

소비자 리서치 전문기관



컨슈머인사이트 보도자료

(Travel Report `19)

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	kimmh@consumerinsight.kr
문 의	김민화 연구위원/Ph.D	연 락 처	02) 6004-7643
배 포 일	'20년 2월 3일 (월) 배포	매 수	자료 총 3매

여행지 평가, 현지인이 여행자보다 긍정적

- 여행산업의 중심, 기초자치단체와 상권 중심으로 이동 전망
- 여행자-현지인 인식차이 있다면 여행자 편에서 고민해야
- 제주, 현지인 대비 여행자 평가 크게 뒤쳐져
- 여행자와 현지인 모두 고려한 소비 활성화 전략 필요

여행자의 평가가 나쁘면 관광지로 성공하기 어렵고 여행자는 현지인의 선택과 평가를 궁금해 한다. 따라서 현지인과 여행자의 판단에 큰 차이가 있다면 이는 어느 편에도 바람직하지 못하다. 조사결과 여행자보다는 현지인의 평가가 더 긍정적이었으며, ▲볼거리 ▲먹거리 ▲살거리에서 특히 그러했다. 지역별로는 제주가 가장 심했다.

여행전문 리서치회사 컨슈머인사이트는 지난해 실시한 '2019 여행자 · 현지인의 국내여행지 평가 및 추천 조사'에서 5만 5000여 명(여행자 2만 6810명, 현지인과 연고인 2만 8232명; 이하 편의상 현지인이라 함)으로부터 전국 기초자치단체의 관광자원과 환경에 대한 평가를 받았다. 자원 만족도는 ▲볼거리 ▲먹거리 ▲살거리 ▲놀거리 ▲살거리의 5개 측면, 환경 쾌적도는 ▲안전/치안 ▲청결/위생 ▲편의시설 ▲교통환경 ▲물가/상도의의 5개 측면으로 구성되었다.

5점 척도로 받은 평가는 100점 만점으로 환산되었으며, 229개 기초자치단체별로 점수를 구하고 각 기초단체 점수를 비가중 평균하여 16개 광역자치단체 및 전국점수를 구했다(표본수를 고려해 세종시는 충청남도에 포함). 여행자와 현지인의 점수 역시 각 단계별로 비가중 평균되어 전체평균으로 처리했다.

■ 여행자원 만족도

전국적으로 5개 여행자원 측면 중 가장 좋은 평가를 받은 것은 ▲볼거리(61.1점, 100점 만점)였으며, ▲살거리(60.3) ▲먹거리(60.2)가 근소한 차이로 뒤를 이었다[표1]. ▲놀거리(54.9) ▲살거리(51.6점)는 차이 큰 하위였다. 상위 세 항목은 국내여행의 주 활동에서도 많은 비중을 차지하는 반면, 놀거리와 살거리는 이용 및 평가가 모두 뒤쳐지고 있다[참고. 2019 기초분석보고서]. 특히 살거리는 가장 우수한 볼거리와 10점 가까운 차이를 보였는데, 이는 여행자와 현지인 모두 살 만한 것, 팔 만한 것이 없다고 보고 있음을 알 수 있다.

현지인과 여행자간 차이에서는 살거리를 제외한 모든 측면에서 현지인의 평가가 더 긍정적이었다. 살거리는 여행자 평가가 0.9점 높았는데, 핵심 요소인 숙박에 대해 현지인이 경험 및 정보탐색에서 유리한 점이 없기

때문이다. 가장 차이가 큰 측면은 ▲불거리(현지인-여행자: +2.5) ▲먹거리(+2.5)였으며, ▲살거리(+2.4)가 바로 뒤를 이었다.

16개 광역자치단체 중 여행자와 현지인 간 평가 차이가 큰 곳은 제주였다. ▲살거리(+8.7) ▲놀거리(+7.2) ▲먹거리(+6.9) 3개 측면에서 16개 광역단체 중 가장 괴리가 컸다. 제주는 전 부문에서 높은 평가를 받고 있는 우수한 여행지이지만, 현지인과 여행객 평가가 크게 엇갈리는 것은 문제의 소지가 있다. 현지인의 입장에서는 여행자로부터 정당한 평가를 받지 못하고 있다는 인식을 가질 수 있지만, 여행 서비스를 기획하고 제공하는 사람은 당연히 여행소비자의 평가에 더 주목해야 한다.

[표1] 여행 자원 및 환경 평가 (현지인-여행자간 차이 중심)

	종합 [100점 만점]	'현지인 - 여행자' 평가 차이 (16 광역시/도)					
		1위	(차이)	2위	(차이)	3위	(차이)
자원 풍족도							
볼거리	61.1	경상남도	(+4.8)	강원도	(+4.6)	전라남도	(+4.1)
실거리	60.3	인천시	(-6.6)	서울시	(-4.6)	대전시 경기도	(-4.2) (-4.2)
먹거리	60.2	제주도	(+6.9)	전라북도	(+6.6)	전라남도	(+5.4)
놀거리	54.9	제주도	(+7.2)	경상북도	(+4.6)	경상남도	(+4.0)
살거리	51.6	제주도	(+8.7)	전라북도	(+6.5)	전라남도 경상남도	(+6.3) (+6.3)
환경 쾌적도							
안전/치안	63.1	경상남도	(+3.1)	경기도	(+2.9)	경상북도	(+2.5)
청결/위생	59.0	제주도	(+2.5)	대전시	(+2.2)	전라북도	(+1.4)
편의시설	58.3	제주도	(+4.5)	울산시	(+2.5)	광주시	(+2.0)
교통환경	56.9	인천시	(-2.5)	광주시	(+1.7)	전라남도	(+1.6)
물가/상도의	56.3	전라남도	(+2.3)	전라북도	(+2.2)	강원도	(+2.1)

주1) '차이'가 0보다 크면 현지인 평가 우세, 작은 경우 여행자 평가가 우세함.

주2) '여행자'는 3년 내 가장 기억에 남는 여행지, '현지인'은 거주 및 연고지에 대해 응답함.

Q. [5점 척도] '여행지/연고지 000'은(는) 다음 활동을 하는 여행지로 어땠습니까?/추천할만하다고 생각하십니까?

▲놀고 즐기 ▲식도락/먹거리 ▲불거리 ▲살거리 ▲철거리

Q. [5점 척도] '여행지/연고지 000'은(는) 다음 측면에서 어땠습니까?/어떠하다고 생각하십니까?

▲교통환경 ▲물가/상도의 ▲청결/위생 ▲편의시설 ▲안전/치안

■ 여행환경 쾌적도

환경 쾌적도 5개 측면 중 ▲안전/치안(63.1)이 가장 높았고, ▲청결/위생(59.0) ▲편의시설(58.3) ▲교통환경(56.9) ▲물가/상도의(56.3)가 그 뒤를 따랐으나 차이는 크지 않았다.

환경 쾌적도 역시 현지인이 여행자보다 다소 긍정적으로 평가했으나 자원풍족도보다 그 차이는 작았다. 가장 차이가 큰 것은 ▲안전/치안(현지인-여행자: +1.8)이었으며, ▲편의시설(+1.2)이 뒤를 이었다. ▲물가/상도의(+0.6) ▲청결/위생(+0.4) ▲교통환경(0.0)은 거의 차이가 없었다.

차이가 큰 지역을 광역자치단체 별로 보면 ▲편의시설(+4.5) ▲청결/위생(+2.5)에서는 제주, ▲안전/치안은 경남(+3.1), ▲물가/상도의는 전남(+2.3)에서 현지인의 평가가 더 긍정적이었다. ▲교통환경은 다른 측면과 달리 인천(-2.5)에서 여행자의 평가가 더 좋았다. 자원 풍족도와 마찬가지로 제주는 여행환경에서도 큰 차이가 있어 여행자의 눈높이에 대한 공감대 확대가 요구된다.

여행소비자가 변하고 있다. 근거리·일상적인 여행으로 이동추세가 뚜렷하다. 이는 당일여행의 증가, '지금-여기' 중심 활동의 증가를 뜻한다. 여행의 일상화·여가화가 이루어지고 있으며, 이 경우 여행서비스를 기획하고 제공하는 역할은 기초자치단체와 상권의 몫이 될 것이다. 즉 여행산업은 체류형·지역연계형 등 대규모 사업보다는 지방자치단체나 상권 중심의 소비 활성화 사업이 주를 이루게 될 것이다.

소비 활성화 사업을 하면서 명심해야 할 것은 '소비자가 항상 옳다'는 점이다. 여행자와 현지인의 평가에 차이가 있다면 항상 여행자의 입장에서 생각해야 한다. 여행자의 평가가 부정적이라면 더욱 그렇다. 여행 서비스 향상의 목표수준은 여행자에게서 찾고, 방법은 현지인에게서 찾아야 한다. 양측 모두를 제대로 알면서 사업을 기획하고 실천할 때 성공에 다가갈 수 있다.

컨슈머인사이트는 2017년에 이어 2019년 7월 여행객과 현지인에게 가 본 여행지에 대한 평가와 살아 본 지역에 대한 평가를 받고, 이를 기초로 어느 지역이 어떤 여가활동과 잘 맞는지를 찾았다. 컨슈머인사이트의 80만 IBP(Invitation Based Panel)를 표본틀로 하여 여행객 2만7천여 명, 현지인 2만8천여 명으로 총 5만 5천여 명의 여행지-여가활동 추천을 조사했으며, 표본추출은 인구구성비에 따라 성·연령·지역을 비례할당했다. 자료수집은 이메일과 모바일을 사용했다. ([2017 리포트 다운로드 받기](#)).

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

For-more-Information

김민화 컨슈머인사이트 연구위원/Ph.D	kimmh@consumerinsight.kr	02)6004-7643
정경식 컨슈머인사이트 책임연구원/Ph.D	jungks@consumerinsight.kr	02)6004-7627
조혜원 컨슈머인사이트 연구원	johw@consumerinsight.kr	02)6004-7631