

여행시장 단기 예측조사 리포트

소비자전문 리서치기관인 컨슈머인사이트(www.consumerinsight.co.kr)는 매주 여행계획 보유자를 250명씩 조사해 여행시장의 변화를 단기에측 하는 연구를 2015년 8월부터 계속 실시해오고 있습니다. 지난 33주간 10,876명의 여행 계획자로부터 얻은 인사이트를 4차례에 걸쳐 공개할 계획입니다.

1. 어린이날-어버이날 전후 여행계획
2. 인기 여행지 제주도과 강원도, 그 다음으로 뜨는 곳은?
- 3. 선호하는 해외 여행지 1위는 일본!**
4. 위축되는 해외여행 시장, 떠오르는 큰손은?

문의: 이청준 전무 (02-6004-7621 / leecj@consumerinsight.kr)

3. 선호하는 해외 여행지 1위는 일본

일본 선호도, 공동 2위 중국-유럽의 합보다 높아
20대는 일본-홍콩/마카오, 60대는 중국-유럽 선호
일본-미주는 개별여행, 중국은 패키지과 과반

국내 여행소비자에게 가장 인기 있는 해외여행지는 일본이었고, 그 뒤를 중국과 유럽이 따랐다. 일본은 20대 미혼 여성의 개별여행이 상대적으로 많았고, 중국은 5-60대 남성의 패키지여행, 유럽은 고소득자의 역사/유적 탐방을 위한 패키지여행이 많았다. 1년간의 여행계획을 종합하면 전체 계획자의 70% 이상이 아시아 지역을 목적지로 고려하고 있었다. 아시아 외는 미주, 유럽, 대양주가 각각 10%내외의 선호율을 보였다.

컨슈머인사이트는 작년 8월부터 진행해온 '여행 기획조사'(매주 250명 조사, 누적 표본수 10,876명)의 응답자 중 2015년도 10월부터 2016년 9월까지 총 12개월 기간 중 1박 이상의 해외여행 계획을 갖고 있는 소비자(4,869명)에게 언제, 어디를, 어떤 목적으로 가려는지 등에 대해서 물었다. 먼저 목적지를 보면 이들이 가장 선호하는 해외 여행지는 일본(27%)이었다[표1]. 다음으로는 중국과 유럽이 각각 11%로 공동 2위였다. 이 3개 지역이 전체의 1/2(49%)를 차지하는 핵심 목적지라 할 수 있다.

[표1] 해외여행 계획 행선지

	해외 전체	출발 예정월											
		15년			16년								
		10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월
일본	27	26	25	28	29	34	31	▲ 27	28	25	24	23	23
중국	11	14	11	12	12	11	11	16	11	9	8	8	▽ 10
유럽	11	10	12	10	8	7	11	13	12	15	12	11	13
미주(미국/하와이/캐나다)	8	10	7	7	7	5	7	▽ 8	10	9	9	11	▲ 15
대양주	8	7	9	8	6	7	7	8	7	11	8	12	10
기타 아시아(싱가포르 등)	8	9	7	11	9	8	8	9	6	5	7	9	6
홍콩/마카오	6	2	8	6	7	6	8	2	6	4	8	6	5
태국	6	4	8	7	5	6	5	3	4	5	6	6	5
대만	4	6	3	3	7	5	5	2	4	5	4	5	4
필리핀	4	8	4	4	5	5	3	4	4	3	4	5	4
베트남	4	2	3	4	4	4	3	4	3	3	6	2	3
기타(남미/중동/아프리카 등)	3	3	3	1	2	3	2	4	4	6	4	3	3
(사례수)	(4869)	(191)	(472)	(485)	(439)	(688)	(351)	(346)	(599)	(342)	(399)	(398)	(159)

출발 예정월별로 선호 행선지에 차이가 있었다. 일본의 경우 2-3월에 30% 이상의 높은 선호율로 정점을 찍은 다음 점차 감소하는 추세를 보이고 있다. 이것이 원래의 패턴인지 아니면 최근에 발생한 다양한 가외요인(지진, 험한 분위기 등)의 영향인지는 보다 장기간 면밀히 관찰할 필요가 있다.

또한 각국의 선호율은 서로 맞물리는 경향이 있다. 일본이 강세인 연초(1월~3월)에는 유럽과 미주가 상대적으로 약세였고, 일본과 중국이 약세인 여름 시즌(6월~8월)에는 서구권(유럽, 미주, 대양주 등)이 강세를 보였다. 선호행선지는 서로 대체재의 성격인 배타적 관계다. 하나가 증가하면 누군가는 감소할 수 밖에 없다. 그러나 현재로는 이런 관계의 중심이 동양-서양, 근거리-장거리, 단기간-장기간, 고비용-저비용 등 많은 대비 요인중 무엇인지 알기 어렵다. 보다 장기간의 자료가 필요하다.

주요 행선지별로 어떤 소비자가 어떤 여행을 계획하고 있는지 분석했다[표2].

[표 2] 주요 계획 행선지별 소비자 특성 및 여행 특징

		해외 전체	계획 행선지 TOP 6					홍콩/마카오
			일본	중국	유럽	미주(미국/하와이/캐나다)	대양주	
성별	남성	49	47	58	46	53	46	41
	여성	51	53	42	54	47	54	59
연령대	20대	22	27	15	20	19	15	29
	30대	21	21	10	19	22	27	27
	40대	19	22	17	13	18	21	18
	50대	20	17	29	22	18	19	15
	60대	17	12	28	26	22	17	11
결혼여부	미혼	36	42	24	36	32	25	43
	기혼	61	56	73	61	65	72	55
	기타(이혼, 사별 등)	3	2	4	3	3	3	2
가구 월 소득	300만원 미만	13	14	12	11	13	15	14
	300~500만원 미만	31	34	31	31	24	32	29
	500~700만원 미만	21	21	23	17	19	23	22
	700만원 이상	31	26	32	36	41	26	31
여행 주목적	휴식	18	18	8	6	20	28	10
	자연 풍경 감상	18	10	34	14	20	32	5
	역사/유적 감상	13	6	23	36	6	5	4
	식도락	11	17	6	3	4	3	17
	도시 경관 감상	11	9	8	22	10	5	28
	놀이/테마공원/온천 등 즐기기	9	20	2	-	5	9	6
	친지/친구/친척 만나기	8	6	9	6	23	8	3
	쇼핑	4	7	2	1	4	4	19
	문화/예술 즐기기	4	3	2	9	5	2	5
	취미/운동 활동	3	2	4	1	2	2	-
축제/행사 참여	1	1	1	2	1	-	1	
여행 형태	개별 여행	48	58	36	45	54	38	52
	단체 패키지 여행	29	19	51	37	22	32	22
	에어텔 패키지 여행	12	11	5	7	13	19	15
		(4869)	(1335)	(526)	(518)	(406)	(399)	(289)

특징적인 사항을 행선지별로 요약하면;

일본: 20대(27%) 미혼(42%)이 개별여행 방식(58%)으로 방문해 놀이/테마공원/온천 등 즐기기(20%), 휴식(18%), 식도락(17%)을 즐기고자 하는 곳.

중국: 5-60대(57%) 남성(58%)이 단체 패키지(51%)로 가서 자연 풍경 감상(34%)하고, 역사/유적 감상(23%)을 주 목적으로 하는 곳.

유럽: 경제적으로 여유 있는(월수입 7백만원 이상 36%) 시니어들이 역사/유적(36%)과 도시 경관(22%)을 감상하기 위해 패키지여행(37%)을 계획 하는 곳.

미주(미국/하와이/캐나다): 고소득(월수입 7백만원 이상 41%) 남성(53%)이 친지/친구/친척 만나기(23%), 휴식(20%), 자연 풍경 감상(20%)등의 다양한 목적을 위해 개별여행(54%)을 계획하는 곳.

대양주: 3-40대(48%) 기혼(72%) 여성(54%)이 자연 풍경 감상(32%)과 휴식(28%)을 위해 찾는 곳. 상대적으로 에어텔 패키지가 많음(19%).

홍콩/마카오: 2-30대(56%) 미혼(43%) 여성(59%)이 도시 경관 감상(28%), 쇼핑(19%), 식도락(17%)을 위해 개별여행(52%)을 계획하는 곳.

이 조사는 지난 9개월 동안 매주(33주) 진행되어 왔다. 6개월 이내에 해외여행 계획이 있다는 소비자에게 그 계획에 대해 묻고, 그 결과를 여행 예정시점과 계획 행선지별로 정리한 것이다. 조사에서 다루어진 여행 예정시기는 1년간(2015년 10월~2016년 9월)이지만 보다 정밀한 시계열적 분석이나 변화 원인 확인 등에는 크게 미흡하다. 컨슈머인사이트는 이 조사를 계속할 예정이며, 관광-여행 산업의 발전과 연구를 위한 자료제공 요청이 있을 경우 적극적으로 협조할 계획이다.

컨슈머인사이트는 2015년 8월부터 매주 250명을 대상으로 여행 계획을 파악하기 위한 '여행 기획조사'를 진행하고 있습니다. 앞으로 지속적인 자료 공개를 계획하고 있으며 이를 통해 여행산업 관계자 및 소비자들에게 유익한 자료를 제공할 예정입니다.

문의: 이청준 전무 (02-6004-7621 / leecj@consumerinsight.kr)