

2023년도

외국인 관광객 선호 K-상품군 파악조사

요약자료

2023. 4

(주)한국개발조사연구소

1. 외국인 관광객이 선호하는 상품군

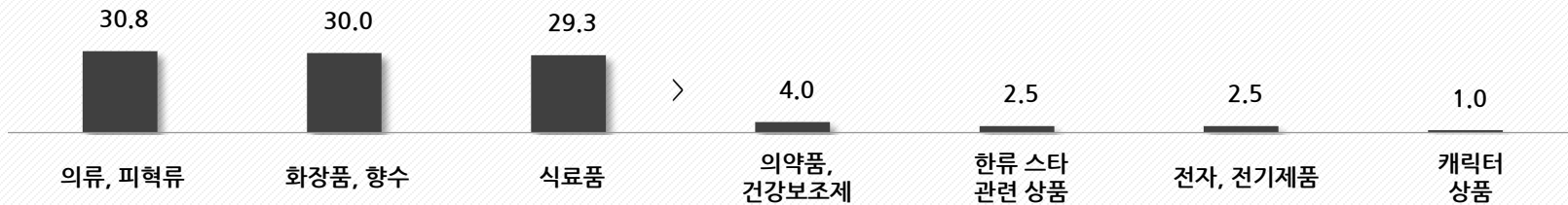
외국인 관광객이 선호하는 상품군은 '의류 및 피혁류(30.8%)', '화장품 및 향수(30.0%)', '식료품(29.3%)' 등으로 나타남.

권역별로는 아시아 관광객이 '화장품 및 향수(38.5%)' 미주와 유럽 관광객은 '의류 및 피혁류(각 39.6%)'를 주로 구매한 것으로 나타남.

국가별로는 중국 관광객이 '화장품 및 향수(75.8%)', 일본 관광객이 '식료품(41.9%)', 미국 관광객이 '의류 및 피혁류(43.4%)'를 주로 구매함.

전체 (N=400, %)

Q. 지출이 가장 많았던 쇼핑 품목은 무엇입니까? (단수응답)



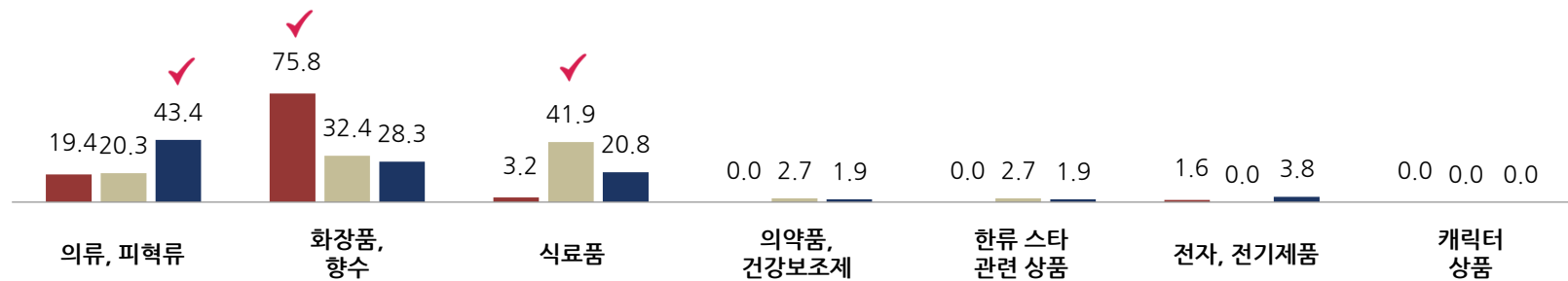
권역 별 (n=각 권역 별, %)

- 아시아(n=208)
- 미주(n=96)
- 유럽(n=96)



주요 국가 별 (n=각 국가 별, %)

- 중국(n=62)
- 일본(n=74)
- 미국(n=53)



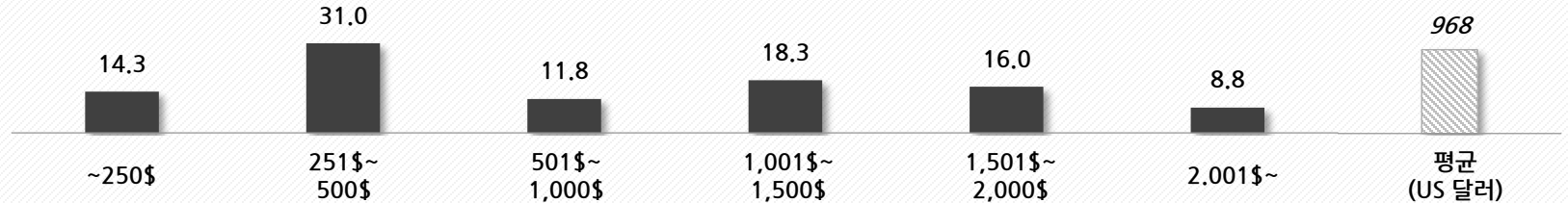
2. 외국인 관광객 쇼핑 지출규모

쇼핑 지출규모는 평균 968 달러로 나타났으며, 권역별로는 아시아가 1,038달러로 미주(913달러)와 유럽(870달러) 보다 많이 지출함.
 한편, 국가별로는 중국인 관광객의 지출비용이 1,546달러로 나타나 전체 관광객 평균(968달러) 뿐 아니라, 미국인 관광객(844달러) 및 일본인 관광객(796달러)의 평균 쇼핑 지출비용을 상회함.

전체

(N=400, % /US\$)

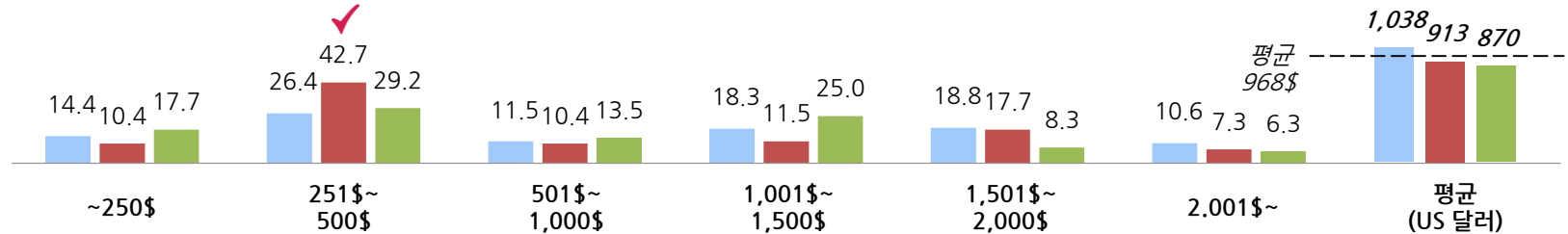
Q. 한국에서 쇼핑을 위해 지출한 총 비용은 얼마 정도 인니까? (단수응답)



권역 별

(n=각 권역 별, % /US\$)

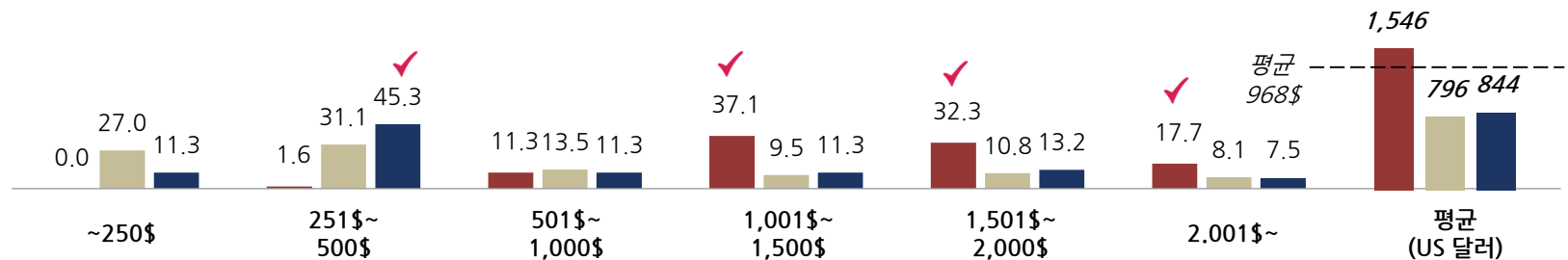
- 아시아(n=208)
- 미주(n=96)
- 유럽(n=96)



주요 국가 별

(n=각 국가 별, % /US\$)

- 중국(n=62)
- 일본(n=74)
- 미국(n=53)



3. 외국인 관광객의 상품 선택 기준

쇼핑 시 상품 선택 기준 1순위는 “품질(28.5%)”인 것으로 나타났으며, 다음은 ‘브랜드’와 ‘한국적 상품(각 18.3%)’이었음.

권역별로는 미주와 유럽이 ‘품질(각 37.5%)’, 아시아는 ‘가격(21.6%)’과 ‘한국적상품(20.2%)’을 중요 요소로 고려함.

국가별로는 중국인 관광객이 ‘브랜드(35.5%)’, 일본인 관광객이 ‘한국적 상품(33.8%)’, 미국인 관광객이 ‘품질(39.6%)’을 꼽아 차이 보임.

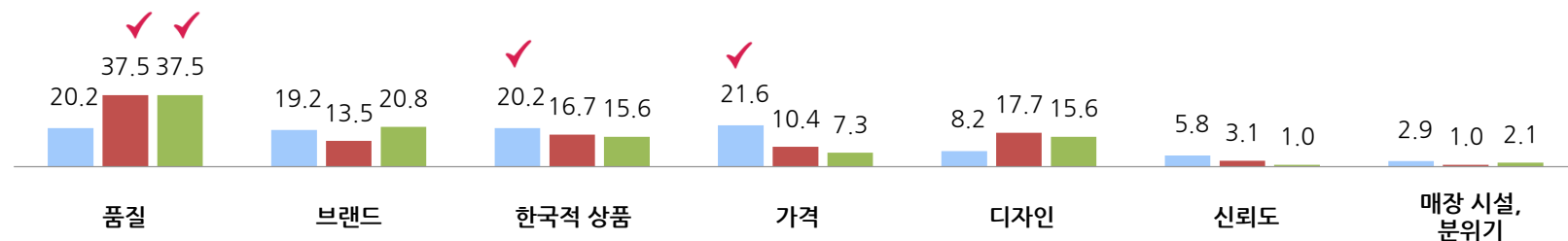
전체 (N=400, %)

Q. 한국에서 상품을 구매할 때, 무엇이 가장 크게 영향을 미쳤나요? (단수응답)



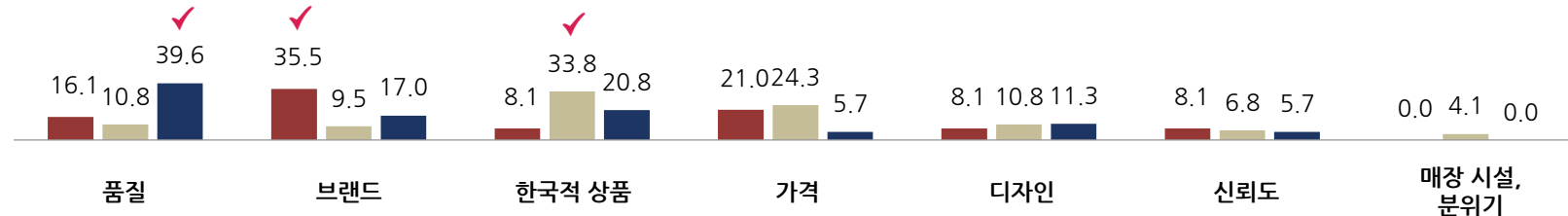
권역 별 (n=각 권역 별, %)

- 아시아(n=208)
- 미주(n=96)
- 유럽(n=96)



주요 국가 별 (n=각 국가 별, %)

- 중국(n=62)
- 일본(n=74)
- 미국(n=53)



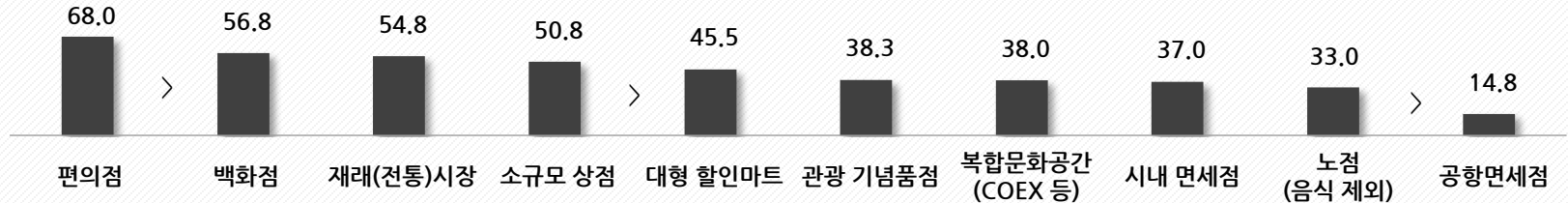
4. 외국인 관광객이 찾은 쇼핑명소

쇼핑 목적으로 방문한 장소는 '편의점(68.0%)' > '백화점(56.8%)', '재래시장(54.8%)' > '소규모 상점(50.8%)' 순으로 높게 나타남.
 국가별로는 중국인 관광객은 '백화점(87.1%)', '시내면세점(85.5%)', '복합문화공간(72.6%)', 일본인 관광객은 '편의점(86.5%)',
 미국인 관광객은 '편의점·백화점(각 62.3%)', '재래(전통)시장(58.5%)'을 쇼핑 목적으로 방문한 비율이 높았음.

전체

(N=400, 복수응답, %)

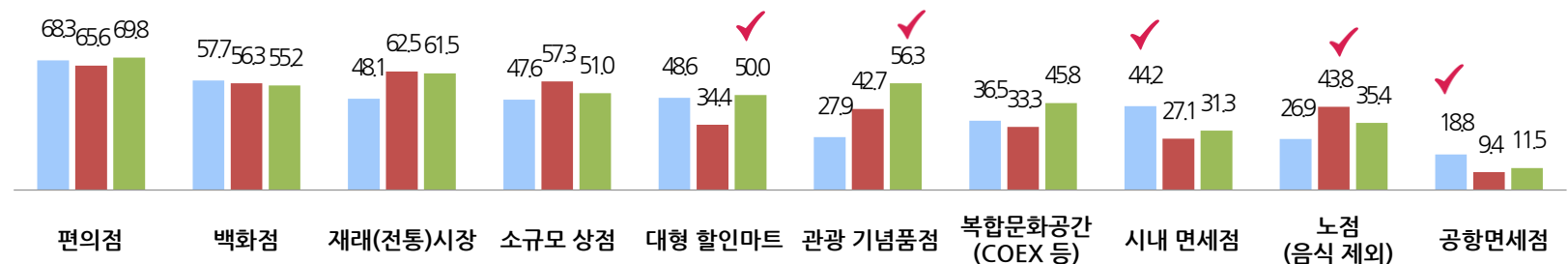
Q. 한국 여행 중, 쇼핑(선물, 생활(필수)품 등의 물품 구입 포함)을 위해 방문한 곳을 모두 선택해 주십시오 (복수응답)



권역 별

(n=각 권역 별, 복수응답, %)

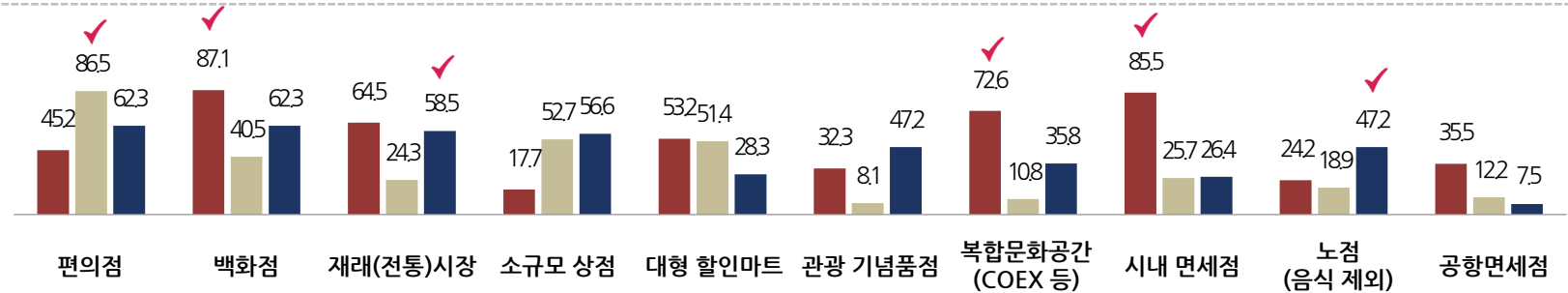
- 아시아(n=208)
- 미주(n=96)
- 유럽(n=96)



주요 국가 별

(n=각 국가 별, 복수응답, %)

- 중국(n=62)
- 일본(n=74)
- 미국(n=53)



5. 온라인 K-상품 구매경험 및 종류

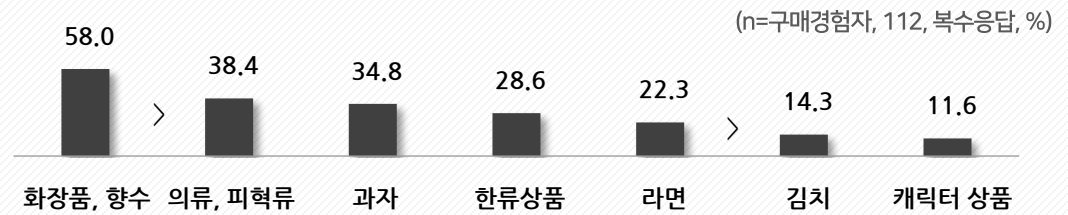
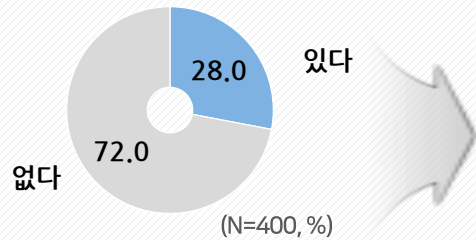
한국을 방문하기 전에 자국에서 온라인으로 K-상품을 구입해 본 적 '있다'고 응답한 비율은 28.0%로 나타나 10명 중 3명 꼴임.

구매해 본 상품 종류는 '화장품 및 향수(58.0%)' > '의류 및 피혁류(38.4%)' > '과자(34.8%)' > '한류상품(28.6%)' 순이었음.

(각 권역 별, 주요 국가 별 구매 품목 Data의 경우 사례 수 적으므로 해석 시 주의를 요함)

전체

Q. 자국에 있을 때, K-상품을 온라인으로 구매해본 경험이 있으신가요? (단수응답) / 어떤 상품을 구매하셨나요? 모두 선택해주시시오 (복수응답)



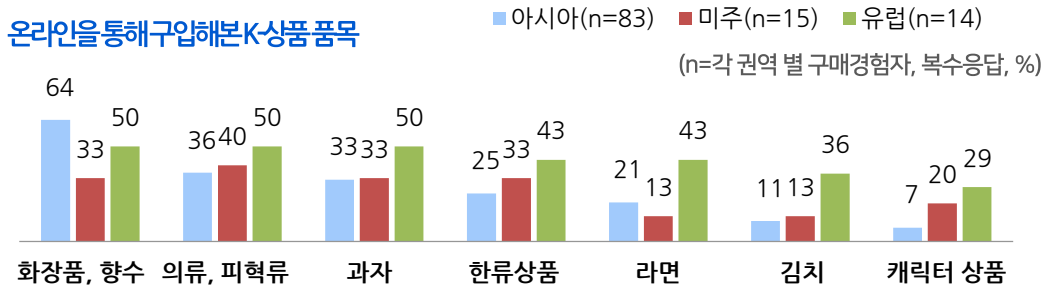
권역 별

K-상품 온라인 구매 경험

아시아	(208)	39.9
미주	(96)	15.6
유럽	(96)	14.6

(n=각 권역 별, %)

온라인을 통해 구입해본 K-상품 품목



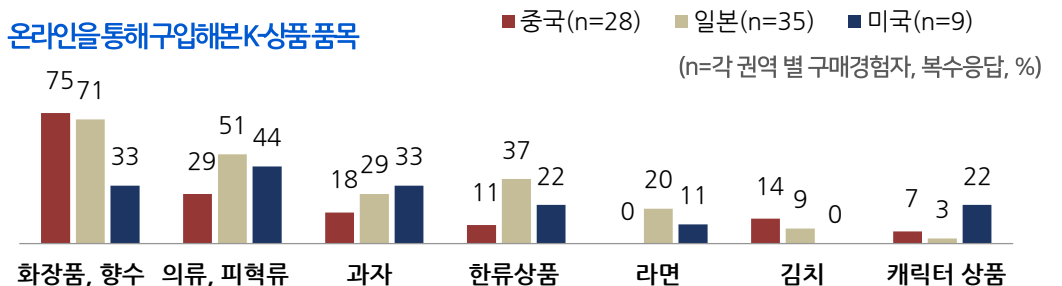
주요 국가 별

K-상품 온라인 구매 경험

중국	(62)	45.2
일본	(74)	47.3
미국	(53)	17.0

(n=각 권역 별, %)

온라인을 통해 구입해본 K-상품 품목



6. 한국 관광 시 쇼핑 관련 전반적 만족도 및 추천의향

한국 관광 시 쇼핑 경험에 대한 전반적 만족도는 긍정(4+5점) 평가 기준, 89.8%로 나타나 우수한 수준임.

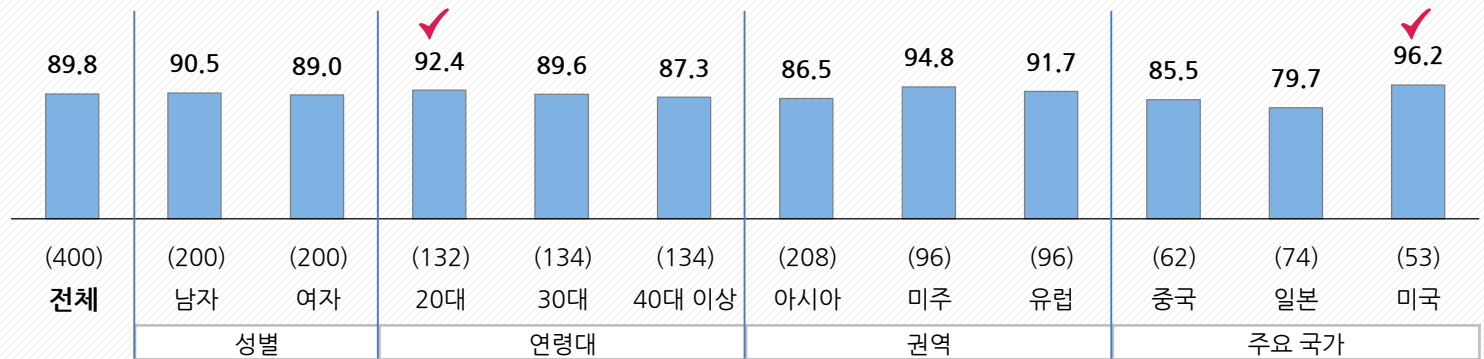
연령별로는 20대가 92.4%로 40대 이상(87.3%) 보다 높은 만족도를 보임.

쇼핑 목적 여행으로 한국을 추천하겠다는 의견 또한 20대가 93.2%로 나타나 40대 이상(78.4%) 보다 높았음.

쇼핑 전반적 만족도

(n=각 사례수 별, 긍정(4+5점) %)

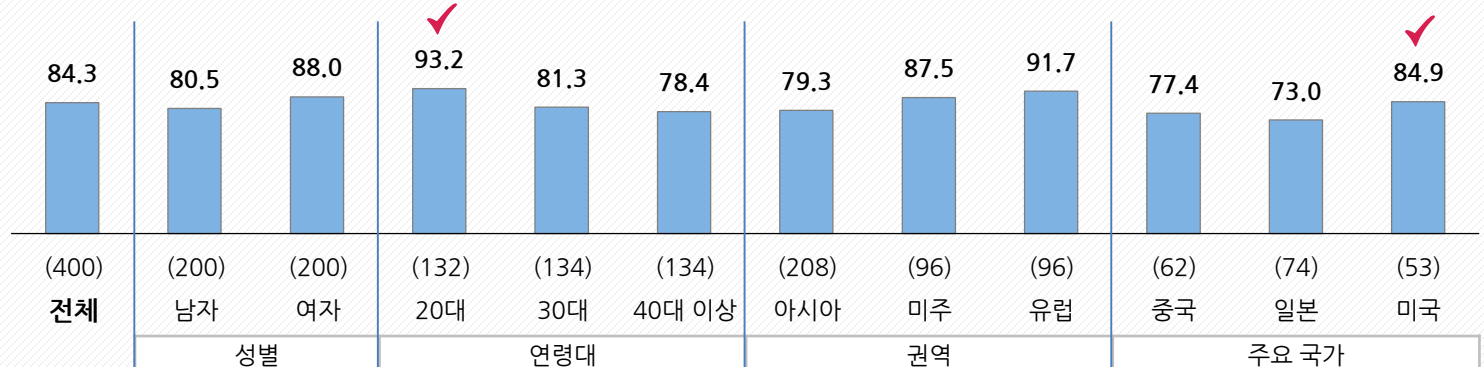
Q. 쇼핑만 봤을 때, 한국에서의 쇼핑 만족도는 전반적으로 어떻습니까? (5점 척도)



한국 추천의향

(n=각 사례수 별, 긍정(4+5점) %)

Q. 쇼핑 목적으로 여행을 하려고 하는 다른 분들에게 한국을 추천하시겠습니까? (5점 척도)



7. 한국 관광 및 쇼핑 관련 개선사항

한국 관광 및 쇼핑 관련 개선사항으로 응답자의 절반에 해당하는 50.0%가 “언어 소통 불편”을 꼽음.

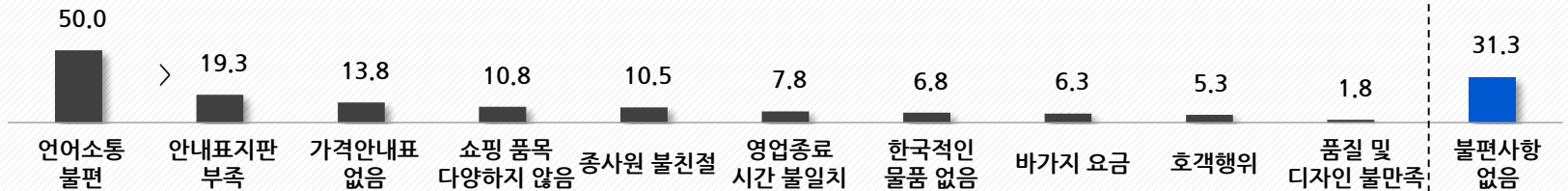
특히, 중국인 관광객의 83.9%가 해당 요소를 개선사항으로 꼽아 일본인(45.9%) 및 미국인(50.9%) 관광객 보다 많은 불편을 호소함.

한편, 불편사항 “없다”는 의견은 31.3%로 나타나 약 10명 중 3명은 현재 한국 관광 및 쇼핑 환경에 크게 불만족하지 않는 것으로 나타남.

전체

(N=400, 복수응답, %)

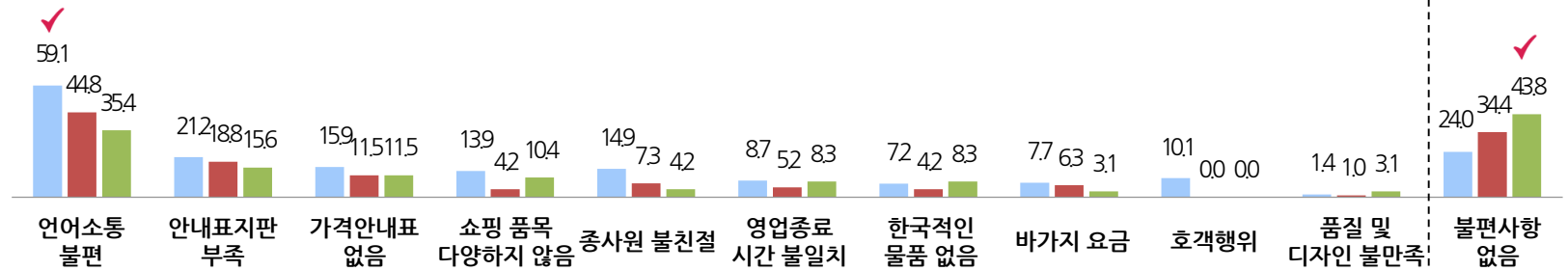
Q. 한국 여행 중, 쇼핑을 하면서 불편했던 점을 모두 선택해 주십시오 (복수응답)



권역 별

(n=각 권역 별, 복수응답, %)

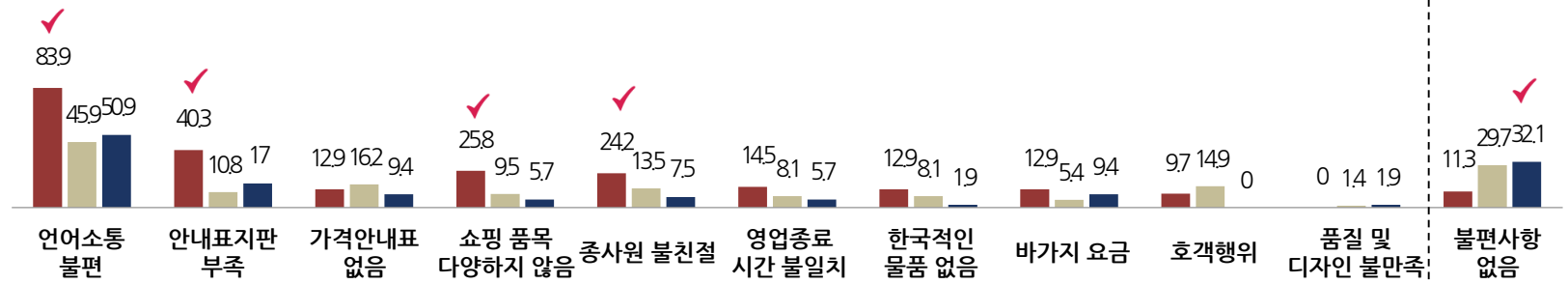
- 아시아(n=208)
- 미주(n=96)
- 유럽(n=96)



주요 국가 별

(n=각 국가 별, 복수응답, %)

- 중국(n=62)
- 일본(n=74)
- 미국(n=53)



본 조사의 설계는 다음과 같음

조사 대상	<ul style="list-style-type: none"> 한국을 방문한 외국인 관광객 																																														
조사 방법	<ul style="list-style-type: none"> TAPI(Tablet PC Aided Personal Interview) : 태블릿을 활용한 개별 면접 조사 																																														
샘플 수/표본오차	<ul style="list-style-type: none"> 400명 / 95% 신뢰수준에서 $\pm 4.9\%p$ 																																														
표본 설계/방법	<ul style="list-style-type: none"> 목적에 따른 표본할당 추출(Quota Sampling) <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">구분</th> <th colspan="3">남성</th> <th colspan="3">여성</th> <th rowspan="2">계</th> </tr> <tr> <th>20대</th> <th>30대</th> <th>40대 이상</th> <th>20대</th> <th>30대</th> <th>40대 이상</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>아시아</td> <td>34</td> <td>35</td> <td>35</td> <td>34</td> <td>35</td> <td>35</td> <td>208</td> </tr> <tr> <td>유럽</td> <td>16</td> <td>16</td> <td>16</td> <td>16</td> <td>16</td> <td>16</td> <td>96</td> </tr> <tr> <td>미주</td> <td>16</td> <td>16</td> <td>16</td> <td>16</td> <td>16</td> <td>16</td> <td>96</td> </tr> <tr> <td>계</td> <td>66</td> <td>67</td> <td>67</td> <td>66</td> <td>67</td> <td>67</td> <td>400</td> </tr> </tbody> </table>	구분	남성			여성			계	20대	30대	40대 이상	20대	30대	40대 이상	아시아	34	35	35	34	35	35	208	유럽	16	16	16	16	16	16	96	미주	16	16	16	16	16	16	96	계	66	67	67	66	67	67	400
구분	남성			여성			계																																								
	20대	30대	40대 이상	20대	30대	40대 이상																																									
아시아	34	35	35	34	35	35	208																																								
유럽	16	16	16	16	16	16	96																																								
미주	16	16	16	16	16	16	96																																								
계	66	67	67	66	67	67	400																																								
조사 지역	<ul style="list-style-type: none"> 서울(서울역, 홍대, 공덕역, 김포공항역, 명동 등) 																																														
조사 일시	<ul style="list-style-type: none"> 2023년 3월 14일 ~ 2023년 4월 9일 																																														
주관 기관	<ul style="list-style-type: none"> 대한상공회의소 																																														
조사 기관	<ul style="list-style-type: none"> 한국갤럽조사연구소 																																														