 일본인 해외여행의 주요 행

태와 방한 여행 행태를 비교 분석하였음. 또한, 청소년 수학여행, Z세대 청년 여행, 시니어 여행 등 세부 시장에 대한 현지 자료를 분석하여 방한 여행의 시사점을 발굴하고자 하였음

- 이를 통해 방한 일본인의 세부 시장 접근 전략에서 20대/여성 등 핵심 시장을 넘어선 생애 주기적 접근의 필요성을 시사점으로 도출하였으며, 방한 여행 활성화를 위해서는 방한 여행 경험을 K-겉치뿐 아니라 마을 산책이나 자연 향유 등 지역 관광 요소를 적극 발굴할 필요가 있음을 제시하였음
- 청년층 해외여행에서 ‘안전 중시’ 및 ‘가치관 중시’ 경향이 있음을 밝혔으며, 청소년 수학여행에서 한국을 대신한 대만의 부상 등을 살펴보고 유치 과제를 살펴 보았음. 일본의 초고령 사회 전환에 따라 해외여행 시장에서 중요한 고령자의 경우, 최근 팬데믹 이후 여행에 적극적인 고령자층이 부상하고 있으며, 이 수요에 적극 대응하기 위해 접근 가능한 관광 정책이 강화될 필요가 있음을 강조하였음
- 5장에서는 방한 경험이 있는 일본인을 대상으로 설문 조사를 실시하고, 방한 경험의 장소적, 내용적 확장을 위해 필요한 의견을 수렴하였음.
 - 향후 지방 여행을 활성화하기 위해서는 로컬 음식의 매력을 갖추는 것이 무엇보다 중요한 요인이 되나, 이와 함께 소도시 역사 문화 중심의 마을 산책이나 자연 풍경 등 지역 관광 요소도 적극 발굴될 필요가 있는 것으로 나타남
 - 또한 지방 여행의 여행 사슬을 완성하기 위해 여행 경비 인상이나 교통 접근성 해소, 숙박 시설 및 관광 자원의 매력 확충 등이 중요함을 제시하였음
- 6장에서는 이러한 분석 결과를 토대로 균형 있는 한일 관광 교류 활성화를 위한 정책적 제언을 제시하였음
 - 7대 전략으로 ‘방한 여행 가성비 확보 전략’, ‘글로벌 민간 교류 확대 전략’, ‘여행 안전 지원 전략’, ‘K-겉치 경험 확산 전략’, ‘방한 여행 시장 확대 전략’, ‘지방 여행 집중 확산 전략’, ‘3대 시장 육성 전략’을 제시하였음
- 향후 한일 양국의 균형 있는 교류 협력으로 양국 간 상호 이해 증진이 한층 깊어지기를 기대함

참고 문헌

- 괌관광청 홈페이지(<https://www.guamvisitorsbureau.com/>).
- 관광지식정보시스템 홈페이지(<https://know.tour.go.kr>).
- 김은지(2016), 「일본의 소비재 글로벌화 전략과 시사점」, 대한무역투자진흥공사.
- 대만관광청 홈페이지(<https://admin.taiwan.net.tw>).
- 말레이시아관광청 홈페이지(<https://www.tourism.gov.my>).
- 문화체육관광부(2022), 「2020년 기준 콘텐츠 산업 조사」.
- 미국관광청 홈페이지(<https://www.trade.gov/national-travel-and-tourism-office>).
- 법무부, 출입자 및 체류 외국인 통계.
- 베트남관광청 홈페이지(<https://vietnamtourism.gov.vn/>)
- 부산광역시교육청 모두의 체험 학습 홈페이지(<https://home.pen.go.kr>).
- 소규모 테마형 교육 여행 지원 센터 홈페이지(<https://gogo.sen.go.kr>).
- 조아라(2015), 「일본 관광 시장 분석」, 한국문화관광연구원.
- 조아라(2023), 「Z세대 여행을 통해 본 한일 미래 세대 교류 의의와 활성화 방안」, 한국관광공사, 한일 수학여행 50주는 심포지엄 자료집.
- 이강욱(2017), 「국제 관광 수요 영향 요인 분석」, 한국문화관광연구원.
- 일본정부관광국(JNTO), 월별·연별 통계 데이터(방일 외국인).
- 중국관광청 홈페이지(<https://www.cnto.com.sg/>).
- 코네스트 홈페이지(www.konest.com).
- 태국관광청 홈페이지(<https://www.tourismthailand.org/home>).
- 통계청(2021), 장래 인구 추계.
- 필리핀관광청 홈페이지(<https://beta.tourism.gov.ph/>).
- 한국공항공사인천국제공항공사, 「항공통계」.
- 한국관광공사(2017), 「숫자로 보는 한국 관광」.
- 한국관광공사(2019, 2023), 「국민의 해외 관광객 주요 목적지」.
- 한국관광공사(2020), 「2019 외래 관광객 조사」.

- 한국관광공사(2023), 「2022 잠재 방한 여행객 조사」.
- 한국문화관광연구원(2022), 「23-27 관광 진흥 기본 계획 수립 연구」, 문화체육관광부.
- 한국문화관광연구원(2023), 「2022 외래 관광객 조사」.
- 한국문화관광연구원(2023), 「온라인 패널을 이용한 국내외 여행 형태 조사 1분기 결과」.
- 한국은행 경제통계시스템 홈페이지(<https://ecos.bok.or.kr>).
- 한국일보(2023. 4. 15.), 한국과 일본의 ‘문화 내셔널리즘’.
- 해외 교육 여행 권유 홈페이지(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/kaigai-kyoikuryoko/index.html>).
- 홍콩관광청 홈페이지(<https://www.discoverhongkong.com/eng/hktb/about.html>).
- ジャランリサーチセンター(2021), 「“Z世代”の価値観とは? 若年層獲得戦略のいま」.
- ニッセイ基礎研究所(2021), 「2021年JC・JK流行語大賞を総括する - 「第4次韓流ブーム」と「推し活」という2つのキーワード」.
- ニッセイ基礎研究所(2023), 「全国旅行支援の利用状況」.
- ゆこゆこ(2022.12.23.), シニアの旅行意欲とスマホ利用実態調査.
- 経済産業省(2021), 「クールジャパン 機構について」.
- 公益財団法人全国修学旅行研究協会(2022), 「令和4年度全国都道府県並びに政令指定都市 修学旅行実施基準概要」.
- 観光立国推進基本計画(2017. 3. 28. 각의 결정).
- 観光庁(2012), 「言語バリアフリー施策取組み好事例集」.
- 観光庁(2019, 2022, 2023), 「訪日外国人消費動向調査」.
- 観光庁(2020), 「宿泊旅行統計調査」.
- 観光庁(2020), 「若者のアウトバウンド推進実行会議 (第二回) 資料」.
- 観光庁(2022), 「海外教育旅行の再開・回復に関する調査業務報告書」.
- 観光庁(2022. 2. 15), 「ツアーセーフティネット」, 「海外旅行に関する意識調査」.
- 観光庁(2023), 「アウトバウンドの本格的な回復に向けた政策パッケージ」.
- 観光庁(2023), 「観光立国推進基本計画」(3. 31. 각의 결정).
- 観光庁(2023. 2. 15.), 「ツアーセーフティネット」, 「海外旅行に関する意識調査」.
- 観光庁, 「若者のアウトバウンドに関する実態調査」.
- 観光庁・JATA(2023), 今こそ海外! 宣言: いつ行こうから今すぐ行こうへ.
- 内閣府(2000-2022), 「外交に関する世論調査」.
- 内閣府(2023), 「高齢社会白書」.

- 法務省(2019), 出入国管理統計.
- 相澤美穂子(2022), 「次世代観光地へ「Z世代」「ミレニアル世代」が求める「経験価値」への対応」, 観光文化 252号.
- 愛媛県(2022), 「愛媛県シニア向けツアーニーズ調査結果報告書」.
- 外務省領事局旅券課(2023), 旅券統計.
- 日本の観光統計データ(<https://statistics.jnto.go.jp/>).
- 日本交通公社(2020, 2022), 旅行年報.
- 全国修学旅行研究協会調査; 観光庁(2022), 「海外教育旅行の再開・回復に関する調査業務報告書」.
- 朝日新聞(2022. 11. 22.), 「クールジャパン機構が崖っぷち・政府肝いりファンド、巨額の累積赤字」.
- 竹内秀一(2019), 「修学旅行の歴史, 運輸と経済」, 79(6), 22-27.
- 総務省(2002), 「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析(2020年度)」.
- 総務省統計局(2020), 人口推計 長期時系列データ (平成12年~令和2年).
- 出入国在留管理局, 出入国管理統計.
- 出入国在留管理庁(2000-2020), 出入国管理統計統計表.
- 出入国在留管理庁, 出入国管理統計.
- EIA(2023. 1. 10.), STEO Between the Lines: Why oil prices will fall in 2023 and 2024, with three factors to watch.
- EU(2022), Transition Pathway for Tourism.
- JNTO, Breaking Down Barriers: Advances in Barrier-Free Technology and Design Make Tokyo 2020 Accessible for Everyone.
- JNTO, 訪日外客数.
- JTB(2023. 1. 27.), 「2023年の旅行動向見通し。国内旅行は対前年108%、海外旅行は2.8倍まで回復」.
- JTB(2022), 「JTB 海外旅行レポート2022」.
- JTB(2023), 「新型コロナウイルス感染症影響下の日本人旅行者の動向 (その23)」.
- JTBグローバルアシスタンス(2020), JTBグローバル危機管理サービス.
- JTB総合研究所(2023), 「新型コロナウイルス感染拡大による、暮らしや心の変化と旅行に関する意識調査」.
- Newsphere(2018. 2. 18.), 「激減した韓国への修学旅行 高校生はなぜ韓国に行かなく

なったのか’,

- SHIBUYA 109 Entertainment(2022. 6. 14.), Z世代の旅行・おでかけに関する意識調査.
- TravelVision(2006. 10. 3.), ‘韓国からの訪日教育旅行、反日で減少も参加規模、訪問地の分散の良い傾向も’
- World Bank(<https://data.worldbank.org>).

ABSTRACT

A Study on Analysing Influence Factors of Tourism Exchange between South Korea and Japan

Ara Cho, Hyunjung Kim

South Korea and Japan represent significant tourism markets and destinations for each other. Tourism exchanges between these two nations have significantly contributed to fostering mutual understanding and cooperation. In 1999, the number of Japanese visitors to South Korea exceeded 2.2 million, surpassing the approximately 1.2 million Koreans traveling to Japan. However, in 2018, Korean visits to Japan surged to 7.5 million, while Japanese visits to South Korea reached only 2.9 million. Consequently, this disparity has been progressively widening.

After the Great East Japan Earthquake in 2011, there was a notable increase in Korean travelers visiting Japan. In contrast, Japanese travel to South Korea stagnated in 2012 and only began to show gradual growth after 2016.

With the recent reopening of international tourism, there has been a rapid recovery in tourism exchanges between South Korea and Japan. In light of this trend, there is a growing emphasis on the significance of achieving a balanced flow of tourism between the two nations. In this context, this study aimed to gain a comprehensive understanding of the factors influencing tourism exchanges between South Korea and Japan and to propose policy measures that facilitate a balanced revitalization and expansion of such exchanges.

Chapter 2 inspects into the evolution of South Korea-Japan tourism exchanges, providing an analysis of the current state of Korean travel to Japan and Japanese travel to South Korea. Through this analysis, chapter 2 uncovers disparities not only

in the scale of tourism exchanges but also differences in terms of content, such as travel itineraries and visiting local areas.

Chapter 3 explores the determinants affecting South Korea-Japan tourism exchange, categorizing the analysis into various factors. These encompass economic factors, which include exchange rates, GDP, inflation rates, fuel surcharges, and Low-Cost Carriers (LCCs); political factors, which reflect diplomatic relations; social factors, which consider the aging society, disasters, and safety incidents; and cultural factors, such as the Korean Wave and Cool Japan phenomenon. Specifically, empirical analysis reveals that GDP, exchange rates, and considerations related to disasters and safety are statistically significant factors. The analysis further estimates the variations in demand corresponding to these changes.

Chapter 4 analyzes the characteristics of the Japanese international travel market, conducting a comparative analysis of the principal trends in Japanese overseas travel and their visits to South Korea. Moreover, this examination aims to provide insights into Korean travel patterns by scrutinizing local data from specific segments, including youth school excursions, Generation Z young adults, and senior travelers.

As a result, it becomes clear that there is a pressing need for a comprehensive life cycle approach extending beyond the core markets, including individuals in their 20s and women. This insight emerges as an implication within the detailed market access strategy for Japanese visitors to South Korea. To encourage travel to South Korea, it is imperative to broaden the visitor experience beyond K-culture and actively explore local tourism elements. These local tourism elements may encompass activities such as village strolls and nature appreciation.

The study reveals that Japanese young adults tend to prioritize on “safety” and “values” when venturing abroad. To address the challenge of attracting Japanese youth travelers, the analysis delved into the phenomenon where Taiwan replaced South Korea as the preferred destination for overseas youth school trips. Additionally, the report highlights the growing importance of the elderly demographic in the international travel market, especially as Japan undergoes the transition to a super-aging society. Recent trends indicate that senior travelers

willing to travel actively are on the rise following the pandemic. The analysis underscores the necessity of reinforcing accessible tourism policies to proactively meet this demand.

Chapter 5 reports on a survey conducted among Japanese individuals who had previously traveled to South Korea. This survey aimed to gather insights and opinions regarding the expansion of location and content options for enhancing the Korean visitor experience. One key finding is that, in order to encourage future travel to South Korea's local areas, the appeal of local cuisine emerges as a pivotal factor. Nevertheless, it becomes evident that there is a need to proactively explore local tourism elements, including nature-oriented scenic attractions and village walking explorations, all centered around the historical and cultural essence of small towns.

Furthermore, to establish a comprehensive framework for local travel, it is recommended that challenges related to rising travel expenditures, improving transportation accessibility, and expanding the appeal of lodging facilities and tourism assets be addressed.

Chapter 6 offers a set of policy recommendations derived from the analysis to foster balanced tourism exchange between South Korea and Japan. These recommendations encompass seven principal strategies: a strategy to create travel value of South Korea; a strategy to expand global private exchanges; a strategy to enhance travel safety; a strategy to promote the experience of K-culture; a strategy to broaden the Korean travel market; a strategy to strengthen the focus on local travel; a strategy to develop three major target markets.

Looking ahead, it is anticipated that mutual understanding between South Korea and Japan will continue to deepen through balanced exchange and cooperation in the field of tourism.

Keywords

South Korean and Japanese, Influence factor of tourism exchanges, Japanese outbound travel, Tourism policy

집필 내역

연구 책임

조아라 한국문화관광연구원 연구위원: 연구 총괄, 제1장, 제2장, 제3장, 제4장, 제5장, 제6장

공동 연구

김현정 한국문화관광연구원 연구원: 제2장, 제3장, 제5장

연구 자문

이강욱 前 한국문화관광연구원 선임연구위원 제2장

한일 관광교류 영향요인 분석 연구

발행인 김세원

발행처 한국문화관광연구원

서울시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880

<http://www.kcti.re.kr>

인쇄일 2023년 11월 17일

발행일 2023년 11월 17일

인쇄인 (사)한국장애인이워크협회 일자리사업장

I S B N 978-89-6035-972-7 93300

DOI <https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2023.e2>

이 연구보고서를 인용하실 때는 다음과 같은 사항을 기재해 주십시오.

조아라·김현정(2023), 한일 관광교류 영향요인 분석 연구, 한국문화관광연구원



한국문화관광연구원

서울특별시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800

팩스 02-2669-9880

www.kcti.re.kr



아래의 DOI 또는 QR코드를 통해
이 보고서를 무료로 다운로드할 수 있습니다.
<https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2023.e2>

