

필리핀 가족단위 관광객 여행 및 소비패턴 분석

1 검토배경

□ 필리핀 아웃바운드 관광객의 특성

- 필리핀은 최근 지속된 경제고성장을 바탕으로 한 가처분 소득 증가에 따른 중산층의 확대와 두터운 젊은 인구층으로 인해 아웃바운드 시장 소비 잠재력이 높은 핵심시장으로 부상중.
- 필리핀은 '23년 5월부터 월별 해외여행 출국자수 발표를 시작하였으며, '24년의 경우 685만명, '25년의 경우 764만명으로 팬데믹 이후 회복세를 이어가며 지속적인 증가 추세. 필리핀인 주요 방문지로는 홍콩, 싱가포르, 일본, 대만, 태국, 미국, 한국, 베트남 등이 있는데 최근 데이터에 따르면 베트남을 방문하는 필리핀 관광객이 급증하고 있는 추세임.¹⁾
- 해외여행 목적지로서 '한국'에 대한 선호도는 여성(82.8%)과 15~19세(83.3%)에서 높게 나타난 반면, 남성(71.3%)과 30~40대에서는 상대적으로 낮게 나타남. 한편, 방한 의향이 있는 필리핀인 전체 응답자가 선호하는 동반자 유형(중복응답 기준)은 '배우자'(46.9%), '자녀'(41.3%), '친구'(26.7%), '형제/자매'(26.6%) 등으로 나타났는데. 이는 조사 대상국 중 '자녀'를 동반한 여행 선호 비율은 첫 번째, '형제자매'를 동반한 여행 선호 비율은 두 번째로 높은 수치임.²⁾
- 이러한 결과는 필리핀의 패밀리즘 문화와 일정 부분 관련이 있는 것으로 해석됨. 필리핀의 방한시 동반인원(4.5명)과 배우자, 친구외 친지 동반비율(26%)은 이런 분석을 뒷받침하고 있음.³⁾

※ 전체 평균 : 방한시 동반인원(3.2명), 배우자, 친구외 친지 동반비율(13.9%)

1) KLOOK의 발표에 따르면 2025년 필리핀인의 베트남 여행 예약이 전년 대비 193% 증가

2) 2025년 잠재 방한여행객 조사(한국관광공사)

3) 2025년 외래관광객 실태조사(문화관광연구원)

□ 필리핀 패밀리즘(Familism) 문화의 특성

- 필리핀 사회를 관통하는 핵심 가치관이자 구조적 근간은 대가족 중심의 집단주의 문화와 패밀리즘임. 스페인 통치기 가톨릭의 세레 대부모 제도(Compadrazgo)가 토착화되면서 혈연을 넘어선 '대안 가족'까지 공동체로 묶는 문화가 정착된 결과 필리핀의 가족주의는 개인의 이익보다 가족공동체의 안녕과 연대를 상위개념으로 설정하는 경향이 있음.
- 이후 20세기 초 미국의 식민 지배는 필리핀 사회에 서구식 자본주의와 현대적 소비문화를 이식하였으나, 자본주의적 발전을 통해 획득한 가계의 경제적 부는 개인의 사치나 독립적 소비로 분출되기보다는, 가족 공동체의 연대를 과시하고 구성원 전체의 복리를 증진하는 집단적 여가 소비 활동으로 전이됨.
- 이러한 문화적 고유성은 관광 행태에서도 매우 뚜렷하게 발현됨. 글로벌 여행 플랫폼인 KLOOK의 보고서에 따르면 최근 아시아 시장에서는 조부모를 포함한 다세대(Multi-generational) 가족여행 수요가 빠르게 증가하고 있으며, 특히 필리핀은 부모·자녀뿐 아니라 조부모와 형제자매, 사촌 등 확장가족이 함께 여행하는 사례가 활발한 시장으로 분석됨. 이들에게 여행은 단순히 일상에서 벗어난 휴식을 넘어, 가족 간 유대감을 강화하고 공동의 추억을 공유하는 중요한 가족 활동으로 인식됨.

□ 필리핀 관광객 유치에 위한 가족관광객 유치전략 수립

- 관광객 유치의 관점에서 이런 필리핀의 패밀리즘 문화에 기인한 가족관광객은 대규모의 집단 구매력을 행사할 수 있는 매력적인 고부가가치 타겟 시장으로 평가됨.
- 따라서, 이 보고서는 필리핀 가족단위관광객의 여행 및 소비패턴을 분석함으로써 일반 FIT여행객이나 패키지중심의 접근과 차별화된 가족관광객의 유치전략을 수립하고자 함.

1. 필리핀 가족관광객의 소비여력과 가족 내 의사결정 특성

□ 필리핀 중상류층의 여가 소비 여력

- 필리핀 통계청의 가구소득지출조사(FIES) 결과에 의하면 전체 가구의 극심한 소득 양극화 구조 속에 해외여행을 정기적으로 소비할 수 있는 계층은 높은 가처분소득을 보유한 상위소득 가구를 중심으로 형성되는 것으로 판단. 이들 핵심 소비층은 자산 소득과 전문직 기반의 안정적인 수입을 바탕으로 여가소비수준을 유지하려는 소비회복력(Consumer Resilience)을 가지고 있음.
- 특히 해외거주 근로자(OFW)들이 본국의 대가족에게 송금하는 유동성은 여가소비여력을 제공하는 중요 자원 중 하나로 작용. 또한, 가구원들이 여행비용을 각자 부담하는 공동체적 지출방식이 활성화되어 있어 가계의 실제 여행 가능 규모를 확대시키는 요인으로 작용.

□ 내부 의사결정 구조의 세대적 역학관계

- 여러 소비자 조사와 여행업계 인터뷰에 따르면 필리핀 가족여행의 의사결정 프로세스는 이원적인 구조를 가짐. 가계의 재정지출권한을 가지고 실무적인 의사결정을 전담하는 주체는 주로 3~40대의 여성(어머니 세대)임. 이들은 가계의 실질적인 지출관리자로서 여행 목적지 전반을 스크리닝 하는 역할을 맡음.
- 그러나, 최종목적지를 결정하고 현지에서 즐길 콘텐츠를 제안하고 관철하는 주체는 MZ세대로 구성된 자녀층이라고 알려져 있음. 디지털 기기 활용과 숏폼영상 속 정보 탐색에 능숙한 자녀들이 부모세대에게 시각적 콘텐츠를 공유하여 설득하고⁴⁾ 부모세대

4) Klook 조사에 따르면 필리핀 응답자의 89%는 SNS에서의 인기와 화제성이 여행지 선택에 영향을 미친다고 응답하였다. 이

가 이를 검증해 최종 결제까지 이루어지는 이원적 의사결정구조가 특징이라고 할 수 있음.

□ 조부모 세대의 신체적 제약조건과 관광동선 통제요인

- 동반하는 조부모의 신체적 조건과 건강 상태는 여행 전체의 물리적 동선과 인프라 선택을 제한하는 결정적인 통제 변수로 작용. 이들의 건강상태는 도보 이동이 수반되는 자율 도보 관광에 제약이 될 가능성 존재. 결과적으로 시니어 구성원의 존재는 차량 이동에 대한 선호 증가, 숙박 시설의 엘리베이터 및 휠체어 경사로 구비 여부, 식사 시간의 규칙성 등이 중요하게 고려됨.
- 여행 기획 단계에서는 자녀 세대가 선호하는 체험형 액티비티와 조부모의 이동 편의 및 안전성 사이에서 균형을 맞추는 것이 부모 세대의 주요 의사결정 과제로 작용하며, 이는 최종 목적지와 여행상품 선택에도 상당한 영향을 미침.

2. 계절적 여행주기 및 예약패턴

□ 전통적 4대 성수기 시즌 집중

- 필리핀 가족 관광 시장의 타임라인은 현지의 고유한 기후적 특성과 오랜 가톨릭 종교 문화 및 학제 주기에 따라 네 개의 뚜렷한 성수기로 분화

※ [참고1] 2025년 필리핀 월별 방한객 추이(단위: 천명)

기간	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
방한객	36.7	37.7	60.0	69.4	60.6	53.1	41.7	40.8	47.6	62.8	60.1	53.6	615.1

- ▶ 여름 전기 및 성주간 (4월~5월): 필리핀의 가장 무덥고 건조한 기후 환경 속에서 시원한 기후를 선호하는 해외여행 수요가 증가. 특히 부활절 직전의 성주간(Holy Week)은 공공기관과 많은

는 아시아 평균(79%)보다 높은 수준으로, 디지털 콘텐츠에 익숙한 자녀 세대가 여행 정보를 탐색하고 부모에게 공유한 뒤 부모가 예산과 일정 등을 종합적으로 검토하여 최종 예약을 결정하는 의사결정 구조가 일반적으로 나타난다

기업이 휴무에 돌입하므로 가족여행의 연간 첫 번째 성수기 시즌으로서, 종교적 귀향과 여가가 결합되는 특성을 보임.

- ▶ **학교 방학 및 우기 전환기 (6월~7월):** 기후적으로는 우기에 접어드나 최근 학제 개편 이후 자녀들의 정기 방학이 이 시기에 포진함에 따라, 아동을 동반한 해외 단거리 테마파크(홍콩 디즈니랜드, 도쿄 디즈니 리조트 등)를 중심으로 한 가족여행 수요가 크게 증가하는 시기.
- ▶ **만성절(Undas) 및 가을 연휴 (10월 말~11월 초):** 필리핀 문화에서 만성절(All Saints' Day, 11월 1일)은 성탄절과 더불어 가장 중요한 가족 결속의 시간으로 취급됨. 조상의 묘를 찾아 참배하는 '운다스(Undas)' 문화로 인해, 이 기간에는 전 국민적인 대규모 귀향행렬이 발생. 관광 측면에서는 해외보다는 국내 거점의 근거리 이동이 압도적이지만, 최근에는 해외여행 수요도 증가하는 추세. 특히 한국의 단풍시즌과 연계하여 방한관광 수요에 있어서는 성수기 시즌에 해당.
- ▶ **크리스마스 및 연말연시 (12월~1월 초):** 필리핀에서 일년중 가장 성대하게 치러지는 최상위의 명절이자 성수기 시즌. 글로벌 각지에 흩어져 있던 해외거주 근로자(OFW) 가구원들이 상당수 본국으로 귀환하며, 연간 축적한 저축액과 13month Pay의 상당 부분을 여행과 가족여가 소비에 적극적으로 지출하는 경향이 있는 연간 최대의 성수기.

□ 사전예약 위주

- 다인원의 항공권을 정가로 매입하는 것은 가계에 엄청난 재정적 부담이기 때문에, 대형 저비용 항공사(LCC)들이 비정기적으로 전개하는 초특가 프로모션(Piso Fare 등)을 겨냥해 최소 6개월에서 1년 전에 선제적으로 예약하고 기다리는 방식이 일반적.
- 이는 단순히 총비용을 줄이는 목적 외에도, 가장 단가가 높은 항

- 공 고정비를 수개월 전에 미리 결제함으로써 가게의 현금흐름을 분산하고 여행비를 계획적으로 관리하기 위한 소비행태로 해석됨. 특히 연말 지급되는 13th Month Pay와 성과급은 가족여행 계획의 주요 재원으로 활용되는 경우가 많으며, 이에 따라 연말 및 차년도 여행상품의 조기 예약 수요를 견인하는 요인으로 작용
- 다만 이런 소비 특성 때문에 비자 발급 여부가 확정되지 않은 국가를 방문할 경우 소비자의 부담 요인으로 작용. 특히 한국이나 일본과 같이 사전 비자 발급이 필요한 목적지의 경우 이러한 제약이 상대적으로 크게 나타남

3. 소비 포트폴리오 세부 분석

□ 필리핀 가구의 여행지출 포트폴리오 비중 추정⁵⁾

순번	지출내용	지출비중	비고
1	쇼핑 및 기념품 구매	30~35%	가장 큰 소비항목으로 추정
2	식음료비	25~30%	가족 단위 소비 비중 높음
3	숙박	20~25%	콘도·레지던스 선호
4	차량 렌트 등 교통비	10~15%	프라이빗 차량 이용 비중 높음
5	체험비 등 기타	10% 내외	사전예약 중심

□ 쇼핑 : 파살루봉(Pasalubong)⁶⁾ 문화

- 필리핀 가구의 관광 지출 중 가장 큰 비중을 차지하는 항목. 필리핀의 오랜 전통 관습인 '파살루봉(Pasalubong)' 문화로 인하여 쇼핑에 많은 비용을 지출하는 경향.
- 필리핀 가족 관광객들은 여행 일정 후반부에 반드시 현지의 쇼핑 물 등을 필수 방문하는 경향. 이들은 명품 가방 같은 초고가 사치

5) 필리핀 통계청 국내관광가구조사(HSDV)의 지출 항목과 2025 외래관광객 실태조사 등을 종합하여 추정

6) 여행을 다녀온 사람이 고향에 복귀할 때, 여정에 동행하지 못한 남은 친척 구성원, 이웃, 직장 동료, 친한 친구들을 위한 선물과 기념품을 챙기는 공동체적 관습

품보다는 가성비가 뛰어난 식료품, 의류, 화장품 등을 대량 구매하는 독특한 대량구매 소비 행태를 보임.

※ [참고2] 2025년 필리핀 관광객 주요 쇼핑품목⁷⁾

순번	전체 평균		필리핀	
	품목	응답비율(%)	품목	응답비율(%)
1	식료품	43.7	식료품	60.3
2	향수, 화장품	39	의류	49.6
3	의류	38.8	향수, 화장품	32.8

□ 식음료 : 위생 보증형 대형 복합 쇼핑몰 및 패밀리 스타일 집중

- 다세대 동반 가족여행의 최대 취약점은 영유아와 고령의 노인이 포함되어 있어 기후 변화나 비위생적 환경으로 건강 문제가 발생할 경우 전체 일정에 영향을 준다는 점에서 위생 수준이 확인되지 않은 식당은 상대적으로 선호하지 않는 경향. 대신 현대적인 공조 시스템과 위생이 공인된 대형 복합 쇼핑몰 내부의 글로벌 패밀리 레스토랑, 대형 호텔 뷔페, 유명 프랜차이즈 매장으로 진입이 집중.
- 또한 필리핀인들은 음식을 인당 단품으로 주문하기보다 큰 접시에 담긴 요리들을 다 함께 나누어 먹는 패밀리 스타일식문화를 향유하므로, 단체 다인원석이 완비되고 세트 메뉴 구성이 발달한 대형 식당을 주로 이용하는 경향.

□ 숙박 : 커넥팅 룸 및 멀티 베드룸 레지던스 선호

- 공동체의 결속과 취침 직전까지의 긴밀한 소통을 중시하는 가치관으로 인해, 필리핀 가족들은 호텔 객실 여러 개로 층이나 방이 완전히 단절되는 독립형 숙박을 꺼리고 커넥팅룸을 선호.
- 한 단계 더 나아가, 넓은 주방과 거실을 공유하면서 독립된 침실이 2~3개로 분화되어 있는 레지던스나 대형 독채 에어비앤비 숙소 선호도가 높음. 부대시설 측면에서는 아이들이 안전하게 물놀이를 즐

7) 2025 잠재방한여행객 조사

길 수 있는 키즈 풀, 조부모의 이동에 지장이 없는 엘리베이터 및
배리어 프리(Barrier-free) 시스템 유무, 그리고 대형 복합몰과의 근
접성이 객실 단가 책정보다 우선되는 핵심 지표로 작용

※ [참고3] 2025년 필리핀 관광객 숙박시설 선호도⁸⁾

순번	전체 평균		필리핀	
	숙박유형	응답비율(%)	숙박유형	응답비율(%)
1	호텔·리조트(4성급)	45.6	콘도/아파트형 숙소	44.3
2	호텔·리조트(3성급 이하)	40.5	호텔·리조트(3성급 이하)	42.1
3	호텔·리조트(5성급)	30	게스트하우스/민박/호스텔	40.1

□ 교통 : 리스크 통제형 프라이빗 밴 렌트문화의 표준화

- 해외 및 국내 장거리 여행지 현지에 도착한 필리핀 대가족 관광
객들의 이동 행태를 관찰하면, 대중교통 인프라가 완비된 지역이
라 할지라도 단독 차량을 렌트하는 경향. 이는 이동 편의성과 가
족 구성원의 안전, 일정의 효율성을 고려한 선택으로 해석.
- 이러한 특성으로 인해 차량 이동이 포함된 패키지상품이나 프라
이빗 차량 서비스를 함께 이용하는 사례가 비교적 많은 편.

※ [참고4] 2025년 필리핀 관광객 여행형태⁹⁾

순번	전체 평균		필리핀	
	상품유형	응답비율(%)	상품유형	응답비율(%)
1	자유여행	42.9	패키지상품	33.4
2	에어텔	27.6	에어텔	28.4
3	패키지상품	17.5	자유여행	26.4

□ 액티비티 및 문화 체험: 패밀리 맞춤형 체험

- MZ세대 자녀층이 열광하는 인스타그램머블(Instagrammable)한
시각적 트렌드를 충족하면서도, 시니어 계층이 휴식을 취할 수
있는 벤치, 그늘, 배리어 프리 경사로와 냉방시설이 갖춰진 공간

8) 2025 잠재방한여행객 조사

9) 2025 잠재방한여행객 조사

인 글로벌 브랜드 테마파크나 도시의 핵심 복합 엔터테인먼트 시설을 선호.

- 과격하고 신체적 무리가 따르는 익스트림 레저보다는, 다세대가 함께 시각적 즐거움을 공유할 수 있는 야간 불꽃놀이 크루즈, 완만한 코스의 케이블카 탑승, 시내 스냅사진 가이드 투어, 정적인 전통 문화 체험 등의 선호도가 높음
- 현지에서 발생할 수 있는 리스크 회피를 위해 사전예약 기반의 관광지 선택 선호.

4. 최근 지정학적 리스크가 여행행태에 미치는 영향

□ 단거리 목적지 선호 강화

- 최근 중동 지역의 지정학적 불안정성으로 인해 일부 장거리 노선에 대한 불확실성이 확대되면서 단거리 목적지를 선호하는 경향.
- 글로벌 여행 플랫폼 Klook의 데이터에 따르면, 중동 분쟁 이후 필리핀인들의 해외 목적지 예약 중 비행시간 3~5시간 이내의 아세안 권역에 대한 선호도 증가.

□ 비용 민감도 증가

- 항공사들의 유류할증료가 급격히 인상됨에 따라 지출여력 위축. 인당 수십만 원에 달하는 추가 유류할증료는 필리핀의 가족여행객에게 더 큰 충격으로 작용.
- 지정학적 리스크가 촉발한 글로벌 안전자산(달러) 선호 현상과 미 연준의 고금리 유지 기조는 필리핀 페소(PHP) 가치의 상대적 약세 초래. 이는 필리핀 가족여행객이 체감하는 해외여행 비용을 상승시키는 요인으로 작용.
- 이로 인하여 상대적으로 통화가치가 약세를 보이거나 가성비가

좋은 여행지의 아시아권의 쇼핑 및 테마파크 허브 국가들의 매력도가 급증. 이에 따라 상대적으로 가성비가 좋은 베트남이나 엔저현상이 지속되고 있는 일본의 선호도 증가.

□ 예약패턴의 변화 및 향후 전망

- 출발 1~2달 전까지 현지 정세와 비자 발급 추이를 관망하다가 확실시되는 시점에 매입을 확정하는 단기예약 비중이 증가.
- 동시에, 단가가 20~30% 더 높더라도 '조건 없는 취소 및 전액 환불 가능 숙박/항공 옵션'을 선택하는 비중 급증. 이전에는 선택사항이던 여행자 보험 가입률이 2026년 들어 전년 대비 급증하는 등 안전선호현상 뚜렷.
- 단, 최근 중동 지역의 긴장이 다소 완화되고 국제유가가 안정세를 보이면서 항공사의 유류할증료도 점차 낮아지는 추세. 이에 따라 일부 항공사의 특가 프로모션이 재개되면서 조기 예약 수요도 점진적으로 회복되는 모습.

3 필리핀 가족관광객 유치를 위한 전략적 시사점 및 정책 제언

앞서 살펴본 바와 같이, 필리핀 가족관광객은 일반 FIT 관광객보다 평균 동반 인원이 많고, 쇼핑·숙박·식음료 등 다양한 분야에서 집단 소비가 발생하는 특성을 보임. 또한 가족 중심의 의사결정 구조로 인해 한 번 목적지로 선택될 경우 재방문과 구전효과도 기대할 수 있어, 전략적 가치가 높은 고부가가치 시장으로 평가됨. 이에 따라 필리핀 가족관광객의 특성을 반영한 맞춤형 마케팅과 관광 인프라 개선, 제도적 지원이 함께 추진될 필요.

□ 민-관 협력을 통한 가족관광객 맞춤형 인프라 홍보

- (쇼핑, 식음료) 주요 유통 대기업과 협력하여, 필리핀인들이 선호하는 실내 쇼핑몰 내에 위생 기준을 충족하고 단체석 및 패밀리 스타일 메뉴가 준비된 식당가를 '가족친화형 안심 식음공간'으로 조성

- (숙박) 숙박 업계와 협력하여 대가족 투숙이 용이한 객실 상품정보를 취합하고 이를 브랜드화하여 이를 필리핀 등 가족관광객 비율이 높은 현지에 집중 홍보. 또한 민간 업계와 협력하여 대가족 투숙이 용이한 멀티 베드룸, 커넥팅 룸에 대한 상품 개발을 지원
- (교통) 주요 모빌리티 플랫폼 및 주요 OTA와 협력하여 예약 단계에서 전용 차량 서비스를 함께 예약할 수 있는 연계 서비스를 확대

<참고사례 : 트러스트 타일랜드(Trusted Thailand) 인증제도>

- 태국관광청(TAT)은 필리핀 등 아시아권 대가족 관광객들이 동선 기획 시 가장 치명적인 통제 변수로 고려하는 '위생 안전'과 '사기 예방', 그리고 '서비스 표준화'를 제도적으로 보증하기 위해 정부 공인 안심 인증 마크인 '트러스트 타일랜드(Trusted Thailand)' 브랜딩 정책을 전격 시행
- 특기할 점은 외래객들이 가장 선호하는 실내 복합 쇼핑몰 및 랜드마크 권역을 중심으로 본 인증제를 집중 시행. 이를 통해 영유아와 시니어를 동반하여 위생에 극도로 민감한 대가족 단위 관광객들이 정부 인증 마크가 확인된 '안심 F&B 존'과 숙박 시설을 고민 없이 선택할 수 있도록 강력한 소비 락인(Lock-in) 환경을 조성

□ '가족관광객 대상 비자서류 간소화 제도 ' 도입 추진

- 비자발급에 대한 불안함 해소를 위해 일정 숫자 이상의 가족관광객의 경우 재정 증빙 서류의 중복 제출을 면제하고 가족 관계 증명 체계로 일괄 심사하여 심사의 예측 가능성과 편의성을 제고할 수 있는 서류 간소화 제도 검토

□ 이원적 의사결정구조를 고려한 마케팅 전략 수립

- 자녀 세대 타깃 SNS 마케팅 집중
 - 필리핀 SNS이용자의 연령대는 Z세대인 18~24세가 30.6%, 25~34세가 28%를 차지해 젊은 층의 이용빈도가 높음. 특히 최근의 한리처치 결과에 따르면 약 36%의 MZ세대 여행자가 Tiktok을 보

고 투어를 예약한 경험이 있으며 전체 필리핀인의 69%가 Tiktok 을 여행정보 획득에 사용(아시아태평양 지역 평균은 33%)하는 등 여행 정보 탐색 및 예약 의사결정에 미치는 영향력이 확대되고 있음¹⁰⁾

- 이런 데이터를 고려할 때 필리핀 MZ세대에게 어필할 수 있는 숏폼 중심의 디지털 콘텐츠를 확대하고, 가족 단위 여행을 연상시킬 수 있는 체험형 콘텐츠를 집중적으로 노출할 필요.

○ 부모 세대 타겟 안전인프라 콘텐츠 홍보

- 다세대 동반에 따른 안전 관련 우려를 불식시킬 수 있는 무장애 관광지 소개, 위생 인증 식당가 홍보, 다국어 의료 서비스 관련 소개 자료 등 안전인프라 강조 필요.

□ 'Family Friendly Korea' 통합 브랜드 구축

- 무장애 관광지, 가족형 숙소, 키즈 시설, 패밀리 레스토랑, 대형 쇼핑몰, 전용 차량 서비스 등을 하나의 브랜드로 통합하여 가족 관광객이 여행 전 단계에서 쉽게 정보를 탐색할 수 있도록 지원

10) 2025년 Agoda 설문조사 등

[참고자료]

(연구자료)

1. 2025년 잠재방한여행객 조사(한국관광공사)
2. 2025년 외래관광객 실태조사(한국문화관광연구원)
3. 2023년 필리핀 콘텐츠 산업동향 2호_필리핀 소셜미디어 현황(한국콘텐츠진흥원)
4. Morillo, H., Capuno, J., & Mendoza, A. (2013). Views and Values on Family among Filipinos: An Empirical Exploration.
5. Klook Travel Pulse (2025/2026) / Agoda Family Travel Trends Survey(2025).

(언론기사 및 웹사이트)

1. <https://www.gmanetwork.com/news/lifestyle/travel/981333/vietnam-leads-surge-in-filipino-travel-as-value-for-money-destinations-rise/story>
2. <https://bworldonline.com/economy/2026/06/11/756258/airline-fuel-surcharge-downgraded-to-level-12>
3. <https://www.abs-don.com/news/business/2026/5/15/peso-weakens-to-new-record-low-for-second-straight-day-1627>
4. <https://www.nationthailand.com/news/tourism/40058194>
5. <https://lifestyle.inquirer.net/571343/pasalubong-and-the-language-of-filipino-hospitality/>
6. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-philippines>

(정부 및 관련기관 사이트)

1. 필리핀 관광부 사이트 : <https://beta.tourism.gov.ph/>
 - Family Income and Expenditure Survey (FIES)
 - Household Survey on Domestic Visitors (HSDV)
2. 필리핀 통계청 사이트 : <https://www.psa.gov.ph/>
3. 필리핀 이민국 사이트 : <https://immigration.gov.ph/>
4. 태국관광청(TAT) 사이트 : <https://www.tatnews.org/>