

## 프랑스 관광시장 동향 (5월)

'26. 5. 27 (수) / 파리지사

### □ 프랑스 관광시장 주요 동향

#### ○ (관광수요) 프랑스인 여행 심리 위축 및 근거리 여행 선호 확대

- 국제 정세 불안 및 항공료·항공유 비용 상승 영향으로 프랑스인들의 여행 심리가 전반적으로 위축되고 있음. 프랑스 언론 르몽드(Le Monde)는 올해 프랑스 여름 휴가 관련 조사 결과, '확실히 휴가를 떠날 계획이 있다'고 응답한 비율이 37%로 집계되어 전년 대비(50%) 큰 폭으로 감소했다고 보도함. 또한 1주 이상 휴가 계획 응답률은 68%로 전년 대비 9% 감소한 반면, 국내 여행 선호 비율은 71%까지 증가한 것으로 나타남.
- 프랑스 관광업계는 유럽 인근 국가 및 근거리 수요는 증가한 반면, 장거리 여행 예약 감소세는 지속되고 있다고 분석하고 있음. 현지 여행사들의 3-4월 장거리 여행 예약 매출은 전년 동기 대비 23.7%, 예약 건수 25.5% 감소한 것으로 나타남.

#### ○ (항공) 중동 정세 장기화에 따른 항공시장 불안 지속

- 중동 지역 긴장 장기화 및 유가 상승의 영향으로 프랑스 항공업계는 수익 전망을 하향 조정하고 있음. 에어프랑스(Air France-KLM)은 '26년 항공유 비용이 기존 예상 대비 약 35% 증가할 것으로 전망하고 있으며, 프랑스 저가 항공사 및 유럽 항공사들은 유류비 부담 증가에 따라 일부 노선 감편에 나서고 있음. 트란사비아(Transavia)는 5-6월 항공편을 약 2% 감축할 예정임.
- 한편, 에어프랑스는 여름철 장거리 수요 대응을 위해 아시아 노선을 강화하고 있으며, 3-6월 기간 일본·방콕·싱가포르·인도 노선을 대상으로 80회 이상 추가 운항을 계획하고 있음.

#### ○ (항공) 파리 오를리·샤를드골 공항, 공사 및 파업으로 인한 항공편 차질 예상

- 파리 오를리 공항(Orly)은 올해 8.10~12.17일까지 공항 활주로 공사가 진행될 예정이며, 약 3,000편의 항공편이 취소·연기 또는 샤를드골 공항으로 이전될 가능성이 있다고 밝힘.

- 한편, 파리 샤를드골 공항(Charles de Gaulle) 노동조합 연합(CGT, CFDT, UNSA 등)은 오는 6.18일 파업을 예고함. 이번 파업은 공항 출입보안 배지 발급 및 갱신 기준 강화에 반발하여 추진되는 것으로, 노조 측은 6.18일 오전 10시 샤를드골공항 제 1터미널 인근에서 진행될 예정임.
- 프랑스 항공업계는 하계 및 연말 성수기 기간 일부 유럽 및 중거리 노선 이용객 불편 증가를 우려하고 있으며, 파리 공항 혼잡 심화 가능성도 제기되고 있음.

#### ○ (정책) 프랑스 남부 옥시타니(Occitanie), 친환경·무차량 여행 콘텐츠 강화

- 프랑스 남부 옥시타니(Occitanie) 관광공사는 최근 친환경·저탄소 관광 트렌드 확산에 대응해 기차·자전거·도보 중심 여행 홍보를 강화하고 있음. 올해 '옥시타니 레일투어(Occitanie Rail Tour)' 5번째 홍보 시즌을 맞아 자동차 없이 지역을 여행하는 컨셉의 웹시리즈 쇼츠 홍보영상 'Hors Ligne(역: 일상과 연결을 끊고 떠나는 오프라인 여행)' 캠페인을 추진중임.
- 해당 캠페인은 프랑스 여행 다큐멘터리 진행자 필립 구글러(Philippe Gougler)가 출연하여 기차·자전거·도보·보트 등 친환경 교통수단을 활용해 지역을 여행하는 형식으로 제작되었으며, 느리지만 인간적이고 지역 밀착형 여행(Slow Tourism)을 핵심 메시지로 제시하고 있음. 이 홍보영상은 Netflix, Social Ads, Arte TV, Spotify, DOOH, 기차역 광고 등을 통해 4-7월, 9-10월 기간 동안 배포될 예정임.

\* 쇼츠영상링크: 인스타그램(@voyageoccitanie), 'Hors Ligne' 시리즈

### □ 프랑스, K-Beauty 연계 한국 화장품 관심 증가

#### ○ 프랑스 내 한국 화장품 및 스킨케어 관심 확대

- 프랑스에서는 최근 K-Pop, K-Drama 등 한류 콘텐츠 확산과 함께 한국 화장품에 대한 관심이 빠르게 증가하고 있음. 뷰티 트렌드 분석회사 스페이트(Spate) 자료에 따르면, 한국 뷰티제품 온라인 검색량이 연간 377% 증가했으며, 틱톡 검색량은 73% 증가한 것으로 나타났으며, SNS를 중심으로 투명한 피부(Glass Skin)를 위한 한국식 스킨케어 루틴과 저자극·고기능성 제품에 대한 관심이 높아지고 있다고 분석함.
- 프랑스 언론 르몽드(Le Monde)는 한국 화장품이 프랑스 뷰티 시장 내 주요 트렌드로 자리잡고 있다고 분석하며, 한국 마스크팩, 선크림, 달팽이

접액 세럼 등의 제품이 프랑스 뷰티 스토어 내 베스트셀러로 판매되고 있다고 보도함. 또한 프랑스 대형 뷰티 유통기업 세포라(Sephora)는 '19년 이후 약 10개의 한국 브랜드를 신규 입점했으며, 프랑스 대형마트 체인 모노프리(Monoprix)는 전국 350개 매장 중 100개 매장에서 K-뷰티 제품 판매를 확대하고 있는 것으로 나타남. 프랑스 언론은 한국 화장품의 경쟁력으로 기능성·합리적 가격의 제품이 SNS를 통해 빠르게 확산되고 있다는 점을 주요 요인으로 분석하고 있음.

- 프랑스 관광객 사이에서는 단순 화장품 구매를 넘어 피부관리·웰니스·메이크업 체험 등을 포함한 K-뷰티 관광에 대한 관심이 확대되고 있음. 특히 서울 강남, 성수 지역의 뷰티 플래그십 스토어, 올리브영, 피부관리숍 등이 외국인 관광객 주요 방문지로 자리잡고 있으며, SNS를 통한 체험 후기 확산으로 방문 수요 또한 증가하고 있는 것으로 나타남.
- 프랑스 젊은 소비층은 K-Pop, K-Drama 콘텐츠를 통해 한국 아이돌 및 배우 메이크업에 영향을 받거나, 한국식 라이프스타일 경험에 높은 관심을 보이고 있음. 특히 주요 프랑스 뷰티 매거진은 피부관리/헤드스파/바디케어/퍼스널컬러 진단/K-뷰티 쇼핑 등을 한국 여행 주요 콘텐츠를 지속적으로 소개하고 있음.

#### ○ K-뷰티 체험 관심 증가에 따른 전시 개최

- 파리 소재 아시아 전문 국립박물관인 Musée Guimet에서는 올해 3.18~7.6일까지 특별전 'K-beauty, Beauté coréenne, histoire d'un phénomène (K-뷰티, 한국의 미, 하나의 문화현상이 되기까지)'을 개최하고 있으며, 이는 단순히 화장품 소개하는 전시가 아니라 18세기 조선시대 미의식부터 현대 화장품 산업까지 이어지는 300년에 걸친 한국 미학의 역사를 다루고 있음.

※ 출처: 프랑스 옥시타니 지역관광공사(Tourisme en Occitanie), 프랑스 기메 박물관(Musée Guimet), 주요 언론(Le Monde, France 24, SudOuest) 및 관광정보지(Tourmag, Lechotouristique, National Geographic France) 등 참조