

# 세계 관광 동향

---

제95호 (2010년 10월 넷째 주)

연구기획조정실·관광지식정보

---

아태지역, 2010년 하반기 순조로운 출발 (PATA).....	2
호주, 앞으로도 중국관광시장 규모 증대 예상 (호주 관광부).....	4
호주 신규관광업체, 해외여행허가제도 참여자격 획득 (호주 관광부).....	5
호주관광청, 유튜브와 함께 온라인 홍보 (호주관광청).....	6

## [주요행사]

- ITM - India Travel Mart  
(Panji-Goa, India, 29 - 31, October, 2010)  
- <http://www.indiatravelmart.co>
- FIT 2010 - International Tourism Trade Fair of Latin America  
(Buenos Aires, Argentina, October 30 - November 2, 2010)  
- <http://www.fit.org.ar/>

## 아태지역, 2010년 하반기 순조로운 출발 (PATA)

태국 방콕, 2010년 10월 12일 : 아태여행협회(PATA)는 올 7월 1일 기준 아태지역 관광객 현황 예비 자료를 발표하였다. 해외관광객이 15% 성장한 것으로 나타나 작년 초 경기 불황상황을 고려하더라도 관광수요가 크게 증가하고 있는 것으로 밝혀졌다. 자료에 따르면 2010년 상반기 아태지역 해외관광객 숫자는 전년대비 12% 증가했다.

7월 동북아 지역의 관광객 숫자는 15% 증가한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 5월과 6월의 19%대의 급격한 성장세에서 다소 둔화된 것으로 평가할 수 있다. 7월의 성장세는 일본이 주도하였는데, 7월 한 달 동안 39%대의 성장세를 기록했다. 일본의 해외관광객 숫자는 아주 경이적인데 7월의 성적은 36%의 상반기 실적에 뒤이은 기록이기 때문이다. 이와같은 급격한 관광객 회복으로 인해 일본은 2008년 경기불황 이전시대 관광경기 수준으로 되돌아 갈수 있었다. 지금까지의 추세로 보면 8월이나 9월 역시 최고의 기록을 달성할 것으로 기대된다. 홍콩(32%), 한국(24%), 대만(23%), 마카오(23%) 등의 관광수요도 일본과 마찬가지로 크게 늘어난 것으로 조사결과 나타났다. 7월 한 달 홍콩 및 마카오의 관광객까지 포함한 중국 전체 관광객 숫자는 7% 증가했으며, 해외관광객 숫자만을 따져보면 19% 증가한 것으로 나타났다. 2010년 7월까지 동북아시아의 해외관광객 실적을 전체적으로 살펴보면 12% 증가했다.

7월 한 달 동남아시아 지역의 해외관광객 유치실적도 15%대의 높은 수준을 유지했다. 베트남(51%), 싱가포르(24%), 태국(14%), 인도네시아(11%) 등의 두 자리 숫자의 성장세를 기록한 것으로 나타났다. 태국의 성장세를 주목할 필요가 있다. 3달 연속 상승세를 기록한 것이 이번이 처음이고, 이와 결과는 태국이 예전과 같은 활황기로 접어들 수 있다는 긍정적 시나리오를 예견하고 있기 때문이다. 미얀마(40%), 캄보디아(22%)와 같은 소규모 여행지들도 7월 한 달 해외관광객들이 크게 늘어난 것으로 나타났다. 전체적으로 연초부터 7월까지 동남아시아 지역을 찾은 해외관광객은 전년대비 13% 늘어났다.

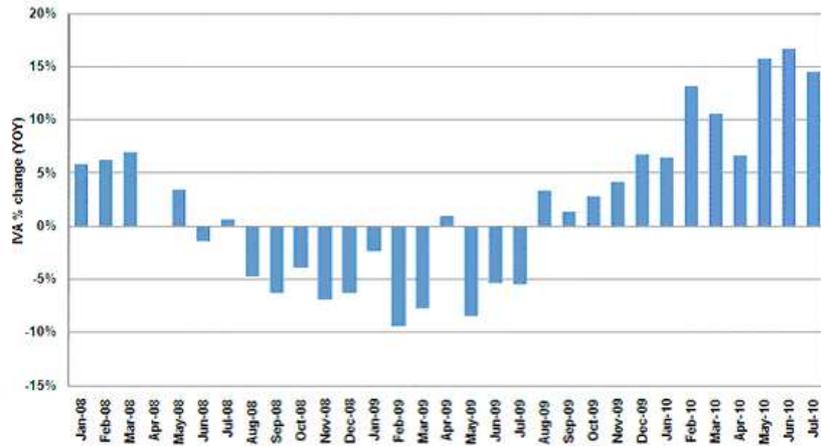
남아시아 지역을 찾은 관광객들도 7월 한 달 11% 늘어났다. 15% 상반기 실적보다는 다소 둔화되었지만 낮은 수준의 성장세는 아니라고 할 수 있다. 인도의 해외관광객은 4%의 낮은 수준을 기록했지만, 스리랑카(50%), 몰디브(29%), 네팔(26%) 등은 높은 성장세를 기록했다. 연초부터 7월까지 전체 실적을 살펴보면, 남아시아 지역은 14%대의 해외관광객 증가세를 보였다.

화산재 영향으로 4월의 슬럼프 시기를 겪었던 태평양 지역에서는 전달에 이어 해외관광객이 계속해서 증가하는 계기를 마련했다. 6월(10%)에 크게 늘어난 해외관광객 숫자는 7월에도 10%의 두자리대 성장세를 기록했다. 7월 한 달 11%의 성장세를 기록한 호주가 이 지역의 회복을 선도했다. 반면 경기회복에 대한 시민들의 부정적 사고가 유럽과 미주 국가들에서는 여전했지만, 이 지역을 찾는 동북아시아와 동남아시아의 관광객 숫자는 크게 늘어난 것으로 나타났다. 뉴질랜드는 4%의 준수한 실적을 기록했지만, 태평양 지역의 소규모 관광지들은 이보다 더 낮은 성장세를 기록했다. 연초부터 7월까지 태평양 지역의 전체 성적은 평균 5%의 성장세를 나타냈다.

이번 결과는 예비결과이며, 찾을 수 없는 기록들은 추정치를 사용하였다. 다른 표현이 없는 경우, 모든 비교자료들은 전년 동기대비 실적이다.

아시아 및 태평양 지역에는 북미(캐나다, 멕시코, 미국) 지역이 언론보도 목적상 빠져있다.

Asia Pacific international visitor arrivals (IVAs) trends:  
 Monthly change, year-on-year (%), Jan-08 to Jul-10  
 Source: relevant NTOs/NSAs, compiled by PATA



동북아시아 국가 : 중국, 대만, 홍콩, 일본, 한국, 마카오, 몽골

동남아시아 국가 : 캄보디아, 인도네시아, 라오스, 말레이시아, 미얀마, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남

남아시아 국가 : 부탄, 인도, 몰디브, 네팔, 파키스탄, 스리랑카

태평양 연안국가 : 호주, 쿡제도, 피지, 키리바티, 마셜군도, 뉴칼레도니아, 뉴질랜드, 니우에, 북마리아나스, 팔라우, 파푸아뉴기니, 사모아, 타이티, 통가, 바누아투

몽골제외 : 보고작성 시 데이터 없음

라오스 및 필리핀 제외 : 보고작성 시 데이터 없음

부탄 및 파키스탄 제외 : 보고작성 시 데이터 없음

피지, 니우에, 타이티, 통가, 투발루, 바누아투 제외 : 보고작성 시 데이터 없음

출처 : PATA, <http://www.pata.org/press/the-second-half-of-2010-kicks-off-strongly>, 2010.10.12

## 호주, 앞으로도 중국관광시장 규모 증대 예상 (호주 관광부)

2010년 호주통계국 해외출입국 자료에 따르면 호주를 방문하는 중국인 관광객들이 계속해서 늘어나 기록적인 숫자를 나타내고 있다.

호주를 방문하고 있는 10대 관광시장들의 관광객 숫자가 2010년 8월 전년 동기와 비교하여 더 큰 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면 가장 큰 성과를 나타낸 국가는 중국(57%)이며, 그 뒤로 일본(53%), 홍콩(24%) 등이다. 관광객 숫자가 감소한 국가들도 있었는데 영국(-5.9%), 독일(-3.3%), 미국(-2.9%) 등이었다. 반면 뉴질랜드 관광객들의 숫자는 전년과 동일했다.

비즈니스 목적의 여행객들은 전체적으로 11.6% 늘어난 것으로 조사되었는데, 뉴질랜드(전체관광객의 27%), 미국(전체관광객의 14.5%) 등의 역할이 컸었다. 그 외 단순관광 목적의 여행객들도 전년 8월보다 10.4%로 증가한 것으로 나타났다.

마틴 퍼거슨(Martin Ferguson) 관광장관은 이와같은 실적을 환영하면서, 일본과 같은 전통적 호주시장은 물론 중국과 같은 신흥시장도 중요하다는 점을 강조했다.

“최근의 통계자료는 우리가 중국 관광시장을 연구했던 결과를 반영해 주고 있습니다. 중국 시장은 그 규모, 발전방향 등의 면에서 우리가 나아갈 방향을 제시하고 있습니다. 중국관광 시장은 현재 호주관광산업 분야에서 28억 달러규모를 차지하고 있습니다만, 앞으로 매년 10%증 성장하여 2017년에는 55억 달러규모로 성장할 것으로 예상됩니다. 호주정부는 앞으로 2~3년 후까지 3천만 달러의 예산으로 중국시장 마케팅 계획을 추진하고 있습니다. 우리는 중국정부가 호주를 해외여행허가지역(ADS)으로 지정하도록 노력하였으며, 그 결과 순수 관광목적의 단체관광객들이 늘어나고 있습니다.” 라고 퍼거슨 관광장관이 말했다.

“비즈니스 목적의 방문객들이 늘어나고 있다는 것도 희소식이라고 할 수 있겠습니다. 비즈니스 방문객 유치는 그야말로 짝짝합니다. 비즈니스 관광객으로 인해 항공사, 호텔, 레스토랑, 오락장 및 기타 비즈니스관련 관광산업들의 수익률이 크게 늘어나고 있습니다.”

“하지만 호주달러의 강세현상과 경제성장 때문에 호주 국민들의 해외여행도 늘어나고 있는 현상은 자연스러운 현상입니다. 호주관광청은 지속적으로 호주 국민들의 연가(年暇) 사용을 장려할 것이며, ‘연가 없이는 인생도 재미없다(No Leave, No Life)’라는 캠페인을 전개하여 국민들이 단기간의 휴가는 호주 내에서 보낼 수 있도록 할 것입니다. 전체를 놓고 보면 호주국민들은 총 1억 1800만일을 연휴로 사용하고 있으며, 총 급여에서 3,300억달러를 사용하고 있습니다. 우리는 호주 국민들이 이 금액의 상당액을 호주 국내에서 사용할 수 있도록 만들고 싶습니다.” 라고 퍼거슨 관광장관이 말했다.

매우 성공을 거뒀던 ‘연가 없이는 인생도 재미없다(No Leave, No Life)’ 주제의 텔레비전 홍보 프로그램의 두 번째 버전이 12월 초 전파를 탈 예정이다. 그리고 이번 주에 컬러로 제작된 잡지가 뉴스리미티드(News Ltd)를 배포될 예정에 있어 더 많은 호주국민들이 단기 연휴를 국내에서 계획하게 될 것이다.

출처 : 호주 관광부, [http://minister.ret.gov.au/TheHonMartinFergusonMP/Pages/10-182\\_CHINATOURISMMARKETSURGINGAHEAD.aspx.html](http://minister.ret.gov.au/TheHonMartinFergusonMP/Pages/10-182_CHINATOURISMMARKETSURGINGAHEAD.aspx.html), 2010.10.06

## 호주 신규관광업체, 해외여행허가제도 참여자격 획득 (호주 관광부)

호주릴리투어링피티와이(Australian Lily Touring Pty Ltd), 글랜드오스트인터네셔널피티와(Grand Aust International Pty Ltd), 찬앤램피티와(Chan and Lam Pty) 등의 3개 관광업체가 중국의 해외여행허가지역프로그램(ADS)에 새롭게 참여하여, 28억달러 규모의 중국관광 시장 공략에 박차를 가하고 있다.

마틴 퍼거슨(Martin Ferguson) 관광장관은 ‘우수한 경영실적과 질 좋은 품질을 갖춘 관광업체들’ 만이 해외여행허가지역 프로그램(ADS)에 참여하고 있다고 밝혔다.

“좋은 관광상품과 호주관광에 경험이 풍부한 업체들은 해외관광객들을 끌어들이는 데만 급급한 것이 아니라, 한 번 방문했던 관광객들이 다시 호주를 방문하도록 만들어 줍니다. 우리 관광상품의 질과 서비스는 돈으로는 살 수 없는 입소문을 타고 있습니다. 중국정부의 해외여행허가지역 프로그램은 호주정부 및 국내관광업체가 좋은 품질기준을 달성할 수 있도록 만들어주는 훌륭한 수단 역할까지 하고 있습니다.”

“기존의 44개 승인업체들과 함께 이번에 신규로 3개 업체가 승인되어 앞으로 호주관광의 명성에 기여하게 될 것입니다.”

“해외여행허가지역 제도를 통해 중국인들의 해외단체 관광이 크게 늘어났습니다. 1999년 이 제도가 도입된 이래 55만명 규모의 관광객들이 4만여 투어 그룹을 만들어 호주를 방문했습니다. 우리는 관광업계의 목소리를 귀기우려 왔으며, 크게 성장하고 있는 중국 시장 공략을 위해 우리 업체가 필요한 사항들을 체크하고 있습니다. 우리는 업계와 소통해 왔으며, 1년 내내 해외여행허가지역 프로그램에 업체들이 참여할 수 있도록 개방해 놓고 있습니다.”

“우리는 중국관광객들이 호주 여행사와 그들의 관광상품 등을 통해 여행을 만끽할 수 있도록, 2010년 해외관광허가지역 프로그램 운영에 있어 많은 변화를 시도했습니다.”

“호주정부는 중국 시장의 가치를 인정하고 있습니다. 향후 4년간 해외여행허가지역 프로그램에 410만 달러 쏟아 붓는 이유도 여기에 있다고 하겠습니다.” 라고 퍼거슨 관광장관이 말했다.

해외여행허가지역 프로그램(ADS)에 새롭게 참가하는 업체들은 프로그램 운영자 및 제도에 어울리는 우수한 기준을 유지할 수 있도록 구체적 훈련과정을 운영하도록 되어있다.

관광산업전망위원회(Tourism Forecasting Committee)는 해외관광승인제도가 중국인 관광객 대상 산업의 성장에 중요하다는 사실을 인정했다. 2019년까지 호주방문 중국인 관광객들은 78만 명으로 늘어날 것으로 예상된다. 중국의 제외한 기타 해외관광객들이 연간 3.9%대의 증가를 보이고 있는 반면, 중국인 관광객들은 매년 7.9%대의 성장률을 보이고 있는 것이다.

이와 같은 결과는 중국이 인도(11.2%), 중동(10.7%) 등에 이어 3번째로 빠르게 성장하고 있는 지역임을 보여주고 있다.

해외여행허가지역 제도에 참여하고 있는 승인업체 명단은 관광부 홈페이지([www.ret.gov.au](http://www.ret.gov.au))에서 찾아볼 수 있다.

출처 : 호주 관광부, <http://minister.ret.gov.au/TheHonMartinFergusonMP/Pages/NEWTRAVELAGENTSRECOGNISEDFORHIGHSTANDARDS.aspx.html>, 2010.10.12

## 호주관광청, 유튜브와 함께 온라인 홍보 (호주관광청)

최근 디지털 정책의 일환으로 호주관광청(Tourism Australia)은 유튜브(YouTube)와 손잡고 2011년 호주투어를 계획하고 있는 유튜브 심포니 오케스트라를 협찬할 예정이다.

유튜브 심포니 오케스트라의 호주 방문계획은 오늘 발표되었다. 제1회 공연은 2009년 30여개국 출신의 90명의 음악가들이 한자리에 모여 뉴욕 카네기홀 열렸으며, 이 공연은 매진되었고 유튜브를 통해 전 세계 226개국의 2500명이 그 공연을 시청했다.

호주관광청의 앤드류 맥이보이(Andrew McEvoy) 관리이사는 유튜브의 이번 행사를 지원하게 되어 기쁘게 생각하고 있다고 다음과 밝혔다.

“호주관광청은 디지털 마케팅쪽으로 가닥을 잡고 호주를 전세계에 홍보하고 있습니다. 유튜브와의 협력관계는 우리의 홍보활동 방향과 완전히 일치합니다.”

“텔레비전, 인쇄물, 영화 등의 수단을 통한 홍보활동들도 여전히 중요합니다. 하지만 호주관광청은 디지털 분야에서도 호주홍보 활동을 해 왔습니다. 앞으로도 새로운 기회들을 이용하여 호주의 관광홍보 의지를 전 세계에 계속해서 알려나갈 것입니다.”

“유튜브와의 협력관계는 우리 호주관광청에게는 온라인상에서 호주 홍보를 확대해 나갈 수 있는 좋은 기회가 되고 있습니다. 특히 ‘호주 같은 곳은 세계에 없어요(There's nothing like Australia)’와 같은 캠페인을 혁신적인 방법으로 추진하는 경우에는 더욱 그렇습니다.”

“온라인을 통해 호주를 홍보하는 방법은 여행자들이 호주의 음악, 예술, 문화 등에 대해 경험할 수 있는 지식들의 범위를 넓혀 주는 기회가 되고 있습니다.” 라고 맥이보이 관리이사가 말했다.

호주관광청은 해외미디어 행사 주체나 오피니언리더 프로그램(Visiting Opinion leader Program) 등과 같은 2011년 유튜브 심포니오케스트라의 글로벌 홍보활동을 지원할 예정이다.

유튜브는 세계 제1의 온라인 동영상 사이트이자 세계 4위 규모의 웹사이트이다. 매달 3억명의 유저들이 하루 동안 2억개의 동영상을 시청하고 있으며, 24시간 내내 분 단위로 동영상 콘텐츠가 업로드 되는 체계를 갖추고 있다.

2011년 공연을 위해 유튜브측은 전 세계 뮤지션들을 공개 온라인 오디션을 통해 모집하고 있다. 호주의 경우 올 10월 13일부터 11월 28일까지 진행될 예정이다. 오케스트라 구성을 위해 단원선발전의 준결승 진출자들이 2011년 1월 11일까지 결정될 것이다. 전세계 유수의 오케스트라 출신의 전문 패널리들은 이를 위해 준결승 진출자들 선발을 위한 온라인 투표를 12월 10~17일까지 실시할 것이다.

유튜브 심포니오케스트라에 선발된 음악가들은 2011년 활동 준비를 위해 1주일 동안 소집되어 리허설 및 학습 기회를 가질 계획이다. 그리고 그래미상을 수상한 바 있는 지휘자 마이클 톨슨(Michael Tilson)의 지휘아래 2011년 3월 20일 호주 시드니 오페라하우스에서 최종 공연을 할 것이다. 물론 이 공연도 전 세계에 생중계 될 예정이다.

### 호주관광청의 기타 온라인 마케팅 활동 :

오스트렐리아닷컴(Australia.com)은 조회수 기준으로 전 세계 5대 관광청 사이트 중 하나이다. 이 사이트 접속률은 2008/09년도보다 년 대비 50% 상승하여 980만이었고, 2009/10년보다는 50%를 상승하여 1800만을 기록하였다.

‘호주 같은 곳은 세계에 없어요(There's nothing like Australia)’와 같은 캠페인을 위해 3만 건 가까이 포스팅 되어 가장 큰 규모의 홍보활동을 기록하였다.

2010년 유튜브 동영상 채널을 신설하여 미국, 영국, 뉴질랜드 등지에서 여행 분야 중 가장 많이 시청되는 동영상 채널 3곳 중 하나로 선정되었다.

페이스북에 오픈한 팬페이지는 전 세계적으로 80만 명의 팬들이 찾고 있으며, 호주 전체에서 두 번째로 큰 규모를 자랑하고 있다.

‘1분여행(Trip in a minute)’이라는 제목의 동영상에는 55만개의 댓글이 달렸다.

2010년 1월에는 아이폰 애플리케이션을 개발하여 지금까지 6천 건 이상의 다운로드를 기록했다.

지난 12개월 동안 총 90여개의 온라인 홍보활동이 진행되어 호주를 세계에 알렸다.

출처 : 호주관광청, [http://www.tourism.australia.com/en-au/news/media-releases\\_6099.aspx](http://www.tourism.australia.com/en-au/news/media-releases_6099.aspx), 2010.10.13