



# 빅데이터를 활용한 2022년 관광 트렌드 분석



한국관광공사

# Contents

## 0. 분석개요

## 1. 과거 관광트렌드 및 사회전반 트렌드

## 2. 조사/분석별 주요 내용 요약

## 3. 백신접종 이후 여행 관련 전반에 대한 인식변화

## 4. 2022년 관광트렌드

4.1 Hashtags(개별화되고 다양해지는 여행 취향)

4.2 Anyone(누구와 함께라도 좋은)

4.3 Beyond Boundary (여행 경계, 정해진 틀을 넘어서)

4.4 In a Wink(떠나고 싶을 때 바로)

4.5 Therapy (나를 위로하고 치유하는 경험)

4.6 Usual Unusual (일상이 된 비일상)

4.7 Special Me(나의 특별한 순간을 만드는 여행기록)

## 5. 2022년 관광트렌드(HABIT-US)

## → '코로나 2년차', 관광은 아직도 '멈춤 상태'

- ✓ 관광산업의 위축, 시장회복까지 최장 4년 정도 소요 예상(UNWTO, Covid-19 and tourism, 2021)
- ✓ 이동제한으로 인한 방한 외래관광객과 해외여행객 2020년도 부터 급감
- ✓ 2020년 말 코로나-19로 인한 여행수요와 산업의 변화는 관광트렌드의 변화를 야기
  - \* 한국관광공사 2021년 관광트렌드 '불안'과 '희망'사이 'B.E.T.W.E.E.N'

## → 변화된 일상에 나를 적응시키다

- ✓ 감염병의 유행이 장기화되면서, 우리가 바라던 일상으로 돌아가는 길은 더욱 멀어짐
- ✓ 일상이 사라져버린 삶에 인간은 서서히 적응하며 '비일상'이 '일상'이 되어버림
- ✓ 완전히 달라진 일상의 DNA는 사회, 경제, 문화, 소비 뿐만 아니라 관광트렌드의 변화를 야기

## → 변해버린 일상이 가져온 삶의 '태도'와 '습관'의 변화

- ✓ 당장 앞의 '현재'와 '나'의 행복에 집중하는 삶을 추구하게 됨(개인화, 파편화)
- ✓ 개인(나)의 취향이 다양해지고 중요시됨, 시간관리가 유연해짐에 따라 '루틴', '미라클모닝', '블챌(블로그챌린지)' 등 일상에서 '나'를 관리하고 성찰, 기록하는 활동이 인기
- ✓ 기술로 인한 재택근무/비대면 일상화로 공간의 한계(도시-시골, 현실-가상)가 점점 사라짐
- ✓ 일상의 소중함과 느슨하지만 '관심사'와 '취미'로 이어지는 연대



## 그럼에도 불구하고, 여행의 의미를 찾는 사람들

- ✓ '코로나-19' 2년 차, 하지만 사람들은 더 이상 여행을 주저하지 않고 나만의 방식으로 재개함
- ✓ 여행을 통해 일상을 탈출하는 것이 코로나 이전의 목적이었다면, 이제는 일상 속에서 여행을 하고자 함
- ✓ 나의 취향을 반영하여 내가 하고 싶은 것 위주로, 시간이 나는 대로, 장소에 구애받지 않고 여행하고 있음  
\* 취미/체험여행, 한달살기vs 당일치기, 워케이션&랜선여행



## 우리의 취향과 습관, 여행이 되다

- ✓ 코로나-19로 인해 바뀌어버린 나의 습관과 취향이 연장되어 여행이 됨
- ✓ 나의 이동습관, 생활패턴에 맞추어 여행하고(주중vs 주말, 한달살기 여행 vs 즉흥여행)
- ✓ 나의 취미생활이 여행의 목적이 됨(전시관람, 서점방문, 레포츠, 사진촬영 등)



## 'HABITUS'에서 'HABIT-US'로

- ✓ HABITUS(아비투스)는 철학자 부르디외의 '구별짓기'에서 등장한 개념으로 나를 정의하는 근본적이고 내재되어 있는 태도를 말하며 쉽게 말하면 타인과 나를 구별짓는 취향, 습관을 예로 들수 있음. (도리스 메르틴, 아비투스, 2020)
- ✓ 2021년 관광트렌드의 기조가 유지되는 가운데, 코로나-19로 인한 환경변화로 인해 달라진 여행인식과 행태, 중요시된 나의 '취향'과 '습관'이 여행에도 그대로 반영되는 모습을 지난 일년간 한국 소비자들이 소셜 네트워크에 남긴 이야기와 통신 및 네비게이션 데이터를 통해 남겨진 이동의 흔적, 카드 지출데이터를 통해 남겨진 소비의 흔적, 소비자 설문조사와 전문가의 여행 전망으로 살펴보았음.
- ✓ 이를 통해 다가올 2022년의 관광트렌드를 'HABIT-US'라는 7가지 키워드로 정리



- 2022년 관광트렌드 'HABIT-US' (개인의문화적 취향과 소비의근간이되는 성향체계를 말하는 사회학용어인 'HABITUS'에서 착안함)
- 팬데믹으로 인해 바뀐 일상속에서 '현재'와 '나'에 행복에 초점을맞춘 개인은 여행을 통해 자신의 취향을 경험하고 기록함

## 2022 여행 트렌드 <HABIT-US>

### HABIT-US

여행,  
'나의 특별한 순간'을  
만드는 기록

\*HABITUS  
(아비투스, 개인의문화적 취향과  
소비의근간이되는 성향체계)

**H**ashtags(개별화, 다양해지는 여행취향)

**A**nyone(누구와 함께여도 행복한)

**B**eyond Boundary(정해진 틀을 넘어서)

**I**n a Wink(떠나고 싶을 때 바로)

**T**herapy(나를 위로하고 치유하는)

**U**sual Unusual(비일상의 일상화)

**S**pecial Me(나의 특별한 순간을 만드는 여행기록)

- ✓ 고급호텔 숙박 ~ 가심비 감성숙소
- ✓ 당일치기여행 ~ 한달살기

- ✓ 키즈여행(숙소, 놀거리), 반려동물동반(포토존, 놀이터)
- ✓ 혼자여행(드라이브, 풍경감상)

- ✓ 관광이동이 더욱 활성화, 다양한 여행지로
- ✓ 거주권 밖의 여행지 방문 : 근거리에서 장거리 여행까지

- ✓ 계획없이 떠나는 여행('급여행', '즉흥여행') 인기

- ✓ 도보여행(등산, 하이킹), 지역친화(살아보기, 위케이션)
- ✓ 힐링여행(불명, 바다명, 물명), 차박(캠핑), 등

- ✓ 코로나-19 이후 등장한 여행트렌드의 지속 인기
- ✓ 랜선여행, 온라인 전시관람 등

- ✓ 개인의 기호, 취향을 즐기는 활동이 여행과 연관되어 인식
- ✓ 체험(골프, 아웃도어), 여행기록(사진), 전시/관람, 서점방문

# 0. 분석개요



- ➔ 뉴노멀 시대가 도래하고 코로나가 장기화되면서, 관광에 대한 소비자의 수요와 공급자의 서비스 제공 방식에 있어 큰 변화가 발생함.
- ➔ ‘소셜·카드·통신’ 등 빅데이터와 ‘전문가자문’ 등 다양한 트렌드 분석 방법을 활용하여 뉴노멀 시대 주목받는 관광 콘텐츠, 코로나 백신 개발 이후 여행에 대한 소비자 인식 변화를 제시하여 관광업계 전반에 대한 시사점을 제공.

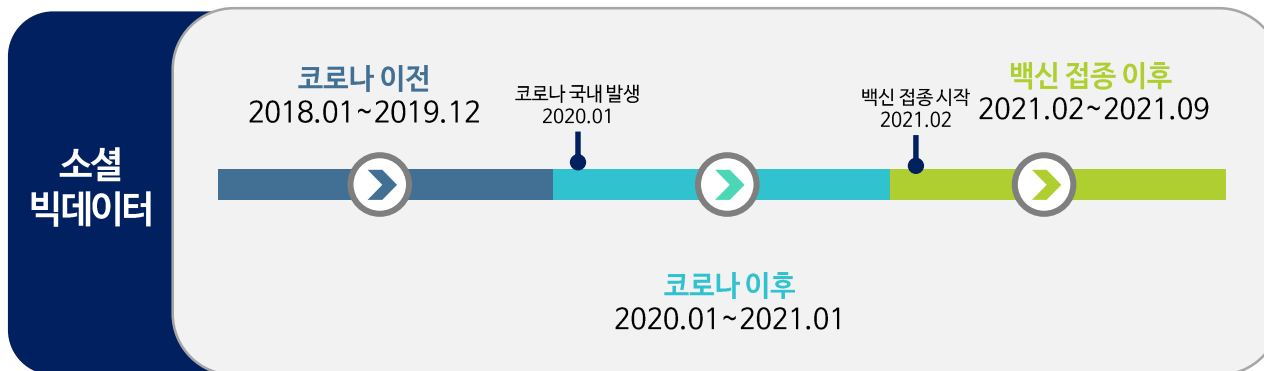


소셜 빅데이터	분류	수집범위	수집건수	분석기간
	블로그	네이버 블로그	497,724,630건	2018.01.01. ~ 2021.09.30.
	유튜브	유튜브 영상 제목 및 정보	21,472,318건	
	인스타그램	해시태그 데이터	1,385,597,492건	
	커뮤니티	국내 주요 커뮤니티 5,346여 개 게시판	229,085,136건	
정량 데이터	분류	수집범위		분석기간
	이동	KT 통신데이터(시군구)		2018.01.01. ~ 2021.09.30.
	교통	T-map 데이터(유형별/관광지별 검색건수)		2018.01.01. ~ 2021.09.30.
	소비	BC카드 소비데이터(지역/유형/성/연령/가구유형)		2019.01.01. ~ 2021.09.30.

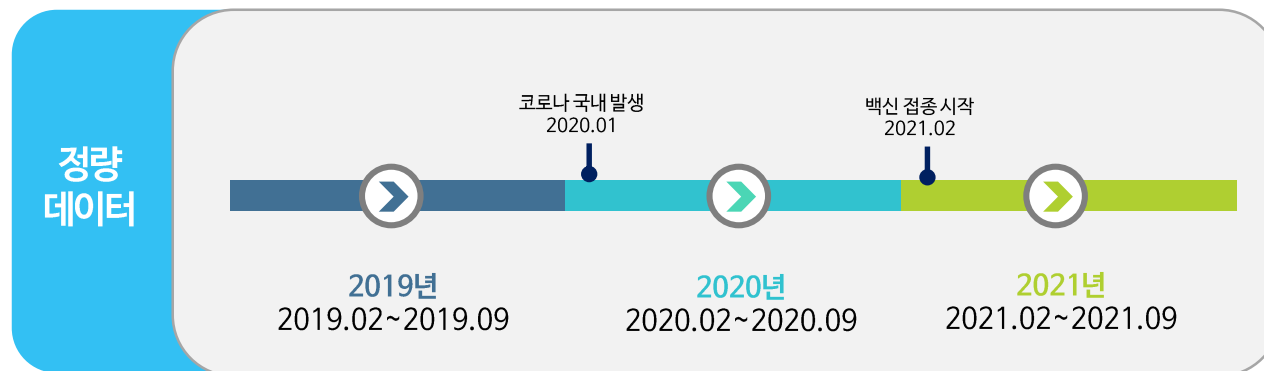




본 보고서에서 소셜 빅데이터 분석 구간은 코로나 이전, 코로나 이후, 백신 접종 이후로 구분하여 분석함.



본 보고서에서 정량데이터(이동, 교통, 소비) 분석구간은 데이터 보유 현황 및 동기간 비교가 필요한 데이터 특성을 고려하여, 2019년, 2020년, 2021년 각 연도별 2~9월 동기 비교로 분석함.





본 보고서에 쓰인 주요 용어의 의미는 다음과 같음.

주요 용어	NO .	용어		용어 설명
	1	소셜	키워드	분석 대상을 정의하는 단어의 집합 (ex : 반려동물여행 - 강아지, 강아지동반, 멍멍이, 땡땡이, 반려동물, 반려동물동반, 애견동반, 반려견, 반려견동반, 펫동반)
	2		언급량	키워드가 포함된 문서 수
	3		10만 건당 문서수	키워드가 포함된 10만 문서당 문서 수
	4		연관어	문서 내 키워드와 동시에 언급된 단어
	5		월평균 언급량 변화	코로나 각 기간별 키워드 포함 문서 수 월평균 변화(10만 문서당 기준)
	7	교통	관내방문객수	목적지를 동일 행정 구역으로 검색한 방문객의 수 (ex : 관악구 출발 - 관악구 도착)
	8		관외방문객수	목적지를 타 행정 구역으로 검색한 방문객의 수 (ex : 서초구 출발 - 관악구 도착)
	9		유출지	방문객의 도착지
	10		유입지	방문객의 출발지



## 1 문서 수집

## 2 유효문서 필터링

## 3 자연어 처리

## 4 데이터 분석

### 실행 방법

- 여행 소비자의 담론이 나타나는 국내 주요 소셜미디어 (인스타그램, 블로그, 커뮤니티, 유튜브) 내 문서를 직접 추출

- 수집된 문서 중 분석 목적에 유효한 문서 선별
- Filter In:** 각 여행 주제별 관련된 키워드를 포함하는 문서
- Filter Out:** '홍보', '이벤트', '광고' 등 도배성 게시물 또는 소비자 실제 담론과 무관한 문서

- 유효 문서의 형태소를 분리 추출하여 색인 진행
- 각 여행 키워드와 관련된 연관어 추출

- 추출된 유효 문서 수 추이 분석
- 추출된 연관어를 의미 단위로 묶어서 정량화
- 원문을 통해 연관어의 주요 내용 확인, 긍정성 원문 분류

### 예시



#### <여행 관련관련 문서>

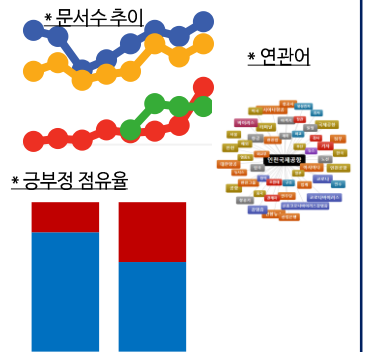
- ✓ “오늘 백신 맞고 일상생활을 조금은 안심하고 할 수 있다는 안도감과 아주 조금,희망의 여행을 갈 수 있다는!! 설렘!?”

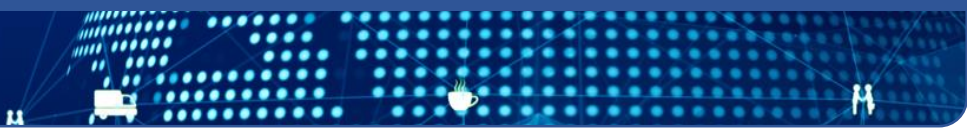
↳ **‘즉흥여행’ Filter In:** “오빠랑 엄마랑 남동생커플이랑 급 1박2일 #목천#하늘빛펜션백신맞으신두분 계셔서다섯명도수용가능ㄱ 계곡물에 발담그고술시작 ㅋㅋ #주말 #1박2일 #급여행 #가족모임♡”

↳ **Filter Out:** “여행용품 위탁판매 해드립니다. :) **홍보**는 잘 할 수 있어요”

“휴가1일차♥ 여행지도 숙소도 **맛집**도 모든게 즉흥여행이로구나 마무리는 #올레시장 #가서 양손 무겁게 포장해온 #회”

↳ **‘즉흥여행’**의 연관어: ‘시장’, ‘맛집’ ...





1

## 관광 활성화 지역 선정

지역의  
재발견

- 이동(KT)데이터활용
- 7개 권역 총 250개 시군구 분석
- 1) 관내방문객수 분석
- 2) 유출방문객수 분석
- 3) 21년 관내, 유출방문객증감률 높은 주요시군구지역 선정

자연친화  
여행

- 교통(TMAP)데이터활용
- 자연관광지 카테고리내 목적지 검색건수 높은 주요시군구 선정

2

## 주요 관광지 도출

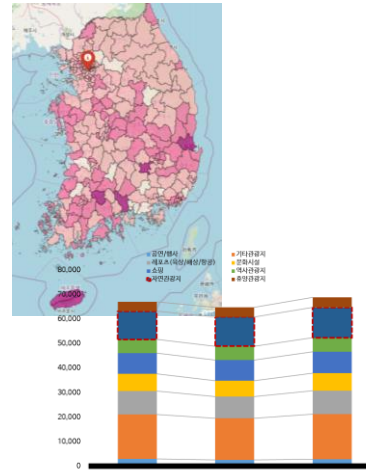
- 교통(TMAP)데이터활용
- 주요시군구 혹은관광지카테고리내 주요검색 목적지 분석
- 목적지중 검색건수, 증감률 높은 주요관광지도출

RANK	백신 접종 이후	증감률
1	진부면민체육공원	1033%
2	용평체육공원	967%
3	알펜시아카지노	433%
4	평창야구장	267%
5	마운틴코스터	250%
6	발왕산스카이워크	250%
n	...	

3

## 데이터 시각화

- 관광 활성화 지역의 주요 유출지, 주요 관광지 분포 데이터 시각화



4

## 소셜 데이터 연계 분석

- 추출된 주요 관광지 소셜 미디어 상의 담론 분석을 통해 정성적 요인 파악
- ✓ “국립과천과학관은 정말 전시도 다양해서 어떤 아이든 취향 저격할 수 있는 곳이에요 과학탐구관, 자연사관, 한국과학문명관, 미래상상SF관, 유아체험관 등 이것만해도 다 못 보겠죠”





‘이동· 교통’ 데이터 시각화는 다음과 같은 방법으로 해석함.

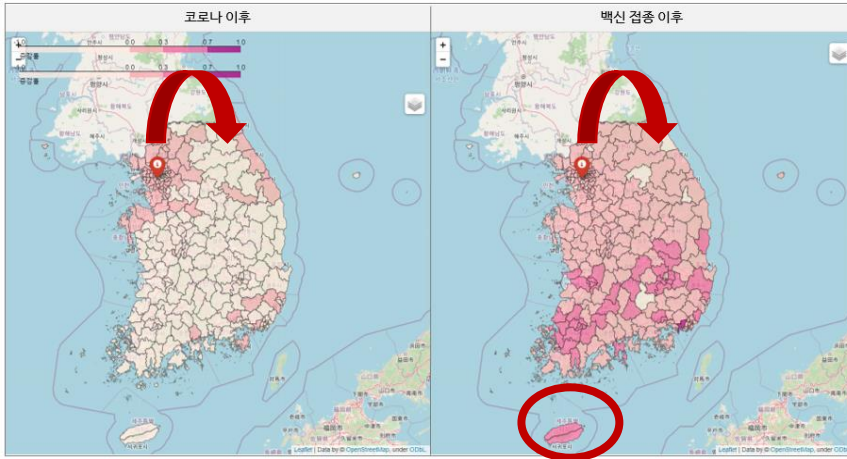
- INDEX:백신 접종 이후 주요 유출지 현황
- 지도상 음영:색 음영이 강할수록 출발지 기준, 전년대비 방문증감률이 높음을 의미
- 증감률 분석기간: (좌) 19년, 20년 2~9월 / 20년, 21년 2~9월 동기 비교
- 지도 해석: 코로나 이후 대비 백신 접종 이후 서울시 관악구에서 타 지역으로의 방문 증감률이 전국적으로 증가함. 그중에서도, 서울 관악구에서 제주 지역으로의 방문 증감률 매우 높은 편임.

- 원표시 지역: 주요 관광 목적지
- 파란색 원: 전년 동기 대비 검색량 증가 지역
- 붉은색 원: 전년 동기 대비 검색량 감소 지역
- 원의 크기: 목적지 검색량 증감률에 비례
- 증감률 분석기간: (좌) 19년, 20년 2~9월 / 20년, 21년 2~9월 동기 비교
- 지도 해석: 코로나 이후 대비 백신 접종 이후 서울시 관악구 내 관광지 검색량 증가 지역 늘어남. (백신 접종 이후 붉은색 원의 수 감소)

## 서울시 금천구 백신 접종 이후 주요 유출지 현황

백신 접종 이후 주요 유출지 현황

서울권 - 서울시 금천구

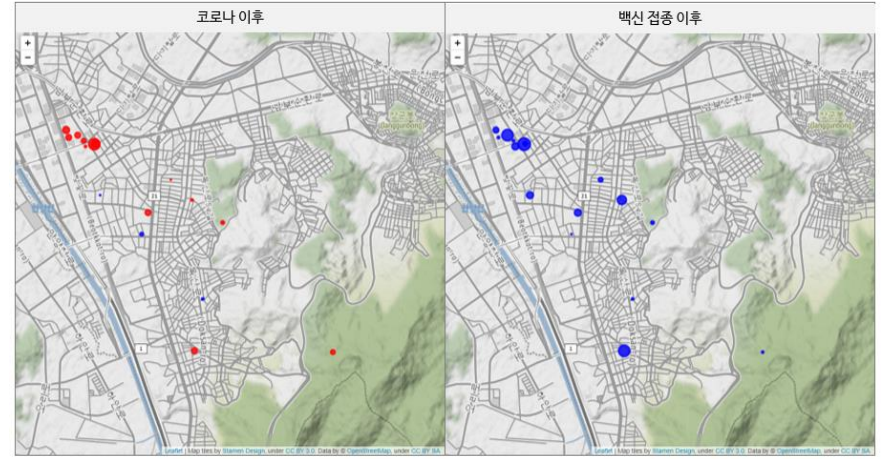


\* 유출지: 방문객의 도착지

## 서울시 금천구 백신 접종 이후 주요 관광지 현황

백신 접종 이후 주요 관광지 현황

서울권 - 서울시 금천구





‘소비’ 데이터는 다음과 같은 방법으로 분석함.

- BC카드 소비 분류 중 35개 항목을 여행 카테고리로 상정함.

여행 카테고리 소비 분류

특급호텔	고속버스	종합레저타운	카메라	주점
1급호텔	여객선	기타레저업	대형할인점	스낵
2급호텔	렌트카	레저업소 (회원제형태)	기념품점	제과점
콘도	항공사	면세점	일반한식	기타음료식품
기타숙박업	카지노	골프용품	일식회집	영화관
관광여행	골프경기장	스포츠레저용품	중국음식	티켓
철도	스키장	민예공예품	서양음식	문화취미기타

- 분석 대상 소비 계층 및 분석 항목은 다음과 같음.

소비 계층 분류

- 연령별  
: 10대, 20대, 30대, 40대, 50대, 60대, 70대, 80대 이상
- 성별  
: 남성, 여성
- 가구별  
: 1인가구, 노인가구, 성인자녀가구, 신혼영유아가구, 초중고자녀가구

분석 항목(여행 카테고리 소비 기준)

- 총 결제액, 건당 결제액, 소비항목별 결제액

■ 조사 대상

• 관광관련 학계 및 업계 전문가 및 트렌드 분석 전문가

■ 조사 방법

• 심층인터뷰 (In-depth interview)

■ 조사 지역

• 서울

■ 표본 규모

• 총 7명

구분	소속	인터뷰 일시
연구기관	0000연구원	10월 29일
	트렌드분석기업A	11월 1일
트렌드 분석 전문가	관광컨설팅기업B	10월 29일
	0000연구소	10월 27일
공공부문	공공기관A	10월 26일
업계 전문가	관광기업A	10월 26일
	관광기업B	11월 2일

■ 조사 길이

• 1시간 내외

## ■ 조사 대상

- 최근 1년 이내 관광 목적 국내여행(당일여행 또는 숙박여행)을 경험한 만 19세 이상 일반인
  - 내년(2022년) 국내여행 또는 해외여행 의향이 있는 경우

## ■ 조사 방법

- 온라인 조사 (On-line survey)

## ■ 조사 지역

- 전국

## ■ 표본 규모

- 2,000명 (지역/성/연령별 인구비례 할당)

	만19~29세		만30~39세		만40~49세		만50세 이상		TOTAL
	남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성	
서울	48	51	47	47	48	49	49	49	388
부산	16	14	13	13	16	16	18	18	124
대구	12	10	10	9	12	13	13	14	93
인천	14	14	13	13	16	15	16	17	118
광주	8	7	6	5	8	8	7	8	57
대전/세종	9	8	8	8	10	10	9	9	71
울산	6	4	5	4	6	6	6	7	44
경기도	67	60	64	60	75	73	75	73	547
강원도	7	5	6	5	7	7	9	8	54
충북	8	6	6	6	8	8	9	8	59
충남	9	7	9	8	12	10	12	10	77
전북	8	7	6	6	9	8	10	9	63
전남	7	6	6	5	9	8	11	10	62
경북	11	9	10	9	13	12	16	14	94
경남	15	11	13	12	18	17	19	19	124
제주	3	2	2	2	4	4	4	4	25

## ■ 조사 길이

- 15분 내외



---

# 1. 과거 관광트렌드 및 사회 전반 트렌드

---



## 코로나19 발생 후 안전여행 트렌드 〈S.A.F.E.T.Y〉

키워드	주요 트렌드
<b>S</b> hort distance (근거리 방문)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 안전을 우려해 장거리 이동 감소</li> <li>✓ 수도권·도심 근교의 관광수요 증가</li> </ul>
<b>A</b> ctivity (야외 활동)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 야외, 레저활동 수요 증가</li> <li>* 캠핑, 차박 등</li> </ul>
<b>F</b> amily (가족 동반)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 사회적 거리두기에 따른 단체여행 감소</li> <li>✓ 가족단위 소규모 관광활동 선호</li> </ul>
<b>E</b> co-area (코로나 청정지역)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 코로나 미발생 또는 청정지역 선호</li> <li>✓ 자연친화형 관광지 방문 증가</li> </ul>
<b>T</b> ourist site (인기 관광지 수요)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 전통적 인기 관광지에 대한 수요 지속</li> </ul>
<b>Y</b> et... (수요 회복은 아직)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ '관광욕구'는 존재하나 '관광수요'는 더디게 회복될 것</li> </ul>

## 2021 국내여행트렌드 〈B.E.T.W.E.E.N〉

키워드	주요 트렌드
<b>B</b> reak (균열)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 코로나 19로 인한 기존 여행산업의 급변</li> <li>✓ 새로운 여행형태 수요</li> </ul>
<b>E</b> ncourage (위로)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ '힐링'과 '소확행'을 목적으로</li> <li>✓ 나만의 시간을 위한 여행</li> </ul>
<b>T</b> ie (연결)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 인근 지역 간의 관광권역 형성</li> <li>✓ 단기·근교 여행 인기</li> </ul>
<b>W</b> herever (어디든 관광지)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 섬, 소도시 등 이색 여행지 관심 증가</li> </ul>
<b>E</b> nhance (강화)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 유대감이 강한 동반자와의 여행 선호</li> <li>* 가족, 커플, 소수의 친구 등</li> </ul>
<b>E</b> xpect (기대)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 여행에 대한 잠재적 수요 존재</li> <li>* 랜선여행, 방구석 여행 등 키워드 등장</li> </ul>
<b>N</b> ote (주목)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 변화 속 새로운 여행형태 등장</li> <li>✓ 한달살기, 호텔 재택 등 일상과 여행의 결합</li> </ul>

## 개인 취향의 다양화

- ✓ 사회 분화의 가속에 따른 개인 '선호', '취향'의 다양화
- ✓ 개인의 정체성 기준을 '취향'으로 인식하기 시작
- ✓ 자신의 선호활동을 위해서는 돈을 아끼지 않는 소비행태
  - \* '칠랙스', '파인다이닝' 등
- ✓ 자신과 취향이 비슷한 사람들끼리 유대감 형성

참고 : 김난도, 트렌드코리아 2022(2021년)/신수정 등, 2022 트렌드 노트(2021년)

## '도시'의 일상과 '시골'의 여유로움을 동시에

- ✓ 도시에 거주하는 여행객들의 시골 체류형 여행 증가
  - \* '한달살기', '워케이션', '촌캉스', '오도이촌' 등
- ✓ '로컬'을 오롯이 즐기며 자신만의 감성을 입혀 경험함
- ✓ 도시와 시골의 삶을 조화시키는 듀얼라이프 추구
  - \* 도시텃밭 가꾸기, 세컨드 하우스 마련 등

참고 : 김난도, 트렌드코리아 2022(2021년)

## '실재감'은 필수

- ✓ '메타버스', 'AI 모델' 등 가상세계에 대한 관심 증대
- ✓ 가상 현실에 '실재감'이 있어야 현실에서 활용수요가 있음
  - \* AI 모델의 세계관 구축, 개더타운(메타버스)의 활용 등
- ✓ 현실공간과 가상세계의 연결, 오감의 충족이 요구됨

참고 : 김난도, 트렌드코리아 2022(2021년)/신수정 등, 2022 트렌드 노트(2021년)

## '나'를 드러내기 위한 움직임

- ✓ 늘어난 시간을 '자기계발'과 '성장'을 위해 주도적으로 활용
  - \* 나만의 루틴 만들기, '갯생', 힐링의 시간 갖기 등
- ✓ 자기 객관화를 통한 '자아의 재발견' 욕구
  - \* MBTI 테스트, 밸런스 테스트, 백문백답 등
- ✓ 타인의 기준에서 벗어난 나만의 목표 및 기준 수립
- ✓ 자신의 의미있는 순간을 남기기 위한 '기록' 활동 주목

참고 : 송길영, 그냥 하지 말라(2021년)/신수정 등, 2022 트렌드 노트(2021년)

---

## 2. 조사/분석별 주요 내용 요약

---





## 1 일상 속에 습관으로 자리잡은 여행

- 코로나 이후 ‘산책, 공원’ 등 일상에서 가볍게 즐기던 행위들이 여행으로 인식되고 있으며, ‘체험’ 등 여행 콘텐츠가 중요해 짐.
- ‘내가 있는 곳을 떠나는 것’만을 여행으로 생각하는 것이 아니라, ‘집주변에서의 산책, 공원에서의 시간보내기’ 등으로 여행의 개념이 확장됨.

## 2 고급스럽게, 자주, 길게 머무는 여행 행태 강화

- 코로나 이후 ‘특급호텔’ 등 고급 숙박을 중시하거나 여행 내 가심비를 중시하는 질적인 고급화를 추구하는 경향 늘고 있음.
- MZ세대 중 20대 여성의 여행 소비가 크게 증가하는 추세로 ‘호텔’, ‘면세점’ 소비가 두드러짐.
- ‘당일치기여행’, ‘한달살이’에 대한 언급이 모두 증가해 여행 기간이 양극화되는 것으로 나타나며, 주중여행 방문객 수가 지속 증가함에 따라 평소(주중)에 자주 여행하는 현상이 관찰됨.

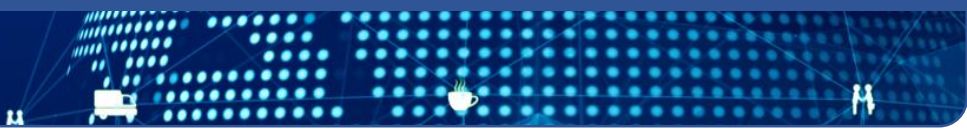
## 3 가족여행도 소규모 추구, 혼자 여행 인기 지속

- 백신 접종 이후 ‘반려동물여행’, ‘키즈여행’ 언급량이 큰 폭으로 증가하며 소규모 가족단위 여행이 주목받고 있음.
- 코로나 이후 1인가구의 여행 소비 감소폭이 가장 낮게 나타나고 있으며, ‘혼자여행’ 언급량이 상승하며 주요 여행 형태로 자리잡고 있음.
- 1인가구의 주요 여행 소비 항목으로 ‘골프’, ‘호텔’, ‘티켓’ 등이 나타남.

## 4 여행거리의 한계가 해소, 장거리도 OK

- 백신 접종 이후 총 250개 시군구 중 관내방문객수와 유출방문객수 증감률이 높은 시군구 7개를 분석한 결과, 코로나 초기에 비해서 관광 이동량이 활성화 됨.
- 해당 지역의 주요 관광지 변화를 통해 관내 다양한 관광지 방문 증가하며 ‘지역의 재발견’ 트렌드가 나타나고 있음.
- 또한 각 지역별 관외유출지 분석을 통해 코로나 이후 근거리 여행으로 위축되었던 이동 행태가 다변화되고 있음.





## 5 즉흥적으로 떠나는, 계획없이 떠나는 여행

- 코로나 확산으로 계획에 없던 ‘즉흥적인 여행’이 증가하고 있으며, 여행프로그램에 의존하기 보다는 스스로 만드는 여행, 준비없이 떠나서 얻는 뜻밖의 즐거움 추구함.
- ‘즉흥여행’ 만족 장소로 ‘자연친화 여행지, 지역 내 시장 방문’ 언급이 다수 나타남.

## 6 지역· 자연을 생생하게 느낄 수 있는 여행 방식 선호

- 코로나로부터 안전을 확보할 수 있는 ‘도보여행’, ‘자연친화여행’에 높은 관심이 나타나고 있음.
- 코로나 초기부터 현재까지 ‘자연관광지’ 검색이 증가하고 있으며, ‘제주도’, ‘서울’ 지역 내 자연친화여행지 방문객 수가 크게 증가함.
- 재택근무와 온라인 수업 확대로 출근 및 등교가 불필요해지면서 농촌 및 지방에 가서 살아가보기, 내가 살고 있는 지역 내 명소 방문 등 ‘지역친화여행’이 인기를 누리고 있음.
- ‘캠핑여행’의 언급량은 코로나 시기 가파르게 증가하고 있으며, 불멍, 물멍 등 명상이나 마음챙김을 위한 여행도 인기를 얻음.

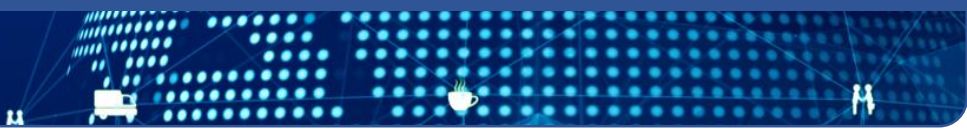
## 7 온라인· 비대면 여행 콘텐츠 지속 인기

- 백신접종 이후 ‘전시관람’ 부문은 ‘온라인화’, ‘복합문화공간화’, ‘체험형 콘텐츠’가 강화되고 있음.
- ‘여행정보 온라인서비스’도 관심이 확대되는 추세이나, 맞춤형 정보 제공, 사전 체험, 실질적인 여행 도움 기능 등의 보완이 필요함.
- 제약이 없는 ‘랜선여행’은 백신 접종 이후 다소 관심이 하락하였으나 긍정률은 지속 증가하는 추세임. 단, 여행에 대한 실재감, 몰입감이 부족하다는 부정 인식이 존재하여 이에 대한 보완책 마련이 필요함.

## 8 여행을 통해 ‘나의 특별한 순간’을 ‘기록’으로

- 백신 접종 이후 개인의 기호 취향에 따른 ‘체험관광’, ‘여행기록’, ‘전시/관람’과 유사한 행태가 강화되는 것으로 보이며, ‘책방/서점’을 찾는 행위도 여행으로 인식하는 경우 증가함.
- 여행에서 개인의 취향이 다양화, 세분화되고 있으며, 여행지에서 개인적인 시간을 보내고 이를 기록으로 남기는 것을 선호하는 경향이 나타남.





## 1 '현재를 중시'하는 삶의 태도에 따른 여행 관심 증가

- 코로나19를 거치면서 미래의 불확실성을 더욱 느끼게 되고, 소중한 사람과의 매일 매일의 행복, 현재의 삶을 보다 중시하는 태도 강화됨
- 매일 매일의 미세 행복을 느끼며, 소확행을 하는 측면에서 여행에 대한 니즈가 보다 강화됨

## 2 '삶의 유동성' 증가에 따른 여행의 일상화

- 온라인/재택근무/비대면 생활이 일상화되면서 일하면서 여행하는 등 여행의 일상화가 나타남
- 특별히 휴가 시즌이 아니어도 '근거리/짧게/자주여행' 트렌드가 확산 되는 한편, 워케이션/스테이케이션과 같이 장기 체류 여행도 늘어나 여행과 일상의 경계가 느슨해짐
- 유명 관광지 보다는 소도시 여행, 지역 관광에 대한 관심이 증가하여 '지역의 재발견' 트렌드 확산

## 3 '개인의 취향'을 중심으로 한 여행 기획

- 전통 여행에서는 인구통계 특성이 여행객 행태 분석의 주요 기준이었으나, 이제 개인별 취향/애호가 자기 표현의 주요 기준이 되고, 여행 스타일에도 '자신만의 특별한 여행'을 추구하는 등의 변화를 가져옴
- 특별한 여행 경험을 보장할 수 있는 '이색 숙소/고급 숙소'에 대한 관심이 높아지고, 자신만의 여행을 만들기 위해 SIT여행에 대한 관심이 높아지고 있으며, 여행의 주체성/현지 수배의 즉시성 경향이 날로 강화되고 있음

## 4 여행산업 내 '디지털 트랜스포메이션' 가속화

- 최근 여행업계에서 발생한 디지털 트랜스포메이션으로 온라인 상에 축적된 고객 정보를 활용한 마케팅, 온라인을 통한 대체적 여행 경험 제공(랜선여행, 가상여행) 등이 주로 언급되고 있음
- 디지털 마케팅 차원에서 유용한 고객 데이터는 인구통계적 변인이 아니며, 어떤 콘텐츠/상품을 선택했는지에 대한 '선호'가 가장 중요한 상황임
- 랜선여행은 실제 여행을 대체하는 대안으로 작용하기 보다는 해당 여행지를 실제로 여행하고 싶어지게 하는 동기로 작용한다는 점에서 더 큰 의미를 지님

## 1 2021년 국내여행 경험

- 조사대상 응답자 2,000명의 최근 1년 이내 국내여행 횟수 평균은 6.5회이며, 30대 연령층과 미취학/초등생 자녀가 있는 경우 여행 횟수 보다 높음
- 코로나19 확산 이전 대비 당일여행 45.8%, 숙박여행 54.0%와 같이 2021년 국내여행 횟수가 ‘줄었다’라고 응답함
- 최근 국내여행 목적지 선택 이유로 ‘자연 풍경 감상’ (56.2%), ‘음식’ (53.3%), ‘접근성’ (51.2%) 등이 주로 응답되었으며, ‘자연 풍경 감상’은 강원/제주, ‘음식’은 제주/부산/전남, ‘접근성’은 경기/서울/인천, ‘숙소’는 제주 여행에서 보다 높게 나타남
- 최근 여행 시 주요 활동으로는 ‘자연 경관 감상’ (59.5%), ‘식도락 관광’ (58.9%), ‘휴양/휴식’ (40.3%) 순으로 응답되었으며, ‘자연 경관 감상’은 강원/경남/충북, ‘식도락 관광’은 강원/경남/인천, ‘휴양/휴식’은 제주/충남, ‘도시 여행’은 서울/부산 방문 시 보다 높게 나타남
- 최근 여행의 동반자로는 ‘배우자’가 43.7%로 가장 높은 비율을 보이며, 다음으로 ‘자녀’ (28.0%), ‘친구/동료’ (27.2%) 등의 순이며, ‘혼행’ 비율은 상대적으로 서울/부산 방문인 경우 소폭 높게 나타남
- 국내여행 시 이용한 숙박시설로는 ‘호텔’이 36.4%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘펜션’ (22.6%), ‘모텔’ (12.3%), ‘콘도미니엄’ (11.4%) 순임

## 2 2022년 여행 전망

- 전체 응답자 중 97.2%가 2022년 국내여행 의향이 있으며, 당일여행은 57.0%가 증가할 것, 숙박여행은 57.9%가 증가할 것이라 전망함
- 2022년 국내여행 희망 목적지로 ‘제주’ (52.8%), ‘강원’ (47.7%), ‘부산’ (31.3%), 희망 여행 활동은 ‘자연 경관 감상’ (60.1%), ‘식도락 관광’ (59.7%), ‘휴양/휴식’ (46.7%)의 순임
- 상대적으로 ‘자연 경관 감상’은 제주/강원/전남, ‘식도락 관광’은 제주/전북, ‘도시여행’은 ‘부산/서울을 희망할 때 보다 높은 비율로 응답되며, 친구/동료’와 함께하는 여행은 부산/대구, ‘혼행’은 서울/대구 희망 시 보다 높은 비율로 나타남
- 2022년 국내여행 시 선호 테마로는 ‘힐링여행’ (65.5%), ‘스테이케이션’ (43.6%), ‘파인 스테이’ (39.7%), ‘언택트 여행’ (36.3%), ‘혼행’ (27.5%) 등의 순임

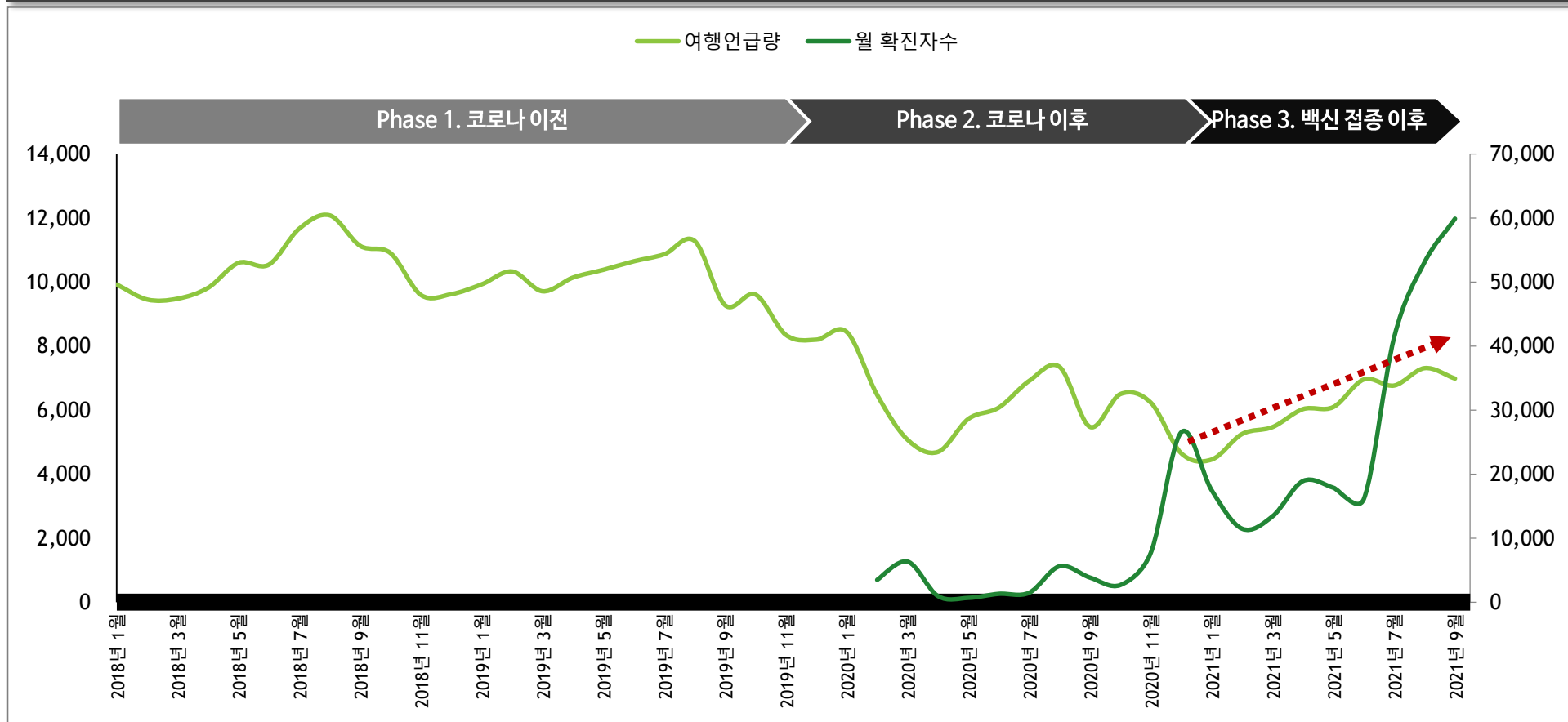
### 3. 백신 접종 이후 여행 전반에 대한 인식변화





코로나 이후 소셜 미디어 상의 여행 언급량은 감소세를 보이다 백신 접종 이후 반등하여 여행에 대한 기대감이 표출되고 있음

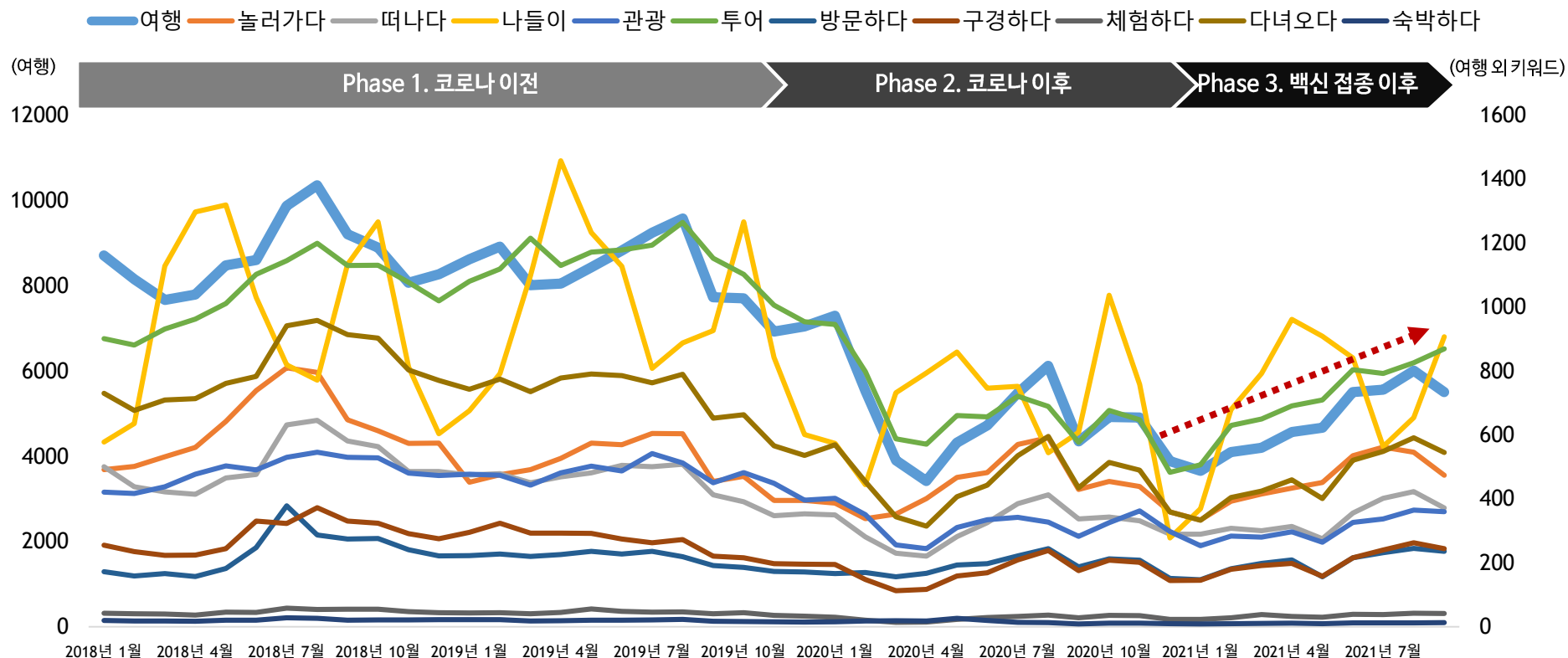
코로나 확진자 수 및 여행 언급량 추이





‘여행’이라는 키워드 외에 ‘놀러가다’, ‘떠나다’, ‘관광’, ‘투어’ 등 여행을 의미하는 유사 용어 역시 백신 접종 이후 상승세로 나타남. 이외 여행 유사 용어 중 ‘나들이’는 4, 10월에 높아지는 경향성을 보임.

여행 유사 용어별 언급량 추이

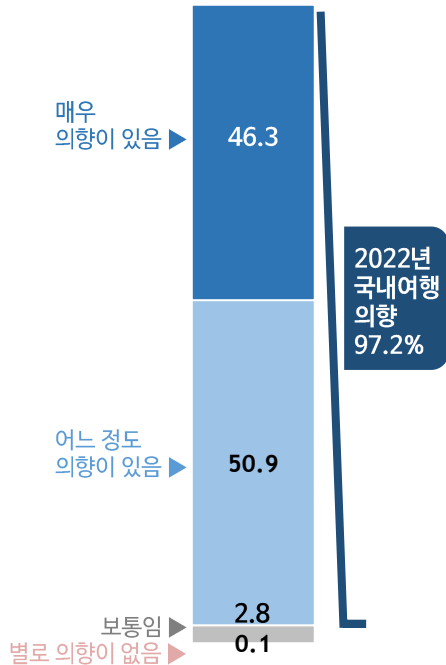




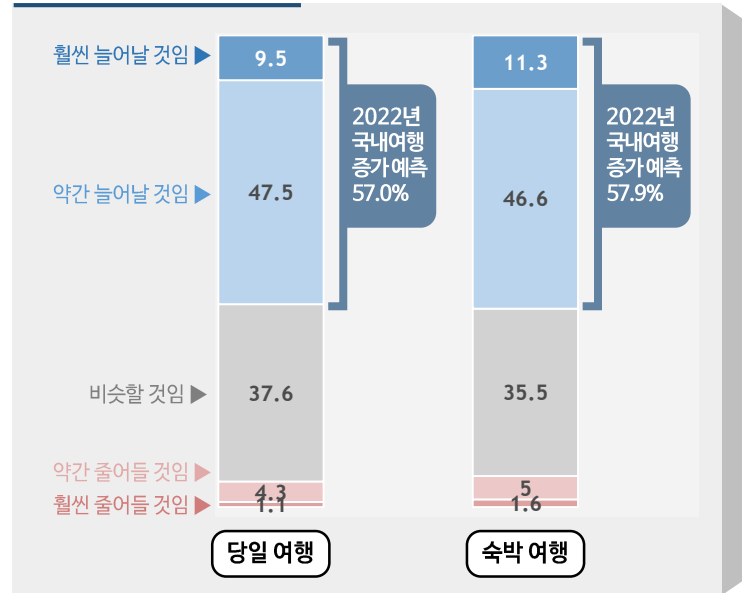
여행 소비자대상 설문조사 결과에서도 2022년 국내여행 의향 비율이 97.2%로 매우 높게 나타나며, 2021년대비 여행 횟수가 증가할 것이라는 예상 역시 당일여행에서 57.0%, 숙박여행에서 57.9%로 과반을 차지함.

## 2022년 여행 전망

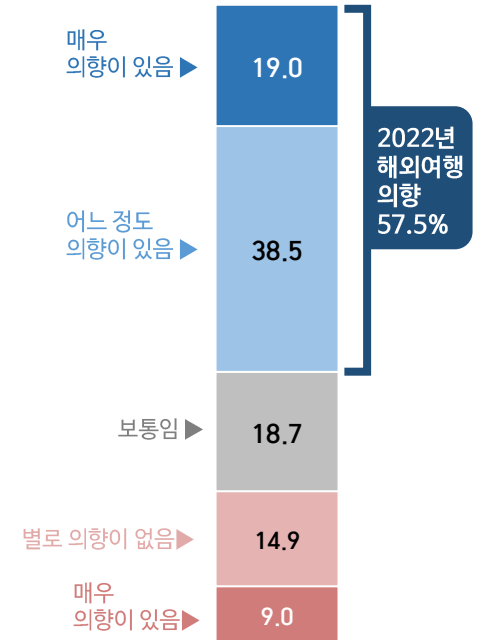
### 2022년 국내여행 의향



### 2022년 여행 횟수 변화 예측



### 2022년 해외여행 의향







전문가심층 인터뷰에서도 지속된 코로나19 상황으로 인해 ‘현재를 중시’하는 삶의 태도가 강화되어 ‘일상의 행복, 매일매일의 미세 행복’을 추구하는 트렌드가 언급되었으며, 이러한 일상 행복의 실현 수단으로 ‘여행’에 대한 니즈가 증가한 것으로 보고 있음.

## ‘현재를 중시’하는 삶의 태도

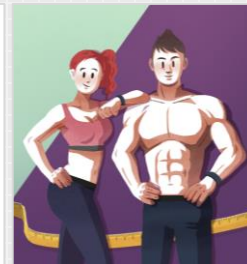
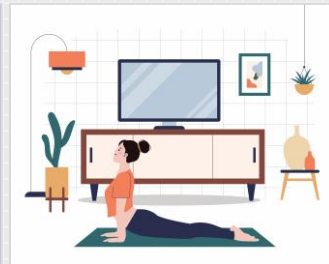


코로나19 상황을 거치면서 현재를 중시하는 삶의 태도 강화되었으며 일상 행복 실현의 주된 수단으로 ‘여행’에 대한 니즈 증가

미래에 대한 높은 불확실성, ‘소확행’, 매일매일의 ‘미세행복’을 추구함

지속된 거리두기에 누적된 피로감에서 ‘할 것은 하고 살자’는 인식 확산

삶의 행복을 물리적/사회적 성공 보다는 ‘일상의 행복’으로 관점 전환



## 매일매일의 미세 행복을 추구

- 미라클모닝 챌린지, 오후(오늘하루운동) 챌린지, 바디 프로필의 유행 등 자기 자신을 돌보는 일상 루틴을 통해 소소한 성취감 및 행복을 추구하는 경향
- 이는 미래 자신의 성장을 추구했던 자기계발과는 달리, 규칙적 루틴을 통해 현재 삶에서 본인 중심의 의미와 행복을 찾으려는 현재 중시 태도
- 현재의 행복을 추구하지만 지속 가능한 행복을 중요시한다는 점에서 옴로(YOLO)와는 또 다른 유형의 트렌드



코로나이후 ‘집, 캠핑’ 등 비대면으로 즐길 수 있는 여행 행태에 대한 관심이 증가함.  
또한 ‘산책, 공원’ 등 일상에서 가볍게 즐기던 행위들이 여행으로 인식되고 있으며, ‘체험’ 등 여행 콘텐츠가 중요해짐.  
이는 ‘내가 있는 곳을 떠나는 것’만을 여행으로 생각하는 것이 아니라, ‘집 주변에서의 산책, 공원에서의 시간 보내기’ 등으로 여행의 개념이 확장되고 있음을 의미함.

기간별 여행 연관어 TOP30 변화

No.	코로나 이전	연급량
1	사진	5,262,206
2	가족	4,720,846
3	맛집	4,560,790
4	일상	4,277,482
5	여행스타그램	3,639,048
6	카페	3,506,872
7	바다	2,648,011
8	호텔	1,657,268
9	숙소	1,482,208
10	해외	1,453,743
11	힐링	1,431,735
12	풍경	1,220,897
13	친구	1,183,715
14	공항	1,066,583
15	데이트	917,075
16	야경	915,399
17	비행기	849,099
18	커플	837,587
19	분위기	837,118
20	부부	793,351
21	셀카	790,694
22	집	774,367
23	가고싶다	772,052
24	버스	769,325
25	리조트	759,988
26	아빠	733,269
27	자유여행	712,543
28	먹방	703,585
29	행복	673,064
30	펜션	663,869

No.	코로나 이후	연급량
1	사진	1,451,394
2	맛집	1,348,668
3	가족	1,145,620
4	카페	1,115,562
5	일상	921,865
6	코로나	871,098
7	바다	793,887
8	여행스타그램	568,193
9	숙소	439,440
10	힐링	403,363
11	집	395,390
12	가고싶다	369,893
13	해외	366,826
14	호텔	360,122
15	풍경	349,730
16	친구	303,787
17	데이트	284,848
18	국내	282,033
19	분위기	252,715
20	캠핑	244,879
21	펜션	241,096
22	아빠	231,556
23	커플	207,647
24	공항	199,597
25	비행기	191,123
26	산책	178,890
27	체험	178,585
28	공원	173,954
29	부부	164,601
30	버스	160,207

No.	백신 접종 이후	연급량
1	사진	475,823
2	맛집	371,375
3	카페	364,407
4	가족	296,240
5	바다	248,866
6	일상	233,858
7	코로나	230,543
8	집	203,700
9	친구	187,166
10	숙소	176,851
11	풍경	120,477
12	호텔	119,195
13	해외	111,770
14	엄마	100,385
15	힐링	99,546
16	분위기	98,129
17	가고싶다	90,676
18	아빠	85,923
19	데이트	84,837
20	여행스타그램	81,478
21	국내	78,063
22	캠핑	76,697
23	펜션	68,889
24	산책	68,189
25	주차장	67,068
26	체험	65,337
27	버스	63,362
28	블로그	63,322
29	비행기	62,371
30	공원	60,107

## ‘여행’ 연관어 주요 변화

상승

카페, 코로나, 집, 캠핑, 펜션, 산책, 체험, 공원...

유지

사진, 맛집, 숙소...

하락

공항, 비행기...

‘집, 캠핑’ 등 비대면으로 즐길 수 있는  
여행 행태에 대한 관심 증가

‘산책, 공원’ 등 일상에서  
가볍게 즐기던 행위들이  
여행으로 인식됨

‘체험’ 등 여행 콘텐츠 중요해짐



전문가 역시 코로나이후 온라인/재택근무/비대면이 확대되면서 삶의 유동성이 증가했고, 이로 인해 여행이 일상화되는 등 여행 개념이 확대되었다고 보고 있음.

## ‘삶의 유동성’ 증가



재택근무, 온라인 미팅 등  
비대면 생활이 일상화되면서  
삶에 대한 유동성이 커진 시대



재택근무  
온라인  
비대면  
확대

일하는 방법  
시간자원을  
쓰는 방법에 대한  
자기결정권  
확대

일상생활과  
여행의  
경계가  
희미해짐

여행에 대한  
자율성 증가



‘삶의 유동성’  
강화에 따른  
인식 변화

### 온라인/재택근무/비대면 생활이 일상화되면서 일하면서 여행하는 등 여행 개념이 확대됨

- 일의 방법/장소를 선택할 수 있는 자유도가 증가하고, 생활의 질을 결정하는 주요 기준으로 ‘자기 결정권’이 중시되기 시작함
- 출근이 필수가 아닌 시대적 상황 속에서 여행은 일상에서 빈번하게 일어날 수 있는 것으로 인식의 전환이 일어나고 있음



“일의 방법이나 장소를 선택할 수 있으면 내 삶이 여행이 되거든요. 그래서 어떤 게 올라오냐 하면 양양에서 서퍼 비치에서 랩탑 들고 일하는 장면이 인스타그램에 떠요. 이건 삶이 여행인 거예요. 이것은 예전 방식의 여행은 아니죠. 예전 방식의 여행은 뭐냐 하면 할리데이 시즌에 스위치 오프(switch off) 하는 거였다고요. 이제는 그렇지 않고 일상이 여행이 되는 거죠. 그렇다면 여행객에 대한 공급자의 준비태세, 혹은 여행지에 대한 설계가 달라질 거 아니에요? 오히려 와이파이 네트워크 돼 있는 데가 여행에 적합한 데가 되니까.”



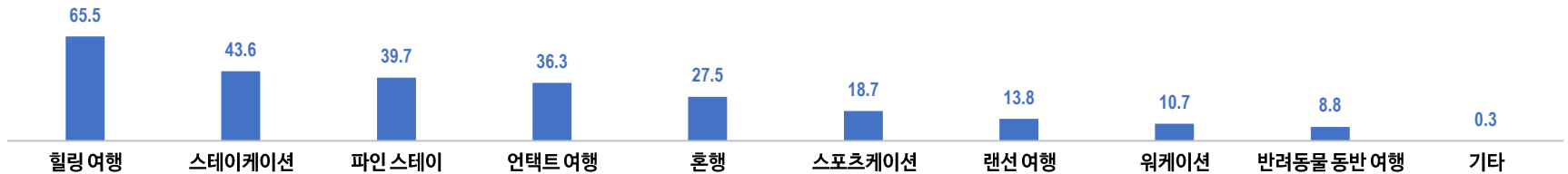
여행 소비자대상 설문조사 결과에서도 근거리에서 보내는 휴가인 ‘스테이크이션’이 2022년 주요 선호여행 테마 2위로 응답되었고, 2022년 증가예상 여가/취미활동으로 ‘국내 숙박여행’, ‘국내 당일 여행’, ‘생활형 관광’이 모두 5위 내 랭크 되는 등 ‘여행의 일상화’ 트렌드가 지속될 것으로 전망됨.

## 선호 여행 테마 및 증가 예상 여가/취미활동

### 선호여행 테마

Q. 다음은 최근 증가하고 있는 여행 관련 테마/키워드입니다. 귀하께서 내년(2022년) 국내여행 시 경험하고 싶은 테마를 보다 선호하는 순서대로 3개까지 선택해주세요.

(n=1,943, %)



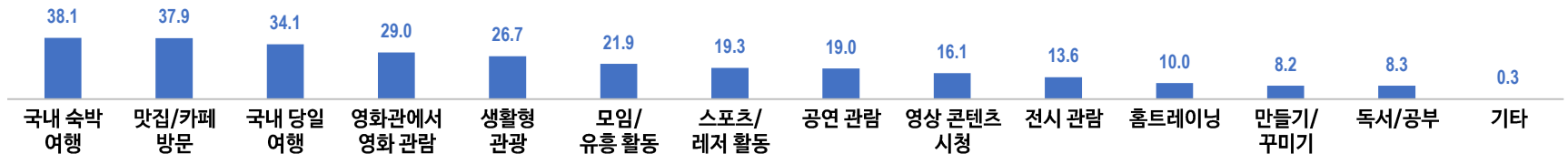
주) 각 테마별로 제시된 설명은 다음과 같음

- 힐링 여행 (명상, 요가, 숲체험 등 힐거리가 중심이 되는 여행)
- 스테이크이션 (staycation, 호캉스 등 근거리에서 보내는 휴가)
- 파인 스테이 (fine stay, 한옥스테이/북스테이/웰니스리조트/빈집재생숙소 등 양질의 경험을 제공하는 숙박)
- 언택트 여행 (비대면 관광, 방역이 준수되는 환경에서 동반 일행 단위로 즐길 수 있는 여행)
- 혼행 (혼자 하는 여행)
- 스포츠케이션 (sports-cation, 자전거/트래킹/골프/서핑 등 운동을 목적으로 하는 휴가)
- 랜선 여행 (온라인을 통해 관광지/관광활동을 가상/대리 체험하는 여행)
- 워케이션 (work-ation, 휴가에서의 업무 처리를 정상 근무로 인정하는 제도)

### 증가 예상 여가/ 취미활동

Q. 다음 여가/취미활동 중 귀하께서 올해 대비 내년(2022년)에 보다 많이 할 것으로 보는 활동은 무엇입니까?

(n=1,943, %)





코로나발생 이후 '해외여행 소망', '대체여행으로 랜선여행 즐길' 등에 대한 긍정 감성 다수 발현되었으며, 백신 접종 이후에는 '앞으로의 여행에 대한 기대감', '대체여행으로 캠핑, 불명, 물멍 즐길' 등에 대한 긍정 감성 다수 발현됨. 반면, 코로나발생 이후 '여행 어려움'에 대한 부정 감성 지속됨.

## 여행에 대한 긍부정 인식 변화

### 코로나 이전

■ 긍정 84% ■ 부정 16%

#### 실제 여행 후기

- ✓ “다낭 마지막 날 꿈같은 날 안녕~♡ #영흥사 #즐거워여행 #다낭 #여행 #새해 #굿바이 #현실로 #출발”
- ✓ “오는 내내 칙칙푹푹 기차~ 를 외치며 즐거운 기차여행. 새해엔 더 재미난 경험 많이 하자 아들~♡”

#### 여행지 경관 감상

- ✓ “#(내 눈에는)도쿄타워보다 더 감흥있는 남산타워♡ # (내 눈에는)홍콩야경보다 더 멋진 서울야경♡”
- ✓ “#해양공원 #혁명광장 너무 아름다운 풍경들 πππ 추워도 #행복 ♡♡#힐링”

#### 여행 상의 어려움 토로

- ✓ “오랜만에 장거리 운전을 하고, 봄비는 서울의 도로를 달리다보니 피로와 엄청난 스트레스가 급격히 높아져서 따뜻한 커피한잔을 마시고 싶었습니다.”

### 코로나 이후

■ 긍정 85% ■ 부정 15%

#### 해외여행 가고싶음

- ✓ “올해는 코로나가 없어져서 해외여행 가고싶다 그날을 기다리며♡”
- ✓ “마음껏 카페투어 좀 하고싶고 놀이공원도 가고싶고 여행도 가고싶고 하고 싶은게 너무나 많습니다.”

#### '랜선여행' 등 대체여행 후기

- ✓ “맨날 사진첩여행만 하는데 올해는 제발 어디든 가고싶다♡♡□ 정말이지 코로나..... #2021년 #떠나고싶다 #비행기타고싶다 #랜선여행 #사진첩여행 #그만하고싶다”
- ✓ “#일상 #여행 #여행스타그램 2021년 맞이 사계절 랜선여행➡ □ 이제 랜선여행 말고 찐 여행가고싶다.”

#### 여행 제한 부정 감성

- ✓ “코로나만 아니었다면 더 열심히 여행 다녔을텐데, 아쉽고도 아쉽다”

### 백신 접종 이후

■ 긍정 83% ■ 부정 17%

#### 앞으로의 여행 기대, 설레임

- ✓ “오늘 백신 맞고 일상생활을 조금은 안심하고 할 수 있다는 안도감과 아주 조금,희망의 여행을 갈 수 있다는 !! 설렘!?”
- ✓ “날 찾지 말라며 전화기 없애고 사라져버리고 싶은 요즘 백신 맞는 그 순간에도 이제 비행기 탈 수 있나 생각하며 내년에 한 달 살기 어디갈까 막 생각만으로 설레고 난리😊”

#### '캠핑, 불명, 물멍' 등 대체여행 후기

- ✓ “제주 이후 여행의 즐거움에 빠져서. 차박과 캠핑 서칭에 홀릭. 가슴이 두근두근♡ 전국의 아름다운 차박지에서.”
- ✓ “좋은 사람들과 좋은 시간 맛있는 음식 커피한잔 산부 강부 너무 좋아 물을 왜 이리 조아하나 #물멍카페#물멍좋다”

#### 코로나 확산세 지속되어 여행 어려움 지속

- ✓ “곧 비행기 타고 여행 갈 수 있을꺼라 설레던 나는. 매일매일 확진자 최대 라는 말에 슬프다.”

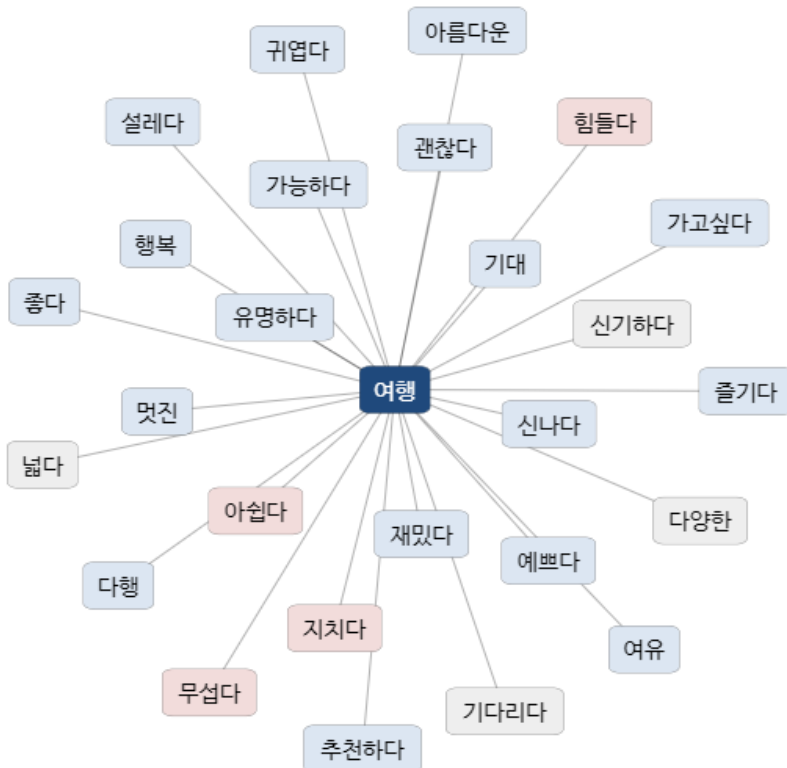




백신 접종 이후 여행에 대한 주요 긍정 인식으로는 ‘독채풀빌라, 한옥독채’ 등 독채 숙박시설 / ‘즉흥여행, 차박’ / ‘서점 나들이’ 등 일상 속에서의 여행에 대한 언급 나타남.

하지만, 코로나 확산세 지속으로 ‘오프라인 행사, 나들이 어려움’ 호소.

## 백신 접종 이후 긍부정 인식 분석



### 주요 긍정 인식

- ✓ **‘독채풀빌라, 한옥독채’ 숙박시설에 대한 만족감**  
- “○○ 이랑 나랑 단둘이서는 첫 여행 :) 펫 택시타구 독채 풀빌라왔지요 😊 평일 하루 휴가여서 내일 오전에 체크아웃하구 집에 갔다가 바로 출근이지만 어차피 코로나 땀에 돌아다닐 것도 아니니까 딱 좋음 :)”
- ✓ **‘즉흥여행으로 떠나는 차박**  
- “귀욤둥이 ○○ 엄마빠 반반 닮음❤️❤️ 차박하는데 ○○가 더 신나서 좋아하구~~ 언제 이만큼 컸대 ㅋㅋㅋ 여행 좋아하는 엄마빠 따라 잘다녀줘서 고마오 ㅎㅎ 행복했던 #차박 🚗”
- ✓ **‘서점 나들이’로 느끼는 여행 느낌**  
- “#함께하고싶다 추석연휴 때, ○○랑 둘이 오봇이 다녀온 서점 나들이, 매일 책과 함께하는 일상의 워킹맘이지만, 그래도 서점만의 그 느낌 아니깐. 오랜만에 말아보는 ○○향 좋구만.”

### 주요 부정 인식

- ✓ **코로나 확산세 지속으로 오프라인 ‘행사, 나들이’ 어려워 아쉬움**  
- “코로나 확산세가 꺾이지 않아 은근히 기다렸던 가을나들이나 가을 모임도 어려울 듯 합니다. 망연히 잃어버린 행복한 일상을 반추하며 한숨 짓습니다.”  
- “이번에도 온라인 줌을 이용해서 진행되는데요, 대면행사를 할 수 없는 상황이 처음엔 화가 많이 났는데(?) 화는 내어서 무엇이리 + 줌미팅에도 나름의 장점과 분위기가 있어서 점차 적응하고 있는 중이에요.....라고 말하고 있지만 너무 아쉬워서 울고싶다...”



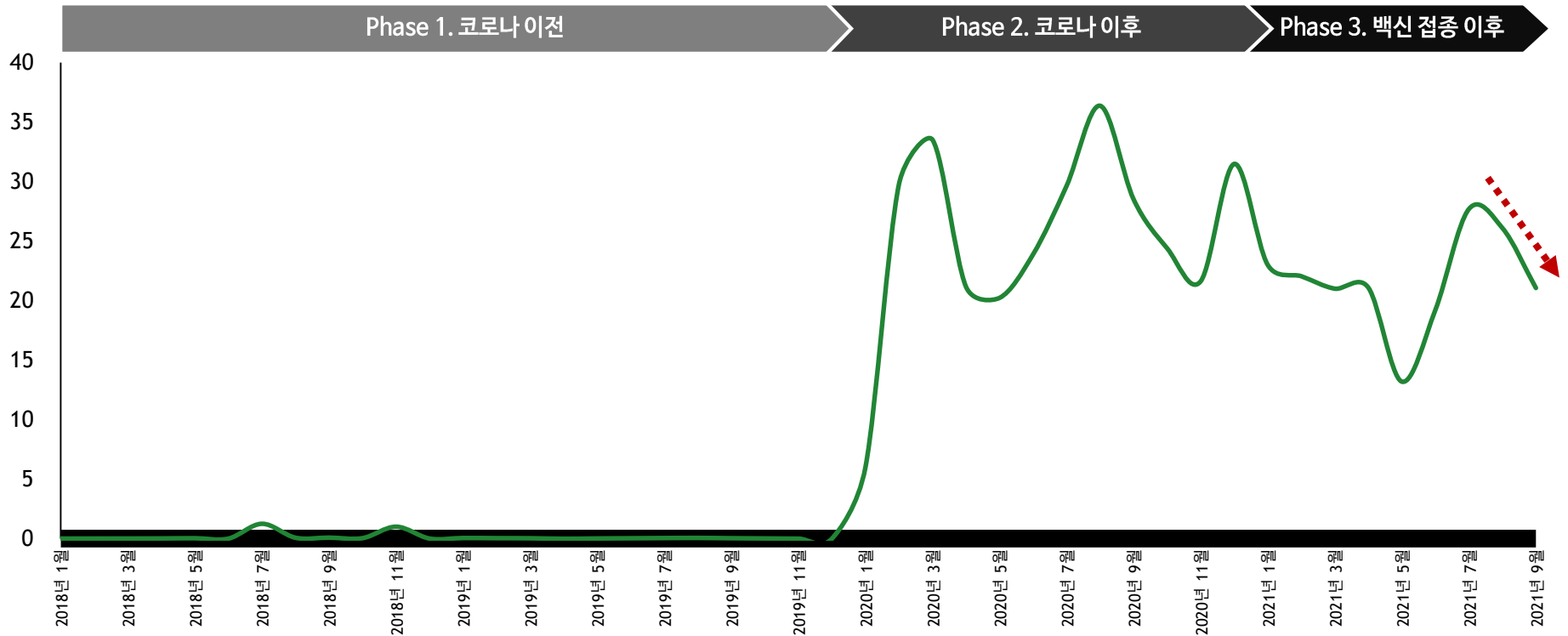


코로나 발생 이후 소셜 미디어 상의 여행 내 코로나 안전에 대한 언급량은 급증하였으나, 백신 접종 이후 하락함. 하지만, 코로나 확산세 증가로 관심도 반등하였으나 백신 접종이 확대됨에 따라 현재는 다시 하락세를 보임.

여행 내 코로나 안전 언급량 추이

— 코로나 안전

(10만 건당 문서수)





백신 접종 이후에도 ‘코로나 확진 우려로 여행 제한’, ‘밀집장소 방문 자제’, ‘코로나 종식 기원’ 등 여행시 코로나 안전에 대한 불안함 지속됨. 하지만, ‘안전한 여행을 위해 백신 접종’, ‘코로나 안전수칙 준수’, ‘관광지 내 철저한 방역 만족’ 등 백신 접종 및 철저한 방역으로 불안함 줄어들었다는 긍정 의견 함께 나타남.

## 백신 접종 이후 여행 내 코로나 안전인식 분석

### 안전한 여행을 위해 백신 접종

- ✓ “24시간 이내 관할 보건소에서 pcr검사 시행 및 자가격리 9. 음성 결과 나오면 '2차 백신 접종 완료자'에 한하여 사회 활동 가능! 🙌 10. 일주일 뒤 확인 차 추가 pcr검사 시행! ('음성' 확인 완료 🍀). 이렇게 해서 남편과 행복하고 안전한 여행을 다녀왔어요”
- ✓ “○○서 아버지 운동화 구매하고 잘 놀다 들어온 날 :) #가족이란 🍷 #부모님 #엄마아빠 #나들이 #부모님사진 #컨셉사진 #백신접종완료가족”

### 여행시 코로나 안전수칙 준수

- ✓ “토올 화성 행궁 나들이 버스 타고 가자니깐 엄청 들떠하던 너 ㅋㅋㅋㅋ버스 이용수칙 코로나 안전수칙 잘 지키고 돌아옴 #화성행궁#신나서뛰어다님#버스타고#주말나들이”
- ✓ “in. 강원도 속초 오랜만에 가족여행 가요 ♥□ 시국인지라 무섭지만, 매일 집에만 있어서 심심한 6살짜리 아드님때문에 숨 좀 쉬게 해드려야 할 것 같아요 ~ 안전수칙 잘 지키며, 잘 지내다가 오겠습니다”

### 관광지 내 철저한 방역 만족

- ✓ “창덕궁 달빛기행○🌙 코로나19 안전대비도, 해설도, 프로그램도 훌륭했던...! 달빛과 함께하는 창덕궁 밤 나들이였다. 진짜 최고!!!! 🍷🍷🍷. #2021 #일상 #나들이 #창덕궁 #창덕궁달빛기행”
- ✓ “코로나로 많이 다운되었지만 방역 수칙을 잘 지켜가며 전국에 선수들이 속속 사격 연습을 하고 있었고 저도 체험을 해 봤어요~”

### 코로나 확진 우려되어 여행 제한

- ✓ “코로나 터지면서 안전에 더 예민한 신랑은 애들이랑 대중교통 타고 다니는 것도 불안해하니..”
- ✓ “진짜.진심.너무나도.코로나 좀 없어지고 자유롭게 다니고싶다 (해외여행 가고 싶다고🍀)... #우리함께일상으로”
- ✓ “하와이도 가고 싶은 나라이고, 일본도 다시 가고 싶은 나라 중에 한 곳이기애 어서 걱정없이 여기저기 다닐 수 있는 날이 어서 오길 바라며!”

### 여행시 인파 밀집된 곳 방문 자제

- ✓ “#○○네 #완전무장여행컨셉 6개월 전부터 준비한 아빠 환갑여행인데 제길 코로나 ○○... 마스크 두겹, 페이스 쉴드까지 장착하고 사람들이 다 쳐다봤지만, 쪽팔린 건 중요하지 않다 철저하게 대비한 안전이 제일이다ㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋ 북적이는 곳은 과감하게 패스”
- ✓ “세 달 전부터 예약한거라 코로나 피해 호텔보다는 펜션이 안전할거 같아서 키즈펜션 잡았는데 너무 잘한 듯”

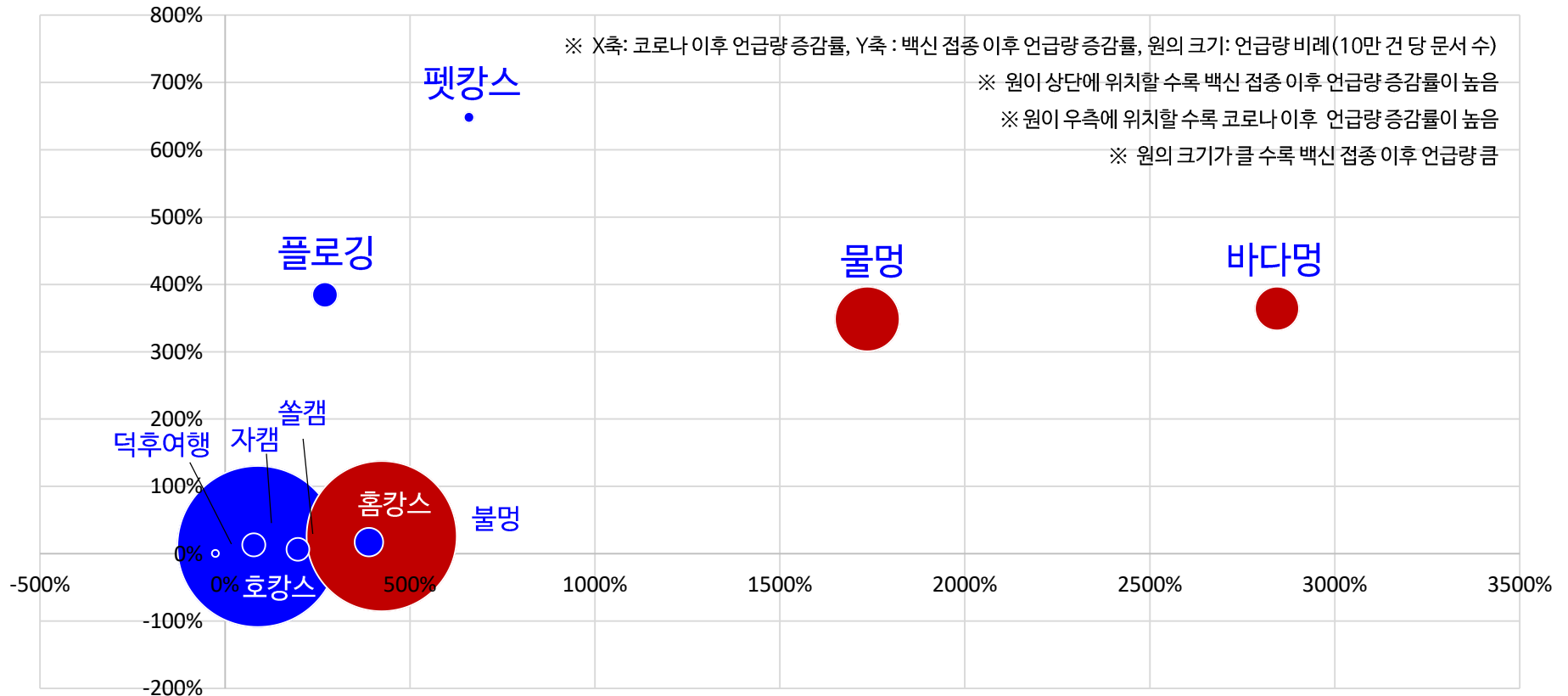
### 안전한 여행을 위해 코로나 종식 기원

- ✓ “부모님 생신. 방역으로 어쩔수 없이 문제가 안되는 춘천으로 나들이겸 점심식사. 닭갈비 구이가 정말 맛이 좋구만! 더덕도 맛내네! 빨리 동네에서도 문제없이 다같이 식사하는 그날이 오기를 ππ”
- ✓ “누군가의 버킷리스트에 한강공원에 올라갈 수 있길... 누군가가 여행가고 싶은 도시가 서울이면서, 여행 일정에 한강공원을 넣고 싶어할 수 있길... 진심으로 바랍니다. 코로나19 종식 기원과 함께요~!!!”



이밖에 여행 커뮤니티를 중심으로 새롭게 등장하는 조어 중, 백신 이후 ‘펫캥스(반려동물여행)’의 증가폭이 매우 높게 나타남.  
또한, ‘불멍’, ‘물멍’, ‘바다멍’ 등 멍때리는 행위에 대한 증가폭 높게 나타남.

코로나 이후 신조어 증감률 현황



---

# 4. 2022 관광트렌드 요약

---



- 2022년 관광트렌드 'HABIT-US' (개인의문화적 취향과 소비의근간이되는 성향체계를 말하는 사회학용어인 'HABITUS'에서 착안함)
- 팬데믹으로 인해 바뀐 일상속에서 '현재'와 '나'에 행복에 초점을맞춘 개인은 여행을 통해 자신의 취향을 경험하고 기록함

## 2022 여행 트렌드 <HABIT-US>

### HABIT-US

여행,  
'나의 특별한 순간'을  
만드는 기록

\*HABITUS  
(아비투스, 개인의문화적 취향과  
소비의근간이되는 성향체계)

**H**ashtags(개별화, 다양해지는 여행취향)

**A**nyone(누구와 함께여도 행복한)

**B**eyond Boundary(정해진 틀을 넘어서)

**I**n a Wink(떠나고 싶을 때 바로)

**T**herapy(나를 위로하고 치유하는)

**U**sual Unusual(비일상의 일상화)

**S**pecial Me(나의 특별한 순간을 만드는 여행기록)

- ✓ 고급호텔 숙박 ~ 가심비 감성숙소
- ✓ 당일치기여행 ~ 한달살기

- ✓ 키즈여행(숙소, 놀거리), 반려동물동반(포토존, 놀이터)
- ✓ 혼자여행(드라이브, 풍경감상)

- ✓ 관광이동이 더욱 활성화, 다양한 여행지로
- ✓ 거주권 밖의 여행지 방문 : 근거리에서 장거리 여행까지

- ✓ 계획없이 떠나는 여행('급여행', '즉흥여행') 인기

- ✓ 도보여행(등산, 하이킹), 지역친화(살아보기, 위케이션)
- ✓ 힐링여행(불명, 바다명, 물명), 차박(캠핑), 등

- ✓ 코로나-19 이후 등장한 여행트렌드의 지속 인기
- ✓ 랜선여행, 온라인 전시관람 등

- ✓ 개인의 기호, 취향을 즐기는 활동이 여행과 연관되어 인식
- ✓ 체험(골프, 아웃도어), 여행기록(사진), 전시/관람, 서점방문



본 보고서 내 데이터별 분석결과는 다음과 같음.

2022 여행 트렌드	소셜 빅데이터	정량데이터	
		소비	통신·교통
<b>Hashtags</b> 뚜렷한 격차를 보이면서 개별화되고 다양해지는 여행 취향	✓ '호캉스'에 대한 관심 순위 증가 ✓ 텐트, 캠핑카 등 타인과 접촉하지 않는 숙박 형태에 관심 증가 '호캉스', '캠핑숙소' 등 고급화·안전성을 위한 독립 숙소 선호 증가	✓ 여행 소비 결제액 증가 ✓ 특히, 20대의 여성 증가 폭이 가장 높음 ✓ 20대 여성의 주요 소비 항목은 '호텔, 면세점' 등	✓ 코로나 발생 이후 주중 여행 방문객 수 지속 증가 ✓ 주말 여행이 아닌 주중(평소)에 자주 여행하는 현상 관찰
<b>Anyone</b> 누구와 함께여도 행복한	✓ 반려동물 여행, 키즈 여행 언급량 큰 폭으로 증가 ✓ 혼자 여행(혼행)의 언급량 증가	✓ 백신 접종 이후 1인가구의 여행 소비 감소 폭이 가장 높음 ✓ 1인가구의 주요 여행 소비 항목은 '골프, 호텔, 티켓' 등	-
<b>Beyond Boundary</b> 여행 경계, 정해진 틀을 넘어서	-	-	✓ 권역별 관내 방문객 수와 유출 방문객 수 증감률이 높은 시군구 7개 분석 ✓ 각 지역별 관외 유출지 분석을 통해 코로나 이후 근거리 여행으로 위축되었던 이동 행태가 다변화되었음을 확인
<b>In a wink</b> 미리 계획을 세우지 않아도 떠나고 싶을 때 바로	✓ 자연친화 콘텐츠 및 시장 즉흥 여행, 나들이 관심 증가 ✓ 코로나 확산 방지가 간접 영업 제한 등 영향으로 야경, 밤바다, 불꽃놀이 콘텐츠 관심 하락	-	-
<b>Therapy</b> 나를 위로하고 치유하는 경험	✓ '도보여행', '자연친화', '지역친화여행' '힐링여행' 관심 증가 ✓ 친구, 아이와 함께 하는 도보여행 관심 증가 ✓ 힐링여행(물멍, 불멍)에 대한 관심 증가	-	✓ 코로나 초기부터 '자연관광지' '캠핑장' 검색 건수 지속 증가세 ✓ 캠핑 여행지로 경기, 인천, 강원, 충청권 검색 건수 높음 ✓ 특히 강원도 영월군/홍천군, 충북 제천시 방문객이 크게 증가
<b>Usual unusual</b> 일상이 된 비일상	✓ '랜선여행' '온라인 전시 관람' 의 긍정 반응 전년 대비 증가 ✓ 랜선여행, 온라인 전시 관람 등에 대한 실재감을 느끼고자 하는 여행객의 수요를 충족 필요	-	
<b>Special Me</b> '나의 특별한 순간'을 만드는 여행 기록	✓ 여행이 나의 취향을 충족하기 위한 하나의 일상(루틴)으로 인식 ✓ 체험여행, 여행기록, 전시/관람, 책방 방문 등 기호, 취향을 즐기는 활동을 여행과 연관하여 인식	-	-



---

# 4.1

## 2022 여행 트렌드

### ①Hashtags

---

4.1 Hashtags(개별화되고 다양해지는 여행 취향)

4.2 Anyone(누구와 함께라도 좋은)

4.3 Beyond Boundary (여행 경계, 정해진 틀을 넘어서)

4.4 In a Wink(떠나고 싶을 때 바로)

4.5 Therapy (나를 위로하고 치유하는 경험)

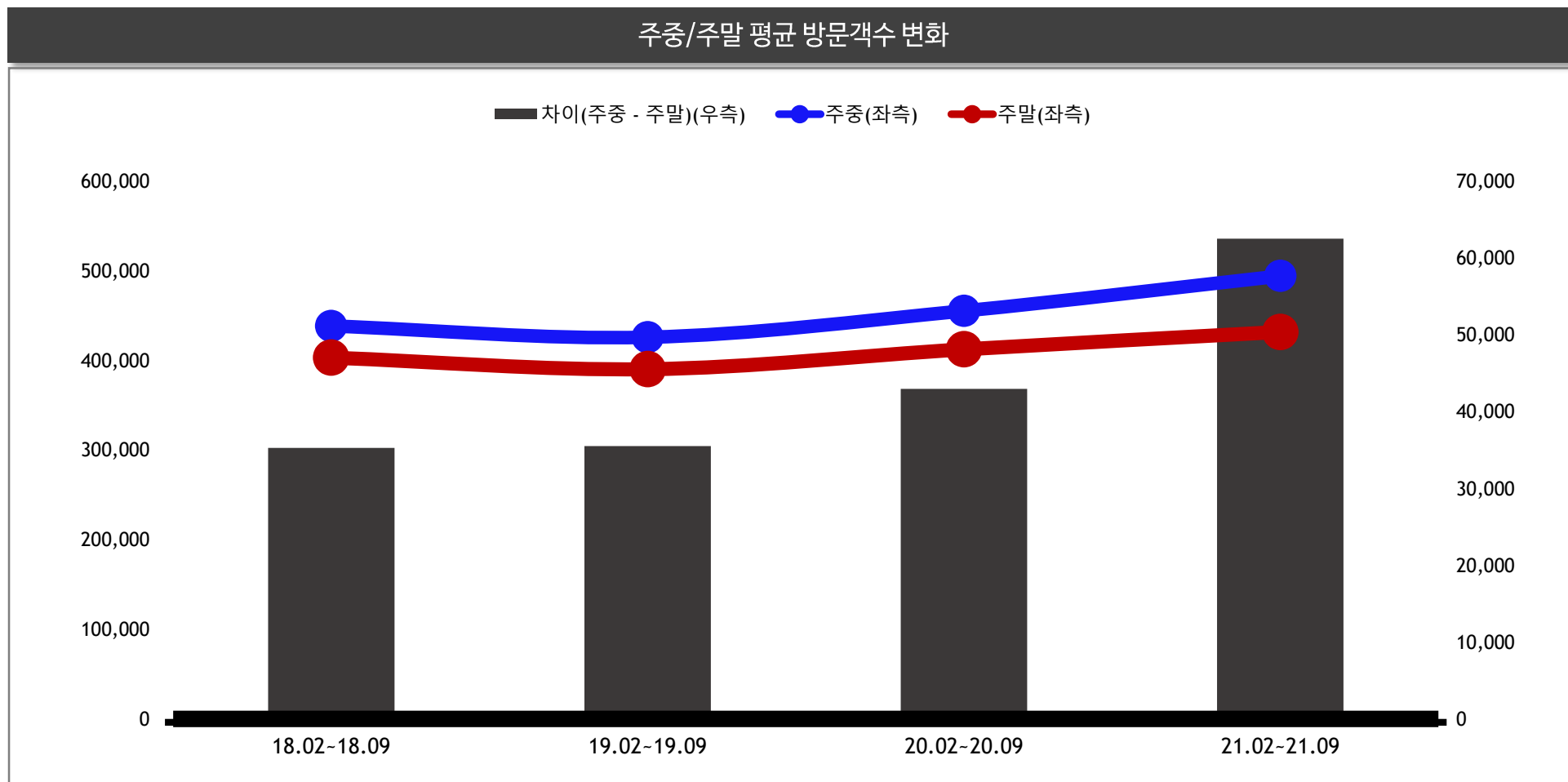
4.6 Usual Unusual (일상이 된 비일상)

4.7 Special Me(나의 특별한 순간을 만드는 여행기록)





코로나발생 이후 주중여행방문객수가 지속 증가함에 따라 주말의 여행이 아닌 평소 주중에도 자주 여행하는 현상이 관찰됨.





코로나이후 ‘호캉스’에 대한 관심 순위가 증가했으며, ‘텐트’, ‘캠핑카’ 등 타인과 접촉하지 않는 숙박 행태에 대한 관심이 증가함.  
‘호캉스’, ‘감성숙소’ 등 질적인 측면에서의 고급화와 안전을 위한 독립형 숙소에 대한 선호가 두드러짐.

기간별 숙박시설 연관어 변화

No.	코로나 이전	연급량
1	호텔	1,525,191
2	리조트	711,421
3	펜션	642,029
4	게스트하우스	365,509
5	풀빌라	206,704
6	한옥	177,149
7	호캉스	165,772
8	캠핑장	98,368
9	에어비앤비	85,787
10	호스텔	62,952
11	카라반	58,015
12	독채펜션	26,316
13	텐트	24,378
14	스위트룸	21,182
15	노보텔	17,885
16	룸서비스	17,628
17	오션뷰펜션	11,361
18	키즈펜션	7,223
19	스파펜션	7,003
20	캠핑카	6,133

No.	코로나 이후	연급량
1	펜션	195,921
2	호텔	193,313
3	리조트	106,581
4	풀빌라	88,519
5	게스트하우스	70,518
6	캠핑장	54,364
7	호캉스	50,572
8	한옥	42,990
9	차박	32,863
10	카라반	30,177
11	텐트	28,638
12	에어비앤비	15,278
13	캠핑카	13,444
14	오션뷰펜션	9,587
15	독채펜션	8,968
16	키즈펜션	7,910
17	오토캠핑장	7,566
18	감성숙소	6,262
19	스파펜션	4,660
20	바닷가펜션	3,598

No.	백신 접종 이후	연급량
1	호텔	119,195
2	펜션	68,889
3	리조트	36,223
4	한옥	24,626
5	호캉스	21,688
6	풀빌라	21,635
7	캠핑장	21,496
8	게스트하우스	18,115
9	텐트	13,548
10	차박	13,057
11	에어비앤비	10,843
12	카라반	9,939
13	캠핑카	6,843
14	감성숙소	4,341
15	독채펜션	3,326
16	오션뷰펜션	2,935
17	키즈펜션	2,394
18	오토캠핑장	2,212
19	스파펜션	2,061
20	호스텔	1,842

숙박 관련 ‘여행’ 연관어 주요 변화

상승

호캉스, 텐트, 캠핑카, 감성숙소...

유지

호텔, 펜션, 리조트...

하락

게스트하우스...

‘호캉스’ 등 고급 숙박시설에서  
즐기는 여행 인기

‘텐트, 캠핑카’ 등 독립적인  
숙박 행태에 대한 관심 증가

‘감성숙소’ 등 숙박 콘텐츠 중요해짐

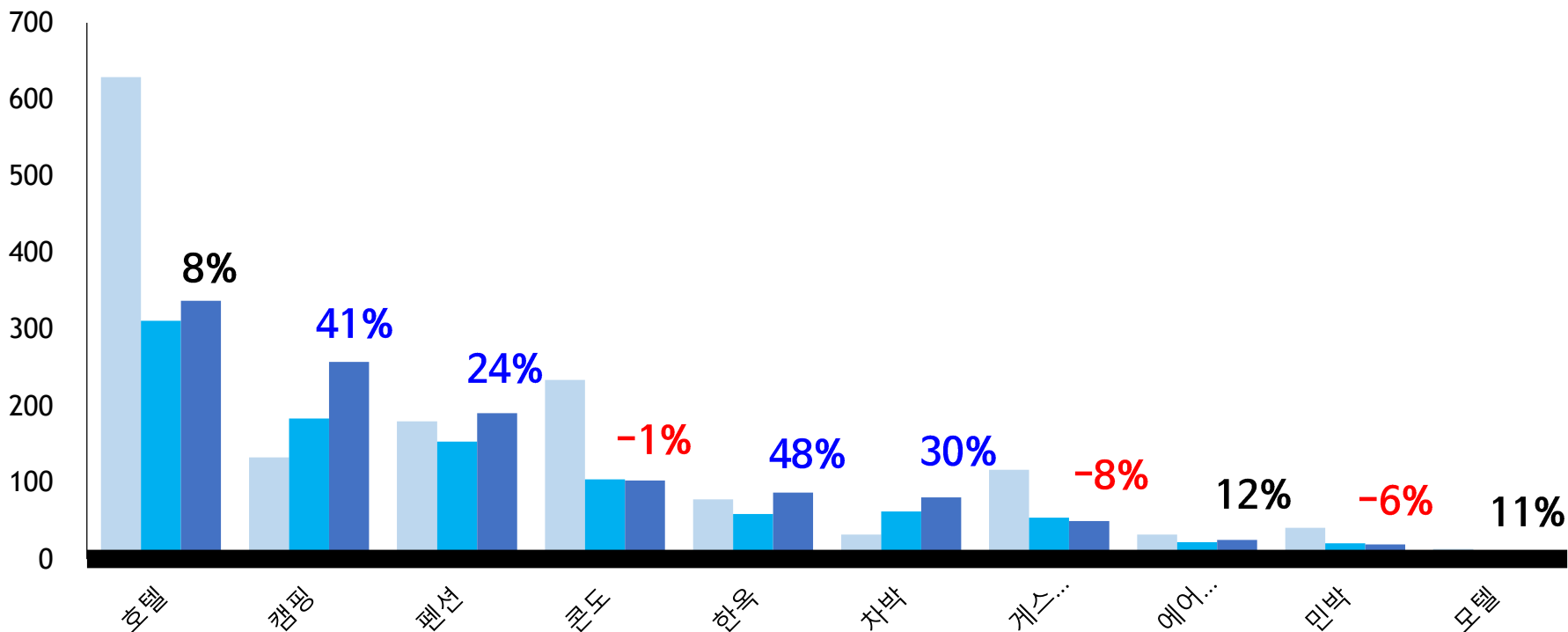


숙박시설 유형 중 ‘호텔’에 대한 관심은 코로나 발생 이후 급감했으나, 백신 접종 이후 회복세를 보임.  
반면, ‘캠핑’, ‘차박’은 코로나 발생 이후 지속적인 증가세를 보이고 있으며, ‘한옥스테이’가 이색적 체험을 할 수 있는 숙소로 관심을 받음.

숙박시설 유형별 월평균 언급량 변화

■ 코로나 이전 ■ 코로나 이후 ■ 백신 접종 이후

\* 콘도 = 콘도+리조트 합산





코로나발생이후 '특급호텔' 등 고급 숙소를 중시하거나 여행내가심비를 중시하는 질적인 고급화 추구.

## 숙박업의 양극화 주요 인식 분석(특급호텔 vs. 가심비 숙소)

### 휴식을 위해 방문

- ✓ “오늘 하루종일 청소하고 집정리하고 치과검진도 받고 했더니 다시 근육통이.. 백신 접종하고 더 쉬어야 하는 것이었나? 넘 무리한 듯하여 휴식에 제일 좋은 특급호텔로 피신”
- ✓ “친구의 친구 찬스. 역시 특급호텔 퀄리티는 달라. 제주에 와서 더 호강하는 1인. #일상기록 #여행에미치다 #여행스타그램 #중문○○ #중문관광단지 #해산물매니아 #○○호텔부페 #제주○○”

### 고급스러운 디자인 및 서비스 만족

- ✓ “2021.9.4.토요일. 제주 ○○호텔 제주 ○○ 플라워 스타일에 반하다. 특급 호텔이 학교가 되고 기존 학교가 단순한 스테이가 되야 한다고 나는 생각한다. 호텔의 디자인 감각과 호텔리어의 매너는 물론 시원한 공간감과 디테일한 오브제까지 한마디로 교육적이지 않은 것이 없다. 교육과 휴식이 동시에 이루어지는 공간이 곧 학교여야 한다.”
- ✓ “특급 호텔이라 당연한 건가 싶은데... 홍보팀 매니저가 어찌나 꼼꼼하고 친절하던지. 근사한 애프터눈 티 세트까지 대접받고 참 행복한 하루였어요. 돌아보니 그렇게 발에 불 나도록 취재 다니던 시절은 행복하지 않은 날이 없었지만요 ☺”

### ‘오션뷰, 한옥민박’ 등 감성숙소에 대한 높은 만족도

- ✓ “♪ 여수 감성숙소로 만족♫ 바베큐실이 별도로 있어 너무 깔끔하고 앞마당 넓은 잔디 앉아 와인 한 잔! 새벽까지 넷플릭스도 보고 우리들 반신욕에 조카들이 수영하고 놀기에도 작지않았던 자쿠지 크기 조용하고 여유로운 여수 가족여행으로 만족하고 가용^^ #여수여행 #여수감성숙소 #여수숙소 #감성숙소”
- ✓ “3개월 전 예약해서 다녀온 ○○♥ 예약하기 힘든만큼 만족도 최상:) #영덕풀빌라 #영덕여행 #오션뷰숙소 #영덕숙소 #감성숙소 #영덕펜션 #오션뷰풀빌라 #여름휴가 #국내풀빌라”
- ✓ “그리고 이렇게 아름답고 동남아풍 감성숙소...찾으신다면 정말 만족 또 만족하실거예요ㅎㅎ 수영장도 정말 이쁜데 숙소안에 있는 산책길이 너무 아름다워요! 그리고 무엇보다 숙박비용도 갓성비라.... 부담없이 갈수 있는곳이었어요 수영장은 심지어 천연암반수,직원분들도 왕친절!!!!!!!!!!!!!! 1박2일로 다녀왔지만 다음에 제주에 가면 2박3일로 예약할거예요”
- ✓ “낮보다 밤이 더 좋아 야경도 넘 아름다운 경주 :) 경주 야경 하나도 놓칠 수 없어서 월정교 갔다가 동궁과월지 ☺ 추적추적 비 오는 밤 한참 걸었지만 야경 넘 예뻐♥ 그리고 경주오면 꼭 해보고 싶었던 한옥 민박. 연휴라 웬만한 곳은 다나가서 예약하기 힘들었지만 깨끗하고 만족^^.”



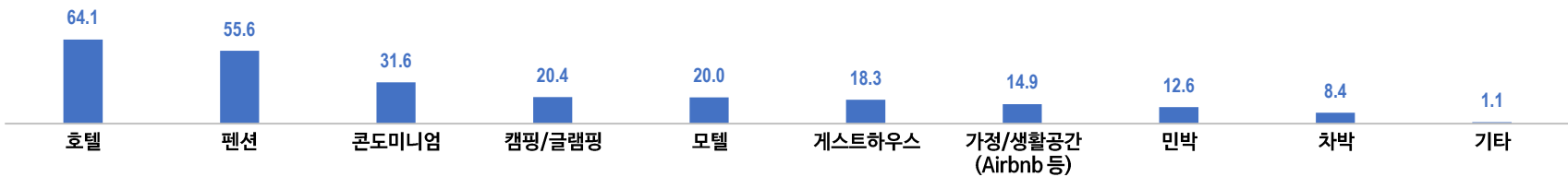
여행 소비자대상 조사 결과, 2022년 희망 숙박형태로 ‘호텔’이 가장 높은 비율을 차지했고, 선호 여행 테마에서도 호캉스로 대표되는 ‘스테이케이션’, 양질의 경험을 제공하는 숙박인 ‘파인스테이’ 등이 2/3위로 높게 나타나는 등 고급화 및 차별화된 숙박 추구 경향이 나타남. 또한 전문가 역시 ‘숙박을 통한 특별한 경험 추구’ 경향을 하나의 트렌드로 언급함.

## 이용 희망 숙박시설 및 선호 여행 테마

### 이용 희망 숙박시설

Q. 내년 OO지역으로 여행을 하신다면, 어떤 숙박시설을 이용하고 싶으십니까?

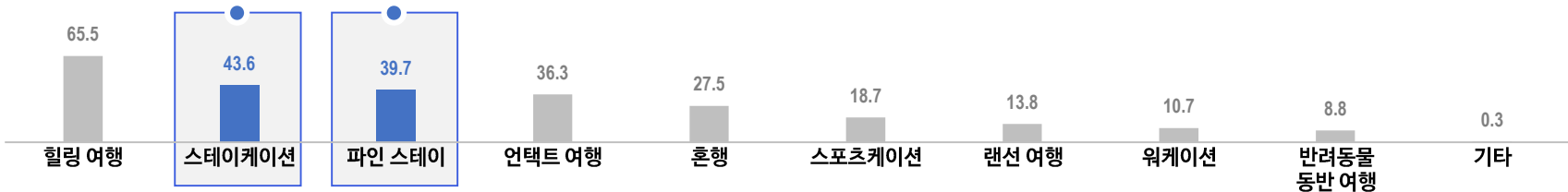
(n=1,943, %)



### 선호 여행 테마

Q. 다음은 최근 증가하고 있는 여행 관련 테마/키워드입니다. 귀하께서 내년(2022년) 국내여행 시 경험하고 싶은 테마를 보다 선호하는 순서대로 3개까지 선택해주시요.

(n=1,943, %)



## ‘특별한 경험’을 할 수 있는 여행 추구 - 사진촬영하기 좋은 ‘고급 숙소’, ‘특색있는 숙소’에 대한 관심



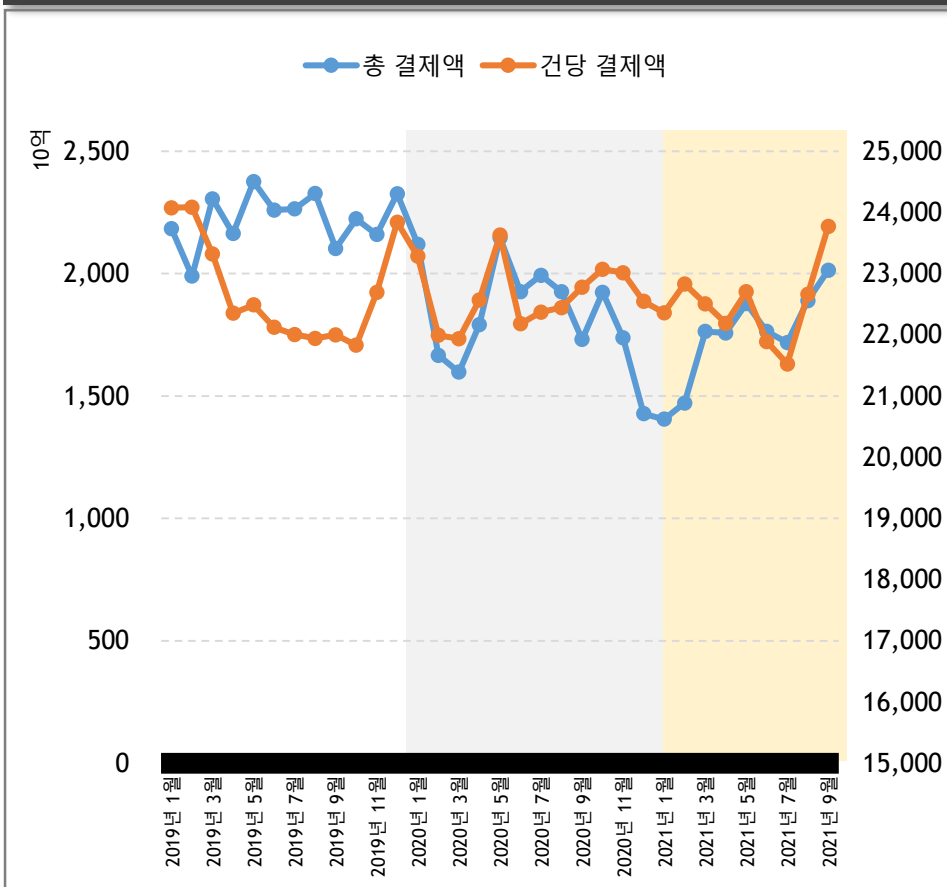
- ✓ “전형적인 숙박 유형인 호텔, 펜션, 모텔, 게스트하우스, 민박 이런 것과 다르게 감성숙소라는 곳들이 많이 뜨고 있는데, 원래 펜션을 운영할 때는 객실 동이 7개 정도로 운영하던 건데, 굉장히 과감하게 2~3개 동으로 줄여서 프라이빗하게 만든 다음에 이전에 전체적인 평균 단가가 7만원 정도였다면 이걸 20만원대 후반부터 30만원대까지 받아버리는 거죠.”
- ✓ “요즘은 옛날 집을 리모델링 한 숙소들을 하루 빌리는 데 30평짜리가 35만원인가 45만원 한대요. 예약을 해서 정말 새로운 경험을 하고 오는 거죠. 거주환경이 여행의 중요한 부분이 되는 것이고, 숙박 큐레이션이 정말 중요합니다.”
- ✓ “디자인에서 몇 년 전 유행한 ‘슈퍼노멀(평범하지만 비범한: 불필요한 것은 최소화하고 본질에 충실한 디자인 스타일. 대표적으로 무인양품)’ 트렌드가 여행으로 옮겨오고 있는 것으로 보여요. 불필요한 일정은 최소화하고, 좋아하는 활동, 풍경 등 여행의 본질에 시간과 비용을 더 투자하려는 경향. 내가 생각하는 본질이 충족된다면, 그것 또한 여행이라는 생각을 포함 해서...”



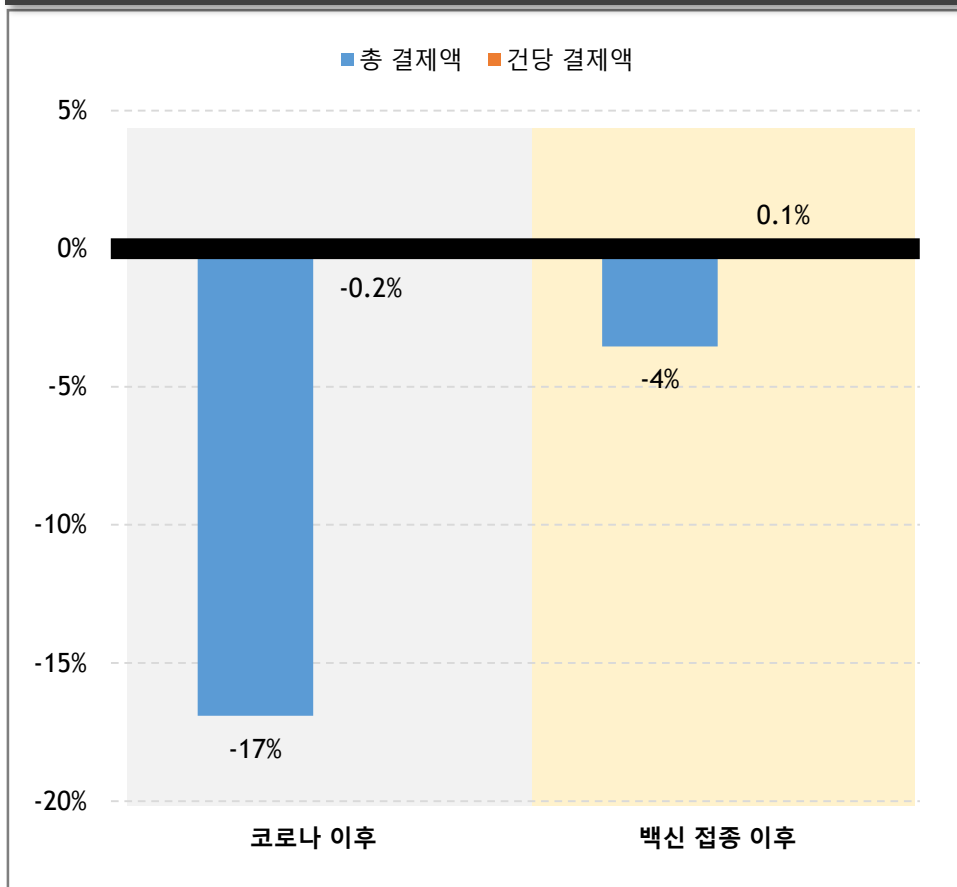


코로나 발생 이후 감소세를 보이던 여행 카테고리 총 결제액은 백신 접종 이후 반등하고 있으며, 특히 건당 결제액은 상대적으로 감소폭이 낮고 백신 접종 이후 소폭 증가세를 나타내 고급 여행 트렌드를 뒷받침하고 있음.

여행 카테고리 총 결제액 및 건당 결제액 추이



기간별 증감률 변화

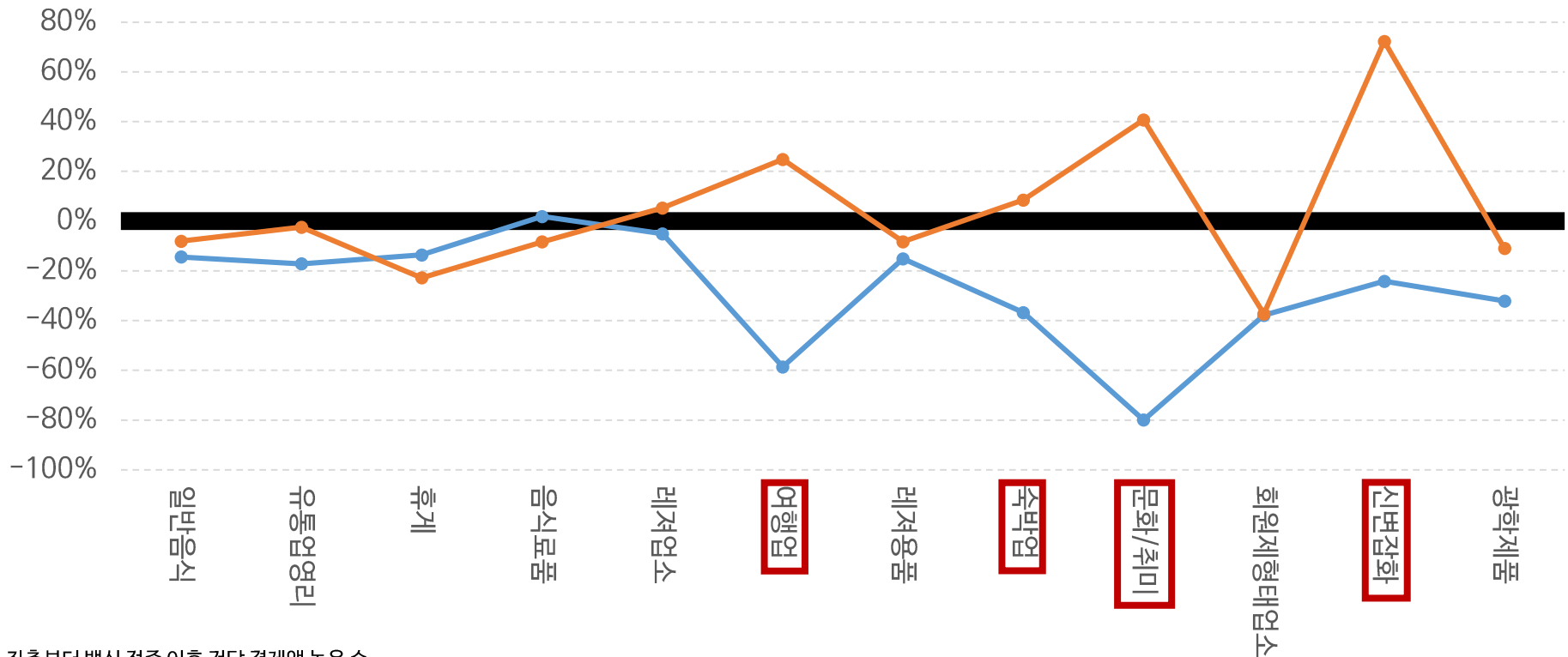




코로나이후 여행 전반의 소비는 감소세를 보였으나, 백신 접종 이후에는 '여행업', '숙박업', '문화/취미', '신변잡화' 카테고리의 건당 결제액 증가폭은 상승해 백신 접종 이후 여행소비가 살아나는 것이 관찰됨.

여행 카테고리별 건당 결제액 증감률 변화

—●— 코로나 이후 —●— 백신 접종 이후



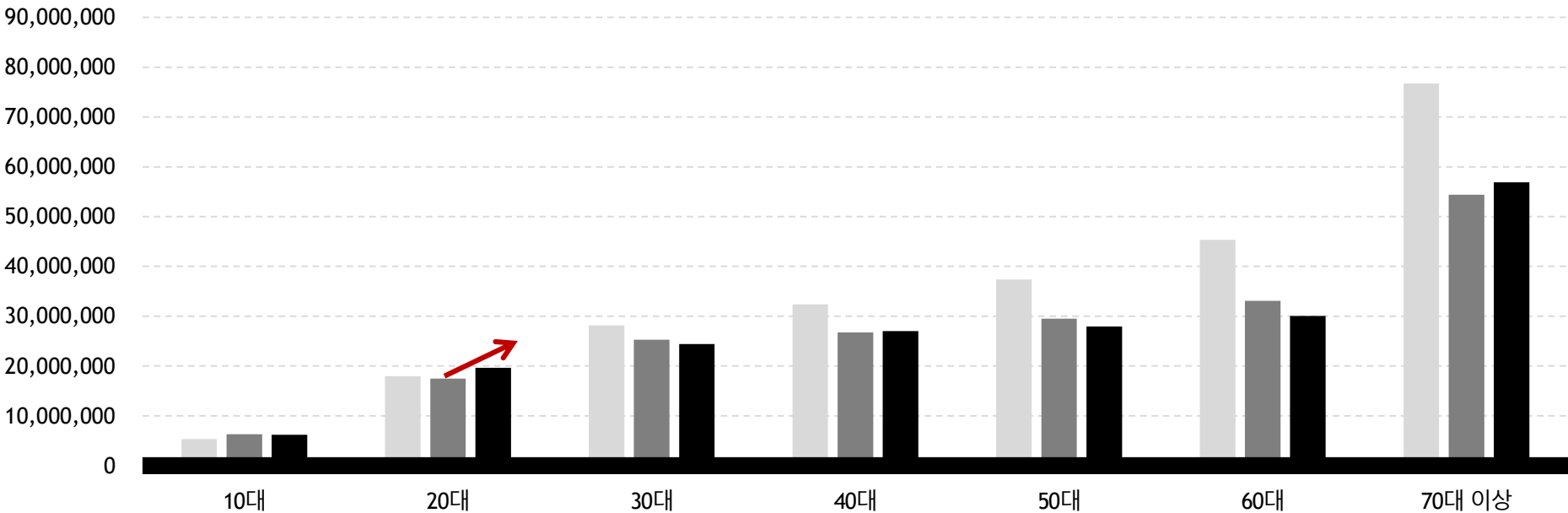
\* 좌측부터 백신 접종 이후 건당 결제액 높은 순



특히, 20대의 증가폭이 가장 높은 것으로 나타나 MZ세대들이 다른 세대에 비해 여행에 대한 소비욕구가 큰 것을 알 수 있음.

연령대별 건당 결제액 변화

■ 코로나 이전 ■ 코로나 이후 ■ 백신 접종 이후

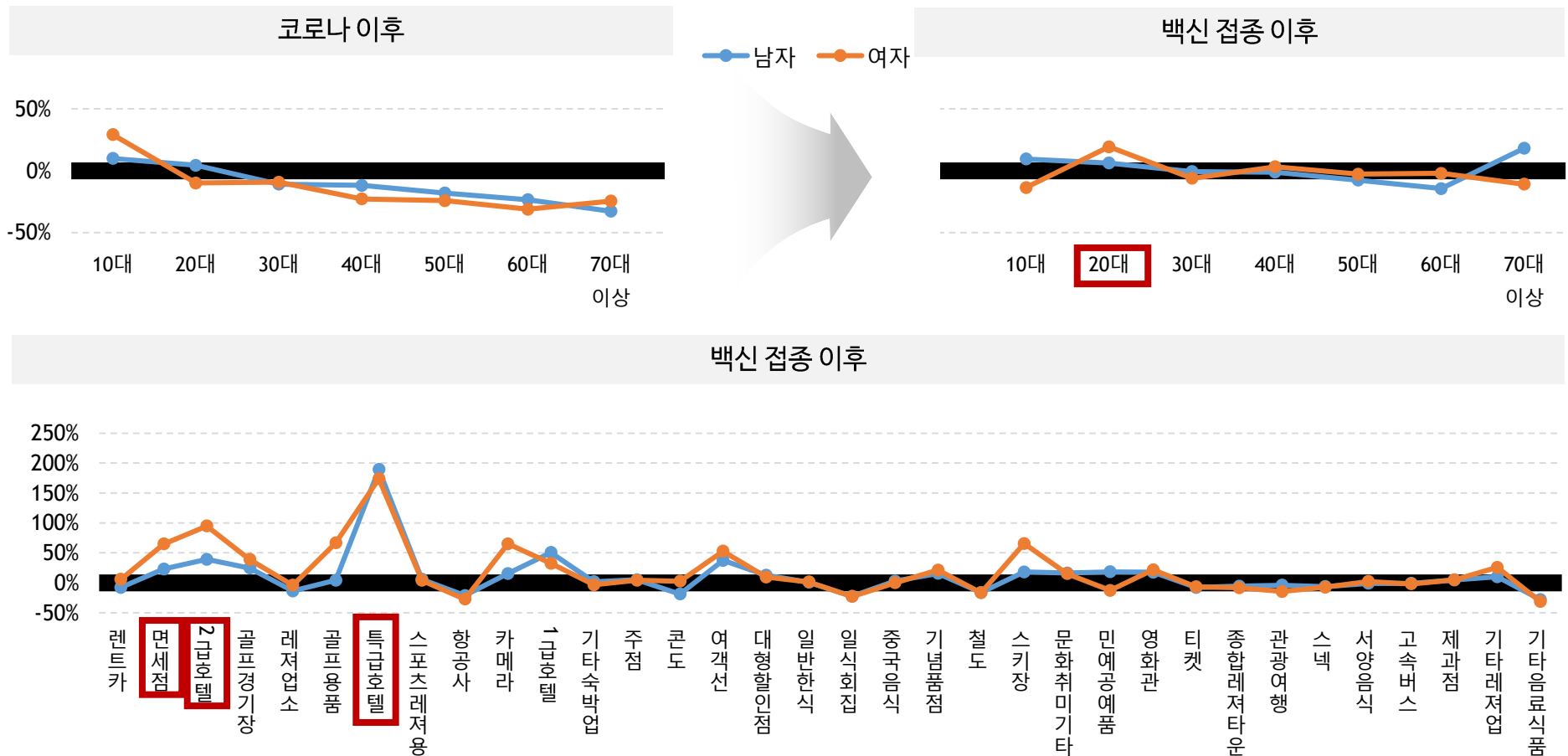


코로나이후 (VS.코로나이전)	+19%	-3%	-10%	-17%	-21%	-27%	-29%
백신접종이후 (VS.코로나이후)	-2%	+12%	-3%	+1%	-5%	-9%	+5%



20대에서도 남성 대비 여성의 건당 결제액이 크게 증가했으며, 20대 여성의 Chillax항목은 '호텔(특급호텔 외)', '면세점' 등임.

성·연령대별 / 20대 소비 항목별 건당 결제액 증감률 변화



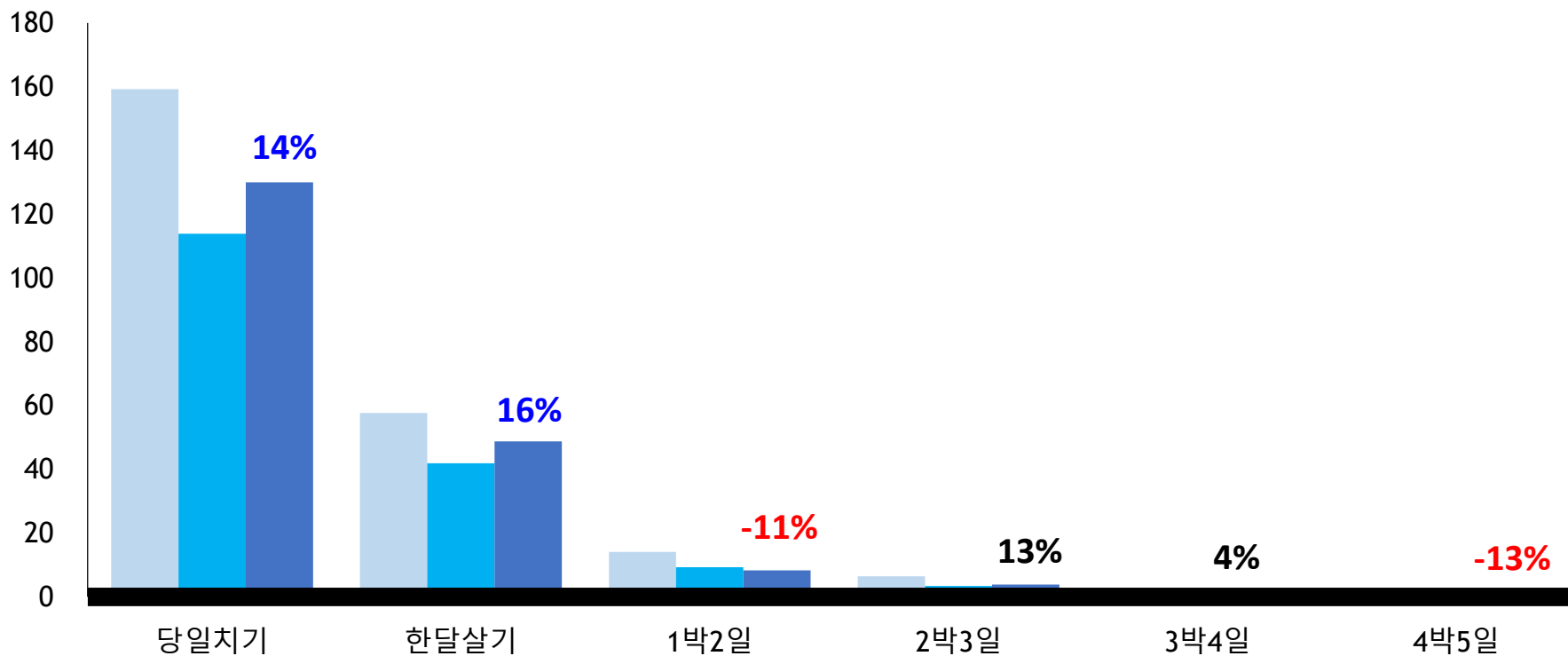
\* 좌측부터 백신 접종 이후 건당 결제액 높은 순



소셜미디어상의 '당일치기여행'에 대한 언급량이 증가한 반면, '한달살기'의 언급량도 증가하여 여행기간의 양극화를 보여줌.

여행기간별 월평균 언급량 변화

■ 코로나 이전 ■ 코로나 초중반 ■ 백신 접종 이후





전문가 역시 코로나 이후 당일 캠핑, 차박, 반나절 가족여행 등 ‘근거리/짧게/자주 여행’하는 경향을 주요 트렌드 중 하나로 언급함.

## 근거리, 단기간, 자주하는 여행 확산

특pecially 휴가를 내지 않아도 되는  
‘근거리/짧게/자주 여행’ 트렌드 확산



✓ “코로나로 여유 시간이 많아지고, 늘어난 시간 대비 소득은 증가하지 않았기 때문에 싸게 자주 가는 여행이 많아지는 거죠. 그 트렌드 중 하나가 ‘캠핑’이에요.”



### 여행은 ‘여기서 행복’의 준말, 반나절이면 충분

코로나19로 여름 여행 트렌드도 바뀌고 있다.

여행사가 주도하는 패키지여행 시대가 저물고 가족끼리, 친구끼리 삼삼오오 떠나는 소규모 여행이 유행하고 있다. 그것도 실내보다 야외, 도시보다 자연을 찾고 대중교통보다 자가용을 이용하는 여행이 인기다. 이 모든 현상은 ‘언택트(Untact) 여행’의 특징이다.

해외여행이나 장기간 숙박을 꺼리면서 국내 근거리 여행이 인기를 끌고 있다. 여행자 사이에서는 ‘거리두기’가 가능한 당일 캠핑이나 ‘차박’ (차+숙박)이 화제다. 특히 근교 수목원에서 반나절을 보내는 코스 또는 아이들과 간단하게 체험이 가능한 일정이 인기다. 코로나19 사태 전에는 식도락 위주의 여행이었다면, 최근에는 자연이나 문화를 체험하는 여행이 트렌드로 자리 잡고 있다.

(출처: 동아닷컴 ‘여행은 ‘여기서 행복’의 준말, 반나절이면 충분’ 2020.07.04)





백신 접종 이후 당일치기 여행으로 '카페, 근교' 등 가까운 거리에서 가볍게 즐길 수 있으며, '차, 주차장' 등 차를 이용해 이동할 수 있는 장소에 대한 관심도 증가함.

기간별 당일치기 여행 연관어 변화

No.	코로나 이전	언급량	No.	코로나 이후	언급량	No.	백신 접종 이후	언급량
1	바다	43,760	1	바다	19,092	1	바다	6,515
2	사진	34,251	2	사진	12,789	2	사진	6,483
3	주말	27,199	3	카페	12,547	3	카페	5,307
4	가족	26,327	4	가족	11,214	4	주말	3,842
5	카페	25,954	5	주말	9,905	5	집	3,533
6	버스	19,462	6	맛집	9,400	6	친구	3,455
7	친구	18,434	7	캠핑	9,368	7	가족	3,394
8	일상	17,339	8	일상	6,848	8	맛집	3,137
9	기차	16,177	9	드라이브	6,135	9	차	2,987
10	맛집	15,883	10	친구	5,403	10	캠핑	2,620
11	데이트	13,670	11	힐링	4,911	11	드라이브	1,952
12	힐링	13,508	12	집	4,674	12	계곡	1,864
13	드라이브	10,066	13	차	4,484	13	주차장	1,652
14	계곡	9,921	14	버스	4,424	14	버스	1,607
15	국내여행	9,690	15	데이트	4,369	15	일상	1,501
16	추억	9,435	16	국내여행	3,674	16	식당	1,454
17	물놀이	9,197	17	계곡	3,161	17	물놀이	1,361
18	풍경	9,029	18	풍경	3,119	18	풍경	1,347
19	집	7,790	19	추억	3,087	19	근교	1,247
20	축제	7,592	20	기차	3,050	20	기차	1,215

## ‘당일치기여행’ 상승 연관어

카페, 집, 차, 주차장, 근교...

## ‘당일치기여행’ 유지 연관어

바다, 사진, 풍경...

## ‘당일치기여행’ 하락 연관어

축제, 기차...

## 당일치기여행 인식 분석

### 당일치기의 테마: 카페투어

- ✓ “당일치기 여행 혹은 드라이브 코스로 알려져 있는 ㅇㅇ를 찾았어요. 오전밖에 가까이 있는 카페로 대중교통 혹은 자가용을 이용해서 방문할 수 있는 거리다 보니 많은 사람들이 방문하는 듯했죠. 게다가 아침 또는 점심을 가볍게 해결할 수 있는 다양한 종류의 브런치들부터 시작하여 커피, 맥주, 와인 등 즐길 수 있는 음료들이 즐비해져 가는 곳이라 기존에 알고 있던 카페와는 이색적인 느낌이 강하게 들었어요.”
- ✓ “을지로에 우연히 갔다가 ㅇㅇ 카페를 보고 반해서 꼭 다시 와야지!하고 다짐했던 카페였어요. 카페에서 한참 얘기하고 놀다가, 나와서 동네 곳곳을 구경했는데요. 정말 오래된 건물에 이색적인 공간이 많더라고요.”

### 당일치기의 목적지: 바다여행

- ✓ “수도권 근교 당일치기로 바다도 보고 갯벌도 체험하고- 간단한 먹거리도 있고- 공용주차장과 깨끗한 화장실도 갖춰진- 물때 시간만 잘 맞추면, 제부도 만한 곳도 없는 것 같아욧!”
- ✓ “토요일 저녁까지 별 일 없이 집에 있다가 바람 쐬러 가고 싶다 길래 급 바다 여행을 갔네요. 일요일 새벽에 출발해 그날 밤 늦게 돌아왔으니 급조도 이런 급조가 없어요. ㅋㅋ 파도는 한없이 바라만 봐도 좋은 것 같아요. 너무 평화롭고 조용한 예쁜 바다.”

### 당일치기의 교통수단: 자차로 근교방문

- ✓ “서울근교 당일치기 여행지 겸 드라이브 코스이자 특히 이맘때의 자라섬은 정말 꽃 천국같이 예쁜 꽃들로 가득해서 꽃 좋아하는 분들에게 강추하는 가평 자라섬. 못내 6월이 가는게 아쉬운 요즘. 그래도 예쁜 추억들을 많이 만들어서 올해의 6월은 행복하다.”
- ✓ “앞 통유리로 보이는 풍경에 작은 강 같다던 계곡이 바로 보이는 뷰였어요. 인근 카페중에 이런 야외카페가 더 있는 것 같아 다른 곳도 추가로 둘러보고 싶었어요- 요즘같은 코로나 시대에 당일치기로 여행 느낌 낼 수 있어서 좋았던 곳이었습니다! 서울 근교 드라이브 코스로 추천합니다!”

### 당일치기의 테마: 사진찍기

- ✓ “암튼 이를 연달아서 쉴 때 주말동안 당일치기 여행으로 갔다 왔어요 카페에서 더위를 조금 식히고 다시 나와서 고우니 생태길로 갑니당 여기가 사진 명소가 은근 있더라고요 그래서 거기 찾아서 저도 찍어보고 싶어서 갔어요 ㅎㅎ”
- ✓ “오늘은, 입추 전에 다녀왔던 나 홀로 당일치기 전주여행 기록을 하려 한다. 오늘 나옴- 미션은 전주 길거리 풍경을 스냅으로 담는 것!! 서신동 풍경도 담고- 종합 경기장 주변도 담고- 덩근 했지만.. 전주의 이모저모를 구석구석 볼 수 있어서 좋았다.”

### 당일치기의 테마: 자연풍경 감상

- ✓ “당일치기 하동여행코스 중 첫번째는 하동 스카이워크로 유명한 ㅇㅇ 여행사 가이드 알바로 하동을 자주 다녔었는데 그때는 최참판댁에서 넓은 평야를 감상했다면 요즘은 여기서 하동의 풍경을 감상할 수 있네요.”
- ✓ “춘천은 서울에서 1시간 정도면 이동 가능해서 제가 즐겨 찾는 휴식지인데요. 장릉 면허 두벽이인 제가 당일치기로 돌아다니는 명소 & 맛집을 소개해요. 요즘 완전 핫한 춘천 삼악산 호수 케이볼카인데요. 오색 가을 단풍뷰도 아름답고 나를 스릴 있는 경험이라서, 요즘 가을 여행각으로 딱이라고 자신 있게 추천해요.”

→ 백신 접종 이후 당일치기여행으로 '강화도, 대부도, 오이도' 등 섬, '동해, 서해, 남해' 등 바닷가 주로 언급됨.  
또한, 코로나 발생 이후 '대부도, 영종도, 을왕리'는 코로나 이전 대비 언급량이 증가함.

당일치기여행 장소 언급량 변화

## 코로나 이전

강화도	6,050
안목 해변	5,544
한옥마을	5,209
동해	3,327
중앙시장	2,854
강문 해변	2,687
경포대	2,176
남해	2,153
정동진	2,112
남이섬	2,039
서해	1,805
주문진	1,712
대부도	1,598
대관령	1,427
황리단길	1,374
에버랜드	1,188
해운대	1,142
광안리	1,129
오이도	1,022
제부도	933

## 코로나 이후

강화도	2730
동해	2491
대부도	1651
안목 해변	1134
남해	1046
서해	1017
대관령	867
정동진	693
주문진	639
제부도	625
중앙시장	579
한옥마을	562
경포대	541
오이도	536
강문 해변	526
한라산	517
영종도	432
황리단길	430
남이섬	382
해운대	278

## 백신 접종 이후

강화도	873
동해	652
대부도	335
서해	312
남해	262
영종도	243
안목 해변	216
오이도	210
황리단길	190
중앙시장	164
한라산	158
한옥마을	153
해운대	146
광안리	135
을왕리	115
우도	113
강문 해변	108
주문진	97
남이섬	89
제부도	87

### '당일치기여행' 장소 상승 연관어

대부도, 영종도, 을왕리, 오이도...

### '당일치기여행' 장소 유지 연관어

강화도, 동해, 남해...

### '당일치기여행' 장소 하락 연관어

한옥마을, 주문진, 남이섬...



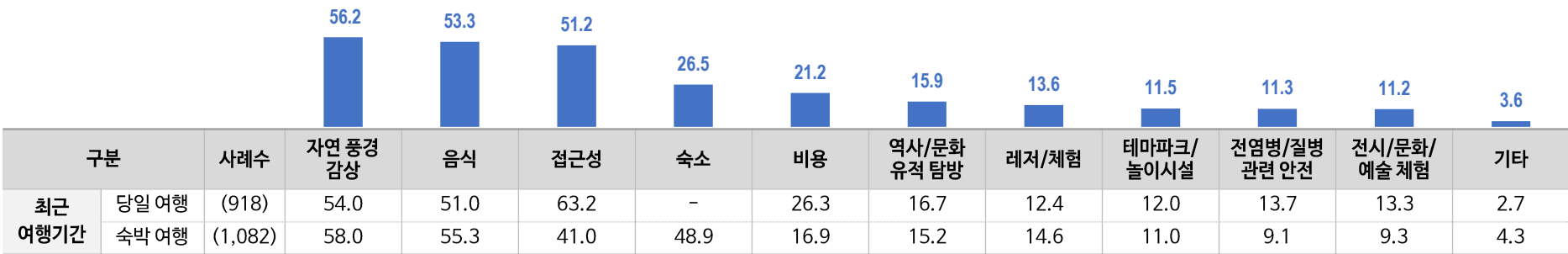
당일여행은 숙박여행 대비 목적지 선택시 ‘접근성’, ‘비용’ 측면을 중요하게 고려함.

여행 목적지 선택 이유 및 주요 활동

최근 여행 목적지 선택 이유

Q. 귀하께서 가장 최근 여행 목적지로 OO지역을 선택하신 이유는 무엇입니까?

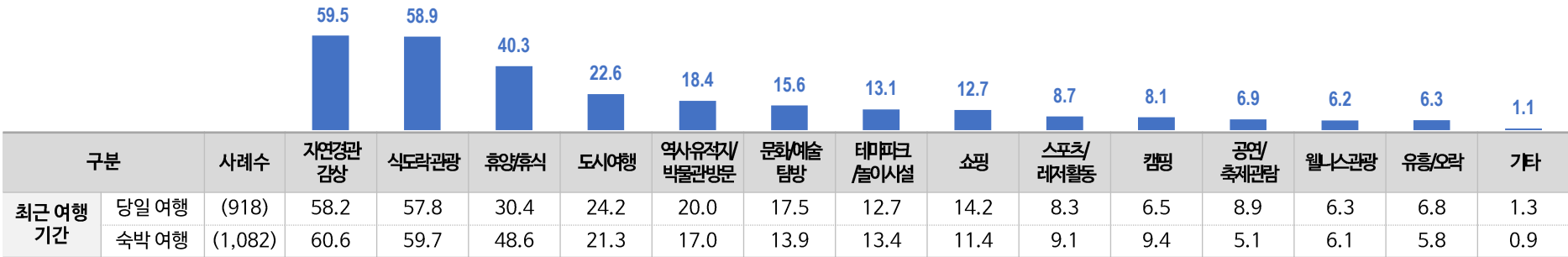
(n=2,000, %)



최근 여행 중 주요 활동

Q. 귀하께서 가장 최근 OO 여행 중 참여하신 활동을 주된 순서대로 3개까지 선택해 주십시오.

(n=2,000, %)





백신 접종 이후 한달살이여행으로 '사진, 촬영' 등 여행기록, '자연, 숲길' 등 자연친화적 장소에 대한 관심도 증가함.  
숙박시설로는 '펜션'에 대한 관심도가 증가한 반면, '게스트하우스'에 대한 관심도는 하락함.

기간별 한달살이여행 연관어 변화

No.	코로나 이전	언급량
1	숙소	14,501
2	아이	6,346
3	바다	6,109
4	가족	4,564
5	게스트하우스	3,404
6	집	3,237
7	공항	2,751
8	비행기	2,662
9	부부	2,658
10	캠프	2,652
11	호텔	2,521
12	사진	2,486
13	도시	2,451
14	수영장	2,285
15	엄마	1,978
16	맛집	1,955
17	식당	1,950
18	자유여행	1,911
19	해변	1,841
20	추억	1,817

No.	코로나 이후	언급량
1	숙소	6,650
2	바다	3,167
3	가족	2,600
4	아이	1,639
5	맛집	1,449
6	사진	1,433
7	일상	1,413
8	추억	1,228
9	게스트하우스	1,063
10	비행기	1,037
11	캠프	1,011
12	해변	938
13	공항	903
14	집	879
15	풍경	859
16	펜션	855
17	호텔	850
18	식당	759
19	도시	754
20	엄마	741

No.	백신 접종 이후	언급량
1	숙소	3,276
2	바다	1,605
3	사진	1,243
4	가족	1,212
5	촬영	578
6	휴식	574
7	일상	550
8	정원	462
9	작품	457
10	집	456
11	비행기	435
12	해변	424
13	사진관	422
14	차	420
15	호텔	412
16	펜션	402
17	풍경	374
18	자연	368
19	식당	366
20	숲길	357

## 한달살이여행 상승 연관어

사진, 촬영, 휴식, 펜션, 자연, 숲길...

## 한달살이여행 유지 연관어

숙소, 바다, 가족...

## 한달살이여행 하락 연관어

게스트하우스, 도시...

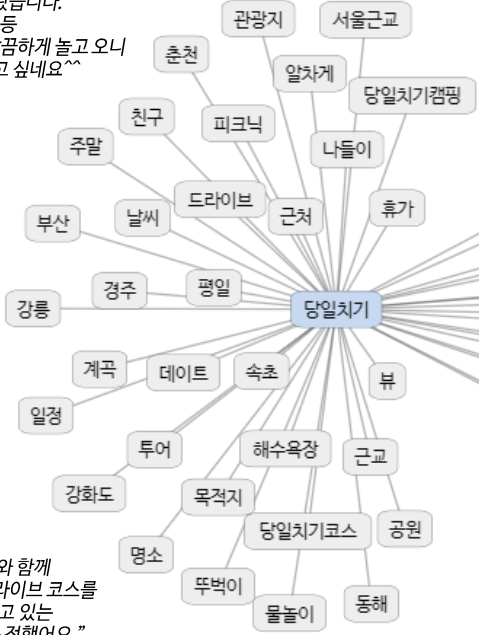


당일치기 및 한달살이 여행에서 공통적으로 선호하는 여행지는 ‘제주도’, ‘강원도’이며 가족동반을 선호하는 것으로 분석됨.  
당일치기여행은 ‘목적지’, ‘거리(근교)’, 한달살이여행은 머무는 ‘숙소’에 대한 관심이 높음.  
또한, 여행 목적으로 당일치기여행은 ‘캠핑’ 등 레저 활동, 한달살이여행은 ‘휴식’, ‘작업(업무 병행)’이 높음.

백신 접종 이후 당일치기여행 및 한달살이여행 연관어 비교

\* 백신 접종 이후 상위 200위내 연관어 기준

“지난 주말 성주로 가족나들이 다녀왔습니다.  
넓은 잔디밭과 텐트, 그늘막, 물길 등등  
캠핑장처럼 꾸며져 있는데 당일만 깔끔하게 놓고 오니  
너무 좋았어요~~ 강추합니다 또 가고 싶네요^^  
#당일치기캠핑”



“제주 당일치기 여행 짝아서 여운남는 제주도 노을지는  
것도 너무 예뻐서 제주 당일치기 여행이 알찬 느낌이었어요.”

“내 로망 버킷리스트에 있던 꿈만 꾸던 제주 한달살이가  
2주앞으로 다가옴. 코로나로 국비교육 일정이  
딜레이 되면서 2주 뒤로 미뤄지긴 했지만”



“제주한달살이를 혼자 해보고 싶어서 용기내어 왔다  
여제 미리캐리어타승으로 차에 짐 싣어 보내고  
오늘은 단출하게 몸만 비행기타고 내려 공항에서  
택승보낸차 받아서 한달동안 머물 펜션으로 왔다  
성산일출봉 앞 조용한 동네  
원룸형 조그마한 개인독채 혼자 머물거라서 딱 좋다”

“코로나때문에 당일치기로 시골 방문했던거라  
할머니집 근처에 요즘 나름 핫(?)하다는 곳으로 가족끼리  
잠깐 놀러갔당”

“제주하루 바다이긴한데  
한달살이하면서 저회가족이 힐링을받았던곳중에  
인상깊었던 곳은 수많은 오름과 숲이었어요.”

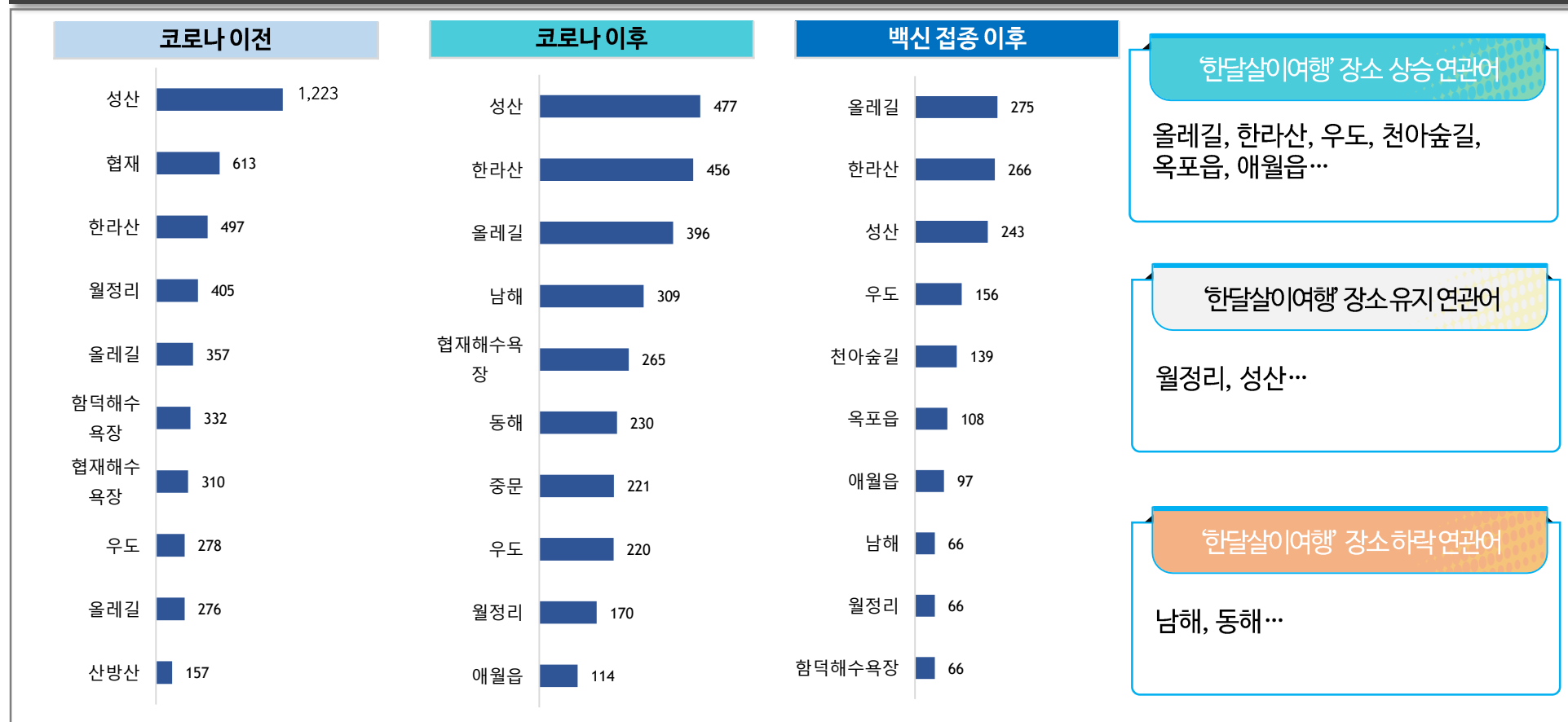
“고작 한달살이다.”  
올해 초, 바쁘게 살아온 나의 삶에 변화가  
필요하다고 생각했다. 20년 한 해는 감염병으로  
인해 생각보다 더 많이 내려놓고 살아야 함을  
경험했다. 21년 올해는 40여 년을 넘게 ‘쉽’  
없이 살아온 내게 안식휴식을 주고 싶다는  
마음이 자리했다.”





백신 접종 이후 한달살이여행으로 ‘올레길, 한라산, 우도’ 등 제주내 장소 주로 언급됨.  
특히, ‘천아숲길, 옥포읍’은 백신 접종 이후에 순위권내 새롭게 등장했으며, 남해 및 동해는 하락세를 나타냄.

기간별 한달살이여행 장소 연관어 변화



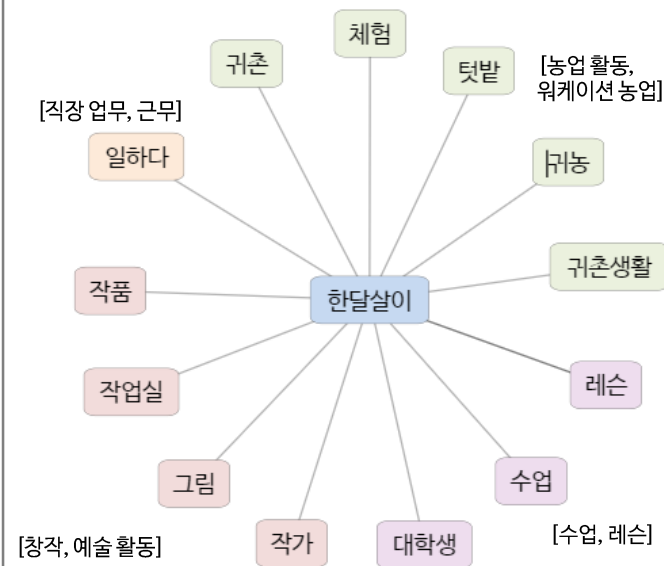


재택근무, 온라인 수업이 늘어나면서 한달살이와 같은 장기여행에서 일과 학업을 병행하는 위케이션(Workaction), 스터디케이션(Study-cation)이 하나의 여행 형태로 정착함.

위케이션의 경우 온라인 근무, 창작 및 예술 활동, 농업 활동(위케이션 농업) 등 다양한 형태로 나타나고 있음.

## 백신 접종 이후 한달살이 여행 위케이션, 스터디케이션 관련 연관어 및 후기

- 백신 접종 이후 상위 1,000위 내 연관어 기준
- 위케이션 농업: 농촌에서 지내거나 농업을 휴가처럼 활용하면서 본업(일)을 하는 것



### 직장 업무, 근무

- ✓ 제주도 근무 첫 날은 이 곳에서 휴가를 즐기는 것이 아니라 일한다는 생각에 조금 낯설었다. 셋째날은 날이 좋아서 노트북을 들고 숙소 앞마당에 나왔다. 팀원들과 아침미팅을 하는데 뒷 배경이 가상배경인지 알았다는 팀원들 덕분에 **위케이션**하는 기분을 뽐뽐
- ✓ 서울시 넥스트로컬을 통해 고성을 처음 알게 되었던 우리는 고성의 매력에 푹 빠지게 되었고, 그 시작점이 우리를 고성에서 **한달살기**까지 하게 만들었다. 코로나로 너무나 삭막해진 악조건이 함께한다. 때 마침 다니던 회사가 직원들의 복지차원에서 원격**근무**를 도입한다.

### 창작, 예술 활동

- ✓ 남해에서 **화가**로 **한달살기** 드디어 개관하는 뮤지엄○○! 뮤지엄○○는 2월 5일 개관하였다. 한달살기를 하며 직원분들이 너무나 열심히 준비하는 것을 지켜보았기에... 너무나 감동적이었다.
- ✓ 더없이 좋은 **작업실**...이긴한데... 내가 목표한 것만큼 하려면 생각보다 많은 **작업** 시간과 부지런함이 필요하더라. 우리에게 제공해줄 코워킹 스페이스 공사가 아직 끝나지 않아서 모임공간 아지트로 왔다. 쿡 박혀있는 독방이 글 쓰기 좋은 환경일 거라 예상했다. 강릉이라는 아름답고 낯선 동네를 슬리퍼 끌고 돌아다닐 수 있는 편안함. 강릉 사는 기분! 너무 좋아.

### 농업 활동

- ✓ 강원도 고성**한달살기** 어제는 봄에 심었던 **텃밭**을 모두 정리했어요. 입주한 아이들이 같이 잡초를 캐주고 흙도 덮어줘서 즐거운시간 이었어요♡ 정글같았던 텃밭이 깨끗해졌어요~~ 속이 다 시원~ 1개만 달린줄 알았던 참외가 담 넘어에 주렁주렁 달렸던거였죠☺
- ✓ 텃밭가는 날이었는데 이장님이 이렇게 씨를 많이 뿌려서는 상추가 잘 자라지 못할 거라고 하셔서 과감하게 속아내는 작업을 했습니다!!! #청춘구행복동 #의성 #안계 #안계면 #기초6주 #수료식 #농사 #귀농 #귀촌 #한달살기

### 수업, 레슨

- ✓ 제주도 **한달살기** ○○이는 ○○ 프로그램 **수업**에 참여하는 동안 나는 오카리나 연습을 조금하였다 ○○이가 산에 같이 가자고하여 7시까지 기다렸다가 어제 새벽에 갔던 서우봉 다른길로 정상까지 올라가는데 가파르고 힘이 조금든다
- ✓ 제주 한 달 살기 포스팅! 우선 제주도에 가기로 마음먹은 이유는 작년 코로나로 인해 집에만 있으면서 너무나 답답했다! 어차피 **수업**도 전부 비대면에 **녹화강의**였기 때문에 제약이 전혀 없었다
- ✓ #제주한달살기 9월25일 오전 골프 **레슨** 시작



전문가 심층 인터뷰에서도 여행과 일상의 경계가 모호해지면서 나타나는 워케이션, 한 달 살기 등 체류형 여행이 코로나19 확산 이후 주요 트렌드 중 하나로 언급됨.

## 워케이션, 한 달 살기 등 체류형 여행 관심 증가

### 워케이션, 한 달 살기 등과 같은 장기체류 여행 증가



✓ “노마드 라이프”라고 하죠. 이걸 여행이라고 볼 거냐? 거주와 한 방식으로 볼 거냐? 유동화 된 삶이냐 삶의 패턴으로 볼 거냐? 상시 유동화 된 삶이라면 여행보다 부가가치가 훨씬 더 크거든요. 여행은 집약적이어서 일주일, 2주에 머무는데, 이건 6개월이 될 수도 있는 거니까 여행과 일상의 경계가 흐려지는 것이죠.”



### 국내외 관광업계 주목받는 ‘워케이션’

코로나19 시대 워케이션이 새로운 업무 방식으로 떠오르면서 관련 상품 판매도 줄을 잇고 있다. 인터파크투어가 강원도관광재단과 손잡고 지난 3월 출시한 워케이션 특화상품은 두 달간 8000박 이상의 숙박을 유치했고, 숙박 공유업체 에어비앤비가 한국인 1010명을 대상으로 실시한 조사에서 응답자 61%가 워케이션을 시도해볼 의향이 있다고 밝혔다.

(출처: 아시아경제 ‘휴가지서 일하는 ‘워케이션’...코로나시대 新 업무방식 뜬다’ 2021.10.16)



### 업무와 휴식 함께하는 ‘한 달 살기’ 거실로 출근, 바다와 숲으로 퇴근

전국 각지에는 요즘 체류형 여행을 하는 이들이 늘었다. 덩달아 지자체에서 운영하는 체류형 프로그램도 인기가 높다. 현재 강원도를 비롯해 경남, 전남 등 여러 지자체에서 지역 활성화와 귀농·귀촌 인구 유입을 위해 장기 체류 프로그램을 운영하고 있다. 최소 일주일부터 한 달이나 반년까지 숙박비와 식비 등 체류비용을 지원하는 방식이다. 경쟁이 치열하지만 비용 부담 없이 집을 떠나 타지에서 살아보고 싶다면 지자체의 프로그램을 노려보는 것도 한 방법이다. 코로나 19로 여름 여행 트렌드도 바뀌고 있다.

(출처: 경향신문 ‘쉬어도 선 것 같지 않을 때 ‘살아보러’ 가는 거야’ 2021.08.04)

---

## 4.2

# 2022 관광 트렌드

## ②Anyone

---

- 4.1 Hashtags(개별화되고 다양해지는 여행 취향)
- 4.2 Anyone(누구와 함께라도 좋은)**
- 4.3 Beyond boundary (여행 경계, 정해진 틀을 넘어서)
- 4.4 In a wink(떠나고 싶을 때 바로)
- 4.5 Therapy (나를 위로하고 치유하는 경험)
- 4.6 Usual unusual (일상이 된 비일상)
- 4.7 Special me(나의 특별한 순간을 만드는 여행기록)

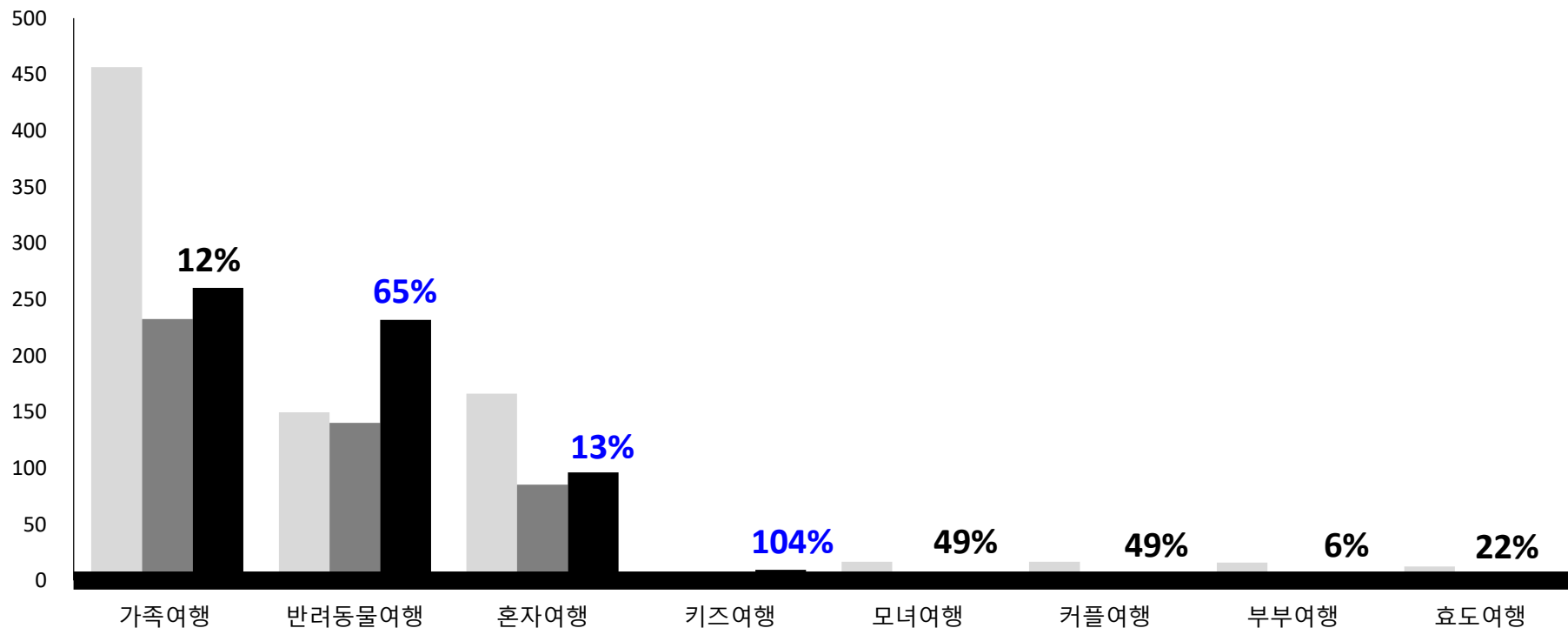




백신 접종 이후 동반자 유형에도 변화가 나타나는데, 특히 '반려동물여행', '키즈여행' 언급량이 큰 폭으로 증가함.

동반자 유형별 월평균 언급량 변화

■ 코로나 이전 ■ 코로나 이후 ■ 백신 접종 이후







백신 접종 이후 키즈여행 콘텐츠로 '캠핑', '계곡' 등 자연친화적 장소, '브런치, 디저트' 등 맛집에 대한 관심도 증가함.  
'해수욕장' 등 '물놀이' 관심도는 하락, '해변, 루프탑(카페)' 등에서 가볍게 산책하거나 풍경을 즐기는 활동에 대한 관심도 증가함.

기간별 인기 키즈여행 콘텐츠 연관어 변화

No.	코로나 이전	언급량	No.	코로나 이후	언급량	No.	백신 접종 이후	언급량
1	카페	3,315	1	카페	924	1	카페	1,244
2	물놀이	789	2	바닷가	237	2	캠핑	200
3	공원	588	3	물놀이	195	3	계곡	169
4	바베큐	551	4	산책	159	4	디저트	122
5	해수욕장	501	5	캠핑	155	5	포토존	110
6	수영	450	6	포토존	145	6	물놀이	108
7	정원	369	7	공원	125	7	산책	99
8	풍경	337	8	바베큐	121	8	유채꽃	97
9	캠핑	326	9	정원	120	9	브런치	95
10	산책	306	10	수영	113	10	풍경	90
11	브런치	253	11	풍경	111	11	해변	78
12	온천	245	12	돌고래	100	12	공원	77
13	호캉스	243	13	해변	100	13	바베큐	70
14	시장	229	14	계곡	80	14	정원	64
15	계곡	219	15	호캉스	65	15	수영	56
16	워터파크	211	16	모래놀이	50	16	바닷가	53
17	야경	197	17	드라이브	47	17	해수욕장	51
18	축제	196	18	해수욕장	46	18	루프탑	49
19	테마파크	194	19	축제	46	19	테마파크	46
20	스파	174	20	테마파크	44	20	놀이기구	40

## '키즈여행' 상승 연관어

캠핑, 계곡, 디저트, 포토존, 유채꽃, 브런치, 해변, 루프탑...

## '키즈여행' 유지 연관어

카페, 풍경, 테마파크...

## '키즈여행' 하락 연관어

물놀이, 수영, 해수욕장, 시장, 공원, 정원 ...



# 키즈 여행의 목적지 선택은 ‘숙소’, ‘놀이거리’가 중요

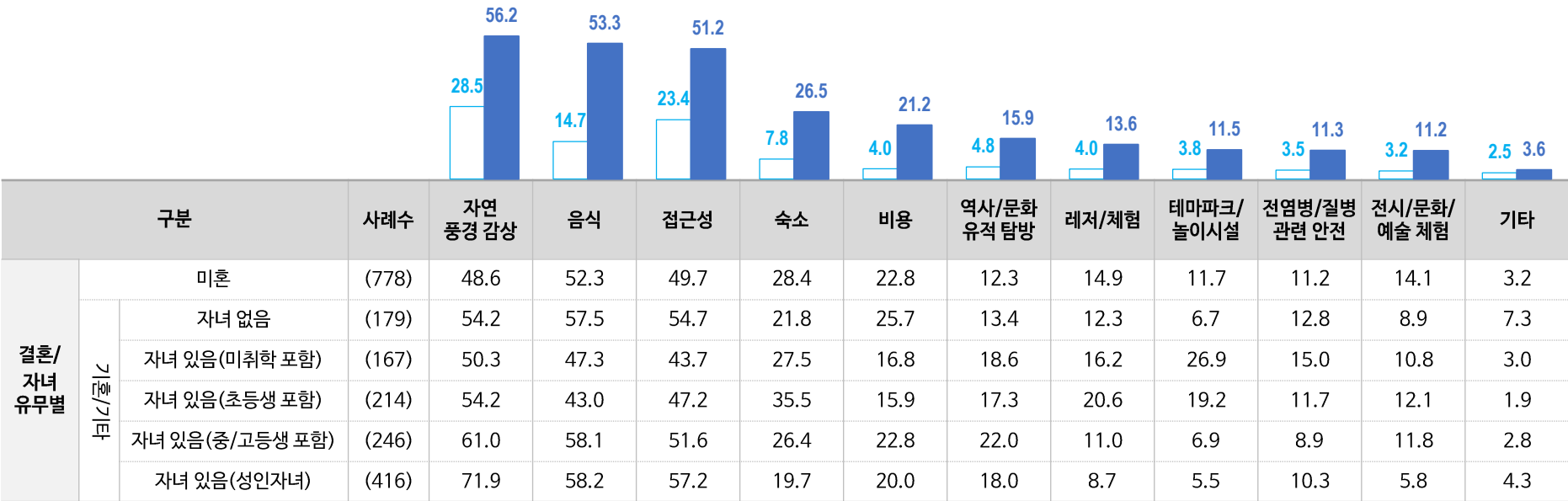


소비자대상 조사 결과, 미취학 또는 초등생 자녀와 함께하는 여행의 목적지 선택 시 상대적으로 ‘숙소’, ‘레저/체험’, ‘테마파크/놀이시설’에 대한 고려가 높게 나타남.

최근 여행 목적지 선택 이유

Q. 귀하께서 가장 최근 여행 목적지로 OO지역을 선택하신 이유는 무엇입니까?  
(n=2,000, %)

□ 1순위    ■ 전체



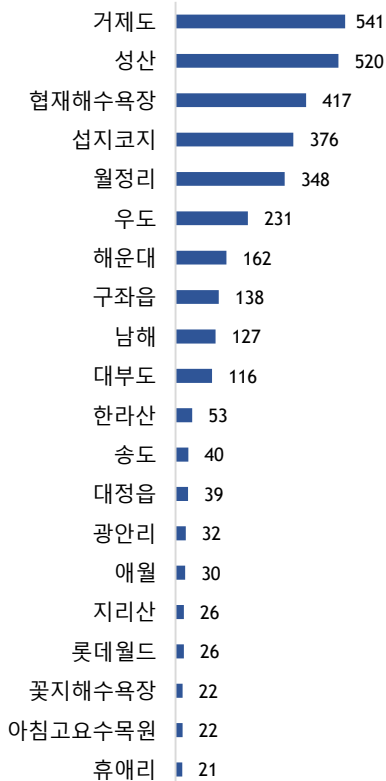
# 백신 접종 이후 키즈여행으로 제주, 부산, 강원 내 장소에 대한 관심도 증가



백신 접종 이후 키즈여행으로 ‘협재해수욕장, 월정리, 천지연’ 등 제주 내 장소 주로 언급됨.  
그 외 ‘해운대’, ‘양떼목장’ 등 부산, 강원 지역 장소가 주로 언급되었으며 남해, 송도, 대부도는 백신 접종 이후 크게 하락한 것으로 나타남.

기간별 키즈여행 장소 연관어 변화

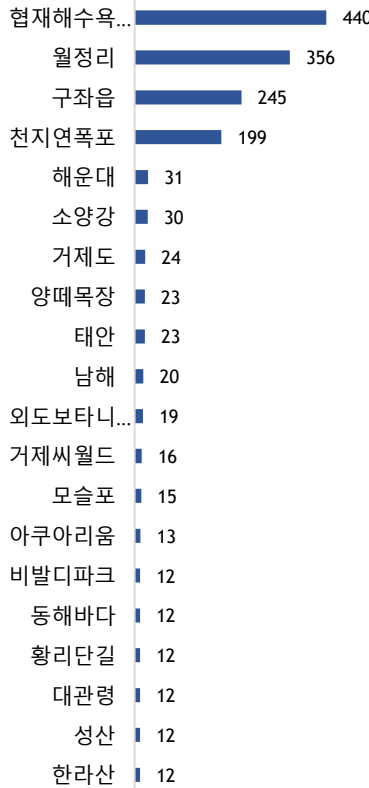
코로나 이전



코로나 이후



백신 접종 이후



‘키즈여행’ 장소상승 연관어

협재해수욕장, 월정리, 구좌읍,  
천지연폭포...

‘키즈여행’ 장소유지 연관어

해운대...

‘키즈여행’ 장소하락 연관어

남해, 송도, 대부도...



반려동물 동반여행 연관어 중 ‘반려견, 강아지, 느낌, 기분, 기억’ 등에 관심상승했으며, ‘펜션, 호텔’은 하락함.  
여행과 마찬가지로 반려동물 동반 여행시에도 ‘사진’ 촬영 등 여행 기록이 중시되고 있으며, ‘차’를 이용한 드라이브 및 ‘캠핑’의 관심도가 지속되는 것으로 분석됨.

기간별 반려동물여행 연관어 변화

No.	코로나 이전	언급량
1	카페	109,264
2	일상	98,448
3	사진	97,026
4	가족	83,399
5	제주	81,547
6	맛집	71,293
7	바다	52,722
8	산책	46,897
9	주말	43,393
10	숙소	35,891
11	펜션	33,841
12	호텔	33,380
13	친구	32,104
14	부산	29,617
15	식당	28,121
16	여행스타그램	27,920
17	여름	27,156
18	커피	26,338
19	휴가	22,400
20	추억	22,392
21	힐링	20,855
22	여름	27,156
23	느낌	20,240
24	해외	19,761
25	기분	19,217
26	서울	18,958
27	분위기	18,799
28	풍경	18,589
29	커플	17,951
30	강릉	17,330

No.	코로나 이후	언급량
1	카페	66,690
2	사진	47,108
3	맛집	45,520
4	제주	44,433
5	일상	38,668
6	가족	34,036
7	바다	33,996
8	산책	23,873
9	코로나	19,134
10	숙소	16,999
11	펜션	16,919
12	호텔	15,614
13	친구	15,610
14	식당	14,944
15	강릉	14,906
16	커피	13,066
17	코스	12,500
18	아침	11,595
19	기분	11,000
20	느낌	10,637
21	분위기	10,552
22	추억	10,493
23	저녁	9,828
24	음식	8,926
25	차	8,729
26	풍경	8,562
27	기억	7,991
28	겨울	6,910
29	해맞이	6,682
30	투어	6,668

No.	백신 접종 이후	언급량
1	카페	30,958
2	사진	26,344
3	바다	17,851
4	맛집	17,588
5	제주	17,127
6	가족	15,723
7	친구	13,706
8	일상	13,335
9	숙소	10,484
10	산책	9,540
11	느낌	8,412
12	커피	8,375
13	음식	8,066
14	주말	7,877
15	기분	7,751
16	엄마	7,725
17	기억	7,316
18	차	7,283
19	코스	7,122
20	식당	6,968
21	펜션	6,470
22	반려견	6,381
23	해외	6,130
24	추억	6,068
25	분위기	5,901
26	캠핑	5,590
27	부산	5,342
28	강아지	4,506
29	서울	4,370
30	휴가	4,252

## 반려동물여행 상승 연관어

상승: 반려견, 강아지, 느낌, 기분, 기억, 느낌, 차, 캠핑...

유지: 카페, 사진, 가족, 맛집, 제주...

하락: 펜션, 호텔...

‘느낌’과 ‘기분’을 고려한 여행지 선택

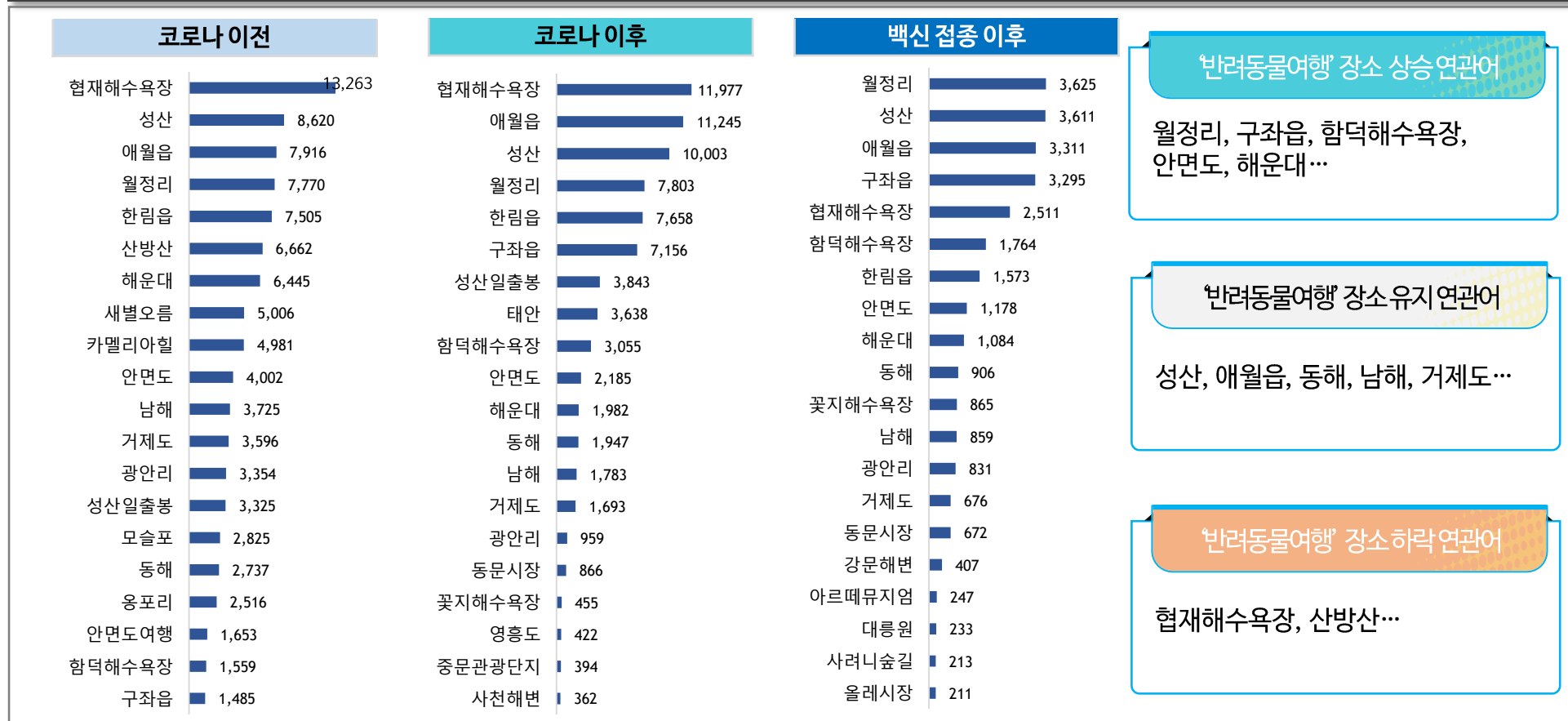
‘제주’가 지속적으로 상위 랭크

반려동물과의 ‘기억’을 ‘사진’을 통해 기록

‘차’를 이용한 드라이브, ‘캠핑’ 높은 관심

→ 백신 접종 이후 반려동물여행으로 '월정리, 구좌읍, 함덕해수욕장, 안면도' 등 제주, 태안 지역 장소가 상승함. 그 외 '동해, 남해, 거제도' 등은 유지 경향을 보였으며, '협재해수욕장, 산방산'은 하락세를 나타냄.

기간별 반려동물여행 장소 연관어 변화





백신 접종 이후 반려동물여행 콘텐츠는 ‘(전용)놀이터’, ‘브런치·루프탑 애견카페’, 다양한 ‘포토존’ 활용에 대한 관심이 증가함. ‘수영장’, ‘해변’ 등 물놀이 콘텐츠, 다수가 모이는 ‘쇼핑’, ‘축제’에 대한 관심은 하락함.

기간별 반려동물여행 콘텐츠 연관어 변화

No.	코로나 이전	언급량	No.	코로나 이후	언급량	No.	백신 접종 이후	언급량
1	카페	109,264	1	카페	66,690	1	카페	30,958
2	산책	46,897	2	산책	23,873	2	산책	9,540
3	공원	17,130	3	해수욕장	12,971	3	캠핑	5,590
4	캠핑	16,061	4	캠핑	11,612	4	해수욕장	5,077
5	수영장	13,232	5	정원	9,614	5	정원	4,994
6	해변	12,920	6	해변	9,495	6	브런치	4,233
7	셀카	12,840	7	마당	7,091	7	루프탑	4,177
8	해수욕장	9,270	8	공원	6,970	8	마당	4,173
9	쇼핑	8,436	9	수영장	6,398	9	공원	3,517
10	드라이브	8,405	10	브런치	6,222	10	놀이터	3,473
11	야경	8,352	11	잔디마당	6,061	11	수영장	3,243
12	정원	8,143	12	포토존	5,566	12	포토존	3,040
13	브런치	7,646	13	루프탑	5,349	13	해변	2,647
14	축제	7,643	14	피크닉	5,321	14	피크닉	2,638
15	바닷가	7,630	15	기념품	4,782	15	기념품	2,350
16	시장	7,206	16	드라이브	4,358	16	바베큐	2,186
17	바베큐	6,807	17	놀이터	4,169	17	드라이브	2,111
18	물놀이	6,698	18	바베큐	4,137	18	노을	2,006
19	포토존	6,640	19	셀카	3,425	19	계곡	1,980
20	계곡	6,185	20	노을	3,070	20	산행	1,856

## ‘반려동물여행’ 상승 연관어

브런치, 루프탑, 놀이터, 포토존, 노을...

## ‘반려동물여행’ 유지 연관어

캠핑, 산책, 공원, 바베큐...

## ‘반려동물여행’ 하락 연관어

쇼핑, 수영장, 셀카, 해변, 야경, 축제...



백신 접종 이후 혼자여행 콘텐츠는 ‘(혼)술’, ‘산, 숲’ 등 ‘자연친화’ 장소에서의 ‘풍경’ 감상, 자전거 등을 이용한 ‘드라이브’ 여행에 대한 관심이 증가함.

반면, ‘수영장’ 등 물놀이 콘텐츠, 다수가 모이는 ‘조식, 꽃(놀이), 시장, 축제’에 대한 관심은 하락함.

기간별 혼자여행 콘텐츠 연관어 변화

No.	코로나 이전	언급량	No.	코로나 이후	언급량	No.	백신 접종 이후	언급량
1	풍경	56,359	1	풍경	17,700	1	풍경	8,664
2	야경	41,810	2	조식	9,288		술	5,714
3	조식	38,114	3	해변	9,193	2	산책	5,276
4	해변	33,985	4	산책	8,798	3	산	4,508
5	쇼핑	33,296	5	해수욕장	8,707	4	조식	4,269
6	공원	32,145	6	술	8,510	5	해변	4,170
7	셀카	28,400	7	공원	8,091	6	공원	3,791
8	시장	26,457	8	야경	7,829	7	해수욕장	3,548
9	산	25,762	9	파티	7,776	8	포토존	3,431
10	꽃	23,634	10	산	7,607	9	골목	3,008
11	산책	20,990	11	골목	6,602	10	드라이브	2,937
12	해수욕장	20,834	12	캠핑	6,127	11	캠핑	2,852
13	노을	20,125	13	드라이브	5,673	12	야경	2,719
14	수영장	19,681	14	셀카	5,387	13	노을	2,657
15	기념품	18,643	15	노을	5,197	14	바닷가	2,619
16	그림	18,444	16	수영장	4,890	15	자전거	2,420
17	축제	18,018	17	여행사진	4,822	16	정원	2,393
18	골목	17,849	18	자전거	4,794	17	수영장	2,347
19	정원	17,760	19	포토존	4,630	18	셀카	2,306
20	여행사진	16,092	20	셀카	5,387	19	숲	2,030
						20	섬	2,009

## ‘혼자여행’ 상승 연관어

술, 산책, 산, 드라이브, 자전거, 포토존, 숲, 섬...

## ‘혼자여행’ 유지 연관어

공원, 바베큐...

## ‘혼자여행’ 하락 연관어

조식, 해변, 수영장, 셀카, 시장, 꽃, 축제...



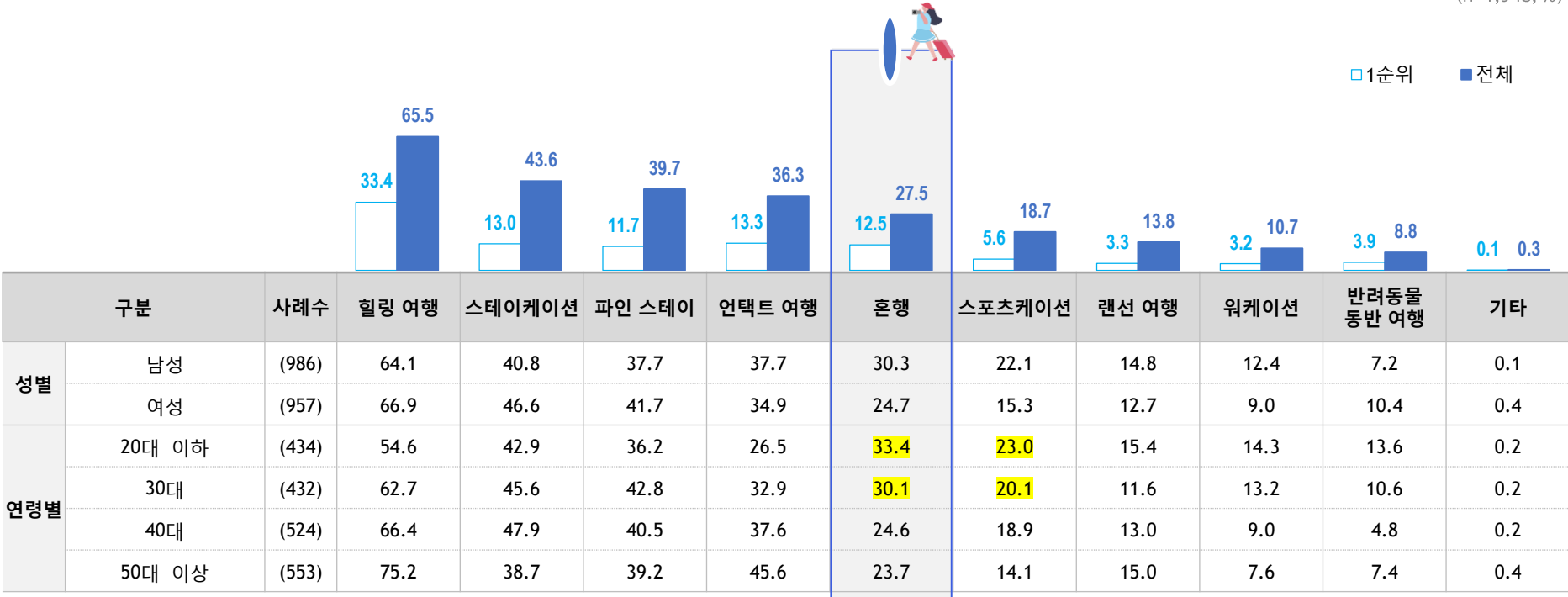


소비자대상 조사 결과, 2022년 국내여행시 혼자여행을 경험하고 싶은 비율은 남성, 30대 이하 연령층에서 보다 높게 나타남.

2022년 희망 여행테마

Q. 다음은 최근 증가하고 있는 여행 관련 테마/키워드입니다. 귀하께서 내년(2022년) 국내여행시 경험하고 싶은 테마를 보다 선호하는 순서대로 3개까지 선택해주시십시오.

(n=1,943, %)



주) 각 테마별로 제시된 설명은 다음과 같음

- 힐링 여행 (명상, 요가, 숲체험 등 힐거리가 중심이 되는 여행)
- 스테이케이션 (staycation, 호캉스 등 근거리에서 보내는 휴가)
- 파인 스테이 (fine stay, 한옥스테이/복스테이/웰니스리조트/빈집재생숙소 등 양질의 경험을 제공하는 숙박)
- 언택트 여행 (비대면 관광, 방역이 준수되는 환경에서 동반 일행 단위로 즐길 수 있는 여행)

- 혼행 (혼자 하는 여행)
- 스포츠케이션 (sports-cation, 자전거/트래킹/골프/서핑 등 운동을 목적으로 하는 휴가)
- 랜선 여행 (온라인을 통해 관광지/관광활동을 가상/대리 체험하는 여행)
- 워케이션 (work-ation, 휴가지에서의 업무 처리를 정상 근무로 인정하는 제도)

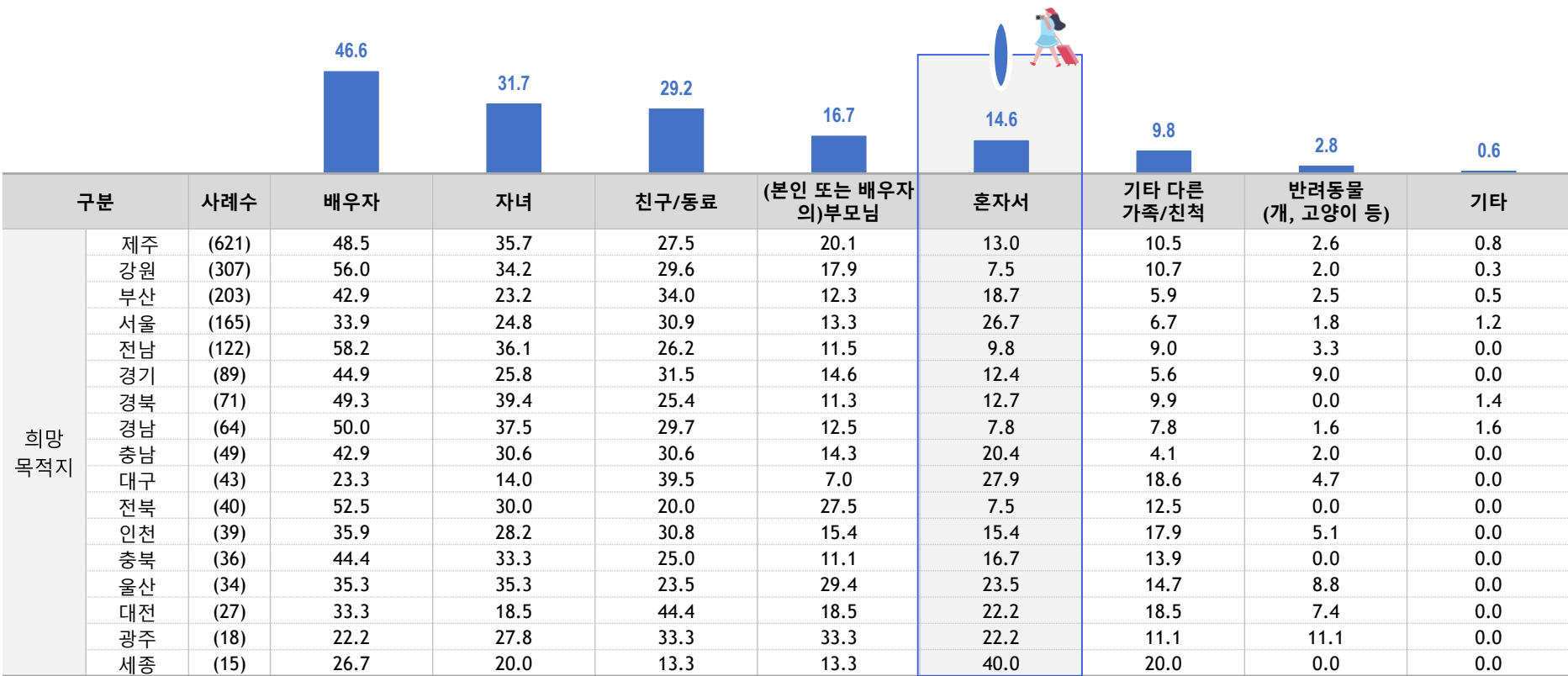


소비자대상 조사 결과, 2022년 여행 목적지로 ‘서울’, ‘대구’를 희망하는 경우 혼자여행의향비율이 상대적으로 높음.

2022년 국내여행 시 희망 동반자

Q. 내년 OO지역으로 여행을 하신다면, 누구와 함께 가고 싶으십니까? 모두 선택해주세요.

(n=1,943, %)

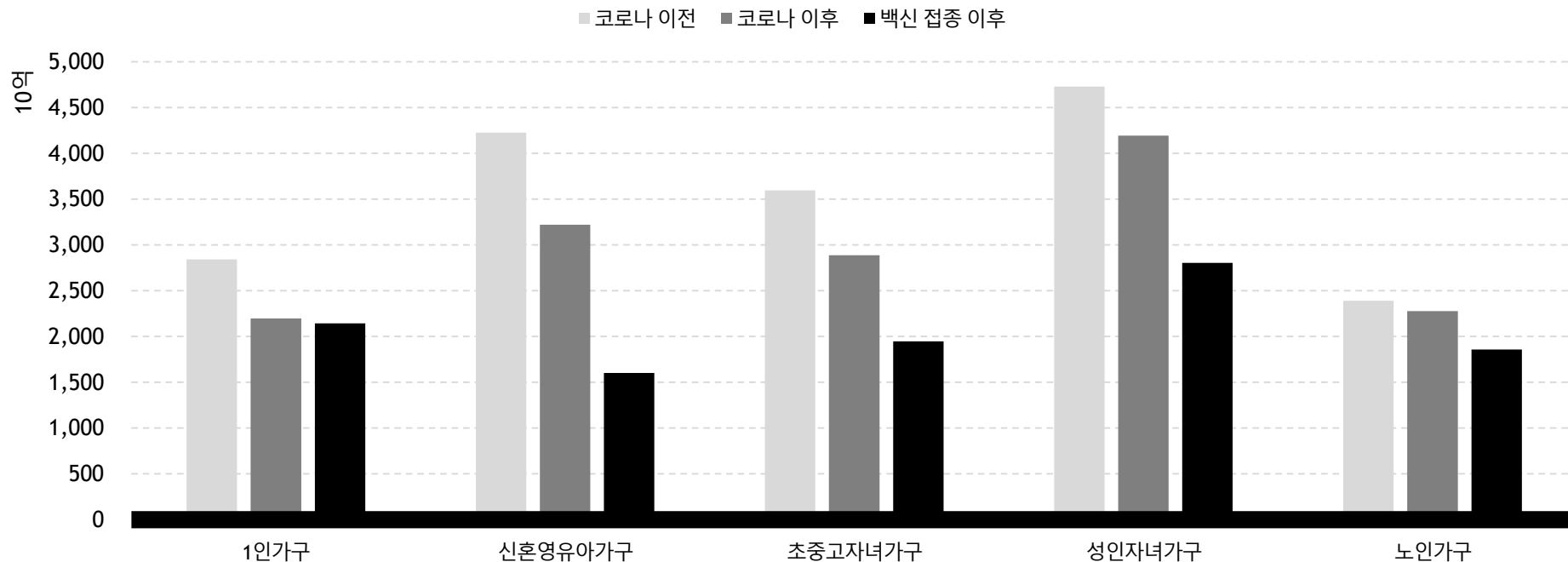


주) 사례수가 30 이하인 경우 해석 시 주의를 요함



백신 접종 이후 1인가구의 여행 소비 감소 폭이 가장 낮게 나타남.

가구유형별 총 결제액 변화



코로나이후 (VS.코로나이전)	-23%	-24%	-20%	-11%	-5%
백신접종이후 (VS.코로나이후)	-2%	-50%	-33%	-33%	-18%

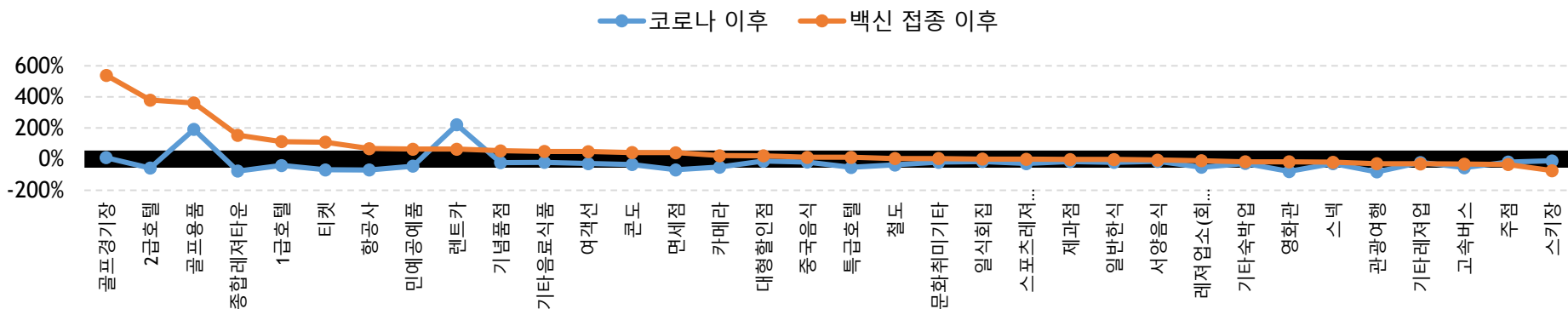
## 1인가구, 나만을 위한 여행소비(2/2)



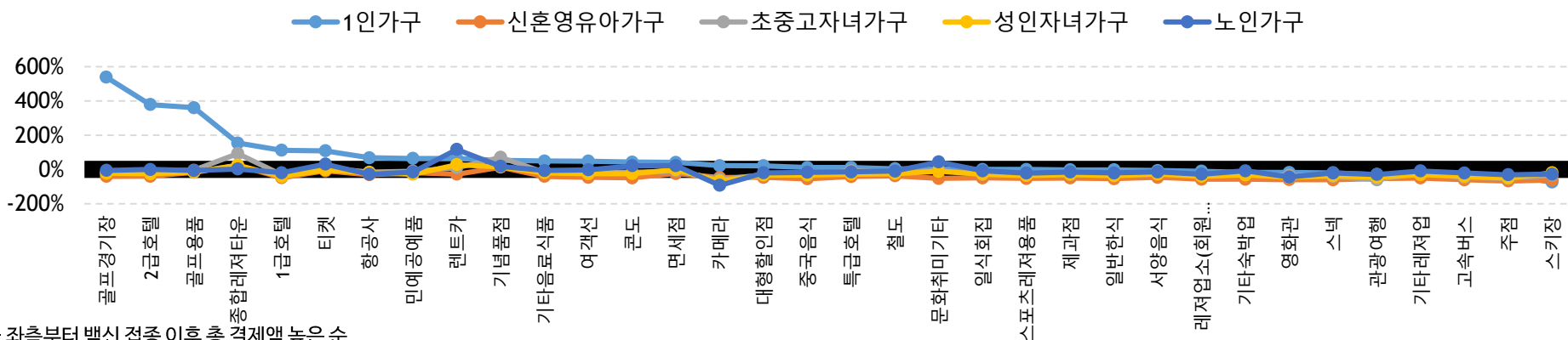
1인가구의 주요 여행소비항목은 '골프', '호텔', '티켓' 등임.

백신 접종 이후 가구 유형별 소비항목 증감률로 봤을 때에도, 1인가구는 '호텔', '티켓', '항공사' 등의 소비항목에서 타 가구 유형과 차별성을 보이고 있음.

1인가구 소비 항목별 증감률



백신 접종 이후 가구 유형별 소비 항목 증감률



\* 좌측부터 백신 접종 이후 총 결제액 높은 순

---

## 4.3

# 2022 관광 트렌드

## ③Beyond Boundary

---

4.1 Hashtags(개별화되고 다양해지는 여행 취향)

4.2 Anyone(누구와 함께라도 좋은)

4.3 Beyond Boundary (여행 경계, 정해진 틀을 넘어서)

4.4 In a Wink(떠나고 싶을 때 바로)

4.5 Therapy (나를 위로하고 치유하는 경험)

4.6 Usual Unusual (일상이 된 비일상)

4.7 Special Me(나의 특별한 순간을 만드는 여행기록)

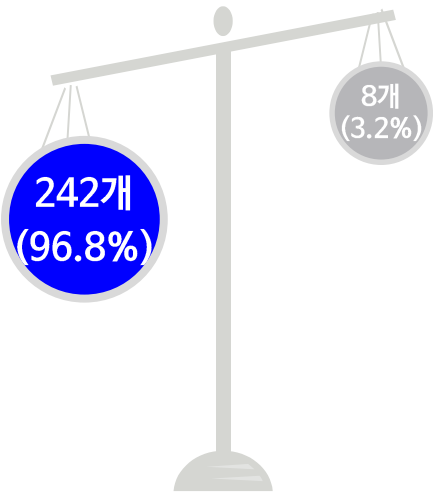




백신 접종 이후 총 250개 시군구 중, 242개 시군구의 관내방문객수와 유출방문객수가 증가한 것으로 확인됨.  
권역별 관내방문객수와 유출방문객수 증감률이 높은 시군구 7개를 분석한 결과, 코로나 초기에 비해서 관광 이동량이 활성화됨.  
해당 지역의 주요 관광지 변화를 통해 백신 접종 이후 활성화된 관광지를 파악하였으며,  
또한 각 지역별 관외유출지 분석을 통해 코로나 이후 근거리 여행으로 위축되었던 이동행태가 다변화되었음을 확인하였음.

백신 접종 이후  
관내방문객수 및 유출방문객수 증가 현황

백신 접종 이후



백신 접종 이후 권역별 방문객수 증가 1위 지역 및 해당 지역별 시군구 유출지 현황

서울권(서울시 금천구)

RANK	백신 접종 이후	증감률
1	부산광역시 강서구	70%
2	제주도 서귀포시	65%
3	제주도 제주시	61%
4	대구광역시 동구	60%
5	전라남도 영암군	59%
6	광주광역시 동구	57%
7	경상북도 의성군	56%
8	경상북도 경산시	54%
9	경상북도 고령군	53%
10	대구광역시 수성구	50%

경기권(경기도 김포시)

RANK	백신 접종 이후	증감률
1	제주도 제주시	88%
2	제주도 서귀포시	84%
3	광주광역시 동구	79%
4	부산광역시 강서구	76%
5	울산광역시 동구	70%
6	부산광역시 영도구	69%
7	경상북도 경주시	67%
8	경상북도 울릉군	66%
9	대구광역시 동구	63%
10	경상북도 영양군	61%

충청권(충청남도 공주시)

RANK	백신 접종 이후	증감률
1	경상북도 영양군	110%
2	경상북도 예천군	91%
3	경상북도 울릉군	85%
4	제주도 제주시	75%
5	부산광역시 금정구	68%
6	제주도 서귀포시	66%
7	전라남도 강진군	63%
8	부산광역시 영도구	60%
9	경상북도 포항시 북구	58%
10	경상남도 합천군	58%

전라권(전라북도 무안군)

RANK	백신 접종 이후	증감률
1	경상북도 청송군	310%
2	경상북도 성주군	221%
3	경상북도 영덕군	208%
4	경상북도 경주시	159%
5	대구광역시 서구	158%
6	강원도 양구군	157%
7	강원도 삼척시	147%
8	충청북도 청주시 흥덕구	142%
9	부산광역시 부산진구	136%
10	울산광역시 중구	134%

강원권(강원도 춘천시)

RANK	백신 접종 이후	증감률
1	경상남도 함안군	118%
2	경상남도 함양군	105%
3	제주도 서귀포시	99%
4	제주도 제주시	97%
5	전라북도 장수군	94%
6	경상남도 산청군	93%
7	경상남도 하동군	90%
8	전라남도 무안군	88%
9	광주광역시 동구	82%
10	경상북도 청송군	74%

경상권(경상북도 예천군)

RANK	백신 접종 이후	증감률
1	전라북도 장수군	239%
2	강원도 철원군	204%
3	강원도 양구군	142%
4	전라남도 무안군	120%
5	제주도 서귀포시	106%
6	전라남도 곡성군	102%
7	전라남도 강진군	96%
8	제주도 제주시	92%
9	광주광역시 서구	89%
10	전라북도 김제시	89%

제주권(제주도 서귀포시)

RANK	백신 접종 이후	증감률
1	경상북도 영양군	227%
2	강원도 양구군	153%
3	서울특별시 강서구	144%
4	경기도 과천시	140%
5	강원도 화천군	138%
6	충청북도 괴산군	127%
7	경상북도 영주시	120%
8	경상북도 상주시	113%
9	경상북도 예천군	111%
10	강원도 인제군	110%

- 백신 접종 이후 7개 권역 내 관내방문객 증감률 순위, 유출방문객 증감률 순위 두 가지의 평균 순위를 산정
- 평균 순위가 가장 높은 지역을 각 권역별 1위로 상정

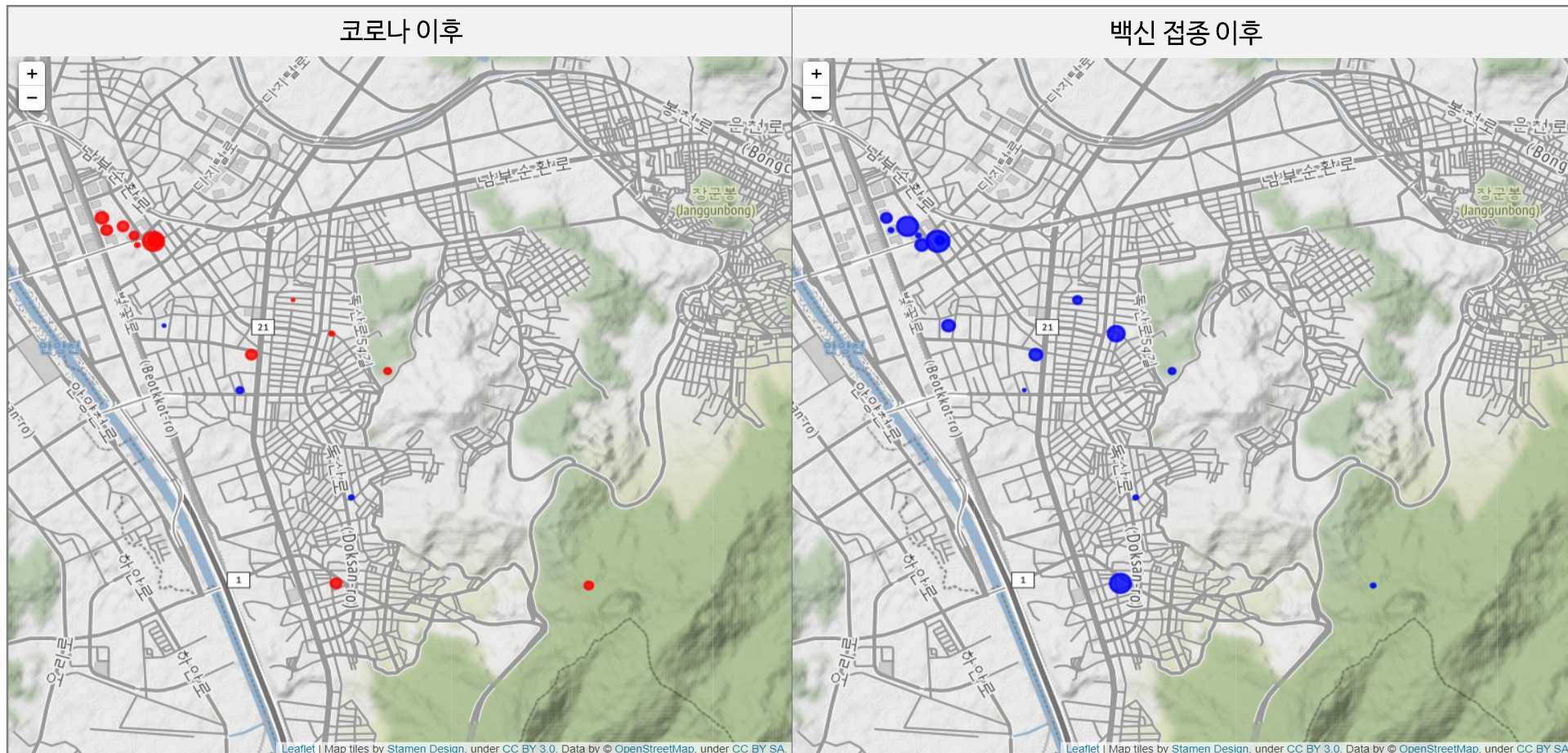




백신 접종 이후, 서울시 금천구의 증가한 관광지는 16개임.  
선정된 관광지 중 백신 접종 이전에 감소한 13개의 관광지가 백신 접종 이후 증가함.

백신 접종 이후 주요 관광지 현황

서울권 - 서울시 금천구





서울시 금천구 주요 관광지 중 검색건수 1위는 'W몰'이며 증가율 1위는 '롯데시네마/가산디지털'임.  
금천구 주요 관광지 중 '독산동 우시장'은 높은 질의 육류를 판매하는 점, '별빛남문시장'은 다양한 먹거리를 맛볼 수 있는 점, '금빛공원'은 지역 주민들의 휴식 장소이자 벚꽃을 구경하기 좋은 장소라는 점이 인기 요인으로 분석됨.

## 서울시 금천구 주요 관광지 방문 후기

### 검색 건수 TOP 16

RANK	백신 접종 이후	검색건수	증감률
1	W몰	1245	45%
2	마리오아울렛/3관	1239	17%
3	현대시티아울렛/가산점	866	31%
4	마리오아울렛/1관	780	11%
5	마리오아울렛/2관	156	73%
6	롯데팩토리아울렛/가산점	116	41%
7	독산동우시장	79	5%
8	CT LEX	56	44%
9	롯데시네마/가산디지털	49	81%
10	별빛남문시장	38	31%
11	금빛공원	25	79%
12	독산1동성당	20	43%
13	호압사	18	13%
14	삼지어린이공원	16	60%
15	시흥4동성당	15	15%
16	금천체육공원	12	20%

### 증감률 TOP 16

RANK	백신 접종 이후	검색건수	증감률
1	롯데시네마/가산디지털	49	81%
2	금빛공원	25	79%
3	마리오아울렛/2관	156	73%
4	삼지어린이공원	16	60%
5	W몰	1245	45%
6	CT LEX	56	44%
7	독산1동성당	20	43%
8	롯데팩토리아울렛/가산점	116	41%
9	별빛남문시장	38	31%
10	현대시티아울렛/가산점	866	31%
11	금천체육공원	12	20%
12	마리오아울렛/3관	1239	17%
13	시흥4동성당	15	15%
14	호압사	18	13%
15	마리오아울렛/1관	780	11%
16	독산동우시장	79	5%

### 독산동 우시장

- ✓ “안녕하세요~! 오늘은 독산동 우시장 방문기를 다뤄보려고 해요! 우시장 안에는 여러 가게가 모여 있어요. 독산동 우시장에서 구매한 것은 족발, 천엽, 간, 육회예요! 가격이 사악한 것도 있고 저렴한 것도 있었어요. 가격이 사악한 건 그만큼 질 좋고 맛 좋답니다! 가격은 그때마다 달라지니 알려드리기 어렵네요.”

### 별빛남문시장

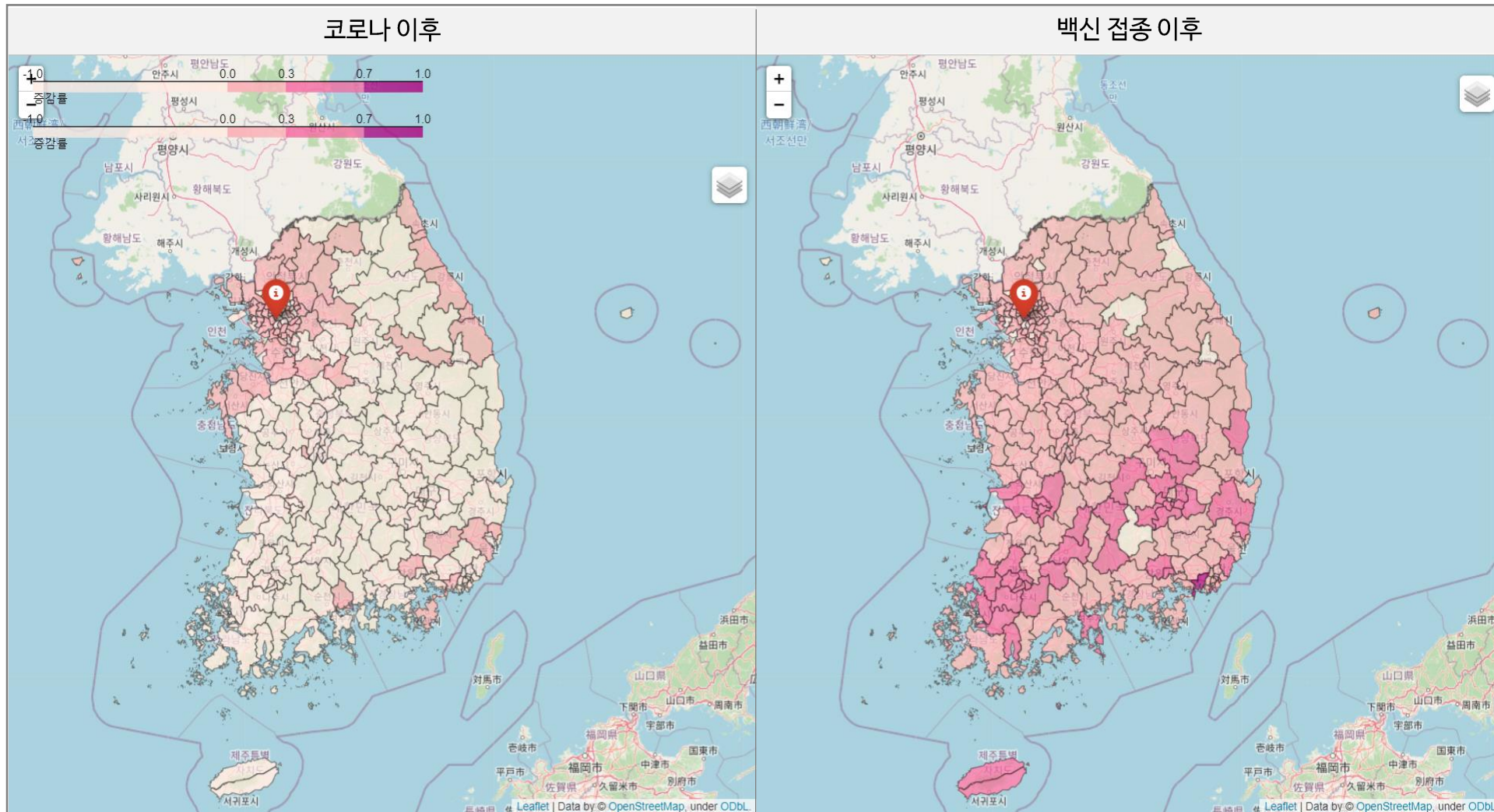
- ✓ “별빛남문시장 최고존엄은 찹쌀순대삼총사다. 글구 막창이 젤 비싸고 젤 맛있음.”
- ✓ “별빛남문시장 도넛 x사이드...방송에 나온 삼총도넛을 파는 x사이드 도넛은 도너츠가 맛있기로 유명한 베이커리 카페다.”

### 금빛공원

- ✓ “아니 놀고 싶어도 코로나라 시간제한 걸려있어서 갈때 없어서 맨날 돌이 금빛공원에서 앉아 있었는데 왜 자꾸 우리를 웃기게 해줄까 ㅋㅋㅋㅋ 골때려 정말 또 같이 찍은게 없네,,, 참 이렇게 또 하루를 보냈네.”
- ✓ “금빛공원이라는 곳에 우연히 발길이 닿았는데 멀리서부터 벚꽃이 있는 것을 보고서 그냥 무작정갔다. 보자마자 처음 딱 든 생각은 완전한 봄이구나! 참 곱게도 피었다. 잠시지만 바람 쐬면 따뜻할 때 센터를 벗어나 벚꽃사진 찍고 오니 기분이 너무 좋았던 하루.”

백신 접종 이후 주요 유출지 현황

서울권 - 서울시 금천구



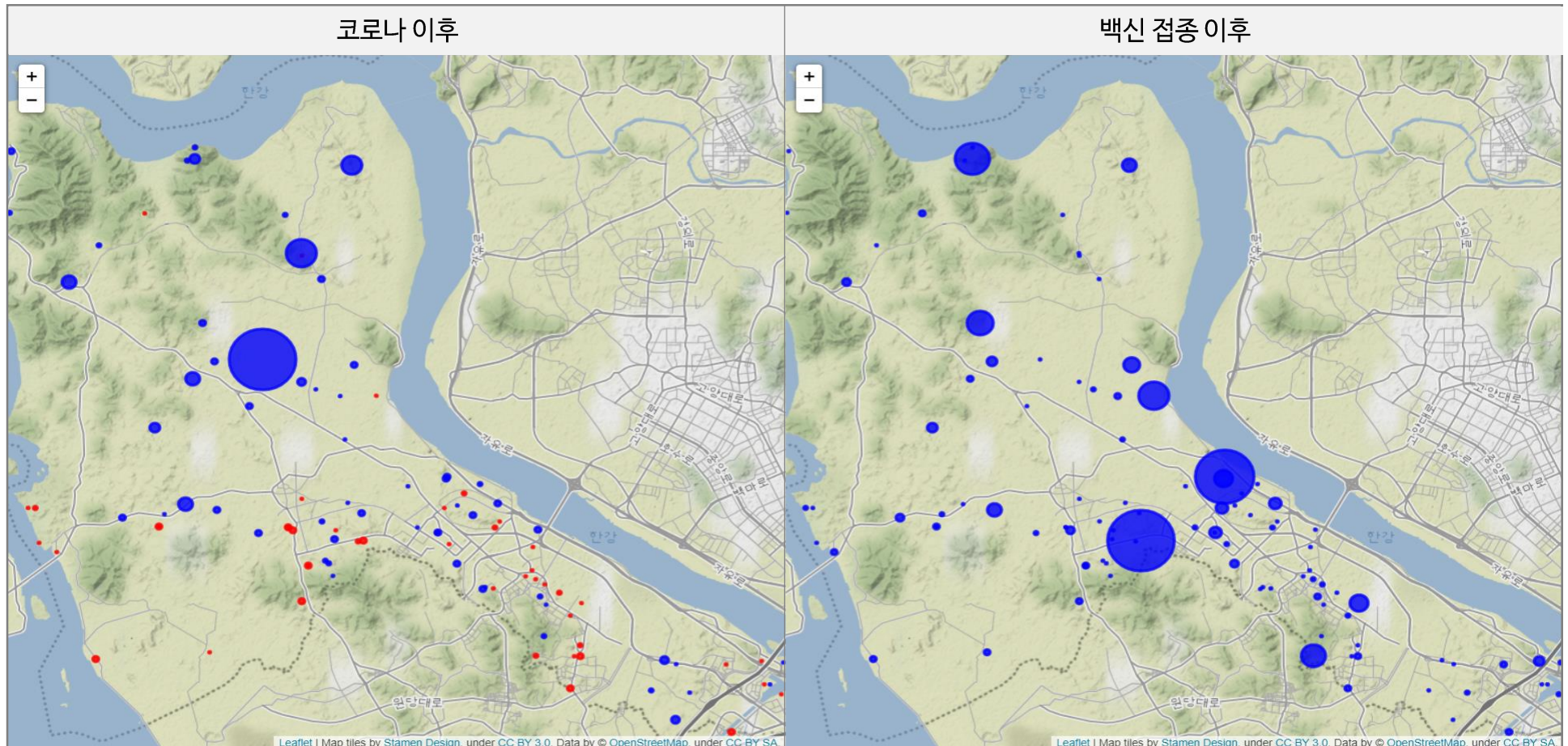




백신 접종 이후, 경기도 김포시의 증가한 관광지는 103개임.  
선정된 관광지 중 백신 접종 이전에 감소한 44개의 관광지가 백신 접종 이후 증가함.

백신 접종 이후 주요 관광지 현황

경기관 - 경기도 김포시





경기도 김포시 주요 관광지 중 검색건수 1위는 ‘현대프리미엄아울렛’이며 증가율 1위는 ‘솔터체육공원/축구장’임.  
김포시 관광지 중 ‘한강신도시호수공원’은 ‘호수를 배경으로 뛰어난 야경을 볼 수 있는 산책코스’라는 점에서 자주 찾게 되며,  
‘솔터체육공원/축구장’은 축구 관람객들에게 경기 관람에 용이한 좌석시야를 갖춘 점이 긍정적 반응을 얻음.

경기도 김포시 주요 관광지 방문 후기

검색 건수 TOP 20

RANK	백신 접종 이후	검색 건수	증감률
1	현대프리미엄아울렛	7714	8%
2	한강신도시호수공원	1268	4%
3	김포아트빌리지	895	19%
4	김포한강야생조류생태공원	736	11%
5	라베니체광장	575	46%
6	장릉	437	14%
7	태산패밀리파크	398	28%
8	CGV/김포운양	306	8%
9	한강중앙공원	280	25%
10	메가박스/김포한강신도시	257	8%
11	은여울공원	239	20%
12	김포함상공원	231	23%
13	CGV/김포한강	187	4%
14	CGV/김포	141	100%
15	구래늪시터	113	6%
16	애기봉	110	5%
17	쌍쓰리세일공장	106	279%
18	김포성당	104	58%
19	김포민속5일장	100	49%
20	금빛수로보트하우스	99	175%

증감률 TOP 20

RANK	백신 접종 이후	검색 건수	증감률
1	솔터체육공원/축구장	17	1700%
2	캠핑고래/김포점	49	880%
3	애기봉평화생태공원	30	500%
4	김포해바라기농원	11	450%
5	서암체육공원	20	400%
6	금정사	14	367%
7	쌍쓰리세일공장	106	279%
8	사우공원	15	275%
9	싱싱미나리	23	229%
10	탐베이스볼배팅센터/김포점	12	200%
11	연화사	12	200%
12	나래울공원	20	186%
13	모담폭포	17	183%
14	금빛수로보트하우스	99	175%
15	KG리그야구장	12	140%
16	미강만물철물	12	140%
17	고촌레코파크	26	136%
18	금빛근린공원	23	130%
19	청춘롤러스케이트	39	129%
20	통진향교	13	117%

한강신도시호수공원

✓ “저녁을 먹고 마산동 한강신도시 호수공원으로 밤산책하러 온 우리가족. 한강신도시 호수공원이 산책하기에 참 좋다고 알고는 있었는데 직접 가본건 처음이라 여기저기 예쁜 풍경에 마음을 쏙 — 빼앗겨버렸다. 흔들그네도 있고, 마치 오두막 같이 생긴 쉴 곳도 있고 낮에 와도 한참을 놀고 갈 수 있을 것만 같았다. 공원 중앙으로 원형으로 만들어진 호수를 보니 마음까지 시원해지는 기분이었는데 호수에 비치는 아파트 야경이 과히 장관이었다. 저녁 9시가 다 되가는 시간이었음에도 가족들끼리 많이들 산책하러 나오셨더라.”

솔터체육공원/축구장

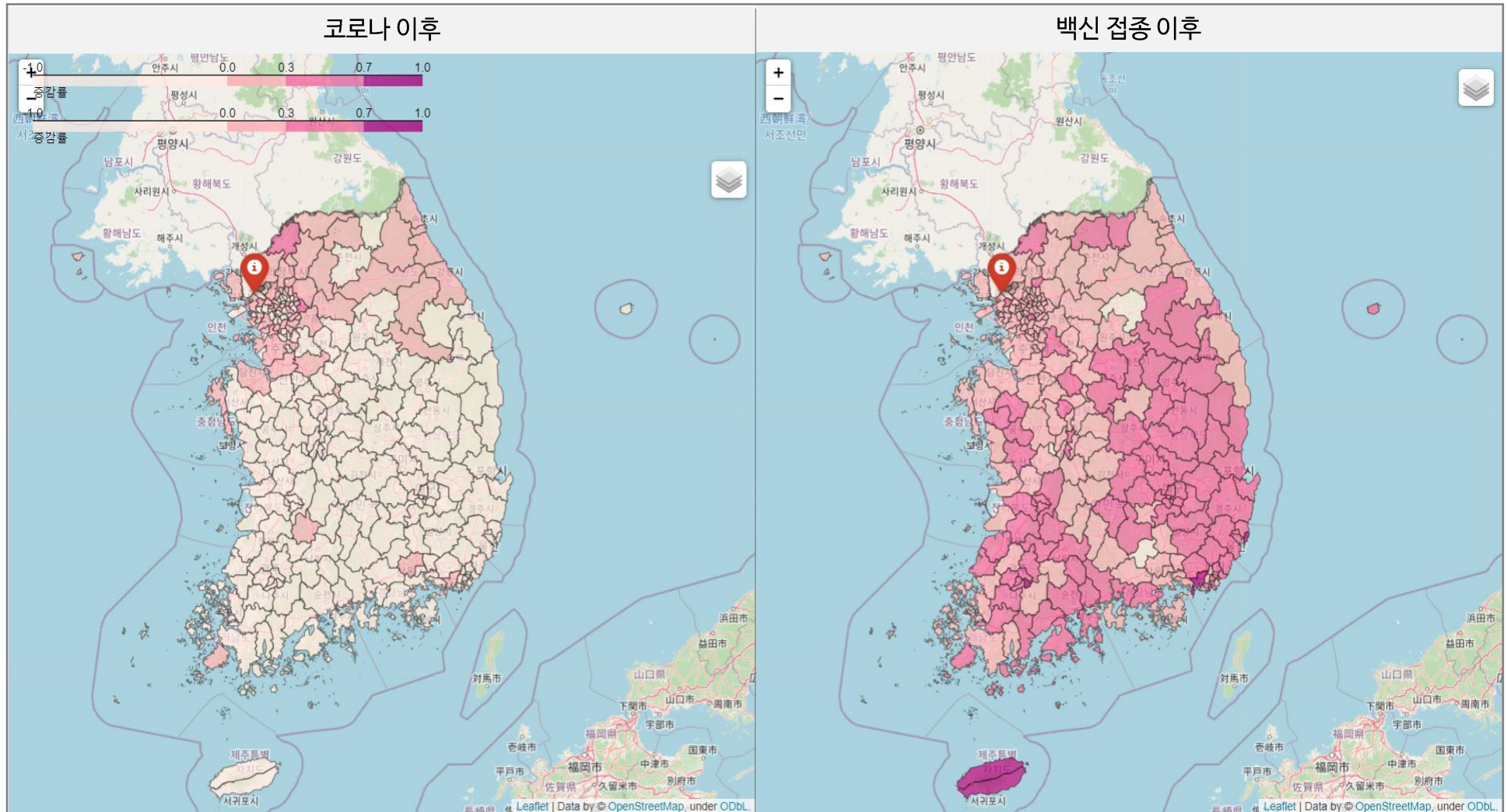
✓ “축구전용구장의 자라는 바로 앞에서 선수들의 역동적인 움직임과 숨소리까지 느낄 수 있다는 점!! 대부분 종합경기장에서 진행되는만큼 축구전용구장의 매력은 한번 느껴보신다면 절대 잊을 수 없습니다! 쾌적한 경기관람을 위해 VIP석과 일반석, 장애인석까지 축구를 사랑하는 모든이들이 즐길 수 있는 곳!”

✓ “충정로에서 M6117 번타면 마산역에서 내려 조금만 걸아가면 한방에 솔터축구장까지 갈수 있어서 5시20분쯤에 도착을 해서 전반 중간부터는 시합을 볼수 있었습니다. 구장이 아주 아담사이즈여서 딱 좋은 크기의 구장인듯 합니다. 너무 크지도 않고 작지도 않고 구장하고 관람석하고 거리도 매우 가까워서 축구경기 보기엔 아주 좋네요.”



백신 접종 이후 주요 유출지 현황

경기권 - 경기도 김포시



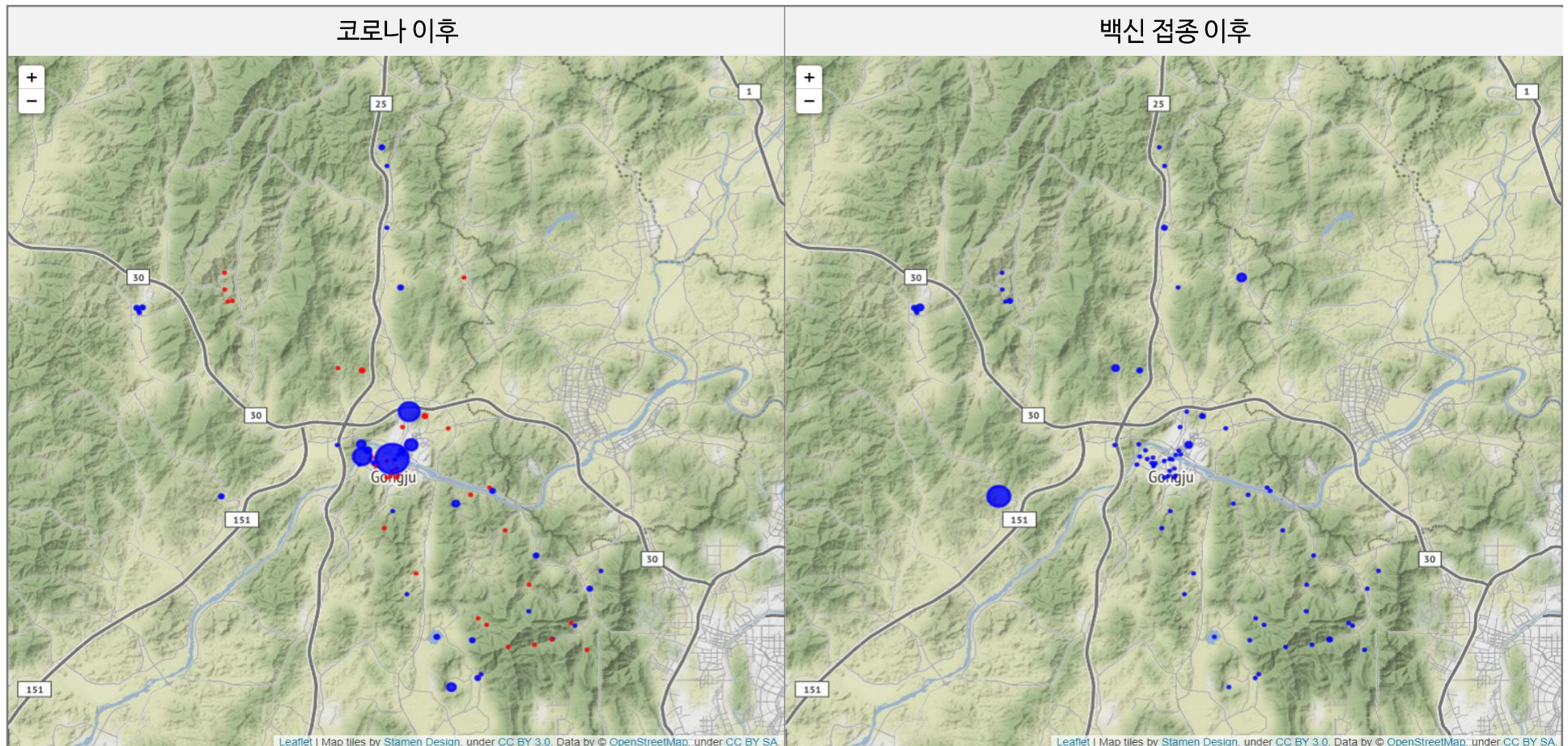




백신 접종 이후, 충남 공주시의 증가한 관광지는 72개임.  
선정된 관광지 중 백신 접종 이전에 감소한 34개의 관광지가 백신 접종 이후 증가함.

백신 접종 이후 주요 관광지 현황

충청권 - 충청남도 공주시





공주시 주요 관광지 중 검색건수 1위는 ‘공산성’이며 증가율 1위는 ‘우목저수지’임.  
그 중에서도 ‘공산성’은 역사탐방을 하기 좋고 성곽을 거닐며 사진 촬영을 하기 좋은 명소라는 점에서 호평을 얻었으며, ‘우목저수지’는 아름다운 절경과 낚시 명소로 인기를 얻음.

충청남도 공주시 주요 관광지 방문 후기

검색 건수 TOP 20

RANK	백신 접종 이후	검색 건수	증감률
1	공산성	5591	45%
2	공주한옥마을	2502	36%
3	무령왕릉	2495	56%
4	마곡사	1934	35%
5	공주산성시장	1716	32%
6	국립공주박물관	1478	54%
7	동학사	1183	3%
8	갑사	726	25%
9	공주무령왕릉과왕릉원	624	30%
10	메타세콰이어길	574	18%
11	석장리박물관	496	21%
12	금강신관공원	478	11%
13	유구색동수국정원	466	166%
14	미르섬	426	61%
15	연미산자연미술공원	419	21%
16	신원사	312	33%
17	공주산림휴양마을	217	58%
18	프린세스GC	164	6%
19	황새바위순교성지	164	28%
20	공주중동성당	141	15%

증감률 TOP 20

RANK	백신 접종 이후	검색 건수	증감률
1	우목저수지	16	700%
2	중흥저수지	11	267%
3	판다팜/공주점	39	179%
4	유구색동수국정원	466	166%
5	한천저수지	37	164%
6	자연농원낚시터	28	133%
7	마곡사계곡	48	118%
8	동학사계곡	24	118%
9	공주양묘장	11	100%
10	봉황지산장낚시터	11	100%
11	유구낚시	10	100%
12	웅진백제역사관	48	92%
13	공주꽃문화관	85	89%
14	한국문화연수원	81	88%
15	공산성/방문자센터	24	85%
16	백제오감체험관	84	83%
17	공주시립박찬호야구장	52	73%
18	기산저수지	50	72%
19	석장리계절별꽃단지	12	71%
20	동월계곡	42	68%

공산성

- ✓ “공산성은 계절마다 다른 매력이 있어 성곽을 따라 걷기 좋은 길로도 유명해요 가장 앞에있는 "금서루"에서는 매주 토,일요일 11시~17시까지 수문병 교대식이 정시에 진행된다고하니 방문하시면 수문병 교대식도 보시는 것도 좋을 것 같아요 성곽을 따라 걷는 길이 하늘에 닿을 것만 같아 "천국의 계단"을 오르는 느낌이라구요 성곽길이 너무 예뻐서 그냥 지나칠 수..없어서..”
- ✓ “밥먹고 잠시 들렸는데 밤이라 어둑어둑해서 성곽의 멋진모습을 다 담지 못했어요ㅠ\_ㅠ 사진은 아이폰으로 촬영했습니다!! 실제로 가서보면 사진보다 10000배는 더 멋지답니다^^ 성곽을 따라 걸으면 공주시내가 한눈에 보이는데 너무 높은 곳에서 바라보니 다리가 후들후들 떨리더라구요..”

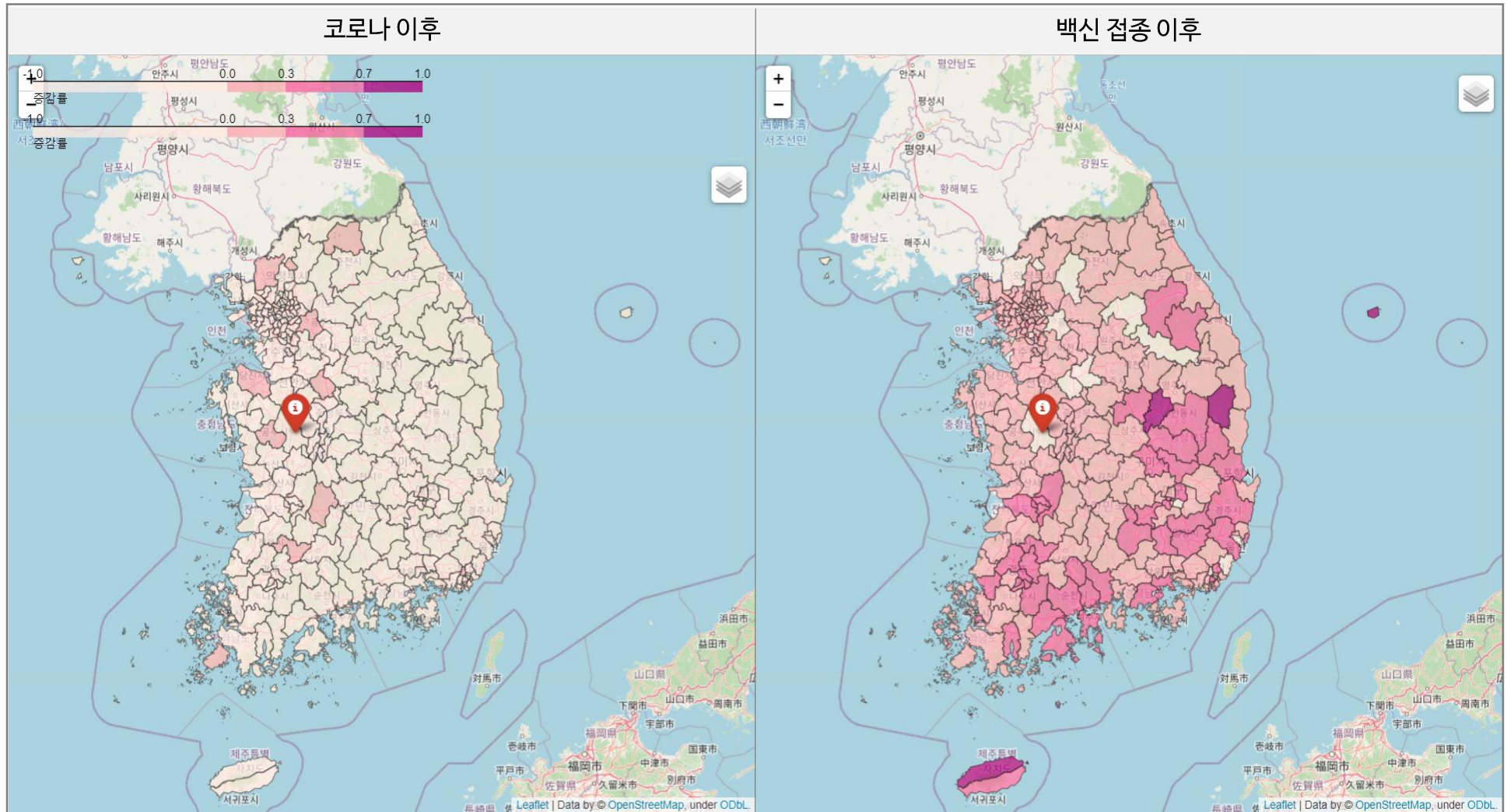
우목저수지

- ✓ “우리가 간 곳은 공주 우목저수지 ! 오자마자 보여진 절경, 같이 간 지인들 다 잡는데 나 혼자 입질조차 안와서 멘탈 박살나고 있었을 즈음 유레카~! 드디어 작고 소동한 빙어가 잡히고 환호했다..정신 없이 낚시를 하다 보니 어느덧 눈도 그치고, 해도 뉘엿뉘엿 질 시간이 됐는데 하늘이 정말 너무너무 예뻐다 ! 멋진 절경에 1따봉 드립니다.”
- ✓ “연휴 첫날...한번도 따라 나선적이 없는 집사람의 느닷없는 참전(?)과 막내 녀석의 도움으로 공주로 빙낚 출발합니다. 처음 와보는 곳은 항상 설레임이 큼니다. 우목낚시터는 유료터(5,000원)고 3개의 잔교가 있으며 풍광도 좋고 깨끗하게 잘 관리된 것 같습니다.”



백신 접종 이후 주요 유출지 현황

충청권 - 충청남도 공주시

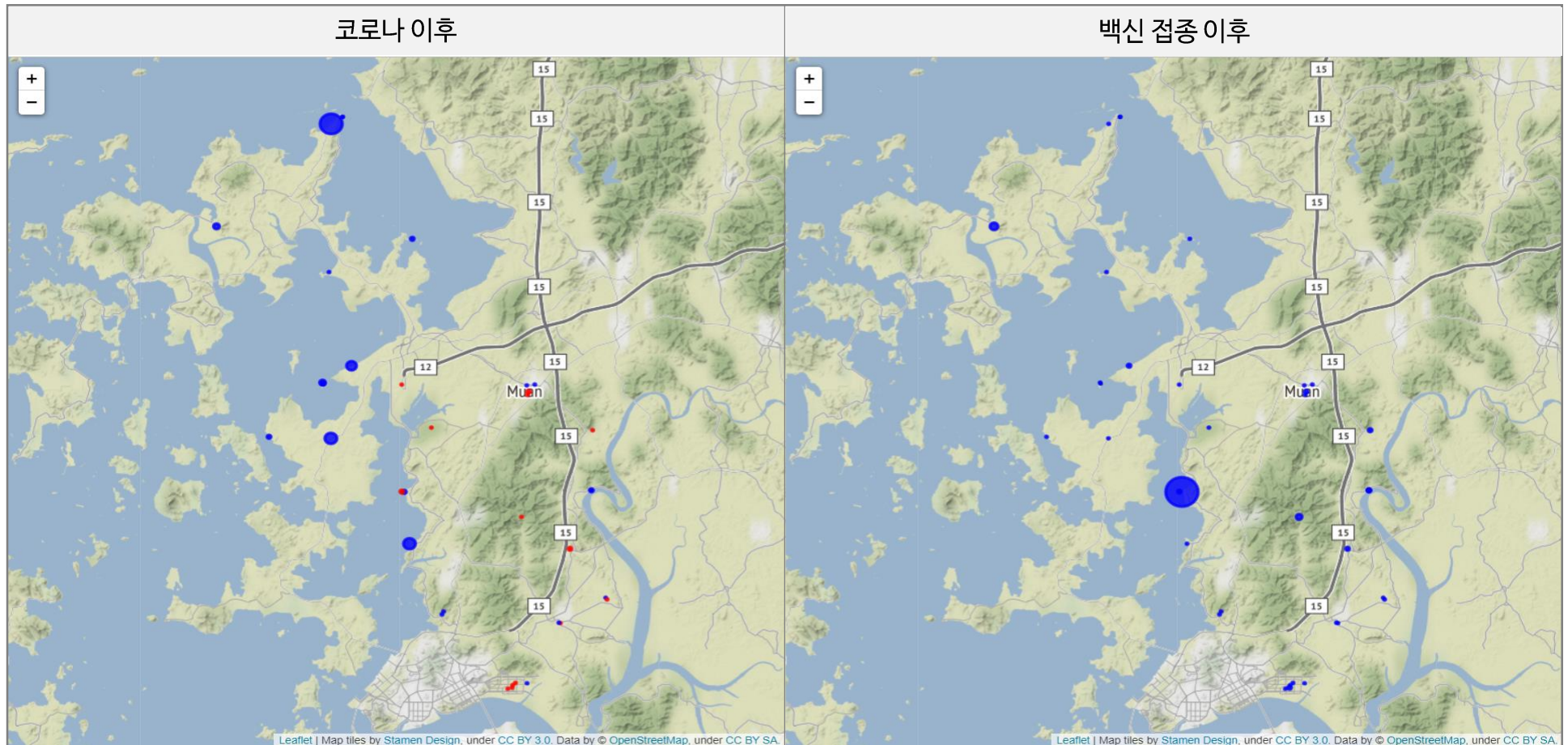




백신 접종 이후, 전라남도 무안군의 증가한 관광지는 36개임.  
선정된 관광지 중 백신 접종 이전에 감소한 13개의 관광지가 백신 접종 이후 증가함.

백신 접종 이후 주요 관광지 현황

전라권 - 전라남도 무안군







전라남도 무안군 주요 관광지 중 검색건수 1위는 ‘무안cc’이며 증가율 1위는 ‘구로리방파제’임.  
무안군 주요 관광지 중 ‘무안cc’는 사진 촬영 명소로 이국적인 풍경이라는 점에서 긍정 반응이 나타남. ‘구로리방파제’는 낚시 명소이자 깨끗한 관리, 아름다운 자연 경관뷰로 인기를 얻고 있고, ‘조금나루해변’은 캠핑하기 넓은 공간과 갯벌체험이 장점으로 꼽힘.

전라남도 무안군 주요 관광지 방문 후기

검색 건수 TOP 20

RANK	백신 접종 이후	검색 건수	증감률
1	무안CC	504	34%
2	조금나루해변	428	7%
3	무안회산백련지	361	20%
4	홀통해변	326	11%
5	무안전통시장	169	22%
6	무안국제공항	128	27%
7	밀리터리테마파크	98	128%
8	무안낙지공원	90	105%
9	무안시장	81	50%
10	월두선착장	66	78%
11	조금나루유원지	58	5%
12	일로시장	48	66%
13	전통생활문화테마파크	47	100%
14	무안연꽃축제	45	22%
15	남악시장	40	21%
16	구로리방파제	36	3600%
17	도리포해수욕장	36	38%
18	송계어촌체험마을	35	52%
19	식영정	35	133%
20	도리포	34	17%

증감률 TOP 20

RANK	백신 접종 이후	검색 건수	증감률
1	구로리방파제	36	3600%
2	원갑사	10	233%
3	달산저수지	14	180%
4	식영정	35	133%
5	밀리터리테마파크	98	128%
6	무안낙지공원	90	105%
7	전통생활문화테마파크	47	100%
8	구로선착장	32	100%
9	불무공원	14	100%
10	영산강2경(무안느리 지)/식영정	12	100%
11	중앙공원	10	100%
12	월두선착장	66	78%
13	일로시장	48	66%
14	일로장	25	56%
15	복길선착장	28	56%
16	송계어촌체험마을	35	52%
17	무안시장	81	50%
18	서해안낚시할인마트	12	50%
19	김대중광장	12	50%
20	반석낚시	29	45%

무안cc

✓ “전남 무안cc 대부분 산으로 둘러싸여있는 다른 골프장들과 달리 입구부터 넓고 평평하더군요 우리는 동 a코스에서 시작했는데 3번째 파3홀에 올라서니 이렇게 전체 골프장을 다 둘러볼 수 있는 전망이 펼쳐집니다 지평선이 이렇게 길게 이어진 곳이 오랜만이라 기분이 색다르더라고요 여기서 사진들을 찍는게 정석인가 봅니다~ 넓고 군데군데 보이는 해저드들이 마치 태국의 파타나 cc와 비슷한 느낌이었어요”

구로리방파제

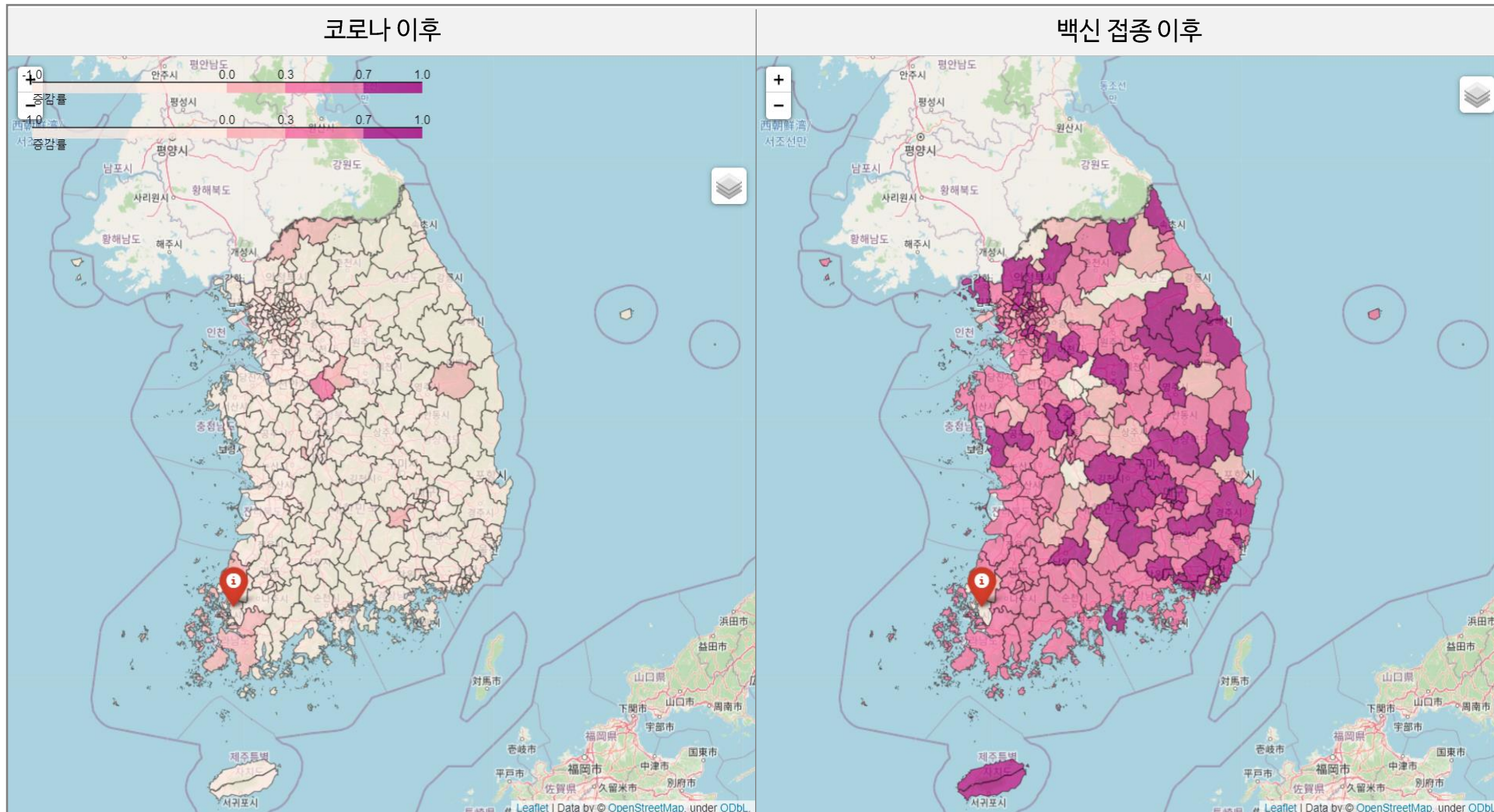
✓ “무안에 있는 구로리 방파제입니다 일단 점심부터 남남, 많은 사람들이 오가지않기에 주변도 깨끗하고, 뷰도 너무 좋은 곳이에요 금을 새벽녘부터 시작해서 세마리 잡궁 물 빠져서 휴식타임ㅋㅋ물이 빠지니 파래밭? 이 보임ㅋ 언제봐도 예쁜 노을씨, 해가 녀녔녔지구, 코로나때문에 요새 낚시하시는 분들, 캠핑하시러 오신 분들 많더라고요 주말이기도하고 주변을 둘러보니 반대편은 조명으로 환하네요 오늘도 예뻐”

조금나루해변

✓ “조금나루해변’은 관광지로도 선택되어 해변도로가 깔끔하게 정리되어 있는 모습이었어요 해변가를 쫓 따라 들어가면 오른쪽엔 유원지로 캠핑을 할 수 있게 너무 잘 되어 있더라고요 구역마다 한가죽 ~ 두가죽이 캠핑 할 수 있게 되게 넓은 공간이라 그런지 친구들끼리 차를 여러대 가져온 캠핑족도 있었어요 :) 갯벌이 넓게 펼쳐져 있어 아이들에게 갯벌체험을 할 수 있는 괜찮은 곳인것 같습니다.”

백신 접종 이후 주요 유출지 현황

전라권 - 전라남도 무안군



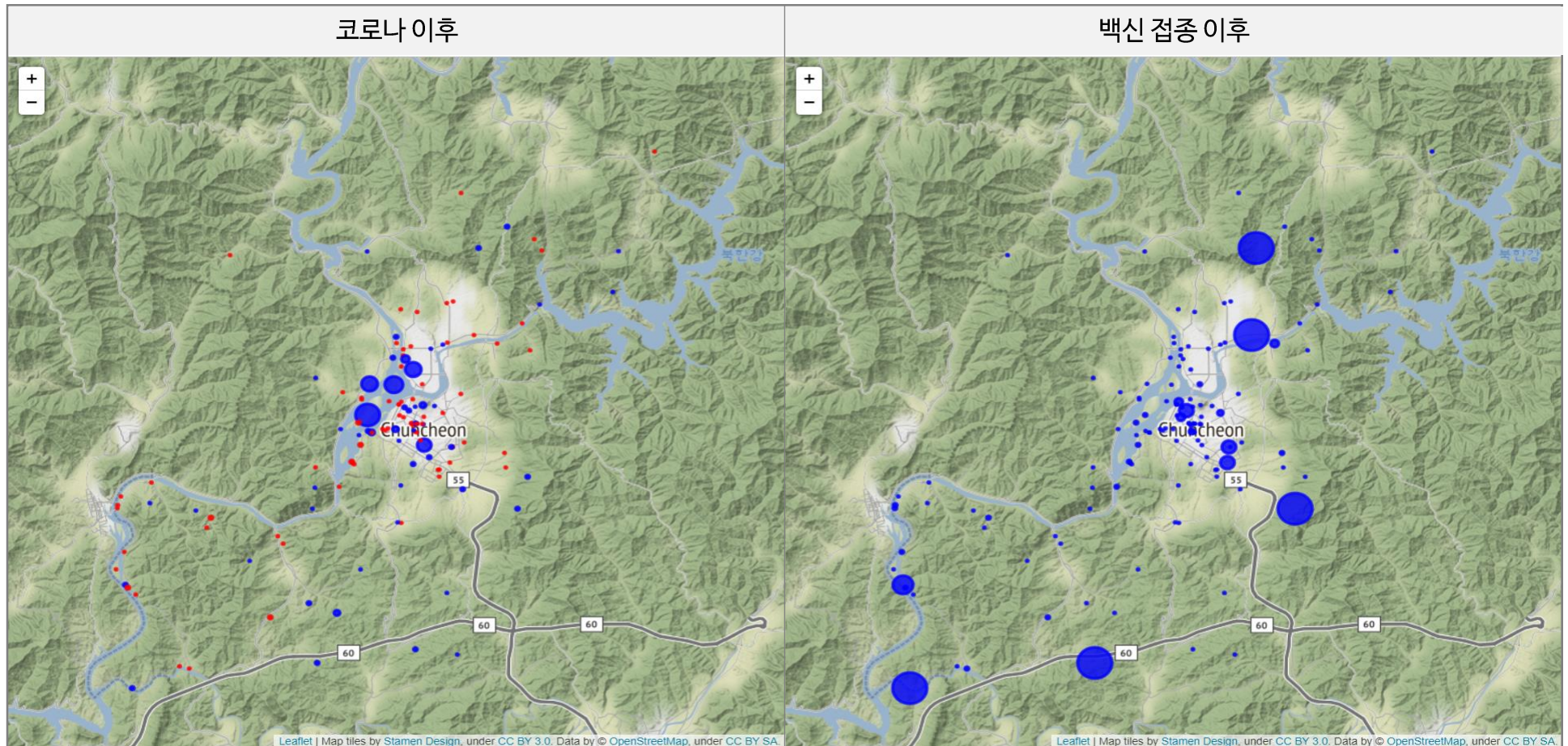




백신 접종 이후, 강원도 춘천시의 증가한 관광지는 131개임.  
선정된 관광지 중 백신 접종 이전에 감소한 75개의 관광지가 백신 접종 이후 증가함.

백신 접종 이후 주요 관광지 현황

강원권 - 강원도 춘천시





강원도 춘천시 주요 관광지 중 검색건수 1위는 ‘해피초원목장’이며증가율 1위는 ‘힐링브릿지수상레저’임.  
‘해피초원목장’은먹이체험을즐길수있고동물친화적인환경을느낄수있어아이들과함께하는키즈여행언급이다수나타나며,  
‘힐링브릿지수상레저’는다양한물놀이레저와아름다운자연경관을즐길수있다는점에서긍정적반응을얻음.

강원도 춘천시 주요 관광지 방문 후기

검색 건수 TOP 20

RANK	백신 접종 이후	검색 건수	증감률
1	해피초원목장	1980	7%
2	더플레이어스골프클럽	1334	1%
3	애니메이션박물관	1235	27%
4	춘천중앙시장	1171	11%
5	공지천유원지	1128	6%
6	오너스GC	1034	1%
7	남이섬	856	6%
8	청평사	728	8%
9	남춘천CC	716	1%
10	엘리시안/강춘CC	674	3%
11	라데나GC	651	2%
12	로드힐스골프앤리조트	610	2%
13	춘천풍물시장	598	6%
14	CGV/춘천	578	5%
15	김유정문학촌	576	5%
16	춘천중도물레길	568	21%
17	라비에벨CC/올드코스	534	2%
18	강원도립화목원	517	17%
19	육림고개	381	42%
20	김유정역/폐역	328	28%

증감률 TOP 20

RANK	백신 접종 이후	검색 건수	증감률
1	힐링브릿지수상레저	19	1900%
2	강아지숲	16	1600%
3	국립춘천숲체원	59	1180%
4	춘천바울기도원	23	1150%
5	선운사	11	1100%
6	빠지에빠지다수상레저	14	700%
7	춘천칠층석탑	11	550%
8	춘천클라이밍센터	11	550%
9	국립춘천박물관/신관	11	550%
10	호반육묘장	10	333%
11	춘천대첩기념평화공원	23	329%
12	춘천평화생태공원	13	325%
13	몸짓	53	265%
14	이레공구백화점	18	257%
15	거두리낙시터	15	250%
16	레고랜드코리아테마파크	79	239%
17	의암호인어동상	15	214%
18	친절한수상레저	40	211%
19	블루샤크	27	208%
20	골든몽키	116	200%

해피초원목장

- ✓ “아이에게 살아있는 동물을 직접 보여주고 체험시켜줄수 있는게 참 좋았다 어른인 나조차도 재미있고 흥미로운 경험이었다.아이에게 수족관에 갔을때에는 동물들이 그 안에 갇혀있고 오직 사람들의 재미를 위한 용도로 키워지는 느낌이라 마음이 불편했는데 자연 방목으로 동물들을 케어하는 분위기라 미안하거나 불편한 마음이 덜 들어서 좋았다.”
- ✓ “애들도 많고 햇빛도 쨍쨍이고 하늘도 엄청파랗고 아이들은 토끼먹이주기에 완전 빠졌다 열심히 오물오물 거리는 모습이 완전 귀엽다며 한참 토끼먹이를 주고...”

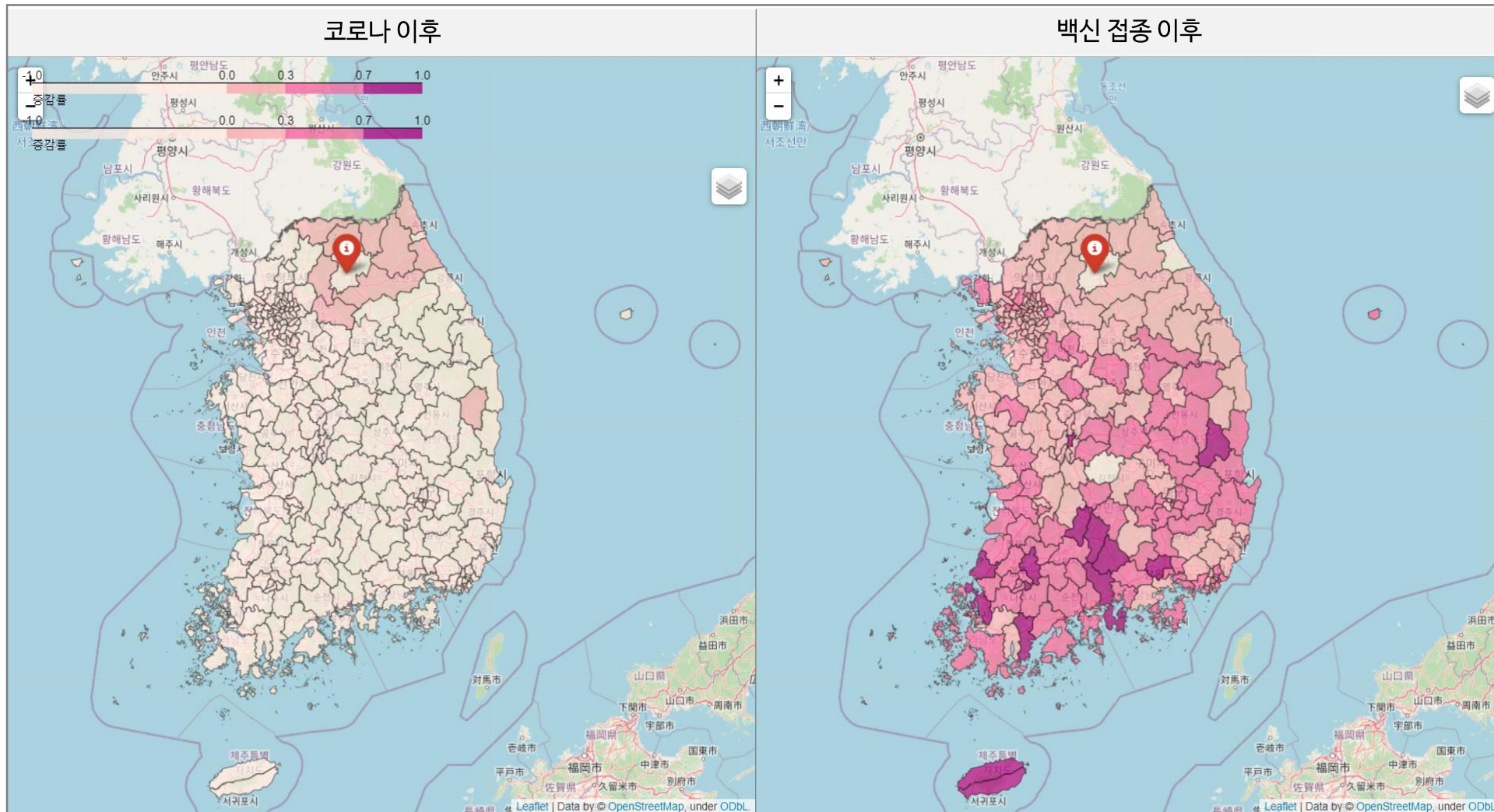
힐링브릿지수상레저

- ✓ “이번에 다녀온 곳은 힐링브릿지라는 곳인데요~! 놀이 기구도 다양하고 워터파크도 넓어서 지루할 틈이 없었고요! 짱 재미있었던 워터 슬라이드! 속도감과 쾌감을 동시에 얻을 수 있는 놀이기구였는데요~자연 경관도 너무 좋아서 어딜가나 포토존이었어요! 워터파크도 정말 넓고 놀거리가 많았어요. 물놀이 중간이나 후에 이곳에서 저 환상적인 풍경을 보면서 누리는 휴식! 그냥 가만히 멍 때리기만 해도 흘러가는 강물 소리, 바람소리, 새소리가 어우러져서 마음이 편안해졌어요~”
- ✓ “워터파크도 정말 넓고 놀거리가 많았어요. 사실 물놀이를 제외하고도 자연 안에서 있는 것 만으로도 힐링이 되기도 해요. 크고 푸르른 산과 북한강의 시원한 강은 바라만 보아도 마음의 안식이 되는 느낌이거든요.”



백신 접종 이후 주요 유출지 현황

강원권 - 강원도 춘천시



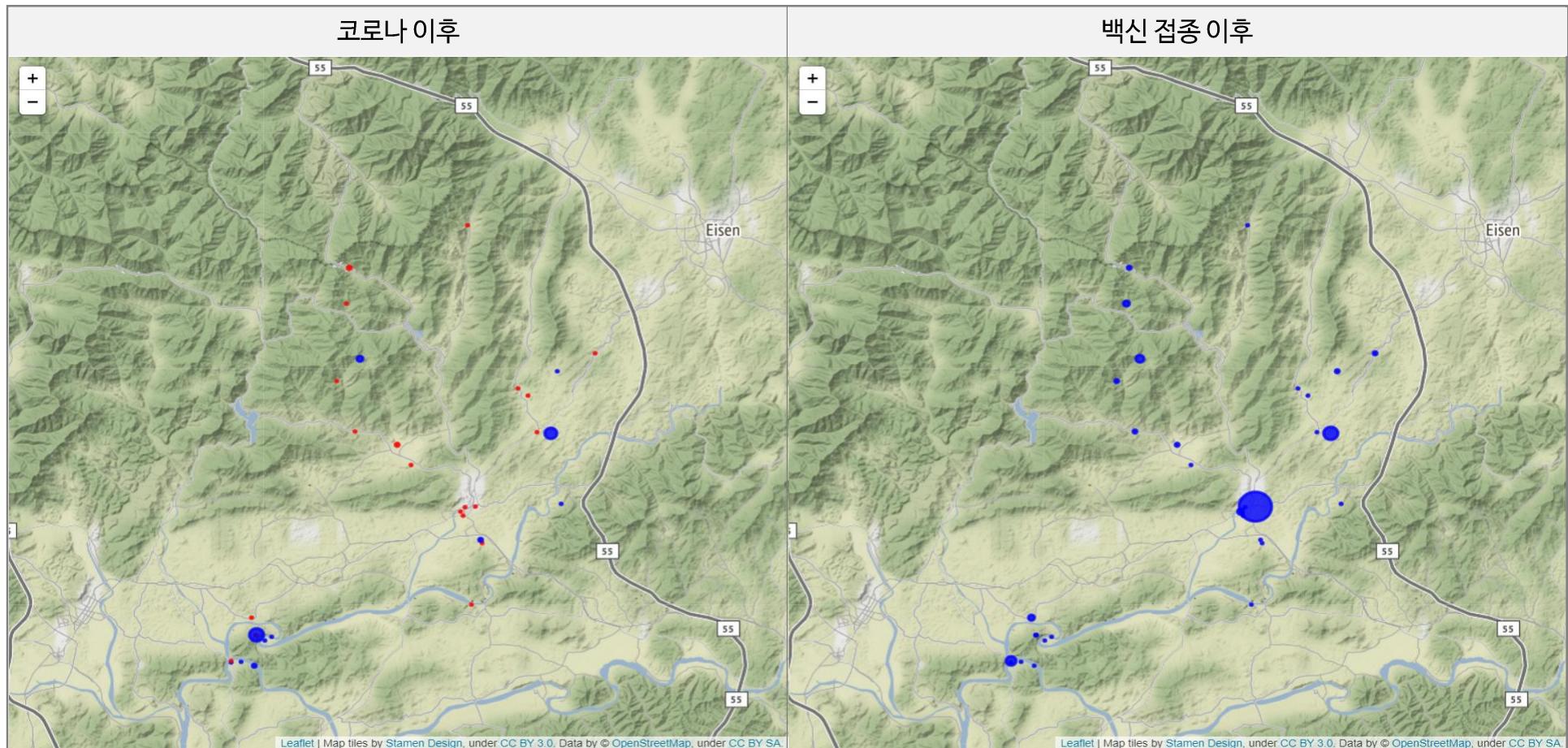




백신 접종 이후, 경북 예천군의 증가한 관광지는 32개임.  
선정된 관광지 중 백신 접종 이전에 감소한 20개의 관광지가 백신 접종 이후 증가함.

백신 접종 이후 주요 관광지 현황

경상권 - 경북 예천군





경상북도 예천군 주요 관광지 검색건수 1위는 ‘삼강주막’이며 증감률 1위는 ‘예천청소년수련관’임.  
‘삼강주막’은 중년층 이상이 옛시대의 향수를 그리워하고 낭만을 즐기기 위해 주로 찾는 공간이며,  
‘소백산하늘자락공원’은 전망대가 있어 일출, 일몰과 같은 자연경관을 즐기기 위한 방문자가 많음.

경상북도 예천군 주요 관광지 방문 후기

검색 건수 TOP 20

RANK	백신 접종 이후	검색 건수	증감률
1	삼강주막	1858	46%
2	회룡포	1083	60%
3	회룡포전망대	966	30%
4	뽕뽕다리	391	69%
5	장안사	238	75%
6	용문사	221	110%
7	한맥CC	215	0%
8	초간정	212	94%
9	소백산하늘자락공원	207	270%
10	예천곤충생태원	105	52%
11	석송령	97	62%
12	예천진호국제양궁장	70	71%
13	예천천문우주센터	69	68%
14	선몽대	62	32%
15	예천상설시장	58	49%
16	강문화전시관	48	26%
17	예천박물관	46	411%
18	예천온천	37	19%
19	병암정	31	63%
20	신라식물원	22	100%

증감률 TOP 20

RANK	백신 접종 이후	검색 건수	증감률
1	예천청소년수련관	11	1000%
2	예천박물관	46	411%
3	삼강문화단지	13	333%
4	소백산하늘자락공원	207	270%
5	명봉사	17	183%
6	한천체육공원	11	175%
7	회룡포여울마을	13	160%
8	감천저수지	14	133%
9	용문사	221	110%
10	신라식물원	22	100%
11	초간정	212	94%
12	회룡대	18	80%
13	장안사	238	75%
14	예천진호국제양궁장	70	71%
15	뽕뽕다리	391	69%
16	예천천문우주센터	69	68%
17	병암정	31	63%
18	석송령	97	62%
19	회룡포	1083	60%
20	백두쇼핑	11	57%

삼강주막

- ✓ “두 번째 코스로 삼강주막에 다녀왔어요! 삼강주막에서 점심을 먹었는데요, 코로나 때문에 외식을 잘 안하는데 여기는 탁 트인 공간이고 야외에서 먹을 수 있어서 걱정을 덜 수 있었어요😊”
- ✓ “서류제출 끝내고 간 #삼강주막 평일이라 그런지 사장님 혼자 계셔서 주문하고 결제하는데 시간이 좀 걸렸고 그래도 한적한 편이고 #부추전 #소고기국밥 맛있었음!!!!!! 또 가야지...예천 오는 사람들 다 데려가야지.....”

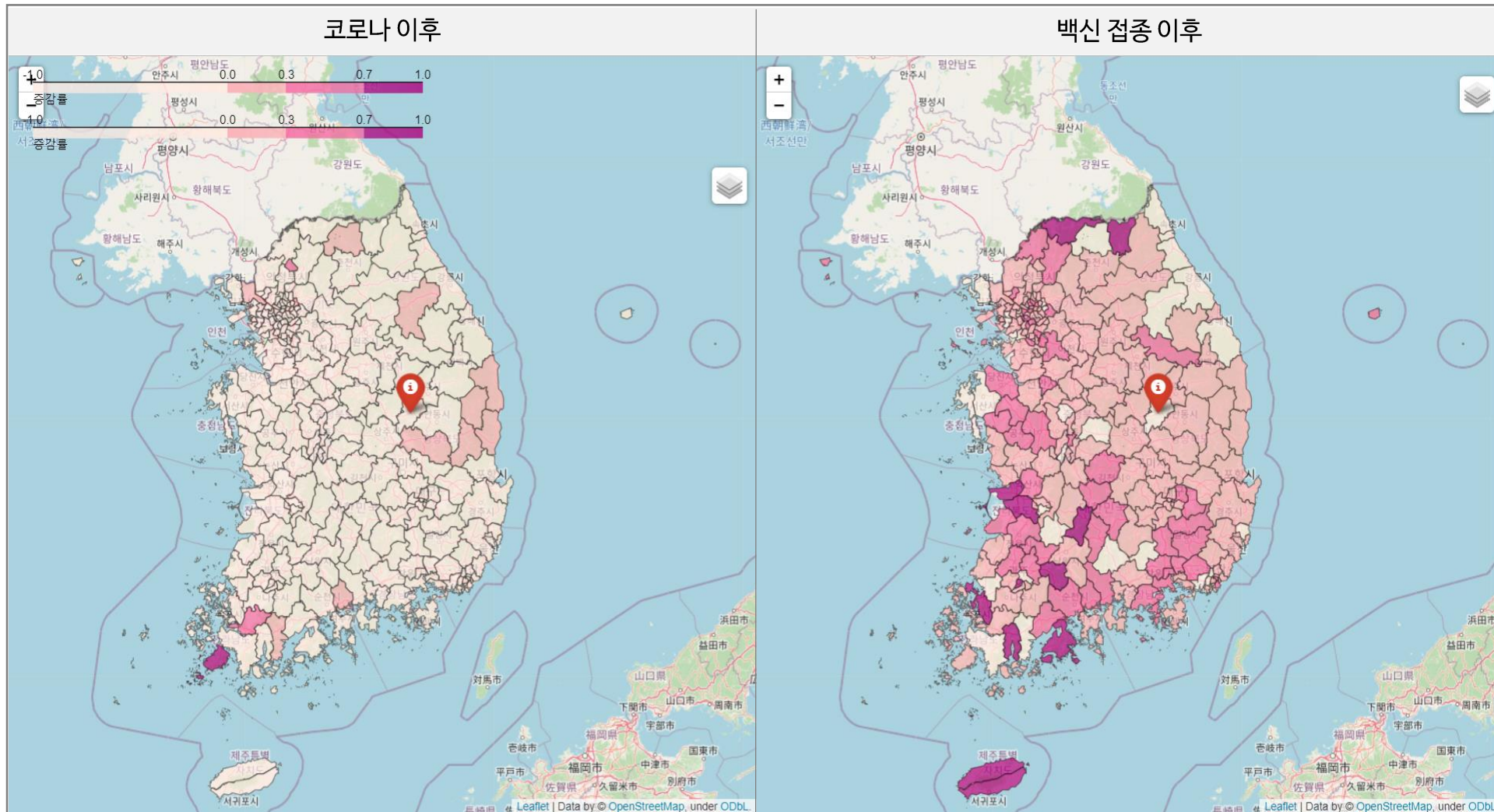
소백산하늘자락공원

- ✓ “빨리 코로나19가 종결되어 마음 놓고 다닐 수 있는 시간을 기대하면서~~~ 일 전에 내린 눈이 녹지 않아 약간은 미끄러웠어요. 봄이면 진달래와 야생화들이 가을이 되면 울긋불긋한 단풍이 장관을 이루는 천상의 화원 소백산하늘자락공원이 있어요.”
- ✓ “주차장에 주차를 하고나니 ‘소백산하늘자락공원’이라고 봉황이 안내해주네 ‘백두대간 왕의 기운 탐방로’라고 안내판에 적혀있네 그래 나도 백두대간의 신비로운 정기 좀 받아보자 소백산 하늘 전망대 엄청 크고 웅장하다”



백신 접종 이후 주요 유출지 현황

경상권 - 경북 예천군



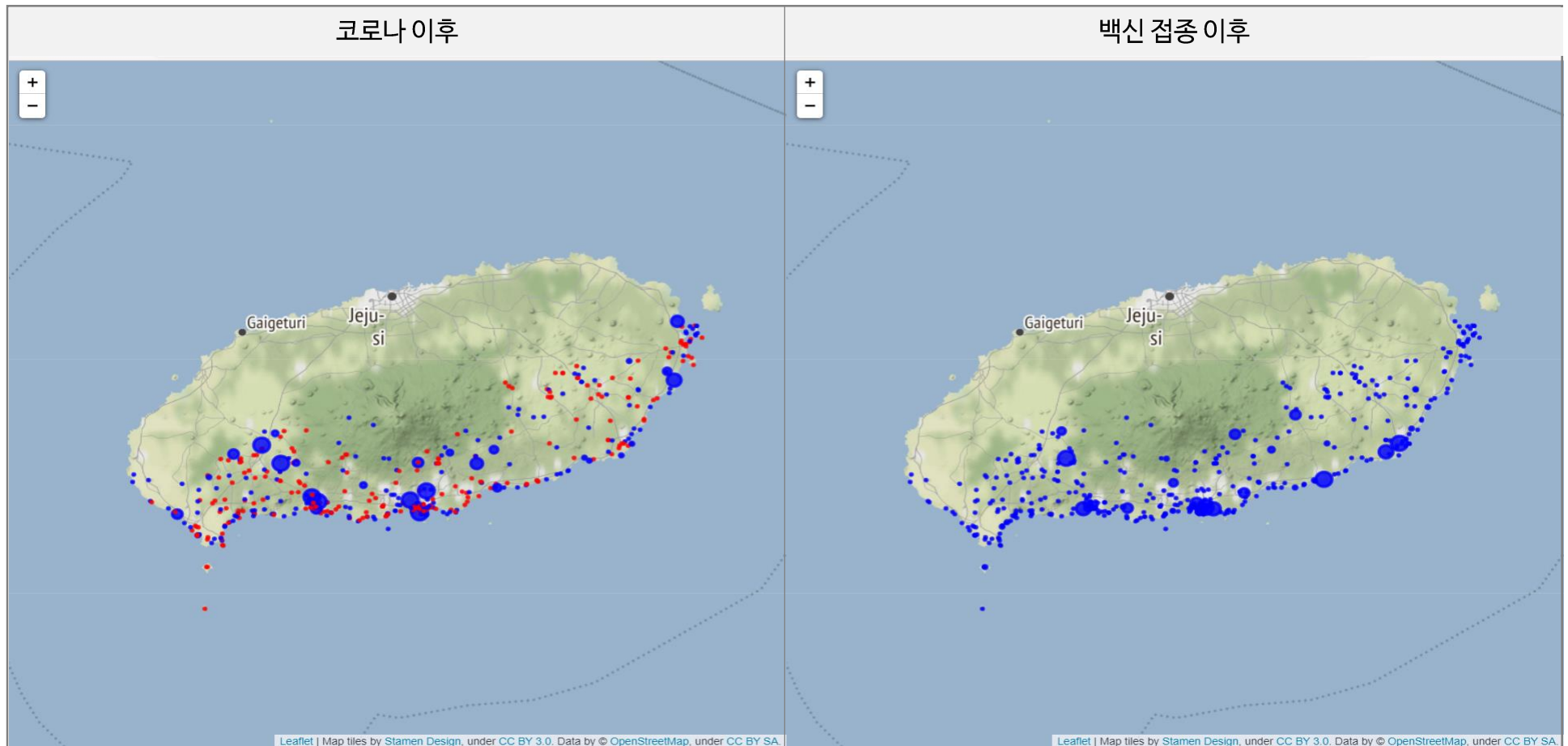




백신 접종 이후, 제주도 서귀포시의 증가한 관광지는 448개임.  
선정된 관광지 중 백신 접종 이전에 감소한 232개의 관광지가 백신 접종 이후 증가함.

백신 접종 이후 주요 관광지 현황

제주권 - 제주도 서귀포시





제주도 서귀포시 주요 관광지 검색건수 1위는 ‘서귀포매일올레시장’이며 증감률 1위는 ‘무민랜드’임.  
‘서귀포매일올레시장’은 지역 먹거리를 즐기고 로컬의 삶을 간접적으로 체험할 수 있는 곳이라는 점에서,  
‘무민랜드’는 20대 또는 어린아이가 많이 찾는 곳으로 큰 규모의 공간에서 캐릭터 즐길 수 있다는 것이 장점.

제주도 서귀포시 주요 관광지 방문 후기

검색 건수 TOP 20

RANK	백신 접종 이후	검색 건수	증감률
1	서귀포매일올레시장	44401	31
2	섭지코지	19240	46
3	성산일출봉	16385	34
4	천지연폭포	12307	16
5	주상절리대	11655	43
6	쇠소깍	10759	10
7	오설록티뮤지엄	10430	36
8	정방폭포	9173	22
9	용머리해안	8871	27
10	중문색달해변	7767	61
11	광치기해변	6365	79
12	카멜리아힐	5334	31
13	천제연폭포	5106	34
14	아쿠아플라넷/제주	4916	45
15	표선해수욕장	4855	31
16	제주관공사면세점	3989	53
17	빛의병커	3019	1
18	산방산	2820	33
19	사계해수욕장	2778	258
20	황우지해안	2655	31

증감률 TOP 20

RANK	백신 접종 이후	검색 건수	증감률
1	무민랜드/제주	319	2558%
2	명성떡집	12	1100%
3	소울빌리지 TRX GYM	11	1000%
4	디퍼프리다이브	11	1000%
5	거른여해안	21	950%
6	개다리폭포	21	950%
7	도청오름	10	900%
8	장태공낙시	69	763%
9	청송낙시	23	667%
10	소암기념관	44	633%
11	답다니수국밭	187	619%
12	수악계곡	14	600%
13	물영아리생태공원	14	600%
14	각시바우오름	13	550%
15	왕이메오름	23	475%
16	제이제이서핑스쿨	11	450%
17	태평양다이빙스쿨	11	450%
18	제주토종흑염소목장	53	382%
19	속굴유원지	132	277%
20	작가의산책길	15	275%

서귀포매일올레시장

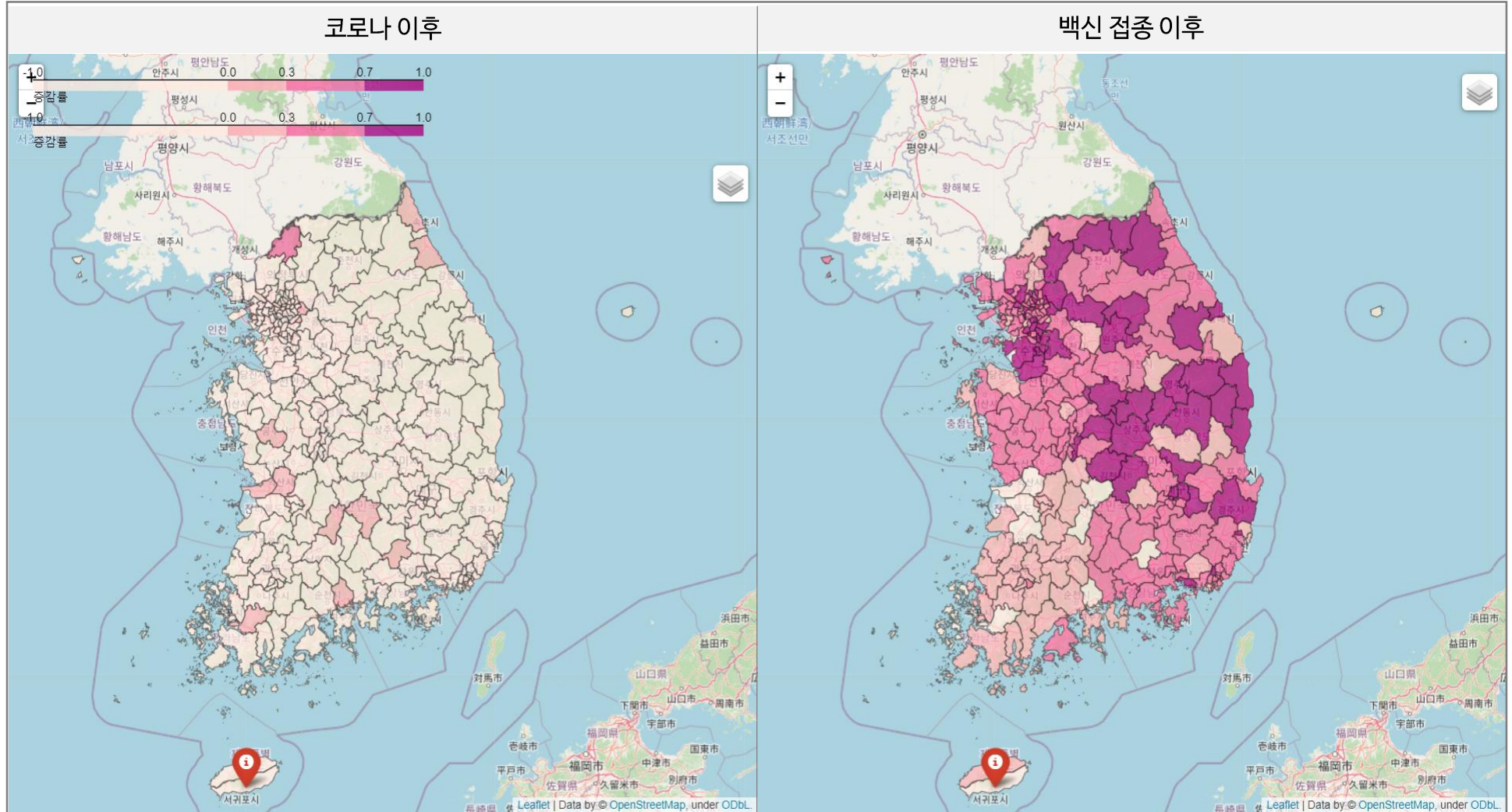
- ✓ “먼저 서귀포매일올레시장! 올레길에 포함된 곳이라 그런지 먹거리가 다양하다 바로 시장이 아니고 조금 들어가야한다! 위쪽은 천장이 있어서 비가 와도 걱정 없다 비 오는 날 방문해도 좋은 이유다 걷는 통로 중간에 연못이 있고 앉는 곳이 있어서 음식을 바로 먹을 수 있고 쉴 수도 있다”
- ✓ “서귀포올레시장이 숙소에 더 가까워서 여기로 갔다. 갔더니 길거리음식들도 많고 제주도 기념품도 많이 팔았다. 시장에 도착하니 사람 너무 많고 정신없어서ㅠ 기념품샵 들어서 회사사람들에게 줄 과자들이랑 숙소 가서 먹을 음식들 좀 사고 얼른 나왔다ㅋㅋ”

무민랜드

- ✓ “오늘 유일한 목적인 무민랜드로 이동한다! 예에~ 성덕이 된 기분으로 두근두근 입장해본다. 입구부터 굉장히 사랑스럽고 무민무민해♡♡ 이거 어떡하면 좋아 우째 힌 바탕으로 알록달록 무민 그림들이 곳곳에 있는데ㅠㅠ 깔끔하면서도 굉장히 귀여운 곳.....!”
- ✓ “아이와 함께 특히 여아.. 사진 찍기를 좋아하시는 여성분들.. 추천하고 싶어요 무민랜드 전시관이 아기자기 귀여워서 제일 처음엔 입장권 좀 비싼게 아닌가 했는데.. 나올땐 입장권이 얼마였는지 생각을 잊었어요 ㅎㅎ”

백신 접종 이후 주요 유출지 현황

제주권 - 제주도 서귀포시





---

## 4.4

# 2022 관광트렌드

### ④In a Wink

---

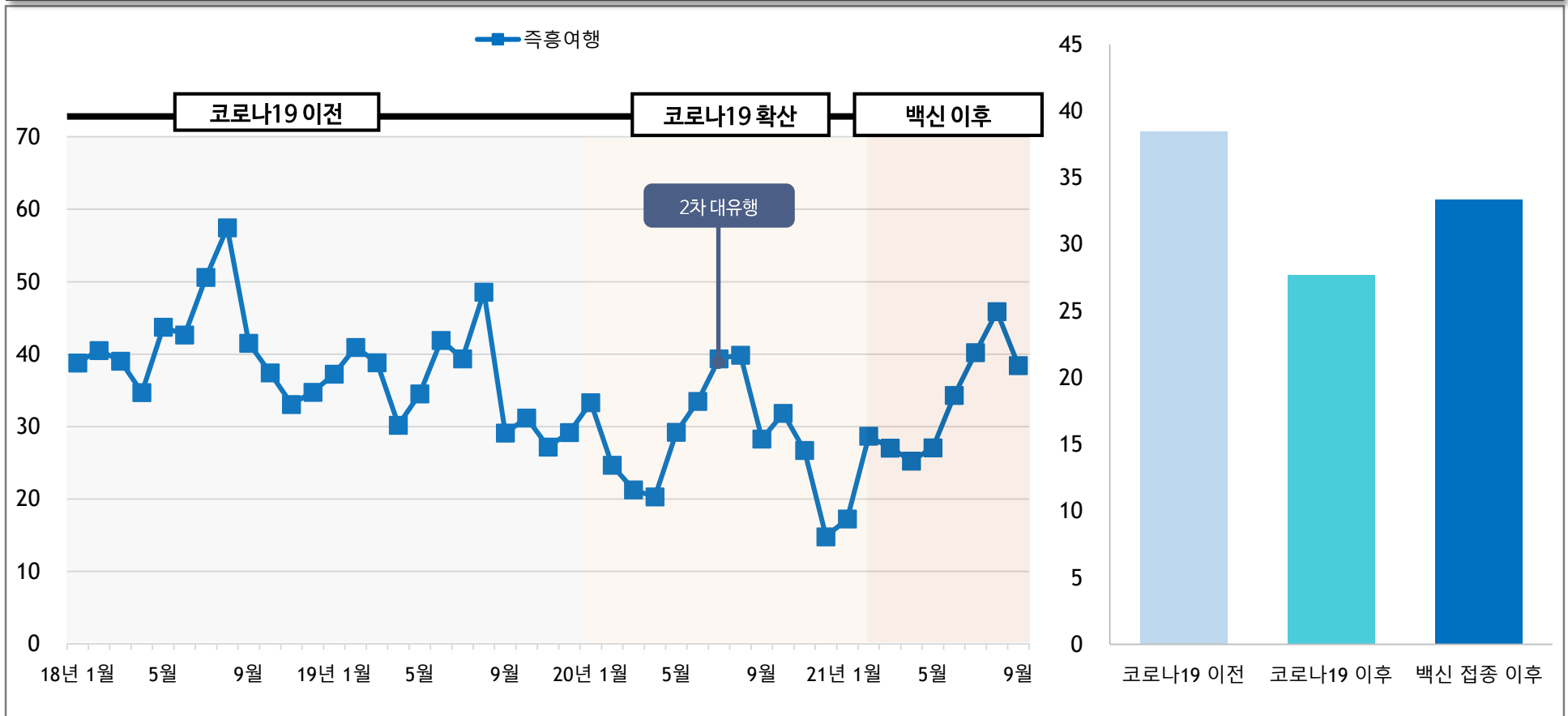
- 4.1 Hashtags(개별화되고 다양해지는 여행 취향)
- 4.2 Anyone(누구와 함께라도 좋은)
- 4.3 Beyond Boundary (여행 경계, 정해진 틀을 넘어서)
- 4.4 In a Wink(떠나고 싶을 때 바로)**
- 4.5 Therapy (나를 위로하고 치유하는 경험)
- 4.6 Usual Unusual (일상이 된 비일상)
- 4.7 Special Me(나의 특별한 순간을 만드는 여행기록)





즉흥여행은 코로나발생 이후 증가세를 보이다가 2차대유행 이후 감소세를 나타냈으나 21년 1월부터 반등, 백신 접종 이후에도 전반적으로 증가세를 유지하고 있음.

소셜 미디어 언급량 추이 / 월평균 언급량 변화(10만 건당 문서수)





백신 접종 이후 즉흥여행은 '계곡, 모래놀이' 등 자연친화 콘텐츠에 대한 관심이 증가하며, '시장' 등 실외 대중시설 관심도 증가하고 있음. 코로나 확산 방지가 간 영업 제한 등 영향으로 '야경, 밤바다, 불꽃놀이' 콘텐츠, 즉흥적으로 가는 '호캉스' 여행에 대한 관심은 하락함.

기간별 즉흥여행 콘텐츠 연관어 변화

No.	코로나 이전	언급량	No.	코로나 이후	언급량	No.	백신 접종 이후	언급량
1	드라이브	4,624	1	드라이브	1572	1	물놀이	189
2	물놀이	3,221	2	물놀이	1020	2	드라이브	118
3	풍경	1,794	3	해수욕장	767	3	계곡	114
4	해수욕장	2,589	4	해변	686	4	해수욕장	74
5	해변	2,108	5	계곡	606	5	해변	64
6	야경	2,173	6	수영장	546	6	풍경	60
7	밤바다	1,951	7	바베큐	534	7	수영장	58
8	축제	1,700	8	밤바다	479	8	산책	42
9	계곡	2,024	9	캠핑	464	9	바베큐	40
10	바베큐	1,504	10	모래놀이	425	10	시장	35
11	수영장	1,337	11	야경	389	11	캠핑	35
12	한옥마을	1,441	12	풍경	279	12	노을	31
13	벚꽃	1,064	13	노을	276	13	야경	30
14	모래놀이	752	14	파티	246	14	벚꽃	29
15	호캉스	635	15	낚시	229	15	한옥	22
16	노을	773	16	갯벌	220	16	갯벌	20
17	케이블카	709	17	한옥마을	216	17	낚시	20
18	낚시	660	18	호캉스	202	18	파티	20
19	불꽃놀이	569	19	단풍	165	19	포토존	19
20	시장	661	20	시장	156	20	서퍼비치	16

## '즉흥여행' 상승 연관어

계곡, 산책, 시장, 노을, 포토존...

## '즉흥여행' 유지 연관어

해수욕장, 물놀이, 드라이브, 해변, 낚시, 갯벌...

## '즉흥여행' 하락 연관어

야경, 밤바다, 축제, 호캉스, 케이블카, 불꽃놀이...





전문가역시 디지털, 모바일화로 인해 정보 수집 경로가 다양화되고, 여행의 목적/개인의 취향에 따라 불특정 다수가 쉽게 모일 수 있는 환경이 되면서 개인의 여행 주체성이 강화되고, 즉흥적 여행이 증가하는 경향을 코로나 이후 트렌드 중 하나로 언급함.

## 여행 주체성 강화로 인한 즉흥 여행 증가

### 여행객의 정보수집 및 여행 상품 선택 채널 다양화



- ✓ “디지털로 인해서 판도가 많이 바뀔 수밖에 없다는 생각을 하고 있고, 가장 큰 건 여행상품을 선택하는 경로, 선택하는 방법이 예전과는 다르게 휴대폰으로 아무 때나 보거나 푸쉬를 하니까. 지금은 디지털 때문에 여행상품을 선택하는 방식이 예전보다 너무 쉬워졌습니다. 그래서 경험도 많이 달라질 수 밖에 없는 거고, 단품들이 지금보다 더 많이 나온다고 보고, 이것들이 개인화된 데이터에 의해서 자연스럽게 연결될 수 있는 알고리즘들이 나올 거거든요. 그렇게 되면 파괴력이 있지 않을까 보고 있습니다.”

### ‘여행의 주체성’ 강화 - 여행객 스스로 계획, 여행지 현지에서 정보 수집



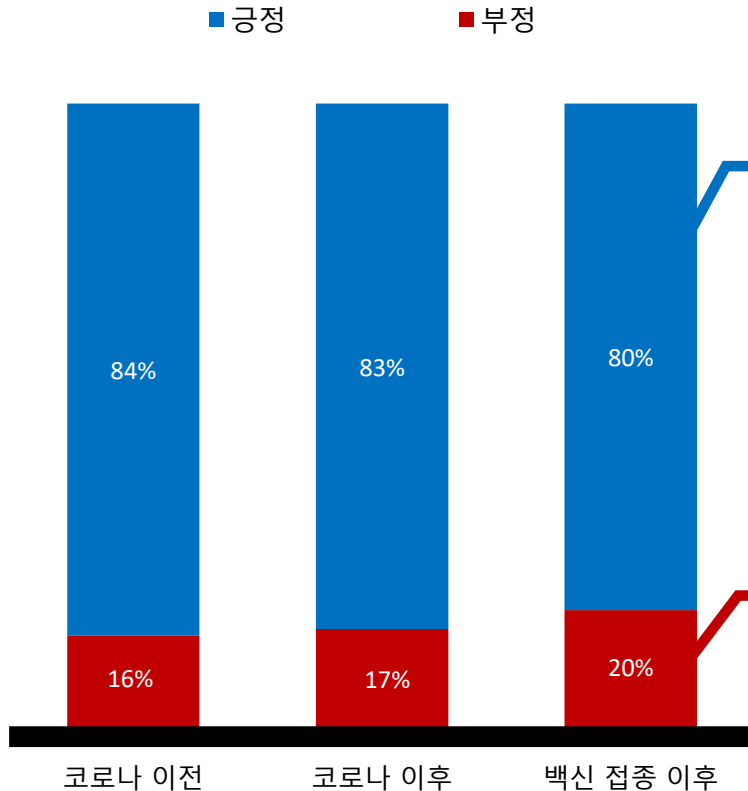
- ✓ “온라인에 정보가 넘쳐나고 있고, 여행객들은 이제 ‘자신의 원하는 여행’을 스스로 계획하고 싶어해요.”
- ✓ “저희가 통계적으로 1개월, 2개월 전에 준비를 본격적으로 한다고 하지 않습니까? 그런데 미국 통계 보면 절반 이상이 아예 여행 가서 현지에서 예약을 하거나 뭔가 요구를 하는 거예요. 모바일로 다 되는 걸 알고 있으니까. 굉장히 인스턴트 같은 느낌이 있는 거죠.”
- ✓ “온라인 커뮤니티에 ‘부산에 같이 여행 갈 사람’ 띄워요. 서로 아무도 모르는 사이죠. 선착순 5명, 10분 안에 채워집니다. 이게 제가 최근에 겪었던 상황이거든요. 어른들로 보면 이런 거죠. 비싼 와인, 100만원짜리인데 먹고 싶어, 못 먹어요. 커뮤니티에 띄우는 거죠. ‘100만원짜리 와인인데 같이 드실 분’, 5만원이면 해결됩니다. 20명이 모이면. 어차피 테이스팅 할 건데, 와인 마시고 취하자는 것도 아니고. 그런 나와 우리의 적절한 조합을 하는 것들이 트렌드 키워드가 아닐까?”
- ✓ “요즘에는 나йки 러닝크루 해 볼래? 망원동에서. 4시 되면 딱 만나요. 서로 닉네임만 알고 이름은 몰라. 칼 같이 맞춰 입고, 시작할 때 한 장, 끝날 때 찍고 안녕이야. 이겁니다. 밀도가 줄어들고 대상이 넓어지는 거죠. 그것도 있고, 우리 뽀빠 산책 모임도 있고, 그런 식으로 분산되는 거예요. 모임의 횟수가 늘고, 밀도가 줄기 때문에 예전 같은 위계나 투머치 끈끈함이 싫어지는 것.”



코로나이후 즉흥여행에 대한 긍정률은 소폭 감소세를 보임.

주요 긍정 인식으로는 ‘자연친화여행지 만족, 지역내 시장방문’ 언급 다수 나타났으나, ‘여행 전 예상, 기대와 달라 아쉽다’는 부정 인식 존재.

## 즉흥여행 긍부정 인식 분석



### 주요 긍정 인식

- ✓ ‘계곡, 바다’ 등 자연친화 여행지 만족
  - “오빠랑 엄마랑 남동생커플이랑 급 1박2일 #목천 #○○펜션 백신 맞으신 두 분 계셔서 다섯명도 수용가능ㄴ 계곡물에 발 담그고 술 시작 ㅋㅋ #주말 #1박2일 #급여행 #가족모임♥”
  - “우리가족 주특기 급여행. 마침 비도 그치고 햇빛도 없어서 모래놀이하기 딱 좋았던 곳타이밍! 날씨도 너무 따뜻해서 바닷물에 발도 담그고 아주아주 신났던 하루♥”
  - “저희 집은 너무나 항상 즉흥파여서.. 이 시간에 강화도로 여행을 떠났습니다 ㅎㅎ 짝 진짜 노을 너무 예쁘지 않나유ㅠㅠ?”
- ✓ 즉흥여행 중 지역 내 ‘시장’ 방문
  - “휴가1일차♥ 여행지도 숙소도 맛집도 모든게 즉흥여행이로구나 마무리는 #올레시장 #가서 양손 무겁게 포장해온 #회”
  - “생일기념 가족 급여행♥. 급하게 계획해서 이틀전에 숙소 잡아서 향일암에 들러서 관음전찍고 수산시장 들렀다가 숙소로 왔어요~”

### 주요 부정 인식

- ✓ 여행 전 예상, 기대와 달라 아쉬움
  - “침성대에 톨립보러 갔어요 생각보다 많이 없어서 아쉬웠지만 그래도 신나게 잘 놀고 왔어요”
  - “아쉬운건 가보고 싶었던 맛집들은 다 화요일 휴무더라는.. 몰랐어요 왜 동해 맛집 가고 싶은곳은 다 화요일에 쉬나요 ㅠㅠ”

---

## 4.5

# 2022 관광 트렌드

## ⑤ Therapy

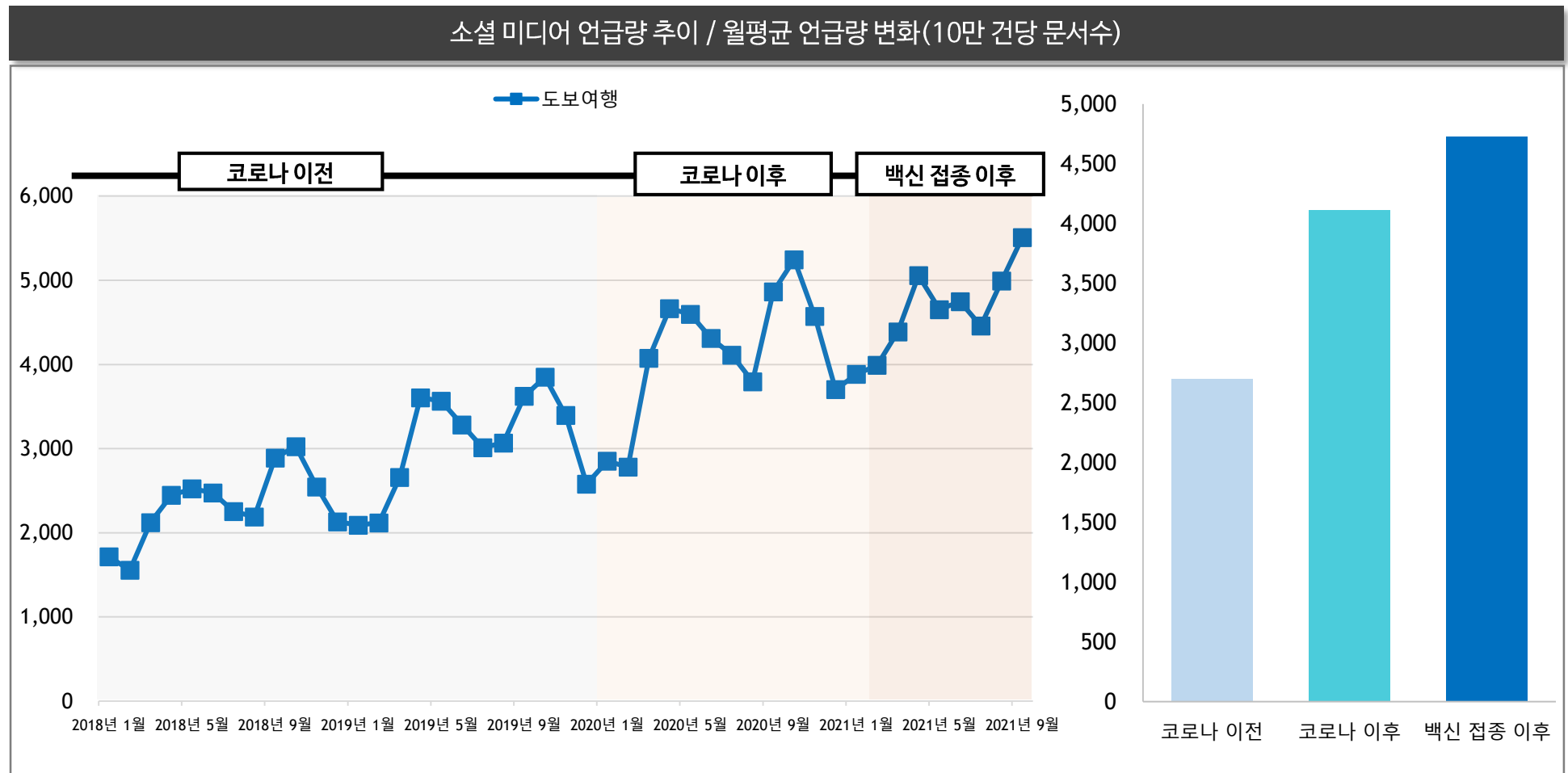
---

- 4.1 Hashtags(개별화되고 다양해지는 여행 취향)
- 4.2 Anyone(누구와 함께라도 좋은)
- 4.3 Beyond Boundary (여행 경계, 정해진 틀을 넘어서)
- 4.4 In a Wink(떠나고 싶을 때 바로)
- 4.5 Therapy (나를 위로하고 치유하는 경험)**
- 4.6 Usual Unusual (일상이 된 비일상)
- 4.7 Special Me(나의 특별한 순간을 만드는 여행기록)





코로나발생 이후 '도보여행'의 언급량은 다른 여행 행태에 비해 지속적인 성장세를 보임.





→ 백신 접종 이후 도보여행으로 ‘산, 등산, 산행’ 등 산에서 ‘친구, 아이’와 함께하는 것에 대한 관심도 증가함.

기간별 도보여행 연관어 변화

No.	코로나 이전	언급량	No.	코로나 이후	언급량	No.	백신 접종 이후	언급량
1	일상	965,070	1	일상	530,189	1	사진	197,589
2	강아지	816,981	2	운동	528,743	2	운동	195,575
3	운동	652,363	3	강아지	383,754	3	일상	143,503
4	엄마	605,014	4	엄마	366,961	4	엄마	121,498
5	공원	554,589	5	사진	361,615	5	주말	118,712
6	사진	535,284	6	주말	328,558	6	강아지	106,263
7	주말	530,912	7	공원	303,582	7	공원	99,564
8	가족	348,240	8	동네	247,673	8	산	95,623
9	동네	343,231	9	산	244,225	9	동네	79,737
10	풍경	329,670	10	등산	241,324	10	바다	78,376
11	산	313,876	11	아빠	187,186	11	친구	71,412
12	아빠	308,828	12	가족	177,416	12	등산	68,179
13	바다	303,785	13	풍경	156,016	13	꽃	67,001
14	등산	290,957	14	바다	152,737	14	풍경	66,789
15	꽃	197,529	15	친구	143,744	15	가족	62,466
16	자연	191,399	16	꽃	141,088	16	아이	59,813
17	데이트	180,733	17	산행	120,023	17	아빠	55,006
18	호수	178,262	18	아들	110,636	18	자연	42,919
19	아들	170,738	19	아이	105,412	19	산행	38,132
20	아이	165,593	20	자연	101,344	20	벚꽃	33,370

## ‘도보여행’ 상승연관어

사진, 산, 친구, 등산, 아이, 산행...

## ‘도보여행’ 유지연관어

운동, 일상, 엄마...

## ‘도보여행’ 하락연관어

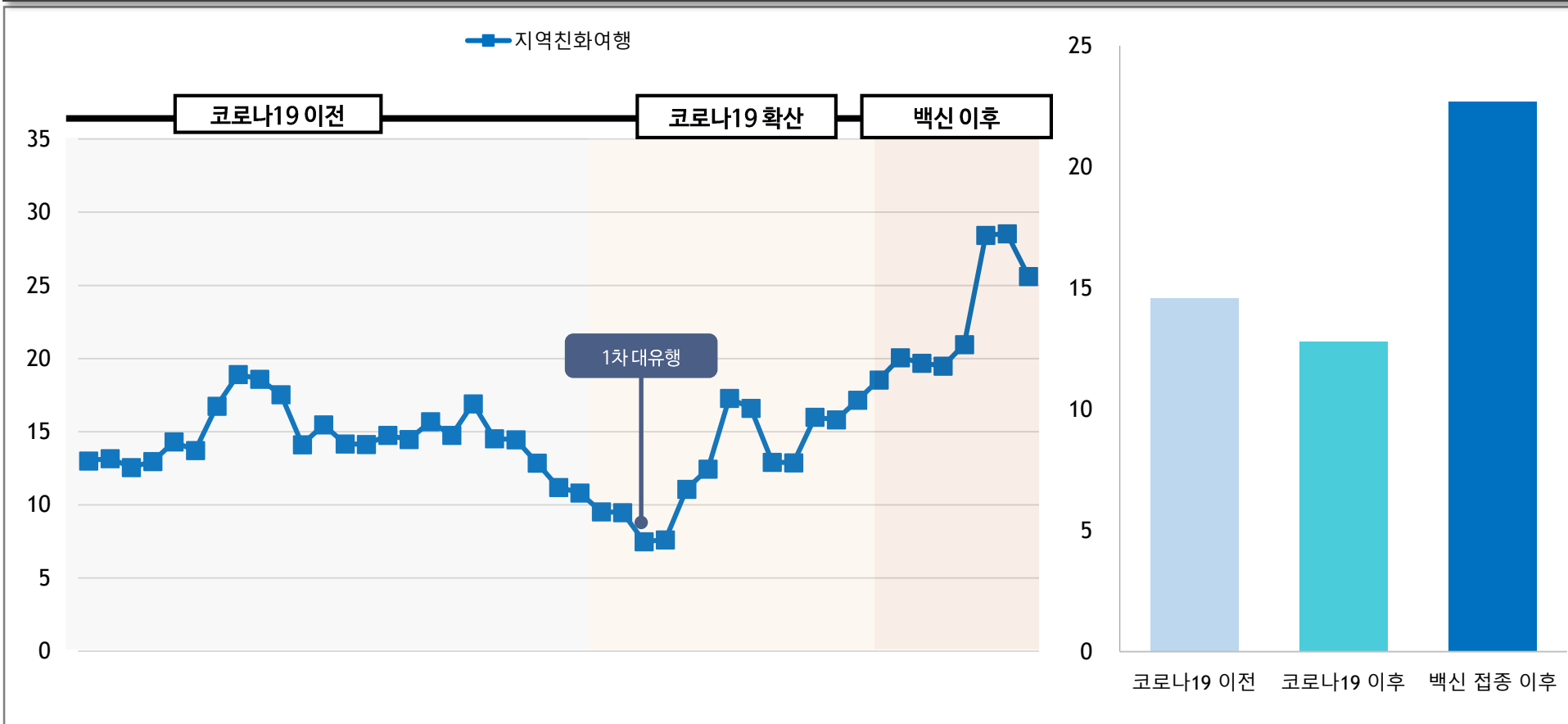
데이트...



지역친화여행은 코로나발생이후 하락하였으나 20년 3월(1차대유행) 이후 반등, 전반적으로 증가하는 추세임.

소셜 미디어 언급량 추이 / 월평균 언급량 변화(10만 건당 문서수)

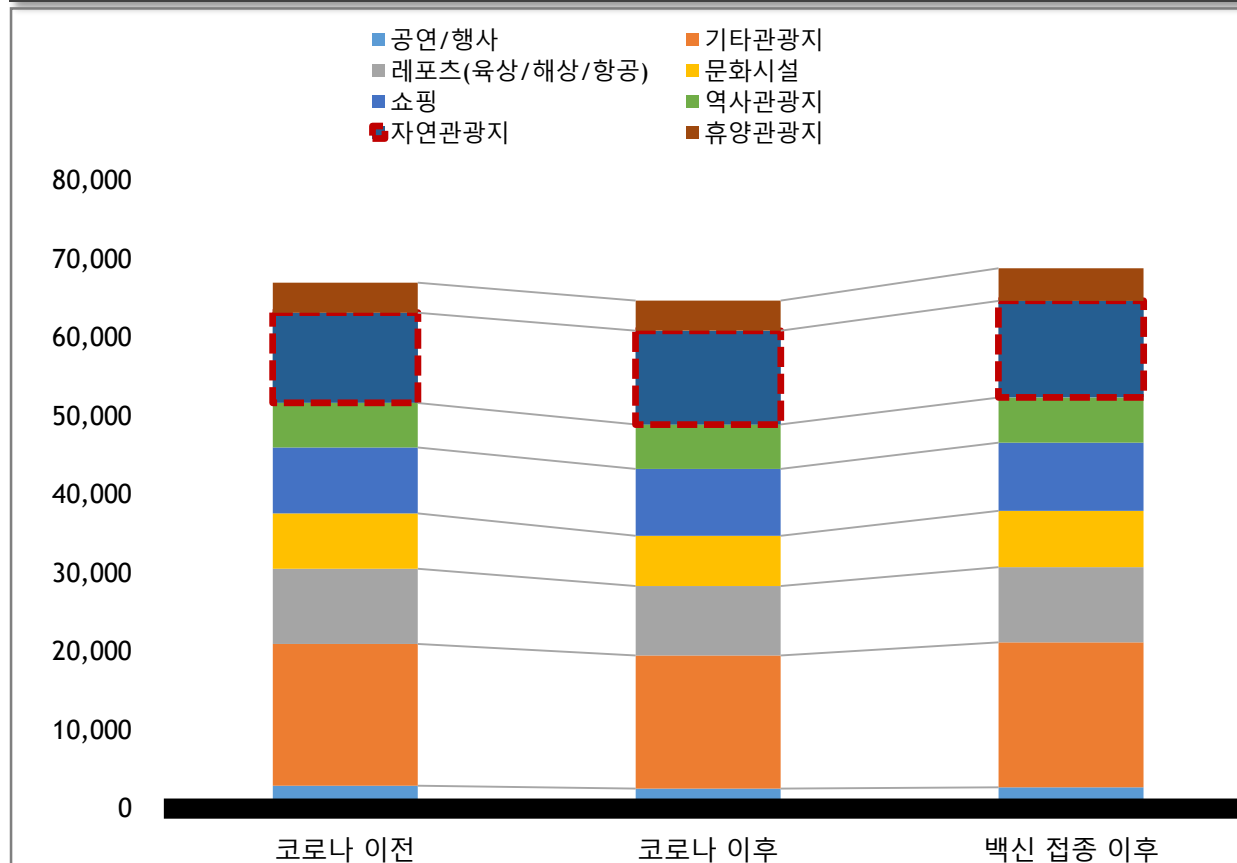
지역친화여행





특히 백신 접종 이후 관광지 검색건수가 증가하였으며,  
코로나 초기부터 현재까지 '자연관광지' 검색건수는 지속 증가세를 보이고 있음.

관광지 카테고리별 목적지 검색건수 추이



관광지 유형	코로나 이후	백신 접종 이후
공연/행사	-12%	7%
기타관광지	-6%	9%
레포츠(육상/해상/항공)	-7%	9%
문화시설	-9%	11%
쇼핑	1%	2%
역사관광지	0%	2%
자연관광지	4%	3%
휴양관광지	0%	9%



백신 접종 이후 자연친화여행으로 '나무, 산, 식물' 등 산에서, '아이'와 함께하는 것에 대한 관심도 증가했으며, '해변'에서의 관심도는 하락함.

기간별 자연친화여행 연관어 변화

No.	코로나 이전	연급량	No.	코로나 이후	연급량	No.	백신 접종 이후	연급량
1	사진	4,270,996	1	사진	1,709,063	1	사진	781,315
2	일상	2,077,984	2	꽃	791,161	2	꽃	303,969
3	꽃	2,046,561	3	산책	693,592	3	친구	272,824
4	풍경	1,461,183	4	일상	688,850	4	기분	238,613
5	가족	1,431,290	5	엄마	563,910	5	엄마	235,174
6	산책	1,155,913	6	기분	526,819	6	산책	233,192
7	공원	1,021,747	7	나무	498,747	7	나무	233,098
8	나무	979,522	8	가족	478,747	8	아이	205,822
9	기분	967,105	9	풍경	474,401	9	풍경	199,831
10	축제	907,378	10	공원	372,661	10	가족	183,865
11	친구	872,579	11	힐링	348,818	11	개	177,927
12	엄마	851,892	12	친구	344,866	12	일상	174,608
13	벚꽃	823,748	13	아이	323,003	13	산	148,862
14	힐링	746,951	14	산	304,749	14	공원	139,293
15	개	553,815	15	아빠	300,639	15	아빠	117,489
16	아빠	553,364	16	벚꽃	264,668	16	정원	116,286
17	아이	549,474	17	동네	260,457	17	힐링	111,573
18	추억	543,657	18	개	258,855	18	벚꽃	109,499
19	정원	520,043	19	정원	249,538	19	식물	106,075
20	해변	498,585	20	식물	219,582	20	동네	102,971

## 자연친화여행 상승 연관어

기분, 나무, 아이, 산, 식물...

## 자연친화여행 유지 연관어

사진, 꽃...

## 자연친화여행 하락 연관어

축제, 해변...





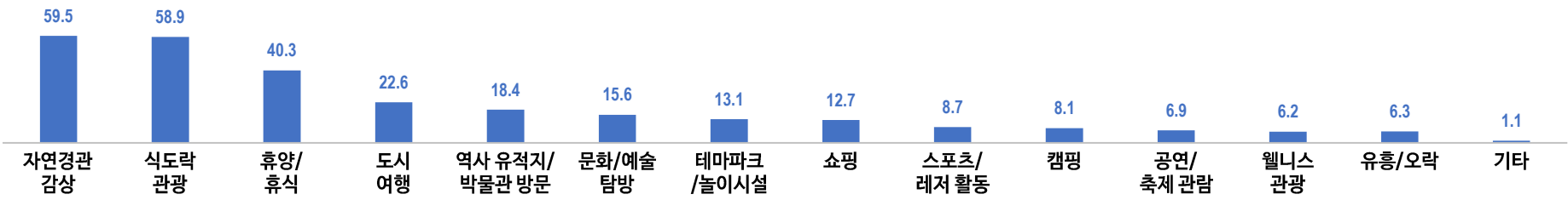
최근 여행의 주요 활동과 2022년 국내여행 희망 활동 모두 ‘자연 경관 감상’이 1위로 나타나, 자연 친화적 국내여행에 대한 관심이 높은 것으로 파악됨.

최근 여행 중 주요 활동 및 2022년 희망 활동

최근 여행 중 주요 활동

Q. 귀하께서 가장 최근 OO 여행 중 참여하신 활동을 주된 순서대로 3개까지 선택해 주십시오.

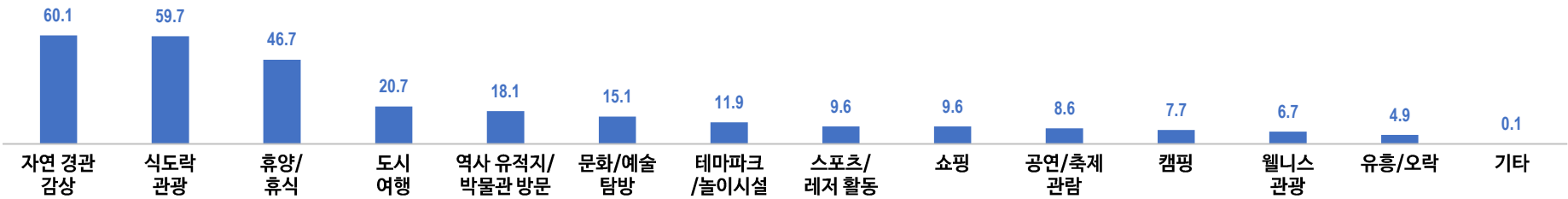
(n=2,000, %)



2022년 국내여행 희망 활동

Q. 귀하께서 내년 OO 지역으로 여행하신다면, 어떤 활동을 주로 경험하고 싶으십니까? 주된 순서대로 3개까지 선택해 주십시오.

(n=1,943, %)



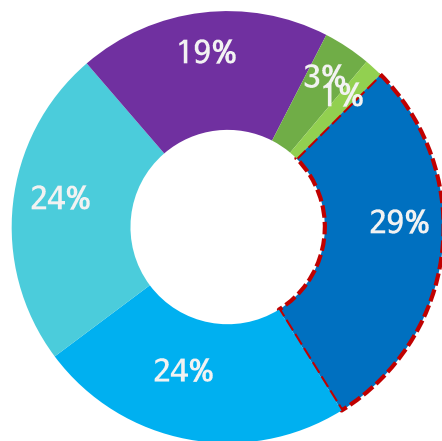


지역친화여행 콘텐츠는 '명소/지역탐방', '자연/풍경 감상', '문화/농촌체험', '먹거리 체험', '위케이션(여행지에서 일하기)', '지역 교류' 유형으로 구분됨.

백신 접종 이후 지역친화여행 콘텐츠로 '명소/지역탐방', '풍경, 자연, 바다' 등 '자연/풍경 감상', '문화/농촌 체험'의 비중이 높게 나타남.

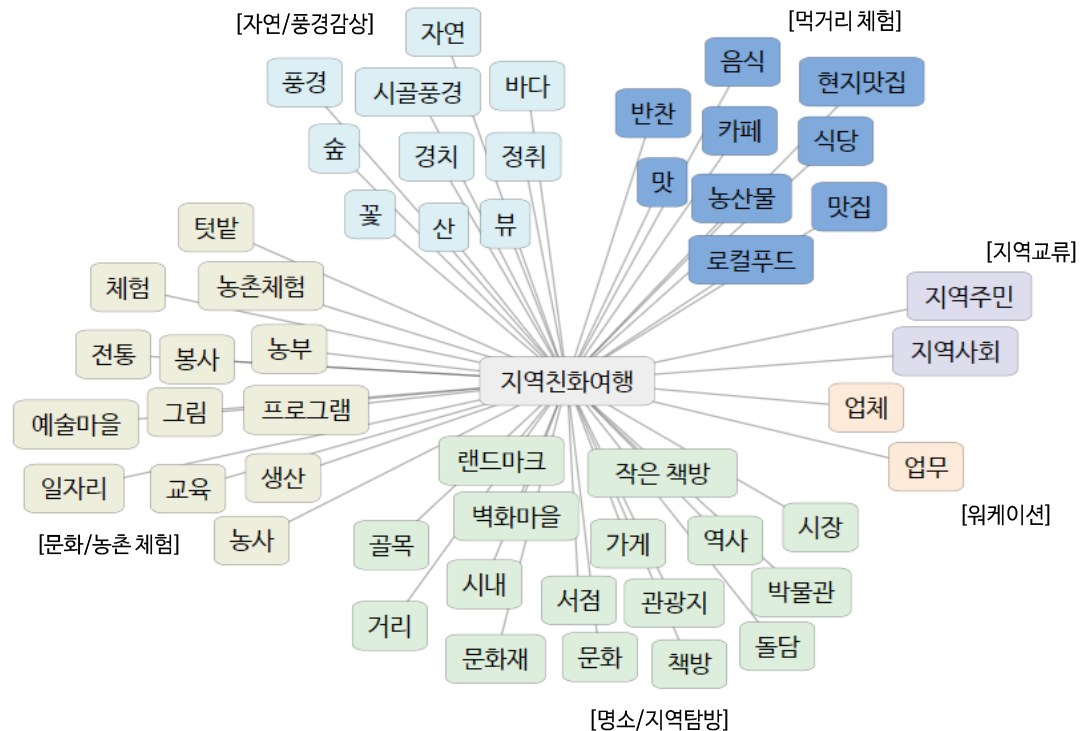
지역친화여행 콘텐츠 유형별 비중 / 주요 연관어

지역친화여행 콘텐츠별 비중



■ 명소/지역탐방  
■ 자연/풍경 감상  
■ 문화/농촌 체험

지역친화여행 콘텐츠별 세부 연관어



## 지역친화여행 인식 분석

### 명소/지역 탐방

- ✓ “스테이 ○○ 밥 먹었으니 또 카페를 와줘야지 카페 겸 숙소 운영인데 여기서 스테이하기엔 넘 복잡복잡할듯 글도 자라도 많고 엄마가 경치도 좋고 편하다고 맘에 들어해땅 요기 돌담에 앉아서 찍는게 인스타 명소 날씨가 너무 좋아서 강 찍어도 다 그림이다~~~”
- ✓ “비 오는 날 ○○. ○○ 근처에는 초등학교도 있고 피아노학원도 있고(귀여워..) 음식점도 조금 있다 그래서 마을이 궁금해 한참을 동네 배회하다가”

### 자연/풍경 감상

- ✓ “아점 먹으러 가는 길에 본 예쁜 풍경 우연히 보게 된 풍경이 마치 비밀의 장소(?)를 찾아낸 것 같았다. 사람도 없어서 사진 찍고 물멍하고, 물멍 많이 하고 왔다. 제주의 바다색을 사랑해 풍경이 예뻐서 합성한 것 같은 사진 ㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋ 맑고 평화롭고 행복했다.”
- ✓ “월령지현 첫인상 선인장 마을 월령에 너무 잘 어울리는 그런 스테이 조용한 동네 풍경, 향, 바람 소리, 귀뚜라미 소리, 100만원 200만원 하는 호텔에서 절대 느끼지 못하는 힐링”

### 문화/농촌 체험

- ✓ “문화해설사인 지인의 초대로 안흥성으로 갔습니다. 안흥성을 알리는 문화행사가 있던 날 코로나로 인해 시간별로 나눠서 체험이 있었습니다. 체험 품목은 통가죽 이니셜 키링입니다.! 통가죽에 이니셜을 광광! 그리고 염색하고 마감하여 완성 시키는 체험이에요.^^”
- ✓ “내 로망 : 농촌체험 드디어 실현했다 내 주위에 샤인머스켓 키우는 사람이 있는지 몰랐다.. 일당으로 샤인듬뿍 #김천 #김천샤인머스켓 #샤머켓”

### 먹거리 체험

- ✓ “충주에 위치한 충주 현지 분들만 아는 로컬맛집!! 🍷🍷 진짜 올 때 마다 너무 맛있게 먹고 가는것 같아여!! 국물이 너무 진하고 고소해요~~!! 반찬은 이렇게 나옵니다~~ (땅콩 존맛탱!!)”
- ✓ “고산에 온 둘째 날 점심을 먹으러 갔다가 정말 깜짝 놀랐다. 전부 ○○에 모여있는 듯 했는데, 아니나다를까 협동조합 단일매장으로는 전국최대규모의 매출이라고 한다. 참고로 이곳에서 파는 갈비탕은 하루에 120그릇 한정으로 아침 11시 전에 가야만 먹을 수 있다고 한다...!”

### 워케이션

- ✓ “담양에서의 나 홀로 한달살기 숙소는 죽녹원 안에 있는 한옥으로 정했다. 방이 두 개이니 하나는 잠자는 방으로 하고 나머지 방은 일을 하는 방으로 꾸미기로 했다.”
- ✓ “8박 9일 동안 탐동의 ○○에 머물렀다. 아침에 일어나서 탐동 해안가를 달리고, 기사식당에서 백반을 먹거나 숙소에서 간단히 아침을 먹고, 계속 일하다 중간에 카페 잠시 다녀오고 해질 무렵에 사진 찍고, 저녁에 다시 책을 읽거나 영화 보면서 와인 마시며 일하다 잠드는 하루. 괜찮았던 워케이션.”

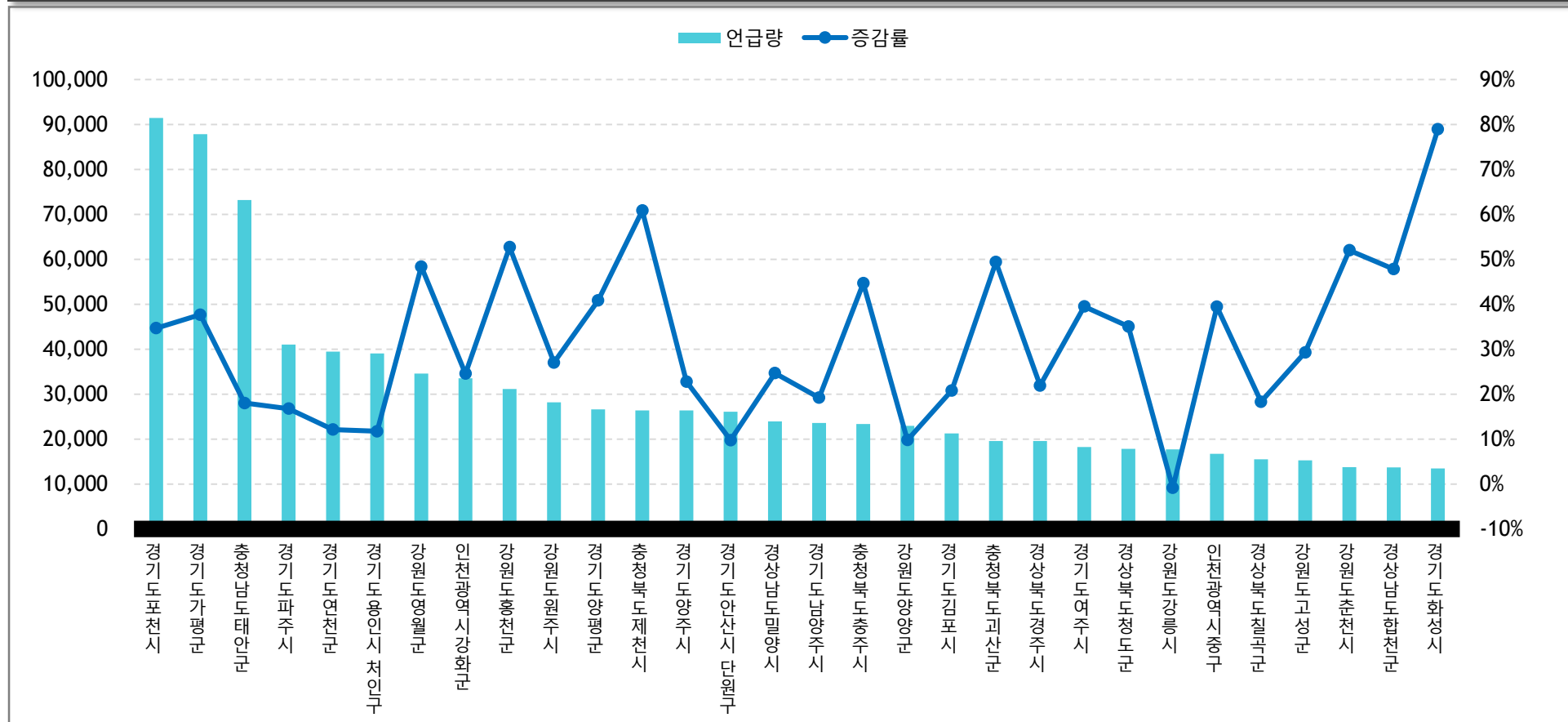
### 지역교류

- ✓ “진짜 친할머니 시골집에 온 느낌이 더 들더라구요ㅠㅠ 게다가 9시 쯤에 집 도착하니 할머니께서 낮에 저희 주려고 해주셨던 부침개랑 야식으로 먹으라고 옥수수를 가져다주셨습니다!! 그 맛은 지금까지도 잊을수없는 꿀맛이었습니다! 타지인이지만 곡성 마을에 보탬이 되고자 봉사하고 싶어요. 줍줍 플로깅~”
- ✓ “5번 내리갔더니 얼굴 좀 익히셨다고 한 두마디 건네주시는 아주머니들과 얘기를 좀 나누다 보면 (엄동설한에 하동으로 무작정 내려온) 내가 막 젊음을 실천하는 힙스터 된거 같고 그렇다.”



백신 접종 이후 자연친화여행지로 ‘제주도’를 비롯해  
‘서울(영등포구, 서초구, 송파구 외)’ 지역내 자연친화여행지를 찾는 방문객수가 크게 증가함.

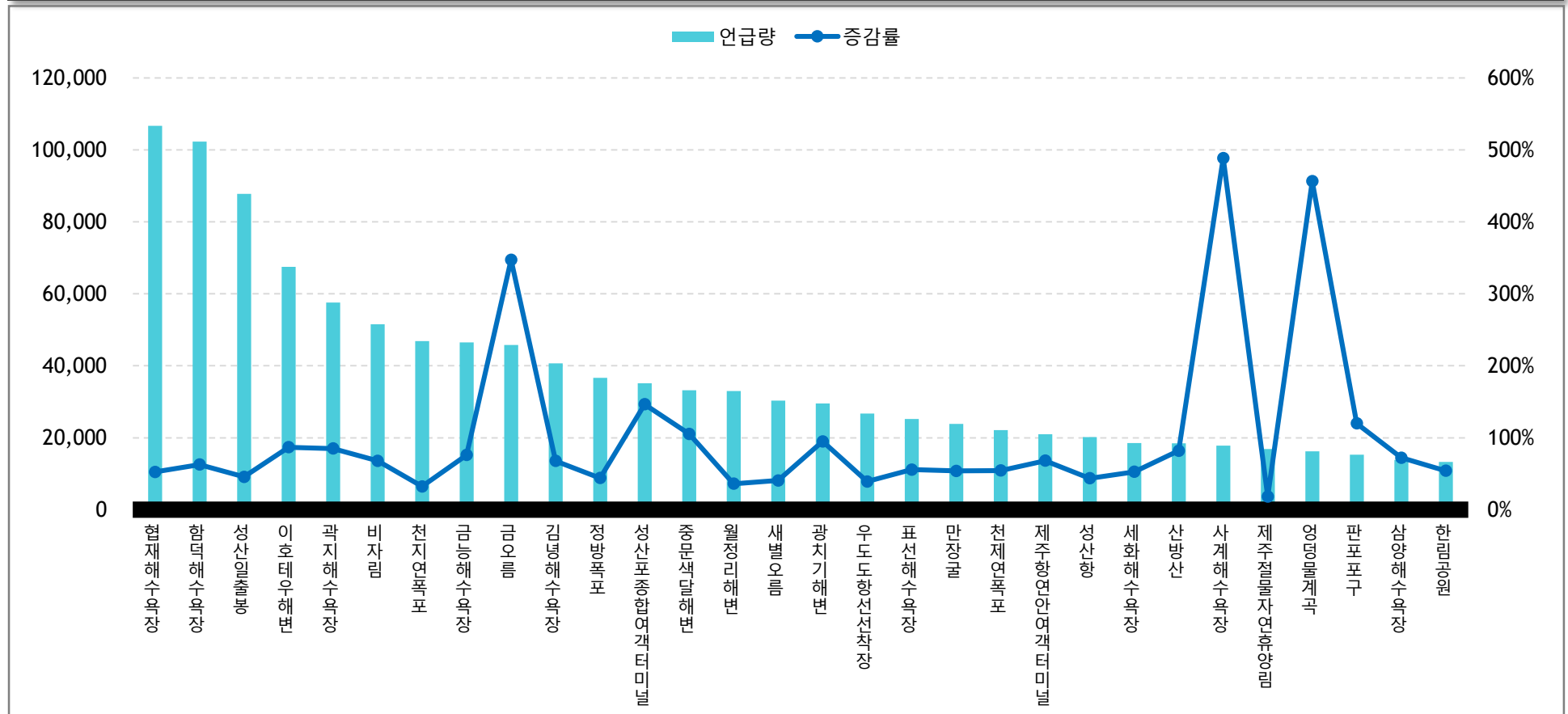
백신 접종 이후 자연친화여행 주요 지역 현황





→ 제주도내 주요자연친화여행지 중, 백신 접종 이후 ‘금오름’, ‘사계해수욕장’, ‘엉덩물계곡’의 인기가 급증함.

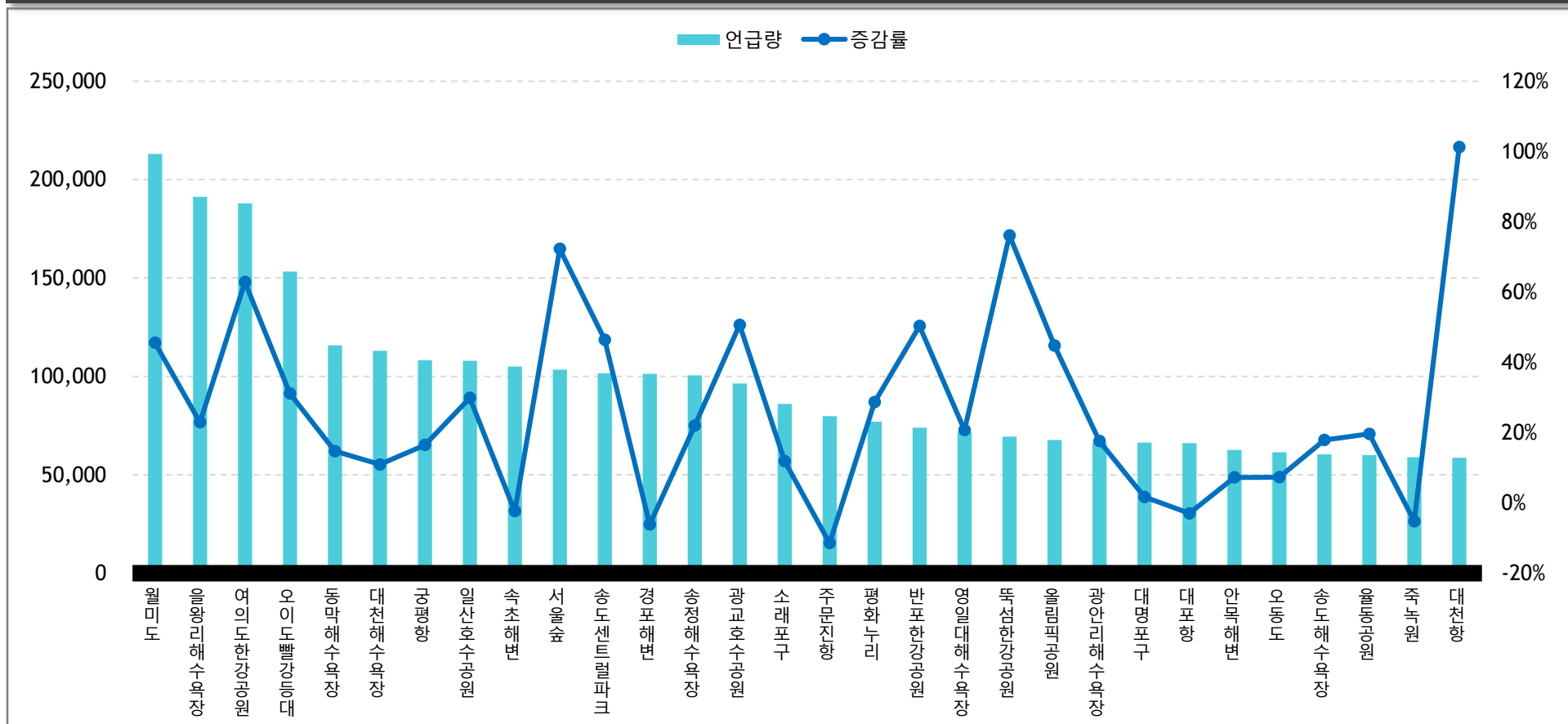
백신 접종 이후 제주도내 주요자연친화여행지 현황





제주도 외 지역의 경우, '여의도한강공원', '서울숲', '반포한강공원', '뚝섬한강공원' 등 서울내 자연친화여행지 방문객이 크게 증가함.

백신 접종 이후 제주도 외 지역 주요 자연친화여행지 현황





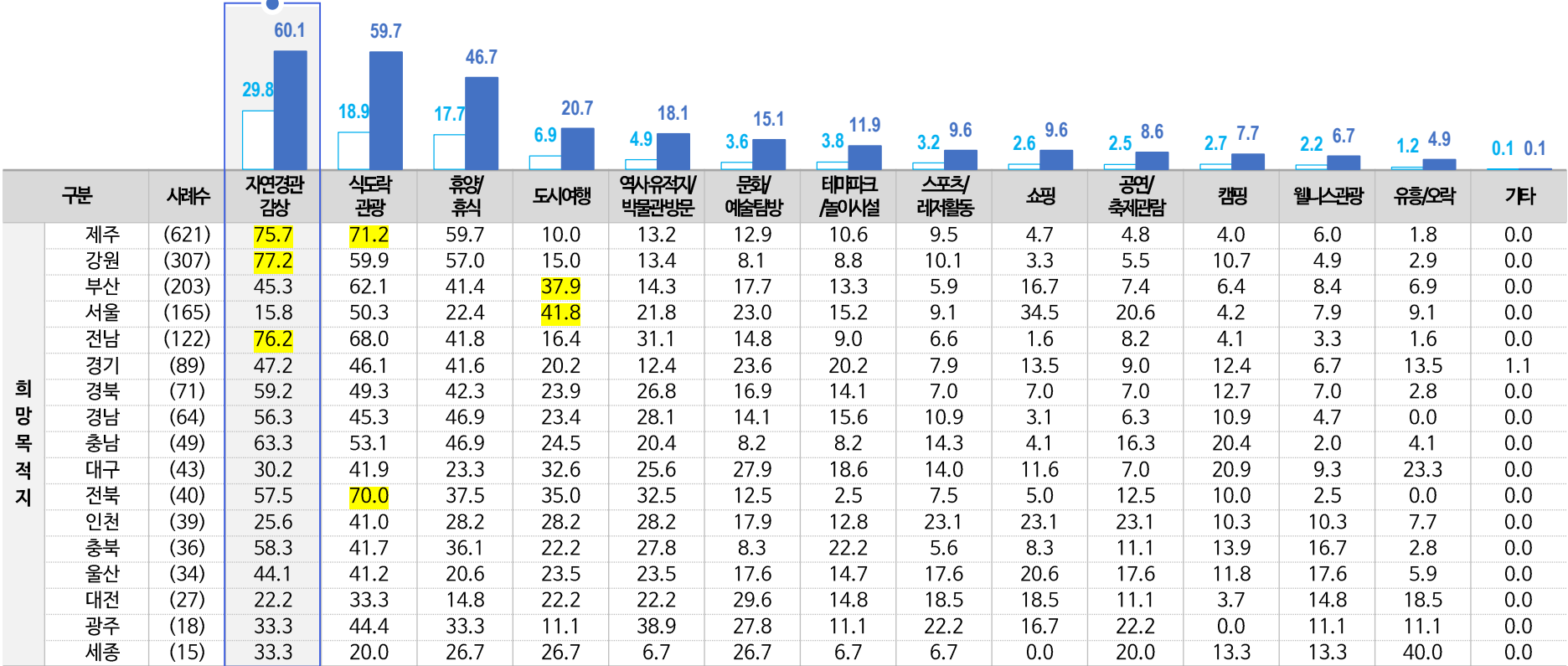
소비자대상 조사 결과, 2022년 ‘제주’, ‘강원’, ‘전남’ 지역 여행을 희망하는 경우, 자연경관 감상 활동을 원하는 비율이 보다 높게 나타남.

2022년 국내여행 목적지별 희망 활동

Q. 귀하께서 내년 OO지역으로 여행하신다면, 어떤 활동을 주로 경험하고 싶으십니까?

(n=1,943, %)

□ 1순위    ■ 전체

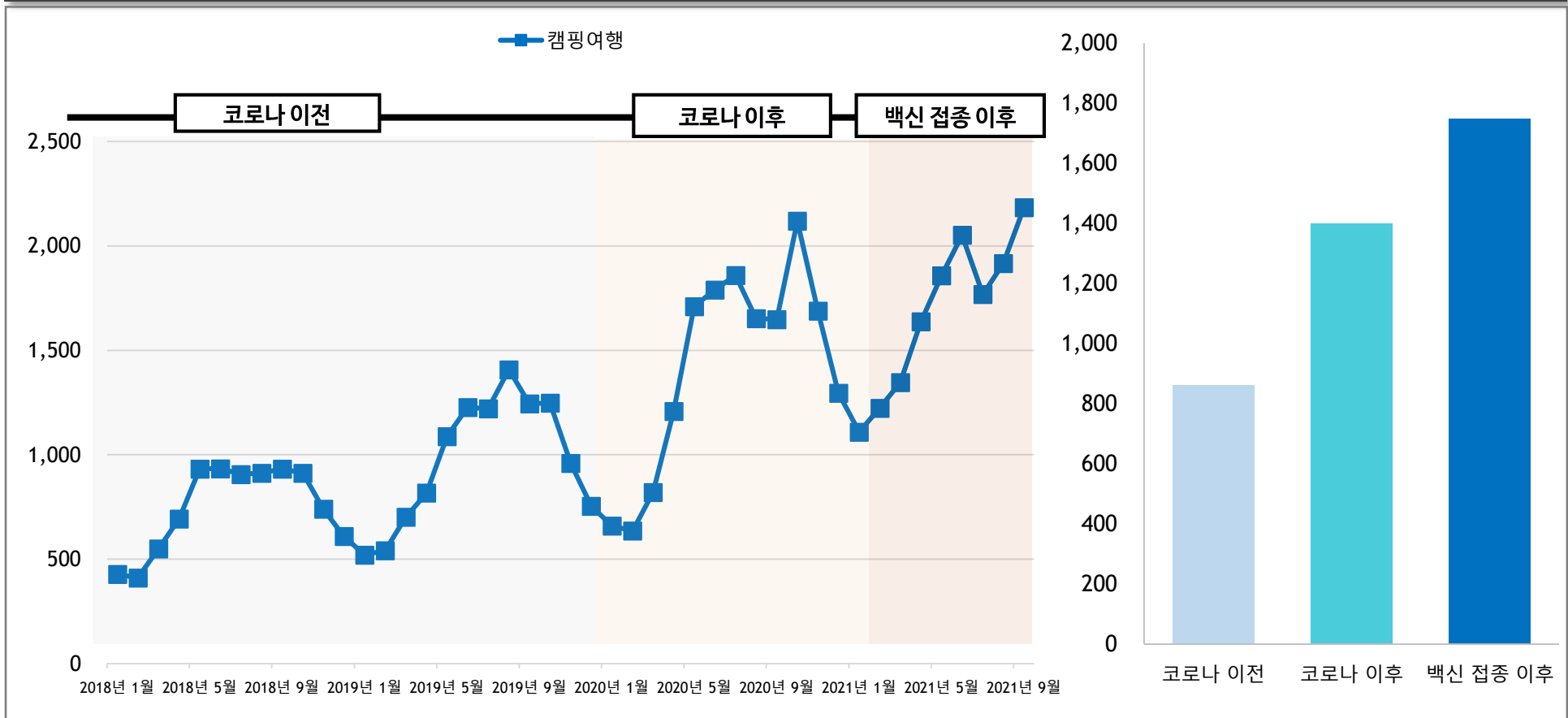


주) 사례수가 30 이하인 경우 해석 시 주의를 요함



‘캠핑여행’의 언급량은 코로나시기에 더욱가파르게 증가하고 있음.

소셜 미디어 언급량 추이 / 월평균 언급량 변화(10만 건당 문서수)





→ 백신 접종 이후 ‘차박’을 이용한 캠핑이 더 각광받고 있으며 ‘불멍, 분위기’에 대한 관심도 증가함.  
반면, 캠핑여행 수단 중 다른 사람이 사용하던 장비를 공유하는 ‘카라반’, ‘글램핑’에 대한 관심도는 하락함.

기간별 캠핑여행 연관어 변화

No.	코로나 이전	언급량	No.	코로나 이후	언급량	No.	백신 접종 이후	언급량
1	가족	260,384	1	가족	185,436	1	가족	63,359
2	바다	135,731	2	감성캠핑	119,913	2	아이	49,536
3	아이	124,468	3	바다	117,990	3	바다	42,966
4	사진	116,977	4	불멍	100,394	4	사진	42,474
5	감성캠핑	112,401	5	일상	98,626	5	차박	35,156
6	카라반	111,146	6	차박	86,780	6	캠핑용품	33,051
7	일상	105,984	7	캠핑용품	84,936	7	일상	31,483
8	아빠	98,146	8	힐링	78,067	8	계곡	30,962
9	계곡	96,897	9	아이	77,438	9	감성캠핑	29,251
10	추억	92,693	10	카라반	73,902	10	불멍	26,801
11	등산	89,294	11	아빠	73,173	11	카라반	24,672
12	힐링	87,331	12	계곡	70,281	12	분위기	22,042
13	글램핑	82,488	13	부부	68,262	13	물놀이	21,079
14	물놀이	77,556	14	사진	57,587	14	아빠	20,180
15	낚시	75,945	15	추억	56,283	15	힐링	18,650
16	부부	73,391	16	등산	54,597	16	시설	17,855
17	아웃도어	72,216	17	글램핑	53,418	17	부부	17,686
18	아들	71,242	18	낚시	52,412	18	등산	17,437
19	분위기	67,451	19	분위기	49,079	19	글램핑	17,175
20	자연	62,985	20	미니멀	49,020	20	낚시	16,959

‘캠핑여행’ 상승연관어

차박, 불멍, 분위기...

‘캠핑여행’ 유지연관어

가족, 바다...

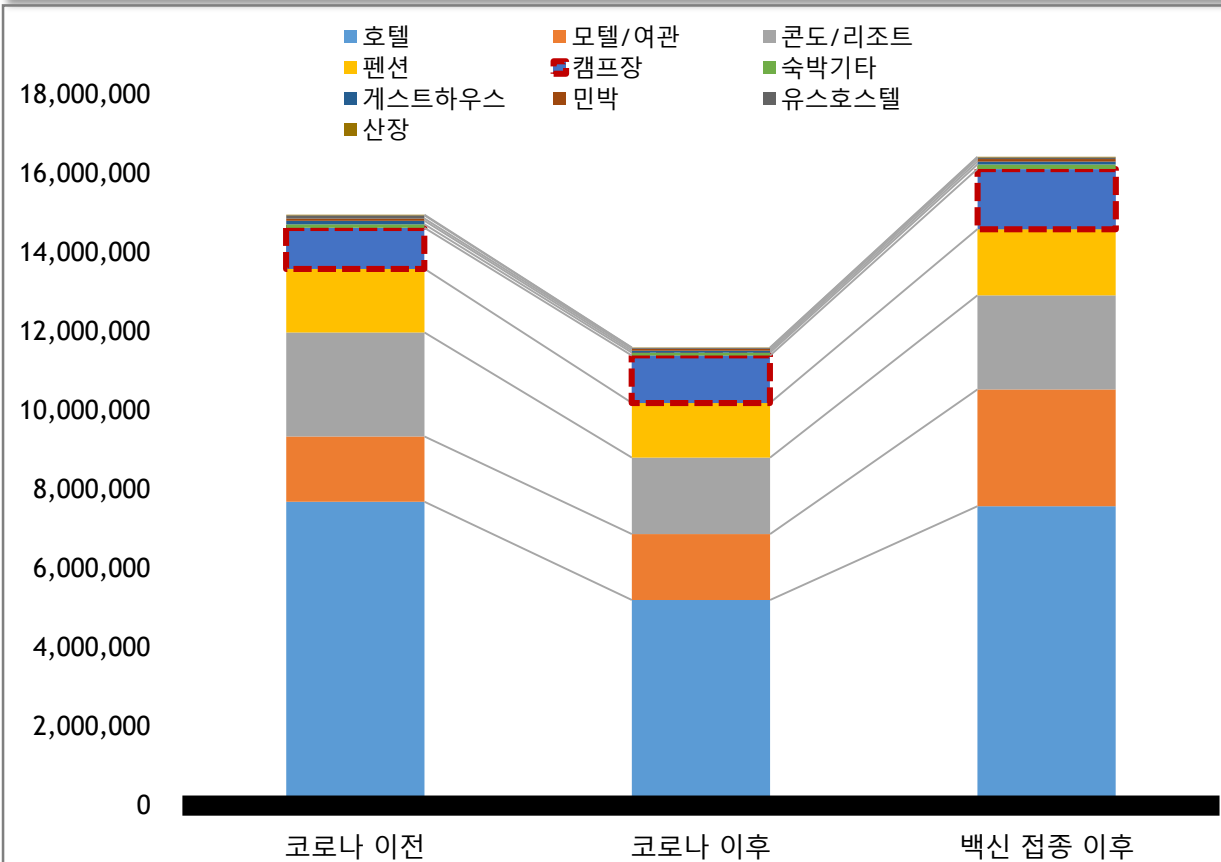
‘캠핑여행’ 하락연관어

카라반, 글램핑...



코로나백신 접종 이후 숙박지 검색건수가 증가하였으며, 특히 코로나 초기부터 현재까지 ‘캠핑장’ 검색건수는 지속 증가함.

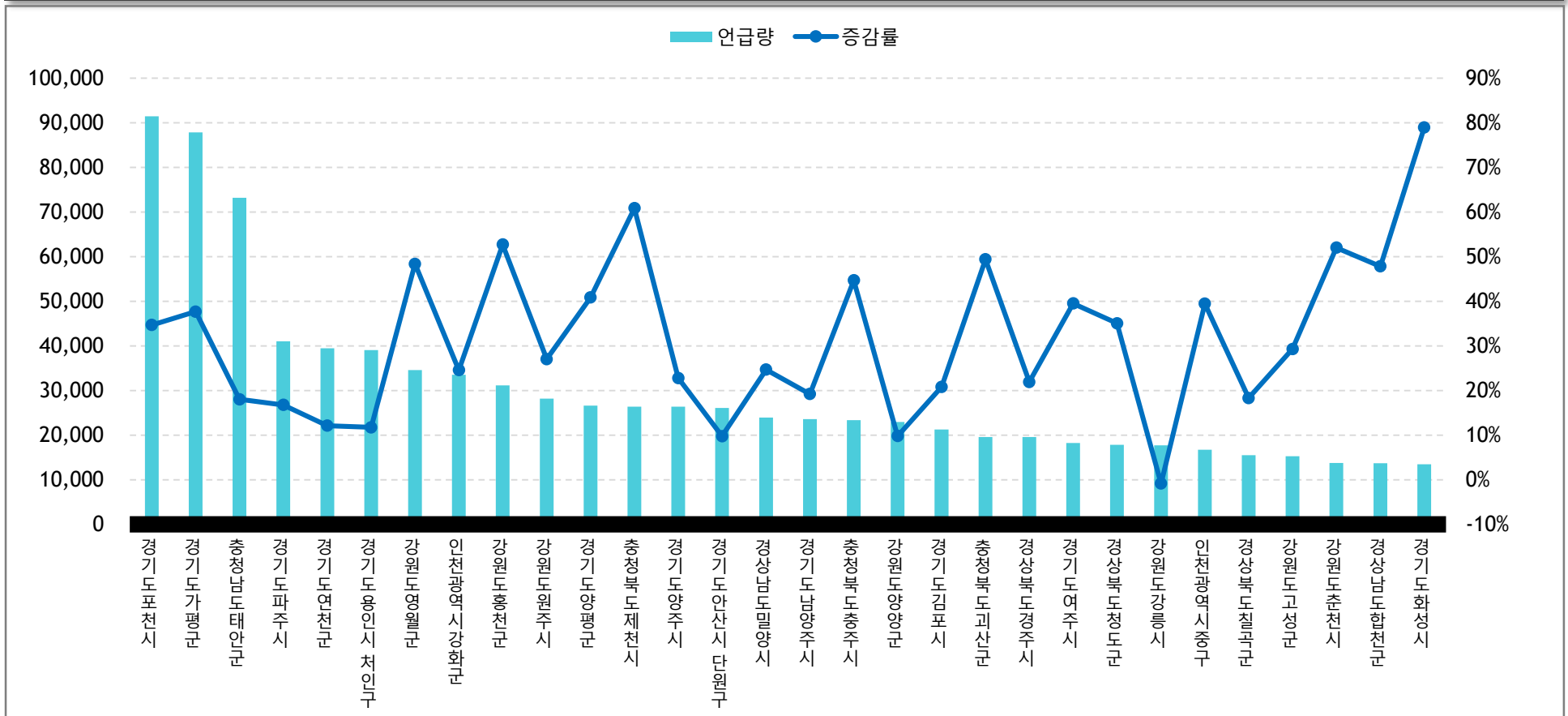
숙박 카테고리별 목적지 검색건수 추이



숙박 유형	코로나 이후	백신 접종 이후
호텔	-32%	46%
모텔/여관	1%	77%
콘도/리조트	-26%	23%
펜션	-14%	21%
캠핑장	16%	27%
숙박기타	-22%	53%
게스트하우스	-42%	44%
민박	-17%	63%
유스호스텔	-66%	34%
산장	-27%	26%

→ 백신 접종 이후 캠핑여행지로 '경기', '인천', '강원', '충청권'을 중심으로 캠핑장 검색건수가 높게 나타났으며, 특히 '강원도 영월군/홍천군', '충북 제천시' 등의 방문객이 크게 증가함.

백신 접종 이후 캠핑 주요 지역 현황

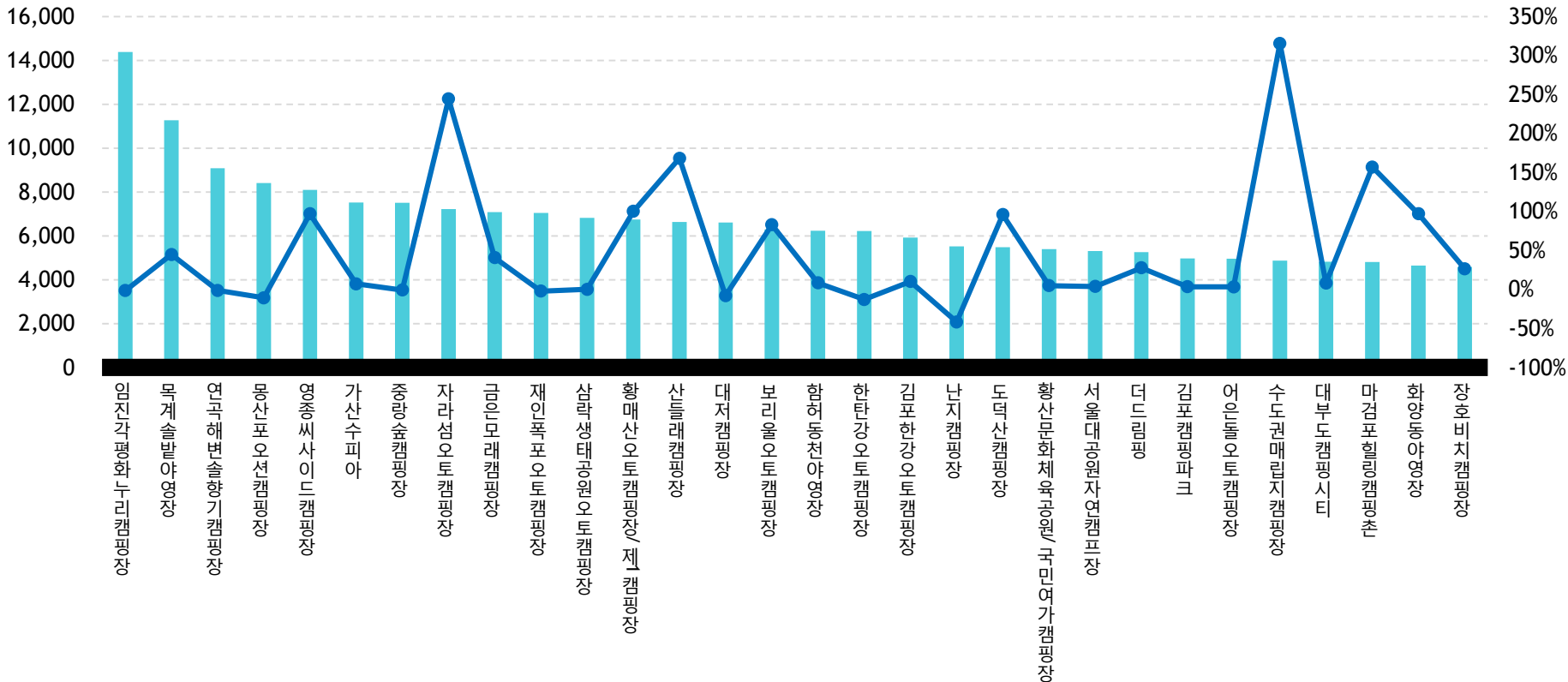




특히백신 접종 이후 ‘수도권매립지캠핑장’, ‘자라섬오토캠핑장’, ‘산들래캠핑장’ 등의방문객이 급증함.

백신 접종 이후 주요 캠핑장 현황

■ 연급량 ● 증감률



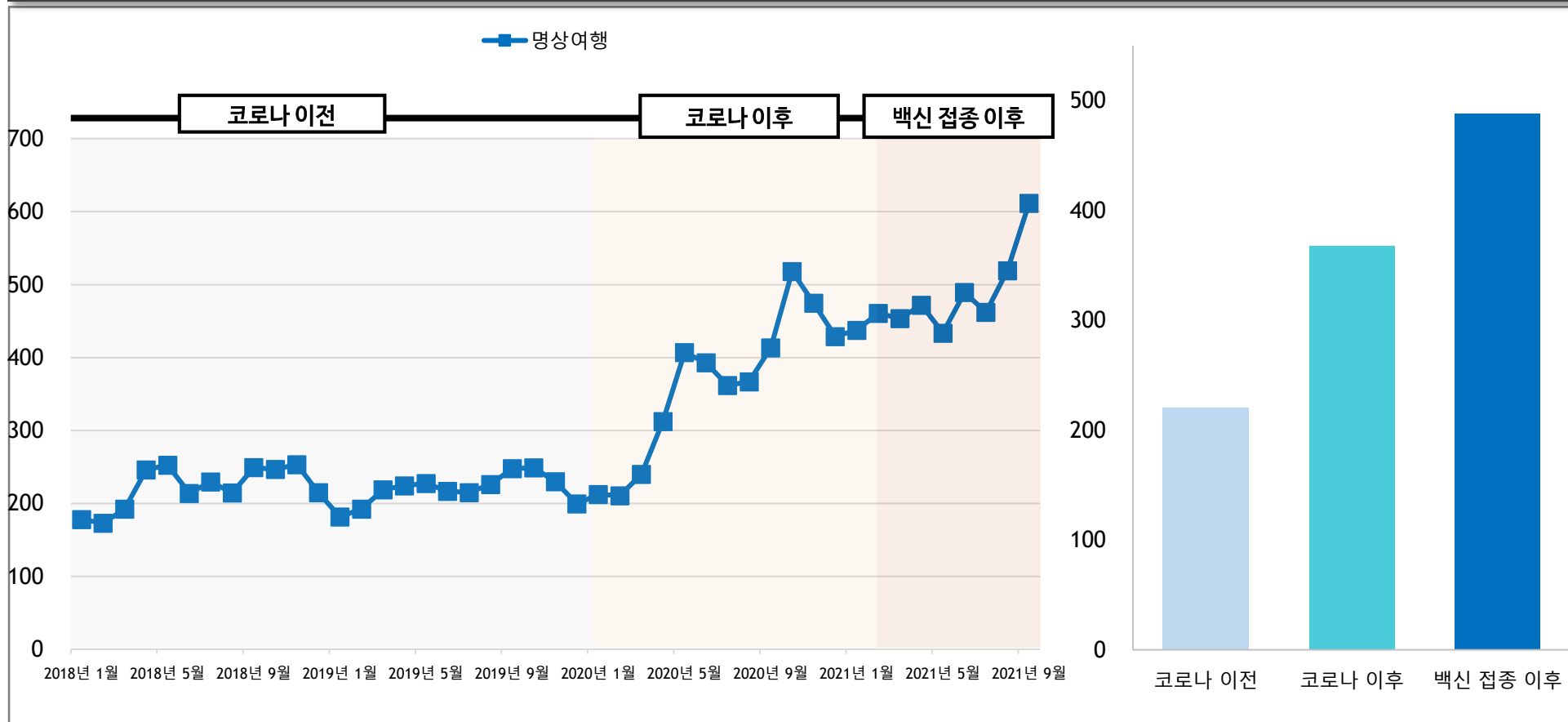




명상여행은 코로나발생이후 큰 폭으로 증가하는 추세임.

캠핑여행 증가와 함께 불멍, 물멍 등 다양한 ‘멍때리기’ 행위를 통해 마음의 치유를 얻고자 하는 문화가 확산되기 때문으로 풀이됨.

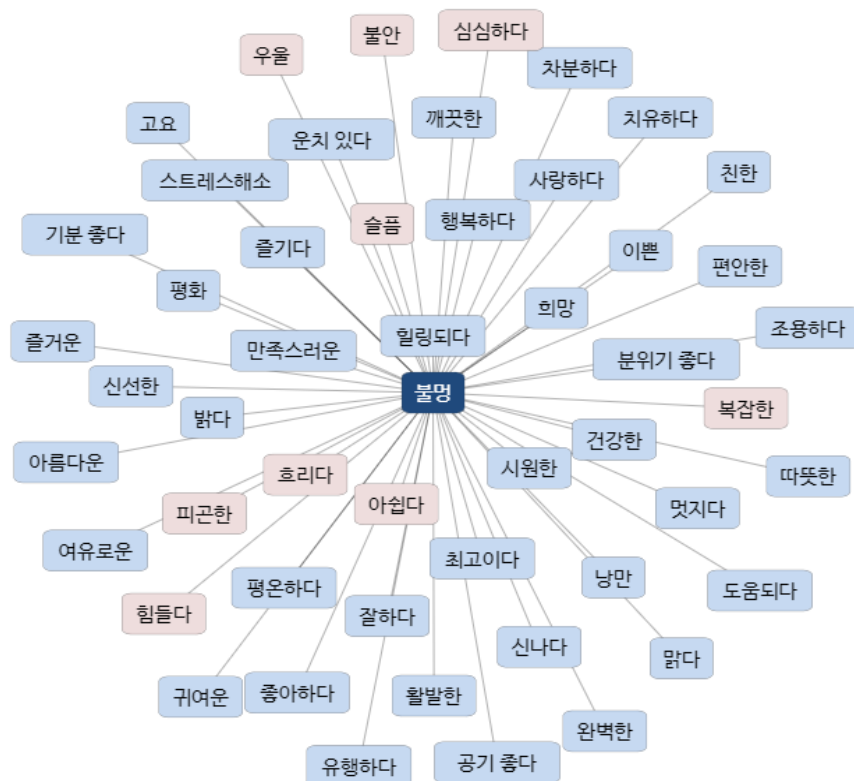
소셜 미디어 언급량 추이 / 월평균 언급량 변화(10만 건당 문서수)





힐링여행의 콘텐츠로 명상 및 멍때리기 행위가 긍정적으로 인식되고 있으며, '물멍', '숲멍', '달멍' 등 다양한 멍때리기에 낭만이 있고 스트레스 해소에 좋다는 의견이 존재함.

## 백신 접종 이후 불명, 물명 인식 분석



## 주요 긍정 인식

✓ 힐링여행으로서 명상체험 인기

- “#힐링여행 마음의 휴식 ○○에서 #싱잉볼힐링 체험해보니 너무  
신기하고 좋다 휴식과 힐링이 함께 있는 명상 소리 공명과 함께 차분한  
시간 몸과 마음이 편안해요 #충북웰니스관광 #온샘  
#몸쉽맘쉽웰니스여행 #충주힐링여행 #충주여행 #충주가볼만하듯”

✓ **낭만 가득한 달명, 물명**

- “낭만 그득한 달명◯ 아름다운 밤이예요 그래서 자리 걷다말고  
라면끓였어요ㅋㅋㅋㅋㅋㅋ 집에 못가겠는데??? ! #가을밤하늘  
#달무리 #달명 #물명타임 #국내가을여행 #여행같은일상  
#일상을여행처럼 #속초살이 #속초여행 #아침에는산저녁에는바다”

✓ 스트레스 해소에 숲명 긍정적

- “마음 비우고 멍하니 걷기 좋은 부귀 메타세쿼이아 길~♣♣ 바람에  
살랑이는 초록 잎새를 가만히 멍 때리며 바라보고 있는 것만으로도  
쌓였던 스트레스가 훨훨 날아갈 거예요~☺  
#스트레스해소엔 숲멍이 최고 #숲멍명소 #부귀메타세쿼이아길  
#산책명소 #힐링명소 #전북여행 #휴식 #자연 #힐링 #걷기좋은길 #숲멍  
#물멍 #불멍 #멍때리기좋은곳 #호남의지붕 #진안고원”

## 4.6

# 2022년 관광트렌드 ⑥ Usual Unusual

- 4.1 Hashtags(개별화되고 다양해지는 여행 취향)
- 4.2 Anyone(누구와 함께라도 좋은)
- 4.3 Beyond Boundary (여행 경계, 정해진 틀을 넘어서)
- 4.4 In a Wink(떠나고 싶을 때 바로)
- 4.5 Therapy (나를 위로하고 치유하는 경험)
- 4.6 Usual Unusual (일상이 된 비일상)**
- 4.7 Special Me(나의 특별한 순간을 만드는 여행기록)

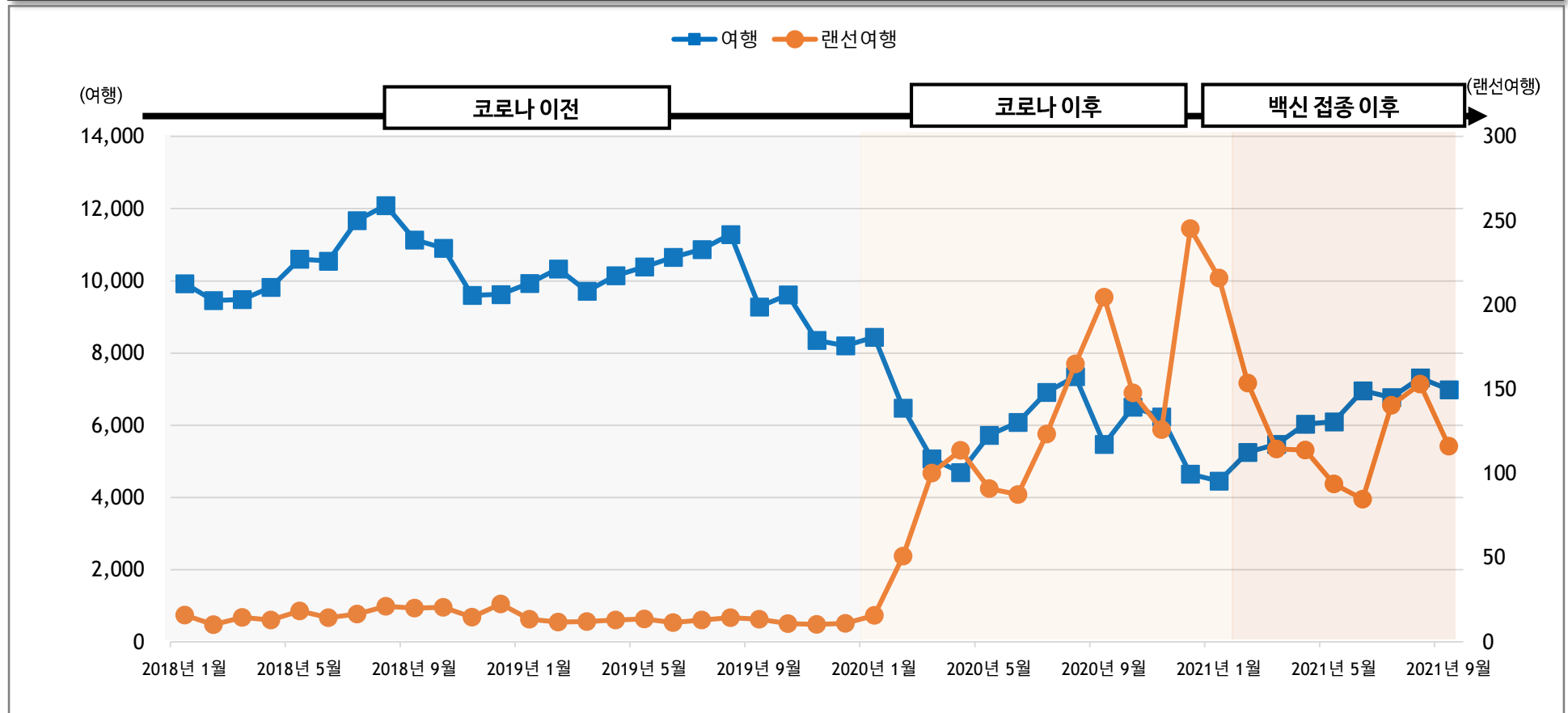


## 백신 접종 이후 랜선여행에 대한 관심도 감소



코로나이후 소셜미디어상의 여행 언급량은 감소세를 보이다 백신 접종 이후 회복세로 전환됨.  
반면, 랜선여행 언급량은 코로나이후 급증했지만 백신 접종 이후 감소하고 있음.

소셜 미디어 언급량 추이(10만 건당 문서수)



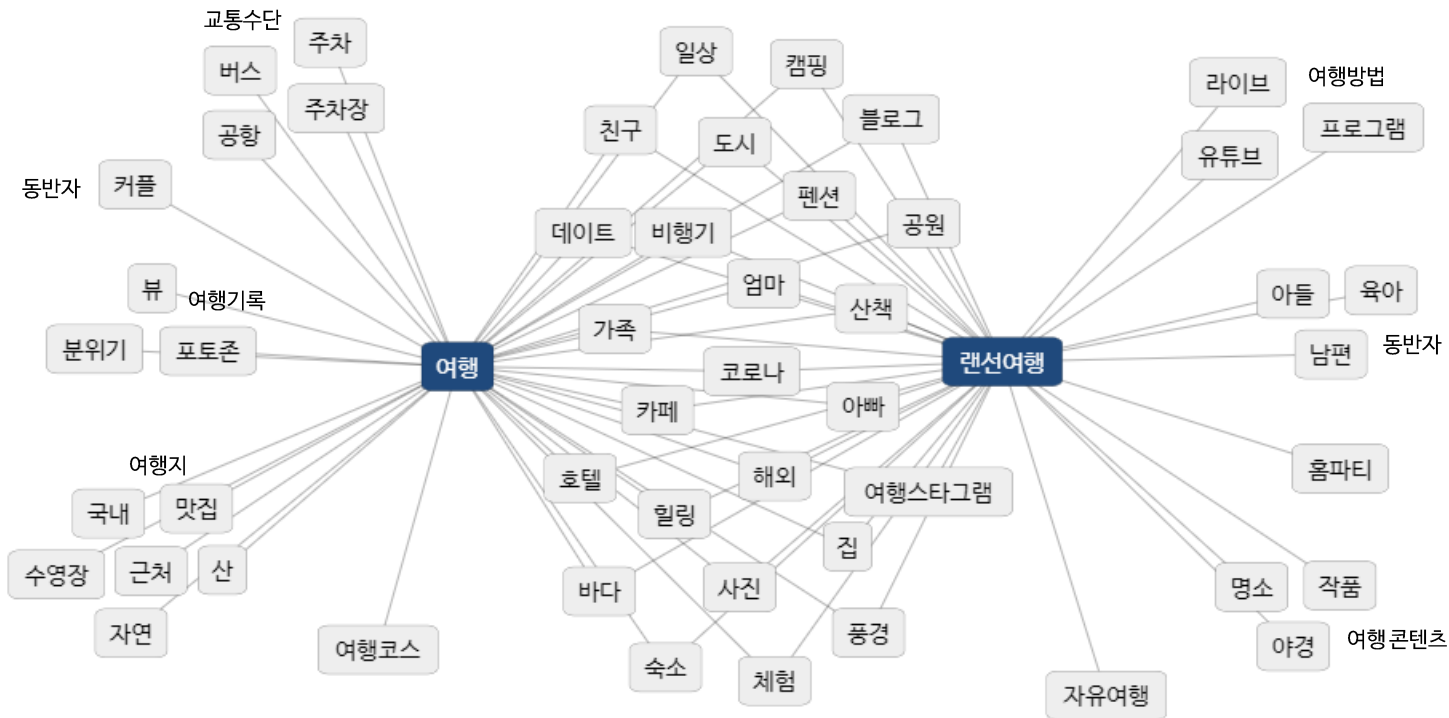
# 랜선여행, '유튜브, 라이브'를 통해 '명소, 작품, 야경'을 즐겨



백신 접종 이후 랜선여행을 하는 주요 매체로는 '유튜브, 라이브, 프로그램' 등이 있으며, 해당 매체를 통해 '명소, 작품, 야경' 등을 즐기는 것으로 분석됨.

## 백신 접종 이후 여행 및 랜선여행 연관어 비교

\* 백신 접종 이후 상위 30~40개 연관어 기준



### 공통 연관어

- 코로나, 사진, 해외, 비행기, 바다, 풍경, 체험...

### 여행

- 버스, 주차, 뷰, 분위기, 포토존, 맛집, 근처, 산, 자연...

### 온라인여행

- 유튜브, 라이브, 프로그램, 홈파티, 명소, 작품, 야경...

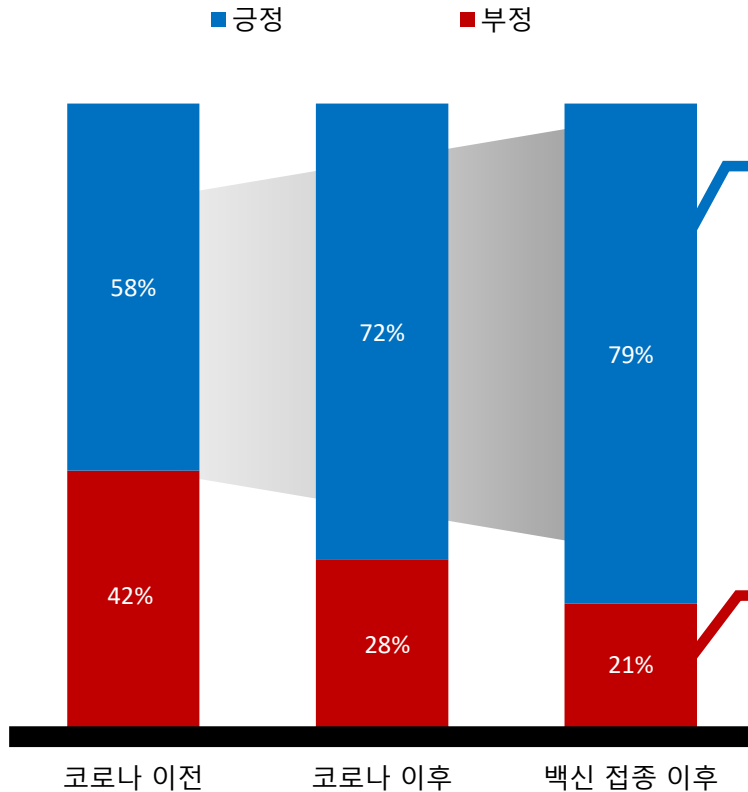


# 코로나이후 랜선여행에 대한 긍정률 지속적으로 증가해



코로나이후 랜선여행에 대한 긍정률은 급증하였으며, 백신 접종 이후에도 긍정률 지속증가함.  
주요 긍정 인식으로는 ‘실제 여행 대체요소로 랜선여행 만족’한다는 언급 다수 나타났으나,  
‘여행에 대한 실재감, 몰입감 부족’하다는 부정 인식 존재함.

## 랜선여행 긍부정 인식 분석



### 백신 접종 이후 주요 긍정 인식

- ✓ **실제 여행 대체요소로 랜선여행 만족**
  - “스위스 사진으로 랜선여행중♥ 하루빨리 시국이 좋아져서 스위스에서 패러글라이딩하고 싶어요....”
  - “해외여행 너무 가고 싶어서 열심히 랜선여행 중 ☺ 모스크바 #이즈마일로보 진짜 너무 예쁘다ㅠㅠ 건물만 예쁘게 아니라 러시아의 문화, 공예품 등등을 다 보고 느낄 수 있는 곳이라고 해서 너무 끌림 ”
  - “그래서 옛날에 다녀온 해외여행 사진보면서 랜선여행 중인데요~~ 몇 년 전 대만여행 다녀온 사진을 보는데 대만 예류 지질공원과 몹시 비슷한 곳이 고성에도 있더라구요~~”

### 백신 접종 이후 주요 부정 인식

- ✓ **여행에 대한 실재감, 몰입감 부족**
  - “여행이 금지된 2년여 동안 사람들은 랜선이나 책으로 여행을 하며 여행에 대한 본능을 충족시키기 바빴다. 물론 실제 여행이 줄 수 있는 영향력에는 절반도 미치지 못하는 만족감을 줬지만”
  - “#랜선해외여행 #랜선여행중 비행기 타고 세계 여러 곳 누비는 것도 힐링이 된다 뭐 실제만큼은 못해도..”
  - “실제 우리가 평생을 들어온 모나리자니 하는 그림들이 인쇄된 종이로 보는 것과 직접 눈으로 대하는 감흥은 좀 다르다.”
  - “여행지의 실제 비주얼을 직접 눈에 담지 못하는 게 아쉽지만, 책을 읽으면서 여행지에 관한 느낌과 생각을 마음에 담아보는 것도 좋을 것 같습니다.”
  - “랜선여행 말고 빨리 실제 여행이 가능해졌으면 좋겠다고 생각했다... 나조차도 간절해서 눈물이 절끔 났다. #코로나꺼져라 ”



전문가인터뷰 결과, 랜선여행은 여행의 대체 보다는 동기로 작용하는 것으로 인식됨.

## 실제여행의 동기 부여 및 관광약자의 여행 기회로서의 랜선여행

### 실제여행의 동기로 작용



### 랜선 여행

### 여행으로서 만족을 전달 & 관광약자의 여행기회 확대 의의

- + 랜선여행을 통해 실제 여행지에 대한 관심도 제고
- + 코로나19 상황에서 실제 여행의 선행적 단계로 랜선여행 경험이 확산됨
- + 랜선여행을 통한 특정 여행지에 대한 관심은 실제 여행으로 이어질 가능성이 높음

✓ "랜선이라고 얘기하는 것들, 가상, 언택트, 이런 부분들이 코로나 19 이후에도 계속 갈 수밖에 없다고 생각이 드는 게요. 이미 노출돼 버렸어요. 메타버스를 통해서 여행을 경험한 것과 VR을 경험하는 것 두 경우가 있는데, 예전에 우리가 어디 가고 싶은 곳을 경험하는 건 선행적 경험을 최고로 하거나 VR로 하거나 드라마로 하거나 영화로 하거나 비디오를 통해서 했거든요. 이걸 본인이 자기 주도식으로 바꿀 수 있는 게 일단 메타버스가 될 거예요. 내가 뉴욕에 가고 싶어, 뉴욕이라는 가상공간에 들어가서 내가 나의 아바타를 통해서 활동하고 싶은 거예요. 갔더니 이쪽에 맨하탄 거리 있고, 브로드웨이 있는데, 공연을 하네. 놀렀더니 거기에서 '사운드 오브 뮤직'의 공연을 하고 있어. 가봤더니 간략하게 보여주고 티켓을 팔고 있는 거야. 그러면 그 순간에 그 티켓을 구매하게 되고, 가상공간의 여행은 현실화될 수밖에 없는 상황으로 가는 거죠."

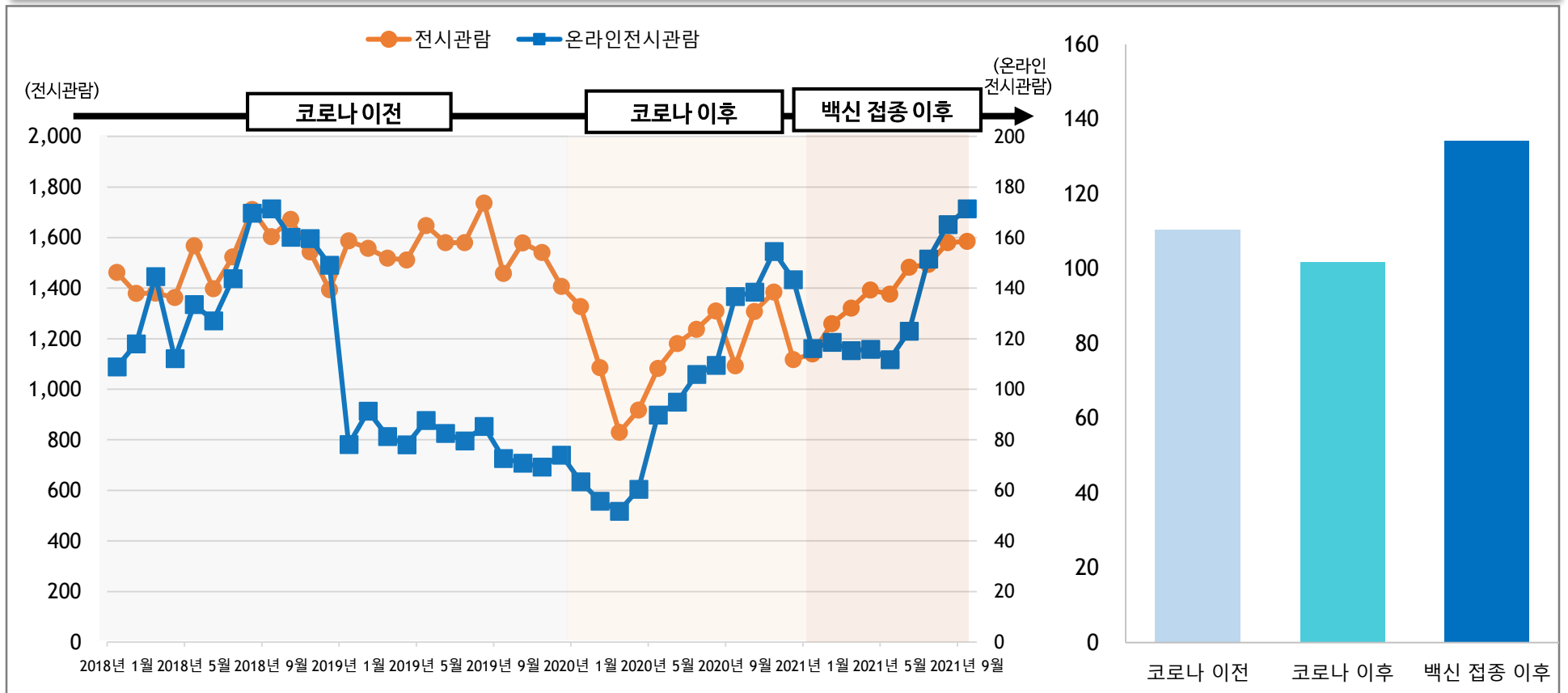
- + 실제 모든 지역을 여행할 수 없기 때문에 랜선여행을 통해 폭넓은 여행경험을 할 수 있음
- + 코로나19 상황에서 랜선여행을 통한 여행 만족을 경험해서 향후에도 랜선여행에 대한 니즈는 지속될 것임
- + 실제 여행이 어려운 관광약자의 여행을 돕는 수단으로 활용될 수 있음
- ✖ 디지털 소외계층의 활용도를 높일 수 있는 고민이 수반되어야 함

✓ "꼭 튜브, 프랑길로, 빠니보틀 같은 여행 유튜브 30대 남자들이 세 군데 나라에 퍼져서 어려운 상황에서 대리만족을 주고 있는 거거든요. 재미 있는 건 보고 있으면 우즈베키스탄에 가고 싶어요. 그가 사는 삶이라는 게 관점이 그의 라이프스타일에 부합하는 행위들을 탐험하고 있잖아요. 그게 파리나 런던의 관광지를 보여주는 게 아니라 우즈베키스탄의 시골의 정취를 보여주면 내가 깨어 있던 나의 공간이 커진다고요. 그렇기 때문에 메타버스라든지 그런 것들이 대체하는 것이 아니라 여행의 기회를 키울 수 있어요. 정해져 있는 파이를 나누는 게 아니라 더 커지니까 더 많은 기회를 얻을 수 있다. 이런 부분이 예요."



온라인 전시관람은 코로나발생 이후 높은 증가세를 나타내고 있음.  
백신 접종 이후에도 사회적 거리두기가 장기화되면서 온라인 전시관람에 대한 관심도 함께 상승 중.

소셜 미디어 언급량 추이 / 월평균 언급량 변화(10만 건당 문서수)

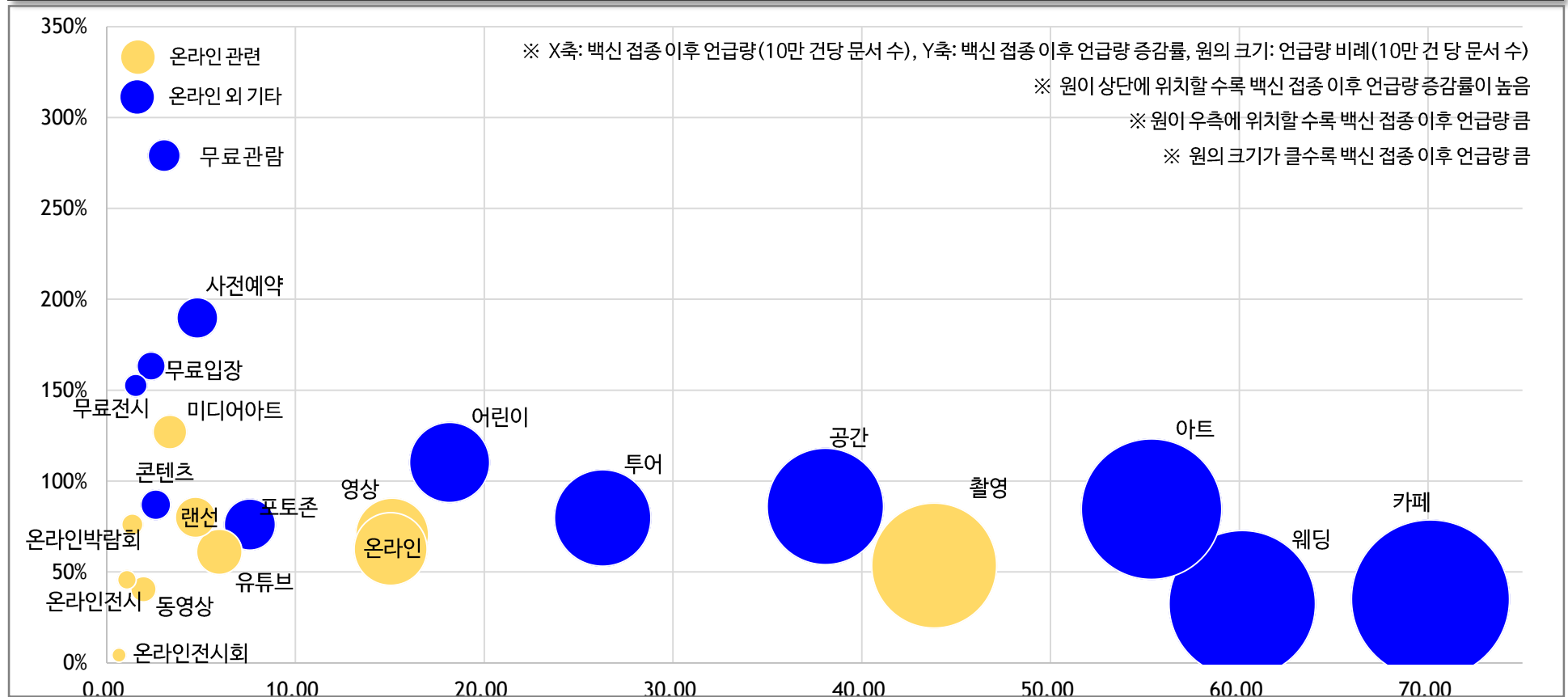


# 백신접종 이후 전시관람, '온라인', '복합문화공간', '체험형 콘텐츠' 강화



전시관람은 백신 접종 이후 '유튜브 영상, 메타버스'와 같은 온라인공간, '카페' 등 복합문화공간 내 개최가 증가함.  
또한 정적인 감상 위주에서 '포토존, 미디어아트' 등 체험형 콘텐츠로 변화하는 양상 나타남.

백신 접종 이후 전시관람 주요 상승 연관어

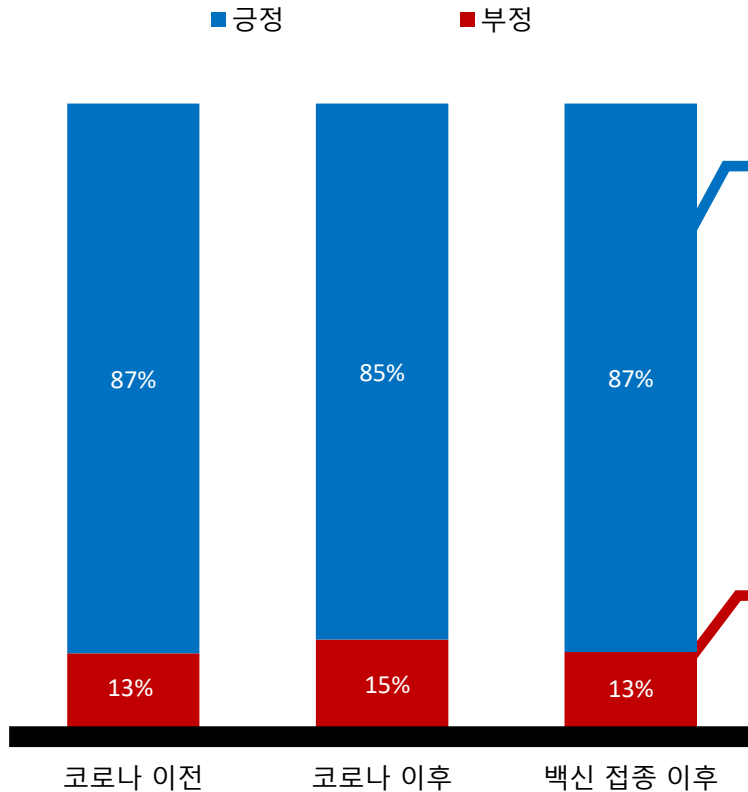


## 온라인 전시관람 긍부정 인식 분석



온라인 전시관람에 대한 인식은 비슷한 수준으로 유지되고 있으며,  
온라인 전시관람을 통해 '미술관', '박물관' 등의 장소 방문 욕구를 해소하려는 경향이 있음.

### 온라인 전시관람 긍부정 인식 분석



#### 주요 긍정 인식

##### ✓ 온라인 전시/관람을 통해 관람 욕구 충족

- “보라보라했던 심야책방! :- ) 온라인으로도 충분히 그림 감상이 되는구나~ 오랜만에 가진 미술감상시간이라 좋고, 그걸 예쁜 짹짹이 ○○쌤이 해주니 더 좋네! :- ) 오늘밤엔 장조리양의 색채 그림 좀 찾아보다 자야겠다! #온라인미술관나들이 #온라인미술관”

- “미술관이랑 사진전 돌아다니고 싶은데 델타 변이 무서워서 랜선으로만 찾아보는 나. 그래도 답답해서 우지현 작가님 그림에세이 <풍덩!> 사서 세워두고 표지에 있는 데이비드 호크니 수영장 그림 보면서 대리만족하는 나.. ˘ ˘ ˘ 오다가 분실된 줄 알았던 업사이클링 모네 포스터 드디어 받아서 좋다. 여기 뒷면에도 호크니 그림 있어서 종이 안에서 무한한 여름 만끽하는 중 🐼 출처 @ins.note \_요시고 사진전 #요시고사진전 #따뜻한휴일의기록”

#### 주요 부정 인식

##### ✓ 정적인 느낌에 대한 아쉬움

- “○○라는 앱은 이렇게 사진이 나오고 아래쪽에 설명이 조금 나오고 그리고 음성 설명이 더해져있는 구조다. 동영상으로 현지에서 랜선여행하듯 설명을 하면 더 좋겠지만 조금은 정적이긴 하여 아쉬움은 있긴 한데 현지를 한 번 방문해봤다면 그때를 되살려 다시 보는 정도의 의미로 본다면 꽤 괜찮을 것 같다.”

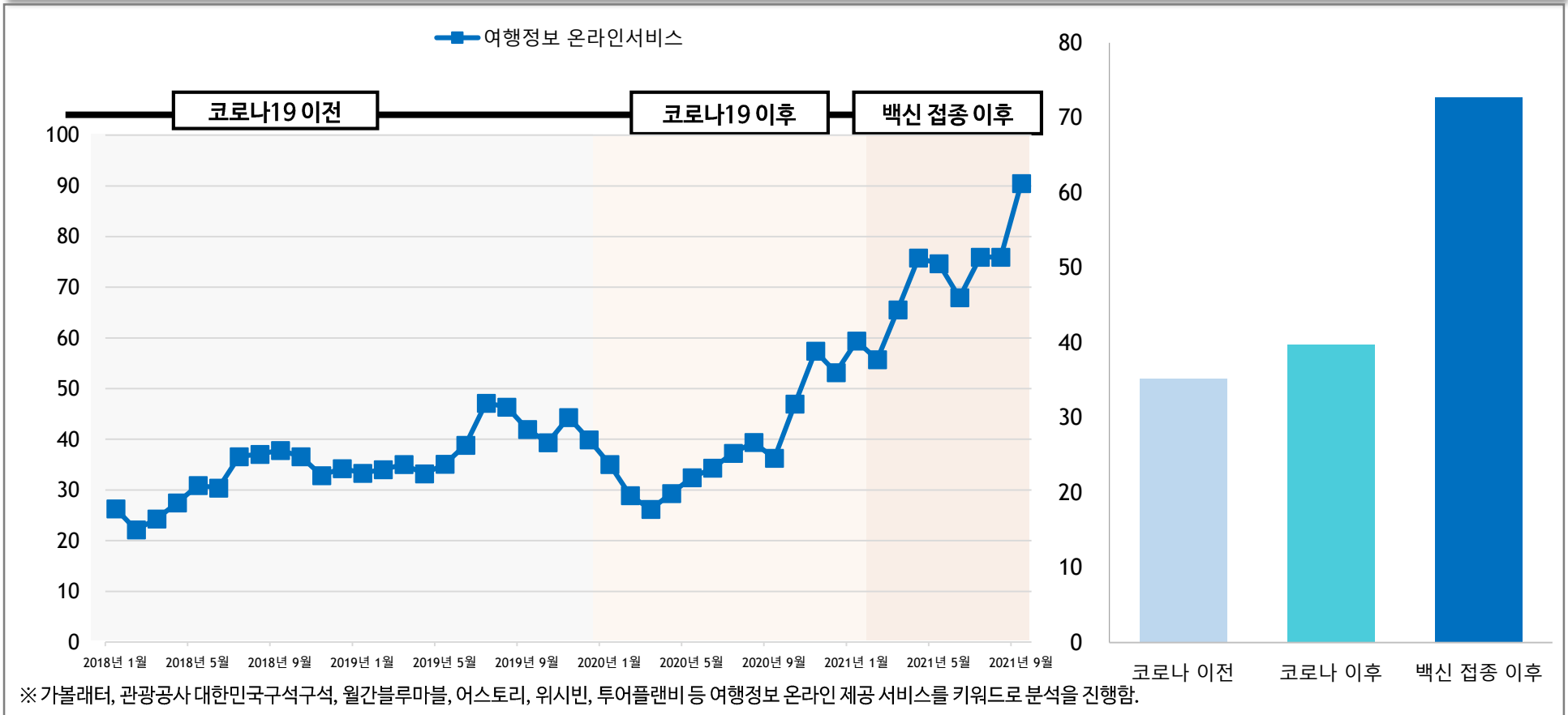


# 코로나이후 여행정보 온라인서비스에 대한 관심 대폭 증가



‘여행정보 온라인 서비스’의 언급량은 코로나발생 이후 가파르게 증가하고 있으며 백신 접종 이후 큰 폭으로 언급량이 상승함.  
여행 업계 내 온라인화·디지털 트랜스포메이션이 급속도로 확산되고 있음을 반영함.

소셜 미디어 언급량 추이 / 월평균 언급량 변화(10만 건당 문서수)





블로그·카페 대비 정보 부족이 보완점으로 거론되며, 맞춤형·압축적인 여행 정보 필요 의견이 도출됨.  
‘맞춤형 여행 스케줄러 서비스’, ‘랜선투어, 메타버스 등 사전 여행 체험’, ‘실질적 여행 도움 기능’ 등  
차별화된 콘텐츠가 여행 블로그, 카페 대비 경쟁력이 될 것으로 예상됨.

## 여행 정보 서비스 주요 긍정 인식 및 보완점

### 긍정 인식 1. 맞춤형 여행 플래닝, 랜선 투어

- ✓ “가장 인상적이었던 건 하루 여행 코스를 짜주는 ‘여행플래너’ 서비스였는데요. 관광지 간 이동 소요시간도 간략하게 정리해주니 시간 안배도 용이합니다.”
- ✓ “참고로 트리플을 국내여행 리뷰와 일정 만들기로 동선을 짜기 좋고, 랜선투어라는 것을 할 수 있습니다.”
- ✓ “맛집 찾기도 편하고 일정이 갑자기 바뀔때도 동선 낭비할 필요도 없이 편하게 동선 짤수도 있습니다”

### 긍정 인식 2. 안전여행 / 관광약자 정보

- ✓ “요즘 시국이 시국인만큼 안전여행지를 선호하는 사람들이 많을거라 생각했는데 앱 자체적으로 다양함 행동유형 데이터를 바탕으로 맞춤여행지와 맛집정보를 제공해주는 것이 매우 좋다고 느꼈다. 안전여행지수 또한 신뢰가 매우 컸다.”
- ✓ “전체 이동거리부터 관광지에 대한 소개, 엘리베이터나 이동 폭과 같이 관광약자에게 필요한 정보들을 세세하게 볼 수 있었습니다.”

### 긍정 반응 3. 타 여행 사이트 연동

- ✓ “여행 가는 곳을 좋아한다면 유용한 앱으로 도시별 여행정보는 물론 호텔이나 항공권 발매, 렌터카 숙박 예약 등도 가능합니다.”
- ✓ “제주도뿐만 아니라 전국적으로 여행지를 종합한게 좋다고 생각하고, 테마별로 여행지를 바로 찾고, 블로그정보를 확인하는 점이 편리한 것 같습니다.”
- ✓ “그래도 업데이트 전에는 검색하면 나왔는데 지방자치단체 관광사이트 접속하게 만든 것은 괜찮은 것 같음.”

### 보완점 1. 블로그·카페 대비 정보 부족

- ✓ “잠깐 사용해 봤는데 정보 얻으실 목적인 블로그나 카페 추천드립니다.”
- ✓ “생각보다 전 별로 도움은 안됐어요! 차라리 블로그나 카페에서 정보를 이것저것 모으셔서 준비하시는 나을 것 같아요 :)”
- ✓ “모바일에선 블로그 리뷰는 못 보는 건가요? πππ 모바일에서도 블로그리뷰들 볼 수 있게 부탁드립니다!”

### 보완점 2. 압축적인 지역별 여행 정보 제공

- ✓ “여행의 경험 및 느낌을 장대하게 뿔어 기사행태를 내보내는 것도 좋으나 오랜시간 읽어야 하는 단점 시간 낭비인 느낌이 있었다. 하여 각 지역별로 그 지역의 여행지를 정리해 놓은 요약본이 있으면 좋겠다는 생각이 든다

### 보완점 3. 여행 정보 외 실질적인 도움 기능 추가

- ✓ “가계부 기능이 추가해주시면 좋을 것 같아요ㅎㅎ 여행내내 핸드폰 들여다보면서 다니는데 방문지마다 가계부를 작성할 수 있으면 훨씬 좋을 것 같아요! 가능하시다면 정말 좋을 것 같습니다.”

---

# 4.7

## 2022 관광 트렌드

### ⑦Special Me

---

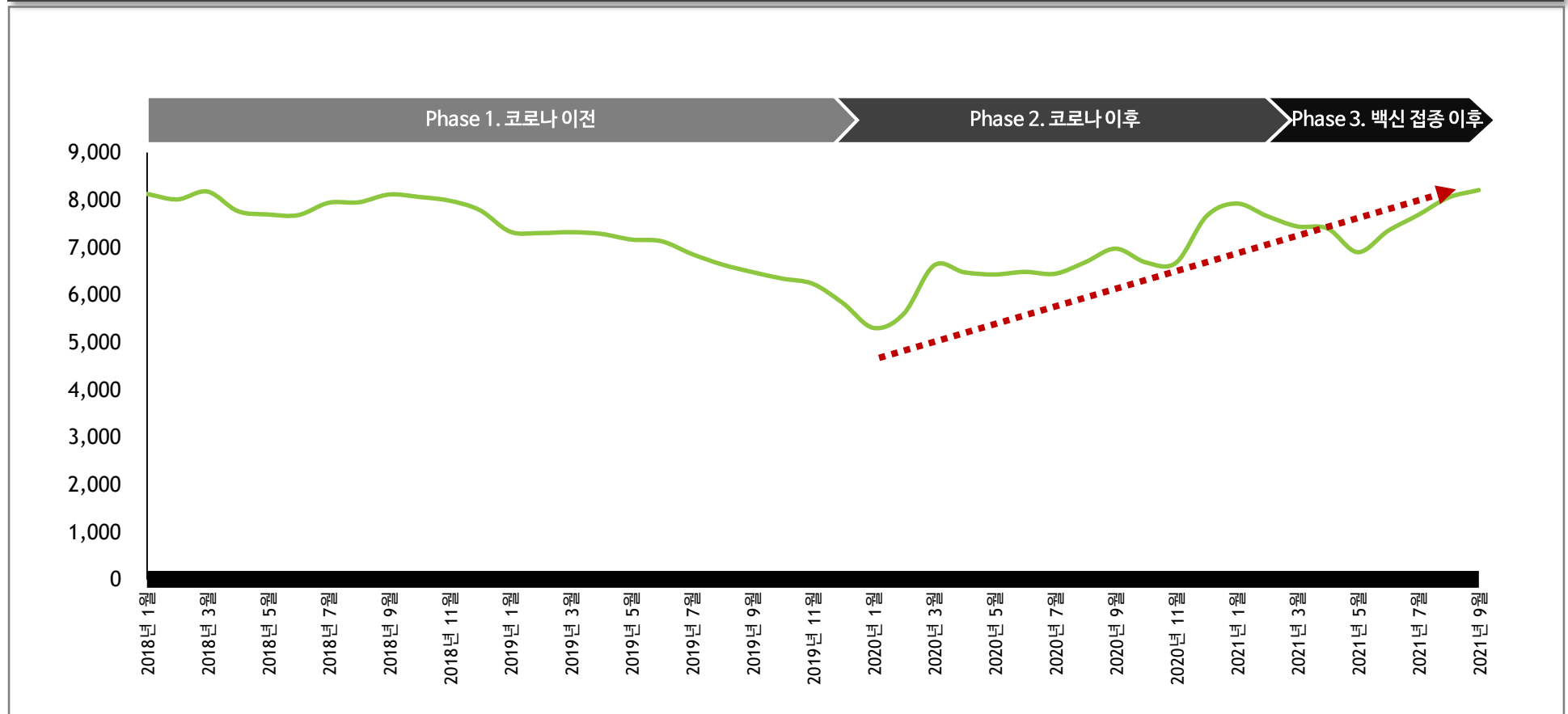
- 4.1 Hashtags(개별화되고 다양해지는 여행 취향)
- 4.2 Anyone(누구와 함께라도 좋은)
- 4.3 Beyond Boundary (여행 경계, 정해진 틀을 넘어서)
- 4.4 In a Wink(떠나고 싶을 때 바로)
- 4.5 Therapy (나를 위로하고 치유하는 경험)
- 4.6 Usual Unusual (일상이 된 비일상)
- 4.7 Special Me(나의 특별한 순간을 만드는 여행기록)





코로나이전 소셜미디어상의루틴 언급량은 감소세를 보이다 코로나이후 상승세를 보임.

루틴 언급량 추이





루틴과 관련하여, ‘카페’, ‘여행’, ‘산책’과 같이 여행과 관련된 키워드가 다수 언급됨.  
자주 여행하는 것을 선호하는 경향 두드러지며, ‘재택근무, 온라인수업’ 등의 영향으로 지역/시간의 분산이 이루어짐.

## 루틴 연관어 분석 / 주요 인식 분석

### 브런치

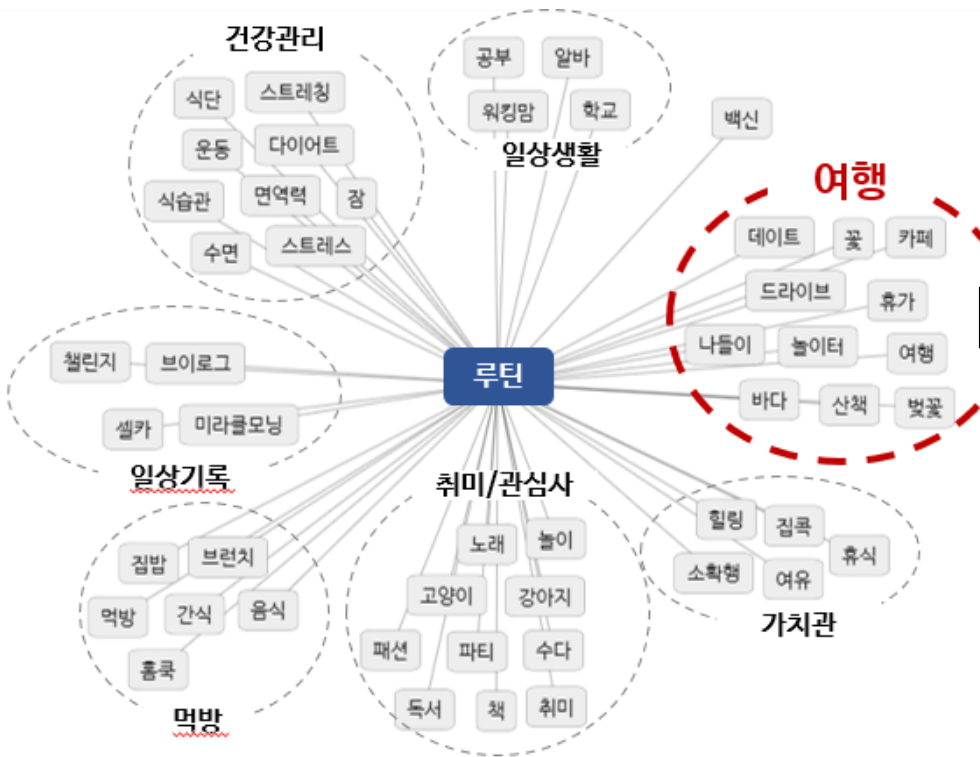
- ✓ “주말 아침. 벌써 10년 넘게 루틴이 된 브런치 드라이브~~~ 일어나자마자 물세수로 눈곱만 떼고 3분안에 외출준비 완료! 오늘 아침은 맛있는 김밥. 김밥집에서 김밥 테이크아웃해서 차에서 먹고 따뜻한 차 마시고~~ 용주사로 고고”

### 데이트

- ✓ “어쩌다 보니, 일주일엔 한 번 두 사람만의 시간을 가지는 것도 루틴이 되었다. 일주일 중 서로 가능한 시간을 맞춰 보고 그 시간만큼 장소를 정한다. 시간이 좀 넉넉할 때는 도시 밖을 벗어나기도 하고, 그렇지 못할 때는 집 주변 카페에 가서 커피한 잔을 한다.”

### 나들이

- ✓ “그리고 또 하나의 루틴 ‘도서관나들이’는 저를 위한 루틴이기도 해요. 북클럽 활동을 하면서 읽어야 하는 책도 많고, 읽고 싶은 책이 많다 보니 책을 계속 구매해서 읽기는 좀 부담스럽더라고요.”



### 카페

- ✓ “30살, 여름과 가을 사이에 기록하는 요즘의 하루 루틴. 식사할 때는 보통 전날 밤의 뉴스를 다시보기 한다. 식사를 마치면 보통 카페에 가서 차 한잔을 마시거나 독서를 한다.”

### 여행

- ✓ “문득 일주일간의 여행을 마치고 집으로 돌아오는 길에 거울에 비친 내 옷차림에서 지난 여행들의 흔적을 보았다. 삶이 지칠 때마다 여행을 떠나고, 여행 갈 때마다 이런 행색을 갖추는 건 내 취향인 걸까 아니면 어느새 버릇처럼 되어버린 내 습관인 걸까.”

### 산책

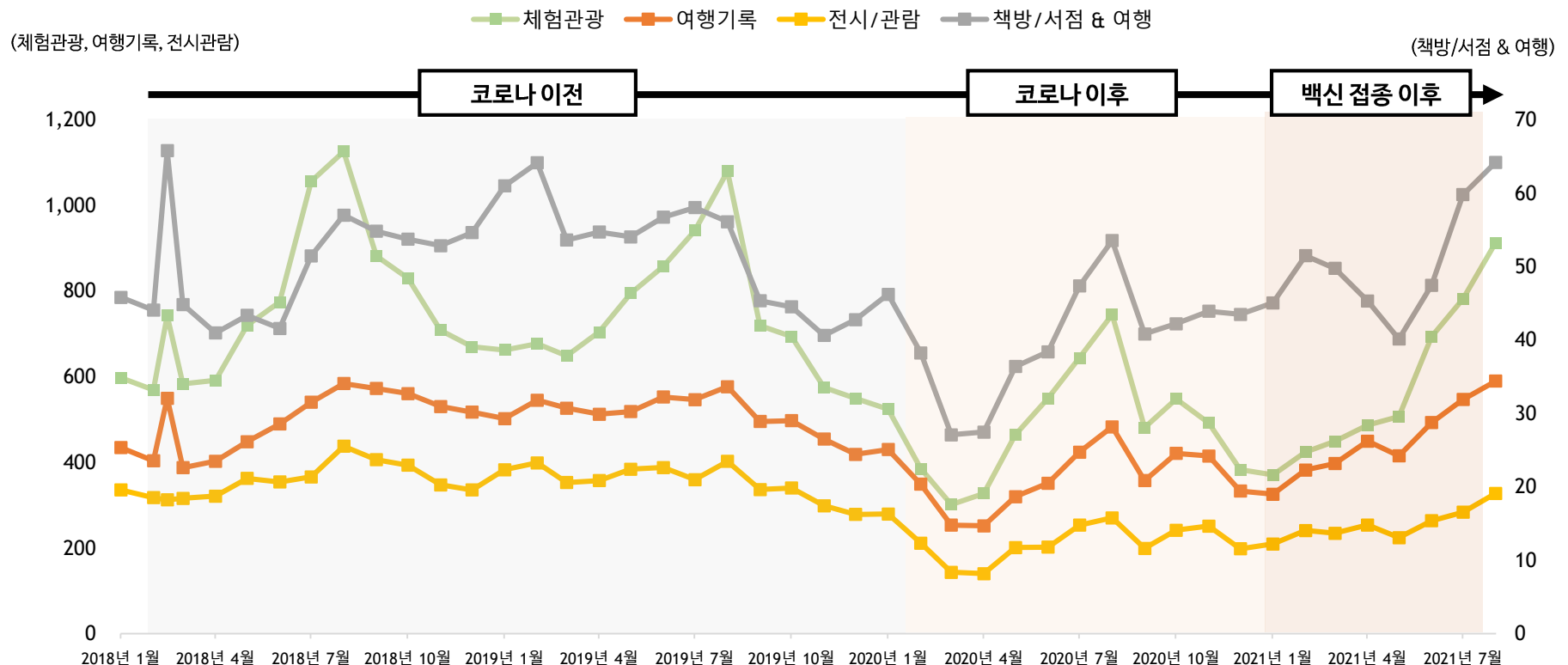
- ✓ “일요일마다 시간을 보내는 루틴이 있어요. 걷기+시장보기를 주로 합니다. 일 평균 만보씩 걷고 있어요 주말마다 올림픽공원에 가서 녹색을 많이 보고와요 눈건강에도 좋고 공기도 좋고 건강에도 좋고”





백신 접종 이후 개인의 기호·취향에 따른 ‘체험관광’, ‘여행기록’, ‘전시/관람’과 유사한 행태가 강화되는 것으로 보이며, 일례로 ‘책방/서점’을 찾는 행위도 여행으로 인식하는 경우 증가함.  
여행에서 개인의 취향이 다양화, 세분화되고 있으며, 여행지에서 개인적인 시간 보내는 것을 선호하는 경향 나타남.

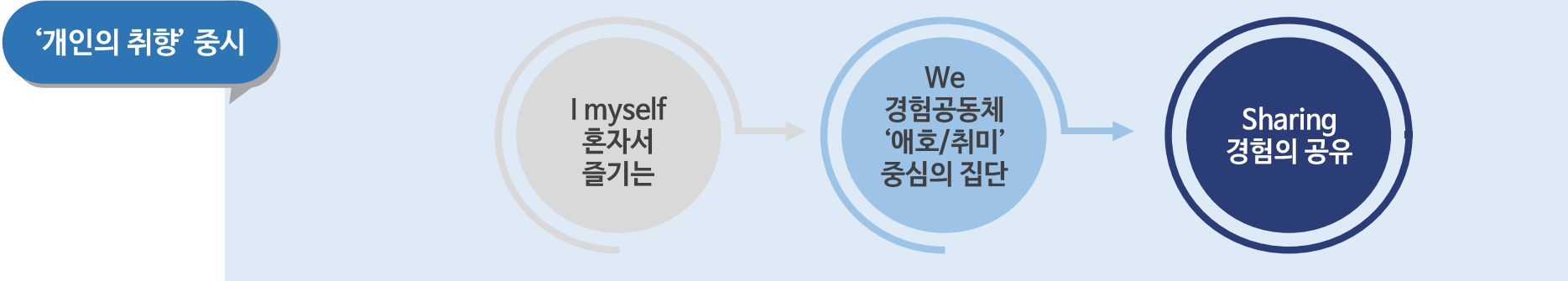
체험, 여행기록, 전시/관람, 책방여행에 대한 소셜미디어 언급량 추이





전문가 역시 MZ세대를 중심으로 개인의 취향을 중시하는 특성이 강화되면서, 혼자 즐기는 것을 넘어 경험을 공유하는 트렌드의 확산을 언급함.

개인의 취향을 중심으로 한 경험 공유 공동체 증가



인구통계 특성에 따른 행태특성 분석이 이제는 '애호/취미'를 중심으로 한 경험 공유 공동체로 전환



애호/취미를  
중심으로 한  
집단의 경험  
공유

- 특히 MZ세대를 중심으로 가상 플랫폼 상에서 오로지 취미를 공유하기 위한 그룹이 형성되는 등 개인별 취향/애호가 자신을 표현하는 가장 중요한 수단/기준이 되어 가고 있음



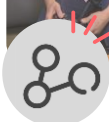
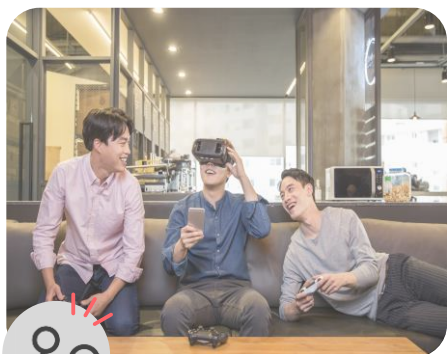
“MZ세대는 이제 지금 내가 사회에서 물리적 성공을 이루는 것은 요원하다는 것을 잘 알아요. 그렇다면 내가 show off 할 수 있는 것은 무엇일까? 내가 좋아하는 것, 취미/취향이 되어야 하지 않을까? ‘사람들이 요즘 어떤 문화활동을 더 선호해’, ‘이 동네에서는 뭘 하고 있어’, 이런 게 중요해요. 그렇지 않고, 몇 살 짜리가 어떻다는 등 연령대별 차이와 같은 것은 이제 의미가 없습니다. 그건 애호가 아니잖아요. 20세와 50세가 같은 인디밴드를 좋아하면 그 두 분은 엮이는 거예요.”

온라인 커뮤니티에 ‘부산에 같이 여행 갈 사람’ 띄워요. 서로 아무도 모르는 사이죠. 선택순 5명, 10분 안에 채워집니다. 이게 제가 최근에 겪었던 상황이거든요. 어른들로 보면 이런 거죠. 비싼 와인, 100만원짜리인데 먹고 싶어, 못 먹어요. 커뮤니티에 띄우는 거죠. ‘100만원짜리 와인인데 같이 드실 분’, 5만원이면 해결됩니다. 20명이 모이면. 어차피 테이스팅 할 건데, 와인 마시고 취하자는 것도 아니고. 그런 나와 우리의 적절한 조합을 하는 것들이 트렌드 키워드가 아닐까?”



이러한 개인 취향을 중심으로 한 경험 공유 트렌드는 소셜 살롱 등 다양한 형태로 나타나고 있음.

## 개인취향 중심 트렌드



**‘내가 좋아하는 것’이  
나를 표현하는 것, 개인의 애호를  
중심으로 한 경험공동체의 공유 풍조**

- MZ세대를 중심으로 취미/관심사를 매개로 한 경험공동체가 활성화되며, 다양한 취미/경험에 대한 추구 강화됨



### ‘후렌드’ 트렌드

‘프렌드’가 아니다. ‘후렌드’다. ‘누구’를 뜻하는 ‘Who’와 ‘친구’를 의미하는 ‘Friend’의 합성어다. MZ세대의 관계망은 아주 느슨하다. 이는 역설적으로 그 어떤 누구와도 쉬이 친구가 될 수 있고 이를 정리하기도 쉬워졌음을 의미하기도 한다.

이렇게 후렌드가 되기 위해서는 취향, 가치관, 라이프스타일 등의 요소들이 교집합을 이루는 관계여야 한다. 직접 만나지 않아도 이런 부합된 요소가 있다면 가상의 플랫폼 속에서 절친이 되기도 한다. 예를 들어 인스타그램 속에서 어떤 이와 지속적 교류가 생겼다면 그와 나는 후렌드인 셈이다.

(출처: 매일경제 ‘All About ‘MZ’ 다섯 가지 MZ 키워드’  
2020.02.19)

### 2030 세대, ‘우리는 퇴근 후 소셜 살롱으로 모인다!’

잡코리아와 청년정책이 함께 낸 2018 청년 관찰 보고서2에서 청년들의 78%가 야근 수당 대신 ‘워라벨’을 선택한 것으로 나타났다. 자신의 삶을 중요시 여겨 근무 외 시간을 나만의 시간, 가치 있는 시간으로 활용하는 것에 대한 관심이 높아져 가고 있다는 소리다. 이러한 흐름 속 ‘소셜 살롱’이 인기 키워드로 부상했다.

20세기에 소멸한 프랑스의 살롱이 우리나라 도심에 중심으로 속속 생겨나고 있다. 나이, 직업 상관없이 비슷한 취향을 가진 사람이 모여 지적 대화를 나누는 ‘소셜 살롱’이 하나의 트렌드로 자리 잡은 것이다.



(출처: 충대신문  
‘2030 세대, 우리는 퇴근 후 소셜 살롱으로 모인다!’  
2020.06.03)

# 특히 ‘골프(체험관광)’, ‘사진(여행기록)’, ‘미술관(전시관람)’ 언급량 증가



백신 접종 이후 평소 관심 있는 취미를 여행지에서 즐기는 양상이 강화되는 가운데, 특히 ‘골프’, ‘미술관’에 대한 관심 크게 증가함.

## 체험, 여행기록, 전시/관람, 책방여행에 대한 주요 상승 항목

### 체험관광

KEYWORD	INCREASE RATE
골프	▲
물놀이	
체험	
경험	
보트	
서핑	
다이빙	
레저	
골프장	
아웃도어	
프리다이빙	
스쿠버다이빙	
출렁다리	
...	

- ✓ **골프**  
- “국내여행으로 확정되어버린 내 평생 한번뿐인 나의 신혼여행, 해안을 중심으로 골프코스가 형성돼 있어 굳이 외국에 나가지 않고서도 충분히 만족스러운 씨사이드 골프 코스를 즐길 수 있었다.”
- ✓ **물놀이**  
- “아이와 모래에 이름 쓰기 놀이도 해보고 초반엔 물이 얕아서 바지를 걷고 즐기 딱 좋아요~~ 그리고 바위에 바다생물들도 있어서 게두 보고 고동도 보고 생물 잡기도 재미나더라고요~~ 그리고 발견하는 즐거움도 쏙쏙하고요~”

### 여행기록

KEYWORD	INCREASE RATE
포토존	▲
인증샷	
인생샷	
감성사진	
포토스팟	
여행기록	
폴라로이드	
인생사진	
기념사진	
감성스냅	
사진맛집	
사진스팟	
여행에세이	
...	

- ✓ **포토존**  
- “이 가을의 끝을 잡으러 창경궁에 다녀왔는데요! 단풍은 조금씩 천천히 올려보겠습니다. 가을을 이렇게 빨리 보내주길 아쉬우니까요. ☺ #포토존”
- ✓ **물놀이**  
- “가을의 끝자락에 역사군락지 영남알프스에 다녀왔어요! 간월산 정상에서 인증샷도 남겨주고요 세상 행복♡ 올해도 가을을 잘 즐겼으니 겨울을 잘 맞이할 수 있겠어요. 가을여행 영남알프스 간월재 추천합니다!!”

### 전시관람

KEYWORD	INCREASE RATE
갤러리	▲
미술관	
박물관	
벽화	
박람회	
사진전	
문화재	
유네스코	
유적지	
랜드마크	
역사여행	
...	
...	
...	

- ✓ **갤러리**  
- “전북 완주군에 있는○○ gallery 라는 곳입니다. 서울에서 2시간30분 거리, 코로나 블루 속에서 부담없이, 계획없이 훌쩍 떠나 오늘도 행복을 위한 발걸음을 내딛습니다. 아트피셜한 그린, 갤러리는 언제나 고향할 때가 가장 아름답지요.”
- ✓ **박물관**  
- “서울 박물관 여행 다녀왔습니다. 요즘 박물관은 사전예약제로 운영한다는 소식이 있어서 박물관은 코로나에 조금은 안심할 수 있을거 같다는 생각이 들어서 서른 훌쩍 넘은 나이에 뜬금없이 서울 박물관 여행을 다녀왔습니다.”

### 서점방문

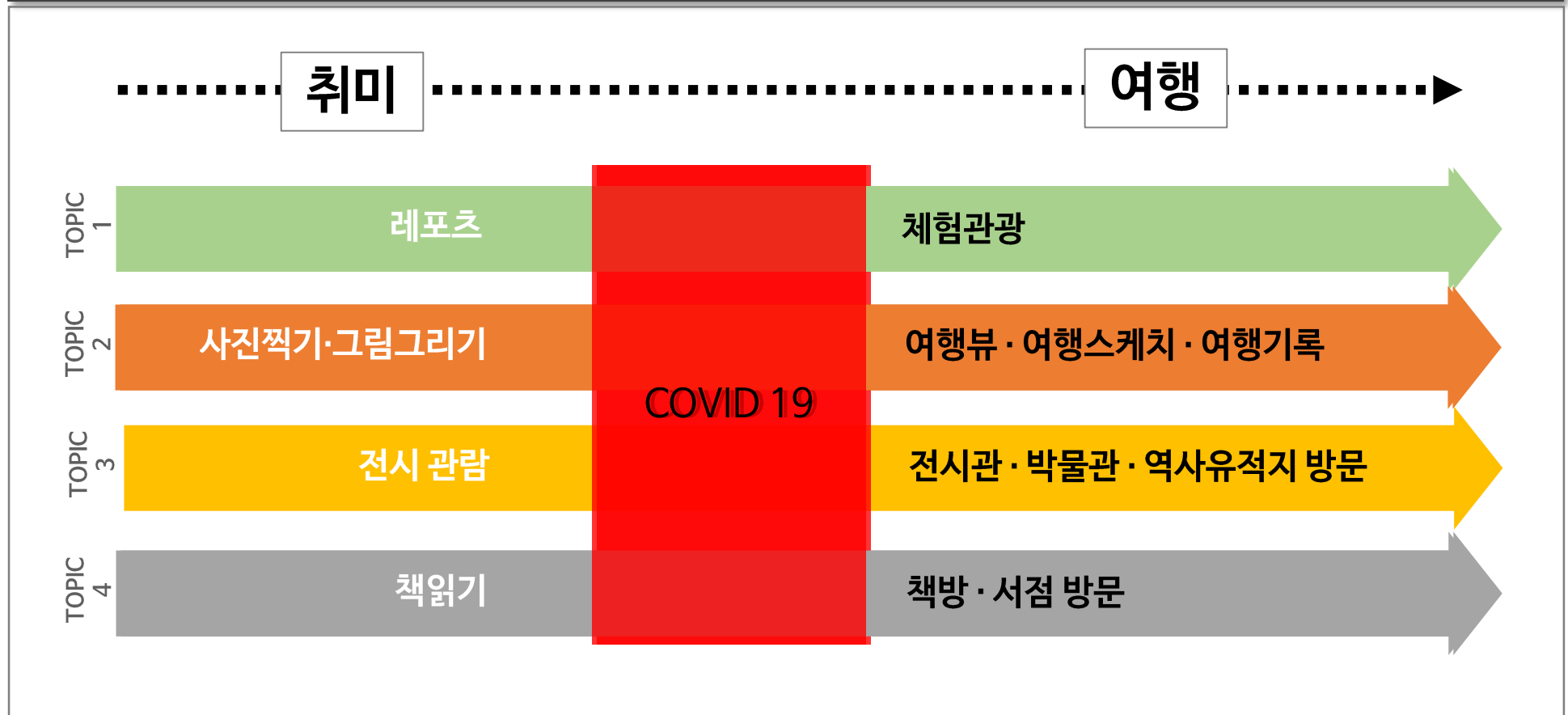
KEYWORD	INCREASE RATE
책방	▲
서점	
독립서점	
...	
...	
...	
...	
...	
...	
...	
...	
...	
...	
...	

- ✓ **책방**  
- “나는 여행을 가면 꼭 그 동네 책방을 들리는 편인데 이번 여행도 그런 여행이었다. 언젠가는 꼭 나만의 공간을 만들 수 있는 날이 오길”
- ✓ **독립서점**  
- “지난 속초여행에서 가장 재미있었던 부분은 독립서점을 방문하는 일이었다. 사실 속초가 이렇게 독립 서점이 많은 줄 몰랐다. 속초에 도착한 후에도 어찌어찌하여 내 숙소 근처에 관장은 책방이 있다는 정보를 얻게 되었다. 그러고 나서 검색해보니 다른 서점도 몇 개 있기에 하루에 한 개씩 정보 방문해보았다.”



코로나이후 레포츠, 사진, 그림, 전시, 관람, 독서 등 평소의 취미생활과 연결된 여행에 대한 관심이 늘고 있으며 이를 통해 여행의 다변화, 여행의 일상화가 더 확산될 것으로 예상됨.

## 취미 여행 콘텐츠





→ 전문가인터뷰에서 언급된 SIT 여행 상품은 다음과 같이 다양한 개인의 취향을 반영한 테마로 나타남.

SIT 여행 상품 예시

영동  
와이너리  
투어



- 여행상품 소개
  - 국내 200여 곳의 와이너리가 존재하며, 코로나19로 국내 와이너리를 찾아다니는 관광객이 늘고 있음
  - 특히 충청북도 영동군이 한국와인의 성지로 주목받고 있으며 차별화되고 다양한 프로그램으로 많은 인기를 끌고 있음
- 주요 일정
  - 불회농장: 뽕쇼/상그리아만들기/나만의 와인 담그기
  - 컨츄리농원: 와인병에 꿈을 담다/농장투어 및 와인시음
  - 산막와이너리: 가든파티
  - 여포와인농장: 와인 테이스팅/양조장 투어

(출처: 1) [https://www.hani.co.kr/arti/specialsection/esc\\_section/1014207.html](https://www.hani.co.kr/arti/specialsection/esc_section/1014207.html)  
2) <http://www.xn--2q1bq25atga3iu9cz95a.com/>)

강진 푸소  
(FU-SO)



- 여행상품 소개
  - 푸소(FUSO)란, 필링-업(Feeling-Up), 스트레스-오프(Stress-Off)의 줄임말로 농촌집(푸소체험의 집)에서 하룻밤을 지내며 호호한 정과 감성을 경험하는 프로그램
  - 숙박만 하는 기존 민박과 달리 시골집 주인과 숙식을 하며 농촌의 삶을 체험하는 일종의 '감성농박'
  - 효과적인 고객 서비스 Tip
- 주요 일정
  - 영랑생가, 다산초당 등 강진군의 대표 관광지를 방문하고, 달빛한옥마을에 머무르며 강진의 생활관광 프로그램을 체험
  - 농어촌체험, 영랑감성학교, 청자체험, 다산체험, 민화체험 등

(출처: [https://www.gangjin.go.kr/fuso/intro\\_](https://www.gangjin.go.kr/fuso/intro_))

찾아가는  
양조장



- 여행상품 소개
  - 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사에서 지역의 우수 양조장을 선정하여 제조에서 관광, 체험까지 경험할 수 있도록 지원하는 프로그램
- 주요 일정
  - 증류주, 탁주, 과실주, 청주, 약주, 기타주류 등의 시음과 우리 전통주와 관련된 다채로운 프로그램을 경험해볼 수 있음
  - '함께 방문하기 좋은 곳' 추천을 통한 지역 관광 연계

(출처: <https://thesool.com/front/contents/M000000071/view.do>)

→ 전문가인터뷰에서 언급된 SIT 여행 상품은 다음과 같이 다양한 개인의 취향을 반영한 테마로 나타남.

SIT 여행 상품 예시

백미대간  
33봉우리  
걷기여행



- 여행상품 소개
  - 승우여행사가 기획 여행상품으로, 백두대간에서도 백미로 꼽히는 33개 봉우리를 매달 하나씩 걷는 3년 일정의 여행
  - 전문 가이드가 동행하는 당일 버스 여행으로, 전문 산악인이 아니어도 산행이 가능한 코스
- 주요 일정
  - 백미대간에 선정된 봉우리는 남덕유산, 비로봉, 삼도봉, 금대봉, 천왕봉 등 우수한 자연경관을 간직하고 있으며, 생태보호구역을 제외한 계절별 명승지를 포함하고 있음

(출처: <https://www.hankookilbo.com/News/Read/202001071020015741>)

태국·필리핀·  
싱가폴  
골프  
패키지



- 여행상품 소개
  - 교원KRT 상품으로, 체류기간동안 무제한 라운딩을 즐기는 '매일 365'을 비롯해 골프와 휴양을 하나로 묶은 '골프+투어 패키지'
  - 체류기간과 골프 코스 부담을 줄인 골린이(골프+어린이) 패키지
- 주요 일정
  - 매일 365홀은 입국 당일 PCR(유전자증폭) 검사를 진행해 음성판정시점 이후 골프를 즐길 수 있음
  - 골프 투어 패키지 2종은 여행 코스에 따라 싱가포르 푸켓 미션힐 CCR 리조트 라운딩과 선셋 요트 크루즈 여행을 하나로 묶은 패키지, 치앙마이 5성급 호텔에 머물며 7개 골프장 중 하나를 골라 오전 라운딩과 오후 관광 일정을 진행하는 상품으로 구성되어 있음

(출처: [https://newsis.com/view/?id=NISX20211116\\_0001652603&dID=13001&pID=13000](https://newsis.com/view/?id=NISX20211116_0001652603&dID=13001&pID=13000))

광안리  
SUPrise



- 여행상품 소개
  - 'SUP(Stand Up Paddleboard-스탠드업패들보드)' 성지로 거듭나고 있는 광안리해수욕장에서는 해상에서 요가를 즐기는 'SUP요가'를 비롯해 '선셋 SUP' 등 다양한 프로그램이 진행
- 주요 일정
  - 아침시간에 시작하는 'SUP요가'는 패들보드를 바다 위 도킹 장치에 묶어두고 그 위에서 요가를 하는 방식으로, 바다와 함께 파도소리와 음악을 들으면서 진행
  - 요가 후에는 근육이완을 위한 아로마 오일 마사지 프로그램 진행
  - 오후 프로그램으로는 음악과 함께 노를 저으며 노을을 만끽할 수 있는 '선셋 SUP' 진행

(출처: 1) <https://www.news1.kr/articles/?4428680>  
2) <https://gwangallisuprise.kr/>)

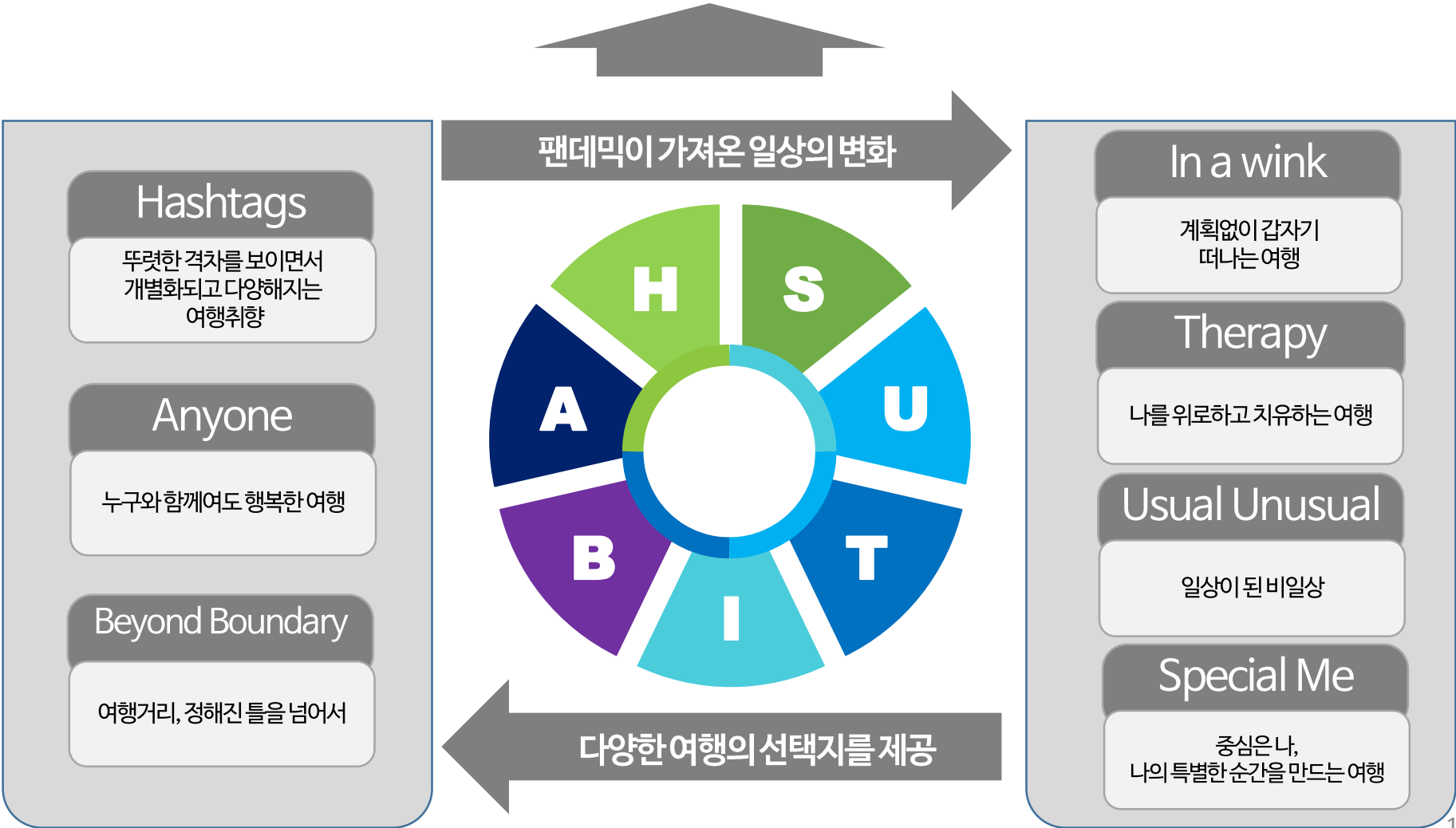
---

# 5. 2022 관광트렌드 HABIT-US

---



# 2022년 관광트렌드 HABIT-US: 여행, '나의 특별한 순간'을 만드는 이야기





## 2022년 관광트렌드 HABIT-US: 여행, '나의 특별한 순간'을 만드는 이야기

### Hashtags

뚜렷한 격차, 개별화되고 다양해진 여행 취향

- 코로나 시대 가심비를 높일 수 있는 여행 소비 증가
- 고급화, 안전한 독립형 숙소에 대한 선호 늘어
- 이색적 체험 '한옥스테이' 인기
- MZ세대 중 20대, 특히 여성 여행 소비 크게 증가 추세
- '호텔(특급호텔 외)', '면세점' 소비 두드러짐
- 여행 기간 측면에서는 '당일치기여행', '한달살이' 증가

### Anyone

누구와 함께 여도 좋은

### HABITUS

- 백신 접종 이후 소규모 가족 단위 여행 주목
- '반려동물여행', '키즈여행' 언급량이 큰 폭으로 증가
- 1인가구의 여행 소비 감소폭이 가장 낮아
- 코로나 시대 주요 여행으로 혼자여행 인기
- 1인가구 여행 소비 항목으로는 '골프', '호텔', '티켓' 도출

### Beyond Boundary

여행 경계, 정해진 틀을 넘어서

- 백신 접종 이후 243개 시군구, 관내방문객수와 유출방문객수 증가
- 관내 다양한 관광지 방문 증가, 지역의 재발견 트렌드
- 기간 측면에서도 주중, 주말 여행 모두 증가하며 여행이 일상화
- 다양한 여행지의 다양한 테마 추구



## 2022년 관광트렌드 HABIT-US: 여행, '나의 특별한 순간'을 만드는 이야기

### In a Wink 미리 계획을 세우지 않아도 떠나고 싶을 때 바로

- 코로나 확산으로 계획에 없던 즉흥적인 여행이 증가
- 즉흥여행 만족 장소로 '자연친화 여행지, 지역 내 시장 방문' 언급 다수
- 여행프로그램에 의존하기 보다는 스스로 만드는 여행, 준비없이 떠나서 얻는 뜻밖의 즐거움 추구

### Therapy 나를 위로하고 치유하는 경험

- 코로나로부터 안전을 확보할 수 있는 '도보여행', '자연친화여행' 테마 관심
- 코로나 초기부터 현재까지 '자연관광지' 검색 건수 지속 증가
- '제주도', '서울' 지역 내 자연친화여행지 방문객수 크게 증가
- 농촌, 지방 살아가기, 내가 살고 있는 지역 내 명소 발견 등 지역친화여행이 인기

## HABITUS

### Usual Unusual 일상이 된 비일상

- 백신접종 이후 '전시관람', '온라인', '복합문화공간', '체험형 콘텐츠' 강화
- 여행정보 온라인서비스, 맞춤형 정보 제공, 사전 체험, 실질적인 여행 도움 기능 보완 필요
- 제약이 없는 랜선여행, 여행의 동기부여가 되는 랜선여행

### Special Me '나의 특별한 순간'을 만드는 여행 기록

- 백신 접종 이후 개인의 기호 취향에 따른 '체험관광', '여행기록', '전시/관람'과 유사한 행태가 강화
- '책방/서점'을 찾는 행위도 여행으로 인식하는 경우 증가
- 2022년도에도 기존의 일상 속 취미로 즐기는 행위들이 여행으로 인식되는 경향 강화될 것

A person wearing a blue suit is holding a glowing blue geometric network structure. The structure is a complex, interconnected web of lines and nodes, resembling a molecular or network diagram. The text "Thank you" is centered within the structure. The background is dark blue with a faint world map. A large, semi-transparent blue circle is on the right side.

Thank you

---

## 빅데이터를 활용한 2022년 관광 트렌드 분석

**발 행 일** : 2021년 12월

**발 행 처** : 한국관광공사  
(26464) 강원도 원주시 세계로 10

**담당부서** : 관광컨설팅팀

**수행기관** : 바이브컴퍼니, 코어마인드

<비매품>

---