GMR

Global Market Report 14-033
2014.08.26

일본의 중국인 관광객(요우커) 유치 전략

kotra
Korea Trade-Investment Promotion Agency

CONTENT

목 차

요 약/1

Ⅰ. 일본정부의 외국인 관광객 유치정책/3

Ⅱ. 일본이 외국인 관광객 유치로 얻는 이점/6

Ⅲ. 중국인 관광객(요우커)의 일본 방문 동향 및 증가 요인/7

Ⅳ. 중국인 관광객 대상 일본의 주요 관광상품 개발 동향/10

Ⅴ. 일본의 외국인 관광객 유치 추이/11

Ⅵ. 시사점/14

※ 참고자료

요 약

□ 일본정부의 외국인 관광객 유치정책

○ 「관광입국추진각료회의」를 통해 관련부처 간 협력 강화

– 국토 교통성 차관을 좌장(座長)으로 하는 '관광입국추진작업반' 설치

○ 관광확대 실현을 위한 액션 프로그램

– 일본 국가브랜드 인지도 강화 노력

– 비자요건 완화 조치 시행

– 『2020 도쿄 올림픽』 연계 홍보

□ 일본이 외국인 관광객 유치로 얻는 이점

○ 경상수지 상승효과

– 지난 9일 일본 재무성 발표에 따르면 4월 경상수지는 전년 동월대비 76.1% 감소했으나 1,874억 엔의 흑자를 기록

– 소득수지와 함께 44년 만에 흑자로 전환한 여행수지 등 일부 서비스 수지의 흑자도 경상수지 흑자에 도움이 되었음

– 최근의 여행수지 흑자는 소득이 증가하고 있는 아시아 등 신흥국에서의 일본 방문 관광객이 안정적으로 증가했기 때문

○ 여행 산업 및 고용창출에 기여

– 방일 관광객 증가로 관광관련 산업의 고용창출 효과 상승

– GDP에서 차지하는 관광업계 비율은 3.5%로 반도체 및 가전업계를 넘어서고 있다는 민간 분석도 있음

□ 중국인 관광객(요우커)의 일본 방문 동향 및 증가 요인

○ `13년 일본에 입국한 중국인은 **1,314.5천 명으로 7.8% 감소**

– 센카쿠제도 국유화(`12.9월)로 중국인 관광객은 `12.10~`13.8월까지 평균 28% 감소되었다가 `13.9~12월 4개월 동안 일본 방문객은 증가 추세로 반전

○ 엔저 효과로 인한 경제적 요인, 민관합동 홍보 활동 및 중국 국민의 반일감정 완화 등이 중국인 관광객의 방일 증가 요인

□ 중국인 관광객 대상 일본의 주요 관광상품 개발 동향

○ 일본은 단체 여행객을 위한 쇼핑, 음식, 온천체험이 가능한 여행코스 상품과 '빠링호우'세대(80년 이후 세대) 중심의 자유여행을 선호하는 관광객을 타겟팅 한 여행상품으로 차별화해 일본에서만 가능한 서비스 상품을 개발해 중국인 관광객(요우커)를 집중 공략하고 있음.

□ 일본의 외국인 관광객 유치 추이

○ 2013년 방일 외국인 관광객은 24% 증가한 1,036만 명을 기록

○ 지역별로는 동아시아(한국, 중국, 대만, 홍콩)의 여행객 수가 대지진의 영향으로 32% 감소했던 `11년을 제외하고는, `12년 이후 20%가 넘는 증가세가 지속되는 가운데 한국의 방일 여행객은 2,456천 명으로 `07년 이후 2번째로 높은 수준

○ 2014년 1~7월에 일본을 방문한 외국인 관광객 수는 753만 명임.

- 상위 10개국은 대만(167만명,22%), 한국(153만명,20.3%), 중국(129만명,17.1%),미국(53만명,7%), 홍콩(51만명, 6.8%), 태국(37만명,5%), 호주(17만명,2.3%),말레이시아(13만명,1.8%),영국(12만명,1.6%),싱가폴(11만명,1.5%)으로 아시아 지역의 비중이 압도적으로 높았음

□ 시사점

○ 중국인을 위한 관광 인프라 개선 필요

- 정부 주도의 체계적인 중국인 관광객 유치 정책 필요

* 일본 정부의 '다국어 지원,''외국인 안내기능확충'계획보다 한 단계 업그레이된 '중국전담 여행사 관리 강화'와 같이 중국 관광객 유치에 도움을 줄 수 있는 정책 추진 필요

○ 2020년도 도쿄 올림픽 특수를 대비한 다양한 여행 상품 개발 필요

- 중국 대표팀의 전지 훈련장 장소 제공 * 한국 홍보 기회제공
- 올림픽 관련 관광 상품 개발 *(중국-한국-일본) 경로의 여행상품

Ⅰ 일본정부의 외국인 관광객 유치정책

□ 「관광입국추진각료회의」를 통해 관련부처 간 협력 강화

○ 국토 교통성 차관을 좌장으로 하는 '관광입국추진작업반'설치
- 관계 부처 간 협력이 필요한 정책 검토 및 제도 개선 추진
- 1차 회의(`13.4.10일)를 시작으로 금년 1월 6차 회의까지 개최

□ 관광확대 실현을 위한 액션 프로그램

○ 일본 **국가브랜드 인지도 강화** 노력
- Visit Japan(관광청)[1], Cool Japan(경제산업성)[2], Invest Japan(JETRO)을 하나로 묶은 'All Japan' 체제에 의한 관련 부처·기관 간 협력 강화
- 관광청, 경제산업성, 일본정부관광국(JNTO), JETRO 등 4개 기관은 '방일외국인 증가를 위한 공동행동계획' 발표(`13.6.20), 재외공관과 합동으로 각종 이벤트 개최

[재외공관 협력 관광확대 사업 추진('13)]

시장	이벤트명	개최일시	협력 재외공관	내용
태국	Visit Japan FIT여행 페어	7.18(목) ~21(일)	재태국 일본대사관	관광비자 면제조치를 계기로 개인여행자에게 특화된 여행 페어, 세미나 및 상담회를 대사관 합동 개최. 방일여행상품 판매 수 520건, 입장객 수: 약 38,000명
미국	제1회 미국 Japan Expo	8.23(금) ~25(일)	재샌프란시스코 일본영사관	Cool Japan을 시작으로 영사관, 경제산업성, JETRO 합동 Japan Expo 개최, Visit Japan 부스를 설치. 참가인원: 9,442명, 전시단체 수: 122개 단체
한국	한일교류한마당 2013 in Seoul	9.15(일)	재한 일본대사관	대사관, 국제교류기금, 자치체국제화협회과 협력, 한일교류행사에 Visit Japan 부스 설치. 일본주를 중심으로 전통주의 매력을 소개. 참가자 수: 40.000명

자료원: 일본관광청

1) 외국관광객 유치를 목표로 하는 캠페인. 2003년 시작, 14개 중심시장(한국, 대만, 중국, 홍콩, 미국, 영국, 독일, 프랑스, 호주, 태국, 싱가포르, 캐다나)을 대상으로 여행사 초청사업, 투어 공동 광고사업 등 각종 사업들을 종합적·전략적으로 전개

2) 창조산업을 새로운 기둥으로, 중소기업이나 젊은 디자이너들이 해외로 나가는 것을 촉진하고 국내 관광객 유치 및 지역 활성화를 도모하는 전략. 2020년까지 세계시장에서 8~11조 엔의 수익을 올리는 것이 목표

- '일반사단법인 방송콘텐츠 해외전개추진기구'를 활용, 방송콘텐츠의 전략적 해외 수출 추진(총무성)
- 일식, 일본문화 등의 해외홍보 강화(외무성, 농림수산성)

○ **비자요건 완화 조치** 시행

- (`13.7.1) 태국·말레이시아에 대한 비자 면제, 베트남·필리핀에 대한 복수비자화, 인도네시아 복수비자 소지자에 대한 체류기간 연장 등
- (`13.11.18) 캄보디아·라오스 복수비자화, (`14.1.15) 미얀마 복수비자화

* 비자요건 완화는 생산기지 근로자에 대한 인센티브 관광 유치 목적도 내포

- (`14.5.29) 일본에 방문하는 부유층 외국인 관광객을 대상으로 무비자 체류기간 4배 확대 방안을 검토 중

[외국인 비자 완화 조치('13-14)]

조 치 일	국 가 명	이전 시행사항	완화조치(체류기간)
2013년 7월 1일	태 국	복수비자(90일)	비자면제(15일)
	말레이시아	복수비자(90일)	비자면제 재개(90일)
	베트남	단수비자(90일)	복수비자(15일)
	필리핀	단수비자(90일)	복수비자(15일)
	인도네시아	복수비자(15일)	복수비자(30일)
10월 15일	아랍 에미리트	단수비자(90일)	복수비자(90일)
11월 18일	캄보디아	단수비자(90일)	복수비자(15일)
	라오스	단수비자(90일)	복수비자(15일)
11월 25일	파푸아뉴기니	단수비자(90일)	복수비자(15일)
2014년 1월 15일	미얀마	단수비자(90일)	복수비자(15일)

자료원: 일본관광청

○ **『2020 도쿄 올림픽』 연계 홍보**

- 도쿄뿐만 아니라, 전국각지의 관광매력·여행정보 제공 등 외국인 관점에서 활용한 일본관광 홍보 강화
- 일본 전국에서 문화예술 교류 이벤트 개최(문부과학성, 관광청)
- 2020년 영업개시를 목표로 **복합리조트법 제정** 추진 중 (※ 첨부 참조 요망)
- 외국인 관광객 유치 환경정비 (①~⑦)

  * 관광객이 안심하고 쾌적한 여행을 즐길 수 있는 환경 제공 위한 관련 사업 촉진, 일본인지도 및 관광 수요 확보 노력

① 다국어 지원 : 미술관·박물관, 자연공원, 관광지, 도로, 교통시설 등에서 외국인을 위한 다국어 안내표기를 지원하는 공통 가이드라인을 외국인 관점에서 작성, 다국어 지원책 개선·강화 도모(2013년 10월 공통가이드라인 책정에 관한 검토위원회 설치)

② Wi-Fi환경 구축 : 올림픽개최를 맞아 수많은 외국인들이 일본을 방문, 현지에서 관광정보 수집. 이에 대한 지방자치체나 민간사업자의 대응방안을 파악, 관계자들에게 폭넓은 정보를 제공하여 무료 Wi-Fi 사용 환경을 자발적으로 정비하도록 지원 (예) 긴자 Wi-Fi 스팟 정보제공

③ 이슬람교도 고려 환경 정비 : 높은 성장률을 보이는 동남아시아 국가로부터 일본방문을 촉진시키기 위한 일환으로 이슬람교도인 관광객을 배려한 식사나 예배 공간 확보 등의 서비스에 충실

④ 외국인 대상 쇼핑환경 개선 : 신용카드나 전자화폐를 이용할 수 있는 시설 확대, 해외발행 신용카드를 이용할 수 있는 ATM기 설치 추진, 정보제공 실시

⑤ 외국인 안내기능 확충 : 외국인선수나 관객들에게 질 높은 안내서비스를 제공하는 통역가이드를 늘리고 여러 봉사활동 가이드를 확보. 일본정부관광국(JNTO) 허가 관광안내소 간의 네트워크를 확대시켜 외국인의 일본 방문 전과 후 각각의 단계를 파악. 이용에 편의 제공

⑥ 숙박시설 확보 및 정보제공 : 올림픽 기간 중에는 많은 여행객들이 방문할 것으로 예상. 관계부서와 연계, 소요되는 숙박 이용량을 확보, 동시에 숙박시설 정보를 외국인 여행자가 얻을 수 있도록, 정보제공 관련 구조 검토

⑦ CIQ 적극, First lane 설치 : 항공회사, 항공국, CIQ[3]기관부서등과 협력, 적절한 운용방법에 대해 검토한 다음, First lane 설치를 실현 (2013년 10월 9일 제1회 검토회 개최)

3) 세관, 출입국 관리·검역

Ⅱ 일본이 외국인 관광객 유치로 얻는 이점

□ 경상수지 상승효과

○ 지난 9일 일본 재무성 발표에 따르면 4월 경상수지는 전년 동월대비 76.1% 감소했으나 1,874억 엔의 흑자를 기록했음

– 특히 소득수지가 2조엔 가까이 흑자를 기록하며 무역수지 적자를 상쇄함

○ 소득수지와 함께 44년 만에 흑자로 전환한 여행수지 등 일부 서비스 수지의 호전도 경상수지 흑자에 도움이 되었음

– 여행수지 흑자액은 177억 엔으로 1,160억 엔의 적자를 기록한 지난 2003년 대비 크게 개선, 올해 4월 일본방문 관광객 수는 123만 1,500명으로 전년 동월대비 30% 이상 증가했으며 2013년의 일본방문 관광객은 1,000만 명을 넘어 약 40년 전인 1970년에 비해 12배가 증가

○ 44년 전 여행수지가 흑자를 기록한 것은 오사카만국박람회 개최가 큰 요인이었던 반면, 최근의 여행수지 흑자는 소득이 증가하고 있는 아시아 등을 신흥국 에서의 일본 방문 관광객이 안정적으로 증가하기 때문

– 또한 일본의 지속적인 인구감소로 해외 출국자 수 증가가 정체되어 있는 것도 하나의 요인이며 이에 따라 향후에도 여행수지는 흑자기조가 지속될 것으로 예상됨

□ 여행 산업 및 고용 창출에 기여

○ 방일 관광객 증가로 관광관련 산업의 고용창출효과 상승

– GDP에서 차지하는 관광업계 비율은 3.5%로 반도체 및 가전업계를 넘어서고 있다는 민간 분석도 있음

– 미쯔비시UFJ모건스탠리증권 경기순환연구소가 철도와 여관, 호텔, 여행사, 유원지 등의 경제규모를 시산한 결과 2013년도 관광산업 규모는 GDP 기준 16.7조 엔에 달하는 것으로 밝혀지며, 수송용 기계 산업(16.6조엔), 전기·전자 산업(16.4조엔)보다 더 큰 것으로 조사됨

– 관광청 추산에 따르면 여행소비 등으로 발생하는 고용은 약 400만 명으로 전기·전자(160만 명), 수송용 기계(110명)보다 월등히 앞서며 일자리 창출 면에서의 존재감도 상승 중

Ⅲ 중국인 관광객(요우커)의 일본 방문 동향 및 증가 요인

□ 2013년 일본방문 중국인 관광객 동향

○ `13년 일본에 입국한 중국인은 1,314.5천 명으로 7.8% 감소

- 센카쿠제도 국유화(`12.9월)로 중국인 관광객은 `12.10~ `13.8월까지 평균 28% 감소
- 하지만, `13.9~12월 4개월 동안 일본 방문객은 증가세로 반전

< 월별 방일 중국인 여행자수 추이 >

(단위: 명, %)

구분	2012		2013		비고
	인원 수	증가율	인원 수	증가율	
1월	136,665	37.9	72,301	△47.1	
2월	81,966	△22.2	80,903	△1.3	
3월	129,302	107.0	102,265	△20.9	
4월	148,793	95.4	100,160	△32.7	
5월	112,152	91.4	81,571	△27.3	
6월	125,983	105.1	98,996	△21.4	
7월	204,270	134.9	139,905	△31.5	
8월	190,254	85.4	162,288	△14.7	
9월	121,673	8.2	156,201	28.4	'12.9.11, 일본의 센카쿠제도 국유화
10월	69,713	△34.3	121,335	74.0	
11월	51,993	△43.6	101,940	96.1	
12월	52,336	△34.3	96,700	84.8	'13.12.30 달러당 엔화 최저(105.36엔)
연간	1,425,100	36.6	1,314,565	△7.8	

자료원 : 일본정부관광국(JNTO)

□ 2014년 일본방문 중국인 관광객 동향

○ 1월 31일부터 시작되는 춘절(중국의 설날)기간 동안에 중국인 관광객 수가 대폭 회복

- 중국, 한국, 대만, 인도네시아, 말레이시아 등 아시아 각국에서는 31일이 춘절(명절)로 휴일이며, 특히 중국의 경우 2월 6일까지 장기 휴일이며 이 기간에 해외여행 대폭 증가
- 일본 비자발급 수의 약 50%를 차지하는'상해 일본총영사관'이 2013년 12월에 발급한 개인 관광비자는 약 1만 4천 건으로 전년 동월대비 3.6배가 증가하는 등 과거 최대치를 기록했으며, 단체관광과 비즈니스를 포함한 비자발급 건수도 2.9배 증가했음

○ 중국인의 경우 여행 중 쇼핑에 지출하는 금액이 매우 큰 만큼, 중국인 관광객 수의 회복세가 지속된다면 일본 국내 소비가 확대되는 효과를 기대할 수 있을 것임

[2013년 방일 외국인 1인당 쇼핑관련 지출액 통계]

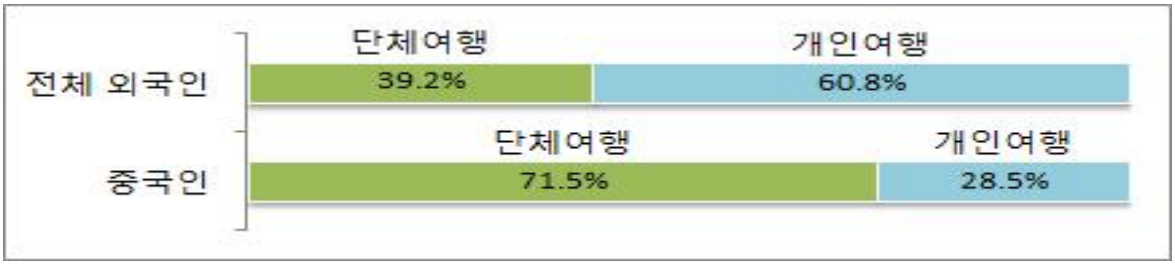
국가	지출액	비고
중 국	110,058엔	1월말 명절 연휴
싱가포르	44,270엔	1월말 명절 연휴
대 만	42,381엔	1월말 명절 연휴
말레이시아	41,756엔	1월말 명절 연휴
프 랑 스	33,059엔	-
미 국	25,482엔	-
한 국	22,678엔	1월말 명절 연휴
독 일	18,407엔	-

자료원: 일본 통계청

○ 방일 중국인 관광객 특징

- 일본에 방문하는 중국인 관광객들의 71.5%가 단체여행인 반면, 외국인 관광객 전체에서 보면, 60% 이상이 주로 개인여행
- 또한 전체 외국인 관광객의 일본 재방문 회수를 조사한 결과, 2회 이상 일본을 찾은 관광객의 비율은 56.9%에 달했으나, 중국인 관광객의 경우 29.4%에 지나지 않음. 대다수가 일본을 한 번 여행한 후 다시 찾지 않음

[중국인 관광객의 일본방문 형태]



[중국인 관광객의 일본방문 횟수]

자료원: 일본정부관광국(JNTO)

□ 중국인 관광객의 방일 증가 요인

○ **엔저 효과**로 인한 **경제적 요인**

– 엔저로 일본 내 관광비용이나 상품가격이 중국에 비해 저렴해짐

– 이외 위조품에 대한 걱정이 거의 없는 일본제품에 대한 높은 신뢰도를 바탕으로 중국인 관광객들의 '싹쓸이 쇼핑(바쿠가이: 爆買い)'을 유도

– 중국 위안화에 대해 일본 엔화가 연간 약 20% 평가 절하되었고, 중국의 경우 수입품에 대한 높은 관세 외에도 17%에 달하는 부가세도 있어, 일본을 방문하여 저렴한 의료품 및 가전제품을 구매하고자 하는 수요가 매우 높은 상황

○ 민관합동 홍보 활동 및 중국 국민의 **반일감정 완화**

– `13.9월 이후 여행사 등과 공동으로 상품 정보 및 온라인 판촉활동 강화

– 또한, 중국인들의 반일 정서가 국유화 발표 이후 다소 누그러진 측면

○ 정부의 적극적인 **관광객 유치정책**과 **중국인 대상 상품개발**

– 중국인 대상 관광비자 발행 완화 효과

– 단체관광, 개별관광별 타깃 고객과 이들의 특성을 고려한 상품개발

Ⅳ 중국인 관광객 대상 일본의 주요 관광상품 개발 동향

□ 단체관광

○ 단체관광의 타겟 연령층에 맞는 상품 개발
- 중국인 관광객 중 70%는 단체 관광객으로, 이 중 60%가 30~40대의 여성
- 여행 형태로는 부부, 가족 단위가 전체 70.5%를 차지하고 있으며, 여행지 결정시 대부분 여성이 주도(JNTO 현지 조사)

○ 쇼핑, 음식, 온천 체험이 가능한 여행코스 개발
- 단체관광객들에게 가장 관심 있는 분야는 '쇼핑'(JNTO 조사)으로, 전자제품, 각종 잡화, 과자류, 화장품류 인기가 높음
- 30~40대 여성 관광객이 일본에서 하고 싶은 일 2위는 '일식체험'으로, 일본 고급요리 이외에도 라면, 카레 등의 대중적인 일식에 대한 관심도 높음

□ 자유여행

○ **'빠링호우'세대(80년 이후 세대)** 중심의 자유여행 선호 관광객 타겟팅
- 단체여행이 아닌 개별 방일 관광객으로는 30대 여성층이 전체 중국인 여행객 중 17%를 차지하며, 그 비율이 점점 증가하는 추세
- JNTO는 이들 세대를 정보에 대한 반응이 빠르고, 구매력도 갖춰 최초 방문 이후 재방문까지 연결이 가능한 관광자원으로 분석하고 있음

○ 온천, 일식, 패션 등 **일본에서만 가능한 고품질 서비스** 중심의 상품
- 고급온천 료칸(旅館) 코스, 고급 카이세키 요리 등 '양'보다 '질'로 승부하는 여행상품이 인기
- 독특한 디자인의 일본 생활 잡화에 관심이 많은 소비층으로, 로프트(LOFT)[4], 무인양품(MUJI)[5] 등 고급잡화전문점 등에서의 쇼핑을 선호하는 관광객 층 유치 강화

4) 1996년 설립된 잡화전문체인점으로 유통그룹 Sogo & Seibu의 자회사
5) 1980년 설립된 유통체인으로 무인양품(無印良品), MUJI)은 1980년 설립된 일본의 브랜드로 의류, 가정용품, 가구, 식품 등 일상생활 전반에 걸친 상품을 기획, 개발, 제조, 유통, 판매하는 브랜드가 없는 브랜드라는 역발상으로 유명

Ⅴ 일본의 외국인 관광객 유치 추이

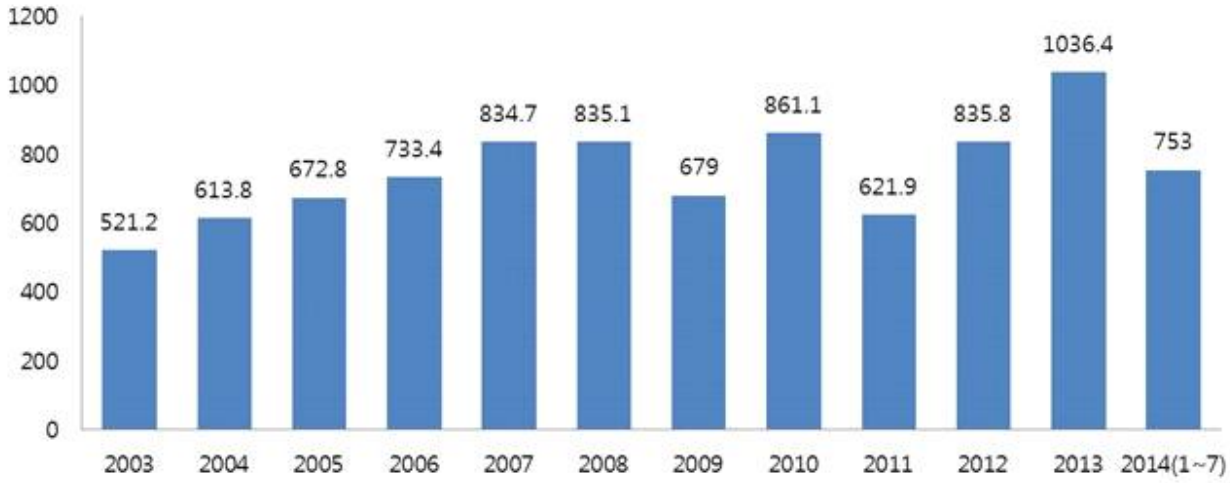
□ 2013년 방일 외국인 관광객 동향

○ 2013년 방일 외국인 관광객은 **24% 증가한 1,036만 명을 기록**

– Visit Japan 사업을 시작(`03년)한 지 10년 만에 1,000만 명 유치

* 일본정부는 당시 외국여행객을 '10년 1,000만 명 유치한다는 목표 설정('03년 5,211만 명 방일)

[방일 외국인 관광객 추이]



자료원 : 일본정부관광국(JNTO)

○ 2014년 1~7월 방일 여행객수 상위 10개국

(단위 : 천 명, %)

구분	대만	한국	중국	미국	홍콩	태국	호주	말레이시아	영국	싱가폴
숫자	1,670	1,527	1,290	529	512	373	175	132	123	110
비중	22.2	20.3	17.1	7.0	6.8	5.0	2.3	1.8	1.6	1.5

자료원 : 일본정부관광국(JNTO)

□ 지역별 방일 관광객 수 추이(2013년 기준)

○ **동아시아(한국, 중국, 대만, 홍콩)**

– **(한국)** 방일 여행객은 2,456천 명으로 `07년 이후 2번째로 높은 수준

* 대지진으로 여행객 수가 32% 감소했던 `11년을 제외하고는 `12년 이후 20%가 넘는 증가세가 지속되고 있음

[동아시아 주요국의 일본방문 관광객 추이]

(단위 : 천 명, %)

구분	2014(1~7월)		2013		2012		2011	
	여행객	증가율	여행객	증가율	여행객	증가율	여행객	증가율
한 국	1,527	△2.4	2,456	20.2	2,043	23.2	1,658	△32.0
중 국	1,290	90.8	1,315	△7.8	1,425	36.6	1,043	△26.2
대 만	1,670	31.7	2,211	50.8	1,466	47.5	994	△21.6
홍 콩	512	21.6	746	54.8	482	32.0	365	△28.3

자료원 : 일본정부관광국(JNTO)

- **(대만)** `13년 방일 관광객은 221만 명으로 사상 최대
  * 엔저와 저가항공 취항 확대로 여행 수요가 큰 폭으로 증가
- **(홍콩)** `13년 약 75만 명이 방일, 과거 최고치(2008년 550천 명)를 경신
  * TV 프로그램 등을 통한 홍보, 저가항공 취항, 엔저 등의 영향

○ **동남아 6개국(태국, 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아, 필리핀, 베트남)**

- 방일 관광객은 총 1,149천 명으로 전년대비 48.3% 증가
- 사증 관련 규제완화(`13년 7월)로 일본여행 붐이 고조되고 있으며, 저가항공 취항노선 확대와 엔저 영향까지 지속되며 관광객이 급증
- 특히 태국인 방문객은 역대 최고인 454천 명으로 주요국가 중에서 최고의 성장률(74%)을 기록했음.

[동남아 6개국의 일본방문 관광객 추이]

(단위: 천 명, %)

국가별	2014년 (1~7월)		2013년		2012년		2011년	
	여행객	증가율	여행객	증가율	여행객	증가율	여행객	증가율
태 국	373	61.0	454	74.0	261	79.8	145	△32.5
싱가포르	111	17.3	189	33.1	142	27.7	111	△38.5
말레이시아	132	62.5	177	35.6	130	59.7	82	△28.8
인도네시아	92	25.8	137	34.8	101	63.9	62	△23.2
필리핀	103	62.9	108	27.4	85	34.8	63	△18.5
베트남	71	48.8	84	53.0	55	34.4	41	△1.9
소 계	**882**	**31.6***	**1,149**	**48.3**	**775**	**53.7**	**504**	**△29.1**

자료원 : 일본정부관광국(JNTO)

*(2013년 여행객 수/12)*7개월 분 대비 증가율

○ 호주, 미국, 프랑스

[국가별 여행객 수 추이]

(단위 : 천 명, %)

구 분	2014년(1~7월)		2013년		2012년		2011년	
	여행객	증가율	여행객	증가율	여행객	증가율	여행객	증가율
미 국	529	12.0	799	11.5	717	26.7	566	△22.2
호 주	175	18.4	244	18.5	206	27.0	163	△28.0
프랑스	101	13.4	155	18.8	130	36.6	95	△36.8

자료원 : 일본정부관광국(JNTO)

- **(미국)** 799천 명이 방일하며 동일본 대지진 이전 수준 회복
  * 신규 취항편이 일부 지역에서는 항공운임이 인하된 것도 여행객 증가의 한 요인이 되었음
  * 직항노선이 취항한 각 도시 중심으로 개인 및 단체 여행객 대상의 홍보활동을 진행하는 동시에 엔저 효과가 방일 여행객 증가에 기여했음
- **(호주)** 244천 명이 방일하여 `08년 이후 최대치 기록
  * 호주 내 방송프로그램 등을 통한 스키여행 집중홍보가 주요 원인
- **(프랑스)** 155천 명이 일본을 찾아 기존 최고치(`10년 151천 명)를 경신
  * 방사능 오염에 대한 우려가 낮아지고 엔화약세도 영향

Ⅵ 시사점

□ 중국인을 위한 관광 인프라 개선 필요

○ 정부 주도의 체계적인 중국인 관광객 유치 정책 추진 필요

– 일본이 정부가 추진하고 있는 '다국어 지원', '외국인 안내기능 확충' 계획보다 한 단계 더 나아가, 6)중국전담 여행사 관리 강화와 같이 중국을 직접적으로 겨냥한 정책 필요

＊ 방한 중국인의 한국여행 항목별 평가 중 언어소통 부문이 최하점 기록 3.70/5.0

– 일본과 달리, 한국을 방문하는 중국인의 여행형태는 단체여행객보다 개별여행객의 비중이 더 높음. 때문에 자유여행을 즐기는데 언어적으로 불편함이 없도록, 유명 관광지와의 접근성을 확보한 중국어 관광 안내소 및 중국어 가이드의 확충이 필요

＊ '13년 방한 중국인의 여행형태: 개별여행(53.8%), 단체여행(42.8%), Air-tel(3.4%)

□ 2020 도쿄올림픽 특수를 대비한 다양한 여행 상품 개발

○ 중국 대표팀의 전지훈련장 장소 제공

– 중국 응원단과 스포츠 팬들에게 한국을 홍보할 수 있는 기회

– 2008년 베이징올림픽 당시, 20여 곳의 지자체가 한국이 개최국에 인접해 있다는 이점을 이용해 외국 대표팀의 전지훈련장으로 장소를 제공했던 것을 벤치마킹, 중국 선수단의 유치 추진

○ 올림픽 관련 관광 상품 개발

– (중국-한국-일본)경로의 여행 상품 개발. 한국을 일본여행의 스탑오버 여행지로 홍보

– 부유층을 타겟으로 한 상품 개발 필수. 7)2013년 크루즈를 이용해 방한한 중국인은 431,659명으로 전체 방한 중국인의 10%에 이르는 것으로 집계됨. 브랜드 쇼핑과 고품질 서비스를 즐길 수 있는 크루즈 여행 상품 등의 고가 및 고품질 상품 개발 필요

6) 문화체육관광부의 외래관광객 여행 단계별 불편해소 방안 중 하나
7) 한국관광공사 발간, 2013 방한 관광시장 분석 참고

첨부 : 일본 정부의 복합리조트법 제정 움직임 등 <끝>

첨부1 일본 정부의 복합리조트법 제정 움직임

□ 일본정부의 복합리조트법 입법 움직임

○ **(추진배경)** 2020년 도쿄 올림픽 개최를 계기로 관광 사업을 부흥시키기 위해 카지노, 국제회의시설 등이 필요하다는 의견이 대두

○ **(추진현황)** 2013년 12월 국제관광산업진흥의원연맹에서 복합리조트(Integrated Resort)법을 제출했으며 2014년에 의회 심의될 전망
– 연맹의 국회의원 수는 200명이 넘어 금년 내 입법 전망이 높은 상황임

○ 향후 추진 일정

연도	추진 사항
2014년	특정복합관광시설의 정비 추진에 관한 법안 심의
2015년	카지노 운영 등 구체적인 제도를 결정하는 IR실시법 정비
	세법, 자금업법, 민법 등 관련법률의 개정 등
2016년경	복합리조트 설치·장소의 선정
	민간운영사업자의 선정
2020년	복합리조트의 영업 개시

자료원 : 일본경제신문
주: 2014년 국회에서 IR추진법이 성립하는 경우를 가정

※ Integrated Resort(IR)이란 카지노, 국제회의장, 전시장, 레크레이션 시설, 숙박시설, 문화시설로 구성되는 복합시설로 싱가포르 등 아시아 각국에서 도입함. 현재까지 일본은 경마, 경륜 등의 공영도박은 허용하나, 형법으로 도박 및 카지노는 금지해왔음

첨부2 일본, 2020년까지 전국 3곳에 카지노 건설

□ 외국인 유치가 목적, 외국인은 카지노 입장료 무료

○ **(오사카, 오키나와 등이 유력한 후보지)** 일본 정부는 도쿄올림픽이 개최되는 2020년까지 전국 3곳에 카지노 건설안을 검토하기 시작했으며, 오사카와 오키나와가 유력한 후보지

- 외국인의 카지노 입장은 무료이며, 이는 일본 관광객 유치에 크게 기여할 것으로 예상
- 한편, 일본 자국인에게는 수천 엔 정도의 입장료를 징수해 입장을 제한하는 방안을 모색 중. '카지노 중독'이나 치안 악화 문제 등의 부정적 효과에 대한 대책 필요
- 카지노 합법화에 대해 자민당과 일본유신회 등 초당파 의원연맹이 "복합 리조트 추진 법안 (카지노 법안)"을 제출하고, 올 가을에 있을 임시국회에서 법안 체결을 목표
- 한편, '카지노 중독'대책 외에도 치안 악화, 자금 세탁 등을 위한 대처 방안을 놓고 자민당과 공명당 안에서도 유치 결정에 신중해야 한다는 일부 의견도 존재
- 이 때문에 정부는 올해 중으로 내각관방성을 비롯하여 경제상업성, 국토교통성, 경찰청 등 주요 부처를 아우르는 약 20명의 준비조직 발족
- 이 조직은 입법 후 1년의 기간을 두어, 카지노 운영규칙과 법안정비 등 중요 업무를 담당

○ **(일본정부, 2020년까지 후보지 20개 지자체 중 3곳 지정)** 바다에 인접해 있는 인공섬'유메시마'를 후보지로 내세운 **오사카시**와 국제관광의 거점을 꿈꾸는 **오키나와현** 외에도, 호화 여객선 입항의 요충지인 **요코하마시**를 유력한 후보지로 지정

- 지역경제와 치안 문제에 대한 조사를 바탕으로 후보지역을 단계적으로 늘리는 방안도 고려
- 한편, 도쿄는 올림픽을 대비해 관련시설 정비를 위한 안건이 늘어날 전망
- 그러나 마스조에 요이치 도쿄도지사는 카지노 유치에 소극적 태도를 보이고 있어, 정부가 도쿄를 카지노 건설지로 선정할 가능성은 낮음

○ **(1조 5000억엔의 경제효과기대)** 도쿄나 오사카, 오키나와에 4개의 카지노를 건설한 경우, 시장규모는 1조 5000억 엔 될 것으로 예상(골드만삭스 증권 분석)

- 부동산과 게임기계 회사는 물론, 지역 호텔부터 소매업까지 경제적 파급 효과 클 것으로 기대
- 정부는 2020년까지 일본에 방문하는 외국인 관광객 수를 13년도를 기준으로 2000만 명까지 늘리는 것을 목표함.

○ **(싱가포르 벤치마킹, 치안 도박중독 대책 추진)** 일본정부는 호텔과 컨퍼런스홀, 쇼핑센터 등을 갖춘 대형 리조트의 부지 안에 소수의 카지노를 건설한 싱가포르 사례를 일본식으로 벤치마킹

- 싱가포르에서는 외국인의 카지노 입장료는 무료이며 자국 국민에게는 100달러(약 8,200엔)의 입장료를 부과함으로써 사회적 폐해가 많았던 도박 중독을 예방하는 효과를 노림.
- 입장료 부과뿐만 아니라 상습 도박자들을 대상으로 정신과 상담을 실시해 카지노 중독 예방 (상습도박자 비율 : 일본은 10%, 해외 주요국 2%)
- 또한 카지노운영회사가 정부에 납부하는 금액의 일부를 도박 중독 대책을 위한 정책에 사용할 것을 고려
- 또 카지노 법안을 통해 한정된 지역의 민영카지노를 합법화
- 법무성은 치안 악화 문제 등에 대한 대처 방안 신중히 고려

- 테러자금대책 방안을 세우는 국제기관의 금융활동작업부회(FAFA)의 6월 발표에 따르면, 일본은 자금 세탁을 방지하는 정책이 부족. 카지노 인가를 받기 위해 국제기준에 맞는 부정자금 대처방안 필요
- 국회에서는 치안 문제 대처와 부정방지를 담당하는 주요 부서로서 내각부에 “카지노 관리위원회”수립 예정

자료원 : 일본경제신문

첨부 3 7월 일본 외국인 관광객 수 127만 명, 사상 최고

□ 금년 7월 외국인 관광객 127만 명 일본 방문, 월간 통계 사상 최고치

○ (관광객 수 증가율 사상 최고) 정부 관광청은 8월 20일, 7월에 일본을 방문한 외국인 여행자가 전년 동월 대비 26.6% 증가한 126만 9700명으로, 월간 통계 사상 최고치를 기록하였다고 발표

- 지금까지 볼 수 없었던 증가율을 보이며, 1~7월 누계 외국인 관광객 수는 약 753만 100명을 기록
- 하네다공항의 국제선 증편과 아시아지역으로부터 전세기 운항의 증가가 영향을 끼친 것으로 보임
- (중국) 대형 크루즈선 17편이 운항되는 등의 이유로, 2.01배인 28만 1200명으로 대폭 증가함. 특히, 물건 구매에 대한 지출이 많은 편인 대만인들은 18개월 연속으로 월간 방문객 수 최고 기록을 경신해, 17.1% 증가인 27만 9300명을 기록
- (한국) 여객선 침몰 사고 이후 주춤했던 여행 수요가 점차 늘어나면서, 6개월 만에 플러스 수치로 전환해, 전월 대비 2.7% 증가한 25만 600명이 일본 방문

자료원 : 일본경제신문

작성자

◈ 도쿄무역관 박은희 과장
◈ 선진시장팀 김광수 차장

Global Market Report 14-033

일본의 중국인 관광객(요우커) 유치 전략

발 행 인 | 오 영 호
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2014년 8월
주 소 | 서울시 서초구 헌릉로 13
(우 137-749)
전 화 | 02) 1600-7119(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr
www.globalwindow.org

Copyright ⓒ 2014 by KOTRA. All rights reserved.
이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.
저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.

새로운 50년, 대한민국의 미래를 열어가는

글로벌 비즈니스 플랫폼