

해외여행 실태

- ▶ '18년 7월 18일(수) 배포
- ▶ 자료 총 2매

기 관	세종대 관광산업연구소
책 임	김형곤 소장/Ph.D/대학원 교수
문 의	김민화 연구원/Ph.D
이 메 일	kimmh@consumerinsight.kr
연 락 처	02) 6004-7643

<세종대 관광산업연구소·컨슈머인사이트 공동기획>

늘어나는 개별여행, 쑥쑥 크는 OTA와 메타서치

- 해외 개별여행 10명 중 6명
- 감소 폭 큰 에어텔 패키지
- 설 자리 좁아지는 종합여행사

해외 개별여행의 증가, 단체패키지와 에어텔 패키지의 감소 경향이 이어지고 있다. OTA(Online Travel Agency)와 메타서치 서비스의 약진이 주요 원인이다. 종합여행사의 수배 및 예약 역할이 빠르게 줄어들고 있다.

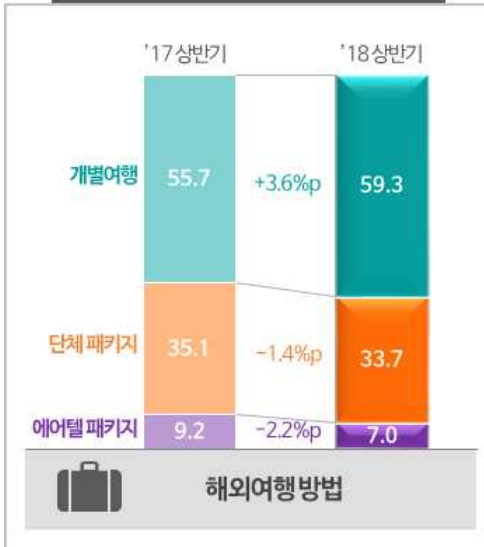
세종대학교 관광산업연구소와 여행전문 리서치 기관 컨슈머인사이트가 공동 수행하는 ‘주례 여행 행태 및 계획 조사’(매주 500명, 연간 2만6천명 조사)에 따르면, ▲'18년 상반기 조사에서 6개월 내 해외여행을 다녀온 59.3%가 개별여행이었다고 답했다. ▲단체 패키지는 33.7%, ▲에어텔 패키지는 7.0%였다[그림1]. 개별여행은 전년 동기인 '17년 상반기에 비해 3.6%포인트 상승했지만, 단체패키지와 에어텔 패키지는 각각 1.4%포인트, 2.2%포인트 감소했다. 에어텔 패키지는 단체패키지의 편리함과 개별여행의 자유로운 일정을 모두 누릴 수 있는 상품으로 한때 주목받았지만, 개별여행에 시장을 잃어가고 있다.

해외여행 패키지의 감소와 개별여행의 증가는 OTA와 메타서치의 급성장과 관련 있다. ▲숙박 구입의 경우 개별여행 10건 중 7건(69.5%)은 OTA나 메타서치를 통해 이루어졌는데, 이는 작년 동기 대비 무려 8.2%포인트 증가한 것이다[그림2]. 숙박업소에 직접한 예약은 4.7%포인트 떨어져 14.1%에 그쳤고, 종합여행사는 2.8%포인트 감소해 7.1%에 불과했다.

▲항공권 구입은 항공사에서 직접 예약이 39.7%로 여전히 크지만 작년 동기 대비 1.8%포인트 감소했다. 반면 OTA나 메타서치 27.2%, 오픈마켓/소셜커머스 등 기타 채널은 14.2%를 차지해 동기간 각각 3.1%포인트, 3.2%포인트 증가했다. 항공권 구입에서 가장 크게 감소한 채널은 종합여행사로 전년 동기 대비 4.5%포인트 감소해 19.0%에 그쳤다.

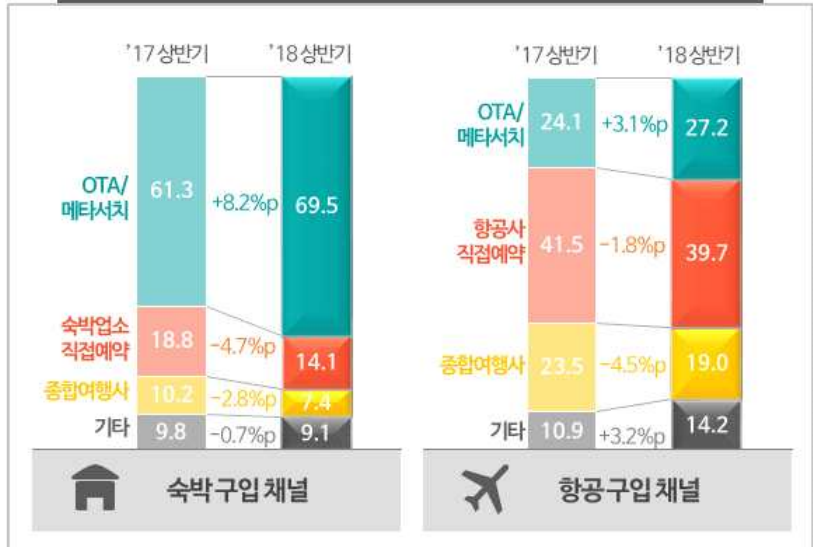
[그림] 해외여행 방법 및 개별여행 구입 채널

[그림 1] 해외여행방법



Q. '000' 여행은 어떤 형태로 다녀오셨나요?
*사례수: '17상 5,167명, '18상 5,510명

[그림 2] 개별여행구입채널



Q. '000' 여행의 항공권/숙소는 어디서, 어떤 방법으로 예약/구매 하셨나요?
*사례수: 숙박 '17상 1,697명, '18상 2,021명, 항공권 '17상 2,068명, '18상 2,384명

OTA, 메타서치, 오픈마켓, 소셜커머스 등 온라인에서의 여행상품 구매가 편리해지면서 종합여행사가 설 자리를 잃어가고 있다. 다양한 고객서비스가 포함된 단체패키지의 축소는 더딘 편이나, 에어텔 패키지나 항공, 숙박 등을 단순 수배·예약하는 대행 업무는 빠르게 줄어들고 있다.

세종대학교 관광산업연구소와 컨슈머인사이트 소비자동향연구소는 매주 여행소비자 500명(연간 2만 6천명 조사)을 대상으로 하는 '주례 여행 행태 및 계획 조사'를 실시하고 있습니다. 매주 업데이트되는 조사 결과와 분석 리포트는 www.consumerinsight.kr/travel 에서 볼 수 있으며, 2016-2017년 조사 결과를 요약한 자료도 다운로드 받을 수 있습니다([리포트 다운로드 받기](#))

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용을 원하시면 아래 연락처로 문의해 주십시오.

김민화 연구원(컨슈머인사이트 연구위원)/Ph.D
정경식 컨슈머인사이트 책임연구원/Ph.D

kimmh@consumerinsight.kr 02)6004-7643
jungks@consumerinsight.kr 02)6004-7627