# 2024 인천관광 실태조사

## 분 석 편

2025. 03.



인천광역시 Incheon Metropolitan City

인천관광공사 Incheon Tourism Organization

# 제 출 문

인천광역시/인천관광공사 귀하

본 보고서를 『2024 인천관광 실태조사』의 분석결과 보고서로 제출합니다.

2025년 03월

(주)한국데이터연구소

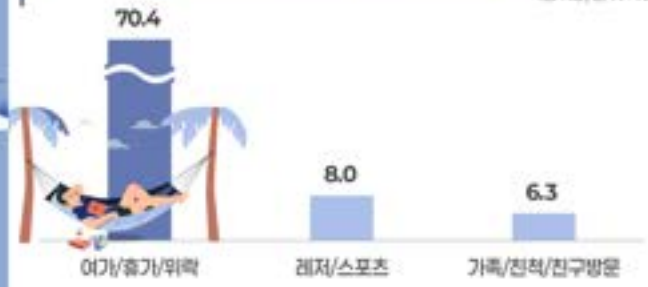
# 2024 인천관광 실태조사

## 방문 내국인 관광객

조사 대상: 인천 방문 만 15세 이상 내국인 (인천 시민 제외) 3,000명
조사 방법: 현장 대면면접조사
조사 기간: 각 분기별 조사(4회)

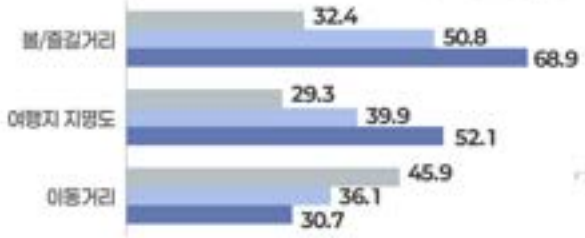
### 여행 목적

(상위3, 단위 : %)



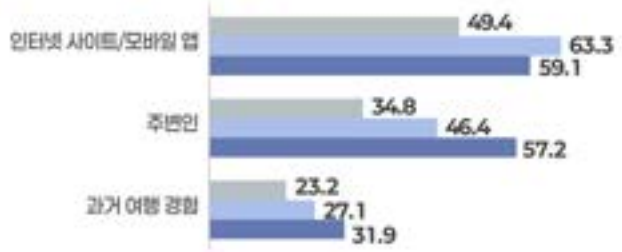

### 인천 선택 이유

■ 2019년 ■ 2021년 ■ 2024년 (상위3, 복수응답, 단위 : %)




### 정보 습득 경로

■ 2019년 ■ 2021년 ■ 2024년 (상위3, 복수응답, 단위 : %)




### 이용한 인터넷 사이트

(상위3, 복수응답, 단위 : %)




### 사전 확인 정보

(상위3, 단위 : %)



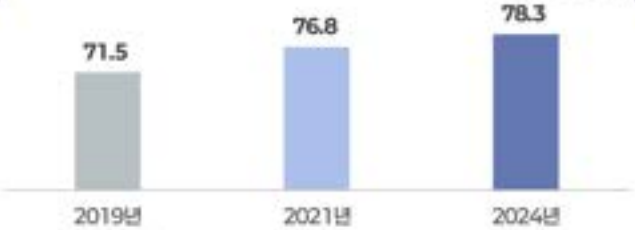

### 동반자 수(평균)

(동반 여행자 기준, 단위 : 명)




### 당일 여행 비율

(단위 : %)




### 여행 기간(평균)






인천광역시 Incheon Metropolitan City
인천관광공사 Incheon Tourism Organization

# 2024 인천관광 실태조사

## 방문 내국인 관광객

조사 대상: 인천 방문 만 15세 이상 내국인 (인천 시민 제외) 3,000명
조사 방법: 현장 대면면접조사
조사 기간: 각 분기별 조사(4회)

### 방문 관광지

(상위7, 복수응답)

| 2021년 | | 2024년 | |
|---|---|---|---|
| 순위 | 관광지명 | 순위 | 관광지명 |
| 1 | 차이나타운 | 1 | 차이나타운 |
| 2 | 월미문화의 거리 | 2 | 월미문화의 거리 |
| 3 | 조양방직 | 3 | 송유도 |
| 4 | 소래포구, 소래철교 | 4 | 센트럴파크 |
| 5 | 동막해변 | 5 | 소래포구, 소래철교 |
| 6 | 센트럴파크 | 6 | 조양방직 |
| 7 | 교동도 | 7 | 동막해변 |

※ 신규 관광지 추가(정원 11), 인스파이어 엔터테인먼트 리조트(19) 추가
※ 본 조사의 결과는 관광지 입장객 총량과 상이할 수 있음

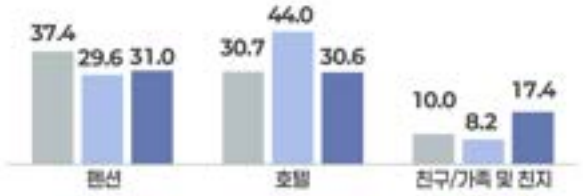
### 경험 활동

(상위3, 복수응답, 단위 : %)




### 숙박시설

2019년 2021년 2024년 (상위3, 복수응답, 단위 : %)




### 교통수단

(상위3, 복수응답, 단위 : %)




### 평균 지출비용

(1인 1회)




### 여행 평가

2019년 2021년 2024년 (Top2 기준, 단위 : %)




※ Top2 : 만족(4점)+매우 만족(5점) 응답 비율의 합

### 수용태세 평가

(Top2 기준, 상위5, 단위 : %)




※ Top2 : 만족(4점)+매우 만족(5점) 응답 비율의 합





인천광역시 Incheon Metropolitan City
인천관광공사 Incheon Tourism Organization

# 2024 인천관광 실태조사

## 방문 외국인 관광객

조사 대상: 인천 방문 만15세 이상 외국인 1,000명
조사 방법: 현장 대면면접조사
조사 기간: 각 분기별 조사(4회)

### 여행 목적

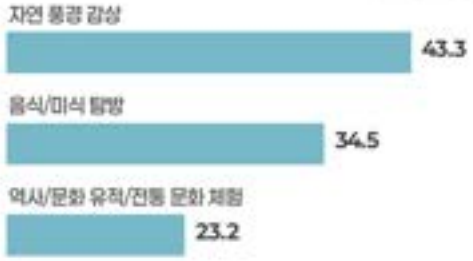
(상위3, 단위 : %)





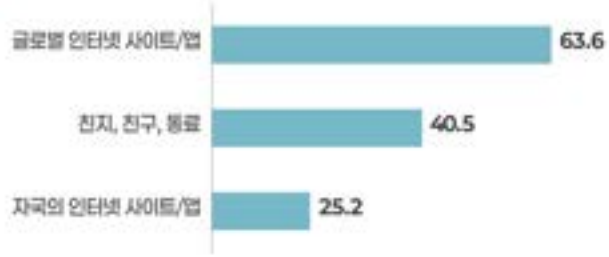

### 인천 선택 이유

(상위3, 복수응답, 단위 : %)




### 정보 습득 경로

(상위3, 복수응답, 단위 : %)




### 이용한 인터넷 사이트

(상위3, 복수응답, 단위 : %)




### 사전 확인 정보

(상위3, 복수응답, 단위 : %)




### 동반객 유형

(복수응답, 단위 : %)




### 여행 기간

(단위 : %)




### 여행 기간(평균)








인천광역시 Incheon Metropolitan City
인천관광공사 Incheon Tourism Organization

# 2024 인천관광 실태조사

## 방문 외국인 관광객

조사 대상: 인천 방문 만15세 이상 외국인 1,000명
조사 방법: 현장 대면면접조사
조사 기간: 각 분기별 조사(4회)

### 타 지역 방문




### 방문 관광지

(상위10, 복수응답)

| 순위 | 관광지명 | 순위 | 관광지명 |
|---|---|---|---|
| 1 | 차이나타운 | 6 | 조양방직 |
| 2 | 센트럴파크 | 7 | 트라이보울 |
| 3 | 월미문화의 거리 | 8 | 강화씨사이드리조트(루지) |
| 4 | 송월동동화마을 | 9 | 계양장 거리 |
| 5 | 파라다이스시티 | 10 | 용흥궁 |

※ 본 조사의 결과는 관광지 입장객 총량과 상이할 수 있음

### 경험 활동

(상위3, 복수응답, 단위 : %)




### 숙박시설

(상위3, 복수응답, 단위 : %)




### 교통수단

(상위3, 복수응답, 단위 : %)

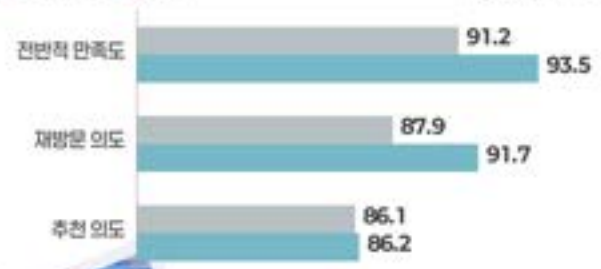



### 평균 지출비용

(1인 1회)




### 여행 평가




※ Top2 : 대체로 그렇다(4점)+매우 그렇다(5점) 응답 비율의 합

### 수용태세 평가




※ Top2 : 만족(4점)+매우 만족(5점) 응답 비율의 합





인천광역시 Incheon Metropolitan City
인천관광공사 Incheon Tourism Organization

# 2024 인천관광 실태조사

## 잠재 관광객 조사

조사 대상: 최근 1년간 국내여행 경험이 있는 만15-69세 일반인 (인천 시민 제외) 1,012명
조사 방법: 온라인 조사
조사 기간: 2024년 2월

### 인천 선호도

(단위 : %)



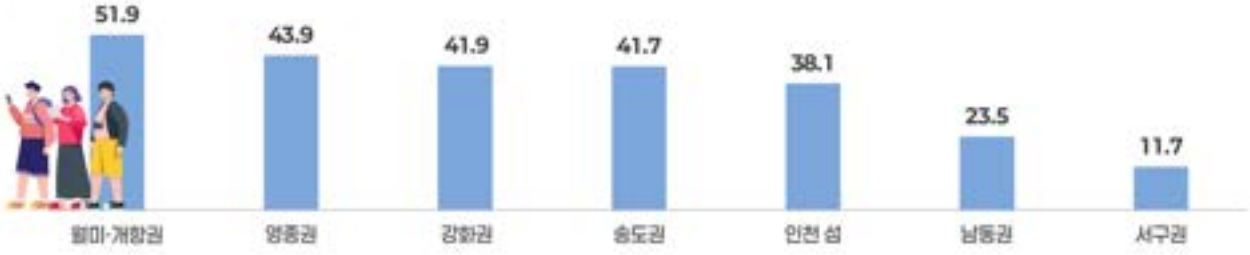

### 인천 여행 의향

(단위 : %)




### 방문 희망 지역

(복수응답, 단위 : %)




### 희망 활동

(상위3, 복수응답, 단위 : %)




### 선호하는 여행 형태

(Top2 기준, 단위 : %)




※ Top2 : 의향이 있다(4점)+매우 의향이 있다(5점) 응답 비율의 합

### 인천시티투어 이용 의사

(단위 : %)




### 인천시티투어 이용 의사 없는 이유

(단위 : %)




인천광역시 Incheon Metropolitan City
인천관광공사 Incheon Tourism Organization

# 일러두기

- 본 보고서는 「2024 인천관광 실태조사」의 주요 결과를 수록함
- 본 과업은 내국인 관광객 조사, 외국인 관광객 조사, 잠재 내국인 관광객 조사로 구성되어 있음
- 과년도 조사(2019년, 2021년) 및 유사 조사와의 비교 시, 조사 대상, 조사 지점, 조사 방법 등이 상이하기 때문에 해석에 유의해야 함
- 통계표에 사용된 부호의 뜻은 다음과 같음
  - [-] : 해당 숫자 없음
  - [0], [0.0], [0.00] : 단위 미만
- 일부 중복 응답 문항은 응답 결과의 합이 100%를 넘을 수 있음
- 본 보고서 상에 기재된 숫자는 단위 미만에서 반올림된 것으로, 각 항목의 값은 총계(또는 전체)와 일치하지 않을 수 있음
- 본 보고서의 내용을 전재(轉載) 또는 역재(譯載) 할 경우에는 「2024 인천관광 실태조사 00쪽에서 전재 또는 역재」라고 기재하여야 함

인천광역시
Incheon Metropolitan City
인천관광공사
Incheon Tourism Organization

# 목 차


## Ⅰ 조사 개요 01
1. 조사 배경 및 목적 ····· 03
2. 조사 설계 ····· 04
3. 응답자 특성 ····· 08

## Ⅱ 조사 결과 요약 11
1. 내국인 관광객 ····· 13
2. 외국인 관광객 ····· 19
3. 잠재 내국인 관광객 ····· 24

## Ⅲ 내국인 관광객 29
1. 인천여행 준비 ····· 31
2. 인천여행 행태 ····· 37
3. 인천여행 평가 ····· 51

## Ⅳ 외국인 관광객 61
1. 인천여행 준비 ····· 63
2. 인천여행 행태 ····· 69
3. 인천여행 평가 ····· 86

## Ⅴ 잠재 내국인 관광객 95
1. 인천 이미지 ····· 97
2. 인천여행 잠재행태 ····· 101
3. 관광 정책 및 인식 ····· 110

## Ⅵ 설문지 113
1. 내국인 관광객 ····· 115
2. 외국인 관광객 ····· 121
3. 잠재 내국인 관광객 ····· 153


인천광역시
Incheon Metropolitan City
인천관광공사
Incheon Tourism Organization

# I

# 조사 개요

1. 조사 배경 및 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

인천광역시
인천관광공사

# 1 조사 배경 및 목적



## 가. 조사 배경

■ 인천은 도심 관광, 역사문화유적 탐방, 자연관광 등 다양한 형태의 여행이 가능한 관광자원을 보유한 도시로서, 관광 수요가 확대될 가능성이 높은 지역임

■ 관광 수요 확대를 위해 관광정책 및 마케팅 전략 수립이 필요한 시점이나, 국가 단위 통계의 경우, 인천에 대한 표본 수가 적어, 인천만의 특화 분석 및 활용에 한계가 있는 상황임

■ 또한, 인천관광에 대한 구체적인 행태파악은 2021년 이후 진행된 적이 없기에, 코로나19 사태의 종식 이후, 인천관광에 대한 기초자료가 전무한 상황임

■ 따라서 인천에 대한 관광수요의 확대가 필요한 시점이며, 이를 위해 인천관광에 대한 구체적인 행태 파악 및 정책/마케팅 전략 수립의 기초자료 생산이 필요함

## 나. 조사 목적

■ 본 조사의 목적은 인천관광 관련 통계자료 확보를 통해 코로나19 사태의 전-중-후에 대한 인천관광 트렌드를 파악하고, 향후 관광정책 및 홍보·마케팅 수립 시 객관적 기초자료를 마련하는 것임

■ 또한 인천관광 수용태세를 파악하여 인천관광 경쟁력 제고를 위한 개선사항을 발굴하고, 인천관광 정책/사업의 수용도 평가를 진행하고자 함

■ 이를 위한 세부 목적은 다음과 같음

- 내국인 관광객 조사 : 내국인 관광객의 관광/소비 행태 파악 및 관광 평가
- 외국인 관광객 조사 : 외국인 관광객의 관광/소비 행태 파악 및 관광 평가
- 잠재 내국인 관광객 조사 : 인천관광 인식(선호도, 이미지 등) 및 잠재 관광행태 파악

## 2 조사 설계

### 가. 조사 개요

■ 본 조사는 총 3개의 세부 조사로 구성됨

■ 내국인 관광객은 3,000명, 외국인 관광객 및 잠재 내국인 관광객은 1,000명을 대상으로 조사를 진행했으며, 내국인 및 외국인 관광객은 대면면접조사, 잠재 내국인 관광객은 온라인 조사를 실시함

■ 내국인 관광객과 외국인 관광객은 각 관광지 내 특정지점(출입구)을 기준으로 계통추출을 실시했으며, 잠재 내국인 관광객은 온라인 패널을 대상으로 난수표를 활용한 층화계통추출을 진행함

■ 내국인 관광객 및 외국인 관광객의 경우, 계절별 특성을 고려하여 분기별 1회씩 총 4회에 걸쳐 조사를 진행함

〈표 1-1〉 조사 개요

| 구분 | 내국인 관광객 | 외국인 관광객 | 잠재 내국인 관광객 |
|---|---|---|---|
| 조사 대상 | - 인천의 주요 관광지를 방문한 만15세 이상 내국인 관광객<br>- 인천 시민 제외 | - 인천의 주요 관광지를 방문한 만15세 이상 외국인 관광객 | - 최근 1년간 국내여행 경험이 있는 만15-69세 일반인<br>- 인천 시민 제외 |
| 조사 방법 | - 대면면접조사 | - 대면면접조사 | - 온라인 조사 |
| 표 본 수 | - 3,000명 | - 1,000명 | - 1,012명 |
| 표본 배분 | - (1단계) 조사 지점별 균등 배분<br>- (2단계) 조사 시기별 비례 배분 | - (1단계) 조사 지점별 균등 배분<br>- (2단계) 조사 시기별 비례 배분 | - 성별/연령/거주지역별 제곱근 비례배분 |
| 표본 추출 | - 계통 추출 | - 계통 추출 | - 층화계통 추출 |
| 조사 기간 | - 1차 : 2024년 06월<br>- 2차 : 2024년 08월<br>- 3차 : 2024년 10월<br>- 4차 : 2025년 01월 | - 1차 : 2024년 06월<br>- 2차 : 2024년 08월<br>- 3차 : 2024년 10월<br>- 4차 : 2025년 01월 | - 2025년 02월 |

## 나. 조사 개요

### 1) 내국인 및 외국인 관광객

■ 시계열 유지를 위해 22년 과업 시 개선된 표본설계를 준용했으며, 트렌드 및 정책 활용도를 고려하여 일부 지점을 추가/삭제함

■ 외국인 조사의 경우, 전체 조사지점 중 외국인 방문이 많을 곳으로 예상되는 곳을 일부 선별하여 진행함

■ 한편, 표본 배분은 2단계로 진행하였고 모집단 프레임은 주요관광지점 입장객 통계를 활용하였는데, 2020년 당시 코로나19에 따른 관광객 수가 0명인 지점(박물관/전시관 등)이 존재하여 4개년(2019-2023년) 자료를 취합하여 활용함

- 1단계 : 지점별 분석가능한 표본 수 확보를 위해 조사지점별 균등배분을 실시
- 2단계 : 주요관광지점 입장객 통계를 활용하여 각 분기별 비례배분 실시

■ 표본 추출은 관광지 주 출입구 혹은 관광객이 집적된 장소에서 계통 추출을 실시함

**〈표 1-2〉 내국인 관광객 조사지점 및 표본배분 현황**

[단위 : 명]

| 조사지점 | | 표본배분 현황 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 군/구 | 세부 관광지 | 전체 | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 |
| 강화군 | 원도심/강화역사박물관 | 300 | 60 | 94 | 78 | 68 |
| | 마니산/전등사/강화루지/동막해변 | 300 | 60 | 94 | 78 | 68 |
| | 석모도/교동도/화개정원 | 300 | 60 | 94 | 78 | 68 |
| 남동구 | 소래포구/소래역사관/소래습지생태공원 | 300 | 69 | 84 | 67 | 80 |
| 서구 | 아라뱃길인천터미널 | 300 | 61 | 72 | 82 | 85 |
| 연수구 | 센트럴파크/컨벤시아/현대아울렛/트리플스트리트 | 300 | 55 | 88 | 69 | 88 |
| 옹진군 | 인천항 여객터미널, 삼목선착장 | 300 | 37 | 100 | 98 | 65 |
| 중구 | 차이나타운/송월동 동화마을/개항장거리 | 300 | 48 | 92 | 80 | 80 |
| | 월미문화의거리/월미테마파크/상상플랫폼 | 300 | 48 | 92 | 80 | 80 |
| | 용유/무의/파라다이스시티/구읍뱃터/<br>씨사이드파크/인스파이어 엔터테인먼트 리조트 | 300 | 48 | 92 | 80 | 80 |
| 전체 | | 3,000 | 546 | 902 | 790 | 762 |

※ 원도심 : 고려궁지, 대한성공회강화성당, 용흥궁, 소창체험관, 조양방직

〈표 1-3〉 외국인 관광객 조사지점 및 표본배분 현황

[단위 : 명]

| 조사지점 | | 표본배분 현황 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 군/구 | 세부 관광지 | 전체 | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 |
| 강화군 | 원도심 | 250 | 89 | 51 | 40 | 70 |
| 연수구 | 센트럴파크/컨벤시아/현대아울렛/트리플스트리트 | 250 | 60 | 60 | 55 | 75 |
| 중구 | 차이나타운/개항장거리/상상플랫폼 | 250 | 36 | 72 | 79 | 63 |
| | 파라다이스시티/인스파이어 엔터테인먼트 리조트 | 250 | 36 | 72 | 79 | 63 |
| 전체 | | 1,000 | 221 | 255 | 253 | 271 |

※ 원도심 : 고려궁지, 대한성공회강화성당, 용흥궁, 소창체험관, 조양방직

### 2) 잠재 내국인 관광객

■ 잠재 내국인 관광객의 표본 배분은 주민등록 인구통계(행정안전부, 2025년 01월 기준)을 활용하였고, 각 지역별 비례배분을 실시함

- 거주지역은 인천을 제외한 15개 시/도 기준이며, 세종은 충남에 포함

■ 표본 추출은 층화계통추출을 실시하였으며, 난수표를 활용하여 각 층별 K번째에 해당하는 원표본(1배수), 대체표본(10배수)를 선정 후 순서대로 실사를 실시함

〈표 1-4〉 잠재 내국인 관광객 표본 배분 현황

[단위 : 명]

| 구분 | 10대 | | 20대 | | 30대 | | 40대 | | 50대 | | 60대 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 남성 | 여성 | 남성 | 여성 | 남성 | 여성 | 남성 | 여성 | 남성 | 여성 | 남성 | 여성 |
| 서울 | 5 | 5 | 17 | 19 | 20 | 20 | 19 | 19 | 20 | 21 | 17 | 19 |
| 부산 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 6 | 6 | 7 | 7 | 7 | 8 |
| 대구 | 1 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 6 | 6 | 5 | 5 |
| 광주 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 대전 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 울산 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 경기 | 9 | 9 | 23 | 21 | 27 | 25 | 31 | 29 | 32 | 32 | 26 | 26 |
| 강원 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 충북 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 충남 | 2 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 6 | 5 | 6 | 5 | 5 | 5 |
| 전북 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 전남 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 경북 | 2 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| 경남 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 7 | 6 | 8 | 8 | 7 | 7 |
| 제주 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 |

## 다. 조사 항목

■ 내국인 관광객 및 외국인 관광객의 경우, 인천여행 준비, 인천여행 행태, 인천여행 평가 등 총 3개 부문으로 구성되어 있음

■ 잠재 내국인 관광객은 인천 이미지, 인천여행 잠재행태, 관광 정책 및 인식 등의 3개 부문으로 구성됨

〈표 1-5〉 조사 항목

| 내국인 관광객 | | 외국인 관광객 | | 잠재 내국인 관광객 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 인천여행 준비 | - 여행 횟수<br>- 여행 목적<br>- 인천 선택 이유<br>- 정보 습득 경로<br>- 이용 인터넷 사이트<br>- 사전 확인 정보 | 인천여행 준비 | - 여행 횟수<br>- 여행 목적<br>- 인천 선택 이유<br>- 정보 습득 경로<br>- 이용 인터넷 사이트<br>- 사전 확인 정보 | 인천 이미지 | - 인천 연상 단어<br>- 대표 관광지<br>- 도시 이미지<br>- 지자체별 이미지 |
| 인천여행 행태 | - 동반 유형<br>- 동반자 수<br>- 동반 자녀 유형<br>- 이용 교통수단<br>- 여행 기간<br>- 이용 숙박시설<br>- 숙박시설 예약경로<br>- 숙박시설 예약플랫폼<br>- 방문 관광지<br>- 경험 활동<br>- 추천 관광지/음식 | 인천여행 행태 | - 동반 유형<br>- 동반자 수<br>- 동반 자녀 유형<br>- 이용 교통수단<br>- 타 지역 방문 여부<br>- 직전/직후 방문 지역<br>- 여행 기간<br>- 이용 숙박시설<br>- 숙박시설 예약경로<br>- 숙박시설 예약플랫폼<br>- 방문 관광지<br>- 경험 활동<br>- 추천 관광지/음식 | 인천여행 잠재행태 | - 선호 국내여행 목적지<br>- 인천여행 선호도<br>- 정보 습득 경로<br>- 이용 인터넷 사이트<br>- 방문 희망 권역<br>- 인천여행 의향<br>- 희망 활동<br>- 선호 여행 특성<br>- 선호 여행 형태 |
| 인천여행 평가 | - 지출 비용<br>- 쇼핑 품목<br>- 쇼핑 장소<br>- 전반적 만족도<br>- 추천 의향<br>- 재방문 의향<br>- 선호 혜택<br>- 항목별 만족도 | 인천여행 평가 | - 지출 비용<br>- 쇼핑 품목<br>- 쇼핑 장소<br>- 전반적 만족도<br>- 추천 의향<br>- 재방문 의향<br>- 항목별 만족도 | 관광 정책 및 인식 | - 인천시티투어 이용 의사<br>- 인천시티투어 이용 의사 없는 이유<br>- 필요 서비스<br>- 선호 서비스 |

# 3 응답자 특성

## 가. 조사 개요

■ 응답자 특성 중 세대의 구분은 미국의 퓨리서치센터의 기준을 준용하였고, 세부 기준은 다음과 같음

- Z세대(1997년 이후 출생), 밀레니얼 세대(1981-1996년 출생), X세대(1965-1980년 출생), 베이비부머 세대(1946-1964년 출생), 사일런트 세대(1945년 이전 출생)

### 1) 내국인 관광객

〈표 1-6〉 내국인 관광객 응답자 특성

[단위 : 명, %]

| 구분 | | 사례수 | 구성비 |
|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 100.0 |
| 조사 분기 | 1분기 | (545) | 18.2 |
| | 2분기 | (890) | 29.7 |
| | 3분기 | (789) | 26.3 |
| | 4분기 | (776) | 25.9 |
| 조사시점 | 주중 | (1,419) | 47.3 |
| | 주말 | (1,581) | 52.7 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 46.0 |
| | 여성 | (1,620) | 54.0 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 21.0 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 32.7 |
| | X세대 | (855) | 28.5 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 17.6 |
| | 사일런트 세대 | (6) | 0.2 |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 44.4 |
| | 경기 | (1,371) | 45.7 |
| | 그 외 지역 | (296) | 9.9 |
| 여행기간 | 당일여행 | (2,349) | 78.3 |
| | 숙박여행 | (651) | 21.7 |

## 2) 외국인 관광객

〈표 1-7〉 외국인 관광객 응답자 특성

[단위 : 명, %]

| 구분 | | 사례수 | 구성비 |
|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 100.0 |
| 조사 분기 | 1분기 | (222) | 22.2 |
| | 2분기 | (258) | 25.8 |
| | 3분기 | (253) | 25.3 |
| | 4분기 | (267) | 26.7 |
| 조사시점 | 주중 | (605) | 60.5 |
| | 주말 | (395) | 39.5 |
| 성별 | 남성 | (392) | 39.2 |
| | 여성 | (608) | 60.8 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 33.4 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 33.9 |
| | X세대 | (250) | 25.0 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 7.6 |
| | 사일런트 세대 | (1) | 0.1 |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 55.2 |
| | 동남아시아 | (174) | 17.4 |
| | 유럽 | (138) | 13.8 |
| | 북미 | (85) | 8.5 |
| | 기타 | (51) | 5.1 |
| 여행유형 | 개별여행 | (592) | 59.2 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 40.8 |
| 여행기간 | 당일여행 | (380) | 38.0 |
| | 숙박여행 | (620) | 62.0 |

### 3) 잠재 내국인 관광객

〈표 1-8〉 잠재 내국인 관광객 응답자 특성

[단위 : 명, %]

| 구분 | | 사례수 | 구성비 |
|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,012) | 100.0 |
| 성별 | 남성 | (504) | 49.8 |
| | 여성 | (508) | 50.2 |
| 세대 | Z세대 | (206) | 20.4 |
| | 밀레니얼 세대 | (279) | 27.6 |
| | X세대 | (352) | 34.8 |
| | 베이비부머 세대 | (175) | 17.3 |
| 거주지 | 수도권 | (494) | 48.8 |
| | 충청권 | (119) | 11.8 |
| | 전라권 | (98) | 9.7 |
| | 경북권 | (97) | 9.6 |
| | 경남권 | (157) | 15.5 |
| | 강원/제주 | (47) | 4.6 |
| 가구소득 | 300만원 미만 | (181) | 17.9 |
| | 300-500만원 미만 | (302) | 29.8 |
| | 500-700만원 미만 | (263) | 26.0 |
| | 700만원 이상 | (266) | 26.3 |
| 학력 | 고졸 이하 | (181) | 17.9 |
| | 대학 재학/졸업 | (732) | 72.3 |
| | 대학원 재학/졸업 | (99) | 9.8 |
| 직업 | 화이트칼라 | (489) | 48.3 |
| | 서비스/판매 | (100) | 9.9 |
| | 블루칼라 | (99) | 9.8 |
| | 주부 | (122) | 12.1 |
| | 학생 | (110) | 10.9 |
| | 무직/기타 | (92) | 9.1 |

# Ⅱ

# 조사 결과 요약

1. 내국인 관광객
2. 외국인 관광객
3. 잠재 내국인 관광객

인천광역시
인천관광공사

# 1 내국인 관광객

## 가. 인천여행 준비

### 1) 여행 목적 및 인천 선택 이유

■ 인천여행의 주된 목적으로는 '여가/휴가/위락'이 70.4%로 가장 높으며, 다음으로 '레저/스포츠'(8.0%), '가족/친척/친구방문'(6.3%) 등의 순임

- '여가/휴가/위락'은 2021년 대비 응답 비율이 감소한 반면, '가족/친척/친구방문' 응답 비율은 증가함

■ 인천을 여행 목적지로 선택한 이유로는 '볼/즐길거리'(68.9%)가 가장 높으며, '여행지 지명도'(52.1%), '이동거리'(30.7%) 등의 순으로 높음

- '볼/즐길거리' 및 '여행지 지명도'는 2019년 이후 응답 비율이 증가하고 있음
- '이동거리', '음식', '교통'은 2021년 대비 응답 비율이 감소함

〈표 2-1〉 여행 목적 및 인천 선택 이유

[상위 5위, 단위 : %]

| 구분 | | 2019년 | 2021년(a) | 2024년(b) | Gap(b-a) |
|---|---|---|---|---|---|
| 여행 목적 | 여가/휴가/위락 | 75.0 | 76.7 | 70.4 | -6.3 |
| | 레저/스포츠 | 4.5 | 7.6 | 8.0 | 0.4 |
| | 가족/친척/친구방문 | 6.4 | 2.6 | 6.3 | 3.7 |
| | 맛집탐방 | 4.4 | 6.7 | 4.5 | -2.2 |
| | 쇼핑 | 3.9 | 3.6 | 3.9 | 0.3 |
| 인천 선택 이유 (1+2순위) | 볼/즐길거리 | 32.4 | 50.8 | 68.9 | 18.1 |
| | 여행지 지명도 | 29.3 | 39.9 | 52.1 | 12.2 |
| | 이동거리 | 45.9 | 36.1 | 30.7 | -5.4 |
| | 음식 | 13.1 | 27.0 | 15.7 | -11.3 |
| | 교통 | 18.4 | 21.1 | 13.4 | -7.7 |

### 2) 정보 습득 행태

■ 인천여행에 대한 정보 습득 경로로는 '인터넷 사이트/모바일 앱'(59.1%), '주변인'(57.2%), '과거 여행 경험'(31.9%) 등의 순으로 높음

- '인터넷 사이트/모바일 앱' 및 '광고'는 2021년 대비 응답 비율이 감소한 반면, '주변인', '과거 여행 경험', '기사/방송 프로그램'은 응답 비율이 증가함

■ 이용한 인터넷 사이트로는 '포털사이트 블로그'(79.9%)가 가장 높으며, '포털사이트 카페'(33.5%), '동영상 사이트'(33.1%), '인스타그램'(26.4%) 등의 순을 보임

- '인스타그램' 응답 비율이 지속적으로 증가하고 있음

■ 인천여행을 준비하면서 확인한 정보로는 '여행코스'(38.5%), '교통상황/이동시간'(36.4%), '방문자 후기'(29.5%) 등의 순으로 높음

- '음식 및 맛집 정보'와 '방문자 정보'의 응답 비율은 2019년 이후 감소하고 있음

〈표 2-2〉 정보 습득 행태(1+2순위)

[상위 5위, 단위 : %]

| 구분 | | 2019년 | 2021년(a) | 2024년(b) | Gap(b-a) |
|---|---|---|---|---|---|
| 정보 습득 경로 | 인터넷 사이트/모바일 앱 | 43.1 | 63.3 | 59.1 | -4.2 |
| | 주변인 | 34.8 | 46.4 | 57.2 | 10.8 |
| | 과거 여행 경험 | 23.2 | 27.1 | 31.9 | 4.8 |
| | 기사/방송 프로그램 | 4.9 | 11.2 | 24.7 | 13.5 |
| | 광고 | - | 8.4 | 4.9 | -3.5 |
| 이용 인터넷 사이트 | 포털사이트 블로그 | 91.2 | 93.3 | 79.9 | - |
| | 포털사이트 카페 | | | 33.5 | - |
| | 동영상 사이트 | 3.3 | 10.6 | 33.1 | 22.5 |
| | 인스타그램 | 37.6 | 60.1 | 26.4 | - |
| | 페이스북 | | | 9.2 | - |
| 사전 확인 정보 | 여행코스 | 42.4 | 36.3 | 38.5 | 2.2 |
| | 교통상황/이동시간 | 34.5 | 26.2 | 36.4 | 10.2 |
| | 방문자 후기 | 32.5 | 31.9 | 29.5 | -2.4 |
| | 음식 및 맛집 정보 | 47.7 | 32.8 | 25.5 | -7.3 |
| | 방문자 정보 | 30.5 | 24.3 | 20.4 | -3.9 |

※ 정보 습득 경로에서 '광고'는 2021년부터 새롭게 추가된 항목임
※ 이용한 인터넷 사이트 문항의 경우, 과년도에는 '포털사이트 검색' 및 'SNS' 항목으로 조사

## 나. 인천여행 행태

### 1) 동반 행태

■ 인천여행을 함께 한 동반자로는 '가족/친척'(47.5%)이 가장 높으며, '친구'(34.7%), '연인'(12.3%) 등의 순임

- '가족/친척' 응답 비율이 2021년 대비 5.9%p 증가함

■ 대부분 동반자와 함께 인천을 방문했으며, 평균 동반자 수는 3.74명임

〈표 2-3〉 동반 행태(복수응답)

[단위 : %, 명]

| 구분 | 2019년 | 2021년(a) | 2024년(b) | Gap(b-a) |
|---|---|---|---|---|
| 가족/친척 | 53.4 | 41.6 | 47.5 | 5.9 |
| 친구 | 37.3 | 53.5 | 34.7 | - |
| 연인 | | | 12.3 | - |
| 직장동료(단체) | 7.9 | 2.5 | 3.8 | 1.3 |
| 혼자 | 3.2 | 4.4 | 4.3 | -0.1 |
| 평균(명) | 3.80 | 2.76 | 3.74 | 0.98 |

※ 과년도에는 '친구/연인', '직장동료', '단체/모임' 항목으로 조사

### 2) 여행 기간

■ 인천을 여행한 기간을 물었을 때, '당일여행'이 78.3%, '숙박여행'이 21.7%임

- 2019년 이후 '당일여행' 비율이 증가하고 있음

■ 숙박여행자의 평균 여행일수는 2.22일임

〈표 2-4〉 여행 기간

[단위 : %, 일]

| 구분 | 2019년 | 2021년(a) | 2024년(b) | Gap(b-a) |
|---|---|---|---|---|
| 당일여행 | 71.5 | 76.8 | 78.3 | 1.5 |
| 숙박여행 | 28.5 | 23.2 | 21.7 | -1.5 |
| 숙박여행자 평균 여행일수(일) | 2.36 | 2.22 | 2.22 | 0.00 |

### 3) 이용 교통수단 및 숙박시설

■ 인천여행(인천 내)에서 이용한 교통수단으로는 '자가차량'이 75.0%로 대부분을 차지함

■ 이용 숙박시설로는 '펜션'(31.0%), '호텔'(30.6%), '친구/가족 및 친지집'(17.4%) 등의 순으로 높음

- 2021년 대비 '호텔' 이용이 감소한 반면, '친구/가족 및 친지집' 이용이 증가함

〈표 2-5〉 이용 교통수단 및 숙박시설(복수응답)

[상위 5위, 단위 : %]

| 구분 | | 2019년 | 2021년(a) | 2024년(b) | Gap(b-a) |
|---|---|---|---|---|---|
| 이용 교통수단 | 자가차량 | 65.6 | 73.2 | 75.0 | 1.8 |
| | 지하철 | 12.0 | 16.7 | 15.3 | -1.4 |
| | 선박 | 11.0 | 9.2 | 10.7 | 1.5 |
| | 시내/시외버스 | 3.4 | 8.0 | 8.7 | 0.7 |
| | 자전거/오토바이 | 2.5 | 6.4 | 4.4 | -2.0 |
| 이용 숙박시설 | 펜션 | 37.4 | 29.6 | 31.0 | 1.4 |
| | 호텔 | 30.7 | 44.0 | 30.6 | -13.4 |
| | 친구/가족 및 친지집 | 10.0 | 8.2 | 17.4 | 9.2 |
| | 야영/캠핑/차박 | 2.6 | 7.9 | 7.7 | -0.2 |
| | 콘도/리조트 | 1.6 | 2.7 | 6.5 | 3.8 |

※ '자전거/오토바이' 항목의 경우, 금년도 조사에서는 '자전거' 및 '오토바이'로 항목을 분리해서 조사함

### 4) 경험 활동

■ 경험한 활동으로는 '맛집 방문'(61.8%)이 가장 높으며, '공원 방문'( 33.9%), '레포츠/스포츠'(29.8%), '등산/트레킹'(17.1%) 등의 순으로 높음

- '맛집 방문'과 '레포츠/스포츠'는 2021년 대비 응답 비율이 감소했으며, '공원 방문', '등산/트레킹', '쇼핑'은 응답 비율이 증가함

〈표 2-6〉 경험 활동(복수응답)

[상위 5위, 단위 : %]

| 구분 | 2021년(a) | 2024년(b) | Gap(b-a) |
|---|---|---|---|
| 맛집 방문 | 75.2 | 61.8 | -13.4 |
| 공원 방문 | 29.7 | 33.9 | 4.2 |
| 레포츠/스포츠 | 36.0 | 29.8 | -6.2 |
| 등산/트레킹 | 12.0 | 17.1 | 5.1 |
| 쇼핑 | 5.2 | 16.7 | 11.5 |

※ 2019년도 조사는 보기 항목이 상이하여 시계열 비교 불가

## 다. 인천여행 평가

### 1) 지출 비용

■ 인천여행에서 지출한 총 비용의 평균은 1인 기준 99,441원이며, 2021년 대비 6,340원 증가함

- 세부항목별로 봤을 때, 2021년 대비 '숙박비', '쇼핑비', '문화·오락비'는 감소했으며, '식음료비' 및 '교통비'는 소폭 증가함

〈표 2-7〉 지출 비용(평균)

[단위 : 원]

| 구분 | 2019년 | 2021년(a) | 2024년(b) | Gap(b-a) |
|---|---|---|---|---|
| 총 비용 | 109,355 | 93,101 | 99,441 | 6,340 |
| 여행사 지불경비 | 91,165 | - | 97,088 | - |
| 숙박비 | 94,582 | 99,425 | 92,572 | -6,853 |
| 식음료비 | 41,352 | 37,026 | 38,433 | 1,407 |
| 교통비 | 23,827 | 17,493 | 22,767 | 5,274 |
| 쇼핑비 | 50,454 | 52,372 | 49,948 | -2,424 |
| 문화·오락비 | 10,286 | 22,133 | 20,560 | -1,573 |
| 기타비용 | 27,254 | 16,515 | 18,216 | 1,701 |

※ 2019년 조사 당시 단체여행은 총 비용에 대해서만 질문했으며, 항목별 지출 비용은 개별여행객 대상으로만 질문
※ 2021년 조사 당시 팬데믹으로 인해 단체여행이 불가하여, '여행사 지불 경비' 응답이 없음
※ 각 항목별 지출자 기준으로 산출
※ 국민여행조사는 가구 방문을 통해 다녀온 여행에 대해 조사하는 반면, 본 조사는 주요 관광지에서 여행 도중에 조사를 진행함
또한 세부 지출 항목 역시 상이하기에, 수치 비교 시 주의를 요함

### 2) 쇼핑 행태

■ 구매한 쇼핑 품목으로는 '농수축산품'(40.7%)이 가장 높으며, '간식류'(40.0%), '패션잡화'(22.3%), '의류'(5.9%) 등의 순을 보임

■ 쇼핑을 한 장소로는 '전통시장'(45.7%)이 가장 높으며, 다음으로 '거리/소규모 상점'(41.8%), '아울렛 쇼핑몰'(15.1%), '대형마트'(2.9%) 등의 순으로 높음

〈표 2-8〉 쇼핑 행태(복수응답)

[상위 5위, 단위 : %]

| 쇼핑 품목 | 농수축산품 | 간식류 | 패션잡화 | 의류 | 향수, 화장품 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 40.7 | 40.0 | 22.3 | 5.9 | 2.3 |
| 쇼핑 장소 | 전통시장 | 거리/소규모 상점 | 아울렛 쇼핑몰 | 대형마트 | 백화점 |
| | 45.7 | 41.8 | 15.1 | 2.9 | 1.6 |

### 3) 행동 의도

■ 인천여행에 대해 전반적으로 만족한다는 응답의 비율은 90.6%이며, 인천여행을 추천한다는 응답의 비율은 87.6%, 인천을 다시 여행할 의향이 있다는 응답은 90.9%임

- 전반적 만족도, 추천 의향, 재방문 의향 모두 2019년 이후 증가 추세를 보임

〈표 2-9〉 행동 의도

[긍정비율, 단위 : %]

| 구분 | 2019년 | 2021년(a) | 2024년(b) | Gap(b-a) |
|---|---|---|---|---|
| 전반적 만족도 | 80.8 | 83.3 | 90.6 | 7.3 |
| 추천 의향 | 78.7 | 78.9 | 87.6 | 8.7 |
| 재방문 의향 | 83.1 | 86.8 | 90.9 | 4.1 |

### 4) 항목별 만족도

■ 세부 항목별로 만족도를 물었을 때, 치안 및 숙박시설에 대한 평가가 가장 높음

〈표 2-10〉 항목별 만족도

[단위 : %, 점(5점 만점)]

| 구분 | 매우 불만족 + 불만족 | 보통 | 만족 + 매우 만족 | 평균(점) |
|---|---|---|---|---|
| 치안 수준 | 0.7 | 9.2 | 90.1 | 4.27 |
| 숙박시설 종사원 친절도 | 0.8 | 9.3 | 89.9 | 4.33 |
| 숙박시설 | 0.8 | 10.6 | 88.6 | 4.36 |
| 관광지 매력 | 0.6 | 12.2 | 87.2 | 4.27 |
| 음식 | 1.0 | 14.3 | 84.7 | 4.13 |
| 관광안내 서비스 | 0.8 | 14.6 | 84.7 | 4.17 |
| 인천시민 친절도 | 0.6 | 14.9 | 84.5 | 4.14 |
| 볼거리/즐길거리 | 0.7 | 15.3 | 83.9 | 4.16 |
| 관광지 서비스 | 1.2 | 16.4 | 82.4 | 4.14 |
| 음식점 서비스 | 0.7 | 17.7 | 81.6 | 4.08 |
| 관광지 청결도 | 1.4 | 17.1 | 81.5 | 4.15 |
| 쇼핑 | 1.6 | 18.5 | 79.9 | 4.09 |
| 관광지 편의시설 | 2.5 | 17.8 | 79.8 | 4.11 |
| 교통 편리성 | 3.9 | 21.8 | 74.3 | 3.97 |
| 여행경비 | 2.7 | 24.1 | 73.3 | 3.93 |

※ 각 항목별 경험자 기준으로 산출

# 2 외국인 관광객[1)]

## 가. 인천여행 준비

### 1) 여행 목적 및 인천 선택 이유

■ 인천을 여행한 주된 목적으로는 '여가/위락/휴식'이 83.2%로 대부분을 차지함

■ 인천을 여행 목적지로 선택한 이유로는 '자연 풍경 감상'(43.3%)이 가장 높음

〈표 2-11〉 여행 목적 및 인천 선택 이유

[상위 5위, 단위 : %]

| 여행 목적 | 여가/위락/휴식 | 친구/친지 방문 | 교육 | 사업 또는 전문 활동 | 종교 및 순례 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 83.2 | 8.5 | 4.7 | 3.5 | 0.1 |
| 인천 선택 이유 (1+2순위) | 자연 풍경 감상 | 음식/미식 탐방 | 역사/문화유적/ 전통문화 체험 | 쇼핑 | 여행가능한 여가시간 |
| | 43.3 | 34.5 | 23.2 | 16.1 | 15.3 |

### 2) 정보 습득 행태

■ 정보 습득 경로로는 '글로벌 인터넷 사이트/앱'(63.6%)이 가장 높으며, 이용 인터넷 사이트로는 '포털사이트'(82.0%)가 가장 높음

■ 인천여행을 준비하면서 확인한 정보로는 '방문지 정보'가 57.1%로 가장 높음

〈표 2-12〉 정보 습득 행태(1+2순위)

[상위 5위, 단위 : %]

| 정보 습득 경로 | 글로벌 인터넷 사이트/앱 | 친지/친구/동료 | 자국의 인터넷 사이트/앱 | 자국 여행사 | 관광 안내 서적 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 63.6 | 40.5 | 25.2 | 22.0 | 15.7 |
| 이용 인터넷 사이트 | 포털사이트 | 소셜미디어 | 여행전문사이트 또는 앱 | 동영상 사이트 | 여행 관련 블로그 |
| | 82.0 | 39.5 | 30.8 | 22.7 | 10.7 |
| 사전 확인 정보 | 방문지 정보 | 이동거리 및 교통편 | 음식 및 맛집 정보 | 숙박시설 | 쇼핑 장소 |
| | 57.1 | 48.6 | 36.2 | 14.2 | 13.8 |

1) 외국인 관광객 조사의 경우, 2019년 대비 조사 문항이 대폭 수정되었으며 2021년에는 팬데믹으로 인해 조사를 진행하지 않아 시계열 비교가 어려움

## 나. 인천여행 행태

### 1) 동반 행태

■ 인천을 함께 여행한 동반자로는 '가족/친척'이 54.2%로 가장 높으며, '친구'(29.5%), '연인'(8.4%), '직장동료'(5.8%) 등의 순을 보임

- '혼자' 방문했다고 응답한 비율은 3.8%에 불과함

■ 동반자 수의 평균은 3.45명이며, 2-3명의 규모로 함께 방문한 비율이 절반 이상을 차지함

〈표 2-13〉 동반 행태

[단위 : %, 명]

| 동반 유형 | 가족/친척 | 친구 | 연인 | 직장동료 | 혼자 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 54.2 | 29.5 | 8.4 | 5.8 | 3.8 |

| 동반자 수 | 1명 | 2명 | 3명 | 4명 | 5명 이상 | 평균(명) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 3.8 | 38.9 | 20.3 | 27.4 | 9.6 | 3.45 |

### 2) 이용 교통수단 및 숙박시설

■ 인천여행(인천 내)에서 이용한 교통수단으로는 '전세/관광버스'가 49.2%로 가장 높으며, '지하철'(38.3%), '시내/시외버스'(22.4%), '택시'(19.8%) 등의 순으로 높음

■ 이용한 숙박시설로는 '호텔' 85.3%로 대부분을 차지함

〈표 2-14〉 이용 교통수단 및 숙박시설(복수응답)

[상위 5위, 단위 : %]

| 이용 교통수단 | 전세/관광 버스 | 지하철 | 시내/시외 버스 | 택시 | 렌트차량 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 49.2 | 38.3 | 22.4 | 19.8 | 6.3 |

| 이용 숙박시설 | 호텔 | 가족/친지집 | 게스트 하우스/민박 | 모텔/여관 | 콘도미니엄/ 리조트 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 85.3 | 6.9 | 3.5 | 2.9 | 1.6 |

### 3) 체류 행태

■ 이번 인천여행에서 인천 외 다른 지역을 함께 방문했다는 응답의 비율은 76.3%이며, 인천만을 여행한 비율은 23.7%임

■ 여행 기간으로는 당일여행이 38.0%, 숙박여행이 62.0%임

- 당일여행자의 평균 체류 시간은 6.19시간이며, 숙박여행자의 평균 여행 일수는 3일임

〈표 2-15〉 체류 행태

[단위 : %, 시간, 일]

| 타 지역 방문 여부 | 방문 | 미방문 |
|---|---|---|
| | 76.3 | 23.7 |
| 여행 기간 | 당일여행 | 숙박여행 |
| | 38.0 | 62.0 |
| 체류 기간(평균) | 당일여행 시간 (시간) | 숙박여행 일수 (일) |
| | 6.19 | 3.00 |

### 4) 방문 관광지 및 경험 활동

■ 방문한 관광지로는 '차이나타운'(59.7%), '센트럴파크'(39.9%), '월미문화의 거리, 월미테마파크'(36.2%) 등의 순으로 높음

■ 경험 활동으로는 '식도락 관광'(76.2%)이 가장 높으며, '자연경관 감상'(68.3%), '역사 유적지 방문'(48.5%), '쇼핑'(38.5%) 등의 순임

〈표 2-16〉 방문 관광지 및 경험 활동(복수응답)

[상위 5위, 단위 : %]

| 방문 관광지 | 차이나타운 | 센트럴파크 | 월미문화의 거리, 월미테마파크 | 송월동 동화마을 | 파라다이스 시티 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 59.7 | 39.9 | 36.2 | 28.9 | 28.5 |
| 경험 활동 | 식도락 관광 | 자연경관 감상 | 역사 유적지 방문 | 쇼핑 | 유흥/오락 |
| | 76.2 | 68.3 | 48.5 | 38.5 | 24.4 |

## 다. 인천여행 평가

### 1) 지출 비용

■ 인천여행에서 지출한 전체 비용의 평균은 1,765,871원이며, 개별여행의 평균은 1,908,672원, 에어텔/단체여행의 평균은 1,558,670원임

- 국제 항공/선박 비용을 제외한 전체 비용의 평균은 912,144원임

〈표 2-17〉 지출 비용(평균)

[단위 : 원]

| 구분 | 전체 | 개별여행 | 에어텔/단체여행 |
|---|---|---|---|
| 총 비용 | 1,765,871 | 1,908,672 | 1,558,670 |
| 거주국 여행사 지불경비 | 1,472,139 | - | 1,472,139 |
| 국제 항공/선박 비용 | 1,442,153 | 1,444,547 | 27,456 |
| 한국 여행사 지불경비 | 155,107 | 157,836 | 116,907 |
| 숙박비 | 259,445 | 259,947 | 206,449 |
| 식음료비 | 121,093 | 138,456 | 40,392 |
| 한국 내 교통비 | 39,955 | 39,995 | 20,000 |
| 쇼핑비 | 158,506 | 175,021 | 134,499 |
| 문화·오락비 | 65,191 | 66,880 | 33,712 |
| 데이터 통신비 | 27,675 | 23,590 | 62,620 |
| 기타 비용 | 229,623 | 237,567 | 132,308 |

※ 각 항목별 지출자 기준으로 산출
※ 외래관광객조사는 출국자를 대상으로 다녀온 여행에 대해 조사하는 반면, 본 조사는 주요 관광지에서 여행 도중에 조사를 진행함 또한 세부 지출 항목 역시 상이하기에, 수치 비교 시 주의를 요함

### 2) 쇼핑 행태

■ 구매한 쇼핑 품목은 '식료품'(68.6%), '향수, 화장품'(39.0%), '의류, 신발, 보석, 악세사리'(27.4%) 등의 순이며, 쇼핑 장소는 '로드샵'(56.7%), '대형 쇼핑몰'(30.6%), '면세점_공항'(28.0%) 등의 순임

〈표 2-18〉 쇼핑 행태(1+2순위)

[상위 5위, 단위 : %]

| 쇼핑 품목 | 식료품 | 향수, 화장품 | 의류, 신발, 보석, 악세사리 | 전통 민예품, 칠기, 목각제품 | 한류 스타 관련 상품 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 68.6 | 39.0 | 27.4 | 15.5 | 8.5 |
| 쇼핑 장소 | 로드샵 | 대형 쇼핑몰 | 면세점_공항 | 시장 | 대형 마트 |
| | 56.7 | 30.6 | 28.0 | 24.1 | 15.1 |

### 3) 행동 의도

■ 인천여행에 대해 전반적으로 만족한다는 응답의 비율은 93.5%이며, 인천여행을 추천한다는 응답의 비율은 91.7%, 인천을 다시 여행할 의향이 있다는 응답은 86.2%임

〈표 2-19〉 행동 의도

[단위 : %, 점(5점 만점)]

| 구분 | 전혀 그렇지 않다 + 별로 그렇지 않다 | 보통이다 | 대체로 그렇다 + 매우 그렇다 | 평균(점) |
|---|---|---|---|---|
| 전반적 만족도 | 0.2 | 6.3 | 93.5 | 4.39 |
| 추천 의향 | 0.2 | 8.1 | 91.7 | 4.36 |
| 재방문 의향 | 1.0 | 12.8 | 86.2 | 4.26 |

### 4) 항목별 만족도

■ 세부 항목별 만족 응답 비율은 '대중교통'(96.4%), '숙박'(95.8%), '치안'(95.3%) 등의 순으로 높음

- '언어소통'(57.1%)의 경우, 만족 응답 비율이 다른 항목 대비 상대적으로 낮음

〈표 2-20〉 항목별 만족도

[단위 : %, 점(5점 만점)]

| 구분 | 매우 불만족 + 불만족 | 보통 | 만족 + 매우 만족 | 평균(점) |
|---|---|---|---|---|
| 대중교통 | 0.5 | 3.1 | 96.4 | 4.54 |
| 숙박 | 0.2 | 4.0 | 95.8 | 4.55 |
| 치안 | - | 4.7 | 95.3 | 4.48 |
| 쇼핑 | 0.4 | 4.8 | 94.8 | 4.47 |
| 관광종사원 친절도 | 0.2 | 5.5 | 94.3 | 4.36 |
| 모바일/인터넷 이용 편의 | 0.3 | 5.9 | 93.8 | 4.40 |
| 관광안내 서비스 | 0.3 | 6.2 | 93.5 | 4.36 |
| 음식 | 0.2 | 6.4 | 93.4 | 4.45 |
| 관광지 매력도 | 0.3 | 6.6 | 93.1 | 4.39 |
| 여행경비 | 0.4 | 10.8 | 88.8 | 4.29 |
| 길찾기 | 1.3 | 12.1 | 86.6 | 4.23 |
| 언어소통 | 13.0 | 29.9 | 57.1 | 3.67 |

※ 각 항목별 경험자 기준으로 산출

# 3 잠재 내국인 관광객

## 가. 인천 이미지

### 1) 연상단어 및 대표 관광지

■ 인천을 생각하면 떠오르는 단어로는 '인천국제공항'이 49.3%로 가장 높음

■ 인천을 생각하면 떠오르는 대표 관광지는 '월미도'(54.0%), '차이나타운'(41.0%), '송도'(29.0%) 등의 순임

〈표 2-21〉 연상단어 및 대표 관광지(1+2+3위)

[상위 5위, 단위 : %]

| 연상단어 | 인천국제공항 | 바다 | 차이나타운 | 월미도 | 송도 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 49.3 | 30.9 | 26.8 | 25.4 | 25.0 |
| 대표 관광지 | 월미도 | 차이나타운 | 송도 | 인체국제공항 | 영종도 |
| | 54.0 | 41.0 | 29.0 | 17.2 | 17.0 |

### 2) 인천 이미지

■ 인천에 대한 이미지로는 '국제적인'(68.6%)이 가장 높으며, '개방적인'(60.6%), '현대적인'(58.4%), '다양한'(57.4%) 등의 이미지가 높음

〈표 2-22〉 인천 이미지

[단위 : 점(10점 만점)]

| 구분 | ← (0~4) | 중간 (5) | → (6~10) | 구분 | 평균(점) |
|---|---|---|---|---|---|
| 발전하는 | 53.0 | 20.4 | 26.7 | 정체된 | 4.09 |
| 역동적인 | 55.5 | 20.8 | 23.7 | 안정된 | 4.01 |
| 국제적인 | 68.6 | 9.3 | 22.1 | 지역적인 | 3.19 |
| 개방적인 | 60.6 | 17.1 | 22.3 | 폐쇄적인 | 3.68 |
| 현대적인 | 58.4 | 18.4 | 23.2 | 전통적인 | 3.79 |
| 매력적인 | 50.9 | 22.6 | 26.5 | 평범한 | 4.17 |
| 다양한 | 57.4 | 18.5 | 24.1 | 단조로운 | 3.85 |
| 안전한 | 45.2 | 22.1 | 32.7 | 불안한 | 4.57 |

## 나. 인천여행 잠재행태

### 1) 잠재 관광객 수요

■ 향후 1년 이내에 국내여행을 가게 될 경우, 선호하는 국내여행 목적지로는 '제주'가 47.6%로 가장 높으며, 인천은 15.5%로 여덟 번째로 높음

■ 여행목적지로 인천을 선호한다는 응답의 비율은 전체의 26.3%, 선호하지 않는다는 응답의 비율은 26.6%임

〈표 2-23〉 잠재 관광객 수요

[상위 5위, 단위 : %, 점(5점 만점)]

| 선호 국내여행 목적지 (복수응답) | 제주 | 강원 | 부산 | 서울 | 전남 | 인천 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 47.6 | 40.5 | 38.3 | 27.6 | 19.8 | 15.5 |

| 인천여행 선호도 | 별로 선호하지 않는다 + 선호하지 않는 편이다 | 보통이다 | 선호하는 편이다 + 매우 선호한다 | 평균(점) |
|---|---|---|---|---|
| | 26.6 | 47.1 | 26.3 | 2.96 |

### 2) 정보 습득 행태

■ 평소 국내여행에 대한 정보를 얻은 경로로는 '인터넷 사이트/모바일 앱'(78.3%)이 가장 높으며, 그다음으로 '주변인'(50.6%), '과거 여행 경험'(34.1%), '기사 및 방송 프로그램'(27.3%) 등의 순임

■ 이용한 인터넷 사이트로는 '포털사이트 블로그'가 82.2%로 가장 높으며, '동영상 사이트'(46.5%), '인스타그램'(37.5%), '포털사이트'(36.9%) 등의 순을 보임

〈표 2-24〉 정보 습득 행태(복수응답)

[상위 5위, 단위 : %]

| 정보 습득 경로 | 인터넷 사이트/ 모바일 앱 | 주변인 | 과거 여행 경험 | 기사 및 방송 프로그램 | 광고 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 78.3 | 50.6 | 34.1 | 27.3 | 12.8 |

| 이용 인터넷 사이트 | 포털사이트 블로그 | 동영상 사이트 | 인스타그램 | 포털사이트 | 여행 및 숙박 전문 사이트/앱 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 82.2 | 46.5 | 37.5 | 36.9 | 22.6 |

### 3) 인천여행 수요

■ 향후 인천여행에 대한 기회가 주어진다면, 방문하고 싶은 지역으로는 '월미·개항권'(51.9%)이 가장 높음

■ 향후 1년 이내에 인천을 여행할 의향이 있다는 응답의 비율은 36.7%임

■ 인천여행 시, 경험하고 싶은 활동으로는 '맛집 방문'(67.7%), '축제/이벤트 참가'(33.3%), '역사 체험'(33.0%) 등의 순으로 높음

〈표 2-25〉 인천여행 수요

[상위 5위, 단위 : %, 점(5점 만점)]

| 방문 희망 권역 (복수응답) | 월미·개항권 | 영종권 | 강화권 | 송도권 | 인천 섬 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 51.9 | 43.9 | 41.9 | 41.7 | 38.1 |
| 인천여행 의향 | 전혀 그렇지 않다 + 그렇지 않다 | 보통이다 | 그렇다 +매우 그렇다 | 평균(점) | |
| | 18.1 | 45.3 | 36.7 | 3.20 | |
| 희망 활동 (복수응답) | 맛집 방문 | 축제/이벤트 참가 | 역사 체험 | 문화예술 관람 | 호캉스 |
| | 67.7 | 33.3 | 33.0 | 27.6 | 24.7 |

### 4) 선호 여행 형태

■ 인천여행 시, 선호하는 여행 형태로는 '파인스테이'(54.9%)에 대한 의향이 가장 높으며, '스테이케이션'(52.8%), '힐링여행'(47.5%), '혼행'(29.9%) 등의 순을 보임

〈표 2-26〉 선호 여행 형태

[단위 : %, 점(5점 만점)]

| 구분 | 전혀 의향이 없다 + 의향이 없다 | 보통이다 | 의향이 있다 + 매우 의향이 있다 | 평균(점) |
|---|---|---|---|---|
| 파인스테이 | 13.5 | 31.5 | 54.9 | 3.49 |
| 스테이케이션 | 14.6 | 32.6 | 52.8 | 3.45 |
| 힐링여행 | 20.7 | 31.8 | 47.5 | 3.30 |
| 혼행 | 40.9 | 29.2 | 29.9 | 2.79 |
| 스포츠케이션 | 44.9 | 30.2 | 24.9 | 2.69 |
| 워케이션 | 47.2 | 28.0 | 24.8 | 2.59 |
| 반려동물 동반 여행 | 60.2 | 22.6 | 17.2 | 2.19 |

## 다. 관광 정책 및 인식

### 1) 인천시티투어

■ 향후 인천방문 시 인천시티투어를 이용할 의사가 있다는 응답의 비율은 전체 중 65.0%임

■ 인천시티투어를 이용할 의사가 없다고 응답한 사람들을 대상으로 그 이유를 물었을 때, '다른 교통수단 이용이 편해서'(57.6%)가 가장 높음

〈표 2-27〉 인천시티 투어

[단위 : %]

| 인천시티투어 이용 의사 | 예 | | 아니오 | |
|---|---|---|---|---|
| | 65.0 | | 35.0 | |
| 이용 의사 없는 이유 (복수응답) | 다른 교통수단 이용이 편해서 | 정보가 없어서 | 마음에 드는 관광지/노선이 없어서 | 가격이 비싸서 |
| | 57.6 | 37.9 | 18.9 | 18.4 |

### 2) 대중교통 서비스

■ 향후 대중교통을 이용하여 인천을 여행하게 될 경우, 필요한 서비스로는 '새로운 교통수단 도입 및 운영 확대'(36.5%), '관광교통 편의서비스 구축 및 운영'(35.6%), '관광교통 상품 개발 및 운영'(28.0%)의 순임

■ 새로운 교통수단 도입 및 운영 확대가 필요하다고 응답한 사람을 대상으로 가장 선호하는 서비스를 물었을 때, '수요응답형 교통수단'(37.7%)이 가장 높음

〈표 2-28〉 대중교통 서비스

[단위 : %]

| 대중교통 관련 필요 서비스 | 새로운 교통수단 도입 및 운영 확대 | | 관광교통 편의서비스 구축 및 운영 | | 관광교통 상품 개발 및 운영 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 36.5 | | 35.6 | | 28.0 |
| 선호 교통수단 서비스 | 수요응답형 교통수단 | 공유차량 서비스 | 관광형 자율주행차 | 관광택시 | 개인형 이동수단 |
| | 37.7 | 26.8 | 22.5 | 8.1 | 4.9 |

# Ⅲ

# 내국인 관광객

1. 인천여행 준비
2. 인천여행 행태
3. 인천여행 평가

인천광역시
인천관광공사

# 1 인천여행 준비

## 가. 여행 횟수

■ 최근 3년간 인천을 여행한 횟수의 평균은 6.23회이며, 4회 이상 방문객이 절반 정도를 차지함

- 연령대가 높을수록 평균 방문 횟수가 높은 경향이 있음

**[그림 3-1] 여행 횟수**

[베이스 : 전체] [단위 : %, 회]




| 구분 | | 사례수 | 1회 | 2회 | 3회 | 4회 | 5회 이상 | 평균 (회) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 12.6 | 17.4 | 20.0 | 7.7 | 42.3 | 6.23 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 12.1 | 16.7 | 17.9 | 7.8 | 45.4 | 7.08 |
| | 여성 | (1,620) | 13.0 | 17.9 | 21.9 | 7.6 | 39.7 | 5.51 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 20.0 | 24.8 | 23.8 | 5.9 | 25.4 | 4.26 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 10.7 | 18.9 | 20.7 | 9.3 | 40.4 | 5.72 |
| | X세대 | (855) | 9.9 | 13.2 | 19.8 | 7.5 | 49.6 | 7.11 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 11.6 | 12.1 | 14.8 | 7.4 | 54.2 | 8.09 |
| | 사일런트 세대 | (6) | - | 33.3 | 16.7 | - | 50.0 | 8.67 |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 12.6 | 18.4 | 22.2 | 8.6 | 38.2 | 5.02 |
| | 경기 | (1,371) | 8.0 | 13.1 | 18.9 | 7.6 | 52.4 | 8.11 |
| | 그 외 지역 | (296) | 33.8 | 32.4 | 15.5 | 4.1 | 14.2 | 2.96 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 10.4 | 15.8 | 20.4 | 8.3 | 45.1 | 6.62 |
| | 숙박여행 | (651) | 20.4 | 22.9 | 18.6 | 5.7 | 32.4 | 4.84 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

## 나. 여행 목적

■ 인천여행의 주된 목적으로는 '여가/휴가/위락'이 70.4%로 가장 높으며, 그 외 항목들은 10% 미만의 응답 비율을 보임

- '여가/휴가위락'은 Z세대와 서울에서 높으며, '레저/스포츠'는 남성, X세대, 경기 거주민에서 상대적으로 높은 특징이 있음
- '가족/친척/친구방문'은 그 외 지역과 숙박여행에서 전체 대비 높음

**[그림 3-2] 여행 목적**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 여가/휴가/위락 | 레저/스포츠 | 가족/친척/친구방문 | 맛집탐방 | 쇼핑 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 70.4 | 8.0 | 6.3 | 4.5 | 3.9 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 70.1 | 13.1 | 6.1 | 3.5 | 1.5 |
| | 여성 | (1,620) | 70.6 | 3.6 | 6.4 | 5.4 | 5.9 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 78.5 | 4.0 | 4.8 | 4.5 | 1.9 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 72.6 | 5.7 | 5.4 | 4.3 | 2.7 |
| | X세대 | (855) | 63.5 | 12.6 | 7.4 | 5.5 | 5.0 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 67.6 | 9.7 | 7.8 | 3.6 | 6.4 |
| | 사일런트 세대 | (6) | 83.3 | - | 16.7 | - | - |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 76.5 | 5.5 | 4.1 | 4.3 | 3.1 |
| | 경기 | (1,371) | 65.8 | 11.2 | 4.7 | 5.5 | 5.5 |
| | 그 외 지역 | (296) | 64.2 | 4.7 | 23.3 | 1.4 | - |
| 여행기간 | 당일여행 | (2,349) | 69.7 | 9.5 | 3.4 | 5.4 | 4.9 |
| | 숙박여행 | (651) | 72.8 | 2.8 | 16.6 | 1.4 | - |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

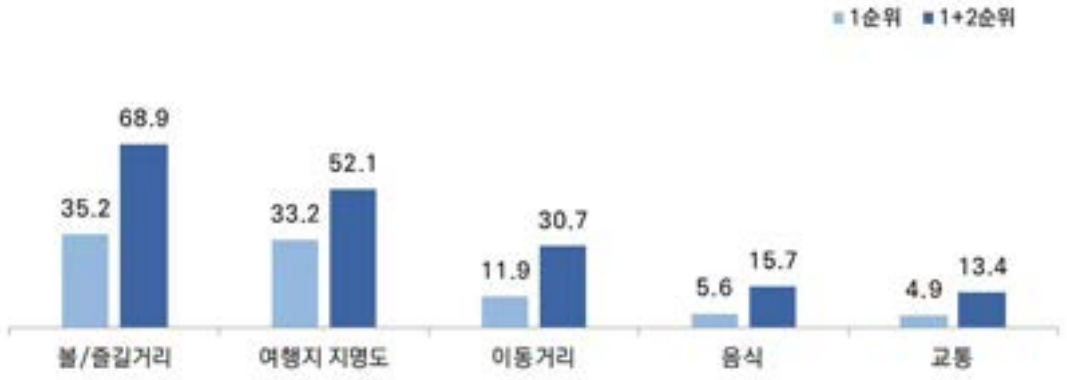
## 다. 인천 선택 이유

■ 타 지역과 비교해서 인천을 여행 목적지로 선택한 이유로는 '볼/즐길거리'(1순위 35.2%, 1+2순위 68.9%)가 가장 높으며, '여행지 지명도'(1순위 33.2%, 1+2순위 52.1%)가 그다음으로 높음

- 세대별로 봤을 때, '볼/즐길거리'는 Z세대, '여행지 지명도'는 X세대, '이동거리'는 밀레니얼 세대에서 상대적으로 높음
- '볼/즐길거리'와 '여행지 지명도'는 그 외 지역 거주자에서 높음

**[그림 3-3] 인천 선택 이유(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 볼/즐길거리 | 여행지 지명도 | 이동거리 | 음식 | 교통 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 68.9 | 52.1 | 30.7 | 15.7 | 13.4 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 69.6 | 52.5 | 33.8 | 13.9 | 14.0 |
| | 여성 | (1,620) | 68.3 | 51.7 | 28.1 | 17.3 | 13.0 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 78.4 | 49.6 | 24.6 | 18.6 | 10.0 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 64.8 | 48.3 | 36.6 | 15.2 | 15.4 |
| | X세대 | (855) | 66.0 | 57.4 | 30.4 | 14.7 | 13.0 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 69.9 | 53.4 | 28.0 | 15.2 | 14.2 |
| | 사일런트 세대 | (6) | 100.0 | 50.0 | - | - | 50.0 |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 70.7 | 53.2 | 29.3 | 15.8 | 13.4 |
| | 경기 | (1,371) | 64.8 | 48.0 | 35.3 | 16.8 | 14.1 |
| | 그 외 지역 | (296) | 80.1 | 65.9 | 16.2 | 10.8 | 10.5 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 69.0 | 51.8 | 32.1 | 17.3 | 13.5 |
| | 숙박여행 | (651) | 68.8 | 53.1 | 25.7 | 10.0 | 13.1 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

## 라. 정보 습득 형태

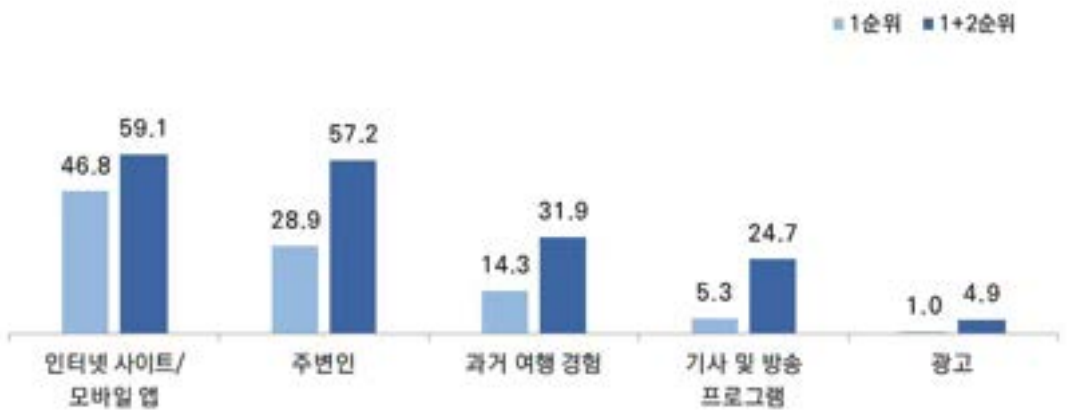
### 1) 정보 습득 경로

■ 인천여행에 대한 정보를 습득한 경로로는 '인터넷 사이트/모바일 앱'(1순위 46.8%, 1+2순위 59.1%)이 가장 높음

- 연령대가 어릴수록 '인터넷 사이트/모바일 앱' 이용 비율이 높으며, 연령대가 높을수록 '과거 여행 경험'에 의존하는 비율이 높음

**[그림 3-4] 정보 습득 경로(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 인터넷 사이트/ 모바일 앱 | 주변인 | 과거 여행 경험 | 기사 및 방송 프로그램 | 광고 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 59.1 | 57.2 | 31.9 | 24.7 | 4.9 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 56.4 | 53.6 | 35.6 | 23.4 | 4.5 |
| | 여성 | (1,620) | 61.4 | 60.2 | 28.8 | 25.8 | 5.3 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 81.7 | 53.6 | 16.1 | 30.0 | 6.5 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 74.7 | 49.5 | 27.1 | 28.4 | 6.5 |
| | X세대 | (855) | 46.5 | 60.2 | 40.6 | 22.8 | 3.5 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 23.9 | 70.6 | 45.6 | 14.8 | 2.5 |
| | 사일런트 세대 | (6) | - | 66.7 | 50.0 | - | - |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 64.2 | 56.3 | 28.3 | 24.5 | 5.2 |
| | 경기 | (1,371) | 53.5 | 57.0 | 37.4 | 23.8 | 4.8 |
| | 그 외 지역 | (296) | 61.5 | 61.8 | 23.0 | 30.1 | 4.4 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 56.2 | 57.1 | 33.2 | 24.8 | 5.1 |
| | 숙박여행 | (651) | 69.3 | 57.5 | 27.3 | 24.3 | 4.3 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

## 2) 이용 인터넷 사이트

■ 인터넷 사이트/모바일 앱 이용자를 대상으로 이용한 인터넷 사이트를 물었을 때, '포털사이트 블로그'(1순위 64.1%, 1+2순위 79.9%)가 가장 높음

- '포털사이트 블로그'와 '동영상 사이트'는 베이비부머 세대와 그 외 지역 거주자에서 상대적으로 높은 응답 비율을 보임
- '인스타그램'은 연령대가 낮을수록 응답 비율이 높은 특징이 있음

**[그림 3-5] 이용 인터넷 사이트(복수응답)**

[베이스 : 인터넷 사이트/모바일 앱 이용] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 포털사이트 블로그 | 포털사이트 카페 | 동영상 사이트 | 인스타그램 | 페이스북 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,773) | 79.9 | 33.5 | 33.1 | 26.4 | 9.2 |
| 성별 | 남성 | (779) | 79.1 | 31.6 | 36.5 | 21.8 | 11.2 |
| | 여성 | (994) | 80.5 | 35.0 | 30.4 | 30.0 | 7.7 |
| 세대 | Z세대 | (514) | 75.5 | 29.2 | 28.0 | 43.0 | 10.5 |
| | 밀레니얼 세대 | (734) | 78.6 | 37.1 | 29.4 | 26.8 | 11.4 |
| | X세대 | (399) | 85.7 | 35.6 | 40.1 | 11.3 | 5.5 |
| | 베이비부머 세대 | (126) | 86.5 | 23.8 | 52.4 | 4.0 | 3.2 |
| | 사일런트 세대 | - | - | - | - | - | - |
| 거주지 | 서울 | (857) | 78.9 | 35.8 | 29.5 | 28.4 | 10.5 |
| | 경기 | (734) | 80.0 | 33.1 | 35.4 | 25.9 | 8.9 |
| | 그 외 지역 | (182) | 84.1 | 24.2 | 40.1 | 19.2 | 4.9 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (1,322) | 79.3 | 36.5 | 32.7 | 27.9 | 11.0 |
| | 숙박여행 | (451) | 81.6 | 24.8 | 34.1 | 22.0 | 4.0 |

### 3) 사전 확인 정보

■ 인천여행을 준비하면서 확인한 정보로는 '여행코스'(1순위 22.4%, 1+2순위 38.5%), '교통상황 및 이동시간'(1순위 16.4%, 1+2순위 36.4%), '방문자 후기'(1순위 17.2%, 1+2순위 29.5%) 등이 높음

- '교통상황 및 이동시간'은 남성에서 높으며, '음식 및 맛집 정보'는 남성 대비 여성에서 높음
- '방문자 후기'는 Z세대에서 높으며, '교통상황 및 이동시간'은 베이비부머 세대에서 다른 세대 대비 높음

**[그림 3-6] 사전 확인 정보(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 여행 코스 | 교통상황 및 이동시간 | 방문자 후기 | 음식 및 맛집 정보 | 방문지 정보 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 38.5 | 36.4 | 29.5 | 25.5 | 20.4 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 39.7 | 41.7 | 28.0 | 21.3 | 20.8 |
| | 여성 | (1,620) | 37.4 | 31.9 | 30.7 | 29.1 | 20.0 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 39.9 | 27.3 | 42.0 | 27.0 | 23.5 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 40.2 | 33.3 | 35.1 | 23.9 | 23.5 |
| | X세대 | (855) | 38.9 | 40.5 | 24.1 | 25.8 | 18.6 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 32.8 | 46.4 | 12.9 | 26.1 | 13.6 |
| | 사일런트 세대 | (6) | 33.3 | 16.7 | 16.7 | 16.7 | 16.7 |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 39.3 | 35.9 | 30.2 | 26.4 | 22.0 |
| | 경기 | (1,371) | 37.0 | 37.6 | 27.9 | 26.2 | 18.9 |
| | 그 외 지역 | (296) | 41.6 | 32.4 | 33.4 | 18.2 | 19.9 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 38.7 | 38.3 | 28.6 | 27.3 | 20.3 |
| | 숙박여행 | (651) | 37.5 | 29.5 | 32.7 | 18.9 | 20.7 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

# 2 인천여행 행태

## 가. 동반 행태

### 1) 동반 유형

■ 인천여행을 함께한 사람으로는 '가족/친척'(47.5%), '친구'(34.7%), '연인'(12.3%) 등의 순임

- X세대는 '가족/친척', Z세대는 '친구'와 함께 방문한 비율이 가장 높음

**[그림 3-7] 동반 유형(복수응답)**

[베이스 : 전체] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 가족/친척 | 친구 | 연인 | 혼자 방문했다 | 직장동료 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 47.5 | 34.7 | 12.3 | 4.3 | 3.8 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 44.6 | 32.8 | 13.5 | 6.7 | 5.2 |
| | 여성 | (1,620) | 50.1 | 36.3 | 11.2 | 2.3 | 2.6 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 17.2 | 52.3 | 27.5 | 3.0 | 1.9 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 54.9 | 24.3 | 18.8 | 2.4 | 2.5 |
| | X세대 | (855) | 56.8 | 34.5 | 0.8 | 6.0 | 4.9 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 55.3 | 33.0 | 0.6 | 6.6 | 6.4 |
| | 사일런트 세대 | (6) | 16.7 | 50.0 | - | 16.7 | 16.7 |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 42.2 | 37.8 | 16.3 | 2.9 | 3.4 |
| | 경기 | (1,371) | 52.0 | 32.7 | 9.0 | 5.7 | 3.4 |
| | 그 외 지역 | (296) | 50.7 | 29.7 | 9.1 | 4.4 | 7.4 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 45.4 | 35.9 | 12.1 | 4.8 | 4.1 |
| | 숙박여행 | (651) | 55.1 | 30.1 | 12.9 | 2.6 | 2.6 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

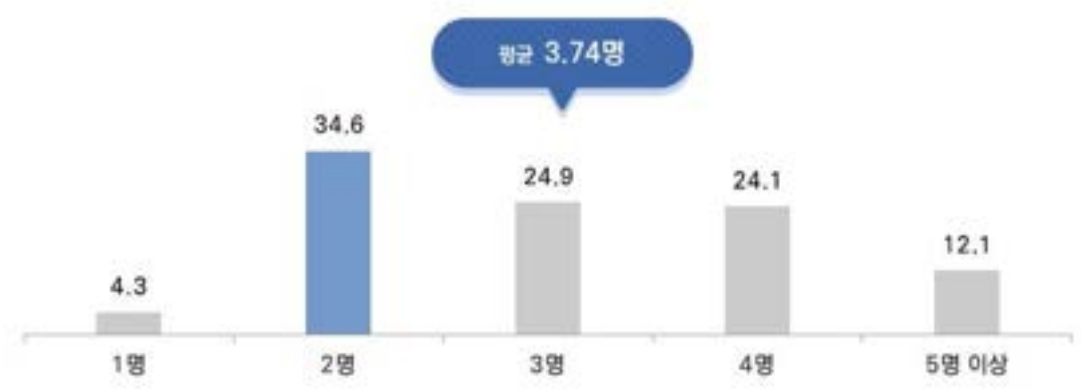
### 2) 동반자 수

■ 본인을 포함한 전체 여행 동반자 수의 평균은 3.74명이며, '2명'(34.6%), '3명'(24.9%), '4명'(24.1%) 등의 순으로 높은 응답 비율을 보임

- '2명'이 방문한 비율은 Z세대에서 높으며, '3명'이 방문한 비율은 밀레니얼 세대에서 다른 세대 대비 상대적으로 높음
- 평균 동반자 수의 경우, 베이비부머 세대, 그 외 지역 거주자에서 상대적으로 높음

**[그림 3-8] 동반자 수**

[베이스 : 전체] [단위 : %, 명]




| 구분 | | 사례수 | 1명 | 2명 | 3명 | 4명 | 5명 이상 | 평균 (명) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 4.3 | 34.6 | 24.9 | 24.1 | 12.1 | 3.74 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 6.7 | 34.3 | 21.3 | 23.2 | 14.6 | 3.84 |
| | 여성 | (1,620) | 2.3 | 34.8 | 27.9 | 24.9 | 10.0 | 3.66 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 3.0 | 43.4 | 21.1 | 23.1 | 9.4 | 3.63 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 2.4 | 36.0 | 30.7 | 21.6 | 9.3 | 3.26 |
| | X세대 | (855) | 6.0 | 29.1 | 24.2 | 28.0 | 12.7 | 3.77 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 6.6 | 30.3 | 19.7 | 24.1 | 19.3 | 4.67 |
| | 사일런트 세대 | (6) | 16.7 | 16.7 | 16.7 | 16.7 | 33.3 | 7.50 |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 2.9 | 36.9 | 24.8 | 24.7 | 10.7 | 3.40 |
| | 경기 | (1,371) | 5.7 | 33.9 | 24.7 | 23.9 | 11.9 | 3.68 |
| | 그 외 지역 | (296) | 4.4 | 27.0 | 26.0 | 23.0 | 19.6 | 5.52 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 4.8 | 35.2 | 25.6 | 23.8 | 10.6 | 3.76 |
| | 숙박여행 | (651) | 2.6 | 32.3 | 22.3 | 25.3 | 17.5 | 3.68 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

### 3) 동반 자녀 유형

■ 여행에 동반한 자녀의 유형으로는 '미취학'(34.2%)이 가장 높으며, '초등'(32.1%), '성인 자녀'(30.1%), '중등'(15.9%) 등의 순임

- '미취학' 및 '초등'은 밀레니얼 세대에서 높으며, '성인 자녀' 및 '중등'은 X세대에서 상대적으로 높은 특징이 있음
- 베이비부머 세대의 경우, '성인 자녀' 비율이 94.5%로 대부분을 차지함

**[그림 3-9] 동반 자녀 유형(복수응답)**

[베이스 : 자녀 동반 여행자] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 미취학 | 초등 | 성인 자녀 | 중등 | 고등 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (698) | 34.2 | 32.1 | 30.1 | 15.9 | 6.9 |
| 성별 | 남성 | (297) | 34.7 | 33.7 | 29.0 | 16.2 | 6.1 |
| | 여성 | (401) | 33.9 | 30.9 | 30.9 | 15.7 | 7.5 |
| 세대 | Z세대 | (2) | 100.0 | - | - | - | - |
| | 밀레니얼 세대 | (365) | 59.2 | 46.0 | 0.5 | 10.4 | 3.0 |
| | X세대 | (221) | 5.4 | 21.7 | 47.1 | 32.1 | 16.7 |
| | 베이비부머 세대 | (110) | 8.2 | 7.3 | 94.5 | 1.8 | - |
| | 사일런트 세대 | - | - | - | - | - | - |
| 거주지 | 서울 | (285) | 35.4 | 30.9 | 30.9 | 17.9 | 7.0 |
| | 경기 | (336) | 33.3 | 34.2 | 30.4 | 13.4 | 6.3 |
| | 그 외 지역 | (77) | 33.8 | 27.3 | 26.0 | 19.5 | 9.1 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (503) | 34.8 | 31.2 | 32.2 | 13.9 | 6.8 |
| | 숙박여행 | (195) | 32.8 | 34.4 | 24.6 | 21.0 | 7.2 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

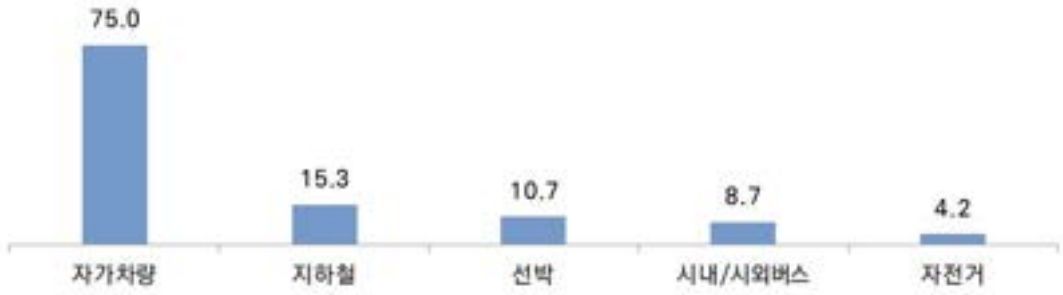
## 나. 이용 교통수단

■ 인천여행(인천 내)에서 이용한 교통수단으로는 '자가차량'(75.0%)이 가장 높으며, '지하철'(15.3%), '선박'(10.7%), '시내/시외버스'(8.7%) 등의 순을 보임

- 세대별로 봤을 때, '자가차량'은 밀레니얼 세대, '지하철'은 Z세대, '선박'은 베이비부머 세대에서 상대적으로 높은 특징이 있음
- '자가차량'과 '선박'은 숙박여행에서 전체 대비 높음

**[그림 3-10] 이용 교통수단(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 자가차량 | 지하철 | 선박 | 시내/시외버스 | 자전거 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 75.0 | 15.3 | 10.7 | 8.7 | 4.2 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 70.1 | 15.4 | 12.8 | 10.3 | 7.9 |
| | 여성 | (1,620) | 79.1 | 15.2 | 8.8 | 7.4 | 1.0 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 50.2 | 38.8 | 7.2 | 25.6 | 2.2 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 90.5 | 4.8 | 7.7 | 3.5 | 2.3 |
| | X세대 | (855) | 82.0 | 6.7 | 12.2 | 2.8 | 7.0 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 65.0 | 20.3 | 17.8 | 8.1 | 5.5 |
| | 사일런트 세대 | (6) | 16.7 | 66.7 | 16.7 | - | - |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 74.3 | 18.6 | 11.4 | 10.1 | 2.0 |
| | 경기 | (1,371) | 75.6 | 13.1 | 9.2 | 7.2 | 7.0 |
| | 그 외 지역 | (296) | 75.3 | 10.8 | 14.2 | 9.5 | 1.0 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 72.5 | 16.9 | 7.2 | 9.3 | 5.3 |
| | 숙박여행 | (651) | 84.0 | 9.7 | 23.3 | 6.8 | 0.2 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

## 다. 체류 행태

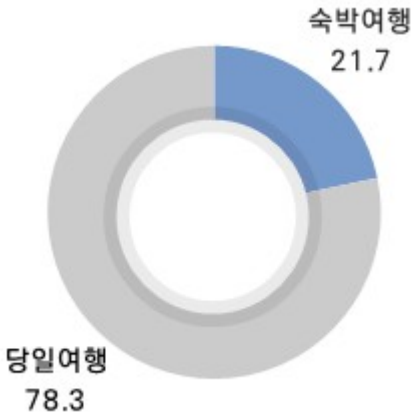
### 1) 여행 기간

■ 인천여행 기간으로는 '당일여행'이 78.3%, '숙박여행'이 21.7%임

- '당일여행' 비율은 베이비부머 세대와 경기 거주자에서 상대적으로 높음
- '숙박여행' 비율은 그 외 지역 거주자에서 높음

**[그림 3-11] 여행 기간**

[베이스 : 전체] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 당일여행 | 숙박여행 |
|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 78.3 | 21.7 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 76.7 | 23.3 |
| | 여성 | (1,620) | 79.6 | 20.4 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 78.2 | 21.8 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 75.8 | 24.2 |
| | X세대 | (855) | 78.6 | 21.4 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 82.4 | 17.6 |
| | 사일런트 세대 | (6) | 100.0 | - |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 82.1 | 17.9 |
| | 경기 | (1,371) | 84.6 | 15.4 |
| | 그 외 지역 | (296) | 32.1 | 67.9 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 100.0 | - |
| | 숙박여행 | (651) | - | 100.0 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

## 2) 당일여행 시간

■ 당일여행자의 여행 시간 평균은 4.96시간이며, '5-7시간 미만'의 시간동안 여행하는 비율이 45.0%로 가장 높음

- 응답자 특성에 따른 응답 비율의 차이는 크지 않으며, 평균 여행 시간은 Z세대에서 다른 세대 대비 높은 특징을 보임

[그림 3-12] 당일여행 시간

[베이스 : 당일여행자] [단위 : %, 시간]




| 구분 | | 사례수 | 3시간 미만 | 3-5시간 미만 | 5-7시간 미만 | 7시간 이상 | 평균 (시간) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (2,349) | 2.5 | 39.8 | 45.0 | 12.8 | 4.96 |
| 성별 | 남성 | (1,059) | 2.0 | 41.7 | 41.9 | 14.4 | 4.97 |
| | 여성 | (1,290) | 2.9 | 38.1 | 47.4 | 11.6 | 4.94 |
| 세대 | Z세대 | (492) | 1.4 | 36.8 | 48.8 | 13.0 | 5.08 |
| | 밀레니얼 세대 | (744) | 2.4 | 38.8 | 45.6 | 13.2 | 4.99 |
| | X세대 | (672) | 2.7 | 41.7 | 43.0 | 12.6 | 4.95 |
| | 베이비부머 세대 | (435) | 3.4 | 42.1 | 42.3 | 12.2 | 4.78 |
| | 사일런트 세대 | (6) | - | 16.7 | 66.7 | 16.7 | 5.00 |
| 거주지 | 서울 | (1,094) | 1.7 | 38.7 | 46.3 | 13.3 | 5.01 |
| | 경기 | (1,160) | 3.3 | 41.1 | 43.6 | 12.0 | 4.87 |
| | 그 외 지역 | (95) | 1.1 | 35.8 | 46.3 | 16.8 | 5.34 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 2.5 | 39.8 | 45.0 | 12.8 | 4.96 |
| | 숙박여행 | - | - | - | - | - | - |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

### 3) 숙박여행 일수

■ 숙박여행자의 여행 일수 평균은 2.22일이며, '2일' 여행자가 80.8%로 대부분을 차지함

- '3일' 여행한 비율은 17.8%이며, 4일 이상 체류한 비율은 1.4%에 불과함
- '2일' 체류 비율은 경기에서 특히 높으며, '3일' 체류 비율은 X세대와 그 외 지역 거주자에서 상대적으로 높음

**[그림 3-13] 숙박여행 일수**

[베이스 : 숙박여행자] [단위 : %, 일]




| 구분 | | 사례수 | 2일 | 3일 | 4일 | 5일 이상 | 평균 (일) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (651) | 80.8 | 17.8 | 1.1 | 0.3 | 2.22 |
| 성별 | 남성 | (321) | 78.5 | 20.2 | 0.6 | 0.6 | 2.25 |
| | 여성 | (330) | 83.0 | 15.5 | 1.5 | - | 2.18 |
| 세대 | Z세대 | (137) | 84.7 | 12.4 | 2.2 | 0.7 | 2.21 |
| | 밀레니얼 세대 | (238) | 83.6 | 16.0 | 0.4 | - | 2.17 |
| | X세대 | (183) | 72.7 | 25.1 | 1.6 | 0.5 | 2.31 |
| | 베이비부머 세대 | (93) | 83.9 | 16.1 | - | - | 2.16 |
| | 사일런트 세대 | - | - | - | - | - | - |
| 거주지 | 서울 | (239) | 81.6 | 17.2 | 0.8 | 0.4 | 2.21 |
| | 경기 | (211) | 88.2 | 10.9 | 0.9 | - | 2.13 |
| | 그 외 지역 | (201) | 72.1 | 25.9 | 1.5 | 0.5 | 2.32 |
| 여행 기간 | 당일여행 | - | - | - | - | - | - |
| | 숙박여행 | (651) | 80.8 | 17.8 | 1.1 | 0.3 | 2.22 |

## 라. 숙박 행태

### 1) 이용 숙박시설

■ 인천여행 시 이용한 숙박시설로는 '펜션'(31.0%), '호텔'(30.6%), '친구/가족 및 친지집'(17.4%) 등의 순으로 높음

- '펜션'은 베이비부머 세대와 서울 거주자에서 높으며, '호텔'은 밀레니얼 세대에서 다른 세대 대비 상대적으로 높은 특징이 있음
- '친구/가족 및 친지집'은 베이비부머 세대와 그 외 지역 거주자에서 높음

**[그림 3-14] 이용 숙박시설(복수응답)**

[베이스 : 숙박여행자] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 펜션 | 호텔 | 친구/가족 및 친지집 | 야영/캠핑/차박 | 콘도/리조트 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (651) | 31.0 | 30.6 | 17.4 | 7.7 | 6.5 |
| 성별 | 남성 | (321) | 31.8 | 28.7 | 15.9 | 11.2 | 3.4 |
| | 여성 | (330) | 30.3 | 32.4 | 18.8 | 4.2 | 9.4 |
| 세대 | Z세대 | (137) | 31.4 | 34.3 | 12.4 | 6.6 | 5.8 |
| | 밀레니얼 세대 | (238) | 20.6 | 43.7 | 11.3 | 9.7 | 7.1 |
| | X세대 | (183) | 34.4 | 22.4 | 21.9 | 8.2 | 8.7 |
| | 베이비부머 세대 | (93) | 50.5 | 7.5 | 31.2 | 3.2 | 1.1 |
| | 사일런트 세대 | - | - | - | - | - | - |
| 거주지 | 서울 | (239) | 39.7 | 29.3 | 9.2 | 8.8 | 9.2 |
| | 경기 | (211) | 28.0 | 29.9 | 17.5 | 10.4 | 5.7 |
| | 그 외 지역 | (201) | 23.9 | 32.8 | 26.9 | 3.5 | 4.0 |
| 여행 기간 | 당일여행 | - | - | - | - | - | - |
| | 숙박여행 | (651) | 31.0 | 30.6 | 17.4 | 7.7 | 6.5 |

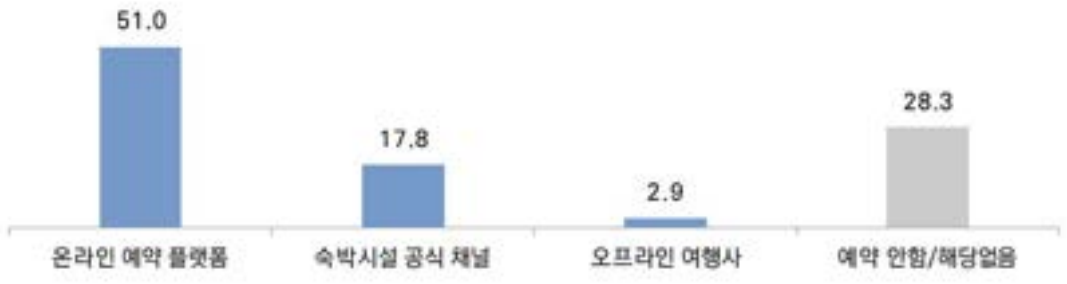
### 2) 숙박시설 예약경로

■ 숙박시설을 예약한 주된 경로로는 '온라인 예약 플랫폼'이 51.0%로 가장 높으며, 그다음으로 '숙박시설 공식 채널'(17.8%), '오프라인 여행사'(2.9%)의 순을 보임

- '예약 안함/해당없음' 응답 비율은 28.3%임
- '온라인 예약 플랫폼'은 Z세대에서 높으며, '숙박시설 공식 채널'과 '예약 안함/해당없음'은 베이비부머 세대에서 상대적으로 높음

**[그림 3-15] 숙박시설 예약경로**

[베이스 : 숙박여행자] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 온라인 예약 플랫폼 | 숙박시설 공식 채널 | 오프라인 여행사 | 예약 안함/ 해당없음 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (651) | 51.0 | 17.8 | 2.9 | 28.3 |
| 성별 | 남성 | (321) | 47.4 | 18.1 | 4.0 | 30.5 |
| | 여성 | (330) | 54.5 | 17.6 | 1.8 | 26.1 |
| 세대 | Z세대 | (137) | 63.5 | 13.1 | 0.7 | 22.6 |
| | 밀레니얼 세대 | (238) | 61.8 | 16.4 | 0.8 | 21.0 |
| | X세대 | (183) | 42.6 | 19.7 | 2.7 | 35.0 |
| | 베이비부머 세대 | (93) | 21.5 | 24.7 | 11.8 | 41.9 |
| | 사일런트 세대 | - | - | - | - | - |
| 거주지 | 서울 | (239) | 54.8 | 17.6 | 6.7 | 20.9 |
| | 경기 | (211) | 47.4 | 21.8 | 0.5 | 30.3 |
| | 그 외 지역 | (201) | 50.2 | 13.9 | 1.0 | 34.8 |
| 여행 기간 | 당일여행 | - | - | - | - | - |
| | 숙박여행 | (651) | 51.0 | 17.8 | 2.9 | 28.3 |

### 3) 숙박시설 예약플랫폼

■ 주로 이용한 숙박시설 예약 플랫폼으로는 '야놀자'(39.9%)가 가장 높으며, '네이버 호텔 예약'(26.7%), '호텔스닷컴'(9.0%), '트립닷컴'(6.3%) 등의 순임

- '야놀자'의 응답 비율은 여성 대비 남성에서 상대적으로 높으며, 세대별로는 Z세대, 거주지별로는 그 외 지역에서 높음
- '네이버 호텔 예약'은 연령대가 높을수록 응답 비율 또한 높은 특징을 보임

**[그림 3-16] 숙박시설 예약플랫폼**

[베이스 : 온라인 예약플랫폼 이용] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 야놀자 | 네이버 호텔 예약 | 호텔스닷컴 | 트립닷컴 | 마이 리얼트립 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (651) | 39.9 | 26.7 | 9.0 | 6.3 | 4.8 |
| 성별 | 남성 | (321) | 44.7 | 25.7 | 10.5 | 3.9 | 3.9 |
| | 여성 | (330) | 35.9 | 27.6 | 7.7 | 8.3 | 5.5 |
| 세대 | Z세대 | (137) | 47.7 | 23.9 | 5.7 | 4.5 | 4.5 |
| | 밀레니얼 세대 | (238) | 34.7 | 25.9 | 10.2 | 8.2 | 4.8 |
| | X세대 | (183) | 37.2 | 29.5 | 10.3 | 6.4 | 6.4 |
| | 베이비부머 세대 | (93) | 55.0 | 35.0 | 10.0 | - | - |
| | 사일런트 세대 | - | - | - | - | - | - |
| 거주지 | 서울 | (239) | 35.9 | 28.2 | 8.4 | 8.4 | 5.3 |
| | 경기 | (211) | 38.0 | 30.0 | 6.0 | 5.0 | 8.0 |
| | 그 외 지역 | (201) | 47.1 | 21.6 | 12.7 | 4.9 | 1.0 |
| 여행 기간 | 당일여행 | - | - | - | - | - | - |
| | 숙박여행 | (651) | 39.9 | 26.7 | 9.0 | 6.3 | 4.8 |

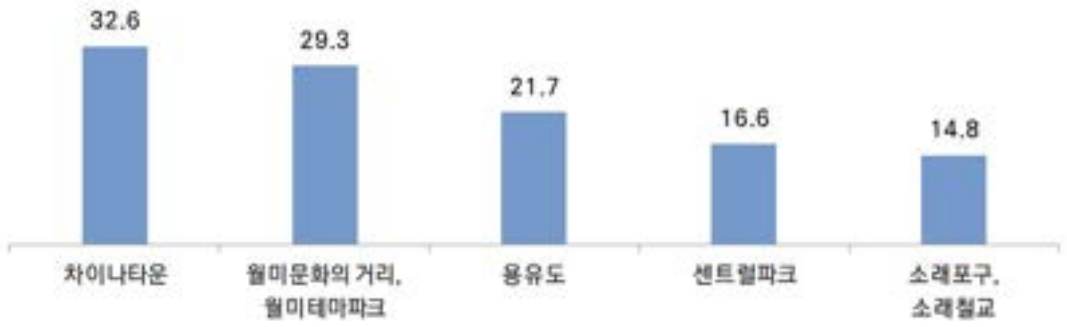
## 마. 방문 관광지

■ 인천여행에서 방문한 관광지로는 '차이나타운'(32.6%)이 가장 높으며, '월미문화의 거리, 월미테마파크'(29.3%), '용유도'(21.7%), '센트럴파크'(16.6%) 등의 순으로 높음

- '차이나타운', '월미문화의 거리, 월미테마파크', '센트럴파크'는 Z세대와 그 외 지역 거주자에서 상대적으로 높은 응답 비율을 보임
- '소래포구, 소래철교'는 베이비부머 세대에서 비교적 높음

**[그림 3-17] 방문 관광지(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 차이나타운 | 월미문화의 거리, 월미테마파크 | 용유도 | 센트럴파크 | 소래포구, 소래철교 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 32.6 | 29.3 | 21.7 | 16.6 | 14.8 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 32.3 | 29.3 | 22.6 | 14.6 | 16.3 |
| | 여성 | (1,620) | 32.8 | 29.3 | 21.0 | 18.2 | 13.5 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 47.5 | 45.5 | 20.0 | 22.4 | 5.9 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 32.0 | 28.0 | 24.2 | 20.3 | 10.7 |
| | X세대 | (855) | 27.1 | 21.9 | 21.8 | 13.7 | 17.2 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 24.6 | 24.2 | 19.3 | 7.6 | 29.2 |
| | 사일런트 세대 | (6) | 50.0 | 66.7 | - | - | - |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 30.3 | 29.2 | 22.1 | 16.7 | 12.1 |
| | 경기 | (1,371) | 32.3 | 28.9 | 21.3 | 15.2 | 18.3 |
| | 그 외 지역 | (296) | 44.3 | 32.1 | 22.0 | 22.0 | 10.5 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 32.2 | 30.4 | 20.7 | 16.3 | 16.9 |
| | 숙박여행 | (651) | 33.9 | 25.7 | 25.5 | 17.5 | 7.1 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함
* 주관식 문항의 응답을 부호화(Coding)하여 분석한 결과임

## 바. 경험 활동

■ 인천여행 시, 경험한 활동으로는 '맛집 방문'이 61.8%로 가장 높으며, '공원 방문'(33.9%), '레포츠/스포츠'(29.8%), '등산/트레킹'(17.1%) 등의 순을 보임

- '맛집 방문'은 남성 대비 여성에서 높은 반면, '레포츠/스포츠'는 여성 대비 남성에서 높음
- 세대별로 봤을 때, '레포츠/스포츠'는 Z세대에서 다른 세대 대비 높으며, '등산/트레킹'은 베이비부머 세대에서 상대적으로 높음

**[그림 3-18] 경험 활동(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 맛집 방문 | 공원 방문 | 레포츠/스포츠 | 등산/트레킹 | 쇼핑 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 61.8 | 33.9 | 29.8 | 17.1 | 16.7 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 56.8 | 30.5 | 35.7 | 19.7 | 13.6 |
| | 여성 | (1,620) | 66.0 | 36.9 | 24.8 | 14.9 | 19.4 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 64.5 | 36.6 | 34.2 | 11.0 | 13.5 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 62.3 | 33.9 | 28.6 | 13.3 | 12.2 |
| | X세대 | (855) | 62.7 | 32.7 | 31.3 | 21.1 | 21.4 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 55.9 | 32.6 | 24.4 | 25.4 | 21.6 |
| | 사일런트 세대 | (6) | 66.7 | 50.0 | - | - | - |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 60.6 | 35.2 | 27.7 | 17.3 | 15.6 |
| | 경기 | (1,371) | 62.1 | 32.4 | 30.6 | 14.9 | 17.9 |
| | 그 외 지역 | (296) | 65.2 | 35.5 | 35.1 | 26.7 | 16.2 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 62.5 | 35.9 | 27.7 | 14.0 | 17.8 |
| | 숙박여행 | (651) | 59.1 | 26.9 | 37.2 | 28.4 | 12.9 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

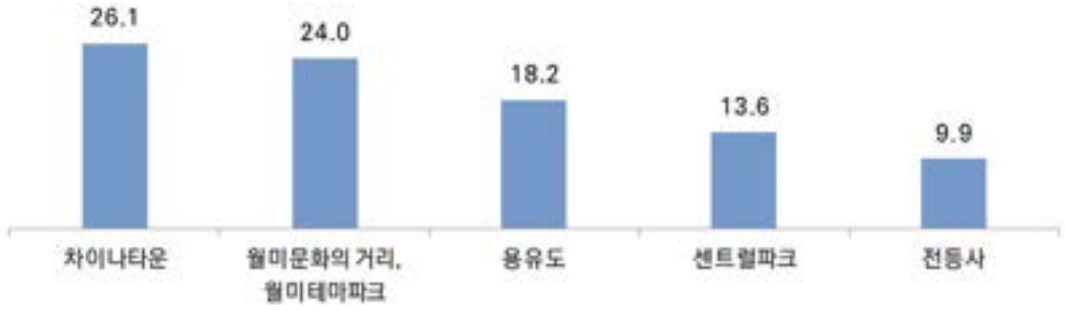
## 사. 추천 관광지

■ 추천하는 관광지는 '차이나타운'(26.1%), '월미문화의 거리, 월미테마파크'(24.0%), '용유도'(18.2%) 등의 순으로 높음

- '차이나타운', '월미문화의 거리, 월미테마파크', '센트럴파크' 등은 Z세대에서 다른 세대 대비 높은 응답 비율을 보임
- '전등사'는 베이비부머 세대에서 전체 대비 높음

**[그림 3-19] 추천 관광지(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 차이나타운 | 월미문화의 거리, 월미테마파크 | 용유도 | 센트럴파크 | 전등사 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 26.1 | 24.0 | 18.2 | 13.6 | 9.9 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 26.0 | 24.3 | 19.1 | 12.1 | 9.6 |
| | 여성 | (1,620) | 26.2 | 23.7 | 17.4 | 14.9 | 10.1 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 39.6 | 38.5 | 16.5 | 18.6 | 2.9 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 24.9 | 22.1 | 19.0 | 16.4 | 6.9 |
| | X세대 | (855) | 21.3 | 17.5 | 19.2 | 11.5 | 14.3 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 19.9 | 20.5 | 17.0 | 6.3 | 16.1 |
| | 사일런트 세대 | (6) | 50.0 | 50.0 | - | - | 50.0 |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 24.2 | 24.6 | 19.1 | 13.6 | 9.6 |
| | 경기 | (1,371) | 26.7 | 23.4 | 17.8 | 13.0 | 9.4 |
| | 그 외 지역 | (296) | 32.1 | 24.0 | 15.5 | 16.9 | 13.2 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 26.0 | 24.7 | 18.0 | 13.5 | 9.6 |
| | 숙박여행 | (651) | 26.7 | 21.4 | 18.7 | 14.0 | 10.9 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함
* 주관식 문항의 응답을 부호화(Coding)하여 분석한 결과임

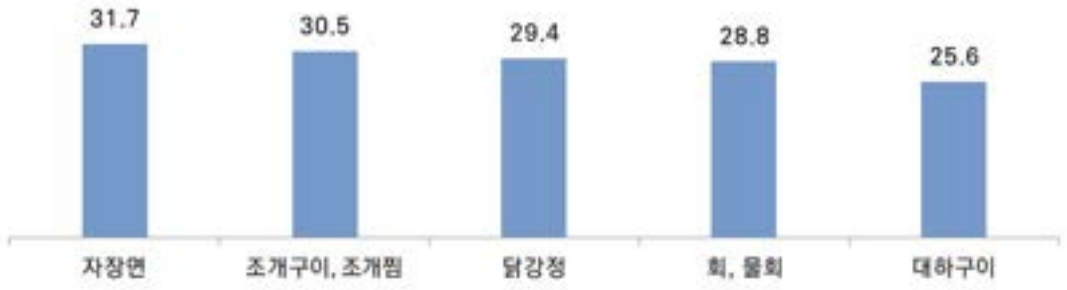
## 아. 추천 음식

■ 추천하는 음식으로는 '자장면'(31.7%)이 가장 높으며, '조개구이, 조개찜'(30.5%), '닭강정'(29.4%), '회, 물회'(28.8%) 등의 순임

- 세대별로 봤을 때, '자장면'은 Z세대에서 특히 높으며, '회, 물회'는 베이비부머 세대와 그 외 지역 거주자에서 비교적 높음
- '닭강정'은 연령대가 낮을수록 응답 비율이 높은 특징이 있음

**[그림 3-20] 추천 음식(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 자장면 | 조개구이, 조개찜 | 닭강정 | 회, 물회 | 대하구이 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 31.7 | 30.5 | 29.4 | 28.8 | 25.6 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 30.9 | 28.6 | 27.9 | 30.9 | 24.2 |
| | 여성 | (1,620) | 32.4 | 32.2 | 30.7 | 27.0 | 26.7 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 50.6 | 32.6 | 46.4 | 20.5 | 25.6 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 33.8 | 34.1 | 31.9 | 24.8 | 28.9 |
| | X세대 | (855) | 23.4 | 28.9 | 22.3 | 34.9 | 22.5 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 19.1 | 24.1 | 16.3 | 36.4 | 24.4 |
| | 사일런트 세대 | (6) | 16.7 | 33.3 | - | 33.3 | 16.7 |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 34.8 | 30.5 | 29.9 | 27.1 | 23.8 |
| | 경기 | (1,371) | 28.8 | 30.3 | 29.5 | 28.2 | 26.1 |
| | 그 외 지역 | (296) | 31.4 | 32.1 | 26.7 | 39.5 | 31.1 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 32.9 | 28.7 | 30.1 | 27.0 | 25.2 |
| | 숙박여행 | (651) | 27.5 | 37.2 | 26.7 | 35.5 | 27.0 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함
* 주관식 문항의 응답을 부호화(Coding)하여 분석한 결과임

# 3 인천여행 평가

## 가. 지출 비용

### 1) 지출 비용

■ 인천여행 시, 지출한 전체 비용의 평균은 99,441원임

[그림 3-21] 지출 비용(평균)

[베이스 : 각 항목별 지출자] [단위 : 원]




| 구분 | | 전체 | 현지 여행사 지불경비 | 숙박비 | 식음료비 | 교통비 | 쇼핑비 | 문화/ 오락비 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 99,441 | 97,088 | 92,572 | 38,433 | 22,767 | 49,948 | 20,560 | 18,216 |
| 성별 | 남성 | 96,736 | 125,000 | 81,521 | 38,517 | 24,695 | 47,940 | 20,022 | 21,679 |
| | 여성 | 101,745 | 61,733 | 103,015 | 38,363 | 21,226 | 51,253 | 21,010 | 15,667 |
| 세대 | Z세대 | 95,092 | 35,000 | 92,061 | 36,297 | 20,873 | 41,787 | 20,460 | 11,804 |
| | 밀레니얼 세대 | 112,922 | - | 104,223 | 42,854 | 23,693 | 56,506 | 22,622 | 17,301 |
| | X세대 | 101,777 | 146,667 | 89,326 | 38,436 | 23,549 | 51,967 | 19,434 | 20,633 |
| | 베이비부머 세대 | 76,570 | 90,300 | 59,555 | 32,692 | 22,022 | 43,024 | 16,399 | 22,069 |
| | 사일런트 세대 | 28,667 | - | - | 21,000 | 13,333 | - | - | 13,500 |
| 거주지 | 서울 | 94,202 | 170,333 | 98,260 | 35,995 | 20,502 | 49,506 | 19,655 | 16,430 |
| | 경기 | 81,974 | 35,000 | 86,610 | 33,293 | 18,285 | 47,095 | 18,188 | 15,581 |
| | 그 외 지역 | 203,937 | 40,786 | 91,745 | 73,931 | 53,475 | 64,410 | 31,273 | 32,579 |
| 여행 기간 | 당일여행 | 62,995 | 39,208 | | 26,622 | 16,872 | 46,197 | 16,898 | 15,894 |
| | 숙박여행 | 230,948 | 236,000 | 92,572 | 80,858 | 42,899 | 62,515 | 30,101 | 24,234 |

* 각 항목별 사례수가 상이함
* 국민여행조사는 가구 방문을 통해 다녀온 여행에 대해 조사하는 반면, 본 조사는 주요 관광지에서 여행 도중에 조사를 진행함 또한 세부 지출 항목 역시 상이하기에, 수치 비교 시 주의를 요함

### 2) 지출 비중

■ 각 항목별 지출 비중을 살펴봤을 때, '식음료비'(37.7%)가 가장 높으며, '교통비'(21.1%), '쇼핑비'(17.0%), '숙박비'(15.3%) 등의 순을 보임

- 인천과의 거리가 비교적 먼 그 외 지역 거주자와 숙박여행의 경우, '숙박비' 지출 비중이 상대적으로 높은 특징이 있음
- '식음료비'의 지출 비중은 숙박여행 대비 당일여행에서 비교적 높음

**[그림 3-22] 지출 비중(평균)**

[베이스 : 전체] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 현지 여행사 지불 경비 | 숙박비 | 식음료비 | 교통비 | 쇼핑비 | 문화/ 오락비 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 1.1 | 15.3 | 37.7 | 21.1 | 17.0 | 6.7 | 1.0 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 1.8 | 14.7 | 38.6 | 22.8 | 14.4 | 6.7 | 1.1 |
| | 여성 | (1,620) | 0.6 | 15.9 | 36.9 | 19.8 | 19.2 | 6.8 | 0.9 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 0.3 | 17.2 | 37.7 | 21.0 | 13.2 | 10.0 | 0.5 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | - | 18.5 | 37.3 | 20.3 | 15.9 | 7.0 | 1.0 |
| | X세대 | (855) | 1.5 | 13.3 | 37.1 | 21.1 | 20.5 | 5.4 | 1.1 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 4.5 | 8.1 | 40.1 | 23.4 | 18.4 | 4.0 | 1.5 |
| | 사일런트 세대 | (6) | - | - | 61.0 | 23.3 | - | - | 15.7 |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 2.0 | 15.0 | 37.5 | 20.6 | 16.9 | 7.0 | 0.9 |
| | 경기 | (1,371) | 0.2 | 12.6 | 39.6 | 20.0 | 20.2 | 6.5 | 0.9 |
| | 그 외 지역 | (296) | 0.9 | 21.0 | 34.7 | 24.2 | 11.5 | 6.6 | 1.1 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 0.6 | - | 41.2 | 24.4 | 24.5 | 8.1 | 1.2 |
| | 숙박여행 | (651) | 1.6 | 30.4 | 34.3 | 17.9 | 9.7 | 5.4 | 0.7 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

## 나. 쇼핑 행태

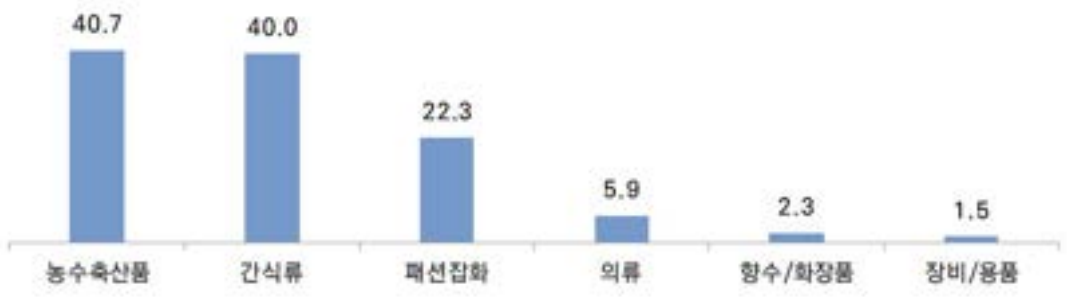
### 1) 쇼핑 품목

■ 인천여행에서 구매한 쇼핑 품목은 '농수축산품'(40.7%)이 가장 높으며, '간식류'(40.0%), '패션잡화'(22.3%), '의류'(5.9%) 등의 순을 보임

- '농수축산품'은 여성과 베이비부머 세대에서 특히 높음
- '간식류'는 남성과 밀레니얼 세대에서 상대적으로 높음

**[그림 3-23] 쇼핑 품목(복수응답)**

[베이스 : 쇼핑비 지출자] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 농수 축산품 | 간식류 | 패션잡화 | 의류 | 향수, 화장품 | 장비/용품 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,017) | 40.7 | 40.0 | 22.3 | 5.9 | 2.3 | 1.5 |
| 성별 | 남성 | (400) | 34.0 | 44.5 | 22.3 | 7.8 | 2.3 | 2.3 |
| | 여성 | (617) | 45.1 | 37.1 | 22.4 | 4.7 | 2.3 | 1.0 |
| 세대 | Z세대 | (189) | 12.2 | 47.1 | 38.1 | 6.9 | 4.2 | - |
| | 밀레니얼 세대 | (312) | 29.2 | 49.4 | 26.6 | 7.7 | 1.3 | 1.0 |
| | X세대 | (344) | 51.2 | 33.7 | 18.0 | 5.5 | 2.9 | 2.3 |
| | 베이비부머 세대 | (172) | 72.1 | 27.9 | 5.8 | 2.3 | 0.6 | 2.3 |
| | 사일런트 세대 | - | - | - | - | - | - | - |
| 거주지 | 서울 | (428) | 39.7 | 40.0 | 22.0 | 6.1 | 2.3 | 1.2 |
| | 경기 | (481) | 43.0 | 39.1 | 20.4 | 5.6 | 1.5 | 2.1 |
| | 그 외 지역 | (108) | 34.3 | 44.4 | 32.4 | 6.5 | 5.6 | - |
| 여행 기간 | 당일여행 | (784) | 41.5 | 40.9 | 19.5 | 5.9 | 1.7 | 1.9 |
| | 숙박여행 | (233) | 38.2 | 36.9 | 31.8 | 6.0 | 4.3 | - |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

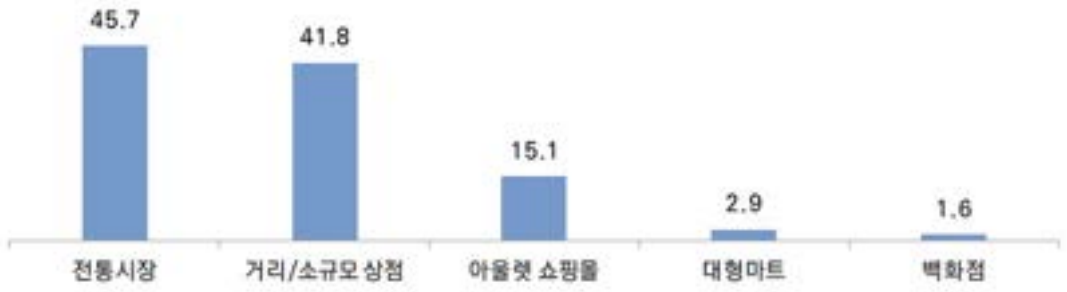
### 2) 쇼핑 장소

■ 쇼핑 장소로는 '전통시장'(45.7%)이 가장 높으며, 그다음으로 '거리/소규모 상점'(41.8%), '아울렛 쇼핑몰'(15.1%), '대형마트'(2.9%) 등의 순임

- '전통시장'은 연령대가 높을수록 응답 비율이 높은 반면, '거리/소규모 상점'은 연령대가 낮을수록 응답 비율이 높은 특징을 보임
- '아울렛 쇼핑몰'은 밀레니얼 세대에서 상대적으로 높음

**[그림 3-24] 쇼핑 장소(복수응답)**

[베이스 : 쇼핑비 지출자] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 전통시장 | 거리/소규모 상점 | 아울렛 쇼핑몰 | 대형마트 | 백화점 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,017) | 45.7 | 41.8 | 15.1 | 2.9 | 1.6 |
| 성별 | 남성 | (400) | 44.5 | 43.5 | 14.8 | 2.8 | 2.0 |
| | 여성 | (617) | 46.5 | 40.7 | 15.4 | 2.9 | 1.3 |
| 세대 | Z세대 | (189) | 19.6 | 58.7 | 20.1 | 3.2 | 2.6 |
| | 밀레니얼 세대 | (312) | 41.0 | 43.6 | 21.5 | 4.5 | 1.3 |
| | X세대 | (344) | 51.7 | 38.7 | 12.5 | 2.0 | 1.7 |
| | 베이비부머 세대 | (172) | 70.9 | 26.2 | 3.5 | 1.2 | 0.6 |
| | 사일런트 세대 | - | - | - | - | - | - |
| 거주지 | 서울 | (428) | 45.6 | 43.0 | 14.7 | 3.0 | 0.7 |
| | 경기 | (481) | 47.6 | 39.5 | 13.7 | 2.5 | 1.7 |
| | 그 외 지역 | (108) | 38.0 | 47.2 | 23.1 | 3.7 | 4.6 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (784) | 47.4 | 41.1 | 13.8 | 1.5 | 1.0 |
| | 숙박여행 | (233) | 39.9 | 44.2 | 19.7 | 7.3 | 3.4 |

## 다. 행동 의도

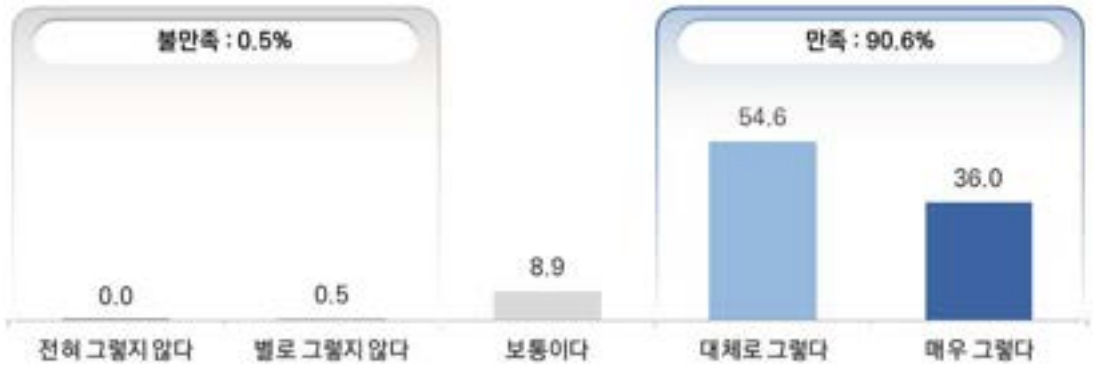
### 1) 전반적 만족도

■ 인천여행에 대해 전반적으로 만족한다는 응답의 비율은 90.6%이며, 불만족한다는 응답의 비율은 0.5%에 불과함

- 내국인 관광객 대부분이 인천여행에 대해 만족하고 있는 것으로 보임
- 응답자 특성에 따른 응답 비율의 차이는 크지 않음

**[그림 3-25] 전반적 만족도**

[베이스 : 전체] [단위 : %, 점(5점 만점)]




| 구분 | | 사례수 | 불만족 | 보통이다 | 만족 | 평균 (점) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 0.5 | 8.9 | 90.6 | 4.26 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 0.7 | 9.4 | 89.9 | 4.27 |
| | 여성 | (1,620) | 0.4 | 8.5 | 91.1 | 4.25 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 0.6 | 8.4 | 90.9 | 4.28 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 0.4 | 10.9 | 88.7 | 4.21 |
| | X세대 | (855) | 0.7 | 8.0 | 91.3 | 4.27 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 0.4 | 7.4 | 92.2 | 4.33 |
| | 사일런트 세대 | (6) | - | - | 100.0 | 4.67 |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 0.4 | 8.4 | 91.2 | 4.23 |
| | 경기 | (1,371) | 0.7 | 8.8 | 90.5 | 4.27 |
| | 그 외 지역 | (296) | 0.7 | 11.5 | 87.8 | 4.31 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 0.6 | 8.1 | 91.3 | 4.26 |
| | 숙박여행 | (651) | 0.5 | 11.7 | 87.9 | 4.27 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

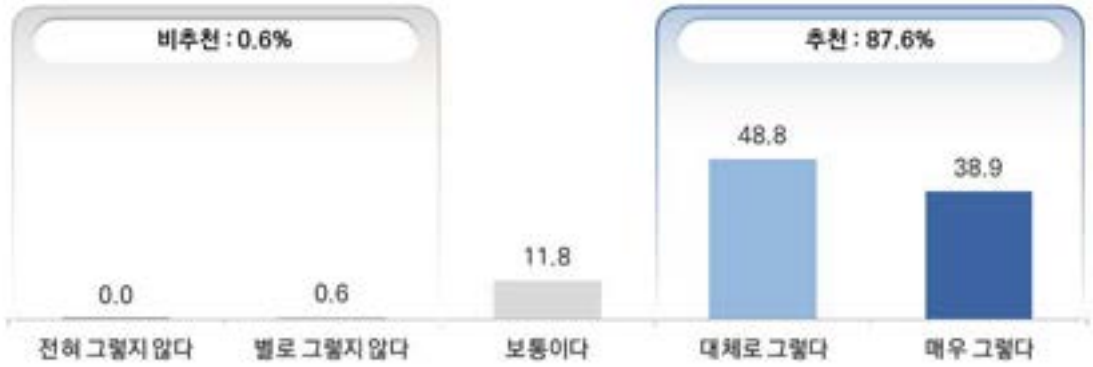
### 2) 추천 의향

■ 인천여행을 다른 사람에게 추천하겠다는 응답의 비율은 87.6%이며, '보통이다'가 11.8%, 추천하지 않겠다는 응답의 비율은 0.6%임

- 추천 의향 또한 응답자 특성에 따른 응답비율의 차이가 크지 않으며, 세대 중에서는 베이비부머 세대의 추천 의향이 비교적 높음
- 그 외 지역 거주자의 경우, 다른 지역 대비 상대적으로 추천 의향이 낮음

**[그림 3-26] 추천 의향**

[베이스 : 전체] [단위 : %, 점(5점 만점)]




| 구분 | | 사례수 | 비추천 | 보통이다 | 추천 | 평균 (점) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 0.6 | 11.8 | 87.6 | 4.26 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 0.9 | 11.8 | 87.2 | 4.25 |
| | 여성 | (1,620) | 0.3 | 11.7 | 88.0 | 4.27 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 0.6 | 11.0 | 88.4 | 4.25 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 0.6 | 12.8 | 86.6 | 4.23 |
| | X세대 | (855) | 0.6 | 12.2 | 87.3 | 4.26 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 0.6 | 10.2 | 89.2 | 4.30 |
| | 사일런트 세대 | (6) | - | - | 100.0 | 4.67 |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 0.3 | 11.1 | 88.6 | 4.25 |
| | 경기 | (1,371) | 0.9 | 11.7 | 87.4 | 4.26 |
| | 그 외 지역 | (296) | 0.7 | 14.9 | 84.5 | 4.26 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 0.6 | 11.7 | 87.7 | 4.26 |
| | 숙박여행 | (651) | 0.6 | 12.1 | 87.3 | 4.27 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

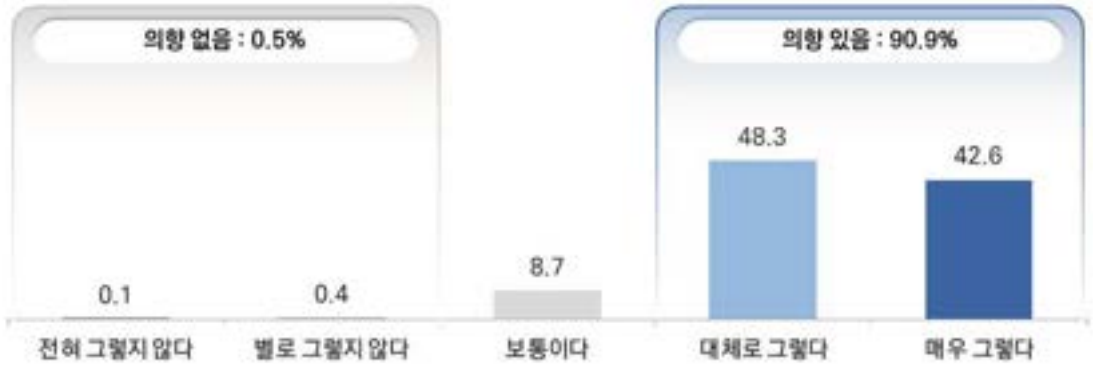
### 3) 재방문 의향

■ 향후 3년 이내에 인천을 다시 여행할 의향이 있다는 응답의 비율은 90.9%이며, 의향이 없다는 응답의 비율은 0.5%에 불과함

- 재방문 의향 또한 응답자 특성에 따른 차이가 크지 않으며, Z세대, 그 외 지역, 숙박여행자 외에는 모두 90% 이상이 재방문 의향이 있다고 응답함
- 세대 중에서는 베이비부머 세대의 재방문 의향이 가장 높음

**[그림 3-27] 재방문 의향**

[베이스 : 전체] [단위 : %, 점(5점 만점)]




| 구분 | | 사례수 | 의향 없음 | 보통이다 | 의향 있음 | 평균 (점) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 0.5 | 8.7 | 90.9 | 4.33 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 0.8 | 8.8 | 90.4 | 4.34 |
| | 여성 | (1,620) | 0.2 | 8.6 | 91.2 | 4.32 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 0.3 | 10.5 | 89.2 | 4.29 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 0.8 | 8.6 | 90.6 | 4.29 |
| | X세대 | (855) | 0.5 | 9.1 | 90.4 | 4.35 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | - | 6.1 | 93.9 | 4.41 |
| | 사일런트 세대 | (6) | - | - | 100.0 | 4.67 |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 0.3 | 8.6 | 91.1 | 4.31 |
| | 경기 | (1,371) | 0.6 | 8.2 | 91.2 | 4.35 |
| | 그 외 지역 | (296) | 0.7 | 11.5 | 87.8 | 4.31 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 0.4 | 8.0 | 91.6 | 4.34 |
| | 숙박여행 | (651) | 0.8 | 10.9 | 88.3 | 4.30 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

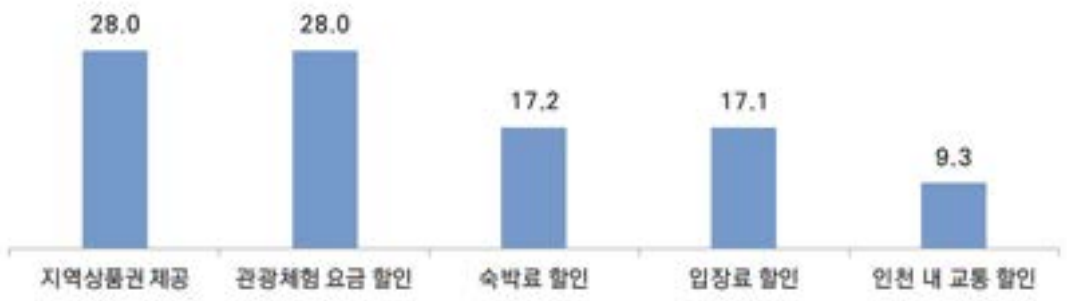
## 라. 선호 혜택

■ 인천여행에 대해 가장 선호하는 혜택으로는 '지역상품권 제공'과 '관광체험 요금 할인'이 각각 28.0%로 가장 높음

- '지역상품권 제공'은 연령대가 높을수록 응답 비율이 높은 특징이 있음
- '관광체험 요금 할인'은 Z세대에서 특히 높으며, '숙박료 할인'은 숙박시설 수요층인 그 외 지역과 숙박여행자에서 상대적으로 높음

**[그림 3-28] 선호 혜택**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 지역상품권 제공 | 관광체험 요금 할인 | 숙박료 할인 | 입장료 할인 | 인천 내 교통 할인 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (3,000) | 28.0 | 28.0 | 17.2 | 17.1 | 9.3 |
| 성별 | 남성 | (1,380) | 26.4 | 27.1 | 16.7 | 18.4 | 10.7 |
| | 여성 | (1,620) | 29.3 | 28.7 | 17.5 | 16.0 | 8.0 |
| 세대 | Z세대 | (629) | 17.3 | 36.9 | 19.1 | 18.6 | 7.5 |
| | 밀레니얼 세대 | (982) | 24.9 | 29.8 | 19.0 | 17.0 | 8.8 |
| | X세대 | (855) | 32.4 | 21.9 | 17.5 | 16.5 | 11.1 |
| | 베이비부머 세대 | (528) | 38.4 | 23.9 | 11.0 | 16.9 | 9.5 |
| | 사일런트 세대 | (6) | 83.3 | 16.7 | - | - | - |
| 거주지 | 서울 | (1,333) | 26.7 | 28.9 | 15.2 | 18.1 | 10.4 |
| | 경기 | (1,371) | 30.2 | 27.0 | 16.7 | 17.2 | 8.5 |
| | 그 외 지역 | (296) | 23.3 | 28.4 | 28.0 | 12.5 | 7.8 |
| 여행 기간 | 당일여행 | (2,349) | 31.1 | 29.5 | 11.1 | 18.3 | 9.5 |
| | 숙박여행 | (651) | 16.7 | 22.3 | 39.0 | 12.7 | 8.6 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

## 라. 항목별 만족도

■ 항목별 만족도를 물었을 때, 만족한다는 응답의 비율은 '치안 수준'(90.1%), '숙박시설 종사원 친절도'(89.9%), '숙박시설'(88.6%), '관광지 매력'(87.2%) 등의 순으로 높음

- '여행경비'(73.3%), '교통 편리성'(74.3%), '관광지 편의시설'(79.8%) 등에 대한 평가는 상대적으로 낮은 수준을 보임
- 평균 기준으로는 '숙박시설'(4.36점)에 대한 평가가 가장 높으며, '여행경비'(3.93점)에 대한 평가가 가장 낮음



〈표 3-1〉 항목별 만족도

[단위 : %, 점(5점 만점)]

| 구분 | 매우 불만족 + 불만족 | 보통 | 만족 + 매우 만족 | 평균(점) |
|---|---|---|---|---|
| 치안 수준 | 0.7 | 9.2 | 90.1 | 4.27 |
| 숙박시설 종사원 친절도 | 0.8 | 9.3 | 89.9 | 4.33 |
| 숙박시설 | 0.8 | 10.6 | 88.6 | 4.36 |
| 관광지 매력 | 0.6 | 12.2 | 87.2 | 4.27 |
| 음식 | 1.0 | 14.3 | 84.7 | 4.13 |
| 관광안내 서비스 | 0.8 | 14.6 | 84.7 | 4.17 |
| 인천시민 친절도 | 0.6 | 14.9 | 84.5 | 4.14 |
| 볼거리/즐길거리 | 0.7 | 15.3 | 83.9 | 4.16 |
| 관광지 서비스 | 1.2 | 16.4 | 82.4 | 4.14 |
| 음식점 서비스 | 0.7 | 17.7 | 81.6 | 4.08 |
| 관광지 청결도 | 1.4 | 17.1 | 81.5 | 4.15 |
| 쇼핑 | 1.6 | 18.5 | 79.9 | 4.09 |
| 관광지 편의시설 | 2.5 | 17.8 | 79.8 | 4.11 |
| 교통 편리성 | 3.9 | 21.8 | 74.3 | 3.97 |
| 여행경비 | 2.7 | 24.1 | 73.3 | 3.93 |

※ 각 항목별 경험자 기준으로 산출

# Ⅳ

# 외국인 관광객

1. 인천여행 준비
2. 인천여행 행태
3. 인천여행 평가

인천광역시
인천관광공사

# 1 인천여행 준비

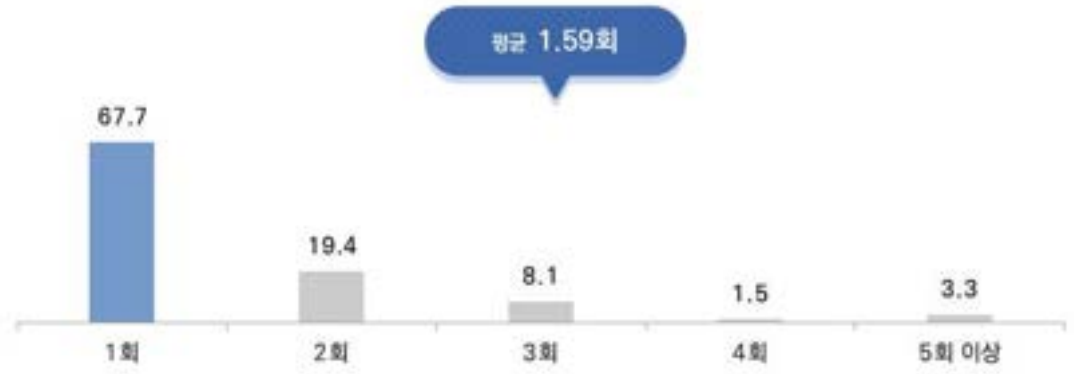
## 가. 여행 횟수

■ 이번 여행을 포함한 최근 3년간 인천을 여행한 횟수의 평균은 1.59회임

- 연령대가 높을수록 '1회' 방문 비율이 높음

**[그림 4-1] 여행 횟수**

[베이스 : 전체] [단위 : %, 회]




| 구분 | | 사례수 | 1회 | 2회 | 3회 | 4회 | 5회 이상 | 평균 (회) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 67.7 | 19.4 | 8.1 | 1.5 | 3.3 | 1.59 |
| 성별 | 남성 | (392) | 64.8 | 21.2 | 8.9 | 1.3 | 3.8 | 1.64 |
| | 여성 | (608) | 69.6 | 18.3 | 7.6 | 1.6 | 3.0 | 1.56 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 62.0 | 19.5 | 12.3 | 2.1 | 4.2 | 1.75 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 67.8 | 20.9 | 6.2 | 2.1 | 2.9 | 1.55 |
| | X세대 | (250) | 72.0 | 18.4 | 5.6 | 0.4 | 3.6 | 1.51 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 77.6 | 15.8 | 6.6 | - | - | 1.29 |
| | 사일런트 세대 | (1) | 100.0 | - | - | - | - | 1.00 |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 70.3 | 19.4 | 6.2 | 0.9 | 3.3 | 1.53 |
| | 동남아시아 | (174) | 66.7 | 17.8 | 9.2 | 3.4 | 2.9 | 1.63 |
| | 유럽 | (138) | 62.3 | 20.3 | 12.3 | 1.4 | 3.6 | 1.68 |
| | 북미 | (85) | 57.6 | 25.9 | 11.8 | 2.4 | 2.4 | 1.66 |
| | 기타 | (51) | 74.5 | 11.8 | 7.8 | - | 5.9 | 1.67 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 56.3 | 23.5 | 13.0 | 2.2 | 5.1 | 1.84 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 84.3 | 13.5 | 1.0 | 0.5 | 0.7 | 1.22 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

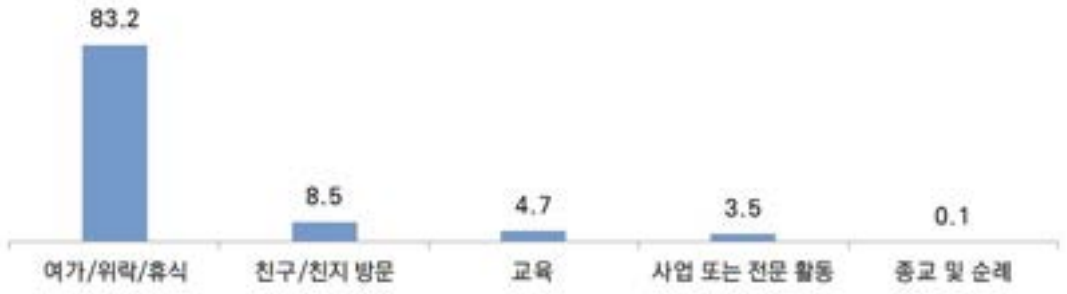
## 나. 여행 목적

■ 인천여행의 주된 목적으로는 '여가/위락/휴식'이 83.2%로 대부분을 차지하고 있으며, '친구/친지 방문'(8.5%), '교육'(4.7%) 등이 뒤를 이음

- '여가/위락/휴식'은 연령대가 높을수록 응답 비율이 높은 특징이 있으며, 동남아시아, 에어텔/단체여행에서 상대적으로 높음
- '친구/친지 방문'은 Z세대, 동남아시아, 유럽, 개별여행에서 비교적 높음

**[그림 4-2] 여행 목적**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 여가/위락/휴식 | 친구/친지 방문 | 교육 | 사업 또는 전문 활동 | 종교 및 순례 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 83.2 | 8.5 | 4.7 | 3.5 | 0.1 |
| 성별 | 남성 | (392) | 82.1 | 8.9 | 4.1 | 4.6 | 0.3 |
| | 여성 | (608) | 83.9 | 8.2 | 5.1 | 2.8 | - |
| 세대 | Z세대 | (334) | 76.9 | 13.5 | 8.1 | 1.5 | - |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 83.2 | 5.0 | 4.4 | 7.1 | 0.3 |
| | X세대 | (250) | 87.6 | 8.8 | 2.0 | 1.6 | - |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 96.1 | 1.3 | - | 2.6 | - |
| | 사일런트 세대 | (1) | 100.0 | - | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 91.3 | 4.2 | 3.1 | 1.3 | 0.2 |
| | 동남아시아 | (174) | 68.4 | 15.5 | 9.8 | 6.3 | - |
| | 유럽 | (138) | 76.8 | 15.9 | 2.9 | 4.3 | - |
| | 북미 | (85) | 74.1 | 12.9 | 3.5 | 9.4 | - |
| | 기타 | (51) | 78.4 | 3.9 | 11.8 | 5.9 | - |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 72.5 | 13.9 | 7.8 | 5.9 | - |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 98.8 | 0.7 | 0.2 | - | 0.2 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

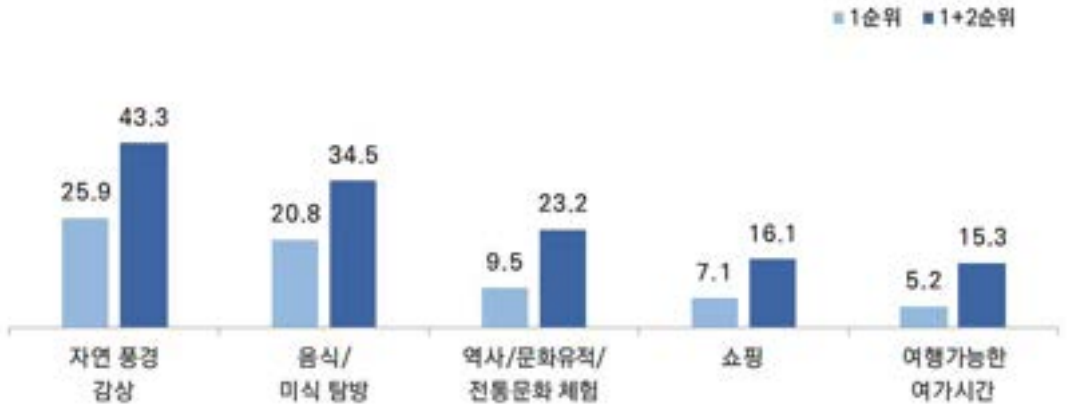
## 다. 인천 선택 이유

■ 인천을 여행 목적지로 선택한 이유로는 '자연 풍경 감상'(1순위 25.9%, 1+2순위 43.3%)이 가장 높으며, '음식/미식 탐방'(1순위 20.8%, 1+2순위 34.5%)이 다음으로 높음

- '자연 풍경 감상'과 '음식/미식 탐방'은 기타 국적에서 높은 특징이 있음
- '역사/문화유적/전통문화 체험'은 유럽에서 상대적으로 높으며, '쇼핑'은 동아시아에서 전체 대비 높은 응답 비율을 보임

**[그림 4-3] 인천 선택 이유(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 자연 풍경 감상 | 음식/미식 탐방 | 역사/문화 유적/전통 문화 체험 | 쇼핑 | 여행가능한 여가시간 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 43.3 | 34.5 | 23.2 | 16.1 | 15.3 |
| 성별 | 남성 | (392) | 45.2 | 32.1 | 25.3 | 12.2 | 16.6 |
| | 여성 | (608) | 42.1 | 36.0 | 21.9 | 18.6 | 14.5 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 43.4 | 36.8 | 19.5 | 15.0 | 11.4 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 45.7 | 33.0 | 26.3 | 15.0 | 15.0 |
| | X세대 | (250) | 41.2 | 34.8 | 24.8 | 20.8 | 20.0 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 39.5 | 30.3 | 21.1 | 10.5 | 18.4 |
| | 사일런트 세대 | (1) | - | - | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 40.0 | 34.1 | 19.9 | 21.9 | 13.8 |
| | 동남아시아 | (174) | 47.7 | 35.1 | 24.1 | 7.5 | 20.1 |
| | 유럽 | (138) | 45.7 | 27.5 | 31.9 | 8.0 | 19.6 |
| | 북미 | (85) | 43.5 | 42.4 | 27.1 | 10.6 | 12.9 |
| | 기타 | (51) | 56.9 | 43.1 | 25.5 | 13.7 | 7.8 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 40.7 | 37.3 | 23.1 | 14.0 | 14.4 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 47.1 | 30.4 | 23.3 | 19.1 | 16.7 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

## 라. 정보 습득 행태

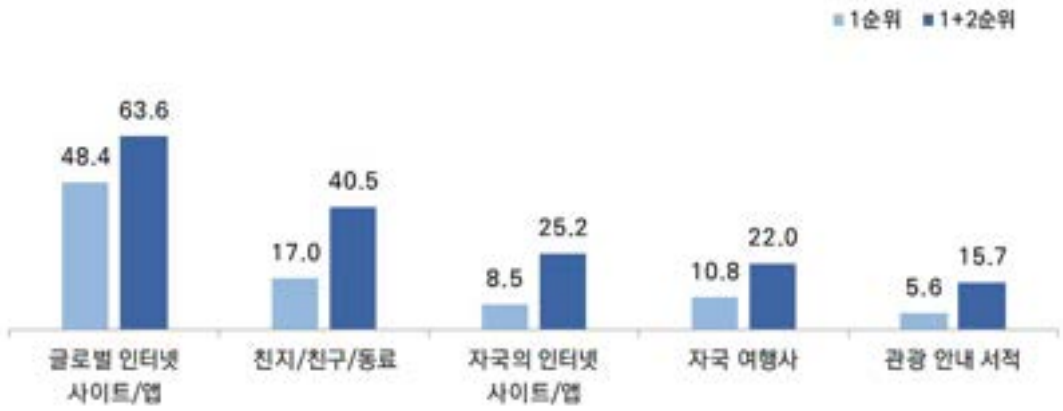
### 1) 정보 습득 경로

■ 인천여행에 대한 정보를 얻은 경로로는 '글로벌 인터넷 사이트/앱'(1순위 48.4%, 1+2순위 63.6%)를 이용했다는 응답의 비율이 가장 높음

- '글로벌 인터넷 사이트/앱'은 밀레니얼 세대와 개별여행에서 특히 높음
- '친지/친구/동료'는 X세대와 동남아시아에서 상대적으로 높음

**[그림 4-4] 정보 습득 경로(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 글로벌 인터넷 사이트/앱 | 친지/친구/동료 | 자국의 인터넷 사이트/앱 | 자국 여행사 | 관광 안내 서적 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 63.6 | 40.5 | 25.2 | 22.0 | 15.7 |
| 성별 | 남성 | (392) | 65.8 | 40.1 | 24.0 | 20.2 | 14.3 |
| | 여성 | (608) | 62.2 | 40.8 | 26.0 | 23.2 | 16.6 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 67.1 | 40.4 | 33.2 | 19.8 | 6.6 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 69.6 | 35.4 | 24.5 | 17.1 | 20.1 |
| | X세대 | (250) | 56.8 | 46.4 | 20.8 | 26.0 | 20.8 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 44.7 | 44.7 | 7.9 | 39.5 | 19.7 |
| | 사일런트 세대 | (1) | - | - | - | 100.0 | - |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 53.6 | 40.0 | 26.1 | 31.5 | 18.5 |
| | 동남아시아 | (174) | 66.1 | 46.6 | 19.5 | 13.2 | 14.9 |
| | 유럽 | (138) | 77.5 | 43.5 | 23.2 | 8.7 | 9.4 |
| | 북미 | (85) | 89.4 | 29.4 | 28.2 | 10.6 | 10.6 |
| | 기타 | (51) | 82.4 | 35.3 | 35.3 | 3.9 | 13.7 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 76.7 | 42.4 | 30.4 | 7.3 | 10.3 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 44.6 | 37.7 | 17.6 | 43.4 | 23.5 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

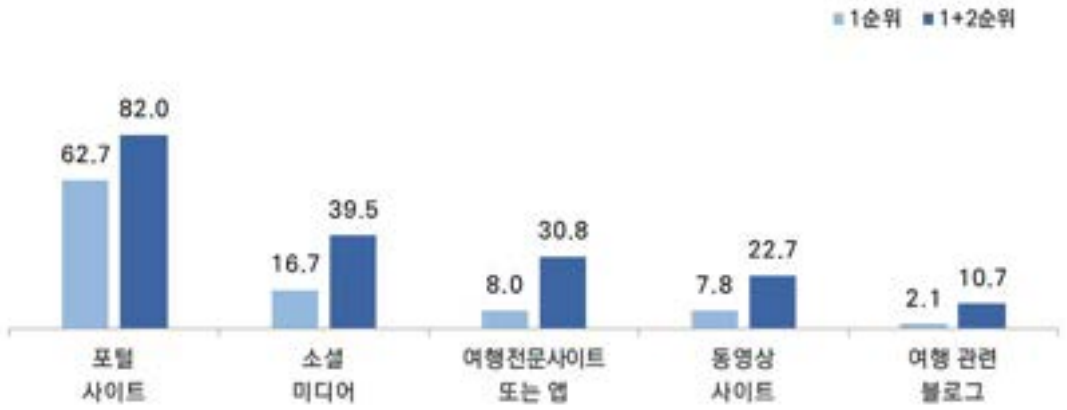
## 2) 이용 인터넷 사이트

■ 인터넷/사이트/모바일 앱을 이용한 사람들을 대상으로 어떤 인터넷 사이트를 이용했는지 물었을 때, '포털사이트'(1순위 62.7%, 1+2순위 82.0%)가 가장 높음

- '소셜미디어'는 Z세대, '여행전문사이트 또는 앱'은 베이비부머 세대에서 상대적으로 높음
- '포털사이트', '소셜미디어', '여행전문사이트 또는 앱' 모두 기타 국가에서 다른 국가 대비 응답 비율이 높은 특징이 있음

**[그림 4-5] 이용 인터넷 사이트(복수응답)**

[베이스 : 인터넷 사이트/모바일 앱 이용] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 포털 사이트 | 소셜 미디어 | 여행전문 사이트 또는 앱 | 동영상 사이트 | 여행 관련 블로그 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (754) | 82.0 | 39.5 | 30.8 | 22.7 | 10.7 |
| 성별 | 남성 | (301) | 81.4 | 35.5 | 34.6 | 22.3 | 10.3 |
| | 여성 | (453) | 82.3 | 42.2 | 28.3 | 23.0 | 11.0 |
| 세대 | Z세대 | (281) | 80.4 | 50.5 | 29.9 | 22.1 | 9.3 |
| | 밀레니얼 세대 | (269) | 84.8 | 37.5 | 27.9 | 23.8 | 11.9 |
| | X세대 | (166) | 80.1 | 28.3 | 34.9 | 23.5 | 9.0 |
| | 베이비부머 세대 | (38) | 81.6 | 21.1 | 39.5 | 15.8 | 21.1 |
| | 사일런트 세대 | - | | | | | |
| 국적 | 동아시아 | (373) | 72.4 | 36.5 | 29.5 | 29.5 | 13.9 |
| | 동남아시아 | (131) | 93.1 | 34.4 | 30.5 | 20.6 | 10.7 |
| | 유럽 | (122) | 88.5 | 45.9 | 29.5 | 17.2 | 6.6 |
| | 북미 | (79) | 91.1 | 46.8 | 31.6 | 10.1 | 8.9 |
| | 기타 | (49) | 93.9 | 49.0 | 42.9 | 10.2 | - |
| 여행 유형 | 개별여행 | (522) | 85.6 | 43.1 | 31.0 | 20.3 | 9.4 |
| | 에어텔/단체여행 | (232) | 73.7 | 31.5 | 30.2 | 28.0 | 13.8 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

### 3) 사전 확인 정보

■ 인천여행을 준비하면서 확인한 정보는 '방문지 정보'(1순위 39.1%, 1+2순위 57.1%), '이동거리 및 교통편'(1순위 22.5%, 1+2순위 48.6%), '음식 및 맛집 정보'(1순위 16.6%, 1+2순위 36.2%) 등의 순으로 높음

- '방문지 정보'는 베이비부머 세대, 유럽, 개별여행에서 상대적으로 높으며, '이동거리 및 교통편'은 Z세대와 기타 국적에서 높음
- '숙박시설'은 베이비부머 세대, 기타 국적에서 높음

**[그림 4-6] 사전 확인 정보(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 방문지 정보 | 이동거리 및 교통편 | 음식 및 맛집 정보 | 숙박시설 | 쇼핑 장소 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 57.1 | 48.6 | 36.2 | 14.2 | 13.8 |
| 성별 | 남성 | (392) | 58.7 | 51.0 | 35.5 | 15.6 | 11.0 |
| | 여성 | (608) | 56.1 | 47.0 | 36.7 | 13.3 | 15.6 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 56.0 | 53.9 | 35.3 | 9.9 | 14.4 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 61.4 | 46.6 | 38.3 | 13.9 | 12.4 |
| | X세대 | (250) | 50.8 | 44.8 | 34.8 | 16.8 | 17.2 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 63.2 | 47.4 | 35.5 | 26.3 | 6.6 |
| | 사일런트 세대 | (1) | 100.0 | - | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 49.8 | 48.4 | 38.4 | 14.3 | 15.2 |
| | 동남아시아 | (174) | 59.8 | 42.5 | 35.6 | 13.2 | 14.4 |
| | 유럽 | (138) | 71.7 | 53.6 | 32.6 | 10.1 | 7.2 |
| | 북미 | (85) | 67.1 | 49.4 | 36.5 | 17.6 | 15.3 |
| | 기타 | (51) | 70.6 | 56.9 | 23.5 | 21.6 | 11.8 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 66.9 | 50.2 | 33.3 | 14.7 | 13.3 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 42.9 | 46.3 | 40.4 | 13.5 | 14.5 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

# 2 인천여행 행태

## 가. 동반 행태

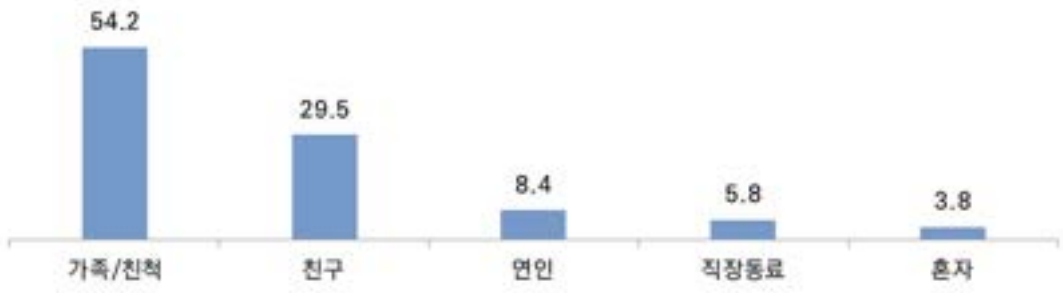
### 1) 동반 유형

■ 인천여행을 함께한 사람으로는 '가족/친척'(54.2%), '친구'(29.5%), '연인'(8.4%) 등의 순임

- Z세대는 '친구'와 함께 방문한 비율이 가장 높음

**[그림 4-7] 동반 유형(복수응답)**

[베이스 : 전체] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 가족/친척 | 친구 | 연인 | 직장동료 | 혼자 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 54.2 | 29.5 | 8.4 | 5.8 | 3.8 |
| 성별 | 남성 | (392) | 52.8 | 27.3 | 11.0 | 5.9 | 5.6 |
| | 여성 | (608) | 55.1 | 30.9 | 6.7 | 5.8 | 2.6 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 31.7 | 46.4 | 11.7 | 6.3 | 4.5 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 46.6 | 29.2 | 12.7 | 8.3 | 3.8 |
| | X세대 | (250) | 85.6 | 12.0 | 0.4 | 2.8 | 2.8 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 82.9 | 14.5 | 1.3 | 2.6 | 3.9 |
| | 사일런트 세대 | (1) | 100.0 | - | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 63.6 | 25.7 | 6.0 | 5.6 | 1.8 |
| | 동남아시아 | (174) | 42.0 | 35.6 | 10.9 | 6.3 | 5.2 |
| | 유럽 | (138) | 44.2 | 39.9 | 11.6 | 4.3 | 1.4 |
| | 북미 | (85) | 47.1 | 22.4 | 11.8 | 7.1 | 11.8 |
| | 기타 | (51) | 33.3 | 33.3 | 11.8 | 7.8 | 13.7 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 40.7 | 35.1 | 11.8 | 7.4 | 5.9 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 73.8 | 21.3 | 3.4 | 3.4 | 0.7 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

### 2) 동반자 수

■ 본인을 포함하여 함께 인천을 방문한 사람의 수는 평균 3.45명이며, '2명'이 함께 방문한 비율이 38.9%로 가장 높음

- 혼자서 방문한 비율은 3.8%에 불과함
- 동아시아와 유럽은 동반자와 함께 방문한 비율이 높으며, 북미와 기타 국가는 혼자서 방문한 비율이 상대적으로 높음

[그림 4-8] 동반자 수

[베이스 : 전체] [단위 : %, 명]




| 구분 | | 사례수 | 1명 | 2명 | 3명 | 4명 | 5명 이상 | 평균 (명) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 3.8 | 38.9 | 20.3 | 27.4 | 9.6 | 3.45 |
| 성별 | 남성 | (392) | 5.6 | 42.3 | 18.4 | 24.0 | 9.7 | 3.23 |
| | 여성 | (608) | 2.6 | 36.7 | 21.5 | 29.6 | 9.5 | 3.59 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 4.5 | 37.1 | 21.3 | 28.4 | 8.7 | 3.58 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 3.8 | 45.1 | 18.0 | 23.0 | 10.0 | 3.35 |
| | X세대 | (250) | 2.8 | 33.6 | 22.0 | 33.2 | 8.4 | 3.48 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 3.9 | 36.8 | 19.7 | 23.7 | 15.8 | 3.22 |
| | 사일런트 세대 | (1) | - | - | 100.0 | - | - | 3.00 |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 1.8 | 35.1 | 19.0 | 30.6 | 13.4 | 3.93 |
| | 동남아시아 | (174) | 5.2 | 35.6 | 25.3 | 27.0 | 6.9 | 2.99 |
| | 유럽 | (138) | 1.4 | 49.3 | 21.7 | 21.7 | 5.8 | 2.96 |
| | 북미 | (85) | 11.8 | 49.4 | 18.8 | 17.6 | 2.4 | 2.62 |
| | 기타 | (51) | 13.7 | 45.1 | 15.7 | 25.5 | - | 2.53 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 5.9 | 42.6 | 20.3 | 25.7 | 5.6 | 2.94 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 0.7 | 33.6 | 20.3 | 29.9 | 15.4 | 4.19 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

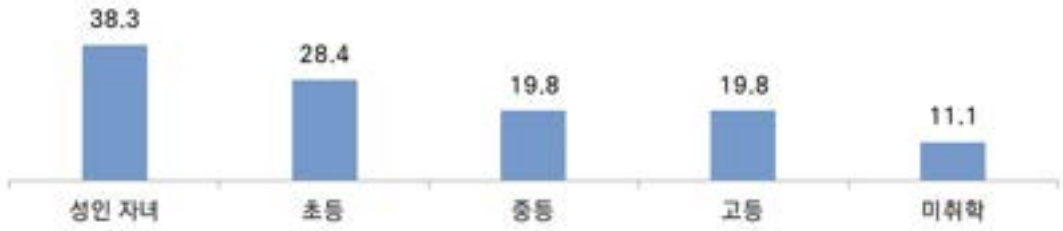
### 3) 동반 자녀 유형

■ 여행에 동반한 자녀 유형으로는 '성인 자녀'(38.3%)가 가장 높으며, '초등'(28.4%), '중등' 및 '고등' (각 19.8%), '미취학'(11.1%)의 순을 보임

- '초등' 및 '중등' 자녀와 함께 방문한 비율은 밀레니얼 세대에서 상대적으로 높음
- '초등'은 개별여행, '고등'은 에어텔/단체여행에서 비교적 높음

**[그림 4-9] 동반 자녀 유형(복수응답)**

[베이스 : 자녀 동반 여행자] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 성인 자녀 | 초등 | 중등 | 고등 | 미취학 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (162) | 38.3 | 28.4 | 19.8 | 19.8 | 11.1 |
| 성별 | 남성 | (63) | 34.9 | 27.0 | 19.0 | 23.8 | 11.1 |
| | 여성 | (99) | 40.4 | 29.3 | 20.2 | 17.2 | 11.1 |
| 세대 | Z세대 | (2) | - | 50.0 | 50.0 | - | 50.0 |
| | 밀레니얼 세대 | (48) | - | 52.1 | 33.3 | 14.6 | 20.8 |
| | X세대 | (91) | 45.1 | 22.0 | 16.5 | 27.5 | 7.7 |
| | 베이비부머 세대 | (21) | 100.0 | - | - | - | - |
| | 사일런트 세대 | - | - | - | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (107) | 34.6 | 29.9 | 18.7 | 25.2 | 11.2 |
| | 동남아시아 | (18) | 38.9 | 38.9 | 22.2 | 22.2 | 5.6 |
| | 유럽 | (19) | 47.4 | 26.3 | 26.3 | - | 5.3 |
| | 북미 | (13) | 53.8 | - | 23.1 | 7.7 | 15.4 |
| | 기타 | (5) | 40.0 | 40.0 | - | - | 40.0 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (77) | 39.0 | 35.1 | 19.5 | 10.4 | 13.0 |
| | 에어텔/단체여행 | (85) | 37.6 | 22.4 | 20.0 | 28.2 | 9.4 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

## 나. 이용 교통수단

■ 인천여행(인천 내)에서 이용한 교통수단으로는 '전세/관광버스'(49.2%), '지하철'(38.3%), '시내/시외버스'(22.4%) 등의 순으로 높음

- '전세/관광버스'는 X세대와 베이비부머 세대, 동아시아, 에어텔/단체여행에서 높음
- '지하철'은 Z세대와 유럽에서 높으며, '시내/시외버스'는 유럽과 북미, '택시'는 동남아시아에서 상대적으로 높은 응답 비율을 보임

**[그림 4-10] 이용 교통수단(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 전세/관광 버스 | 지하철 | 시내/시외 버스 | 택시 | 렌트 차량 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 49.2 | 38.3 | 22.4 | 19.8 | 6.3 |
| 성별 | 남성 | (392) | 44.4 | 39.5 | 21.7 | 21.2 | 8.4 |
| | 여성 | (608) | 52.3 | 37.5 | 22.9 | 18.9 | 4.9 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 38.3 | 51.8 | 31.4 | 16.2 | 6.3 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 45.7 | 43.4 | 22.4 | 23.3 | 6.8 |
| | X세대 | (250) | 64.0 | 21.6 | 14.4 | 18.4 | 6.4 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 63.2 | 11.8 | 9.2 | 25.0 | 3.9 |
| | 사일런트 세대 | (1) | 100.0 | - | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 67.6 | 22.6 | 13.4 | 13.4 | 3.3 |
| | 동남아시아 | (174) | 39.1 | 42.5 | 23.0 | 27.6 | 11.5 |
| | 유럽 | (138) | 18.8 | 76.1 | 42.8 | 23.2 | 10.9 |
| | 북미 | (85) | 18.8 | 56.5 | 43.5 | 30.6 | 11.8 |
| | 기타 | (51) | 17.6 | 60.8 | 27.5 | 35.3 | - |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 16.7 | 62.2 | 37.0 | 32.8 | 10.5 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 96.3 | 3.7 | 1.2 | 1.0 | 0.2 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

## 다. 체류 행태

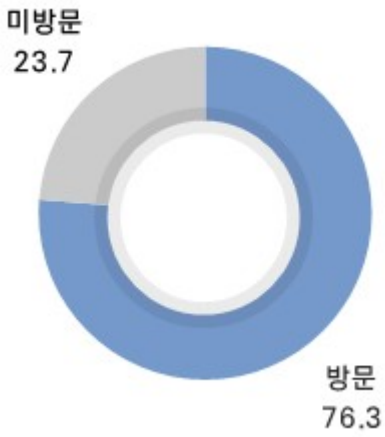
### 1) 타 지역 방문 여부

■ 인천 외 다른 지역을 방문했는지 물었을 때, '방문'했다는 응답의 비율은 76.3%로, 다른 지역과 함께 인천을 방문하는 경우가 많음

- 타 지역 방문 비율은 세대별로는 X세대, 국적별로는 유럽 및 북미에서 특히 높음

**[그림 4-11] 타 지역 방문 여부**

[베이스 : 전체] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 방문 | 미방문 |
|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 76.3 | 23.7 |
| 성별 | 남성 | (392) | 78.3 | 21.7 |
| | 여성 | (608) | 75.0 | 25.0 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 74.3 | 25.7 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 75.8 | 24.2 |
| | X세대 | (250) | 80.4 | 19.6 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 73.7 | 26.3 |
| | 사일런트 세대 | (1) | 100.0 | - |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 70.3 | 29.7 |
| | 동남아시아 | (174) | 71.3 | 28.7 |
| | 유럽 | (138) | 92.8 | 7.2 |
| | 북미 | (85) | 97.6 | 2.4 |
| | 기타 | (51) | 78.4 | 21.6 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 78.7 | 21.3 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 72.8 | 27.2 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

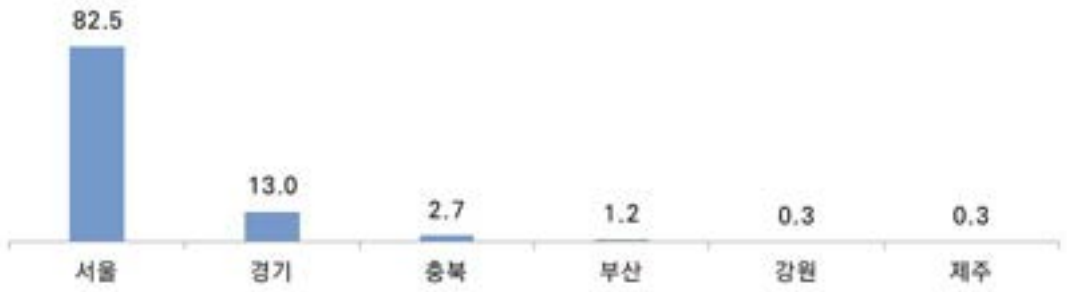
### 2) 직전 방문 지역

■ 인천을 여행하기 직전에 방문한 지역으로는 '서울'이 82.5%로 대부분을 차지하고 있으며, 경기가 13.0%로 두 번째로 높음

- '서울' 방문 비율은 밀레니얼 세대, 유럽, 기타 국적, 개별여행에서 특히 응답 비율이 높은 특징이 있음
- '경기'는 에어텔/단체여행에서 상대적으로 높음

**[그림 4-12] 직전 방문 지역**

[베이스 : 직전 타 지역 방문자] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 서울 | 경기 | 충북 | 부산 | 강원 | 제주 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (664) | 82.5 | 13.0 | 2.7 | 1.2 | 0.3 | 0.3 |
| 성별 | 남성 | (265) | 84.9 | 10.9 | 2.3 | 1.5 | 0.4 | - |
| | 여성 | (399) | 81.0 | 14.3 | 3.0 | 1.0 | 0.3 | 0.5 |
| 세대 | Z세대 | (234) | 85.5 | 11.5 | 1.3 | 0.9 | 0.4 | 0.4 |
| | 밀레니얼 세대 | (221) | 87.8 | 8.1 | 2.3 | 0.9 | 0.5 | 0.5 |
| | X세대 | (169) | 74.0 | 20.1 | 4.1 | 1.8 | - | - |
| | 베이비부머 세대 | (39) | 71.8 | 17.9 | 7.7 | 2.6 | - | - |
| | 사일런트 세대 | (1) | 100.0 | - | - | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (315) | 74.6 | 18.7 | 5.7 | 0.3 | 0.3 | 0.3 |
| | 동남아시아 | (114) | 85.1 | 14.0 | - | - | 0.9 | - |
| | 유럽 | (118) | 95.8 | 2.5 | - | 0.8 | - | 0.8 |
| | 북미 | (79) | 84.8 | 10.1 | - | 5.1 | - | - |
| | 기타 | (38) | 94.7 | - | - | 5.3 | - | - |
| 여행 유형 | 개별여행 | (425) | 92.7 | 4.9 | - | 1.6 | 0.2 | 0.5 |
| | 에어텔/단체여행 | (239) | 64.4 | 27.2 | 7.5 | 0.4 | 0.4 | - |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함
* 주관식 문항의 응답을 부호화(Coding)하여 분석한 결과임

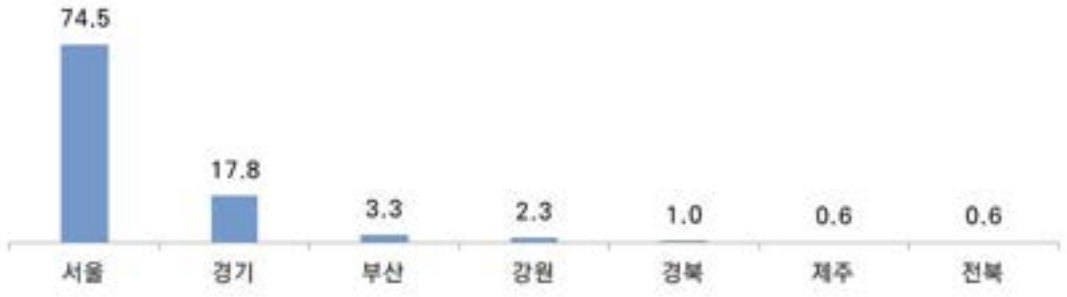
### 3) 직후 방문 지역

■ 인천여행 이후 방문한 지역 또한 '서울'이 74.5%로 대부분을 차지하고 있으며, '경기'(17.8%), '부산'(3.3%) 등의 순을 보임

- '서울'은 밀레니얼 세대, 북미 및 기타 국적에서 높으며, '경기'는 X세대, 동아시아, 에어텔/단체여행에서 상대적으로 높음
- '부산'은 유럽에서 다른 국적 대비 비교적 높음

**[그림 4-13] 직후 방문 지역**

[베이스 : 직후 타 지역 방문자] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 서울 | 경기 | 부산 | 강원 | 경북 | 제주 | 전북 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (518) | 74.5 | 17.8 | 3.3 | 2.3 | 1.0 | 0.6 | 0.6 |
| 성별 | 남성 | (213) | 76.1 | 16.0 | 2.3 | 2.3 | 0.9 | 1.4 | 0.9 |
| | 여성 | (305) | 73.4 | 19.0 | 3.9 | 2.3 | 1.0 | - | 0.3 |
| 세대 | Z세대 | (186) | 76.3 | 12.9 | 4.8 | 3.8 | 1.1 | - | 1.1 |
| | 밀레니얼 세대 | (178) | 80.9 | 11.8 | 2.8 | 1.1 | 1.7 | 1.1 | 0.6 |
| | X세대 | (120) | 63.3 | 31.7 | 2.5 | 2.5 | - | - | - |
| | 베이비부머 세대 | (34) | 70.6 | 26.5 | - | - | - | 2.9 | - |
| | 사일런트 세대 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (252) | 71.0 | 25.8 | 1.2 | 2.0 | - | - | - |
| | 동남아시아 | (69) | 71.0 | 21.7 | 4.3 | 2.9 | - | - | - |
| | 유럽 | (107) | 79.4 | 3.7 | 8.4 | 3.7 | 2.8 | 1.9 | - |
| | 북미 | (58) | 81.0 | 12.1 | - | 1.7 | 3.4 | 1.7 | - |
| | 기타 | (32) | 81.3 | 3.1 | 6.3 | - | - | - | 9.4 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (350) | 78.9 | 9.7 | 4.9 | 3.4 | 1.4 | 0.9 | 0.9 |
| | 에어텔/단체여행 | (168) | 65.5 | 34.5 | - | - | - | - | - |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함
* 주관식 문항의 응답을 부호화(Coding)하여 분석한 결과임

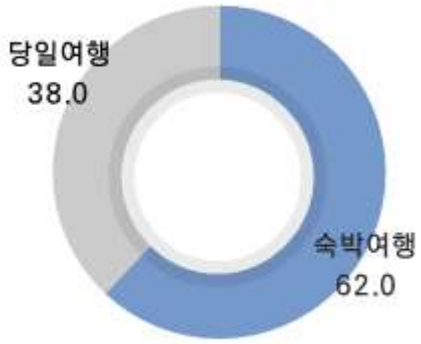
### 4) 여행 기간

■ 인천을 여행한 기간으로는 '당일여행'이 38.0%, '숙박여행'이 62.0%로, 2일 이상 체류하는 숙박여행의 비중이 상대적으로 높음

- '당일여행' 비율은 동남아시아에서 다른 국적 대비 높음
- '숙박여행' 비율은 세대별로는 베이비부머 세대에서 상대적으로 높으며, 국적별로는 북미 및 기타 국적에서 높은 특징이 있음

**[그림 4-14] 여행 기간**

[베이스 : 전체] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 당일여행 | 숙박여행 |
|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 38.0 | 62.0 |
| 성별 | 남성 | (392) | 38.0 | 62.0 |
| | 여성 | (608) | 38.0 | 62.0 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 39.8 | 60.2 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 38.9 | 61.1 |
| | X세대 | (250) | 37.2 | 62.8 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 28.9 | 71.1 |
| | 사일런트 세대 | (1) | - | 100.0 |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 41.1 | 58.9 |
| | 동남아시아 | (174) | 42.0 | 58.0 |
| | 유럽 | (138) | 34.1 | 65.9 |
| | 북미 | (85) | 25.9 | 74.1 |
| | 기타 | (51) | 21.6 | 78.4 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 40.2 | 59.8 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 34.8 | 65.2 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

### 5) 당일여행 시간

■ 당일여행자의 평균 여행 시간은 6.19시간으로서, 당일여행객의 86.1%는 5시간 이상 인천에서 시간을 보내는 것으로 보임

- 개별여행은 '7시간 이상' 여행한 비율이 상대적으로 높으며, 에어텔/단체여행은 '5-7시간 미만' 여행한 비율이 높은 특징이 있음
- X세대, 동남아시아 및 북미, 개별여행의 평균 여행 시간이 상대적으로 높음

**[그림 4-15] 당일여행 시간**

[베이스 : 당일여행자] [단위 : %, 시간]




| 구분 | | 사례수 | 3시간 미만 | 3-5시간 미만 | 5-7시간 미만 | 7시간 이상 | 평균 (시간) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (380) | 0.3 | 13.7 | 48.2 | 37.9 | 6.19 |
| 성별 | 남성 | (149) | - | 16.8 | 39.6 | 43.6 | 6.28 |
| | 여성 | (231) | 0.4 | 11.7 | 53.7 | 34.2 | 6.13 |
| 세대 | Z세대 | (133) | - | 15.0 | 51.9 | 33.1 | 6.14 |
| | 밀레니얼 세대 | (132) | - | 20.5 | 42.4 | 37.1 | 6.02 |
| | X세대 | (93) | 1.1 | 4.3 | 49.5 | 45.2 | 6.52 |
| | 베이비부머 세대 | (22) | - | 4.5 | 54.5 | 40.9 | 6.18 |
| | 사일런트 세대 | - | - | - | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (227) | 0.4 | 15.4 | 48.0 | 36.1 | 6.11 |
| | 동남아시아 | (73) | - | 11.0 | 52.1 | 37.0 | 6.36 |
| | 유럽 | (47) | - | 12.8 | 36.2 | 51.1 | 6.34 |
| | 북미 | (22) | - | 4.5 | 63.6 | 31.8 | 6.36 |
| | 기타 | (11) | - | 18.2 | 45.5 | 36.4 | 5.73 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (238) | 0.4 | 13.9 | 44.5 | 41.2 | 6.31 |
| | 에어텔/단체여행 | (142) | - | 13.4 | 54.2 | 32.4 | 5.99 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

### 6) 숙박여행 일수

■ 숙박여행자의 평균 여행 일수는 3일이며, '2일'(49.0%), '3일'(22.6%), '5일 이상'(18.1%), '4일' (10.3%)의 순으로 높음

- '2일' 동안 여행했다는 응답의 비율은 국적별로는 유럽과 북미에서 높으며, 에어텔/단체여행 대비 개별여행에서 높음
- '5일 이상' 여행한 비율은 동아시아와 에어텔/단체여행에서 비교적 높음

**[그림 4-16] 숙박여행 일수**

[베이스 : 숙박여행자] [단위 : %, 일]




| 구분 | | 사례수 | 2일 | 3일 | 4일 | 5일 이상 | 평균 (일) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (620) | 49.0 | 22.6 | 10.3 | 18.1 | 3.00 |
| 성별 | 남성 | (243) | 50.6 | 22.2 | 11.5 | 15.6 | 2.94 |
| | 여성 | (377) | 48.0 | 22.8 | 9.5 | 19.6 | 3.03 |
| 세대 | Z세대 | (201) | 51.7 | 18.4 | 15.4 | 14.4 | 2.95 |
| | 밀레니얼 세대 | (207) | 44.9 | 23.7 | 11.6 | 19.8 | 3.09 |
| | X세대 | (157) | 52.2 | 22.9 | 3.2 | 21.7 | 2.96 |
| | 베이비부머 세대 | (54) | 44.4 | 33.3 | 7.4 | 14.8 | 2.96 |
| | 사일런트 세대 | (1) | 100.0 | - | - | - | 2.00 |
| 국적 | 동아시아 | (325) | 37.8 | 24.0 | 11.7 | 26.5 | 3.28 |
| | 동남아시아 | (101) | 52.5 | 8.9 | 19.8 | 18.8 | 3.10 |
| | 유럽 | (91) | 72.5 | 20.9 | 3.3 | 3.3 | 2.37 |
| | 북미 | (63) | 68.3 | 31.7 | - | - | 2.32 |
| | 기타 | (40) | 47.5 | 35.0 | 7.5 | 10.0 | 2.90 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (354) | 57.1 | 24.9 | 8.8 | 9.3 | 2.73 |
| | 에어텔/단체여행 | (266) | 38.3 | 19.5 | 12.4 | 29.7 | 3.35 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

## 라. 숙박 행태

### 1) 이용 숙박시설

■ 이용한 숙박시설로는 '호텔'이 85.3%로 대부분을 차지하고 있으며, 그다음으로 '가족/친지집'(6.9%), '게스트 하우스/민박'(3.5%), '모텔/여관'(2.9%) 등의 순을 보임

- '호텔'은 베이비부머 세대, 동아시아, 에어텔/단체여행에서 특히 높음
- '가족/친지집'은 유럽 및 기타 국적, 개별여행에서 상대적으로 높음

**[그림 4-17] 이용 숙박시설(복수응답)**

[베이스 : 숙박여행자] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 호텔 | 가족/친지집 | 게스트 하우스/민박 | 모텔/여관 | 콘도미니엄/리조트 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (620) | 85.3 | 6.9 | 3.5 | 2.9 | 1.6 |
| 성별 | 남성 | (243) | 82.7 | 6.2 | 3.3 | 4.5 | 1.6 |
| | 여성 | (377) | 87.0 | 7.4 | 3.7 | 1.9 | 1.6 |
| 세대 | Z세대 | (201) | 81.1 | 9.5 | 6.5 | 2.5 | 0.5 |
| | 밀레니얼 세대 | (207) | 85.5 | 8.2 | 1.9 | 2.9 | 2.4 |
| | X세대 | (157) | 87.9 | 3.2 | 3.2 | 3.8 | 1.3 |
| | 베이비부머 세대 | (54) | 92.6 | 3.7 | - | 1.9 | 3.7 |
| | 사일런트 세대 | (1) | 100.0 | - | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (325) | 92.9 | 1.8 | 0.9 | 2.5 | 3.1 |
| | 동남아시아 | (101) | 89.1 | 4.0 | 5.9 | - | - |
| | 유럽 | (91) | 59.3 | 23.1 | 9.9 | 3.3 | - |
| | 북미 | (63) | 77.8 | 6.3 | 6.3 | 9.5 | - |
| | 기타 | (40) | 85.0 | 20.0 | - | 2.5 | - |
| 여행 유형 | 개별여행 | (354) | 79.1 | 11.6 | 6.2 | 3.1 | - |
| | 에어텔/단체여행 | (266) | 93.6 | 0.8 | - | 2.6 | 3.8 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

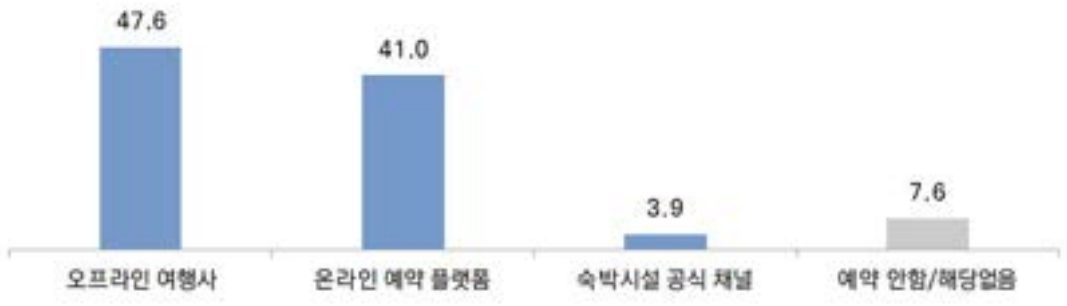
### 2) 숙박시설 예약경로

■ 이용한 숙박시설의 예약경로는 '오프라인 여행사'(47.6%)와 '온라인 예약 플랫폼'(41.0%)을 이용하는 경우가 대부분임

- '오프라인 여행사'는 X세대, 베이비부머 세대, 동아시아, 에어텔/단체여행에서 높으며, '온라인 예약 플랫폼'은 밀레니얼 세대, 동남아시아, 북미, 개별여행에서 높음
- '예약 안함/해당없음' 비율은 유럽에서 상대적으로 높음

**[그림 4-18] 숙박시설 예약경로**

[베이스 : 숙박여행자] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 오프라인 여행사 | 온라인 예약 플랫폼 | 숙박시설 공식 채널 | 예약 안함/ 해당없음 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (620) | 47.6 | 41.0 | 3.9 | 7.6 |
| 성별 | 남성 | (243) | 46.1 | 41.6 | 3.7 | 8.6 |
| | 여성 | (377) | 48.5 | 40.6 | 4.0 | 6.9 |
| 세대 | Z세대 | (201) | 43.8 | 40.8 | 4.0 | 11.4 |
| | 밀레니얼 세대 | (207) | 38.2 | 49.8 | 3.9 | 8.2 |
| | X세대 | (157) | 57.3 | 33.8 | 5.1 | 3.8 |
| | 베이비부머 세대 | (54) | 68.5 | 29.6 | - | 1.9 |
| | 사일런트 세대 | (1) | 100.0 | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (325) | 70.8 | 24.3 | 2.5 | 2.5 |
| | 동남아시아 | (101) | 32.7 | 61.4 | 1.0 | 5.0 |
| | 유럽 | (91) | 11.0 | 57.1 | 4.4 | 27.5 |
| | 북미 | (63) | 19.0 | 63.5 | 11.1 | 6.3 |
| | 기타 | (40) | 25.0 | 52.5 | 10.0 | 12.5 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (354) | 15.0 | 66.7 | 5.9 | 12.4 |
| | 에어텔/단체여행 | (266) | 91.0 | 6.8 | 1.1 | 1.1 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

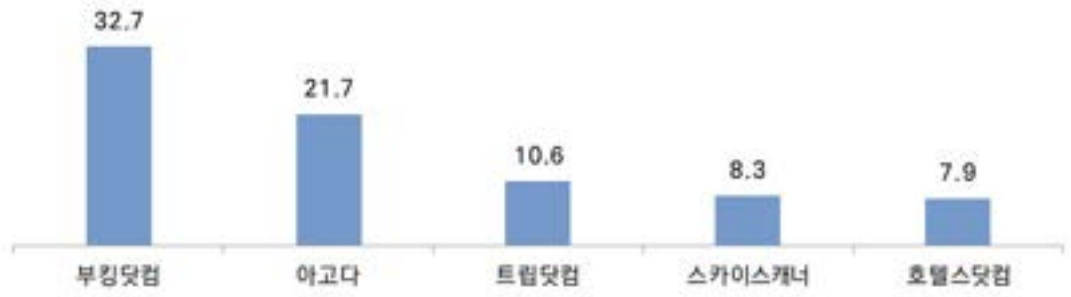
### 3) 숙박시설 예약플랫폼

■ 온라인 예약플랫폼 이용자들을 대상으로 어떤 플랫폼을 이용했는지 물었을 때, '부킹닷컴'(32.7%), '아고다'(21.7%), '트립닷컴'(10.6%) 등의 순을 보임

- '부킹닷컴'은 X세대와 기타 국적에서 높으며, '트립닷컴'은 베이비부머 세대와 동아시아에서 상대적으로 높은 응답 비율을 보임
- '아고다'는 북미, '스카이스캐너'는 유럽에서 상대적으로 높음

**[그림 4-19] 숙박시설 예약플랫폼**

[베이스 : 온라인 예약플랫폼 이용자] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 부킹닷컴 | 아고다 | 트립닷컴 | 스카이스캐너 | 호텔스닷컴 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (254) | 32.7 | 21.7 | 10.6 | 8.3 | 7.9 |
| 성별 | 남성 | (101) | 35.6 | 24.8 | 11.9 | 5.0 | 5.9 |
| | 여성 | (153) | 30.7 | 19.6 | 9.8 | 10.5 | 9.2 |
| 세대 | Z세대 | (82) | 32.9 | 25.6 | 7.3 | 7.3 | 9.8 |
| | 밀레니얼 세대 | (103) | 24.3 | 22.3 | 13.6 | 8.7 | 7.8 |
| | X세대 | (53) | 47.2 | 13.2 | 7.5 | 11.3 | 5.7 |
| | 베이비부머 세대 | (16) | 37.5 | 25.0 | 18.8 | - | 6.3 |
| | 사일런트 세대 | - | - | - | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (79) | 20.3 | 21.5 | 19.0 | 5.1 | 7.6 |
| | 동남아시아 | (62) | 38.7 | 22.6 | 6.5 | 4.8 | 9.7 |
| | 유럽 | (52) | 38.5 | 17.3 | 7.7 | 17.3 | 9.6 |
| | 북미 | (40) | 32.5 | 30.0 | 10.0 | 5.0 | 2.5 |
| | 기타 | (21) | 47.6 | 14.3 | - | 14.3 | 9.5 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (236) | 33.5 | 22.9 | 11.0 | 8.9 | 7.2 |
| | 에어텔/단체여행 | (18) | 22.2 | 5.6 | 5.6 | - | 16.7 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

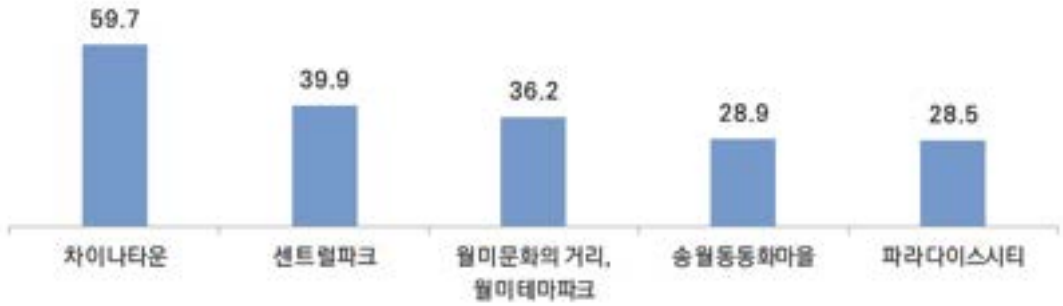
## 마. 방문 관광지

■ 방문 관광지로는 '차이나타운'(59.7%)이 가장 높으며, '센트럴파크'(39.9%), '월미문화의거리, 월미테마파크'(36.2%), '송월동동화마을'(28.9%) 등의 순임

- '차이나타운'은 밀레니얼세대, 동아시아, 에어텔/단체여행에서 높으며, '센트럴파크'는 Z세대와 동남아시아에서 상대적으로 높음
- '월미문화의거리, 월미테마파크'는 기타 국적에서 비교적 높음

**[그림 4-20] 방문 관광지(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 차이나타운 | 센트럴파크 | 월미문화의 거리, 월미테마파크 | 송월동동화 마을 | 파라다이스 시티 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 59.7 | 39.9 | 36.2 | 28.9 | 28.5 |
| 성별 | 남성 | (392) | 57.4 | 41.1 | 37.2 | 26.0 | 26.5 |
| | 여성 | (608) | 61.2 | 39.1 | 35.5 | 30.8 | 29.8 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 52.4 | 46.1 | 38.9 | 21.9 | 25.7 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 64.3 | 39.8 | 36.6 | 29.8 | 30.7 |
| | X세대 | (250) | 62.0 | 36.0 | 32.8 | 34.4 | 26.8 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 64.5 | 25.0 | 34.2 | 38.2 | 36.8 |
| | 사일런트 세대 | (1) | - | 100.0 | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 64.5 | 35.1 | 38.9 | 34.6 | 19.6 |
| | 동남아시아 | (174) | 54.0 | 52.9 | 36.2 | 25.9 | 36.8 |
| | 유럽 | (138) | 60.1 | 45.7 | 24.6 | 23.2 | 34.1 |
| | 북미 | (85) | 44.7 | 29.4 | 31.8 | 16.5 | 51.8 |
| | 기타 | (51) | 51.0 | 49.0 | 45.1 | 13.7 | 43.1 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 55.4 | 41.9 | 36.0 | 20.3 | 39.0 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 65.9 | 37.0 | 36.5 | 41.4 | 13.2 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함
* 주관식 문항의 응답을 부호화(Coding)하여 분석한 결과임

## 바. 경험 활동

■ 경험 활동으로는 '식도락 관광'(76.2%)이 가장 높으며, 그다음으로 '자연경관 감상'(68.3%), '역사 유적지 방문'(48.5%), '쇼핑'(38.5%) 등의 순으로 높음

- 세대별로 봤을 때, '역사 유적지 방문'과 '쇼핑'은 X세대에서 높으며, '유흥/오락'은 베이비부머 세대에서 다른 세대 대비 높음
- 국적별로는 '쇼핑'은 동아시아, '유흥/오락'은 유럽에서 상대적으로 높음

**[그림 4-21] 경험 활동(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 식도락 관광 | 자연경관 감상 | 역사 유적지 방문 | 쇼핑 | 유흥/오락 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 76.2 | 68.3 | 48.5 | 38.5 | 24.4 |
| 성별 | 남성 | (392) | 73.7 | 72.4 | 47.2 | 33.4 | 25.8 |
| | 여성 | (608) | 77.8 | 65.6 | 49.3 | 41.8 | 23.5 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 74.6 | 72.2 | 42.5 | 36.5 | 24.9 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 79.9 | 67.6 | 47.8 | 36.0 | 24.2 |
| | X세대 | (250) | 73.2 | 64.0 | 56.4 | 43.6 | 20.8 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 76.3 | 68.4 | 51.3 | 40.8 | 35.5 |
| | 사일런트 세대 | (1) | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | - |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 75.5 | 71.6 | 51.4 | 50.0 | 21.2 |
| | 동남아시아 | (174) | 79.9 | 57.5 | 50.0 | 35.1 | 24.7 |
| | 유럽 | (138) | 73.9 | 73.2 | 48.6 | 14.5 | 33.3 |
| | 북미 | (85) | 76.5 | 54.1 | 35.3 | 20.0 | 31.8 |
| | 기타 | (51) | 76.5 | 80.4 | 33.3 | 21.6 | 21.6 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 76.2 | 64.5 | 37.5 | 32.1 | 30.2 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 76.2 | 73.8 | 64.5 | 47.8 | 15.9 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

## 사. 추천 관광지

■ 경험한 관광지 중 추천하는 관광지로는 '차이나타운'(49.2%)이 가장 높으며, '센트럴파크'(29.0%), '월미문화의 거리, 월미테마파크'(28.6%), '파라다이스시티'(24.5%) 등의 순을 보임

- '센트럴파크'와 '월미문화의거리', 월미테마파크'는 Z세대에서 높으며, '차이나타운'과 '파라다이스시티'는 베이비부머 세대에서 높음
- 국적별로 봤을 때, '센트럴파크'는 동남아시아, '파라다이스시티'는 북미에서 전체 대비 높음

**[그림 4-22] 추천 관광지(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 차이나타운 | 센트럴파크 | 월미문화의 거리, 월미테마파크 | 파라다이스 시티 | 강화씨사이 드리조트 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 49.2 | 29.0 | 28.6 | 24.5 | 16.0 |
| 성별 | 남성 | (392) | 49.7 | 30.4 | 30.1 | 21.2 | 17.6 |
| | 여성 | (608) | 48.8 | 28.1 | 27.6 | 26.6 | 15.0 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 43.4 | 35.0 | 33.2 | 21.9 | 18.3 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 49.9 | 27.7 | 28.3 | 26.3 | 12.4 |
| | X세대 | (250) | 53.2 | 26.8 | 24.4 | 22.4 | 18.8 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 59.2 | 15.8 | 23.7 | 35.5 | 13.2 |
| | 사일런트 세대 | (1) | - | - | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 53.4 | 25.5 | 30.1 | 17.2 | 20.5 |
| | 동남아시아 | (174) | 43.1 | 38.5 | 27.0 | 31.6 | 6.9 |
| | 유럽 | (138) | 49.3 | 34.8 | 21.7 | 28.3 | 10.9 |
| | 북미 | (85) | 42.4 | 23.5 | 28.2 | 43.5 | 15.3 |
| | 기타 | (51) | 35.3 | 27.5 | 37.3 | 37.3 | 13.7 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 46.8 | 30.4 | 30.4 | 34.0 | 11.0 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 52.7 | 27.0 | 26.0 | 10.8 | 23.3 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함
* 주관식 문항의 응답을 부호화(Coding)하여 분석한 결과임

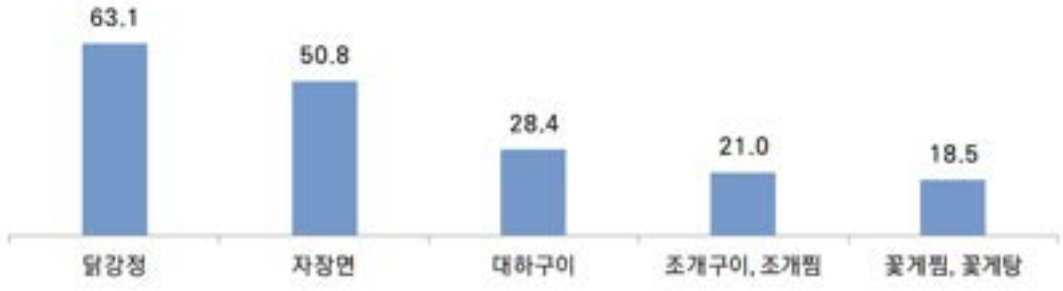
## 아. 추천 음식

■ 경험한 음식 중 추천하는 음식으로는 '닭강정'이 63.1%로 가장 높으며, 그다음으로 '자장면'(50.8%), '대하구이'(28.4%), '조개구이, 조개찜'(21.0%) 등의 순임

- '닭강정'은 베이비부머 세대와 에어텔/단체여행에서 상대적으로 높음
- 국적별로 살펴봤을 때, '조개구이, 조개찜'은 유럽 및 기타 국적에서 상대적으로 높으며, '꽃게찜, 꽃게탕'은 동남아시아에서 높은 특징을 보임

**[그림 4-23] 추천 음식(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 닭강정 | 자장면 | 대하구이 | 조개구이, 조개찜 | 꽃게찜, 꽃게탕 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 63.1 | 50.8 | 28.4 | 21.0 | 18.5 |
| 성별 | 남성 | (392) | 63.8 | 52.3 | 25.8 | 23.7 | 19.1 |
| | 여성 | (608) | 62.7 | 49.8 | 30.1 | 19.2 | 18.1 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 64.1 | 51.5 | 30.2 | 21.0 | 22.5 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 61.9 | 48.4 | 26.8 | 24.2 | 17.4 |
| | X세대 | (250) | 61.6 | 51.6 | 31.6 | 19.2 | 16.4 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 68.4 | 55.3 | 17.1 | 13.2 | 13.2 |
| | 사일런트 세대 | (1) | 100.0 | 100.0 | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 65.4 | 54.3 | 28.1 | 17.8 | 16.5 |
| | 동남아시아 | (174) | 60.3 | 44.8 | 31.0 | 21.8 | 23.6 |
| | 유럽 | (138) | 63.8 | 46.4 | 31.2 | 27.5 | 21.7 |
| | 북미 | (85) | 58.8 | 54.1 | 23.5 | 25.9 | 12.9 |
| | 기타 | (51) | 52.9 | 39.2 | 23.5 | 27.5 | 23.5 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 59.5 | 49.0 | 26.7 | 24.8 | 22.6 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 68.4 | 53.4 | 30.9 | 15.4 | 12.5 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함
* 주관식 문항의 응답을 부호화(Coding)하여 분석한 결과임

# 3 인천여행 평가

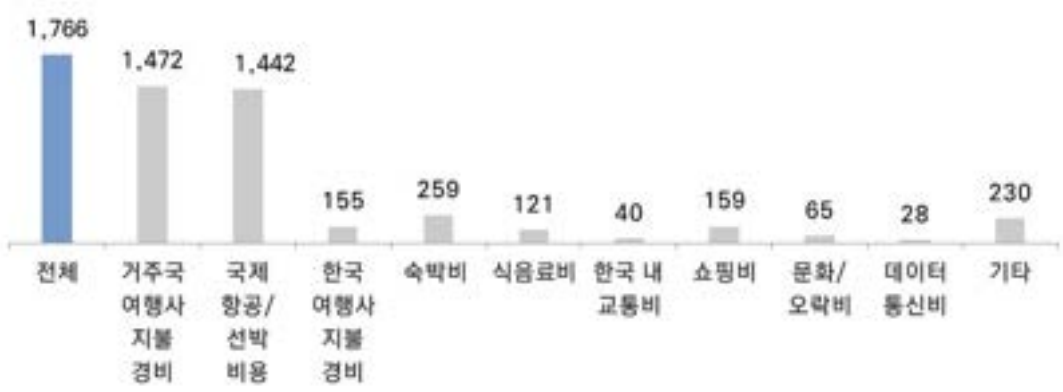
## 가. 지출 비용

### 1) 지출 비용

■ 전체 비용의 평균은 1,765,781원이며, 국제 항공/선박 비용을 제외한 전체 비용의 평균은 912,144원임

[그림 4-24] 지출 비용(평균)

[베이스 : 각 항목별 지출자] [단위 : 천 원]




| 구분 | | 전체 | 거주국 여행사 지불 경비 | 국제 항공/ 선박 비용 | 한국 여행사 지불 경비 | 숙박비 | 식음료비 | 한국 내 교통비 | 쇼핑비 | 문화/ 오락비 | 데이터 통신비 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | 1,766 | 1,472 | 1,442 | 155 | 259 | 121 | 40 | 159 | 65 | 28 | 230 |
| 성별 | 남성 | 1,811 | 1,419 | 1,548 | 92 | 276 | 117 | 38 | 148 | 68 | 30 | 155 |
| | 여성 | 1,737 | 1,500 | 1,365 | 197 | 247 | 124 | 41 | 164 | 63 | 26 | 287 |
| 세대 | Z세대 | 1,981 | 1,656 | 1,636 | 132 | 249 | 125 | 35 | 162 | 67 | 41 | 340 |
| | 밀레니얼 세대 | 1,790 | 1,580 | 1,354 | 189 | 286 | 133 | 41 | 146 | 59 | 25 | 349 |
| | X세대 | 1,550 | 1,339 | 1,272 | 157 | 219 | 96 | 45 | 183 | 68 | 14 | 41 |
| | 베이비부머 세대 | 1,418 | 1,169 | 1,207 | 44 | 279 | 120 | 57 | 121 | 78 | 15 | 81 |
| | 사일런트 세대 | 1,982 | 1,854 | - | - | - | - | - | 128 | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | 1,306 | 1,437 | 489 | 151 | 301 | 98 | 40 | 162 | 69 | 32 | 59 |
| | 동남아시아 | 1,567 | 1,649 | 921 | 221 | 230 | 150 | 47 | 154 | 83 | 37 | 1,631 |
| | 유럽 | 3,240 | 2,000 | 2,893 | 64 | 186 | 122 | 34 | 142 | 58 | 19 | 32 |
| | 북미 | 2,616 | 1,729 | 2,101 | - | 369 | 149 | 49 | 203 | 52 | 43 | 87 |
| | 기타 | 2,018 | 1,782 | 1,683 | - | 203 | 137 | 26 | 95 | 44 | 10 | 25 |
| 여행 유형 | 개별여행 | 1,909 | - | 1,445 | 158 | 260 | 138 | 40 | 175 | 67 | 24 | 238 |
| | 에어텔/단체여행 | 1,559 | 1,472 | 27 | 117 | 206 | 40 | 20 | 134 | 34 | 63 | 132 |

* 각 항목별 사례수가 상이함

* 외래관광객조사는 출국자를 대상으로 다녀온 여행에 대해 조사하는 반면, 본 조사는 주요 관광지에서 여행 도중에 조사를 진행함 또한 세부 지출 항목 역시 상이하기에, 수치 비교 시 주의를 요함

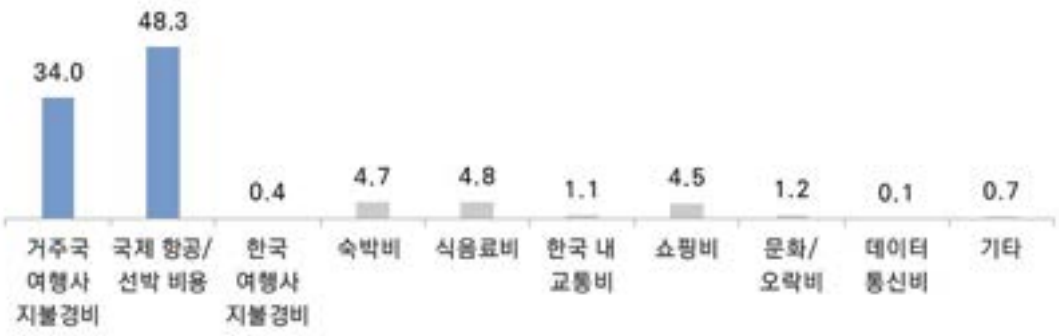
## 2) 지출 비중

■ 전체 응답자의 지출 비중 평균은 '국제 항공/선박 비용'(48.3%)과 '거주국 여행사 지불경비' (34.0%)이 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타남

- 그다음으로는 '식음료비'(4.8%), '숙박비'(4.7%), '쇼핑비'(4.5%) 등의 순을 보임
- 개별여행객의 경우, '국제 항공/선박비용' 다음으로 '숙박비', '식음료비', '쇼핑비' 등의 순으로 비중이 높으며, 에어텔/단체관광객은 '거주국 여행사 지불 경비' 다음으로 '쇼핑비'의 비중이 가장 높음

**[그림 4-25] 지출 비중(평균)**

[베이스 : 전체] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 (명) | 거주국 여행사 지불 경비 | 국제 항공/ 선박 비용 | 한국 여행사 지불 경비 | 숙박비 | 식음료 비 | 한국 내 교통비 | 쇼핑비 | 문화/ 오락비 | 데이터 통신비 | 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 34.0 | 48.3 | 0.4 | 4.7 | 4.8 | 1.1 | 4.5 | 1.2 | 0.1 | 0.7 |
| 성별 | 남성 | (392) | 28.2 | 54.5 | 0.2 | 5.3 | 4.9 | 1.1 | 3.7 | 1.3 | 0.2 | 0.5 |
| | 여성 | (608) | 37.9 | 44.2 | 0.5 | 4.3 | 4.8 | 1.1 | 5.0 | 1.2 | 0.1 | 0.8 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 25.3 | 57.6 | 0.4 | 4.3 | 4.7 | 1.1 | 4.4 | 1.3 | 0.2 | 0.8 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 31.8 | 48.4 | 0.5 | 6.0 | 5.6 | 1.3 | 4.2 | 1.1 | 0.2 | 1.0 |
| | X세대 | (250) | 48.0 | 36.4 | 0.4 | 3.5 | 4.0 | 1.0 | 5.3 | 1.2 | 0.1 | 0.1 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | 48.8 | 34.7 | 0.0 | 4.4 | 4.6 | 1.4 | 3.8 | 1.6 | 0.1 | 0.5 |
| | 사일런트 세대 | (1) | 93.5 | - | - | - | - | - | 6.5 | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 68.8 | 14.1 | 0.6 | 3.6 | 4.1 | 0.8 | 6.4 | 1.3 | 0.1 | 0.2 |
| | 동남아시아 | (174) | 32.1 | 40.9 | 0.8 | 6.3 | 7.6 | 1.9 | 4.9 | 1.8 | 0.2 | 3.6 |
| | 유럽 | (138) | 0.4 | 88.6 | 0.1 | 3.0 | 3.7 | 1.0 | 2.0 | 1.0 | 0.1 | 0.1 |
| | 북미 | (85) | 6.2 | 72.7 | - | 8.8 | 5.2 | 1.5 | 4.1 | 0.9 | 0.2 | 0.2 |
| | 기타 | (51) | 1.7 | 80.1 | - | 6.9 | 6.8 | 1.1 | 2.1 | 0.9 | 0.1 | 0.2 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | - | 75.6 | 0.6 | 7.3 | 7.1 | 1.8 | 4.6 | 1.9 | 0.2 | 1.0 |
| | 개별여행(항공/선박 제외) | (592) | - | - | 2.4 | 29.8 | 29.1 | 7.2 | 18.9 | 7.7 | 0.7 | 4.2 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 94.4 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.8 | 0.0 | 4.3 | 0.1 | 0.1 | 0.1 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

## 나. 쇼핑 행태

### 1) 쇼핑 품목

■ 인천 내에서 구입한 쇼핑 품목으로는 '식료품'(68.6%)이 가장 높으며, '향수, 화장품'(39.0%), '의류, 신발, 보석, 악세사리'(27.4%), '전통 민예품, 칠기, 목각제품'(15.5%) 등의 순을 보임

- '식료품'은 남성, X세대, 유럽에서 특히 높음
- '향수, 화장품'은 Z세대 및 베이비부머 세대, 동아시아에서 상대적으로 높음

**[그림 4-26] 쇼핑 품목(복수응답)**

[베이스 : 쇼핑비 지출자] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 식료품 | 향수, 화장품 | 의류, 신발, 보석, 악세사리 | 전통 민예품, 칠기, 목각제품 | 한류 스타 관련 상품 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (503) | 68.6 | 39.0 | 27.4 | 15.5 | 8.5 |
| 성별 | 남성 | (179) | 73.7 | 31.3 | 24.6 | 17.3 | 7.8 |
| | 여성 | (324) | 65.7 | 43.2 | 29.0 | 14.5 | 9.0 |
| 세대 | Z세대 | (181) | 59.7 | 47.0 | 30.9 | 11.6 | 13.3 |
| | 밀레니얼 세대 | (175) | 72.6 | 30.9 | 28.0 | 18.9 | 4.6 |
| | X세대 | (112) | 75.9 | 36.6 | 21.4 | 17.9 | 7.1 |
| | 베이비부머 세대 | (34) | 73.5 | 47.1 | 23.5 | 11.8 | 5.9 |
| | 사일런트 세대 | (1) | - | - | 100.0 | - | 100.0 |
| 국적 | 동아시아 | (286) | 67.5 | 45.1 | 28.3 | 8.4 | 10.1 |
| | 동남아시아 | (86) | 65.1 | 34.9 | 33.7 | 16.3 | 9.3 |
| | 유럽 | (63) | 74.6 | 31.7 | 20.6 | 28.6 | 6.3 |
| | 북미 | (45) | 66.7 | 22.2 | 26.7 | 37.8 | 4.4 |
| | 기타 | (23) | 82.6 | 30.4 | 13.0 | 21.7 | - |
| 여행 유형 | 개별여행 | (298) | 69.5 | 36.2 | 28.9 | 19.1 | 8.1 |
| | 에어텔/단체여행 | (205) | 67.3 | 42.9 | 25.4 | 10.2 | 9.3 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

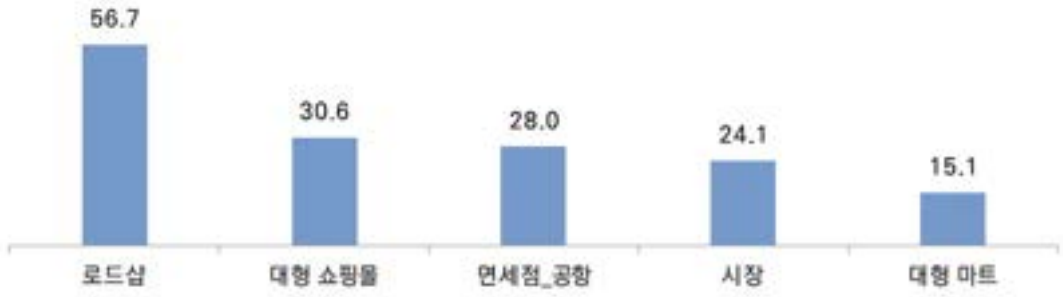
## 2) 쇼핑 장소

■ 쇼핑한 장소로는 '로드샵'이 56.7%로 가장 높으며, '대형 쇼핑몰'(30.6%), '면세점_공항'(28.0%), '시장'(24.1%) 등의 순임

- '로드샵'을 이용한 비율은 유럽과 북미에서 상대적으로 높으며, '대형 쇼핑몰'을 이용한 비율은 동남아시아와 기타 국적에서 높음
- '면세점_공항'은 X세대와 베이비부머 세대에서 전체 대비 높음

**[그림 4-27] 쇼핑 장소(복수응답)**

[베이스 : 쇼핑비 지출자] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 로드샵 | 대형 쇼핑몰 | 면세점_공항 | 시장 | 대형 마트 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (503) | 56.7 | 30.6 | 28.0 | 24.1 | 15.1 |
| 성별 | 남성 | (179) | 55.3 | 26.8 | 27.4 | 21.8 | 15.1 |
| | 여성 | (324) | 57.4 | 32.7 | 28.4 | 25.3 | 15.1 |
| 세대 | Z세대 | (181) | 60.8 | 37.6 | 22.7 | 26.5 | 9.4 |
| | 밀레니얼 세대 | (175) | 56.6 | 29.7 | 25.7 | 26.9 | 16.6 |
| | X세대 | (112) | 52.7 | 26.8 | 36.6 | 14.3 | 21.4 |
| | 베이비부머 세대 | (34) | 47.1 | 8.8 | 41.2 | 29.4 | 17.6 |
| | 사일런트 세대 | (1) | 100.0 | 100.0 | - | - | - |
| 국적 | 동아시아 | (286) | 54.2 | 24.1 | 31.8 | 24.1 | 21.3 |
| | 동남아시아 | (86) | 51.2 | 47.7 | 30.2 | 18.6 | 5.8 |
| | 유럽 | (63) | 73.0 | 33.3 | 12.7 | 34.9 | 7.9 |
| | 북미 | (45) | 66.7 | 28.9 | 22.2 | 17.8 | 6.7 |
| | 기타 | (23) | 43.5 | 43.5 | 26.1 | 26.1 | 8.7 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (298) | 57.4 | 34.6 | 25.8 | 24.2 | 13.4 |
| | 에어텔/단체여행 | (205) | 55.6 | 24.9 | 31.2 | 23.9 | 17.6 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

## 다. 행동 의도

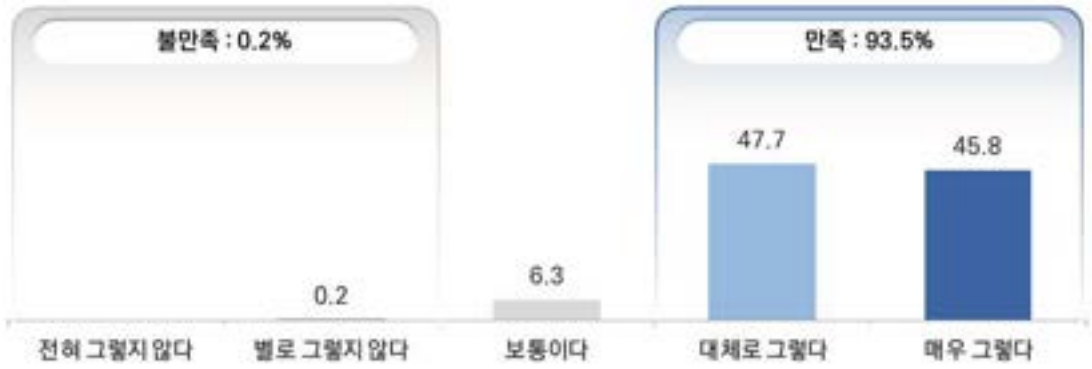
### 1) 전반적 만족도

■ 인천여행에 대해 전반적으로 만족한다는 응답의 비율은 전체의 93.5%이며, '보통이다'가 6.3%, 불만족한다는 응답의 비율은 0.2%에 불과함

- 외국인 방문객 대부분은 인천여행에 대해 만족한 것으로 보임
- 베이비부머 세대의 만족도가 특히 높음

**[그림 4-28] 전반적 만족도**

[베이스 : 전체] [단위 : %, 점(5점 만점)]




| 구분 | | 사례수 | 불만족 | 보통이다 | 만족 | 평균 (점) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 0.2 | 6.3 | 93.5 | 4.39 |
| 성별 | 남성 | (392) | 0.5 | 6.6 | 92.9 | 4.37 |
| | 여성 | (608) | - | 6.1 | 93.9 | 4.40 |
| 세대 | Z세대 | (334) | - | 6.3 | 93.7 | 4.32 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 0.6 | 7.1 | 92.3 | 4.39 |
| | X세대 | (250) | - | 6.8 | 93.2 | 4.43 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | - | 1.3 | 98.7 | 4.57 |
| | 사일런트 세대 | (1) | - | - | 100.0 | 4.00 |
| 국적 | 동아시아 | (552) | - | 6.7 | 93.3 | 4.37 |
| | 동남아시아 | (174) | 0.6 | 8.0 | 91.4 | 4.37 |
| | 유럽 | (138) | - | 3.6 | 96.4 | 4.46 |
| | 북미 | (85) | - | 4.7 | 95.3 | 4.47 |
| | 기타 | (51) | 2.0 | 5.9 | 92.2 | 4.39 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 0.3 | 6.6 | 93.1 | 4.39 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | - | 5.9 | 94.1 | 4.40 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

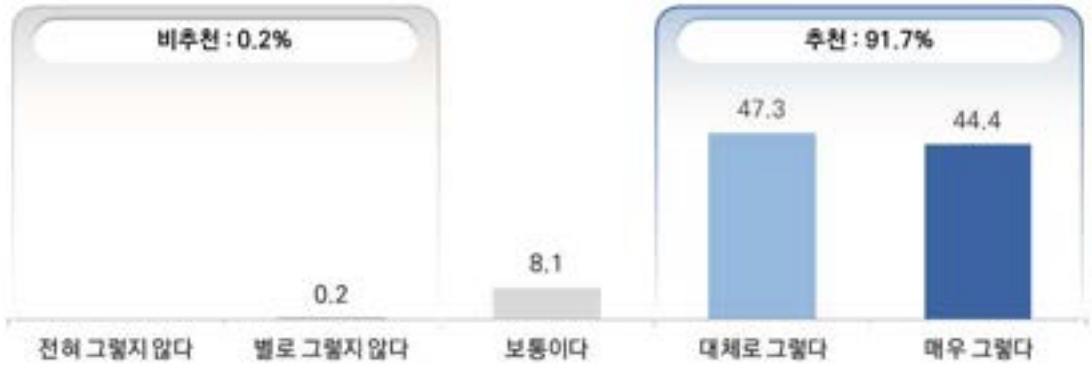
## 2) 추천 의향

■ 인천여행을 다른 사람에게 추천하겠다는 응답의 비율은 91.7%이며, '보통이다'는 8.1%, 추천하지 않겠다는 응답의 비율은 0.2%임

- 인천여행을 추천하지 않는다는 응답은 극소수에 불과함
- 베이비부머 세대의 추천 의향이 특히 높으며, 국적별로는 유럽의 평가가 높은 반면, 동남아시아의 평가는 상대적으로 낮음

**[그림 4-29] 추천 의향**

[베이스 : 전체] [단위 : %, 점(5점 만점)]




| 구분 | | 사례수 | 비추천 | 보통이다 | 추천 | 평균 (점) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 0.2 | 8.1 | 91.7 | 4.36 |
| 성별 | 남성 | (392) | 0.5 | 8.7 | 90.8 | 4.30 |
| | 여성 | (608) | - | 7.7 | 92.3 | 4.40 |
| 세대 | Z세대 | (334) | - | 8.1 | 91.9 | 4.35 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 0.6 | 10.0 | 89.4 | 4.35 |
| | X세대 | (250) | - | 7.6 | 92.4 | 4.38 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | - | 1.3 | 98.7 | 4.39 |
| | 사일런트 세대 | (1) | - | - | 100.0 | 4.00 |
| 국적 | 동아시아 | (552) | - | 7.6 | 92.4 | 4.36 |
| | 동남아시아 | (174) | 0.6 | 11.5 | 87.9 | 4.33 |
| | 유럽 | (138) | - | 4.3 | 95.7 | 4.39 |
| | 북미 | (85) | - | 10.6 | 89.4 | 4.39 |
| | 기타 | (51) | 2.0 | 7.8 | 90.2 | 4.33 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 0.3 | 8.8 | 90.9 | 4.36 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | - | 7.1 | 92.9 | 4.35 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

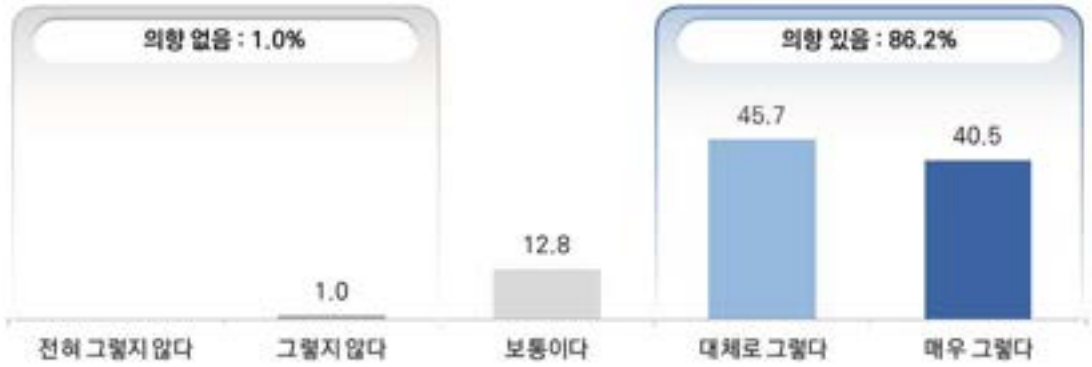
### 3) 재방문 의향

■ 향후 3년 이내에 인천을 다시 여행할 의향이 있다는 응답의 비율은 86.2%이며, '보통이다'가 12.8%, 의향이 없다는 응답의 비율은 1.0%임

- 전반적 만족도 및 추천 의향 대비 상대적으로 낮은 수준을 보이고 있으나, 재방문 의향 자체는 높은 수준임
- 재방문 의향이 있다는 응답의 비율은 세대별로는 Z세대에서 가장 높으며, 국적별로는 유럽과 북미에서 상대적으로 높음

**[그림 4-30] 재방문 의향**

[베이스 : 전체] [단위 : %, 점(5점 만점)]




| 구분 | | 사례수 | 의향 없음 | 보통이다 | 의향 있음 | 평균 (점) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,000) | 1.0 | 12.8 | 86.2 | 4.26 |
| 성별 | 남성 | (392) | 1.3 | 14.5 | 84.2 | 4.22 |
| | 여성 | (608) | 0.8 | 11.7 | 87.5 | 4.28 |
| 세대 | Z세대 | (334) | 0.9 | 9.0 | 90.1 | 4.25 |
| | 밀레니얼 세대 | (339) | 0.9 | 14.7 | 84.4 | 4.28 |
| | X세대 | (250) | 1.6 | 15.2 | 83.2 | 4.22 |
| | 베이비부머 세대 | (76) | - | 13.2 | 86.8 | 4.29 |
| | 사일런트 세대 | (1) | - | - | 100.0 | 4.00 |
| 국적 | 동아시아 | (552) | 0.9 | 14.9 | 84.2 | 4.22 |
| | 동남아시아 | (174) | 1.1 | 13.8 | 85.1 | 4.25 |
| | 유럽 | (138) | - | 8.7 | 91.3 | 4.33 |
| | 북미 | (85) | 1.2 | 7.1 | 91.8 | 4.40 |
| | 기타 | (51) | 3.9 | 7.8 | 88.2 | 4.27 |
| 여행 유형 | 개별여행 | (592) | 1.2 | 10.8 | 88.0 | 4.30 |
| | 에어텔/단체여행 | (408) | 0.7 | 15.7 | 83.6 | 4.20 |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

## 라. 항목별 만족도

■ 항목별 만족도를 물었을 때, 만족한다는 응답의 비율은 '대중교통'(96.4%), '숙박'(95.8%), '치안'(95.3%), '쇼핑'(94.8%) 등의 순으로 높음

- '언어소통'에 대해 만족한다는 응답의 비율은 57.1%로, 다른 항목 대비 크게 낮은 수준을 보여, 향후 개선 및 보완이 필요할 것으로 보임
- 평균 기준으로 봤을 때, '숙박'(4.55점)에 대한 평가가 가장 높으며, '언어소통'(3.67점)에 대한 평가가 가장 낮음

**〈표 4-1〉 항목별 만족도**

[단위 : %, 점(5점 만점)]

| 구분 | 매우 불만족 + 불만족 | 보통 | 만족 + 매우 만족 | 평균(점) |
|---|---|---|---|---|
| 대중교통 | 0.5 | 3.1 | 96.4 | 4.54 |
| 숙박 | 0.2 | 4.0 | 95.8 | 4.55 |
| 치안 | - | 4.7 | 95.3 | 4.48 |
| 쇼핑 | 0.4 | 4.8 | 94.8 | 4.47 |
| 관광종사원 친절도 | 0.2 | 5.5 | 94.3 | 4.36 |
| 모바일/인터넷 이용 편의 | 0.3 | 5.9 | 93.8 | 4.40 |
| 관광안내 서비스 | 0.3 | 6.2 | 93.5 | 4.36 |
| 음식 | 0.2 | 6.4 | 93.4 | 4.45 |
| 관광지 매력도 | 0.3 | 6.6 | 93.1 | 4.39 |
| 여행경비 | 0.4 | 10.8 | 88.8 | 4.29 |
| 길찾기 | 1.3 | 12.1 | 86.6 | 4.23 |
| 언어소통 | 13.0 | 29.9 | 57.1 | 3.67 |

※ 각 항목별 경험자 기준으로 산출

# V

# 잠재 내국인 관광객

1. 인천 이미지
2. 인천여행 잠재행태
3. 관광 정책 및 인식

인천광역시
인천관광공사

# 1 인천 이미지

## 가. 연상단어

■ 인천을 생각하면 떠오르는 단어로는 '인천국제공항'이 49.3%로 가장 높음

- '인천국제공항'은 Z세대, '바다'는 베이비부머 세대, '차이나타운'은 밀레니얼 세대에서 높음

**[그림 5-1] 연상단어(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 인천 국제공항 | 바다 | 차이나타운 | 월미도 | 송도 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,012) | 49.3 | 30.9 | 26.8 | 25.4 | 25.0 |
| 성별 | 남성 | (504) | 49.2 | 23.8 | 28.4 | 23.4 | 23.6 |
| | 여성 | (508) | 49.4 | 38.0 | 25.2 | 27.4 | 26.4 |
| 세대 | Z세대 | (206) | 66.0 | 32.0 | 17.5 | 9.7 | 23.8 |
| | 밀레니얼 세대 | (279) | 47.0 | 29.7 | 33.3 | 26.2 | 29.4 |
| | X세대 | (352) | 45.7 | 29.0 | 27.3 | 34.1 | 21.9 |
| | 베이비부머 세대 | (175) | 40.6 | 35.4 | 26.3 | 25.1 | 25.7 |
| 거주지 | 수도권 | (494) | 42.9 | 37.4 | 27.3 | 25.5 | 28.5 |
| | 충청권 | (119) | 52.1 | 21.8 | 26.9 | 26.1 | 26.9 |
| | 전라권 | (98) | 58.2 | 21.4 | 32.7 | 28.6 | 19.4 |
| | 경북권 | (97) | 52.6 | 28.9 | 22.7 | 23.7 | 12.4 |
| | 경남권 | (157) | 59.2 | 22.9 | 22.3 | 19.7 | 24.2 |
| | 강원/제주 | (47) | 51.1 | 36.2 | 31.9 | 38.3 | 23.4 |

* 주관식 문항의 응답을 부호화(Coding)하여 분석한 결과임

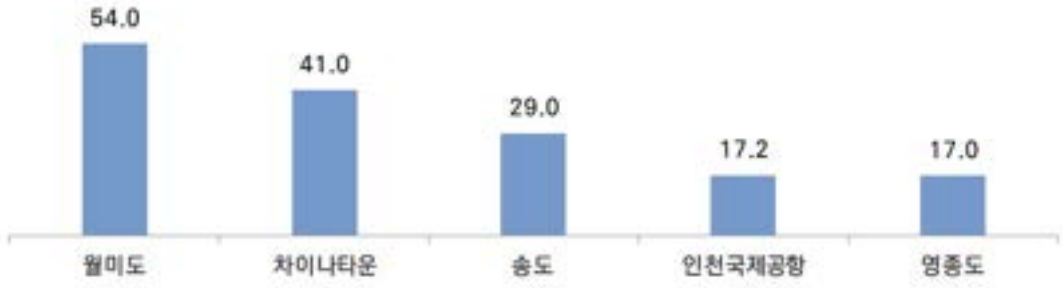
## 나. 대표 관광지

■ 인천을 생각하면 떠오르는 관광지로는 '월미도'(54.0%)가 가장 높으며, '차이나타운'(41.0%), '송도'(29.0%), '인체국제공항'(17.2%) 등의 순임

- '월미도'는 X세대와 강원/제주에서 상대적으로 높음
- '차이나타운'은 강원/제주, '송도'는 전라권에서 높으며, '영종도'는 수도권 거주자에서 응답 비율이 높은 특징이 있음

**[그림 5-2] 대표 관광지(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 월미도 | 차이나타운 | 송도 | 인천 국제공항 | 영종도 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,012) | 54.0 | 41.0 | 29.0 | 17.2 | 17.0 |
| 성별 | 남성 | (504) | 53.4 | 41.7 | 28.8 | 18.7 | 16.7 |
| | 여성 | (508) | 54.5 | 40.4 | 29.1 | 15.7 | 17.3 |
| 세대 | Z세대 | (206) | 38.3 | 42.7 | 24.8 | 21.8 | 11.7 |
| | 밀레니얼 세대 | (279) | 53.4 | 45.2 | 31.2 | 20.1 | 19.7 |
| | X세대 | (352) | 64.5 | 39.5 | 29.3 | 14.8 | 19.0 |
| | 베이비부머 세대 | (175) | 52.0 | 35.4 | 29.7 | 12.0 | 14.9 |
| 거주지 | 수도권 | (494) | 57.7 | 39.7 | 29.8 | 14.6 | 22.1 |
| | 충청권 | (119) | 52.9 | 40.3 | 26.1 | 20.2 | 18.5 |
| | 전라권 | (98) | 57.1 | 49.0 | 37.8 | 20.4 | 16.3 |
| | 경북권 | (97) | 51.5 | 37.1 | 18.6 | 19.6 | 7.2 |
| | 경남권 | (157) | 40.1 | 39.5 | 27.4 | 21.7 | 9.6 |
| | 강원/제주 | (47) | 61.7 | 53.2 | 36.2 | 10.6 | 6.4 |

* 주관식 문항의 응답을 부호화(Coding)하여 분석한 결과임

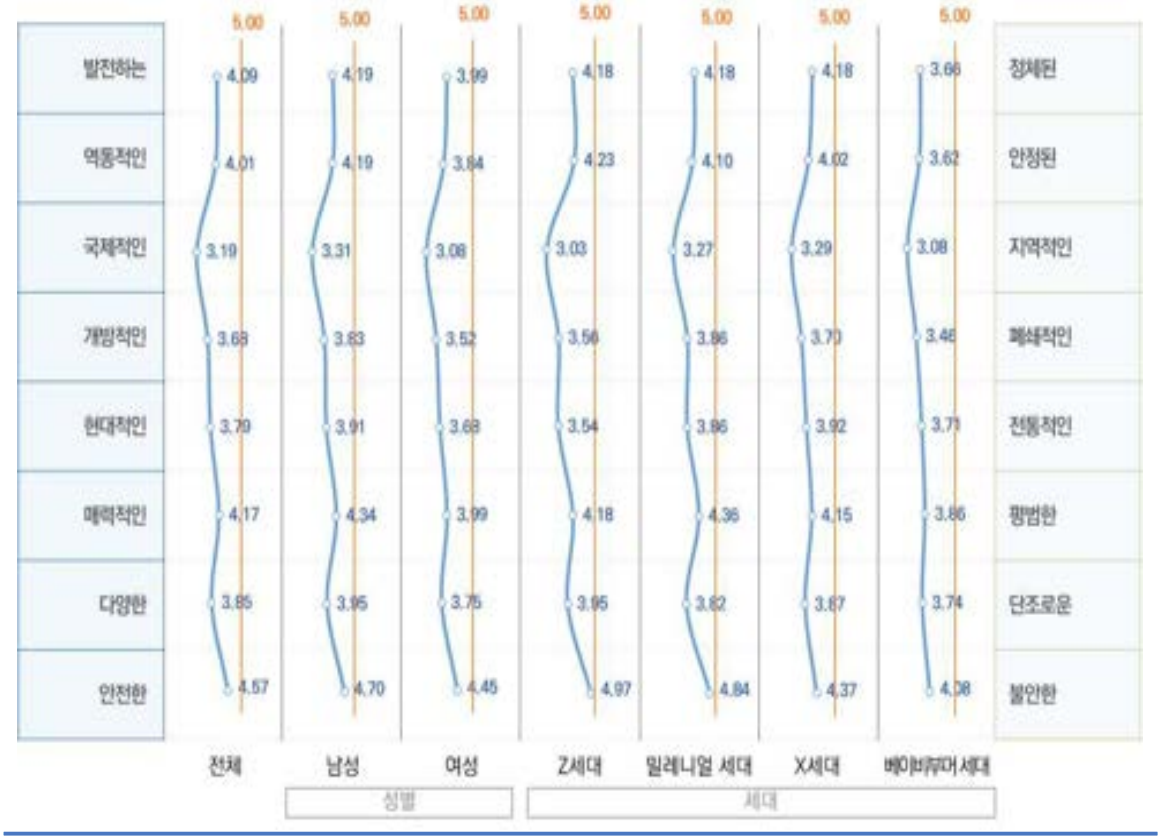
## 다. 인천 이미지

■ 인천은 '국제적인' 도시 이미지가 가장 높으며, 이어서 '개방적인', '현대적인', '다양한' 등의 이미지 응답이 상대적으로 높음

- Z세대는 인천을 국제적이고 현대적인 도시로 생각하며, 베이비부머 세대는 인천을 개방적인 국제적 도시로 생각하는 경향이 두드러짐

**[그림 5-3] 인천 이미지(평균)**

[베이스 : 전체] [단위 : 점(10점 만점)]



## 라. 지역 이미지

■ 각 이미지별로 해당하는 지역이 어디인지 물었을 때, 인천이 부각되는 특색 있는 이미지가 도출되지 않음

- 쇼핑 환경 및 교통과 관련해서 상대적으로 높은 응답 비율을 보이기는 했으나, 서울, 부산, 경기 등에 비해 낮은 수준임

〈표 5-1〉 지역 이미지(복수응답)

[베이스 : 전체] [단위 : %]

| 구분 | 자연 경관 우수 | 역사/ 문화 유산 풍부 | 쇼핑 환경 좋음 | 여행 경비 저렴 | 숙박 환경 우수 | 음식이 맛있는 | 스포츠/ 레포츠 즐기기 좋은 | 현지 교통 편리 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 인천 | 8.0 | 6.4 | 18.8 | 10.8 | 15.5 | 9.7 | 13.8 | 24.2 |
| 서울 | 8.2 | 38.3 | 82.2 | 14.2 | 51.1 | 34.4 | 25.6 | 67.4 |
| 부산 | 20.2 | 9.0 | 34.0 | 10.4 | 31.9 | 22.3 | 19.2 | 28.1 |
| 대구 | 3.9 | 5.1 | 12.4 | 6.8 | 9.6 | 10.4 | 4.7 | 15.7 |
| 광주 | 3.7 | 10.1 | 5.0 | 8.1 | 6.8 | 16.3 | 5.6 | 9.3 |
| 대전 | 4.1 | 5.5 | 8.8 | 11.1 | 9.2 | 9.2 | 5.6 | 13.6 |
| 울산 | 9.2 | 3.8 | 4.2 | 6.6 | 7.2 | 7.6 | 5.5 | 7.5 |
| 경기 | 8.0 | 15.3 | 19.4 | 18.4 | 15.6 | 12.4 | 19.5 | 20.4 |
| 강원 | 55.5 | 11.3 | 3.8 | 16.5 | 17.0 | 15.0 | 32.9 | 5.9 |
| 충북 | 13.7 | 9.5 | 2.1 | 13.6 | 5.5 | 6.1 | 6.8 | 4.0 |
| 충남(세종) | 10.0 | 13.6 | 3.1 | 11.3 | 4.9 | 7.3 | 5.8 | 5.3 |
| 전북 | 13.1 | 15.6 | 2.0 | 17.0 | 6.8 | 30.4 | 7.1 | 4.1 |
| 전남 | 24.7 | 17.7 | 1.9 | 20.3 | 6.6 | 43.9 | 5.0 | 3.7 |
| 경북 | 14.3 | 41.1 | 1.7 | 14.0 | 6.7 | 15.0 | 4.8 | 3.8 |
| 경남 | 16.4 | 22.1 | 1.9 | 14.3 | 7.1 | 9.7 | 7.2 | 3.7 |
| 제주 | 63.2 | 15.0 | 7.2 | 3.0 | 36.8 | 20.0 | 27.0 | 8.3 |

# 2 인천여행 잠재행태

## 가. 잠재 관광객 수요

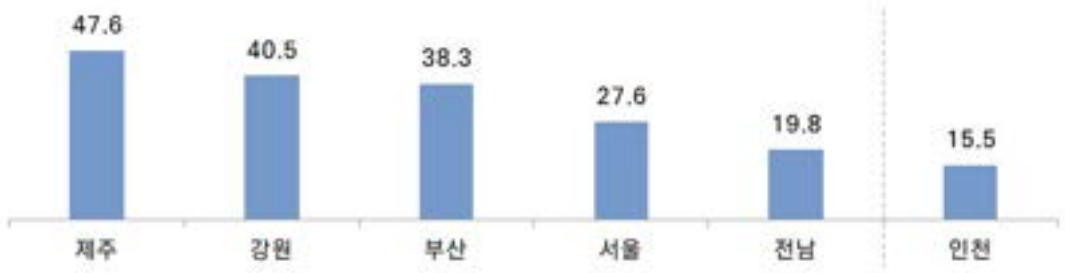
### 1) 선호 국내여행 목적지

■ 향후 1년 이내에 국내여행을 가야할 경우, 가장 선호하는 목적지는 '제주'(47.6%)임

- 인천을 선호하는 비율은 15.5%로 16개 시도(세종은 충남에 포함) 중 8번째에 해당함

[그림 5-4] 선호 국내여행 목적지(복수응답)

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 제주 | 강원 | 부산 | 서울 | 전남 | 인천 (8위) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,012) | 47.6 | 40.5 | 38.3 | 27.6 | 19.8 | 15.5 |
| 성별 | 남성 | (504) | 43.7 | 41.7 | 37.3 | 29.2 | 23.4 | 15.7 |
| | 여성 | (508) | 51.6 | 39.4 | 39.4 | 26.0 | 16.1 | 15.4 |
| 세대 | Z세대 | (206) | 48.5 | 30.6 | 51.0 | 44.2 | 8.7 | 16.5 |
| | 밀레니얼 세대 | (279) | 54.5 | 35.5 | 34.8 | 29.7 | 18.3 | 17.9 |
| | X세대 | (352) | 44.0 | 42.3 | 34.1 | 19.9 | 24.7 | 12.8 |
| | 베이비부머 세대 | (175) | 42.9 | 56.6 | 37.7 | 20.0 | 25.1 | 16.0 |
| 거주지 | 수도권 | (494) | 51.2 | 47.6 | 40.1 | 11.5 | 21.1 | 16.4 |
| | 충청권 | (119) | 45.4 | 40.3 | 45.4 | 38.7 | 15.1 | 14.3 |
| | 전라권 | (98) | 39.8 | 26.5 | 38.8 | 42.9 | 22.4 | 12.2 |
| | 경북권 | (97) | 46.4 | 30.9 | 50.5 | 39.2 | 17.5 | 17.5 |
| | 경남권 | (157) | 49.0 | 35.0 | 21.7 | 49.7 | 17.8 | 13.4 |
| | 강원/제주 | (47) | 29.8 | 34.0 | 31.9 | 38.3 | 23.4 | 19.1 |

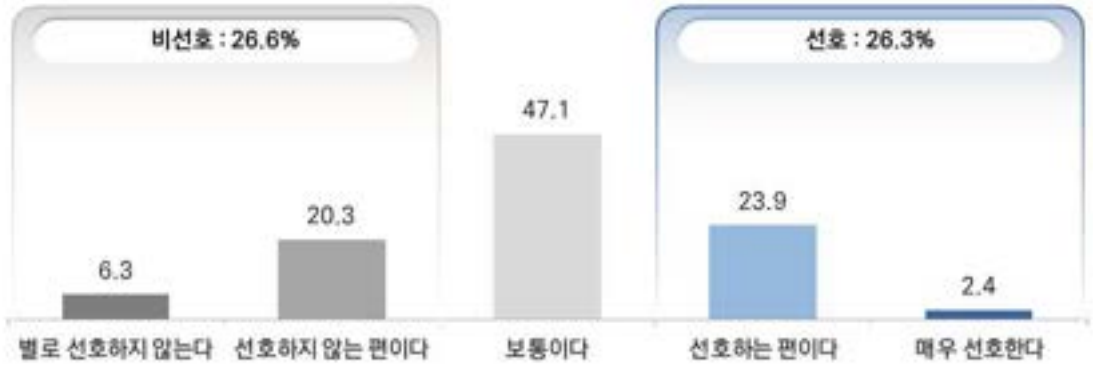
### 2) 인천여행 선호도

■ 여행목적지로 인천을 선호한다는 응답의 비율은 26.3%이며, '보통이다'는 47.1%, 선호하지 않는다는 응답의 비율은 26.6%임

- 중립 의견이 가장 많으며, 선호와 비선호 응답의 비율은 비슷한 수준을 보임
- 인천여행을 선호한다는 응답의 비율은 남성 대비 여성에서 높으며, 선호하지 않는다는 응답의 비율은 연령대가 낮을수록 높은 특징이 있음

**[그림 5-5] 인천여행 선호도**

[베이스 : 전체] [단위 : %, 점(5점 만점)]




| 구분 | | 사례수 | 비선호 | 보통이다 | 선호 | 평균 (점) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,012) | 26.6 | 47.1 | 26.3 | 2.96 |
| 성별 | 남성 | (504) | 28.0 | 50.6 | 21.4 | 2.89 |
| | 여성 | (508) | 25.2 | 43.7 | 31.1 | 3.02 |
| 세대 | Z세대 | (206) | 37.4 | 37.4 | 25.2 | 2.83 |
| | 밀레니얼 세대 | (279) | 30.5 | 46.6 | 22.9 | 2.85 |
| | X세대 | (352) | 24.7 | 51.4 | 23.9 | 2.95 |
| | 베이비부머 세대 | (175) | 11.4 | 50.9 | 37.7 | 3.29 |
| 거주지 | 수도권 | (494) | 25.7 | 48.2 | 26.1 | 2.98 |
| | 충청권 | (119) | 20.2 | 51.3 | 28.6 | 3.07 |
| | 전라권 | (98) | 26.5 | 49.0 | 24.5 | 2.97 |
| | 경북권 | (97) | 25.8 | 43.3 | 30.9 | 2.99 |
| | 경남권 | (157) | 33.8 | 43.3 | 22.9 | 2.81 |
| | 강원/제주 | (47) | 29.8 | 42.6 | 27.7 | 2.89 |

## 나. 정보 습득 행태

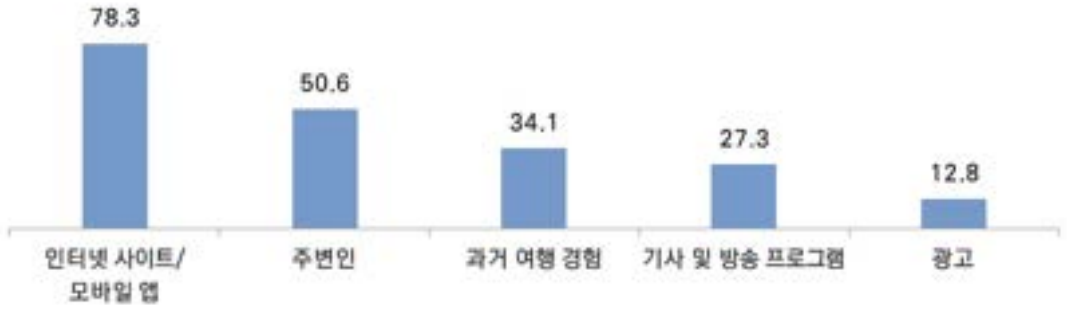
### 1) 정보 습득 경로

■ 평소 국내여행에 대한 정보를 얻는 경로로는 '인터넷 사이트/모바일 앱'이 78.3%로 가장 높으며, '주변인'(50.6%), '과거 여행 경험'(34.1%), '기사 및 방송 프로그램'(27.3%) 등의 순을 보임

- '인터넷 사이트/모바일 앱'은 경남권에서 다른 지역 대비 높으며, '주변인'은 충청권에서 높음
- '과거 여행 경험'과 '기사 및 방송 프로그램'은 베이비부머 세대에서 상대적으로 높음

**[그림 5-6] 정보 습득 경로(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 인터넷 사이트/ 모바일 앱 | 주변인 | 과거 여행 경험 | 기사 및 방송 프로그램 | 광고 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,012) | 78.3 | 50.6 | 34.1 | 27.3 | 12.8 |
| 성별 | 남성 | (504) | 80.6 | 46.4 | 34.5 | 28.0 | 11.7 |
| | 여성 | (508) | 76.0 | 54.7 | 33.7 | 26.6 | 14.0 |
| 세대 | Z세대 | (206) | 80.6 | 50.0 | 33.0 | 15.5 | 11.7 |
| | 밀레니얼 세대 | (279) | 79.6 | 54.5 | 32.6 | 23.3 | 10.8 |
| | X세대 | (352) | 78.1 | 47.7 | 31.0 | 31.8 | 13.1 |
| | 베이비부머 세대 | (175) | 73.7 | 50.9 | 44.0 | 38.3 | 17.1 |
| 거주지 | 수도권 | (494) | 76.5 | 48.4 | 36.8 | 27.1 | 11.7 |
| | 충청권 | (119) | 79.8 | 61.3 | 31.9 | 17.6 | 12.6 |
| | 전라권 | (98) | 79.6 | 46.9 | 27.6 | 28.6 | 13.3 |
| | 경북권 | (97) | 76.3 | 45.4 | 34.0 | 30.9 | 11.3 |
| | 경남권 | (157) | 83.4 | 56.1 | 29.9 | 31.8 | 16.6 |
| | 강원/제주 | (47) | 76.6 | 46.8 | 38.3 | 27.7 | 14.9 |

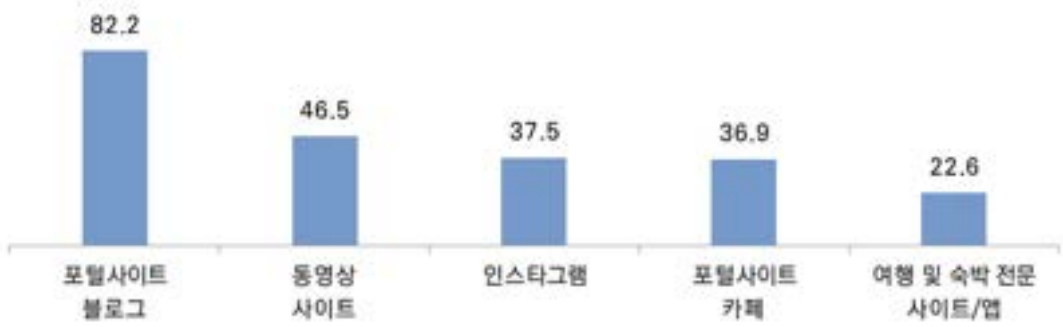
### 2) 이용 인터넷 사이트

■ 인터넷 사이트/모바일 앱 이용자들을 대상으로 이용한 인터넷 사이트를 물었을 때, '포털사이트 블로그'가 82.2%로 가장 높음

- 세대별로 봤을 때, '동영상 사이트'와 '인스타그램'은 Z세대에서 높은 응답 비율을 보임
- '포털사이트 블로그'와 '동영상 사이트'는 전라권에서 높으며, '인스타그램'은 강원/제주, '포털사이트 카페'는 경남권에서 상대적으로 높음

**[그림 5-7] 이용 인터넷 사이트(복수응답)**

[베이스 : 인터넷 사이트/모바일 앱 이용자] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 포털사이트 블로그 | 동영상 사이트 | 인스타그램 | 포털사이트 카페 | 여행 및 숙박 전문 사이트/앱 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (792) | 82.2 | 46.5 | 37.5 | 36.9 | 22.6 |
| 성별 | 남성 | (406) | 82.3 | 49.8 | 30.5 | 37.4 | 22.4 |
| | 여성 | (386) | 82.1 | 43.0 | 44.8 | 36.3 | 22.8 |
| 세대 | Z세대 | (166) | 72.3 | 52.4 | 68.1 | 33.7 | 30.7 |
| | 밀레니얼 세대 | (222) | 86.9 | 49.1 | 47.3 | 36.0 | 19.4 |
| | X세대 | (275) | 84.4 | 45.1 | 22.5 | 40.4 | 19.3 |
| | 베이비부머 세대 | (129) | 82.2 | 37.2 | 13.2 | 34.9 | 24.8 |
| 거주지 | 수도권 | (378) | 83.6 | 46.8 | 38.1 | 38.1 | 26.7 |
| | 충청권 | (95) | 76.8 | 34.7 | 33.7 | 35.8 | 16.8 |
| | 전라권 | (78) | 88.5 | 52.6 | 30.8 | 34.6 | 16.7 |
| | 경북권 | (74) | 75.7 | 47.3 | 28.4 | 24.3 | 21.6 |
| | 경남권 | (131) | 84.0 | 50.4 | 42.7 | 44.3 | 19.8 |
| | 강원/제주 | (36) | 75.0 | 44.4 | 55.6 | 30.6 | 19.4 |

## 다. 인천여행 수요

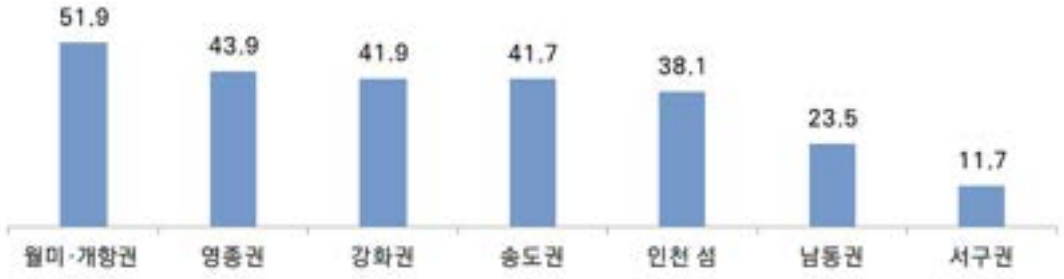
### 1) 방문 희망 권역

■ 향후 인천여행에 대한 기회가 주어진다면, 방문하고 싶은 권역으로는 '월미·개항권'(51.9%)이 가장 높으며, '영종권'(43.9%), '강화권'(41.9%), '송도권'(41.7%) 등의 순을 보임

- '월미·개항권'과 '영종권'은 밀레니얼 세대에서 높으며, '강화권'과 '인천 섬'은 베이비부머 세대에서 상대적으로 높음
- '송도권'은 Z세대에서 희망하는 비율이 높음

**[그림 5-8] 방문 희망 권역(복수응답)**

[베이스 : 전체] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 월미·개항권 | 영종권 | 강화권 | 송도권 | 인천 섬 | 남동권 | 서구권 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,012) | 51.9 | 43.9 | 41.9 | 41.7 | 38.1 | 23.5 | 11.7 |
| 성별 | 남성 | (504) | 53.0 | 42.5 | 44.0 | 39.7 | 37.7 | 19.6 | 10.1 |
| | 여성 | (508) | 50.8 | 45.3 | 39.8 | 43.7 | 38.6 | 27.4 | 13.2 |
| 세대 | Z세대 | (206) | 55.3 | 44.2 | 27.2 | 52.9 | 27.7 | 19.4 | 10.7 |
| | 밀레니얼 세대 | (279) | 59.5 | 51.3 | 36.9 | 46.6 | 35.5 | 23.3 | 12.2 |
| | X세대 | (352) | 47.2 | 39.8 | 46.3 | 37.2 | 36.1 | 22.7 | 11.9 |
| | 베이비부머 세대 | (175) | 45.1 | 40.0 | 58.3 | 29.7 | 58.9 | 30.3 | 11.4 |
| 거주지 | 수도권 | (494) | 46.0 | 48.6 | 44.9 | 38.1 | 43.7 | 20.2 | 11.1 |
| | 충청권 | (119) | 49.6 | 46.2 | 37.0 | 52.1 | 30.3 | 26.1 | 15.1 |
| | 전라권 | (98) | 62.2 | 41.8 | 37.8 | 45.9 | 37.8 | 25.5 | 8.2 |
| | 경북권 | (97) | 63.9 | 34.0 | 45.4 | 41.2 | 28.9 | 27.8 | 15.5 |
| | 경남권 | (157) | 60.5 | 35.7 | 38.9 | 40.1 | 34.4 | 28.7 | 13.4 |
| | 강원/제주 | (47) | 44.7 | 40.4 | 34.0 | 51.1 | 31.9 | 21.3 | 2.1 |

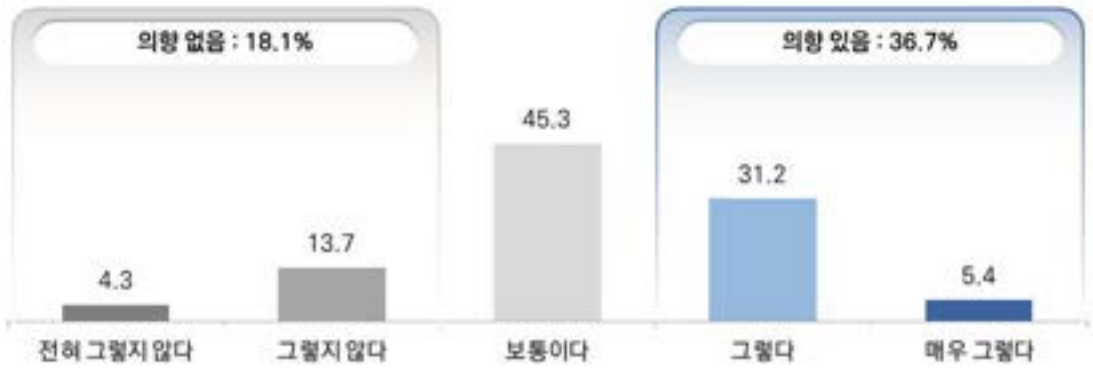
### 2) 인천여행 의향

■ 향후 1년 이내에 인천을 여행할 의향이 있다는 응답의 비율은 36.7%이며, '보통이다'가 45.3%, 의향이 없다는 응답의 비율이 18.1%임

- 중립 의견이 가장 많으며, 의향이 없는 응답자 대비 의향이 있는 응답자가 많음
- 인천여행 의향은 여성, 베이비부머 세대, 수도권에서 높으며, 의향이 없다는 응답의 비율은 경남권에서 다른 지역 대비 높음

**[그림 5-9] 인천여행 의향**

[베이스 : 전체] [단위 : %, 점(5점 만점)]




| 구분 | | 사례수 | 의향 없음 | 보통이다 | 의향 있음 | 평균 (점) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,012) | 18.1 | 45.3 | 36.7 | 3.20 |
| 성별 | 남성 | (504) | 19.6 | 49.0 | 31.3 | 3.12 |
| | 여성 | (508) | 16.5 | 41.5 | 41.9 | 3.27 |
| 세대 | Z세대 | (206) | 24.8 | 44.2 | 31.1 | 3.05 |
| | 밀레니얼 세대 | (279) | 20.4 | 41.6 | 38.0 | 3.18 |
| | X세대 | (352) | 17.0 | 49.4 | 33.5 | 3.16 |
| | 베이비부머 세대 | (175) | 8.6 | 44.0 | 47.4 | 3.47 |
| 거주지 | 수도권 | (494) | 14.4 | 42.1 | 43.5 | 3.34 |
| | 충청권 | (119) | 15.1 | 49.6 | 35.3 | 3.22 |
| | 전라권 | (98) | 15.3 | 53.1 | 31.6 | 3.14 |
| | 경북권 | (97) | 23.7 | 46.4 | 29.9 | 3.08 |
| | 경남권 | (157) | 29.3 | 45.2 | 25.5 | 2.89 |
| | 강원/제주 | (47) | 21.3 | 48.9 | 29.8 | 3.04 |

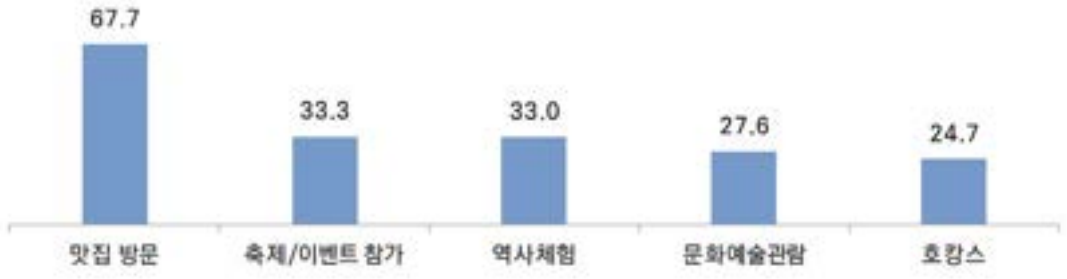
### 3) 희망 활동

■ 인천여행에 대한 기회가 주어진다면, 경험하고 싶은 활동으로는 '맛집 방문'(67.7%)이 가장 높으며, '축제/이벤트 참가'(33.3%), '역사체험'(33.0%), '문화예술관람'(27.6%) 등의 순임

- '맛집 방문'은 베이비부머 세대와 경북권에서 높으며, '축제/이벤트 참가'는 밀레니얼 세대와 전라권에서 상대적으로 높음
- '역사체험'은 베이비부머 세대에서 높으며, '문화예술관람'은 Z세대에서 높음

**[그림 5-10] 희망 활동(복수응답)**

[베이스 : 전체] [상위 5위, 단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 맛집 방문 | 축제/ 이벤트 참가 | 역사 체험 | 문화예술 관람 | 호캉스 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,012) | 67.7 | 33.3 | 33.0 | 27.6 | 24.7 |
| 성별 | 남성 | (504) | 64.9 | 31.7 | 34.5 | 24.8 | 22.2 |
| | 여성 | (508) | 70.5 | 34.8 | 31.5 | 30.3 | 27.2 |
| 세대 | Z세대 | (206) | 61.2 | 35.0 | 27.2 | 39.3 | 31.6 |
| | 밀레니얼 세대 | (279) | 67.0 | 38.7 | 27.2 | 30.1 | 31.9 |
| | X세대 | (352) | 67.3 | 33.2 | 35.2 | 21.3 | 20.7 |
| | 베이비부머 세대 | (175) | 77.1 | 22.9 | 44.6 | 22.3 | 13.1 |
| 거주지 | 수도권 | (494) | 67.8 | 29.6 | 30.4 | 25.5 | 27.9 |
| | 충청권 | (119) | 68.9 | 37.0 | 37.0 | 28.6 | 27.7 |
| | 전라권 | (98) | 62.2 | 42.9 | 32.7 | 28.6 | 27.6 |
| | 경북권 | (97) | 74.2 | 26.8 | 43.3 | 37.1 | 12.4 |
| | 경남권 | (157) | 66.2 | 37.6 | 31.2 | 28.7 | 21.7 |
| | 강원/제주 | (47) | 66.0 | 42.6 | 36.2 | 21.3 | 12.8 |

## 라. 선호 여행

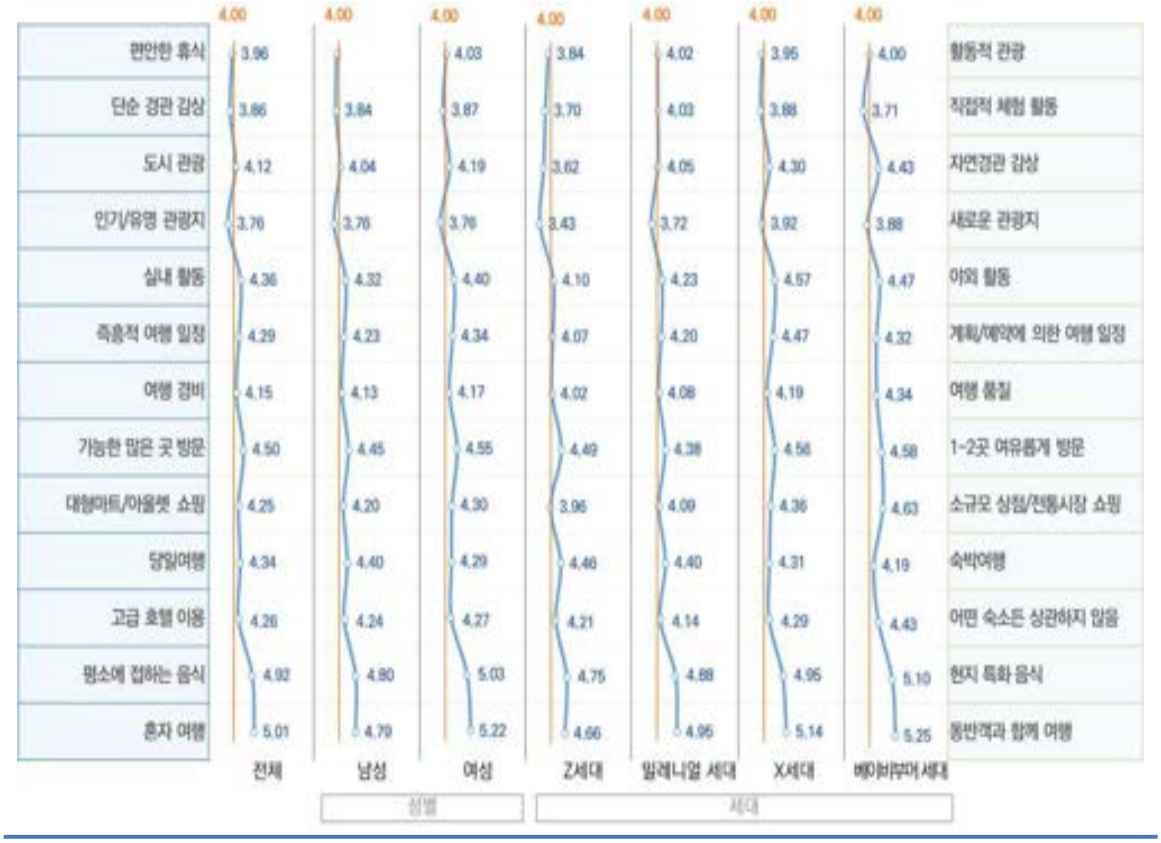
### 1) 선호 여행 특성

■ 잠재 인천여행 행태로는 동반객과 함께 하는 여행, 현지 특화 음식에 대한 니즈가 높으며, 인기/유명 관광지 중심의 활동적인 야외 활동을 선호하는 경향이 있음

- Z세대는 인기/유명 관광지 중심의 도시 관광에 대한 니즈가 상대적으로 높으며, 베이비부머 세대는 자연경관 감상 및 소규모 상점/전통시장 쇼핑에 대한 니즈가 상대적으로 높은 특징이 있음

**[그림 5-11] 선호 여행 특성**

[베이스 : 전체] [단위 : 점(7점 만점)]



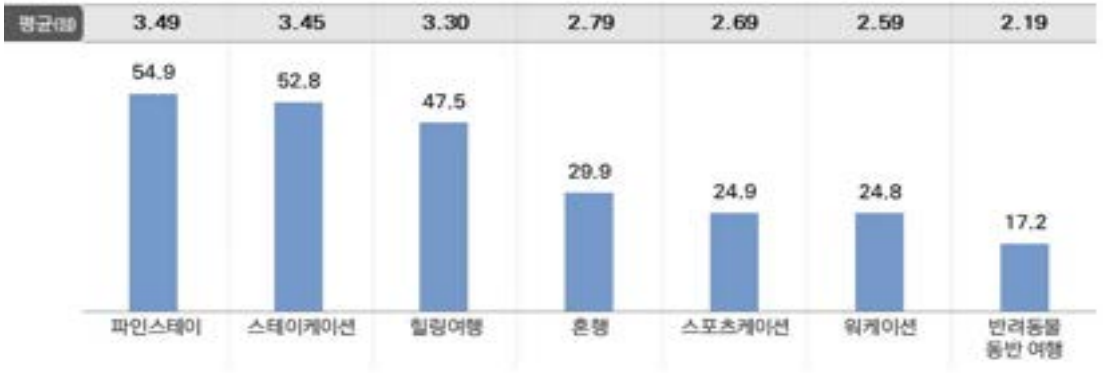
### 2) 선호 여행 형태

■ 향후 인천여행에 대한 기회가 주어진다면, 선호하는 여행 형태로는 '파인스테이'(54.9%)가 가장 높으며, 그다음으로 '스테이케이션'(52.8%), '힐링여행'(47.5%), '혼행'(29.9%) 등의 순임

- '파인스테이', '스테이케이션', '힐링여행'은 남성 대비 여성에서 높은 특징이 있음
- '스테이케이션'과 '혼행'은 Z세대와 밀레니얼 세대, 소위 MZ세대에서 높은 의향을 보였으며, '스포츠케이션'은 전라권에서 상대적으로 높음

**[그림 5-12] 선호 여행 형태(긍정비율)**

[베이스 : 전체] [단위 : %, 점(5점 만점)]




| 구분 | | 사례수 | 파인 스테이 | 스테이 케이션 | 힐링 여행 | 혼행 | 스포츠 케이션 | 워케이션 | 반려동물 동반 여행 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,012) | 54.9 | 52.8 | 47.5 | 29.9 | 24.9 | 24.8 | 17.2 |
| 성별 | 남성 | (504) | 48.0 | 48.2 | 39.7 | 29.2 | 27.0 | 27.0 | 17.5 |
| | 여성 | (508) | 61.8 | 57.3 | 55.3 | 30.7 | 22.8 | 22.6 | 16.9 |
| 세대 | Z세대 | (206) | 58.7 | 62.1 | 51.0 | 47.6 | 26.2 | 29.1 | 24.3 |
| | 밀레니얼 세대 | (279) | 55.6 | 61.6 | 40.1 | 33.3 | 26.2 | 28.3 | 20.1 |
| | X세대 | (352) | 56.0 | 48.6 | 52.6 | 20.2 | 25.3 | 22.2 | 13.1 |
| | 베이비부머 세대 | (175) | 47.4 | 36.0 | 45.1 | 23.4 | 20.6 | 19.4 | 12.6 |
| 거주지 | 수도권 | (494) | 56.7 | 56.7 | 48.8 | 31.2 | 26.5 | 25.3 | 17.8 |
| | 충청권 | (119) | 56.3 | 49.6 | 44.5 | 26.1 | 15.1 | 20.2 | 16.0 |
| | 전라권 | (98) | 55.1 | 54.1 | 44.9 | 35.7 | 32.7 | 24.5 | 18.4 |
| | 경북권 | (97) | 50.5 | 43.3 | 48.5 | 27.8 | 24.7 | 25.8 | 18.6 |
| | 경남권 | (157) | 56.1 | 52.2 | 47.8 | 26.8 | 21.0 | 22.9 | 13.4 |
| | 강원/제주 | (47) | 38.3 | 38.3 | 44.7 | 29.8 | 29.8 | 36.2 | 21.3 |

# 3 관광 정책 및 인식

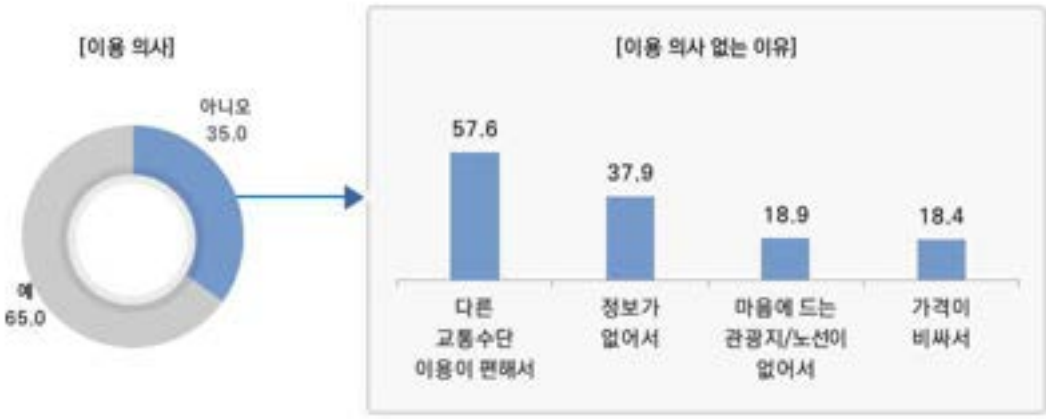
## 가. 인천시티투어 이용

■ 향후 인천 방문 시, 인천시티투어를 이용할 의사가 있다고 응답한 비율은 65.0%임

- 이용 의사가 없는 이유로는 '다른 교통수단 이용이 편해서'가 57.6%로 가장 높음
- 인천시티투어 이용 의사는 남성 대비 여성에서 높으며, 연령대가 높을수록 응답 비율 또한 높음

**[그림 5-13] 인천시티투어 이용**

[베이스 : 전체] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 예 | 아니오 | 이용 의사 없는 이유 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 다른 교통수단 이용이 편해서 | 정보가 없어서 | 마음에 드는 관광지/ 노선이 없어서 | 가격이 비싸서 |
| 전체 | | (1,012) | 65.0 | 35.0 | 57.6 | 37.9 | 18.9 | 18.4 |
| 성별 | 남성 | (504) | 57.9 | 42.1 | 55.2 | 38.2 | 18.9 | 21.2 |
| | 여성 | (508) | 72.0 | 28.0 | 61.3 | 37.3 | 19.0 | 14.1 |
| 세대 | Z세대 | (206) | 48.5 | 51.5 | 44.3 | 48.1 | 22.6 | 22.6 |
| | 밀레니얼 세대 | (279) | 61.6 | 38.4 | 63.6 | 40.2 | 14.0 | 17.8 |
| | X세대 | (352) | 71.3 | 28.7 | 62.4 | 34.7 | 19.8 | 11.9 |
| | 베이비부머 세대 | (175) | 77.1 | 22.9 | 65.0 | 12.5 | 20.0 | 25.0 |
| 거주지 | 수도권 | (494) | 56.9 | 43.1 | 60.6 | 37.6 | 18.8 | 18.3 |
| | 충청권 | (119) | 68.9 | 31.1 | 64.9 | 32.4 | 13.5 | 13.5 |
| | 전라권 | (98) | 74.5 | 25.5 | 64.0 | 40.0 | 12.0 | 16.0 |
| | 경북권 | (97) | 74.2 | 25.8 | 48.0 | 36.0 | 24.0 | 20.0 |
| | 경남권 | (157) | 73.2 | 26.8 | 42.9 | 45.2 | 23.8 | 21.4 |
| | 강원/제주 | (47) | 74.5 | 25.5 | 41.7 | 33.3 | 25.0 | 25.0 |

## 나. 대중교통 서비스

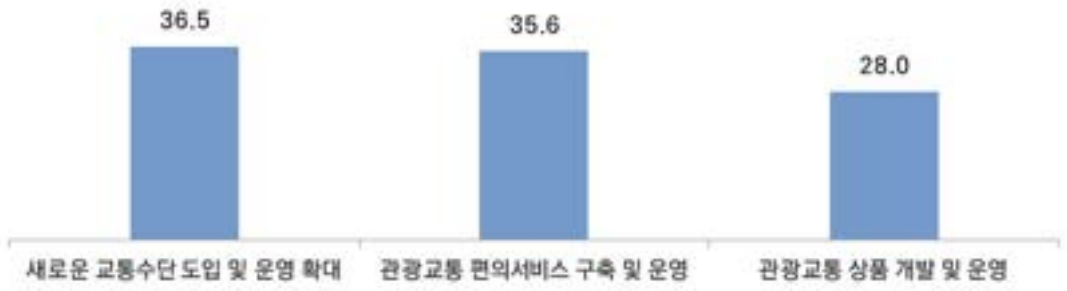
### 1) 대중교통 관련 필요 서비스

■ 향후 대중교통을 이용하여 인천을 여행하게 된다면, 필요한 서비스로는 '새로운 교통수단 도입 및 운영 확대'가 36.5%로 가장 높으며, 그다음으로 '관광교통 편의서비스 구축 및 운영'(35.6%), '관광교통 상품 개발 및 운영'(28.0%)의 순을 보임

- '새로운 교통수단 도입 및 운영 확대'는 경남권에서 상대적으로 높으며, '관광교통 편의서비스 구축 및 운영'은 충청권과 강원/제주에서 높음

**[그림 5-14] 대중교통 관련 필요 서비스**

[베이스 : 전체] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 새로운 교통수단 도입 및 운영 확대 | 관광교통 편의서비스 구축 및 운영 | 관광교통 상품 개발 및 운영 |
|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (1,012) | 36.5 | 35.6 | 28.0 |
| 성별 | 남성 | (504) | 33.7 | 37.3 | 29.0 |
| | 여성 | (508) | 39.2 | 33.9 | 27.0 |
| 세대 | Z세대 | (206) | 34.0 | 37.9 | 28.2 |
| | 밀레니얼 세대 | (279) | 38.7 | 32.3 | 29.0 |
| | X세대 | (352) | 34.9 | 37.5 | 27.6 |
| | 베이비부머 세대 | (175) | 38.9 | 34.3 | 26.9 |
| 거주지 | 수도권 | (494) | 38.1 | 32.2 | 29.8 |
| | 충청권 | (119) | 26.9 | 45.4 | 27.7 |
| | 전라권 | (98) | 36.7 | 37.8 | 25.5 |
| | 경북권 | (97) | 34.0 | 35.1 | 30.9 |
| | 경남권 | (157) | 42.7 | 34.4 | 22.9 |
| | 강원/제주 | (47) | 27.7 | 46.8 | 25.5 |

### 2) 선호 교통수단 서비스

■ 새로운 교통수단의 도입 및 운영 확대를 희망하는 사람들을 대상으로, 가장 선호하는 서비스가 무엇인지 물었을 때, '수요응답형 교통수단'이 37.7%로 가장 높음

- '수요 응답형 교통수단'은 베이비부머 세대, '공유차량 서비스'는 Z세대와 경북권에서 상대적으로 높은 특징이 있음
- '관광형 자율주행차'는 충청권, '관광택시'는 강원/제주에서 높음

**[그림 5-15] 선호 교통수단 서비스**

[베이스 : 신규 교통수단 수요자] [단위 : %]




| 구분 | | 사례수 | 수요응답형 교통수단 | 공유차량 서비스 | 관광형 자율주행차 | 관광택시 | 개인형 이동수단 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 전체 | | (369) | 37.7 | 26.8 | 22.5 | 8.1 | 4.9 |
| 성별 | 남성 | (170) | 35.9 | 28.8 | 18.8 | 10.6 | 5.9 |
| | 여성 | (199) | 39.2 | 25.1 | 25.6 | 6.0 | 4.0 |
| 세대 | Z세대 | (70) | 30.0 | 31.4 | 20.0 | 11.4 | 7.1 |
| | 밀레니얼 세대 | (108) | 38.0 | 25.0 | 19.4 | 10.2 | 7.4 |
| | X세대 | (123) | 36.6 | 30.9 | 25.2 | 5.7 | 1.6 |
| | 베이비부머 세대 | (68) | 47.1 | 17.6 | 25.0 | 5.9 | 4.4 |
| 거주지 | 수도권 | (188) | 39.9 | 22.3 | 23.9 | 6.9 | 6.9 |
| | 충청권 | (32) | 21.9 | 31.3 | 37.5 | 6.3 | 3.1 |
| | 전라권 | (36) | 36.1 | 27.8 | 27.8 | 5.6 | 2.8 |
| | 경북권 | (33) | 39.4 | 36.4 | 18.2 | 6.1 | - |
| | 경남권 | (67) | 40.3 | 34.3 | 9.0 | 11.9 | 4.5 |
| | 강원/제주 | (13) | 30.8 | 15.4 | 30.8 | 23.1 | - |

* 사례수가 30명 미만인 경우, 해석에 주의를 요함

# VI 설문지

1. 내국인 관광객
2. 외국인 관광객
3. 잠재 내국인 관광객

인천광역시
인천관광공사

# 1 내국인 관광객

## 2024 인천관광 실태조사 (내국인 관광객)

안녕하십니까? 인천광역시를 방문해 주셔서 대단히 감사합니다.
(주)한국데이터연구소에서는 인천광역시·인천관광공사의 의뢰를 받아 「인천관광 실태조사」를 실시하고 있습니다. 본 조사의 결과는 인천관광 활성화를 위한 기초 자료로 활용될 예정입니다.

귀하께서 응답한 내용은 통계법 제33조 및 제34조에 의거하여 비밀이 철저히 보호되며, 오직 통계적인 목적으로만 사용될 것입니다. 바쁘시더라도 잠시 시간을 내어 응답해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2024. 인천광역시

■ 주관기관 : 인천관광공사
■ 조사기관 : (주)한국데이터연구소

## Screening Questions

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 응답자 정보 | 성별 | ① 남성 | | ② 여성 | |
| | 연령 | 만( )세 → 만15세 미만 조사종료 | | | |
| | 거주지 | ① 서울 | ② 부산 | ③ 대구 | ④ 인천 → 조사종료 |
| | | ⑤ 광주 | ⑥ 대전 | ⑦ 울산 | ⑧ 세종 |
| | | ⑨ 경기 | ⑩ 강원 | ⑪ 충북 | ⑫ 충남 |
| | | ⑬ 전북 | ⑭ 전남 | ⑮ 경북 | ⑯ 경남 |
| | | ⑰ 제주 | | | |
| 인천여행 목적 | | ① 여행 | | ② 여행 아님 → 조사종료 | |
| 여행유형 | | ① 개별여행 | | ② 여행사 패키지여행 | |

## Ⅰ. 인천여행 준비

문1. 귀하께서는 이번 여행을 포함하여 최근 3년간 **인천을 총 몇 번 여행**하셨습니까?

| 최근 3년간 인천 여행 횟수 | ( )회 |
|---|---|

문2. 이번 **인천여행의 주된 목적**은 무엇입니까? **주된 목적 1개만** 선택해 주십시오.

① 여가/휴가/위락
② 축제 및 이벤트
③ 레저/스포츠
④ 뷰티/의료/건강/치료
⑤ 종교/순례활동
⑥ 사업/비즈니스/업무상 목적
⑦ 교육/훈련/연수
⑧ 학습/체험활동
⑨ 가족/친척/친구방문
⑩ 맛집탐방
⑪ 쇼핑
⑫ 기타( )

문3. 타 지역과 비교해서 **인천을 여행 목적지로 선택한 이유**는 무엇입니까? **우선순위대로 2개만** 선택해 주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

① 여행지 지명도
② 볼/즐길거리
③ 여행경비
④ 교통
⑤ 이동거리
⑥ 숙박시설
⑦ 음식
⑧ 쇼핑
⑨ 기타( )

문4. 이번 **인천여행에 대한 정보**는 주로 어디에서 얻으셨습니까? **우선순위대로 2개만** 선택해 주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

① 인터넷 사이트/모바일 앱(PC/스마트폰) → **문4-1**
② 기사 및 방송 프로그램(TV/라디오/신문/잡지)
③ 광고(TV/라디오/신문/잡지/지하철/옥외광고판 등)
④ 여행사(방문/전화)
⑤ 주변인(친지/친구/동료 등)
⑥ 관광 안내 책자
⑦ 과거 여행 경험
⑧ 정보 없이 방문 **[중복응답 불가]**
⑨ 기타( )

문4-1. **(문4=① 응답자) 어떤 인터넷 사이트에서 정보**를 주로 얻으셨습니까? **우선순위대로 2개만** 선택해 주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

① 포털사이트(네이버, 다음, 구글 등) 블로그
② 포털사이트(네이버, 다음, 구글 등) 카페
③ 여행·숙박 전문 사이트/앱(트립어드바이저 등)
④ 페이스북
⑤ 인스타그램
⑥ 동영상 사이트(유튜브 등)
⑦ 여행사 홈페이지
⑧ 공공기관 홈페이지(인천광역시, 인천관광공사 등)
⑨ 개별 관광지 및 관광시설 홈페이지
⑩ 기타( )

문5. 이번 **인천여행을 준비하면서 확인한 정보**는 무엇입니까? **우선순위대로 2개만** 선택해 주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

① 방문지 정보(입장료, 휴무일 등)
② 방문자 후기
③ 여행코스(주변 관광지 정보)
④ 지역축제 및 행사정보
⑤ 교통상황 및 이동시간
⑥ 음식 및 맛집 정보
⑦ 숙박시설
⑧ 쇼핑(품목, 가격, 장소 등)
⑨ 여행경비
⑩ 여행콘텐츠(체험, 이벤트 등)
⑪ 외부환경(날씨, 미세먼지 등)
⑫ 기타( )

## Ⅱ. 인천여행 행태

문6. 이번 **인천여행을 함께한 사람은 누구**입니까? 해당되는 것을 **모두 선택**해 주십시오.

① 혼자 방문했다**[중복응답 불가]** → **문7로 이동**
② 가족/친척(□자녀 동반)
③ 연인
④ 친구
⑤ 직장동료(동호회, 종교단체, 친목단체 등)
⑥ 기타( )

문6-1. **(동반자가 있는 경우) 함께 인천을 여행한 사람은 총 몇 명**입니까?

| 본인 포함 전체 | ( )명 |
|---|---|

문6-2. **(문6=② 자녀 동반인 경우만)** 여행에 **동반한 자녀의 유형**을 **모두 선택**해 주십시오.

① 미취학
② 초등
③ 중등
④ 고등
⑤ 성인 자녀

문7. 이번 **인천여행(인천 내)에서 이용한 교통수단**은 무엇입니까? 해당되는 것을 **모두 선택**해 주십시오.

① 자가차량
② 렌트차량
③ 지하철
④ 시내/시외버스
⑤ 전세/관광버스
⑥ 택시
⑦ 선박(연안여객)
⑧ 오토바이
⑨ 자전거
⑩ 기타( )

문8. 이번 **인천여행 기간**은 어떻게 되십니까? **인천에서 여행한 기간만 응답**해 주십시오.

① 당일여행 → ( )시간 → **문9**
② 숙박여행 → ( )박 ( )일 → **문8-1**

문8-1. **(문8=② 응답자)** 이번 인천여행 시 **이용한 숙박시설은 무엇**입니까? 해당되는 것을 **모두 선택**해 주십시오.

① 호텔
② 여관/모텔
③ 콘도/리조트
④ 펜션
⑤ 민박
⑥ 게스트하우스
⑦ 공유숙박(에어비앤비 등)
⑧ 친구/가족 및 친지집
⑨ 야영/캠핑/차박
⑩ 기타( )

문8-2. **(문8=② 응답자)** 이용한 **숙박시설은 어떤 경로로 예약**하셨습니까? **주 예약 채널 한 개만 선택**해 주십시오.

① 숙박시설 공식 채널(현장, 전화, 홈페이지 등)
② 오프라인 여행사
③ 온라인 예약 플랫폼(OTA, 포털사이트 등) → **문8-3**
④ 기타( )
⑤ 예약 안함/해당없음

문8-3. **(문8-2=③ 응답자)** 이용한 온라인 예약플랫폼은 무엇입니까? **주 예약 채널 한 개만 선택**해 주십시오.

① 마이리얼트립
② 트립닷컴
③ 야놀자
④ 호텔스닷컴
⑤ 네이버 호텔 예약
⑥ 쿠팡
⑦ 위메프
⑧ 카카오 핫딜
⑨ 기타(  )

문9. 이번 인천여행 시, **방문한(할) 인천 내 관광지는 어디**입니까? 여행 **순서에 따라 모두 기입**해 주십시오.

[ ] → [ ] → [ ] → [ ] → [ ] → [ ]

문10. 이번 인천여행 시, **경험한(혹은 경험 예정인) 활동**은 무엇입니까? 해당되는 것을 **모두 선택**해 주십시오.

① 등산·트레킹(마니산, 인천둘레길 등)
② 공원 방문(인천대공원, 청라호수공원 등)
③ 역사체험(문화재/기념물 방문 등)
④ 농촌체험(농작물 수확, 현장학습 등)
⑤ 생태체험(자연해설, 교육, 숲 체험 등)
⑥ 문화예술관람(공연, 박물관, 미술관 등)
⑦ 축제/이벤트 참가
⑧ 캠핑
⑨ 레포츠/스포츠(경기장 방문, 해변 활동 등)
⑩ 맛집 방문(음식점, 카페 등)
⑪ 영화/드라마 촬영지 방문
⑫ 일반출장(회의 등)
⑬ 컨벤션/컨퍼런스/전시회/박람회 참가
⑭ 종교/성지순례
⑮ 호캉스
⑯ 워케이션
⑰ 쇼핑
⑱ 기타(  )

문11. 이번 인천여행에서 경험한 관광지와 음식 중 **추천하고 싶은 것은 무엇**입니까?

| 구분 | 추천하고 싶은 관광지 | 추천하고 싶은 음식/디저트 |
|---|---|---|
| 1순위 | | |
| 2순위 | | |
| 3순위 | | |

## Ⅲ. 인천여행 평가

문12. 이번 인천여행 시, **지출한(혹은 지출 예정인) 여행 경비**는 총 얼마입니까? **1인 기준**으로 응답해 주십시오.

| 구분 | 개별여행 | 단체여행 (단체모암여행사 패키지) | 비고 |
|---|---|---|---|
| ① 현지 여행사 지불경비 | | | |
| ② 숙박비 | | | |
| ③ 식음료비 | | | 식사, 음료, 주류비 등 |
| ④ 교통비 | | | 대중교통비, 주유비 등 |
| ⑤ 쇼핑비 | | | 관광기념품, 특산품 등 |
| ⑥ 문화·오락비 | | | 관광자공연 입장료, 체험 비용 등 |
| ⑦ 기타비용 | | | 위 항목에 포함되지 않는 비용 |
| 지출 기준인원 | (총 명) 기준 | | |

문13. **(문12=쇼핑 비용 지불자)** 구매하신(실) **쇼핑품목**은 무엇입니까? 해당하는 것을 **모두** 선택하여 주십시오.

① 향수, 화장품
② 농수축산품(홍삼, 전통주, 인삼, 순무 등)
③ 간식류(차, 과자 등)
④ 패션잡화(가방, 신발, 보석, 악세서리 등)
⑤ 의류
⑥ 기타( )

문14. **(문12=쇼핑 비용 지불자) 쇼핑(할) 장소**는 어디입니까? 해당되는 것을 **모두 선택**해 주십시오.

① 백화점
② 대형마트(이마트, 롯데마트 등)
③ 아울렛 쇼핑몰(현대 프리미엄 아울렛 등)
④ 전통시장
⑤ 거리(로드샵)/소규모 상점
⑥ 기타( )

문15. 귀하께서는 **이번 인천여행에 대해 다음 항목별로 어떻게 평가**하십니까?

| 구분 | 전혀 그렇지 않다 | 별로 그렇지 않다 | 보통이다 | 대체로 그렇다 | 매우 그렇다 |
|---|---|---|---|---|---|
| 이번 인천여행에 대해 전반적으로 만족한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 인천여행을 다른 사람에게 추천할 의향이 있다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 향후 3년 이내에 인천을 다시 여행할 의향이 있다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

문16. **향후 인천여행에 대한 혜택**이 주어진다면, **어떤 혜택을 가장 선호**하십니까?

① 입장료 할인
② 인천 내 교통 할인
③ 숙박료 할인
④ 지역상품권(혹은 화폐) 제공
⑤ 관광체험 요금 할인
⑥ 기타( )

문17. 귀하께서는 **이번 인천여행에 대해 얼마나 만족 혹은 불만족**하셨습니까?

| 구분 | 매우 불만족 | 불만족 | 보통 | 만족 | 매우 만족 | 경험 못함 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 볼거리/즐길거리(체험상품, 축제, 공연 등) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 관광지 매력(문화자원, 자연경관, 야간관광 등) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 관광지 편의시설(화장실, 슈유실, 벤치 등) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 관광지 서비스(종사원 친절도, 안내 수준 등) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 관광지 청결도(청소 상태, 쓰레기 여부 등) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 숙박시설(예약 편리성, 편의성, 서비스 등) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 숙박시설 종사원 친절도 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 음식(맛, 다양성 등) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 음식점 서비스(친절도, 위생상태 등) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 교통 편리성(대중교통, 교통편 및 도로, 교통 연계성 등) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 쇼핑(편리성, 시설 및 서비스) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 관광안내 서비스(관광안내소, 관광정보, 관광안내원 등) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 치안 수준(안전성) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 인천시민 친절도 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 여행경비(관광 상품가격, 관광지 물가 등) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |

## DQ. 응답자 특성

DQ1. 귀 가구의 **월평균 가구소득**은 얼마입니까? **세금을 포함**한 금액으로 응답해 주십시오.

① 100만원 미만
② 100-300만원 미만
③ 300-500만원 미만
④ 500-700만원 미만
⑤ 700-1,000만원 미만
⑥ 1,000만원 이상

DQ2. 귀하의 **학력**은 어떻게 되십니까?

① 고등학교 졸업 이하
② 대학(교) 재학
③ 대학(교) 졸업
④ 대학원(석·박사) 재학
⑤ 대학원(석·박사) 졸업

DQ3. 귀하의 **직업**은 무엇입니까?

① 관리자
② 전문가 및 관련 종사자
③ 사무 종사자
④ 서비스 종사자
⑤ 판매 종사자
⑥ 농림어업 숙련 종사자
⑦ 기능원 및 관련 기능 종사자
⑧ 장치·기계 조작 및 조립 종사자
⑨ 단순노무 종사자
⑩ 군인
⑪ 전업주부
⑫ 학생
⑬ 기타(　　)

♣ 조사에 참여해 주셔서 대단히 감사합니다 ♣

| 조사 지점 | | 조사 일시 | |
|---|---|---|---|
| 면접원 이름 | | 면접원 코드 | |

## 2 외국인 관광객

# 2024 인천관광 실태조사 (외국인 관광객)

안녕하십니까? 인천광역시를 방문해 주셔서 대단히 감사합니다.
(주)한국데이터연구소에서는 인천광역시·인천관광공사의 의뢰를 받아 「인천관광 실태조사」를 실시하고 있습니다. 본 조사의 결과는 인천관광 활성화를 위한 기초 자료로 활용될 예정입니다.
귀하께서 응답한 내용은 통계법 제33조 및 제34조에 의거하여 비밀이 철저히 보호되며, 오직 통계적인 목적으로만 사용될 것입니다. 바쁘시더라도 잠시 시간을 내어 응답해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2024. 인천광역시

■ 주관기관 : 인천관광공사
■ 조사기관 : (주)한국데이터연구소

## Screening Questions

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 응답자 정보 | 성별 | ① 남성 | | ② 여성 | |
| | 연령 | 만( )세 → 만15세 미만 조사종료 | | | |
| | 국적 | ① 일본 | ② 중국 | ③ 미국 | ④ 대만 |
| | | ⑤ 홍콩 | ⑥ 싱가포르 | ⑦ 베트남 | ⑧ 태국 |
| | | ⑨ 말레이시아 | ⑩ 프랑스 | ⑪ 호주 | ⑫ 캐나다 |
| | | ⑬ 필리핀 | ⑭ 영국 | ⑮ 인도 | ⑯ 기타( ) |
| 인천여행 목적 | | ① 여행 | | ② 여행 아님 → 조사종료 | |
| 여행유형 | | ① 개별여행 | ② Air-tel Package(semi-package) | ③ 단체여행(Package Tour) | |

## Ⅰ. 인천여행 준비

문1. 귀하께서는 이번 여행을 포함하여 최근 3년간 인천을 총 몇 번 여행하셨습니까?

| 최근 3년간 인천 여행 횟수 | ( )회 |
|---|---|

문2. 이번 인천여행의 주된 목적은 무엇입니까? 주된 목적 1개만 선택해 주십시오.

① 여가, 위락, 휴식
② 친구, 친지 방문
③ 사업 또는 전문 활동
④ 교육(어학 프로그램, 연수 등)
⑤ 종교 및 순례
⑥ 기타( )

문3. 타 지역과 비교해서 인천을 여행 목적지로 선택한 이유는 무엇입니까? 우선순위대로 2개만 선택해 주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

① 음식/미식 탐방
② 쇼핑
③ 자연 풍경 감상
④ 역사/문화유적/전통문화 체험
⑤ 패션, 유행 등 세련된 현대 문화 체험
⑥ K-POP/한류스타 관련 공연, 팬 미팅, 촬영지 등 체험
⑦ 유흥/놀이시설 체험
⑧ 치료 및 미용 서비스 체험
⑨ 레저 및 스포츠 활동
⑩ 여행가능한 여가시간
⑪ 자국과의 이동거리
⑫ 경제적인 여행비용
⑬ 기타( )

문4. 이번 인천여행에 대한 정보는 주로 어디에서 얻으셨습니까? 우선순위대로 2개만 선택해 주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

① 글로벌 인터넷 사이트/앱 → 문4-1
② 자국의 인터넷 사이트/앱 → 문4-1
③ 한국의 여행 관련 사이트/앱 → 문4-1
④ 자국 여행사(오프라인)
⑤ 주요 언론 매체(tv, 라디오, 신문, 잡지 등)
⑥ 친지, 친구, 동료
⑦ 관광 안내 서적
⑧ 항공사, 호텔
⑨ 자국 내 한국 관련 공공기관
⑩ 기타( )
⑪ 정보를 얻지 않았다**[중복응답 불가]**

문4-1. **(문4=①, ②, ③)** 어떤 인터넷 사이트에서 정보를 주로 얻으셨습니까? 우선순위대로 2개만 선택해 주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

① 포털사이트(구글, 야후, 바이두 등)
② 여행전문사이트 또는 앱(트립어드바이저 등)
③ 소셜미디어(페이스북, 인스타그램, 트위터, 웨이보 등)
④ 동영상 사이트(유튜브 등)
⑤ 여행 관련 블로그
⑥ 여행사 홈페이지
⑦ 개별 관광지 및 시설 홈페이지
⑧ 항공사/호텔 홈페이지
⑨ 자국 내 한국 관련 공공기관 홈페이지(관광공사 등)
⑩ 기타( )

문5. 이번 인천여행을 준비하면서 확인한 정보는 무엇입니까? 우선순위대로 2개만 선택해 주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

① 방문지정보(개장시간, 입장료, 여행코스, 날씨 등)
② 이동거리 및 교통편
③ 음식 및 맛집 정보
④ 쇼핑 장소
⑤ 숙박시설
⑥ 지역 축제 및 행사 정보
⑦ 한류 문화체험 관련 정보(K-POP공연, 촬영지 방문 등)
⑧ 금융 정보(ATM, 환전소 등)
⑨ 모바일&통신 이용정보(무료 WI-FI, 요금제 등)
⑩ 기타( )

## Ⅱ. 인천여행 행태

문6. 이번 인천여행을 함께한 사람은 누구입니까? 해당되는 것을 모두 선택해 주십시오.

① 혼자 방문했다**[중복응답 불가] → 문7로 이동**
② 가족/친척(□자녀 동반)
③ 연인
④ 친구
⑤ 직장동료(동호회, 종교단체, 친목단체 등)
⑥ 기타( )

문6-1. **(동반자가 있는 경우)** 함께 인천을 여행한 사람은 총 몇 명입니까?

| 본인 포함 전체 | ( )명 |
|---|---|

문6-2. **(문6=② 자녀 동반인 경우만)** 여행에 동반한 자녀의 유형을 모두 선택해 주십시오.

① 미취학
② 초등
③ 중등
④ 고등
⑤ 성인 자녀

문7. 이번 인천여행(인천 내)에서 이용한 교통수단은 무엇입니까? 해당되는 것을 모두 선택해 주십시오.

① 렌트차량
② 지하철
③ 시내/시외버스
④ 전세/관광버스
⑤ 택시
⑥ 선박(연안여객)
⑦ 오토바이
⑧ 자전거
⑨ 기타( )

문8. 이번 인천여행에서 인천 외 다른 지역도 함께 방문하셨습니까? 거주지를 제외하고 응답해 주십시오.

① 예 **→ 문8-1로 이동**
② 아니오 **→ 문9로 이동**

문8-1. **(문8=① 응답자)** 인천 방문 직전 및 직후에 방문한 지역은 어디입니까? 기초지자체 단위로 응답해 주십시오.

| 인천 직전 방문 지역 | ( ) |
|---|---|
| 인천 직후 방문 지역 | ( ) |

문9. 이번 인천여행 기간은 어떻게 되십니까? 인천에서 여행한 기간만 응답해 주십시오.

① 당일여행 → ( )시간 **→ 문10**
② 숙박여행 → ( )박 ( )일 **→ 문9-1**

문9-1. **(문9=② 응답자)** 이번 인천여행 시 이용한 숙박시설은 무엇입니까? 해당되는 것을 모두 선택해 주십시오.

① 호텔
② 모텔/여관
③ 펜션
④ 콘도미니엄/리조트
⑤ 유스호스텔
⑥ 야영(캠핑)
⑦ 연수원/수련원/학교 기숙사
⑧ 전통 한옥 숙박시설
⑨ 게스트 하우스, 민박(도시형)
⑩ 민박(농촌형)
⑪ 자연휴양림 내 숙박시설
⑫ 가족/친지집
⑬ 무박 여행
⑭ 기타(  )

문9-2. **(문9=② 응답자)** 이용한 숙박시설은 어떤 경로로 예약하셨습니까? 주 예약 채널 한 개만 선택해 주십시오.

① 숙박시설 공식 채널(현장, 전화, 홈페이지 등)
② 오프라인 여행사
③ 온라인 예약 플랫폼(OTA, 포털사이트 등) → 문9-3
④ 기타(  )
⑤ 예약 안함/해당없음

문9-3. **(문9-2=③ 응답자) 이용한 온라인 예약플랫폼**은 무엇입니까? **주 예약 채널 한 개만 선택**해 주십시오.

① 익스피디아
② 호텔스닷컴
③ 트리바고
④ 아고다
⑤ 부킹닷컴
⑥ 카약
⑦ 프라이스라인
⑧ 씨트립
⑨ 스카이스캐너
⑩ 트립닷컴
⑪ 에어비앤비
⑫ 기타(  )

문10. 이번 인천여행 시, 방문한(할) 인천 내 관광지는 어디입니까? 여행 순서에 따라 모두 기입해 주십시오.

[ ] → [ ] → [ ] → [ ] → [ ] → [ ]

문11. 이번 인천여행 시, 경험한(혹은 경험 예정인) 활동은 무엇입니까? 해당되는 것을 모두 선택해 주십시오.

① 식도락 관광
② 쇼핑
③ 자연경관 감상
④ 역사 유적지 방문
⑤ 전통문화체험(한복체험, 태권도, 한국 음식 만들기)
⑥ 박물관, 전시관 관람
⑦ K-POP/한류스타 관련 공연장 방문
⑧ 드라마/영화 촬영지 방문
⑨ 연극, 뮤지컬 등 공연 관람
⑩ 지역 축제 참여
⑪ 유흥/오락(나이트라이프, 카지노, 놀이공원 등)
⑫ 뷰티/의료관광(마사지, 헤어샵, 성형외과 등)
⑬ 스포츠/레포츠 관람 및 참가(야구, 골프 등)
⑭ 업무 수행(회의, 학술대회, 박람회 등 참여)
⑮ 연수/교육/연구
⑯ 시찰
⑰ 기타(  )

문12. 이번 인천여행에서 경험한 관광지와 음식 중 추천하고 싶은 것은 무엇입니까?

| 구분 | 추천하고 싶은 관광지 | 추천하고 싶은 음식/디저트 |
|---|---|---|
| 1순위 | | |
| 2순위 | | |
| 3순위 | | |

# Ⅲ. 인천여행 평가

[화폐단위]

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ① | 달러(USD) | ⑥ | 타이완달러 | ⑪ | 유로화 | ⑯ | 베트남동화 |
| ② | 엔화 | ⑦ | 호주달러 | ⑫ | 한국 원화 | ⑰ | 인도네시아루피아 |
| ③ | 중국인민폐 | ⑧ | 태국바트 | ⑬ | 말레이시아링깃 | ⑱ | 필리핀페소 |
| ④ | 홍콩달러 | ⑨ | 캐나다달러 | ⑭ | 러시아루블 | ⑲ | 몽골투그릭 |
| ⑤ | 싱가폴달러 | ⑩ | 영국파운드 | ⑮ | 인도루피 | ⑳ | 기타(  ) |

문13. 이번 인천여행 시, 지출한(혹은 지출 예정인) 여행 경비는 총 얼마입니까? 1인 기준으로 응답해 주십시오.

| 구분 | 개별여행 | Air-tel Package(semi-package) | 단체여행 (단체모암여행사 패키지) | 비고 |
|---|---|---|---|---|
| ① 거주국 여행사 지불경비 | | | | |
| ② 국제 항공/선박 비용 | | | | |
| ③ 한국 여행사 지불경비 | | | | 옵션투어, 한국여행상품비 등 |
| ④ 숙박비 | | | | |
| ⑤ 식음료비 | | | | 식사, 음료, 주류비 등 |
| ⑥ 한국 내 교통비 | | | | 대중교통비, 주유비 등 |
| ⑦ 쇼핑비 | | | | 관광기념품, 특산품 등 |
| ⑧ 문화·오락비 | | | | 관광자공연 입장료, 체험 비용 등 |
| ⑨ 데이터 통신비 | | | | 로밍, USIM, 렌탈WI-FI 등 |
| ⑩ 기타비용 | | | | 위 항목에 포함되지 않는 비용 |
| 지출 기준인원 | | (총  명) 기준 | | |

문14. (문13=쇼핑 비용 지출자) 이번 인천여행 동안 인천 내에서 구입하신(실) 주요 쇼핑 품목 2가지만 선택해 주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

① 향수, 화장품
② 식료품(김치, 김, 과자 등)
③ 의류, 신발, 보석, 악세사리
④ 인삼, 한약재
⑤ 주류, 담배
⑥ 전통 민예품, 칠기, 목각제품
⑦ 한류 스타 관련 상품(음반, DVD, 캐릭터 상품 등)
⑧ 기타(  )

문15. (문13=쇼핑 비용 지출자) 이번 인천여행 동안 쇼핑하신(실) 장소를 2곳만 선택해 주십시오.

| 1순위 | | 2순위 | |
|---|---|---|---|

① 면세점_공항
② 면세점_시내
③ 로드샵
④ 시장
⑤ 백화점
⑥ 대형 쇼핑몰
⑦ 대형 마트
⑧ 기타(  )

문16. 귀하께서는 이번 인천여행에 대해 다음 항목별로 어떻게 평가하십니까?

| 구분 | 전혀 그렇지 않다 | 별로 그렇지 않다 | 보통이다 | 대체로 그렇다 | 매우 그렇다 |
|---|---|---|---|---|---|
| 이번 인천여행에 대해 전반적으로 만족한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 인천여행을 다른 사람에게 추천할 의향이 있다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 향후 3년 이내에 인천을 다시 여행할 의향이 있다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

문17. 이번 인천여행에서 경험하신 활동에 대하여 항목별 만족도를 평가해 주십시오.

| 구분 | 매우 불만족 | 불만족 | 보통 | 만족 | 매우 만족 | 경험 못함 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 대중교통(편리성, 서비스) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 숙박(편리성, 서비스) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 음식(맛, 서비스) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 쇼핑(편리성, 시설 및 서비스) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 관광지 매력도(문화유산, 자연경관, 야간관광) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 여행경비(관광상품 가격, 관광지 물가) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 치안(안전성) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 모바일/인터넷 이용 편의(편리성, 서비스) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 언어소통(의사소통) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 길찾기(길안내 표지판/교통정보 정확성 및 이용 편리성) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 관광안내 서비스(안내소, 관광정보 정확성 및 이용편리성) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 관광종사원 친절도 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |

♣ 조사에 참여해 주셔서 대단히 감사합니다 ♣

| 조사 지점 | | 조사 일시 | |
|---|---|---|---|
| 면접원 이름 | | 면접원 코드 | |

# 2024 Incheon Tourism Survey (Foreign tourist)

Hello. Thank you for visiting Incheon metropolitan city.

Korea Data Research Center is conducting 「Incheon Tourism Survey」 at the request of Incheon Metropolitan City and Incheon Tourism Organization. The results of the survey will be used as a basic data source for vitalizing Incheon tourism.

Your responses will be protected by Articles 33 and 34 of the Statistics Act and will only be used for statistical purposes. Your time and input for the survey are highly appreciated.

2024. Incheon Metropolitan City

■ Sponsoring organization: Incheon Tourism Organization

■ Research organization: Korea Data Research Center

## Screening Questions

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Respondent Information | Gender | ① Male | | ② Female | |
| | Age | ( ) years old → discontinue the interview if younger than 15 | | | |
| | Country | ① Japan | ② China | ③ US | ④ Taiwan |
| | | ⑤ Hong Kong | ⑥ Singapore | ⑦ Vietnam | ⑧ Thailand |
| | | ⑨ Malaysia | ⑩ France | ⑪ Australia | ⑫ Canada |
| | | ⑬ Philippines | ⑭ UK | ⑮ India | ⑯ Other( ) |
| Purpose | | ① Tourism | | ② Not tourism → discontinue the interview | |
| Type | | ① Individual Tour | ② Air-tel Package(semi-package) | | ③ Package Tour |

## Ⅰ. Preparing for Incheon Toursim

Q1. How many times have you visited Incheon in the past 3 years including this time?

| | |
|---|---|
| Number of visits to Incheon in the past 3 years | ( ) |

Q2. What is the main purpose of visiting Incheon? Please select 1 main purpose.

① Leisure, amusement, relaxation
② Visiting friends and relatives
③ Business or professional activities
④ Education (language programs, training, etc.)
⑤ Religion and pilgrimage
⑥ Other( )

Q3. What are the reasons you **chose Incheon as your travel destination** over other places? **Please select 2 in order of priority.**

| 1st | | 2nd | |
|---|---|---|---|

① Food/Gourmet tour
② Shopping
③ Enjoy Natural scenery
④ History/cultural sites/traditional culture experience
⑤ Stylish contemporary culture such as fashion, trend, etc.
⑥ experience K-pop/Korean wave celebrities, fanmeeting and TV drama or movie location
⑦ Entertainment /amusement facilities experience
⑧ Medical treatment and cosmetic services experience
⑨ Leisure and sports activities
⑩ Having enough leisure time to travel
⑪ Distance between home country and Korea
⑫ Affordable travel
⑬ Other ( )

Q4. Where did you get the information about **the trip to Incheon** the most? **Please select 2 in order of priority.**

| 1st | | 2nd | |
|---|---|---|---|

① Global website/app → Move to Q4-1
② Local website/app → Move to Q4-1
③ Korean travel-related website/app → Move to Q4-1
④ Local travel agency (offline)
⑤ Major media (TV, radio, newspaper, magazine, etc.)
⑥ Friends and relatives
⑦ Travel guides
⑧ Airline, hotel
⑨ Korean public organizations in the local country
⑩ Other( )
⑪ Did not get any information [Cannot select with others]

Q4-1. (Q4=①, ②, ③) From which websites did you get the information the most? Please select 2 in order of priority.

| 1st | | 2nd | |
|---|---|---|---|

① Web Portal (Google, Yahoo, Baidu, etc.)
② Travel sites or apps (such as TripAdvisor)
③ SNS (Facebook, Instagram, X(Twitter), Weibo, etc.)
④ Video sharing website (such as YouTube)
⑤ Travel blogs
⑥ Travel agency websites
⑦ Individual Tourist destinations and facilities homepages
⑧ Airline/hotel homepages
⑨ Korean public organization website in local country (Korea Tourism Organization, etc.)
⑩ Other ( )

Q5. Which information did you check while preparing for the trip to Incheon? Please select 2 in order of priority.

| 1st | | 2nd | |
|---|---|---|---|

① Tourist destination information (opening hours, entrance fee, travel course, weather, etc.)
② Travel distance and transportation
③ Food and restaurant information
④ Shopping place
⑤ Accommodation
⑥ Local festivals and events
⑦ Hallyu cultural experience information (K-POP performances, visits to filming sites, etc.)
⑧ Financial information (ATM, currency exchange etc.)
⑨ Mobile & internet usage information (Free WI-FI, plan, etc.)
⑩ Other ( )

## II. Behavior of trip to Incheon

Q6. Who are you traveling with on this trip to Incheon? Please select all that apply.

① I traveled alone [Cannot select with others] → Move to Q7
② Family, relatives (□accompanying a child)
③ Boyfriend/girlfriend
④ Friend
⑤ Colleague (community, religious organization, club, etc.)
⑥ Other( )

Q6-1. (If you have a companion) How many people are traveling with you to Incheon?

| Total number of people including yourself | ( ) |
|---|---|

Q6-2. (Q6=② If accompanied by child) What are the ages of the children accompanying you? Please select all that apply.

① Preschool
② Elementary school
③ Middle school
④ High school
⑤ Adult

Q7. Which type of transportation did you use within Incheon on this trip? Please select all that apply.

① Rental car
② Subway
③ City/intercity bus
④ Tour bus
⑤ Taxi
⑥ Ferry
⑦ Motorcycle
⑧ Bicycle
⑨ Other( )

Q8. Did you visit any other regions other than Incheon on this trip? Please respond excluding your residence.

① Yes → Move to Q8-1
② No → Move to Q9

Q8-1. (Q8=①) Where did you visit before and after Incheon? Please respond on a local government level.

| Regions visited before Incheon | ( ) |
|---|---|
| Regions visited after Incheon | ( ) |

Q9. How long are you staying in Incheon? Please respond only for the duration of your stay in Incheon.

① Day trip → ( ) hour(s) → Move to Q10
② Overnight trip → ( ) night(s) ( ) day(s) → Move to Q9-1

Q9-1. (Q9=②) What **type of accommodations did you use** during your stay in Incheon? Please **select all** that apply.

① Hotel
② Motel/inn
③ Pension
④ Condominium/resort
⑤ Youth hostel
⑥ Camping
⑦ Training center/dormitory
⑧ Traditional Korean lodging (Hanok)
⑨ Guest house, Homestay Accommodation (city)
⑩ Homestay Accommodation (countryside)
⑪ Lodging in a natural recreational forest
⑫ Family/friends' house
⑬ Not staying in any accommodation
⑭ Other( )

Q9-2. (Q9=②) **Which channel did you use to book the accommodation** you used on this trip? Please **select 1** that you used the most.

① Official accommodation channel (on-site, phone, website, etc.)
② Offline travel agency
③ Online booking channel (OTA, Portal, etc.) → Move to Q9-3
④ Other( )
⑤ Did not book/not applicable

Q9-3. (Q9-2=③) **Which online booking channel** did you use? Please **select 1** that you used the most.

① Expedia
② Hotels.com
③ Trivago
④ Agoda
⑤ Booking.com
⑥ Kayak
⑦ Priceline
⑧ Ctrip
⑨ Skyscanner
⑩ Trip.com
⑪ Airbnb
⑫ Other( )

Q10. **Which tourist attractions in Incheon** did you (or plan to visit) during this trip to Incheon? Please **list all in the order of your visit.**

[ ] → [ ] → [ ] → [ ] → [ ] → [ ]

Q11. **What activities did you experience (or plan to experience)** during this trip to Incheon? Please **select all** that apply.

① Gourmet tour
② Shopping
③ Enjoy the natural landscape
④ Visit to a historic place
⑤ Traditional culture experience (Hanbok, Taekwondo, making Korean food, etc.)
⑥ Visit Museum and/or exhibition
⑦ Visit to a K-POP concert/Hallyu-related celebrity event
⑧ Visit to a TV drama/movie location
⑨ Watching a musical/play
⑩ Participating in a local festival
⑪ Entertainment (nightlife, casino, amusement park, etc.)
⑫ Beauty/Medical tour (massage, hair salon, plastic surgery, etc.)
⑬ Watching or participating in sports (baseball, golf, etc.)
⑭ Business activities (meetings, conferences, exhibitions, etc.)
⑮ Traning/education/research
⑯ Inspection
⑰ Other (  )

Q12. **What would you recommend** about the tourist attractions you have visited and the food you have experienced on this Incheon trip?

| Category | Recommended tourist attraction | Recommended food/desert |
|---|---|---|
| 1st | | |
| 2nd | | |
| 3rd | | |

## Ⅲ. Evaluation of trip to Incheon

[Currencies]

| | | | |
|---|---|---|---|
| ① United States Dollar | ⑥ New Taiwan Dollar | ⑪ Euro | ⑯ Vietnamese Dong |
| ② Japanese Yen | ⑦ Australian Dollar | ⑫ Korean Won | ⑰ Indonesian Rupiah |
| ③ Chinese Yuan Renminbi | ⑧ Thai Baht | ⑬ Malaysian Ringgit | ⑱ Philippine Peso |
| ④ Hong Kong Dollar | ⑨ Canadian Dollar | ⑭ Russian Rouble | ⑲ Mongolian Tugrik |
| ⑤ Singapore Dollar | ⑩ Pound Sterling | ⑮ Indian Rupee | ⑳ Other( ) |

Q13. What is (or will be) the **total travel expense** of this trip to Incheon? Please respond based on 1 person basis.

| Category | Individual tour | Air-tel Package (semi-package) | Package tour | Note |
|---|---|---|---|---|
| ① Local travel agency fee | | | | |
| ② International flight/ferry cost | | | | |
| ③ Korean travel agency fee | | | | Optional tour, Korean tour package fee, etc. |
| ④ Accommodation expense | | | | |
| ⑤ F&B cost | | | | Meals, drinks, alcohol expenses |
| ⑥ Transportation cost within Korea | | | | Public transportation, gas fee |
| ⑦ Shopping expense | | | | Souvenirs, local specialties, etc |
| ⑧ Culture/entertainment cost | | | | Tourist attractions, performance admission fees, experience costs, etc. |
| ⑨ Data/internet cost | | | | Roaming, USIM, Rental WI-FI, etc. |
| ⑩ Other expense | | | | Costs not included in the above items |
| Number of people based on expenditure | Based on (Total of people) | | | |

Q14. (Q13=Shopping expenditure) What were (or will be) the **main shopping items** you purchase(d) during this trip to Incheon? Please **select up to 2 items.**

| 1st | | 2nd | |
|---|---|---|---|

① Perfume, cosmetics
② Food (kimchi, seaweed, snack, etc.)
③ Clothes, shoes, jewelry, accessories
④ Ginseng, Medicinal Herbs
⑤ Liquor, Cigarettes
⑥ Traditional craftwork, lacquerware, woodcarving products
⑦ products related to Hallyu stars (album, DVD, character goods, etc.)
⑧ Other( )

Q15. (Q13=Shopping expenditure) where did (or will) you shop during this trip to Incheon? Please select up to 2 places.

| 1st | | 2nd | |
|---|---|---|---|

① Duty-free shop at the airport
② Duty-free shop in the city
③ Road shop
④ Market
⑤ Department store
⑥ Large Shopping mall
⑦ Hypermarket
⑧ Other( )

Q16. How would you **rate the following aspects of your trip to Incheon?**

| Category | Very Unlikely | Unlikely | Neutral | Likely | Very Likely |
|---|---|---|---|---|---|
| Overall, I am satisfied with this Incheon trip | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| I would recommend the trip to Incheon to Others | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| I am willing to visit Incheon within the next 3 years | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

Q17. Please **rate your satisfaction with the activities** you experienced during the trip to Incheon.

| Category | Very Unsatisfied | Unsatisfied | Neutral | Satisfied | Very satisfied | Did not experience |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Public transportation (convenience, service quality) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| Accommodation (convenience, service) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| Food (taste, service quality) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| Shopping (convenience, facility/service quality) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| attractiveness of the Tourist destination (cultural heritage, landscape, nightview) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| Travel expenses (tour package, overall price of tourist attraction area) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| Security (safety) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| Mobile/Internet usage (convenience, services) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| Language & communication | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| Getting Directions (road signs/accuracy and convenience of transportation information) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| Tourist information services (information desk, accuracy and convenience of tourist information) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| Kindness of tourism staff | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |

♣ Thank you very much for participating in the survey ♣

| Survey branch | | Survey date | |
|---|---|---|---|
| Name of surveyor | | Surveyor code | |

# 2024 仁川観光の実態調査

こんにちは 仁川広域市をご訪問いただき、誠にありがとうございます。

(株)韓国データ研究所では、仁川広域市·仁川観光公社の依頼を受け、「仁川観光の実態調査」を実施しております。
本調査の結果は、仁川観光活性化のための基礎資料として活用される予定です。
貴下が回答した内容は、統計法第33条及び第34条に基づき、秘密が徹底的に保護され、統計的な目的のみ使用されます。
お忙しいところ恐縮ですが、多少のお時間を割いて、本アンケートに応じて頂ければ幸いです。

2024. 仁川広域市

■ 主管機関：仁川観光公社
■ 調査機関：(株)韓国データ研究所

## Screening Questions

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 回答者情報 | 性別 | ① 男性 | | ② 女性 | |
| | 年齢 | 満( )歳 → 満15歳未満は調査終了 | | | |
| | 国籍 | ① 日本 | ② 中国 | ③ アメリカ | ④ 台湾 |
| | | ⑤ 香港 | ⑥ シンガポール | ⑦ ベトナム | ⑧ タイ |
| | | ⑨ マレーシア | ⑩ フランス | ⑪ オーストラリア | ⑫ カナダ |
| | | ⑬ フィリピン | ⑭ イギリス | ⑮ インド | ⑯ その他 ( ) |
| 仁川旅行の目的 | | ① 旅行 | | ② 旅行ではない → 調査終了 | |
| 旅行類型 | | ① 個別旅行 | ② Air-tel Package(semi-package) | ③ 団体旅行(Package Tour) | |

## Ⅰ. 仁川旅行の準備

問1. 貴方は今回の旅行を含め、最近3年間の間、仁川を何回旅行されましたか？

| 最近3年間の仁川旅行の回数 | ( )回 |
|---|---|

問2. 今回の**仁川旅行の主な目的**は何ですか？ **主な目的を1つだけ**選択してください。

① 余暇,娯楽,休息
② 友人、知人訪問
③ 事業または専門活動
④ 教育(語学プログラム、研修 等)
⑤ 宗教および巡礼
⑥ その他( )

問3. 他の地域と比べて、**仁川を旅行の目的地で選んだ理由**は何ですか？ **優先順位通りに2つだけ**選択してください。

| 1位 | | 2位 | |
|---|---|---|---|

① 食べ物/美食探訪
② ショッピング
③ 自然風景の鑑賞
④ 歴史/文化遺跡/伝統文化の体験
⑤ ファッション、流行等、洗練された現代文化体験
⑥ K-POP/韓流スター関連の公演、ファンミーティング、ロケ地などの体験
⑦ 遊興/遊び施設体験
⑧ 治療および美容サービス体験
⑨ レジャーおよびスポーツ活動
⑩ 旅行可能の余暇時間
⑪ 自国との移動距離
⑫ 経済的な旅行費用
⑬ その他( )

問4. 今回の**仁川旅行に関する情報**は主にどこから得られましたか？ **優先順位通りに2つだけ**選択してください。

| 1位 | | 2位 | |
|---|---|---|---|

① グローバルインターネットサイト/アプリ → **問4-1に移動**
② 自国のインターネットサイト/アプリ → **問4-1に移動**
③ 韓国の旅行関連のサイト/アプリ → **問4-1に移動**
④ 自国旅行会社（オフライン）
⑤ 主要マスコミ媒体（tv,ラジオ,新聞,雑誌 等）
⑥ 知人、友人、同僚
⑦ 観光案内書籍
⑧ 航空社,ホテル
⑨ 自国韓国公的機関
⑩ その他(　　)
⑪ 情報を得なかった **[重複選択不可]**

問4-1. **(問4=①, ②, ③) どのようなインターネットサイトから情報**を得られましたか？ **優先順位通りに2つだけ**選択してください。

| 1位 | | 2位 | |
|---|---|---|---|

① ポータルサイト(Google、Yahoo!、Baidu等)
② 旅行専門サイトまたはアプリ(トリップアドバイザー等)
③ ソーシャルメディア（Facebook, Instagram, X(Twitter), Weibo等)
④ 動画サイト（YouTube等)
⑤ 旅行関連ブログ
⑥ 旅行社ホームページ
⑦ 観光地および施設のホームページ
⑧ 航空社/ホテルホームページ
⑨ 自国内の韓国関連の公共機関のホームページ（観光公社等)
⑩ その他(　　)

問5. 今回の**仁川旅行を準備しながら、確認した情報**は何ですか？ **優先順位通りに2つだけ**選択してください。

| 1位 | | 2位 | |
|---|---|---|---|

① 訪問地情報（開場時間、入場料、旅行コース、天気等)
② 移動距離および交通の便
③ 食べ物および美食店情報
④ ショッピング場所
⑤ 宿泊施設
⑥ 地域のお祭りおよびイベント情報
⑦ 韓流文化体験関連情報（K-POP公演、撮影地訪問等等)
⑧ 金融情報（ATM、両替所等)
⑨ モバイル及び通信利用の情報（無料Wi-FI、料金プラン等)
⑩ その他(　　)

## Ⅱ. 仁川旅行のパターン

問6. 今回の**仁川旅行を同行した人は誰**ですか？ 該当するものを**すべて選択**してください。

① 一人で訪問した **[重複選択不可]** → **問7に移動**
② 家族/親戚(□子供連れ)
③ 恋人
④ 友達
⑤ 職場の同僚（同好会、宗教団体、親睦団体など)
⑥ その他(　　)

問6-1. **(同伴者がいる場合)** 一緒に仁川を旅行した人は全部で何名ですか？

| | |
|---|---|
| **本人を含む全体** | (　　)名 |

問6-2. **(同6=② 子連れの場合のみ)** 旅行に同伴した子供の年齢代を**すべて選択**してください。

① 未就学
② 小学生
③ 中学生
④ 高校生
⑤ 成人子

問7. 今回の仁川旅行（仁川内）で利用した交通手段は何ですか？ 該当するものを**すべて選択**してください。

① レンタカー
② 地下鉄
③ 市内/市外バス
④ 貸し切り/観光バス
⑤ タクシー
⑥ 船舶（沿岸旅客）
⑦ オートバイ
⑧ 自転車
⑨ その他(　　)

問8. 今回の仁川旅行で仁川以外の地域も一緒に訪問されましたか？ **居住地を除いて答えて**ください。

① はい　→ **問8-1に移動**
② いいえ　→ **問9に移動**

問8-1. **(問8=①)** 仁川訪問の**直前及び直後に訪問した地域はどこ**ですか？ **基礎自治体の単位**で答えてください。

| | |
|---|---|
| **仁川直前の訪問地域** | (　　) |
| **仁川直後の訪問地域** | (　　) |

問9. 今回の仁川旅行の期間はどうなりますか？ **仁川で旅行した期間のみ答えて**ください。

① 当日旅行　→ (　　)時間　→ **問10に移動**
② 宿泊旅行　→ (　　)泊 (　　)日　→ **問9-1に移動**

問9-1. **(問9=②)** 今回の仁川旅行の際に**利用した宿泊施設は何**ですか？ 該当するものを**すべて選択**してください。

① ホテル
② モーテル/旅館
③ ペンション
④ コンドミニアム/リゾート
⑤ ユースホステル
⑥ 野営（キャンピング）
⑦ 研修院/修練院/学校の寮
⑧ 伝統韓屋の宿泊施設
⑨ ゲストハウス、民宿（都市型）
⑩ 民宿（農村型）
⑪ 自然休養林内の宿泊施設
⑫ 家族/知人の家
⑬ 無泊旅行
⑭ その他(　　)

問9-2. **(問9=②) 利用した宿泊施設はどのような経路で予約されましたか？ メイン予約チャンネルを一つだけ選択してください。**

① 宿泊施設の公式チャンネル（現場、電話、ホームページなど）
② オフライン旅行会社
③ オンライン予約のプラットフォーム（OTA、ポータルサイトなど）**→ 問9-3に移動**
④ その他(　　)
⑤ 予約なし/該当なし

問9-3. **(問9-2=③) 利用したオンライン予約のプラットフォームは何ですか？ メイン予約チャンネルを一つだけ選択してください。**

① Expedia
② Hotels.com
③ Trivago
④ Agoda
⑤ Booking.com
⑥ KAYAK
⑦ Priceline
⑧ Ctrip
⑨ Skyscanner
⑩ Trip.com
⑪ Airbnb
⑫ その他(　　)

問10. 今回の仁川旅行の際、**訪問した（または訪問する）仁川内の観光地はどこですか？ 旅行順にすべて記入してください。**

[　　] → [　　] → [　　] → [　　] → [　　] → [　　]

問11. 今回の仁川旅行の際、**経験した（または経験予定の）活動は何ですか？** 該当するものを**すべて選択してください。**

① 食道楽観光
② ショッピング
③ 自然景観鑑賞
④ 歴史遺跡地訪問
⑤ 伝統文化体験（韓服体験、テコンドー、韓国料理作り）
⑥ 博物館、展示館観覧
⑦ K-POP/韓流スター関連の公演会場の訪問
⑧ ドラマ/映画のロケ地の訪問
⑨ 演劇、ミュージカルなどの公演観覧
⑩ 地域祭りの参加
⑪ 遊興/娯楽（ナイトライフ、カジノ、遊園地等）
⑫ ビューティー/医療観光（マッサージ、ヘアショップ、整形外科等）
⑬ スポーツ/レジャースポーツ観覧及び参加（野球、ゴルフ等）
⑭ 業務遂行（会議、学術大会、博覧会等参加）
⑮ 研修/教育/研究
⑯ 視察
⑰ その他(　　)

問12. 今回の仁川旅行で経験した観光地と食べ物の中で、**推薦したいものは何**ですか？

| 区分 | 推薦したい観光地 | 推薦したい食べ物/デザート |
|---|---|---|
| 1位 | | |
| 2位 | | |
| 3位 | | |

## Ⅲ. 仁川旅行の評価

[貨幣単位]

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ① | ドル（USD） | ⑥ | 台湾ドル | ⑪ | ユーロ | ⑯ | ベトナムドン |
| ② | 円 | ⑦ | オーストラリアドル | ⑫ | 韓国ウォン | ⑰ | インドネシアルピア |
| ③ | 中国人民元 | ⑧ | タイバーツ | ⑬ | マレーシアリンギット | ⑱ | フィリピンペソ |
| ④ | 香港ドル | ⑨ | カナダドル | ⑭ | ロシアルーブル | ⑲ | モンゴルトゥグリック |
| ⑤ | シンガポールドル | ⑩ | イギリスポンド | ⑮ | インドルピー | ⑳ | その他（　　） |

問13. 今回の仁川旅行の際、**支出した（もしくは支出予定の）旅行経費**は全部でいくらですか？ **一人基準**で答えてください。

| 区分 | 個別旅行 | Air-tel Package (semi-package) | 団体旅行 (団体の集まり·旅行会社のパッケージ) | 備考 |
|---|---|---|---|---|
| ① 居住国旅行会社の支払経費 | | | | |
| ② 国際航空/船舶費用 | | | | |
| ③ 韓国旅行会社の支払い経費 | | | | オプションツアー、韓国旅行の商品費など |
| ④ 宿泊費 | | | | |
| ⑤ 飲食費 | | | | 食事、飲み物、酒類費など |
| ⑥ 韓国内交通費 | | | | 公共交通費、ガソリン代など |
| ⑦ 買い物費 | | | | 観光記念品、特産品など |
| ⑧ 文化·娯楽費 | | | | 観光地·公演入場料、体験費用など |
| ⑨ データ通信費 | | | | ローミング、USIM、レンタルWi-FIなど |
| ⑩ その他 | | | | 上記項目に含まれない費用 |
| 支出基準の人数 | （総　　名）基準 | | | |

問14. **(問13=買い物代出費)** 今回の仁川旅行の間、仁川内で購入された（購入予定の）**主要ショッピング品目**を2つだけ選んでください。

| 1位 | | 2位 | |
|---|---|---|---|

① 香水、化粧品
② 食料品(キムチ、のり、お菓子など)
③ 衣類、靴、宝石、アクセサリー
④ 人参、韓方薬材
⑤ 酒類、タバコ
⑥ 伝統民芸品、漆器、木彫り製品
⑦ 韓流スター関連の商品（アルバム、DVD、キャラクター商品など）
⑧ その他（　　）

問15. **(問13=買い物代出費)** 今回の仁川旅行の間に**ショッピングされた（される予定の）場所**を2ヶ所だけ選択してください。

| 1位 | | 2位 | |
|---|---|---|---|

① 免税店_空港
② 免税店_市内
③ 路面店
④ 市場
⑤ 百貨店
⑥ 大型ショッピングモール
⑦ 大型マート
⑧ その他(　　)

問16. 貴方は**今回の仁川旅行について、次の項目ごとにどのように評価**されますか？

| 区分 | 全く そうでは ない | 別に そうでは ない | 普通 | 大体 そうだ | とてもそう だ |
|---|---|---|---|---|---|
| 今回の仁川旅行について全般的に満足している | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 仁川旅行を他の人に推薦する意向がある | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 今後3年以内に仁川を再び旅行する意向がある | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

問17. 今回の仁川旅行で経験した活動について、**項目ごとに満足度**を評価してください。

| 区分 | とても 不満 | 不満 | 普通 | 満足 | とても 満足 | 経験 なし |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 公共交通（利便性、サービス） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 宿泊（利便性、サービス） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 飲食（味、サービス） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| ショッピング（利便性、施設及びサービス） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 観光地の魅力度（文化遺産、自然景観、夜間観光） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 旅行経費（観光商品の価格、観光地の物価） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 治安（安全性） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| モバイル/インターネットの便宜（利便性、サービス） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 言語疎通（コミュニケーション） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 道探し（道案内表示板/交通情報の正確性及び利用の利便性） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 観光案内のサービス（案内所、観光情報の正確性及び利用の利便性） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 観光従事員の親切度 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |

♣ 調査にご協力いただき誠にありがとうございます ♣

| 調査地店 | | 調査日時 | |
|---|---|---|---|
| 面接員の名前 | | 面接員コード | |

# 2024川旅游实态调研

您好，非常感谢您来到仁川广域市。
(株)韩国数据研究所受仁川广域市和仁川旅游公社的委托，正在进行“仁川旅游实态调研”。
本调研结果将用作发展仁川旅游的基本资料。
我们将按照《统计法》第三十三条和第三十四条规定严密保护您回答的内容，并且仅将其用于统计目的。
如果您能在百忙之中抽出时间参与此次调研，我们将不胜感激。

2024. 仁川广域市

■ 主管机构：仁川旅游公社
■ 调研机构：(株)韩国数据研究所

## Screening Questions

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 参与者信息 | 性别 | ① 男 | | ② 女 | |
| | 年龄 | ( )周岁 → 未满15周岁时停止填写调研问卷 | | | |
| | 国籍 | ① 日本 | ② 中国 | ③ 美国 | ④ 台湾地区 |
| | | ⑤ 香港 | ⑥ 新加坡 | ⑦ 越南 | ⑧ 泰国 |
| | | ⑨ 马来西亚 | ⑩ 法国 | ⑪ 澳大利亚 | ⑫ 加拿大 |
| | | ⑬ 菲律宾 | ⑭ 英国 | ⑮ 印度 | ⑯ 其他( ) |
| 仁川旅游目的 | | ① 旅行 | | ② 非旅行 → 停止填写问卷 | |
| 旅游类型 | | ① 自助旅行 | ② Air-tel Package(semi-package) | ③ 团体旅行(Package Tour) | |

## Ⅰ. 仁川旅行准备

问题1. 包括此次旅行在内，最近三年您来仁川旅行的次数是多少？

| 最近三年仁川旅行次数 | ( )次 |
|---|---|

问题2. 此次仁川之旅的主要目的是什么？请选择一项主要目的。

① 休假，娱乐，放松
② 探亲访友
③ 开展事业或专门活动
④ 教育（语言课程,研修等）
⑤ 参加宗教相关活动与巡礼
⑥ 其他( )

问题3. 在众多地区中选择仁川作为旅行目的地的原因是什么？请按优先顺序选择两项。

| 第一 | | 第二 | |
|---|---|---|---|

① 饮食/美食探访
② 购物
③ 欣赏自然风景
④ 历史/文化遗址/传统文化体验
⑤ 时尚,流行等现代文化体验
⑥ 参观K-POP、韩流明星相关表演,粉丝见面会及电视剧,电影拍摄地体验
⑦ 体验娱乐设施体验
⑧ 体验医疗及美容
⑨ 休闲活动及体育运动活动
⑩ 可以旅行的时间合适
⑪ 与本国的移动距离
⑫ 经济型的旅行费用
⑬ 其他( )

问题4. 您主要从何种渠道获取**仁川旅行信息**？请**按优先顺序**选择两项。

| 第一 | | 第二 | |
|---|---|---|---|

① 全球网站及APP → 问题4-1
② 本国的网站及APP → 问题4-1
③ 韩国的旅游网站及APP → 问题4-1
④ 本国旅行社(线下)
⑤ 主流媒体(电视,无线电广播,新闻,杂志等)
⑥ 亲戚,朋友,同事
⑦ 旅游书籍
⑧ 航空公司,酒店
⑨ 本国的韩国机构
⑩ 其他(　　)
⑪ 没有获取旅游信息**[无法多选]**

问题4-1. **(问题4=①、②、③)** 您主要从什么网站获取信息？请**按优先顺序**选择两项。

| 第一 | | 第二 | |
|---|---|---|---|

① 搜索引擎网站（谷歌、雅虎、百度等）
② 旅游专门网站或者app(Tripadvisor 等)
③ 社交媒体（Facebook、Instagram、X(Twitter)、微博等）
④ 视频网站（YouTube等）
⑤ 旅游相关的博客
⑥ 旅行社网站
⑦ 个别观光地及设施的网站
⑧ 航空公司、酒店网站
⑨ 本国内韩国相关公共机构的官网（旅游公社等）
⑩ 其他(　　)

问题5. **准备此次仁川之旅时，您确认了哪些信息**？请**按优先顺序**选择两项。

| 第一 | | 第二 | |
|---|---|---|---|

① 访问目的地的情况(开放时间,门票价格,旅游路线等)
② 移动时间及交通
③ 美食及餐厅信息
④ 购物场所
⑤ 住宿设施
⑥ 地方庆典及活动信息
⑦ 与韩流文化体验相关的信息(K-POP公演,访问拍摄地等)
⑧ 金融信息(ATM,换钱所等)
⑨ 手机和通信费用（免费WIFI、话费套餐等）
⑩ 其他(　　)

## Ⅱ. 仁川旅行形式

问题6. 此次**仁川之旅**与**谁同行**？请选择**所有**符合条件的选项。

① 独自旅行**[无法多选]** → **跳转至问题7**
② 家人、亲戚(☐ 子女同行)
③ 恋人
④ 朋友
⑤ 同事（社团、宗教团体、亲睦团体等）
⑥ 其他(　　)

问题6-1. **(有同行者的情况)** **一起来仁川旅游的共有**几人？

| 包括本人在内，共有 | (　　)人 |
|---|---|

问题6-2. **(问题6=② 子女同行的情况)** 请选择**所有同行子女的类型**。

① 学龄前
② 小学
③ 中学
④ 高中
⑤ 成年子女

问题7. 此次**仁川旅行（在仁川范围内）使用的交通工具**是什么？请选择**所有**符合条件的选项。

① 租赁车辆
② 地铁
③ 市区、郊区巴士
④ 包车、旅游巴士
⑤ 出租车
⑥ 船舶（沿岸客运中心）
⑦ 摩托车
⑧ 自行车
⑨ 其他(　　)

问题8. **除了仁川以外，本次仁川之旅是否还去了其他地方**？请回答**除居住地以外的其他地区**。

① 是　　→ 跳转至问题8-1
② 否　　→ 跳转至问题9

问题8-1. **(问题8=①的情况)** 来仁川前后去过哪些地方？请填写该地区所属基本自治体（相当于市级单位）。

| | |
|---|---|
| 来仁川前去的地方 | (　　) |
| 离开仁川后去的地方 | (　　) |

问题9. 此次仁川之旅共有几天？请填写在仁川旅行的时间。

① 当天旅行　→ (　　)小时　→ 问题10
② 住宿旅行　→ (　　)夜 (　　)天　→ 问题9-1

问题9-1. **(问题9=② 的情况)** 此次仁川之旅您住在哪里？请选择所有符合条件的选项。

① 酒店
② 汽车旅馆、旅馆
③ 度假旅馆（Pension）
④ 公寓式酒店、度假村
⑤ 青年旅社
⑥ 野营（露营）
⑦ 研修院、修炼院、学校宿舍
⑧ 传统韩屋住宿设施
⑨ 招待所、民宿（城市型）
⑩ 民宿（乡村型）
⑪ 自然休养林内的住宿设施
⑫ 家人、亲戚家
⑬ 无住宿旅行
⑭ 其他(　　)

问题9-2. **(问题9=② 的情况)** 您通过何种途径预订了住宿设施？请选择主要的一种预订途径。

① 住宿设施官方渠道（现场、电话、网站等）
② 线下旅行社
③ 线上预订平台（线上旅行社、门户网站等）→ 问题9-3
④ 其他(　　)
⑤ 没有预订或无相关情况

问题9-3. **(问题9-2=③ 的情况)** 您**使用的线上预订平台**叫什么？请选择**主要的一个预订平台**。

① 亿客行（Expedia）
② 好订网（Hotels.com）
③ 优栈网（trivago）
④ 雅高达（Agoda）
⑤ Booking.com
⑥ 卡雅（KAYAK）
⑦ Priceline
⑧ 携程网
⑨ 天巡（Skyscanner）
⑩ Trip.com
⑪ 爱彼迎（Airbnb）
⑫ 其他(　　)

问题10. 此次仁川之旅您访问（计划访问）的仁川景点是哪里？请按照旅行顺序填写所有景点。

[ ] → [ ] → [ ] → [ ] → [ ] → [ ]

问题11. 此次仁川之旅您体验（或计划体验）的活动是什么？请选择所有符合条件的选项。

① 美食观光
② 购物
③ 欣赏自然景观
④ 探访历史遗址
⑤ 传统文化体验(韩服体验,跆拳道,制作韩国饮食)
⑥ 观看博物馆,展示馆
⑦ 游览K-POP或韩流明星相关演出场地
⑧ 游览电视剧或电影拍摄地
⑨ 看戏剧、音乐剧等表演
⑩ 参与地区庆典
⑪ 娱乐（夜生活、赌场、游玩公园等）
⑫ 美容、医疗旅游（按摩、发型店、整形外科等）
⑬ 参观和参与运动、休闲运动（棒球、高尔夫球等）
⑭ 工作（参加会议、学术大会、博览会等）
⑮ 研修、教育、研究
⑯ 视察
⑰ 其他(　　)

问题12. 在此次仁川之旅体验的景点和美食中，您想推荐的是什么？

| 分类 | 想推荐的景点 | 想推荐的美食或甜品 |
|---|---|---|
| 第一 | | |
| 第二 | | |
| 第三 | | |

## Ⅲ. 仁川旅行评价

[货币单位]

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ① | 美元（USD） | ⑥ | 台币 | ⑪ | 欧元 | ⑯ | 越南盾 |
| ② | 日元 | ⑦ | 澳元 | ⑫ | 韩元 | ⑰ | 印度尼西亚盾 |
| ③ | 人民币 | ⑧ | 泰铢 | ⑬ | 马来西亚林吉特 | ⑱ | 菲律宾披索 |
| ④ | 港元 | ⑨ | 加拿大元 | ⑭ | 俄罗斯卢布 | ⑲ | 蒙古图格里克 |
| ⑤ | 新加坡元 | ⑩ | 英镑 | ⑮ | 印度卢比 | ⑳ | 其他(　　) |

问题13. 此次仁川之旅总支出（或计划支出）多少旅游经费？请以人均单位填写。

| 分类 | 自由行 | Air-tel Package (semi-package) | 集体旅行（旅行社团体套餐） | 备注 |
|---|---|---|---|---|
| ① 支付给居住国旅行社的经费 | | | | |
| ② 国际航班、船舶票价 | | | | |
| ③ 韩国旅行社费用 | | | | 选择性旅游、韩国旅行商品费用等 |
| ④ 住宿费 | | | | |
| ⑤ 饮食费 | | | | 餐食、酒饮等 |
| ⑥ 韩国内交通费 | | | | 公共交通费、加油费等 |
| ⑦ 购物费 | | | | 旅游纪念品、特产等 |
| ⑧ 文化娱乐支出 | | | | 旅游景点或演出门票、体验费等 |
| ⑨ 数据通信费 | | | | 漫游、USIM卡、WIFI租借费等 |
| ⑩ 其他支出 | | | | 以上项目未包含费用 |
| 支出人数标准 | (共　　人) 标准 | | | |

问题14. (问题13=购物支出的情况) 请填写两样此次仁川旅行期间在仁川购买（计划购买）的主要购物品类。

| 第一 | | 第二 | |
|---|---|---|---|

① 香水、化妆品
② 食品饮料（泡菜、紫菜、饼干等）
③ 衣服、鞋、宝石、饰品
④ 人参、韩药材
⑤ 烟酒类
⑥ 传统民俗艺术品、漆器、木雕作品
⑦ 韩流明星相关商品（唱片、DVD、角色商品等）
⑧ 其他(　　)

问题15. (问题13=购物支出的情况) 请选择两处此次仁川旅行期间购物（计划购物）的场所。

| 第一 | | 第二 | |
|---|---|---|---|

① 免税店_机场
② 免税店_市区
③ 路边店
④ 市场
⑤ 百货商店
⑥ 大型购物商场
⑦ 大型超市
⑧ 其他(　　)

问题16. 经历此次仁川之旅后，您如何评价如下事项？

| 分类 | 完全不想 | 不想 | 一般想 | 想 | 非常想 |
|---|---|---|---|---|---|
| 总体上对此次仁川之旅满意。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 有向别人推荐仁川旅行的意向。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 未来三年内有意向再次来仁川旅行。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

问题17. 针对您此次仁川之旅体验的各个项目，请给出满意度评价。

| 分类 | 非常不满意 | 不满意 | 一般 | 满意 | 非常满意 | 未体验 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 公共交通（便利性、服务） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 住宿（便利性、服务） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 饮食（味道、服务） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 购物（便利性、设施与服务） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 景点魅力（文化遗产、自然景观、夜间旅游） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 旅游支出（旅游商品价格、景点物价） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 治安（安全性） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 手机或网络使用便利度（便利性、服务） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 语言沟通（交流） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 寻找路线（路牌、交通信息准确性及使用便利性） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 旅游咨询服务（咨询处提供旅游信息的准确性及使用便利性） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 旅游从事人员的亲切程度 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |

♣ 非常感谢您参与此次问卷调查。♣

| 参与调研地点 | | 参与调研时间 | |
|---|---|---|---|
| 接待人员名称 | | 接待人员编号 | |

# 2024仁川旅遊實態調查（外國遊客）

您好！誠摯感謝您來到仁川廣域市旅遊。
（株）韓國數據研究所受仁川廣域市、仁川觀光公社委託，現正實施「仁川旅遊實態調查」，本調查結果將活用於活絡仁川旅遊的基礎資料。
本調查根據統計法第33條及第34條，遵守保密義務，您的作答內容僅作為統計之用，懇請您撥冗作答，謝謝。

2024. 仁川廣域市

| ■ 指導單位 | ■ 調查機構 |
|---|---|
| 仁川觀光公社 | （株）韓國數據研究所 |

## Screening Questions

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 作答者資料 | 性別 | ① 男性 | | ② 女性 | |
| | 年齡 | 滿（ ）歲 → **未滿15歲時結束調查** | | | |
| | 國籍 | ① 日本 | ② 中國 | ③ 美國 | ④ 臺灣 |
| | | ⑤ 香港 | ⑥ 新加坡 | ⑦ 越南 | ⑧ 泰國 |
| | | ⑨ 馬來西亞 | ⑩ 法國 | ⑪ 澳洲 | ⑫ 加拿大 |
| | | ⑬ 菲律賓 | ⑭ 英國 | ⑮ 印度 | ⑯ 其他（ ） |
| 仁川旅遊目的 | | ① 旅遊 | | ② 非旅遊 → **結束調查** | |
| 旅遊型態 | | ① 自由行 | ② 機加酒（semi-package） | | ③ 團體旅遊（Package Tour） |

## Ⅰ. 仁川旅遊行前準備

問題1. 包含本次旅遊在內，您在近三年內**到訪過仁川幾次**？

| 近三年仁川旅遊次數 | （ )次 |
|---|---|

問題2. 本次**仁川旅遊的主要目的**為何？請選擇**1個主要目的**。

① 休閒、娛樂、休息
② 拜訪朋友、親戚
③ 商業活動
④ 教育(語言學習,研修等)
⑤ 宗教與巡禮
⑥ 其他（ ）

問題3. 相較於其他地區，您為**何選擇仁川作為旅遊目的地**？請**依序選擇2項**。

| 第一 | | 第二 | |
|---|---|---|---|

① 飲食/美食 探訪
② 購物
③ 欣賞自然風景
④ 歷史/文化遺址/傳統文化體驗
⑤ 時尚流行等 現代文化體驗
⑥ 參觀K-POP、韓流明星相關表演場地，粉絲見面會及電視劇，電影拍攝地
⑦ 娛樂/遊樂設施體驗
⑧ 醫療與美容服務
⑨ 休閒活動與運動
⑩ 可旅遊的空閒時間
⑪ 與自己國家的距離較近
⑫ 旅行支出較便宜
⑬ 其他（ ）

問題4. 您主要透過哪些管道取得本次**仁川旅遊相關資訊**？請**依序選擇2項**。

| 第一 | | 第二 | |
|---|---|---|---|

① 國際網站/APP → **問題4-1**
② 本國網站/APP → **問題4-1**
③ 韓國旅遊相關的網站/APP → **問題4-1**
④ 本國旅行社（實體）
⑤ 報導(TV、收音機、報紙、雜誌等)
⑥ 親戚、朋友、同事
⑦ 觀光指南書
⑧ 航空公司、飯店
⑨ 自國國內韓國相關公家機關
⑩ 其他（ ）
⑪ 未獲得資訊**【不可選擇其他選項】**

問題4-1. **（問題4=①、②、③）** 您**主要從哪些網站取得資訊**？請**依序選擇2項**。

| 第一 | | 第二 | |
|---|---|---|---|

① 門戶網站（Google、Yahoo、百度等）
② 旅行專門網站或APP(tripadvisor 等)
③ 社群網站（Facebook，IG，X(Twitter)，微博 等）
④ 影片網站（YouTube等）
⑤ 旅行相關部落格
⑥ 旅行社首頁
⑦ 各別觀光地及設施首頁
⑧ 航空公司/飯店 首頁
⑨ 自國國內韓國相關公家機關官網（觀光公社等）
⑩ 其他（ ）

問題5. 您在**準備本次仁川旅遊時取得了哪些資訊**？請**依序選擇2項**。

| 第一 | | 第二 | |
|---|---|---|---|

① 訪問地資訊(開放時間,入場費,旅行路線.天氣等)
② 移動距離及交通
③ 飲食及美食店資訊
④ 購物場所
⑤ 住宿設施
⑥ 地方慶典及活動情報
⑦ 韓流文化體驗相關資訊（K-POP公演,訪問拍攝地等)
⑧ 金融資訊（ATM、換錢所等)
⑨ 手機及通訊使用資訊（免費Wi-Fi、費率等)
⑩ 其他（ ）

## Ⅱ. 仁川旅遊型態

問題6. 本次**仁川旅遊是否有同行者**？請**選擇所有**符合項目。

① 獨自旅遊**【不可選擇其他選項】** → **跳至問題7**
② 家人/親戚（□子女同行)
③ 戀人
④ 朋友
⑤ 同事（社團、宗教團體、睦鄰團體等)
⑥ 其他（ ）

問題6-1. **（有同行者時作答）** **一行人總共幾個人**？

| 包含本人 | （ )人 |
|---|---|

問題6-2. **(問題6=②子女同行時作答)** 請**選擇所有同行子女的年紀**。

① 學齡前兒童
② 國小生
③ 國中生
④ 高中生
⑤ 成年子女

問題7. 您在**仁川旅遊（仁川內）期間使用了**哪**些交通工具**？請**選擇所有**符合項目。

① 租車
② 地鐵
③ 市區公車/市外巴士
④ 租賃/觀光巴士
⑤ 計程車
⑥ 船舶（渡輪旅客）
⑦ 摩托車
⑧ 腳踏車
⑨ 其他（ ）

問題8. 在本次**仁川旅遊**期間，**除了仁川之外，**您**是否前往了其他地區**？僅限回答**除了自己國家內居住地區以外的地區**。

① 是 → **跳至問題8-1**
② 否 → **跳至問題9**

問題8-1. **(問題8=①作答者)** 在來到仁川**之前及之後，**您**前往了**哪**些地區**？請以**地方政府**為**單位**作答。

| | |
|---|---|
| **來到仁川之前前往的地區** | （ ） |
| **來到仁川之後前往的地區** | （ ） |

問題9. 您在**仁川總共旅遊了幾天**？僅作答**在仁川旅遊的天數**。

① 當日旅遊 → （ ）**小時** → **問題10**
② 過夜旅遊 → （ ）**夜**（ ）**日** → **問題9-1**

問題9-1. **(問題9=②作答者)** 您在本次仁川旅遊期間**選擇了**哪**種住宿設施**？請**選擇所有**符合項目。

① 飯店
② 汽車旅館/旅館
③ 渡假民宿
④ 公寓式飯店/渡假村
⑤ 青年旅館
⑥ 露營
⑦ 研修院/修練院/學校宿舍
⑧ 傳統韓屋住宿設施
⑨ Guesthouse、民宿（城市型）
⑩ 民宿（農村型）
⑪ 森林遊樂區內住宿設施
⑫ 家人/親戚住家
⑬ 未過夜
⑭ 其他（ ）

問題9-2. **(問題9=②作答者)** 您**利用**哪**種管道訂房**？請選擇**1項主要訂房管道**。

① 住宿設施官方管道（現場、電話、官網等）
② 線下旅行社
③ 線上訂房平台（OTA、門戶網站等）→ **問題9-3**
④ 其他（ ）
⑤ 未訂房/未符合

問題9-3. **(問題9-2=③作答者)** 您**使用了哪個線上訂房平台**？請選擇**1項主要訂房管道**。

① Expedia
② Hotels.com
③ Trivago
④ Agoda
⑤ Booking.com
⑥ Kayak
⑦ Priceline
⑧ C-trip
⑨ Skyscanner
⑩ Trip.com
⑪ Airbnb
⑫ 其他（ ）

問題10. 本次仁川旅遊期間，您**前往了（預計前往）哪些仁川當地景點**？請**依遊覽順序**填**寫所有景點**。

[ ] → [ ] → [ ] → [ ] → [ ] → [ ]

問題11. 本次仁川旅遊期間，您**體驗了（預計體驗）哪些活動**？請**選擇所有**符合項目。

① 美食家觀光
② 購物
③ 觀賞自然景觀
④ 遊覽歷史古蹟
⑤ 傳統文化體驗（韓服體驗,跆拳道,韓國飲食製作等）
⑥ 觀看博物館,展示館
⑦ 前往K-POP/韓流明星相關表演場
⑧ 參觀電視劇/電影拍攝地
⑨ 觀賞話劇、音樂劇等表演
⑩ 參加當地慶典
⑪ 娛樂場所（夜生活、娛樂場、遊樂園等）
⑫ 美容/醫療觀光（按摩、髮廊、整形外科等）
⑬ 觀賞及參加體育/休閒體育活動（棒球、高爾夫球等）
⑭ 辦公（參與會議、學術會議、博覽會等）
⑮ 研修/培訓/研究
⑯ 寺廟
⑰ 其他（ ）

問題12. 在本次仁川旅遊期間遊覽過的景點與享用過的料理中，您**最想推薦哪些**？

| 排名 | 推薦景點 | 推薦料理/甜點 |
|---|---|---|
| **第一** | | |
| **第二** | | |
| 第三 | | |

# Ⅲ. 仁川旅遊評價

[貨幣單位]

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ① | 美金（USD） | ⑥ | 新臺幣 | ⑪ | 歐元 | ⑯ | 越南盾 |
| ② | 日幣 | ⑦ | 澳幣 | ⑫ | 韓幣 | ⑰ | 印尼盾盧布 |
| ③ | 人民幣 | ⑧ | 泰銖 | ⑬ | 馬來西亞林吉特 | ⑱ | 菲律賓比索 |
| ④ | 港幣 | ⑨ | 加拿大幣 | ⑭ | 俄羅斯盧布 | ⑲ | 蒙古圖格里克 |
| ⑤ | 新加坡元 | ⑩ | 英鎊 | ⑮ | 印度盧比 | ⑳ | 其他（ ） |

問題13. 在本次仁川旅遊期間，您**支出（或即將支出）的旅遊經費**總計多少？請以**1人**為**準**作答。

| 類別 | 自由行 | 機加酒（semi-package） | 團體旅行（團體聚會、旅行社旅遊行程） | 備註 |
|---|---|---|---|---|
| ① 支付給居住國家旅行社的金額 | | | | |
| ② 國際航空/船舶票價 | | | | |
| ③ 支付給韓國旅行社的金額 | | | | 自選行程、韓國旅遊行程商品費等 |
| ④ 住宿費 | | | | |
| ⑤ 餐飲費 | | | | 用餐、飲料、酒水等 |
| ⑥ 韓國國內交通費 | | | | 大眾運輸工具費用、加油費等 |
| ⑦ 購物費 | | | | 旅遊紀念品、特產等 |
| ⑧ 文化、娛樂費 | | | | 景點、表演門票、體驗費等 |
| ⑨ 數據通訊費 | | | | 漫遊、USIM、WI-FI租金等 |
| ⑩ 其他費用 | | | | 不包含於上列項目的費用 |
| **支出人數** | （共 名）為準 | | | |

問題14. **（問題13=作答購物費用者）** 本次仁川旅遊期間，您主要在仁川購買了（即將購買）哪些**品項**？請選擇2項。

| **第一** | | **第二** | |
|---|---|---|---|

① 香水、美妝品
② 食品（辛奇、海苔、零食等）
③ 服飾、鞋履、珠寶、配件
④ 人蔘、韓藥材
⑤ 酒類、香菸
⑥ 傳統民俗工藝品、漆器、木雕製品
⑦ 韓流明星相關商品（唱片、DVD、角色商品等）
⑧ 其他（ ）

問題15. **（問題13=作答購物費用者）** 本次仁川旅遊期間，您**在（即將在）哪些地方**購物？請選擇2處。

| **第一** | | **第二** | |
|---|---|---|---|

① 免稅店_機場
② 免稅店_市區
③ 街邊店
④ 市場
⑤ 百貨公司
⑥ 大型購物中心
⑦ 大型超市
⑧ 其他（ ）

問題16. 針對以下類別，您對於**本次仁川旅遊的評價**為**何**？

| 類別 | 非常不想 | 不想 | 普通 | 想 | 非常想 |
|---|---|---|---|---|---|
| 滿意本次仁川旅遊。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 有意願推薦他人推薦仁川旅遊。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 有意願在未來三年內重遊仁川。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

問題17. 請**依項目**評價本次仁川旅遊的**滿意度**。

| 項目 | 非當不滿意 | 不滿意 | 普通 | 滿意 | 非當滿意 | 無相關經驗 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 大眾交通（便利性、服務） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 住宿（便利性、服務） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 餐飲（味道,服務） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 購物（便利性、設施及服務） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 旅遊景點魅力度（文化遺產,自然景觀,夜間觀光） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 旅遊經費（觀光商品價格,觀光地物價） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 治安（安全性） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 手機/網路使用便利（方便性,服務） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 語言交流（溝通） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 交通路線規劃（路標指示,交通資訊準確度及使用方便性） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 旅遊導覽服務（諮詢處、旅遊資訊正確性及使用便利性） | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |
| 旅遊從業人員親切度 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑨ |

♣ 衷心感謝您撥冗作答 ♣

| 調查分店 | | 調查時間 | |
|---|---|---|---|
| 調查人員姓名 | | 調查人員代碼 | |

## 3 잠재 내국인 관광객

# 2025 인천관광 실태조사 (전국민)

안녕하십니까? (주)한국데이터연구소에서는 인천광역시·인천관광공사의 의뢰를 받아 「인천관광 실태조사」를 실시하고 있습니다. 본 조사의 결과는 인천관광 활성화를 위한 기초 자료로 활용될 예정입니다. 귀하께서 응답한 내용은 통계법 제33조 및 제34조에 의거하여 비밀이 철저히 보호되며, 오직 통계적인 목적으로만 사용될 것입니다. 바쁘시더라도 잠시 시간을 내어 응답해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

| ■ 주관 기관 | ■ 조사 기관 |
|---|---|
| 인천관광공사 | (주)한국데이터연구소 |

## Screening Questions

SQ1. 귀하의 **성별**은 무엇입니까?

① **남성**
② **여성**

[로직 : 만15세 미만 조사중단]

SQ2. 귀하의 나이(연세)는 만으로 어떻게 되십니까? 만 나이 통일법(2023.06.28. 시행)을 기준으로 작성해 주십시오.
만()세

SQ3. 귀하께서 **현재 거주하고 계신 지역은 어디**입니까?

| | | | |
|---|---|---|---|
| ① 서울 | ⑤ 광주 | ⑨ 강원 | ⑬ 전남 |
| ② 부산 | ⑥ 대전 | ⑩ 충북 | ⑭ 경북 |
| ③ 대구 | ⑦ 울산 | ⑪ 충남(세종 포함) | ⑮ 경남 |
| ④ 인천 → **조사중단** | ⑧ 경기 | ⑫ 전북 | ⑯ 제주 |

SQ4. 귀하께서는 최근 1년 이내 **국내여행을 다녀온 경험**이 있습니까?

① 예
② 아니오 → **조사중단**

SQ5. 최근 1년 이내 다녀온 **국내여행 지역**은 어디입니까? 다녀온 곳을 **모두** 선택해 주십시오. [복수]

| | | | |
|---|---|---|---|
| ① 서울 | ⑤ 광주 | ⑨ 강원 | ⑬ 전남 |
| ② 부산 | ⑥ 대전 | ⑩ 충북 | ⑭ 경북 |
| ③ 대구 | ⑦ 울산 | ⑪ 충남(세종 포함) | ⑮ 경남 |
| ④ 인천 | ⑧ 경기 | ⑫ 전북 | ⑯ 제주 |

## Ⅰ. 인천 이미지

문1. 귀하께서는 인천을 생각하면 어떤 단어가 먼저 떠오르십니까?

| 1순위 | | 2순위 | | 3순위 | |
|---|---|---|---|---|---|

문2. 그렇다면, 인천을 생각하면 떠오르는 관광지는 어디입니까?

| 1순위 | | 2순위 | | 3순위 | |
|---|---|---|---|---|---|

문3. 귀하께서는 인천을 생각하면 어떤 느낌이 드십니까? [어의차이척도]

| 구분 | 매우 (5) | ← (4) | 약간 (3) | ← (2) | 다소 (1) | 중간 (0) | 다소 (1) | → (2) | 약간 (3) | → (4) | 매우 (5) | 구분 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 발전하는 | ⓪ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | 정체된 |
| 역동적인 | ⓪ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | 안정된 |
| 국제적인 | ⓪ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | 지역적인 |
| 개방적인 | ⓪ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | 폐쇄적인 |
| 현대적인 | ⓪ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | 전통적인 |
| 매력적인 | ⓪ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | 평범한 |
| 다양한 | ⓪ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | 단조로운 |
| 안전한 | ⓪ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | 불안한 |

문4. 다음 속성별로 이에 해당된다고 생각하는 도시를 모두 선택해 주십시오. [복수]

| 구분 | 인천 | 서울 | 부산 | 대구 | 광주 | 대전 | 울산 | 경기 | 강원 | 충북 | 충남 (세종) | 전북 | 전남 | 경북 | 경남 | 제주 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 자연경관이 우수 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | ⑪ | ⑫ | ⑬ | ⑭ | ⑮ | ⑯ |
| 역사/문화유산이 풍부 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | ⑪ | ⑫ | ⑬ | ⑭ | ⑮ | ⑯ |
| 쇼핑 환경이 좋은 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | ⑪ | ⑫ | ⑬ | ⑭ | ⑮ | ⑯ |
| 여행 경비가 저렴 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | ⑪ | ⑫ | ⑬ | ⑭ | ⑮ | ⑯ |
| 숙박 환경이 우수 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | ⑪ | ⑫ | ⑬ | ⑭ | ⑮ | ⑯ |
| 음식이 맛있는 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | ⑪ | ⑫ | ⑬ | ⑭ | ⑮ | ⑯ |
| 스포츠/레포츠를 즐기기 좋은 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | ⑪ | ⑫ | ⑬ | ⑭ | ⑮ | ⑯ |
| 현지 교통이 편리 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | ⑩ | ⑪ | ⑫ | ⑬ | ⑭ | ⑮ | ⑯ |

## Ⅱ. 인천여행 잠재행태

문5. 귀하께서 향후 1년 이내에 국내여행을 가신다면 어디로 가실 계획입니까? 모두 선택해 주십시오. [복수]

① 서울
② 부산
③ 대구
④ 인천
⑤ 광주
⑥ 대전
⑦ 울산
⑧ 경기
⑨ 강원
⑩ 충북
⑪ 충남(세종 포함)
⑫ 전북
⑬ 전남
⑭ 경북
⑮ 경남
⑯ 제주

문6. 귀하께서는 여행목적지로 인천을 얼마나 선호하십니까? [척도]

| 별로 선호하지 않는다 | 선호하지 않는 편이다 | 보통이다 | 선호하는 편이다 | 매우 선호한다 |
|---|---|---|---|---|
| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

문7. 평소 국내여행에 대한 정보는 주로 어디에서 얻으셨습니까? 모두 선택해 주십시오. [복수]

① 인터넷 사이트/모바일 앱(PC/스마트폰) → 문8-1
② 기사 및 방송 프로그램(TV/라디오/신문/잡지)
③ 광고 (TV/라디오/신문/잡지 등)
④ 여행사(방문/전화)
⑤ 주변인(친지/친구/동료 등)
⑥ 관광 안내 책자
⑦ 과거 여행 경험
⑧ 정보 없이 방문 [중복선택불가]
⑨ 기타()

[로직 : 문7=① 응답자]

문8. 어떤 인터넷 사이트에서 정보를 주로 얻으셨습니까? 모두 선택해 주십시오. [복수]

① 포털사이트(네이버, 다음, 구글 등) 블로그
② 포털사이트(네이버, 다음, 구글 등) 카페
③ 여행·숙박 전문 사이트/앱(트립어드바이저 등)
④ 페이스북
⑤ 인스타그램
⑥ 동영상 사이트(유튜브 등)
⑦ 여행사 홈페이지
⑧ 공공기관 홈페이지(인천광역시, 인천관광공사 등)
⑨ 개별 관광지 및 관광시설 홈페이지
⑩ 기타()

문9. 향후 인천여행에 대한 기회가 주어진다면, 방문하고 싶은 지역은 어디입니까? 모두 선택해 주십시오. [복수]

① 강화권 (고인돌, 전등사, 조양방직, 교동대룡시장 등)
② 월미·개항권 (차이나타운, 개항장, 월미도 등)
③ 송도권 (센트럴파크, 트리플스트리트 등)
④ 영종권 (을왕리해변, 파라다이스시티, 영종씨사이드파크 등)
⑤ 인천 섬 (영흥도, 덕적도, 신시모도, 연평도, 백령도 등)
⑥ 서구권 (아라뱃길, 정서진, 시천가람터 등)
⑦ 남동권 (소래포구, 어시장, 소래습지생태공원 등)

문10. 귀하께서는 향후 1년 이내에 인천을 여행할 의향이 있습니까? [단일척도]

| 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|---|---|---|---|---|
| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

문11. 향후 인천여행에 대한 기회가 주어진다면, 경험하고 싶은 활동은 무엇입니까? 모두 선택해 주십시오. [복수]

① 등산·트레킹
② 공원 방문
③ 역사체험(문화재/기념물 방문 등)
④ 농촌체험(농작물 수확, 현장학습 등)
⑤ 생태체험(자연해설, 교육, 숲 체험 등)
⑥ 문화예술관람(공연, 박물관, 미술관 등)
⑦ 축제/이벤트 참가
⑧ 캠핑
⑨ 레포츠/스포츠(경기장 방문, 해변 활동 등)
⑩ 맛집 방문(음식점, 카페 등)
⑪ 영화/드라마 촬영지 방문
⑫ 일반출장(회의 등)
⑬ 컨벤션/컨퍼런스/전시회/박람회 참가
⑭ 종교/성지순례
⑮ 호캉스
⑯ 워케이션
⑰ 쇼핑
⑱ 기타()

문12. 향후 **인천여행에 대한 기회**가 주어진다면, 어떻게 여행할 계획이십니까? [어의차이척도]

| 구분 | 매우 (3) | 다소 (2) | 약간 (1) | 중간 (0) | 약간 (1) | 다소 (2) | 매우 (3) | 구분 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 편안한 휴식 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | 활동적 관광 |
| 단순 경관 감상 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | 직접적 체험 활동 |
| 도시 관광 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | 자연경관 감상 |
| 인기/유명 관광지 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | 새로운 관광지 |
| 실내 활동 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | 야외 활동 |
| 즉흥적 여행 일정 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | 계획/예약에 의한 여행 일정 |
| 여행 경비 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | 여행 품질 |
| 가능한 많은 곳 방문 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | 1-2곳 여유롭게 방문 |
| 대형마트/아울렛 쇼핑 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | 소규모 상점/전통시장 쇼핑 |
| 당일여행 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | 숙박여행 |
| 고급 호텔 이용 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | 어떤 숙소든 상관하지 않음 |
| 평소에 접하는 음식 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | 현지 특화 음식 |
| 혼자 여행 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | 동반객과 함께 여행 |

문13. 향후 **인천여행에 대한 기회**가 주어진다면, 어떤 형태의 여행을 하고 싶으십니까? [척도]

| 구분 | 전혀 의향이 없다 | 의향이 없다 | 보통 이다 | 의향이 있다 | 매우 의향이 있다 |
|---|---|---|---|---|---|
| 힐링여행(명상, 요가, 숲체험 등 쉴거리가 중심이 되는 여행) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 스테이케이션(호캉스 등 근거리에서 보내는 휴가) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 파인 스테이(한옥스테이/웰니스, 등 양질의 경험을 제공하는 숙박) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 혼행(혼자 하는 여행) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 스포츠케이션(자전거/트래킹/골프/서핑 등 운동을 목적으로 하는 휴가) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 워케이션(휴가지에서의 업무처리를 정상근무로 인정하는 제도) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 반려동물 동반 여행 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

# Ⅲ. 관광 정책 및 인식




문14. 귀하께서는 향후 인천 방문 시 인천시티투어를 이용할 의사가 있으십니까?

① 예 → 문15
② 아니오 → 문14-1

문14-1. 인천시티투어를 이용할 의사가 없는 이유는 무엇입니까? 해당되는 것을 모두 선택해 주십시오. [복수]

① 다른 교통수단(자동차, 대중교통 등) 이용이 편해서
② 인천시티투어버스에 대한 정보가 없어서
③ 마음에 드는 관광지/노선이 없어서
④ 가격이 비싸서
⑤ 기타()

문15. 귀하께서는 향후 대중교통을 이용하여 인천을 여행하게 된다면, 어떤 서비스가 필요하다고 생각되십니까? 가장 필요한 서비스 1개만 선택해 주십시오.

① 새로운 교통수단 도입 및 운영 확대(수요응답형 교통수단*, 관광택시, 개인형 이동수단 등)
* 수요응답형 교통수단(관광 DRT) : 관광객의 요청에 기반하여 운행경로 및 운영 시간을 탄력적으로 운영하는 교통서비스(예: 부산시 '타바라(관광 DRT)'
② 관광교통 편의서비스 구축 및 운영(모빌리티 플랫폼 활용 교통정보 서비스 제공 등)
③ 관광교통 상품 개발 및 운영(관광콘텐츠와 지역 내 교통 결합 상품, 온라인 여행사를 통한 상품 판촉 등)
④ 기타( )

[로직 : 문15=① 응답자]

문15-1. 새로운 교통수단 도입 및 운영 확대를 한다면, 가장 선호하는 서비스는 다음 중 무엇입니까?

① 공유차량 서비스(쏘카, 그린카 등)
② 수요응답형 교통수단(부산 타바라, 인천 I-MOD 등)
③ 관광형 자율주행차(강릉, 제주 등)
④ 개인형 이동수단(전동킥보드, 전기자전거 등)
⑤ 관광택시(미국 우버, 동남아 그랩 등)
⑥ 기타()

## DQ. 응답자 특성

DQ1. 귀 가구의 **월평균 가구소득**은 얼마입니까? **세금을 포함한** 금액으로 응답해 주십시오.

① 100만원 미만
② 100-300만원 미만
③ 300-500만원 미만
④ 500-700만원 미만
⑤ 700-1,000만원 미만
⑥ 1,000만원 이상

DQ2. 귀하의 **학력**은 어떻게 되십니까?

① 고등학교 졸업 이하
② 대학(교) 재학
③ 대학(교) 졸업
④ 대학원(석·박사) 재학
⑤ 대학원(석·박사) 졸업

//제시 : DQ3 상단 //

| 코드 | 직업명 | 직 업 예 시 |
|---|---|---|
| 1 | 관리자 | 업무의 80%이상을 기획, 관리 분야에 투입하는 일<br>- 국회의원, 고위공무원, 단체 또는 기업의 경영자, 고위임원, 관리자 |
| 2 | 전문가 및 관련 종사자 | - 교수, 교사, IT 및 각종 기술 전문가, 학원강사, 예술인, 모델, 작가, 연예인, 매니저, 운동선수, 종교인, 해외영업원, 기술영업원, 부동산중개인, 프로게이머, 레크레이션 강사 등 |
| 3 | 사무 종사자 | - (중하위직)공무원, 문서/통계/영업지원/전산/회계/홍보 등의 사무원 및 사무보조원, 비서, 접수/발권/전화교환 등 안내직, 고객상담 및 모니터요원, 속기사 등 |
| 4 | 서비스 종사자 | - 여행(승무원, 여행안내원)/음식·조리(주방장, 조리사)/미용(코디네이터, 분장사)/기타(웨딩플래너 등) 등 각종 대인서비스<br>- 경찰관, 소방관, 교도관, 청원경찰, 경호원 등 보안관련 서비스 |
| 5 | 판매 종사자 | - 대금수납/매표/요금정산원, 보험설계사, 제품/광고 영업원, 매장판매직, 방문통신 판매원, 홍보도우미 및 판촉원 등 |
| 6 | 농림어업 숙련 종사자 | - 농업 숙련 종사자, 임업 숙련 종사자, 어업 숙련 종사자 |
| 7 | 기능원 및 관련 기능 종사자 | - 건설·금속·기계·세공·음식료·선박 등 각종 기능종사자 또는 물품 제조원 등 |
| 8 | 장치기계 조작 및 조립 종사자 | - 장치·기계조작·조립원/각종 차량운전원 등 |
| 9 | 단순노무종사자 | - 간이음식점 조리사, 건설단순노무, 건물관리/경비, 건물청소, 배달, 주유원, 단순조립원, 포장원, 제품운반원 등 단순노무 |
| 10 | 군인 | - 직업군인(장기 부사관 및 준위 등) |

DQ3. 귀하의 **직업**은 무엇입니까?

① 관리자
② 전문가 및 관련 종사자
③ 사무 종사자
④ 서비스 종사자
⑤ 판매 종사자
⑥ 농림어업 숙련 종사자
⑦ 기능원 및 관련 기능 종사자
⑧ 장치·기계 조작 및 조립 종사자
⑨ 단순노무 종사자
⑩ 군인
⑪ 전업주부
⑫ 학생
⑬ 무직/은퇴
⑭ 기타()

♣ 조사에 참여해 주셔서 대단히 감사합니다 ♣

# 2024 인천관광 실태조사

2025년 03월 발행

발행기관 : 인천광역시·인천관광공사
담당부서 : 기획예산팀
조사기관 : ㈜한국데이터연구소