



한국 아웃바운드 관광시장 분석을 통한 관광 교류 확대 방안



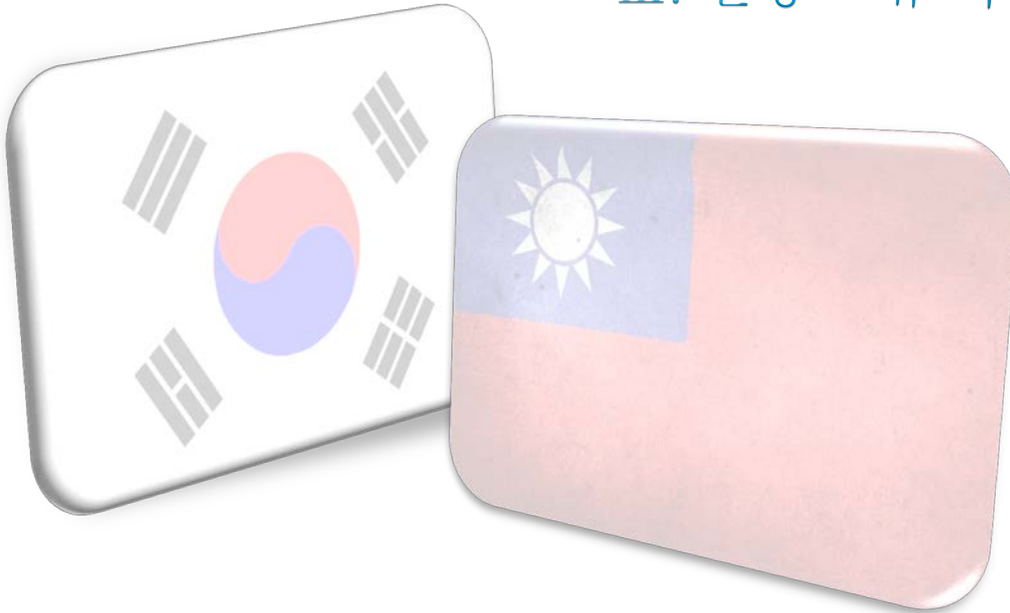
한국여행업협회 양무승 회장

CONTENTS

I. 관광 교류 현황

II. 한국 아웃바운드 대만 여행상품 비교

III. 관광 교류 확대 방안



관광 교류 현황

01

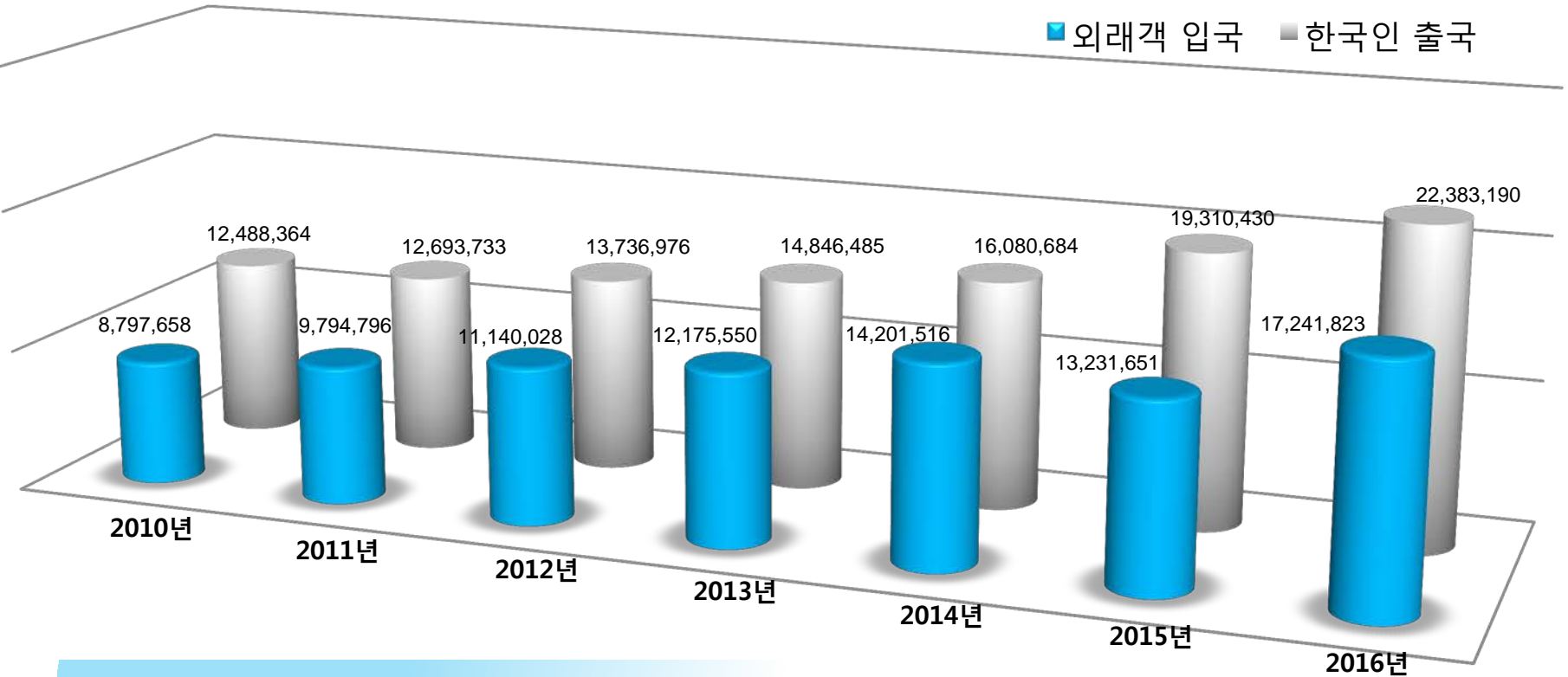
1. 한국 출입국 현황
2. 아시아 주요국 한국인 입국 현황
3. 한국-대만 출입국 현황

1. 한국 출입국 현황

한국 출입국 현황

[한국관광공사(KTO) 한국관광통계]

■ 외래객 입국 ■ 한국인 출국



- ✓ 2016년 한국인 출국은 2,238만명, 외국인 입국은 1,724만명
(전년대비 한국인 출국은 15.9% 증가, 외국인 입국은 30.3% 증가)
- ✓ 2017년 1월~8월 한국인 출국은 1,739만명(17.7% 증가), 외국인 입국은 886만명(22.8% 감소)
- ✓ 매년 평균 10%가량 출국자 증가하고 있는 추세이며, 2014년 이후부터는 20%이상 증가하는 추세임

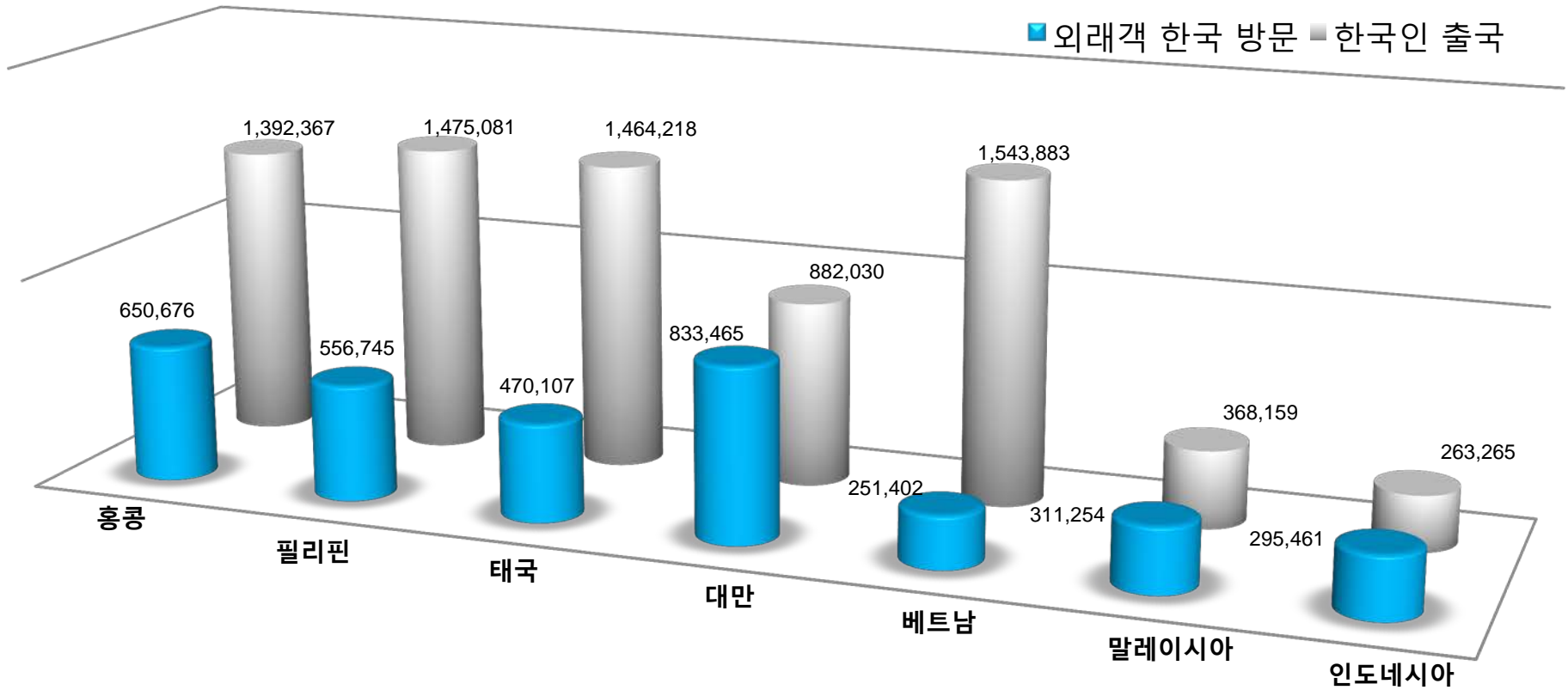


2. 2016 아시아 주요국 출입국 비교

2016 아시아 주요국 출입국 비교 현황

[한국관광공사(KTO) 한국관광통계]

■ 외래객 한국 방문 ■ 한국인 출국



✔ 한국-대만은 상호 방문객 수가 균형을 이루어 발전해 나아가는 관광시장



3. 한국-대만 출입국 현황

한국 - 대만 출입국 현황

[한국관광공사(KTO) 한국관광통계]

연도	한국 → 대만	대만 → 한국
2010	216,901	406,352
2011	242,902	428,208
2012	259,089	548,233
2013	351,301	544,662
2014	527,684	643,683
2015	658,757	518,190
2016	882,030	833,465

대만 입국 한국인

- ✔ 2016년 882,030명(전년대비 **33.9% 증가**)
- ✔ 2017년 1~7월 누계 600,959명(25.6% 증가)
- ✔ **2014년부터 폭발적인 성장 추세**
성장원인 : '꽃보다할배' 방영,
대만 FIT 여행시장 형성,
LCC취항 등을 통한 여행객 증가

한국 입국 대만인

- ✔ 2016년 833,465명
- ✔ 2017년 1~7월 누계 535,473명
(전년동기 대비 **12.3% 증가**)



한국 아웃바운드 대만 여행상품 비교

02

1. 한국 주요여행사 대만 여행상품 현황
2. 패키지 여행상품 방문 도시 현황

2. 한국 주요여행사 대만 여행상품 현황

한국 주요여행사의 대만 여행상품 현황

여행사	패키지 상품 수	FIT 상품 수
H투어	31	19
I투어	7	11
O투어	7	13
N여행사	-	40
M투어	20	2
Y여행사	9	40
W투어	34	18
D여행사	4	44
K여행사	7	18
C여행사	15	26
합 계	134	231

(※ 랭킹닷컴 한국 10대 여행사 기준, 여행사별 홈페이지의 서울 출발 상품 기준, 순서는 무순임)

- ✔ 10대 여행사 모두 대만 패키지 및 FIT 여행상품을 판매하고 있음
- ✔ 패키지 상품 보다 **FIT 상품에 대한 노출이 더 많음****FIT 상품에 대한 판매 비중이 점진적으로 증가하는 추세**



3. 패키지여행 상품 방문 도시 현황

패키지여행 상품의 방문 도시 현황

순위	도시	방문하는 상품 수	방문율
1	타이페이	133/134	99%
2	예류	126/134	94%
3	지우펀	112/134	84%
4	화련	85/134	63%
5	스펀	30/134	22%
6	자오시	14/134	10%
7	양명산	10/134	7%
7	단수이	10/134	7%
9	베이터우	5/134	4%
10	타이중	3/134	2%
10	까오슝	3/134	2%
12	일월담	1/134	1%
12	잉꺼	1/134	1%

(※ 한국 10대 여행사 패키지 상품 134개 기준)

- ✔ 패키지 여행상품의 대부분이 타이페이, 예류, 지우펀을 포함하고 있음
- ✔ 전체 상품의 63%가 화련지역 임
: '꽃보다 할배'를 통해 소개된 화련지역이 포함되어 있음
- ✔ 타이페이 인근으로 여행상품이 치우쳐 있음

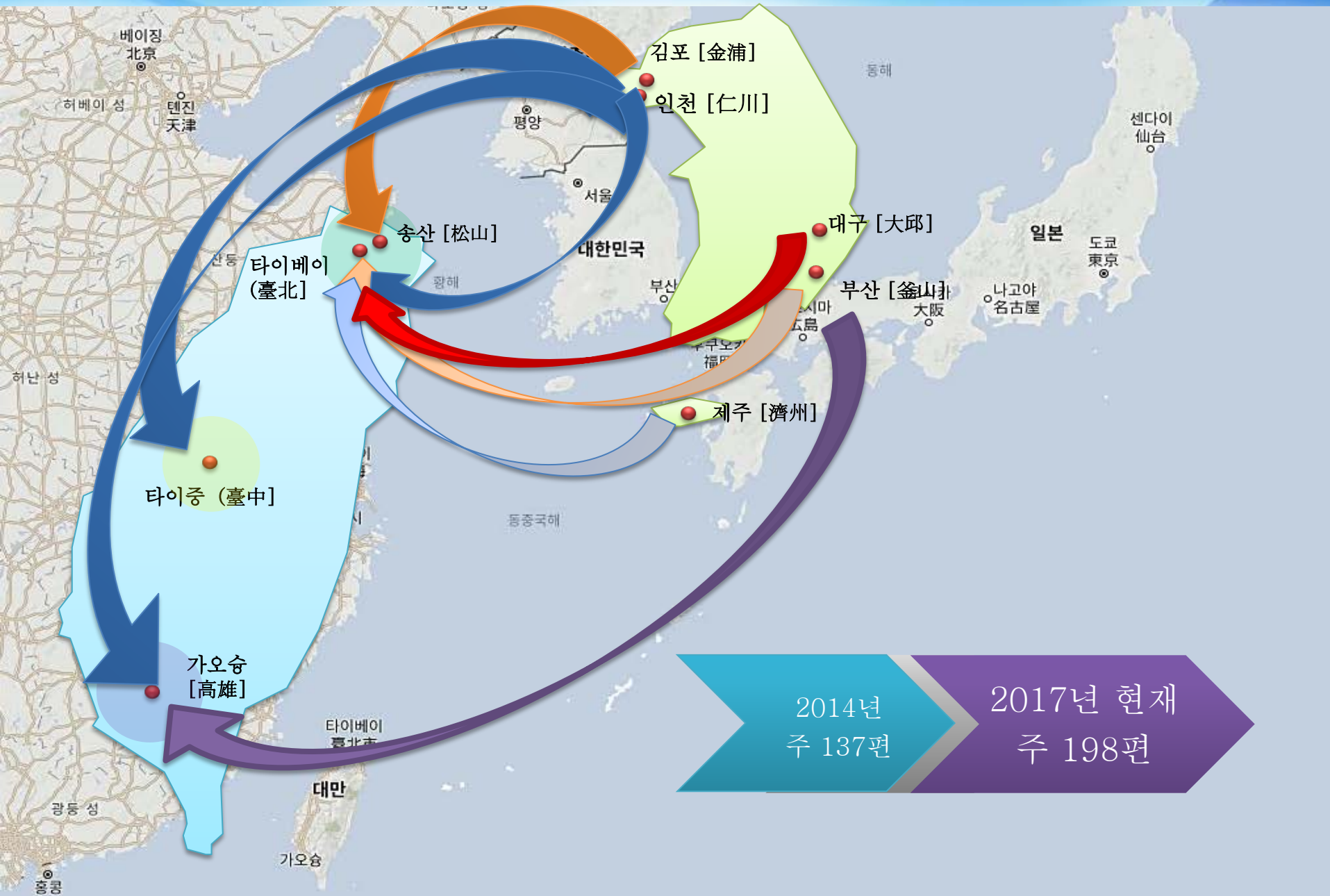


관광 교류 확대 방안

03

1. 항공 공급 확대
2. 관광 인프라 확충
3. 마케팅 지원 강화

1. 항공 공급 확대



2. 관광 인프라 확충

1 자유여행 접근성 개선

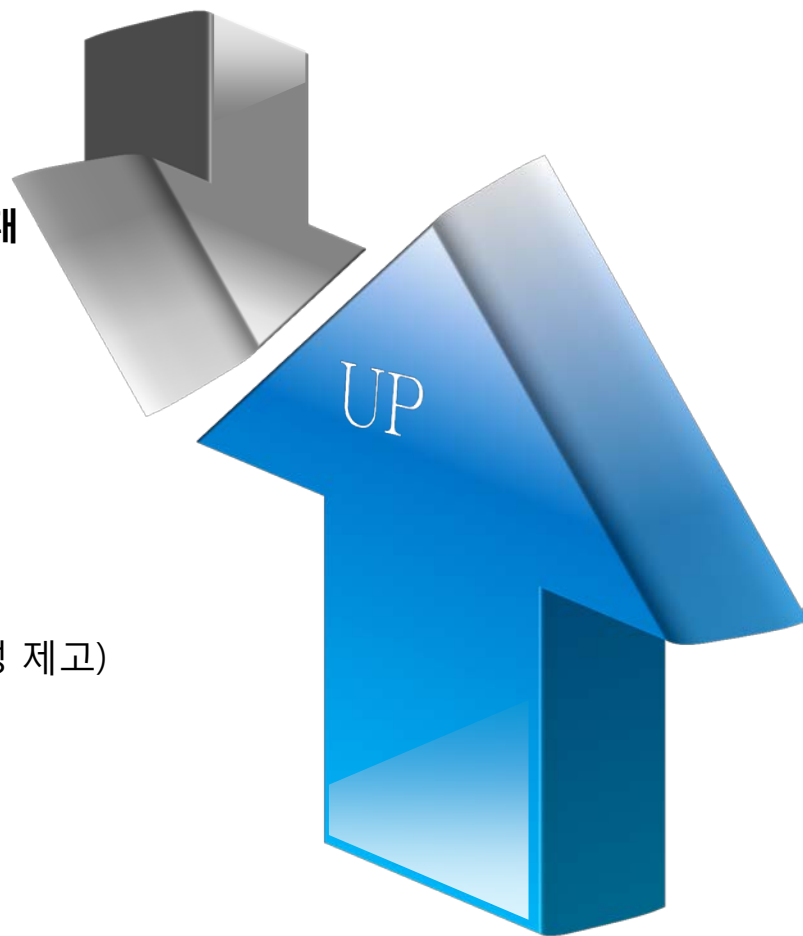
- 주요 교통편(지하철 등) 및 관광지 한글 안내 확대
- 교통편 예약에 대한 편의성 개선

2 지방 및 FIT 여행객을 위한 숙박 공급

- FIT 관광객을 위한 중저가 호텔 공급
- 가족여행에 적합한 객실 공급(3~4인실 등)
- 지방 주요 관광지 인근 호텔 공급 및 홍보(접근성 제고)

3 한국어 가이드 확충

- 2017년 9월 현재, 한국어 가이드 316명



3. 마케팅 지원 강화

여행지역 및 여행상품의 다변화 필요



- 타이베이 중심에서 지방(중부지역) 관광상품 개발 및 홍보 필요
- FIT 여행시장(가족여행-30~50대 주부_골드맘)에 맞는 상품 개발
- 소비자의 선택범위 확대를 위한 다양한 가격대의 여행상품 개발

지자체간 협력 및 공동 마케팅 추진

- 콘텐츠가 관광상품화를 될 수 있도록 지자체 간
공동 협력 및 마케팅 필요





감사합니다.