

Issue

20140219 vol.124

Briefing

2013 전라북도 관광객 실태조사에 기초한
통계로 보는 전라북도 관광실태 보고서

연구진

정명희 (문화관광연구부 연구위원)

김광국 (문화관광연구부 연구원)

Jeonbuk Development Institute Issue Briefing

C O N T E N T S

2013 전라북도 관광객 실태조사에 기초한 통계로 보는 전라북도 관광실태 보고서



I. 조사개요

1. 조사목적 및 설계	5
2. 응답자 특성	6

II. 주요 조사결과

1. 관광객 여행결정과정	7
2. 관광객 여행형태	12
3. 관광객 소비실태	16
4. 관광객 이동경로	20
5. 관광객 여행평가	23

III. 조사결과의 정책적 연계방안

1. 전라북도 관광시장의 특성을 관광마케팅 전략으로 연계필요	27
2. 기타 : 전라북도 관광시장에 대한 지속적인 모니터링 필요	28

전북발전연구원 이슈브리핑 2014년 02월 19일 vol.124 발행처 : 전북발전연구원 발행인 : 김경섭 전북 전주시 완산구 콩쥐팥쥐로 1696(효자동3가 1052-1)
 TEL : 063)280-7100 FAX : 063)286-9206
 ※이슈브리핑에 수록된 내용은 연구진의 견해로서 전라북도의 정책과는 다를 수도 있습니다.
 ※지난 호 이슈브리핑을 홈페이지 (www.jthink.kr)에서도 볼 수 있습니다.

2013 전라북도 관광객 실태조사에 기초한 통계로 보는 전라북도 관광실태 보고서

1. 2013년 전라북도 관광객 실태조사 주요결과 요약

1) 관광시장 : 수도권 관광객 비중 급성장

- 전라북도 관광객 중 수도권(서울시, 경기도, 인천시) 관광객의 비중은 22.1%로 2011년(11.6%)에 비해 크게 증가하였으며, 전라북도 역내 관광객의 비중은 2011년 62.2%에서 40.5%로 감소하였음
- 연령별로는 30대와 40대가 전체 관광객의 54.3%를 차지하였고, 기혼자의 비율이 월등히 높은 것으로 나타남

2) 여행결정과정 : 전남, 강원도가 관광경쟁지역

- 관광지 선택과정에서 비교한 경쟁지역은 '전라북도 내 타 관광지(30.8%)', '전라남도(23.4%)', '강원도(13.6%)' 순으로 나타남
 - 여행목적지 선택과정에서 겨울, 여름에는 강원도 관광지와 비교하는 관광객이 많았고, 축제와 단풍관광객이 많은 가을에는 도내 타 관광지와 비교하는 비율이 높게 나타남
- 관광객의 약 56.8%는 해당 관광지의 재방문 관광객이며, 43.2%는 처음 방문한 관광객으로 주로 인적정보(44.6%)나 과거 방문경험(31.9%)에 의해 관광정보를 획득하는 것으로 나타남
- 여행목적지의 결정은 주로 남편(35.9%)이 하는 비율이 가장 많았으며 특히, 가족을 동반한 여행에서는 47.8%가 남편이 여행목적지를 결정하는 것으로 조사됨

3) 관광객 여행형태 : 숙박관광객 비중이 증가하고 동반인원은 전국평균에 비해 낮아

- 숙박관광객의 비중은 40.3%로 2011년 29.9%에 비해 크게 증가하였으며, 1인당 평균 여행일수는 1.64일이며 여름 관광객의 여행기간이 평균 2.09일로 가장 높은 것으로 나타남
 - 동반형태는 '가족·친지'가 62.4% 가장 많은 비중을 차지하였고 평균 동반인원은 6.5명
- 관광객의 핵심목적지는 부안군(12.1%)이 가장 높았고 전주시(10.5%), 남원시(7.4%), 정읍시(7.3%), 군산시(7.2%) 순이었으며, 계절에 따라 차이가 있는 것으로 조사됨
- 숙박시설은 야영장(25.6%)과 콘도(21.0%) 이용객의 비중이 가장 높았고, 성별에 따라 숙박시설 이용형태에 차이가 있는 것으로 조사되었음

4) 관광소비실태 : 1인당 소비금액은 증가하였으며, 식음료비 지출비중이 가장 높아

- 관광객 1인당 평균 지출경비는 70,764원으로 2011년 조사에 비해 약 15% 증가하였으며, 이 중 전라북도 내에서 약 66.4%(61,691원)를 지출한 것으로 나타남
- 관광객의 세부지출구조를 보면 식음료비가 38.3%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 기념품비 및 쇼핑비, 레저스포츠투비 등의 비중은 여전히 낮은 수준으로 조사되었음

- 전라북도에서 관광객 지출이 가장 많이 이루어진 곳은 전주시, 군산시 순으로 나타났으며, 1인당 관광객 지출금액이 높은 곳은 부안군(52,756원), 무주군(50,013원) 순으로 조사됨
- 전체관광객 중 전라북도에서 기념품이나 특산품을 구입한 관광객의 비율은 18.2%였으며, 구입품목은 '젓갈(7.8%)', '이성당뽕(7.2%)', '임실치즈(6.9%)' 순으로 나타남

5) 관광객 이동경로 : 전라북도 연계관광 관광시점은 새만금과 전주시

- 관광객의 80.1%는 전라북도에서 한 지역만을 방문하는 것으로 나타났으며, 타 지역에서 전라북도를 방문하는 하는 경우 '광주·전남권' 과 연계하여 방문하는 비율이 가장 높게 나타남
- 전라북도 내에서는 군산, 부안과 새만금을 연계하는 관광코스의 이동비율이 가장 높게 나타났고, 전주와 군산, 전주와 임실, 전주와 남원을 연계하는 코스, 고창과 부안을 연계하는 코스가 대표적인 이동경로로 조사되었음
- 한편 단일 목적지로 타 지역 관광객은 무주군, 부안군, 남원군을 가장 많이 방문하였으며, 전라북도민이 많이 방문하는 지역은 김제시, 임실군, 완주군으로 나타나 차이가 있는 것으로 조사되었음

6) 관광객 여행평가 : 전반적인 만족도는 높아졌으나 쇼핑서비스 만족도는 낮아

- 전라북도 여행에 대한 전반적인 만족도는 2011년에 비해 높아진 것으로 나타났으며, 계절별로는 봄철 관광객 만족도가 가장 높고 가을철 관광객 만족도가 낮게 나타남
- 연령대가 높아질수록 관광만족도가 높게 나타났으며, 여자보다는 남자가, 미혼자보다는 기혼자의 관광만족도가 상대적으로 높은 것으로 나타남. 특히 여성의 쇼핑서비스 만족도가 상대적으로 낮은 것으로 나타남

2. 조사결과와 시사점

- 2013년 관광객 실태조사 결과를 바탕으로 ① 수도권 및 부산권 관광마케팅 강화 ② '가족동반' 관광객과 연계한 '고향마케팅' 전략 수립 ③ 관광거점간 '선(線)형'의 관광 연계전략 수립 ④ 쇼핑서비스 개선 등 관광소비 촉진전략 수립 등의 정책적 연계방안을 제시하였음
- 본 관광객 실태조사는 전라북도 관광객의 이동경로와 관광소비에 대한 기초자료를 도출하고 관광시장에 대한 실태를 확인했다는 점에서 큰 의의가 있음
 - 전라북도 뿐만 아니라 각 시군에서 관광환경의 상대적 강점과 약점에 대한 정책적 지원방안을 모색하는데 기초자료로 활용될 수 있을 것으로 기대됨

I. 조사개요

1. 조사목적 및 설계

1) 조사배경

- 지역관광 통계자료는 관광객의 규모 산출 뿐 만 아니라 지역관광정책 및 관광지 관리와 관광자원 개발의 의사결정에 필요한 관광객에 대한 기초자료를 제공한다는 측면에서 별도 조사·관리할 필요가 있음
- 전라북도 관광객 실태조사는 2011년 전북발전연구원에서 실시한 바 있으며, 지속적인 관광시장 모니터링을 위해 2013년 전북발전연구원 기본과제로 실시되었음

2) 조사목적

- 본 조사는 전라북도 관광객의 관광행태를 과학적이고 객관적으로 파악하여 효율적인 관광정책 수립에 도움이 되는 기초정보를 제공하는데 목적이 있음
- 관광객의 양적측면보다는 관광객의 행태변화를 모니터링 하는데 본 조사의 주목적이 있으며, 관광시장의 비중을 감안하여 조사범위를 내국인으로 한정하였음

3) 조사설계

- 본 조사의 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 조사설계에 따라 조사를 진행함
- 조사는 각 시·군의 주요관광지를 방문하는 내국인 관광객을 대상으로 이루어졌으며, 관광활동의 계절의 특성을 반영하기 위하여 분기별 1회, 총 4회에 걸쳐 시행되었음

〈표 1〉 조사설계

모 집 단	- 전라북도 주요관광지를 방문한 만 15세 이상 관광객
표본크기	- 분기별 2,250부(총 9,000부)
표본추출	- 성별·연령을 고려한 무작위 추출
자료수집방법	- 구조화된 설문지를 이용한 자기기입식 조사 - 훈련된 조사원에 의한 1:1 대인 면접조사
조사지점	- 14개 시군 및 새만금 등 15개 지역에 각각 2곳의 조사지점 선정하고, 전년도 동기 관광객 수를 기준으로 가장 많은 시군에 1곳의 조사지점을 추가지정 함
표본오차	- 신뢰수준 95%, 표본오차 ±2.19%
조사기간	- 1분기 : 2013년 1월 25일 ~ 2월 7일 (겨울) - 2분기 : 2013년 4월 24일 ~ 5월 7일 (봄) - 3분기 : 2013년 7월 25일 ~ 8월 7일 (여름) - 4분기 : 2013년 11월 7일 ~ 11월 20일 (가을)

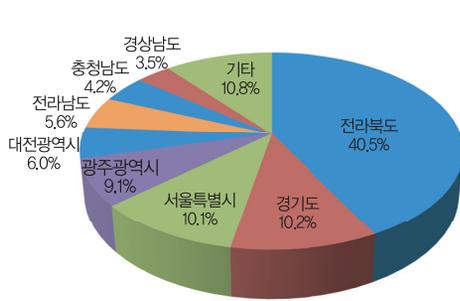
2. 응답자 특성

- 2013년 전라북도 관광객 실태조사는 분기별 2,250부씩 총 9,000부를 조사하였으며, 전체 유효표본은 8,851부(98.3%)임
- 관광객 거주지별로 보면 전라북도민¹⁾이 40.5%로 가장 많았고, 서울특별시 10.1%, 경기도 10.2%, 인천광역시 1.8%로 수도권 관광객이 20%를 넘는 것으로 나타남
- 연령별은 40대가 31.0%, 30대가 23.3%, 50대가 22.1%로 전체관광객의 약 76.4%가 30대부터 50대 관광객으로 나타났으며, 응답자 중 82.0%는 기혼자, 18.0% 미혼자로 조사되었음
 - 겨울철에는 10대와 20대 관광객의 비중이, 봄과 가을철에는 60대 이상의 관광객 비중이 상대적으로 높게 나타남
- 가구소득별로는 전체 응답자의 약 47.0%가 월소득 400만원 이상인 것으로 나타남

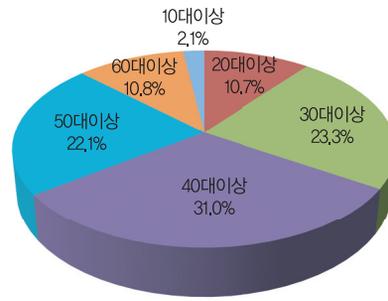
〈표 2〉 표본 수 및 응답율

(단위 : 명, %)

구분	1/4분기 (겨울)		2/4분기 (봄)		3/4분기 (여름)		4/4분기 (가을)		전체	
	응답수	응답율	응답수	응답율	응답수	응답율	응답수	응답율	응답수	응답율
합계	2,223	98.8	2,216	98.5	2,198	97.7	2,214	98.4	8,851	98.3



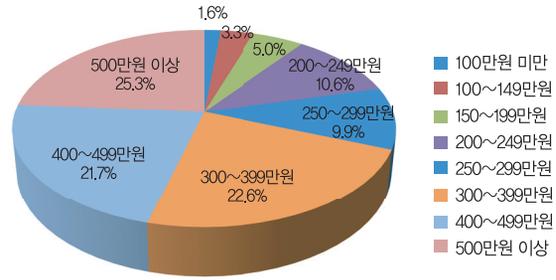
〈관광객 거주지별〉



〈연령별〉



〈혼인상태별〉



〈가구 소득별〉

1) 2013년 관광객 실태조사에서는 해당시군에 거주하고 있는 관광객은 조사대상에서 제외하였음

II. 주요 조사결과

1. 관광객 여행결정과정

1) 여행목적

문) 이번 여행의 가장 주된 목적은 무엇입니까?

- 관광객의 방문목적은 '여가·위락·휴가' 목적이 79.8%로 가장 높게 나타났으며, '가족·친지·친구방문' 이 9.2%, '학습·체험활동' 목적이 4.7%로 나타남
- 성별·연령별로 보면 10대는 '학습·체험' 및 '교육·훈련·연수' 목적의 방문이 높게 나타났고, 30~40대 여성과 30~50대 남성은 '친지·친구방문' 목적 비율이 높은 것으로 나타남
 - 연령이 높아질수록 '건강 및 치료' 목적의 방문객이 증가하는 것으로 나타났으며 전반적으로 '쇼핑' 과 '업무·사업' 목적의 방문객 비중은 낮은 것으로 나타남
 - ※ 2012 국민여행 실태조사 : '쇼핑목적(1.9%)', '업무목적(2.8%)'
- 한편 숙박여행에서는 '가족·친지·친구 방문목적' 이 상대적으로 높게 나타났고 당일여행에서는 '학습·체험활동' 및 '건강·치료 목적' 이 상대적으로 높게 나타남

〈표 3〉 여행목적

(단위 : 명, %)

구분	사례수	여가/위락/ 휴식	건강 및 치료	종교 및 순례	교육/훈련/ 연수	학습/체험	친지/친구 방문	쇼핑	업무/사업	기타
10대 남성	93	64.5	2.2	0.0	5.4	20.4	7.5	0.0	0.0	0.0
20대 남성	427	86.4	1.4	0.7	2.8	2.8	5.4	0.0	0.5	0.0
30대 남성	903	80.1	0.9	0.2	1.8	5.4	9.6	0.0	1.4	0.6
40대 남성	1,281	77.8	2.2	0.5	2.2	5.9	9.7	0.1	1.3	0.2
50대 남성	999	79.4	3.4	0.8	1.3	2.3	10.2	0.1	2.0	0.5
60대이상 남성	531	83.8	4.3	0.6	0.8	0.8	7.9	0.4	0.6	0.9
남성계	4,234	80.0	2.4	0.5	1.8	4.3	9.1	0.1	1.3	0.4
10대 여성	97	67.0	0.0	4.1	9.3	14.4	5.2	0.0	0.0	0.0
20대 여성	517	84.7	1.7	0.4	3.1	3.9	6.0	0.0	0.0	0.2
30대 여성	1,161	77.8	1.1	0.4	1.7	7.1	11.3	0.0	0.3	0.3
40대 여성	1,462	78.5	2.3	0.4	1.7	6.2	9.8	0.3	0.5	0.2
50대 여성	958	81.0	4.2	0.8	0.7	2.4	9.2	0.3	0.8	0.5
60대이상 여성	422	81.3	6.6	0.9	0.5	1.4	7.6	0.9	0.2	0.5
여성계	4,617	79.6	2.7	0.6	1.7	5.1	9.3	0.2	0.4	0.3
전 체	8,851	79.8	2.5	0.6	1.8	4.7	9.2	0.2	0.8	0.4

2) 여행목적지 선택이유

문) 이번 여행에서 여행목적지를 선택하신 가장 중요한 이유는 무엇입니까?²⁾

- 전반적으로 여행목적지 선택에 ‘여행지 지명도(29.7%)’, ‘교통편 및 접근성(12.8%)’, ‘다양한 볼거리(12.4%)’가 많은 영향을 미치는 것으로 나타남
- 연령에 따라 여행목적지 선택이유에 차이가 있는 것으로 나타남. 연령이 높아질수록 ‘여행지 지명도’와 ‘여행시기’가 목적지 선택에 많은 영향을 미치는 것으로 나타났으며 나이가 어릴수록 ‘경험자 추천’ 등 인적정보에 많은 영향을 받는 것으로 나타남
- 남성은 ‘여행지 지명도’, ‘교통편(접근성)’을 상대적으로 중요하게 평가하였고, 여성은 ‘다양한 볼거리’, ‘프로그램’, ‘동반자’를 상대적으로 중요하게 평가하는 것으로 나타남

〈표 4〉 여행목적지 선택이유

(단위 : %)

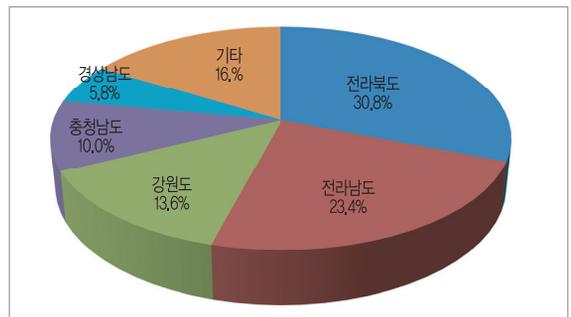
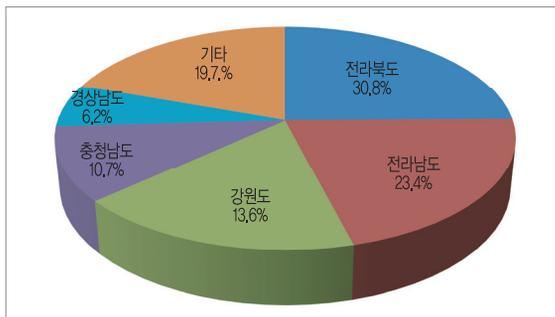
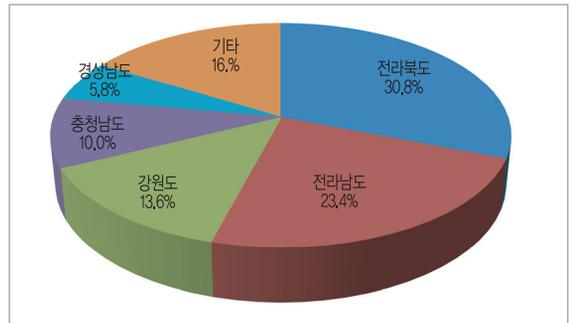
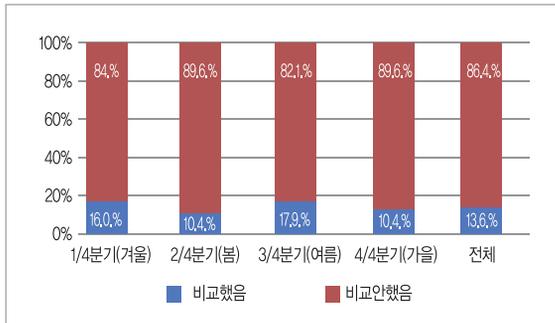
구분	사례수 (명)	여행지 지명도	다양한 볼거리	적당한 경비	교통편	여행 시기	편의 시설	동반자	프로 그램	먹거리	경험자 추천	기타
10대 남성	93	20.4	12.9	2.2	8.6	9.7	5.4	9.7	17.2	2.2	11.8	0
20대 남성	427	26.7	15.9	6.8	16.2	7.0	2.3	5.9	4.2	4.0	10.5	0.5
30대 남성	903	26.4	10.5	8.0	16.5	8.9	4.8	6.0	8.1	2.5	7.2	2.2
40대 남성	1,281	28.3	9.5	7.1	14.6	9.4	5.9	5.2	10.1	1.5	6.7	1.8
50대	999	37.8	11.2	6.3	10.4	10.4	2.5	7.1	4.0	2.8	5.5	1.9
60대 이상 남성	531	39.2	15.6	5.8	10.9	10.0	1.1	7.5	1.7	1.9	5.3	0.9
남성계	4,234	31.2	11.6	6.8	13.6	9.4	3.9	6.3	6.7	2.3	6.8	1.4
10대 여성	97	19.6	12.4	2.1	13.4	4.1	3.1	10.3	20.6	1.0	11.3	2.1
20대 여성	517	23.2	19.0	5.4	14.1	8.9	3.3	5.6	7.2	4.4	7.7	1.2
30대 여성	1,161	23.0	12.4	9.5	13.9	8.3	4.8	6.3	10.7	2.2	7.3	1.6
40대 여성	1,462	26.9	12.4	7.9	14.0	8.9	4.7	6.4	8.9	1.1	6.6	1.2
50대 여성	958	35.9	12.2	8.4	8.5	10.5	2.0	8.1	2.5	3.5	6.5	1.9
60대 이상 여성	422	40.5	13.3	6.9	6.9	12.3	1.2	10.0	2.6	0.7	5.0	0.7
여성계	4,617	28.5	13.2	7.9	12.2	9.3	3.7	7.0	7.5	2.2	7.1	1.4
전 체	8,851	29.7	12.4	7.4	12.8	9.3	3.8	6.7	7.1	2.3	7.0	1.4

2) 관광지 선택이유 중 가장 주된 목적만을 대상으로 분석

3) 전라북도 경쟁 여행목적지

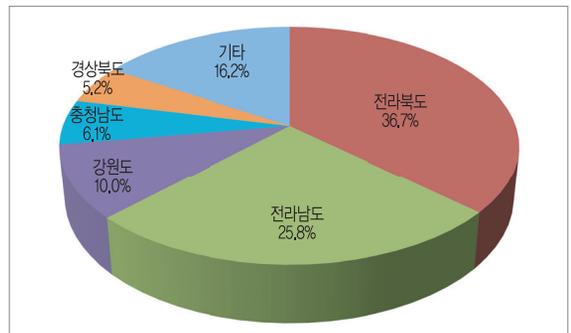
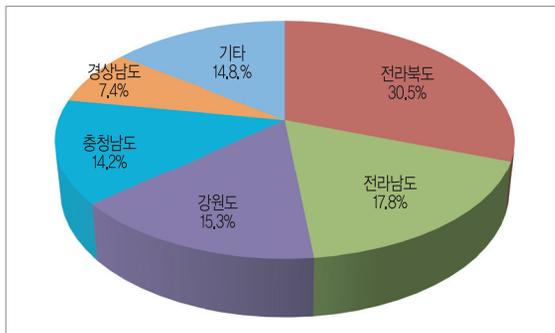
문) 이번 여행지 결정을 위해서 비교하신 지역이 있습니까? 있으시다면 비교하신 지역(관광지)는 어디입니까?

- 전체적으로 관광객의 약 13.6%는 여행목적지를 결정하기 위해 비교한 관광지가 있다고 응답하였으며, 약 86.4%는 없다고 응답하였음
- 전라북도 관광지의 경쟁지역은 ‘전라북도 내 타지역(30.8%)’, ‘전라남도(23.4%)’, ‘강원도(13.6%)’ 순으로 나타남
- 계절별로 비교관광지(경쟁관광지)에 차이가 있는 것으로 조사되었으며, 겨울과 여름에는 강원도가 경쟁지역으로 높은 비중을 차지하였고, 봄에는 전라남도 지역이 그리고 가을에는 전라북도 내 타 관광지가 여행과정의 경쟁지역으로 나타났음



< 1/4분기(겨울) 경쟁관광지 >

< 2/4분기(봄) 경쟁관광지 >



< 3/4분기(여름) 경쟁관광지 >

< 4/4분기(가을) 경쟁관광지 >

4) 여행목적지 결정자

문) 이번 여행에서 여행목적지를 최종결정한 사람은 누구였습니까?

- 여행목적지를 최종결정한 사람은 남편이 35.9%, 아내가 21.6%, 친구·연인이 21.0%로 나타났으며, 가족동반 여행의 경우 남편이 결정하는 비율이 47.8%로 가장 높았음

〈표 5〉 여행목적지 결정자

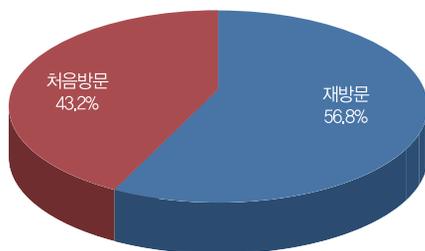
(단위 : %)

구분	1/4분기(겨울)		2/4분기(봄)		3/4분기(여름)		4/4분기(가을)		전체	
	전체	가구 ³⁾ 여행	전체	가구여행	전체	가구여행	전체	가구여행	전체	가구여행
1위	남편 (32.6)	남편 (44.3)	남편 (35.7)	남편 (49.0)	남편 (41.2)	남편 (48.3)	남편 (34.3)	남편 (49.9)	남편 (35.9)	남편 (47.8)
2위	친구·연인 (22.6)	아내 (24.6)	친구·연인 (22.0)	아내 (29.6)	아내 (24.1)	아내 (27.8)	친구·연인 (25.9)	아내 (31.4)	아내 (21.6)	아내 (28.2)
3위	아내 (18.8)	부모 (10.0)	아내 (21.4)	기타 (6.5)	친구·연인 (13.5)	부모 (7.2)	아내 (22.0)	기타 (6.2)	친구·연인 (21.0)	부모 (6.8)

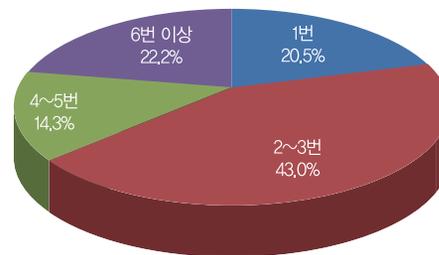
5) 관광지 이전 방문경험

문) 최근 3년 이내에 현 관광지를 여행목적으로 방문하신 적이 있습니까?

- 관광객의 약 56.8%는 재방문 관광객이며, 43.2%는 처음 방문한 관광객으로 관광지 재방문 비율이 비교적 높은 것으로 나타남
- 재방문 관광객 중 이전 방문경험이 3번 이하인 사람의 비율은 63.5%였으며, 6번 이상 해당 관광지를 방문한 관광객의 비율은 22.2% 나타남



〈관광지 이전 방문경험〉



〈이전방문 횟수별〉

3) 여행동반자가 '가족·친지' 라고 응답한 경우 가족여행으로 분류함

6) 여행정보획득 경로⁴⁾

문) 이번 여행을 위해 가장 많이 활용한 정보원은 무엇입니까?

- 전라북도 관광을 위해 관광객이 활용한 여행정보원은 '가족·친지·지인(44.6%)', '과거방문경험(31.9%)', '인터넷(12.6%)' 순으로 나타남
- 10대와 60대 이상은 가족·친지·지인 등 구전에 의한 정보획득 비율이 상대적으로 높았고, 연령이 높아질수록 과거방문 경험에 의존하는 비율이 높은 것으로 나타남

〈표 6〉 여행정보 획득경로

(단위 : %)

구분	빈도 (명)	여행사	가족/친지/ 지인	스마트폰	인터넷	신문 방송 매체	광고	과거 방문 경험	관광 안내 서적	기타
10대 남성	93	3.2	63.4	6.5	6.5	3.2	1.1	10.8	1.1	4.3
20대 남성	427	1.2	48.9	6.1	19.4	3.0	0.7	19.0	0.9	0.7
30대 남성	903	0.3	40.0	4.0	19.2	3.8	0.7	30.6	0.7	0.9
40대 남성	1,281	0.3	40.6	3.0	14.6	5.0	1.6	32.9	0.9	1.1
50대 남성	999	1.8	37.5	1.8	9.8	4.8	1.1	41.2	1.2	0.7
60대 이상 남성	531	1.5	41.1	0.0	3.6	3.8	1.1	47.1	0.9	0.9
남성계	4,234	1.0	41.1	2.9	13.4	4.3	1.1	34.3	0.9	1.0
10대 여성	97	1.0	58.8	3.1	11.3	3.1	1.0	18.6	0.0	3.1
20대 여성	517	0.8	45.3	7.2	22.6	1.9	1.5	19.0	0.6	1.2
30대 여성	1,161	0.5	47.2	4.3	15.6	3.7	1.3	26.2	0.7	0.5
40대 여성	1,462	0.6	48.1	3.3	11.8	3.8	1.2	29.9	0.8	0.6
50대 여성	958	1.3	45.5	1.0	6.2	5.0	1.6	37.7	1.1	0.6
60대 이상 여성	422	1.4	53.8	0.5	1.9	3.1	0.9	37.0	0.7	0.7
여성계	4,617	0.8	47.8	3.2	11.9	3.7	1.3	29.8	0.8	0.7
전 체	8,851	0.9	44.6	3.1	12.6	4.0	1.2	31.9	0.9	0.8

문) 가장 많이 활용한 인터넷 사이트⁵⁾는 무엇입니까?

- 관광객들이 활용한 인터넷 사이트는 '개인홈페이지나 블로그(35.0%)' 가 1순위, '방문지나 방문 시설 홈페이지(26.8%)' 가 2순위, 지방자치단체 홈페이지(18.2%)가 3위로 나타남

〈표 7〉 활용 인터넷 사이트

(단위 : %)

구분	숙박여행	당일여행	전체
1위	개인 홈페이지 및 블로그 (35.2)	개인 홈페이지 및 블로그 (34.7)	개인 홈페이지 및 블로그 (35.0)
2위	방문지&방문시설 홈페이지 (27.1)	방문지&방문시설 홈페이지 (26.3)	방문지&방문시설 홈페이지 (26.8)
3위	지방자치단체 홈페이지 (17.4)	지방자치단체 홈페이지 (19.1)	지방자치단체 홈페이지 (18.1)
4위	여행관련 인터넷 동호회·카페 (15.0)	여행관련 인터넷 동호회·카페 (15.1)	여행관련 인터넷 동호회·카페 (15.1)
5위	한국관광공사 홈페이지 (3.9)	한국관광공사 홈페이지 (3.4)	한국관광공사 홈페이지 (3.7)

4) 가장 정보를 많은 얻은 주요 정보원 1개만을 대상으로 분석함

5) 인터넷을 활용한 응답자 중 가장 많이 활용한 사이트 2개를 선정

2. 관광객 여행형태

1) 여행형태

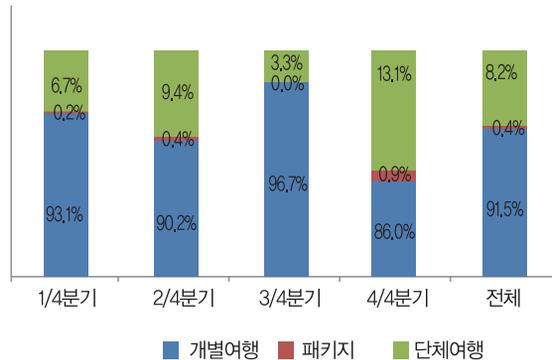
문) 이번 여행의 여행형태는 무엇입니까?

- 여행형태는 '개별여행(91.5%)', '단체여행(8.2%)', '패키지 여행(0.4%)' 순으로 나타남
- 여름과 겨울에는 개별여행객의 비중이 상대적으로 높고, 봄과 가을에는 단체여행의 비율이 상대적으로 높게 나타남

〈표 8〉 여행형태

(단위 : %)

구분	1/4분기 (겨울)	2/4분기 (봄)	3/4분기 (여름)	4/4분기 (가을)	전체
개별여행	2,069 (93.1)	1,998 (90.2)	2,125 (96.7)	1,904 (86.0)	8,096 (91.5)
여행사 패키지	4 (0.2)	9 (0.4)	0 (0.0)	19 (0.9)	32 (0.4)
동호회 단체	150 (6.7)	209 (9.4)	73 (3.3)	291 (13.1)	723 (8.2)
합계	2,223 (100.0)	2,216 (100.0)	2,198 (100.0)	2,214 (100.0)	8,851 (100.0)



2) 동반인원

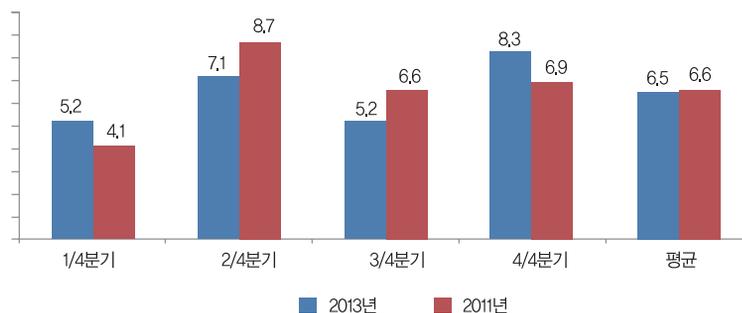
문) 이번 여행의 동반인원은 몇 명입니까?

- 2013년 전라북도 관광객의 평균 동반인원은 6.5명으로, 2011년 조사(평균 6.6명)에 비해 약간 줄어든 것으로 나타남(2012년 국민여행실태조사 가족동반 여행의 경우 1회 평균 동반인원 11.6명)
- 봄과 가을에는 평균 동반인원이 상대적으로 많은 것으로 나타났는데, 이는 같은 계절에 단체관광객의 비중이 높은 특성과 같은 맥락에서 이해할 수 있음

〈표 9〉 여행 동반인원

(단위 : 명)

구분	2013년					2011년				
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	평균	평균	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기
인원	5.2	7.1	5.2	8.3	6.5	6.6	4.1	8.7	6.6	6.9



3) 여행 동반형태

문) 이번 여행의 동반자는 누구입니까?

- 여행 동반자형태는 '가족·친지'가 62.4%로 1위, '친구·연인'이 26.7%로 2위로 나타남
- 성별로는 남자가 여자보다 '혼자' 여행하는 비율이 높은 것으로 나타났고, 여성은 '친구/연인'과 동반하는 비율이 남성에 비해 높게 나타남
- 연령별로는 20대는 '친구·연인'과, 30대와 40대는 '가족·친지'와 여행했다는 응답이 상대적으로 높게 나타났으며, 단체여행은 60대 이상의 여성계층에서 가장 높게 나타남

(표 10) 여행 동반인원형태

(단위 : %)

구분	사례수	혼자	가족/친지	친구/연인	학교단체	기타단체	기타
10대 남성	93	2.2	55.9	23.7	16.1	2.2	0.0
20대 남성	427	5.2	22.7	66.3	1.4	4.4	0.0
30대 남성	903	3.5	67.7	23.6	0.3	4.8	0.1
40대 남성	1,281	3.6	75.2	14.5	0.2	6.5	0.0
50대 남성	999	5.2	61.5	23.4	1.0	8.8	0.1
60대 이상 남성	531	5.5	55.6	27.1	0.2	11.7	0.0
남성계	4,234	4.3	62.2	25.6	0.9	7.0	0.0
10대 여성	97	1.0	63.9	19.6	14.4	1.0	0.0
20대 여성	517	4.4	32.1	58.4	2.1	2.7	0.2
30대 여성	1,161	1.4	74.2	20.8	0.8	2.7	0.1
40대 여성	1,462	1.0	71.6	21.3	0.6	5.4	0.0
50대 여성	958	1.9	57.4	32.0	0.3	8.4	0.0
60대 이상 여성	422	1.7	48.6	24.4	0.7	24.6	0.0
여성계	4,617	1.7	62.6	27.8	1.1	6.7	0
전 체	8,851	3.0	62.4	26.7	1.0	6.8	0

4) 이용 교통수단

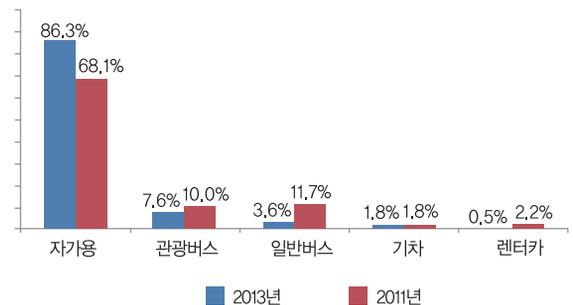
문) 이번 여행에서 이용한 주된 교통수단은 무엇입니까?

- 이용 교통수단은 자가용이 86.3%로 1위, 관광버스가 7.6%로 2위, 일반버스가 3.6%로 3위로 나타났으며, 2011년에 비해 자가용 비율은 늘고 일반버스타 관광버스의 이용비율은 줄어든 것으로 나타남

<표 11> 이용 교통수단

(단위 : %)

구분	자가용	관광버스	일반버스	기차	렌터카
2013년	86.3	7.6	3.6	1.8	0.5
2011년	68.1	10.0	11.7	1.8	2.2



5) 여행기간

문) 이번 여행의 여행기간은 며칠입니까?

- 2013년 전라북도를 방문한 관광객 중 당일관광객은 59.7%, 숙박관광객이 40.3%로 2011년 조사와 비교하면 숙박관광객의 비중이 높아진 것으로 나타남
- 관광객 1인당 평균 여행일수는 1.64일이며, 여름 관광객이 평균 2.09일로 가장 길게 체류한 것으로 나타났으며, 봄 관광객이 평균 1.38일로 가장 짧게 체류한 것으로 나타남
- 성별·연령별로 보면 여성이 남성보다 당일여행 비율이 높은 것으로 나타났으며, 30대 관광객의 숙박여행의 비율이 가장 높은 것으로 나타남
- 한편 높은 나이가 많아질수록 당일관광객의 비중이 많아지며, 60대 이상에서는 남녀 관광객 모두 당일여행의 비율이 70%를 넘는 것으로 조사되었음

〈표 12〉 숙박관광객과 당일 관광객 비중

(단위 : %)

구분	2013년 관광객 실태조사					2011년 관광객 실태조사				
	전체	1/4분기(겨울)	2/4분기(봄)	3/4분기(여름)	4/4분기(가을)	전체	1/4분기(겨울)	2/4분기(봄)	3/4분기(여름)	4/4분기(가을)
당일여행	59.7	59.5	71.1	41.9	66.1	70.1	69.5	71.7	61.6	77.7
숙박여행	40.3	40.5	28.9	58.1	33.9	29.9	30.5	28.3	38.4	22.3

〈표 13〉 여행일수

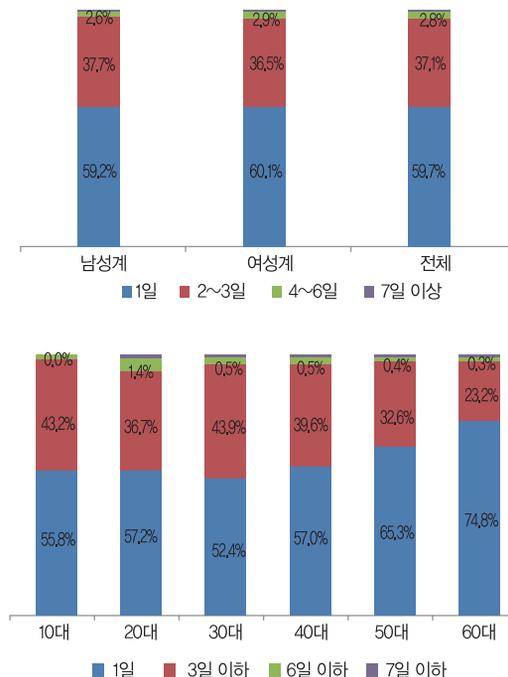
(단위 : 일)

구분	전체	1/4분기(겨울)	2/4분기(봄)	3/4분기(여름)	4/4분기(가을)
여행기간	1.64	1.60	1.38	2.09	1.48

〈표 14〉 성별·연령별 여행기간

(단위 : 명, %)

구분	사례수	1일	2~3일	4~6일	7일 이상
10대 남성	93	52.7	46.2	1.1	0.0
20대 남성	427	54.8	38.9	4.9	1.4
30대 남성	903	54.2	42.6	2.9	0.3
40대 남성	1,281	54.7	42.2	2.6	0.5
50대 남성	999	63.9	34.1	1.6	0.4
60대 이상 남성	531	74.8	22.6	2.3	0.4
남성계	4,234	59.2	37.7	2.6	0.4
10대 여성	97	58.8	40.2	1.0	0.0
20대 여성	517	59.2	34.8	4.6	0.0
30대 여성	1,161	51.0	45.0	3.4	1.4
40대 여성	1,462	59.0	37.3	3.1	0.6
50대 여성	958	66.8	31.0	1.9	0.5
60대 이상 여성	422	74.9	23.9	0.9	0.3
여성계	4,617	60.1	36.5	2.9	0.2
전체	8,851	59.7	37.1	2.8	0.4



6) 핵심목적지⁶⁾ 및 숙박지역, 숙박시설

문) 이번 여행에서 핵심목적지는 어디입니까? 숙박여행의 경우 숙박지역과 이용하신 숙박시설을 적어주십시오.

- 관광객들은 핵심목적지로 '부안군(12.1%)', '전주시(10.5%)', '남원시(7.4%)' 순으로 응답하였으며, 숙박지역은 '부안군(16.4%)', '전주시(12.9%)', '장수군(10.8%)', '무주군(10.6%)', '남원시(7.2%)' 순으로⁷⁾ 응답하였음
- 이용 숙박시설은 '야영장(23.4%)', '콘도(20.4%)', '펜션(14.2%)' 순으로 나타남
 - 남성은 '야영장(캠핑장)', '콘도', '펜션' 순으로 이용비율이 높게 나타났고, 여성은 '콘도', '친구·친지집', '펜션' 순으로 이용비율이 높게 나타남
- 연령별로 보면 여성은 연령이 높아질수록 '콘도' 이용비율이 높게 나타났고, 남성은 연령이 높아질수록 '펜션'의 이용비율이 낮은 것으로 나타남

〈표 15〉 핵심 목적지 및 숙박지역

(단위 : %)

구분	핵심목적지	전라북도 내 숙박지역				
		1/4분기(겨울)	2/4분기(봄)	3/4분기(여름)	4/4분기(가을)	전체
1위	부안군 (12.1)	부안군 (17.7)	부안군 (20.0)	부안군 (12.3)	부안군 (18.7)	부안군 (16.4)
2위	전주시 (10.5)	전주시 (13.9)	무주군 (12.7)	전주시 (10.5)	전주시 (18.4)	전주시 (12.9)
3위	남원시 (7.4)	장수군 (12.6)	장수군 (11.1)	무주군 (10.1)	무주군 (11.3)	장수군 (10.8)
4위	정읍시 (7.3)	무주군 (9.2)	전주시 (9.8)	장수군 (9.7)	장수군 (9.9)	무주군 (10.6)
5위	군산시 (7.2)	군산시 (6.5)	정읍시 (7.6)	남원시 (8.9)	고창군 (7.9)	남원시 (7.2)

〈표 16〉 이용 숙박시설

(단위 : %)

구분	사례수	호텔	콘도	모텔/여관	민박	펜션	야영장	친구/친지집	기타
10대 남성	59	0.0	20.3	1.7	8.5	20.3	40.7	8.5	0.0
20대 남성	334	2.7	19.5	13.5	8.4	13.8	7.8	12.0	22.5
30대 남성	615	3.1	15.4	8.1	6.0	18.5	28.9	18.4	1.5
40대 남성	897	2.9	16.7	5.6	3.6	18.2	36.0	14.8	2.2
50대 남성	517	2.9	20.1	17.8	8.3	14.3	19.3	14.9	2.3
60대 이상 남성	231	3.5	17.3	12.6	5.2	13.4	29.9	14.7	3.5
남성계	2,653	2.9	17.6	10.1	5.9	16.6	27.1	15.2	4.7
10대 여성	52	3.8	9.6	0.0	1.9	17.3	48.1	15.4	3.8
20대 여성	387	3.4	13.4	12.7	19.9	19.1	5.4	11.1	15.0
30대 여성	879	3.5	18.2	5.6	7.1	16.0	31.3	14.0	4.4
40대 여성	936	3.9	18.1	5.5	7.0	16.0	31.2	13.9	4.4
50대 여성	474	3.4	29.5	11.0	7.8	11.6	18.4	14.3	4.0
60대 이상 여성	149	4.0	38.3	7.4	8.7	10.7	4.7	24.2	2.0
여성계	2,877	3.4	21.0	7.3	8.9	14.6	24.1	15.7	4.8
전 체	5,530	3.2	19.4	8.6	7.5	15.6	25.6	15.4	4.8

6) 핵심목적지는 단순경유지를 제외하고 특정 활동을 위해 여행목적지로 계획한 곳을 의미하며, 여행기간 또는 여행목적에 따라 동일인이 2개소 이상의 핵심목적지를 표기할 수 있으며 최대 5개소까지 기재하도록 하였음

7) 숙박지역에서 장수군이 3위, 무주군이 4위로 나타났으나, 두 지역의 설문조사 지점이 숙박지역에서 이루어진 점을 감안하여 숙박지역 순위의 해석에 주의할 요함

3. 관광객 소비실태

1) 총 지출경비

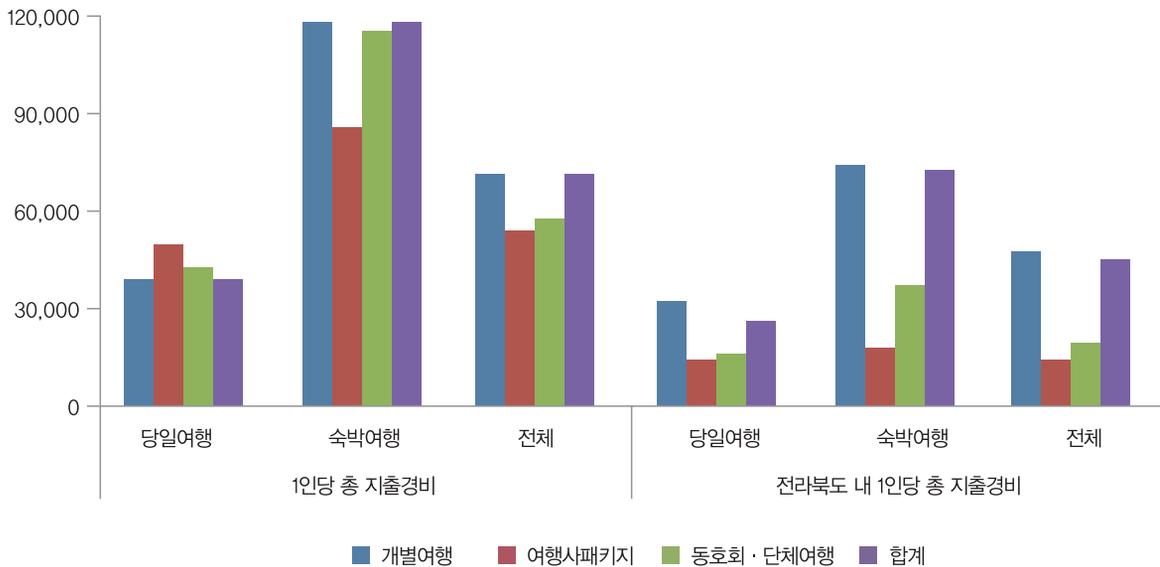
문) 이번 여행에서 사용한 총 경비는 1인 기준으로 얼마입니까?

- 관광객의 1인당 평균 지출액은 70,764원으로 2011년 1인당 평균 지출금액 61,691원과 비교하여 약 15% 증가하였으며, 개별여행객의 지출금액이 가장 높게 나타남
- 숙박여행객이 당일여행객에 비해 지출규모는 약 3배 정도 많은 것으로 나타났으며, 총 지출경비 중 전라북도 내에서 약 66.4%를 지출한 것으로 나타났음

〈표 17〉 관광객 1인당 지출경비

(단위 : 원)

구분	1인당 총 지출 경비			전라북도 내 1인당 지출경비		
	당일여행	숙박여행	전체	당일여행	숙박여행	전체
개별여행	38,456 (n=4,683)	118,028 (n=3,413)	72,001 (n=8,096)	28,573 (n=4,627)	74,403 (n=3,319)	47,956 (n=8,018)
여행사 패키지	49,300 (n=28)	86,125 (n=4)	53,903 (n=32)	19,821 (n=19)	23,000 (n=3)	20,255 (n=22)
동호회 · 단체여행	42,058 (n=570)	115,747 (n=153)	57,652 (n=723)	24,437 (n=343)	52,805 (n=106)	31,134 (n=449)
합계	38,903 (n=5,281)	117,895 (n=3,570)	70,764 (n=8,851)	28,256 (n=4,989)	73,704 (n=3,500)	46,994 (n=8,489)



2) 세부 지출내역

문) 세부 지출내역을 말씀해 주십시오(지출예정 금액까지 포함)

- 관광객들은 전체 경비 중 식·음료비가 차지하는 비중이 가장 높았으며, 전라북도 내 지출금액의 약 43.9%를 식음료비에 지출한 것으로 나타남

〈표 18〉 세부 지출내역 구성비

(단위 : %)

구 분	전체 경비 지출비용			전라북도 내 지출비용			2011년 실태조사		
	당일여행	숙박여행	전체	당일여행	숙박여행	전체	당일여행	숙박여행	전체
여행상품 구입비	0.5	0.2	0.3	-	-				
숙박비	-	18.4	12.4	-	25.6	16.5	-	27.0	15.9
교통비	38.7	25.3	29.8	28.3	13.3	18.6	29.3	23.0	25.7
식·음료비	34.9	39.6	38.3	45.2	43.2	43.9	37.2	29.9	33.0
기념품 및 쇼핑비	8.8	3.3	5.1	12.5	4.9	7.6	15.0	5.7	9.7
유흥비	0.2	0.5	0.4	0.2	0.6	0.5	3.2	5.6	4.6
문화 서비스비	7.7	5.0	5.9	10.9	7.2	8.5	8.7	5.1	6.7
레저·스포츠비	0.4	1.2	0.4	0.6	1.8	1.3			
기타 여행관련 용품 구입비	0.5	2.2	1.7	0.4	1.9	1.4			
기타	8.3	4.4	5.7	1.8	1.6	1.7	6.2	3.6	4.8

문) 지역별 1인당 평균 소비금액

- 전라북도를 찾은 관광객들이 가장 많은 소비를 한 지역(빈도수 기준)은 전주, 군산, 부안, 익산 등으로 도심지역에서 소비한 관광객 수가 상대적으로 높게 나타남
- 한편 관광객 1인당 소비금액이 가장 높은 지역은 '부안(52,756원)', '무주(50,013원)', '고창(37,386원)' 순으로 나타났음

〈표 19〉 지역별 평균지출 금액

(단위 : 원)

시군	빈도	1인당 평균소비액	시군	빈도	1인당 평균소비액
전주	2,893	27,321	진안	656	44,493
군산	1,158	32,980	무주	613	50,013
익산	1,028	20,857	장수	572	32,264
정읍	767	28,464	임실	535	23,127
남원	760	32,621	순창	577	23,372
김제	669	16,715	고창	648	37,386
완주	648	19,198	부안	1,126	52,756
			새만금	329	19,841

3) 계획대비 지출수준

문) 이번 여행에서 계획대비 지출수준은 어느 정도입니까?

- 대부분 관광객들은 계획과 유사하게 지출하는 것으로 나타났으나, 계획보다 적게 지출한 사람의 비율(10.0%)이 많이 지출한 사람(9.5%)보다 약간 높게 나타남
- ‘식음료비’와 ‘문화서비스비’는 계획보다 많이 지출한 사람과 적게 지출한 사람의 비율이 모두 높게 나타나 현지여건에 영향을 많이 받는 것으로 보임
- 한편 관광객들의 상당 수가 ‘레저스포츠비’, ‘유희비’, ‘쇼핑비’ 등이 지출계획에 포함하지 않은 것으로 나타나 참여가능 관광활동이나 관광소비활동의 브랜드화 전략이 필요하다고 판단됨

(표 20) 계획대비 실제 지출수준

(단위 : %)

구분	계획보다 적게 지출	계획과 유사하게 지출	계획보다 많이 지출	계획없음
총 여행경비	10.0	80.4	9.5	
숙박비	5.5	27.0	3.1	64.4
교통비	6.7	88.0	5.2	0.2
식음료비	9.7	72.7	14.0	3.7
쇼핑비	2.8	12.6	3.7	80.9
유희비	0.6	1.3	0.4	97.7
문화서비스비 ⁸⁾	7.9	47.9	7.3	36.9
레저스포츠비	0.2	1.0	0.4	98.3

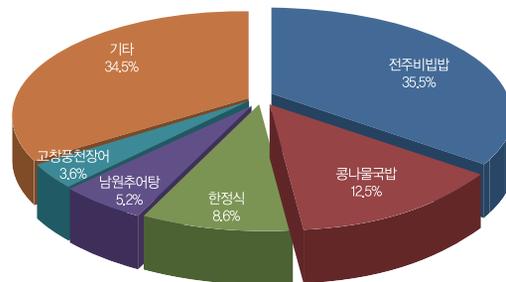
4) 전라북도의 대표음식

문) 전라북도를 대표하는 음식은 무엇이라고 생각하십니까? 세 가지 이내로 적어주십시오

- 관광객들이 인식한 전라북도 대표음식은 전체 응답 총 15,879건 중 ‘비빔밥’ (35.5%), ‘콩나물국밥’ (12.5%), ‘한정식’ (8.6%)순으로 나타남

〈표 21〉 전라북도 대표음식에 대한 인식

구분	빈도	%
1위 비빔밥	5,644	35.5
2위 콩나물국밥	1,991	12.5
3위 한정식	1,365	8.6
4위 남원추어탕	824	5.2
5위 고창풍천장어	578	3.6



8) 1/4분기 조사에서는 ‘문화오락시설 이용료’로 통합하여 조사하였으나, 2/4분기부터 ‘문화서비스비’와 ‘레저스포츠비’로 분리하여 조사함. 1/4분기 조사의 ‘문화오락시설 이용료’는 ‘문화서비스비’에 포함하여 분석함

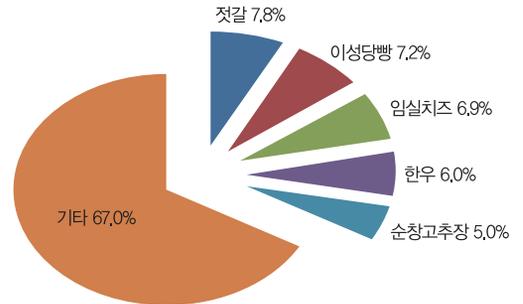
5) 전라북도에서 구입한 기념품 또는 특산물

문) 이번 여행에서 구입하신 기념품이나 특산품을 3가지 이내로 기입해 주십시오. 기념품을 구입하신 주된 장소는 어디입니까?

- 관광객들이 전라북도에서 구입한 기념품(또는 특산물) 중 1위는 '젓갈(7.8%)' 이었으며, '이성당빵(7.2%)', '임실치즈(6.9%)' 순으로 나타남
- 기념품(특산물) 구입 장소는 기념품(특산물) 전문판매장(49.8%) 이 약 절반 정도로 가장 많았고, '관광지 인근 상가', '관광지 내 임시상점' 도 많았던 것으로 나타남
- 봄과 가을에서 지역축제 등 행사참가객이 많기 때문에 관광지 주변 인근상가나 관광지내 임시상점에서 구입하는 비율이 높은 것으로 분석됨

〈표 22〉 구입 기념품(특산물)

구분	빈도	%	
1위	젓갈	167	7.8
2위	이성당빵	155	7.2
3위	임실치즈	149	6.9
4위	한우	130	6.0
5위	순창고추장	108	5.0



〈표 23〉 기념품(특산물) 구입 장소

(단위 : 건, %)

구입장소	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	전체
기념품(특산물) 전문판매장	223 (61.6)	190 (47.7)	180 (61.2)	209 (37.5)	802 (49.8)
농·축·수산물 협동조합	20 (5.5)	19 (4.8)	13 (4.4)	20 (3.6)	72 (4.5)
국도변 임시상점	1 (0.3)	6 (1.5)	4 (1.4)	28 (5.0)	39 (2.4)
관광지 인근 재래시장	29 (8.0)	19 (4.8)	19 (6.5)	53 (9.5)	120 (7.4)
관광지 인근 대형마트	2 (0.6)	0	7 (2.4)	1 (0.3)	10 (0.6)
관광지 인근 일반상가	54 (14.9)	98 (24.6)	53 (18.0)	176 (31.6)	381 (23.6)
관광지내 임시상점	31 (8.6)	59 (14.8)	15 (5.1)	51 (9.2)	156 (9.7)
휴게소내 판매장	2 (0.6)	3 (0.8)	2 (0.7)	6 (1.1)	13 (0.8)
기타	0	4 (1.0)	1 (0.3)	13 (2.3)	18 (1.1)
합 계	362	398	294	557	1,611

4. 관광객 이동경로

1) 광역적 이동경로

문) 출발지(거주지)에서 전라북도까지 이동경로를 순서대로 적어주십시오⁹⁾

- 전체 방문객의 22.1%를 차지하는 수도권 관광객의 84.2%는 전라북도만을 목적지로 방문하는 것으로 나타났으며 15.8%는 타 지역과 연계하여 전라북도를 방문하는 것으로 조사됨
 - '광주·전남'을 먼저 방문하고 전라북도로 이동하는 비율이 3.9%로 가장 많았고, 전라북도를 통해 '광주·전남'을 방문하는 비율이 3.3%로 다음을 차지함
- 부산·울산·경남권 관광객 중 16.8%는 전라북도 이외의 지역을 연계하여 관광하는 것으로 나타났으며, 전북권을 통해 '광주·전남'으로 이동하는 비율이 7.0%로 가장 높음
- 대구·경북권 관광객의 14.4%는 타 지역과 연계하여 전라북도를 방문하는 것으로 나타났으며, '광주·전남'을 경유하여 전라북도를 방문하는 비율이 4.0%로 가장 많음
 - 대구·경북권에서는 교통의 연계상 '광주·전남' 지역을 먼저 방문하고 전라북도로 이동하는 관광객의 비율이 가장 많은 것으로 추정됨

〈표 24〉 권역별 전라북도 관광시장 구성비

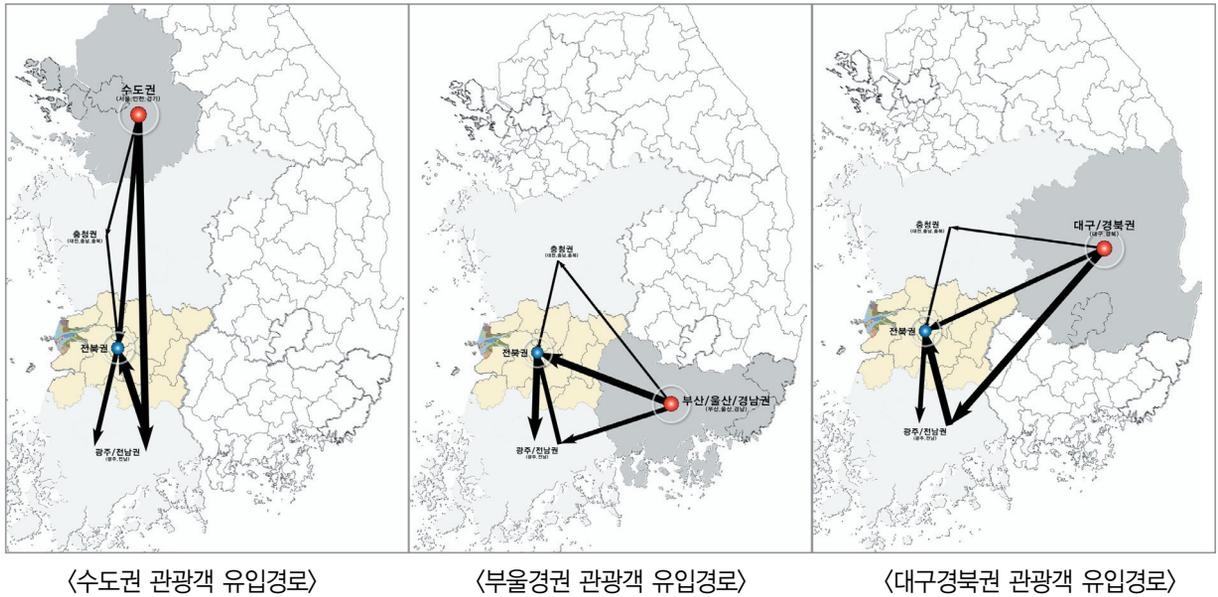
구 분	수도권	광주전남권	충청권	부산울산경남권	대구경북권	제주권	강원권	전북권	전체
해당 지역	서울특별시 인천광역시 경기도	광주광역시 전라남도	대전광역시 세종시 충청남도 충청북도	부산광역시 울산광역시 경상남도	대구광역시 경상북도	제주도	강원도	전라북도	
빈도(명)	1,960	1,296	1,071	600	277	9	55	3,583	8,851
비율(%)	22.1	14.6	12.1	6.8	3.1	0.1	0.6	40.5	100

〈표 25〉 대표 권역별 전라북도 유입경로

구 분	수도권	부산·울산·경남권	대구·경북권	
CASE 1 (전북지역만 방문)	84.2 %	83.2%	85.6%	
CASE 2 (타 지역 방문)	경로 1	광주·전남권 → 전북권 (3.9%)	전북권 → 광주·전남권 (7.0%)	광주·전남권 → 전북권 (4.0%)
	경로 2	전북권 → 광주·전남권 (3.3%)	광주·전남권 → 전북권 (2.8%)	전북권 → 광주·전남권 (2.9%)
	경로 3	충청권 → 전북권 (2.3%)	충청권 → 전북권 (1.2%)	충청권 → 전북권 (1.8%)

주) 'CASE 1'은 전라북도만을 방문한 경우이며, 'CASE 2'는 2개 이상의 광역권을 방문한 경우임

9) 이동경로에서 단순경유지는 제외하였으며, 광역적 이동경로는 관광객이 주관식으로 기입한 지역을 광역자치단체로 분류하고 총 8개의 광역권으로 재분류하여 분석하였음



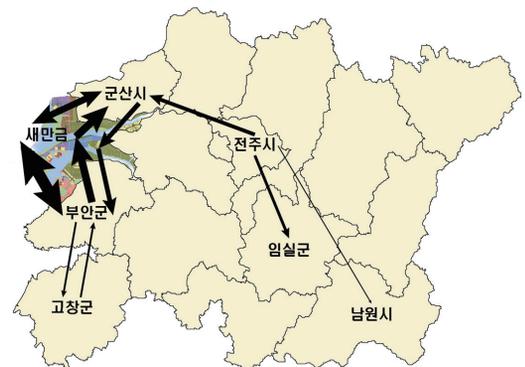
2) 전라북도 내 관광객 이동경로

문) 전라북도 내에서 이동한 경로를 순서대로 적어주십시오

- 응답자 중 80.1%는 전라북도에서 단일 지역만을 방문한 것으로 나타났으며, 19.9%는 전라북도 내에서 2개 지역 이상을 방문한 것으로 조사되었음
- 전라북도 내에서 관광객의 대표적인 연계 이동경로는 ‘군산~새만금~부안’ 구간이며 특히, ‘부안→새만금’의 이동경로가 가장 많은 것으로 나타남
- 전주를 시점으로 ‘전주~군산’, ‘전주~임실’, ‘전주~남원’이 전라북도 관광객의 대표적인 이동경로로 분석되었으며, ‘고창~부안’은 양방향으로 관광객 이동이 많은 것으로 나타남

〈표 26〉 전라북도 내 대표경로 (단위: 명, %)

구분	여행 방문지	빈도	구성비
경로 1	군산, 새만금, 부안, 군산 연계코스	515	29.3
경로 2	전주 → 군산	34	1.9
경로 3	전주 → 임실	30	1.7
경로 4	고창 → 부안, 부안 → 고창	각 27	각 1.5
경로 5	전주 → 남원	26	1.5
	기타	1,098	62.5
	합계	1,757	100.0



3) 단일목적지형 관광객의 유입경로

문) 시군별 단일목적지 관광객 분석

- 전체 관광객 중 전라북도에서 단일목적지만을 방문하는 관광객의 비중은 80.1%이며, 단일목적지형 관광객의 비중이 높은 지역은 '무주(96.7%)', '장수(93.8%)', '완주(90.4%)' 순임
- '새만금(20.6%)', '군산(67.2%)' 은 타 지역과 연계관광객 비중이 상대적으로 높게 나타남
- '무주(82.4%)', '남원(72.7%)', '고창(72.4%)', '순창(71.5%)' 은 타 지역에서 단일목적지로 방문하는 비율이 높은 지역이며, '김제(85.1%)', '임실(77.9%)', '완주(73.4%)' 는 전라북도민이 단일목적지로 방문하는 비율이 높은 지역으로 나타남

〈표 27〉 대표 권역별 전라북도 유입경로

(단위 : %)

구분	시군별 유효표본 (a)	단일목적지형 관광객(b)		타 지역 관광객 (C)		전라북도 내 관광객(d)	
			% (b/a)		% (c/b)		% (d/b)
전주시	579	509	87.9	315	61.9	194	38.1
군산시	598	402	67.2	236	58.7	166	41.3
익산시	590	495	83.8	211	42.6	284	57.4
정읍시	589	525	89.1	279	53.1	246	46.9
남원시	591	512	86.6	372	72.7	140	27.3
김제시	595	477	80.2	71	14.9	406	85.1
완주군	595	538	90.4	143	26.6	395	73.4
진안군	589	514	87.3	286	55.6	228	44.4
무주군	586	567	96.7	467	82.4	100	17.6
장수군	596	559	93.8	273	48.8	286	51.2
임실군	583	420	72.0	93	22.1	327	77.9
순창군	586	519	88.6	371	71.5	148	28.5
고창군	594	500	84.2	362	72.4	138	27.6
부안군	589	435	73.8	285	65.5	150	34.5
새만금	591	122	20.6	57	46.7	65	53.3
전체	8,851	7,094	80.1	3,821	53.9	3,273	46.1

〈표 28〉 권역별 대표 단일목적지 방문지역

구분	수도권	광주전남권	충청권	부산울산경남권	대구경북권	제주권	강원권	전북권
해당 지역	서울특별시 인천광역시 경기도	광주광역시 전라남도	대전광역시 세종시 충청남도 충청북도	부산광역시 울산광역시 경상남도	대구광역시 경상북도	제주도	강원도	전라북도
대표 ¹⁰⁾ 목적지	전주(7.8%)	순창(15.4%)	무주(14.6%)	진안(11.0%)	진안(12.3%) 무주(12.3%)	전주(22.2%)	전주(14.5%)	김제(11.3%)
	무주(7.2%)	고창(11.7%)	군산(7.2%)	무주(9.8%)	남원(6.5%)	진안(22.2%)	남원(10.9%)	완주(11.0%)
	부안(6.8%)	남원(10.2%)	완주(7.1%) 진안(7.1%)	남원(9.0%)	전주(6.1%)	정읍(11.1%)	부안(7.3%)	임실(9.1%)

10) 권역별 전체 관광객 수 중 각 단일목적지 방문비율임

5. 관광객 여행평가

1) 전라북도 여행에 대한 전반적인 만족도

문) 이번 전라북도 여행에 어느 정도 만족하십니까?

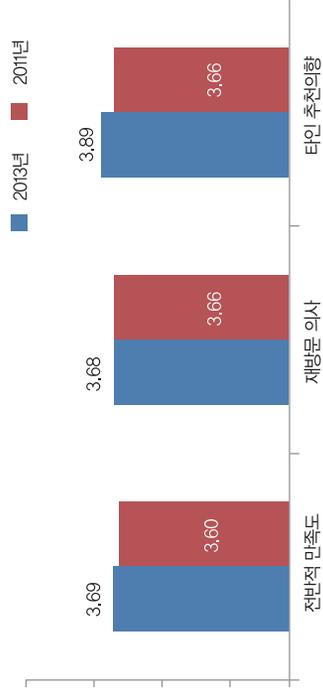
- 전라북도 관광객의 전반적인 만족도는 5점 만점에 평균 3.69점으로 2011년 조사에 비해 소폭 높아졌으며, ‘재방문 의사’ 및 ‘타인 추천의향’ 역시 2011년 조사에 비해 개선된 것으로 조사됨
- 관광시기별로 보면 봄철(2/4분기)과, 여름철(3/4분기) 만족도가 상대적으로 높은 것으로 나타났으며, ‘남자(3.72점)’가 ‘여자(3.66)’ 보다 그리고 연령대가 높아질수록 전반적인 만족도는 높아지는 것으로 조사되었음. 연령대가 높은 남성의 만족도가 상대적으로 높은 반면, 연령대가 낮은 여성계층의 만족도는 상대적으로 낮게 나타남
- 거주지별로 보면 ‘부산(3.77)’, ‘광주(3.76)’, ‘충남(3.75)’, ‘경기도(3.71)’에서 온 관광객의 만족도가 높았으며, ‘울산(3.5)’과 ‘강원(3.65)’ 지역에서 온 관광객의 불만족 비율이 높은 것으로 분석됨

〈표 29〉 전반적인 만족도 및 재방문의사

(단위: 명, 점, %)

구분	2013년 전라북도 관광객 실태조사				2011년 전라북도 관광객 실태조사
	1/4분기 (겨울)	2/4분기 (봄)	3/4분기 (여름)	4/4분기 (가을)	
전반적 만족도	3.60	3.74	3.74	3.67	3.69
재방문 의사	3.70	3.71	3.68	3.61	3.68
타인 추천의향	3.87	3.96	3.89	3.85	3.89

주 : 5점 만점의 등간척도임 ① 매우 불만족한다 - ⑤ 매우 만족한다



2) 세부 항목별 만족도

문) 이번 전라북도 여행에서 다음 항목에 대해 어느 정도 만족하십니까?

- 관광만족도는 성별에 따라 차이가 있는 것으로 나타났으며, 전 항목에 대해 남성의 만족도가 여성보다 높게 나타났음. 특히, '쇼핑서비스', '숙박서비스', '지역주민의 친절성'의 항목은 성별에 따라 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났음
- 성별과 관계없이 연령이 높아질수록 관광만족도 높아지는 것으로 나타났으나 '쇼핑서비스', '시설정비', '여행물가' 항목에서는 연령과 관계없이 만족도가 낮은 것으로 조사되었음. '볼거리·즐거거리'와 '먹거리'에 대한 만족도는 연령이 높아질수록 높아지는 경향을 보임
- 기혼자의 만족도가 미혼자에 비해 높았고, 미혼자는 특히 '쇼핑서비스'와 '여행물가'에 대한 만족도가 낮게 나타남

(표 30) 세부 항목별 만족도

(단위 : %)

구분	전반적 만족도	볼거리 즐거거리		먹거리		숙박서비스		쇼핑 서비스		관광정보 제공		시설이용 편의성		시설정비 및 안전		교통 서비스		지역주민 친절성		중사자 서비스		여행물가	
		평균	빈도	평균	빈도	평균	빈도	평균	빈도	평균	빈도	평균	빈도	평균	빈도	평균	빈도	평균	빈도	평균	빈도	평균	빈도
10대 남성	3.75	3.79	92	3.79	87	3.78	37	3.13	40	3.48	75	3.64	91	3.59	91	3.49	90	3.74	81	3.73	77	3.52	83
20대 남성	3.71	3.82	427	3.68	408	3.82	158	3.20	193	3.43	329	3.53	407	3.51	408	3.48	423	3.74	341	3.63	367	3.42	406
30대 남성	3.69	3.80	901	3.64	837	3.70	287	3.20	355	3.47	663	3.59	889	3.50	888	3.67	891	3.71	691	3.64	797	3.51	871
40대 남성	3.72	3.79	1,280	3.65	1,184	3.75	394	3.20	544	3.48	979	3.62	1,257	3.55	1,258	3.70	1,273	3.80	992	3.73	1,138	3.52	1,225
50대 남성	3.73	3.93	997	3.74	932	3.79	197	3.35	400	3.53	720	3.65	970	3.57	977	3.66	992	3.77	788	3.74	863	3.54	951
60대이상 남성	3.72	4.02	531	3.76	498	3.92	78	3.39	198	3.48	362	3.71	514	3.59	515	3.69	527	3.78	407	3.75	489	3.52	499
남성계	3.72	3.86	4,228	3.69	3,946	3.77	1,151	3.26	1,730	3.49	3,128	3.61	4,128	3.55	4,137	3.66	4,196	3.76	3,280	3.71	3,711	3.51	4,035
10대 여성	3.64	3.67	97	3.55	92	3.55	33	3.18	45	3.42	81	3.48	94	3.53	94	3.67	97	3.63	81	3.69	84	3.43	95
20대 여성	3.66	3.78	516	3.69	504	3.78	157	3.12	256	3.50	415	3.53	500	3.56	499	3.56	516	3.65	442	3.61	456	3.43	500
30대 여성	3.67	3.76	1,160	3.56	1,075	3.65	402	3.14	524	3.44	916	3.59	1,140	3.52	1,138	3.70	1,153	3.67	933	3.62	1,041	3.49	1,134
40대 여성	3.66	3.81	1,458	3.62	1,375	3.80	418	3.22	677	3.44	1,135	3.60	1,420	3.52	1,426	3.71	1,446	3.70	1,195	3.68	1,319	3.47	1,402
50대 여성	3.64	3.84	956	3.61	880	3.82	211	3.29	443	3.39	669	3.58	936	3.52	935	3.61	962	3.68	732	3.69	850	3.44	909
60대이상 여성	3.68	3.99	422	3.68	386	3.94	71	3.31	206	3.39	295	3.66	404	3.59	407	3.53	420	3.67	332	3.70	372	3.42	403
여성계	3.66	3.81	4,609	3.62	4,312	3.76	1,292	3.21	2,151	3.43	3,511	3.59	4,494	3.53	4,499	3.65	4,584	3.68	3,715	3.66	4,122	3.46	4,443

3) 가장 인상적인 관광활동

문) 이번 여행에서 가장 기억에 남는 활동은 무엇입니까?

- 관광객들은 전라북도 여행에서 가장 기억에 남는 활동으로 '자연풍경 감상(34.8%)', '드라이브(12.5%)', '휴양 및 휴식(12.1%)'을 꼽았음
- 여성은 '드라이브', '문화유적지 방문', '전통문화 체험' 등 정서적인 관광활동에 대한 응답 비율이 높았고, 남성은 '바다활동', '종합테저활동', '스포츠 활동' 등 적극적인 관광활동을 인상적인 관광활동으로 평가한 것으로 분석됨
- 연령이 높아질수록 '자연풍경 감상', '축제이벤트 참여' 활동의 응답비율이 높아졌고, 연령이 낮을수록 '스포츠 활동', '문화유적지 방문', '박물관 방문' 등의 응답비율이 높게 나타남. 한편, 20대는 '드라이브'와 '먹거리'를, 30대는 '드라이브' '휴양휴식'을 상대적으로 높게 인식하는 것으로 나타남

(표 31) 가장 인상적인 관광활동

구분	시례수	자연풍경 감상	바다관련 활동	종합테저 시설이용	스포츠 활동	문화 유적지	박물관 방문	드라이브	먹거리	유용 오락	휴양 휴식	축제 이벤트	전통문화 체험	촬영지 방문	기타
10대 남성	93	27.6	6.9	3.5	9.2	7.9	5.8	6.1	14.2	4.4	7.5	5.2	1.5	0.2	0
20대 남성	427	26.2	2.6	2.9	5.8	9.6	4.5	14.7	13.6	1.6	9.7	4.3	3.1	0.9	0.5
30대 남성	903	33.0	2.7	2.9	3.2	9.6	5.3	14.0	8.7	0.7	12.2	3.0	3.0	1.0	0.6
40대 남성	1,281	34.6	3.5	2.9	2.8	10.9	6.1	11.3	8.2	0.5	12.5	2.8	2.3	0.7	0.9
50대 남성	999	38.7	2.8	2.1	1.8	10.3	5.3	11.5	9.0	0.6	12.1	2.8	1.9	0.4	0.8
60대 이상 남성	531	43.8	2.6	2.2	0.9	6.6	4.5	11.8	8.9	0.7	12.9	2.7	1.5	0.6	0.4
남성계	4,234	35.3	3.0	2.7	2.9	9.8	5.4	12.2	9.3	0.8	12.0	3.0	2.3	0.7	0.7
10대 여성	97	28.2	0.8	0.8	6.7	10.9	6.9	6.9	10.7	4.4	10.9	8.2	2.1	1.5	1.0
20대 여성	517	24.9	2.0	1.5	2.8	13.1	5.8	15.6	14.2	1.2	9.9	3.1	4.0	1.4	0.4
30대 여성	1,161	30.7	2.8	3.2	2.7	10.5	6.7	12.5	9.6	0.9	12.6	3.1	3.5	0.7	0.4
40대 여성	1,462	35.1	3.4	2.7	2.6	10.3	5.6	12.5	7.8	0.4	12.4	3.2	2.9	0.6	0.5
50대 여성	958	40.6	1.5	2.2	1.3	9.0	4.5	13.7	8.3	0.3	12.0	3.3	2.1	0.6	0.6
60대 이상 여성	422	42.4	2.3	1.3	0.9	5.5	4.2	9.5	10.1	1.3	14.6	5.4	1.5	0.4	0.4
여성계	4,617	34.4	2.6	2.4	2.3	10.0	5.6	12.7	9.4	0.8	12.3	3.5	2.9	0.7	0.5
전 체	8,851	34.8	2.8	2.5	2.6	9.9	5.5	12.5	9.3	0.8	12.1	3.3	2.6	0.7	0.6

(단위 : %)

4) 개선 및 보완사항

문) 전라북도 관광에서 불만족 사항은 무엇이며, 전라북도 관광발전을 위해 개선이나 보완이 필요한 분야는 무엇이라고 생각하십니까?

- 관광객의 불만사항 1위는 '여행비용(14.7%)'로 나타났으며, '먹거리(12.7%)', '관광시설의 정비상태 및 안전(11.3%)'의 순서로 나타남
- 관광객들은 전라북도 관광발전을 위해 개선 및 보완이 가장 필요한 분야를 '자연·생태 관광자원개발(19.9%)'이라고 응답하였고, '관광상품 개발(13.0%)', '관광기념품 및 먹거리 활성화(11.6%)'를 개선과제로 지적하였음

〈표 32〉 관광 불만족사항

		(단위 : %)					(단위 : %)					
		〈표 32〉 관광 불만족사항					〈표 33〉 개선 및 보완사항					
		1/4분기(겨울)	2/4분기(봄)	3/4분기(여름)	4/4분기(가을)	전체	1/4분기(겨울)	2/4분기(봄)	3/4분기(여름)	4/4분기(가을)	전체	
1위	여행비용 (관광물가) (15.0)	여행비용 (관광물가) (14.0)	여행비용 (관광물가) (14.6)	여행비용 (관광물가) (10.8)	여행비용 (관광물가) (14.7)	여행비용 (관광물가) (14.7)	1위	자연·생태관광 자원 개발 (18.0)	자연·생태관광 자원 개발 (21.1)	자연·생태관광 자원 개발 (22.4)	자연·생태관광 자원 개발 (23.3)	자연·생태관광 자원 개발 (19.9)
2위	먹거리 (12.0)	교통서비스 (점근 편리성) (13.6)	먹거리 (12.7)	먹거리 (9.9)	먹거리 (12.7)	먹거리 (12.7)	2위	관광상품 개발 (11.9)	종합놀이시설 개발 (13.2)	종합놀이시설 개발 (13.5)	관광상품 개발 (16.2)	관광상품 개발 (13.0)
3위	소풍서비스 (기념품, 특산물) (11.5)	먹거리 (12.8)	시설이용의 편리성 (11.9)	교통서비스 (점근 편리성) (9.7)	시설 정비상태 및 안전 (11.3)	시설 정비상태 및 안전 (11.3)	3위	관광기념품 및 먹 거리 활성화 (11.8)	각종 축제 및 이벤트 개발 (11.2)	관광기념품 및 먹거리 활성화 (11.0)	관광기념품 및 먹거리 활성화 (11.7)	관광기념품 및 먹거리 활성화 (11.6)
4위	관광정보 제공 (9.8)	시설 정비상태 및 안전 (11.1)	시설 정비상태 및 안전 (11.4)	시설 정비상태 및 안전 (7.7)	교통서비스 (점근 편리성) (10.9)	교통서비스 (점근 편리성) (10.9)	4위	종합놀이시설 개발 (11.3)	관광상품 개발 (10.5)	관광상품 개발 (10.8)	각종 축제 및 이벤트 개발 (11.0)	종합놀이시설 개발 (11.0)
5위	시설이용의 편리성 (9.2)	소풍서비스 (기념품, 특산물) (10.7)	관광정보 제공 (10.1)	시설이용의 편리성 (6.9)	시설이용의 편리성 (10.1)	시설이용의 편리성 (10.1)	5위	각종 축제 및 이벤트 개발 (9.3)	전통·역사자원 개발 (9.8)	각종 축제 및 이벤트 개발 (10.7)	전통·역사자원 개발 (8.3)	각종 축제 및 이벤트 개발 (10.8)

Ⅲ. 조사결과의 정책적 연계방안

1. 전라북도 관광시장의 특성을 관광마케팅 전략으로 연계필요

1) 수도권 및 부산권 관광마케팅 강화

- 2013년 관광객 실태조사 결과를 2011년 조사결과와 비교하면 관광시장이 질적으로 많이 성장하였다고 볼 수 있음. 전체 관광객 중 타지역 관광객의 비중과 숙박관광객의 비중이 크게 상승하였으며, 1인당 관광소비 금액 역시 높아진 것으로 나타났음
- 이러한 결과는 '2012년 전북방문의 해' 사업 등 그동안 추진해 온 관광마케팅 정책의 성과라고 보여지며, 관광출시장의 규모가 큰 수도권과 관광만족도가 높게 나타나고 있는 부산/경남권을 중심으로 관광마케팅을 지속적으로 강화할 필요가 있다고 보여짐

2) 가족동반 관광객과 연계한 '고향마케팅' 전략 수립

- 이번 조사에서 전라북도 관광객의 62.4%가 '가족·친지'와 동반여행하는 것으로 나타났으며, 숙박관광객의 15.4%는 '가족·친지'의 집에서 숙박하는 것으로 나타남
- 가족동반이 많은 전라북도 관광시장의 특성을 살려 '고향방문'과 '관광활동'을 결합한 '고향마케팅'을 적극적으로 추진할 필요가 있음
 - 고향방문 관광객들은 잠재관광시장으로서 가능성이 높기 때문에 신규 관광수요창출 전략과 가족친지 방문 목적으로 전라북도를 방문하는 사람들을 관광활동으로 연계하는 방안을 보다 적극적으로 모색할 필요가 있음
- 특히, 설, 추석 등의 명절과 연계한 관광마케팅과 여름 휴가철과 연계한 관광마케팅 전략은 각 시·군별로 대부분 추진하고 있으나 전라북도 차원에서 확대·지원하는 통합적인 마케팅 전략을 수립할 필요가 있음

3) 도내 관광거점을 연계한 '선(線)형'의 관광연계 전략 수립

- 관광객의 체류기간을 확대하고 관광매력성을 보완하기 위해서는 주요 관광거점간 연계·보완 전략이 필요함
- 특히, 타지역 관광객이 단일 목적지로 많이 방문하는 무주군, 남원시, 고창군, 순창군의 연계방안이 적극 모색되어야 함
- 전주시와 새만금 지역(군산시, 부안군)을 중심으로 구축된 관광연계루트와 함께 핵심목적지 및 주요 숙박거점들을 연계한 관광상품화 개발 및 고부가가치 방안이 모색되어야 함



4) 쇼핑서비스 개선 및 관광소비 촉진전략 수립

- 2013년 전라북도 관광객 실태조사에서는 관광객 만족도가 전반적으로 상승하였음에도 불구하고 주요 소비계층인 여성과 낮은 연령층 만족도는 상대적으로 낮은 것으로 나타남
- 여성층과 젊은 층의 관광소비 규모가 상대적으로 높기 때문에 관광산업의 경제적 파급효과를 증대시키기 위해서는 쇼핑서비스의 개선과 주요 관광소비계층을 타겟으로 한 관광소비 촉진전략의 수립이 필요함
- 또한 이번 조사에서는 전라북도 내 소비금액의 40%이상을 식음료비에 지출함에도 불구하고 음식서비스에 대한 불만족 비율이 상대적으로 높은 것으로 나타나 이에 대한 개선대책이 같이 강구되어야 할 것으로 판단됨

2. 기타 : 전라북도 관광시장에 대한 지속적인 모니터링 필요

- 문화부에서 실시하고 있는 국민여행실태조사 등 관광이동총량 중심의 국가관광통계는 지역관광정책수립의 기초데이터로 활용하기에는 여러 가지 한계가 있음
- 지역관광시장에 대한 지속적인 모니터링과 지역관광 정책수립에 필요한 지역관광통계구축이 선행되어야 함. 예를 들면 관광객이 어떤 경로로 이동하는가, 관광객은 어디에서 소비를 하는가? 전라북도 관광이미지는 어떻게 변하고 있는가 하는 것임
- 지역관광통계가 의미를 가지기 위해서는 개별적인 수치보다 그것들이 가지고 있는 흐름을 파악하고 의미를 분석해서 정책에 반영하는 것이 중요하며, 이를 위해 지역관광통계의 연속성 확보에 주력할 필요가 있음

〈참고문헌〉

문화부. 각년도 국민여행실태조사 보고서
 전북발전연구원(2011). 2011 전라북도 관광객 실태조사