



2023년 외래관광객 조사 2분기 결과 (잠정치)



일러두기



1. 본 보고서는 2023년 2분기 외래관광객 조사 결과를 수록한 것임
2. 본 보고서의 모든 결과는 가중치를 적용한 결과임
3. 본 보고서에서 사용된 부호의 뜻은 다음과 같은
[-]: 해당 숫자가 없음 / [0], [0.0]: 단위 미만
4. 코로나19 팬데믹 이전인 2019년과 2023년 1~2분기 결과 비교를 목적으로
작성한 보고서임
5. 본 보고서의 결과는 2023년 1~2분기 잠정치 결과이며,
2023년 연간 조사 결과는 조사가 완료된 후 별도의 자료로 공표됨
6. 본 보고서와 관련한 문의사항은 문화체육관광부 국제관광과,
한국문화관광연구원 통계관리팀으로 연락주시기 바랍니다.
 - 문화체육관광부 : Tel. 044-203-2833, Fax. 044-203-3479
 - 한국문화관광연구원 : Tel. 02-2669-8902, Fax. 02-2669-9880

CONTENTS



제1장. 조사 개요

1. 조사 목적	7
2. 조사 주기 및 기간	7
3. 조사 기관	7
4. 조사 대상 및 방법	7
5. 조사 항목	7
6. 입국자 현황	8

제2장. 조사 결과

1. 주요 결과	10
1) 재방문을	11
2) 방한 목적	13
3) 체재 기간	17
4) 시도별 방문율	19
5) 방한 지출 경비	20
6) 방한 여행 전반적 만족도	22



CONTENTS



2. 방한 형태	24
1) 여행 전	25
가. 한국 선택 이유	
(1) 방한 목적	25
(2) 한국 여행 관심 계기	27
(3) 방문을 고려한 아시아 국가	29
(4) 아시아 국가 방문을 고려한 계기	31
(5) 방한 고려 관광 활동	33
(6) 방한 고려 관광 인프라	35
나. 여행 정보 검색	
(1) 여행 전 한국 정보 접촉 경로	37
(2) 부족했던 한국 관련 정보	39
(3) 항공권, 여행상품 예약 시기	41
(4) 개별 예약 항목	43





2) 여행 중	45
가. 여행 형태	
(1) 여행 형태	45
(2) 여행 동반자 유형	47
(3) 여행 동반자 수	49
나. 여행 활동	
(1) 여행 참여 활동	50
(2) 만족한 여행 활동	52
(3) 가장 좋았던 방문지	54
(4) 주요 숙박 시설	55
(5) 쇼핑 품목	57
(6) 쇼핑 장소	59
3) 여행 후	61
(1) 재방문 의향	61
(2) 타인 추천 의사	62

CHAPTER

2023년 외래관광객 조사 2분기 결과(잠정치)



I. 조사 개요



1. 조사 목적

- ※ 방한 외래객의 여행 실태, 소비 및 여행 평가와 관련 항목을 조사하여 한국 여행의 성향을 파악하고, 연도별 변화 추이를 비교·분석함으로써 방한 외래객 유치 증대 및 관광수용태세 개선을 위한 기초 자료로 제공하는 데에 목적이 있음

2. 조사 주기 및 기간

- ※ 조사 주기 : 월별 단위 조사
- ※ 조사 대상 기간 : 2023년 1월 ~ 12월(매월 조사 진행)
 - 1분기 : 2023년 1월 ~ 3월
 - 2분기 : 2023년 4월 ~ 6월

3. 조사 기관

- ※ 조사 주관 기관 : 문화체육관광부
- ※ 조사 수행 기관 : 한국문화관광연구원
- ※ 조사 대행 기관 : (주)케이스탯리서치

4. 조사 대상 및 방법

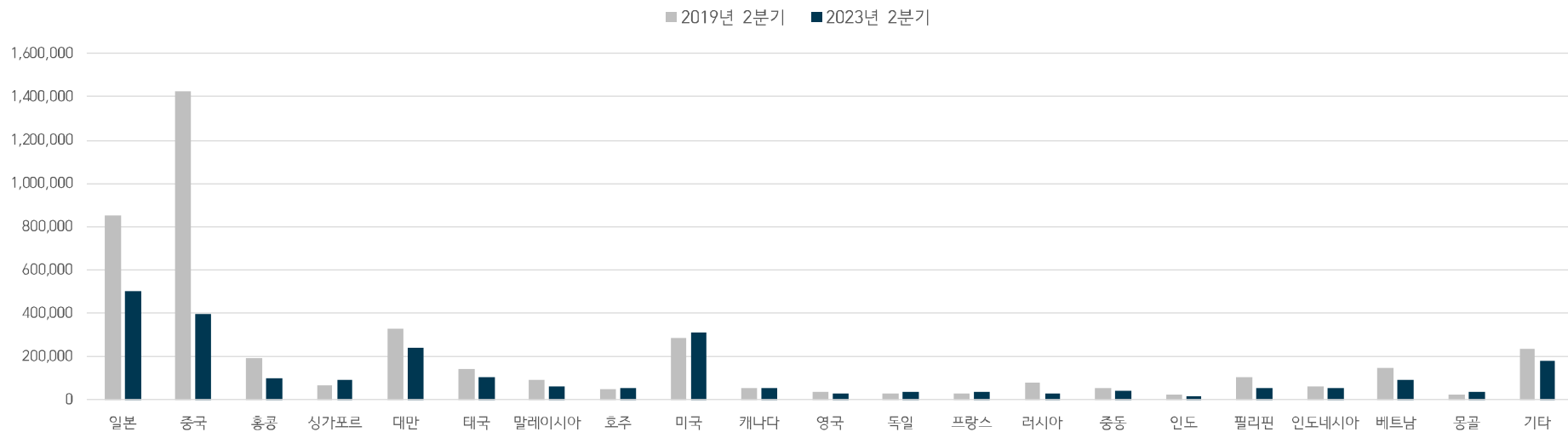
- ※ 조사 대상 : 한국을 방문한 후 출국하는 외국 국적 여행객
(만 15세 미만, 91일 이상 체류 여행객 제외)
- ※ 조사 방법 : 구조화된 설문지를 이용한 현장 대면 문답식 또는 자기기입식 방법

5. 조사 항목

구분	항목	구분	항목
여행 전	○ 한국 선택 이유	여행 중	○ 여행 형태
	- 주요 목적		- 방한 횟수
	- 한국여행 관심 계기		- 여행 형태
	- 방문을 고려한 아시아 국가		- 여행 동반자 유형, 동반자 수
	- 방문 고려한 아시아 국가 계기		○ 여행 활동
	- 방한 고려 관광 활동		- 여행 참여 활동
	- 방한 고려 관광 인프라		- 만족한 여행 활동
	○ 여행 정보 검색		- 가장 좋았던 방문지
	- 여행 전 한국 정보 접촉 경로		- 체류일 수
	- 부족했던 한국 관련 정보		- 방문 시도 및 이용 숙박 시설
여행 후	- 항공권, 여행상품 예약 시기		- 지출 경비 (항목별 경비)
	- 개별 예약 항목		- 쇼핑 품목
			- 쇼핑 장소
	- 전반 만족도		
	- 항목별 만족도		
	- 재방문 의향		
	- 추천 의향		

6. 입국자 현황

▶ 그림 1 2023년 2분기 및 2019년 2분기 입국자 현황



(단위 : 천명)

구분	전체	국적별																				
		일본	중국	홍콩	싱가포르	대만	태국	말레이시아	호주	미국	캐나다	영국	독일	프랑스	러시아	중동	인도	필리핀	인도네시아	베트남	몽골	기타
2019년 2분기(A)	4,317	851	1,427	192	64	330	143	94	46	287	53	37	29	28	79	58	25	103	61	150	25	235
2023년 2분기(B)	2,523	506	397	98	93	241	105	58	52	309	53	33	35	35	30	45	20	57	52	93	33	179
B/A	58%	60%	28%	51%	145%	73%	73%	62%	114%	108%	99%	90%	122%	126%	38%	78%	78%	55%	85%	62%	134%	76%

CHAPTER

2023년 외래관광객 조사 2분기 결과(잠정치)



II. 조사 결과

II. 조사 결과



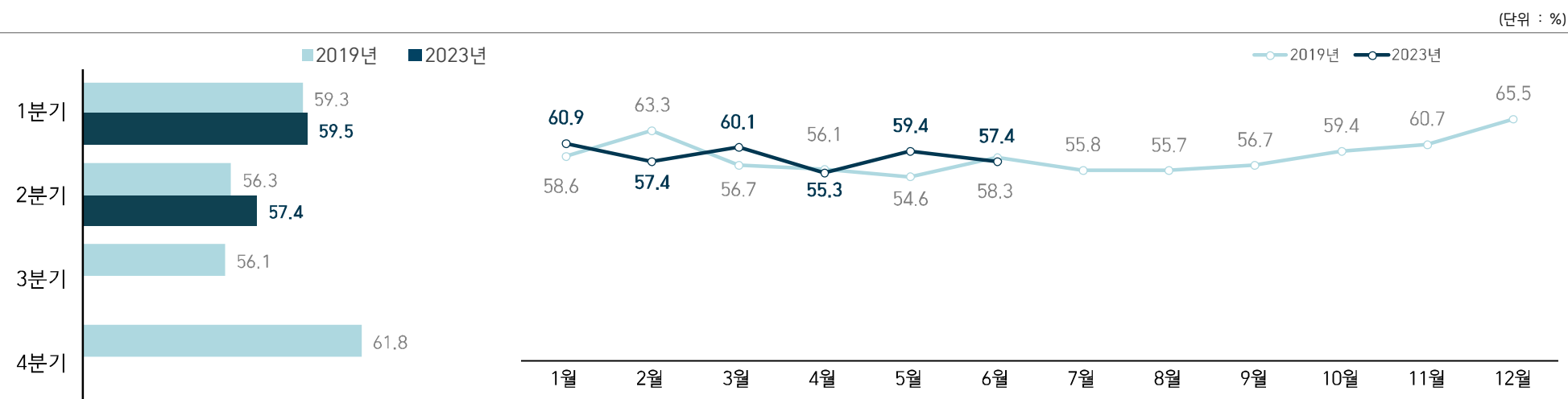
1. 주요 결과

1. 재방문율

1) 분기 및 월별 결과 분석

※ 2023년 2분기 재방문율은 57.4%로 2019년 2분기 대비 1.1%p 증가함

▶ 그림 2-1 재방문율



[표 2-1] 분기 및 월별 재방문율

(단위 : %, %p)

구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2019년(A)	58.3	59.3	56.3	56.1	61.8	58.6	63.3	56.7	56.1	54.6	58.3	55.8	55.7	56.7	59.4	60.7	65.5
2023년(B)		59.5	57.4			60.9	57.4	60.1	55.3	59.4	57.4						
GAP(B-A)		0.2	1.1			2.3	-5.9	3.4	-0.8	4.8	-0.9						

2) 국적별 결과 분석

※ 국가별로 보면, 중국(56.5% → 71.1%)과 말레이시아(41.6% → 52.8%)의 재방문율은 증가한 반면, 영국(48.7% → 30.8%)은 감소함

[표 2-2] 국적별 재방문율

(단위 : %, %p)

구분	전체	국적별																				
		일본	중국	홍콩	싱가포르	대만	태국	말레이시아	호주	미국	캐나다	영국	독일	프랑스	러시아	중동	인도	필리핀	인도네시아	베트남	몽골	기타
2019년 2분기(A)	56.3	73.4	56.5	74.3	64.7	55.3	62.2	41.6	42.8	44.6	42.4	48.7	48.7	34.2	47.8	52.6	54.8	39.1	40.6	32.2	64.2	29.9
2023년 2분기(B)	57.4	79.1	71.1	80.6	66.3	61.0	61.8	52.8	33.5	36.7	34.9	30.8	34.6	28.1	33.6	49.2	47.6	48.4	38.3	32.3	50.0	30.5
GAP(B-A)	1.1	5.7	14.6	6.3	1.6	5.7	-0.3	11.2	-9.3	-7.9	-7.5	-17.9	-14.1	-6.2	-14.2	-3.4	-7.2	9.3	-2.3	0.1	-14.2	0.6

3) 특성별 결과 분석

※ 50대의 재방문율은 증가(58.0% → 67.6%)했으나, 15~19세의 재방문율은 감소(45.4% → 35.8%)함

[표 2-3] 특성별 재방문율

(단위 : %)

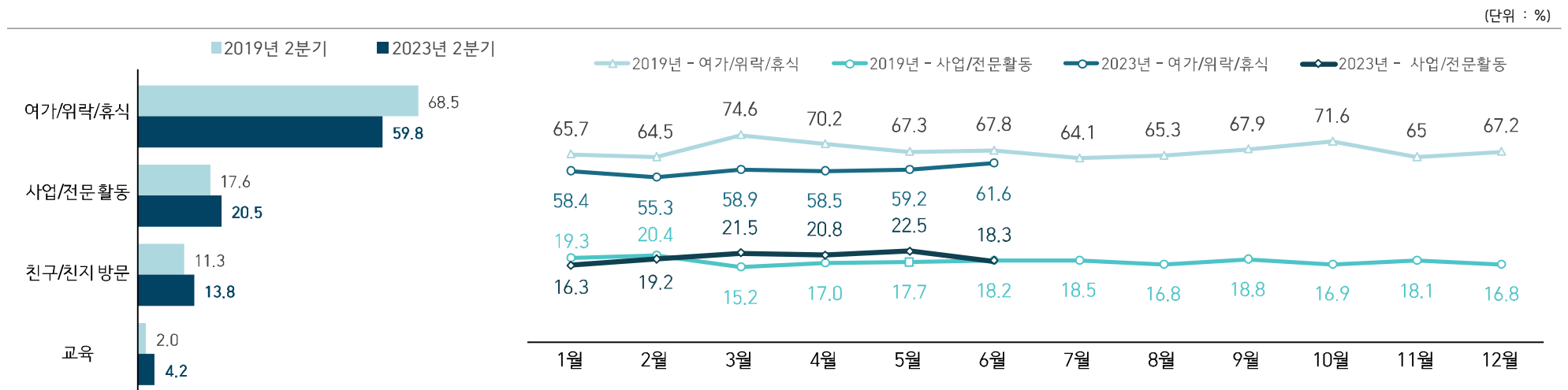
구분	전체	성별		연령별						방한목적별				여행형태별		
		남	여	15~19세	20대	30대	40대	50대	60대 이상	여가/위락/휴식	친구/친지 방문	사업/전문활동	교육	개별여행	Air-tel	단체여행
2019년 2분기(A)	56.3	55.5	56.9	45.4	51.3	59.1	62.0	58.0	56.8	51.6	64.4	68.1	66.1	61.2	60.2	31.2
2023년 2분기(B)	57.4	55.5	58.7	35.8	47.9	55.3	65.0	67.6	58.2	51.9	65.9	66.7	61.2	59.2	66.3	35.4
GAP(B-A)	1.1	-0.1	1.8	-9.6	-3.3	-3.8	3.0	9.6	1.4	0.3	1.5	-1.4	-4.9	-2.0	6.1	4.2

2. 방한 목적

1) 분기 및 월별 결과 분석

- ※ 2023년 2분기 외래관광객의 주요 방한 목적은 ‘여가/위락/휴식’(59.8%), ‘사업/전문활동’(20.5%), ‘친구/친지 방문’(13.8%) 등의 순으로 나타남
- ※ ‘여가/위락/휴식’은 2019년 2분기 대비 -8.7%p 낮음

▶ 그림 2-2 방한 목적



주) 2023년부터 ‘종교 및 순례’ 항목을 제외함

[표 2-4] 분기 및 월별 방한 목적

(단위 : %, %p)

구분		전체	분기별				월별											
			1분기	2분기	3분기	4분기	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
여가/위락/ 휴식	2019년	67.8	68.9	68.5	65.8	68.1	65.7	64.5	74.6	70.2	67.3	67.8	64.1	65.3	67.9	71.6	65.0	67.2
	2023년		57.7	59.8			58.4	55.3	58.9	58.5	59.2	61.6						
	GAP(B-A)		-11.2	-8.7			-7.3	-9.2	-15.7	-11.7	-8.1	-6.1						
사업/전문 활동	2019년	17.7	18.0	17.6	18.0	17.2	19.3	20.4	15.2	17.0	17.7	18.2	18.5	16.8	18.8	16.9	18.1	16.8
	2023년		19.6	20.5			16.3	19.2	21.5	20.8	22.5	18.3						
	GAP(B-A)		1.6	2.9			-3.0	-1.2	6.3	3.8	4.8	0.1						
친구/친지 방문	2019년	11.2	10.7	11.3	11.8	10.9	12.8	12.2	8.0	10.7	12.9	10.4	12.6	12.8	10.0	8.5	13.0	11.7
	2023년		16.8	13.8			21.4	17.0	14.2	16.3	12.2	13.0						
	GAP(B-A)		6.1	2.5			8.6	4.8	6.2	5.5	-0.7	2.6						
교육	2019년	2.5	1.6	2.0	3.2	2.9	1.3	2.6	1.1	1.6	1.7	2.8	3.3	4.2	2.1	2.0	3.3	3.7
	2023년		3.9	4.2			2.7	6.3	3.2	2.7	3.6	6.1						
	GAP(B-A)		2.3	2.1			1.4	3.7	2.1	1.1	1.9	3.3						

2) 국적별 결과 분석

- ※ 2023년 2분기 중국의 ‘여가/위락/휴식’(54.8%) 목적은 2019년 2분기 대비 -17.6%p 감소했으나, ‘교육’(12.3%) 목적 방문은 9.5%p 증가함
- ※ 싱가포르, 호주, 영국 등의 국가에서 ‘여가/위락/휴식’ 목적 방문이 2019년 2분기 대비 높음

[표 2-5] 국적별 방한 목적

(단위 : %, %p)

구분		전체	국적별																				
			일본	중국	홍콩	싱가포르	대만	태국	말레이시아	호주	미국	캐나다	영국	독일	프랑스	러시아	중동	인도	필리핀	인도네시아	베트남	몽골	기타
여가/위락/휴식	2019년 2분기(A)	68.5	75.0	72.4	83.8	72.0	82.0	76.0	73.0	58.7	41.7	52.2	41.8	36.3	55.1	51.1	40.0	11.1	74.7	61.6	69.5	39.6	43.7
	2023년 2분기(B)	59.8	66.9	54.8	78.4	89.8	80.8	52.4	64.9	70.5	46.8	56.6	51.4	36.4	57.0	40.9	28.9	18.7	65.1	67.4	56.4	43.8	41.3
	GAP(B-A)	-8.7	-8.1	-17.6	-5.5	17.9	-1.3	-23.7	-8.1	11.8	5.1	4.3	9.5	0.1	1.9	-10.2	-11.1	7.5	-9.6	5.8	-13.1	4.2	-2.4
사업/전문활동	2019년 2분기(A)	17.6	16.0	12.6	11.0	19.7	12.6	14.2	17.1	19.9	32.1	20.5	30.6	37.4	24.5	22.4	39.9	78.8	10.9	22.4	11.6	34.9	39.8
	2023년 2분기(B)	20.5	15.1	19.2	12.9	7.3	13.4	14.6	24.7	17.9	26.7	13.6	25.3	42.6	23.4	39.2	34.6	64.9	19.6	25.2	10.3	15.1	42.7
	GAP(B-A)	2.9	-0.9	6.6	1.9	-12.4	0.8	0.4	7.6	-2.0	-5.4	-6.9	-5.3	5.2	-1.1	16.8	-5.2	-13.9	8.7	2.9	-1.3	-19.8	3.0
친구/친지 방문	2019년 2분기(A)	11.3	7.9	12.0	3.1	6.9	5.0	6.9	6.9	18.0	24.7	24.3	22.5	22.5	16.3	19.4	11.9	6.3	10.3	9.2	18.9	16.7	9.4
	2023년 2분기(B)	13.8	14.3	13.5	3.7	2.1	4.0	25.9	5.4	10.0	22.3	22.1	17.3	16.7	11.0	15.1	17.0	11.4	13.1	4.1	27.5	33.8	8.6
	GAP(B-A)	2.5	6.4	1.4	0.6	-4.8	-0.9	19.0	-1.5	-7.9	-2.3	-2.1	-5.2	-5.8	-5.3	-4.2	5.1	5.2	2.8	-5.1	8.7	17.1	-0.8
교육	2019년 2분기(A)	2.0	0.4	2.8	2.1	1.4	0.4	2.6	3.0	0.8	1.3	0.0	2.3	3.8	2.7	1.0	2.5	2.8	2.9	5.1	0.0	7.1	7.2
	2023년 2분기(B)	4.2	1.2	12.3	1.8	0.0	1.7	5.7	3.9	0.7	3.2	0.8	0.4	2.5	3.1	4.0	9.5	4.4	1.7	1.6	3.1	1.5	6.2
	GAP(B-A)	2.1	0.8	9.5	-0.3	-1.4	1.2	3.1	0.9	0.0	2.0	0.8	-1.9	-1.3	0.4	3.0	7.0	1.5	-1.2	-3.5	3.1	-5.6	-1.0

3) 특성별 결과 분석

- ※ 2023년 2분기 50대의 '여가/위락/휴식'(52.9%) 목적이 2019년 2분기(64.4%) 대비 낮음
- ※ 20대에서 '교육'(10.4%) 목적 방문이 2019년 2분기 대비 7.0%p 증가함

[표 2-6] 특성별 방한 목적

(단위 : %, %p)

구분		전체	성별		연령별						방한횟수별				여행형태별		
			남	여	15~19세	20대	30대	40대	50대	60대 이상	1회	2회	3회	4회 이상	개별여행	Air-tel	단체여행
여가/위락/휴식	2019년 2분기(A)	68.5	54.3	78.4	75.3	76.6	66.1	60.8	64.4	65.2	75.8	67.9	68.7	57.5	61.0	95.1	89.7
	2023년 2분기(B)	59.8	45.2	70.1	67.8	67.7	60.6	54.8	52.9	56.8	67.5	64.5	56.5	47.1	55.2	82.8	88.0
	GAP(B-A)	-8.7	-9.1	-8.2	-7.5	-8.9	-5.5	-6.0	-11.5	-8.4	-8.3	-3.4	-12.2	-10.4	-5.9	-12.2	-1.7
사업/전문활동	2019년 2분기(A)	17.6	30.6	8.5	9.7	9.6	21.8	25.4	20.8	14.8	12.8	15.6	16.4	26.5	21.5	3.4	6.5
	2023년 2분기(B)	20.5	38.0	8.1	3.3	8.9	23.4	29.0	29.2	13.6	16.0	16.9	24.2	27.7	22.9	9.4	5.2
	GAP(B-A)	2.9	7.3	-0.4	-6.4	-0.7	1.5	3.7	8.3	-1.2	3.2	1.3	7.7	1.2	1.4	6.0	-1.3
친구/친지 방문	2019년 2분기(A)	11.3	12.1	10.8	7.2	10.1	9.9	11.9	13.4	18.6	9.2	12.7	12.9	13.1	14.7	0.3	0.9
	2023년 2분기(B)	13.8	11.8	15.3	18.3	11.1	12.5	12.5	14.8	27.0	11.1	13.7	13.9	17.8	15.9	4.3	0.9
	GAP(B-A)	2.5	-0.4	4.5	11.1	1.0	2.6	0.6	1.4	8.5	1.8	1.0	1.0	4.7	1.1	3.9	0.0
교육	2019년 2분기(A)	2.0	2.3	1.9	7.0	3.4	1.4	1.3	0.9	0.3	1.6	3.0	1.7	2.3	2.0	1.2	2.6
	2023년 2분기(B)	4.2	3.3	4.8	7.7	10.4	2.7	2.0	0.8	0.0	3.8	3.3	4.5	5.1	4.4	3.1	2.4
	GAP(B-A)	2.1	1.0	2.9	0.7	7.0	1.3	0.7	-0.1	-0.3	2.2	0.2	2.8	2.9	2.4	1.9	-0.2

3. 체재 기간

1) 분기 및 월별 결과 분석

- ※ 2023년 2분기 외래관광객의 평균 체재 기간은 9.9일이며, 2019년 2분기 대비 2.6일 증가함
- ※ 체재 기간 61일 이상을 결측한 2분기 체재 기간은 평균 8.1일로 나타남

[표 2-7] 분기 및 월별 체재 기간

(단위 : 일)

구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2019년(A)	7.6	7.7	7.3	7.8	7.6	9.3	7.9	6.4	6.6	7.3	8.0	8.0	8.4	7.0	7.0	7.7	8.4
2023년(B)		10.4	9.9			11.2	12.2	8.9	9.1	10.0	10.5						
GAP(B-A)		2.7	2.6			1.9	4.3	2.5	2.5	2.6	2.5						

[표 2-8] 분기 및 월별 체재 기간 - 61일 이상 결측

(단위 : 일)

구분		전체	분기별				월별											
			1분기	2분기	3분기	4분기	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
기 존 결 측	2019년(A)	6.7	6.9	6.6	7.1	6.4	7.8	7.1	6.1	6.5	6.6	6.8	7.4	7.4	6.4	6.4	6.5	6.3
	2023년(B)		8.4	8.1			9.2	8.3	8.1	8.5	8.1	7.7						
	GAP(B-A)		1.5	1.5			1.4	1.2	2.0	2.0	1.5	0.9						

주) 2022년까지 체재 기간 61일 이상을 영향치로 간주하고 평균 산출 시 제외하였으나, 2023년부터 결측 없이 산출함

2) 국적별 결과 분석

※ 전반적으로 2019년 2분기 대비 체재 기간 증가한 가운데, 중국(8.3일 → 15.9일)의 체재 기간이 증가함

[표 2-9] 국적별 체재 기간

(단위 : 일)

구분	전체	국적별																				
		일본	중국	홍콩	싱가포르	대만	태국	말레이시아	호주	미국	캐나다	영국	독일	프랑스	러시아	중동	인도	필리핀	인도네시아	베트남	몽골	기타
2019년 2분기(A)	7.3	3.7	8.3	5.5	7.1	5.8	5.8	6.3	8.6	8.8	8.3	11.0	11.1	11.7	8.0	10.7	14.4	8.2	6.9	8.7	18.3	11.4
2023년 2분기(B)	9.9	5.0	15.9	6.0	8.4	6.0	8.7	7.9	11.8	10.7	11.2	11.0	9.7	14.1	17.2	17.1	14.2	8.2	8.5	9.9	18.4	12.3
GAP(B-A)	2.6	1.3	7.6	0.5	1.4	0.2	2.9	1.6	3.2	1.9	3.0	0.0	-1.4	2.4	9.3	6.4	-0.2	0.0	1.5	1.2	0.1	0.9

3) 특성별 결과 분석

※ 목적별로는 교육 목적, 여행형태별로는 개별여행의 체재 기간이 2019년 2분기 대비 증가한 것으로 나타남

[표 2-10] 특성별 체재 기간

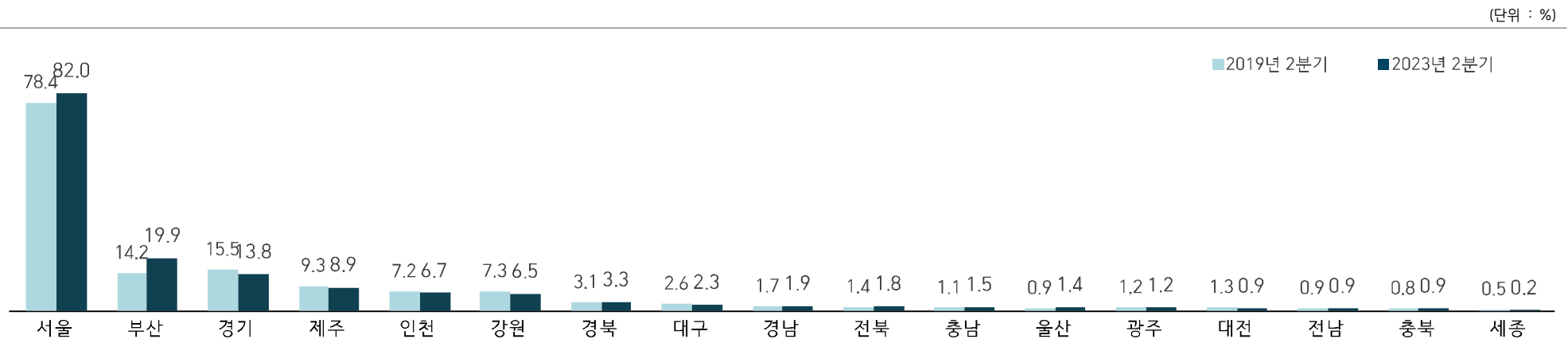
(단위 : 일)

구분	전체	성별		연령별						방한목적별				방한 횟수				여행형태별		
		남	여	15~19세	20대	30대	40대	50대	60대 이상	여가/위락/휴식	친구/친지 방문	사업/전문활동	교육	1회	2회	3회	4회 이상	개별여행	Air-tel	단체여행
2019년 2분기(A)	7.3	7.4	7.2	11.1	8.0	6.7	6.7	6.6	7.5	5.7	11.5	7.4	32.9	7.1	7.3	6.9	7.6	8.0	4.1	5.5
2023년 2분기(B)	9.9	9.5	10.1	13.3	12.7	9.6	8.1	7.4	10.7	7.2	14.2	8.4	43.0	9.6	9.5	10.4	10.3	10.7	4.9	5.5
GAP(B-A)	2.6	2.1	3.0	2.2	4.7	2.8	1.4	0.8	3.2	1.4	2.7	1.0	10.1	2.5	2.1	3.5	2.7	2.7	0.8	0.1

4. 시도별 방문율

- ※ 2023년 2분기 시도별 방문율은 '서울'이 82.0%로 가장 높고, '부산'(19.9%), '경기'(13.8%), '제주'(8.9%) 등의 순임
- ※ '서울'(78.4% → 82.0%)과 '부산'(14.2% → 19.9%) 방문율은 증가했으나, '경기'(15.5% → 13.8%)는 감소함

▶ 그림 2-3 시도별 방문율



[표 2-11] 분기별 시도별 방문율

(단위 : %, %p)

구분	서울	부산	경기	제주	인천	강원	경북	대구	경남	전북	충남	울산	광주	대전	전남	충북	세종
2019년 2분기(A)	78.4	14.2	15.5	9.3	7.2	7.3	3.1	2.6	1.7	1.4	1.1	0.9	1.2	1.3	0.9	0.8	0.5
2023년 2분기(B)	82.0	19.9	13.8	8.9	6.7	6.5	3.3	2.3	1.9	1.8	1.5	1.4	1.2	0.9	0.9	0.9	0.2
GAP(B-A)	3.6	5.6	-1.7	-0.4	-0.4	-0.8	0.2	-0.4	0.2	0.4	0.4	0.5	0.0	-0.4	0.0	0.0	-0.3

5. 방한 여행 지출 경비

1) 분기 및 월별 결과 분석 - 1인 기준

- ※ 2023년 2분기 1인 평균 지출 경비는 US\$2,343.3로 나타났고, 4월이 US\$2,426.5로 높음

[표 2-12] 분기 및 월별 방한 여행 1인 지출 경비

(단위 : US\$)

구분		전체	분기별				월별											
			1분기	2분기	3분기	4분기	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2023년 (상하위 1% 대체)			2,318.8	2,343.3			2,463.2	2,380.0	2,207.6	2,426.5	2,413.1	2,201.6						
항공료 제외, 기존 결측	2019년 (A)	1,239.2	1,267.8	1,179.1	1,273.5	1,241.2	1,159.0	1,382.7	1,254.7	1,177.7	1,170.7	1,188.8	1,309.0	1,191.4	1,326.5	1,228.5	1,261.0	1,235.8
	2023년 (B)		1,495.8	1,538.5			1,618.6	1,616.8	1,358.9	1,621.1	1,537.8	1,462.2						
	GAP(B-A)		228.0	359.4			459.6	234.1	104.2	443.4	367.1	273.4						

주) 2023년부터 지출 경비에 국적이 및 비국적기에 지출된 국제 항공료를 포함하고, 상하위 1%를 대체하여 산출함.

주) 상하위 1% 대체 : 지출 경비의 상위 1%와 하위 1%를 Winsorization 대체하여 산출함. 대체는 상하위 1%에서 가장 가까운 값으로 대체함

대체 기준 1%는 상하위 1%에서 지출 경비가 극단치를 보이고 있어 결과의 안정성을 위해 설정하게 됨. 이 기준은 분기마다 조사된 지출 경비의 분포에 따라 변경될 수 있음

주) 기존 결측 : 지출 경비 평균 산출 시 개별여행객 US\$10,000, 단체 및 Air-tel 여행객 US\$11,000 결측하여 산출함

2) 분기 및 월별 결과 분석 - 1인 1일 기준

※ 2023년 2분기의 1일 지출 경비는 US\$344.6로 나타났으며, 4월이 US\$365.3로 높음

[표 2-13] 분기 및 월별 방한 여행 1인 1일 지출 경비

(단위 : US\$)

구분		전체	분기별				월별											
			1분기	2분기	3분기	4분기	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2023년 (상하위 1% 대체)			339.1	344.6			342.4	339.5	337.1	365.3	346.9	323.1						
항공료 제외, 기존 결측	2019년 (A)	245.4	252.6	227.8	247.5	254.7	221.1	270.5	260.5	231.9	228.3	222.7	253.6	224.8	265.7	251.2	257.0	256.4
	2023년 (B)		221.0	231.4			225.2	234.2	211.2	241.4	230.6	222.7						
	GAP(B-A)		-31.6	3.6			4.1	-36.3	-49.3	9.5	2.3	0.0						

주) 2023년부터 1일 지출 경비 산출 시 체재 기간 61일 이상 여행객을 포함하고, 상하위 1%를 대체하여 산출함

지출 경비에는 국적기 및 비국적기에 지출된 국제 항공료를 포함함

주) 상하위 1% 대체 : 지출 경비의 상위 1%와 하위 1%를 Winsorization 대체하여 산출함. 대체는 상하위 1%에서 가장 가까운 값으로 대체함

대체 기준 1%는 상하위 1%에서 지출 경비가 극단치를 보이고 있어 결과의 안정성을 위해 설정하게 됨. 이 기준은 분기마다 조사된 지출 경비의 분포에 따라 변경될 수 있음

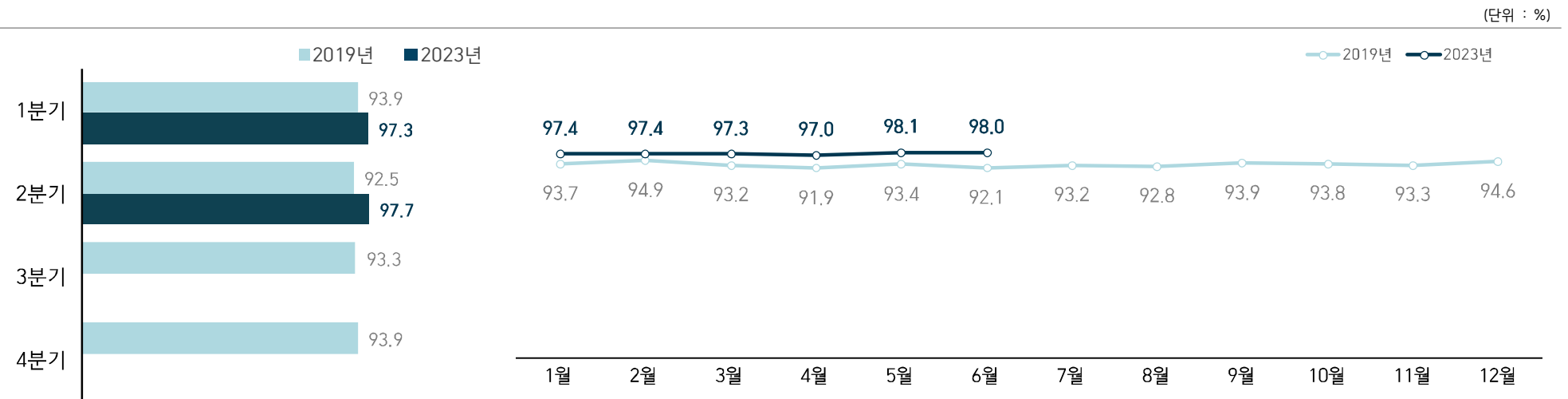
주) 기존 결측 : 1일 지출 경비 평균 산출 시 체재 기간 61일 이상 여행객은 제외하고, 개별여행객 US\$10,000, 단체 및 Air-tel 여행객 US\$11,000 이상을 결측하여 산출함

6. 방한 여행 전반적 만족도

1) 분기 및 월별 결과 분석

※ 2023년 2분기의 방한 여행 전반적 만족도는 97.7%며, 2019년 2분기 대비 5.2%p 높음

▶ 그림 2-4 방한 여행 전반적 만족도



[표 2-14] 분기 및 월별 방한 여행 전반적 만족도

(단위 : %, %p)

구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2019년(A)	93.4	93.9	92.5	93.3	93.9	93.7	94.9	93.2	91.9	93.4	92.1	93.2	92.8	93.9	93.8	93.3	94.6
2023년(B)		97.3	97.7			97.4	97.4	97.3	97.0	98.1	98.0						
GAP(B-A)		3.4	5.2			3.7	2.5	4.1	5.1	4.6	5.8						

주) 만족도는 '매우 만족' 및 '만족' 비율을 합산한 결과임

2) 국적별 결과 분석

※ 일본의 방한 여행 만족도가 96.4%로 2019년 2분기 대비 10.7%p 증가함

[표 2-15] 국적별 방한 여행 전반적 만족도

(단위 : %, %p)

구분	전체	국적별																				
		일본	중국	홍콩	싱가포르	대만	태국	말레이시아	호주	미국	캐나다	영국	독일	프랑스	러시아	중동	인도	필리핀	인도네시아	베트남	몽골	기타
2019년 2분기(A)	92.5	85.7	92.2	88.4	97.6	97.3	93.4	94.6	97.8	97.6	98.6	100.0	94.4	95.1	94.3	94.8	97.6	100.0	95.0	96.3	97.5	93.0
2023년 2분기(B)	97.7	96.4	99.2	96.5	98.6	95.8	96.5	95.7	98.4	100.0	99.5	95.3	96.7	98.3	99.2	98.8	99.4	98.6	97.0	95.9	98.6	98.0
GAP(B-A)	5.2	10.7	7.0	8.0	1.0	-1.5	3.1	1.1	0.6	2.4	0.9	-4.7	2.4	3.2	5.0	4.1	1.8	-1.4	2.1	-0.4	1.1	4.9

3) 특성별 결과 분석

※ 전반적으로 만족도가 증가했으나, Air-tel 형태로 한국을 방문한 외래객의 만족도가 감소(92.2% → 91.1%)함

[표 2-16] 특성별 방한 여행 전반적 만족도

(단위 : %, %p)

구분	전체	성별		연령별						방한목적별				방한 횟수				여행형태별		
		남	여	15~19세	20대	30대	40대	50대	60대 이상	여가/위락/휴식	친구/친지 방문	사업/전문활동	교육	1회	2회	3회	4회 이상	개별여행	Air-tel	단체여행
2019년 2분기(A)	92.5	92.0	92.8	93.3	92.9	92.3	92.0	92.7	91.2	92.4	96.0	90.1	93.7	93.7	93.8	90.7	90.3	92.8	92.2	90.9
2023년 2분기(B)	97.7	97.4	97.9	93.3	98.4	97.8	97.6	98.0	95.1	97.7	98.8	96.7	99.0	98.0	98.8	96.6	97.0	98.2	91.1	96.7
GAP(B-A)	5.2	5.4	5.1	-0.1	5.5	5.5	5.6	5.4	4.0	5.3	2.8	6.6	5.3	4.2	5.0	5.9	6.7	5.4	-1.1	5.8

II. 조사 결과



2. 방한 행태

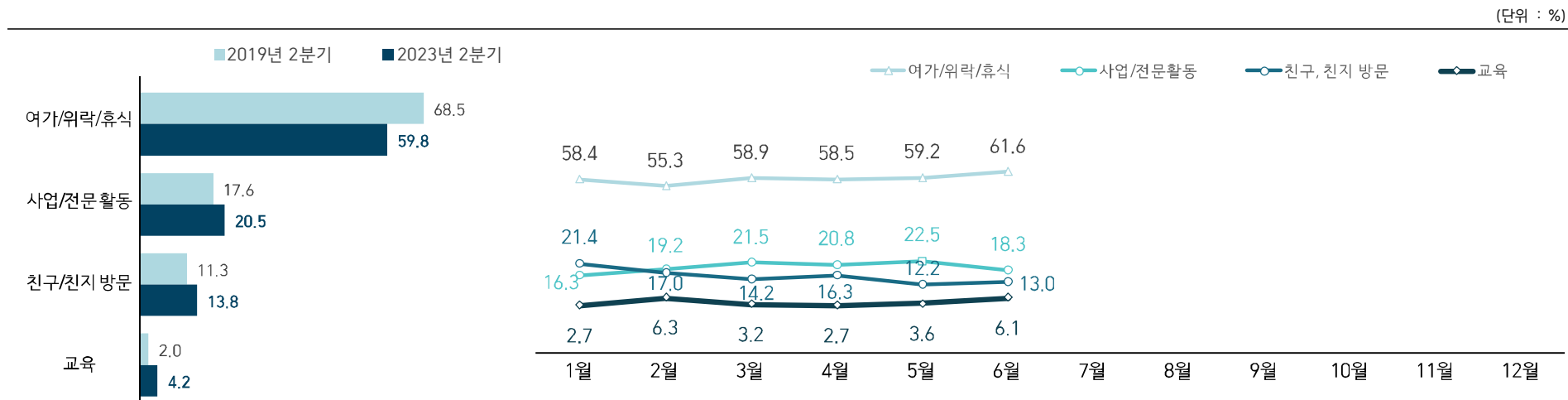
1. 여행 전

가. 한국 선택 이유

1) 방한 목적

- ※ 2023년 2분기 한국 방문 목적은 ‘여가/위락/휴식’이 59.8%로 가장 높고,
다음은 ‘사업/전문활동’(20.5%), ‘친구/친지 방문’(13.8%), ‘교육’(4.2%) 등의 순으로 나타남
- ※ ‘여가/위락/휴식’은 6월이 61.6%로 가장 높게 나타남

▶ 그림 3-1 방한 목적



주) 종교 및 순례는 2023년 조사 항목에서 삭제됨

[표 3-1] 방한 목적

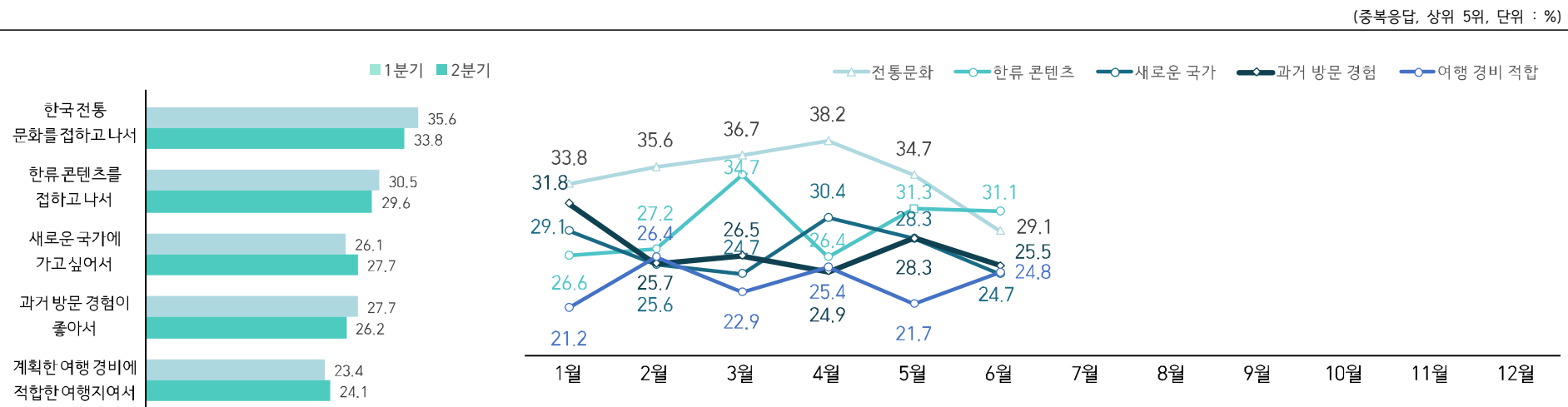
(단위 : %)

구분		전체	분기별				월별											
			1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
여가, 위락, 휴식	2019년	67.8	68.9	68.5	65.8	68.1	65.7	64.5	74.6	70.2	67.3	67.8	64.1	65.3	67.9	71.6	65.0	67.2
	2023년		57.7	59.8			58.4	55.3	58.9	58.5	59.2	61.6						
사업 또는 전문 활동	2019년	17.7	18.0	17.6	18.0	17.2	19.3	20.4	15.2	17.0	17.7	18.2	18.5	16.8	18.8	16.9	18.1	16.8
	2023년		19.6	20.5			16.3	19.2	21.5	20.8	22.5	18.3						
친구, 친지 방문	2019년	11.2	10.7	11.3	11.8	10.9	12.8	12.2	8.0	10.7	12.9	10.4	12.6	12.8	10.0	8.5	13.0	11.7
	2023년		16.8	13.8			21.4	17.0	14.2	16.3	12.2	13.0						
교육	2019년	2.5	1.6	2.0	3.2	2.9	1.3	2.6	1.1	1.6	1.7	2.8	3.3	4.2	2.1	2.0	3.3	3.7
	2023년		3.9	4.2			2.7	6.3	3.2	2.7	3.6	6.1						
종교 및 순례	2019년	0.2	0.3	0.1	0.3	0.1	0.3	0.1	0.5	0.2	0.1	0.2	0.1	0.2	0.4	0.4	0.0	0.0
	2023년		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
기타	2019년	0.6	0.5	0.4	1.0	0.7	0.7	0.2	0.5	0.3	0.3	0.6	1.4	0.7	0.8	0.6	0.7	0.7
	2023년		2.0	1.7			1.2	2.3	2.2	1.8	2.6	0.9						

2) 한국 여행 관심 계기

- ※ 한국 여행에 관심을 가지게 된 계기는 2분기 기준 ‘한국 전통문화를 접하고 나서’(33.8%), ‘한류 콘텐츠를 접하고 나서’(29.6%), ‘새로운 국가에 가고 싶어서’(27.7%) 등의 순으로 나타남
- ※ ‘한국 전통문화를 접하고 나서’는 4월에 38.2%로 가장 높게 나타남

▶ 그림 3-2 한국여행 관심 계기



[표 3-2] 한국여행 관심 계기

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)

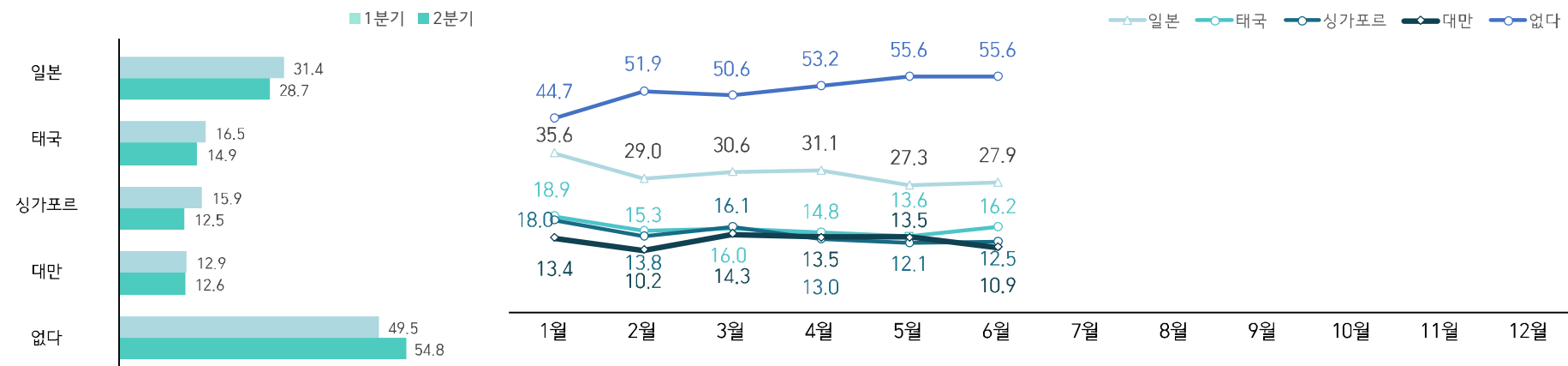
구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
한국 전통문화를 접하고 나서		35.6	33.8			33.8	35.6	36.7	38.2	34.7	29.1						
한류 콘텐츠를 접하고 나서		30.5	29.6			26.6	27.2	34.7	26.4	31.3	31.1						
새로운 국가에 가고 싶어서		26.1	27.7			29.1	25.6	24.7	30.4	28.3	24.7						
과거 방문 경험이 좋아서		27.7	26.2			31.8	25.7	26.5	24.9	28.3	25.5						
계획한 여행 경비에 적합한 여행지여서		23.4	24.1			21.2	26.4	22.9	25.4	21.7	24.8						

3) 방문을 고려한 아시아 국가

※ 한국 외에 방문을 고려한 아시아 국가는 ‘일본’(28.7%), ‘태국’(14.9%), ‘싱가포르’(12.5%), ‘대만’(12.6%) 등의 순임

▶ 그림 3-3 방문을 고려한 아시아 국가

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)



[표 3-3] 방문을 고려한 아시아 국가

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)

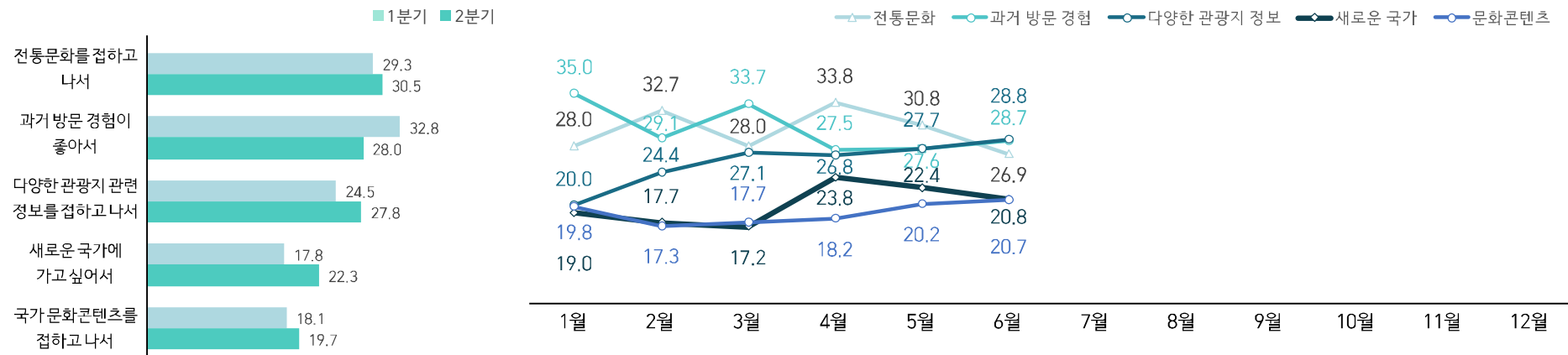
구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
일본		31.4	28.7			35.6	29.0	30.6	31.1	27.3	27.9						
태국		16.5	14.9			18.9	15.3	16.0	14.8	13.6	16.2						
싱가포르		15.9	12.5			18.0	13.8	16.1	13.0	12.1	12.5						
대만		12.9	12.6			13.4	10.2	14.3	13.5	13.5	10.9						
없다		49.5	54.8			44.7	51.9	50.6	53.2	55.6	55.6						

4) 아시아 국가 방문을 고려한 계기

- ※ 한국 외 아시아 국가에 방문을 고려한 계기는 2023년 2분기 기준 ‘전통문화를 접하고 나서’(30.5%), ‘과거 방문 경험이 좋아서’(28.0%), ‘다양한 관광지 관련 정보를 접하고 나서’(27.8%) 등의 순으로 높음

▶ 그림 3-4 방문 고려한 아시아 국가 계기

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)



[표 3-4] 방문 고려한 아시아 국가 계기

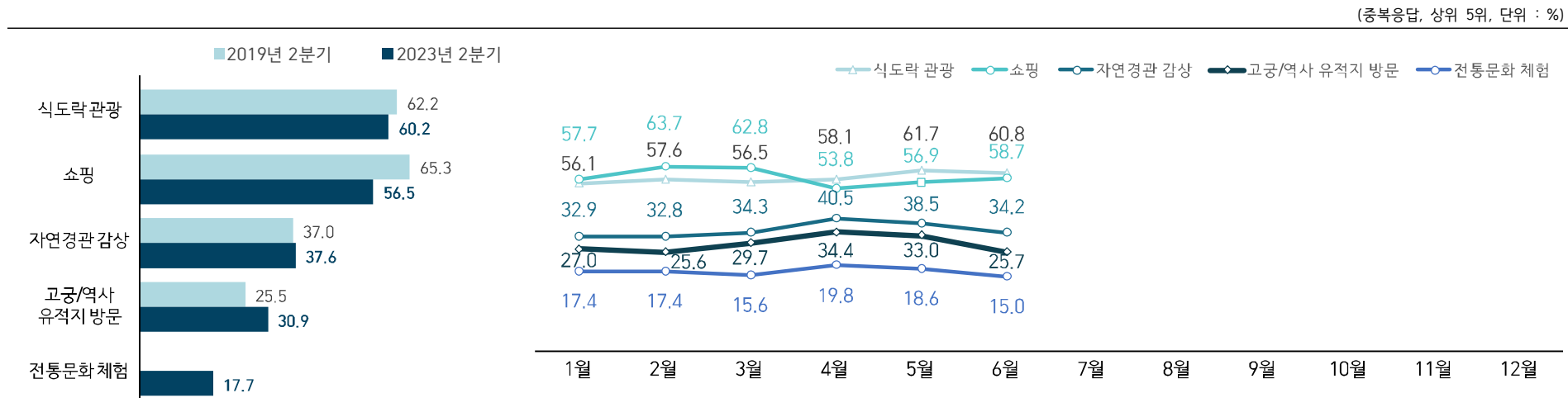
(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)

구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
국가 전통문화를 접하고 나서		29.3	30.5			28.0	32.7	28.0	33.8	30.8	26.9						
과거 방문 경험이 좋아서		32.8	28.0			35.0	29.1	33.7	27.5	27.6	28.7						
국가의 다양한 관광지 관련 정보를 접하고 나서		24.5	27.8			20.0	24.4	27.1	26.8	27.7	28.8						
새로운 국가에 가고 싶어서		17.8	22.3			19.0	17.7	17.2	23.8	22.4	20.8						
국가 문화콘텐츠를 접하고 나서		18.1	19.7			19.8	17.3	17.7	18.2	20.2	20.7						

5) 방한 고려 관광 활동

- ※ 한국을 최종 관광목적지로 선택할 때 고려한 주요 관광활동으로는 ‘식도락 관광’(60.2%), ‘쇼핑’(56.5%), ‘자연경관 감상’(37.6%), ‘고궁/역사 유적지 방문’(30.9%) 등의 순으로 나타남
- ※ ‘식도락 관광’과 ‘쇼핑’은 2019년 2분기 대비 감소하였고, ‘자연경관 감상’, ‘고궁/역사 유적지 방문’은 증가함

▶ 그림 3-5 방한 고려 관광 활동



주) 2023년 조사부터 주요 고려 요인이 고려한 관광활동 및 관광인프라별 고려 요인으로 내용이 변경되었고, 조사 항목도 전반적으로 변경됨

[표 3-5] 방한 고려 관광 활동

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)

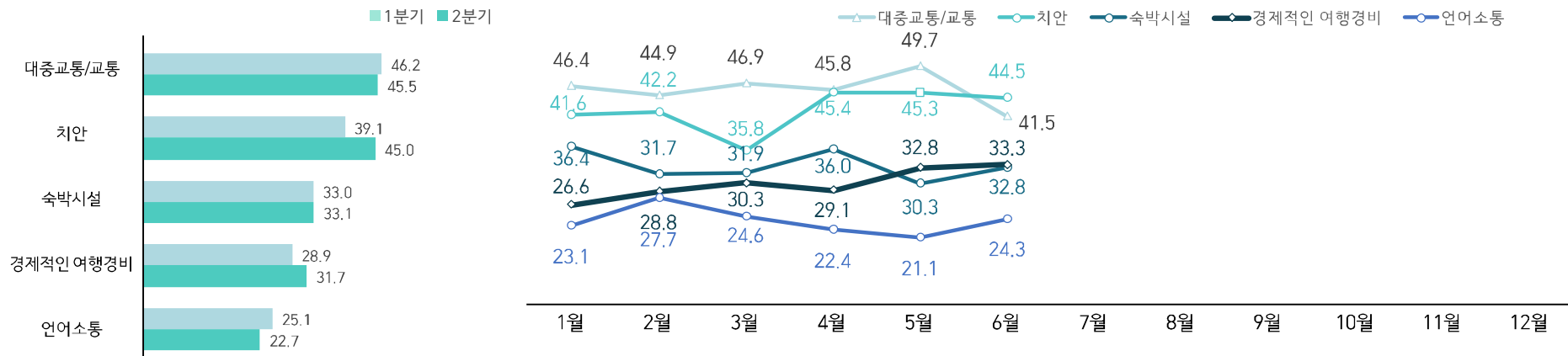
구분		전체	분기별				월별											
			1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
식도락 관광	2019년	61.3	64.3	62.2	60.1	59.0	64.9	65.9	62.8	61.8	60.8	64.3	58.5	61.6	59.9	57.7	57.4	62.0
	2023년		56.7	60.2			56.1	57.6	56.5	58.1	61.7	60.8						
쇼핑	2019년	66.2	69.8	65.3	64.0	66.2	66.5	69.9	72.0	63.8	66.0	66.2	65.0	62.0	65.1	60.6	70.4	68.4
	2023년		61.7	56.5			57.7	63.7	62.8	53.8	56.9	58.7						
자연경관 감상	2019년	36.3	34.8	37.0	33.7	39.3	33.9	35.9	34.5	39.9	36.5	34.1	32.0	33.0	36.2	42.1	37.0	38.4
	2023년		33.5	37.6			32.9	32.8	34.3	40.5	38.5	34.2						
고궁/역사 유적지 방문	2019년	23.6	20.9	25.5	23.6	23.7	20.6	22.5	20.0	27.0	25.0	24.4	21.4	24.5	24.9	25.3	23.6	22.0
	2023년		27.8	30.9			27.0	25.6	29.7	34.4	33.0	25.7						
전통문화 체험	2019년	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2023년		16.6	17.7			17.4	17.4	15.6	19.8	18.6	15.0						

6) 방한 고려 관광 인프라

- ※ 방한 시에 고려한 관광 인프라는 '대중교통/교통'(45.5%), '치안'(45.0%)이 높게 나타남
- ※ '치안'은 2023년 1분기 대비 2분기에 증가(39.1% → 45.0%)함

▶ 그림 3-6 방한 고려 관광 인프라

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)



[표 3-6] 방한 고려 관광 인프라

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)

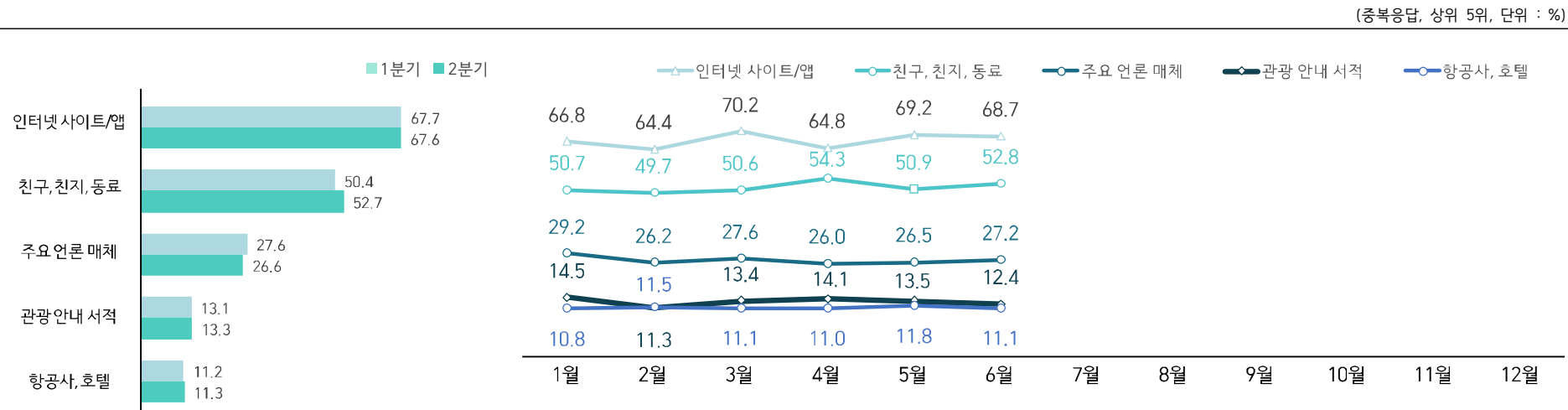
구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
대중교통/ 교통		46.2	45.5			46.4	44.9	46.9	45.8	49.7	41.5						
치안		39.1	45.0			41.6	42.2	35.8	45.4	45.3	44.5						
숙박 시설		33.0	33.1			36.4	31.7	31.9	36.0	30.3	32.8						
경제적인 여행 경비		28.9	31.7			26.6	28.8	30.3	29.1	32.8	33.3						
언어소통		25.1	22.7			23.1	27.7	24.6	22.4	21.1	24.3						

나. 여행 정보 검색

1) 여행 전 한국 정보 접촉 경로

- ※ 여행 전 한국과 관련한 정보를 얻은 경로를 살펴보면, ‘인터넷사이트/앱’이 67.6%로 가장 높고, 다음으로 ‘친구, 친지, 동료’(52.7%)가 높게 나타남

▶ 그림 3-7 여행 전 한국 정보 접촉 경로



주) 2019년과 2023년 조사의 보기항목이 변경됨.

2019년은 ‘친지, 친구, 동료’(50.9%), ‘글로벌 인터넷 사이트/앱’(48.9%), ‘자국의 인터넷 사이트/앱’(41.2%), ‘주요 언론 매체’(22.1%), ‘한국의 여행 관련 사이트/앱’(21.0%)이 높게 나타남

[표 3-7] 여행 전 한국 정보 접촉 경로

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)

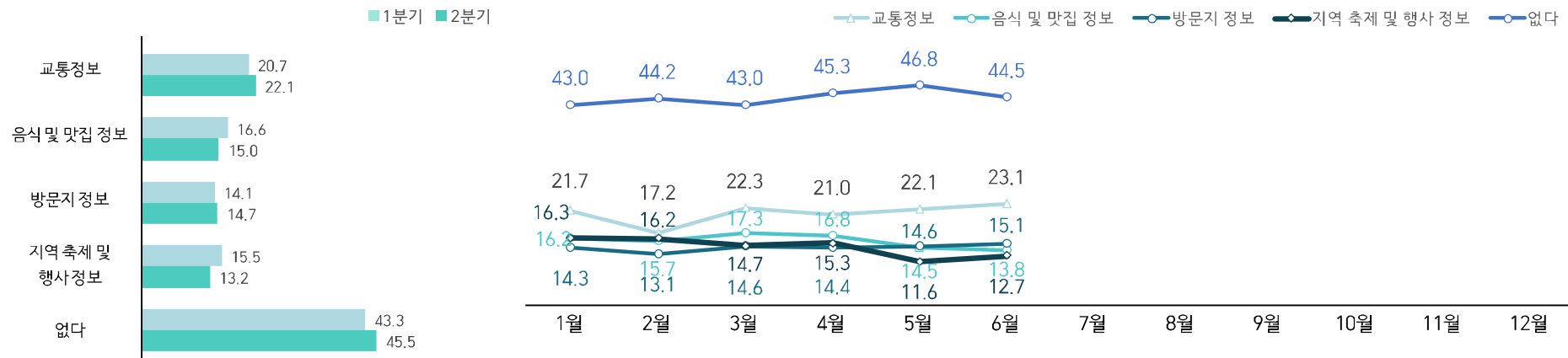
구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
인터넷 사이트/앱		67.7	67.6			66.8	64.4	70.2	64.8	69.2	68.7						
친지, 친구, 동료		50.4	52.7			50.7	49.7	50.6	54.3	50.9	52.8						
주요 언론 매체		27.6	26.6			29.2	26.2	27.6	26.0	26.5	27.2						
관광 안내 서적		13.1	13.3			14.5	11.3	13.4	14.1	13.5	12.4						
항공사, 호텔		11.2	11.3			10.8	11.5	11.1	11.0	11.8	11.1						

2) 부족했던 한국 관련 정보

- ※ 여행 준비 시 부족했던 정보를 살펴보면, ‘교통정보’(22.1%), ‘음식 및 맛집 정보’(15.0%), ‘방문지 정보’(14.7%), ‘지역 축제 및 행사 정보’(13.2%) 등의 순으로 나타남

▶ 그림 3-8 부족했던 한국 관련 정보

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)



[표 3-8] 부족했던 한국 관련 정보

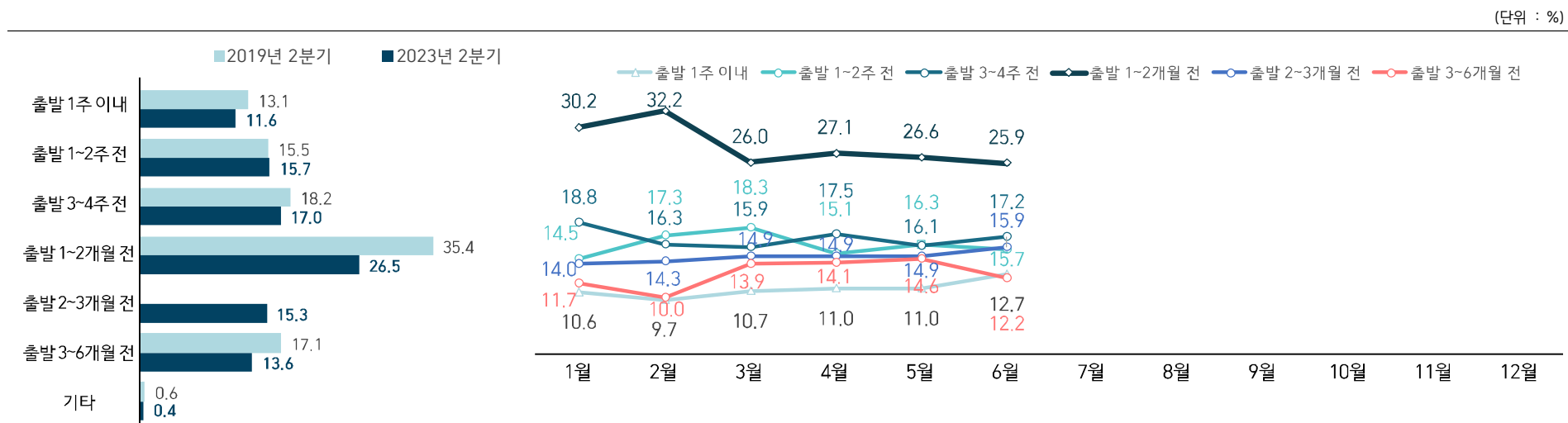
(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)

구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
교통정보		20.7	22.1			21.7	17.2	22.3	21.0	22.1	23.1						
음식 및 맛집 정보		16.6	15.0			16.2	15.7	17.3	16.8	14.5	13.8						
방문지 정보		14.1	14.7			14.3	13.1	14.6	14.4	14.6	15.1						
지역 축제 및 행사 정보		15.5	13.2			16.3	16.2	14.7	15.3	11.6	12.7						
없다		43.3	45.5			43.0	44.2	43.0	45.3	46.8	44.5						

3) 항공권, 여행상품 예약 시기

✧ 항공권 및 여행상품 예약 시기는 2분기 기준 '출발 1~2개월 전'이 26.5%로 가장 높게 나타남

▶ 그림 3-9 항공권, 여행상품 예약 시기



주) 2023년 조사부터 '출발 2~3개월 전'이 추가됨

[표 3-9] 항공권, 여행상품 예약 시기

(단위 : %)

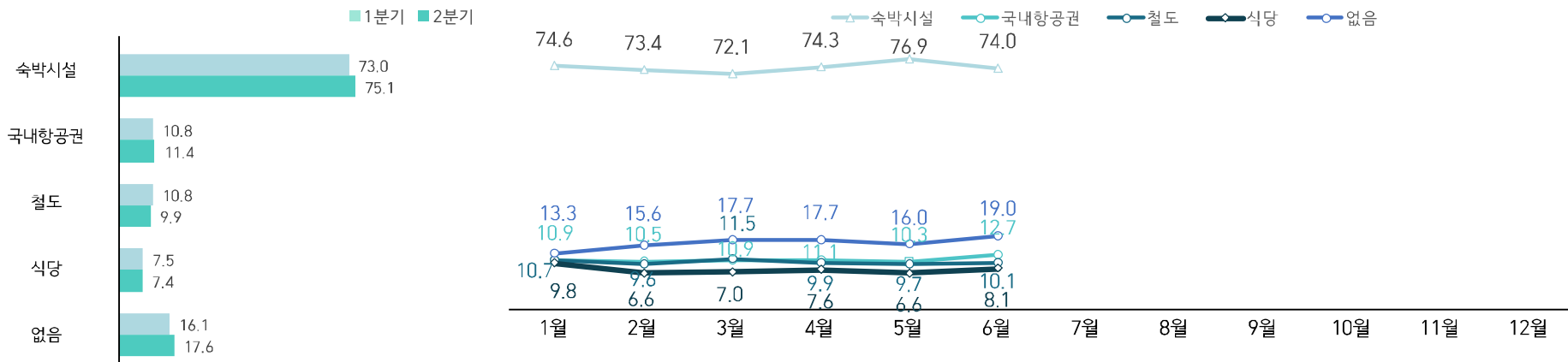
구분		전체	분기별				월별											
			1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
출발 1주 이내	2019년	12.3	14.1	13.1	10.8	11.4	13.7	15.6	13.2	13.5	13.7	12.2	11.5	9.7	11.2	9.9	13.6	10.9
	2023년		10.4	11.6			10.6	9.7	10.7	11.0	11.0	12.7						
출발 1~2주 전	2019년	14.3	14.2	15.5	14.2	13.4	15.0	14.7	13.3	16.6	14.0	15.8	16.0	13.4	13.2	13.8	14.0	12.3
	2023년		17.1	15.7			14.5	17.3	18.3	15.1	16.3	15.7						
출발 3~4주 전	2019년	17.9	18.3	18.2	19.0	16.4	19.0	17.2	18.6	15.9	17.7	21.3	18.5	20.3	18.0	14.8	16.8	17.8
	2023년		16.7	17.0			18.8	16.3	15.9	17.5	16.1	17.2						
출발 1~2개월 전	2019년	38.6	38.2	35.4	38.9	41.7	38.3	37.2	39.0	33.8	35.8	36.8	37.1	42.6	36.8	41.0	42.4	41.8
	2023년		28.8	26.5			30.2	32.2	26.0	27.1	26.6	25.9						
출발 2~3개월 전	2019년	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2023년		14.5	15.3			14.0	14.3	14.9	14.9	14.9	15.9						
출발 3~6개월 전	2019년	16.1	14.6	17.1	16.4	16.1	13.7	15.0	15.0	19.5	18.2	13.4	16.3	13.4	19.7	18.7	12.8	16.6
	2023년		12.3	13.6			11.7	10.0	13.9	14.1	14.6	12.2						
기타	2019년	0.7	0.6	0.6	0.7	0.9	0.4	0.3	1.0	0.7	0.6	0.5	0.5	0.5	1.2	1.7	0.4	0.6
	2023년		0.3	0.4			0.2	0.3	0.3	0.3	0.6	0.4						

4) 개별 예약 항목

- ※ 한국 여행 전 개별적으로 예약한 항목을 살펴보면,
 ‘숙박시설’이 75.1%로 가장 높고, 다음으로 ‘국내항공권’(11.4%), ‘철도’(9.9%), ‘식당’(7.4%) 등의 순임

▶ 그림 3-10 개별 예약 항목

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)



[표 3-10] 개별 예약 항목

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)

구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
숙박시설		73.0	75.1			74.6	73.4	72.1	74.3	76.9	74.0						
국내항공권		10.8	11.4			10.9	10.5	10.9	11.1	10.3	12.7						
철도		10.8	9.9			10.7	9.6	11.5	9.9	9.7	10.1						
식당		7.5	7.4			9.8	6.6	7.0	7.6	6.6	8.1						
없음		16.1	17.6			13.3	15.6	17.7	17.7	16.0	19.0						

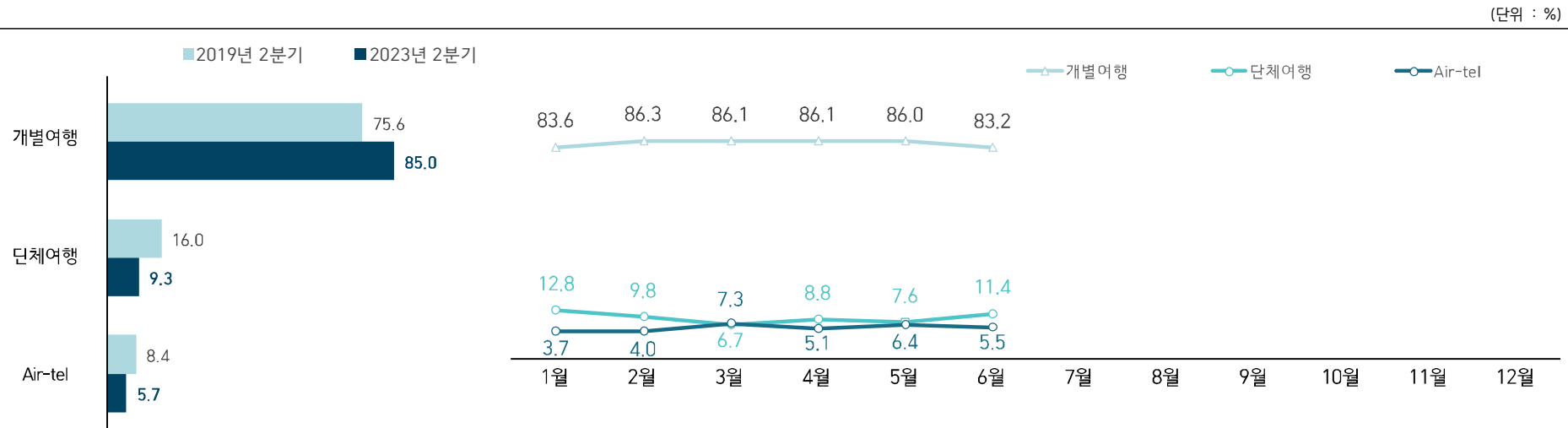
2. 여행 중

가. 여행 형태

1) 여행 형태

- ✧ 2023년 2분기 방한 외래관광객의 여행 형태는 ‘개별여행’이 85.0%로 대부분을 차지함
- ✧ 2019년 2분기(75.6%) 대비 ‘개별여행’ 비중이 높음

▶ 그림 3-11 여행 형태



[표 3-11] 여행 형태

(단위 : %)

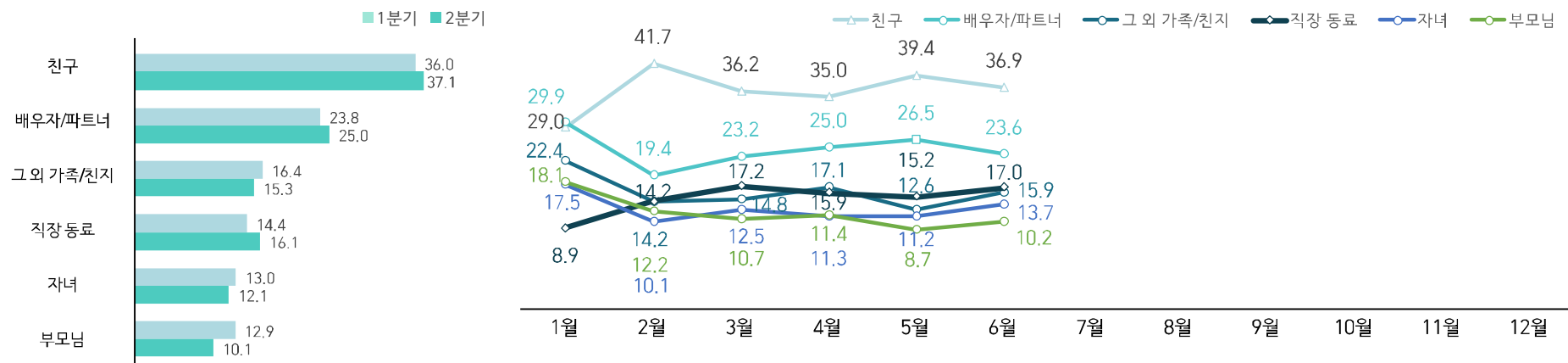
구분		전체	분기별				월별											
			1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
개별여행	2019년	77.1	75.9	75.6	78.2	78.4	75.2	77.1	75.5	76.4	76.1	74.3	78.4	77.5	78.9	78.5	78.9	77.8
	2023년		85.5	85.0			83.6	86.3	86.1	86.1	86.0	83.2						
단체여행	2019년	15.1	14.7	16.0	14.7	15.0	15.7	14.5	14.2	15.7	15.9	16.3	13.1	15.8	15.3	16.0	13.5	15.4
	2023년		9.0	9.3			12.8	9.8	6.7	8.8	7.6	11.4						
Air-tel	2019년	7.8	9.4	8.4	7.0	6.7	9.1	8.4	10.3	7.9	8.0	9.3	8.5	6.7	5.9	5.6	7.7	6.9
	2023년		5.5	5.7			3.7	4.0	7.3	5.1	6.4	5.5						

2) 여행 동반자 유형

- ※ 한국을 함께 여행하는 동반자 유형은 ‘친구’(37.1%), ‘배우자/파트너’(25.0%), ‘그 외 가족/친지’(15.3%) 등의 순으로 나타남
- ※ ‘친구’, ‘배우자/파트너’, ‘직장 동료’가 1분기 대비 증가함

▶ 그림 3-12 여행 동반자 유형

(중복응답, 단위 : %)



주) 동반자 유형은 본인을 제외한 비율로 나타냄

주) 2019년 동반자 유형은 ‘가족/친지’(47.1%), ‘친구/연인’(39.7%), ‘직장 동료’(14.2%), ‘기타’(0.7%)임

[표 3-12] 여행 동반자 유형

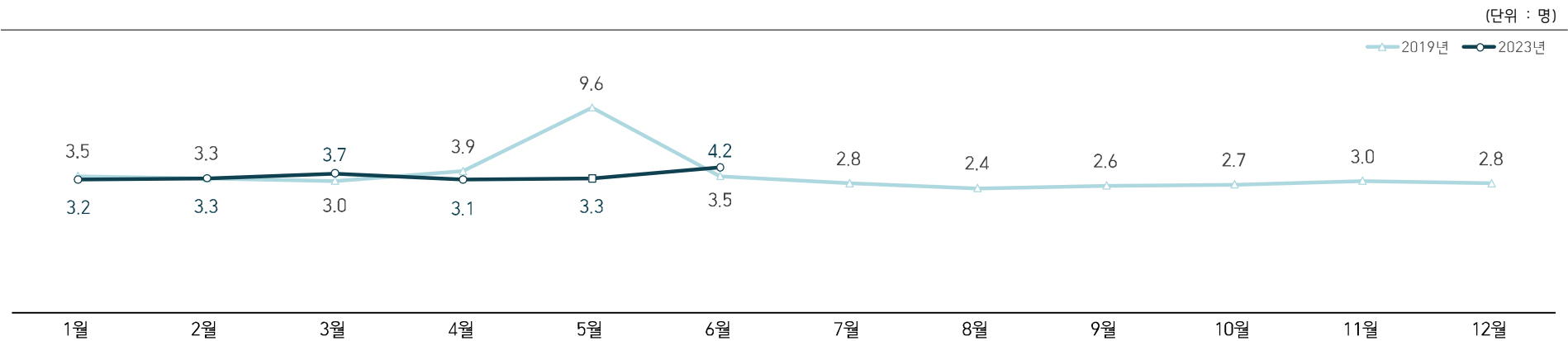
(중복응답, 단위 : %)

구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
친구		36.0	37.1			29.0	41.7	36.2	35.0	39.4	36.9						
배우자/ 파트너		23.8	25.0			29.9	19.4	23.2	25.0	26.5	23.6						
그 외 가족/친지		16.4	15.3			22.4	14.2	14.8	17.1	12.6	15.9						
직장 동료		14.4	16.1			8.9	14.2	17.2	15.9	15.2	17.0						
자녀		13.0	12.1			17.5	10.1	12.5	11.3	11.2	13.7						
부모님		12.9	10.1			18.1	12.2	10.7	11.4	8.7	10.2						

3) 여행 동반자 수

- ※ 본인을 제외한 동반자 평균 인원은 2분기 기준 3.5명으로 나타났으며, 2019년 2분기 대비 동반자 수가 낮음
- ※ 2023년 평균 동반자 수는 6월이 4.2명으로 가장 높음

▶ 그림 3-13 여행 동반자 수



[표 3-13] 여행 동반자 수

(단위 : 명)

구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
2019년	3.5	3.2	5.5	2.6	2.8	3.5	3.3	3.0	3.9	9.6	3.5	2.8	2.4	2.6	2.7	3.0	2.8
2023년		3.5	3.5			3.2	3.3	3.7	3.1	3.3	4.2						

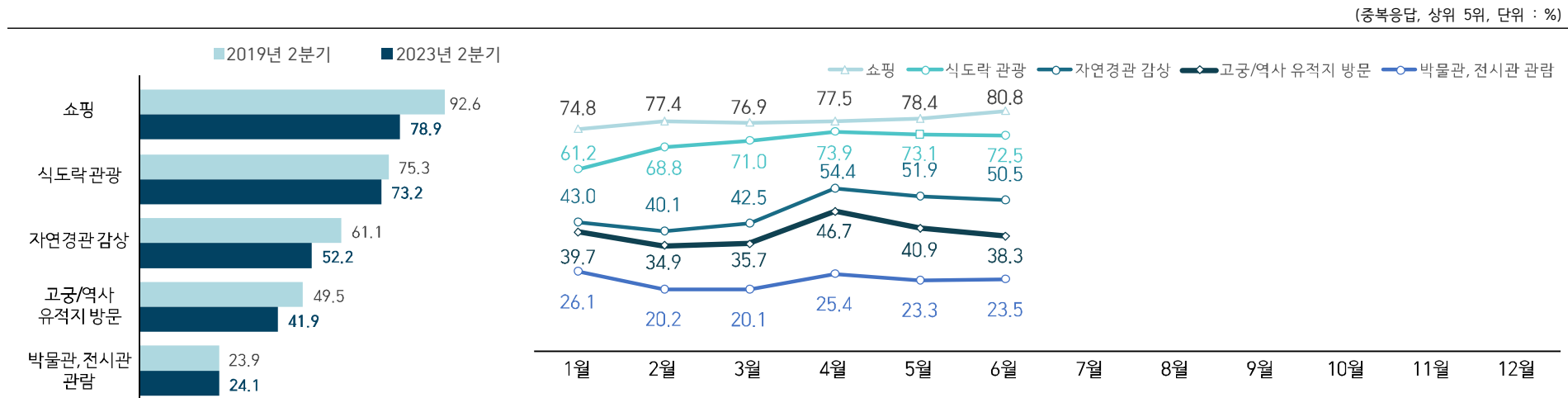
주) 동반자 수는 본인을 제외하여 산출함

나. 여행 활동

1) 여행 참여 활동

- ※ 한국 여행 중 참여한 활동은 '쇼핑'(78.9%), '식도락 관광'(73.2%), '자연경관 감상'(52.2%) 등의 순으로 나타남
- ※ '쇼핑'은 6월에 80.8%로 가장 높음

▶ 그림 3-14 여행 참여 활동



주) 여행 참여 활동 보기 항목이 전반적으로 변경되어 2019년 13개 항목에서 2023년 19개 항목으로 증가함

[표 3-14] 여행 참여 활동

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)

구분		전체	분기별				월별											
			1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
쇼핑	2019년	92.5	92.1	92.6	92.5	92.8	92.6	92.9	91.2	93.1	91.8	92.8	92.2	93.3	92.0	92.6	93.5	92.5
	2023년		76.5	78.9			74.8	77.4	76.9	77.5	78.4	80.8						
식도락 관광	2019년	76.8	77.3	75.3	78.0	76.6	74.8	77.4	79.0	75.7	75.6	74.7	76.8	80.4	76.6	74.7	77.7	77.5
	2023년		68.0	73.2			61.2	68.8	71.0	73.9	73.1	72.5						
자연경관 감상	2019년	59.5	54.6	61.1	60.1	61.5	55.8	55.2	53.2	64.0	59.6	59.3	58.9	58.7	62.8	61.0	60.7	62.8
	2023년		41.9	52.2			43.0	40.1	42.5	54.4	51.9	50.5						
고궁/역사 유적지 방문	2019년	45.3	41.5	49.5	44.5	45.1	40.4	43.5	40.7	50.8	47.1	50.5	44.3	43.6	45.5	49.1	45.4	40.3
	2023년		36.4	41.9			39.7	34.9	35.7	46.7	40.9	38.3						
박물관, 전시관 관람	2019년	22.6	19.2	23.9	24.6	22.1	19.9	21.1	17.2	24.9	22.6	24.0	25.7	25.3	22.9	24.5	20.2	21.3
	2023년		21.6	24.1			26.1	20.2	20.1	25.4	23.3	23.5						

2) 만족한 여행 활동

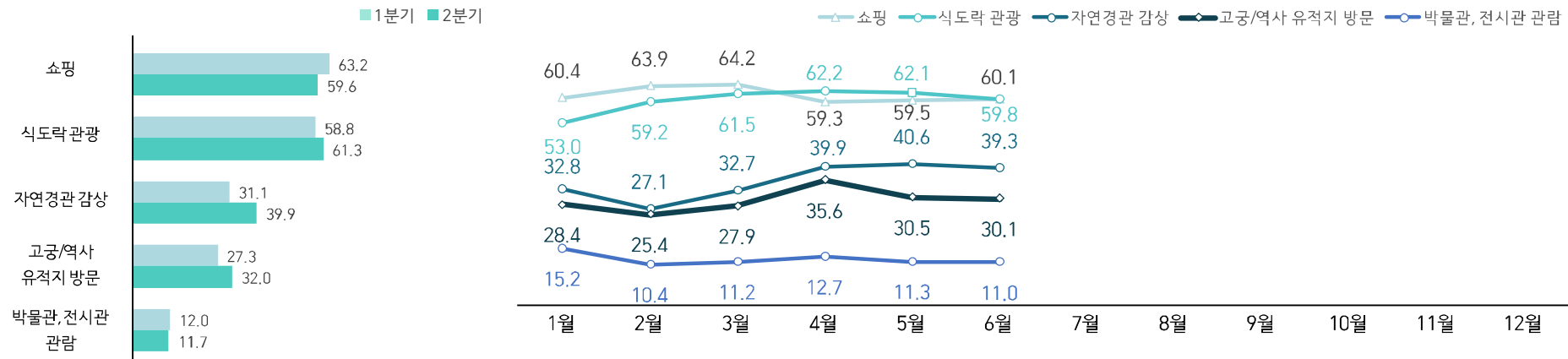
※ 2023년 2분기 만족한 여행 활동은

‘식도락 관광’(61.3%), ‘쇼핑’(59.6%), ‘자연경관 감상’(39.9%) 등의 순으로 높게 나타남

※ ‘쇼핑’은 1분기 대비 감소(63.2% → 59.6%)했고, ‘식도락 관광’은 증가(58.8% → 61.3%)함

▶ 그림 3-15 만족한 여행 활동

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)



[표 3-15] 만족한 여행 활동

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)

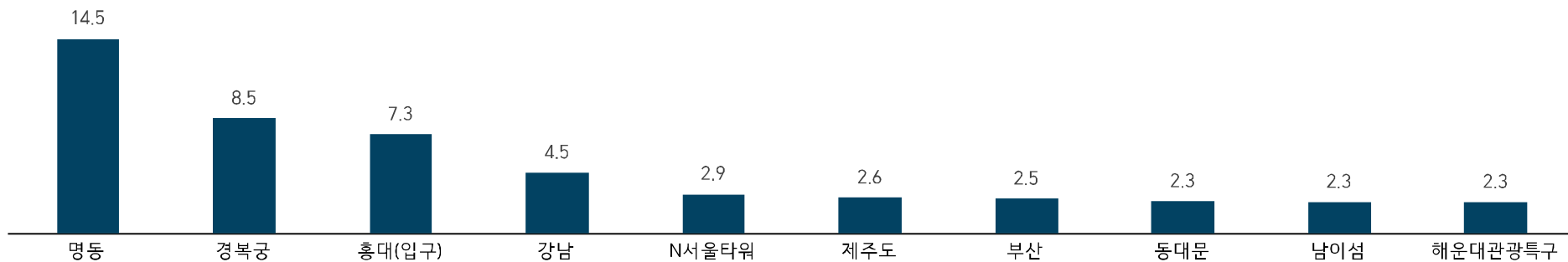
구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
쇼핑		63.2	59.6			60.4	63.9	64.2	59.3	59.5	60.1						
식도락 관광		58.8	61.3			53.0	59.2	61.5	62.2	62.1	59.8						
자연경관 감상		31.1	39.9			32.8	27.1	32.7	39.9	40.6	39.3						
고궁/역사 유적지 방문		27.3	32.0			28.4	25.4	27.9	35.6	30.5	30.1						
박물관, 전시관 관람		12.0	11.7			15.2	10.4	11.2	12.7	11.3	11.0						

3) 가장 좋았던 방문지

※ 방문한 곳 중 가장 좋았던 방문지를 살펴보면, ‘명동’(14.5%), ‘경복궁’(8.5%), ‘홍대(입구)’(7.3%) 등의 순으로 나타남

▶ 그림 3-16 가장 좋았던 방문지

(단위 : %)

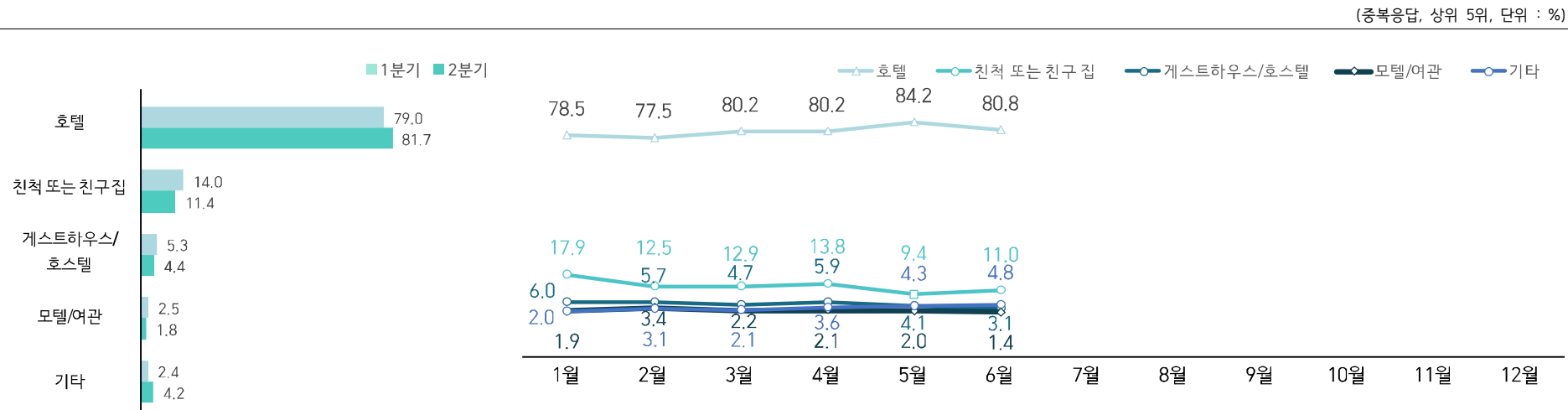


주) 상위 10위 결과를 제시하였으며, 2023년부터는 보기카드를 제시하지 않고, 주관식 문항으로 조사함

4) 주요 숙박 시설

- ※ 2023년 2분기 기준, 한국에서 이용한 숙박 시설은 ‘호텔’이 81.7%로 가장 높고, ‘친척 또는 친구집’(11.4%), ‘게스트하우스/호스텔’(4.4%), ‘모텔/여관’(1.8%) 등의 순으로 나타남

▶ 그림 3-17 주요 숙박 시설



주) 주요 숙박시설 보기 항목이 변경됨

2019년은 ‘호텔’(71.9%), ‘친척 또는 친구집’(10.4%), ‘게스트하우스/호스텔’(6.7%), ‘민박/공유숙박’(6.5%), ‘모텔/여관’(5.8%)이 높음

[표 3-16] 주요 숙박시설

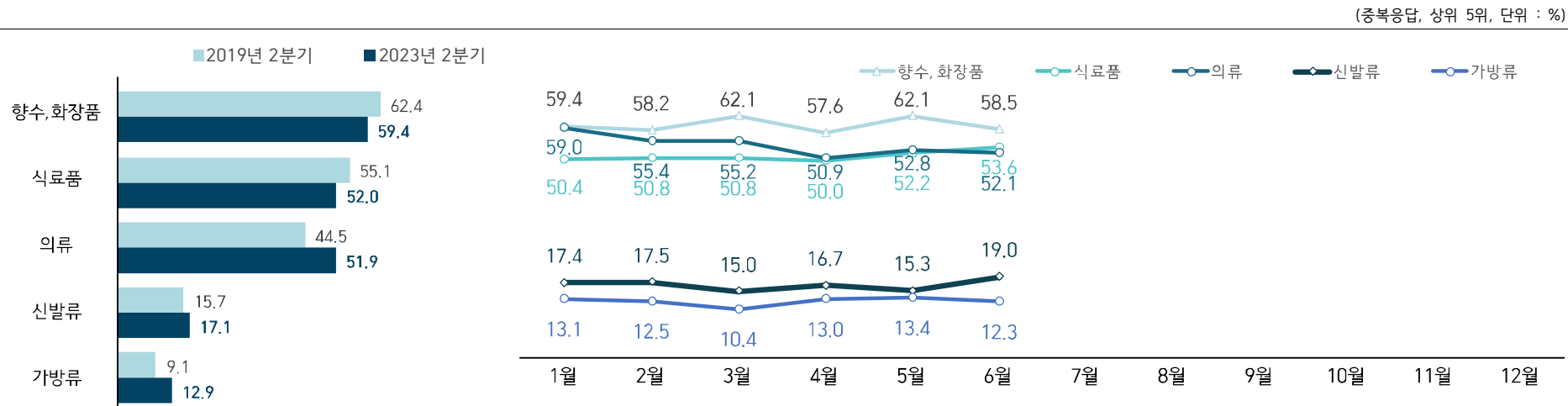
(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)

구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
호텔		79.0	81.7			78.5	77.5	80.2	80.2	84.2	80.8						
친척 또는 친구 집		14.0	11.4			17.9	12.5	12.9	13.8	9.4	11.0						
게스트하우스/ 호스텔		5.3	4.4			6.0	5.7	4.7	5.9	4.1	3.1						
모텔/여관		2.5	1.8			1.9	3.4	2.2	2.1	2.0	1.4						
기타		2.4	4.2			2.0	3.1	2.1	3.6	4.3	4.8						

5) 쇼핑 품목

- ※ 한국 여행 시 쇼핑한 품목은 ‘향수, 화장품’(59.4%), ‘식료품’(52.0%), ‘의류’(51.9%) 등의 순으로 나타남
- ※ ‘의류’는 2019년 2분기 대비 높음

▶ 그림 3-18 쇼핑 품목



주) 쇼핑 품목은 2019년 보기 항목에서 ‘전자제품’이 추가됨

[표 3-17] 쇼핑 품목

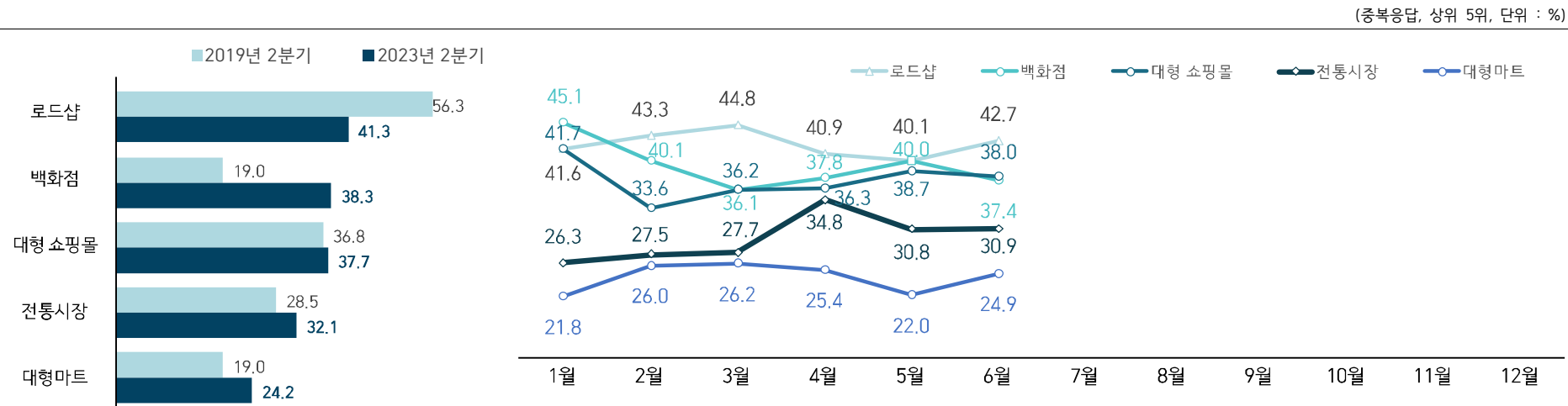
(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)

구분		전체	분기별				월별											
			1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
향수, 화장품	2019년	64.4	65.4	62.4	65.2	65.0	65.1	67.7	63.7	62.7	64.3	60.2	64.0	65.6	66.0	64.1	66.6	64.4
	2023년		60.4	59.4			59.4	58.2	62.1	57.6	62.1	58.5						
식료품	2019년	54.1	55.7	55.1	53.2	52.4	57.6	55.3	54.7	59.5	53.5	51.9	51.9	53.9	53.9	52.7	50.7	53.8
	2023년		50.7	52.0			50.4	50.8	50.8	50.0	52.2	53.6						
의류	2019년	43.8	45.1	44.5	43.9	42.0	40.4	46.8	47.1	44.8	44.0	44.7	44.0	45.0	42.6	39.6	42.7	44.2
	2023년		56.2	51.9			59.0	55.4	55.2	50.9	52.8	52.1						
신발류	2019년	15.5	15.9	15.7	15.3	15.2	15.0	15.9	16.5	15.7	14.6	16.7	14.1	17.0	14.6	14.6	16.3	14.8
	2023년		16.3	17.1			17.4	17.5	15.0	16.7	15.3	19.0						
가방류	2019년	9.0	8.5	9.1	8.9	9.2	7.7	8.5	9.1	8.2	8.0	11.2	11.4	7.0	8.5	8.9	9.2	9.6
	2023년		11.7	12.9			13.1	12.5	10.4	13.0	13.4	12.3						

6) 쇼핑 장소

- ※ 한국 내 쇼핑 장소는 ‘로드샵’(41.3%), ‘백화점’(38.3%), ‘대형 쇼핑몰’(37.7%) 등의 순으로 높게 나타남
- ※ 2019년 2분기 대비 ‘로드샵’은 감소(56.3% → 41.3%)하고 ‘백화점’은 증가(19.0% → 38.3%)함

▶ 그림 3-19 쇼핑 장소



주) 쇼핑 장소는 2019년과 동일한 보기 항목으로 조사하였으나, '명동', '신촌/홍대', '강남역/가로수길 시장', '동대문', '남대문', '광장', '기타' 등의 보기 항목을 '로드샵'으로 통합하여 조사함

[표 3-18] 쇼핑 장소

(중복응답, 상위 5위, 단위 : %)

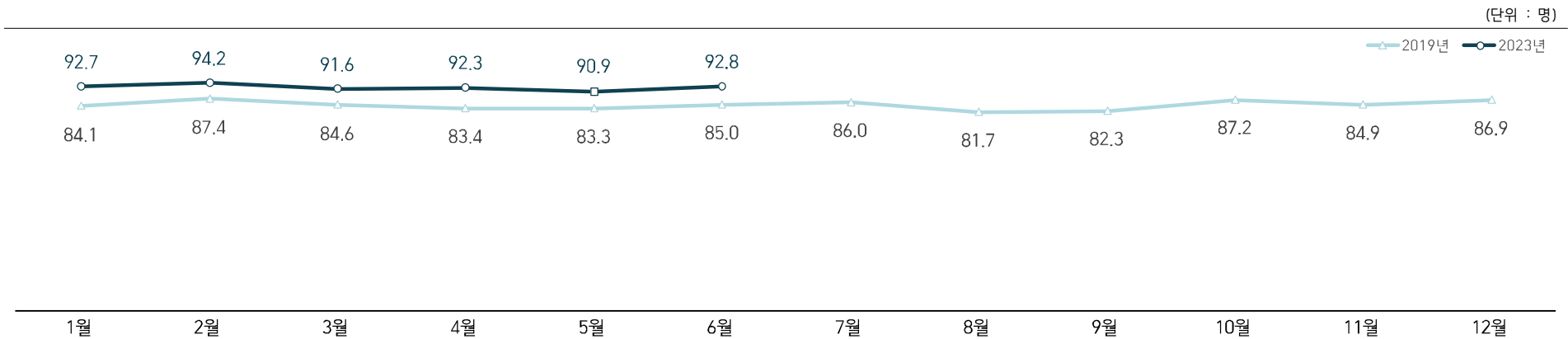
구분		전체	분기별				월별											
			1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
로드샵	2019년	55.1	57.8	56.3	53.4	53.3	56.0	55.7	60.8	56.1	54.8	58.1	53.3	55.7	50.9	54.4	52.3	53.1
	2023년		43.6	41.3			41.6	43.3	44.8	40.9	40.1	42.7						
백화점	2019년	20.0	19.7	19.0	20.4	20.8	20.1	19.9	19.4	18.3	21.3	17.7	20.6	20.1	20.7	21.3	19.9	21.2
	2023년		39.4	38.3			45.1	40.1	36.1	37.8	40.0	37.4						
대형 쇼핑몰	2019년	16.1	14.6	15.1	17.5	16.8	15.5	12.6	15.5	15.8	14.3	14.9	18.9	18.1	15.5	15.6	17.4	17.7
	2023년		36.8	37.7			41.7	33.6	36.2	36.3	38.7	38.0						
전통시장	2019년	27.5	31.2	28.5	24.6	26.2	25.1	31.6	35.1	29.7	27.0	28.5	23.7	25.0	25.1	26.5	27.3	24.8
	2023년		27.3	32.1			26.3	27.5	27.7	34.8	30.8	30.9						
대형마트	2019년	18.5	17.4	19.0	19.9	17.5	19.5	16.6	16.4	18.0	20.3	19.0	20.4	18.7	20.8	18.4	18.2	15.8
	2023년		25.1	24.2			21.8	26.0	26.2	25.4	22.0	24.9						

3. 여행 후

1) 재방문 의향

✧ 재방문 의향은 2023년 2분기 92.0%로 나타나 2019년 2분기(83.9%) 대비 높음

▶ 그림 3-20 재방문 의향



[표 3-19] 재방문 의향

(단위 : 명)

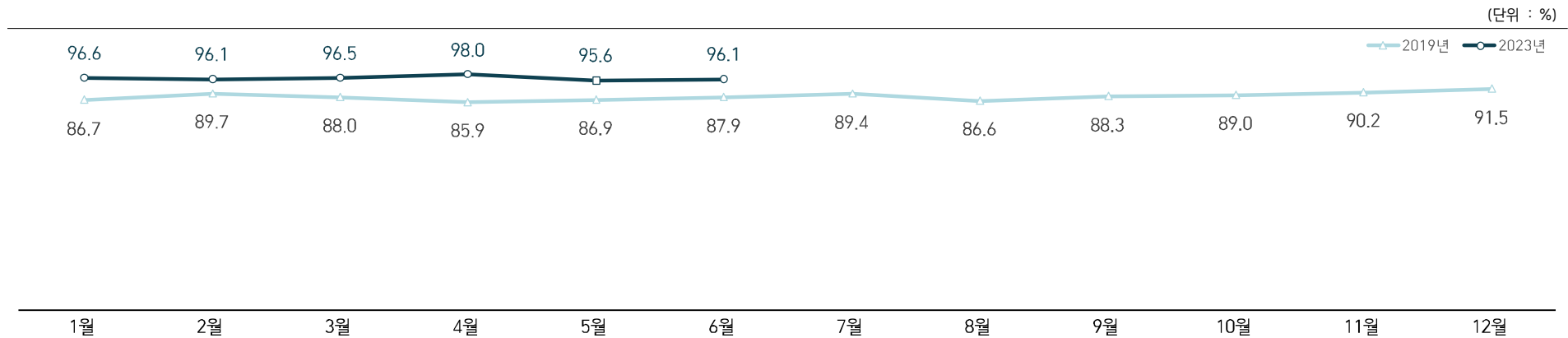
구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
2019년	84.7	85.3	83.9	83.3	86.4	84.1	87.4	84.6	83.4	83.3	85.0	86.0	81.7	82.3	87.2	84.9	86.9
2023년		92.6	92.0			92.7	94.2	91.6	92.3	90.9	92.8						

주) 재방문 의사는 '그렇다'와 '매우 그렇다' 비율을 합산한 결과임

2) 타인 추천 의사

※ 타인 추천 의사는 2023년 2분기 96.5%로 나타났으며, 4월에 98.0%로 가장 높음

▶ 그림 3-21 타인 추천 의사



[표 3-20] 타인 추천 의사

(단위 : %)

구분	전체	분기별				월별											
		1분기	2분기	3분기	4분기	01월	02월	03월	04월	05월	06월	07월	08월	09월	10월	11월	12월
2019년	88.3	88.2	86.9	88.1	90.2	86.7	89.7	88.0	85.9	86.9	87.9	89.4	86.6	88.3	89.0	90.2	91.5
2023년		96.4	96.5			96.6	96.1	96.5	98.0	95.6	96.1						

주) 타인 추천 의사는 '그렇다'와 '매우 그렇다' 비율을 합산한 결과임



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute