

2026년 10월 멕시코 관광시장 동향

한국관광공사 멕시코시티지사 | 2026.10.27 기준

종합 판단

□ 항공여행 확대 속 고객층·판매상품·지역소비의 세분화 필요

- 1~8월 항공 숙박출국은 576.1만회로 전년 대비 10.5% 증가, 2019년 동기 대비 49.3% 확대된 여행층을 실제 방한상품 구매로 연결할 기회
- 다만 항공 출국 증가율은 1~3월 14.3%에서 7~8월 6.0%로 둔화, 시장 확대와 단기 모객 여건을 나눠 판단할 필요

* 원문 DataTur 국제여행자 계정 월별 원자료·2026년 8월 요약표, 동일기간 합계·증감률 자체 계산

□ 방한시장은 총량뿐 아니라 실제 방문층과 고객구조의 변화 확인

- 1~8월 멕시코 국적 방한객 63,884명·17.8% 증가, 승무원 제외 시 59,150명·21.6% 증가로 관광상품 구매대상과 구분한 분석 필요
- 60세 이상 방한객은 8,580명으로 45.3% 증가, 한류 핵심층을 유지하면서 문화·미식·휴식형 고객군을 병행 공략할 여지

* 원문 한국관광공사 2026년 8월 한국관광통계, 2026.9.28 공표, 비승무원·연령군 합산은 자체 계산

□ 지역상품의 현지 유통기반을 활용해 판매가치 고도화

- 공식 판매상품에서 한일 연계 한국 6박·부산 3박, 한국 전국형 비수도권 8박 사례 확인, 기존 숙박에 유료체험을 결합하는 협력 우선 검토

* 원문 Mega Travel·Juliá Tours·Travel Shop 공식상품, 2026.10.27 조회

- 본문: 국내여행·정책, 아웃바운드·방한수요, 분야별 마케팅, 전망·대응
- [참고1~4] 해외여행 구조, 실제 판매상품, 지역관광 B2B 정책, 방한객 고객구조의 심층분석 수록

I . 국내여행 및 관광정책 동향

1. 축제·문화유산을 통한 국내여행 수요 창출

□ 망자의 날을 지역별 체류·소비로 연결하는 계절 마케팅 전개

- 관광부는 망자의 날 시즌 국내외 호텔 도착객 169만명·전년 대비 1.2% 증가, 호텔 객실점유율 58.9% 전망 제시
- 과나후아토·돌로레스이달고·치그나우아판·킨타나로오 등 지역의 축제·야간행사·전통문화를 함께 홍보하며 방문동기 분산

* 원문 SECTUR, 망자의 날 관광 전망·지역축제 홍보, 공보 209/2026, 2026.10.16 발표, 수치는 전망치

□ 국내여행의 문화·음식 경험과 한국상품의 구매가치 비교 필요

- 현지 소비자는 멕시코 안에서도 문화유산·전통음식·자연을 결합한 여행을 선택할 수 있어, 한국상품은 한국에서만 가능한 체험과 장거리 비용의 설득력이 중요
- 한국의 계절·축제상품은 행사 일정만 홍보하기보다 입장·체험·야간교통·숙박을 묶어 실제 구매 가능한 출발일 제시 필요
- 가족·동반자별 관심 차이를 고려해 공통 문화일정과 선택 체험을 나누고, 단체 전체가 같은 고강도 체험에 참여하는 일정은 재검토

□ 겨울 수요 선점을 위한 거래·항공 연계

- 10월 22일 칸쿤 트래블마트 개막 발표는 18개국 구매자 참여를 예고, 23일에는 겨울 신규노선·증편 14개 계획을 발표
- 수요 판촉과 접근성 정보를 같은 시기에 제시하는 흐름으로 평가, 한국상품도 광고 노출일과 항공·객실의 판매 가능기간을 일치시킬 필요

* 원문 SECTUR 공보 215/2026·216/2026, 2026.10.22~23 발표, 18개국은 예상 참여·14개는 신규노선과 증편 합계

2. 지역·공동체·지속가능관광 정책

□ 지역체험을 판매 준비·가격·유통망까지 연결하는 정책수단 구체화

- 11월 탐피코 지역관광 교류행사를 앞두고 10월 현재 공급자·구매자 등록과 기업프로필 기반 사전상담 안내 확인
- 운영기관 공고는 기업진단, 상품설계·원가산정 교육, B2B 소개자료 구축, 구매자 상담을 단계별로 연결
- 행사 홈페이지는 상호 가능한 시간에 15분 상담을 배정하는 방식을 안내, 전시 참가 자체보다 거래 준비와 구매자 연결을 중시하는 구조

* 원문 Encuentro Nacional de Pueblos Mágicos 등록·상담 안내 및 Market Ready Tourism 운영공고, 2026.10.27 조회

□ 국제미디어 노출과 지역 공급체계 개선을 병행

- 관광부는 10월 20일 Maya Ka'an의 2027 National Geographic 추천목적지 선정을 소개하고 공동체 체험·인증·전국가이드와 연계한 홍보 추진
- SECTUR·Fonatur·주정부의 계획·기반시설·장비·홍보 협력도 함께 제시, 노출 확대와 실제 방문여건 개선의 결합에 중점

* 원문 SECTUR, Maya Ka'an 공동체 관광모델, 공보 211/2026, 2026.10.20 발표

□ 한국 지역관광에 적용할 실행단위 전환 필요

- 국내 체험 공급자는 운영일·정원·시간·외국어·거래가격·예약마감·취소 조건을 제시하고, 지사는 현지 상품의 빈 일정에 맞는 체험을 매칭
- 지역주민 참여와 친환경 설명에 더해 교통·언어·우천 대안·실제 판매 창구를 확보해야 장거리 고객의 구매 검토로 연결 가능
- 단계별 정책 구조와 지사 적용안은 [참고3]에 상세 수록

3. 관광기업 육성 및 특화서비스 정책

□ 관광기업 지원을 교육·기술지원·거래역량으로 확장

- 10월 13일 SECTUR·NAFIN·Bancomext는 관광기업의 금융·창업·사업역량 교육과 기술지원, 국내외 구매자·공급자 상담 협력을 발표

* 원문 SECTUR·NAFIN·Bancomext 공동공보 42/2026, 2026.10.13 발표, 금융지원 집행액 발표와 구분

□ 의료관광은 관광홍보와 전문 품질검토의 역할 분담 강화

- 10월 7일 관광집행위원회는 의료관광 실무그룹 신설을 발표하고 Sello Turismo de Salud 업데이트와 COFEPRIS 기술검토를 추진
- 한국 웰니스 체험과 의료서비스 포함 상품은 고객안내·운영기관·예약·사후응대 경로를 나눠 설계할 필요

* 원문 SECTUR 공보 201/2026, 2026.10.7 발표, 인증 업데이트 추진 단계

□ 시장별 서비스 현지화와 판매경험을 갖춘 혁신상품 발굴

- 10월 9일 Sello Cerca de China 업데이트는 호텔·식당·여행사의 고객 대응을 강화하는 조치로, 한국의 스페인어 예약·체험 안내 개선에 참고 가능
- 10월 공개된 2027 혁신관광상품 공모는 11개 분야를 대상으로 해당 상품의 최소 2년 판매경험과 구매·예약 접점 등을 요구
- 한국의 해외 판촉 지원도 신규 아이디어와 기판매 상품을 구분하고, 바로 견적·예약이 가능한 상품을 현지 유통망과 우선 연결할 필요

* 원문 SECTUR 공보 203/2026·2027 혁신상품 공모 및 CONCANACO SERVYTUR 공보 COM-389-241026, 2026.10.9·15·24 발표

- 기판매 상품은 판매가격·예약처·운영일의 현지화, 신규 상품은 시범운영·언어·원가 검증을 우선하는 구분으로 지원수단을 설계할 필요

II. 아웃바운드 및 방한 수요 동향

1. 해외여행 수요와 지출의 변화

□ 숙박·항공여행 증가가 해외지출 확대를 주도

지표	2025년 1~8월	2026년 1~8월	증감률
1박 이상 출국	1,304.3만회	1,464.2만회	+12.3%
항공 숙박출국	521.3만회	576.1만회	+10.5%
항공 해외지출 백만 달러	4,827.3	5,968.0	+23.6%
항공 평균지출	925.9달러	1,036.0달러	+11.9%

* 원문 DataTur Cuenta de Viajeros Internacionales a Agosto 2026, 2쪽·잠정치, 출국
횟수는 고유인원과 구분

□ 국경통과 총량보다 항공여행의 구조와 최근 성장속도에 주목

- 항공 숙박여행은 전체 출국 횟수의 10.5%이나 해외지출의 58.5%, 전
년 대비 해외지출 증가액의 66.2% 차지
- 2019년 동기 대비 전체 출국은 0.5% 증가에 그쳤으나 항공 숙박출국
은 49.3% 증가, 항공여행층의 구조적 확대 확인
- 최근 물량 증가세 둔화와 지출 확대를 함께 고려해 한국상품의 가격·예
약반응에 따라 집행 판단

* 원문 DataTur 월별 원자료, 2026.10.27 조회, 동일기간 합계·비중·기여율 자체 계산

- 장기 구조변화·월별 추이·증가분 산식 및 사업 적용은 [참고1] 참조

2. 방한시장 성장과 소비자층 변화

□ 연간 성장과 월별 변동을 함께 보는 방한시장 평가 필요

- 2025년 멕시코 국적 방한객 공표 실적은 85,503명으로 전년 대비 47.7% 증가, 2026년 1~8월은 63,884명으로 17.8% 증가
- 2026년 1~2월은 감소한 반면 3~5월 확대, 6월 둔화 후 7월 16.5%·8월 27.3% 증가로 시기별 차별화 확인

* 원문 한국관광공사 2025년 12월·2026년 8월 한국관광통계, 2026.1.30·9.28 공표

□ 실제 방문층의 확대와 중장년 수요를 함께 포착

- 승무원 제외 방문객은 59,150명으로 21.6% 증가, 관광목적 입국도 57,422명·21.6% 증가로 총량과 구분한 구매대상 분석 필요
- 20~39세는 승무원 제외인원의 44.9%로 핵심층이나, 60세 이상은 45.3% 증가해 순증 비승무원 방문객의 25.4%를 차지
- 여성은 비승무원 방문객의 56.5%로 확인, 연령·성별만으로 관심테마를 단정하지 않고 동반자·예산·체류희망을 결합한 상담 추진
- 김해공항 입국은 2,918명·66.8% 증가로 입국경로도 다변화, 공항 이용 증가를 지역숙박 실적과 구분해 상품동선 확인 필요

* 원문 한국관광공사 2026년 8월 월보 성별·연령별·목적별 입국, 합산·비중은 자체 계산

□ 소비자 특성을 실제 상품 운영조건으로 반영

- 한류 관심층에는 체험 선택권과 확정 가능한 예약, 중장년층에는 이동 강도·휴식시간·객실·스페인어 지원을 명확히 제시
- 장거리 도착일의 무리한 일정과 매일의 호텔 이동을 점검하고, 가족·동반자 단위의 총액과 선택체험 비용을 함께 안내할 필요
- 세부 연령·성별 표와 연간 10만명 도달의 산술 조건은 [참고4] 참조

3. 경쟁국 동향과 현지 유통망의 변화

□ 일본 전체 감소에도 멕시코시장 성장 지속

JNTO 지표	2026년 실적	전년 대비
멕시코 국적·9월	22,300명	+13.0%
멕시코 국적·1~9월	173,500명	+25.8%
일본 전체·1~9월	30,730,200명	-2.9%

* 원문 일본정부관광국 JNTO, 2026년 9월 방일외객 추계, 2026.10.21 발표, 2025년 확정
·2026년 추계

- 일본은 멕시코 마케팅전략에서 가족·친족, 중장년 부부, 젊은 부부·친구를 구분하고 지방체류·소비와 계절여행을 함께 공략

* 원문 JNTO 멕시코시장 전체 마케팅전략, 2026년 4월판, 10월 신규발표가 아닌 경쟁전략 배경자료

□ 한국 단독·한일 연계·전국순회 상품의 공존 확인

- Mega Travel·Juliá Tours의 한일 연계상품은 한국 6박·부산 3박을 포함, 한국 체류가 항상 짧다는 일반화보다 상품별 실질 구성 비교 필요
- Travel Shop의 전국형은 서울 3박·비수도권 8박 구성으로 지역 유통 기반 확인, 지사의 과제는 판매 가능한 지역체험과 언어·이동 조건의 개선
- 일본 취급 판매사의 기존 동아시아 고객망을 한국상품 추가 판매채널로 활용하고, 한국 체류의 가치와 추가비용을 함께 설명하는 협력 추진
- 가족·부부 여행에는 문화·자연·계절을, 젊은 친구 여행에는 선택체험과 유연한 자유시간을 제시하는 방식으로 현지 판매자료 차별화 검토

* 원문 현지 3사 공식상품, 2026.10.27 조회, 목적표집 사례로 시장평균·판매실적과 구분
- 6개 상품의 기간·숙박·항공·언어·가격조건 비교는 [참고2] 참조

4. 항공 공급·여행가격·구매조건

□ 항공 매출 확대와 비용 부담을 구분한 공급 협의 필요

- 아에로멕시코 3분기 총여객은 616.1만명·3.2% 감소, 국제선 매출은 10억7,800만 달러·17.4% 증가로 물량과 매출의 흐름 차별화
- 연료비는 57.6% 증가, 4분기 총공급좌석마일 7~8% 확대는 회사 전망으로 한국노선 증편·할인 여력과 직접 연결하지 않는 판단 필요

* 원문 Aeroméxico 2026년 3분기 미감사 실적 공시, 2026.10.19 발표, 회사 전체 실적·전망

□ 10월 단기 가격 상승 신호와 실제 한국행 견적을 대조

- 10월 상반월 항공운송 가격은 직전 반월 대비 14.77%, 패키지 관광서비스는 6.80% 상승, 한국행 노선의 실제 인상률과는 구분
- 현지 상품의 기본가 외 항공세·연료할증·출발일 추가금을 확인하고, 광고가격과 소비자가 부담할 총액의 차이를 줄이는 안내 필요

* 원문 INEGI INPC 공보 633/26, 2026.10.22 발표, 10월 상반월·표 2, 4쪽

□ 경유·지방 출발상품은 운항 존재보다 구매조건의 완결성 확보

- 미·멕 운항계획 제한 철회 발표에 따라 미국 경유 연결편의 선택지 변화 점검, 실제 증편이나 한국행 공급 확대가 확정된 것으로 표현하지 않는 구분 필요
- 지방 출발편의 연결시간·수하물·동일항공권·서류 조건과 단체좌석·발권기한을 확인하고, 한국행 여정의 방향별 경유 여부를 정확히 안내

* 원문 Aeroméxico 미 DOT 운항제한 철회 발표, 2026.10.19 / 항공사 공식 한국행 판매페이지, 2026.10.27 조회

- 지상상품만 확보된 경우 항공 견적과 합산한 소비자 총액을 판매사에 요청하고, 모객마감·좌석 소멸·가격 변경 시 광고 수정 담당자를 함께 지정

III. 관광 분야별 마케팅 및 상품화 동향

1. 한류·미식·쇼핑·웰니스 연계

□ 한류·도시관광은 동반자의 구매 이유까지 확장

○ Juliá Tours의 한일상품은 현대 서울·K-POP·강남·쇼핑공간을 문화 관광과 연결, 콘텐츠 관심을 도시의 실제 방문일정으로 제시하는 판매 사례 확인

○ 지사는 촬영지·미식·뷰티를 고객별 선택체험으로 묶고, 팬이 아닌 동반자에게도 문화·음식·휴식의 구매가치를 제공하는 상품 협의 필요

* 원문 Juliá Tours, Latidos de Japón y Corea 2026 일정, 2026.10.27 조희

□ 미식·전통문화는 지역의 참여형 유료체험으로 전개

○ Travel Shop 전국형은 고추장 만들기·전통 차·한지·음식 체험을 포함, 관람 중심 소개를 넘어 직접 참여하는 지역콘텐츠의 현지 판매기반 확인

○ 메뉴·식이제한·정원·소요시간·언어를 공급자와 확정하고, 체험비와 지역 식당 이용을 포함한 소비구조 설계 필요

* 원문 Travel Shop, Corea Esencial 일정·포함내역, 2026.10.27 조희

□ 쇼핑·뷰티와 웰니스는 자유시간·운영조건을 활용해 결합

○ 쇼핑은 유명 상권 소개에 더해 실제 체류지역·영업시간·수하물과 결합하고, 뷰티체험은 제품 구매와 서비스 예약의 경로를 구분해 안내

○ 웰니스는 기존 부산 숙박 및 지역순회 동선에 휴식·스파·차문화 체험을 검토하되, 의료행위 포함 여부와 서비스 범위를 판매 전에 명확히 구분

○ 방한객 연령 확대를 고려해 체험 강도·동반자 대기·개인공간·안내 수준을 다양화하고, 특정 연령을 특정 테마 선호와 동일시하지 않는 상담 필요

* 근거 한국관광공사 2026년 8월 연령별 입국 및 SECTUR 의료관광 정책 / 상품화 방향은 지사 검토안

2. 지역·야간·자연·MICE 시장 접근

□ 지역·야간관광은 기존 숙박과 귀가교통을 묶어 제안

- 부산 체류형은 숙박일을 늘리기 전 기존 저녁 자유시간의 활용 가능성을 확인하고, 미식·야간경관·소규모 체험과 귀가 이동을 묶는 공동기획 검토
- 전국순회형은 하루 이동거리와 호텔 변경 횟수를 점검해 관광지 추가 보다 체험 집중도·휴식·스페인어 진행의 질을 높이는 개선 우선

* 원문 Mega Travel·Travel Shop 공식상품 숙박·일정 / 지역별 개선방향은 지사 분석

□ 자연·공동체 관광은 현지 운영자의 거래 가능성 확보

- Maya Ka'an과 지역관광 B2B 사례는 지역문화·생태 경험을 공급자 육성·예약·판촉과 연결, 한국 지역체험도 계절·기상·교통·언어 조건의 동시 정비 필요

* 원문 SECTUR 공보 211/2026 및 Market Ready Tourism 운영공고

□ MICE·인센티브는 현지 기업고객과 전문대행사 중심으로 구분 접근

- 유카탄 관광청은 몬테레이·과달라하라·케레타로·레온 순회에서 여행 업계·MICE 전문가 총 380명과 접촉, 기업 대표자 17명이 상품·서비스를 직접 제시
- 지사도 도시별 항공접근성·기업고객 기반·아시아 취급경험을 기준으로 전문사를 선별하고 기업행사의 목적·결정권·예산·개최시기를 우선 확인
- 회의·인센티브 제안은 행사장·식음·단체 항공·교류 프로그램을 포함한 총액으로 제시하고, 일반 출장 비중을 인센티브 잠재인원으로 환산하지 않는 접근 필요

* 원문 유카탄 관광청 보도자료, 2026.10.10 / INEGI EVI 8월 여행목적 통계는 업무출장과 인센티브 수요 구분

IV. 기회·위험요인 및 시장 전망

1. 기회와 위험의 동시 평가

관찰 영역	기회요인	위험·제약요인
수요 기반	항공여행층의 2019년 대비 확대 방한 비승무원·중장년 증가	최근 항공 출국 증가율 둔화 동아시아 목적지 간 경쟁
판매 상품	한국 6~7박·지방숙박 기판매 테마체험 추가의 유통기반	언어비용·장거리 총액 부담 항공 포함·별도 조건 혼재
정책 환경	공급자 교육·기업진단·B2B 지원 서비스 현지화 강화	발표·등록이 판매성과와 상이 국내 공급자 운영조건의 편차

□ 연말·2027년 상반기는 상품별 조건에 따른 선택적 성장 전망

- 기본 판단은 장기 시장 확대와 단기 판매조건의 차별화로 설정, 한국행 좌석·총액·언어지원이 확보된 상품에 현지 협력 집중
- 한국상품의 실제 건적 상승과 예약 이탈이 동반되면 출발일·선택체험·안내방식을 조정하고, 예약 개선이 확인되는 상품은 후속 공동판촉 검토
- 중장년층 및 지방 체험의 판매반응은 별도로 관찰하되, 공개 국적별 통계만으로 향후 구매테마·객단가·연간 인원을 확정하는 예측은 지양

* 근거 DataTur·한국관광공사·JNTO·현지 공식상품 종합 / 전망과 판단 기준은 지사 분석

□ 전망 전환을 확인할 관찰 신호

- 예약 증가와 취소 안정이 함께 확인되면 출발일·판매망 확대 협의, 조 회·상담만 늘고 예약이 정체되면 가격·휴가일수·항공·언어별 이탈 원인 우선 분석
- 지역체험 판매는 전체 출발인원과 별도로 참여인원·체험가격·추가숙박을 확인하고, 기존 일정 대체인지 순수 추가소비인지 구분

2. 지사 대응방향 및 본사 협력과제

□ 현지 네트워크의 역할을 상품·공급·소비 개선으로 구체화

시기	우선 실행과제	확인 결과
10~11월	현지 판매상품·항공조건 개별 협의 수도권 외 장거리·MICE 후보사 면담	유효 견적·모객일정 결정권자·요구조건
11~12월	한국 공급자와 언어·체험·가격 협상 부산 체류형·전국형·한류형 개선	운영확인·거래가격 스페인어 판매자료
2027년 1~3월	예약·이탈사유에 따른 공동판촉 조정 확정 단체의 지역체류·체험 연결	예약·실출발 지역 숙박·체험

□ 국내 관광업계·본사에 필요한 협력사항

- 국내 수용사·지역 운영자는 스페인어 가능구간·공동출발·최소인원·체험시간·순가격·취소조건을 제시하고 현지 견적요청에 회신할 책임자 지정
- 본사는 지역·웰니스·MICE 공급자 연결과 판매 가능한 콘텐츠·외국어 수용태세 개선수단을 연계하고, 지사는 현지 가격·일정 요구를 국내에 환류

□ 성과는 유통기반·실제 유치·지역소비로 구분

- 상품 판매 개시와 후속 출발이 확인된 협력사, 취소 제외 실출발인원, 본사 분류에 따른 지역 숙박인박·유료체험 이용을 구분해 점검
- 매체 노출·상담·예약·실출발을 합산하지 않고 공동사업 신규 판매와 기존 판매를 구분할 증빙 확보

* 상기 일정·협력과제는 지사 실행 검토안으로 파트너 협의 및 본사 사업계획에 따라 구체화

[참고1] 멕시코 해외여행의 구조 변화

가. 전체 출국 회복과 항공 숙박여행 확대의 차이

□ 총출국의 코로나19 이전 수준 회복과 별개로 항공 숙박여행층의 시장 기반 확대

지표·1~8월 기준	2019년	2026년	2019년 대비
전체 해외출국	5,458.3만회	5,485.0만회	+0.5%
항공 숙박출국	385.9만회	576.1만회	+49.3%
항공 해외지출	33.45억 달러	59.68억 달러	+78.4%
항공 평균지출	866.8달러	1,036.0달러	+19.5%

* 원문 SECTUR DataTur 국제여행자 계정 월별 원자료, 2026.10.27 조회·동일기간 합계 및 증감률 자체 계산

- 항공 숙박출국의 전체 출국 내 비중은 7.1%에서 10.5%로 확대, 국경 당일방문이 포함된 총량과 한국 유치에 가까운 여행층의 성장경로 차별화
- 2025년 연간도 전체 출국은 2019년보다 5.3% 적으나 항공 숙박출국은 36.0% 증가, 최근 증가가 단일 월의 반등을 넘어선 시장 확대임을 뒷받침

나. 항공시장 성장에서 한국 수요 확보로 연결할 과제

- 항공여행 증가에는 미국 등 근거리 목적지도 포함, 이를 모두 아시아 잠재고객으로 환산하기보다 동아시아 취급 판매사의 고객·출발도시·재구매 정보를 결합할 필요
- 명목 달러 지출 확대는 환율·현지물가·체류기간·목적지 구성 변화도 반영, 고급상품 선호나 실질 구매력 증가의 단독 근거로 사용하지 않는 분석 필요

[참고1] 월별 증가세와 지출 구조

□ 항공 출국은 계속 증가하나 최근 증가 속도는 둔화, 지출 증가와의 간격 확대

월	항공 출국 만회	전년 대비 증감률	항공 해외지출 백만 달러	전년 대비 증감률
1월	82.5	+13.5%	767.9	+27.9%
2월	56.0	+18.6%	556.6	+26.1%
3월	61.2	+11.7%	605.9	+24.8%
4월	73.7	+14.7%	755.8	+19.1%
5월	72.4	+14.0%	786.4	+31.9%
6월	65.6	+3.3%	725.2	+18.7%
7월	76.0	+4.9%	812.6	+21.4%
8월	88.6	+7.0%	957.6	+21.5%

* 원문 SECTUR DataTur 월별 원자료, 2026년 1~8월·전년 동월 대비 자체 계산·잠정치

- 기간별 항공 출국 증가율은 1~3월 14.3%, 4~6월 10.7%, 7~8월 6.0%, 같은 기간 지출 증가율은 26.4%, 23.1%, 21.4%로 높은 수준 유지
- 누계 증가율만으로 연말 모객 확대를 예상하기보다 실제 한국상품의 예약 증가와 총액 변동을 함께 확인하는 집행 판단 필요
- 평균지출 상승 원인 확인을 위해 현지 판매사로부터 동일 출발시기·체류일·숙박등급의 견적을 확보하고, 항공·지상서비스·체험 가격과 일정 변경을 분리 비교
- 기간별 증가율은 해당 기간 합계의 전년 동기간 대비로 산출, 월별 증가율의 단순 평균 및 계절성이 다른 월간 절대값 비교와 구분

[참고1] 방한 유치사업의 시장 판단

가. 해외지출 증가분의 항공여행 부문 집중

□ 전체 해외지출 증가액의 66.2%가 항공 숙박여행 부문에서 발생

○ 2026년 1~8월 항공 숙박여행은 출국 횟수의 10.5%이나 해외지출의 58.5% 차지, 규모보다 유치 가능한 여행층과 소비구조 중심의 시장평가가 필요

- 증가분 기여율 = 항공 해외지출 증가액 11.41억 달러 ÷ 전체 해외지출 증가액 17.23억 달러 × 100 = 66.2%

* 원문 SECTUR DataTur 2025·2026년 1~8월 원자료 기준 자체 계산, 표시 전 원단위로 검산

나. 현지 판매정보를 결합하는 세 가지 적용과제

○ 항공 출국 확대를 장기 시장개척의 근거로 활용하되, 최근 증가세 둔화를 반영해 좌석·가격·발권시한이 확보된 상품부터 공동판촉 추진

○ 중북부·서부와 북부의 비국경 숙박출국 비중 합계 60.7%를 참고해 수도권 외 후보사를 발굴하고, 미국 친지방문 중심 업체와 동아시아 판매 가능 업체를 구분

○ 한국 단독·한일 연계·웰니스 체험상품의 상담 이탈을 가격·휴가일수·이동·언어로 분류하고, 실제 수요 손실 요인별로 국내 수용사 및 본사 지원과제 조정

* 원문 INEGI EVI 공보 625/26, 2026.10.14 발표·8월 잠정치·표 3, 6쪽

다. 성과와 시장규모를 혼동하지 않는 평가

○ 66.2%는 전체 지출 증가분의 구성비로 지사 사업의 인과효과와 구분, 한국상품의 기존 판매와 공동사업 신규 판매를 별도 확인

- 거주권역 통계는 항공·육로를 포함한 비국경 숙박출국 기준, 방한객 거주지 비중이나 지역별 목표인원으로 직접 대입하지 않는 적용 필요

[참고2] 멕시코 유통망의 방한상품 판매구조

실제상품 비교와 한국 체류가치

□ 한국 단독·한일·3국 연계 모두 지역숙박을 포함하는 판매기반 확인

○ Mega Travel 공식상품은 한국 단독 7박, 한일 및 3국 연계는 한국 6박을 포함해 상품유형별 체류구조 차이 확인

Mega Travel 상품	전체기간	한국 숙박	항공 조건
Mega Corea MT-30225	10일 7박	서울 4박 부산 3박	왕복항공 포함 표기
Mega Japón y Corea MT-30202	15일 12박	서울 3박 부산 3박	국제구간 포함 표기
En el Corazón de Asia MT-30222	22일 19박	서울 4박 부산 2박	국제·역내 항공 포함

○ 한일 연계가 한국의 짧은 경유로만 구성된다는 일반화보다 개별상품의 숙박·포함체험에 따른 협력방식 설정 필요

- 부산 2~3박의 기존 숙박을 활용해 해양휴식·미식·야간관광의 추가 소비기회를 보장하는 공동기획 검토

○ 신규 지방노선 구성에 앞서 판매 중인 상품의 자유시간·선택관광·이동시간을 분석하고, 추가 가능한 체험부터 운영조건 협의

○ 한일 연계의 한국 6박은 전체 12박의 절반을 차지하는 사례로, 연계상품을 한국 단독상품과 별개의 유치경로로 활용할 여지

- 상품별 숙박일은 여행기간·방문국·도착도시에 따라 차이가 있어 평균 한국 체류일이나 시장점유율로 환산하지 않는 비교 필요

* Mega Travel, Mega Corea MT-30225·Mega Japón y Corea MT-30202·En el Corazón de Asia MT-30222 공식상품 포함내역, 2026.10.27 조회

* 공개상품의 일정·숙박 구성으로 판매실적·예약확정·실출발과 구분, 출발일·공급조건에 따라 변경 가능

[참고2] 현지 판매상품의 체류·서비스 비교

□ 서울 단기형부터 전국순회형까지 서로 다른 상품층위 확인

판매사·상품	전체기간	한국 숙박	항공 조건
Juliá Tours Latidos de Japón y Corea 2026	13일 12박	서울 3박 부산 3박	국제·국내 항공 별도
Juliá Tours Seúl Esencial 2027	5일 4박	서울 4박	국제선 별도
Travel Shop Corea Esencial 2910-C2026	12일 11박	서울 3박 비수도권 8박	국제선 등 별도

- Travel Shop의 비수도권 숙박은 대전·전주·순천·통영·부산·경주·단양·속초 각 1박으로 구성
 - 전통음식·공예·차문화·자연체험이 포함된 전국형 상품으로 지방관광의 현지 유통 가능성 확인
- 서울 단기형은 지역 연장의 추가비용·이동시간 검증, 부산 체류형은 유료체험 보강, 전국형은 언어지원·이동피로 개선에 중점
- 목적표집 6개 상품의 사례로 시장 평균 체류일이나 판매비중의 근거로 일반화하지 않는 구분 필요
- 공항 이동과 관광구간의 언어지원은 별도로 확인해 전 일정 스페인어 지원을 기대한 고객과 실제 서비스 사이의 차이를 줄이는 안내 필요
 - 전국형 공항 이동은 기사만 제공하는 조건으로, 관광구간의 스페인어 선택과 전체 서비스 언어를 동일시하지 않는 비교 필요

* Juliá Tours, Latidos de Japón y Corea 2026·Seúl Esencial 2027 / Travel Shop, Corea Esencial 공식상품 포함내역·호텔표, 2026.10.27 조회

[참고2] 가격·언어·지역체험 개선과제

판매정보의 완결성과 상품 운영비 개선

□ 기본가 중심 광고에서 출발일별 실제 부담액 안내로 전환

기본가	항공세	연료할증	단순합계
USD 1,499	USD 999	USD 299	USD 2,797

○ Mega Corea 공시항목 합산 사례로 출발일별 추가금·팁·선택관광은 별도, USD 2,797을 확정 결제총액이나 실판매 최저가로 해석하지 않는 구분 필요

- 항공 포함상품과 지상비 전용상품의 기본가를 직접 비교하지 않고 같은 출발일·숙박·서비스 기준으로 견적 정비

□ 스페인어 서비스의 추가비용을 낮추는 공급자 협의 필요

○ Travel Shop 동일상품의 2인 1실 기준 1인당 지상비는 영어 USD 3,110, 스페인어 USD 3,910으로 차액 USD 800, 영어 대비 약 25.7%
- 단일상품의 언어조건별 가격차 사례로 전국 평균이나 다른 상품의 언어할증률과 구분

○ 핵심 지역체험의 스페인어 해설·공동 출발일·소규모 합류운영을 국내 공급자와 검토하고, 기존 지방숙박에 결합할 추가체험 가격 협의

○ 공항 이동과 관광구간의 언어지원 범위를 구분해 안내하고, 숙박·입국 정보·포함내역의 상충 문구를 공식자료와 대조해 정비

* Mega Travel, Mega Corea 가격·불포함내역 / Travel Shop, Corea Esencial 영어·스페인어서비스 가격표, 2026.10.27 조회

* 가격은 인당 USD 표시·공개 표 기준이며 실시간 예약가능 여부 미확인, 25.7%는 $800 \div 3,110 \times 100$ 으로 계산

[참고3] 지역관광 B2B 정책의 실행구조

1. 공급자 육성부터 구매자 상담까지의 연결

□ 판매 가능한 체험을 먼저 만들고 디지털 상담으로 연결하는 구조

단계	멕시코 사례의 실행내용	해결하려는 문제
선정·진단	관광부 초청·기업 자기진단 운영·경영·판매 역량 점검	홍보 가능한 명소와 실제 거래 가능한 기업의 차이
판매 준비	체험 설계·원가산정 교육 기업소개·판매 발표자료 정비	가격·포함내역을 제시하지 못하는 공급자의 한계
디지털 연결	B2B 기업프로필·등록 구분 15분 단위 사전상담 안내	상품정보 단절과 구매자 요구에 맞지 않는 면담
거래 후속	행사 이후 플랫폼 운영 계획 판매·후속상담 연결 지향	일회성 행사 이후 연락· 견적·판매의 중단

* 원문 Pueblos Mágicos 행사 등록·상담 안내, Market Ready Tourism 운영공고,
2026.10.27 조회 / 일부 후속운영은 계획

- 9월 발표된 행사 계획에서 10월에는 등록 구분과 상담 운영방식까지
확인, 단순 행사 개최보다 공급자의 판매 준비도를 높이는 실행수단에
주목할 필요
- 한국 지역체험 공급자도 소개영상 외에 원가·거래가·운영조건·예약 담
당자를 준비해야 멕시코 여행사의 상품 기획에 반영 가능
- 상담 전 바이어의 판매도시·한국 취급·고객층을 공급자에게 전달하고,
상담 후 가격·언어·최소인원 등 미해결 항목의 회신 책임자를 확정하
는 운영 필요
- 상담 안내와 플랫폼 운영을 거래 실적의 증거로 해석하지 않고 실제 견적·계약·
출발은 후속 검증 필요

[참고3] 지역 판매망과 공급자 검증의 결합

2. 도시별 판촉과 기판매 상품을 결합하는 방식

□ 출발도시·항공접근성·구매주체를 묶는 지역 판촉

- 유카탄은 메리다와 항공으로 연결되는 4개 도시의 여행사·도매사·MICE 전문가 총 380명을 대상으로 기업 대표자 17명이 직접 상품을 설명하는 순회 실시
- 공공기관의 목적지 설명과 민간의 서비스 제안을 함께 제공하는 구조로, 지사도 바이어별 요청을 국내 공급자와 현장에서 구체화하는 상담 설계 필요

* 원문 유카탄 관광청, 4대 국내 전략시장 관광 판촉, 2026.10.10 발표, 380명은 도시 합계·17명은 대표자 수

□ 혁신상품도 실제 판매경험과 예약 접점을 확인

- 2027 공모는 RNT 또는 면제 확인서, 해당 상품 최소 2년 판매경험, 웹사이트·SNS 구매·예약 연락처를 요구하며 문화·미식·웰니스·MICE 등 11개 분야를 포괄
- 신청 마감 2027.1.15 17시, 결과 2.15·시상 3.11 예정으로 신규 아이디어보다 운영·판매 경험을 갖춘 상품의 발굴과 홍보에 중점

* 원문 SECTUR 2027 혁신상품 공모 2026.10.15 및 CONCANACO SERVYTUR 2026.10.24 안내

□ 한국 적용 시 기판매형과 신규 개발형을 구분

- 기판매형은 기존 운영·가격·예약처를 활용해 바로 현지 견적 협의, 신규형은 시범 운영과 스페인어 응대·수배 검증을 먼저 실시하는 지원 구분 필요
- 지사는 현지 장거리 판매경험·기업고객·한국 수배망을 기준으로 상담 대상을 고르고, 공급자별 미해결 조건·회신기한·판매 개시 여부를 관리

[참고4] 멕시코 방한객의 연령·성별 수요구조

1. 연령별 성장의 확장과 고객군 재설정

□ 2030 중심의 핵심 수요를 유지하되 60세 이상 증가도 반영한 고객군별 상품 설계 필요

○ 2026년 1~8월 멕시코 국적 방한객은 63,884명으로 17.8% 증가, 승무원을 제외하면 59,150명으로 21.6% 증가

연령	2025년 1~8월	2026년 1~8월	증감률	2026년 비중
0~19세	5,463명	7,199명	+31.8%	12.2%
20대	10,939명	12,386명	+13.2%	20.9%
30대	12,242명	14,158명	+15.7%	23.9%
40대	7,746명	9,355명	+20.8%	15.8%
50대	6,343명	7,472명	+17.8%	12.6%
60세 이상	5,906명	8,580명	+45.3%	14.5%

* 원문 한국관광공사, 2026년 8월 한국관광통계, 2026.9.28 발표

통계월보_202608.xlsx, 연령별 입국(1~8월)·성별 입국(1~8월), 멕시코 34행
분모는 승무원 제외 59,150명, 연령군 합산·비중은 자체 계산, 반올림 차이 포함

- 가. 판매대상별 소구점의 분화

○ 20~39세는 승무원 제외인원의 44.9%로 핵심 고객층 유지, 한류 체험의 구매가치와 일정 선택권을 구체화할 필요

○ 60세 이상 비중은 12.1%에서 14.5%로 확대, 이동 강도·자유시간·안내편의 등을 검증할 별도 상담자료 마련 필요

○ 연령 증가를 웰니스 선호나 프리미엄 구매력의 증거로 단정하지 않고, 동행자·여행목적·예산을 확인해 고객군 세분화 추진

[참고4] 고객층 확대와 연간 실적의 조건

2. 성별·목적별 수요와 실제 구매조건의 연결

2026년 1~8월	인원	전년 대비	비승무원 중 비중
남성	25,737명	+19.1%	43.5%
여성	33,413명	+23.6%	56.5%

- 남녀 합계 59,150명에 승무원 4,734명을 더한 총계가 63,884명, 성별 비중은 승무원 제외 기준으로 산출
- 관광목적 입국은 57,422명으로 21.6% 증가, 유학연수는 1,209명으로 21.4% 증가

* 원문 한국관광공사, 통계월보_202608.xlsx
성별 입국(1~8월)·목적별 입국(1~8월), 멕시코 34행
관광목적은 체류자격에 따른 분류로 실제 여행동기 조사와 구분

- 가. 고객 특성을 건적·운영조건으로 구체화

- 한류 관심층에는 확정 가능한 체험·동반자 선택일정을 제시하고, 중장년층에는 도시간 이동·휴식·스페인어 안내 수준을 사전 설명
- 웰니스는 일반 휴식·체험과 의료서비스를 구분해 제안하고, 학습·단체 수요는 실제 의사결정자와 일정·예산을 별도 확인

3. 연간 10만명 도달에 필요한 조건

- 2025년 연간 공표 실적은 85,503명으로 47.7% 증가, 과거 전망치와 구분
- 2026년 10만명 도달에는 9~12월 36,116명 필요, 전년 동기간 31,294명보다 15.4% 증가가 필요한 산술 조건

* 원문 한국관광공사, 통계월보_202512.xlsx 성별 입국(1~12월) 34행 및 2026년 8월 월보
10만명 도달 조건은 승무원 포함 기준 자체 계산으로 공식 전망·확정 목표와 구분

주요 원문자료

1. DataTur 국제여행자 계정

2026년 8월 요약표 2쪽·월별 원자료, 2026.10.27 조회

8월 요약표 · 원자료 안내·다운로드

2. INEGI 해외여행 조사 EVI

공보 625/26, 2026.10.14 발표·8월 잠정치, 표 3·4

EVI 공식 원문

3. 한국관광공사 2026년 8월 한국관광통계

2026.9.28 공표, 성별·연령별·목적별 입국 및 전체국가통계

공표 게시글·첨부파일

4. 한국관광공사 2025년 12월 한국관광통계

2026.1.30 공표, 성별 입국 1~12월 멕시코

공식 통계월보 파일

5. 일본정부관광국 JNTO 방일외객 통계

2026.10.21 발표·9월 추계, 수치 3쪽·시장해설 7쪽

9월 추계 원문

6. JNTO 멕시코시장 마케팅전략

2026년 4월판, 타깃별 전술 2~3쪽

시장전략 원문

7. SECTUR 망자의 날 관광 전망

공보 209/2026, 2026.10.16 발표, 국내외 호텔 도착·점유율 전망

문화·지역축제 마케팅 원문

8. SECTUR 의료관광 공동대응

공보 201/2026, 2026.10.7 발표, 실무그룹·인증 업데이트

정책 발표 원문

9. SECTUR·NAFIN·Bancomext 관광기업 협력

공동공보 42/2026, 2026.10.13 발표, 교육·기술지원·상담

공동 발표 원문

10. SECTUR 중국인 방문객 서비스 현지화

공보 203/2026, 2026.10.9 발표, Sello Cerca de China

시장별 서비스 정책 원문

11. 2027 혁신관광상품 공모

SECTUR 2026.10.15·CONCANACO SERVYTUR 10.24 발표

관광부 공모 · 참가조건·일정 상세

주요 원문자료 계속

12. Pueblos Mágicos 행사 B2B 등록·상담

2026.10.27 열람, 공급자·구매자·15분 상담 안내
등록 안내 · 상담 운영 안내

13. Market Ready Tourism 공급자 육성 공고

2026년 9~10월 준비과정·11월 바이어 상담 계획
프로그램 운영 공고

14. 유카탄 관광청 4대 도시 B2B 순회

2026.10.10 발표, 업계 380명·기업 대표자 17명
지역 판촉 원문

15. SECTUR Maya Ka'an 지역공동체 관광

공보 211/2026, 2026.10.20 발표, 2027 추천목적지 사례
공동체 관광 모델 원문

16. SECTUR 칸쿤 관광거래·겨울 항공

공보 215/2026·216/2026, 2026.10.22~23 발표
Cancún Travel Mart · 겨울 항공연결 계획

17. INEGI 소비자물가 INPC

공보 633/26, 2026.10.22 발표·10월 상반월, 표 2
품목별 가격 원문

18. Aeroméxico 2026년 3분기 공시

2026.10.19 발표, 미감사 실적·4분기 전망
SEC 공시 원문

19. Aeroméxico 미 DOT 운항제한 철회 발표

2026.10.19 발표, 미·멕시코 공급 검토의 제약 완화
회사 발표 원문 · 한국행 공식 판매페이지

20. Mega Travel 공식 한국·연계상품

2026.10.27 조회, 일정·숙박·포함내역·가격조건
Mega Corea MT-30225 · Mega Japón y Corea MT-30202 · En el Corazón de Asia MT-30222

21. Juliá Tours 공식 한일·서울 상품

2026.10.27 조회, 항공 별도·도시별 숙박·언어지원
Latidos de Japón y Corea 2026 · Seúl Esencial 2027

22. Travel Shop Corea Esencial 2910-C2026

2026.10.27 조회, 전국형 숙박·언어별 지상비·운영조건
상품·숙박·가격 원문