

접수번호	※ 접수처 기재
------	----------

「2025년 관광데이터 분석 공모전」 데이터분석 보고서

제목	고부가가치 장거리 관광객(신홍시장)의 재방문 유도를 위한 전략 수립
----	--

신청자명	팀명	IN:KOREA	팀장	박선우
	휴대전화	010-9138-8984	이메일	sun960127@gmail.com
제출일	2025.07.28			

## 1. 요약

코로나19 이후 미국, 유럽, 호주 등 장거리 신흥시장을 중심으로 방한 수요가 증가하고 있으며 이들은 장기 체류, 지방 방문, 고지출 등에서 기존 관광객과 차별성을 보인다.

그러나 해당 시장의 다층적 수요와 감성 흐름을 반영한 분석은 여전히 부족하다. 이에 본 프로젝트는 장거리 고지출 자유여행객을 타겟으로, 공공조사 데이터 및 TripAdvisor 리뷰를 기반으로 수행하여 클러스터링, 연관규칙 분석, 감성 키워드 분석했다. PCA-KMeans 분석을 통해 도출된 클러스터 1(신흥시장 군집)은 체류일, 지출액, 개별여행 비율 모두에서 평균을 상회했으나, 재방문의향은 통계적으로 유의하게 낮게 나타나( $p < 0.05$ ) 전략적 관리가 필요한 핵심군으로 확인되었다.

연관분석 결과 ‘고궁/역사 유적지 방문’은 ‘박물관 관람’, ‘전통문화 체험’과 함께 선택되는 유의미한 조합으로 나타났으며 감성 기반 의미연결망 분석에서는 ‘nami’, ‘temple’, ‘heritage’, ‘village’ 등의 키워드가 중심으로 확인되었다.

이를 바탕으로 고궁/역사 유적지를 중심에 두고 전통 체험, 박물관 관람을 연계한 복합 체험 구성이 재방문 가능성을 높이는 전략으로 제안되며 ‘KOREA PASS 시리즈’ 도입, 광역 교통망 확대, 통합 플랫폼 구축 등의 정책을 제시했다.

## 2. 배경

코로나19 이후 세계 관광시장은 빠르게 회복세를 보이고 있으며, 특히 미국, 유럽, 호주 등 장거리 신흥시장을 중심으로 방한 수요가 뚜렷하게 증가하고 있다. 기존에는 동북아 중심의 관광객이 주류였으나, 최근에는 장거리권 국가들의 꾸준한 입국 확대와 함께 방한 관광 수요의 지리적 외연이 넓어지고 있다.

이러한 신흥시장은 단순한 방문 증가를 넘어 장기 체류, 지방 방문 확대, 높은 지출 성향 등에서 기존 단거리 시장과 뚜렷한 차별성을 보인다. 특히 개별여행객 비중이 높고, 단순 관람보다 전통문화 체험, 고궁/역사 유적지 방문, 박물관 관람 등 심화된 문화 경험을 선호하는 경향이 강하게 나타난다. 최근 글로벌 관광 트렌드가 단체에서 개별, 관람형에서 체험형으로 전환되는 흐름과도 맞물려 과거 경험 기반의 재방문 수요 역시 점차 부각되고 있다.

그러나 장거리 신흥시장의 다층적인 수요 특성과 감성 흐름을 통합적으로 분석한 연구는 아직 부족하다. 기존 연구는 국가 단위의 단면적 분석이나 만족도 및 지출 중심의 정량적 접근에 치우쳐, 재방문객의 감성 및 체험 기반 행태나 활동 간 연계 구조를 충분히 반영하지 못한 한계가 있다.

따라서 변화하는 글로벌 수요에 효과적으로 대응하기 위해서는 장거리 고지출 관광객의 실제 경험 데이터를 기반으로 전통문화 중심의 활동 선호와 감성 흐름을 정밀하게 파악하고, 이를 토대로 재방문 유도 전략을 설계하는 분석이 필요하다.

### 3. 필요성 및 목적

본 프로젝트는 유럽, 미주, 호주 등 장거리 고지출 관광객을 전략적 분석 타겟으로 설정하였다. 이들은 평균 체류일수, 지방 방문 비율, 1인당 지출액이 모두 높아, 방한 관광시장의 성장과 지역 경제에 미치는 파급 효과가 큰 핵심 집단으로 주목받고 있다.

실제로, ‘코로나19 전후 방한 입국자 수 증가 상위 6개국 특성 분석’ 결과에서도 이러한 장거리 시장의 중요성이 강조되고 있다. 해당 보고서는 유럽, 미주 등 원거리 신흥시장을 중심으로 입국자 수 확대를 위한 마케팅 전략이 필요하며, 국가별 및 집단별 특성에 기반한 정책 목표와 세부 전략 수립이 요구된다고 지적한다.

이는 기존의 획일적인 국가 단위 홍보나 일반화된 상품 구성으로는 장거리권 관광객의 다층적 수요와 재방문 가능성을 반영하기 어렵다는 문제의식과 연결된다.

한편, 관광 분야 선행 연구를 통해 첫방문객과 재방문객의 관광활동 패턴이 다르며, 방문객은 더 다양한 활동을 계획하고 더 높은 소비 성향과 충성도를 보이며 정보 탐색 및 콘텐츠 선택에서 사전 경험 기반의 능동적 행태를 보이는 것으로 나타난다. ‘과거 여행 경험’은 관광지 선택에 있어 볼거리(34%) 다음으로 높은 요인(19%)을 차지하며 중요한 영향을 주는 것으로 보인다.

국내 관광 연구는 그간 관광객 특성(인구통계, 지출, 만족도, 활동)을 중심으로 한 단면적 정량분석에 집중되어 왔다. 단면적인 정량 분석 위주로 특정 국가나 유형별 단일 주제에 초점을 맞춘 경우가 많았다.

현재까지 파악한 바에 따르면, 특히 재방문객의 감성 흐름, 실제 체험 기반 콘텐츠 조합, 다양한 활동 간 연계 구조 등 정성적 요소를 통합한 분석은 많지 않다. 이러한 분석 공백은 관광 콘텐츠 설계와 정책 수립에 있어 실질적인 전략 수립의 기반을 약화시키는 요인으로 작용한다.

본 프로젝트는 이러한 한계를 보완하고자, 장거리 고지출 관광객의 다차원 데이터를 통합 분석하고, 실제 경험 흐름에 기반한 재방문 유도 전략을 설계함으로써 관광 정책의 실효성과 지속 가능성을 제고하는 데 기여하고자 한다.

## 4. 분석 방법

### 1. 데이터 개요

#### 1) 공공조사 데이터

- 공공기관 제공 외래관광객 실태조사 원자료 활용
- 분석 기간 : 2024년(※ 연관분석은 2023~2024년 자료 활용)
- 주요 변수 : 참여활동, 만족활동, 총 지출금액, 총 숙박기간, 재방문 의향 등

#### 2) 자체 수집 리뷰 데이터

- TripAdvisor 영어 리뷰 약 1250건 수집
- 분석 결과 기반 활동별 만족 비율 상위 지역의 대표 관광지 선정 후 크롤링

### 2. 분석 기법 및 도구

- 1) 주성분 분석(PCA) : 변수 요약 및 주요 해석 축 도출
- 2) K-means 클러스터링 : 타겟 군집(클러스터 1) 도출
- 3) 연관 규칙 분석 : Apriori 알고리즘 기반 활동 조합 도출
- 4) 텍스트 분석 : 리뷰 기반 감성 및 의미연결망 분석으로 정성적 인사이트 도출
- 5) 사용 도구 : Python (pandas, numpy, scikit-learn, matplotlib, mlxtend, networkx, nltk, spacy, wordcloud)

### 3. 데이터 분석 구조

#### 1) 타겟 설정 (클러스터링 분석)

- PCA를 통해 활동 변수 차원을 축소하고, PC1·PC2를 해석 축으로 선정
- K-means 클러스터링으로 응답자를 3개 군집으로 분류
- 신흥시장에 해당하는 장거리 고지출 군집(클러스터 1)을 타겟으로 설정

#### 2) 탐색적 데이터 분석 (EDA)

- 클러스터 1 응답자 대상 방문 유형, 활동 조합 등의 주요 변수 시각화 및 특성 분석

#### 3) 연관분석 수행 (활동 조합 흐름 도출)

- 지속적 특성임을 확인하기 위하여 2개년(2023-2024) 데이터 사용
- 활동 간 조합 흐름 도출을 위해 다중응답 데이터를 트랜잭션 형태로 변환
- mlxtend 라이브러리 기반 Apriori 알고리즘 및 association\_rules() 함수 활용
- 지지도(support), 신뢰도(confidence), 향상도(lift) 기준으로 활동 간의 연관 규칙 도출

#### 4) 리뷰 텍스트 분석

- 연관 규칙에서 나온 활동들에 대해 가중치 적용한 만족 비율이 높은 관광지 순위 도출
- 감성 분석 및 의미연결망 분석을 통해 재방문 의향 및 감성 키워드 도출 및 전략 제시

## 5. 세부 분석 내용 및 결과

본 장에서는 외래관광객 데이터를 기반으로 도출한 고지출 타깃 군집의 주요 특성과 연관분석을 통한 이들의 관광활동 선호 조합, 그리고 주요 활동 관련 지역의 감성 키워드 분석 내용과 결과를 순차적으로 제시한다.

### 5-1. PCA기반 고지출 군집(클러스터 1) 특성 분석

#### 1) 분석 배경 및 목적

방한 목적, 소비, 체류 행태, 만족도 등 다양한 특성을 종합적으로 분석할 수 있도록 주성분 분석(PCA)과 군집화(KMeans)를 적용하여 시장 세분화를 진행하였다.

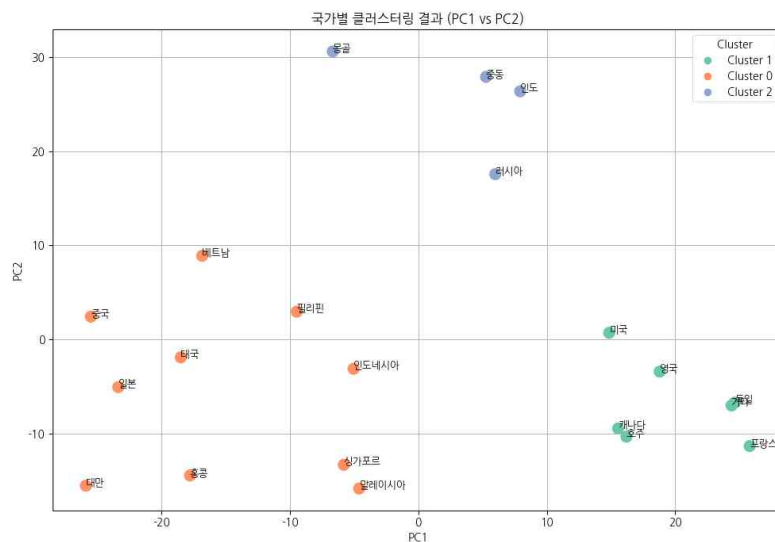
#### 2) 분석 방식 및 조건 설정

국가 단위로 데이터를 집계한 후, 각 국가별 평균값을 기반으로 PCA를 수행하였으며 누적 설명력 95%를 기준에 따라 PC1~PC5까지 총 5개의 주성분을 선택하였다. 실루엣 점수 기반 탐색 결과, 주성분 2개(P=2), 군집 수 3개(K=3) 조합에서 가장 높은 점수(0.613)를 기록하여 해당 구조를 최종 채택하였다.

PC1 축은 고가 소비 성향 및 문화체험과 관련된 변수들(전시관람, 숙박비, 통신비 등) 중심으로 구성되며, PC2 축은 여행 동기와 교통·숙박 선택 성향(여가/비즈니스 목적, 숙박 유형, 교통 편의성 등) 중심의 특성이 반영되어 있다.

#### 3) 결과 및 해석

〈그림 1〉 국가별 클러스터링 산점도 (PC1 vs PC2)



클러스터링 결과, 각 군집은 국가 단위와 응답자 단위에서 다음과 같은 분포를 보였다. 국가 단위에서는 Cluster 0이 10개국(47.6%)으로 가장 많았으며, Cluster 1은 7개국(33.3%), Cluster 2는 4개국(19.0%)으로 나타났다. 응답자 단위에서는 Cluster 0이 전체의 63.0%를 차지해 가장 큰 집단이었고, Cluster 1은 25.6%, Cluster 2는 11.3%를 차지하였다.

도출된 3개의 군집 중 클러스터 1은 미국, 유럽, 호주 등 장거리 국가 중심으로 구성되어 있으며, 정부가 정의한 신흥시장의 특징과 높은 일치도를 보였다. 장기 체류, 높은 소비 성향, 개별여행 선호 등 고부가가치 관광객의 전형적인 특성을 보였으며 분석 결과 여러 지역을 방문하는 경향도 함께 나타났다. 이는 체류와 소비 활동이 특정 도시에 집중되지 않고 전국적으로 확산될 가능성을 시사하며, 지역 분산 전략과의 연계 가능성이 있는 군집임을 보여준다.

〈표 1〉 클러스터 1(장거리 고지출 군) 주요 특성 지표 비교

지표	클러스터 1	전체 평균	비교
평균 체류일수	11.62일	8.29일	1.4배
1인 지출액	3,050.6달러	1,877.4달러	1.62배
개별여행 비중	96.7%	80.5%	+16.2%p
재방문의향(4-5점)	88.4%	92.3%	-3.9%p

클러스터 카이제곱 검정 결과, 주요 지출 변수와 활동 변수에서 클러스터 간 분포 차이가 통계적으로 유의한 것으로 확인되었다( $p < 0.001$ ). 특히 총지출액(C총액1인TOT2), 국제교통비(C국제국외1인대체), 숙박비(C숙박비1인대체)의 경우 효과크기(Cramer's V)가 각각 0.345, 0.358, 0.274로 나타나 중간 이상 수준의 차이가 존재하였다. 이는 Cluster 1이 고지출과 장기체류 성향을 보이는 집단이라는 점을 통계적으로 입증한다. 반면 일부 변수에서는 효과크기가 0.1 이하로 나타나, 군집을 설명하는 요인으로서의 제한적임이 확인되었다.

한편, 이들은 재방문의향은 통계적으로 유의하게 낮게 나타나( $p < 0.05$ ), 한 차례 방문 후 이탈할 가능성이 존재한다. 이에 따라 클러스터 1은 재방문 유도 전략의 최우선 타겟으로 설정될 필요가 있으며 방문 경험의 질적 제고 및 지속적 관계 형성을 위한 전략적 개입이 필요하다는 결론을 내렸다.

## 5-2. 연관규칙 분석

앞선 분석을 통해, 클러스터 1은 장기 체류, 고지출 특성을 지닌 동시에, 자율적 여행 성향이 뚜렷한 고가치 관광객 집단이지만 재방문 의향은 전체 평균보다 낮아 잠재적으로 이탈 가능성이 존재하는 것으로 나타났다. 이에 따라 재방문 의향이 높은 응답자들을 중심으로 연관분석을 수행하여 실제 재방문 가능성과 관련된 관광활동 조합을 파악하고자 하였다. 이는 재방문 유도를 위한 콘텐츠 연계 전략 및 정책 설계에 있어 체류 경험 확장에 기여할 수 있는 실질적 인사이트를 도출하기 위함이다.

## 1) 분석 방식 및 조건 설정

분석 대상은 클러스터 1에 속한 응답자 중 재방문 의향을 4~5점(‘그렇다’ 이상)으로 응답한 집단으로 한정하였다. 이들을 향후 실제 재방문 가능성이 높은 핵심 타겟으로 간주하고 그들의 체류 중 만족한 관광활동 조합을 파악하고자 연관규칙 분석(Apriori 알고리즘)을 적용하였다.

분석에는 다중응답으로 구성된 만족한 관광 활동 항목(Q8a01~Q8a20)을 활용하였으며, 응답자별 활동을 트랜잭션 형태로 변환한 뒤 이진 행렬(binary matrix)로 인코딩하여 규칙을 탐색하였다. 연관규칙 지표(support, confidence, lift)는 표본 설계 가중치를 반영하여 계산함으로써, 응답자의 대표성을 고려한 규칙 도출이 이루어지도록 하였다. 규칙 필터링은 선행연구의 기준을 참고하되, 표본 수와 활동 빈도를 고려하여 support 5% 이상, confidence 30% 이상, lift 1.1 이상을 충족하는 규칙만을 채택하였다.

다만 confidence와 lift는 활동별 응답자 규모에 따라 값이 달라져 집단 간 비교에는 한계가 있다. 이에 따라 필터링을 통과한 규칙에 대해서는 가중치 기반 support 비율을 산출하고, 추가적으로 z-test를 수행하여 해당 규칙이 클러스터 1에서만 통계적으로 유의하게 강하게 나타나는지를 검증하였다.

## 2) 결과 및 해석

〈표 2〉 재방문 의향 응답자 대상 주요 관광활동 연관규칙 결과

	박물관 → 고궁/역사 유적지	전통문화체험 → 고궁/역사 유적지
confidence	0.604	0.580
lift	1.197	1.149
C1/C0_support	5.569	3.911
C1/C2_support	2.409	2.472
z(C1 vs C0)	945.284, p-value = 0.0	699.214, p-value = 0.0
z(C1 vs C2)	209.428, p-value = 0.0	185.917, p-value = 0.0

클러스터 1에서 유의미하게 나타난 만족한 활동의 규칙으로 ‘박물관/전시관 관람 → 고궁/역사 유적지 방문’과 ‘전통문화체험 → 고궁/역사 유적지 방문’이 도출되었다. 첫 번째 규칙은 C1에서의 발생 비율이 13.0%로, C0(2.3%)와 C2(5.4%) 대비 각각 약 5.6배와 2.4배 높게 나타났으며, z-test 결과 또한 통계적으로 유의하였다. 두 번째 규칙 역시 C1에서 10.2%로, C0(2.6%)와 C2(4.1%)에 비해 각각 3.9배와 2.5배 높았다.

이러한 결과는 클러스터 1 집단이 고궁/역사 유적지를 중심으로 박물관이나 전통문화체험과 연계된 활동을 만족하는 경향이 뚜렷함을 보여주며, 재방문 유도를 위해 이러한 연계 콘텐츠 개발이 효과적일 수 있음을 시사한다.

### 5-3. 감정분석 및 의미연결망 분석

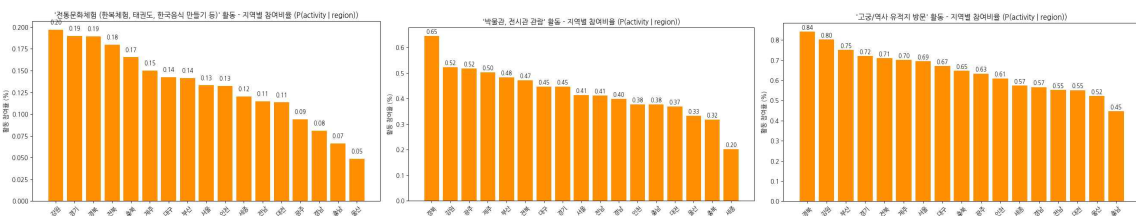
앞선 연관규칙 분석에 따라 각 활동에 대한 실제 관광 경험에 내재된 감성과 인식을 파악하고자, 온라인 리뷰 기반 감성 키워드 분석을 수행하였다. 이를 통해 단순 활동 빈도나 선호도 외에, 관광객의 감정적 반응과 재방문 의향을 불러 일으키는 키워드를 교차분석하여 콘텐츠 강화 또는 정책 개선 방향에 대한 실질적 시사점을 도출하고자 하였다.

#### 1) 분석 방식 및 조건 설정

분석은 크게 다음과 같은 4개의 단계로 구성되었다.

- **지역 및 관광지 선정:** 연관규칙결과로 도출된 활동별 만족 응답 비율이 가장 높았던 지역을 우선 선정하고, 해당 지역 내에서 활동별 만족도가 높은 관광지를 기준으로 리뷰 수집을 진행하였다. 한 활동 유형당 총 500개의 리뷰를 확보하되, 관광지당 최대 250개로 제한하였고, 부족 시 차순위 관광지에서 추가 확보하는 방식으로 구성하였다.

〈그림 2〉 클러스터 1 대상 주요 활동별 지역 만족도 상위 5위 비교

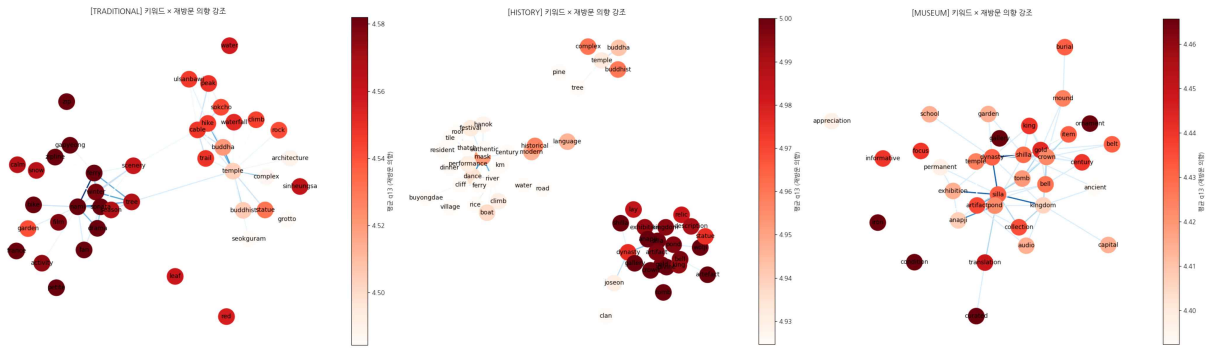


- **리뷰 수집 및 전처리:** 트립어드바이저에서 영어 리뷰만을 필터링하여 최신순으로 수집하였다. 수집된 리뷰는 정규화, 불용어 제거, 토큰화 및 lemmatization(단어 원형화)과정을 거쳐 정제하였다. 또한 분석의 정확도를 높이기 위해 일반적 감탄사나 장소와 무관한 공통 단어를 제거하였다. 이 과정에서 전체 관광지의 70% 이상에서 반복적으로 나타나는 단어, 관광지별 상대적 분포의 변동계수(CV)가 0.15 미만으로 변별력이 낮은 단어, 최소 5개 이상의 관광지에서 공통적으로 등장하는 단어를 제거하여 분석의 정확성을 확보하였다.

- **분석 1 (재방문 의향 기반 의미연결망):** 각 리뷰에는 설문 가중치를 반영한 q13\_mean 값을 관광지별로 계산한 뒤, 각 리뷰에 병합하여 키워드별 평균 재방문 의향을 도출하여 해당 키워드가 재방문 의향에 얼마나 긍정적으로 기여하는지를 정량적으로 평가하였다. 이후 단어쌍 조합 빈도를 기반으로 연결망을 생성하고, 평균 Q13 값을 색상으로 표현하여, 관광객 의향과 밀접한 감성 키워드를 직관적으로 확인할 수 있도록 하였다.

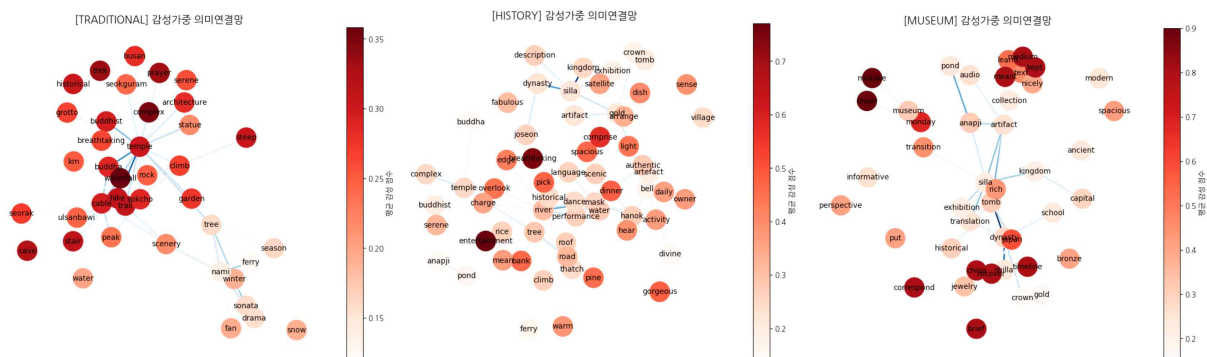


〈그림 3〉 활동별 키워드 의미연결망: 재방문 의향 기반 시각화



- 분석 2 (감성점수 기반 의미연결망): 리뷰 원문을 문장 단위로 분리하여 TextBlob으로 감성 점수(polarity, -1~+1)를 산출하고 문장 점수의 평균으로 리뷰 단위 감성 점수를 도출하였다. 이후 각 리뷰의 토큰으로 생성된 단어쌍별로 해당 리뷰의 sentiment\_score를 누적하여 감성가중 연결 강도로 사용하였다. 또한 단어별 평균 감성 점수를 노드 색에 반영하여 긍정적 인식이 강할수록 더 진하게 표현하였다.

〈그림 4〉 활동별 키워드 의미연결망: 감성 기반 시각화



또한 의미연결망에서 도출된 키워드가 포함된 문장을 추출하여 감성점수를 계산해 리뷰 단위 감성분석이 간과할 수 있는 각 문장의 맥락을 보완하였다. 이를 위해 VADER를 활용하여 각 문장의 compound 감성점수(-1~+1, 임계값  $\pm 0.05$ )를 산출하였으며, 키워드 단위와 문장 단위 분석을 교차 검증하였다. 그 결과, 의미연결망에서 전반적으로 긍정 경향이 확인되었으나 문장 단위 분석에서는 접근성·서비스·정보 전달 등에서 부정적 맥락이 공존함을 확인하였다.

## 2) 결과 및 해석

〈그림 5〉 활동별 상위 교차 키워드

=== TRADITIONAL 상위 교차 키워드 ===

node	degree_revisit	w_degree_revisit	revisit_score	degree_sent	w_degree_sent	sentiment_score	rank_score
nami	377	8765.28	4.58	8	84.13	0.23	8849.41
tree	335	6813.93	4.57	6	50.17	0.24	6864.1
winter	281	6254.36	4.57	6	65.15	0.21	6319.51
cable	297	5989.68	4.49	7	54.46	0.24	6044.14
ferry	298	5956.54	4.58	4	40.75	0.23	5997.29
hike	239	5076.33	4.48	6	46.61	0.27	5122.94
scenery	236	4191.77	4.54	3	17.67	0.26	4209.44
temple	214	4089.76	4.48	3	24.54	0.25	4114.3
trail	219	3761.04	4.49	2	14.65	0.25	3775.69
peak	233	3760.65	4.49	2	11.65	0.22	3772.3

=== HISTORY 상위 교차 키워드 ===

node	degree_revisit	w_degree_revisit	revisit_score	degree_sent	w_degree_sent	sentiment_score	rank_score
temple	271	6037.37	4.93	5	34.35	0.26	6071.72
mask	283	2910	5	1	5.48	0.2	2915.48
dance	214	1920	5	1	5.48	0.19	1925.48
buddha	80	1418.3	4.92	1	6.43	0.21	1424.73
complex	89	1410.26	4.93	1	8.27	0.21	1418.53
buddhist	69	1265.64	4.92	1	7.09	0.2	1272.73
architecture	86	950.81	4.94	1	7.54	0.28	958.35
garden	102	912.09	4.94	1	5.02	0.25	917.11

=== MUSEUM 상위 교차 키워드 ===

node	degree_revisit	w_degree_revisit	revisit_score	degree_sent	w_degree_sent	sentiment_score	rank_score
silla	142	2805.37	4.36	4	24.74	0.24	2830.11
artifact	89	1518.61	4.36	1	6.97	0.28	1525.58
kingdom	69	1125.64	4.36	1	6.95	0.25	1132.59
exhibition	69	1108.19	4.36	1	5.15	0.26	1113.34
dynasty	71	1099.46	4.36	2	10.77	0.25	1110.23
shilla	38	580.27	4.36	1	5.09	0.26	585.36

### - 교차분석을 통한 인사이트 도출

재방문 의향 기반 의미연결망 도출과 감성 점수 기반 의미연결망의 교차 분석을 통하여 두 그래프에서 동시에 중심성을 보이는 키워드를 통해 강한 감정 반응과 높은 재방문 의향을 함께 반영하는 핵심 경험 요인을 확인하고자 하였다. 문장 단위 감성분석(VADER)은 이러한 의미연결망 해석을 보완적으로 검증하는 역할을 수행하였다.

전통문화 체험에서는 nami, tree, winter가 재방문 의향 의미연결망에서 중심성을 보이며 자연·계절적 요소가 주요 동력으로 작용하였다. 그러나 감성 의미연결망에서는 상대적으로 낮은 점수를 보여 재방문 동기는 크지만 감성적 몰입은 제한적인 특성을 보였다. 반면 temple과 hike는 두 의미연결망 모두에서 중심성을 확보하여 체험적 활동과 전통문화 요소가 결합할 때 재방문 동기와 감성적 만족을 동시에 자극하는 요인으로 나타났다. VADER 분석 역시 temple과 hike는 긍정적으로 평가되었으나 ulsanbawi와 stair는 접근성·난이도의 제약으로 부정적 경험이 일부 확인되며 의미연결망 해석을 뒷받침하였다.

고궁/역사유적지에서는 temple, mask, dance가 재방문 의향 의미연결망에서 중심을 이루어, 역사 체험이 공연·축제와 결합될 때 재방문 효과가 강화됨을 보여주었다. 동시에 authentic, garden, architecture는 감성 의미연결망의 주요 키워드로 나타나, 역사적 진정성과 공간 경험이 정서적 만족을 강화하는 요인으로 확인되었다. VADER 분석에서는 temple과 silla가 긍정적으로 작용한 반면, 음식(dish), 언어(language), 무덤(tomb)에서는 불만 요인이 드러나 의미연결망에서 파악된 긍정적 흐름과 대비되는 제약 요인을 보였다.

박물관에서는 silla, artifact, exhibition이 재방문 의향 의미연결망의 핵심으로 나타나 역사 인식 요인이 뚜렷하게 확인되었다. 동시에 artifact, dynasty, silla는 감성 의미연결망에서도 중심성을 보이며, 전시 경험이 역사적 이해도를 높이고 감성 몰입을 동시에 강화하는 구조임을 보여주었다. VADER 분석 결과 exhibition과 artifact는 긍정적으로 평가된 반면, 번역(translation)과 안내 품질 부족으로 인해 일부 부정적 반응이 확인되었다. 이는 전시 경험 자체는 긍정적이지만 정보 전달의 완결성이 감성 몰입을 저해할 수 있음을 시사한다.

종합적으로, 의미연결망은 전통문화 체험과 박물관 관람이 서로 다른 경로를 통해 고궁/역사유적지라는 허브로 수렴함을 보여준다. 전통문화는 자연경관 키워드(nami, tree, winter)를 통해 재방문 동기를 형성하고 사찰·활동 키워드(temple, hike)를 통해 감성적 몰입을 강화하였다. 반면 박물관은 전시 중심 키워드(silla, artifact, exhibition)를 기반으로 역사 인식 요인을 제공하면서 동시에 스토리텔링을 통해 감성적 만족을 보완하였다.

연관분석 결과 또한 이러한 구조를 지지한다. 클러스터 1에서는 ‘박물관 관람 → 고궁/역사유적지 방문’, ‘전통문화 체험 → 고궁/역사유적지 방문’의 연계성이 높게 나타나 고궁/역사유적지가 세 활동의 공통 허브로 작동함이 확인되었다. 이에 따라 재방문 전략은 고궁/역사유적지를 중심축으로 설정하되, 관광객의 성향에 따라 감성 중심(전통문화 체험) 또는 역사 인식 중심(박물관 관람)의 모듈형 체험으로 차별화할 필요가 있다.

## 6. 시사점 및 정책 활용 방안

본 분석을 통해 고궁/역사 유적지가 전통문화 체험, 박물관 관람과 함께 선택되는 경향이 유의미한 규칙으로 도출되며 신흥시장 방문 흐름에서 핵심 허브 역할을 수행하고 있음을 시사한다. 특히 박물관은 고궁/역사 유적지 방문 전후의 맥락을 보완하고 몰입을 심화하는 콘텐츠로, 전통문화 체험은 감성 만족과 문화적 흥미를 유도하는 콘텐츠로 기능한다.

이들 활동은 고궁/역사 유적지와 결합되어 함께 체험될 때 감성적, 문화적으로 복합적인 경험을 제공하는 것으로 확인되며 이는 단일 콘텐츠 중심보다는 복합 체험 구성이 재방문 가능성을 높이는 데에 더욱 효과적인 전략이 될 수 있음을 시사한다.

따라서 향후 전략 수립에 있어서 활동별 만족 비율이 높은 관광지 중심으로 고궁/역사 유적지를 핵심 콘텐츠로 설정해 전통문화 체험, 박물관 등 다양한 콘텐츠를 유기적으로 연계한 체험 구성이 가능하도록 하는 패스권 설계 전략이 요구된다.

특히 개별여행 성향이 뚜렷한 신흥시장 방문객의 특성을 고려하여 정해진 루트를 고정적으로 제시하기보다 개인의 감성, 학습 욕구를 충족할 수 있는 복합형 관광 경험을 설계하고 스스로 선택 가능성을 열어두는 방향이 필요함을 시사하며 동시에 의미연결망과 VADER 분석에서 확인된 접근성·언어·서비스 품질 등 불편 요인을 보완하는 노력이 병행되어야 한다. 따라서, 분석 결과를 반영해 본 연구에서는 다음과 같은 활용 방안을 제시한다.

## 1. 장거리 자유여행객 대상 「KOREA PASS」 시리즈 도입

- 1) 일정 기간 내 선택 관광지 방문 + 교통 + 체험 + 편의 서비스 통합 할인 제공
- 2) KOREA PASS 3, KOREA PASS 5, KOREA PASS 7, KOREA PASS ALL 구성  
: 역사유산(불국사, 하회마을) 필수 1개 포함 조건(※고궁/역사 유적지 확보 목적)
- 3) 선택 가능 목록

〈표 3〉 코리아 패스 선택 가능한 관광 상품 목록

분류	항목
관광지	불국사 / 하회마을 / 하회탈박물관 / 경주박물관 / 남이섬 / 설악산
교통	KTX + 지하철/버스 연계 교통할인
편의	짐 이동 서비스 / 유심(eSIM) 제공
체험	전통문화 체험 / 다국어 도슨트 / 스냅 사진 서비스

## 2. 정책 제언

- 1) 서비스 통합 시스템 구축 : 모바일 기반 예약·선택·인증 시스템 구축
- 2) 민관 협력 구조 정비 : KORAIL, 통신사, 문화재단, 지역 체험시설 등과의  
실무 협의
- 3) 교통 개선 : 강원도-경북 간 KTX 노선 신설 등 광역 교통망 확장 검토

## 3. 기대효과

- 1) 개별여행자 편의 향상 : 교통·통신·짐 이동 등 인프라 통합 제공
- 2) 지역 관광 활성화 : 지방 핵심 문화 유산지로의 관광객 유입 유도
- 3) 콘텐츠 몰입도 향상 : 감성 + 체험 + 기록 콘텐츠 연계로 관광 경험 고도화
- 4) 소비 확대 및 재방문 유도 : 장기 체류 가능성 증가, 고부가가치화 가능
- 5) SNS 기반 확산 효과 : 기록 콘텐츠와 연계된 자발적 공유를 통해 광범위한 홍보  
효과 기대

## 4. 추진 방향 제언

- 1) 1단계 (시범 사업): 서울-경북-강원 축을 중심으로 3개 코스 모델 개발 및 운영
- 2) 2단계 (확산 적용): 전국 주요 권역 대상 자유 구성형 패스 상품 확대
- 3) 3단계 (통합 플랫폼화): KOREA PASS를 기반으로 외국인 개별여행객 대상 국가  
대표 관광 플랫폼으로 육성

## 참고문헌

- 정규렬(2024), 코로나19 전후 방한 입국자 수 증가 상위 6개국 특성 분석, [투어고인사이트 제2024-1호]
- 윤선미(2024), 첫방문객과 재방문객 간의 관광활동 연관성 비교: 경기도를 중심으로, GRI연구논총 제26권 제4호(통권 제92호), 페이지 219-240
- 김수정(2018), 한국을 재방문하는 외래 관광객의 특성에 관한 연구, 한국콘텐츠학회논문지 제18권 제10호, 페이지507-517
- 한주형(2020). 「서울을 방문한 외국인 개별자유여행객(FIT)의 다관광지 방문패턴: 데이터마이닝을 활용한 첫방문객과 재방문객 비교」, 『관광레저연구』, 제32권 제8호, pp.387-407.