한류가 연령별 외국인 관광객 방한에 미치는 영향에 관한 실증연구

이윤재* · 심기은** · 홍혜정***

<요 약>

1990년대 이후 중국에서부터 시작된 한류는 전 세계적인 현상으로 자리매김하고 있다. 그러므로 최근 외국인 관광객 증가 흐름을 살펴보았을 때 방한 수요를 결정하는 거시적인 요인 외에 한류현상도 중요한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 또한 방한 수요와 관련한 기존의 연구들이 연령별 차이를 두지 않고 전 세대를 포괄하거나 특정 세대만을 대상으로 분석하고 있다. 그러나 연령에 따라 한류에 영향을 받는 정도가 다르며 따라서 한류로 인한 방한수요가 연령별로 차이가 존재한다 할 수 있다. 본 연구는 한류가 외국인 관광객 방한에 미치는 영향을 분석하기 위해 한류지수를 이용하고 분석대상을 연령별로 세분화하여 실증분석을 시행한다. 분석 결과에 따르면 한류에 쉽게 영향을 받는 20대 이하가 한류로 인한 방한이 가장 많이 이루어지고 있다. 주목할 만한 사실은 50대 이상의 한류지수 추정계수가 30~40대 보다 높게 나왔다는 점이다. 이는 부모세대가 한류에 영향을 받은 어린 자녀와 함께 한국으로의 동반 입국이 이루어지고 있음을 의미한다. 본 연구를 통해 방한 선택에 있어 한류의 영향이 연령별로 차이가 존재하고, 세대별로 적절한 관광 마케팅 전략이 필요한 것을 알 수 있다. 예를 들어 모녀여행 상품처럼 한류에 영향을 받은 20대 이하의 자녀뿐만 아니라 함께 방한한 부모세대가 같이 즐길 수 있는 관광 상품을 개발해야 할 것이다. 또한 상대적으로 한류로 인한 방한이 적은 30~40대의 경우 다른 세대보다 본인에 대한 투자가 많은 세대이므로 한류를 통해 소개된 한국의 뷰티, 패션, 문화, 레저 등과 연계된 관광 상품을 개발할 필요가 있다.

핵심주제어: 한류, 한류지수, 외국인 관광객 수요, 실증분석

논문접수일: 2017년 04월 18일 수정일: 2017년 05월 16일 게재확정일: 2017년 05월 19일
* 부산대학교 대학원 무역학과 박사과정(제1저자), chatmignon86@naver.com
** 부산대학교 무역학부 부교수, shimke@pusan.ac.kr
*** 부산대학교 무역학부 시간강사(교신저자), ebb28@hanmail.net

Ⅰ. 서 론

한류는 1997년 중국에서 한국 드라마가 방영되면서부터 시작되었다고 할 수 있다. 한류는 발전단계에 따라 한류 1.0, 한류 2.0, 한류 3.0으로 나눌 수 있다(최광식, 2014). 한류 1.0은 한류의 등장기로 1990년대 후반부터 2000년대 초반까지 중국, 일본 등 아시아 극소수 지역에서 한국 드라마를 통해 한류의 발판을 마련하였다. 한류 2.0은 한류가 본격적으로 유행하는 한류 확산기라 할 수 있는데 2000년대 중반부터 2010년 초반 아시아 전역과 일부 유럽, 미국 등에서 한류의 보급이 이루어졌다. 이 시기에는 유튜브, SNS 등 각종 소셜미디어를 통해 한류가 전파되어 누구나 쉽게 즐길 수 있게 되었고, 드라마보다는 K-POP이 한류의 중심이 되었다. 한류 3.0은 신한류라고도 일컫는데 2012년 가수 싸이의 '강남스타일'이 열풍을 일으키면서 한류가 일부 지역에 국한되지 않고 전 세계적으로 주목받기 시작하였다. 이 시기 한류 장르는 드라마와 K-POP 외에 한국의 패션 및 뷰티, 게임, 도서 등 다양한 문화 콘텐츠가 한류의 큰 부분을 차지하게 되었고. 특히 한국의 전통문화가 주목을 받았다.

미디어와 인터넷 등을 통한 다양한 문화 콘텐츠의 노출은 해당 국가에 대한 긍정적인 이미지를 형성할 수 있으며(Mercile, 2005), 긍정적으로 형성된 이미지는 소비자가 관광지를 결정하는데 있어 중요한 요인으로 작용한다(Woodside & Lysonski, 1989; Riley et al, 1998). 따라서 전 세계로의 한국 문화 콘텐츠의 보급은 관광지로써 한국에 대한 긍정적인 이미지를 형성시키고, 결과적으로 한류가 방한을 선택하는 요인으로 연결된다고 볼 수 있다(채지영, 2011). 통계청에 따르면 지난 20년 동안 연간 방한 외국인 관광객 수는 1995년 약 390만 명에서 2015년 약 1,323만 명으로 크게 증가하였다. 이처럼 외국인 관광객 입국자 수가 꾸준히 증가하는 데에는 한류의 도움이 상당했다고 볼 수 있다. 실제로 한류 문화 콘텐츠와 연계되어 한국 드라마나 영화 촬영지를 직접 방문하거나 공연 및 팬 미팅에 참석할 수 있는 관광 상품이 인기를 얻고 있다. 또한 한류를 통해 소개된 한국음식 및 전통문화를 체험할 수 있는 관광 상품이 인기를 끌고 있다.

외국인 관광객 수요에 관한 기존의 연구들을 살펴보면 소득, 환율, 소비자물가, 여행비용, 국제적인 행사, 테러 및 질병 등의 사건이 관광객 수요에 영향을 미치는 것으로 나타났다(Li et al, 2005; Song et al, 2000; 이충기 외, 2006; 홍미영·임은순, 2010). 이러한 경제적인 요인 외에 한류 콘텐츠 역시 외국인 관광객 수요에 중요한 영향을 미치고 있으며 한류와 방한 간의 관계를 분석하는 연구들이 이루어지고 있다(김주연·안경모, 2011: 윤지환 외, 2012; 최경은, 2007). 한류는 문화적인 현상으로 한류의 수준을 측정하는 것이 쉽지 않기 때문에 주로 설문조사나 한류를 대신하는 변수를 사용하여 분석 하고 있다. 그러나 설문조사가 가지는 제약과 대리변수의 한계로 한류의 문화적·경제적 파급효과를 정확히 추정하는 데에는 아쉬운 점이 있다. 세계 주요 국가 내 한류 확산 현황과 변화를 정확히 측정하기 위해 한국문화산업교류재단과 KOTRA가 협업하여 한류지수를 개발하였다. 여기서 한류지수는 "한국 대중문화가 현지 소비자에게 수용된 정도와 그것의 성장 또는 쇠퇴 경향을 반영하는 지표"로 정의하고 있다. 한류지수는 총 29개국 8,183명의 소비자를 대상으로 설문조사를 실시해 한류의 확산정도와 향후 변화 방향을 수치로 나타냈다.

한류와 관련한 대부분의 연구들이 전 세대를 포괄하거나 특정 세대만을 대상으로 분석이 이루어지고 있는데 분석 대상을 세분화함으로써 각 세대마다 적합한 관광 마케팅 전략을 세우거

나 세대별 맞춤 한류 장르를 개발·발전시킬 수 있다.

따라서 본 연구에서는 한류지수를 이용하여 외국인 관광객 입국자를 연령별로 세분화시켜 방한 선택에 있어 어느 세대가 한류에 더 크게 영향을 받는지 실증분석 하고자 한다. 본 논문의 구성은 다음과 같다. Ⅱ장에서는 외국인 관광객 입국자 현황 및 선행연구에 대해 기술하고, 제Ⅲ장에서는 실증분석에 사용된 모형과 데이터에 대해 설명한다. 제Ⅳ장에서는 실증분석에 따른 결과를 제시하며, 마지막 장에서는 결론을 도출한다.

Ⅱ. 외국인 관광객 입국 현황 및 선행연구

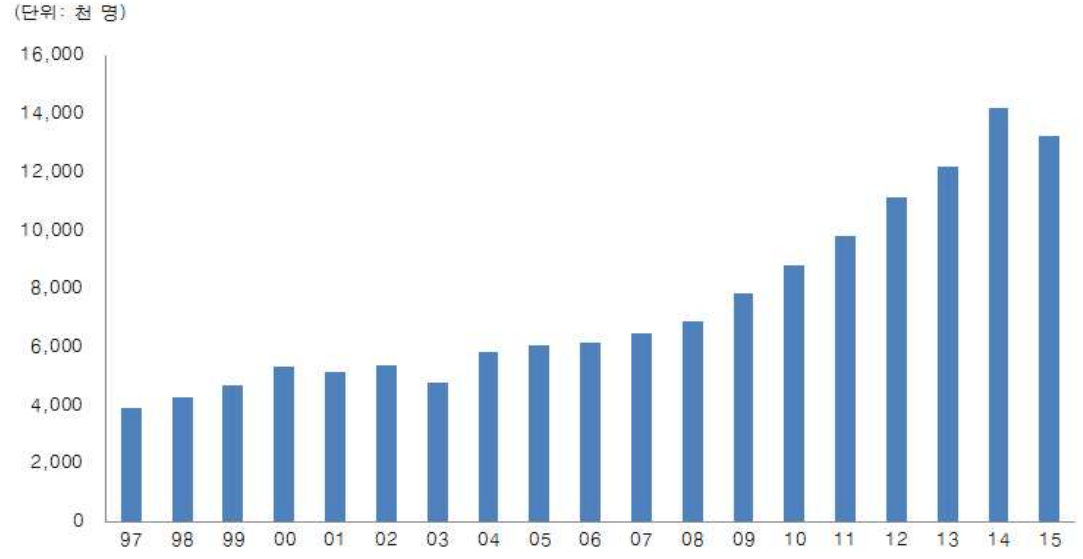
1. 외국인 관광객 입국 현황

1990년대 후반 한류가 보급된 이후로 외국인 관광객의 방한 수요가 급격히 증가하였다. 방한 외국인 관광객 추이를 살펴보면 2000년도에 처음으로 방한 외국인 관광객 수가 500만을 돌파하였다. 그러나 2001년 미국에서 발생한 9·11 테러로 인해 전 세계적으로 해외여행을 기피하는 현상이 발생하였으며 외국인 관광객 수가 잠시 주춤하였다. 2001년에 감소된 외국인 관광객 수는 2002년 한일 월드컵 개최로 다시 회복세를 보이다가 2003년 3월에 발병한 SARS의 영향으로 다시 감소하게 된다. 2003년 3~8월까지 외국인 관광객 수를 살펴보면 전년 동기대비 23.9%가 감소하였다. 2012년 이후 외국인 관광객 수는 드디어 1,000만 명을 넘어섰으나 2015년 5월 발생한 메르스로 다시 감소하게 된다. 2015년 5~8월까지 외국인 관광객 수는 전년 동기대비 28.9% 감소하였다. 1990년대 이후 테러 및 질병 등과 같이 세 차례의 사건으로 인한 방한 외국인 관광객 수 감소 외에는 방한 관광 수요가 꾸준히 증가한다고 볼 수 있다.

방한 외국인 관광객 규모를 지역별로 살펴보면 최근 5년간 연평균 기준 아시아 81.9%, 미주 7.5%, 유럽 6.3% 순으로 나타난다. 이는 우리나라와 상대적으로 가까운 아시아 지역이 다른 대륙보다 시간과 비용측면에서 방한하기 쉽기 때문에 아시아 지역에서 외국인 관광객 입국 규모가 큰 것으로 보인다. 국가별로 살펴보면 최근 5년간 연평균 기준 중국 35.50%, 일본 22.58%, 미국 5.97%를 차지하며 방한 순위 1, 2, 3위를 각각 기록하고 있다. 다른 문화권을 가진 대륙에서의 관광 수요를 증가시키기 위해서는 한국의 음식 및 전통문화 체험 등과 관련한 관광 마케팅으로 홍보할 필요가 있다.

방한 외국인 관광객 입국 동향을 월별로 살펴보면 여름 성수기인 8월과 중국 국경절이 있는 10월에 방한 외국인 관광객 수가 가장 많았고, 1월과 2월이 가장 적었다. 겨울철 외국인 관광객을 증가시키기 위해서 겨울 스포츠 및 다양한 겨울 축제 및 행사를 적극적으로 홍보할 필요가 있는 것으로 보인다.

한상완 외(2015)에 따르면 방한 외국인 관광객 수가 현재의 추세를 유지한다고 가정할 경우, 2020년 한국을 방문할 것으로 예상되는 잠재적 총 관광 수요는 약 2,300만 명까지 증가할 것이라고 추정하고 있다.



자료: 통계청

<그림 1> 외국인 관광객 입국 추이(1997~2015)

<표 1> 연령별 외국인 관광객 입국 현황

(단위: 천 명)

연도	10대	20대	30대	40대	50대	60대	계
2006	446	962	1,186	1,130	943	566	6,155
2007	476	1,005	1,238	1,195	1,006	592	6,448
2008	488	1,137	1,322	1,258	1,067	689	6,890
2009	552	1,425	1,483	1,386	1,214	862	7,817
2010	651	1,622	1,670	1,598	1,319	943	8,797
2011	746	1,927	1,854	1,771	1,411	984	9,794
2012	926	2,198	2,136	2,079	1,630	1,162	11,140
2013	1,017	2,337	2,306	2,174	1,687	1,130	12,175
2014	1,249	2,866	2,794	2,424	1,969	1,314	14,201
2015	1,011	2,889	2,617	2,141	1,881	1,290	13,231

자료: 통계청

<표 1>에서 방한 외국인 관광객 수를 연령별로 살펴보면 최근 10년간 20대, 30대, 40대 순으로 많았고, 10대와 60대가 가장 적은 것을 알 수 있다.

2. 선행연구

1999년 11월 북경 청년보에서는 중국 청년들이 한국의 유행가나 텔레비전 연속극, 영화, 옷차림 등에 매혹되고 있는 현상을 한류라 표현하면서 한류라는 용어가 처음 사용하였다(최강식,

2013). 한류가 보급되기 시작한 시기와 맞물려 외국인 관광객의 수가 증가한 것을 보면 한류가 방한에 직·간접적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 한류가 관광 산업 뿐만 아니라 사회·경제 전반에 미치는 영향이 커짐에 따라 한류와 관련한 연구들이 진행되어 왔다. 먼저 이론적 연구들을 살펴보면 오미숙(2007)은 한류관광의 특성과 실태를 살펴보고 외국인관광시장의 구조적인 문제점 해결에 기여할 수 있는 방안을 모색하고 있다. 나아가 한류의 활성화와 장기화 마련을 위한 연구들이 있다(조준현·강홍중, 2013; 송기문 외, 2014). 이러한 이론적 고찰 외에 한류와 방한 간의 관계를 분석한 실증연구들도 진행되고 있다. 그러나 한류는 일종의 문화적 현상으로 한류의 수준을 수치화시키기가 쉽지 않다. 따라서 한류와 관련한 실증연구들이 설문조사를 통해 이루어지거나 한류의 대리변수를 이용하여 분석하고 있다.

설문조사는 주로 한류콘텐츠와 한국 방문의도 간의 관계에 관한 연구가 이루어지고 있다. 박창규(2006)는 중국인을 대상으로 한류의 경험 유무에 따라 한국에 대한 관광지 이미지가 어떤 차이를 보이며 한류 경험이 한국으로의 관광 의사결정에 영향을 미치는지 분석하였다. 한류를 경험한 중국인들은 그렇지 않은 집단에 비해 한국을 관광지로써 긍정적인 이미지를 가지며, 한국에 대한 선호를 증가시키고, 향후 방문의사를 가진다. 김미주 외(2010)는 홍콩, 대만, 태국을 대상으로 한국 대중가요에 의한 한국문화 관광활동 선호가 국가이미지와 방문의사에 미치는 영향을 연구하였다. 홍콩, 대만, 태국 각각 선호하는 한국문화 관광활동이 다르지만 이러한 활동에 대한 선호가 한국 방문 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석하였다. 김성섭 외(2009)는 2006년 11월 한 달 간 태국의 한국식당을 방문한 주민을 대상으로 한 설문조사를 통해 한류 대중문화 상품이 방한 결정에 영향을 미치는지 분석하고 있다. 분석결과 한류 콘텐츠 중에서도 한국영상매체와 한국대중가요는 방문의도에는 영향을 미치지 않지만 국가이미지를 매개변수로 한 분석에서는 방문의도에 간접적인 영향을 미치고 있다. 한국전통음식의 경우 한국 방문의도에 유의한 영향을 미치고 있다.

대리변수를 이용한 연구들은 방한 수요에 영향을 미치는 요인분석이 이루어지고 있다. 김영실 외(2013)는 한류의 대리변수로 공중파 방송 프로그램 수출을 이용하여 1998년부터 2011년까지 아시아 40개국의 패널자료를 통해 방한 아시아 관광객에 미치는 영향을 분석하였다. 분석 결과 전년도 방송 프로그램 수출 편수가 1% 증가하면 방한 관광객 수는 0.045% 늘어나는 것으로 나타났다. 또한 방송 프로그램의 편당 가격이 1% 높아지면 방한 관광객 수는 0.223% 증가하며, 이는 높은 편당 가격을 기꺼이 지불하더라도 한국 프로그램을 소비하고자 하는 것으로 한국 문화 콘텐츠에 대한 높은 관심이 방한으로 이어진다고 볼 수 있다. 박소언 외(2015)는 2008년부터 2014년까지 일본 및 중국 관광객을 대상으로 하고 있으며, 한류의 대리변수로 한류 관련 뉴스 건수를 사용하여 실증분석이 이루어졌다. 일본의 경우 한류가 방한 목적에 크게 영향을 주지는 못하지만 중국에서는 큰 영향을 미치는 것으로 분석하고 있다. 일본의 경우 2003년 '겨울연가'가 방영되면서 한류의 인기가 높아졌었고, 최근에는 일본보다는 중국에서 한국 드라마 상영이 많아지고 있으며 한국 연예인들의 진출이 증가함에 따라 20~30대 청년층을 중심으로 한국을 방문하고자 하는 경향이 강해지고 있기 때문인 것으로 해석된다.

그러나 한류로 인한 문화적·경제적 파급효과를 분석함에 있어 설문조사와 한류의 대리변수를 이용한 분석은 한계를 가질 수밖에 없다. 한

류와 관련하여 체계적이고 지속적인 데이터 축적을 위해 한류 수준을 수치화 하는 노력이 진행되어 왔다. 한국문화산업교류재단은 2008년부터 2011년까지 5개국, 4개 산업별로 문화적·경제적 현상을 모두 포괄하여 정성적·정량적 한류지수를 산출하였다. 2012년부터는 조사대상을 12개국, 8개 산업으로 확대시키고, 한류지수를 글로벌·국가별·산업별 구분하였다. 2014년부터는 KOTRA와 협업하여 29개국 소비자들을 대상으로 한류지수[1]를 산출하였다(김휘정, 2014).

한편 박성현(2014)은 2002년부터 2013년까지 국내 학술지에 게재된 논문을 대상으로 한류 소비자 관련 연구에 대한 메타분석을 시행하였다. 총 108편의 논문 대부분이 전 세대를 포괄하여 분석이 이루어지고 있으며 이 중 20대만을 대상으로 한 연구는 20.37%를 차지하고 있다.

따라서 본 연구는 외국인 관광객 입국 수요에 대한 실증분석하기 위해 관광수요에 영향을 미치는 거시적인 요인 외에 한류지수를 추가하고, 분석대상을 연령별로 세분화하여 실증분석을 하고자 한다.

Ⅲ. 모형 및 데이터

1. 모형

1990년대 이후 외국인 관광객 증가 흐름을 살펴보았을 때 방한 수요를 결정하는 거시적인 요인 외에 한류현상도 중요한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 또한 방한 수요와 관련한 기존의 연구들이 연령별 차이를 두지 않고 전 세대를 포괄하거나 특정 세대만을 대상으로 분석하고 있다. 그러나 연령에 따라 한류에 영향을 받는 정도가 다르며 따라서 한류로 인한 방한수요가 연령별로 차이가 존재한다 할 수 있다. 본 연구는 외국인 관광객 수요에 영향을 미치는 거시적 요인 이외에 한류지수가 연령별 외국인 관광객 입국 수요에 어떠한 영향을 미치는지 살펴봄으로써 주목할 만한 특이점이 무엇인지 알아본다. 본 연구에서 수행하는 실증분석은 식(1)에 의거하여 수행된다. 연령별 세분화는 20대 이하, 30~40대, 50대 이상으로 구분하여 실증분석을 시행하고, 그 결과를 비교분석한다. 이와 더불어 연령별 세분화를 10대, 20대, 30대, 40대, 50대, 60대로 구분하여 시행한 분석 결과와 모든 연령을 합한 전체 입국자 수의 분석 결과도 함께 제시한다.

<표 2> 독립변수들 간의 상관분석

	$\ln kwcu$	$\ln pop$	$\ln gdpper$	$\ln dis$	$visa \times asia$	$visa$	$asia$
$\ln kwcu$	1.0000						
$\ln pop$	-0.1700	1.0000					
$\ln gdpper$	-0.3259	-0.1937	1.0000				
$\ln dis$	-0.4683	-0.1696	0.1859	1.0000			
$visa \times asia$	0.2324	-0.2103	0.1508	-0.5380	1.0000		
⋮							
$visa$	-0.3898	-0.2249	0.7636	0.3344		1.0000	
$asia$	0.5383	0.3125	-0.4191	-0.7661		-0.3500	1.0000

1) 한류지수는 한류의 현재 인기와 대중화 정도를 나타내는 한류현황지수와 한류의 성장 또는 쇠퇴 정도를 나타내는 한류심리지수로 구분하여 측정되는데, 본 연구에서는 한류에 영향을 받은 각국 대중들의 방한 추이를 살펴보는 데 있기 때문에 한류현황지수를 이용한다.

$$\ln tou_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln kwcu_{it} + \beta_2 \ln pop_{it} + \beta_3 \ln gdpper_{it} + \beta_4 \ln dis_i + \beta_5 (visa_i \times asia_i) + u_{it} \quad (1)$$

식 (1)에서 보는 바와 같이 모든 변수에 로그를 취한 다음 실증분석을 시행하였다. 각 변수의 i는 국가, t는 연도를 나타낸다. 종속변수는 연령별 외국인 관광객 입국자 수의 로그값($\ln tou_{it}$)으로 설정하였다. 첫 번째 설명변수인 한류지수($\ln kwcu_{it}$)는 한류현황지수를 이용하였다.

두 번째와 세 번째 설명변수는 각각 각국의 인구($\ln pop_{it}$)와 1인당 GDP($\ln gdpper_{it}$)로 설정하였다. 네 번째 설명변수인 거리변수($\ln dis_i$)는 우리나라와 상대방 국가 간의 거리를 나타낸다. 다섯 번째 설명변수는 비자아시아 더미변수($visa_i \times asia_i$)로 설정하였다. 우리나라에 비자 없이 입국이 가능한 국가를 무사증입국 국가라 하는데 무사증입국 국가가 그렇지 않은 국가보다 방한이 이루어지기 쉽다. 비자아시아 더미변수($visa_i \times asia_i$)는 무사증입국이 가능한지 여부와 동시에 해당 국가가 아시아 지역에 해당하는지를 나타낸다. 이 외에도 방한수요를 결정하는 요인으로 환율이 중요한 변수로 알려져 있지만 환율은 다년간 축적되는 시계열 자료라 분석기간이 단기간일 경우에는 결과에 의미가 없어 본 연구에서는 제외하였다.

독립변수 간의 상관관계를 나타내는 <표 2>를 살펴보면, 독립변수로 설정된 $kwcu_{it}$, pop_{it}, $gdpper_{it}$, dis_{ik}, $visa_i \times asia_i$ 변수들 간 상관관계가 높지 않아 다중공선성의 우려는 없어 보인다. 독립변수들 간 다중공선성의 문제의 유무를 확인하기 위해 VIF(Variation Inflation Factor) 값을 측정한 결과 1.27~2.14의 범위로 10 이하로 나타나 다중공선성의 문제는 없는 것으로 보인다.

마지막 독립변수로 $visa_i \times asia_i$를 설정한 이유에 대해 부연 설명하고자 한다. 무사증입국이 가능하면 우리나라 입국 관련 수속 절차가 간편해지기 때문에 관광객 수요증가에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상되며, 비슷한 문화권이고 짧은 기간(주말 이용) 동안에 여행이 가능한 아시아지역 국가의 경우 양국 간 단순거리 변수의 영향에 더하여 추가로 방한 외국관광객 입국수요에 영향을 미칠 수 있을 것으로 예상되어, 이 두 가지가 모두 해당되는 경우의 영향력을 파악하기 위해 해당변수를 설정하였다. 만약 비자 더미변수 $visa_i$와 아시아 더미변수 $asia_i$를 식(1)과 같이 $visa_i \times asia_i$형태가 아닌 각각 독

<표 3> 변수 정의 및 자료 출처

변수	정의	자료 출처
$\ln tou_{it}$	외국인 관광객 입국자 수	통계청
$\ln kwcu_{it}$	한류지수	한국문화산업교류재단/KOTRA(2016)
$\ln pop_{it}$	인구수	World Development Indicators
$\ln gdpper_{it}$	1인당 GDP	World Development Indicators
$\ln dis_i$	거리	World Development Indicators
$visa_i$	비자유무	외교부(https://www.0404.go.kr/consulate/visa.jsp)
$asia_i$	아시아국가	

립적으로 식 (1)에 추가하여 실증분석을 시행하면 다중공선성 문제를 유발시키고, 이 결과로 해당변수 추정계수의 유의성이 낮아지는 결과가 도출될 수 있다. <표 2>에서 확인할 수 있는 바와 같이 비자 더미변수($visa_i$)는 1인당 GDP 변수($\ln gdpper_{it}$)와 0.7636의 유의미한 양의 상관관계를 가지고 있고, 아시아 더미변수($asia_i$)는 거리변수($\ln dis_i$)와 -0.7661로 유의미한 음의 상관관계가 있어 다중공선성 문제의 원인이 될 수 있다. 즉 1인당 GDP 변수와 비자 더미변수 간의 다소 높은 상관관계는 부유한 국가일수록 무비자로 입국이 가능하다는 것으로 볼 수 있다. 또한 거리변수와 아시아 더미변수 간 다소 높은 음의 상관계수는 다른 대륙보다 아시아 국가가 거리상 가깝기 때문에 상관관계가 있을 수밖에 없다. 그러나 우리나라에 입국하는 외국인 관광객 수요를 분석하는 데 있어 이 두 변수들은 중요한 영향을 미치기 때문에 분석 식에 포함하되 다중공성선 문제를 피하기 위하여 비자아시아 더미변수($visa_i \times asia_i$)를 설정하였다. <표 2>에서 비자아시아 더미변수는 다른 독립변수들과의 상관관계가 한층 약한 것을 확인할 수 있다.

2. 데이터

본 연구는 26개국을 분석대상으로 하고 있다. 분석 대상국으로써 26개국 선정은 한국문화산업교류재단과 KOTRA가 한류지수를 개발하기 위해 조사한 29개국 중에서 설명변수의 누락이 발생한 아랍에미리트연합국, 싱가포르, 아르헨티나 3개국은 제외하였다.

본 연구에 사용된 외국인 관광객 입국자 수는 통계청 자료를 사용하였으며, 승무원 수는 제외한다. 한류지수는 한국문화산업교류재단과 KOTRA에서 공동으로 시행한 보고서(2016)의 자료를 이용하였다. 한류지수는 수집가능기간이 2014년부터 2015년까지이므로 2개 연도에 한해서 실증분석이 이루어진다.

그리고 각 국의 인구, 1인당 GDP, 거리는 World Development Indicators(WDI)에서 수집하였다. 비자 더미는 외교부 홈페이지에서 추출하였다. 보다 자세한 내용은 <표 3>에서 정리하였으며 이들 변수의 기초통계량은 Appendix <표 a>에 나와 있다.

Ⅳ. 실증분석 및 결과

본 연구의 주요 관심변수인 한류지수의 데이터가 2개 년도만 수집 가능하기 때문에 연구에 사용되는 자료는 26개국 2개 연도의 패널 데이터의 성격을 띠고 있다. 그러나 시계열이 2년 밖에 되지 않아 분석방법으로 합동 회귀분석(Pooled OLS)을 사용하였다.

본 연구는 총 3가지의 분석이 시행되는데 동일한 독립변수들의 데이터를 활용하되, 첫 번째 실증 분석에서는 종속변수를 전체 외국인 관광객 입국자수를 설정한 분석을 시행하고, 분석 결과는 <표 4>에 나타나 있다. 두 번째 분석은 연령별 세분화를 20대 이하, 30~40대, 50대 이상으로 종속변수를 설정하여 분석하고, 이에 대한 결과는 <표 4>에 나타나 있다. 마지막 세 번째 분석은 연령별 세분화를 10대, 20대, 30대, 40대, 50대, 60대로 나누어 실증분석을 시행하고, 이 분석 결과는 <표 5>에 나타나 있다.

본 연구의 주요 관심변수인 한류지수($\ln kwcu_i$)의 추정계수는 3가지의 분석 모두 양(+)의 결과로 판명되었고, 통계적으로 99% 수준에서 유의한 결과가 도출되었다. 이는 한류가 실제로 외국인 관광객 입국을 유도하여 관광수요

를 증가시킨다는 것을 입증한다.

<표 4> 추정결과 1

	전 연령	20대 이하	30~40대 이하	50대 이상
ln$kwcu$	3.8892*** (6.94)	4.2608*** (6.82)	3.4870*** (6.67)	4.0826*** (7.17)
lnpop	0.7907*** (9.99)	0.7743*** (10.22)	0.7731*** (9.70)	0.8622*** (10.43)
ln$gdpper$	0.8899*** (11.32)	0.8003*** (9.61)	0.8167*** (11.14)	1.1838*** (13.51)
lndis	-1.0304*** (-8.51)	-0.9667*** (-8.62)	-1.0551*** (-8.13)	-1.0690*** (-8.64)
$visa \times asia$	0.7396** (3.34)	0.8363*** (4.08)	0.7581** (3.29)	0.6183** (2.48)
constant	4.1588** (2.18)	3.0017 (1.50)	4.7341** (2.57)	-0.3230 (-0.16)
R-squared	0.9025	0.8911	0.9062	0.8969
F(5, 46)	159.40	161.41	150.70	163.13
Prob>F	0.00	0.00	0.00	0.00
관측개수	52	52	52	52

주: ( )의 수치는 강건표준오차(robust standard error)에 계산된 t값을 의미함.
***: p<0.01. **: p<0.05

<표 4>를 살펴보면 20대 이하에서는 4.2608, 30~40대는 3.4870, 50대 이상에서는 4.0826으로 20대 이하 연령층에서 한류지수의 추정계수가 높게 나타났다. 이는 20대 이하 연령층이 한류 문화에 가장 많은 영향을 받아 방한이 이루어진다고 볼 수 있다. 젊은 세대일수록 한류를 쉽게 접할 수 있고 영향을 받는 정도가 다른 세대보다 크다고 할 수 있다. 또한 50대 이상 연령층의 방한 의사결정에 한류지수가 미치는 영향의 크기는 20대 이하보다는 작았으나 예상과 달리 30~40대 세대보다 큰 것을 볼 수 있다. 이는 10대와 20대가 한국으로 방문할 시 부모님과 같이 동반하여 오는 경우라고 해석될 수 있다. 연령별 외국인 관광객 입국자 수의 절대치를 비교해보면 2014년도의 경우 20대 이하는 410만 명, 30~40대는 520만 명, 50대 이상은 330만 명이며, 2015년도의 경우 20대 이하는 391만 명, 30~40대는 480만 명, 50대 이상은 320만 명이다. 이와 같이 2014년과 2015년 모두 30~40대 연령층의 외국인 관광객 입국자 수는 가장 많지만 한류로 인해 발생한 한국으로의 관광은 다른 연령층보다 덜 이루어진다고 말할 수 있다.

인구수와 1인당 GDP를 나타내는 lnpop_{it}와 ln$gdpper_{it}$의 추정계수를 살펴보면 99% 수준에서 모두 유의하다는 결과가 도출되었다. 우리나라 외국인 관광객 입국자 수는 해당 국가의 인구가 많을수록, 1인당 GDP가 높을수록 증가하는 것을 알 수 있다. 이는 인구가 많은 국가가 적은 국가보다 상대적으로 외국인 관광객 수가 많기 때문이며, 부유한 국가일수록 관광이 더욱 잘 이루어진다고 말할 수 있다.

lndis_i의 추정계수를 살펴보면 99% 수준에서 유의함을 보이고 있는데 이는 우리나라와 거리가 먼 나라일수록 방한이 덜 이루어진다는

것을 알 수 있다. 비자아시아 더미변수 $(visa_i \times asia_i)$의 추정계수도 모든 연령대에서 통계적으로 유의함을 보이고 있다.

한류지수가 연령별 외국인 관광객 입국 추이에 어떠한 영향을 미치는지 더욱 구체적으로 살펴보기 위해 연령층을 좀 더 세분화하여 실증분석을 한 결과는 <표 5>에서 보여주고 있다.

<표 5> 추정결과 2

	10대	20대	30대	40대	50대	60대
ln$kwcu$	4.8931*** (6.72)	4.0407*** (6.75)	3.4408*** (6.51)	3.5592*** (6.74)	3.9935*** (7.08)	4.2628*** (7.28)
lnpop	0.8391*** (9.32)	0.7667*** (10.12)	0.7552*** (9.67)	0.7980*** (9.71)	0.8368*** (9.97)	0.9270*** (11.42)
ln$gdpper$	1.0822*** (10.75)	0.7116*** (9.03)	0.7302*** (10.02)	0.9276*** (12.48)	1.0986*** (12.98)	1.3587*** (14.46)
lndis	-1.0060*** (-6.18)	-0.9550*** (-9.30)	-1.0352*** (-7.84)	-1.0758*** (-8.14)	-1.0556*** (-8.02)	-1.0780*** (-9.46)
$visa \times asia$	0.9236** (3.21)	0.8482*** (4.41)	0.8129** (3.85)	0.6885** (2.93)	0.6044** (2.39)	0.6879** (2.75)
constant	-1.6911 (-0.71)	3.6810* (1.90)	4.9177** (2.66)	2.8506 (1.52)	0.1357 (0.07)	-3.4550* (-1.79)
R-squared	0.8634	0.8954	0.9030	0.9077	0.8907	0.9047
F(5, 46)	90.40	185.42	163.84	138.45	148.69	195.30
Prob>F	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
관측개수	52	52	52	52	52	52

주: ( )의 수치는 강건표준오차(robust standard error)에 계산된 t값을 의미함.
***: p<0.01. **: p<0.05. *: p<0.10

<표 4>와 마찬가지로 30대와 40대의 한류지수 추정계수가 각각 3.4408, 3.5592로 가장 낮음을 보이고 있다. 10대의 경우 <표 1>에서 살펴보았듯이 외국인 관광객 입국 수가 가장 적음에도 불구하고 한류지수 추정계수가 4.8931로 가장 높은 것을 알 수 있다. 이는 20대 이하 중에서도 10대가 한류에 가장 많이 영향을 받아 방한이 이루어진다고 판단된다.

V. 결 론

인터넷과 미디어 등 각종 매체를 통해 보급된 한류는 관광지로써 한국을 선택하는 요인으로 작용하고 있다. 1990년대 후반 중국을 필두로 일본, 동남아, 베트남 등 가까운 지역에서부터 한류가 알려지기 시작하였고, 현재는 미국, 유럽 등 비아시아 지역으로 한류가 확산되었다. 또한 초기 한류가 드라마나 K-pop 장르 위주로 보급이 이루어졌다면 현재는 게임, 애니메이션, 패션 등으로 한류의 장르가 다양해지고 있다. 특히 신한류라 일컫는 한류3.0에서는 한국음식, 한국전통문화, 한국문화예술이 주목을 받고 있다. 한류열풍으로 인해 드라마나 영화촬영지 방문, 팬미팅 참석, 미디어 속의 한국 뷰티·패션·음식 등의 체험과 연계한 관광 상품이 증가하고 있으며 한류가 관광산업을 활성화 시키는데 앞장서고 있다. 이처럼 한류가 전 세계적으로 확산되고 한류

문화 콘텐츠가 더욱 다양해짐에 따라 실질적으로 한류로 인한 외국인 관광객의 방한 수요가 증가되었다고 볼 수 있다. 세계적인 한류 열풍은 한국 문화 콘텐츠의 수출을 증가시키고, 관광수입을 증대시키는 등 사회 전반에 있어서 경제적 효과를 창출시킨다. 따라서 지속적인 한류의 보급과 다양화를 위해 체계적인 관리가 필요한 실정이다. 그러나 한류는 문화적 현상으로 한류를 구체적으로 수치화 한다는 것은 굉장히 복잡한 문제라 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 한국문화산업교류재단과 KOTRA가 한류의 수준을 수치화시킨 한류지수를 이용하여 한류가 실질적으로 외국인 관광객 방한 수요를 증가시켰는지에 관한 실증분석과 함께 연령별로 외국인 입국자를 세분화하여 어느 연령층이 한류에 영향을 받아 한국으로의 관광이 크게 이루어졌는지 비교하고자 하였다.

분석 결과를 살펴보면 한류가 모든 연령층에서 방한요인으로 작용하고 있는데 특히 20대 이하 연령층에서 한류로 인한 방한이 가장 많이 이루어지고 있다. 이는 유튜브, SNS 등 소셜미디어의 이용이 많은 젊은 세대가 다른 세대보다 한류를 쉽게 접할 수 있기 때문이다. 본 연구 결과에서 흥미로운 사실은 50대 이상 연령층 역시 한류지수의 추정계수가 30~40대 연령층보다 높게 나왔다는 점이다. 이는 한류로 인해 방한을 원하는 어린 자녀들이 부모세대와 동반하여 입국이 이루어진다고 할 수 있다. 50대 이상의 부모세대의 경우 경제적으로 여유로운 세대이므로 이들의 관광소비를 유도하기 위해서 자녀세대뿐만 아니라 같이 여행 온 부모세대도 즐길 수 있는 관광 마케팅 전략이 필요하다. 상대적으로 한류로 인한 방한이 적은 30~40대의 경우 다른 세대보다 본인에 대한 투자가 많은 세대이므로 한류를 통해 소개된 한국의 뷰티, 패션, 문화, 레저 등과 연계된 관광 상품을 개발할 필요가 있다.

또한 한류가 시대에 따라 변화해 온 만큼 한류의 흐름을 잘 파악하여 외국인 관광객 유치를 위해 전략적인 자세가 필요하다. 전체 외국인 관광객의 80%를 차지하는 중국의 경우 최근에 단체 관광객이 줄고, 개인 혹은 가족 단위의 싼커(散客)들이 증가하고 있는데, 이는 시간에 구애받지 않고 자유롭게 여행할 수 있기 때문이다. 따라서 가족 단위의 관광객 유치를 위한 관광상품 개발과 함께 관광안내원 없이도 자유롭게 여행을 즐길 수 있도록 중국어 안내시설 및 가격 정찰제 정착 등의 여행 환경을 조성할 수 있도록 해야 한다. 특히 자녀방학을 이용한 여행상품이나 관광객 수요가 적은 겨울 시즌의 관광상품을 홍보하기 위하여 적극적으로 한류를 이용하여야 할 것이다. 또한 국제적인 행사나 스포츠 대회가 열리는 해에는 관광객 수요가 증가한 것을 볼 때 2018년 평창 올림픽과 연계된 관광 마케팅이 이루어져야 할 것이다.

본 연구의 한계점은 한류지수가 2014년부터 측정되기 시작하여 아직까지 축적된 데이터의 부족함을 들 수 있다. 따라서 향후 후속적인 연구가 계속적으로 이루어진다면 본 분석결과보다 더욱 더 신뢰를 얻게 될 것으로 예측할 수 있으나 본 연구의 분석 결과와 방향성에는 크게 다르지 않을 것이라 예상된다.

참고문헌

1. 김경수・이경희(2013), “다변량 BEKK모형을 이용한 방한 외래 관광객의 변동성에 대한 연구”, *경영과 정보연구*, 32(3), 1-23.
2. 김미주・김성섭・박제은・김도윤(2010), “한국 대중가요 선호이유에 따른 한류문화관광상품이 한국 국가이미지와 한국방문의향에

미치는 영향연구”, *관광레저연구*, 22(5), 441-461.
3. 김성섭・김미주(2009), “태국사회에서 한류 대중문화 상품이 한국의 국가이미지 인식과 한국방문의향에 미치는 영향”, *관광연구*, 23(4), 101-125.
4. 김영실・주하연(2013), “한류로 인한 공중파 방송 프로그램 수출이 방한 아시아 관광객에 미치는 영향”, *아시아연구*, 16(2), 155-178.
5. 김주연・안경모(2012), “아시아국가에서의 K-pop 이용행동과 K-pop으로 인한 국가호감도 및 한국 방문의도 변화”, *한국콘텐츠학회논문지*, 12(1), 516-524.
6. 김한주(2015), 실현율을 이용한 관광 수요 예측 :부산 송도해상케이블카 설치를 사례를 중심으로”, *경영과 정보연구*, 34(3), 179-190.
7. 김휘정(2014), “한류지수의 개선방향과 정책활용도 제고 방안”, 문화정책논총, 29(1), 216-243.
8. 박성현(2014), “한류 소비자 관련 연구에 대한 메타분석: 2002~2013년까지 국내 학술지에 게재된 논문을 중심으로”, *한류비즈니스연구*, 1(1), 49-71.
9. 박소언・이군희・이인혜(2015), “경제변수 및 미디어데이터를 이용한 관광객의 방한 요인분석”, *관광연구저널*, 29(7), 57-72.
10. 박창규(2006), “한류의 한국관광지 이미지 영향 분석”, *관광연구저널*, 20(2), 19-31.
11. 변상우(2015), “관광지 선택 동기가 고나광지 이미지, 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 감천문화마을을 중심으로”, *경영과 정보연구*, 34(3), 197-213.
12. 송기문・신성아・서헌(2014), “K-POP을 통한 한류관광 활성화 방안”, *관광레저연구*, 26(3), 63-76.
13. 오미숙(2007), “한류관광의 특성에 관한 탐색적 연구”, *관광연구저널*, 21(3), 485-497.
14. 윤지환・정효숙・이영진(2012), “베트남 잠재 관광객의 한국 선택 영향요인 분석”, *기업경영연구*, 19(2), 259-273.
15. 이충기・송근석・송학준(2006), “일본인 관광객의 방한 수요결정요인에 관한 연구”, *관광레저연구*, 18(4), 7-25.
16. 조준현・강홍중(2012), “한류문화 확산에 따른 문화상품 수출 활성화 방안에 관한 연구”, *관세학회지*, 14(1), 271-296.
17. 채지영(2011), “신한류 발전을 위한 정책방안 연구”, 한국문화관광연구원.
18. 최경은(2007), “중국인의 방한관광에 대한 한류의 영향”, *대한지리학회지*, 42(4), 526-539.
19. 최광식(2013), “한류백서: 세계인과 공감하는 K-컬처를 말하다”, 문화체육관광부.
20. 한상완・백다미(2015), “외국인 관광객 증가와 경제적 파급효과 전망”, 경제주평, 15(4), 1-13.
21. 홍미영・임은순(2010), “여행업체 수: 내국인 항공수요 결정의 새로운 요인에 대한 그랜저 인과관계 검정을 통한 분석”, *호텔경영학연구*, 19(2), 135-152.
22. 홍미영・임은순・김순하(2011), “아시아 주요국의 방한수요 변동성 연구”, *관광학연구*, 35(6), 139-157.
23. Li, G., Song, H. and Witt, S. F.(2005), Recent developments in econometric modeling and forecasting, *Journal of Travel Research*, 44, 82-99.
24. Mercile, J.(2005), Media effects on image: The Case of Tibet, *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1039-1055.

25. Song, H., Romilly, P. and Liu, X.(2000), An empirical study of outbound tourism demand in the U.K, *Applied Economics*, 32(2), 611-624.
26. Riley, R., Baker, D. and Van Doren, C.(1998), Movie induced tourism, *Annals of Tourism Research*, 25(4), 919-935.
27. Woodside, A.G., Lysonski, S.(1989), A General Model of traveler destination choice, *Journal of Travel Research*, 27(4), 8-14.

Appendix

<표 a> 변수의 기초통계량

변수	관측치	평균	표준오차	최소값	최대값
$\ln tou1$	52	8.7349	1.9853	5.7557	13.2103
$\ln tou2$	52	9.8931	1.6587	6.8834	14.2349
$\ln tou3$	52	9.9909	1.6399	7.4922	14.0460
$\ln tou4$	52	9.6045	1.7377	7.2211	13.8196
$\ln tou5$	52	9.2588	1.8590	6.5279	13.6319
$\ln tou6$	52	8.5666	2.0761	5.3798	13.2613
$\ln kwcu$	52	1.0758	0.1885	0.6205	1.3812
$\ln pop$	52	4.4420	1.0803	2.8577	7.2259
$\ln gdpper$	52	9.1791	1.1779	7.1536	11.0196
$\ln dis$	52	8.5900	0.7407	6.7379	9.7836
$visa \times asia$	52	0.1538	0.3643	0	1

Abstract

An Empirical Study on the Impact of Korea Wave on the number of Foreign Tourists to Korea by age

Lee, Yun-Jae* · Shim, Kieun** · Hong, Hye-Jeong***

The Korea Wave has been spread out all over the world since 1990s. Therefore, it can be seen that the Korea wave phenomenon is one of determinants of international tourism demand for Korea in addition to the macro factors such as population, GDP per capita, exchange rate, distance, etc. Existing studies have focused on analyzing the impacts of the Korea wave on the international tourism demand for Korea by using the aggregated data. However, the impacts of the Korea wave inducing tourism vary in different age groups. In this study, we conduct empirical analysis in order to explore how different the effects of Korea wave on the demand of foreign tourists visiting to Korea in different age groups are. The estimation results show that the Korea Wave influences most on international tourism demand for Korea in the age group of the under-20s. Noticeable is that the estimated effects of the Korea Wave on international tourism demand for Korea in the age group of the over-50s are higher than those in the 30s and 40s. This indicates that the parent generations visit Korea together with their young children who are most affected by the Korea Wave. Through this study, it is necessary to develop strategies for tourism marketing linked to children and parents, and to develop tourism products to increase the number of foreign visitors to Korea in the 30s and 40s.

Key Words: Korea Wave, Korea Wave Index, Foreign Tourists Demand, Empirical Analysis

* Doctoral student, Department of International Trade, Pusan National University(First Author), chatmignon86@naver.com
** Associate Professor, Department of International Trade, Pusan National University, shimke@pusan.ac.kr
*** Lecturer, Department of International Trade, Pusan National University(Corresponding Author), ebb28@hanmail.net