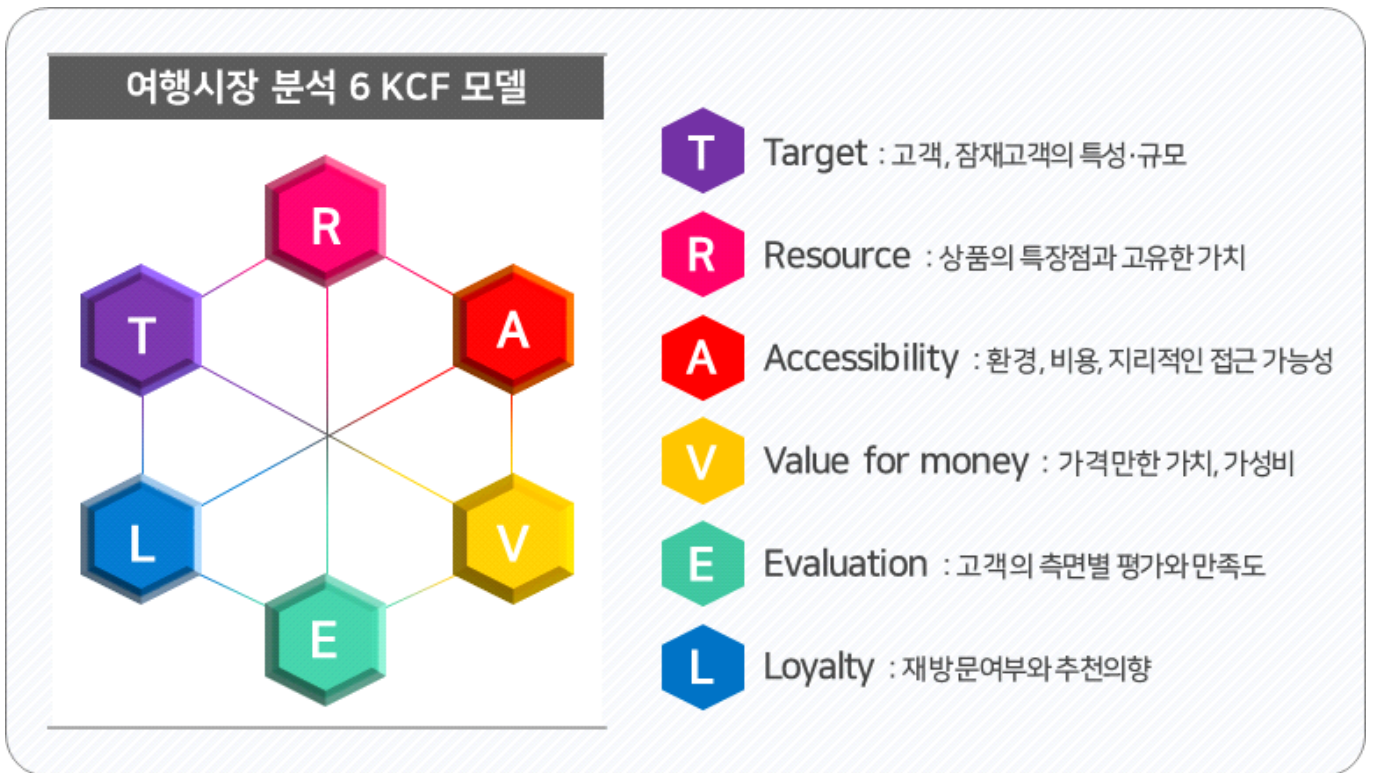


2018-19 국내여행 행태 조사 결과

■ 컨슈머인사이트는 2015년 8월부터 ‘여행 행태 및 계획 조사’를 매주(500명씩) 수행해 왔다. 본 리포트는 2017년과 2018년 수집한 자료(5만2천명)를 중심으로 한국의 소비자들이 어떻게 국내여행을 했고, 계획하는지를 컨슈머인사이트의 여행시장 경쟁력 분석 6 KCF(Key Competition Factor) 모델 T·R·A·V·E·L에 따라 분석한 것이다.

I. 6 KCF 분석 T·R·A·V·E·L 모델

- 여행시장 경쟁력 분석 모델 T·R·A·V·E·L은 여행지, 여행상품, 콘텐츠, 서비스 등 제반상품의 경쟁력을 다음의 6개 차원별로 상대비교·평가하는 모델이다.



- 6개 부문 중 최소한 1개 이상의 탁월한 강점이 있고, 심각한 약점은 없어야 경쟁력이 있다고 본다.

II. 국내여행 6 KCF 분석

- 2017년부터 단기간·근거리 여행 트렌드가 지속되면서 지역민과 인접지역의 중요성이 커지고 있으며, 전반적인 여행행태가 재구성되고 있다. 근거리 선호로 수도권/대도시 선택은 늘고 제주도/남해지역 방문은 감소했으며, 휴식, 식도락 등 가벼운 일정에 편리한 교통의 중요성이 크게 늘었다. 또한 여행의 준비기간과 정보탐색의 축소로 여행정보 및 상품 유통 채널의 영향력이 더욱 커질 것으로 보인다.
- 짧은 시간을 알차게 보내려는 실속추구 성향은 해외여행에서도 나타나고 있어 근거리의 일본과 물가가 저렴한 동남아시아의 선호가 높아졌고 국내여행의 경쟁관계가 커졌다. 제주가 가장 큰 피해를 보고 있으나 국내여행지의 전반적 만족도 향상과 비용관련 인식의 개선이 이루어지지 않으면 해외로의 이탈이 가속화 될 것이다.

III. 국내여행 6 KCF 주요 발견사항

1. Target ; 여행객

2018년 3개월 간 1박 이상의 국내여행 경험률은 68.1%, 계획보유율은 69.8%로 차이가 크지 않으며, 전년대비 각각 ∇ 3.1%포인트, ∇ 3.4%포인트 하락해 국내여행 시장의 축소가 지속될 것으로 보인다. 국내여행은 남성·30~40대·가족단위가 많으며, 향후 남성 장년층이 주 핵심층으로 떠오를 것으로 예상된다. 반면 여성 20대와 함께 30대 남·여가 해외로 이탈되는 현상이 가속화될 가능성이 있다.

근거리·단기간 여행 트렌드로 이동거리가 짧고 교통이 편리한 지역을 선호하는 현상이 뚜렷해, 거주민과 인접지역민들이 잠재고객으로의 가치가 점점 커지고 있다.

2. Resource ; 자원

유명관광지를 방문하는 전통적 여행보다는 휴식/기분전환 등 가벼운 일정의 소확행 추구 경향이 크고 있다. 테마공원/온천(▲0.7%포인트), 문화/예술(▲0.5%포인트), 축제/행사(▲0.4%포인트) 등 개인의 취향에 따라 다양한 형태의 체험을 즐기는 현상이 뚜렷하다.

반면, 자연풍경 감상(▽1.4%포인트) 등 볼거리의 중요성이 떨어지고, 등산(▽3.2%포인트)·낚시(▽0.8%포인트) 등 취미/운동 목적의 여행이 줄어들고 있다. 미세먼지, 폭염과 폭한 등 기후문제로 실외활동이 줄어들고, 실내의 문화/체육시설이나 숙박업소 내 부대시설을 즐기는 실내활동이 주목받고 있다.

2017-18년 국내여행에서 가장 큰 변화 중 하나는 호텔 숙박의 증가(▲3.9%포인트)이다. 근거리 여행지의 선호, 휴식과 실내 활동의 증가, OTA/숙박앱의 성장 등 다양한 변수들이 복합적으로 작용해 호텔은 성장하고 펜션/리조트/민박 등의 하락은 지속될 것이다.

3. Accessibility ; 접근성

여행의 일상화로 짧은 이동거리(▲1.6%포인트)와 교통 편의성의 중요성이 크게 늘었다. 서울·강원·인천 등 수도권 인근과 대도시 여행이 증가했고, 승용차(▲0.5%포인트)와 기차(▲0.7%포인트) 이용이 크게 늘어 강원도가 가장 큰 수혜를 입었다. 반면, 고속/시외버스 이용은 줄고(▽1.1%포인트), 수도권에서 먼 지역(경남, 경북, 전북)은 외면하는 현상이 있었다.

근거리·단기간 여행, 가벼운 일정은 자연스럽게 여행의 준비기간과 정보탐색을 축소시켰다. 어디를 가서 무엇을 할 지 보다는 언제 시간이 되는지 중요해졌으며, 주말을 활용한 짧은 여행이 일상화되고 있다. 뿐만 아니라 급격히 증가하고 있는 OTA나 숙박/액티비티 앱은 상품탐색까지 간편하게 만들고 있다. TV방송, OTA/숙박앱 등 정보/상품의 유통채널 영향력이 더욱 커질 것으로 보인다.

4. Value for money ; 가성비

1인당 총 여행비용은 21만 500원으로 2017년(21만 1100원)에 비해 미세하게 감소했다. 그러나 전체 여행기간을 고려한 1일당 비용은 지난해 6만 9000원에서 7만 2100원으로 오히려 늘었으며(여행기간; '17년 3.06일, '18년 2.92일), 여행계획 예산에서도 유사한 현상이 나타났다.

단기간, 근거리 여행에도 불구하고 지출비용의 축소가 거의 없는 것은 교통비는 감소했으나 식도락과 호텔 투숙의 증가로 인해 총 여행경비 중 가장 큰 부분을 차지하는 식음료비(31.3%)와 숙박비(27.7%)가 증가(각각 ▲0.5%포인트)했기 때문이다. 절대적인 지출액 보다는 가격대비 가치를 따지며 짧은 시간을 알차게 보내는 실속추구 성향이 커지고 있으며, 그 중심에 호텔이 있다.

국내여행, 그 중 특히 제주도는 해외여행과 긴밀한 관계가 있다. 물가가 비교적 저렴하고 LCC의 성장에 따라 교통비가 절감되는 동남아시아 지역의 선택 이면에는 제주도와의 비교가 따른다. 제주도에 대한 근거 빈약한 고비용론은 국내여행 전반에 부정적 영향을 미치고 있다. 국내여행 활성화를 위해서는 비용관련 인식 및 물가/상도외에 대한 인식 전환이 필요할 것으로 보인다.

5. Evaluation ; 만족도

전국적으로 여행지에 대한 관심도가 하락하였으나, 전통적 인기지역 1~3위인 제주(▽6.1% 포인트), 강원(▽2.7%포인트), 부산(▽2.3%포인트)과 함께 전북(▽2.5%포인트)의 하락폭이 특히 커 국내여행의 침체가 예상된다.

체감만족도(5점 만점)는 전국평균 3.89점이며 전년대비 소폭 감소했다. 16시도 중 제주 유일하게 4점대(4.01점)를 기록했으며, 강원(3.99점), 전남(3.93점), 부산(3.89점)의 순으로 상위 4개 시도가 평균을 상회했다. 인천은 지난해 최하위에서 가장 큰 폭(▲0.11점)으로 상승해 중위권(16위→11위)에 진입했으며, 경상권(경남, 경북, 울산) 역시 0.02점씩 향상되었다. 반면, 서울은 가장 많이 하락(▽0.07점)해 4위에서 7위로 내려왔다.

해외여행의 평균은 4.01점으로 국내평균 3.89점보다 높다. 아시아는 3.94점, 가장 많이 방문하는 일본 4.06점, 베트남 3.92점이다. 국내에서는 제주와 강원만이 아시아 평균 수준을 넘고 있어 낮은 국내여행 만족도가 해외여행 선호에 기여하고 있음을 알 수 있다. 만족도의 향상이 있을 때 국내여행이 해외여행의 대체재로 자리 잡을 수 있을 것이다.

6. Loyalty ; 재방문의향

국내여행지 재방문의향은 3.91점(5점 만점)으로 전년과 차이가 없었고, 해외여행지 (3.90점) 대비 높아 체감만족도는 떨어지나 비용과 거리를 고려한 경쟁력이 있음을 보여줬다. 전국 16시도 중 제주 4.12점, 서울 4.04점, 강원 4.03점을 기록하며 1~3위를 차지했다.

제주와 강원은 만족도에 이어 우수한 성적을 보였으며, 서울은 만족도 대비 재방문의향이 높았다. 인천(3.66점)과 울산(3.61점)은 최하위권이지만, 각각 ▲0.10점, ▲0.09점 올라 크게 향상되었다. 반면, 높은 점수를 받은 서울(▽0.04점), 강원(▽0.03점)은 하락폭이 컸다.

※ 참고. 2018년 집계표 출처

- T. (III. 국내여행 행태) 1. 경험보유율(p.10), (IV. 국내여행 계획) 1. 계획보유율(p.29),
- R. (III. 국내여행 행태) 10. 여행지 선택 이유(p.15), 11. 여행 주 활동(p.15), 12. 여행시 취미/운동활동(p.16)
15. 숙박장소(p.18), 16. 숙박장소 선택 기준(p.18)
- (IV. 국내여행 계획) 10. 여행계획 지역 선택 이유(p.34), 12. 여행계획 주 활동(p.35),
12. 여행시 취미/운동활동 계획(p.35), 16. 예상 숙박장소(p.37),
17. 예상 숙박장소 선택 기준(p.37)
- A. (III. 국내여행 행태) 3. 여행 지역(p.11), 10. 여행지 선택 이유(p.15), 13. 목적지까지 교통편(p.16)
- (IV. 국내여행 계획) 3. 여행계획 지역(p.30), 11. 여행계획 지역 선택 이유(p.34),
14. 목적지까지 예상 교통편(p.36)
- V. (III. 국내여행 행태) 21. 총 여행비용(p.22), 22. 여행비용 항목별 비중(p.23)
- (IV. 국내여행 계획) 19. 예상 총 여행비용(p.38), 20. 예상 여행비용 항목별 비중(p.39)
- E. (II. 여행 동향) 5. 국내여행지 관심도(p.8), (III. 국내여행 행태) 29. 여행지 체감만족도(p.26)
- (V. 해외여행 행태) 17. 여행지 체감만족도(p.54)
- L. (III. 국내여행 행태) 30. 여행지 재방문의향(p.27), 31. 여행지 추천의향(p.28)
- (V. 해외여행 행태) 18. 여행지 추천의향 (p.55)

• 연구 및 조사방법

세종대학교 관광산업연구소와 컨슈머인사이트 소비자동향연구소는 매주 여행소비자 500명 (연간 2만 6천명 조사)을 대상으로 하는 ‘주례 여행 행태 및 계획 조사’를 실시하고 있습니다. 매주 업데이트되는 조사 결과와 분석 리포트는 www.consumerinsight.co.kr/travel에서 볼 수 있으며, 연도별 조사 결과를 요약한 자료도 다운로드 받을 수 있습니다

이 보도자료와 관련하여 보다 **자세한 내용**을 원하시면 **아래 연락처로 문의**해 주십시오.

김민화 연구원(컨슈머인사이트 연구위원)/Ph.D	kimmh@consumerinsight.kr	02)6004-7643
정경식 컨슈머인사이트 책임연구원/Ph.D	jungks@consumerinsight.kr	02)6004-7627
조혜원 컨슈머인사이트 연구원	johw@consumerinsight.kr	02)6004-7631