

여행·숙박

업종 리포트

엔데믹에 2022년 12월 해외여행 플랫폼 결제 추정 금액 역대 최대치 경신

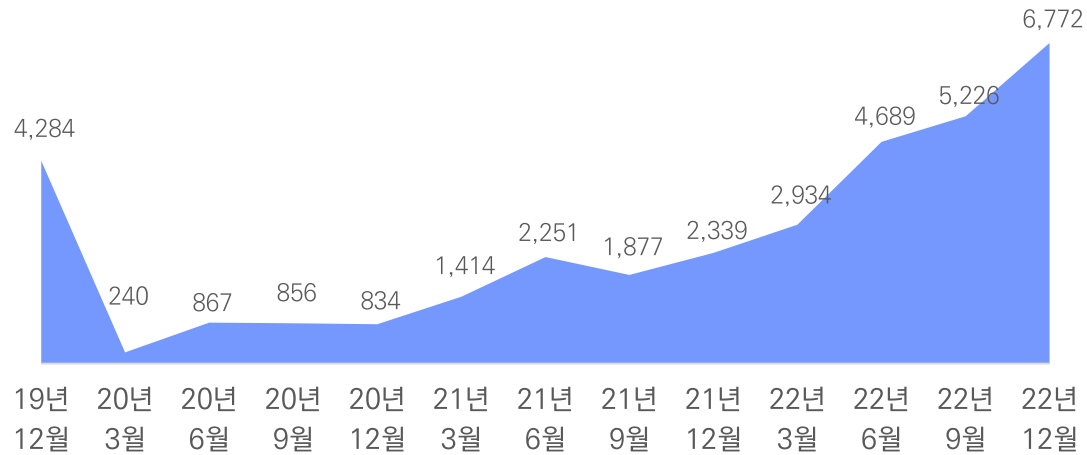
- 엔데믹이 도래하며 해외여행 관련 규정이 완화되면서 해외여행 수요가 폭발. 지난 2022년 12월 해외여행 플랫폼 결제 추정 금액은 역대 최대치를 경신. 2023년 상반기 억눌렸던 수요가 폭발할 것으로 보임
- 2023년 2월 이후 여행 플랫폼 월간 순 이용자 수 추이 또한 상승 추세. 야놀자의 2023년 6월 월간 순 이용자 수는 509.9만 명으로 주요 여행·숙박 플랫폼 중 1위를 차지

22년 12월 해외여행 플랫폼 결제 추정 금액 역대 최대치 경신

| 온라인 해외여행 플랫폼* 결제추정금액 추이

(단위: 억 원)

*부킹홀딩스(아고다+부킹닷컴) + 에어비앤비 + 트립닷컴
+ 익스피디아(호텔스닷컴+익스피디아) + 마이리얼트립 + 케이케이데이



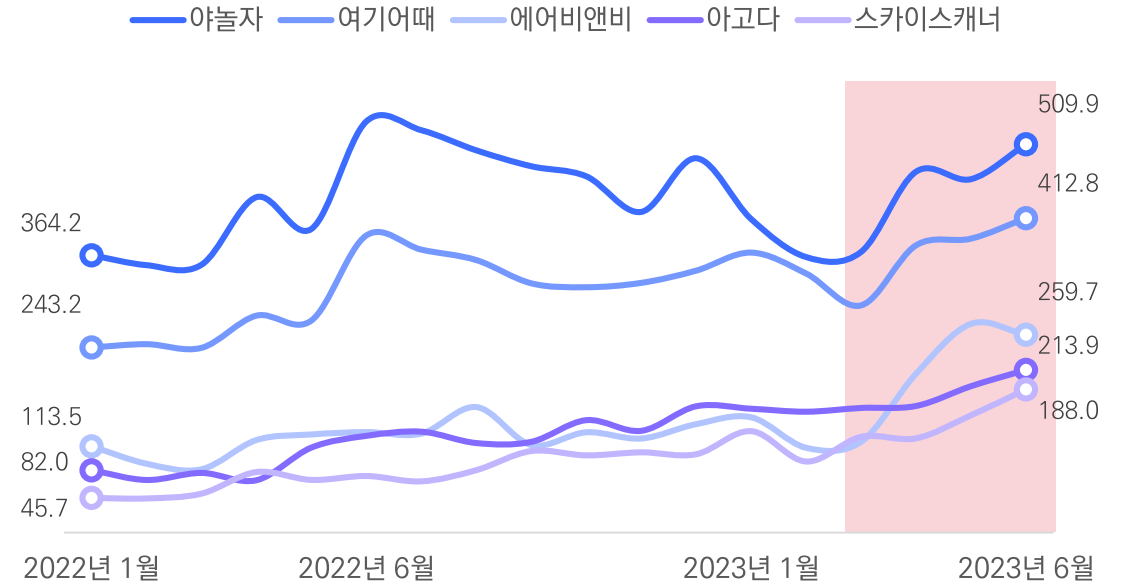
출처: 와이즈앱

※ 한국인 만 20세 이상 개인 결제금액 추정

상승세 이어질 것으로 보이는 여행 플랫폼

| 주요 여행·숙박 플랫폼 월간 순 이용자 수 추이

(단위: 만 명)



출처: 닐슨 코리아클릭

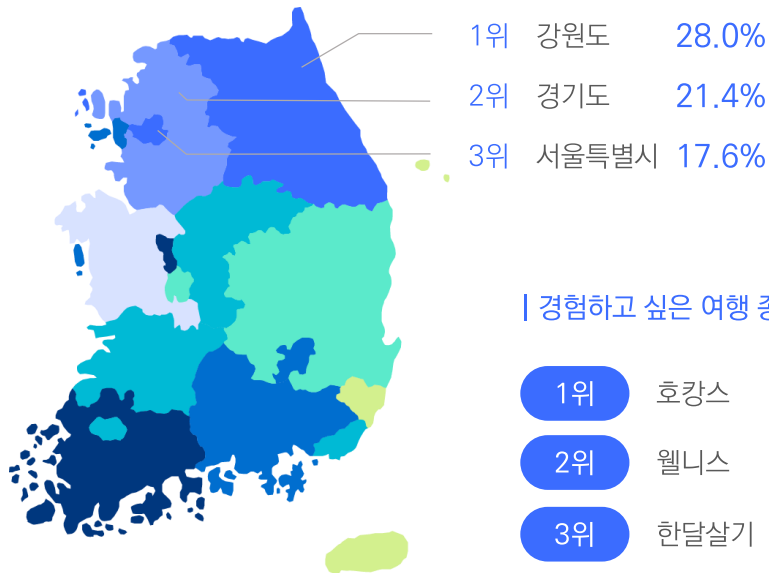
MO APP ALL(AOS+IOS 합산값) 주요 여행·숙박 플랫폼 월간 순 이용자 수

2023년 2분기 국내여행 예정지 1위는 강원도, 해외여행 의향 커져

- 2023년 4~6월 중 국내 여행 예정지를 설문한 결과 강원도가 28.0%로 1위를 차지. 경험하고 싶은 국내 여행의 종류로는 호캉스가 65.8%로 1위를 차지함
- 2022년 대비 해외여행 의향이 커졌다고 응답한 비율은 총 62.8%. 2023년 2분기 방문이 예정되어 있는 국가 1위는 일본이었음
- 해외여행시 고려하는 요소로는 항공료가 81.3%로 1위를 차지했으며, 현지물가가 80.5%로 2위를 차지함

2023년 4~6월 국내 여행은 강원도, 해외 여행은 일본

| 2023년 2분기 국내여행 예정 지역

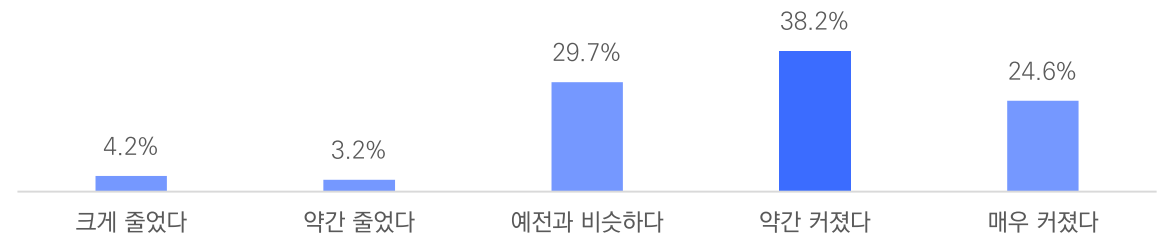


| 경험하고 싶은 여행 종류



출처: 관광지식정보시스템
Base: 국내 여행 계획 보유자, n=2,516

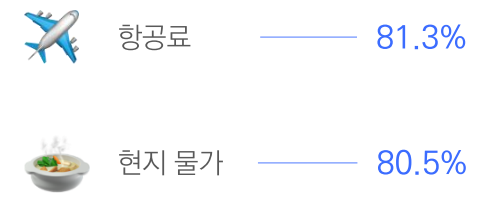
| 2022년 대비 해외여행 의향 변화



| 2023년 2분기 방문 예정 국가 (계획보유자)



| 해외여행 시 고려하는 요소



출처: 관광지식정보시스템
Base: 전체, n=3,275

#트래블페이

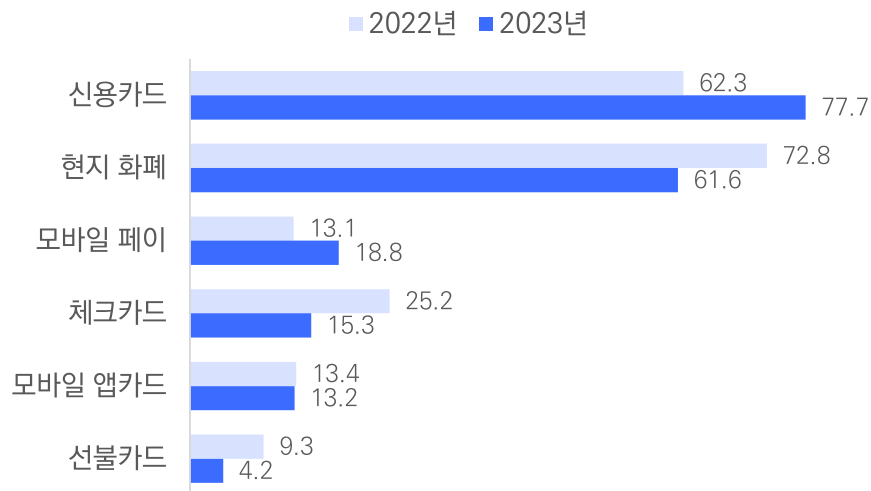
해외여행 리오프닝이 불러온
해외결제 급증세

- 엔데믹 이후 해외여행 수요가 기하급수적으로 늘면서 카드를 통한 해외결제가 증가함
- Visa에서 진행한 설문조사에 따르면, 해외여행 시 사용 예정인 결제수단 1위는 신용카드 (77.7%) 였음. 2022년에 비해 15.4%p 증가한 수치. 반면 현지 화폐 사용률은 2022년 72.8%, 2023년 61.6%로 감소
- 해외여행 신용카드 사용을 겨냥한 해외여행 전용 카드가 출시됨. ‘트래블페이’와 ‘트래블로그’ 모두 해외 결제 및 환전 수수료 0%로 입소문을 탐

해외여행 할 때 환전보다 신용카드

| 해외여행 시 사용 예정인 결제수단

(단위: %)



출처: Visa,
Base: 1년 이내 해외여행 계획 보유자, n=464(2022년), n=551(2023년)

요즘 MZ들은 여행할 때 카드 하나만 들고가요



	트래블페이	트래블로그
사명	트래블월렛	하나머니
상세	<ul style="list-style-type: none"> • 트래블페이에 원화 계좌 연결 후 원하는 통화 환전하면 해외에서 인출과 결제 가능 • 해외결제수수료, 환전수수료 0% 	<ul style="list-style-type: none"> • 계좌 없이 하나머니를 결제계좌로 이용 • 해외 가맹점 이용수수료, 환전수수료 0%

출처: 보도자료

#로컬관광

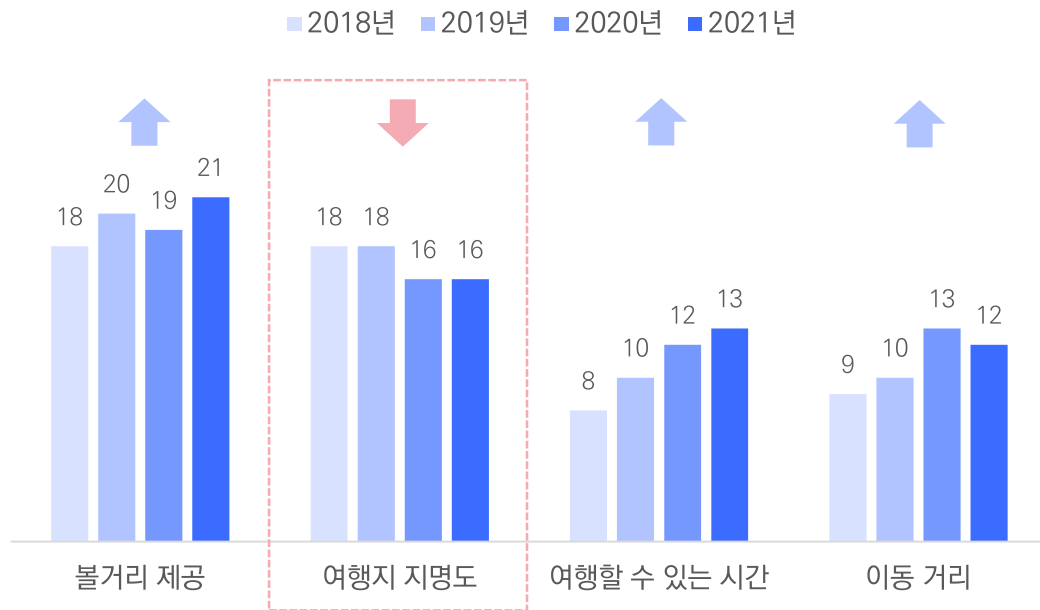
나만 아는 산 좋고 공기 맑은 국내 여행지를 찾아서

- 유행 관광지보다 내 취향의 여행지를 선택하는 경향이 늘어남. 국내 관광여행 방문지 선택 요인 중 '여행지 지명도' 선택 비율은 해마다 감소. 유행보다 나의 취향이 더 중요해진 지금, '나만 아는' 국내 관광 여행지 선호도는 더 높아졌을 가능성
- 이를 겨냥하여 그 지역에서만 먹을 수 있거나, 지역 특산품을 활용한 기업의 마케팅이 활발. CU는 제주산 한라봉을 활용해 만든 '연세우유 한라봉 생크림빵'을 출시. 제주도와 우도에 위치한 CU 점포에 우선 출시됨

유행 관광지보다는 내 취향의 여행지 선택

| 국내 관광여행 방문지 선택 요인 변화

(단위: %)



출처: 한국관광공사

지역 특산품 활용한 F&B 개발 활발



이슈	CU, 제주산 한라봉 활용해 만든 '한라봉 생크림빵' 출시
상세	<ul style="list-style-type: none"> • 연세우유 크림빵 시리즈로는 처음 선보이는 지역 특산물 연계 개발 상품 • 제주도와 우도에 위치한 점포에 우선 출시

출처: 보도자료

#AI여행플래너

챗GPT야,
여름 휴가는 어디로 가면 좋을까?

- 여행 플랫폼에 챗 GPT를 적용하여 여행 계획이나 여행지를 추천하는 서비스가 출시되고 있음
- 최근 외부 서비스를 챗GPT에 붙이는 방식인 ‘챗GPT 플러그인’에 호텔 부킹 플랫폼 익스피디아와 카약이 포함됨. 해외 숙박 플랫폼에도 챗GPT가 도입될 예정
- 국내 여행 플랫폼들도 발빠르게 챗GPT 도입 중. 트리플은 일정 추천 AI 서비스에 챗GPT를 연동하여 상세 여행 계획을 요약해주는 서비스 출시

여행 서비스, 챗GPT 플러그인에 반영되다



익스피디아

렌탈서비스 ‘VRBO’와 호텔부킹전문 ‘호텔스닷컴’ 모바일 앱에 챗GPT 기능 통합



오픈AI, 챗GPT 플러그인

외부 서비스를 챗GPT에 붙이는 방식

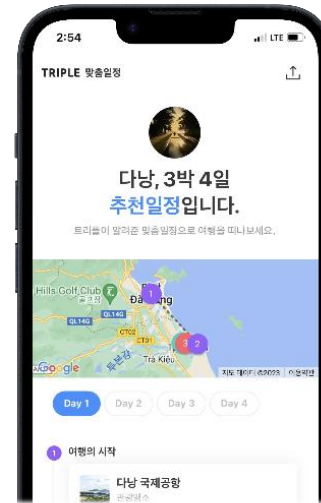


카약

카약닷컴 통해 챗봇 제공 AI 통한 항공권, 숙박 예약

출처: 보도자료

재빠르게 챗GPT 도입하는 국내 여행 플랫폼



트리플

초개인화 일정 추천 AI 기능에 GPT 연동하여 일자별 상세 여행 계획 요약해 설명



하나투어

여행정보AI 통해 여행 일정 및 상품 추천, 현지 여행 정보 제공

출처: 보도자료

2023년 상반기 여행·숙박 업종 디지털 광고비(배너)는 약 135.9억 원

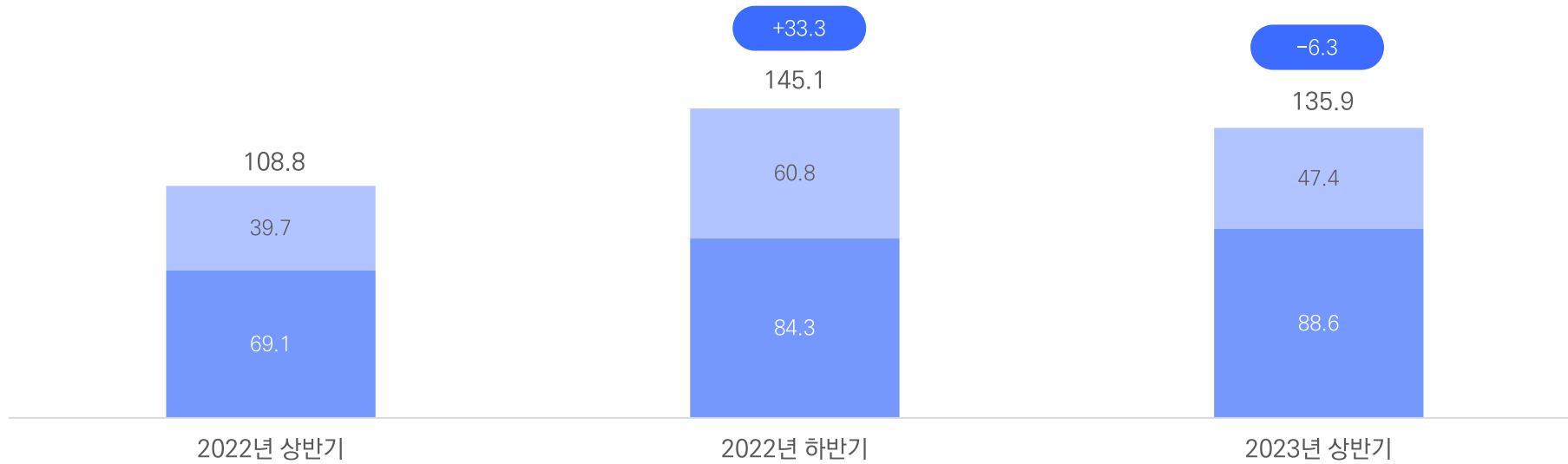
- 여행·숙박 업종 배너 광고비 분석 결과, 2023년 상반기 광고비는 135.9억 원으로 나타남. 이는 전 반기 대비 6.3% 감소한 수치
- 이 중 모바일 광고는 88.6억 원, PC 광고는 47.4억 원

국내 여행·숙박 업종 - 연도별 디지털 광고비 (배너 광고)

■ 이전 반기 대비 광고비 증감률
■ PC 광고비
■ MO 광고비

■ MO ■ PC

(단위: 억 원 (막대 그래프), % (증감률))



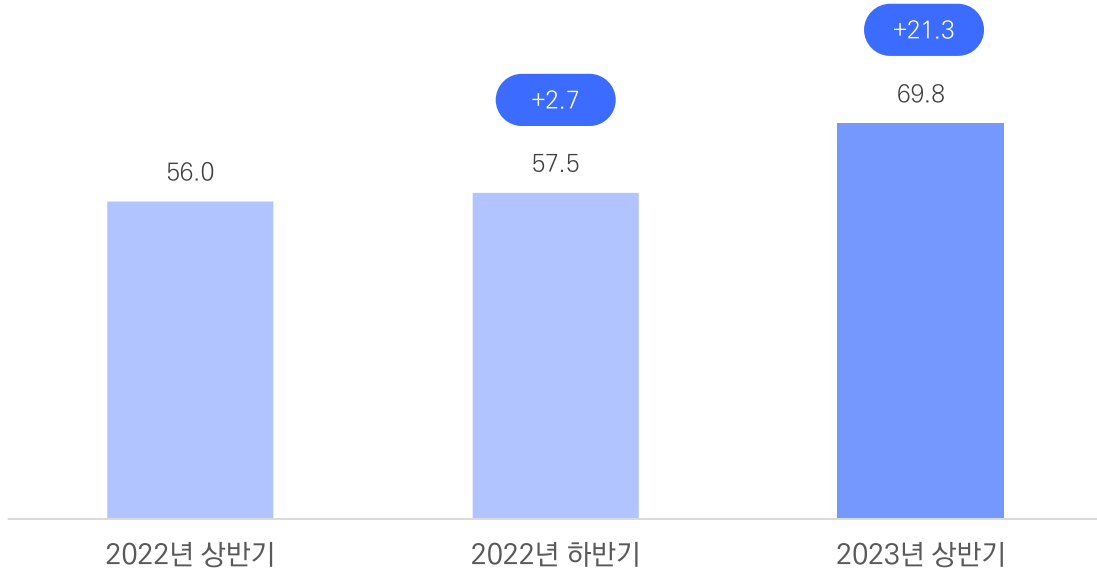
출처: 리서치애드, 2023년 상반기 기준 관련 업종 배너 광고 (PC+MO) 광고비 분석
* 추정치로 실제와 다를 수 있음

2023년 상반기 숙박 광고비(배너)가 69.8억 원으로 가장 많아

- 숙박* 광고비는 전 반기 대비 21.3% 증가한 69.8억 원을 기록
- 이외 여행/관광/레저** 광고비는 전 반기 대비 24.4% 감소한 66.2억 원 기록

숙박* 광고비

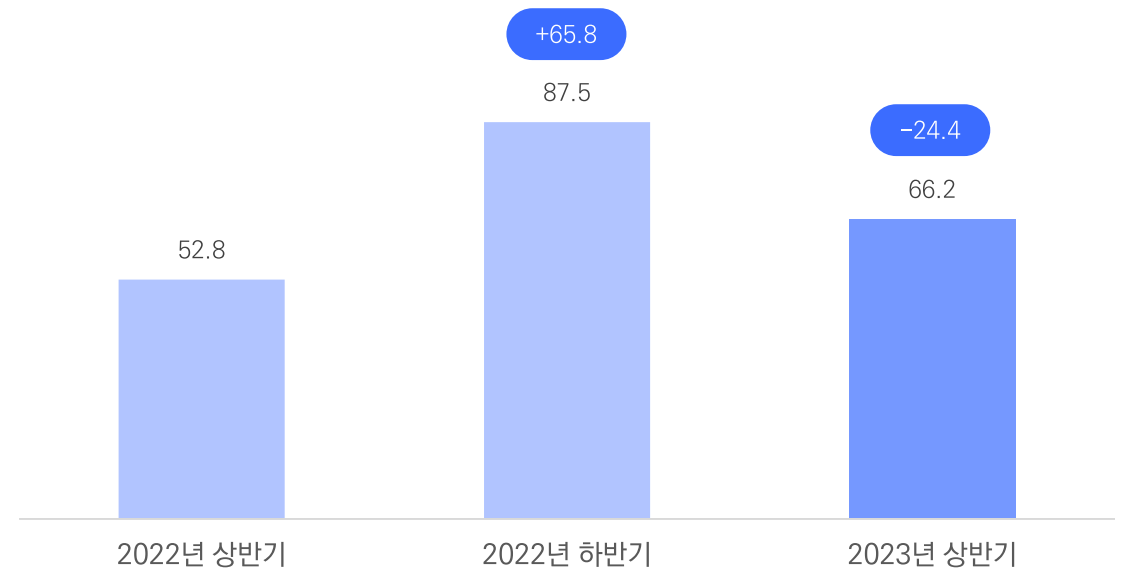
■ 이전 반기 대비 광고비 증감률



* 호텔, 콘도, 숙박 관련 웹서비스 등 포함

여행/관광/레저** 광고비

(단위: 억 원 (막대 그래프), % (증감률))



** 여행, 레저 등 포함

출처: 리서치애드, 2023년 상반기 기준 관련 업종 배너 광고(PC+MO) 광고비 분석
* 추정치로 실제와 다를 수 있음

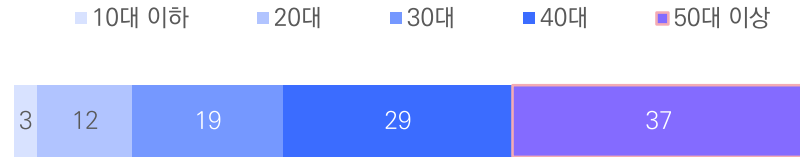
#SMR(여행특판)

여행에 관심있는 모든 사람들은 다 보고 있어요

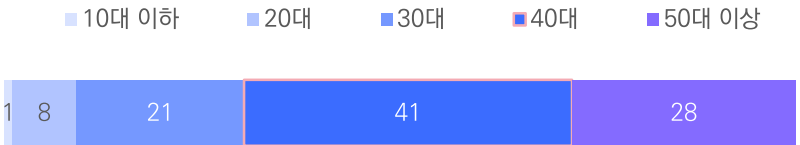
- 대한민국 대표 방송, 매쉬업, 웹 오리지널 콘텐츠까지 커버 가능한 동영상 플랫폼 최대 커버리지 매체
- 남성 중에서는 50대 이상의 비율이 37%로 가장 높았고, 여성 중에서는 40대의 비율이 41%로 가장 높게 나타남
- 여행 업종에 적합한 콘텐츠 및 키워드로 구성된 맞춤형 타겟팅 상품 등 집행 가능. 유튜브, 네이버TV, 카카오TV, 방송사 홈페이지 등 노출

메인 타겟 인구 통계

남성 (단위: %)



여성 (단위: %)



출처: SMR 상품소개서

주요 상품 및 노출 지면 예시

지구탐구생활 콘텐츠(MO)



아주 사적인 동남아 콘텐츠(MO)



아주 사적인 동남아 콘텐츠(MO)



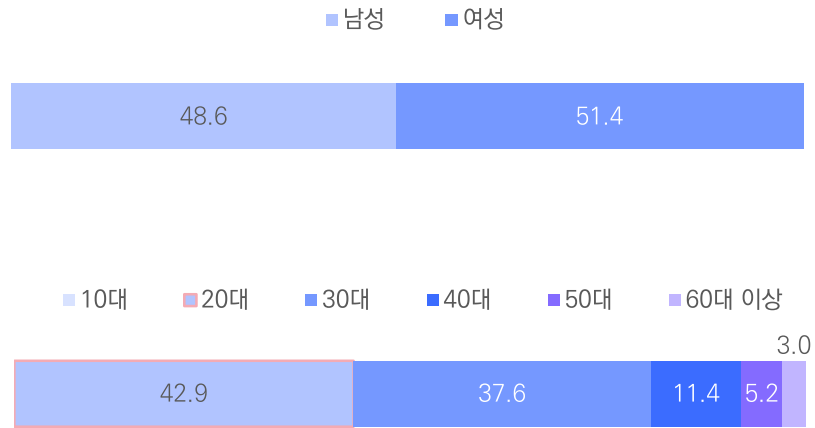
#스카이스캐너

‘여행을 해야겠어!’
다짐한 사람들을 찾고 있나요?

- 전세계 항공권과 호텔 및 렌터카를 쉽게 검색하고, 항공사들을 한자리에서 비교 예약할 수 있는 플랫폼
- 여성 비율이 51.4%로 남성보다 다소 높으며, 20대 이용률이 42.9%로 가장 높게 나타남
- 여행을 목적으로 항공권을 검색하는 모든 유저에게 노출 가능한 전체 배너 상품부터 사용자의 검색결과 및 행동 정보를 바탕으로 타겟팅할 수 있는 상품 등 집행 가능

메인 타겟 인구 통계

(단위: %)

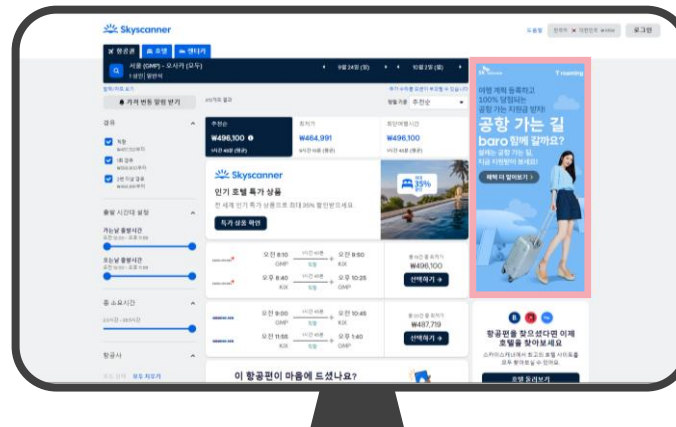


출처: 닐슨 코리아클릭

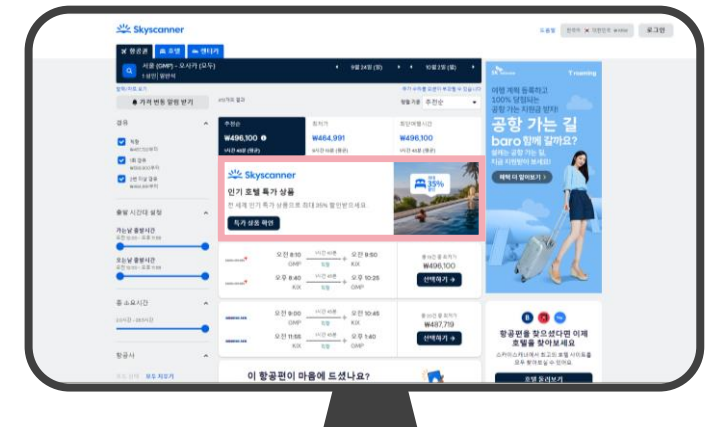
* 2023년 6월 IOS/AOS 합산값 기준
Mobile데이터: 7~69세 기반 월 1회 이상 AOS, IOS 스마트폰 합산 추정 데이터이며,
in-app 브라우징은 해당 app 이용에 포함. 추정치로 실제와 다를 수 있음

주요 상품 및 노출 지면 예시

전체 배너(PC)



네이티브 인라인 배너(PC)



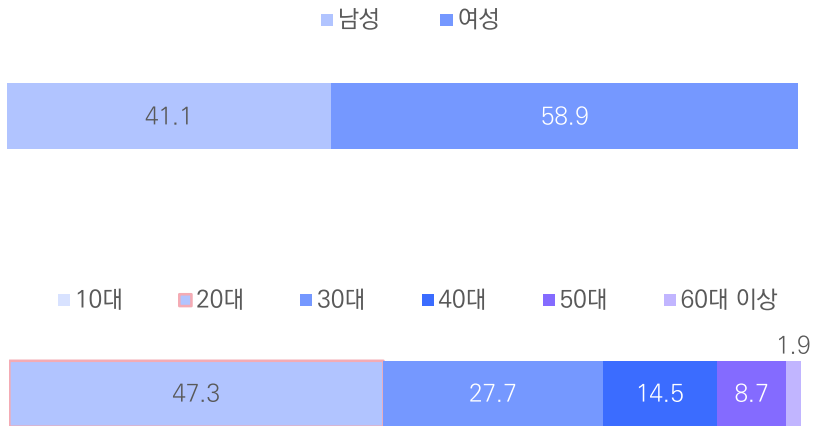
#마이리얼트립

‘여행은 이미 확정되어 있어’
여행 경로를 계획하는 사람들은
여기 있어요

- 현지투어, 액티비티, 숙박 그리고 항공권 예약 등 여행과 관련된 모든 서비스를 제공하는 플랫폼
- 여성 비율이 58.9%로 남성보다 높으며, 20대 이용률이 47.3%로 가장 높게 나타남
- 마이리얼트립 유저에게 가장 먼저 노출되어 주목도가 높은 메인 홈 배너 상품부터 항공 홈 배너 상품 등 집행 가능

메인 타겟 인구 통계

(단위: %)

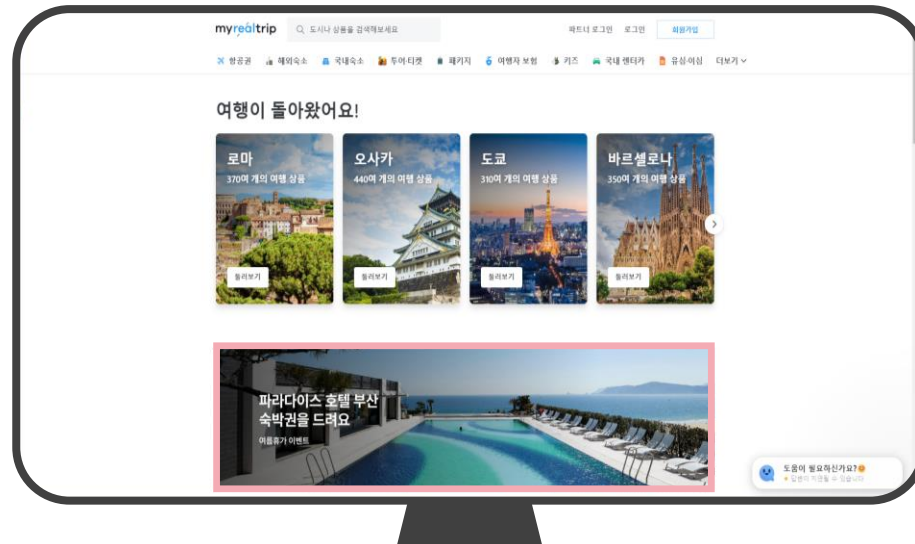


출처: 닐슨 코리아클릭

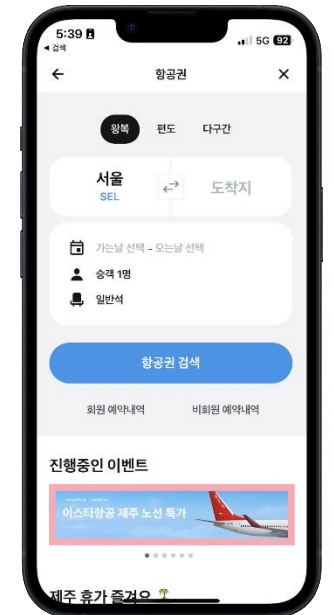
* 2023년 6월 IOS/AOS 합산값 기준
Mobile데이터: 7~69세 기반 월 1회 이상 AOS, IOS 스마트폰 합산 추정 데이터이며,
in-app 브라우징은 해당 app 이용에 포함. 추정치로 실제와 다를 수 있음

주요 상품 및 노출 지면 예시

메인 홈 배너(PC)



항공 홈 배너(MO)



E.O.D

리포트 문의

미디어트렌드팀(인사이트)

| ad_news@incross.com

매체 관련 문의

미디어트렌드팀(채널)

| media@incross.com

※본 리포트의 2차 가공 및 무단 배포를 금합니다.

마인뉴스 구독하기