

보도시점 2023. 1. 19.(금) 08:00 배포 2023. 1. 18.(목) 18:00

[2024년 문화체육관광부 민생정책 100% 활용하기]

**‘한국에서만 경험할 수 있는 한국 관광’, 세계 시장 정조준**

- 전 세계 25개 도시에서 ‘한국 관광 메가 로드쇼’ 개최, 한국관광 홍보지점 10개국 신설
- 중국·일본, 동남아, 미주, 중동 등 방한 시장 세분화해 맞춤형 밀착 마케팅 추진

문화체육관광부(장관 유인촌, 이하 문체부)는 한국관광공사(이하 관광공사)와 함께 방한 관광 2천만 명 시대 개막과 방한 시장 다변화를 위한 마케팅을 세계 각지에서 공격적으로 확대한다.

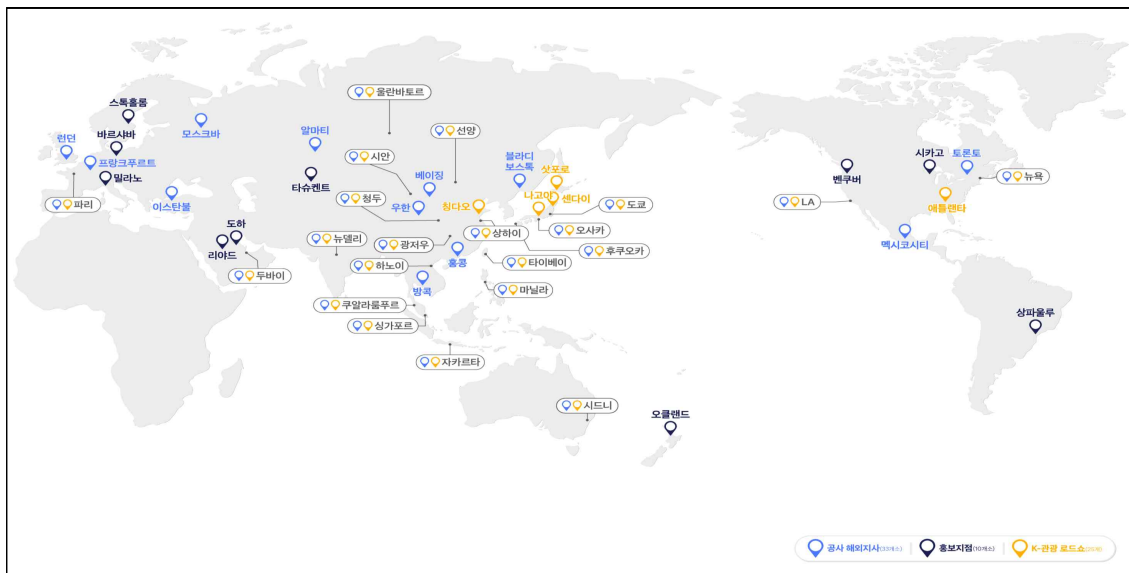
2023년 한국을 찾은 외국인인 약 1,100만 명(잠정치)으로 코로나19 이전인 2019년 1,750만 명 대비 약 63%의 회복률을 보였다. 코로나 방역 규제 완화가 상대적으로 늦었던 중국은 약 201만 명이 한국을 찾아 '19년 대비 33% 회복했다. 일본은 약 232만 명이 방한해 회복률 70%, 동남아는 77%, 유럽·미주권은 90%의 회복률을 보였다. 약 109만 명이 방한한 미국(103.6%)을 비롯한 싱가포르(141.4%), 호주(114.4%), 독일(109.9%), 프랑스(120.2%) 등은 코로나19 이전을 뛰어넘는 방한 규모 성장세를 나타냈다.

이에 문체부는 방한 관광 회복을 가속화하고 ‘한국에서만 경험할 수 있는 한국 관광’을 세계 시장에 알리기 위해 ‘한국 관광 메가 로드쇼’를 전 세계 25개 도시에서 개최하고 외국인 관광객의 성장세와 특성에 따라 시장을 세분화해 맞춤형 밀착 마케팅을 펼친다. 또한 관광공사 해외지사가 없지만 항공편과 배후인구, 방한 성장세 등에서 잠재력이 있는 스웨덴과 우즈베키스탄, 브라질, 사우디아라비아 등 10개국에 홍보지점을 신설해 신시장 개척에 나선다.

**전 세계 25개 도시에서 총 100만 명 대상 ‘한국 관광 메가 로드쇼’ 개최**

세계적 한류 열기를 한국 관광 수요로 전환하기 위해 기획한 ‘한국 관광 메가 로드쇼’는 세계 주요 도시에서 잠재방한객과 여행업계를 대상으로

한국문화·관광 체험(B2C)과 관광상품 판매, 기업 간(B2B) 상담회, 언론 홍보 등을 진행하는 대형 행사다. 지난해에는 도쿄 츠타야 서점과 뉴욕 록펠러센터, 방콕 아이콘시암, 상하이 환치우강 쇼핑몰, 로스앤젤레스 컨벤션 센터 등 15개 도시에서 성공적으로 개최했다. 올해는 개최지역을 25개 도시로 대폭 확대하고 다변화해 도쿄와 상하이, 싱가포르, 두바이, 타이페이, 쿠알라룸푸르, 뉴욕 등 중점 홍보지역 외에 파리와 애틀란타, 뉴델리, 울란바토르, 시드니, 마닐라 등에서 총 100만 명 방문, 사업 상담 12,500건 이상을 목표로 사업을 추진할 계획이다.







'24년 '한국 관광 메가 로드쇼'는 2월 인도네시아 자카르타를 시작으로 ▲3월 일본 도쿄와 후쿠오카, 오사카에서 그간 한국을 자주 찾은 2030 여성 외에도 남성, 중장년층 등 잠재방한객을 대상으로 남성 패션, 이(e)스포츠 등 '남자들의 한국'을 즐기기 위한 코스를 소개한다. ▲3월부터 5월까지 중국 상하이·광저우에서는 청년(MZ)세대 '싼커'(개별여행객)를 공략해 '지금 한국'을 대표하는 최신 관광지를 소개하고 취향별 차별화된 코스 체험 기회를 제공한다. ▲5월 베트남 하노이에서는 이(e)스포츠 등 2030 한류팬을 대상으로 하는 실감형 체험을 선사하고, 가족 관광객을 대상으로 캠핑과 미식 관광을 소개한다. ▲6월 프랑스 파리에서는 '2024년 파리 하계 올림픽'을 계기로 유럽 최대 쇼핑몰 중 하나인 '웨스트필드 포럼 데 알'에서 한류 관심층을 겨냥해 방한 관광 분위기를 조성한다. ▲8월 몽골 수도 울란바토르에서는 '무지개 나라(솔롱고스:한국)에 가자'를 주제로 가족여행, 한류 선호

청소년층 대상 교육 여행을 홍보한다. ▲9월 마닐라에서는 필리핀 여행 성수기인 동계시즌 방한객 유치를 위해 한국 겨울 ‘눈꽃 상품’을 판촉한다. ▲미국에서는 뉴욕과 로스앤젤레스 외에도 10월에 애틀랜타에서 현지 한국 기업과 협력해 케이-컬처를 활용한 한국 관광 홍보에 나선다.

## 2030 여성층(중국·일본), 가족관광객(동남아), 교포·아시아계(미주), 럭셔리·의료 관광객(중동) 등 방한 시장 세분화 맞춤형 공략

아울러 문체부는 22개국 32개 도시에 있는 관광공사 해외지사를 활용해 방한시장을 지역과 연령, 주제별로 세분화하고 맞춤형 밀착 마케팅을 추진한다.

	성숙시장		성장시장	신흥시장	고부가시장
주요 국가	일본	중국	동남아시아	구미주	중동(GCC)
외래객('23년)	231.6만 명	200.6만 명	267만 명	262만 명	3.1만 명
지출액('19년)	758.9달러	1,632달러	1,071달러	1,146달러	2,559달러
회복률('23년)	70.8%	33.5%	81.0%	90.1%	88.2%
핵심 타겟	 2030 여성, 동호인		 가족, 한류팬	 장년층, 교포K-컬처 관심층	 럭셔리·의료 관광객

방한 규모가 가장 큰 일본, 중국 및 중화권은 ‘성숙시장’으로, 2023년 기준 외래객 규모가 571만 5천 명으로 가장 크지만, 아직 해외여행 심리가 완전히 회복되지는 않았다. 문체부는 한류 관심과 방한 경험이 높은 2030 여성과 교육 목적 여행객을 비롯해 남성층과 생활체육, 이(e)스포츠 동호인 등 특수목적 여행객을 주요 대상으로 다변화해 마케팅을 펼친다. 방한 경험이 높고 근거리 항공편이 다양한 특성을 활용해 지역 맛집과 한류 촬영지 등 지방 방문을 촉진하고, 카페·패션·미용 등 ‘지금 한국’을 소개하는 라이프스타일 콘텐츠를 온라인으로 홍보한다.

동남아시아 지역은 ‘성장시장’으로, 2023년 기준 외래객은 267만 명으로 중규모이나, 코로나 이전 성장세('10~'19년 연평균 성장률 11.2%)와 코로나 이후 회복률(81.1%)이 높은 특성이 있다. 동남아 시장은 2명 중 1명이 넘게 가족 동반('19년 동남아 주요 6개국 평균 58.8%)으로 한국을 찾고 있어 가족 단위 여행객과 한류 팬층을 집중 공략한다. 한국 콘텐츠 기업과 여행사가 공동으로 한류 콘텐츠 촬영지, 한국 음식 공장 견학 등을 주제로 방한상품을

개발하도록 지원하고 영유아와 아동·청소년, 장년층 등 동반가족 유형별 체험 상품을 알린다.

미주 및 유럽 지역은 ‘신흥시장’으로, 2023년 기준 외래객 규모가 262만 명으로 미국(109만 명) 외 국가 단위로는 규모가 크지 않으나, 장기 여행객이 많아 국제 관광시장에서 그 중요성이 크고, 가장 가파른 회복세(90.1%)를 보인다. 주요 방한객은 교포·아시아계 및 50대 이상 장년층이며, 케이-컬처 관심층과 가족 단위 여행객을 대상으로 홍보를 강화한다. 장거리 여행객은 체류 기간이 길고, 여러 도시를 묶어서 여행한다는 특성을 고려해 일본 등 아시아와 공동 관광상품을 기획 홍보하고, 템플스테이와 등산 등 체험 콘텐츠와 채식, 휴가지 원격근무, 아트페어 등 특정층을 겨냥한 테마상품도 적극 소개한다.

중동 지역은 ‘고부가 시장’으로 2023년 기준 외래객 규모가 3만 1천 명으로 규모는 작으나 회복률이 88.1%로 높고, 체류 기간이 길고 1인당 지출액 역시 '19년 기준 평균 소비액인 1,239.2달러 대비 2,559달러로 매우 높다. 중동 방한객 유치를 위해 백화점과 호텔, 의료기관, 요식업 등 럭셔리 관광 기반시설을 보유한 주요 기업이 참여하는 중동 방한관광기업 협의체 ‘알람 아라비 코리아’(‘한국 내의 아랍 세계’라는 의미)를 2월에 발족하고, 중동 문화의 특성을 배려한 한국관광 편의성을 높이는 데 힘을 모은다. 이 밖에도 신흥시장을 개척하기 위해 카자흐스탄, 몽골, 인도 등을 대상으로 교육 여행, 비즈니스 관광을 활성화해 방한객 다변화를 도모한다.

**방한 잠재력 높은 10개국에 한국관광 홍보지점 신설,**

#### **1. 29. ‘2024 인바운드 트렌드’ 개최, 최신 방한 여행 흐름 공유**

이와 함께 현재 관광공사 해외지사는 없지만 한류 관심도와 항공편, 배후인구 등에서 방한 잠재력이 높은 스웨덴과 브라질, 사우디아라비아, 카타르 등 10개국에 현지 홍보대행사를 활용해 1분기 중 한국관광 홍보지점을 신설한다. 방한 시장 다변화를 위한 시장 정보 제공, 현지 교류 등 신시장 개척과 시장성 검증의 교두보 역할을 할 것으로 기대된다.

문체부와 관광공사는 1월 29일(월), 서울에서 여행업계와 지자체·지역 관광공사 등을 대상으로 세계적인 온라인 여행 플랫폼과 누리소통망, 신용카드사 관계자가 직접 코로나19 이후 달라진 최신 방한 여행 흐름을 설명하는 ‘2024 인바운드 트렌드’ 행사도 개최한다.

문체부 유인촌 장관은 “방한 관광 시장에서 개별 여행객의 중요성이 더욱 커지고 있다. 외래객 2천만 명 시대 개막을 위해 지역별, 대상별 구체적인 맞춤형 유치 전략으로 승부수를 던지겠다.”라고 밝혔다.

붙임 2024년 한국관광 홍보 주요 거점 및 행사

- 별첨 1. 관광공사 해외지사·홍보지점·한국 관광 로드쇼 개최지역 정보그림  
2. 방한 외래관광객 규모 정보그림

담당 부서	관광정책국 국제관광과	책임자	과장	이혜림 (044-203-2831)
		담당자	사무관	김민지 (044-203-2832)

국민과 함께하는

세계일류 문화매력국가

GANGWON  
2024



YOUTH  
OLYMPIC  
GAMES

대한민국  
지책브리핑



	관광공사 해외지사	해외지점	K-관광 로드쇼
중국	베이징 상하이 광저우 선양 청두 시안 우한		칭다오(1분기) 광저우(1분기) 선양(2분기) 청두(2분기) 상하이(2분기)
중화권	홍콩 타이베이		타이베이(3분기)
일본	도쿄 후쿠오카 오사카		도쿄(1분기) 후쿠오카(1분기) 오사카(1분기 B2B / 2분기 B2C) 나고야(2분기) 삿포로(3분기) 센다이(4분기)
아중동	몽골 태국 싱가포르 말레이시아 베트남 필리핀 인도네시아 인도 UAE 터키 카자흐스탄	우즈베키스탄 사우디아라비아 카타르	자카르타(1분기) 두바이(4분기) 하노이(2분기) 쿠알라룸푸르(2분기) 싱가포르(2분기) 울란바토르(3분기) 마닐라(3분기) 뉴델리(4분기)
구미주	로스앤젤레스 뉴욕 캐나다(토론토) 독일 프랑스 영국 모스크바 블라디보스톡 호주	미국(시카고) 캐나다(밴쿠버) 브라질 뉴질랜드 이탈리아 스웨덴 폴란드	뉴욕(2분기) 로스앤젤레스(2분기) 파리(2분기) 시드니(3분기) 애틀란타(4분기)
합계	32개	10개	25개