Korea
Be Inspired

# 방한 인센티브여행 실태조사

2013.10

한국관광공사
KOREA TOURISM ORGANIZATION

# 보고서 목차


제1장 조사개요 1

제2장 조사결과분석

Ch1. 인센티브여행 전문가 심층인터뷰 7

1) 인센티브여행목적지로서의 한국의 경쟁력 9
2) 여행 목적지로서의 한국의 이미지 12
3) 한국 및 타국가의 관광 홍보물에 대한 평가 15
4) 인센티브여행 목적지로서의 한국의 발전가능성 19
5) 선호하는 인센티브 여행 프로그램 21

Ch2. 인센티브여행 전문가 대상 설문조사결과 23

Ch3. 방한 인센티브 여행 참가자 설문조사 결과 46

1) 전체참가자 46
2) 중국 73
3) 일본 85
4) 태국 97
5) 말레이시아 109
6) 인도네시아 121

제3장 결론 및 시사점 133

# 제1장 조사개요

1. 조사배경 및 목적
2. 조사개요
3. 조사설계
4. 조사항목

# 1. 조사배경 및 목적

## 조사배경

✓ MICE산업의 성장과 더불어 기업이 동기부여 차원에서 제공하는 인센티브여행이 확대되면서 인센티브여행 시장에 대한 관심과 유치노력이 증가되고 있음

✓ MICE산업에서 차지하는 인센티브여행의 비중 증가와 중국, 아시아 등 근거리 인접시장의 인센티브여행 수요 확대에 따라 방한 인센티브여행의 시장규모가 증가하는 추세를 나타내고 있음

✓ 하지만, 인센티브여행에 대한 현황 및 실태를 다룬 기초적 자료가 부족한 실정임

✓ 이에, 관련 주체들을 대상으로 한 실태조사를 통해 방한인센티브여행의 경쟁력을 파악하고 지속적 성장을 위한  지원방안을 마련할 수 있을 것임

## 조사목적

✓ 인센티브여행 주최 및 기획자, 방한인센티브여행 참가자 대상으로 한 심층인터뷰 및 실증조사를 통해 방한 인센티브여행의 실태를 파악하여 향후 방한 인센티브여행 개선방안 및 체계적인 유치 마케팅 전략수립을 위한 기초 자료로 활용하고자 함

## 2. 조사개요

| 조사 대상 | 주요 조사 내용 | 활용 |
|---|---|---|
| 인센티브 여행 전문가 (주최 및 기획자) | 인센티브여행 목적지로서의 한국의 경쟁력 인식 및 이미지 파악<br>한국의 관광홍보활동에 대한 인식 및 타 국가와의 비교<br>인센티브여행 지원에 대한 인지여부 및 평가, 타 국가의 지원 비교인식<br>인센티브여행 목적지 결정시 고려사항<br>한국인센티브여행 수용태세에 대한 평가<br>인센티브여행 목적지로서의 발전가능성 인식 | 향후 방한 인센티브 여행 개선 및 유치 마케팅 전략수립을 위한 자료 제공 |
| 방한 인센티브 여행 참가자 | 참가자의 여행행태, 여행목적지로서의 장점 인식 및 이미지 파악<br>여행목적지로서의 선호도와 타 국가에 대한 여행선호도와의 비교<br>인센티브여행 참가자의 선호 관광활동, 항목별 여행지출액, 쇼핑품목 파악<br>방한인센티브여행 수용태세 평가 및 만족도<br>방한인센티브여행 프로그램에 대한 평가 및 개선방향<br>인센티브여행 목적지로서의 한국의 발전가능성 | |

# 3. 조사설계

| | 인센티브여행 전문가 | | 방한인센티브 참가자 |
|---|---|---|---|
| | 인센티브여행 전문가 | | 인센티브여행 참가자 |
| 조사방법 | 심층인터뷰 및 설문조사 | 온라인설문조사 | 일대일 면접 설문조사 |
| 조사대상 | KME 참석 바이어 | 해외 인센티브 전문가 | 방한인센티브여행 참가자 |
| 수행방법 | KME현장에서 방한 MICE 주최 및 기획자 대상 심층 인터뷰 진행 | 여행사 및 기업 MICE 담당자 대상 온라인 설문조사 | 여행사담당자와 협의하여 여행일정 후반기에 진행 |
| 표본크기 | 103명 | 214명 | 935명 |
| 조사길이 | 심층인터뷰: 15~20분<br>설문조사 : 5~10분 | 5~10분 | 5~10분 내외 |
| 조사시기 | 2013년 6월 26일 ~ 27일 | 2013년 8월 21일 ~ 10월 18일 | 2013년 8월 23일 ~ 9월 28일 |

# 4. 조사항목_인센티브여행 전문가 조사

## 인센티브여행 전문가

| 측정내용 | 측정 항목 |
|---|---|
| 심층인터뷰 질문 | -인센티브여행목적지로서의 한국의 경쟁력<br>-여행목적지로서의 한국의 이미지<br>-한국 및 타국가의 관광홍보물에 대한 평가<br>-인센티브여행 목적지로서의 한국의 발전가능성<br>-선호하는 인센티브 여행프로그램 |
| 방한인센티브여행 특성 | -인센티브여행 송출실적, 여행단체의 평균 인원수·여행기간·여행상품의 가격<br>-인센티브여행 프로그램, 목적지 선택시 고려사항, 목적지 결정유형, 한국 선호도 |
| 방한인센티브여행의 경쟁력 | -방한인센티브여행 송출여부, 한국으로 여행목적지를 결정한 이유, 방한인센티브여행에 대한 참가자들의 만족수준 및 재송출의사<br>-방한 인센티브여행시 유관기관으로부터의 지원수혜여부, 지원내용 및 지원에 대한 만족<br>-타국가로부터의 지원수혜여부 및 만족, 지원여부가 여행목적지 결정에 미치는 영향<br>-향후 방한인센티브여행 송출계획 및 송출계획 예정국가<br>-인센티브여행 목적지로서 아시아국가들의 경쟁력 평가<br>-방한인센티브여행 수용태세 평가<br>-인센티브여행 목적지로서의 한국의 제약요인 파악<br>-한국의 관광홍보 취득 경로 및 한국관광홍보물의 한국이미지 표현정도 |

# 4. 조사항목_인센티브여행 참가자조사

## 인센티브여행 참가자

| 측정내용 | 측정 항목 |
|---|---|
| 일반적 특성 및 여행특성 | -참가자의 성별, 연령, 국적, 거주도시<br>-이전 해외여행 경험횟수, 이전 인센티브여행 경험횟수, 한국방문 횟수, 방한인센티브여행 횟수 |
| 방한인센티브여행 관련 인식 | -여행일정, 여행목적지로서의 한국의 장점, 여행목적지 결정유형, 선호하는 인센티브여행 목적지<br>-인센티브여행 목적지로서 아시아국가들에 대한 선호도<br>-한국에 대한 이미지(인지적 이미지, 정서적 이미지, 관광 이미지) |
| 방한인센티브여행 행태 | -방한인센티브여행의 프로그램, 이번 여행에서 참여한 활동파악<br>-여행 중 방문지 중 가장 좋았던 곳, 다음 방한여행에서 방문하고 싶은 곳, 한국에서 꼭 하고 싶은 관광활동<br>-한국 관광정보 취득 경로<br>-이번 여행을 위해 회사 및 주관기관에서 지불한 경비, 개인이 지출한 항목별 경비 (쇼핑비, 식음료비, 문화활동비, 오락유흥비, 교통비, 개별관광비<br>-여행 중 구입한 상품과 쇼핑장소<br>-방한인센티브여행 수용태세 평가 및 여행에 대한 만족도와 재방문의도<br>-여행 중 불만사항 혹은 개선사항 |

# 제2장 조사결과 분석

## Ch1. 인센티브여행 전문가 심층인터뷰

1) 인센티브여행목적지로서의 한국의 경쟁력
2) 여행 목적지로서의 한국의 이미지
3) 한국 및 타국가의 관광 홍보물에 대한 평가
4) 인센티브여행 목적지로서의 한국의 발전가능성
5) 선호하는 인센티브 여행 프로그램

# 인센티브 전문가 인터뷰 조사 결과

## >> 1:1 심층 인터뷰

- 인센티브 목적지로서의 한국의 경쟁력으로 인천공항, 컨벤션 시설, 호텔 등의 인프라 구축과 핸드폰, 자동차 등의 선진 기술력 그리고 한류와 콘텐츠, 전통문화와 현대 관광자원 등을 언급

- 한국의 이미지는 북한으로 인한 부정적 이미지와 한국의 긍정적 이미지가 혼재되어 있음. 특히, 한류(K-pop, 영화, 드라마)와 쇼핑 그리고 삼성의 브랜드, 월드컵, 북한 등의 이미지를 공통적으로 응답함

- 홍보 부분은 외래관광객의 다변화와 다양한 수요에 맞게 TV와 라디오를 비롯한 다양한 미디어 채널의 홍보물이 가장 인상 깊었다고 응답하였으며, 페이스북이나 블로그, 인터넷 배너 등 온라인 광고, 그리고 현장위주의 전시박람회를 통한 홍보물 등이 기억에 남는다고 응답함

- 한국은 한류스타를 중심으로 한 TV광고와 음식과 자연 문화유산 등이 가장 인상 깊었다고 응답하였으나 다수가 일본, 중국, 동남아시아와 대비하여 광고홍보가 저조하며, 정보 접근성 또한 열악한 편이라고 응답함

- 인센티브 프로그램 중 만족도가 높은 프로그램은 쇼핑과 전통음식, 제주도상품, 그리고 특색 있는 지방의 관광코스, DMZ안보관광, 의료관광, 문화유적지 등을 언급함

- 시장별, 시기별, 그룹별, 가격별 다양한 맞춤 테마의 인센티브여행상품을 요구함

# 1) 인센티브여행목적지로서의 한국의 경쟁력

## Q 1. 한국은 인센티브여행목적지로서 어떤 면에서 경쟁력을 가지고 있다고 생각하십니까?

- 아시아권 응답자들은 지리적인 접근성, 인프라, 한류, 그리고 다양한 음식문화와 쇼핑을 한국의 장점이라고 여겼으며, 동남아국가 응답자는 스키 등 겨울관련 스포츠를 선호함
- 미주와 유럽권에서는 독특한 전통과 현대문화가 공존을 매력요소로 뽑았고, DMZ상품, 호텔과 대중교통 등의 인프라, 인천공항의 편리함과 공항쇼핑을 경쟁력으로 여김
- 아시아와 구미주 모두 핸드폰과 같은 선진 기술력과 안전한 치안상태, 그리고 제주도를 경쟁력으로 언급함

### >> 아시아

- 접근성 (지리적위치)
- 전통음식(건강)
- 한류(K-pop,드라마)
- IT 기술력 (삼성현대)
- 쇼핑(면세점,명동,동대문)
- 인프라(컨벤션,호텔)
- 날씨(사계절,겨울)
- 의료

### >> 미주 및 유럽

- 전통+현대공존
- 독특한 전통문화(전통음악. 춤. 공연.의상 등)
- 한류(강남스타일, K-pop)
- 삼성의 전자제품
- DMZ 안보관광
- 일본대비 저렴한 물가
- 동남아시아 대비 치안양호

### >> 기타

- 자연환경(기후,산 등)
- 인천공항(쇼핑적합)
- IT강국(무선인터넷)
- 제주도(유네스코)문화유산
- 인프라(컨벤션,대중교통, 호텔)
- 기술력
- 음식문화

# 1) 인센티브여행목적지로서의 한국의 경쟁력

## Q 1. 한국은 인센티브여행목적지로서 어떤 면에서 경쟁력을 가지고 있다고 생각하십니까?

### 아시아

| | |
|---|---|
| 일본 | 접근성, 비용, 음식, 관광지, 역사 문화, 자연환경, 인재육성, 항공 편리, 숙박시설 및 편의시설, 의료서비스, 인터넷 등<br>*"한국은 인터넷 강국이기 때문에 역사 문화 음식 등 좋은 정보를 얻을 수 있어요, 또한 건강진단이나 성형 등이 발달되어 있으니 그런 것들과 접목하여 적절한 프로그램을 짠다면 매력적인 상품이 될 것 같아요."* |
| 중국 | 접근성, 다양한 항공편, 쇼핑, 서비스의 질, 관광자원(문화유산), 음식, 물가, 자연환경, 한류(K-pop공연, 드라마), 과학기술, 의료서비스, 인프라(컨벤션 센터, 호텔, 복합문화공간), 인터넷 서비스<br>*"중국에서는 TV드라마나 인터넷 매체를 통해 관광지와 촬영지 등이 자연스럽게 노출되어 한국을 가고 싶어 합니다."* |
| 홍콩 | 접근성, 호텔의 최고급 서비스, 쇼핑(여성은 화장품, 남성은 전자제품) |
| 태국 | 삼성 브랜드, 인프라, 제주도, 강원도의 자연환경과 스키, 역사 문화, 자연경치, 사계절 |
| 필리핀 | 남이섬, 강남스타일과 같은 K-pop, IT, 김치와 같은 독특한 음식, 쇼핑에 최적화(화장품, 의류 인기), 한류열풍<br>*"필리핀은 그 동안 홍콩, 싱가포르, 태국 등을 주로 선택해왔는데 식상해진 시점에서 한국이 급 부상 중 이에요, 특히 한류 열풍이 크게 한 몫 하는데 아이돌을 필두로 영화나 드라마 등 한류의 근원지에 대한 호기심이 주요한 요인인 것 같아요."* |
| 베트남 | 날씨(봄에 벚꽃구경 인기), 쇼핑거리(의류, 화장품, 인삼 등 인기), 친절함, 이질감 없는 문화 |
| 싱가포르 | 언어소통, IT, 호텔 서비스, 쇼핑명소, 기념품 판매점, 안내소, 식당, 영어로 소통가능, 자연환경, 도시경관 등<br>*"제주도가 한국을 특별하게 만드는 것 같아요, 아름다운 자연과 볼거리, 산과 트래킹 장소 등 감탄할 만한 곳이에요, 서울 부산에서는 관광명소와 쇼핑도 병행할 수 있고요. 모국인 싱가포르는 쇼핑밖에 강조할게 없는데 반해, 한국은 경쟁력이 많은 나라에요."* |
| 말레이시아 | 낮은 환율, 한국의 사계절, 쇼핑문화 시설, K-pop, 한류 문화체험<br>*"K-pop의 동남아시아 시장 진출로 인해서 한국 문화에 대한 소비가 늘어나고 있는 실정이에요. 저의 고객들에 있어서도 한류 문화 체험이 중요한 프로그램으로 자리 잡고 있어요."* |

# 1) 인센티브여행목적지로서의 한국의 경쟁력

## Q 1. 한국은 인센티브여행목적지로서 어떤 면에서 경쟁력을 가지고 있다고 생각하십니까?

### 미주, 유럽, 기타

| | |
|---|---|
| 미주 | 의료 환경, 인프라 구축(호텔서비스), 음식, K-pop 공연문화, 패션, 현대와 전통의 융합문화, 전자제품, 다양한 콘텐츠, 제주도, 경제적 기술력, 일본대비 저렴한 물가, 삼성, 부산, DMZ, 건축물, 자연환경, 동남아시아 대비 치안 양호<br><br>*"한국은 남북 간의 정치적 문제 때문에 미국인들이 꺼려하긴 하지만 경제적인 기술력과 기아와 현대 삼성 같은 기업들의 발전들로 인해 우리 고객들이 매우 관심을 가지기 시작 했어요"*<br><br>*"DMZ는 많은 의미를 담고 있고 전 세계 어디서도 볼 수 없는 광경이므로 매우 희귀하고 가치 있는 요소임에는 틀림이 없어요."* |
| 유럽 | MICE 인프라(컨벤션 시설 및 사회 기반시설), 항공, 환율과 물가, 삼성과 같은 기술력, 역사유적지, IT 강국, 문화적 요소(전통음악, 춤, 공연 등 문화체험 가능),무선인터넷 시스템, 의학 등<br><br>*" 한국은 다른 아시아 국가들에 비해 뒤쳐지지는 않지만 여행목적지로써의 광고가 부족하고, 한국에 대한 인식부족이 문제에요."*<br><br>*"한국문화를 체험할 수 있는 특히 전통한옥마을은 이국적인 매력을 풍겨요, 고급 호텔들도 시설이 좋아서 3일의 비즈니스 미팅과 2일의 문화체험과 같은 프로그램을 짠다면 좋을 것 같아요."* |
| 기타 | 특유의 전통문화, 음식, 역동적 이미지, 경제, 문화, 최신식 핸드폰, 여가생활, 모던한 도시 서울, 경제적으로 성장한 수도 서울, 교통, 친절, 잠재력, 의료기술력, 호텔 서비스, 편리한 공항시설, 서울과 제주도 관광지, 도시화, 현대화, 쇼핑, 자연환경<br><br>*"제주는 유네스코 리스트에 들어갈 정도로 아름답고 부산은 서울과 더불어 컨벤션 센터, 교통 시스템도 좋고 바다와 조화를 이루어 매력이 있습니다."*<br><br>*"인도에서는 싱가포르, 홍콩, 마카오, 태국, 말레이시아를 주로 선호합니다. 이유는 물가가 한국에 비해 1/3 수준이고 무엇보다 항공료가 절반수준이기 때문입니다. 도착하고 보니 아름답고 매력적인데 항공편 등 장애요소가 많은 게 안타깝네요."* |

# 2) 여행 목적지로서의 한국의 이미지

## Q 2.여행 목적지로서의 한국의 이미지는 어떻습니까?

- 전체적으로는 한류(K-pop, 영화, 드라마)와 쇼핑 그리고 삼성의 브랜드, 월드컵, 북한 등의 이미지를 공통적으로 응답함
- 아시아권에서는 쇼핑천국, 한류 K-pop 스타, 대장금의 이미지와 함께 김치와 불고기 같은 전통음식, IT, 의료와 성형, 제주도를 언급함
- 미주와 유럽권에서는 한복과 같은 오래된 전통문화 양식과 한국전쟁으로 인한 분단국가와 함께 북한의 부정적 이미지도 연상된다고 응답하였고, 강남스타일 등 한류와 앞선 기술, 현대적 세련미 등을 언급함

### >> 아시아

- 쇼핑천국(화장품, 면세품목 등)
- 의료관광
- 식도락(김치,불고기 등)
- K-pop(강남스타일 등)
- 과학기술.IT (삼성, 현대, LG 등)
- 제주도
- 한류드라마(대장금)
- 친근함(친절한 미소)

### >> 미주 & 유럽

- 전통문화양식
- 분단국가, 북한의 부정적 이미지
- 월드컵
- 삼성 브랜드
- K-pop, 한류관련 다양한 콘텐츠
- 대중교통 ( 지하철, 버스)
- 의료관광(의료+쇼핑)

### >> 기타

- 일본대비 가격경쟁력
- 현대화, 세련미
- 산업화 (전자,자동차)
- 전통음식과 현대음식의 조화
- 전통문화 (한복)
- 선진기술(IT) 탐방
- 비싼 물가와 항공료

# 2) 여행 목적지로서의 한국의 이미지

## Q 2.여행 목적지로서의 한국의 이미지는 어떻습니까?

### 아시아

| | |
|---|---|
| 일본 | 어두운 역사, 의료기술, 식도락(건강음식, 김치, 불고기, 삼겹살), K-pop, 한류 드라마, 일본 내 TV 잡지 등 한국 광고, 화장품, 드라마'미남이시네요', 전통무용'아리랑', 치안 안전, 근접한 위치, 쇼핑, 서울, 대중교통 발달, 친근한 나라, 소통이 용이함 등 |
| 중국 | 쇼핑천국, 의료기술, 기업(삼성, 현대), 월드컵, 깨끗함, 현대와 전통의 공존, 부지런함, 한국음식, 화장품, 문화공연, 한류, 모던한 이미지, 과학기술, 인프라시설(컨벤션 센터, 호텔), 고요한 아침의 나라, 문화, 역사, 예술 풍경, 친절한 서비스, 역동적 이미지<br>*"드라마 대장금에 나오는 배우 이영애씨가 한복을 입고 홍보하는 장면에서 음식이 진짜 맛있게 보였어요."*<br>*"제주도가 생각나요, 그리고 한국 하면 경복궁, 창덕궁, 인사동이 떠올라요, 젊은 층은 동대문을 선호합니다."* |
| 홍콩 | 명동과 동대문과 같은 쇼핑장소 |
| 태국 | 날씨, 화장품, 기술력(삼성 전자제품, 현대 자동차), 다이내믹 서울, 김치, 한국 드라마, 겨울(눈) |
| 필리핀 | K-pop, 쇼핑, 신선한 이미지, 홍보부족 |
| 베트남 | 영화와 영화 촬영지, 삼성, 예쁜 연예인 |
| 싱가포르 | 기술, IT, 김치, 호텔, 쇼핑, 의료관광, 문화의 나라(민속촌, 유적지, 문화재), 모험의 이미지, 친근함과 편안함.<br>*"김치는 잡지기사를 보았는데 천연 자연 음식이며 특히 암 예방에 좋다는 것을 읽은 후에 건강음식이라는 것을 알게 되었어요."* |

# 2) 여행 목적지로서의 한국의 이미지

## Q 2. 여행 목적지로서의 한국의 이미지는 어떻습니까?

### 미주,유럽, 기타

| | |
|---|---|
| 미주 | 강남스타일, 전통과 현대문화의 조화, 전통문화양식, 혁신적 기술력(삼성, 현대), 멋진 한강, 아름다운 여성, 서울, 북한, 올림픽, 월드컵, 음식(비빔밥 외 건강음식),관광의 다양한 콘텐츠, 역동적, 도시화, 영어소통, 인천공항, 쇼핑, 일본과 비슷한 나라, 불분명함, K-pop과 공연예술, Quality, 휴대폰, 통신 등<br><br>*"인천공항은 쇼핑하기 제일 좋은 공항입니다. 사실 저희 고객들을 아시아로 여행을 보낼 때 대부분 인천공항을 경유하게 기획합니다. 인천공항에서 쇼핑하기 좋기 때문이에요, 쿠폰도 많이 주고요."* ***-미국 응답자-*** |
| 유럽 | 전통문화와 현대문화의 공존, 6.25 한국전쟁 ,북한의 이미지로 악영향, 2002년 월드컵, 현대화, 화려한 기술력, 개방적, 친근함, 친절한 서비스, 쇼핑, 삼성 브랜드, 풍부한 역사, 문화, 사람들의 교육수준, 일본과 다른 느낌, 안전한 나라, 친환경적 이미지, 교통편리(지하철), 인천공항, 교통정체, 강남스타일, K-pop, 한국드라마, 한국스타, 인프라구축(호텔 및 기반시설), 사찰, 유럽과 차별화되는 매력(대중교통, 수도 서울, 숙소, 편의시설), 자연환경, 의료관광, 고유음식 김치 등<br><br>*" 우리 본사가 위치한 네덜란드 주의국가는 국토대비 인구가 많고 자연이 없는데 반해 한국은 자연과 어우러진 건물과 스트레스를 풀 장소가 많은 것 같아요, 또한 의료관광의 경우 진료 후에 편하게 쇼핑센터를 접할 수 있어 선호합니다."* ***-네델란드 응답자-*** |
| 기타 | IT기술력, 개발도상국, 선진 기술력(삼성, 현대, 기아), 산업화(전자제품, 자동차), 관광객 편의시설, 인천공항, 접근성, 날씨, 청결한 도시, 김치, 친절함, 물가 비쌈, 현대화, 일본대비 가격 경쟁력, 국기문양, 한복 및 전통의상, 이국적인 느낌<br><br>*"한국은 현대, LG, 삼성 등 거대기업이 포진해 있으니까 우리나라 기업이 투어를 해서 한국의 뛰어난 기술력을 직접 보고 배울 수 있는 기업탐방 프로그램이 생긴다면 정말 좋을 것 같습니다."* ***-아랍에미리트 응답자-***<br><br>*" 인도에서도 한국 바비큐를 많이 좋아해요, 한국 바비큐를 인도 스타일로 바꾸어서 많이 판매하고 있어요."* ***-인도 응답자-*** |

# 3) 한국 및 타국가의 관광 홍보물에 대한 평가

## Q 3.가장 인상 깊었던 관광 홍보물은 어떤 형태, 어느 국가의 홍보물이었습니까?

- 세계적인 문화유산, 랜드마크, 음식, 자연환경을 강조하는 TV광고와 전시물, 블로그나 페이스북과 같은 다양한 온라인 마케팅 홍보물 등이 인상적이었다고 응답함
- 국가별 주력 타깃(비즈니스, 허니문, 가족, 인센티브 등)대상 집중홍보물이 인상적이라고 응답
- 한국은 일본, 중국, 동남아시아와 대비하여 광고홍보가 저조하며, 정보 접근성 또한 열악한 편이라고 다수가 응답함

### >> 한 국

- 한류스타가 나오는 TV광고
- 한국명소 및 음식을 소개하는 온라인 광고(블로그, SNS 등)
- 항공사 광고(대한항공)
- KTO 홍보 영상물(이미지광고)
- 아리랑TV(자연환경, 문화유산, 롯데월드 등 놀이공원)
- 전시회 박람회 홍보영상물
- 유투브 광고

### >> 아시아

- 중국의 페이스북 광고
- 싱가포르CF, 인터넷광고
- 홍콩 TV광고(쇼핑, 야경)
- 베트남 TV광고(저렴한 항공료와 전통적 이미지 강조)
- 일본 TV광고(음식, 온천, 친근한 사람들 이미지)
- 말레이시아 비즈니스 광고
- 태국의 관광홍보물(자연 등)
- 인도네시아 TV,잡지 광고

### >> 유럽&기타

- 영국 아이디어 TV광고 (독특함, 창의력, 의외성 강조)
- 캐나다, 뉴질랜드의 담당 바이어 팸투어 시찰 홍보
- 호주 TV 광고(산호초 자연)
- 하와이 TV광고 (이국적 정취, 체험을 강조)
- 독일 IMAX 전시회 광고
- 뉴질랜드 페이스북 광고
- 프랑스TV 광고 (에펠타워 같은 랜드마크 중심)
- 터키 TV 광고(문화 중심)
- 미국과 태국의 애국심과 자긍심이 강조되는 이미지광고

# 3) 한국 및 타국가의 관광 홍보물에 대한 평가

## Q 3.가장 인상 깊었던 관광 홍보물은 어떤 형태, 어느 국가의 홍보물이었습니까?

### 아시아

| | |
|---|---|
| 일본 | ✓ TV광고 :한류스타 출현 광고, 한국의 맛집 소개하는 특집 다큐멘터리 TV방송, 대만 TV광고(쇼핑과 식도락 위주), 말레이시아 TV광고(방문시 경험할 수 있는 활동 위주), 하와이의 TV광고(자연 이미지에 이국적인 정취에 대한 경험을 어필)<br>✓ 잡지광고 : 호주의 잡지 광고(자연환경), 독일의 온라인 잡지 광고(여러 도시 풍경이 담긴 사진)<br>✓ 기타 : 한국의 MICE광고(KTX를 타며 스마트폰 사용), 한국의 블로그나 트위터 개인 SNS 광고(음식, 관광명소 등) |
| 중화권 | ✓ TV광고 : K-pop스타들의 TV광고, 한국드라마 촬영장소, 서울관광홍보영상 TV방영, 호주의 산호초 관광 TV홍보, 말레이시아의 관광 홍보노래, 홍콩의 TV광고(말레이시아 쿠알라룸푸르 휴가관련 내용), CNN을 통한 아시아 광고, 태국의 관광광고 (자연풍경과 절이 결합된 TV광고), 드라마 속 남이섬<br>✓ 잡지광고 : 스위스의 멋진 자연이 나오는 홍보잡지, 사내 잡지 속 호주 바다광고, 유럽의 문화탐방 잡지, 호주 자연환경 잡지<br>✓ 기타: 한국 관광공사의 이메일(음식, 관광지), 박람회참석(홍보 동영상), 한국의 인터넷 광고(인문 문화, 한복), 호주와 두바이의 옥외광고, 한국관광공사가 중국에서 주최하는 전시회(한국의 관광자원 및 호텔 등), 캐나다와 뉴질랜드에서 바이어 초청 팸투어<br><br>*"싱가포르에서는 매 시간 TV에 싸이의 Wiki Korea CF를 볼 수 있어서 한국에 방문하고 싶게 만들어요!"*<br>*"상하이 동방 방송국은 '한국인상'이란 TV 프로그램에서 한국음식, 관광명소, 문화에 관한 내용이 기억에 남아요."*<br><br>영국의 TV광고(의외성, 아이디어강조)<br>*"영국광고는 아이디어를 잘 표현해요, 한 예로 신성한 성당에서 춤추는 장면 웅장한 성당의 모습과 접목되어 시너지 효과를 주는 것 같아요."* |
| 동남 아시아 | ✓ TV : 아리랑 TV CF K-pop 스타들의 홍보물, 태국광고(Amazing Thailand), 홍콩의 TV관광 홍보물(액션 영화 속 건축물 등 콘셉트), 베트남의 TV광고(다낭의 자연경관과 전통문화 이미지), 일본의 TV광고(친근함 강조),<br><br>✓ 온라인 : 온라인을 통한 한국 관광홍보(4계절에 맞는 관광명소, 기아 차 광고), 한국관광공사 홈페이지, 개인 블로그나 SNS를 통한 관광홍보물<br><br>✓ 잡지광고 : 한국의 명소 소개, 태국광고(Amazing Thailand), 말레이시아 광고('Malaysia truly Asia')<br>*"태국과 말레이시아 광고를 보면 가족 여행으로 적합한 관광지의 이미지를 강조했는데 매우 효과적이에요, 온 가족이 함께 갈 수 있다는 것은 그만큼 안전하다는 뜻이니까요."*<br><br>✓ 싱가포르에 있는 한국 관광센터를 통한 관광홍보물 |

# 3) 한국 및 타국가의 관광 홍보물에 대한 평가

## Q 3.가장 인상 깊었던 관광 홍보물은 어떤 형태, 어느 국가의 홍보물이었습니까?

### 미주,유럽,기타

| | |
|---|---|
| 미주 | ✓ TV광고 : 일본의 TV광고(스시, 유명 사원 기모노 입은 여성, 온천 등), 발리의 신혼여행 TV광고, 대한항공 광고(아침의 평온), 한국 영화와 K-pop을 통한 간접광고, 캘리포니아 TV광고, 태국(문화적 요소, 아름다운 해변 등)<br>✓ 잡지 및 기타 : MICE EXPO를 통한 한국홍보영상, 말레이시아와 싱가포르의 비즈니스 광고, 한국의 홍보영상(음식, 전통의상, 유적지 등), 중국의 페이스북과 트위터를 이용한 온라인 홍보물(거대한 성, 대도시광경) |
| 유럽 | ✓ TV광고 : 말레이시아의 TV광고(역사와 문화 중심, 해변 이미지광고), 인도네시아의 TV광고(따뜻한 기후와 편안한 사람들의 이미지 강조), 한국관광공사 TV광고, 한국의 TV광고(아름다운 산과 자연, 역사, 롯데월드 등), 터키의 TV광고 (문화적인 요소와 관광지 결합), 일본의 TV 광고(사람들의 밝은 모습과 친근함 강조)<br>✓ 잡지광고 : 한국의 항공사 광고(친절하고 격조 있는 서비스), 한국의 MICE관련 잡지광고(전통적인 아름다움과 현대적인 미의 조합 이미지), 관광관련 컨퍼런스의 한국 브로셔(한국음식, 음악 등) |

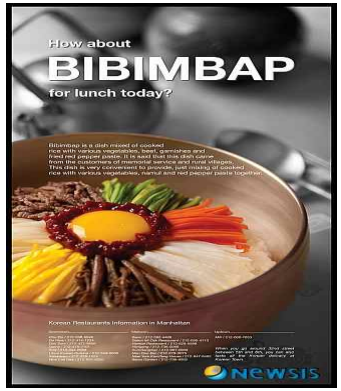
중국 온라인 웨이보 서울 광고

# 3) 한국 및 타국가의 관광 홍보물에 대한 평가

## Q 3.가장 인상 깊었던 관광 홍보물은 어떤 형태, 어느 국가의 홍보물이었습니까?

### 미주,유럽,기타

| | |
|---|---|
| 유럽 | ✓ 기타 : 싸이의 강남스타일을 통한 유투브 광고, 런던 KTO주최 영상물, 상하이에 위치한 한국 컨벤션뷰로의 홍보영상물, 한국자연을 담은 웹 사이트 광고, 온라인과 전시회를 통한 태국의 관광 홍보물 (태국 전통복장, 전통 쇼, 관광지 등) , 프랑크푸르트 IMAX 전시회에서의 한국 Inspiring광고, NHK·CTTV·Arirang TV 등 일본·중국·한국 프로그램의 전반적인 이미지와 정보수집<br>*"뉴질랜드의 Face book이 관광 홍보 매체 중에 가장 효과적인 것 같아요, 지속해서 사진과 소식을 업데이트하고 많은 사람들이 자료를 공유합니다, 또한 관리자와 참여자가 상호작용을 하며 뉴질랜드의 대한 흥미와 관심이 커지고 있습니다."*<br>*- 독일 응답자-* |
| 기타 | ✓ TV광고 : 말레이시아의 TV·빌보드·라디오광고(체험중심 부각), 한국의 관광명소를 소개하는 TV광고, TV드라마(대장금)<br>✓ 잡지 및 기타 : 말레이시아 온라인 홍보물(코타키나발루의 바닷가, 음식, 밤문화 등), 스페인의 이미지광고, 브라질의 홍보영상물 CD(이국적인 색채) , 관광전시 혹은 박람회 자료<br>*"인도의 발리우드 스타들을 한국에 초대해서 문화적인 교류를 하고 발리우드 영화를 한국에서 촬영하고 정부나 관광부가 지원을 해준다면 인도사람들이 한국을 여행목적지로 더 애용할거에요."* *-인도 응답자-* |



# 4) 인센티브여행 목적지로서의 한국의 발전가능성

**Q 4. 인센티브 목적지로 한국의 발전가능성을 어떻게 생각하십니까?**

## 아시아

| 지 역 | 장 점 | 단 점 |
|---|---|---|
| 일 본 | ✓ 한류 및 관련 콘텐츠<br>✓ 쇼핑<br>✓ 의료관광<br>✓ 접근성<br>✓ 한국 음식 | ✓ 환율과 정치적 요인들이 변수<br>✓ 홍보부족<br>✓ 언어소통 난해<br>✓ 한정된 프로그램<br>✓ 홍보 부족 |
| 중 국 | ✓ 항공편<br>✓ 쇼핑<br>✓ 우수한 기술력<br>✓ 비자제도 개선(제주도)<br>✓ 대형 컨벤션 시설과 같은 인프라구축<br>✓ IT 강국<br>✓ 한류 및 관광자원 풍부<br>✓ 열악한 중일 관계로 인한 대안 | ✓ 여행목적지 한계(서울 제주도로 편중)<br>✓ 한자표기 및 중국어 서비스 부족<br>✓ 지역개발 홍보 필요<br>✓ 의료관광상품 부족<br>✓ 어린이와 노인상품 및 회사별 대형단체 인센티브를 위한 맞춤 프로그램 개발 필요 |
| 동 남 아 | ✓ 싱가포르 : 우수한 인프라, IT, 의료기술, 과학기술, 날씨<br>✓ 필리핀 : 날씨(겨울 눈), 쇼핑, 한국음식, 자연보존 | ✓ 싱가포르 : 언어소통, 홍보부족<br>✓ 필리핀 : 온라인 홍보부족<br>✓ 비자 발급절차 간소화(복잡하고 시간 오래 걸림), 문화체험프로그램 부족 |

# 4) 인센티브여행 목적지로서의 한국의 발전가능성

**Q 4. 인센티브 목적지로 한국의 발전가능성을 어떻게 생각하십니까?**

## 미주,유럽, 기타

| 지 역 | 장 점 | 단 점 |
|---|---|---|
| 미 주 | ✓ 강남스타일 같은 한국 문화<br>✓ 삼성의 브랜드가치<br>✓ 대중교통 편리<br>✓ 기술적 문화적 발달<br>✓ 자연환경과 유네스코 문화유산의 콘텐츠 | ✓ 홍보부족<br>✓ 북한 안보문제<br>✓ 바이어를 위한 효율적 프로그램 부족<br>✓ 문화적인 요소를 부각하는 광고물 부족<br>✓ 여행사 및 바이어 초대 및 시찰 |
| 유 럽 | ✓ DMZ<br>✓ 한국의 문화유산<br>✓ 자연환경 및 날씨<br>✓ 인프라 기반<br>✓ 불교, 사찰문화<br>✓ 전통음식, 전통공연<br>✓ 한류, K-pop<br>✓ 서울과 제주도 | ✓ 북한 안보위협<br>✓ 의사소통 부분<br>✓ 다양한 체험 프로그램 부족<br>✓ 항공비용과 시간적 부담<br>✓ 교통체증<br>✓ 중국과 일본 대비 한국의 인식부족<br>✓ Wow factor 부족 |
| 기 타 | ✓ 아랍에미리트 : 문화, 기술, 코엑스, 벡스코 등 회의시설 인프라, 환대서비스<br>✓ 인도 : 기술과 전자제품에 대한 관심<br>✓ 호주 : 우수한 컨벤션 시설과 호텔 등 인프라 | ✓ 아랍에미리트 : 북한문제, 낮은 정보접근성, 할랄푸드와 무슬림 시설 부족<br>✓ 인도 : 제한적인 인센티브 프로그램, 입국절차 간소화 |

# 5) 선호하는 인센티브 여행 프로그램

**Q 5. 방한 인센티브 프로그램 중 만족도가 높은 프로그램과 희망하는 여행 프로그램은?**

## >> 전체 참가자

Q,만족하는 프로그램은?

- 쇼핑
- 한국 전통 음식, 다도
- 난타, 전통공연 (사물놀이체험)
- 회의장과 호텔 (코엑스, 호텔 서비스)
- 대한항공 (친절함)
- 의료 관광 (성형, 마사지, 건강검진)
- 골프 (제주도 포함사항)
- 서울시티투어와 DMZ 투어
- 겨울 (눈 풍경, 스키)
- 놀이공원 (롯데월드, 캐러비안베이 등)
- 제주도 (자연경관, 해안풍경, 한라산 등)
- 서울·부산·제주도 결합상품
- 지방의 특색 있는 관광코스 (설악산, 남이섬)
- 지방의 테마관광 (예 : 전주의 식도락 관광)

*"지난번에 전주를 간 경험이 있는데 전통한옥마을과 전주의 다양한 음식문화를 보고 정말 감동받았어요, 혼잡한 서울보다 음식문화가 발달한 지역으로 식도락 투어로 또 오고 싶네요." - 중국 응답자-*

# 5) 선호하는 인센티브 여행 프로그램

**Q 5. 방한 인센티브 프로그램 중 만족도가 높은 프로그램과 희망하는 여행 프로그램은?**

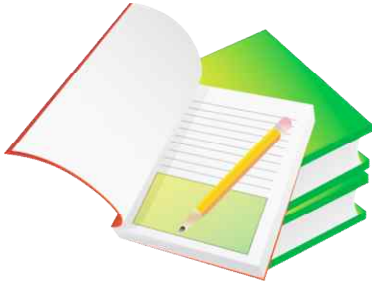
## >> 전체 참가자

### Q,희망하는 프로그램?(아시아)

- 여행 그룹의 성격과 목적에 부합하는 이벤트와 파티
- 맛집 탐방 프로그램
- 한국문화체험상품, 역사문화 관련 박물관 테마상품
- 과학기술 투어상품
- 의료관광 프로그램
- 유람선 관광, 젊은 층을 위한 콘서트관광
- 회의참가자를 위한 Post-Convention Tour
- 탐험적인 여행 프로그램 (암벽등반, 래프팅 등)
- 휴양 프로그램

### Q,희망하는 프로그램 ?(유럽)

- IT나 의료 등 관련분야의 팀빌딩 투어
- 삼성과 같은 공장 견학 프로그램
- 외국인들을 위한 태권도와 전통스포츠의 간단한 트레이닝 프로그램
- 서울 외 지방의 전통문화를 잘 보여주는 여행 프로그램
- 문화체험상품
- 다양한 테마별 맛집 프로그램



# 제2장 조사결과 분석

## Ch2. 인센티브여행 전문가 대상 설문조사결과

# 1. 응답자 특성

- KME 참석 해외바이어(103명)와 해외 인센티브여행 관련 전문가(214명)들을 대상으로 방한인센티브여행에 관한 설문조사를 실시
- 응답자의 59%(188명)가 중국, 태국, 일본, 인도네시아, 필리핀, 말레이시아, 싱가포르 등 아시아국가, 23%(73명)가 영국, 독일, 프랑스 등 유럽국가, 7%(22명)가 미주, 11%(34명)가 기타지역으로 구성됨
- 소속업체분포는 '여행사' 43%가 가장 많으며, '이벤트사' 19%, '기업체' 17% , 'PCO' 6%, '협회 및 학회' 5% 순으로 분포
- 응답자 소속회사가 실행한 2012년 인센티브 건수는 '0~10건'이 57%, '11~20건' 20%, '21~50건' 14% 등의 순으로 분포

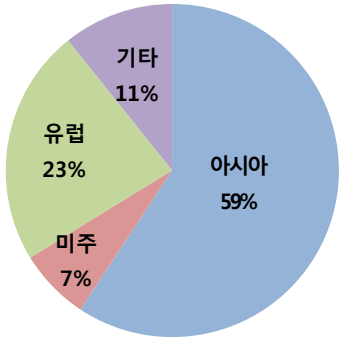
## 응 답 자 국 적

### 아시아

| 국가 | 빈도수 | % |
|---|---|---|
| 중국 | 72 | 22.7 |
| 태국 | 25 | 7.9 |
| 일본 | 20 | 6.3 |
| 인도네시아 | 20 | 6.3 |
| 필리핀 | 15 | 4.7 |
| 말레이시아 | 15 | 4.7 |
| 싱가포르 | 14 | 4.4 |
| 베트남 | 4 | 1.3 |
| 대만 | 2 | 0.6 |
| 홍콩 | 1 | 0.3 |

### 미주

| 국가 | 빈도수 | % |
|---|---|---|
| 미국 | 20 | 6.3 |
| 캐나다 | 1 | 0.3 |
| 브라질 | 1 | 0.3 |



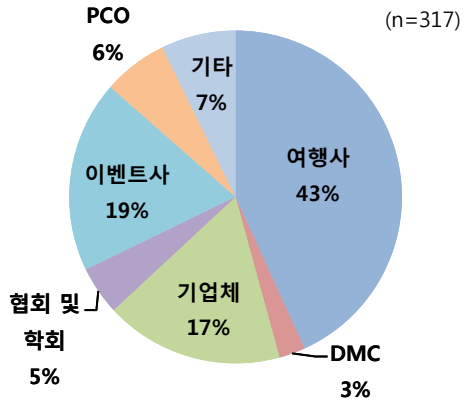

### 유럽

| 국가 | 빈도수 | % |
|---|---|---|
| 영국 | 34 | 10.7 |
| 독일 | 23 | 7.3 |
| 프랑스 | 9 | 2.8 |
| 이탈리아 | 3 | 0.9 |
| 네덜란드 | 2 | 0.6 |
| 벨기에 | 1 | 0.3 |
| 폴란드 | 1 | 0.3 |

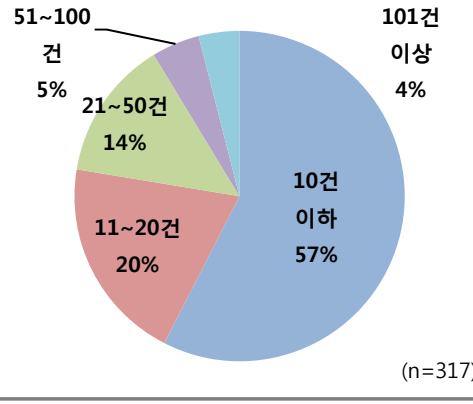
### 기타

| 국가 | 빈도수 | % |
|---|---|---|
| 인도 | 20 | 6.3 |
| 러시아 | 4 | 1.3 |
| UAE | 4 | 1.3 |
| 호주 | 4 | 1.3 |
| 타지키스탄 | 1 | 0.3 |
| 터키 | 1 | 0.3 |

## 소속 업체




## 2012인센티브 실시건수



# 2. 응답자의 국가별 소속업체

(n=317)

## 응답자의 국적별 소속업체

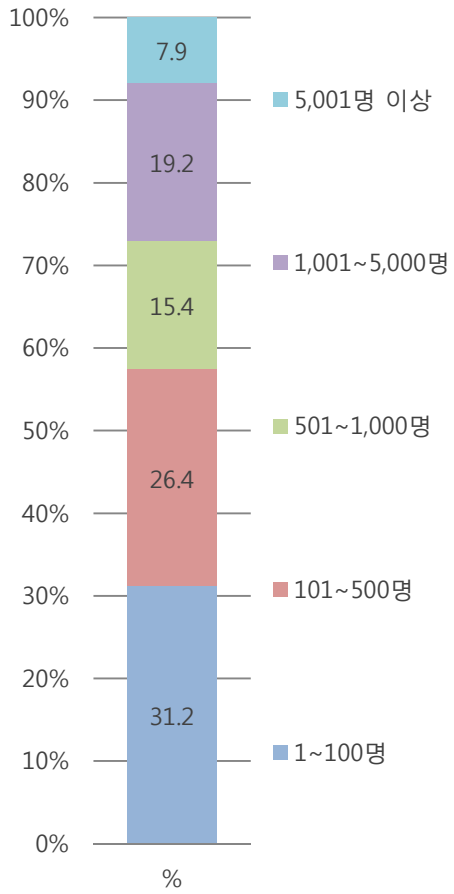
| 대륙구분 | 국가 | 여행사 | 이벤트사 | 기업체 | PCOI | 협회학회 | DMC | 기타 | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 아시아 | 중국 | 48 | 7 | 6 | 7 | 2 | 0 | 2 | 72 |
| | 태국 | 11 | 1 | 10 | 1 | 0 | 0 | 2 | 25 |
| | 일본 | 10 | 0 | 2 | 2 | 0 | 3 | 3 | 20 |
| | 인도네시아 | 4 | 0 | 16 | 0 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| | 필리핀 | 3 | 2 | 6 | 0 | 2 | 0 | 2 | 15 |
| | 말레이시아 | 9 | 0 | 5 | 1 | 0 | 0 | 0 | 15 |
| | 싱가포르 | 9 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 14 |
| | 베트남 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 4 |
| | 대만 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | 홍콩 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 유럽 | 영국 | 4 | 22 | 1 | 2 | 1 | 0 | 4 | 34 |
| | 독일 | 3 | 14 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 23 |
| | 프랑스 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 9 |
| | 이탈리아 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 |
| | 네덜란드 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 2 |
| | 벨기에 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | 폴란드 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 미주 | 미국 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 0 | 3 | 20 |
| | 캐나다 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | 브라질 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 기타 | 인도 | 17 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 20 |
| | 러시아 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| | UAE | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 4 |
| | 호주 | 1 | 0 | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 4 |
| | 타지키스탄 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | 터키 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |

# 3. 2012년 인센티브여행 송출인원

- 2012년 인센티브여행 송출인원은 '1~100명' 31.2%, '101~500명' 26.4%, '1,001~5,000명' 19.2%, '501~1,000명' 15.4% 등의 순으로 분포
- 1,001명 이상 송출한 것으로 응답한 비중이 가장 높은 국가는 싱가포르(64.3%)인 것으로 나타남

(n=292, %)

## 2012년 인센티브여행 송출인원



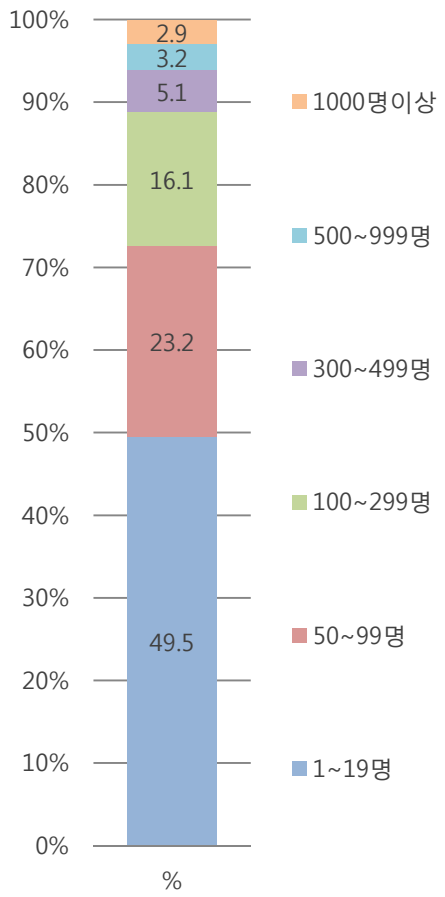

| 국가 | N | 1~100명 | 101~500명 | 501~1,000명 | 1,001~5,000명 | 5,001명 이상 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | 292 | 31.2 | 26.4 | 15.4 | 19.2 | 7.9 |
| 중국 | 69 | 11.6 | 26.1 | 21.7 | 26.1 | 14.5 |
| 태국 | 23 | 43.5 | 8.7 | 17.4 | 30.4 | 0.0 |
| 일본 | 16 | 25.0 | 37.5 | 12.5 | 0.0 | 25.0 |
| 인도네시아 | 20 | 60.0 | 35.0 | 5.0 | 0.0 | 0.0 |
| 필리핀 | 13 | 76.9 | 23.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 말레이시아 | 14 | 28.6 | 28.6 | 21.4 | 21.4 | 0.0 |
| 싱가포르 | 14 | 14.3 | 7.1 | 14.3 | 50.0 | 14.3 |
| 미국 | 15 | 20.0 | 20.0 | 33.3 | 13.3 | 13.3 |
| 영국 | 33 | 66.7 | 18.2 | 6.1 | 9.1 | 0.0 |
| 독일 | 20 | 4.8 | 47.6 | 28.6 | 14.3 | 4.8 |
| 인도 | 18 | 33.3 | 22.2 | 5.6 | 27.8 | 11.1 |

# 4. 인센티브여행단체 평균인원

▪ 여행단체의 평균 인원은 '1~19명' 49.5%로 가장 많게 나타났으며, '50~99명' 23.2%, '100~299명' 16.1% 등의 순으로 분포

(n=311, %)

## 여행단체 평균인원



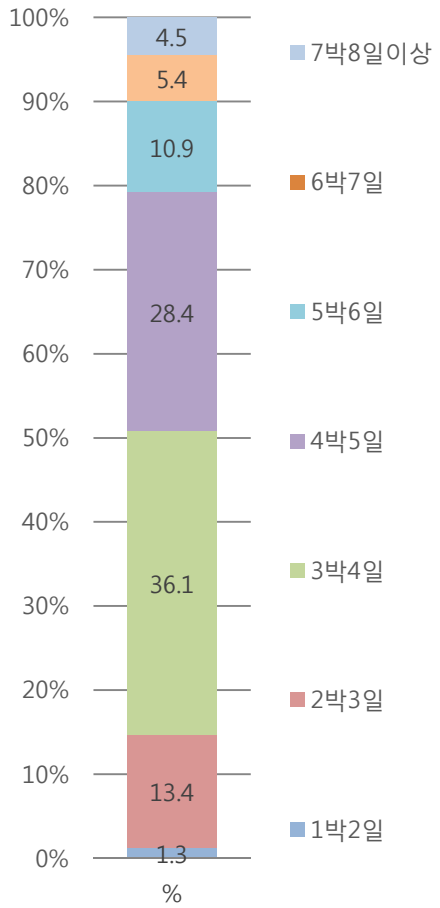

| 국가 | N | 1~19명 | 50~99명 | 100~299명 | 300~499명 | 500~999명 | 1,000명 이상 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | 311 | 49.5 | 23.2 | 16.1 | 5.1 | 3.2 | 2.9 |
| 중국 | 70 | 30.0 | 21.4 | 17.1 | 14.3 | 10.0 | 7.1 |
| 태국 | 25 | 76.0 | 8.0 | 12.0 | 0.0 | 0.0 | 4.0 |
| 일본 | 18 | 66.7 | 5.6 | 16.7 | 5.6 | 0.0 | 5.6 |
| 인도네시아 | 20 | 85.0 | 10.0 | 0.0 | 0.0 | 5.0 | 0.0 |
| 필리핀 | 15 | 60.0 | 33.3 | 6.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 말레이시아 | 15 | 40.0 | 40.0 | 13.3 | 6.7 | 0.0 | 0.0 |
| 싱가포르 | 14 | 28.6 | 50.0 | 21.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 미국 | 19 | 42.1 | 15.8 | 31.6 | 0.0 | 5.3 | 5.3 |
| 영국 | 33 | 60.6 | 27.3 | 9.1 | 3.0 | 0.0 | 0.0 |
| 독일 | 23 | 47.8 | 21.7 | 30.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 인도 | 19 | 42.1 | 42.1 | 15.8 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |

# 5. 인센티브여행단체 평균 여행기간

- 인센티브여행단체 평균여행기간은 '3박4일' 36.1%, '4박5일' 28.4%, '2박3일' 13.4%, '5박6일' 10.9% 순으로 분포
- 중국은 52.1%, 싱가포르는 57.1%, 말레이시아는 33.3%로 4박5일 응답비중이 가장 높게 나타남
- 일본은 2박3일 비중(50.0%)이 다른 국가들에 비해 높게 나타남

(n=313, %)

## 인센티브여행단체 평균 여행기간



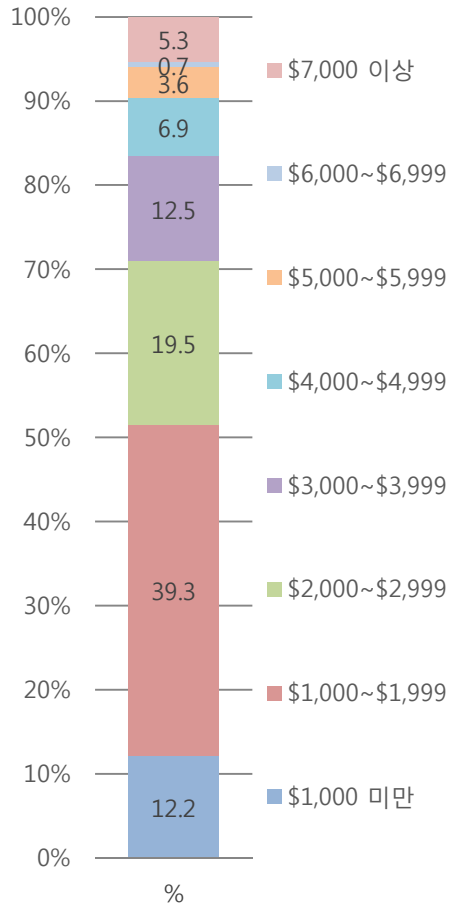

| 국가 | N | 1박2일 | 2박3일 | 3박4일 | 4박5일 | 5박6일 | 6박7일 | 7박8일이상 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | 313 | 1.3 | 13.4 | 36.1 | 28.4 | 10.9 | 5.4 | 4.5 |
| 중국 | 71 | 1.4 | 2.8 | 18.3 | 52.1 | 12.7 | 4.2 | 8.5 |
| 태국 | 25 | 0.0 | 4.0 | 68.0 | 28.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 일본 | 18 | 0.0 | 50.0 | 38.9 | 11.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 인도네시아 | 20 | 0.0 | 35.0 | 35.0 | 5.0 | 15.0 | 5.0 | 5.0 |
| 필리핀 | 14 | 0.0 | 35.7 | 50.0 | 14.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 말레이시아 | 15 | 0.0 | 6.7 | 26.7 | 33.3 | 26.7 | 6.7 | 0.0 |
| 싱가포르 | 14 | 0.0 | 0.0 | 35.7 | 57.1 | 7.1 | 0.0 | 0.0 |
| 미국 | 19 | 10.5 | 0.0 | 31.6 | 21.1 | 21.1 | 5.3 | 10.5 |
| 영국 | 34 | 2.9 | 26.5 | 47.1 | 14.7 | 5.9 | 2.9 | 0.0 |
| 독일 | 23 | 0.0 | 17.4 | 39.1 | 26.1 | 4.3 | 4.3 | 8.7 |
| 인도 | 20 | 0.0 | 0.0 | 75.0 | 15.0 | 10.0 | 0.0 | 0.0 |

# 6. 인센티브여행상품 1인당 평균가격

- 인센티브여행상품의 1인당 평균가격(항공, 숙박포함)은 '$1,000~$1,999' 39.3%로 가장 많게 나타나며, '$2,000~$2,999' 19.5%, '$3,000~$3,999' 12.5%, '$1,000 미만' 12.2% 등의 순으로 나타남
- 미국과 독일의 인센티브여행상품 평균가격은 $5,000 이상의 높은 금액 응답비중이 다른 국가들보다 높게 나타남
- 아시아국가 중에서는 말레이시아가 '$4,000~$4,999' 비중과 '$1,000~$1,999'(35.7%)가 동일하게 높게 나타남

(n=303, %)

## 인센티브여행상품 1인당 평균가격



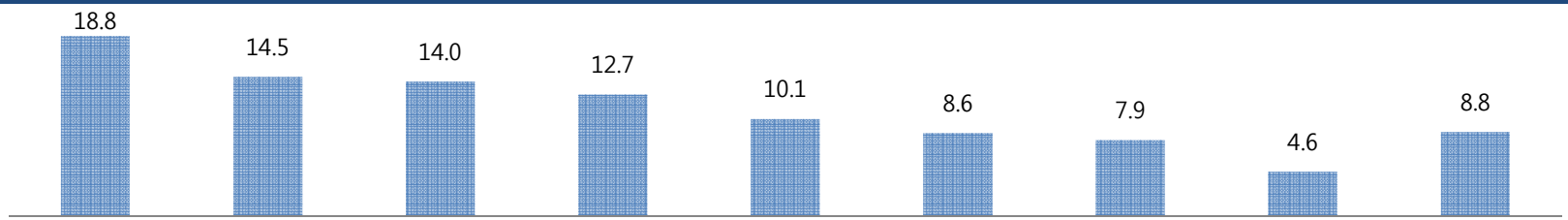

| 국가 | N | $1,000 미만 | $1,000 ~$1,999 | $2,000 ~$2,999 | $3,000 ~$3,999 | $4,000 ~$4,999 | $5,000 ~$5,999 | $6,000 ~$6,999 | $7,000 이상 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | 303 | 12.2 | 39.3 | 19.5 | 12.5 | 6.9 | 3.6 | 0.7 | 5.3 |
| 중국 | 71 | 12.7 | 36.6 | 18.3 | 15.5 | 8.5 | 4.2 | 1.4 | 2.8 |
| 태국 | 25 | 16.0 | 64.0 | 12.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 8.0 |
| 일본 | 18 | 5.6 | 66.7 | 22.2 | 5.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 인도네시아 | 20 | 25.0 | 50.0 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 5.0 |
| 필리핀 | 14 | 28.6 | 42.9 | 7.1 | 21.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 말레이시아 | 14 | 0.0 | 35.7 | 0.0 | 28.6 | 35.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 싱가포르 | 14 | 0.0 | 42.9 | 35.7 | 7.1 | 7.1 | 7.1 | 0.0 | 0.0 |
| 미국 | 19 | 5.3 | 10.5 | 0.0 | 21.1 | 5.3 | 21.1 | 5.3 | 31.6 |
| 영국 | 33 | 9.1 | 27.3 | 42.4 | 3.0 | 6.1 | 3.0 | 0.0 | 9.1 |
| 독일 | 19 | 0.0 | 26.3 | 10.5 | 36.8 | 15.8 | 10.5 | 0.0 | 0.0 |
| 인도 | 20 | 20.0 | 50.0 | 30.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |

# 7. 인센티브여행 대상자의 직종

- 인센티브여행 대상자의 직종은 '금융 및 보험회사'(18.8%)가 가장 많았으며, '전기전자' 14.5%, '의약 및 의료기기' 14.0%, '자동차 관련 회사' 12.7%, '다단계회사' 10.1% 등의 순으로 나타남
- 일본은 '자동차 관련회사'(29.0%) 비중이 가장 많았으며, 필리핀은 '유통회사'(22.7%) 비중이 높게 나타남
- 말레이시아는 '다단계회사'(20.6%) 비중이 가장 높게 나타남
- 싱가포르와 영국은 '전기전자' 비중이 높게 나타남

## 인센티브여행 대상자 직종

(n=317,%)



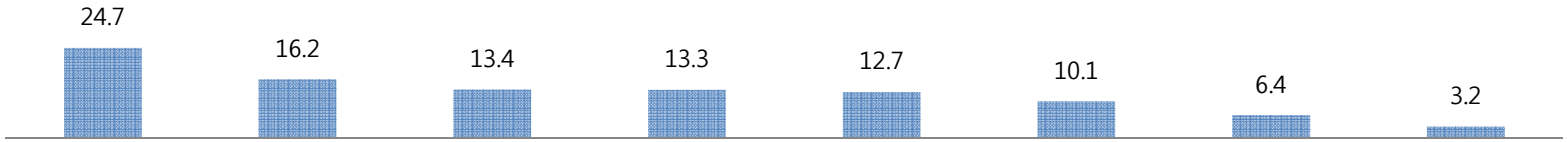

| | 금융보험 | 전기전자 | 의약의료기기 | 자동차 | 다단계회사 | 식음료 | 유통회사 | 카드고객 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | 18.8 | 14.5 | 14.0 | 12.7 | 10.1 | 8.6 | 7.9 | 4.6 | 8.8 |
| 중국 | 22.4 | 12.6 | 18.8 | 12.1 | 13.0 | 7.6 | 2.7 | 4.9 | 5.8 |
| 태국 | 17.6 | 8.8 | 11.8 | 11.8 | 16.2 | 11.8 | 8.8 | 8.8 | 4.4 |
| 일본 | 19.4 | 6.5 | 9.7 | 29.0 | 6.5 | 12.9 | 6.5 | 9.7 | 0.0 |
| 인도네시아 | 21.9 | 15.6 | 6.3 | 3.1 | 9.4 | 12.5 | 9.4 | 9.4 | 12.5 |
| 필리핀 | 9.1 | 9.1 | 18.2 | 0.0 | 4.5 | 0.0 | 22.7 | 0.0 | 36.4 |
| 말레이시아 | 17.6 | 17.6 | 2.9 | 14.7 | 20.6 | 5.9 | 11.8 | 2.9 | 5.9 |
| 싱가포르 | 20.8 | 22.6 | 5.7 | 7.5 | 9.4 | 15.1 | 15.1 | 0.0 | 3.8 |
| 미국 | 16.2 | 18.9 | 16.2 | 8.1 | 5.4 | 2.7 | 10.8 | 2.7 | 18.9 |
| 영국 | 23.1 | 28.2 | 10.3 | 15.4 | 3.8 | 6.4 | 2.6 | 1.3 | 9.0 |
| 독일 | 28.6 | 0.0 | 22.9 | 0.0 | 0.0 | 17.1 | 14.3 | 0.0 | 17.1 |
| 인도 | 13.6 | 13.6 | 16.7 | 16.7 | 6.1 | 7.6 | 13.6 | 1.5 | 10.6 |

# 8. 인센티브여행 프로그램 구성

▪ 인센티브여행 프로그램은 관광 24.7%, 그룹활동 16.2%, 쇼핑 13.4%, 한국전통문화체험 13.3%, 문화공연관람 12.7%, 등의 순으로 나타남

## 인센티브여행 프로그램 구성

(n=317,%)



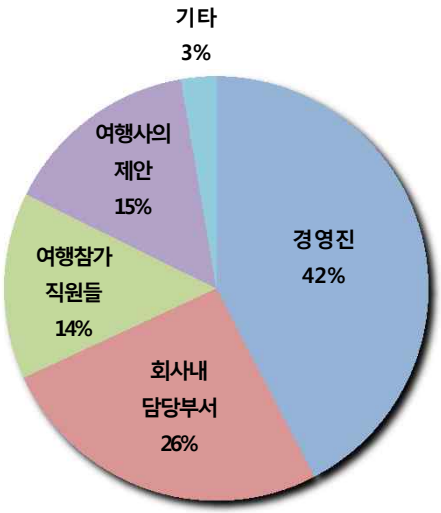

| | 관광 | 그룹활동 | 쇼핑 | 한국전통문화체험 | 문화공연관람 | 산업체견학 | 전시 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | 24.7 | 16.2 | 13.4 | 13.3 | 12.7 | 10.1 | 6.4 | 3.2 |
| 중국 | 23.2 | 18.5 | 14.8 | 10.3 | 10.3 | 15.1 | 7.4 | 0.4 |
| 태국 | 27.4 | 12.3 | 17.8 | 12.3 | 12.3 | 9.6 | 8.2 | 0.0 |
| 일본 | 37.8 | 6.7 | 11.1 | 8.9 | 15.6 | 17.8 | 0.0 | 2.2 |
| 인도네시아 | 45.0 | 22.5 | 17.5 | 0.0 | 12.5 | 0.0 | 2.5 | 0.0 |
| 필리핀 | 31.6 | 10.5 | 15.8 | 10.5 | 7.9 | 7.9 | 15.8 | 0.0 |
| 말레이시아 | 23.6 | 10.9 | 20.0 | 16.4 | 18.2 | 9.1 | 1.8 | 0.0 |
| 싱가포르 | 20.9 | 14.9 | 17.9 | 19.4 | 17.9 | 6.0 | 0.0 | 3.0 |
| 미국 | 20.0 | 16.5 | 12.9 | 16.5 | 16.5 | 4.7 | 8.2 | 4.7 |
| 영국 | 24.6 | 16.7 | 0.9 | 20.2 | 11.4 | 7.9 | 1.8 | 16.7 |
| 독일 | 10.3 | 8.2 | 5.2 | 9.3 | 6.2 | 4.6 | 4.6 | 1.5 |
| 인도 | 25.0 | 19.4 | 18.1 | 4.2 | 11.1 | 8.3 | 11.1 | 2.8 |

# 9. 인센티브여행 결정유형

▪ 인센티브여행 목적지 결정권은 '경영진'이 가진 경우가 42.4%로 가장 많았으며, '회사 내 담당부서' 25.7%, '여행사의 제안' 15.0%, '여행참가 직원들 의견' 14.2% 으로 파악됨

## 여행 목적지 결정유형

(n=317,%)



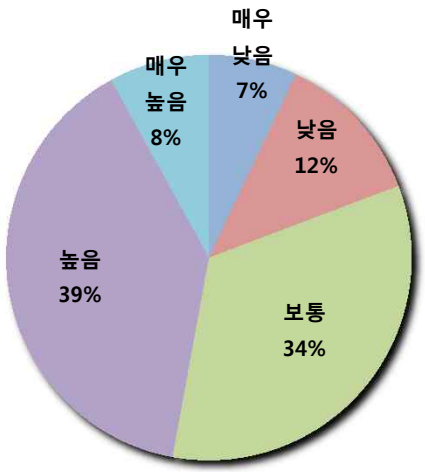

| | 경영진 | 회사 내 담당부서 | 여행참가 직원들 | 여행사 제안 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | 42.4 | 25.7 | 14.2 | 15.0 | 2.7 |
| 중국 | 47.3 | 30.8 | 4.4 | 17.6 | 0.0 |
| 태국 | 41.7 | 25.0 | 29.2 | 4.2 | 0.0 |
| 일본 | 50.0 | 27.3 | 9.1 | 13.6 | 0.0 |
| 인도네시아 | 20.0 | 30.0 | 45.0 | 5.0 | 0.0 |
| 필리핀 | 27.8 | 27.8 | 16.7 | 11.1 | 16.7 |
| 말레이시아 | 57.1 | 21.4 | 7.1 | 14.3 | 0.0 |
| 싱가포르 | 29.4 | 26.5 | 20.6 | 23.5 | 0.0 |
| 미국 | 47.6 | 14.3 | 9.5 | 9.5 | 19.0 |
| 영국 | 37.8 | 29.7 | 5.4 | 27.0 | 0.0 |
| 독일 | 69.2 | 15.4 | 7.7 | 7.7 | 0.0 |
| 인도 | 36.4 | 27.3 | 13.6 | 18.2 | 4.5 |

# 10. 인센티브여행 주최자 및 참가자들의 한국선호도

- 인센티브여행 주최 및 참가자들의 한국선호도는 39.1%가 '높은 편', 33.7%는 '보통', '19.3%는 '낮은 편' 이거나 '매우 낮음'을 나타냄
- 인도네시아는 '매우 높음' 비중이 47.4%로 대상국 중 가장 높게 나타남
- '높은 편' 비중이 가장 높게 나타난 국가는 필리핀과 싱가포르로 78.6%를 나타냈으며, 중국 67.6%, 일본 42.1%, 태국 36.0%, 미국 25.0% 등의 순으로 나타남

## 인센티브여행 주최자 및 참가자들의 한국선호도

(n=272,%)




| | N | 매우 낮음 | 낮은 편 | 보통 | 높은 편 | 매우 높음 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | 272 | 7.1 | 12.2 | 33.7 | 39.1 | 8.0 |
| 중국 | 71 | 0.0 | 0.0 | 23.9 | 67.6 | 8.5 |
| 태국 | 25 | 4.0 | 8.0 | 48.0 | 36.0 | 4.0 |
| 일본 | 19 | 0.0 | 5.3 | 47.4 | 42.1 | 5.3 |
| 인도네시아 | 19 | 0.0 | 5.3 | 31.6 | 15.8 | 47.4 |
| 필리핀 | 14 | 0.0 | 0.0 | 21.4 | 78.6 | 0.0 |
| 말레이시아 | 15 | 0.0 | 0.0 | 80.0 | 13.3 | 6.7 |
| 싱가포르 | 14 | 0.0 | 0.0 | 21.4 | 78.6 | 0.0 |
| 미국 | 20 | 10.0 | 15.0 | 50.0 | 25.0 | 0.0 |
| 영국 | 34 | 17.6 | 26.5 | 26.5 | 14.7 | 14.7 |
| 독일 | 22 | 18.2 | 22.7 | 31.8 | 22.7 | 4.5 |
| 인도 | 19 | 21.1 | 42.1 | 26.3 | 10.5 | 0.0 |

# 11. 인센티브 목적지 선택시 고려사항

- 인센티브목적지 선택시 고려사항으로 1순위는 '여행상품의 가격'이 가장 중요한 고려사항으로 나타났으며, 그 다음으로, '안전', '지리적 거리', '자연경관', '문화적 매력' 등의 순으로 나타남
- 2순위에 있어서 '문화적 매력', '숙박시설', '자연경관', '지리적 거리', '기후' 등으로 나타남
- 3순위에 있어서 '안전', '여행상품의 가격', '문화적 매력', '숙박시설', '쇼핑' 등의 순으로 파악됨

## 인센티브 목적지 선택 시 고려사항

### 1순위

| | 항목 | 빈도 | % |
|---|---|---|---|
| 1 | 여행상품의 가격 | 131 | 42.1 |
| 2 | 안전 | 29 | 9.3 |
| 3 | 지리적 거리 | 28 | 9.0 |
| 4 | 자연경관 | 27 | 8.7 |
| 5 | 문화적 매력 | 26 | 8.4 |
| 6 | 숙박시설 | 13 | 4.2 |
| 7 | 행사장 시설 | 12 | 3.9 |
| 8 | 문화활동 | 10 | 3.2 |
| 9 | 산업시설 | 10 | 3.2 |
| 10 | 기후 | 9 | 2.9 |
| 11 | 스포츠레저활동 | 4 | 1.3 |
| 12 | 음식 | 4 | 1.3 |
| 13 | 쇼핑 | 3 | 1.0 |
| 14 | 유관기관의 지원 | 3 | 1.0 |
| 15 | 언어소통 | 2 | 0.6 |
| | 합계 | 311 | 100.0 |

### 2순위

| | 항목 | 빈도 | % |
|---|---|---|---|
| 1 | 문화적 매력 | 43 | 13.9 |
| 2 | 숙박시설 | 38 | 12.3 |
| 3 | 자연경관 | 37 | 12.0 |
| 4 | 지리적 거리 | 32 | 10.4 |
| 5 | 기후 | 28 | 9.1 |
| 6 | 여행상품의 가격 | 26 | 8.4 |
| 7 | 문화활동 | 19 | 6.1 |
| 8 | 안전 | 17 | 5.5 |
| 9 | 음식 | 16 | 5.2 |
| 10 | 행사장 시설 | 15 | 4.9 |
| 11 | 쇼핑 | 13 | 4.2 |
| 12 | 스포츠레저활동 | 10 | 3.2 |
| 13 | 언어소통 | 7 | 2.3 |
| 14 | 산업시설 | 5 | 1.6 |
| 15 | 유관기관의 지원 | 3 | 1.0 |
| | 합계 | 309 | 100.0 |

### 3순위

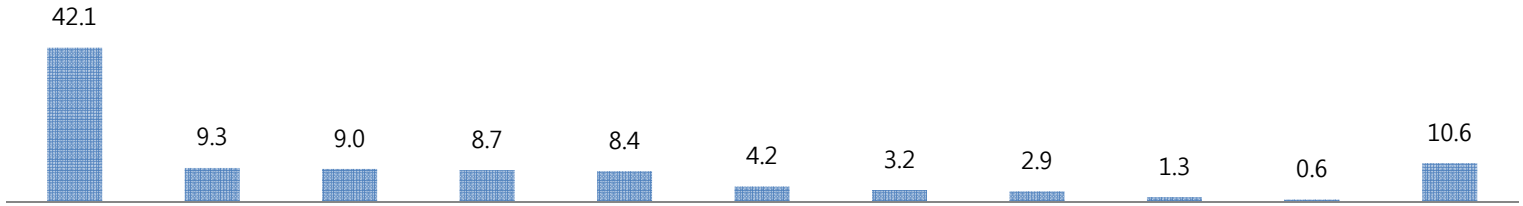
| | 항목 | 빈도 | % |
|---|---|---|---|
| 1 | 안전 | 36 | 11.7 |
| 2 | 여행상품의 가격 | 31 | 10.1 |
| 3 | 문화적 매력 | 31 | 10.1 |
| 4 | 숙박시설 | 28 | 9.1 |
| 5 | 쇼핑 | 27 | 8.8 |
| 6 | 행사장 시설 | 24 | 7.8 |
| 7 | 지리적 거리 | 23 | 7.5 |
| 8 | 기후 | 22 | 7.1 |
| 9 | 유관기관의 지원 | 21 | 6.8 |
| 10 | 음식 | 20 | 6.5 |
| 11 | 문화활동 | 18 | 5.8 |
| 12 | 자연경관 | 13 | 4.2 |
| 13 | 스포츠레저활동 | 6 | 1.9 |
| 14 | 산업시설 | 5 | 1.6 |
| 15 | 언어소통 | 3 | 1.0 |
| | 합계 | 308 | 100.0 |

# 12. 국가별 인센티브 목적지 선택시 고려사항

- 아시아국가들 중에서 중국과 일본 응답자들은 '가격' 에 대한 응답비중이 다른 국가에 비해 낮게 나타남
- '문화적 매력'(15.0%) 에 대한 응답비중은 인도네시아, 미국이 동일한 수치로(15.0%) 조사국가들 중 가장 높게 나타남
- 말레이시아 응답자들은 '가격(71.4%)' 외에 '자연경관(14.3%)'을 고려하는 것으로 나타남
- 싱가포르응답자들은 '가격'외에 '안전성'과 '기후'를 주로 고려하는 것으로 나타남

## 인센티브 목적지 선택 시 고려사항

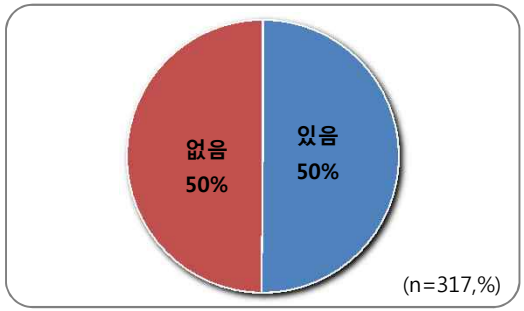
(n=312,%)

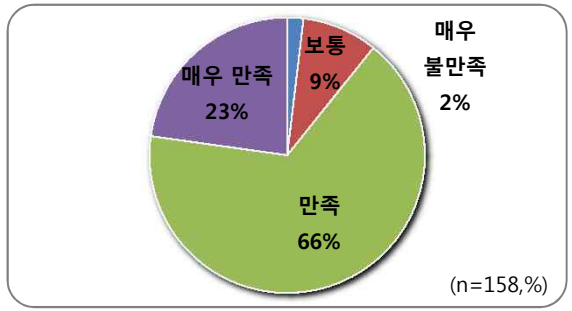


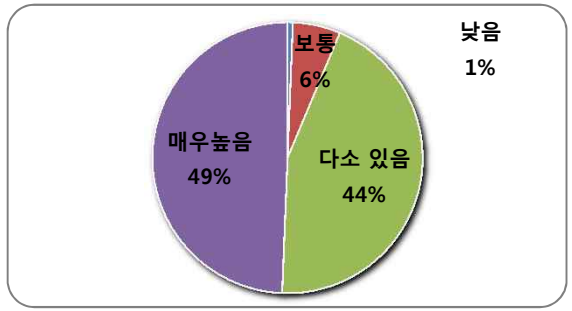

| | N | 여행상품의 가격 | 안전성 | 지리적 거리 | 자연경관 | 문화적 매력 | 숙박시설 | 문화활동 | 기후 | 스포츠레저 활동 | 언어소통 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | 312 | 42.1 | 9.3 | 9.0 | 8.7 | 8.4 | 4.2 | 3.2 | 2.9 | 1.3 | 0.6 | 10.6 |
| 중국 | 70 | 24.3 | 12.9 | 17.1 | 11.4 | 7.1 | 7.1 | 1.4 | 1.4 | 1.4 | 1.4 | 14.3 |
| 태국 | 25 | 44.0 | 4.0 | 0.0 | 12.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 16.0 | 0.0 | 0.0 | 12.0 |
| 일본 | 20 | 25.0 | 20.0 | 20.0 | 5.0 | 15.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 15.0 |
| 인도네시아 | 20 | 70.0 | 5.0 | 0.0 | 5.0 | 15.0 | 5.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 필리핀 | 14 | 64.3 | 7.1 | 0.0 | 7.1 | 7.1 | 7.1 | 7.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 말레이시아 | 14 | 71.4 | 7.1 | 7.1 | 14.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 싱가포르 | 14 | 42.9 | 14.3 | 7.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 7.1 | 14.3 | 0.0 | 0.0 | 14.2 |
| 미국 | 20 | 15.0 | 5.0 | 10.0 | 5.0 | 15.0 | 15.0 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 15.0 |
| 영국 | 14 | 42.9 | 14.3 | 7.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 7.1 | 14.3 | 0.0 | 0.0 | 14.2 |
| 독일 | 21 | 28.6 | 9.5 | 9.5 | 4.8 | 4.8 | 9.5 | 4.8 | 4.8 | 9.5 | 4.8 | 9.6 |
| 인도 | 20 | 60.0 | 15.0 | 5.0 | 10.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 10.0 |

# 13. 방한인센티브여행 송출여부 및 재송출의사

- 응답자의 50.2%가 방한인센티브여행 송출경험이 있는 것으로 파악되었으며, 이들의 89.3%가 만족하는 것으로 나타남
- 중국, 태국, 일본, 필리핀, 말레이시아, 싱가포르 등 아시아국가 응답자들의 방한인센티브여행 송출경험은 65% 이상으로 나타나는 반면, 미주국가나 유럽국가에서의 송출경험은 낮게 나타남
- 또한, 응답자의 49.4%가 방한인센티브여행 재송출의사가 매우 높으며, 44.3%가  다소 있는 것으로 나타나 대부분이 한국으로 재송출의사를 가지고 있는 것으로 파악됨




(n=158,%)

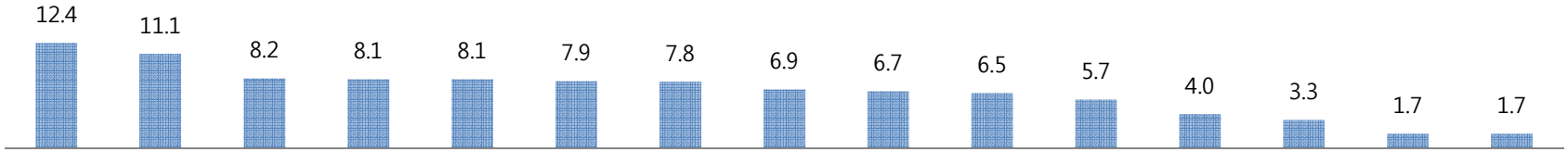
| | 방한인센티브여행 송출경험 여부 | | | 참가자들의 만족수준 | | | | | 한국 재송출의사 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | N | 있음 | 없음 | N | 매우불만족 | 보통 | 만족 | 매우만족 | 낮은편 | 보통 | 다소있음 | 매우높다 |
| 전체 | 317 | 50.2 | 49.8 | 158 | 1.9 | 8.9 | 66.5 | 22.8 | 0.6 | 5.7 | 44.3 | 49.4 |
| 중국 | 71 | 88.7 | 11.3 | 63 | 1.6 | 6.3 | 76.2 | 15.9 | 1.6 | 6.3 | 76.2 | 15.9 |
| 태국 | 25 | 84.0 | 16.0 | 21 | 0.0 | 4.8 | 66.7 | 28.6 | 0.0 | 4.8 | 66.7 | 28.6 |
| 일본 | 20 | 65.0 | 35.0 | 13.0 | 0.0 | 23.1 | 61.5 | 15.4 | 0.0 | 23.1 | 61.5 | 15.4 |
| 인도네시아 | 20 | 35.0 | 65.0 | 7.0 | 0.0 | 0.0 | 28.6 | 71.4 | 0.0 | 0.0 | 28.6 | 71.4 |
| 필리핀 | 15 | 73.3 | 26.7 | 10 | 10.0 | 0.0 | 70.0 | 20.0 | 10.0 | 0.0 | 70.0 | 20.0 |
| 말레이시아 | 15 | 86.7 | 13.3 | 13 | 0.0 | 15.4 | 69.2 | 15.4 | 0.0 | 15.4 | 69.2 | 15.4 |
| 싱가포르 | 14 | 85.7 | 14.3 | 12 | 0.0 | 0.0 | 91.7 | 8.3 | 0.0 | 0.0 | 91.7 | 8.3 |
| 미국 | 20 | 10.0 | 90.0 | 2 | 0.0 | 0.0 | 50.0 | 50.0 | 0.0 | 0.0 | 50.0 | 50.0 |
| 독일 | 23 | 21.7 | 78.3 | 5 | 20.0 | 20.0 | 0.0 | 60.0 | 20.0 | 20.0 | 0.0 | 60.0 |
| 인도 | 20 | 15.0 | 85.0 | 3 | 0.0 | 33.3 | 0.0 | 66.7 | 0.0 | 33.3 | 0.0 | 66.7 |
| 영국 | 34 | 0.0 | 100.0 | | | | | | | | | |

# 14. 방한인센티브여행 결정 이유

- 방한인센티브여행을 결정한 이유에 대해서는 '가격' 요인이 12.4%로 가장 많은 응답비중을 보였으며, '쇼핑', '음식', '지리적 거리', '문화활동', '숙박시설', '자연경관', '한류', '안전', '지원', '기후' 등으로 나타남
- 말레이시아 응답자의 경우, '쇼핑'(15.5%), '가격(12.1%)', '자연경관'(12.1%), '문화활동'(10.3%), '음식'(10.3%) 등의 순으로 나타남
- 싱가포르 응답자들은 '문화활동'(10.4%)요인에 가장 많은 응답이 나타났으며, '쇼핑', '지원', '지리적 거리'요인이 동일하게 8.7%로 나타남
- 독일 응답자는 '음식'(13.6%), '문화활동'(13.6%), '행사시설'(13.6%), '산업시설'(13.6%) 에 대해 높은 응답을 나타냄

## 방한인센티브여행 결정 이유

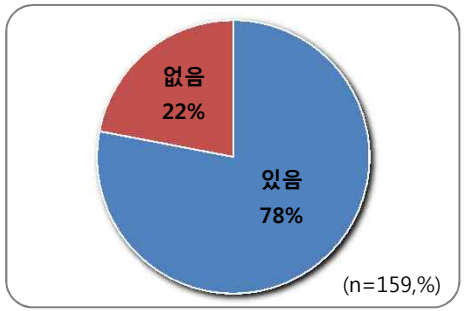
(n=317,%) 중복응답

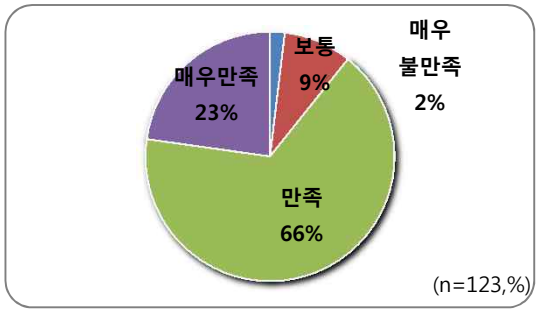


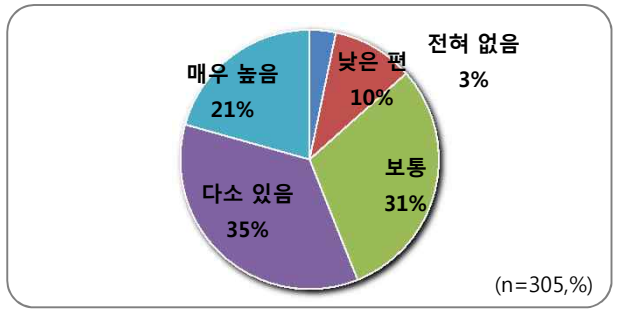

| | 가격 | 쇼핑 | 음식 | 지리적 거리 | 문화활동 | 숙박시설 | 자연경관 | 한류 | 안전 | 지원 | 기후 | 행사시설 | 산업시설 | 스포츠 레저 | 언어소통 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | 12.4 | 11.1 | 8.2 | 8.1 | 8.1 | 7.9 | 7.8 | 6.9 | 6.7 | 6.5 | 5.7 | 4.0 | 3.3 | 1.7 | 1.7 |
| 중국 | 11.2 | 13.0 | 6.0 | 11.6 | 7.0 | 7.7 | 8.1 | 8.4 | 8.1 | 6.3 | 3.2 | 4.9 | 2.1 | 1.4 | 1.1 |
| 태국 | 14.7 | 13.8 | 11.9 | 2.8 | 5.5 | 8.3 | 7.3 | 4.6 | 4.6 | 5.5 | 9.2 | 2.8 | 6.4 | 1.8 | 0.9 |
| 일본 | 28.6 | 2.4 | 11.9 | 16.7 | 7.1 | 14.3 | 2.4 | 2.4 | 2.4 | 4.8 | 0.0 | 0.0 | 7.1 | 0.0 | 0.0 |
| 인도네시아 | 20.7 | 17.2 | 13.8 | 0.0 | 6.9 | 6.9 | 10.3 | 13.8 | 3.4 | 0.0 | 3.4 | 0.0 | 0.0 | 3.4 | 0.0 |
| 필리핀 | 6.8 | 9.1 | 6.8 | 22.7 | 6.8 | 6.8 | 9.1 | 6.8 | 4.5 | 4.5 | 6.8 | 2.3 | 4.5 | 0.0 | 2.3 |
| 말레이시아 | 12.1 | 15.5 | 10.3 | 3.4 | 10.3 | 3.4 | 12.1 | 8.6 | 5.2 | 3.4 | 10.3 | 1.7 | 0.0 | 3.4 | 0.0 |
| 싱가포르 | 5.2 | 8.7 | 7.8 | 8.7 | 10.4 | 9.6 | 4.3 | 7.8 | 9.6 | 8.7 | 7.8 | 3.5 | 0.0 | 0.9 | 7.0 |
| 미국 | 16.7 | 0.0 | 8.3 | 8.3 | 16.7 | 8.3 | 8.3 | 0.0 | 8.3 | 8.3 | 0.0 | 8.3 | 8.3 | 0.0 | 0.0 |
| 독일 | 9.1 | 4.5 | 13.6 | 0.0 | 13.6 | 9.1 | 0.0 | 0.0 | 9.1 | 9.1 | 0.0 | 13.6 | 13.6 | 4.5 | 0.0 |
| 인도 | 18.2 | 9.1 | 0.0 | 0.0 | 9.1 | 9.1 | 18.2 | 0.0 | 0.0 | 18.2 | 0.0 | 9.1 | 9.1 | 0.0 | 0.0 |

# 15. 유관기관의 지원에 대한 인식

- 방한인센티브여행 송출경험이 있는 응답자의 78%가 한국유관기관으로부터 지원을 받는 경험이 있는 것으로 나타남
- 한국유관기관의 지원에 대해서 지원받은 경험 있는 응답자의 66.5%가 '만족' 22.8%가 '매우 만족' 으로 대다수가 만족하는 것으로 나타남
- 유관기관의 지원여부가 여행목적지 결정에 미치는 영향에 있어서 35.4%가 '다소 있음', 20.7%가 '매우 높음'으로 56.1%가 영향이 있다고 응답함. 반면, 30.5%가 '보통', 15.5%가 '낮거나 전혀 없음'으로 응답함



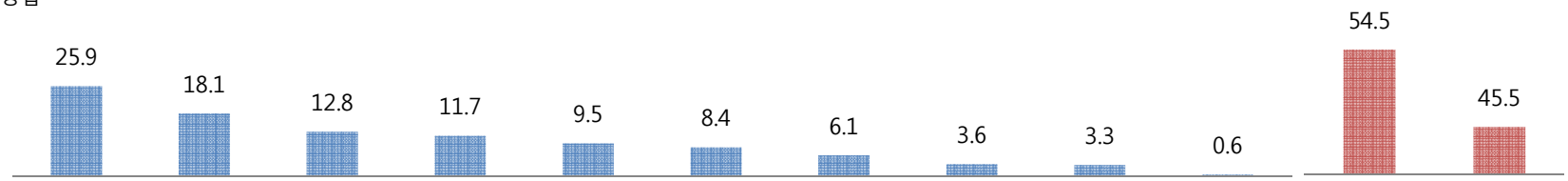




| | 한국지원수혜여부 | | 한국지원에 대한 만족수준 | | | | 유관기관의 지원여부가 여행목적지 결정에 미치는 영향 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 있음 | 없음 | 매우불만족 | 보통 | 만족 | 매우만족 | 전혀없음 | 낮은편 | 보통 | 다소있음 | 매우높음 |
| 전체 | 78.0 | 22.0 | 1.9 | 8.9 | 66.5 | 22.8 | 3.3 | 10.2 | 30.5 | 35.4 | 20.7 |
| 중국 | 85.7 | 14.3 | 1.6 | 6.3 | 76.2 | 15.9 | 0.0 | 7.1 | 5.7 | 57.1 | 30.0 |
| 태국 | 76.2 | 23.8 | 0.0 | 4.8 | 66.7 | 28.6 | 0.0 | 17.4 | 60.9 | 17.4 | 4.3 |
| 일본 | 92.3 | 7.7 | 0.0 | 23.1 | 61.5 | 15.4 | 0.0 | 26.3 | 31.6 | 36.8 | 5.3 |
| 인도네시아 | 57.1 | 42.9 | 0.0 | 0.0 | 28.6 | 71.4 | 0.0 | 0.0 | 22.2 | 22.2 | 55.6 |
| 필리핀 | 72.7 | 27.3 | 10.0 | 0.0 | 70.0 | 20.0 | 7.1 | 7.1 | 28.6 | 50.0 | 7.1 |
| 말레이시아 | 69.2 | 30.8 | 0.0 | 15.4 | 69.2 | 15.4 | 0.0 | 6.7 | 66.7 | 20.0 | 6.7 |
| 싱가포르 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 91.7 | 8.3 | 7.1 | 0.0 | 50.0 | 21.4 | 21.4 |
| 미국 | 50.0 | 50.0 | 0.0 | 0.0 | 50.0 | 50.0 | 5.3 | 10.5 | 36.8 | 42.1 | 5.3 |
| 독일 | 40.0 | 60.0 | 20.0 | 20.0 | 0.0 | 60.0 | 4.5 | 9.1 | 45.5 | 13.6 | 27.3 |
| 인도 | 0.0 | 100.0 | 0.0 | 33.3 | 0.0 | 66.7 | 5.3 | 10.5 | 47.4 | 31.6 | 5.3 |
| 영국 | | | | | | | 3.0 | 9.1 | 18.2 | 39.4 | 30.3 |

# 16. 한국유관기관으로부터 받은 지원

- 방한인센티브여행 송출경험이 있는 응답자들이 한국유관기관으로부터 받은 지원내용으로는 '기념품'(25.9%)이 가장 많았으며, '관광홍보물', '문화공연', '환영행사', 문화체험', '관광지입장료', '산업시찰' 등의 순으로 나타남
- 또한, 전체응답자의 54.5%가 타국가로부터 지원을 받은 것으로 나타남

(n=317,%) 중복응답



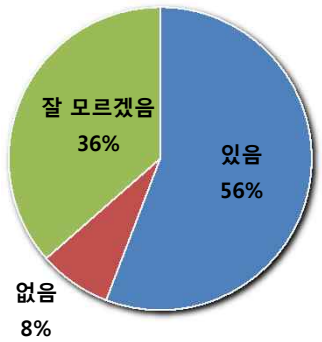

| | 한국유관기관으로부터 받은 지원 | | | | | | | | | | 타국가 지원수혜여부 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 기념품 | 관광홍보물 | 문화공연 | 환영행사 | 문화체험 | 관광지 입장료 | 산업시찰 | 숙박비 | 그룹활동 | 기타 | 있음 | 없음 |
| 전체 | 25.9 | 18.1 | 12.8 | 11.7 | 9.5 | 8.4 | 6.1 | 3.6 | 3.3 | 0.6 | 54.5 | 45.5 |
| 중국 | 26.5 | 18.8 | 13.5 | 14.7 | 9.4 | 7.6 | 2.9 | 4.1 | 2.4 | 0.0 | 70.4 | 29.6 |
| 태국 | 40.0 | 12.5 | 5.0 | 12.5 | 7.5 | 7.5 | 10.0 | 2.5 | 2.5 | 0.0 | 20.0 | 80.0 |
| 일본 | 9.5 | 23.8 | 0.0 | 28.6 | 14.3 | 4.8 | 14.3 | 0.0 | 0.0 | 4.8 | 38.9 | 61.1 |
| 인도네시아 | 40.0 | 10.0 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 30.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 36.8 | 63.2 |
| 필리핀 | 29.4 | 23.5 | 11.8 | 5.9 | 11.8 | 0.0 | 11.8 | 5.9 | 0.0 | 0.0 | 28.6 | 71.4 |
| 말레이시아 | 38.9 | 5.6 | 22.2 | 11.1 | 5.6 | 5.6 | 11.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 46.7 | 53.3 |
| 싱가포르 | 25.6 | 25.6 | 18.6 | 0.0 | 7.0 | 0.0 | 4.7 | 4.7 | 14.0 | 0.0 | 42.9 | 57.1 |
| 미국 | 0.0 | 20.0 | 20.0 | 20.0 | 20.0 | 0.0 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 60.0 | 40.0 |
| 독일 | 0.0 | 10.0 | 20.0 | 10.0 | 10.0 | 10.0 | 10.0 | 20.0 | 10.0 | 0.0 | 69.6 | 30.4 |
| 인도 | | | | | | | | | | | 75.0 | 25.0 |
| 영국 | | | | | | | | | | | 72.7 | 27.3 |

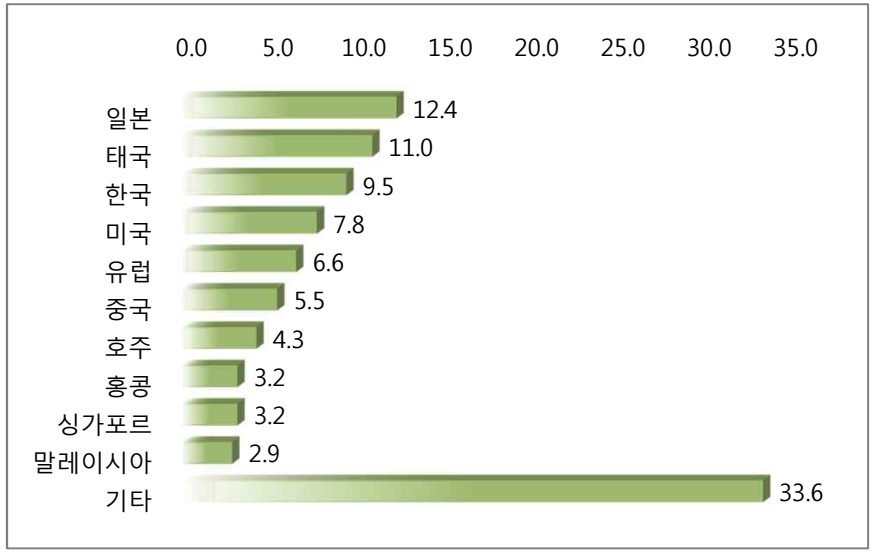
# 17. 인센티브여행 송출계획 및 송출예정국가

- 향후 1~2년 내에 방한인센티브여행 송출계획 여부에 대해서 응답자의 56%가 '계획이 있음', 36%가 '잘 모르겠음', 8%가 '없음'으로 나타남
- 향후 1~2년 내에 인센티브여행 송출예정국가로 '일본' 응답비중이 가장 많았으며, '태국', '미국', '유럽', '한국', '중국', '홍콩', '싱가포르' 등의 순으로 나타남
- 방한인센티브여행 송출계획이 있는 응답자들은 송출대상국가로 '일본'응답이 가장 많았으며, '태국', '한국', '미국' '유럽', '중국' 등의 순으로 나타남

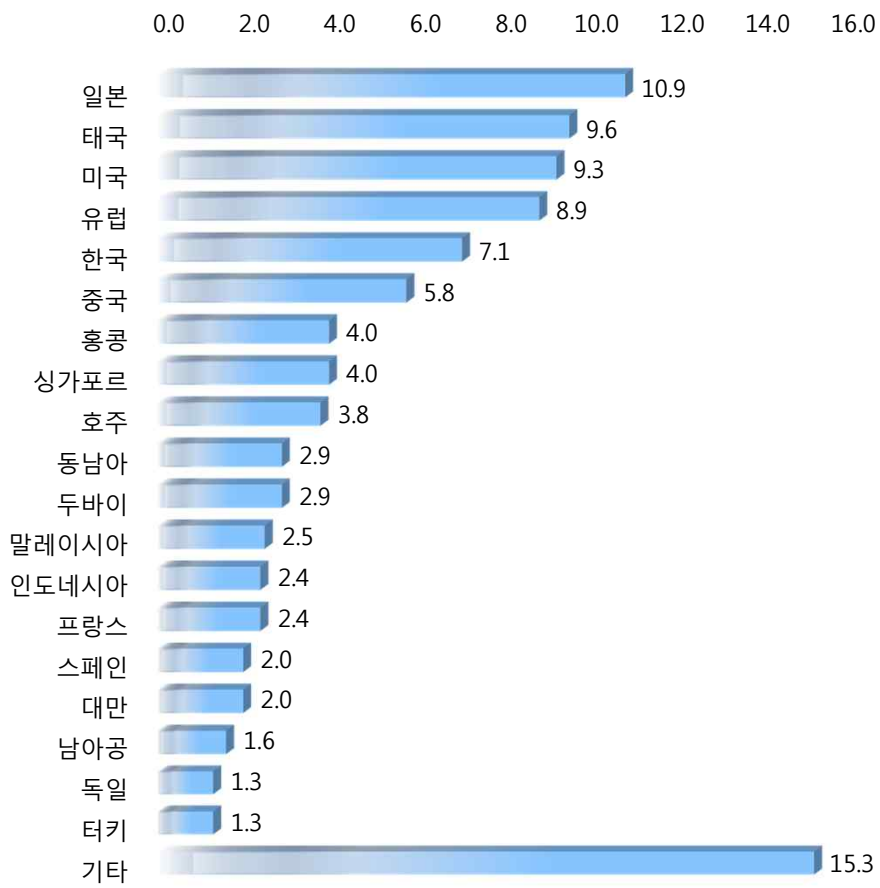
(n=317,%)

## 향후1~2년 내 방한인센티브단체 송출계획




## 향후 1~2년 내 인센티브여행 송출예정국가



# 18. 국가별 인센티브여행 송출예정 국가

- 응답자들의 향후 1~2년 내 인센티브여행 송출예정국가를 응답자의 국적별로 파악한 결과, 국가별로 다소 다른 양상을 나타냄
- 중국응답자들은 '한국' 응답비중이 가장 많았으며, '미국', '태국', '일본' 등의 순으로 나타남. 태국의 경우는 '일본'응답이 74.1%로 압도적으로 높게 나타남. 일본은 '미국' 비중이 가장 높으며, '한국', '태국', '인도네시아' 순으로 나타남
- 향후 1~2년 내에 방한인센티브여행 송출계획이 있다고 응답한 대상자들이 인센티브여행 송출예정국가를 파악한 결과, 중국, 태국, 인도네시아, 말레이시아는 대체로 유사한 양상을 보이나 일본, 필리핀, 미국 등은 다소 다른 경향을 보임

(n=317,%)

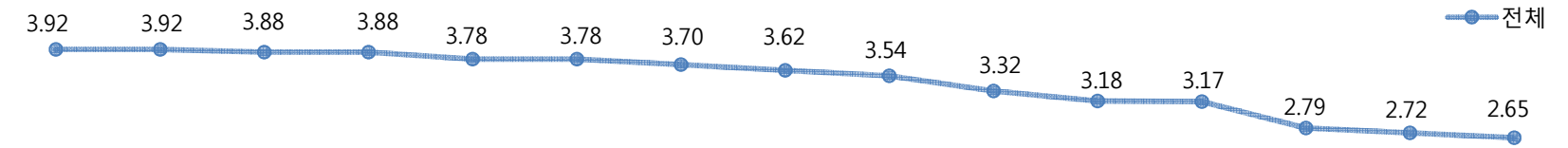
| | 모든 응답자의 인센티브여행 송출 예정국가 | | | | | | 방한인센티브여행 송출계획이 있는 응답자들의 인센티브여행 송출 예정 국가 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1순위 | 2순위 | 3순위 | 4순위 | 5순위 | 기타 | 1순위 | 2순위 | 3순위 | 4순위 | 5순위 | 기타 |
| 중국 | 한국(20.6) | 미국(12.2) | 태국(9.9) | 일본(8.4) | 유럽(7.6) | 41.2 | 한국(21.4) | 미국(11.9) | 태국(10.3) | 일본(8.7) | 유럽(7.1) | 40.5 |
| 태국 | 일본(74.1) | 중국(11.1) | 미국(3.7) | 베트남(3.7) | - | 7.4 | 일본(73.3) | 중국(13.3) | 프랑스(6.7) | 베트남(6.7) | - | 0.0 |
| 일본 | 미국(25.8) | 한국(12.9) | 태국(9.7) | 인도네시아(9.7) | 대만(9.7) | 32.3 | 미국(21.4) | 인도네시아(21.4) | 태국(14.3) | 한국(7.1) | 대만(7.1) | 28.6 |
| 인도네시아 | 중국(17.2) | 일본(13.8) | 유럽(13.8) | 인도네시아(13.8) | 태국(13.8) | 27.6 | 중국(33.3) | 일본(16.7) | 홍콩(16.7) | 마카오(16.7) | 태국(16.7) | 0.0 |
| 필리핀 | 인도네시아(15.8) | 태국(15.8) | 일본(10.5) | 두바이(10.5) | - | 47.4 | 일본(28.6) | 두바이(28.6) | 인도네시아(14.3) | 태국(14.3) | 중국(14.3) | 0.0 |
| 말레이시아 | 일본(25.9) | 유럽(18.5) | 대만(14.8) | 호주(14.8) | 태국(7.4) | 18.5 | 일본(31.6) | 유럽(18.5) | 대만(15.8) | 호주(10.5) | 중국(10.5) | 15.8 |
| 싱가포르 | 동남아(20.5) | 유럽(15.4) | 미국(12.8) | 태국(12.8) | 대만(7.7) | 30.8 | 태국(20.0) | 유럽(16.0) | 동남아(16.0) | 미국(12.0) | 대만(8.0) | 28.0 |
| 미국 | 중국(20.5) | 일본(12.8) | 유럽(7.7) | 싱가포르(5.1) | 홍콩(5.1) | 48.7 | 일본(17.4) | 중국(17.4) | 미국(8.7) | 스페인(8.7) | 홍콩(8.7) | 39.1 |
| 독일 | 미국(13.3) | 유럽(8.9) | 태국(8.9) | 한국(6.7) | 중국(6.7) | 55.6 | 태국(13.3) | 남아공(10.0) | 홍콩(10.0) | 한국(6.7) | 중국(6.7) | 53.3 |
| 인도 | 태국(22.0) | 두바이(14.6) | 홍콩(14.6) | 터키(7.3) | 싱가포르(7.3) | 34.1 | 태국(21.7) | 홍콩(13.0) | 두바이(8.7) | 터키(8.7) | 싱가포르(8.7) | 39.1 |
| 영국 | 유럽(20.4) | 미국(14.8) | 남아공(5.6) | 프랑스(5.6) | 두바이(5.6) | 48.1 | 태국(22.2) | 스리랑카(22.2) | 싱가포르(11.1) | 미국(11.1) | 두바이(11.1) | 22.2 |

# 19. 인센티브여행 목적지 경쟁력 평가

▪ 아시아국가들에 대한 인센티브여행 목적지로서의 경쟁력을 평가하게 한 결과, '홍콩·마카오'(3.92)가 가장 높게 나타났으며, '싱가포르', '한국', '태국', '호주·뉴질랜드', '두바이', '일본', '중국', '말레이시아', '대만', '베트남', '인도네시아' 등의 순으로 나타남

(n=317, 5점척도)

## 인센티브여행 목적지 경쟁력 평가



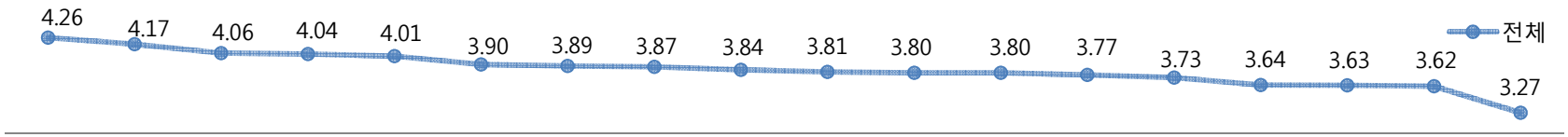

| | 홍콩·마카오 | 싱가포르 | 한국 | 태국 | 호주·뉴질랜드 | 두바이 | 일본 | 중국 | 말레이시아 | 대만 | 베트남 | 인도네시아 | 인도 | 필리핀 | 캄보디아 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | 3.92 | 3.92 | 3.88 | 3.88 | 3.78 | 3.78 | 3.70 | 3.62 | 3.54 | 3.32 | 3.18 | 3.17 | 2.79 | 2.72 | 2.65 |
| 중국 | 3.71 | 3.78 | 3.93 | 3.73 | 3.79 | 3.71 | 3.69 | 3.81 | 3.32 | 3.86 | 2.68 | 2.72 | 2.33 | 2.39 | 2.35 |
| 태국 | 3.71 | 3.83 | 4.12 | 3.61 | 3.87 | 3.26 | 4.50 | 3.56 | 3.13 | 3.35 | 3.13 | 2.74 | 2.39 | 2.39 | 2.57 |
| 일본 | 3.65 | 4.25 | 4.10 | 3.70 | 3.25 | 3.15 | 3.35 | 2.60 | 2.90 | 3.80 | 3.20 | 3.00 | 2.40 | 2.75 | 2.40 |
| 인도네시아 | 4.15 | 3.80 | 4.35 | 4.20 | 3.55 | 4.10 | 4.45 | 4.15 | 3.65 | 3.15 | 3.55 | 4.15 | 2.75 | 3.30 | 2.85 |
| 필리핀 | 4.33 | 4.50 | 4.31 | 3.92 | 3.69 | 3.25 | 3.83 | 3.42 | 3.67 | 3.08 | 2.80 | 3.50 | 2.58 | 4.09 | 3.27 |
| 말레이시아 | 3.67 | 3.07 | 4.00 | 3.67 | 3.80 | 3.40 | 4.07 | 3.33 | 2.85 | 3.93 | 2.57 | 2.67 | 2.40 | 2.07 | 2.33 |
| 싱가포르 | 4.14 | 3.79 | 3.93 | 4.79 | 3.43 | 2.36 | 3.71 | 3.71 | 4.21 | 4.50 | 2.57 | 3.57 | 1.29 | 2.21 | 1.86 |
| 미국 | 4.16 | 3.63 | 3.70 | 3.79 | 4.26 | 3.85 | 3.85 | 4.16 | 3.53 | 2.79 | 3.37 | 3.42 | 3.16 | 2.80 | 3.00 |
| 독일 | 4.05 | 4.36 | 3.57 | 3.77 | 3.52 | 4.55 | 3.26 | 3.32 | 3.57 | 2.71 | 3.45 | 3.38 | 3.41 | 2.68 | 2.53 |
| 인도 | 4.35 | 4.25 | 3.25 | 4.60 | 3.85 | 4.40 | 2.85 | 3.70 | 4.40 | 2.90 | 2.80 | 3.80 | 3.90 | 3.15 | 2.75 |
| 영국 | 4.25 | 4.27 | 3.53 | 3.73 | 4.35 | 4.52 | 3.61 | 3.55 | 3.88 | 2.84 | 3.79 | 3.37 | 3.61 | 2.81 | 3.19 |

# 20. 인센티브여행 목적지 경쟁력 평가

- 한국의 인센티브여행 수용태세 평가에 있어서 '쇼핑시설'(4.26) 에 대한 평가가 가장 높게 나타났으며, '안전', '문화체험활동', '대중교통', '숙박시설', '식음료', '행사장시설', '주차장 등 편의시설', '역사자원', '비자 등 입국절차', '자연자원', '여행안내시설물' 등의 순으로 나타남
- 반면, '언어소통', '미디어관광홍보', '단체항공좌석확보 용이성', '온라인 관광홍보' 에 대한 평가는 낮게 나타남

(n=317, 5점척도)

## 한국의 인센티브여행 수용태세 평가



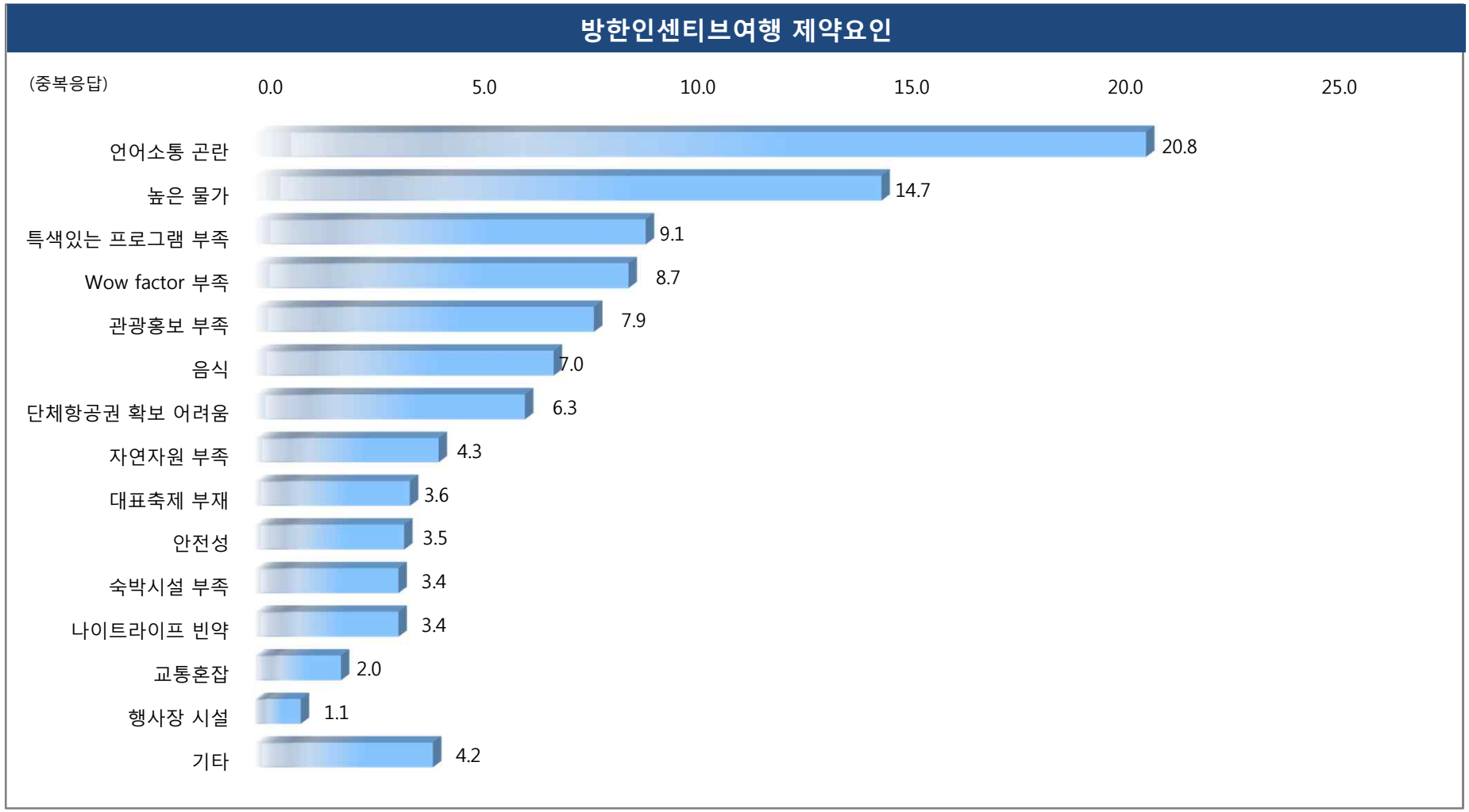

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | 4.26 | 4.17 | 4.06 | 4.04 | 4.01 | 3.90 | 3.89 | 3.87 | 3.84 | 3.81 | 3.80 | 3.80 | 3.77 | 3.73 | 3.64 | 3.63 | 3.62 | 3.27 |
| 중국 | 4.41 | 4.22 | 4.06 | 4.00 | 3.99 | 3.85 | 3.90 | 4.12 | 3.69 | 3.99 | 3.87 | 3.93 | 3.84 | 3.82 | 3.93 | 3.76 | 4.00 | 3.26 |
| 태국 | 4.46 | 4.24 | 3.83 | 4.04 | 3.96 | 3.92 | 3.78 | 3.83 | 3.79 | 3.67 | 3.83 | 4.05 | 3.83 | 3.71 | 3.70 | 3.83 | 3.83 | 3.42 |
| 일본 | 4.05 | 4.15 | 3.90 | 3.50 | 4.10 | 4.10 | 4.05 | 3.30 | 3.75 | 3.70 | 3.40 | 3.30 | 3.40 | 3.25 | 3.35 | 3.50 | 3.50 | 3.60 |
| 인도네시아 | 4.05 | 3.95 | 3.89 | 4.11 | 3.74 | 3.42 | 3.68 | 3.68 | 3.74 | 3.16 | 3.63 | 3.74 | 3.47 | 3.53 | 3.63 | 3.42 | 3.42 | 3.32 |
| 필리핀 | 4.14 | 4.21 | 4.08 | 4.14 | 4.00 | 4.14 | 3.69 | 3.85 | 4.15 | 3.64 | 4.00 | 3.93 | 3.69 | 4.08 | 3.58 | 4.07 | 3.71 | 3.00 |
| 말레이시아 | 4.20 | 4.13 | 4.13 | 3.86 | 3.67 | 3.87 | 3.33 | 3.40 | 3.80 | 3.69 | 3.80 | 3.60 | 3.73 | 3.07 | 3.73 | 3.60 | 3.93 | 2.67 |
| 싱가포르 | 4.86 | 4.29 | 4.21 | 4.64 | 4.00 | 4.14 | 3.86 | 4.14 | 3.79 | 3.64 | 3.86 | 3.79 | 4.43 | 3.64 | 4.07 | 3.29 | 4.14 | 3.14 |
| 미국 | 4.11 | 4.00 | 4.37 | 4.05 | 4.37 | 4.16 | 4.05 | 4.11 | 4.16 | 4.05 | 3.83 | 3.82 | 4.11 | 3.71 | 3.32 | 3.65 | 3.17 | 3.68 |
| 독일 | 3.89 | 4.22 | 4.11 | 3.72 | 4.06 | 4.06 | 3.89 | 3.72 | 4.00 | 3.78 | 3.94 | 3.39 | 3.44 | 3.78 | 3.11 | 3.50 | 2.89 | 3.06 |
| 인도 | 4.12 | 3.75 | 3.88 | 4.06 | 3.88 | 3.47 | 3.94 | 3.94 | 3.71 | 3.12 | 3.71 | 4.00 | 3.75 | 3.94 | 3.31 | 3.00 | 2.94 | 3.24 |
| 영국 | 3.88 | 3.88 | 3.89 | 4.25 | 4.11 | 3.67 | 4.00 | 3.44 | 3.78 | 4.25 | 3.56 | 3.88 | 3.78 | 3.86 | 4.00 | 3.71 | 3.50 | 3.63 |

(1:쇼핑시설, 2:안전, 3:문화체험활동, 4:대중교통, 5:숙박시설, 6:식음료, 7:행사장시설, 8:주차장 등 편의시설, 9:역사자원, 10:비자 등 입국절차, 11:자연자원, 12:여행안내시설물, 13:다양한 여행 프로그램, 14:산업시설, 15:온라인 관광홍보, 16:단체항공좌석확보 용이성, 17:미디어관광홍보, 18:언어소통)

# 21. 방한인센티브여행 제약요인 및 한국관광홍보물 평가

▪ **방한인센티브여행 주요 제약요인으로는 '언어소통 곤란'이 가장 높았으며, '높은 물가', '특색있는 프로그램 부족', 'Wow factor 부족', '관광홍보부족', '음식' 등으로 파악됨**

(n=317,%)

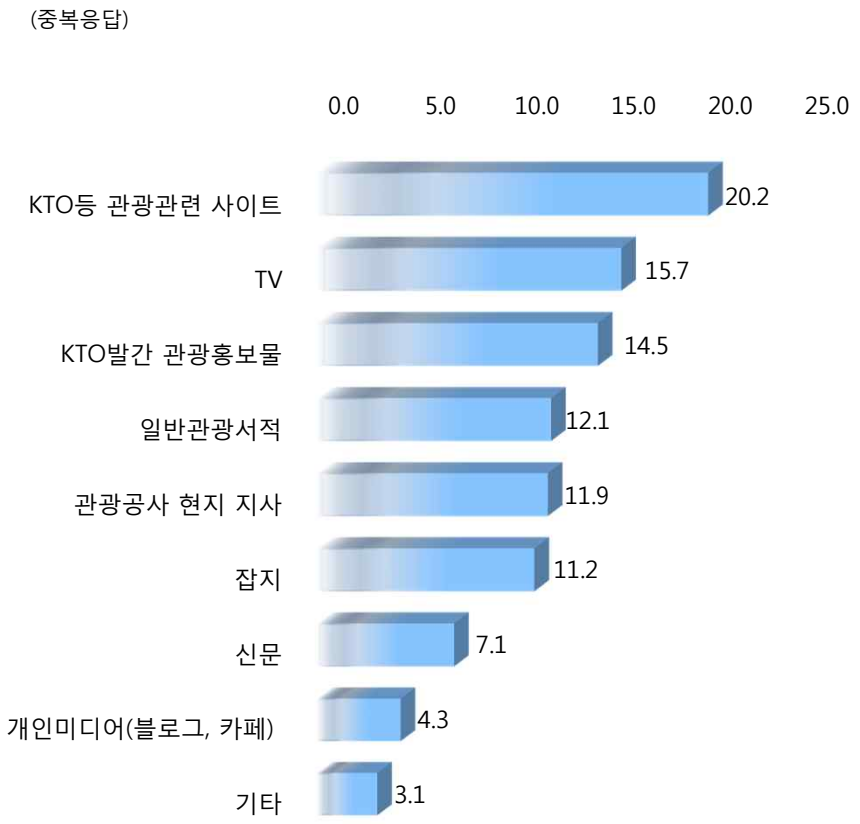


# 22. 방한인센티브여행 제약요인 및 한국관광홍보물 평가

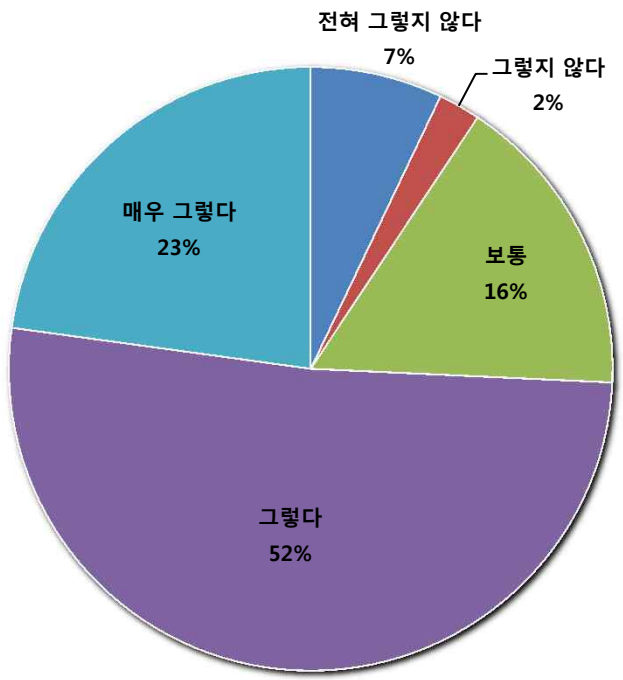
- 한국관광정보 취득경로는 'KTO 등 관광관련 사이트'(20.2%)를 통해 얻는 경우가 가장 많았으며, 'TV', 'KTO발간 관광홍보물', '일반관광서적', '관광공사 현지 지사', '잡지' 등의 순으로 나타남
- 한국관광홍보물이 한국의 이미지를 잘 표현하고 있는지를 묻는 질문에 대해, 52%가 '그렇다', '23% '매우 그렇다'로 대체적으로 한국의 이미지를 잘 표현하고 있는 것으로 응답됨

(n=317,%)

## 한국관광정보 취득경로




## 한국관광홍보물의 한국이미지표현



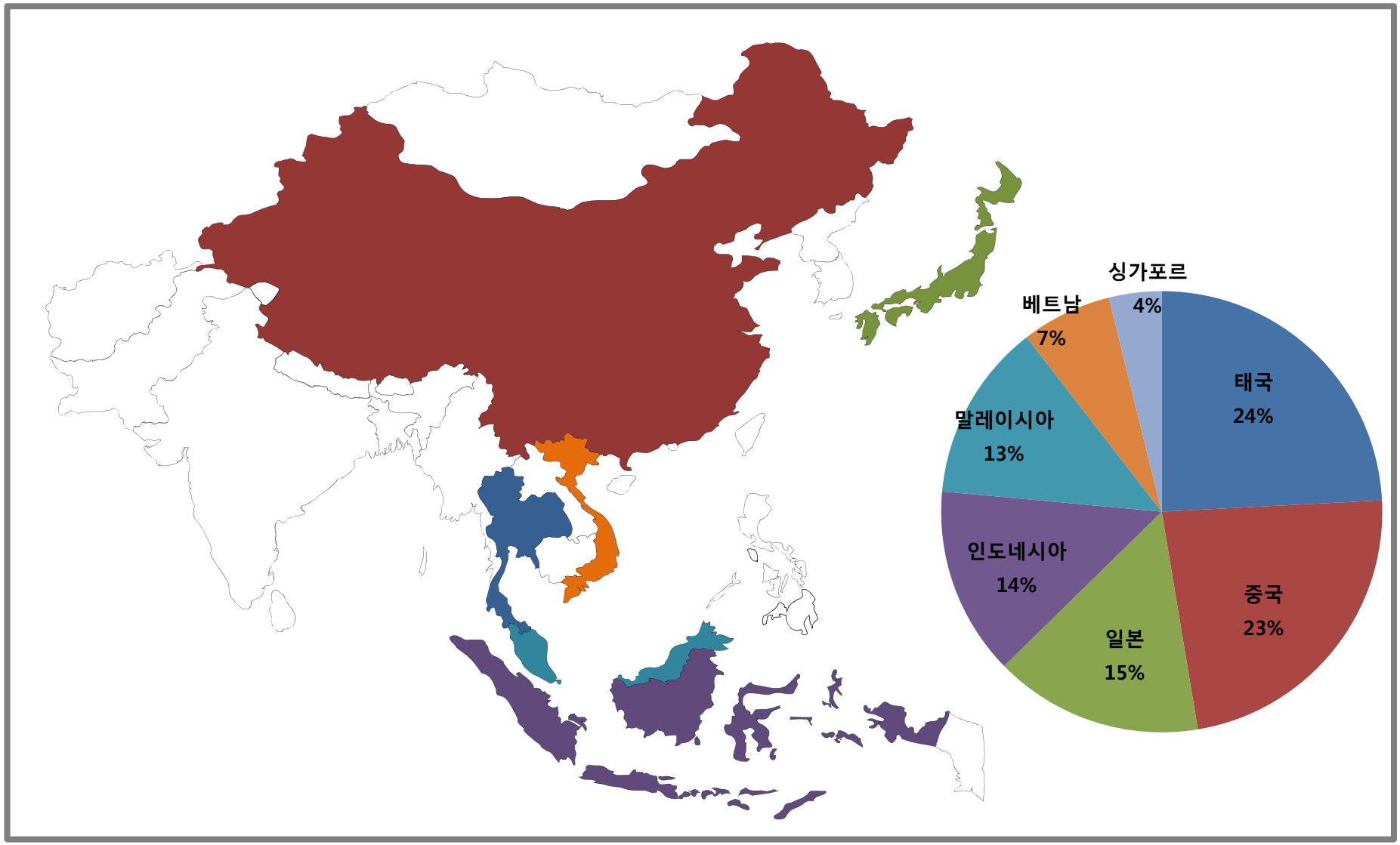
# 제2장 조사결과 분석

## Ch3. 방한 인센티브 여행 참가자 설문조사 결과

1) 전체참가자
2) 중국
3) 일본
4) 태국
5) 말레이시아
6) 인도네시아

# 1-1. 조사응답자의 국가별 분포

- 조사응답자는 중국 23%(217명), 일본 15%(143명), 태국 24%(226명), 말레이시아 13%(122명), 인도네시아 14% (129명), 베트남 7%(62명), 싱가포르 4%(36명) 으로 총 935명의 응답이 분석에 사용됨

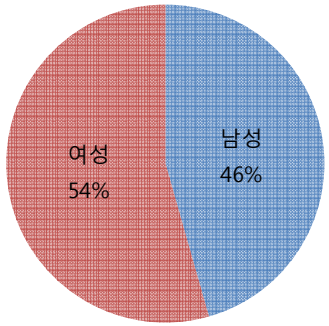


# 1-2. 전체응답자_일반적 특성

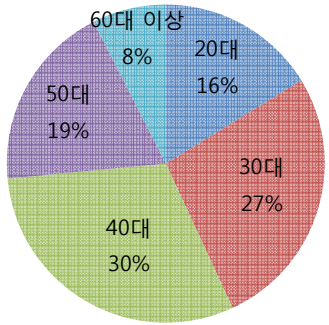
- 전제참가자의 성별분포에 있어서 여성(54%)이 남성(46%)보다 다소 많음
- 연령대는'40대'가 30%로 가장 높은 비중 차지, '30대' 27%, '50대' 19%, '20대' 16%, '60대 이상' 8% 순으로 분포
- 소속업종은 '금융 및 보험회사' 20%, '식음료회사' 13%, '의약 및 의료기기회사' 11%, '자동차 및 자동차부품 관련회사' 10%, 기타업종에는 부동산회사, 건설, IT종사자 등으로 구성

(n=935)

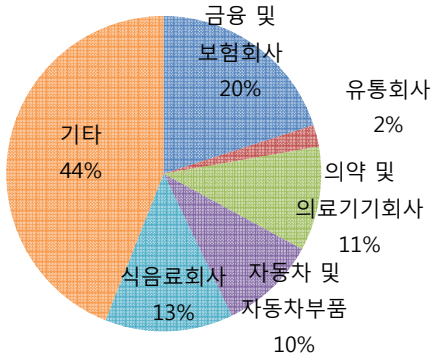
성별




연령




소속업종

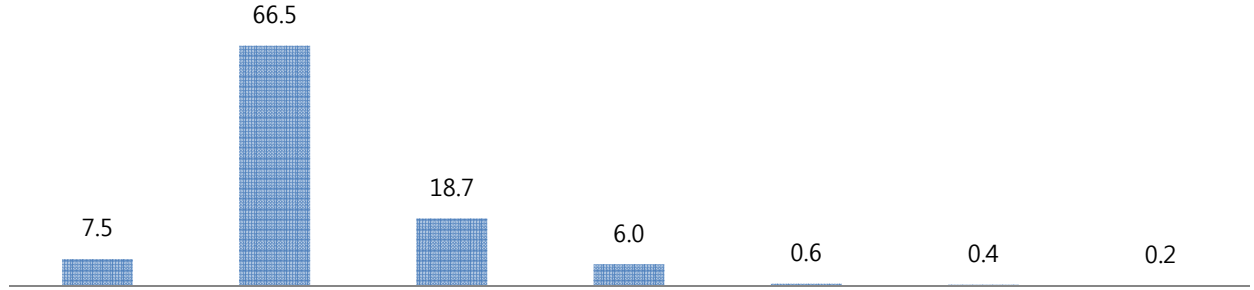


# 1-3. 전체응답자_이전 해외여행경험

- 이전 해외여행경험횟수는 '1~5회' 66.5%로 가장 높은 비중 차지하였으며, '6~10회' 18.7%, '0회' 즉, 이번 한국방문이 첫 번째 해외여행인 경우가 7.5%, '11~30회' 6.0% 등의 순으로 나타남
- 응답자의 각 연령대별 있어서도 대체적으로 유사한 분포를 나타내는 것으로 파악됨
- 국가별 분포에 있어서 인도네시아 응답자가 '0회' 응답자 비중이 27.8%로 일곱 개 국가 중에서 가장 높게 나타남

## 이전 해외여행경험 횟수

(n=932, %)



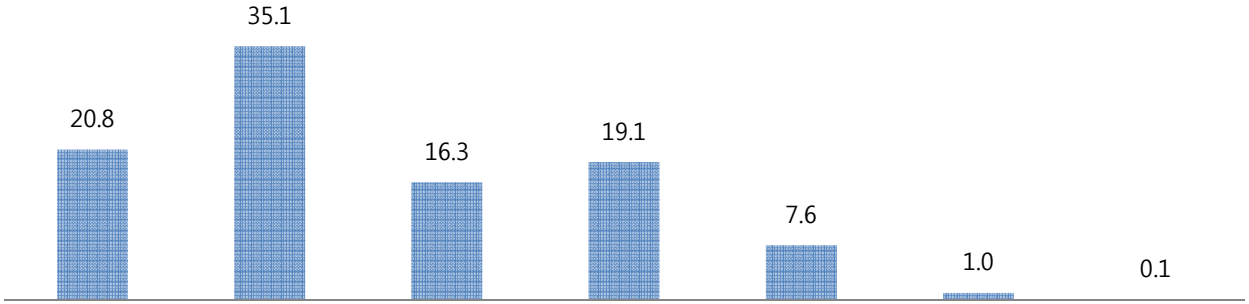

| | | N | 0회 | 1~5회 | 6~10회 | 11~30회 | 31~50회 | 51~100회 | 101회 이상 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 425 | 7.5 | 64.9 | 18.6 | 7.3 | 0.9 | 0.2 | 0.5 |
| | 여성 | 507 | 7.5 | 67.9 | 18.7 | 4.9 | 0.4 | 0.6 | 0.0 |
| 연령대별 | 20대 | 152 | 4.6 | 82.2 | 10.5 | 2.0 | 0.7 | 0.0 | 0.0 |
| | 30대 | 249 | 4.4 | 67.1 | 21.7 | 5.2 | 0.8 | 0.4 | 0.4 |
| | 40대 | 283 | 11.0 | 60.1 | 20.1 | 7.1 | 0.7 | 1.1 | 0.0 |
| | 50대 | 178 | 11.8 | 64.0 | 16.3 | 6.7 | 0.6 | 0.0 | 0.6 |
| | 60대 이상 | 70 | 0.0 | 62.9 | 25.7 | 11.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 국가별 | 중국 | 217 | 1.8 | 92.2 | 3.2 | 0.9 | 1.4 | 0.5 | 0.0 |
| | 일본 | 143 | 5.6 | 64.3 | 19.6 | 8.4 | 0.7 | 0.7 | 0.7 |
| | 태국 | 226 | 8.4 | 68.1 | 17.7 | 4.4 | 0.4 | 0.4 | 0.4 |
| | 말레이시아 | 122 | 3.3 | 59.8 | 28.7 | 7.4 | 0.8 | 0.0 | 0.0 |
| | 인도네시아 | 126 | 27.8 | 38.9 | 24.6 | 8.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 베트남 | 62 | 0.0 | 77.4 | 22.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 싱가포르 | 36 | 0.0 | 1.1 | 52.8 | 33.3 | 0.0 | 2.8 | 0.0 |

# 1-4. 전체응답자_이전 인센티브여행 경험

- 이전 인센티브여행경험횟수는 '1회' 35.1%, '0회' 20.8% 등 '3~5회' 19.1%, '2회' 16.3% 등의 순으로 나타나 5회 이하 경험자가 91% 가량의 비중을 차지
- 중국은 '0회' 비중이 높게 났으며, 싱가포르는 '0회 ' 비중이 0%, 반면, '6~10회' 비중이 일곱 국가 중 50%로 가장 높게 나타남

## 이전 인센티브여행 경험횟수

(n=930, %)



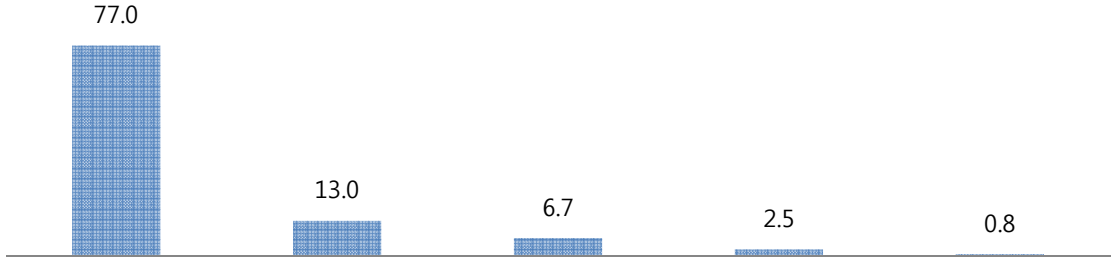

| | | N | 0회 | 1회 | 2회 | 3~5회 | 6~10회 | 11~20회 | 21회 이상 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 425 | 17.2 | 32.9 | 18.4 | 21.9 | 8.2 | 1.2 | 0.2 |
| | 여성 | 505 | 23.8 | 36.8 | 14.7 | 16.8 | 7.1 | 0.8 | 0.0 |
| 연령대별 | 20대 | 151 | 28.5 | 48.3 | 11.9 | 10.6 | 0.0 | 0.7 | 0.0 |
| | 30대 | 248 | 15.3 | 38.7 | 20.6 | 21.4 | 3.6 | 0.4 | 0.0 |
| | 40대 | 284 | 18.3 | 28.5 | 15.5 | 21.1 | 14.4 | 1.8 | 0.4 |
| | 50대 | 177 | 24.4 | 30.5 | 16.9 | 18.1 | 9.0 | 1.1 | 0.0 |
| | 60대 이상 | 70 | 24.3 | 31.4 | 12.9 | 24.3 | 7.1 | 0.0 | 0.0 |
| 국가별 | 중국 | 217 | 36.8 | 45.2 | 11.5 | 6.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 일본 | 142 | 22.6 | 33.1 | 21.1 | 19.0 | 3.5 | 0.7 | 0.0 |
| | 태국 | 226 | 22.6 | 29.2 | 18.1 | 20.8 | 8.0 | 1.3 | 0.0 |
| | 말레이시아 | 118 | 12.7 | 44.9 | 9.3 | 26.3 | 6.8 | 0.0 | 0.0 |
| | 인도네시아 | 129 | 0.7 | 25.6 | 20.9 | 34.1 | 14.0 | 3.9 | 0.8 |
| | 베트남 | 62 | 22.5 | 38.7 | 22.6 | 9.7 | 6.5 | 0.0 | 0.0 |
| | 싱가포르 | 36 | 0.0 | 13.9 | 11.1 | 25.0 | 50.0 | 0.0 | 0.0 |

# 1-5. 전체응답자_한국방문횟수

- 한국방문횟수에 있어서 '1회' 즉, 이번 여행에 한국을 처음으로 방문한 응답자가 77%로 가장 많은 비중 차지
- 싱가포르와 일본응답자의 경우 '1회' 가 낮게 나타나며, '3~5회' 비중이 다른 국가들보다 높게 나타남

## 한국방문횟수

(n=933, %)



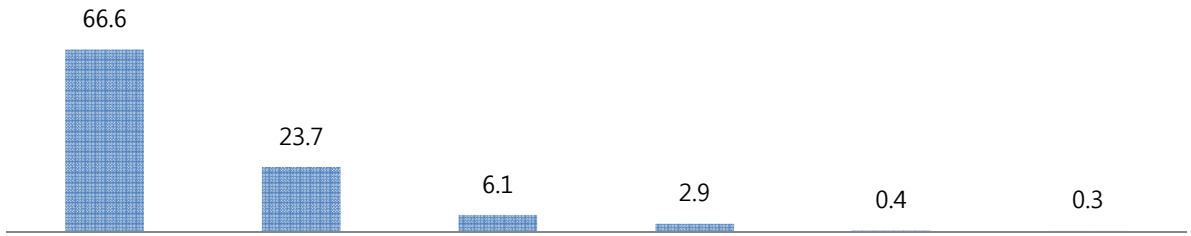

| | | N | 1회 | 2회 | 3~5회 | 6~10회 | 11회이상 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 426 | 76.9 | 12.0 | 7.2 | 2.6 | 1.2 |
| | 여성 | 507 | 77.1 | 13.8 | 63.0 | 2.4 | 0.4 |
| 연령대별 | 20대 | 152 | 86.5 | 8.8 | 2.7 | 2.0 | 0.0 |
| | 30대 | 249 | 79.7 | 10.2 | 7.7 | 8.0 | 1.6 |
| | 40대 | 284 | 77.3 | 14.4 | 5.1 | 2.9 | 0.4 |
| | 50대 | 178 | 67.8 | 18.1 | 9.4 | 3.5 | 1.2 |
| | 60대 이상 | 70 | 69.1 | 13.2 | 11.8 | 5.9 | 0.0 |
| 국가별 | 중국 | 217 | 93.1 | 4.6 | 0.0 | 0.9 | 1.4 |
| | 일본 | 143 | 47.5 | 28.0 | 18.2 | 4.9 | 1.4 |
| | 태국 | 226 | 76.2 | 10.6 | 8.8 | 4.0 | 0.4 |
| | 말레이시아 | 120 | 85.9 | 10.8 | 2.5 | 0.8 | 0.0 |
| | 인도네시아 | 129 | 75.8 | 16.1 | 8.1 | 0.0 | 0.0 |
| | 베트남 | 62 | 92.2 | 6.2 | 0.8 | 0.0 | 0.8 |
| | 싱가포르 | 36 | 36.1 | 36.1 | 16.7 | 11.1 | 0.0 |

# 1-6. 전체응답자_이전 방한인센티브여행 경험

- 방한인센티브여행 경험횟수는 '0회' 66.6%로 이번 여행이 첫 번째 방한인센티브여행인 경우가 가장 높은 비중을 차지하며, '0회 23.7%, '1회' 23.7%, '2회' 6.1%, '3~5회' 2.9% 등의 순으로 나타남
- 베트남과 태국의 경우, '0회' 응답비중이 다른 국가들에 비해 낮게 나타난 반면, '1회', '2회' 응답자 비중은 높게 나타남

## 이전 방한인센티브여행 경험횟수

(n=930, %)



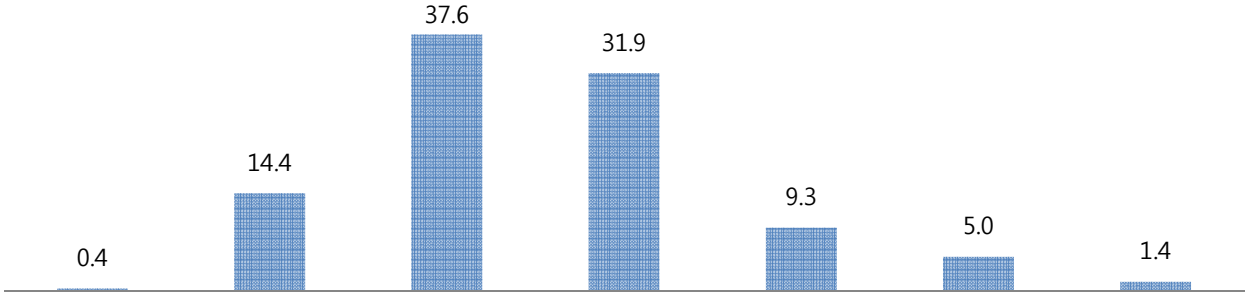

| | | N | 0회 | 1회 | 2회 | 3~5회 | 6~10회 | 11회 이상 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 426 | 63.7 | 26.5 | 6.1 | 2.8 | 0.2 | 0.7 |
| | 여성 | 504 | 69.0 | 21.2 | 6.2 | 3.0 | 0.6 | 0.0 |
| 연령대별 | 20대 | 151 | 79.5 | 18.5 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 30대 | 249 | 68.3 | 20.9 | 6.4 | 4.0 | 0.0 | 0.4 |
| | 40대 | 283 | 66.0 | 22.3 | 7.1 | 3.5 | 0.7 | 0.4 |
| | 50대 | 177 | 57.0 | 32.8 | 7.3 | 1.7 | 0.6 | 0.6 |
| | 60대 이상 | 70 | 58.7 | 27.1 | 7.1 | 5.7 | 1.4 | 0.0 |
| 국가별 | 중국 | 217 | 80.6 | 17.5 | 0.5 | 0.9 | 0.0 | 0.5 |
| | 일본 | 142 | 61.2 | 26.8 | 9.2 | 1.4 | 0.7 | 0.7 |
| | 태국 | 226 | 46.0 | 33.6 | 11.1 | 8.0 | 1.3 | 0.0 |
| | 말레이시아 | 118 | 75.5 | 20.3 | 3.4 | 0.8 | 0.0 | 0.0 |
| | 인도네시아 | 129 | 87.6 | 8.5 | 2.3 | 0.8 | 0.0 | 0.8 |
| | 베트남 | 62 | 43.6 | 37.1 | 14.5 | 4.8 | 0.0 | 0.0 |
| | 싱가포르 | 36 | 66.6 | 27.8 | 5.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |

# 1-7. 전체응답자_평균 여행일정

- 여행일정은 '3박4일' 37.6%, '4박5일' 31.9%, '2박3일' 14.4%, '5박6일' 9.3% 등의 순으로 분포
- 남성응답자들은 '3박4일' 비중이 47.8%로 가장 높게 나타난 반면, 여성응답자는 '4박5일' 비중이 36.1%로 가장 높게 나타남
- 일본응답자들은 '2박3일' 비중이 71.3%로 가장 많았으며, 중국, 인도네시아, 베트남은 '4박5일' 비중이 가장 높게 나타남
- 싱가포르응답자들은 '3박4일' 비중이 91.6%로 대부분을 차지함

## 여행일정

(n=932, %)



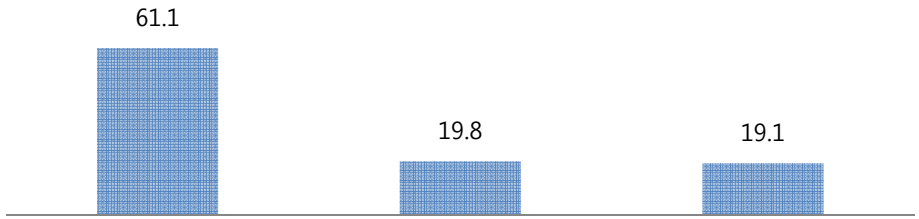

| | | N | 1박2일 | 2박3일 | 3박4일 | 4박5일 | 5박6일 | 6박7일 | 7박8일이상 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 425 | 0.4 | 11.8 | 47.8 | 26.8 | 8.5 | 3.5 | 1.2 |
| | 여성 | 507 | 0.3 | 16.6 | 29.0 | 36.1 | 10.1 | 6.3 | 1.6 |
| 연령대별 | 20대 | 152 | 0.0 | 9.9 | 24.3 | 30.3 | 19.1 | 15.1 | 1.3 |
| | 30대 | 250 | 0.0 | 15.2 | 35.2 | 34.4 | 10.0 | 4.0 | 1.2 |
| | 40대 | 284 | 0.4 | 12.0 | 43.0 | 33.3 | 5.3 | 3.9 | 2.1 |
| | 50대 | 177 | 0.5 | 17.5 | 44.1 | 29.9 | 6.8 | 0.6 | 0.6 |
| | 60대 이상 | 69 | 2.9 | 23.3 | 36.2 | 24.6 | 8.7 | 2.9 | 1.4 |
| 국가별 | 중국 | 215 | 0.0 | 5.5 | 34.9 | 45.6 | 13.0 | 0.5 | 0.5 |
| | 일본 | 143 | 0.0 | 71.3 | 25.9 | 2.1 | 0.7 | 0.0 | 0.0 |
| | 태국 | 226 | 1.8 | 5.8 | 54.4 | 35.4 | 2.2 | 0.0 | 0.4 |
| | 말레이시아 | 121 | 0.0 | 3.2 | 48.8 | 24.0 | 8.3 | 14.0 | 1.7 |
| | 인도네시아 | 129 | 0.0 | 1.5 | 16.3 | 41.1 | 12.4 | 21.7 | 7.0 |
| | 베트남 | 62 | 0.0 | 0.0 | 3.3 | 51.6 | 43.5 | 1.6 | 0.0 |
| | 싱가포르 | 36 | 0.0 | 2.8 | 91.6 | 5.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |

# 1-8. 전체응답자_인센티브목적지 결정유형

- 이번 방한인센티브여행의 목적지가 결정된 방법을 묻는 질문에 61.1%가 '회사결정', 19.8%가 '선호도조사를 통해 선정', 19.1%가 '제시된 여러 희망지 중 한국선택' 순으로 나타남
- 인도네시아와 일본의 경우, '회사결정' 비중이 다른 국가들보다 높게 나타났으며, 말레이시아의 경우 '회사결정' 비중이 낮게 나타난 반면, '제시된 여러 희망지 중 한국선택' 비중이 일곱 국가들 중 가장 높게 나타남
- '선호도조사 통해 선정' 비중이 가장 높게 나타난 국가는 싱가포르로 응답의 28.6%를 차지함

## 인센티브목적지 결정유형

(n=895, %)



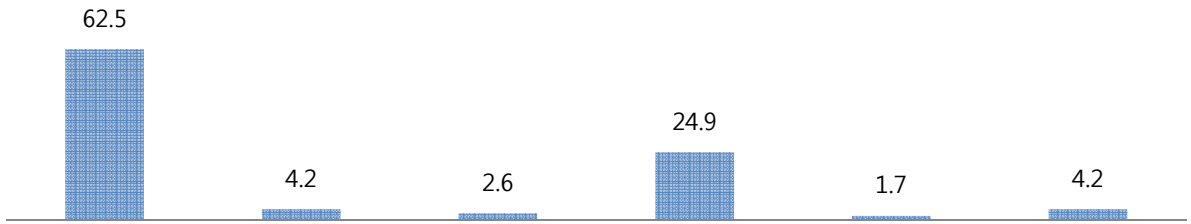

| | | N | 회사결정 | 선호도조사 통해 선정 | 제시된 여러 희망지 중, 한국 선택 |
|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 413 | 60.8 | 20.3 | 18.9 |
| | 여성 | 482 | 61.4 | 19.3 | 19.3 |
| 연령대별 | 20대 | 140 | 56.5 | 21.4 | 22.1 |
| | 30대 | 244 | 56.1 | 23.8 | 20.1 |
| | 40대 | 280 | 64.6 | 19.6 | 15.8 |
| | 50대 | 170 | 65.9 | 15.3 | 18.8 |
| | 60대 이상 | 61 | 62.3 | 13.1 | 24.6 |
| 국가별 | 중국 | 180 | 53.3 | 22.8 | 23.9 |
| | 일본 | 143 | 78.3 | 14.0 | 7.7 |
| | 태국 | 226 | 55.3 | 21.7 | 23.0 |
| | 말레이시아 | 121 | 43.0 | 23.1 | 33.9 |
| | 인도네시아 | 128 | 81.3 | 10.9 | 7.8 |
| | 베트남 | 62 | 56.4 | 24.2 | 19.4 |
| | 싱가포르 | 35 | 65.7 | 28.6 | 5.7 |

# 1-9. 전체응답자_인센티브여행목적지 선호지역

- 전체 참가자가 인센티브여행 목적지로 선호하는 가장 선호하는 지역은 '유럽(62.5%)'으로 나타났으며, '아시아(24.9%)', '오세아니아(4.2%)', '북미(4.2%)', '남미(2.6%)', '아프리카(1.7%)' 순으로 나타남
- 중국, 태국, 말레이시아, 인도네시아, 싱가포르 등 국가들은 유럽을 선호하는 비중이 가장 많았으나, 일본과 베트남의 경우 아시아를 더 많이 선호하는 것으로 나타남

## 인센티브여행목적지 선호지역

(n=890, %)

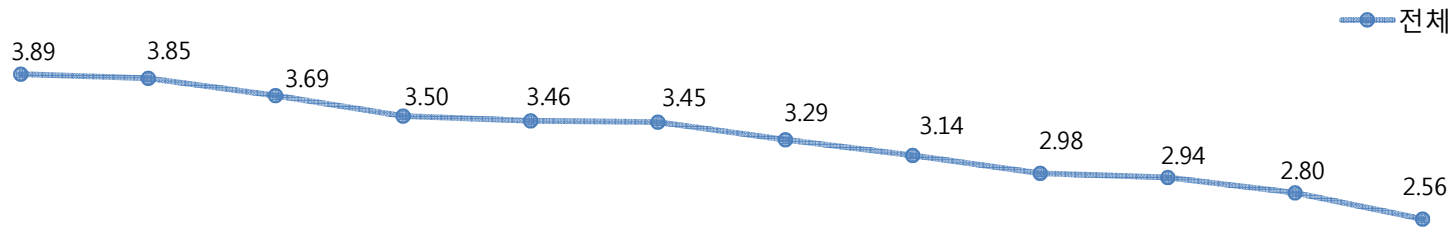



| | | N | 유럽 | 북미 | 남미 | 아시아 | 아프리카 | 오세아니아 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 409 | 56.7 | 4.2 | 3.4 | 29.6 | 1.2 | 4.9 |
| | 여성 | 481 | 67.3 | 4.2 | 1.9 | 21.0 | 2.1 | 3.5 |
| 연령대별 | 20대 | 147 | 68.0 | 2.0 | 4.8 | 21.1 | 1.4 | 2.7 |
| | 30대 | 240 | 66.5 | 4.6 | 1.7 | 21.7 | 1.7 | 3.8 |
| | 40대 | 271 | 59.8 | 5.5 | 2.2 | 25.5 | 1.5 | 5.5 |
| | 50대 | 167 | 58.1 | 3.6 | 1.8 | 29.9 | 3.0 | 3.6 |
| | 60대 이상 | 65 | 56.9 | 3.1 | 4.6 | 30.8 | 0.0 | 4.6 |
| 국가별 | 중국 | 207 | 69.1 | 2.3 | 3.9 | 18.4 | 3.4 | 2.9 |
| | 일본 | 115 | 40.8 | 7.0 | 5.2 | 43.5 | 0.0 | 3.5 |
| | 태국 | 226 | 65.5 | 7.1 | 1.8 | 15.9 | 0.4 | 9.3 |
| | 말레이시아 | 122 | 63.1 | 2.5 | 2.5 | 27.0 | 0.8 | 4.1 |
| | 인도네시아 | 123 | 71.5 | 3.3 | 0.8 | 23.6 | 0.8 | 0.0 |
| | 베트남 | 62 | 41.9 | 0.0 | 1.6 | 48.4 | 6.5 | 1.6 |
| | 싱가포르 | 35 | 77.1 | 2.9 | 0.0 | 17.1 | 2.9 | 0.0 |

# 1-10. 전체응답자_인센티브여행 목적지 선호도

▪ **인센티브여행 목적지를 12개의 아시아국가로 제한하여 선호도를 파악한 결과, '한국(3.89)'이 가장 높게 나타났으며, '일본'(3.85) > '태국'(3.69) > '싱가포르'(3.50) > '홍콩/마카오'(3.46) > '대만'(3.45) > '중국'(3.29) > '말레이시아'(3.14) > '베트남'(2.98) > '인도네시아'(2.94) > '필리핀'(2.80) > '인도'(2.56) 순으로 파악됨**

## 아시아국가 인센티브여행 목적지 선호도

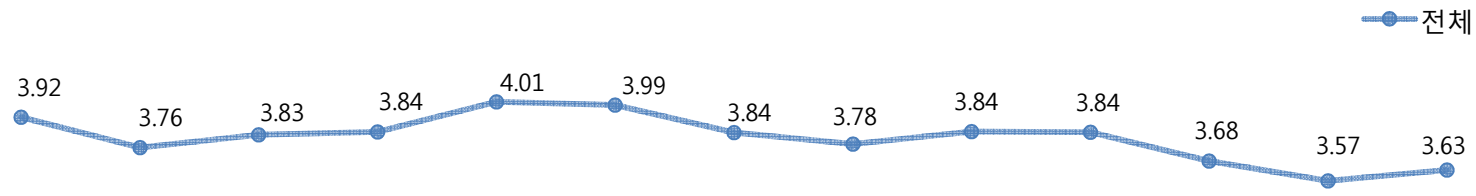



| | | 한국 | 일본 | 태국 | 싱가포르 | 홍콩/마카오 | 대만 | 중국 | 말레이시아 | 베트남 | 인도네시아 | 필리핀 | 인도 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 3.84 | 3.87 | 3.77 | 3.51 | 3.49 | 3.45 | 3.40 | 3.16 | 2.98 | 2.99 | 2.79 | 2.53 |
| | 여성 | 3.93 | 3.83 | 3.62 | 3.50 | 3.43 | 3.45 | 3.19 | 3.13 | 2.98 | 2.90 | 2.81 | 2.59 |
| 연령대별 | 20대 | 4.01 | 3.86 | 3.57 | 3.50 | 3.73 | 3.67 | 3.27 | 3.27 | 2.91 | 3.02 | 2.95 | 2.67 |
| | 30대 | 3.94 | 3.83 | 3.72 | 3.50 | 3.53 | 3.46 | 3.35 | 3.19 | 3.00 | 2.93 | 2.79 | 2.57 |
| | 40대 | 3.84 | 3.93 | 3.77 | 3.56 | 3.40 | 3.35 | 3.29 | 3.02 | 3.00 | 2.93 | 2.71 | 2.43 |
| | 50대 | 3.79 | 3.81 | 3.63 | 3.44 | 3.31 | 3.36 | 3.23 | 3.20 | 3.02 | 2.98 | 2.87 | 2.67 |
| | 60대 이상 | 3.85 | 3.55 | 3.68 | 3.47 | 3.08 | 3.50 | 3.25 | 3.00 | 2.93 | 2.68 | 2.66 | 2.55 |
| 국가별 | 중국 | 4.16 | 3.14 | 3.96 | 3.85 | 3.95 | 4.09 | 4.37 | 3.61 | 2.66 | 2.95 | 2.73 | 2.61 |
| | 일본 | 3.73 | 3.69 | 3.22 | 3.51 | 3.37 | 3.60 | 2.22 | 3.10 | 2.98 | 2.88 | 3.05 | 2.68 |
| | 태국 | 3.81 | 4.13 | 4.16 | 3.32 | 3.15 | 2.93 | 3.02 | 2.90 | 3.02 | 2.61 | 2.73 | 2.45 |
| | 말레이시아 | 3.86 | 4.17 | 3.41 | 3.04 | 3.05 | 3.39 | 3.11 | 3.17 | 2.86 | 2.57 | 2.68 | 2.31 |
| | 인도네시아 | 3.88 | 3.96 | 3.40 | 3.72 | 3.79 | 3.24 | 3.62 | 3.04 | 2.96 | 4.07 | 2.79 | 2.62 |
| | 베트남 | 3.65 | 3.73 | 3.71 | 3.74 | 3.58 | 3.51 | 3.50 | 3.58 | 4.11 | 3.44 | 3.37 | 3.59 |
| | 싱가포르 | 4.03 | 4.22 | 3.69 | 3.43 | 3.42 | 3.89 | 2.92 | 2.42 | 2.44 | 1.72 | 2.03 | 1.50 |

# 1-11. 전체응답자_여행목적지로서의 한국의 이미지

- 한국에 대해 가지고 있는 이미지는 '안전'이 가장 높게 나타났으며, '청결', '활기넘침' 등의 순으로 나타남. '즐길거리', '역사문화자원', '여행매력지' 등의 관광목적지 이미지는 낮게 나타남
- 대체로, 인지적 이미지('안전', '청결', '환경과 기반시설' 등) > 정서적 이미지('친근감', '흥미로움' 등) > 관광목적지로서의 이미지('여행매력지', '즐길거리', '역사문화자원') 순으로 나타남

## 한국에 대한 이미지



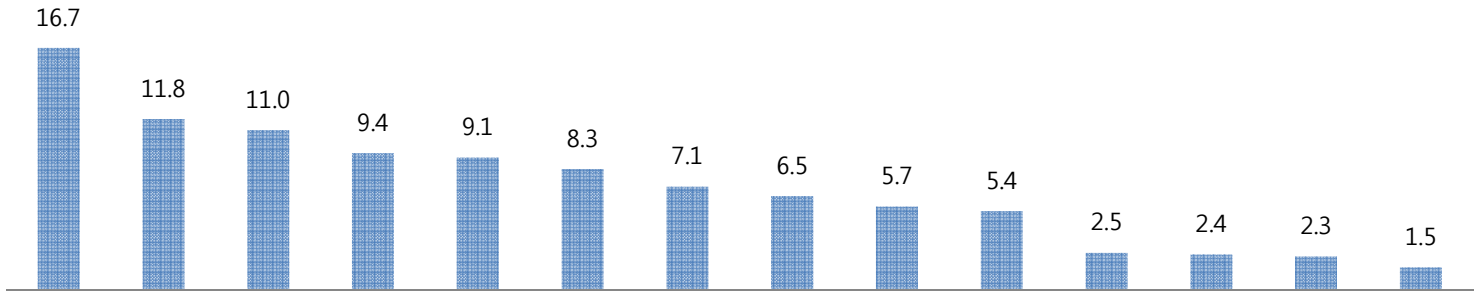

| | | 활기 | 흥미 | 열정적 | 매력적 | 안전 | 청결 | 신뢰 | 친근감 | 친절 | 환경과 기반시설 | 여행매력지 | 즐길거리 | 역사문화 자원 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 3.95 | 3.73 | 3.87 | 3.82 | 4.02 | 4.02 | 3.84 | 3.75 | 3.85 | 3.84 | 3.60 | 3.52 | 3.56 |
| | 여성 | 3.90 | 3.78 | 3.79 | 3.87 | 4.00 | 3.96 | 3.84 | 3.80 | 3.84 | 3.84 | 3.75 | 3.62 | 3.70 |
| 연령대별 | 20대 | 3.89 | 3.85 | 3.81 | 3.91 | 4.09 | 4.08 | 3.93 | 3.85 | 3.91 | 4.02 | 3.86 | 3.74 | 3.82 |
| | 30대 | 3.87 | 3.76 | 3.75 | 3.85 | 4.00 | 4.00 | 3.80 | 3.73 | 3.77 | 3.88 | 3.71 | 3.60 | 3.64 |
| | 40대 | 3.98 | 3.74 | 3.87 | 3.83 | 4.03 | 3.99 | 3.82 | 3.74 | 3.86 | 3.82 | 3.63 | 3.53 | 3.57 |
| | 50대 | 3.94 | 3.68 | 3.90 | 3.82 | 3.87 | 3.87 | 3.81 | 3.80 | 3.85 | 3.70 | 3.60 | 3.50 | 3.59 |
| | 60대 이상 | 3.93 | 3.78 | 3.79 | 3.81 | 4.10 | 4.02 | 3.95 | 3.84 | 3.86 | 3.73 | 3.61 | 3.46 | 3.52 |
| 국가별 | 중국 | 4.11 | 3.90 | 3.88 | 4.05 | 4.24 | 4.40 | 4.25 | 4.20 | 4.27 | 4.16 | 3.78 | 3.70 | 3.63 |
| | 일본 | 3.91 | 3.71 | 3.72 | 3.62 | 3.33 | 2.91 | 3.13 | 3.58 | 3.45 | 3.20 | 3.38 | 3.49 | 3.53 |
| | 태국 | 3.99 | 3.61 | 3.96 | 3.84 | 3.98 | 4.05 | 3.86 | 3.79 | 4.14 | 3.69 | 3.64 | 3.51 | 3.57 |
| | 말레이시아 | 3.75 | 3.79 | 3.66 | 3.76 | 4.17 | 4.03 | 3.73 | 3.59 | 3.60 | 3.92 | 3.73 | 3.63 | 3.67 |
| | 인도네시아 | 3.80 | 3.79 | 3.91 | 3.94 | 4.14 | 4.21 | 3.88 | 3.56 | 3.48 | 4.02 | 3.76 | 3.50 | 3.70 |
| | 베트남 | 3.85 | 3.94 | 3.79 | 3.84 | 4.35 | 4.53 | 4.31 | 3.97 | 3.90 | 4.35 | 3.98 | 3.72 | 3.89 |
| | 싱가포르 | 3.63 | 3.53 | 3.47 | 3.64 | 3.92 | 3.69 | 3.69 | 3.42 | 3.17 | 3.75 | 3.69 | 3.56 | 3.75 |

# 1-12. 전체응답자_여행목적지로서의 한국의 장점

- 여행목적지로서의 한국의 장점은 '쇼핑' 응답비중이 가장 많았으며, '기후', '자연경관', '안전성', '물가', '음식', '한류의 영향', '문화활동', '지리적 거리' 등의 순으로 나타남
- 인도네시아 응답자들은 '문화활동'에 대한 장점인식이(17.4%)가 쇼핑(13.1%)보다 다소 높게 나타났으며, 베트남응답자들은 '자연경관'과 '기후', '안전성'에 대한 장점인식이 '쇼핑'보다 다소 높게 나타남

## 여행목적지로서의 한국의 장점인식

(n=935, %)



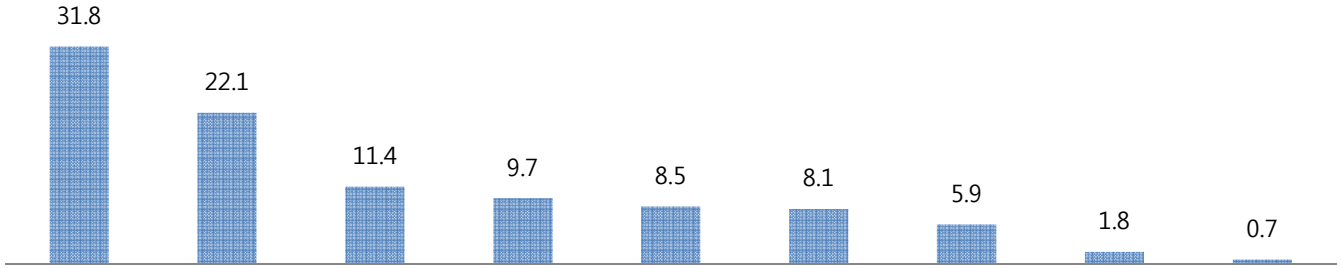

| | | N | 쇼핑 | 기후 | 자연경관 | 안정성 | 물가 | 음식 | 한류 | 문화활동 | 지리적거리 | 숙박시설 | 행사장시설 | 산업시설 | 언어소통 | 스포츠레저 활동 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 426 | 14.8 | 11.6 | 10.8 | 10.0 | 9.1 | 9.3 | 5.4 | 7.1 | 6.9 | 5.7 | 2.4 | 2.8 | 2.2 | 1.9 |
| | 여성 | 509 | 18.3 | 11.9 | 11.2 | 9.0 | 9.2 | 7.5 | 8.6 | 6.0 | 4.8 | 5.2 | 2.7 | 2.1 | 2.3 | 1.2 |
| 연령대별 | 20대 | 152 | 17.9 | 12.0 | 8.5 | 9.5 | 5.2 | 8.2 | 12.8 | 9.9 | 3.9 | 2.3 | 2.9 | 1.9 | 2.1 | 2.9 |
| | 30대 | 251 | 18.6 | 12.2 | 10.9 | 9.3 | 9.9 | 8.4 | 8.4 | 6.4 | 4.2 | 5.0 | 1.7 | 1.8 | 2.0 | 1.2 |
| | 40대 | 284 | 16.8 | 11.5 | 10.8 | 9.3 | 9.7 | 8.1 | 5.3 | 6.2 | 6.7 | 5.9 | 2.7 | 3.1 | 2.5 | 1.4 |
| | 50대 | 178 | 14.9 | 10.5 | 13.3 | 8.9 | 11.3 | 8.9 | 5.9 | 4.1 | 7.7 | 6.2 | 2.5 | 2.7 | 2.0 | 1.1 |
| | 60대 이상 | 70 | 12.2 | 13.7 | 12.5 | 11.4 | 7.4 | 7.7 | 1.8 | 6.3 | 6.6 | 8.9 | 4.1 | 2.2 | 3.7 | 1.5 |
| 국가별 | 중국 | 217 | 17.0 | 11.2 | 9.0 | 11.6 | 6.3 | 8.8 | 8.6 | 3.5 | 5.9 | 7.4 | 3.0 | 2.3 | 4.0 | 1.3 |
| | 일본 | 143 | 20.4 | 5.8 | 5.3 | 7.1 | 11.4 | 16.9 | 11.4 | 2.6 | 12.7 | 2.4 | 0.3 | 0.8 | 2.9 | 0.0 |
| | 태국 | 226 | 17.1 | 12.6 | 15.5 | 6.4 | 16.0 | 3.2 | 3.3 | 5.3 | 4.6 | 7.0 | 2.6 | 4.1 | 1.1 | 1.2 |
| | 말레이시아 | 122 | 17.5 | 14.0 | 9.7 | 12.4 | 4.4 | 10.1 | 8.5 | 9.7 | 4.8 | 1.8 | 1.6 | 0.9 | 1.8 | 2.8 |
| | 인도네시아 | 129 | 13.1 | 10.7 | 9.2 | 8.0 | 3.3 | 9.8 | 8.3 | 17.4 | 4.0 | 5.2 | 5.5 | 3.7 | 1.2 | 0.6 |
| | 베트남 | 62 | 9.7 | 16.5 | 16.5 | 14.2 | 7.3 | 5.1 | 5.1 | 8.0 | 1.7 | 4.5 | 4.0 | 1.7 | 3.4 | 2.3 |
| | 싱가포르 | 36 | 18.0 | 15.3 | 10.0 | 10.7 | 8.0 | 9.3 | 6.7 | 2.7 | 5.3 | 6.0 | 0.7 | 0.0 | 1.3 | 6.0 |

# 1-13. 전체응답자_인센티브여행 프로그램

- 이번 방한인센티브여행 프로그램의 구성을 파악한 결과, '관광' 비중이 가장 높았으며, '쇼핑' > '한국전통문화체험' > '문화공연관람' > '그룹활동' > '연수·교육' > '산업체견학' > '전시' 순으로 나타남
- 싱가포르 응답자들의 '쇼핑'에 대한 응답이 일곱 국가중 가장 높게 나타났으며, 태국은 가장 낮게 나타남
- '한국전통문화체험' 응답 비중은 말레이시아가 일곱 국가 중 가장 높게 나타난 반면, 일본은 가장 낮게 나타남
- 중국, 말레이시아, 인도네시아 응답자들의 '문화공연관람' 응답비중이 다른 국가들에 비해 높게 나타남

## 인센티브여행 프로그램 구성

(n=935, %)



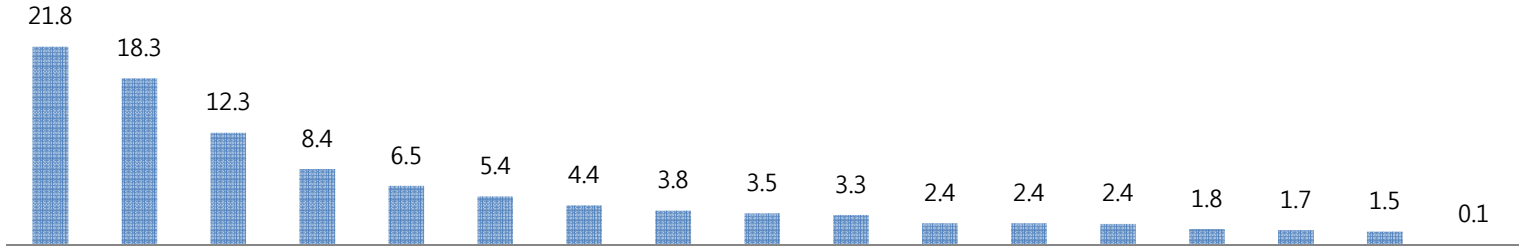

| | | N | 관광 | 쇼핑 | 한국전통 문화체험 | 문화공연관람 | 그룹활동 | 연수·교육 | 산업체 견학 | 전시 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 426 | 30.6 | 20.9 | 10.8 | 9.9 | 8.7 | 8.7 | 7.7 | 2.3 | 0.4 |
| | 여성 | 509 | 32.8 | 23.2 | 11.8 | 9.5 | 8.2 | 7.6 | 4.5 | 1.4 | 1.0 |
| 연령대별 | 20대 | 152 | 29.5 | 22.4 | 16.4 | 11.7 | 8.2 | 2.5 | 7.1 | 1.4 | 0.8 |
| | 30대 | 251 | 30.6 | 23.2 | 9.9 | 11.9 | 9.4 | 7.7 | 5.1 | 1.9 | 0.3 |
| | 40대 | 284 | 30.6 | 23.3 | 10.6 | 9.3 | 6.4 | 9.6 | 6.9 | 2.2 | 1.1 |
| | 50대 | 178 | 36.2 | 19.5 | 8.8 | 5.6 | 10.2 | 12.3 | 5.0 | 1.8 | 0.6 |
| | 60대 이상 | 70 | 38.0 | 18.3 | 14.1 | 6.3 | 9.9 | 7.7 | 3.6 | 1.4 | 0.7 |
| 국가별 | 중국 | 217 | 29.5 | 23.0 | 13.7 | 9.5 | 11.8 | 0.7 | 10.2 | 1.2 | 0.4 |
| | 일본 | 143 | 45.4 | 27.8 | 3.0 | 7.9 | 10.2 | 4.5 | 0.4 | 0.4 | 0.4 |
| | 태국 | 226 | 26.7 | 11.1 | 11.3 | 8.8 | 4.8 | 29.6 | 3.8 | 2.9 | 1.0 |
| | 말레이시아 | 122 | 28.4 | 28.2 | 18.0 | 12.3 | 6.0 | 2.1 | 3.2 | 1.4 | 0.4 |
| | 인도네시아 | 129 | 29.5 | 26.0 | 8.7 | 14.7 | 7.9 | 1.1 | 9.1 | 1.9 | 1.1 |
| | 베트남 | 62 | 37.9 | 20.2 | 12.9 | 4.8 | 8.1 | 0.8 | 8.9 | 4.8 | 1.6 |
| | 싱가포르 | 36 | 43.8 | 32.9 | 5.5 | 2.7 | 12.3 | 0.0 | 0.0 | 1.4 | 1.4 |

# 1-14. 전체응답자_인센티브여행 참여활동

▪ 이번 여행에서 참여한 활동을 응답하게 한 결과, '쇼핑'이 가장 많았으며, '문화유적지 방문' > '식도락관광' > '전통문화체험' > '문화공연관람' > '테마파크' > '공연 및 축제참가' > '연수·교육' > '의료관광' > '산업체연수' 등의 순으로 나타남

## 이번 인센티브여행에서의 참여활동

(n=935, %)



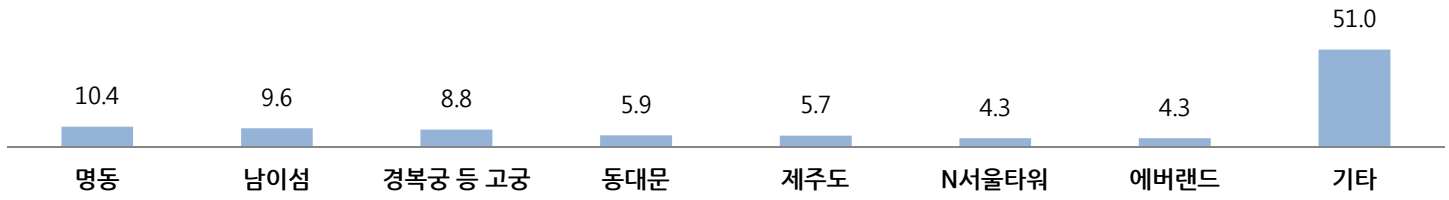

| | | N | 쇼핑 | 문화유적지 방문 | 식도락 관광 | 전통문화 체험 | 문화공연 관람 | 테마파크 | 공연 및 축제참가 | 연수·교육 | 의료관광 | 산업체 연수 | 전시 | 휴양 | 그룹활동 | 카지노 | 유흥·오락 | 스포츠 레저활동 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 426 | 20.3 | 17.4 | 11.7 | 8.0 | 7.0 | 5.4 | 4.5 | 3.8 | 3.1 | 4.1 | 2.7 | 2.5 | 2.3 | 2.9 | 2.4 | 1.7 | 0.1 |
| | 여성 | 509 | 23.0 | 19.1 | 12.9 | 8.6 | 6.1 | 5.4 | 4.3 | 3.8 | 3.9 | 2.7 | 2.2 | 2.3 | 2.4 | 0.8 | 1.0 | 1.3 | 0.1 |
| 연령대별 | 20대 | 152 | 19.1 | 16.1 | 9.5 | 10.1 | 7.3 | 8.9 | 5.0 | 1.6 | 4.5 | 4.9 | 2.4 | 3.5 | 1.6 | 2.2 | 2.2 | 1.2 | 0.0 |
| | 30대 | 251 | 21.9 | 18.5 | 13.7 | 7.9 | 6.5 | 5.5 | 3.5 | 3.9 | 3.4 | 3.1 | 2.3 | 2.3 | 2.2 | 2.0 | 1.5 | 1.7 | 0.1 |
| | 40대 | 284 | 21.7 | 18.0 | 12.7 | 8.1 | 7.2 | 4.5 | 4.4 | 4.7 | 3.4 | 3.2 | 2.6 | 2.0 | 2.2 | 1.8 | 1.8 | 1.7 | 0.0 |
| | 50대 | 178 | 23.4 | 19.7 | 12.9 | 6.8 | 4.8 | 3.4 | 5.2 | 5.7 | 3.1 | 2.7 | 2.4 | 2.1 | 3.1 | 1.6 | 1.5 | 1.5 | 0.2 |
| | 60대 이상 | 70 | 24.7 | 21.7 | 11.5 | 10.6 | 5.1 | 3.8 | 4.3 | 0.9 | 3.0 | 2.1 | 2.6 | 2.6 | 4.3 | 0.4 | 0.9 | 1.3 | 0.4 |
| 국가별 | 중국 | 217 | 23.3 | 21.2 | 13.1 | 5.7 | 6.8 | 6.1 | 3.2 | 1.2 | 0.5 | 8.2 | 2.7 | 1.1 | 2.6 | 2.3 | 0.9 | 1.0 | 0.1 |
| | 일본 | 143 | 26.9 | 21.6 | 12.1 | 2.4 | 5.3 | 0.7 | 4.9 | 0.7 | 11.2 | 1.2 | 0.2 | 1.2 | 4.6 | 4.1 | 1.9 | 0.5 | 0.2 |
| | 태국 | 226 | 19.2 | 17.5 | 15.8 | 9.3 | 6.1 | 4.5 | 5.3 | 11.0 | 1.0 | 0.7 | 2.4 | 2.1 | 1.8 | 0.5 | 0.8 | 1.9 | 0.1 |
| | 말레이시아 | 122 | 20.0 | 18.7 | 3.5 | 13.7 | 8.2 | 9.3 | 4.1 | 0.9 | 5.9 | 1.3 | 1.9 | 4.8 | 1.3 | 1.7 | 4.1 | 0.6 | 0.0 |
| | 인도네시아 | 129 | 21.0 | 13.2 | 16.9 | 8.9 | 7.8 | 4.5 | 5.0 | 0.8 | 3.3 | 5.2 | 3.9 | 1.6 | 2.3 | 2.1 | 1.7 | 1.7 | 0.0 |
| | 베트남 | 62 | 20.0 | 18.7 | 3.5 | 13.7 | 8.2 | 9.3 | 4.1 | 0.9 | 5.9 | 1.3 | 1.9 | 4.8 | 1.3 | 1.7 | 4.1 | 0.6 | 0.0 |
| | 싱가포르 | 36 | 29.8 | 10.5 | 4.4 | 6.1 | 0.0 | 5.3 | 1.8 | 0.0 | 12.3 | 0.0 | 2.6 | 10.5 | 2.6 | 3.5 | 2.6 | 7.9 | 0.0 |

# 1-15.전체응답자_방문관광지 중 좋았던 곳

- 방문관광지 중 좋았던 곳을 파악한 결과, '명동', '남이섬', '경복궁, 고궁', '동대문', '제주도', 'N서울타워', '에버랜드' 순으로 나타남
- 중국응답자들은 '제주도'가 일본응답자들은 '명동'이 가장 좋았다는 응답이 각각 가장 높게 나타남
- 말레이시아, 인도네시아 응답자들은 '남이섬'이 가장 좋았다는 응답비중이 가장 높게 나타남

## 방문관광지 중 좋았던 곳

(%)

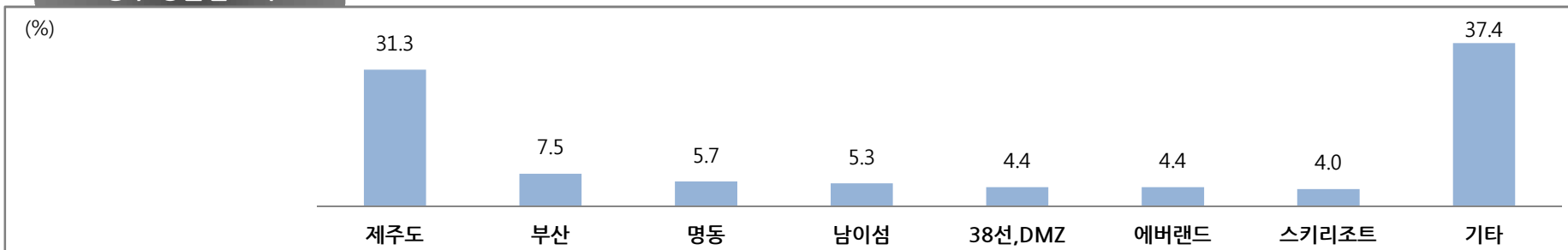



| | | N | 1순위 | 2순위 | 3순위 | 4순위 | 5순위 | 6순위 | 7순위 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 295 | 남이섬(10.9) | 경복궁 등 고궁(5.8) | 명동(8.3) | 에버랜드(5.6) | 제주도(4.2) | N서울타워(4.5) | 동대문(5.6) | 55.0 |
| | 여성 | 364 | 명동(12.0) | 경복궁 등 고궁(9.5)) | 남이섬(8.6) | 제주도(6.9) | 동대문(6.1) | 서울(4.3) | N서울타워(4.1) | 48.5 |
| 연령대별 | 20대 | 124 | 명동(12.1) | 동대문(9.7) | 에버랜드(7.6) | 남이섬(7.2) | 제주도(7.2) | 롯데월드(6.6) | 경복궁 등 고궁(5.9) | 43.8 |
| | 30대 | 188 | 남이섬(10.2) | 명동(12.5) | 경복궁 등 고궁(8.8) | 동대문(6.7) | 제주도(3.5) | 남대문(3.7) | N서울타워(4.4) | 50.1 |
| | 40대 | 200 | 남이섬(18.2) | 명동(15.3) | 경복궁 등 고궁 (14.2) | 동대문(8.4) | 에버랜드(6.9) | 제주도(5.1) | N서울타워(4.7) | 27.0 |
| | 50대 | 100 | 경복궁 등 고궁(14.0) | 남이섬(8.2) | 제주도(7.7) | 명동(7.7) | 서울(5.3) | 쇼핑(2.9) | N서울타워(2.9) | 51.2 |
| | 60대 이상 | 47 | 제주도(26.0) | 남이섬(7.3) | 서울(5.2) | 경복궁 등 고궁(6.3) | 설악산(3.1) | N서울타워(4.2) | 명동(3.1) | 44.8 |
| 국가별 | 중국 | 172 | 제주도(10.2) | 경복궁 등 고궁(7.8) | 명동(6.8) | 롯데월드(6.8) | 서울(6.6) | 청와대(6.3) | 38선,DMZ(6.1) | 49.3 |
| | 일본 | 102 | 명동(18.8) | 수원,화성(10.1) | 경복궁 등 고궁(9.6) | 동대문(7.2) | 부산,자갈치시장(5.3) | 불국사(4.8) | 남대문(4.8) | 39.4 |
| | 태국 | 141 | 경복궁 등 고궁(18.2) | 놀이공원(13.4) | 명동(13.0) | 남이섬(9.8) | N서울타워(7.2) | 와우정사(7.2) | 청계천(5.5) | 25.7 |
| | 말레이시아 | 87 | 남이섬(16.9) | 동대문(11.1) | 명동(10.1) | 에버랜드(9.7) | N서울타워(6.3) | 경복궁 등 고궁(5.3) | 제주도(4.8) | 35.8 |
| | 인도네시아 | 111 | 남이섬(25.7) | 설악산(8.6) | 경복궁 등 고궁(6.1) | 난타(5.7) | 동대문(5.7) | 명동(4.9) | 서울(4.9) | 38.4 |
| | 베트남 | 34 | 제주도(37.5) | 남이섬(12.5) | 면세점(10.0) | 이태원(7.5) | 남대문(5.0) | 동대문(5.0) | 명동(2.5) | 20.0 |
| | 싱가포르 | 22 | 동대문(19.1) | 남대문(14.9) | 명동(14.9) | 쇼핑(8.5) | 비봉산모노레일(8.5) | 클레이사격(8.5) | 서울(6.4) | 19.1 |

# 1-16.전체응답자_향후 방문선호지

▪ 다음 한국여행에서 방문하고 싶은 곳에 대해서는 '제주도' 응답자가 가장 많았으며, '부산', '명동', '남이섬', '38선/DMZ/통일전망대', '에버랜드', '스키리조트' 순으로 나타남

향후 방문선호지

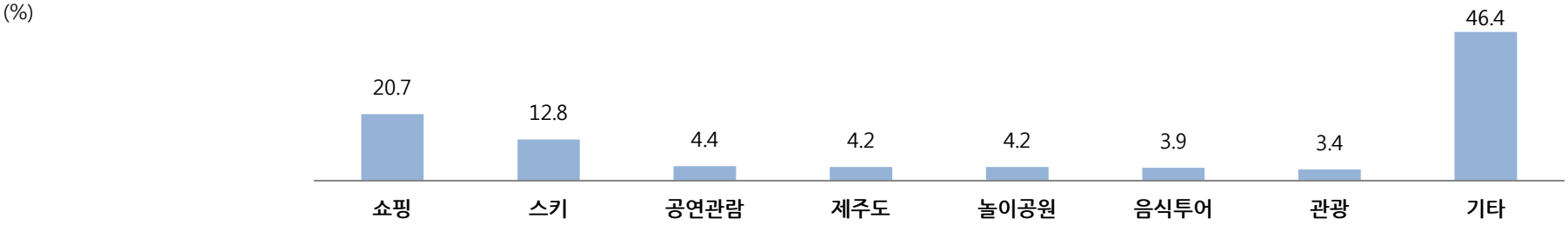



| | | N | 1순위 | 2순위 | 3순위 | 4순위 | 5순위 | 6순위 | 7순위 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 235 | 제주도(32.1) | 명동(7.4) | 남이섬(6.1) | 스키리조트(5.8) | 부산(5.1) | 동대문(3.8) | 롯데월드(3.2) | 36.5 |
| | 여성 | 312 | 제주도(30.2) | 부산(10.6) | 38선,DMZ(8.1) | 에버랜드(6.0) | 남이섬(4.3) | 명동(3.4) | 서울(2.6) | 34.9 |
| 연령대별 | 20대 | 107 | 제주도(27.1) | 부산(7.5) | 남이섬(5.6) | 에버랜드(4.7) | 동대문(3.7) | 서울(3.7) | N서울타워(3.7) | 43.9 |
| | 30대 | 172 | 제주도(36.0) | 명동(7.0) | 남이섬(7.0) | 부산(5.8) | 에버랜드(5.2) | 동대문(3.5) | 스키리조트(3.5) | 32.0 |
| | 40대 | 159 | 제주도(30.8) | 부산(9.4) | 명동(7.5) | 38선,DMZ(5.7) | 남이섬(5.0) | 스키리조트(4.4) | 에버랜드(3.8) | 33.3 |
| | 50대 | 75 | 제주도(21.3) | 38선,DMZ(9.3) | 스키리조트(8.0) | 부산(6.7) | 경복궁 등 고궁(5.3) | 서울(5.3) | 명동(4.0) | 40.0 |
| | 60대 이상 | 34 | 제주도(44.1) | 38선,DMZ8.8) | 부산(8.8) | 남이섬(5.9) | 스키리조트(5.9) | 경복궁 등 고궁(2.9) | 명동(2.9) | 20.6 |
| 국가별 | 중국 | 154 | 제주도(59.7) | 부산(5.2) | 서울(5.2) | 놀이공원(3.9) | 롯데백화점(2.6) | 38선,DMZ(1.9) | 동대문(1.3) | 20.1 |
| | 일본 | 95 | 명동(15.1) | 부산(10.8) | 제주도(9.7) | 강남,가로수길(6.5) | 38선,DMZ(5.4) | 동대문(5.4) | 쇼핑(4.3) | 43.0 |
| | 태국 | 105 | 스키리조트(19.0) | 제주도(15.2) | 부산(9.5) | 에버랜드(9.5) | 남이섬(5.7) | 명동(4.8) | 경복궁 등 고궁(3.8) | 32.5 |
| | 말레이시아 | 170 | 남이섬(25.7) | 제주도(10.0) | 에버랜드(10.0) | 명동(8.6) | 동대문(5.7) | N서울타워(5.7) | 부산(4.3) | 30.0 |
| | 인도네시아 | 85 | 제주도(44.7) | 38선,DMZ(12.9) | 경복궁 등 고궁(4.7) | 남이섬(4.7) | 에버랜드(4.7) | 롯데월드(3.5) | 부산(3.5) | 21.3 |
| | 베트남 | 16 | 제주도(43.8) | 부산(37.5) | 서울(6.3) | 남이섬(6.3) | 에버랜드(6.3) | - | - | 0.0 |
| | 싱가포르 | 36 | 명동(20.8) | 38선,DMZ(16.7) | 동대문(16.7) | 제주도(8.3) | 에버랜드(8.3) | 스키리조트(8.3) | 부산(4.2) | 16.7 |

# 1-17.전체응답자_향후 선호활동

- 다음 한국여행에서 꼭 하고 싶은 활동은 '쇼핑'이 가장 많은 선호를 나타냈으며, '공연관람', '제주도방문', '놀이공원방문', '음식투어', '문화체험', '찜질방체험', '김치만들기 체험' 등이 제시됨
- 태국, 싱가포르, 말레이시아 같은 동남아국가 응답자들은 '스키'에 대한 선호도가 높게 나타남
- 일본응답자들은 '김치담그기'를 가장 선호하는 것으로 나타났으며, '쇼핑', '카지노', '에스테틱(피부관리)' 등의 순으로 나타남

## 향후 선호활동




| | | N | 1순위 | 2순위 | 3순위 | 4순위 | 5순위 | 6순위 | 7순위 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 168 | 쇼핑(17.3) | 스키(11.3) | 제주도(6.0) | 관광(4.8) | 문화체험(4.8) | 음식투어(3.0) | 카지노(3.0) | 50.0 |
| | 여성 | 238 | 쇼핑(23.1) | 스키(13.9) | 공연관람(5.9) | 음식투어(4.6) | 김치(2.9) | 온천,스파(2.9) | 제주도(2.9) | 43.7 |
| 연령대별 | 20대 | 93 | 쇼핑(21.5) | 음식투어(7.5) | 스키(6.5) | 공연관람(5.4) | 온천,스파(3.2) | 제주도(3.2) | 찜질방(3.2) | 49.5 |
| | 30대 | 123 | 스키(15.4) | 쇼핑(14.6) | 제주도(8.1) | 음식투어(6.5) | 문화체험(4.1) | 난타(3.3) | 공연관람(2.4) | 45.5 |
| | 40대 | 115 | 쇼핑(26.1) | 스키(13.9) | 관광(4.3) | 찜질방(3.5) | 공연관람(2.6) | 김치(2.6) | 온천,스파(2.6) | 44.3 |
| | 50대 | 57 | 스키(17.5) | 쇼핑(14.0) | 공연관람(7.0) | 관광(5.3) | 카지노(5.3) | 문화체험(3.5) | 바다(3.5) | 43.9 |
| | 60대 이상 | 18 | 쇼핑(44.4) | 공연관람(16.7) | 관광(11.1) | 문화체험(5.6) | 제주도(5.6) | 한식만들기(5.6) | 스키(5.6) | 5.6 |
| 국가별 | 중국 | 121 | 쇼핑(29.8) | 음식투어(5.8) | 찜질방(5.8) | 공연관람(5.0) | 제주도(5.0) | 관광(4.1) | 문화체험(4.1) | 40.5 |
| | 일본 | 54 | 김치담그기(13.7) | 쇼핑(7.8) | 카지노(7.8) | 에스테틱(7.8) | 난타(5.9) | K-POP콘서트(5.9) | 공연관람(3.9) | 47.1 |
| | 태국 | 94 | 스키(37.2) | 쇼핑(20.2) | 관광(7.4) | 테마파크(5.3) | 문화체험(4.3) | 제주도(4.3) | 온천,스파(3.2) | 18.1 |
| | 말레이시아 | 51 | 쇼핑(19.6) | 스키(13.7) | 제주도(5.9) | 에버랜드(5.9) | 관광(3.9) | 음식투어(3.9) | 테마파크(3.9) | 43.2 |
| | 인도네시아 | 159 | 쇼핑(18.6) | 기업연수(6.8) | 휴양(5.1) | 제주도(5.1) | 스키(5.1) | 음식투어(3.4) | 의료관광(3.4) | 52.5 |
| | 베트남 | 8 | 공연관람(87.5) | 쇼핑(12.5) | - | - | - | - | - | 0.0 |
| | 싱가포르 | 19 | 스키(36.8) | 쇼핑(15.8) | 클레이사격(10.5) | 김치(5.3) | 제주도(5.3) | DMZ방문(5.3) | 골프(5.3) | 15.8 |

# 1-18. 전체응답자_회사 및 주최기관 지불경비

- 이번 여행을 위해서 회사 및 주최기관에서 지불한 1인 여행경비를 아는 경우 기입하게 한 결과, 응답자 중 246명이 응답하였고, 평균 1인 여행경비는 1,370,072원으로 나타남
- '100만~150만원' 지출자 비중이 46.2%로 가장 많았으며, '100만원 이하' 22.5%, '150만~200만원' 21.3%, '200만원 이상' 10.0% 순으로 파악됨

(n=246, %)

| 항목 | 금액대별 분포 | 평균지출액(원) |
|---|---|---|
| 회사 및 주최기관 지불 1인 여행경비 | 100만원 이하 22.5%, 100만~150만원 46.2%, 150만~200만원 21.3%, 200만원 이상 10.0% | 1,370,072 |

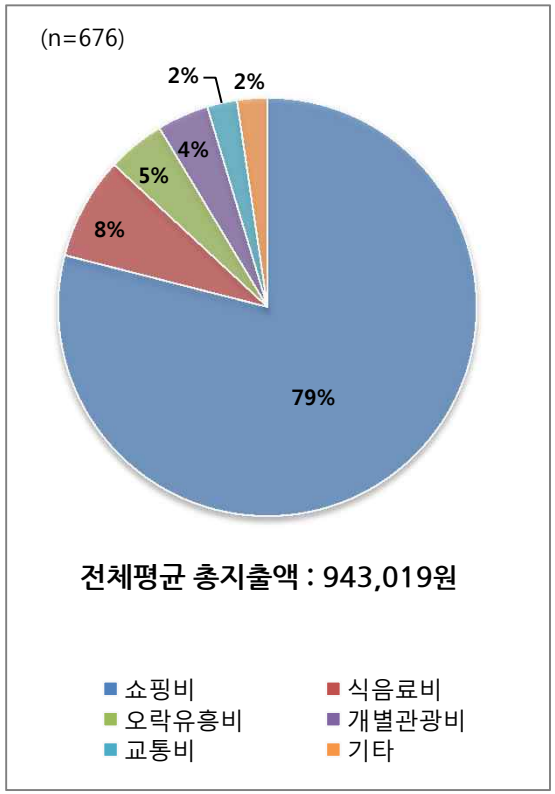
(n=246, %)

| | | N | 100만원 이하 | 100만~150만원 | 150만~200만원 | 200만원 이상 | 평균금액(원) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 국가별 | 중국 | 58 | 67.2 | 20.7 | 12.1 | 0.0 | 1,033,236 |
| | 일본 | 10 | 60.0 | 40.0 | 0.0 | 0.0 | 1,009,309 |
| | 태국 | 68 | 7.4 | 82.4 | 8.8 | 1.5 | 1,279,317 |
| | 말레이시아 | 36 | 16.7 | 55.6 | 13.9 | 13.9 | 1,326,698 |
| | 인도네시아 | 55 | 0.0 | 25.5 | 56.4 | 18.2 | 1,334,095 |
| | 베트남 | 11 | 0.0 | 72.7 | 18.2 | 9.1 | 1,776,872 |
| | 싱가포르 | 11 | 0.0 | 9.1 | 18.2 | 72.7 | 2,179,028 |
| 업종별 | 금융보험회사 | 57 | 19.3 | 52.6 | 19.3 | 8.8 | 1,425,312 |
| | 유통회사 | 6 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 848,395 |
| | 의약 및 의료기기회사 | 9 | 22.2 | 33.3 | 44.4 | 0.0 | 1,309,419 |
| | 자동차 및 자동차 부품회사 | 29 | 6.9 | 41.4 | 24.1 | 27.6 | 1,705,994 |
| | 식음료회사 | 38 | 10.5 | 71.1 | 13.2 | 5.3 | 1,305,142 |
| | 기타 | 110 | 28.2 | 39.1 | 23.6 | 9.1 | 1,308,733 |

# 1-19. 전체응답자_참가자 개인 지불경비1

- 전체 응답자 중 676명이 항목별 지출비용을 응답하였으며, 평균 총지출액은 943,019원으로 나타남. 이중 쇼핑비가 79%로 가장 높은 비중을 차지하며, 식음료비 8%, 오락유흥비 5%, 개별관광비 4%, 기타비용과 교통비가 각각 2%가량을 차지함
- 쇼핑비 평균 지출액은 744,767원으로 나타남. '10만원 ~30만원' 지출자가 응답자의 27.2%, '50만원~100만원' 22.0%, '30만원~50만원' 18.3% 등의 순으로 나타남
- 교통비 평균지출액은 21,828원으로 파악되었으며, 교통비를 지출한 응답자 비중은 20.9%를 차지함
- 식음료 평균지출액은 74,699원으로, 응답자의 55.9%가 식음료비용을 추가적으로 지출한 것으로 나타남
- 오락유흥비 평균지출액은 41,998원으로 응답자의 19.4%가 오락유흥비를 지출한 것으로 파악됨. '10만~20만원' 지출자 비중 5.3%, '5만원 미만' 4.4%, '5만~10만원' 3.7% 등의 순으로 나타남. 개별관광비 지출응답자는 13.0%로 평균지출액은 37,691원으로 나타남
- 응답자의 평균 총지출액은 943,019원으로, '50만~100만원' 지출자 비중이 25.7%, '30만~50만원' 20.9%, '10만~30만원' 18.8%, '100만~200만원' 18.2%, 등의 순으로 나타났으며, 200만원이상 지출자 비중은 9.5%를 차지하는 것으로 나타남
- 방한인센티브여행을 위해 회사지불경비(1,370,072원)와 개인 지출액(943,019원)을 합한 2,313,091원을 지출하는 것으로 파악됨

(단위: 원)




| | | N | 쇼핑비 | 식음료비 | 오락유흥비 | 개별관광비 | 교통비 | 기타 | 총지출액 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 318 | 774,984 | 96,197 | 72,182 | 42,294 | 28,379 | 18,083 | 1,032,119 |
| | 여성 | 358 | 717,925 | 55,602 | 15,186 | 33,602 | 16,008 | 23,525 | 861,850 |
| 연령대별 | 20대 | 114 | 562,587 | 96,060 | 28,771 | 40,170 | 8,822 | 2,737 | 739,250 |
| | 30대 | 200 | 695,300 | 71,458 | 50,556 | 37,701 | 15,626 | 14,805 | 885,449 |
| | 40대 | 211 | 856,764 | 76,284 | 51,250 | 25,533 | 35,340 | 51,683 | 1,096,855 |
| | 50대 | 108 | 793,201 | 65,767 | 30,149 | 56,837 | 26,922 | 6,645 | 979,523 |
| | 60대 이상 | 43 | 786,606 | 47,793 | 21,623 | 42,380 | 6,045 | 0 | 904,448 |
| 국가별 | 중국 | 127 | 1,117,322 | 74,842 | 81,261 | 19,470 | 16,296 | 7,757 | 1,316,948 |
| | 일본 | 111 | 395,785 | 110,800 | 42,454 | 39,010 | 34,900 | 18,362 | 641,309 |
| | 태국 | 159 | 617,806 | 36,408 | 12,927 | 58,759 | 22,806 | 10,625 | 759,331 |
| | 말레이시아 | 106 | 453,437 | 75,353 | 30,637 | 18,116 | 22,625 | 2,146 | 602,315 |
| | 인도네시아 | 98 | 1,284,948 | 107,593 | 50,184 | 66,824 | 17,489 | 101,591 | 1,628,629 |
| | 베트남 | 46 | 616,001 | 41,693 | 44,492 | 8,095 | 4,049 | 0 | 714,330 |
| | 싱가포르 | 29 | 588,752 | 84,643 | 37,620 | 16,978 | 30,597 | 0 | 758,590 |

# 1-20. 전체응답자_참가자 개인 지불경비2

(n=676, %)

| 항목 | 금액대별 분포 | 평균 지출액(원) |
|---|---|---|
| 쇼핑비 | 0원 / 10만원 이하 / 10만~30만원 / 30만~50만원 / 50만~100만원 / 100만~200만원 / 200만~500만원 / 500만원 이상<br>10.1% / 27.2% / 18.3% / 22.0% / 14.5% / 4.3% / 2.4% | 744,767 |
| 식음료비 | 0원 / 3만원 이하 / 3만~5만원 / 5만~10만원 / 10만~20만원 / 20만~50만원 / 50만~100만원 / 100만원 이상<br>54.1% / 10.8% / 6.7% / 8.3% / 11.1% / 6.2% / 1.5% | 74,699 |
| 오락유흥비 | 0원 / 5만원 이하 / 5만~10만원 / 10만~20만원 / 20만~30만원 / 30만~50만원 / 50만~100만원 / 100만원 이상<br>80.6% / 4.4% / 3.7% / 5.3% / 2.5% / 1.2% | 41,998 |
| 개별관광비 | 0원 / 5만원 이하 / 5만~10만원 / 10만~20만원 / 20만~50만원 / 50만~100만원 / 100만원 이상<br>87.0% / 4.1% / 1.6% / 2.2% / 2.5% | 37,691 |
| 교통비 | 0원 / 1만원 이하 / 1만~3만원 / 3만~5만원 / 5만~10만원 / 10만~30만원 / 30만원 이상<br>79.1% / 4.0% / 3.8% / 3.6% / 4.3% / 4.0% | 21,828 |
| 기타비용 | 0원 / 10만원 이하 / 10만~20만원 / 20만~50만원 / 50만~100만원 / 100만~200만원 / 200만원 이상<br>95.3 % / 1.6% / 1.0 % | 22,035 |
| 총지출액 | 10만원 이하 / 10만~30만원 / 30만~50만원 / 50만~100만원 / 100만~200만원 / 200만~500만원 / 500만원 이상<br>7.0% / 18.8% / 20.9% / 25.7% / 18.2% / 6.4% / 3.1% | 943,019 |

(1% 미만 비중표기 생략)

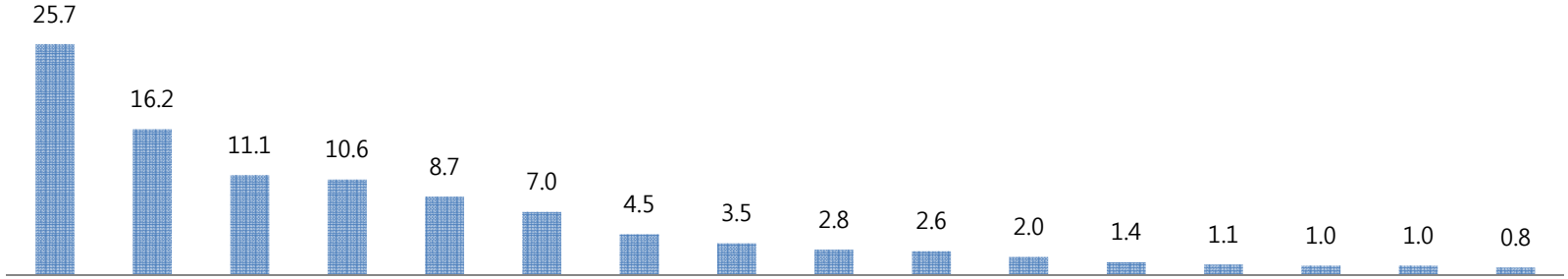
* 회사 및 주최기관 지불 여행경비와 쇼핑비 등 항목별 지출액의 범주 표기에 있어서, 'X만~XI만원' 표기는 'X0,001원 이상 ~XI0.000만원 이하'를 나타냄
* '교통비'는 여행지 내에서 개별적으로 지출한 택시비, 대중교통비 등을 말함(항공비 제외)
* 환율적용기준(2013년 10월 2일)
  1 USD=1,074.50 원, 1 RMB=175.53 원, 100 JPY=1,103.07 원, 1 THB=34.30원, 1 MYR=332.87원, 100 VND=5.09원, 100 IDR=9.34원, 1 SGD=858.16원

# 1-21. 전체응답자_구입상품

- 방문객들이 한국에서 주로 구입하는 상품은 '향수 및 화장품', '식료품', '의류', '민예품, 칠기 등 전통기념품', '인삼 및 한약재', '김치', '보석 및 액세서리', '담배' 등으로 순으로 나타남
- 말레이시아와 인도네시아 응답자들의 '의류', '민예품, 칠기 등 전통기념품' 구입 비중이 조사국가들 중 높은 것으로 파악되며, 베트남과 인도네시아 응답자들의 '인삼 및 한약재' 구입비중이 높게 나타남

## 구입상품

(중복응답, %)



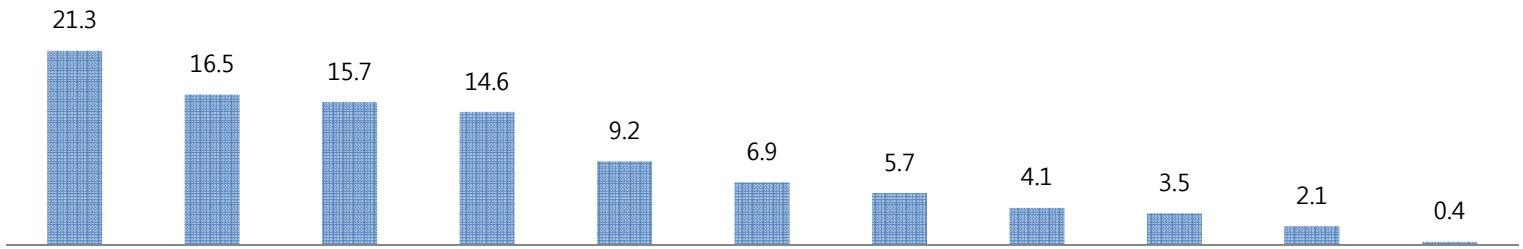

| | | 향수, 화장품 | 식료품 | 의류 | 민예품, 칠기등 전통기념품 | 인삼, 한약재 | 김치 | 보석, 액세서리 | 담배 | 신발류 | 피혁제품 | 주류 | 스타관련 상품 | 전자,전기 제품 | 실크, 섬유류 | 음반,DVD | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 21.8 | 16.1 | 10.5 | 11.7 | 10.1 | 6.9 | 4.3 | 5.4 | 2.5 | 3.2 | 2.4 | 0.9 | 1.7 | 0.8 | 0.8 | 0.9 |
| | 여성 | 28.8 | 16.4 | 11.4 | 9.8 | 7.6 | 7.0 | 4.6 | 1.9 | 3.0 | 2.2 | 1.7 | 1.8 | 0.6 | 1.2 | 1.2 | 0.8 |
| 연령대별 | 20대 | 23.9 | 18.7 | 12.7 | 10.0 | 6.4 | 6.4 | 3.9 | 3.5 | 3.7 | 2.5 | 2.3 | 2.7 | 0.2 | 1.2 | 1.7 | 0.2 |
| | 30대 | 26.3 | 16.7 | 13.3 | 9.7 | 8.8 | 6.5 | 4.0 | 3.2 | 2.5 | 1.5 | 2.2 | 1.4 | 0.6 | 1.0 | 1.0 | 1.3 |
| | 40대 | 24.5 | 16.1 | 10.8 | 12.0 | 9.4 | 7.2 | 4.1 | 3.4 | 2.9 | 3.3 | 1.4 | 0.9 | 1.4 | 0.9 | 0.8 | 0.9 |
| | 50대 | 26.9 | 14.9 | 6.2 | 11.2 | 9.1 | 8.4 | 6.0 | 4.0 | 2.4 | 3.6 | 1.8 | 1.1 | 2.0 | 1.1 | 0.9 | 0.4 |
| | 60대 이상 | 30.8 | 12.9 | 10.7 | 8.4 | 10.1 | 5.6 | 5.1 | 3.4 | 1.7 | 2.2 | 3.4 | 0.6 | 2.2 | 0.6 | 0.6 | 1.7 |
| 국가별 | 중국 | 32.2 | 18.4 | 8.1 | 4.1 | 9.5 | 8.8 | 2.5 | 8.6 | 1.0 | 1.5 | 1.2 | 0.8 | 0.7 | 0.3 | 1.0 | 1.3 |
| | 일본 | 22.5 | 16.5 | 7.1 | 3.7 | 0.7 | 6.0 | 27.5 | 4.1 | 1.4 | 3.2 | 0.9 | 3.2 | 0.2 | 0.7 | 0.9 | 1.4 |
| | 태국 | 28.4 | 13.8 | 8.1 | 15.1 | 10.3 | 9.9 | 2.2 | 0.3 | 3.2 | 2.4 | 1.5 | 0.3 | 1.3 | 1.2 | 1.2 | 0.8 |
| | 말레이시아 | 18.9 | 16.5 | 17.9 | 16.6 | 5.1 | 6.1 | 5.4 | 1.0 | 4.3 | 1.8 | 1.3 | 1.5 | 0.8 | 1.8 | 1.0 | 0.0 |
| | 인도네시아 | 19.0 | 15.6 | 13.2 | 17.1 | 13.7 | 1.7 | 6.8 | 1.7 | 1.5 | 3.7 | 2.9 | 1.0 | 1.2 | 0.2 | 0.5 | 0.2 |
| | 베트남 | **19.9** | **9.1** | **7.5** | **4.3** | **15.6** | **5.9** | **5.9** | **4.3** | **5.4** | **3.8** | **7.0** | **2.2** | **3.8** | **3.2** | **1.1** | **1.1** |
| | 싱가포르 | **26.2** | **17.5** | **24.3** | **4.9** | **1.9** | **2.9** | **5.8** | **0.0** | **8.7** | **2.9** | **1.9** | **1.0** | **1.0** | **0.0** | **1.0** | **0.0** |

# 1-22. 전체응답자_쇼핑장소

- 응답자들의 쇼핑장소는 '명동'이 가장 많았으며, '시내면세점', '동대문시장', '한국 내 공항면세점', '남대문시장', '백화점', '마트' 순으로 파악됨
- 싱가포르, 인도네시아와 말레이시아 응답자들이 '동대문'에서 쇼핑하는 비중이 다른 국가들보다소 다소 높게 나타남

## 쇼핑장소

(n=935, %)

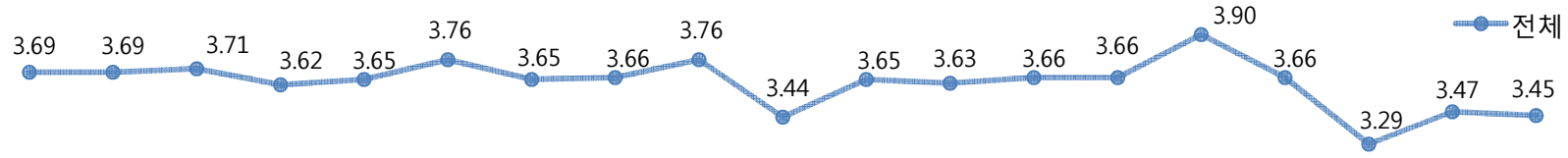



| | | 명동 | 시내면세점 | 동대문 | 한국 내 공항면세점 | 남대문 | 백화점 | 마트 | 인사동 | 소규모상점 | 이태원 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 20.4 | 16.5 | 15.2 | 14.4 | 9.1 | 7.5 | 6.1 | 4.0 | 3.8 | 2.5 | 0.5 |
| | 여성 | 22.1 | 16.5 | 16.2 | 14.8 | 9.3 | 6.3 | 5.4 | 4.3 | 3.1 | 1.7 | 0.3 |
| 연령대별 | 20대 | 19.1 | 16.3 | 17.1 | 12.7 | 9.9 | 6.0 | 8.8 | 3.1 | 3.5 | 3.3 | 0.2 |
| | 30대 | 23.0 | 15.5 | 17.0 | 14.7 | 8.8 | 6.6 | 4.5 | 5.0 | 2.9 | 1.6 | 0.4 |
| | 40대 | 22.9 | 16.8 | 15.8 | 12.5 | 9.4 | 7.1 | 5.8 | 3.8 | 3.4 | 2.0 | 0.5 |
| | 50대 | 19.4 | 17.1 | 12.5 | 17.8 | 9.7 | 7.3 | 5.2 | 4.1 | 4.6 | 1.8 | 0.5 |
| | 60대 이상 | 17.7 | 18.3 | 15.4 | 20.7 | 7.1 | 8.3 | 2.4 | 5.3 | 3.0 | 1.8 | 0.0 |
| 국가별 | 중국 | 12.7 | 17.4 | 10.0 | 14.7 | 1.6 | 6.4 | 6.3 | 1.9 | 1.4 | 0.4 | 27.2 |
| | 일본 | 21.8 | 15.2 | 10.6 | 16.1 | 14.7 | 9.2 | 4.6 | 3.2 | 2.9 | 1.4 | 0.3 |
| | 태국 | 29.0 | 17.6 | 11.5 | 13.2 | 8.6 | 2.8 | 5.2 | 4.5 | 5.6 | 1.7 | 0.3 |
| | 말레이시아 | 20.5 | 8.9 | 20.3 | 9.8 | 11.4 | 8.7 | 4.5 | 8.2 | 2.5 | 5.0 | 0.2 |
| | 인도네시아 | 20.6 | 17.3 | 22.6 | 10.1 | 8.0 | 7.5 | 6.3 | 2.3 | 4.0 | 0.5 | 0.8 |
| | 베트남 | 9.3 | 14.8 | 11.1 | 22.2 | 17.3 | 3.7 | 2.5 | 7.4 | 3.7 | 7.4 | 0.6 |
| | 싱가포르 | 22.7 | 1.8 | 30.0 | 10.9 | 16.4 | 6.4 | 3.6 | 0.9 | 3.6 | 1.8 | 1.8 |

# 1-23. 전체응답자_방한인센티브여행 수용태세 평가

- 방한인센티브여행 수용태세에 대한 평가는 '안전(3.90)'이 가장 높게 나타났으며, '숙박시설', '쇼핑시설', '역사자원', '비자 등 입국절차', '자연자원', '여행안내시설물', '친절', '편의시설', '식음료' 등의 순으로 나타남
- 평가수준이 가장 낮게 나타난 것은 '언어소통'으로 파악되었으며, '물가', '미디어나 온라인을 통한 관광홍보'도 낮은 것으로 나타남

## 방한인센티브여행 수용태세 평가

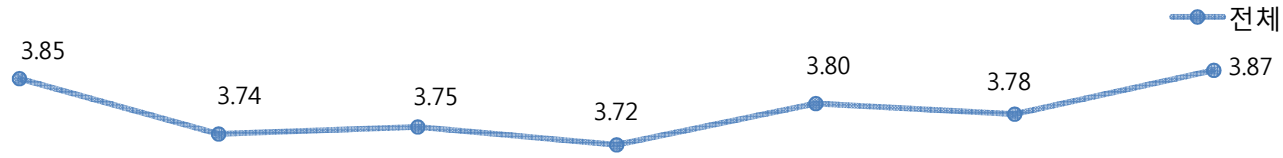



| | | 비자 등 입국절차 | 자연자원 | 역사자원 | 문화체험 활동 | 다양한 여행 프로그램 | 숙박시설 | 행사장 시설 | 주차장 화장실 인터넷 등 편의 시설 | 쇼핑시설 | 물가 | 대중교통 | 산업시설 | 여행안내 시설물 | 식음료 | 안전 | 친절 | 언어소통 | 온라인 관광홍보 | 미디어 관광홍보 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 3.71 | 3.63 | 3.64 | 3.55 | 3.59 | 3.72 | 3.60 | 3.70 | 3.75 | 3.41 | 3.65 | 3.60 | 3.63 | 3.68 | 3.92 | 3.67 | 3.23 | 3.39 | 3.39 |
| | 여성 | 3.67 | 3.74 | 3.77 | 3.69 | 3.70 | 3.80 | 3.70 | 3.62 | 3.77 | 3.46 | 3.65 | 3.65 | 3.68 | 3.64 | 3.87 | 3.65 | 3.33 | 3.54 | 3.50 |
| 연령대별 | 20대 | 3.79 | 3.80 | 3.72 | 3.72 | 3.71 | 3.85 | 3.74 | 3.70 | 3.93 | 3.38 | 3.75 | 3.67 | 3.75 | 3.69 | 3.94 | 3.79 | 3.49 | 3.51 | 3.47 |
| | 30대 | 3.67 | 3.69 | 3.75 | 3.58 | 3.62 | 3.80 | 3.66 | 3.61 | 3.74 | 3.42 | 3.61 | 3.61 | 3.66 | 3.64 | 3.87 | 3.62 | 3.25 | 3.47 | 3.50 |
| | 40대 | 3.75 | 3.67 | 3.71 | 3.63 | 3.70 | 3.80 | 3.64 | 3.72 | 3.76 | 3.41 | 3.67 | 3.61 | 3.62 | 3.65 | 3.94 | 3.63 | 3.19 | 3.49 | 3.44 |
| | 50대 | 3.60 | 3.60 | 3.64 | 3.57 | 3.54 | 3.59 | 3.53 | 3.59 | 3.64 | 3.52 | 3.57 | 3.59 | 3.62 | 3.64 | 3.82 | 3.60 | 3.27 | 3.37 | 3.41 |
| | 60대 이상 | 3.49 | 3.77 | 3.66 | 3.69 | 3.73 | 3.69 | 3.78 | 3.64 | 3.72 | 3.58 | 3.71 | 3.75 | 3.69 | 3.74 | 3.91 | 3.76 | 3.46 | 3.55 | 3.42 |
| 국가별 | 중국 | 4.12 | 3.97 | 3.87 | 3.69 | 3.86 | 4.00 | 3.94 | 4.07 | 4.08 | 3.62 | 4.05 | 3.93 | 3.89 | 3.86 | 4.25 | 4.21 | 3.88 | 3.80 | 3.70 |
| | 일본 | 3.30 | 3.26 | 3.40 | 3.41 | 3.25 | 3.34 | 3.26 | 3.03 | 3.44 | 3.15 | 3.10 | 3.14 | 3.22 | 3.52 | 3.33 | 3.33 | 3.31 | 3.17 | 3.09 |
| | 태국 | 3.54 | 3.79 | 3.86 | 3.65 | 3.72 | 3.84 | 3.71 | 3.57 | 3.68 | 3.80 | 3.76 | 3.80 | 3.80 | 3.72 | 3.99 | 3.45 | 2.93 | 3.49 | 3.45 |
| | 말레이시아 | 3.63 | 3.63 | 3.60 | 3.49 | 3.54 | 3.66 | 3.48 | 3.65 | 3.71 | 3.18 | 3.58 | 3.43 | 3.59 | 3.50 | 3.87 | 3.60 | 3.12 | 3.32 | 3.32 |
| | 인도네시아 | 3.61 | 3.74 | 3.84 | 3.82 | 3.89 | 3.95 | 3.92 | 4.03 | 3.95 | 3.79 | 3.95 | 3.93 | 3.85 | 3.87 | 3.90 | 3.95 | 3.68 | 3.55 | 3.76 |
| | 베트남 | 3.80 | 3.67 | 3.69 | 3.80 | 3.70 | 3.74 | 3.63 | 3.63 | 3.69 | 2.93 | 3.54 | 3.53 | 3.56 | 3.50 | 3.88 | 3.50 | 3.00 | 3.40 | 3.47 |
| | 싱가포르 | 3.58 | 3.47 | 3.44 | 3.44 | 3.56 | 3.76 | 3.47 | 3.69 | 3.81 | 3.44 | 3.38 | 3.30 | 3.57 | 3.53 | 3.78 | 3.50 | 3.06 | 3.40 | 3.47 |

# 1-24. 전체응답자_방한인센티브여행 만족도

- 방한인센티브여행에 대한 전체참가자의 만족은 3.85(5점 리커트), 재방문의도는 3.75(5점 리커트)로 다소 높게 나타남
- 이번 한국방문을 통해 한국에 대한 이미지 호전(3.87)이 가장 높은 수치를 나타남

## 방한인센티브여행 만족도



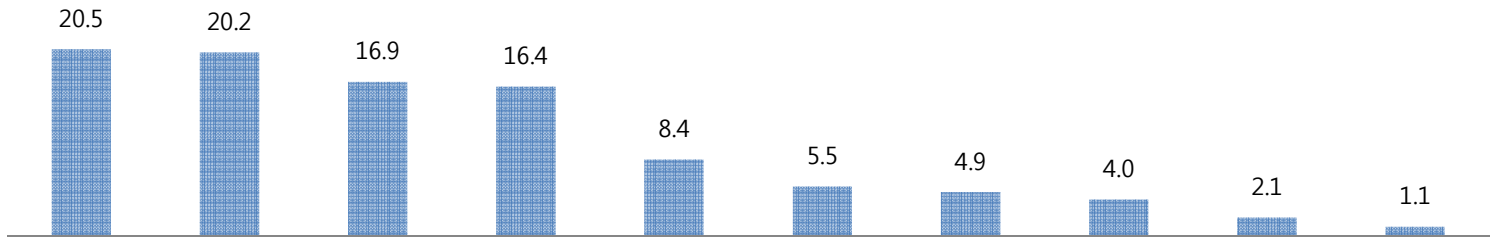

| | | 전반적인 만족 | 한국인의 생활을 이해 | 한국재방문의도 | 인센티브 여행목적지로 한국방문의도 | 한국추천의도 | 인센티브 여행목적지로 한국추천의도 | 한국에 대한 이미지 호전 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 3.82 | 3.73 | 3.74 | 3.68 | 3.77 | 3.77 | 3.86 |
| | 여성 | 3.88 | 3.74 | 3.77 | 3.75 | 3.83 | 3.78 | 3.87 |
| 연령대별 | 20대 | 3.95 | 3.81 | 3.81 | 3.87 | 3.88 | 3.85 | 3.89 |
| | 30대 | 3.83 | 3.74 | 3.75 | 3.65 | 3.80 | 3.76 | 3.85 |
| | 40대 | 3.89 | 3.76 | 3.75 | 3.73 | 3.84 | 3.81 | 3.92 |
| | 50대 | 3.80 | 3.67 | 3.76 | 3.65 | 3.73 | 3.73 | 3.85 |
| | 60대 이상 | 3.70 | 3.68 | 3.65 | 3.72 | 3.66 | 3.66 | 3.71 |
| 국가별 | 중국 | 4.03 | 4.05 | 3.96 | 4.01 | 4.03 | 4.03 | 4.09 |
| | 일본 | 3.72 | 3.39 | 3.62 | 3.51 | 3.52 | 3.45 | 3.50 |
| | 태국 | 3.89 | 3.75 | 3.74 | 3.71 | 3.79 | 3.79 | 3.94 |
| | 말레이시아 | 3.84 | 3.80 | 3.82 | 3.69 | 3.84 | 3.77 | 3.85 |
| | 인도네시아 | 3.64 | 3.60 | 3.60 | 3.51 | 3.64 | 3.70 | 3.76 |
| | 베트남 | 3.90 | 3.76 | 3.61 | 3.79 | 4.05 | 3.92 | 4.05 |
| | 싱가포르 | 3.75 | 3.58 | 3.83 | 3.78 | 3.78 | 3.75 | 3.69 |

# 1-25. 전체참가자_정보수집방법

- 한국방문관련 정보 수집방법에 있어서 '행사주최기관 제공 정보'가 가장 많았으며, '여행관련 인터넷 사이트', '여행사', '주위사람', '관광안내서적' 등의 순으로 나타남
- 일본응답자의 경우 '관광안내서적'과 '여행관련 인터넷 사이트'를 통한 정보수집 비중이 높게 나타남

## 한국방문관련 정보 수집방법

(중복응답, %)



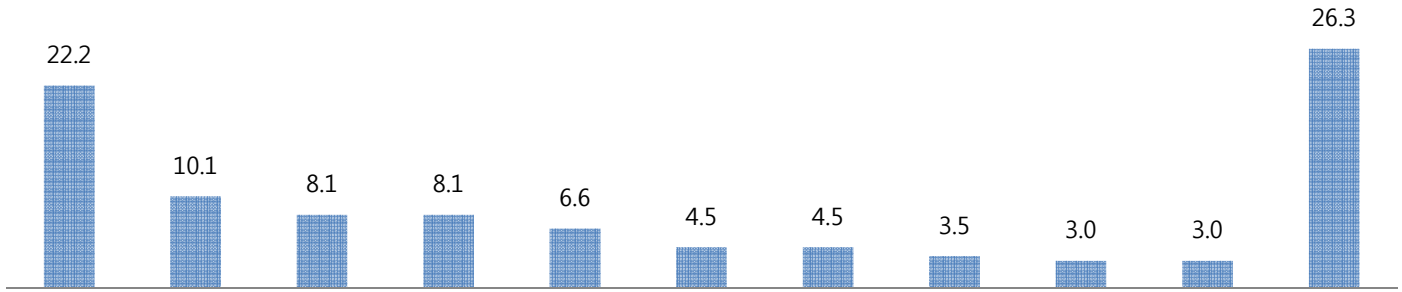

| | | 행사주최기관 제공정보 | 여행관련 인터넷 사이트 | 여행사 | 주위사람 | 관광안내서적 | 여행잡지 및 신문 | 개인미디어 (블로그,SNS) | 한국유관기관 (KTO 등) | 정보수집 하지않음 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 22.2 | 21.4 | 18.5 | 15.2 | 6.4 | 4.9 | 2.9 | 4.6 | 2.5 | 1.4 |
| | 여성 | 19.2 | 19.2 | 15.7 | 17.4 | 10.0 | 5.9 | 6.4 | 3.6 | 1.8 | 0.8 |
| 연령대별 | 20대 | 19.5 | 13.4 | 17.1 | 14.2 | 8.1 | 9.3 | 9.8 | 4.5 | 3.7 | 0.4 |
| | 30대 | 21.3 | 22.3 | 16.1 | 18.7 | 8.5 | 3.8 | 4.3 | 3.3 | 1.2 | 0.5 |
| | 40대 | 19.3 | 21.4 | 16.4 | 15.8 | 7.4 | 5.9 | 5.0 | 4.6 | 2.4 | 1.8 |
| | 50대 | 21.5 | 21.5 | 18.9 | 15.1 | 9.8 | 4.9 | 1.5 | 3.8 | 1.5 | 1.5 |
| | 60대 이상 | 22.7 | 18.5 | 17.4 | 18.5 | 9.8 | 2.2 | 3.3 | 4.3 | 2.2 | 1.1 |
| 국가별 | 중국 | 25.5 | 16.0 | 22.5 | 13.3 | 5.4 | 5.8 | 4.1 | 3.4 | 2.0 | 2.0 |
| | 일본 | 7.5 | 22.0 | 13.0 | 12.5 | 22.5 | 5.0 | 8.3 | 5.0 | 3.8 | 0.4 |
| | 태국 | 19.3 | 16.4 | 23.8 | 20.9 | 6.5 | 6.0 | 0.8 | 2.9 | 2.1 | 1.3 |
| | 말레이시아 | 32.2 | 15.2 | 11.4 | 18.0 | 4.7 | 6.7 | 8.5 | 1.9 | 0.9 | 0.5 |
| | 인도네시아 | 19.0 | 33.3 | 14.9 | 9.7 | 7.2 | 6.6 | 4.1 | 2.1 | 3.1 | 0.0 |
| | 베트남 | **17.0** | **21.0** | **8.0** | **22.0** | **6.0** | **2.0** | **6.0** | **18.0** | **0.0** | **0.0** |
| | 싱가포르 | **25.9** | **29.3** | **3.4** | **25.9** | **0.0** | **0.0** | **8.6** | **1.7** | **0.0** | **5.2** |

# 1-26. 전체참가자_여행불만사항

- 방한인센티브여행관련 불만사항은 '언어소통문제, 언어표기부족'이 가장 많았으며, '음식', '불친절', '고물가, 비싼 기념품가격', '화장실 불청결 및 휴식공간부족', '와이파이 이용불편', '투어시간부족', '숙소' 등 제시됨
- 중국응답자들은 '음식'에 대한 불만이 가장 많았으며, 일본의 경우 '화장실 불청결, 휴식공간부족'에 대한 불만이 가장 많음
- 싱가포르, 태국, 말레이시아, 인도네시아 응답자들은 '언어소통문제, 언어표기부족'에 대한 불만이 가장 많은 것으로 나타남

## 여행관련 불만사항

(n=198, %)




| | | N | 언어소통 언어표기 | 음식 | 불친절 | 화장실불청결 휴식공간부족 | 고물가 비싼 기념품 | 와이파이 | 투어시간부족 | 숙소 | 한국항공사 서비스 | 가이드문제 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성별 | 남성 | 90 | 31.1 | 6.7 | 5.6 | 7.8 | 5.6 | 4.4 | 2.2 | 4.4 | 1.1 | 3.3 | 27.8 |
| | 여성 | 108 | 14.8 | 13.0 | 10.2 | 8.3 | 7.4 | 4.6 | 6.5 | 2.8 | 4.6 | 2.8 | 25.0 |
| 연령대별 | 20대 | 45 | 11.1 | 11.1 | 8.9 | 2.2 | 4.4 | 6.7 | 8.9 | 6.7 | 2.2 | 8.9 | 28.9 |
| | 30대 | 67 | 23.9 | 13.4 | 6.0 | 7.5 | 7.5 | 4.5 | 3.0 | 0.0 | 6.0 | 1.5 | 26.9 |
| | 40대 | 49 | 24.5 | 6.1 | 10.2 | 12.2 | 8.2 | 4.1 | 2.0 | 6.1 | 2.0 | 2.0 | 22.4 |
| | 50대 | 30 | 26.7 | 10.0 | 6.7 | 13.3 | 3.3 | 3.3 | 6.7 | 3.3 | 0.0 | 0.0 | 26.7 |
| | 60대 이상 | 7 | 42.9 | 0.0 | 14.3 | 0.0 | 14.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 28.6 |
| 국가별 | 중국 | 62 | 16.1 | 22.6 | 0.0 | 1.6 | 4.8 | 4.8 | 9.7 | 9.7 | 0.0 | 3.2 | 27.4 |
| | 일본 | 14 | 0.0 | 0.0 | 16.7 | 33.3 | 8.3 | 0.0 | 8.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 33.3 |
| | 태국 | 36 | 22.2 | 2.8 | 13.9 | 19.4 | 0.0 | 11.1 | 2.8 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 27.8 |
| | 말레이시아 | 31 | 29.0 | 6.5 | 12.9 | 0.0 | 6.5 | 3.2 | 0.0 | 3.2 | 0.0 | 12.9 | 25.8 |
| | 인도네시아 | 36 | 27.8 | 2.8 | 8.3 | 8.3 | 13.9 | 2.8 | 2.8 | 0.0 | 16.7 | 0.0 | 16.7 |
| | 베트남 | 5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 40.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 60.0 |
| | 싱가포르 | 14 | 50.0 | 14.3 | 14.3 | 7.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 14.3 |

# 제2장 조사결과 분석

## Ch3. 방한 인센티브 여행 참가자 설문조사 결과

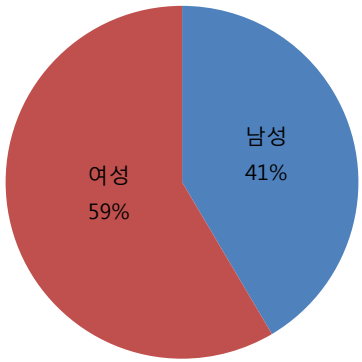
1) 전체참가자
2) 중국
3) 일본
4) 태국
5) 말레이시아
6) 인도네시아

# 2-1. 중국_여행참가자의 일반적 특성

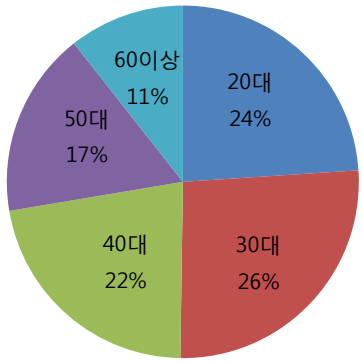
- 중국응답자들의 일반적 특성에 있어서 여성의 비중이 남성보다 다소 높으며, 연령대에 있어서 30대, 20대, 40대의 비중이 높음
- 소속업종에 있어서 금융 및 보험회사, 자동차 및 자동차부품 관련회사 비중이 가장 높게 나타남

(n=217)

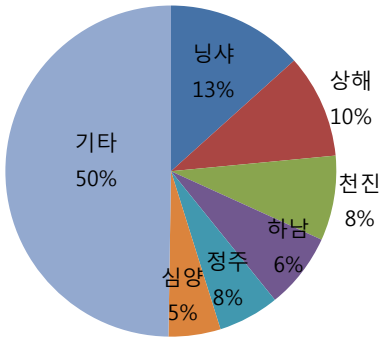
성별



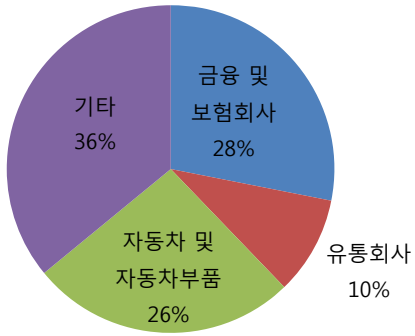

연령




중국 응답자 거주도시




소속업종

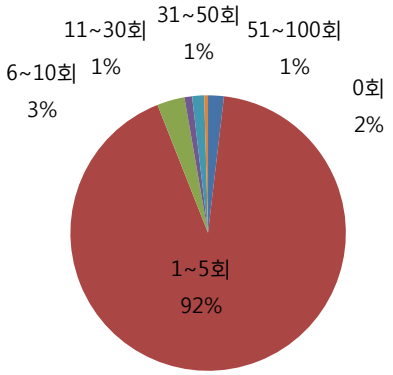


# 2-2. 중국_여행참가자의 여행특성

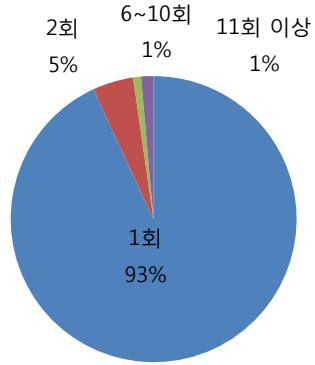
- 중국응답자의 이전 해외여행경험횟수는 '1~5회' 경험자가 92%로 대부분을 차지, 한국방문횟수 '1회'는 응답자의 93%를 차지하였으며, '2회' 5%로 나타남. 응답자 대다수가 이번 한국방문이 처음인 것으로 파악됨
- 이전 인센티브여행경험횟수는 '1회'가 45%로 가장 많으며, 방한인센티브여행 경험횟수에 있어서 '0회' 37% 로 나타남
- 이전 방한인센티브여행 경험횟수는 '0회' 응답자가 81%로 대부분을 차지했으며, 18%는 '1회' 경험이 있는 것으로 응답함
- 인센티브목적지 결정방식은 '회사결정' 비중이 가장 많았으며, '선호도조사' 및 '희망지 중 선택' 비중이 유사하게 나타남
- 여행일정은 '4박5일'이 46%, '3박4일'이 35%가 가장 높은 비중을 차지함

(n=217)

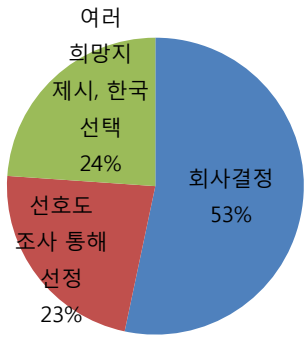
이전 해외여행경험 횟수



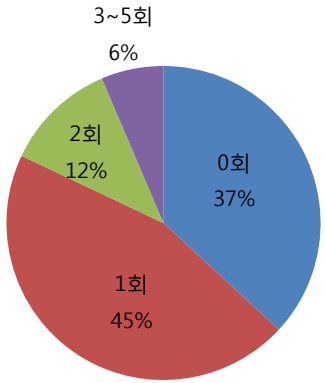

한국방문횟수



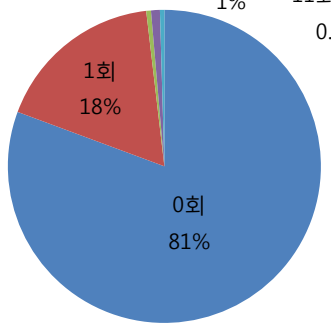

인센티브목적지 결정유형



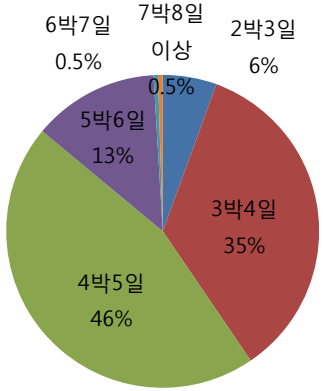

이전 인센티브여행 경험횟수




이전 방한인센티브여행 경험횟수



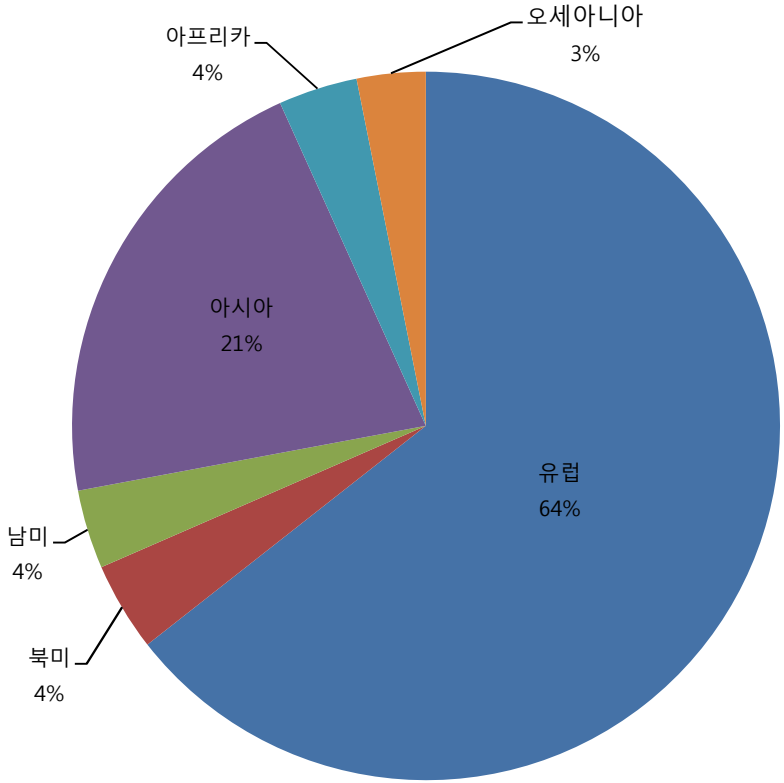

여행일정



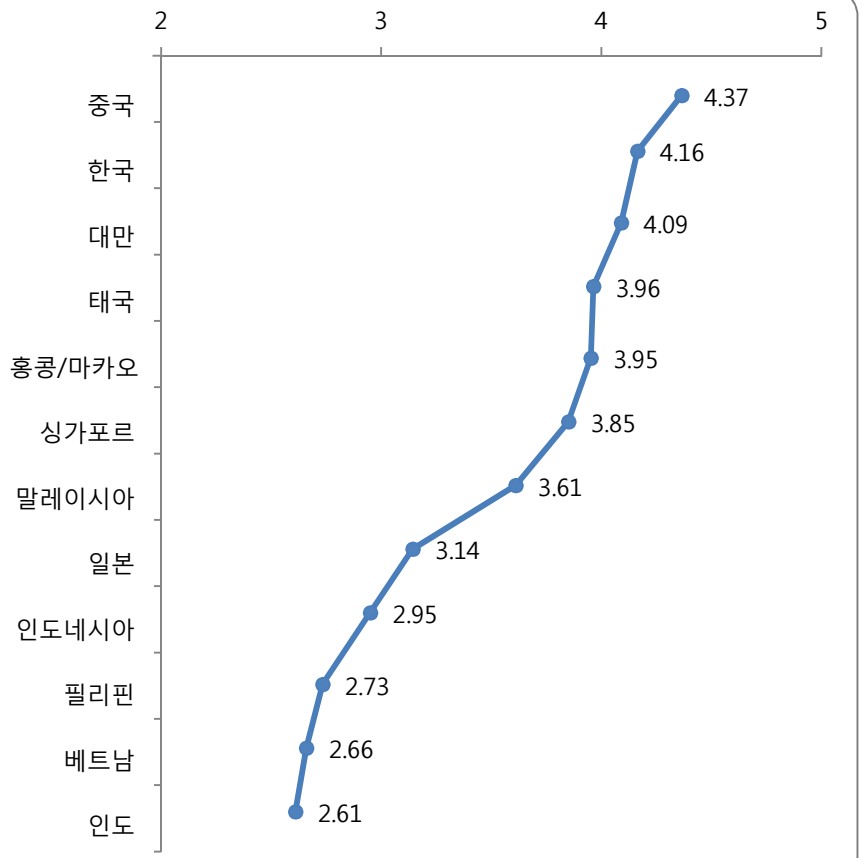
# 2-3. 중국_ 인센티브여행목적지 선호도

- 중국참가자들이 인센티브여행목적지로 가장 선호하는 지역은 유럽으로 나타났으며, 아시아지역이 두 번째 선호지역으로 파악됨
- 인센티브여행 목적지로 아시아국가 중에서는 모국인 중국 선호도(4.37)가 가장 높으며, 그 다음으로 한국(4.16)을 선호하며, 대만(4.09), 태국(3.96), 홍콩/마카오(3.95), 싱가포르(3.85), 말레이시아(3.61) 순의 선호도를 보임

인센티브여행목적지 선호지역 (n=217)



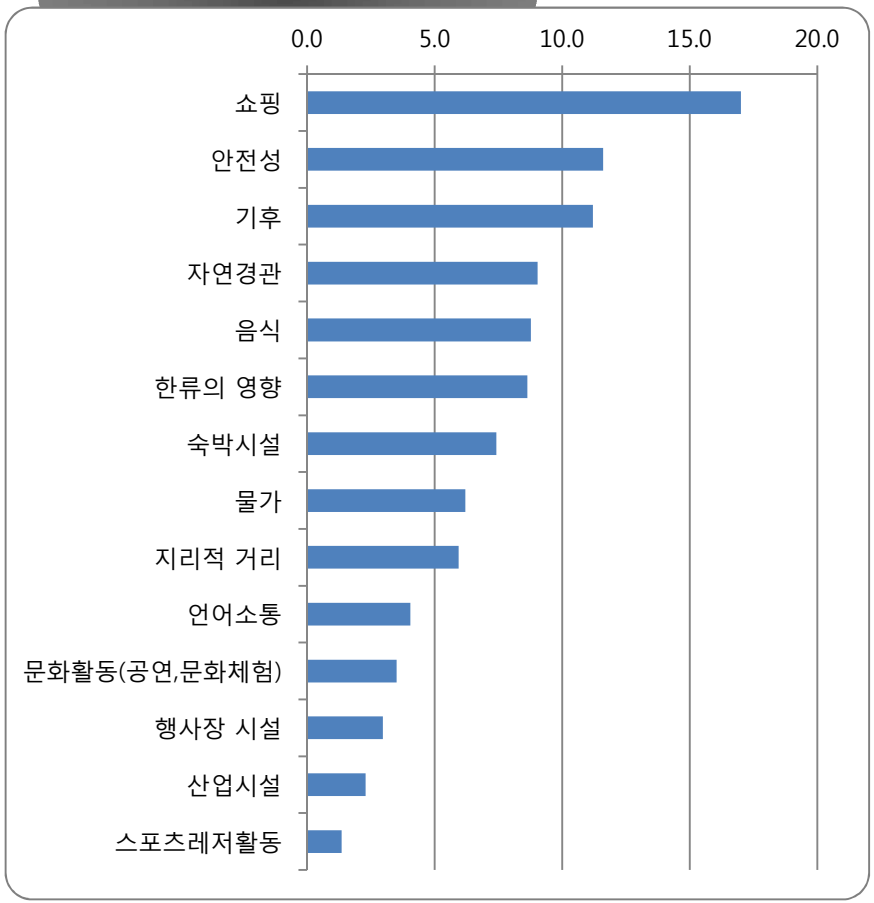

국가별 인센티브여행목적지 선호도 (n=217, 5점척도)



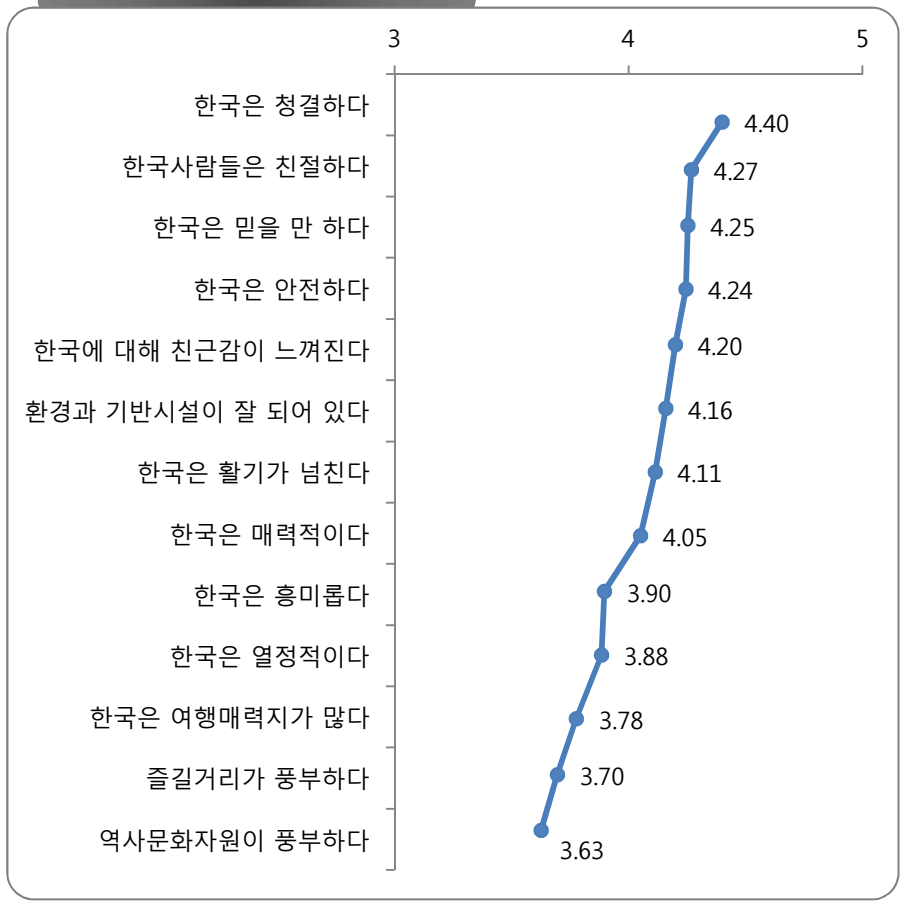
# 2-4. 중국_여행목적지로서의 한국의 장점 및 이미지

- 여행목적지로서 한국의 장점인식은 '쇼핑'이 가장 높은 비중을 차지하였며, '안전성', '기후', '자연경관', '음식', '한류의 영향', '숙박시설' 등으로 나타남
- 한국에 대한 이미지는 '청결'이 가장 높게 나타났으며, '친절', '신뢰성', '안전', '친근감', '환경과 기반시설' 등 인지적 이미지가 높게 나타났으며, '활기 넘침', '매력적' '흥미' 등 정서적 이미지가 그 다음으로 높으며, '역사문화자원', 즐길거리' 등의 관광목적지 이미지 인식이 낮게 나타남

여행목적지로서의 한국의 장점인식 (n=217, %)



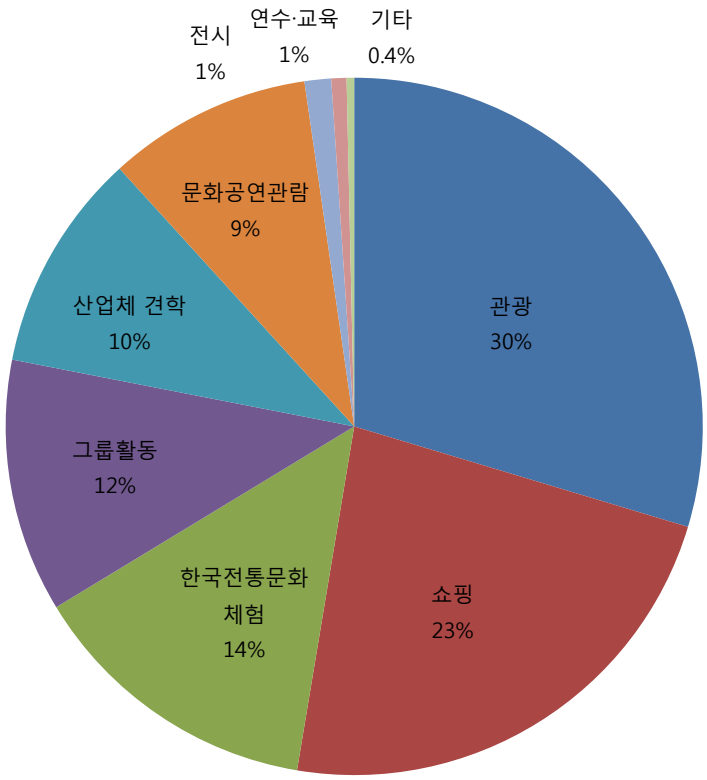

한국에 대한 이미지 (n=217, 5점척도)



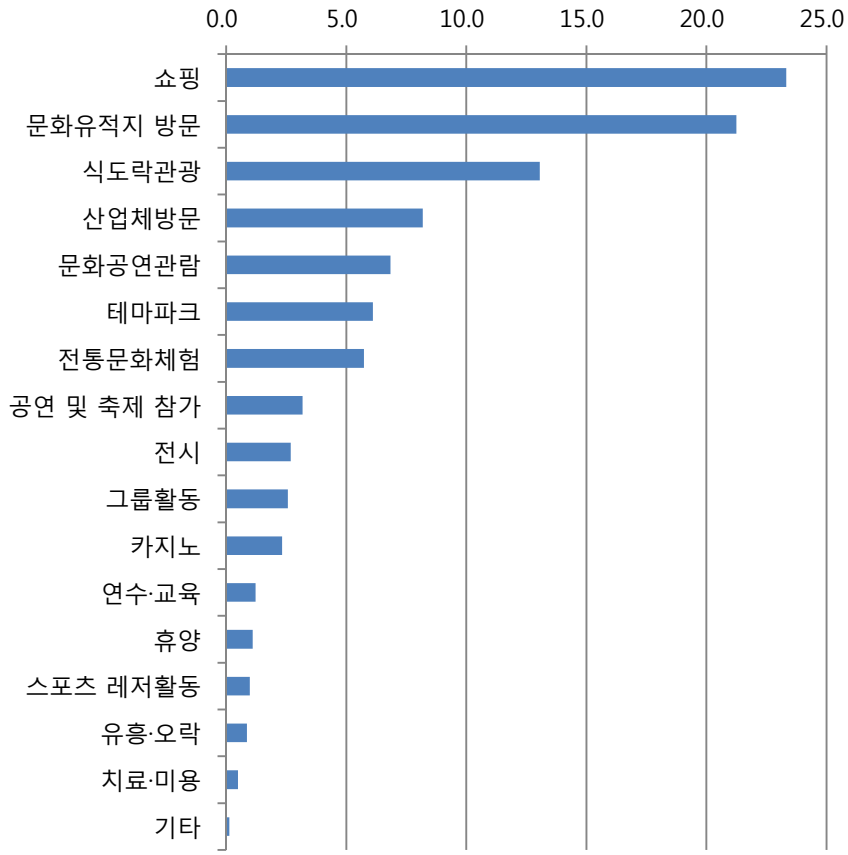
# 2-5. 중국_인센티브여행 프로그램 및 참여활동

- 인센티브여행 프로그램 구성은 '관광' 비중이 30%로 가장 많았으며, '쇼핑' 23%, '한국전통문화체험' 14%, '그룹활동' 12%, '산업체 견학' 10%, '문화공연관람' 9% 등의 순으로 나타남
- '전시', '연수/교육'의 비중(1%)은 매우 낮게 나타남
- 이번 인센티브여행에서의 참여활동은 '쇼핑' 응답비중이 가장 많았으며, '문화유적지 방문', '식도락관광', '산업체방문', '문화공연관람', '테마파크', '전통문화체험', '공연 및 축제 참가', '전시', '그룹활동' 등의 순으로 나타남

인센티브여행 프로그램 구성 (n=217)




이번 인센티브여행에서의 참여활동 (n=217, %)

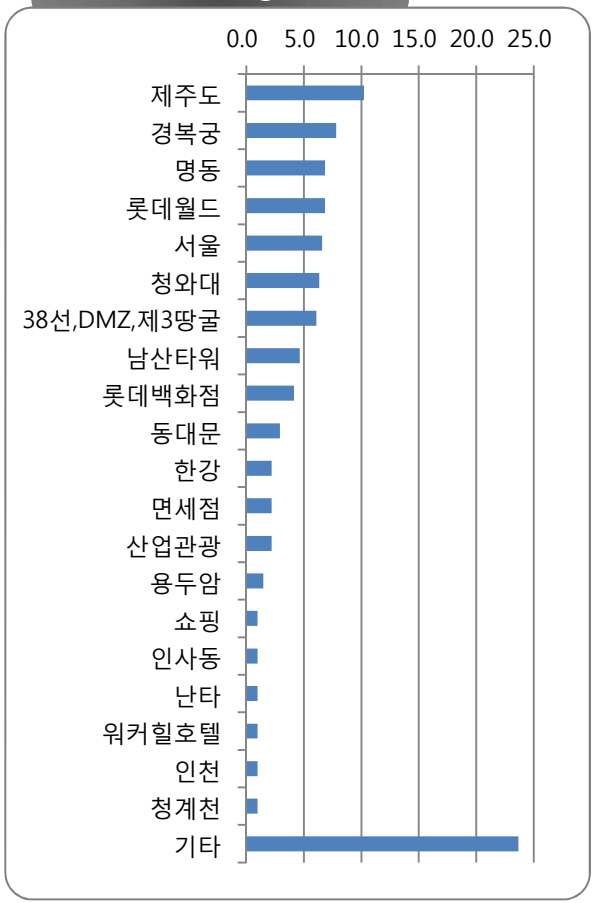


# 2-6. 중국_방문선호지 및 선호활동

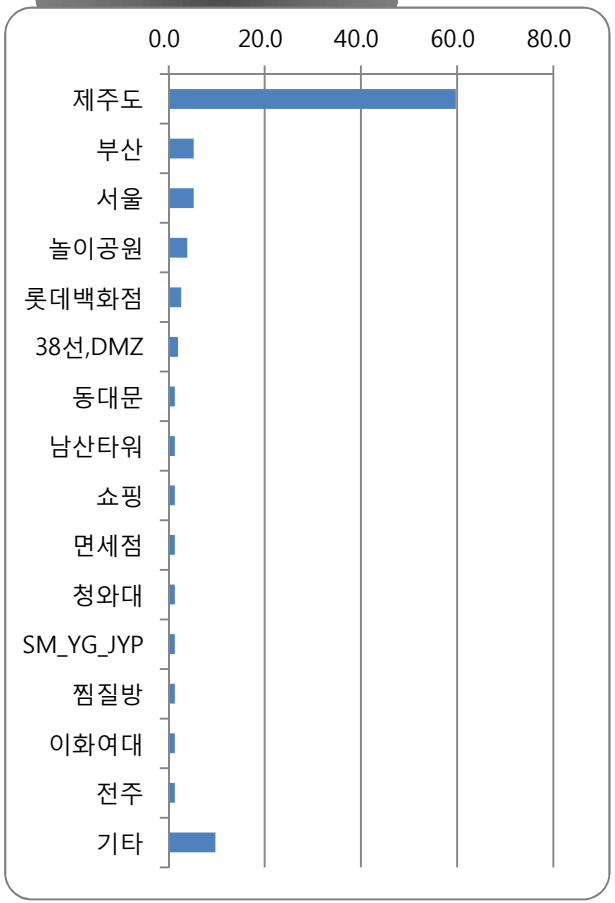
- 방문했던 관광지 중 가장 좋았던 곳으로는 '제주도' 응답자가 가장 많았으며, 경복궁, 명동, 롯데월드, 서울, 청와대, 38선/DMZ/제3땅굴, 남산타워, 롯데백화점 순으로 나타남
- 다음 한국여행에서 방문하고 싶은 곳으로는 '제주도'가 응답의 60%를 차지하였으며, 부산, 서울, 놀이공원, 롯데백화점 등으로 나타남
- 38선/DMZ/통일전망대, 청와대, 연예기획사, 찜질방, 이화여대, 전주를 방문하고 싶다는 응답도 소수 나타남
- 다음 한국여행에서 꼭 하고 싶은 활동으로는 '쇼핑'이 가장 많았으며, 음식투어, 찜질방, 공연관람, 제주도 등으로 나타남

(n=217, %)

방문관광지 중 좋았던 곳




향후 방문선호지



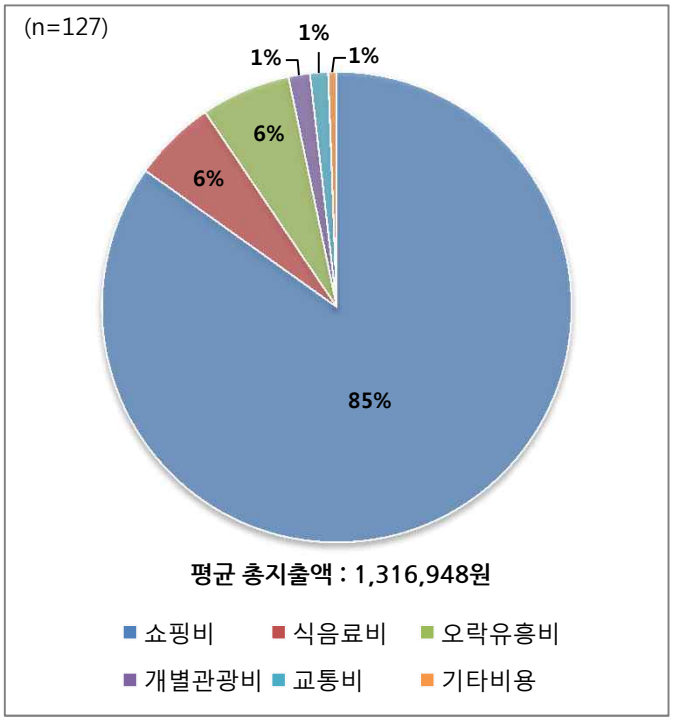

선호활동

# 2-7. 중국_여행지출액1

- 중국인들의 방한인센티브여행에 있어서 회사 및 주최기관에서 지불한 1인 여행경비 평균값은 1,033,236원으로 나타남(58명 응답)
- 이 중 '100만원 이하'가 67.2%, '100만~150만원' 20.7%, '150만~200만원' 12.1% 순으로 나타남

(n=58, %)

| 항목 | 금액대별 분포 | 평균지출액(원) |
|---|---|---|
| 회사 및 주최기관 지불 1인 여행경비 | 100만원 이하 67.2%, 100만~150만원 20.7%, 150만~200만원 12.1% | 1,033,236 |




- 중국응답자들 중 127명이 항목별 지출액에 응답하였으며, 이들의 평균 총지출액은 1,316,948원으로 나타남. 이중 쇼핑비가 85%로 가장 높은 비중을 차지하며, 식음료비 6%, 오락유흥비 6%, 개별관광비, 교통비, 기타비용이 각각 1%가량을 차지함
- 방한인센티브여행 중국참가자들이 지출하는 쇼핑비 평균지출액은 1,117,322원으로 '50만~100만원'지출자 비중이 33.1%, '100만~200만원'30.7%, '30만~50만원'11.8%, '10만~30만원'11.0%, '200만원 이상' 지출자가 9.4% 등의 순으로 나타남
- 교통비를 지출한 응답자는 12.6%이며 평균지출액은 16,296원으로 나타남
- 식음료비 지출자는 응답자의 33.9%였으며, 평균지출액은 74,842원으로 파악됨 '5만~10만원' 지출자가 23.3%, '3만원 이하', '3만~5만원', '10만~20만원'이 각각 18.6%를 차지함
- 중국응답자의 22%가 오락유흥비를 지출하였으며, 평균지출액은 81,261원으로 나타남
- 응답자의 8.7%가 개별관광비를 지출했으며, 평균지출액은 19,470원을 나타남
- 중국응답자의 평균 총지출액은 1,316,948원으로 나타남. '100만원~200만원' 지출자 32.3%, '50만원~100만원' 30.7%로 50만원~200만원 지출자가 높은 비중(63%)을 차지함. 200만원 이상 지출자도 15.7%를 차지함
- 중국인들은 방한인센티브여행을 위해 회사지불경비(1,033,236원)와 개인 지출액(1,316,948원)을 합한 2,350,184원을 지출하는 것으로 파악됨

# 2-8. 중국_여행지출액2

(n=127, %)

| 항목 | 금액대별 분포 | 평균 지출액(원) |
|---|---|---|
| 쇼핑비 | 10만원 이하 3.9%, 10만~30만원 11.0%, 30만~50만원 11.8%, 50만~100만원 33.1%, 100만~200만원 30.7%, 200만~500만원 6.3%, 500만원 이상 3.1% | 1,117,322 |
| 식음료비 | 0원 66.1%, 3만원 이하 18.6%, 3만~5만원 18.6%, 5만~10만원 23.3%, 10만~20만원 18.6%, 20만~50만원 4.7%, 50만~100만원 14.0%, 100만원 이상 2.3% | 74,842 |
| 오락유흥비 | 0원 78.0%, 5만원 이하 2.4%, 5만~10만원 2.4%, 10만~20만원 6.3%, 20만~30만원 3.1%, 30만~50만원, 50만~100만원 4.7%, 100만원 이상 | 81,261 |
| 개별관광비 | 0원 91.3%, 5만원 이하 2.4%, 5만~10만원, 10만~20만원 3.1%, 20만~50만원, 50만~100만원 1.6% | 19,470 |
| 교통비 | 0원 87.4%, 1만원 이하 2.4%, 1만~3만원 3.1%, 3만~5만원, 5만~10만원, 10만~30만원 4.7%, 30만원 이상 | 16,296 |
| 기타비용 | 0원 96.9%, 10만~20만원 1.6%, 20만~50만원 | 7,757 |
| 총지출액 | 10만원 이하, 10만~30만원 11.8%, 30만~50만원 7.9%, 50만~100만원 30.7%, 100만~200만원 32.3%, 200만~500만원 11.8%, 500만원 이상 3.9% | 1,316,948 |

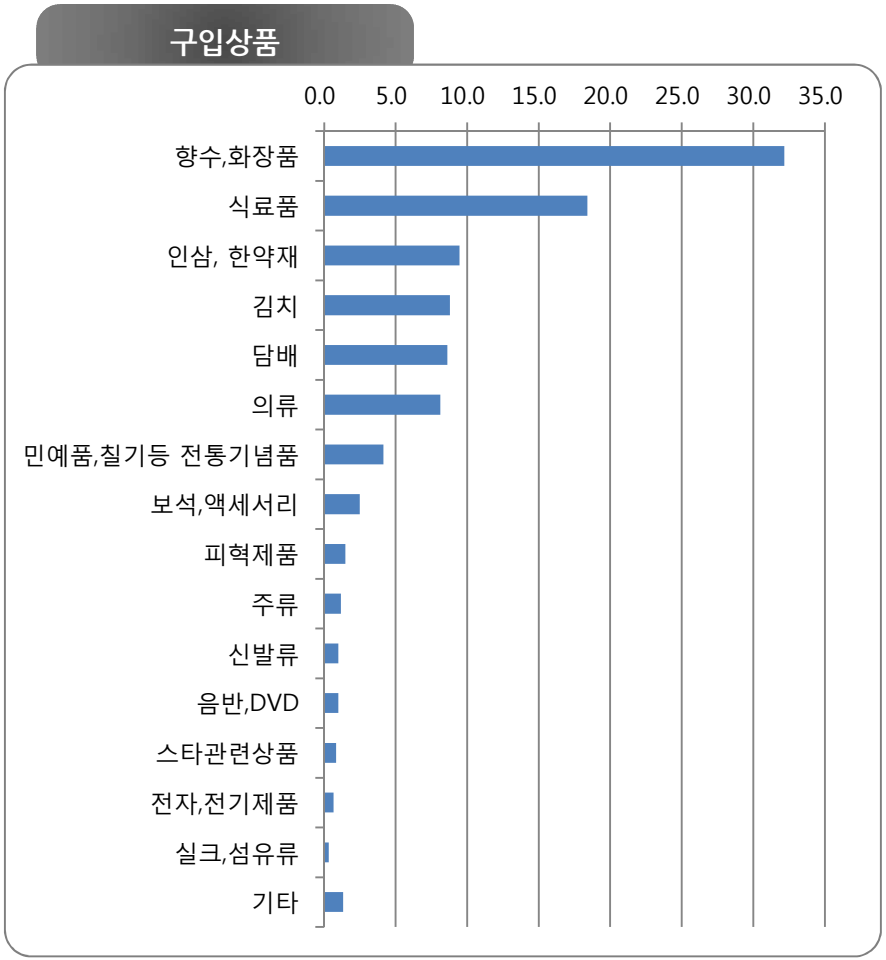
(1%미만 비중표기 생략)

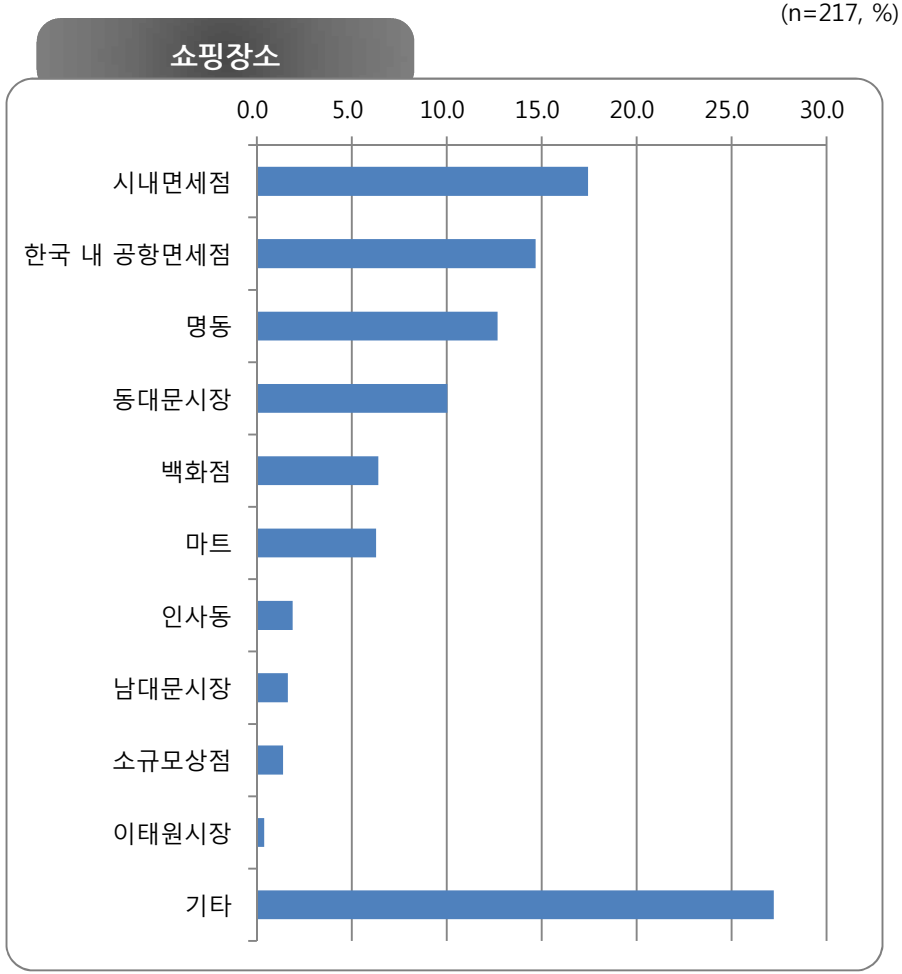
* 회사 및 주최기관 지불 여행경비와 쇼핑비 등 항목별 지출액의 범주 표기에 있어서, 'X만~XI만원' 표기는 'X0,001원 이상 ~XI0.000만원 이하'를 나타냄
* '교통비'는 여행지 내에서 개별적으로 지출한 택시비, 대중교통비 등을 말함(항공비 제외)

# 2-9. 중국_구입상품 및 쇼핑장소

- 중국참가자들의 구입상품은 '향수 및 화장품'이 가장 많았으며, '식료품', '인삼 및 한약재', '김치', '담배', '의류', '민예품, 칠기 등 전통기념품' 등의 순으로 나타남
- 쇼핑장소는 '시내면세점'이 가장 많았으며, '국내 공항면세점', '명동' ,'동대문시장', '백화점', '마트' 등의 순으로 나타남

(n=217, %)



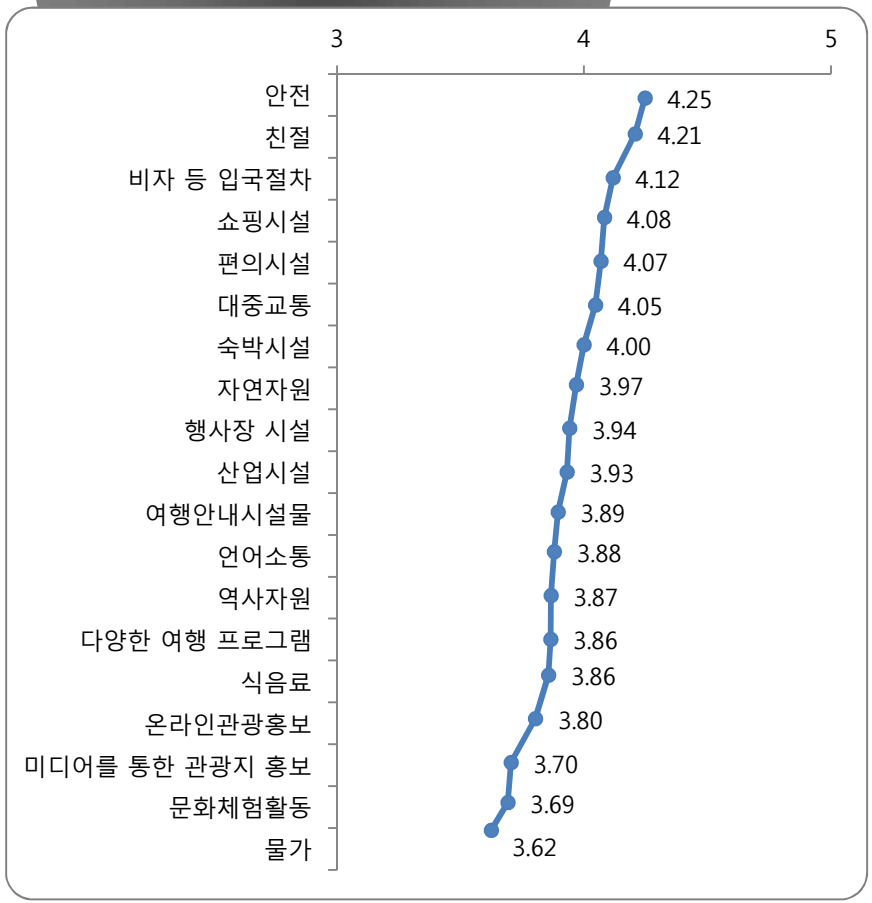



# 2-10. 중국_방한인센티브여행 평가 및 만족도

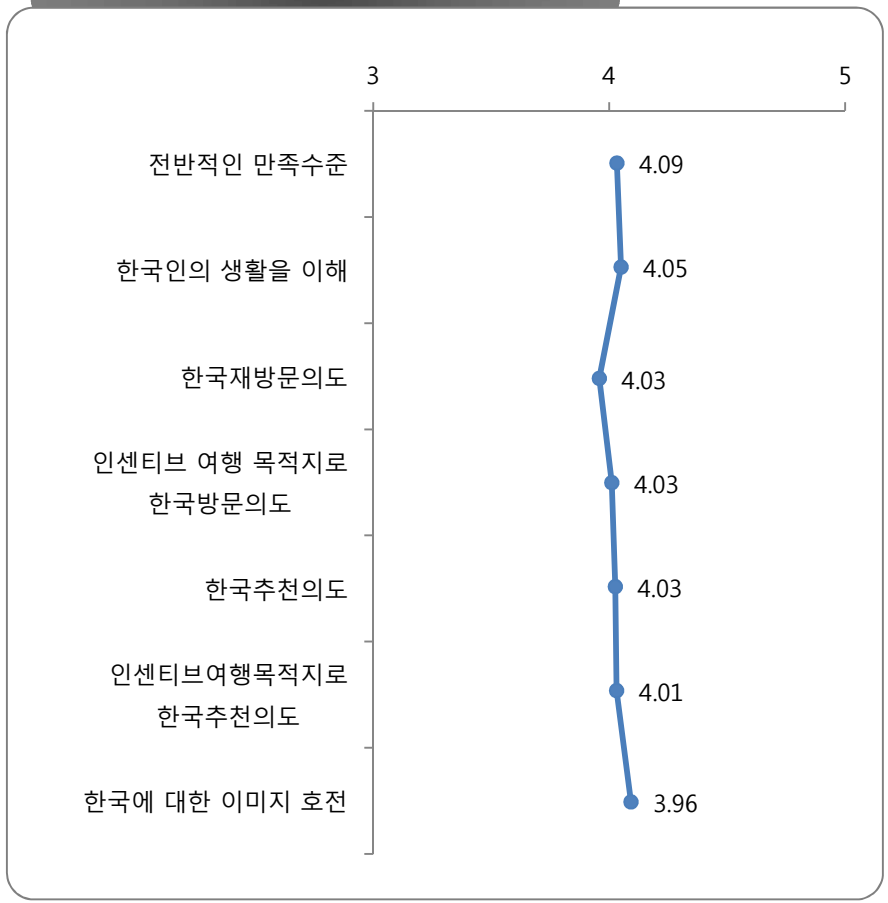
- 방한인센티브여행 수용태세평가는 '안전'에 대한 평가수준이 가장 높았으며, '친절', '비자 등 입국절차', '쇼핑시설', '주차장, 화장실, 인터넷 등 편의시설', '대중교통', 등에 대한 만족수준이 비교적 높게 나타남
- 반면, '물가', '문화체험활동', '미디어를 통한 관광지 홍보', '온라인 관광홍보', '식음료'에 대해서는 비교적 낮게 나타남
- 방한인센티브여행에 대한 만족수준(4.09)과 재방문의도(4.03) 및 추천의도(4.03), 한국에 대한 이미지 호전(3.96) 등에 있어서 전체참가자의 평균치보다 다소 높게 나타남

(n=217, 5점척도)

방한인센티브여행 수용태세 평가

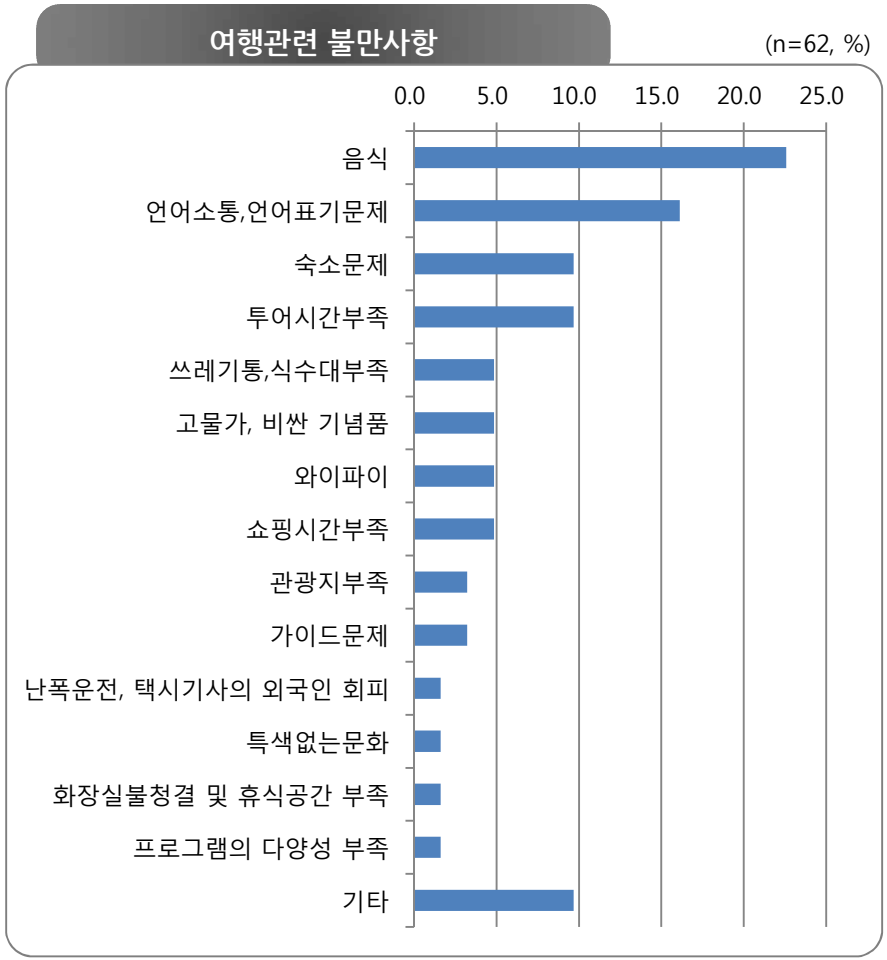


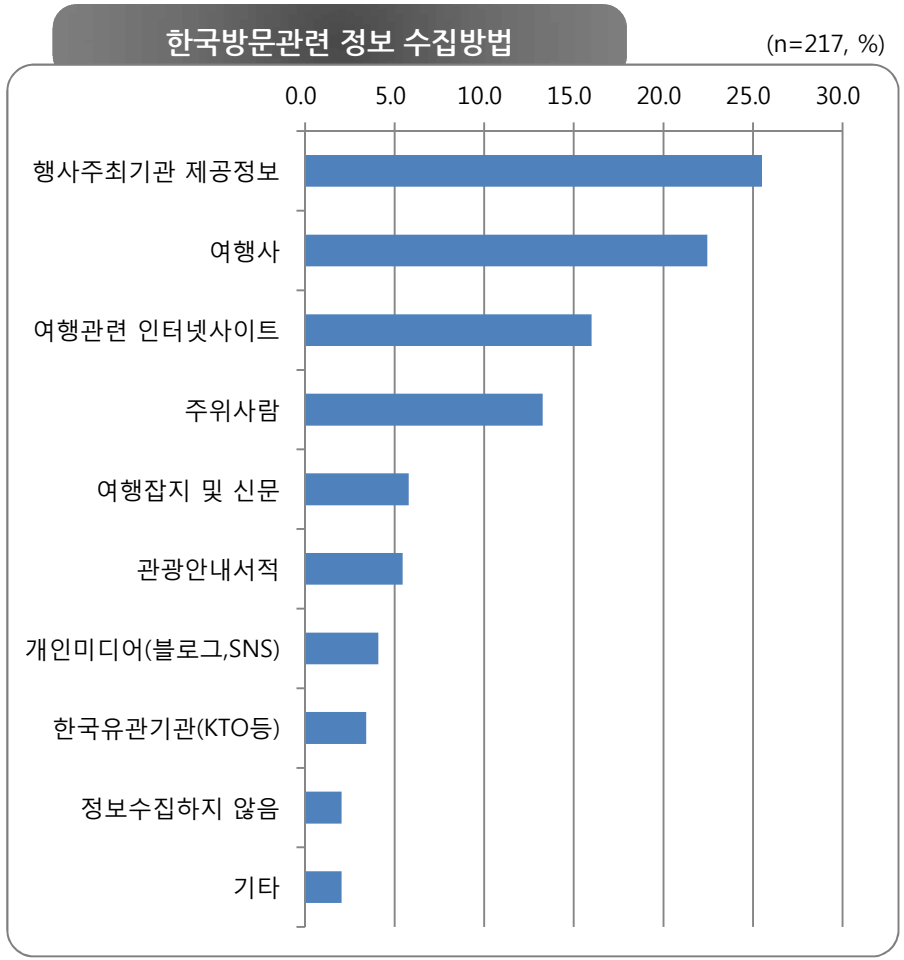

방한인센티브여행 만족도



# 2-11. 중국_여행불만사항 및 정보수집방법

▪ 여행관련 불만사항에 있어서 가장 많은 응답이 나타난 것은 '음식문제(빈약한 식사)'로 나타났으며, 이 밖에, '언어소통, 언어표기문제', '숙소문제', '투어시간 부족', '쓰레기통, 식수대 부족', '고물가와 비싼 기념품' 등으로 나타남
▪ 한국방문관련 정보수집경로로 '행사주최기관 제공 정보'를 통한 정보수집 비중이 가장 높았으며, '여행사', '여행관련 인터넷사이트', '주위사람', '여행잡지 및 신문', 등의 순으로 나타남



# 제2장 조사결과 분석

## Ch3. 방한 인센티브 여행 참가자 설문조사 결과

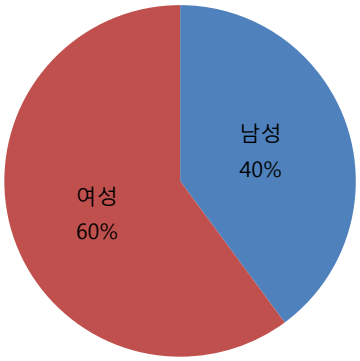
1) 전체참가자
2) 중국
3) 일본
4) 태국
5) 말레이시아
6) 인도네시아

# 3-1. 일본_여행참가자의 일반적 특성

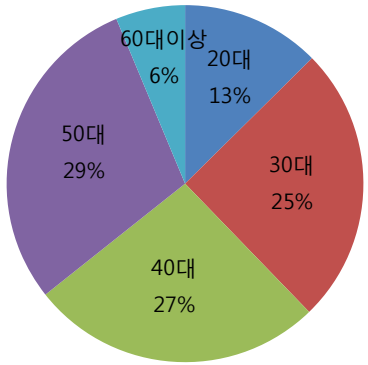
- 일본응답자들은 여성의 비중이 남성보다 다소 많음. 연령대에 있어서 50대의 비중이 가장 높으며, 40대, 30대, 20대 순으로 나타남
- 소속업종에 있어서 의약 및 의료기기회사 및 기타업종(광고, 건설, 건축, IT, 미용 등)의 종사자로 구성됨

(n=143)

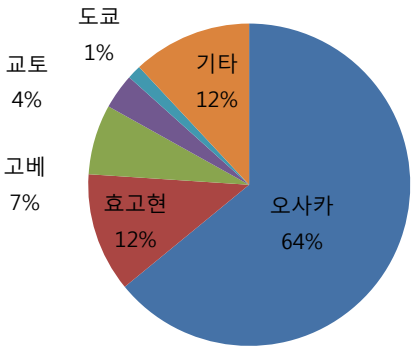
## 성별



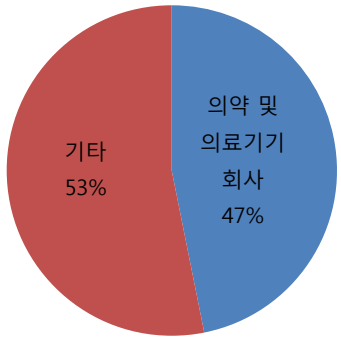

## 연령




## 일본 응답자 거주도시




## 소속업종

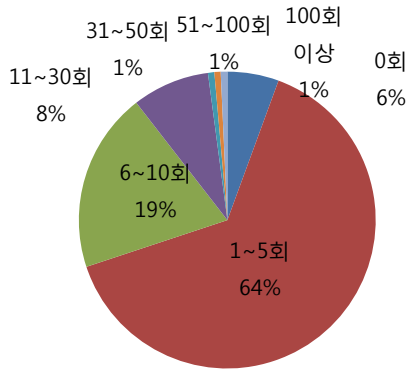


# 3-2.일본_여행참가자의 여행특성

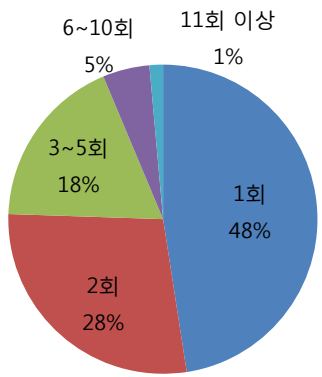
- 일본응답자의 이전 해외여행경험횟수는 '1~5회 경험자'가 64%로 가장 많았으며, 한국방문횟수 '1회'는 응답자의 48%를 차지하였으며, '2회' 28%, '3~5회' 18% 등의 순으로 나타남
- 이전 인센티브여행경험횟수에 있어서는 '1회' 경험자가 33%, '0회' 23%, '2회' 21% 등의 순으로 파악됨
- 방한인센티브여행 경험횟수에 있어서 '0회', 즉 이번 방한인센티브여행이 처음인 경우가 61%를 차지, '1회' 경험자가 27% 로 파악됨
- 인센티브목적지 결정방식에 있어서 '회사결정' 비중이 78%로 가장 많았으며, 여행일정은 '2박3일'이 71%로 가장 높은 비중 차지

(n=143)

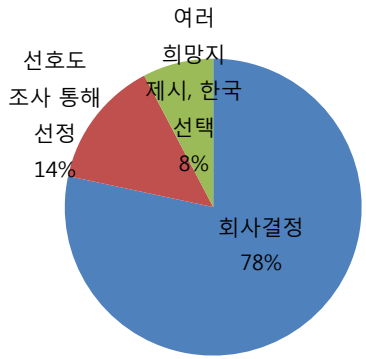
이전 해외여행경험 횟수



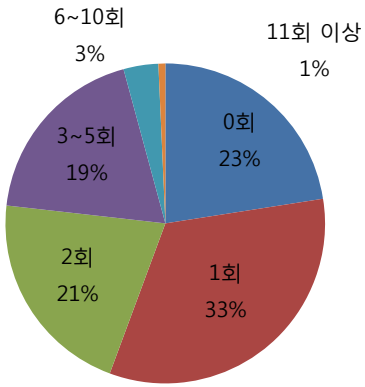

한국방문횟수



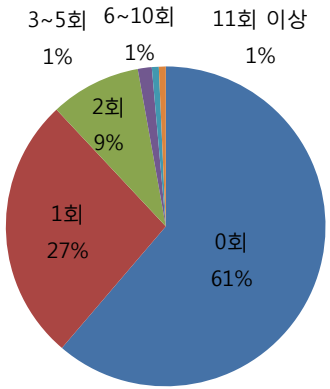

인센티브목적지 결정유형



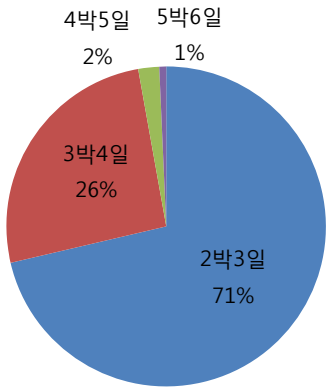

이전 인센티브여행 경험횟수




이전 방한인센티브여행 경험횟수



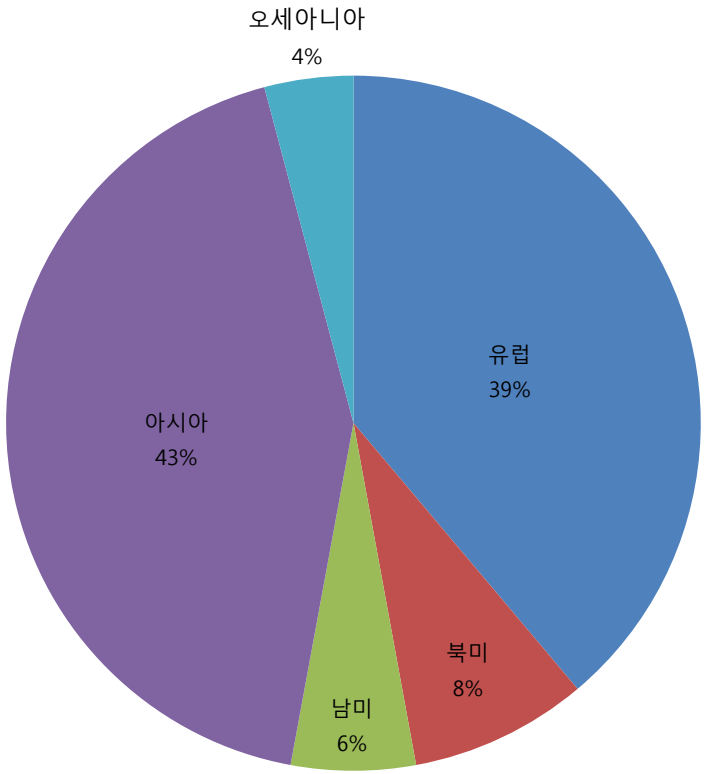

여행일정



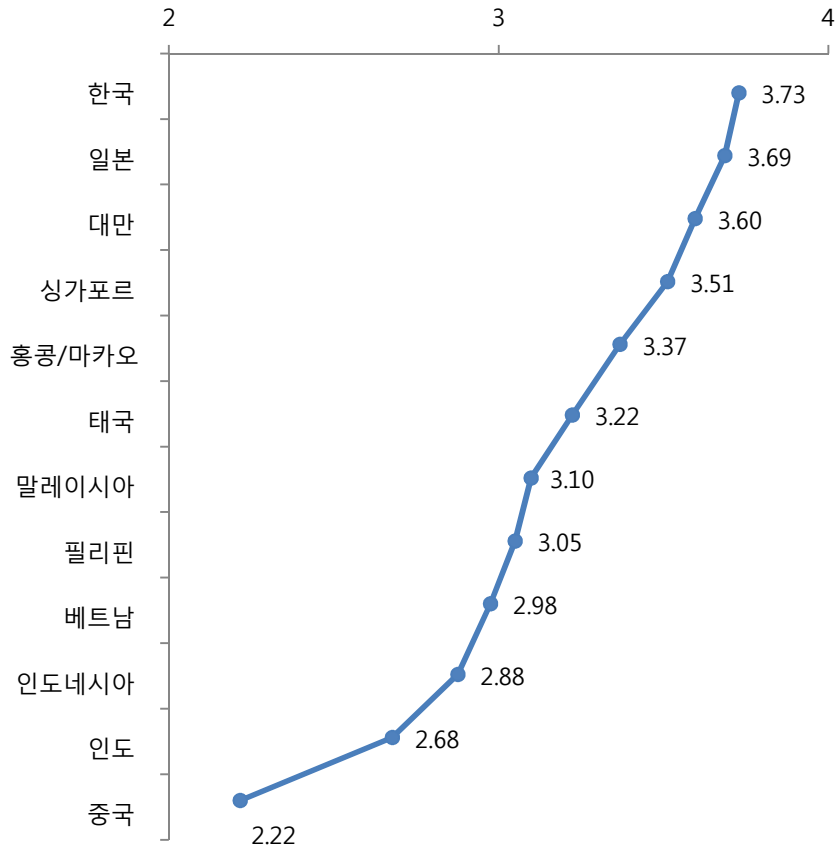
# 3-3. 일본_인센티브여행목적지 선호도

- 일본참가자들이 인센티브여행목적지로 가장 선호하는 지역은 아시아(43%), 유럽(39%) 순으로 나타남
- 인센티브여행 목적지로 아시아국가 중에서는 한국 선호도(3.73)가 가장 높았으며, 그 다음으로 모국인 일본(3.69), 대만(3.60), 싱가포르(3.51), 홍콩/마카오(3.37), 태국(3.22), 말레이시아(3.10), 필리핀(3.05) 등 순으로 선호도를 보임

**인센티브여행목적지 선호지역** (n=143)

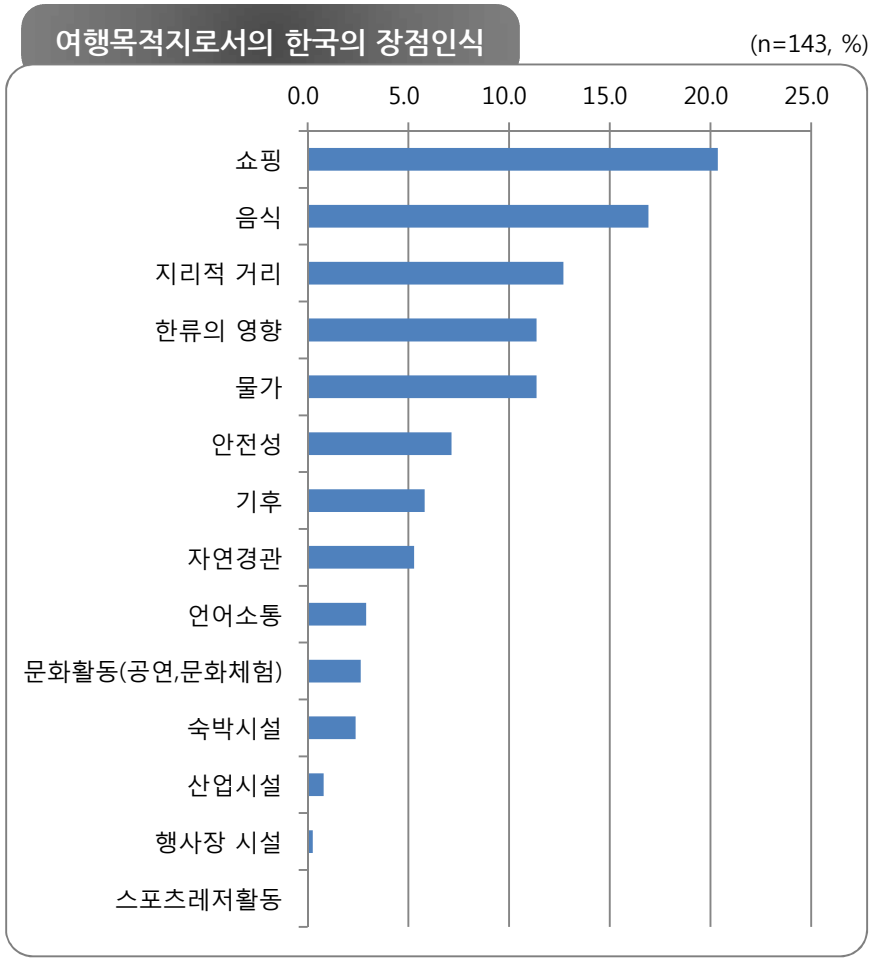


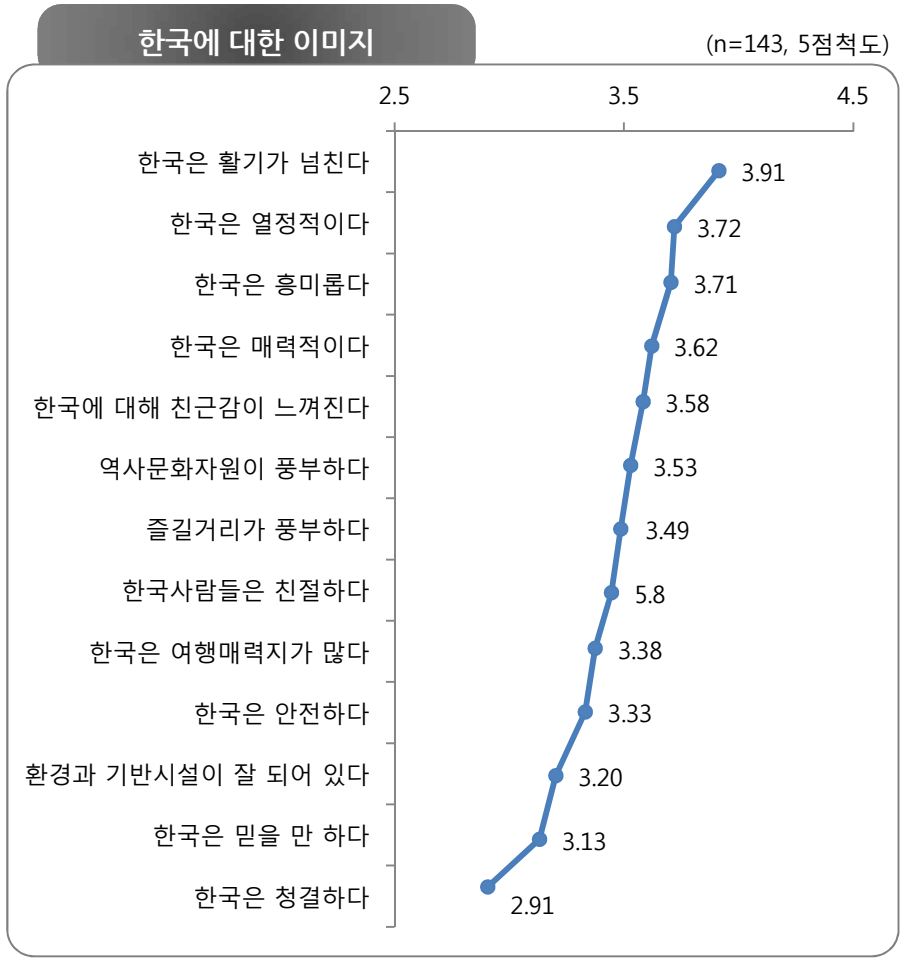

**국가별 인센티브여행목적지 선호도** (n=143, 5점척도)



# 3-4. 일본_여행목적지로서의 한국의 장점 및 이미지

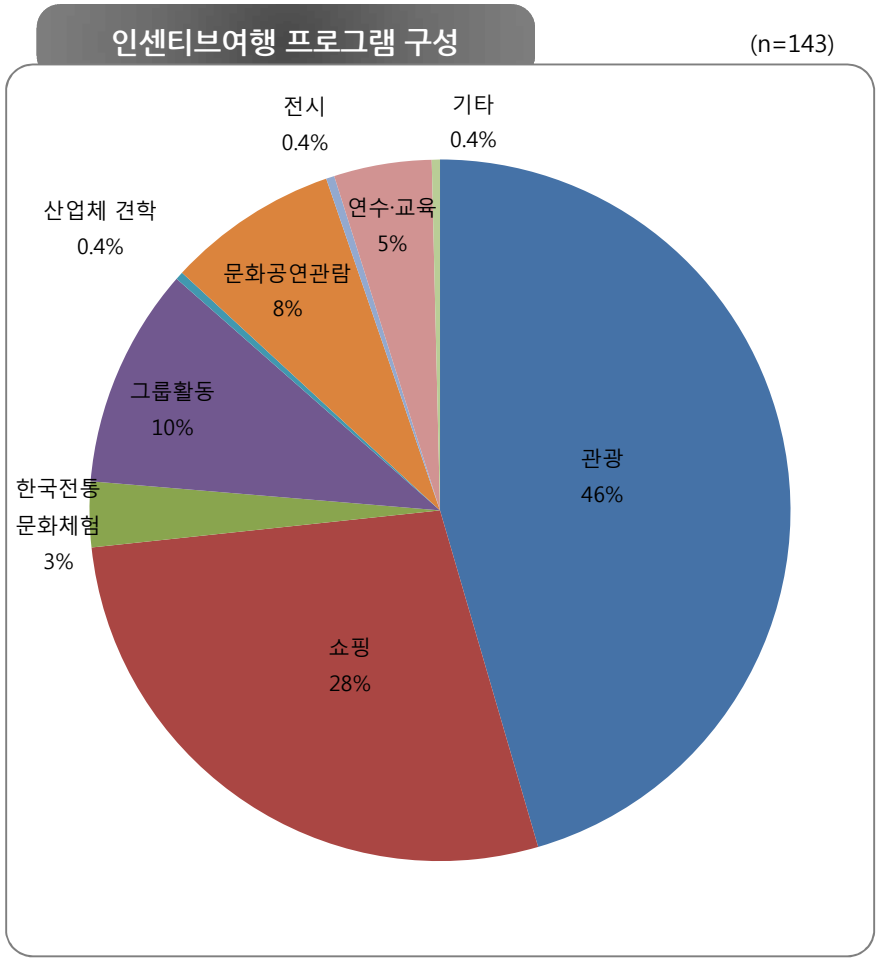
- 여행목적지로서 한국의 장점은 '쇼핑'이 가장 높은 비중을 차지하였며, '음식', '지리적 거리', '한류의 영향', '물가', '안전성' 등으로 나타남
- 한국에 대한 이미지에 있어서 '활기넘침', '열정적', '흥미로움' 등 정서적 이미지가 높게 나타났으며, 그 다음으로 '역사문화자원', '여행매력지' 등의 관광목적지 이미지가 두 번째로 높으며, '안전', '신뢰성', '청결' 등의 인지적 이미지는 비교적 낮게 나타남

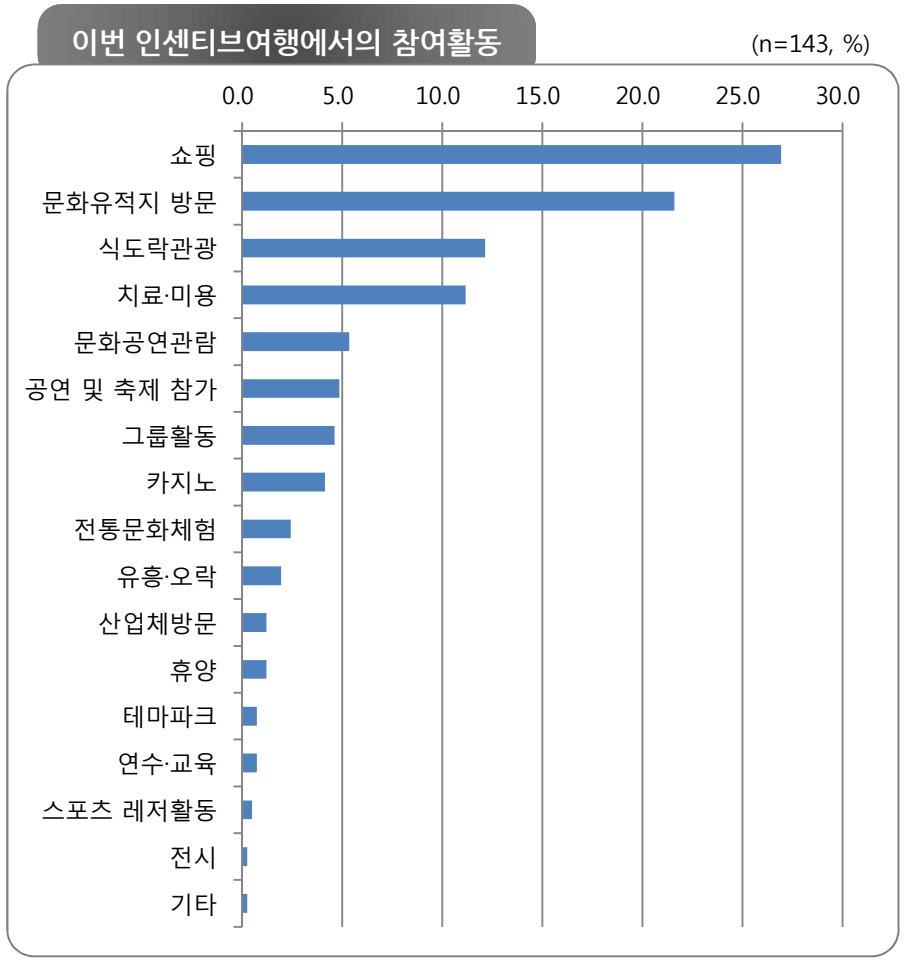


# 3-5. 일본_인센티브여행 프로그램 및 참여활동

- 인센티브여행 프로그램 구성에 있어서 '관광' 비중이 46%로 가장 많았으며, '쇼핑' 28%, '그룹활동' 10%, '문화공연관람' 8%, '연수· 교육' 5% 순으로 나타남
- 이번 인센티브여행에서의 참여활동에 있어서 '쇼핑' 응답 비중이 가장 많았으며, '문화유적지 방문', '식도락관광', '치료·미용', '문화공연관람', '공연 및 축제 참가', '그룹활동', '카지노' 등의 순으로 나타남

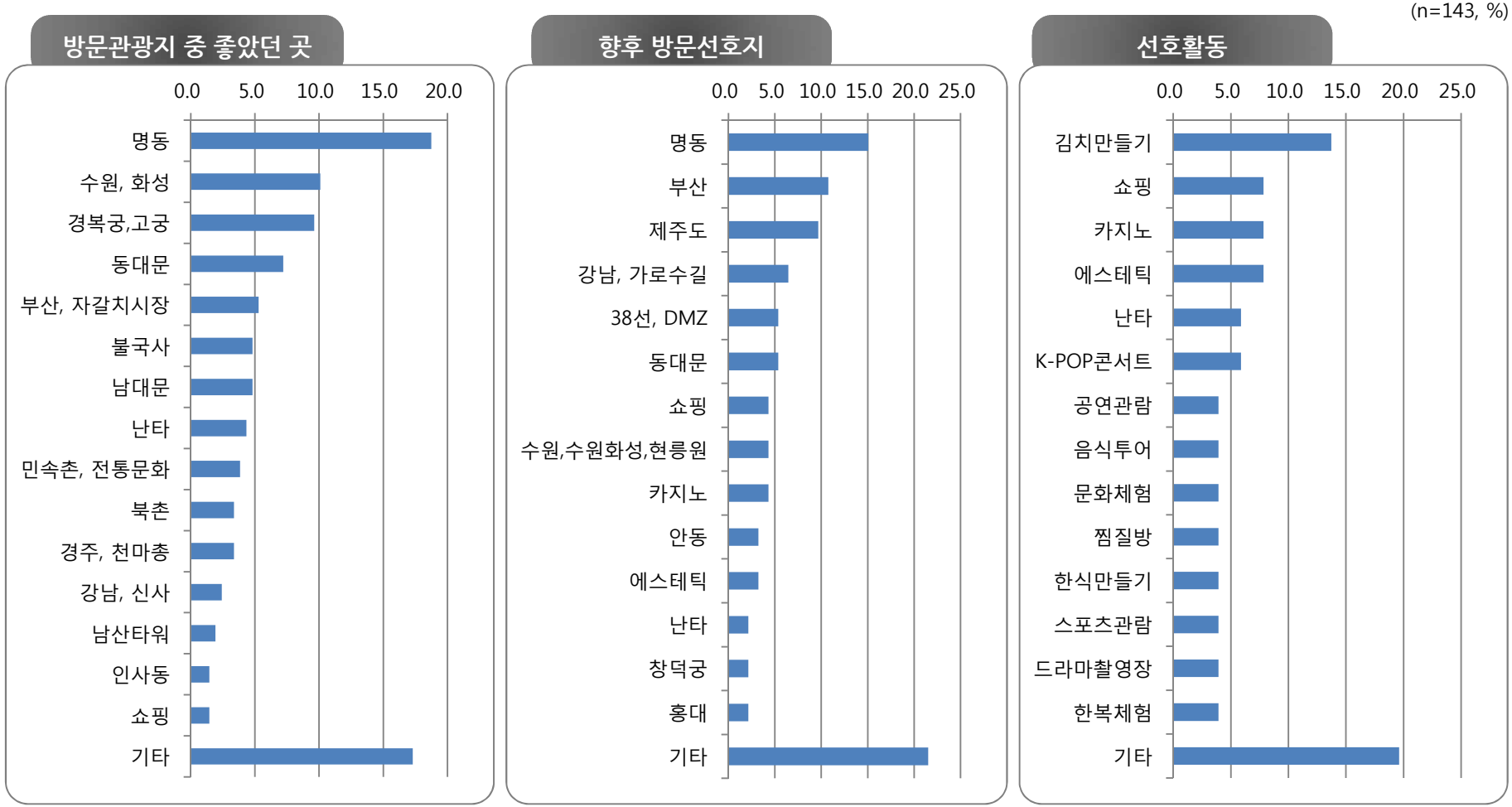


# 3-6. 일본_방문선호지 및 선호활동

- 방문했던 관광지 중 가장 좋았던 곳으로는 '명동' 응답비중이 가장 많았으며, 수원화성, 경복궁 등 고궁, 동대문, 부산(자갈치시장), 불국사, 남대문, 난타공연, 민속촌 등의 순으로 나타남
- 다음 한국여행에서 방문하고 싶은 곳으로는 '명동'이 가장 많았으며, 부산, 제주도, 강남(가로수길), 38선/DMZ/통일전망대, 동대문, 쇼핑, 수원, 카지노, 안동 등의 순으로 나타남
- 다음 한국여행에서 꼭 하고 싶은 활동으로는 '김치만들기 체험' 응답이 가장 많았으며, 쇼핑, 카지노, 피부관리(에스테틱) ,난타공연, K-pop 콘서트 관람, 공연관람, 음식투어, 문화체험, 찜질방 등으로 나타남

(n=143, %)



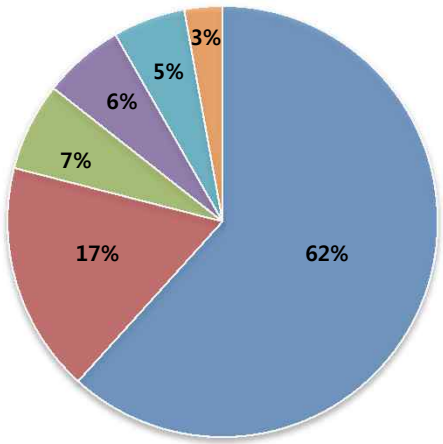
# 3-7. 일본_여행지출액1

- 방한인센티브여행에 있어서 회사 및 주최기관에서 지불한 응답자는 10명에 불과했으며, 응답한 금액의 평균치는 1,009,309원으로 나타남
- 이 중 '100만원 이하'가 60.0%, '100만~150만원' 40.0%를 구성함

(n=10, %)

| 항목 | 금액대별 분포 | 평균지출액(원) |
|---|---|---|
| 회사 및 주최기관 지불 1인 여행경비 | 100만원 이하 60.0%, 100만~150만원 40.0% | 1,009,309 |

(n=111)




평균 총지출액 : 641,309원

쇼핑비 식음료비 오락유흥비 개별관광비 교통비 기타비용

- 일본응답자들 중 111명이 항목별 지출액에 응답하였으며, 평균 총지출액은 641,309원으로 나타남. 이중 쇼핑비가 62%로 가장 높은 비중을 차지하며, 식음료비 17%, 오락유흥비 7%, 개별관광비 6%, 교통비 5%, 기타비용 3%를 차지함
- 일본참가자들의 쇼핑비 평균지출액은 395,785원으로 다섯 국가 중 가장 낮은 쇼핑비를 지출함. 쇼핑비 '10만~30만원' 지출자 비중이 41.4%, '30만~50만원' 26.1% , '50만~100만원' 13.5% 등의 순으로 나타남
- 응답자 중 36%가 교통비를 지출했으며, 평균지출액은 34,900원으로 나타남
- 응답자 중 식음료비 지출자는 62.2%로, 지출응답자의 평균지출액은 110,800원으로 다섯 국가 중 가장 많은 식음료비를 지출함. 식음료비 '10만~20만원' 지출자 비중이 18.0%, '3만원 미만' 12.6%, '20만~50만원' 10.8% 등의 순으로 나타남
- 응답자의 22.5%가 오락유흥비를 지출하였으며, 평균지출액은 42,454원이며, '10만~20만원' 지출자가 10.8%로 지출자 중 가장 높은 비중을 보임
- 개별관광비를 지출한 응답자는 13.5%로 평균지출액은 39,010원을 나타남
- 총지출액 평균치는 641,309원으로 파악되며, '30만~50만원' 지출자 31.5%, '10만~30만원' 24.3%, '50만~100만원' 24.3% 등의 순으로 나타남. 200만원 이상 지출자 비중은 4.1%로 다섯 국가 중 가장 낮음
- 일본인들의 방한인센티브여행 평균지출액은 평균 회사지불경비(1,009,309원)와 평균 개인 평균지출액(641,309원)을 합한 1,650,618원을 지출하는 것으로 파악됨

# 3-8. 일본_여행지출액2

(n=111, %)

| 항목 | 금액대별 분포 | 평균 지출액(원) |
|---|---|---|
| 쇼핑비 | 0원 3.6%, 10만원 이하 9.0%, 10만~30만원 41.4%, 30만~50만원 26.1%, 50만~100만원 13.5%, 100만~200만원 2.7%, 200만~500만원 3.6% | 395,785 |
| 식음료비 | 0원 37.8%, 3만원 이하 12.6%, 3만~5만원 6.3%, 5만~10만원 9.9%, 10만~20만원 18.0%, 20만~50만원 10.8%, 50만~100만원 2.7%, 100만원 이상 | 110,800 |
| 오락유흥비 | 0원 77.5%, 5만원 이하 3.6%, 5만~10만원 4.5%, 10만~20만원 10.8%, 20만~30만원 1.8%, 30만~50만원, 100만원 이상 | 42,454 |
| 개별관광비 | 0원 86.5%, 5만원 이하 2.7%, 5만~10만원 2.7%, 10만~20만원 2.7%, 20만~50만원 2.7%, 50만~100만원, 100만원 이상 | 39,010 |
| 교통비 | 0원 64.0%, 1만원 이하 5.4%, 1만~3만원 6.3%, 3만~5만원 4.5%, 5만~10만원 9.0%, 10만~30만원 9.0%, 30만원 이상 1.8% | 34,900 |
| 기타비용 | 0원 91.0%, 10만원 이하 3.6%, 10만~20만원 1.8%, 20만~50만원 2.7%, 50만~100만원 | 18,362 |
| 총지출액 | 10만원 이하 7.2%, 10만~30만원 24.3%, 30만~50만원 31.5%, 50만~100만원 24.3%, 100만~200만원 8.1%, 200만~500만원 3.6%, 500만원 이상 | 641,309 |

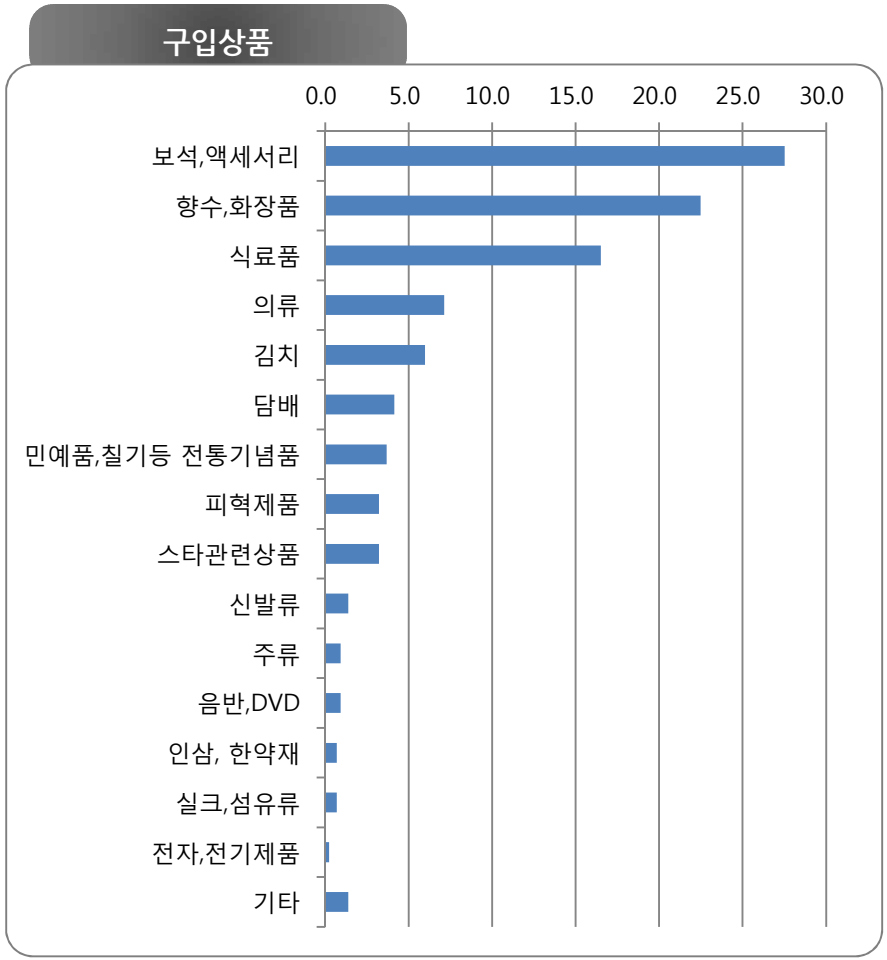
(1%미만 비중표기 생략)

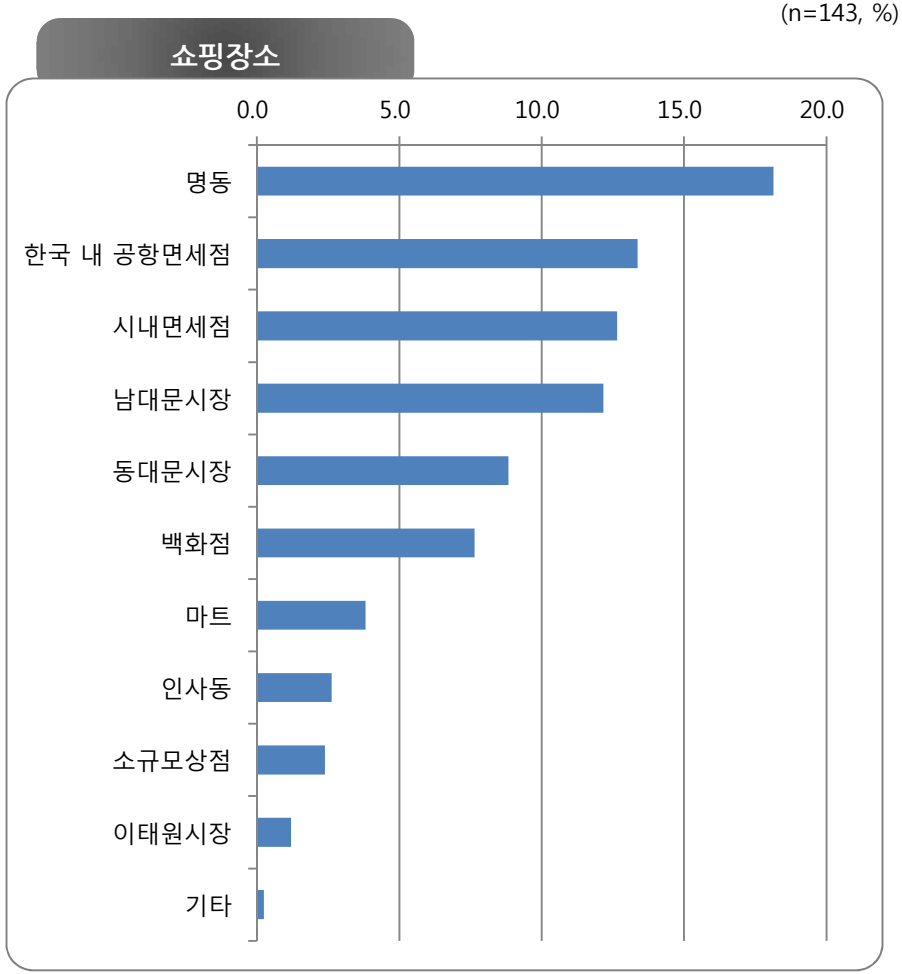
* 회사 및 주최기관 지불 여행경비와 쇼핑비 등 항목별 지출액의 범주 표기에 있어서, 'X만~XI만원' 표기는 'X0,001원 이상 ~XI0.000만원 이하'를 나타냄
* '교통비'는 여행지 내에서 개별적으로 지출한 택시비, 대중교통비 등을 말함(항공비 제외)

# 3-9. 일본_구입상품 및 쇼핑장소

- 일본 참가자들의 주요 구입상품은 '보석 및 액세서리' 가 가장 많았으며, '향수 및 화장품', '식료품', '의류', '김치', '담배', '전통기념품', '피혁제품', '스타관련상품' 등의 순으로 나타남
- 쇼핑장소는 '명동' 이 가장 많았으며, '한국 내 공항면세점', '시내면세점', '남대문시장', '동대문시장', '백화점', '마트', '인사동' 순으로 나타남

(n=143, %)



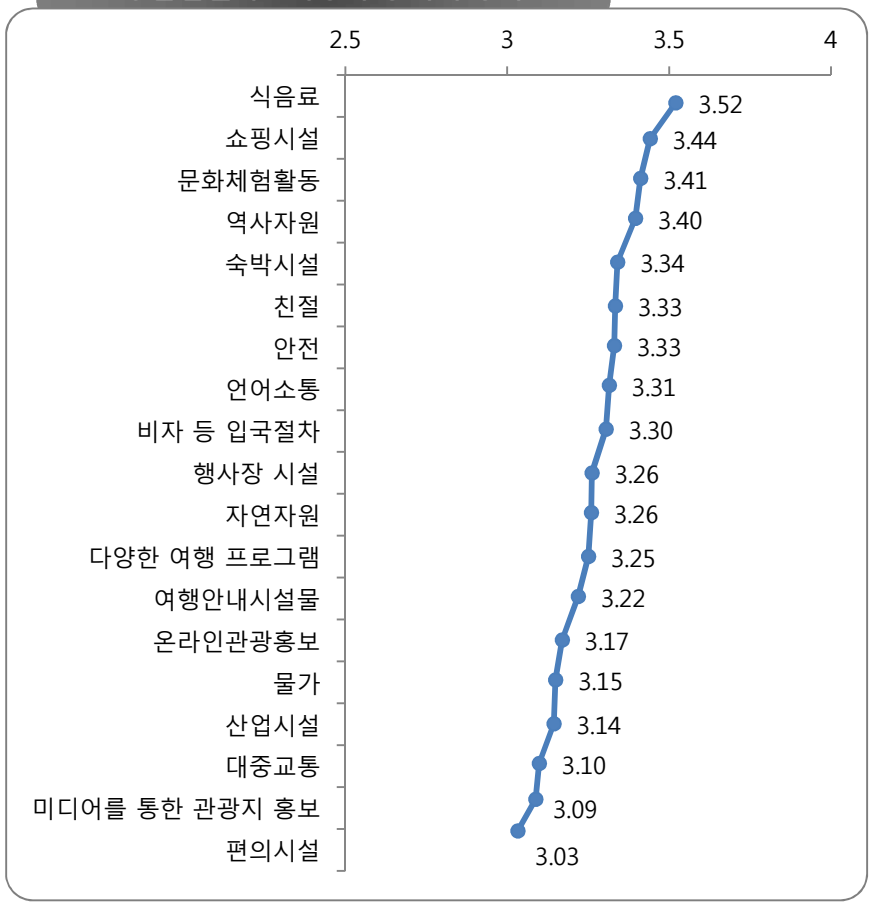



# 3-10. 일본_방한인센티브여행 평가 및 만족도

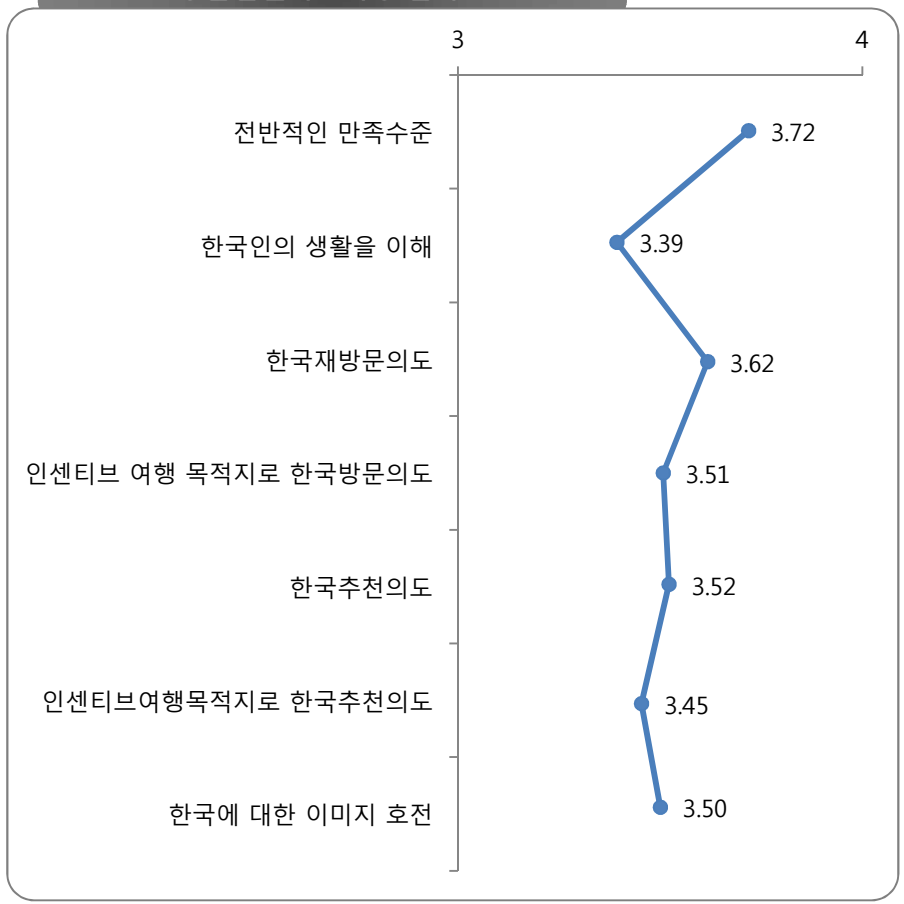
- 방한인센티브여행 수용태세평가는'식음료'에 대한 평가수준이 가장 높았으며, '쇼핑시설', '문화체험활동', '역사자원', '숙박시설', '친절', '안전', '언어소통', '비자 등 입국절차' 등의 순으로 나타남
- 반면, '주차장, 화장실, 인터넷 등 편의시설', '미디어를 통한 관광지 홍보', '대중교통'에 대한 평가는 비교적 낮게 나타남
- 일본참가자의 방한인센티브여행에 대한 만족수준(3.72)과 재방문의도(3.62)는 전체응답자 평균치보다 다소 낮게 나타남

(n=143, 5점척도)

방한인센티브여행 수용태세 평가

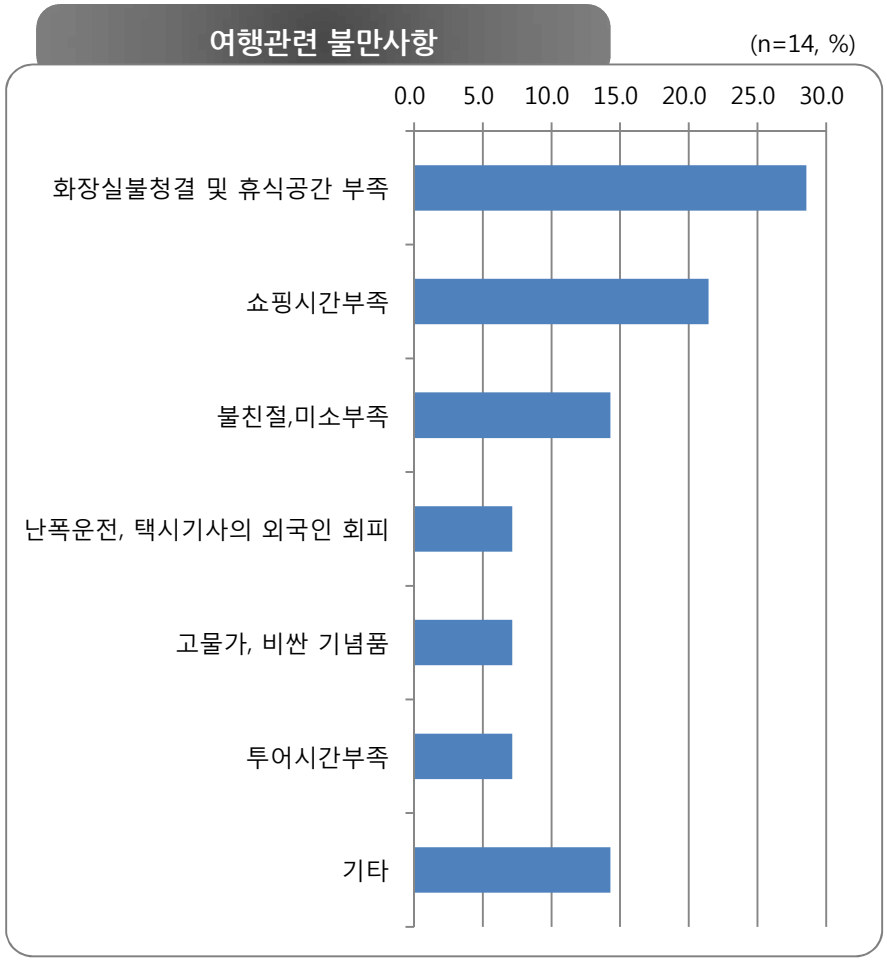


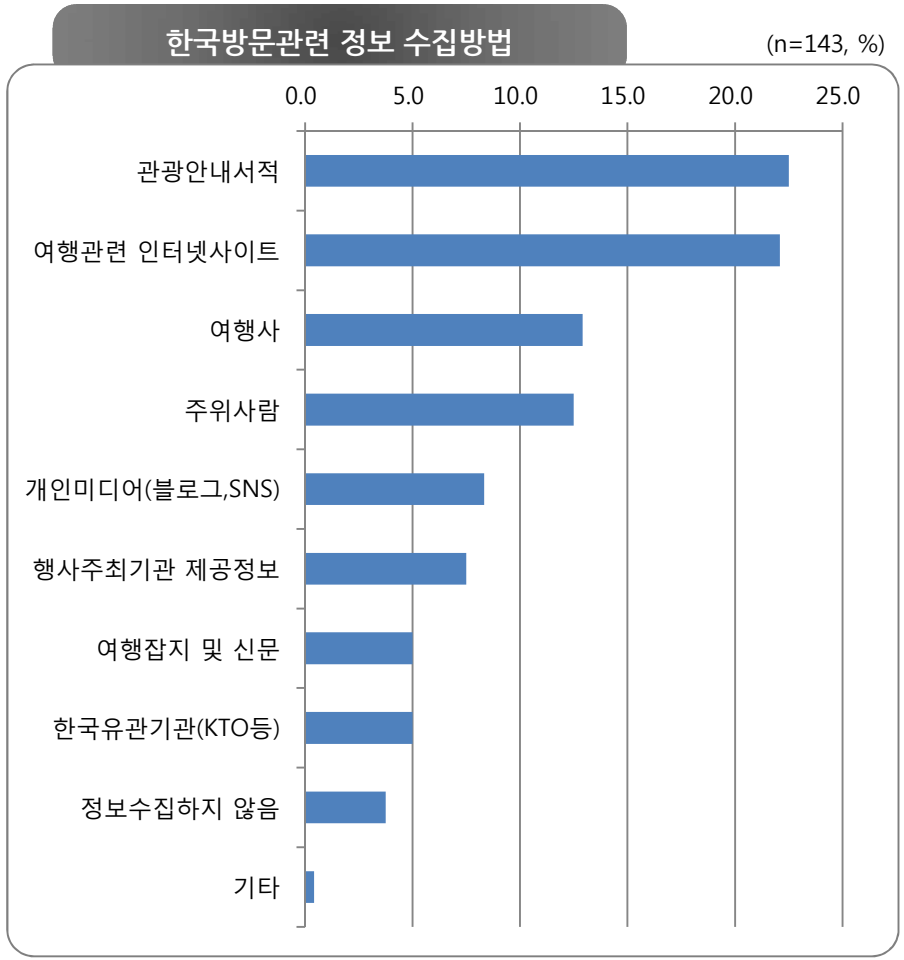

방한인센티브여행 만족도



# 3-11. 일본_여행불만사항 및 정보수집방법

- 여행관련 불만사항에 있어서 '화장실 불청결 및 휴식공간 부족'에 대한 응답이 가장 많았으며, '쇼핑시간 부족', '불친절', '난폭운전, 택시기사의 외국인 회피', '고물가와 비싼 기념품', '투어시간 부족' 등으로 나타남. 이 밖에, '많은 중국인들로 인한 불편' 의견도 나타남
- 한국방문관련 정보수집경로는 '관광안내서적'과 '여행관련 인터넷사이트'를 통한 정보수집 비중이 가장 높았으며, '여행사', '주위사람', '개인미디어', '행사주최기관 제공 정보', '여행잡지 및 신문', '한국유관기관(KTO,대사관) 등의 순으로 나타남



# 제2장 조사결과 분석

## Ch3. 방한 인센티브 여행 참가자 설문조사 결과

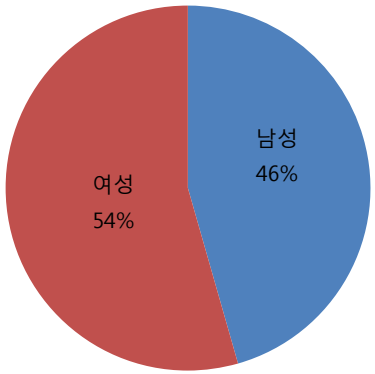
1) 전체참가자
2) 중국
3) 일본
4) 태국
5) 말레이시아
6) 인도네시아

# 4-1. 태국_여행참가자의 일반적 특성

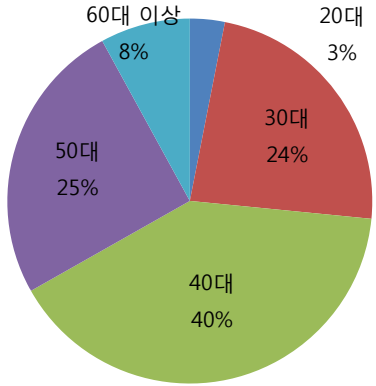
- 태국응답자들의 일반적 특성은 여성의 비중이 남성보다 다소 높음. 연령대에 있어서 40대 비중이 가장 높고, 50대 25%, 30대 24%, 60대 이상 8% 순으로 나타남
- 소속업종은 '식음료회사' 27%, '금융 및 보험회사' 24%, '의약 및 의료기기회사' 5% 및 '기타'(변호사 등) 44% 차지

(n=226)

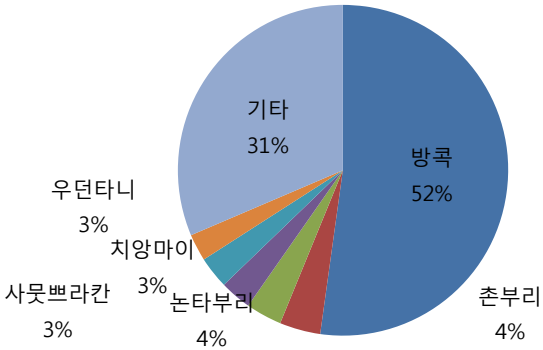
성별



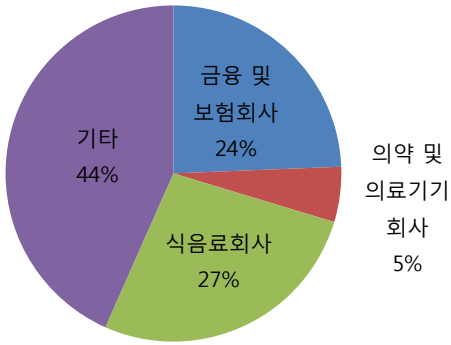

연령




태국 응답자 거주도시




소속업종

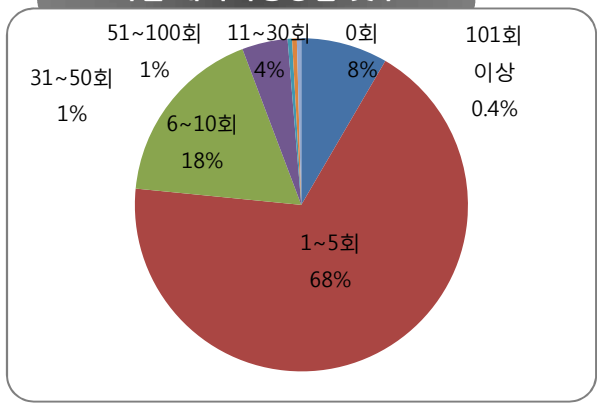


# 4-2. 태국_여행참가자의 여행특성

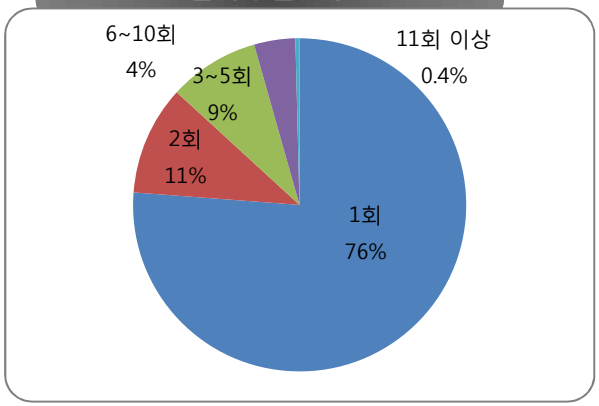
- 태국응답자의 이전 해외여행경험횟수는 '1~5회' 경험자가 68%로 가장 많았으며, 한국방문횟수가 '1회'는 응답자가 76%를 차지하였으며, '2회' 11%, '3~5회' 9% 등의 순으로 나타남
- 이전 인센티브여행경험횟수는 '1회'가 29%, '0회' 23%, '3~5회' 21%, '2회' 18% 등의 순으로 나타남
- 방한인센티브여행 경험횟수는 '0회' 46%, '1회' 34%, '2회' 11% 등의 순으로 나타남
- 인센티브목적지 결정방식은 '회사결정' 비중이 55%로 가장 많았으며, '희망지 중 선택' 23%, '선호도조사' 22%로 나타남
- 여행일정은 '3박4일' 54%, '4박5일' 35%로 가장 높은 비중을 차지함

(n=226)

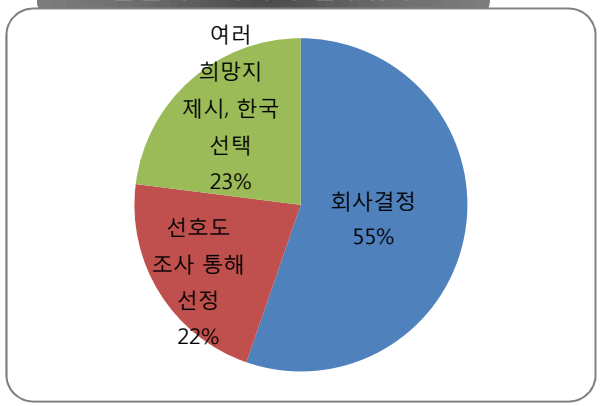
이전 해외여행경험 횟수



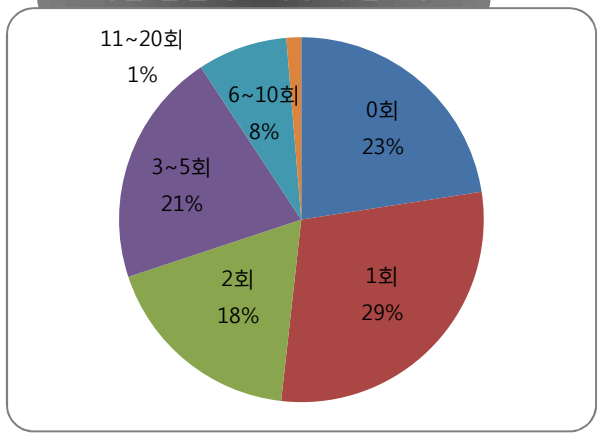

한국방문횟수



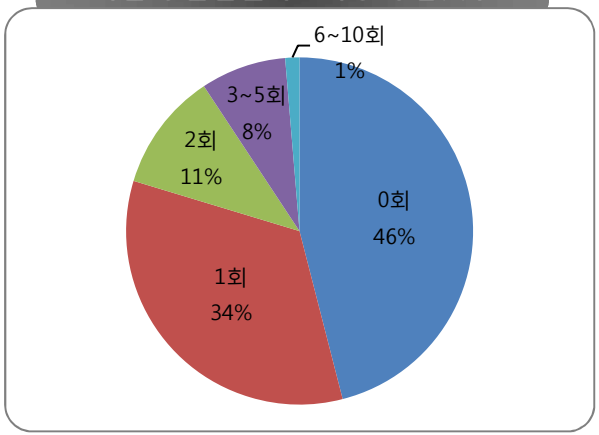

인센티브목적지 결정유형



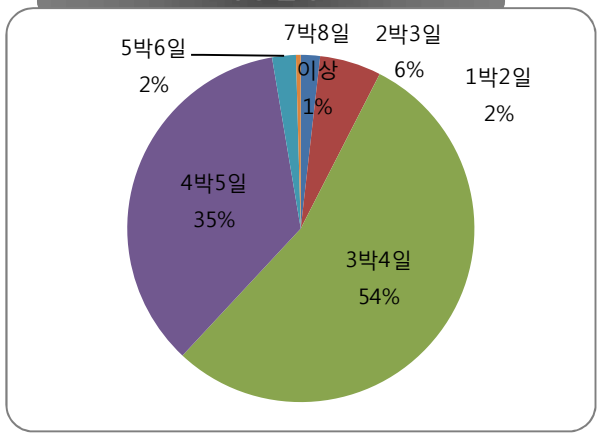

이전 인센티브여행 경험횟수




이전 방한인센티브여행 경험횟수



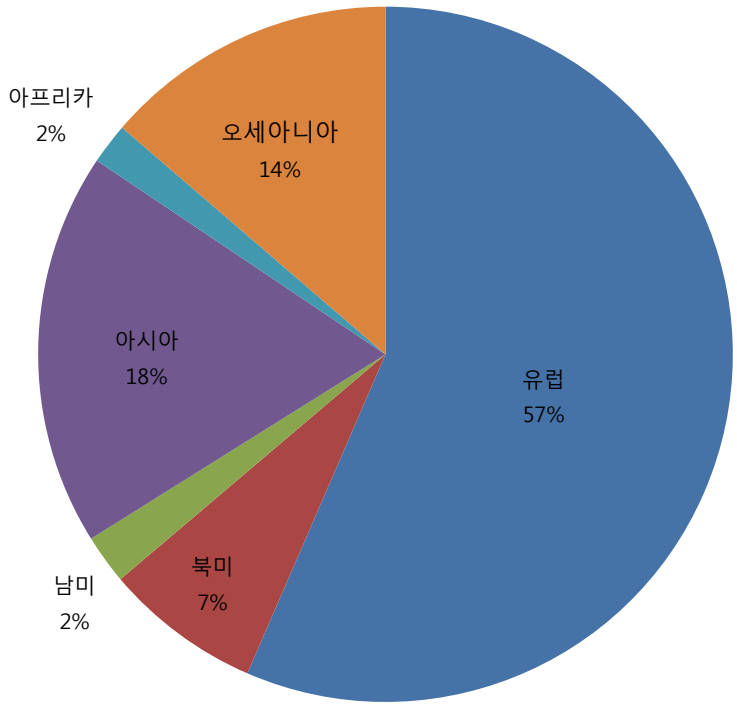

여행일정



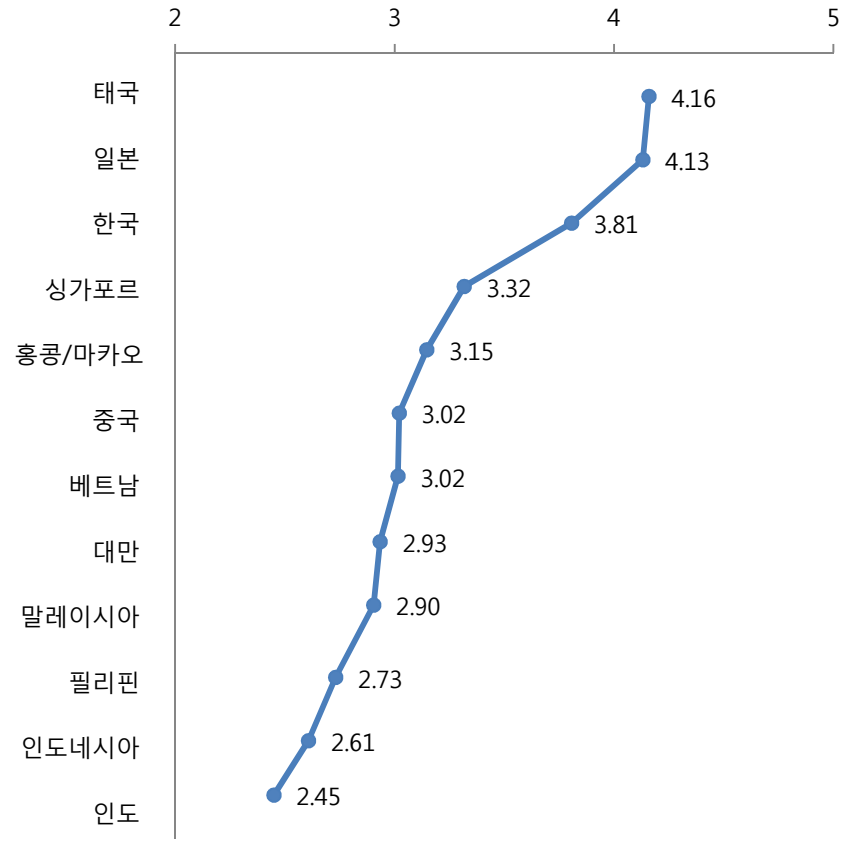
# 4-3. 태국_인센티브여행목적지 선호도

- 태국참가자들이 인센티브여행목적지로 가장 선호하는 지역은 유럽(57%)으로 나타났으며, 아시아지역(18%), 오세아니아(14%), 북미(7%) 순으로 파악됨
- 인센티브여행 목적지로 아시아국가 중에서는 모국인 태국 선호도(4.16)가 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 일본(4.13), 한국(3.81), 싱가포르(3.32), 홍콩/마카오(3.15), 중국(3.02) 등의 순으로 나타남

인센티브여행목적지 선호지역 (n=226)

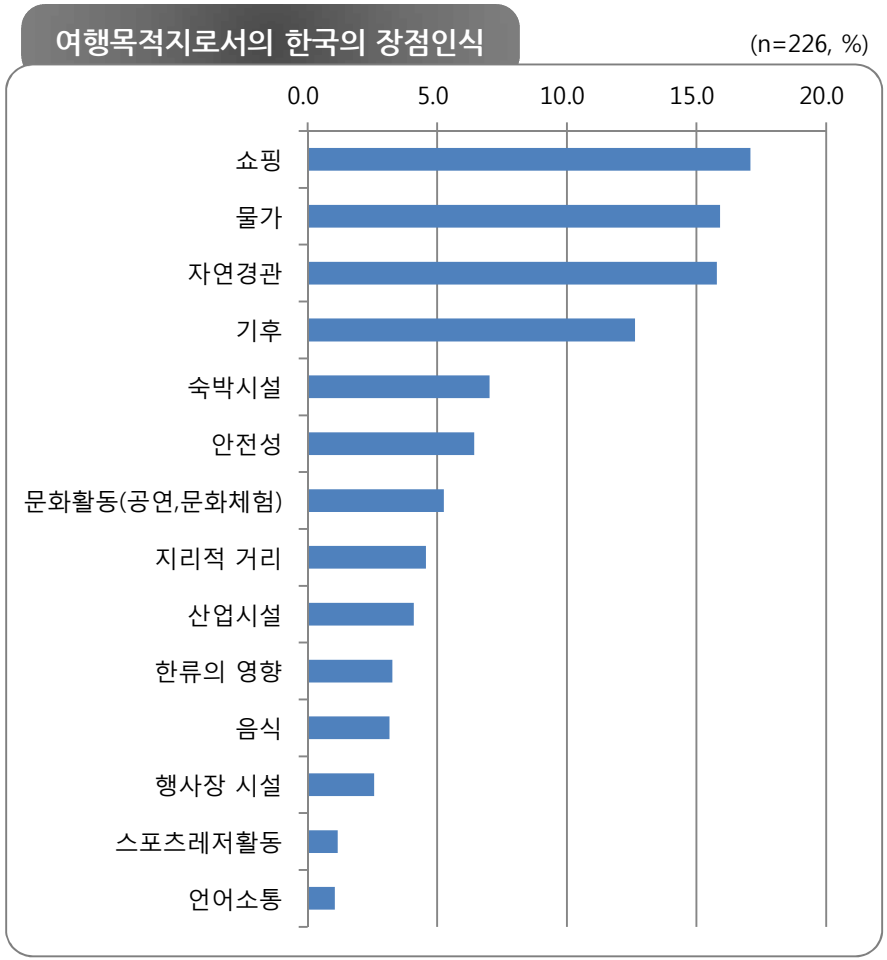


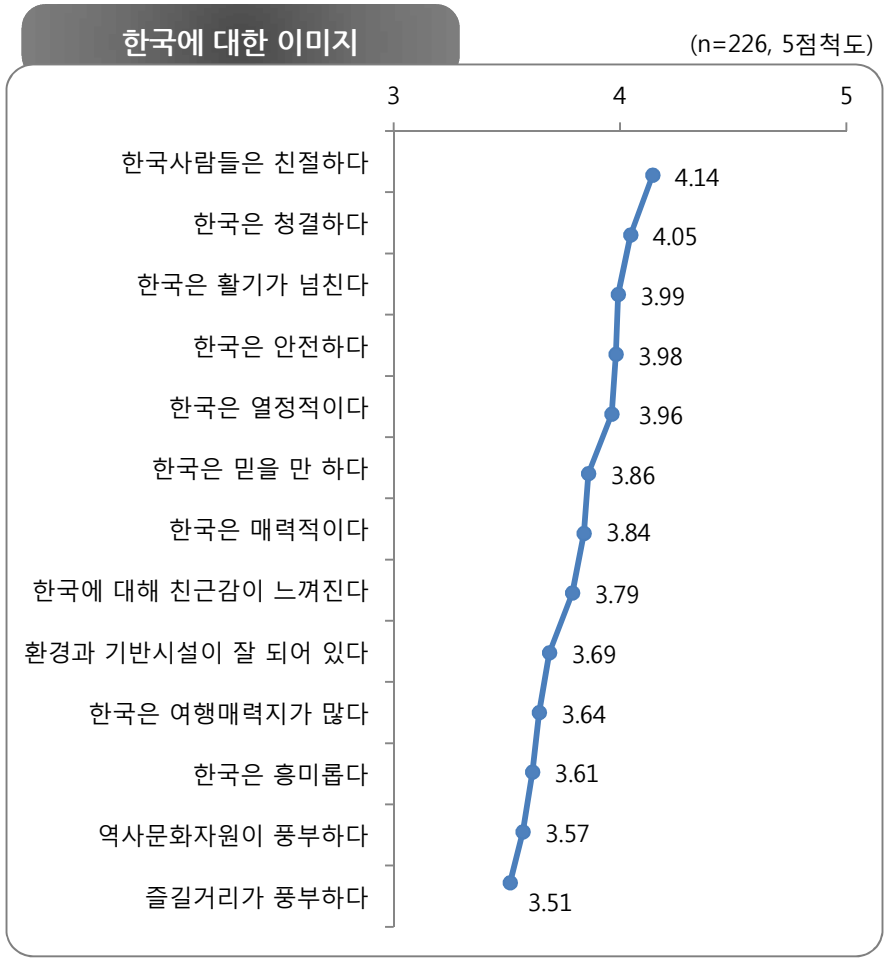

국가별 인센티브여행목적지 선호도 (n=226, 5점척도)



# 4-4. 태국_여행목적지로서의 한국의 장점 및 이미지

- 여행목적지로서 한국의 장점은 '쇼핑'이 가장 높은 비중을 차지하였으며, '물가', '자연경관', '기후', '숙박시설', 안전성', '문화활동(공연, 문화체험)', '지리적 거리' 등으로 나타남
- 한국에 대한 이미지는 '친절', '청결', '안전', '신뢰성' 등 인지적 이미지와 '활기넘침', '열정적', '매력적' 등 정서적 이미지가 높게 나타난 반면, '여행매력지', '역사문화자원', '즐길거리' 등 관광목적지 이미지는 낮게 나타남

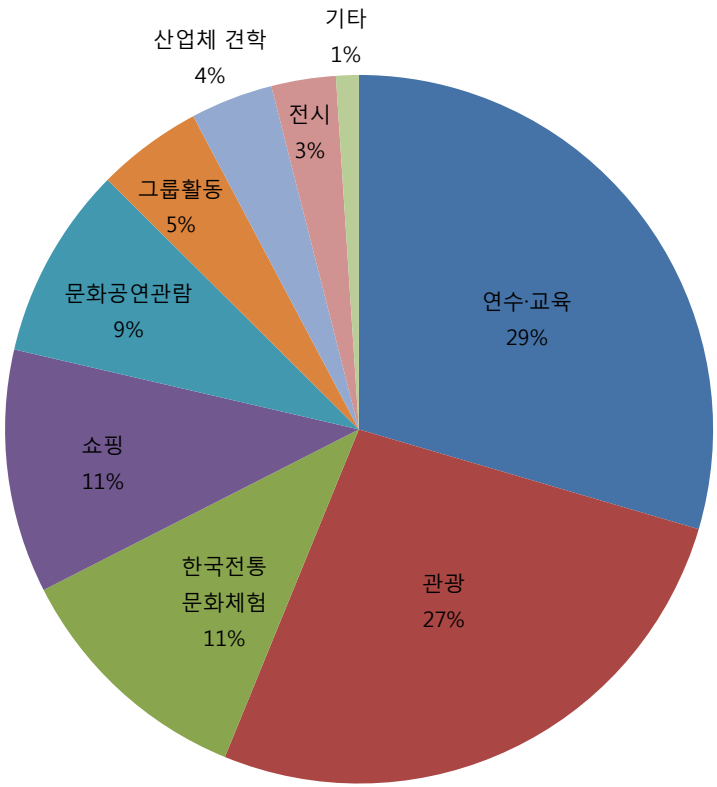


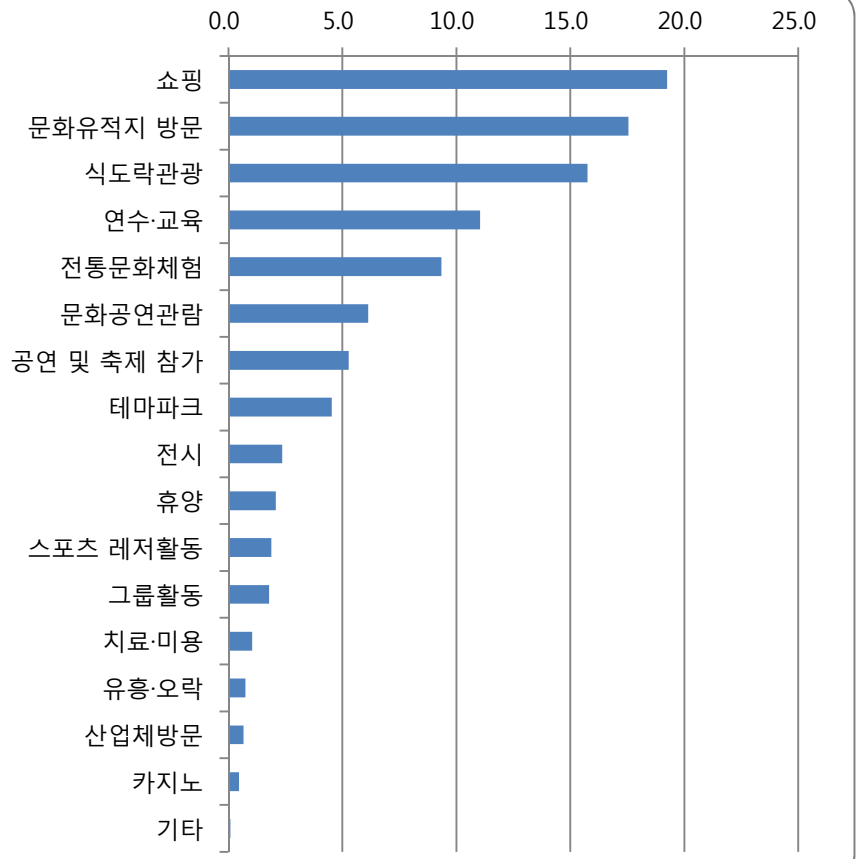
# 4-5. 태국_인센티브여행 프로그램 및 참여활동

- 인센티브여행 프로그램 구성은 '연수·교육'이 29%로 가장 많았으며, '관광' 27%, '한국전통문화체험' 11%, '쇼핑' 11%, '문화공연관람' 9%, '그룹활동' 5%, '산업체견학' 4% 순으로 나타남
- 이번 인센티브여행에서의 참여활동은 '쇼핑' 응답 비중이 가장 높았으며, '문화유적지 방문', '식도락관광', '연수·교육', '전통문화체험', '문화공연관람', '공연 및 축제 참가', '테마파크 방문' 등의 순으로 나타남

인센티브여행 프로그램 구성 (n=226)



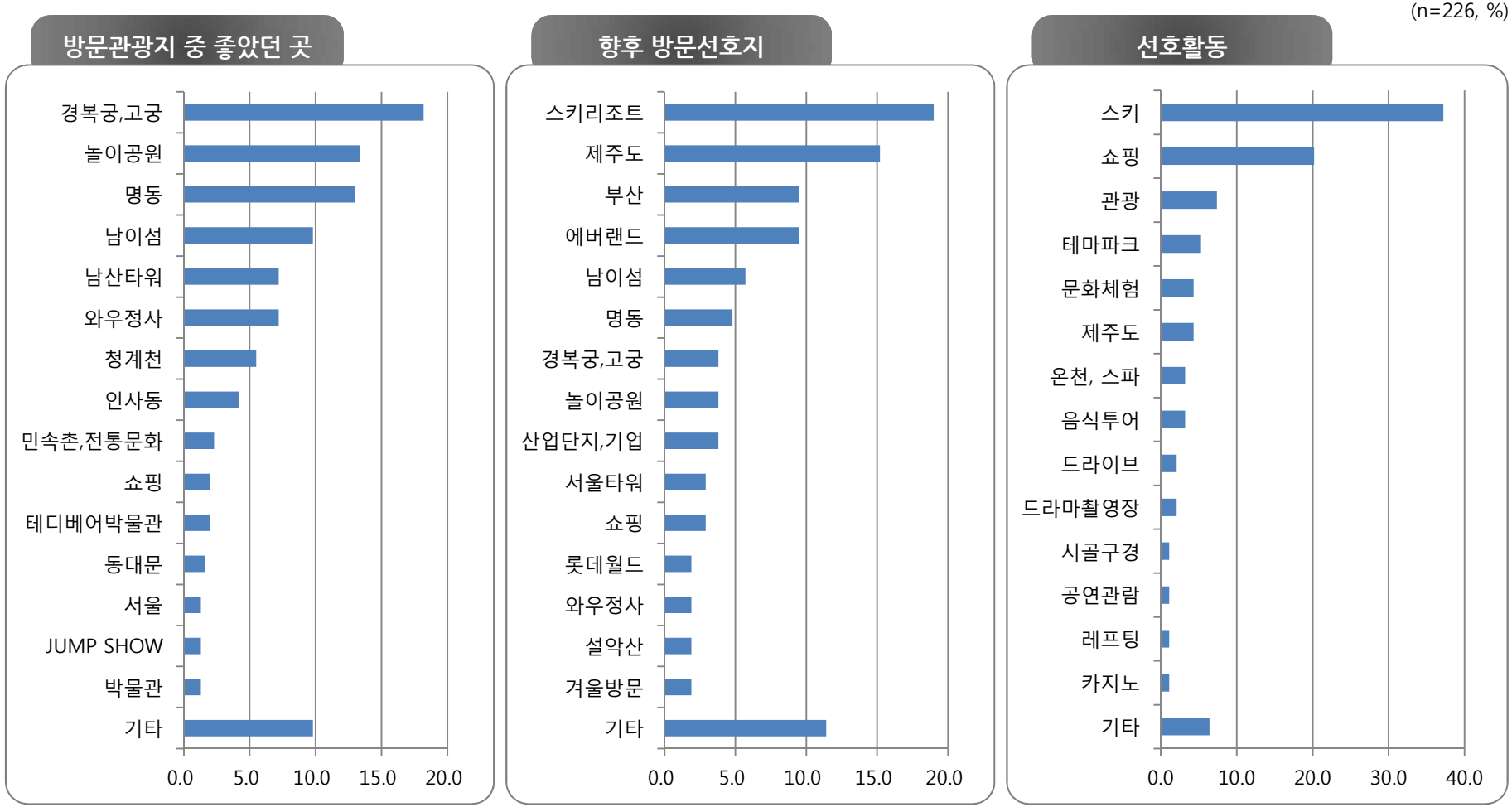

이번 인센티브여행에서의 참여활동 (n=226, %)



# 4-6. 태국_방문선호지 및 선호활동

- 방문했던 관광지 중 가장 좋았던 곳으로는 '경복궁, 고궁' 응답비중이 가장 많았으며, '놀이공원', '명동', '남이섬', '남산타워', '와우정사', '청계천' 순으로 나타남
- 다음 한국여행에서 방문하고 싶은 곳으로는 '스키리조트' 응답이 가장 많았으며, '제주도', '부산', '에버랜드', '남이섬', '명동', '경복궁/고궁', '놀이공원' 등의 순으로 나타남
- 다음 한국여행에서 꼭 하고 싶은 활동으로는 '스키'응답이 가장 많았으며, '쇼핑', '관광', '테마파크 방문', '문화체험', '제주도방문' 순으로 나타남

(n=226, %)

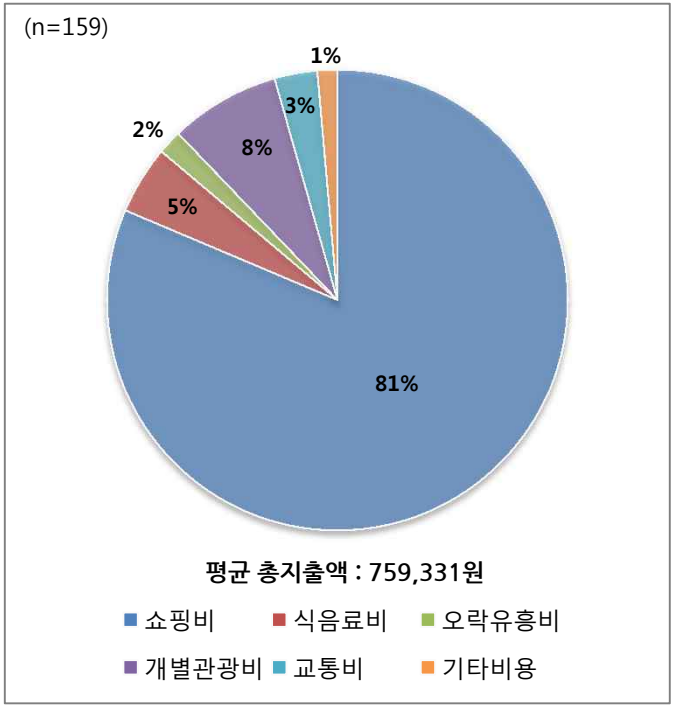


# 4-7. 태국_여행지출액1

- 태국인들의 방한인센티브여행에서 회사 및 주최기관에서 지불한 1인 여행경비 평균금액은 1,279,317원으로 나타남(68명 응답)
- '100만~150만원' 지출자 비중이 응답의 82.4%로 가장 많은 비중을 차지함

(n=68, %)

| 항목 | 금액대별 분포 | 평균지출액(원) |
|---|---|---|
| 회사 및 주최기관 지불 1인 여행경비 | 100만원 이하 7.4%, 100만~150만원 82.4%, 150만~200만원 8.8%, 200만원 이상 1.5% | 1,279,317 |




- 태국응답자들 중 159명이 항목별 지출액에 응답하였으며, 평균 총지출액은 759,331원으로 나타남. 이중 쇼핑비가 81%로 가장 높은 비중을 차지하며, 개별관광비 8%, 식음료비 5%, 교통비 3%, 오락유흥비 2%, 기타비용 1% 순으로 나타남
- 태국참가자들의 쇼핑비 평균지출액은 617,806원으로 '10만~30만원' 지출자 비중이 27.7%, '30만~50만원' 20.8%, '10만원 이하' 18.9% 등의 순으로 나타남
- 응답자의 8.2%가 교통비를 지출하였으며, 평균지출액은 22,806원으로 나타남
- 응답자의 44.7%가 식음료비를 지출하였으며, 평균지출액은 36,408원으로 나타남. '3만원 미만' 17.0%, '5만~10만원' 10.1%, '10만~20만원' 7.5%를 차지함
- 오락유흥비 지출응답자는 13.8%를 차지하며, 평균지출액은 12,927원으로 나타남. '5만원 미만' 지출자 5.7%, '5만~10만원' 3.8%, '10만~20만원' 3.1%를 차지함
- 개별관광비를 지출한 응답자는 13.2%로 평균지출액은 58,759원으로 나타남
- 태국응답자의 평균 총지출액은 759,331원으로, '10만~30만원' 지출자 23.3%, '30만~50만원' 21.4%, '50만~100만원' 18.9% 등의 순으로 나타남
- 태국인들은 방한인센티브여행을 위해 회사지불경비(1,279,317원)와 개인 지출액(759,331원)을 합한 2,038,648원을 지출하는 것으로 파악됨

# 4-8. 태국_여행지출액2

(n=159, %)

| 항목 | 금액대별 분포 | 평균 지출액(원) |
|---|---|---|
| 쇼핑비 | 10만원 이하 18.9%, 10만~30만원 27.7%, 30만~50만원 20.8%, 50만~100만원 17.6%, 100만~200만원 10.7%, 200만~500만원 3.1%, 500만원 이상 | 617,806 |
| 식음료비 | 0원 55.3%, 3만원 이하 17.0%, 3만~5만원 6.9%, 5만~10만원 10.1%, 10만~20만원 7.5%, 20만~50만원 3.1% | 36,408 |
| 오락유흥비 | 0원 86.2%, 5만원 이하 5.7%, 5만~10만원 3.8%, 10만~20만원 3.1%, 20만~30만원, 30만~50만원 | 12,927 |
| 개별관광비 | 0원 86.8%, 5만원 이하 3.8%, 5만~10만원, 10만~20만원 3.1%, 20만~50만원 2.5%, 50만~100만원, 100만원 이상 | 58,759 |
| 교통비 | 0원 91.8%, 1만~3만원 3.1%, 3만~5만원, 5만~10만원 1.9%, 10만~30만원, 30만원 이상 | 22,806 |
| 기타비용 | 0원 98.7%, 20만~50만원, 100만~200만원 | 10,625 |
| 총지출액 | 10만원 이하 13.8%, 10만~30만원 23.3%, 30만~50만원 21.4%, 50만~100만원 18.9%, 100만~200만원 16.4%, 200만~500만원 4.4%, 500만원 이상 1.9% | 759,331 |

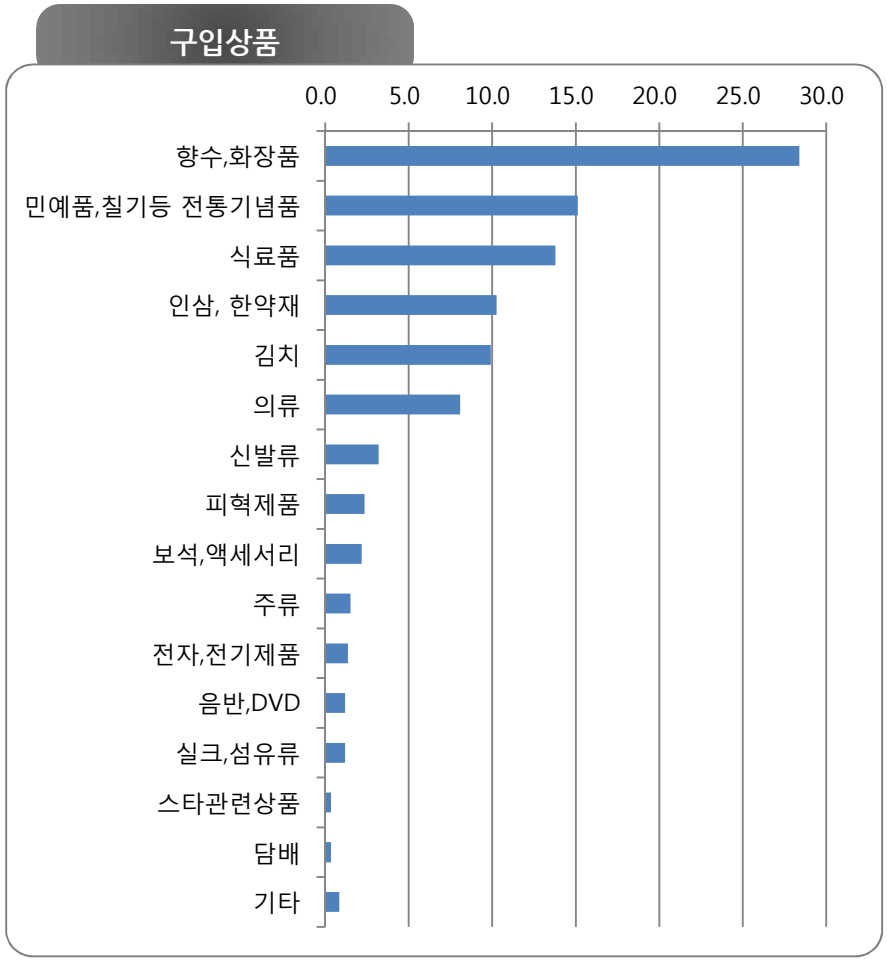
(1%미만 비중표기 생략)

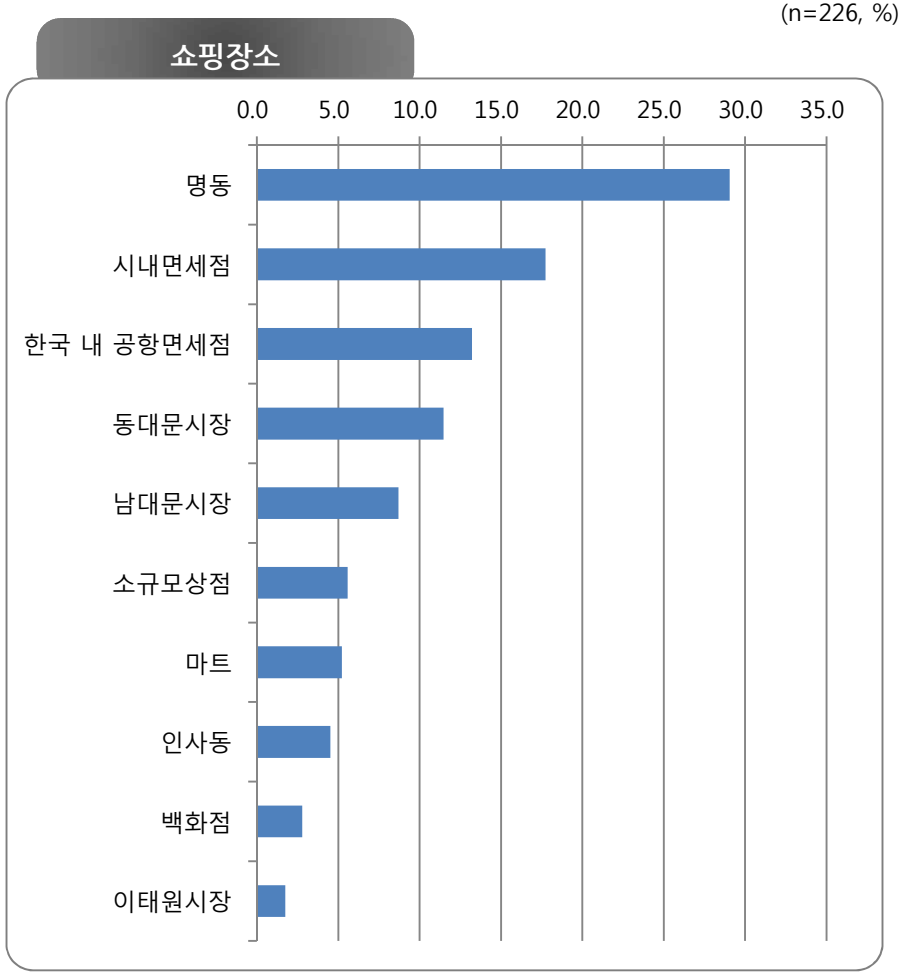
* 회사 및 주최기관 지불 여행경비와 쇼핑비 등 항목별 지출액의 범주 표기에 있어서, 'X만~XI만원' 표기는 'X0,001원 이상 ~XI0.000만원 이하'를 나타냄
* '교통비'는 여행지 내에서 개별적으로 지출한 택시비, 대중교통비 등을 말함(항공비 제외)

# 4-9. 태국_구입상품 및 쇼핑장소

- 태국참가자들의 주요 구입상품은 '향수 및 화장품' 이 가장 많았으며, '전통기념품', '식료품', '인삼,한약재', '김치', '의류' 등의 순으로 나타남
- 쇼핑장소는'명동'이 가장 많았으며, 그 다음으로 '시내면세점', '한국 내 공항면세점', '동대문시장', '남대문시장', '소규모상점', '마트' 순으로 나타남

(n=226, %)



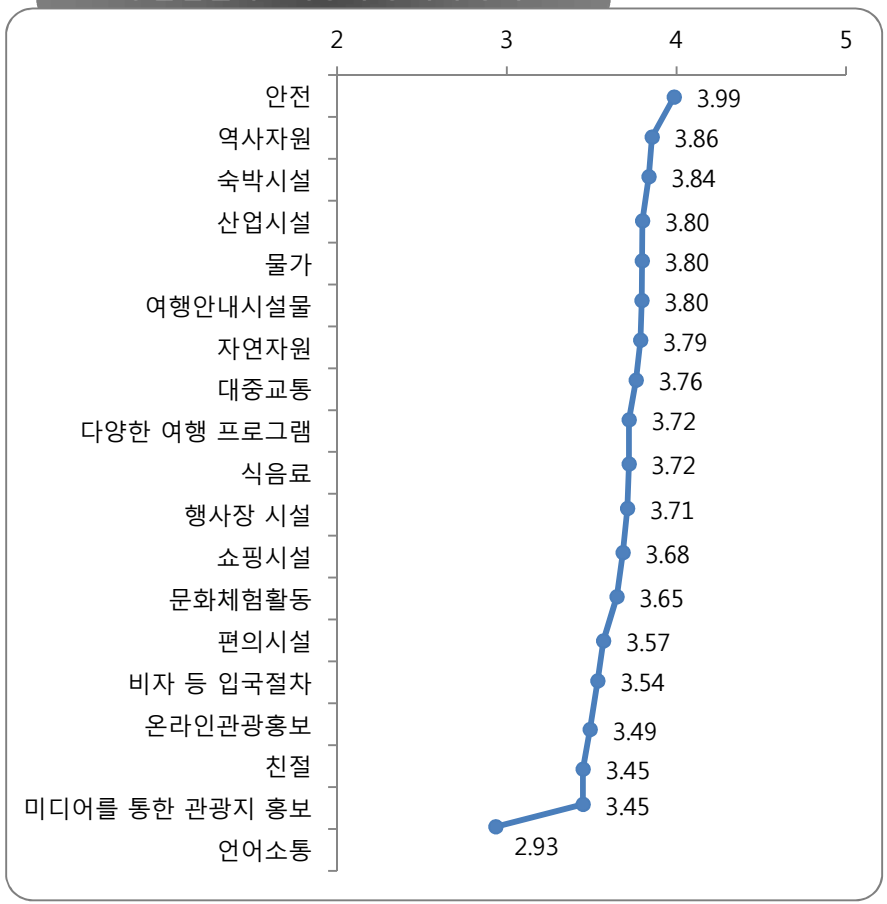



# 4-10. 태국_방한인센티브여행 평가 및 만족도

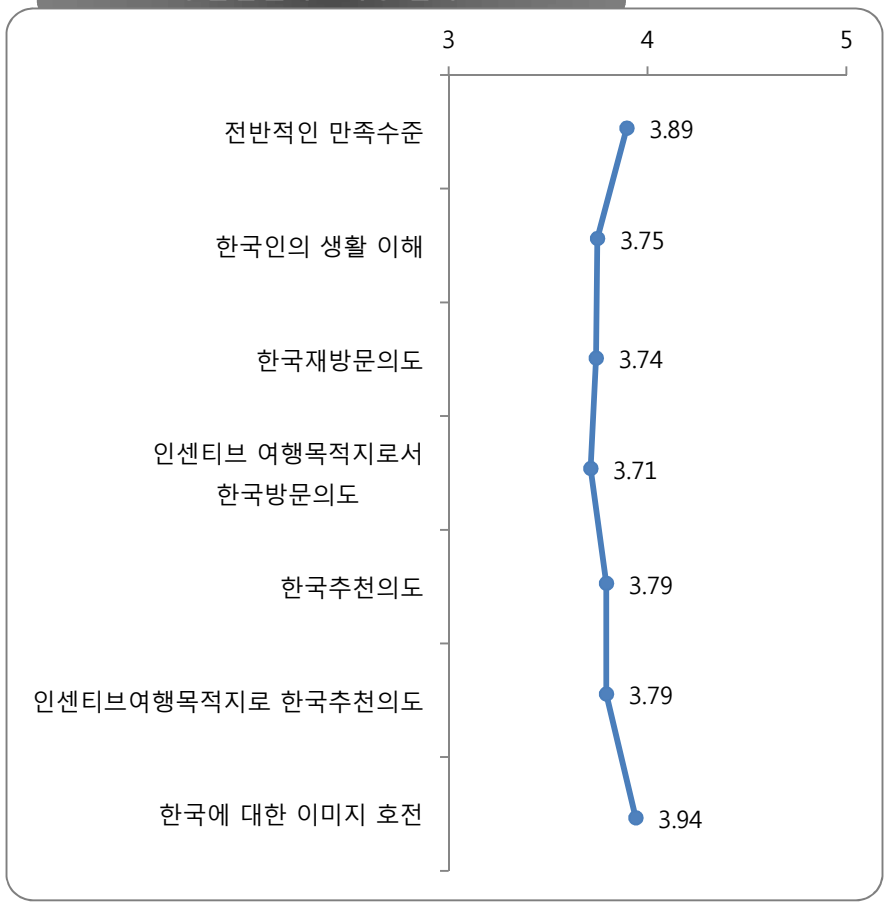
- 방한인센티브여행 수용태세평가는 '안전'에 대한 평가수준이 가장 높았으며, '역사자원', '숙박시설', '산업시설', '물가', '여행안내시설물', 자연자원', '대중교통', '다양한 여행프로그램', '식음료' 순으로 나타남
- 반면, '언어소통'에 대한 만족수준이 가장 낮았으며, '미디어를 통한 관광지 홍보', '친절', '온라인 관광홍보', '편의시설' 등이 비교적 낮게 나타남
- 태국참가자의 방한인센티브여행에 대한 만족수준(3.89)과 재방문의도(3.74)는 전체응답자 평균치와 유사하게 나타남
- 한국방문으로 한국에 대한 이미지 호전(3.94)이 가장 높은 수치를 나타냄

(n=226, 5점척도)

방한인센티브여행 수용태세 평가

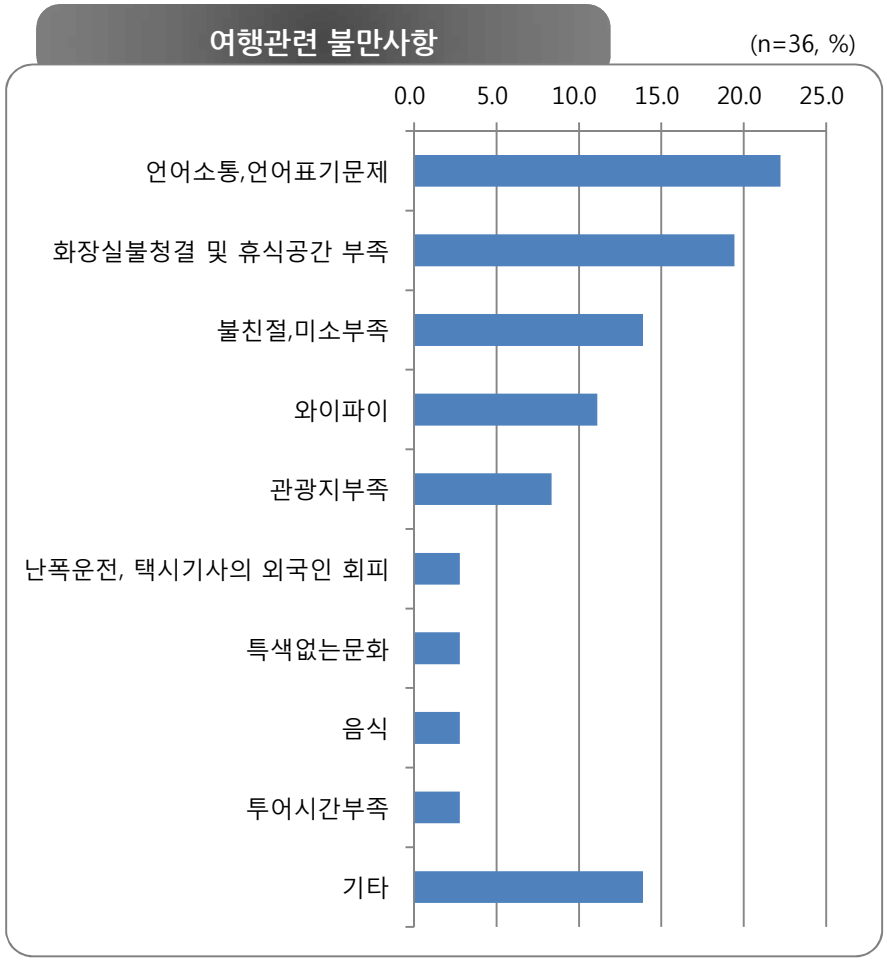


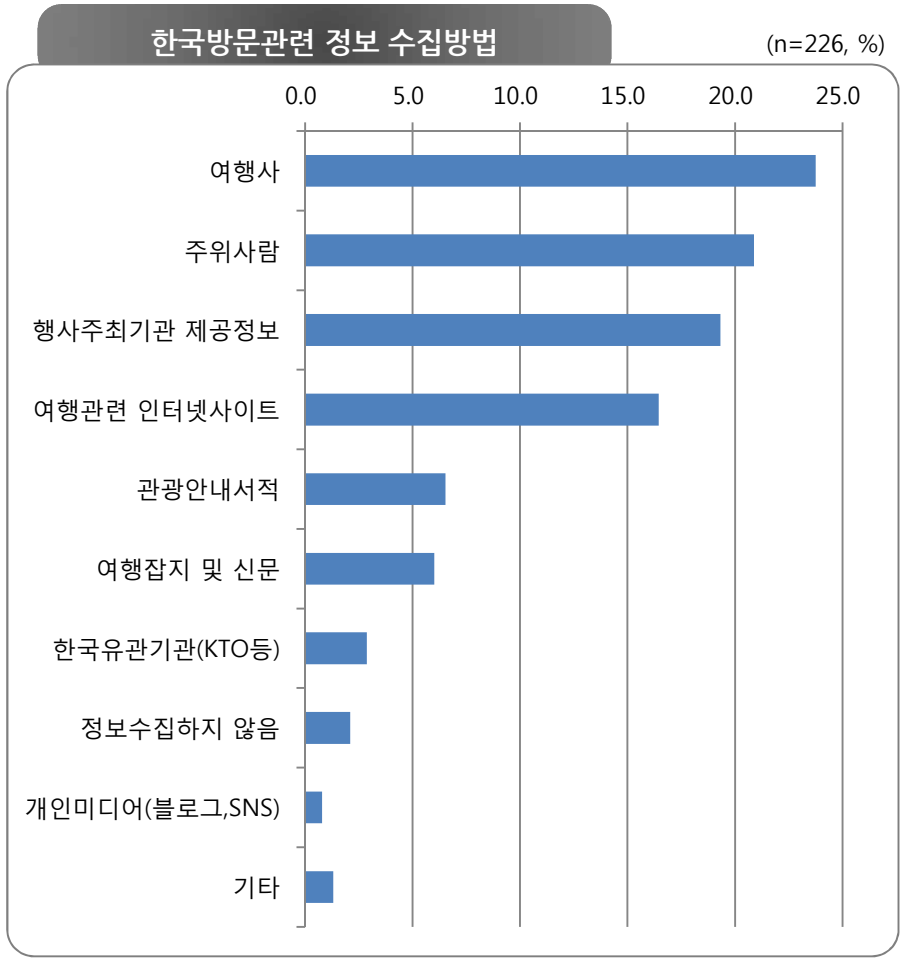

방한인센티브여행 만족도



# 4-11. 태국_여행불만사항 및 정보수집방법

- 여행관련 불만사항은 '언어소통, 언어표기문제' 응답이 가장 많았으며, '화장실 불청결', '불친절', '와이파이(Wifi)', '관광지 부족', '난폭운전, 택시기사의 외국인 회피' 등의 의견이 제시됨
- 한국방문관련 정보수집경로로 '여행사'를 통한 정보수집 비중이 가장 높았으며, '주위사람', '행사주최기관 제공정보', '여행관련 인터넷사이트' 등의 순으로 나타남



# 제2장 조사결과 분석

## Ch3. 방한 인센티브 여행 참가자 설문조사 결과

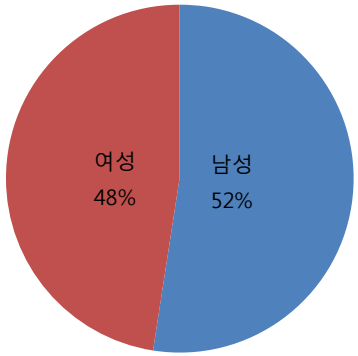
1) 전체참가자
2) 중국
3) 일본
4) 태국
5) 말레이시아
6) 인도네시아

# 5-1. 말레이시아_여행참가자의 일반적 특성

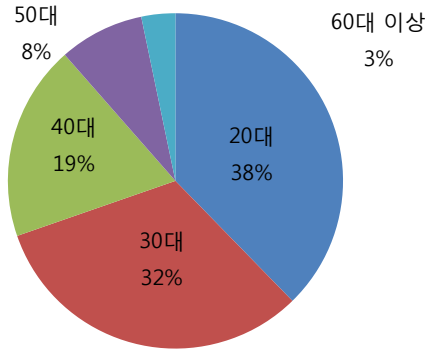
- 말레이시아 응답자들의 일반적 특성은 남성의 비중이 여성보다 다소 높으며, 연령대에 있어서 20대의 비중이 38%로 가장 높게 나타났으며, 30대, 40대, 50대 순으로 나타남
- 소속업종에 있어서 식음료회사 51%, 금융 및 보험회사 15%, 기타 34%로 구성됨

(n=122)

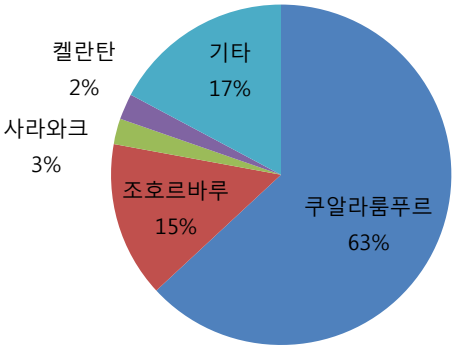
성별



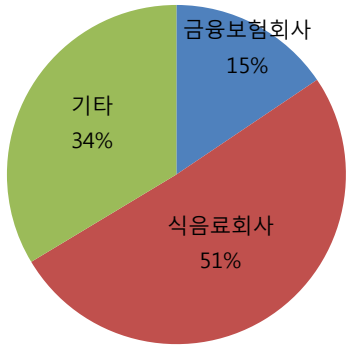

연령




말레이시아 응답자 거주도시




소속업종

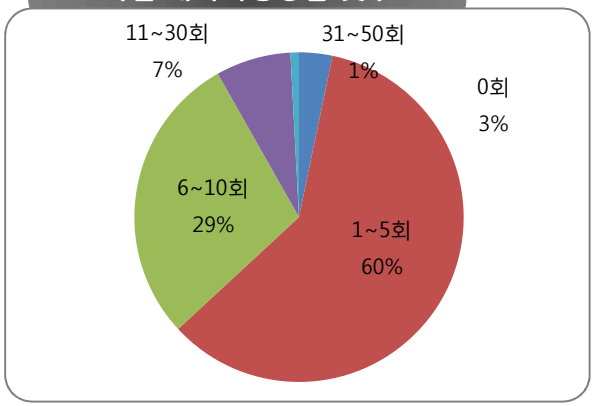


# 5-2. 말레이시아_여행참가자의 여행특성

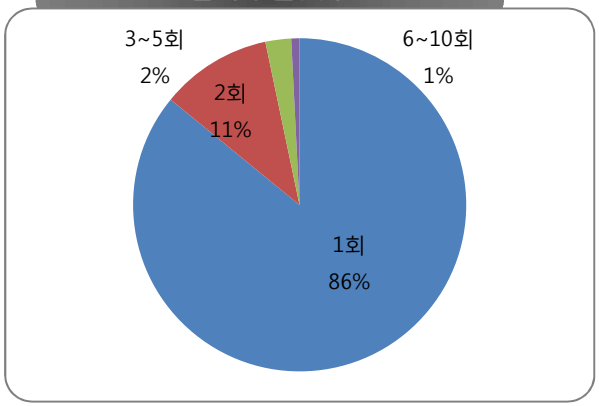
- 말레이시아응답자의 이전 해외여행경험횟수에 있어서 1~5회 경험자가 60%로 가장 많았으며, 한국방문횟수 '1회' 응답자가 86%로 응답자의 대부분이 이번 한국방문이 처음으로 파악됨
- 이전 인센티브여행경험횟수에 있어서 '1회' 경험자가 45%, '3~5회' 26%, '0회' 13% 순으로 파악됨
- 방한인센티브여행 경험횟수에 있어서 '0회' 경험자 76%로 응답자 대부분이 이번 여행이 첫 번째 방한 인센티브여행임
- 인센티브목적지 결정방식에 있어서 '회사결정' 비중이 43%로 가장 많았으며, 여행일정은 '3박4일'이 49%로 가장 높은 비중 차지

(n=122)

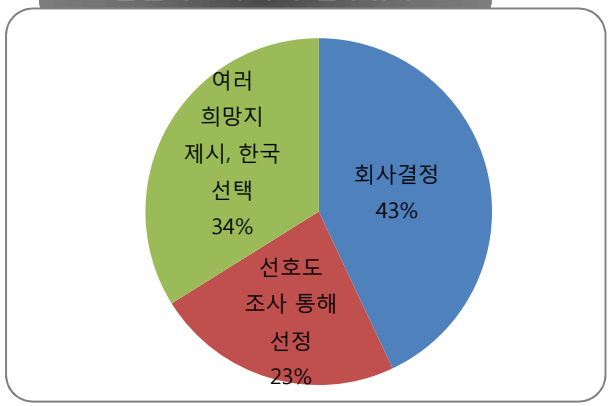
이전 해외여행경험 횟수



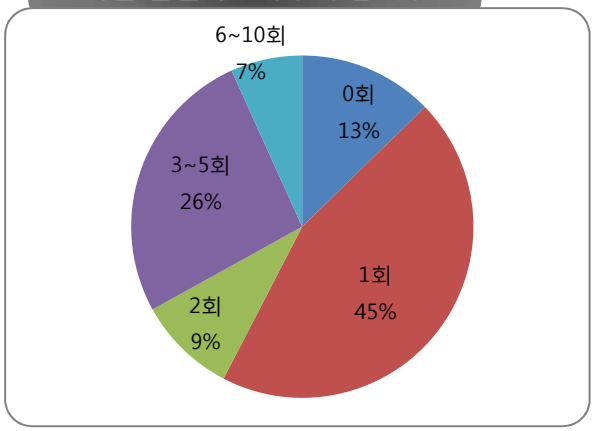

한국방문횟수



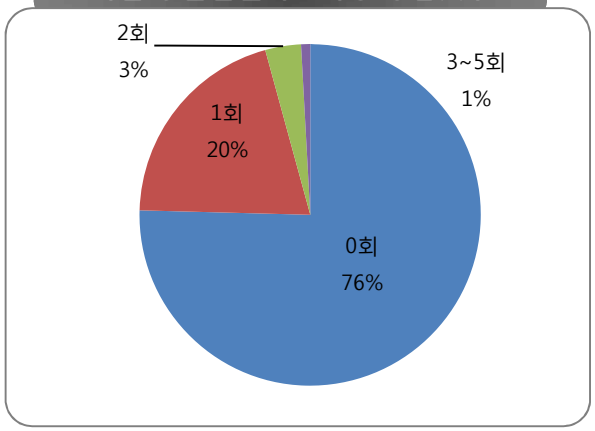

인센티브목적지 결정유형



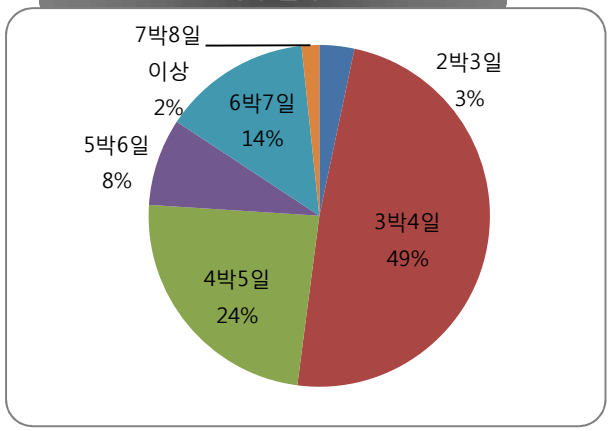

이전 인센티브여행 경험횟수




이전 방한인센티브여행 경험횟수



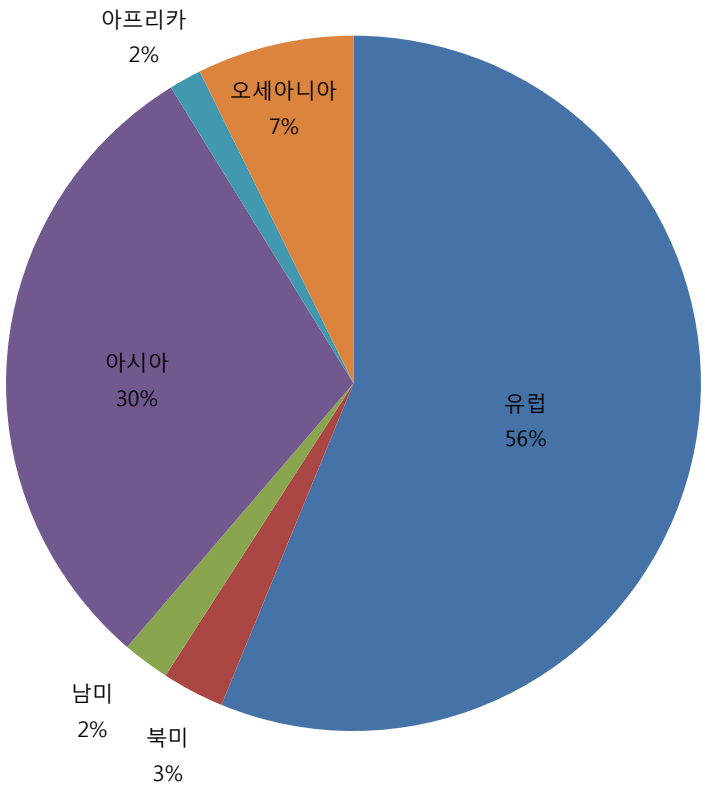

여행일정



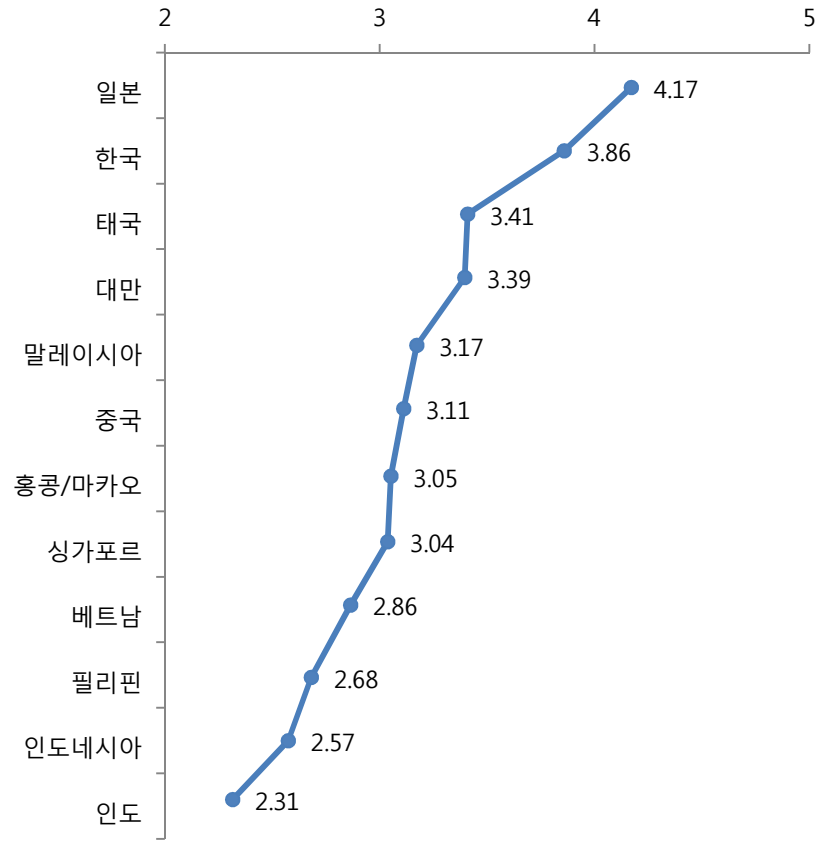
# 5-3. 말레이시아_인센티브여행목적지 선호도

- 말레이시아 응답자들이 인센티브여행목적지로 가장 선호하는 지역은 유럽(56%), 아시아(30%)는 두 번째 선호지역으로 파악됨
- 인센티브여행 목적지로 아시아국가 중에서는 일본(4.17) 선호도가 가장 높으며, 그 다음으로 한국(3.86), 태국(3.41), 대만(3.39), 말레이시아(3.17), 중국(3.11), 홍콩/마카오(3.05) 등의 순으로 선호도를 보임

인센티브여행목적지 선호지역 (n=122)



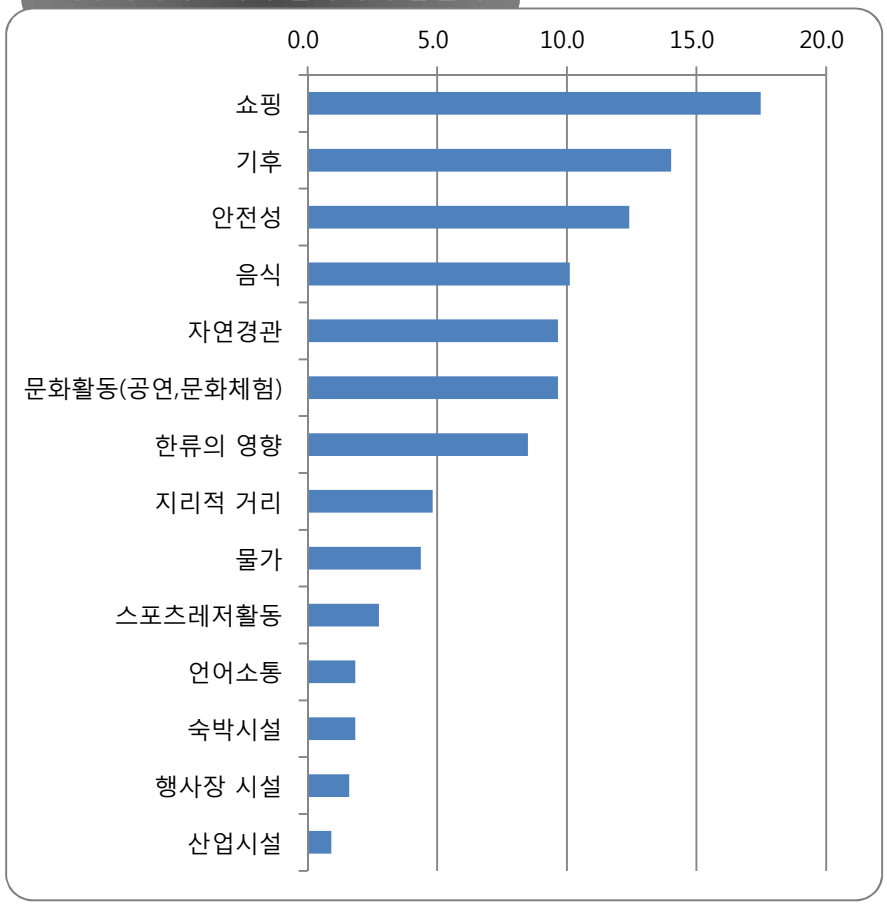

국가별 인센티브여행목적지 선호도 (n=122, 5점척도)



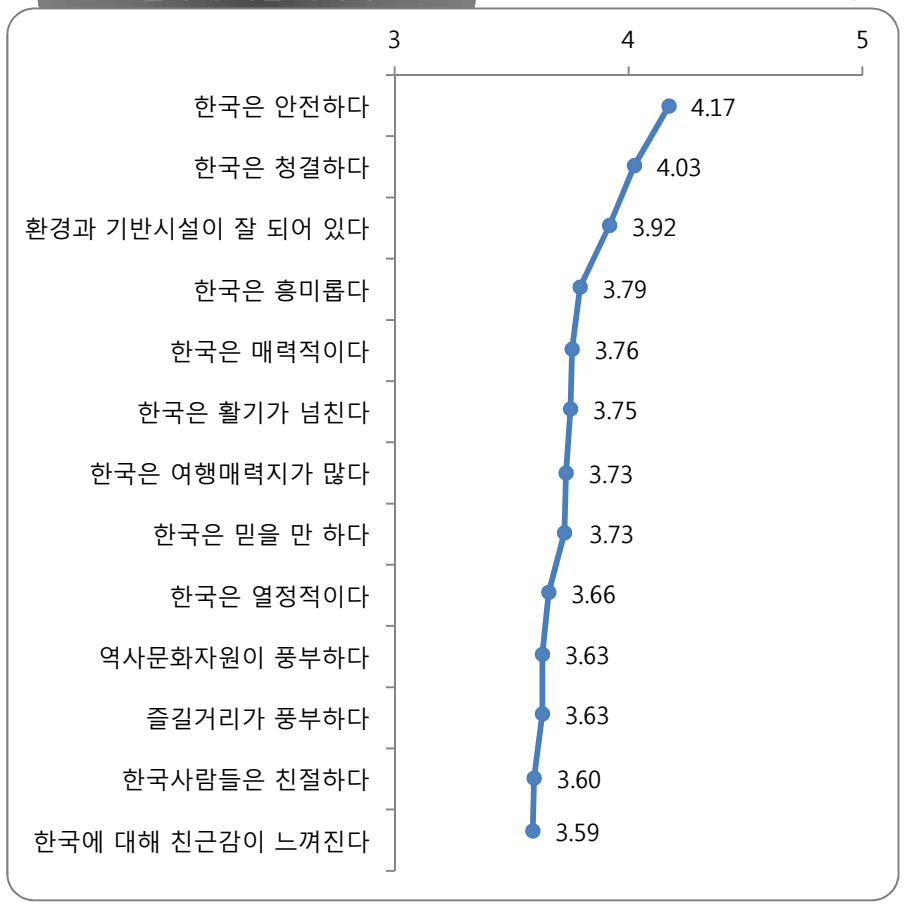
# 5-4. 말레이시아_ 여행목적지로서의 한국의 장점 및 이미지

- 여행목적지로서 한국의 장점은 '쇼핑'이 가장 높은 비중을 차지하였으며, '기후', '안전성', '음식', '자연경관', '문화활동(공연, 문화체험)', '한류의 영향', '지리적 거리', '물가' 등으로 나타남
- 반면, '산업시설', '행사장시설', '숙박시설'에 대한 인식은 낮게 나타남
- 한국에 대한 이미지는 '안전', '청결', '환경과 기반시설' 등 인지적 이미지가 높게 나타났으며, 그 다음으로 '흥미로움', '매력적', '활기넘침' 등 정서적 이미지, '여행매력지', '즐길거리' 등 관광목적지 이미지 순으로 나타남
- '친근감', '친절' 이미지인식은 가장 낮게 나타남

여행목적지로서의 한국의 장점인식 (n=122, %)




한국에 대한 이미지 (n=122, 5점척도)

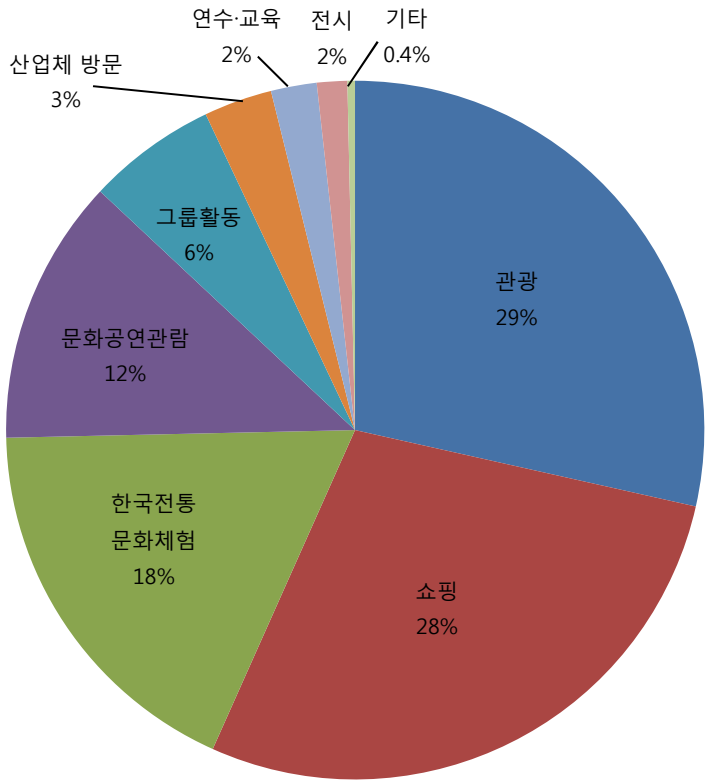


# 5-5. 말레이시아_ 인센티브여행 프로그램 및 참여활동

- 인센티브여행 프로그램 구성에 있어서 '관광' 비중이 29%로 가장 많았으며, '쇼핑' 28%, '한국전통문화체험' 18%, '문화공연관람' 12%, '그룹활동' 6% 순으로 나타남
- 이번 인센티브여행에서의 참여활동에 있어서 '쇼핑' 응답 비중이 가장 많았으며, '문화유적지 방문', '전통문화체험', '테마파크', '문화공연관람', '치료·미용', '휴양', '공연 및 축제 참가' 등의 순으로 나타남

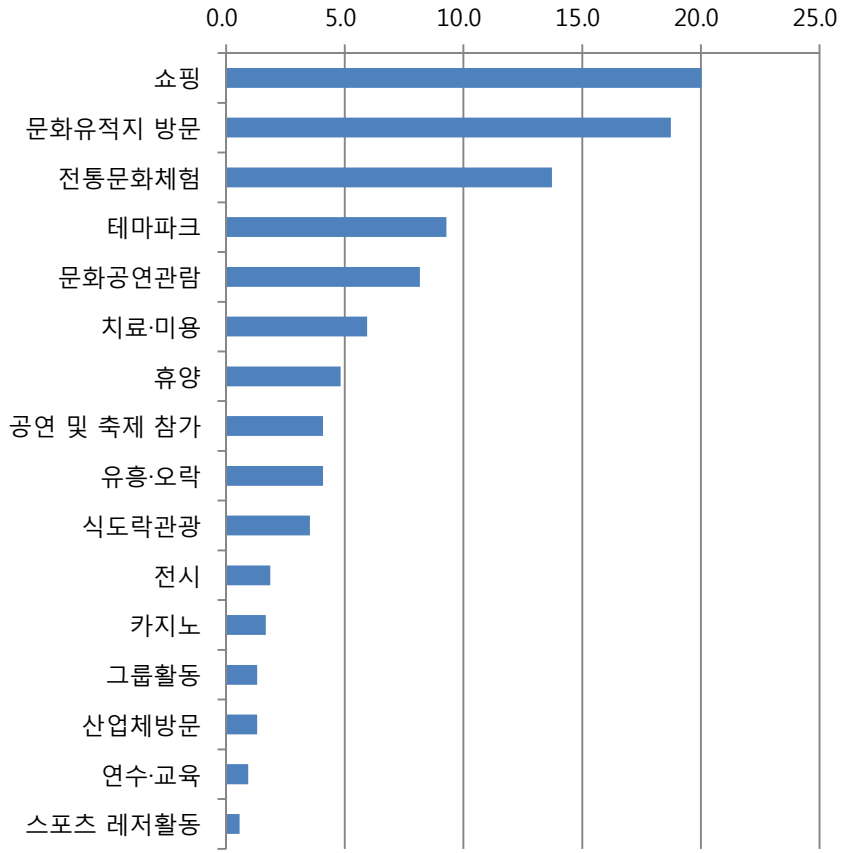
## 인센티브여행 프로그램 구성

(n=122)




## 이번 인센티브여행에서의 참여활동

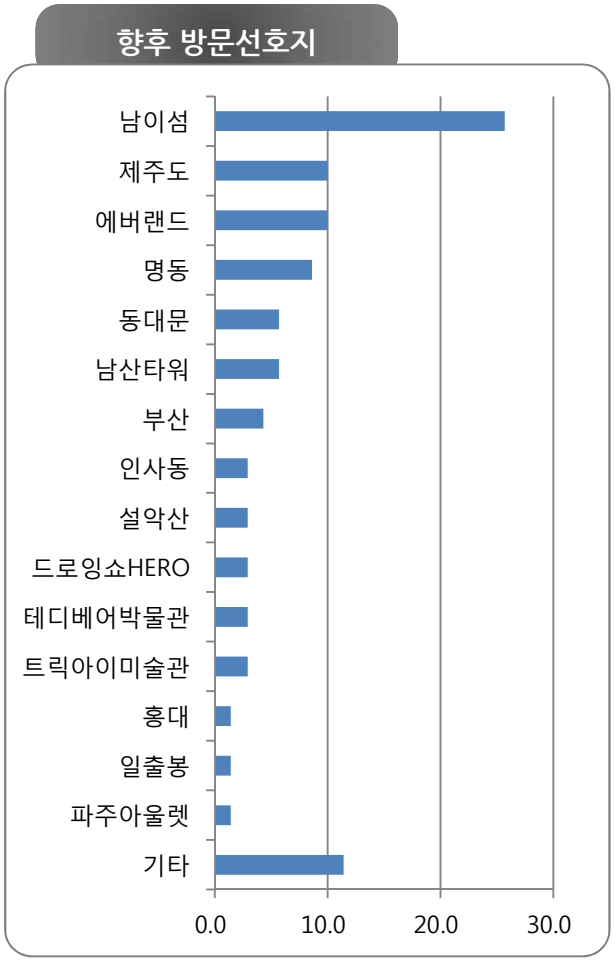
(n=122, %)



# 5-6. 말레이시아_ 방문선호지 및 선호활동

- 방문했던 관광지 중 가장 좋았던 곳으로는 '남이섬' 응답비중이 가장 많았으며, '동대문', '명동', '에버랜드', '남산타워', '경복궁 등 고궁', '제주도' 등의 순으로 나타남
- 다음 한국여행에서 방문하고 싶은 곳으로는 '남이섬' 응답이 가장 많았으며, '제주도', '에버랜드', '명동', '동대문', '남산타워', '부산', '인사동' 등의 순으로 나타남
- 다음 한국여행에서 꼭 하고 싶은 활동으로는 '쇼핑'이 가장 많았으며, '스키', '제주도', '에버랜드', '음식투어', '테마파크' 등의 순으로 나타남

(n=122, %)

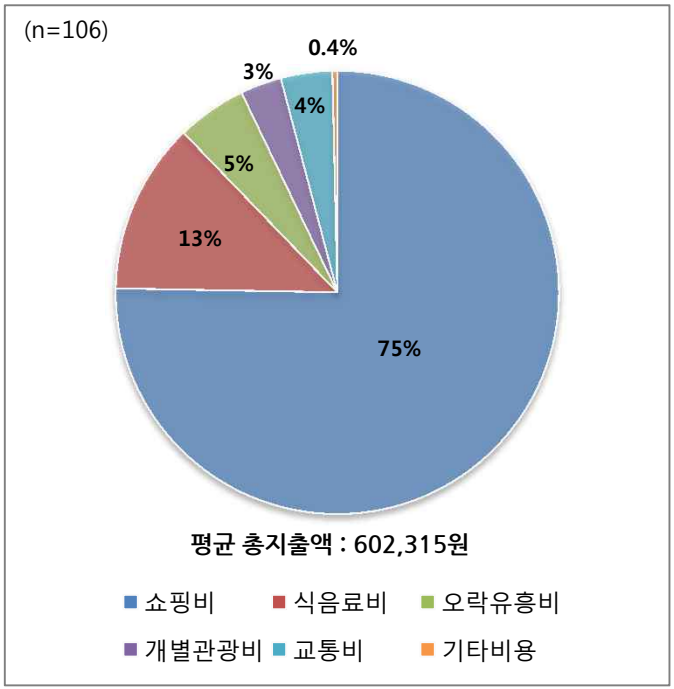


# 5-7. 말레이시아_ 여행지출액1

- 말레이시아인들의 방한인센티브여행에 있어서 회사 및 주최기관에서 지불한 1인 여행경비 평균금액은 1,410,985으로 나타남(33명 응답)
- '100만원~150만원' 지출 비중이 60.6%로 가장 많았으며, '150만~200만원' 15.2%, '200만원 이상' 15.2%를 차지함

(n=33, %)

| 항목 | 금액대별 분포 | 평균지출액(원) |
|---|---|---|
| 회사 및 주최기관 지불 1인 여행경비 | 100만원 이하 9.1%, 100만~150만원 60.6%, 150만~200만원 15.2%, 200만원 이상 15.2% | 1,410,985 |




- 방한인센티브여행 말레이시아 참가자들의 105명이 항목별 지출액을 응답하였으며, 이들의 평균 총지출액은 602,315원으로 나타남. 이중 쇼핑비가 75%로 가장 높은 비중을 차지하며, 식음료비 13%, 오락유흥비 5%, 교통비 4%, 개별관광비 3%, 기타비용 0.4% 순으로 파악됨
- 쇼핑비 평균지출액은 453,437원으로 '10만~30만원' 지출자 비중이 41.5%, '30만~50만원' 22.6%를 차지함
- 교통비를 지출한 응답자는 35.8%로 평균지출액은 22,625원으로 나타남
- 응답자의 57.5%가 식음료비를 개별적으로 지출했으며, 평균지출액은 75,353원으로 나타남. '10만~20만원' 지출자 비중이 15.1%로 가장 많았으며, '3만원 미만' 14.2%, '3만~5만원' 13.2% 차지
- 응답자의 18.9%가 오락유흥비를 지출했으며, 평균지출액은 30,637원으로 나타남
- 개별관광비를 지출한 응답자는 14.2%로 평균지출액은 18,116원으로 파악됨
- 말레이시아 방한인센티브 참가자의 평균 총지출액은 602,315원으로, '30만~50만원' 지출자 33.0%, '10만~30만원' 29.2%, '50만~100만원' 20.8% 등의 순으로 나타남
- 200만원 이상 지출자 비중이 4.7%로 다섯 나라 중 일본과 유사하게 낮은 수치를 나타냄
- 말레이시아인은 방한인센티브여행을 위해 회사지불경비(1,410,985원)와 개인 지출액(602,315원)을 합한 2,013,300원을 지출하는 것으로 파악됨

# 5-8. 말레이시아_여행지출액2

(n=106, %)

| 항목 | 금액대별 분포 | 평균 지출액(원) |
|---|---|---|
| 쇼핑비 | 0원 / 10만원 이하 / 10만~30만원 / 30만~50만원 / 50만~100만원 / 100만~200만원 / 200만~500만원 / 500만원 이상<br>12.3% / 41.5% / 22.6% / 13.2% / 6.6% / 1.9% | 453,437 |
| 식음료비 | 0원 / 3만원 이하 / 3만~5만원 / 5만~10만원 / 10만~20만원 / 20만~50만원 / 50만~100만원 / 100만원 이상<br>42.5% / 14.2% / 13.2% / 7.5% / 15.1% / 5.7% | 75,353 |
| 오락유흥비 | 0원 / 5만원 이하 / 5만~10만원 / 10만~20만원 / 20만~50만원 / 50만~100만원 / 100만원 이상<br>81.1% / 6.6% / 6.6% / 1.9% / 1.9% | 30,637 |
| 개별관광비 | 0원 / 5만원 이하 / 5만~10만원 / 10만~20만원 / 20만~50만원 / 50만~100만원<br>85.8% / 8.5% / 1.9% / 1.9% | 18,116 |
| 교통비 | 0원 / 1만원 이하 / 1만~3만원 / 3만~5만원 / 5만~10만원 / 10만~30만원 / 30만원 이상<br>64.2% / 15.1% / 6.6% / 7.5% / 2.8% / 1.9% | 22,625 |
| 기타비용 | 0원 / 10만원 이하 / 10만~20만원<br>96.2% / 2.8% | 2,146 |
| 총지출액 | 10만원 이하 / 10만~30만원 / 30만~50만원 / 50만~100만원 / 100만~200만원 / 200만~500만원 / 500만원 이상<br>4.7% / 29.2% / 33.0% / 20.8% / 7.5% / 3.8% | 602,315 |

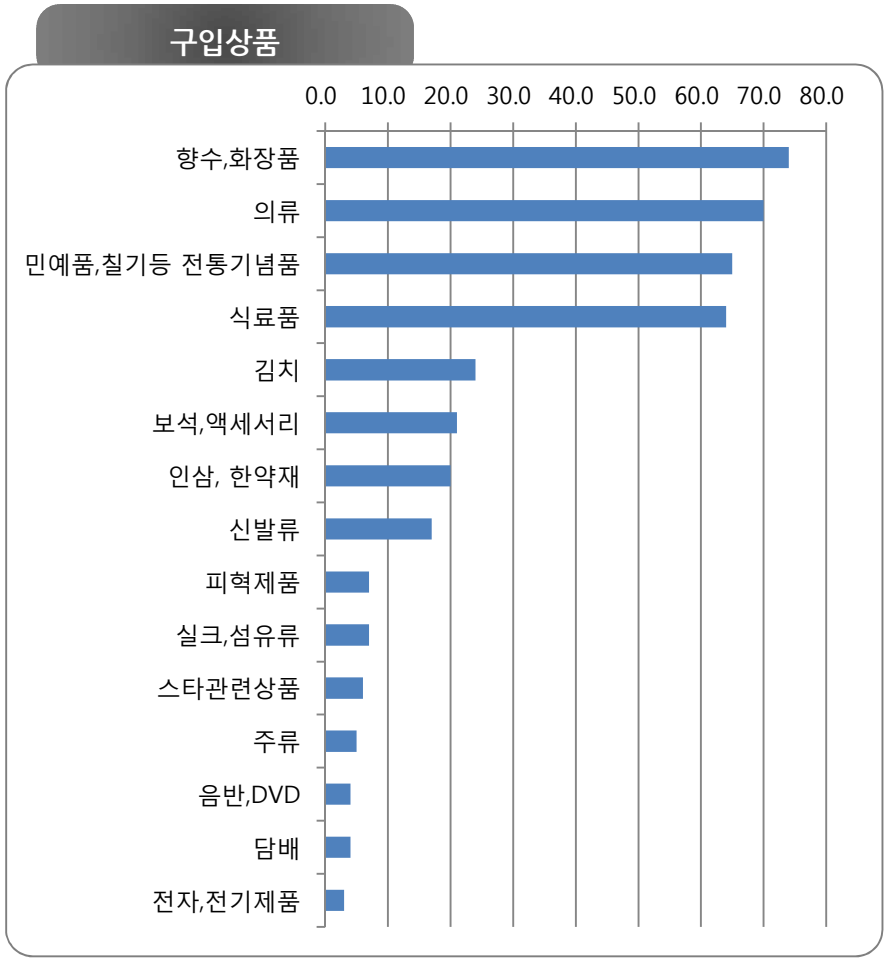
(1%미만 비중표기 생략)

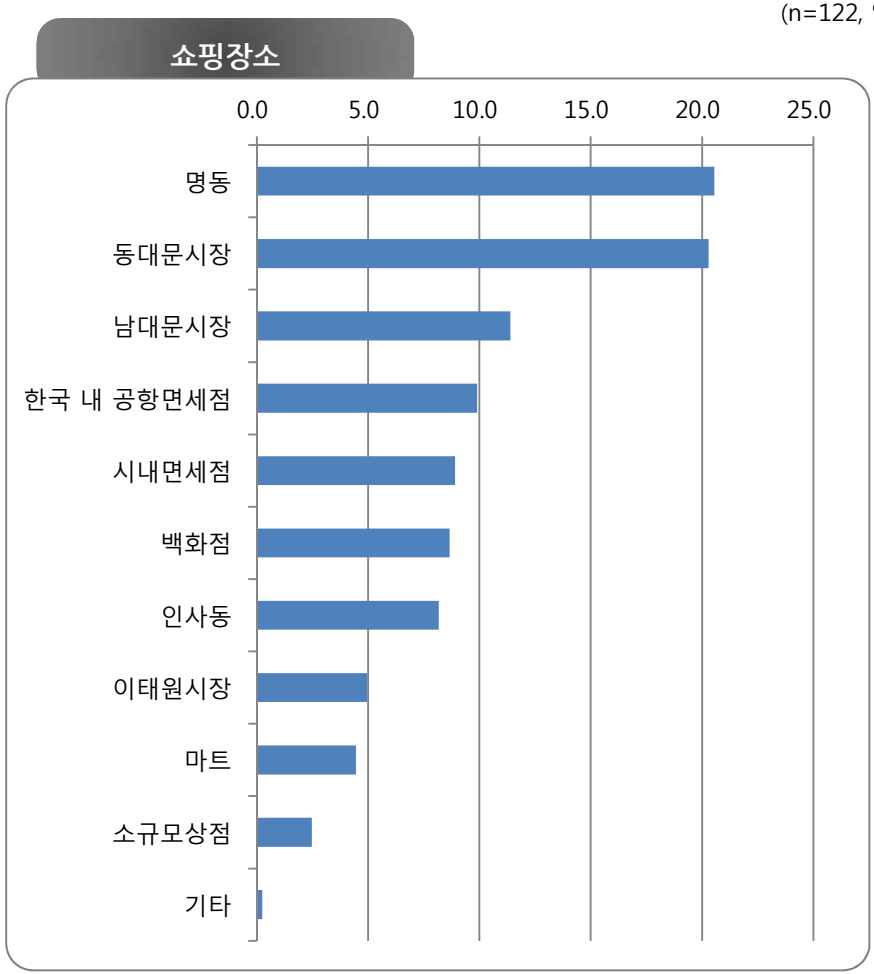
* 회사 및 주최기관 지불 여행경비와 쇼핑비 등 항목별 지출액의 범주 표기에 있어서, 'X만~XI만원' 표기는 'X0,001원 이상 ~XI0.000만원 이하'를 나타냄
* '교통비'는 여행지 내에서 개별적으로 지출한 택시비, 대중교통비 등을 말함(항공비 제외)

# 5-9. 말레이시아_구입상품 및 쇼핑장소

- 말레이시아 참가자들의 주요 구입상품은 '향수 및 화장품'이 가장 많았으며, '의류', '전통기념품', '식료품', '김치', '보석 액세서리', '인삼, 한약재', '신발류', '피혁제품' 등의 순으로 나타남
- 쇼핑장소는 '명동'과 '동대문시장'이 가장 많았으며, 그 다음으로 '남대문시장', '한국 내 공항면세점', '시내면세점', '백화점', '인사동' 등 순으로 나타남

(n=122, %)



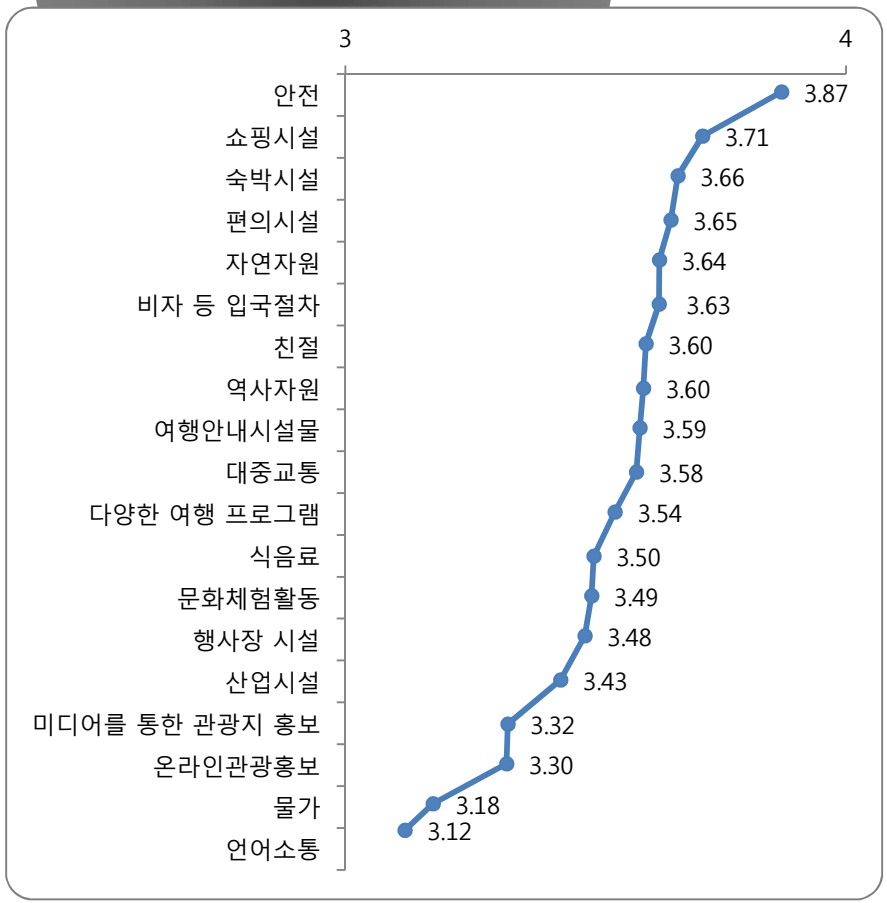



# 5-10. 말레이시아_방한인센티브여행 평가 및 만족도

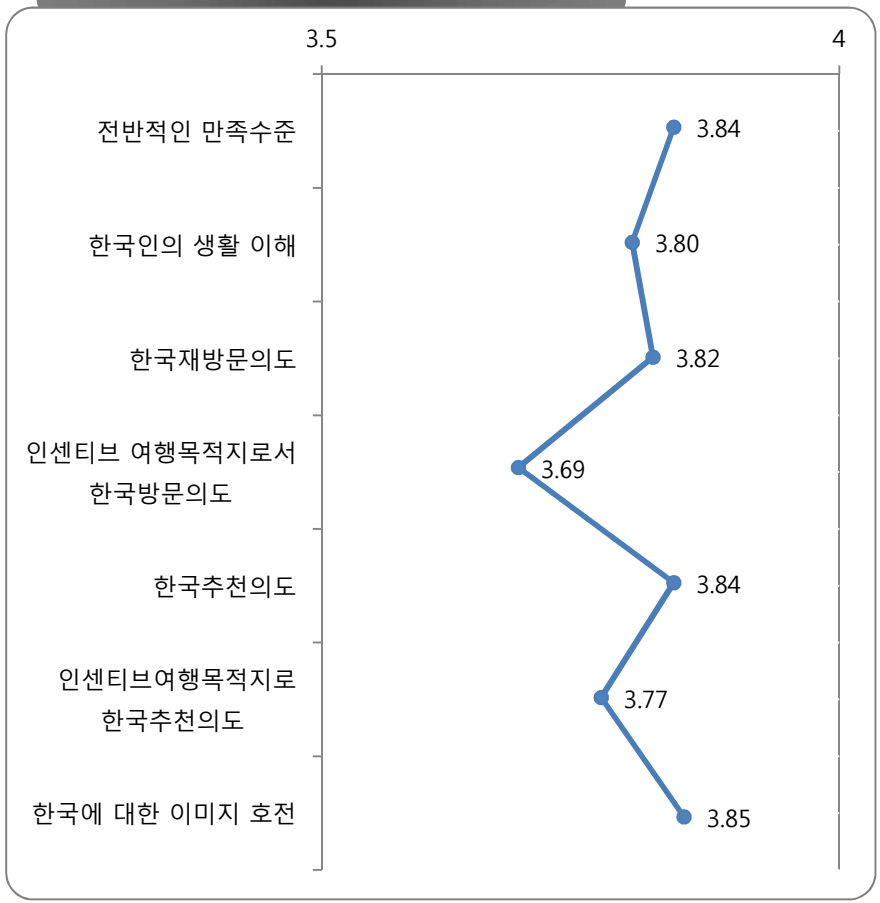
- 방한인센티브여행 수용태세평가는 '안전'에 대한 평가수준이 가장 높았으며, '쇼핑시설', '숙박시설', '편의시설', '자연자원', '비자 등 입국 절차', '친절', '역사자원', '여행안내시설물', '대중교통' 등의 순으로 나타남
- 반면, '언어소통', '물가', '관광홍보'에 대한 평가는 낮게 나타남
- 말레이시아 참가자의 방한인센티브여행에 대한 만족수준(3.84)은 전체응답자 평균(3.85)과 유사하게 나타났으며, 재방문의도(3.82)는 전체응답자 평균(3.75)보다 다소 높게 나타남

(n=122, 5점척도)

방한인센티브여행 수용태세 평가

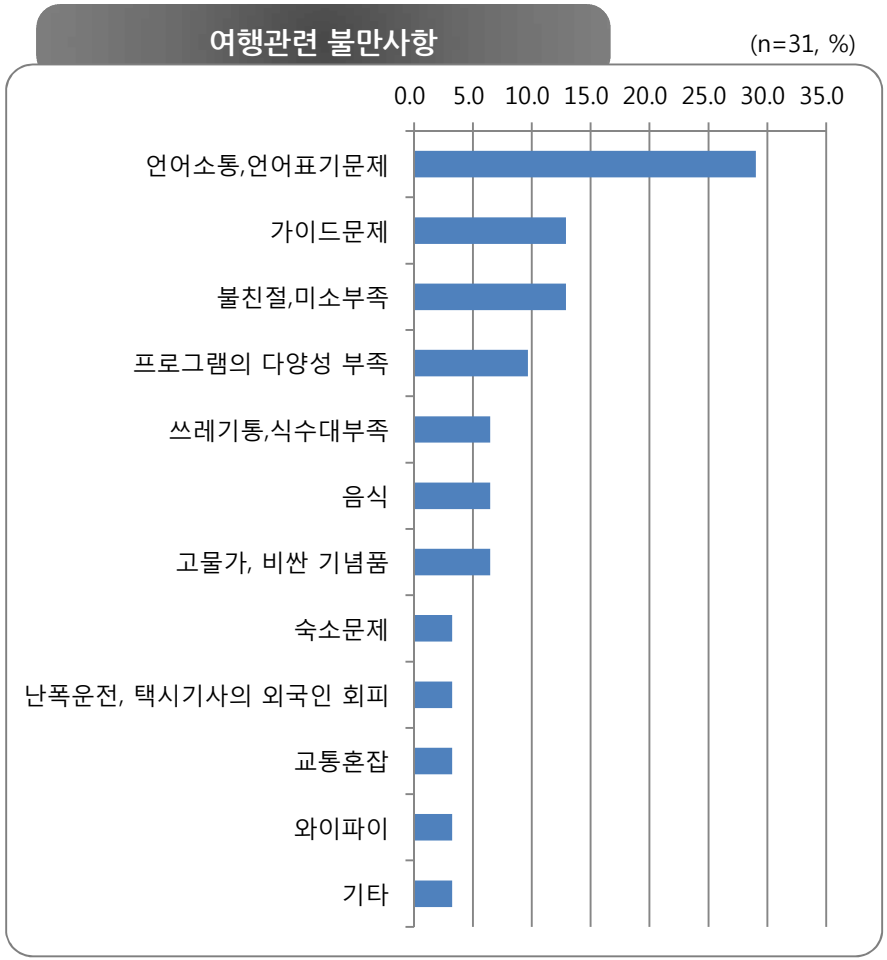


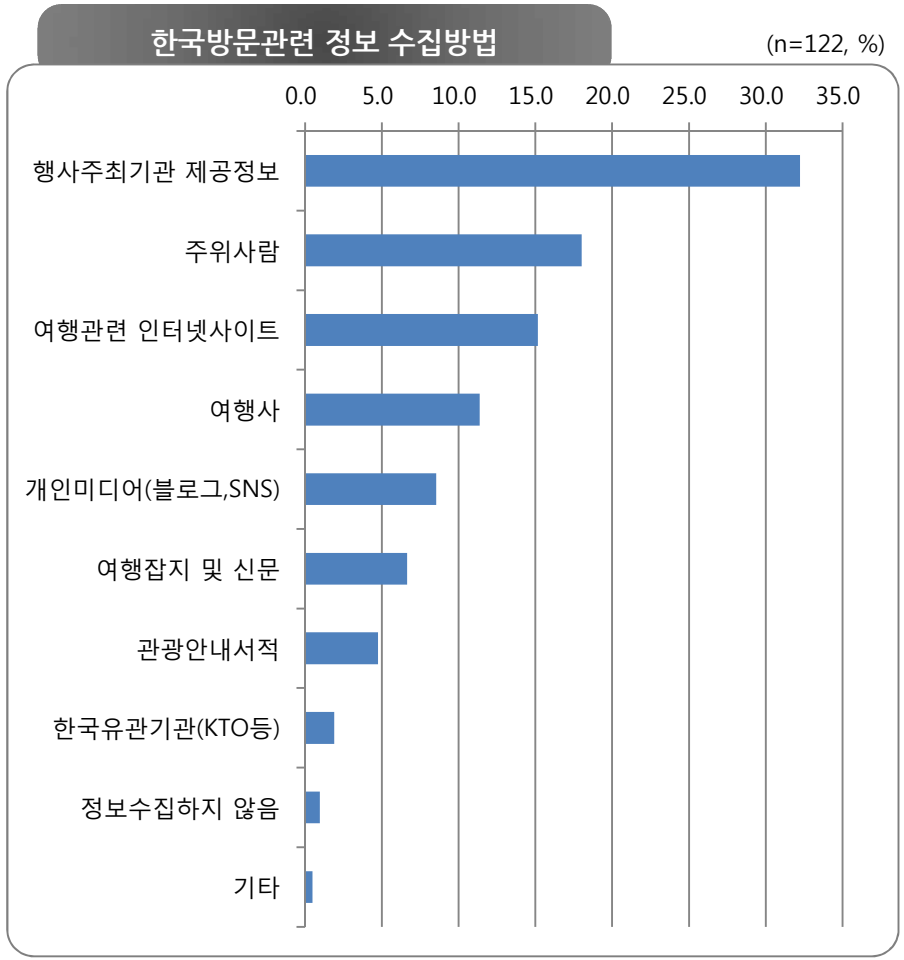

방한인센티브여행 만족도



# 5-11. 말레이시아_여행불만사항 및 정보수집방법

- 여행관련 불만사항은 '의사소통, 언어표기문제'가 가장 많았으며, '가이드문제'(안내 정보 부족, 책자와 다른 정보 등), '불친절', '프로그램의 다양성 부족', '쓰레기통, 식수대 부족', '음식', '고물가', '숙소' 등으로 나타남
- 한국방문관련 정보수집경로는 '행사주최기관 제공 정보'비중이 가장 많았으며, '주위사람', '여행관련 인터넷사이트', '여행사', '개인미디어' 등의 순으로 나타남



# 제2장 조사결과 분석

## Ch3. 방한 인센티브 여행 참가자 설문조사 결과

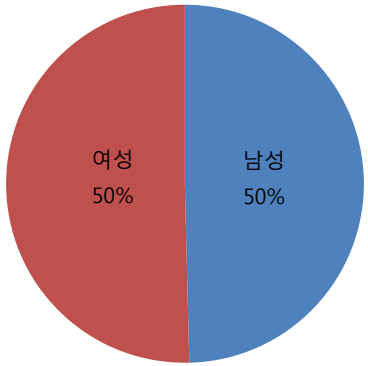
1) 전체참가자
2) 중국
3) 일본
4) 태국
5) 말레이시아
6) 인도네시아

# 6-1. 인도네시아_여행참가자의 일반적 특성

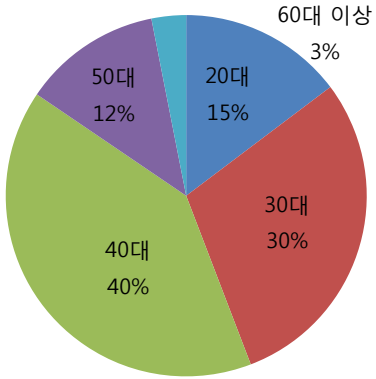
- 인도네시아 응답자들의 일반적 특성에 있어서 여성과 여성의 비중이 동일하게 구성되었으며, 연령대에 있어서 40대(40%)의 비중이 가장 높게 나타났으며, 30대(30%), 20대(15%), 50대(12%) 순으로 나타남
- 거주지에 있어서 '자카르타' 거주자의 비중이 65%로 가장 많은 것으로 나타남
- 소속업종에 있어서 금융보험회사 40%, 기타(부동산회사 등) 60%로 구성됨

(n=129)

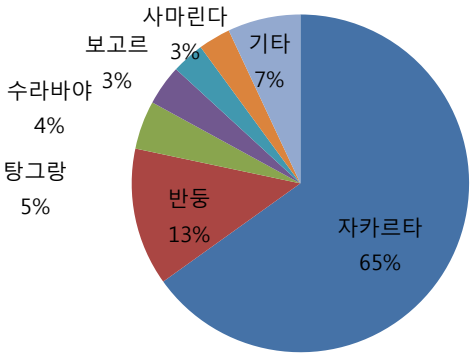
성별



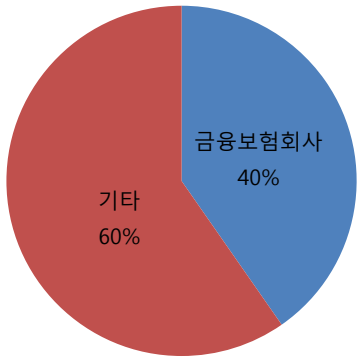

연령




인도네시아 응답자 거주도시




소속업종

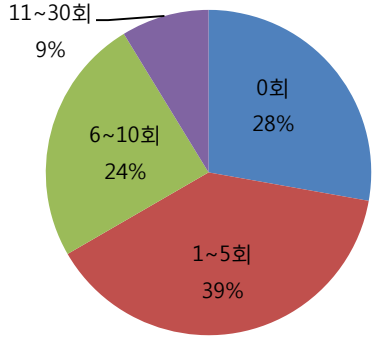


# 6-2. 인도네시아_여행참가자의 여행특성

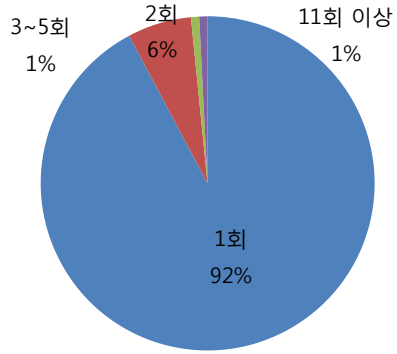
- 인도네시아의 이전 해외여행경험횟수는 '1~5회' 경험자가 39%로 가장 많았으며, 한국방문횟수가 '1회'로 이번 한국방문이 처음인 응답자가 92%로 대부분을 차지함
- 이전 인센티브여행경험횟수는 '3~5회' 경험자 34%, '1회' 25%, '2회' 21%, '6~10회 14%로 인센티브여행 경험이 다른 국가보다 다소 많은 참가자들로 구성됨
- 방한인센티브여행 경험횟수는 '0회', 즉, 이번 방한인센티브여행이 처음인 경우가 88%를 차지, '1회'경험자가 8% 로 나타남
- 인센티브목적지 결정방식은 '회사결정' 비중이 81%로 가장 많았으며, 여행일정은 '4박5일'이 41%로 가장 높은 비중 차지

(n=129)

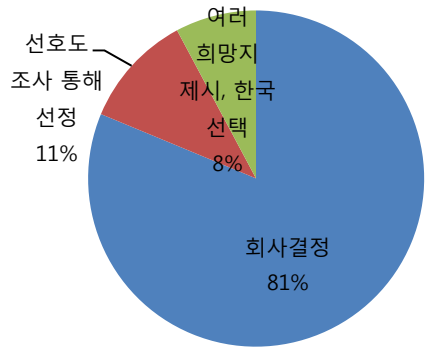
이전 해외여행경험 횟수



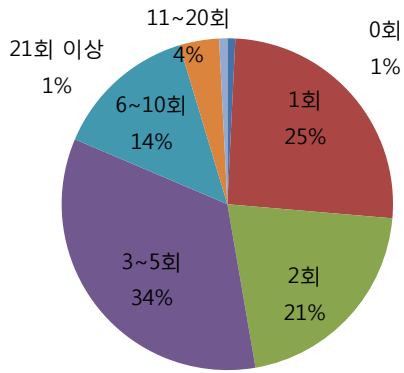

한국방문횟수



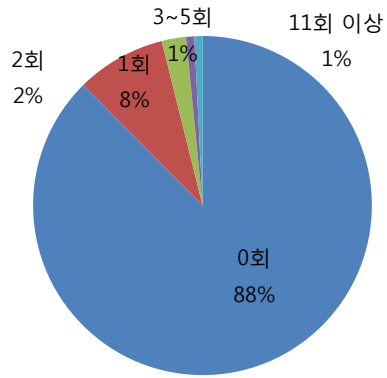

인센티브목적지 결정유형



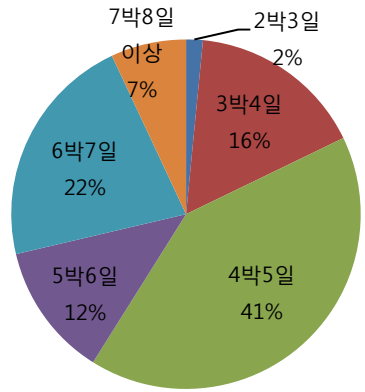

이전 인센티브여행 경험횟수




이전 방한인센티브여행 경험횟수



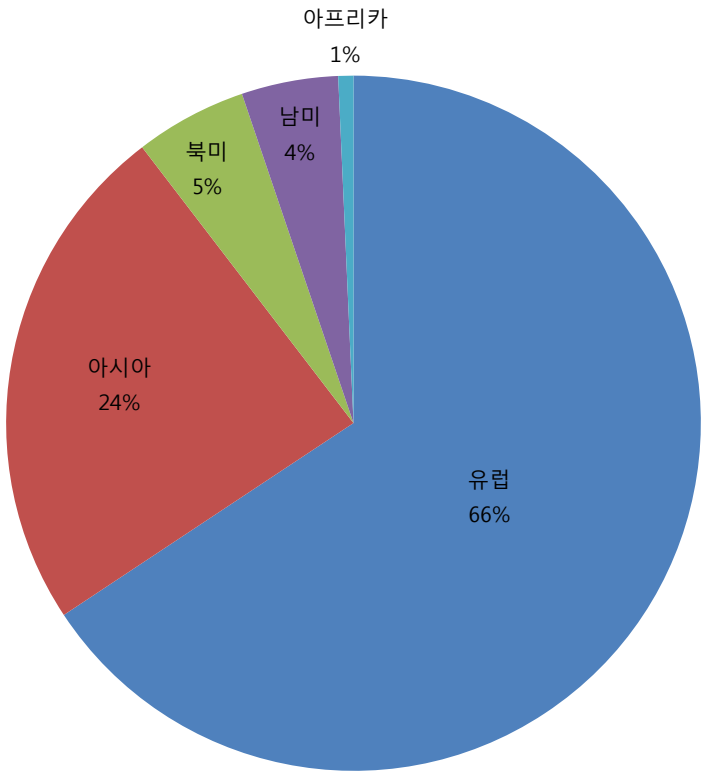

여행일정



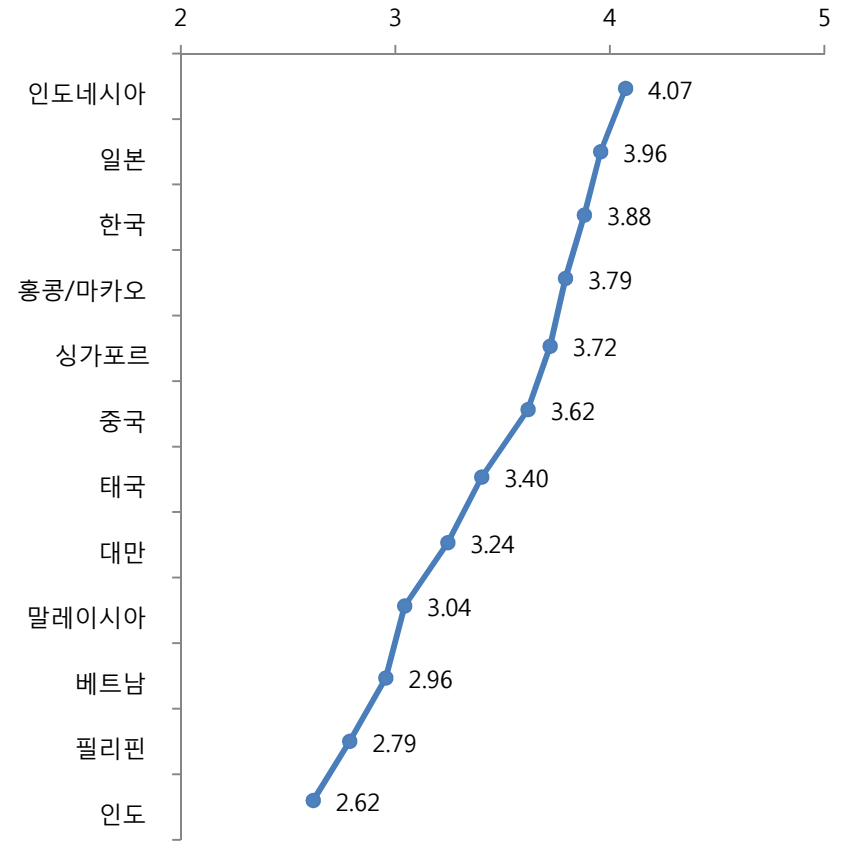
# 6-3. 인도네시아_인센티브여행목적지 선호도

- 인도네시아 참가자들이 인센티브여행목적지로 가장 선호하는 지역은 유럽(66%), 두 번째 선호지역으로 아시아(24%)로 나타남
- 인센티브여행 목적지로 아시아국가 중에서는 자국인 '인도네시아' 선호도(4.07)가 가장 높으며, 그 다음으로 '일본(3.96)', '한국(3.88)', '홍콩/마카오(3.79)', '싱가포르(3.72)', '중국(3.62)', '태국(3.40)', '대만(3.24)' 등의 순으로 선호도를 보임

인센티브여행목적지 선호지역 (n=129)

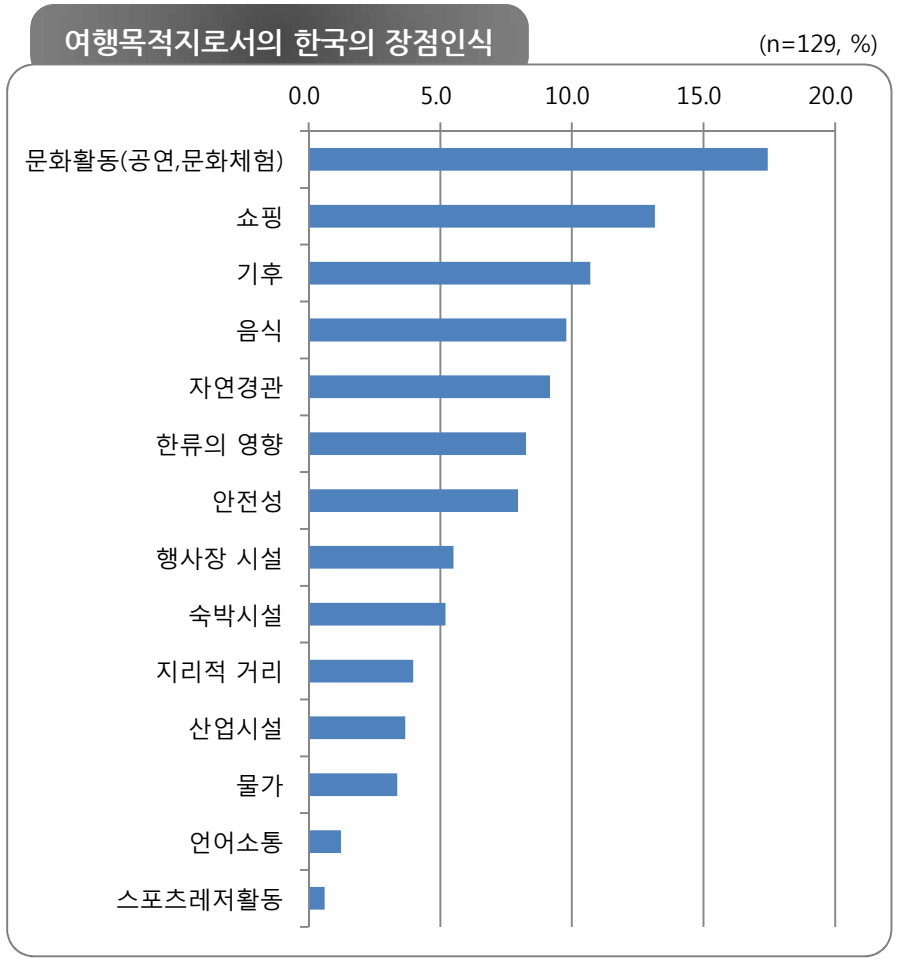


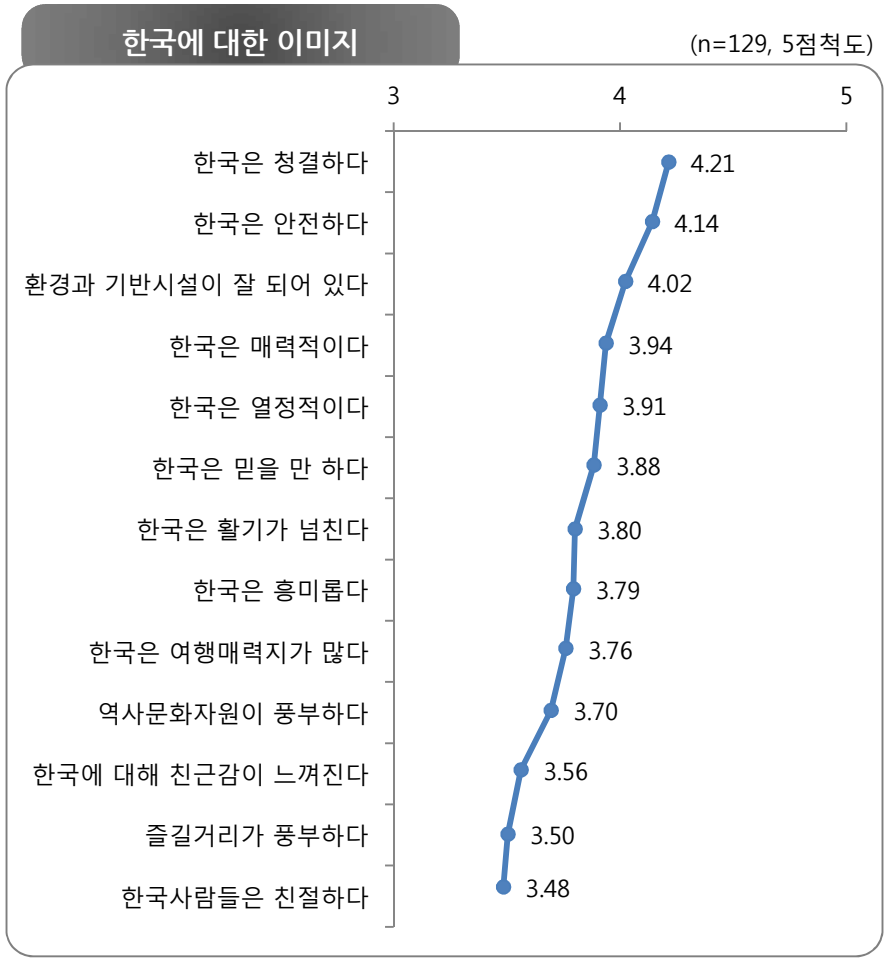

국가별 인센티브여행목적지 선호도 (n=129, 5점척도)



# 6-4. 인도네시아_여행목적지로서의 한국의 장점 및 이미지

- 여행목적지로서 한국의 장점인식은 '문화활동'이 가장 높은 비중을 차지하였으며, '쇼핑', '기후', '음식', '자연경관', '한류의 영향', '안전성' 등으로 나타남
- 한국에 대한 이미지는 '청결,'안전', '환경과 기반시설' 등 인지적 이미지 인식이 높게 나타났으며, 그 다음으로 '매력적', '열정적', '활기넘침', '흥미로움' 등 정서적 이미지, '역사문화자원', '여행매력지' 등의 관광목적지 이미지 순으로 나타남

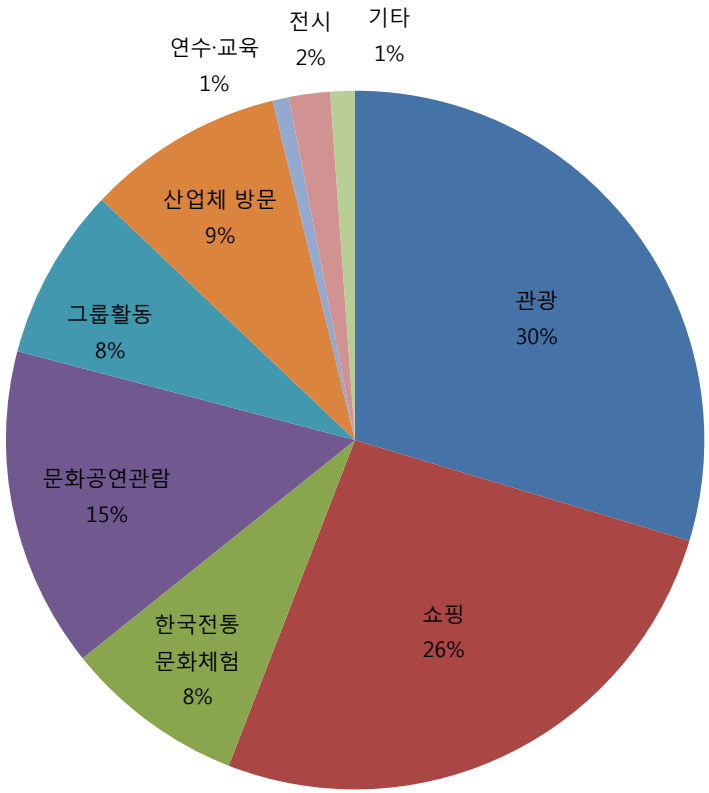


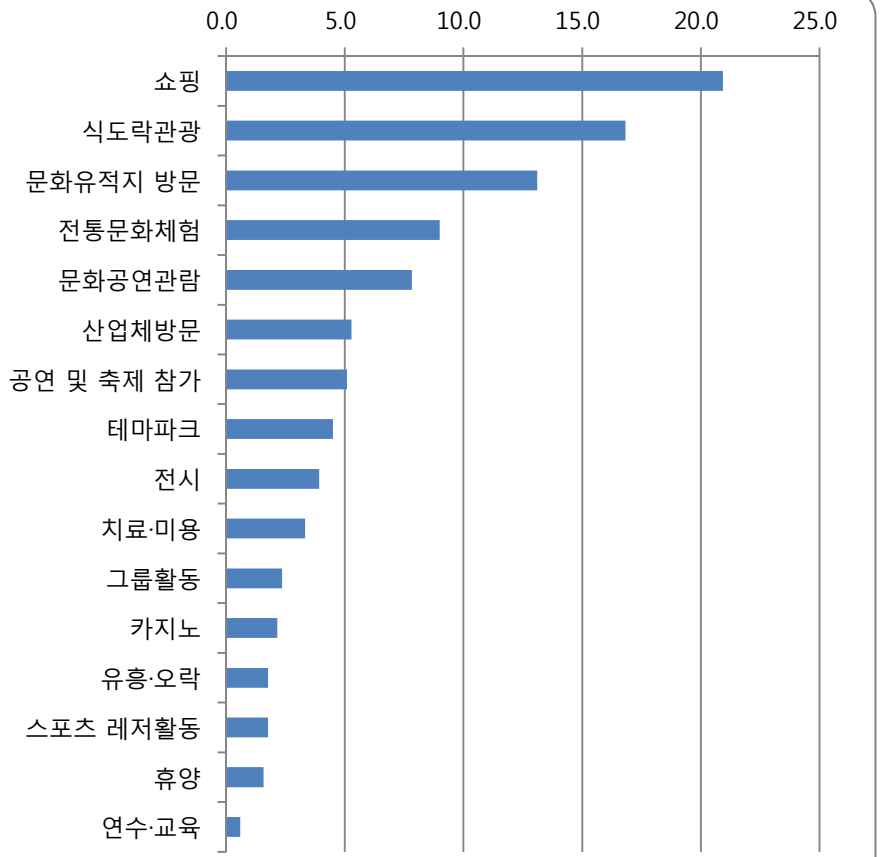
# 6-5. 인도네시아_인센티브여행 프로그램 및 참여활동

- 인센티브여행 프로그램 구성은 '관광'이 30%로 가장 많았으며, '쇼핑' 26%, '문화공연관람' 15%, '산업체방문' 9%, '그룹활동' 8%, '한국전통문화체험' 8% 순으로 나타남
- 이번 인센티브여행에서의 참여활동은 '쇼핑'이 가장 많았으며, '식도락관광', '문화유적지 방문', '전통문화체험', '문화공연관람', '산업체방문', '공연 및 축제 참가', '테마파크' 등의 순으로 나타남

인센티브여행 프로그램 구성 (n=129)



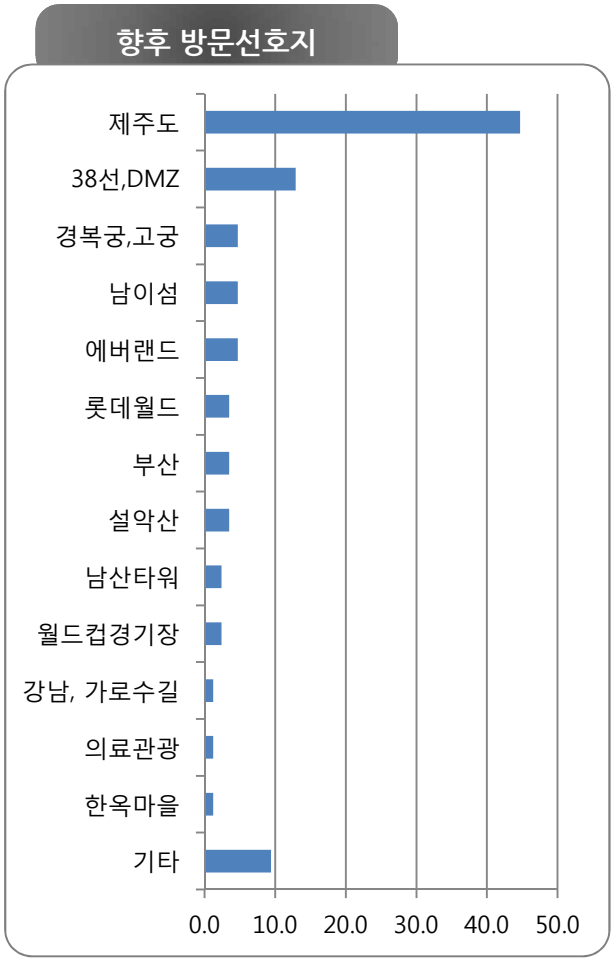

이번 인센티브여행에서의 참여활동 (n=129, %)

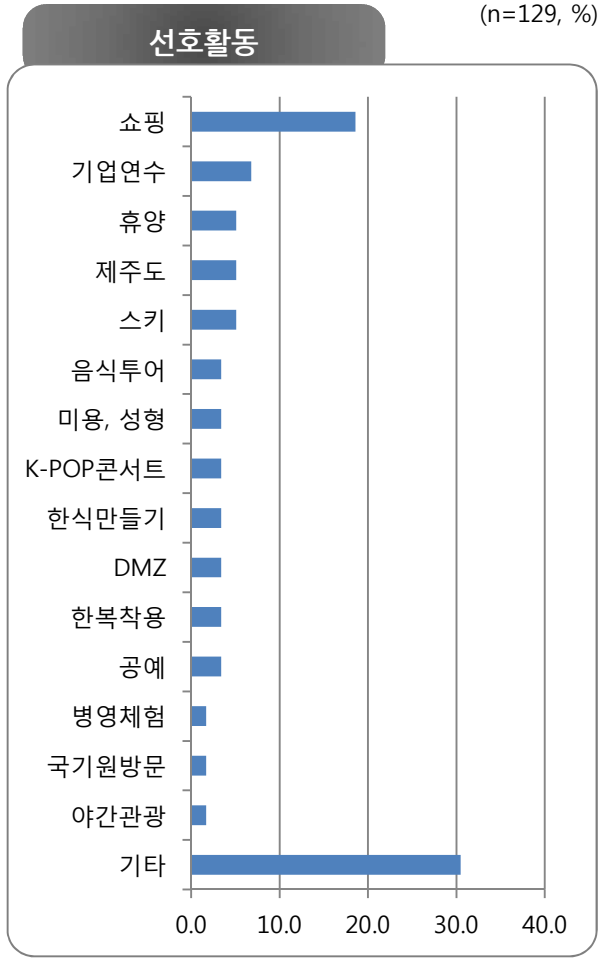


# 6-6. 인도네시아_방문선호지 및 선호활동

- 방문했던 관광지 중 가장 좋았던 곳으로는 '남이섬' 응답비중이 가장 많았으며, '설악산', '경복궁 등 고궁', '난타', '동대문', '명동', '서울', '에버랜드', '제주도' 등의 순으로 나타남
- 다음 한국여행에서 방문하고 싶은 곳으로는 '제주도' 응답이 가장 많았으며, '38선/DMZ/통일전망대', '경복궁 등 고궁', '남이섬', '에버랜드', '롯데월드', '부산', '설악산' 등의 순으로 응답함
- 다음 한국여행에서 꼭 하고 싶은 활동으로는 '쇼핑'이 가장 많았으며, '기업연수', '휴양', '제주도 방문', '스키', '음식투어', '미용· 성형', 'K-pop 콘서트 참가' 등으로 나타남

(n=129, %)



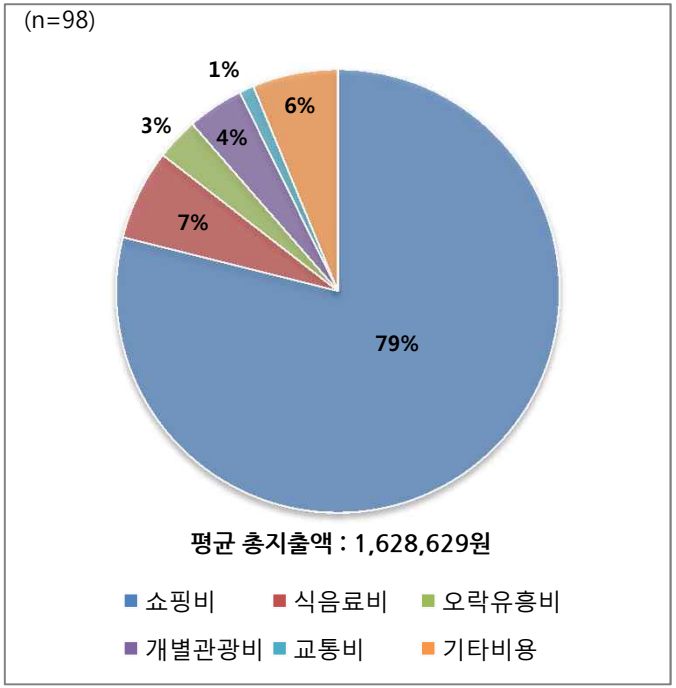



# 6-7. 인도네시아_여행지출액1

- 인도네시아인들의 방한인센티브여행에 있어서 회사 및 주최기관에서 지불한 1인 여행경비 평균치는 1,776,872원으로 나타남(55명 응답)
- '150만~200만원' 지출 비중이 56.4%, '100만~150만원' 25.5%, '200만원 이상' 18.2% 순으로 나타남

(n=55, %)

| 항목 | 금액대별 분포 | 평균지출액(원) |
|---|---|---|
| 회사 및 주최기관 지불 1인 여행경비 | 100만~150만원 25.5%, 150만~200만원 56.4%, 200만원 이상 18.2% | 1,776,872 |




- 항목별 지출액 인도네시아 응답자는 98명으로, 이들의 평균 총지출액은 1,628,629원으로 나타남. 이중 쇼핑비가 79%로 가장 높은 비중을 차지하며, 식음료비 7%, 기타비용 6%, 개별관광비 4%, 오락유흥비 3%, 교통비 1% 순으로 파악됨
- 쇼핑비 지출액 '50만~100만원' 지출자 비중이 27.6%, '100만~200만원' 21.4%, 등으로 나타났으며, '200만원' 이상 지출비중이 17.4%로 다섯 국가 중 가장 많은 비중을 보임
- 교통비를 지출한 응답자는 21.4%로 평균지출액은 17,489원으로 나타남
- 응답자의 36.7%가 식음료비를 지출했으며, 평균지출액은 107,593원으로 파악됨
- 오락유흥비 지출응답자는 19.4%로, 평균지출액은 50,184원으로 파악됨
- 개별관광비 지출응답자는 19.4%로, 평균지출액은 66,824원으로 나타남
- 응답자의 12.2%가 기타비용을 지출했으며, 평균 101,591원을 소비한 것으로 나타남
- 평균 총지출액은 1,628,629원으로 다섯 국가 중 가장 높은 지출규모로 나타났으며, '50만~100만원' 지출자 30.6%, '100만~200만원' 24.5%, '200만~500만원' 11.2%로 100만원 이상의 지출자가 많은 비중 차지함
- 인도네시아인들은 방한인센티브여행을 위해 회사지불경비(1,776,872원)와 개인 지출액(1,628,629원)을 합한 3,405,501원을 지출하는 것으로 파악됨. 이는 다섯 국가 중 가장 높은 지출액이며, 이는 응답자들의 소속이 부동산회사 및 금융회사로 회사지불경비와 개인지출액이 매우 높게 나타난 것에 기인함

# 6-8. 인도네시아_여행지출액2

(n=98, %)

| 항목 | 금액대별 분포 | 평균 지출액(원) |
|---|---|---|
| 쇼핑비 | 0원 / 10만원 이하 / 10만~30만원 / 30만~50만원 / 50만~100만원 / 100만~200만원 / 200만~500만원 / 500만원 이상<br>6.1% / 17.3% / 9.2% / 27.6% / 21.4% / 9.2 % / 8.2% | 1,284,948 |
| 식음료비 | 0원 / 3만원 이하 / 3만~5만원 / 5만~10만원 / 10만~20만원 / 20만~50만원 / 50만~100만원 / 100만원 이상<br>63.3% / 3.1% / 5.1% / 7.1% / 8.2% / 8.2% / 4.1% | 107,593 |
| 오락유흥비 | 0원 / 5만원 이하 / 5만~10만원 / 10만~20만원 / 20만~30만원 / 30만~50만원 / 50만~100만원 / 100만원 이상<br>80.6% / 5.1% / 4.1% / 5.1% / 2.0% | 50,184 |
| 개별관광비 | 0원 / 5만원 이하 / 5만~10만원 / 10만~20만원 / 20만~50만원 / 50만~100만원 / 100만원 이상<br>80.6% / 4.1% / 2.0% / 4.1% / 4.1% / 4.1% | 66,824 |
| 교통비 | 0원 / 1만원 이하 / 1만~3만원 / 3만~5만원 / 5만~10만원 / 10만~30만원<br>79.6% / 5.1% / 7.1% / 6.1% | 17,489 |
| 기타비용 | 0원 / 10만원 이하 / 10만~20만원 / 20만~50만원 / 100만~200만원 / 200만원 이상<br>87.8% / 4.1% / 2.0% / 3.1% | 101,591 |
| 총지출액 | 10만원 이하 / 10만~30만원 / 30만~50만원 / 50만~100만원 / 100만~200만원 / 200만~500만원 / 500만원 이상<br>5.1% / 9.2% / 9.2% / 30.6% / 24.5% / 11.2% / 10.2% | 1,628,629 |

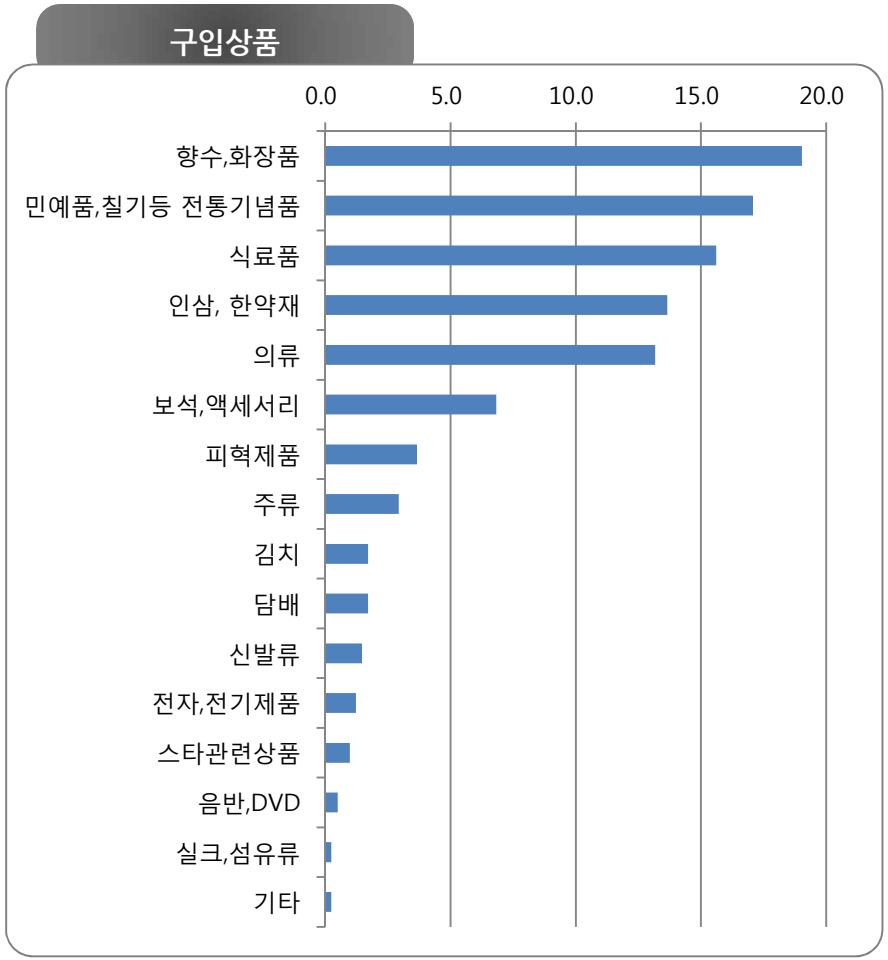
(1%미만 비중표기 생략)

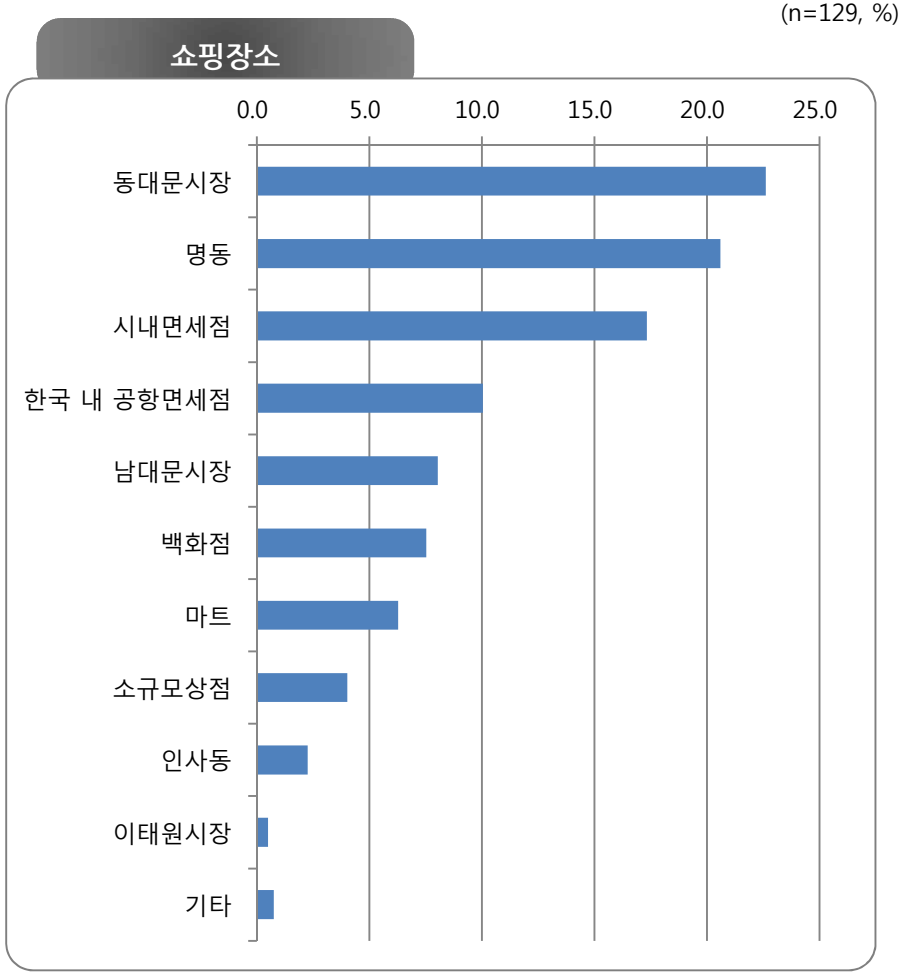
* 회사 및 주최기관 지불 여행경비와 쇼핑비 등 항목별 지출액의 범주 표기에 있어서, 'X만~XI만원' 표기는 'X0,001원 이상 ~XI0.000만원 이하'를 나타냄
* '교통비'는 여행지 내에서 개별적으로 지출한 택시비, 대중교통비 등을 말함(항공비 제외)

# 6-9. 인도네시아_구입상품 및 쇼핑장소

- 인도네시아 참가자들의 주요 구입상품은 '향수 및 화장품'이 가장 많았으며, '전통기념품', '식료품', '인삼 · 한약재', '의류', '보석 · 액세서리', '피혁제품', '주류', '김치' 등의 순으로 나타남
- 쇼핑장소는 '동대문시장'이 가장 많았으며, '명동', '시내면세점', '한국 내 공항면세점', '남대문시장', '백화점', '마트' 등의 순으로 나타남

(n=129, %)

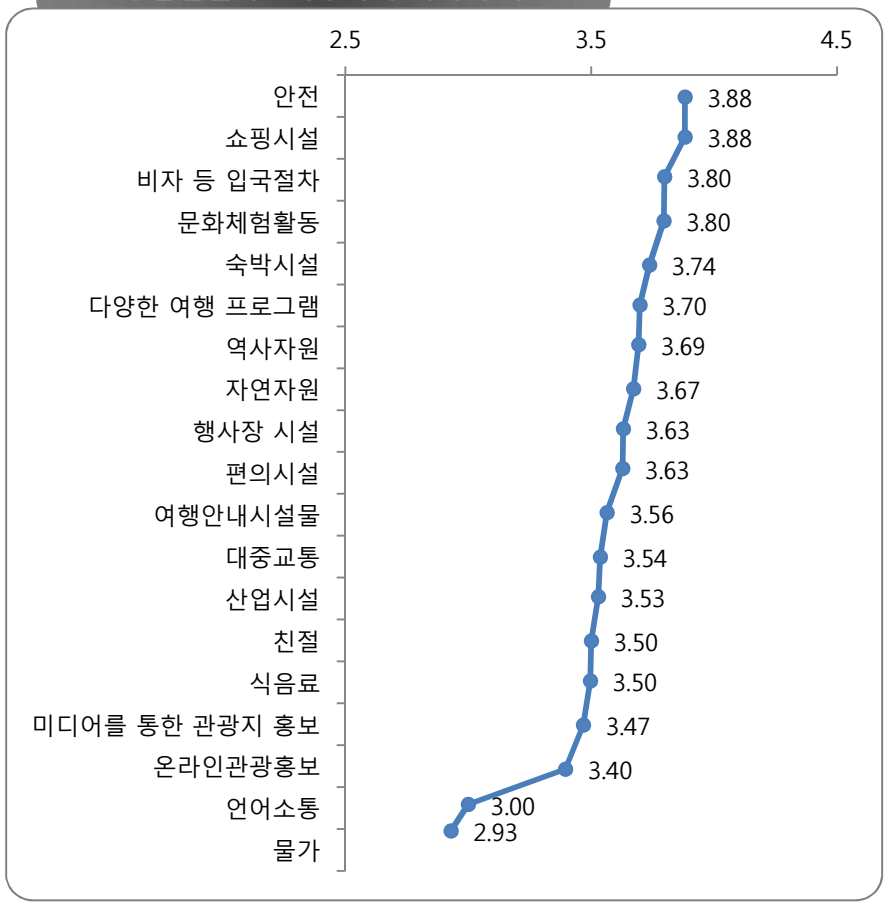


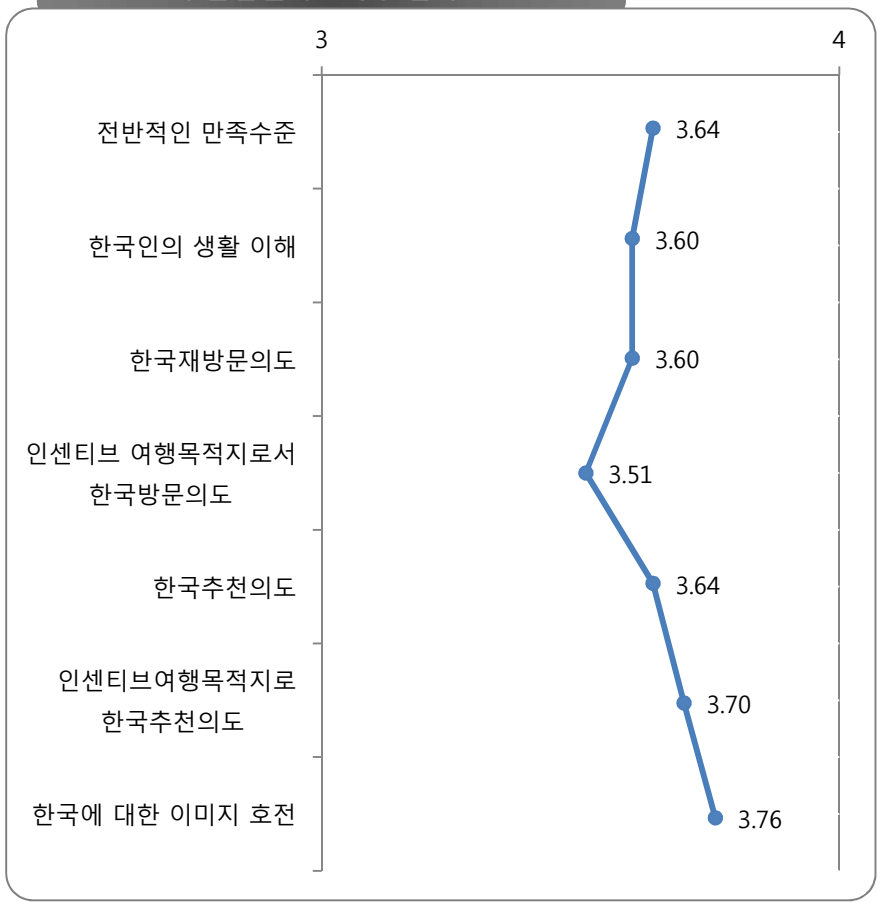



# 6-10. 인도네시아_ 방한인센티브여행 평가 및 만족도

- 방한인센티브여행 수용태세평가는 '안전'에 대한 평가수준이 가장 높았으며, '쇼핑시설', '비자 등 입국절차', '문화체험활동', '숙박시설', '다양한 여행프로그램', '역사자원', '자연자원', '행사장 시설' 등의 순으로 나타남
- 반면, '물가', '언어소통', '관광홍보'에 대한 평가는 낮게 나타남
- 인도네시아 참가자의 방한인센티브여행에 대한 만족수준(3.64)과 재방문의도(3.60)는 전체응답자 평균치보다 다소 낮게 나타남

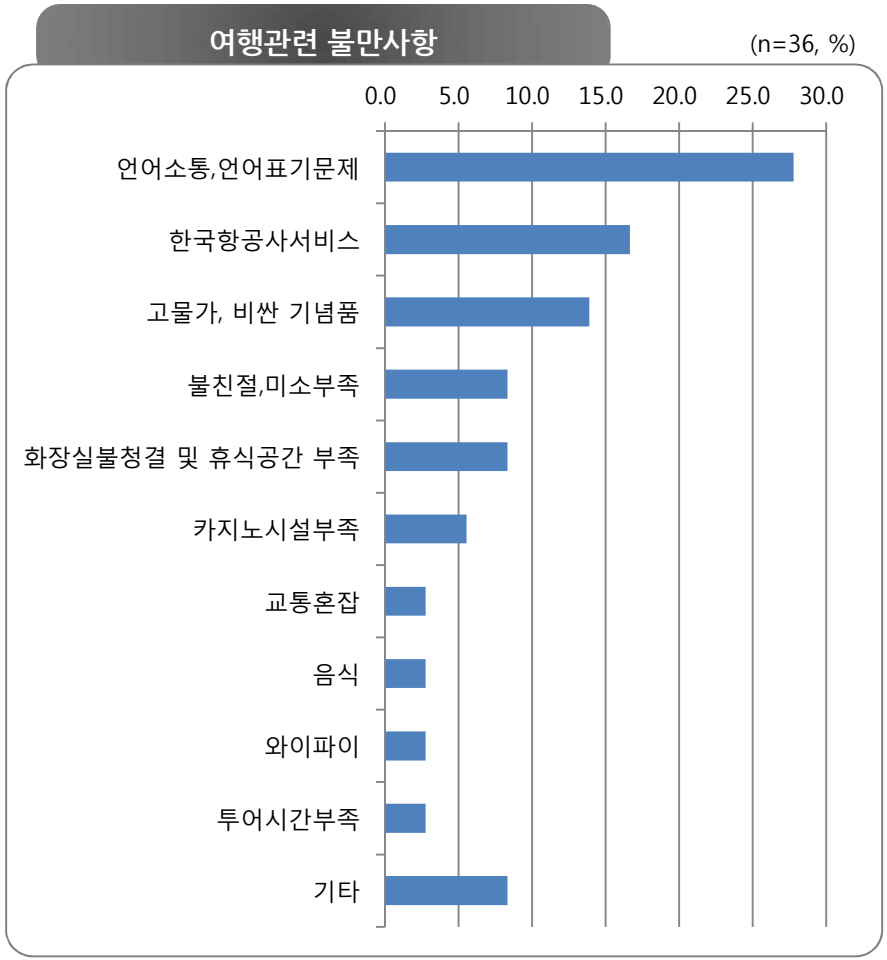
(n=129, 5점척도)

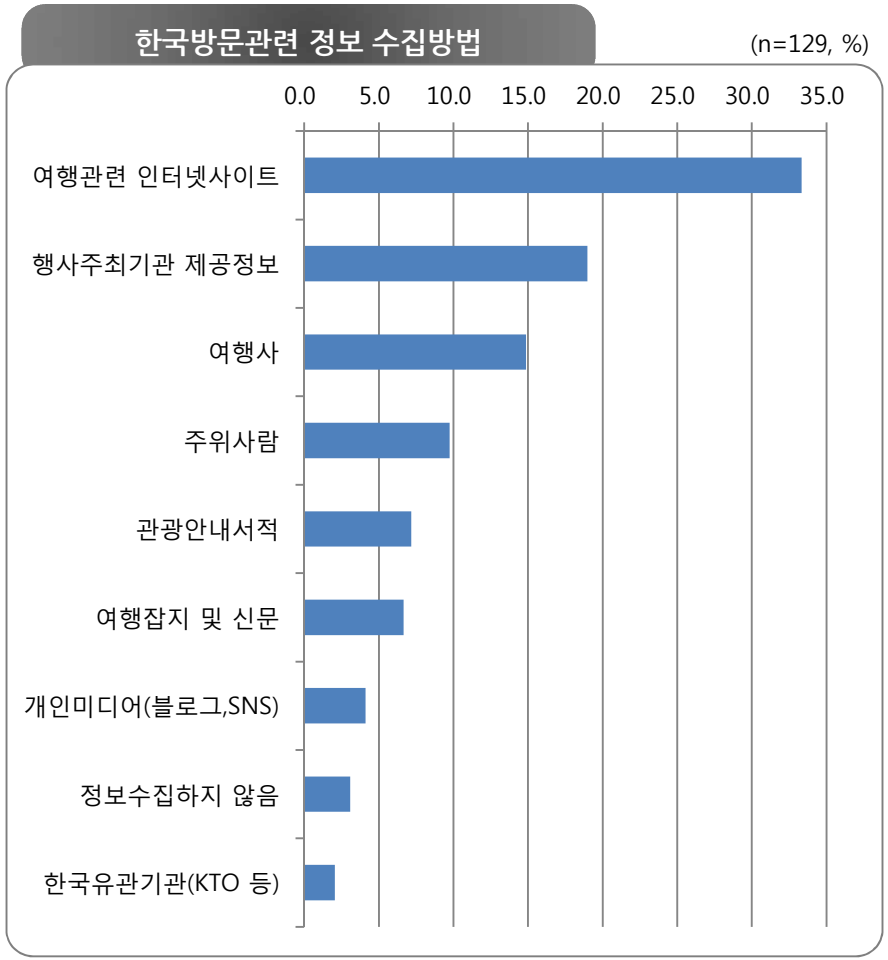


# 6-11. 인도네시아_ 여행불만사항 및 정보수집방법

- 여행관련 불만사항에 있어서 가장 많은 응답이 나타난 것은 '언어소통, 언어표기부족' 이었으며, 이 밖에, '한국항공사서비스', '고물가', '불친절', '화장실 불청결 및 휴식공간 부족', '카지노시설 부족' 등이 제시됨
- 한국방문관련 정보수집을 위해서 '여행관련 인터넷사이트'를 통한 정보수집 비중이 가장 높았으며, '행사주최기관 제공정보', '여행사', '주위사람', '관광안내서적', '여행잡지 및 신문' 등의 순으로 나타남



# 제3장 결론 및 시사점

# 1. 방한인센티브여행 목적지로서 한국의 강·약점 평가

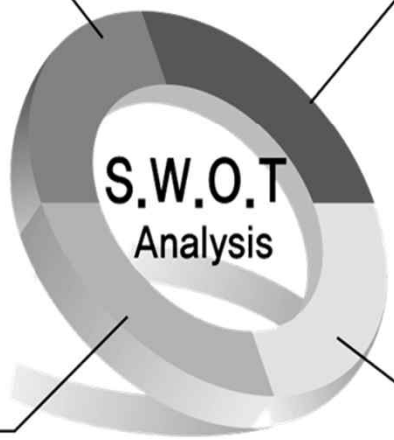
- **아시아권, 유럽 및 미주 등의 지역에 따른 차이는 있으나, 방한인센티브여행에 대한 강점요인으로는 '쇼핑', '음식문화', '전통문화', '여행 인프라', '안전', 'IT강국' 등으로 분석되었으며, '언어소통', '홍보부족', '높은 물가', '한정된 관광지', '제한적인 프로그램' 등은 약점으로 조사됨**
- **반면, 문화체험프로그램, 제주도, 부산, 전주 등 지역의 자원을 활용한 상품, 산업시찰 프로그램 강화, 한류드라마 · K- pop 등 한류 콘텐츠 등이 방한인센티브여행 확대의 기회요인이 될 수 있음**

**강점요인**

- 쇼핑
- 음식문화
- 전통문화
- 공항, 호텔, 행사장 등 우수한 인프라
- 안전
- IT강국(산업시찰)
- 한류
- 사계절

**약점요인**

- 언어소통
- 홍보부족
- 높은 물가
- 한정된 관광지와 제한된 프로그램
- 항공편 부족
- 비자 등 입국절차(중국, 베트남)




**기회요인**

- 문화체험 프로그램 강화(한식체험, 식도락여행, 역사체험 등)
- 제주도, 부산, 전주 등 지역방문선호
- 산업시찰 프로그램 강화(IT분야)
- 한류 콘텐츠

**위기요인**

- 북한 핵문제 및 남북관계
- 환율

# 2. 방한인센티브여행 개선방안_1

- 인센티브여행 전문가 및 참가자 대상 조사결과, 인센티브여행 목적지로서 한국은 경쟁력을 가지고 있으나 홍보부족, 특색있는 상품부족, 언어소통 등의 제약을 가지고 있음
- 따라서, 이를 개선하기 위해서 다양한 채널을 통한 홍보활동 강화, 특색있는 테마상품·프로그램 강화, 체계적인 보상제도, 인센티브여행 전문인력 수급, 팸투어 확대실시 등 다섯 가지로 제안하고자 함

## 1. 다양한 채널을 통한 홍보활동 강화

- 동남아국가, 유럽 및 미주지역에서는 여전히 한국관광정보를 접하기 어려우며, 홍보가 부족하다는 점이 지적됨
- TV, 온라인을 통한 홍보가 부족하다는 다수의 의견
- 한국의 인지적 이미지(안전,청결,환경·기반시설 등)는 높은 수준으로 나타난 반면, 관광목적지 이미지(여행매력지, 역사문화자원, 즐길거리)는 낮게 나타남. 이는 한국의 관광지에 대한 정보 및 홍보부족에 기인

**개선방안**

- ✓ 온라인 오프라인을 포함 TV, SNS, 인쇄물 등 다양한 미디어를 활용한 적극적인 홍보활동
- ✓ 기존의 이미지광고에서 벗어나 잠재관광객을 타깃으로 실제적인 관광활동을 담은 내용의 홍보물 제작

## 2. 특색있는 테마상품 프로그램 강화

- 한국방문경험이 있는 아시아국가 응답자들은 특정지역으로 국한된 관광코스 및 제한적인 프로그램에 대해 불만을 가지고 있음
- 따라서, 서울 외의 지역의 관광자원의 개발과 다양한 체험프로그램 강화필요
- 쇼핑과 식도락, 공연을 선호하는 중국인, 음식만들기 체험, 에스테틱, 공연을 선호하는 일본인, 스키와 테마파크를 선호하는 동남아인 등의 국가별 특성 반영한 체험프로그램 강화
- 문화체험이나 식도락 등을 테마로 한 차별화된 상품 및 프로그램 강화가 요구됨
- 주요 쇼핑품목이 화장품·식료품이며, 한국음식에 대한 관심이 대체적으로 높음
- 산업체(특히, IT분야) 시찰 및 견학 프로그램에 대한 수요가 높음

**개선방안**

- ✓ 국가별 선호를 반영한 다양한 체험프로그램 강화
- ✓ 지역의 특색있는 자원을 연계한 상품 및 프로그램 확대 개발
- ✓ 전주, 광주 등 남도를 코스로 하는 식도락여행 (중국, 일본 대상), 안동, 경주 등 역사문화를 테마로 한 여행(일본 대상) 프로그램
- ✓ 화장품 관련 메이크업 체험프로그램, 다양한 한국음식 만들기 체험 프로그램 강화
- ✓ 주요 기업과 연계한 산업체시찰 프로그램 개발 강화

# 2. 방한인센티브여행 개선방안_2

## 3. 체계적인 지원제도 마련

- 호주, 싱가포르, 홍콩에서는 인센티브 팀의 규모와 재방문 여부에 따라 다양한 추가 지원

**개선방안**

✓ 단체 규모 및 재방문 단체 대상 추가지원 필요

## 4. 인센티브여행 전문인력 수급

- 전문가 및 참가자들이 언어소통, 문화차이로 인한 불편함을 호소함
- 대규모인센티브 혹은 비즈니스 행사 관련 전문 운영요원 부족
- 지역행사의 인력관리 미비로 인한 행사의 질 저하

**개선방안**

✓ 지자체와 유관기관 인적 네트워크 확대
✓ 행사 전문 인력 양성기관 확대

## 5. 팸투어 확대실시

- 아직 동남아시아국가를 비롯한 미주, 유럽국가에 있어서 한국에 대한 관광정보가 제한적이며, 홍보가 부족함
- 따라서, 인센티브 전문가들을 대상으로 한국관광정보를 적극적으로 제공하는 KME와 같은 전시박람회 등을 주기적으로 개최

**개선방안**

✓ 인센티브여행사 및 기업 인센티브 담당자 대상 팸투어 확대실시

# 3. 국가 및 지역별 특성 및 상품차별화 방안

- 중국, 일본, 그리고 동남아시아국가(태국, 말레이시아, 인도네시아, 싱가포르. 베트남)로 구분하여 이들이 방한인센티브여행에서 사용하는 경비를 제시하면 아래와 같음
- 동남아시아의 경우, 구매력이 높은 응답자비중이 높았던 말레이시아와 회사지출액 수준이 높게 나타난 싱가포르로 인해 중국과 일본보다 높은 금액으로 나타남
- 국가 및 지역별 관광선호특성과 이를 반영한 차별화된 상품 및 프로그램 강화가 요구됨

| | 중국 | 일본 | 동남아시아 |
|---|---|---|---|
| 지출액 | 회사지출액 : 1,033,236원<br>개인지출액 : 1,316,948원<br>총여행경비 : 2,350,184원 | 회사지출액 : 1,009,309원<br>개인지출액 : 641,309원<br>총여행경비 : 1,650,618원 | 회사지출액 : 1,596,059원<br>개인지출액 : 892,639원<br>총여행경비 : 2,488,704원 |
| 선호특성 | - 많은 중국인이 음식에 대한 불만을 가지고 있는 만큼 음식자원이 풍부한 지역을 연계하는 방안이 요구됨<br>- 쇼핑지출액이 높으며, 특히 인삼에 대한 구매가 높음 | - '역사문화체험', '에스테틱', '식도락', '쇼핑'에 대한 선호가 대체로 높음<br>- 다섯 국가 중 일본인의 한국 방문경험이 가장 높은 것으로 나타난 만큼 여행일정에 체험프로그램을 강화하는 것이 바람직함 | - '스키', '제주도', '남이섬', '테마파크'에 대한 선호도가 높음<br>- 한류에 대한 선호가 높아, 관광으로 연계될 수 있는 기회요인이 있음 |
| 상품 | ✓ 식도락, 문화(찜질방, 공연관람 등) 프로그램을 강화한 상품<br>✓ '제주도~광주~전주', '제주도~부산~대구'<br>✓ 연계 식도락, 문화체험 테마의 여행 상품 개발<br>✓ 인삼·홍삼축제를 비롯한 다양한 한국 전통음식축제와 연계한 상품 | ✓ 서울시내의 4대궁 연계 + 문화체험 (한복, 매듭, 자수체험) 상품 개발<br>✓ '경주~안동' 연계한 역사문화 여행 상품, '부여~전주' 연계한 역사문화 +식도락 여행상품 개발<br>✓ 연령대별 다양한 가격대의 미용 프로그램 제공 | ✓ 스키 및 지역의 겨울축제 연계한 상품<br>✓ 드라마촬영지 방문, K-pop공연 등 연계한 한류특화 상품<br>✓ 산업시찰과 도시관광상품 연계 (예: 삼성전자 혹은 현대자동차 투어+ 놀이공원+쇼핑 등)<br>✓ 골프 및 다양한 테마 휴양상품<br>✓ 인센티브 팀빌딩 이벤트, 시상식 |

# 조사설문지

| 차례 | 조사 대상자 | 해당언어 |
|---|---|---|
| 1 | KME 참가자 대상 심층인터뷰 및 설문조사 질문지 | 한국어, 영어, 일어, 중국어 |
| 2 | 해외 인센티브여행 전문가 대상 온라인조사 질문지 | 한국어, 영어, 일어, 중국어 |
| 3 | 방한인센티브여행 참가자 대상 질문지 | 한국어, 영어, 일어, 중국어, 베트남어, 인도네시아어 |

# 방한인센티브단체 조사대상

| 순번 | 국가구분 | 단체명 | 조사일 | 조사부수 | 유효부수 | 여행사 | 조사장소 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 중국 | 河南郑东基础工程有限公司 | 2013.08.23 | 20 | 8 | 중한국제상무(주) | 인천<br>공항 |
| 2 | 중국 | 郑州银行股份有限公司 | 2013.08.24 | 20 | 17 | 多利<br>旅行社 | 청와대<br>사랑채 |
| 3 | 중국 | 唐山中大国际娱乐俱乐部有限公司 | 2013.08.25 | 21 | 12 | 내주<br>여행사 | 투비인<br>호텔 |
| 4 | 중국 | 四川现代汽车有限公司 | 2013.09.06 | 69 | 57 | 화방<br>관광 | 여의도 진진바라 |
| 5 | 중국 | 中国人民财产保险股份有限公司天津市塘沽支公司 | 2013.09.14 | 26 | 15 | 내주<br>여행사 | 잠실롯데면세점 |
| 6 | 중국 | 海康人寿保险公司 | 2013.09.172013.09.18 | 61 | 30 | 한국<br>화흥<br>여행사 | 김포공항<br>인천공항 |
| 7 | 중국 | 帆亚国际货运代理（上海）有限公司 | 2013.09.22 | 39 | 21 | 인화<br>관광 | 골드포레스트<br>레지던스 |
| 8 | 중국 | 심양진덕관업 인센티브 단체 | 2013.09.27<br>2013.09.28 | 64 | 57 | 화방<br>여행사 | 청계천,<br>남산한옥마을 |
| 9 | 일본 | makeitkids株式会社 | 2013.08.25 | 15 | 15 | 롯데<br>관광 | 워커힐<br>호텔 |
| 10 | 일본 | 井上定㈱ | 2013.09.07<br>2013.09.09 | 83 | 61 | ㈜동보여행사 | 김포공항<br>이태원 |
| 11 | 일본 | 新関西衣料サービス㈱ | 2013.09.07<br>2013.09.08 | 52 | 38 | 전국<br>관광 | 엠버서더 호텔 |
| 12 | 일본 | いんべさくらクリニック | 2013.09.08 | 29 | 29 | ㈜동보여행사 | 이태원<br>크라운 호텔 |

# 방한인센티브단체 조사대상

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 13 | 태국 | Office of the ATtorney General | 2013.08.26 | 64 | 63 | Free Style Korea | 신촌 거구장 |
| 14 | 태국 | Thai People's News | 2013.08.27 | 49 | 35 | Victory Travel (신승여행사) | 인천공항 |
| 15 | 태국 | Boehringer Ingelheim (Thai) Ltd. | 2013.08.30 | 12 | 12 | Pin Tour CO.,LTD | 인사동 엘마레따 |
| 16 | 태국 | NGSAccounting Co.,Ltd. | 2013.08.31 | 61 | 55 | Discovery Hospitality Service | 남산 올리비아 |
| 17 | 태국 | Bake Co.,Ltd | 2013.09.08 | 66 | 61 | Sun Best Tour | 동화면세점 |
| 18 | 말레이시아 | Mitsubishi Motors Malaysia Sdn Bhd | 2013.08.24 2013.08.25 | 42 | 38 | 정호 여행사 | 인사동 |
| 19 | 말레이시아 | Big Apple Donuts & Coffee | 2013.08.28 | 25 | 24 | ALAN TRAVEL SERVICE CO.LTD | 을지로~ 신촌 |
| 20 | 말레이시아 | Ernst & Young Tax Consultants SDN BHD | 2013.09.03 | 20 | 19 | HOPE TRAVEL SERVICE CO.,LTD | 김포공항 |
| 21 | 말레이시아 | Sa Architects Sdn Bhd | 2013.09.16 | 46 | 41 | 보석 관광 (주) | 명동 신세계 |
| 22 | 베트남 | FICO TAY NINH CEMENT | 2013.08.27 2013.08.29 | 62 | 41 | 아주세계여행 | 홍대, 인사동 |
| 23 | 베트남 | Dynamic Pharmacy | 2013.09.06 | 36 | 21 | Hana tour | 동화면세점 |
| 24 | 인도네시아 | Bank BTPN | 2013.09.02 | 28 | 24 | 제인 투어 | 동화면세점 |
| 25 | 인도네시아 | BRI (Bank Rakyat Indonesia) | 2013.09.05201 3.09.29 | 44 | 28 | CNE TOURS & TRAVEL | 신촌 거구장 |
| 26 | 인도네시아 | PT Era Graha Realty | 2013.09.13 | 89 | 77 | 보석관광(주) | 충정로,명동 광화문 |
| 27 | 싱가포르 | Borneo Motors (Singapore) Pte Ltd | 2013.09.28 | 38 | 36 | Four Seasons Tour & Travel Service Co Ltd | 삼청동 아이스갤러리 |