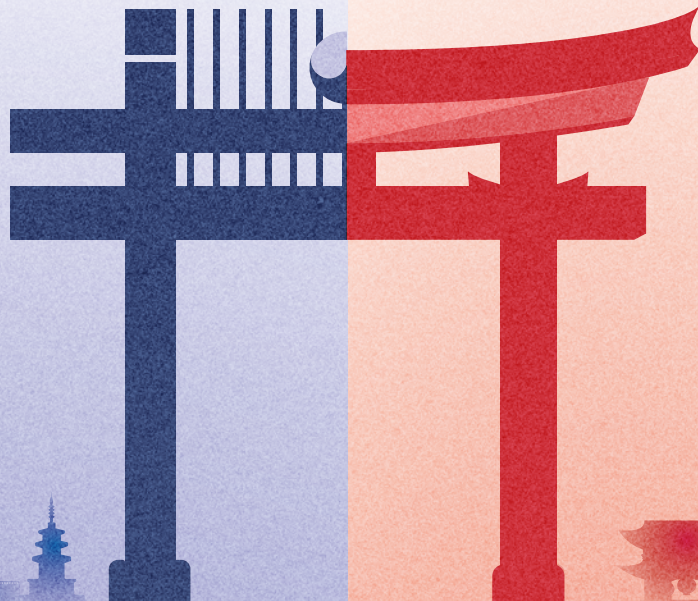


제40회 한일관광진흥협의회 第40回日韓観光振興協議会

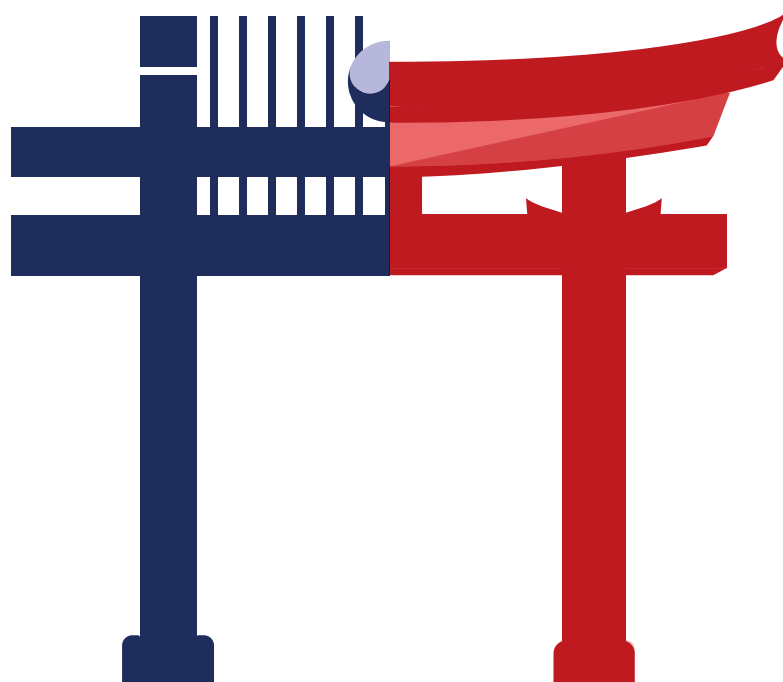
발표자료
発表資料

 文化體育觀光部
Ministry of Culture, Sports
and Tourism
Republic of Korea

 韓国観光公社
KOREA TOURISM ORGANIZATION



제40회
한일관광진흥협의회
第40回日韓觀光振興協議會





목차 目次

제40회 한일관광진흥협의회 第40回日韓観光振興協議会

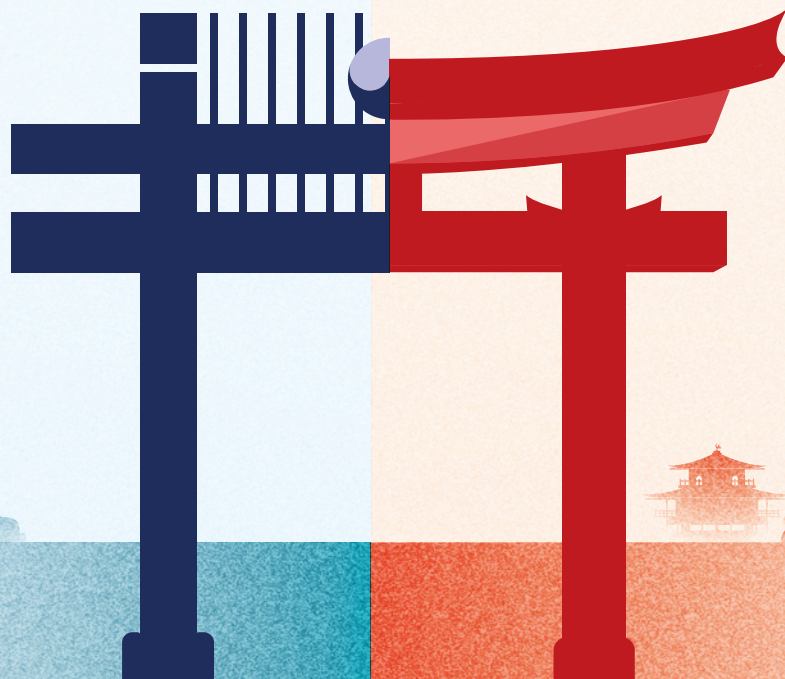
프로그램 プログラム	4
정부 발표 / 政府発表	
한국 관광정책 소개 - (한) 문화체육관광부 김진희 국제관광정책과장	6
韓国の観光政策紹介 - (韓) 文化体育観光部キム・ジニ 国際観光政策課長	19
일본의 국제 관광 현황 및 관광정책 - (일) 관광청 국제관광과 가사하라 유카리 아시아시장추진실장	32
日本の国際観光の現状と観光政策 - (日) 観光庁 国際観光課 笠原由加里 アジア市場推進室長	43
지자체 발표 / 自治体発表	
한국 지방관광 활성화를 위한 지방정부 노력 - (한) 목포시 박인지 관광과장	54
韓国地方観光活性化のための自治体の努力 - (韓) 木浦市 パク・インジ 観光課長	87
와카야마현의 관광진흥에 대해 - (일) 와카야마현청 관광교류과 후쿠치 마사즈미 관광국장	120
和歌山県の観光振興について - (日) 和歌山県 観光交流課 福地正純 観光局長	127
주요기관 발표 / 主要機関発表	
방한일본인 유치전략 및 협력사업 - (한) 한국관광공사(KTO) 정석인 국제관광본부장	134
訪韓日本人誘致戦略および協力事業 - (韓) 韓国観光公社 ジョン・ソク인 国際観光本部長	141
한국 시장 대상 프로모션 및 역외 관광객 유치를 위한 한일 협력 - (일) 일본정부관광국(JNTO) 구보 마키코 이사	148
韓国市場向けプロモーションと域外観光客誘致に向けた日韓協力 - (日) 日本政府観光局 久保麻紀子 理事	156
한국·일본 미래세대 관광발전을 위한 제언 - (한) 한국여행업협회(KATA) 황준석 상근부회장	164
韓国・日本 未来世代 観光発展のための提言 - (韓) 韓国旅行業協会 ファン・ジュン소크 常勤副会長	175
한일 관광자원을 활용한 미래세대 교류 활성화 - (일) 일본여행업협회(JATA) 아웃바운드촉진협의회 혼다 토시히코 부회장	186
日韓の観光資源を活用した未来世代の交流活性化 - (日) 日本旅行業協会 アウトバウンド促進協議会 本多寿彦 部会長	193

제40회 한일관광진흥협의회
第40回日韓観光振興協議会

PROGRAM

시간 時間	프로그램 プログラム	발표자 発表者
09:00~09:30	사전환담 · 네트워킹 / 事前歓談・ネットワーキング	
09:30~09:40	개회 및 내빈소개 開会および来賓紹介	(사회자) 문화체육관광부 국제관광정책과 박동은 사무관 (司会者) 文化体育観光部 国際観光政策課 パク・トンウン 事務官
09:40~09:45	개회 事前歓談 한국 정부대표 인사 韓国政府代表のご挨拶	(한) 문화체육관광부 강정원 관광정책실장 (韓) 文化体育観光部 カン・ジョンウォン 観光政策室長
09:45~09:50	일본 정부대표 인사 日本政府代表のご挨拶	(일) 관광청 사사지 겐 국제관광부장 (日) 観光庁 笹路健 国際観光部長
09:50~10:00	한국 관광정책 소개 韓国の観光政策紹介	(한) 문화체육관광부 김진희 국제관광정책과장 (韓) 文化体育観光部 キム・ジニ 国際観光政策課長
10:00~10:10	정부 발표 政府発表 일본의 국제 관광 현황 및 관광정책 日本の国際観光の現状と観光政策	(일) 관광청 국제관광과 가사하라 유카리 아시아시장추진실장 (日) 観光庁 国際観光課 笠原由加里 アジア市場推進室長
10:10~10:20	한국 지방관광 활성화를 위한 지방정부 노력 韓国地方観光活性化のための自治体の努力	(한) 목포시 박인지 관광과장 (韓) 木浦市 パク・インジ 観光課長
10:20~10:30	와카야마현의 관광진흥에 대해 和歌山県の観光振興について	(일) 와카야마현청 관광교류과 후쿠치 마사즈미 관광국장 (日) 和歌山県 観光交流課 福地正純 観光局長
10:30~10:40	주요기관 발표 主要機関発表 방한일본인 유치전략 및 한일 협력사업 訪韓日本人誘致戦略および日韓協力事業	(한) 한국관광공사(KTO) 정석인 국제관광본부장 (韓) 韓国観光公社 ジョン・소くいん 国際観光本部長
10:40~10:50	한국 시장 대상 프로모션 및 역외 관광객 유치를 위한 한일 협력 韓国市場向けプロモーションと 域外観光客誘致に向けた日韓協力	(일) 일본정부관광국(JNTO) 구보 마키코 이사 (日) 日本政府観光局 久保麻紀子 理事
10:50~11:05	휴식 / 休憩	
11:05~11:15	주요기관 발표 主要機関発表 한국-일본 미래세대 관광발전을 위한 제언 韓国・日本 未来世代 観光発展のための提言	(한) 한국여행업협회(KATA) 황준석 상근부회장 (韓) 韓國旅行業協会 ファン・ジュン소크 常勤副会長
11:15~11:25	한일 관광자원을 활용한 미래세대 교류 활성화 日韓の観光資源を活用した 未来世代の交流活性化	(일) 일본여행업협회(JATA) 아웃바운드촉진협의회 혼다 토시히코 부회장 (日) 日本旅行業協会 アウトバウンド促進協議会 本多寿彦 部会長
11:25~11:30	휴식 / 休憩	
11:30~11:40	합의문 서명 · 기념품 교환 確認文書署名及び記念品交換	양국 정부대표 / 両国政府代表
11:40~11:44	기념촬영 / 記念撮影	참석자 전원 / 参加者全員
11:44~11:45	폐회 閉会 폐회 안내 / 閉会のご案内	(사회자) 문화체육관광부 국제관광정책과 박동은 사무관 (司会者) 文化体育観光部 国際観光政策課 パク・トンウン 事務官
11:45~	참가자 퇴장 / 参加者退場	
12:00~13:00	오찬(식사 및 네트워킹) / 昼食 (お食事およびネットワーキング)	

제40회 한일관광진흥협의회
第40回日韓観光振興協議会

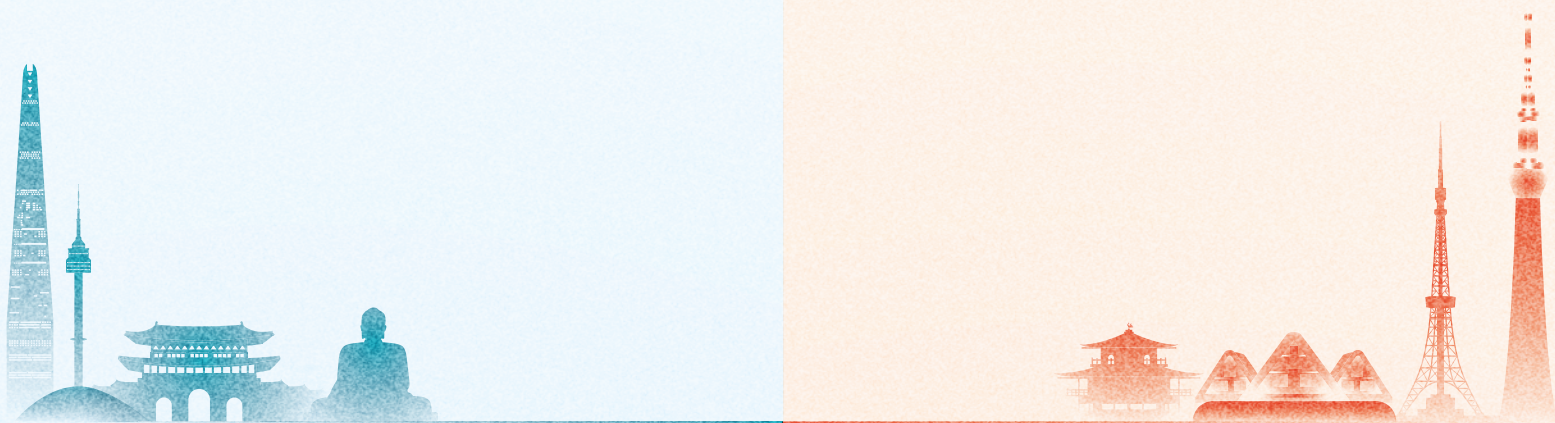


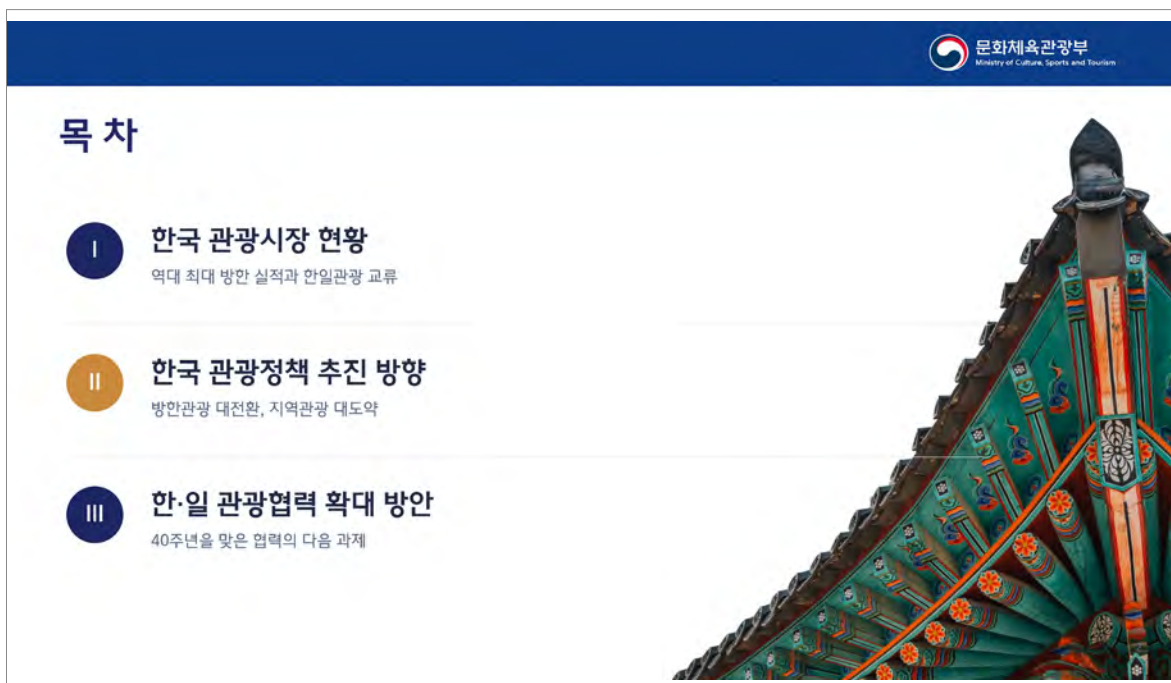
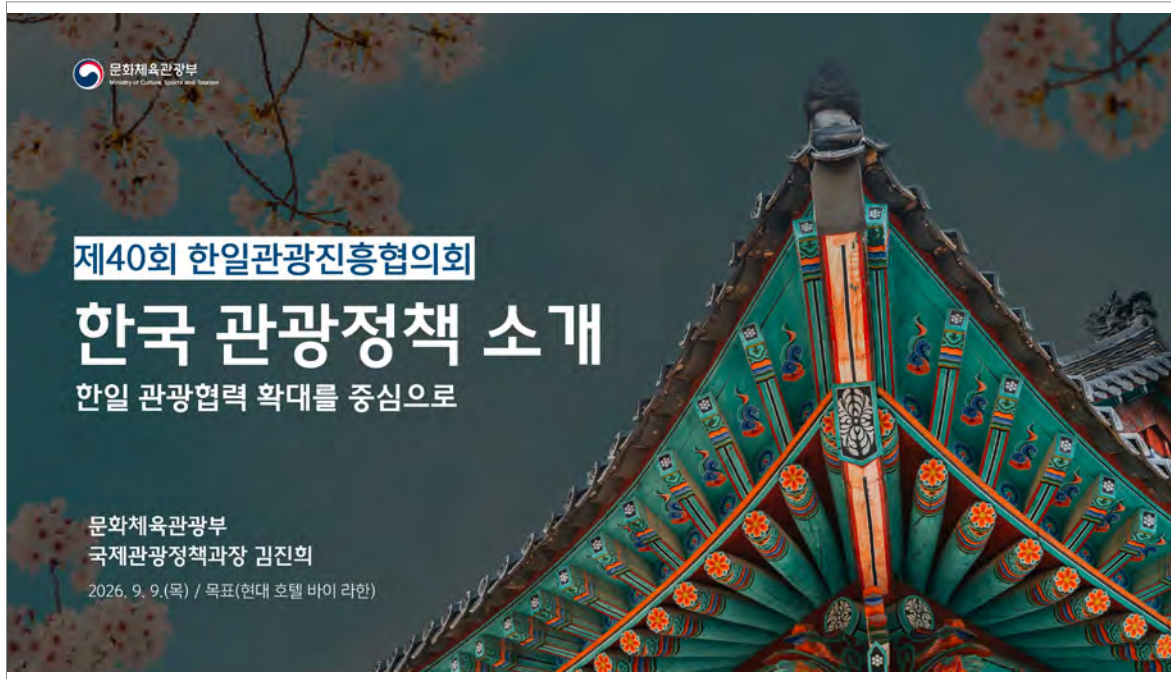
제40회 한일관광진흥협의회
第40回日韓観光振興協議会

정부 발표 / 政府発表

- 한국 관광정책 소개 -
- 韓国の観光政策紹介 -

문화체육관광부 김진희 국제관광정책과장
文化体育観光部キム・ジニ国際観光政策課長







1. 국제관광 현황



전세계 국제관광객 규모 및 권역별 현황 (단위: 억 명)

구분	합계	아시아·태평양	중동	유럽	아메리카	아프리카
2019	14.7	3.6	0.7	7.5	2.2	0.7
2023	13.2	2.5	0.9	7.1	2.0	0.7
2024	14.6	3.1	1.0	7.6	2.2	0.8
2025	15.5	3.4	1.0	8.1	2.2	0.8
2030(전망치)	20.0	-	-	-	-	-

자료: UN Tourism

국제관광객 방문 상위 국가·지역 현황 (단위: 만 명)

구분	2019	2023	2024	2025
1위 프랑스	9,090	프랑스 10,000	프랑스 10,200	프랑스 집계중
2위 스페인	8,350	스페인 8,520	스페인 9,380	스페인 9,680
3위 미국	7,940	미국 6,630	미국 7,240	미국 6,830
4위 중국	6,570	이탈리아 5,720	튀르키예 6,060	튀르키예 6,200
5위 이탈리아	6,450	튀르키예 5,520	이탈리아 5,770	이탈리아 6,130
6위 튀르키예	5,120	멕시코 4,190	멕시코 4,500	중국(추정) 미공개
7위 멕시코	4,500	영국 3,720	영국 4,180	멕시코 4,780
8위 태국	3,990	독일 3,480	독일 3,750	일본 4,268
9위 독일	3,960	중국(추정) 미공개	중국(추정) 미공개	그리스 3,800
10위 영국	3,940	그리스 3,270	일본 3,687	독일(추정) 집계중
⋮				
26위 한국	1,750	마카오 1,420	크로아티아 1,740	이집트 1,900
27위 크로아티아	1,740	베트남 1,260	한국 1,637	한국 1,894
28위 덴마크	1,470	한국 1,101	러시아(추정) 미공개	러시아(추정) 미공개

자료: UN Tourism

2. 한국관광 현황

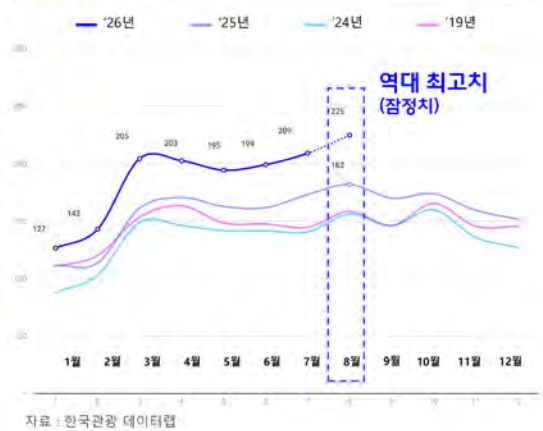


방한 외국인관광객 · 국민 해외관광객 및 관광수지 (단위: 만명, 백만 US\$, %)

구분	방한 외국인관광객		한국인 해외관광객		관광 수지	관광수입		관광지출	
	인원	증감률	인원	증감률		금액	증감률	금액	증감률
2019	1,750	14.0	2,871	0.1	△8,516	20,745	12.4	29,261	△7.2
2020	252	△85.6	428	△85.1	△2,561	10,984	△47.1	13,545	△53.7
2021	97	△61.6	122	△71.4	△4,080	11,335	3.2	15,415	13.8
2022	320	230.7	655	436.1	△5,731	13,022	14.9	18,753	21.7
2023	1,103	245.0	2,272	246.6	△10,383	16,214	24.5	26,597	41.8
2024	1,637	48.4	2,869	26.3	△10,207	19,131	18.0	29,339	10.3
2025	1,894	15.7	2,955	3.0	△10,760	21,888	14.4	32,648	11.3
2026.7	1,280	21.3	1,738	2.2	△1,312	16,231	34.9	17,543	△3.2

자료 : 한국관광 데이터랩, 한국은행 경제통계시스템
※ 관광수입과 지출은 한국은행 국제수지상 일반여행수입 기준

방한 외국인관광객의 월별 현황 (단위: 만명)



2. 한국관광 현황

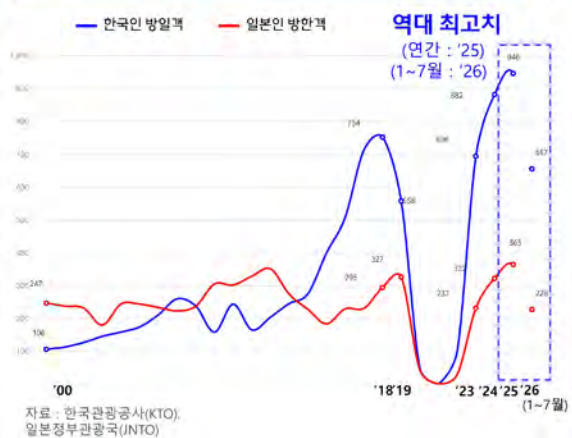


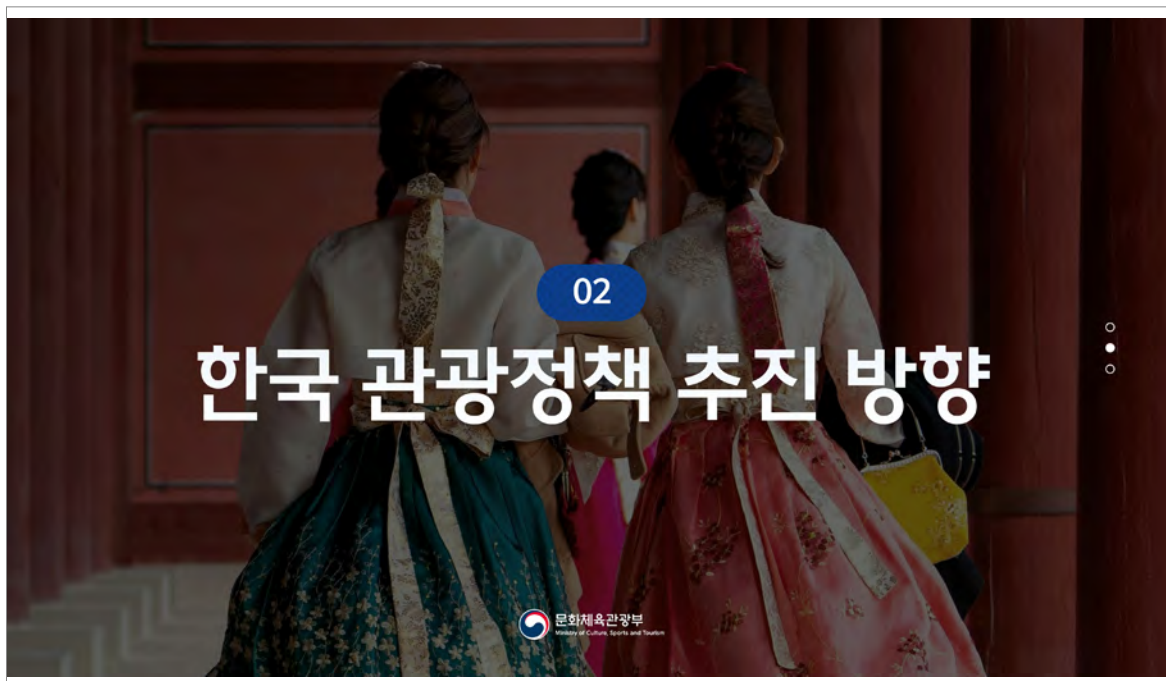
「외래관광객조사」 결과

주요 지표	2019	2023	2024	2025
재방문율(%)	58.3	56.1	54.7	56.6
체재 기간(일)	6.7	7.8	6.7	6.5
지방 방문 비율(%)	37.5	36.0	33.9	32.7
1인 평균 지출(US\$)	1,256.9	1,513.3	1,372.4	1,327.6
방한 만족도(%)	93.4	97.1	96.5	97.5
1일 평균 지출(US\$)	242.7	228.5	236.4	238.3

자료 : 한국문화관광연구원

한·일 관광교류 현황 (단위: 만명)



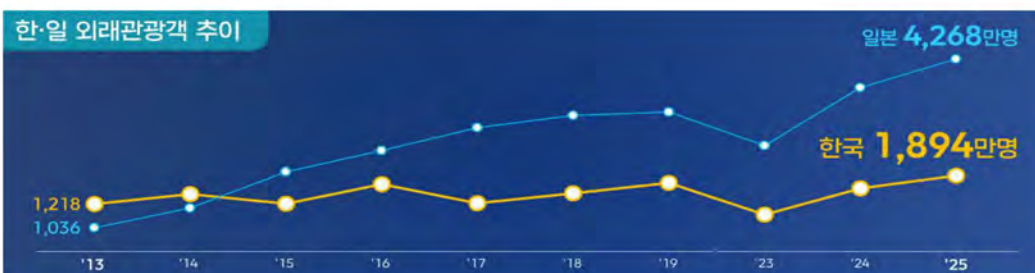


지금, 방한관광 골든타임

문화체육관광부
Ministry of Culture, Sports and Tourism

현재 '25년 방한관광객 1,894만 역대 최대 경신

기회요인 K-컬처 영향력 + 글로벌 상황 + 경제 여건



K-관광 대전환, 출발점

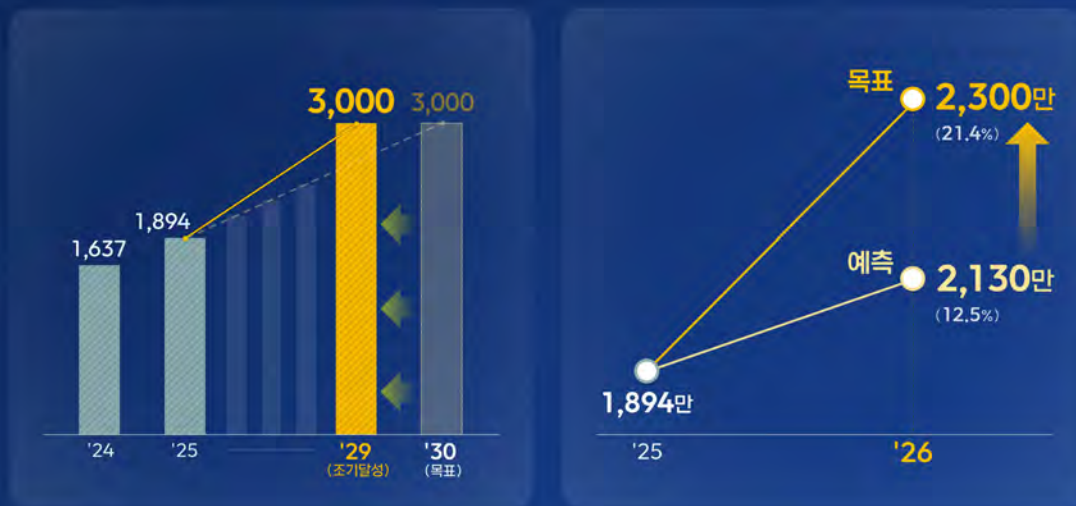


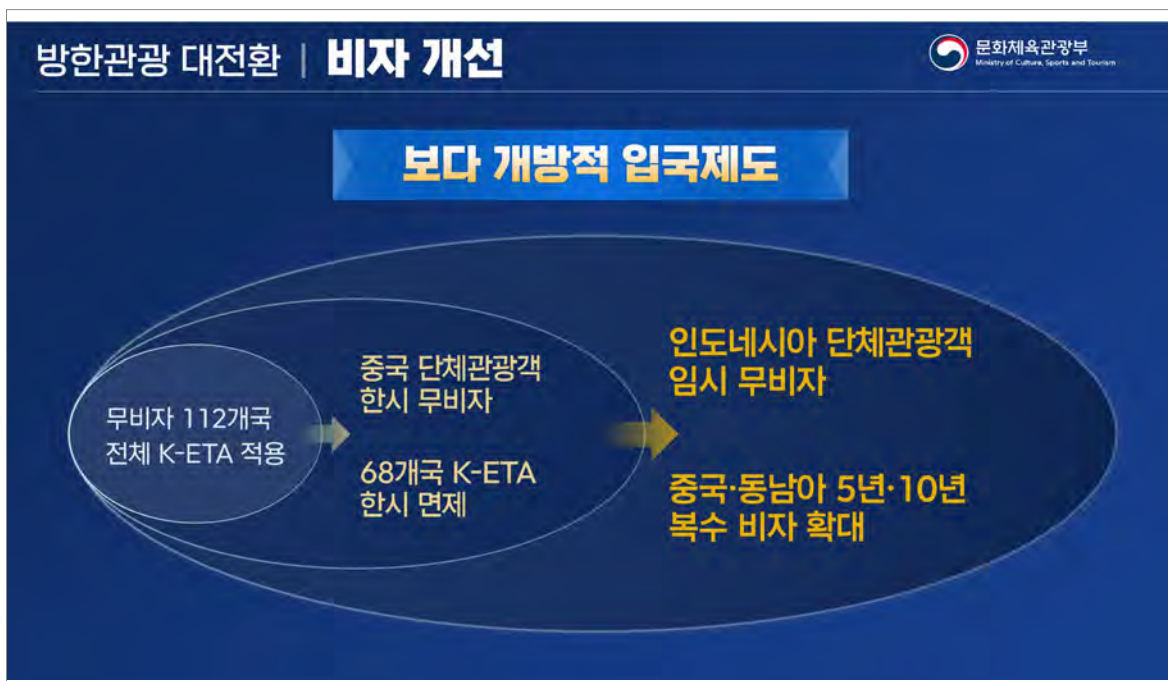
지휘체계 격상

국가관광전략회의 대통령 직접 주재

중앙정부 + 지방정부 + 민간, 빠르고 강력한 의사결정 및 실행

방한관광 대전환 | 목표 수정



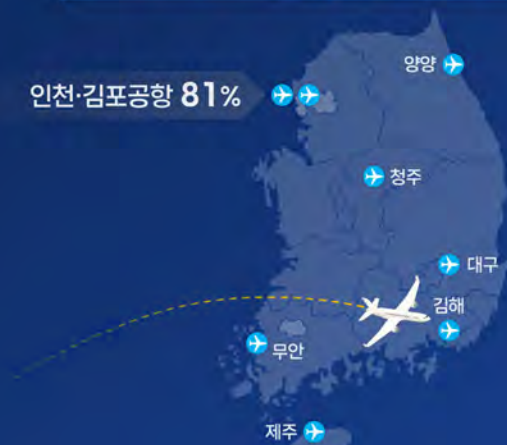


방한관광 대전환 | 지역 관문



수도권 탈피, 지방권역 활성화

인천·김포공항 81%



방한관광 대전환 | 지역 관문



수도권 탈피, 지방권역 활성화



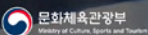


방한관광 대전환 | '편리한', '안전한', '믿을 수 있는' 

교통·결제 편의 개선		안전한 여행 환경		바가지 요금 근절	
불편 사항	공항·항만-관광지 이동 불편 간편결제 인프라 부족	불편 사항	관광 현장 대응력 부족	불편 사항	반복되는 바가지 이슈
정책	✓ 외국인 전용 관광패스 ✓ 수요 응답형 교통수단 ✓ 간편결제 인프라	정책	✓ 경찰청 내 외사팀 운영	정책	✓ 노점상 등 제도권 편입 ✓ 바가지 안심가격제도
					

03

한일 관광협력 확대 방안





1. 방한 일본관광객 유치



방한 일본관광객 행태와 선호 분석 기반 맞춤형 관광 유치전략 추진

'25년 한-일 관광교류 현황



2025년 일본인 관광객 실태 (단위: %)



자출경향



한일관광진흥협의회 40주년 계기

미식, 패션, 쇼핑 테마 활용 미래세대·남성·시니어 등 신규수요 발굴
지역으로의 일본인 관광객 동선 다변화

2. 지방 방문 확대 및 체험 콘텐츠 다변화



한국 지방소도시 소개, '미식-패션-쇼핑' 등 테마 활용, 체험 콘텐츠 다변화

한국 지방소도시 관광 활성화



테마별 콘텐츠



출처: 한국관광공사(2023). 데이터가 알려주는 일본인이 선호하는 한국의 여행 콘텐츠는?

3. 미래세대 교류 확대



교육여행을 통한 미래세대 교류 확대, 양국 교류 확대를 위한 초석

한-일 관광교류 확대 기반 구축



4. 공동목적지 관광 활성화



2027년 역외관광객 공동 유치전략 추진





第40回日韓観光振興協議会
제40회 한일관광진흥협의회

政府発表 / 정부 발표

- 韓国の観光政策紹介 -
- 한국 관광정책 소개 -

文化体育観光部キム・ジニ国際観光政策課長
문화체육관광부 김진희 국제관광정책과장







1. 国際観光の現状



世界の国際観光客数及び地域別現況 (単位: 億人)

区分	合計	大洋州・太平洋	中東	ヨーロッパ	米州	アフリカ
2019	14.7	3.6	0.7	7.5	2.2	0.7
2023	13.2	2.5	0.9	7.1	2.0	0.7
2024	14.6	3.1	1.0	7.6	2.2	0.8
2025	15.5	3.4	1.0	8.1	2.2	0.8
2030(見直し)	20.0	-	-	-	-	-

資料: UN Tourism

国際観光客訪問上位国・地域現況

(単位: 万人)

区分	2019	2023	2024	2025				
1位	フランス	9,090	フランス	10,000	フランス	集計中		
2位	スペイン	8,350	スペイン	8,520	スペイン	9,680		
3位	米国	7,940	米国	6,630	米国	6,830		
4位	中国	6,570	イタリア	5,720	トルコ	6,060	トルコ	6,200
5位	イタリア	6,450	トルコ	5,520	イタリア	5,770	イタリア	6,130
6位	トルコ	5,120	メキシコ	4,190	メキシコ	4,500	中国(推定)	未公開
7位	メキシコ	4,500	英国	3,720	英国	4,180	メキシコ	4,780
8位	タイ	3,990	ドイツ	3,480	ドイツ	3,750	日本	4,268
9位	ドイツ	3,960	中国(推定)	未公開	中国(推定)	未公開	ギリシャ	3,800
10位	英国	3,940	ギリシャ	3,270	日本	3,687	ドイツ(推定)	集計中
⋮								
26位	韓国	1,750	マカオ	1,420	クロアチア	1,740	エジプト	1,900
27位	クロアチア	1,740	ベトナム	1,260	韓国	1,637	韓国	1,894
28位	デンマーク	1,470	韓国	1,101	ロシア(推定)	未公開	ロシア(推定)	未公開

資料: UN Tourism

문화체육관광부
Ministry of Culture, Sports and Tourism

訪韓外国人観光客の月別現況 (単位：万人)

Line graph showing monthly average temperatures (°C) for four years: '26年 (blue), '25年 (purple), '24年 (cyan), and '19年 (pink). The Y-axis represents temperature in degrees Celsius (°C) from 100 to 200. The X-axis represents months from 1月 to 12月. A vertical dashed box highlights the period from July to August, labeled '歴代最高値 (暫定値)' (Record High Value (Provisional)). Data points for the peak months are: '26年 (July: 209, August: 225), '25年 (July: 182, August: 182), '24年 (July: 162, August: 162), and '19年 (July: 162, August: 162).

資料：韓国観光データポ、韓国銀行（観光収支は韓国銀行国際収支上の一般旅行収支基準）

 문화체육관광부
Ministry of Culture, Sports and Tourism

日韓觀光交流現況 (單位：萬人)

歴代最高値
(年間: '25)
(1~7月: '26)

Year	South Korean Tourists (Blue Line)	Japanese Tourists (Red Line)
'00	100	160
'01	110	160
'02	120	150
'03	130	140
'04	140	150
'05	150	160
'06	160	170
'07	170	180
'08	180	190
'09	190	200
'10	200	210
'11	210	220
'12	220	230
'13	230	240
'14	240	250
'15	250	260
'16	260	270
'17	270	280
'18	280	290
'19	290	300
'20	310	320
'21	330	340
'22	350	360
'23	370	380
'24	390	400
'25	410	420
'26	430	440

資料: 韓国観光公社 (KTO)、日本政府観光局 (JNTO)

資料：韓國文化觀光研究院

資料：韓国観光公社（KTO），日本政府観光局（JNTO）



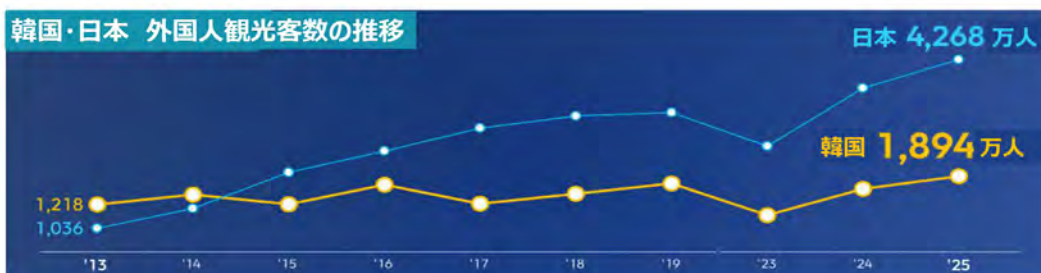
今, K-観光のゴールデンタイム



現在 '25年 訪韓観光客 **1,894万人**過去最多を更新

好機要因 K-カルチャーへの興味+ グローバル情勢+ 経済的条件

韓国・日本 外国人観光客数の推移



문화체육관광부
Ministry of Culture, Sports and Tourism

国家観光戦略会議、 大統領が直接主宰



문화체육관광부
Ministry of Culture, Sports and Tourism



訪韓観光大転換 | 「お客様誘致」戦略の変更

データに基づく超精密マーケティング



訪韓観光大転換 | ビザ改善

 문화체육관광부
Ministry of Culture, Sports and Tourism

より開放的な入国制度



문화체육관광부
Ministry of Culture, Sports and Tourism

首都圏一極集中からの脱却、地方圏の活性化



문화체육관광부
Ministry of Culture, Sports and Tourism

首都圏一極集中からの脱却、地方圏の活性化



訪韓観光大転換 | 高付加価値観光の育成

ビューティー・医療観光

'25年 **160万人** (推定)

1人当たり支出額 **811万ウォン**

(一般旅行の**4倍**)

MICE観光

'25年 **161万人** (推定)

1人当たり支出額 **383万ウォン**

(一般旅行の**2倍**)

ウェルネス

公演・芸術

K産業

スポーツ

ラグジュアリー

訪韓観光大転換 | 高付加価値観光の育成

3千万人時代に備える宿泊

宿泊振興の一元化

(文化体育観光部 + 保健福祉部 → 文化体育観光部)

宿泊施設の品質向上

多様な地域宿泊施設の拡充

(地域の古民家・寺院の活用)



訪韓観光大転換 | 「便利な」「安全な」「信頼できる」

交通・決済の利便性向上	安全な旅行環境	ぼったくり料金の根絶
不便な点 空港・港湾～観光地間の移動が不便 簡易決済インフラの不足	不便な点 観光現場の対応力不足	不便な点 繰り返されるぼったくり問題
政策 ✓ 外国人専用観光バス ✓ デマンド型交通手段 ✓ 簡易決済インフラ	政策 ✓ 警察庁内に外事チームを運営	政策 ✓ 露店商等の制度圏への編入 ✓ ぼったくり安心価格制度
		

03

日韓観光協力の拡大方案

문화체육관광부
Ministry of Culture, Sports and Tourism



1. 訪韓日本人観光客の誘致



訪韓日本人観光客の形態と好み分析基盤のカスタマイズ観光誘致戦略の推進

日韓観光交流の現状



2025年日本人観光客の実態 (単位: %)



支出傾向



.. 日韓観光振興協議会 40周年を機に ..

ファッション、ショッピングテーマを活用した未来世代・男性・シニアなど、新規需要を発掘
地域への日本人観光客の動線を多角化

2. 体験コンテンツの多角化



韓国地方都市の紹介、「グルメ-ファッション-ショッピング」など テーマを活用、体験コンテンツを多角化

韓国地方都市の観光活性化



テーマ別コンテンツ



出典: 韓国観光公社 (2023)。データが数えてくれる日本人に好まれる韓国の旅行コンテンツは？

3. 未来世代の交流拡大



教育旅行を通じた未来世代の交流を拡大、両国交流拡大に向けた礎

日韓観光交流拡大の基盤構築

01 日韓青少年 修学旅行の活性化

- 日本の中学校・高校の訪韓修学旅行団の交流拡大および支援
- 1975年智暉学園が初めて修学旅行団として訪問
50年間2.2万人の高校生が訪問



Edu-tourism

02 VFR招請拡大 (Visiting Friends and Relatives)

- 滞在期間が長く、支出額の高い高付加価値教育旅行の友達・親戚訪問 (VFR) を拡大
- 韓国観光PRの波及効果とともにこれらの地域滞在型消費促進により内需拡大を最大化



VFR-expansion

03 外国人短期教育研修 需要の多角化

- 修学旅行、語学旅行、短期研修、ギャップイヤーなど韓国を訪れる外国人の需要を観光につなげる



Visitor Economy

21

4. 共同目的地の観光活性化



2027年 域外観光客の共同誘致戦略を推進



2027 FANOMENON

- 名称の意味:
- ファンが生み出す現象 (Fan + Phenomenon)
- 開催期間/場所/来場者/主なプログラム
- 2027年12月2日~12日 (計11日間) / ソウル、京畿道
- 目標来場者 約52万人
- K-pop公演、ファンダム授賞式、展示、体験、ファンミーティング等



- ✓ 両国共同トラベルマートを開催、共同観光商品を開発
- ✓ * 欧米州長距離観光客の純欧米州の長距離観光客向けの共同プロモーションを推進
(計) 滞在期間が長く、訪韓前後に他国への訪問率が高い

EXPO 2027 YOKOHAMA JAPAN

- 参加国/来場者数: 約70か国以上の国及び
国際機関、5,000万人
- テーマ: 幸せをつくる明日の風景



22



제40회 한일관광진흥협의회
第40回日韓観光振興協議会

정부 발표 / 政府発表

- 일본의 국제 관광 현황 및 관광정책 -
- 日本の国際観光の現状と観光政策 -

관광청 국제관광과 가사하라 유카리 아시아시장추진실장
観光庁国際観光課笠原由加里アジア市場推進室長



일본의 국제 관광 현황 및 관광정책

2026년 9월 10일
관광청 국제관광과 아시아시장추진실장
가사하라 유카리

1. 일본의 국제 관광 현황

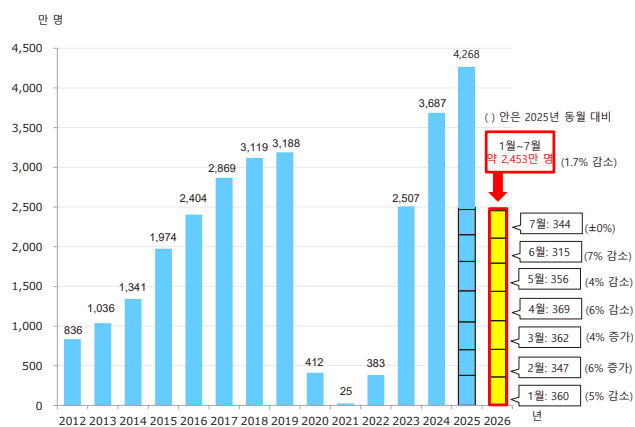


인바운드 현황



- 2025년 방일 외국인 관광객 수는 약 4,268만 명으로, 연간 기준 역대 최고치.
- 2026년 1월~6월 방일 외국인 관광객 수는 약 2,108만 명.

방일 외국인 관광객 수의 추이



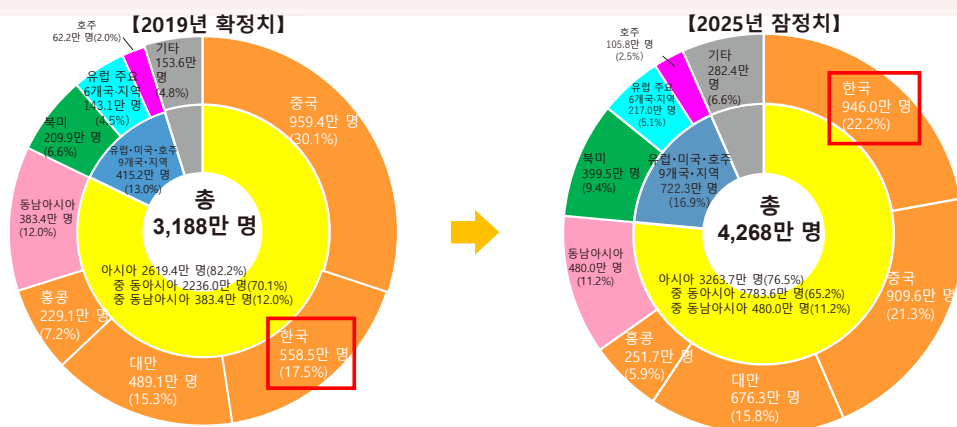
출처: 일본정부관광국(NTO) ※2024년 이전 수치는 확정치, 2025년 수치 및 2026년 1월~5월은 잠정치, 2026년 6~7월 수치는 추정치

2

국가·지역별 방일 외국인관광객 수 및 비율



- 아시아 국가로부터의 방일 관광객 수는 2019년 대비 24.6% 증가,
유럽·미국·호주 국가로부터의 방일 관광객 수는 2019년 대비 74.0%로 크게 증가.
- 전체 방일 관광객에서 유럽·미국·호주 국가 관광객이 차지하는 비율은 13.0%에서 16.9%로 증가.



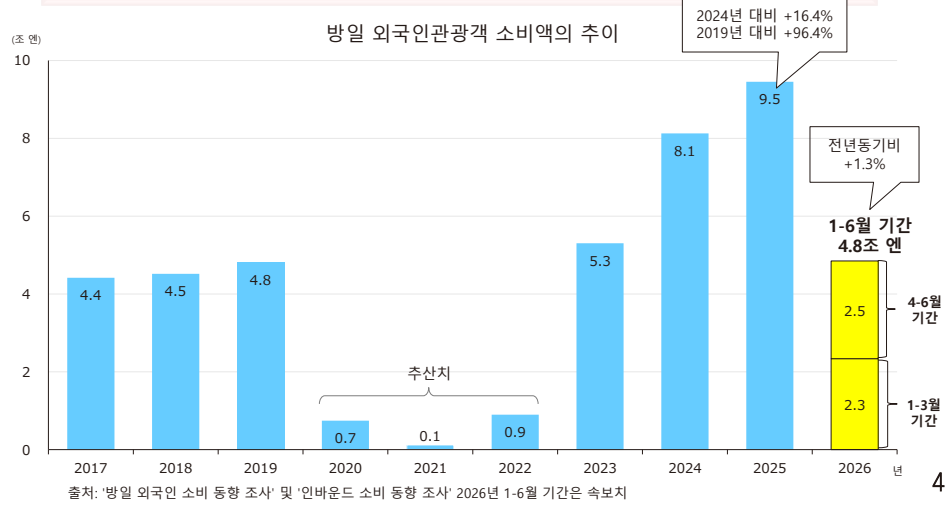
※콜로 안의 수치는 방일 외국인 관광객 수 전체 대비 점유율
※기타에는 아시아, 유럽 등 각 지역의 국가이지만 기재되지 않은 국가·지역이 포함됨.
※수치는 국가 방문원칙에 계산되었으며, 소수점 이하에서 반올림과 일치하지 않을 수 있음.
※일본정부관광국(NTO) 자료를 바탕으로 관광청 작성

3

인바운드 현황(소비액)



- 2025년 방일 외국인 여행 소비액은 **약 9.5조 엔으로, 연간 기준 역대 최고치.**
- 2026년 1~6월 기간: 소비액 약 4.8조 엔(전년동기비 1.3% 증가).

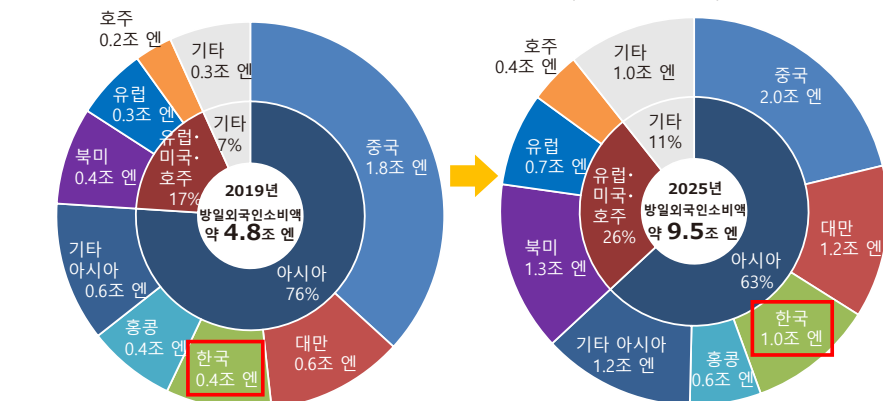


국가·지역별 방일 외국인 여행 소비액



- 2025년 방일 외국인 여행 소비액은 **약 9.5조 엔으로, 연간 기준 역대 최고치.**
- 코로나19 이전인 2019년과 비교해 유럽·미국·호주의 비율이 증가하는 등, **국가·지역의 다양화가 진전.**

국가·지역별 방일 외국인 여행 소비액(2019년, 2025년)



출처: 관광청 '방일 외국인 소비 동향 조사' 및 '인바운드 소비 동향 조사'

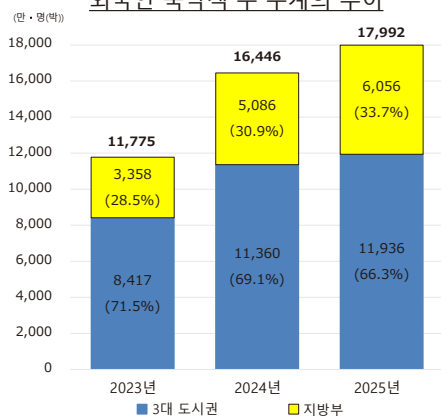
※아시아에는 한국, 대만, 홍콩, 중국, 태국, 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아, 필리핀, 베트남, 인도, 유령에는 영국, 독일, 프랑스, 이탈리아, 스페인, 북미에는 미국, 캐나다도 포함되며, 기타에는 아시아, 유럽 등 각 지역에 속하더라도 위에 기재되지 않은 국가·지역이 포함됨.

인바운드 현황(숙박객 수 누계)

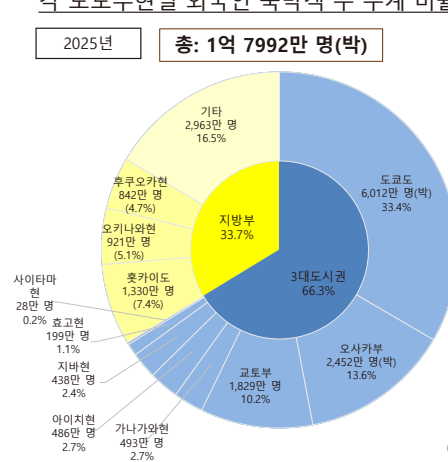


- 인바운드 숙박지의 약 70%가 3대 도시권에 집중.
- 또한 도쿄도·오사카부·교토부·홋카이도·오кина와현·후쿠오카현 등 상위 6개 도도부현에 약 74%가 집중.

외국인 숙박객 수 누계의 추이



각 도도부현별 외국인 숙박객 수 누계 비율



출처: 관광청 '숙박여행동계조사'
주1: 3대 도시권은 도쿄도, 가나가와현, 지바현, 사이타마현, 아이치현, 오사카부, 교토부 및 효고현의 8개 도부현.
지방부는 3대 도시권 이외의 도와 현을 포함.
주2: 코로나19가 5월 감염원으로 전황된 2020년부터의 주의를 기재.

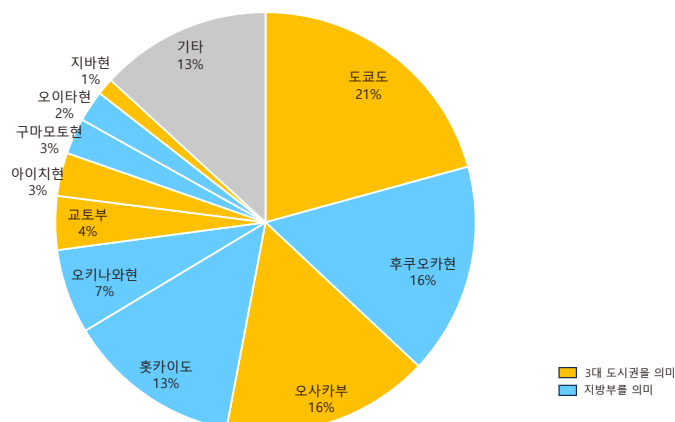
6

방일 한국인 관광객의 지방 방문 현황



- 도쿄, 후쿠오카, 오사카, 홋카이도, 오кина와가 전체의 약 4분의 3을 차지.
- 더 많은 한국인에게 아직 알려지지 않은 지방의 매력을 알리고, 실제로 방문하도록 하는 것이 중요.

한국인 숙박객 수 누계 도도부현별 비율(2025년)



※중사자 수 10인 이상의 시설을 대상으로 한 조사를 바탕으로 작성.

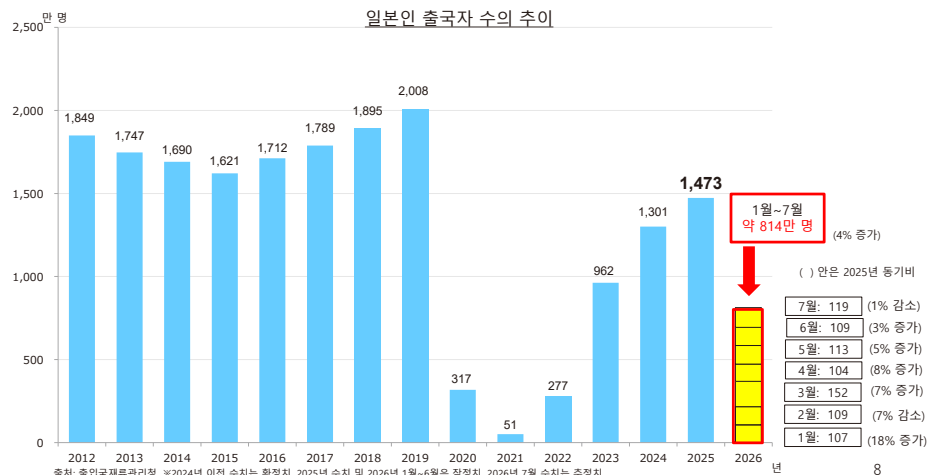
출처: 관광청 숙박여행동계조사(2025년 확정치)

7

아웃바운드 현황



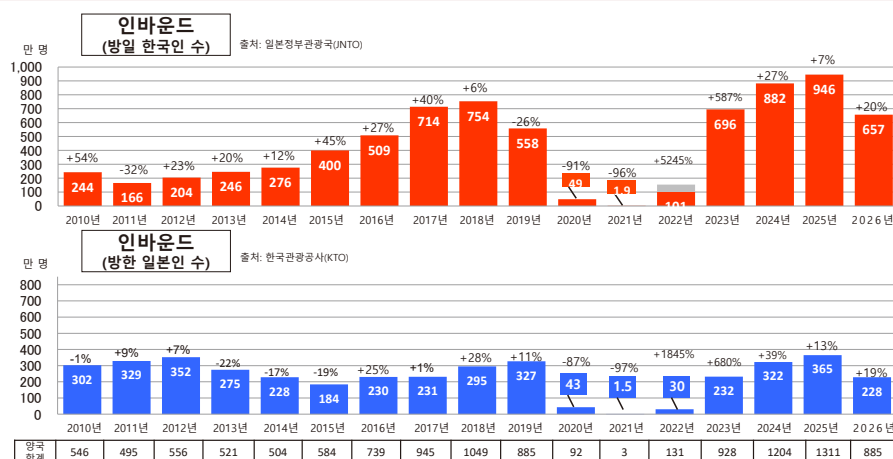
- 2025년 누적 일본인 출국자 수는 2019년 이후 **6년 만에 1,400만 명에 도달**.
- 2026년 1~7월 일본인 출국자 수는 약 814만 명(전년동기비 4% 증가).



한국·일본 교류 인구 추이(2010년~2026년)



- 2025년 방일 한국인은 **약 946만 명**, 방한 일본인은 **약 365만 명**에 달해, **모두 역대 최고치를 기록**.
- 2026년 1~7월에서는 2025년을 상회하는 추세.



2. 일본의 관광정책에 대해

10

관광입국추진기본계획 (제5차) (개요)

과제·방향성

- 관광은 **방일 외국인 여행 소비액이 9.5조 엔**(2025년 목표치), 그에 따른 **경제적 파급효과가 약 19조 엔**에 달하는 등 **지역 경제와 일본 경제의 발전을 이끄는 전략산업**임. 또한 **국제적인 상호 이해 증진 등 다면적으로 중요한 의의**를 지님.
※방일 외국인 여행 소비액 15조 엔을 달성할 경우, 경제적 파급효과는 약 30조 엔 규모로, 폭넓은 산업에 혜택이 미칠 것으로 전망됨.
- 한편, 관광을 둘러싸고 현재 나타나고 있는 과제로 **혼잡·매너 위반 등의 개별 과제에 대한 대응**, **특정 도시·지역으로의 관광객 집중 완화**, **오버투어리즘의 사전 방지 및 억제**를 위한 대책 강화가 필수적임. 아울러 심각한 **인재 부족에 대한 대응**, 관광의 **고부가가치화**, **국내 교류 확대**, **재해 및 국제 정세 등의 다양한 리스크에 대한 회복탄력성 확보** 등의 과제에 대응하는 것도 필수적임.
- 이에 따라 **'관광의 지속 가능한 발전'**, **'소비액 확대'**, **'지방 관광객 유치 촉진'**, **'관광과 교통·도시조성 간 연계 강화'**, **'신기술 활용 및 본격적인 도입'**을 시책 방향으로 설정하고, **지역 주민과 관광객 모두의 만족도를 높여, 교류인구·관계인구를 확대**하는 한편, **'살기 좋은 곳'**, **'방문하기 좋은 곳'**에 더해 **'일하기 좋은 곳'**의 관광산업을 실현하기 위한 시책을 적극적으로 추진.

시책의 주축

인바운드의 전략적인 유치와 주민 생활의 질 확보의 양립

계획 기간:
2026~2030년도

- 국소적·지역적으로 발생하고 있는 **혼잡·매너 위반 등의 개별 과제에 대한 대응**(민박 관련 포함)
- 지방 관광객 유치** 촉진을 위한 광역적 체계의 정비
- 지방 관광객 유치 및 소비 확대에 효과적인 **관광 콘텐츠 확충**
- 지방부 연결 교통 네트워크 기능 강화**

국내 교류·아웃바운드 확대

- 휴가 분산·여행 수요의 평준화
- 관계인구 창출** 및 **2지역 거주** 촉진
- 국내·해외여행 수요** 촉진을 위한 분위기 조성
- 관광 회복**을 위한 **재생 지원**

관광지·관광산업의 회복탄력성 강화

- 지속 가능성 제고를 위한 **인바운드 시장·관광 콘텐츠의 다양화**
- 관광 DX, 인력 절감형 투자 등을 통한 **생산성 향상**
- 건강한 경쟁 환경의 정비
- 유니버설 투어리즘 등 **다양한 니즈에 대한 대응**

2030년의 목표

전략산업으로서 일본의 매력과 활력을 다음 세대에도 지속적으로 계승·발전시켜 나가는 관광

관광입국 실현에 관한 목표



목표	【2030년】 <과목별: 2024년 실적> <참고> 2025년 실적(속보)치>	【2030년】 <참고> 관광비전*의 목표	【2025년까지】 <참고> 관광비전*의 목표
<인바운드의 전략적인 유지와 주민 생활의 질 확보의 양립>			
1. 인바운드의 전략적인 유지와 주민 생활의 질 확보의 양립을 추진하는 지역 수 (산규)	100지역 <26지역> <47지역(확정지)>	-	-
2. 방일 외국인관광객 수	6,000만 명 <3,687만 명> <4,268만 명(확정지)>	6,000만 명	2019년 수준 초과
3. 방일 외국인관광객 중 재방문객 수 (재방문율)*	4,000만 명 <2,422만 명> <2,761만 명(속보치)>	(재검토) 3,600만 명	-
4. 방일 외국인여행 소비액	15조 엔 <8.1조 엔> <9.5조 엔(속보치)>	15조 엔	5조 엔 (조기 달성)
5. 방일 외국인여행 소비액 단가	25만 엔 <22.7만 엔> <22.9만 엔(속보치)>	(재검토)	20만 엔
6. 방일 외국인관광객의 지방부* 숙박 수 누계 (재방문율)*	1.3억 명(박) <5,086만 명(박)> <5,873만 명(박)(속보치)>	1.3억 명(박)	-
7. 국제회의 개최 건수	아시아 1위, 세계 5위 이내 <아시아 최대 개최국, 세계 7위>	(재검토)	아시아 최대 개최국 (30% 이상)
<국내 교류·아웃바운드 확대>			
8. 국내 여행 소비액	30조 엔 <25.2조 엔> <26.8조 엔(속보치)>	(재검토) 22조 엔	22조 엔
9. 일본인의 지방부* 숙박 수 누계	3.2억 명(박) <3.1억 명(박)> <3.0억 명(박)(속보치)>	(재검토)	3.2억 명(박)
10. 일본인 해외관광객 수	역대 최고치(2,008만 명) 초과 <1,301만 명> <1,473만 명(확정지)>	(재검토)	2019년 수준 초과
<관광지·관광산업의 회복탄력성 강화>			
11. 숙박업이 창출한 부가가치액 (산규)*	6.8조 엔 <4.3조 엔(2024년도)>	-	-

*1: '내일의 일본을 지향하는 관광비전(2016년 3월 30일 내일의 일본을 지향하는 관광비전 구성회의에서 결정)
*2: 제3차 계획(2016년 3월 26일 각료회의) 이후 재설정
*3: 일본경제 및 관광비전 목표의 '지방부'란 3도(도쿄권·사이타마현·지바현, 도모도·가나가와현·아이치현, 교토부·오사카부·효고현) 이외의 지역을 말함.
4: 부가가치액 = 영일순이익(영일이익 - 지급이자 등) + 인건비(임금·임원·상여금·종업원 급여·동맹원 상여금·복리후생비) + 지급이자 등 + 동산·부동산 임차료 + 조세공과금
*5: 영일이익 = 매출 - 매출원가 - 판매비 및 일반관리비

지방 관광객 유치 사업



- 지역자원을 활용한 관광 콘텐츠 조성을 통해 지방으로의 관광객 유치와 관광 수요의 분산을 추진.
- 관광을 통한 지방 창생과 방일 외국인관광객의 여행 소비액 확대를 목표로, 소비 단가가 높은 고부가가치 관광객의 지방 유치를 위한 사업을 실시.

관광 수요 분산을 위한 지역 관광 자원의 콘텐츠화 촉진 사업

- 관광 수요 분산에 기여하는 관광 콘텐츠 공급을 위한 사업을 지원. 구체적으로는
 - > 다양한 지역 자원을 활용한 관광 콘텐츠의 조성, 정보 발신, 판로 개척 등을 종합적으로 지원
 - > 인바운드 수요를 바탕으로 품질을 높인 고단가 관광 콘텐츠와 지역 산업에 파급효과가 기대되는 미식 분야의 관광 콘텐츠 등을 중점적으로 지원
 - > 이와 함께 지속적인 판매로 이어질 수 있도록 디지털상에서 효과적인 정보 발신 등을 촉진
- 관광 콘텐츠와 가이드의 통합적인 품질 향상을 위해 콘텐츠에 따른 역량 및 연수 설계, 가이드 평가제도와 보수 체계 구축 방법, 가이드의 가시화 방안 등에 대해 조사.

지역자원을 활용한 관광 콘텐츠 조성



문화자원의 활용(전통공예)

고품질 고단가의 관광 콘텐츠 조성



지역의 전통행사 활용

지방의 고부가가치 인바운드 관광지 조성 사업

일본 전국 14개 지역을 '지방의 고부가가치 인바운드 관광지 조성 모델 관광지'로 선정하여, 고부가가치 관광객의 지방 유치에 필요한 사업을 '매력·숙박·인재·네트워크·교통'의 5가지 관점에서 집중적으로 실시.



13

광역 연계 추진을 위한 사업

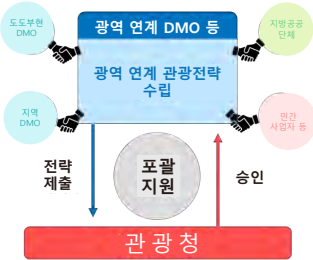


- 외국인 숙박객 수 누계의 약 70%가 3대 도시권에 집중되어 있으며 일부 지역과 시간대에 관광객이 과도하게 집중되는 등의 과제도 뚜렷하게 나타나고 있어, 지방 관광객 유치·지방 분산을 더욱 촉진하는 것이 필수적.
- 중기적 관점에 기반한 보다 광역적인 전략하에 관계자와 연계하여 지역 실정에 맞는 유연하고 탄력적인 사업을 추진함으로써 지방 관광객 유치, 지역 내 관광·장기 체류의 촉진을 도모.

DMO 종합 지원 사업 (광역 연계 관광 촉진 사업)

지방공공단체, 도도부현 DMO·지역 DMO, 민간사업자와 연계하여
광역 연계 DMO가 수립하는 광역 연계 관광전략에 기반한 사업을 지원.

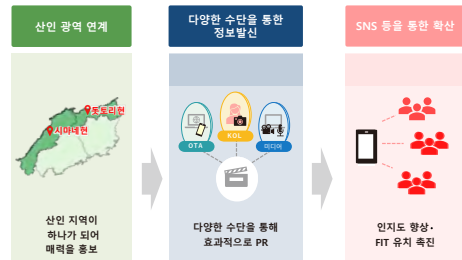
○ 사업구조도



DMO 종합 지원 사업 (추진 사례)

산인 지역이 하나가 되어 한국 시장을 비롯한 아시아를 대상으로 KOL, OTA 등을 활용한 프로모션을 전개하여, 인지도 향상과 FIT 유치 촉진을 도모.

(프로젝트 수립 주체: 산인 인바운드 기구)



14

아웃바운드 추진을 위한 사업



해외 교육여행 추진

- 해외 교육여행 추진을 위해 여행사와 학교의 교육여행 프로그램 개발 지원 및 보급 계몽을 실시.
- 2023년도, 2024년도에는 한국을 목적으로 한 프로그램 개발.

【프로그램 개발 사례】

2024년도 '한일 고등학생 국제공동탐구연수' 가이드 중·고등학교

- 부산을 거점으로 한일 고등학생의 국제공동탐구연수를 실시.
- 현지 경제여자고등학교 학생들과의 교류를 통해 지역 과제를 한일 양국 학생의 시점에서 탐구하고, SDGs에 대한 새로운 시점과 아이디어를 접하여 국제적인 시야를 넓힘.



전통 의상을 입고 시대극 연출



감천문화마을

지방 공항을 활용한 상호 교류 촉진

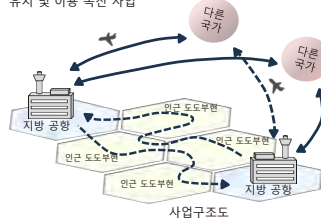
- 지방 공항을 통한 양방향 교류 확대를 위해 여러 지방 공항이 함께 수립하는 계획에 관련된 다양한 사업을 지원.

【추진 예】

- 지방 공항을 활용한 상호 교류를 위한 계획 수립
- 지방 공항 발착 정기편 및 전세편 유지
- 지방 공항을 활용한 지방 순회 여행상품의 기획·개발
- SNS 등을 활용한 정보 발신 및 프로모션 등

【선정 사례】

- 구마모토 공항과 후쿠오카 공항의 연계를 통한 청주 노선 신규 유치 및 이용 촉진 사업



여권 수수료 인하를 계기로 한 민관 일체의 노력

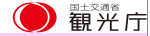
- 2026년 7월 여권 수수료 인하를 계기로, 해외여행 2,000만 명 달성을 목표로, 관광청, 외무성, 일본여행업협회(JATA), 주일 외교통상부관광국협의회 (ANTOR-JAPAN)가 공동 기자회견을 실시.
- 기자회견 내용은 다수의 미디어를 통해 보도되었으며 해외여행 수요와 아웃바운드 촉진을 위한 분위기를 조성하는 데 기여.



공동기자회견의 모습

15

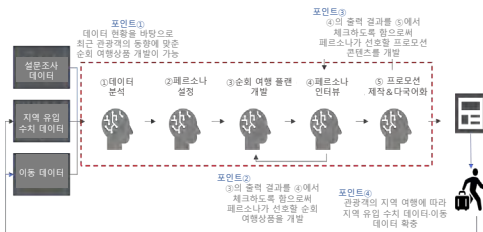
AI를 활용한 관광산업 고도화 사업



- 생성형 AI를 활용하여 국적 등의 속성별로 다양한 여행 플랜을 개발·판매함으로써 수익 증대를 실현.
- 관광객의 매너 위반 행위 방지를 위해 지역 내 AI 카메라 활용 등을 지원.

생성형 AI를 활용한 인바운드 여행 플랜의 개발

- 기존의 관광 조사는 수작업 집계와 주관적인 분석에 의존해 왔으며, 인적 자료의 한계와 분석의 객관성이 과재였음.
- 축적된 관광 데이터와 생성형 AI를 결합하여 관광객의 페르소나를 정밀하게 분석하고, 국가별, 시즌별로 최적화된 순회 여행상품의 개발, 판매에 있어 효율적이며 동시에 새로운 가치를 제공할 수 있는 시스템을 도입.



AI를 활용한 관광객의 매너 위반 행위 방지

홋카이도 비에이초



【과제: 사유지 무단 출입】

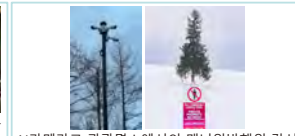
- 풍경 사진을 찍기 위해 관광객이 농지(사유지) 등에 무단으로 들어가는 사례가 발생하고 있으며, 특히 농지는 밭이 훼손되는 등 농업에 큰 위협이 되고 있음

【추진 내용】

- 관광 명소(크리스마스 트리 등) 주변에 AI 카메라를 설치하여 상시 모니터링과 동시에, 무단 출입 시 자동 음성 안내를 방송
- 관광 명소의 뷰포인트에 무단 출입 방지를 위한 표지판을 설치하고, 매너 준수를 위한 홍보 영상 등을 상영



관광 매너 인식 제고를 위한 디지털 표지판



AI카메라로 관광명소에서의 매너위반행위 감시

16

이업종간 융합 촉진 사업

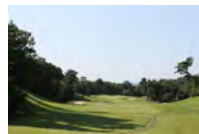


- 지역자원과 다양한 산업을 결합한 관광 콘텐츠 조성을 통해 새로운 관광 수요를 창출.
- 고부가가치 관광객 유치를 촉진하기 위해서는 랜드 오퍼레이션 기능과 지역 개발·자금 조달 등의 디벨로먼트 기능을 갖춘 지역 시스템 구축이 필요.

관광 수요 분산을 위한 지역 관광 자원의 콘텐츠화 촉진 사업

골프장을 관광자원으로 활용한 헬스 투어리즘형 수요 분산 사업
이시카와현 고마쓰시
홋코쿠 리조트 개발(주)

- 골프, 온천, 음식, 전통공예를 결합한 헬스 투어리즘을 통해 지방 고유의 고부가가치 체류 경험을 제공.
- 한국 시장을 대상으로 항공사 등과 연계하여 관광객 유치와 지방 순회 관광·숙박 확대를 추진.



숨·온천·차의 시오노에 웰니스 투어리즘 개발 사업
가가와현 다카마쓰시 (시오노에 지역)

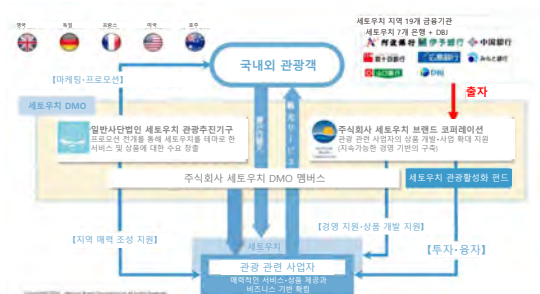
다카마쓰 관광 컨벤션 뷰로

- 삼림욕, 차와 명상, 프라이빗 온천, 별 관찰을 결합한 웰니스 휴양 프로그램을 개발하여 지역 고유의 고부가가치 체류 경험을 제공.
- 유럽·호주의 방일 재방문객을 주요 타겟으로 하여 체류시간 연장과 관광 수요 분산을 도모.



금융기관과 연계한 통합적인 관광지 조성

모델 관광지 중 하나인 '세토우치 지역'에서는 주로 마케팅·프로모션을 담당하는 '세토우치 관광추진기구'와 '세토우치 관광활성화 펀드(지방 금융기관 출자)'의 투자·융자 등을 통해 지역 사업자를 지원하는 '세토우치 브랜드 코퍼레이션'이 협력하여 관광지 조성을 추진하고 있음.



17

요코하마 그린 엑스포(2027년 국제원예박람회) 개요



위상

- 최상위 국제원예박람회(A1)
- ※A1은 일본에서는 1990년 국제꽃과 녹음의 박람회(오사카시) 이후 37년 만에 개최
- 국제박람회조직에 따른 국제박람회(인정 박람회)
- ※AIPH(국제원예가협회) 승인 + BIE(박람회 국제 사무국) 인정

테마·개최 의의·키워드

- 테마: '행복을 만드는 내일의 풍경'
- 지구적 과제 해결에 도전하고 새로운 그린 사회의 모습을 세계에 발신

도쿄도와 인근 3개 현 개최 최초의 엑스포	주요 타깃 5,000만 명 (행사장까지 3시간 이내)	약 70개 이상의 국가·국제기구 참가
포스트 SDGs의 가치 발신	16개 테마형 기업 전시	전국에서 390의 화훼 전시
		1,000만 그루의 화훼

정식 약칭: GREEN×EXPO 2027(그린 엑스포 2027)
개최 장소: 가나가와현 요코하마시(구 가미제야) 동신시설의 일부)
개최 기간: 2027년 3월 19일~9월 26일(192일간)
개최자: 공익사단법인 2027년 국제원예박람회협회
(회장: 스즈키 요시노부 <경제단체 연합회 회장>)

사업비

행사장 건설비: 최대 417억 엔
운영비: 536억 엔

입장권 가격

아래 외에도 전 기간 패스, 여름 패스, 야간권 등을 판매
일반·1일권 5,500엔 (예매권 4,900엔)
어린이·1일권 1,500엔 (예매권 1,400엔) ※세금 포함

행사장 위치도



공식 마스코트 캐릭터



'사람과 지구의 자연 간의 새로운 관계를 조성하는 커뮤니케이터'로서 분위기 조성에 활약
우주에서 온 생명
지구가 깨끗하면 꽃을 피우며 춤을 춥니다
지구가 더러우면 기운을 잃습니다



자세한 내용은 ▶ QR코드 2027년 국제원예박람회
공식 홈페이지
공식 상품 정찬 판매 중
온라인 스토어

경청해 주셔서 감사합니다!



'요코하마 그린 엑스포 공식 마스코트 캐릭터 툰크툰'

©Expo 2027



第40回日韓観光振興協議会
제40회 한일관광진흥협의회

政府発表 / 정부 발표

- 日本の国際観光の現状と観光政策 -
- 일본의 국제 관광 현황 및 관광정책 -

観光庁国際観光課笠原由加里アジア市場推進室長
관광청 국제관광과 가사하라 유카리 아시아시장추진실장



日本の国際観光の現状と観光政策

令和8年9月10日
観光庁 国際観光課 アジア市場推進室長
笠原 由加里

1. 日本の国際観光の現状

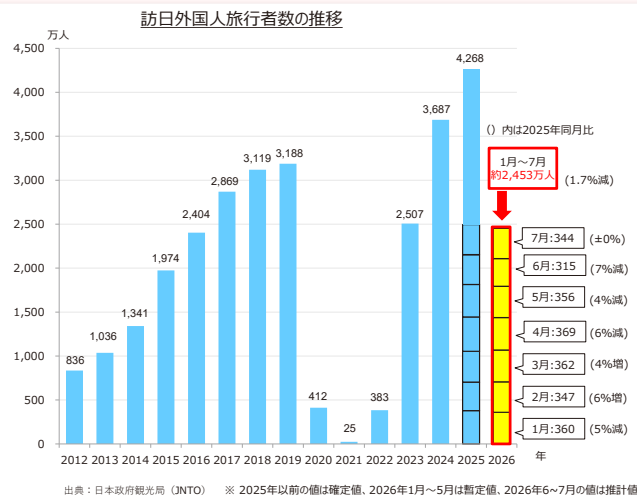


インバウンドの状況



○2025年の訪日外国人旅行者数は、**約4,268万人と、年間として過去最高。**

○2026年1月～7月の訪日外国人旅行者数は約2,453万人。



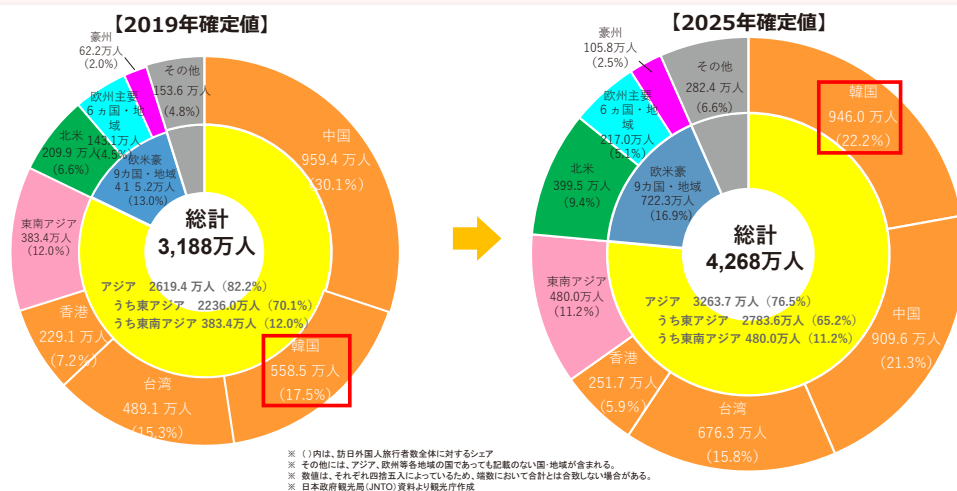
2

国・地域別の訪日外国人旅行者数及び割合



○アジア諸国からの訪日者数は、**2019年比で24.6%増加**、欧米豪諸国からの訪日者数は、**2019年比で74.0%と大きく増加。**

○欧米豪諸国が訪日者数全体に占める割合は、**13.0%から16.9%に増加。**

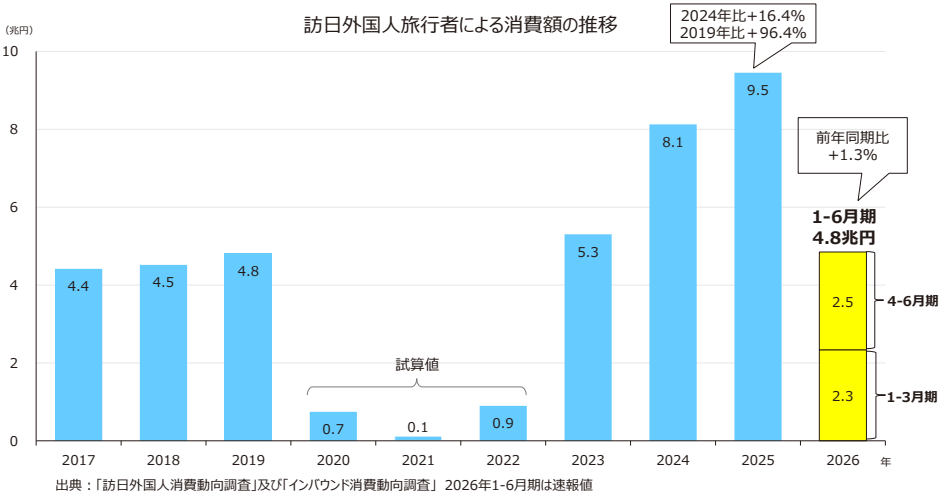


3

インバウンドの状況（消費額）



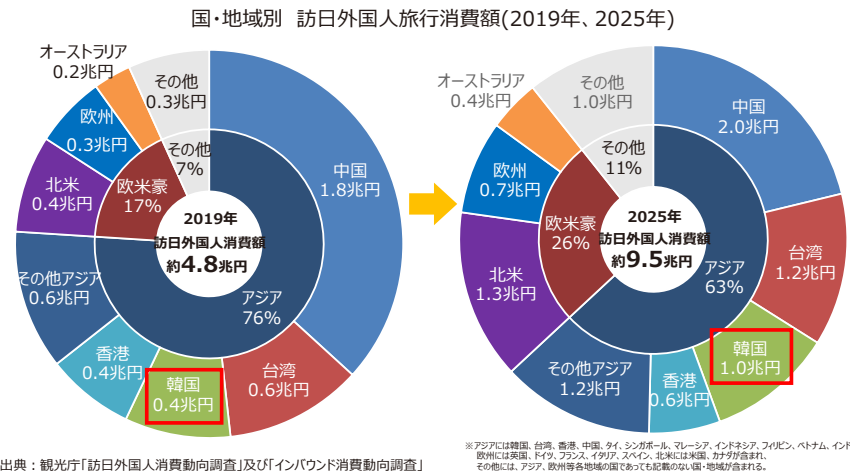
○2025年の訪日外国人旅行消費額は、**約9.5兆円**と、**年間として過去最高**。
○2026年1-6月期：消費額 約4.8兆円（前年同期比 1.3%増）。



国・地域別訪日外国人旅行消費額



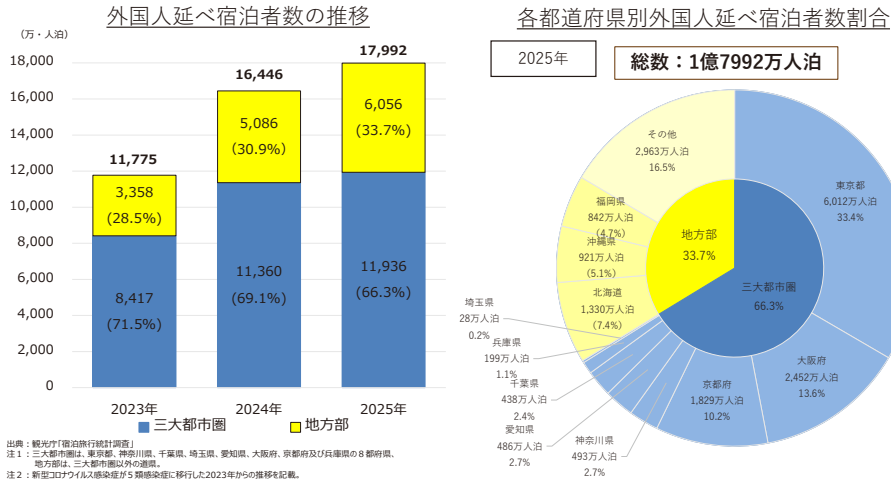
○2025年の訪日外国人旅行消費額は、**約9.5兆円**と、**年間として過去最高**。
○コロナ禍前の2019年と比べ、欧米豪の割合が増加するなど、**国・地域の多様化が進展**。



インバウンドの状況（延べ宿泊者数）



- インバウンドの宿泊先の約7割は三大都市圏に集中。
- また、東京都・大阪府・京都府・北海道・沖縄県・福岡県の上位6都道府県に約74%が集中。

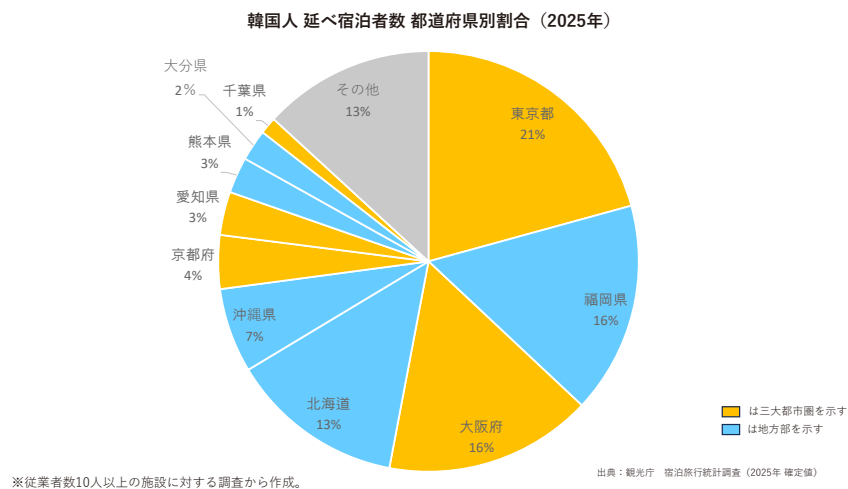


6

訪日韓国人旅行者の地方への訪問状況



- 東京、福岡、大阪、北海道、沖縄で全体の約4分の3を占めている。
- より多くの韓国人の方に知られざる地方の魅力を知っていただき、実際に足を運んでいただくことが重要。



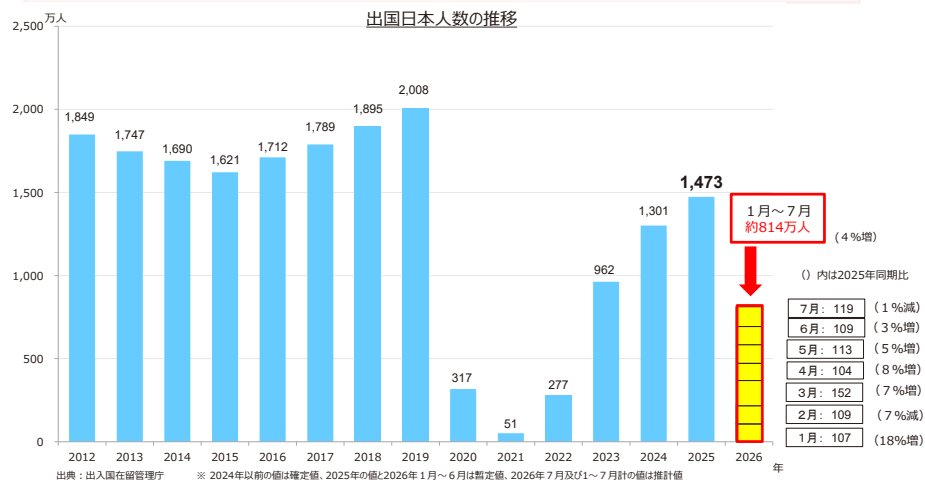
7



アウトバウンドの状況



- 2025年の累計出国日本人数は、2019年以来 **6年ぶりに1,400万人に到達**。
- 2026年1～7月の出国日本人数は約814万人（前年同期比4%増）。

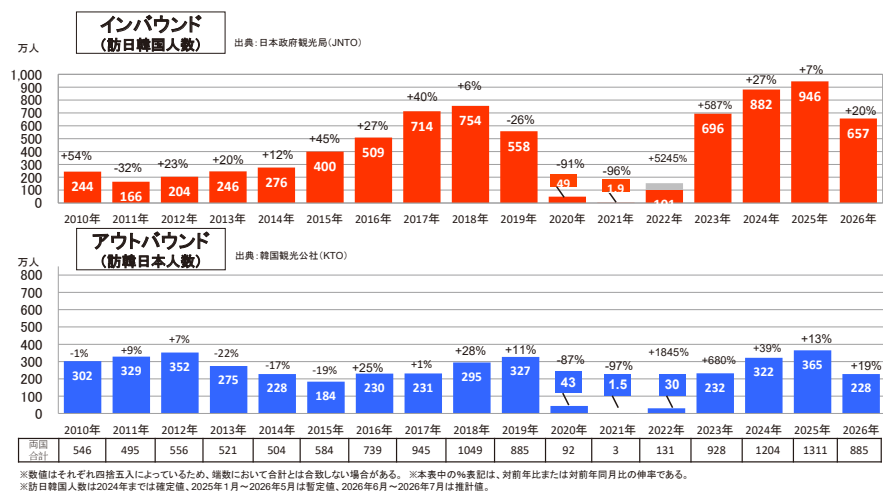


8

日本・韓国交流人口の推移（2010年～2026年）



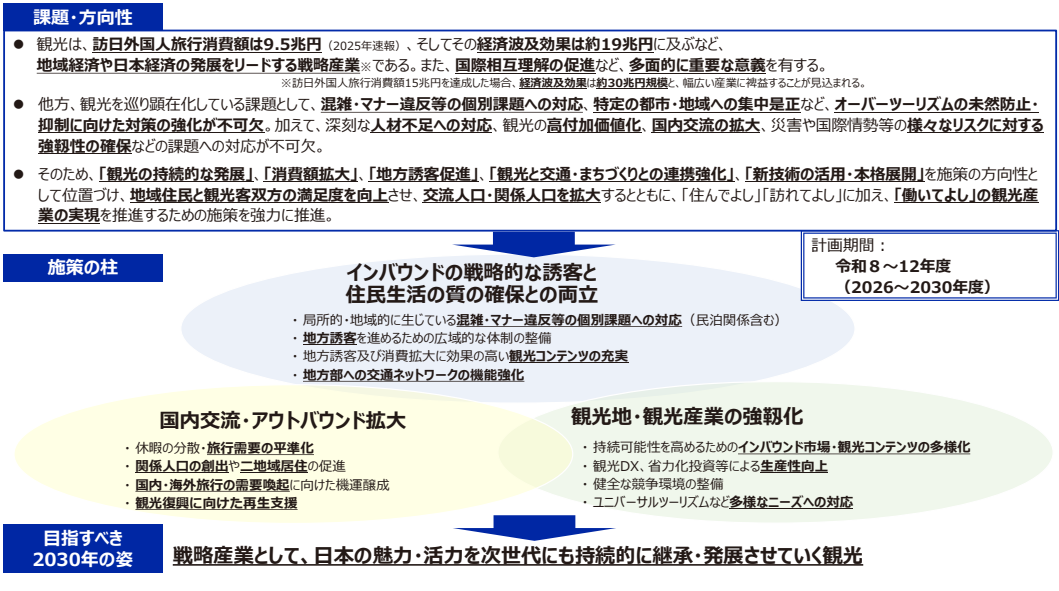
- 2025年の訪日韓国人は**約946万人**、訪韓日本人は**約365万人**に達し、**いずれも過去最高を記録**。
- 2026年1～7月では、2025年を上回るペース。



9

2. 日本の観光政策

観光立国推進基本計画（第5次）（概要）



11



観光立国の実現に関する目標			
国土交通省 観光庁			
目標	【2030年】 ＜参考＞観光ビジョンへの目標 ＜参考＞観光ビジョンへの目標	【2030年】 ＜参考＞観光ビジョンへの目標	【2025年まで】 ＜参考＞現行計画の目標
＜インバウンドの戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立＞			
1.観光客の戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立に取り組む地域数【新】	100地域 ＜26地域＞＜47地域（確定値）＞	-	-
2.訪日外国人旅行者数	6,000万人 ＜3,687万人＞＜4,268万人（暫定値）＞	6,000万人	2019年水準超え
3.訪日外国人旅行者に占めるリピーター数【再設定】 ^{※1}	4,000万人 ＜2,422万人＞＜2,761万人（速報値）＞	（見直し）……3,600万人	-
4.訪日外国人旅行消費額	15兆円 ＜8.1兆円＞＜9.5兆円（速報値）＞	15兆円	5兆円（早期に）
5.訪日外国人旅行消費額単価	25万円 ＜22.7万円＞＜22.9万円（速報値）＞	（見直し）	20万円
6.訪日外国人旅行者の地方部 ^{※2} における延べ宿泊者数【再設定】 ^{※2}	1.3億人泊 ＜5,086万人泊＞＜5,873万人泊（速報値）＞	1.3億人泊	-
7.国際会議の開催件数	アジア最上位、世界5位以内 ＜アジア最大開催国、世界7位＞	（見直し）	アジア最大開催国（30%以上）
＜国内交流・アウトバウンドの拡大＞			
8.国内旅行消費額	30兆円 ＜25.2兆円＞＜26.8兆円（速報値）＞	（見直し）……22兆円	22兆円
9.日本人の地方部 ^{※2} 延べ宿泊者数	3.2億人泊 ＜3.1億人泊＞＜3.0億人泊（速報値）＞	（見直し）	3.2億人泊
10.日本人の海外旅行者数	過去最高値(2,008万人)超え ＜1,201万人＞＜1,473万人（暫定値）＞	（見直し）	2019年水準超え
＜観光地・観光産業の強靱化＞			
11.宿泊業が創出した付加価値額【新】 ^{※4}	6.8兆円 ＜4.3兆円（2024年度）＞	-	-

^{※1}「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28年3月30日）の日本を支える観光ビジョン構想会議にて決定

^{※2}第3次計画（平成29年3月2日閣議決定）以来の再設定

^{※3}「観光立国及び観光ビジョン」の目標の「地方部」は三大都市圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、岐阜県、大分県、兵庫県）以外の地域をいう

^{※4}付加価値額＝営業収益（営業利益）^{※5}＋支払利息^{※6}＋役員賞与・従業員賞与・従業員賞与・福利厚生費^{※7}＋支払利息^{※8}＋税金・不動産賃貸料・租税公課

^{※5}営業利益＝売上高－売上原価－販売費及び一般管理費

12

地方誘客の取組	
国土交通省 観光庁	
○地域資源を活用した観光コンテンツの造成により、地方誘客と観光需要の分散を推進。	
○観光による地方創生や訪日外国人旅行者の旅行消費額拡大を目指し、消費単価の高い高付加価値旅行者の地方誘客に向けた取組を実施。	
観光需要分散のための地域観光資源のコンテンツ化促進事業	
地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業	
日本全国で14地域を「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりモデル観光地」として選定し、高付加価値旅行者の地方への誘客に必要な取組を、ウリ・ヤド・ヒト・コネ・アシの5つの観点で集中的に実施。	
○ 需要分散に資する観光コンテンツの供給に向けた取組を支援する。 具体的には、 ➢ 多様な地域資源を活用した観光コンテンツの造成や情報発信、販路開拓等を総合的に支援 ➢ インバウンドのニーズを踏まえ、品質を高めた高単価な観光コンテンツや、地域産業への波及効果が期待できるガストロノミー分野の観光コンテンツ等を重点的に支援 ➢ その際、継続的な販売につながるよう、デジタル上での効果的な情報発信等を促進	
○ 観光コンテンツとガイドの一体的な質的向上に向け、コンテンツに応じたスキル・研修設計、ガイドの評価制度と報酬体系の構築のあり方、ガイドの可視化手法等について調査する。	
地域資源を活かした観光コンテンツの造成 品質を高めた高単価な観光コンテンツの造成 文化資源の活用（伝統工芸） 地域の伝統行事の活用	

13



広域連携促進に向けた取組

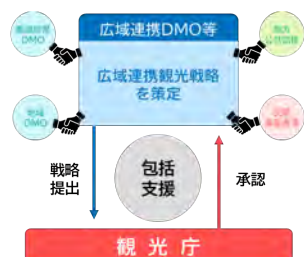


- 外国人延べ宿泊者数の約7割が三大都市圏に集中し、一部の地域や時間帯における観光客の過度な集中等の課題も顕在化していることから、地方誘客・地方分散の更なる促進が必要不可欠。
- 中期的な目線に基づくより広域的な戦略の下、関係者とも連携し、地域の実情に応じた柔軟かつ弾力的な事業を推進することにより、地方誘客、地域周遊・長期滞在の促進を図る。

DMO総合支援事業 (広域連携観光促進事業)

地方公共団体、都道府県DMO・地域DMO、民間事業者と連携し、広域連携DMOが策定する広域連携観光戦略に基づく取組を支援。

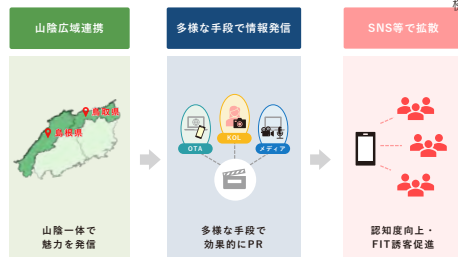
○事業イメージ



DMO総合支援事業 (取組事例)

山陰地域が一体となり、韓国市場をはじめとしたアジアをターゲットにKOLやOTA等を活用したプロモーションを展開し、認知度向上とFIT誘客の促進を図る。

(プロジェクト策定主体：山陰インバウンド機構)



14

アウトバウンド促進に向けた取組



海外教育旅行の促進

- 海外教育旅行の促進のため、旅行会社と学校による教育旅行プログラム開発の支援や普及啓発を実施。
- 2023年度、2024年度には、韓国を目的地とするプログラムを開発。

【プログラム開発事例】

2024年度「日韓高校生の国際共同探究研修」開智中学・高等学校

- ・釜山を拠点に、日韓高校生の国際共同探究研修を実施。
- ・地元のキョンヘ女子高等学校の生徒たちとの交流を通じて、地域課題を日韓双方の生徒の視点で探究し、SDGsへの新たな視点や発想に触れ、国際的な視野を広げる。



伝統衣装での時代劇のワンシーン



甘川文化村

地方空港を活用した相互交流の促進

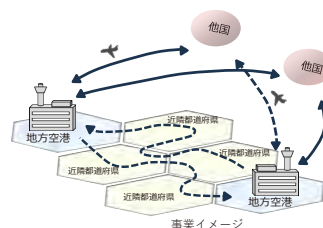
- 地方空港を通じた双方向交流の拡大に向けて、複数の地方空港間で策定する計画に関して各種取組を支援。

【取組例】

- ・ 地方空港を活用した相互交流に向けた計画の策定
- ・ 地方空港発着の定期便やチャーター便の誘致
- ・ 地方空港を活用した地方周遊旅行商品の企画・造成
- ・ SNS等を活用した情報発信・プロモーション 等

【採択事例】

- ・ 熊本空港、福岡空港の連携による清州路線の新規誘致および利用促進事業



事業イメージ

旅券手数料の引下げを契機とした官民一体となった取組

- 2026年7月の旅券手数料の引下げの機会を捉え、海外旅行2,000万人の実現に向けて、観光庁、外務省、日本旅行業協会(JATA)、駐日外国政府観光局協議会(ANTOR-JAPAN)が共同記者会見を実施。

- 記者会見の内容は多くのメディアで報道され、海外旅行需要の喚起、およびアウトバウンド促進に向けて機運醸成に寄与。



共同会見の様子

15

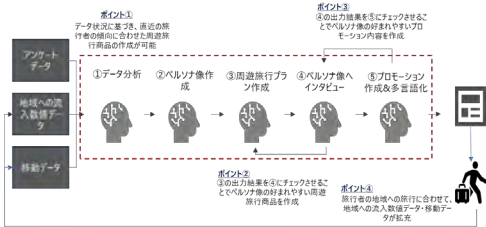
AIによる観光産業の高度化の取組



- 生成AIを活用し国籍などの属性ごとに多様な旅行プランを作成・販売することで、収益向上を実現。
- 観光客によるマナー違反行為の防止に向けて、地域におけるAIカメラの活用などの取組を支援。

生成AIを活用したインバウンド向け旅行プランの創出

- 従来の観光調査は手作業による集計と主観的な分析に依存しており、人的リソースの限界や分析の客観性が課題だった。
- 蓄積された観光データと生成AIを組み合わせ、旅行者のペルソナ像を精緻に分析し、国別・シーズン別に最適化された周遊旅行商品の作成、販売において、効率的かつ新たな価値提供を行うことができる仕組みを導入。



AIを活用した、観光客によるマナー違反行為の防止

北海道美瑛町



【課題：私有地への立入り】

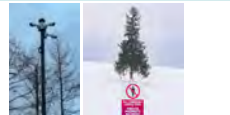
- ・風光明媚な写真を撮るため、観光客が農地（私有地）等へ無断侵入し、特に農地においては畑の踏み荒らし等で農業への大きな脅威となっている

【取組内容】

- ・観光スポット（クリスマスツリーの木等）周辺にAIカメラを設置し、常時監視を行うとともに、無断侵入に対する自動音声メッセージを放送
- ・観光スポットのビューポイントに無断侵入防止を図るサインの掲示やマナー啓発の動画放映等を実施



マナー啓発のためのデジタルサイネージ



AIカメラを用いて観光スポットのマナー違反を監視

16

異業種との融合促進の取組



- 地域資源と多様な産業を組み合わせた観光コンテンツの造成により、新たな観光需要を創出。
- 高付加価値旅行者の誘客促進には、ランドオペレーション機能や地域開発・資金調達等のデベロップメントを行う機能等を備えた地域体制づくりが必要。

観光需要分散のための地域観光資源のコンテンツ化促進事業

ゴルフ場を観光資源として活用するヘルスツーリズム型需要分散事業
石川県小松市
北国リゾート開発（株）

- ゴルフ、温泉、食、伝統工芸を組み合わせたヘルスツーリズムにより、地方ならではの高付加価値な滞在体験を提供。
- 韓国市場を対象に、航空会社等と連携した誘客を実施し、地方への周遊・宿泊の拡大を推進。



森・温泉・茶の塩江ウェルネスツーリズム造成事業
香川県高松市（塩江地区）
高松観光コンベンション・ビューロー

- 森林浴、茶瞑想、貸切温泉、星空観察を組み合わせたウェルネストリートメントを造成し、地域ならではの高付加価値な滞在体験を提供。
- 欧州・豪州の訪日リピーターを主なターゲットとし、滞在時間の延長と観光需要の分散を図る。



金融機関と連携した一体的な観光地づくり

モデル観光地の1つである「せとうちエリア」では、主にマーケティング・プロモーションを担う「せとうち観光推進機構」と「せとうち観光活性化ファンド（地方金融機関出資）」の投融资等による地域事業者支援を行う「瀬戸内ブランドコーポレーション」が一体となり、観光地づくりを行っている。



17



横浜グリーンエキスポ（2027年国際園芸博覧会）概要

位置付け

- 最上位の国際園芸博覧会（A1）
※ A1は、我が国では1990年の国際花と緑の博覧会（大阪市）以来、37年ぶり
- 国際博覧会条約に基づく国際博覧会（認定博）
※ AIPH（国際園芸家協会）承認＋BIE（博覧会国際事務局）認定

テーマ・開催意義・キーワード

- テーマ：「幸せを創る明日の風景」
- 地球課題の解決にチャレンジし、新たなグリーン社会の姿を世界に発信

1都3県で初の万博	主な来場ターゲット5千万人（会場3時間圏）	70程度を上回る国・国際機関が参加
ポストSDGsの価値発信	16のテーマ型企業出展	全国から390の花緑出展
		1千万株の花緑

正式略称：GREEN×EXPO 2027（グリーンエキスポ ニーゼロエーナ）
開催場所：神奈川県横浜市（旧上瀬谷通信施設の一部）
開催期間：2027年3月19日～9月26日（192日間）
有料来場者数：1,000万人以上
開催者：公益社団法人2027年国際園芸博覧会協会（会長：筒井 義信＜経団連会長＞）

事業費

会場建設費：最大417億円
運営費：536億円

入場券価格

以下に加えて、通勤バス、夏バス、夜間券などを用意
大人・1日券 5,500円（前売チケット 4,900円）
小人・1日券 1,500円（前売チケット 1,400円）※税込み

会場位置図

会場までのアクセス
近傍4駅よりシャトルバスアクセス（約10～20分）
会場隣接駐車場、パークアンドライド駐車場あり

公式マスコットキャラクター
ター
トゥンクトゥン

「人と地球の自然との新たな関係を育むコミュニケーター」として機運醸成に活躍
宇宙からきた精霊
地球がきれいだと花を咲かせて踊ります
地球が汚れると元気がなくなります



詳細はこちら▶
2027年国際園芸博覧会公式ホームページ
オフィシャルグッズ好評販売中



EXPO
2027
YOKOHAMA JAPAN



「横浜グリーンエキスポ公式マスコットキャラクタートゥンクトゥン」
©Expo 2027

国土交通省 観光庁

ご清聴ありがとうございました！

53

제40회 한일관광진흥협의회
第40回日韓観光振興協議会

지자체 발표 / 自治体発表

- 한국 지방관광 활성화를 위한 지방정부 노력 -
- 韓国地方観光活性化のための自治体の努力 -

목포시 박인지 관광과장
木浦市パク・インジ観光課長







I. 목포시 현황

목포 역사



해항성(海港性)의 기능을 수행하던 **목포진**, 목포 역사의 시작
1897년, 최초의 **자주적 개항도시 목포**

목포(木浦)

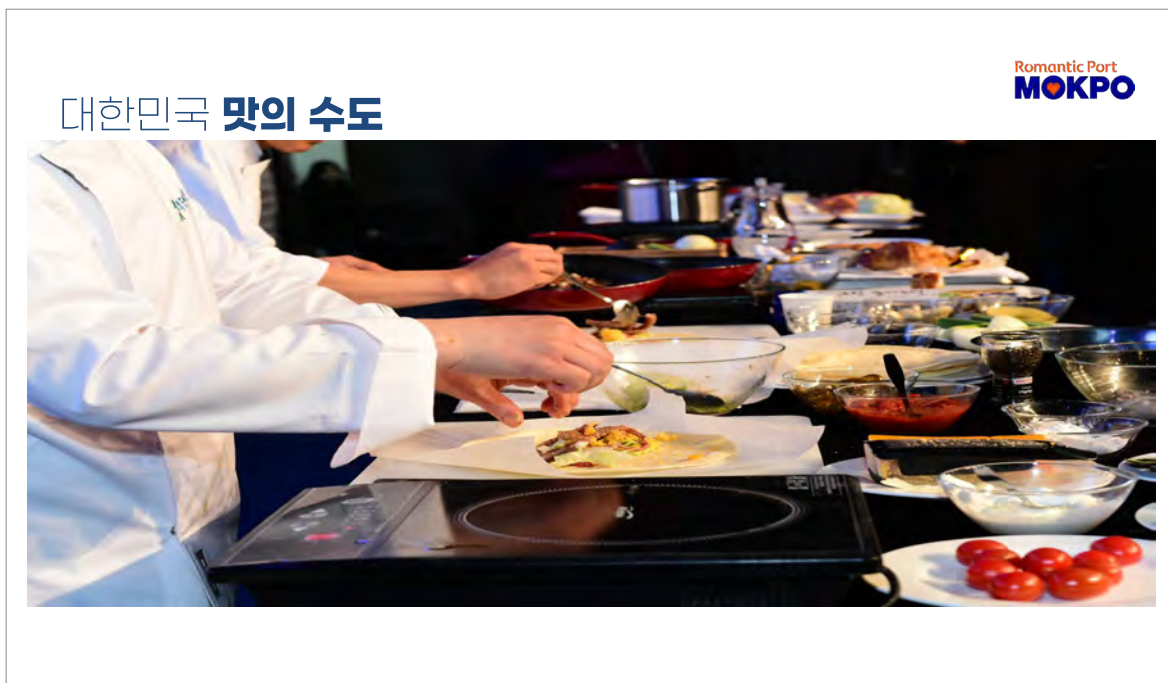
- 육지로 들어오는 길목(강물이 바다로 들어가는 곳, 강과 바다의 경계를 이루는 목)
- 나무가 많은 포구

목포의 시작

- 1439년(세종21년) '목포진' 설치
- 호남과 경남으로 통하는 세곡운반로

목포 개항(1897.10.1)

- 부산, 원산, 인천에 이어 4번째 개항
- 고종의 칙령, 대한제국의 필요로 개항



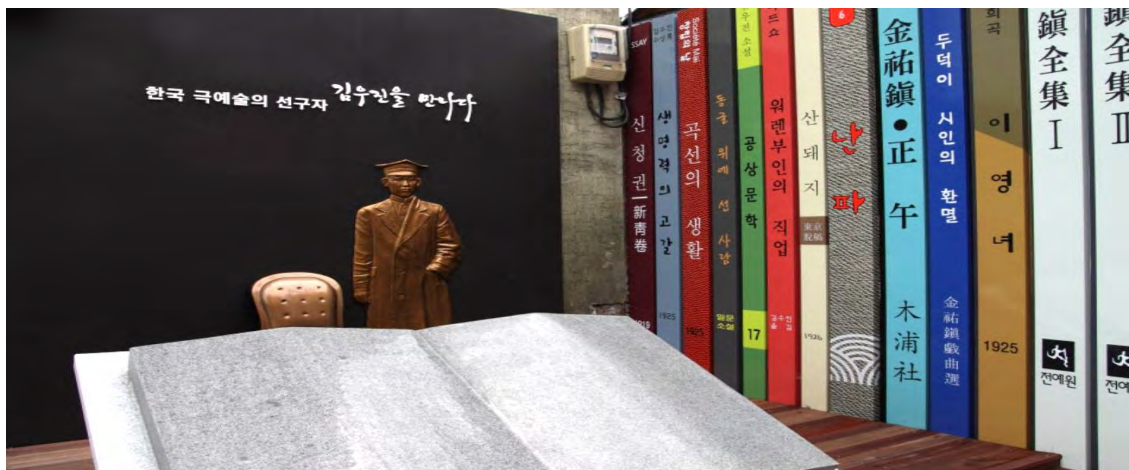
대한민국 최대 근대역사 문화자산 도시

Romantic Port
MOKPO



대한민국 예향의 도시

Romantic Port
MOKPO



Romantic Port
MOKPO



Ⅱ. 주요 관광자원 소개

1

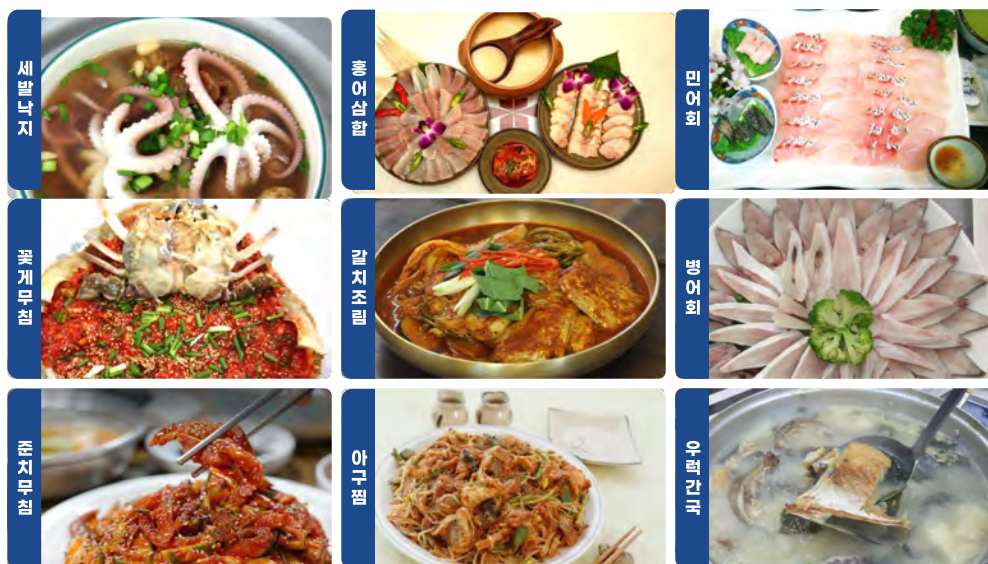
대한민국
맛의 수도

Romantic Port
MOKPO





대한민국 맛의 수도 목포 9미(味)



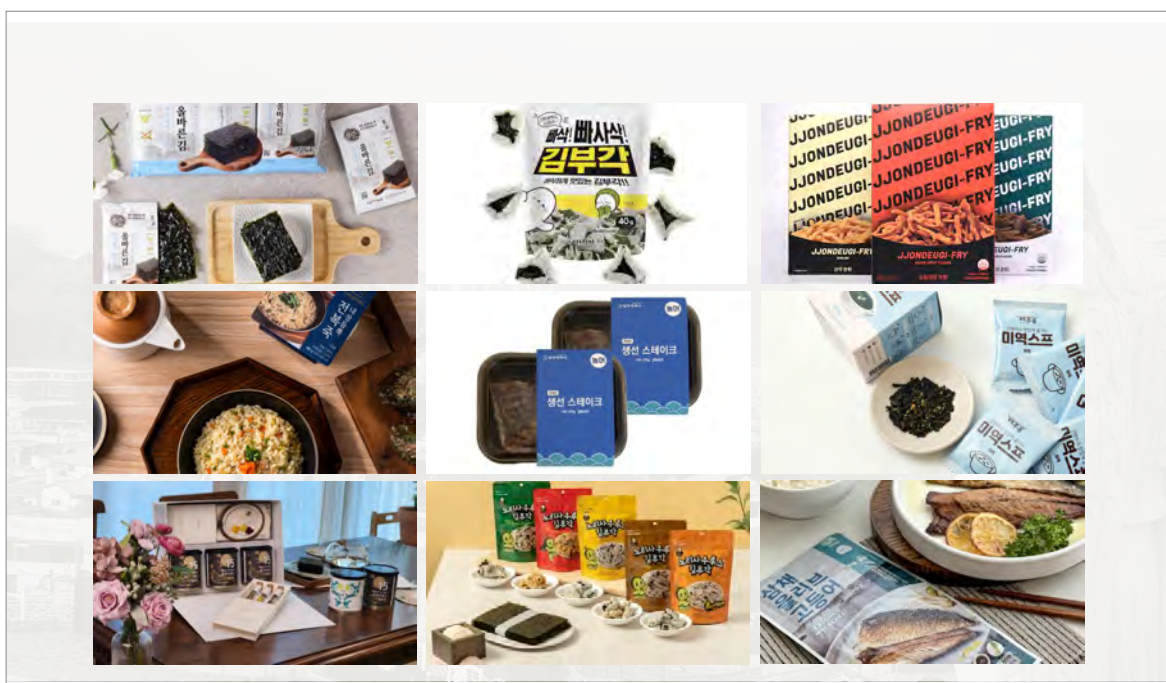




대한민국 최대 김 생산지

●●● '24년 기준 마른김 2,144톤(69백만불) 수출 대한민국 지자체 1위 ●●●









해관 1897(목포미식문화갤러리)

Romantic Port
MOKPO



목포 대중음악의 전당

Romantic Port
MOKPO

대한민국 최초의 재즈
목포의 선물이 되다

이난영부터 김시스터즈까지
재즈음악을 대한민국 최초로
도입한 목포

1930년부터 1980년까지
대중음악 50년의
스토리와 명곡을 감상하는
대중음악 체험 복합전시공간



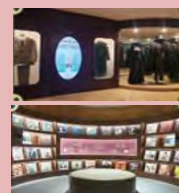
목포 대중음악의 전당 체험프로그램

레트로 의상실

AR모니터를 통해 근대 무대의상을
가상으로 체험할 수 있는 공간

그때, 그 음악

1930~70년대의 명곡들을
소개하고 들어 볼 수 있는 코너





K-콘텐츠 한류 레트로 관광지

Romantic Port
MOKPO

근대역사관2관 - 우리들의 블루스



우리들의 블루스

근대역사관2관



K-콘텐츠 한류 레트로 관광지

Romantic Port
MOKPO

영화 1987 촬영 - 서산동 시화골목(연희네슈퍼)



목포항구축제

Romantic Port
MOKPO



목포문화유산야행

Romantic Port
MOKPO



갯바위



목포해상케이블카



고하도 해상데크&전망대



삼학도크루즈&요트투어





Ⅲ. 지방관광 활성화 노력 - 4대 관광거점도시 목포 육성사업

사업개요



- 사업 기간 2020년 ~ 2026년 (6개년)
- 사업 구간 목포시 해안축 중심으로 한 고하도 ~ 원도심
 ~ 삼학도 ~ 갯바위 평화광장 일원
- 총 사업비 1,000억 원
- 사업 내용 핵심 : 해상W소, 해관 1897 미식갤러리, 바다산책로
 (총 49개 사업) 목포대교/대반동 야간경관 등 23개
 전략 : BI개발, 글로벌미디어마케팅, 현대서비스
 매뉴얼 개발 및 관광환경 개선 등 20개
 연계 : 서남권 통합관광플랫폼, 스마트 도슨트 등 6개

목포 관광거점도시 기본구상

[비전]

세계 10대 미항, 목포
World's Top 10 Beautiful Ports, Mokpo

[브랜드]

낭만항구 목포
Feel Romantic Mokpo

[전달가치]
Brand Promise

1. 오늘 만나는 1897년의 도시
A city where you feel 1897
3. 남도의 진수, 맛과 멋의 도시
A city of authentic food and art

2. 다채롭고 생동감 넘치는 밤의 도시
A vivid city at night
4. 두 발로 모든 것을 만나는 도시
A city to explore everything on foot

[실행 전략]

목포관광 브랜드 및 홍보 마케팅

브랜드 및 홍보마케팅 강화
외래객 모객 활동 추진

목포만의 낭만 콘텐츠 개발

원도심 야간 매력성 강화
목포의 Locality 체험성 강화
목포 맛의 세계화
예술이 있는 아름다운 항구

관광하기 편리한 환경 마련

관광이동 편의성 확보
방한관광객 여행환경 조성
관광산업 생태계 육성

주변지역으로 연계 상품화

공항-목포간 접근성 개선
서남권의 관문, 연계성 강화

핵심사업

목포만의 낭만 체험 콘텐츠 개발



목포의 지역문화 체험성 강화

1. 원도심 유류자원 체험 콘텐츠 도입
2. 목포의 바다 체험 휴양관광 개발
3. 목포의 **새이** 플랫홈 구축

원도심 낭만여행 매력성 강화

4. 낭만항구 야간경관 특화
5. 낭만항구 체류형 프로그램 개발

예술이 있는 아름다운 항구 육성

6. 목포 바다산책로 예술성 강화
7. 깃바위 문화예술항구 육성
8. 평화광장 문화관광콘텐츠 개발 및 상품화

전략사업

목포관광 브랜딩 및 홍보마케팅
편리하고 지속가능한 관광환경 조성



국내외 홍보마케팅 강화

1. 목포 외래객 관광 브랜딩 사업
2. 타겟시장 맞춤형 홍보 마케팅 사업



방한관광객 여행환경 조성

5. 목포 문화체험 숙박기반 조성사업
6. 외래객 현대서비스 환경 조성사업
7. 관광이동 편의기반 구축사업
8. 외래객 중심 스마트 관광환경 조성



관광산업 생태계 육성

9. 여행자플랫폼 농민출전소 구축사업
10. 목포형 관광 메이커스 육성사업
11. DMO 조직 기능확대



외래객 모객 활동 추진

3. 핵심타겟 모객형 상품 개발 운영사업
4. 타공항 방문 외래객 유치상품 운영사업



연계사업

서남권 지역과의 연계상품화



공항-목포간 접근성 개선

1. 무안공항 교통 연계성 강화사업



서남권의 관문, 연계성 강화

2. 서남권 함께하는 행사 개최
3. 서남권 통합관광 시스템 구축
4. 서남권 대표상품 개발 운영사업
5. 네트워크 및 통합 DMO 구축 운영사업







주요성과

1. 평화광장 해상무대 설치 및 활용

바다분수쇼와 연계 **문화예술공연**이 가능한 **해상무대 설치(2021)**,
지역 예술인의 무대이자, **목포 대표 해상공연의 거점**으로 활용 서남권 대표 관광지로 육성



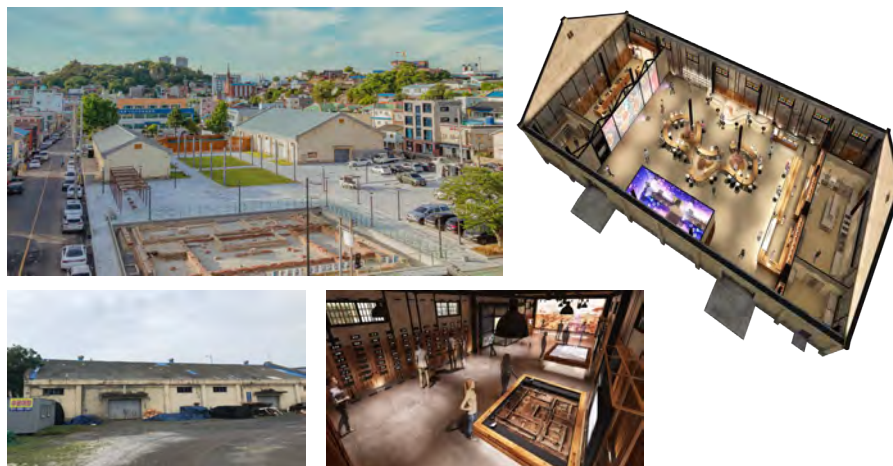
2. 목포 해상W쇼 개최

관광편의시설이 집중되어 있는 서남권 대표 친수공간, 평화광장 해상무대에서
뮤지컬과 춤추는 바다분수, 화려한 불꽃쇼의 환상적인 공연을 지속 운영



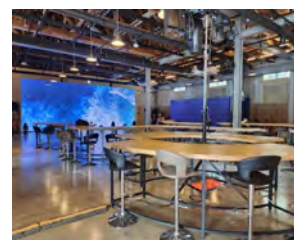
3. 구)세관창고, 복합문화공간 미식플랫폼 구축

맛의 도시 목포의 새로운 음식문화를 창조·육성하며,
관광객이 직접 체험하며 즐길 수 있는 목포의 맛을 테마로 한 복합문화공간 조성



3. 구)세관창고, 복합문화공간 미식플랫폼 구축

KOREA UNIQUE VENUE
목포미식문화갤러리 해관1897



3. 구)세관창고, 복합문화공간 미식플랫폼 구축

#목포 전국 디저트 경연대회



#목포 미식페스타



#청년 외식업 창업교육지원



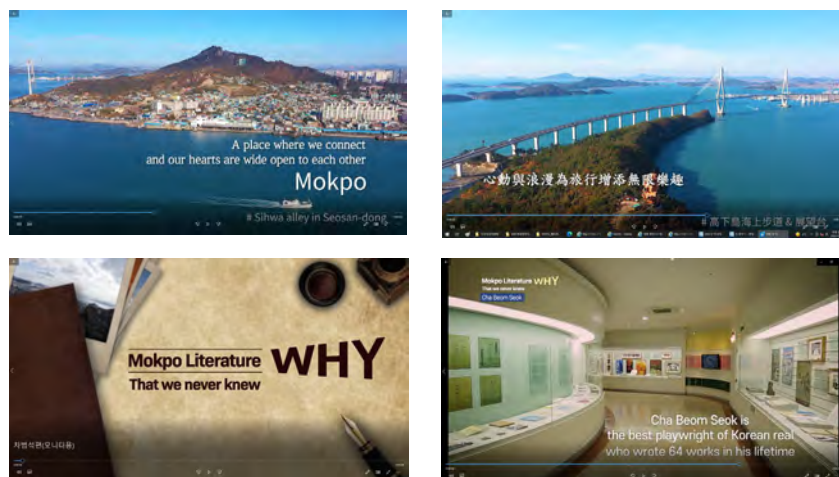
4. 글로벌 미디어활용 홍보 마케팅

다양한 미디어 채널을 활용한 목포 유명 관광지 홍보 추진
(드라마, 예능, 영화, 광고 촬영 지원과 해외 콘텐츠 제작 지원)



4. 글로벌 미디어활용 홍보 마케팅

KBS 월드, 디스커버리, 내셔널지오그래픽, 히스토리 등
글로벌 채널과 연계 목포 관광프로그램 제작하여 주요 타겟 국가 송출



5. 서남권 스마트 통합관광안내시스템 구축

최신 IT 기술을 접목한 **목포 스마트 관광안내 플랫폼**을 2021년 구축 완료,
2022년부터 **서남권 8개 지자체에 확대** 구축·운영하여 **스마트관광시스템 고도화**



편리하고 안전한
목포여행을 도와주는
비대면 스마트도슨트



6. 주요 추진성과 _ 초정밀 실시간 버스 위치정보 제공체계 구축

첨단 교통기술과 교통정보를 개발·활용하여
관광객에게 **정확한 교통정보 제공**이 가능한 **지능형 버스정보시스템**을 구축





Ⅳ. 향후 발전 전략

- 글로벌관광도시 목포

사업개요

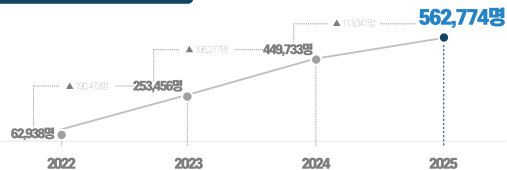
글로벌관광도시 목포
Alive Romantic K, MOKPO

정부의 외래 관광객 3,000만 목표에 부응, 외래 관광객의 서울 편중 현상을 해소할 새로운 관광 목적지가 필요
목포는 전남광주통합특별시 내 관광특구 중 유일하게 50만 명 이상 외국인 방문객을 확보한 곳



- **외래 관광객 3,000만 명 달성을 위한 지역 관광의 위상 전환 필요**
 - 2030년 외래 관광객 3,000만 명 목표에 따라, 지역 관광 활성화 및 고부가가치화가 국가적 과제로 대두
 - 외래 관광객의 관광행태가 생활형 지역 문화 경험으로 변화, 하이퍼로컬 체험의 중요 및 필요성 증대
 - 방한 외래객의 서울 편중 현상 심화에 따라 새로운 한류관광 목적지로서 지역 관광의 성장 필요
- **능동적 글로벌 관광 목적지로서 목포의 상징성, 가능성, 대표성 확인**
 - 역사문화자원(원도심), 해양문화자원(항구도시), 자연생태자원(유달산&바다), 미식자원(목포9채) 모두 보유
 - 민간의 자산 및 사업에 기반해 작동하는 자생 생태계 (민간 협력체계, 소도시형 거버넌스 4.0) 보유
 - 연간 약 56만 명의 외래 방문객 방문하는 곳으로써, 전남광주통합특별시 내 유일하게 공모 신청 조건에 부합

목포 관광특구 연도별 외국인 방문객 수



* 출처: 한국관광공사(KTO) 제공, 지역별 외국인 방문객 수(KT 이통통신공사 제공)

비전 및 목표

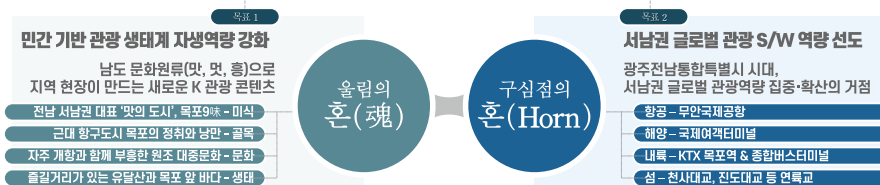
글로벌관광도시 목포
Alive Romantic K, MOKPO

비전 & 슬로건

비전

The Horn of NAMDO : MOKPO Gateway to the Alive K

“남도 문화원류의 울림, 목포에서 세계로”



슬로건

Alive Romantic K, MOKPO



사업계획

글로벌관광도시 목포
Alive Romantic K, MOKPO

글로벌 미식관광 콘텐츠 구축

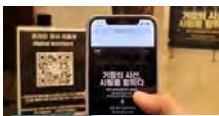
향토음식에서 시작하는 남도 미식 글로벌 콘텐츠 개발

- 기존 및 조성 예정인 거점 시설을 활용해 남도미식 콘텐츠 육성 및 활성화
- 목포 9매와 선술집(스넥바) 문화의 글로벌 브랜드화 고도화
- 2025 남도국제미식산업박람회 개최 성과를 연결, 목포 미식의 확장 및 상품화 도모

사업 위치	북항, 유달산, 원도심, 삼학도, 갯바위, 평화광장 일원
주요 여건	- 글로벌 관광특구 활성화를 위한 콘텐츠 고도화 신규사업 - 규제 예외 및 완화가 필요한 제도적 제한사항 없음
연계사업	- 향토음식진흥센터 설립 지원 - '맛의 도시 목포' 브랜드화 - 나폴레옹OK, 목포 맛집 발굴 브랜드화



글로벌 남도미식 오픈마켓 운영
목표 : 글로벌 미식 프로그래밍 개발
협력 : 향토음식진흥센터
장소 : 목포항(해관1897)



상설 및 특별 전시콘텐츠 구축
목표 : 미식 전시 콘텐츠 개발
협력 : 향토음식진흥센터
장소 : 목포항(해관1897)

- 해관1897 마당 및 실내공간 일부 활용
- 선술집 스넥바와 미식상품 집약 오픈마켓 운영
- 목포9매 식재료 활용 소품 파인 다이닝 파티 개최
- 청년 소상공인 대상 글로벌 메뉴 발굴 경연·교육
- 남도 미식 전반의 디지털 콘텐츠 자산화
- QR코드 스킨을 활용한 디지털 전시관 조성
- 전시 연계, 글로벌 도슨트 양성 및 활동 지원
- 청년 및 외국 작가 참여 특별 전시 개최



‘맛의 도시 목포’ 글로벌 정체성 및 경쟁력 강화



사업계획

글로벌 관광도시, 목포
Alive Romantic K, Mokpo

글로벌관광도시 DMO 육성 및 활동 지원

민간 주도 글로벌 관광 마케팅 및 콘텐츠 생산·공급 역량 강화

- 지역 현장에서 실제 활동과 결과를 창출하는 자생 생태계의 주도적 참여 필요
- 마케팅 활동과 관광 수익을 창출하는 민간 중심 글로벌 DMO 구축과 역량강화·실증 지원
- 다각적 평가를 통한 생태계 내 신규 글로벌 관광 벤처(크리에이터) 발굴과 육성 지원

사업 위치	북항, 유달산, 현도섬, 삼학도, 갯바위, 평화광장 일원
추진 여건	- 글로벌관광특구 브랜드 육성을 위한 신규사업 - 규제 예외 및 완화가 필요한 제도적 제한사항 없음



**민간 중심
글로벌
DMO
역량강화**

- 글로벌 관광특구 세부 추진계획 수립
- 민간 중심 글로벌 DMO 실행조직 발족
- 파트너 간 협력·연대를 위한 네트워킹 활동 지원
- 민간 및 공공 대상 투자유치 활동 지원



**연대형 콘텐츠
비즈니스 개발**

- 상징적 콘텐츠 골목 설정
- 문학, 예술, 로컬, 미식, 축제 융·복합 경험 제공
- 골목 민간 주체 협력 프로젝트 공모 및 실증 지원

로컬 투어
숙소·식당·상점·골목·문화공간을 연결하는 체험형 여행 상품 운영

로컬 축제
매주 토요일 고정 운영되는 상설 골목 축제 현장 조성

로컬 숙박
본산형 숙박과 로컬 프로그램을 묶은 장기 체류 상품 운영

로컬 네트워크
공공적인 중앙지원센터, 네트워크 기반 네트워킹 프로그램 운영



**글로벌 목포
관광크리에이터
벤처 육성**

- 관광 분야 혁신 스타트업 및 유망기관 초청
- 목포 민간 주체와 교류하는 캠프 및 포럼 개최
- 서비스 시설 승계, 2세대의 청년 벤처 교육 지원
- 청년 관광 기획자 양성과정 실시

글로벌 관광 인지도 제고 및 관광 목적지 포지셔닝 확보

사업계획

글로벌 관광도시, 목포
Alive Romantic K, Mokpo

글로벌관광도시 통합 브랜드 구축·확산

방한 관광 패러다임 변화에 따른 새로운 글로벌 관광 이미지 확보

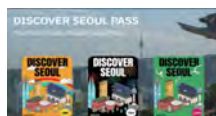
- 글로벌 관광특구의 브랜드를 효율적으로 경험하는 브랜드 PASS 상품 개발 및 활용
- 한국을 알게 이해하고자 하는 고관여 외래 관광객에게 다각도의 홍보·마케팅 추진
- 지역 거버넌스의 공식화·제도와 추진으로 안정적·민주적 논의 구조 확보

사업 위치	북항, 유달산, 현도섬, 삼학도, 갯바위, 평화광장 일원
추진 여건	- 글로벌 관광특구 브랜드 육성을 위한 신규사업 - 규제 예외 및 완화가 필요한 제도적 제한사항 없음
연계사업	- [지자체] 글로벌 관광마케팅을 통한 목포 브랜드 강화 - [지자체] 스마트 관광안내 플랫폼 운영 활성화 - [지자체, 부서 협력 사업] K-관광혁신시대 관광발전 전략과제 추진



**글로벌 DMO
구축 및
활용**

- 브랜드 디자인 및 슬로건 개발
- 온·오프라인 방문 디자인 확립
- 브랜드 경험(모자) 가이드라인 개발
- 스토리텔링 개발 및 다국어 스토리북 발간
- 로컬 히스토리 아카이빙 및 자료화



**대표
스마트
PASS
상품 개발**

- 외래 관광객 전용 관광 PASS 상품
- 목포 글로벌 관광콘텐츠 BIG 5 구성
- 기존 어플리케이션 활용 가능 여부 검토
- 간편 결제 기술 연동
- PASS 연계 관광 서비스 정보 제공



**관광특구
발전위원회
운영**

- 행정, 민간, 대학, 언론 참여하는 협의체계
- 주제별로 전문성을 가진 대표 위원 선임
- 분기별 정례회의 운영
- 예산집행, 사업조정, 사업 및 마케팅 협력 논의



**관광특구
방문·검색·예약
주진**

- 다문화 방한 경험을 지닌 고관여 관광객 대상
- 새롭고 알고 있는 한국 관광지로 메시지 설정
- 쇼츠, 릴스, 틱톡 등 영상 콘텐츠 적극 활용
- 국내 외국인 입국지 대상 오프라인 홍보 추진

지역 자생 생태계의 관광 역량강화 및 실질적 자립 지속성 확보

사업계획

글로벌 관광도시, 목포
Alive Romantic K, MOKPO

글로벌 관광특구 풀패키지 개발 및 운영 지원

직관적으로 소비하는 글로벌 표준의 All-day 예약 패키지 상품 개발

- 오후부터 다음날 오전까지 연결되는 1박 2일 대표 관광 상품 개발
- 관광 중심으로 소비했던 기존의 자원을 목포에서만 경험 가능한 고유한 체험으로 전환
- 특구 내 주요 거점 및 서비스를 복합적으로 활용, 거점시설 및 골목상권의 활력 진작

사업 위치	북항, 유달산, 원도심, 삼학도, 갯바위, 평화광장 일원
추진 여건	- 글로벌 관광특구 활성화를 위한 콘텐츠 고도화 신규사업 - 규제 예외 및 완화가 필요한 제도적 재한사항 없음
연계사업	- (타 부처(중소벤처기업부) 전통시장 활성화 사업 - (지자체) 맛의도시 목포 브랜드화



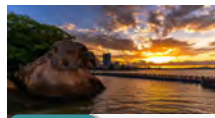
패키지 구성
1 목포 라이브 쿠킹
시간: 주간
장소: 목포종합수산물시장

- 외래 관광객에게 새로운 꽃게, 낙지, 간어를 조리
- 조리 과정을 바비큐 하도록 스튜디오 환경 제공
- 직접 조리한 음식과 전통주를 페어링해 식사
- 체험 후기와 자국의 식문화를 공유하는 네트워킹



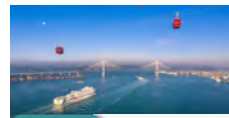
패키지 구성
2 목포 다이닝클루스
시간: 야간
장소: 해관1897 외

- 미식과 공연을 결합한 체험형 다이닝
- 역사적 인물의 스토리를 공연으로 연출
- 관객과 공연자가 함께 이동하며 코스 요리 시작
- 일부 시설에서는 족중 펌 세션과 파티를 진행



패키지 구성
3 목포 미라클 모닝
시간: 새벽
장소: 유달산 외

- 새벽부터 역동적인 항구도시의 모습을 경험
- 체험 후에는 조식으로 목포 가정식 백반 제공
- 옵션 1. 새벽 워킹투어
- 옵션 2. 유달산 둘레길 런닝
- 옵션 3. 갯바위 일출 & 요가 체험



옵션 투어
해상W쇼
해상캐이플
카
시간: 야간 / 2일차 오후
장소: 평화광장 / 유달산

- 여유 시간에 이용할 수 있는 자유형 옵션 상품
- 기존에 운영 중인 관광 콘텐츠 & 상품 연계
- 참여자는 발안가로 이동하도록 바우처 제공
- 옵션투어 참여자의 복귀를 위한 교통 지원

관광 만족도 제고 및 리뷰 확산으로 FTT 체류 및 관광소비 증진

사업계획

글로벌 관광도시, 목포
Alive Romantic K, MOKPO

글로벌 관광특구 풀패키지 개발 및 운영 지원

민간 주도 건맥1897 축제 확대 및 글로벌 경쟁력 확보

- 외래 관광객이 선호하는 '야장' 문화에 부합하는 목포 고유 골목 콘텐츠의 고도화
- 외래 관광객에게 방문 및 야간 체류 목적을 부여
- 편의 서비스 구축으로 글로벌 축제로서 수용력, 경쟁력, 매력 확보

사업 위치	북항, 유달산, 원도심, 삼학도, 갯바위, 평화광장 일원
추진 여건	- 글로벌 관광특구 활성화를 위한 콘텐츠 고도화 신규사업 - 특외영입(야외영입)에 대한 목포시 조례 검토 및 신고 절차 간소화를 위한 제도 마련 필요
연계사업	- (타 부처(국가유산청) 목포 문화유산 야행 - (지자체) 목포 여행 패키지



건맥1897
축제 확대
운영 및
콘텐츠 지원

- 야장이 가능한 5월부터 10월 매주 상시 개최
- 안정적 운영을 위한 일부 후원 및 행정 지원
- 목포대 협력, 청년 현장인력 채용 활성화
- 현장에서 함께 즐기는 지역 파포먼스 공연 배치



외국인 참여
현장 이벤트
활성화 지원

- 주민 및 외래 관광객이 현장에서 어울리는 플린지
- 안전한 참여형 프로그램 운영 지원
- 이색적 공연 대화로 외래 관광객의 바이블 유도
- 외국인 대상 길거리 라이브 공연 및 실시간 송출



외국인 친화
선술집(스넥바)
시스템 구축 및
인증제 시행

- 목포의 선술집 '스넥바'를 브랜드로 차용
- 식음 서비스의 외국인 친화 시스템 체계화
- 축제 내 외국인 친화 식음 서비스 공간 구성
- 특구 내 식음집포 인증제로 확대



외국인 친화
선술집(스넥바)
시스템 구축 및
인증제 시행

- 목포의 선술집 '스넥바'를 브랜드로 차용
- 식음 서비스의 외국인 친화 시스템 체계화
- 축제 내 외국인 친화 식음 서비스 공간 구성
- 특구 내 식음집포 인증제로 확대

원도심 지역상권 활성화 및 글로벌 표준 식음 서비스 브랜드 확보

사업계획

글로벌 관광도시, 목포
Alive Romantic K, Mokpo

서남권 해양 & 비즈니스 관광 상품화

서남권 해양관광 거점으로서 위상 및 기능 확보

- 전남광주동해특별시 시대, 초광역권 내 해양관광 최적지로 글로벌 관광특구 역할 확보
- 기존 인프라를 활용한 해양관광의 고도화 및 발전 추진
- 서남권 주요 소도시와 공동 성장을 도모하는 MICE 거점으로서 성장 도모

사업 위치	북항, 유달산, 원도심, 삼학도, 갯바위, 평화광장 일원
추진 예언	- 글로벌 관광특구 활성화를 위한 콘텐츠 고도화 신규사업 - 선박 구도에 따른 안전관리 규제 사항 완화 필요
연계사업	- (단 부처(해양수산부) 목포 내항 소규모 항만 개발사업 - (단 부처(해양수산부)목포항 여객부두(국제여객터미널) 추가 확충 - (지자체) 목포항구축제 개최 - (지자체) 목포 해상W쇼 개최 - (지자체) 목포 출주는 바다문화 운영



- 해양 유니크베뉴 설정, 글로벌 해양관광 브랜드
- 선상 요트 체험과 남도 미식을 융합 콘텐츠 개발
- 풍동-목포-여수로 연결되는 요트 관광 육상
- 마린나-원도심-평화광장, 비즈니스 트립 개발



- 광역 단위 국제행사 연동, 후속행사 유치
- 컨퍼런스투어, 전문분야별 소규모 학회 등
- 학술 및 산업 교류를 위한 시설 및 서비스 지원
- 부대 관광 프로그램 제공



- 제주, 신안, 진도, 해남, 완도, 무안 연계
- 해양 및 섬 관광 경쟁력 발전 공동 협력체 구축
- 국립목포대를 중심으로 해양관광 R&D 지원

글로벌관광도시 (Hub)의 역량강화로 서남권 소도시(Spoke) 관광 공동 성장 도모

사업계획

글로벌 관광도시, 목포
Alive Romantic K, Mokpo

글로벌 관광특구 '위커블 60분' 시스템 구축

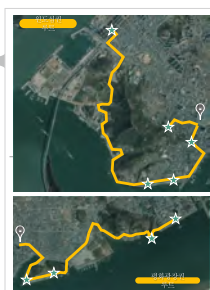
외국인 3대 핵심 불편(언어-결제-이동) 해소를 위한 스마트 관광 동선 정비

- 목포역을 중심으로 외래 관광객 불편요소 해소를 위한 동선, 안내, 결제 시스템 구축
- 관광특구 내 모든 자원이 반경 5km 내 위치한 입지적 강점 활용
- PASS 상품 연동, 관광특구를 차량 없이도 즐기는 보행관광 시스템 구축

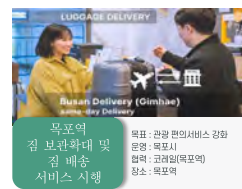
사업 위치	북항, 유달산, 원도심, 삼학도, 갯바위, 평화광장 일원
추진 예언	- 글로벌 관광특구 수용태세 고도화를 위한 신규 사업 - 규제 예외 및 완화가 필요한 제도적 제언사항 얻음
연계사업	- (단 부처(국토교통부) 목포역사지족 및 철도시설 재배치 - (지자체(대부분) 여객정원 디자인 사업 - (지자체) 바다산책로 등시점 가동시설물 설치 - (지자체) 갯바위 문화예술공간 보행로 및 경관 개선 - (지자체) 서남권 통합 관광플랫폼 운영



- 목포역을 중심으로 주요 방문지 5km 내 밀집
- 원도심권과 평화광장권으로 분리
- 공간 경쟁력의 합평 및 최적화 동선 제시
- 불필요한 표지판 및 안내판 재검비
- 위커블60분 보행 환경 인프라그래픽 정비



- QR을 활용한 웹 기반 스마트 S/W 시스템 구축
- 글로벌 핀테크 결제 단말기 집중 보급
- 개방형 교통 결제 시스템 도입



- 현 목포역 짐 보관 확대 및 시스템 고도화
- 보관한 짐을 숙소로 배송하는 서비스 출시
- 행정이 시범운영을 선행해 활용 과정을 추진
- 분산형 숙소 관리 민간주체로 사업 위탁·전환

관광수용태세 고도화로 관광만족도 제고 및 특구 체류·소비 증대

사업계획

글로벌 관광도시, 목포
Alive Romantic K, Mokpo

서비스 관리체계 구축 및 글로벌 인력양성

관광 서비스 품질 관리를 위한 관광 서비스 통합 관리 체계 마련

- 대형 호텔의 부재로 분산형 숙소의 적극적 활용 및 품질 관리 필요
- 전문적 능력과 서비스를 갖추고 외래 관광객을 환대할 수 있는 전문조직 및 인력 필요
- 현장과 커뮤니케이션을 관리하며, 현장을 지원할 수 있는 글로벌 인력 양성 필요

사업 위치	북항, 유달산, 원도심, 삼학도, 갯바위, 평화광장 일원
추진 여건	- 글로벌관광특구 수용대체 고도화를 위한 신규사업 - 관광광역화 지역특화형 시설 확대, 지역협력 조성공간 고충특례 범위 확대 - 외국인관광도시민박을 실거주 의무 규제 완화 필요

주요 내용



서비스 공동관리센터 설립
목표: 관광서비스 관리 체계 마련
운영: 마을호텔 협동조합
역할: 서비스 점검 및 인력관리

- 마을호텔 협동조합 협력
- 숙박을 중심으로 서비스 공동관리센터 설립
- PASS, 워크별60분 등 서비스 점검 및 평가 활동
- 다국어 가능자 채용, 센터 상주 및 현장 지원



글로벌 관광인력 양성
목표: 관광 전문인력 발굴·육성
운영: 목포대
대상: 목포 거주 외국인 유학생

- 국립목포대학교 협력
- 목포 거주 외국인 청년 중 한국어 가능자 대상
- 전문 직무교육 및 활동 지원
- 글로벌 관광해설사 / 관광마케터 / 호텔메니저



관광 서비스 만족도 제고 및 외국인 인재 체류·정주 기회 확보

사업계획

글로벌 관광도시, 목포
Alive Romantic K, Mokpo

글로벌 마케팅 및 유통체계 구축

방문 확대 및 유통 채널 확보를 위한 대외 홍보·마케팅 필요

- 수요 과잉으로 상시 조기 매진되는 KTX 좌석 확보가 필요
- 외래 관광객이 선호하는 글로벌 OTA를 통한 직접적이고 실질적 마케팅 추진 필요
- OTA 플랫폼과 함께 상품 유통 및 프로모션 추진을 지원하는 전담 여행사 필요

사업 위치	북항, 유달산, 원도심, 삼학도, 갯바위, 평화광장 일원
추진 여건	- 글로벌관광특구 수용대체 고도화를 위한 신규사업 - 무안국제공항 재개발 필요
연계사업	- (지자체) 글로벌관광마케팅을 통한 목포 브랜드 강화



전담여행사 지정 및 파트너십 구축
목표: 상품 유통체계 구축
협력: 전담 여행사, 목포시
역할: 상품 홍보 및 판매

- 모객 실적을 갖춘 인바운드 여행사 선정
- 글로벌 관광특구 공식 파트너 여행사 지정
- 관광특구 핵심 콘텐츠 활용 상품 기획 지원



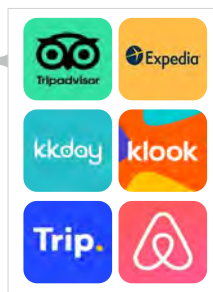
글로벌 관광자원 체계 고도화
목표: 관광 접근성 개선
운영: 전담 여행사
협력: 목포시, 군래원
기능: 최소 방문수요 확보

- 목포시, 목포역(교래원) MOU 체결
- 전담여행사 교통+PASS 바인딩 상품 출시
- 체류관광객 모객에 따른 인센티브 지급
- 무안국제공항-목포역 셔틀버스 운행 검토



E&C 상품 런칭 및 프로모션 추진
목표: 상품 유통체계 구축
협력: 전담 여행사, 목포시
기능: 관광 홍보 및 구매 활성화

- 글로벌 OTA 상품 런칭 및 B2C 판로 개척
- 다국어 텍스트 리뷰 및 최고 평점 생성 이벤트 추진
- 해외 현지 여행사 대상 세일즈 마켓 참여



외래 관광객 방문유도 및 글로벌 홍보·마케팅 역량강화

！
로맨틱 관광도시
목포
홍보영상
！

감사합니다



第40回日韓観光振興協議会
제40회 한일관광진흥협의회

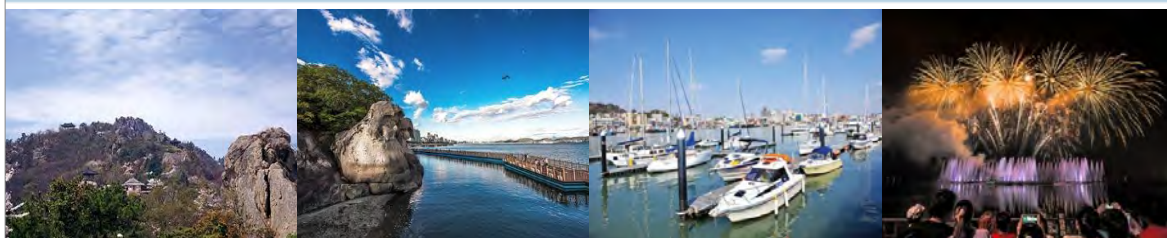
自治体発表 / 지자체 발표

- 韓国地方観光活性化のための自治体の努力 -
- 한국 지방관광 활성화를 위한 지방정부 노력 -

木浦市パク・インジ観光課長
목포시 박인지 관광과장







I. 木浦市の現況

木浦の歴史



● ● ● 海港としての機能を担っていた木浦鎮**木浦鎮**、木浦の歴史の始まり
1897年、韓国初の**自主的な開港都市・木浦** ● ● ●

木浦（モクポ）

- 陸地へと通じる要衝（川が海へと注ぐ場所、川と海の境界となる地点）
- 木の多い港

木浦の始まり

- 1439年（世宗21年）「木浦鎮」設置
- 湖南（ホナム）と慶尚南道（キョンサンナムド）を結ぶ税穀の運搬路

木浦開港（1897年10月1日）

- 釜山、元山、仁川に次いで4番目に開港
- 高宗の勅令により、大韓帝国の必要に基づき開港



大韓民国味の首都



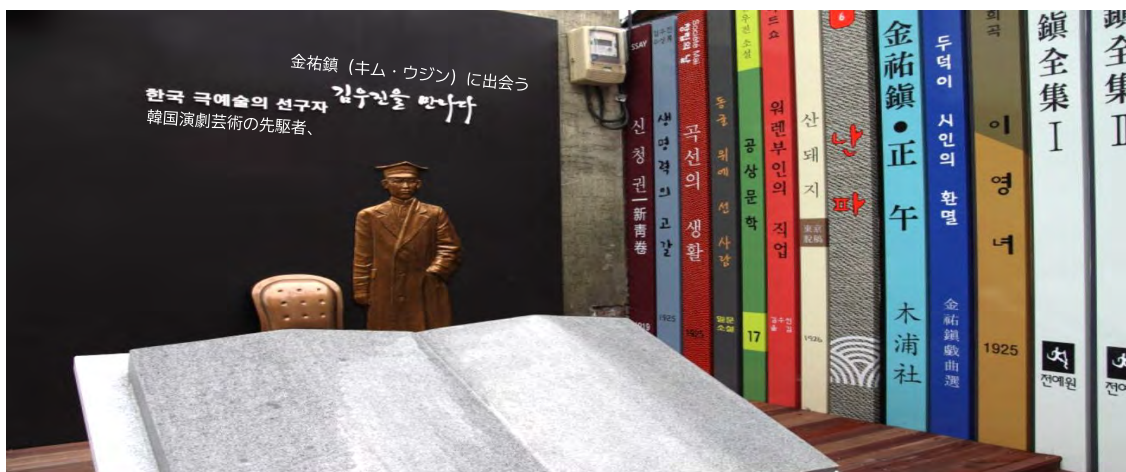
大韓民国最大の近代歴史文化資産都市

Romantic Port
MOKPO



大韓民国芸術の郷

Romantic Port
MOKPO



Romantic Port
MOKPO



Ⅱ. 主要観光資源の紹介

1

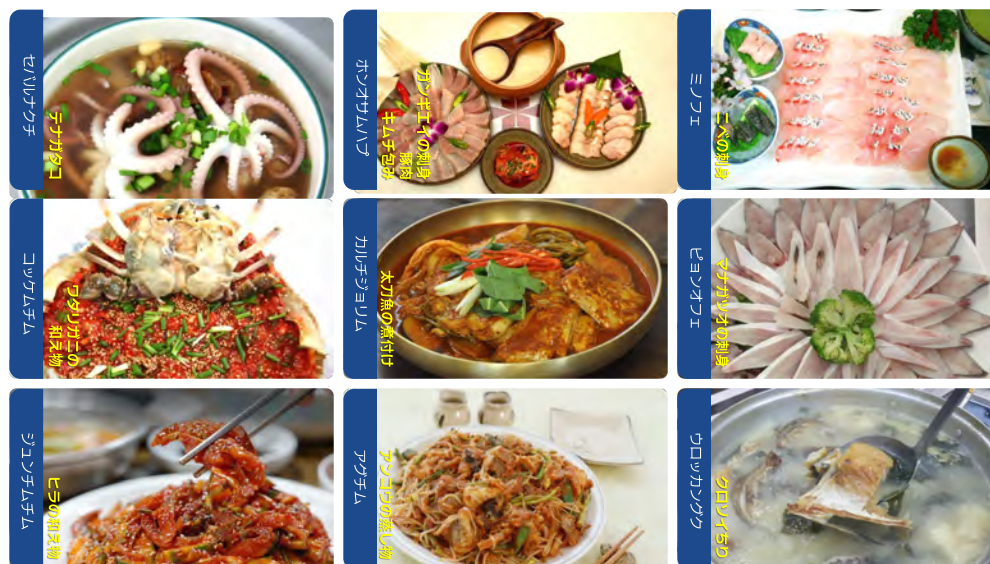
大韓民国
味の首都

Romantic Port
MOKPO





大韓民国・味の首都木浦9味





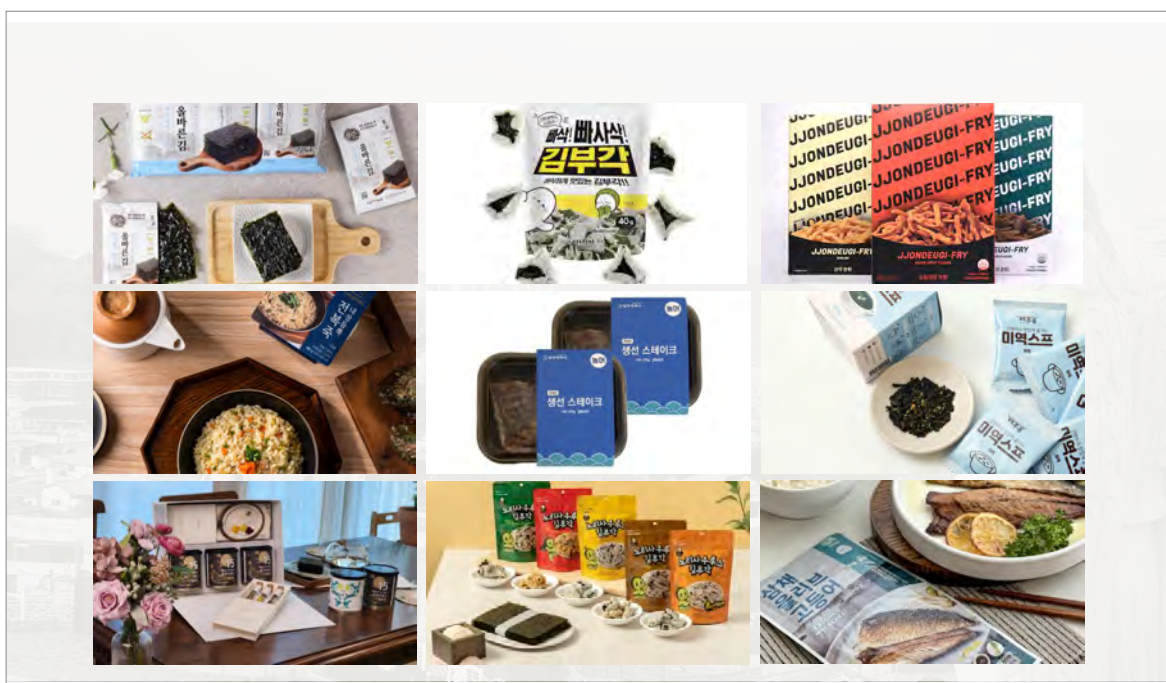


大韓民国最大の海苔生産地

2024年実績：乾海苔2,144トン（6,900万ドル）を輸出、

韓国の自治体で第1位









海関1897（木浦美食文化ギャラリー）

Romantic Port
MOKPO



木浦 大衆音楽の殿堂

Romantic Port
MOKPO

韓国初のジャズ、 木浦の旋律となる

李蘭影（イ・ナニョン）から
キム・シスターズまでー
韓国にいち早く
ジャズ文化を取り入れた木浦

1930年代から1980年代まで、
50年間にわたる大衆音楽の
歴史と名曲に触れることができる
体験型複合展示空間



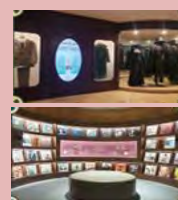
木浦 大衆音楽の殿堂 体験プログラム

レトロ衣装室

ARモニターを通じて近代の舞台衣装を
バーチャル体験できる空間

あの頃、あの音楽

1930年代から1970年代までの名曲を紹介し、
実際に聴くことができるコーナー





K콘텐츠で楽しむ韓流レトロ観光地

Romantic Port
MOKPO

『私たちのブルース』

木浦近代歴史館2館 — 『私たちのブルース』

木浦近代歴史館2館



K콘텐츠で楽しむ韓流レトロ観光地

Romantic Port
MOKPO

【映画『1987、ある闘いの真実』ロケ地 —
西山洞 (ソサンドン) 詩画通り (ヨコのスーパー)】



木浦港口祭り

Romantic Port
MOKPO



木浦文化遺産夜行

Romantic Port
MOKPO



カッパウイ (笠岩)



木浦海上ケーブルカー



高下島 (コハド) 海上デッキ・展望台



三鶴島 (サマクト) クルーズ&ヨットツアー





Ⅲ. 地方観光活性化に向けた取り組み

- 4大観光拠点都市・木浦育成事業

事業概要



- 事業期間 2020年～2026年（6カ年）
- 事業区域 木浦市の沿岸エリアを軸とする、
高下島（コハド）～旧市街地～
三鶴島（サマクト）～カッパウィ・平和広場一帯
- 総事業費 1,000億ウォン
- 重点事業（全49事業）
 - 重点事業:23事業
海上Wショー、海閑1897美食ギャラリー、
海岸遊歩道、木浦大橋・大盤洞（テバンドン）の夜間景観など
 - 戦略事業:20事業
B開発、グローバルメディアマーケティング、
おもてなしサービスマニュアルの開発、観光環境の改善など
 - 連携事業:6事業
西南圏統合観光プラットフォーム、スマート観光ガイドなど

木浦 観光拠点都市基本構想

[ビジョン]

世界10大美港、木浦
World's Top 10 Beautiful Ports, Mokpo

[ブランド]

ロマン港 木浦
Feel Romantic Mokpo

[ブランド・プロミス]

1. 今日出会う1897年の都市
A city where you feel 1897

2. 多彩で躍動感あふれる夜の都市
A vivid city at night

3. 南道の神髄、味と粋の都市
A city of authentic food and art

4. 歩いてすべてに出会える都市
A city to explore everything on foot

Brand Promise

[実行戦略]

木浦観光のブランディングおよび
広報・マーケティング

ブランディングおよび広報・
マーケティングの強化
外国人観光客誘致活動の推進

木浦ならではの
ロマンコンテンツ開発

旧市街地の夜間の魅力向上
木浦ならではの地域体験の充実
木浦の食文化のグローバル化
芸術が息づく美しい港づくり

観光しやすい環境づくり

観光移動の利便性向上
訪韓外国人観光客の
旅行環境整備
観光産業エコシステムの育成

周辺地域との連携・商品化

空港—木浦間のアクセス改善
西南圏の玄関口としての
連携強化

重点事業

木浦ならではのロマン体験コンテンツ開発

カッパウィ・平和広場一帯
アート・レクリエーションの整備
「海の駅」代表公演の導入
海半島が道
原郡心（旧市街地）一帯
モットーリーナ体験の充実
高下島（コノド）・大盤洞（デパンドン）一帯
秘密の島、ストーリーテリング、マルチメディアショー

木浦の海を活用した体験・保護型観光
外島（サウダール）

海半島が道の総合デザイン開発・活用
木浦大島の島景観形成特化
体験型展示館の整備
1897南道レートの館内体験コンテンツの導入
木浦の「新・9味」プラットフォーム構築

木浦の地域文化体験の充実

1. 旧市街地の遊休資源を活用した
体験コンテンツの導入
2. 木浦の海を活用した体験・リゾート観光の開発
3. 木浦の「新・9味」プラットフォーム構築

旧市街地ロマン旅行の魅力向上

4. ロマン港の夜間景観の特化
5. ロマン港の滞在型プログラム開発

芸術が息づく美しい港づくり

6. 木浦海半島歩道の芸術性強化
7. カッパウィ文化芸術港の育成
8. 平和広場の文化観光コンテンツ開発・商品化

戦略事業

木浦観光ブランディングおよび広報・マーケティング
便利で持続可能な観光環境づくり



国内外への広報・マーケティング強化

- 1.木浦外国人観光客向け観光ブランディング事業
- 2.ターゲット市場別広報・マーケティング事業




訪韓外国人観光客の旅行環境整備

- 5.木浦文化特産品宿泊基盤整備事業
- 6.外国人観光客向けおもてなしサービス環境整備事業
- 7.観光移動の利便性向上に向けた基盤整備事業
- 8.外国人観光客に配慮したスマート観光環境の整備



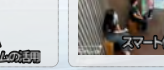

観光産業エコシステムの育成

- 9.旅行者プラットフォーム「ロマン充電所」構築事業
- 10.木浦型観光メイカーズ育成事業
- 11.DMO（観光地づくり法人）の機能拡大




外国人観光客誘致活動の推進

- 3.重点ターゲット向け誘客商品の開発・運営事業
- 4.他空港利用の外国人観光客向け誘客商品運営事業

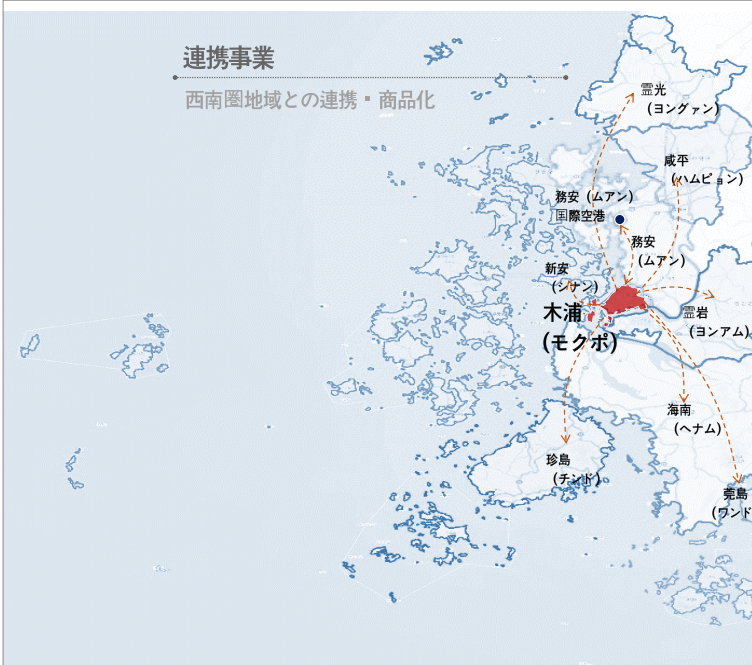








連携事業

西南圏地域との連携・商品化



空港—木浦間のアクセス改善

- 1.務安空港の交通連携強化事業



西南圏の玄関口としての連携強化

- 2.西南圏共同イベントの開催
- 3.西南圏統合観光システムの構築
- 4.西南圏代表商品の開発・運営事業
- 5.ネットワークおよび統合DMOの構築・運営事業






主要成果

1. 平和広場 海上ステージの設置・活用

海の噴水ショーと連携し、**文化芸術公演**が可能な**海上ステージを設置（2021年）**。
地域芸術家の活動の場として、また**木浦を代表する海上公演の拠点**として活用し、
西南圏を代表する観光地として育成。



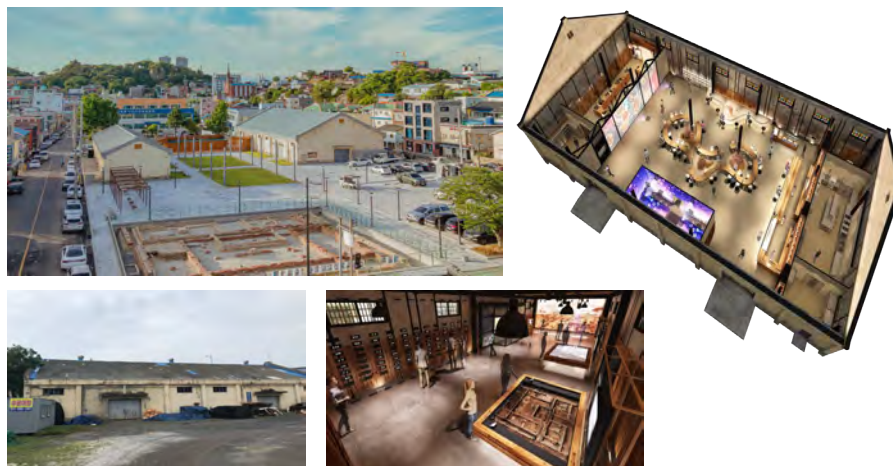
2. 木浦 海上Wショーの開催

観光利便施設が集まる西南圏を代表する親水空間・平和広場の海上ステージで、
ミュージカル、踊る海の噴水、華やかな花火ショーと織りなす幻想的な公演を継続的に開催。



3. 旧税関倉庫を活用した複合文化空間・美食プラットフォームの構築

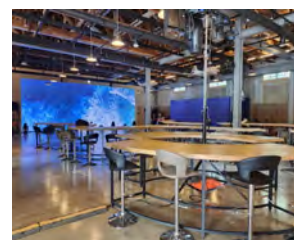
「味の都市」木浦の新たな食文化を創造・育成するとともに、
観光客が自ら体験し楽しめる、木浦の食をテーマとした複合文化空間を整備。



3. 旧税関倉庫を活用した複合文化空間・美食プラットフォームの構築

KOREA UNIQUE VENUE

木浦美食文化ギャラリー 海関1897



3. 旧税関倉庫を活用した複合文化空間・美食プラットフォームの構築

#木浦 全国デザートコンテスト



#ベトナム人団体観光客 キンパ (韓国風海苔巻き) 作り体験



#木浦 美食フェスタ



#若者向け外食業創業教育支援

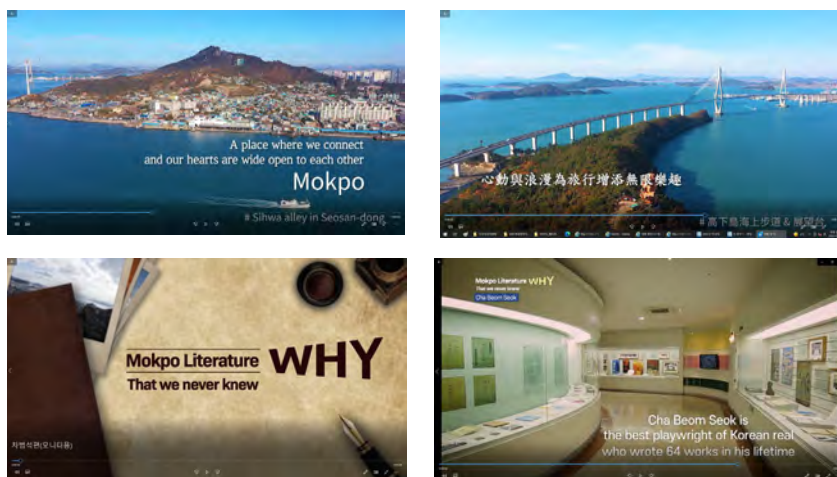
4. 글로벌メディアを活用した広報・マーケティング

さまざまなメディアチャンネルを活用し、木浦の主要観光地を国内外にPR。
(ドラマ、バラエティ番組、映画、広告の撮影支援および海外向けコンテンツ制作支援)



4. 글로벌メディアを活用した広報・マーケティング

KBS World、Discovery、National Geographic、Historyなどの
グローバルチャンネルと連携して木浦の観光番組を制作し、主要ターゲット国で放映。



5. 西南圏 スマート統合観光案内システムの構築

最新のIT技術を取り入れた**木浦スマート観光案内プラットフォーム**を **2021年に構築**。
2022年からは**西南圏8自治体へ拡大して構築・運営し**、
スマート観光システムの高度化を推進。



◀便利で安心な
木浦旅行をサポートする
非対面型スマート
観光ガイド



6. 主な推進成果 — 超精密リアルタイムバス位置情報提供システムの構築

先端交通技術と交通情報を開発・活用し、
観光客に正確な交通情報を提供できる 高度なバス情報システム (BIS) を構築。



Romantic Port
MOKPO



IV. 今後の発展戦略
- グローバル観光都市・木浦

事業概要

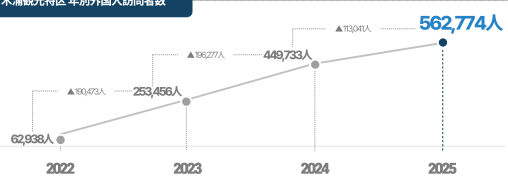
日韓観光振興協力 韓班
Alive Romantic K, MOKPO

政府が掲げる訪韓外国人観光客3,000万人の目標達成に向け、外国人観光客のソウル一極集中を緩和する新たな観光目的地が求められています。
木浦は、全南・光州統合特別市内の観光特区の中で唯一、年間50万人を超える外国人訪問者を迎えている地域です。



- 外国人観光客3,000万人の達成に向け、地域観光の役割転換が必要
 - 2030年の外国人観光客3,000万人という目標に伴い、地域観光の活性化と高付加価値化が国家的課題として浮上しています。
 - 外国人観光客の旅行スタイルが、暮らしに根ざした地域文化を体験する方向へと変化する中、ハイパーローカル体験の重要性と必要性が高まっています。
 - 訪韓外国人観光客のソウル一極集中がさらに進む中、新たな韓流観光の目的地として地域観光を成長させる必要があります。
- 主体的なグローバル観光目的地として、木浦が持つ象徴性・可能性・代表性
 - 歴史文化資源（原郷心・旧市街地）、海洋文化資源（港灣都市）、自然・生態資源（靈道山と海）、美食資源（本浦9味）をすべて備えています。
 - 民間の資産や事業を基盤として機能する自立的な観光エコシステム（官民協力体制、小都市型ガバナンス4.0）を有しています。
 - 年間約56万人の外国人が訪れる地域であり、全南・光州統合特別市内で唯一、公募申請要件を満たしています。

木浦観光特区 年別外国人訪問者数



Year	Number of Foreign Visitors
2022	62,938人
2023	253,456人
2024	449,733人
2025	562,774人

*出典：韓国観光データラボ「地域別外国人訪問者数」（SKTモバイル通信データ）

ビジョンおよび目標

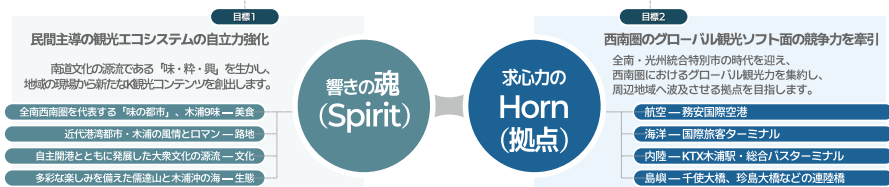
글로벌관광도시 목포
Alive Romantic K, MOKPO

ビジョン&スローガン

ビジョン

The Horn of NAMDO : MOKPO Gateway to the Alive K

「南道文化の源流、その響きを木浦から世界へ」



スローガン

Alive Romantic K, MOKPO



事業計画

글로벌관광도시 목포
Alive Romantic K, MOKPO

グローバル美食観光コンテンツの構築

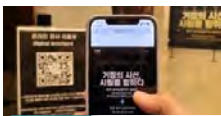
郷土料理を起点とした南道美食のグローバルコンテンツ開発

- 既存および今後整備予定の拠点施設を活用した南道美食コンテンツの育成・活性化
- 木浦9味と居酒屋・スナックバー文化のグローバルブランディングの高度化
- 「2025南道国際美食産業博覧会」の開催成果を生かし、木浦美食のさらなる展開と商品化を推進

事業区域	北港、備達山、原都心（旧市街地）、三鏡島、カッパワイ、平和広場一帯
推進条件	- グローバル観光特区の活性化に向けたコンテンツ高度化の新規事業 - 規制の特例・緩和を必要とする制度上の制約なし
連携事業	- 郷土料理振興センター設立支援 - 「味の都市・木浦」のブランド化 - 「ひとりごはんOK」木浦グルメ店の発掘・ブランド化



グローバル南道美食オープンマーケットの運営
目標：グローバル美食プログラムの開発
協力：郷土料理振興センター
場所：木浦港（南関1897）



常設・特別展示コンテンツの構築
目標：美食展示コンテンツの開発
協力：郷土料理振興センター
場所：木浦港（南関1897）

- ・海関1897の広場および屋内空間の一部を活用
- ・居酒屋・スナックバー文化と美食商品を集約したオープンマーケットを運営
- ・木浦9味の食材を活用したソーシャル・ファインディングパーティーを開催
- ・若手事業者を対象としたグローバルメニュー発掘コンテストおよび研修を実施

- ・南道美食全般に関するデジタルコンテンツを資産化
- ・QRコードを活用したデジタル展示空間を整備
- ・展示と連携した多言語観光ガイドの策定および活動支援
- ・若手作家・海外作家が参加する特別展示を開催
- ・「味の都市・木浦」のグローバルアイデンティティと競争力の強化



「味の都市・木浦」のグローバルアイデンティティと競争力の強化

글로벌 관광도시, 목포
Alive Romantic K, MOKPO

グローバル観光都市DMOの育成・活動支援

民間主導によるグローバル観光マーケティングおよびコンテンツの企画・生産・供給力を強化

- 地域の現場で実際の活動と成果を生み出す自立的なエコシステムへの主体的な参加が必要
- マーケティング活動と観光収益を創出する民間主導型グローバルDMOを構築し、能力強化および実証を支援
- 多角的な評価を通じて、新たなグローバル観光ベンチャーやクリエイターを発掘・育成

事業区域	北港、備達山、原都心（旧市街地）、三鶴島、カツパウィ、平和広場一帯
推進条件	- グローバル観光特区ブランドの育成に向けた新規事業 - 規制の特例・緩和を必要とする制度上の制約なし



**民間主導型
グローバル
DMOの
能力強化**

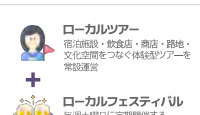
- ・グローバル観光特区の詳細推進計画を策定
- ・民間主導型グローバルDMOの実行組織を充足
- ・パートナー間の協力・連携に向けたネットワーキング活動を支援
- ・民間・公共部門を対象とした投資誘致活動を支援



**連携型コンテンツ
ビジネスの開発**

目標：コンテンツの発展・供給力強化
協力：民間事業者
場所：原都心（旧市街地）

- ・木浦を象徴するコンテンツを集積した路地エリアを設定
- ・文学、芸術、ローカル文化、美食、祭りを組み合わせた複合的な体験を提供
- ・路地を拠点とする民間事業者の協力プロジェクトを公募し、実証を支援

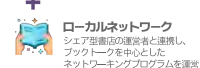


毎週工曜日に定期開催する
常設型の路地フェスティバルを運営

+

ローカル宿泊

- 分散型宿泊施設とローカルプログラム
を組み合わせた長期滞在型商品を運営



グローバル木浦
観光クリエイター
ベンチャーの育成

- ・観光分野の革新的なスタートアップおよび関係機関を招聘
- ・木浦の民間事業者との交流を促進するカンパニー・フォーラムを開催
- ・サービス事業の承継および次世代の若手ベンチャーに対する教育を支援
- ・若手観光プランナー養成課程を実施

グローバル観光における認知度向上および観光目的地としてのポジショニング確立

글로벌 관광도시, 목포
Alive Romantic K, MOKPO

グローバル観光都市の統合ブランド構築・展開

訪韓観光をめぐるパラダイムの変化に対応した、新たなグローバル観光イメージの確立

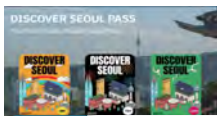
- グローバル観光特区のブランドを効果的に体験できるブランドPASS商品の開発・活用
- 韓国をより深く理解したい高関与層の外国人観光客を対象とした、多角的な広報・マーケティングの推進
- 地域がパナンスの公式化・制度化を通じた、安定的かつ民主的な協議体制の確立

事業区域	北港、彌生山、原都心（旧市街地）、三鶴島、カッパウェイ、平沼広場一帯
推進条件	- グローバル観光特区ブランドの育成に向けた新規事業 - 規制の特例・緩和を必要とする制度上の制約あり
推進事業	-【自治体】 グローバル観光マーケティングを通じた本郷ブランドの強化 -【自治体】 スマート観光推進プラットフォームの活用促進 -【自治体・都庁連携事業】 K観光イノベーション時代に向けた観光発着喚起課題の推進



グローバルBIの構築・活用

- ・ブランドデザインおよびスローガンBIの開発
- ・オンライン・オフラインで汎用可能なデザインシステムの確立
- ・ブランド体験 (BX) ガイドラインの開発
- ・ストーリーテリングの開発および多言語ストーリーブックの発行
- ・ローカルヒストリーのアーカイブ化・資料



代表スマート
PASS
商品の開発

- ・ 外国人観光客専用の観光PASS商品の開発
- ・ 木渚グローバル観光コンテンツ「BIG 5」の作成
- ・ 既存アプリケーションの活用可能性を検討
- ・ 簡便決済システムとの連携
- ・ PASSと連携した観光サービス情報を提供



**観光特区
発展委員会の
運営**

目標：地域ガバナンスの構築
協力：木浦大学、木浦MB
C、民間
役割：発展方向の企画・補完

- ・行政、民間、大学、メディアが参加する協働体制を構築
- ・各主体から専門性を有する代表委員を選任
- ・四半期ごとに定例会議を開催
- ・予算執行、事業調整、事業・マーケティングにおける協力について協議



**観光特区訪問
キャンペーンの
推進**

- ・複数回の訪韓経験を持つ高関与層の外国人観光客を対象
- ・新しく、より深く韓国を体験できる観光目的地としてメッセージを発信
- ・Shorts、Reels、TikTokなどの動画コンテンツを積極的に活用
- ・韓国内の外国人集住地域を対象としたオフライン広報を推進

地域の自立型エコシステムにおける観光力強化および持続的な自立基盤の確保

事業計画

글로벌관광도시, 목포
Alive Romantic K, Mokpo

グローバル観光特区フルパッケージの開発・運営支援

分かりやすく利用できるグローバルスタンダードのAll-day予約型パッケージ商品を開発

午後から翌朝まで楽しめる1泊2日の代表観光商品を開発

これまで観光中心だった既存の観光資源を、木浦でしか体験できない独自の体験コンテンツへ転換

特区内の主要拠点やサービスを複合的に活用し、拠点施設および路地商圏の活性化を図る

事業区域

北港、備達山、原都心（旧市街地）、三鏡島、カッパワイ、平和広場一帯

推進条件

- グローバル観光特区の活性化に向けたコンテンツ高度化の新規事業
- 規制の特例・緩和を必要とする制度上の制約なし

連携事業

- 〔他省庁〕：中小ベンチャー企業館 伝統市場活性化事業
- 〔自治体〕：『味の都市・木浦』のブランド化

パッケージ構成1
木浦
ライブクッキング

時間：昼間
場所：木浦総合水産市場

パッケージ構成2
木浦
ダイニングファルース

時間：夜間
場所：海関1897ほか

パッケージ構成3
木浦
ミニガル
モーニング

時間：早朝
場所：備達山（コダルサン）ほか

オプションツアー
海上Vショー
海上ケーブルカー

時間：夜間／2日目午後
場所：平和広場／備達山

外国人観光客にとって新鮮な体験となる、ワタリガニ、タコ、乾物などの調理体験を提供

調理体験をSNSなどで発信しやすいスタジオ環境を整備

自ら調理した料理と韓国の伝統酒をペアリングして楽しむ食事体験

体験の感想や参加者それぞれの国の食文化を共有するネットワーキング

・ 美食と公演を組み合わせた体験型ダイニング

・ 歴史上の人物のストーリーを公演として演出

・ 観客と出演者がともに移動しながらコース料理を楽しむ

・ 一部施設では即興ジャムセッションやパーティーを開催

・ 早朝から活気あふれる港湾都市・木浦の姿を体験

・ 体験後には朝食として木浦の家庭式定食を提供

- オプション1：早朝釣り場ツアー

- オプション2：備達山トウルレキル（周回散策路）ランニング

- オプション3：カッパワイ 日の出＆ヨガ体験

・ 自由時間に利用できる選択型のオプション商品

・ 既存の観光コンテンツ・商品と連携

・ 参加者には割引価格で利用できるパワチャーターを提供

・ オプションツアー参加者の帰着を支援する交通手段を提供

観光満足度の向上と口コミ拡散を通じたFTT（個人旅行者）の滞在時間・観光消費の拡大

事業計画

글로벌관광도시, 목포
Alive Romantic K, Mokpo

グローバル観光特区フルパッケージの開発・運営支援

民間主導による「コンメク1897（乾物xビール）祭り」の拡大およびグローバル競争力の強化

外国人観光客に人気の「ヤジャン（屋外飲食）」文化に対応した、木浦ならではの路地コンテンツの高度化

外国人観光客に木浦を訪れ、夜まで滞在する新たな目的を提供

利便サービスの整備を通じ、グローバルフェスティバルとしての受入体制・競争力・魅力を強化

事業区域

北港、備達山、原都心（旧市街地）、三鏡島、カッパワイ、平和広場一帯

推進条件

- グローバル観光特区の活性化に向けたコンテンツ高度化の新規事業
- 屋外営業に関する木浦市条例の検討および届出手続きの簡素化に向けた制度整備が必要

連携事業

- 〔他省庁〕：国家遺産庁 木浦文化遺産復元
- 〔自治体〕：木浦旅行ペイバック

コンメク1897
祭りの拡大
運営および
コンテンツ力

目標：常設型フェスティバル
コンテンツの確保
運営：コンメク1897協賛組合
場所：原都心（旧市街地）

外国人参加型
イベントの
活性化支援

目標：フェスティバルへの参加促進
場および広域活性化
運営：コンメク1897協賛組合
場所：原都心（旧市街地）

外国人に利用しやすい
居酒屋（スナックバー）
システムの構築および
認証制度の導入

目標：サービスおよび受入体制の強化
協力：木浦市
対象：飲食サービス事業者

・ 屋外飲食が可能な5月から10月まで毎週定期開催

・ 安定的な運営に向けた財政面・行政面での一部支援

・ 木浦大学と連携し、若手現場人材の採用を促進

・ 来場者が一緒に楽しめる地域パフォーマンスを実施

・ 地域住民と外国人観光客が現地でともに楽しめるチャレンジイベントを実施

・ 安全に参加できる参加型プログラムの運営

・ コーナーなコンテストを通じ、外国人観光客によるSNSでの情報拡散を促進

・ 外国人を対象としたストリートライブコンテンツおよびリアルタイム配信

・ 木浦の居酒屋文化「スナックバー」をブランドとして活用

・ 外国人に対応した飲食サービスの仕組みを体系化

・ フェスティバル会場内に外国人が利用しやすい飲食サービス空間を整備

・ 観光特区内の飲食店を対象とした認証制度を拡大

原都心地域の商圏活性化およびグローバルスタンダードの飲食サービスブランド確立

116

사업計画

글로벌 관광도시, 목포
Alive Romantic K, Mokpo

西南圏 海洋&ビジネス観光の商品化

西南圏における海洋観光拠点としての地位と機能を確立

- 全南・光州統合特別市の時代を迎え、超広域圏における海洋観光の最適地としてグローバル観光特区の役割を確立
- 既存インフラを活用し、海洋観光の高度化・発展を推進
- 西南圏の主要小都市との共同成長を目指すMICE拠点としての発展を推進

事業区域	北港、儒達山、原都心（旧市街地）、三鏡島、カッパワイ、平和広場一帯
推進条件	- グローバル観光特区の活性化に向けたコンテンツ高度化の新規事業 - 船舶の規模に応じた安全管理規則の緩和が必要
連携事業	- 〔他省庁〕海洋水産部 木浦内湾小規模港湾再生事業 - 〔他省庁〕海洋水産部 木浦港旅客埠頭（国際旅客ターミナル）の追加拡充 - 〔自治体〕木浦港口航路の開催 - 〔自治体〕木浦海上Wショーの開催 - 〔自治体〕木浦「語る海の魂水」の運営

海洋観光のブランド化および船上コンテンツの開発

- ・ 海洋ユニークビューを設定し、グローバル海洋観光ブランドを構築
- ・ 船上でのヨット体験と南道美食を融合したコンテンツを開発
- ・ 香港―木浦―麗水（ヨス）を結ぶヨット観光を育成
- ・ マリーナー―原都心―平和広場を結ぶビジネストリップを開発

ヨット・タボレオン

- ・ 広域レベルの国際イベントと連携し、関連・後続イベントを誘致
- ・ カンファレンスツアー、専門分野別の小規模学会など
- ・ 学術・産業交流に必要な施設およびサービスを支援
- ・ 付帯観光プログラムを提供

西南圏海洋観光共生ガバナンスの構築

- ・ 漆州、新安、珍島、海南、莞島、務安との連携
- ・ 海洋・島嶼観光の競争力向上に向けた共同協議体を構築
- ・ 国立木浦大学を中心とした海洋観光R&Dを支援

グローバル観光都市（Hub）の能力強化を通じ、西南圏の小都市（Spoke）との観光分野における共同成長を促進

사업計画

글로벌 관광도시, 목포
Alive Romantic K, Mokpo

グローバル観光特区「ウォーカブル60分」システムの構築

外国人観光客が感じる3大不便（言語・決済・移動）の解消に向け、スマートな観光動線を整備

- 木浦駅を中心に、外国人観光客の不便を解消するための移動動線・案内・決済システムを構築
- 観光特区区内のすべての観光資源が半径5km以内に位置するという立地上の強みを活用
- PASS商品と連携し、車を使わずに観光特区を楽しむウォーカブル観光システムを構築

事業区域	北港、儒達山、原都心（旧市街地）、三鏡島、カッパワイ、平和広場一帯
推進条件	- グローバル観光特区の受入体制高度化に向けた新規事業 - 規制の特例・緩和を必要とする制度上の制約なし
連携事業	- 〔他省庁〕国土交通部 木浦駅舎の新築および鉄道施設の再配置 - 〔自治体〕大韓民 復興観光デザイン事業 - 〔自治体〕海岸部 歩道「サンダル」街路施設の設置 - 〔自治体〕カッパワイ文化芸術公園の歩行路・景観改善 - 〔自治体〕西南圏統合観光プラットフォームの運営

「ウォーカブル60分」の空間的範囲および観光動線体系の統合

- ・ 木浦駅を中心に主要観光スポットが半径5km以内に集中
- ・ 原都心圏と平和広場圏の2エリアに区分
- ・ 空間的な強みを可視化し、最適な観光動線を提示
- ・ 不要な標識・案内板を整理・再整備
- ・ 「ウォーカブル60分」の歩行環境を分かりやすく示すインフォグラフィックを整備

スマート観光動線システムの導入

- ・ QRコードを活用したWebベースのシステムを導入
- ・ グローバルファンデック対応決済端末を重点的に導入
- ・ オープン型交通決済システムを導入

木浦駅の歩行動線強化と手荷物預けサービスの導入

- ・ 現在の木浦駅における手荷物預かりスペースを拡大し、システムを高度化
- ・ 預かった手荷物を宿泊施設まで配達するサービスを導入
- ・ 行政による試験運用を先行実施し、その結果を事業改善へ反映
- ・ 将来的には、分散型宿泊施設を管理する民間主体へ事業を委託・移管

観光受入体制の高度化を通じた観光満足度の向上および特区内での滞在・消費の拡大

117

事業計画

글로벌 관광도시, 목포
Alive Romantic K, MOKPO

サービス管理体系の構築およびグローバル人材の育成

観光サービスの品質管理に向けた統合的な観光サービス管理体系を整備

大型ホテルが少ないことから、分散型宿泊施設の積極的な活用と品質管理が必要

専門的な能力とサービス水準を備え、外国人観光客を受け入れることのできる専門組織・人材が必要

現場とのコミュニケーションを担い、現場を支援できるグローバル人材の育成が必要

事業区域

北港、儒達山、摩訶心（旧市街地）、三鏡島、カッパワイ、平和広場一帯

推進条件

グローバル観光特区の受入体制高度化に向けた新規事業
全南広域基・地域特化型制度の適用拡大、および地域活力向上に向けた小規模事業者の雇用特例範囲拡大
外国人観光都市民泊業における実居住義務規制の緩和が必要

主な内容

サービス
共同管理
セクターの
設立

目標：観光サービス管理体系の整備
運営：マウルホテル協同組合
役割：サービス点検・人材管理

グローバル
観光人材の
育成

目標：観光専門人材の発掘・育成
運営：木浦大学
対象：木浦在住の外国人留学生

・マウルホテル協同組合と連携
・宿泊サービスを中心とした共同管理センターを設立
・PASS、「ウォーカブル60分」などのサービスを点検・評価
・多言語対応人材を採用し、センター常駐および現場支援を実施

・国立木浦大学と連携
・木浦在住の外国人青年のうち、韓国語対応が可能な人材を対象
・専門職務教育および活動支援を実施
・グローバル観光ガイド、観光マーカー、ホテルマネージャー

儒達山
夜ホテル

01. マウルホテル有事対応チェック
02. 宿泊予約
03. コンシェルジュ
04. 多言語案内

観光サービス満足度の向上および外国人材の滞在・定住機会の確保

事業計画

글로벌 관광도시, 목포
Alive Romantic K, MOKPO

グローバルマーケティングおよび流通体系の構築

外国人観光客の訪問拡大と販売チャネル確保に向けた対外広報・マーケティングが必要

需要集中により早期完売が常態化しているKTX座席の確保が必要

外国人観光客の利用率が高いグローバルOTAを活用した、直接的かつ実効性のあるマーケティングが必要

OTAプラットフォームと連携し、商品の流通・プロモーションを担う専任旅行会社が必要

事業区域

北港、儒達山、摩訶心（旧市街地）、三鏡島、カッパワイ、平和広場一帯

推進条件

グローバル観光特区の受入体制高度化に向けた新規事業
務安国際空港の運航再開が必要

連携事業

（自治体）グローバル観光マーケティングを通じた木浦ブランドの強化

専任旅行会社の
指定および
パートナーシップ
構築

目標：商品流通体系の構築
協力：専任旅行会社、木浦市
役割：商品の広報・販売

グローバル
観光支店体系の
高度化

目標：観光アクセスの改善
運営：専任旅行会社
協力：木浦市、KORAIL
機能：一定規模の訪問需要の確保

B2C商品の
発売および
プロモーション
推進

目標：商品流通体系の構築
協力：専任旅行会社、大田市
機能：観光PRおよび購買促進

・外国人観光客の誘客実績を持つインバウンド旅行会社を指定
・グローバル観光特区の公式パートナー旅行会社として指定
・観光特区の主要コンテンツを活用した商品企画を支援

・木浦市と木浦駅（KORAIL）がMOUを締結
・専任旅行会社が交通・PASSのバンドル商品を発売
・滞在型観光客の誘客実績に応じてインセンティブを支給
・務安国際空港―木浦駅間のシャトルバス運行を検討

・グローバルOTAで商品を発売し、B2C販路を開拓
・多言語レビュー投稿および高評価獲得に向けたキャンペーンを実施
・海外現地旅行会社を対象としたセールスマーケットへ参加

外国人観光客の来訪促進およびグローバル広報・マーケティング力の強化

118

ロマンチック観光都市
木浦 プロモーション映像

！
로맨틱 관광도시
목포
홍보영상
！

ご清聴ありがとうございました。

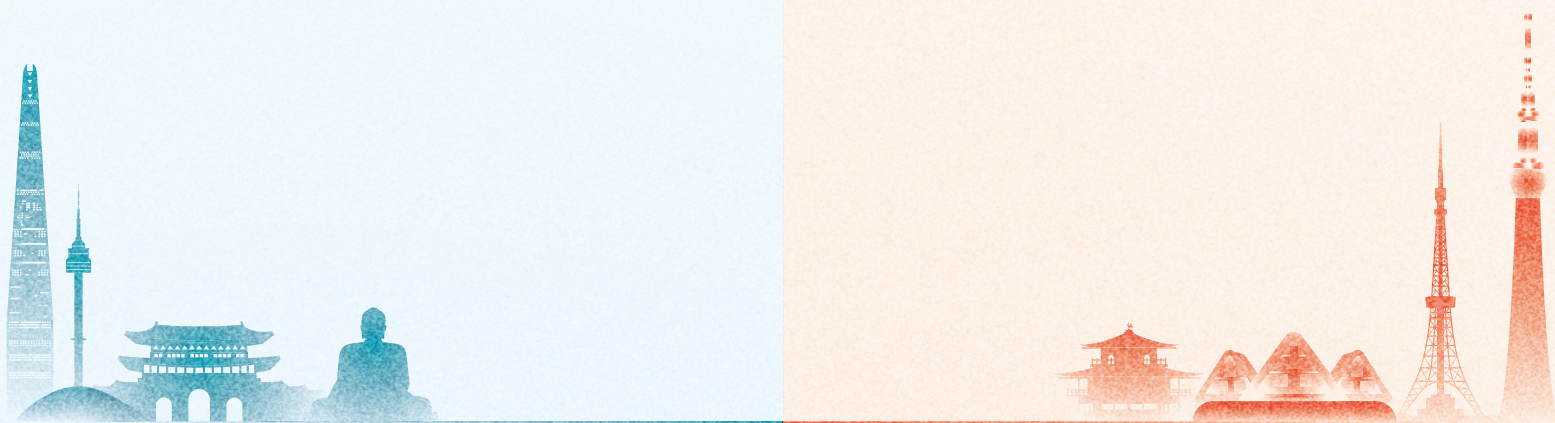


제40회 한일관광진흥협의회
第40回日韓観光振興協議会

지자체 발표 / 自治体発表

- 와카야마현의 관광진흥에 대해 -
- 和歌山県の観光振興について -

와카야마현청 관광교류과 후쿠치 마사즈미 관광국장
和歌山県観光交流課福地正純観光局長



제40회 한일관광진흥협의회 와카야마현의 관광진흥에 대해

2026/9/10

와카야마현의 위치와 교통

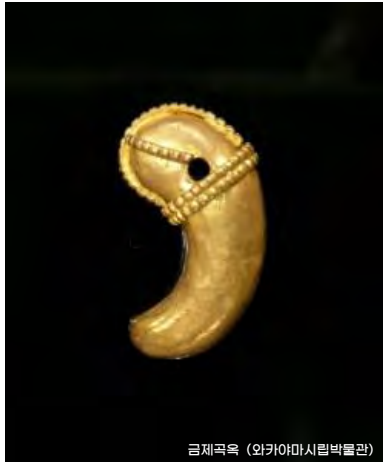


간사이국제공항→와카야마
약50분

와카야마→시라하마
약90분

시라하마→나치가쓰우라
약110분

한국과 와카야마의 인연



금제곡옥 (와카야마시립박물관)



한반도 계통 토기
와카야마현립 기이후도키노오카(고고·민속박물관)



말 투구
(와카야마시립박물관)

○ 예로부터 와카야마현과 한국(한반도)은 사람들의 교류가 있었고 문화적으로도 연결되어 있었습니다

○ 6세기 후반에 조성된 사가노코시 고분(車駕之古址古墳)에서는 일본에서 유일한 금제 곡옥이 출토되었으며, 한반도의 신라와 관련이 있었을 가능성이 제기되고 있습니다

또한, 한반도 계통의 토기와 중국대륙에서 한반도를 거쳐 전해진 것으로 추정되는 말의 투구도 발견되어, 당시부터 깊은 교류가 있었음을 알 수 있습니다

○ 이동이 쉽지 않았던 시대에도 바다를 건너 교류를 이어왔습니다

현재의 교류

○ 한국과 와카야마현은 다양한 교류와 연계를 진행하고 있습니다

○ 제주시와 와카야마시, 서귀포시와 기노카와시가 자매도시를 맺고 있으며, 과천시·태안군과 시라마하정도 우호도시로서 활발한 교류를 이어오고 있습니다

○ 제주시와 와카야마시는 각 지역에서 개최되는 마라톤 대회에 양 지역의 선수들이 서로 참가하는 등, 스포츠를 통한 교류도 이어가고 있습니다

○ 인적교류도 활발합니다. 와카야마현에서 농업을 배우는 일본 고등학생들이 '한국의 농업'을 주제로 서울특별시와 경기도를 방문하기도 하였습니다

○ 리라창조예술고등학교는 한국의 학생들과 매년 지속적으로 교류하고 있습니다

○ 이처럼 지방자치단체간의 협력 뿐만 아니라, 미래 세대를 이끌어갈 청소년의 교류를 통해 상호 이해와 우호관계를 더욱 돈독히 하고 있습니다



출처: 한일 문화 교류 기금 홈페이지



출처: 와카야마시 홈페이지



출처: 와카야마신문 홈페이지

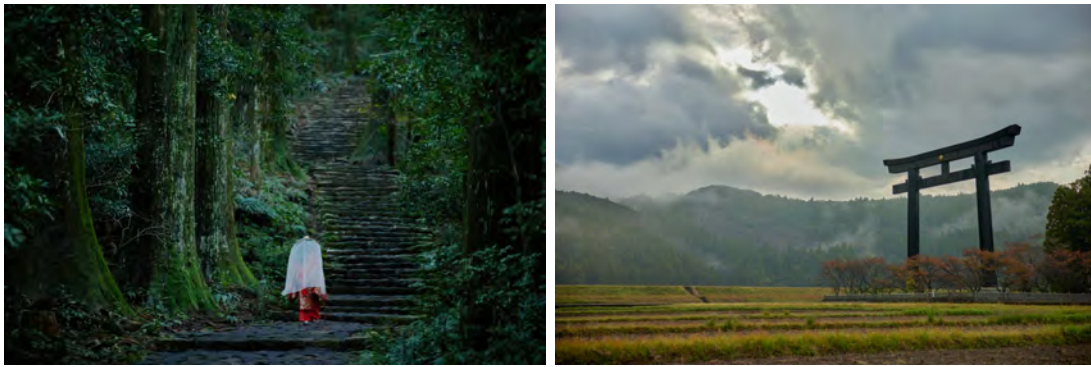
와카야마의 매력적인 관광지



와카야마현이 자랑하는 골프코스



구마노 고도①



- 구마노 고도는, 교토를 비롯한 일본 각지에서 기이반도 남부의 구마노산전(3山前)으로 이어지는 순례길로, 일본 여행의 원점이라고도 불립니다.
- 2004년에는「기이산지의 영지와 참배길」이라는 명칭으로 유네스코 세계유산에 등재되었으며, 현재는 해외에서도 많은 여행객들이 찾고 있습니다.
- 구마노 고도의 매력은, 걷는 것 그 자체에 있습니다. 깊은 숲과 돌길, 마을 풍경을 따라 걷다보면 이 지역의 역사와 문화, 그리고 사람들의 삶을 자연스럽게 접할 수 있습니다.

구마노 고도②



- 전 세계에서 「길」 자체가 세계유산으로 등재된 곳은 일본의 「기이산지의 영지와 참배길」과 유럽의 「산티아고 데 콤포스텔라 순례길」 단 두곳 뿐입니다



- 이 두 순례길을 연결하는 프로그램이 바로 「공통순례」입니다. 공통순례에는 두 순례길을 걸으며 스탬프를 모을 수 있는 「공통 순례 수첩」이 있습니다.

- 두 순례길을 모두 걸어 「두 길의 순례자」에 도전해보세요

순례조건을 모두 달성하면 기념품과 공동순례달성 인증서가 수여됩니다.





국제 전세편 운항



○ 구마노 시라하마리조트 공항을 중심으로 지역 경제와 관광산업의 활성화를 추진하고 있습니다

○ 최근에는 2024년 2월 및 5월, 2025년 1월, 2026년 2월에 한국에서 전세기편이 운항되어, 많은 한국인 여행객들이 와카야마현을 방문 하였습니다

○ 시라하마를 기점으로, 여유롭게 지역 곳곳을 둘러보는 여행을 통해 와카야마현의 다채로운 매력을 경험할 수 있습니다



와카야마현은 세계유산·구마노 고도를 비롯한
유구한 역사와 풍요로운 자연을 간직한 일본의
대표적인 관광지입니다.

아름다운 시라하마 해변과 뛰어난 수질의 온천,
다채로운 음식·문화 등 여행객들의 마음을 사로잡는
요소가 넘치는 곳입니다.

내년에는 와카야마현에서 국제회의도 개최 될
예정입니다. 특별한 경험과 함께 와카야마현만의
매력을 직접 느껴보시길 바랍니다.

여러분의 방문을 기다리고 있습니다!



第40回日韓観光振興協議会
제40회 한일관광진흥협의회

自治体発表 / 지자체 발표

- 和歌山県の観光振興について -
- 와카야마현의 관광진흥에 대해 -

和歌山県観光交流課福地正純 観光局長
와카야마현청 관광교류과 후쿠치 마사즈미 관광국장

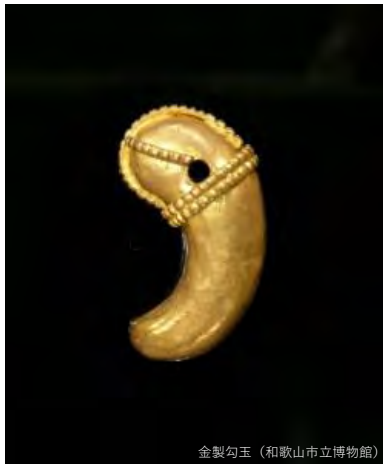




和歌山県の位置とアクセス



韓国と和歌山のつながり



金製勾玉（和歌山市立博物館）



韓式系土器（和歌山県立 紀伊風土記の丘）



馬兜（和歌山市立博物館）

○昔から和歌山と韓国（朝鮮半島）との間には、人々の交流や文化のつながりがありました。

○5世紀後半に築かれた車駕之古址古墳からは、日本で唯一の金製勾玉が出土しており、朝鮮半島の新羅との関わりがあった可能性が指摘されています。

また、韓式系土器や、中国大陆から朝鮮半島を経由して伝わったとされる馬兜も見つかっており、当時から深い交流があったことが分かります。

○移動が困難な時代においても、我々は海を渡って交流を続けていました。

現在の交流

- 韓国と和歌山県の間で、多様な交流と連携を進めています。
- 済州市と和歌山市、西帰浦市と紀の川市が姉妹都市提携を結んでいるほか、果川市・泰安郡と白浜町が友好都市として交流を深めています。
- 済州市と和歌山市では、それぞれの地域で開催されるマラソン大会に、ランナーが相互に参加するなど、スポーツを通じた交流も行われています。
- 人的交流も活発に行われており、和歌山県で農業を学ぶ日本の高校生が「韓国の農業について」をテーマに、ソウル特別市および京畿道を訪問しました。
- りら創造芸術高等学校では、毎年韓国の学生との交流を継続的に実施しています。
- このように、自治体間の連携だけでなく、次世代を担う若者同士の交流を通じて、相互理解と友好関係を一層深めています。



日韓文化交流基金HPより



和歌山市HPより



和歌山新報HPより



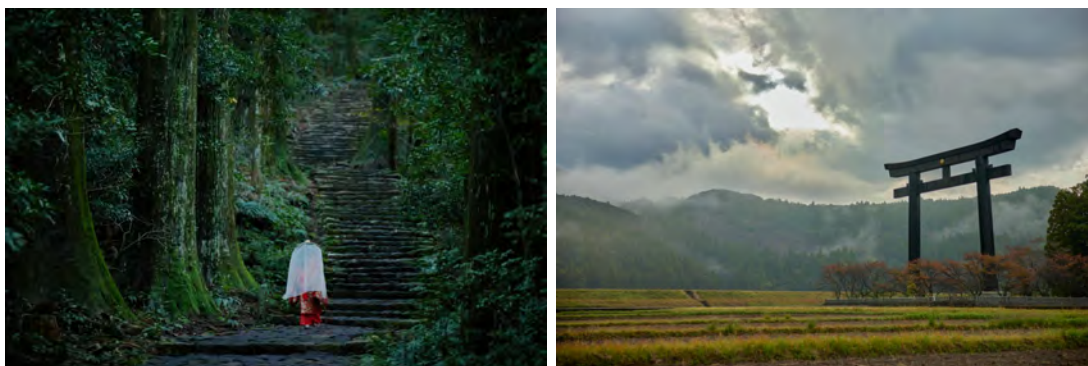
和歌山の魅力的な観光地



和歌山が誇るゴルフコース



熊野古道①



○熊野古道とは、京都をはじめ各地から紀伊半島南部の熊野三山へと続く巡礼の道であり、日本の旅の原点ともいわれています。

○2004年には「紀伊山地の霊場と参詣道」として世界遺産に登録され、現在では海外からも多くの人々が訪れています。

○熊野古道の魅力は、歩くことそのものにあります。
深い森や石畳、集落の風景をたどる中で、歴史や文化、人々の暮らしに触れることができます。

熊野古道②



○世界で「道」として世界遺産に登録されているのは、日本の「紀伊山地の霊場と参詣道」と、ヨーロッパの「サンティアゴ・デ・コンポステーラ巡礼路」の2つだけです。

○この二つを結び取り組みが「共通巡礼」です。共通巡礼では、両方の道でスタンプを集められる共通巡礼手帳があります。

○二つの道を歩き、「二つの道の巡礼者」を目指してみませんか。達成者には記念品と共通巡礼達成証明書が贈られます。





国際チャーター便運航



- 熊野白浜リゾート空港を中心とした、地域経済や観光産業の活性化を推進しています。
- 近年では、2024年2月および5月、2025年1月、2026年2月に韓国からチャーター便が運航され、多くの韓国人旅行者に来県されました。
- 白浜を起点とした、ゆとりある周遊観光を通じて、和歌山県の多彩な魅力を体感してもらっています。





和歌山県は、世界遺産・熊野古道をはじめとする歴史と豊かな自然に恵まれた、日本有数の観光地です。

美しい白浜の海岸や良質な温泉、多彩な食文化など、訪れる人々を惹きつける魅力にあふれています。

来年は和歌山県で国際会議を開催予定です。特別な体験とともに和歌山県の魅力を楽しんでください。

皆様のお越しをお待ちしています！



제40회 한일관광진흥협의회
第40回日韓観光振興協議会

주요기관 발표 / 自治体発表

- 방한일본인 유치전략 및 한일 협력사업 -
- 訪韓日本人誘致戦略および日韓協力事業 -

한국관광공사(KTO) 정석인 국제관광본부장
韓国観光公社ジョン・ソクイン国際観光本部長



제 40회 한일관광진흥협의회

방한일본인 유치전략 및 한일 협력사업

한국관광공사 국제관광본부장 정석인



Korea Tourism
Organization

제 40회 한일관광진흥협의회

방한일본인 유치전략 및 한일 협력 사업

목차



1. 방한 일본인 통계
2. 방한 일본 시장 특성
3. 2026 방한 일본인 유치확대 전략
4. 2026 방한 일본인 유치 주요사업
5. 한일 공동 협력 사업



1 방한일본인 통계

Korea Tourism Organization

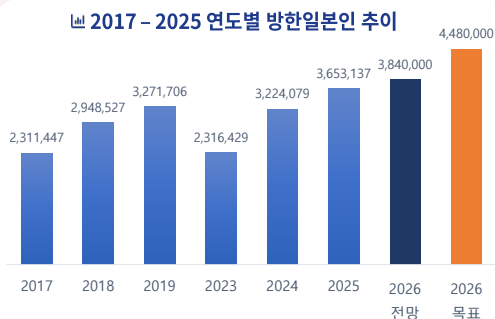
- 2025 방한일본인 365만명으로 역대 최다, 전체 방한외래객의 19.3% 차지

* '24년 대비 +13.3%, '19년 대비 +11.6%

- 2023~2025, 3년 연속 일본인 최대 해외여행 목적지 '한국'

출처: 한국관광공사 한국관광통계

㉮ 2017 - 2025 연도별 방한일본인 추이



㉯ 2026년 방한일본인 추이(1월~7월)



1

2 방한일본인 시장 특성

Korea Tourism Organization

- 여성고객이 전체 수요의 3분의 2를 차지하며, 특히 20대 수요가 강세

- 타 국가 대비 재방문율이 높으며 4회 이상 재방문율은 전체국가 중 1위

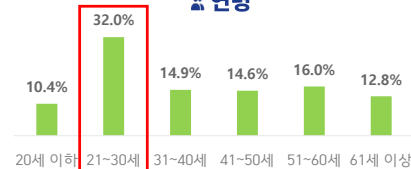
출처: 2025 외래관광객조사

㉰ 성비

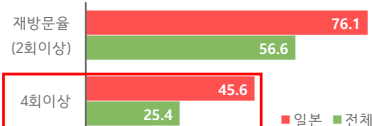
여성(68%) > 남성(32%)

여성고객은 방한의사 및 K-컬처 소비력이 높은 핵심수요

㉱ 연령



㉲ 재방문율



㉳ 방한시 주요 참여활동

1위	식도락 관광	92.1%
2위	쇼핑	85.8%
3위	자연경관 감상	42.9%
4위	뷰티/미용 관광	18.7%
5위	고궁/역사 유적지 방문	18.7%

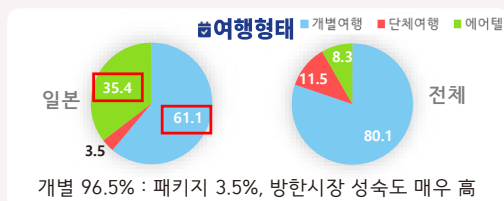
2

2 방한일본인 시장 특성

Korea Tourism Organization

- 개별 자유여행 형태가 대부분, 평균 방한일수는 3.7일, 수도권 지역 방문 집중도 매우 높음
- 타 국가 대비 경비에 대한 고려 비중 가장 높으며, 실제 1일 여행 소비액은 전체 중 8위

출처: 2025 외래관광객조사



주요 방문지역

서울	82.2%	경남	1.5%
부산	11.0%	경북	1.1%
경기	6.1%	울산	0.9%
인천	3.7%	제주	0.8%

수도권(서울, 경기, 인천) 비중 92.0%로 수요 편중

방한 고려 인프라 TOP3

구분	일본	전체국가
여행경비	57.7%	33.4%
숙박시설	37.6%	34.0%
교통	35.8%	41.4%

'경제적인 부분 고려' 비중 전체 국가 중 가장 높음

방한여행 소비액 (1일 지출경비, 단위 \$)

1위	GCC	342.6	6위	중동	240.8
2위	중국	279.9	7위	대만	236.1
3위	홍콩	257.8	8위	일본	231.8
4위	중앙아시아	243.5	9위	인도네시아	228.8
5위	싱가포르	241.6	10위	말레이시아	226.0

3

3 2026 방한일본인 유치 확대 전략

Korea Tourism Organization

장기목표

신규수요 발굴 ↔ N차방문 유도 ↔ 지방방문 확대의 선순환 구조로

2026년 일본인 448만명, '28년 외래객 3천만 명 조기달성을 위한 유치 활동 강화

전략방향

더 깊은 경험으로, 일상과 연계한
N차방문 확대

재방문객 방한 확대 및 소비촉진을 위한
집중 마케팅 추진

새로운 경험을 통한
방한관광 지역 다변화

로컬콘텐츠 활용, 새로운 경험 제공으로
관광수요 지방으로 전환

신규수요 창출을 통한 추가성장

2030세대 및 테마관심층 등
시장세분화로 신규방한층 발굴

시장특성

높은 재방문 비율, 충성고객 다
N차방문을 통한 유치확대 및
방한소비액 증대 필요

수도권 편중수요의 지역분산 필요
지역별 테마 콘텐츠로 신규 방한콘텐츠
제공 필요

일본인 해외여행 회복 둔화 지속
엔화 약세&단거리 여행수요 ↑
단체여행 타깃 마케팅 필요성 ↑

주요타깃

2030 및 5060 시니어 여성고객

한국방문 유경험자 및 액티브시니어

방한 미경험자, 교육단체,
기업단체(인센티브 등)

주요사업

- FIT 재방문 및 소비확대 캠페인
- 방한 인지도 증대를 위한 관광홍보
- 시즌별 OTA 공동 방한 마케팅

- 지방공항 연계 지역관광 활성화 캠페인
- 소도시 등 2선도시 방문 캠페인
- 지역 테마별 고부가 상품개발 및 홍보

- 한국여행 미경험자 방한 촉진 캠페인
- 단체시장, 미래세대 유치 지원
- 고부가 상품 개발 및 홍보

4

4 2026 방한일본인 유치 주요사업

Korea Tourism Organization

■ 더 깊은 경험으로, 일상과 연계한 N차 방문 확대

재방문객 대상 K-컬처, 라이프스타일 연계 코스 제안으로
N차방문 유도 및 소비확대 캠페인 추진



한류, 미식 등 소비자 선호콘텐츠 연계 한국관광 홍보
주요도시 K-관광 로드쇼, 여행 박람회 참가



OTA-항공사 공동 한국여행 프로모션 추진

- 라쿠텐트래블, 익스피디아, 에어토리 등 일본인 주 이용
OTA 공동 방한 프로모션 추진
- 항공사 공동 얼리버드 캠페인, 심야편 활용 프로모션 추진



5

4 2026 방한일본인 유치 주요사업

Korea Tourism Organization

■ 새로운 경험을 통한 방한관광 지역 다변화

지방공항 노선, 좌석 공급 증대 연계
지방관광 활성화

- 지방공항 항공 노선 증가 연계, 지방공항 유치 증점 해외지사
지정 지방공항-연계 소도시 상품 개발
- 연예인, 인플루언서, SNS 등 활용 지역관광 인지도 제고



교통인프라 연계·코스개발을 통해 더 많이, 더 멀리
초광역 지방관광 유도

- 수요응답형 버스(DRT), 관광안내 등 인프라 확충
- 골든위크 등 주요시즌 연계 韓지방-지방공항 전세기 상품
및 신규 관광루트 활용 교부가 지역주유형 상품 개발 판촉



6

4 2026 방한일본인 유치 주요사업

Korea Tourism Organization

■ 새로운 경험을 통한 방한관광 지역 다변화

30選 시리즈(미식-절경-소도시) 신규 지역여행 목적지 제안

- 수도권 외 지역에서 즐길 수 있는 방한콘텐츠 제공을 통한 신규 여행목적지 방문 유도
- 일본인 주요 방한활동 1위 '식도락', 3위 '자연경관 감상'
- 일본여행업협회(JATA) 공동 지방 상품개발 및 홍보



[미식]



[절경]



[소도시]

지역에서만 특별한 경험 제공이 재방문으로 이어지도록 일본인 전용, 지역 이벤트 상품 개발

- 함안 '낙화놀이' JAPAN DAY 개최, 지역 정착 및 자립화 지원
- 안동 선유줄불놀이(9-10월) 일본인 한정 특별상품 개발 및 모객
- 부산, 경주 등 인근지역 관광지와 연계, 지역관광 활성화 유도



[함안낙화놀이]



[안동줄불놀이]

7

4 2026 방한일본인 유치 주요사업

Korea Tourism Organization

■ 신규수요 창출로 지속 성장 기반 마련

처음이라도 안심하고 올 수 있도록 첫 한국여행 캠페인 추진



- 일본인이 궁금·불안해하는 여행정보(교통, 예약, 소핑 등)의 맞춤형 제공으로 첫 방한객 심리적 장벽 해소
- 캠페인 전용상품 개발 및 통신, 교통, 유통사 등 연계 방한 특전 제공

고부가·중장기 방한수요 육성

- 크루즈, 의료관광 등 고부가 상품 개발
- 인접국과의 유치경쟁을 통한 대규모 기업여행 한국 유치
- 일학생 교류여행 유치 지원



[JCB 월드컨퍼런스 한국유치]



[지벤학원 방한교육여행 환영행사]

8

5 한일 공동 협력사업

Korea Tourism Organization

■ 역외관광객 유치로 한일 관광매력을 글로벌 관광객에게 소개

인바운드 수요 다변화 KTO- JNTO 공동 유치 캠페인



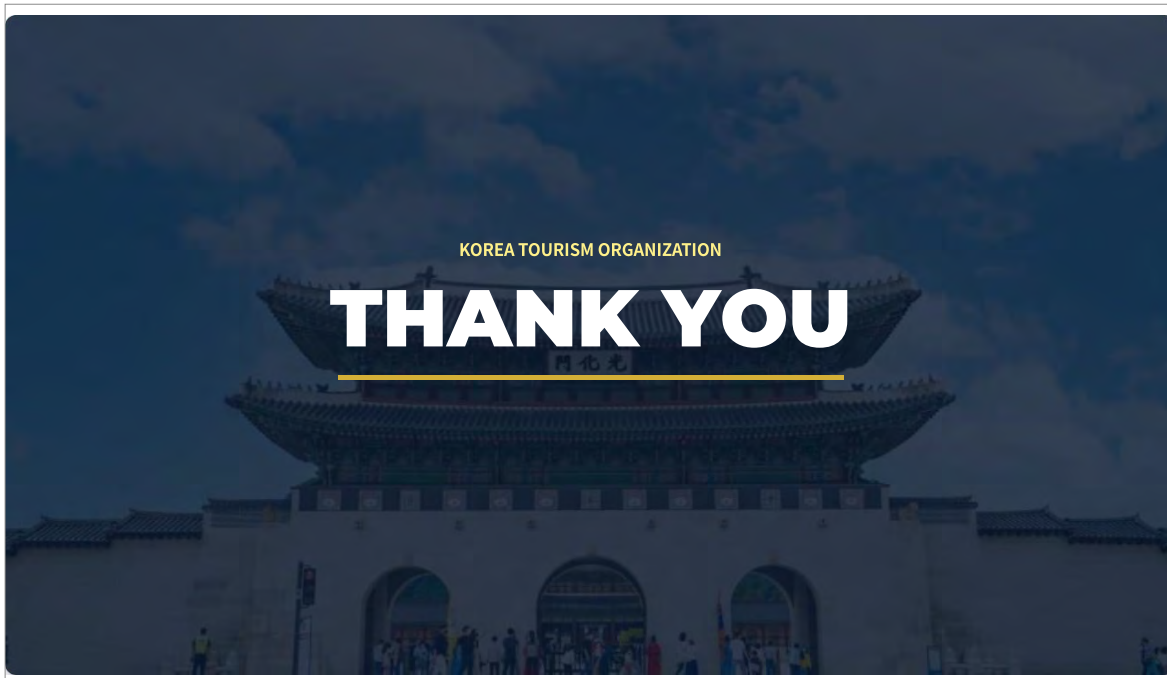
- (시 기) 2026. 10월~12월 예정
- (공동추진) KTO, JNTO 런던지사 및 대한항공
- (주요내용) 영국 TOP 5 여행사 대상, 한국-일본 결합 신규 관광상품 개발을 위한 공동 팸투어 추진, 설명회 등

한국방문의 해 캠페인



- (시 기) 2027~2029년 (3개년)
- (주요내용) 한국방문의 해 계기, 공동 협력 사업 확대
 - * 여행업계 및 인플루언서 등 주요 미디어 공동 초청
 - * 한일 여행사 공동, 2개국 지방 방문 상품 개발 지원 확대 등

9



第40回日韓観光振興協議会
제40회 한일관광진흥협의회

自治体発表 / 주요기관 발표

- 訪韓日本人誘致戦略および日韓協力事業 -
- 방한일본인 유치전략 및 한일 협력사업 -

韓国観光公社ジョン・ソクイン国際観光本部長
한국관광공사(KTO) 정석인 국제관광본부장



第40回日韓観光振興協議会

訪韓日本人誘致戦略および韓・日協力事業

韓国観光公社国際観光本部長 ジョン・ソクイン



Korea Tourism
Organization

第40回日韓観光振興協議会

訪韓日本人誘致戦略および日韓協力事業

目次



1. 訪韓日本人統計
2. 訪韓日本人市場の特性
3. 2026年訪韓日本人誘致拡大戦略
4. 2026年訪韓日本人誘致のための主な事業
5. 日韓共同協力事業



1 訪韓日本人統計

Korea Tourism
Organization

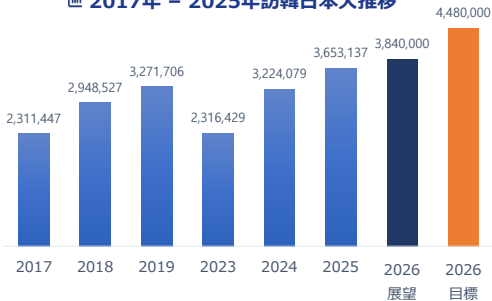
- 2025年訪韓日本人は365万人で過去最多。訪韓外来客全体の19.3%を占める。

* 対'24年比+13.3%、対'19年比+11.6%

- 2023年~2025年、3年連続日本人の海外旅行先1位「韓国」

出所：韓国観光公社韓国観光統計

2017年 - 2025年訪韓日本人推移



2026年訪韓日本人推移(1月~7月)



1

2 訪韓日本人市場の特性

Korea Tourism
Organization

- 女性顧客が全需要の3分の2を占め、特に20代の需要が高い。

- 他国に比べて再訪率が高く、4回以上の再訪率は世界の中で1位

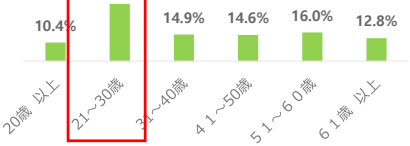
出所：2025外来観光客調査

性別比

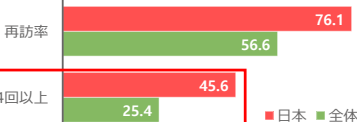
女性(68%)>男性(32%)

女性顧客は訪韓意欲やK-カルチャー消費力が高い核心需要

年齢別



再訪率



訪韓時の主な活動

1位	グルメ観光	92.1%
2位	買い物	85.8%
3位	自然景観の観賞	42.9%
4位	ビューティー/美容観光	18.7%
5位	古宮/歴史遺跡訪問	18.7%

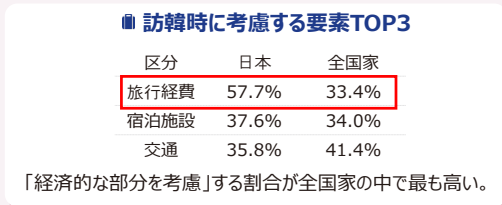
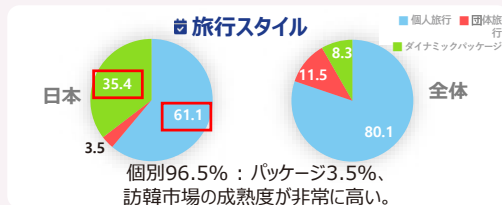
2

2 訪韓日本人市場の特性

Korea Tourism Organization

- 個別自由旅行スタイルがほとんどで、平均訪韓日数は3.7日、首都圏地域再訪集中度が非常に高い。
- 他国に比べて経費を考慮する割合が最も高く、実際に1日の旅行消費額は全体の中で8位

出所：2025外来観光客調査



3

3 2026年訪韓日本人誘致拡大戦略

Korea Tourism Organization

新規需要発掘 ⇄ N次再訪誘導 ⇄ 地方再訪拡大への好循環構造に			
2026年日本人448万人、2028年外来客3千万人の早期達成に向けた誘致活動を強化			
長期目標			
戦略方法	さらに深い体験による日常と連携した N次再訪の拡大	新しい体験による 訪韓観光地域の多様化	新規需要創出による追加成長
市場特性	再訪客の訪韓拡大及び消費促進に向けた集中マーケティングの推進	ローカルコンテンツ活用、新しい体験を提供することで観光需要を地方に転換	2030世代及びテーマ関心層など市場細分化により新規訪韓層を発掘
主要ターゲット	高い再訪比率、リピーター顧客が多い。 N次再訪による誘致拡大及び訪韓消費額の増大が必要	首都圏に偏った需要の地域分散が必要 地域別テーマコンテンツによる新規訪韓コンテンツの提供が必要	日本人の海外旅行回復鈍化が続く 円安&短距離旅行需要 ↑ 団体旅行をターゲットとするマーケティングの必要性 ↑
主要事業	2030及び5060シニア女性顧客	韓国訪問経験者及びアクティブシニア	訪韓未経験者、教育団体、企業団体(インセンティブなど)
	- FIT 再訪及び消費拡大キャンペーン - 訪韓認知度増大に向けた観光広報 - シーズン別OTA共同訪韓マーケティング	- 地方空港と連携した地域観光活性化キャンペーン - 小都市等2都市再訪キャンペーン - 地域テーマ別高付加商品の開発と広報	- 韓国にきたことのない人への訪韓促進キャンペーン - 団体市場、未来世代誘致支援 - 高付加商品の開発と広報

4

4 2026年訪韓日本人誘致のための主な事業

Korea Tourism Organization

■ 更に深い体験により日常と結び付けたN次再訪を拡大

再訪客向けK-カルチャー、ライフスタイル連携コースの提案
N次再訪誘導及び消費拡大キャンペーンの推進



韓流、美食等消費者が好むコンテンツと連携した韓国観光の広報
主要都市K-観光ロードショー、旅行博覧会参加



OTA-航空会社共同韓国旅行プロモーションの推進

- ・ 楽天トラベル、エクスぺディア、エアトリ等日本人が主に利用するOTAとの共同訪韓プロモーションの推進
- ・ 航空会社との共同早割りキャンペーン・深夜便活用プロモーションの推進



5

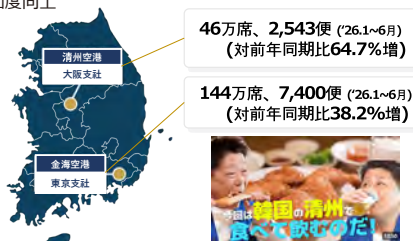
4 2026年訪韓日本人誘致のための主な事業

Korea Tourism Organization

■ 新しい体験による訪韓観光地域の多様化

地方空港路線、座席供給増大と連携した
地方観光活性化

- ・ 地方空港の航空路線増加を受けた地域誘致重点海外支社の指定を通じ、地方空港連携型小都市向け旅行商品の開発
- ・ 芸能人、インフルエンサー、SNS等を活用した地域観光への認知度向上



交通インフラとの連携・コースの開発でより多く、より遠く
超広域地方観光の誘導

- ・ 需要応答型バス(DRT)、観光案内等のインフラ拡充
- ・ ゴールデンウィーク等大型連休と連携した韓国地方-日本地方空港チャーター機商品及び新規観光ルートを活用した高付加地域周遊型商品を開発、販促



6

4 2026年訪韓日本人誘致のための主な事業

Korea Tourism Organization

■ 新しい体験による訪韓観光地域の多様化

30選シリーズ(美食・絶景・小都市) 新規地域旅行目的地の提案

- ・首都圏以外の地域で楽しめる訪韓コンテンツの提供による新規旅行目的地への訪問を誘導
- ※ 日本人の主な訪韓活動1位「グルメ」、3位「自然景観観賞」
- ・日本旅行業協会(JATA)との共同地方商品の開発及び広報



[美食]



[絶景]



[小都市]

地域ならではの特別な体験の提供が再訪につながるように 日本人専用、地域イベント商品の開発

- ・咸安「落火ノリ」JAPAN DAY開催、地域定着と自立化を支援
- ・安東船遊ジュブルノリ(9-10月)日本人限定特別商品の開発と集客
- ・釜山、慶州等近隣地域の観光地と連携し、地域観光活性化を誘導



[咸安落火ノリ]



[安東船遊ジュブルノリ]

7

4 2026年訪韓日本人誘致のための主な事業

Korea Tourism Organization

■ 新規需要創出による継続成長基盤の構築

初めてでも安心して来れるような 初めての韓国旅行キャンペーンの推進



- ・日本人が気になる旅行情報(交通、予約、買い物等)をカスタムして提供することで初訪韓客の心理的な障壁を解消
- ・キャンペーン専用商品を開発および通信・交通・流通事業者等と連携した訪韓特典を提供

高付加・中長期訪韓需要の育成

- ・クルーズ、医療観光等高付加商品を開発
- ・隣接国との誘致競争による大規模な企業旅行を韓国に誘致
- ・日本人学生の教育旅行誘致および交流支援



[JCBワールドコンファレンス韓国誘致]



[智識学園訪韓教育旅行歓迎行事]

8

5 日韓共同協力事業

Korea Tourism Organization

■ 域外観光客の誘致により日韓観光の魅力をグローバル観光客に紹介

インバウンド需要の多様化 KTO- JNTO共同誘致キャンペーン



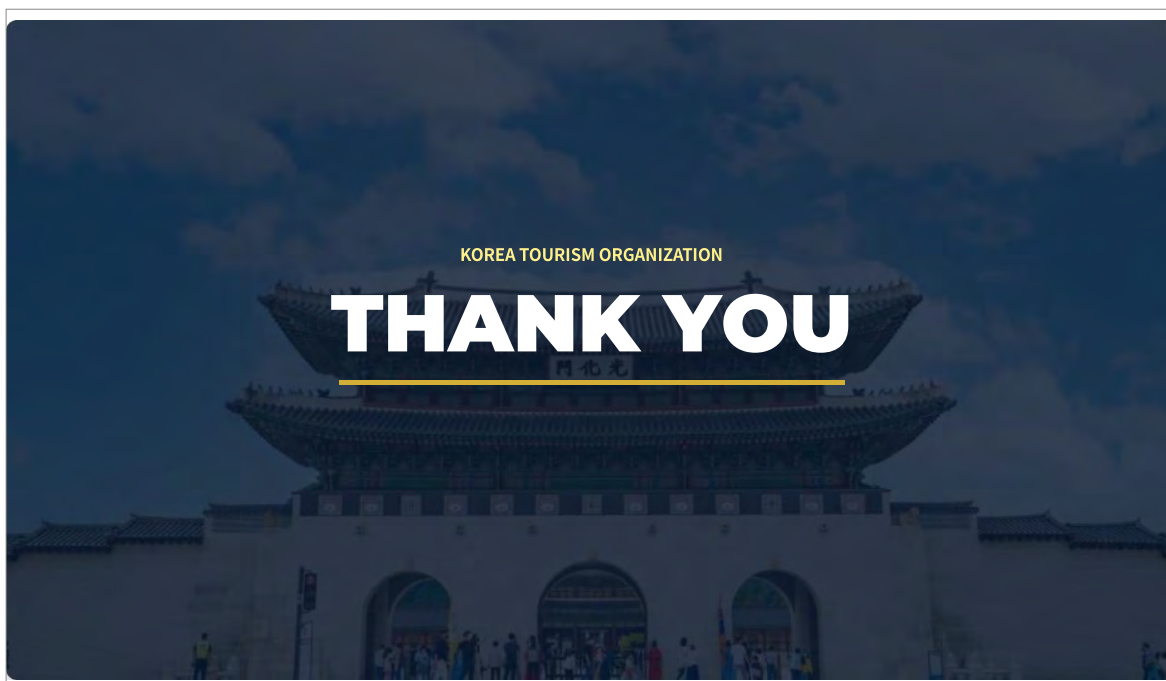
- ・(時 期) 2026年10~12月予定
- ・(共同推進) KTO、JNTOロンドン支社、大韓航空
- ・(主な内容) イギリスTOP 5旅行会社を対象に日本と韓国を組み合わせて新規観光商品開発に向けた共同famツアーの推進、説明会の開催等

2027-2029 韓国訪問の年キャンペーン



- ・(時 期) 2027-2029年(3ヶ年)
- ・(主な内容) 韓国訪問の年を契機に共同協力事業を拡大
 - * 旅行業界やインフルエンサー等主要メディアを共同招請
 - * 日韓旅行会社共同の2ヶ国地方訪問商品開発支援を拡大等

9

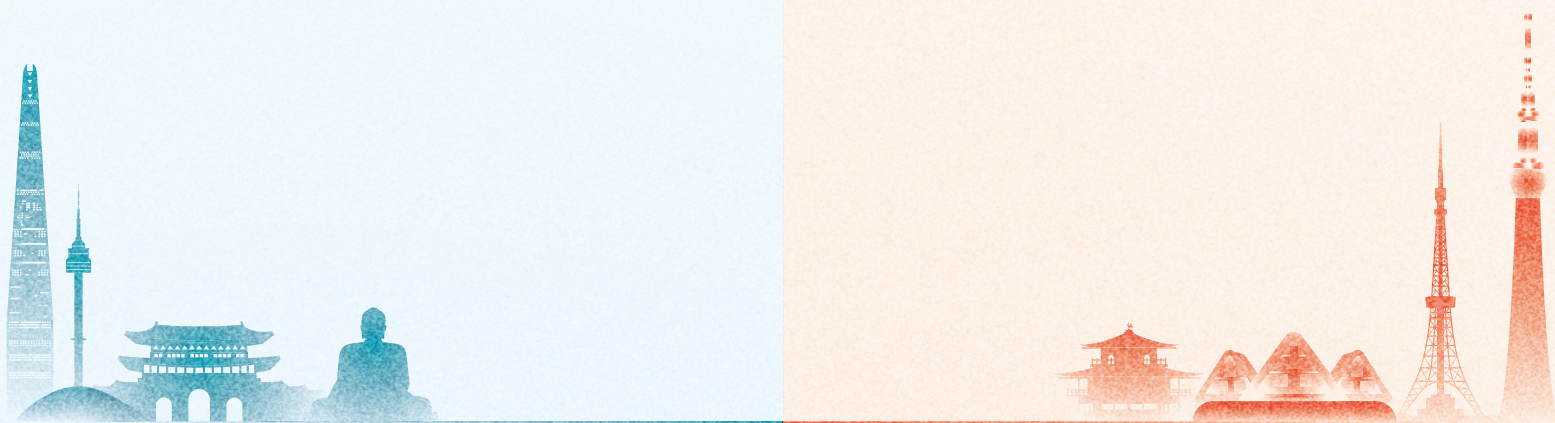


제40회 한일관광진흥협의회
第40回日韓観光振興協議会

주요기관 발표 / 自治体発表

- 한국 시장 대상 프로모션 및
역외 관광객 유치를 위한 한일 협력 -
- 韓国市場向けプロモーションと
域外観光客誘致に向けた日韓協力 -

일본정부관광국(JNTO) 구보 마키코 이사
日本政府観光局久保麻紀子理事





제39회 한일 관광진흥협의회

~한국 시장 대상 프로모션 및
역외 관광객 유치를 위한 한일 협력~

일본정부관광국(JNTO) 이사 구보 마키코

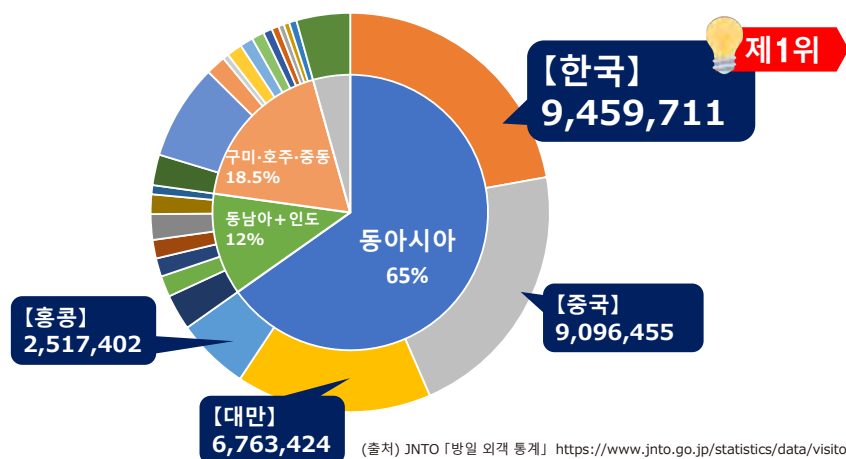
2026년9월10일



방일 여행 현황: 방일객 수 내역



➤한국시장이 가장 많으며, 2025년에 약 946만 명(방일객 수의 22.2%)이 일본 방문



2

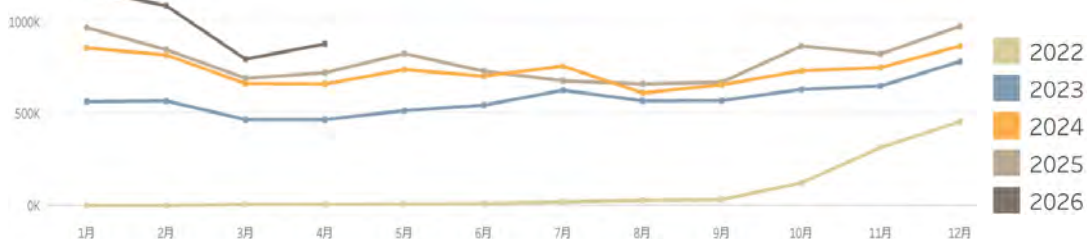


방일 여행 현황: 방일객 수 추이

JNTO 日本政府観光局

- 2022년 7월 이후 한국은 월간 방일객 수에서 1~2위를 다투는 최대 시장
- 한국 시장만 봐도 **2023년 9월 이후, 2025년 7월 제외하고 역대 최고 방일객 수를 경신 중(2026년 7월 현재)**
- 2026년에는 1월과 2월에 각각 월간 **100만 명**을 넘는 방문객을 기록!

월별 한국인 방일객 수



(출처) JNTO「방일 외객 통계」 <https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>

Japan. Endless Discovery.

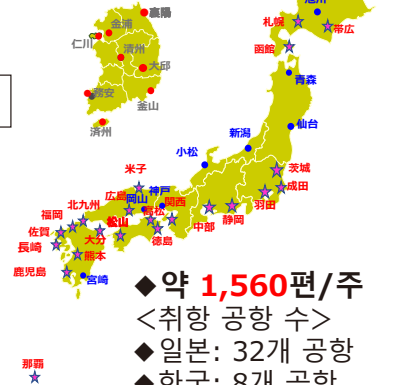
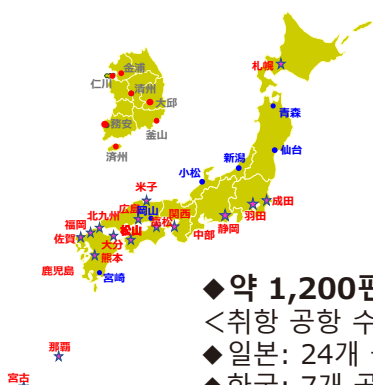
3

방일 항공노선(정기편) 현황

JNTO 日本政府観光局

2024년 7월

2026년 7월



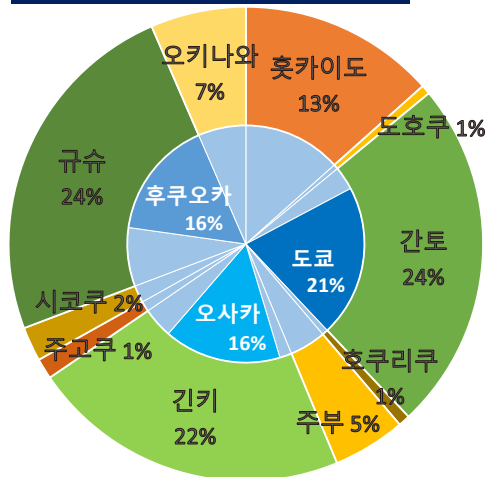
Japan. Endless Discovery.

4

방일 여행 현황: 과제는 지역 편중

JNTO 日本政府観光局

2025년 방문 한국인 숙박지역 상세



➢ 도쿄·오사카·후쿠오카의 숙박이 전체의 50%를 초과

➢ 홋카이도·오кина와를 포함하면 전체 숙박의 70%를 초과

Japan. Endless Discovery.

5

한국 시장 마케팅 전략

JNTO 日本政府観光局

★ **기본 방침** : 방일 경험률이 높은 성숙 시장으로, 4회 이상 방문객을 포함, 재방문 비율이 증가하는 추세
· 새로움이 풍부하고 다양한 '지방의 매력'을 홍보하여 지역별 방문률 편중을 해소

★ **리피터(방일 경험 2회 이상)를 타겟으로 '잘 알려지지 않은 일본의 매력'을 어필**

A. 방일 경험자
(50대 이상 부부·파트너,
가족·친족)

- 높은 지방 방문율 및 의욕
- 온라인 예약과 여행사 이용이 흔재
- 로컬 푸드, 일본술(사케), 온천, 자연 속에서의 힐링 등에 관심

B. 방일 경험자
(30~40대 부부·파트너,
가족·친족)

- 양질의 콘텐츠에 높은 관심
- 정보 수집과 예약은 온라인
- 미식, 온천, 테마파크, 리조트 등에 관심

C. 방일 경험자
(20~30대 친구,
나홀로 여행)

- 유행에 민감, 가성비추구
- 정보 수집과 예약은 SNS 중심
- 로컬 푸드, 카페 투어, 온천, 서브컬처, 쇼핑 등에 관심

지방 유객

소비 단가 향상

Japan. Endless Discovery.

6

2025년 한일 국교 정상화 60주년을 계기로 한 방일 프로모션 사업 JNTO 日本政府観光局

일본 추천 소도시 60선(특설 사이트)

■ 특설 사이트 URL·QR코드
https://www.japan.travel/ko/kr/japankor
메인 비주얼



도도부현의 1개 도시
총 47개 도시

여행기에 포함된
13개 도시

60 소도시

■ 소도시 여행기 공모작품 예



60 소도시

각 도도부현 1개 도시

여행기에 포함된 13도시

홋카이도 구시로시	이시카와현 가나자와시	오카야마현 구라시키시	기후현 기후시
아오모리현 히로사키시	후쿠이현 사카이시	히로시마현 오노미치시	기후현 다카야마시
이와테현 하나마키시	야마나시현 후지요시다시	야마구치현 미네시	기후현 시라카와촌
미야기현 시오가마시	나가노현 마쓰모토시	도쿠시마현 나루토시	히로시마현 히로시마시
아키타현 센보쿠시	기후현 게로시	가가와현 다카마쓰시	히로시마현 히가시히로시마시
야마가타현 가미노야마시	시즈오카현 아타미시	에히메현 오즈시	히로시마현 하쓰카이치시
후쿠시마현 아이즈와카마쓰시	아이치현 도코나메시	고치현 고치시	야마구치현 시모노세키시
이바라키현 미토시	미에현 이가시	후쿠오카현 아나가와시	도쿠시마현 도쿠시마시
도치기현 닛코시	시가현 오쓰시	사가현 다케오시	가가와현 나오시마정
군마현 미나미카미정	교토부 나가오카코시	나가사키현 운젠시	에히메현 마쓰야마시
사이타마현 사이타마시	오사카부 히가시오사카시	구마모토현 다카모리정	후쿠오카현 기타큐슈시
지바현 나리타시	효고현 아와지시	오이타현 분고타카다시	사가현 우레시노시
도쿄도 오타구	나라현 아마토코리야마시	미야자키현 다카치호정	사가현 아리타정
가가와현 오다와라시	와카야마현 시라하마정	가고시마현 기리시마시	
니가타현 유자와정	돗토리현 지조정	오кина와현 이시가키시	
도야마현 도야마시	시마네현 마쓰에시		

Japan. Endless Discovery.

7

2025년 한일 국교 정상화 60주년을 계기로 한 방일 프로모션 사업 JNTO 日本政府観光局

일본 추천 소도시 60선(특설 사이트)

각 도시 소개문·추천 콘텐츠 게재 예시

미야기현 시오가마시

시오가마시는 역사적인 시오가마 신사와 항구도시로 발전해 왔으며, 산리쿠의 해산물과 일본술 등 풍부한 식문화를 자랑합니다.



니가타현 유자와마치

에치고유자와는 맑은 도시와 웅대한 산들로 둘러싸여 있으며, 일 년 내내 아름다운 자연을 즐길 수 있는 곳입니다.



가가와현 나오시마초

예술의 섬으로 유명한 나오시마. 이 작품은 세토 세토나카이에 떠 있으며, 현대미술의 중심지가 되고 있습니다.



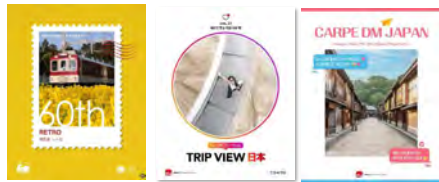
Japan. Endless Discovery.

8

소도시 프로모션을 통한 지방 관광객 유치

JNTO 日本政府観光局

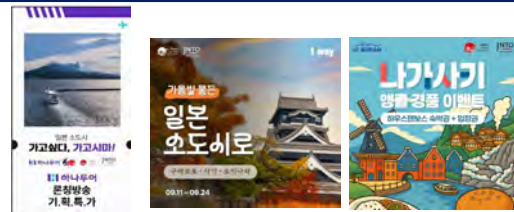
한국 시장을 대상으로, 소도시 위주로 홍보



공식 SNS를 통한 정보 발신
(IG, FB, Naver 블로그)



프로모션 영상 제작



항공사 및 여행사 등과 공동 광고



미디어 초청 실시

Japan. Endless Discovery.

9

이벤트와 행사를 통한 프로모션

JNTO 日本政府観光局

한일축제한마당에서 PR [2025년 10월]

- 한일 국교 정상화 60주년을 기념하여 「일본 추천 소도시 60선」을 테마로 부스 참가.
- 방문객이 앞으로 방문해 보고 싶은 일본의 소도시를 선택하고, 그 풍경을 배경으로 기념사진을 촬영할 수 있는 체험형 포토 이벤트를 실시.



SITF에서의 PR [2026년 6월]

- Seoul International Travel Fair(SITF)에서 방일 여행 경험자를 주요 대상으로 한 일반 소비자 대상 관광 프로모션을 실시.
- 방일 경험에 따른 여행지 제안 및 「가차」를 활용한 체험형 콘텐츠를 전개.



Japan. Endless Discovery.

10

역외(域外) 관광객 유치를 위한 한일 협력

JNTO 日本政府観光局

한일 관광진흥협의회 등 기회를 통해, 장거리 관광객 유치를 위한 한일 양국의 협력 네트워크 구축 및 공동으로 여행상품 프로모션 활동 등에 협력하기로 합의.

~한일 양국의 협력 활동~

2022년



【호주 시장】
한국관광공사(KTO)와 공동 광고

2023년



【미국 시장】
KTO와 여행사 대상 세미나

2024년



【캐나다 시장】
KTO와 여행사 대상 세미나

Japan. Endless Discovery.

11

역외(域外) 관광객 유치를 위한 한일 협력

JNTO 日本政府観光局

~ 최근의 협력 활동 ① ~

2025년

독일 시장

공동 웨비나 실시

- 실시 시기: 2025년 8월 7일(목)
- 참가 인원: 260명

■ 일본정부관광국(JNTO)과 한국관광공사(KTO)가 협력하여 여행사 및 대리점 등 B2B를 대상으로 공동 웨비나를 개최.

■ 양국의 사계절·숙박·항공편 등의 기본 정보에 이어 온천·음식·차·해변·자연체험 및 팝컬처 등의 공통 테마를 각각 소개하여 관심 제고 및 판매 촉진을 도모.



<웨비나 장면 영상>

Japan. Endless Discovery.

12

역외(域外) 관광객 유치를 위한 한일 협력

JNTO 日本政府観光局

~ 최근의 협력 활동 ② ~

2025년

영국 시장

세미나·네트워킹 이벤트

- 실시 시기: 2025년 11월 27일(목)
- 개최 장소: Jang(런던 시내)
- 참가 인원: 15명
- 참가 단체 수: 15개사



■ 일본정부관광국(JNTO)과 한국관광공사(KTO)가 협력하여 영국 여행사를 대상으로 일본과 한국의 여행상품 개발을 목적으로 한 워크숍을 런던 시내에서 개최.

향후 추진 사항

2026년도에는 위의 활동을 발전시키는 형태로 대한항공·한국관광공사(KTO)와 계속 협력하여, 한일 순회 투어 개발을 촉진하기 위해 투어 오퍼레이터의 상품 개발 담당자를 초청할 예정

 Japan. Endless Discovery.

13

ご清聴ありがとうございました！

감사합니다!

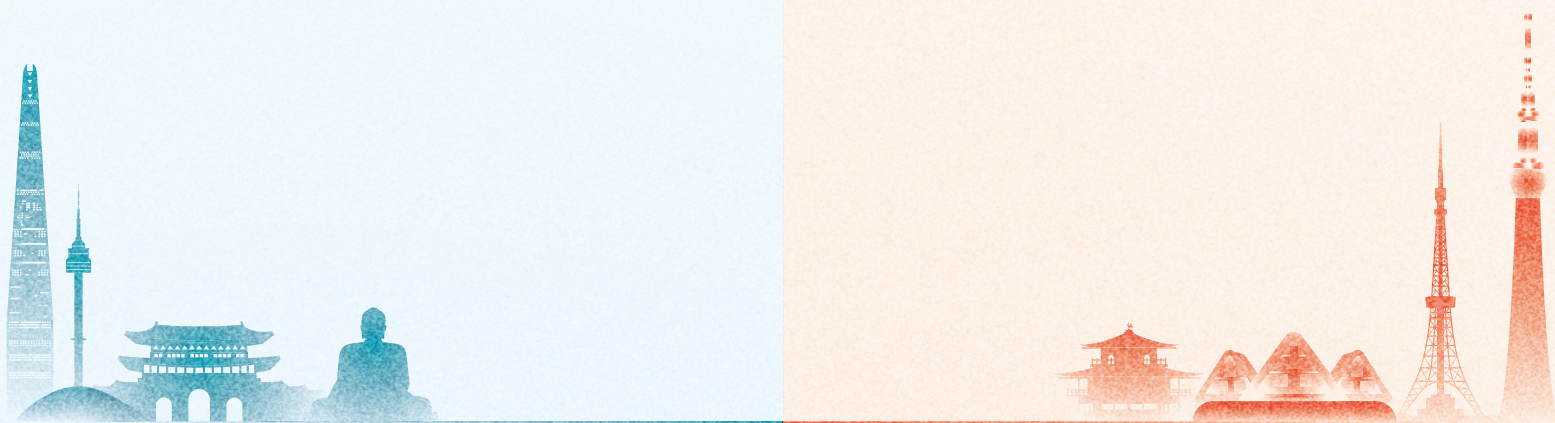


第40回日韓観光振興協議会
제40회 한일관광진흥협의회

自治体発表 / 주요기관 발표

- 韓国市場向けプロモーションと
域外観光客誘致に向けた日韓協力 -
- 한국 시장 대상 프로모션 및
역외 관광객 유치를 위한 한일 협력 -

日本政府観光局久保麻紀子理事
일본정부관광국(JNTO) 구보 마키코 이사





第39回日韓観光振興協議会

～韓国市場向けプロモーションと 域外観光客誘致に向けた日韓協力～

日本政府観光局 理事 久保 麻紀子

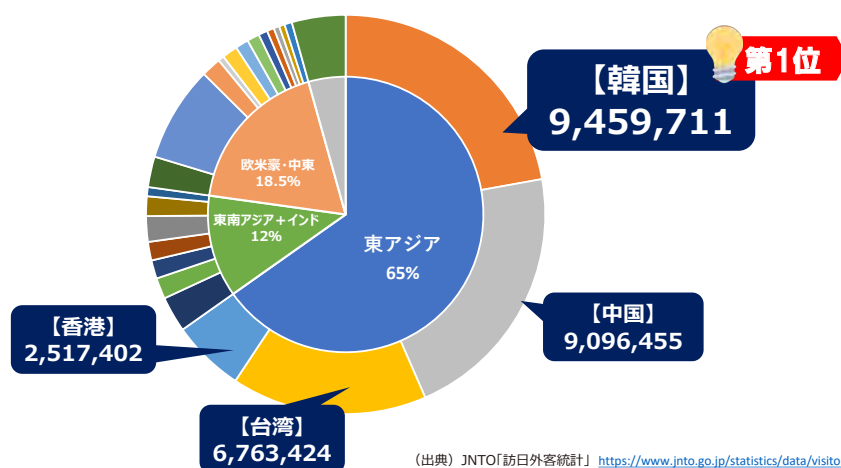
2026年9月10日



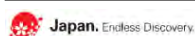
訪日旅行の状況：訪日客数の内訳



➤韓国市場が最多で2025年には約946万人（訪日客数の22.2%）が訪日



(出典) JNTO「訪日外客統計」 <https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>



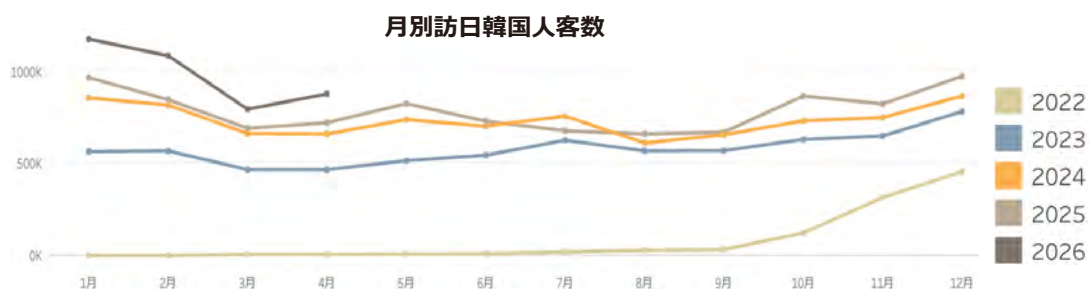
2



訪日旅行の状況：訪日客数の推移

JNTO 日本政府観光局

- 2022年7月以降、**韓国は月間の訪日客数で1～2位を競う最多市場**
- 韓国市場単独で見ても、**2023年9月以降、25年7月を除き、過去最高訪日客数を更新中（26年7月現在）**
- 2026年は1月、2月に、それぞれ**月間100万人超**を記録！



(出典) JNTO「訪日外客統計」 <https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>

Japan. Endless Discovery.

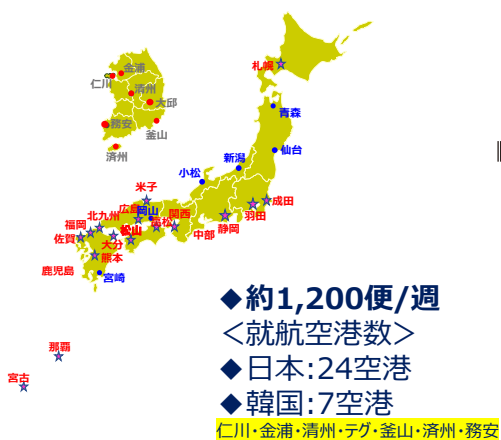
3

訪日航空路線（定期便）の現状

JNTO 日本政府観光局

2024年7月

2026年7月



Japan. Endless Discovery.

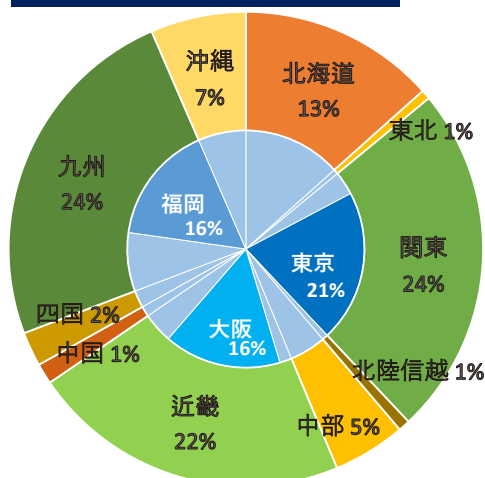
4



訪日旅行の状況：課題は地域偏重

JNTO 日本政府観光局

訪日韓国人の宿泊地内訳(2025年)



- 東京・大阪・福岡の宿泊で全体の5割超
- 北海道・沖縄を入れると全体の7割超の宿泊

Japan. Endless Discovery.

5

韓国市場のマーケティング戦略

JNTO 日本政府観光局

- ★全体方針
 - ・訪日経験率が特に高い成熟市場であり、訪日4回以上の層を中心に、リピーター比率が増加傾向
 - ・新規性に富む多様な地方の魅力を訴求し、エリアによる訪問率の偏りの解消

- ★リピーター（訪日経験2回以上）をターゲットに「知られざる日本の魅力」を訴求

A 訪日経験者
50代以上夫婦・パートナー、
家族・親族

- 高い地方訪問率・意欲
- オンライン予約と旅行会社の利用混在
- ローカルフード、日本酒、温泉、自然の中での癒し等に関心

B 訪日経験者
30～40代夫婦・パートナー、
家族・親族

- 良質なコンテンツに高い関心
- 情報収集と予約はオンライン
- グルメ、温泉、テーマパーク、リゾート等に関心

C 訪日経験者
20～30代友人、
一人旅行

- 流行に敏感、コスパを追求
- 情報収集と予約はSNS中心
- ローカルフード、カフェめぐり、温泉、サブカルチャー、ショッピング等に関心

地方誘客

消費単価向上

Japan. Endless Discovery.

6

2025年日韓国交正常化60周年を契機とした訪日プロモーション事業

JNTO 日本政府観光局

日本のお勧め小都市60選（特設サイト）

■ 特設サイトURL・QRコード

<https://www.japan.travel/ko/kr/japankor>

メインビジュアル



各都道府県1都市

計47都市

+

旅行記に含まれる
13都市

||

60 小都市

■ 小都市旅行記コンテスト作品例



60小都市

各都道府県1都市			旅行記に含まれる13都市
北海道釧路市	石川県金沢市	岡山県倉敷市	岐阜県岐阜市
青森県弘前市	福井県坂井市	広島県尾道市	岐阜県高山市
岩手県花巻市	山梨県富士吉田市	山口県美祢市	岐阜県白川村
宮城県塩竈市	長野県松本市	徳島県鳴門市	広島県広島市
秋田県仙北市	岐阜県下呂市	香川県高松市	広島県東広島市
山形県上山市	静岡県熱海市	愛媛県大洲市	広島県廿日市市
福島県会津若松市	愛知県常滑市	高知県高知市	山口県下関市
茨城県水戸市	三重県伊賀市	福岡県柳川市	徳島県徳島市
栃木県日光市	滋賀県大津市	佐賀県武雄市	香川県直島町
群馬県みなみ町	京都府長岡京市	長崎県壱岐市	愛媛県松山市
埼玉県さいたま市	大阪府東大阪市	熊本県高森町	福岡県北九州市
千葉県成田市	兵庫県淡路市	大分県豊後高田市	佐賀県唐津市
東京都大田区	奈良県大和郡山田市	宮崎県高千穂町	佐賀県有田町
神奈川県小田原市	和歌山県白浜町	鹿児島県霧島市	
新潟県湯沢町	鳥取県智頭町	沖縄県石垣市	
富山県富山市	島根県松江市		

Japan. Endless Discovery.

7

2025年日韓国交正常化60周年を契機とした訪日プロモーション事業

JNTO 日本政府観光局

日本のお勧め小都市60選（特設サイト）

各都市紹介文・おすすめコンテンツ掲載例

宮城県塩竈市

塩竈市は歴史的な塩釜神社および港町として栄え、三陸の海産物や日本酒など豊かな食文化を誇っています。



新潟県湯沢町

越後湯沢は澄んだ街と雄大な山々に囲まれ、一年中美しい自然を楽しめる場所です。



香川県直島町

芸術の島として有名な直島。この作品は瀬戸瀬戸内海に浮かび、現代美術の集中地となっています。



Japan. Endless Discovery.

8



小都市プロモーションによる地方誘客

JNTO 日本政府観光局

韓国市場に向けて小都市を中心に訴求



公式SNSでの情報発信（IG、FB、Naverブログ）



プロモーション動画の制作



航空会社や旅行会社等との共同広告



メディア招請の実施

Japan. Endless Discovery.

9

イベント出展によるプロモーション

JNTO 日本政府観光局

日韓交流おまつりでの訪日旅行PR【2025年10月】

- 日韓国交正常化60周年を記念し、「日本のお勧め小都市60選」をテーマにブース出展。
- 来場者が将来訪れてみたい日本の小都市を選び、その風景を背景に記念撮影できる体験型フォトイベントを実施。



SITFでの訪日旅行PR【2026年6月】

- Seoul International Travel Fair (SITF) において、訪日旅行経験者を主な対象とした一般消費者向け観光プロモーションを実施。
- 来場者の訪日経験に応じた旅行先提案や、「ガチャ」を活用した体験型コンテンツを展開。



Japan. Endless Discovery.

10

域外観光客誘致に向けた日韓協力

JNTO 日本政府観光局

日韓観光振興協議会などの機会を通じ、長距離観光客誘致のため、日韓で協力ネットワークを構築し、共同で旅行商品のプロモーション活動等に取り組むことに合意。

～日韓でのこれまでの連携実績～

2022年



【豪州市場】

韓国観光公社（KTO）との共同広告

2023年



【米国市場】

KTOとの旅行会社向けセミナー

2024年



【カナダ市場】

KTOとの旅行会社向けセミナー

Japan. Endless Discovery.

11

域外観光客誘致に向けた日韓協力

JNTO 日本政府観光局

～直近の連携実績①～

2025年

ドイツ市場

合同ウェビナー

- ・実施時期：2025年8月7日（木）
- ・参加人数：260人

■ 日本政府観光局（JNTO）と韓国観光公社（KTO）が連携して、ツアーオペレーターや旅行代理店などのB2Bを対象とした合同ウェビナーを開催。

■ 両国の四季・宿泊・フライトなどの基礎情報に続き、温泉・食・お茶・ビーチ・自然体験などのほか、ポップカルチャーなどの共通テーマをそれぞれで紹介することで、興味関心及び販売促進を図った。



<ウェビナーの様子>

Japan. Endless Discovery.

12

域外観光客誘致に向けた日韓協力

JNTO 日本政府観光局

～直近の連携実績②～

2025年

英国市場

セミナー・ネットワーキングイベント

- ・実施時期：2025年11月27日（木）
- ・開催場所：Jang（ロンドン市内）
- ・参加人数：15人
- ・参加団体数：15社



■ 日本政府観光局（JNTO）と韓国観光公社（KTO）が連携して、英国の旅行会社を対象に、日本と韓国の旅行商品造成を目的としたワークショップをロンドン市内で開催。

今後の取り組み

2026年度は、上記の取り組みを発展させる形で、大韓航空・韓国観光公社（KTO）と引き続き連携し、日韓周遊ツアー造成を促すためツアーオペレーターの造成担当者の招請を実施予定

Japan. Endless Discovery.

13

ご清聴ありがとうございました！



제40회 한일관광진흥협의회
第40回日韓観光振興協議会

주요기관 발표 / 自治体発表

- 한국·일본 미래세대 관광발전을 위한 제언 -
- 韓国・日本 未来世代 観光発展のための提言 -

한국여행업협회(KATA) 황준석 상근부회장
韓国旅行業協会ファン・ジュンソク常勤副会長



한국·일본 미래세대 관광발전을 위한 제언

한국여행업협회

KATA 한국여행업협회
Korea Association of Travel Agents

- 한·일 관광협력의 새로운 30년을 준비하기 위한
미래세대 관광정책 제언
- 미래세대가 서로를 이해하고 함께 성장하는
관광 생태계 구축 중요
- 정부가 기반을 만들고,
지방자치단체·학교·관광업계가 함께 참여하는
'한·일 미래세대 관광플랫폼' 구축

왜 미래세대인가?

- 양국 관광산업을 이끌 주역
- 관광은 사람과 사람을 연결하는 가장 평화로운 외교
- 미래세대에 대한 투자는 가장 가치 있는 관광 투자



정책 제안

Policy Proposal



| 한·일 미래세대 관광교류 프로젝트

- 학교 참여 및 교육과정 반영
- 지방관광 활성화
- 관광을 직접 만드는 청소년
- 관광산업 진로체험

| 한·일 미래세대 관광패스

| 한·일 미래세대 관광주간

한·일 미래세대 관광플랫폼 구축

한·일 미래세대 관광교류 프로젝트

Korea-Japan
Youth Tourism Festa



한·일 미래세대 관광플랫폼 구축

1. 한-일 미래세대 관광교류 프로젝트

양국 공동 청소년 관광교류 추진 **Korea-Japan Youth Tourism Festa**

한국 정부 및 개최 지자체



행사 기획 및 운영



숙박지원



식사 및 교통지원



문화체험 프로그램 운영



안전 관리



의료 및 통역지원

5

한·일 미래세대 관광플랫폼 구축

1. 한-일 미래세대 관광교류 프로젝트

양국 공동 청소년 관광교류 추진 **Korea-Japan Youth Tourism Festa**

일본 정부



전국 청소년 공개모집



국제 항공료 지원

6



한·일 미래세대 관광플랫폼 구축

1-1. 학교 참여 및 교육과정 반영

교육적 가치 인정, 국제 교육 프로그램 활용



봉사활동 시간 인정



국제교류 활동 인증



학교 생활기록부 반영



대학 특별활동 인정



장학프로그램 연계



정부 및 교육청 명의 수료증 발급

7

한·일 미래세대 관광플랫폼 구축

1-2. 지방관광 활성화

미래세대 교류와 지방관광 활성화 동시 달성

한국 지방 도시



강릉



경주



목포



부산



전주



제주

9

한·일 미래세대 관광플랫폼 구축

1-2. 지방관광 활성화

미래세대 교류와 지방관광 활성화 동시 달성

일본 지방 도시



교토



가나자와



히로시마



삿포르



후쿠오카



가고시마

10

한·일 미래세대 관광플랫폼 구축

1-3. 관광을 직접 만드는 청소년

학생들이 직접 관광을 기획



지역 관광코스 개발



SNS 홍보 콘텐츠 제작 및 공모전



지속가능 관광 아이디어 발표



지역축제 홍보 프로젝트

8



한·일 미래세대 관광플랫폼 구축

1-4. 관광산업 진로체험

관광을 직업으로 경험하는 소중한 기회



공항 견학



호텔 체험



여행상품 개발



관광기업 멘토링



관광 스타트업 방문

11

한·일 미래세대 관광플랫폼 구축

한·일 미래세대
관광패스 Korea-Japan
Youth Tourism Pass



한·일 미래세대 관광플랫폼 구축

2. 한-일 미래세대 관광패스

양국 정부 공동 발급 **Korea-Japan Youth Tourism Pass**

만 15세 - 24세 청소년 대상



양국 항공권 할인



KTX 및 신칸센 할인



시내 대중교통 할인



박물관·미술관 무료 입장



홈스테이 및 대학 기숙사 체험



디지털 관광패스 제공

13

한·일 미래세대 관광플랫폼 구축

2. 한-일 미래세대 관광패스

양국 정부 공동 발급 **Korea-Japan Youth Tourism Pass**

실적에 따른 등급 부여



14



한·일 미래세대 관광플랫폼 구축

한·일 미래세대 관광주간 Korea-Japan Youth Tourism Week

한·일 미래세대 관광플랫폼 구축

3. 한·일 미래세대 관광주간

양국 공식 지정 **Korea-Japan Youth Tourism Week**

양국 전역 동시 운영



미래세대 관광 페스티벌



YouthTourismPass 특별할인



청소년 문화공연



한·일 음식문화 체험



전통문화 워크숍



스포츠 교류전

16

한·일 미래세대 관광플랫폼 구축

3. 한·일 미래세대 관광주간

양국 공식 지정 **Korea-Japan Youth Tourism Week**

양국 전역 동시 운영



대학생 관광포럼



관광스타트업 아이디어 경진대회



자매도시 청소년 교류



지역축제 연계 프로그램



공동 자원봉사 활동

17

기대효과 Expected outcomes

- 미래세대 상호 이해와 신뢰를 높여 양국 관계의 지속 가능한 기반 마련
- 청소년 시절의 긍정적인 여행 경험은 성인이 된 이후의 재방문으로 이어져 장기적인 관광수요 창출
- 수도권과 대도시에 집중된 관광수요를 지방으로 확산 가능
- 관광을 기반으로 교육·문화·스포츠·지방외교를 연계한 협력 모델 구축
- 양국 관광산업을 이끌어갈 미래의 글로벌 인재를 함께 양성



맺음말 Conclusion

한·일 미래세대 관광교류 프로젝트 Korea-Japan Youth Tourism Festa

- 청소년 교류로 시작

한·일 미래세대 관광패스 Korea-Japan Youth Tourism Pass

- 관광패스로 재방문 유도

한·일 미래세대 관광주간 Korea-Japan Youth Tourism Week

- 매년 관광주간을 통해 교류를 지속

하나의 연결된 미래세대 관광플랫폼 구축



第40回日韓観光振興協議会
제40회 한일관광진흥협의회

自治体発表 / 주요기관 발표

- 韓国・日本 未来世代 観光発展のための提言 -
- 한국·일본 미래세대 관광발전을 위한 제언 -

韓国旅行業協会ファン・ジュンソク常勤副会長
한국여행업협회(KATA) 황준석 상근부회장



韓国・日本 未来世代 観光発展の ための提言

韓国旅行業協会

KATA 韓国旅行業協会
Korea Association of Travel Agents

- 韓・日観光協力の新しい30年の準備に向けた未来世代観光政策の提案
- 未来世代が理解し合い、共に成長する観光生態系の構築が重要
- 政府が土台を築き、地方自治体・学校・観光業界が共に参画する「韓・日未来世代観光プラットフォーム」を構築

なぜ未来世代なのか。

- 両国の観光産業をリードしていく主役
- 観光は人と人を結ぶ最も平和的な外交
- 未来世代への投資は最も価値のある観光投資



政策提案

Policy Proposal



| 韓・日未来世代観光交流プロジェクト

- 学校の参加及び教育課程への反映
- 地方観光の活性化
- 観光を直接作る青少年
- 観光産業に関する進路体験

| 韓・日未来世代観光パス

| 韓・日未来世代観光週間

韓・日未来世代観光プラットフォームの構築

韓・日未来世代 観光交流プロジェクト

Korea-Japan
Youth Tourism Festa



韓・日未来世代観光プラットフォームの構築

1. 韓-日未来世代観光交流プロジェクト

両国共同青少年観光交流の推進 **Korea-Japan Youth Tourism Festa** 韓国政府及び開催自治体



行事企画及び運営



宿泊支援



食事及び交通支援



文化体験プログラム運営



安全管理



医療及び通訳支援

5

韓・日未来世代観光プラットフォームの構築

1. 韓-日未来世代観光交流プロジェクト

両国共同青少年観光交流の推進 **Korea-Japan Youth Tourism Festa**

日本政府



全国青少年公開募集



国際航空料金支援

6



韓・日未来世代観光プラットフォームの構築

1-1. 学校の参加及び教育課程への反映 教育的価値の認定、国際教育プログラムの活用



奉仕活動時間に認定



国際交流活動認証



学校生活記録簿に反映



大学特別活動に認定



奨学プログラムと連携



政府及び教育庁名義の修了証発給

7

韓・日未来世代観光プラットフォームの構築

1-2. 地方観光活性化 未来世代の交流と地方観光活性化の同時達成

韓国の地方都市



江陵



慶州



木浦



釜山



全州



済州

9

韓・日未来世代観光プラットフォームの構築

1-2. 地方観光活性化

未来世代の交流と地方観光活性化の同時達成

日本の地方都市



京都



金沢



広島



札幌



福岡



鹿児島

10

韓・日未来世代観光プラットフォームの構築

1-3. 観光を直接作る青少年

学生たちが直接観光を企画



地元の観光コースを開発



SNS広報コンテンツ制作及び公募展



持続可能な観光アイデアの発表



地元祭り広報プロジェクト

8

韓・日未来世代観光プラットフォームの構築

1-4. 観光産業に関する進路体験

観光を職業として体験する貴重な機会



空港見学



ホテル体験



旅行商品の開発



観光企業のメンタリング



観光スタートアップ訪問

11

韓・日未来世代観光プラットフォームの構築

韓・日未来世代観光パス
Korea-Japan
Youth Tourism Pass



韓・日未来世代観光プラットフォームの構築

2. 韓-日未来世代観光パス

両国政府による共同発給 **Korea-Japan Youth Tourism Pass** 満15歳 - 24歳の青少年が対象



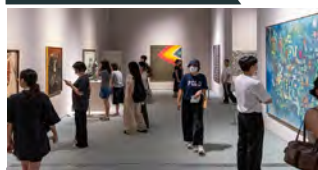
両国の航空券割引



KTX及び新幹線割引



市内の公共交通機関割引



博物館・美術館無料入場



ホームステイ及び大学寮体験



デジタル観光パス提供

13

韓・日未来世代観光プラットフォームの構築

2. 韓-日未来世代観光パス

両国政府による共同発給 **Korea-Japan Youth Tourism Pass**

実績によって等級を付与

🥉 BRONZE → 🥈 SILVER → 🥇 GOLD → 👑 AMBASSADOR

14

韓・日未来世代観光プラットフォームの構築

韓・日未来世代観光週間 Korea-Japan Youth Tourism Week

韓・日未来世代観光プラットフォームの構築

3. 韓-日未来世代観光週間

両国公式指定 **Korea-Japan Youth Tourism Week**

両国全域で同時運営



未来世代観光フェスティバル



Youth Tourism Pass 特別割引



青少年文化公演



韓・日食文化体験



伝統文化ワークショップ



スポーツ交流戦

16



韓・日未来世代観光プラットフォームの構築

3. 韓-日未来世代観光週間

両国公式指定 **Korea-Japan Youth Tourism Week**

両国全域で同時運営



大学生観光フォーラム



観光スタートアップアイデアコンテスト



姉妹都市青少年交流



地元祭り連携プログラム



共同ボランティア活動

17

期待効果 Expected outcomes

- 未来世代の相互理解と信頼を高め、両国関係の持続可能な基盤を構築する。
- 青少年期の肯定的な旅行経験は、成人後の再訪につながり、長期的な観光需要を創出する。
- 首都圏や大都市に集中した観光需要を地方へ拡散させることができる。
- 観光を基盤として、教育・文化・スポーツ・地方外交を連携させた協力モデルを構築する。
- 両国の観光産業を牽引する未来のグローバル人材を共に育成する。



結論

Conclusion

韓・日未来世代
観光交流プロジェクト
**Korea-Japan
Youth Tourism Festa**

- 青少年交流からスタート

韓・日未来世代
観光パス
**Korea-Japan Youth
Tourism Pass**

- 観光パスで再訪問を誘導

韓・日未来世代
観光週間
**Korea-Japan Youth
Tourism Week**

- 毎年観光週間を通じて交流を継続

一つの繋がった未来世代観光プラットフォームの構築

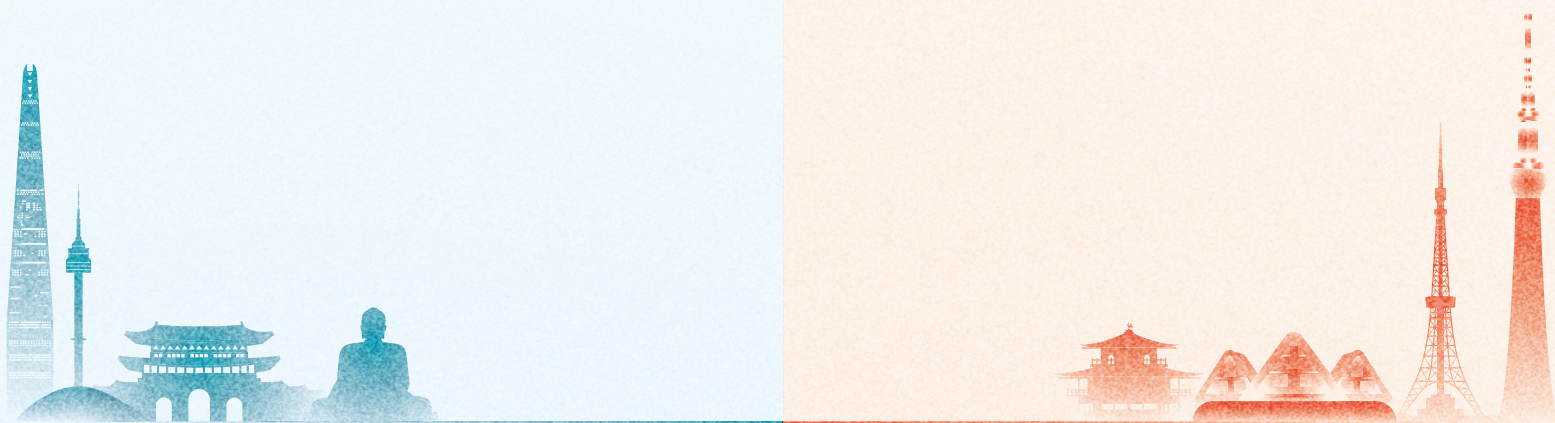


제40회 한일관광진흥협의회
第40回日韓観光振興協議会

주요기관 발표 / 自治体発表

- 한일 관광자원을 활용한
미래세대 교류 활성화 -
- 日韓の観光資源を活用した未来世代の交流活性化 -

일본여행업협회(JATA) 아웃바운드촉진협의회 Honda 토시히코 부회장
日本旅行業協会アウトバウンド促進協議会本多寿彦 部会長



<https://www.jata-net.or.jp>

한일 관광자원을 활용한 미래세대 교류 활성화

전략적 파트너십을 통한 고부가가치 창출과 지방 분산의 실현

일반사단법인 일본여행업협회 (JATA)
아웃바운드 촉진 협의회 한국부회
부회장 혼다 토시히코

<https://www.jata-net.or.jp>

기록적인 방한객 수, 그러나 외면받는 기획여행

전체 방한 시장은 2025년에 과거 최고치를 기록한 기세를 보인 반면,
주요 9개사의 모집형 기획여행은 전년 대비 하락(89%)을 기록했습니다.

항목	2024	2025	비율
총 방한객 수	상승	전년 대비 113% (과거 최고)	113%
모집형 기획여행	상승	전년 대비 89%	89%

우리가 메워야 할 FIT화의 갭



一般社団法人
日本旅行業協会

<https://www.jata-net.or.jp>

양국이 안고 있는 구조적 과제의 이중주

양국이 안고 있는 구조적 과제의 이중주

일본 측의 과제: 너무 쉬운 대도시와 '탈(脫)여행사'

체류지가 '서울'이나 '부산'에 국한될 경우, 여행자는 개인 수배(FIT)만으로도 충분하여 기획 상품을 이용할 이유가 소멸됩니다.

긴급과제: FIT로는 결코 경험할 수 없는 '압도적인 고부가가치'의 창출

한국 측의 과제: 심각한 '서울 편중'

기타 지방 서울 (약 80%)

작년 방한 외국인 관광객의 약 80%가 서울 한 곳에 집중
지속적인 발전을 위해 지방으로의 분산이 최대의 국가적 과제입니다.

목표: 대도시 모노스테이(Monostay)에서의 탈피와 지방 관광객의 추진

Copyright 2020 JATA. All rights reserved.

一般社団法人
日本旅行業協会

<https://www.jata-net.or.jp>

쌍방의 과제를 동시에 해결하는 '전략적 교차점'

여행사가 살아남기 위한 '독자성'과 한국이 요구하는 '지방 분산'.
이 두 조각을 결합하여 아무도 손대지 않은 지방의 매력에 강력한 부가가치를 부여합니다.

Copyright 2020 JATA. All rights reserved.

一般社団法人 日本旅行業協会 JATA
平日に 増える 観光客! 海外へ
TOUR QUALITY EXPO
TOUR QUALITY EXPO JAPAN
https://www.jata-net.or.jp

지방의 깊은 곳으로 안내하는 '30선'의 계보와 진화

단순한 명소 소개가 아니라, 서울 이외의 지방에 잠든 매력에 부가가치를 창출하는 전략적 시뮬레이션입니다.

2025년: 한국 절경 30선

올해: 한국 소도시 30선
(콘텐츠를 통해 상품화 가속)

2019년: 한국 미식 30선

한국 미식 30선

한국 소도시 30선

한국 절경 30선

Copyright 2022 JATA. All rights reserved.

一般社団法人 日本旅行業協会 JATA
平日に 増える 観光客! 海外へ
TOUR QUALITY EXPO
TOUR QUALITY EXPO JAPAN
https://www.jata-net.or.jp

인지도의 벽을 넘는 '전용 이벤트화'의 메커니즘

일본인에게선 전혀 친숙하지 않은 지방의 축제를 '일본인 전용 이벤트'로 재정의하여, FIT로는 실현 불가능한 독점적인 열광 경험 공간 결광 공간을 창출합니다.

무명의 지방 축제

각 사의 집중 송객 × 독점 체험

일본인 전용 이벤트

석가탄신일에 맞춘 불꽃놀이 등, 일본인에게선 이질감 부여

Copyright 2022 JATA. All rights reserved.



<https://www.jata-net.or.jp>

**기적의 밤을 독점하다:
함안 낙화놀이**

2024년 10월 개최.

인지도 제로(0) 에서 시작하였지만,
한국관광공사(KTO)와의 강력한
프로모션 연계를 통해
'여행사이기 때문에 제공할 수 있는
미지의 절경'으로서 폭발적인 지지를
획득했습니다.

Copyright 2023 JATA. All rights reserved.

<https://www.jata-net.or.jp>

상호 경쟁과 공동 협력이 만들어내는 압도적인 송객력

하나의 이벤트에 대해 각 사가 상품을 경쟁함으로써 시너지 효과가 발생.
단기간에 모객 규모가 급성장하는 강력한 킬러 콘텐츠로 진화했습니다.

Copyright 2023 JATA. All rights reserved.





一般社団法人 日本旅行業協会  平日に 予約しよう!  海外へ  TOUR QUALITY  ツーリズム EXPO JAPAN  <https://www.jata-net.or.jp>

새로운 시책과 미래세대로의 계승

내년에는 새로운 지방의 매력적인 관광자원을 발굴하여, 일본의 고객에게 소개할 것입니다.

“서로의 국민이 아직 모르는 매력적인 자원을 발굴해 냅니다.”
“그것이 상호 이해를 깊게 하고, 미래세대의 교류를 활성화하는 최대의 열쇠가 됩니다.”
“우리는 앞으로도 한국관광공사(KTO)와 함께, 이 노력을 더욱 강화해 나갈 것입니다.”

Copyright © 2022 JATA. All rights reserved.



<https://www.jata-net.or.jp>

청취 해 주셔서 감사합니다.

Copyright 2020 JATA. All rights reserved.

11



第40回日韓観光振興協議会
제40회 한일관광진흥협의회

自治体発表 / 주요기관 발표

- 日韓の観光資源を活用した未来世代の交流活性化 -
- 한일 관광자원을 활용한
미래세대 교류 활성화 -

日本旅行業協会アウトバウンド促進協議会本多寿彦 部会長
일본여행업협회(JATA) 아웃바운드촉진협의회 혼다 토시히코 부회장



Copyright 2025 JARTA. All right reserved

3

 一般社団法人 日本旅行業協会 半月に 1回開催  もっと! 海外へ  ツーリス QUALITY EXPO JAPAN  ツーリス EXPO JAPAN https://www.jata-net.or.jp 両国が抱える構造的課題の二重奏 日本側の課題 手軽すぎる大都市と「旅行会社離れ」  滞在先が「ソウル」や「釜山」のみの場合、旅行者は個人手配（FIT）で十分となり、企画商品を利用する理由が消失。 急務：FITでは決して味わえない「圧倒的な高付加価値」の創出	韓国側の課題 深刻な「ソウル一極集中」  昨年の訪韓外国人客の約8割がソウル一極に集中。持続的な発展において地方への分散が最大の国家的課題。 目標：大都市モノステイからの脱却と、地方送客の推進
--	---

Copyright 2020 JATA. All rights reserved.


一般社団法人
日本旅行業協会


平日に
予約しよう!


もっと!


海外へ


CHERRY
SAFETY
JAPAN


TOURISM
EXPO
JAPAN

<https://www.jata-net.or.jp>

双方の課題を同時に解決する「戦略的交差点」

旅行会社が生き残るための「独自性」と、韓国が求める「地方分散」。

この2つのピースを組み合わせることで、日本人がまだ知らない韓国の地方の魅力に付加価値を与えることができる。



日本のニーズ

- ✦ FIT化への対抗
- ✦ 高付加価値体験

**地方都市での
高付加価値な
旅行会社専用
イベント**

韓国の課題

- ✦ ソウル一極集中の緩和
- ✦ 地方分散

Copyright © 2020 JATA. All rights reserved.



一般社団法人 日本旅行業協会  平日に「やばい」  週末に「やばい」  海外へ  TOUR QUALITY  ツーリズム EXPO JAPAN <https://www.jata-net.or.jp>

地方の奥深くへ誘う「30選」の系譜と進化

単なる名所紹介ではなく、ソウル以外の地方に眠る魅力に付加価値をつける戦略的 シミュレーション
旅行者自身が魅力の発掘に参加する仕組みへと進化している。



Copyright © 2023 JATA. All rights reserved.

一般社団法人 日本旅行業協会  平日に「やばい」  週末に「やばい」  海外へ  TOUR QUALITY  ツーリズム EXPO JAPAN <https://www.jata-net.or.jp>

知名度の壁を越える「専用イベント化」のメカニズム

日本人には全く馴染みのない地方の祭りを、あえて「日本人専用イベント」として再定義する。
FITでは実現不可能な独占的な熱狂空間を創り出す。



Copyright © 2023 JATA. All rights reserved.








<https://www.jata-net.or.jp>

奇跡の夜を独占する： ハマンの落火ノリ

2024年10月開催。知名度ゼロからのスタートだったが、韓国観光公社(KTO)との強力なプロモーション連携により、旅行会社だからこそ提供できる「未知の絶景」として爆発的な支持を獲得。



Copyright 2023 JATA. All rights reserved.

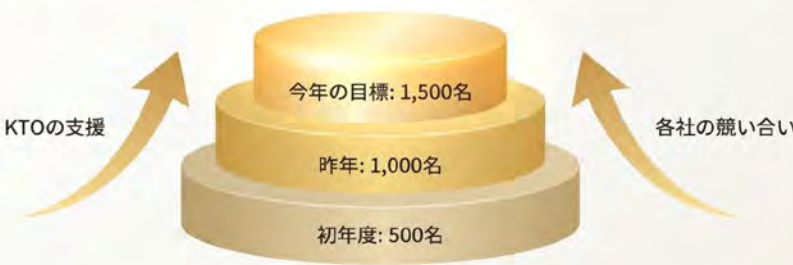




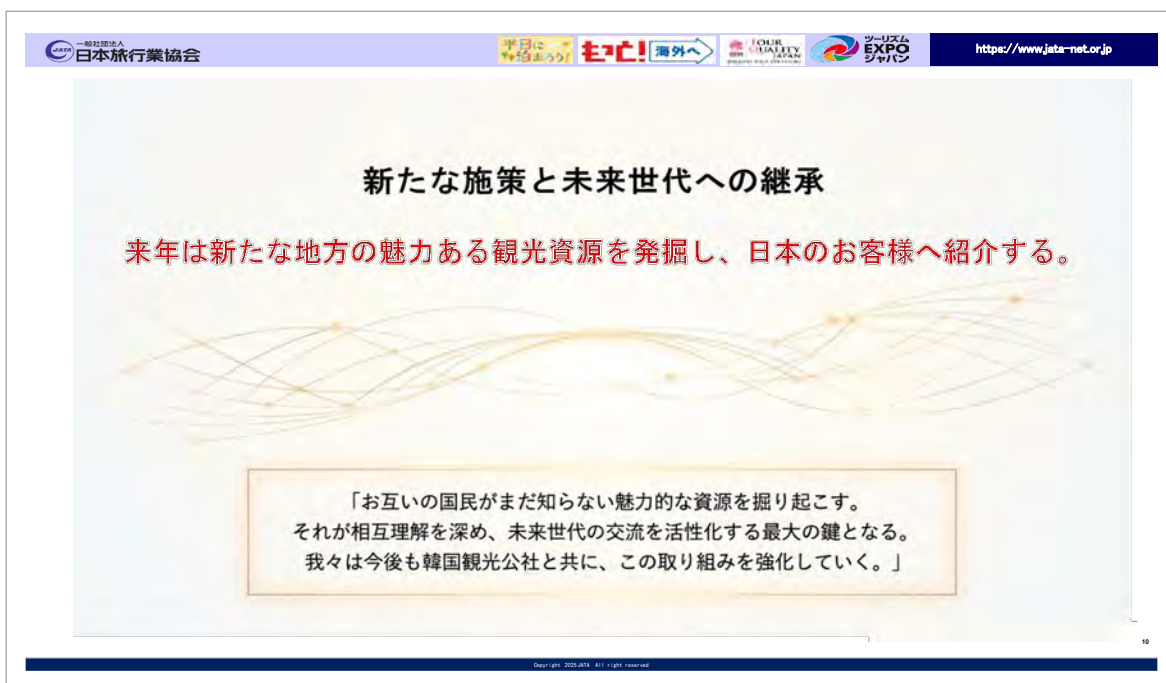

<https://www.jata-net.or.jp>

競い合いと共創が生む、圧倒的な送客力

1つのイベントに対して各社が商品を競い合うことで、相乗効果が発生。
初年度の苦戦予想を覆し、短期間で集客規模が急成長する強力なキラーコンテンツへと進化した。



Copyright 2023 JATA. All rights reserved.



<https://www.jata-net.or.jp>

ご清聴ありがとうございました。

11

Copyright 2023 JATA. All rights reserved.



제40회
한일관광진흥협의회
第40回日韓觀光振興協議會



文化體育觀光部
Ministry of Culture, Sports
and Tourism
Republic of Korea



韓國觀光公社
KOREA TOURISM ORGANIZATION

