

# Post COVID-19韓国における 観光トレンドに関する研究

金 蘭 栄\*、金 振 晩\*\*

## 要旨

コロナパンデミックによって、深刻な打撃を受けた観光産業は、WHOによるコロナの国際公衆保健の危機状況の解除以降、大反撃を用意している。ポストコロナ以降、さらに増大した観光欲求を基盤とした需要爆発と観光産業の再生のため、より細かな準備が必要である。従って、コロナパンデミック以降、変化かつ多様化された観光欲求に対する分析に基づき、観光産業の育成のため、具体的かつ実践的な取組みが強調されつつある。

このような状況下でポストコロナ以降の韓国の観光トレンドを把握することは、今後日本の対韓国インバウンド観光政策の樹立及び観光事業者のマーケティング戦略の方向性に示唆点を提供することが考えられる。本研究は、先述の研究目的を達成するため、文献研究に基づき、ポストコロナ時代の観光トレンドを6つに類型化した。その結果、新環境に焦点を合わせた持続可能な観光、仕事と休暇を合わせたワーケーション、伴侶動物と出かけるペット観光、ラスティックライフを追求する観光、趣味と連携した観光、デジタル技術を活用した観光の6つのパターンを導出した。

キーワード：ポストコロナ (Post COVID-19)、観光産業 (Tourism industry)、韓国 (Korea)、トレンド (Trend)

## A Study on Tourism Trends in Korea in the Post COVID-19 Era

### Abstract

The tourism industry, which has been severely hit by the COVID-19 pandemic, is preparing for a major counterattack as the COVID-19 international public health crisis has been lifted through the WHO. More careful preparation is required based on the explosion of demand based on the growing desire for tourism in the post- COVID-19 era and the urgency to revive the tourism industry. Therefore, based on the analysis of the changed and diversified tourism needs after the COVID-19 pandemic, the need to foster the more practical tourism industry in response is being emphasized. At this point, understanding Korea's tourism trends in the post COVID-19 era could provide implications for establishing more practical Japanese inbound tourism policies and marketing directions for tourism companies. In this study, literature research methods were used to achieve these research objectives, and tourism trends in the post- COVID-19 era were derived by categorizing them into six types. The first type is sustainable tourism focused on eco-friendliness, the second type is work and vacation, the third type is tourism with pets, the fourth type is tourism pursuing a rustic life, the fifth type is tourism linking hobbies, and the sixth type is tourism incorporating digital technology.

**Keywords:** Post COVID-19, Tourism industry, Korea, Trend

\* (韓国) SunMoon University、グローバル観光学科、教授。E-mail: kyoung52@sunmoon.ac.kr  
Professor, Dept. of Global Tourism, SunMoon University, Korea.

\*\* (日本) 帝京大学経済学部観光経営学科、教授。E-mail:kim@main.teikyo-u.ac.jp  
Professor, Dept. of Tourism Management, Faculty of Economics, Teikyo University, Japan.

## 1. はじめに

世界保健機構（World Health Organization、WHO）は中国武漢から発生したコロナウィルス感染症-19（COVID-19、以降コロナ）が感染症の危険度の最高段階である6段階になってから2020年3月11日パンデミック（pandemic）を宣言した。それ以降、全世界は自国の安全のため、外国人（一部自国民も含む）を対象とした入国禁止及び制限措置を実施し、自国民の海外旅行の禁止及び自制を要請するだけでなく、自国内の人々の交流も制限する状況となった。このように、観光の基本要件である人々の往来、交流が不自由な状況は、他のどの産業よりも観光産業が受ける打撃は大きい。

WHOは、パンデミック（pandemic）を宣言した3か年4か月ぶりの2023年5月5日のコロナの国際公衆保健の危機状況の解除を発表した。未だに全世界においてコロナの危険性がまだ存在しているものの、高い集団免疫及び医療管理体系の確保に基づき、長期的管理段階への転換を決定した（WHO、2023）。

韓国政府も2023年6月からコロナの深刻警報を解除し、防疫措置も緩和した。コロナ感染者の医務隔離も勧告に変更され、海外入国者のPCR検査の勧告事項も廃止、一部の感染リスクの高い施設を除く病院でもマスク着用の医務事項も廃止された。

即ち、コロナパンデミック以後の日常への転換とともにコロナ時代に備えた細かな政策が強調されている。特に、深刻なコロナの影響を受けた観光産業は、さらに増大した観光欲求を基盤とした需要爆発と観光産業の再生のための即効的かつ実践的な取組みとともに、長期的な視点からの観光産業の育成のための戦略樹立の必要性が高まっている。そのため、韓国政府はポストコロナを備えた観光政策の方向性を提示し（文化体育観光部、2023a）、それに基づいてさまざまな施策を展開している。核心的に観光を

通じて国民の幸福を追求し、観光産業を国の発展をリードする成長戦略産業として育成することを提示した。また、コロナ以降の変化及び多様化された観光欲求に対する分析に基づき、観光産業の育成に必要な実践的かつ実効的取組みが求められている。

日本は、コロナ対応措置の緩和時点から韓国人観光客がもっとも選好する海外観光目的地として浮上し（韓国文化観光研究院、2023a）、ポストコロナを通じてさらなる主要市場として浮上すると予測された。

上記のような状況の中、ポストコロナ以降の韓国の観光トレンドを把握することは、実質的に日本の対韓国インバウンド観光政策の樹立と観光事業者のマーケティング戦略の方向性の提示を示唆すると考えられる。上記の研究目的を達成するため、多様な国内外の関連文献をレビューし、次のように整理及び分析を行った。第一に、コロナによる観光トレンドの変化を分析し、第二に、コロナ前後の観光動向及び特性を整理分析し、第三に、ポストコロナ以降の観光トレンドを類型化して導出した。

## 2. コロナと観光トレンドの変化

### (1) マクロ環境と観光の変化

Kang (2021) は、コロナによる社会、技術、経済、環境、政治の5つのマクロ環境の細部トレンドの変化によって観光分野への影響は次のように整理している。第一に、社会トレンドの変化によって観光分野は小規模の個別観光活動が増加し、旅行の代わりに他の余暇活動を行ったり、オンラインツアーに対する興味関心が増加したりするなど、観光需要に変化が見られた。このような社会トレンドの変化に従い、地域の観光安全管理体系の強化、観光客の密集度の測定及び分散システムの開発、オンライン中心の観光広報マーケティングの重要性が強調された。

第二に、技術トレンドの変化によって観光分野においては、OTA (Online Travel Agency) 中心の観光プラットフォームの成長、観光分野のデジタル決済の需要の増加及び市場の拡大、観光産業のデジタル転換への要求の増加、オンライン観光の広報マーケティングの拡散などが広がり、観光客の個人情報管理の問題、観光産業の職務環境の変化（接客の無人化など）が加速化されつつある。デジタル経済への転換による観光R&D及び事業化の支援、ビッグデータ中心の観光市場の分析機能の強化、デジタル融合型の観光産業の生態系の構築のための制度規制の改善、デジタル経済に対応するための観光産業の人材育成などが至急の対応課題として浮上した。

第三に、経済トレンドの変化による観光産業への影響としては、観光消費の二極化が加速されて観光分野への就業選好度の減少、国内外の観光需要の消費萎縮、大規模の観光開発関連の投資の減少などが著しくなっている。従って、観光産業の危機管理のための財源の拡充、観光分野の仕事機会の拡充・支援、低所得層及び疎外階層の観光活動の機会の拡大のための支援などの必要性が強調された。

第四に、環境トレンドの変化による観光分野への影響は、観光施設及び観光地の衛生安全管理の強化、観光客及び観光企業の安全防疫に対する認識の高まり、アウトドア型の観光需要の拡大などが注目されている。特にエコツーリズム、農村観光などの需要が増加して地域資源を中心とした規制緩和の要求が増加し、観光目的地を選択する際、公共医療水準の重要性が増大した。自然中心の観光疎外地域の観光受入体制の改善、健康ヒーリング関連の観光地育成支援及び観光商品の活性化、キャンピング等の野外活動の増加による関連施設の拡充が対応すべき課題として浮上した。

第五には、政治的トレンドとして安全な国への観光活動の増加、防疫体制の強化による国際

観光の阻害、観光市場の開放行為の政治的外交手段化などの不確実性が高まった。これに対応するため、観光分野の危機管理のガバナンス体系の構築、国際観光機構との協力増大の必要性が台頭している。

## (2) 世界の観光形態の変化

コロナによる危機状況下での世界の観光市場の形態変化は次のとおりである (WTTC、2020)。第一に、観光需要に観光客が予測可能、信頼可能、危険度が低い方へ変化している。海外よりは国内、あるいは自宅に近い地域の目的地を好んでおり、大勢の人を避ける自然や野外の目的地や真正性の高い観光経験を追求する傾向が高まった。また、観光前の計画を徹底的に立てると同時に、予約変更に対する柔軟性が高い旅を選好、観光者の権利を強化する要求が高まった。特に、オンライン体験を活用した仮想体験を通じた観光体験にも大きく反応するようになった。

第二に、健康及び衛生に対する重要性が高まり、観光客の意思決定の過程において価格や位置などの第1次選択要因ほどに重要な基準となった。また、観光目的地の信頼感及び正確な情報提供が重要となり、コロナの感染や隔離に対する不安により、長距離旅行の回復が遅れると予測された。

第三に、技術革新やデジタル化による観光分野のイノベーション及び新技術の統合が著しくなった。仮想会議及び非接触決済手段が増加し、AR及びVRに対する興味関心の増加は仮想観光の拡大をもたらし、安全で円滑な観光経験のための非接触の利便性が増大されている。

第四に、観光の持続可能性に対する興味関心が高まり、野生動物の保護や海洋資源保存に対する大衆の認識が高まり、より責任感のある観光を実施するための努力が広がっている。

### 3. コロナと国内外の観光動向

#### (1) 韓国国内観光の傾向と特性

コロナを前後した韓国人の国内旅行の傾向と特性は、国民旅行調査報告書（文化体育観光部、2023b）及び観光知識情報システムの観光客統計（2023.11.16）を基準と整理した。まず、韓国人の国内旅行経験率は2019年92.4%、2020年86.4%、2021年93.9%、2022年94.2%となった。つまり、コロナ流行直後、前年比急減したが、その後の年が経つにつれて、コロナ発生前より持続的上昇の軌道を見せている。ただし、旅行回数、旅行日数、旅行支出額においては、コロナ発生後の持続的な上昇傾向を見せているが、コロナ発生前の水準まで回復することができていないことが分かった。

韓国の国内旅行目的地の選択要因では、コロナ発生前後で大きく変化はないことが分かった。2022年基準の「見どころ提供」が21.8%で最大の選択要因となっており、次に「観光地の知名度」も17.4%、「観光可能な時間」が12.3%、「移動距離」が11.4%、「旅行同行者の類型」が8.8%となった。旅行情報獲得経路では、コロナ前後で顕著な変化が現れた。最も重要な情報獲得経路は「過去の訪問経験」であり、コロナ前の28.3%からコロナ後は33.6%まで上昇した。一方、「友人や友人などの周辺の人への依存度」は39%から26.6%に減少した。「情報なしで訪問する」場合も14.3%から20.9%まで上昇したが、これは「インターネットおよびモバイルアプリの活用度」が11.2%から17.4%まで上昇したことからその理由を見つけることができるだろう。

旅行地での主な活動は2022年基準で「自然と風景鑑賞」が81%で最も高く、「飲食観光・グルメ」が61.4%、「休息及び休養」が59.6%の順で続いたが、いずれもコロナ前よりさらに上昇傾向を見せていることが分かった。宿泊においては「ペンション」の利用率が最も高く、「家族や知人・友人」、「ホテル」、「コンドミニウム」、「モー

テル」の順で続いたが、コロナを前後してホテル利用率が7%以上まで上昇したことが注目される。全体的な旅行に対する満足度はコロナ前よりやや上昇し、2022年基準で80.2%となった。旅行時の平均同伴者数は、コロナ前4.3人からコロナ後3.4人まで減少した。旅行時期はコロナ後は平日旅行より週末旅行が増加し、旅行日程はコロナ後当日旅行が増加している。

#### (2) 韓国の海外観光の傾向と特性

コロナを前後とした韓国人の海外旅行の傾向と特性は次の通りである。まず、韓国人の海外出国者数は2019年2,871万人、2020年427万人、2021年122万人、2022年655万人で、コロナ発生後前年比毎年-85.1%、-71.4%まで急減し、再び436%まで回復した（文化体育観光部、2023c）。特に、2023年にはコロナの緩和措置が目立ち、10月基準の海外出国者が1,823万人を超える爆発的な増加傾向を見せていた（観光知識情報システム、2023.11.16）。このような傾向から2024年にはコロナ以前の水準に回復すると予測されている。

一方、2023年第1四半期に行われた旅行行動調査で、海外旅行に対する満足比率が国内旅行より10%以上高くなった。海外旅行の主要目的国は日本が38.9%で最も高く、ベトナム、タイ、フィリピン、台湾などがその後続いた。海外旅行の決定は主に「1ヶ月から2ヶ月の間」に決定し、旅行期間は「4日から6日の間」が63.5%で最も高くなった。旅行のタイプは62.4%が「個別旅行」であった。また、今後の海外旅行計画での優先考慮事項としては「費用」が56.9%、「時間」が23.8%となった。特に、航空料金や宿泊料金、食費など現地物価を最も大きく考慮することが分かった（韓国文化観光研究院、2023a）。

2023年第2四半期に行われた旅行行動調査では、今後最も行きたい海外旅行目的地で、日本が17.3%で最も高くなった。次に、西ヨーロッパ、南ヨーロッパ、ベトナム、北欧の順となった。

日本旅行と関連して、より詳しく見てみると、年齢層が低いほど日本旅行意向が高く、10代から40代まで1位の旅行先として挙げられた。日本に旅行に行きたい理由としては距離的に近く、普段関心と好感があるからという回答が最も高かった。特に、年齢が低いほど「普段の関心と好感」、年齢が高いほど「おいしい食べ物」に対する回答が高くなった。日本旅行の際に最も訪れたい地域は東京と大阪であり、「グルメ」、「温泉とスパ」が挙げられた。旅行期間は3泊4日程度で、120万ウォン程度の旅行費用を予想していることがわかった(韓国文化観光研究院、2023b)。

## 4. ポストコロナと観光トレンドの類型

### (1) 新環境に焦点を合わせた持続可能な観光

コロナ以来、旅行制限、旅行禁止、新しく構築された保健プロトコルは、量的成長中心の観光の限界が現れ、社会的、環境的価値が新しい核心戦略になることを示した。このような大きな流れで持続可能な観光を誘導するために、Euromonitor Internationalは環境的、社会的、経済的持続可能性、国家リスクマネジメント、持続可能な観光需要、交通、宿泊の7つの分野を中心に持続可能な観光指数(Sustainable Travel Index)を開発した(Bremner & Dutton, 2021)。全世界99カ国を対象とした調査で韓国は78位を占め、今後多くの努力が必要であることを示唆した。

一方、韓国の国内でもコロナ以来、環境に対する危険性と重要性を大きく認識するようになり、社会全般にわたる環境にやさしいトレンドが広がっている。ソーシャルデータを通じて、環境にやさしい観光について高められた言及を確認することができ、自治体や企業はこれに対応して、環境にやさしいキャンペーンや奉仕団の運営をはじめ、具体的な環境にやさしい観光プログラムの開発に努めていることが分かった

(韓国観光公社、2023a)。特に、観光の消費者である観光客は、環境にやさしい観光実践方式で炭素削減努力に焦点を当てていることが確認された。その他、旅行中のゴミ削減、旅行先でのリサイクル品や食品廃棄物の分離排出の実践、プロギング(plogging、ジョギングしながらゴミ拾いをする)、環境に優しい宿泊施設の利用などにも関心が高かった。また、環境にやさしい旅行商品の購入についても高い意向(70%)を示した(韓国観光公社、2023b)。

### (2) 仕事と休暇を合わせたワーケーション

ワーケーション(worcation)は、仕事と休暇の言葉を組み合わせた造語である。コロナで遠隔勤務が活性化され、勤務場所が自宅ではなく観光地で行う働き方が人気を集めて注目を集め始めた。これは既に存在していた働き方であったが、韓国の場合は、現実との距離は遠かった。しかし、コロナ以来、世界的に行われ、持続的に成長した勤務形態として浮上した。実際、統計庁によると、在宅及び遠隔勤務制度活用の賃金労働者比率は2019年4.3%にとどまったが、コロナ状況下では2020年17.4%、2021年32.3%まで急増し、社会的距離置き緩和及び解除で4.4%まで減り始め、2023年現在は例年水準に戻ったことが分かった(統計庁、2019-2023.8)。しかし、エンデミック局面で在宅勤務要求も増加、高い生産性などが強調され、勤務時間の改編に関する議論が本格化すると予測されている。

特に、世界的なワーケーションに対する需要の増加は、デジタルノマドビザ(digital nomad visa)への関心を高めている。このビザは90日以上長期滞在しながら仕事と旅行を並行できる資格を付与するもので、2023年基準58カ国で発給あるいは発給を予告している(nomad girl HP, 2023.11.16)。最近、日本と韓国もワーケーションの海外需要の誘致戦に飛び込んでデジタルノマドビザを発行する予定である。Airbnbアジア太平洋地域政策総括ディレクターは、デジ

タルノマドが世界中を旅行し、仕事をしやすくするために、各国政府および地域の観光推進組織と積極的に協力する「Live and work anywhere」プロジェクトを推進していると強調した。

また、韓国は高いデジタル活用度とデジタル経済部分で充実した環境条件を備えており、新たに浮かぶデジタルノマドの旅行目的地になれることを強調した(You, 2023.4.5.)。このように、海外及び国内のワーケーション需要増加に対する国内受入体制の準備に対する動きも活発になっている。例えば、人口消滅地域のような場合、有休空間の再生や訪問者の誘致を通じて新たな観光需要を創出し、地域経済を活性化させる機能を遂行できると期待している(Kim et al, 2022)。

### (3) 伴侶動物とのペット観光

伴侶動物 (companion animal) は、人が動物と一緒に生きていく対象であり、人と同様に感情を持った人格体として扱い、尊重するという意味を内包している。海外主要国のペット世帯の割合が高い中、米国は全世帯の70%、フランスは65%に達している。特に、コロナをきっかけに孤独の解消とストレス緩和のためにペットとの暮らしがさらに増加し、ペット関連産業は持続的に成長すると予測されている(韓国観光公社, 2022a)。

韓国もコロナ状況を経て、2022年基準のペット飼い世帯は全世帯の25%を上回る水準に上昇したことが分かった(農林畜産食品部, 2023)。ペット世帯比率が高い海外主要国に比べると、まだ低い水準であるが、ペット対象の消費が急速に増加するとともに、同伴旅行需要の増加が注目されている。ペット同伴の旅行は「ペットカンス」と呼ばれ、新しい観光トレンドとして浮上している。韓国観光公社(2023c)が行ったペットと暮らしている人を対象とした調査では74.4%が今後ペット同伴旅行の意向があると答えた。しかし、ペット同伴可能宿泊施設の不足、

同伴可能レストランやカフェの不足、観光地の不足などの改善課題が多いことも指摘された。自治体などの行政もペットと一緒に自由な観光が可能な「ペットフレンドリー都市」事業を推進している。代表的な事例として、2023年ペットフレンドリー観光都市に選ばれた蔚山広域市は、ペット文化センターなどのインフラを構築し、主要公園などを中心にペット同伴旅行コンテンツを強化しており、今後地域活性化にも大きく寄与すると期待されている。

### (4) ラスティックライフを追求する観光

ラスティックライフ (rustic life) とは、閑静な田舎生活の余裕と快適さを追求する人生を意味するもので、コロナ以降、脚光を浴びているライフスタイルである。コロナによって社会的距離置き、マスク着用、人々が混雑する場所を避ける状況下で、都心から抜け出してラスティックライフを追求する観光が重要なトレンドに浮上するようになった。ブッキングドットコム(2022)が発表した2023年の7大旅行トレンドの一つであるオフグリッド旅行 (off-grid travel) も都心から抜け出して自然に帰ろうとする旅行形態であり、ラスティックライフと類似である。

ラスティックライフを追求する観光は農村観光につながり、農村、漁村、山村の村とバカンスを合わせた「チョンカンズ」という新造語も誕生させた。チョンカンズはほとんどの世代から関心を受けているが、特にZ世代には不思議で新しい旅行経験の形で「ヒップ (hip)」したことで注目を集めている。また、子供を同伴した家族単位の旅行客を中心に農村、漁村などの体験観光が人気を集めている。閑静な田園地帯で自然環境に囲まれた古民家などで滞在しながら休息をとり、まち歩き、ローカルフードの体験などを通じて田舎ライフを楽しむ傾向が目立っている(韓国観光公社, 2023c)。

このようなラスティックライフを追求する観光は、地域観光活性化の側面から観光政策的に

も支持されている。具体的には、農村、山村、漁村などの村が持つ固有の長所を活用した観光コンテンツの発掘、地域固有の文化と環境を保全する持続可能な観光の推進、住民の住居空間と生産施設を活用した観光サービス及び観光収益の創出を誘導する方向性を持っている。これにより、地域均衡発展の機会を創出できると期待している（韓国観光公社、2022b）。

#### (5) 趣味と連携した観光

コロナで抑圧された観光に対する自由は、コロナが回復していくにつれて補償需要が本格化し、旅行の多様化がさらに強化されると予想されている。このような観点から、個人の好みを反映した様々な趣味と連携した観光が一つのトレンドとして定着すると予測されている。趣味観光のテーマとしては、ゴルフ、登山、テニスなどのスポーツやレジャー、ワイナリーや醸造所、カフェやグルメ訪問などのグルメ、キャンプに高い関心があることが分かった。趣味観光の方法としては、趣味関連の祭りやイベントに参加したり、同じ趣味を持つ愛好家と旅行にでかけて趣味活動を楽しんだりすることが分かった（韓国観光公社、2023b）。

美食観光は、旅行体験の一部として食に関連するすべての行為を包括する概念で、食の主要生産地訪問、食の祭りへの参加、レストランや特定の場所で食を試食したり、特産物の生産地域の特性を体験したりすることが重要な要素として機能する観光形態を指す。代表的な海外事例として、タイの美食文化を体験できるクッキングクラス、日本の150種類以上の日本酒の自販機がある日本酒博物館などがある。韓国では、このような美食観光のトレンドに合わせ、創造的で楽しい美食観光コンテンツを開発するために努力しており、地域観光の活性化と連携し、地域でしか楽しむことができない美食観光プログラムの開発に拍車をかけている（韓国文化観光研究院、2022）。

キャンプ観光は、コロナ以降、小規模の非接触型の観光需要が増加し、爆発的に増加した。独立した空間を提供するキャンプ場は、コロナ感染の心配が少ない安全な野外活動空間として認識された。キャンプ利用者数は2019年約399万人、2020年約534万人、2021年約523万人を記録した。また、キャンプ産業規模は2019年約3.1兆ウォン、2020年約5.8兆ウォン、2021年約6.3兆ウォンと急成長した。キャンプを楽しむ主な理由としては、「家族や友人と多くの時間を過ごし、休息を取るため」が最も多く挙げられた（韓国観光公社、2019-2021）。また、従来の伝統的な方法であるテントを利用したキャンプだけでなく、車両を利用したキャンプが着実に発展し、キャンプの形態が多様化している。このようなキャンプの人気はアメリカ、中国、日本でも成長傾向にあり、その産業規模はますます大きくなっている（韓国観光公社、2022c）。

#### (6) デジタル技術を活用した観光

コロナの影響で非対面文化の普及とデジタル技術の進歩が加速し、オンラインベースの非対面サービスが広がった。観光分野でも無人化観光サービス、オンライン体験ツアー、メタバースなど、非対面サービス技術を活用した観光活動の領域が多様化・拡大している。国民意識調査によると、経験してみたい観光産業デジタルコンテンツとしては、「モビリティ、自動運転などの交通手段の利用」が最も関心が高いことが分かった。次に、ビッグデータとAIによる観光客が望むカスタマイズされた観光情報の提供、VRやAR、没入型メディアアート技術を活用した実感型観光コンテンツ体験、オンライン体験旅行やメタバースなどの仮想旅行体験、キオスクやロボットなどの無人サービスの利用が挙げられた。観光業界のトラベルテック推進事例としては、D&AとAIは予約や観光情報サービスに適用されており、IoTベースのプラットフォームは宿泊会社の予約プラットフォーム、客室管

理プログラム、予約管理システム、キオストなどを統合させることで効率的な運営を提供している。非対面オンライン旅行商品をVRやメタバースを活用した仮想旅行体験も拡大している (Jin et al., 2022)。

特に、主要観光業界はメタバース・プラットフォームを通じた仮想旅行を新しい広報手段として注目している。現実世界での旅行を完全に置き換えることは難しくても、旅行者の訪問を誘導し、旅行地での実際の経験をより豊かにすることに貢献すると予測されている (韓国観光公社、2022f)。

## 5. 結論及び示唆点

コロナパンデミックで深刻な打撃を受けた観光産業は、WHOを通じてコロナ国際公衆衛生危機状況が解除され、大反撃を準備している。ポストコロナ以降、より大きくなった観光欲求を基盤とした需要の爆発と観光産業再生のための切実さを基に、より綿密な準備を必要としている。

日本はコロナパンデミック緩和の時点で韓国観光客が最も好む海外観光目的地として浮上し、ポストコロナを通じてさらに成長する主要市場として浮上すると予測されている。このような時点で、ポストコロナ以降の韓国の観光トレンドを把握することは、韓国市場に対してより戦略的な準備を可能にすることができる。

本研究では、このような研究目的を達成するために文献研究方法を使用し、ポストコロナ時代の観光トレンドを6つに類型化して導き出した。第一に、環境に焦点を当てた持続可能な観光、第二に、仕事と休暇を組み合わせたワーケーション、第三に、ペットと一緒にする観光、第四に、ラステックライフを追求する観光、第五に、趣味と連携した観光、第六に、デジタル技術を組み合わせた観光である。

これらの研究分析結果は、より実質的な日本

の対韓国インバウンド観光政策の策定と観光事業者のマーケティングの方向性策定に役立つだろう。今後、研究で導き出されたタイプ別の実質的な事例研究を進め、日本観光参加観光客を対象とした実証研究を実施する必要がある。

### 【引用・参考文献】

- Kang HyunSu (2021) : 『コロナ19による国内観光形態変化分析』、韓国文化観光研究院  
観光知識情報システム：観光統計、<https://know.tour.go.kr/> (2023.11.16)
- Kim SungYun, Kim hyunJ & Kim HyungGon (2022): 『ワーケーション活性化方案に関する研究』、韓国観光公社
- Nomad Girl HP. <https://nomadgirl.co/countries-with-digital-nomad-visas/>(2023.11.16)
- 農林畜産食品部 (2023) : 『2022動物保護に対する国民意識調査』
- 文化体育観光部 (2023a) : 2023年度主要業務推進計画、文化体育観光部内部資料
- (2023b) : 『2022年国民旅行調査』
- (2023c) : 『2022年度観光動向に関する年次報告書』
- ブッキングドットコム (2022) : 「2023年度7大旅行トレンドの展望」  
<https://news.booking.com/> (2022.12)
- 蔚山市 (2023) : 「伴侶動物の親和観光都市造成事業」、蔚山市報道資料 (2023.4.3)
- Yoo SulBin (2023) : 「韓国？デジタルノマド目的地としての条件」、news1 (2023.4.5)
- Jin BoRa, Jo AhRa, Kim JinYoung & Kim Hyun Jung (2022) : 『観光トレンド分析及び展望』、韓国文化観光研究院
- 統計庁 (2023) : 経済活動人口調査 (2019-2023.8)
- ((2020) : 『2020年度人口住宅調査』
- 韓国観光公社 (2021) : 『キャンピング利用実態調査』
- (2022a) : 「伴侶動物と同伴旅行」、『グローバル観光トレンドダイジェスト』

- (2022b) : 「ローカリズムを活用した地域観光活性化」、『グローバル観光トレンドダイジェスト』
- (2022c) : 「キャンプ観光」、『グローバル観光トレンドダイジェスト』
- (2022d) : 「グローバル観光トレンド」、『グローバル観光トレンドダイジェスト』
- (2023a) : 『2023年度観光トレンドSNSデータ分析』
- (2023b) : 『2023年度観光トレンド展望: アンケート調査及びデータの総合分析』
- ((2023c) : 『2022年度伴侶動物の同伴旅行実態調査』
- 韓国文化観光研究院 (2022) : 「美食観光の概念と展望」、『国内観光インサイト』
- (2023a) : 『オンラインパネルを利用した国内外旅行形態調査』(第1四半期調査)
- (2023b) : 『オンラインパネルを利用した国内外旅行形態調査』(第2四半期調査)
- Bremner, C. and Dutton, S. (2021). Top Countries for Sustainable tourism: Embracing a green transformation for recovery in travel, *Euromonitor international*
- WHO (2023.5.5). Statement on the fifteenth meeting of the IHR (2005) Emergency Committee on the COVID 19 pandemic
- WTTC (2020.9.27). To Recovery & beyond: The future of travel & tourism in the wake of COVID 19