

(필리핀) 4월 현지 관광정책 및 시장동향

'25. 4. 29(화) / 마닐라지사

- ◆ 필리핀관광부, 한국인 관광객의 해외여행 둔화 움직임에 우려, 한국에 마케팅 강화
- ◆ 필리핀 여행성수기 4월, 팬데믹 이후 방한 필리핀관광객 수 月 단위 최대 기록 전망
- ◆ 필리핀 소비자들의 최대 관심사 K-Beauty, 현지 인기도 및 호감도 최고 기록

1. 관광정책 동향

○ 필리핀관광부, 한국인 관광객의 해외여행 둔화 움직임에 우려, 한국에 마케팅 강화

- 필리핀을 방문한 한국인 관광객은 2025년 1분기 395,059명으로, 전년동기 13.86% 감소하였음. 필리핀 부동산투자사 Leechiu Property Consultants의 분석에 따르면, 한국의 정치적 혼란으로 인한 한국 원화 약세를 원인으로 꼽으며, 한국원화는 지난 4월 8일 16년 만에 최저치로 떨어짐
- 필리핀 관광부는 한국인들의 해외여행 둔화 움직임을 주시하고 있으며, 필리핀 외국인관광객 제1시장인 한국 대상 마케팅 및 홍보 강화 계획 밝힘. 동시에 한국과 파트너십을 유지하고 확장하며, 항공편 확대를 통해 한-필 간 연결 확대 방안을 모색하고 있다고 이례적으로 발표함

☞ 필리핀을 방문한 전체 외국인 관광객 중 한국인 관광객은 여전히 굳건한 1위를 차지하고 있으나, 필리핀 관광시장에서 점유율이 약 24%로 가장 높은 한국인관광객 수가 감소함에 따라, 필리핀을 방문한 전체 외국인관광객 수가 전반적으로 낮아지는 등 필리핀 관광시장에 지대한 영향을 미침

2. 여행업계 동향

○ 필리핀 여행성수기 부활절 4월, 팬데믹 이후 방한 필리핀관광객 수 月 단위 최대 기록 전망

- 필리핀관광객이 1분기(1~3월) 125,402명 방한하여 전년대비 약 17% 성장하고 있는 가운데, 이전 月 단위 최다 방문객 58,724명('24년 10월)이었으나, 이번 부활절 연휴가 포함된 4월에 이전 기록을 훌쩍 뛰어 넘어설 것으로 전망.
 - 현지 여행·항공 업계에 따르면, 봄 시즌 3~5월 전반 방한상품 매출이 상승 하였으며, 한국 벚꽃수요, 완화된 한국 비자발급, 인센티브 단체 등 한국행 여행 수요 전반 증가하고 있다고 밝힘. 특히, 넷플릭스 시리즈 '폭삭 속았수다'의 인기로, 제주지역에 대한 관심이 증대 되었으며, 4월 부활절 연휴, 마닐라발 제주 전세기 상품이 조기 완판되며, 3항차에 걸쳐 약 600명 전세기 단체여행객 유치 하였음
 - 또한, 부활절 기간 동안 필리핀인 아웃바운드 전반 수요가 늘어남. 마닐라공항 당국은 부활절 연휴 기간 동안 마닐라 국제공항(NAIA) 이용객 수 117만 명의 승객을 수용하여 전년대비 12.7% 증가한 수치라고 발표함. NNIC 민간컨소시엄이 작년 9월 마닐라공항의 운영 및 유지관리를 착수한 이후로 서비스개선, 정시운항률 등 모든 지표에서 개선되었으며, 부활절 기간 동안 승객 수는 증가했지만 운항은 더 원활하고 빨라졌다고 밝힘.
- ☞ 필리핀 내 높아진 K-컬처의 인기가 지속되고, 한국에 대한 호감도가 매우 높은 배경에서 필리핀 인이 전통적으로 선호하는 봄 벚꽃여행 시즌과 필리핀 현지 최대 연휴(부활절 기간)이 정확하게 겹쳐지며 한국 여행수요가 폭발적으로 늘어남. 또한 올해 초, 필리핀 내 일본비자 발급 지연 이슈가 발생하여, 관광 대체 낙수 효과도 일부 존재하는 것으로 분석

3. 현지 이슈 동향

○ 필리핀 소비자들의 최대 관심사 K-Beauty, 현지 인기도 및 호감도 최고 기록

- 2025 해외한류실태조사(한국국제문화교류진흥원)에 따르면, 필리핀 소비자에게 K-뷰티는 전체 조사국 28개국 중 인기도 1위(72.4%) 및 호감도 2위(87.3%)를 차지하였으며, 방한 필리핀의 쇼핑 품목 1순위는 화장품(63.8%)이 차지할 정도로 K-뷰티에 대한 필리핀인들의 선호가 매우 높음
- 동남아에서는 촉촉하고 광채 나는 피부 표현이 트렌드로 행사 자체 설문조사에 따

르면 필리핀 소비자는 한국 내 뷰티제품 중 스킨케어를 가장 선호하며, 한국에 방문하면 한국 메이크업 및 헤어 스타일링을 가장 경험하고 싶은 것으로 나타남

- 공사 마닐라지사에서는 K-뷰티 콘텐츠 활용 홍보마케팅을 통한 한국관광 호감도 증진을 위하여 지난해부터 시작된 ‘K-Beauty Glow-up 2025’ 행사는 지난 25일부터 26일까지 양일간, 마닐라 프리미엄쇼핑몰 SM aura 에서 개최함. 이번 행사에서 뷰티제품 시연, 한국 헤어스타일링, 퍼스널컬러 등 다채로운 K-뷰티 체험을 선보였으며, 양일간 총 5천 명이 넘는 관람객이 행사장을 찾아 K-뷰티에 대한 높은 인기를 증명 함
- 본 이벤트 현장에 참여한 참가자 설문조사 결과(848명 응답), 한국 방문 시 뷰티테마 중 가장 경험하고 싶은 분야 TOP3는 퍼스널컬러 체험, 스킨케어 클리닉, 한국식 헤어 메이크업 체험 순으로 나타났으며, 참가자 중 94.4%가 행사 이후 한국여행 방한의향이 높아졌다고 응답함. 또한, 필리핀인이 일상적으로 많이 사용하는 한국 뷰티제품 종류는 스킨케어(모이스처, 세럼, 토너)가 가장 선호되는 것으로 나타났으며, 이는 순한 성분과 좋은 품질임에도 가격이 상대적으로 저렴하고, 아시아인 피부에 잘 맞는 제품이라는 인식이 존재

4. 경쟁국 동향

○ 주요 경쟁국 데이터 근거, 필리핀 아웃바운드 전반 작년대비 상승 기록

- 팬데믹 이후 지속된 경제 고성장으로 필리핀인의 해외여행 수요가 높아지는 가운데 주요 아시아 인접국 위주 아웃바운드 성장이 두드러지나, 비자 이슈가 있는 일본의 성장세는 주춤하고, 싱가포르의 오히려 마이너스 성장을 기록
- '24년 동기 대비 '25년 주요 국가 방문 필리핀 관광객 수

구분	한국	홍콩	일본	대만	싱가포르
2025년 2월	37,689	96,968	66,700	48,174	50,140
2024년 2월	25,867	79,126	65,217	33,884	55,600
성장률(전년比)	45.7%	22.5%	2.3%	42.2%	-9.8%

※ 자료 출처 : 필리핀 관광부 보도자료 등 뉴스 종합

<https://www.pna.gov.ph/articles/1248595>

<https://www.pna.gov.ph/articles/1248377>

<https://www.gmanetwork.com/news/lifestyle/shoppingandfashion/943943/ko-kcc-open-2-day-k-beauty-glow-up-event-in-bgc/story/>

<https://datalab.visitkorea.or.kr/>

<https://www.discoverhongkong.com/eng/hktb/newsroom/tourism-statistics.html>

<https://www.jnto.go.jp/statistics/data/>

<https://stat.taiwan.net.tw/inboundSearch>

<https://stan.stb.gov.sg/>