

## 키워드 검색 빈도 분석을 통한 포스트 코로나 시대 외래관광객들의 한국 관광 관심도 변화

이용설\*

### Changes in Interests in the Korean Traveling Industry of International Visitor at the Post-Covid 19 by Analysis of Frequency in searching keyword

Yongseol Lee\*

\*Professor, Future Visual Contents Innovative Convergence Education Research Organization, Dongseo University, Pusan, 47011 Korea

#### 요 약

코로나 19 대유행으로 인한 언택트 시대로의 전환은 지속적으로 성장하고 있는 한국의 관광 산업을 크게 위축시켰다. 본 논문에서는 한국 문화체육관광부에서 공식 제공하는 년도별 외래관광객 실태조사 보고서 등 해외에서 유입되는 외래관광객들이 응답한 한국 관광 관련 지표들을 분석해서 코로나 발생 이전과 코로나 발생 이후 외래관광객들의 규모, 성별 비중, 방문 목적에서 매우 큰 변화가 있다는 점에 주목하였다. 실외 마스크 의무화 종료, 백신 접종과 상관없이 모든 해외 입국자들의 의무격리조치 해제와 더불어 2022년 상반기부터 급격하게 회복세를 보이기 시작한 외래관광객 규모를 고려하여 본 논문은 포스트 코로나 시대의 한국 관광에 대한 관심도는 어떻게 변화했을까를 알아보고자 하였다. 이를 위해 관광 관련 주요 검색 키워드가 코로나 이전과 이후 어떻게 변화했는가를 분석하고, 한국 관광 산업의 발전을 위해 필요한 변화 조치에 대해 제시하였다.

#### ABSTRACT

The transition to the untact era caused by the COVID-19 pandemic has greatly shrunk Korea's continuously growing tourism industry. In this paper, the size, gender ratio, and gender ratio of foreign tourists before and after the outbreak of Corona, gender ratio, It was noted that there was a very large change in the purpose of the visit. Considering the end of the mandatory outdoor mask, the lifting of the mandatory quarantine for all overseas arrivals regardless of vaccination, and the number of outbound tourists who started to recover rapidly from the first half of 2022, this thesis examines how the interest in Korean tourism in the post-corona era is I wanted to see if it had changed. To this end, we analyzed how major tourism-related search keywords changed before and after COVID-19, and suggested changes necessary for the development of the Korean tourism industry.

**키워드** : 포스트 코로나, 외래관광객, 한국관광, 검색어, 여행 관심사

**Keywords** : Post covid-19, Oversea tourist, Korea travel, Search word, Traveling interes.

Received 12 August 2022, Revised 19 August 2022, Accepted 21 August 2022

\* Corresponding Author Yongseol(E-mail:armdecocoy@naver.com, Tel:+82-051-320-2189)

Professor, Future Visual Contents Innovative Convergence Education Research Organization, Dongseo University, Pusan, 47011 Korea

Open Access <http://doi.org/10.6109/jkiice.2022.26.9.1399>

print ISSN: 2234-4772 online ISSN: 2288-4165

© This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.  
Copyright © The Korea Institute of Information and Communication Engineering.

## I. 서 론

2년 이상 지속된 코로나19 대유행으로 가장 큰 타격을 입은 분야는 여행 및 관광산업이었다. OECD의 2021년 통계지표에 따르면 2020년까지 집계된 관광산업 매출은 팬데믹 이전에 비해 80% 이상 감소한 것으로 나타났다[1]. 해외여행객들의 한국 관광 매출 역시 팬데믹 선언 이후 내·외국인 출입국자 수에서 이전에 비해 96.6%나 감소하여 모든 지표에서 지대한 타격을 받은 것으로 나타났다. 이는 팬데믹 초기부터 예측되었던 현상으로서 관광지, 특히 해외여행 의도를 저해하는 요인인 관광안전 개념이 정립되면서 학술적으로도 실증적 연구 성과를 진전시키는데 기여하였다[2].

팬데믹 기간 중 한국관광산업에서 주목되는 변화는 넷플릭스 등으로 대표되는 글로벌 디지털콘텐츠 플랫폼의 급격한 확산이다. 글로벌 영상콘텐츠 플랫폼 분야의 선도 기업으로 정착한 넷플릭스의 성장을 견인한 요인 중 하나는 넷플릭스가 제작비를 지원한 한국 콘텐츠였다[3].

2022년 상반기 세계 각국이 코로나 19로 인한 사회적 통제조치를 단계적으로 해제하고 있으며 한국 역시 해외입국자들의 격리가 백신 접종여부에 관계없이 해제되면서 외래관광객 규모가 급증하고 있다[4]. 특히 팬데믹 직전인 2019년 통계에서 전체 방한관광객 1750만 중 83.4%인 약 1460만 명이 중국, 일본, 대만, 홍콩 등 아시아 지역이었던 것에 비해 2022년 자료에서는 전체 80만 중 55%에 해당하는 약 44만 명만이 아시아 지역에서 온 관광객이며, 특히 미국, 캐나다 등 북미 지역에서 온 관광객들이 21만 명, 유럽이 12만 명 이상을 기록하며 입국자들의 국적이 다변화되고 있다.

관광 산업의 회복이 직전에 다가온 현재 한국을 관광하기 위해 방문하는 외래관광객들의 한국관광에 대한 관심사 역시 한류의 확산과 한국에 대한 인식 변화에 따라 차이를 나타낼 것으로 전망되며 이러한 변화의 추세 방향을 가늠해 보고자 본 연구를 진행하였다.

본 연구에서는 한국관광을 경험한 외래관광객들을 대상으로 진행된 설문조사 및 면접조사 결과를 토대로 작성된 공공기관의 통계자료를 토대로 팬데믹 이후 한국을 관광하는 외래관광객들의 관심도가 어떻게 변화하고 있는지를 관광객들이 입력한 검색어를 중심으로 정리하고 향후 한국 관광산업의 지속적인 발전을 위한

시사점을 도출하고자 한다.

## II. 코로나로 인한 여행 관광 산업의 변화 흐름

팬데믹 이전 한국 관광산업은 매년 증가 추세를 보였으며 팬데믹 직전인 2019년 해외여행객들의 한국입국자 수는 무려 1760만 명으로 역대 최다 인원을 기록하기도 하였다. 팬데믹 이전 관광산업 관련 주요 지표를 요약하자면 2010년부터 2019년 사이의 한국 여행 평균 체류기간은 6.8일이었다. 문화체육관광부의 2018 외래관광객 실태조사에 의하면 주요 방한 목적으로는 여가/위락/휴식이 78.4%, 사업 혹은 전문 활동이 18.1%, 교육이 3.0%으로 나타나 순수 여행 관광을 목적으로 한 방한이 대부분이었다[5]. 방한 기간 중 참여한 활동은 ‘쇼핑’이 92.5%, 음식/미식 탐방이 71/3%, 자연풍경 감상이 54.4% 순으로 나타나 2010년부터 유사한 형태로 관광을 즐기고 있음을 보여주었다. 흥미로운 조사 결과로 가장 만족도가 높았던 활동에서 식도락 관광이 29.3%로 가장 높고 쇼핑이 22.2%, 자연경관 감상이 11.8%로 나타나 방한 전 기대치에 비해 한국의 식문화에 대해 만족도가 높은 것에 비해 쇼핑 만족도는 기대치에 비해 낮은 것으로 나타났다. 인상 깊었던 방문지로는 명동/남대문/북창동이 58.3%로 최고치를 기록했고 동대문 패셔너운(28.1%), 신촌/홍대(16.8%)가 뒤를 이었다.

해당 조사에서 외래 관광객들은 한국 여행에 대해 93.1%가 전반적으로 만족했다고 응답하였으며 타인에게 한국 관광을 추천하고자 하는 의향도 88%로 높게 나타났다. 출입국 절차의 간편함, 대중교통, 숙박, 음식, 쇼핑 등의 항목에서 90%에 육박하는 만족도를 보여주었다. 이에 따라 향후 3년 내 한국을 재방문할 의향이 있다는 응답이 84.4%를 나타내어 전반적으로 높은 재방문 의사를 나타냈으며, 특히 방한 외래관광객 대상으로 서울 관광에 관한 면접 조사를 진행한 결과 아시아권에서 온 관광객은 방문 전 선입견과는 달리 청결하고 자연과 인공이 잘 조화된 점을 장점으로 꼽았으며, 저렴한 비용이 용이한 통합 대중교통시스템, 디지털 기기 및 인터넷 환경을 지원하는 공공 Wi-Fi와 충전 환경 구축, 간편 결제 시스템 등 진보된 디지털 기반구조를 가지고 있다는 점을 긍정적으로 수용하고 있음이 드러났다.

2019년 방한 외래관광객 숫자에서 정점을 찍은 후

2020년 상반기부터 팬데믹이 공식적으로 선언됨에 따라 방한 외래관광객 관련 지표들이 대폭 하락하여 2019년 대비 2020년 외래관광객 수는 85.6% 감소, 2021년에는 전년 대비 61.6% 감소하여 천 명 이하를 기록하였다. 가장 많은 방한 목적은 <표 1>에 나타난 바와 같이 사업/전문 활동(62.4)으로 코로나 확산 직전의 17.7%에 비해 3.5배로 집계되었는데 백신접종 여부와 관계없이 장기간의 격리가 규정되어 있어 여가/위락/휴식 목적으로 입국이 어렵다는 사실을 명확하게 보여주었다.

방한 목적과 더불어 팬데믹 이전과 극명한 차이를 나타내는 지표는 입국자 성별 비율의 변화이다. 2016년부터 2021년까지 승무원을 제외한 한국 입국자를 분석해 봤을 때 다음 <표 2>와 같이 팬데믹 이전의 입국자 성별 비율은 남성에 비해 여성이 11~17% 앞서 있었으나, 2021년 외래관광객 조사 항목에서 성별 비중은 남성 63.1%, 여성 36.9%로 큰 차이로 역전되었다는 사실을 알 수 있다[6]. 이는 방한 목적과 직접적으로 연관되는 요인으로 추정된다.

방한 외래관광객 관련 지표들은 대부분 2019년까지 방한 목적, 국가 비중, 성별 비중 등에서 일관된 흐름을 나타내지만 2019년에서 2020년 사이 코로나 팬데믹의 영향을 크게 받았음이 명백하게 드러나고 있다. 다양한 외부 복합 요인에 따라 세부 수치에서의 증감은 보이고 있지만 입국 대상국의 방역 정책에 따라 입국 및 체류 난이도가 결정되고, 코로나 19에 대한 위험지각 수준이 관광지 선택 및 관광행동 의도에 영향을 미치기 때문에 2022년 상반기부터 시행되는 실외 마스크 해제 조치와

백신접종 여부와 관계없이 입국자 격리기간 해제의 여파로 인해 방한 외래관광객 규모는 회복세를 띠고 팬데믹 이전 수준으로 회복될 가능성이 높다[7].

비록 2021년 4분기 새로운 변이 바이러스인 오미크론 확산으로 인해 코로나 19 확진자와 위중증 환자 수가 급증하면서 2022년 관광 회복 속도가 기대보다 늦춰질 것이라는 전망도 보이나 한국관광 데이터랩에서 2022년 상반기 한국관광통계에 의하면 격리 해제 이후 외래관광객 수는 폭발적으로 회복되고 있는 추세이다. 2022년 6월은 전년 동월 77,029명의 외래관광객 입국자 수 대비 195.6% 증가한 227,713명이 입국했으며 국가별 외래관광객 수는 오미크론 대확산으로 인한 강력한 방역 정책으로 인해 출입국 및 격리를 강화한 중국이 전년 동월 대비 1.6% 감소했고 상호주의에 의해 관광비자 신청 제한이 제약으로 작용하는 일본의 경우 관광비자 신청 제한 완화 및 발급 소요기간 단축으로 전년 동월 대비 569.1% 증가하였다. 중국과 일본을 제외한 아시아 국가 전체에서도 전년 동월 대비 외래관광객 수가 246.7% 증가하였으며 유럽 및 북미지역 외래관광객의 경우 백신 접종 완료자의 격리면제 등 입국조건 완화로 전년 동월 대비 216.4% 증가함으로써 코로나 이전의 절반 수준까지 급격하게 회복하는 추세다. 이는 팬데믹 기간 기존 K-pop 인기에 더해 넷플릭스로 대표되는 글로벌 영상콘텐츠 플랫폼을 통해 한국에서 제작된 영화, 드라마가 기존 아시아 지역의 인기를 넘어 북미, 유럽 지역까지 확산하면서 한국관광에 대한 인지도와 기대치가 상승한 현상을 원인으로 추정할 수 있다. 한국 문화

Table. 1 The Purposes for visiting Korea during the past three years

Year	Business	Visiting Friends/Family	Education	Leisure / Recreation / Vacation
2019	17.7%	11.2%	2.5%	67.8%
2020	67.8%	20.1%	7.8%	3.7%
2121	62.4%	16.5%	11.5%	6.8%

Table. 2 the development of gender ratio of oversea tourists during the past tree years

year		2016	2017	2018	2019	2020	2021
number of visitors	total	15,733,348	12,339,500	14,424,977	16,463,683	2,135,111	532,588
	male	6,523,538	5,533,199	6,299,185	6,768,303	978,594	335,894
	female	9,209,810	6,806,301	8,195792	9,695,380	1,156,517	196,694
gender ratio	total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	male	41.5%	44.8%	43.2%	41.1%	45.8%	63.1%
	female	58.5%	55.2%	56.8%	58.9%	54.2%	36.9%

콘텐츠를 소비하고 체험함으로써 배경 국가의 관광에 대한 이미지가 상승하기 때문에 이는 자연스러운 흐름이다[8].

### III. 코로나 전후 한국관광 관련 관심도 변화

2021년 상반기부터 시작된 코로나 19 백신접종률이 일정 수준을 넘어서며 확진자 수가 감소하기 시작했지만 델타 변이, 오미크론 확산 등 2022년에도 팬데믹 상황의 종식은 다가오지 않고 있다. 그러나 제로 코로나가 아닌 위드 코로나 정책 기조를 선택하면서 지속적인 백신 접종과 검진 시스템 정착으로 코로나 사망률을 낮게 유지하며 2021년 11월부터 단계적 일상 회복을 목표로 각종 규제가 완화되기 시작하였다.

문화체육관광부는 전국적으로 유명관광지를 중심으로 숙박 할인권을 발행하고 연속으로 숙박을 이용하는 이용자에게 특별 할인을 하는 등 해외여행에 앞서 국내 여행부터 활성화시켜 관광 사업의 활로를 찾기 위한 정책적 시도를 실시하였다. 팬데믹으로 인한 언택트 시대가 장기화되고 있는 만큼 포스트 코로나 시대에서 관광객, 특히 방한하고자 하는 해외 관광객들의 관광 유형과 수요를 분석하고 이에 대비한 관광 기반 구조를 구축하는 것이 필수적으로 요구되는 시점이다.

먼저 코로나 19 이후 언택트 사회로의 전환기에 전세 계에서 어떠한 사회적 경향성이 자리잡고 있는지를 주

도적으로 파악해야 한다. 언택트 사회에서 기존 사회에 비해 강조되는 가치는 안전과 개별화라고 할 수 있다. 팬데믹 상황은 21세기 인류사에서 가장 중요한 전환점이 될 가능성이 높으며 인류 전체가 공유하는 안전에 대한 인식이 기존에 비해 높은 우선순위를 차지하게 되었다. 이는 관광 활동에서도 적용되는 현상이며 주거지에서 멀리 떨어진 해외여행객들의 경우 관광지에서의 안전을 매우 중시하는 경향성이 나타나고 있으며, 상호안전을 담보할 수 있는 밀접한 관계를 중심으로 여행 동반자를 결정하는 등 관광지의 치안 조사를 고려하고 동반 여행 선호도의 상승 등 코로나 이전에 비해 뚜렷한 변화가 나타나고 있다. 전문가 조사 결과를 보면, 밀폐공간 기피 현상 증가, 소규모 단위의 개별관광객 중심의 여행 활동 증가 등이 정도가 높다.

포스트 코로나 시대의 원거리 관광 활동에서 두드러지게 부각되는 요인 중 하나는 디지털 편의성에 대한 중요도 상승이다. 언택트 중심의 시스템으로 사회가 전환되면서 비대면 서비스 수요가 증가하면서, 최근 여행 관광산업 조사 결과 기술적 환경 변화를 비롯한 다양한 변화들이 확산되고 있다. 한국문화관광연구원 전문가 조사 결과, 관광 중 쇼핑 활동에서의 디지털 결제수요 증가 및 편의성 확대, OTA 중심의 온라인 관광플랫폼 시장 성장, 개인화된 알고리즘에 따라 접근성 높은 관광 정보를 제공하는 관광 관련 반응성 웹 플랫폼의 영향과 지속가능성이 높게 나타났다[9].

코로나 19 확산으로 인한 관광 안전 중시 경향은 기

Table. 3 the changing trend in preference of tourist spot after covid-19

Types	intensification factor on searching word compare to last year	Types	intensification factor on searching word compare to last year
car theater	144%	casino	-62%
paragliding	92%	amusement equipment	-59%
driving course	55%	racetrack	-58%
camping spot	54%	science museum	-56%
breakwater	52%	ancient palace	-56%
lighthouse	44%	velodome	-55%
fishing	42%	theater	-54%
beach	39%	hot spring	-49%
Agro-Fishery Market	37%	concert hall	-44%
reservoir	37%	theme park	-39%
aquatic sports	30%	gallery	-39%
golf course	30%	memorial meseum	-36%
meditation	24%	zoo/botanical gardens	-9%

존 해외여행 이용자들을 근거리 중심의 여행 수요로 전환시키는 계기가 되었다. <표 3>과 같이 관광객들은 생활권 내에서 여행을 즐기는 로컬여행, 여가형 여행을 즐기고 차로 갈 수 있는 거리나 집에서 가까운 거리에서 휴가를 보내는 스테이케이션을 선호하게 되었다. 자연 친화적 관광산업 또한 부상했다. 비대면 문화가 확산되면서 대규모 행사나 밀폐공간에서의 활동을 기피하는 동시에 소규모 집단의 여행은 선호하는 현상이 등장하게 되었다. 깨끗하게 조용한 자연환경을 찾아 취미와 휴식을 즐기는 여행 형태가 세련된 여행으로 인식되었다. 대면 접촉을 최소화할 수 있는 야외 또는 자연에서의 관광 활동이나 힐링, 건강, 웰니스 등을 추구하는 관광의 인기는 포스트 코로나가 본격화되는 앞으로도 지속될 가능성이 높다. 실제 2020년 내비게이션 주요 관광지 유형별 검색건수 자료를 분석해 보면 드라이브코스는 55%, 패러글라이딩은 92%, 자동차 극장은 144%로 높은 증가율을 보이고 있다.

반면 불특정 다수의 방문객들이 오갈 수밖에 없는 경마장, 놀이시설, 카지노 등 동적인 위락시설에 대한 검색 빈도는 각각 58%, 59%, 62%로 감소했다. 검색율이 감소한 관광지들은 동식물원을 제외하면 대부분 실내에서 다수의 관광객들이 시간을 보내는 형태의 관광지로서 언택트 시대가 필연적인 선호도 변화를 불러일으켰음을 증명하고 있다.

관광지 수요가 급격하게 변화함에 따라 기존에 소외되었던 국내 관광지들이 발굴되며 기존 해외여행 선호자들이 국내 관광 수요로 흡수되는 현상도 나타났다. 출입국 절차 복잡화와 격리기간이라는 장애물 때문에 해외 관광의 난이도가 극적으로 상승함에 따라 기존에 고려 대상조차 아니었던 국내 관광지에 대해 탐구하고 조사하는 수요층이 생겨나게 되었다. 코로나 19가 관광 분야에 막대한 피해를 미친 상황 속에서도 국내 관광의 매력 재발견이라는 긍정적 영향을 끼쳤다는 점에서 해외 관광이 재개되더라도 국내 관광의 수요 증가는 계속해서 이어질 것으로 판단되고 있다. 여행산업 및 관광산업 관련 기업들에게는 관광객들의 더 높아진 안전 및 위생, 디지털 혁신 요구 증가, 개별화, 근거리 중심의 여행 등의 기준을 충족시켜 줄 수 있는 관광서비스 제공이 요구될 것이다.

#### IV. 최근의 관광산업 현황

최근에는 증상 약화, 위중증 환자들의 감소, 사회적 거리두기 단계를 대폭 완화, 입국할 시 격리폐지, 백신이 발달하면서 관광산업의 회복이 빨라지고 있으며 제로 코로나 정책을 유지하는 인근 동아시아 국가인 중국, 그리고 단체 패키지 여행객만을 허용하는 동시에 오미크론 확산이 심각한 일본에 대한 해외관광객 수요를 상대적으로 여행 난이도가 낮은 한국이 급격하게 흡수하고 있는 추세이다.

첫째, 여러 국가를 여행하는 것보다 단일 국가를 선호한다. 과거에는 ‘유럽 9박 11일에 6개국’ 여행 같은 인접 국가들과 연계한 상품이 인기를 끌었지만 코로나 19의 영향으로 한 국가에 대한 선택과 집중의 비중이 높아졌다. 둘째, 관광지보다 자연 친화적인 휴양지를 선호한다. 코로나의 피로감을 씻기 위해 안전과 방역이 보장된 청정지역 휴양지가 인기를 끌고 있다. 물론, 우리나라 항공사들이 가장 먼저 취항을 재개한 곳이 몰디브나 하와이 같은 휴양지이기도 하다. 셋째, 여행 비용을 고민 순위에 두지 않는다. 코로나 이후 억눌렸던 여행 욕구가 폭발하여 가격 저항력이 낮아졌다. 비용보다는 삶의 질에 관심의 비중을 더 높이 가지게 된 것이다. 이렇듯 비대면 서비스, 사람들의 관심도 변화 등으로 관광산업이 회복할 단계에 도달했다.

#### V. 결 론

코로나 19의 대유행이 종식되려면 아직도 적지 않은 시간이 소요되겠지만, 러시아와 중국을 포함한 26개국을 제외한 괌, 사이판, 호주, 타히티 등 21개국은 여행경보 1단계로 입국 요건으로 국내외 해외 입국 자가격리 면제가 시행되고 백신 접종 증명서, 음성확인서, 회복 증명서 등 제출이 폐지되는 나라가 늘어나며 한국 노선이 속속 증편되는 등 해외여행 예약문의가 급증하고 있다. 격리 해제 발표 이후 3월 14일부터 18일까지 해외여행 예약 건수가 전주에 비해 300% 늘었으며, 해외 항공권 예약은 전월대비 234% 증가되었다. 전달 대비 인천공항 이용객이 40만 8000명을 기록하며 이용객이 9만 명 넘게 늘어난 현상도 앞으로의 증가세를 예측하게 만드는 사실이다. ‘인터파크투어’와 ‘내일 투어’에서는 여

전히 가격이 저렴한 단체 패키지와 복잡한 대도시보다는 휴양지 위주의 상품에 관심을 가질 거라고 전망하고, ‘웹투어’에서는 당분간 개별여행이 혼재된 안전 중심의 고가 상품에 관심을 가질 거라는 전망이라고 예상하였다. 코로나19로 인해 중단되었던 관광산업들이 활성화되고 있는 상황이다. 여행에 수요가 늘며 여행업계 관계자에 따르면 여행 문화에 안전과 방역을 고려하는 사회 분위기로 반영되고 관광산업이 크게 달라질 것이라고 전망하였다.

### ACKNOWLEDGEMENT

This thesis was supported by the 4th stage BrainKorea project in 2022.

### References

- [ 1 ] OECD, “OECD initiative for safe international mobility during the COVID-19 pandemic,” *Tackling Coronavirus (COVID-19): Contributing to A Global Effort*, 2021.
- [ 2 ] B. W. Ritchie and Y. Jiang, “A review of research on tourism risk, crisis and disaster management: Launching the annals of tourism research curated collection on tourism risk, crisis and disaster management,” *Annals of Tourism Research*, vol. 79, pp. 1-15, Nov. 2019.
- [ 3 ] T. Chung and Y. Kim, “A Study on the Expansion Possibility of K-culture,” *Korea and World*, vol. 4, no. 4, pp. 179-213, Jun. 2022.
- [ 4 ] Korea tourism statistics, 1~6 monthly statistics report, Korea tourism data lab, 2022 [Internet]. Available: <https://datalab.visitkorea.or.kr/datalab/portal/ts/getEntcnyFrngnCust2Form.do>.
- [ 5 ] Ministry of Culture, Sports and Tourism, Korea, “International Visitor Survey,” Korea, Technical Report 11-137100-000194-10, 2018.
- [ 6 ] Ministry of Culture, Sports and Tourism, Korea, “International Visitor Survey,” Korea, Technical Report 11-137100-000194-10, 2021.
- [ 7 ] J. -S. Kim and K. -J. Lee, “A Study on the Influencing Relationship Between COVID-19 Risk Perception, Smart Tourism Recognition, Smart Tourism Attitude, And Behavioral Intention,” *FoodService Industry Journal*, vol. 17, no. 1, pp. 147-161, Mar. 2021.
- [ 8 ] Y. -S. Lee, “Effect of Toruism Image on Tourism Motivation and Experientiality of Chinese Tourists' on Korean Wave,” *The Journal of the Korea Contents Association*, vol. 11, no. 1, pp. 387-395, Jan. 2011 .
- [ 9 ] “Tourism Trend Analysis as of November 2021”, Korea Culture and Tourism Institute, 2022 [Internet]. Available: <https://know.tour.go.kr/ptourknow/knowplus/kChannel/kChannelPeriod/kChannelPeriodDetail19Re.do?seq=103119>.



이용설(Yongseol Lee)

동서대학교 미래영상콘텐츠 혁신융합 교육연구단 연구교수

※관심분야: 영상콘텐츠 산업, 게임 스토리텔링, 트랜스미디어 스토리텔링, 문화콘텐츠 비즈니스