



한국관광공사

월간 관광봇 (VoT, Voice of Traveler)

1330 관광통역안내 데이터 분석 결과

2026년 08월



이 달의 핵심 키워드



야시장

시장위치·운영·교통 관련
문의가 증가하고
먹거리·쇼핑 관심이
높아지며 야시장 및 전통
시장 이용 정보 수요 확대



관광가이드

개별·소규모 관광
확대와 함께 언어별
가이드 섭외·예약
문의가 이어지며
이용 정보 수요 확대



한옥마을

전통문화 체험 관광
관심이 이어지며
한옥마을
방문·숙박·이용 정보
수요 확대



국제택배

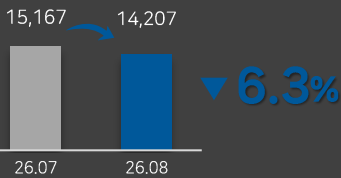
쇼핑·이동 증가와 함께
국제택배·세관 분실물
수령 문의가 늘며
국제택배 이용 정보
수요 확대



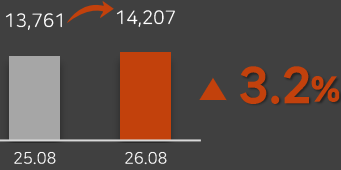
액티비티

야외 체험형 관광
관심이 높아지며
액티비티
예약·운영·교통 편 등
이용 정보 수요 확대

전월 대비 문의 증감률



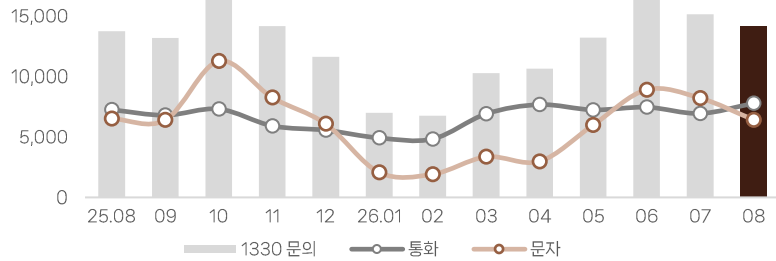
전년 동월 대비 문의 증감률



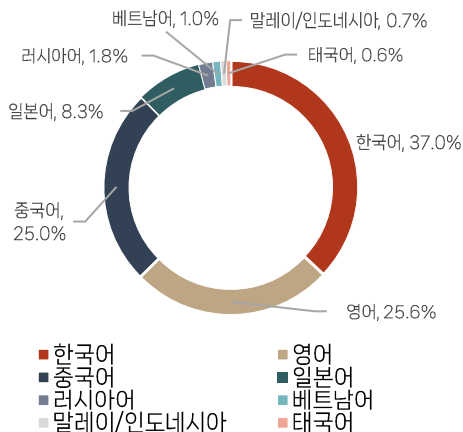
* KOTIS 상담내역 상세 기준

1330 문의 데이터 추이 (최근 13개월)

1330 문의 건수
(단위: 건)
20,000

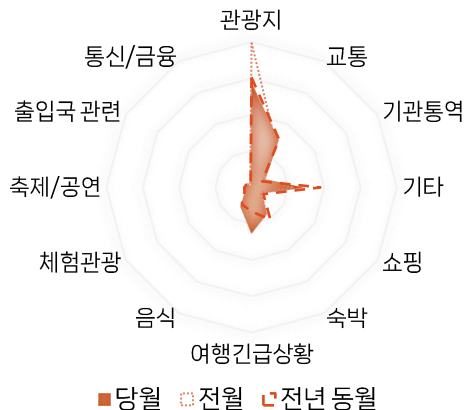


주요 언어권 비중



주요 문의 유형

* 주요 문의 유형은 당월과 전월, 전년동월의 세부 문의 유형의 비중을 비교함



월간 관광봇 2026년 8월 (1330 관광통역안내 데이터 분석 결과 보고서)



핵심 키워드 심층 분석 ①

야시장

1330 문의 건수

전월 대비
▲170.5%
전년 동월 대비
▲36.8%

119건

소셜 언급량

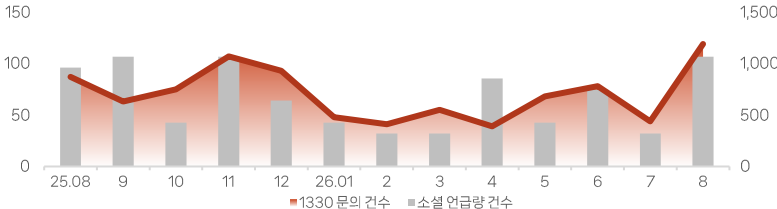
전월 대비
▲233.3%
전년 동월 대비
▼11.1%

1,067건

키워드 언급 추이 분석 (최근 13개월)

1330 문의 건수
(단위: 건)

소셜 언급량 건수
(단위: 건)



1330 문의 언어권별 비중

한국어, 72.3%

중국어, 14.3%

영어, 10.1%

일본어, 3.3%



1330 문의 연관어

부평강통시장, 전통시장, 남대문 시장, 서문시장, 쇼핑, 음식, 맛집, 야시장, 동문시장, 운영 정보

순위	키워드	빈도수	순위	키워드	빈도수
1	서문시장	86	6	전통시장	28
2	쇼핑	51	7	남대문 시장	25
3	야시장	43	8	맛집	24
4	음식	37	9	동문시장	22
5	부평강통시장	28	10	운영 정보	20



소셜 데이터 연관어

길거리 음식, 부산, 명동, 서울, 남대문시장, 광장시장, 시장 투어, 먹거리, 제주

순위	키워드	빈도수	순위	키워드	빈도수
1	서울	506	6	남대문시장	93
2	부산	440	7	길거리 음식	90
3	광장시장	281	8	제주	79
4	먹거리	250	9	시장 투어	78
5	명동	107	10	부평강통시장	71

2026년 8월 기준, 야시장 관련 1330 문의는 119건으로 전월 대비 170.5%, 전년 동월 대비 36.8% 증가함. 같은 기간 한국 여행 관련 소셜 데이터의 야시장 언급은 1,067건으로 확인됨. 언어권별 문의 비중은 한국어 72.3%, 중국어 14.3%, 영어 10.1%, 일본어 3.3% 순으로 나타남. 1330 연관어는 서문시장, 쇼핑, 야시장, 음식, 부평강통시장, 전통시장, 남대문시장, 맛집, 동문시장, 운영 정보 등을 중심으로, 야시장 위치·운영 정보와 쇼핑·먹거리 관련 문의가 주로 나타남. 소셜에서는 서울, 부산, 광장시장, 먹거리, 명동, 남대문시장, 길거리 음식, 제주, 시장 투어, 부평강통시장 등이 주요 키워드로 나타나, 주요 관광도시의 시장과 연계한 먹거리·시장 투어 정보가 공유되는 양상을 보임. 즉 1330은 야시장 방문을 위한 위치·운영 정보 확인 채널로, 소셜은 지역별 시장과 먹거리 정보를 탐색·공유하는 채널로 기능함

분석 결과를 통한 관광서비스 개선 아이디어 및 시사점

대한민국 밤밤곡곡 연계 야시장 야간코스 구성

한국관광공사 '대한민국 밤밤곡곡'과 연계하여 주요 야시장과 인근 야경명소·먹거리를 묶은 야간 관광코스를 구성하고, 시장별 운영일·시간을 함께 제공하여 시장 투어 관심을 실제 야간 방문으로 연결

지역 야시장 특화 먹거리·쇼핑 콘텐츠 강화

지역 야시장별 대표 먹거리·쇼핑 품목과 체험 콘텐츠를 발굴하고, 한국관광공사 'K-관광마켓 10선'과 연계해 이를 테마별로 홍보. 관광객이 시장별 특색을 쉽게 접하고, 야시장 방문을 지역 체험과 소비로 연결



핵심 키워드 심층 분석 ②

관광가이드

1330 문의 건수

전월 대비
▲50.0%
전년 동월 대비
▲55.6%

42건

소셜 언급량

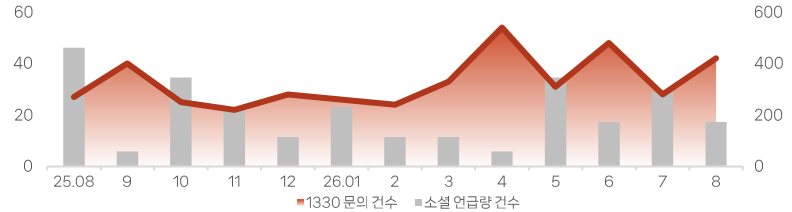
전월 대비
▼40.0%
전년 동월 대비
▼62.5%

173건

키워드 언급 추이 분석 (최근 13개월)

1330 문의 건수
(단위: 건)

소셜 언급량 건수
(단위: 건)



1330 문의 언어권별 비중



1330 문의 연관어

가이드 요청 가이드북
관광지 통역 **여행** 예약
여행 상품 여행사 신청 환불

순위	키워드	빈도수	순위	키워드	빈도수
1	여행	45	6	가이드 요청	12
2	관광지	28	7	통역	9
3	여행사	20	8	가이드북	8
4	여행 상품	19	9	신청	7
5	환불	16	10	예약	6



소셜 데이터 연관어

출발 시간 인원수 **여행 일정 서울**
부산 비용 교통식사 포함사항
예약

순위	키워드	빈도수	순위	키워드	빈도수
1	서울	115	6	출발 시간	77
2	여행 일정	95	7	비용	76
3	식사	90	8	예약	61
4	교통	79	9	인원 수	52
5	부산	78	10	포함사항	50

2026년 8월 기준, 관광가이드 관련 1330 문의는 42건으로 전월 대비 50.0%, 전년 동월 대비 55.6% 증가함. 같은 기간 한국 여행 관련 소셜데이터의 관광가이드 언급은 173건으로 확인됨. 언어권별 문의 비중은 중국어 42.9%, 한국어 40.5%, 일본어 11.9%, 영어 4.7% 순으로 나타남. 1330 연관어는 여행, 관광지, 여행사, 여행 상품, 환불, 가이드 요청, 통역, 가이드북, 신청, 예약 등, 가이드 이용과 여행상품 신청·예약·환불 관련 문의가 주로 나타남. 소셜에서는 서울, 여행 일정, 식사, 교통, 부산, 출발 시간, 비용, 예약, 인원 수, 포함사항 등이 주요 키워드로 나타나, 가이드 여행의 일정·비용과 예약 조건 관련 정보가 공유되는 양상을 보임. 즉 1330은 가이드·여행상품 이용 및 예약 관련 문의 채널로, 소셜은 여행 일정·비용·포함사항 등을 탐색·공유하는 채널로 기능함

분석 결과를 통한 관광서비스 개선 아이디어 및 시사점

오디(Odii) 활용 셀프가이드 코스 확대

한국관광공사의 디지털 관광해설 서비스 '오디(Odii)'에 서울·부산 주요 관광지의 추천 동선, 예상 소요시간, 교통·식사 정보를 결합한 셀프가이드 코스를 확대해 가이드북·가이드 요청 수요를 개별 여행에서도 활용할 수 있도록 지원

가이드 여행상품 탐색 편의 개선

VISITKOREA 여행상품 소개·예약 페이지 Tours & Travel Packages에 가이드 포함 여부, 이용 가능 언어 등 검색·필터 항목을 추가하고, 일정·비용·인원 수·포함사항을 함께 제공하여 가이드 여행상품 탐색과 예약 편의 제고



핵심 키워드 심층 분석 ③

한옥마을

1330 문의 건수

전월 대비
▲16.2%
전년 동월 대비
▲19.4%

43건

소셜 언급량

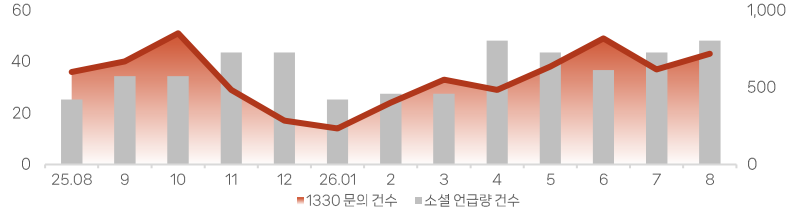
전월 대비
▲10.5%
전년 동월 대비
▲90.9%

802건

키워드 언급 추이 분석 (최근 13개월)

1330 문의 건수
(단위: 건)

소셜 언급량 건수
(단위: 건)



1330 문의 언어권별 비중



1330 문의 연관어

숙박 문의의 서울
숙소가 가능 여부 전주
한옥스테이

순위	키워드	빈도수	순위	키워드	빈도수
1	숙박 문의	60	6	전통	11
2	서울	18	7	북촌한옥마을	9
3	가능 여부	18	8	비빔밥	8
4	전주	14	9	한옥스테이	8
5	숙소	12	10	관광 해설	8



소셜 데이터 연관어

전통 문화 서울
전주한옥마을 먹거리
한옥스테이 북촌한옥마을

순위	키워드	빈도수	순위	키워드	빈도수
1	서울	1,538	6	카페	386
2	북촌한옥마을	663	7	골목 산책	315
3	전통 문화	566	8	안국	243
4	전주한옥마을	561	9	포토스팟	222
5	먹거리	482	10	한옥스테이	210

2026년 8월 기준, 한옥마을 관련 1330 문의는 43건으로 전월 대비 16.2%, 전년 동월 대비 19.4% 증가함. 같은 기간 한국 여행 관련 소셜 데이터의 한옥마을 언급은 802건으로 나타남. 언어권별 문의 비중은 영어 46.5%, 한국어 25.6%, 중국어 16.3%, 일본어 9.3%, 러시아어 2.3% 순으로 나타남. 1330 연관어는 숙박 문의, 서울, 가능 여부, 전주, 숙소, 전통, 북촌한옥마을, 비빔밥, 한옥스테이, 관광 해설 등을 중심으로 한옥마을 방문과 교통·숙박 및 이용 관련 문의가 주로 나타남. 소셜에서는 서울, 북촌한옥마을, 전통 문화, 전주한옥마을, 먹거리, 카페, 골목 산책, 안국, 포토스팟, 한옥스테이 등이 주요 키워드로 나타나, 전통문화체험과 먹거리·카페·산책·사진 명소 관련 정보가 공유되는 양상을 보임. 즉 1330은 한옥마을 방문을 위한 교통·숙박·이용 정보 확인 채널로, 소셜은 전통문화 체험과 관광 콘텐츠 탐색 및 후기를 공유하는 채널로 기능함

분석 결과를 통한 관광서비스 개선 아이디어 및 시사점

'한옥에서 하루' 테마 여행코스 큐레이션

대한민국 구석구석에 소개된 한옥마을·한옥스테이 관련 여행코스를 활용해, 북촌·전주 등 주요 한옥마을의 숙박·먹거리·카페·골목산책·포토스팟 정보를 하루·1박2일 테마로 재구성. 관광객이 콘텐츠를 쉽게 비교·선택할 수 있도록 개선

관광두레 연계 한옥마을 로컬체험 확대

대한민국 구석구석 관광두레 특집관을 활용해 한옥마을 주변 주민사업체의 전통공예·지역음식·문화체험상품을 한옥스테이와 연계해 소개하여 단순 관람 중심의 방문을 지역 체험과 소비로 확대

핵심 키워드 심층 분석 ④

국제택배



1330 문의 건수

전월 대비
▲35.0%
전년 동월 대비
▲97.6%

81건

소셜 언급량

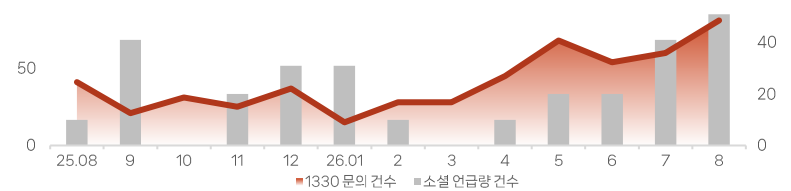
전월 대비
▲25.0%
전년 동월 대비
▲400.0%

51건

키워드 언급 추이 분석 (최근 13개월)

1330 문의 건수
(단위: 건)
100

소셜 언급량 건수
(단위: 건)
60



1330 문의 언어권별 비중



1330 문의 연관어

가능 여부, 운영 시간, 우체국, 통역, 해외 발송, 당일 발송 여부, 인천공항, 우체국, 조회, 배송, 세관

순위	키워드	빈도수	순위	키워드	빈도수
1	가능 여부	32	6	우체국	20
2	세관	31	7	조회	17
3	통역	25	8	발송	16
4	해외 발송	23	9	당일 발송 여부	14
5	운영 시간	21	10	인천공항	13



소셜 데이터 연관어

우편 및 우체국, 배송, 도착, 운영 시간, 소포, 안내, 고객센터, 이용 요금, 가능 여부, 일정

순위	키워드	빈도수	순위	키워드	빈도수
1	우편 및 우체국	96	6	안내	21
2	배송	82	7	고객센터	19
3	도착	39	8	이용 요금	18
4	운영 시간	33	9	가능 여부	11
5	소포	26	10	일정	11

2026년 8월 기준, 국제택배 관련 1330 문의는 81건으로 전월 대비 35.0%, 전년 동월 대비 97.6% 증가함. 같은 기간 한국 여행 관련 소셜 데이터의 국제택배 언급은 51건으로 나타남. 언어권별 문의 비중은 영어 39.5%, 중국어 29.6%, 일본어 12.3%, 한국어 11.1%, 베트남어 4.9% 순으로 나타남. 1330 연관어는 가능 여부, 세관, 통역, 해외 발송, 운영 시간, 우체국, 조회, 발송, 당일 발송 여부, 인천공항 등을 중심으로 해외 발송 가능 여부와 세관-배송 조회 및 우체국 이용 관련 문의가 주로 나타남. 소셜에서는 우편 및 우체국, 배송, 도착, 운영 시간, 소포, 안내, 고객센터, 이용 요금, 가능 여부, 일정 등이 주요 키워드로 나타나, 배송 일정-도착 여부와 우체국 이용 방법-요금 관련 정보가 공유되는 양상을 보임. 즉 1330은 국제택배 발송-세관배송 조회 등 실질적 이용 문의 채널로, 소셜은 배송 현황과 우체국 이용 정보를 탐색-공유하는 채널로 기능함

분석 결과를 통한 관광서비스 개선 아이디어 및 시사점

쇼핑 후 해외배송 정보 탐색 편의 개선

VISITKOREA 내 Travel News에 외국인 관광객 국제택배 이용 및 유의사항 정보를 추가. 주요 관광지 인근 우체국 위치-운영시간과 국제택배 발송 가능 여부-요금-세관 신고-배송조회 방법을 함께 제공하여 구매 물품을 편리하게 해외로 발송할 수 있도록 개선



핵심 키워드 심층 분석 ⑤

액티비티

1330 문의 건수

전월 대비
▲80.0%
전년 동월 대비
▲28.6%

27건

소셜 언급량

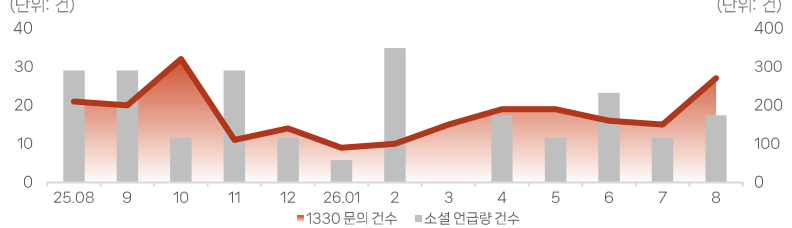
전월 대비
▲50.0%
전년 동월 대비
▼40.0%

174건

키워드 언급 추이 분석 (최근 13개월)

1330 문의 건수
(단위: 건)

소셜 언급량 건수
(단위: 건)



1330 문의 언어권별 비중

중국어, 59.3%

한국어, 25.9%

영어, 7.4%

일본어, 7.4%



1330 문의 연관어

운영 시간
루지 예약체험 통영
강화 인천
욕지도 레일바이크 관광 안내소

순위	키워드	빈도수	순위	키워드	빈도수
1	체험	32	6	통영	8
2	예약	14	7	욕지도	8
3	루지	14	8	강화	8
4	레일바이크	14	9	인천	7
5	관광 안내소	12	10	운영 시간	13



소셜 데이터 연관어

강화도 감천문화마을 트레킹부산
카페 DMZ 관광패스
아르떼뮤지엄
스카이라인 루지
케이블카

순위	키워드	빈도수	순위	키워드	빈도수
1	부산	789	6	강화도	167
2	스카이라인 루지	343	7	아르떼뮤지엄	161
3	카페	314	8	감천문화마을	160
4	DMZ	183	9	케이블카	82
5	트레킹	174	10	관광패스	61

2026년 8월 기준, 액티비티 관련 1330 문의는 27건으로 전월 대비 80.0%, 전년 동월 대비 28.6% 증가함. 같은 기간 한국 여행 관련 소셜 데이터의 액티비티 언급은 174건으로 확인됨. 언어권별 문의 비중은 중국어 59.3%, 한국어 25.9%, 영어 7.4%, 일본어 7.4% 순으로 나타남. 1330 연관어는 체험, 예약, 루지, 레일바이크, 관광 안내소, 통영, 욕지도, 강화, 인천, 운영 시간 등이 중심으로, 체험시설 이용과 예약·운영 정보 관련 문의가 주로 나타남. 소셜에서는 부산, 스카이라인 루지, 카페, DMZ, 트레킹, 강화도, 아르떼뮤지엄, 감천문화마을, 케이블카, 관광패스 등이 주요 키워드로 나타나, 지역관광지와 연계한 체험·레저 활동 관련 정보가 공유되는 양상을 보임. 즉 1330은 액티비티 예약·이용 및 운영 정보 확인 채널로, 소셜은 지역별 체험 콘텐츠와 관광명소 정보를 탐색·공유하는 채널로 기능함

분석 결과를 통한 관광서비스 개선 아이디어 및 시사점

외래객 관광·교통 통합패스 연계 액티비티 혜택 확대

외래객 전용 관광·교통 통합패스에 지역 체험 혜택을 연계해, 루지·레일바이크·케이블카 등 주요 액티비티의 할인정보를 교통 이용 정보와 함께 제공하고, 패스 이용자가 이동 경로 주변 체험 시설과 혜택을 쉽게 확인할 수 있도록 구성. 교통과 체험을 함께 이용하도록 유도해 지역 방문과 체험 소비 확대