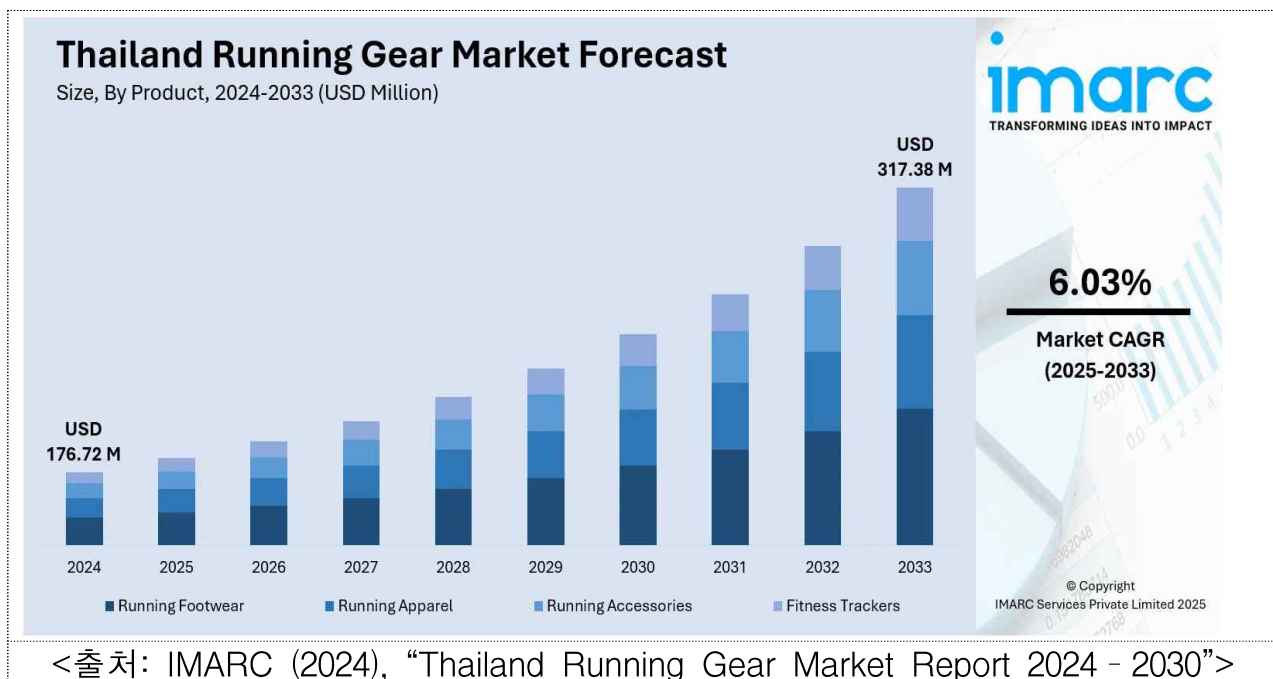


# (심화리포트) 태국 러닝시장 분석 및 한국 런트립 상품화 방안

'25. 12. 25(목요일) / 방콕지사

## 1. 서론: 태국 러닝·런트립 시장과 한국의 기회

태국에서는 러닝이 단순한 운동을 넘어 건강관리, 라이프스타일, 소비 문화 전반을 아우르는 핵심 생활 스포츠로 자리 잡고 있다. 러닝 인구는 지난 10여 년간 안정적인 성장세를 유지해 왔으며, 커뮤니티 기반 활동과 SNS 확산을 통해 장비·의류·이벤트·관광으로 소비 영역이 빠르게 확장되고 있다.

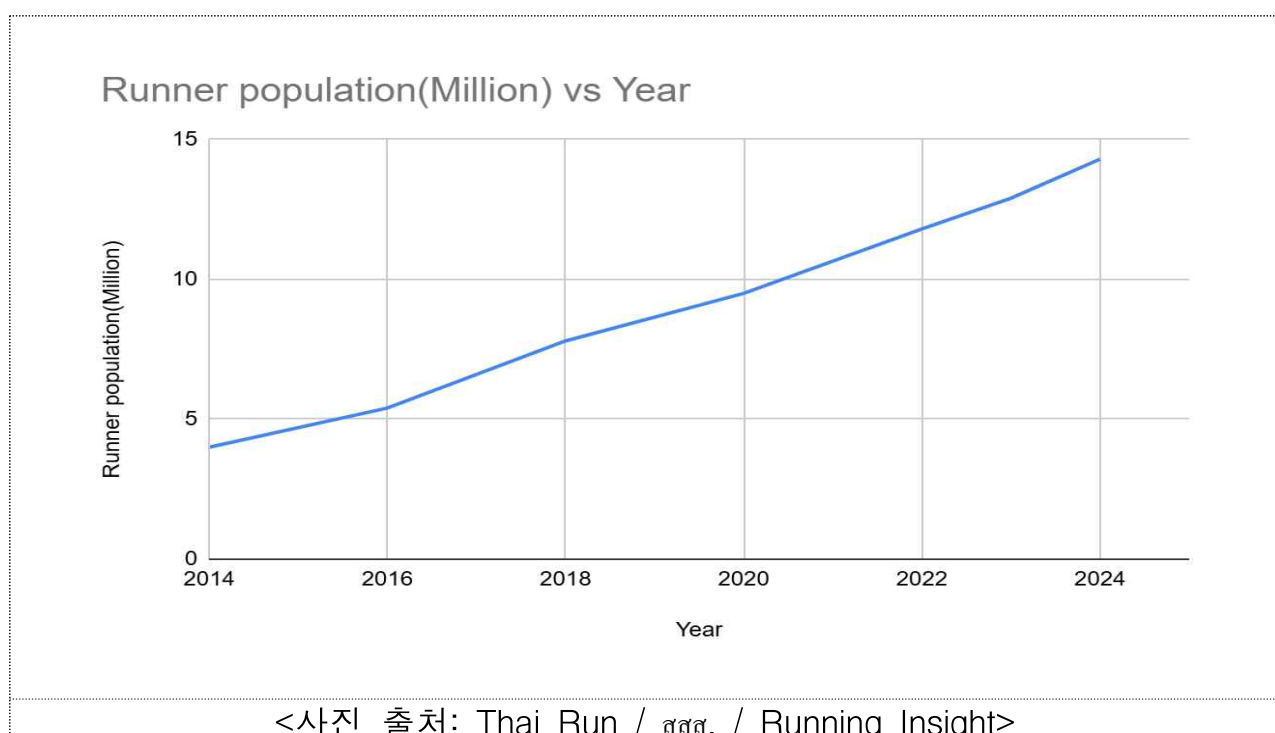


이러한 흐름 속에서 태국 러너들은 러닝을 여행·휴식·문화 체험과 결합한 '런트립(Run + Trip)' 형태로 소비하기 시작했으며, 일본·대만·중국 등 해외 러닝 이벤트에 대한 관심과 참여가 지속적으로 증가하고 있다. 런트립은 태국 러너에게 단순한 스포츠 참가를 넘어, 일상에서 벗어난 경험과 커뮤니티 활동을 결합한 새로운 여행 방식으로 인식되고 있다.

한편 한국은 봄·가을의 쾌적한 기후, 도시·자연·해안을 아우르는 다양한 러닝 코스, 국제 수준의 대회 운영 경험, 그리고 K-컬처를 기반으로 한 관광 자산을 동시에 보유한 국가로서 태국 런트립 수요를 흡수할 수 있는 구조적 경쟁력을 갖추고 있다. 본 리포트에서는 태국 러닝·스포츠 관광 시장 구조와 해외 런트립 동향을 분석하고, 이를 토대로 태국 시장을 대상으로 한 한국 런트립·스포츠 관광 전략 방향을 도출하고자 한다.

## 2. 태국 러닝·스포츠 관광 시장 분석

태국의 러닝 참여 인구는 2024년 기준 약 1,430만 명으로 전체 인구의 약 20%에 달하며, 2025년에는 약 1,570만 명까지 증가할 것으로 전망된다. 지난 10년간 연평균 두 자릿수 성장률을 기록한 러닝은 태국에서 가장 빠르게 성장한 생활 스포츠 분야로 평가된다. 특히 25~40대 직장인과 여성 러너 비중이 높아, 프리미엄 러닝화·웨어러블·기능성 의류 등 고관여 소비를 주도하는 구조가 형성되어 있다.



태국에서는 매년 1,500건 이상의 러닝 및 대중 참여형 스포츠 이벤트가 개최되고 있으며, 방콕·치앙마이·푸껫·파타야 등 주요 도시와 관광지를 중심으로 대규모 마라톤과 러닝 페스티벌이 정례화되어 있다. 이들 이벤트는 숙박·교통·식음·관광 소비를 동반하는 대표적인 스포츠 관광 콘텐츠로 기능하며, 태국 스포츠 관광 산업의 핵심 축으로 자리 잡고 있다.

### <2025년 태국 주요 러닝 행사 리스트>

행사명	참가규모	일정	주요특징	지역
Khon Kaen International Marathon	약 10,000~15,000명	1월 10-12일	동북부 최대 국제대회, 지역경제 파급력	콘깸
Khao Yai Marathon / PB Valley Run	약 3,000~5,000명	1월(행사 연례)	와인밸리 자연경관 중심, 가족 단위 인기	카오야이
Buriram Marathon	약 20,000명	1월 25일	Chang Arena 기반 스포츠 관광 대회	부리람
Laguna Phuket Marathon	약 7,000~10,000명	6월 13-14일	대표 스포츠 관광 이벤트, 해변 리조트 코스	푸껫
Pattaya Marathon	약 10,000명 이상	7월 20일	외국인 참가자 비중 높음, 해변 도시 코스	파타야
Chiang Khan Super Half Marathon	약 2,500~3,000명	9월 7일	메콩강 풍경 중심 관광형 하프	로에이
Nakhon Phanom Saon Run	약 2,000~2,500명	9월 21일	국경도시 경관 코스	나콘파놈
Bangkok Marathon	약 30,000명+	11월 15일	태국 전통 마라톤, 도심 문화유산 코스	방콕
Amazing Thailand Marathon Bangkok	약 36,000~48,000명	11월 30일	태국 최대 러닝 페스티벌, 국제 참가자 다수	방콕
Chiang Mai Marathon	약 6,000~10,000명	12월 21일	겨울철 기후 최적, 북부 대표 마라톤	치앙마이
Bangsaen21 Half Marathon	약 5,255~10,426명	12월 21일	WA 공인 인증, 태국 최상위 하프 대회	방센
UTMB Thailand (Doi Inthanon)	약 5,000명+	12월 중	태국 최대 트레일 러닝, 국제 UTMB 시리즈	치앙마이

태국 러닝 시장에서 나타나는 가장 중요한 변화는 러닝이 '경험 중심 소비'로 전환되고 있다는 점이다. 태국 러너들은 러닝을 개인 운동이 아닌, 경관·굿즈·운영품질·커뮤니티 경험이 결합된 종합적 소비 행위로 인식하고 있으며, 이러한 인식 변화가 런트립 수요 확대의 기반이 되고 있다. 특히 SNS와 KOC(Key Opinion Consumer: 핵심 소비자 인플루언서)<sup>1)</sup>는 대회 선택, 장비 구매, 여행지 결정 과정에서 핵심적인 영향력을 행사하며, 러닝 크루를 중심으로 한 커뮤니티 기반 소비 구조는 해외 원정 러닝(런트립) 참여를 가속화하고 있다.

### 3. 태국 발 해외 런트립 동향 및 시사점

태국 러너들의 해외 런트립 수요는 일본, 대만, 중국을 중심으로 빠르게 확대되고 있다. 이들 국가는 공통적으로 러닝 이벤트를 관광·도시 브랜딩·체류형 소비와 결합한 전략 산업으로 발전시켜 왔으며, 태국 러너에게 명확한 비교 기준을 제공하고 있다.

일본은 운영 품질과 참가자 경험 설계가 고도화된 런트립 모델을 구축한 국가로, 국제 기준에 부합하는 안정적 운영과 도시·자연 경관을 결합한 코스 설계가 강점이다. 대만은 지속가능성(ESG) 기반 운영과 Guaranteed Entry 중심의 패키지 상품화를 통해 해외 러너의 접근성을 높였으며, 중국은 정부 주도형 대규모 마라톤 운영과 랜드마크 중심 코스 설계를 통해 도시 브랜딩 효과를 극대화하고 있다.



1) KOC의 특징은 단순 인플루언서가 아닌, 실제 러닝 경험을 기반으로 신뢰성을 인정받는 소비자 리더그룹이라는 점이다. 연구 결과에 따르면 태국 소비자의 약 72%는 제품 선택 시, “브랜드 광고보다 실제 사용자 리뷰(KOC 리뷰)를 더 신뢰한다”고 응답했으며(출처: Mintel Consumer Trust Report 2023), 특히 러닝화·웨워러블 기기·영양 보충제와 같은 고관여·고가 제품일 수록 KOC 영향력이 절대적으로 높다.

이들 사례를 종합하면, 해외 런트립 시장의 성공 요인은 △운영 안정성, △관광 자원과 결합된 코스 설계, △참가권·숙박·이동을 포함한 패키지 상품화, △ SNS 확산을 고려한 경험 중심 설계로 정리된다. 이는 태국 러너들이 런트립 목적지를 선택하는 핵심 기준이자, 한국이 시장에 진입할 때 참고해야 할 전략적 시사점을 제공한다.

#### 4. 태국 시장을 위한 한국 런트립·스포츠 관광 전략

한국은 태국 러너가 중시하는 핵심 요건을 구조적으로 충족할 수 있는 국가다. 봄·가을의 쾌적한 기후는 고온다습한 환경에서 운동해야 하는 태국 러너에게 우위를 제공하며, 도시·해안·산악·자연을 아우르는 다양한 러닝 코스는 입문자부터 기록형 러너까지 폭넓은 수요를 포괄한다.

서울은 한강과 남산을 중심으로 한 세계적 수준의 도시 러닝 인프라를 보유하고 있으며, 부산은 해양 관광과 결합된 휴양형 런트립 도시로 차별화된다. 제주는 자연·트레일·힐링 중심의 국제급 러닝 목적지로 기능하고, 경주는 역사·문화 유산을 기반으로 한 헤리티지 런트립 도시로서 독자적 경쟁력을 가진다. 이들 자산은 한국 런트립을 ‘도시형·자연형·문화형’으로 세분화해 전략적으로 상품화할 수 있는 기반이 된다.

##### <지역별 국내 주요 마라톤 대회 특징>

구분	참가규모	개최시즌	코스 매력요소,수정	관광연계성
서울국제마라톤	약 40,000명	3월	빠른 코스, 기록형 러너 선호	서울 관광자원 활용
부산바다마라톤	약 10,000명	10월	경관·기록 균형	해안+도심 관광 연계 용이
제주국제마라톤	약 8,000명	5월	자연 경관중심, 힐링·체험형 러너 적합	제주 자연·휴양관광 연계
경주벚꽃마라톤	약 13,000명	4월	벚꽃 시즌에 맞춘 역사·자연 결합 코스, 경관형 러닝	벚꽃·문화유산 관광 특화
인천국제마라톤	약 10,000명	10~11월	해변·신도시 아우르는 국제도시형 코스, 외국인 참가자 비중 높음	해외 관광객 접근성 우수

또한, 한국의 강점인 K컬처 기반의 문화경험과 음식, 쇼핑과 함께 상품을 설계 또는 홍보하는 방식이 필요하다. 태국 MZ세대는 운동뿐만 아니라 문화와 재미가 결합된 경험을 선호하는 경향이 강하기 때문에 태국인들의 휴가 시즌인 4월과 10~12월 중에 열리는 마라톤 러닝이벤트와 이러한 K컬처를 연계할 필요가 있다.

태국 시장을 겨냥한 한국 런트립 전략은 개인 러너보다 러닝 크루와 커뮤니티 단위 접근이 효과적이다. Guaranteed Entry 기반<sup>2)</sup> 대회 패키지, KOC 초청형 프로그램, 러닝·관광·굿즈·SNS 경험을 결합한 상품 구성이 필요하며, 러닝을 시작으로 트레일 러닝, 웰니스, 사이클링 등 스포츠 기반 체류형 관광으로 확장하는 전략이 필요하다.

## 5. 결론 및 제언

태국 러닝 시장은 구조적 성장 단계에 진입했으며, 런트립은 태국 러너의 새로운 핵심 소비 방식으로 자리 잡고 있다. 해외 사례 분석 결과, 운영 품질·기후·관광 결합·SNS 확산 요소를 갖춘 국가가 런트립 시장에서 경쟁우위를 확보하고 있으며, 한국은 이러한 요건을 모두 충족하는 목적지다.

향후 한국은 태국 러너를 대상으로 한 전략적 런트립·스포츠 관광 상품을 통해 방한 수요를 확대하고, 재방문·체류형 관광을 유도할 수 있다. 이를 위해 한국관광공사는 러닝을 출발점으로 한 스포츠 관광 전략을 단계적으로 추진하고, 태국 시장 특성에 맞춘 커뮤니티·KOC 중심 확산 전략을 적극 활용할 필요가 있다.

2) 마라톤·러닝 이벤트 참가 시 추첨·선착순과 관계없이 참가가 보장되는 방식을 의미하며, 주로 공식 파트너 여행사 또는 주최 측과 협력한 패키지 상품을 통해 제공된다. 해당 방식은 해외 러너의 참가 불확실성을 해소하고, 항공·숙박·관광 상품과 결합된 체류형 스포츠 관광 상품화에 활용된다.

## 참고문헌

1. World Health Organization (2022). Physical Activity: Factsheet for Thailand.,  
출처: <https://www.who.int/publications/m/item/physical-activity-tha-2022-country-profile>
2. Bangkok Marathon Official (2023). BDMS Bangkok Marathon - Event Summary & Participation Statistics,  
출처: <https://www.bkkmarathon.com/home>
3. Amazing Thailand Marathon Organizer (2023). Amazing Thailand Marathon Bangkok - Event Overview,  
출처: <https://amazingthailandmarathon2025.com/>
4. Naha Marathon Committee (2023). Naha Marathon - Race Details & International Participation  
출처: <https://www.naha-marathon.jp>
5. Osaka Marathon Organizer (2024). Osaka Marathon - Race Information & Runner Support Services,  
출처: <https://www.osaka-marathon.com>
6. Hokkaido Marathon Executive Committee (2023). Hokkaido Marathon - Course Overview & Registration Stats,  
출처: <https://www.hokkaido-marathon.com>
7. Albatros Adventure (2023). The Great Wall Marathon - Travel Packages & Race Information,  
출처: <https://www.great-wall-marathon.com>
8. Taiwan Sports Administration (2023). Taiwan Road Races and Running Tourism Packages,  
출처: <https://www.sports.org.tw>
9. Department of Physical Education Thailand (2022). Thailand Sports Participation Report,  
출처: <https://www.dpe.go.th>
10. Bangkok Post Editorial Team (2025), Thai Running Events Face Glut  
출처:  
<https://www.bangkokpost.com/business/general/3041386/thai-running-events-face-glut#:~:text=Regarding%20the%20outlook%20for%20the,races%2C%20attracting%20over%2012%2C000%20runners>
11. ThaiHealth Promotion Foundation - THPI (2023), Thailand Physical Activity Statistics Report  
출처: <https://www.thaihealth.or.th/wp-content/uploads/2023/11/Thai-Health-2023.pdf>
12. Sport Authority of Thailand - SAT (2023), Annual Sports Participation and Market Growth Report,  
출처: <https://www.sat.or.th>

13. Matichon Online Staff (2024), Running Events in Thailand Reach 1,500 Races Per Year,  
출처: [https://www.matichon.co.th/sport/news\\_4943481](https://www.matichon.co.th/sport/news_4943481)
  
14. Workpoint Today Team (2023), Why Running Became Thailand's Most Popular Exercise,  
출처: <https://www.workpointtoday.com/748315-running-club-thailand>
  
15. Tourism Authority of Thailand - TAT (2024), Sports Tourism in Thailand: Marathon and Running Activities,  
출처: <https://www.tourismthailand.org>
  
16. Taipei Marathon Organizing Committee (2023), Taipei Marathon Race Overview and Participation Statistics,  
출처: <https://www.taipeicitymarathon.com>
  
17. Jim (2025). Bicycle Touring the Four Rivers Trail,  
출처: <https://www.rollingexistence.com/routes/cycling-the-four-rivers-trail-in-south-korea/>