DATA & TOURISM

빅데이터에 남겨진 세대별 여행기록

코로나19 영향을 중심으로

관광빅데이터실 관광컨설팅팀
김은희 전문위원

Vol. 01

DATA & TOURISM

빅데이터에 남겨진 세대별 여행기록

코로나19 영향을 중심으로

목차

Ⅰ. 서론

08 1. 연구배경 및 목적
10 2. 연구범위 및 방법

Ⅱ. 세대와 여행

14 1. 세대를 어떻게 정의할 것인가?
16 2. 세대는 여행을 어떻게 향유하는가?

Ⅲ. 코로나19시대의 여행

20 1. 코로나19와 여행의 위기
23 2. 코로나19 시기, 여행트렌드

빅데이터에 남겨진 세대별 여행기록
코로나19 영향을 중심으로

DATA & TOURISM

Ⅳ. 코로나19시대 세대별 여행행태

26 1. 어떻게 분석할 것인가?
30 2. 세대별 여행행태 분석

Ⅴ. 결 론

78 1. 결과요약
80 2. 연구의 의의와 한계

82 참고문헌

서론

1. 연구배경 및 목적
2. 연구범위 및 방법

Ⅰ. 서론

1. 연구배경 및 목적

코로나19와 관광의 위기

• 코로나19의 등장은 관광의 거대한 전환(Great Transformation)을 가져왔다. 2019년 12월 코로나19가 세상에 드러난 후, 전 세계는 이전과는 다른 완전히 새로운 세계에 들어섰다. '뉴노멀'이 일상이 될 정도로 코로나19는 점진적으로 변화하는 사회적 규범(Social Norms)을 급격하게 변화시켰다. 이러한 급격한 변화의 중심에는 '이동의 제한'이 있다.

• 코로나19 팬데믹이 선언된 이후 전 세계의 이동이 멈춰 섰다. 자유로운 이동을 전제로 하는 '관광'은 급속도로 얼어붙었다. 산업혁명 이후 시장경제와 기술의 발전은 인간의 이동을 보다 자유롭게 하였고, 자유로운 이동을 전제로 하는 관광은 급격한 양적 성장을 보여 왔다. 세계관광기구(UNWTO)에 따르면 1990년 4억 5,720만 명이던 국제관광객 수는 2019년 14억 6,100만 명으로 기하급수적으로 증가했다(김은희, 2020). 하지만 코로나19의 등장으로 성장세를 달려오던 관광은 "2020년 전 세계 국제관광객(International Tourist Arrivals) 전년 대비 74% 감소"라는 유례없는 위기에 직면했다.

여행하는 인간, 호모비아토르의 위기

• 인간에게 관광은 '유흥', '노는 행위' 이상의 의미를 갖는다. 세계관광기구의 세계윤리강령(Code of Ethics)은 관광을 인간의 기본 욕구로 명시하고 있으며 관광을 통해 세계라는 공동체의 인류 구성원 즉 세계시민으로서의 정체성을 공고히 할 수 있다고 말한다. 관광은 세계 시민을 양성할 수 있는 인류의 가치를 담고 있으며, 인간으로서의 삶을 영위하는 필수 조건인 것이다(김은희, 2020).

• 호모비아토르(Homo Viator)는 이러한 인간과 관광의 관계를 잘 대변하는 단어이다. 프랑스 철학자 가브리엘 마르셀(Gabriel Marcel)은 여행하는 인간 즉, 늘 무언가를 향하여 움직이는 인간 본연의 모습을 호모비아토르라는 말로 설명했다. 여행은 가장 인간다운 행위이며, 인류를 설명할 수 있는 주요 변수인 것이다.

• 하지만 코로나19의 등장은 여행하는 인간의 위기를 초래했다. 유례없는 감염병의 위협은 여행을 강제로 '셧다운' 시켰다. 하지만 여행이 필요조건인 호모비아토르에게 코로나19의 위협은 여행에 대한 욕구를 높이고 새로운 대안을 찾아가게 만들었다.

위기를 극복하기 위한 호모비아토르의 노력: 세대별 여행의 변화

- 코로나19로 인한 국민의 국내 여행 행태 변화를 분석한 박근화(2020)의 연구에 의하면 '2021년 국내여행 의향' 90.4%, '코로나19 유행 지속 시 해외여행 의향' 90.5%로 높은 여행욕구를 드러냈다. 또한 코로나19로 하고 싶었지만 하지 못한 여가활동으로 '해외관광'과 '국내관광'이 가장 상위에 위치해 있어 여행을 하지 못하는 호모비아토르의 갈증이 나타났다.

- 박근화(2020)의 연구에 의하면 코로나19 감염 유행기간에도 국내여행을 경험한 사람은 2020년 5월 22.8%에서 11월 58.1%로 증가했으며, 접촉을 최소화하는 방식으로 여행을 즐기는 방법을 선택했음을 알 수 있다.

- 특히 세대별 여행 행태의 변화가 두드러졌다. 컨슈머인사이트의 2020년 주례 여행 행태 및 계획 조사에 따르면 인구사회특성별로 여행경험의 차이가 나타났다. 20~30대 젊은 세대 일수록 숙박여행 경험(20대 61%, 30대 63%)이 높았으며, 중년세대 이상에서는 숙박여행 경험(50대 이상 54%)이 낮은 것으로 나타났다.

- 세대에 따른 관광행위는 그동안 관광의 주요 연구주제로 다루어져 왔지만 여행의 위기가 찾아온 코로나19 시대에 세대별 여행은 더욱 양극화되며 차이를 드러내고 있다. 컨슈머인사이트의 조사에 따르면 코로나19 이후 여행시장은 장년층이 여행에서 이탈하며 더 젊어졌다는 점이 눈에 띈다. 즉 여행이 세대별로 점차 양극화되어 가는 현상을 보인 것이다.

- 따라서 관광의 변화를 보다 정확히 파악하기 위해서는 세대별 관광행태에 초점을 맞춰야 한다. 관광이라는 인간 본연의 사회적 행위를 파악하기 위해서는 관광을 하나의 거대한 사회적 행위로 분석하는 것이 아니라, 보다 세밀한 분류를 통해 분석할 필요가 있다, 더욱이 코로나19의 영향으로 거대한 전환기에 놓인 관광과 호모비아토르의 행위를 정확히 이해하기 위해서는 관광현상을 추동하는 주요 기제인 세대에 대한 이해가 선행되어야 한다.

변화의 시기, 세대별 여행 행태를 더 '리얼'하게 보여줄 수 있는 연구 필요

• 변화의 시기, 여행의 본질은 바뀔 수 없지만 여행의 행태는 변화하고 있다. 코로나19 이후, 변화하는 환경에 대응하기 위해 다양한 조사연구가 진행되어 왔지만 빠르고 거대하게 변화하는 여행행태 변화를 보다 시의성 있고 객관적으로 분석할 필요성 또한 높아지고 있다. 이제는 더욱 현실에 가까운 데이터를 통해 사람들의 관광행태를 보다 리얼하게 분석해야 한다.

• 한국관광공사는 빅데이터를 통해 관광현상을 실시간으로 보여주고 분석할 수 있는 ***관광빅데이터플랫폼 '한국관광 데이터랩'***을 구축했다. 본 연구는 한국관광 데이터랩의 자료를 바탕으로 코로나19 전과 후, 세대별 사람들의 '진짜 이동행태'를 분석함으로써 관광행태 변화의 본질을 파악하고자 하였다. 또한 데이터기반의 행태분석을 통해 관광정책 수립과 의사결정에 보다 객관적인 자료를 제공하고자 하였다.

2. 연구범위 및 방법

연구범위

• 공간적 범위 : 한국관광공사 관광관심지점 993개

• 시간적 범위: 2019년 1월 ~ 2020년 12월

• 내용적 범위

- 빅데이터 기반, 연령 및 관광이동량 활용한 관광행태의 분류틀 마련
- 분류틀 기반의 세대별 관광행태분석

연구방법

• 코로나19 전후의 세대별 관광행위를 분석하기 위해 본 연구는 세대의 관광행위 및 코로나19로 인한 관광의 변화에 대한 선행연구를 고찰하였으며, 선행연구에 대한 이론적 고찰을 통해 연구방법의 틀을 구성하였다.

• 본 연구는 세대별 관광행태를 분석하기 위해 군집분석을 활용하여 관광행태의 분류틀을 설정하고 이에 기반 한 세대별 관광행위 특징을 분석하였다.

표 1. 연구흐름도



그림 1. 연구개요



세대와 여행

1. 세대를 어떻게 정의할 것인가?
2. 세대는 여행을 어떻게 향유하는가?

Ⅱ. 세대와 여행

1. 세대를 어떻게 정의할 것인가?

• 세대(Generation)는 다양한 영역에서 보편적으로 사용하고 있는 개념이지만 다양한 의미로 해석된다(윤혜진 외, 2016). 본 연구에서는 세대에 대한 다양한 학술적 논의와 사회현상을 살펴봄으로써 세대별 관광행동의 유의미한 차이를 분석하고자 하였다.

• 세대에 대한 최초의 체계적 연구를 진행한 칼 만하임(K. Mannheim)은 세대를 동 시대에 태어나 동일한 역사적 사건을 경험하고 동일한 문화를 체득한 공동 운명체로 정의하였다. 칼 만하임이 정의한 세대에서 특히 주목할 점은 세대 간 공유된 경험이다(이은희 외, 2015).

• 학술적 개념으로서 세대를 4가지 유형으로 분류한 케르처(Kertzer, 1983)에 의하면 ① 친족 계보(kinship descent) 중 같은 항렬에 속하는 사람들(예: 조부모-부모-자녀), ② 출생코호트(동일한 시기에 태어나 같은 생애주기를 거치며 동일한 역사적 사건을 경험하는 집단), ③ 청소년 세대, 시니어 세대와 같이 생애주기 단계(Life Stage)가 동일한 사람들, ④ 광의의 코호트(일제강점기 세대와 같이 특정한 역사적 시기(Historical Period)에 함께 생존한 사람들)로 세대를 구분할 수 있다(윤혜진 외, 2016).

• 세대 이론(Generational Theory)에서 일반적으로 많이 사용되는 개념은 케르처(Kertzer, 1983)의 출생코호트로 출생코호트 집단은 생애주기 속에서 동일한 역사·사회적·문화적 사건을 경험하므로 유사한 가치, 신념, 특성을 보인다. 출생코호트에 따른 세대 간 차이를 객관적이고 절대적 기준으로 볼 순 없지만(Markert, 2004) 평균적 수준에서 세대를 이해하기 위한 준거기준으로 활용할 수 있다. 즉 행위자의 특징을 파악하고 경향성을 이해하는데 도움을 줄 수 있는 지표인 것이다(Macky, Twenge & Campbell, 2008; 윤혜진 외, 2016).

• 세대연구에서 가장 중요한 논제는 세대 간 차이를 이해하는 것이다. 세대 간 차이에 대한 다양한 연구에서 세대 간 차이를 발생시키는 주요 요인으로 “연령”을 이야기 한다(Bengtson & Troll, 1978). 연령은 생애주기의 변화에 따라 인간 삶의 다양한 영역을 변화시킨다. 연령의 변화는 신체적 변화, 사회적 변화, 심리적 변화를 만드는 주요 요인이다.

• 출생코호트에 의한 세대연구에 따르면 다양한 세대구분이 가능하다. 90년대 중후반 출생한 Z세대, 1980~1994년 사이 출생한 Y세대 혹은 밀레니얼세대, 밀레니얼과 베이비

부머 사이의 X세대, 1977~1997년 사이에 태어난 N세대, 베이비붐세대 등 전 세계적으로 사용되는 세대 구분이 존재하며, 민주화세대와 같이 한국의 역사적 맥락에서 발현된 세대도 존재한다.

• 세대를 주요 연구주제로 분석한 관광분야의 선행연구를 살펴보면 출생코호트를 중심으로 다양하게 세대를 정의하고 있다(표2 참조).

표 2. 기존연구의 세대구분

저자	연구주제	세대구분
김성혁·오은지· 권상미(2009)	관광지선택속성에 대한 세대별 비교	• N세대(1977~1997) • X세대(1965~1976) • 베이비부머(1954~1964)
윤혜진·김영문· 김은희(2016)	세대별 여가 인식, 활동 그리고 행복의 관계	• N&Z세대(1988년 이후) • Y세대(1977~1987년) • X세대(1971~1976년) • 민주화세대(1961~1970년) • 베이비붐세대(1955~1963년) • 해방·전쟁세대(1945~1954년) • 강점기세대(~1944년)
안영주·이슬기(2017)	여름휴가 관광지 매력성, 만족도, 추천의도와의 관계: 세대 간 차이 연구	• G세대(1988년 이후) • X세대(1970~1987년) • 베이비부머(1955~1969년)
이미숙·박윤주(2020)	대한미국 국민의 세대별 국내 여행 방식 및 만족도 영향요인	• 밀레니얼(1983~1995년) • X세대(1962~1982년) • 베이비부머(1954~1963년) • 시니어(~1953년)

출처: 이미숙·박윤주(2020).

• 본 연구는 보편성 있는 세대 구분을 위해 출생코호트로 세대를 구분하였으며, 전 세계가 공통적으로 사용하는 세대분류 기준을 활용했다. 세대의 출생년도 기준은 학자에 따라 상이하며, 본 연구는 분석자료의 연령대를 기준으로 출생년도를 구분하여 다음과 같이 세대를 분류했다.

표 3. 연구의 세대구분

구분	Z세대	밀레니얼세대	X세대 및 베이비붐 세대	시니어세대
출생년도	1995년 이후	1981~1994년	1961~1980년	~1960년
연령	20년 기준 25세 이하	20년 기준 26세 이상~39세이하	20년 기준 40세 이상~60세이하	20년 기준 60세 이상

2. 세대는 여행을 어떻게 향유하는가?

연령대별 코호트 구분 통한 관광행태 분석

• 10년 간의 「국민여행실태조사」, 「사회조사」, 「국민여가활동조사」를 활용하여 연령코호트에 따른 관광행태의 시계열 분석을 수행한 김덕기·조아라(2014)의 연구에 의하면 고령일수록 소극적 관광행태를 보이며, 이전세대(Older Generation)에 비해 최근 세대(Younger Generation)일수록 적극적인 관광행태를 보임을 알 수 있다.

• 또한 연령별 관광행태 차이를 분석한 결과, 최근 세대일수록 레저시설 이용률이 높아지는 점을 알 수 있었다. 아울러 국내관광 경험은 30~60대의 경우 사회경제적 환경에 영향을 받는 시대적 효과가 높은 것으로 나타났고, 10대, 70~90대는 연령효과에 영향을 많이 받는 것으로 나타났다. 반면 20대의 국내관광 경험은 시대적 효과와 연령적 효과가 모두 강한 영향을 주는 것으로 나타났다(김덕기·조아라, 2014).

표 4. 연령코호트별 여가활용 분석(김덕기·조아라, 2014)

집단	연령대	여가활동특성	레저시설이용	관광참여특성
A	10대	컴퓨터 중시, 여행 참여는 B집단보다 많음	레저시설 이용률 B집단보다 낮음	국내관광 경험률은 연령적 효과
B	20대	여행은 A,C 집단보다 많음/문화예술 관광은 C집단보다 선호	레저시설은 C집단보다 많음 / 국내관광 참여는 시대적 효과	국내광광 경험률은 연령+시대적 효과
C	30대	여행은 D집단보다 많음	레저시설은 D집단보다 많음	국내관광 참여는 시대적 효과
D	40대	여행은 E집단보다 적음	레저시설은 E집단보다 적음	
E	50대	여행은 F집단보다 적음	레저시설은 F집단보다 많음	
F	60대	여행은 G집단보다 많음	레저시설은 G집단보다 많음	
G	70대	여행은 H집단보다 낮음	레저시설은 H집단보다 많음	국내관광 참여는 연령적 효과
H	80대	여행은 I집단보다 많음	레저시설은 I집단보다 적고 산림욕장은 높음	
I	90대	여행경험률은 70대부터 낮음	레저시설 이용횟수 가장 낮음	

주: 1) 연령대는 2013년 기준
출처: 김덕기·조아라(2014) 생애주기별 국내관광 행태분석, P.106, 한국문화관광연구원.

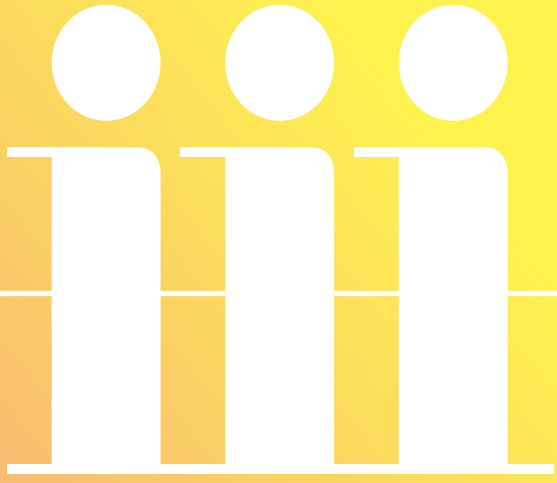
출생코호트 구분 통한 관광행태 분석

• 출생코호트 중심의 관광특성을 분석한 연구를 살펴본 결과, 세대별 관광활동유형, 관광지속성, 관광동기 등의 차이를 설명하는 연구가 주를 이루었다. 서울을 중심으로 N세대, X세대, 베이비붐세대의 관광동기 및 관광지 선택속성을 연구한 김성혁 등(2009)에 의하면 N세대는 '일상탈출'이 주요 관광동기로 나타났으며, 독특한 관광지, 개인여행 및 해외여행에 대한 선호가 높은 특징을 보였다. 베이비붐세대는 '가족결속성'에 대한 관광 동기가 높고 '접근성'을 관광지선택의 주요 요인으로 인식하였다.

• 출생코호트를 보다 한국의 역사적 맥락 안에서 파악한 윤혜진 등(2016)의 연구에서는 N&Z세대, Y세대, X세대, 민주화세대, 베이비붐세대, 해방·전쟁세대, 강점기세대로 구분하여 세대별 여가와 노동 인식 및 여가활동 차이, 주관적 행복감의 영향관계를 규명하였다. 윤혜진 등(2016)의 연구에 따르면 노년세대일수록 여가에 대한 선호는 낮고 노동에 대한 선호는 높은 것으로 나타났다. 반면 젊은 세대의 경우 노동에 대한 선호는 낮고 여가에 대한 선호는 높은 것으로 나타났다. 향유하는 여가행위도 세대에 따라 차이를 보였는데 젊은 세대일수록 동적인 여가향유 정도가 높고 노년 세대일수록 정적인 여가를 향유하는 것으로 나타났다.

• 이미숙·박윤주(2020)의 연구는 한국관광공사(2017)의 세대 분류 기준을 활용하여 밀레니얼, X세대, 베이비부머, 시니어[1]로 세대를 구분하고 세대별 국내여행활동 차이를 분석했다. 연구에 따르면 세대 공통적으로 나타나는 특징은 자연감상, 휴식 및 맛집 탐방과 관련된 활동을 즐기며, 자연경관, 문화유산, 숙박 등이 여행만족에 영향을 미친다는 점이다. 반면 세대별 관광행위 차이로는 밀레니얼세대와 X세대 같이 상대적으로 젊은 세대의 경우 인기 관광지를 선호하지만 시니어세대는 인기지역 선호가 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 또한 밀레니얼 세대의 경우 보고, 즐기고, 체험하는 여행을 추구하는 경향을 보이지만 시니어 세대는 패키지 상품 구매 선호가 높은 것으로 나타났다.

1) 한국관광공사(2017)의 세대분류는 청소년, 밀레니얼, X세대, 베이비부머, 시니어세대로 구분된다. 하지만 이미숙·박윤주의 연구에서는 자기주도적 여행이 불가능한 청소년은 분석대상에서 제외하였다.



코로나19시대의 여행

1. 코로나19와 여행의 위기
2. 코로나19 시기, 여행트렌드

Ⅲ. 코로나19시대의 여행

1. 코로나19와 여행의 위기

코로나19와 국제관광의 영향

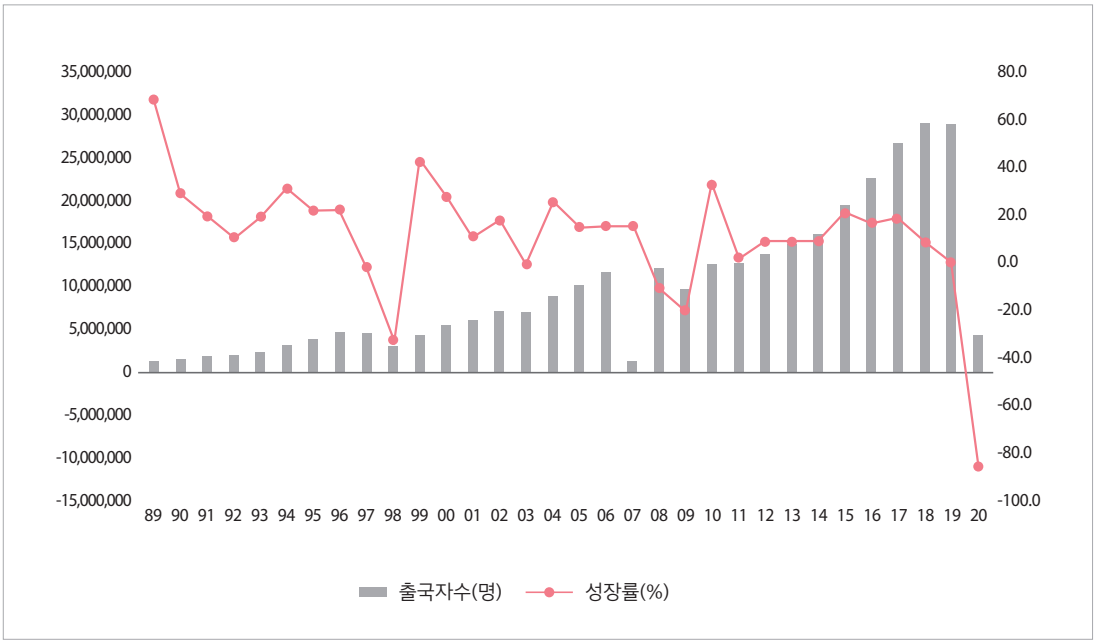
• 코로나19 발생 이후, 전세계의 관광이동은 잠시멈춤 상태이다. 세계관광기구(UNWTO)에 의하면 2020년 전 세계 국제관광객(International Tourist Arrivals)은 전년대비 74% 감소한 것으로 나타났다.

• 다양한 외부위협 속에 한국의 관광은 부침을 거듭해 왔다. 하지만 이동의 자유가 제한되는 코로나19 팬데믹의 위협은 그동안의 위기와는 차원이 다른 위기상황을 만들고 있다. 한국의 국제관광이동은 전면 휴업상태라 하여도 과언이 아닐 정도이다. 한국관광공사의 한국관광통계에 의하면 국내인구가 국외로 출국하는 해외관광(해외여행)의 경우 전년대비 85.10% 감소하였으며, 관광목적의 방한외래관광객은 전년대비 88.54% 감소했다.

- 1989년 해외여행 자유화 이후, 한국인들의 해외관광은 꾸준히 성장해 왔다. 1989년 약 121만 명이던 출국자 수는 2019년 약 2,871만 명으로 30년 동안 약 24배 증가했다. 하지만 코로나19 팬데믹 이후 출국자 수는 전년대비 약 85.11% 감소한 약 428만 명으로 나타나 한국관광통계가 작성된 이후 가장 급격한 감소세를 보였다.

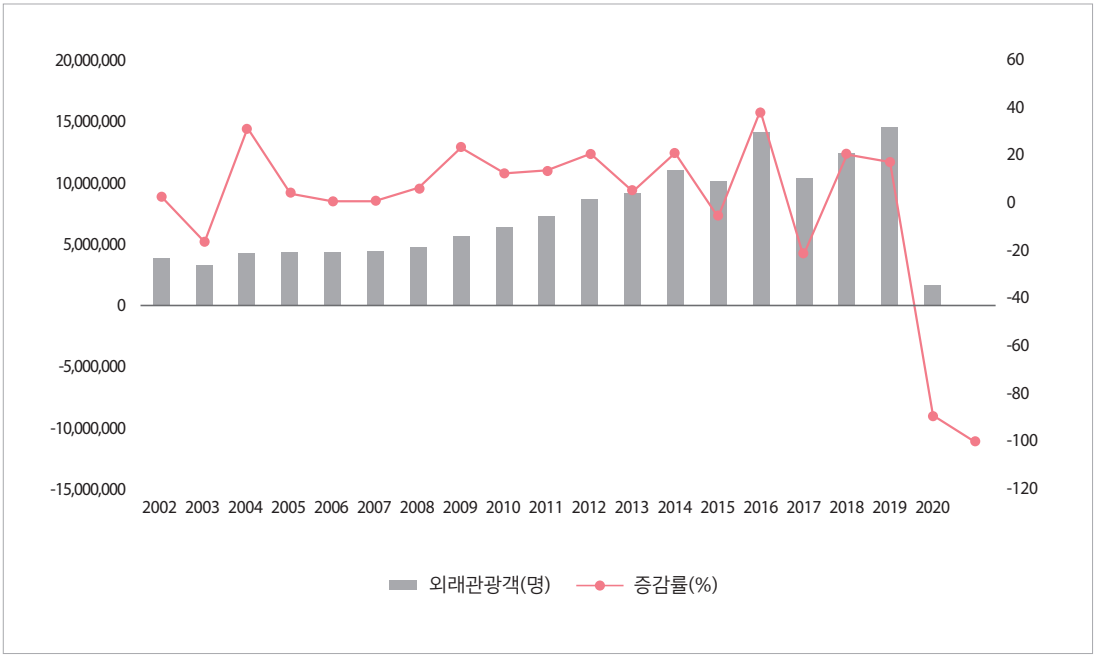
- 한국인의 해외여행만큼 한국의 방한시장 또한 성장세를 보여 왔다. 사스(SARS)· 메르스(MERS)와 같은 전염병의 위협, 사드(THADD)사태와 같은 정치적 외생요인에 의해 부침을 거듭해 왔지만 한국의 방한시장은 성장해왔다. 하지만 코로나19 팬데믹은 그간의 위협과는 비교할 수 없을 만큼 방한시장을 얼어붙게 만들었으며, 관광의 기간산업들을 위태롭게 만들었다. 코로나19 이후의 관광이 다시 기존의 모습을 되찾고 성장세를 이어갈 수 있을지에 대한 우려의 시선이 나오는 이유이다. 한국의 방한시장은 2020년 전년대비 88.54% 감소한 약 165만 명으로 나타났다.

그림 2. 국민해외여행 변화(1989~2020)



주: 1) 성장률은 전년 대비 출국자 수의 증감률임.
2) 출국자 수는 1998년부터 승무원(crew members)이 포함된 수치임.
출처: 한국관광공사 한국관광데이터랩(www.datalab.visitkorea.or.kr)

그림 3. 방한외래관광객 변화(2002~2020)



출처: 한국관광공사 한국관광데이터랩(www.datalab.visitkorea.or.kr)

코로나19와 국내관광의 영향

• 코로나19로 인한 관광의 위기는 국가 내 관광이동 또한 감소시켰다. 코로나19 확진자가 발생한 1월 20일 이후 감염병 확산세와 국내 관광이동은 반비례하는 현상을 보이고 있다.

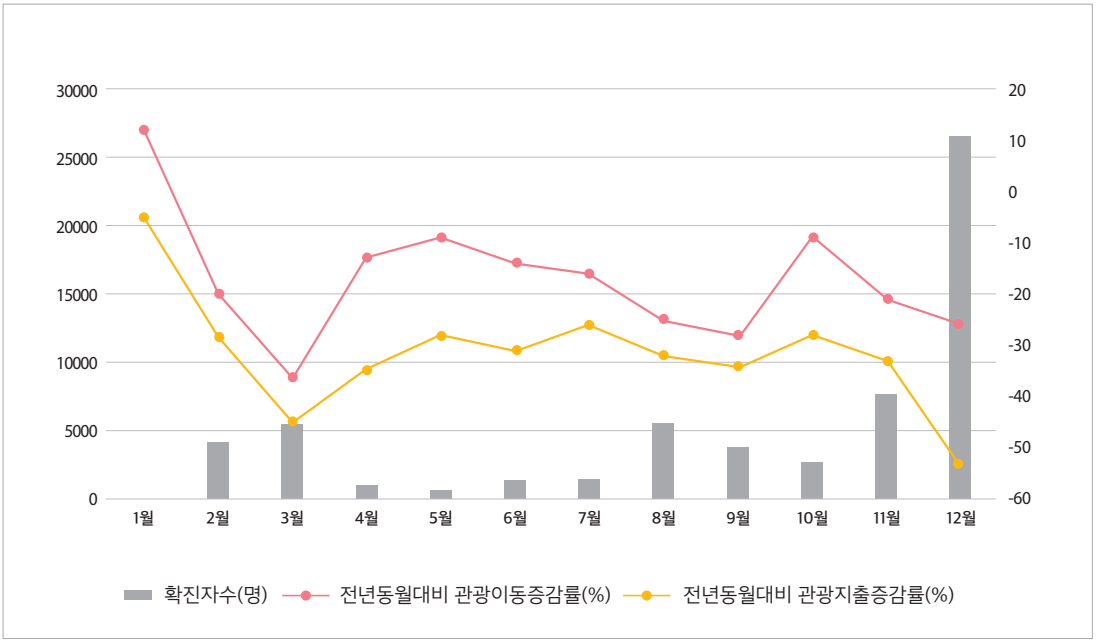
• 한국관광공사 '한국관광 데이터랩'의 빅데이터를 기반으로 코로나19 이후 국내 관광이동을 분석한 결과, 19년 대비 20년 국내 관광이동은 18% 감소한 것으로 나타났다. 특히 감염병이 급격하게 확산한 기간의 관광이동과 지출감소가 두드러지게 나타났다(관광이동량: 전년동월대비 3월 36%, 8월 25%, 9월 28%, 12월 26% 이동량 감소 / 관광지출액: 전년동월대비 3월 45%, 8월 32%, 9월 34%, 12월 54% 감소).

표 5. 전년동월 대비 2020년 관광이동 및 지출 증감률

구분	1월		2월		3월		4월		5월		6월		7월		8월		9월		10월		11월		12월		전체
	전월대비	전년대비	전월대비	전년대비	전월대비	전년대비	전월대비	전년대비	전월대비	전년대비	전월대비	전년대비	전월대비	전년대비	전월대비	전년대비	전월대비	전년대비	전월대비	전년대비	전월대비	전년대비	전월대비	전년대비	전년대비
이동	3	12	-27	-20	-2	-36	4	-13	20	-9	-9	-14	11	-16	0	-25	-12	-28	19	-9	-13	-21	-13	-26	-18
지출	-16	-5	-29	-28	-12	-45	15	-35	23	-28	-9	-31	5	-26	-2	-32	-15	-34	20	-28	-11	-33	-27	-54	-32

출처: 한국관광공사 한국관광데이터랩(www.datalab.visitkorea.or.kr)

그림 4. 코로나19 이후, 국내관광의 변화



출처: 한국관광공사 한국관광데이터랩(www.datalab.visitkorea.or.kr)
통계청 코로나19 홈페이지(www.kosis.kr/covid).

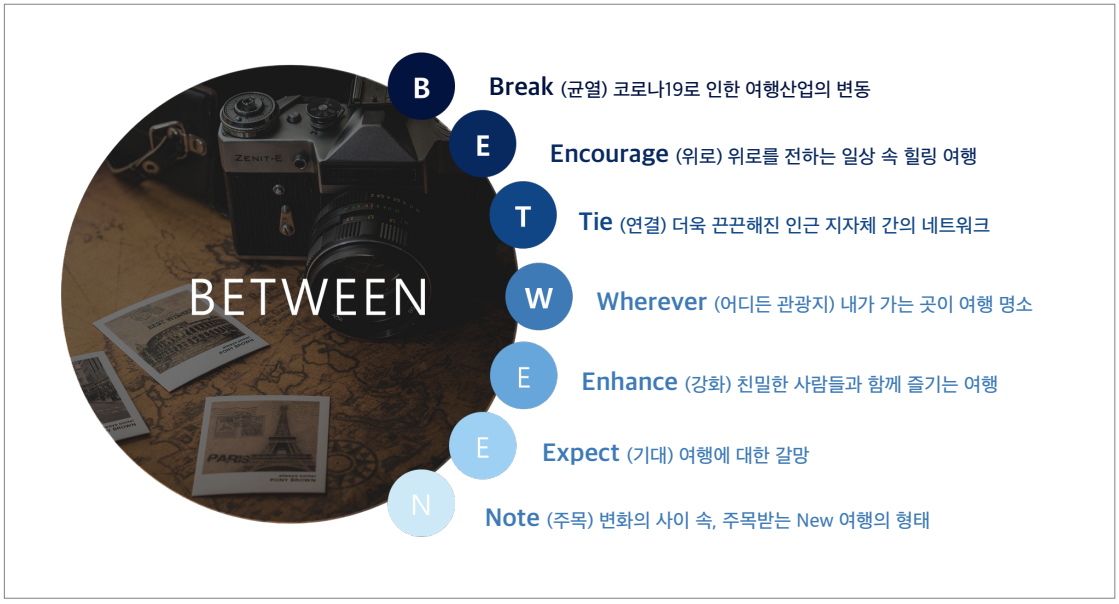
2. 코로나19 시기, 여행트렌드

불안과 희망 사이, 2021년 국내여행트렌드

• 한국관광공사는 코로나19 대유행이 발생한 2020년의 여행변화를 추적하고 최근 3년간의 소셜미디어, 통신 및 카드데이터, 지역 간 관광이동데이터를 종합분석하여 코로나19 전후의 여행트렌드를 분석했다.

• 분석결과 2021년 국내여행의 키워드는 코로나로 인한 불안감과 회복 기대감의 '사이'를 나타내는"B.E.T.W.E.E.N"으로 선정됐다. 트렌드 분석 결과, 코로나19로 인한 여행심리의 위축, 힐링과 여유를 즐기기 위한 여행, 가까운 곳으로의 여행, 해외보다 국내여행 선호, 유명관광지보다는 새로운 곳으로의 여행, 가까운 사람들과 소규모로 즐기는 여행, 여행은 줄었지만 여행에 대한 관심과 수용도 증가 등이 주요 현상으로 드러났으며, 이를 요약하면 다음과 같다(그림5 참조).

그림 5. 2021 국내여행트렌드(한국관광공사)



출처: 한국관광공사(2020)

iv

코로나19시대
세대별 여행행태

1. 어떻게 분석할 것인가?
2. 세대별 여행행태 분석

Ⅳ. 코로나19시대 세대별 여행행태

1. 어떻게 분석할 것인가?

코로나19 영향 분석을 위한 시의성 있는 빅데이터 기반 여행행태 분류의 필요성

- 코로나19 팬데믹은 사회적 규범(Social Norms)을 변화시키고 사회전반에 뉴노멀 광풍을 몰고 왔다. 전 세계는 이동을 제한하고 사회적 관계를 단절시키며 전염병과의 전쟁을 치르고 있다. 이동의 자유와 관계의 상호작용은 여행의 근간을 이루는 주요 요인으로, 코로나-19 팬데믹으로 인해 가장 많은 변화를 겪고 있는 사회적 현상은 단연코 '여행'이라 할 수 있다.

- 코로나19가 발생한 이후, 여행은 급격하게 그리고 거대하게 매순간 변화했다. 빠르고 거대하게 변화하는 '여행'에 대응하기 위해서는 현실의 변화를 시의성 있게 보여줄 수 있는 데이터 분석이 필요하다.

- 과학 기술 정보 통신부의 「무선 통신 서비스 가입자 현황」에 따르면 2020년 8월 기준 휴대전화 가입자는 5,600만 명을 넘어서고 있다. 국내인구와 단순비교하면 국민 1인당 휴대폰을 1대 이상 가지고 있는 것이다. 이러한 수치는 대한민국의 모바일보급률이 매우 높은 수준이라는 점을 방증하며, 모바일을 통해 집계되는 통신데이터가 전 국민의 이동을 분석하는데 리얼데이터에 가까운 시의성을 제공하는 자료임을 말해준다.

- 전 국민의 이동을 분석할 수 있는 통신데이터는 방대한 정보를 가지고 있다. 하지만 이러한 수많은 정보에서 여행의 의미 있는 정보를 해석하기 위해서는 이동행태의 유사성을 기반으로 여행행태를 분석하고 해석 가능한 유형으로 분류할 필요성이 있다.

군집분석을 활용한 여행행태 유형 분류

- 이에 본 연구는 이동행태의 유형을 분류하기 위해 관측대상 간 유사성(Similarity)을 거리로 측정하여 군집을 분류하는 군집분석(Cluster Analysis)을 활용했다.

- 군집분석이란, 분석 개체의 모집단을 추정할 수 없거나 범주화하고자 하는 유형에 대한 선행연구가 없을 때, 개체 간 유사성을 거리로 환산하고 이를 통해 군집을 분류하는 통계적 분석방법이다.

• 본 연구는 관광이동행태를 분류할 수 있는 기준이 명확하게 존재하지 않아, 군집분석을 통해 개체 간 유사성을 바탕으로 이동행태를 분류하고자 한다. 이동행태 집단에 대한 정보가 부재한 상황에서 군집분석을 수행하기 위해 본 연구는 Hair· Black(2020)이 제안한 2단계 군집분석을 수행하였다. 우선 Wards 방법의 계층적군집분석(Hierarchical Cluster Analysis)을 통해 집단을 분류한 후, 이를 통해 도출된 집단정보를 비계층적군집분석 방법 중 K-평균(K-means) 알고리즘을 활용하여 분석했다.

분석자료 및 활용변수

• **(분석자료)** 본 연구는 한국관광공사 한국관광 데이터랩(www.datalab.visitkorea.or.kr)의 2019년 1월부터 2020년 12월까지의 이동통신데이터[2]를 활용하였다. 유의미한 관광이동을 분석하기 위해 한국관광공사의 관광관심지점 993개를 대상으로 하였으며, 연령별 특성을 구분하기 위해 관심지점을 연령별로 구분한 7063개의 관광이동행태를 분석하였다. 또한 해당 관광관심지점은 한국관광공사의 관광목적지 분류기준에 따라 분류하였다(표6 참조).

표 6. 관광관심지점 분류

대분류	중분류	소분류
자연	**자연관광지**	자연생태관광지
		섬
		어촌
		산
		해수욕장
		수목원
		군립공원
		국립공원
		자연휴양림
		동굴
		도립공원
		항구/포구
		등대
		호수

대분류	중분류	소분류
자연	자연관광지	계곡
		강
		해안절경
		폭포
	관광자원	기암괴석
		희귀동/식물
인문 (문화/예술/역사)	체험관광지	이색체험
		이색거리
		농.산.어촌 체험
		관광농원
		전통체험
		산사체험
	휴양관광지	공원
		온천/욕장/스파
		유원지
		테마공원
		관광단지
		헬스투어
		이색찜질방
	건축/조형물	유명건물
		기념탑/기념비/전망대
		터널
	역사관광지	안보관광
		사찰
		유적지/사적지
		고궁
		민속마을
		성
		종교성지
		고택
		생가
	문화시설	전시관
		미술관/화랑

대분류	중분류	소분류
인문 (문화/예술/역사)	**문화시설**	기념관
		박물관
		문화전수시설
		문화원
		컨벤션센터
음식	**음식점**	이색음식점
쇼핑	**쇼핑**	상설시장
레포츠	**육상레포츠**	육상레포츠
	레포츠소개	스키/스노보드
		야영장, 오토캠핑장

• **(분석변수)** 코로나-19 발생 전후 여행행태를 분류하고 프로파일링하기 위해 코로나19 발생 전인 2019년 관광이동량, 코로나19 발생 이후인 2020년 관광이동량을 군집분석을 위한 변수로 활용하였으며, 전체 관광이동 뿐 아니라 거주지 내에서의 이동과 거주지 밖으로의 이동을 분석변수로 활용하여 관광행위의 장소적 특성을 보다 자세히 살펴보고자 하였다. 또한 연령별 이동량을 변수로 활용하여 여행의 세대적 특성을 파악하고자 하였다.

군집분석을 위한 변수 선정

① 2019년 1월~12월 전체 관광이동량	② 2020년 1월~12월 전체 관광이동량
③ 2019년 1월~12월 현지인 관광이동량	④ 2020년 1월~12월 현지인 관광이동량
⑤ 2019 1월~12월 외지인 관광이동량	⑥ 2020 1월~12월 외지인 관광이동량
⑦ 연령집단	

• **(변수표준화 및 척도화)** 군집분석은 개체 간 유사성(혹은 거리)을 기반으로 군집을 분류하기 때문에 단위의 차이가 큰 변수들을 표준화하여 척도화 할 필요가 있다. 이를 위해 본 연구는 변수들을 Z-score[3]로 표준화하여 분석을 수행했다.

2) 한국관광공사 관광데이터랩의 통신데이터는 KT이동통신데이터를 기준으로 하며, 통신데이터를 통해 집계한 관광객 수는 조사지역 내 특정 지점(특정 기지국 반경 내)에 30분 이상 체류한 내국인 방문자 수이며, 해당 지역 거주자, 통 근자, 단수 통과자 등은 제외하였다.

3) Z-score(Z점수)란, 서로 다른 분포로부터 나온 값을 비교 가능하게 만들어 주는 표준화 값으로 관측값(x)가 평균(μ) 에서 얼마나 떨어져 있는지를 나타낸다. 즉 Z점수가 음수라면 평균이하를 나타내며, 양수이면 평균이상을 나타낸다.
Z점수는 관측값에서 모집단의 평균을 뺀 후 모집단의 표준편차로 나누어 구할 수 있다. ($z = \frac{x-\mu}{\sigma}$, x = 관측값, μ = 모집단의 평균, σ = 모집단의 표준편차)

2. 세대별 여행행태 분석

세대와 관광이동 행태에 따른 군집분석 결과

① 군집유형

• 연도별, 관광객 속성별 관광이동을 변인으로 2단계 군집분석을 실시한 결과, 6개의 군집이 도출되었다. 계층적군집분석을 통해 군집화계수가 급격하게 증가한 단계에서 군집화를 정지한 결과, 6개의 군집유형이 나타났고 해당 군집별 평균 점수를 초기 중심점으로 투입하여 K-means 군집분석을 수행하였다. 그 결과 전체 7063개 케이스 중 군집1 2,238개(31.69%), 군집2 1,179개(16.69%), 군집3 2,794개(39.56%), 군집4 232개(3.28%), 군집5 564개(7.99%), 군집6 56개(0.79%)로 분류되었다.

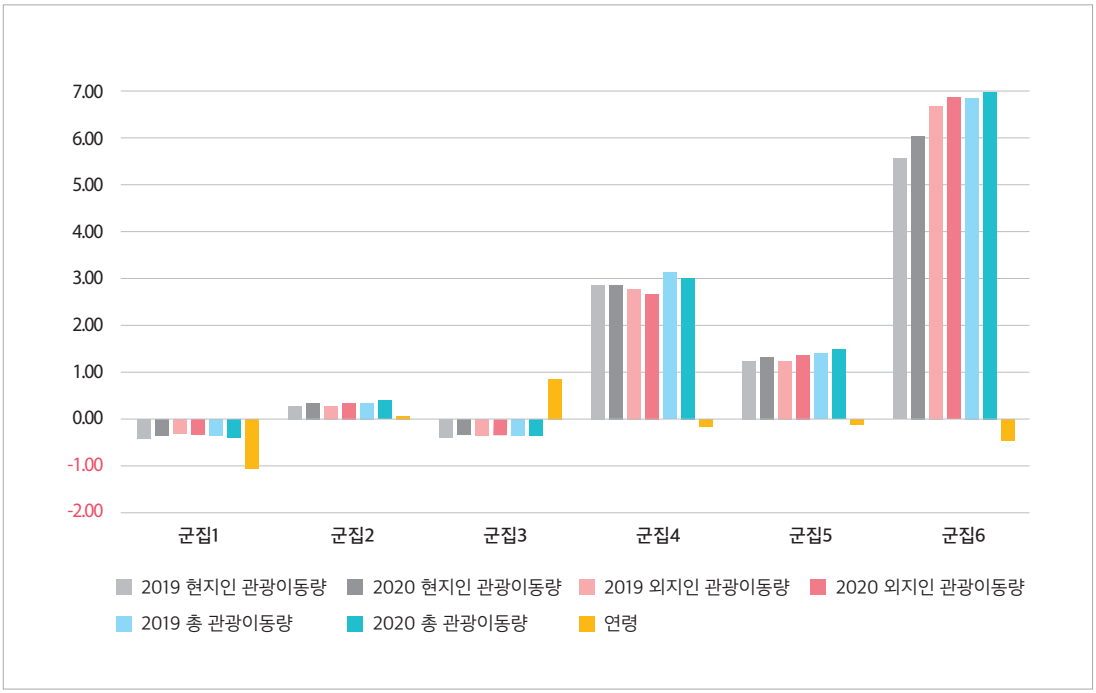
• 6개 군집의 연도별, 관광객 속성별 관광이동량을 비교한 결과, 군집1의 경우 전체평균(z점수=0)보다 모든 이동량이 적음을 알 수 있고, 평균연령을 하회함을 알 수 있다. 군집2의 경우 평균에 비해 모든 속성의 이동량이 많고, 연령 또한 높게 나타났다. 군집3은 평균에 비해 적은 이동행태를 보이고 연령은 높은 특징을 보인다. 군집4와 군집6은 평균에 비해 많은 관광이동을 나타내고 있으며, 평균연령을 하회하는 것으로 나타났다. 위의 결과와 같이 군집별 속성의 차이가 통계적으로 유의미한지를 알아보기 위해 일원배치분산분석(ANOVA)을 수행했다. 그 결과 집단별 속성 간에는 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(표7 참조).

표 7. 세대별 여행행태 최종 군집중심

속성 (z-score)	군집1	군집2	군집3	군집4	군집5	군집6	F값	p값
2019 현지인 관광이동량	-.40757	.29041	-.39932	2.86487	1.25536	5.58525	4797.156	.000***
2020 현지인 관광이동량	-.36177	.36251	-.32845	2.87315	1.35298	6.06127	3869.015	.000***
2019외지인 관광이동량	-.32200	.30814	-.32733	2.78635	1.25748	6.68665	4068.396	.000***
2020 외지인 관광이동량	-.34245	.35926	-.34338	2.69564	1.39782	6.86682	5260.459	.000***
2019 총관광이동량	-.36620	.36243	-.36549	3.14519	1.41812	6.87827	10695.797	.000***
2020 총관광이동량	-.38202	.39155	-.36447	3.02090	1.49230	7.01375	12558.001	.000***
연령	-1.06315	.05598	.86823	-.15301	-.08953	-.47318	2741.549	.000***

*** p<.001

그림 6. 군집별 속성 간 표준점수 비교

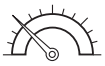


② 군집별 프로파일링

• 군집별 프로파일링을 위해 전체 관광이동량, 거주지 기준 이동특성, 목적지선호도, 연령 및 세대별 분포 등을 기준으로 군집의 특징을 분석했다.

군집1

표 8. 군집1 프로파일링

군집 1	관광 이동		거주지 내 VS 거주지 밖 이동	거주지 밖	선호도 높은 목적지	자연	선호도 낮은 목적지	휴양	평균 연령	18세

연령별 비중

구분	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
군집 내 비중	40.97%	30.70%	28.33%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
연령 내 비중	90.88%	68.09%	62.83%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

이동량 분석

구분	평균 (z점수)	전체 평균 대비(배)	이동량 비중 (%)	전체 평균 비교 (%p)	구분	평균 (z점수)	전체 평균 대비(배)	이동량 비중 (%)	전체 평균 비교 (%p)	19년 대비 증감율 (%)
2019년 거주지내 이동	-0.41	0.25	40.61	-3.39	2020년 거주지내 이동	-0.36	0.25	44.01	-4.97	1.54
2019년 거주지밖 이동	-0.32	0.29	59.39	3.39	2020년 거주지밖 이동	-0.34	0.30	55.99	4.97	-11.67
2019년 전체 이동	-0.37	0.27	100	-	2020년 전체 이동	-0.38	0.28	100	-	-6.30

관광목적지 선호

구분	자연 관광지	관광 자원	체험 관광지	휴양 관광지	건축/ 조형물	역사 관광지	문화 시설	음식점	쇼핑	레포츠 소개	육상 레포츠
그룹 내 비중(%)	39.28	0.67	12.44	16.60	1.52	17.49	8.81	0.09	2.15	0.13	0.81
목적지 내 비중(%)	34.65	42.86	30.32	27.60	32.38	33.05	32.35	14.29	19.59	42.86	32.14
전체그룹 비중비교 (%p)	3.34	0.17	-0.57	-2.47	0.03	0.71	0.17	-0.11	-1.33	0.03	0.01

- 군집1의 평균연령은 18세로 10대의 90.88%가 해당 군집에 속해있어 10대의 이동특성을 설명할 수 있는 군집이며, 20~30대 또한 높은 비중을 차지하고 있어 MZ세대의 특성을 파악하기 좋은 군집이다. 군집1의 관광이동량은 평균적인 관광이동량보다 상대적으로 낮은 수준을 보이고 있다. 2019년 평균관광이동량은 전체평균대비 0.27배이며, 2020년 0.28배를 나타내고 있다.

- 전체평균과 비교했을 때 상대적으로 거주지 밖으로의 이동 비중이 높은 것으로 나타났다.(전체평균대비 2019년 3.39%p ↑ / 2020년 4.97%p ↑)

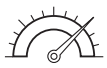
- 코로나19 이후 전체 이동량은 감소하였지만 전국평균 감소율에 비하면 상대적으로 감소폭이 작은 것으로 나타났으며(군집1 -6.30% vs 전체 -7.12%), 거주지 밖으로의 이동 또한 감소하였지만 전국평균 감소율에 비하면 감소폭이 작게 나타났다(군집1 -11.67% vs 전체 -15.38%). 반면 코로나19의 영향으로 그룹전체 평균적으로 거주지 내의 이동은 늘어난 것을 알 수 있으며, 군집1 또한 거주지인근 이동이 증가한 것으로 나타났다(군집1 1.54% vs 전체 3.40%).

- 군집1의 선호목적지를 분석한 결과, 상대적으로 자연관광지에 대한 선호도가 높았으며(전체그룹의 자연관광지 비중에 비해 군집1의 자연관광지 비중 3.34%p↑), 그룹 내 목적지 비중을 비교해 보았을 때 역사·문화 중심의 관광목적지 또한 전체그룹의 목적지 비중에 비해 높게 나타났다.

- 반면 전체그룹 내 휴양관광지 비중에 비해 군집1의 휴양관광지 비중은 2.47%p 낮게 나타나 휴양관광지에 대한 선호도가 낮은 특성을 보이고 있다.

군집2

표 9. 군집2 프로파일링

군집 2	관광 이동		거주지 내 VS 거주지 밖 이동	거주지 내	선호도 높은 목적지	휴양 쇼핑 음식	선호도 낮은 목적지	자연 문화시설	평균 연령	41세

연령별 비중

구분	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
군집 내 비중	4.66%	12.13%	17.81%	24.00%	21.46%	13.99%	5.94%
연령 내 비중	5.45%	14.17%	20.81%	28.05%	25.07%	16.35%	6.94%

이동량 분석

구분	평균 (z점수)	전체 평균 대비(배)	이동량 비중 (%)	전체 평균 비교 (%p)	구분	평균 (z점수)	전체 평균 대비(배)	이동량 비중 (%)	전체 평균 비교 (%p)	19년 대비 증감율 (%)
2019년 거주지내 이동	0.29	1.53	45	1.43	2020년 거주지내 이동	0.36	1.52	50	0.53	0.03
2019년 거주지밖 이동	0.31	1.45	55	-1.43	2020년 거주지밖 이동	0.36	1.49	50	-0.53	-0.13
2019년 전체 이동	0.36	1.48	100	-	2020년 전체 이동	0.39	1.50	100	-	-0.06

관광목적지 선호

구분	자연 관광지	관광 자원	체험 관광지	휴양 관광지	건축/ 조형물	역사 관광지	문화 시설	음식점	쇼핑	레포츠 소개	육상 레포츠
그룹 내 비중(%)	32.46	0.00	13.08	23.02	1.10	**15.89**	7.56	0.68	5.35	0.00	0.85
목적지 내 비중(%)	15.07	0.00	16.79	20.16	12.38	15.81	14.61	57.14	25.71	0.00	17.86
전체그룹 비중비교 (%p)	-3.49	-0.50	0.08	3.96	-0.39	**-0.89**	-1.08	0.48	1.88	-0.10	0.06

• 군집2의 평균연령은 41세로 40대와 50대의 비중이 가장 높아 중장년층의 이동특성을 설명할 수 있는 군집이다. 군집2의 관광이동량은 평균적인 관광이동량에 비해 상대적으로 높은 수준을 보이고 있다. 2019년 평균관광이동량은 전체평균대비 1.48배를 나타냈으며, 2020년 1.50배를 보이고 있다.

• 전체평균과 비교했을 때 상대적으로 거주지 내에서의 이동이 높게 나타났다(전체평균대비 2019년 1.43%p ↑, 2020년 0.53%p ↑).

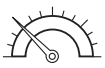
• 코로나19 이후 전체 이동량은 감소하였지만 전국평균 감소율에 비하면 상대적으로 감소폭이 작은 것으로 나타났으며(군집2 -5.90% vs 전체 -7.12%), 거주지 밖으로의 이동 또한 감소하였지만 전국평균 감소율에 비하면 감소폭이 작게 나타났다(군집2 -12.93% vs 전체 -15.38%). 반면 거주지 내로의 이동은 증가하였다. 하지만 전국평균 상승폭에 비하면 증가폭은 작은 것으로 나타났다(군집2 2.55% vs 전체 3.40%).

• 군집2의 선호목적지를 분석한 결과, 상대적으로 휴양과 쇼핑 관광지에 대한 선호도가 높았으며(전체그룹의 휴양, 쇼핑 관광지 비중에 비해 군집2의 비중은 각각 3.96%p, 1.88%p ↑), 또한 음식관광지를 방문하는 관광객 중 57.14%가 군집2에 속해 있는 것으로 나타나 음식관광지에 대한 선호 또한 높은 것을 알 수 있다.

• 반면 전체그룹 내 자연관광지 및 문화시설 관광지 비중에 비해 군집의 비중은 각각 3.49%p, 1.08%p 낮게 나타나 해당 관광지에 대한 선호도가 낮은 특성을 보였다.

군집3

표 10. 군집3 프로파일링

군집 3	관광 이동		거주지 내 VS 거주지 밖 이동	밖→ 거주지 내	선호도 높은 목적지	자연 레포츠	선호도 낮은 목적지	휴양 쇼핑	평균 연령	57세

연령별 비중

구분	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
군집 내 비중	0.00%	0.00%	0.00%	19.86%	20.04%	26.66%	33.43%
연령 내 비중	0.00%	0.00%	0.00%	55.00%	55.50%	73.84%	92.57%

이동량 분석

구분	평균 (z점수)	전체 평균 대비(배)	이동량 비중 (%)	전체 평균 비교 (%p)	구분	평균 (z점수)	전체 평균 대비(배)	이동량 비중 (%)	전체 평균 비교 (%p)	19년 대비 증감율 (%)
2019년 거주지내 이동	-0.40	0.27	43	-1.14	2020년 거주지내 이동	-0.33	0.31	49	0.43	0.18
2019년 거주지밖 이동	-0.33	0.28	57	1.14	2020년 거주지밖 이동	-0.34	0.30	51	-0.43	-0.09
2019년 전체 이동	-0.37	0.27	100	-	2020년 전체 이동	-0.36	0.30	100	-	0.03

관광목적지 선호

구분	자연 관광지	관광 자원	체험 관광지	휴양 관광지	건축/ 조형물	역사 관광지	문화 시설	음식점	쇼핑	레포츠 소개	육상 레포츠
그룹 내 비중(%)	38.46	0.72	13.01	17.03	1.61	17.46	8.92	0.11	1.65	0.14	0.90
목적지 내 비중(%)	42.34	57.14	39.59	35.34	42.86	41.17	40.89	21.43	18.78	57.14	44.64
전체그룹 비중비교 (%p)	2.51	0.22	0.00	-2.04	0.12	0.67	0.29	-0.09	-1.83	0.04	0.10

• 군집3의 평균연령은 57세로 60대와 70대의 비중이 가장 높아 시니어계층의 이동특성을 설명할 수 있는 군집으로 판단한다. 군집3의 관광이동량은 평균적인 관광이동량에 비해 상대적으로 낮은 수준을 보이고 있다. 2019년 평균관광이동량은 전체평균대비 0.27배를 나타냈으며, 2020년 0.30배를 보이고 있다.

• 2019년에는 전체평균과 비교했을 때 상대적으로 거주지 밖으로의 이동이 높게 나타났으나(전체평균대비 1.14%p ↑) 2020년에는 거주지 내 이동이 많아졌음을 확인할 수 있다.(전체평균대비 0.43%p ↑).

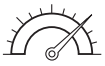
• 군집3은 코로나19 이후 전체 이동량이 유일하게 증가한 집단으로 이는 거주지 내 이동의 높은 증가 현상과 관련 있다. 군집3의 거주지 내 관광이동은 19년 대비 20년에 18.42% 증가한 것으로 나타나 모든 군집 중 가장 높은 증가세를 보였다. 거주지 밖으로의 관광이동은 감소하였지만 전체 감소폭에 비해 낮은 감소폭을 보였다(군집3 -9.06% vs 전체 -15.38%).

• 군집3의 선호목적지를 분석한 결과, 상대적으로 자연관광지에 대한 선호도가 높았으며(전체그룹의 자연관광지 비중에 비해 군집3의 비중은 2.51%p ↑), 레포츠형 관광지를 방문하는 관광객 중 57.14%가 군집3에 속해 있는 것으로 나타나 레포츠형 관광지에 대한 선호 또한 높은 것을 알 수 있다.

• 반면 전체그룹 내 휴양관광지 및 쇼핑관광지 비중에 비해 군집3의 비중은 각각 2.04%p, 1.83%p 낮게 나타나 해당 관광지에 대한 선호도가 낮은 특성을 보였다.

군집4

표 11. 군집4 군집 프로파일링

군집 4	관광 이동		거주지 내 VS 거주지 밖 이동	거주지 내	선호도 높은 목적지	휴양 쇼핑 체험 건축/조형	선호도 낮은 목적지	자연 역사	평균 연령	37세

연령별 비중

구분	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
군집 내 비중	2.59%	21.12%	21.98%	20.26%	27.16%	6.47%	0.43%
연령 내 비중	0.59%	4.86%	5.05%	4.66%	6.24%	1.49%	0.10%

이동량 분석

구분	평균 (z점수)	전체 평균 대비(배)	이동량 비중 (%)	전체 평균 비교 (%p)	구분	평균 (z점수)	전체 평균대비 (배)	이동량 비중 (%)	전체 평균 비교 (%p)	19년 대비 증감율 (%)
2019년 거주지내 이동	2.86	6.26	45	1.05	2020년 거주지내 이동	2.87	5.93	51	2.18	-0.02
2019년 거주지밖 이동	2.79	6.00	55	-1.05	2020년 거주지밖 이동	2.70	5.44	49	-2.19	-0.23
2019년 전체 이동	3.15	6.11	100	-	2020년 전체 이동	3.02	5.68	100	-	-0.14

관광목적지 선호

구분	자연 관광지	관광 자원	체험 관광지	휴양 관광지	건축/ 조형물	역사 관광지	문화 시설	음식점	쇼핑	레포츠 소개	육상 레포츠
그룹 내 비중(%)	18.70	0.00	16.52	30.00	2.61	12.61	9.57	0.00	10.00	0.00	0.00
목적지 내 비중(%)	1.70	0.00	4.14	5.13	5.71	2.45	3.61	0.00	9.39	0.00	0.00
전체그룹 비중비교 (%p)	-17.25	-0.50	3.51	10.93	1.12	-4.17	0.93	-0.20	6.52	-0.10	-0.79

- 군집4의 평균연령은 37세로 20대부터 50대까지 다양한 연령이 군집을 구성하고 있다. 군집4의 관광이동량은 평균적인 관광이동량보다 상대적으로 높은 수준을 보이고 있다. 2019년 평균관광이동량은 전체평균대비 6.11배이며, 2020년 5.68배를 나타내고 있다.

- 전체평균과 비교했을 때 상대적으로 거주지 내로의 이동 비중이 높은 것으로 나타났다(전체평균대비 2019년 1.05%p ↑, 2020년 2.18%p ↑).

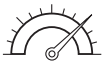
- 코로나19 이후 전체 이동량은 감소하였으며 모든 군집 중 감소폭이 가장 크게 나타났다(군집4 -13.68% vs 전체 -7.12%). 특히 거주지 밖으로의 이동은 전체평균 감소폭보다 훨씬 큰 감소폭을 보였다(군집4 -23.27% vs 전체 -15.38%).

- 군집4의 선호목적지를 분석한 결과, 상대적으로 휴양, 쇼핑, 체험, 건축/조형물 등 다양한 관광목적지에 대한 선호도가 높게 나타났다(전체그룹 내 목적지별 비중에 비해 군집4의 비중은 각각 10.93%p, 6.52%p, 3.51%p, 1.12%p ↑).

- 반면 전체그룹 내 자연관광지 및 역사관광지 비중에 비해 군집4의 비중은 각각 17.25%p, 4.17%p 낮게 나타나 자연관광지 및 역사관광지에 대한 선호도가 낮은 특성을 보였다.

군집5

표 12. 군집5 군집 프로파일링

군집 5	관광 이동		거주지 내 VS 거주지 밖 이동	거주지 내	선호도 높은 목적지	쇼핑 휴양	선호도 낮은 목적지	자연 역사	평균 연령	38세

연령별 비중

구분	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
군집 내 비중	5.50%	18.44%	18.09%	20.57%	21.99%	14.72%	0.71%
연령 내 비중	3.07%	10.31%	10.11%	11.50%	12.29%	8.23%	0.40%

이동량 분석

구분	평균 (z점수)	전체 평균 대비(배)	이동량 비중 (%)	전체 평균 비교 (%p)	구분	평균 (z점수)	전체 평균 대비(배)	이동량 비중 (%)	전체 평균 비교 (%p)	19년 대비 증감율 (%)
2019년 거주지내 이동	1.26	3.30	45	0.87	2020년 거주지내 이동	1.35	3.26	49	0.13	0.02
2019년 거주지밖 이동	1.26	3.19	55	-0.87	2020년 거주지밖 이동	1.40	3.24	51	-0.13	-0.14
2019년 전체 이동	1.42	3.24	100	-	2020년 전체 이동	1.49	3.25	100	-	-0.07

관광목적지 선호

구분	자연 관광지	관광 자원	체험 관광지	휴양 관광지	건축/ 조형물	역사 관광지	문화 시설	음식점	쇼핑	레포츠 소개	육상 레포츠
그룹 내 비중(%)	26.92	0.00	13.01	24.24	1.25	14.44	8.20	0.18	11.23	0.00	0.53
목적지 내 비중(%)	5.96	0.00	7.96	10.12	6.67	6.85	7.55	7.14	25.71	0.00	5.36
전체그룹 비중비교 (%p)	-9.03	-0.50	0.00	5.18	-0.24	-2.34	-0.44	-0.02	7.75	-0.10	-0.26

- 군집5의 평균연령은 38세로 20대부터 50대까지 다양한 연령이 군집을 구성하고 있지만 군집4에 비해 40,50대의 비중이 높은 특성을 보이고 있다. 군집5의 관광이동량은 평균적인 관광이동량보다 상대적으로 높은 수준을 보이고 있으며, 2019년 평균관광이동량은 전체평균대비 3.24배, 2020년 3.25배를 나타내고 있다.

- 전체평균과 비교했을 때 상대적으로 거주지 내로의 이동 비중이 높은 것으로 나타났다(전체평균대비 2019년 0.87%p ↑, 2020년 0.13%p ↑).

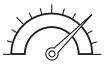
- 코로나19 이후 전체 이동량은 감소하였으나 감속폭은 전체평균 감소폭보다 작게 나타났다(군집5 -6.76% vs 전체 -7.12%). 2020년 거주지 내에서의 이동량은 전년대비 2.06% 증가했으며, 거주지 밖으로의 이동은 전년대비 13.94% 감소했다.

- 군집5의 선호목적지를 분석한 결과, 상대적으로 쇼핑, 휴양형 관광목적지에 대한 선호도가 높게 나타났다(전체그룹 내 목적지별 비중에 비해 군집5의 비중은 각각 7.75%p, 5.18%p ↑). 특히 쇼핑관광지를 방문하는 관광객 중 가장 많은 비중이 5그룹에 속해있었다.

- 반면 전체그룹 내 자연관광지 및 역사관광지 비중에 비해 군집5의 비중은 각각 9.03%p, 2.34%p 낮게 나타나 자연관광지 및 역사관광지에 대한 선호도가 낮은 특성을 보였다.

군집6

표 13. 군집6 군집 프로파일링

군집 6	관광 이동		거주지 내 VS 거주지 밖 이동	거주지 밖	선호도 높은 목적지	휴양 체험 문화시설	선호도 낮은 목적지	자연 역사	평균 연령	30세

연령별 비중

구분	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
군집 내 비중	0.00%	46.43%	21.43%	14.29%	16.07%	1.79%	0.00%
연령 내 비중	0.00%	2.58%	1.19%	0.79%	0.89%	0.10%	0.00%

이동량 분석

구분	평균 (z점수)	전체 평균 대비(배)	이동량 비중 (%)	전체 평균 비교 (%p)	구분	평균 (z점수)	전체 평균대비 (배)	이동량 비중 (%)	전체 평균 비교 (%p)	19년 대비 증감율 (%)
2019년 거주지내 이동	5.59	11.25	40	-3.82	2020년 거주지내 이동	6.06	11.53	47	-1.98	0.06
2019년 거주지밖 이동	6.69	13.15	60	3.82	2020년 거주지밖 이동	6.87	12.48	53	1.98	-0.20
2019년 전체 이동	6.88	12.31	100	-	2020년 전체 이동	7.01	12.02	100	-	-0.09

관광목적지 선호

구분	자연 관광지	관광 자원	체험 관광지	휴양 관광지	건축/ 조형물	역사 관광지	문화 시설	음식점	쇼핑	레포츠 소개	육상 레포츠
그룹 내 비중(%)	12.50	0.00	19.64	39.29	0.00	**14.29**	10.71	0.00	3.57	0.00	0.00
목적지 내 비중(%)	0.28	0.00	1.20	1.64	0.00	0.68	0.99	0.00	0.82	0.00	0.00
전체그룹 비중비교 (%p)	-23.45	-0.50	6.63	20.22	-1.49	**-2.50**	2.07	-0.20	0.10	-0.10	-0.79

- 군집6의 평균연령은 30세로 20대가 46.43%를 차지하고 있어 20대의 이동특성을 잘 보여주는 그룹이다. 해당 군집은 모든 군집 중 가장 활발한 관광이동행태를 보인다(2019년 평균관광이동량 전체평균대비 12.31배, 2020년 전체평균대비 12.02배).

- 전체평균과 비교했을 때 상대적으로 거주지 밖으로의 이동 비중이 높은 것으로 나타났으며, 모든 그룹 중 가장 높은 거주지 밖 이동특성을 보였다(전체평균대비 2019년 3.82%p ↑, 2020년 1.98%p ↑).

- 군집6은 가장 활발한 관광이동을 보였지만 코로나19 이후 그룹전체 이동량의 감소폭을 상회하는 감소세를 나타냈다(군집6 -9.36% vs 전체 -7.12%). 코로나19 이후 거주지 내 이동은 6.02% 증가한데 반해 거주지 밖 이동은 19.69% 감소한데 따른 감소세로 볼 수 있다.

- 군집6의 선호목적지를 분석한 결과, 상대적으로 휴양, 체험, 문화시설형 관광목적지에 대한 선호도가 높게 나타났다(전체그룹 내 목적지별 비중에 비해 군집6의 비중은 각각 20.22%p, 6.63%p, 2.07%p ↑).

- 반면 전체그룹 내 자연관광지 및 역사관광지 비중에 비해 군집6의 비중은 각각 23.45%p, 2.50%p 낮게 나타나 자연관광지 및 역사관광지에 대한 선호도가 낮은 특성을 보였다.

세대별 여행행태

• 본 연구는 군집분석 결과를 바탕으로 세대별 여행행태와 코로나19의 영향을 분석하고자 한다. 이를 위해 코로나19 전후의 전반적인 여행행태의 변화를 고찰하고 군집프로파일링 결과를 토대로 세대별 여행행태를 분석하였다.

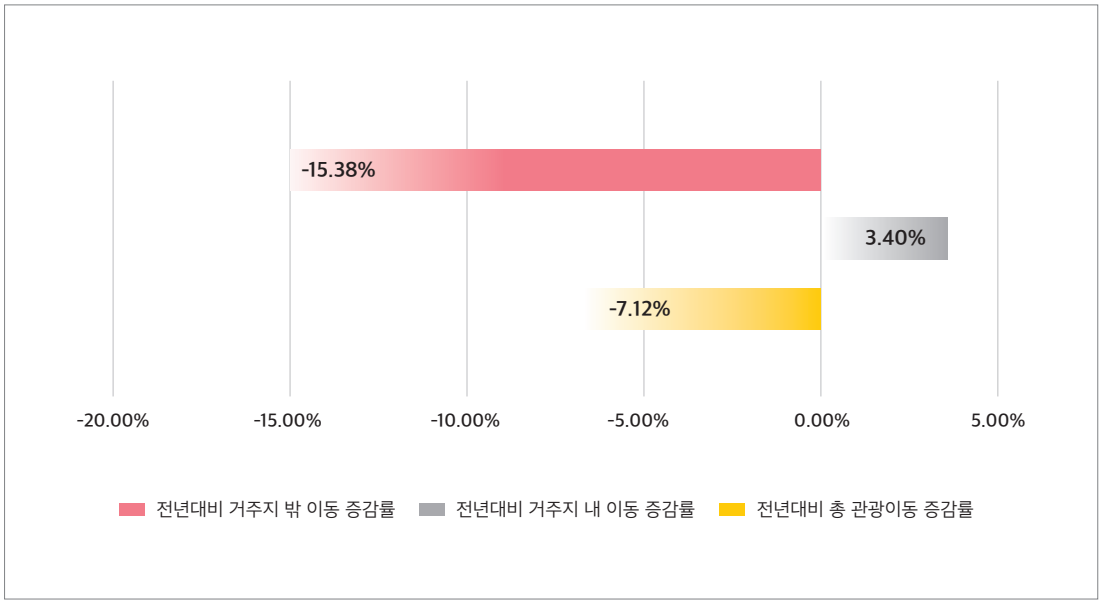
1) 코로나19 이후, 세대의 공유된 관광특성

코로나19시대, 이동의 제한 속 생활관광의 증가

• 2019년부터 2020년까지의 세대별 관광이동을 분석한 결과 19년 대비 20년 관광이동은 거주지 내의 이동이 증가하고 거주지 밖으로의 이동이 급격히 감소하는 현상을 확인할 수 있었다.

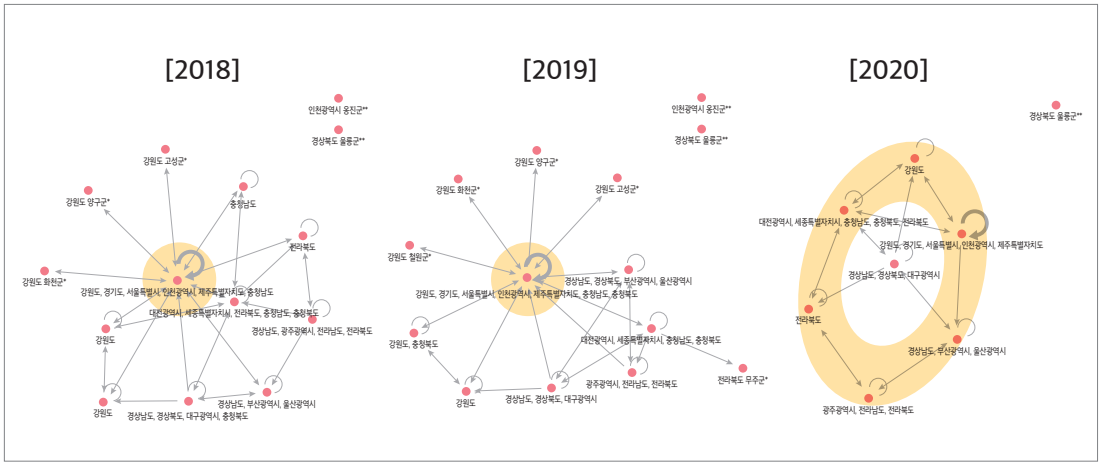
• 코로나19로 인한 이동의 제한은 2020년 관광이동을 7.12% 감소시켰다. 하지만 여행하는 인류인 호모비아토르에게 여행은 단순한 여가활동 이상의 의미가 있다는 것을 다음의 수치가 보여준다. 이동제한으로 인해 거주지 외로의 이동은 15.38% 감소했지만 거주지 인근에서의 이동은 오히려 3.40% 증가했다. 이는 관광에서 그동안 중요한 개념요소로 간주하던 *'「거주지를 떠나」, 「체류」*하는 사회현상'이 코로나19의 등장과 함께 변화되고 있음을 방증한다. 이동이 제한되는 사회에서 호모비아토르는 생활 속 여행을 선택한 것이다.

그림 7. 코로나19 이후, 관광이동 변화: 전년대비 2020년 이동 증감률



• 이러한 경향은 한국관광공사의 「2021년 관광트렌드 B.E.T.W.E.E.N.」 분석결과에서도 확인할 수 있다. 해당 연구결과에 따르면 지역 간 관광인구 이동네트워크 분석결과 18년과 19년에 비해 코로나19가 발생한 20년 권역 간 결속력(Modulity)는 3% 증가하고 인구가 수도권으로 집중되는 집중화 현상은 4% 감소한 것으로 나타났다. 거리상 인접한 시군구끼리 이동네트워크 권역을 형성하는 경향을 더욱 강하게 보인 것이다(그림8 참조).

그림 8. 연도별 관광 권역 간 관광인구 이동 네트워크 지도



• 생활형 공간에 대한 선호현상은 관광목적지 분석결과에서도 나타나는데, 코로나19 이후 인문관광지에 대한 관광이동은 감소(0.55% ↓)한데 반해 인문형 관광지 중 공원과 같은 생활형 휴식공간에 대한 선호는 높아졌다(전년대비 선호비중 0.76%p ↑).

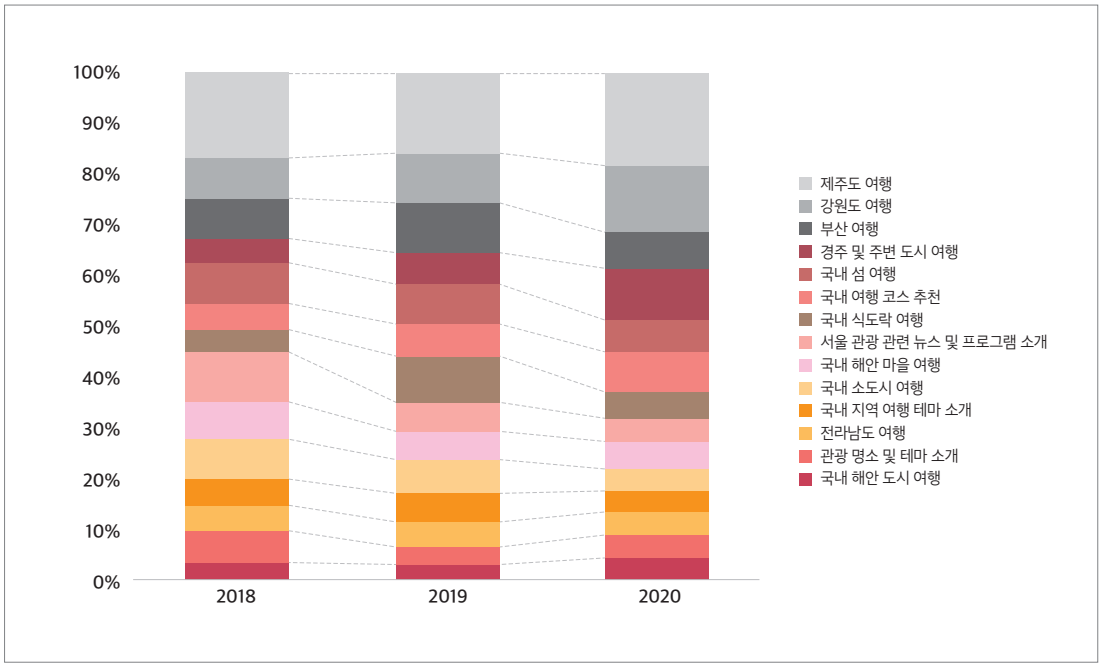
코로나19 시대, 언택트관광지 각광: 인구밀집 적은 자연형 관광지 선호

• 분석 결과, 코로나19 이후 대인 간 네트워크가 일어날 가능성이 높은 인문형 관광지와 쇼핑형 관광지(상설시장 중심)에 대한 감소폭은 크게 나타난 반면 자연형 관광지는 전년대비 증가한 양상을 확인할 수 있다(전년대비 20년 자연관광지 1.01% ↑, 인문관광지 0.55% ↓ , 쇼핑관광지 0.49% ↓).

- 특히 자연관광지 중에서는 관광자원에 비해 자연관광지의 이동량이 두드러지게 나타났으며(전년대비 20년 자연관광지 1.01% ↑ vs 관광자원 전년과 유사), 섬(0.30%p ↑), 산(0.74%p ↑), 호수(0.21%p ↑)와 같이 인구밀집이 적은 자연공간에 대한 선호비중은 전체평균에 비해 높게 나타났다. 반면 해수욕장(0.31%p ↓)과 같은 인구밀집이 높은 자연관광지에 대한 선호비중은 전체평균에 비해 낮게 나타났다.

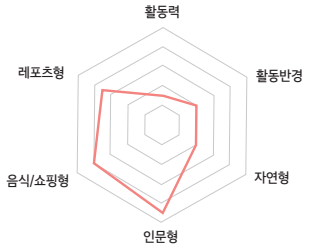
• 이러한 경향은 한국관광공사의 「2021년 관광트렌드 B.E.T.W.E.E.N.」 분석결과에서도 확인할 수 있다. 관광트렌드에 따르면 소셜미디어 분석결과, “국내여행지” 토픽의 소주제 점유율 변화를 살펴보면 코로나19 발생 이후“전라남도여행”, “해안마을여행”, “국내 섬여행”등 인구밀집이 적은 자연친화적 공간을 선호하는 현상을 확인할 수 있다(그림9 참조).

그림 9. 국내여행지에 대한 소셜미디어 분석



2) 세대별 여행행태

10대 Z세대: 체험학습형 여행자



01 여행의 기회가 적고 거주지 인근에서 여행활동을 즐기는 소극적인 여행자

02 코로나19에 의해 더욱 위축된 여행세대

03 체험형·학습형 여행자

• 10대 Z세대는 군집분석 결과 군집1에 90% 이상이 집중되어 있었으며, 10대 Z세대의 유의미한 이동행태 분석을 위해 군집1의 10대를 보다 면밀히 분석했다(표14 참조).

표 14. 10대 Z세대 여행이동행태

10대 Gen Z	활동력	활동반경	자연형	인문형	음식/쇼핑형	레포츠형

이동량분석I

구분	평균 이동량(명)	전체평균 대비(배)	거주지 내 이동		거주지 밖 이동	
			전체이동량 비중 대비(%)	세대-전체(%p) (전체평균 비중 대비 증감률 %)	전체이동량 비중 대비(%)	세대-전체(%p) (전체평균 비중 대비 증감률 %)
2019	123,084	0.28	47.41	3.41(7.75)	52.59	-3.41(-6.09)
2020	96,497	0.24	53.50	4.52(9.23)	46.50	-4.52(-8.86)
전체	109,791	0.26	50.09	3.69(7.95)	49.91	-3.69(-6.88)

이동량분석II 코로나19영향

구분	거주지 내 이동	거주지 밖 이동	전체
이동증감률	-11.52%	-30.68%	-21.60%

관광목적지 선호

구분		자연 관광지	관광 자원	체험 관광지	휴양 관광지	건축/ 조형물	역사 관광지	문화 시설	음식점	쇼핑	레포츠 소개	육상 레포츠
2019 그룹내 비중(%)		29.70	0.04	14.13	22.20	1.41	16.64	9.68	0.45	4.46	0.02	1.26
2020 그룹내 비중(%)		31.05	0.04	15.11	21.38	1.34	15.25	9.26	0.45	4.87	0.03	1.21
전체	그룹내 비중(%)	30.30	0.04	14.56	21.84	1.38	16.03	9.50	0.45	4.64	0.03	1.24
	전체평균 비중대비 증감률(%)	-15.72	-92.73	11.94	14.57	-7.09	-4.48	9.93	124.07	33.44	-74.12	56.23
	세대비중 - 전체비중(%p)	-5.65	-0.46	1.55	2.78	-0.11	-0.75	0.86	0.25	1.16	-0.07	0.45

• **(여행의 기회가 적고 거주지 인근에서 여행활동을 즐기는 소극적인 여행자)** 10대 Z세대의 여행이동량은 전체평균의 0.26배로 다른 세대와 비교하여 소극적인 여행이동 특성을 보이고 있다. 또한 거주지 내 이동 비중이 전체평균과 비교하여 3.69%p 높은 것을 알 수 있다. 이는 10대 Z세대의 여행이동은 다른 집단에 비해 거주지 내 생활공간에서 일어남을 보여준다. 더욱이 코로나19의 영향으로 19년에 비해 20년 거주지 내으로의 여행이동 비중은 더욱 증가했으며(19년 47.41% → 20년 53.50%), 증가수치 또한 전체집단의 증가수치보다 높게 나타났다(19년 증가수치 차이 3.41%p → 20년 증가수치 차이 4.52%p).

그림 10. 10대 Z세대 여행 활동력과 활동반경

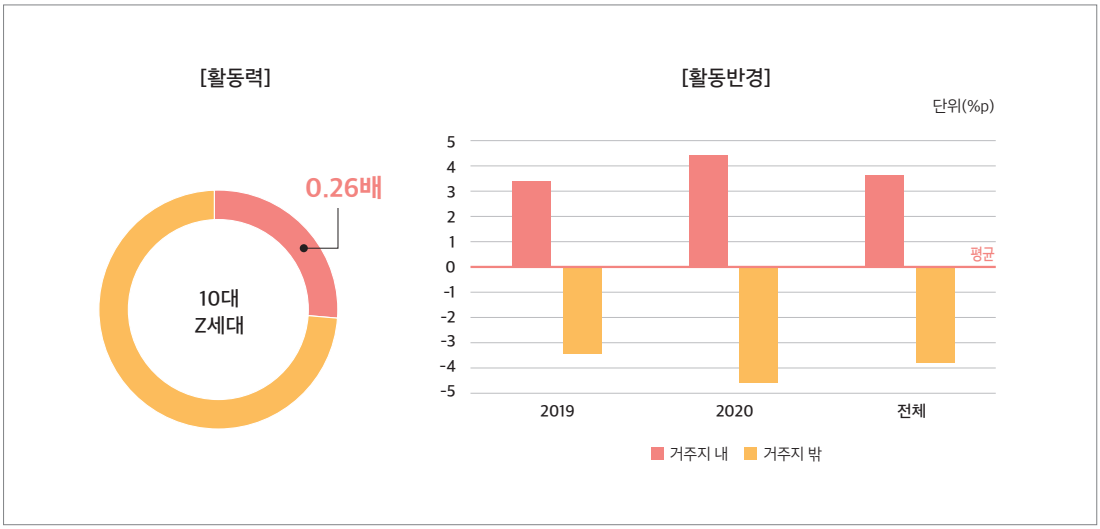
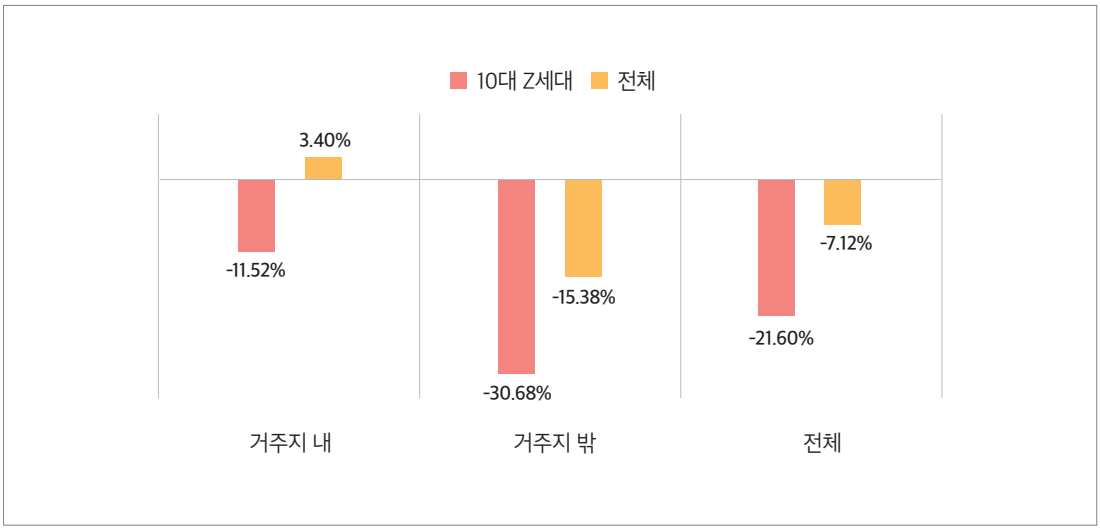


그림 11. 10대 Z세대 여행의 코로나-19 영향



• **(코로나19에 의해 더욱 위축된 여행세대)** 10대 Z세대의 여행은 코로나19의 영향으로 많이 위축된 양상을 보인다. 코로나19 발생 이후 관광이동은 전년대비 7.13% 감소한데 반해 10대 Z세대의 이동량은 21.60% 감소했다. 특히 코로나19로 인해 어려워진 원거리 여행의 대안으로 거주지 내에서의 생활여행이 떠오름에 따라, 거주지 내에서의 이동은 19년 대비 20년 3.40% 증가하였는데 반해 10대 Z세대의 거주지 내 이동은 11.52% 감소하여 전 세대의 평균적 이동흐름과 다른 양상을 보였다. 아울러 거주지 밖으로의 이동 또한 15.38% 감소한 전체 평균 감소율에 비해 두 배에 가까운 30.68% 감소세를 보였다.

• **(활동적인 체험형·학습형 여행자)** 10대 Z세대가 관광목적지로 가장 많이 선택한 장소는 자연관광지, 휴양관광지, 역사관광지, 체험관광지 순이다. 하지만 전 세대에 걸쳐 많이 방문하는 관광목적지 또한 자연관광지, 휴양관광지, 역사관광지, 체험관광지 순으로 목적지이동량 순위는 전 세대가 유사한 특징을 보인다. 하지만 세대 간 차이를 분석한 결과 다른 세대에 비해 상대적으로 선호도가 높은 10대 Z세대의 관광목적지는 체험관광지(전체대비 비중차이: 1.55%p ↑, 전체평균 선호 비중 대비: 11.94% ↑), 휴양관광지(전체대비 비중차이: 2.78%p ↑, 전체평균 선호비중 대비: 14.57% ↑), 문화시설(전체대비 비중차이: 0.86%p ↑, 전체평균 선호비중 대비 9.93% ↑)과 같은 인문형 관광지로 나타났다. 또한 음식/쇼핑 및 레포츠 관광지 또한 상대적으로 선호도가 높은 것으로 나타났다. 반면 자연관광지는 상대적인 선호도가 낮은 것으로 나타났다.

- **(코로나19의 영향으로 휴양관광지 중 인구밀집 낮은 공원 선호도 증가)** 휴양관광지 중 용두산공원, 올림픽공원, 청주중앙공원과 같은 공원 및 광주패밀리랜드, 경주월드와 같은 테마공원은 10대 Z세대가 선호하는 관광목적지 상위에 나타났으나 코로나19의 영향으로 인구밀집이 높은 테마공원은 전년대비 선호도가 감소(전년대비 비중차이: 1.34%p ↓, 전년대비 선호비중 대비: 20.96% ↓)하는 경향을 보이고 밀집도 상대적으로 작은 공원은 증가(전년대비 비중차이: 1.24%p ↑, 전년대비 선호비중 대비: 11.53% ↑)하는 추세를 보였다.

- **(체험공간 및 학습형 역사·문화공간 선호 높음)** 서울트릭아이뮤지엄, 헤이리 예술마을, 챔피언1250과 같은 이색체험 공간에 대한 선호도가 높았으며(전체대비 비중차이: 0.39%p ↑, 전체평균 선호 비중 대비: 20.68% ↑), 인천검단선사박물관, 국립대구박물관, 서울역사박물관, 수원시립아이파크미술관, 겸제정선미술관과 같은 학습형 성격이 강한 박물관 및 미술관(전체대비 비중차이: (박물관) 1.20%p ↑, (미술관) 0.15%p ↑) 등 문화시설에 대한 선호도가 높게 나타났다. 뿐만 아니라 사찰 및 성과 같은 역사공간 또한 전 세대에서 해당 목적지가 차지하는 비중에 비해 높은 비중을 보였다(전체대비 비중차이: (사찰) 1.98%p ↑, (성) 0.94%p ↑). 이러한 결과는 학생층이 다수를 이루는 10대의 특성상 학습형

공간에 대한 선호도가 높다는 점을 방증한다. 단 코로나19의 영향으로 다수의 문화시설 운영이 중단되어 19년대비 20년 해당 시설에 대한 이동량은 감소한 것으로 나타났다.

- **(코로나19의 영향으로 자연형 관광지 여행 증가)** 다른 세대에 비해 상대적으로 자연관광지에 대한 선호는 낮은 특징을 보이지만 코로나19가 발생된 이후 해수욕장, 자연생태관광지, 섬, 자연휴양림 등 자연형 관광지에 대한 이동량 비중이 증가했다(전년대비 비중차이: (해수욕장) 0.23%p ↑, (자연생태관광지) 0.22%p↑, (섬) 0.66%p, (자연휴양림) 0.25%p)

그림 12. 10대 Z세대의 관광목적지 선호도(중분류기준)

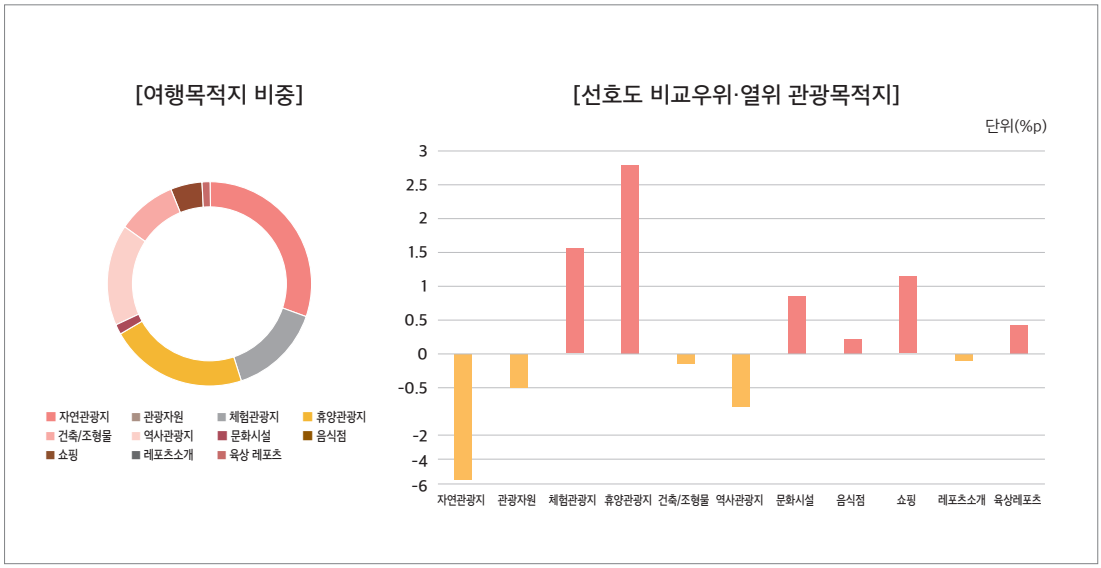


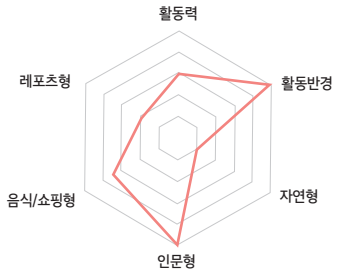
표 15. 10대 Z세대의 관광목적지 선호도(소분류기준)

선호 순위	관광지 소분류	관광지 중분류	20년 기준 전년대비 차이			세대 기준 전체대비 차이		
			20년비중 - 19년 비중 (%p)		전년대비 비중의 증감률(%)	10대Z세대비중 - 전체비중 (%p)		전체대비 비중의 증감률(%)
1	공원	휴양관광지	▲	1.24	11.53	▼	-4.59	-28.85
2	이색거리	체험관광지	▼	-0.21	-1.97	▼	-1.24	-10.72
3	테마공원	휴양관광지	▼	-1.34	-20.96	▲	1.08	22.98
4	유적지/사적지	역사관광지	▲	0.43	8.36	▼	-2.18	-29.20
5	수목원	자연관광지	▼	-0.15	-2.99	▲	1.89	60.27
6	박물관	문화시설	▼	-0.22	-4.43	▲	1.20	32.09
7	상설시장	쇼핑	▲	0.41	9.09	▼	-2.49	-34.92
8	해수욕장	자연관광지	▲	0.23	5.25	▲	0.03	0.68
9	자연생태관광지	자연관광지	▲	0.22	5.28	▲	0.99	30.55
10	산	자연관광지	▼	-0.12	-2.78	▼	-0.27	-5.90

선호 순위	관광지 소분류	관광지 중분류	20년 기준 전년대비 차이			세대 기준 전체대비 차이		
			20년비중 - 19년 비중 (%p)		전년대비 비중의 증감률(%)	10대Z세대비중 - 전체비중 (%p)		전체대비 비중의 증감률(%)
11	사찰	역사관광지	▼	-0.33	-7.74	▲	1.98	90.28
12	섬	자연관광지	▲	0.66	17.49	▲	0.16	4.02
13	성	역사관광지	▼	-0.57	-17.04	▲	0.94	43.95
14	관광단지	휴양관광지	▼	-0.71	-25.53	▼	-0.29	-10.54
15	이색체험	체험관광지	▲	0.90	47.86	▲	0.39	20.68
16	전시관	문화시설	▼	-0.33	-14.66	▼	-0.66	-23.88
17	국립공원	자연관광지	▼	-0.03	-1.80	▲	0.56	49.75
18	자연휴양림	자연관광지	▲	0.25	18.03	▲	0.67	83.76
19	기념탑/기념비/전망대	건축/조형물	▼	-0.15	-11.26	▼	-0.12	-8.69
20	온천/욕장/스파	휴양관광지	▼	-0.08	-6.28	▼	-0.31	-20.16
21	스키/스노보드	레포츠소개	▼	-0.05	-4.29	▲	0.72	136.85
22	기념관	문화시설	▲	0.08	6.63	▲	0.51	76.22
23	관광농원	체험관광지	▼	-0.17	-13.90	▲	0.46	65.01
24	항구/포구	자연관광지	▲	0.36	38.14	▲	0.26	30.66
25	민속마을	역사관광지	▼	-0.35	-28.45	▼	-0.14	-11.61
26	미술관/화랑	문화시설	▼	-0.02	-2.16	▲	0.15	16.08
27	고궁	역사관광지	▼	-0.87	-61.02	▲	0.06	5.95
28	유원지	휴양관광지	▲	0.07	7.35	▲	0.35	57.85
29	어촌	자연관광지	▲	0.20	29.88	▲	0.13	20.53
30	호수	자연관광지	▲	0.24	45.18	▼	-0.50	-43.98
31	해안절경	자연관광지	▼	-0.14	-20.28	▼	-0.03	-4.52
32	고택	역사관광지	▲	0.19	35.78	▼	-0.13	-17.83
33	계곡	자연관광지	–	0.00	-	▲	0.36	170.32
34	폭포	자연관광지	▲	-0.52	-76.09	▲	0.23	103.79
35	이색음식점	음식점	-	0.00	-	▲	0.17	60.51
36	농.산.어촌 체험	체험관광지	▲	0.18	49.01	▲	0.02	4.43
37	생가	역사관광지	▲	0.04	9.90	▲	0.30	262.48
38	산사체험	체험관광지	▲	0.28	112.48	▲	0.25	195.92
39	동굴	자연관광지	▲	0.06	16.18	▲	0.12	45.82
40	도립공원	자연관광지	▲	0.04	11.67	▼	-0.34	-49.89
41	종교성지	역사관광지	▲	0.05	35.53	▲	0.02	10.34
42	안보관광	역사관광지	▲	0.03	18.26	▲	0.04	32.15
43	컨벤션센터	문화시설	▲	0.08	88.87	▼	-0.53	-80.92
44	문화전수시설	문화시설	▼	-0.04	-38.24	▲	0.06	325.35
45	등대	자연관광지	▲	0.02	30.18	▲	0.01	11.39
46	강	자연관광지	▲	0.03	48.29	▼	-0.23	-76.86
47	군립공원	자연관광지	▲	0.02	25.68	–	0.00	-6.07
48	유명건물	건축/조형물	▲	0.02	33.22	▼	-0.04	-35.52

선호 순위	관광지 소분류	관광지 중분류	20년 기준 전년대비 차이			세대 기준 전체대비 차이		
			20년비중 - 19년 비중 (%p)		전년대비 비중의 증감률(%)	10대Z세대비중 - 전체비중 (%p)		전체대비 비중의 증감률(%)
49	터널	건축/조형물	▲	0.06	252.08	▲	0.03	112.07
50	이색찜질방	휴양관광지	▲	0.01	14.18	▼	-0.03	-36.38
51	기암괴석	관광자원	-	0.00	-	-	0.00	-
52	육상레포츠	육상레포츠	▲	0.01	65.14	▲	0.01	42.31
53	문화원	문화시설	▲	0.04	12966.65	▲	0.01	150.07
54	희귀동.식물	관광지원	-	0.00	86.74	-	0.00	59.10
55	야영장, 오토캠핑장	레포츠소개	-	0.00	753.92	-	0.00	-40.60
56	헬스투어	휴양관광지	-	0.00	50.89	-	0.00	76.26
57	전통체험	체험관광지	-	0.00	15.39	-	0.00	-73.10

2030 MZ세대: 여행의 트렌드리더



01 일상을 벗어난 새로움을 추구하는 활동적 여행세대
02 코로나19, 일상의 여행화! 생활관광의 증가
03 문화를 탐미하고 새로운 여행지를 발굴하는 적극적 여행자

• 군집분석 결과 1군집, 4군집, 6군집을 이루는 세대 중 20~30대 MZ세대가 상위 집단에 속해있는 것으로 나타났다. 따라서 MZ 세대의 유의미한 이동행태 분석을 위해 해당 군집 내 20~30대의 이동행태를 분석했다(표16, 표17 참조).

표 16. 2030 MZ세대 여행이동행태

2030 Gen MZ	활동력	활동반경	자연형	인문형	음식/쇼핑형	레포츠형

이동량분석I

구분	평균 이동량(명)	전체평균 대비(배)	거주지 내 이동		거주지 밖 이동	
			전체이동량 비중 대비(%)	세대-전체(%p) (전체평균 비중 대비 증감률 %)	전체이동량 비중 대비(%)	세대-전체(%p) (전체평균 비중 대비 증감률 %)
2019	447,332	1.10	36.65	-6.45(-14.68)	63.35	6.45(11.51)
2020	397,544	0.88	41.50	-8.17(-16.69)	58.50	8.17(16.02)
전체	422,438	1.00	38.93	-7.47(-16.09)	61.07	7.47(13.93)

이동량분석II 코로나19영향

구분	거주지 내 이동	거주지 밖 이동	전체
이동증감률	0.62%	-17.93%	-11.13%

관광목적지 선호

구분		자연 관광지	관광 자원	체험 관광지	휴양 관광지	건축/ 조형물	역사 관광지	문화 시설	음식점	쇼핑	레포츠 소개	육상 레포츠
2019 그룹내 비중(%)		17.99	0.04	22.92	28.35	1.63	13.12	10.34	-	5.37	0.02	0.22
2020 그룹내 비중(%)		18.84	0.04	21.46	27.86	1.92	14.20	10.44	-	5.01	0.04	0.19
전체	그룹내 비중(%)	18.39	0.04	22.23	28.12	1.76	13.63	10.39	-	5.20	0.03	0.20
	전체평균 비중대비 증감률(%)	-48.85	-92.19	70.91	47.49	18.45	-18.77	20.23	-	49.73	-74.12	-74.26
	세대비중 - 전체비중(%p)	-17.56	-0.46	9.22	9.05	0.27	-3.15	1.75	-	1.73	-0.07	-0.59

표 17. 2030 MZ세대 군집별 여행이동행태

이동량분석I

구분	평균 이동량(명)	전체평균 대비(배)	거주지 내 이동		거주지 밖 이동	
			전체이동량 비중 대비(%)	세대-전체 (%p)	전체이동량 비중 대비(%)	세대-전체 (%p)
1군집	120,568	0.28	37.30	-9.10	62.70	9.10
4군집	2,542,330	6.01	41.61	-4.79	58.39	4.79
6군집	5,337,729	12.62	36.86	-9.54	63.14	9.54

이동량분석II 코로나19영향

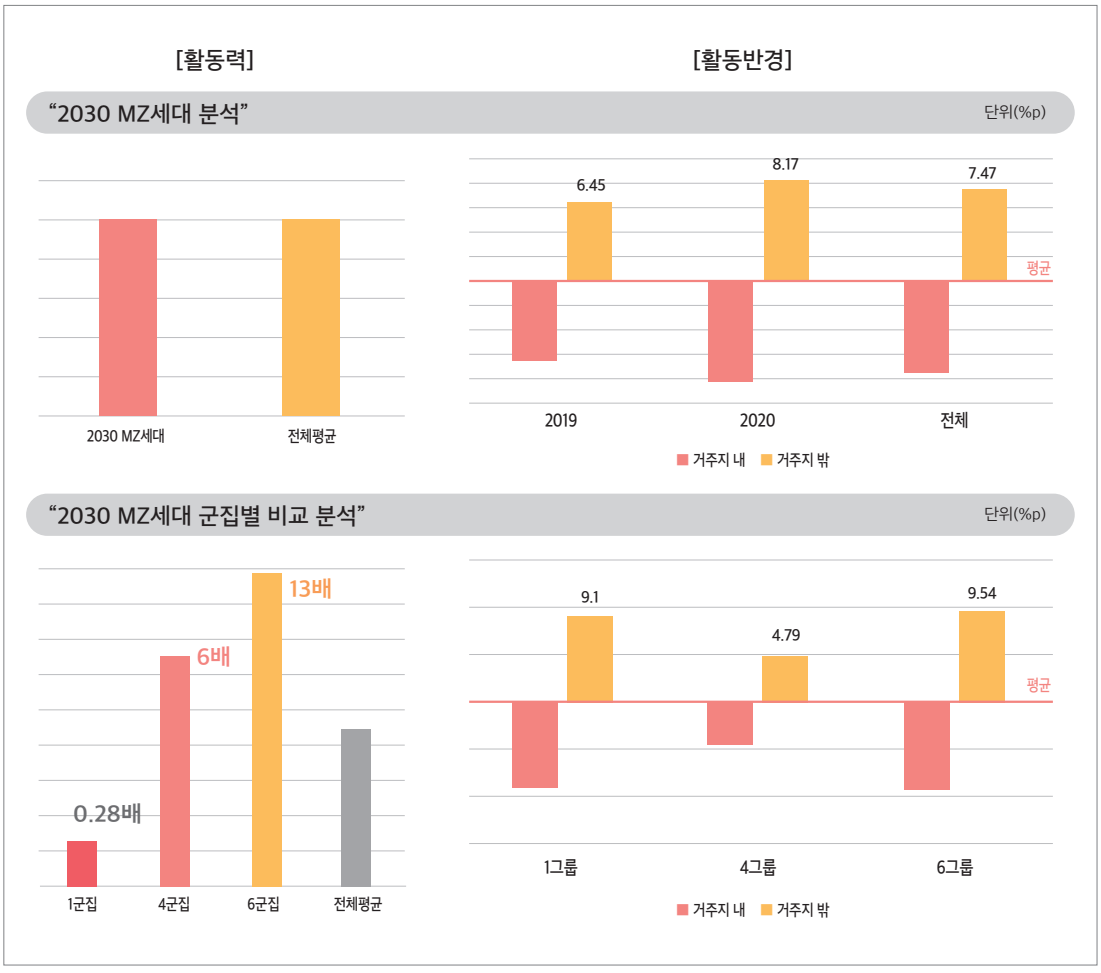
구분	거주지 내 이동(증감률)	거주지 밖 이동(증감률)	전체(증감률)
1군집	14.15%	-0.39%	4.80%
4군집	-1.97%	-23.27%	-13.68%
6군집	6.02%	-19.69%	-9.36%

관광목적지 선호

구분		자연 관광지	관광 자원	체험 관광지	휴양 관광지	건축/ 조형물	역사 관광지	문화 시설	음식점	쇼핑	레포츠 소개	육상 레포츠
1 군 집	그룹내 비중(%)	37.60	0.15	10.78	18.35	1.60	**16.59**	11.01	-	3.02	0.10	0.79
	세대비중 - 전체비중 (%p)	1.65	-0.35	-2.23	-0.71	0.11	-0.19	2.37	-	-0.45	0.00	0.00
4 군 집	그룹내 비중(%)	14.10	-	22.07	30.66	3.28	12.89	9.74	-	7.26	-	-
	세대비중 - 전체비중 (%p)	-21.85	-	9.06	11.60	1.79	-3.89	1.10	-	3.79	-	-
6 군 집	그룹내 비중(%)	8.69	-	31.43	32.60	-	12.24	10.71	-	4.34	-	-
	세대비중 - 전체비중 (%p)	-27.26	-	18.42	13.54	-	**-4.55**	2.07	-	0.86	-	-

• **(일상을 벗어난 새로움을 추구하는 활동적 여행세대)** 20~30대 MZ세대의 여행이동량은 세대를 비교할 수 있는 표준점으로 나타났다. 하지만 특정 군집(4, 6군집)의 이동량은 전 세대의 이동량을 크게 상회하는 것으로 나타났다(4군집 MZ세대 평균대비 6.02배, 6군집 MZ세대 평균대비 12.62배). 이러한 관광이동량 흐름은 MZ세대의 전반적인 관광활동력이 전 세대의 평균적 추세를 따르지만 특정 집단은 다른 세대를 압도하는 관광활동력을 보임을 말해준다. 또한 20~30대 MZ세대는 다른 세대에 비해 생활환경을 벗어난 이동이 매우 높아 관광활동반경이 넓음을 확인할 수 있었다. MZ세대의 거주지 밖 이동 비중은 전체 평균과 비교하여 7.47%%p 높은 것으로 나타났으며, 이러한 흐름은 2030 MZ세대를 구성하는 모든 군집에서 확인 할 수 있다(전체평균과 비교하여 1군집 9.10%p, 4군집 4.79%p, 6군집 9.54%p ↑). 관광활동력과 활동반경을 통해 살펴본 2030 MZ세대의 관광이동행태는 외부중심적 성향(Allocentric[4])을 지닌 활동적 여행가의 모습으로 해석된다.

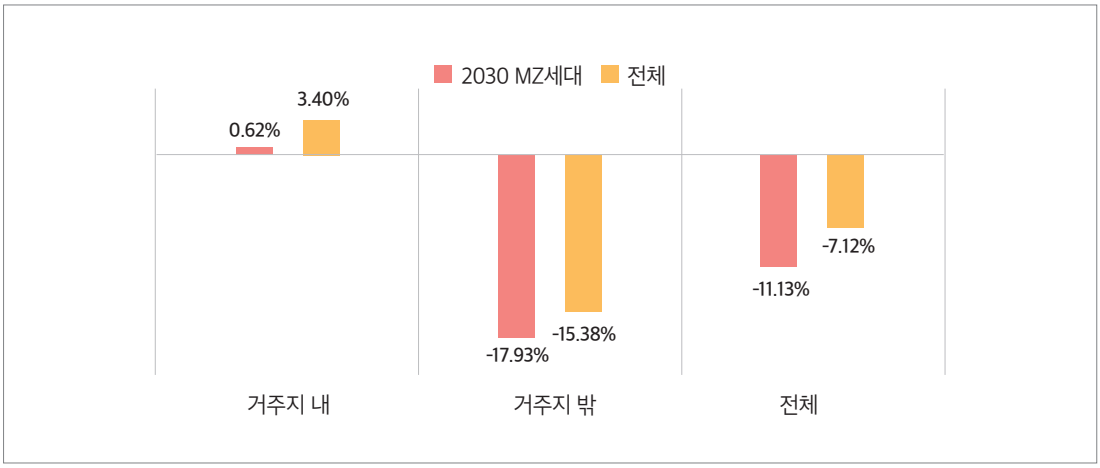
그림 13. 2030 MZ세대 여행 활동력과 활동반경



4) 프로그(S.Plog)는 심리유형에 따라 관광자를 구분하였는데 내부중심적 성향을 지니고 자기가 속한 지역과 가까운 곳 을 여행하고자 하는 성향이 강한 자기중심형·내부중심형(Psychocentric)과 다양한 활동을 즐기며 외부중심적 성향을 지닌 타인중심형·외부중심형(Allocentric)으로 분류된다.

• **(코로나19, 일상의 여행화! 생활관광 증가)** 2030 MZ세대의 여행은 코로나19의 영향으로 많이 위축된 양상을 보인다. 코로나19 발생 이후 관광이동은 전년대비 7.13% 감소한데 반해 2030대 MZ세대의 이동량은 11.13% 감소했다. 전반적인 관광이동은 감소했지만 거주지 내에서의 관광이동은 소폭 증가했다(19년 대비 20년 0.62%↑). 이는 전년대비 거주지 내 이동이 3.40% 증가한 세대의 평균적인 흐름과 일치한다.

그림 14. 2030 MZ세대 여행의 코로나-19 영향



• **(문화를 탐미하고 새로운 여행지를 발굴하는 적극적 여행자)** 2030 MZ세대가 관광목적지로 선호한 장소는 휴양관광지, 체험관광지, 자연관광지, 역사관광지 순으로 자연관광지, 휴양관광지, 역사관광지, 체험관광지 순으로 나타난 세대의 전반적인 선호도와는 차이를 보인다. 즉 2030 MZ세대는 휴양(전체 선호비중 대비 47.49% ↑)과 체험관광지(전체 선호비중 대비 70.91% ↑)에 대한 선호가 매우 높다는 것이다. 휴양관광지와 체험관광지는 인문적 속성을 보유한 관광목적지로 2030 MZ세대는 인문탐구형 관광행위를 선호하는 것을 알 수 있다.

- **(고유한 장소성이 있는 공간에서 여행의 진정성 찾기)** 특히 2030 MZ세대는 나혜석거리, 서촌, 보정동 카페거리 등 최근 관광목적지로 부상하며 새로운 체험이 가능한 이색거리를 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 목적지는 관광의 진정성(Authenticity)을 느낄 수 있는 고유한 장소성(Placeness)을 지닌 공간적 특성을 지니고 있다. 또한 쇼핑관광지에 대한 선호도 또한 높은 것으로 나타났는데(전체 선호비중 대비 49.73% ↑), 2030 MZ세대가 주로 찾는 쇼핑관광지는 부평시장(깡통시장), 홍대·연남동 일대의 동진시장, 국제시장, 강릉중앙시장 등 관광목적지로 부상하고 있는 지역특화형 시장이 주를 이루고 있다. 이러한 쇼핑관광지에 대한 관광이동이 높다는 것 또한 지역의 고유성을 찾아 새로운 여행지를 발굴하고자 하는 2030 MZ세대의 특성을 잘 대변한 결과이다.

- **(코로나19의 영향에도 문화공간 선호 강세)** 코로나19의 영향에도 불구하고 2030 MZ세대의 경우 박물관, 전시관 등 문화형 관광공간에 대한 상대적 선호가 강하게 나타난다(전체대비 비중차이: 1.75%p ↑, 전체 선호비중 대비 20.23% ↑). 2030 MZ세대가 많이 방문한 문화형 관광공간으로는 뮤지엄산, 시립북서울 미술관 등이 대표적이다. 또한 2030 세대를 이루는 군집 중 가장 활발한 활동량을 보이는 6군집의 2030 MZ세대의 경우 대형 멀티플렉스와 다양한 문화 활동이 가능한 컨벤션센터에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다(전체대비 비중차이: 4.53%P ↑).
- **(신기성과 고유성을 추구하는 2030세대의 갈등, 체험공간 및 지역성 간직한 상설시장의 높은 선호도 vs 코로나19의 타격)** 2030 MZ세대는 신기성과 고유성을 간직한 공간에 대한 여행욕구를 강하게 드러낸다. 분석대상인 관광지 소분류 57개 중 이색거리에 대한 비중은 19년 20.24%의 비중을 보였으며, 20년 다소 비중의 하락이 있었지만 가장 높은 선호를 보였다. 또한 상설시장은 상위 목적지 5위에 들 정도로 높은 선호를 나타내지만 19년 대비 20년 비중이 줄어들었다(전년대비 비중차이: 0.36%p ↓).
- **(자연관광지의 낮은 선호도 VS 해변관광지(해수욕장) 높은 선호도)** 2030 MZ세대의 큰 특징 중 하나는 다른 세대에 비해 자연관광지에 대한 선호도가 낮은 것이다. 하지만 2030 MZ세대에 각광받는 자연관광지가 존재한다. 바로 해수욕장이다. 해운대해수욕장, 죽도해수욕장, 안목해변, 월정리해변, 이호테우해변 등 전국의 유명 해변에 대한 선호도가 높은 것을 확인할 수 있다(전체그룹과 비교하여 0.85%p ↑).

그림 15. 2030 MZ세대의 여행목적지 선호도(중분류기준)

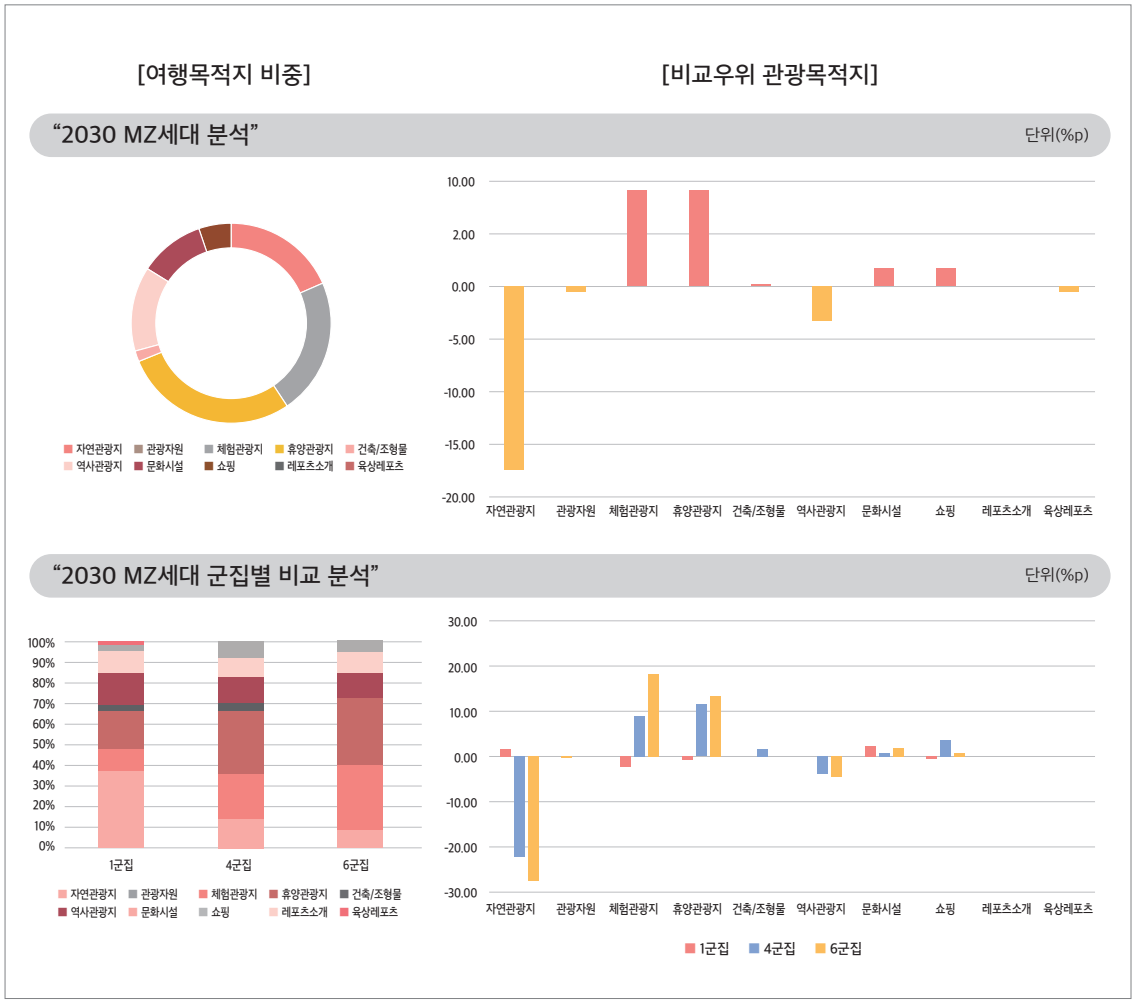


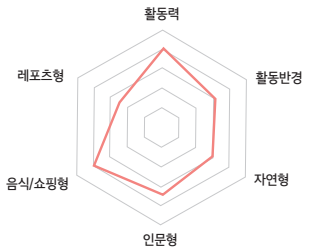
표 18. 2030 MZ세대의 관광목적지 선호도(소분류기준)

선호 순위	관광지 소분류	관광지 중분류	20년 기준 전년대비 차이			세대 기준 전체대비 차이			군집별 선호도					
									20년 기준 전년대비 비중차이 (20년 비중 - 19년 비중, %p)			세대 기준 전체대비 비중차이 (전체 비중 - 세대 비중, %p)		
				20년비중 - 19년 비중 (%p)	전년대비 비중의 증감률(%)		2030MZ세대 - 전체비중 (%p)	전체대비 비중의 증감률(%)	1	4	6	1	4	6
1	이색거리	체험관광지	▼	-1.73	-8.53	▲	7.87	68.06	1.08	-0.53	-2.78	0.02	7.94	19.87
2	공원	휴양관광지	▲	0.02	0.09	▲	3.40	21.36	0.65	1.16	0.29	-9.33	2.35	14.70
3	유적지/사적지	역사관광지	▲	0.80	9.47	▲	1.37	18.37	0.31	0.91	1.66	0.02	0.81	4.78
4	해수욕장	자연관광지	▼	-0.34	-6.27	▲	0.85	18.94	-0.33	-0.68	0.23	0.02	1.85	0.29
5	상설시장	쇼핑	▼	-0.36	-6.70	▼	-1.92	-26.98	1.96	-1.56	-0.30	0.04	0.14	-2.79
6	박물관	문화시설	▲	0.47	11.85	▲	0.42	11.22	1.10	0.10	0.34	0.04	-0.95	1.78
7	관광단지	휴양관광지	▼	-0.28	-6.59	▲	1.36	48.92	-0.75	-0.46	0.54	-9.33	3.83	-0.79
8	전시관	문화시설	▲	0.17	5.86	▲	0.19	6.69	0.24	0.22	-	0.0	2.33	-
9	테마공원	휴양관광지	▲	0.07	2.30	▼	-1.84	-38.98	-1.19	0.61	-	0.02	-0.93	-
10	섬	자연관광지	▲	0.50	19.65	▼	-1.15	-29.16	-0.27	-	1.21	0.04	-	0.00
11	자연생태관광지	자연관광지	▼	-0.07	-3.36	▼	-1.17	-36.08	-0.52	-0.15	-	0.02	-0.90	-
12	산	자연관광지	▲	0.15	7.71	▼	-2.43	-54.11	-0.34	0.34	-	0.04	-1.95	-
13	이색체험	체험관광지	▲	0.11	6.08	▲	0.04	2.00	0.20	-0.04	-	0.02	0.69	-
14	컨벤션센터	문화시설	▼	-0.41	-20.64	▲	1.13	171.67	0.22	-	-1.17	0.02	-	4.53
15	온천/욕장/스파	휴양관광지	▼	-0.28	-15.80	▲	0.08	4.87	-0.89	-0.32	-	0.02	0.45	-
16	수목원	자연관광지	▼	-0.03	-1.89	▼	-1.54	-49.08	-0.23	-0.40	-	0.04	-2.36	-
17	기념탑/기념비/전망대	건축/조형물	▲	0.18	12.32	▲	0.17	12.04	0.05	0.52	-	0.66	1.89	-
18	사찰	역사관광지	▲	0.18	12.43	▼	-0.69	-31.26	-0.28	-	-	0.04	-	-

선호 순위	관광지 소분류	관광지 중분류	20년 기준 전년대비 차이			세대 기준 전체대비 차이			군집별 선호도					
									20년 기준 전년대비 비중차이 (20년 비중 - 19년 비중, %p)			세대 기준 전체대비 비중차이 (전체 비중 - 세대 비중, %p)		
				20년비중 - 19년 비중 (%p)	전년대비 비중의 증감률(%)	2030MZ세대 - 전체비중 (%p)		전체대비 비중의 증감률(%)	1	4	6	1	4	6
19	호수	자연관광지	▲	0.36	31.97	▲	0.16	14.19	0.31	0.64	-	0.00	0.97	-
20	성	역사관광지	▲	0.31	28.06	▼	-0.88	-41.29	-0.14	0.72	-	0.04	-0.44	-
21	미술관/화랑	문화시설	▼	-0.17	-14.40	▲	0.20	22.25	0.19	-0.56	-	0.04	0.95	-
22	고택	역사관광지	▼	-0.16	-16.81	▲	0.13	16.93	0.01	-0.27	-	-	1.35	-
23	해안절경	자연관광지	▲	0.08	11.29	▲	0.05	8.02	-0.16	-	-	0.02	-	-
24	자연휴양림	자연관광지	▲	0.04	6.97	▼	-0.28	-35.28	-0.20	-	-	0.02	-	-
25	항구/포구	자연관광지	▲	0.12	28.94	▼	-0.37	-43.74	0.16	-	-	0.02	-	-
26	관광농원	체험관광지	▼	-0.01	-1.90	▼	-0.25	-36.03	-0.32	-	-	-9.33	-	-
27	국립공원	자연관광지	▲	0.02	4.41	▼	-0.68	-60.36	-0.21	-	-	-9.33	-	-
28	농.산.어촌 체험	체험관광지	▲	0.16	43.99	▲	0.02	4.49	0.34	-	-	0.66	-	-
29	도립공원	자연관광지	▼	0.03	9.76	▼	-0.32	-48.25	-0.10	-	-	0.66	-	-
30	기념관	문화시설	▲	0.03	8.00	▼	-0.32	-48.49	-0.12	-	-	0.66	-	-
31	고궁	역사관광지	▼	-0.11	-28.81	▼	-0.65	-65.42	-	-0.23	-	-	-0.16	-
32	어촌	자연관광지	▼	-0.01	-3.15	▼	-0.37	-59.37	-0.19	-	-	0.02	-	-
33	민속마을	역사관광지	▼	0.00	-	▼	-1.00	-81.44	-0.14	-	-	0.04	-	-
34	안보관광	역사관광지	▲	0.01	2.66	▲	0.09	75.66	-0.12	-	-	0.04	-	-
35	종교성지	역사관광지	▲	0.04	20.79	▲	0.05	32.91	0.02	-	-	0.02	-	-
36	스키/스노보드	레포츠소개	▼	-0.04	-19.46	▼	-0.32	-62.00	-0.29	-	-	0.04	-	-

선호 순위	관광지 소분류	관광지 중분류	20년 기준 전년대비 차이			세대 기준 전체대비 차이			군집별 선호도					
									20년 기준 전년대비 비중차이 (20년 비중 - 19년 비중, %p)			세대 기준 전체대비 비중차이 (전체 비중 - 세대 비중, %p)		
			20년비중 - 19년 비중 (%p)		전년대비 비중의 증감률(%)	2030MZ세대 - 전체비중 (%p)		전체대비 비중의 증감률(%)	1	4	6	1	4	6
37	생가	역사관광지	▲	0.02	14.50	▲	0.05	46.52	-0.02	-	-	0.04	-	-
38	유명건물	건축/조형물	▲	0.06	44.94	▲	0.06	65.77	0.13	-	-	0.02	-	-
39	동굴	자연관광지	▼	-0.04	-25.25	▼	-0.12	-45.19	-0.25	-	-	0.66	-	-
40	계곡	자연관광지	▼	-0.01	-6.59	▼	-0.09	-40.98	-0.11	-	-	-	-	-
41	이색찜질방	휴양관광지	▼	-0.01	-8.62	▲	0.03	46.31	-0.10	-	-	0.02	-	-
42	군립공원	자연관광지	▲	0.02	36.77	▲	0.01	9.50	0.04	-	-	-9.33	-	-
43	등대	자연관광지	▲	0.02	41.01	▼	-0.01	-11.41	0.04	-	-	0.18	-	-
44	폭포	자연관광지	▲	0.01	8.61	▼	-0.16	-72.11	-0.02	-	-	0.02	-	-
45	유원지	휴양관광지	-	0.00	-	▼	-0.54	-89.73	-0.05	-	-	0.02	-	-
46	터널	건축/조형물	▲	0.05	210.63	▲	0.02	82.49	0.15	-	-	0.02	-	-
47	강	자연관광지	▲	0.01	15.03	▼	-0.27	-87.63	0.00	-	-	-	-	-
48	기안괴석	관광자원	-	0.00	-	-	0.00	-	-0.02	-	-	0.66	-	-
49	육상레포츠	육상레포츠	▲	0.02	130.65	▲	0.01	42.06	0.06	-	-	0.02	-	-
50	문화전수시설	문화시설	▼	-0.01	-21.19	-	0.00	-	-0.04	-	-	0.08	-	-
51	문화원	문화시설	▲	0.02	3037.61	-	0.00	-	0.08	-	-	0.18	-	-
52	야영장, 오토캠핑장	레포츠소개	▲	0.01	439.22	-	0.00	-	0.03	-	-	0.02	-	-
53	희귀동.식물	관광자원	-	0.00	-	-	0.00	-	0.00	-	-	0.00	-	-
54	헬스투어	휴양관광지	-	0.00	-	-	0.00	-	0.00	-	-	0.00	-	-
55	전통체험	체험관광지	-	0.00	-	-	0.00	-	0.00	-	-	0.02	-	-

4050 X세대 및 베이비붐세대: 옴니보어형(잡식성) 여행자



01 적극적 여행향유자이지만 내부중심형 (싸이코센트릭, Psychocentric) 여행가
02 코로나19 시대, 높은 사회자본만큼 위축된 중장년의 여행
03 힐링을 원하는 옴니보어(잡식성) 여행자

• 군집분석 결과 2군집, 4군집, 5군집을 이루는 세대 중 40~50대 X세대와 베이비붐세대가 상위 집단에 속해있는 것으로 나타났다. 따라서 X세대와 베이비붐세대의 유의미한 이동행태 분석을 위해 해당 군집 내 40~50대의 이동행태를 분석했다(표19, 표20 참조).

표 19. 4050 X세대 및 베이비붐세대 여행이동행태

4050 Gen X & 베이비붐	활동력	활동반경	자연형	인문형	음식/쇼핑형	레포츠형

이동량분석I

구분	평균 이동량(명)	전체평균 대비(배)	거주지 내 이동		거주지 밖 이동	
			전체이동량 비중 대비(%)	세대-전체(%p) (전체평균 비중 대비 증감률 %)	전체이동량 비중 대비(%)	세대-전체(%p) (전체평균 비중 대비 증감률 %)
2019	1,096,919	2.50	46.38	3.21(7.29)	53.62	-3.21(-5.73)
2020	988,542	2.43	50.92	0.78(1.59)	49.08	-0.78(-1.53)
전체	1,042,730	2.46	48.53	2.14(4.61)	51.47	-2.14(-3.99)

이동량분석II 코로나19영향

구분	거주지 내 이동	거주지 밖 이동	전체
이동증감률	-1.06%	-17.51%	-9.88%

관광목적지 선호

구분		자연 관광지	관광 자원	체험 관광지	휴양 관광지	건축/ 조형물	역사 관광지	문화 시설	음식점	쇼핑	레포츠 소개	육상 레포츠
2019 그룹내 비중(%)		27.67	-	14.11	23.85	1.62	**14.92**	8.51	0.34	8.55	-	0.44
2020 그룹내 비중(%)		28.88	-	13.97	23.63	1.70	14.68	8.44	0.27	7.87	-	0.54
전체	그룹내 비중(%)	28.24	-	14.04	23.75	1.66	14.81	8.48	0.31	8.23	-	0.49
	전체평균 비중대비 증감률(%)	-21.44	-	7.96	24.54	11.62	-11.78	-1.89	54.80	136.78	-	-38.74
	세대비중 - 전체비중 (%p)	-7.71	-	1.04	4.68	0.17	**-1.98**	-0.16	0.11	4.75	-	-0.31

표 20. 4050 X세대 및 베이비붐세대 군집별 여행이동행태

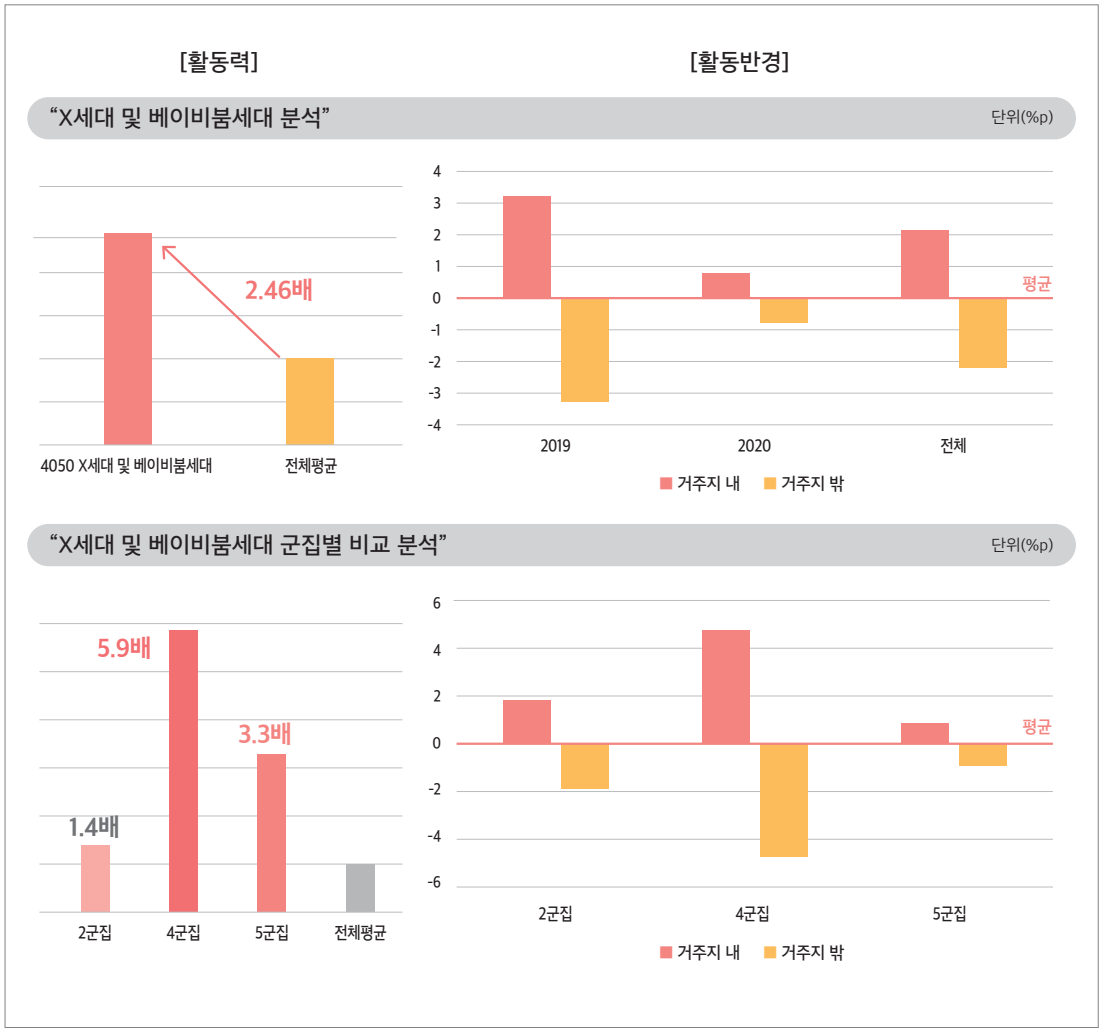
이동량분석I						
구분	평균 이동량(명)	전체평균 대비(배)	거주지 내 이동		거주지 밖 이동	
			전체이동량 비중 대비(%)	세대-전체(%p)	전체이동량 비중 대비(%)	세대-전체(%p)
2군집	591,950	1.40	47.55	1.85	52.45	-1.85
4군집	2,495,826	5.90	51.16	4.77	48.84	-4.77
5군집	1,383,471	3.27	47.30	0.90	52.70	-0.90

이동량분석II 코로나19영향			
구분	거주지내이동(증감률)	거주지밖이동(증감률)	전체(증감률)
2군집	2.55%	-12.93%	-5.90%
4군집	-1.97%	-23.27%	-13.68%
5군집	2.06%	-13.94%	-6.76%

관광목적지 선호												
	구분	자연 관광지	관광 자원	체험 관광지	휴양 관광지	건축/ 조형물	역사 관광지	문화 시설	음식점	쇼핑	레포츠 소개	육상 레포츠
2 군 집	그룹내 비중(%)	34.41	-	12.92	22.20	1.14	16.03	7.60	0.90	4.10	-	0.71
	세대비중 - 전체비중(%p)	-1.54	-	-0.09	3.14	-0.35	-0.75	-1.04	0.70	0.62	-	-0.08
4 군 집	그룹내 비중(%)	22.86	-	15.14	25.53	2.71	13.24	8.74	-	11.78	-	-
	세대비중 - 전체비중(%p)	-13.09	-	2.13	6.46	1.22	-3.54	0.10	-	8.30	-	-
5 군 집	그룹내 비중(%)	26.80	-	14.21	23.74	1.30	14.93	9.09	-	9.25	-	0.67
	세대비중- 전체비중(%p)	-9.15	-	1.20	4.68	-0.19	-1.85	0.45	-	5.77	-	-0.12

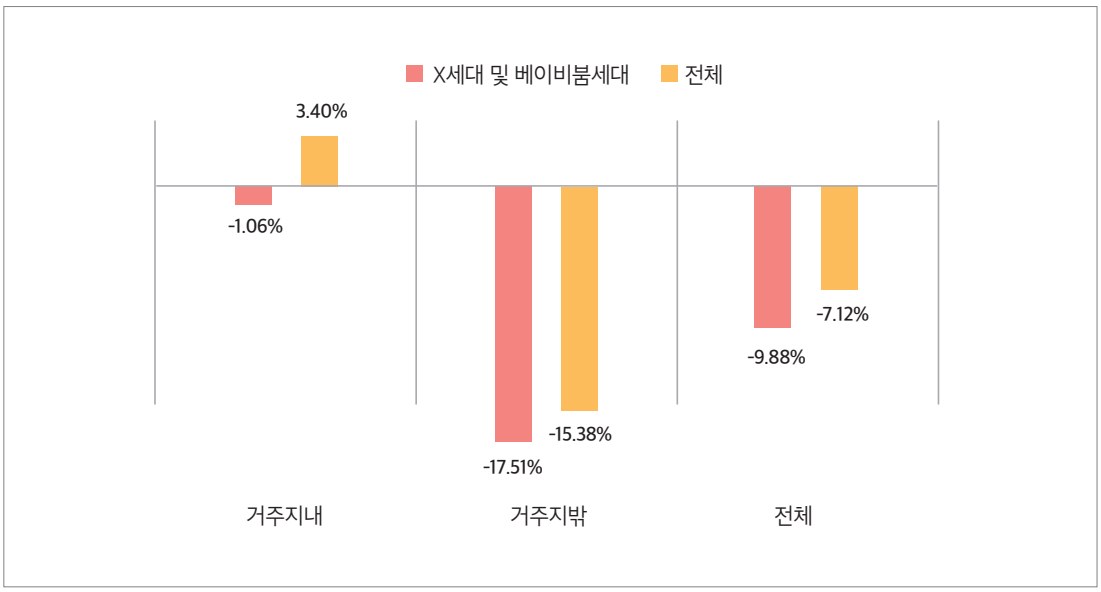
• **(적극적 여행향유자이지만 내부중심형(싸이코센트릭, Psychocentric) 여행가)** 40~50대 X세대 및 베이비붐세대의 관광이동량은 평균을 약 2.46배 상회하는 것으로 나타났다. 해당 세대를 구성하는 군집 모두 전체의 관광이동량 보다 높게 나타나, X세대 및 베이비붐세대의 적극적인 여행향유 성향을 보여준다(1군집 평균대비 1.40배, 4군집 5.90배, 6군집 3.27배). 활발한 여행향유세대이지만 활동반경은 거주지 내가 상대적으로 높게 나타났다. 전체그룹의 평균적인 활동반경에 비해 X세대 및 베이비붐세대는 거주지 내의 접근성이 좋은 공간에서 약 2.14%p 더 많은 비중으로 관광활동을 즐기는 것으로 나타났다. 관광활동력과 활동반경을 통해 살펴본 X세대 및 베이비붐세대의 관광이동행태는 내부중심적 성향(Psychocentric)을 지닌 활동적 여행가의 모습으로 해석된다.

그림 16. 4050 X세대 및 베이비붐세대 여행 활동력과 활동반경



• **(코로나19 시대, 높은 사회자본만큼 위축된 중장년의 여행)** 4050 X세대 및 베이비붐세대는 코로나19의 영향으로 19년 대비 20년의 관광이동이 9.88% 줄어든 것으로 나타났다. 특히 거주지를 벗어난 관광활동이 17.51% 감소한 것으로 나타나 큰 폭의 하락세를 보였고, 거주지 내에서의 여행 또한 1.06% 감소한 것으로 나타났다. 이는 다른 세대에서 코로나19로 인한 장거리 여행의 대안으로 거주지 내에서의 관광행태가 증가한 것과는 다른 양상이다. 가장 활발한 사회활동을 하는 중장년층은 높은 사회자본(Social Capital)[5]만큼 코로나19 이후 사회적 활동의 감소폭 또한 클 것으로 예상한다. 이러한 세대특징이 코로나19 이후 관광이동행태에서도 나타난 것으로 보인다.

그림 17. 4050 X세대 및 베이비붐세대 여행의 코로나19 영향



• **(힐링을 원하는 옴니보어(잡식성) 여행자)** 4050 X세대 및 베이비붐세대는 90년대 한국 자본주의가 폭발적으로 성장하던 황금기에 청년세대를 보내고 민주화체제 이행시기의 중심세대로서 사회·문화적 변화를 다양하게 수용한 경험을 갖고 있다. 따라서 민주화, 황금자본주의, 밀레니얼, 아날로그와 디지털화라는 다양한 사회문화적 변곡점을 거치며 변화를 선도하는 세대특징을 보인다. 이러한 세대특성은 여행행태에서도 나타나는데, 다른 세대에 비해 다양한 성격의 관광목적지를 선호하는 것으로 나타났다.

5) 사회자본(Social Capital)은 경제자본, 문화자본과 함께 자본의 대표적 개념으로 인적·물적 자본에 대응되는 개념이 다. 사회자본에 대해 상세한 정의를 내린 퍼트남(Putnam, 1993)에 의하면 사회자본은 사회연결망, 규범, 신뢰 같은 사회구성원 간 상호이익 증진 및 협력을 위한 특성을 의미한다. 미시적 관점에서는 연결망 구조 속 행위자의 역할에 따라 자원에 접근할 수 있는 권한과 권력이 달라지는 점을 사회적 자본을 설명하는 주요 논점으로 한다(한국개발연 구원, 2007)

- **(생활형관광지부터 핫플까지)** X세대 및 베이비붐세대의 관광행태 중 눈에 띄는 점은 관광목적지의 성격이 다양하다는 것이다. 쇼핑관광지로 분류되는 상설시장의 경우 부평시장(깡통시장), 국제시장, 강릉중앙시장과 같이 최근 관광목적지로 부상하며 소위 '핫플'로 여겨지는 공간과 안양중앙시장, 인천모래내시장, 광주양동시장과 같이 생활공간적 성격이 강한 공간까지 다양한 목적성의 관광목적지를 선호하는 것으로 나타났다. 동일한 쇼핑관광지에 대해서도 시니어세대의 경우 생활공간의 성격이 강한 시장을 선호하는 것으로 나타났으며, MZ세대의 경우 관광목적지로 부상한 핫플 성격이 강한 시장을 선호하는 것으로 나타났다.
- **(힐링을 위한 휴양형·자연형 공간 선호)** 상위 10개 관광목적지 중 휴양 및 자연관광지가 약 70%를 차지할 정도로 휴식을 취할 수 있는 공간에 대한 선호가 높은 것으로 나타났다. 태화강 국가정원, 여의도샛강생태공원, 성산일출봉 등 자연을 여유롭게 감상하고 즐길 수 있는 공간에 대한 선호가 높은 것으로 나타났으며, 목포해상케이블카, 부산송도해상케이블카 등 자연을 감상할 수 있는 유명 관광목적지 및 용마산, 팔달산과 같이 접근성이 높은 도심형 자연관광지 등 성격이 상이한 관광목적지에 대한 다양한 선호를 보였다.

그림 18. 4050 X세대 및 베이비붐세대의 여행목적지 선호도(중분류기준)

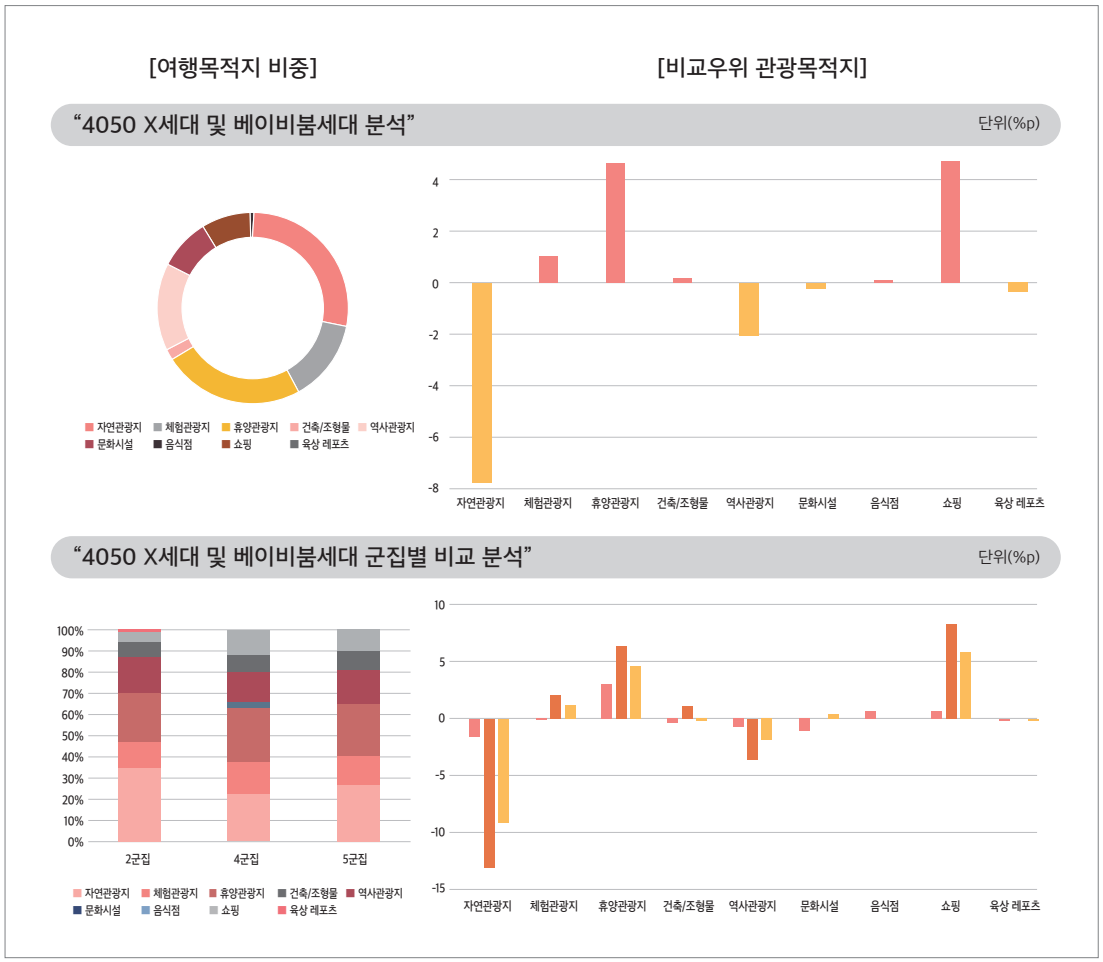


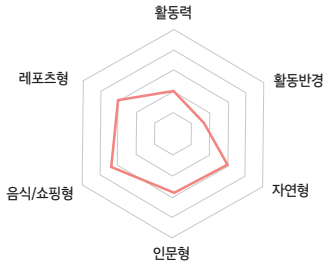
표 21. 4050 X세대 및 베이비붐세대의 관광목적지 선호도(소분류기준)

선호 순위	관광지 소분류	관광지 중분류	20년 기준 전년대비 차이			세대 기준 전체대비 차이			군집별 선호도					
									20년 기준 전년대비 비중차이 (20년 비중 - 19년 비중, %p)			세대 기준 전체대비 비중차이 (전체 비중 - 세대 비중, %p)		
				20년비중 - 19년 비중 (%p)	전년대비 비중의 증감률(%)		X 및 베이비붐 세대비중 - 전체비중 (%p)	전체대비 비중의 증감률(%)	2	4	5	2	4	5
1	공원	휴양관광지	▲	0.32	-12.24	▼	-1.95	2.33	0.82	-2.95	-0.98	2.16	1.10	-1.97
2	이색거리	체험관광지	▼	-0.65	-4.35	▼	-0.50	-5.70	-0.11	-2.17	-0.20	2.72	-1.32	0.07
3	상설시장	쇼핑	▼	-0.67	15.48	▲	1.10	-7.89	0.27	-1.71	-1.63	4.65	-1.09	2.12
4	유적지/사적지	역사관광지	▲	0.22	-8.59	▼	-0.64	3.24	0.10	-1.55	0.53	2.41	-0.02	-2.07
5	테마공원	휴양관광지	▼	-0.12	12.00	▲	0.57	-2.20	-0.97	1.77	-0.18	-1.68	0.67	0.39
6	산	자연관광지	▲	1.10	11.78	▲	0.53	24.42	0.46	-0.86	3.10	3.26	0.39	0.52
7	해수욕장	자연관광지	▼	-0.44	6.88	▲	0.31	-8.79	0.18	0.66	-1.15	1.11	-0.21	-0.92
8	자연생태관광지	자연관광지	▲	0.03	14.93	▲	0.48	0.76	0.13	1.41	-0.35	-0.81	0.17	0.68
9	수목원	자연관광지	▲	0.11	11.51	▲	0.36	3.22	-0.07	1.59	-	-	0.28	1.53
10	섬	자연관광지	▲	0.19	-18.14	▼	-0.71	6.04	-0.18	-0.38	0.04	-3.22	0.51	-0.57
11	박물관	문화시설	▲	0.20	-14.77	▼	-0.55	6.43	-0.03	-0.02	0.36	-0.38	-0.11	-1.69
12	전시관	문화시설	▼	-0.12	14.10	▲	0.39	-3.82	-0.02	-1.05	0.06	0.63	-0.40	1.95
13	성	역사관광지	▲	0.09	28.24	▲	0.60	3.47	-0.25	1.38	0.33	-0.46	0.32	0.72
14	관광단지	휴양관광지	▼	-0.25	-25.10	▼	-0.70	-11.56	-0.25	-1.30	-0.30	-1.16	-0.26	0.32
15	사찰	역사관광지	-	0.00	-	▼	-0.40	0.22	-0.20	1.37	-	-	0.08	-1.53
16	이색체험	체험관광지	▲	0.21	-8.62	▼	-0.16	13.26	0.34	0.33	-0.09	-1.01	0.22	-0.53
17	온천/욕장/스파	휴양관광지	▼	-0.19	8.74	▲	0.14	-10.61	-0.07	-0.24	-0.43	1.25	-0.01	-0.69
18	기념탑/기념비/전망대	건축/조형물	▲	0.06	13.96	▲	0.19	4.13	-0.09	-0.23	0.35	1.32	0.00	-0.09

선호 순위	관광지 소분류	관광지 중분류	20년 기준 전년대비 차이			세대 기준 전체대비 차이			군집별 선호도					
									20년 기준 전년대비 비중차이 (20년 비중 - 19년 비중, %p)			세대 기준 전체대비 비중차이 (전체 비중 - 세대 비중, %p)		
				20년비중 - 19년 비중 (%p)	전년대비 비중의 증감률(%)		X 및 베이비붐 세대비중 - 전체비중 (%p)	전체대비 비중의 증감률(%)	2	4	5	2	4	5
19	국립공원	자연관광지	▼	-0.11	30.25	▲	0.34	-7.54	-0.16	0.56	0.14	-0.16	-0.03	0.48
20	호수	자연관광지	▲	0.24	18.57	▲	0.21	19.71	0.19	-0.31	0.55	1.21	0.20	-0.04
21	고궁	역사관광지	▼	-0.28	20.31	▲	0.20	-21.37	-0.11	-0.06	-	-	-0.79	2.32
22	민속마을	역사관광지	▼	-0.23	-3.88	▼	-0.05	-18.02	-0.28	0.11	-	-	-0.51	0.86
23	항구/포구	자연관광지	▲	0.16	29.48	▲	0.25	15.61	0.21	0.74	-	-	0.29	0.49
24	고택	역사관광지	▼	-0.03	17.19	▲	0.13	-3.14	0.05	-0.04	-0.15	0.95	0.07	-0.12
25	미술관/화랑	문화시설	▼	-0.04	-3.32	▼	-0.03	-4.03	0.04	-0.06	-	-	-0.18	0.67
26	도립공원	자연관광지	▲	0.08	29.46	▲	0.20	9.50	0.04	0.05	0.28	0.90	-	-
27	어촌	자연관광지	▲	0.09	37.34	▲	0.23	11.64	0.05	0.24	0.19	0.09	0.10	-0.17
28	관광농원	체험관광지	▲	0.13	17.72	▲	0.12	17.67	0.17	0.33	-	-	0.20	0.53
29	유원지	휴원관광지	▲	0.03	20.82	▲	0.12	3.83	0.08	1.00	-	-	0.06	0.14
30	자연휴양림	자연관광지	▲	0.04	-10.70	▼	-0.09	1.91	0.07	-0.19	-0.02	-0.01	-0.03	-0.34
31	기념관	문화시설	▲	0.06	-0.73	-	0.00	9.04	0.03	0.11	-	-	0.07	0.08
32	컨벤션센터	문화시설	▼	-0.16	-10.17	▼	-0.07	-23.87	-0.10	-0.42	-0.45	1.33	-	-
33	해안절경	자연관광지	▼	-0.10	-17.27	▼	-0.11	-16.71	-0.18	0.13	-	-	-0.04	0.04
34	스키/스노보드	레포츠소개	▲	0.11	-6.96	▼	-0.04	24.94	0.13	0.42	-	-	0.19	0.15
35	강	자연관광지	▲	0.04	20.17	▲	0.06	10.96	0.12	0.39	-	-	0.08	0.35
36	이색음식점	음식점	▼	-0.08	10.89	▲	0.03	-21.89	-0.23	0.49	-	-	-	-

선호 순위	관광지 소분류	관광지 중분류	20년 기준 전년대비 차이			세대 기준 전체대비 차이			군집별 선호도					
									20년 기준 전년대비 비중차이 (20년 비중 - 19년 비중, %p)			세대 기준 전체대비 비중차이 (전체 비중 - 세대 비중, %p)		
				20년비중 - 19년 비중 (%p)	전년대비 비중의 증감률(%)		X 및 베이비붐 세대비중 - 전체비중 (%p)	전체대비 비중의 증감률(%)	2	4	5	2	4	5
37	폭포	자연관광지	▼	-0.25	37.33	▲	0.08	-59.09	-0.57	0.40	-	-	-	-
38	농.산.어촌 체험	체험관광지	▲	0.06	-34.20	▼	-0.14	23.65	0.07	0.04	-	-	-	-
39	동굴	자연관광지	▲	0.02	-31.34	▼	-0.08	9.30	0.00	0.27	-	-	-	-
40	산사체험	체험관광지	▲	0.11	30.86	▼	0.04	91.62	0.24	0.29	-	-	-	-
41	계곡	자연관광지	▲	0.01	-22.58	▼	-0.05	4.19	0.02	0.23	-	-	-	-
42	등대	자연관광지	▲	0.03	37.63	▲	0.03	34.12	0.05	0.11	-	-	-	-
43	생가	역사관광지	-	0.00	-22.75	▼	-0.03	-2.62	-0.01	0.00	-	-	-	-
44	종교성지	역사관광지	▼	-0.02	-45.53	▼	-0.07	-23.11	-0.03	-0.05	-	-	-	-
45	유명건물	건축/조형물	▲	0.02	-18.91	▼	-0.02	21.91	0.02	0.00	-	-	-	-
46	안보관광	역사관광지	▲	0.02	-69.80	▼	-0.09	55.11	0.05	-0.03	-	-	-	-

6070 시니어세대: 자연친화형 일상여행자



01 소극적 일상여행자
02 생활관광으로 극복하는 코로나블루
03 산과 바닷가 마을을 사랑하는 자연친화형 여행자

• 시니어세대는 군집분석 결과 군집3에 60대의 73.84%, 70대 이상이 92.57% 이상 집중되어 있는 것으로 나타났다. 따라서 시니어세대의 유의미한 이동행태를 분석하기 위해 군집3의 시니어세대를 심층적으로 분석했다(표22 참조).

표 22. 6070 시니어세대 여행이동행태

6070 Gen 시니어	활동력	활동반경	자연형	인문형	음식/쇼핑형	레포츠형

이동량분석I

구분	평균 이동량(명)	전체평균 대비(배)	거주지 내 이동		거주지 밖 이동	
			전체이동량 비중 대비(%)	세대-전체(%p) (전체평균 비중 대비 증감률 %)	전체이동량 비중 대비(%)	세대-전체(%p) (전체평균 비중 대비 증감률 %)
2019	114,765	0.26	47.15	3.15(7.16)	52.85	-3.15(-5.63)
2020	122,064	0.30	53.79	4.81(9.82)	46.21	-4.81(-9.43)
전체	118,414	0.28	50.57	4.18(9.00)	49.43	-4.18(-7.79)

이동량분석II 코로나19영향

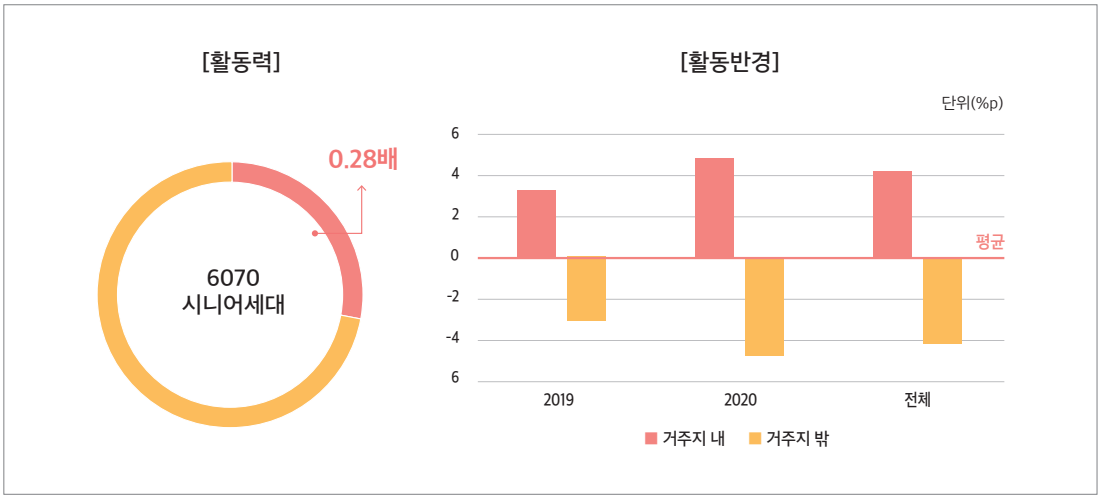
구분	거주지 내 이동	거주지 밖 이동	전체
이동증감률	21.33%	-7.00%	6.36%

관광목적지 선호

구분		자연 관광지	관광 자원	체험 관광지	휴양 관광지	건축/ 조형물	역사 관광지	문화 시설	음식점	쇼핑	레포츠 소개	육상 레포츠
2019 그룹내 비중(%)		34.30	0.14	12.23	21.57	1.95	**17.66**	7.98	0.33	3.20	0.04	0.61
2020 그룹내 비중(%)		32.57	0.13	12.74	21.39	1.87	17.17	8.79	0.29	4.34	0.08	0.62
전체	그룹내 비중(%)	33.41	0.13	12.49	21.48	1.91	17.40	8.40	0.31	3.78	0.06	0.62
	전체평균 비중대비 증감률(%)	-7.05	-73.22	-3.98	12.66	28.41	3.71	-2.81	55.80	8.84	-38.16	-22.52
	세대비중 - 전체비중(%p)	-2.54	-0.36	-0.52	2.41	0.42	**0.62**	-0.24	0.11	0.31	-0.04	-0.18

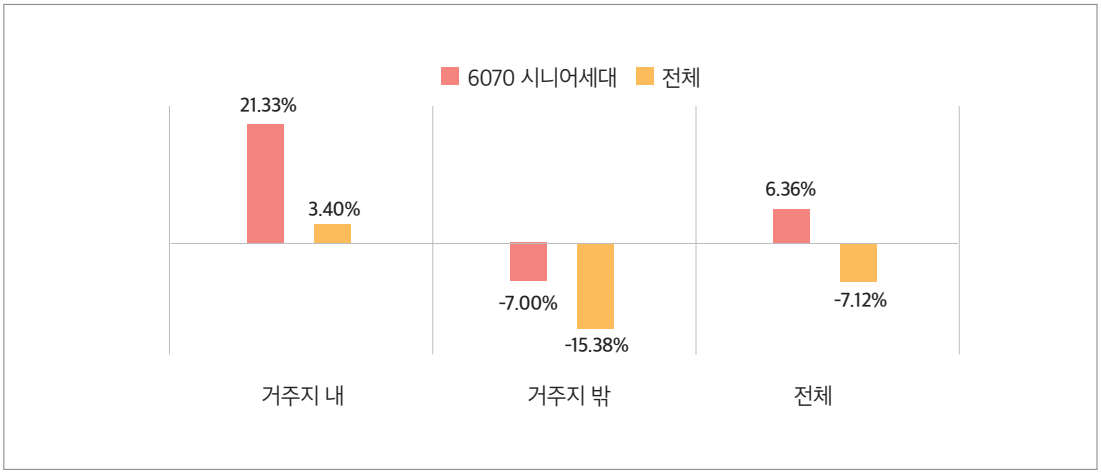
• **(소극적 일상여행자)** 6070 시니어세대의 관광이동량은 평균에 비해 0.28배 적은 것으로 나타나 시니어세대의 소극적인 여행향유 성향을 보여준다. 또한 모든 세대 중 거주지 내에서의 이동이 상대적으로 가장 많은 것으로 나타났다. 전체그룹의 평균적인 거주지 인근 여행활동에 비해 시니어세대는 4.18%p 더 높은 비중을 보였다. 여행에 대한 활력이 낮고 활동반경 또한 좁은 소극적 일상여행 행태를 보인다.

그림 19. 6070 시니어세대 여행 활동력과 활동반경



• **(생활관광으로 극복하는 코로나블루)** 시니어세대는 코로나19로 인한 관광이동이 증가한 유일한 세대이다. 모든 세대가 코로나19의 영향으로 20년 관광이동이 감소한데 반해 시니어 세대는 19년 대비 6.36%의 관광이동 증가를 보였다. 시니어세대의 관광이동 증가를 견인한 것은 거주지 내에서의 관광활동 증가이다. 19년 대비 20년 시니어세대의 거주지 내 이동은 21.33% 증가한 것으로 나타났다. 특히 생활관광공간 중 대구앞산공원, 한강시민공원 같은 거주지 내 공원에 대한 선호가 증가한 것으로 나타났다(전년대비 선호비중 대비 18.92% ↑).

그림 20. 6070 시니어세대 여행의 코로나19 영향



• **(산과 바닷가 마을을 사랑하는 자연친화형 여행자)** 시니어세대가 선호하는 관광목적지를 살펴보면 사찰, 섬 등 자연친화적 공간이 주를 이룬다. 특히 사찰과 섬은 다른 세대와 비교했을 때 선호도가 특히 높은 것으로 나타났다(전체대비 비중차이: (사찰) 4.27%p ↑, (섬) 2.03%p ↑, 전체 선호비중 대비: (사찰) 194.59%, (섬) 51.65%).

- 무의도, 해운대 동백섬, 교동도 등 도심과 가까운 섬부터 외달도, 신수도, 추자도 등 청정지역 성격을 강하게 나타내는 목적지까지 다양한 섬에 대한 선호가 나타났다.
- 또한 다양한 산과 사찰로의 관광이동을 목격할 수 있다. 청계산, 용마산, 소요산, 수락산 등 인구가 집중된 수도권 인근산에 대한 선호가 특히 높게 나타났으며, 수덕사, 보문사 등 유명사찰과 경주 불국사, 통도사와 같은 세계문화유산, 망경암, 삼막사, 능인선원 같은 수도권 인근의 접근성이 좋은 사찰까지 다양한 종류의 사찰에 대한 선호가 높게 나타났다.

그림 21. 6070 시니어세대의 관광목적지 선호도(중분류기준)

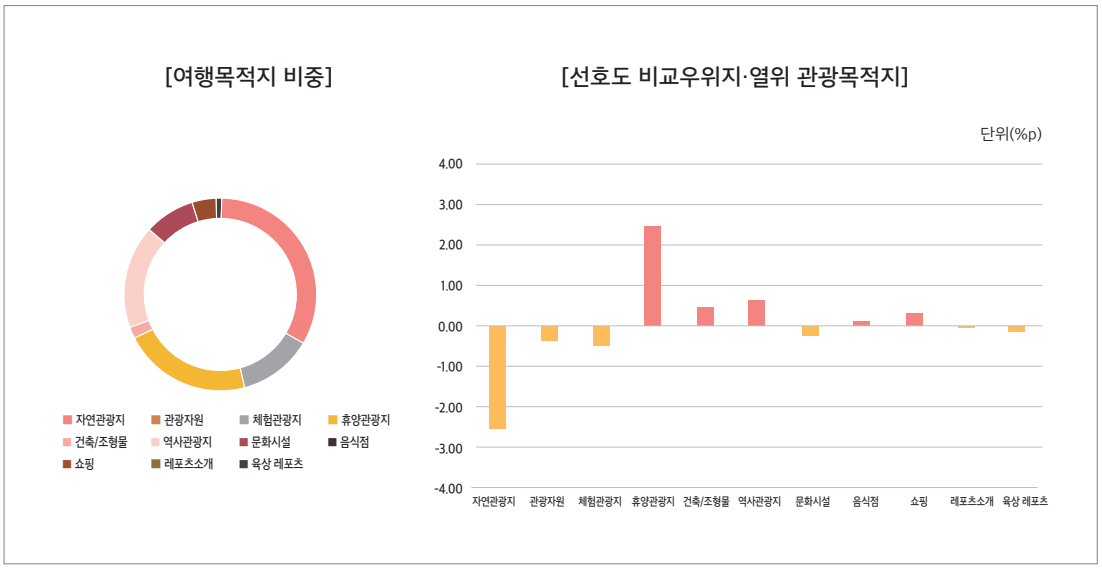


표 23. 6070 시니어세대의 관광목적지 선호도(소분류기준)

선호 순위	관광지 소분류	관광지 중분류	20년 기준 전년대비 차이			세대 기준 전체대비 차이		
			20년비중 - 19년 비중 (%p)		전년대비 비중의 증감률(%)	시니어세대비중 - 전체비중 (%p)		전체대비 비중의 증감률(%)
1	공원	휴양관광지	▲	1.30	18.92	▼	-6.99	-43.92
2	사찰	체험관광지	▼	-0.21	-0.52	▲	4.27	194.59
3	섬	휴양관광지	▼	-0.63	-7.60	▲	2.03	51.65
4	이색거리	역사관광지	▲	0.82	17.98	▼	-5.62	-48.63
5	유적지/사적지	자연관광지	▲	0.26	8.12	▼	-2.35	-31.48
6	테마공원	문화시설	▼	-0.86	-13.50	▲	0.30	6.29
7	산	쇼핑	▼	-0.38	-5.23	▲	0.28	6.25
8	자연생태관광지	자연관광지	▼	-0.21	-1.81	▲	1.39	42.83
9	수목원	휴양관광지	▼	-0.19	-1.48	▲	1.36	43.43
10	박물관	역사관광지	▲	0.39	13.81	▲	0.03	0.92
11	해수욕장	자연관광지	▼	-0.26	-4.50	▼	-0.84	-18.73
12	관광단지	체험관광지	▼	-0.38	-9.38	▲	0.25	8.96
13	이색체험	역사관광지	▲	0.26	11.92	▲	1.15	60.93
14	상설시장	휴양관광지	▲	1.22	55.12	▼	-4.13	-57.93
15	온천/욕장/스파	자연관광지	▼	-0.47	-13.02	▲	1.28	82.54
16	전시관	자연관광지	▲	0.27	15.97	▼	-0.50	-18.11
17	자연휴양림	자연관광지	▼	0.35	-13.95	▲	1.17	145.56
18	민속마을	문화시설	▼	-0.46	-20.85	▲	0.56	45.46
19	농.산.어촌 체험	자연관광지	▲	0.17	13.02	▲	1.33	318.55
20	해안절경	휴양관광지	▼	-0.10	-3.81	▲	0.92	139.48
21	성	체험관광지	▲	0.07	7.44	▼	-0.66	-30.92
22	호수	쇼핑	▼	-0.03	0.30	▲	0.29	25.61
23	기념탑/기념비/전망대	휴양관광지	▼	-0.03	0.61	▲	0.03	2.22
24	기념관	문화시설	▲	0.06	7.54	▲	0.69	103.40
25	미술관/화랑	자연관광지	▼	0.30	30.55	▲	0.48	68.66
26	관광농원	역사관광지	▼	-0.11	-6.35	▲	0.48	68.66
27	국립공원	체험관광지	▲	0.02	4.29	▲	0.06	5.62
28	항구/포구	자연관광지	▲	0.26	29.17	▲	0.30	35.19
29	스키/스노보드	역사관광지	▼	-0.07	-5.51	▲	0.31	58.99
30	동굴	자연관광지	▼	-0.24	-25.61	▲	0.48	188.35
31	종교성지	건축/조형물	▲	0.12	21.42	▲	0.55	355.84
32	유원지	문화시설	▼	-0.07	-8.29	▲	0.05	8.19
33	도립공원	문화시설	▼	-0.15	-19.14	▼	-0.04	-6.20
34	어촌	체험관광지	▲	0.01	3.87	▲	0.01	1.76
35	계곡	자연관광지	▼	-0.10	-17.38	▲	0.27	127.01

선호 순위	관광지 소분류	관광지 중분류	20년 기준 전년대비 차이			세대 기준 전체대비 차이		
			20년비중 - 19년 비중 (%p)		전년대비 비중의 증감률(%)	시니어세대비중 - 전체비중 (%p)		전체대비 비중의 증감률(%)
36	군립공원	자연관광지	-	0.00	2.45	▲	0.38	550.51
37	강	레포츠소개	▼	-0.02	-2.23	▲	0.13	43.26
38	안보관광	자연관광지	▼	-0.11	-20.91	▲	0.31	245.35
39	이색찜질방	역사관광지	▼	-0.06	-10.65	▲	0.34	492.94
40	고궁	휴양관광지	▼	-0.14	-28.35	▼	-0.58	-59.13
41	고택	자연관광지	–	0.00	-	▼	-0.35	-46.96
42	컨벤션센터	자연관광지	▲	0.15	51.46	▼	-0.27	-41.51
43	폭포	자연관광지	▼	-0.23	-48.36	▲	0.12	54.58
44	생가	자연관광지	▼	-0.01	1.13	▲	0.23	195.13
45	유명건물	자연관광지	▼	-0.06	-15.24	▲	0.23	237.91
46	기암괴석	역사관광지	▼	-0.02	-6.09	▲	0.18	551.82
47	이색음식점	휴양관광지	▼	-0.01	-5.35	▼	-0.10	-34.95
48	터널	역사관광지	▲	0.09	128.67	▲	0.09	383.75
49	문화전수시설	역사관광지	▼	-0.01	-8.06	▲	0.08	425.78
50	육상레포츠	문화시설	▲	0.08	126.22	▲	0.09	477.39
51	등대	자연관광지	▲	0.02	32.94	▲	0.02	30.88
52	산사체험	역사관광지	▲	0.06	105.76	▼	-0.04	-28.77
53	문화원	건축/조형물	▲	0.06	2660.77	▲	0.02	392.11
54	야영장, 오토캠핑장	관광자원	▲	0.02	231.09	▲	0.02	468.91
55	희귀동.식물	음식점	–	0.00	-	▲	0.02	538.65
56	헬스투어	건축/조형물	–	0.00	-	▲	0.01	633.65
57	전통체험	문화시설	-	0.00	-	-	0.00	-

결 론

1. 결과요약
2. 연구의 의의와 한계

V. 결론

1. 결과요약

• 통신빅데이터를 활용한 세대별 여행행태 변화를 분석한 결과 전반적인 관광의 흐름은 이동을 줄이고 사람의 밀집도가 적은 곳으로 이동하는 특성을 보였다. 하지만 세대별로 이러한 관광행태는 차이를 보인다. 본 연구는 세대를 10대 Z세대, 2030 MZ세대, 4050 X세대 및 베이비붐세대, 6070 시니어세대로 구분하여 각 세대에서 특징적으로 나타나는 관광행위를 분석하였다.

10대 Z세대, 체험학습형 여행자

• 학생이 주를 이루는 10대 Z세대의 경우 다른 세대에 비해 관광활동과 반경이 모두 위축된 모습을 보였다(평균대비 이동량의 26%, 거주지 내 관광이동 전체 비중 대비 7.95% ↑). 코로나19에 의한 관광이동 또한 가장 위축된 모습을 보였다(10대 Z세대 21.60% ↓ VS 전체 7.12% ↓). 하지만 10대 Z세대는 다른 세대에 비해 상대적으로 체험, 휴양, 문화시설에 대한 선호도가 높게 나타났으며, 특히 박물관, 미술관 등 학습형 문화시설에 대한 선호도가 높게 나타났다.

2030 MZ세대, 여행의 트렌드리더

• MZ세대의 가장 큰 특징은 다른 세대에 비해 관광활동반경이 넓다는 것이다. MZ세대는 전체세대에 비해 거주지 외로 이동하는 비중이 7.47%p 높게 나타났다. 또한 고유의 장소성(Placeness)이 강조된 관광목적지에 대한 선호가 높게 나타났는데 이색거리에 대한 선호는 전체세대의 선호비중 대비 68.06% 높게 나타났다. 이러한 특성은 쇼핑관광지 선호도에서도 나타나는데 부평시장(깡통시장), 동진시장(연남동 일대), 국제시장, 강릉중앙시장 등 장소성이 부각 되어 관광목적지로 부상하고 있는 지역특화형 시장이 상위방문지에 올라 있다.

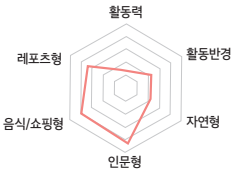
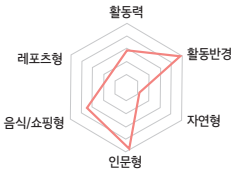
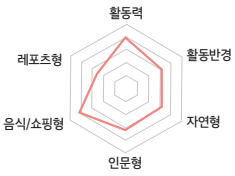
4050 X세대 및 베이비붐세대, 옴니보어형 (잡식성) 여행자

• X세대의 관광이동량은 전체세대 평균 이동량의 2.46배에 이를 정도로 모든 세대 중 가장 높은 관광활동 특징을 보인다. 또한 관광목적지에 대한 선호도는 비교적 고른 특성을 보이고 있다. 보다 세부적으로 X세대의 선호관광목적지를 살펴보면 핫플부터 생활형 공간까지 다양한 선호를 보임을 알 수 있다. 예를 들어 쇼핑관광지의 경우, MZ세대가 선호하는 관광형시장(부평시장(깡통시장), 국제시장, 강릉중앙시장 등)부터 시니어세대가 선호하는 생활형 시장(인천모래내시장, 안양중앙시장, 광주양동시장 등)까지 선호의 스펙트럼이 넓은 것으로 나타났다. 또한 상위 10개 관광목적지 중 휴양과 자연관광지가 7개에 이를 정도로 자연을 즐기고 휴식공간을 선호하는 것으로 나타나 힐링을 추구하는 여행자의 특성을 보였다.

6070 시니어세대, 지연친화형 일상여행자

• 시니어세대의 경우 모든 세대 중 유일하게 19년 대비 관광이동이 증가한 세대이다(전년대비 6.36% 증가). 이는 거주지 밖으로의 이동이 제한되며 거주지 내에서의 관광이동이 활발해진 결과이다. 특히 대구 앞산공원, 한강시민 공원과 같은 거주지 인근의 공원에 대한 선호 비중이 전년대비 18.92% 증가하며 생활형 관광공간에 대한 선호가 증가한 것을 확인할 수 있다. 또한 시니어세대가 다른세대와 다른 특별한 특징 중 하나는 사찰, 섬과 같은 자연친화적 관광지에 대한 선호가 매우 높다는 것이다. 전체 세대의 선호비중 대비 사찰은 194.59%, 섬은 51.65% 높은 것을 알 수 있다.

그림 22. 주요연구결과

	10대 Z세대	2030대 MZ세대	X& 베이비붐 세대	시니어 세대
	체험학습형 여행자	여행의 트랜드리더	옴니보어형(잡식성) 여행자	자연친화형 일상여행자
종합 분석				
활동력 활동반경	• 여행의 기회가 적고 거주지 인근에서 여행활동을 즐기는 소극적 여행자	• 일상을 벗어난 새로움을 추구하는 활동적 여행세대	• 적극적 여행향유자이지만 내부중심형(싸이코센트릭) 여행가	• 소극적 일상여행자
코로나 19 영향	• 코로나19에 의해 더욱 위축된 여행세대	• 코로나19. 일상의 여행화! 생활관광의 증가	• 활발한 사회관계만큼 코로나19 이후 위축된 중장년의 여행	• 생활관광으로 극복하는 코로나블루
선호 관광지	• 체험형·학습형 여행목적지 선호	• 문화를 탐미하고 새로운 여행지를 발굴하는 적극적 여행자	• 힐링을 원하는 옴니보어 여행자	• 산과 바닷가 마을을 사랑하는 자연친화형 여행자

2. 연구의 의의와 한계

• 코로나19의 발생과 함께 관광의 패러다임이 변화하고 있다. 급변하는 시기에 우리는 변화에 대응할 수 있는 시의성 있는 관광행태 분석을 통해 변화의 본질을 파악해야 한다.

• 본 연구는 한국관광빅데이터랩의 통신빅데이터를 활용해 세대별 관광행태를 분석함으로써 코로나19에 따른 관광행태 변화의 본질을 파악하고 세대별 특징을 확인할 수 있었다.

• 또한 빅데이터에 기반한 관광행태분석은 관광정책을 수립하고 의사결정을 하는데 보다 객관적이며 시의성 있는 자료를 제공할 수 있다. 본 연구는 코로나19 전후의 관광이동흐름을 분석함으로써 코로나19로 인한 관광의 영향을 확인하고 포스트 코로나19에 대비한 정책수립에 객관적 근거자료로 활용될 수 있다는 점에 의의가 있다.

• 하지만 본 연구는 통신데이터가 가지고 있는 정보의 한계로 세대를 보다 엄밀히 구분하지 못한 한계를 지니고 있다. 또한 분석대상인 한국관광공사의 관광관심지점은 그동안 관광목적지로 사랑받던 공간에 대한 정보는 풍부하지만 새롭게 부상하는 관광지 등에 대한 정보에는 한계가 존재한다. 따라서 향후 연구에서는 관광이동에 대한 인구통계학적 특성과 다양한 장소정보를 확보할 수 있는 방안에 대한 고려가 필요하며, 이를 통해 보다 시의성 있고 신뢰성을 담보한 연구를 수행할 필요가 있다.

참고문헌

김덕기·조아라(2014). ***생애주기별 국내관광 행태분석,*** 한국문화관광연구원

김성혁·오은지·권상미(2009). 관광지선택속성에 대한 세대별 비교. ***관광레저연구***, 21(2)호, 167-182.

김은희(2020). 코로나19로 바라본 관광의 위기와 변화. ***2020 한국의 사회동향***. 통계개발원

박근화(2020). 코로나19로 인한 국민의 국내 여행 행태 변화. ***한국관광정책 winter no.82***, 한국문화관광연구원

우천식·김태종(2007). ***한국 경제·사회와 사회적 자본***. 한국개발연구원.

윤혜진·김영문·김은희(2016). 세대별 여가 인식, 활동 그리고 행복의 관계. ***관광레저연구, 28(12)***, 353-370.

이미숙 · 박윤주(2020). 대한민국 국민의 세대별 국내여행 방식 및 만족도 영향요인. *Information Systems Review, 22(2)*, 137-166.

이은희·김경자·이성림·유현정·차경욱·이영애·이준영(2015). 세대별 가계경제구조 비교분석. ***소비자정책교육연구, 11(2***). 197-227.

컨슈머인사이트(2021). ***TRAVEL 분석으로 본 20-21 국내여행 트렌드***.

컨슈머인사이트(2021). ***2020-20211 여행시장 동향과 전망.***

한국관광공사(2020). ***2021 빅데이터 활용 관광트렌드 분석***

Bengston, V. L., & Troll, L.(1978). Youth and their parents: Feedback and intergenerational influence in socialization. (pp. 215-240) in R. Lerner and G. Spanier, Child influences on Marital and Family Interaction, NY: ***Academic Press. 2009,*** 167-182.

Hair, J. F., Jr., & Black, W. C. (2000). ***Cluster analysis. In L. G. Grimm & P. R. Yarnold (Eds.), Reading and understanding MORE multivariate statistics.*** American Psychological Association

Kertzer, D. I.(1983). Generation as a sociological problem. A***nnual Review of Sociology, 9,*** 125-149.

Macky, K., Gardner, D., Forsyth, S., Twenge, J. M., & Campbell, S. M. (2008). Generational differences in psychological traits and their impact on the workplace. ***Journal of managerial psychology.***

Markert, J.(2004). Demographics of age: Generational and cohort confusion. *Journal of Current Issues & Research in Advertising, 26(2)*, 11-25.

Putnam, R. (1993). The prosperous community: Social capital and public life. *The american prospect 13(4)*.

빅데이터에 남겨진 세대별 여행기록

코로나19 영향을 중심으로

DATA & TOURISM

한국관광공사
KOREA TOURISM ORGANIZATION