

데이터융복합·소비자리서치 전문기관

Consumer **Insight**

컨슈머인사이트 보도자료

(Travel Report `21-14)

기	관	컨슈머인사이트	이	메	일	kimmh@consumerinsight.kr
문	의	김민화 연구위원/Ph.D	연	락	처	02) 6004-7643
배	포	일	'21년 11월 17일(수)	배	포	
			매	수		4매

너무 오래 참았다...여행 희망사항 톱10 중 4개는 '해외'

컨슈머인사이트, '코로나19 이후 희망하는 여행' 조사

- 압도적 1위 키워드 '해외여행'...유럽·동남아·일본 10위권에
- '일본'은 작년 18위서 9단계 뛰어올라 '노 재팬' 약해진 듯
- 30위권에는 해외여행 키워드 9개인데 국내여행은 2개뿐
- '힐링' 관련 키워드도 5개...비대면 여행 추세 계속될 듯



주 1. “코로나가 완전히 종식된다면, 어떤 여행을 하고 싶으십니까?”라는 질문의 서술형 응답에서 추출한 키워드를 워드클라우드 방식으로 구현하였음

'자유로운 해외여행'에 대한 우리 여행소비자의 열망은 예상을 뛰어넘을 정도로 뜨거웠다. '코로나19 이후 희망하는 여행'에 대한 여행소비자 의견을 취합한 결과 '해외여행'은 작년보다 더 높은 비율로 압도적 1위 키워드 자리를 지켰다. 해외여행 연관 키워드가 톱10 중 4개, 30위 안에 9개를 차지할 정도였다. 반면 국내여행 연관어는 30위권 내 2개(국내, 제주도)에 그쳐, 묻어두었던 해외여행에 대한 뜨거운 욕구를 확인할 수 있었다.

여행 전문 조사기관 컨슈머인사이드는 지난 9월 실시한 '2021 여름휴가 및 여행 조사'에서 2만7056명을 대상으로 '코로나19 이후 희망하는 여행'에 대해 자유롭게 기술하도록 하고 이 중 여행·관광과 관련해 유의미한 단어 7만6276건을 추출해 특성을 분석했다. (해당 데이터는 한국지능정보사회진흥원(NIA)의 빅데이터센터구축사업을 통해, 한국문화정보원 문화빅데이터플랫폼 마켓C(www.bigdata-culture.kr)에서 공개될 예정이다.)

■ 국내 여행지는 톱10 키워드에 한 곳도 없어

주요 키워드 집계 결과 △해외여행은 7.91%라는 압도적인 비중으로 희망하는 여행 키워드 1위를 차지하며, 2위인 △자유(4.79%), 3위인 △유럽(3.42%)을 크게 앞섰다. 작년 결과와 비교하면 '해외여행'은 1.18%포인트(p) 상승했는데, 이는 키워드들의 응답률 상승폭 중 가장 큰 것이었다. 반대로 국내의 0.72%포인트(p)는 가장 큰 감소였다. 불가능했던 해외여행에 대한 욕구가 폭발하고 있다[표].

[표] '코로나19 이후 희망하는 여행' 키워드 Top30 (2021년)

순위 (전년대비*)	키워드	점유율 (전년대비,%p)	순위 (전년대비*)	키워드	점유율 (전년대비,%p)
1 (-)	해외여행 a	7.91 (+1.18)	16 (▽2)	편안한 c	0.92 (-0.08)
2 (-)	자유	4.79 (+0.64)	17 (▽2)	맛집	0.90 (-0.09)
3 (△1)	유럽 a	3.42 (+0.54)	18 (▲3)	미국 a	0.89 (+0.14)
4 (▽1)	가족	2.94 (-0.19)	19 (▼3)	휴양 c	0.86 (-0.12)
5 (△2)	마스크 (마스크프리)	1.98 (+0.44)	20 (▽1)	하와이 a	0.85 (+0.07)
6 (▽1)	국내 b	1.52 (-0.72)	21 (▲10)	배낭여행	0.77 (+0.15)
7 (▽1)	코로나 (코로나프리)	1.32 (-0.45)	22 (▲10)	관광	0.73 (+0.12)
8 (▲5)	동남아 a	1.24 (+0.12)	23 (▲6)	친구	0.70 (+0.07)
9 (▲9)	일본 a	1.23 (+0.44)	24 (▽2)	여행지	0.68 (-0.06)
10 (▽2)	휴양지 c	1.20 (-0.07)	25 (▽2)	힐링 c	0.67 (-0.05)
11 (▽1)	휴식 c	1.17 (-0.04)	26 (▼6)	여유 c	0.65 (-0.11)
12 (-)	제주도 b	1.13 (-)	27 (▼3)	음식	0.65 (-0.05)
13 (▽2)	바다	1.12 (-0.05)	27 (-)	일주 (세계일주) a	0.65 (-0.01)
14 (▼5)	사람	1.06 (-0.19)	29 (▲5)	캠 a	0.64 (+0.07)
15 (△2)	투어	1.03 (+0.09)	30 (▲3)	베트남 a	0.60 (+0.01)

Q. 코로나가 완전히 종식된다면, 어떤 여행을 하고 싶으십니까?

주2) a. 해외여행 관련 키워드, b. 국내여행 관련 키워드, c. 휴식/휴양 관련 키워드

△▽는 이전조사(2020년) 대비 순위 변화를 의미(△▽는 1~2순위 변동, ▲▼는 3순위 이상 변동)

△가족(2.9%)은 4위로 여전히 중요한 여행의 동반 요소였고, 여행을 구속한 주범 '코로나 19' 연관 키워드인 △마스크(마스크프리) △코로나(코로나프리)도 각각 5, 7위에 올랐다. 국내여행을 포괄하는 단어인 △국내는 6위로 전년보다 한 계단 떨어졌으며, 그밖에 △동남아(8위) △일본(9위) △휴양지(10위)가 톱10에 속했다. 톱10 키워드 중 해외여행 연관어가 4개, 국내여행 연관어는 1개였다.

■ 미국·하와이·괌·베트남 등 해외여행지 대체로 순위 상승

30위까지 범위를 넓혀 키워드를 주제별로 비교하면 해외여행 연관어가 9개로 압도적 다수를 차지한 반면 국내여행 연관어는 2개에 그쳤다.

30위 내 해외여행 연관어 9개 중 7개는 여행지였는데 '유럽'은 한국인이 선호하는 해외 여행지답게 키워드 순위(4위→3위)와 응답비율(+0.64%p) 모두 작년보다 상승했다. △동남아(8위) △일본(9위)도 나란히 큰 폭으로 상승하며 10위권에 들었다. 이밖에 △미국(18위) △하와이(20위) △괌(29위) △베트남(30위)이 순위권에 랭크됐다.

일본은 가장 극적으로 상승한 여행지다. 한·일간의 정치적 갈등 이후 여행자의 관심이 바닥까지 추락했다가 단번에 9계단 상승했다. 지난해 코로나 와중에도 관심도가 유일하게 상승한 여행지였으며 그 추세를 이어가는 분위기다(참고. [2020 주례 여행행태 및 계획조사 분석](#)). '노 재팬' 정서가 더 많이 희석됐다고 볼 수 있어 다가올 애프터 코로나 시대에는 주요 해외여행지 위치를 회복할 가능성이 엿보인다.

반면 국내여행 키워드는 △국내(6위)를 제외하고 △제주도(12위)가 여행지 중 유일하게 순위권에 오르는 데 그쳤다. 최근 국내여행이 크게 활성화되긴 했지만 이는 해외여행이 봉쇄된 현실에서 불가피한 선택일 뿐 온전한 대체재가 되고 못하고 있음을 알 수 있다.

■ 투어형 여행과 휴양형 여행 양립 예상

또 다른 특징은 '힐링' 연관어가 해외여행 다음으로 많이(5개) 언급돼 최근 여행의 트렌드를 반영하고 있다는 점이다. △휴양지 △휴식이 각각 10, 11위였고 △편안한(16위) △휴양(19위) △힐링(25위) △여유(26위)까지 모두 5개가 30위 안에 포함됐다.

여행지 키워드의 상당수가 바다를 끼고 편안하게 휴식을 즐길 수 있는 동남아와 태평양 지역이라는 것과 상통하는 결과다. 유럽, 미국 같은 투어형 여행도 되살아나겠지만 사람이 많지 않은 휴양지에서 즐기는 힐링 여행 선호 또한 커질 것으로 예상되는 대목이다.

세계 각국은 잇따라 '위드 코로나'로 전환하고 있으며 최근에는 먹는 코로나 치료약도 등장했다. 당장은 아니지만 코로나 이전처럼 해외여행이 자유로워질 날이 다가오고 있는 것은 분명하다. 그 때가 되면 그동안 꺾꺾 억눌러 온 해외여행 열풍은 생각했던 것 이상으로 폭발적일 수 있다.

이 결과는 컨슈머인사이트 소비자동향연구소가 매년 여름휴가 경험자를 대상으로 수행하는 '여름휴가 여행 조사'를 바탕으로 한다. 컨슈머인사이트의 80만 IBP(Invitation Based Panel)를 표본틀로 하여 2만 7,056명을 조사했으며, 표본추출은 인구구성비에 따라 성·연령·지역을 비례할당했다. 자료수집은 이메일과 모바일을 사용했다.

컨슈머인사이트는 비대면조사에 효율적인 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있다. 특히, 최근에는 다양한 빅데이터를 패널 리서치 데이터와 융복합 연계하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있다.

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

남궁상 컨슈머인사이트 부장

namgoongs@consumerinsight.kr

02)6004-7693