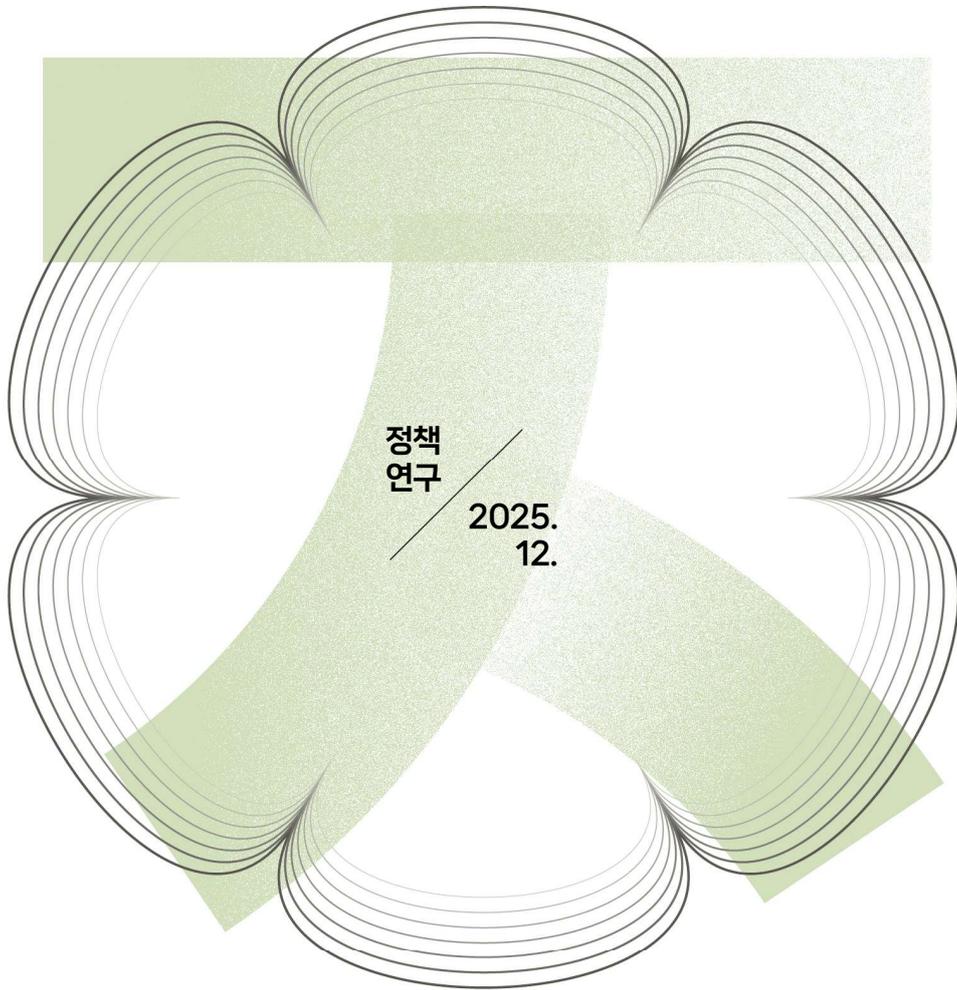


● ● ● 정책연구 2025-05

# 김해시 외국인 관광객 유치 다변화 방안 연구

최나라·김희철

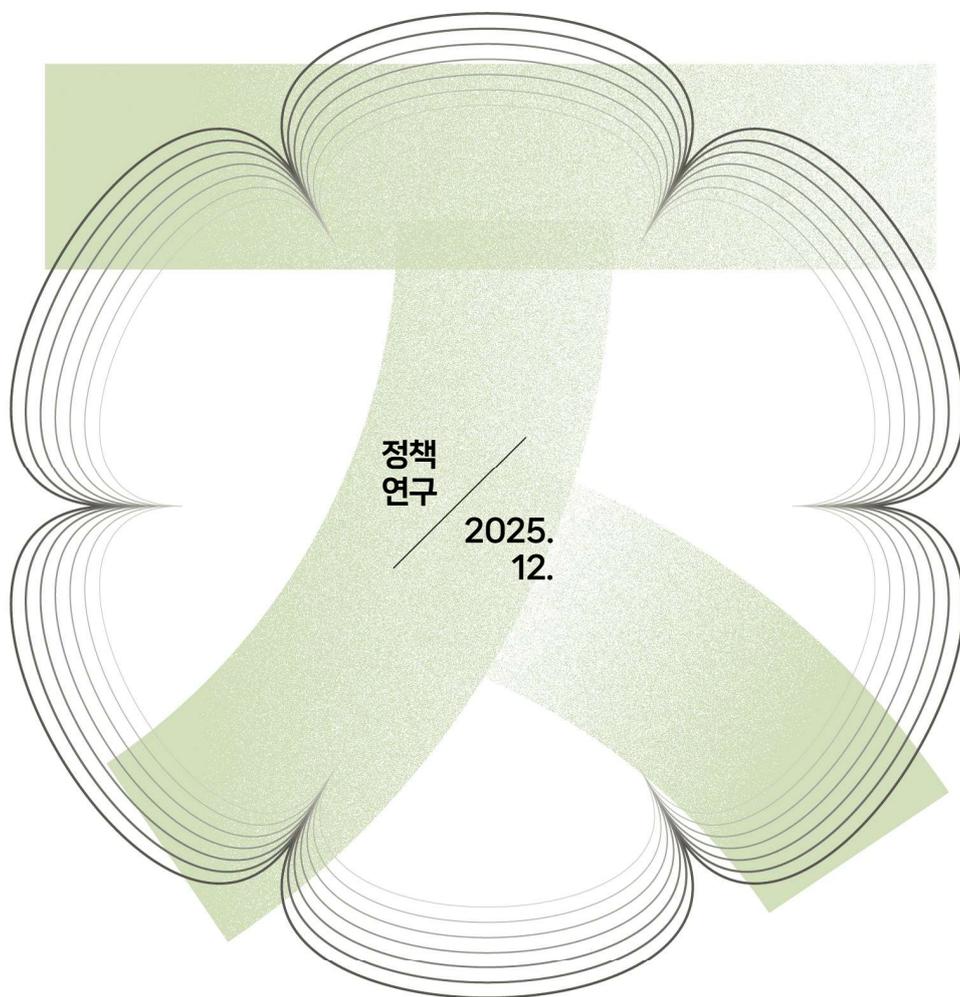




# 김해시 외국인 관광객 유치 다변화 방안 연구

---

최나라·김희철





## 연구진 profile

---

- |     |   |
|-----|---|
| 최나리 | <ul style="list-style-type: none"><li>• 연구책임</li><li>• 문화관광복지연구부 선임연구위원</li></ul> |
|-----|---|
- 

- |     |   |
|-----|---|
| 김희철 | <ul style="list-style-type: none"><li>• 공동연구</li><li>• 더은제주투어 대표(前 모두투어네트워크 상무이사)</li></ul> |
|-----|---|
-



## | 요약 및 정책함의 |

### ■ 연구배경 및 필요성

- 팬데믹 이후 글로벌 관광시장은 빠르게 회복되고 있으며, 각국은 외래관광객 유치에 국가 성장전략의 핵심 수단으로 삼아 경쟁을 강화하고 있음
- 한국 역시 제6차 관광진흥기본계획과 관광혁신 전략을 통해 방한 관광 회복과 시장 다변화를 추진 중임
- 그러나 방한 외국인 관광객의 수도권 집중 구조가 지속되면서 지역 간 관광 불균형이 심화되고 있으며, 이에 따라 관광정책은 체류·소비·지역 기여를 중시하는 방향으로 전환되고 있음
- 김해시는 국제공항 인접성과 역사문화 자산을 보유하고 있음에도 외국인 관광이 경유·당일형에 머물러 있어, 목적지 경쟁력 강화를 위한 외국인 관광객 유치 다변화 전략 수립이 요구됨

### ■ 연구범위 및 방법

- 공간적 범위는 김해시 전역 및 연계관광권역(김해국제공항, 부산광역시, 창원시 등 동남권 관광 연계권역)으로 분석함
- 시간적 범위
  - 2020년~2024년: 팬데믹 이후 인바운드 회복 동향 및 정책 변화 분석
  - 2025년~2030년: 중장기 추진 전략기간
- 내용적 범위는 관광시장 및 정책환경 분석, 김해시 외국인 관광객 방문 현황 및 수용여건 진단, 국내외 사례 조사 및 비교 분석, 정책방향 및 실행과제 제시 등
- 연구방법은 문헌분석, 통계자료 분석, 사례비교, 전문가 자문을 병행하는 혼합형 연구방법을 적용함

### ■ 김해시 외국인 관광객 유치 다변화 방안

- 공항 연계 초광역 관문도시(Gateway) 생태계 구축
- 로열 가야(Royal Gaya) 브랜드 고도화 및 세계화
- 체류 유도형 로컬 특화 콘텐츠 강화
- 데이터 기반 타깃 맞춤형 초개인화 글로벌 마케팅
- 스마트·유니버설 기반 관광 수용태세 고도화

| 요약 및 정책함의 |

<b>비전</b>	<b>김해형 글로벌 게이트웨이</b>		
<b>목표</b>	<b>독자적 매력 기반 국제관광 거점도시</b>		
<b>5대 전략 및 세부 추진 과제</b>	<b>인프라</b>	공항 연계 초광역 관문도시(Gateway) 생태계 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 초광역 관광권 기반 콘텐츠 및 관광상품 개발</li> <li>• 부산항·KTX 등 광역 교통거점과의 연계 강화</li> <li>• 기덕도신공항개항대비김해국제공항기능전력화</li> </ul>
	<b>브랜드</b>	로열 가야(Royal Gaya) 브랜드 고도화 및 세계화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 역사문화자원의 고급 특수목적관광 상품 개발</li> <li>• 글로벌 헤리티지 관광상품 개발</li> <li>• 허왕후스토리텔링 기반 'Love &amp; Origin' 마케팅</li> </ul>
	<b>콘텐츠</b>	체류 유도형 로컬 특화 콘텐츠 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 로컬 정체성 기반 체험형 콘텐츠 고도화</li> <li>• 숙박·체류 인프라 연계형 관광 활성화</li> <li>• 김해형 야간관광 콘텐츠 강화</li> <li>• 글로벌 푸드타운 기반 로컬 미식 콘텐츠 고도화</li> <li>• 파크골프 중심 스포츠레저체류형관광 콘텐츠 확대</li> </ul>
	<b>마케팅</b>	데이터 기반 타겟 맞춤형 초개인화 글로벌 마케팅	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 데이터 기반 전략시장 타기팅 및 수용 맞춤 분석</li> <li>• 다국어 기반 검색 최적화 및 OTA 목적지 페이지 고도화</li> <li>• 현지화 기반 디지털 홍보 및 정서 친화형 콘텐츠 운영</li> <li>• 빅데이터 기반 초개인화 마케팅 체계 구축</li> </ul>
	<b>수용 태세</b>	스마트·유니버설 기반 관광 수용태세 고도화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 스마트 기반 정보·안내체계 혁신</li> <li>• 유니버설·안전 기반 관광환경 조성</li> <li>• 글로벌 현대·서비스 품질 고도화</li> <li>• 디지털 결제·모빌리티 혁신</li> </ul>

**▣ 정책적 제언**

- 김해시 외국인 관광정책은 단순 방문객 수 확대 중심에서 벗어나, 체류와 소비를 유도하는 체류형 관광 구조로의 전환이 요구됨
- 이를 위해 김해국제공항과 부산항에 인접한 관문형 입지를 적극 활용하여, 공항·항만 이용 외국인을 지역 체류로 연결하는 연계 관광 전략을 강화할 필요가 있음
- 아울러 관광특구 등 제도적 수단을 활용해 외국인 관광객을 집약적으로 수용·관리할 수 있는 전략적 거점을 조성해야 함
- 크루즈 관광, 환승·경유형 관광, 무슬림 관광 등 성장 잠재력이 높은 시장을 중심으로 선택과 집중 전략을 추진하고, 부산·경주·창원 등 인접 도시와의 광역 협력을 통해 동남권 국제관광권 내 김해시의 역할을 강화할 필요가 있음

<b>I</b>	<b>서론</b> .....	<b>1</b>
	1. 연구 배경 및 필요성 .....	1
	2. 연구 범위 및 방법 .....	4
<b>II</b>	<b>외국인 관광객 유치 환경 분석</b> .....	<b>6</b>
	1. 국제관광 환경 및 글로벌 트렌드 분석 .....	6
	2. 국내 인바운드 시장 동향 및 정책 변화 .....	13
	3. 디지털·OTA 마케팅 환경 변화 .....	22
	4. 주요 국가 및 국내 지자체 외국인 관광객 유치 사례 분석 .....	28
<b>III</b>	<b>김해시 외국인 관광객 방문 현황 및 수용 여건 분석</b> .....	<b>32</b>
	1. 김해시 외국인 관광객 방문 현황 및 특성 분석 .....	32
	2. 관광인프라 및 수용태세 분석 .....	42
	3. 시사점 .....	53
<b>IV</b>	<b>김해시 외국인 관광객 유치 다변화 방안</b> .....	<b>55</b>
	1. 기본 방향 및 비전 .....	55
	2. 전략 1: 공항 연계 초광역 관문도시(Gateway) 생태계 구축 .....	57
	3. 전략 2: 로열 가야(Royal Gaya) 브랜드 고도화 및 세계화 .....	60
	4. 전략 3: 체류 유도형 로컬 특화 콘텐츠 강화 .....	63
	5. 전략 4: 데이터 기반 타겟 맞춤형 초개인화 글로벌 마케팅 .....	68
	6. 전략 5: 스마트·유니버설 기반 관광 수용태세 고도화 .....	72
<b>V</b>	<b>결론</b> .....	<b>77</b>
	1. 연구결과 요약 .....	77
	2. 정책적 제언 .....	79
	<b>참고문헌</b> .....	<b>83</b>



# I 서론

## 1 | 연구 배경 및 필요성

### 1) 연구 배경

- 국제관광시장은 팬데믹 이후 단순한 회복 국면을 넘어 구조적 전환 단계에 진입하고 있음
  - UN Tourism(2024)<sup>1)</sup>에 따르면, 2024년 전 세계 국제관광객 수는 약 14억 명으로 팬데믹 이전인 2019년 대비 약 99% 수준까지 회복되었으며, 글로벌 관광시장은 본격적인 정상화 국면에 진입한 것으로 평가됨
  - 이에 따라 각국은 외국인 관광객 유치에 단기적 회복 수단이 아닌 국가 경쟁력 강화와 지역경제 활성화를 위한 핵심 전략으로 인식하고, 국가 간 관광 유치 경쟁을 강화하고 있음
- 글로벌 관광정책은 양적 확대에서 질적 성장과 지역 분산 중심으로 전환되고 있음
  - 최근 관광정책의 흐름은 대량관광(Mass Tourism)에서 지속가능 관광(Sustainable Tourism)으로의 전환으로 요약되며, 지역관광의 재구조화와 분산형 인바운드 전략이 주요 정책 방향으로 제시되고 있음<sup>2)</sup>
  - 일본은 비수도권 체류형 관광지 육성 정책을, 대만은 문화·축제 기반 체험형 관광 확대를 통해 외국인 관광객의 체류와 소비를 유도하는 등 주요 국가들은 시장 다변화와 지역 중심 관광 전략을 적극 추진하고 있음<sup>3)</sup>
- 국내 인바운드 정책 역시 지역 분산과 질적 성장을 핵심 기조로 전환 중임
  - 문화체육관광부는 「제6차 관광진흥기본계획(2023~2027)」을 통해 'K-컬처와 함께하는 관광 매력 국가'를 비전으로 설정하고, 시장 다변화, 관광과 K-컬처 융합, 입·출국 전 과정의 관광수용태세 개선을 주요 전략으로 제시함<sup>4)</sup>

1) UN Tourism(2024), World Tourism Barometer, Vol.22, Issue 2. Madrid: UN Tourism

2) 한국문화관광연구원(2024), 지방시대, 방한 외래관광객 지방관광 활성화 방안

3) 한국문화관광연구원(2023), 국제관광 재개 국면의 주요국 외래객 유치 정책 분석

4) 문화체육관광부(2023), 제6차 관광진흥기본계획 2023~2027

- 현 정부 또한 ‘입국 3천만 명 시대’를 목표로 관광혁신 3대 전략을 추진하며, 제2·제3의 인바운드 관광권 조성고 고부가가치 관광 육성을 강조하고 있음
- 그러나 외국인 관광객의 수도권 집중 구조는 여전히 지속되고 있음
  - 2024년 기준 외국인 관광객의 78.4%가 서울을 방문하고 있으며, 수도권 방문 비율은 82.7%에 달하는 반면, 부산·제주를 제외한 다수 지방도시는 외국인 관광객 점유율이 10% 미만에 머무르고 있음
  - 이로 인해 수도권은 관광 혼잡과 수용 한계 문제가 심화되는 반면, 지방도시는 외국인 관광객 유치와 체류 확대에 구조적 어려움을 겪고 있음
- 김해시는 동남권 국제관광 거점으로 성장할 잠재력을 보유하고 있음
  - 김해시는 김해국제공항과 인접한 접근성, 가야문화권의 중심지라는 역사·문화적 위상, 생태·산업 인프라가 결합된 복합형 관광도시로서의 잠재력을 갖추고 있음
  - 세계유산 가야고분군, 분청도자기, 가야문화 콘텐츠, 화포천 습지 등 국제관광 경쟁력을 갖춘 자산을 보유하고 있음에도 불구하고, 외국인 관광객의 방문 규모와 체류·소비 수준은 아직 제한적인 상황에 머물러 있음
- 이에 김해시는 글로벌 인바운드 시장의 구조 변화에 대응한 전략적 전환이 요구됨
  - 단순한 방문객 유입 확대를 넘어, 외국인 관광객의 체류와 소비로 이어지는 구조적 전환 전략 마련이 필요함
  - 본 연구는 이러한 문제의식을 바탕으로 김해시 외국인 관광객의 방문 구조와 관광수용 여건을 종합적으로 진단하고, 글로벌 관광 환경 변화에 부합하는 김해형 외국인 관광객 유치 다변화 전략을 제시하고자 함

## 2) 연구 필요성

- 김해시는 외국인 관광객 유치 여건과 실제 성과 간 구조적 괴리가 존재함
  - 국제공항 접근성과 풍부한 역사·문화·생태 자원을 보유하고 있음에도, 외국인 관광객 다수는 부산·경주 등 인접 도시를 중심으로 한 당일 또는 경유형 방문에 머물고 있음
  - 이는 관광자원이 개별적으로 존재할 뿐, 외국인 관광객 관점에서 통합적

으로 인식·소비될 수 있는 전략과 브랜드 체계가 충분히 구축되지 못했기  
때문으로 해석됨

- 외국인 관광객의 여행 방식 변화에 대응한 정책 전환이 필요함
  - 글로벌 관광시장은 OTA, SNS, 모바일 기반 정보 탐색, 한류 콘텐츠 연계 소비 등 디지털 중심으로 빠르게 재편되고 있음
  - 그러나 김해시의 외국인 관광객 유치 정책은 전통적 홍보 및 이벤트 중심에 머물러 있어, 변화하는 관광 유통·소비 환경과의 괴리가 나타나고 있음
- 이에 따라 구조적·전략적 차원의 외국인 관광 정책 재설계가 요구됨
  - 단편적인 관광상품 개발이나 단기적 마케팅을 넘어, 외국인 관광객의 방문 목적, 이동 경로, 체류 행태, 소비 구조를 종합적으로 고려한 전략 수립이 필요함
- 본 연구는 다음 세 가지 측면에서 접근함
  - 첫째, 국제 및 방한 관광시장 동향과 주요 도시 사례 분석을 통해 김해시에 적합한 목표시장과 핵심 타깃을 재정의함
  - 둘째, 김해시의 문화유산, 도심 관광, 생태환경, 스포츠·웰니스 등 다기능 관광자원을 통합적으로 진단하여 외국인 관광 수요에 부합하는 전략적 활용 방향을 도출함
  - 셋째, 관광상품·체험 프로그램 개발, 유통채널 다각화, 온·오프라인 마케팅, 관광수용태세 개선을 포함한 실행 전략을 제시하여 체류시간 연장과 소비 확대를 유도함
- 아울러 민·관·산·학 협력 기반의 인바운드 거버넌스 모델을 제시함
  - 김해문화관광재단을 중심으로 공공·민간·관광기업·유관기관 간 협력체계를 구축하여 정책과 사업의 실행력을 제고하고자 함
- 궁극적으로 본 연구는 김해형 외국인 관광객 유치 모델을 정책과 사업 차원에서 정립하고, 양적 확대 중심의 관광정책에서 질적 전환 중심의 관광정책으로의 패러다임 전환을 지원하는 중장기 전략과 실행과제를 제시하는데 목적이 있음

## 2 | 연구 범위 및 방법

### 1) 연구 범위

- 본 연구는 김해시의 외국인 관광객 유치 다변화를 위한 정책적 기반을 마련하고, 지역 특성에 부합하는 중·장기 인바운드 전략을 수립하는 것을 목적으로 함

#### ▣ 공간적 범위

- 김해시 전역
- 연계관광권역: 김해국제공항, 부산광역시, 창원시 등 동남권 관광 연계권역

#### ▣ 시간적 범위

- 2020년~2024년: 팬데믹 이후 인바운드 관광 회복 동향 및 정책 변화 분석
- 2025년~2030년: 중·장기 외국인 관광객 유치 전략 설정 기간

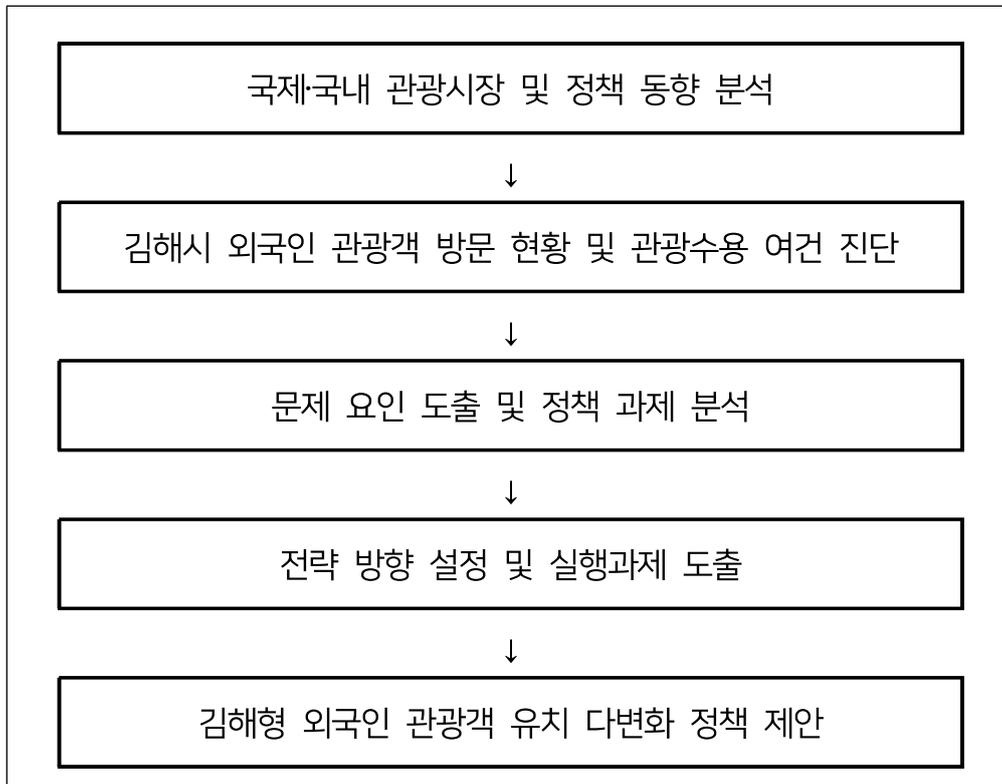
#### ▣ 내용적 범위

- 국제 및 국내 외래관광시장 동향과 관광정책 환경 분석
- 김해시 외국인 관광객 방문 현황 및 관광수용 여건 진단
- 국내외 주요 도시 및 지역 단위 인바운드 관광 벤치마킹 사례 조사·비교 분석
- 조직·제도·콘텐츠·인프라·마케팅을 포괄하는 정책 방향 설정 및 실행과제 도출

### 2) 연구 방법

- 본 연구는 문헌 분석, 통계자료 분석, 국내외 사례 비교, 전문가 자문을 병행하는 다각적 연구 방법을 적용하여 수행함
- 주요 연구 방법은 다음과 같음
  - 문헌 및 기존 연구자료 분석
  - 공공 통계 및 관광 관련 데이터 분석
  - 국내외 인바운드 관광 정책·사례 조사

- 전문가 자문
  - 분석 결과의 종합 및 정책적 시사점 도출
- 연구 절차는 단계별로 다음과 같이 구성함



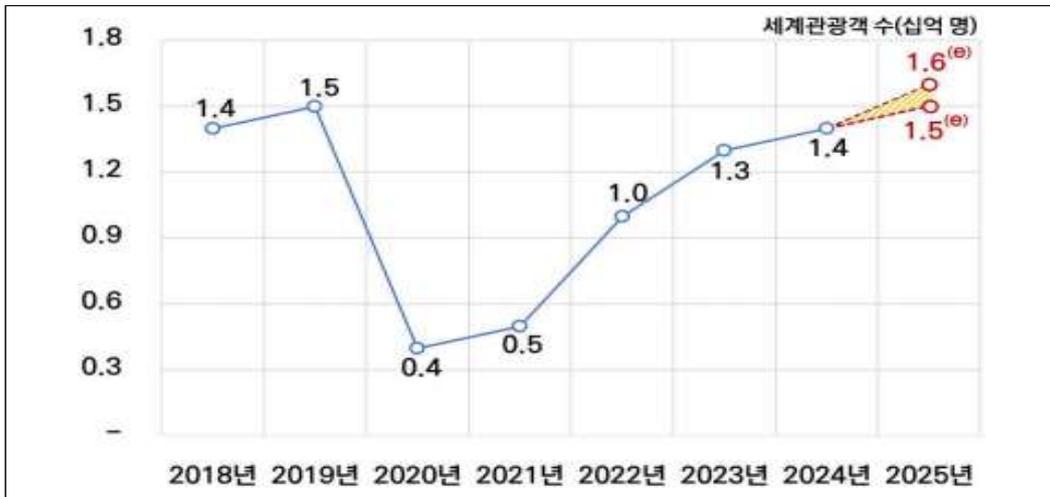
(그림 1-1) 연구 절차 흐름도

## II 외국인 관광객 유치 환경 분석

### 1 | 국제관광 환경 및 글로벌 트렌드 분석

#### 1) 국제관광 수요 회복과 변화

- 국제관광 수요는 팬데믹 이후 급격한 위축을 거쳐 2022년을 기점으로 본격적인 회복 국면에 진입함
  - 전 세계 국제관광객 수는 2020~2021년 팬데믹의 직접적 영향으로 급감하였으나, 2022년 전년 대비 112.2% 증가하며 뚜렷한 반등세를 보임
  - 이후 2023년 약 13억 명, 2024년 약 14억 명 수준으로 확대되며, 팬데믹 이전인 2019년 대비 회복률 99%에 도달함



자료) 한국문화관광연구원 국제관광동향 2025년 제1호에서 재인용

(그림 2-1) 세계관광객 규모 추이 및 전망

- 2024년을 기점으로 국제관광은 사실상 정상화 단계에 진입한 것으로 평가됨
  - UN Tourism(2025) 「World Tourism Barometer」에 따르면, 2024년 국제관광객 수는 14억 4,500만 명으로 2019년(14억 6,500만 명)의 99% 수준까지 회복되었으며, 전년 대비 증가율은 약 11%로 나타남
  - 이는 국제관광이 단순한 회복 국면을 넘어 중장기적으로 안정화된 정상 궤도에 재진입했음을 의미함

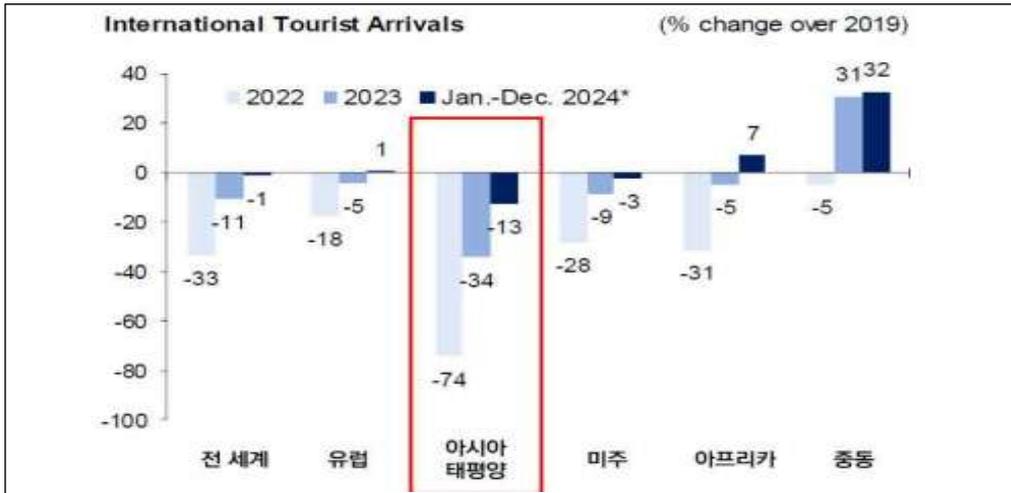
<표 2-1> 국제관광 회복 현황(2019~2024)

(단위: 백만 명, %)

구분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년 (잠정치)
국제관광객 수	1,465	406	460	975	1,305	1,445
성장률	-	△72.3	13.3	111.9	33.9	10.7
2019 대비 회복률	-	27.7	31.4	66.6	89.1	98.7

자료) UN Tourism, World Tourism Barometer(2025. 1) 참고하여 연구진 작성

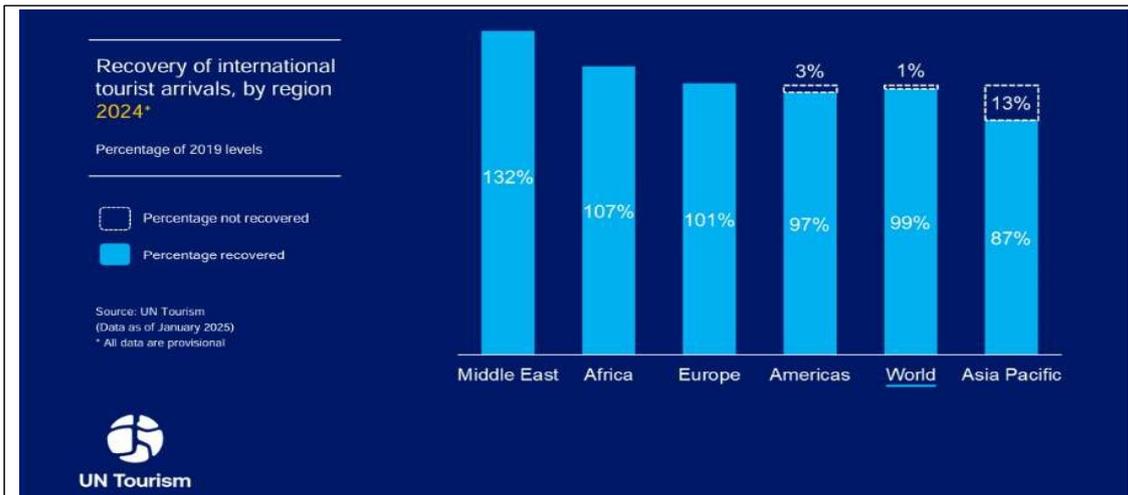
- 지역별 회복 양상에서는 뚜렷한 격차가 나타남
  - 중동 지역은 2019년 대비 132.4%의 회복률을 기록하며 가장 빠른 회복세를 보였고, 유럽 지역 역시 2019년 수준을 상회하며 조기 정상화 국면에 진입함
  - 반면 아시아태평양 지역은 국경 통제와 항공 회복 지연의 영향으로 회복이 상대적으로 늦었으나, 2023년 하반기 이후 항공노선 재개, 비자 완화, 한류 확산 효과에 힘입어 급격한 반등 국면으로 전환됨
  - 2024년 기준 지역별 국제관광객 증가율은 아시아태평양 32.9%, 아프리카 12.2%, 미주 6.7% 순으로 나타남
- 이번 국제관광 회복은 양적 회복을 넘어 질적 정상화를 동반한 구조적 변화로 평가됨
  - 국제선 항공 수요는 단거리 중심 회복을 넘어 중장거리 노선을 중심으로 확대되고 있으며, 관광산업의 세계 GDP 기여도와 고용 비중도 각각 약 10% 수준으로 회복됨
  - 이는 관광산업이 팬데믹 기간의 생존 단계를 지나, 다시 국가·도시 간 경쟁이 본격화되는 경쟁 단계로 전환되었음을 의미함
- 이에 따라 각국은 관광을 경제성장과 지역 활성화의 핵심 전략 산업으로 재인식하며 정책 경쟁을 강화하고 있음
  - 항공·관광 인프라 투자 확대, 비자제도 완화, 대형 국제이벤트 유치, 스마트·지속가능 관광 정책 도입 등이 주요 정책 수단으로 활용되고 있음
  - OECD(2024)는 이러한 흐름 속에서 항공·숙박·콘텐츠를 연계한 인바운드 허브 전략이 국가 및 지역 도시 경쟁력의 핵심 과제로 부상하고 있음을 지적함



자료) 한국문화관광연구원(2025), 국제관광동향 2025년 제1호

(그림 2-2) 대륙별 관광객 수 증감률

- 하지만, 글로벌 관광 회복 속도는 국가 간 정책역량 격차로 이어지고 있으며, 특히 항공, 숙박, 콘텐츠 연계형 인바운드 허브 전략이 지역도시 경쟁력의 핵심 과제로 부상함
- 2024년 기준 대륙별 국제관광객 성장률은 아시아-태평양 지역이 32.9%로 가장 높았으며 아프리카(12.2%), 미주(6.7%) 순으로 나타남
- 2019년 대비 회복률은 중동 지역이 132.4%로 가장 높은 것으로 나타남



자료) UN Tourism 홈페이지

(그림 2-3) 국제관광객 수 대륙별 추이(2019~2024)

- 2024년 기준 국제관광은 주요 핵심 지표 전반에서 팬데믹 이전 수준에 근접하거나 회복 국면에 진입한 것으로 평가됨
- 국제선 항공 수요 역시 관광 회복을 뒷받침하며 구조적 확장을 보임
  - 국제항공운송협회(IATA) 분석에 따르면, 2024년 국제선 항공 수요는 2019년 대비 약 14% 증가한 것으로 나타났으며, 특히 중·장거리 노선을 중심으로 항공 이동성이 확대되는 양상을 보임
  - 이는 단거리 중심의 제한적 회복을 넘어, 글로벌 관광 이동성의 본격적 회복을 시사함
- 관광산업의 거시경제적 기여도 또한 팬데믹 이전 수준을 회복함
  - 세계여행관광협의회(WTTC)에 따르면, 2024년 기준 관광산업의 세계 GDP 기여도는 약 10조 달러로, 세계 GDP의 약 10%를 차지하는 것으로 분석됨
  - 관광산업 고용 규모 역시 약 3억 5,700만 명 수준으로, 전 세계 고용의 약 10%를 차지하며 팬데믹 이전 수준을 회복함
- 종합하면, 2024년 국제관광 회복은 단순한 방문객 수 증가를 넘어 항공 이동성, 산업 파급력, 고용 창출 측면에서 구조적 정상화가 동반된 회복으로 평가할 수 있음
  - 이는 향후 글로벌 관광시장이 다시금 국가·도시 간 관광객 유치 경쟁 국면으로 전환되고 있음을 의미하며, 특히 국제 접근성과 체류 기반을 갖춘 지역 도시의 전략적 대응 역량이 관광 성과를 좌우하는 핵심 요인으로 부상하고 있음을 시사함

<표 2-2> 2024 국제 관광시장 주요 지표

(단위: 백만 명, %)

구분	주요 지표	출처
국제 관광객 수	약 14억 명(전년 대비 11%)	UN Tourism
국제선 항공 수송 수요 증가율	14%(중장거리 노선 중심 수요 확대)	IATA
관광산업 GDP 기여도	10조 9천억 달러(전 세계 GDP의 약 10%)	WTTC
관광산업 고용 규모	약 3억 5,700만 명(전 세계 고용의 약 10%)	
국제 관광객 총지출	약 1조 9천 억 달러	

자료) UN Tourism(2024), World Tourism Barometer, IATA, Air Passenger Market Analysis, December 2024, WTTC, Travel & Tourism Economic Impact 2024 - Global Trends Report

## 2) 글로벌 인바운드 경쟁 및 시장 다변화 동향

### □ 글로벌 인바운드 경쟁의 구조적 심화

- 팬데믹 이후 각국은 관광을 국가경제 회복과 중장기 성장의 핵심 축으로 재인식하며, 관광산업을 내수 중심 산업에서 수출형 고부가가치 산업으로 전환하고 있음
- 이에 따라 인바운드 관광은 단순 방문객 수 확대가 아닌, 체류형 소비 확대와 지역경제 파급효과 극대화를 목표로 정책적 위상이 강화되고 있음
- 주요국 사례를 종합하면, 국제관광 회복 국면에서 국가 간 선점 경쟁이 가속화되면서 비자 제도, 항공 네트워크, 콘텐츠 전략, 마케팅을 결합한 정부 주도의 종합 유치정책과 지역 분산형 인바운드 모델이 공통된 정책 축으로 부상함
  - 한국문화관광연구원(2023)은 이를 ‘국가 단위 인바운드 전략의 구조적 재편’으로 평가함<sup>5)</sup>

<표 2-3> 주요국의 인바운드 관광 경쟁정책 비교

구분	일본	대만	태국	프랑스	한국
핵심전략	지방 체류형 관광지 육성	문화·축제 중심 체험형 관광 확대	장기체류 디지털노마드 비자 도입	고부가 럭셔리·문화관광 중심	K-컬처 연계 다변화 전략
정책수단	항공노선 지방 확대, 관광자유비법 개정	전통시장·야시장 관광화, 지역페스티벌 집중	장기체류자 대상 복합비자 신설	대형 문화 이벤트 지원 환경세 도입	제6차 관광진흥 기본 계획 (2023~2027)
성과(24)	외래객 3,300만 명 (+69%)	외래객 1,200만 명 (+110%)	외래객 3,600만 명 (+140%)	외래객 8,800만 명 (+90%)	외래객 1,700만 명 (+250%)
정책기조	체류형·지속가능·지역분산	한류·로컬 페스티벌형 체험	웰니스·디지털 체류형	품질·환경균형	K-컬처 지역브랜드 연계

자료) 한국문화관광연구원(2024), 국제관광동향 2024년 제1호 참고하여 연구진 작성

### □ 주요국의 인바운드 관광 정책 동향

- 일본은 2022년 국경 개방 이후 ‘일본 방문의 해’ 캠페인을 전개하고, 2025년 오사카간사이 엑스포를 계기로 지방 분산형 관광 전략을 본격화하고 있음

5) 한국문화관광연구원(2023), 국제관광 재개 국면의 주요국 외래객 유치 정책 분석

- 도쿄·오사카 집중 완화를 위해 지방 관광자원 개발, 지방공항 국제노선 지원, 지역 체류형 콘텐츠 육성 정책을 병행함
- 2024년 일본을 방문한 외국인 수는 약 3,687만 명으로 역대 최고 수준을 기록하였으며, 관광소비액 역시 크게 증가함<sup>6)</sup>
- 특히 2025년 일본관광청 예산의 약 87.5%가 지방 관광 활성화 사업에 배정되는 등, 지역 중심 유치 전략이 명확히 강화되고 있음<sup>7)</sup>
- 대만은 문화·감성 기반 체험형 관광을 핵심 전략으로 설정하고, 인바운드 회복을 위한 참여형 글로벌 마케팅을 적극 추진함<sup>8)</sup>
  - 대표 사례로 ‘타이완 더 럭키 랜드(Taiwan the Lucky Land)’ 캠페인을 통해 외국인 개별관광객을 대상으로 전자바우처, 교통카드, 관광소비 인센티브 등을 제공하는 직접 체감형 유치 정책을 운영함
  - 이는 특정 국가 의존도를 낮추고, 개별여행객(FIT) 중심의 소비 확대를 유도하는 전략으로 평가됨
- 태국은 장기체류·디지털노마드 유치를 목표로 비자 제도를 대폭 완화하고, 의료·웰니스·장기체류형 관광을 전략적으로 육성하고 있음
- 싱가포르와 두바이 등 허브공항을 보유한 도시국가는 환승객을 대상으로 한 환승관광(Transit Tour) 프로그램을 운영하여 경유객의 단기 체류와 소비를 유도하고 있음
  - 싱가포르는 2023년부터 팬데믹 기간 중단되었던 환승 투어를 재개하여, 창이공항 인근 명소와 문화를 연계한 2시간 30분 내외의 프로그램을 운영 중임<sup>9)</sup>
- 주요국 인바운드 전략을 비교하면, 국가별로 접근 방식은 상이하나 공통적으로 시장 다변화와 체류·소비 확대를 핵심 목표로 설정하고 있음
  - 일본은 지방 체류형 관광과 정책·재정의 집중 투입을 통해 지역 분산을 실현하고 있으며, 대만은 문화·축제 중심의 체험형 콘텐츠와 인센티브 마케팅을 통해 개별관광객을 유인함
  - 태국은 비자 완화와 장기체류 제도를 통해 웰니스·디지털노마드 수요를

6) 프레시안, <https://www.pressian.com/pages/articles/2025072820280618070>

7) 여행신문 홈페이지, <https://www.traveltimes.co.kr/news/articleView.html?no=410683&utm>

8) 한국관광데이터랩, <https://datalab.visitkorea.or.kr/datalab/portal/main/getMainForm.do>

9) 싱가포르항공 홈페이지, <https://www.singaporeair.com/>

흡수하고 있음

- 한국은 K-컬처 연계 전략을 중심으로 인바운드 확대를 추진 중이나, 지역 연계 측면에서는 추가적인 고도화가 요구됨
- 글로벌 인바운드 경쟁은 단순 관광객 수 경쟁을 넘어, 체류기간·소비구조·지역 파급효과를 둘러싼 구조적 경쟁으로 전환되고 있음
- 주요국 사례는 다음 세 가지 공통 방향으로 요약될 수 있음
  - 특정 국가 의존을 완화하고 신흥시장·개별관광객 중심의 시장 다변화 추진
  - 지역 고유문화, 감성 콘텐츠, K-컬처 등 차별화된 콘텐츠 기반 전략 강화
  - 항공노선 확대, 비자 완화, 인센티브 도입 등 접근성과 유통 구조 개선
- 이는 향후 김해시를 포함한 지역도시 인바운드 전략 역시 관광객 수 유치 중심 접근에서 벗어나, 공항·콘텐츠·체류·소비를 연계한 지역형 인바운드 모델로 전환할 필요성을 시사함

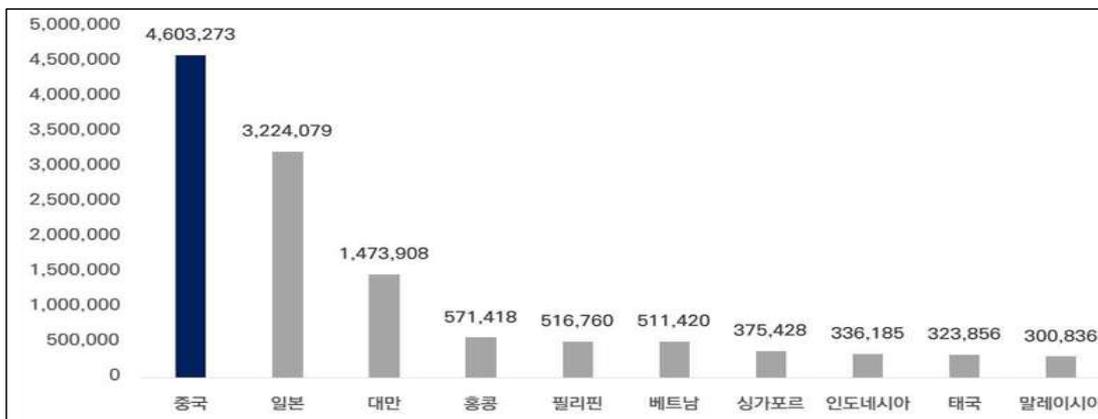
## 2 | 국내 인바운드 시장 동향 및 정책 변화

### 1) 인바운드 시장 동향

#### (1) 방한시장 규모 및 국적별 트렌드

- 2024년 방한 외래관광객 수는 총 1,636만 9,629명으로 집계되었으며, 이는 팬데믹 이전 수준에 근접한 규모로 평가됨
  - 전년 대비 성장률은 48.4%로 나타났으며, 월별로는 2월(115.0%)에 가장 높은 증가율을 기록한 반면, 11월(22.1%)에는 상대적으로 둔화되는 모습을 보임
- 대륙별 구성에서는 아시아 시장의 비중이 절대적으로 우세함
  - 아시아권 관광객은 1,286만 명으로 전체의 78.6%를 차지하였으며, 전년 대비 56.9% 증가함
  - 그 외 지역은 미주 10.5%, 구주 7.0%, 대양주 1.8%, 중동 1.5%, 아프리카 0.4% 순으로 나타나, 방한 인바운드 시장이 여전히 아시아 중심 구조임을 보여줌
- 주요 국적별로는 중국(460만 명, 28.1%), 일본(322만 명, 19.7%), 대만(147만 명, 9.0%), 미국(132만 명, 8.1%) 순으로 집계됨
  - 특히 중국 시장은 전년대비 127.9% 증가하며 빠른 회복세를 보였으나, 2019년 대비 회복률은 76.4%로 완전 회복 단계에는 이르지 못한 것으로 나타남

(단위: 명)

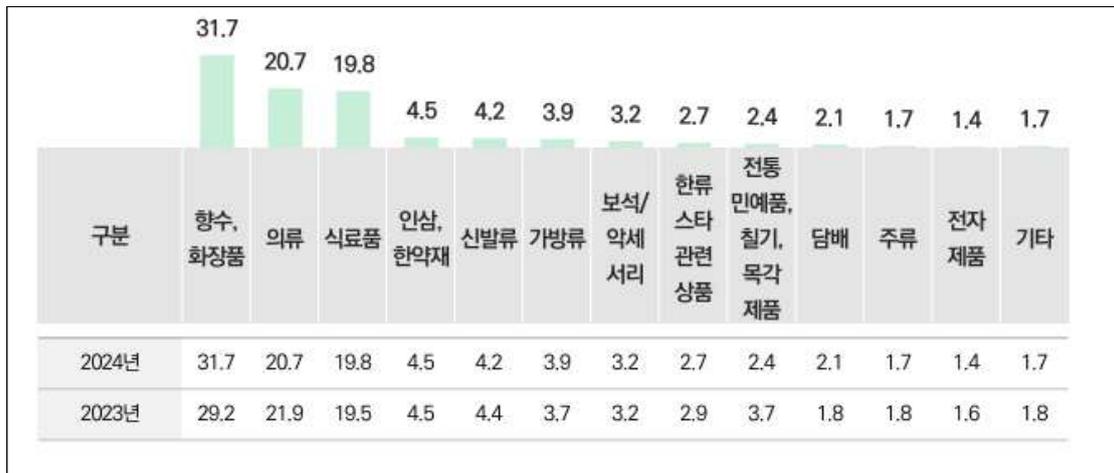


자료) 관광지식정보시스템

(그림 2-4) 주요국별 방한 외래관광객 비중(상위 10개국)

(2) 한류(K-콘텐츠) 확산과 관광소비 구조 변화

- 한류 콘텐츠의 글로벌 확산은 외국인 관광객의 관광 동기 → 방한 결정 → 소비 행동으로 이어지는 구조적 변화를 촉진하고 있음
  - 넷플릭스 오리지널 애니메이션 “케이팝 데몬 헌터스”는 전 세계 플랫폼 내에서 최다 시청 기록을 갱신하며, 한류 콘텐츠가 여행 유인이자 소비 촉매로서 작동하고 있음을 보여줌
  - 코리아타임스에 따르면 하나카드가 집계한 데이터에서 2024년 올리브영 외국인 고객 매출이 전년대비 106% 증가했고, 무신사는 343% 늘어난 것으로 발표되었음(코리아타임스, 2025.6.26.)
- 최근 방한 외국인 관광객이 급증하면서 향수, 화장품 상품을 중심으로 한 K-뷰티 쇼핑 수요가 크게 확대되고 있음
  - 주요 쇼핑 품목별 지출 비중에서 향수, 화장품이 2023년 29.2%에서 31.7% 증가하여 1순위로 나타났음



자료) 문화체육관광부(2025), 2024년 외래관광객 조사

(그림 2-5) 방한 관광객 주요 쇼핑물품

- 한국을 방문하는 외국인들이 면세점 중심 쇼핑에서 벗어나 헬스뷰티 브랜드, 로드샵, 대형마트 등 현지 일상형 유통채널을 이용하는 추세가 뚜렷하며, 이는 관광소비 경로의 다변화를 시사함
- 실태조사 결과 로드샵에서 구매한 비중이 2023년 45.0%에서 2024년 49.6%로 증가하였으며, 쇼핑장소 1순위로 나타남



자료) 문화체육관광부(2025), 2024년 외래관광객 조사

(그림 2-6) 방한 관광객 주요 쇼핑장소

- 이런 변화는 한류·콘텐츠 기반 관광이 단순 ‘방문’ 중심에서 체험·소비·체류형 관광모델로 전환되고 있음을 의미함
  - 콘텐츠 노출과 팬덤 기반의 여행동기화가 관광시장 진입단계를 앞당기며, 소비지형 또한 고가명품에서 라이프스타일 체험소비로 재편되고 있음
  - 특히 김해시는 가야문화, 공예, 분청도자기 등의 지역 고유 콘텐츠를 한류, 체험형 상품과 연계할 경우, 관광소비의 질적 상승을 도모할 수 있는 기회를 갖고 있음

<표 2-4> 한류콘텐츠 확산과 외국인 관광객 소비패턴 변화 비교

구분	기존 소비경로	최근 소비경로	주요 예시 및 특성
쇼핑유형	면세점·명품브랜드 중심	헬스뷰티 브랜드, 로드샵·마트 중심	화장품 등 로드샵 매출 증가
관광동기	도시·랜드마크 방문 중심	콘텐츠·체험 중심형 방문	케이팝 데몬 헌터스 통한 K-문화 관심 증가
시장타겟	근거리 아시아권 위주	글로벌 팬덤 기반 다권역	영화·음악차트 동시진입 사례 등

자료) 통계조사 자료 활용하여 연구진 작성

- 김해시는 가야문화, 생태자원 등 지역 콘텐츠를 한류, K-라이프스타일 연계 상품으로 전환해서 관광 소비 유통채널 관점에서 관광코스화하고 외국인 쇼핑패턴에 맞춘 유통 전략을 설계할 필요가 있음

## 2) 국내 관광정책 동향

### (1) 제6차 관광진흥기본계획의 인바운드 정책 방향<sup>10)</sup>

- 문화체육관광부는 「제6차 관광진흥기본계획(2023~2027)」을 통해 팬데믹 이후 급변한 국제관광 환경과 관광소비 행태 변화를 반영하여, 향후 5년간 한국 관광정책의 비전과 목표, 추진전략을 종합적으로 제시함
- 동 계획은 관광을 단순한 회복 대상이 아닌 국가 경쟁력과 지역 활력을 동시에 견인하는 전략 산업으로 재정립하고, 인바운드 관광의 질적 전환과 지역 분산을 핵심 정책과제로 설정함

#### ▣ 제6차 관광진흥기본계획의 인바운드 정책 방향

- 첫째, K-컬처 기반 방한관광 매력의 구조적 확장
  - 한류(K-POP, 드라마, 영화, 음식 등)를 단기 유행이 아닌 지속 가능한 관광자산으로 인식하고, 문화콘텐츠, 관광, 소비가 유기적으로 결합된 방한관광 구조를 강화함
  - 공연·축제·체험·로컬 콘텐츠 연계를 통해 쇼핑 중심 관광에서 체험·경험 중심 관광으로의 전환을 유도함
- 둘째, 시장 다변화와 고부가가치 인바운드 관광 육성
  - 중국·일본 중심의 방한시장 구조에서 벗어나 동남아, 중동, 미주, 유럽 등 신흥·장거리 시장 확대를 추진하고, 타깃별 맞춤형 인바운드 전략을 강화함
  - 의료·웰니스·스포츠·MICE 등 고부가가치 관광 분야를 전략적으로 육성하여 체류기간과 1인당 소비액 증대를 핵심 목표로 설정함
- 셋째, 지역 중심 인바운드 관광 구조 전환
  - 수도권 편중 구조를 완화하고, 지방이 방한관광 성장의 핵심 무대로 기능하도록 지역 고유 자산 기반 콘텐츠 발굴과 관광거점도시 육성을 추진함
- 넷째, 여행자 중심 관광수용태세 및 디지털 기반 강화
  - 교통·숙박·안내·결제 등 관광수용태세를 여행자 관점에서 개선하고, 디지털 기술을 활용해 여행 전·중·후 전 과정의 편의성과 만족도를 제고함
- 종합하면, 제6차 관광진흥기본계획의 인바운드 정책은 ‘방문객 수 확대’ 중

10) 문화체육관광부(2023), 제6차 관광진흥기본계획 2023~2027

심 정책에서 ‘체류·소비·지역 분산’ 중심 정책으로의 전환을 명확히 하고 있으며, 이는 이후 수립된 관광혁신 3대 전략과도 일관된 방향성을 지님

비전		K-컬처와 함께하는 관광매력국가	
<b>방향</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ‘관광은 한국’ K-관광의 국제관광 주도</li> <li>• 형클어진 관광생태계 회복과 확장을 통한 관광산업 혁신</li> <li>• 누구나 어디든 여행할 수 있는 환경 조성으로 국내여행 촉진</li> <li>• 독창적이고 매력적인 스토리텔링 기반 지역관광자원 발굴</li> </ul>			
<b>목표</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 외국인 관광객 수 '19년 : 1,750만 명 → '27년 : 3,000만 명</li> <li>• 관광수입 '19년 : 207억 불 → '27년 : 300억 불</li> <li>• 1인당 국내 여행 일수 '19년 : 12.9일 → '27년 : 15일</li> <li>• 국내여행 지출액 '19년 : 44.2조 원 → '27년 : 50조 원</li> </ul>			
전략	추진과제		
세계인이 찾는 관광매력국가 실현	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. K-관광 매력의 대대적 확산으로 시장 다변화</li> <li>2. 관광과 K-컬처의 독보적매력적 융합</li> <li>3. 입국부터 출국까지 편리한 서비스 제공</li> </ol>		
현장과 함께 만드는 관광산업 혁신	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 규제 혁신을 통한 재도약 지원</li> <li>2. 미래 관광산업 선도기반 구축</li> <li>3. 고성장 융복합 시장으로 영역 확장</li> </ol>		
국민과 함께 성장하는 국내관광	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 국내여행 수요 촉진</li> <li>2. 누구나 누리는 지속가능한 관광환경 조성</li> <li>3. 안심하고 즐길 수 있는 관광안전 확립</li> </ol>		
더 자주 더 오래 머무는 지역관광시대 구현	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 체류형 관광모델 개발로 지역경제 활력 강화</li> <li>2. 독창적 매력이 있는 지역 관광자원 개발</li> <li>3. 다양하고 특색 있는 관광콘텐츠 확충</li> </ol>		

자료) 관계부처합동(2022), 제6차 관광진흥기본계획 참고하여 연구진 작성

(그림 2-7) 제6차 관광진흥기본계획 전략 체계도

### ▣ 정책적 의의

- 제6차 관광진흥기본계획은 팬데믹 이후 급변한 국제관광 환경과 관광소비 구조를 반영하여, 관광정책의 목표와 역할을 근본적으로 재정의했다는 점에서 중요한 정책적 의의를 지님
- 특히 관광을 국가 경쟁력 강화와 지역균형발전을 동시에 견인하는 전략

산업으로 명확히 위치시킴으로써, 한국 관광정책을 확대의 단계에서 고도화·전환의 단계로 이행시키는 전환점으로 평가할 수 있음

- 이는 향후 지방자치단체 관광정책 수립에 있어 체류형·지역특화·경험 중심 전략을 요구하는 상위 정책 기준으로 기능함
- 김해시는 인바운드 다극화, 지역 체류 생태계 구축, 디지털 전환, 지속가능성 등 제6차 관광진흥기본계획의 전략 지향점과 직접적인 정합성을 지닌 도시로 평가할 수 있음
  - 김해국제공항 접근성, 세계유산, 생태자원, 공예·생활문화 등 지역 고유 자산의 복합성은 김해시가 공항 기반 인바운드 거점도시이자 지역특화형 체류도시로 발전할 수 있는 구조적 기반을 형성하고 있음

## (2) 관광혁신 3대 전략(2025) 및 외국인 관광객 유치 확대 정책<sup>11)</sup>

### ▣ 추진배경

- 정부는 2025년 제10차 국가관광전략회의를 통해 「입국 3천만 명 시대를 넘어 글로벌 관광대국으로 도약」이라는 국가 관광 비전을 제시하고, 관광의 역할을 국가경제 성장과 지역균형발전을 견인하는 핵심 전략산업으로 재정의함
- 2024년 기준 방한 외래관광객 수는 약 1,637만 명(2019년 대비 93.5%)으로 회복되었으며, 글로벌 관광시장 역시 약 15억 명 규모로 확대되며 본격적인 국가 간 경쟁 국면에 진입함
  - 이는 방한 관광의 양적 회복을 넘어 질적 고도화와 구조 전환의 필요성을 강화하는 환경 변화로 해석됨
- 이에 정부는 중앙정부-지방정부-민간이 공동으로 추진하는 「관광혁신 3대 전략」을 발표하고, 관광정책과 산업 구조 전반에 대한 체계적인 개편을 추진 중임
  - 동 전략은 관광정책, 산업 생태계, 법·제도, 데이터 기반 행정, 지역 관광 거버넌스 전반을 포괄하는 국가 차원의 종합 전략임

### ▣ 관광혁신 3대 전략의 체계와 방향

- 관광혁신 3대 전략은 관광 환경 변화에 대응하여 관광의 구조와 질을 근

11) 관계부처합동(2025), 입국 3천만을 넘어 글로벌 관광대국으로 관광 혁신 3대 전략

본적으로 전환하기 위한 국가 차원의 종합 전략으로, 다음의 세 가지 축으로 구성됨

- 방한관광 혁신: 외래관광객 유치 구조의 다변화와 고부가가치화
- 국내관광 혁신: 지역·일상 중심의 지속가능한 관광 생태계 구축
- 정책·산업 기반 혁신: 관광산업의 디지털 전환과 제도적 기반 강화



자료) 관계부처합동(2025) 자료를 참고하여 연구진 작성

(그림 2-8) 관광혁신 3대 추진 전략

### □ 관광혁신 3대 전략의 주요 내용

- 관광혁신 3대 전략은 크게 방한관광 혁신, 국내관광 혁신, 정책·산업 기반 혁신 세 가지로 구성되어 있음
- 방한관광 혁신은 외래관광객 유치의 양적 확대와 질적 고도화를 동시에 추진하는 전략으로, 다음과 같은 주요 과제를 포함함
  - 수도권 중심 구조에서 벗어난 제2·제3의 인바운드 관광권 조성
  - K-컬처와 연계한 방한관광시장 확장 및 콘텐츠 고도화
  - 의료·웰니스·MICE·스포츠 등 3대 고부가가치 관광 분야 집중 육성
  - 여행자 중심의 관광수용태세 개선(교통, 숙박, 안내, 디지털 환경 등)

<표 2-5> 방한관광 혁신 주요 내용

세부과제	주요 내용	관련 부처
제2·3의 인바운드 관광권 조성	· 수도권 편중 해소를 위해 '관문도시(Hub)-연계도시(Spoke)' 구조의 초광역 관광권 구축 · 지방공항·철도망 연계 및 교통·숙박·쇼핑 통합 지원	문화체육관광부, 국토교통부, 행정안전부 등
K-컬처와 함께 방한관광시장 확장	· K-콘텐츠와 한류 팬덤을 활용한 글로벌 마케팅 · 해외 문화원·OTT 플랫폼 협업, 'K-콘텐츠 로컬 플레이스' 조성	문체부, 외교부, 한국관광공사
3대 고부가 관광 집중육성	· 의료·웰니스·MICE 산업을 K-관광 브랜드로 고도화 · 고부가시장 중심의 소비 확대 전략 추진	문체부, 법무부, 보건복지부
여행자 중심 관광수용태세 개선	· 외래객의 교통·결제·숙박·안내 서비스 품질 개선 · 지방공항 활성화, 관광패스 개발, 간편결제·환급제도 확충	문체부, 국토부, 국세청

자료) 관계부처합동(2025) 자료 참고하여 연구진 작성

- 국내관광 혁신은 지역 주민과 관광객이 함께 누리는 지속가능한 관광 환경 조성을 목표로 하며, 생활관광·체류형 관광 확대, 지역 고유 콘텐츠 발굴, 관광과 일상 공간의 결합 등을 주요 방향으로 설정함
- 정책·산업 기반 혁신은 관광산업의 디지털 전환과 데이터 기반 정책결정을 강화하고, 법·제도 개선과 민간 참여 확대를 통해 관광산업의 경쟁력을 구조적으로 제고하는 데 중점을 둠

<표 2-6> 정책·산업 기반 혁신 주요 내용

세부 분야	주요 내용	정책의 핵심 방향
관광법제 대전환	「관광기본법」 전부개정, 「관광산업법」, 「지역관광발전법」 제정 추진	산업·지역·국민 중심의 법제 재편
AI시대 관광데이터 통합	관광데이터 통합시스템 구축, 'K-관광현황판' 운영, 실시간 수요예측·정책 지원	데이터 기반 맞춤형 관광혁신
지자체·민간 주도 관광개발	중앙 주도 → 지자체·민간 협력형 전환, 지역관광펀드 조성	지역자율·민간투자 확산
인력공급·산업생태계 혁신	관광인력 디지털교육, 외국인 인력 활용, 공유숙박 제도화	지속가능한 산업생태계 조성

자료) 관계부처합동(2025) 자료 참고하여 연구진 작성

### □ 외국인 관광객 유치 확대 정책의 의의

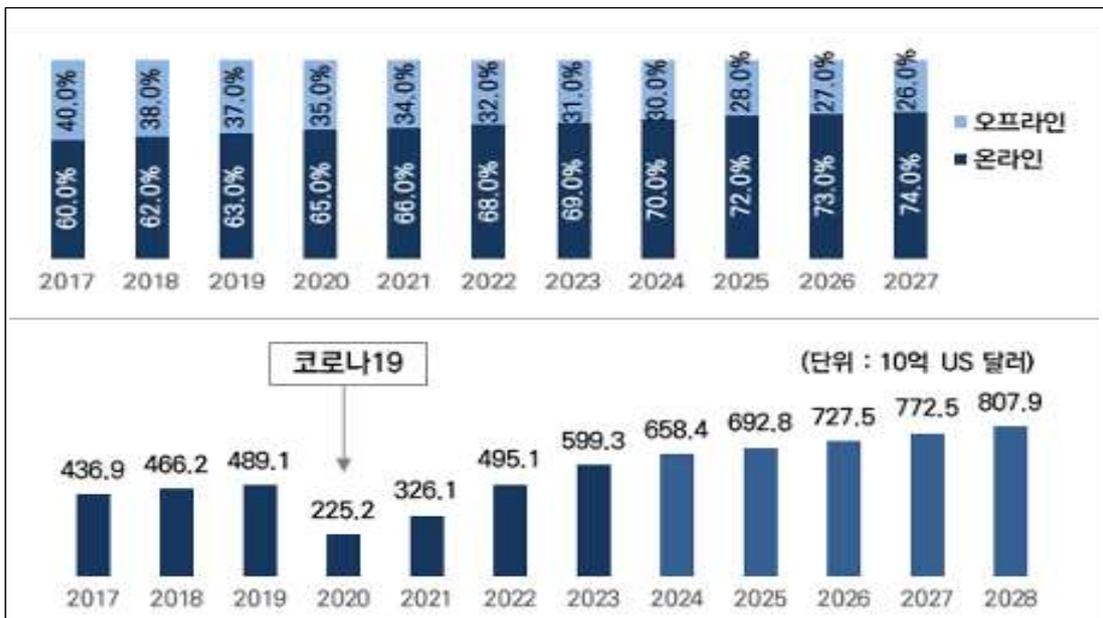
- 관광혁신 3대 전략 하에서 외국인 관광객 유치 정책은 많이 오는 관광에서 오래 머무르고 소비하는 관광으로의 구조적 전환을 핵심 목표로 설정함
- 이는 관광 성과를 방문객 수 중심의 양적 지표에서 체류기간, 소비 규모, 재방문을 등 질적 지표 중심으로 전환하겠다는 정책적 선언이라는 점에서 의미가 큼
- 이러한 정책 전환은 외국인 관광객 소비가 특정 대도시와 쇼핑 공간에 집중되는 기존 구조를 완화하고, 지역 고유 자산 기반의 체류형·경험형 관광을 방한관광 성장의 핵심 축으로 전환하도록 유도함
- 특히 문화유산, 생활문화, 자연환경, 미식, 축제, 스포츠·웰니스 등 지역 자원이 관광 콘텐츠로 재구성될 경우, 체류기간 연장과 소비 다변화가 가능해지며, 이는 지역 소상공인과 관광산업 전반으로의 경제적 파급효과 확대에 이어질 수 있음
- 아울러 외국인 관광객 유치 확대 정책은 지역의 국제적 인지도와 브랜드 가치를 제고하고, 재방문 및 장기 체류 수요를 창출하는 지속가능한 관광 성장 기반을 마련한다는 점에서도 중요한 정책적 의의를 지님

### 3 | 디지털OTA 마케팅 환경 변화

#### 1) 글로벌 OTA 시장 트렌드

##### ▣ 변화추이

- 글로벌 관광시장에서는 여행준비, 예약, 결제, 후기 작성에 이르는 전 과정이 디지털 기반으로 전환되면서 온라인 여행사(OTA, Online Travel Agency)의 영향력이 급속히 확대되고 있음
- 팬데믹 이후 비대면 소비문화가 강화되며 개별여행 수요가 증가하였고, 이에 따라 여행자의 의사결정 경로는 공식기관, 전통매체 중심에서 온라인 전문 플랫폼 중심으로 재편되고 있음
- OTA 기반 판매채널의 시장 비중도 변화하고 있음. 2017년 오프라인 40%, 온라인 60%에서 2024년에는 온라인 점유율이 약 70% 수준까지 상승하였음. 온라인 여행시장 규모도 2017년부터 지속적인 성장세를 보이고 있음

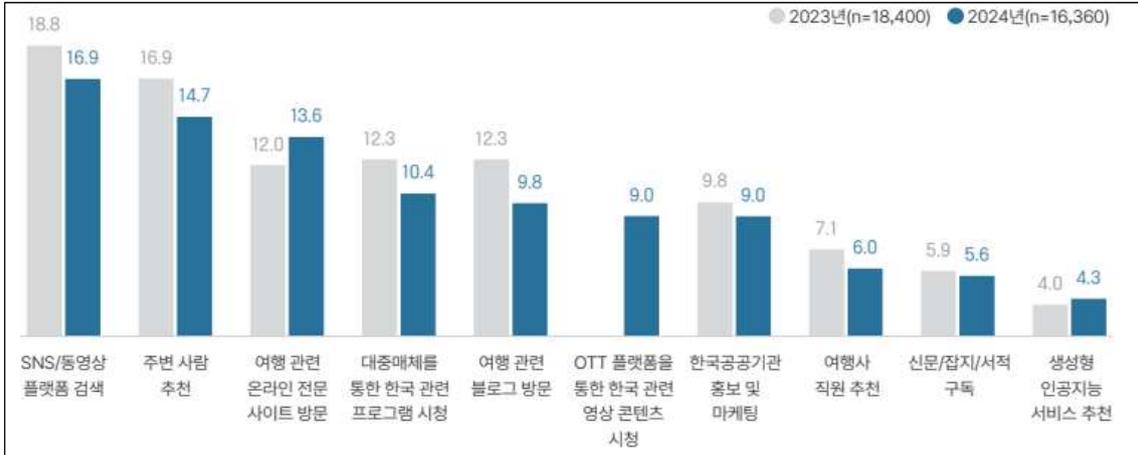


자료) 한국문화관광연구원(2024)에서 재인용

(그림 2-9) 여행시장 판매 채널의 수익 점유율과 전세계 온라인 여행시장 규모

- 2025년 기준 방한여행 조사 결과를 보면, 한국 방문을 결정할 때 활용한 정보원은 최근 몇 년 사이에 뚜렷한 변화를 보였음

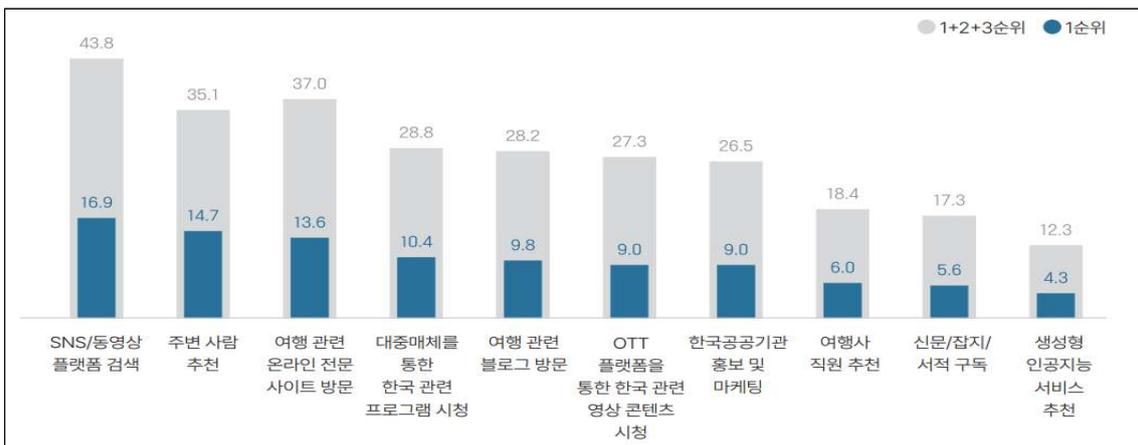
- 공공기관, 여행사, 신문잡지 등 전통적 정보원은 감소한 반면, 여행 관련 온라인 전문 사이트, SNS, OTA, 블로그, OTT 등 디지털 기반 정보원은 증가하였음



자료) 한국관광공사(2024), 잠재 방한여행객 조사

(그림 2-10) 한국 방문 의향 결정에 영향을 미친 정보원 추이

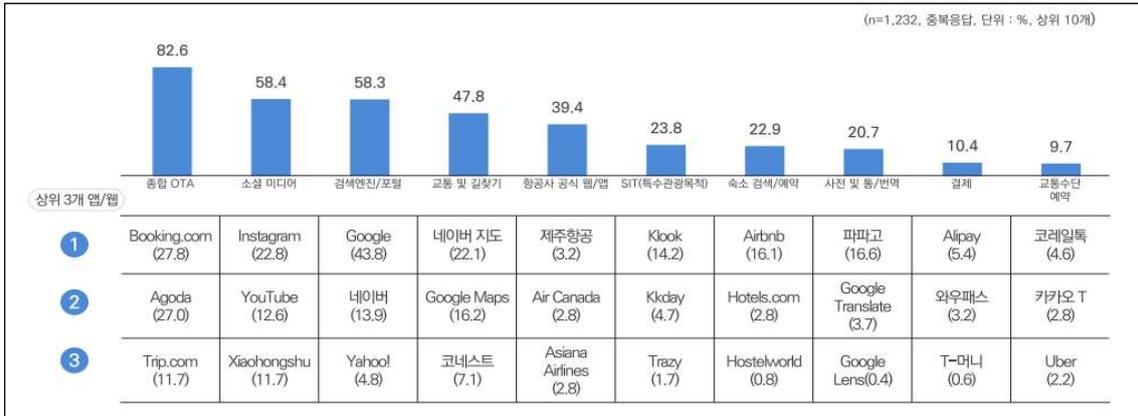
- 특히 1+2+3순위 기준 영향력을 분석하면 여행관련 온라인 전문 사이트 방문이 주변인 추천보다 높은 비중을 차지하며, 이는 방한 외래객의 의사 결정 구조가 온라인 중심으로 이동하고 있음을 보여줌



자료) 한국관광공사(2024), 잠재 방한여행객 조사

(그림 2-11) 한국 방문 의향 결정에 영향을 미친 정보원

- 한국관광공사 자료에 따르면, 2023년 기준 한국을 방문한 외국인 방문객의 약 82.6%가 OTA를 통해 여행 전 예약을 진행했다는 조사 결과가 있음



자료) 한국관광공사(2023), 주요 여행앱 동향 및 이용 현황 조사

(그림 2-12) 한국 여행 전 이용한 여행앱 이용 현황

- 국내외 온라인 여행시장 역시 유사한 양상을 보이며, OTA 플랫폼은 가격 비교, 일정추천, 결제·환불 통합관리, 다국어 고객지원, 리뷰 신뢰도 강화 등 기능 고도화를 통해 시장 지배력을 확대하고 있음(한국문화관광연구원, 최근 OTA 시장 동향 분석 및 정책과제)
- 외국인 관광객 유치 과정에서 예약·구매·체험까지의 경로가 디지털 플랫폼 중심으로 재편되고, 정부·지자체 차원에서도 이를 반영한 마케팅 전략을 강화하고 있음

#### ▣ 디지털 마케팅 및 데이터 기반 관광정책의 강화

- 최근 디지털 전환이 본격화되면서 지자체 및 관광기관의 관광 마케팅 전략 역시 OTA 중심·데이터 기반 체계로 고도화되고 있음
- 글로벌 OTA는 한국 관광시장에서 빠르게 점유율을 늘리고 있음. 검색-예약-결제-후기-재방문 추천을 하나의 생태계로 통합하면서, 외국인 관광객의 선택 경로를 사실상 플랫폼 내부에 종속시키는 구조를 강화하고 있음
  - 특히 모바일 앱 중심 예약 비중 확대, AI 추천 알고리즘 기반 개인화 일정 제안 강화, OTA 리뷰 신뢰도 상승, 숙박·액티비티·교통을 묶는 패키지형 상품 증가 등 변화가 나타나고 있음
  - OTA가 곧 관광의 관문(gateway) 역할을 하게 되면서, 지자체·관광기관이 직접 노출되지 못하면 관광객 유치 경쟁에서 밀릴 위험이 증가하고 있음
- 국내 지자체와 지역 관광사업체는 OTA 중심 소비 패턴 변화에 대응하기 위해 다국어 예약시스템 도입 및 외국인 간편결제 지원 확대, OTA 제휴

프로모션 확대, OTA 내부 랜딩페이지 연계 노출 강화, 크리에이터와 연계한 리뷰·영상 콘텐츠 강화 등 노력을 강화하고 있음

- 그리고 디지털 관광환경 변화는 정부 및 지자체의 정책 수립 체계에도 영향을 미치고 있음
  - 한국문화관광연구원은 외래관광객 정책 수립에서 필요한 데이터 생태계를 진단하고, 빅데이터·OTA 데이터·교통 데이터·리뷰 데이터 등 뉴 데이터의 정책 활용 전략을 제시한 바 있음(류광훈 외, 2024)
- 특히 OTA 데이터는 실시간 예약 트렌드, 가격 민감도, 국적별 여행 패턴, 인기 관광상품, 지역별 판매량 등을 제공하여 도시 단위 관광정책, 홍보전략, 상품기획에 핵심 근거자료로 활용되고 있음

## 2) 국내외 OTA 활용 전략

- 국내에서도 지역관광 활성화를 위해 OTA를 적극적으로 활용하는 추세가 뚜렷해지고 있음. 최근 주요 지자체와 관광기관은 글로벌·국내 OTA와의 협력을 통해 지역 특화 기획전, 할인 프로모션, 노출 강화 광고, 리뷰 기반 마케팅 등 다양한 형태의 캠페인을 전개하고 있음



자료) 마이리얼트립블로그(좌), 아놀재(중, 우)

(그림 2-13) OTA 제휴 프로모션

- 첫째, 지역 연계형 기획전 운영이 대표적임
  - 지자체가 OTA와 협약을 체결하여 지역 숙박·체험 상품을 묶은 기획전을 개설하고, 숙박 할인쿠폰, 특가 상품을 제공
  - 부산강원 등 주요 관광지는 계절 이벤트와 연계한 대규모 기획전을 운영하여 OTA 내 노출도를 높이고 신규 관광객 유입을 확대하고 있음



자료) 야놀자(좌, 중), 강원관광재단(우)

(그림 2-14) 지자체-OTA 협력 사업 사례

- 둘째, 검색 상단 노출 및 광고 집행을 통한 가시성 강화 전략이 확산되고 있음
  - 지자체·지역관광조직은 지역 숙박업체와 협업하여 광고비를 분담하거나, 지역 전체를 하나의 기획 테마로 묶어 상담 고정 배너, 메인페이지 롤링 광고를 운영하는 등 OTA 플랫폼 내 지역 브랜드 영역을 확보하고 있음
- 셋째, OTA 기반 데이터 활용 마케팅이 활성화되고 있음
  - 지자체나 관광기관이 OTA의 데이터를 활용해 타깃 국가세대별 맞춤형 관광상품을 개발하고, 교통안내 인프라 개선 및 캠페인을 기획하는 사례가 증가하고 있음
  - OTA와 공동으로 외국인 타깃 광고, 리타게팅 광고, 리뷰 기반 품질 관리 프로그램도 운영하고 있음
  - OTA에서 자체 리서치를 출범하여 여행산업 전문 민간 연구센터를 통해 연구결과와 데이터를 무상으로 제공하고 있음



한국관광공사-클룩 MOU

야놀자리서치 창립 기념 기자간담회

자료) 한국관광공사(좌), 비즈월드(우)

(그림 2-15) OTA 데이터 활용 사례

- 넷째, 워케이션·지역 특화 콘셉트형 상품 개발이 확산되고 있음
  - 최근 관광정책과 지역관광 활성화 전략에서는 일(work)과 휴식(vacation)을 결합한 워케이션(workation), 장기체류형·목적형 관광 등 콘셉트 기반 관광상품이 새로운 대안으로 부상하고 있음
  - 강원도 등 OTA 기반 워케이션 상품을 출시하고 로컬 체험을 결합한 프로그램을 운영하는 등 지역 관광 활성화를 위해 OTA를 활용하는 다양한 시도가 이루어지고 있음



자료) 경남관광재단 홈페이지(좌), 강원관광재단 홈페이지(우)

(그림 2-16) OTA 특화 상품 활용 사례

## 4 | 주요 국가 및 국내 지자체 외국인 관광객 유치 사례 분석

### 1) 일본

- 일본 정부는 관광을 국가 성장전략의 핵심 축으로 두면서, 수도권·핵심 관광지에 집중된 관광수요를 지방으로 분산하는 정책을 강화하고 있음
- 일본은 과밀 관광지(도쿄, 교토, 오사카 등)에 집중된 외래객 수요를 완화하기 위해, 지방 도시·농산어촌으로의 여행을 유도하는 ‘지역관광’ 정책인 지역 분산 전략을 추진하고 있음(세계경제포럼)
- 이를 위해 지방 프로젝트에 대한 재정 지원 확대, 신규 관광 루트 개발, 교통·관광 정보 제공 시스템 개선 등이 병행되고 있음
  - 일본항공(JAL)은 해외 항공편으로 도착하는 국제 여행객에게 무료 국내선 항공편을 제공하는 캠페인을 도입하여 지역 관광 활성화에 기여함
- 혼잡 지역·시간대 정보를 실시간 제공하는 디지털 사이니지·AI 정보 시스템을 활용하여 관광객 분산과 지역경제 기여를 동시에 달성하려는 기술 기반 수요 관리도 시행되고 있음
  - 오키나와의 ‘오키메구리’는 과거 인파 데이터와 기상 정보를 바탕으로 관광 명소의 혼잡도를 예측해, 관광객은 날짜, 시간, 예상 날씨, 위치를 선택하여 예상 혼잡도와 행사 정보를 확인할 수 있음



자료) 오키메구리 홈페이지

(그림 2-17) 인공지능 활용 관광앱 오키메구리

## 2) 대만: 타이완 더 럭키 랜드(Taiwan the Lucky Land)

- 타이완 더 럭키 랜드 사업은 팬데믹 이후 국제관광 재개 국면에서 대만 인바운드 관광의 조기 회복과 시장 재활성화를 목적으로 추진된 대표적인 외국인 관광객 유치 정책임
- 대만 정부는 관광 회복 초기 단계에서 외국인 관광객의 방문 심리 회복과 실제 입국 유인을 동시에 달성하기 위한 수단으로, 직접적인 체감 혜택을 제공하는 인센티브형 마케팅 정책을 채택함
- 이러한 배경 속에서 대만관광청은 외국인 개별관광객을 대상으로 소비 쿠폰·교통카드 등 혜택을 제공하는 ‘타이완 더 럭키 랜드’ 캠페인을 2023년 부터 본격 추진함
- 주요 내용은 외국인 관광객이 대만 입국 전 사전 등록 시, 전자 추첨을 통해 최대 5,000 대만달러 상당의 소비 쿠폰 또는 교통카드 제공, 숙박, 쇼핑, 교통, 관광지 등 대만 내 관광 소비 전반에 사용 가능한 쿠폰 제공으로 개별자유여행객을 대상으로 설계하여 체류형 관광과 지역 소비를 유도
- 대만관광청 통계에 따르면, 2025년 11월 기준 누적 방문객 6,537,412명 이상이 참여하여 3년간 누적 참여자수 6백만 명을 돌파하였음



자료) 대만관광청

(그림 2-18) 타이완 더 럭키 랜드 이벤트

## 3) 부산광역시: 비짓부산패스(VISIT BUSAN PASS)

- 부산광역시는 외국인 관광객과 내국인 관광객 모두를 대상으로 체류기간이 짧고, 관광 동선이 분절적인 구조가 지속되고 있다는 한계를 인식함
- 특히 외국인 관광객의 경우 주요 명소 위주의 단기 방문에 그치고, 교통·입장권·정보 접근의 불편으로 체류형 관광으로의 전환이 제한적이라는 문제가 제기됨

- 이에 부산광역시는 관광객의 이동·관람·소비를 하나의 패스로 통합함으로써 관광 편의성을 높이고, 지역 내 관광지 방문 확대 및 소비 증대를 유도하기 위한 전략적 수단으로 비짓부산패스를 기획함
- 2023년 2월 출시된 비짓부산패스 성과는 부산광역시에 따르면, 출시 이후 누적 31만 매 판매, 무료 가맹점 누적 이용 횟수는 165만 회로 외국인 관광객에게 부산 여행 필수품으로 자리 잡았다고 밝혔음
  - 2024년 연말까지 누적 31만 2천 826매가 판매됐으며, 판매 금액은 총 217억 원임



자료) 비짓부산패스 홈페이지

(그림 2-19) 비짓부산패스 종류

#### 4) 주요 사례 분석을 통한 시사점

##### ▣ 관광객 분산·체류·소비를 중시하는 정책 전환 필요

- 일본, 대만, 부산의 사례는 공통적으로 관광객 수 자체의 확대보다 관광 흐름의 질적 전환에 초점을 두고 있음
- 일본은 과밀 지역에 집중된 외래객을 지방으로 분산시키는 전략을 통해 지역 간 관광 불균형을 완화하고 있으며, 대만과 부산 역시 단기 방문 중심 구조에서 벗어나 체류 기간 연장과 지역 내 소비 확대를 정책 목표로 설정하고 있음
- 이는 김해시 역시 단순 방문객 유치 중심 전략에서 벗어나, 체류·소비·공간 확산을 동시에 고려한 외국인 관광 전략 전환이 필요함을 시사함

### □ 직접 체감형 인센티브를 강력한 방문 유인책으로 활용

- 대만의 ‘타이완 더 럭키 랜드’와 부산의 ‘비짓부산패스’는 공통적으로 외국인 관광객이 여행 초기 단계에서 체감할 수 있는 명확한 혜택을 제공함으로써, 실제 방문 결정과 소비 행동을 유도하고 있음
- 특히 대만 사례는 소비 쿠폰·교통카드 등 즉각적이고 사용 범위가 넓은 인센티브를 통해 개별자유여행객의 심리적 진입장벽을 낮추는 데 성공하였으며, 부산 역시 교통·입장·관람을 통합한 패스를 통해 체류형 관광 전환을 실현함
- 이는 김해시가 외국인 관광객을 대상으로 명확한 가치를 제안할 수 있는 인센티브형 정책 수단을 적극 검토할 필요성을 보여줌

### □ 관광 목적지로 인식되기 위한 명확한 브랜드·시스템 구축 중요

- 일본은 지역관광, 대만은 인센티브 기반 입국 캠페인, 부산은 통합 관광패스라는 명확한 정책 브랜드와 시스템을 구축함으로써 외국인 관광객에게 강한 인지 효과를 창출함
- 김해시 역시 부산의 인접 도시라는 보조적 이미지에서 벗어나, 김해시만의 독립적인 관광 시스템과 정책 브랜드를 구축해야 할 필요성을 시사함

### □ 종합 시사점

- 일본, 대만, 부산 사례는 외국인 관광객 유치 정책이 단순 방문객 확대를 넘어, 부산·체류·소비·데이터 기반 관리로 진화하고 있음을 보여줌
- 김해시 역시 공항 접근성과 역사문화 자원을 기반으로, 인센티브·교통·디지털 플랫폼을 결합한 체류형 외국인 관광 전략으로의 전환이 요구됨

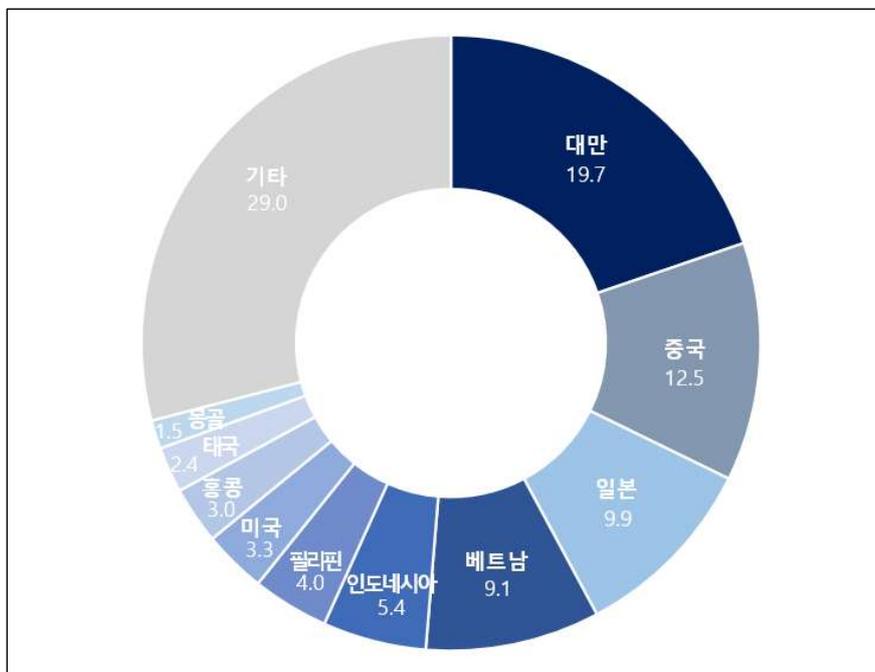
## III 김해시 외국인 관광객 방문 현황 및 수용 여건 분석

### 1 | 김해시 외국인 관광객 방문 현황 및 특성 분석

#### 1) 김해시 외국인 관광객 방문 현황 및 특성

##### □ 국적별 규모 및 추이

- 김해시는 부산광역시와 경계를 맞대고 있어 전통적으로 부산 방문 외국인 관광객의 일부가 김해까지 발길을 넓히는 형태가 많았음
- 팬데믹 이전인 2019년에는 김해시에 연간 약 10만 명 내외의 외국인 관광객이 방문한 것으로 추산되며, 주요 국적은 중국, 대만, 일본 순이었던 것으로 파악됨
- 한국관광데이터랩에 따르면 2024년 김해시를 방문한 외국인 중 대만인이 19.7%로 최다 비중을 차지했고, 이어 중국 12.5%, 일본 9.9%의 순으로 높게 나타남



자료) 한국관광데이터랩 자료를 참고하여 연구진 작성

(그림 3-1) 김해시 방문 외국인 관광객 국적별 비율

- 김해시 방문 외국인 관광객 수는 코로나19 이후 회복 국면에서 급격한 반등을 보였으나, 최근 증가세는 점진적으로 둔화되는 양상을 나타남
  - 2022년에는 198,689명으로 전년 대비 283.3% 증가하며 회복 국면의 기저효과가 집중적으로 반영되었음
  - 2023년에는 649,957명으로 227.1% 증가하여 국제관광 정상화에 따른 양적 확대가 지속되었음
  - 2024년에는 889,836명으로 전년 대비 36.9% 증가하여 증가 폭은 축소되었으나, 절대 규모는 안정적 성장 국면에 진입한 것으로 해석됨
- 한국 전체 외래관광객 대비 김해시 방문 비중은 대체로 0.5~0.6% 수준을 유지하고 있으나, 2022년에는 2.58%로 일시적 급증 현상이 나타남
  - 이는 팬데믹 이후 특정 시점에 김해 방문 수요가 집중되면서 발생한 기저효과 및 이동 패턴 변화의 결과로 판단됨
- 경상남도 내 김해시 방문 비중은 전반적으로 10~12% 수준에서 안정적으로 형성되어 있으며, 2022년에는 15.5%로 최고치를 기록함
  - 이는 동기간 경남권 내 주요 관문 기능과 접근성 우위가 상대적으로 강화된 결과로 해석 가능함
- 최근(2023~2024년)에는 전국 대비 김해시 방문 비중이 완만한 회복세를 보이는 가운데, 경남 내에서는 약 11~12% 수준의 안정적인 점유 구조가 확인됨
  - 이는 김해시 외국인 관광 수요가 단기 회복 국면을 지나 중기적 안정 단계로 전환되고 있음을 시사함

<표 3-1> 김해시 방문 외국인 관광객 현황

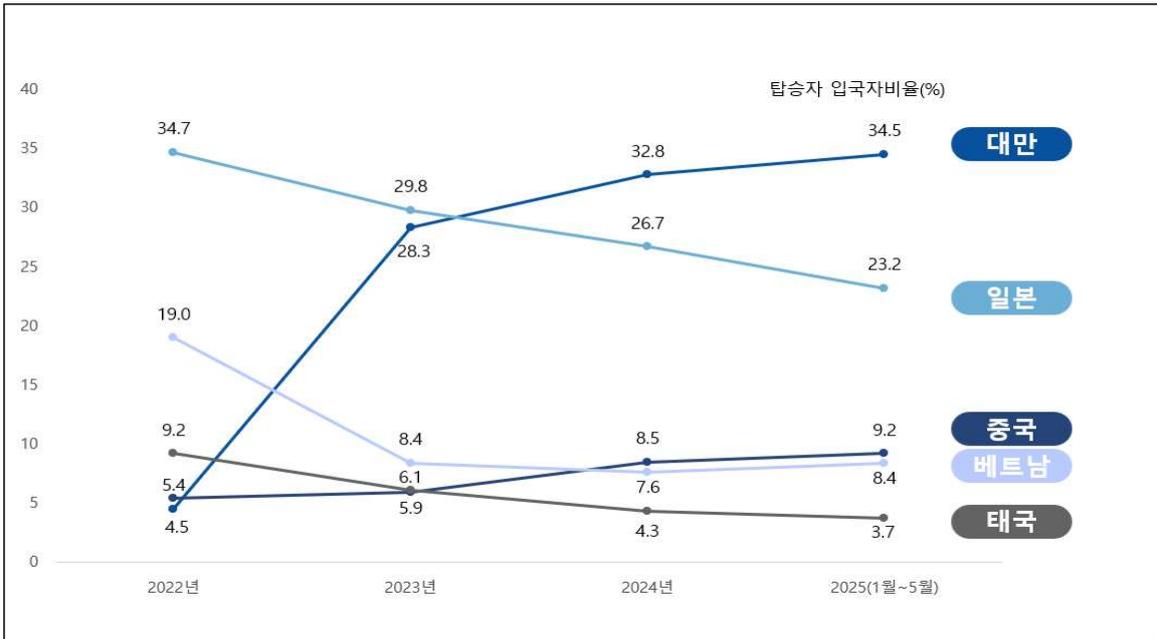
(단위: 명, %)

구분	한국전체	경남	김해	비중	
				한국전체 대비	경남 대비
2020년	12,552,305	510,129	65,246	0.52	12.8
2021년	22,120,328	508,216	51,843	0.23	10.2
2022년	7,715,544	1,285,909	198,689	2.58	15.5
2023년	114,237,203	5,750,832	649,957	0.57	11.3
2024년	147,594,233	7,700,532	889,836	0.60	11.6

자료) 한국관광데이터랩 자료를 참고하여 연구진 작성

## □ 김해국제공항 탑승 입국자 현황

- 김해국제공항 탑승 입국자 국적별 구성은 최근 대만 시장을 중심으로 구조적 재편 양상을 보이고 있음
  - 대만은 김해국제공항 직항노선 확대와 한류 콘텐츠 영향에 힘입어 2022년 이후 가장 가파른 성장세를 보이고 있음
  - 2025년 1~5월 기준 전체 외국인 입국자 중 대만 입국자가 34.5%를 차지하여 김해국제공항의 최대 입국 수요시장으로 자리매김한 것으로 나타남
  - 이는 부산·경남권 관광 수요 증가가 김해국제공항을 경유하여 김해 지역 방문으로 일부 전이되고 있음을 시사함
- 일본 시장은 비중 감소에도 불구하고 여전히 김해국제공항의 핵심 기반 시장으로 기능하고 있음
  - 일본인 입국자 비중은 2022년 34.7%에서 2025년 1~5월 23.2%로 하락세를 보이고 있으나, 여전히 김해국제공항 입국자 구성에서 2순위 시장을 유지하고 있어 단기적 위축보다는 구조적 조정 국면으로 해석하는 것이 타당함
- 중국 시장은 사드 사태와 코로나19 팬데믹의 이중 충격 이후 점진적 회복 단계에 진입한 것으로 판단됨
  - 2019년까지는 김해 아웃렛 쇼핑 등을 중심으로 단체 관광 수요가 형성되었으나, 외교·보건 리스크로 급감한 바 있음
  - 2023년 하반기 이후 단체비자 재개를 계기로 입국자 비중이 소폭 회복되는 추세를 보이고 있으나, 아직까지는 팬데믹 이전 수준을 회복하지는 못한 초기 회복 단계로 평가됨
- 김해국제공항 기반 인바운드 시장은 일본 중심 구조에서 대만 중심의 다변화 국면으로 전환 중이며, 향후 김해시는 대만 시장을 단기 핵심 타겟으로 활용하되, 일본·중국 시장에 대해서는 재방문·체류형 전환 전략을 병행할 필요가 있음
- 공항 입국 구조 변화가 김해시 방문으로 실질적으로 연결될 수 있도록 환승·연계 관광, 쇼핑·체험형 콘텐츠 설계가 중요함

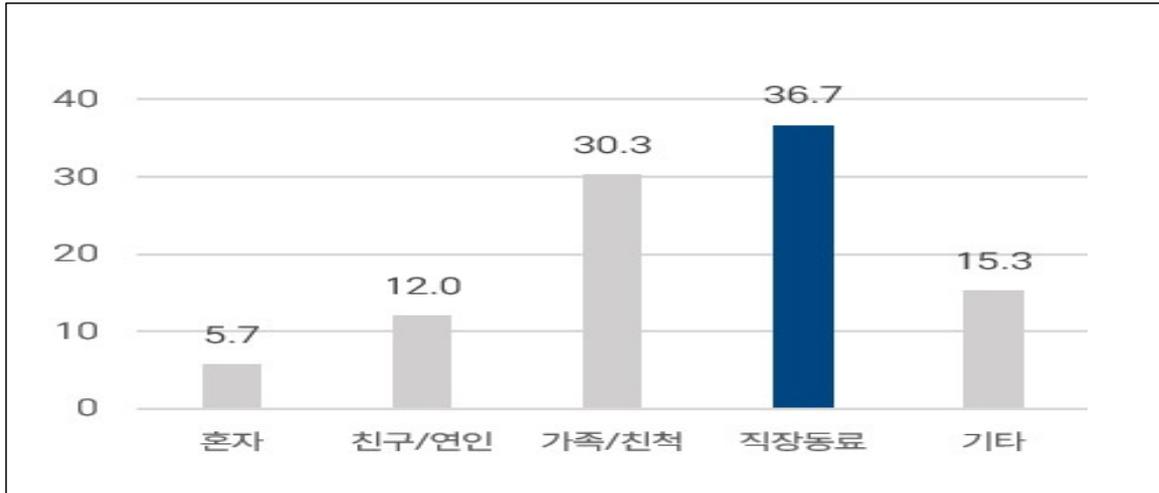


자료) 한국관광데이터랩 자료를 참고하여 연구진 작성

(그림 3-2) 김해국제공항 탑승 입국자 비율

### 방문유형

- 김해시를 방문한 외국인 관광객들의 방문자 유형을 살펴보면, 직장동료·업무 연계 방문 비중이 가장 높게 나타남
  - 직장동료와 함께 방문한 비중이 36.7%로 가장 높게 나타나, 김해시 외국인 방문 수요에서 업무·출장·산업 연계 방문 성격이 강하게 작용하고 있음을 시사함
  - 이는 김해의 산업단지 집적, 기업 활동, 인근 부산·창원과의 산업 연계 구조가 관광 이동에도 영향을 미친 결과로 해석됨
- 가족·친척 동반 방문 비중도 상대적으로 높음
  - 가족·친척과의 방문 비중은 30.3%로 나타나, 김해시 방문 외국인 관광객 중 상당 비중이 친구지인 방문 또는 가족 동반형 체류 수요임을 보여줌
  - 단순 관광 목적뿐 아니라 생활·관계 기반 방문이 일정 부분 존재함을 의미함
- 친구·연인 및 혼자 방문 비중은 상대적으로 낮은 편
  - 친구·연인 동반 방문은 12.0%, 혼자 방문은 5.7% 수준으로 나타남
  - 이는 김해시가 아직까지는 개별 자유여행(FIT) 목적지로서의 인지도와 매력도는 제한적임을 시사함



자료) 김해연구원(2025), 김해시민 및 방문객 관광실태조사

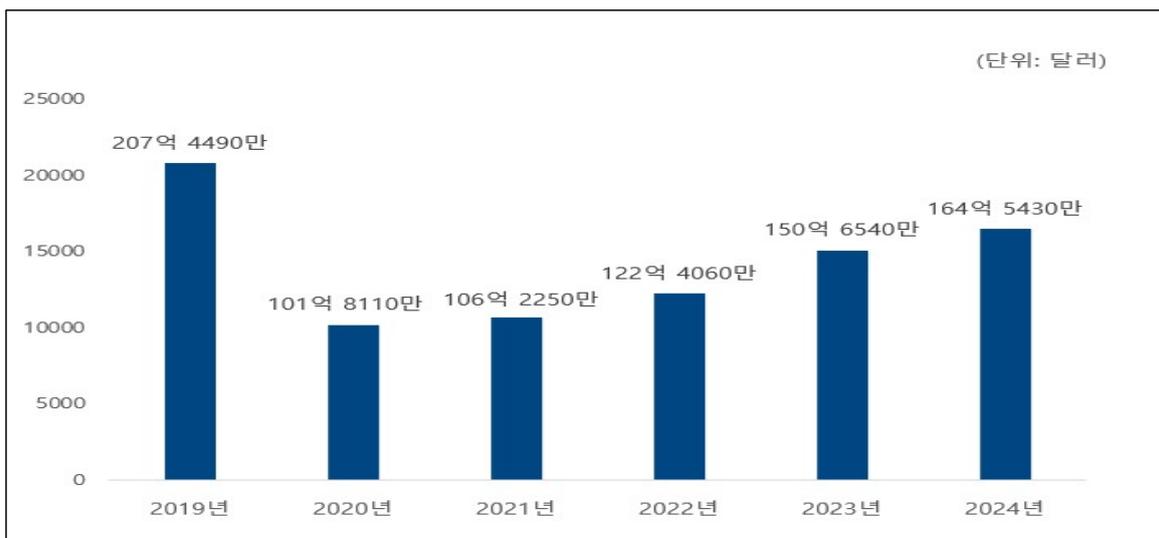
(그림 3-3) 김해시 방문 외국인 관광객 방문자 유형

## 2) 김해시 방문 외국인 관광객 소비행태 분석

- 김해시 방문 외국인 관광객의 소비행태를 진단하기 위해, 한국 전체 외국인 관광객의 소비행태를 선형 분석하고 이를 기준으로 김해시의 상대적 수준과 구조적 특성을 비교·분석하고자 함

### ▣ 우리나라 전체 관광수입

- 한국의 관광수입은 코로나19 이전인 2019년 207억 4,490만 달러로 정점을 기록한 이후, 2020년 101억 8,110만 달러로 급감하며 팬데믹의 직접적 영향을 받았음
- 이후 2021년(106억 2,250만 달러), 2022년(122억 4,060만 달러)을 거치며 점진적인 회복세를 보였고, 2023년에는 150억 6,540만 달러로 회복 속도가 본격화 됨
- 2024년에는 164억 5,430만 달러로 전년 대비 9.2% 증가하며 회복 추세가 지속되고 있으나, 여전히 2019년 대비 약 79% 수준에 머물러 완전 회복에는 이르지 못한 상황임
- 이는 방한 관광객 수 자체는 빠르게 회복되고 있음에도 불구하고, 체류 기간 단축, 단기·개별 자유여행(FIT) 중심의 방문 증가, 1인당 소비액 감소 등 구조적 변화로 인해 관광수입의 회복 속도가 상대적으로 더딘 것으로 해석됨
- 즉, 한국 관광시장은 ‘방문객 수 회복 → 소비 회복’으로 자연스럽게 이어지지 않는 단계에 진입했으며, 향후 정책적으로는 단순한 유입 확대보다는 체류형·고부가가치 소비를 유도하는 질적 전환 전략이 요구됨

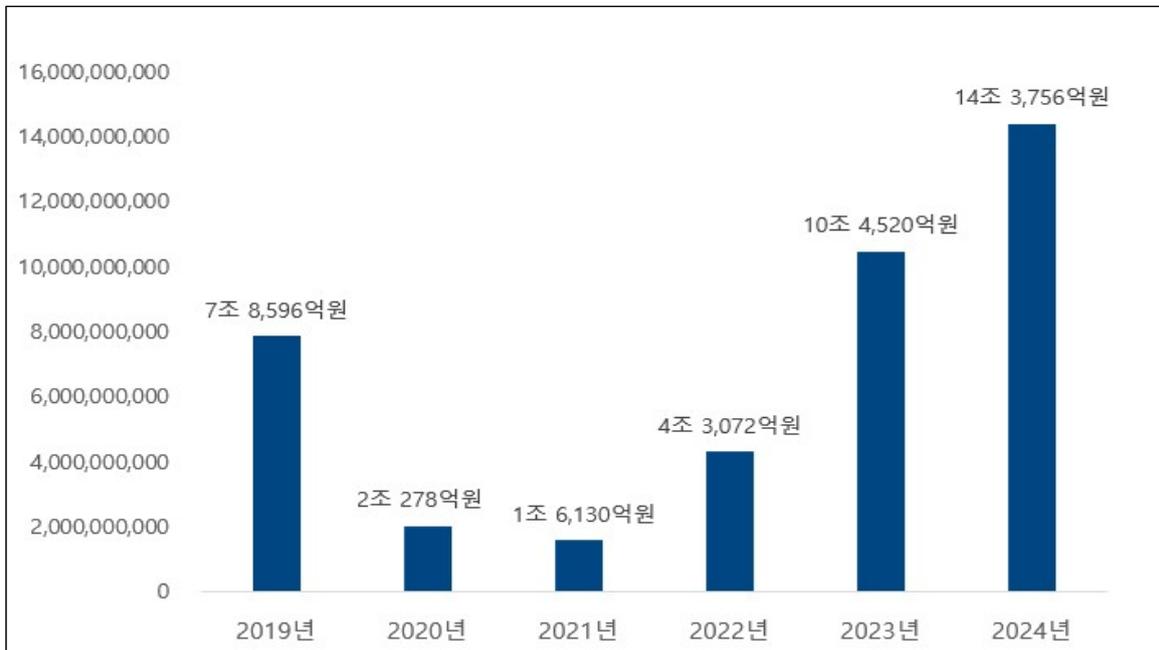


자료) 한국관광데이터랩 자료를 참고하여 연구진 작성

(그림 3-4) 한국 관광수입

▣ **방한 외국인 관광객 소비행태 분석**

- 방한 외국인 관광객의 2024년 소비지출액은 14조 3,756억 원으로 전년(10조 4,520억 원) 대비 37.5% 증가하며 팬데믹 이후 뚜렷한 회복세를 보임
- 다만 2024년 소비지출액은 팬데믹 이전인 2019년 대비 약 83% 수준으로, 아직 완전한 회복 단계에는 도달하지 못한 상태로 해석됨
- 외국인 관광객 수와 소비지출액 모두 빠르게 증가하고 있으나, 1인당 소비액은 팬데믹 이전 대비 완전 회복에는 미치지 못하는 구조가 지속되고 있음



자료) 한국관광데이터랩 자료를 참고하여 연구진 작성

(그림 3-5) 방한 외국인 관광객 소비지출액

- 방한 외국인 관광시장은 2023년까지는 기저효과 중심의 급반등 국면, 2024년부터는 양적 확대와 질적 소비가 병행되는 안정 성장 단계로 전환된 것으로 판단됨
- 2023년에는 관광객 수와 소비지출이 동반 급증하였고, 2024년에는 증가율은 둔화되었으나, 지출 규모는 팬데믹 이전(2019년)을 크게 상회함
  - 2024년부터는 양적 확대와 질적 소비가 병행되는 안정 성장 단계로 전환된 것으로 판단됨
- 특히 관광객 수 증가율보다 소비지출 증가율이 상대적으로 높게 유지되고 있다는 점은 방한 외국인 관광이 단순 방문 중심에서 체류형·고소비형 관광 구조로 이동하고 있음을 시사함

- 이러한 흐름은 향후 관광객 ‘수’ 확대 중심 정책에서 소비·체류·경험의 질을 제고하는 전략으로의 정책 전환 필요성을 뒷받침함

<표 3-2> 방한 외국인 관광객 수 및 소비지출액 현황

연도	관광객		관광지출	
	관광객 수 (명)	전년대비 증가율(%)	카드지출액 (천원)	전년대비 증가율(%)
2019년	-	-	7,859,565,187	-
2020년	12,552,305	-	2,027,841,909	-74.2
2021년	22,120,328	76.2	1,613,027,753	-20.5
2022년	7,715,544	-65.1	4,307,203,320	166.9
2023년	114,237,203	1,381.0	10,451,965,249	142.7
2024년	147,594,233	29.2	14,375,636,788	37.6

자료) 한국관광데이터랩 자료를 참고하여 연구진 작성

### ▣ 김해시 방문 외국인 관광객 소비행태 분석

- 김해시를 방문한 외국인 관광객의 소비지출액은 2019년 83억 4,423만 원을 기록한 이후, 팬데믹 기간 급감하였으나, 2022년 47억 2,669만 원, 2023년 62억 4,233만 원, 2024년에는 78억 7,200만 원으로 증가하여 관광 소비 역시 뚜렷한 회복세를 보이고 있음
- 2024년 소비지출액은 2019년 수준에 근접하였으나, 완전한 회복에는 아직 도달하지 못한 상태로 판단됨
- 특히 외국인 관광객 수 증가 속도에 비해 소비지출 증가 폭은 상대적으로 완만한 양상을 보임
  - 2023년 대비 2024년 관광객 수는 약 37% 증가한 반면, 소비지출액은 약 26% 증가에 그침
- 김해시를 방문한 외국인 관광객의 1인당 평균 소비액을 분석한 결과, 관광객 수 회복에도 불구하고 1인당 소비 수준은 팬데믹 이전 대비 뚜렷한 하락 추세를 보이는 것으로 나타남
  - 2020년 약 58만 원, 2021년 약 63만 원 수준이었으나, 2022년에는 약 24만 원으로 급감한 이후 관광 수요가 본격적으로 회복된 2023년

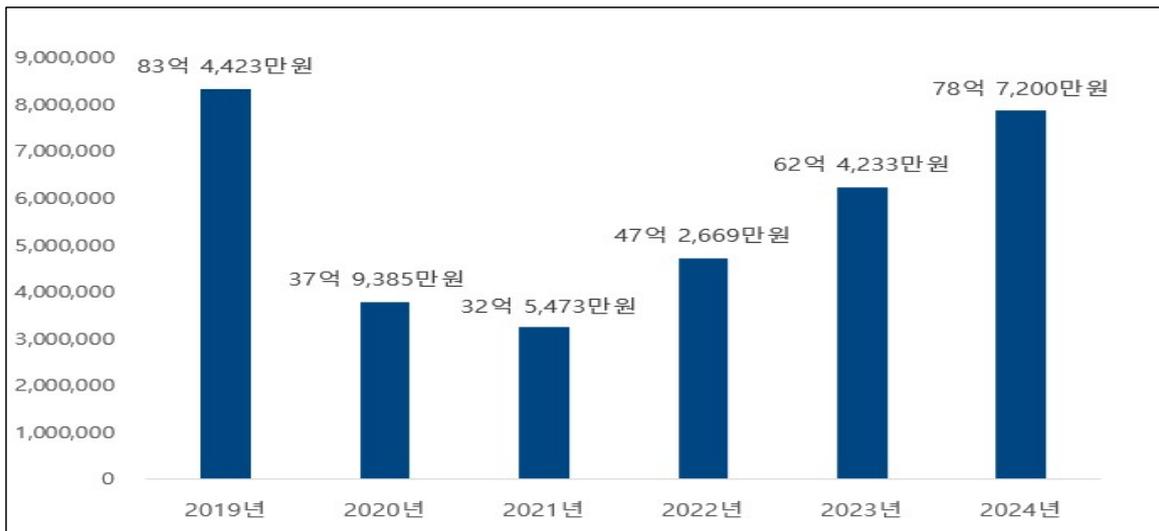
약 19만 원, 2024년 약 18만 원으로 지속적인 하락세가 이어지고 있음

- 이는 2023~2024년 김해시를 방문한 외국인 관광객 수가 대폭 증가한 반면, 방문 형태가 당일형·경유형·단기 체류형 관광객 중심으로 재편되면서, 1인당 관광 소비가 상대적으로 낮아진 결과로 해석됨
- 분석 결과, 향후 김해시 외국인 관광 정책은 단순 방문객 수 확대에서 벗어나, 체류 기간 연장, 숙박·야간관광·체험형 콘텐츠 강화, 고부가가치 소비 유도 전략으로의 전환이 필요함을 시사함

<표 3-3> 김해시 방문 외국인 관광객 수 및 소비지출액 현황

연도	관광객 수(명)	지출액(천원)
2019년	-	8,344,228
2020년	65,246	3,793,847
2021년	51,843	3,254,734
2022년	198,689	4,726,686
2023년	649,957	6,242,328
2024년	889,836	7,872,001

자료) 한국관광데이터랩 자료를 참고하여 연구진 작성



자료) 한국관광데이터랩 자료를 참고하여 연구진 작성

(그림 3-6) 김해시 방문 외국인 관광객 소비지출액 현황

□ 김해시 방문 외국인 관광객 숙박행태 분석

- 김해시의 외국인 관광객 규모와 숙박 소비 비중은 인근 주요 관광도시와 비교할 때 상대적으로 낮은 수준에 머물러 있음
  - 2025년 11월 기준 외국인 방문자 수는 김해시 889,836명으로, 통영시(1,526,167명)의 약 58% 수준에 그치고 있음
  - 외국인 관광객의 숙박소비 비중은 김해시 10.1%로, 통영시(13.8%), 진주시(23.0%) 등 인근 도시와 비교해 현저히 낮은 편임
- 이는 김해시를 방문하는 외국인 관광객 다수가 당일형 또는 경유형 방문에 그치고 있으며, 도시 내 숙박을 수반하는 체류형 관광으로의 전환이 충분히 이루어지지 않고 있음을 시사함
- 특히 통영·진주시 등은 김해시보다 접근성이 상대적으로 불리함에도 불구하고, 숙박소비 비중이 더 높게 나타나고 있어, 김해시의 낮은 숙박 비중은 단순한 접근성 문제가 아니라 관광 콘텐츠 구성 및 체류 유도 전략의 한계에서 기인한 구조적 문제로 해석할 수 있음
- 김해시는 외국인 관광객 유입 규모 자체는 일정 수준 확보하고 있으나, 이를 숙박·야간관광·체험형 소비로 연결하지 못하는 비체류형 관광 구조에 머물러 있는 것으로 판단됨
- 이는 김해시가 외국인 관광객에게 주요 관광 목적지라기보다는 경유·보조적 방문지로 인식되고 있을 가능성을 시사함
- 이러한 체류 행태 분석 결과는 향후 김해시 외국인 관광 정책이 방문객 수 확대 중심에서 벗어나, 숙박 기반 확충, 야간관광 및 체류형 콘텐츠 강화, 소비 유도형 관광상품 개발로 전환될 필요가 있음을 보여줌

<표 3-4> 김해시 주변 도시의 지자체별 외국인 방문 현황 비교

(2025년 11월 현재)

구분	김해	통영	진주	양산
외국인 방문자 수(명)	889,836	1,526,167	232,637	418,003
외국인(숙박소비 비중)	10.1%	13.8%	23.0%	13.8%

자료) 한국관광데이터랩 자료를 참고하여 연구진 작성

## 2 | 관광인프라 및 수용태세 분석

- 수용태세는 외국인 관광객을 맞을 준비가 되어 있는가의 문제이며, 외국인 관광객을 유치하고 만족도를 높이기 위해서는 도시의 관광 인프라와 서비스 수용태세가 중요함
- 김해시는 국제공항이 인접한 도시로서 기본적인 접근성은 우수하나, 세부적인 인프라 측면에서는 개선 과제가 존재하며, 교통, 숙박, 안내·편의시설 환경으로 나누어 현황을 분석함

### 1) 교통접근성

#### ▣ 항공

- 김해시는 김해국제공항을 기반으로 동남권의 핵심 관문도시 역할을 수행하고 있으며, 외국인 관광객 접근성 측면에서 전국 지방도시 중 경쟁력이 높은 도시 중 하나로 평가됨
- 김해국제공항은 부산·경남권의 거점공항으로서 국제여객 처리 규모와 노선 다양성에서 전국 상위권을 유지하고 있으며, 아시아 주요 거점 도시와 직항으로 연결되는 구조를 갖추고 있음

<표 3-5> 김해국제공항 국제선 지역별 운항 현황

(2025.11. 현재)

지역명	운항(편)		
	도착	출발	계
일본	9,286	9,295	18,581
아시아	12,717	12,716	25,433
중국	2,990	2,991	5,981
독립연합	25	25	50
대양주	360	361	721
합계	25,378	25,388	50,766

자료) 한국공항공사 항공통계를 참고하여 연구진 작성

- 김해국제공항은 2019년 기준 국제여객 1,000만 명 이상을 처리한 중대형 공항으로, 인천국제공항 다음으로 높은 국제선 이용 규모를 기록한 바 있음

- 2025년 11월 현재 일본(도쿄, 오사카, 나고야, 후쿠오카 등), 중국(베이징, 상하이, 칭다오 등), 대만(타이베이, 가오슝), 동남아(홍콩, 싱가포르, 방콕, 다낭, 하노이 등) 등 16개국 46개 도시로 직항편이 운항되고 있어 접근성 측면에서 매우 높은 편임
- 특히 일본-중국-대만 등 한국 방문 주요 시장과의 네트워크가 탄탄해 단거리 외국인 관광객 유치에 유리한 입지적 강점을 보유함

<표 3-6> 김해국제공항 국제선 직항도시 현황

(2025.11. 현재)

국가명	도시수	도시명	국가명	도시수	도시명
대만	2	타이페이, 가오슝	싱가포르	1	싱가포르
홍콩	1	홍콩	태국	2	방콕, 치앙마이
인도네시아	1	발리	베트남	5	나트랑, 다낭, 하노이, 푸꾸옥, 호치민
일본	11	삿포로, 후쿠오카, 오사카, 구마모토, 가고시마, 마쓰야마, 나고야, 나가사키, 도쿄, 오키나와, 도야마	중국	11	창춘, 오르도스, 장가계, 계림, 베이징, 상하이, 선양, 칭다오, 황산, 시안, 연길
라오스	1	비엔티안	몽골	1	울란바토르
마카오	1	마카오	카자흐스탄	1	알마티
말레이시아	1	코타키나발루	미국	2	괌, 사이판
필리핀	5	세부, 클락, 칼리보, 마닐라, 보홀	우즈베키스탄	1	타슈켄트

16개국 46개 도시

자료) 한국공항공사 항공통계를 바탕으로 연구진 작성

- 이처럼 김해국제공항의 국제항공 노선망은 김해시에 매우 유리한 자산임. 공항에서 시내 주요 관광지까지 거리는 10~15km로, 부산-김해 경전철(공항-김해시청 20분 정도 소요), 택시 등을 통해 쉽게 이동 가능함
- 그러나 현재 공항에서 곧바로 김해시 주요 관광지로 연결되는 직행 대중교통은 부족한 편임. 공항에서 가야테마파크나 봉하마을 등 주요 관광지까지 바로 가는 교통수단이 없고, 환승을 해야 하는 불편이 있음

### ▣ 육상 및 해상교통

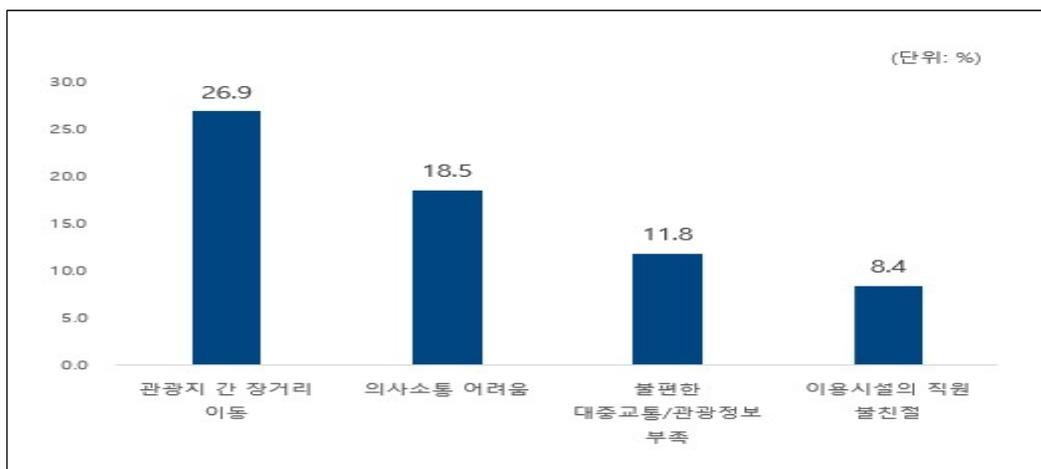
- 광역 교통망으로는 진영역(고속철도)이 김해시 내 위치해 있으며, 인근 창원특례시에 고속철도 창원역 및 창원중앙역이 위치해 있고, 부산광역시 구

포역이 부산도시철도 3호선과 경전철로 연결되어 있어서 고속철도로 김해시 진입은 여유로운 상황임

- 주요 광역도로인 남해고속도로 및 중앙고속도로(대구-부산)가 김해시를 지나 인접 지역의 접근성이 뛰어나며, 수도권에서도 진입이 용이함
- 최근 동김해IC~식만JCT 광역도로 개통으로 부산신항 배후도로와 국도 14호선 대체 우회도로가 직접 연결되어, 부산신항과 가덕도신공항 접근성이 개선되고 진영역까지 이동시간이 단축됨
- 또한 부산항 국제여객터미널, 부산김해경전철이 부산도시철도와 연계되어 광역 교통망과의 연계가 가능하여 잠재적 접근 여건은 우수함
- 가덕도 신공항 및 다양한 교통체계 구축 계획으로 향후 교통 접근성은 더욱 향상될 것으로 전망됨

**□ 외국인 관광객 체감 교통 편의성**

- 외국인 관광객이 실제 체감하는 내부 이동 편의성은 낮은 수준임. 공항-도심-주요 관광지(가야테마파크, 대성동고분군, 클레이아크김해미술관, 화포천습지 등)를 연결하는 버스, 리무진, 환승 안내 체계가 미비하며, 노선·운영시간 정보가 외국어로 제공되지 않아 개별여행객(FIT)의 자율 이동을 제약하고 있음
- 외국인 관광객 설문조사 결과에서도 관광지 간 이동을 가장 불편하게 생각하는 것으로 나타나 교통 접근성에 대한 고민이 필요해 보임



자료) 김해연구원(2025), 김해시민 및 방문객 관광실태조사

(그림 3-7) 김해시 방문 외국인 관광객 불만족 사항

- 관광 루트의 연계성 측면에서도 한계가 나타남. 외국인 관광객은 부산·경주·창원 등 인근 도시와 연계한 일정 속에서 김해시를 방문하는 경우가 많으나, 김해시가 독립적 목적지로 기능하기에는 교통 연결성과 안내 서비스가 미흡함
- 특히 야간관광·체류형 관광 활성화를 위해서는 야간 대중교통 운행 확충, 환승 편의성 제고, 택시·모빌리티 서비스의 외국인 친화성이 필요함
- 최근 글로벌 관광도시들이 추진하는 스마트 모빌리티 서비스는 김해시에서 아직 초기 단계에 머물러 있음
- 따라서 김해시는 교통 인프라의 물리적 확충뿐만 아니라, 디지털 기반 교통안내, 관광지 간 순환형 셔틀버스 도입, 다국어 서비스 강화 등을 통해 외국인 관광객의 이동 편의성을 높일 필요가 있음

## 2) 숙박시설

### ▣ 관광진흥법상 관광숙박업

- 김해시의 숙박시설은 비즈니스호텔과 중저가 숙소 중심으로 구성되어 있어, 관광 목적의 장기 체류보다는 단기 체류·업무 목적 방문객을 주로 수용하는 구조를 보이고 있음
- 관광진흥법상 관광객 숙박 관련시설 현황을 보면, 관광호텔업 9개소를 비롯해 야영장업 9개소, 외국인관광 도시민박업 7개소, 한옥체험업 3개소, 자연휴양림 1개소, 관광펜션업 1개소 등 총 30개소가 분포하고 있음
- 다만, 고급 숙박시설이나 체류형·체험형 숙박 인프라는 상대적으로 부족하여, 외국인 관광객이나 가족·체험 중심 관광객의 장기 체류를 유도하기에는 한계가 있는 상황임
- 관광객 수 증가에도 불구하고 체류일수와 관광소비 확대가 제한되는 구조적 요인 중 하나로 작용하고 있으며, 향후 김해시 관광의 질적 전환을 위해서는 체류형 관광 수요에 대응하는 숙박 인프라 다변화가 필요함

<표 3-7> 김해시 관광숙박업 현황

호텔업	전문휴양업	야영장업	외국인관광 도시민박업	한옥체험업	관광펜션업
9개	1개	9개	7개	3개	1개

자료) 김해시(2025), 관광과 내부자료

### □ 관광호텔 객실 수 분석

- 김해시의 관광호텔 객실 수는 334실로, 통영시(323실)와 유사한 수준이며 진주시(126실), 양산시(124실)보다는 상대적으로 많은 편임. 이는 김해가 경남권 내에서 산업·공항·광역교통 거점 도시로서 최소한의 비즈니스형 숙박 수요를 충족해 온 결과로 해석됨
- 그러나 광역 거점도시인 울산광역시(2,846실)와 비교할 경우, 김해시의 관광호텔 객실 수는 약 12% 수준에 불과해 대규모 관광객 수용이나 국제·광역 단위 행사를 뒷받침하기에는 구조적 한계가 뚜렷함
- 전체 객실 수 기준으로 보더라도 김해시는 7,166실로 진주(5,181실), 양산(4,266실), 통영(5,248실)보다 많은 편이나, 울산(17,121실)과는 큰 격차를 보이고 있음. 이는 김해시가 일정 규모의 숙박 인프라를 보유하고 있으나, 객실의 상당 부분이 관광 목적보다는 비즈니스·단기 체류 중심 숙소로 구성되어 있음을 시사함
- 종합하면 김해시는 경남권 중소도시 대비 숙박 규모에서는 비교적 우위를 점하고 있으나, 관광도시로서의 체류 수요를 본격적으로 흡수하기에는 관광호텔 및 고급·체류형 숙박 인프라가 절대적으로 부족한 상황임
- 이는 김해시 관광이 여전히 당일·경유형 구조에 머무르는 주요 원인 중 하나로 작용하고 있으며, 향후 관광목적지형 도시로 전환하기 위해서는 숙박 인프라의 질적 고도화와 유형 다변화가 핵심 과제로 판단됨

<표 3-8> 김해시 주변 도시의 지자체별 숙박시설 비교

(2025년 9월 현재)

구분	김해	통영	진주	양산	울산
관광호텔 객실수(개)	334	323	126	124	2,846
전체 객실수(개)	7,166	5,248	5,181	4,266	17,121

자료) 김해연구원(2025), 김해정책브리프 2025-5호

### □ 숙박 비중 분석

- 김해시의 외국인 방문자 수는 889,836명으로, 진주시(232,637명)와 양산시

(418,003명)보다는 많으나, 통영시(1,526,167명)와 울산시(3,267,429명)에 비해서는 낮은 수준임. 이는 김해시가 국제공항 인접 도시임에도 불구하고, 외국인 관광객의 실제 체류·소비 거점으로 기능하는 데에는 한계가 있음을 시사함

- 특히 주목할 점은 외국인 숙박소비 비중으로, 김해시는 10.1%로 비교 대상 도시 중 가장 낮은 수준을 보이고 있음. 이는 외국인 방문 규모 대비 숙박을 동반한 체류형 관광으로의 전환이 충분히 이루어지지 않고 있음을 의미함
- 통영시(13.8%)와 양산시(13.8%)는 김해시보다 숙박소비 비중이 높아 관광 목적 방문과 체류 유도가 상대적으로 안정적으로 작동하고 있는 것으로 해석되며, 진주시의 경우 외국인 방문자 수는 적으나 숙박소비 비중이 23%로 높아 소규모이지만 체류 중심 관광 구조를 형성하고 있음
- 울산광역시에는 외국인 방문자 수와 숙박소비 비중(35.2%) 모두에서 압도적인 수준을 보이며, 산업·관광·비즈니스 수요가 결합된 광역 체류형 도시 구조를 갖추고 있음
- 종합하면 김해시는 외국인 방문자 수 자체는 일정 수준 확보하고 있으나, 숙박을 동반한 소비로의 연결력이 매우 낮아 방문은 많으나 머물지 않는 도시라는 구조적 한계를 드러내고 있음
- 김해시 관광이 공항 인접 경유형·단기 방문 중심으로 작동하고 있음을 보여주며, 향후 외국인 관광 전략에서는 숙박·야간·체험 콘텐츠를 연계한 체류형 전환이 핵심 과제로 판단됨

<표 3-9> 김해시 주변 도시의 지자체별 외국인 관광객 숙박 비중 현황 비교

(2025년 11월 현재)

구분	김해	통영	진주	양산	울산
외국인 방문자	889,836	1,526,167	232,637	418,003	3,267,429
외국인 (숙박소비 비중)	10.1%	13.8%	23.0%	13.8%	35.2%

자료) 김해연구원(2025), 김해정책브리프 2025-5호

### 3) 외국어 안내 편의시설

- 외국어 안내 편의시설은 외국인 관광객의 이동·체류·소비를 결정짓는 핵심 수용태세 요소로, 관광지 접근성만큼이나 목적지 경쟁력에 직접적인 영향을 미치는 인프라임
- 김해시는 국제공항이 인접한 도시임에도 불구하고, 외국어 안내 편의시설 전반은 외국인 관광객 증가 속도를 충분히 따라가지 못하고 있는 상황으로 판단됨

#### ▣ 관광안내소

- 김해시 관광안내소는 김해종합관광안내소 1개소를 포함하여 총 5개소가 운영되고 있음
  - 김해종합관광안내소, 가야테마파크 관광안내소, 봉하마을 관광안내소, 수로왕비릉 관광안내소, 봉황유적공원 관광안내소

<표 3-10> 김해시 관광안내소 운영 현황

구분	김해종합 관광안내소	가야테마파크 관광안내소	봉하마을 관광안내소	수로왕비릉 관광안내소	봉황유적공원 관광안내소
근무자 수	2 (영어·중국어)	1	2	1	1

자료) 김해시 관광과 내부자료를 참고하여 연구진 작성

- 한국관광데이터랩 및 문화체육관광부의 외국인 관광객 이동 행태 자료에 따르면, 외국인 관광객은 현장 안내소보다 모바일 검색·지도·OTA 정보에 대한 의존도가 높은 경향을 보이고 있음. 그러나 김해시 관광안내소는 이러한 변화에 대응한 다국어 디지털 안내 기능 및 연계 서비스가 제한적인 수준에 머물러 있음
- 이로 인해 김해시를 처음 방문한 외국인 관광객의 경우, 관광안내소가 목적지 안내의 출발점으로 기능하기보다는 상징적·보조적 역할에 그치고 있을 가능성이 제기됨

□ 문화관광해설사

- 김해시는 가야문화 유적과 역사자원을 중심으로 문화관광해설사 제도를 운영하고 있으나, 외국어 해설이 가능한 인력은 제한적인 수준으로 파악됨
- 외국어 문화관광해설사의 활동은 특정 관광지·특정 시간대에 집중되어 있으며, 상시적·수요 대응형 운영 체계는 미흡한 구조임
  - 상시 근무지 배치 이외에 시티투어버스, 도심투어 등 특별 프로그램 배치
- 특히 외국인 관광객의 방문 패턴이 단체 중심에서 개별 자유여행(FIT) 중심으로 전환되고 있음에도 불구하고, 사전 예약 기반 해설 위주의 운영 방식은 현장 즉시 수요를 충분히 흡수하지 못하는 한계가 있음
- 이로 인해 외국인 관광객은 김해의 핵심 자산인 가야문화 유적을 관람 중심으로 소비하는 경향이 강하며, 역사적 맥락과 스토리를 이해하고 체류·소비로 연결되는 해설 기반 관광 경험은 제한적으로 제공되고 있음

<표 3-11> 김해시 문화관광해설사 현황

구분	활동언어별					
	계	한국어	영어	중국어	일어	수어
인원(명)	20	5	7	1	6	1
근무지(개소)	13	수로왕릉, 대성동고분박물관, 봉하마을, 김해분청도자박물관 등				
근무시간	연중무휴, 1일 7시간(10시~17시)					

자료) 김해시 관광과 내부자료를 참고하여 연구진 작성

\* 외국어 가능 인원은 한국어 병행 활동

□ 시티투어버스

- 김해시 시티투어버스는 사전예약제(여행일 5일 전)와 최소 인원 10인 이상 조건을 전제로 운영되고 있어, 개별 자유여행(FIT) 비중이 높은 외국인 관광객의 이용 행태와 구조적으로 부합하지 않음. 특히 항공편 일정에 따라 즉흥적·단기적으로 이동하는 외국인 관광객에게는 접근성이 매우 낮은 운영 방식임
- 운행 코스가 총 4개이며, 각 코스별 소요 시간이 약 7시간에 달해 반일 또는 수 시간 단위의 유연한 관광을 선호하는 외국인 관광객에게는 시간 부담이 큼. 이는 김해가 경유·단기 방문 형태로 이용되는 현실과도 괴리가 있음

- 출발장소는 종합관광안내소 및 장유 출발 등 2개소임
- 결과적으로 현재 시티투어버스는 내국인 단체 관광객이나 사전 기획형 수요에 한정된 서비스로 기능하고 있으며, 공항을 통해 유입되는 외국인 개별 관광객을 실질적으로 흡수하지 못하는 구조임. 이는 외국인 관광객의 체류 확대와 관광소비 전환을 가로막는 요인 중 하나로 작용하고 있음
- 따라서 김해시 시티투어버스는 외국인 관광객을 고려한 접근성, 시간 유연성, 이용 방식 측면에서 실질적인 대응 체계를 갖추지 못하고 있으며, 현행 운영 구조에서는 외국인 대상 시티투어 기능이 사실상 부재한 상황으로 판단됨. 이는 김해가 ‘공항 인접 관광거점’임에도 불구하고, 외국인 관광객을 도시 내부로 유입·순환시키는 핵심 수단을 상실하고 있음을 시사함



자료) 김해시 홈페이지

(그림 3-8) 김해시 시티투어버스 투어코스

### □ 관광 결제 서비스

- 외국인 관광객이 자주 찾는 전통시장, 음식점, 소상공인 매장에서는 신용카드, 모바일페이, 해외 간편결제 등 글로벌 결제 환경이 미흡함
- 일부 점포는 현금 위주로 운영되고 있으며, 환전소와 면세 쇼핑 안내도 제한적이어서 외국인 관광객의 소비 확대에 제약이 있음
- 글로벌 관광도시들이 도입하고 있는 스마트 관광 서비스(예: 다국어 통합 관광앱, 전자지도·증강현실 기반 해설, 통합관광패스와 결합된 모바일 결제 서비스 등)는 김해에서 아직 초기 단계에 머물러 있음

### □ 관광안내표지판(다국어 표기)

- 김해시 주요 관광지에는 국문·영문 중심의 관광안내표지판이 설치되어 있으나, 외국인 주요 시장(중국·일본·동남아 등)을 고려한 다국어 표기 확대는 충분하지 않은 수준임
- 표지판의 위치·표기 방식·정보 깊이 또한 관광객의 실제 이동 동선과 소비 지점보다는, 관광지 내부 안내에 집중된 경향을 보임
- 특히 외국인 관광객의 체류 및 소비와 직결되는 전통시장, 골목 상권, 교통 환승 지점 등에서는 외국어 안내표지의 가시성과 일관성이 낮아, 외국인 관광객의 자율적 이동과 소비 확대를 제약하는 요인으로 작용하고 있음
- 이는 외국인 관광객이 김해시가 안내가 충분한 관광 목적지가 아닌, 사전 정보 없이는 이용이 어려운 공간으로 인식할 가능성을 내포하고 있음
- 다국어 표지판은 일부 관광거점에 한정적으로 설치되어 있으며, 통합적인 교통안내 앱이나 실시간 교통정보 시스템이 부족해 외국인 관광객이 스스로 동선을 계획하기 어려움
  - 영어 등 다국어 버스노선 안내가 미흡하고 관광지 간 환승 연결도 직관적이지 않아, 개별여행 외국인들이 이동에 어려움을 느낄 수 있음
- 특히, 모바일 지도 서비스에 의존하는 경우가 많으나, 현장 표지판·대중교통 노선도와 연계되지 않아 혼란을 초래하기도 함

### □ 기타 편의시설

- 관광객 체류 편의를 위한 휴게시설, 유아·고령자 편의시설, 무장애 관광 인프라가 충분히 마련되지 않아 접근성과 포용성 측면에서 취약점을 보임. 국제관광 도시로 도약하기 위해서는 유니버설 디자인 기반의 시설 정비가 필요함
- 기본적인 안내체계와 일부 인프라를 갖추고 있으나 무장애 시설이 미흡하여 외국인 관광객의 체류 만족도를 높이는 데 한계가 있어 포용적 관광 인프라 구축을 통해 관광 편의성을 제고해야 함

### □ 안전의료 서비스

- 외국인 관광객이 체류 중 예기치 않은 사고·질병·범죄 상황에 직면할 경우

를 대비한 의료·안전 대응 체계가 충분히 마련되지 못함

- 관광객의 신뢰도와 직결되는 요소임에도 불구하고, 관광안전 관리체계는 제한적이며 관광 현장 대응 매뉴얼도 체계화되지 않은 실정임
- 관광 안전 인프라 또한 보완이 요구됨. 관광지 내 CCTV·비상벨 등 안전 설비가 부분적으로 설치되어 있으나, 외국인 관광객이 쉽게 인지하고 활용할 수 있는 다국어 안내 체계는 미흡함
- 특히 야간관광, 레저·생태 활동, 하천·산림 체험 프로그램 확대에 따라 안전 관리·보험 서비스 강화가 필요하며, 이는 관광객의 체류 만족도와 재방문을 확보에 직결됨

### 3 | 시사점

- 국제관광 회복 국면은 방문객 수 확대에서 구조 전환 단계로 이동하고 있음
  - 김해시 외국인 관광객은 2022~2023년 기저효과에 따른 급반등 이후, 2024년 889,836명 수준에서 안정적인 성장 국면에 진입한 것으로 판단됨
  - 최근 증가율은 둔화되는 추세로, 향후 성과는 방문객 수 확대보다는 체류와 소비로의 전환 정도에 의해 좌우될 가능성이 높음
- 외국인 관광 수요 구조는 대만 중심으로 재편되고, 업무·관계 기반 방문 비중이 높음
  - 국적별로는 대만 비중이 빠르게 확대되고 있으며, 김해국제공항 입국 구조 역시 일본 중심에서 대만 중심으로 이동하는 흐름이 나타남
  - 방문 유형에서는 직장동료(업무 연계) 및 가족·친척 동반 비중이 높아, 김해시는 전형적인 관광목적지라기보다 산업·관계 기반 방문이 결합된 도시로 기능하고 있음
- 관광객 수 증가는 소비 증가로 충분히 이어지지 못하는 구조가 지속됨
  - 2024년 외국인 관광객의 소비지출액은 2019년 수준에 근접했으나, 관광객 수 증가에 비해 소비 증가 속도는 완만하며 1인당 소비액은 지속적으로 감소하는 추세임
  - 이는 김해시 방문이 당일·경유·단기 체류 중심으로 이루어지고 있음을 의미하며, 관광정책의 핵심 과제는 유입 확대보다 체류시간과 소비 규모를 늘리는 방향으로 전환될 필요가 있음
- 숙박과 체류 여건 부족이 외국인 관광 확대의 주요 제약 요인으로 작용함
  - 외국인 관광객의 숙박 소비 비중은 10.1%로 비교 도시 중 가장 낮아, 김해시가 ‘머무는 도시’가 아닌 ‘경유형 방문지’로 인식되고 있을 가능성이 큼
  - 숙박시설 또한 비즈니스·중저가 중심으로 구성되어 있어 체류형 관광 수요를 유도하기 어렵고, 고급·체험형 숙박 부족으로 체류 연장과 야간 소비 확대에 한계가 있음
- 접근성은 우수하나, 외국인이 체감하는 시내 이동과 관광 연계성은 낮은 수준임
  - 공항과 도심 간 물리적 거리는 짧지만, 공항에서 주요 관광지로 바로 이

- 동할 수 있는 셔틀·순환 노선과 다국어 환승 안내가 부족해 개별관광객의 이동 편의성이 낮음
  - 이로 인해 김해시는 공항 접근성 대비 관광 이동 편의 격차가 크며, 이는 관광지 체류시간과 소비 확대를 제한하는 요인으로 작용함
- 외국어 안내·서비스가 현장 중심에 머물러 디지털 관광 환경과 맞지 않음
  - 외국인 관광객은 모바일 지도·검색·OTA에 대한 의존도가 높는데, 김해시의 안내체계는 다국어 디지털 안내, 실시간 교통·동선 정보, 현장 표지의 일관성 등이 충분히 뒷받침되지 못함
  - 특히 전통시장·야간관광 등 소비가 발생하는 생활권 공간에서의 다국어 안내 공백이 커, 체류·소비로 이어지는 경로 설계가 약한 구조임
- 시티투어버스는 외국인 관광 수요와 맞지 않는 운영 방식으로 사실상 기능이 약화됨
  - 사전예약, 단체 위주의 운영과 장시간 코스 구성은 개별관광객 중심의 외국인 관광객 이용 방식과 맞지 않음
  - 이로 인해 김해시는 공항과 인접한 관광거점임에도 불구하고, 외국인 관광객을 도시 내부로 유입하고 순환시키는 대표적 교통형 관광상품인 시티투어 기능을 사실상 수행하지 못하고 있음
- 결제·편의·안전·의료 등 체류 신뢰 인프라가 충분히 갖춰지지 않아 재방문 기반이 약함
  - 글로벌 간편결제, 무장애·휴게시설, 다국어 안전 안내 등은 외국인 관광객의 체류 만족도와 직결되는 요소이나, 현재 김해시는 일부만 도입된 초기 단계에 머물러 있음
  - 김해시가 외국인 관광 거점 도시로 전환하기 위해서는 콘텐츠 개발과 함께, 관광객이 안심하고 머무를 수 있는 편의·안전 중심의 인프라를 표준화할 필요가 있음
- 김해시 외국인 관광 정책의 핵심 과제는 공항 유입에서 도시 체류·소비로의 전환 전략을 마련하는 것임
  - 김해시는 국제공항, 광역교통망, 산업·도시 집적 등 높은 유입 잠재력을 보유하고 있으나, 숙박·이동·안내·결제·야간 소비 등 체류를 결정하는 핵심 인프라가 부족해 유입 대비 체류·소비 전환 효율이 낮은 도시로 나타남

## IV 김해시 외국인 관광객 유치 다변화 방안

### 11 기본 방향 및 비전

#### 1) 비전 체계

- 김해시 외국인 관광객 유치 전략의 중장기 비전은 ‘김해형 글로벌 게이트웨이’ 구축으로 정립할 수 있음
- 이는 김해시를 단순한 부산 연계 방문지가 아니라, 독자적 매력을 기반으로 국제관광 거점도시로 성장시키겠다는 목표를 의미함
- 김해국제공항이 인접한 지리적 강점을 활용해 외국인 관광객에게 한국 여행의 첫 관문이자 남부권 광역관광의 허브로 포지셔닝함으로써, 공항 접근성과 도시 고유의 역사문화 자원을 연계한 차별화된 인바운드 전략이 가능함
- 아울러 김해시는 중앙정부의 ‘지방시대’ 정책 기조 및 관광분야의 지역 분산 전략과 부합하도록, 수도권 편중 구조·특정 국가 의존도를 완화하고, 체류·소비 중심의 생활인구 확대형 인바운드 구조를 구축해야 함. 이를 통해 지방관광의 균형 발전에 기여하는 분산형 외래객 유치 모델을 실현할 수 있음
- 이러한 비전을 달성하기 위해 김해시는 다음의 5대 전략을 상호 연계된 패키지 구조로 추진하여, 브랜드, 콘텐츠, 인프라, 마케팅, 수용태세의 전 분야를 통합적으로 고도화해야 함
  - 공항 연계 초광역 관문도시 생태계 구축, 로열 가야(Royal Gaya) 브랜드의 세계화, 체류 유도형 로컬 특화 콘텐츠 강화, 데이터 기반 타깃 마케팅, 스마트·유니버설 관광 수용태세 고도화 등 5대 전략임
- 위 5대 전략은 단일 사업이 아니라, 김해형 글로벌 게이트웨이 실현을 위한 통합전략 패키지로 설계되어야 하며, 공항 접근성, 가야 문화유산, 로컬 콘텐츠, 관광서비스, 디지털 마케팅을 연계하는 선순환 구조 형성이 핵심임

<b>비전</b>	<b>김해형 글로벌 게이트웨이</b>		
<b>목표</b>	<b>독자적 매력 기반 국제관광 거점도시</b>		
<b>5대 전략 및 세부 추진 과제</b>	<b>인프라</b>	공항 연계 초광역 관문도시(Gateway) 생태계 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 초광역 관광권 기반 콘텐츠 및 관광상품 개발</li> <li>• 부산항·KTX 등 광역 교통거점과의 연계 강화</li> <li>• 기덕도신공항개항대비김해국제공항기능전략화</li> </ul>
	<b>브랜드</b>	로열 가야(Royal Gaya) 브랜드 고도화 및 세계화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 역사문화자원의 고급 특수목적관광 상품 개발</li> <li>• 글로벌 헤리티지 관광상품 개발</li> <li>• 허왕후스토리텔링기반'Love&amp;Origin' 마케팅</li> </ul>
	<b>콘텐츠</b>	체류 유도형 로컬 특화 콘텐츠 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 로컬 정체성 기반 체험형 콘텐츠 고도화</li> <li>• 숙박·체류 인프라 연계형 관광 활성화</li> <li>• 김해형 야간관광 콘텐츠 강화</li> <li>• 글로벌 푸드타운 기반 로컬 미식 콘텐츠 고도화</li> <li>• 파크골프 중심 스포츠레저 체류형 관광 콘텐츠 확대</li> </ul>
	<b>마케팅</b>	데이터 기반 타겟 맞춤형 초개인화 글로벌 마케팅	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 데이터 기반 전략시장 타기팅 및 수용 맞춤 분석</li> <li>• 디국어 기반 검색 최적화 및 OTA 목적지 페이지 고도화</li> <li>• 현지화 기반 디지털 홍보 및 정서 친화형 콘텐츠 운영</li> <li>• 빅데이터 기반 초개인화 마케팅 체계 구축</li> </ul>
	<b>수용 태세</b>	스마트·유니버설 기반 관광 수용태세 고도화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 스마트 기반 정보·안내체계 혁신</li> <li>• 유니버설·안전 기반 관광환경 조성</li> <li>• 글로벌 현대·서비스 품질 고도화</li> <li>• 디지털 결제·모빌리티 혁신</li> </ul>

(그림 4-1) 김해시 외국인 유치 다변화 비전 체계도

## 2 | 전략 1: 공항 연계 초광역 관문도시(Gateway) 생태계 구축

### 1) 추진 필요성

- 김해국제공항은 부산광역시에 소재하고 있으나, 부산·울산·경남권 전역을 아우르는 동남권 핵심 관문공항으로 기능하고 있으며, 일본, 중국, 대만, 동남아 등 주요 인바운드 국가들과의 항공 접근성이 우수함
- 특히 최근 저비용항공사 중심의 직항노선 회복 및 신규 취항 확대에 의해 개별여행객 수요가 급증하고 있으며, 공항 인근 도시로의 체류 수요 확산 가능성이 높아지고 있음
- 제10차 국가관광전략회의에서 제시한 ‘인바운드 관광권 조성’ 과제는 기존 행정경계를 넘어 관광 흐름 중심으로 재편된 ‘관문도시-연계도시’ 기반의 초광역 관광체계 구축을 핵심 정책방향으로 제시하고 있음
- 이에 따라 김해시는 김해국제공항의 배후 거점도시로서의 전략적 입지를 활용해, 단순 통과지(transit point)가 아닌 관광의 시작점(Gateway) 도시로 기능 전환이 필요한 시점임
- 나아가 가덕도 신공항 개항, 김해국제공항, 크루즈철도 등 인접 교통거점과의 연계 강화는 향후 김해시의 체류형 관광 기반 확대에 중요한 기회요인이 될 수 있음

### 2) 추진방안

#### ▣ 초광역 관광권 기반 콘텐츠 및 관광상품 개발

- 김해국제공항 기반 인바운드 전용 관광상품(스탑오버·환승투어 등)을 기획하고, 항공사·여행사와 연계한 공동 운영 체계를 구축함
  - 직항도시 중심으로 한국공항공사, 한국관광공사, 항공사 등과 협력하여 국가별 맞춤형 관광상품 개발 및 마케팅 추진
- 출국 전 1박 투어 또는 4시간 이내의 도심투어 개별관광객 맞춤형 코스를 개발하여 운영함
  - 대성동고분군, 국립김해박물관, 한복체험, 김해한옥체험관, 로컬 푸드체험 등을 연계하여 경전철을 이용한 도심도보 투어를 운영함
- 공항 대기시간(4~8시간)을 활용한 환승 전용 짧은 체류형 상품을 개발하

여, 수하물 당일 배송·보관을 포함한 ‘빈손 여행(Hands-Free)’ 시스템과 연계한 관광 편의성을 제공함

- 김해국제공항과 경전철역, 주요 숙박시설 간 픽업-관광-샌딩까지 연계된 원스톱 이동 패키지 서비스를 구성함
- 지방공항 활성화 연계 국비사업, OTA 공동마케팅, 홍보캠페인 등에 적극 참여하여 김해국제공항 중심의 인바운드 흐름 유입을 제도적으로 확보함

▣ 부산항KTX 등 광역 교통거점과의 연계 강화

- 부산항 국제크루즈 입항객을 대상으로 가야 유적지, 전통시장 등 김해의 핵심 관광지를 연계한 당일형 권역투어 상품을 운영하고, 부산역-김해 주요 관광지-경전철 노선을 연결하는 환승형 교통망을 확충함
- 크루즈·철도 이용 관광객의 이동 편의를 높이기 위해 공항-철도-도심을 아우르는 복합 교통 이동 체계를 구축하고, 경로 안내·환승 정보를 통합 제공하는 스마트 안내시스템을 단계적으로 도입함
- 이미 김해시가 부산항 크루즈 관광객 유치 시장에 진입한 만큼, 부산항에서 김해시로의 관광객 유입을 실질적으로 확대할 수 있도록 체계적 실행 로드맵을 마련하고 광역 교통 연계 시스템을 강화하는 전략적 접근이 필요함



자료) 경남관광재단 홈페이지(좌), 김해시청 홈페이지(우)

(그림 4-2) 교통수단 연계 관광상품

▣ 가덕도 신공항 개항 대비 김해국제공항 기능 전략화

- 가덕도 신공항 개항 이후 김해국제공항과의 역할 분담이 불가피한 만큼, 김해시는 관광거점도시로서의 기능 유지·강화를 위한 선제적 전략 수립이

요구됨. 관광객 유입 흐름을 이중 분산구조로 설계하여 김해 체류 수요를 안정적으로 확보할 필요가 있음

- 이를 위해 MICE, 의료, 한류체험 등 신수요 기반 특수목적관광(SIT: Special Interest Tourism)을 적극 유치하고, 공항-김해 간 이동 동선에 맞춘 맞춤형 관광 프로그램 개발과 광역 연계형 브랜드 마케팅 전략을 병행하여 글로벌 경쟁력을 확보해야 함

### 3 | 전략 2: 로열 가야(Royal Gaya) 브랜드 고도화 및 세계화

#### 1) 추진 필요성

- 가야고분군의 유네스코 세계유산 등재로 김해시의 역사적 가치가 국제적으로 인정받은 만큼, 이를 글로벌 관광상품으로 전환하기 위한 체계적 브랜드 전략 수립이 시급한 상황임
- 경주의 신라 문화와 구별되는 가야의 독창적 역사성(철기문화, 해상교류, 국제성 등)과 한국 최초 국제결혼(수로왕-허왕후) 스토리는 외국인 관광객에게도 높은 매력도를 지닌 강력한 스토리 자원으로 평가됨
- 역사문화 관련 관광상품은 일반적인 패키지형 관람 중심에 머물러, 차별화된 프리미엄 상품에 대한 수요에 대응하지 못하고 있음
- 역사, 고고학, 예술, 전통문화, 명상 등 다양한 테마를 접목한 한정판 맞춤형 프로그램 개발로 고부가가치 창출 도모
- 따라서 단순한 유적 관람을 넘어, 가야의 신비성을 체험할 수 있는 프리미엄 역사문화 브랜드화로 발전시켜 글로벌 시장에서 차별화된 경쟁력을 확보할 필요가 있음

#### 2) 추진방안

##### ▣ 역사문화자원의 고급 특수목적관광(SIT) 상품 개발

- 일본의 패키지 전문여행사 클럽 투어리즘은 테마가 있는 고가 여행상품으로 유명하며, 세계문화유산 상품도 다수 운영하고 있음
  - 1박 2일 상품에 가격은 139,000엔으로 고가로 형성되어 있으며, 전문 가이드, 크루즈와 고급 음식, 노면 전차 1일 탑승권, 해당 지역에서 유명한 축제장도 방문하여 가장 좋은 자리에서 관람할 수 있도록 제공하고 있음
- 김해시도 1인 맞춤형 프리미엄 역사여행 ‘가야의 시간으로(가칭)’ 패키지 상품을 개발하여 참가자 1인 또는 소수(2~4인) 전용 여행상품으로 운영함
  - 가야사 전문 가이드(해설사) 전일 동행, 프라이빗 이동 수단 제공(차량 또는 도보 중심 코스), 1인 전용 숙소 제공, 자유시간 포함 등 일정 포함
- 고고학·예술·명상 등 특화 테마 여행 구성
  - 고고학자와의 고분 탐방: 실제 유적과 유물 해설 및 발굴 사례 설명

- 가야 음악·예술 체험: 가야금, 토기 공예, 향 등 전통문화 콘텐츠 포함
- 명상·치유 코스: 고분군 야간 산책 + 숲 명상, 해반천 걷기, ‘가야의 새벽’ 일출 코스 등의 프로그램 우선 참가 제공

○ 지역 연계형 고급 요소 결합

- 지역 특식 코스 제공: 전통 방식의 가야 식단 또는 향토 퓨전 디너 제공
- 공연 관람 및 전통의식 참여: 수로왕릉 제례, 가야복식 공연 등
- 지역 장인 및 예술가와의 교류 시간 마련



자료) 클럽투어리즘 홈페이지

(그림 4-3) 역사문화자원 고급 특수목적관광 개발 사례

▣ 글로벌 헤리티지 관광 상품 개발

- 유네스코 등재 유산인 대성동고분군과 수로왕릉을 잇는 핵심 유적 축을 왕의 길로 브랜드링하고, 수로왕과 허왕후의 스토리텔링 프로그램을 기획하여 김해 고유의 역사문화를 깊이 있게 체험할 수 있는 특화형 관광상품을 개발함
- 인천관광공사는 역사적 배경을 활용하여 인천상륙작전 스탬프 투어를 운영하고, 원도심의 대표 공간을 중심으로 도슨트 투어 프로그램을 개발·운영하며 지역 고유의 역사문화 매력을 효과적으로 관광 콘텐츠로 전환한 바 있음
- 인천의 ‘인천상륙작전 스탬프투어’, 원도심 도슨트투어 등 역사 기반 체험형 프로그램 운영 사례를 참고하여, 김해만의 지역 정체성과 차별성을 드

러내는 맞춤형 로컬 헤리티지 관광상품을 발굴하고 지속적으로 운영·확장할 수 있는 프로그램 관리 체계를 구축할 필요가 있음



자료) 인천관광공사 홈페이지

(그림 4-4) 역사자원 활용 관광 콘텐츠 개발 사례

▣ 허왕후 스토리텔링 기반 ‘Love & Origin’ 마케팅

- 한국 최초의 국제결혼인 수로왕과 허왕후의 러브스토리를 테마로 하여, 인도 및 동남아 관광객을 대상으로 한 ‘성지순례형’ 로맨스 투어 코스를 개발함
- 인도와의 역사문화적 연계를 활용해 현지 여행사미디어 대상 초청 팸투어를 추진하고, ‘허왕후 신행길’ 축제를 글로벌 콘텐츠로 격상함



자료) 김해시 관광과 공식 블로그(좌), 김해문화관광재단 홈페이지(우)

(그림 4-5) 허왕후 신행길 축제

## 4 | 전략 3: 체류 유도형 로컬 특화 콘텐츠 강화

### 1) 추진 필요성

- 김해시는 가야문화의 중심지이자 풍부한 역사·생활문화 자원을 보유하고 있음에도, 외국인 관광객의 방문 형태는 여전히 경유·당일형에 집중되어 있어 체류 기반 관광 경쟁력이 충분히 발휘되지 못하고 있음
- 외래관광객조사에 따르면, 방한 관광객의 핵심 관심사로 음식·미식 탐방, 쇼핑, 로컬 경험이 지속적으로 상위권을 차지하며, 특히 재방문객일수록 지역 기반 체험형 콘텐츠 선호도가 크게 증가하는 것으로 나타남(한국문화관광연구원). 이는 체류형 로컬 콘텐츠 개발의 중요성을 뒷받침하는 근거임
- 김해시는 대성동고분군, 봉황동유적지와 같은 역사유산, 분청도자기·금속공예 등 전통 장인문화, 가야금·전통시장 등 로컬 생활문화 등 도시 고유의 로컬 콘텐츠 밀집도가 매우 높은 지역으로, 기존의 관람 중심관광에서 벗어나 머무르고 배우고 체험하는 체류형 프로그램으로 확장할 수 있는 잠재력이 큼
- 코로나19 이후 글로벌 관광시장은 개별여행(FIT) 중심, 경험·체험 중시, 로컬리티 기반 관광 수요 증가 등으로 구조 재편이 이루어졌으며, 이는 김해시가 보유한 자원과 부합하여 외국인 관광객의 체류 연장과 반복 방문을 유도할 수 있는 환경적 기회 요인으로 작용함
- 또한 인구감소 시대에 지역관광의 핵심 과제로 생활인구(체류 인구) 확대 전략이 강조되고 있어, 로컬 체류형 관광은 지역경제 활성화 및 지속가능한 관광생태계 구축 측면에서도 중요한 의미를 가짐

### 2) 추진방안

#### ▣ 로컬 정체성 기반 체험형 콘텐츠 고도화

- 김해분청도자박물관 및 클레이아크김해미술관을 거점으로 외국인 전용 ‘나만의 도자기 만들기’ 및 ‘도자 굽기 장기 체류 프로그램’ 등을 운영하여 김해 도자문화의 깊이를 경험할 수 있는 체류형 공예 콘텐츠를 마련함
- 가야금 연주, 김해오광대 등 지역의 대표 무형문화유산을 활용하여 외국인 대상 원데이 마스터 클래스를 운영하고, 공연·해설과 연계한 참여형 문화 체험으로 확대함

- 김해의 특산물과 로컬 푸드를 활용한 ‘김해 미식투어(Gimhae Gastronomy Tour)’를 상설 운영하고, 지역 농식문화와 결합한 미식 관광 브랜드로 육성함
  - 김해 평야의 쌀을 이용한 전통주 빚기 체험, 김해 뒷고기 기반 로컬 미식 체험 등 로컬 푸드 활용 관광상품 개발함
  - 장군차를 활용한 프리미엄 다도·웰니스 프로그램 등을 결합하여 고부가가치 로컬 관광 상품으로 개발함



자료) 김해시 홈페이지(좌), 일본 사가현립 나고야성 박물관(우)

(그림 4-6) 도자기 체험 및 일본 다도 체험 사례

#### ▣ 숙박·체류 인프라 연계형 관광 활성화

- 김해한옥체험관을 외국인 관광객의 대표적인 체류 거점으로 기능하도록 재정립하고, 다국어 기반 외국인 전용 온라인 예약·결제 시스템을 구축함으로써 개별 자유여행객(FIT)의 접근성과 이용 편의성을 제고함
- 한옥체험관을 중심으로 인근 구도심의 유휴 주거·상업 공간을 리모델링하여, 로컬 크리에이터·청년 사업자·문화기획자가 참여하는 소규모 게스트하우스 및 체험형 숙소를 단계적으로 확충함
- 숙박 기능에 그치지 않고, 투숙객 대상 로컬 투어·전통문화 체험·야간 프로그램·로컬 미식 연계 콘텐츠를 결합하여 ‘머무는 숙박’에서 ‘체험 중심 체류’로의 전환을 유도함
- 이를 통해 외국인 관광객의 평균 체류일수와 지역 내 소비를 확대하고, 구도심 활성화 및 지역 기반 관광 생태계 조성을 동시에 도모하고자 함

▣ 김해형 야간관광 콘텐츠 강화

- 가야테마파크에서 운영되었던 빛축제를 계절형 이벤트가 아닌 상설 프로그램으로 고도화하고, 연지공원·봉황대길 등 주요 관광·생활 거점에 야간 경관조명과 미디어 파사드를 단계적으로 설치하여 ‘밤이 아름다운 김해’ 이미지를 구축함으로써 1박 이상 체류를 유도함
  - 함안 낙화놀이는 전통놀이를 현대적 야간관광 콘텐츠로 재해석함으로써 지역 고유성을 살린 대표 야간관광 콘텐츠로 자리 잡았으며, 내국인뿐만 아니라 외국인 관광객의 방문까지 확대하는 성과를 거두고 있음
  - 부산 광안리 M 드론라이트쇼는 반복 방문을 유도할 수 있도록 매회 새로운 스토리텔링과 연출을 도입하여, 특정 공간을 부산을 대표하는 야간 관광 브랜드로 정착시킨 사례로 평가됨



자료) 경남관광재단 홈페이지(좌), 연구진 자료(우)

(그림 4-7) 야간관광 콘텐츠 성공 사례

- 이러한 사례를 참고하여, 김해시 역시 단순 조명 설치를 넘어 스토리·연출·체험이 결합된 야간 콘텐츠를 전략적으로 구성할 필요가 있음
- 특히 김해 천문대를 활용해 별자리 해설, 우주·천문 스토리텔링, 가족·연인 대상 야간 관측 프로그램 등을 운영하고, 가야 신화·왕권 서사와 별자리 이야기를 결합한 ‘가야의 밤, 별의 서사’와 같은 테마형 야간 콘텐츠로 확장함으로써 차별화된 야간 체험을 제공할 수 있음
- 이와 함께 야간 프로그램을 숙박, 야간 미식, 로컬 투어와 연계한 패키지 형태로 구성함으로써 야간 체류 수요를 실질적인 숙박 수요로 전환하고, 김해시를 ‘낮에 들르는 도시’에서 ‘밤에 머무는 도시’로 전환하는 기반을 마련하고자 함



자료) 김해문화관광재단 김해천문대 홈페이지

(그림 4-8) 김해천문대 야간 프로그램

### ▣ 글로벌 푸드타운 기반 로컬 미식 콘텐츠 고도화

- 글로벌 푸드타운을 단순한 음식 소비 공간이 아닌, 김해시의 개방성과 다문화 정체성을 보여주는 체류형 미식 관광 거점으로 육성할 필요가 있음
- 이를 위해 글로벌 푸드타운 내에 국가·문화권별 특화 음식 구역을 조성하고, 음식의 역사·문화·이주 이야기를 함께 전달하는 스토리텔링형 미식 콘텐츠를 도입함으로써 외국인 관광객에게는 친숙함을, 내국인 관광객에게는 이색적 경험을 제공하고자 함
- 또한 쿠킹 클래스, 푸드 토크, 셰프 교류 프로그램, 다문화 푸드 페스티벌 등 참여형·체험형 프로그램을 정기적으로 운영하여 ‘먹는 관광’에서 ‘경험하는 미식 관광’으로 콘텐츠를 확장함
- 글로벌 푸드타운을 숙박·야간관광·로컬 투어와 연계한 미식 코스의 핵심 거점으로 설정하고, 야간 미식 프로그램 및 야시장형 콘텐츠를 결합함으로써 체류 시간을 자연스럽게 연장하고 1박 이상 숙박 수요로 연결되도록 유도함



자료) 김해문화관광재단 웹진 g+ culture

(그림 4-9) 동상동 글로벌 푸드타운

#### ▣ **파크골프 중심 스포츠·레저 체류형 관광 콘텐츠 확대**

- 김해시는 파크골프장, 골프장 등 생활형·레저형 스포츠 인프라를 비교적 안정적으로 갖추고 있으며, 이를 관광 콘텐츠로 확장할 경우 중·장년층, 동호회, 장기체류형 관광객 유치에 유리한 여건을 보유하고 있음
- 특히 파크골프는 고령 친화적·참여 장벽이 낮은 스포츠로서, 일본을 비롯한 동아시아 국가에서 인기가 높아 외국인 체류형 관광 콘텐츠로 발전시킬 잠재력이 큼
- 김해 국제오픈 파크골프 챔피언십(가칭) 대회를 개최하여 참가·관람·체험이 결합된 체류형 스포츠 관광 모델을 구축하고자 함
- 파크골프 콘텐츠를 웰니스, 건강, 여가와 결합한 중·장기 체류형 관광자원으로 육성하여, 생활형·체류형 스포츠 관광도시로 전환하는 기반을 마련하고자 함

## 5 | 전략 4: 데이터 기반 타깃 맞춤형 초개인화 글로벌 마케팅

### 1) 추진 필요성

- 김해시는 가야문화 유산과 김해국제공항 인접성이라는 강점을 보유하고 있으나, 외국인 관광객 유입은 일본·대만·중국 등 일부 국가에 편중되어 있음
- 국제관광 회복과 시장 다변화 경쟁이 심화되는 가운데, 기존 공급자 중심 유치 방식에서 데이터 기반 수요 중심 전략으로의 전환이 요구되는 시점임
- 제6차 관광진흥기본계획과 한국관광공사 해외마케팅 전략 역시 신남방·신북방 등 확장 시장 공략과 국가별 맞춤 콘텐츠, 디지털 마케팅 고도화를 강조하고 있음
- 이에 김해시는 외국인 관광객 특성과 수요 흐름을 정밀 분석하여 시장 선정, 콘텐츠 기획, 홍보 운영을 연계한 통합 전략 체계를 구축할 필요가 있음
- 국가·세대별 여행 취향을 반영한 초개인화 마케팅을 김해 관광 경쟁력 강화를 위한 핵심 실행 전략으로 설정해야 함

### 2) 추진방안

#### ▣ 데이터 기반 전략시장 타기팅 및 수요 맞춤 분석

- 정량지표 기반 우선 공략시장 선정
  - 김해국제공항 직항·연계노선 구조, 국가별 방한 관광객 증감율, OTA 검색량, SNS 언급량 등 시장 변화 지표를 통합 분석하여 5개국 내외의 우선 공략시장을 도출함
  - 단기(핵심시장), 중기(성장시장), 장기(잠재시장)로 구분된 단계별 시장 포트폴리오를 설정하여 외부 변수에 대한 리스크를 분산하고, 마케팅 투자 효율성을 제고함
  - 이를 통해 단일 국가 편중을 완화하고, 김해 관광의 안정적·지속적 인바운드 수요 기반을 구축할 필요가 있음
- 국가별 세부 수요 성향 분석
  - 선정된 전략시장별로 연령대, 여행 목적, 체류 기간, 이동 패턴, 선호 콘텐츠 유형 등 행동 기반 데이터를 활용한 다차원 수요 분석을 실시함

- 분석 결과를 토대로 김해의 역사·문화·체험·미식·야간관광 자원과의 접점을 도출하고, 국가별로 상이한 핵심 메시지, 홍보 스토리라인, 상품 구성을 차별화 설계함
- 이를 통해 ‘하나의 김해’가 아닌 시장별로 다르게 인식되는 김해시 관광 이미지를 구축함

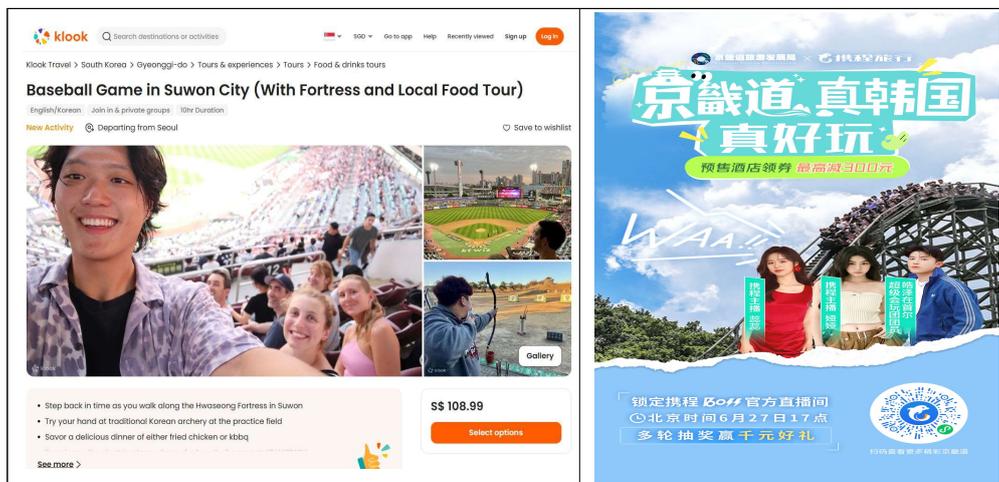
▣ 다국어 기반 검색 최적화 및 OTA 목적지 페이지 고도화

○ 다국어 검색환경 및 검색 최적화(SEO) 개선

- 글로벌 이용자가 김해시를 손쉽게 탐색할 수 있도록 영·중·일 및 동남아 주요 언어권을 중심으로 검색 키워드 구조를 체계화함
- 가야문화, 김해국제공항 인접성 등 김해시 고유의 경쟁 키워드에 기반한 국가별 SEO 전략을 수립하여 온라인 목적지 노출도를 제고함

○ OTA 목적지 페이지 품질 고도화

- 국내외 주요 OTA에 등록된 김해시 관련 페이지의 키워드 설정, 해시태그, 이미지·영상 콘텐츠 품질, 목적지 설명 구조를 전면 개선함
- 경기관광공사가 현지 여행플랫폼사와 협업하여 단독 목적지 페이지 구축, 특화상품 판매, 라이브 커머스 연계 프로모션을 추진한 사례를 참고할 필요가 있음
- 이러한 사례처럼 김해 전용 목적지 페이지(landing page)를 구축하여 김해시를 하나의 독립적인 관광 목적지로 인식하도록 온라인 환경을 정비함



자료) 경기관광공사 홈페이지

(그림 4-10) OTA 사이트 내 상품 판매 및 라이브 커머스 사례

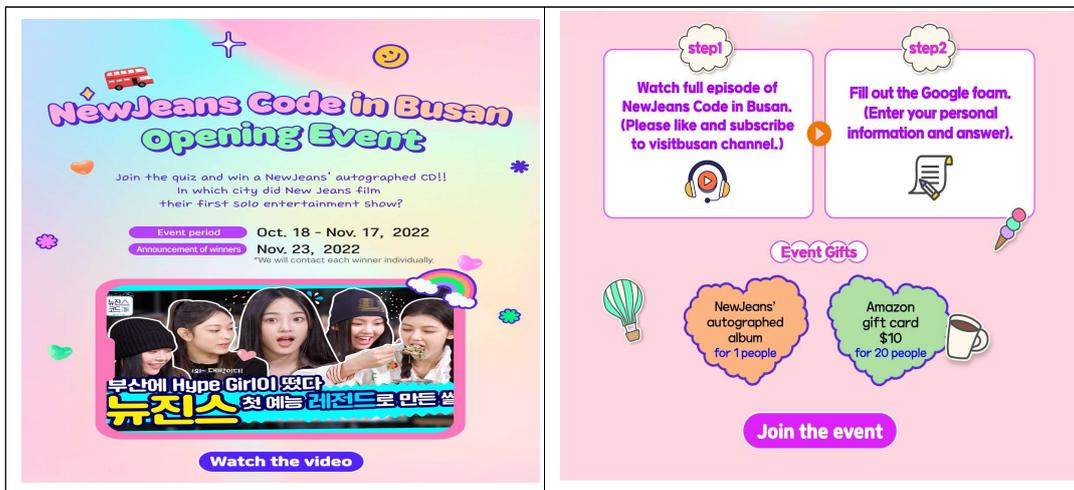
□ 현지화 기반 디지털 홍보 및 정서 친화형 콘텐츠 운영

○ 현지 언어·현지 감수 기반 콘텐츠 제작

- 한국관광공사 해외지사, 현지 여행사 등 관련기관과 협업하여 국가별 맞춤형 홍보물, SNS 카드뉴스, 숏폼 영상 콘텐츠를 현지어로 제작·배포함
- 국가별 문화 코드와 정서에 맞는 톤앤매너, 밈(meme), 소비 패턴을 반영하여 콘텐츠 수용도와 확산 효과를 극대화함

○ 팬덤 기반 확산 전략

- 부산관광공사는 걸그룹 뉴진스의 ‘뉴진스 코드 인 부산(NewJeans Code in Busan)’ 콘텐츠를 통해, 팬들이 영상 속 관광지를 실제 방문하도록 유도하는 스탬프 투어·챌린지형 이벤트를 운영한 바 있음
- 김해시도 가야문화와 결합 가능한 한류 스타를 글로벌 홍보대사로 활용하고, 국가별 팬덤 플랫폼(팬카페, 위버스 등)을 중심으로 김해 체험형 이벤트 및 스탬프 챌린지를 운영함으로써 정서적 친밀감에 기반한 목적지 인지도 확산을 유도할 필요가 있음



자료) 부산관광 공식 홈페이지(비짓부산)

(그림 4-11) 팬덤 기반 프로모션 사례

○ 재외동포 네트워크 활용 프로모션

- 김해시 출신 재외동포를 지역 홍보대사, 현지 콘텐츠 크리에이터, 커뮤니티 리더 등으로 활용하여, 김해의 역사·문화·관광자원을 현지 정서 맥락에서 소개하는 콘텐츠 캠페인을 전개함

- 특정 국가 내 재외동포 커뮤니티를 통해 김해 콘텐츠를 자연스럽게 확산시키고, 현지 검색·SNS 반응을 유도하는 전용 콘텐츠를 기획·배포함
- 초기 단계에서는 재외동포 초청 콘텐츠 공모전, 팸투어 등을 통해 참여 기반을 조성하고, 중장기적으로는 재외동포 고향 방문 관광상품을 상설화하여 외국인 관광객 유입으로의 전환을 도모함

## □ 빅데이터 기반 초개인화 마케팅 체계 구축

### ○ 김해시 관광 빅데이터 대시보드 구축

- 한국관광데이터랩, 통신사 로밍 데이터, 카드 소비 데이터를 연계한 통합 관광 데이터 허브를 구축함
- 관광객의 국적·연령 비중, 주요 방문지, 체류 동선, 소비 패턴 등을 시각화하여 정책 수립과 마케팅 전략 결정의 근거 자료로 활용함
- 서울관광재단도 관광명소, 축제행사, 음식점, 숙박 등 다양한 정보를 한 곳에서 확인할 수 있는 ‘비짓서울 API 센터’ 서비스를 운영함

### ○ AI 기반 초개인화 타기팅 시스템 도입

- 빅데이터를 기반으로 국적·연령·여행 목적 등에 따라 관광객을 자동 분류하고, OTA·SNS·디지털 광고 채널별로 맞춤형 메시지·이미지를 자동 노출하는 초개인화 마케팅 시스템을 도입함
- 이를 통해 마케팅 효율성을 제고하고, 관광객 개개인의 관심사와 여행 단계에 맞는 정밀한 접근이 가능하도록 함



자료) 서울관광재단

(그림 4-12) 비짓서울 API 센터

## 6 | 전략 5: 스마트·유니버설 기반 관광 수용태세 고도화

### 1) 추진 필요성

- 김해시는 가야문화·생태자원·K-컬처 등 매력적 관광자원을 보유하고 있으나, 실제 외국인 관광객의 체류율과 소비 전환율은 낮은 수준에 머물고 있음
- 이는 자원 경쟁력보다 이동 편의·언어 접근성·안내 체계·결제 환경 등 기본 수용 인프라의 미비에서 기인한 구조적 한계로 볼 수 있음
- 외국인 관광객이 반복적으로 지적하는 불편 요소는 언어 장벽, 안내 부족, 메뉴판 부재, 결제 불편, 모바일리티 접근성 등으로, 이는 방문 만족도 저하와 재방문을 감소로 직접 연결되고 있음
- 따라서 단순 시설 보완을 넘어 다국어 안내, 스마트 서비스, 유니버설 디자인, 환대문화 고도화로 이어지는 종합적인 수용태세 혁신이 요구됨
- 특히 디지털 환경에 익숙한 개별관광객(FIT) 증가에 대응하기 위해서는 스마트 인프라, 실시간 정보 제공, 통합 데이터 기반 안내체계의 구축이 필수적임
- 아울러 지속가능한 여행이 확산되는 글로벌 트렌드를 반영해, 친환경 실천과 관광 혜택을 연계하는 ESG 관광 모델의 도입도 시의적 과제로 제기됨

### 2) 추진방안

#### ▣ 스마트 기반 정보·안내체계 혁신

- 다국어 안내체계 전면 개선
  - 교통·관광 표지판(영어·중국어·일본어) 병기 상태 전수조사 후 국제 기준에 맞춘 일괄 정비
  - 주요 지점(관광지, 버스터미널, 경전철역, 중심상권)의 방향표지, 노선 안내도, 화장실 표기 등 공공정보 시스템 재설계
- 관광안내소 기능 고도화
  - 현재 김해시가 운영 중인 종합관광안내소 1개소와 관광안내소 4개소의 기능을 다기능 관광지원센터로 재편함. 홍보물 제공에서 체류객 응대, 불편 접수까지 포함하는 기능으로 확장하여 원스톱서비스 제공

- 외국어 전문 해설사 인력풀을 확충하고, 유적지 맞춤형 다국어 해설팀을 운영함

#### ○ AI·QR 기반 통합 안내 서비스 구축

- 관광지, 공항, 경전철역 등에 AI 기반 다국어 관광안내 키오스크 및 디지털 사이니지를 설치하고, 24시간 자동 응대가 가능한 AI 챗봇을 도입함
- 또한 도시 내 모든 관광 포인트에 단일 QR코드 통합 안내 시스템을 구축하여, 사용자 언어 자동 인식 기반의 다국어 해설·주변 추천·할인 쿠폰 제공 기능을 통합 운영

### ▣ 유니버설안전 기반 관광환경 조성

#### ○ 무장애 관광 기반시설 확충

- 무장애 관광 환경은 장애인뿐만 아니라, 언어·문화적 장벽으로 정보 접근에 제약을 받는 외국인 관광객에게도 직관적인 안내와 안전한 이동을 가능하게 하는 공통 기반으로 기능함
- 주요 관광지의 보행동선(경사로, 점자블록, 난간)을 정비하고 유모차휠체어가 진입 가능하도록 시설 및 동선을 재구축 함
- 시각·청각장애인용 픽토그램, 다국어 음성 안내, 촉지도 등은 외국인 관광객의 길 찾기 부담을 완화하고 관광 만족도를 제고하는 수단으로도 활용 가능함

#### ○ 취약계층을 위한 특화 콘텐츠 개발 및 운영

- 경기관광공사는 관광 향유에서 상대적으로 소외되기 쉬운 시각장애인을 대상으로, 청각 중심의 관광 경험을 강화한 특화 콘텐츠 ‘사운드투어(Sound Tour)’를 개발·운영한 바 있음
- 전문 해설사의 음성 설명, 공간·자연·역사적 요소를 입체적으로 전달하는 사운드 연출, 촉각 보조 자료 등을 결합하여 관광지의 스토리와 분위기를 오감으로 체험할 수 있도록 설계된 것이 특징임
- 특히 사운드 투어는 단순한 복지 차원의 프로그램을 넘어, 무장애 관광 관점에서 관광 접근권을 확대하고 관광 서비스의 포용성을 제고한 선도 사례로 평가됨
- 김해시도 외국인 관광객을 포함한 다양한 방문객을 대상으로 장애 유형

별·이용자 특성별 맞춤형 콘텐츠를 개발하는 데 참고할 수 있는 실증적 모델이라는 점에서 정책적 시사점을 지님

- 향후 김해시는 일회성 프로그램 운영을 넘어, 무장애 관광 콘텐츠를 정규 관광코스·야간관광·해설사 운영 체계와 연계하고, 민간 관광사업자와의 협력을 통해 지속 가능한 운영 구조를 구축할 필요가 있음

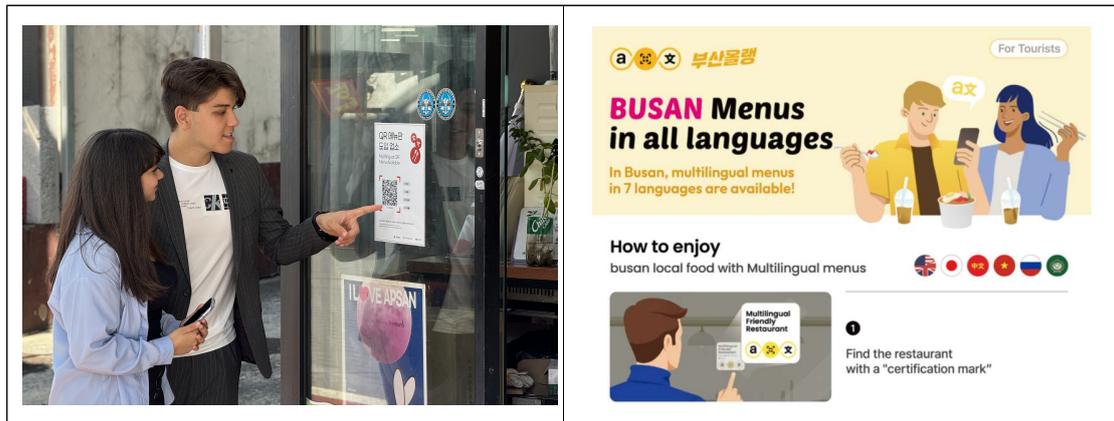


자료) 경기관광공사 홈페이지

(그림 4-13) 경기 사운드 투어 운영

#### ▣ 글로벌 현대·서비스 품질 고도화

- 관광업계 종사자 외국어·현대 역량 강화
  - 숙박·식음료·교통 분야 종사자를 대상으로 한국관광공사 e-러닝 기반 외국어 회화 교육 및 외국인 응대 교육 프로그램 활용을 지원함
  - 외국인 관광객 응대 시 빈번하게 발생하는 상황을 반영하여, 필수 응대 표현, 불만·위기 상황 대응 요령, 문화권별 서비스 유의사항 등을 담은 표준 매뉴얼을 마련·보급함
- 음식점 글로벌 스마트 메뉴판 도입
  - 대구문화예술진흥원의 QR 다국어 메뉴판 제작 지원사업, 부산광역시의 AI 기반 외국어 메뉴판 플랫폼 운영 등 지자체 차원의 스마트 메뉴판 도입 사례가 확산되고 있음
  - QR 기반 다국어(영·중·일) 스마트 메뉴판을 보급하여 외국인 관광객의 주문 오류를 줄이고, 음식 설명·알레르기 정보 제공 등 정보 접근성을 제고할 필요가 있음
  - 이는 외국인 관광객의 불편 해소뿐만 아니라, 소상공인의 응대 부담 완화와 주문 효율성 제고 측면에서도 효과적인 정책 수단으로 작용할 수 있음



자료) 대구문화예술진흥원 홈페이지(좌), 부산광역시 대표 블로그(우)

(그림 4-14) QR 다국어 메뉴판 지원사업

○ ‘김해 관광 환대주간’ 운영

- 봄·가을 관광 성수기 전후로 ‘김해 관광 환대주간’을 지정하여, 친절 실천 캠페인, 우수 관광 종사자 시상, 시민 참여형 환대 이벤트 등을 집중 운영함
- 외국인 인사 캠페인, 관광안내 자원봉사 확대, 주요 관광거점 환대 메시지 노출 등을 통해 도시 전반에 환대 문화를 확산하고 체감도 높은 관광 이미지를 형성함
- 이를 통해 관광 종사자 중심의 환대에서 나아가, 시민과 관광객이 함께 만드는 ‘환대 도시 김해’ 이미지를 구축할 필요가 있음

▣ 디지털 결제·모빌리티 혁신

○ 관광지-도심 간 공유 모빌리티 연계 강화

- 경전철, 공공자전거, 전동킥보드 등을 연계한 외국인 친화형 통합 모빌리티 플랫폼 구축을 추진하고, 외국인 이용자의 접근성을 고려하여 가입 절차 간소화 및 전용 다국어 앱 서비스 제공을 검토함
- 플랫폼 내에 목적지 자동 추천, 최적 이동 경로 안내, 환승 정보 제공, 안전 알림 기능 등을 통합하여 외국인 관광객의 이동 편의성과 체류 효율성을 제고함

○ 글로벌 간편결제 인프라 확충

- 한국관광공사는 방한 외국인 관광객의 쇼핑관광 활성화 및 결제 편의 제고를 위해 네이버페이와 협력하여 비접촉식 결제 시스템(NFC), QR 결제 등 다양한 글로벌 결제 인프라를 확충하고 있음
- 김해시도 전통시장, 택시, 관광지 인근 소상공업소 등을 중심으로 카드·QR·NFC 기반 간편결제 단말기 보급을 확대하고, 글로벌 결제 가능 업소에 대한 통합 스티커·표식 부착을 통해 외국인 관광객의 신뢰도를 제고할 필요가 있음

○ 김해형 ‘그린 인센티브 결제 시스템’ 도입

- 덴마크 코펜하겐은 지속가능관광 실천을 위해, 관광객의 친환경 행동을 관광 혜택으로 환원하는 ‘코펜페이(CopenPay)’ 제도를 운영하고 있음
- 관광객이 자전거 이용, 대중교통 이용, 도시 정화 활동 참여 등 친환경 관광 행동을 인증할 경우, 박물관·가이드 투어·보트 또는 자전거 대여 등 관광 서비스를 무료 또는 할인 제공하는 방식으로 운영되며, 해당 제도는 타임(Time)지 선정 2025년 최고 발명품 중 하나로 평가받음
- 김해시는 이러한 사례를 참고하여, 외국인 관광객의 결제 편의 제고를 넘어 ‘탄소중립 선도도시’라는 도시 정체성을 결제 시스템에 결합한 김해형 ‘그린 인센티브 결제 시스템’ 도입을 검토할 수 있음
- 이는 친환경 이동·소비를 유도하는 동시에, 김해 관광의 차별적 브랜드 가치와 지속가능관광 이미지를 강화하는 전략적 수단으로 활용 가능함



자료) 한국관광공사 홈페이지(좌), BBC 홈페이지(우)

(그림 4-15) 간편결제 시스템 사례

## V 결론

### 1 | 연구결과 요약

- 본 연구는 김해시를 대상으로 외국인 관광객 유치 다변화를 위한 정책적 기반을 마련하고, 국제 관광 환경 변화에 대응한 중장기 전략 방향을 도출하는 것을 목적으로 수행되었음
- 이를 위해 글로벌 관광환경 및 인바운드 시장 동향, 김해시 외국인 관광객 방문 특성, 관광 수용여건과 정책·제도적 환경을 종합적으로 분석하고, 주요 국내외 사례를 통해 정책적 시사점을 도출하였음
- 분석 결과, 글로벌 인바운드 관광환경은 특정 국가 중심의 대량 관광에서 벗어나 시장 다변화와 체류·소비 중심 관광으로 전환되고 있는 것으로 나타났다
  - 팬데믹 이후 국제관광 수요는 점진적인 회복 국면에 있으며, 크루즈 관광, 환승·경유형 관광 등 이동 거점과 연계된 새로운 관광 수요 유형이 확대되는 추세가 확인되었음
- 한편, 김해시 외국인 관광객 방문 구조는 방문 규모에 비해 체류 기간과 관광 소비가 낮은 경유·당일형 관광에 구조적으로 고착되어 있는 것으로 분석되었음
  - 김해시는 김해국제공항과 부산항에 인접한 우수한 접근성을 보유하고 있음에도 불구하고, 외국인 관광객의 체류 기간이 짧고 관광 소비가 제한되는 한계를 보이고 있음
  - 이는 숙박·체험·야간관광 등 체류형 콘텐츠와 외국인 친화적 관광 수용 인프라가 충분히 구축되지 못한 데에서 비롯된 구조적 문제로 해석됨
- 또한 외국인 관광객 유치를 뒷받침할 제도적·공간적 수용 기반이 분산되어 있으며, 외국인 관광객을 집약적으로 수용·관리할 수 있는 전략적 거점이 부재한 점이 주요 한계로 도출되었음
  - 관광특구, 야간관광 거점, 외국인 친화 공간 등 제도적 장치의 활용이 제한적이었으며, 이로 인해 외국인 관광객의 체류 확대와 관광 소비 유도가

구조적으로 어려운 상황임이 확인되었음

- 아울러 김해시의 외국인 관광객 유치 정책은 개별 사업 중심으로 추진되고 있어, 광역 협력과 중장기 전략 측면에서 통합성이 충분히 확보되지 못한 것으로 나타났음
  - 부산·창원 등 인접 도시와의 연계 필요성은 지속적으로 제기되어 왔으나, 이를 제도적으로 뒷받침하는 정례적 거버넌스와 실행 협력체계는 미흡한 수준에 머물러 있는 것으로 분석되었음
- 종합하면, 김해시는 공항과 항만에 인접한 지리적 이점과 풍부한 역사·문화·자연 자원을 보유하고 있음에도 불구하고, 외국인 관광객 유치 측면에서는 경유형·단기 방문 중심의 관광 구조를 보임
  - 체류 기반 및 제도적 수용 장치의 부족, 광역 협력과 전략적 거점화의 미흡이라는 구조적 한계를 안고 있는 것으로 나타났음
- 이에 따라 향후 김해시 외국인 관광객 유치 정책은 단순한 방문객 수 확대를 넘어, 체류형 관광으로의 전환과 관문형 관광도시로서의 기능 강화가 필요함
  - 관광특구·크루즈 관광 등 전략 분야 중심의 선택과 집중이 필요함
  - 광역 협력 기반의 실행 체계 구축을 핵심 방향으로 재정립할 필요가 있음

## 2 | 정책적 제언

### ▣ 부산항 입항 크루즈 배후도시 기능 강화

- 부산항은 동북아 대표 크루즈 거점항만으로서 국제 크루즈 입항이 빠르게 회복·확대되고 있으나, 관광객의 이동과 체류는 여전히 부산 도심에 집중되는 구조적 한계를 보이고 있음
  - 이에 따라 크루즈 관광의 경제·관광 파급효과가 항만 인근 및 광역권으로 충분히 확산되지 못하는 문제가 지속되고 있음
- 향후 크루즈 관광은 항만 단일 거점이 아닌, 광역 크루즈 관광권 관점에서의 재구성이 요구됨
  - 크루즈 관광객을 부산 도심에 집중시키는 방식에서 벗어나, 인근 도시로 분산·확장하는 전략적 접근이 필요함
  - 김해시는 국제공항 인접성, 산업·역사문화 자산을 동시에 보유한 도시로서 부산항 크루즈 관광 수요를 흡수·연계할 수 있는 핵심 배후도시로 기능할 잠재력이 큼
- 크루즈 관광객의 특성을 고려한 연계형·완결형 관광상품 개발이 필요함
  - 기항 시간이 제한적인 크루즈 관광 특성을 감안하여 반일형(약 4시간)·전일형(약 8시간) 코스를 중심으로 한 일정 완결형 상품 구성이 중요함
  - 역사문화·로컬체험·미식·쇼핑 등을 결합한 테마형 코스를 통해 김해만의 차별적 방문 경험을 제시할 필요가 있음
  - 이를 위해 부산항만공사, 부산광역시, 인접 지자체 간 광역 협력 기반의 크루즈 관광 거버넌스 구축이 병행되어야 함
- 2026년 이후 크루즈 입항 규모가 추가 확대될 것으로 전망되는 만큼, 김해시는 크루즈 관광 수요 증가에 대응한 선제적 연계 전략을 마련할 필요가 있음

<표 5-1> 부산항 크루즈 입항 현황

(2025.12.23. 현재)

구분	2023년	2024년	2025년	2026년(예정)
크루즈 입항(항차)	105	115	237	266

자료) 부산항만공사 홈페이지

## □ 관광특구 지정을 통한 외국인 관광객 수용 기반 강화

- 관광특구 제도는 외국인 관광객 유치와 관광산업 집적을 동시에 도모할 수 있는 핵심 정책 수단임
  - 관광특구는 규제 완화와 행·재정적 지원을 패키지로 적용할 수 있어, 외국인 관광 수요를 체계적으로 관리·유도하는 데 효과적인 제도임
- 국제항만·국제공항 연계 도시에서 관광특구는 전략적 관광 거점으로 기능할 수 있음
  - 관광특구 지정을 통해 외국인 관광객의 체류·소비·이동을 특정 공간에 집약적으로 유도할 수 있으며, 크루즈·항공 연계 관광 활성화 및 외국인 관광객 유치 다변화를 위한 공간적 기반을 마련할 수 있음
- 다만 관광특구는 지정 자체보다 운영 성과와 지속 가능성이 핵심임
  - 핵심 거점 중심의 단계적 조성, 명확한 기능 설정, 성과 관리 지표 도입 등 실질적 운영 전략이 병행되어야 함
  - 이를 통해 항만·공항 연계 외국인 관광 수요를 체류형 관광으로 전환하는 거점으로서 관광특구의 실효성을 제고할 필요가 있음

## □ 지자체 간 광역 관광 거버넌스 구축

- 외국인 관광객 유치와 지역관광 활성화는 단일 지자체 차원의 대응에 한계가 있으며, 광역적 접근이 필수적임
  - 외국인 관광객의 이동·체류·소비는 행정구역을 넘어 이루어지는 특성이 강함
- 김해시는 인접 도시와의 협력을 통해 광역 단위 관광 전략을 공동 설계할 필요가 있음
  - 김해시, 부산광역시, 창원시 등을 중심으로 한 정례협의체 「김해-부산 관광협의회(가칭)」를 구성하여 공동 마케팅, 연계 관광상품 개발, 국제노선 직항도시 대상 공동 홍보 등을 추진할 수 있음
  - 특히 김해국제공항에서 김해 시내로의 접근성 개선을 위한 교통 연계 문제는 광역 차원의 협의·조정이 요구됨
- 경남권 광역 관광 협의체 참여를 통해 김해시의 역할과 가시성을 강화할 필요가 있음
  - 경남관광재단 중심의 광역 협력 체계에서 김해시의 참여도를 높여, 광역

- 연계 관광코스와 글로벌 홍보에서 김해가 실질적으로 포함되도록 해야 함
- 정책 조정은 시가 주도하되, 실행 단계에서는 관광 전담기관 간 실무 협력이 핵심임
    - 김해시는 전략 방향과 정책 조정을 총괄하고, 김해문화관광재단은 부산관광공사·경남관광재단과의 정례적 실무 협력체계를 통해 실행력을 강화할 필요가 있음

#### ▣ (장기) 무슬림 관광객 유치 대비 수용태세 정비

- 무슬림 관광시장은 중장기적으로 성장 잠재력이 매우 큰 전략적 수요층임
  - 전 세계 무슬림 인구는 약 20억 명으로 향후 지속적인 증가가 전망됨(UN DESA, 2022)
- 무슬림 관광객 유치는 단순 홍보 이전에 도시 차원의 수용태세 정비가 선행되어야 함
  - 무슬림 관광객은 여행 전 단계에서 종교 친화적 환경에 대한 정보의 명확성과 신뢰성을 중시함
- 무슬림 친화 관광 정보의 체계적·다국어 제공이 필요함
  - 할랄 음식점, 기도 공간, 이용 가능 시설 등에 대한 정보를 관광 홈페이지 및 OTA 채널을 통해 단계적으로 제공할 필요가 있음
  - 엄격한 인증 중심 접근보다는 무슬림 친화(Muslim-friendly) 개념을 적용한 현실적 정보 제공 방식이 적절함
- 중장기 전략과 단계별 실행 로드맵을 마련할 필요가 있음
  - 동남아시아, 중동, 중앙아시아 등을 잠재 시장으로 설정하고, 김해시 외국인 관광 전략 전반과 연계한 단계적 접근이 요구됨

#### ▣ 국비 공모사업의 전략적·체계적 활용

- 국비 공모사업은 외국인 관광객 유치 전략을 실행하기 위한 핵심 자원 확보 수단임
  - 지방재정 부담을 완화하면서 중장기 관광 전략을 실현할 수 있는 중요한 정책 도구임
- 김해시는 외국인 관광객 유치와 직접적으로 연계되는 국비 사업을 선별하여 전략적으로 대응할 필요가 있음

- 지역관광추진조직(DMO) 육성, 문화관광축제 육성, K-페스티벌 연계 지원사업 등은 중점 도전 대상임
- 관광벤처·스타트업 연계를 통한 상품 혁신이 필요함
  - 한국관광공사의 관광벤처 지원사업 등을 활용하여 민간 참여형 관광상품 개발과 혁신을 촉진할 필요가 있음
- 이를 위해 공모 대응을 위한 내부 추진체계 구축이 선행되어야 함
  - 연간 공모 일정 관리, 사전 기획 단계 검토, 부서 간 역할 분담을 포함한 체계적 대응 시스템이 요구됨

**■ 지속가능하고 포용적인 관광정책 전환**

- 관광객 증가가 지역 갈등으로 전환되지 않도록 정책 기조의 전환이 필요함
  - 쓰레기, 소음, 교통 혼잡 등 관광의 부정적 외부효과에 대한 사전 관리 체계 구축이 요구됨
- 지역주민 참여형 관광모델 확대를 통해 사회적 수용성을 제고해야 함
  - 관광해설, 문화체험, 마을 기반 콘텐츠 개발 등을 통해 주민을 관광의 수혜자이자 주체로 포함시킬 필요가 있음
- 김해의 자연자원을 활용한 환경친화적 관광 콘텐츠 개발이 필요함
  - 낙동강, 화포천 등 생태자원을 활용한 저탄소·친환경 관광과 환경정책과의 연계를 강화해야 함

**■ 관광 브랜드 관리와 스토리의 지속적 축적**

- 관광 경쟁력 확보를 위해서는 일관된 도시 관광 브랜드 전략이 필수적임
  - 단발성 홍보가 아닌, 중장기적 브랜드 관리 관점의 접근이 요구됨
- 통합 관광 브랜드 체계 구축이 필요함
  - 도시 차원의 관광 브랜드 슬로건과 비주얼 아이덴티티를 정립하고, 정책·마케팅·콘텐츠 전반에 일관되게 적용할 필요가 있음
- 김해시 고유 자원을 기반으로 한 중장기 스토리라인을 지속적으로 축적해야 함
  - 가야문화, 공항 관문도시 이미지, 로컬 라이프, 에코·웰니스 자산을 핵심 축으로 스토리텔링을 강화하고, K-컬처와 결합한 글로벌 스토리텔링 전략을 통해 김해 관광의 인지도를 단계적으로 확장할 필요가 있음

## | 참고문헌 |

- 강원관광재단 홈페이지, <https://www.gwto.or.kr/>, 검색일: 2025.12.11.
- 경기관광공사 홈페이지, <https://ggtour.or.kr/main>, 검색일: 2025.12.17.
- 경남관광재단 홈페이지, <https://gnto.or.kr/main/main.php>, 검색일: 2025.12.17.
- 관계부처합동(2025), 입국 3천만을 넘어 글로벌 관광대국으로 관광 혁신 3대 전략
- 관광지식정보시스템, <https://know.tour.go.kr/>, 검색일: 2025.12.11.
- 김해문화관광재단 김해천문대 홈페이지, [https://astro.ghct.or.kr/content/program03\\_2](https://astro.ghct.or.kr/content/program03_2),  
검색일: 2025.12.11.
- 김해문화관광재단 홈페이지, <https://www.ghct.or.kr>, 검색일: 2025.12.01.
- 김해시 관광과 공식 블로그, <https://blog.naver.com/ghhamohamo/222874979653>, 검색일:  
2025.11.27.
- 김해시 관광과(2025), 내부자료.
- 김해시청 홈페이지, <https://www.gimhae.go.kr/main.web>, 검색일: 2025.12.11.
- 김해연구원(2025), 「김해시민 및 방문객 관광실태조사」
- 김해연구원(2025), 「김해정책브리프 2025-5호」
- 김현주, 윤주, 이성빈(2024), 「지방시대, 방한 외래관광객 지방관광 활성화 방안」,  
한국문화관광연구원.
- 김형종, 고강혁, 박상수(2024), 「관광 인바운드 수요예측 고도화 연구: 머신러닝 예측모형을  
중심으로」, 한국문화관광연구원.
- 대구문화예술진흥원, [https://dgfca.or.kr/article/REPORT\\_NEWS/detail/11473](https://dgfca.or.kr/article/REPORT_NEWS/detail/11473), 검색일:  
2025.12.11.
- 대만관광청, <https://www.taiwantour.or.kr/>, 검색일: 2025.12.12.
- 동아일보, <https://www.donga.com/news/Economy/article/all/20251116/132777241/2;>,  
검색일: 2025.11.29.
- 류광훈, 김동현, 이성빈(2024), 「외래관광객 정책 수립을 위한 데이터 활용 제고 방안」,  
한국문화관광연구원.
- 마이리얼트립 공식 블로그, <https://blog.naver.com/myrealtrip>, 검색일: 2025.12.23.
- 매일경제, <https://www.mk.co.kr/news/culture/11401416>, 검색일: 2025.12.08.
- 문화체육관광부(2023), 「제6차 관광진흥기본계획 2023-2027」
- 문화체육관광부(2024), K-관광 혁신전략 및 관광산업 육성계획 보도자료

- 문화체육관광부(2025), 「2024년 외래관광객조사」
- 부산광역시 공식 블로그, <https://blog.naver.com/coolbusan/223894802960>, 검색일: 2025.12.11.
- 부산항만공사,  
[https://www.chainportal.co.kr/nexacro/index.html?screenid=screen\\_main&params=cruise:0](https://www.chainportal.co.kr/nexacro/index.html?screenid=screen_main&params=cruise:0), 검색일: 2025.12.23.
- 비즈월드, <https://www.bizwnews.com/>, 검색일: 2025.12.17.
- 비지트코펜하겐, <https://www.visitcopenhagen.kr>, 검색일: 2025.11.26.
- 비짓부산,  
[https://www.visitbusan.net/index.do?menuCd=DOM\\_000000304002001000&ueb\\_seq=213](https://www.visitbusan.net/index.do?menuCd=DOM_000000304002001000&ueb_seq=213), 검색일: 2025.12.11.
- 비짓부산패스 홈페이지, <https://www.visitbusanpass.com/>, 검색일: 2025.12.02.
- 사가현립 나고야성 박물관,  
<https://saga-museum.jp/nagoya/chashitsu-program/language/korean/>, 검색일: 2025.12.17.
- 서울관광재단 홈페이지, <https://www.sto.or.kr/index>, 검색일: 2025.12.17.
- 세계경제포럼 홈페이지,  
<https://www.weforum.org/stories/2025/05/how-japan-is-redesigning-tourism-to-benefit-local-communities/>, 검색일: 2025.12.08.
- 싱가포르항공 홈페이지,  
[https://www.singaporeair.com/en\\_UK/id/corporate/newsroom/press-release/2023/April-June/jr0223-230403/?utm](https://www.singaporeair.com/en_UK/id/corporate/newsroom/press-release/2023/April-June/jr0223-230403/?utm), 검색일: 2025.12.12.
- 안희자, 한희정(2024), 「최근 OTA 시장 동향 분석 및 정책과제」, 한국문화관광연구원.
- 야놀자 홈페이지, <https://nol.yanolja.com/>, 검색일: 2025.12.17.
- 여행신문, <https://www.traveltimes.co.kr/news/articleView.html?no=410683&utm>, 검색일: 2025.12.10.
- 오키메구리, <https://okimeguri.com/>, 검색일: 2025.12.04.
- 우석봉 외(2018), 「부산지역 외래관광 시장의 다변화 추진 전략」, 부산연구원.
- 이원희(2020), 「지방공항을 활용한 지역관광 활성화 방안」, 한국문화관광연구원.
- 인천관광공사 홈페이지, <https://www.ito.or.kr/>, 검색일: 2025.12.17.
- 전효재 외(2024), 「인구감소시대, 지역관광의 역할과 정책 대응 방향」, 한국문화관광연구원.
- 주한덴마크대사관 공식 블로그, <https://blog.naver.com/dkamb>, 검색일: 2025.12.02.
- 최경은, 김현정(2023), 「국제관광 재개 국면의 주요국 외래객 유치 정책 분석」,

한국문화관광연구원.

코리아타임스, <https://www.koreatimes.co.kr/economy/others/20250626/more-foreign-tourists-shop-like-koreans-at-musinsa-olive-young-daiso?utm>, 검색일: 2025.11.24.

클럽투어리즘, [https://www.club-t.com/sp/spgroup/feature/japan/042\\_heritage/about/](https://www.club-t.com/sp/spgroup/feature/japan/042_heritage/about/)

프레스리안, <https://www.pressian.com/pages/articles/2025072820280618070>, 검색일: 2025.12.10.

한국공항공사 항공통계, [https://www.airport.co.kr/www/cms/frFlightStatsCon/internationalLineStats.do?MENU\\_ID=1250#none](https://www.airport.co.kr/www/cms/frFlightStatsCon/internationalLineStats.do?MENU_ID=1250#none), 검색일: 2025.11.26.

한국관광공사 홈페이지, <https://knto.or.kr/pressRelease/549902?srchCtgr=&srchStdg=&fieldTy=&curPage=&srchKey=&srchText=&srchBeginDt=&srchEndDt=#none>, 검색일: 2025.12.01.

한국관광공사(2023), 「주요 여행업 동향 및 이용 현황 조사」

한국관광공사(2024), 「잠재 방한여행객 조사」

한국관광데이터랩, <https://datalab.visitkorea.or.kr/datalab/portal/main/getMainForm.do>, 검색일: 2025.12.11.

한국문화관광연구원(2025), 「국제관광동향 2025년 제1호」

BBC, <https://www.bbc.com/travel/article/20240730-copenhagens-new-copenpay-scheme-rewards-tourists-but-does-it-actually-work>, 검색일: 2025.11.28.

IATA, [www.iata.org/economics-terms](http://www.iata.org/economics-terms), 검색일: 2025.12.11.

OECD(2024), OECD Tourism Trends and Policies 2024, Paris: OECD Publishing

UN DESA(2022), World Population Prospects 2022

UN Tourism(2024), World Tourism Barometer, Vol.22, Issue 2. Madrid: UN Tourism.

WTTC, <https://researchhub.wttc.org/>, 검색일: 2025.12.11.

## 김해시 외국인 관광객 유치 다변화 방안 연구

---

발행 2025년 12월 31일  
발행인 김 재 원  
발행처 김 해 연 구 원

경남 김해시 주촌면 골든루트로 80-16 김해중소기업비즈니스센터 2층  
Tel (055)344-7700  
Homepage : [www.ghri.re.kr](http://www.ghri.re.kr)  
ISBN : 979-11-991749-7-9

---

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유로이 인용할 수 있습니다. 그러나 무단전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.
- 이 연구는 본 연구원의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.