

# 대만 해외시장동향 (2024년 8월)

'24. 8. 30(금) / 타이베이지사

**= (대만) 대만 출국관광에서 일본의 핵심주력시장 상황 불변, 단 미묘한 변화?! =**

## [주요내용 목차]

### 1. 대만 관광시장 동향

#### 1.1 대만 아웃바운드관광 시장동향

- '24.1~5월 월별 대만 아웃바운드 관광객수
- '24.1~5월 아웃바운드 목적지별 대만 관광객수
- '24.1~5월 대만 아웃바운드 동향

#### 1.2 대만 인바운드관광 시장동향

- '24.1~5월 방대만 인바운드 관광객수
- '24.1~5월 주요국가 방대만 관광객수
- '24.1~5월 대만 인바운드 동향

#### 1.3 대만 기타 관광시장 동향

- '23년 대만인 국내여행 총횟수 최초 2억회 기록, 해외여행은 70% 회복
- 대만 유명 여행사의 상반기 매출액 절반, '일본' 상품이 차지
- 대만 4분기 해외 단체상품 참고가격, 일본 5~10% 하락, 한국 15% 상승
- 대만관광청, 슈퍼주니어 멤버 '규현', 대만관광홍보대사 임명
- 대만 Z세대, 드라마·영화 촬영지 영향받아 여행목적지 결정

#### 1.4 주요 경쟁국 동향

- (태국) 태국관광청, 타이베이역사에서 소비자행사 개최

### 2. 방한관광 현황 및 전망

#### 2.1 방한 대만관광객수 추이 및 특징

- '24.1~7월 방한 대만관광객수
- 입국 루트별 대만관광객수 및 비중

#### 2.2 방한 항공동향

- '24.1~7월 대만-한국 노선 운항편수 및 '19년 대비 회복률
- '24.7월 현재 주요 노선 운항편수
- 주요 분석

#### 2.3 향후 전망

- 3분기(가을 성수기), 방한 대만관광객 지속 또는 확대 전망
- '24년 1월~5월 대만 아웃바운드 통계, 한국 우상향, 일본 우하향

### 3. 타이베이지사 '24.8월 현재 추진 주요사업 및 동향

# 1. 대만 관광시장 동향

## 1.1 대만 아웃바운드관광 시장동향

○ '24.1~5월 월별 대만 아웃바운드 관광객수 (단위 : 명)

구 분	'24년(a)	'23년(b)	'19년(c)	a/b	a/c
1월	1,281,751	696,474	1,299,722	184.0%	98.6%
2월	1,389,474	652,943	1,468,616	212.8%	94.6%
3월	1,321,971	736,283	1,396,026	179.5%	94.7%
4월	1,347,523	830,184	1,415,406	162.3%	95.2%
5월	1,360,781	877,833	1,463,759	155.0%	93.0%
<b>1~5월</b>	<b>6,701,500</b>	<b>3,793,717</b>	<b>7,043,529</b>	<b>176.6%</b>	<b>95.1%</b>
6월		1,131,234	1,570,675		
7월		1,235,822	1,581,016		
8월		1,182,468	1,481,669		
9월		1,080,168	1,372,190		
10월		1,218,643	1,517,174		
11월		1,096,976	1,343,563		
12월		1,056,806	1,191,519		
<b>계</b>		<b>11,795,834</b>	<b>17,101,335</b>		

[출처] 대만 관광서 통계자료 정리 (※8.30 현재 '24.5월까지 데이터만 발표)

○ '24.1~5월 아웃바운드 목적지별 대만 관광객수 (단위 : 명)

구 분	일본	중국	한국	베트남	태국	홍콩
<b>1월 (비중)</b>	494,657 (38.6%)	184,626 (14.4%)	92,806 (7.2%)	88,788 (6.9%)	85,805 (6.7%)	92,903 (7.2%)
<b>2월 (비중)</b>	503,512 (36.2%)	209,059 (15.0%)	96,674 (7.0%)	103,828 (7.5%)	100,069 (7.2%)	107,369 (7.7%)
<b>3월 (비중)</b>	481,705 (36.4%)	217,642 (16.5%)	110,599 (8.4%)	106,203 (8.0%)	89,893 (6.8%)	85,741 (6.5%)
<b>4월 (비중)</b>	457,209 (33.9%)	233,630 (17.3%)	112,553 (8.4%)	112,567 (8.4%)	90,222 (6.7%)	92,537 (6.9%)
<b>5월 (비중)</b>	464,763 (34.2%)	254,280 (18.7%)	114,358 (8.4%)	102,593 (7.5%)	81,421 (6.0%)	91,086 (6.7%)
<b>1~5월 (비중)</b>	<b>2,401,846 (35.8%)</b>	<b>1,099,205 (16.4%)</b>	<b>526,990 (7.9%)</b>	<b>513,979 (7.7%)</b>	<b>447,410 (6.7%)</b>	<b>469,636 (7.0%)</b>
<b>(b)'23 비중*</b>	35.8%	14.9%	8.1%	7.2%	6.6%	6.3%
<b>(c)'19 비중*</b>	28.7%	23.6%	7.1%	5.0%	4.9%	9.8%

[출처] 대만 관광서 통계자료 정리/ \*각 년도 대만 아웃바운드에서 차지하는 비중

- '24.1~5월 대만 아웃바운드 동향
  - 대만인의 '24년 5월 아웃바운드 관광객수는 1,360,781명으로 2019년 동기(1,463,759명) 대비 93.0% 수준을 보였으며, 지난해 동기(877,833명) 대비로는 155.0% 증가하였음. 1~5월 전체 아웃바운드관광객수는 6,701,500명으로 2019년 동기 대비 95.1%까지 회복하였음
  - 아웃바운드 목적지별로는 두 번째 규모를 유지하고 있는 중국의 상승세가 눈에 띈. 5월 대만 아웃바운드에서 차지하는 방중 대만관광객 규모는 18.7%로 1월 이후 우상향 모습을 유지하고 있음\*이는 대만인의 대륙(중국) 단체관광이 3월부터 제한적으로 재개된 데 따른 것으로, 다만 2019년의 점유율(23.6%)을 회복하기는 어려울 것으로 보임 \* 14.4%→15.0%→16.5%→17.3%→18.7%
  - 대만 관광객이 4번째로 많이 찾는 한국은 3월 이후 지속적으로 8.4%의 점유율을 유지하고 있는 가운데 베트남과 태국의 5월 점유율은 각각 7.5%, 6.0%로 전월 대비 각각 0.9%p, 0.7%p 하락하였음

## 1.2 대만 인바운드관광 시장동향

- '24.1~5월 방대만 인바운드 관광객수 (단위 : 명)

구 분	'24년(a)	'23년(b)	'19년(c)	a/b	a/c
1월	589,961	254,359	867,711	231.9%	68.0%
2월	648,348	369,098	956,202	175.7%	67.8%
3월	811,608	486,171	1,079,498	166.9%	75.2%
4월	610,146	553,211	1,101,393	110.3%	55.4%
5월	581,748	516,396	1,039,758	112.7%	56.0%
<b>1~5월</b>	<b>3,241,811</b>	<b>2,179,235</b>	<b>5,044,562</b>	<b>148.8%</b>	<b>64.3%</b>
6월		509,693	932,697		
7월		543,388	988,765		
8월		590,458	1,030,937		
9월		538,658	794,415		
10월		621,649	939,131		
11월		689,105	990,397		
12월		814,765	1,143,201		
<b>계</b>		<b>6,486,951</b>	<b>11,864,105</b>		

[출처] 대만 관광서 통계자료 정리 (※8.30 현재 '24.5월까지 데이터만 발표)

○ '24.1~5월 주요국가 방대만 관광객수

(단위 : 명)

구 분	홍콩/마카오	일본	한국	미국	베트남
1월 (비중)	86,321 (14.6%)	95,693 (16.2%)	113,192 (19.2%)	42,513 (7.2%)	17,110 (2.9%)
2월 (비중)	101,076 (15.6%)	101,464 (15.6%)	110,210 (17.0%)	43,979 (6.8%)	39,059 (6.0%)
3월 (비중)	133,591 (16.5%)	151,756 (18.7%)	93,556 (11.5%)	64,704 (8.0%)	36,961 (4.6%)
4월 (비중)	90,075 (14.8%)	86,587 (14.2%)	68,822 (11.3%)	51,973 (8.5%)	33,396 (5.5%)
5월 (비중)	94,104 (16.2%)	98,184 (16.9%)	71,240 (12.2%)	46,849 (8.1%)	28,178 (4.8%)
1~5월 (비중)	<b>505,167 (15.5%)</b>	<b>533,684 (16.5%)</b>	<b>457,020 (14.1%)</b>	<b>250,018 (7.7%)</b>	<b>154,704 (4.8%)</b>
(a)'23 비중*	18.5%	14.3%	11.5%	8.2%	5.9%
(b)'19 비중*	14.8%	18.3%	10.5%	5.1%	3.4%
구 분	말레이시아	싱가포르	태국	필리핀	중국
1월 (비중)	28,016 (4.7%)	32,935 (5.6%)	32,365 (5.5%)	38,750 (6.6%)	30,736 (5.2%)
2월 (비중)	53,540 (8.3%)	24,322 (3.8%)	30,802 (4.8%)	33,362 (5.1%)	37,719 (5.8%)
3월 (비중)	50,695 (6.2%)	52,667 (6.5%)	47,445 (5.8%)	44,794 (5.5%)	30,219 (3.7%)
4월 (비중)	41,159 (6.7%)	37,666 (6.2%)	43,026 (5.5%)	35,782 (5.9%)	28,269 (4.6%)
5월 (비중)	34,565 (5.9%)	35,263 (6.1%)	34,843 (6.0%)	33,413 (5.7%)	30,208 (5.2%)
1~5월 (비중)	<b>207,975 (6.4%)</b>	<b>182,853 (5.6%)</b>	<b>188,481 (5.8%)</b>	<b>186,101 (5.7%)</b>	<b>157,151 (4.8%)</b>
(a)'23 비중*	6.7%	7.2%	6.1%	5.9%	3.5%
(b)'19 비중*	4.5%	3.9%	3.5%	4.3%	22.9%

[출처] 대만 관광서 통계자료 정리/ \*각 년도 대만 인바운드에서 차지하는 비중

○ '24.1~5월 대만 인바운드 동향

- '24.5월 대만 인바운드 관광객수는 581,748명으로 전년 동기(516,396명) 대비로는 112.7% 증가하였으며 코로나 이전 2019년 동기 실적(1,039,758명)에 비해서는 56.0% 회복하는 데 그쳤으며 올해 1~5월 누계 인바운드 관광객수는 3,241,811명으로 2019년 동기대비 64.3% 회복하였음

- 방대만 인바운드 관광객수는 4.3 대지진으로 4월 큰 폭의 감소세로 돌아선 뒤 5월에도 회복으로 돌아서는 데는 역부족의 모습을 보이고 있음. 이는 특정국가의 현상이 아니어서 대만 당국으로서는 지진에 따른 관광 여파를 줄이기 위해 다양한 노력을 하고 있으나 큰 효과를 보고 있지 못하고 있음

### 1.3 대만 기타 관광시장 동향

- '23년 대만인 국내여행 총횟수 최초 2억회 돌파, 해외여행은 70% 회복
  - 대만교통부 관광서 발표 <2023년 대만 관광 현황조사>에 따르면 지난해 대만인 국내여행 횟수는 2억회로 역대 최고치를 기록하였으며, 이 수치는 '19년 대비 22.13% 증가한 것임
  - 대만인들의 평균 국내여행일수는 1.45일('19년 1.51일), 약 70%가 당일치기 국내여행을 즐겼으며, 평균 여행지출은 2,396 대만달러(한화 약 10만원)였고, 연간 4,954억 대만달러(한화 약20.7조원)를 소비( '19년 대비 26.15% 증가)하는 것으로 나타남
  - 반면, 대만인들의 2023년 해외여행 총 횟수(출국건수)는 1,180만회로 '19년 대비 약 70%의 회복률을 보였으며, 1인/회당 평균지출은 60,481 대만달러(한화 약 253만원)로 '19년 대비 27% 증가, 이로 인한 연간 총지출은 7,134억 대만달러(한화 약 29.8조원)로 '19년 대비 87% 회복률을 기록함. 목적지별로 동남아시아 방문이 증가했으며, 중국·홍콩·마카오는 감소, 여행행태는 단체와 개별여행 비율이 각각 75%와 25%로 조사됨 <經濟日報, 8.1>
- 대만 유명 여행사의 상반기 매출액 절반, '일본' 상품이 차지
  - 대만 유명 여행사 라이온(雄獅旅行社), 우푸(五福旅行社), 뤼텐샤(旅天下聯合國際旅行社)의 올해 상반기 매출 점유율 1위 국가는 일본으로 각각 40%, 50%, 45%를 차지한 것으로 조사됨
  - 라이온여행사와 뤼텐샤여행사의 상반기 관광상품 매출 상위 3개 지역은 일본, 유럽, 동남아시아였고, 우푸여행사는 일본, 베트남, 한국 순이었음
  - 일본 상품 호조의 가장 중요한 원인은 '엔화 약세'로, 여행사들은 △일본여행사에 대만달러로 결제 △일본 공급업체와 장기 계약체결

또는 대량구매 등을 통해 상품의 가격 안정성을 확보 △일본가전 및 글로벌 명품 쇼핑 일정 기획 등으로 상품의 매력도를 높여 매출 증대를 이룬 것으로 분석 <自由時報, 8.5>

○ **대만 4분기 해외 단체상품 참고가격, 일본 5~10% 하락, 한국 15% 상승**

- 대만여행품질보증협회(中華民國旅行業品質保障協會), 4분기 해외 단체여행상품 참고가격 발표. 지난해 동기 대비 일본상품 가격은 이례적으로 5~10% 하향 조정, 한국은 15% 올라 가장 큰 상승폭을 보였으며, 그밖에 미주·유럽·동남아 지역 상품은 2%, 호주·뉴질랜드 상품은 1~3.5% 중앙아시아 상품은 3~5% 상향 조정됨
- 협회는 주요지역의 가격 조정 이유로, 일본은 항공료인하와 여행사 간 가격경쟁 심화, 한국은 항공료 상승을 들었으며, 동남아는 항공 좌석축소, 호텔가격인상이 있었으나 태국과 인도네시아의 대만관광객 대상 무비자정책(비자비용 無)이 가격인상폭을 좁혔다고 밝힘 <自由時報, 8.7>

**대만여행품질보증협회(中華民國旅行業品質保障協會)**

- 대만 관광업계가 관광산업 보호를 위해 1989년 설립한 교통부 산하 공익 법인단체. 전국 여행사의 약 90%의 2,500여개사가 회원사로 가입돼 있음
- 주요 업무는 △회원사 납부 '여행품질보증기금' 관리 △소비자-여행사 간 여행상품 분쟁 조정 △소비자 여행상품 불편·불만접수 △보상금 지급(선지급후 여행사 수령) △단체여행상품 참고가격 공표 등임
- \* 협회는 한국관광공사(타이베이지사)와 '공동 인증 방한 우수상품'을 운영 중

○ **대만관광청, 슈퍼주니어 멤버 '규현', 대만관광홍보대사 임명**

- 대만관광청(대만교통부 관광서)은 한국시장 집중 마케팅을 위해 슈퍼주니어 '규현'을 홍보대사로 임명
- 한국은 일본, 홍콩·마카오에 이어 세 번째 대만관광객 송출국으로, 지난 5월까지 한국인 45만명이 대만을 방문했고, 관광청은 이번 홍보대사 임명이 올해 외래관광객 1천만명 목표 달성을 위한 마케팅의 일환이라 전함 <自由時報, 8.16>

○ **대만 Z세대, 드라마·영화 촬영지 영향받아 여행목적지 결정**

- Booking.com가 실시한 <대만 Z세대\* 여행 트렌드 조사>에서 답변자



의 71%가 여행목적지를 선택할 때 드라마·영화·리얼리티쇼 촬영지 방문과 체험을 위해 일정을 조정한다고 밝힘 \*1997-2012년 출생자

- 대만 Z세대는 소셜미디어 플랫폼에서 여행 아이디어와 영감을 수집하며(70%), 최근 6개월 중 '나홀로 여행'을 한 바 있고(약 50%), 향후 1년 안에 '나홀로 여행'을 계획하고 있는 것으로 조사됨
- 또한, 이들은 AI를 활용하여 여행 일정을 기획하고(약 50%), 숙박시설은 호텔을 선호하며(70%), 특히 로봇이나 AI서비스를 제공하는 숙박시설에 관심이 많고(40%), 여행 가성비가 중요해 성수기는 피하는 속성(60%) 을 지닌 것으로 알려짐 <自由時報, 8.25>

## 1.4 주요 경쟁국 동향

### ○ (태국) 태국관광청, 타이베이역사에서 소비자행사 개최

- 태국관광청은 8.10~11 기간 이동인구가 많고 대만 전역의 사람들이 운집하는 타이베이역 1층 로비에 30여개 부스와 무대를 설치하여 태국여행 홍보행사 'Amazing Thailand Travel Fair'를 개최함
- 여행사, 마사지숍, 항공사 등 행사에 참가한 17개 업체는 태국 여행 상품 홍보와 전통공연, 태국 요리/마사지/전통의상 등 문화체험 이벤트 등을 진행하였고, 최근 대만 내 유행인 태국드라마에 출연한 배우(Moss-Bank、Noon-Praewa、Zan-Chisha、Nam Juthamas)들의 팬사인회도 개최함 <公民新聞, 8.15>

## 2. 방한관광 현황 및 전망

### 2.1 방한 대만관광객수 추이 및 특징

#### ○ ('24.1~7월 방한 대만관광객수)

(단위 : 명)

구 분	'24년(a)	'23년(b)	'19년(c)	a/b	a/c	'24년 전체 방한객수(d)	a/d
1월	93,589	49,477	87,954	189.2%	106.4%	880,881	10.6%
2월	96,704	47,970	94,559	201.6%	102.3%	1,030,244	9.4%
3월	115,578	63,504	98,510	182.0%	117.3%	1,491,748	7.7%
4월	117,606	45,434	113,072	258.9%	104.1%	1,462,797	8.0%
5월	116,956	66,654	101,779	175.5%	114.9%	1,418,463	8.2%

6월	144,255	97,365	118,437	148.2%	121.8%	1,417,274	10.2%
7월	142,721	103,566	113,587	137.8%	125.6%	1,408,499	10.1%
<b>1~7월</b>	<b>827,409</b>	<b>473,970</b>	<b>727,898</b>	<b>174.6%</b>	<b>113.7%</b>	<b>9,109,906</b>	<b>9.1%</b>
8월		98,854	109,273				
9월		92,411	102,758				
10월		96,845	127,944				
11월		86,141	102,241				
12월		80,633	90,379				
<b>계</b>		<b>960,607</b>	<b>1,260,493</b>				

[출처] 한국관광 데이터랩

- 2024년 7월 방한 대만관광객수는 142,721명으로 전년 동기(103,566명) 대비 137.8%, 2019년 동기(113,587명) 대비로는 125.6% 회복되어 매우 큰 폭의 성장세를 이어가고 있음
- 7월 방한 대만관광객수는 전체 외래객(1,408,499명)에서 차지하는 비중은 10.1%로 1월, 7월에 이어 3번째로 10%대를 기록하였음. 이러한 수치는 2019년 대만 관광객이 전체 외래객에서 차지하는 비중 7.2%를 월등히 뛰어넘고 있는 수치임
- 한국-대만 양측간의 방문객 규모는 아래 표에서 알 수 있듯이 4월 지진 이후 방대만 한국 관광객이 큰 폭으로 감소하며 5월 양측 방문객수 합계도 4월에 이어 20만명을 밑돌았음

※ 2024년 한국-대만 방문객수

구 분	대만→한국	한국→대만	계
1월	93,589	113,192	<b>206,781</b>
2월	96,704	110,210	<b>206,914</b>
3월	115,578	93,556	<b>209,134</b>
4월	117,606	68,822	<b>186,428</b>
5월	116,956	71,240	<b>188,196</b>
<b>1~5월</b>	<b>540,433</b>	<b>457,020</b>	<b>997,453</b>
6월	144,255		

○ 입국 루트별 대만관광객수 및 비중

(단위 : 명)

구 분	전체	인천공항	김해공항	김포공항	제주공항	기타공항
'24.1월	93,589	54,497 (58.2%)	18,191 (19.4%)	8,845 (9.5%)	5,104 (5.5%)	6,700 (7.2%)



'24.2월	96,704	51,353 (53.1%)	21,317 (22.0%)	8,196 (8.5%)	7,033 (7.3%)	8,522 (8.8%)
'24.3월	115,578	55,121 (47.7%)	28,464 (24.6%)	8,982 (7.8%)	9,560 (8.3%)	10,052 (8.7%)
'24.4월	117,606	58,771 (50.0%)	26,436 (22.5%)	9,321 (7.9%)	10,384 (8.8%)	8,800 (7.5%)
'24.5월	116,956	58,503 (50.0%)	29,850 (25.5%)	8,702 (7.4%)	11,815 (10.1%)	7,247 (6.2%)
'24.6월	144,255	69,017 (47.8%)	33,070 (22.9%)	10,433 (7.2%)	13,766 (9.5%)	10,791 (7.5%)
'24.7월	142,721	64,385 (45.1%)	35,858 (25.1%)	12,625 (8.8%)	14,217 (10.0%)	11,693 (8.2%)
'24.1~7월	827,409	411,647 (49.8%)	193,186 (23.3%)	67,104 (8.1%)	71,879 (8.7%)	63,805 (7.7%)
'23년 전체	960,607	548,980 (57.1%)	197,688 (20.6%)	70,765 (7.4%)	61,441 (6.4%)	71,581 (7.5%)
'19년 전체	1,260,493	753,866 (59.8%)	240,877 (19.1%)	60,225 (4.8%)	58,558 (4.6%)	113,348 (9.0%)

[출처] 한국관광 데이터랩/ [참고] ( )은 전체 입국루트에서 차지하는 비중

- 7월 인천공항을 통한 입국 대만 관광객수는 64,385명으로 전체에서 45.1%를 차지하여 올해 들어 가장 낮은 비중을 차지하였음. 반면 인천을 제외한 모든 다른 공항으로의 입국객수는 전월 대비 증가하였음
- 이는 대만의 방한 지역관광 수요가 매우 탄탄함을 보여주는 지표로 부산과 제주 여행은 이제 대만에서는 특이한 것이 아닌 일상적인 방한관광의 한 모습으로 받아들여지고 있음

## 2.2 방한 항공동향

○ '24년 1~7월 대만-한국 노선 운항편수 및 '19년 대비 회복률 (단위 : 편)

구 분	'24년(a)	'23년(b)	'19년(c)	회복률(a/b)	회복률(a/c)
1월	2,062	1,011	1,960	204.0%	105.2%
2월	2,055	1,089	1,834	188.7%	112.0%
3월	2,086	1,313	1,988	158.9%	104.9%
4월	1,964	1,513	1,938	129.8%	101.3%
5월	2,067	1,556	2,023	132.8%	102.2%
6월	1,994	1,504	1,929	132.6%	103.4%
7월	2,089	1,598	1,969	130.7%	106.1%
8월		1,585	2,040		
9월		1,685	2,100		

10월		1,768	2,488		
11월		1,685	2,353		
12월		1,891	2,470		
계		18,198	25,092		

[출처] 한국항공협회 항공포털/ [기준] 정기+부정기, 출발편+도착편

### ○ '24.7월 현재 주요 노선 운항편수

(단위 : 편)

구 분	'24.7월	'24.6월	'24.5월	'24.4월	'19.7월
타이베이-인천	712 (102.0%)	698 (96.1%)	726 (98.5%)	698 (98.2%)	
타이베이-부산	477 (104.4%)	457 (95.4%)	479 (114.0%)	414 (101.5%)	
타이베이-대구	124 (103.3%)	120 (96.8%)	124 (51.0%)	131 (63.3%)	
타이베이-제주	184 (107.0%)	172 (102.4%)	168 (210.0%)	166 (221.3%)	
타이베이-청주	97 (102.1%)	95 (87.2%)	109 (194.6%)	119 (195.1%)	
타이베이(송산)-김포	122 (101.7%)	120 (96.8%)	124 (100.8%)	120 (100%)	
가오슝-인천	172 (111.7%)	154 (96.3%)	160 (86.0%)	158 (87.8%)	
가오슝-부산	60 (100%)	60 (96.8%)	62 (100%)	60 (100%)	
가오슝-김포	88 (151.7%)	58 (111.5%)	52 (-)	64 (-)	
타이중-인천	35 (58.3%)	60 (96.8%)	62 (114.8%)	34 (68.0%)	
타이중-부산	18 (-%)				

[출처] 한국항공협회 항공포털/ [기준] 정기+부정기, 출발편+도착편

[참고] ( )는 '24.5월까지'는 '19년 동기 대비 회복률, '24.6월부터는 전월 대비 회복률

### ○ 주요 분석

- '24.7월 대만-한국 항공노선은 2,089편으로 코로나 이전인 '19년 동기 (1,969편) 대비 106.1% 회복하여 올해 들어 지속해서 '19년 동기대비 증가하고 있음. 또한 7월 운항편수는 올해 월별 운항편수 중 가장 많은 수치를 기록하여 7월 성수기에 각 항공사마다 대만-한국 노선에 많은 노선을 안배한 것으로 분석됨
- 노선별로는 타이중-인천 노선만 감소하고 모든 노선이 증편되었으며 특히 가오슝-김포 노선 증가폭이 두드러지는데 이는 티웨이 항공이 6.26부터 신규 취항한 데 따른 것임. 가오슝-김포 노선에는 하반기에 제주항공에서도 취항 예정이어서 하반기에 더욱 증가할 것으로 예상되고 있음

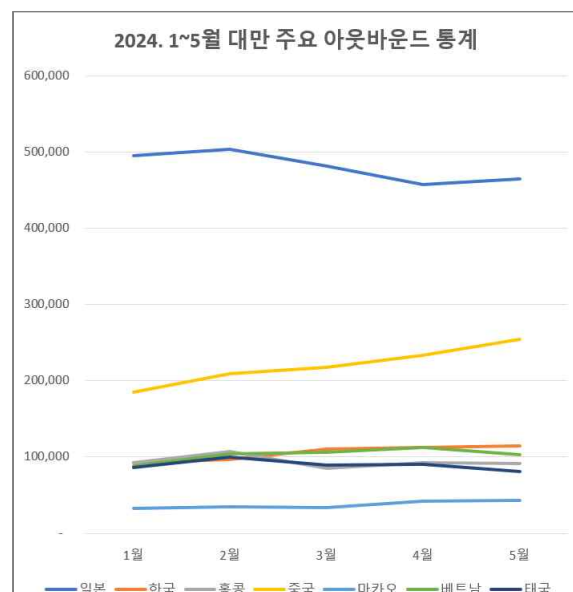
## 2.3 향후 전망

- 3분기(가을 성수기), 방한 대만관광객 지속 또는 확대 전망

- 9월은 대만 전통 비수기에 진입하는 시기이지만, 한국의 경우 △7~8월 높은 성장세의 여세 △국내 유명 K-Pop 가수 콘서트 개최(아이유, INK콘서트 등) △한-대만 노선 간 전세기 운항으로 인한 항공좌석 공급량 증가(이스타항공, 아시아나항공, 대한항공, 에바항공, 총 8회) 등의 이유로 최근의 증가세를 유지 할 것으로 전망
- 또한, 10월은 10.10 국경절로 인한 전통적 여행 성수기인데, 특히 올해는 10.10일이 목요일로, 하루 연차를 더해 4일간(10.10(목)~10.13(일)) 휴식이 가능해 동 기간 해외여행 수요가 증대할 것으로 예상, 이에 따른 10월 중 방한 대만관광객 수 증가를 기대할 만 함
- 특히, 10월 성수기를 겨냥한 공사와 국내 업계의 마케팅이 9월에 집중되어 있고(2024 타이베이 K-관광 로드쇼(타이베이 華山1914), 방한 공연관광 활성화 프로모션(kkday), 경기 원데이투어 상품 판촉전(kkday), 부산 SIC 투어 프로모션(kkday, KLOOK) 등), 국내의 '단풍'과 '문화축제'가 대만인들이 선호하는 여행콘텐츠인 만큼 10월 동 요인들이 대만인들의 방한수요를 한층 진작시킬 것으로 기대함
- 다만, 대만인의 전통적인 일본 단풍여행 선호도뿐만 아니라, 4분기 중 일본 단체여행상품 가격 하락과 한국상품의 가격상승이 가격민감도가 높은 대만소비자에게 한국상품 대비 일본상품의 매력도를 높일 수 있음

○ '24년 1월~5월 대만 아웃바운드 통계, 한국·중국·마카오·홍콩 점진 우상향, 일본·베트남·태국 우하향 추세

- 대만교통부 관광서가 발표한 올해 1~5월 아웃바운드 통계를 보면, 주요 아웃바운드 목적지 순위는 일본, 중국, 한국, 베트남, 홍콩, 태국, 마카오 순이고 기간 중 전반적인 추세는 중국·마카오·한국이 우상향 곡선을, 일본·베트남·태국이 점진적인 우하향 곡선을 띄고 있음. 특이할 만한 것은 목적지의 비/성수기 시즌이 거의 같은 한국과



일본의 경우, 한국은 지속적으로 완만한 상승추세를 이어가고 있으나, 일본은 1-2월 상승후 하향추세를 보이고 있어 7-8월 성수기를 포함한 이후 통계를 주시할만 함

### 3. 타이베이지사 '24.8월 현재 추진 주요사업 및 동향

#### 3.1 K-관광 로드쇼 in Taipei\_9.6~8 개최

- 'Korea FLEX'를 테마로 국내외 유관업계 31개 참가

#### 3.2 대만 유력 OTA(kkday) 활용 공연관광 프로모션 추진(9~11월)

#### 3.3 부산 SIC(부산 거점 타지역 방문 1일 FIT 상품)상품 홍보 및 판촉(9월)

#### 3.4 대만 최대 메신저(Line) 채널 활용 방한항공권 판촉홍보 프로모션(9~11월)

#### 3.5 대만 복지몰 사이트(payeasy) 활용 방한관광 프로모션(9~11월)

#### 3.6 RTO(경기관광공사, 경남관광재단) 공동 OTA 판촉 프로모션(10~12월) 준비

#### 3.7 BC카드 및 타이완페이 공동 방한 모바일페이 프로모션(6~8월)

#### 3.8 방한 대만 교장단 팸투어 완료(부산, 대구)(8월)

#### 3.9 가을시즌 집중 방한관광 SNS 이벤트(7~8월)

#### 3.10 타이베이국제여전(ITF) 한국관 운영업체 선정(9월)

#### 3.11 코리아플라자 활용 한국 캠핑여행 홍보(7~8월)

#### 3.12 타오위안 지역 대상 방한 교육여행 설명회(8.5)

#### 3.13 (8월 주요 업무협의) kkday, Trip.com, 두원(크루즈 선사)

- ※ 언론매체(경제일보, 자유시보, 공민신문, 중앙통신사(CNA), 중국시보, 연합보 등), 대만 관광서, 대만관광협회, 대만여행업품질보장협회, 한국관광공사 데이터랩, 한국항공협회 항공포털 및 업계동향 등 종합. 끝.